

# SCSK サービス提供型ビジネスの進捗状況に関する事業説明会

開催日時：2017年6月7日（水） 14:00 – 15:00

- 内容：
1. 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～
  2. 流通業向けサービス提供型ビジネス ～オムにチャネル時代のITサービス～
  3. アパレル業界のオムにチャネル化を支える ECトータルアウトソーシングサービス
  4. クラウド型音声基盤サービス ～PrimeTiaas～
- 

## 1. 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～

取締役執行役員 流通システム事業部門長 内藤 達次郎

流通・サービス業に対して、我々SCSKが描くビジネス戦略についてご説明いたします。流通分野におけるデジタルビジネス革命に向けて、SCSKがどのようにして次世代の価値提供をしていくのか、特にどのようなサービス提供型ビジネスを展開しているかというアウトラインについてご説明をさせていただきます。

まず始めに、世の中の環境について申し上げます。顧客をとりまく社会基盤に目をやりますと、人口構造や世帯構造の変化を背景に「ライフスタイル」が多様化してきています。また、SNSを代表とする「コミュニティ」は、リアル・ネットを問わず様々な形で発生し、そのコミュニティを通して参加者の間で流通する情報が増加してきております。そういった動きに併せて社会ルールや法制度も整備され、社会基盤は絶え間なく変化し続けています。

一方、私どもがビジネスとしているテクノロジーの世界も速い変化にさらされています。1ページ目のスライドの左に位置する「IT-Device」は、お客様との接点になるITになります。ここでは、スマートフォンを中心にしたモバイルデバイスの爆発的増加により、「いつでも どこでも 何でも」情報を取得し活用できるような環境が整いました。また、右に位置する昨今のテクノロジーのトレンドを見ますと、サーバーの性能向上により、ビッグデータの分析・処理がより身近になってきました。更にAIの進化やIoT技術の活用に伴い、それらのデータの分析から、新たな発見や将来予測が出来るようになってきています。

そのような環境の中で、当社は「共創型」「共同利用型」の基盤を準備しています。その基盤では、SNSやネット上のデータやお客様のデータ、更にはIoT技術を活用して収集したデータなどを連携・管理・分析することが出来ます。その上で、私どもはマーケティング施策やEC環境、コンタクトセンターなどを、いわゆる「サービス提供型ビジネス」として展開してきております。こうしたサービスにより、当社はお客様価値の向上に貢献してきております。もちろん、これらサービスは様々な業種に適用することが可能でありまして、業種別に構成して提供していくことになります。本日は、特にその中でも流通・サービス業に対するサービスをご紹介します。

私どもがお付き合いしております流通・サービス業では、今まさに大きな変革期を迎えているように感じます。まず、事業環境の面において、最近の新聞紙上でも必ず見かけるのは、流通・サービス業の人手不足の深刻化という点であります。これは各企業でも大きな経営課題と認識されており、要員の確保だけでなく、生

産性向上にどのように取り組んでいくべきかが、中長期的に見ても重要なテーマとなっております。また、政府の骨太方針においても 2020 年までの流通・サービス業を含むサービス業界全体での生産性向上の目標値が示され、国を挙げて生産性向上が検討され、過去の延長線上ではないドラスティックな改革を実行することが必要な時期とされています。

一方で、流通・サービス業のお客様である消費者もこの数年で大きく変化してきました。先ほど申し上げましたようなスマートフォンや SNS の普及による情報量の増大、また、EC の取扱量が毎年二桁成長を遂げているなど、店舗・EC 等の販売ルートのおムニチャンネル化も日々進展しております。消費者についても、単身者や高齢世帯増加といった構造変化により、消費スタイルの多様化が進んできております。

流通・サービス業は、こうした環境変化の下、デジタルコミュニケーション時代にどのようなスタイルに変わっていくべきなのかという大きな課題に直面しておられ、まさに IT を活用してビジネスを変革していくべき時期にあると言えます。

