



株式会社多田

DX戦略

2025年12月

..... [DXについて]

当社は1979年に神戸の地で美容ディーラーとして誕生し、神戸や大阪エリアを中心に多数の美容室やオーナー様と共に歩み続けて参りました。現在は美容ディーラーの枠だけに留まらず、オリジナルブランド商品の開発・販売も行う、メーカーとしての一面も持つ企業です。

近年IT化やデジタル化が進んだことで、お客様の購買行動は変化しニーズも多様化しています。特に美容業界は、生活スタイルやトレンドの変化に大きな影響を受ける業界です。

このような環境下において、当社のミッションである「商品とサービスを通じてお客様を笑顔にする」と、ビジョンの「次世代に誇りある仕事をし、社員一丸となって100年続く企業を目指す」を実現するためには、DXに取り組むことが必要不可欠であると考えます。

具体的には以下4つの方針を掲げ、社会の発展に貢献いたします。

- ①レガシーシステムを脱却し、基幹システムをクラウド化する物流改革
- ②デジタルを駆使した商品価値の創造
- ③最新技術を利用したフレキシブルな顧客対応
- ④DX人材の育成

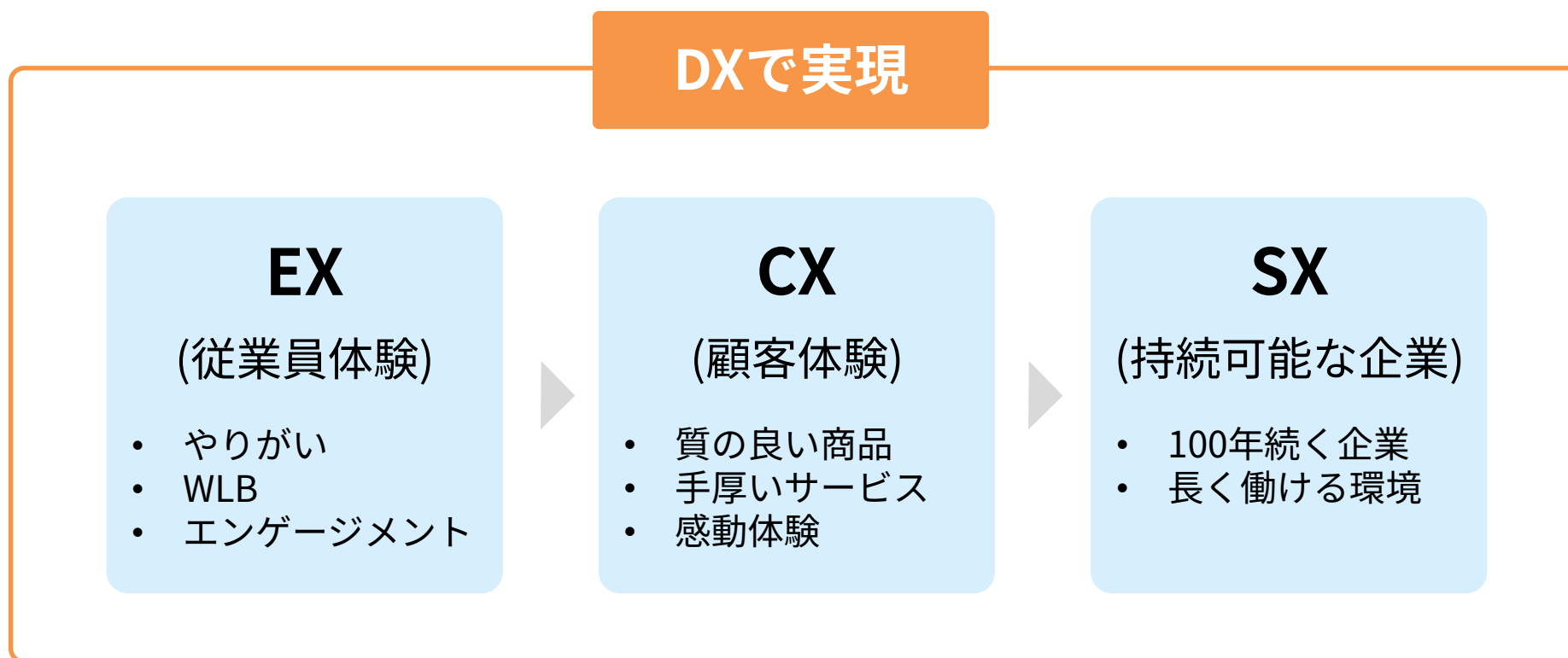
..... [DXビジョン]

