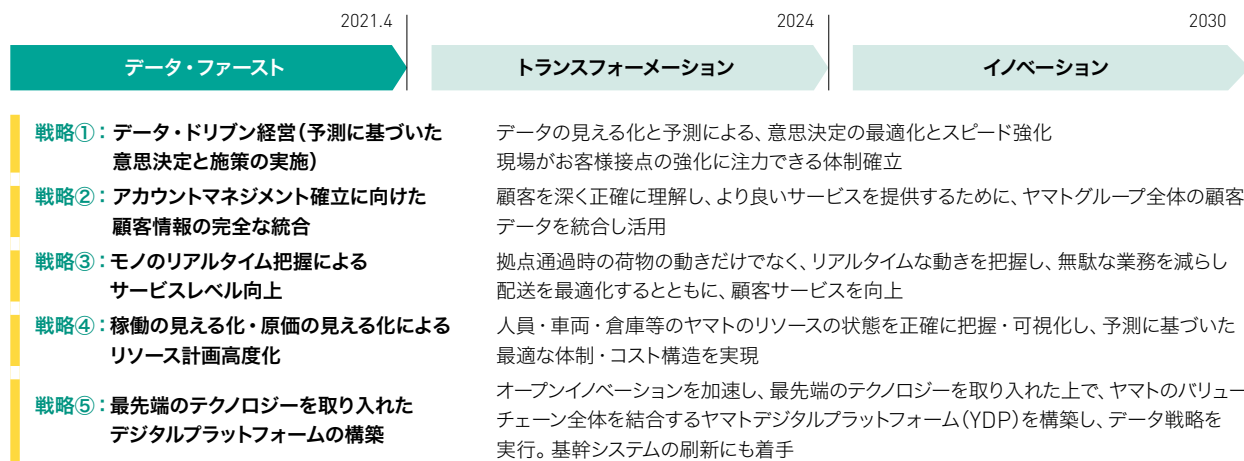


データ戦略・イノベーション戦略の推進

データ・ドリブン経営への転換を基本戦略として、基幹システムの刷新に加え、データ活用のさらなる高度化に向け、デジタルデータの整備とデジタル基盤の強化を進めます。最新テクノロジーを活用したデータ取得の仕組みや、クラウド技術を中心とした「ヤマトデジタルプラットフォーム」の拡充を通じ、成長戦略をデジタル面から支えます。また、スタートアップの発掘と連携、新規事業創出に向けたスタートアップへの投資など、オープンイノベーションをさらに強力に推進します。

データ・ドリブン経営への転換

- 2021年3月期からの4年間でデジタル分野に約1,000億円を投資
- 2021年に300人規模の新・デジタル組織を立ち上げ
- 新組織の立ち上げに合わせて5つのアクションを実行し、短期での成果を狙う
- CVCファンド「KURONEKO Innovation Fund」を立ち上げ、オープンイノベーションを加速



イノベーション戦略の取組み

取組み CVCファンド「KURONEKO Innovation Fund」を設立

当社は、2020年4月に独立系ベンチャーキャピタル大手のグローバル・ブレイン株式会社と共同で、CVCファンド「KURONEKO Innovation Fund」を設立しました。

KURONEKO Innovation Fundは、「常に長期的視点で考え、スタートアップ企業へ当社から何らかの価値提供を通じてともに成長する」という基本方針のもと、(1)新たな成長モデルの創出、(2)圧倒的な業務効率化の実現、(3)継続的なファンド運営によるオープンイノベーションの推進の3つの目的を実現するためのCVCファンドです。物流やサプライチェーンに変革を起こしうる革新的な技術・ビジネスモデルを有する国内外のスタートアップ企業へ投資を行うとともに、ヤマトグループが持つ経営資源のオープン化を通じて、物流および関連市場における成長モデルの創出を目指しています。

