
流通分野でのデジタルビジネス革命に向けて ～SCSKの次世代の価値提供～

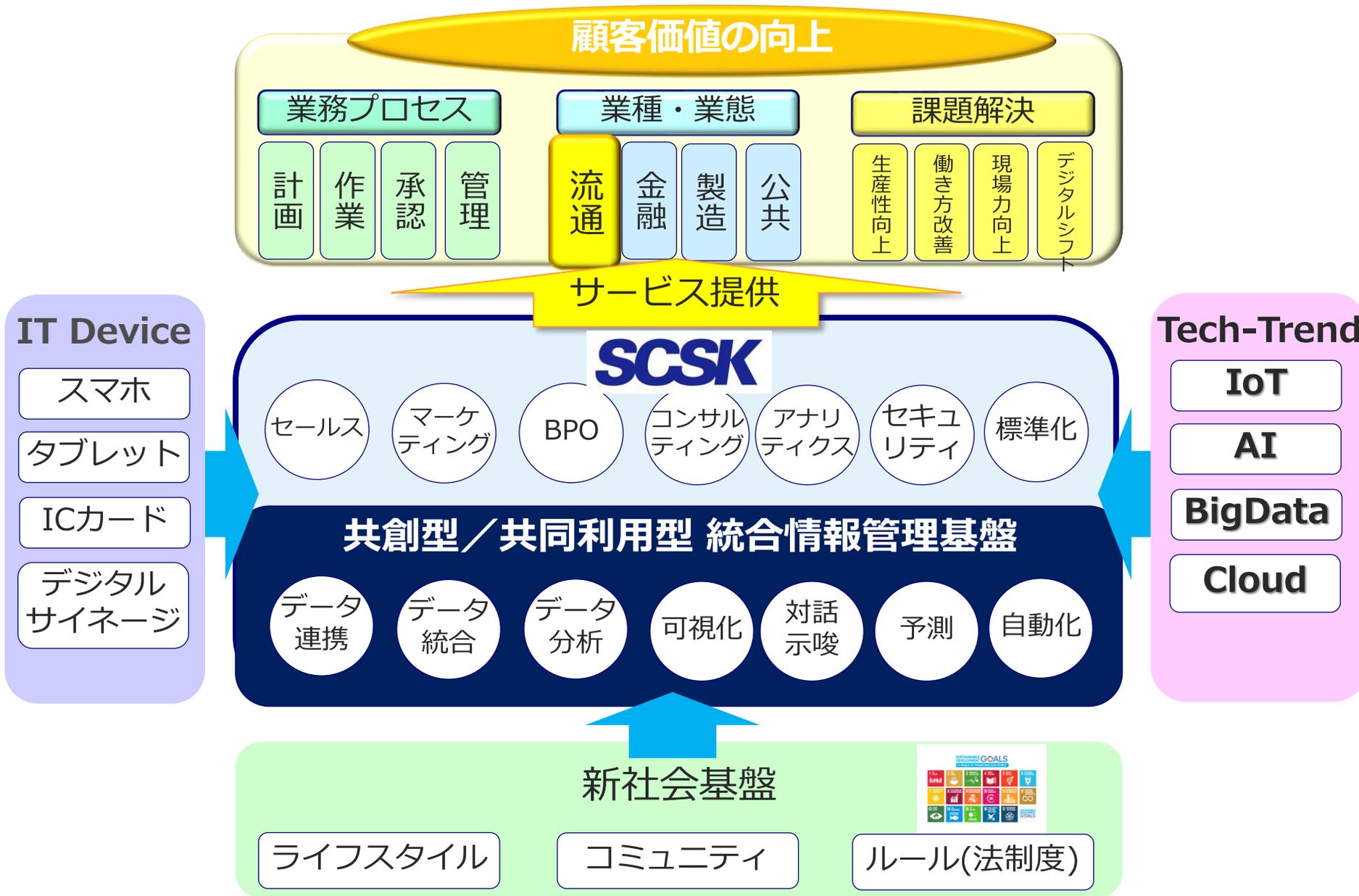
流通システム事業部門

部門長 内藤 達次郎

2017年6月7日

SCSK

夢ある未来を、共に創る。



流通・サービス業はITを活用した ビジネス変革時期

～デジタルコミュニケーション時代の流通業のスタイルは？～

厳しい事業環境

小売り・サービス、人手不足「小売り」は限界だ
人手不足で疲弊、バイト時給は過去最高、

人手不足

生産性向上

2. サービス産業全体に係る目標
○サービス産業の労働生産性の伸び率が、2020年までに2.0%（2013年：0.8%）となることを目指す。
○地域別・業種別の生産性・賃金水準の実態を把握し、サービス産業全体に係る目標達成に向けた進捗把握等に活用する。

消費者の変化

EC台頭・オムニチャネル化

スマホ普及・SNS活用

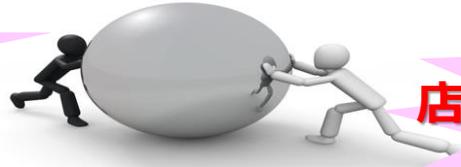
世帯構成変化・人口減

世帯タイプ	1980年	1985年	1990年	1995年	2000年	2005年	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年
15-24歳	13.9%	12.2%	10.8%	9.6%	8.5%	7.5%	6.6%	5.8%	5.1%	4.5%	4.0%	3.6%	3.3%
25-34歳	15.2%	16.8%	18.5%	20.3%	22.1%	23.8%	25.5%	27.2%	28.9%	30.6%	32.3%	34.0%	35.7%
35-44歳	14.8%	15.5%	16.2%	17.0%	17.8%	18.6%	19.4%	20.2%	21.0%	21.8%	22.6%	23.4%	24.2%
45-54歳	12.5%	13.2%	14.0%	14.8%	15.6%	16.4%	17.2%	18.0%	18.8%	19.6%	20.4%	21.2%	22.0%
55-64歳	10.2%	11.5%	13.0%	14.5%	16.0%	17.5%	19.0%	20.5%	22.0%	23.5%	25.0%	26.5%	28.0%
65歳以上	43.4%	42.8%	42.5%	42.1%	41.6%	41.1%	40.6%	40.1%	39.6%	39.1%	38.6%	38.1%	37.6%

