

デジタルで会社を新たな成長軌道に乗せたい商社・卸売業の経営者様へ

コロナショックによって、私たちの生活は大きく変わりました。企業は昨対割れが当たり前の状況です。このような状況下で重要な戦略トレンドは「デジタル経営」です。新聞や経済誌でもデジタルの文字を見ない日はないほど注目を集めるキーワードになっています。デジタル化が一気に加速し、イノベーションを起こす企業が増えています。実際に現時点でも、デジタル投資した分の10倍以上の成果が出ている企業も少なくありません。withコロナ時代の経営は「デジタル戦略」を組み込むことができるか否かで、未来の成長と収益性が決まると言っても過言ではないと、取組企業をサポートして感じます。

しかし、経営者の皆様からは「デジタルと言われても、何から始めればいいのか分からない」という声をよく聞きます。船井総研では、中堅企業様へのDX戦略構築と実行支援を通じて分かってきた「デジタル経営を推進する方法」を解説するセミナーを商社・卸売業向けに初開催します。商社・卸売業様のみのセミナーのため、同業態の具体的なデジタル経営の実践事例をご紹介します。貴社が新たな成長軌道に乗るヒントを掴んでいただけます。

デジタル経営は単なるITツール導入ではありません。デジタル経営はデジタル技術を活用した「業態転換」であり、「業務プロセス転換」であり、「組織転換」です。経営者目線で取り組むことが成功の鍵です。経営者の方がご参加いただくことで、実りのあるセミナーになります。

下記に課題を感じる経営者様はぜひ当セミナーをご活用ください

- ① デジタルを経営戦略に組み込んでいるが、実行戦略にまで落とせていない
- ② コロナ禍を乗り越えるための経営改革を模索している
- ③ 受発注業務が煩雑で間接部門比率30%以上になってしまっている
- ④ 既存客への訪問が精一杯で、休眠客フォローや新規開拓に時間を割けていない
- ⑤ 営業担当の商品知識不足が原因で、顧客に自社取扱商品が全て認知されていない

講座内容

『商社・卸売業からデジタル先進企業が生まれる！と断言できる理由』

株式会社船井総合研究所 ディレクター

DX支援本部 デジタルイノベーションラボ 大山 広倫

- ・ GOALは社員もお取引先様もHappyになるデジタル活用型ビジネスプロセスフォーメーション
- ・ デジタル時代の業績UPの基本は、ホームページとデジタル御用聞き営業
- ・ 成功事例から学ぶ！まずはBtoB業界向けECサイトで売上も生産性もアップ

『商社・卸売業のデジタル経営の実践事例と進め方』

株式会社船井総合研究所 マネージャー

DX支援本部 デジタルイノベーションラボ 細井 錦平

- ・ デジタルで受注業務にかかる負荷を劇的に改善する方法
- ・ RPA、BIツールによる業務自動化の実践事例
- ・ デジタル技術で実現する「営業改革」で営業効率を1.5倍にする方法
- ・ 顧客に儲かる情報を届ける企画営業部門を立ち上げて売上UPする方法

『明日からデジタル経営を実行に移すためにすべきこと』

株式会社船井総合研究所 シニアコンサルタント

DX支援本部 阿部 誠

- ・ アナログ業務が多く、デジタル人財不在の商社・卸売業における改革の進め方
- ・ 中堅商社がデジタル経営を成功させるための経営者の役割

業績UPに繋がる中堅商社のデジタル経営レポート

～中堅企業のデジタル戦略構築&実行支援のコンサルティング現場から～

船井総研が中堅企業のデジタル経営サポートの現場でルール化した事例やノウハウをご紹介します。ご案内をさせていただいたセミナーでは、商社・卸売業向けにより詳しいデジタル経営の推進方法についてご紹介をさせていただきます。

