

成長市場・新領域に挑戦

ダイワボウグループは、中期経営計画の基本方針の一つである「成長が見込める市場、地域での事業拡大」を目指し、さまざまな新領域や新規市場への挑戦を続けています。そこでITインフラ流通事業、繊維事業、産業機械事業それぞれで成長分野・新領域に挑戦しているチームの活躍を紹介します。

ダイワボウ情報システム 販売推進本部マーケティング部

ICTを通じて日本を豊かに
Web、モバイル・クラウドから文教分野まで



ダイワボウ情報システム (DIS) の販売推進本部マーケティング部は、販売促進企画の立案・実行に加えて、新領域に対するプロモーション活動を担っています。「DISはディストリビューターが原点ですが、これからは“ソリューション・アグリゲーター”を目指しています。さまざまなICTソリューションをユーザーに提供することで、日本を豊かにすることが目標」とマーケティング部の松原光一郎部長。新たな価値を発信するためのキーを握るのがWeb企画、モバイル・クラウド推進、文教の3グループです。

DISはこれまで商品の検索・見積・発注・納期確認から情報発信まで行う販売店向け支援サイト「iDATEN(韋駄天)」を運営し、販売店に向けたプロモーションを実施してきました。「最近ではエンドユーザーが自分で情報を探さようになってきました。そこで従来の販売店向けだけでなく、エンドユーザーも含めた市場全体へメーカーのソリューションを提案することを目指しています」と話すのはWeb企画グループの伊藤崇大マネージャー。こうして立ち上げたのがビジネスパーソン向けの情報サイト「スマートワーク総研」です。

“ITの活用で働き方が変わる!”をテーマに最新のニュース・事例・ソリューション情報など、働き方をスマートにするためのヒントとなる情報を発信しています。さまざまな分野を代表するキーパーソンへのインタビューやITを活用した働き方改革に取り組む先進的な企業を紹介するなど内容も尖らせたものに。「認知

度が徐々に高まり、ユーザー数も2016年10月が1万人、11月は2万6000人と順調に拡大しています」(伊藤マネージャー)。また、「iDATEN(韋駄天)」とも接続しているため市場開拓のための重要な役割も担います。

こうした分野も含めて、重要な役割を果たすのがモバイル端末とクラウドサービス。この提案を進めているのがモバイル・クラウド推進グループです。栗原誠課長代理は「モバイルとクラウドサービスを一つのものとして総合的にプロモーションすることが重要」と指摘します。モバイル端末とマイクロソフトのクラウドサービス「Office365」などの活用法を紹介する「ハンズオンセミナー」を開催し、販売店に実際のサービスを体験してもらう機会を提供しました。

日本マイクロソフトと共催で「DISクラウド戦略セミナー」も全国で実施しました。DISは現在、月額クラウドサービスのライセンス管理・購入サイト「iKAZUCHI(雷)」を展開していますが、セミナーでは「Office365」やクラウドプラットフォーム「Microsoft Azure」の活用法を紹介しながら、「iKAZUCHI(雷)」の契約促進に取り組んでいます。「月額クラウドサービスは、定着化が極めて重要。そのためには具体的な導入効果をユーザーに感じてもらう必要があります。端末を使った活用法を紹介することが欠かせません」(栗原課長代理)と強調します。

全国の教育現場にICTを届ける

マーケティング部が挑戦するのは、企業やビジネ

スパーソンの働き方改革だけではありません。子供たちの未来のためにICT教育の普及に取り組むのが文教グループです。現在、文部科学省は2020年までに教育現場で児童・生徒1人に1台のICT端末を普及させることを目標に掲げ、デジタル教科書などの使用も加速しています。こうした動きを支援するために文教グループで取り組んでいた実証研究が「DIS School Innovation Project」です。

「実際にICT端末が無ければ教育の情報化も実現できません。販売支援だけでなく、モバイルやクラウドサービスの導入も含めて教育現場に必要な新しいプロダクトやソリューションの開発をメーカー、教科書会社、教育現場と一緒に取り組んでいます」(岡本哲也マネージャー)。全国の学校や教育関係者を対象にICTを活用したワークショップや模擬授業などを実施してきました。「学校現場へのICT導入には、地方の販売店の協力も欠かせません」(岡本マネージャー)というように、DISの持ち味である“地域密着の営業体制”で、ICTの新たな市場創造に取り組んでいます。

Web、モバイル・クラウド、文教のいずれの分野も物理的距離のハンディを克服するソリューション。このため大都市圏だけでなく地方でこそ必要とされるサービスでもあります。松原部長は「情報をユーザーに伝えることもディストリビューターの役割。DISは創業以来、都市部だけでなく地方にも軸足を置いたビジネスを実践してきました。今後もICTを通じて地方の活性化にも貢献したい」と強調します。全国に価値あるものを供給するというDISの使命がここにもあるのです。



「スマートワーク総研」(https://swri.jp)

コーヒーブレイク



販売推進本部マーケティング部長

松原 光一郎

3人が取り組んでいる分野は今後、ますます大きなものになるでしょう。難しい仕事ですがやりがいを持って取り組んでくれていますから、その成果がDISの将来像につながって欲しい。それは当社単独ではできません。社内外と連携し、日々勉強して取り組むことを期待しています。



販売推進本部マーケティング部
文教グループマネージャー

岡本 哲也

教育分野は、常に地域ビジネスを考えなければならない領域です。そのためには営業現場から離れて頭でっかちになることも避けなければなりません。目先だけを考えていてもだめです。0.5歩、先を見据えた提案を行いたいと思います。



販売推進本部マーケティング部
Web企画グループマネージャー

伊藤 崇大

バイヤーや営業を担当していた頃とは見るべき時間軸が変わってきました。将来像を描く構想力と、現実を擦り合わせるころにこの仕事の難しさ面白さがあります。営業やバイヤー部門と協力し新しい価値の協創を目指します。



販売推進本部マーケティング部
モバイル・クラウド推進グループ課長代理

栗原 誠

“価値”はプロダクト一つで生まれるものではありません。どうやって組み合わせの中から“価値”を生み出し、それを伝えるのか。今、世の中では“所有価値”から“利用価値”への転換が起こっていますので、一段とエンドユーザーの立場に立った訴求が必要。そういうアプローチを目指しています。