ファンドの概要

名称(登記上の名称)	KURONEKO Innovation Fund L.P. (YMT-GB 投資事業有限責任組合)
ファンド規模	50億円
運用期間	10年間
投資対象	<ul style="list-style-type: none"> ■ 物流およびサプライチェーンに変革を起こしうる革新的な技術・ビジネスモデルを有するスタートアップ企業 ■ ヤマトグループとの協業が見込めるスタートアップ企業
対象ステージ	シード、アーリー、ミドルを基本とする
対象地域	日本を中心とするが、北米、欧州、アジアでも投資を行う
無限責任組員	グローバル・ブレイン株式会社
有限責任組員	ヤマトホールディングス株式会社

- 出資第一号案件：中国で自動配送ロボット開発を手掛ける「Yours」
<https://www.yamato-hd.co.jp/news/2020/20201207.html>

デジタルトランスフォーメーション(DX)に向けた施策



データアナリティクスによるオペレーションの最適化

徹底したデータ分析とAIの活用で、需要と業務量予測の精度を向上させ、予測に基づく人員配置・配車・配送ルートの改善など、輸配送工程とオペレーション全体の最適化、標準化によって集配の生産性向上を目指しています。

取組み

Palantir社と連携し、DXを加速させる取組みを開始

当社は2020年7月よりグローバル市場におけるビッグデータ解析のリーディングカンパニーである米国Palantir社と連携し、ヤマトグループのオペレーション変革および物流業界のDXを加速させる取組みを開始しました。

同社のテクノロジーを活用し、顧客に対して新たな付加価値を生み出すデジタルプラットフォームを構築するとともに、リソースの最適配置、サプライチェーンの合理化、顧客のサービスレベルの向上を目指しています。さらに、オペレーションの変革を通じて、ヤマトグループのみならず、日本の物流業界全体の変革をリードしていきます。

