

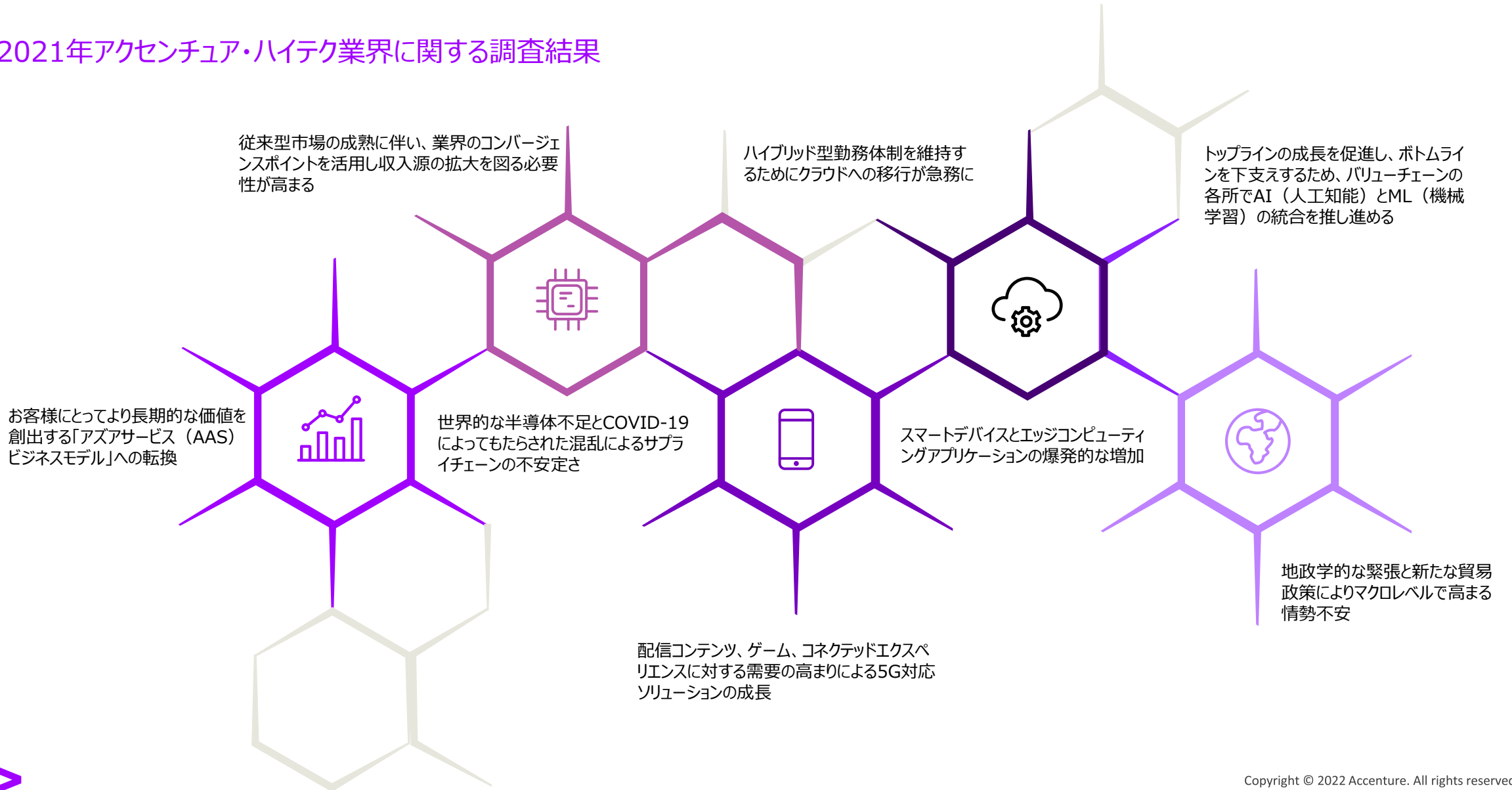
「世界を変えた産業」の変革

ハイテク業界について

 accenture

8つのトレンドがハイテクの新しい産業パラダイムを引き起こしている

2021年アクセンチュア・ハイテク業界に関する調査結果



顧客ニーズの変化やマクロレベルでの変化に伴い、テクノロジーの進化やオペレーティングモデルの再構築が必要となる

テクノロジーの進化

オペレーティングモデルの再構築

マクロトランスフォーメーション

	クラウドがけん引するイノベーション	スマートデバイスの増加	AIとMLの組み込み	5G&エッジソリューション	アズアサービス(AAS)への移行	柔軟かつレジリエントなサプライチェーン	業界コンバージェンス(融合)	地政学・貿易政策
＜推進要因＞	コロナ禍で加速したクラウドへの大規模移行が、新たなイノベーション機会を創出	IoTやAIoTに接続されたスマートデバイスやプラットフォームの普及	AI・MLソリューションが加速し、トップラインとボトムラインの両方に有利な状況を実現	迅速な5G展開とエッジコンピューティングにより、高速かつ低遅延なソリューションを新たに実現	顧客への価値提供と収益性および持続性の向上を両立させるため、AASモデルへの移行が進む	供給におけるリスクと変動性が高まっていることで、よりダイナミックなケイパビリティが必要に	テクノロジーの進化により、従来からの境界線は曖昧になり、業界をまたいだエクスペリエンスが重視されるように	米中の緊張関係、およびデータやテクノロジーの政治問題化
＜ハイテク企業への影響＞	新たなクラウド向け半導体&ソリューション販売+社内の効率化とイノベーションの機会	コア製品の再構築と新たなタイプのデバイス創出	新しいタイプのAI・ML向け半導体&ソリューション販売+業務効率化のためのAI・MLの内部利用	5Gやエッジの半導体&デバイスの直販、新しいタイプの5G対応ソリューション	従来型のプロセスやシステム、文化からの移行に必要な大規模なビジネス変革	サプライチェーンにおける計画、調達、製造、サービスのデジタル化が必要	新たな市場や顧客層での成長機会	セグメント化されたサプライチェーンの構築と新たな規制・計画能力の必要性

新しい産業パラダイムへの契機

ハイテク企業のCXOが直面している5つの重要課題

01

as-a-service (アズアサービス) への転換

トップラインの成長を維持し、顧客の需要を満たすために、新たな経常収益をもたらすサブスクリプションモデルを導入

02

業界のバウンダリー(境界)を拡げる

新たな成長可能性を引き出すため、テクノロジーによる業界の融合と業界のバウンダリー(境界)の曖昧化を加速

03

ポートフォリオの再構築

高度にカスタマイズされたエクスペリエンスを提供するためのコネクテッドエコシステムと最先端技術への投資

04

企業の最新化

新たなビジネスモデル、プロセス、テクノロジーを実現し、戦略的ビジョンをサポートするとともに、オペレーティングコストと複雑さを軽減

05

レジリエントなサプライチェーンの構築

世界的な半導体不足とCOVID-19のパンデミックを受けて、サプライチェーンを回復させることで、リスクを軽減して収益を担保

ハイテク企業は自社のコア事業を最新化することが必要



そうすることで、新しいビジネスモデル、新たな製品や市場を通じて世界を最新化する

01

as-a-serviceへの 転換

as-a-Service (AAS)

製品のみを対象とした従来のビジネスモデルから、サブスクリプションを中心とした**製品+サービス+プラットフォームのバンドル型ビジネスモデル**への転換

ハイテクのとの関 連性

ハードウェアを中心とした既存のビジネスモデルでは、**ダイナミックで統合されたシームレスな体験**を求める顧客のニーズを満たせない
競争の激しいハイテク業界において、AASを差別化の手段とするために、ハイテク企業はこれまで培ってきた**経験とインストールベース（既得基盤）**を利用できる