1 中堅商社に求められるDX(デジタルトランスフォーメーション)とは

最近経済誌で話題のDX(デジタルトランスフォーメーション)とは、スウェーデンのウメオ大学のエリック・ストルターマン教授が提唱した、「ITの浸透が人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させる」という概念です。ビジネス現場では、単なるITツール導入ではなく、デジタル技術を活用した「業態転換」「業務プロセス転換」「組織転換」をするデジタル経営に取り組んでいくことです。商社・卸売業の場合、デジタル経営に取り組むことでバックオフィスの受注業務にかかっている時間を劇的に削減し、フォローできていない休眠客や新規客へのフォローに充てる時間を創出すること、デジタル技術を活用して顧客に従来は届けることができていなかった情報を営業担当者の力量差に依存することなく届けることなどがあげられます。

船井総研におけるDXの定義



- ①業務の効率化（デジタル化）
- ②新しい顧客価値の創造（CXの向上）
- ③業績の向上（人時生産性の向上）

2 中堅商社のデジタル経営による業績アップ事例

すでにデジタル経営に着手して高生産性のイノベーションを起こしている商社・卸売業も多数います。デジタル投資した分の10倍以上の成果が出ている企業も少なくありません。

デジタル経営に取り組み、受注業務を改革したことで、受注業務にかかる時間を7割削減することに成功！人件費にすると年間数千万円単位的大幅削減が可能に

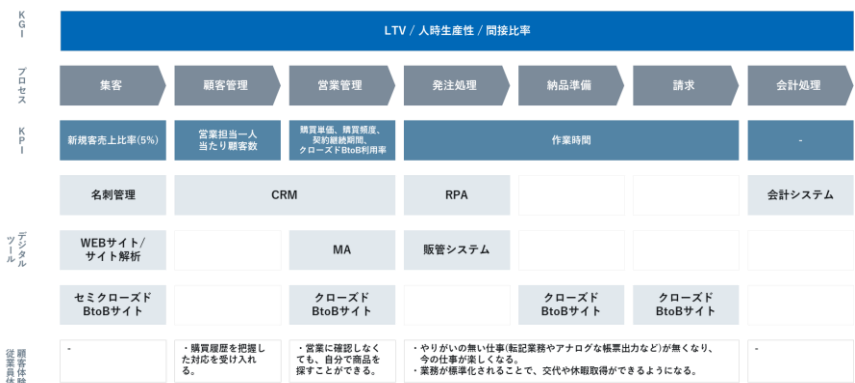
営業回りやバックオフィスへのデジタル投資をした商社が5年で人時生産性1.5倍を実現！柔軟な働き方も可能になり、従業員満足度も大幅アップ

受注プラットフォームとなるWebサイトを構築をしたことで、既存顧客からオンライン上で受注を獲得することが可能に！新規客獲得や客単価アップに繋がり、売上倍増を実現

受注プラットフォームとなるWebサイトを構築したことで、FAXや電話による注文が激減。事務員の受注業務を大幅に軽減することができ、今まで対応しきれっていなかった業務に人手をまわすことが可能に。

3 デジタル経営成功の第一歩「DXジャーニーマップ」を作成する

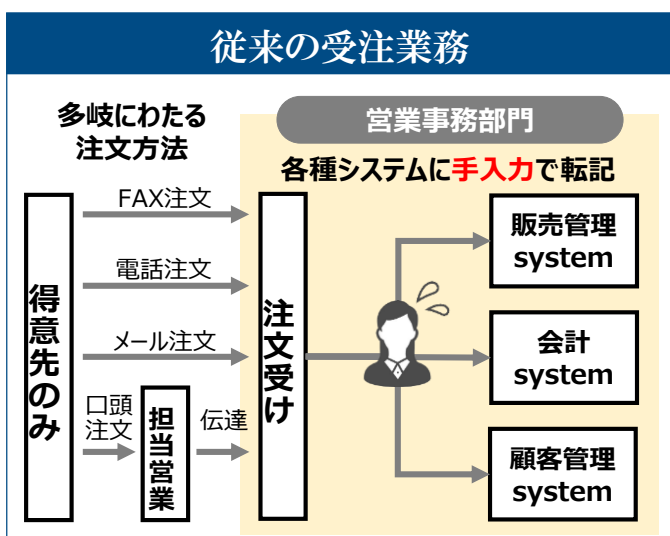
何から着手したらいいのか分からず、デジタルへの取り組みに躊躇してしまう企業が多いです。これを解決するのが「DXジャーニーマップ」です。DXジャーニーマップは、業務プロセスに沿って導入すべきデジタルツールと追うべき指標を整理した”デジタル化の設計図”です。これを作成することで、取り組むべきデジタル化の全体像と優先順位が明確になり、業績アップに繋がるデジタル経営を推進することができます。