ヤマト
ホールディングス

×

Palantir

- データ基盤
- 物流ノウハウ

- ビッグデータ解析技術

高度なデータ分析による物流オペレーションの変革を通じて
サプライチェーンの最適化ソリューションをお客様に提供

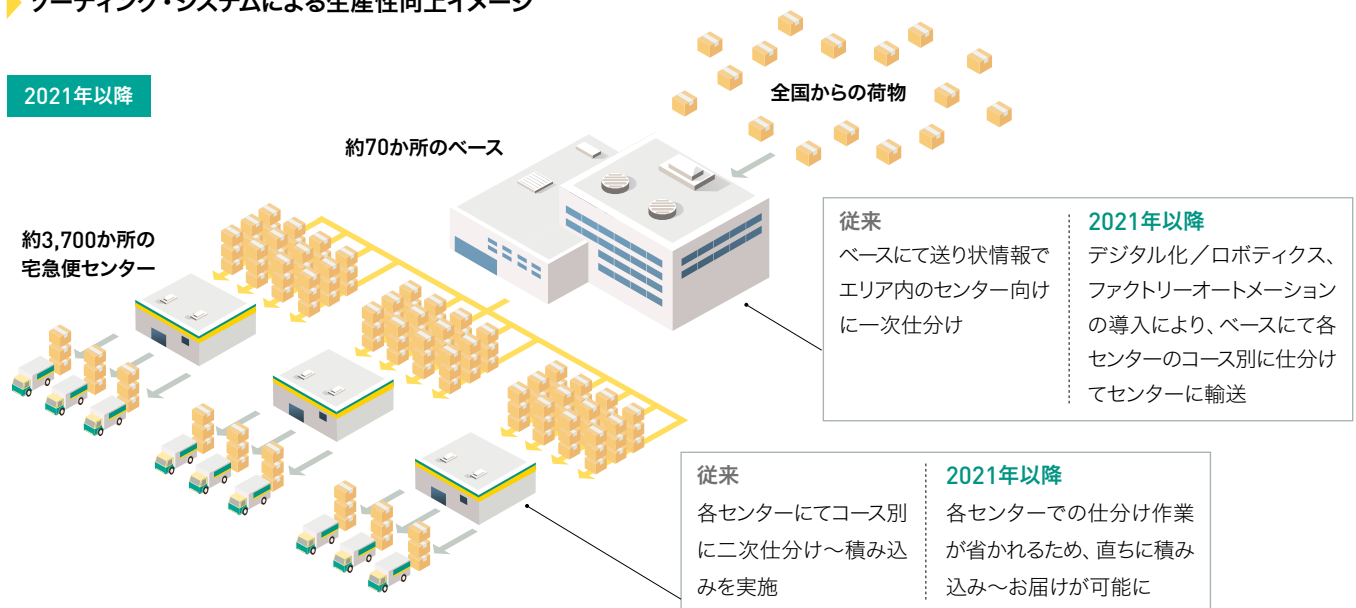


ソーティング・システムによる物流オペレーションの生産性向上

従来の仕分けプロセスを革新する独自のソーティング・システムの導入により、ネットワーク全体の仕分け生産性を4割向上させるなど、物流オペレーションの生産性を大幅に向上させていきます。

ソーティング・システムによる生産性向上イメージ

2021年以降



データ戦略・イノベーション戦略の推進

データ戦略担当役員メッセージ

中林 紀彦

執行役員

IT機能データ戦略担当

培ってきた豊富なフィジカルリソースとデジタル技術を融合させ、「新たな運び方」「新たな顧客体験」の創造を目指します。

Profile

2002年、日本アイ・ビー・エム入社。データサイエンティストとして数々の企業のデータ活用を支援。その後、オプトホールディング(現デジタルホールディングス)データサイエンスラボの副所長、SOMPOホールディングス チーフ・データサイエンティストを経て2019年8月、ヤマトホールディングス入社。現在、当社執行役員としてアーキテクチャーやデータサイエンスなどのデータ戦略の領域を担当。また、筑波大学大学院の客員准教授としてビッグデータ分析の教鞭も取る。

イノベーションを生み出すためのデータ・ドリブン経営

当社グループは、22万人を超えるグループ社員をはじめ、5万台以上の車両、77か所のターミナル、約3,700店の宅急便センターなど、非常に豊富なフィジカルリソースを有し、年間約18億個の宅急便を配送しています。しかしながら、そのほとんどの情報がこれまでデジタル化されておらず、宅急便などを取り扱う現場では、サービス開始から40年以上が経過した今も、経験と勘に頼ってオペレーションを行っているのが実状でした。

私たちが掲げるデータ・ドリブン経営とは、これらのフィジカルリソースを含むあらゆる情報をデータ化・可視化し、データ分析に基づく未来予測を可能にすることで、その情報を経営の意思決定に活用することです。「YAMATO NEXT100」では、フィジカルとデジタルの融合によって新たなサービスや顧客体験を創造し、次なるイノベーションを生み出すことを目指し、グループ全体でデジタルトランスフォーメーション(DX)を推し進めています。

未来予測のカギを握るデジタルツイン

未来の予測を通じた、最適な経営資源の配置や新たなサービス創出に向けて、私たちが注力しているのが「デジタルツイン」の構築です。デジタルツインとは、現実世界の経営環境をデジタル技術によって再現する仮想空間を意味し、これにより未来に起こるあらゆる事象をシミュレーションすることが可能になります。デジタルツインは、3段階のステージに区分して構築を進めていきます。

■ Level 1 : データ・ファースト(～2021年4月)

現在のステージである「データ・ファースト」で実現することは、グループ内のフィジカルリソースのデータ化であり、データ・ドリブン経営に向けた第一歩と位置付けています。データ収集が不十分な経営資源の情報を集積、分析し、デジタルツインの基礎を構築することで、宅急便センターやターミナル、車両の移動状況など、輸配送に関わるデジタル接点が増加し、リアルタイムでモノの動きを把握することが可能になります。また、グループ全体を横断する共通のデジタルプラットフォーム「YDP(ヤマトデジタルプラットフォーム)」の整備も進めています。

■ Level 2 : トランスフォーメーション(～2024年)

「トランスフォーメーション」では、輸配送状況がより細部にわたってリアルタイムに確認できるようになるとともに、未来予測が可能になり、いつ、どの場所を荷物が通り、何時に荷物が配達されるかが分かるようになります。これにより、配達の直前であってもお客様のご都合に合わせて配達指定先や配達日時を柔軟に変更できるようなサービスの提供が可能になると考えています。さらに、未来予測によって人員、車両などの経営資源の最適な配置も可能になります。高精度の未来予測にはグループ内のリソースだけではなく、交通状況や気象・気候、建物など、外部情報も必要となります。ドローンやロボティクスを使った輸送の導入に向けて、3Dマップの構築・整備も検討していきます。

