

AOYUZU -Salon de Digital- 第2回 講演概要

2021年4月21日開催「AOYUZU -Salon de Digital-」
第2回の講演概要をご紹介します。



パイオニア株式会社
モビリティサービスカンパニー
Chief Digital Officer 石戸 亮氏

モデレーター：

出光興産株式会社 執行役員 CDO デジタル変革室長
三枝 幸夫氏

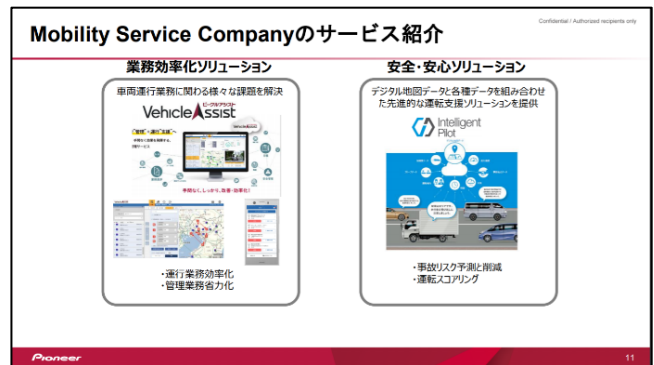
「事業会社の急成長に向けて、GAFa元社員はどのようにデジタルを活用し事業推進に貢献するのか」と題して、ハードウェア中心の事業からソフトウェア開発にシフトしていくパイオニアの取り組みについて紹介していただいた。

【概要】

パイオニアは、創業時はオーディオメーカー、直近30年ほどはナビ等のカービジネスが中心だった。現在のパイオニアの事業は、車載機器の開発や販売などを行うモビリティプロダクトカンパニーと、位置情報を用いた情報サービスの提供などを行うモビリティサービスカンパニーが中心である。これまで日本初や世界初となるさまざまな車載機器を開発してきたが、今後はハードウェアの売り切りビジネスだけでなく、サービスとしてどう顧客へ提供できるのか、「モノからコトへ」という点を考えている。

既存ビジネスはスマホの登場など外部環境の変化によって変わってきている。特に物流や車両を持つ会社など、まだIT化されていない部分に取り組んでおり、それがモビリティサービスカンパニーの主な領域になっている。

モビリティサービスにおける強みとして、通信型のカーナビやドライブレコーダーなどの車載機を通じて、走行履歴や走行画像といったモビリティデータを蓄積していることがあげられる。これらのデータは既に渋滞予測や運行管理、事故リスクを予測・警告するソリューションビジネスに活用されており、今後、新たなビジネスの可能性も期待できる。こうした強みを生かして、MaaS/SaaS、広告、データ提供へと転化していくのがミッション。



会社の課題として、顧客の声が鮮明に掴みきれていないことがあった。これについて、顧客の声を掴むこと、それに対してどういった課題解決ができるのか、われわれが持っているアセットは何か、という三角形で考える。

新しいものをつくる時、ハードウェアはウォーターフォール的に作るため開発に時間かかるが、ソフトウェアのビジネスは顧客の声を聞きながらアジャイルで作っていくため、プロセスが全く異なる。これを円滑に実行するため、外部から参加しているメンバーと現存メンバーが融合して動けるようにすることが一つのテーマである。

変革への課題としては、次のようなものがある。

- ・現存メンバーと外部からのメンバーとの融合
- ・ワークスタイルを変えていくこと
- ・カスタマーの視点を持つこと
- ・スキルビルディング
- ・組織をフラット化してスピーディーに動くこと
- ・外的思考
- ・カスタマーセントリシティ

今後のOpportunityとしては、安全の担保、自然災害のデータ取得、物流の支援等を念頭に置いて議論しつつ、2030年までに、Automotive SaaSの分野のリーディングカンパニーとなることを目指している。

本件に関するお問い合わせ先：

IIM ヒューマン・ソリューション株式会社
03-4333-1111 / web@iimhs.co.jp