

# AtZ Business Partners 事例集

---

戦略・業務改革・DX支援の実績

# 目次 | カテゴリー別一覧



## STRATEGY(10件)

- 商社における運転資本改善余地把握支援
- 大手小売業 | 地域別戦略機能の構築支援
- 大手製造業 | 人事制度再設計支援
- 各種学校 | 新規事業の構想策定および実行支援
- 大手住宅設備メーカー | サブスクリプション事業構想



## BPR (9件)

- 大手小売業 | 帳票処理拠点統合・業務効率化支援
- 大手食品メーカー | 単品別利益の見える化支援
- 大手小売業 | 本社エリア本部制対応 新管理会計構想
- 大手エネルギー企業 | 全国支店・バックオフィス業務改革構想
- 大手化学メーカー | インボイス制度導入支援

- 大手小売業 | 利益構造分析と新契約プラン策定支援
- 大手小売業 | 営業体制に係る評価基準・試験設計支援
- 大手食品メーカー | 販促費の最適化戦略立案支援
- 大手精密機械メーカー | 新規事業の中長期戦略立案・実行支援
- 大手貿易物流企業 | BtoBデジタルプラットフォーム構想・実行支援

- 大手電機メーカ | SSCサービスマネジメントプロセス構築支援
- 二輪メーカー | 製品含有化学物質管理業務の強化支援
- 大手小売業 | CRM領域の業務改革実行支援
- 大手化学メーカー | 基幹刷新に伴う周辺システムPMO支援



## DX (7件)

- 大手製薬メーカー | 帳票のペーパーレス化支援
- 大手自動車メーカー | 新車整備システム再構築支援
- 官公庁 | AIを活用した事務業務BPR支援・実現性調査
- 大手精密機械メーカー | 販売管理・原価管理システム導入支援
- 大手小売業 | 全社デジタル戦略の策定支援
- 社会医療法人 | 病院移転に伴う外来導線再定義・システム移行支援
- 大手水質管理／污水处理会社 | 基幹業務システム刷新支援

# 商社における運転資本改善余地把握支援

STRATEGY

## ！ 背景・課題

肥料事業特有の季節変動により仕入・販売タイミングが偏在しており、資金繰りが期中で大きくぶれる構造となっていた

販売条件や回収サイトのルールが顧客別に属人的に設定されており、売掛回収が遅延・分散することでキャッシュ管理が困難だった

在庫も過剰傾向にあり、保管コストや廃棄ロスのリスクが経営を圧迫していた

営業・購買・経理など関係部門間での数値管理・改善アクションの連動が不十分であった

## 🧭 アプローチ

売掛金・在庫・買掛金の回転日数・滞留金額をベースにした現状可視化と課題抽出

取引先別の販売条件見直しと回収サイト短縮シナリオの策定

調達リードタイム・販売計画に応じた在庫最適水準の再設計

運転資本KPIの導入と営業・管理部門を巻き込んだモニタリング体制の構築

## 📊 成果

売掛金回収サイトの見直しにより、月間回収タイミングの集中を緩和し、キャッシュインの平準化を実現

在庫水準を20%以上削減し、保管コストと在庫リスクの両面で経営負担を軽減

運転資本に関するKPIを営業・管理部門で共有し、改善アクションの横断連携を定着

取引先別の条件改善が組織的に管理されるようになり、現場主導から組織管理への移行を実現

担当領域: 戦略／財務／業務

顧客属性: 商社グループ(肥料事業子会社)

## 📊 CCC(キャッシュコンバージョンサイクル)ダッシュボード

売掛金回転日数

48日

↓ -12日

在庫回転日数

32日

↓ -8日

買掛金回転日数

30日

↑ +5日

CCC

50日

↓ -25日

運転資本削減効果

2.8億円

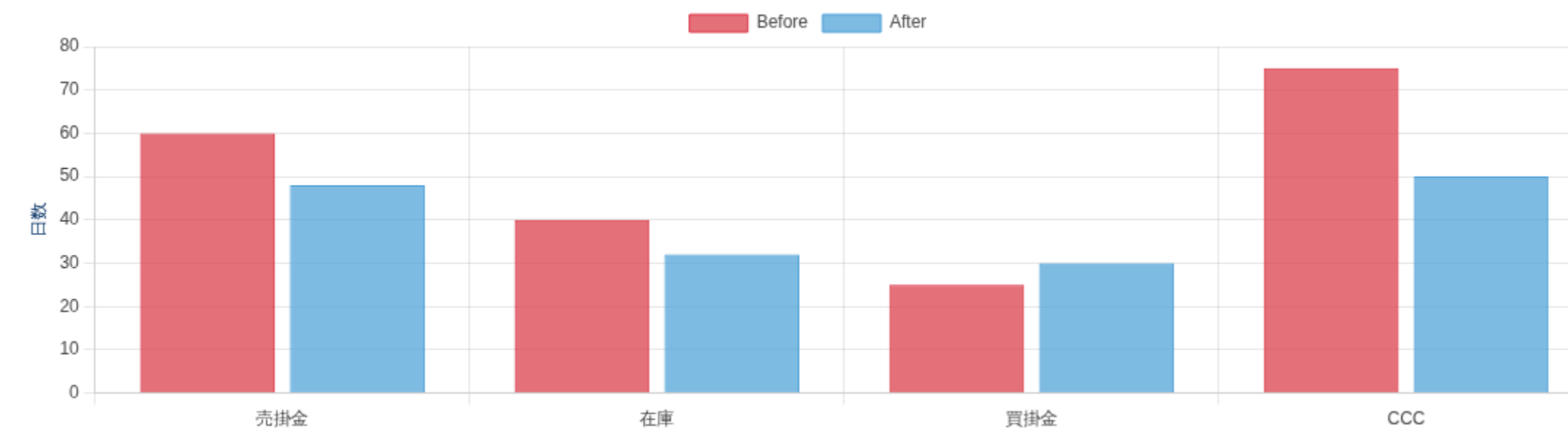
✓ 目標達成

財務効果

0.4億円

↑ 金利負担減

## 📊 Before → After 改善効果



# 大手小売業 | 利益構造分析と新契約プラン策定支援

## ！ 背景・課題

従来のフランチャイズ契約は、画一的なロイヤリティモデルに依存しており、加盟店の経営実態や成長を十分に反映できていなかった

店舗の人材確保難・収益性のばらつき・事業継続意欲の低下といった課題が顕在化し、契約更新や加盟維持に対する不安が拡大していた  
本部としても収益確保と店舗網維持を両立するために、柔軟かつ再現性ある契約オプションの設計が必要とされていた  
定量根拠に基づいた設計ロジックや意思決定材料が不足しており、社内合意形成が進みにくい状況にあった

## 🗣️ アプローチ

現行契約の分析と、収支構造・業務構造・加盟店属性ごとの影響評価  
店舗類型に応じた複数の契約オプションと収益・業務負荷モデルの設計  
加盟店の反応・受容度を検証するパイロット導入とフィードバック分析  
本部意思決定を支える評価軸・設計ロジックの整備と社内説明支援

## 📈 成果

加盟店の収益性・業務実態に即した柔軟な契約プランを設計し、多様な経営ニーズへの対応が可能に  
本部の収益維持と支援機能提供のバランスを両立したモデルにより、加盟継続率の向上と経営意欲の維持につながった  
社内向けには、定量根拠に基づく設計ロジック・評価軸を整理したことで、制度変更に関する説明性と納得性が向上  
全社展開に向けた意思決定プロセスが整理され、継続的な制度アップデートを可能とする管理運営基盤を構築

担当領域: 戦略／財務／業務設計

顧客属性: 大手小売業(FC網・全国)

## 🗺️ 意思決定フロー



## 🔄 PDCA実行ロードマップ

PLAN	DO	CHECK	ACTION
・収支構造分析 ・契約類型設計 ・移行シナリオ作成 ・意思決定ロジック構築	・パイロット店選定 ・契約条件説明 ・移行支援 ・運用マニュアル整備	・加盟店受容度評価 ・収益インパクト検証 ・運用課題抽出 ・改善ポイント整理	・契約プラン調整 ・全社展開計画策定 ・社内合意形成 ・管理運用体制整備

## 📊 契約プラン比較マトリクス

評価項目	従来プラン	新プランA	新プランB
加盟店負担	高い(一律)	中(売上連動)	低(段階型)
本部収益	安定的	成長連動型	支援度合連動型
サポート内容	標準型	カスタマイズ可	フルサポート型
適合店舗	安定高収益型	成長途上型	新規・再建型

！ 背景・課題

- 本部主導で全国一律に施策が設計・展開されており、地域ごとの競争環境や消費行動の違いを反映できていなかった
- エリア別の売上傾向や競合環境に応じた柔軟な戦略立案が求められていたが、現場には必要な分析機能や意思決定権限が備わっていなかった
- 施策展開に時間を要し、現場での対応が後手に回ることが多く、競争優位性を十分に確保できていなかった
- エリア責任者の業務もオペレーション中心に偏っており、戦略的思考や実行力を評価・育成する仕組みが整っていなかった

🗂️ アプローチ

- 地域別戦略に必要な業務プロセス・情報項目・意思決定構造の棚卸
- 地域単位の市場特性と競合環境を踏まえた仮説検証型の業務設計
- エリアマネジメント機能における役割・権限・評価軸の再構築
- トライアル導入・業務マニュアル整備・定着支援までを一貫して実施

📈 成果

- エリア別の施策検討と実行が可能となり、地域ごとの競争構造に応じた差別化戦略の推進が実現
- データ分析と仮説検証を軸としたPDCAサイクルが地域マネジメント業務に定着
- 意思決定権限の再定義により、本部からの統制とエリア現場の裁量が両立する運用体制を構築
- エリア責任者の育成方針と評価指標が整備され、戦略的人材マネジメントの基盤を強化

担当領域: 戦略／組織設計／業務      顧客属性: 大手小売業(全国展開)

👥 組織体制図



⚖️ 権限配分チャート

意思決定領域	本部	エリア本部	店舗
経営戦略・方針決定	● 全決定権	— 意見提案	✖ 情報共有のみ
地域特性に応じた戦術立案	— 承認権限	● 主体的決定	— 実行計画策定
商品構成・価格設定	● 基本方針決定	— エリア調整	— 一部自主判断
販促・イベント企画	— 全国企画のみ	● エリア企画	— 店舗独自企画
人員配置・教育	— 制度設計	● エリア内配置	— シフト管理



# 大手小売業 | 営業体制に係る評価基準・試験設計支援

## ！ 背景・課題

クライアントは全国規模で店舗を展開する大手小売業であり、店舗アドバイザーの役割が広範化・高度化する中で、共通の評価基準や昇格ルールが確立されていなかった

店舗支援、売上管理、従業員育成、衛生・業務監査といった幅広い職務に対する力量評価が属人的かつ主観的になっており、配置や昇格判断のばらつきが課題となっていた

現場実態に基づく体系的な職務整理と、役割期待に応じた評価・育成の枠組みが急務となっていた

人事制度と連動するかたちで、現場の実力を定量化し、育成・選抜双方に活用可能な試験制度の構築が求められていた

## 🔗 アプローチ

店舗アドバイザー業務の実態整理およびハイパフォーマー分析による評価指標の抽出

職務遂行力・管理能力・判断力等を測る評価基準と評価項目の設計

試験設計方針の策定と、出題パターン別に分けた約1,000問の問題作成

オンライン試験システムの導入・実施運営・集計・全社レポート作成支援

## 📈 成果

店舗アドバイザー業務を「現場支援力」「管理統制力」「自律的改善力」等の観点で体系化し、標準化された評価基準を構築

全国約2,300名を対象に職務能力試験を実施し、能力分布・強化ポイント・人材配置の適正判断に活用可能な定量データを獲得

分析レポートを通じて、育成重点層や即戦力層を明確化し、人事施策への具体的なフィードバックに繋げた

試験制度が昇格プロセスと一体化され、属人的だった判断基準が標準化されることで、組織全体での納得性と透明性が向上

担当領域: 戦略／人材マネジメント／評価制度

顧客属性: 大手小売業(全国数千店舗)