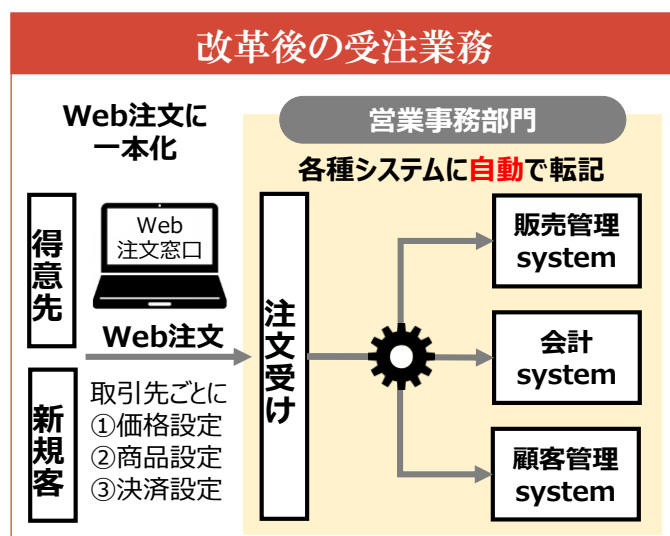
4 受注業務のデジタル化で煩雑な受注業務を改革

商社・卸売業の課題の1つに受注業務の煩雑さがあります。得意先からの注文方法は電話、FAX、メール、営業担当者へ口頭発注など多岐にわたります。また、得意先ごとに異なる価格設定や決済方法など、法人営業における商習慣が受注業務をより複雑にしています。その結果、受注処理を行う間接部門比率増加による収益性の低下、受注業務の属人化などに繋がります。商社・卸売業がデジタルを活用してメスを入れるべきは受注業務です。

デジタル化を進めている商社では、Web注文窓口を構築することで受注業務の改革に成功しています。Web受注プラットフォームを構築することで、得意先自身がWebサイトにアクセスし、発注をすることが可能になります。得意先ごとにWeb注文窓口に提示する商品や価格、決済方法を個別設定できるので、法人営業特有の商習慣にも対応可能です。注文を受けたデータは、販売管理システムや会計システムに自動で転記することが可能で、二重・三重入力を省き、効率化が実現します。これによって営業事務部門の業務が効率化し、残業時間削減に繋がります。また、余剰人員を得意先に新商品情報などをメールやDMなどで知らせる企画営業部門に異動し、売上創出する人員に転換できます。



- ・ 多岐にわたる注文方法、得意先別の個別対応で受注業務が煩雑
- ・ 各種システムへの転記業務に手間がかかる
- ・ 聞き間違いや、読み間違いによるミス



- ・ Web注文一本化で受注業務が劇的に効率化
- ・ Webで得意先ごとに提示商品や価格を個別設定
- ・ 各種システムへの転記業務を自動化
- ・ Webから新規客を獲得する窓口としても機能

5 顧客に儲かる情報を届ける企画営業部門立ち上げで売上UP

受注業務の効率化に成功した商社では、発生した余剰人員を集めて企画営業部門を立ち上げています。企画営業部門は、顧客にメールやDMなどで自社取扱商品の情報を発信して客単価アップを狙う部門です。従来、得意先の売上は担当営業の営業力・商品知識に大きく左右されてきました。担当営業とは別に、得意先に情報発信する部門を立ち上げることで、担当営業の力量差によって発生する、得意先ごとの情報格差を是正できます。

STEP 1
データを分析して告知商品を選定



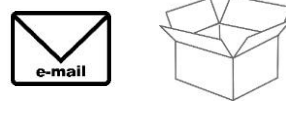
受注プラットフォームに一元管理された購買データを分析し、得意先に告知すべき商品を検討します。

