

# 人手不足の中でも省人化と業績アップを両立！ DX化による業績アップ事例大公開

## セミナー内容&スケジュール

**開催概要**

オンライン開催  
2026年 **3月25日** **26日** **30日** 月  
13:00 ~ 16:00 [ログイン開始: 開始時間 30分前~]

受講料 会員価格: 税抜 8,000 円 (税込 8,800 円) / 一名様 一般価格: 税抜 10,000 円 (税込 11,000 円) / 一名様

【ご注意事項】 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

講座	講座内容	
第一講座	<p><b>自動車販売・整備業界のデジタル化の現在地</b></p> <p>現在の自動車業界を取り巻く環境を整理し、なぜ今「DX」が経営の最優先事項なのかを解説します。単なるITツールの導入ではなく、顧客体験(CX)をどう変えるべきか、業界の最新トレンドと勝ちパターンのロードマップを提示します。</p>	 <small>株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 リーダー</small> <b>岡田 三菜美</b>
特別 ゲスト講座 第二講座	<p><b>整備事業 DX 事例</b></p> <p>【自動車整備事業向けのクラウド CRM システム「gNOTE」を提供する株式会社インターゾーンによる特別講演】整備事業における最大の課題である「車検・点検の予約獲得」と「フロント業務の効率化」のDX事例を解説いただきます。同社が提供するBPOサービスとデジタルツールの掛け合わせにより、電話対応の負担を軽減し、入庫率を向上させた事例を公開。現場が疲弊しない、持続可能な整備事業のあり方を具体的にお話しいただきます。</p>	 <small>株式会社インターゾーン 取締役 事業開発本部 本部長</small> <b>戸張 真哉 氏</b>
第三講座	<p><b>販売事業 DX 事例</b></p> <p>世界シェアトップクラスのCRMシステム「Zoho」を活用した営業DXの事例をお伝えします。問い合わせ管理～納車管理まで一貫して営業フローを管理し、自動化することによる業務効率化を図る「守りのDX」と、CRMでの顧客管理による販促効率・成約率の向上や自動追客(MA)といった業績アップを目指す「攻めのDX」の2つの観点から、販売事業におけるDX事例をお伝えします。</p>	 <small>株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 チーフコンサルタント</small> <b>真船 颯太</b>
第四講座	<p><b>まとめ講座</b></p> <p>業務フローが複雑でDX化が遅れている自動車販売・整備業界において、経営者に今決断していただきたいことをお伝えいたします。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・DXにより何を目標にすべきか</li> <li>・DX化の優先順位(やるべきDXとやらなくてよいDX)</li> <li>・デジタルツールへの投資判断軸</li> <li>・DX化を進めるための社内組織体制</li> </ul>	 <small>株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 マネージャー</small> <b>瀬尾 耕平</b>

## お申込みフォームはこちらから

右記のQRコードを読み取りいただきWebページのお申込みフォームよりお申込みくださいませ。  
当セミナー情報をWebページからもご覧いただけます！

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/139318>

※船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) に、右上検索マークから「139318」をご入力し検索ください。  
※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索してください。



自動車業界待望！ **販売データ** と **整備データ** が繋がる！

顧客データ活用で業績アップする手法が学べる

# CRM 経営 最新事例

販売 ⇄ 整備データをつなぎ顧客資産をフル活用

こんなお悩みありませんか？

- ✓ 人手不足: 整備が電話対応に追われ、本来の作業が止まっている
- ✓ 集客の悩み: チラシ・DMや電話の反応が落ち、車検や販売の予約が埋まらない
- ✓ 属人化: 「売れる営業マン」に頼り切りで、組織としてのノウハウがない
- ✓ データ死蔵: 顧客データはあるが、活用しきれずに「宝の持ち腐れ」になっている

~デジタルで実現する、属人性を排した「高収益・高効率」経営~

GrowthCloud 販売DX	
営業案件管理	デジタル納車管理
実績BI化	MA自動追客
広告費の効率化	LINE顧客接点

gnote 整備DX	
オンライン予約	SMS・LINE案内
車検枠管理	BPO
代替トスアップ	入庫案内自動化

## 【自動車業界向け】 販売⇄整備事業のDX化セミナー

オンライン開催  
2026年 **3月25日** **26日** **30日** 月  
13:00 ~ 16:00 [ログイン開始: 開始時間 30分前~]