## 🧩 コンピテンシーマップ

### 店舗アドバイザーに求められる能力要素

#### 現場支援力

店舗運営指導、マニュアル実行支援、  
問題解決、人材育成

#### 管理統制力

数値管理、業績分析、リスク管理、  
コンプライアンス徹底

#### 自律的改善力

PDCA推進、改善提案、データ活用、  
ベストプラクティス共有

#### コミュニケーション力

情報共有、関係構築、調整力、フィードバック

#### 戦略的思考力

競合分析、地域特性把握、戦略提案、マーケット洞察

#### リーダーシップ

方向性提示、動機付け、チーム構築、変革促進

#### 専門知識

商品知識、オペレーション熟知、業界トレンド、法規制理解

## ☰ 評価体系階層図

### 店舗アドバイザーグレード評価体系

#### 店舗アドバイザー上級

・複数エリアの統括管理  
・経営戦略と店舗オペレーションの橋渡し  
・問題店舗の抜本的改革遂行  
・人材育成システムの設計

#### 店舗アドバイザー中級

・担当エリアの収益責任  
・戦略施策の展開と調整  
・店長育成・評価  
・エリア課題の分析と改善

#### 店舗アドバイザー初級

・基本オペレーション指導  
・数値目標達成支援  
・本部方針の浸透  
・店舗巡回と基本管理業務

評価試験: 筆記(知識・判断力) + 実技(ロールプレイ・ケース対応) + 実績評価

## ! 背景・課題

クライアントはグローバルに事業を展開する大手製造業であり、従来の年功序列型の人事制度が現代の人材価値や組織戦略と乖離していた

若手やハイパフォーマーの評価・処遇に対する納得感が低く、モチベーション維持や定着に課題を抱えていた

管理職・現場社員の役割・貢献の定義も曖昧で、マネジメント層の育成や役割期待の明確化が不十分だった

等級・評価・報酬制度が部分最適となっており、制度全体としての一貫性や運用負荷にも課題があった

## 🗺️ アプローチ

現行制度の棚卸と社員・マネジメント層へのヒアリングによる課題抽出

経営戦略・組織方針と整合した等級・評価・報酬制度の再設計

新制度導入に向けた移行計画と評価・報酬シミュレーションの実施

制度定着に向けた説明資料・運用ガイドライン・教育コンテンツの整備支援

## 📈 成果

経営方針と整合した制度再構築により、社員の成長支援と成果評価の仕組みが明確化

若手やハイパフォーマーの評価・処遇が適正化され、組織全体のモチベーションと定着率が向上

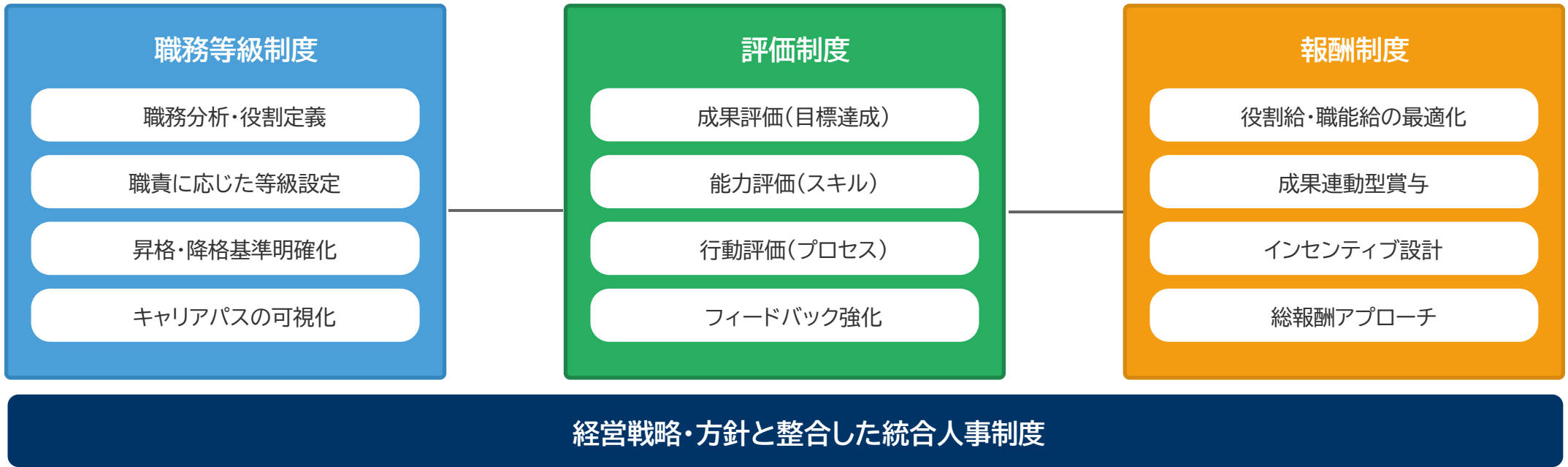
役割等級・評価制度の再整理により、マネジメント育成とキャリアパス設計が可能に

制度導入フェーズにおける移行計画と説明設計により、現場からの理解と納得感を伴った円滑な展開を実現

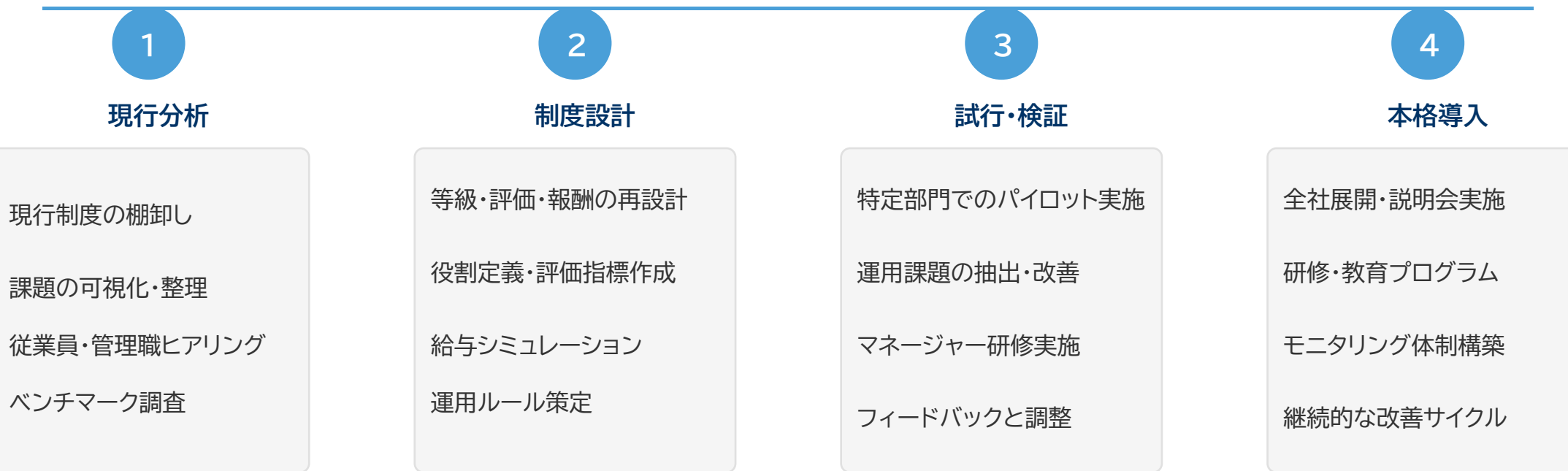
担当領域: 戦略／人事制度／組織開発

顧客属性: 大手製造業(グローバル展開)

## 👥 等級×評価×報酬の新フレーム



## 📖 移行ロードマップ



# 大手食品メーカー | 販促費の最適化戦略立案支援



## ！ 背景・課題

クライアントは、加工食品を中心に幅広い商品群を持つ大手食品メーカーであり、各商品・チャンネルに対する販促費が営業部門主導で慣習的に配分されていた

施策の実施実績は存在するものの、効果検証や費用対効果の定量的な評価がなされておらず、投資の意思決定において経営視点と現場視点のギャップが存在していた

また、限られた販促費をどの商品・流通チャンネルに優先投入すべきかという戦略的配分の議論が不足しており、同一カテゴリ内でも非効率な配分が常態化していた

全社視点での販促効果の可視化と、それに基づく客観的かつ柔軟な配分設計が求められていた

## 🧠 アプローチ

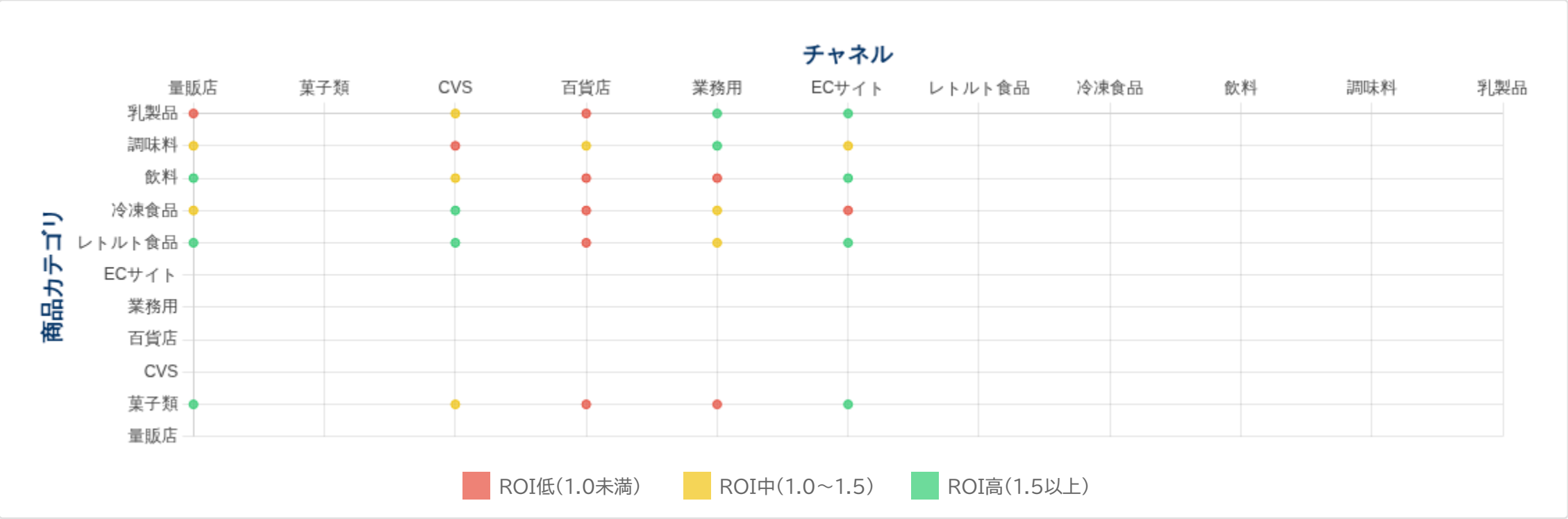
- 販促実績とPOSデータを統合した効果分析モデルの構築
- 商品・チャンネル別ROIの可視化と優先順位シナリオの設計
- 営業現場と連携した施策実行シミュレーションと戦略立案
- 全社視点での販促配分ルールおよび運用指針の策定支援

## 📈 成果

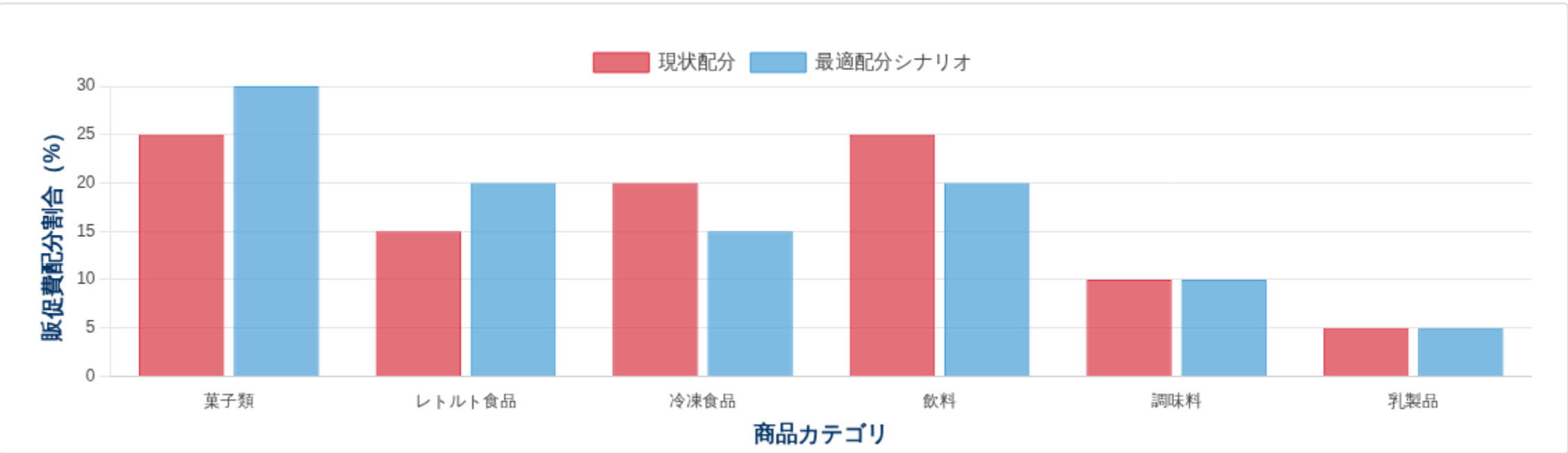
- 商品別・チャンネル別の販促ROIが可視化され、経営資源の選択と集中が可能に
- 定量分析に基づいた投資判断が営業現場にも浸透し、費用対効果に基づく販促戦略の再現性が向上
- 過去実績と連動した戦略設計により、現場の納得感を伴った施策運用が実現
- 中長期的には、販促費の配分基準が定着し、毎年の予算編成プロセスがスムーズに進行
- 定量データを基軸とした戦略策定を支援することで、クライアントの意思決定の質とスピードを両立させた