■ Level 3：イノベーション(～2030年)

3つ目の「イノベーション」では、あらゆるシミュレーションに基づいて経営資源をダイナミックに配置し、まったく新しい顧客体験を創造することを目指しています。例えば、EC事業者から荷物が発送されると同時にお客様に通知が届き、お客様の現在地やご要望に合わせて荷物を受け取る場所や時間をいつでも変更できるような、荷物が「届く」というより、荷物が目の前に「現れる」といった顧客体験を提供することが理想だと考えています。

未来予測を通じた最適なコスト構造の実現

当社グループのDXは動き始めたばかりですが、既に宅急便センターにおける4か月先までの荷量予測を実施しており、その成果は2021年3月期の業績にも表れています。最終的な目標は、輸配送に係るコストを荷物1個単位で原価計算できるようにすることです。輸送で使用する幹線道路やターミナル、トラックの積載率などはその時々状況に応じて異なるため、発着場所やお客様がご負担する料金は同じでも、輸送コストは大きく変動します。デジタル接点の拡大や未来予測を進めることで、最適なルートの選択や効率的な輸送が可能になるため、最適なコスト構造の実現にも貢献できると考えています。

データ・ドリブン経営の重要基盤

一人材育成、情報セキュリティ対策

データ・ドリブン経営へ転換する上で、デジタル戦略を実装・実行できる人材の確保と育成が不可欠であることは言うまでもありません。デジタル戦略を現場レベルまで浸透させるため、既に事業部門の社員を対象に、データサイエンス教育や分析ツールの提供などを開始しています。今後は、研修や適性診断などを通じて事業部門からIT部門に社内登用するための制度や、事業部門の経験がないIT人材が現場業務を経験できる機会の創出など、様々な人材育成制度を整備していく予定です。

また、情報セキュリティ対策もデータ・ドリブン経営の重要基盤の一つであり、特に個人情報や法人顧客の重要機密情報のセキュリティ対策はサービス提供を行う上で避けて通れません。これまでは経営体制上、荷物を運ぶための必要最低限の顧客情報しかグループ内で共有できませんでしたが、お客様に対する提供価値の向上を目的として、グループ経営体制の刷新を契機に、必要な顧客情報を社内で共有するためのリーガル面の整備を進めています。技術面においても、クラウドサービスを通じて最新のセキュリティ技術を導入し、万全のセキュリティが担保された状態でデータを活用できる仕組みの確立に取り組むなど、強固なセキュリティ基盤の構築を進めています。

新たな運び方を創造し、豊かな社会の実現に貢献する

当社グループのDXの目的は、データ分析を通じた単なる業務の効率化ではなく、グループ全体の経営構造を根底から変革し、次なるイノベーション創出につなげることです。モノの流れを誰よりも理解している私たちが、培ってきた経営資源やノウハウ、データを駆使しながら、お客様の手元に必要なモノが必要な時に届くサービスの提供や、生産者やサプライヤーが、いつ、どこで、何をつくって提供すれば世の中に喜ばれるのかといった最適なモノの動きをご提案することが、新たな運び方や顧客体験を創造し、ひいては豊かな社会の実現に貢献できると考えています。

豊富なフィジカルリソースは、データ・ドリブン経営を行う上での当社グループの大きな強みです。デジタル戦略が経営から現場まで浸透し、フィジカルとデジタルの両輪がひとたび回り始めれば、必ず大きな成果を生み出し、日本の物流業界をリードしていけると確信しています。

京橋オフィス

写真は東京都中央区京橋にあるIT機能本部のオフィス。ヤマトグループのデジタル戦略推進の拠点であり、約140名の社員が在籍し、データ・ドリブン経営の推進に向けてデータ解析やシステム構築などの業務を日々行っている。新型コロナウイルス感染症対策のためリモートワークを導入しており、出社比率は約10% (2021年2月時点)。