STEP 2
告知する商品のPRコンテンツを作成



告知する商品の魅力が伝わるように、商品特性や顧客ニーズを検討した上で、Webページや動画、チラシを作成します。

STEP 3
得意先に告知



メールや郵送物へのチラシ同梱などで、作成したコンテンツを得意先に届け、購買に繋がります。

売上アップ

6 情報のデジタル化&自動分析で営業改革を実現

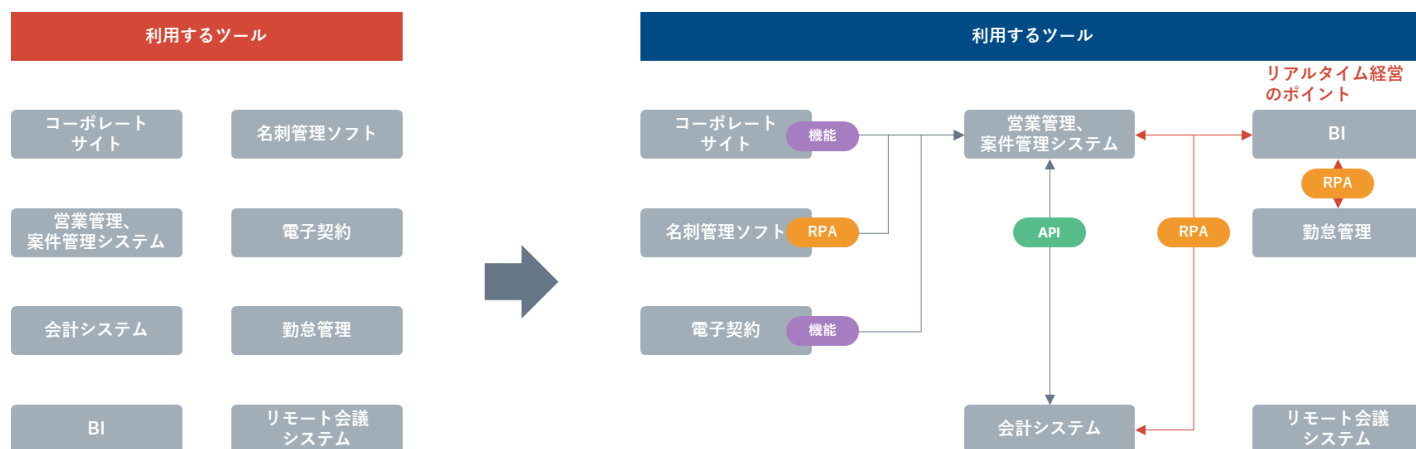
商社・卸売業には、莫大な販売や顧客に関する情報があります。それが担当営業や事務員の頭の中、紙、システムなど、様々な場所に保管されているため、情報を分析して営業活動に活かすことができていない企業がほとんどです。この、宝とも言える莫大な情報を分析することができれば、営業活動の成果を高めることが可能なはずです。

デジタル経営に取り組むことで、今までバラバラに管理されていた情報がデジタルデータ化されていきます。そして、データ分析業務をテクノロジーを活用して自動化することができます。経営者や営業幹部は、営業活動に有益な最新情報をいつでも見ることができ、現場に適格な指示を出すことができるようになります。例えば、商品別の売上分析データを見て売筋商品を全員に共有することや、顧客の購買頻度分析データを見て休眠客化している顧客をリストアップすることができます。



7 システム連携で二重入力を無くして効率化を実現

新たなデジタルツール導入でよくある課題は、情報の管理がバラバラになってしまい、情報の二度打ちで作業がかえって増えてしまうことです。商社では営業管理システムや販管システム、会計システムへの重複した転記作業があるはずです。デジタル経営を推進する際には、デジタルツール同士を様々な手法を使って連携させます。連携することで自動で情報がやり取りされ、無駄な転記作業から解放されます。



8 投資回収シミュレーションをしてからデジタル経営をスタートする

デジタル経営のための投資はあくまでも「投資」ですから、回収を見込んでおく必要があります。しかし、多くの場合、投資回収のシミュレーションを行わないまま、デジタル化が推進されてしまいます。

