

2022年7月4日

「地域中小企業データ活用ブートキャンプ事業」を実施します！

自治体及び金融機関等と連携し、データ活用人材を育成します

関東経済産業局は、地域企業のDX（デジタル・トランスフォーメーション）を推進するため、自治体及び金融機関等と連携し、各地域の中小企業のデータ活用人材を育成する「地域中小企業データ活用ブートキャンプ事業」を令和4年7月から8か月間実施します。

また、中小企業のDX支援を行う自治体及び金融機関等向けに、支援ノウハウを習得できる研修プログラムを提供し、地域の支援人材も育成します。

1. 背景・目的

近年、新型コロナウイルス感染症拡大等により、企業の事業環境が劇的に変化してきており、データ活用によるDXに向けた取組が求められています。

しかし、地域の中小企業では、データを活用したサービス開発やビジネスモデルの変革まで取り組んでいる企業は少ないのが現状です。

この背景としては、中小企業において、「データ活用の必要性」を認識した上で、自社の保有データ等を有効に活用できる人材が不足していることに加え、企業の支援を行う側でも、支援ノウハウを持つ人材が不足していることがあると考えられます。

本事業では、中小企業の「データ活用人材」を育成し、地域企業のDXを推進します。併せて、地域の支援人材も育成することにより、各地域において自立的に、データ活用人材の育成が展開されていくことを目指します。

2. 事業内容

関東経済産業局管内の自治体及び金融機関等7団体（以下、「連携団体」という。）と連携し、各地域の中小企業を対象とした研修プログラムを提供、データ活用人材を育成します。連携団体は、研修参加の中小企業が、実際に自社のデータを活用した取組を行う際に伴走支援を一緒に行います。

また、連携団体を対象に、データ活用人材の育成ノウハウを習得できる支援人材育成プログラムも提供し、地域の支援人材も育成します。（詳細は別添資料を参照ください。）

(1)実施期間：令和4年7月6日（水曜日）から令和5年2月15日（水曜日）

(2)形式・回数：オンライン又はハイブリッド（全9回）

- (3) 主催：関東経済産業局
- (4) 運営：株式会社クニエ
- (5) 連携団体：群馬県前橋市、千葉県市原市、長野県長野市、長野県松本市、株式会社八十二銀行、三島信用金庫、埼玉県 DX 推進支援ネットワーク
- (6) 参加企業：各地域の中小企業 17 社（製造業、サービス業、小売業等）

■株式会社クニエとは

NTT データグループのビジネスコンサルティング会社です。さまざまな変革に挑戦する企業・団体の変革のパートナーとして、高度な専門性と経験を有するプロフェッショナルが幅広いソリューションを提供し、変革の実現をグローバルベースで推進しています。

DX 推進を担う CDO (Chief Digital Officer) をデジタルマネジメント機能のあらゆる方面からサポートし、CDO が担うべき役割を補完すべくコンサルティングサービスを提供しています。

<https://www.qunie.com>



■埼玉県 DX 推進支援ネットワークとは

埼玉県が、県内企業の DX を推進するため、国や市等の行政機関、経済団体、地域金融機関、支援機関が連携し、設立したネットワークです。ネットワークでは、各構成機関の支援策をワンストップで情報提供するとともに、各機関が情報を共有することで、企業のデジタル化フェーズに応じた最適な支援を提供します。

<https://www.saitamadx.com/>



(本発表資料のお問合せ先)

