

HOW TO

360 度の視点を持ってイノベーションを加速させる





## ビジネス成長に向けて

---

迅速な開発を必要とする、予想もしなかったような新製品のデザインが手元に届き、どうすれば素早く且つ綿密にサプライチェーンのプランを作成できるか頭を悩ませた経験はありませんか？ サプライチェーン・プランナーが抱える課題として挙げられるのが、開発陣とサプライチェーン・チームがサイロ化された環境や異なるシステムで業務にあたることが多い、という点です。こうした問題が原因で新製品のリリースの際に様々な連鎖反応が発生し、プランニングの前段階においても、すべてのデータを統合することが困難になるのです。

しかし開発とプランニングを一体化することで、組織のあらゆる部分からデータにアクセスでき、透明性を高めることができます。現在、プランナーは設計プロセスの一端を担っており、他チームと同じ製品記録にアクセスすることでリードタイムや需要動向の予測をサポートしています。また、需要データから得たインサイトを開発プロセスに組み込めば、ベストアイデアの選択も容易になります。

統合された単一のプラットフォーム上でサプライチェーンをイノベーションプロセスへ組み込み、イノベーションを加速させると共に、顧客の期待を上回るような製品の迅速な市場投入を実現させましょう。

# ご存じですか？

**注目データ：**IDC 社が 2020 年に実施したサプライチェーン調査によると、可視化とアジリティ（俊敏性）の実現に成功したサプライチェーンは、**イノベーション方面全体での 10% のコスト削減や製品リードタイムの 30% 短縮**など、大きなメリットを生み出しています。<sup>1</sup>

- 1 IDC Research Inc 社、「[Supply Chain Resiliency in a Time of Disruption](#)（混乱の時代におけるサプライチェーンのレジリエンス）／英語」、2020 年 11 月。
- 2 PWC 社、「[Manufacturing COO Pulse Survey](#)（製造業 COO パルス調査）／英語」、2021 年 1 月 29 日。
- 3 Accenture 社、「[Building the Intelligent Enterprise](#)（聡明な企業の構築）／英語」、2020 年 4 月。
- 4 McKinsey & Company 社、「[How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point—and transformed business forever](#)（コロナ禍がいかにして企業にテクノロジーの転機をもたらし、ビジネスの恒久的変革を引き起こしたか）／英語」、2020 年 10 月 5 日。

- 顧客を中心とする世界において、プランナーは絶えず変化する顧客需要に対応するためのアジリティを持つ必要があります。PwC 社が近頃実施した調査によると、回答した企業の **38% がデジタル的に対応・連結した製品を今後 2 年間のうちにポートフォリオへ追加することを検討しています。**<sup>2</sup>
- Accenture 社の調査によると、部門の垣根を超えたチーム同士の連携は、組織に明確なメリットをもたらすようです。こうした企業は、**その他の企業よりも平均で 10% 高い成長率**を誇ります。<sup>3</sup>
- テクノロジー戦略の重要性に対する経営陣の考え方は、根本的に変化しました。McKinsey & Company 社の調査によると、**回答した企業の 38% が競争力向上に向けたテクノロジーへの投資強化**を行っており、**19% がデジタルテクノロジーに基づいた事業全体の見直し**に取り組んでいます。<sup>4</sup>



## 以下のシナリオに該当するものがあるか、確かめてみてください。

- ① プランニングおよび意思決定に必要な情報に対する、リアルタイムな可視性がない
- ② データに一貫性がなく、製品のデザインが進行している間に製品記録を参照することができない
- ③ 需要動向の変化への予測・対応ができない
- ④ 新製品のローンチに際し、需要の予測に困難を抱えている
- ⑤ 進行中の業務プランニングへ新たな製品およびサービスを組み込むのに困難を抱えている
- ⑥ ソーシングと需要プランニングの整理に苦戦している

# データに対する 360 度の視点がもたらすメリットとは？

## 製品の迅速な市場投入

過去の需要動向や市場データをもとに、製品の市場投入を果たすべきタイミングの見極めをサポートしましょう。また、サプライヤと連携し、製品のデザインが完了した時点で製品を製造・出荷できるような環境を整えることも重要です。

