kousokuデジタル2030

—DX戦略と推進—

株式会社高速オフセット

2025年4月

目次

01　企業理念
02　DX推進ビジョン
03　これまでの取り組み
04　DX推進体制
05　DX推進戦略
06　ロードマップ
07　指標
08　社長メッセージ

1.企業理念

「伝えたい」を伝わる形に。
私たちは 情報文化を担う仕事を誇りとし、人に役立ち、喜ばれる会社を目指します。

1987年の創業以来、私たちは「印刷」という、古今東西で長い歴史を持つ文化とかかわり、技術と品質の革新を進めてきました。変わることなく貫いてきたのは、情報の送り手と受け手をつなぎ、印刷文化、活字文化を継承し、支えていく、という使命感です。

時代とともに「伝え方」が多様化しても、お客様の「伝えたい」気持ちに丁寧に応え、社会と地域に貢献していく。それが、変わらぬ私たちの仕事の原点です。

社会の変化の中で、自らを変え、進化する。お客様や社会に、新しい技術と創意工夫で「伝わる形」を提案する。変化をおそれず、工夫を怠らず、果敢なチャレンジを続けていく。

これが、私たちの企業理念です。

2.DX推進ビジョン

2 - 1.DX推進ビジョンの柱

デジタルと紙の融合

**紙もデジタルも
ワンストップ対応**

総合印刷会社として、3500社にのぼる取引先を培っているのは財産。紙媒体のニーズにも、デジタル媒体のニーズにも対応できる二刀流を確立する

新ビジネスの確立

**従来業務の枠を超え
商材開発、ブランド化**

デジタルサービスの開発・改良・普及。デジタル売上の拡大。デジタル利用の小ロット印刷商材（環境素材系、デザイン系）の研究。EC直販の強化

業務改善
社内外連携

**対応力で連携
地域にも貢献**

強みの「対応力」を生かした社内外連携で、業務・製造プロセスの改善に取り組む。地域と世界をDXでつなぐ「地域貢献」をコンセプトに顧客の要望に応える

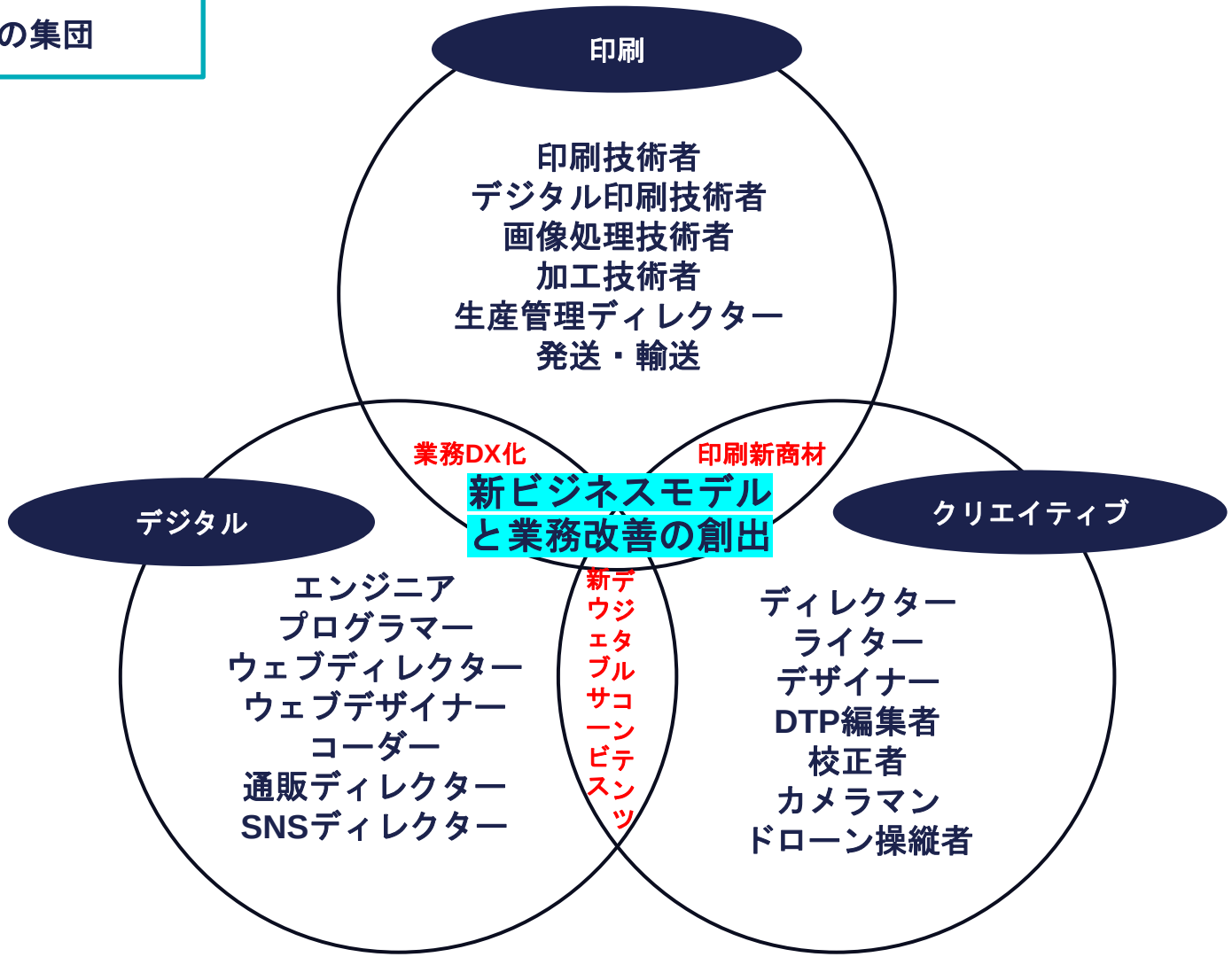
2 - 2. DX推進ビジョンを担う人材

当社の強み	専門技術者の集団

3分野の専門技術者が在籍

- 祖業の「印刷」分野のほかに、「クリエイティブ」「デジタル」分野の専門家が在籍
- 3分野の専門家がクロスし、新ビジネスモデル（商材・サービス）と、業務・製造プロセス改善を創出