担当領域: 戦略／マーケティング／データ分析      顧客属性: 大手食品メーカー（加工食品中心）

## 📊 商品×チャンネル別 ROIヒートマップ



## 📊 販促費配分シナリオ比較





! 背景・課題

既存事業だけでは将来的な収益成長が見込めず、新たな収益モデルの構築が求められていた

学内に新規事業の企画・運営ノウハウが乏しく、構想を具体化できていなかった

協力会社や外部関係者との調整が複雑で、立ち上げ後の運営体制も不明確だった

🗣️ アプローチ

対象市場や顧客ニーズを踏まえ、新規事業の構想策定とビジネスモデルの明文化を実施

事業の実現に向けて、協力会社との調整・役割分担・契約整理を支援

顧客獲得に向けたマーケティング施策(Web、リアルイベントなど)を実行

学内外のターゲットに対する営業活動を推進し、初期顧客の獲得を支援

新規事業が学内で継続的に運営できるよう、必要な体制・業務フローの整備を実施

📈 成果

新規事業のビジネスモデルが明確化され、初期段階から実行可能な計画に落とし込みを実現

協力会社との連携体制を構築し、事業開始に向けた実行基盤を整備

マーケティング・営業活動を通じて、初期顧客を獲得し収益化の初期フェーズに到達

運営体制の整備により、自走可能な新規事業の立ち上げを完了

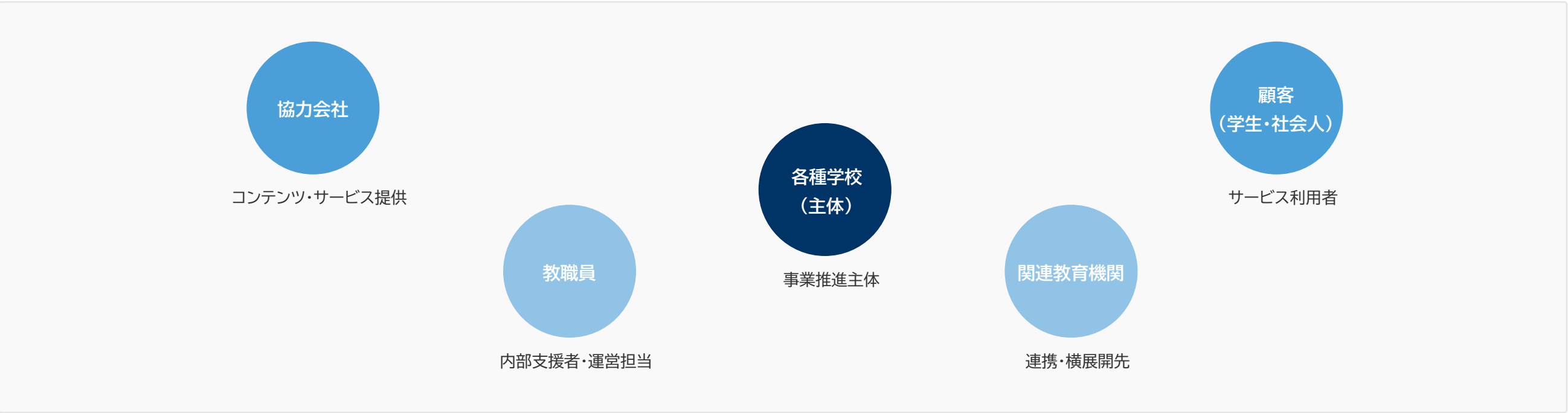
担当領域: 戦略／新規事業開発／マーケティング

顧客属性: 各種学校(教育機関)

📅 事業ロードマップ(PoC→ローンチ)

構想策定	PoC実施	ローンチ準備	本格展開
<div>・市場分析</div> <div>・ニーズ調査</div> <div>・ビジネスモデル検討</div> <div>・収支シミュレーション</div> <div>・実現可能性評価</div>	<div>・コンセプト検証</div> <div>・顧客ヒアリング</div> <div>・サービス内容詳細化</div> <div>・協力会社選定</div> <div>・小規模テスト実施</div>	<div>・マーケティング計画</div> <div>・実施体制構築</div> <div>・業務プロセス設計</div> <div>・パートナー契約締結</div> <div>・営業ツール整備</div>	<div>・広告プロモーション</div> <div>・初期顧客獲得</div> <div>・サービス品質管理</div> <div>・フィードバック収集</div> <div>・横展開計画</div>

👥 ステークホルダーマップ



# 大手精密機械メーカー | 新規事業の中長期戦略立案および実行支援

STRATEGY



## ！ 背景・課題

経営の次なる成長エンジンとなる新規事業が構想段階にとどまっていた

ターゲット市場の選定や参入方針が不明確で、優先順位づけに課題があった

外部との連携や必要機能の整備に対する評価基準が未整備で、具体的なアクションに結びついていなかった

## 🗨️ アプローチ

既存アセットと経営戦略を踏まえた新規事業の中長期戦略を策定し、実行ロードマップを明文化

現状の課題やボトルネックを可視化し、事業構想と体制整備の両面から打ち手を検討

将来的な事業性を見据え、攻略市場の分析と優先市場の絞り込みを実施

収益モデルの仮説を立て、新たなマネタイズ手法の検討とモデル構築を実施

優先市場向けにプロトタイプ的设计・開発を推進し、協業先候補の絞り込みと交渉支援を実施

## 📈 成果

新規事業に関する明確な中長期戦略と実行計画を策定し、社内合意を形成

攻略市場を見極めた上で、優先開発テーマの設定とプロトタイプ開発を完了

設計標準化の推進により、製品開発の効率性とスケーラビリティを向上

外部企業との基本協定を締結し、事業スピードと実現可能性の双方を高める体制を構築

担当領域: 戦略／新規事業／技術開発

顧客属性: 大手精密機械メーカー

## 🗺️ 中長期戦略ロードマップ



## 📋 フェーズ別実行計画

戦略構想	市場検証	製品開発	事業化
<ul style="list-style-type: none"><li>・市場機会の特定</li><li>・優先領域の選定</li><li>・アセット評価</li><li>・アライアンス戦略</li><li>・ビジネスモデル仮説</li><li>・リソース計画</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・顧客ニーズ調査</li><li>・競合分析</li><li>・PoC計画立案</li><li>・仮説検証</li><li>・パートナー候補選定</li><li>・収益モデル精緻化</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・プロトタイプ設計</li><li>・設計標準化</li><li>・開発体制構築</li><li>・協業先交渉</li><li>・品質検証</li><li>・量産計画</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・市場投入計画</li><li>・販売チャネル構築</li><li>・マーケティング戦略</li><li>・スケール計画</li><li>・収益管理体制</li><li>・次世代製品構想</li></ul>

## 📊 KPIゲートレビュー指標

構想フェーズ	検証フェーズ	開発フェーズ	事業化フェーズ
<ul style="list-style-type: none"><li>・市場規模評価</li><li>・競合優位性</li><li>・自社技術適合度</li><li>・投資対効果</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・顧客受容性</li><li>・MVP完成度</li><li>・パートナー候補数</li><li>・収益予測精度</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・技術的実現性</li><li>・開発進捗率</li><li>・品質指標達成度</li><li>・コスト目標達成</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・初期受注件数</li><li>・顧客満足度</li><li>・収益化達成度</li><li>・スケール可能性</li></ul>

# 大手住宅設備メーカー | サブスクリプション事業構想

## ！ 背景・課題

製品の耐用年数(家庭用約10年／業務用約3年)により、顧客接点が更新タイミングに限定されていた  
業務用製品は買い替えサイクルが短く、他社製品への乗り換えリスクが高く、顧客離脱が課題となっていた  
売り切り型ビジネスモデルでは、継続的な収益確保や顧客ロイヤルティの維持が困難であった  
製品のコモディティ化が進む中で、中長期的な収益性や顧客接点の希薄化が構造的なリスクとなっていた

## 🧠 アプローチ

構想段階から伴走し、将来的なプラットフォーム構想やデジタル連携を見据えた中期的な戦略ロードマップを策定  
家庭用・業務用それぞれのライフサイクル特性を踏まえ、顧客起点でのサービス提供価値を再定義

IoTデバイスの設置を前提に、モニタリング、予防保守、契約継続支援などを含むサービスパッケージを複数設計フィージビリティを検証

## 📈 成果

構想段階で曖昧だったサブスクリプションサービスの提供範囲と位置づけが明確化  
家庭用／業務用の更新サイクルに即した契約モデルが整理され、LTV最大化に向けた設計指針を確立  
初期導入企業へのPoC実施を通じて、事業性と顧客受容性の見通しを獲得

担当領域: 戦略／事業モデル／IoT

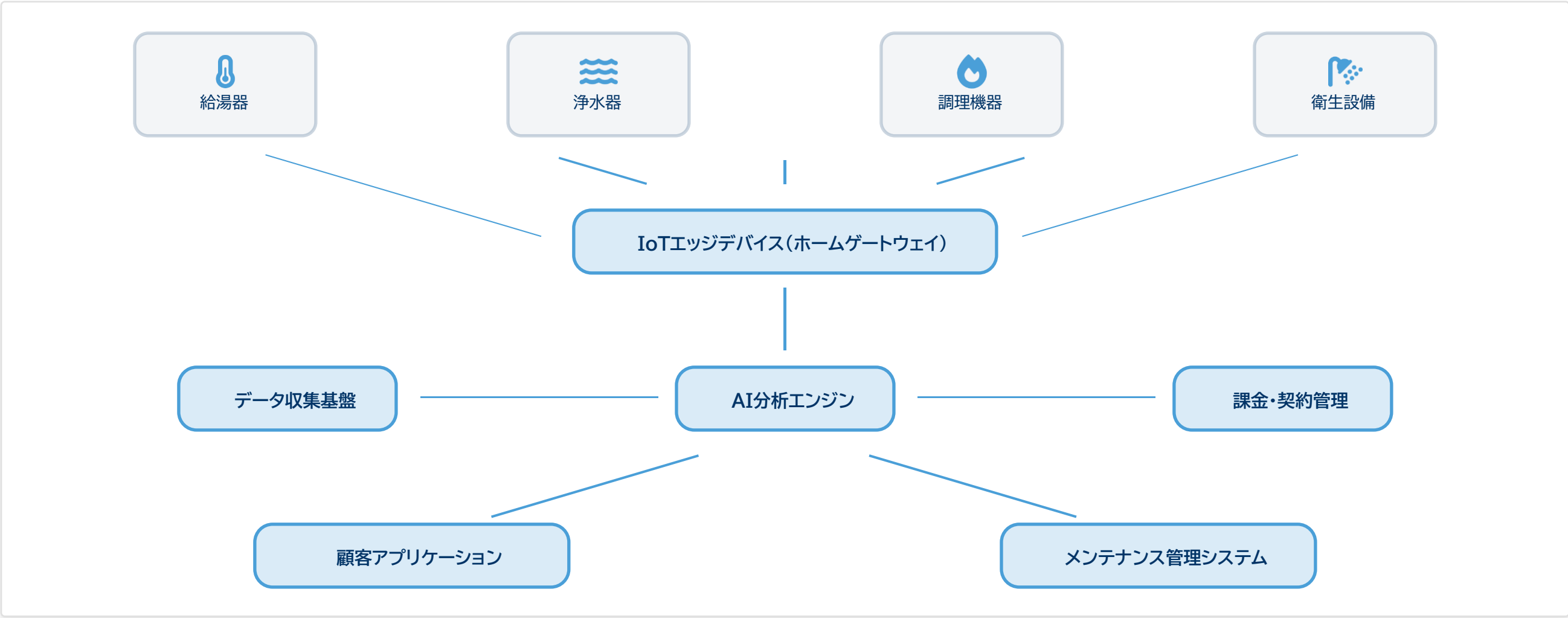
顧客属性: 大手住宅設備(給湯機器)

## 💡 STRATEGY

### 🔗 サブスクリプションサービス構成図



### 🔗 IoT連携システムアーキテクチャ



背景・課題

中長期的な成長を見据えた新規事業の柱が明確になっていなかった  
現行業務や顧客接点においてデジタル活用が限定的で、業務効率や収益性に課題があった  
外部企業との連携に向けた協業枠組みが未整備で、ビジネス展開のスピードに懸念があった

アプローチ

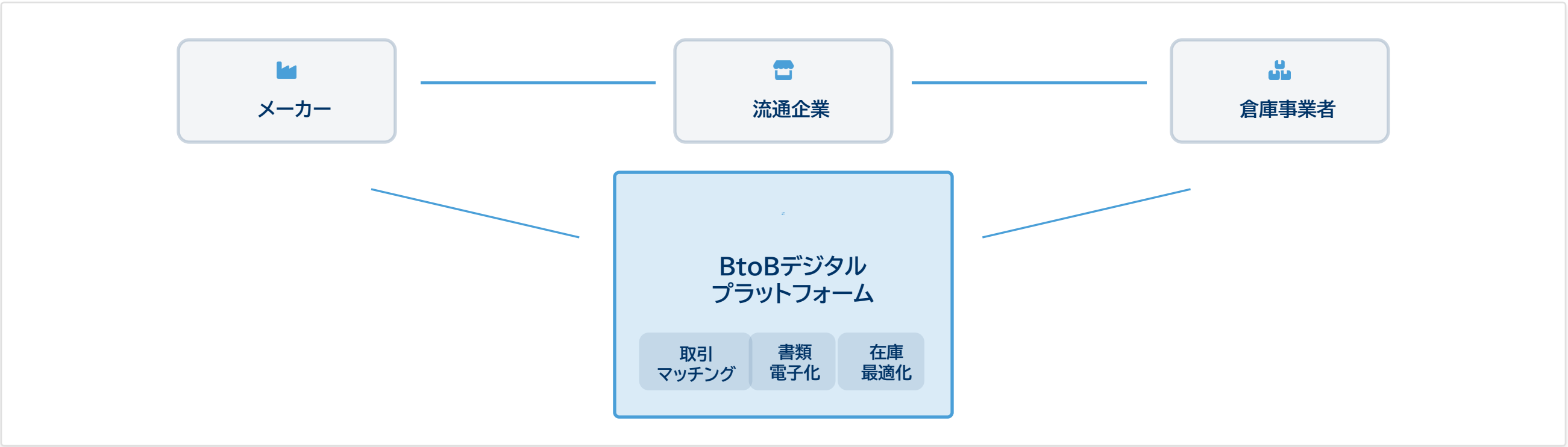
新規事業に関する中長期戦略の立案と、それに基づくロードマップを策定  
社内外のステークホルダーへのヒアリングを通じて、現状課題の洗い出しと分析を実施  
業界構造・自社アセットを踏まえた新たなマネタイズモデルの検討を行い、複数案を提示  
外部パートナー企業との連携に向け、協業先の選定・交渉・基本協定の締結を支援  
プラットフォーム構築に向けた要件定義、システム構成設計、開発PMOとしての進行管理を実施  
協業先へのPoC導入支援を行い、実環境におけるプロトタイプの効果検証をサポート

