



# Resilient. Agile. Competitive.

絶え間ない変化に対応する  
サプライチェーンの変革



# 目次

2	序文
4	企業は競争上の差別化要因としてサプライチェーン プランニングを挙げている
6	成熟したサプライチェーンプランニングには会社 全体でのコラボレーションが必要
14	サプライチェーンの成熟度にかかわらず、すべての 企業にとって回復力が最優先事項
16	重要ポイント
17	サプライチェーンの変革を始める方法

# 序文

この電子ブックでは、現在と将来においてサプライチェーンプランニングにかかる圧力について、また、現代のデジタル技術によってサプライチェーン変革の取り組みを推進する方法に関するIDCの調査結果を詳しく見ていきます。

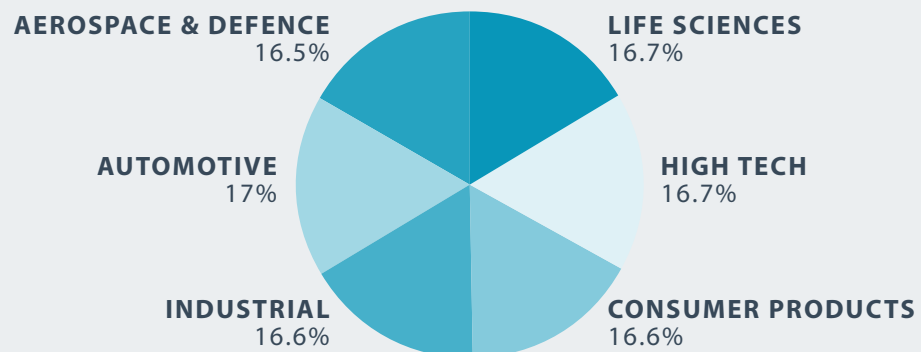
サプライチェーンの変革は、企業が短期的にどのように効率化を図り、効果を向上させるのか、また、ビジネスの変化に対応し、混乱を避けるために、企業がサプライチェーンの回復力および俊敏性を長期的にどのように推進していくのか、という両方の要素によって成り立ちます。

技術変革は、手作業の、Excelベースの機能プロセスから、エンドツーエンドプロセスおよび人工知能 (AI) や機械学習を含む高度なアナリティクスへの投資へと移行しつつあります。この研究を裏付けるIDCの調査では、ビジネス全体とサプライチェーンの環境、サプライチェーンの変革の取り組み、具体的なサプライチェーンプランニングの取り組みという、3つの幅広いトピックに着目しています。

## 調査対象層

この調査は、2019年第3四半期に実施され、3つの地域、製造業内の6種の副次産業の1,839名を対象としています。図1は業種の構成を示しています。

## INDUSTRY DEMOGRAPHICS



出典: IDC/キナクシスの2019年サプライチェーン調査。N=1,839

調査対象層の主な情報は、以下のとおりです。

- 回答者は北米、EMEA、APACで均等に配分されています。
- 調査対象の企業のうち、16%は年間売上高が50億ドルを超える大企業、70%が売上高10億～50億ドルの中規模企業、14%が売上高5億～10億ドルの小規模企業でした。
- 回答者全員が、自社のサプライチェーンに従事しているか、自社のサプライチェーンに多大な影響を与えているとし、また、自分をサプライチェーンプランナー（実際のサプライチェーンプランニングを行っている担当者）か、サプライチェーンプランニングのリーダーであるとしています。

この調査の重要な目的は、幅広い対象者に調査を行い、できる限り豊富で多様な結果を入手することでした。この電子ブックでは、調査結果全体に焦点を当てると同時に、注目すべき業界、地域、役割、または企業規模に関する洞察を組み入れています。

## アナリストについて

### Simon Ellis氏

IDC社、サプライチェーン戦略、プログラムバイスプレジデント

Simon Ellis氏は、プログラムバイスプレジデントとして、製造業の主要事業およびITの問題に関する調査、分析およびガイダンスの提供に携わっています。現在は、IDC社のManufacturing Insightsでサプライチェーン戦略プラクティスを指揮し、ベストプラクティスに関する事実に基づいた調査と分析を提供して市場のニーズに responding しているほか、クライアントが重要なプロセス分野で能力を向上できるよう、情報技術の活用に取り組んでいます。



