

5つの経営課題 をBtoB ECで解決!

- 01 営業部門のEC化率を**55%超**にさせて生産性向上
- 02 クロスセルとLTV向上で **3つの事業**を相互連携!
- 03 新たな会員制度で **7年で100万会員**を獲得へ!
- 04 顧客データの利活用で **地域&顧客密着型戦略**!
- 05 BtoB EC 部門の **評価制度&成長戦略**の作り方!

注目の**AI活用&越境** BtoB ECについてもお伝えします!



ecbeing
株式会社 ecbeing
代表取締役社長
林 雅也氏



Funai Soken
株式会社船井総合研究所
ディレクター
大山 広倫



KONICA MINOLTA
コニカミノーラジャパン
株式会社
部長
中村 睦朗氏



シマジマ
株式会社シマジマ
部長
小嶋 一弘氏



ecbeing
株式会社 ecbeing
上席執行役員
齊藤 淳氏



Funai Soken
株式会社船井総合研究所
取締役専務執行役員
出口 恭平



INFORMATION

「営業DXを起点にしたデジタル経営の成功事例」を お探しの事業主の皆様へ

このようなお悩みはございませんか？

- ・ デジタル経営の必要性は理解しているが、何から着手すべきか分からない
- ・ 法人営業部門が**自社の生命線**であり、**生産性の向上が急務**だと考えている
- ・ 自社にとって最も良い選択肢を**成功事例の中から決断**したい

法人営業部門はこれまで多くの日本企業の成長を牽引してきましたが、昨今の人材難という経営課題は法人営業部門にも決して小さくない影響を与え、**生産性を向上させなければ人材を確保することが難しい時代**になりつつあります。

そうした中で、『令和5年度電子商取引に関する市場調査』によると、BtoB EC は昨年 2023 年に市場規模が 465 兆円、**EC 化率は初めて 40%以上**となりました。そして、特筆すべきは巨大な市場にも関わらず**伸長率は前年比で 10%以上**となっており、まさに BtoB EC は日本企業の生産性向上の切り札とも言える存在になってきました。

当セミナーは、**成長を続ける BtoB EC 市場を自社の成長戦略に活かす**ために必要な情報を体系的にお伝えできる構成にしております。是非ともご一読の上、ご参加をご検討くださいませ。

BtoB EC の構築から始まる成長戦略の描き方

Before(As-Is)

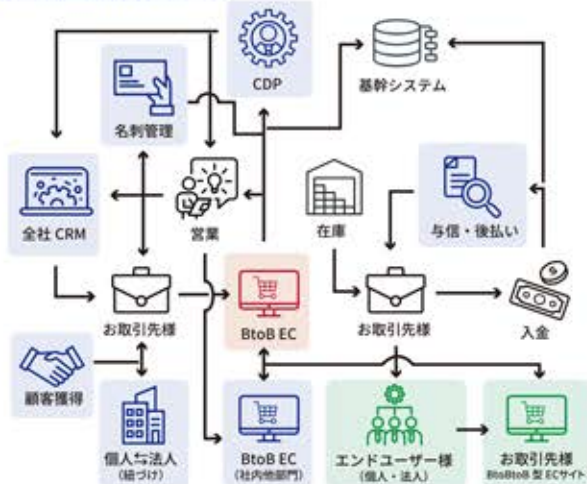


Phase01 BtoB EC サイトの構築による業務の効率化

Phase02 BtoB EC サイトによる新規顧客の獲得とクロスセルによる LTV 向上

Phase03 BtoBtoB もしくは BtoBtoC 型の EC サイトへ

After(To-Be)



5つの経営課題をBtoB ECで解決!