成果

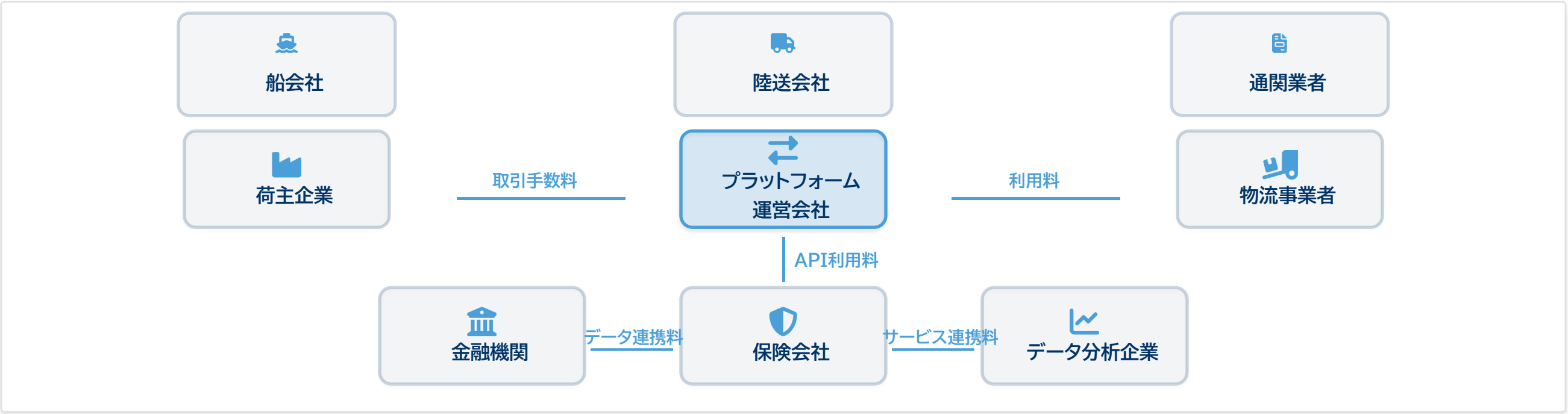
中長期的な成長ドライバーとなる新規事業戦略を策定し、経営合意を獲得  
スクラッチ開発においてもブレのない要件定義と体制構築を実現し、開発の初期段階を円滑に推進  
外部協業先とのPoCを通じて、プラットフォーム価値の具体的検証と実証を達成  
開発プロジェクトと事業戦略を一体的に運営することで、事業とITの融合による持続的成長の基盤を構築

担当領域: 戦略／DX／新規事業    顧客属性: 大手貿易・物流企業

BtoBデジタルプラットフォームアーキテクチャ



マルチステークホルダー収益モデル図





！ 背景・課題

全国に点在する帳票処理拠点において、作業内容や処理量に偏りがあり、業務負荷が拠点ごとに非効率に分散していた

紙帳票による処理が主流で、重複入力や目視確認が多く、ヒューマンエラーの発生や処理遅延が常態化していた

一部の業務ではRPAの試験導入が行われていたが、業務設計や拠点構造との整合が取れておらず、全社最適には至っていなかった

業務が属人化していたため、標準化・教育・異動対応といった運用面の柔軟性が失われていた

🧠 アプローチ

帳票処理業務のプロセス分解と処理件数・作業時間の定量分析

業務分類別に処理難易度・自動化適性を評価し、再設計パターンを設計

集約化シナリオ別に人員配置・拠点役割・運営コストの最適案を設計

RPA導入・業務手順書整備・教育設計を含む移行計画の策定と現場定着支援

📈 成果

業務構造と処理負荷の見える化により、非効率な属人業務を排除し、標準化が進展

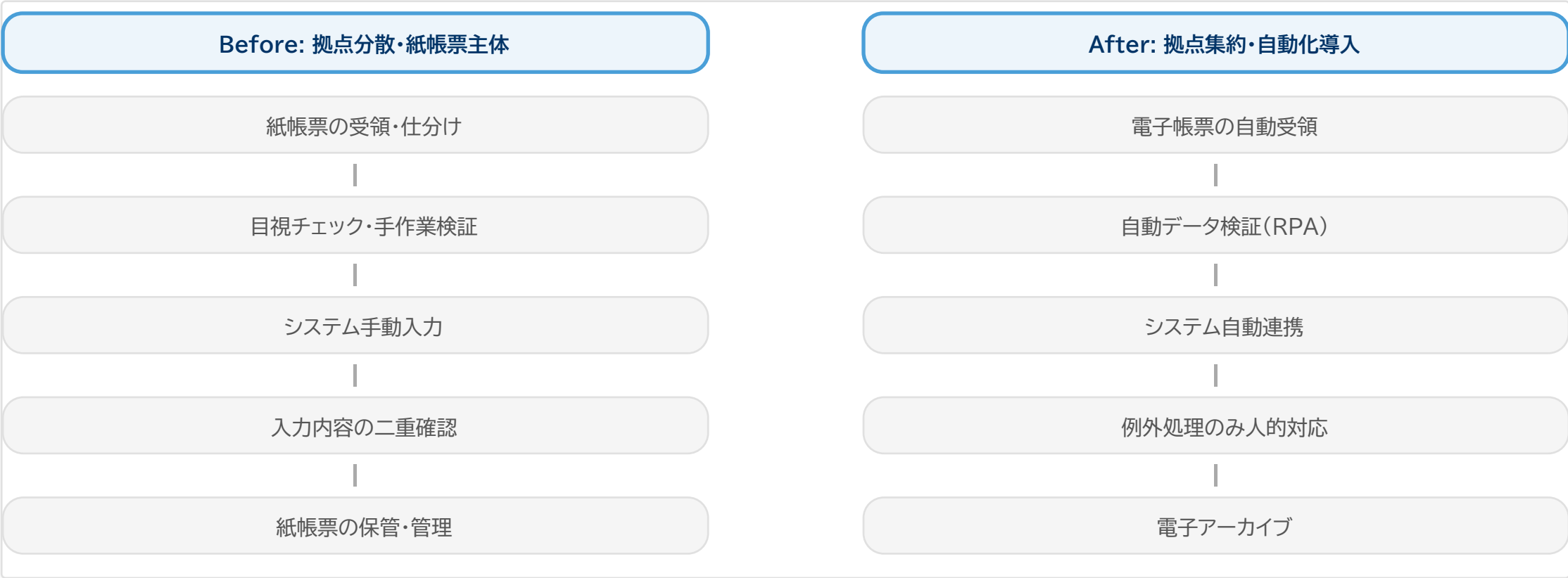
紙帳票業務のデジタル化とRPAの実装により、作業時間・エラー率を大幅に削減

業務集約と再配置により、運用コストが最適化され、拠点あたりの生産性が向上

属人的なノウハウに依存しない教育・引継ぎ体制が整備され、運用の柔軟性が確保された

担当領域: 業務改革／RPA／拠点統合    顧客属性: 大手小売業(全国複数拠点)

🔄 Before → After 業務フロー



🏠 RPA適用マップ

業務プロセス	自動化適性	削減工数	適用技術
帳票データ抽出	● 高い	約85%	OCR+RPA
データ検証・照合	● 高い	約90%	RPA+ルールエンジン
複数システム入力	● 高い	約95%	RPA+API連携
例外パターン処理	— 中程度	約50%	ワークフロー+RPA
承認プロセス	— 中程度	約60%	デジタルワークフロー
顧客対応・判断	✖ 低い	約20%	サポートツール

! 背景・課題

クライアントは国内外に複数拠点を展開する大手電機メーカーであり、グループ全体のバックオフィス機能を集約するSSCを運営していた

SSCにおける業務は属人的な運用に依存しており、問い合わせ・障害対応・定型業務などの実態把握が困難な状況であった

業務の優先順位付けやリソース配分が曖昧で、対応遅延や依頼者との認識齟齬が慢性化していた

サービス品質を維持・向上させるためには、業務可視化と継続的改善を支える標準プロセスおよび基盤整備が必要とされていた

🧠 アプローチ

ITILに準拠した業務プロセスの棚卸および標準化の設計

ServiceNowを活用した業務管理基盤の構築

TableauによるKPI可視化環境の整備と業務分析基盤の構築

📈 成果

SSC全体で業務プロセスの標準化が実現し、属人性の排除と業務品質の平準化を達成

対応状況の可視化とSLA管理が可能となり、対応漏れや遅延の削減に繋がった

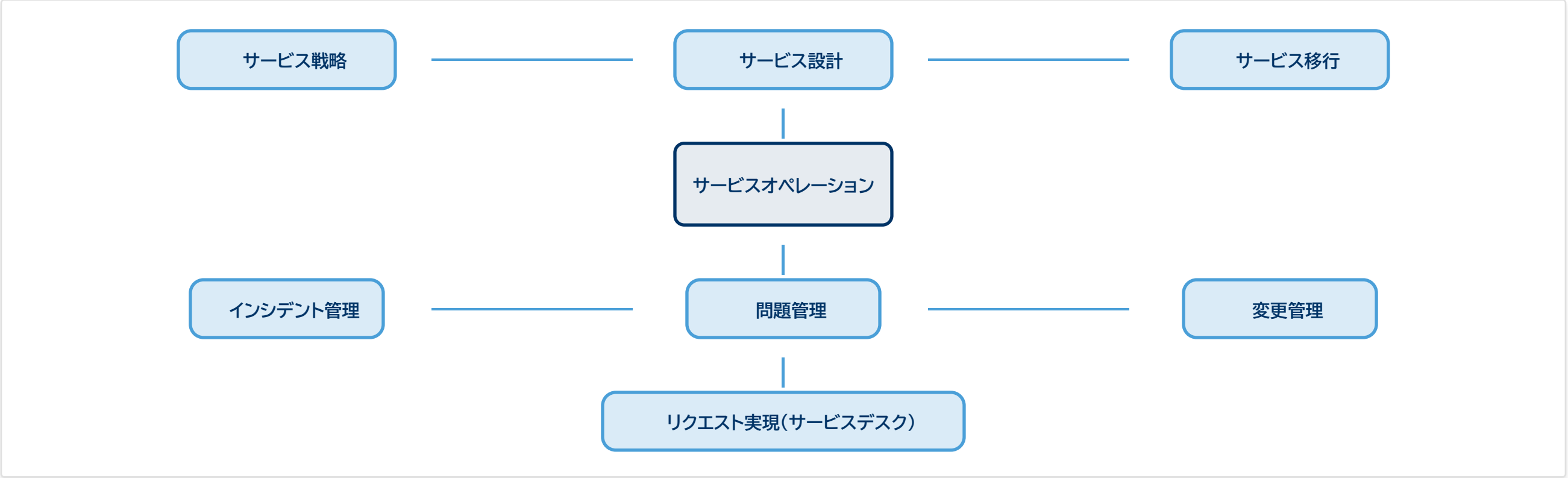
KPIに基づく現場主導の改善活動が定着し、継続的なサービス品質向上のサイクルを構築

定義された業務分類・運用ルールは、今後の業務巻き取りやSSC全体の高度化に向けた基盤として活用が定着化

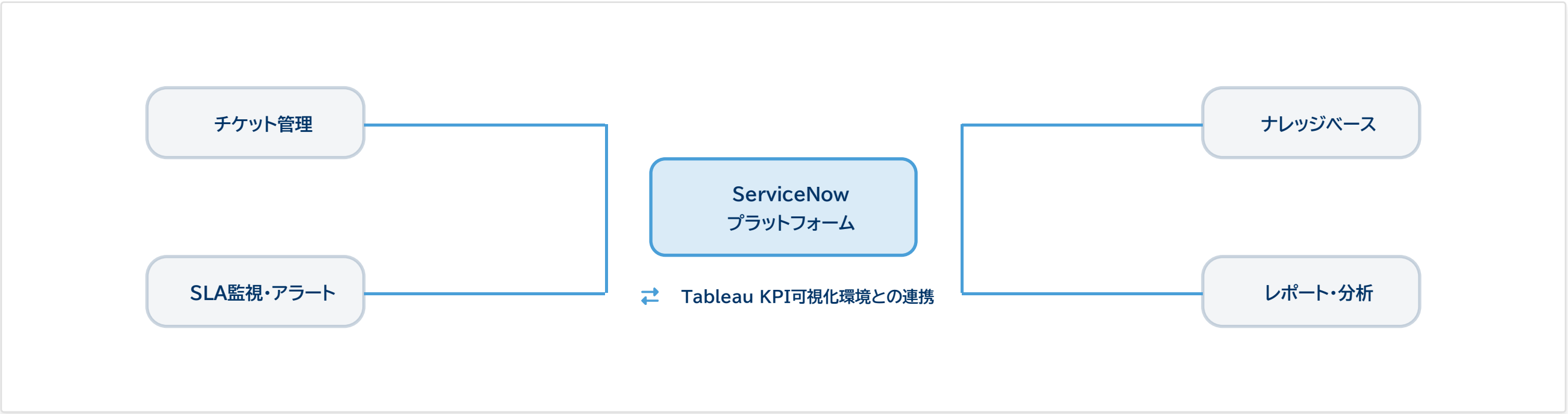
担当領域: 業務改革／IT基盤／サービスマネジメント

顧客属性: 大手電機メーカー(グループSSC運営)

🏗️ ITILプロセスフレームワーク



🔌 ServiceNow連携構成図



!