このような流通・サービス業のお客様が戦略を組み立てていくうえで、どのようなことが重要になっていくのでしょうか。その一つの答えがこちらになります。

先ほどお話したように、流通・サービス業の「おムニチャンネル」化は確実に進展しております。販売チャンネル、宣伝チャンネル、コミュニケーションチャンネルとあらゆるチャンネルが複数化し、それらのチャンネルを通して、消費者とつながっていかないと流通・サービス業は遅れをとってしまう時代になっています。そこで、このような複数化したチャンネルの情報を IT により統合管理して、それを利活用することが、流通・サービス業と消費者の関係を考えるうえでは最重要ポイントとなってきます。

例えば、私どものお客様である不動産業界の場合、IT 投資はそんなに熱心ではないと言われておりました。これまで、店舗や営業マンによるリアル営業での販売情報と、WEB サイトや SNS といったネットでの販売情報を別々に管理されておりましたが、これらの情報を IT により統合管理することにより、案件や顧客情報を一元管理する販売管理モデルへ変革されようとしておられます。また、不動産仲介というサービスにプラスして、不動産オーナー向けのサービスや、賃借者に対してのリアル・ネット両面での情報提供や新たなサービスを提供することで差別化を図ろうとされておられます。これは、元々、別々に管理していた販売チャンネルの情報を IT により統合管理することで、ビジネスに変化を生み出そうとしている非常にいいお手本だと思います。このように「ネットの戦略策定の流儀」も「リアルの戦略策定の流儀」も組み合わせることが、今、キーポイントとなっています。

こうした状況の中、流通・サービス業に対して、SCSK がサービス提供型ビジネスでサポートするサービス群が 4 ページ目のスライドになります。

冒頭でご説明いたしました「次世代の価値提供」の考え方にのっとり、図の上方にある流通・サービス業のお客様であるコンシューマに対し、そのフロントにおいて、業務と IT を組み合わせた BPO ソリューションと、顧客接点のシステムを提供しております。それらを支える形で、お客様の IT 環境となるデータ統合管理基盤・分析活用基盤とそのサービス群を提供してまいります。

ご覧になっていただければお分かりのとおり、流通・サービス業に必要なサービスをワンストップで提供できるサービス群となっています。2011 年に住商情報システムと CSK が合併したときに皆様に申し上げたとおり、

当社の強みとなる「IT システム」と「業務サービス・BPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）」の組み合わせによる総合力をフルに発揮して、お客様価値の向上のお手伝いをしております。

具体的サービス内容については、この後 3 つに分けてご説明をさせていただきます。まず、青色枠のお客様の IT 環境づくりと新しいサービスを提供するための「流通業向けオムニチャネルサポートサービス『Next Trend』」、黄色枠のコンタクトセンター、販売等の業務と IT を組み合わせた BPO ソリューションを提供する「フルフィルメントサービス『SCSK プレッシュェンド』」、次に赤色枠の顧客接点のシステム化とサービス提供をサポートする領域から「クラウド型音声基盤サービス『Prime Tiaas』」、の 3 種類について、それぞれ代表的なサービス提供型ビジネスとしてご説明させていただきます。

## 2. 流通分野向けサービス提供型ビジネス ～オムニチャネル化時代の IT サービス～

### 流通システム事業部門 事業推進グループ長 河辺 恵理

私からは、オムニチャネル化時代において必要となる流通業向けの IT サービスについてご紹介いたします。

はじめに、流通部門について少しご紹介させていただきます。現在、流通・サービス業を中心に、年間 900 社以上のお客様とお取引しております。不動産、小売、製薬、食品・飲料、そして商社といった業界を主要なお客様としており、従来の SI 型ビジネスや運用保守ビジネスだけでなく、様々な製品やサービス提供型ビジネスとグローバルサポートを提供しております。特に、オムニチャネル、WEB システム、CRM による統合顧客管理、アナリティクス、IoT などの新領域を積極的にカバーしているのが特徴です。

2 ページ目のスライドが、流通・サービス業向けのサービス構成となっており、先ほど内藤がお話したものを詳細化したものです。SCSK では、本日、SCSK の流通業向けサービスの新しいブランド、「Next Trend（ネクストトレンド）」を発表いたしました。このブランドは、流通業のオムニチャネル化対応への強化策や、また、複雑化した複数チャネルを統一管理するための解決策を提供してまいります。

これまで、SCSK では、流通業のお客様へ、様々なサービスやソリューションを提供してまいりました。3 ページ目に重ねて表示したのは、当社サービスの一部であり、これ以外にもいろいろとあります。

