広　告　企画・制作＝NIKKEIブランドスタジオ

特別対談「日経リスキリングアワード」最優秀賞受賞企業に聞く

KMユナイテッド　｜　セールスフォース

DXとリスキリング ものづくり現場を一歩先に

人手不足が深刻化する中、書類作成などのノンコア業務を切り出して外部委託するビジネス・プロセス・アウトソーシング（BPO）が注目されている。ものづくりの現場向けBPOサービスを手がけるKMユナイテッド（大阪市）は、「日経リスキリングアワード2025」（日本経済新聞社主催）の企業・団体イノベーティブ部門で最優秀賞を受賞するなど、社員のリスキリング（学び直し）による新たな価値創造に取り組む。同社の竹延幸雄社長と、協業するセールスフォース・ジャパンの安田大佑専務執行役員に現場改革の最前線を聞いた。



竹延 幸雄氏
KMユナイテッド
Founder・代表取締役社長

たけのべ・ゆきお　1973年生まれ。早大卒、2003年竹延入社。13年KMユナイテッド創業。49歳で早大大学院創造理工学研究科修士課程修了。

安田 大佑氏
セールスフォース・ジャパン
専務執行役員 コマーシャル営業統括

やすだ・だいすけ　1977年生まれ。中大卒、デルコンピュータ（現デル・テクノロジーズ）などを経て2012年セールスフォース・ドットコム入社。

代行を超えて価値創造

――BPOサービス「建設アシスト」の特徴は何ですか。

竹延　現場監督の仕事は書類業務が多く、〝書類監督〟になっています。書類業務を当社が担い、施工など技術的知識が必要なコア業務に監督が集中できるように支援するのが「建設アシスト」です。

建設業界では必要な人材を集められないという悩みをよく聞きますが、問題は人の活（い）かし方です。ノンコア業務を切り分け、標準化すれば、付加価値の高いコア業務に充てる時間が増え、生産性向上が望めます。

――なぜノンコア業務を切り離す必要があると考えたのですか。

竹延　当社の出発は建設塗装です。妻の実家の家業で、結婚後に入社しました。建設業界は人材流動性が高いとは聞いていましたが、当初はかなり苦労しました。

新たに職人を雇っても別の職人が辞めていきます。定着率を上げるために目を向けたのが働きやすさと働きがいの向上です。その1つが無駄な業務の見直しでした。

私は大学卒業後に勤めた大手鉄鋼メーカーでリストラクチャリングを担当しました。業務の切り分けでは、その経験が役立ちました。

コア業務に集中できる環境が整えば、現場のモチベーションも上がり、結果として生産性も向上しました。この成功体験を建設業界全体に広げたいと考え、2020年にBPOサービスを始めました。

一般的にBPOでは、簡単な業務を切り出すことが多いのですが、当社では「どの工程を切り出すと最も効果的か」を顧客に提案しながら、一緒に整理します。時間のかかる工程を切り出すことで、業務の標準化を進め、真に生産性向上に資するアウトソーシングが実現できると考えています。

当社の強みは、必要なリスキリング（学び直し）をした正社員がBPO業務を担うことです。人の入れ替わりで仕事のナレッジが途切れることなく、むしろ生産性向上につなげることができるのです。

リスキリングのために豊富なメニューも用意しています。学びは「シェアードサクセス・ソリューション（成功の共有）」です。ES（従業員満足度）が向上すれば、CS（顧客満足度）も高まります。

こうした取り組みは、未経験者や女性の活躍の場を広げることにつながり、19年には故安倍晋三総理の施政方針演説に取り上げられるなど、高い評価をいただいています。



エキスパート人材のナレッジを社員が受け継ぐ

DXで蓄積したデータ活用

――建設業界の中でもデジタルトランスフォーメーション（DX）にいち早く取り組んだ両社の協業について教えてください。

竹延　18年の職人を対象とした勤怠管理アプリの開発からです。当時、月末にFAXか郵送で提出してもらっていた出勤簿をアプリ化し、スマートフォンから送信できるようにしました。

安田　アプリ化でアナログ情報がデジタル化され、一次情報として集約できるようになりました。

竹延　全地球測位システム（GPS）のデータを人員配置に活用したり、履歴から蓄積したデータを分析したりすることで改善の手掛かりも得られます。

安田　データ分析からアイデアを生み出し、改善につなげる。KMユナイテッドをはじめ、これが高成長企業の共通点といえます。

竹延　これを出発点として、建設アシストでは勤怠データを業務分析に利用しています。さらにデータが蓄積されると、取引先ごとの「早い」「遅い」といった差が見えるようになり、ボトルネックを特定できるようになりました。業務を因数分解して改善点を洗い出し、より良い手法を組み合わせて当社の「標準」として磨き上げ、品質向上や顧客への業務改善提案、社内教育に役立てています。

AIで社員の成長を加速

――AI（人工知能）も社内で既に実装段階だと聞きます。「AIが人間の仕事を奪う」と言われますが、どのように考えますか。

竹延　何もしなければ奪われる仕事はあると思います。だからこそ、当社ではリスキリングを続け、DXを加速して他社にない人材を育成したいと考えています。作業そのものの自動化が進んでも、組み合わせ方や構想力、経験に基づく判断は人の役割として残ります。

――AIをどう活用しますか。

竹延　会社の成長とともに、勤怠管理や採用など人事労務の業務が増えました。セールスフォースの協力のもと、AIが自律的に作業する「AIエージェント」による人事の社内問い合わせ窓口を3月に開設しました。日常的に使うことで、AI活用の心理的ハードルも下げられると期待しています。

安田　AIエージェントは学習を継続するため、やり取りが増えるほど、できることが増えます。それは必ずしも「奪う・奪われる」という単純なゼロサムではありません。AIが仕事を肩代わりするように、人間が使える時間が増えます。その時間を学びや新しい業務の創造などに回せるようになります。

竹延　AI活用の本丸は暗黙知を教材化して社員のリスキリングに活かすことです。当社の人材育成の特徴は、圧倒的な技術や経験を持つ「レジェンド講師」による指導、そして業務工程を分解・標準化した育成教材にあります。整備した教材は380件にもなります。

安田　効率的に検索できるように、8月までに新たなシステムの構築を計画しています。これにより、非効率な「探す」時間がなくなるだけでなく、顧客から求められている情報と情報、ナレッジとナレッジを組み合わせることで、より良い改善提案ができるはずです。

竹延　専門スキル向上に必要な情報は社員一人ひとり異なります。AIが必要な情報へ素早く導くことができれば、社員の成長スピードも、サービスの質も大きく向上します。このような技術の進歩による恩恵を、業界全体で共有することで、ものづくりの持続的成長に貢献したいと考えています。

KMユナイテッド
https://www.km-united.com

研究分野の生産性をアップする 研究アシスト 要CMYKデータ
建設アシスト 要CMYKデータ
ものづくりの生産性をアップする ものづくりアシスト 要CMYKデータ

セールスフォース・ジャパン
https://www.salesforce.com/jp/