背景・課題

従来の会計管理はブランドや部門単位に留まり、個別商品（SKU）ごとの損益把握が困難であった

販促費や物流費は全体配賦で処理されており、商品実態と乖離した収益管理が行われていた

収益性の低い商品が残存し、価格改定や製造見直しの判断に客観的根拠が不足していた

会計システムの仕様上、商品別に利益を切り出す仕組みがなく、管理会計の粒度・視認性が経営判断に適していなかった

👤

アプローチ

商品別に原価・販促費・物流費を再構成した損益モデルを設計

各コスト要素の配賦基準を再定義し、SKU別の損益を正確に集計可能な構造を整備

会計システムを改修し、単品単位での管理会計情報が自動取得できる機能を追加

商品別KPIダッシュボードの設計と、営業・経営層が活用可能な指標体系を整備

📊

成果

約数千SKUに対する商品別損益構造が可視化され、粗利構造・販促投入・物流コストの相関が明らかに

収益貢献の低い商品群を特定し、改廃・価格見直し・流通再設計に向けた判断材料を提供

会計システムの改修により、SKU単位での利益情報が月次で自動抽出可能となり、全社的なデータ活用が加速

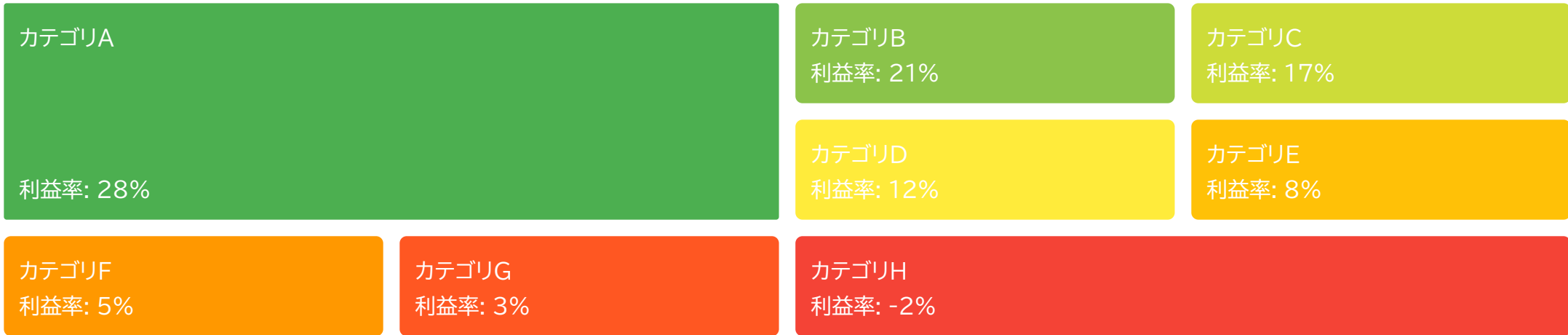
管理会計の視認性が飛躍的に向上し、営業部門・経営層が即時に収益構造を把握できる仕組みが定着

担当領域: 業務改革／管理会計／システム改修

顧客属性: 大手食品メーカー（多品種展開）

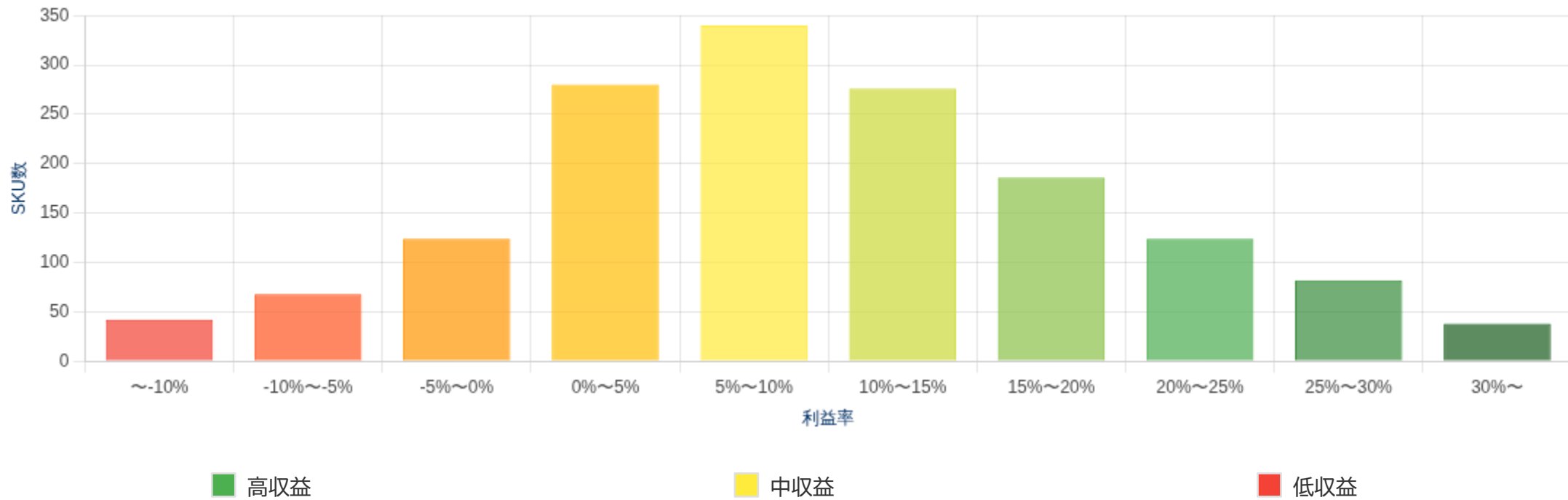
📊

SKU別損益ツリーマップ



📊

商品別利益率分布



# 二輪メーカー | 製品含有化学物質管理業務の強化



## ！ 背景・課題

規制強化やグローバル対応の必要性を背景に、化学物質管理業務の標準化・高度化が求められていた  
製品含有化学物質に関する社内ルールや業務フローが部門・拠点ごとに異なり、統一性に欠けていた  
子会社統合により、複数の管理体制が混在し、全社的なルール整備と調整が急務となっていた

## 👤 アプローチ

化学物質管理のあるべき姿を明確化し、業務範囲・対象物質・関連部門の役割定義を策定  
各拠点・部門の実態を踏まえて、標準業務フローおよび管理ルールを整備  
実務担当者向けに、教育プログラムおよび運用マニュアルを設計・提供  
子会社統合においては、管理体制・ツール・ルールの差異を整理し、統合方針を策定  
統合後の運用に向けて、現場業務への落とし込みや調整会議の運営、進捗管理を実施

## 📈 成果

製品含有化学物質管理に関する全社統一のあるべき姿とルールを策定し、運用の標準化を実現  
現場運用に即した教育プログラムを整備し、担当者のスキル底上げと制度定着を支援  
子会社統合に伴う管理体制の統合を円滑に進め、グループ全体としての対応力を強化  
規制対応の信頼性が向上し、顧客・取引先に対する説明責任の強化にも寄与

担当領域: 業務改革／規制対応／品質管理

顧客属性: 二輪メーカー(グローバル展開)

## 🔄 規制対応フロー



## 📊 責任分担(RACI)マトリクス

プロセス	品質管理部門	設計部門	調達部門	製造部門
情報収集・規制要求把握	R実行責任	C助言	C助言	I報告先
管理対象物質の特定・リスト化	R実行責任	A説明責任	C助言	I報告先
サプライヤー管理・情報収集	C助言	C助言	R実行責任	I報告先
設計・開発プロセスとの統合	C助言	R実行責任	C助言	C助言
適合性評価・確認	A説明責任	R実行責任	C助言	C助言
報告・開示	R実行責任	C助言	C助言	I報告先



# 大手小売業 | 本社エリア本部制対応 新管理会計制度



## ！ 背景・課題

本社内に設置されたエリア本部(地域統括部門)をマネジメント単位とした経営管理体制への移行が進められていたが、店舗単位の管理会計制度では、戦略策定・実行評価が困難だった

地域施策や競合環境の違いを踏まえた成果検証を行うための情報基盤が不足しており、全国一律の施策運用に留まっていた

管理対象(エリア単位)の定義やKPIの整合性が部門ごとに異なり、制度再構築には業務・システム・組織の横断的な調整が必要だった

既存システムでは、エリア本部単位での損益把握や指標集計が容易に実現できず、データ整備・仕組み化も課題となっていた

## 🧠 アプローチ

現行会計制度・業務運用の棚卸と、エリア本部単位での管理実態・ニーズの可視化

地域統括機能に対応する管理単位・KPI定義と、会計上の区分設計方針の策定

制度・業務・システムの整合を図る設計方針と段階的導入ロードマップの構築

経営層および関係部門への方針説明支援、制度設計に向けた影響評価と優先順位付け

## 📈 成果

エリア本部単位での損益把握、施策効果の定量評価に対応する新たな管理会計構想を策定

営業・経理・IT部門間で管理単位・指標の共通認識が醸成され、制度導入に向けた全社方針が整備された

制度刷新に向けた影響・費用・実現性を整理した中期ロードマップを提示し、経営層からの合意を取得

全国一律から地域特化型のマネジメント体制への転換に向け、経営情報基盤の強化を実現する土台を構築

担当領域: 業務改革／管理会計／システム構想

顧客属性: 大手小売業(本社エリア本部制)

## 📊 エリア別KPIダッシュボード

エリア別売上成長率

+2.3%

平均 | 最大+4.6%

エリア別客数増減

-0.8%

平均 | 最大+1.2%

エリア別粗利率

28.3%

平均 | 最大30.5%

店舗運営費率

21.8%

平均 | 最小20.3%

エリア施策投資回収率

124%

平均 | 最大162%

エリア本部管理指標

12項目

統一 | 5項目増加

## ☰ 管理区分レイヤー図

### 全社レイヤー

全社視点での経営方針・収益目標・全体KPI

全社PL

全社BS

全社CF

### エリア本部レイヤー(新設)

エリア視点での地域戦略・施策立案・KPI管理

エリアPL

エリア施策KPI

エリア配分予算

### 店舗レイヤー

店舗オペレーション・個店KPI・日次管理

店舗PL

店舗KPI

日次業績

### 部門/商品レイヤー

商品/カテゴリ別損益・販売分析・在庫管理

部門別収益

商品別ABC分析

在庫回転率

!背景・課題

CRM業務が部門ごとに分断され、全体像の把握が困難だった  
既存ツールでは複雑な施策実行や効果測定に限界があった  
データドリブンな施策立案・評価体制が未整備で、属人的な判断に依存していた

👤アプローチ

全社横断でCRM業務の棚卸を実施し、機能・役割・運用体制を整理  
各種要件を踏まえたCRMツールの選定支援および要件定義～導入支援を実施  
ツール導入後のPoC(概念実証)を現場と連携して実施し、初期運用を伴走支援  
複数のターゲティング施策を設計し、データ分析・効果測定・改善サイクルの確立を支援  
統計的な効果検証手法を活用し、評価体系の社内定着を推進

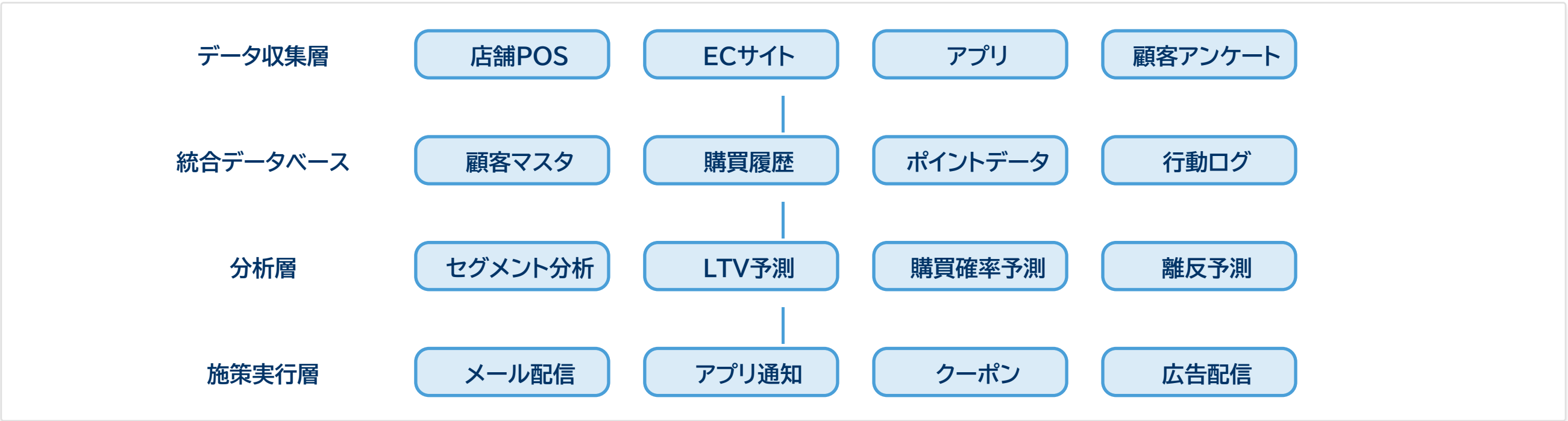
📈成果

CRM業務の全体構造を整理し、重複・非効率な業務の可視化と再構築を実現  
自社に最適なCRMツールを導入し、施策実行・顧客分析のスピードと精度を向上  
PoCを通じた現場理解と成功体験の蓄積により、データドリブン経営への足がかりを構築  
統計的手法に基づく評価体系を定着させ、属人性を排除した施策運用体制を確立