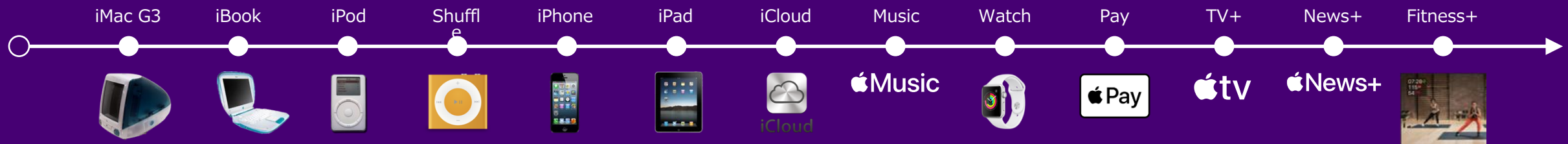
ハイテク業界におけるas-a-service (AAS) の先駆け



Appleの事例

Appleは、as-a-serviceの先駆け企業の典型。過去10年間、Appleはハードウェアとサブスクリプション型のソフトウェアサービスの両方において持続的なブレークスルーを実現することで、熱烈なブランドロイヤリティを獲得してきた。収益性と革新的な顧客体験を実現する手段としてAASを取り入れている企業として最適な事例。

時価総額	2001年 70億ドル	▶	2011年 3,770億ドル	▶	2016年 6,090億ドル	▶	2021年1月時点 2.2兆ドル
純売上高に占めるサービスの割合(%)	2001年 該当なし	▶	2011年 5.8%	▶	2016年 11.3%	▶	2020年 19.5%



Source: Accenture Research, Yahoo Finance, Apple 10-K



サブスクリプション型の収入源は、顧客の要求を満たし、トップラインの成長を維持するためのカギ

ソフトウェア&プラットフォームにおけるAASの成功は、ハイテク業界でも同様の成功を収めるための「パンドラの箱」が開かれたようなもの

5倍

サブスクリプション型モデルを採用した企業は収益1ドルあたりの企業価値が5倍に拡大

24%増

世界のAAS市場は急激に成長しており、2024年までのCAGR（年平均成長率）は推計24%（3443億ドル相当）

500億ドル超

Appleのサービス事業（Fitness+、News+、iCloudを含む）は、2025年までに利益が500億ドルを超える見通し



現状は？

ハイテク企業は、as-a-service（AAS）ビジネスモデルを採用することは、「if（もしも）」ではなく、「when（いつ）」実施するかの問題であると認識している。製品+サービス+プラットフォームを組み合わせたソリューションを求める顧客の声が高まる中、ハイテク企業が既存のビジネスモデルのみで獲得できる価値は限界に達しつつある。にもかかわらず、AASを実現するために必要な財務モデル、サプライチェーン、販売組織の導入に未だ苦戦を強いられている。

何をすべきか？



予測可能な経常的収益源を確立し、**生涯顧客**を創出するため、**企業と顧客の関係**を再構築する

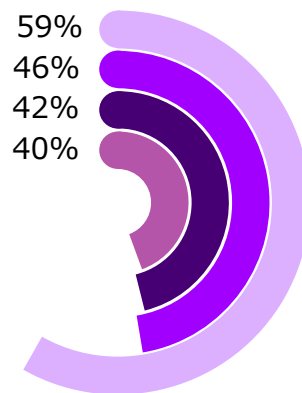


飽和しつつある市場で差別化を図るために、**製品+プラットフォーム+サービス+エクスペリエンスのバンドル**を探求し、**スタック全体での垂直統合の可能性**を評価する

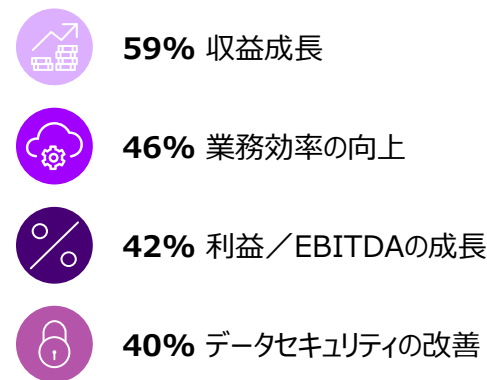
Source: Accenture Research, P&S Intelligence, Forbes

as-a-serviceの実現に投資する経営陣

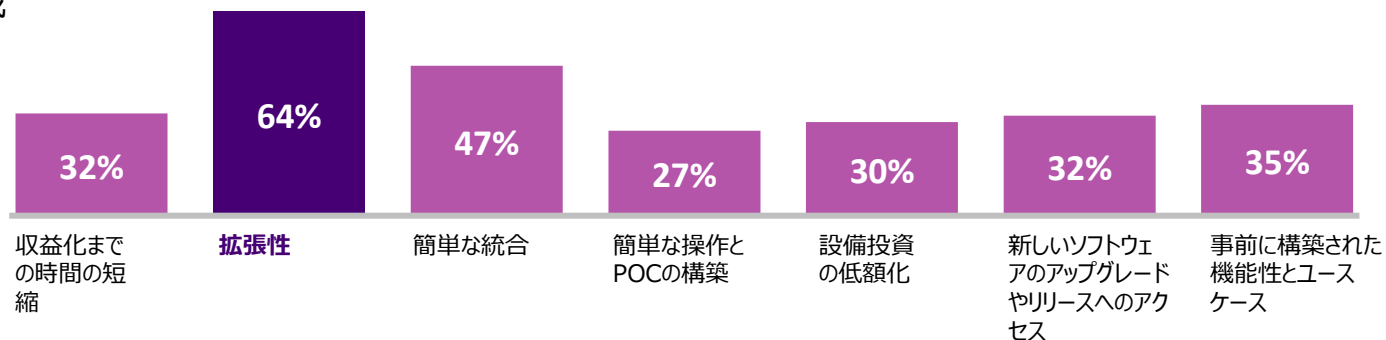
ハイテク企業経営陣は、**収益拡大**を最優先事項として重視している¹...



今後2～3年の経営陣の最優先目標



...そして、長期的な規模拡大に向けた推進力として、戦略的に**as-a-service**に投資している²



Source: Accenture 2021 High Tech C-Suite Survey

1. Over the next 2-3 years, what are the top goals for your company?

2. What are the top benefits of transitioning to an -aaS model for externally sourced capabilities / solutions?

ハイテク企業がas-a-serviceを効果的に導入するために必要な、5つの基本アクション

エコシステムの再構築と拡大

構築-提携-購入の決定にいたる戦略的パートナーシップを開発し、提供サービスの共同開発、マーケティング、商品化を行う

基盤となるビジネストランザクション、プロセス、ツールの構築

セキュアなエンタープライズシステム機能への投資と拡張可能なアーキテクチャの開発により、摩擦のないユーザーおよび顧客体験を伴う新しいビジネストランザクションを可能にする

市場参入戦略と販売組織の刷新

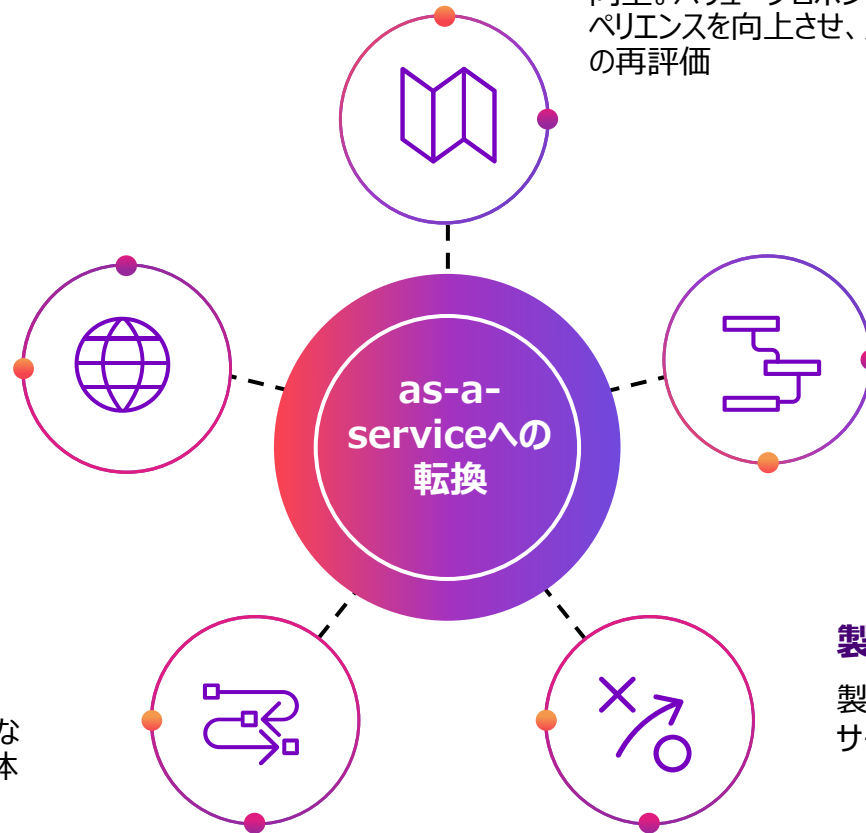
新たな主力製品を発売するための営業組織のスキルアップと能力向上。バリュープロポジションを効果的に提供し、カスタマーエクスペリエンスを向上させ、財務目標を達成するための市場参入方法の再評価