講座	セミナー内容	
第1講座	社会課題の解決と企業の持続的成長を両立させる ・本セミナーでお伝えしたいこと ・人を活かすデジタル投資が企業の持続的成長力を左右する ・BtoB EC が与える社会的インパクトとその中心的役割を担うために	 株式会社 ecbeing 代表取締役社長 林 雅也 氏
第2講座	5つの経営課題を解決する BtoB EC 戦略の最前線 ・BtoB EC で解決できる5つの経営課題とあるべき持続的成長企業の姿 ・分散する顧客データの名寄せで加速する企業の成長シナリオ ・注目を集める越境 BtoB EC の成功事例の共有と始める方法	 株式会社船井総合研究所 ディレクター 大山 広倫
第3講座	新規顧客獲得と BtoBtoB EC による顧客の囲い込み ・新規顧客 ID100 万件が秒読みへ! BtoB EC で新規顧客を獲得する ・シモジマがオープン型 BtoB EC と BtoBtoB EC を連携させる ・IR にも掲載される BtoB EC 戦略を成功させるための社内体制づくり	 株式会社シモジマ 部長 小嶋 一弘 氏
第4講座	EC 化率 60%を実現させた BtoB EC による営業 DX ・目指したのは“営業マンの働き方改革と取引金額の向上!” ・利用目的別に3つの BtoB EC サイトを構築した理由とその相乗効果 ・スクラッチではなくカスタマイズで BtoB EC サイトを構築すべき理由	 コニカミノルタジャパン 株式会社 部長 中村 睦朗 氏
第5講座	CDP・CRM・AI 活用で BtoB EC を急成長させる ・CDP・CRM が企業の持続的成長力を高める理由 ・はじめよう、脱・表計算ソフトによる営業管理 & AI 活用! ・営業目的に応じた顧客リストを作成するためのデジタル環境の構築	 株式会社 ecbeing 上席執行役員 斉藤 淳 氏
第6講座	BtoB EC の本質と成長戦略 ・もしも BtoB EC を構築していなかったら? ・プロジェクト成功のための壁とその壁の乗り越え方 ・BtoB EC を通じて今後実現させたいこと	登壇者による パネルディスカッション
第7講座	本日のまとめ ・持続的成長を続ける企業の共通点と CRM カンパニー化 ・プロジェクトを成功に導く船井総合研究所による PMO の特徴 ・船井総合研究所と ecbeing がお手伝いできること	 株式会社船井総合研究所 取締役専務執行役員 出口 恭平

東京会場 2025年1月23日(木) 14:30~17:30 (受付開始: 開始時間 30 分前~)

船井総研グループ 東京本社 サステナブルスクエア TOKYO(八重洲)
〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー 35 階
【JR「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)、東京メトロ丸の内線「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)】

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場はマイページにてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

【年末年始休業のお知らせ】2024 年 12 月 26 日正午~2025 年 1 月 7 日まで ※休業期間中は電話が繋がらなくなっております。※Web からのお問い合わせには 1 月 8 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。

お申込期限 銀行振込み 開催日6日前まで クレジットカード 開催日4日前まで ※祝日や連休により変動する場合もございます
受講料 一般価格 税抜 10,000 円 (税込 11,000 円) / 一名様 会員価格 税抜 8,000 円 (税込 8,800 円) / 一名様
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みに適用となります。

お申込み方法

QRコードからのお申込み 右記 QR コードからお申込みください。
PCからのお申込み <https://www.funaisoken.co.jp/seminar/122769>
船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) に
右上検索窓に「122769」をご入力し検索ください。
E-mail seminar271@funaisoken.co.jp
TEL 0120-964-000 (平日 9:30 ~ 17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。 ※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

営業マンを活かす!