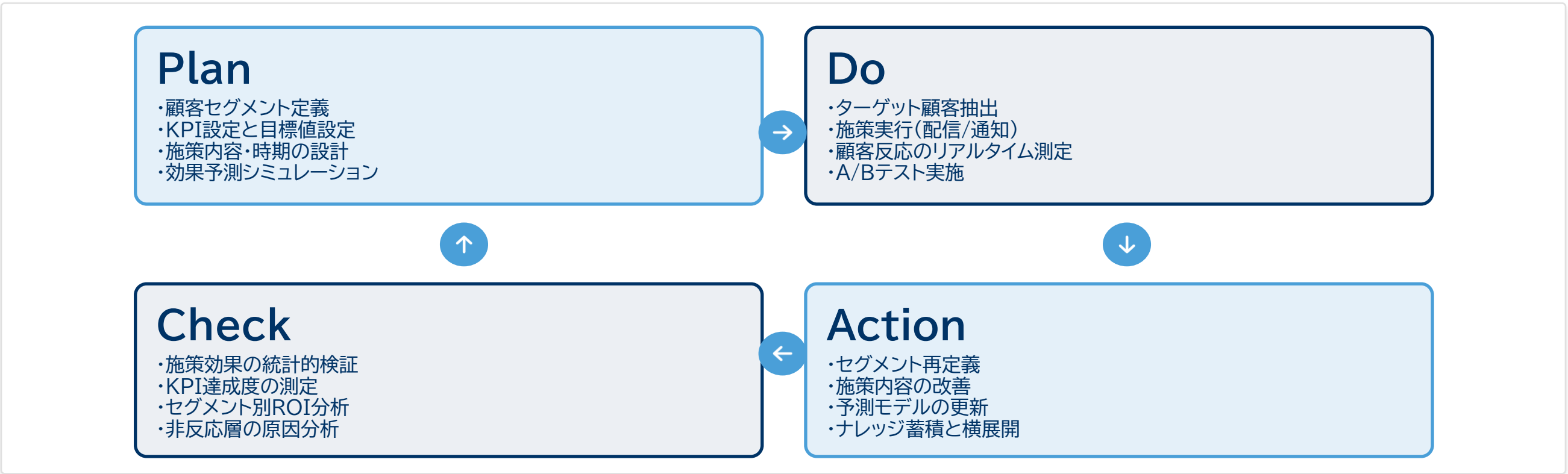
担当領域: 業務改革／CRM／データ活用

顧客属性: 大手小売業

☰ CRMシステムアーキテクチャ



🔄 施策PDCAサイクル



# 大手エネルギー企業 | 全国支店およびバックオフィス業務改革構想策定支援



## ！ 背景・課題

全国各地に支店が存在し、業務の属人化・重複が進行していた  
コスト削減が経営課題となっていたが、業務実態の可視化が不十分だった  
本社と支店間で業務内容・負荷のばらつきがあり、統一的な判断基準を持てていなかった

## 🧠 アプローチ

経営方針に基づくコスト削減仮説の立案と、仮説ごとのインパクト試算を実施  
業務の分類フレームを策定し、業務特性・処理量・属人性等の観点で体系化  
全支店を対象とした業務量調査票を独自に設計し、説明会を通じて配布・回収プロセスを運用  
回収データをもとに、支店別・業務グループ別の稼働分析を実施  
検証結果を踏まえ、改革施策の優先順位付けと実行ロードマップの策定を支援

## 📈 成果

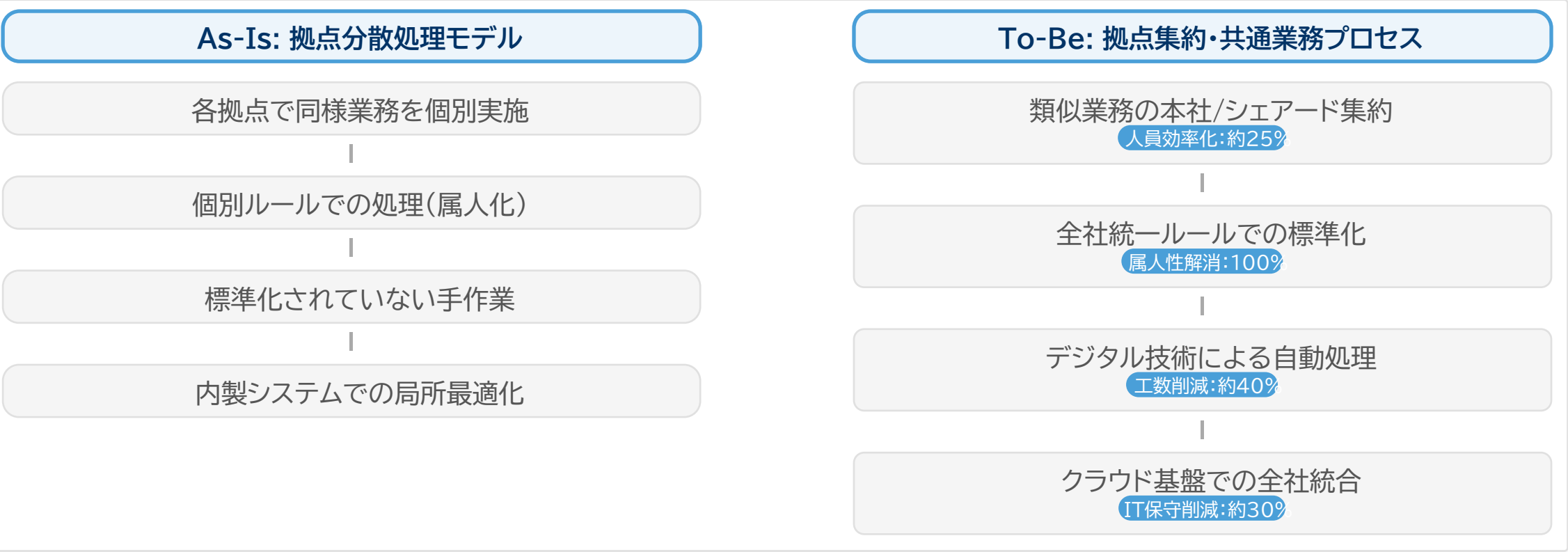
全国支店の業務構造・コスト構成を可視化し、大幅な業務効率化およびコスト削減余地を特定  
実現可能性の高い業務再配置・集約・システム活用案を整理  
現場負荷を抑えつつ調査設計から分析・提言までを一貫支援することで、スムーズな全社的改革の第一歩を実現

担当領域: 業務改革／コスト削減／拠点最適化      顧客属性: 大手エネルギー企業(全国展開)

## 🗺️ 拠点別・業務別 稼働ヒートマップ

拠点区分	経理	購買	人事	営業管理	契約管理	総務
本社	高負荷 (120%)	中程度 (85%)	高負荷 (115%)	やや高 (95%)	やや高 (100%)	高負荷 (125%)
エリア拠点A	やや低 (65%)	中程度 (80%)	やや低 (70%)	中程度 (85%)	高負荷 (110%)	やや低 (60%)
エリア拠点B	中程度 (75%)	やや低 (65%)	やや低 (60%)	やや高 (95%)	低負荷 (40%)	やや低 (70%)
エリア拠点C	やや低 (60%)	高負荷 (105%)	低負荷 (45%)	やや低 (65%)	やや低 (70%)	中程度 (80%)
エリア拠点D	低負荷 (50%)	低負荷 (45%)	中程度 (75%)	低負荷 (50%)	やや高 (90%)	低負荷 (55%)
エリア拠点E	低負荷 (40%)	やや低 (60%)	低負荷 (45%)	低負荷 (50%)	やや低 (65%)	低負荷 (40%)

## 🔄 ToBe業務フロー(集約型モデル)





# 大手化学メーカー | 基幹刷新に伴う周辺システムPMO支援



## ！ 背景・課題

SAP R/3 (ECC6.0)の保守終了に伴い、S/4HANAへの移行が急務となっていた  
周辺システムが多数存在し、移行影響が広範囲に及ぶ中で、業務部門・IT部門間の調整負荷が高かった  
プロジェクト推進において、情報の非対称性や意思決定の属人化が課題となっていた

## 🧠 アプローチ

周辺PMOとして、基幹・周辺・業務部門を横断するマネジメント機能を設計・運用  
各領域のリスクを洗い出し、意思決定を支える情報の可視化・整理を実施  
関係者間の合意形成を重視しながら、工程別の課題解決と移行完了までのマネジメントを一貫支援

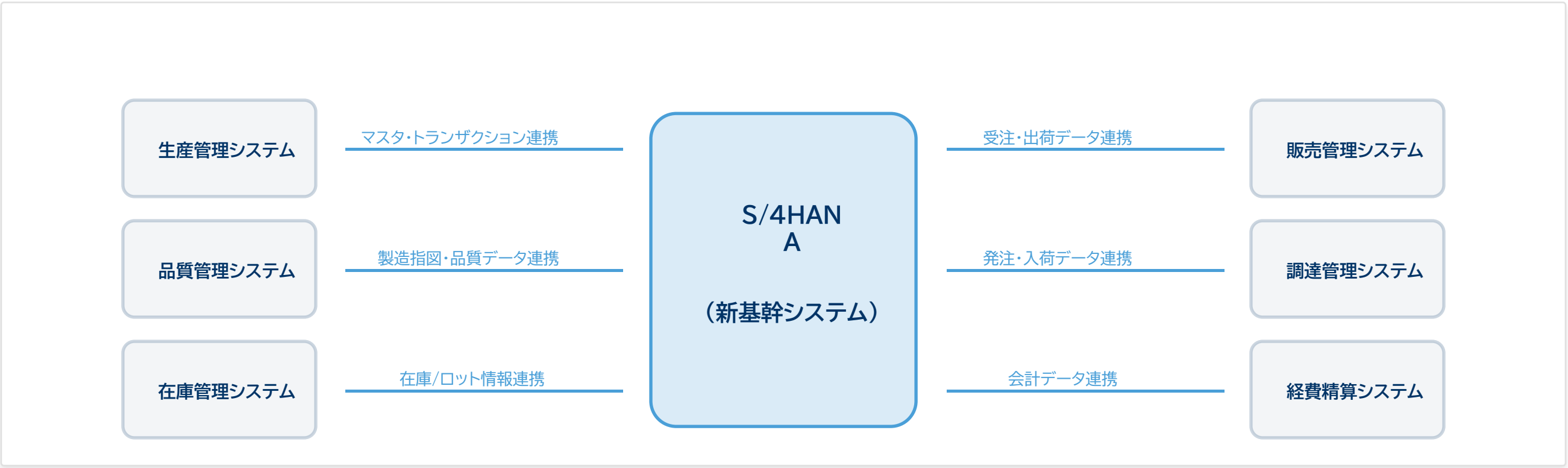
## 📈 成果

S/4HANAおよび周辺システムとの安定的なカットオーバーを実現  
ハイパーケア期間中も大きな業務トラブルを回避  
現場負荷の最小化と並行して、各部門間の連携体制を強化

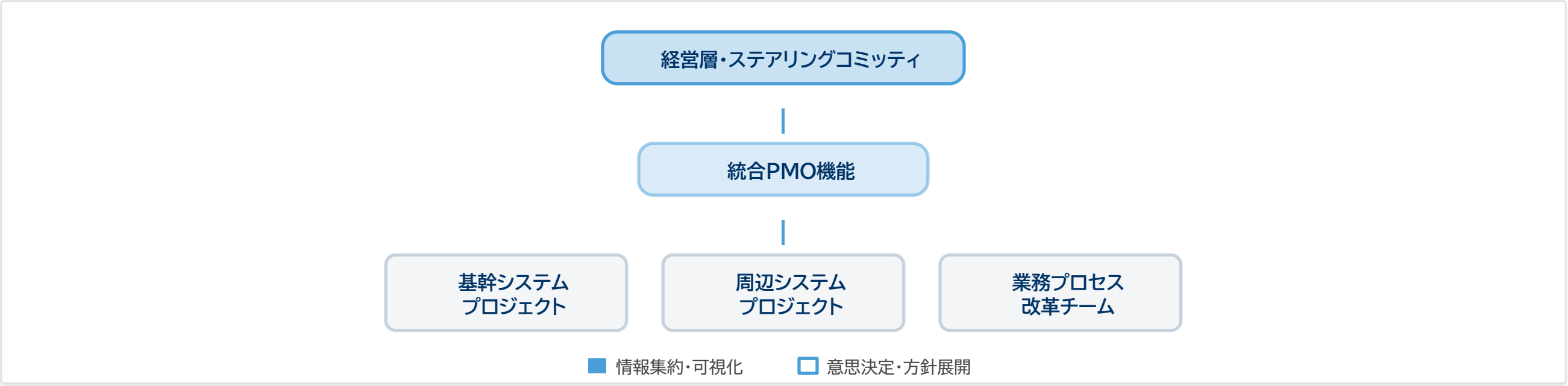
担当領域: 業務改革／IT／PMO

顧客属性: 大手化学メーカー

### 🔗 基幹×周辺システム連携アーキテクチャ



### 👥 PMOガバナンス体制図





## ！ 背景・課題

制度施行前であり、国税庁等の公式見解以外の情報が乏しかった  
制度の影響範囲が広く、業務部門ごとに解釈や対応が異なり混乱していた  
既存システム・帳票への影響も未整理であり、短期間での対応が求められていた

## 🧠 アプローチ

制度要件の整理と、業務・システムへの影響分析を実施  
制度解釈に関して、国税庁や税務署見解をもとに社内共通理解を形成  
短期間での要件整理と対応方針の決定、ベンダーとの連携による改修計画を策定

## 📈 成果

制度施行前に全社での対応方針と実行体制を整備  
サプライチェーン全体での混乱を回避し、円滑な業務継続を実現  
制度対応を機に、将来的な請求・会計業務の電子化も見据えた土台を構築

担当領域: 業務改革／規制対応／システム対応

顧客属性: 大手化学メーカー

## 📅 インボイス制度対応ロードマップ

現状把握	方針策定	システム・業務改修	運用・定着
<ul style="list-style-type: none"><li>・制度要件の整理</li><li>・取引先登録番号確認</li><li>・業務フロー調査</li><li>・システム影響調査</li><li>・帳票様式確認</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・対応方針決定</li><li>・部門間調整</li><li>・取引先対応方法</li><li>・システム改修計画</li><li>・予算・スケジュール</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・仕様書作成</li><li>・ベンダー連携</li><li>・システム開発</li><li>・テスト実施</li><li>・マニュアル整備</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・全社説明会実施</li><li>・運用体制確立</li><li>・モニタリング</li><li>・取引先対応</li><li>・電子化検討開始</li></ul>

## 📊 影響範囲マトリクス

部門／システム	販売管理	購買管理	会計システム	基幹連携
営業部門	高影響	低影響	中影響	中影響
購買部門	低影響	高影響	中影響	中影響
経理部門	高影響	高影響	高影響	高影響
情報システム部門	中影響	中影響	高影響	高影響