図の一番下に流通業向け EDI サービスとして、「スマクラ」を載せていますが、このサービスは流通業の中でも最も重要な要素のひとつである受発注のデータをサプライチェーンの中で連携していく、いわば流通業の動脈を支援するサービスです。このサービスをベースに置き、様々なサービスをラインナップしております。そして、新ブランドである「Next Trend」は、これらの領域すべてを含めて、流通業向けに特化し、各ソリューションを組み合わせたサービスを提供していく枠組みとなっています。

また、今回、新たに追加されるサービスもあります。まずは、流通業の情報を統一管理・分析・活用するためのサービス群「スマくま」をリリースいたします。また、「AI を活用したレジレス領域」についても重要なテーマとして取り組んでまいります。本日は、これらの新たなサービス提供について、もう少し詳しくご紹介いたします。

新たなサービスのお話に入る前に、これまでの流通業向け「サービス提供型ビジネス」の実績について簡単

にご説明いたします。最もシンボリックなのが、先ほどご説明した「Next Trend」の基盤に置きました「スマクラ」でございます。流通業向けのクラウド EDI サービスです。こちらは、当社のサービス提供型ビジネスの先駆けとなるものです。2011 年にサービスをリリースして以降、日本スーパーマーケット協会を初めとする食品スーパーの業界団体 4 団体の推奨を受け、その業界と共に順調にお客様数を増加させ、現在は約 350 社以上のキーユーザーとなるお客様に EDI サービスをご利用いただいております。市場成長率を超える成長を果たし、首都圏における大手食品スーパー向けでは、なんと現在、44%のシェアとなっております。

この「スマクラ」が大きくビジネス拡大をした理由には、このサービス提供型というモデルが、流通・サービス業のお客様のニーズにあっている、という点があります。流通業では、ビジネスの採算性を短期間で図っていくため、一度に大型のシステムの投資を 1 社で行うのは、非常に難しいところがあります。そこで、このサービスは実際のシステムを他社や業界全体でシェアし、システムを利用した量に対して課金するモデルであるため、この業界のお客様には非常にフィット感があります。各業界団体の皆様から推奨をいただいているのも、業界団体として、個々の会社のシステム化投資をコストダウンさせ、本業へ専念できるように、という狙いをもたれているからです。

そして、今、現在、特に「IoT」「AI」といった技術が進み、実際、先ほどお話がありましたように「流通業は IT を活用したビジネス変革時期」を迎えています。SCSK では、これまでの実績を元に「次なるサービス提供型ビジネスへの展開」へ進みます。新たなサービスのひとつとして、『スマくま』を展開します。これは、IoT・AI のテクノロジーを活用したサービス提供型ビジネスを、流通業のセールス&マーケティング分野に展開するサービスです。

セールス&マーケティングのための統合情報管理分析サービスである「スマくま」は、大きく 3 つの特徴があります。1 点目は、分析だけで終わらず、分析結果をどう行動・活動に繋げるのか、というマーケティング施策活動までをサービスにラインナップすること。2 点目は AI を活用しながら、誰でも使いやすく、流通業の本部組織だけでなく、実際の販売現場である店舗でも簡単に活用できること。そして 3 点目は、自動化されたクラウド型の仕組みにより、月額でサービス提供を行うことです。

具体的な中身については、7 月に発表を予定しておりますが、第 1 弾のサービスとして「小売店舗向けデータ分析サービス」を、更には年度内に、これに続くサービスとして「商圈分析サービス」、「店舗マーケティングサービス」を順次リリースしていく予定です。

もう一つご紹介したいのは、流通業の業界革命・業界全体の課題を解決していくソリューションになります。流通業の生産性向上のためには、過去の延長線上ではない、人手に頼らない、ドラスティックな改革が必要となってきています。当社が提案し検討をすすめているのは、AI の活用による業界革命への取り組みである「レジレス」です。

皆さんも必ずご利用される小売業のレジスター、空間・設備・人員全てにおいて大きなコストを負担となっております。そこで必要機能を満たしながら、コストを大きく削減するための方策がレジレスです。レジレスは「お買い物スタイル」、「店舗の要員構成」、「店舗の設備構成」を大幅に変える革命です。

