

第5回ものづくりDX推進セミナー

DX・ビジネス変革への道筋を学ぶ

日時

令和5年 1月27日 (金)

方式

オンライン (ライブ配信 / Zoomウェビナー使用)

対象

埼玉県内中小企業経営者、実務者等

定員

90名 (先着順) ※セミナー視聴のURLは開催日前日までにご案内します。

申込

https://www.saitama-j.or.jp/seminar/iot_20230127/



第1部 基調講演

13:30~14:40

ヤマハ発動機株式会社 IT本部デジタル戦略部 部長 新庄正己 氏

現場の汗をデジタルで強化するヤマハ発動機のDX

DXは経営層や一部の部門だけで推進してもうまくいきません。現場を巻き込み、現場の知恵をデジタルで強みに変える。その強みを活かして、より強固なカスタマーとの信頼関係の構築を目指します。本セミナーでは、そんなヤマハの考えるDXを詳しくお伝えします。

第2部 DX関連情報のご紹介

14:50~16:00

<https://www.exa-corp.co.jp/company/office.html>

1) 株式会社エクサ 担当次長 コンサルティングスペシャリスト 秋田光穂 氏

製造業DXジャーニー / ビジネス変革への旅程

国内製造業は、企業を持続的に発展・成長させていくための「DXの取組み」が他業種と比べて対応が遅れていると言われていました。また、継続的なDX推進には、ロードマップ策定と変革に取り組む社員への浸透がとても重要です。

本セミナーでは、ロードマップ策定の参考となる、私たちが考える「製造業DXジャーニーマップ」をご紹介します、その第一歩となる「現場デジタル化」を中心とした事例をご紹介します。

2) 株式会社ベルニクス 情報技術課 班長 久道涼 氏

見込み客の情報管理とPardotの搭載AIによるマーケティングプロセスの自動化

近年コロナ禍で訪問営業が減少し、顧客ニーズの変化も捉えにくく案件獲得が困難でした。これに反して、HPの訪問数は増えていたため、そのデータの自動収集と分析により確度の高い見込み客を選別し、案件に結びつけたいと考えました。

本セミナーでは、弊社の営業支援ツール(SFA)導入の実践事例についてご紹介します。

◆ 「現場の汗をデジタルで強化するヤマハ発動機のDX」

ヤマハ発動機株式会社
IT本部デジタル戦略部 部長 新庄正己 氏

・ 公社コーディネータのコメント

『大企業の話聞いてもなあ?』そんな疑問の声をたまに聴きます。
『大量の資金を投じ、多くの要員を投入した大企業の施策は中小企業には真似できない。』その通りです。

しかし、“考え方、進め方、従業員への働き掛け”そこは大いに学ぶところがあります。

大局を見据え取り組んでいるヤマハ発動機の施策、生き残りをかけ、かつ、全社挙げて真剣に推進している施策の中にヒント満載。

デジタル技術は企業規模の垣根を超える魔法のツールです。

『先進企業に学ぶ!』このチャンスを生かしていただければ・・・

■第2部 DX関連情報のご紹介

DXの進め方 (14:40-15:30)

1 ◆ 「製造業DXジャーニー／ビジネス変革への旅程」

株式会社エクス
担当次長 コンサルティングスペシャリスト 秋田光穂 氏



・ 公社コーディネータのコメント

DXとは何? DXはどのように進めればいいのか?といった声は、電話相談やアンケートで伺うことがあります。DXに取り組む際には、将来の自社の行く末を見据えた道筋(方向性)を定めることが重要です。

製造業DXジャーニーは、その道筋を定める際に大変参考になる考えです。ぜひ今回のご講演をDXの取組みの参考にさせていただきたいと思います。

補助金事業成果報告 (15:30-15:55)

2 ◆ 「見込み客の情報管理と
Pardotの搭載AIによるマーケティングプロセスの自動化」

株式会社バルニクス
情報技術課 班長 久道涼 氏

・ 公社コーディネータのコメント

製造業であっても間接部門の業務改革は避けて通れません。導入した営業支援ツール(SFA)を有効に使いこなすため、営業部門と一体となった実践的な取組みを分かりやすくお話しいただきます。ぜひご参考ください。

3 ◆ クロージング (15:55-16:00)

会社からのお知らせ、アンケートのお願い など