

「AIを使う」会社ではなく、 「AIが根付く」会社へ

AI活用の本質は、ツール導入ではなく組織づくりにある。熊本県のアネシスは、DXによるデータ基盤整備を進めた上で生成AIを全社へ浸透させ、社員によるアプリ開発が生まれる組織文化を構築した。同社の取り組みから、工務店におけるDX・AI活用の本質を探る。



DX戦略部部长
木下裕之さん

DX・AIの位置付け 全体像

DX & AIは顧客満足への「飛行機」

同社では、AIを独立した施策としてではなく、DXを加速させるプラスアルファの一つとして位置付けている。その上で、デジタルフレンドリーを掲げ、AIを「仲間」とみなしている。

同社DX戦略部部長の木下裕之さんは、アナログ業務を「自転車」、デジタル化を「車」、DXを「新幹線」、DXとAIが融合した状態を「飛行機」に例える。目指す目的地は顧客満足であり、そのゴール自体は変わらない。しかし、そこへ到達する速度を飛躍的に高めるのがDXとAIの役割だと捉える。さらに飛行機を飛ばすためにはパイロットだけでなく運航体制全体が必要のように、AIも組織全体で活用できる環境が不可欠と考えている。

こうした考え方の背景には、人口減少や人手不足、職人不足が進むなかで、従来と同じやり方では企業競争力を維持で

きないという危機感がある。同社が目指しているのは人員削減ではなく「人にしかできない価値を最大化する」ことだ。AIが担うのは事務処理や情報整理などの定型業務であり、そこで生まれた時間を顧客との対話や提案、信頼関係の構築に振り向けるべきだと考えている。住宅は一生に一度の買い物。時代が変わっても、最終的な価値を生み出すのは人と人との関係性であることに変わりはない。

また、木下さんは、生成AIの普及によって「知能の民主化」が起きたと指摘する。これまで大企業だけが持っていた高度な知見や分析能力を、中小企業でも活用できる時代になった。AIは企業規模による情報格差を縮小し、資金力や人員規模で大企業に及ばなかった領域でも、工務店に新たな競争機会をもたらす存在だと捉えている。



基盤づくり DX・AI導入／活用の下地

全社横断・ど根性で業務を再設計

DXに着手した当時は紙やExcelによる管理が多く、顧客情報や案件情報も各部署に分散しており、情報共有や業務効率の面で課題を抱えていた。そこでまずGoogle Workspaceを全社インフラとして導入し、営業管理にSalesforce、施工管理はANDPAD、会計管理にはマネーフォワードと、ツールを次々に導入していった。

一方、DXを急いだことで新たな課題も生まれた。部門ごとにツール導入を進めた結果、さまざまなシステムが乱立して業務フローが複雑化。似たような機能を持つツールが併存し、全体像が見えにくくなる場面も出てきた。木下さんは当時を「デジタル群雄割拠時代」と振り返る。

そこで同社はDX戦略部をグループ横断組織として再編し、システムではなく業務そのものの見直しに着手した。

前工程から後工程までを整理し、業務全体の流れを再設計した上で最適なシステムを選択・連携。職種ごとに異なるシステムを利用しながらも、同じ情報を全部署が参照できる仕組みを構築した。木下さんが「仮想データベース」と表現する、営業から設計、施工、会計まで同じデータをリアルタイムで共有・活用できる環境が、こうして完成した。

この泥臭いプロセスこそが、その後のAI活用や社員による社内開発を支える強固な土台となった。木下さんは「デジタルど根性」という言葉を用いながら、社員や協力業者との対話を重ね、一人ひとりの理解と納得を積み上げてきた。デジタル化と地道なコミュニケーションの両立が、同社のDXを支えた。

ツール一覧表

部門	導入システム・ツール
経営	Google Workspace、Gemini、Salesforce、マネーフォワード
集客・マーケティング	Salesforce、Instagram、YouTube、VR モデルハウス、テレビ CM、映画館 CM、チラシ
営業	Salesforce、Google Workspace、Gemini
設計・現場管理	Google Workspace、Gemini、各種業務効率化アプリ（設計担当による自作）
施工	ANDPAD、Google Workspace、AI現場カメラ
アフター	Salesforce、顧客地図可視化ツール（オーナーマップ）
AI	【文章・対話】 Gemini、ChatGPT、Claude、NotebookLM 【画像・動画】 Runway、Midjourney、Sora 【音楽・音声】 Suno、音声生成ツール
その他	Google Chat、社内ポータルサイト、AIチャットボット、アネシス IT ラウンジ、AI キャラクター（太加野昭裕・姉崎真理）

