

社員の意識改革、業績の向上にもつながった全社を挙げてのDX化。

石川県を拠点に、北陸3県でトップクラスの不動産売買取引件数、年間完工棟数を誇るさくらホームグループ。それを支えるのは、創業当初から取り組んでいる属人化を解消するための業務システムづくりです。創業から27年を経て、不動産・建築業界に最適化された独自の社内システムは、2022年7月から同業他社にも公開されています。今回はそのプロジェクトを推進する上妻亮甫（こうづま あきほ）さんにお話をうかがいました。



石川県／株式会社さくらホームグループ
経営企画課 課長 兼
ビジネスソリューション事業部
ゼネラルマネージャー
上妻 亮甫（こうづま あきほ）さん

#DX化 #ツール開発 #可視化システム #業務効率化

膨大なデータを可視化するところからスタート

前職でもIT関連事業に携わってきた上妻さんがさくらホームに入社したのは6～7年前のこと。DX化を推進する部署をいちから構築するためのメンバーとして入られたのがきっかけでした。そこから現在まで、どのようなステップを踏んだのでしょうか。

※詳しくは前号をご確認ください。前号は [こちら](#) から。

「まずは、データの可視化から始めました。さくらホームにはもともとある程度システムの基盤があって、そこでデータも蓄積されていたので、その点では他社で最初に課題になるところはクリアしていました。ただ、そのデータをうまく使えていない、宝の持ち腐れ状態になってしまっていたのが当時の課題だったんです。データを入力してはいるものの、それを経営判断に生かしきれていない部分があった。そこで、まずはそれを可視化しようということになりました」

さっそく導入したのがBI（ビジネス・インテリジェンス）ツール。社内のさまざまなデータを集計し、それを分析して可視化することができるソフトウェアです。半年から一年ほどかけて、社内のひと通りの情報を可視化することができました。

たとえば売上情報なども、月ごとや累計の数値がすぐに可視化されるようになっていきます。

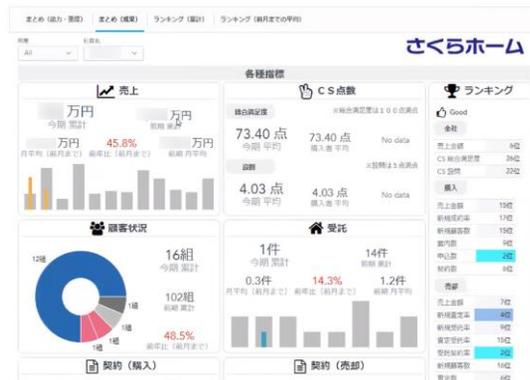


単月・累計で売上情報を可視化

そこからさらに、社員一人当たりの売り上げ金額や、店舗別の売り上げ推移、成約率なども今どのくらいになっているかが一目瞭然の状態です。個人の売り上げランキングや、新規の顧客の推移など、ひと通りのデータがそろっています。

「マイデータ」という形で、それぞれの社員が自分の営業上の立ち位置などもわかるような設計。こうしてリアルタイムで見ることができると、社員一人ひとりの意識も変わってきそうです。

人事の情報としては、社員の平均年齢や勤続年数、社員構成の割合なども可視化されています。これだけ明確に、パッと見てすぐにわかるようなデータがあると、企業として戦略を立てていく上でも、スピード感が大きく変わってくるのではないのでしょうか。



社員一人ひとりの実績がわかる「マイデータ」

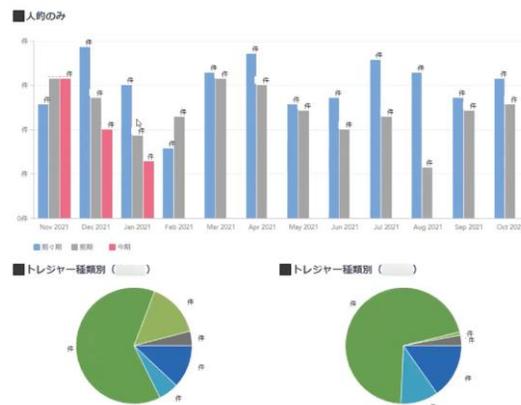
クレームは「トレジャー」としてその推移を可視化

「うちではクレームのことを『トレジャー』と呼んでいるんですけれど、そのトレジャーの件数も出しています」と上妻さん。特にその「トレジャー」の起因が人的なものは、推移を追ったりすることもできるようになっています。

「さらに、このトレジャーに関しては「7時間7日ルール」というものがあるそう。クレーム対応は初動が大事。7時間以内に動いて、7日以内に解決しようというこのルールにのっとり、今月は何%それが達成できたかといったことも可視化されています。

「うちではよくサイボウズOfficeを使っていますが、サイボウズはノーコードツールで、コードを書かなくても自分たちのアプリが作れる機能があります。パッケージ製品で管理できるものはしているのですが、それ以外の細かな業務はその機能を使って全部アプリ化し、データをとれるようにしているんですよ」

先ほどのトレジャーも、アプリが作れるその機能でトレジャー管理アプリを作り、可視化して状況を把握できるようにしたのだそう。ここまで徹底的に可視化できていることが、さくらホームの強みになっているのは間違いなさそうです。



トレジャーの発生件数推移も可視化

社員の主体性を高め、業務の効率化を実現

この徹底した可視化によって、どのような変化があったのでしょうか。「一番感じるのは、社員の主体性が高まったことです」と上妻さん。

「たとえば残業時間なども可視化して、『ワーストランキング』が出るようにしています。一般的に残業を抑止するためには、『残業はするな』と上司が部下に言ったりするわけですが、うちではそういうことがあまりありません。