オペレーティングモデルの再設計

より持続可能かつ信頼性のある方法でGo to Market戦略をサポートするために、役割と責任が明確に定義された適切なクロスファンクショナルな能力を確保

製品戦略とプラットフォーム戦略の統一

製品チームの迅速な革新と実験を可能にする、共通の基本サービスの共有プラットフォームを開発



02

業界の境界線を を広げる

業界の融合

コアコンピタンス（例：ハードウェアコンポーネント）から、**価値の高い業界横断的な体験の創造**（例：ソフトウェアやサービスを含むハードウェアを使ったソリューション）へ軸足を移行

ハイテクとの関連性

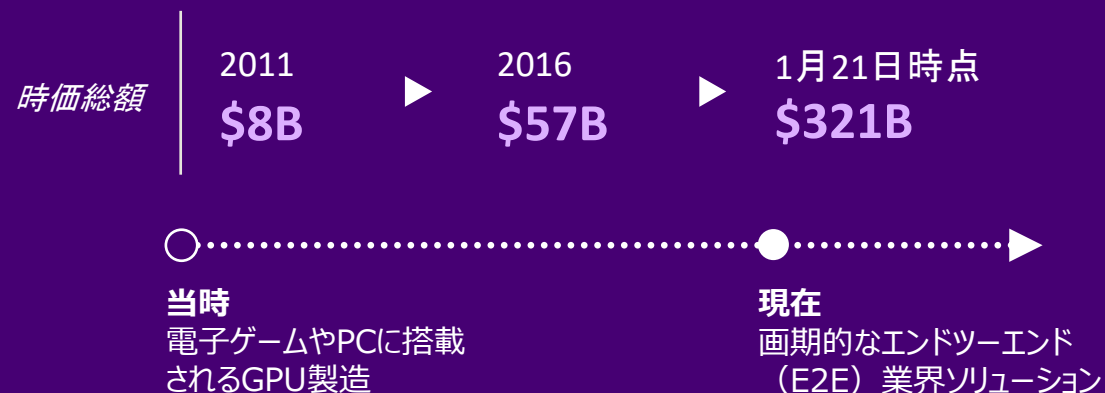
ハイテク企業は、今日の**エコシステムキャリーオーバー**のリーダーであり、既存の足場、忠実な顧客基盤、流通チャネルを活用し、**新たな業界で競争力のある地位を確保**しています。自動車産業から健康産業まで、ハイテク企業は**隣接する業界で注目される競合相手**となりつつあります。

ハイテク業界の境界拡張の先駆け



エヌビディアの進事例

グラフィックス用半導体の新興企業からエンドツーエンドの業界ソリューション活性化企業まで、エヌビディアはハイテク企業であることの意味を再定義しています。エヌビディアは、フルスタックの専門知識を活用して業界の境界線を書き換え、「スマートX」のエコシステムを共同設計します。



E2Eのハードウェア、ソフトウェア、およびサービス産業のソリューション

自動車

- 自動運転車とバーチャルシミュレーション
- 次世代のラストワンマイル配送ロボット

スマートシティメトロポリス

- インシデント検知
- 人道的・災害時救助
- 交通管理

インテリジェントストア

- 資産の保護
- 店舗内エクスペリエンスのパーソナライズ
- 自律的ショッピング

スマートホスピタル

- AI患者アシスタント
- PPEおよび病院在庫チェックの自動化
- スマートデバイス

Source: Accenture Research, Yahoo Finance, NVIDIA



企業と顧客のパラダイムは変化し続け、ハイテク企業は内向きと外向きの融合に直面

戦略的な業界の衝突を演出するハイテク企業は、オンデマンドで提供されるハードウェア、ソフトウェア、サービスのソリューションに対する顧客の期待によりよく応えることができる。

73%

の健康関連商品消費者が、ウェアラブルの市場機会を強化しており、血糖値、心拍数、運動量、睡眠をモニターするウェアラブルが自分の健康状態を把握するのに有益であると回答。

780億ドル

億ドル 世界の自動車用ソフトウェア（ADAS、インフォテインメントなど）市場は、2030年までに780億ドル規模に達すると予測されている。

2兆ドル

兆ドル コンシューマテック企業（サムスン、Apple、Googleなど）は、2025年までに売上高が2兆ドルに達し、グローバル決済への進出を続けるとの観測されている



現状は？

ハイテク企業は、歴史的な技術融合の波の先頭に立ち、中核産業の外に投資して新たな成長を実現している。業界の境界が曖昧になると、新たな競争力が生まれ、どこで戦略的にプレーすべきかが曖昧に。

何をすべきか？

業界の融合が**既存の市場シェアにどのような脅威**を与え、**競争環境**にどのような影響を与えるかを検証

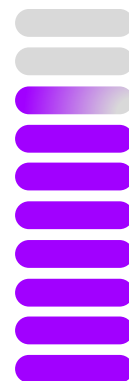
スケールメリットを高め、効率を最適化し、**研究開発の生産性や発見を促進し、売上高の成長を促す**ための業界横断的な拡張の機会を探求

