

AI・IoT時代の製造業の成長戦略

“儲かる”保守サービス事業の 作り方と業績の伸ばし方

日時 2019年 **12月5日(木)** 10:00~17:00
(9:30 受付開始、休憩 12:30~13:30)

主催  日刊工業新聞社 **協力** (株)事業参謀

会場 日刊工業新聞社 東京本社 セミナールーム
東京都中央区日本橋小網町14-1 (住生日本橋小網町ビル)

受講料 33,000円 (資料含む、消費税込)



日刊工業新聞社 東京本社 セミナールーム

東京都中央区日本橋小網町14-1 (住生日本橋小網町ビル)

【アクセス】

東京メトロ日比谷線『人形町駅』A2出口 徒歩3分、都営浅草線『人形町駅』A6出口 徒歩3分
東京メトロ半蔵門線『水天宮前駅』8番出口 徒歩4分
※会場には受講者用の駐車場がありません。必ず最寄りの公共交通機関でご来場ください。
※講義の録音・録画は固くお断りいたします。

●申込方法

申込書を郵送又はFAXにて下記にお申し込みください。ホームページからもお申し込みできます。(http://corp.nikkan.co.jp/seminars/) 受講料は銀行振込で受講票及び請求書が到着次第、開催日1週間前までにお支払いください。

なお、キャンセルにつきましては開催日1週間前までの受付とさせていただきます。1週間前までにご連絡がない場合はご欠席の方もキャンセル料として受講料全額を頂きます。振込手数料は貴社でご負担願います。

口座名義	りそな銀行	東京営業部	当座	656007
(株)日刊工業新聞社	三井住友銀行	神田支店	当座	1023771
	みずほ銀行	九段支店	当座	21049
	三菱UFJ銀行	神保町支店	当座	9000445

●申込先 日刊工業新聞社 総合事務局 教育事業部 技術セミナー係

〒103-8548 東京都中央区日本橋小網町14-1 (住生日本橋小網町ビル)
TEL 03 (5644) 7222 FAX 03 (5644) 7215
e-mail : j-seminar@media.nikkan.co.jp

**受講
申込書**

12/5 保守サービス

お申し込みは **FAX 03-5644-7215**

■受講料：33,000円 (資料含む、消費税込)

※振込手数料は貴社にてご負担ください。

会社名	フリガナ		業種	
氏名	フリガナ	部署・役職	TEL	
			FAX	
所在地	〒		E-mail	※今後、E-mailによるご案内を希望しない方は <input type="checkbox"/> チェックをしてください。
備考				

※お申込み受付後、受講票ならびに請求書をお送りいたします。

No.190302

個人情報の取り扱いについて

ご登録いただいた情報は日刊工業新聞社が細心の注意を払い、展示会・セミナー・サービス等、各種ご案内を送らせていただくことを目的に利用させていただきます。なお、宛先変更・配信停止をご希望の際は右記までご連絡ください。【ご連絡先】日刊工業サービスセンター 情報事業部 nkmail01@nikkansc.co.jp

開催趣旨

モノづくりからコトづくりへ——。2010年代以降、モノづくりのコモディティ化が進展する中、製造業の中長期的な競争力の確保に向け、この言葉に象徴される「製造業のサービス化」が注目されています。また、昨今のIoT (Internet of Things) およびAI技術の普及が、こうした動向を加速しています。

製造とサービスを比較した場合、サービスの方が製造よりも利益率が数倍も高いというデータが示されています。例えば、コピー機などは製品販売時の利益率は1~3%にすぎませんが、サービスでは10~15%と約5倍の利益率となります。車両や発電機などでも、同様に約4倍の利益率になるといわれています。

また、ある大手制御機器メーカーの保守現場では「魅せる保守!」を通じて、顧客との接点が多い保守サービスで多くの受注を獲得したり、ビッグデータ解析にもとづくタイムリーな保守サービスでメンテナンス商品の販売拡大につなげたりしている例もあります。保守サービスにこそ、これからの製造業が成長していくための「活路」といえるでしょう。

本講座は、製造企業における保守サービス事業の収益増加、新規立ち上げ、新製品開発、組織編成で実績を持つ(株)事業参謀の専門家が、保守サービス事業の増収増益(特に大幅な増益)を実現した成功ノウハウを紹介します。具体的には、保守サービス業に適した事業体制の構築方法、収益の拡大に必須となる新規顧客の開拓や休眠顧客の呼び起こし方法、IoTを活用した新製品開発などを解説します。さらに、様々な企業規模や業種の事例研究を通じて、これらのノウハウの理解度が向上できます。

保守サービス事業の売上および利益を右肩上がりに増大したい、また、新規に保守事業やサービス事業を立ち上げたいというモノづくり企業ならびに事業推進者の方の参加をお奨めします。

講師

株式会社 事業参謀 代表取締役 **小林 弘茂 氏**

【略歴】 1969年生まれ。重工メーカーの技術研究員を経て、経営コンサルティング業界に転職。総合研究所やコンサルティングファームのマネージャー職などを経て、2009年に経営コンサルティング会社として株式会社事業参謀を設立する。設立当初より上場企業から中堅中小企業までの幅広い顧客企業を持ち、経営者視点のコンサルティングにより顧客企業の収益向上や中核人材の育成に寄与し続けている。「工場管理」誌(日刊工業新聞社)での連載など、技術および実務雑誌への寄稿も多数ある。

プログラム

1. 製造業の事業形態と成長戦略

- 1-1 不況時でも業績が好調な企業が行っている事業形態
- 1-2 2020年以降、製造業がとるべき成長戦略とは?

2. 保守サービス事業の魅力(一般論から具体論まで)

- 2-1 安定的な売上高と高い利益率
- 2-2 新商品開発ニーズの宝庫
- 2-3 雇用維持と技能伝承の場

3. 保守サービス事業の増収増益が実現できる7つの事業課題

- 3-1 メンテナンス情報管理とDB活用の仕組み構築
- 3-2 営業体制の再構築
- 3-3 既存サービス商品の付加価値化
- 3-4 売れる新規サービスの開発
- 3-5 外注協力企業の開拓と育成
- 3-6 保守サービス事業を成長させる企画管理組織
- 3-7 増収増益できる中期経営計画

4. 保守サービス事業の増収増益シナリオ

- 4-1 「顧客」軸
 - ・既存顧客の拡販
 - ・休眠顧客の呼び起こし
 - ・新規顧客の開拓

4-2 「保守サービス商品」軸

- ・付加価値型
- ・顕在ニーズ解決型
- ・潜在ニーズ実現型

5. 事例研究:こうやって保守サービス事業の増収増益を実現した!

- 5-1 中小企業__新規顧客の開拓(3年目に全社売上比21%に成長)
- 5-2 中堅企業__成長分野向けの潜在ニーズ実現型の新サービス開発(市場投入8年後に100億円強の売上に成長)
- 5-3 二部上場企業__営業体制強化&DB活用による拡販(前期比9%増収)
- 5-4 一部上場企業I__保守サービス事業の全体改善(3年目に売上高46%増加)
- 5-5 一部上場企業II__IoT型サービスの新規開発&事業組織の再編(2年目に売上高39%増加)

6. 演習

- 6-1 「短時間で増収増益できるシナリオ」の理解演習
- 6-2 「増収増益シナリオに沿った中期経営計画」の立案シミュレーション