部門別の活用状況と導入の成果

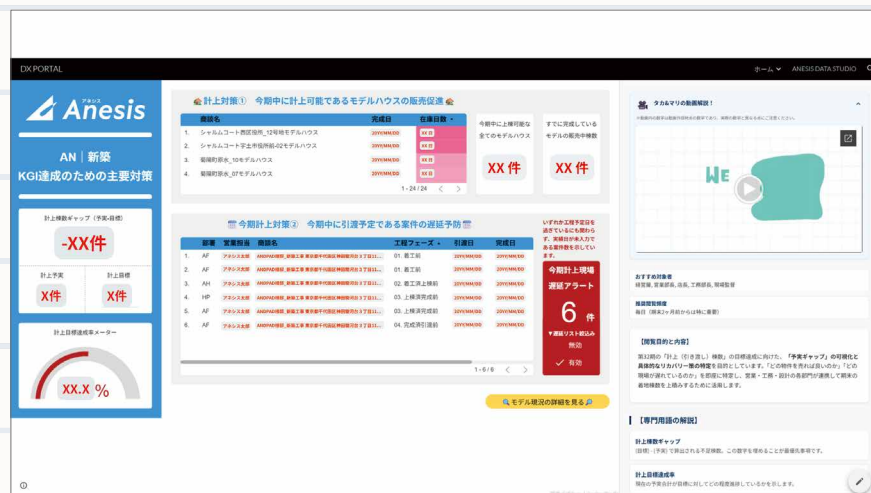
経営

システム相互連携で一元管理

Google Workspaceを基盤にSalesforceやマネーフォワードを連携させ、営業から設計、施工、会計までのデータを一元管理している。各システム内の情報は相互に連携され、経営層がリアルタイムで全社の状況を把握できる環境を構築した。

AIで情報を統合

さらにGeminiを活用したデータ分析や資料作成、社内向け情報発信も進めている。導入の成果として、部門ごとに分散していた情報の統合が進み、意思決定の迅速化や情報共有の円滑化を実現。従来は紙やExcel、拠点間の移動を伴っていた業務も大幅に削減され、経営判断に必要な情報へ迅速にアクセスできる体制が整った。



会社のデータを一元化し、最終目標を達成するためには何をすればよいのかを視覚的に提示

集客・マーケティング

顧客情報をワンストップ化

Salesforceを中心とした顧客情報管理で、集客段階から契約後に至るまで一貫したデータ活用を進めている。顧客情報は営業や設計、施工部門とも共有され、提案活動や顧客対応の精度向上に活用される。集客チャンネルとしてはInstagram

やYouTubeに加え、テレビや映画館でのCM、チラシなども活用し、多面的な接点創出を図っている。VRモデルハウスによるオンライン体験にも取り組んだ。

営業

基盤共有で情報連携を確実に

顧客情報や案件情報を共有の基盤上で管理し、営業担当者が入力した情報は後工程へリアルタイムで連携されるため、部門間の情報伝達ミスや重複入力の削減につながった。また、Google Workspaceや生成AIを活用しながら資料作成

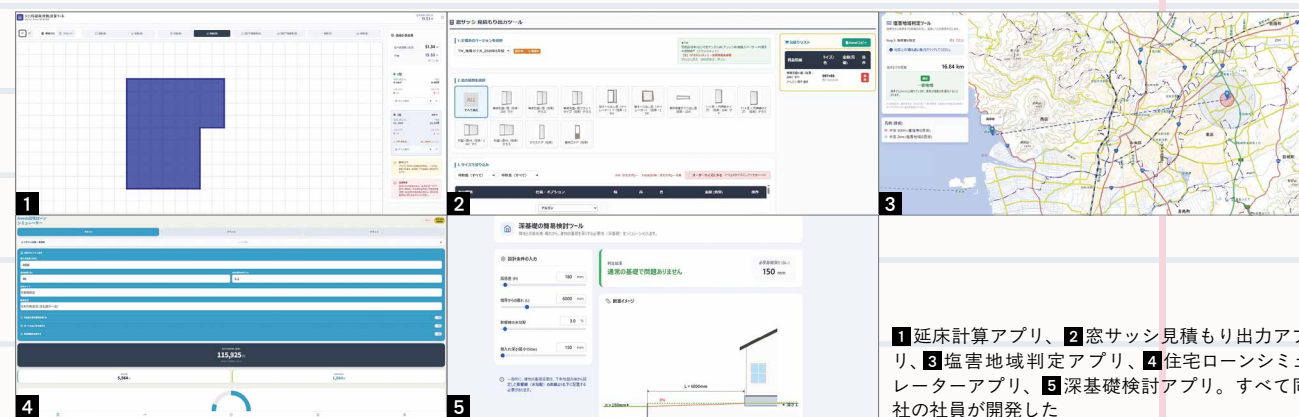
や情報整理を効率化。従来は事務処理や情報収集にかけていた時間を削減し、顧客との対話や提案活動へ振り向けられるようになった。その結果、提案内容の質も向上し、顧客満足度の向上にもつながっている。