その結果、投資の発想がないのでとにかくコストを抑えようとします。投資した額よりも多くの利益を生み出せるのであれば、コストを抑える必要はありません。この発想が持てないと、思い切った投資ができず、中途半端な成果のでないデジタル投資になってしまいます。一方で、投資回収が見込めないようであれば、投資に踏み切るかは検討する必要があります。

効果を検証するためには、KPI(業績にインパクトを与える重要な経営指標)がどのように変化し、業績に好影響を与えるかを把握します。

■投資回収シミュレーション

人時生産性について

現状の人時生産性	¥2,992
2年後の人時生産性(目標)	¥4,488

2年後の人時生産性達成に向けて

粗利額の増加	1.2
総労働時間の削減	0.8

1人あたり粗利額について

現状の1人当たり年間粗利額	¥5,618,571
2年後の1人当たり年間粗利額	¥8,427,857

従業員数について

現状の従業員数	14
2年後の従業員数	17

年間粗利額について

現状の年間粗利額	¥78,660,000
2年後の年間粗利額	¥143,273,571

投資回収について

2年間の粗利増加額	¥64,613,571
2年間のデジタル投資額	
差額	¥64,613,571

株式会社船井総合研究所について

中小・中堅企業を対象に、日本最大級の専門コンサルタントを擁する経営コンサルティング会社。業種・テーマ別に「月次支援」「経営研究会」を両輪で実施する独自の支援スタイルをとり、「成長実行支援」「人材開発支援」「企業価値向上支援」「DX(デジタルトランスフォーメーション)支援」を通じて、社会的価値の高い「グレートカンパニー」を多く創造することをミッションとする。その現場に密着し、経営者に寄り添った実践的コンサルティング活動は様々な業種・業界経営者から高い評価を得ている。

船井総研オフィシャルサイト <http://www.funaisoken.co.jp>

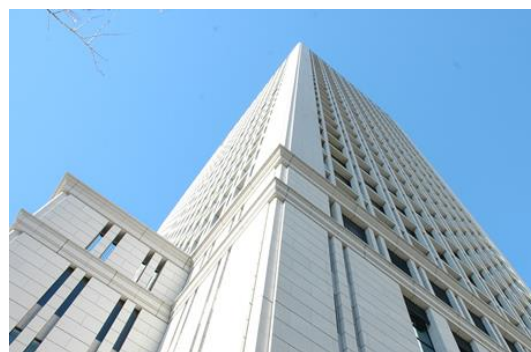
【会社概要】

創業	1970年(前身の日本マーケティングセンターとして創業)	
従業員	800名(2020年12月末時点)	代表取締役社長 真貝大介
資本金	3,000百万円	



【大阪本社】

大阪府大阪市中央区北浜4丁目4-10



【東京本社】

東京都千代田区丸の内1丁目6番6号
日本生命丸の内ビル21階

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。

商社・卸売業のデジタル経営セミナー

お問い合わせNo. S073466

開催要項

オンラインにて開催

日時・会場

2021年 **6月15日** (火) 開始 16:00 ▶ 終了 18:00 (ログイン開始15:30より) **お申込期限: 6月11日(金)**

2021年 **6月23日** (水) 開始 10:00 ▶ 終了 12:00 (ログイン開始9:30より) **お申込期限: 6月19日(土)**

2021年 **6月28日** (月) 開始 16:00 ▶ 終了 18:00 (ログイン開始15:30より) **お申込期限: 6月24日(木)**

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。
オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 web参加」で検索

対象

経営者・経営幹部の皆様

受講料

一般価格 税抜 5,000円(税込 **5,500円**) / 一名様

会員価格 税抜 4,000円(税込 **4,400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。●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。
●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メンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込に適用となります。

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.073466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

Funai Soken

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: 星野

●内容に関するお問合せ: 細井

お申込みはこちらからお願いいたします

開催日程によって期限が異なりますので、ご注意ください。

■ 2021年6月15日(火) オンライン開催
【申込締切日 6月11日(金)】

■ 2021年6月23日(水) オンライン開催
【申込締切日 6月19日(土)】

■ 2021年6月28日(月) オンライン開催
【申込締切日 6月24日(木)】