Source: Accenture Research, P&S Intelligence



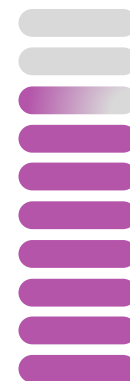
経営者の87%が「融合は成長を促進する」と回答

Cレベルのエグゼクティブの大多数は、業界の融合が長期的な成長を可能にする中核的な要素であると考えています。^{1,2}



87%

業界の融合によって、業界内の競争が激化したと回答した割合



85%

融合によって、収益拡大の機会が増えたと回答した割合

ハイテク産業の融合機会の図解例



スマートモビリティ

自立走行ボート、自動車、トラック、ドローン、公共交通機



コネクテッドインフラ
ストラクチャ

エッジおよび5Gに対応したスマートビルディング、スマートグリッド、エネルギー・ユーティリティ管理



デジタルヘルス

AIが整備されたスマート病院、フィットネスウェアラブル、新型コロナ接触追跡&ウォレットアプリ

出典: Accenture 2021 High Tech C-Suite Survey

以下の項目にどの程度同意しますか？

1. 「業界の融合によって、貴社が所属する業界の競争レベルは高まった」

2. 「貴社は、業界の融合がもたらす新たな課題や機会に対応する準備ができています」



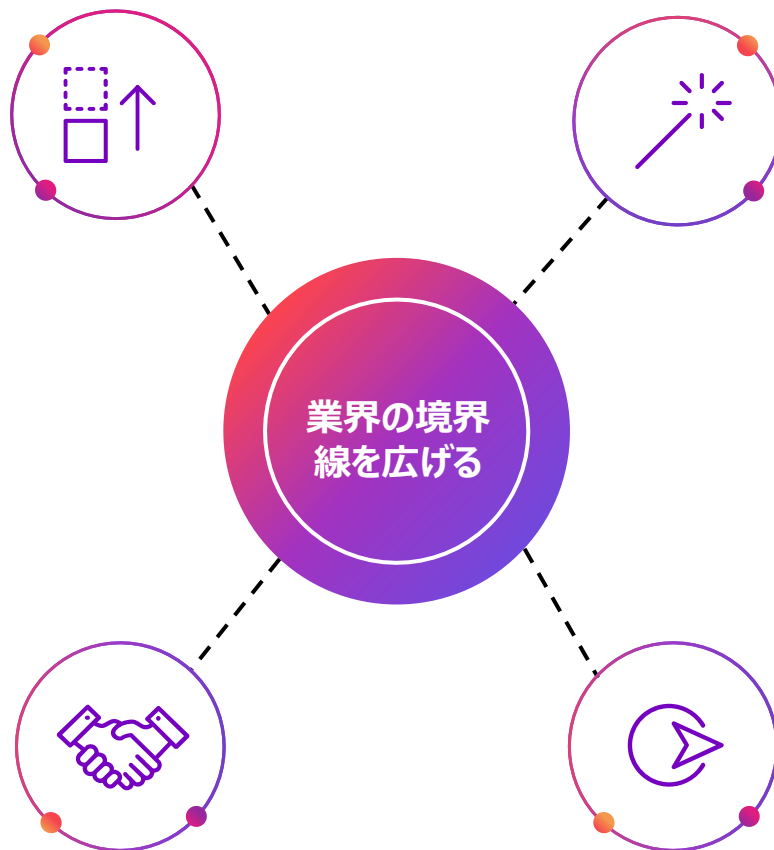
ハイテク企業には、新しい産業エコシステムの価値を引き出すための4つの道筋がある。

M&Aによる優位性確立

新たな能力セットの獲得（知的財産、人材、タックイン買収、成長市場への戦略的投資など）により、既存のポートフォリオを再活性化し、新たな分野への参入を加速

戦略的アライアンスの構築

アライアンスイノベーションハブの設計と運用により、実験を促進し、既存の製品と共食いすることなく、関連市場の共同製品を大規模に商業化



需要センサーに基づく構築

「作ったものを売る」という考え方から、顧客が実際に必要としているものを作るという考え方に転換。顧客中心の視点で研究開発や製品開発に取り組み、オーダーメイドのソリューションを構築

隣接領域への拡大のためのインストールベースの活用

深いデバイス浸透率と広範な製品のケイパビリティを活用し、需要センサーに合致した新たな領域を開拓（デジタルヘルス、持続可能性に焦点を当てた技術など）

03

ポートフォリオの 再構築

ポートフォリオの 再構築

クラウド、5G、エッジ、IoT、AI/MLの普及により、ハイテク企業はより早く洞察を導き出し、さまざまな環境での制限に対応した**ハイパーコネクテッドな顧客体験**を開発できます。拡大する市場機会を捉え、進化する顧客の要求に応えるためには、製品ポートフォリオの再構築が必要

ハイテクとの関連 性

これらの技術が爆発的に成長していることから、ハイテク企業は、**何を作るべきかを再定義し、どのような資産（データなど）が収益化できるのかを再評価して、市場への参入方法を再構築**する必要に迫られている

ハイテクコネクテッドポートフォリオの先駆的企業

JCIの進化事例

JCIは、新興技術への投資を拡大することで、スマートビルディングソリューションの先駆的企業となった。サーモスタット製造大手からサステナビリティのリーダーへ、スマートで安全、そしてサステナブルビルディングにおけるJCIの競争力は、エッジコンピューティング、アドバンスアナリティクス、そしてコネクテッドエコシステムによって継続的に実現されている。



新型コロナに対応したフレキシブルインフラストラクチャー



火災およびセキュリティサービス



タッチレスビル



サステナビリティ予測分析



OpenBlueデジタルプラットフォーム



PKIサイバーセキュリティ

未来のハイテク企業は、デジタルイネーブラを利用して市場でのポジショニングを再構築するとみられている

ハイテク企業は、自社製品の再構築を積極的に行えば、デジタルディスrupterによる市場機会の拡大を利用するのに適している

13兆ドル

5Gは2035年までに世界で約13兆2000億ドルの経済価値をもたらすとみられている

2510億ドル

世界のエッジコンピューティング市場は、2019年から2024年までのCAGRが12.5%で、2024年には2510億ドルに達すると予測

560億台

2025年までに、世界の接続デバイス数は560億台に達し、そのうち75%がIoTプラットフォームに接続されると予想



現状は？

ハイテク企業は、新興企業を買収し、提携関係を築き、IoT/エッジ機能を自社のポートフォリオに統合し始めていますが、多くの企業はまだ大規模な商業化の実現には到達していません。また、こうした最先端の機能を活用してトップラインの成長を実現している企業はごくわずかです。

何をすべきか？



製品や技術のロードマップを刷新し、戦略的なデジタルイネーブラを包含する



接続エコシステムをバリューチェーンに統合する



市場機会と、戦略的パートナーシップを通じて最先端技術を試験的に導入する可能性を評価する

出典: HIS Markit, Accenture Research, IDC

リーダーたちは、これらのデジタルイネーブラを未来とみなしている

ハイテク企業は、顧客のカスタムソリューションに対する要求の高まりに対応すべく競合している。

顧客中心のソリューションの例



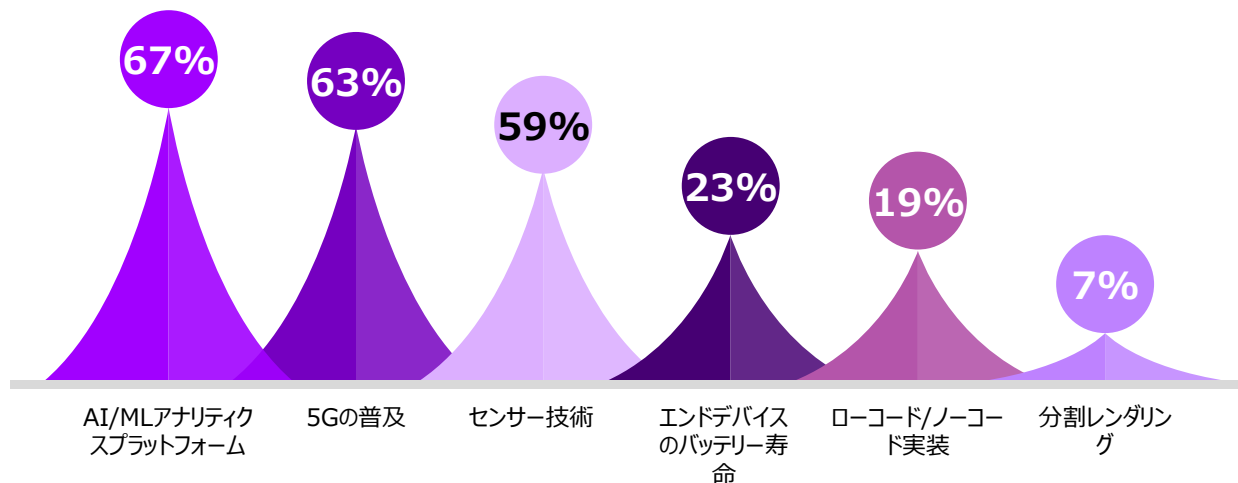
5Gを利用したスタジアムでの自分だけの体験



エッジセンサーが搭載されたダイナミックなスマートホームアシスタンス

そして、これらのソリューションを実現するために、次のようなデジタルイネーブラに投資している¹。

ハイテク企業の経営陣は、AI/ML機能と5Gを最重要視



出典: Accenture 2021 High Tech C-Suite Survey

1. What will be the biggest technological tipping points that will unlock the full potential of smart devices and edge computing to maximize return on investment?