BtoB EC 成功事例レポート

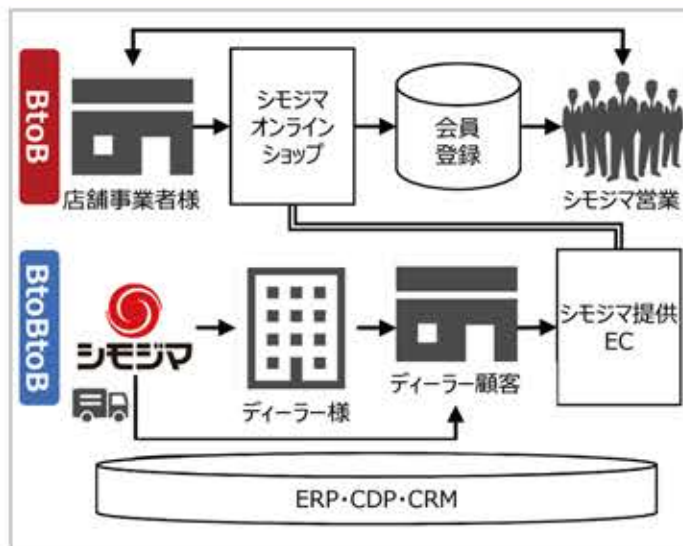
本セミナーは株式会社船井総合研究所のコンサルタントがこれまでさまざまな会社の BtoB EC 戦略をサポートしてきた中での実際の成功事例を紹介します。これらの成功事例として紹介する手法は、驚くほど体系化されており、再現性の高いものとなっております。そうした情報を我々は“成功のコツ”と呼んでおります。

01

“新規顧客の獲得”と“クロスセルによる LTV 向上”という
すべての企業が目指すべき営業 DX 戦略を実現させる!!

成功事例①: 株式会社シモジマ

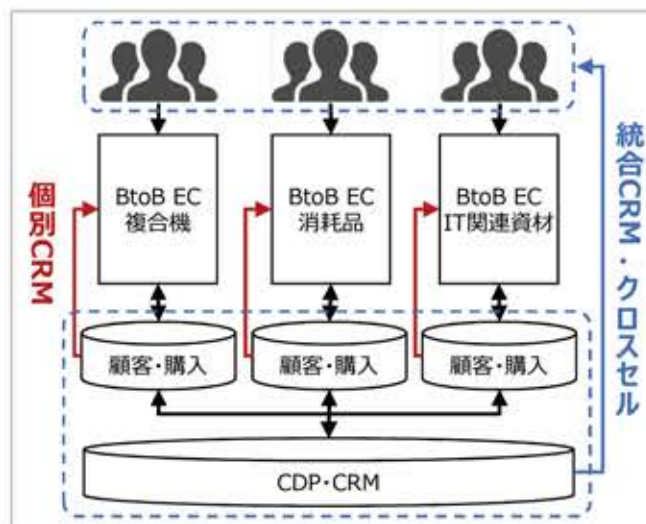
BtoB EC 強化開始 7 年で 100 万会員を達成へ!
そして、BtoBtoB 型 EC サイトで重要得意先の囲い込みを実現!!



株式会社シモジマでは、BtoB EC を強化してから 7 年で会員数を 100 万人にすることができた見込みです。そして、それらの会員の中から取引金額が高まる可能性の高い会員を抽出し、法人営業部門と連携しながら顧客対応にあたることで、LTV(年間)を大きく伸ばすことができています。また、シモジマのお取引先様の中には、ディーラーと呼ばれる独自の顧客リストを保有している企業があり、そうした企業向けに BtoBtoB 型の EC サイトを提供することで、シモジマとディーラーの双方の重要得意先様を囲い込むことにも成功されています。

成功事例②: コニカミノルタジャパン株式会社

EC 化率 55%以上を達成!
そして、3つの EC サイトのクロスセルを促すことで LTV 向上へ!!



コニカミノルタジャパン株式会社では、BtoB EC サイトを構築することで営業部門の生産性を高めることに成功しました。EC 経由の受注比率が 55%※を超えたことで、営業事務にかかる時間が大幅に削減されました。同社では、異なる商品属性ごとに 3 つの BtoB EC サイトを構築されています。各 EC サイトが抱える顧客情報を CDP で名寄せし、CRM を活用した部門跨ぎのクロスセルによる LTV(年間)向上策の成功シナリオが見えてきました。営業マンと BtoB EC による対面と非対面の強みを活かした取り組みは、強力な成長エンジンとなっています。※リース契約は除く

