

業績を上げる
製造業DXとは？

船井総合研究所が緊急提言！

従業員50～300人までの製造業「社長」の為の

製造業がDXで 業績を上げる方法

社長セミナー

このような経営者をお待ちしております

- 1 コロナ禍でも業績を上げる為に、本気でDXに取り組もうと考えている従業員30～300人までの製造業の社長
- 2 コロナ禍で業績は厳しいが、DXで社内改革をするには今しかない、と考えている従業員30～300人までの製造業の社長
- 3 「DXに取り組まなければならない」とは思っているが、大企業DXには違和感があり、中小企業DXを志向している製造業の社長
- 4 自社のビジネスモデル(あるいはビジネスプロセス)に「DX」を取り入れ、劇的に業績を伸ばしたいと考えている製造業の社長
- 5 ピンチはチャンスと捉えており、今を機会と捉えて将来に向けて自社の業績を大きく伸ばしたいと考えている製造業の社長

開催日程

2021年 1月 15日(金) Web動画配信

2020年 1月 22日(金) Web動画配信

主催

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken
株式会社 船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研 大阪本社ビル

【webセミナー】製造業DX革命セミナー

お問い合わせNo.S067277

TEL.0120-964-000 平日 9:30～17:30

[担当] 申込みに関するお問合せ: 時田 内容に関するお問合せ: 片山

WEBからお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に『お問い合わせNo.』を入力ください。) → **067277** 🔍