ハイテク企業がポートフォリオを再構築し、高度にパーソナライズされた顧客体験を提供するまでの5つのステップ

市場参入戦略の策定

どのようにして価値提案を実現するかを評価し、新製品を提供して競争上の優位性を獲得する

バリューチェーンの再設計

ユースケースのデザインを推進し、実行を加速させ、自社配送を実現するために、独自のイノベーション部門の立ち上げを検討する

可能性を模索する技術の発見

最先端技術（5G、エッジ、AI/ML、クラウド）を活用して解決すべき顧客の問題（ユースケース）を特定する

デジタルイノベーションファクトリー

スタマイズ可能なエンドツーエンドのデジタル実行能力を提供し、複数の分野にまたがるスキルを組み合わせ、大規模な製品立ち上げを加速する

新製品導入戦略の策定

組織が勝つ権利を得るための価値提案、ターゲット層、差別化能力の決定



04

企業の最新化

コアの最新化

新しいビジネスモデルに適応するために、**コアテクノロジーシステム、データアーキテクチャ、オペレーションモデル、オペレーションプロセス**を再構築

ハイテクとの関連性

ハイテク企業は現代の経済を支えているが、いまだ多くの企業で自社の最新化ができていない。ハイテク企業が新たなビジネスモデル、新規市場への参入、新製品の導入の実現のために**基盤を再構築**する、**コア最新化の時代**を迎えている

ハイテクコアの先駆的企業

Lenovo

レノボの進化事例

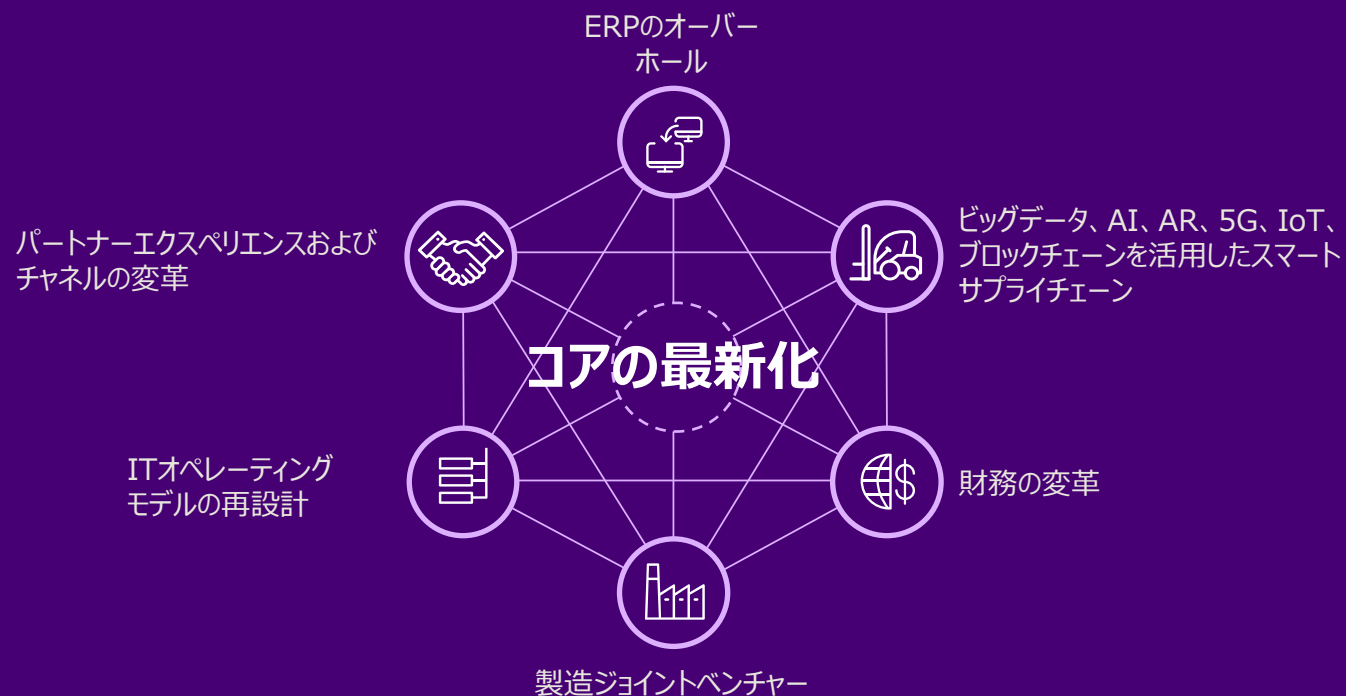
レノボのイノベーション実績は、技術、プロセス、労働力の継続的な変革の歴史によって支えられている。企業への再投資を数十年に渡って続けてきたレノボは、現在、新しい市場に参入し、デバイス企業からインテリジェンスソリューション企業へと移行する機会を得ている。

2020年度の売上高

510億ドル

5月21日時点の時価総額

150億ドル



出典: Accenture Research, Lenovo investor Day Reports, Yahoo Finance



企業変革への投資を行わないハイテク企業は数十億ドルを無駄にする リスクを負う

ハイテク企業は、ビジネスモデルやオペレーションモデルの再構築、コアテクノロジーの変革に真剣に取り組み、顧客に新たな価値を提供しなければ、破壊的な混乱からの回復に苦戦し、変化する顧客ニーズに対応できなくなるだろう。

60%

の組織が、変化に柔軟に対応し、必要に応じて体制を変更でき、俊敏性を持った組織を維持するための能力と組織モデルを欠く

40%

の企業は、仮想化されたクラウドベースのアーキテクチャに移行することで、設備投資を40%削減できる

30%

のハイテク企業経営陣は、戦略的価値が不明瞭であることを理由に、クラウドへの移行を不安視している



現状は？

ハイテク企業は、新型コロナへの対応として、ビジネスの最新化に着手。しかし、ビジネスモデルを適応させて、より弾力性のあるオペレーション、機動的な仕事の進め方、そして最先端の能力を実現することは、運用上の課題として残っている。

何をすべきか？



テクノロジースタックと次世代ERPを刷新し、クラウドに支えられたオペレーションモデルを最適化して成長を促進する

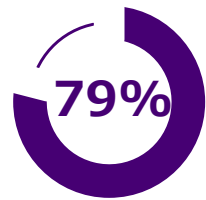


従業員のスキルギャップ分析を行い、**企業変革**に伴う人材育成計画を策定する

Source: Accenture Research, Morgan Stanley, Bank of America, Nasdaq

AIとクラウド: 明確なメリットと未実現の可能性

ハイテク企業の経営陣は、AIとMLを組織内に導入することのメリットを明確に認識¹



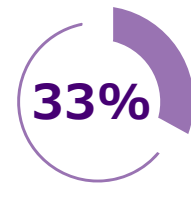
コスト効率を高めることができる



収益の成長を促進できる



市場における競争力の維持



労働力をより価値の高い活動に振り向けることができる



労働力のスキルアップの機会



競争力を維持する

クラウドは、パンデミックの間、分散した労働力を維持するために極めて重要な役割を果たしている。

しかし、多くのハイテク企業は、クラウドへの投資の可能性を十分に引き出せていない。

ハイテク企業の経営者は、クラウドへの投資を進めることで、以下のことが実現できると考えている²。



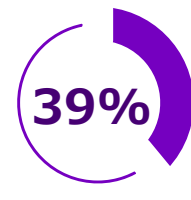
ITの最新化



効率性改善



アジリティとイノベーションの向上



生産性改善



コスト削減

しかし、クラウド導入にあたっては、まず2つの重要な課題を克服することが必要になる³。



未開発のクラウド戦略



社内にクラウドに関する専門知識がない

出典: Accenture 2021 High Tech C-Suite Survey

1. What are biggest benefits / reasons for deploying AI/ML solutions within your org?,

2. What are the top outcomes your organizations is looking to achieve through investments in cloud solutions?

3. What are some of the biggest internal roadblocks in the investment in & adoption of cloud infrastructure solutions?



ハイテク企業がその中核を最新化するためには、5つの側面からなるアプローチをとることが求められる

オペレーティングモデルの再設計

人、プロセス、技術システム、資産の流動性を可能にする、インテリジェントでアジャイルなオペレーショナルモデルを活性化するために、適切で安全な構造を確保する

人の可能性を引き出す

従業員に需要のあるスキルを身につけさせることで、デジタル未来の労働力を活性化。インクルージョン&ダイバーシティへの取り組みの強化、従業員体験の最適化、継続的な学習を通じて、文化的な変革を促進する

