

DXへの取り組み

静銀経営コンサルティング

1.はじめに

経済のグローバル化やデジタル化は急速に進み、また地球規模での気候変動に伴う環境意識の高まり等を背景に、お客様の事業経営を取り巻く環境変化は激しさと不確実性を増し、その経営課題はますます多様化、複雑化しています。

当社は、お客様が抱える様々な経営課題の解決と、事業領域における社会的な課題の解決に積極的に取り組むことで、強靱で持続可能な地域社会づくりに貢献します。

この実現のためには、従来のビジネスの進め方やお客様とのコミュニケーションの取り方など、当社のビジネスモデルやビジネスプロセスを、社会に合わせて大きく且つ柔軟に変革し続けることが必要であり、そのために不可欠なツールがデジタル技術です。

当社は将来のあるべき姿の実現に向け、まず社内のDX化を最大かつ喫緊の経営課題として役員を先頭に全社員で取り組み、デジタル技術を駆使して、ビジネスモデルをはじめ企業文化や社内意識を常に変革し続ける企業を追求します。

併せて、社内DX化の取り組みによる知識やスキルを、クライアント企業に対するDXコンサルティング業務へと展開し、地域全体のDX化、ビジネスモデルの進化に繋げることで、地域社会の持続的な成功に貢献します。

代表取締役社長 鈴木 淳史

2.DX戦略の全体像

現状分析

顧客

- ・サービス幅の多種、多様化
- ・顧客チャネルの増加

競合

- ・DXに対する業務拡大
- ・営業エリアの広域化

当社

- ・従来の業務プロセスの継続
- ・デジタル人材不足

ビジョン

デジタル技術を活用し、最適・最速・最新なコンサルティングを提供することで、お客さまの企業価値向上を実現する

方向性

デジタル技術を活用し、以下を実現する

- ・営業活動を高度化することで、お客さま満足度を高める
- ・業務を効率化することで、生産性を向上する
- ・多様な働き方を提供し、社員の能力を最大限発揮できる環境を構築する

3. デジタル技術を活用する戦略

戦略1 【最適】

- ✓ 顧客ニーズ対応型コンサルティング機能の提供
 - 企業ライフステージ毎に発生するコンサルティングニーズへの対応
 - データを活用し顧客ニーズのタイミングをとらえたコミュニケーション

戦略2 【最速】

- ✓ 業務プロセス改革によるサービス提供のスピード化
 - 無駄の削減、知の共有による行動の迅速化
 - デジタルを活用した働き方改革の実施

戦略3 【最新】

- ✓ 時代に対応したコンサルティングメニューの導入
 - DXに関する総合的コンサルティングの提供
 - DXを推進する組織体制の強化

4.戦略を推進する具体的な方策

戦略	内容	具体的方策
顧客ニーズ対応型コンサルティング機能の提供	企業ライフステージ毎に発生するコンサルティングニーズへの対応	CRM、SFAの活用により担当者間の情報を共有し、担当業務を超えたコンサルティング業務を実施
	データ活用による顧客ニーズのタイミングを捉えたコミュニケーションを実施	マーケティングオートメーションによる顧客ニーズ発生タイミングの発掘
業務プロセス改革によるサービス提供のスピード化	無駄の削減、知の共有による行動の迅速化	グループウェアを最大限に活用し情報共有と業務効率化を実現
	デジタルを活用した働き方改革の実施	Webミーティングを活用した時間の有効活用、作業時間の短縮
時代に対応したコンサルティングメニューの導入	DXに関する総合的コンサルティングの提供	社内会議における、DXの進捗状況、課題の共有
	DXを推進する組織体制の強化	DX戦略の立案、実行管理を行う担当の配置

5.DX推進体制・人材の育成

✓ DX推進体制・組織

代表取締役社長指示の下、DX担当責任者を任命しております。

DX担当責任者が中心となり、社内定例会議においてDXに関する戦略実行の進捗状況、課題の抽出や解決策の策定などについて議論を実施しております。

また、お客さまへのDXに関するコンサルティングに関しても、更なる提供価値向上に向け、組織として何をすべきか継続して検討しております。

今後、しずおかフィナンシャルグループの一員として、グループ全体でDXを推進するという観点においても体制を整備、構築していきます。

✓ 人材の育成・確保

DX戦略で取り組む重点分野の1つとして「デジタル人材の育成」を掲げ、ITリテラシー向上としてITパスポート等の推奨資格を全員取得することを目指します。

6.重要な成果指標

1.CRMへの訪問日誌登録数

- 業務を効率化した結果、増加したお客さまとの面談数を測る指標
- 登録した面談結果を社員間で情報共有する目的もある

2.メール送付から営業社員へのトスアップ数

- マーケティングオートメーションを使用し、お客さまのニーズ発生を把握した件数を測る指標
- デジタルを活用したお客さまとの長期的リレーションシップを実施する目的もある

3.DX関連プロジェクト数

- 社内DXの推進状況を測る指標
- DX推進を全社的取組とする目的もある