これに対し、当社は、商品知識、顧客知識、決裁ノウハウの上に AI を初めとする最新のテクノロジーを組み合わせて構築していきます。そして、目指すべきは、「業界標準の AI レジ」であり、それを業界内企業で共同利用型のサービスとして SCSK が提供していくことを目指しております。この取り組みでは、さきほど同様、

日本スーパーマーケット協会の主催する「レジレス研究会」に当社は主要メンバーとして参加し、その活動と連携しながら実行していきます。

ここで、重要な点を補足しておきたいのですが、本日ご紹介した2つのサービスは、販売店舗やレジといったリアルの世界の事例であるということです。実は、ECやWEBなど、デジタルで行われている販売活動に対してデジタルマーケティングを行うことは、もう既に組み込まれており、SCSKも様々なシステム提供を行っています。しかしながら、本日お話しした店舗やレジといった、絶対になくならないリアルの世界で、どのようにデジタルを活用し、業務のあり方の革命を起こしていくかが、今、難しいけれども、まさにチャレンジすべき領域となっています。今後も、流通業の業界革命を起こせるようなテクノロジーの活用をどんどん進めていきたいと考えています。流通部門からのご説明は以上です。

### 3. アパレル業界のオムニチャネル化を支える EC トータルアウトソーシングサービス

ビジネスサービス事業部門 事業推進グループ長 有澤 寛

ビジネスサービス事業部門よりアパレル業界のオムニチャネル化を支える EC トータルアウトソーシングサービスについてご紹介させていただきます。まず、ビジネスサービス事業部門は、3つの事業会社から構成されています。左から、コンタクトセンターを原点に各種 BPO サービスを提供する SCSK サービスウェア、EC トータルアウトソーシングの SCSK プレッシュェンド、そして技術検証サービスのベリサーブという3社です。これらの事業会社を中心に、人による業務と SCSK グループの IT を組み合わせたソリューションによる様々な「サービス提供型ビジネス」を展開しております。本日は、この中の「SCSK プレッシュェンド」の事業についてご紹介させていただきます。

まず、SCSK プレッシュェンドを取り巻く市場環境です。ご案内の通り、国内の EC 市場は成長を続けています。SCSK プレッシュェンドがターゲットとしているアパレル業界は、書籍や DVD といったコモディティ商品と比べると EC 化が遅れていましたが、百貨店依存からの脱却が急務である大手アパレルメーカーのオムニチャネル推進の動きとも相まって、2020 年には 2.6 兆円まで拡大が見込まれています。SCSK プレッシュェンドは、成長ポテンシャルの大きいアパレル業界の EC 構築・運営におけるトップソリューションパートナーとなることを目標としています。オムニチャネル化への対応や、新たな Web ツール・技術に対応するための EC システム関連の先行投資はまだ必要ですが、既に黒字化は果たしており、スケラビリティのある事業領域であることをご理解いただければと存じます。

次に、SCSK プレッシュェンドの会社概要です。現在、横浜、東京、千葉に計 3 拠点のロジスティクスセンターと、同じ部門の SCSK サービスウェアの横浜センター内にカスタマーサポートセンターを保有しています。

また、次のスライドに記載しておりますが、SCSK プレッシュェンドの特徴は、アパレル業界の業務ノウハウを詰め込んだ EC システムとバックオフィス業務を、ワンストップでご提供できることです。

5 ページのスライドにあります図は、SCSK プレッシュェンドの提供するサービス一覧です。SCSK プレッシュェンドが提供するバックオフィス業務の中には、左下にありますアパレル企業様の売上向上のための各種マーケティング支援などもあるのですが、本日はお時間の都合もあり、システムと倉庫・カスタマーサポートセンターでの業務に絞ってご説明いたします。

次のページをご覧ください。SCSK プレッシュェンドの強みは3つあります。一つ目は、アパレル業界のニーズを満たす EC システム。二つ目は、アパレル業界向けのきめ細かいバックオフィス業務。三つ目は、アパレル業界における豊富なサポート実績であります。これらの強みを持ったサービスをワンストップで提供できるということが SCSK プレッシュェンドの最大の強みと言えます。顧客企業が増えるに従って、システムとバックオフィス業務共に効率性が高まり、規模の利益が働きます。また、サービス提供型ビジネスは一般的に契約維持の課題がありますが、SCSK プレッシュェンドは一度トータルサービスをご利用頂くと、なかなか BPO 業者を切り替えにくいというスティッキー(sticky)なビジネスモデルでもあります。