次世代のERPと新しいデータ戦略を活用したデジタル基盤の構築

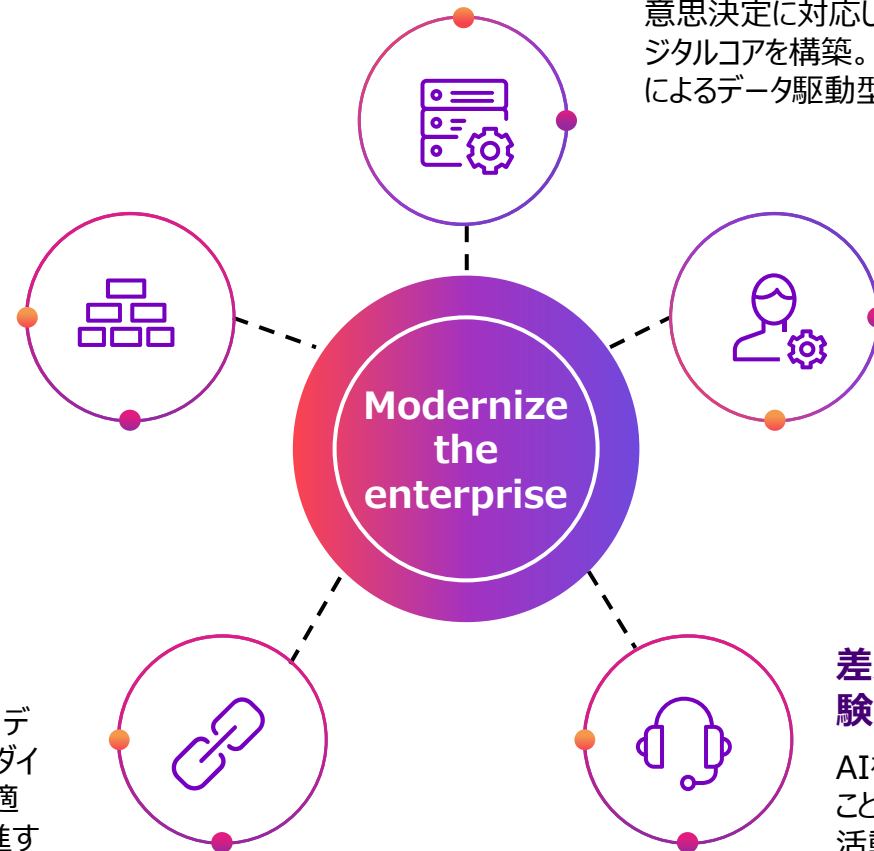
次世代ERPと自動化を活用してアジリティを高め、リアルタイムの意思決定に対応して、強固なオムニチャネル体験を促進するデジタルコアを構築。大胆なビッグデータ戦略とAI/MLソリューションによるデータ駆動型企業の構築

オペレーショナルアジリティの工業化

プロセスの効率化、継続的な改善、データ/分析機能の一元化により、人的資本をより価値の高い仕事に集中させる

差別化されてパーソナライズされた顧客体験の提供

AIを活用したカスタマーケアソリューションを導入することで、サービスコストを削減し、バックエンドの営業活動を最適化し、顧客が望む場所での商談を可能にする



05

レジリエントな サプライチェーン の構築

サプライチェーンの 回復力

新型コロナや地政学的緊張により、世界のサプライチェーンは混乱しており、危機に対処すると同時に、将来に向けてサプライチェーンの回復力を高めることが急務に

ハイテクとの関連 性

ハイテク企業は、競争上の優位性を維持し、成長を加速させるために、将来のサプライチェーンにアジリティとインテリジェンスを導入する新しい方法を模索

ハイテクサプライチェーンの先駆的企業

サムスの進化の事例

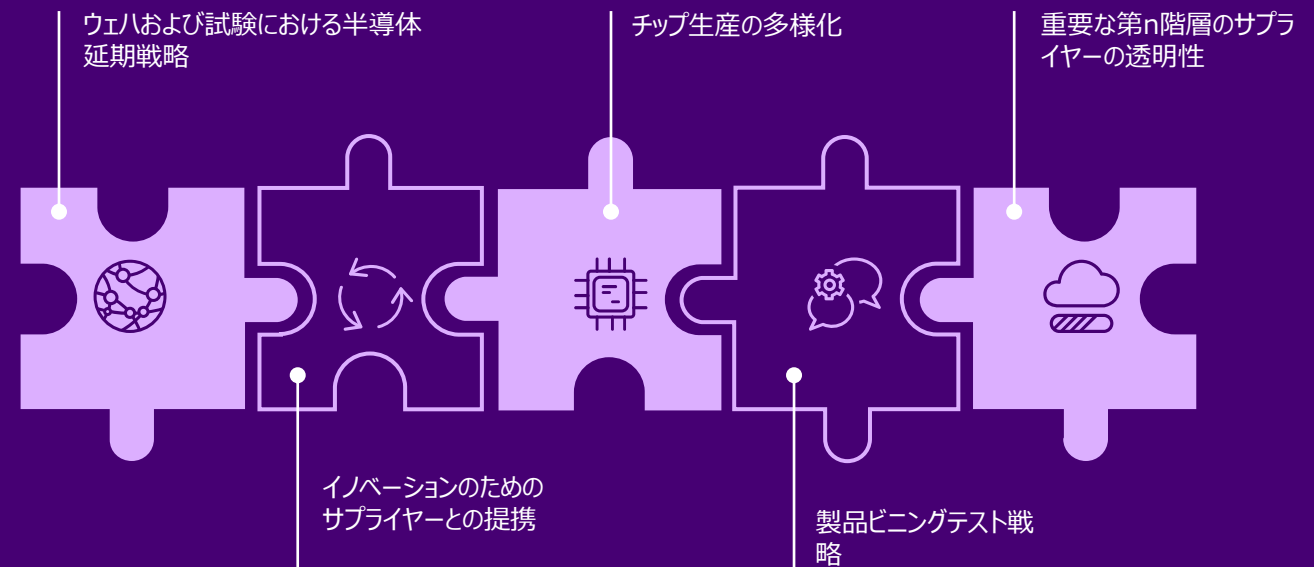
サムスは、コスト、納期、技術面での競争力を確保することで、世界の半導体サプライチェーンにおける支配的なプレーヤーとなっている。サプライチェーンネットワークの多様化とインテリジェントサプライチェーン機能への投資により、サムスのサプライチェーンは中核的な差別化要因として浮上している。

時価総額

2011
\$134B

2016
\$218B

1月21日時点
\$487B



アジャイルでインテリジェントかつレジリエントなサプライチェーンを活用する企業が、混乱が続く今日の時代においても競争優位性を持つ

サプライチェーンの回復力を迅速に強化できるハイテク企業は、アズアサービス（AAS）ビジネスモデルを採用したり、当面の危機に対処したり、将来の混乱を予測したりするための準備を整えることができるだろう。

94%

フォーチュン1000に選ばれた企業のうち、**新型コロナ**によるサプライチェーンの混乱を経験し続けている企業の割合

12社中10社

世界で活動する主要企業のうち、**関税、自動化、国家安全保障上の懸念**により、**サプライチェーンの一部を現在の場所から移す**必要があるとの見方を示している割合

第1位

アリアンツが世界の経営者を対象に実施した最近の調査では、最も重要な**ビジネスリスク要因の第1位**として**事業中断**が選定された



現状は？

新型コロナ、自然災害、地政学的緊張などにより、サプライチェーンの混乱が加速している。一部の製造工場は閉鎖されたままで、出荷オプションも限られている。世界的な半導体供給危機が続く中、川下の新興ハイテク企業はいずれも、収益とサプライチェーンをリスクから守ることを重視している。