# 企業は競争上の差別化要因としてサプライチェーンプランニングを挙げている

# 65%

の企業が、サプライチェーンプランニングの機能は、翌年に競争上の差別化要因の源泉となると回答しています。\*

サプライチェーンのリーダーは、企業がスピードとコスト効率を維持しつつ、目標を達成できるよう支援することが求められます。この調査では、サプライチェーンの成熟度が高い企業がこうした目標を達成し、成熟度の低い企業をしのいでいることが示されています。



## 収益の向上

サプライチェーンがより成熟している企業は、サプライチェーンの成熟度が低い企業よりも高い収益を記録しています。最も収益の高い層では、企業の84%が、サプライチェーンは競争上の差別化要因だと答えているのに対し、15%は、自社のサプライチェーンが競争上不利になる要素であると考えているか、競合他社と同等であると答えています。\*



## 俊敏性の向上

サプライチェーンが成熟している企業は、特に自動化技術を使用している場合、リアルタイムのインサイトに従うことで問題が少ない傾向にあります。サプライチェーンが成熟している企業の4分の3以上は、プランナーが、価値の低い繰り返しのタスクに費やす時間を短縮する人工知能および機械学習 (AI/ML) ソリューションを使用していると回答しています。\*



## 長期的な安定性の向上

サプライチェーンのデジタル変革の取り組みに積極的に着手している企業は、2023年にはサプライチェーンが競争上の利点になっていると予想する傾向が、他社に比べて2倍高くなっています。\*

## サプライチェーン成熟度の測定方法

この調査では、サプライチェーンの成熟度を、企業のサプライチェーンプランニングに対する自己評価、サプライチェーンプランニングと、セールスまたはマーケティングなどの他の機能部門とのコラボレーションのレベル、そして、スプレッドシートやカスタムのプランニングアプリケーションの使用といった、会社のサプライチェーンプランニングの技術基盤の3つの要素に基づいて評価しています。すべての企業にわたるサプライチェーンの成熟度は、釣鐘型曲線をたどる傾向にあり、ほとんどの企業がその中間のどこかに位置します。

# 優れた業績はサプライチェーンプランニングの成熟度にかかっている

企業の約半数は、成熟したサプライチェーンで採用されている技術やプロセスが欠如しています。

サプライチェーンプランニングの向上を図る際の上位の障害：\*

**48%** データの可用性と品質

**47%** サプライチェーン全体の可視性

**44%** リアルタイムでのインサイトに基づいた行動をとる人材の欠如

**44%** 遅すぎるデータおよび分析の機能



スプレッドシートへの依存が、可視性、コラボレーション、およびリアルタイムの分析の最大の障害の1つとなっています。回答者の53%は、サプライチェーンプランニングを部分的にまたは完全にスプレッドシートで完成させていると回答しています。\*

\*キナクシスの委託によるIDCホワイトペーパー、『Supply Chain Planning Drives Better Business Performance in the Modern Enterprise』、2020年5月  
キナクシスの委託によるIDC 2020年調査データ