コロナ禍でも業績を上げる

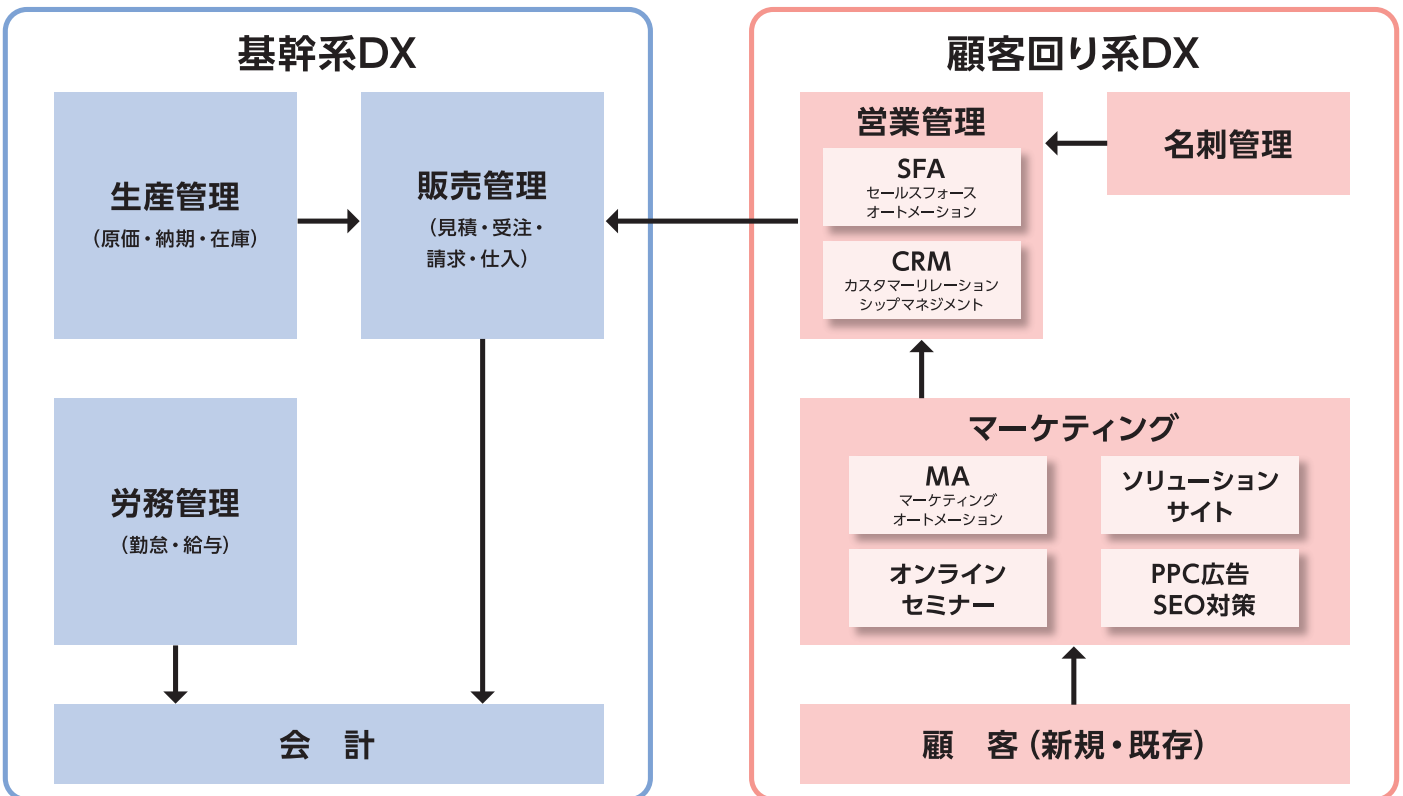
製造業DXとは何か？

コロナ禍により多くの需要が喪失し、**多くの企業の売上が前年対比で2割から3割のマイナス**となっています。しかも、コロナ禍はいつまで続くかわからない。終わったとしても需要が元に戻るかどうかもわからない。

つまり何らかの手を打ち、**市場が従来の「7割」に減少したのであれば、現在の人員で従来の1.5倍の利益を創出できる“仕組み”をつくる必要**があります。

それが「製造業DX」なのです。特に本レポートでは従業員50～300名の製造業を対象とした具体的な方法論と事例を述べていきたいと思えます。

図表1 製造業のDXマップ



今いる人員で利益を1.5倍にする製造業DXとは？

DX (デジタル・トランスフォーメーション) とは、「デジタルを活用して仕事の進め方を変えて業績を上げる」取組みのことです。

そして上の図表1をご覧ください。

実は、多くの製造業は既にDXに取り組んでいます。ただし多くの製造業が取り組んできたDXは上の図表1でいうところの“左側”の部分、つまり「基幹系DX」といわれている分野です。

すなわち「生産管理」「労務管理」あるいは「販売管理」といったプロセスであり、実は、これら「基幹系DX」の主目的は『コスト削減』にあります。

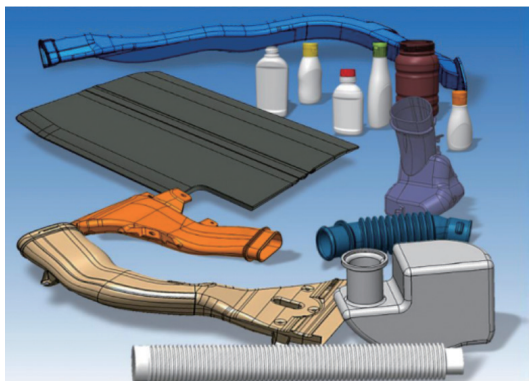
ところが、**現在の様な右肩下がりの不況下において、いかに『コスト削減』の為のDXを行っても、利益を創出することは限界**がでてきます。

ですから、**今の様な不況期は上記図表1の“右側”の部分、つまり「顧客回り系DX」を行っていかねばならないのです。しかし、大半の製造業は「顧客回り系DX」が行えていません。**

では、「顧客回り系DX」とは具体的に何を行うことなのか？
 そして、どんな成果・効果が上がるのか？ここから、具体的な成功事例について2社の事例を取り上げていきたいと思ひます。

成功事例1 関東製作所 (従業員130名)