出典: Accenture Research

何をすべきか？



障害対応時間を短縮し、コストを最小化するために、**インテリジェントなサプライチェーンアナリティクス機能**に投資する



AAS導入の一環として、サプライチェーンサービスの品質を強化し、優れた顧客体験を提供する（予備品の即日配送、ハードウェアの返品物流など）



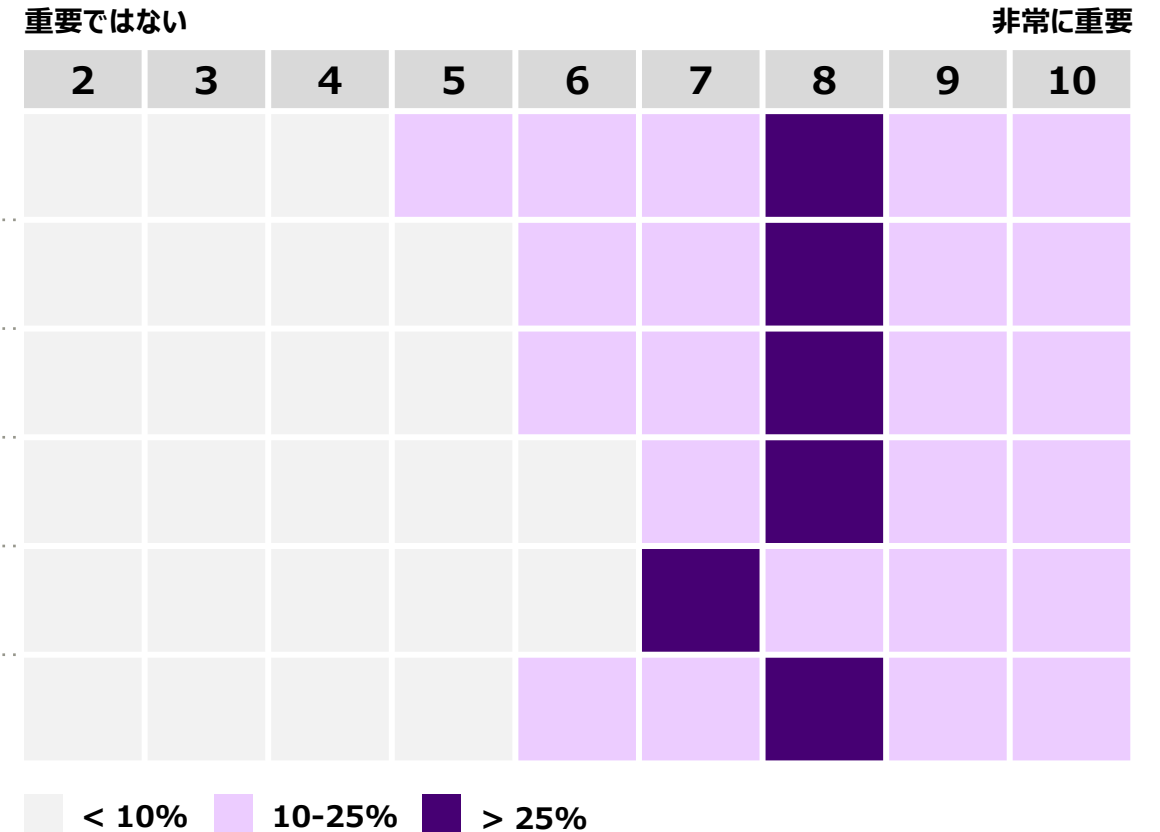
サプライチェーンにおける可視性と持続可能性を高めることで、**長期的なリスクを低減**する

経営陣の最優先事項：サプライチェーンのデジタル化

企業は、サプライチェーンモデルを変革するために、サプライチェーン活動のデジタル化を優先



経営陣は将来を見据えたサプライチェーンの構築が急務であるとの認識で一致¹



出典: Accenture 2021 High Tech C-Suite Survey
 1. How important are each of the following benefits your organization would hope to achieve through digitalization of supply chain activities?



よりレジリエントなサプライチェーンを構築するために、ハイテク企業は以下の5つの活動に軸足を移す必要がある

故障モードの評価と受け入れ

サプライチェーンの障害の原因、種類、制御できない要素（需要の変化など）によって、障害の根本的なケースを分類。システム上の問題を特定するために、故障モード影響解析(FMEA)を適用する

戦略的な在庫管理

AIベースのウェブクローラーを使用して、顧客の行動や感情を評価し、チャネルや地域ごとの需要の変化を予測。手持ち在庫、輸送中の在庫、注文中の在庫を、需要を満たすために必要な場所と比較してシミュレートする

供給基盤の確保と拡大

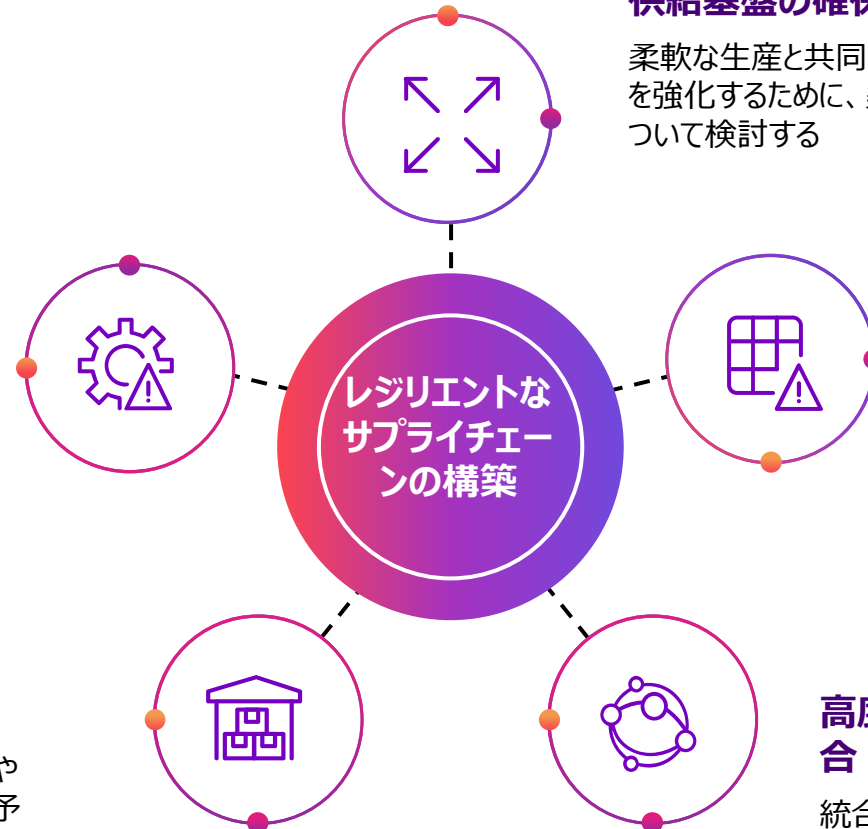
柔軟な生産と共同生産の可能性を評価。ネットワークの柔軟性を強化するために、柔軟な保管、流通、フルフィルメントの機会について検討する

デジタルツインによるリスク管理フレームワークの拡張

サプライチェーンのオペレーションをミラーリングし、供給ベースの既知および未知のリスク（InfoSec、規制、地政学的、気候変動など）に対して堅牢なサプライチェーンを分析する