# 大手製薬メーカー | 帳票のペーパーレス化支援



## ！ 背景・課題

製薬業界特有の厳格な業務統制のもと、多くの業務が紙帳票ベースで運用されており、業務効率と管理負荷に課題を抱えていた

紙帳票の保管・回付・確認に多くの工数がかかり、ミスや承認遅延の温床となっていた

電子化の必要性は認識されていたものの、対象の優先順位付けや業務影響の定量評価が未整備で、プロジェクトとしての推進力に欠けていた

規制対応や監査要件を満たしながら、現場が実行可能な電子化方針の策定が求められていた

## 👥 アプローチ

全社帳票の用途・発行頻度・保管要件などの多面的な棚卸

紙帳票の業務上の影響度・電子化難易度を踏まえた優先度評価の実施

ワークフロー設計および電子帳票システムの機能要件整理

電子化推進ロードマップと拠点・部門への段階的導入方針の策定

## 📈 成果

業務ごとの帳票使用実態とペーパーレス化の影響が可視化され、段階的な導入に向けた社内合意が形成された

対象帳票の約7割を電子化可能と判断し、初期フェーズでは社内稟議・報告系帳票を中心に電子運用へ移行

ワークフローと回付ルールを明確化することで、内部統制と業務スピードの両立を実現

将来的なGxP対応や監査証跡管理に向けたシステム構想の基礎が整理され、全社DX推進の足掛かりとなった

担当領域: DX／業務改革／規制対応

顧客属性: 大手製薬メーカー

## 🔄 電子ワークフロー図

- ①帳票作成・登録  
紙帳票をスキャンまたはシステムから直接登録。メタデータ付与により検索性を確保
- ②ワークフロー起票  
承認フローをテンプレート化。申請者は帳票種類に応じた適切なフローを選択
- ③承認プロセス  
関係者へ自動通知。承認状況をリアルタイムで可視化し、滞留を防止
- ④完了・保管  
承認完了後、自動的に電子保管。アクセス権限管理と監査証跡を確保

## 📊 導入優先度マトリクス

	電子化難易度：低	電子化難易度：中	電子化難易度：高
業務影響：大	<b>最優先</b> ・社内稟議書 ・会議議事録 ・月次報告書	<b>優先度高</b> ・部門間申請書 ・出張精算書	<b>優先度中</b> ・臨床試験記録 ・製造記録
業務影響：中	<b>優先度高</b> ・経費申請書 ・社内回覧	<b>優先度中</b> ・契約関連書類 ・発注申請書	<b>優先度低</b> ・規制当局提出資料
業務影響：小	<b>優先度中</b> ・社内連絡 ・研修記録	<b>優先度低</b> ・定型報告書	<b>後期検討</b> ・法定保存書類 ・署名必須文書

# 大手小売業における全社デジタル戦略の策定支援 DX

## ！ 背景・課題

複数の事業部を持つ大手小売業において、部門ごとに個別最適化されたDX施策が乱立していた状況を受け、全社視点戦略策定を支援

施策同士の重複や優先順位の不整合が生じており、経営資源の分散や効果の非効率化が課題となっていた

また、評価指標や意思決定基準が各部門でバラバラであり、全社最適な視点での投資判断が困難な状態であった

今後の競争環境変化に備え、全社一体となったデジタル戦略と、それを支える推進体制の整備が急務となっていた

## 🗨️ アプローチ

現行施策の棚卸と部門横断的な課題の可視化

企業方針と整合したデジタル戦略マップおよび実行計画の策定

デジタル投資の評価基準および投資ポートフォリオの設計

組織横断の推進体制・役割定義および実行ロードマップの構築

## 📈 成果

重複・分散していた施策群を整理し、全社視点での優先順位と方向性を明確化

デジタル投資の判断基準が整備され、経営会議での意思決定が迅速かつ戦略的に実施されるようになった

IT・業務・デジタル部門が一体となった推進体制が構築され、実行段階への移行が加速

全社デジタル戦略が明文化されたことで、従業員への浸透や部門間連携も促進

担当領域: DX／戦略／IT戦略

顧客属性: 大手小売業(複数事業部)

## 🗺️ デジタル戦略マップ

### 顧客体験

- ・オムニチャネル体験の統合
- ・パーソナライゼーション強化
- ・顧客データ活用的高度化
- ・デジタルタッチポイント拡充

### 業務プロセス

- ・店舗オペレーション効率化
- ・サプライチェーン最適化
- ・バックオフィス業務自動化
- ・ペーパーレス化の促進

### データ活用

- ・データガバナンス強化
- ・全社データ基盤の構築
- ・データドリブン経営の推進
- ・AI/アナリティクス活用

### IT基盤

- ・レガシーシステム刷新
- ・クラウド移行の加速
- ・アジャイル開発体制導入
- ・セキュリティ強化

## 📅 四半期別実行ロードマップ

### 第1四半期

#### 【準備・分析フェーズ】

- 現状DX施策の棚卸
- 部門横断の課題抽出
- デジタル成熟度調査
- デジタル戦略委員会設置
- 優先領域の特定

### 第2四半期

#### 【戦略策定フェーズ】

- デジタル戦略マップ策定
- 投資評価基準の設計
- 組織体制の検討
- 人材要件の定義
- ベンダー・パートナー選定

### 第3四半期

#### 【体制構築フェーズ】

- 推進体制の確立
- プロジェクト運営ルール設計
- デジタル人材採用・育成
- モニタリング指標の設定
- 先行プロジェクト選定

### 第4四半期

#### 【実行・評価フェーズ】

- 先行プロジェクト開始
- 全社コミュニケーション強化
- 初期成果の評価・共有
- 投資計画の調整
- 次年度戦略の立案

# 大手自動車メーカー | 新車整備システム再構築支援

DX

## ！ 背景・課題

クライアントは全国にディーラーネットワークを展開する大手自動車メーカーであり、PDI業務を支える既存システムの老朽化

スクラッチ開発された既存システムは改修が繰り返され、業務プロセスとの乖離や運用の複雑化が進行。

他システムとの連携にも制約が多く、柔軟性に欠けるため、今後のビジネス成長への対応力にも限界があった

システム再構築にあたり、業務特有の複雑性を踏まえつつ、開発コストとスケジュールリスクをいかに抑制するかが課題となっていた

## 🧠 アプローチ

現場業務を起点とした全体構想および要求機能の再定義

要件の優先度評価・標準化・共通部品化による設計最適化

設計・開発フェーズにおける品質管理とプロジェクトマネジメント支援

現場定着に向けた段階的導入と全国拠点への展開支援

## 📈 成果

PDI業務における整備指示、作業記録、品質管理を一元化し、全国標準での業務可視化とトレーサビリティを確保

作業の抜け漏れや誤記録を削減し、現場負荷を軽減。管理部門における進捗把握と改善分析が可能となった

スクラッチ開発においても、要件明確化・段階導入・共通化によって、コスト・スケジュールともに計画通りに完了

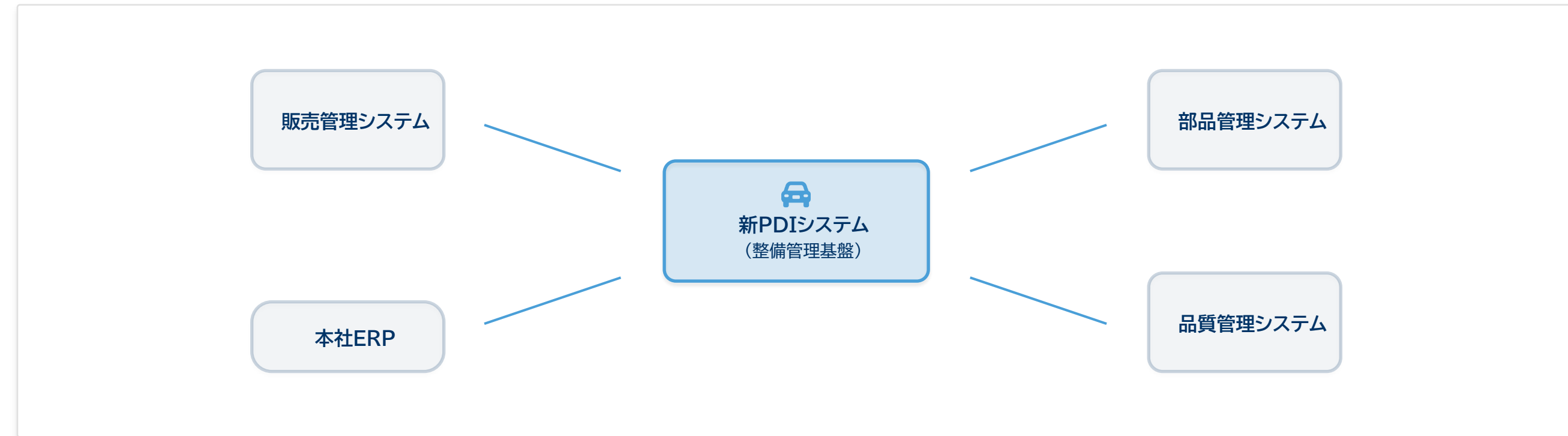
拡張性を備えた設計により、今後の他業務領域へのシステム展開にも対応可能な業務基盤を構築

「現場が使い続けられる仕組み」を軸に、業務起点での変革と競争力強化を支援

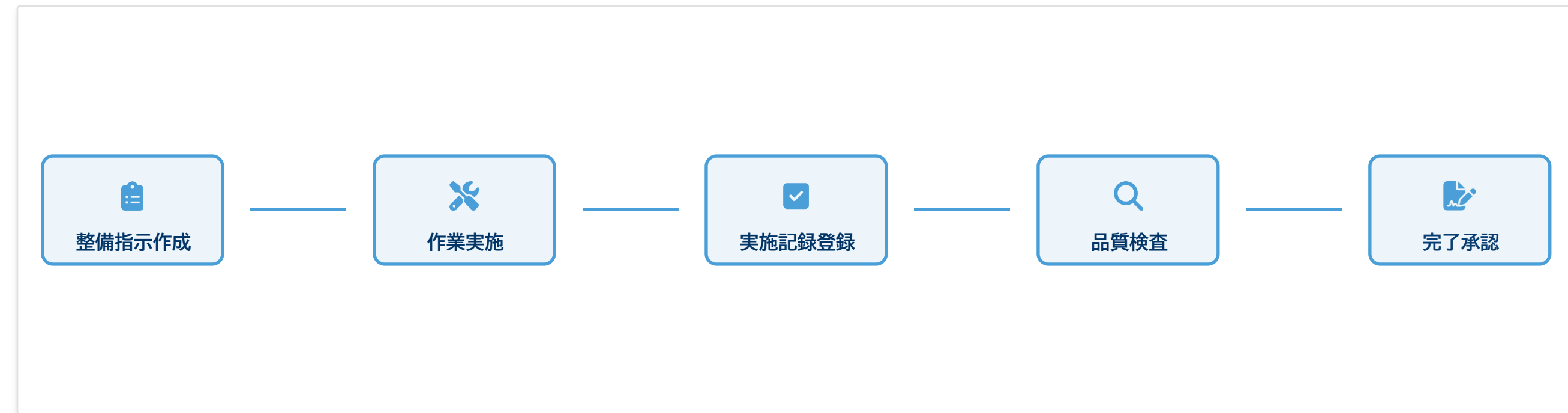
担当領域: DX／IT／業務

顧客属性: 大手自動車メーカー(全国D網)

## 🗺️ 新PDIシステム構成図



## ☰ 作業トレーサビリティフロー





# 社会医療法人 | 病院移転に伴う外来導線再定義・システム移行



## ！ 背景・課題

病院移転により、外来患者の導線や受付フローを再設計する必要があった

各種新システムの導入にあたり、既存の業務・システムとの整合性を確保する必要があった

医事課業務の再配置や業務分担の明確化が不十分で、現場負担増大の懸念があった

## 👤 アプローチ

現行の受付業務を棚卸し、業務プロセスの再構築に向けた現状把握を実施

自動再来受付機・自動精算機・診察待ち案内システムの導入に伴う要件定義と設計を実施

上記システムと電子カルテ・会計システムとの連携仕様を定義し、整合性と運用性を確保

新病院における外来患者の想定導線パターンを分析・定義し、待機スペースや案内表示などの設計に反映

医事課職員の人員配置・業務分担の再設計を実施し、業務負担の平準化を図る

## 📈 成果

外来患者の導線を見直し、移転後の混乱を抑えたスムーズな運用を実現

新システム導入によって、受付～精算までの患者体験の効率化・自動化を推進

電子カルテや会計システムとの連携仕様を明確化し、各システムの整合的な運用基盤を構築

医事課の業務配分を見直し、業務効率と職員負担の最適化を実現

データ移行作業を計画的に支援し、システム切替によるトラブルの未然防止に貢献

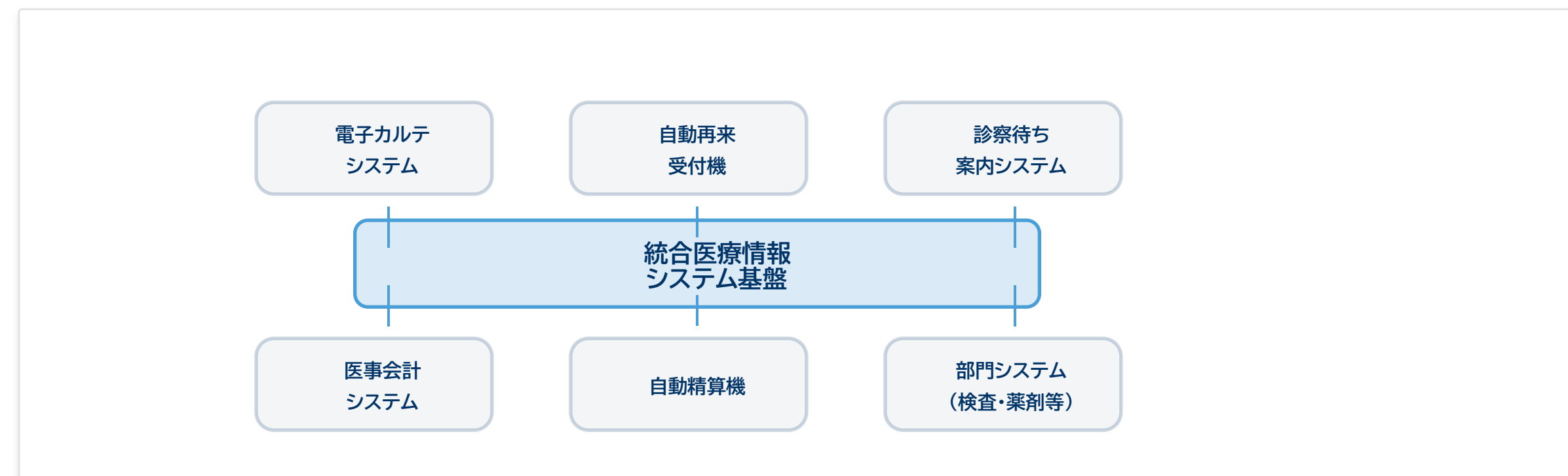
担当領域: DX／業務改革／システム移行

顧客属性: 社会医療法人(病院移転)

