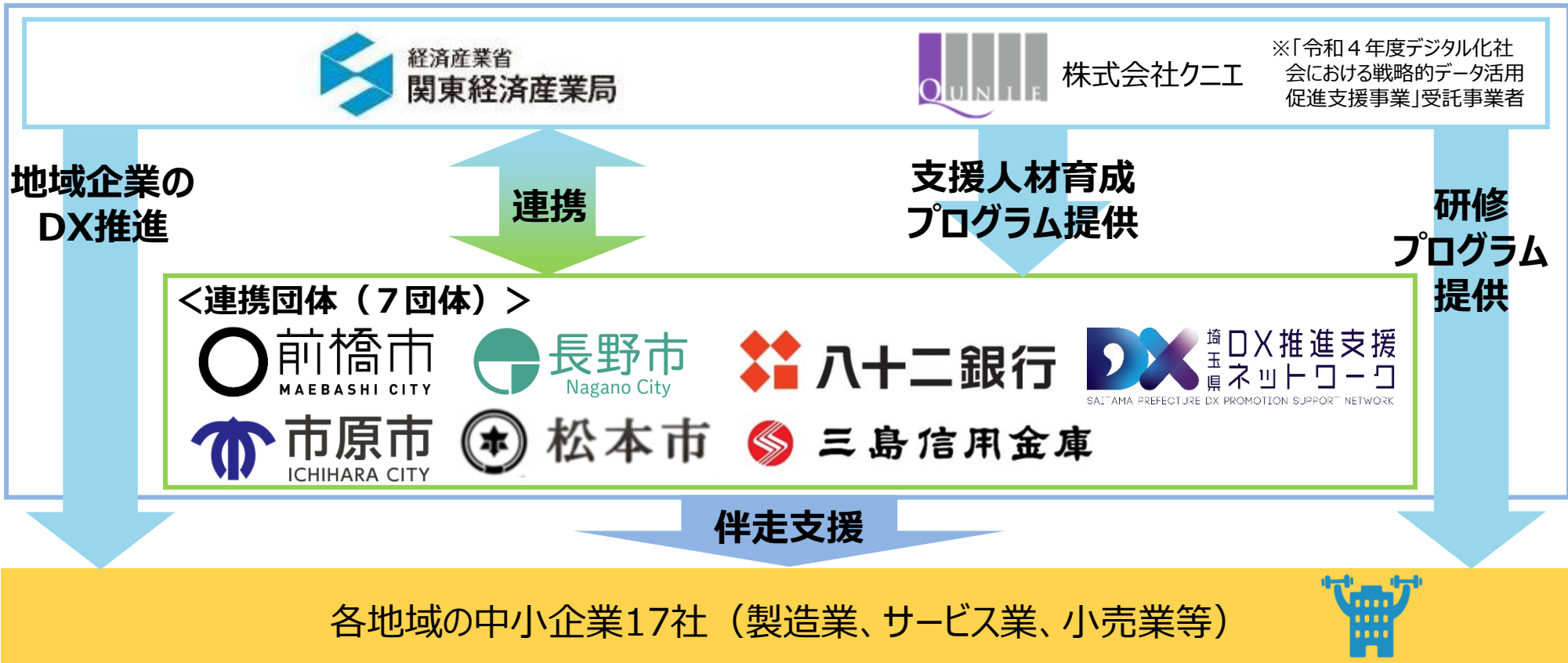


令和4年度地域中小企業データ活用ブートキャンプ事業の概要

- 関東経済産業局管内の自治体及び金融機関等（以下、連携団体）と連携し、**各地域の中小企業を対象に「データ活用人材」の育成支援**を行い、地域企業のDXを推進。
- 連携団体向けに、データ活用人材の育成支援ノウハウを習得できる研修プログラムを提供することにより、**地域の支援人材も育成**し、各地域において、**自立的にデータ活用人材の育成支援が展開されていくことを目指す**。



【参考】データ活用事例①：出荷データ分析による出荷ピークの解消

企業名：株式会社サカタ製作所（新潟県長岡市）

業種・規模：製造業・181名

データ活用対象業務/領域：受注・出荷指示、出荷作業

<課題>

- 競合他社と同様に注文額3万円以上は送料無料のサービスを提供することで、
 - 営業の追加注文提案により、出荷許可は出荷当日の午後がピーク
 - ピークタイムに備えた人員の確保が必要

<実証内容>

- 一部の拠点にて、注文額に関係なく、送料無料とし、営業の追加注文提案サービスを廃止
- 実証前後で、
 - 受注・出荷プロセスの処理時刻データをもとに、リードタイム・ピークタイムの変化を分析
 - 運賃収入データをもとに変化を分析



受注・出荷
リードタイム



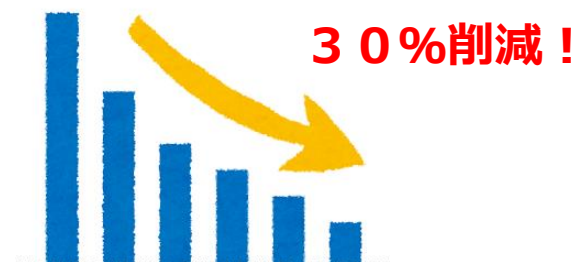
出荷許可
ピークタイム



運賃収入

<実証結果>

- リードタイムを削減



- 夕方のピークタイム緩和



【参考】データ活用事例②：名刺データを活用し、製品知名度UP！

企業名：株式会社朝日ラバー（埼玉県さいたま市）

業種・規模：製造業・313名

データ活用対象業務/領域：マーケティング・PR業務

＜課題＞

- 名刺管理ソフトを使用しているが、ダイレクトメール（DM）送付用名簿としてしか活用されておらず、定期的な顧客へのアプローチに活用できていない
- 顧客属性に応じた営業等、顧客情報の有効活用につなげたい

＜実証内容＞

- 名刺管理ソフトの名刺データにてDMを送信し、クリック率を分析し、DMの内容をブラッシュアップ

名刺
データ



DMのURL
クリック率

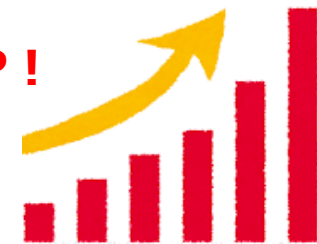


- 同じ製品群に複数回クリックを行った顧客に対して、顧客の関心にあった展示会・新商品の案内等の情報発信や個別アプローチを実施

＜実証結果＞

- ホームページの閲覧回数

30%UP!



- YouTubeの閲覧回数

2.5倍に!