一つ目の強みである「アパレル業界がオムニチャネル戦略を進めるために必要とする様々な機能や業務ノウハウを詰め込んだ EC システム」について申し上げますと、例えば、EC サイト上で店舗在庫をリアルタイムで表示したり、店舗での商品受取などの「オムニチャネル機能」を標準装備しております。また、マーケティングツールや決済ツールなど、次々登場する新しい Web サービスとの連携が容易であり、EC システムが陳腐化しない仕組みを取り入れています。

二つ目の強みである「アパレル業界特有のノウハウを詰め込んだバックオフィス業務」については、8 ページのスライドに大雑把なバックオフィス業務の流れを示しておりますが、個別業務についてこれから少し詳しくご説明いたします。

まず、ロジスティクス業務についてですが、1) 年 363 日稼働の高いサービスレベルの倉庫、2) アパレル業界の業務ノウハウを詰め込んだ高いサービス品質、3) 災害に強く、セキュリティ万全の大型倉庫、の3つを強みとしています。

次にカスタマーサポート業務ですが、アパレル企業様の代表として、お客様からの問合せ対応、代行注文、返品・クレーム対応、未払い管理などの様々な業務を提供しています。本業務は、兄弟会社である SCSK サービスウェアの横浜センターが担当しています。

バックオフィス業務のご紹介の最後は、コンテンツ制作・管理業務です。アパレル業界の EC 運営には、業界用語で「ささげ」と呼ばれる業務が必要です。「ささげ」とは、商品の採寸、撮影、原稿作成の頭文字から取られた言葉です。「ささげ」のイメージは、アパレル企業の EC サイト上で表示されている、モデルが着用している商品の写真や商品の説明原稿、そして商品の詳細なサイズ表示の部分です。

SCSK プレッシュェンドの3つの強みの最後である「アパレル業界の EC 運営における豊富なサポート実績」については、ここに SCSK プレッシュェンドがサービス提供している主なアパレル企業様のロゴを示しています。皆

さまご存じのブランドもあると思います。他にも、NDA の関係で残念ながらご紹介できないビッグネームも幾つかございます。私からの説明は以上となります。

#### 4. クラウド型音声基盤サービス ～PrimeTiaas～

ソリューション事業部門 AMO 第三事業本部長 蔦谷 洋輔

私からは、クラウド型音声基盤サービス「PrimeTiaas」のお話をさせていただきたいと思います。

まず、コンタクトセンター市場について、先ほどの SCSK プレッシュェンドや SCSK サービスウェアもそうですが、今のコンタクトセンターサービス市場というのは、2016 年で約 7,850 億円と言われております。これが将来的には 1 兆円に、早めに近づくのではないかとされています。（BPO 及び、CRM システム開発含む）

今回は、PrimeTiaas というのは、あくまでも音声基盤のサービスを司っている部分です。お客様がコンタクトする音声基盤に対し、市場ではオムニチャネル、また、マルチチャネルに対する需要というのが非常に高まってきたり、また、オンプレで提供されている形態から、時代の流れとともにクラウド型の PBX へのニーズというのが非常に高まってきました。

当社が提供する PrimeTiaas は、簡単に申しますと、クラウドでコンタクトセンターを構築・運用し、導入・運用を、安価でスピーディーにサービスを提供するというサービスです。なぜこういうサービスが生まれたかと申しますと、やはりコンタクトセンターの市場、特に流通業などでは、繁忙期と閑散期というのが、はっきりしており、コールセンターに従事する人員を多く設置したい時もあれば、閑散期には減らしたいという時期がございます。これをお客様が実現するとなると、莫大なコストと時間が、掛かってしまうことになります。それを平準化して、その波に対応すべく、従量課金型で提供しているのが、この PrimeTiaas というサービスになります。2010 年度、200 席から始めて、おかげさまで現在 6,000 席。エンドユーザー様は 280 社の方にご利用いただいております。