株式会社多田は、データとデジタル技術を活用し生産性を高めることで、従業員のワークエンゲージメントを向上し、これによって生み出されるよりよい商品とサービスを通じてお客様に豊かな体験を届け、100年続く美容リーディングカンパニーを目指します。

.....[ビジネスモデル]

当社はDX＝目的ではなく手段であると考えています。

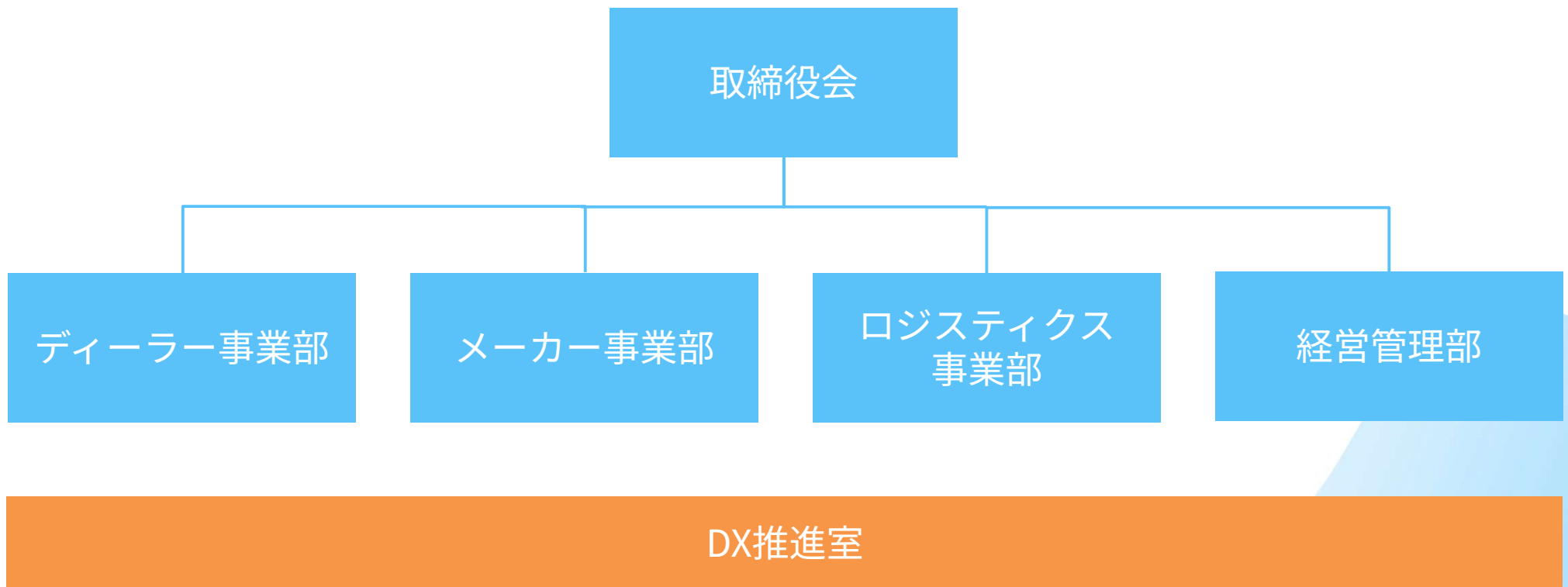
お客様に満足していただける商品やサービスを届けるためには、従業員がやりがいをもって働ける環境を整えることが重要です。そしてこれを持続可能とする仕組みづくりをDXをもって実現し、経営ビジョンの中にある「100年続く企業」を目指します。