特定顧客への依存体質から脱却を図り、 DX取組み2年弱で新規商談10億円、新規受注1.2億円を実現！



図表2 同社の主要製品と設備

株式会社関東製作所は東京に本社工場を置き、全国8拠点に展開するブロー成型及び射出成型金型・部品を製造する製造業です。

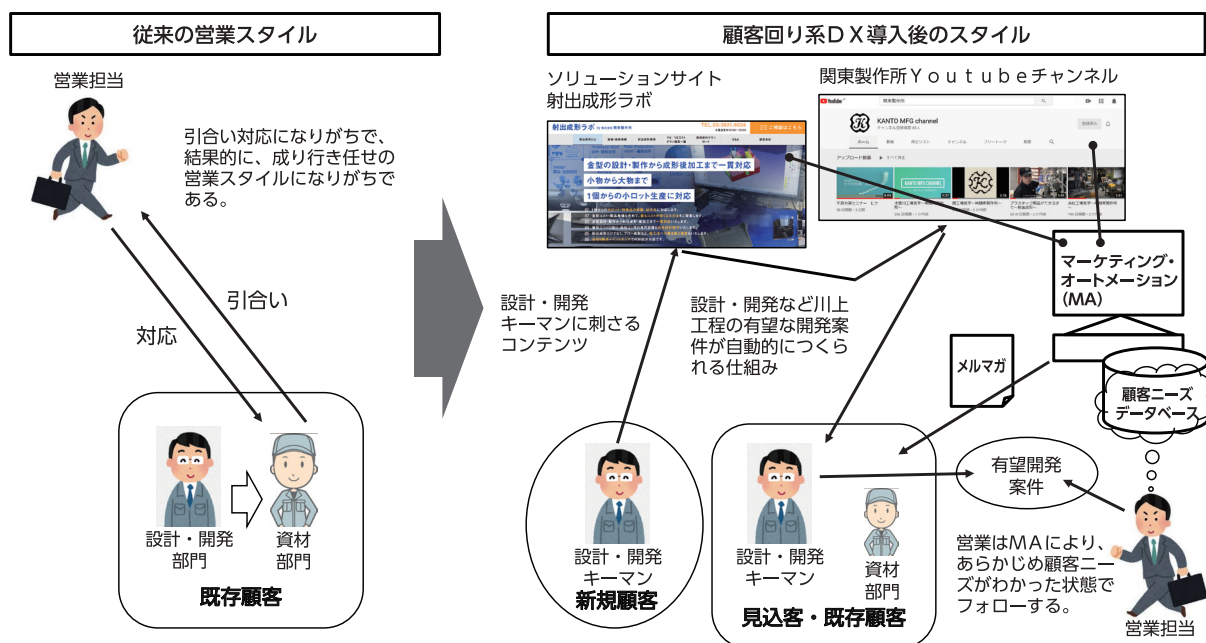
従来、同社はブロー成型という限られた業界の中で、特定顧客を対象としたビジネスを長年行ってきました。その中でビジネスの幅を広げるため、射出成型事業をスタート、金型だけでなく部品も手掛けることにしました。その中で、同社が導入したのがDXです。

従来の同社は特定の既存顧客のみを対象に、いわゆる下請け的な営業活動を行っていました。

しかし同社ではDXの導入を機に、「モノ」を売るのではなく「コト」を売る、具体的に『ブロー成型・射出成型の生産技術代行』というコンセプトで、新規顧客の設計部門・開発部門を開拓、大きな成果に結びつけていきました。そんな同社の顧客回り系DXの主要なデジタルツールが、ソリューションサイトを中心とするマーケティングオートメーションという仕組みです。

