

AOYUZU -Salon de Digital- 第8回 講演概要

2022年9月14日開催「AOYUZU -Salon de Digital」
第8回の講演概要をご紹介します。



ヤマト運輸株式会社
執行役員 デジタル戦略推進部長
田中 従雅氏

モデレーターとして、出光興産株式会社 執行役員CDO・CIO 情報システム管掌(兼)デジタル・DTK推進部長三枝 幸夫氏を迎え、セミナーを開催。「**ヤマト運輸のDX**」と題して、ヤマト運輸におけるDXの取り組みについてご紹介いただいた。

【概要】

ECの増加や生活様式の変化などにより、物流は転換期を迎えている。膨大に取引されているECから見たときに、従来の宅急便ネットワークのままで良いのか考える必要が出てきた。

そのために、ヤマト運輸はデータ・ドリブン経営に力を入れる。まず、データ分析とAIの活用で需要と業務量予測を精緻化し、意思決定を迅速化している。顧客データの統合やリアルタイムで物流を把握することによるサービスの向上、経営資源の最適配置を目指す。データ基盤「Yamato Digital Platform (YDP)」を構築し、基幹システムを刷新した。

このデータ・ドリブン経営を支えているのが、DX組織である。2017年に設立した「Yamato Digital Innovation Center」(YDIC) (補足：2019年にYamato Digital Transformation Project (YDX) に改称)は、「R&D+D」(Research and Development + Disruption)を目標とした。自動運転車による無人宅配の実験など、最先端テクノロジーの活用に向けた研究開発や、社外のベンチャー企業と協業するコーポレートベンチャリングの実践を行う。物流で得られるビッグデータ解析基盤の構築を軸として、社会やお客さまのニーズに応える新たなビジネス創出にも取り組んでいる。

DXを推進するにはデジタル人材を確保する必要がある。ヤマト運輸では経営と現場、ITの視点を持ち合わせた人材をDX実現に向けたあるべき姿とし

て設定している。2021年4月から開始したデジタル人材の早期育成を図るための教育プログラム「Yamato Digital Academy」で複数のコースを設け、デジタル人材の育成を強化している。

ヤマトグループは、2020年1月に経営構造改革プラン「YAMATO NEXT100」を策定した。その基本戦略のひとつである「データ・ドリブン経営」の推進組織として、YDXと情報システム部の再編成を行い、オープンイノベーション推進機能、デジタル戦略推進機能に分けた。

従来のDX領域に、デジタル化が進むビジネス環境への対応も加えた。スマートフォンの普及率が高まり、事業者システムがあることが当たり前になってきている中で、デジタルでお客さまと事業者のデータを繋げることに目を向ける必要がある。そこで、2020年6月からEC向け配送商品

「EAZY」を開始した。EAZYはデジタル技術を駆使して、お客さまとリアルタイムに相互コミュニケーションが可能になり、受け取る直前まで受け取り方法の変更ができる。

2021年にはDXを再定義し、イノベーションやアナリティクスの推進、ビジネス環境への対応を行った。イノベーションとアナリティクスを分離させ、アナリティクスをよりデジタルと結びつけるようにデジタル部門へ集約した。

【今後の展望】

DXは経営戦略推進の一つの手段である。経営戦略との整合性を保つために、ヤマト運輸ではデジタルガバナンス会議を月次で開催し、DXを推進している。

ひとことでDXと言っても多様性がある。DXの方向性は今後も変わっていくと思うが、中心にあるのは情報であり、その量と質が課題であるが、企業単位では限界がある。ビジネスパートナーや同業他社と情報を共有し、情報の活用を競争領域とすることで、サステナブルなモデル創生に繋がると考えている。

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

AOYUZU -Salon de Digital- 第8回 講演概要

2022年9月14日開催「AOYUZU-Salon de Digital-」
第8回の講演、第2部の概要をご紹介します。

【登壇者】

株式会社ENEOSサンエナジー

理事 管理本部 デジタル戦略部長 赤池 博氏
副部長兼デジタル推進グループマネージャー
金子 拓也氏

モデレーター：

出光興産株式会社 執行役員 CDO・CIO
情報システム管掌(兼)デジタル・DTK推進部長
三枝 幸夫氏

「MS365を活用した業務効率化・自動化—300人規模
の中堅企業におけるDX」と題し、株式会社ENEOSサ
ンエナジーの、Power Automate for Desktop を活用し
たRPA内製化の取り組みの事例を紹介いただいた。

【概要】

ENEOSサンエナジーは、DX推進を本格化するために
本年4月にデジタル戦略部を設置、6月にDX推進委員
会を発足させた。また、「新しい働き方：SPECを磨
く！」というスローガンを掲げて、現在全社的にDX
活動を展開し、経済産業省の「DX認定」取得を目指
している。

【講演内容】

● DX活動の目標

業務プロセスのデジタル化（守りのDX）により高品
質、高パフォーマンス、低コスト化を実現し、また顧
客価値の創造をデジタル化（攻めのDX）によって実
現する。結果として、来年度にはDX認定事業者にな
り、石油流通業界におけるデジタル最先端企業に飛躍
する。

● 具体策

SPEC（Scienceを使いこなす、Process を重視する、
Educationを文化にする、Communication を尊重す
る）をスローガンに掲げ、本年6月にDX推進委員会を
設置、業務プロセスのデジタル化（守りのDX）を担
う「業務分科会（25名）」と、顧客価値創造の実現
（攻めのDX）を担う「営業分科会（19名）」の2つの

分科会を組織した。委員は「DXアンバサダー」とし
て任命され、「守りのDX」は女性社員を中心に、
「攻めのDX」は男性社員を中心に構成されている。

● 導入済み、および検討中のDXツール

攻めのDX：SFA(Sales Force Assistant)、BA（KI）、
BI（検討中）

守りのDX：AI-OCR（DX-Suite）、電子請求書
（楽々明細）、電子署名（ドキュサイン）、データ整
備（既存システム改修）

攻めと守りのDX：RPA（Power Automate for Desкто
p）、コミュニケーション（検討中）、1on1（検討
中）。

● PAD内製化に向けてのスケジュール

中心となるRPAについては、IIMHSの支援を受け、業
務分科会25名を中心にPower Automate for Desktopの
研修を進めている。

- ① 評価実施フェーズ（3か月）：DXアンバサダー25
名が中心になり、9月までRPA化機能の研修を3回
実施。研修内容を録画し全社員で共有。
- ② 啓発フェーズ（約6か月）：10月から94名が24チ
ームに分かれ、実業務のRPA化を行う。

● 「SPEC評価基準」と「E-Time制度」

3年計画でRPAを使いこなせる人材を育成するため、
7月よりSPECに評価基準を結びつけ、RPAの作成を
業務評価点の対象とした。また、E-Time 制度（月15
時間の自己学習時間を就業時間扱い）を制定し、運用
している。RPAの作成に関しては、業務フローの作成
を前提にしている。

● 今後の展望

今後の課題として、ナレッジの共有、効果の検証、野
良ロボットの監視などがある。また、将来展望とし
て、顧客を含めたコミュニティを構築しナレッジを共
有する、RPA以外の他ツールへの展開を進める、顧客
へのサービス提供を行っていく、等を考えている。

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

本資料は弊社が登壇者に許可をいただき記載している内容となります。事前の許諾なく
無断で複製、複写、転載、転用、編集、改変等は固くお断りしております。