[DX推進体制]

DX推進にあたり、社内にDX推進体制を構築しました。

DX推進室が旗振り役となり、現場で働く社員や役員とのコミュニケーションを図りながら、DXを推進します。



[DX戦略]

当社は①物流改革②商品価値の創造③フレキシブルな顧客対応④DX人材の育成戦略の4項目に対してDX戦略を制定いたしました。

物流改革

システム間のシームレスな連携

EDI(電子データ交換)の促進

物流拠点の最適化

商品価値の創造

ビッグデータを活用した商品開発

SNSでの認知度向上

自社ECサイトの運用

フレキシブルな顧客対応

請求書の電子化

契約書の電子化

オンライン受注への対応

DX人材の育成戦略

社員のリスキリング教育支援

IT人材育成に向けた推奨資格の策定

AI活用人材の社内育成

①物流改革

WMS(倉庫管理システム)とSMS(販売管理システム)を連携することで、全社で顧客情報の連携がスムーズになり、出荷スピードの向上に寄与します。

◎システム間のシームレスな連携

倉庫管理システム・販売管理システムが相互的に連携することで、本拠点で受注したデータを全国の倉庫と即時に共有が可能となる。これにより、出荷スピードの飛躍的な向上を目指す。

◎EDI(電子データ交換)の促進

販売代理店が対応可能な受注EDIを利用できるよう、自社基幹システムをカスタマイズし、処理スピードの向上とヒューマンエラーの削減を図る。

◎物流拠点の最適化

常に拠点の最適化を目指し、経営戦略や売上高に即した拠点編成を検討する。

②商品価値の創造

トレンドの移り変わりが早い美容業界において、購買データの蓄積・分析によって、戦略的な商品開発や広告宣伝を実現します。

◎ビッグデータを活用した商品開発

POSデータを含むビッグデータを分析し、世の中のニーズをとらえた商品を開発し、顧客の期待に応えるチャレンジを続ける。

◎SNSでの認知度向上

Instagram、X、TikTokなどのSNSを活用し、商品やブランドの認知度向上を目指すとともに、ブランドや会社のファンを増やす。

◎自社ECサイトの運用

自社ECサイト[betop store]を運用し、スピーディーな納品の実現と会員特典の充実で顧客満足度向上を目指す。

③フレキシブルな顧客対応

顧客対応を柔軟かつスピーディーにするため、請求書・契約書の電子化や、キャッシュレス推進、オンライン受注の利用拡大に取り組みます。

◎請求書・契約書の電子化

紛失のリスクを排除し、いつでもどこでも内容の確認を可能になるため、利便性が向上する。
プラットフォームに過去分も集約されるので、保管場所の捻出などの管理コスト削減を見込む。

◎キャッシュレス決済の推進

現金での回収から口座振替をメインとしたキャッシュレスを推進し、お客様の現金引き出しの手間削減とキャッシュフローの安定化を図る。

◎オンライン受注への対応

BtoBプラットフォーム[インフォマート]やスマートフォンから手軽に発注できる[TANOMU]を通じて、FAXでの受注を削減する。

④DX人材の育成戦略

全国的なDX人材の不足を見据え、産学連携のオンライン教育講座の受講などを通じ、社内DX人材を育成します。

◎社員のリスキリング教育支援

eラーニング環境を整備し、時間や場所に縛られない学習を可能にする。社員の自律的な学びを促し、継続的なスキル向上を支援する。

◎IT人材育成に向けた推奨資格の策定

取得推奨資格を策定し、社員の学習意欲を喚起する。これにより、社内IT人材の成長と活躍の幅を広げる。

◎AI活用人材の社内育成

Society5.0にむけて、eラーニングを使用したAI活用人材を育成する。

[KPI]