関東製作所の従来の営業スタイルと、現在のDXによる営業スタイルの違いを下図図表3に示します。

図表3 同社のDXによる営業スタイルの変化

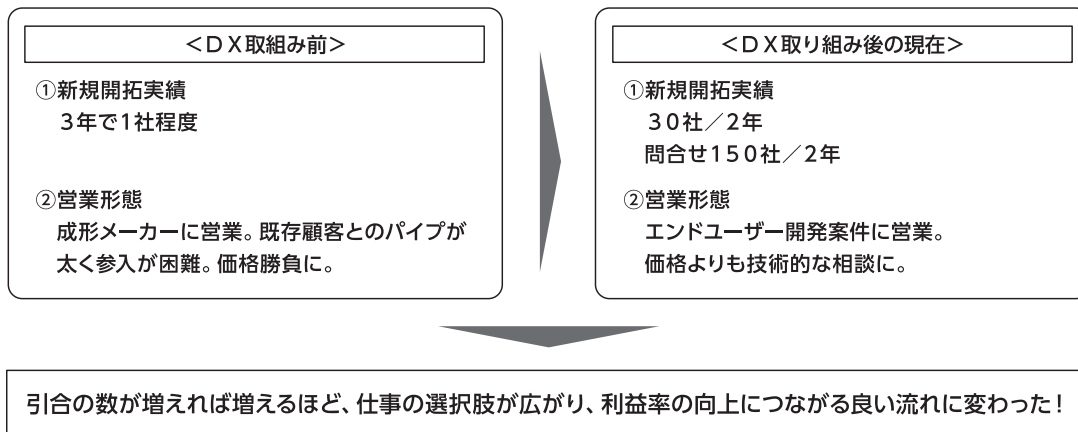


従来は新規開拓がほとんど進んでおらず、既存顧客中心でした。新規開拓をするにしても成形メーカーにアプローチしており、既存取引先がある中で価格競争に陥りがちで、取引もなかなか長続きしませんでした。

ところが関東製作所では顧客回り系DX（営業DX）を導入することにより、取組み2年弱で新規商談創出10億円、新規受注1億円という成果を上げ、コロナ禍の中でも新規商談については順調に受注を重ねています。

まさに同社の取組みは、コロナ禍における営業DXのモデル事例であるといえるでしょう。

図表4 同社のDXによる成果



成功事例2 深江特殊鋼（従業員120名）

**従来型ルート営業から脱却してDX営業を展開！
リーマン後から経常利益率3.7倍、新規訪問4倍を実現！**



図表5 同社の外観と24時間無人稼働の材料切断・出荷センター

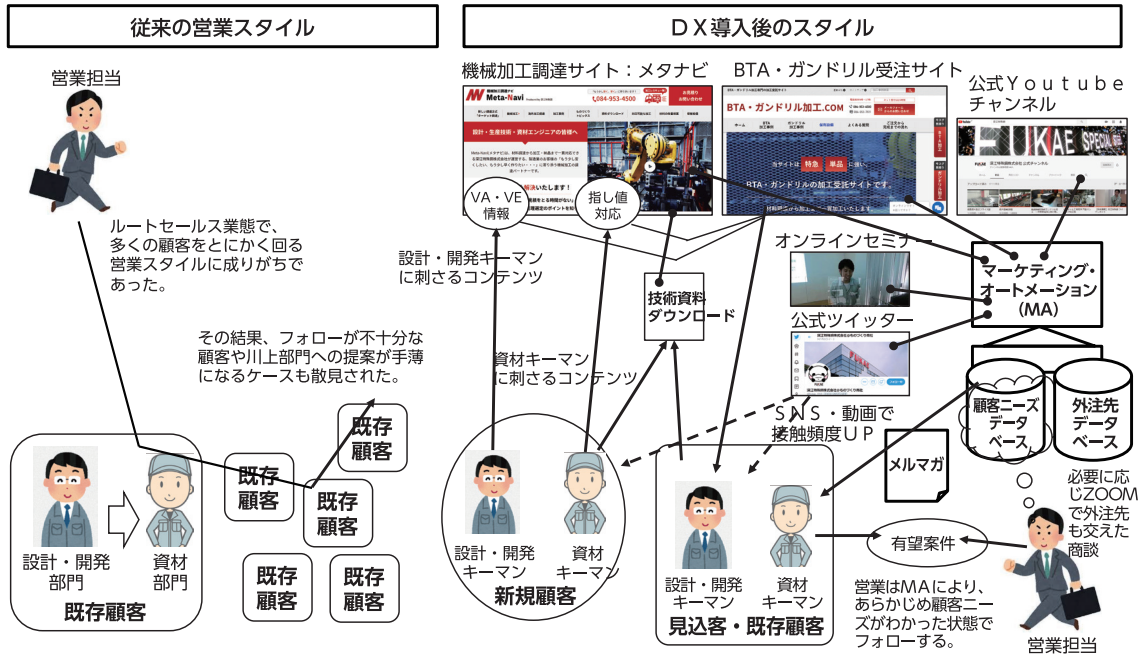
深江特殊鋼株式会社は、広島県福山市に本社・工場を置き、西日本を中心に8拠点を展開する、特殊鋼の専門商社であると同時に、自ら3拠点の工場と自社設備を保有するものづくり企業でもあります。