高度なアナリティクスによるバリューチェーンの統合

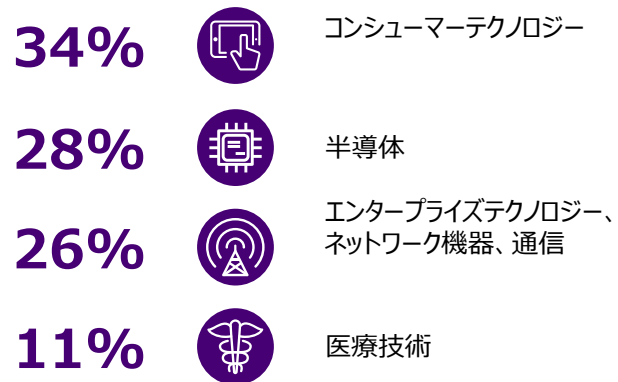
統合されたネットワークプランニング、災害シナリオモデリング、デジタルマニュファクチャリングアナリティクス機能を活用して、リアルタイムの可視性を高め、復旧までの時間を短縮し、持続可能な製造方法を推進する



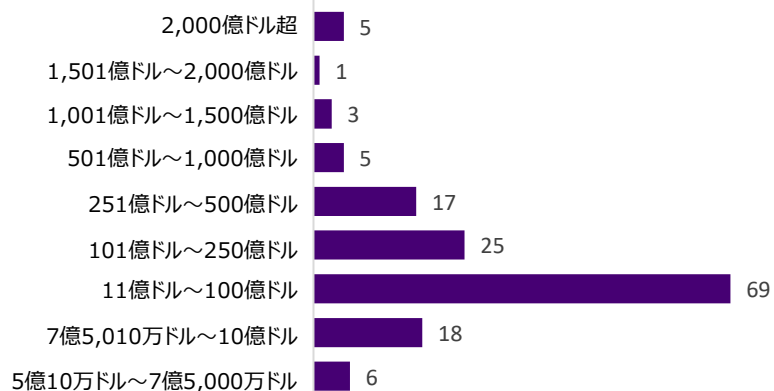
調査対象者

グローバルハイテク企業に在籍する149名人の経営陣

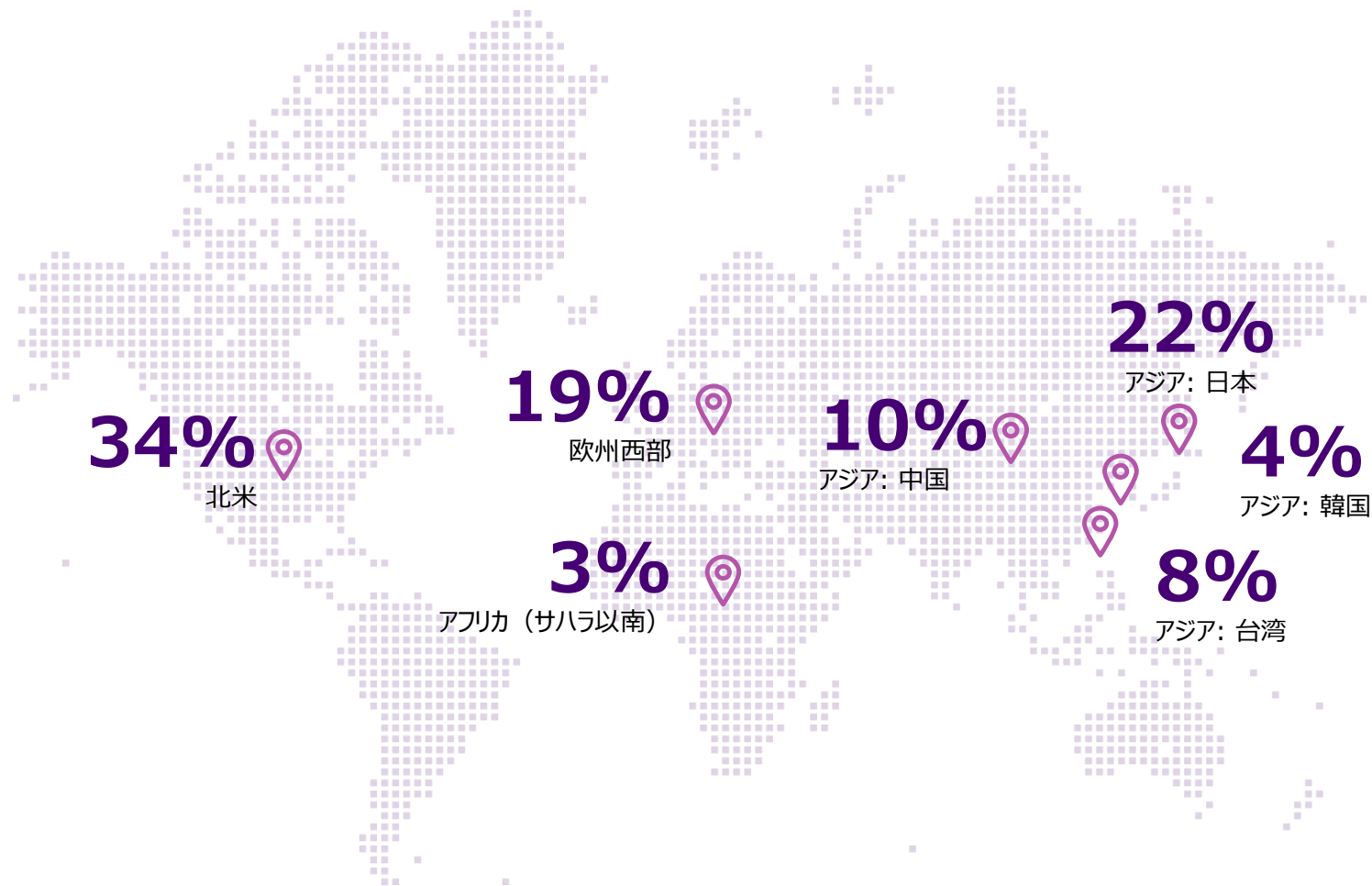
代表的な産業



企業規模



地理的分布



High Tech industry narrative team

Contacts



David Sovie
Global High Tech
Industry Lead



Marc Gelle
Europe High Tech
Industry Lead



Arun Khurana
North America High
Tech Industry Lead



Ryosuke Sato
Japan High Tech
Industry Lead



Vik Viniak
North America High
Tech Strategy Lead



Hongbiao Yu
Greater China High Tech Industry
Lead



Syed Alam
Global Semiconductor Industry
Lead



Sam Panda
North America High Tech Strategy
Managing Director



Tawfik Jarjour
North America High Tech Strategy
Senior Manager



Harman Ahuja
North America High Tech Strategy
Managing Director

Contributors

John Kinnaman
Hiroyuki Okabe
Xiaoxiao Guan
Yasuhisa Azegami
Guido D'hert
Taylor Guo
Harvey Kim
Vanessa Naik
Geoffrey Hills
Cody Crook
Farah Ahmed
Cathy Chen
Aishwarya Saluja
Shaden Alsheik
Shaan Mahbubani
Andy Kohok
Tim Chu
Ivan Huang

アクセントゥアについて

アクセントゥアは、デジタル、クラウドおよびセキュリティ領域において卓越した能力で世界をリードするプロフェッショナルサービス企業です。40を超える業界の比類のなき知見、経験と専門スキルを組み合わせ、ストラテジー & コンサルティング、インタラクティブ、テクノロジー、オペレーションズサービスを、世界最大の先端テクノロジーセンターとインテリジェントオペレーションセンターのネットワークを活用して提供しています。アクセントゥアは62万4,000人の社員が、世界120カ国以上のお客様に対してサービスを提供しています。アクセントゥアは62万4,000人の社員が、世界120カ国以上のお客様に対してサービスを提供しています。アクセントゥアは、変化がもたらす力を受け入れ、お客様、社員、株主、パートナー企業や社会へのさらなる価値を創出します。

アクセントゥアの詳細は www.accenture.com/us-en を、アクセントゥア株式会社の詳細は www.accenture.com/jp をご覧ください。

免責事項：本資料は一般的な情報提供のみを目的としており、弊社の専門アドバイザーのコンサルティングの代用としての使用は意図されていません。この文書では、第三者が所有する商標を参照しています。このような第三者の商標はすべて、それぞれの所有者に帰属します。このような商標の所有者による本コンテンツのスポンサーシップ、保証、承認は、明示的にも黙示的にも意図されていません。

