



## 株式会社 平岡石油店 DX ビジョン

※本公表内容は取締役会の承認に基づき推進します。

### 【DX への取組と DX によって目指す経営方針】

私たちは“燃料とモビリティの困りごと”を、地域で最短解決する生活インフラである。

近年、エネルギー業界を取り巻く環境は大きく変化しており、カーボンニュートラル社会の進展による燃料需要の減少、整備・車検・保険など自動車関連サービスの多様化、デジタル技術の発展による顧客接点・予約・決済などのオンライン化といった潮流が急速に進んでいる。

当社としては、こうした変化を「リスク」と同時に「チャンス」と捉えている。

DX 推進に向け、紙や電話中心の業務をデジタル化し、顧客データや予約データを活用することで、事業横断的にサービス提案を行える仕組みを構築し、“地域の暮らしを支える総合サービス企業”への転換を目指す。

そして、これらの事業をデジタルでつなぎ、顧客情報・予約・会計データを一元管理することで、一人ひとりに最適な提案とスムーズなサービス提供を実現する。

### 【DX において目指す経営ビジョン】

地域の暮らしと産業を支える“エネルギーとモビリティの総合サービス企業”として、デジタルの力で人とサービスをつなぎ、安心・快適・便利な毎日を創り出す。お客様一人ひとりのカーライフや事業活動を支える“地域プラットフォーム”を目指す。

そして、これらの事業をデジタルでつなぎ、顧客情報・予約・会計データを一元管理することで、一人ひとりに最適な提案とスムーズなサービス提供を実現する。

経営ビジョンの実現に向けたビジネスモデルとしては、社員がデータを活用して課題を見つけ、改善提案ができる組織文化を育むことで、「便利なだけでなく、心の通う地域サービス」をデジタルで支える。

### 【DX に向けた経営戦略】

平岡石油店は「地域の暮らしと産業を支える総合サービス企業」として、燃料・整備・レンタカー・保険などの多角事業をデジタルでつなぎ、顧客接点データを活用した経営基盤を構築することを DX 戦略の中核に据えている。

まず、部門ごとに分断されていた顧客・予約・会計情報を統合し、「人・モノ・お金・時間」の流れを一元管理する仕組みを整える。

これにより、給油・車検・保険・レンタカーなどのサービスを横断的に提案できる体制を実現する。

また、バックオフィスの紙・手作業をクラウド化し、目先の効率化にとどまらず、データに基づく経営判断を定着させることで、営業利益向上と社員全体の意識変革を同時に推進する。

DX を段階的に進める方針で、3 年間の基盤整備を目標とし、各ステップで効果検証を行いながら継続的に改善を図る。



### 【データ活用の具体的方策】

本戦略の中心は、顧客データを活用した付加価値サービスの提供にある。

燃料販売・保険更新・整備履歴などを、各サービスで得られるデータを結合し、顧客別の利用状況や嗜好を分析して提案に活かす。

例えば給油データと車検履歴から次回車検案内の自動通知、保険更新時期に合わせ、お客様へ当社が扱うサービスの紹介を行うなど、顧客一人ひとりに合わせた情報発信を行う。また、部門別の業績や取引データをダッシュボードで可視化し、拠点ごとの収益構造をリアルタイムで把握できる体制を整える。

これにより、経営判断のスピードと精度を高めるとともに、各部門の課題を自発的に改善できる組織づくりを推進する。

今後は顧客データと営業実績を統合し、地域全体の顧客動向を分析することで、「人×データ×サービス」を融合させた地域密着型ビジネスモデルの確立を目指す。

### 【環境整備の具体的方策】

- DX推進の基盤として、クラウド環境を中心とした業務システムの整備と情報セキュリティ対策を段階的に進めていく。  
既存の紙・手作業中心の業務から脱却し、Google Workspace・Chartwork・クラウド会計ソフト・予約管理ツールなどを導入して、社内外の情報を安全かつ効率的に共有できる環境を構築する。これにより、現場・経営・外部支援者が同じデータをリアルタイムで参照できる仕組みを整備する。
- 今既存の基幹システムと整備システムを連携し、顧客・整備・会計データの統合を実現。  
レガシーシステムに依存する領域については、段階的にクラウド対応への移行やデータ連携APIの整備を進める。
- セキュリティ面では、クラウドツールの権限管理・パスワード強化・アクセス制御の徹底に加え、社員への情報リテラシー教育を実施し、「安全なデジタル活用」を全社文化として根づかせる。定期的にツールのアップデートとバックアップを行い、サイバーリスクの低減と業務継続性の確保を図る。

### 【DX推進体制】

代表取締役を中心にDX推進体制を構築し、経営層直轄のもとで部門横断的にDXを推進している。

各部門の責任者（燃料・整備・レンタカー・保険など）が参加する「DX推進チーム」を設置し、毎月会議で進捗と課題を共有する体制を整備。

また、外部専門家の伴走支援を受け、DX認定の取得支援や、データ可視化・業務改善・会計連携の仕組み整備を進めている。デジタルツールを活用した情報共有は、Google Workspaceによる文書・データ管理や、Chartworkを用いた社内連携によって行い、現場と経営層の情報格差をなくす仕組みを整えている。

さらに、社員向けにデジタル基礎研修・セキュリティ教育を段階的に実施し、社内のあらゆる業務においてデジタル化を支える素地を育てている。



### 【人材育成について】

DX 推進に必要な人材の育成と確保について、既存社員のスキル強化を中心に推進している。Google Workspace・Chartwork・クラウド会計・データ分析ツール（Looker Studio 等）の操作習熟のため、社内勉強会・OJT を定期的に実施。

また、DX 推進チームに「デジタル担当」を配置し、部門ごとのデータ活用を支援。

外部研修（会計士や IT 企業の実務講座など）への参加や、若手社員中心の「デジタル推進プロジェクト」の育成を進めている。

さらに、実務現場でのデータ活用を通じて課題を発見し、改善提案へとつなげる「自走型人材」の育成を目指す。DX を全社員が当事者として推進する文化を育み、「現場発の DX」を継続的に推進している。

### 【DX 進捗および成果指標】

財務	部門別収益性の可視化と改善	・部門別収益性の向上 ・月次締め処理を翌月 15 日以内に完了
業務	紙業務・電話対応の削減、業務効率化	・紙伝票の・電話予約の削減 ・デジタル予約比率の向上
顧客	顧客体験・満足度の向上	・顧客アンケートの実施（車検・車販・保険） ・顧客満足度 平均 7.5 以上（10 点満点） ・リピート率 10% 向上
人材	DX 人材の育成と定着	・社員のデジタルツール利用率 90% 以上 ・社員のサイバーセキュリティ研修年 2 回 ・DX に関する理解・賛同率 80% 以上

### 【情報処理システムにおける課題の把握】

実務執行総括責任者である代表取締役が DX 推進の総責任者として主導的に関与し、情報処理システムにおける課題を経営視点で把握している。

各部門責任者で構成される DX 推進チームを統括し、月次会議において業務デジタル化の進捗やシステム運用課題を共有・検証している。現場で発生する紙伝票処理や予約・会計情報の分断、ツール運用負荷などの課題を特定し、優先順位を明確にして改善計画を策定している。

また、Google Workspace、Chartwork、クラウド会計などの導入効果をモニタリングし、KPI に基づく改善を推進する。さらに、IPA「サイバーセキュリティ経営ガイドライン」に準拠した点検・教育を実施し、安全で信頼性の高い情報環境の維持を図っている。