- 人材の自社育成だけでなく、社外人材の登用、社外リソースとの連携を組み合わせる



3. これまでの取り組み

営業スタイルのDX化

2022年「デジタル事業室」設置

社外広報のDX化▽デジタルサービスの企画▽オウンドメディア運営▽ブランディング

インバウンド営業の強化

BIツール導入、公式ホームページ刷新、SEO対策、SNS広告開始、問い合わせ数増

デジタルサービスの開発

配送伝票出力「Hako-bu.net」

店舗や拠点で海外・国内配送伝票を簡便に出力できる。「関西DXアワード2024」金賞

多言語発信オウンドメディア

大阪観光情報を発信する「Maido。」▽日本の良品を世界に伝える「kodawari times」

社内システムの内製構築

基幹システムの改良改善

営業から工場への作業指示や受注・納品に関するプログラム構築▽経理システムとの連携

業務へのDX導入

梱包宛て名の自動出力化▽業務用データベース構築▽モール利用のEC販売事業の開始

セキュリティー対策

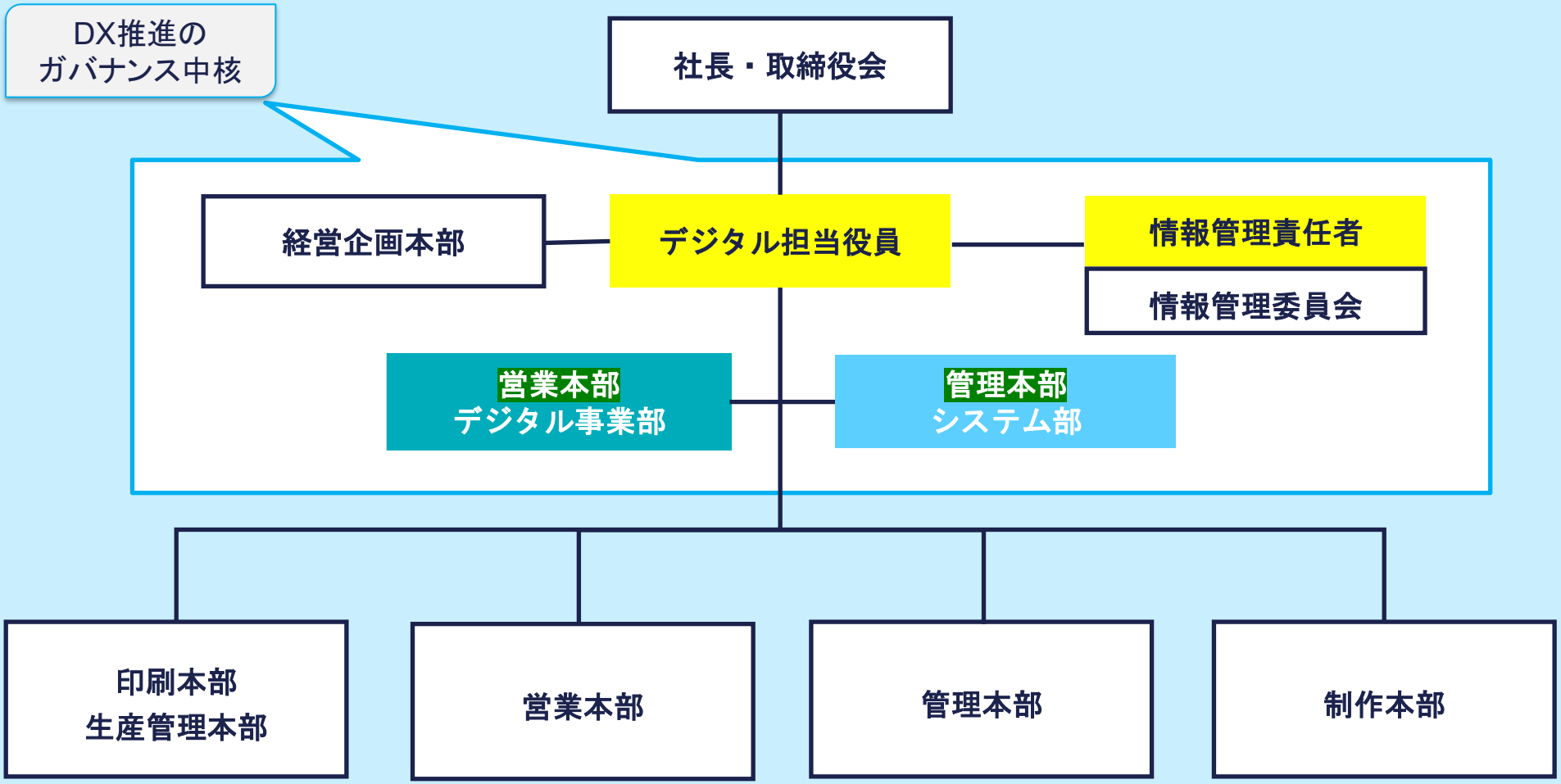
Ｐマーク認証の取得と運用

個人情報保護マネジメントの「プライバシーマーク」を2010年認証取得、継続更新

社員教育

社員教育の強化。持ち株会社（GHD）のセキュリティーマネジメント組織に参画

4. DX推進体制



※「攻めのDX（新ビジネスモデル系）」は「デジタル事業部」▽「守りのDX（システム環境整備、業務・製造プロセス改善、セキュリティー対策）」は「システム部」が主管し、関係本部とチームを組み、各プロジェクトを推進する