材料販売というビジネスの特性上、営業形態としては典型的なルートセールスであり、どちらかというところ“御用聞き”的なパターンに陥りがちな形態であるともいえます。しかし昨今はネット通販の材料ビジネス参入など、従来のビジネスモデルでは価格競争に陥る可能性があり、また新たな成長戦略を推進するためにも「顧客回り系DX」の導入を決断しました。

まず同社は数多くの顧客を抱えており、これらの既存顧客を全て営業担当者がフォローするのは、非常に非効率でした。そこで各種技術ソリューションサイトを立ち上げると同時にマーケティングオートメーションを導入し、メールマガジンやSNS発信を通して顧客のニーズを把握し、興味・関心を有する顧客、あるいは新規商談が発生する可能性の高い顧客を重点的にフォローする営業体制を構築しました。

深江特殊鋼の従来の営業スタイルと、現在のDXによる営業スタイルの違いを下図図表6に示します。

図表6 同社のDXによる営業スタイルの変化



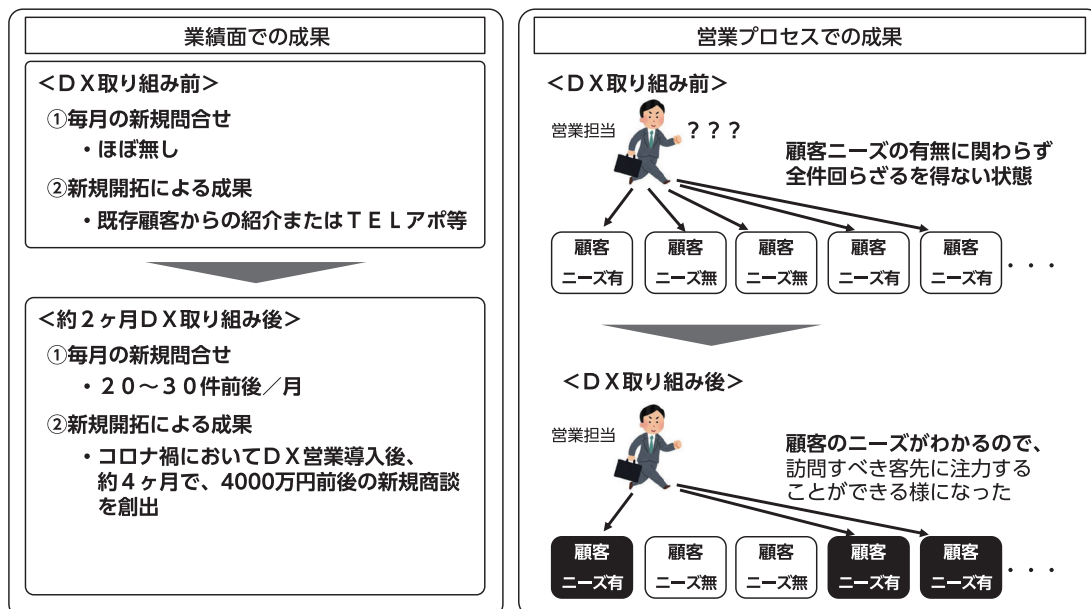
同社が得意とする特殊鋼は、材料販売だけでなく材料に加工に付随する様々な工程が存在します。かつそれら工程は顧客のニーズに合わせて膨大な種類にのぼり、必ずしも営業担当者が全てをPRしきれものではありません。

そこで同社ではこうした技術情報をソリューションサイト「メタナビ」に集約し、メールマガジンやSNSを通して顧客に情報発信を行っています。また、こうした加工業界においては「見積り」が非常に手間でしたが、こうした見積りを自動化する機能をサイトに実装、あるいは見積りそのものを無くす「指し値サービス」をネット上で展開しています。

さらに前述の通り、同社の営業担当者はマーケティングオートメーションにより顧客ニーズを事前に把握した上で、効率的な営業を展開できる様になりました。

その結果、全訪問件数に占める新規訪問の比率がリーマン・ショック前の水準と比較して4倍、リーマン後と比較してもコロナ禍にも関わらず2倍に増えています。

図表7 同社のDXによる成果



御社ではどの様に、 業績の上がるDXに取り組めますか？

いかがでしょうか？

これらの成功事例企業は、従来であればマーケティングが困難であった「受託型製造業」であり、また、ともすれば御用聞き体質になりやすい「ルートセールス業態」の会社が、業績の上がる“顧客回り系DX”に取り組むことにより、成果を生み出している事例でした。