日本 TOP クラスの BtoBEC 成功者 & 伴走者から学ぶ

BtoB EC に限らず、事業を成功させるためには成功事例を学ぶことが大切です。本セミナーでは、BtoB EC 事業を成功に導いた実務者や伴走者による講演とパネルディスカッションを行います。ご参加者の方々ににとって良いご縁となるように名刺交換や質疑応答の時間も設けております。



株式会社シモジマ
部長 小嶋 一弘氏



主な実績

- ・ BtoBtoBEC 導入
- ・ 100 万会員獲得など

EC と実店舗と外商営業を連携させた『シモジマ型オムニチャネル』による全社 DX 推進メンバー。2018 年に BtoB EC サイトのリニューアル、CRM、MA、アプリの導入などを通じて、EC 売上は 6 倍超に増加。アクティブ顧客数と取り扱い商品数が大きく増加したことにより構造が大きく変化し、社内連携を取りながら全社 DX 戦略を推進中。



株式会社船井総合研究所
ディレクター
大山 広倫

あらゆる業務がデジタルで完結する EC の特性を活かし、EC と社内外のあらゆる部門を連携させることで、企業の稼ぐ力を高めるコンサルティングを推進している。最近では、BtoB EC を多言語対応させることで、海外からの案件獲得と販路拡大の提案を行っている。

【My Purpose】時間と場所と言語の壁をなくす!! ~いつでも、どこでも、誰とでも~



コニカミノルタジャパン株式会社
部長 中村 睦朗氏



主な実績

- ・ BtoBEC 導入
- ・ EC 化率・LTV 向上など

コニカミノルタジャパン株式会社に入社後、営業マンとして 18 年、販売推進スタッフとして 7 年従事した後、2013 年に EC サイト構築プロジェクトにプロジェクトリーダーとして参画。BtoB EC による営業部門の生産性向上を目指した EC サイトの企画・運用部門の立ち上げと組織マネジメントを担い現在に至る。



株式会社 ecbeing
上席執行役員
齊藤 淳氏

2000 年より EC サイト構築プラットフォーム ecbeing の製品開発、並びに EC 事業者への導入・カスタマイズ開発に従事。プログラマー、SE を経てプロジェクトリーダーとして 100 社以上の EC サイトの構築を実施。その後、開発部長に就任。現在、上席執行役員マーケティング営業本部副本部長としてマーケティング責任者を務めながら、AI の実装などを推進している。

株式会社船井総合研究所の役員と株式会社 ecbeing の代表者も登壇！



株式会社 ecbeing
代表取締役社長
林 雅也氏

EC 構築パッケージメーカーとして、2005 年大証へラクロス上場、2011 年東証一部上場へ寄与。2012 年、ホールディングス体制移行にともない新たに設立した ecbeing の代表取締役社長に就任。EC サイト構築パッケージ ecbeing の導入サイトは 1300 サイトを越え、EC サイト構築から運用までの EC トータルソリューションを実施。



株式会社船井総合研究所
取締役専務執行役員
出口 恭平

関西大学社会学部卒業後、大手コンサルティング会社を経て、2004 年株式会社船井総合研究所に入社。土業コンサルティング部門、医療・福祉・教育コンサルティング部門、中堅大手企業向けコンサルティング部門統括を歴任。2020 年 3 月、船井総合研究所取締役専務執行役員に就任。

法人営業部門の生産性を向上させて会社を強くする！ BtoB EC 構築によるペーパーレス化から始める成長戦略！！

法人営業部門の人材難は、企業の存続を大きく左右します。まずは「商品カタログのデジタル化」や「作業工数の削減」のために BtoB EC を構築しましょう。そうすることで、**今後注力すべき顧客への対応や全社で取り組むべきマーケティング活動**に人材と時間を充てることができるようになります。人件費高騰など社会情勢の変化に対応するために、営業部門の生産性向上は喫緊の課題です。まずは、BtoB EC を導入するだけでも**注文経路のペーパーレス化の実現**など、大きな導入メリットが期待できます。

