YAMAE GROUP HOLDINGS

ヤマエグループ
ホールディングス
株式会社様

DX実現に向けた"変革マインド"を醸成！ヤマエグループが目指す「全社員デジタル人財化」に向けた取り組み

導入に至った背景

- DX推進スキル/マインドを持った人材が不足
- DXを自分事としてなかなか捉えられていない
- 社内にDXリテラシー向上に適した育成プログラムがない

主な成果

全社員が一定レベルのDXリテラシーを身につけることで、グループ全体のDX推進に向けたマインドセットを獲得

“全社員デジタル人財化”というキーワードのもと、特定の一部署だけでなく、全社員一律でDXを推進するための意識改革やリテラシーレベルの底上げを実現

自社のレベルに合わせたプログラムを通じてDX推進に必要なスキルが身についた

参加者がイメージしやすい演習テーマの設定や、自社のレベル感に応じた動画プログラムを提供することで、DXを自分事として捉えることができる社員を育成

©Linpress Corporation All Rights Reserved.

「DX-Ready」の状態から、その次のステージへ

ーまずは御社の事業内容について教えてください。

青木様：当社は1950年に設立された『ヤマエ久野(株)』という「食」と「住」に関する卸売業が母体の会社です。

2021年10月にホールディングス化（持株会社体制へ移行）し、現在では国内外に約70社のグループ・関連会社を有しています。

近年では積極的なM＆Aによって事業の多角化を進めており、2023年12月に『コンフェックスホールディングス(株)』をグループに迎え、菓子卸売事業の更なる事業拡大を実現しました。

また、これまではBtoBのビジネスが中心でしたが、2022年8月には宅配ピザチェーン「ピザハット」を運営する『日本ピザハット・コーポレーション(株)』を傘下に加え、BtoCのビジネスにも参入しています。

ヤマエグループは、**“「流通のトータルサポーター」として多様な豊かさと暮らしを一人ひとりの生活にお届けする”**ことをパーパス（存在意義）として掲げており、グループ一丸となってサプライチェーン全体の発展に取り組んでいます。

ヤマエグループホールディングス株式会社
デジタル戦略部 部長 青木 一也 様

ーデジタル戦略部はどのような役割を担っているのでしょうか。

青木様：もともと私たちの部署はヤマエ久野(株)の情報システム部でしたが、2021年にホールディングス化した際に現在の「デジタル戦略部」となりました。

当時は管理職のみ両社を兼務する形で始動しましたが、現在はメンバー全員が当社に所属しながら、ヤマエ久野(株)の情報システム部としての仕事も一部業務委託を受けています。

デジタル戦略部としては、ヤマエグループ全体のDXに向けて**“攻め”と“守り”の両面を推進する**ことが、いま我々に課された役割・ミッションだと考えています。

"攻めのDX"としては「ビジネスプロセスの最適化」や「業務のデジタル化」「データ活用の促進」などが挙げられます。

もともと卸売業は非常にアナログな仕事が多く、いまだにデジタル化できていない部分があります。そこで、最新の技術を駆使して業務やビジネスプロセス自体を効率化し、その結果としてコスト削減や生産性向上につなげていきたいと考えています。

また、そこから生まれたデータを活用して新たな価値を生み出していく、つまりイノベーションを起こすことも私たちの役割です。
これらの取り組みを“支援”するよりも"推進"していくという意識を持つことが重要だと考えています。

一方、"守りのDX"においては、近年では業種・業態問わずサイバー攻撃の脅威に日々直面していますので、当社グループ全体のサイバーセキュリティ対策を強化するという役割を担っています。

特に当社はM&Aによってグループ・関連会社が急速に拡大していますので、ヤマエグループ全体に向けた様々な訓練やe-learning等を活用したセキュリティ教育も強化しています。

©Linpress Corporation All Rights Reserved.