しかし、ここで2つ押さえておかなければならないことがあります。

それは、製造業というのは1社1社行っていることが全て異なり、必ずしも成功事例企業が
行っていることをそのまま模倣しても、うまくいかない、ということです。

つまり業績の上がる“顧客回り系DX”に取り組むにしても、それは自社の強みを活かした自社
なりのDXでなければいけません。

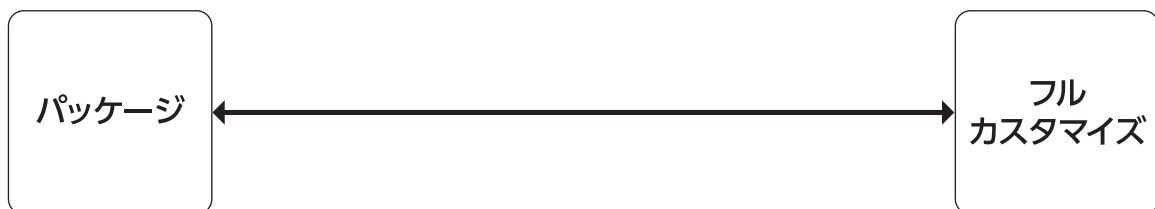
つまり、“顧客回り系DX”を進める為には、そのDXを進める為の「方法論」をきっちりと押さえ
た上で取り組む必要があるのです。

そして2つ目。

DXを成功させる上で重要なポイントとなるのはDXの中心となる、デジタルツールの選択
です。

一般に、デジタルツール(すなわちソフトウェア)ということになると、多くの方が頭によぎる
のが、「パッケージソフトウェア」あるいは「フルカスタマイズのソフトウェア」ではないでしょ
うか？

図表8 ソフトウェアに対する一般的認識



ところがDXを進めていく上で、このいずれの選択肢も実は大いに問題有ります。

なぜなら、再度図表1をご覧くださいなのですが、DXのうち「基幹系DX」については、おおよそこの会社も似通っており、従って上図でいう「パッケージ」を採用することができます。あるいは「パッケージ」に対して最低限のセミカスタマイズを加えることになります。

しかし、「顧客回り系DX」というのは、まさに1社1社ビジネスプロセスが異なります。また必要な帳票関係も異なります。従って「パッケージ」では対応することができず、あるいは無理やり使っていたとしても、それは必ずしも自社にとって有効なビジネスプロセスではないため、思った様な成果が上がっていないはずで

あるいは「フルカスタマイズ」でソフトウェアを開発するにしてもコストがかかりすぎ、また技術が陳腐化して自社システムが“レガシー化”してしまうリスクもあります。

そこで、今、注目されているのが「パッケージ」でもなく「フルカスタマイズ」でもない、「Saas (=サーズと読みます)」という概念のソフトウェアです。

図表9 DXの中心ツールはSaaS



SaaSとは「ソフトウェア・アズ・ア・サービス」の略語であり、クラウドを活用することにより、いわば“レゴブロック”の様に自社に合った最適なアプリを組み合わせることでソフトウェアをつくるという発想のデジタルツールです。

“レゴブロック”の様に自社に最も合ったシステムを組み合わせることでつくることのできるため、前述の“顧客回り系DX”を進めるには、SaaSが最も最適といわれています。

そして、世界標準のSaaSといわれているのは、次の3つです。

- 1)セールスフォースドットコム
- 2)ZOHO(ゾーホー)
- 3)マイクロソフト・ダイナミクス

こうしたSaaSをいかに選定するか、あるいは自社の既存のシステムといかに連結させるのか、がDXを成功させる上で実は大きなポイントになります。

そして来る2021年下記日程にて、従業員50～300名までの製造業“社長”をご対象として、「製造業DX革命セミナー」を開催することが決定いたしました。
(両日とも同じ内容ですので、ご都合の良い日にご参加ください)