# 成熟したサプライチェーンプランニングには会社全体でのコラボレーションが必要

技術格差と並んで、多くの企業では、サプライチェーンの成熟に欠かせない、組織横断型および全社横断型のコラボレーションも欠如しています。

全企業の5分の1は、部門内、またはサイロ化されたプロセス内でサプライチェーンプランニングを実施しています。\*

社内外のステークホルダとサプライチェーンプランニングに関して活発にコラボレーションしていると回答した企業は、平均で40%しかいませんでした。\*

以下の任務においてステークホルダと活発にコラボレーションしている企業の割合：\*

**21%** 需要計画

**21%** セールス&オペレーションプランニング (S&OP)

**20%** 供給計画

**20%** 在庫計画/最適化

以下のステークホルダと活発にコラボレーションしている企業の割合：\*

**50%** セールス

**47%** 重要顧客

**38%** 重要サプライヤ

**32%** 財務

# 地域による成熟度の差は差別化の機会を示唆

地域ごとのサプライチェーン成熟度の差は、企業が同業他社や近隣の他社間のベストプラクティスの影響を受けていることを示しています。1つの地域内での差は、別の地域でさらなる競争上の差別化要因の機会があること、または、会社をリスクにさらす潜在的な脆弱性があることを示しています。サプライチェーン成熟度の指標に関わる強みと弱点を、以下の表に示します。

サプライチェーン成熟度の要素	APAC	EMEA	北米
自己報告	計画はサプライチェーンの全体的な成功に非常にまたは極めて重要である (95%) ✓	計画はサプライチェーンの全体的な成功に非常にまたは極めて重要である (93%) ✓	サプライチェーンプランニングはサプライチェーンの成功に影響しないという傾向が最も強い (12%) ✗
コラボレーション	顧客と活発にコラボレーションする傾向が最も強い (42%) ✓	セールスと活発にコラボレーションする傾向が最も強い (54%) ✓	外部のステークホルダーとコラボレーションする傾向が最も弱い ✗
技術的な基盤	統合型のサプライチェーンプランニングサイトを使用する傾向が最も強い (15%) ✓	主要な計画プロセスにスプレッドシートを利用する傾向が最も強い (17%) ✗	現在AI/MLを使用している傾向が最も強い (41%) ✓
変革*	サプライチェーンの変革に最適化のアプローチを取る傾向が最も強い ✓	地域間でサプライチェーン変革の取り組みの成熟度が最も低い ✗	サプライチェーンの変革に場当たりのまたは日和見的なアプローチを取る傾向が最も弱い ✓

出典: キナクシスの委託によるIDCホワイトペーパー、『Supply Chain Planning Drives Better Business Performance in the Modern Enterprise』、2020年5月  
キナクシスの委託によるIDC 2020年調査データ



# P&G社、成熟したサプライチェーン機能によってビジネスの機会を推進



## シチズンデベロッパー

従業員は多くの場合、会社のプランニングに関する最も大きな課題のいくつかに対するソリューションを持ってはいるものの、ソリューションを導入するための時間とリソースがないということが、P&G社のデジタル変革によって明らかになりました。現在、同社は、データとツールをシチズンデベロッパーのグループが利用できるようにして、シチズンデベロッパーたちが主なビジネス課題を解決し、会社の他の部分を前進させることができるようにしています。



当社のコマмерシャルリーダーは、プランニングにおけるデジタル変革が競争上の利点であることを認識しています。"

**BOB HERZOG氏、**  
**PROCTER & GAMBLE社、**  
グローバル／地域プランニング  
デジタルソリューションリーダー

1日のうち何時間を昨日の問題の解決に費やしているでしょうか。Procter & Gamble社では、サプライチェーンプランニングのプロセス変革を行う前は、プランニングディレクターのPedro Noriega氏と同氏のチームが毎日4～5時間をかけて、前日にサプライチェーンで起きたことを確認していました。このため、P&G社のプランナーが問題解決に充てられる時間が限られ、勤務時間に残された4～5時間では課題に対処することができませんでした。

しかし、同社がサプライチェーンのデジタル変革に着手し、真のエンドツーエンドの可視性と、ネットワーク全体の調整を実現するキナクシスのRapidResponse®を選んだ結果、その状況は一変しました。現在、Noriega氏は、同氏のチームのオペレーションに関して1つの合理化されたダッシュボードでリアルタイムのインサイトを収集しているため、会議や無駄な時間はなくなりました。チームもリアルタイムでコラボレーションできるため、問題が発生しても、すぐに解決することができます。現在では、Noriega氏とチームとの話し合いは、未来の問題を解決するための革新的なソリューションの開発に注力しています。