## 🗺️ 外来患者導線マップ



## 📦 システム連携構成図



# 官公庁 | AIを活用した事務業務BPR支援・実現性調査

## ！ 背景・課題

手作業による事務業務が多く、定型業務における効率化余地が大きかった  
既存システムや業務資源を前提としながら、実現可能性の高い改革案を設計する必要があった  
ベンダー・庁内関係者間での合意形成や技術的な制約整理が複雑であった

## 🗣️ アプローチ

現状業務の棚卸および業務プロセス調査を実施し、自動化候補領域を抽出  
AI技術による自動化対象業務の選定と具体的なAI製品・構成の調査・評価を実施  
選定されたAI製品を前提とした実現性調査とPoCシナリオ設計を実施  
BPR視点でのToBe業務フローを作成し、業務設計・人的配置見直しの方向性を提示  
AI基盤との連携を見据えたデータ活用案の提案を実施  
既存システムや現行ベンダーとの仕様調整・既存資源活用のための実現シナリオ検討を推進  
BPR推進計画の策定、関係会議の運営、論点整理、ベンダーマネジメントを通じ、全体を統括

## 📈 成果

定型業務における自動化可能領域を可視化し、優先度付けと対応ロードマップを策定  
AI製品の選定および構成方針を明確化し、技術検証フェーズへの移行を実現  
ToBe業務像とともに、人員配置見直し・業務再設計に向けた指針を庁内に提示  
既存ベンダーとの連携体制を確立し、AI導入による業務高度化の土台を構築

担当領域: DX／業務改革／AI活用

顧客属性: 官公庁

## 📅 AI活用ロードマップ

フェーズ1: 調査	フェーズ2: 設計	フェーズ3: 検証	フェーズ4: 展開
<ul style="list-style-type: none"><li>・現行業務分析</li><li>・自動化候補特定</li><li>・AI技術調査</li><li>・実現性評価</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ToBe業務設計</li><li>・AI製品選定</li><li>・構成方針策定</li><li>・PoCシナリオ作成</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・PoCテスト実施</li><li>・精度評価</li><li>・技術課題検証</li><li>・業務適合性検証</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・本格導入計画</li><li>・人員再配置計画</li><li>・教育・研修設計</li><li>・効果測定指標策定</li></ul>

## 🗃️ 業務自動化対象マッピング

業務インパクト	
高	<div>優先度高</div> <div>書類審査業務</div> <div>データ入力・転記</div> <div>定型レポート作成</div> <div>要検討</div> <div>画像・映像分析</div> <div>問い合わせ対応</div> <div>スケジュールリング</div>
	<div>要検討</div> <div>法規制チェック</div> <div>申請書確認</div> <div>優先度低</div> <div>会議録作成</div> <div>経費精算</div> <div>情報分類</div>
低	
技術的实现性	
低	高

# 大手水質管理／污水处理会社 | 基幹業務システム刷新(スクラッチ) DX

## ！ 背景・課題

現行システムが老朽化しており、保守性・拡張性に限界があった

システム間の連携が乏しく、データの重複入力や業務の非効率が発生していた

部門ごとの個別最適が進み、全体を見据えた刷新方針が立てられていなかった

## 🧠 アプローチ

各部門の業務・システムの現状を把握するために、業務棚卸とシステム機能棚卸を実施

事業部門ごとのヒアリングを通じて業務課題と改善要望を収集し、横断的な要件を整理

上記の結果を踏まえ、将来を見据えたTo-Be構想を策定し、刷新の方向性を明確化

スクラッチ開発を前提に、構想策定・要件定義・設計・開発・検証・リリース後サポートまで各工程を網羅的に支援

全工程を通じて、プロジェクトマネジメント(進行・課題・リスク管理)を実施

各種成果物に対して、品質マネジメントの観点からレビューと是正支援を行い、納品物の信頼性を確保

## 📋 成果

現行業務とシステムの可視化を通じて、基幹業務全体をカバーする刷新構想を具体化

業務部門間の調整を通じて、部門横断で合意されたTo-Beモデルと要件を定義

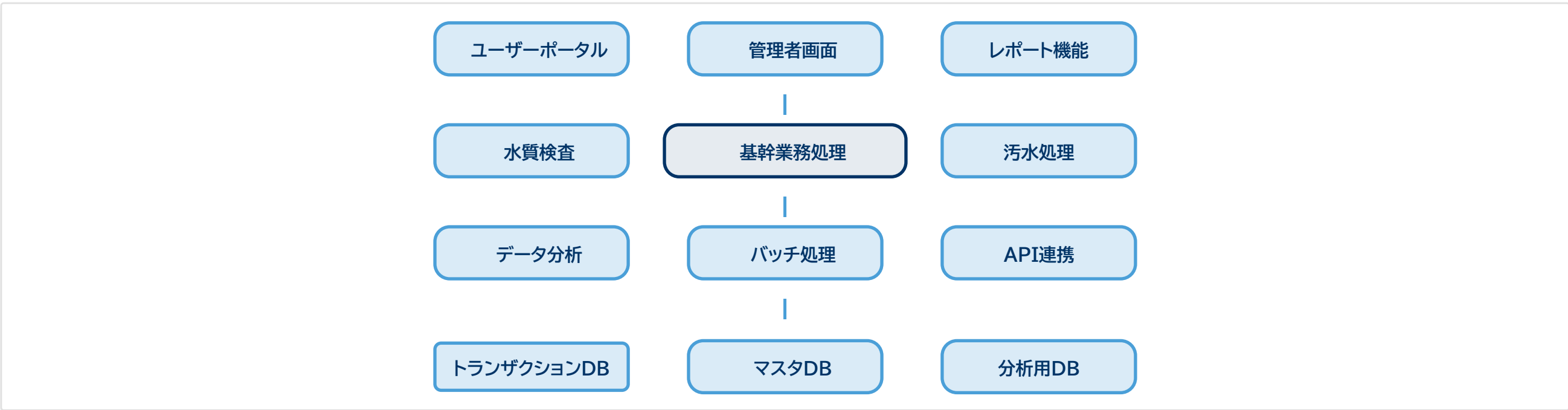
スクラッチ開発における品質・進行管理を徹底することで、計画通りのリリースを実現

新基幹システムの導入により、業務の効率化とデータ連携の強化を図る基盤を構築

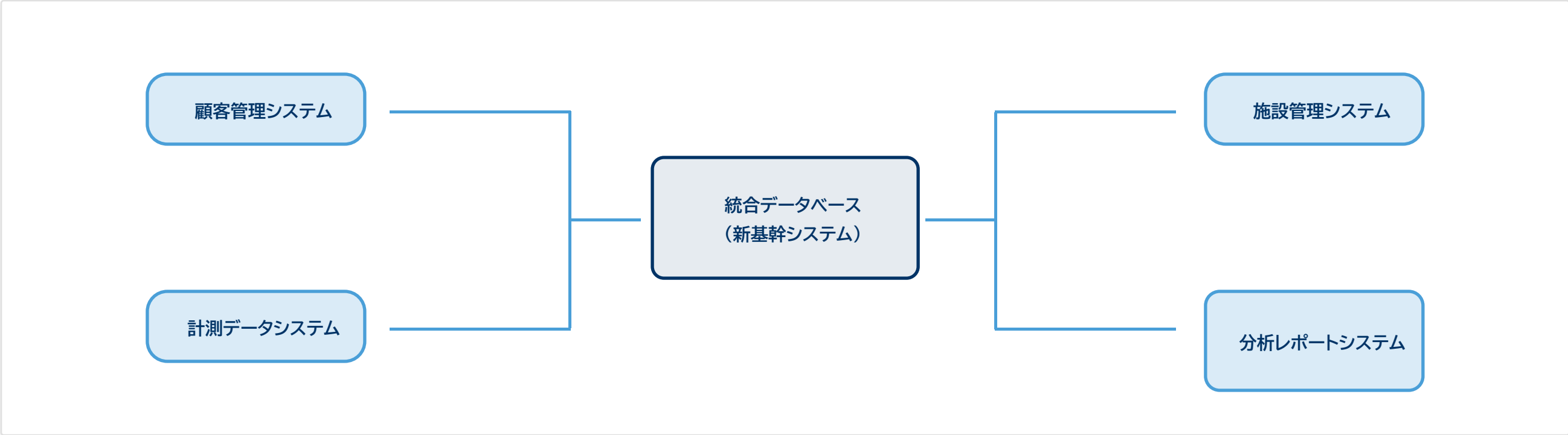
担当領域: DX／IT／PMO

顧客属性: 大手水質管理／污水处理会社

## 🔗 新基幹業務システム モジュール構成



## 📊 データフロー図



# 大手精密機械メーカー | 販売管理(スクラッチ)・原価管理(パッケージ)導入支援 DX

## ！ 背景・課題

販売・原価に関わる基幹業務がレガシーシステム上で分断されており、データ整合性や属人対応に課題があった  
各事業部から多岐にわたる要望が上がる中で、業務・システムの全体最適像が描き切れていなかった  
ベンダーとの認識齟齬や品質ばらつきにより、進行管理・成果物品質の担保が困難な状況にあった

## 🧑 アプローチ

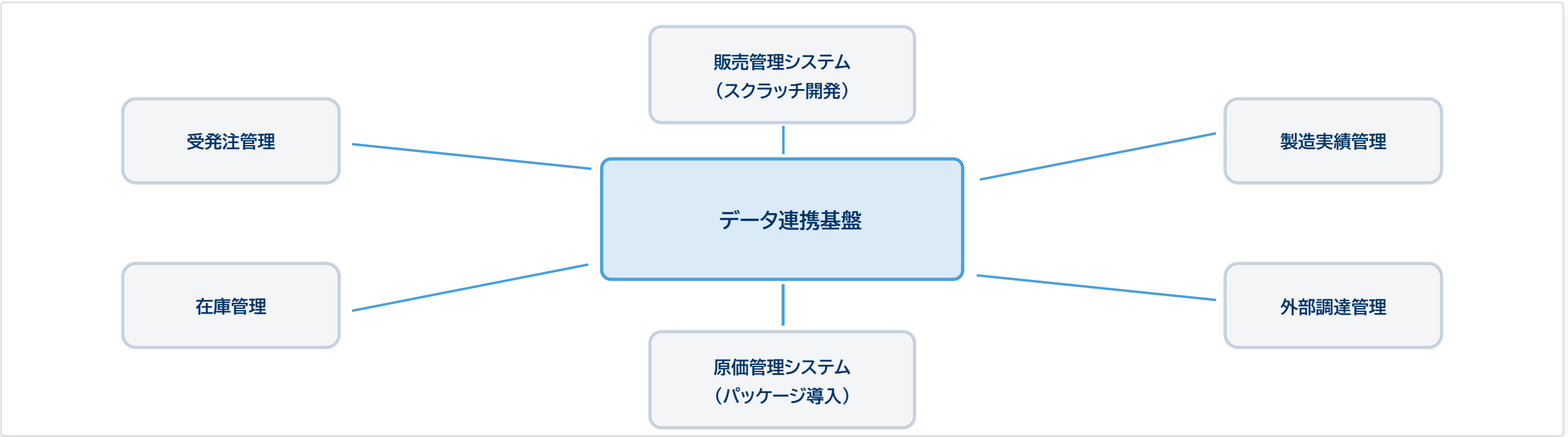
販売管理・原価管理領域の業務全体構想を策定し、対象範囲・再構築方針・機能要求を整理  
各事業部に対して業務ヒアリング・要望の収集を行い、実業務に即したTo-Be像を定義  
現行システムの機能・データ構造・運用実態を調査し、課題と移行リスクを可視化  
品目・費目の管理体系やマスタの統一方針を検討し、横断的な運用標準を整備  
販売管理はスクラッチ、原価管理はパッケージ導入とし、領域特性に応じた導入方針を策定  
要件定義～設計・開発・テスト・リリースに至る全フェーズにおいて、ベンダー側のPMOとして進行管理を実施  
各成果物に対して品質マネジメントの視点からレビュー・是正を行い、納品品質を確保

## 📈 成果

経営視点と現場ニーズを両立させた業務全体最適の構想を策定し、システム刷新の方向性を明確化  
領域別に異なる特性に対応した導入方針により、スクラッチ・パッケージ両方式の成功事例を構築  
ベンダーコントロールと品質マネジメントを通じて、納期・品質・コストのバランスを維持しながらプロジェクトを完遂  
品目・費目の統一的な管理体系を整備し、データ活用的高度化と業務標準化の基盤を構築

担当領域: DX／IT／PMO    顧客属性: 大手精密機械メーカー

## 🏗️ 販売×原価 統合アーキテクチャ



## ☰ 移行ロードマップ