- ・2021年 1月15日(金) 13時～15時30分@オンライン開催
- ・2021年 1月22日(金) 13時～15時30分@オンライン開催

今回のセミナーには、成功事例でご紹介した株式会社関東製作所 代表取締役 渡邊 章 様、さらに深江特殊鋼株式会社 代表取締役社長 木村 雅昭 様にもご登壇いただき、実際に自社で取組んだDXについてご講演いただきます。

大企業のDXではなく、いわゆる中堅・中小企業のDXの成功事例をお聴きいただけることはまたとないチャンスになるかと思えます。

もちろん、私ども船井総合研究所でも過去に80社を超える中堅・中小企業のDX導入のご支援をさせていただいた経緯から、「業績が上がるDX」を進める具体的なステップ、さらに失敗しない為のポイントについて、具体的にかつわかりやすく、皆様にお伝えしたいと思えます。

ぜひ、一人でも多くの社長様に当日はご参加いただければと思います。本セミナーの詳細プログラムは、本ページの裏面をご覧ください。
今後とも何卒よろしくお願い申し上げます。

株式会社船井総合研究所
ものづくりグループ ディレクター 片山 和也

従業員50~300人までの製造業「社長」の為の 製造業DX革命セミナー

製造業がDXで
業績を上げる方法

講座内容&スケジュール

オンライン
開催

2021年1月15日(金)

Web動画配信 ログイン開始 12:30~

オンライン
開催

2021年1月22日(金)

Web動画配信 ログイン開始 12:30~

講座

内容

業績向上につながる「製造業DX」の考え方

第1講座

13:00
}
13:30

セミナー内容抜粋①
セミナー内容抜粋②
セミナー内容抜粋③

コロナ禍「7割経済」で勝つ「製造業DX」の進め方

「業績が上がるDX」と「業績が上がらないDX」の違いとは?

「中小企業DX」と「大企業DX」の最大の違いとは?



株式会社船井総合研究所
ものづくりグループ ディレクター 片山 和也

マーケティングオートメーション及びセールステック導入の専門家。同分野では船井総研のトップクラスである。上場企業から中堅・中小企業まで幅広く導入支援の実績を持つ。また日経クロステックでの連載を手掛けるなど、テクノロジー面とマーケティング面の両面に精通していることが大きな強み。主な著書に「技術のある会社なぜか儲からない本当の理由」(KADOKAWA)、「なぜこの会社には1ヶ月で700件の引き合いがあったのか?」(KADOKAWA)、「必ず売れる!生産財営業の法則100」(同文館出版)、「はじめて部下を持ったら読む!営業マネジャーの教科書」(ダイヤモンド社)、「部下を育てるリーダーが必ず身につけている 部下を叱る技術」(同文館出版)、「ぐるっと!生産管理」(すばる舎リンクエージ)、「世界が驚く日本の微細加工技術」(日経BP)他、著作は優に10冊を超える。経済産業省登録 中小企業診断士。

コロナ禍でも成果を出す「製造業DX」成功事例 業績が上がる「製造業DX」を3ヶ月で軌道に乗せる方法

第2講座

13:40
}
14:50

成功事例①

6年間で売上4倍の成長戦略を実行

DX導入2年弱で新規商談10億円、新規受注1.2億円を実現した我が社のDXへの取組み

株式会社関東製作所

代表取締役 渡邊 章氏

成功事例②

リーマン後、経常利益率3.7倍、新規訪問4倍を実現!

DX導入数ヶ月で新規商談4000万円創出、ソリューション営業に転換した我が社のDXへの取組み

深江特殊鋼株式会社

代表取締役社長 木村 雅昭氏

成功事例③

ビジネスプロセスを” 属人 ” から ” デジタル ” に置き換えることで

利益率10ポイントアップを実現したP社 (関東エリア:従業員120人)

他、成功事例を
多数お伝えします



株式会社関東製作所
代表取締役 渡邊 章氏

同社は東京に本社・工場を置き、従業員130名。全国8拠点に展開するブロー金型及び射出成形金型・部品を製造する製造業。従来のブロー成形金型という事業領域から、射出成形金型、また部品加工まで手掛けることで事業領域を拡大、6年間で売上4倍という成長を実現。さらに特定業界・特定顧客依存からの脱却を図るためデジタル・マーケティングを導入。コロナ禍の中でさらにDXを推進した結果、取組み2年弱で新規商談の創出10億円、新規受注1.2億円の成果をあげている。同社の取組みは新聞等でも取り上げられ、注目を集めている。