## 既存製品の継続的な品質改善

どのような要素が顧客に最も好まれるかを把握し、そうしたフィードバックをデザインプロセスへ組み込みましょう。顧客に最も人気のある要素を継続的に製品へ取り入れ、ライフサイクルの拡大・企業収益の最大化・顧客への優れたサービス提供を実現させるのです。

## デザイン、プランニング、ソーシングの統合

需要データにもとづいて、在庫の最適化と適切なサービス終了時期の提案を行いましょ。それと並行し、サプライチェーンの効率性を高めてイノベーションの高速化・コスト削減を実現させるのです。



## 迅速なイノベーションの実現へ向けてオラクルでできること

- ✓ **事業全体のプロセスおよびデータに対する可視性と管理力を確保** しましょう。先を見通せる可視性を持つことで、プランナーは将来的なニーズの予測や、長期のリードタイムを伴う製品をどれだけ購入するかの判断を、製品デザインの初期段階で行えます。それにより、スケジュール通りの製品販売が可能になるのです。
- ✓ **機械学習を組み込んで需要動向の予測を最適化** させましょう。つまり、過去のプロジェクトデータの分析結果を考慮に入れ、それぞれの成功例・失敗例から学習するのです。ガイド付きの問題解決能力と自動化されたレスポンス機能を駆使して障害を迅速に取り除き、それによって空いた時間を戦略的活動に充てるのです。
- ✓ **製品ポートフォリオをダイナミックにセグメント化** してライフサイクルの各フェーズに分け、営業効率性や収益性などにもとづいて適正在庫を設定しましょう。不良在庫を特定して在庫回転率を最適化させ、将来的なイノベーションに向けてサプライチェーンの環境を整えるのです。

「需要が急速に高まっていたため、今日ではなく明日起こる事態へフォーカスしなければならなかった。統合された単一のサプライチェーンを備えた、共通性のあるビジネスプラットフォームを取り入れることが必要だった。求めていたのは、事業を拡張するためのプラットフォームだ。クラウドのおかげで、ワンクリックでグローバルな可視性を得られる。」

— Brad Stammen 氏  
GE Additive 社 ERP 責任者

# 適応性のあるサプライチェーン戦略を生み出すためのステップとは？



## 問題とボトルネックを把握し、 根本的原因を突き止めましょう。

各部門間のデータとプロセスフローに存在する不一致点を特定し、それがチームに与える影響を分析しましょう。

## 開発、プランニング、ソーシングのプロセスとデータを整理しましょう。

統合されたプラットフォームを活用すれば、プランナーはよりの確な予測および迅速な意思決定を行えます。

## ソーシングとイノベーションの戦略・ プランを連結させましょう。

初期段階からサプライヤを交えて製品協議を行い、スケジュールを順守して市場投入までの時間短縮を実現させましょう。

迅速なイノベーションに向けたプランニングプロセスの最適化について詳しく知りたい方は、Unlock Continuous Innovation (継続的なイノベーションの実現) をご覧ください。

[詳しくはこちら](#)

Copyright © 2021, Oracle and/or its affiliates. 本記事は情報提供のみを目的として作成されたものであり、記載されている内容は予告なしに変更される場合があります。本記事は、明示的か黙示的かを問わず、誤りがないことを保証するものではなく、黙示的な商品性の保証および条件あるいは特定の目的への適合性を含む、如何なる保証および条件の対象となるものではありません。弊社は、本記事に関連する如何なる責任も明確に否認します。また、本記事によって、直接的あるいは間接的に弊社へ契約上の義務が発生することはありません。弊社の書面による事前の許可なしに、如何なる目的であれ、電子的であろうと機械的であろうと、形式・手段を問わず本記事を複製または転載することを禁止します。Oracle および Java は、Oracle とその関連会社の登録商標です。その他の名称は、それぞれの所有者の商標です。