設計

アプリを開発して業務を標準化

設計部門では、社員自らが生成AIを活用し、「延床計算アプリ」「電気拾い出しアプリ」「床面積拾い出しアプリ」「深基礎検討アプリ」「塩害地域判定アプリ」などを自社開発（市民開発）している。これにより、これまで手作業や経験に頼っていた業務の標準化と効率化が一気に進んだ。IT専門部署が開発したのではなく、設計担当者自身が日々の課題を発見

し、自ら改善策を形にしている。業務のなかで感じた不便さをその日のうちに自ら解決できるようになったことで、設計部門が単なるシステムの「利用者」から「改善の担い手」へと変化。現場発のアイデアが次々と形になり、業務品質の向上にもつながっている。



1 延床計算アプリ、2 窓サッシ見積もり出力アプリ、3 塩害地域判定アプリ、4 住宅ローンシミュレーターアプリ、5 深基礎検討アプリ。すべて同社の社員が開発した

施工

営業・設計の情報が自動で連携

ANDPADを中心とした施工管理システムを活用し、現場情報の共有や工程管理の効率化を進めている。営業や設計部門が入力した情報はデータ連携によって施工部門にも共有され、前工程から後工程まで一貫した情報管理を実現する。現場監督は必要な情報にリアルタイムでアクセスできるようになり、確認作業や情報伝達の手間が大幅に削減された。

パートナーとの関係もDX

協力業者との情報共有もデジタル化し、段階的な教育や運用支援を通じて活用を浸透させた。その結果、移動時間や事務作業の削減、写真付き報告の充実、現場状況の可視化が進み、施工品質の向上と業務効率化を両立している。

さらに、建設キャリアアップシステム（CCUS）とも連携。技能の公正な評価や工事の品質向上、現場作業の効率化を進めるなど協力業者とともに成長できる持続可能な環境づくりにも取り組んでいる。

アフター

オーナーの情報をマップ化

全社で共有される顧客データを活用し、点検やリフォーム提案の高度化を進めている。特に、顧客情報を地図上に可視化する独自ツール（オーナーマップ）の開発に取り組み、築年数や訪問履歴、外壁工事の実施状況などを一目で把握でき

る環境を整備した。これにより、長期間訪問していない顧客や特定のリフォーム提案対象者を効率的に抽出できるようになり、計画的にオーナーをフォローする活動が可能となった。

AIの導入・活用状況

AIは全社標準の Gemini を中心に活用されており、用途に応じて Claude や動画生成ツールなどを併用している。

○判断・責任は常に人の役目

同社では、全社の標準AIとして Gemini を採用しながら、用途に応じて Claude や ChatGPT、Sora、Runway、Sunoなども活用している。AIは文書作成や情報整理、データ分析、動画・音声コンテンツ制作、アプリ開発など幅広い業務で利用されている。

一方で木下さんは、AIを「完成された答えを出す存在」とは捉えていない。AIが生み出すのはあくまで質

の高い素材であり、それを会社の理念や経験、顧客理解によって価値ある成果へ仕上げるのが人間の役割だ。AIに求めるのは処理能力や発想支援であり、「問いを立て、判断し、責任を負うのは常に人」という考え方が全社で共有されている。

こうした環境下で、木下さんは「クオリティーも上がっている。もはや利用率や削減時間といったKPIだけで効果を図るフェーズではない」と

語る。「振り返れば確実に良くなったし、もう手放せなくなった状態だと思う。ガラケーからスマートフォンへ移行したようなもので、過去と今の生産性を同じ条件で比較すること自体にあまり意味はない」と話す。

そのうえで、自社がテック企業になる必要はないとし、重要なのはAIそのものを開発することではなく、「AIの力を最大限活用できる組織」へ変わることだと強調する。

AIの社内浸透戦略

AI導入における最大の障壁は、業務に組み込まれていないため「使わなくても困らない」点にあった。この課題に対し、同社はインナーブランディングを重視した。

○キャラやゲームでAIを「親しみある」存在に

同社ではAIを業務効率化ツールとして導入するのではなく、組織文化として定着させることを重視した。DXによるシステム基盤の整備はトップダウンの必然性（強制力）をもって着実に進んだ一方、自発性が求められるAI活用はなかなか広がらず、当初は一部の先進的な社員に利用が偏っていたという。