深江特殊鋼株式会社
代表取締役社長 木村 雅昭氏

同社は広島県福山市に本社・工場を置き、従業員120名。西日本を中心に8拠点に展開する特殊鋼の専門商社であり、自ら3拠点の工場を持つものづくり企業でもある。リーマン・ショック後から経常利益率を3.7倍に増やすなど高収益経営を推進、コロナ禍において”ソリューションサイド” “マーケティングオートメーション” 中心とした「DX営業」を導入。日本経済新聞においても「DXでハズれない営業」と取り上げられ、注目を集める。同社により新規訪問比率をコロナ禍でも増やすことに成功、導入2ヶ月で4000万円前後の新規商談を創出している。広島県DX推進コミュニティアドバイザーもつとめる。



株式会社船井総合研究所
ものづくりグループ 中小企業診断士 橋本 吉弘

東京工業大学工学部化学工学科を卒業後、大手電機メーカー(東証一部上場)の生産技術エンジニアとして、世界7拠点の生産ライン立ち上げ、品質改善を数多く手掛ける。その後、外資系大手コンサルティングファームにて製造業のデジタルシフトに従事。船井総合研究所入社後は、主に新規顧客開拓・人材開発分野において、現場の目線に立ったコンサルティングでお客様から好評を得ている。日本品質管理学会会員。「フォークリフトを運転できるコンサルタント」。

第3講座

15:00
}
15:30

アフターコロナで大きく差をつけるために製造業社長に今すぐ取組んでいただきたいこと

セミナー内容抜粋①

まだまだ続くコロナ禍、アフターコロナで大きく差をつけるための要諦は製造業DX!

セミナー内容抜粋②

ピンチはチャンス!不況期こそ社内改革で自社を大きく変えて大きく伸ばすチャンス!

株式会社船井総合研究所 ものづくりグループ ディレクター 片山 和也

お申し込み方法

WEBからのお申し込み

右記のQRコードを読み取りいただきWEBページのお申し込みフォームよりお申し込みくださいませ。

セミナー情報をWEBページからもご覧いただけます!

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/067277>



ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

【webセミナー】製造業DX革命セミナー

お問合せNo. S067277

開催要項

オンラインにてご参加

2021年 **1月15日(金)** 開始 **13:00** ▶ 終了 **15:00** (ログイン開始12:30より)

お申込期限: 1月11日(月)

本講座はオンライン受講となっております。
諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。

日時・会場

オンラインにてご参加

2021年 **1月22日(金)** 開始 **13:00** ▶ 終了 **15:00** (ログイン開始12:30より)

お申込期限: 1月18日(月)

本講座はオンライン受講となっております。
諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。

受講料

一般価格 税抜 20,000円 (税込 **22,000円**) / 一名様

会員価格 税抜 16,000円 (税込 **17,600円**) / 一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4営業日前までにお振込みできない場合は、下記お申込み担当者へご連絡ください。なお、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただきます場合がございます。●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバースPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。●ご参加を取り消される場合は、開催3営業日(土・日・祝除く)前まではマイページよりキャンセルをお願い致します。それ以降は下記事務局宛にメールまたはお電話にてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。

お申込方法

下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。受講票はWEB上でご確認いただけます。

または、船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)、右上検索窓にお問い合わせNo.067277を入力、検索ください。

お問合せ

明日のグレートカンパニーを創る **株式会社 船井総合研究所**

TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30)

●申込みに関するお問合せ: 時田 ●内容に関するお問合せ: 片山

【年末年始休業のお知らせ】

12月28日(月) 正午~1月5日(火) まで

※休業期間中は電話が繋がらなくなってまいります。

※Webからのお問い合わせには1月6日以降順次ご回答させていただきます。

※なお、受講申込はWebより24時間受け付けております。

ご不便をお掛け致しますが、何卒ご了承くださいませようお願い申し上げます。

お申込みはこちらからお願いいたします



1月15日(金)オンライン受講

申込締切日1月11日(月)

1月22日(金)オンライン受講

申込締切日1月18日(月)

検