実際のサービスメニューは、3 ページのスライドに記載しております。電話機自体、PBX、これらにまつわるレポートの提供、設定変更などです。先ほども申し上げましたように、電話機なので、電話を取る人たちの回線を変更、ネットワークも含めた見直しなどを適宜行うサービスとなっております。さらに、このようなご依頼を受けるサービスデスクや、システムの監視・保守という意味においてもお客様にとって十分メリットが出せるものとなっております。

これらのサービスに加え、オプションサービスもあります。保険業界などにおいては、顧客対応時に義務付けられている録音機能や、冗長化を図るための回線の手配やネットワーク機器設定、また、複数のキャリアを選んでいただく場合がございますので、キャリアの付け替え等々を行っております。このようなサービスで PrimeTiaas というのは成り立っております。

4 ページに記載のものは、流通業における PrimeTiaas の利用事例でございます。昨今、オムニチャネル対応ということで、例えば、テレビショッピング様の事例ですと、スマートフォンで何か物を買いたいといった時に、非常に悩んでいるお客様に、様々なツールでお客様に対してコンタクトをしかけます。そのツールがここにありま

す、チャットであったり SNS であったり、WebRTC だったりするのですが、これらを使ってお客様と会話をし、最後には電話でお話をしながら購入いただくというようなことを、PrimeTiaas 上で制御することを行っております。なぜ、音声基盤の上でやるか申しますと、どうしても 1 対 1、マンツーマンでお客様と相対する場合に、今まで会話していたことを引き継いで対応しなければならず、全ての会話を途切れさせないようにするためには、同じエンジンで対応しなくては実現できないのです。ですので、この PrimeTiaas を軸としてサービス展開させていただいております。

どうしてこの音声基盤上でマルチチャネルにした方がいいかという、今もお話しました通り、1 つは 1 人の人が 1 人のお客様と最後まで相対する必要があるという事。もう 1 つは、5 ページの図の真ん中にございますコンタクトログや、通話録音の情報などを、やはり一元管理したいということです。これは「CRM システム」と「音声基盤システム」が分かれていると、どうしてもそこを繋ぐ必要があり、データの整合性を保つために、また別の仕組みが必要となってしまうのです。

次のページに記載しているのは、昨年の秋に発表させていただきました、流通業以外で恐縮ですが、「ALL CLOUD CONTACT CENTER」というソリューションになります。今、ご説明した PrimeTiaas が、クラウド上でサービスを提供しているというものでございます。昨今、CRM システムのデファクトになりつつある Salesforce や Oracle Service Cloud などがありますが、これらクラウドの CRM 製品である 2 つを、両方を組み合わせることによって、全てをクラウド上でシステムを作ることができるということです。

これを SCSK で、もちろん開発もできますし、私の部門では AMO という保守もできる形になっており、Salesforce と Oracle、そして PrimeTiaas を全部合わせて、サービス型で提供するというを実現しております。

7 ページのスライドが全体の概要図です。今、お話した中にもう 1 つだけ付け加えておきますと、ここに「VOiC Finder」という、これも当社の製品で音声認識の自動 FAQ 回答ツールというのがあります。これを PrimeTiaas にオプションとして付ける事を考えております。現在、何を実験しているかといいますと、無人コールセンターとでも言いましうか、電話の音声をテキスト化し、そのテキストから FAQ で答えを探し、その答えとして返ってきたテキストを、また音声で返すといったことを、実際に SCSK サービスウェアと一緒に提供しております。特に業務としては、返品処理のような、なるべくコールセンターのオペレーターが関わりたくないような業務に関しては、この無人コールセンターの機能を使いながら、徐々にオペレーターを、なるべく仕事を取る方にシフトしていくというようなオペレーションを提案させていただいております。

最後にこちら、8 ページに Salesforce だけを持ってきましたけれど、実は今の電話基盤だけではなくて、こちらの開発も、私どもは非常に強い部分を持っております。特に Salesforce のサポート・オブ・ザ・イヤーを連続して取らせていただいております。サポートという部分に関しては他社に負けなつもりでおりますので、引き続きご愛顧よろしくお願いたします。

以上