ー2024年5月には経済産業省が定める「DX認定事業者」に認定されるなど、DX推進における取り組みが着実に進んでいるようですね。

青木様：「DX認定」に関してはあくまで"DX-Ready"なので、正直そこまでDXが進んだ会社だとは思っていません。

今後ヤマエグループのDXが次の段階に向かっていくためにはグループ約70社全体の意識改革やリテラシーレベルの底上げが重要であると考えています。

"全社員デジタル人財化"をキーワードにDX実現への一歩を踏み出す

ーリンプレスに研修を依頼する前は、どのような課題をお持ちだったのでしょうか。

青木様：当社では以前から人事部主導の階層別研修などとは別に、年に一回は必ず各部門で研修を実施するなど、人財育成には多くの時間と予算をかけて取り組んでいました。

ただ、デジタルに特化した教育プログラムは少なかったので、DXという言葉はニュースなどで見聞きするものの、自分事として捉えられている社員はほとんどいなかったのではないかと思います。

今後は一企業におけるIT部門という立場から、グループ全体を見据えたデジタル戦略を推進していく部門へと変わっていかなければならないタイミングでしたので、まずはそういったマインド変革につながるような研修を探していました。
ちょうどその時期にデザイン思考研修の紹介を受け、この内容であればマッチしそうだと考えたのが最初のきっかけです。

その後、グループ全社員向けの「デジタル人財育成研修プログラム」を検討する段階になり、リンプレスの「DXリテラシー研修」を初級コースの導入研修として採用しました。

ー2024年1月から開始された「デジタル人財育成研修プログラム」の中では"全社員デジタル人財化"というキーワードもありますが、この背景について教えてください。

青木様：まずDXを推進していくにあたり、当社は社員のリテラシーが低く"全社員デジタル教育"が必要と考えていました。

当時目標としていた「DX認定」を受けるためにもデジタル人財を増やし、DXを推進する体制を整備する必要があると認識していました。

当社はアナログな業務が多く、ハンコや紙を必要とする業務が多数存在します。RPAなども導入していましたが、このようなアナログ業務は障害となり、DX実現の妨げになると考えていました。

そのため、特定の部署だけを変えるとかではなく、全社員一律で意識改革を起こす必要があると考え、“全社員デジタル人財化”というキーワードを発信することにしました。

ー「デジタル人財育成研修プログラム」の中では"DXアンバサダー"という役割も定義されていますね。

青木様：はい、今後当社では「全社員」「DXアンバサダー」「スペシャリスト」の三層構造で人財育成を進めています。
「DXアンバサダー」はデジタルによる変革を主導していく役割として、各部門や各拠点から選抜していきます。

この選抜にあたっていわゆる適性診断なども行っていますが、やはりDXの旗振り役となるからにはある程度のスキルとマインドを持った人が最適であると考えています。

今回、まずはグループ全社員向けの初級コースからプログラムを開始していますが、先行して受講した社員に対するアンケートの中で「DXアンバサダーになりたいか」という質問項目を設けています。

（次ページへ続く）

©Linpress Corporation All Rights Reserved.

（続き）
そのなかで自ら手を挙げた人や他薦でも候補となる人を聞いていますので、そこで名前が挙がった人の中から徐々に選抜していきたいと考えています。

導入の決め手となったのは"カスタマイズの柔軟性"

ーリンプレスの研修を選んだ理由や、導入の決め手となったポイントを教えてください。

青木様：デザイン思考研修とDXリテラシー研修の両方に共通しているのですが、決め手となった最大のポイントは**当社の要望に応じて柔軟にカスタマイズしていただけたこと**です。

デザイン思考研修に関しましては、デジタル戦略部の中にはDX推進担当や基幹システムの運用・保守開発担当、また非常に珍しい例かもしれませんが、マーケティング・営業支援担当と業務や役割が異なるメンバーが20数名参加しました。