当社はDX戦略と連動した、以下の4点を重点事項に定め、KPIを設定いたしました。

| DX戦略 | 取組項目 | 現在値 | KPI(2028年目標) |
|-------------|---|---|---|
| 物流改革 | <ul style="list-style-type: none"> ・システム間のシームレスな連携 ・EDI連携の促進 ・物流拠点の最適化 | <ul style="list-style-type: none"> ・各システムの連携完了 ・協力会社と方向性の摺り合わせが完了 ・物流拠点の増設が完了 | <ul style="list-style-type: none"> ・売上に即した需要予測で適正在庫を確保 ・大口取引先とEDI連携率100% ・拠点再編プランの決定 |
| 商品価値の創造 | <ul style="list-style-type: none"> ・ビッグデータを活用した商品開発 ・SNSでの認知度向上 ・自社ECサイトの運用 | <ul style="list-style-type: none"> ・POSデータによる売上管理 ・インフルエンサーのタイアップや、フォロワーとの交流を通じてファンを獲得 ・ECチームの増員 | <ul style="list-style-type: none"> ・POSデータを含むオルタナティブデータのさらなる活用 ・効果的なPR施策で認知度拡大 ・組織の最適化 |
| フレキシブルな顧客対応 | <ul style="list-style-type: none"> ・請求書・契約書の電子化 ・キャッシュレス決済の推進 ・オンライン受注への対応 | <ul style="list-style-type: none"> ・電子請求書切替率37%、電子契約書切替率70% ・現金での決済17% ・オンライン受注率30% | <ul style="list-style-type: none"> ・自社発行の電子契約書率100%、電子請求書率50% ・現金決済ゼロへ ・新規取引先は全件TANOMU登録 |
| DX人材の育成戦略 | <ul style="list-style-type: none"> ・社員のリスクリリング教育支援 ・IT人材育成に向けた推奨資格の策定 ・AI活用人材の社内育成 | <ul style="list-style-type: none"> ・入社時の集合研修、OJT研修の実施 ・動画研修システムの導入 ・年1回以上階層別研修を実施 ・AI活用人材4名育成 | <ul style="list-style-type: none"> ・社内講師の育成 ・階層別研修の受講回数3回/年 ・AI活用人材8名育成 |

..... [セキュリティ対策]

IPAが実施している“SECURITY ACTION制度”で二つ星を宣言いたしました。

定期的に自己診断を実施し、セキュリティ対策に取り組んで参ります。

具体的な取り組み

- ・ 多層防御による強固なセキュリティシステムの構築
- ・ 情報セキュリティ基本方針の策定・公開
- ・ 各種誓約書の提出依頼
- ・ ルールブックの作成
- ・ 情報セキュリティ研修の実施



セキュリティ対策自己宣言

.....[代表メッセージ].....

株式会社多田が考えるDXは、従業員の人生を豊かにする手段です。

私たちがお客様に愛される企業であり続けるために、まずは従業員がいきいきと働ける環境を整えることが重要であると考えます。

そのためには業務効率化が必要不可欠であり、DX戦略で掲げた項目を実行することで、工数の削減と時間の有効活用を目指します。

そして、効率化によって創出した時間で、従業員の新たなチャレンジの後押しや、ワークライフバランスが整った多様な働き方を実現し、ワークエンゲージメントの向上に取り組んでまいります。

高いワークエンゲージメントをもった従業員から生み出されたハイクオリティな商材やサービスは、お客様に豊かな体験を届けられるはずです。

DXを含む組織改革に終わりはありません。100年続く美容リーディングカンパニーになるために、日々挑戦を続け、精進してまいります。

代表取締役社長
多田 猛