**オンラインにて3日程開催!**

販売・整備ともにDX化で業績を伸ばしたい皆様必見! /

販売と整備、それぞれのDX事例をお伝えしながら、販売と整備の垣根を超えた顧客管理と、そのデータを活用した業績アップ手法についてお伝えいたします。



InterZone  
整備入庫管理に特化した顧客管理システム「gNOTE」の提供とコールセンター代行を提供する業界屈指のDXリーディングカンパニー

▼お申込みはこちらから▼



# 販売と整備の壁を壊せ！

データ連携 × 業務自動化で  
人手不足でも「業績最高益」を出す DX 戦略

## DX を難しく考え過ぎない！中小企業が意識するべき 3つのポイント

「DX」と聞くと、巨額の投資や大規模な自動化をイメージされますが、中小企業が行うべきDXは「身の丈にあった継続性のあるDX」で、目先の業績を上げることです。また、DX・デジタル化となると、業務効率化の面にスポットライトが当たりやすいですが、業務効率化だけでなく、しっかりと業績を上げることを目的としてDXに取り組んでいくことがもっとも重要なポイントとなります。業績アップを目指す中では、下記の3つのポイントを押さえ取り組んでいくことが、最もDX化が成功する近道になります。



### 蓄積と活用

データ蓄積のみではなく活用を！

よくDXという文脈では顧客管理やCRMという言葉が使われますが、顧客のデータを蓄積しても、そのデータを活用することが出来なければ、そのデータは意味を成さず、ただただアナログ管理をデジタル管理にしたに過ぎません。蓄積したデータを、業績アップに向けて活用することをゴールにDXを進めていくことが、DX化成功への近道です。なんのためにデータを活用していくのかの目的を最初に整理し、目的に即した部分からDX化に着手していくことが重要です。



### 継続的改良

最初はスモールスタートでOK！

DXシステムは、作ってもらって使うだけでは、業務効率化・自動化はできても業績アップに生かすことはできません。システムを使いこなした上で、自社の営業フロー・ノウハウに合わせて継続的に改良・改善をしていくことで、DXシステムの本当の価値を発揮することができます。スモールスタートで開始し、計画的にブラッシュアップしていきけるシステムを使うことで、DXの効果を最大化していくことが可能となります。



### 使いやすいUI

現場が使う前提のシンプル設計！

DXの失敗要因は、「現場が使いこなせない」がほとんどです。経営陣やデジタルスキルの高い人財の『理想形』を追い求め過ぎると、ついつい機能をてんこ盛りにしてしまい、現場の入力項目が増大になったり、システムのUIが複雑化したりし、現場スタッフが使いこなすことができず、DXプロジェクト自体が頓挫してしまうということがおきます。スタート段階では、いかに現場スタッフが使いやすいシステムにするかが重要です。

## 連携活用

### 自社の営業ノウハウとして落とし込む 販売⇔整備データ活用事例

販売 (Zoho) × 整備 (gNOTE) のデータ連携で実現する  
「待ち」を「攻め」に変える《自動追客サイクル》



#### STEP 1：整備入庫案内 (情報の入口)

コールセンターからの架電：「車検の案内です。お車の調子はいかがですか？」  
gNOTEで顧客の『代替えニーズ』をキャッチし、営業へトスアップ



データ自動連携



#### STEP 2：営業通知 (チャンスの検知)

営業への通知：『〇〇様、代替え見込みあり (車検満了日●月○日)』  
Zohoが営業マンに「今、連絡すべき客」を自動で伝える



アプローチ



#### STEP 3：成約・定着 (収益化)

アクション：タイミングの良い提案で、代替や車検予約をスムーズに展開  
「担当不在」や「電話のすれ違い」による機会損失を0ゼロに！

整備データは「宝の山」。現場の負担を増やさず、  
データが勝手に営業してくれる仕組みで業績アップ！

## 整備 DX 事例の一部をご紹介します！

- 売上増** つながらない電話を「SMS・LINE自動配信」に切り替え、車検入庫率アップ
- 売上増** 他社購入客の車検データも漏らさず管理し、次回代替えの「見込み客」として資産化
- 効率化** 各種作業の入庫受付をWeb予約化し、事務スタッフの残業時間を削減
- 効率化** 電話対応をコールセンター (BPO) へ外注し、整備士が作業に集中できる環境を実現
- 顧客管理** 正確なデータクレンジングで「DMの宛先不明」を撲滅。無駄な販促コストをカット

## 販売 DX 事例の一部をご紹介します！

- 売上増** 眠っている顧客リストを売上に変える自動化マーケティングで販売台数アップ
- 売上増** 営業マンの活動履歴、提案履歴の見える化で成約率アップ
- 売上増** 問合せ後、来店後の自動追客で来店率アップ
- 売上増** BIによる自社実績の詳細把握で、マーケティング精度が向上
- 効率化** 問合せ自動取込・納車タスク管理で、入力ミスと手間を完全排除
- 効率化** LINEコミュニケーションによる、顧客体験の向上
- 顧客管理** 過去の顧客との接点・コミュニケーション履歴の蓄積で、顧客管理の質向上