そのため、参加者全員がイメージしやすい演習テーマの設定などには苦労しましたが、講師の方と何度も打合せする中で自社に最適なテーマを作り上げていただきました。

※デザイン思考研修テーマ例

また、DXリテラシー研修に関して言えば、従来はテキストベースのe-learningを活用することが多かったのですが、今回のリンプレスからのご提案は動画形式で学べるプログラムということで初めての試みでした。

その際も、自社のレベル感に合わせてもう少し分かりやすい言葉に修正してください、といったカスタマイズの要望をしっかりと受け入れていただきました。

DXの研修はさまざまな企業が提供しているため、すでに完成されたプログラムをご提案いただくことが多いのですが、リンプレスは自社のニーズに合わせて柔軟なカスタイマイズが可能だというのが魅力的でしたね。

ー研修の実施効果や参加者の反応について教えてください。

青木様：デザイン思考研修の参加者は、受講前後でマインド面の変化があったと感じています。

ちょうどDXをこれから推進していこうというタイミングでしたので、デザイン思考を活用して既存業務の刷新や業務改革に取り組みたいという意見や、変化を恐れずにより良いものにしていこうというマインドに変わってきました。

また、副次的な効果として、研修内では年代や担当業務もバラバラのグループを編成してのワークショップだったので、今まで希薄だった横の繋がりが生まれましたね。

自社オフィスでフリーアドレスを導入した直後だったこともあり、研修を通じてコミュニケーションが活性化されたというのも良かったです。少なくとも部内ではDXへの意識づけになったと思うので、今後は他の部署も巻き込んでいきたいと考えています。

（次ページへ続く）

©Linpress Corporation All Rights Reserved.

（続き）
DXリテラシー研修に関しては、これまでデジタルに特化したプログラムが少なかったので、受講した社員からは「今後も定期的にやってほしい」「会社が求めるスキルやレベル感が理解できた」「社員だけではなく派遣社員やパート社員にも受講させたい」など前向きな意見が数多くあり、私たちとしては非常に嬉しかったですね。

動画は全9パートでしたが、一つひとつがだいたい10分前後だったので、業務の合間で少しずつ視聴したり、まとめて視聴したりするなど、各自のペースに合わせた学習機会を提供することができたと感じています。

ーリンプレスの研修はどのような企業におすすめですか。

青木様：この業種・業態、会社規模でないとダメとかは無いと思いますし、今回の研修も私たちの会社だから「上手くハマった」とは一切思いません。

むしろリンプレスは会社規模の大小を問わず、柔軟に対応していただけると思います。強いて言えば、私たちの会社みたいに、社員のマインドを変えたいと思っている企業にはすごくマッチするのではないかと思います。

ー今後、リンプレスに期待することを教えてください。

青木様：先程と若干重複しますが、DXに関する研修はさまざまな企業が提供しているので、だいたい似たり寄ったりの提案をいただくことが多いんですよね。

そうなると結局価格勝負になりがちなので、そういうのは正直あまり期待していません。

むしろそれにちょっと我々なりのエッセンスを加えてほしいなという思いがあって、その点リンプレスは柔軟にカスタマイズをしたご提案をいただけると思っています。

今後も当社の期待を上回る提案をして欲しいというのが一番期待するところですかね。

クライアント概要

会社名：
ヤマエグループホールディングス株式会社

事業内容：
持株会社として食品、住宅・不動産関連の卸売業や製造業等を営む子会社等の経営管理およびそれに附帯または関連する業務

連結子会社数：
67社

連結従業員数：
5,997名（2025年5月現在）

URL
https://www.yamaegroup-hd.co.jp/

主な子会社：
・ヤマエ久野株式会社
・コンフェックス株式会社
・日本ピザハット株式会社

導入いただいたサービス
・デザイン思考研修（詳細はこちら）
・DXリテラシー研修（詳細はこちら）

本事例に関するお問合せ先:

株式会社リンプレス セミナー事務局
Mail：seminar@linpress.co.jp
TEL：03-6821-7850

©Linpress Corporation All Rights Reserved.