

物流DXの進め方②

アSEND

社長 日下 瑞貴

DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進は、運送業界の発展に必要な不可欠な要素です。狭義のDXとは、「デジタル技術によって経営を革新することであり、業務プロセスのデジタル化（デジタルイノベーション）、アナログデータのデジタル化（デジタルイノベーション）とは区別されるものです。本来の意味でのDXの実現には、相応の時間・人員・資金が必要となるため、現行業務と並行して、一足飛びにDXを進めることは困難であることも現実です。今回は

DXの全体像について解説し、「DXの第一歩としてのデジタル化」という考え方を紹介します。

「デジタル化」第一歩

小さな改革重ね近道



ク、ビデオ会議システム（ズーム、チームズ）などの導入がこれに当たります。あくまで単発でのデジタル化になるため、生産性向上のインパクトは限定的ですが、比較的取り組みやすいため、改革の機運となり、変化への慣れを育むことができます。

DXの階層別の取り組み内容				
	未着手	デジタルイノベーション	デジタルイノベーション	DX
プラットフォームレイヤー	システムなし	従来型プラットフォームの整備	オープンプラットフォームの整備	DX第2スコア
ビジネスモデルレイヤー	物理サービスのみに	効率的な物流サービス	データによる新たな収益源確立	ビジネスモデルのデジタル化
製品/サービスのレイヤー	非デジタルサービス	物流データの形成・蓄積	物流データ統合など	データを基盤とする輸送サービス
業務レイヤー	電話などでのやりとり	単純業務のデジタル化	業務プロセス全体のデジタル化	経営全体のデジタル化

プラットフォームの四つの軸で整理したのが下の図になります。

次いでデジタルイノベーションとは、業務プロセス全体をデジタル化し、物流データの統合管理や、それに伴うサービスの付加価値化を目指す取り組みです。例えば、受発注システムを導入することで受注から請求までの管理業務全体をデジタル化する

プラットフォームの整備、配車システムを活用して各種帳票の改善や属人化の排除と（配車表、車番連絡票など）といった効果が期待できます。また、デジタル化される業務の比重が大きくなるにつれ、データ化される量も増えることが想定されるという考え方が必要になります。具体的には、身近で比較向上といった取り組み（荷主への輸送ステータスの連携、ASN連携による検品レスなど）も検討していくことができるでしょう。

最後がDXです。営業、運行管理、経理、労務の各行、文書管理ツールの導入によるペーパーレス化など、取り組み内容は何でも構いません。大切なのは単発の取り組みの「効果」ではなく、継続的に改革を推進していく「姿勢」をトップが明示し、現場に改革の「経験」を蓄積する点にあります。デジタル化を目的とするでも、無目的に改革を進めるのでなく、大きな改革に向けた初手としてデジタル化を推進していく姿勢が求められています。