関東経済産業局地域経済部デジタル経済課長 室住 敬寛

担当者：河野、藤田、田中

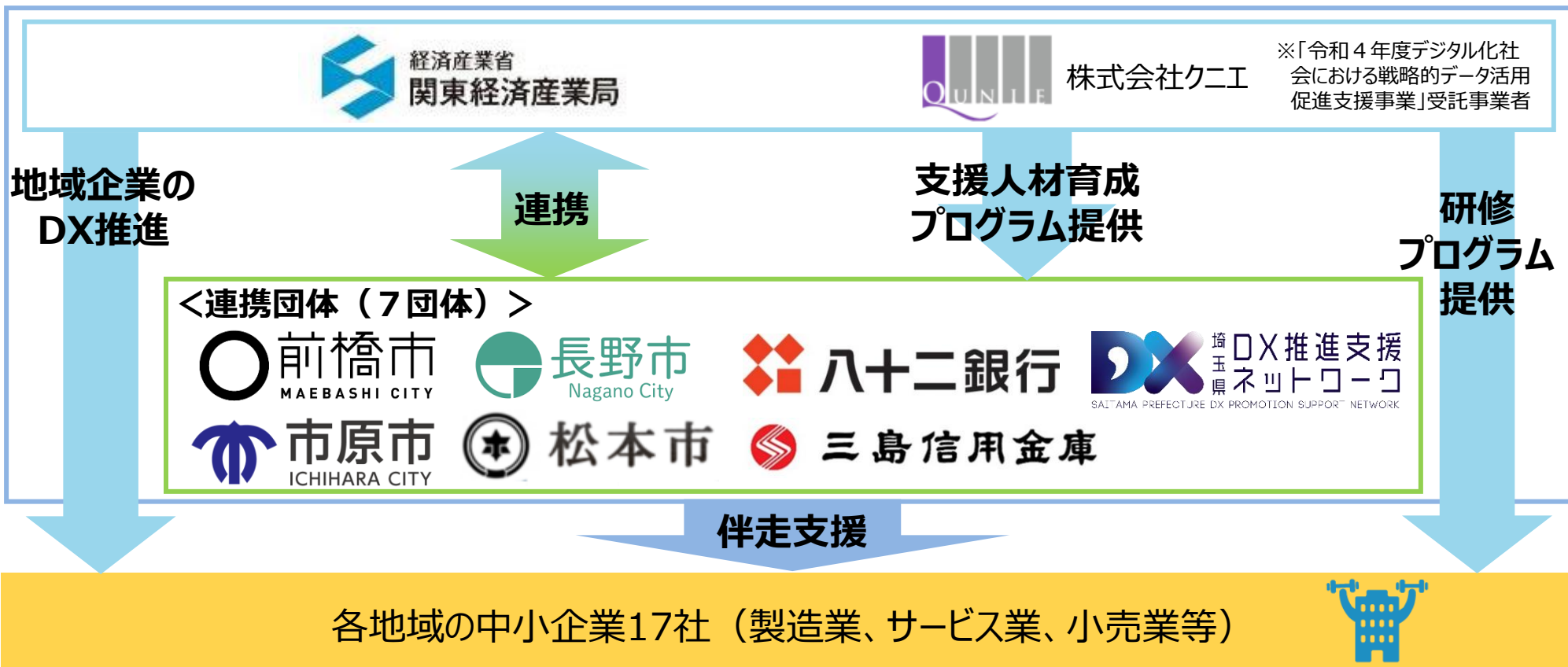
電話：048-600-0284 (直通)

E-MAIL：kanto-digital@meti.go.jp

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

【別添】

- 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



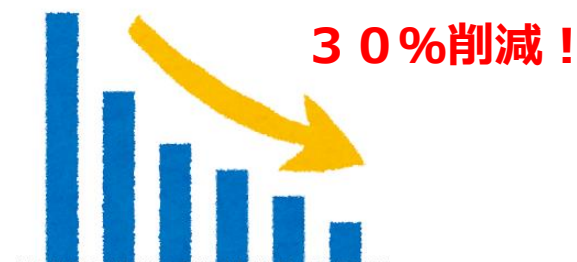
出荷許可
ピークタイム



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

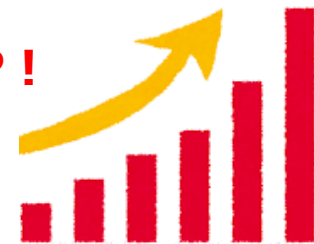


- 同じ製品群に複数回クリックを行った顧客に対して、顧客の関心にあった展示会・新商品の案内等の情報発信や個別アプローチを実施

＜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!