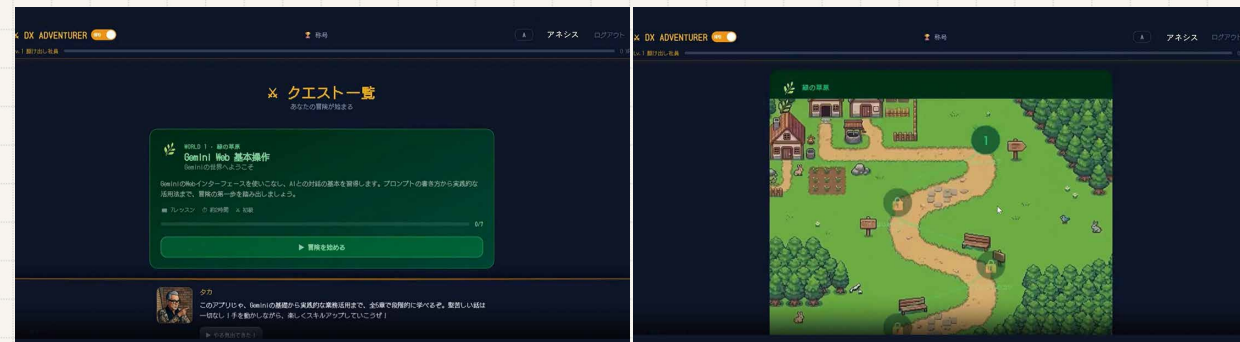
木下さんは「DXは業務上使わなければならない必然性があったが、AIは社員にとってあくまでプラス

アルファの存在だった。DX推進で成果を上げてきた手法も、AIには通用しなかった」と振り返る。

そこで同社は、AIキャラクターを活用した社内ラジオ「アネシス IT ラウンジ」や、ゲーム形式で学べる「DXアドベンチャー」などを展開し、社員の興味や親近感を高めた。この背景には、木下さんが重視する「インナーブランディング」の考え方がある。AIを単なる業務ツールとして説明するのではなく、

親しみを持てる存在として認識してもらうことで、自発的な活用につながようと考えた。

木下さんは「AIを使ってもらうのではなく、ファンになってもらうことを目指した」と振り返る。その結果、総務や設計、メンテナンス部門まで活用が広がり、今では入社1年目の社員によるアプリ開発や、自発的な業務改善が生まれる組織風土の形成につながった。



Gemini の基礎から実践的な業務活用まで、全5章で段階的に学べるゲーム感覚のアプリ「DXアドベンチャー」。DX戦略部メンバーが開発した

まとめ

AIを使える組織に変わる

同社の取り組みが示しているのは、AI活用の本質がツール導入ではなく「組織と業務の変革」にあるということだ。同社はDXによってデータと業務フローを整備し、その強固な土台の上にAIを重ね、さらにインナーブランディングによって全社員が活用できる状態を実現してきた。

そのうえでファンになってもらう発想でAIの浸透を図った。最終的には短期的なKPIよりも文化としての定着を

重視。その結果、市民開発や業務改善が現場から自発的に生まれる組織文化が育まれている。

DX基盤の整備、AI活用、そして組織文化醸成を一体的に進めてきたことこそが同社の強み。さらに、蓄積したノウハウを外部への伴走支援として提供している。同社の取り組みは、AIを「いかに組織へ根付かせるか」が企業競争力の命運を分けることを雄弁に物語っている。

DX & AI 導入から浸透への道

CASE：アネシス

STEP 1 導入の背景

- ・紙や Excel 中心の業務に限界を感じる
- ・情報共有や業務効率化が課題になる
- ・デジタル化の必要性を認識する

STEP 2 導入の地盤固め

- ・Google Workspace や各種システムを導入する
- ・業務データを蓄積できる環境を整える
- ・部門ごとにデジタル化を推進する

STEP 3 ルール化・業務への組み込み

- ・業務フローを再設計する
- ・システム連携による「仮想データベース」を構築する
- ・全社員がデータを活用できる仕組みを整える

STEP 4 成果・定着

- ・AI 活用を組織文化として浸透させる
- ・社員によるアプリ開発や業務改善が生まれる
- ・AI と人が協働する組織へ進化する

空気循環で快適な住環境を

最大風量 **220m³/h**



MAHBEX

本社
〒579-8013
大阪府東大阪市西石切町1丁目11-30
新石切駅前ビル5階
T: 072-943-1825 F: 072-943-1826
mail: info@mahbex.com

営業所
大阪 / 東京 / 九州 / 名古屋 / 仙台 / 広島