「ネットの流儀」
科学的なやり方・最新IT駆使
リアル店舗にも進出



オムニチャネル時代の
Consumer市場戦略



「多店舗展開の流儀」
店舗ノウハウを具現化して
ITで横展開



店舗展開

ITにより統合管理された戦略実行が必須

Consumer

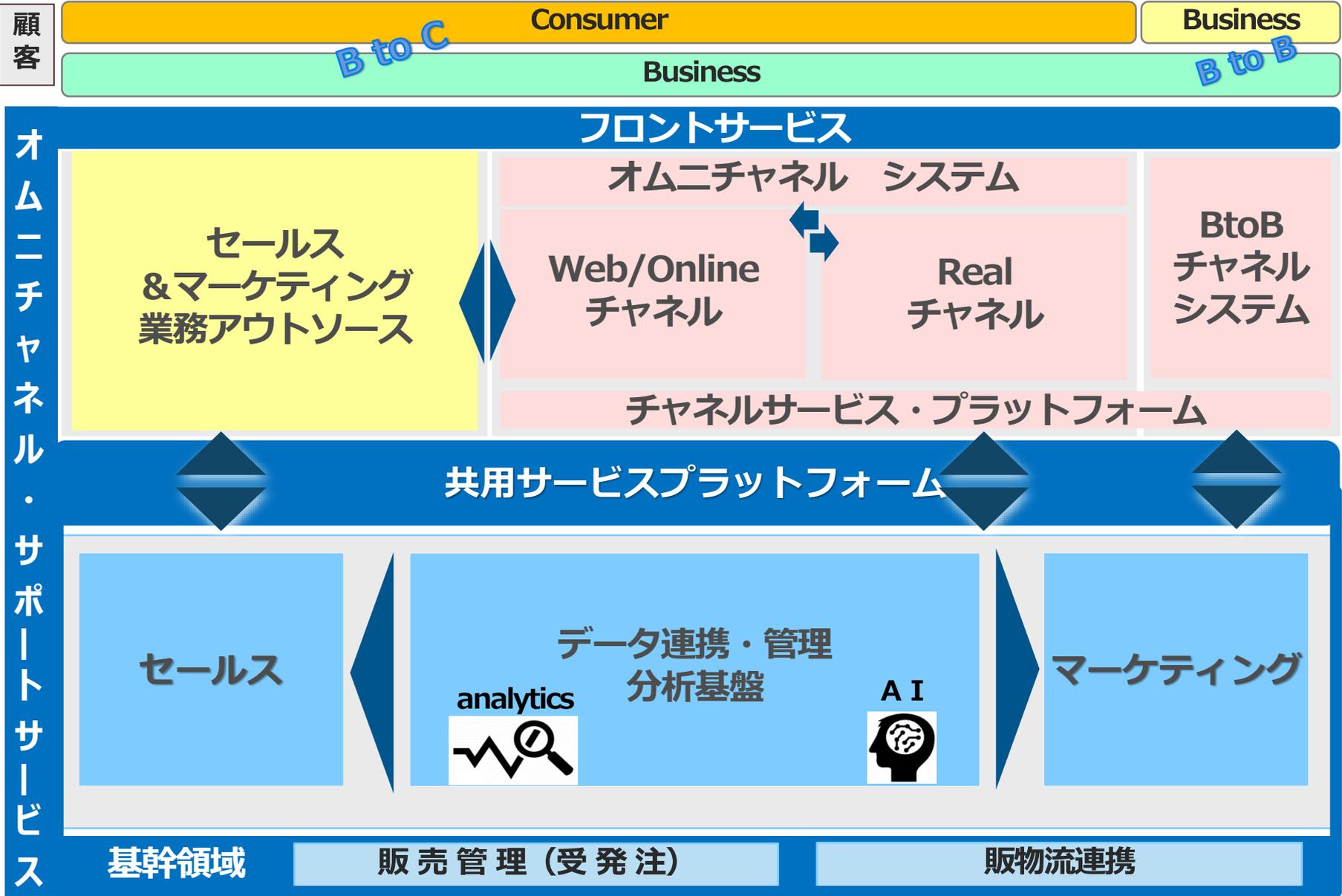
ネット系チャンネル
EC/SNS/Web/通販

店舗系チャンネル
店舗/宅配/店頭イベント

メディア系
チラシ/TV/雑誌

情報の統合管理

情報分析・利活用



業務とITを組み合わせたソリューション
(コンタクトセンタ、販売、ロジスティックス等)

顧客接点(コンタクトポイント)
のシステム提供

オムニチャネル・サポートサービス

フルフィルメントサービス
(SCSKプレッシェンド)

オムニチャネル システム
Web/Online チャンネル
クラウド型音声基盤サービス (Prime Tiaas)
BtoB チャンネル システム
チャンネルサービス・プラットフォーム

共用サービスプラットフォーム
顧客のIT環境づくり
セールス
データ連携・管理 分析基盤
analytics AI
マーケティング
流通業向けオムニチャネルサポートサービス (Next Trend)

基幹領域

販売管理 (受発注)