BtoB EC 構築の初期メリット

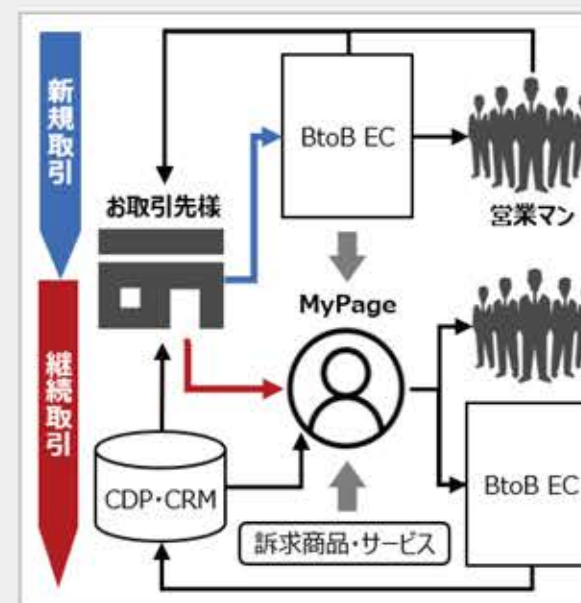
紙カタログのデジタル化

営業部門の非効率業務の削減

営業事務作業時間の削減

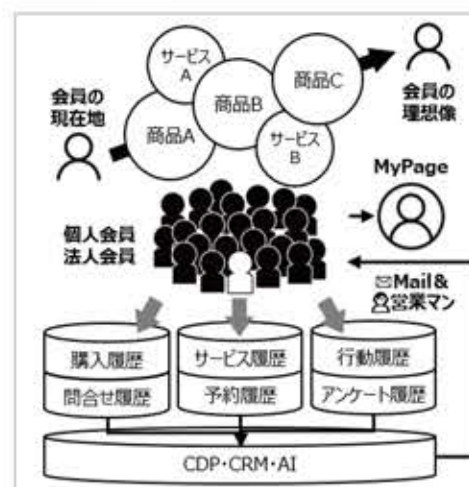
顧客対応と全社 CRM の強化！！

マイページ × 統合 CRM × 営業マンでお取引先様毎に 最適な商品・サービスと顧客接点を提示する！！



BtoB EC は、BtoC EC と比べて LTV が高いといった特徴があります。そのため、顧客情報を統合し、**ひとつの法人に対して最適な商品やサービスに関する情報を出し分ける**ことで、クロスセルの効果を高めることが期待できます。最近では、お取引様に提示すべき情報が多岐に渡るため、顧客接点が営業マンだけに限られてしまうと、むしろ必要な情報がお取引先様に届かないというリスクがあります。そこで、**統合 CRM とマイページを通じて会社として最適な情報をお取引先様にお届けする**必要性があるのです。とはいえ、BtoB EC と連携することで営業マンは強力な自社の強みになることは間違いありません。新規取引時など、**営業マンによる対面での信頼関係の構築は大変重要であり、そこに特化するための仕組みづくりが必要**なのです。

分散しているデジタル資産を CDP に統合し利活用する！ そして、AI 活用と越境 EC という“新たな扉”を開こう！！



BtoB EC に関連する業務の多くは、デジタルで完結します。そのため、**生成 AI の活用には最も注力しやすい分野の 1 つ**だと言えます。生成 AI の活用だけでなく、デジタル経営を成功させるためには、左図のように会員情報や購入履歴などのデジタル資産を CDP に統合することが大切です。そうすることで、**会員を現在地から理想像に誘導するための営業マンと BtoB EC を併用したコミュニケーション戦略を設計**することができます。デジタル技術は人を活かすためのものです。そして、デジタル技術は人を活かす領域を増やすためにも活用されるべきです。最近では、言語力に不安のある会社でも**翻訳技術と越境 BtoB EC を通じて海外企業との取引を増やしている事例も**増えています。