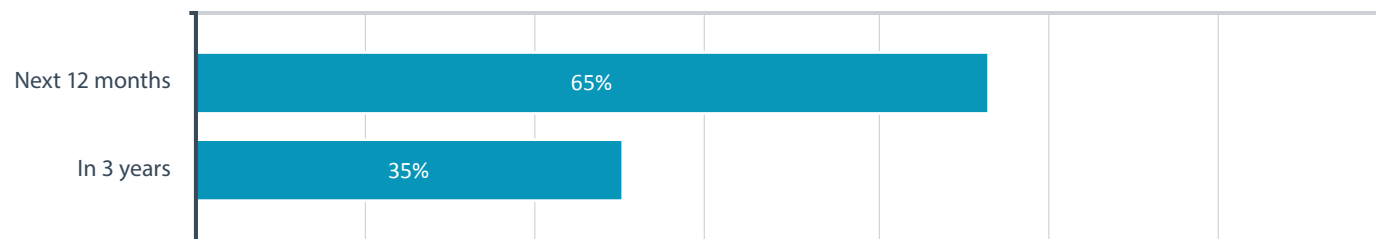
# 成熟した変革プラクティスによって将来の競争上の差別化要因に対する自信が向上

# 35%

の企業が、自社のサプライチェーンプランニングの機能は、次の3年間で競争上の差別化要因の源泉になると回答しています。\*

この数字は、サプライチェーンが翌年に競争上の差別化要因の源泉になると考えている企業からは30%少ない割合です。企業の90%は、設定した優先事項を翌年に達成する自信があると回答しているにもかかわらず、数年後にはその能力に自信を失っている企業が多いのはなぜでしょうか。それは、これらの企業に、サプライチェーン変革に対する成熟したアプローチが欠けているからです。

## COMPANIES THAT VIEW SUPPLY CHAIN AS A COMPETITIVE ADVANTAGE\*



自社のサプライチェーンのデジタル変革の取り組みにおいて、より成熟している企業は、将来も自社のサプライチェーンが競争上の差別化要因であると見なす傾向が2倍になっています。

SIMON ELLIS氏、IDC社、サプライチェーン戦略、プログラムバイスプレジデント

\*キナクシスの委託によるIDCホワイトペーパー、『Supply Chain Planning Drives Better Business Performance in the Modern Enterprise』、2020年5月  
キナクシスの委託によるIDC 2020年調査データ

# 最大の課題：変革へのアプローチが 場当たりの、日和見的

# 63%

の企業は、変革成熟度の中間点に達していません。\*

企業のサプライチェーン成熟度の中心にある問題は、ほとんどの企業が依然として、自社のプロセスおよび技術を定期的かつ戦略的に更新するのに苦労しているということです。回答者は、以下の指標を使用して、サプライチェーン変革への自社のアプローチを評価するように求められました。

## 場当たりの

サプライチェーンのデジタル変革がしっかりと定義されておらず、取り組みに一貫性がない。成功するかどうかは個人の努力にかかっている。\*

## 日和見的

一部の基本的なデジタル機能と最初のビジネスケースは特定している。実施に関しては個別のプロジェクトベースとなり、サプライチェーン全体の進捗の予測ができないか、繰り返しがきかない。\*

## 反復可能性

サプライチェーンのデジタル変革は、短期的な戦略と整合しており、製品またはサービス提供および顧客体験の主要ビジネスケースは特定されているが、まだディスラプティブなポテンシャルには目を向けていない。\*

## 管理体制

デジタル変革のための機能がサプライチェーンに組み込まれており、全体的な戦略の展望と緊密に結びついている。サプライチェーンがデジタル対応の製品またはサービス体験を継続的に提供する。\*

## 最適化

サプライチェーンは、新しいデジタル技術とビジネスモデルの使用において、積極的に混乱を起こさせて、市場に影響を与える。ビジネスケースの包括的な特定と、戦略幹部が明確に整合している。\*