５.DX推進戦略

5-1. DX推進戦略

新ビジネスモデルの展開

自社開発サービスの売上拡大

・開発済みの「海外・国内配送伝票出力サービス」を軸に、営業を本格化
・顧客ニーズをとらえて、サービスの機能を改良進化させる

新規サービス・新商材の開発

・営業部門と制作部門一体で、新しいウェブサービスの研究開発を行う
・新しいウェブコンテンツや商材の研究と制作スキルアップを行う

デジタル売上の拡大

デジタルコンテンツ制作

・ウェブコンテンツの「起稿・デザイン・編集」業務の受注増に向け、「紙もデジタルも」のワンストップ営業を強化

デジタル関連の多様な案件受注

・従来型のHP制作のみならず、LP制作、プログラム開発、ECサイト構築、SNS運用、SEO対策、動画作成ほか、受注業務の幅を広げる

5-2. DX推進戦略

インバウンド営業の進化

公式HPからの受注増

・「HPの問い合わせフォーム」や「PR媒体」を経由して受注する売上の増、見込み顧客獲得の増を図る。HP内の特設サイトや記事コラムを増強する

環境商材・デザイン商材の販促

・バナナペーパーなどの環境商材、デザイン商材、新聞更紙使用商材を、小ロット向け含めて開発し発信し、販促する。直販ECサイトを構築する

AI活用による業務改善とデータ利用

AIの活用研究と実用化

・活用ガイドラインを設けて全部署に浸透させ、スキルを持つ社員増
・製造業務や事務業務の改善提案を促し、効率化、省力化を実現

データ利用の進化

・オンプレで保有し運用している「業務用データベース」について、BCPの観点からクラウド化を検討するなど、データ利用を最適化

5-3. DX推進戦略

デジタル部署の成長と売上管理

デジタル事業部の拡充

・部に昇格させ、指揮系統を一本化。要員を段階的に増やし、将来の「デジタル事業本部」化を見据える

デジタル売上の管理

・売上の分類に「デジタル」を新設し、内訳となる品種コードも整備。売上額の「見える化」を行い、KPIとの検証を実施する

採用と人材育成

採用と研修の増強

・経験者登用と新卒育成を併用し人材増。外部リソースとの連携も強化
・専門研修と基礎研修を併用。研修数の増

キャリア形成とスキル標準化

・デジタル人材の採用やキャリア形成を支援する制度の検討
・求めるスキルの標準化、資格取得の奨励

5--4. DX推進戦略

セキュリティー対策とシステム環境整備

情報セキュリティー体制の確立

・個人情報保護を軸にした体制から、情報管理規定の整備や委員会設置で、総合的「情報セキュリティーマネジメント」体制に進化させる

システム環境整備

・保有運用している基幹システムについて、全社横断プロジェクトチームで課題を継続的に把握。全社最適の観点で、内製を軸に改良を続ける

費用確保と施策の検証

中長期計画の策定

・DX関連の経費や投資について中期計画を策定
・トライ＆エラー前提の研究費投資の検討

定期的な評価検証と見直し

・重要項目にKPIを設定
・定期的な評価・検証を行い、見直しと改善を実施する

6. ロードマップ

STEP 1
2025年度

STEP 2
2026年度～ 2028年度

STEP 3
2029年度（～2030年3月）

推進体制の確立
デジタル売上の「見える化」

主な実施内容

- デジタル収支の管理開始
- KPI（重要業績評価指標）設定
- デジタル事業部発足
- 情報管理委員会の設立
- 情報管理規定の整備
- AI利用の研究と習熟者増
- 業務・製造改善の研究
- 新商材・サービスの開発研究
- 人材のスキルの把握

利益増の具体化

主な実施内容

- KGI（重要目標達成指標）設定
- KPIの年次検証と見直し
- 「中期計画」策定と年次検証
- 業務・製造改善の研究と実行
- 新商材・サービスの開発と運用
- 自社ECサイト構築
- デジタル人材のキャリア支援策
- 3D設計技術者の養成
- デジタル人材増とスキル標準化

デジタル事業の確立

主な実施内容

- デジタル収益の検証
- 要員の検証と組織改編
- 業務・製造プロセス改善の検証
- 次期戦略の策定

7. 指標（KPI項目）

新ビジネスモデルのKPI

- デジタル事業の総売上額
- 「自社開発デジタルサービス」売上額
- 「デジタルコンテンツ制作」売上額
- EC売上額
- 「インバウンド営業経由」の売上額
- HPへの問い合わせ・資料請求の件数

業務・製造改善その他のKPI

- 業務・製造プロセス改善数と改善効果
- 研修の実施数
- 基礎スキルを持つ社員増

- 2025年度に各KPI数値を設定
- 2026年度に利益額目標（KGI）を設定

８. 社長メッセージ

　ＤＸとは、単なるＩＴの導入ではなく、私たちのマインドセットそのものの変革です。企業理念「『伝えたい』を伝わる形に」を、より確かに実現するために必要なステップであり、全社一丸となって取り組みます。

　しかし、いかに時代が移り行こうとも、誰かに何かを伝えたい、喜びや悲しみ、さまざまな思いを誰かと分かちあいたい、という人間の根本は変わりません。

　われわれの使命は、それを形にすることで、皆様のお役に立つことです。そのためのＤＸであり、それ自体が目的なのではありません。常に自分たちの足元を見つめ、原点を忘れず、なおかつ革新を続けていく。その努力を怠らず進んでまいります。

2025年4月
株式会社高速オフセット
　　代表取締役社長　島田　智