# 企業は変革の推奨事項についてサプライチェーンプランナーに注目すべき

サプライチェーンプランナーによる日々のオペレーションに対する洞察からは、サプライチェーンプランニングの課題と機会について、ほかの調査回答者よりも現実的な視点が得られます。たとえば、企業の大半が、自社のサプライチェーンは競争上の差別化要因になると言った場合、プランナーは、より冷静な見通しを持っている傾向にあります。プランナーは、自社のサプライチェーンが競争上不利になる要素であるという傾向があり、また、サプライチェーンプランニングがサプライチェーンの全体的な成功にとって重要であると考える傾向にあります。

プランナーが優先する分野は、業績が優れた企業に見られたサプライチェーン成熟度の強みと合致します。



## コラボレーションの向上

プランナーは、翌年の変革の優先事項としてコラボレーションを挙げる傾向にあります。サプライヤーとのコラボレーションを優先事項として挙げたプランナーとリーダーの割合は、それぞれ47%と41%です。顧客とのコラボレーションを優先事項として挙げたプランナーとリーダーの割合は、それぞれ43%と39%です。\*



## より迅速な応答時間

プランナーのアナリティクスに関する上位のユースケースは、ビジネスの対応の速さやプランニングの生産性の向上を含め、パフォーマンスとサプライチェーンプランニングの成熟度を向上する要素と合致します。リーダーは、職の維持と複雑な問題の解決にアナリティクスを利用する傾向にあります。\*



## レガシーシステムの低減

プランナーの36%は、変更管理/レガシーシステムといった壁が、サプライチェーン変革の上位3つの課題の1つとして挙げているのに対し、サプライチェーンのリーダーがそれを挙げる割合は28%でした。このことは、今日のサプライチェーンに依然として存在するスプレッドシートなど、古いツールやテクノロジーが普及していることを表しています。\*

# 各業界で直面する変革成熟度の課題

サプライチェーン  
変革の成熟度(高)

## ハイテク／エレクトロニクス

ハイテク企業は革新的な製品を製造することで知られ、同じ先進的な考え方のアプローチをサプライチェーン変革にも適用しています。このセクターは、すべての業界で、最も変革の成熟度が進んでいます。

## 消費財

消費財企業もサプライチェーン変革成熟度が高めなセクターです。これらの企業の多くは、翌日出荷や高度なターゲット広告といったオンデマンドのサービスに顧客が慣れており、こうした要素によってサプライチェーンの革新が推進されている可能性があります。\*

## ライフサイエンス

ライフサイエンス企業はサプライチェーンの成熟度がすでに高く、国際的な医療のニーズに対応するサービスを提供するという緊急性を表しています。残念なことに、このセクターでは戦略と、現在進行形の変革が不足しています。たとえば、ライフサイエンス企業は、スプレッドシートを使っている傾向がほかの業界に比べて50%高くなります。

## 工業

工業、自動車、および航空宇宙／防衛業界も同様の課題に直面しています。この3つのセクターすべてで、変化への最大の障害がセキュリティに関する懸念であると答えており、3セクターとも、変化を起こすために必要な技術の専門性が欠けています。ただし、工業分野の現行のサプライチェーン成熟度は、業界の平均と同程度です。\*

## 自動車

自動車業界は、初期の製造業界の向上をけん引してきたかもしれませんが、現在では、自動車業界のカスタムのサプライチェーンソリューションが負担になってしまっています。自動車企業の40%は、サプライチェーン成熟度で最低層に位置付けられています。その結果、この業界の変革成熟度も後れをとっています。\*

## 航空宇宙／防衛

航空宇宙／防衛(A&D)セクターは小規模ですが、競争が激しいため、70%がサプライチェーンは差別化要因の源泉であると回答しているのは、驚くにあたりません。ただし、業界の機密事項の順守には代償が付きまします。A&Dの変革の取り組みは、全業界中最低の成熟度を記録しています。\*

サプライチェーン  
変革の成熟度(低)

# MSD社:グローバルサプライチェーン全体での変革



Mark Talens氏、Merck社エンタープライズソリューション担当エグゼクティブディレクター、2017年Kinexionsにて



当社でRapidResponseソリューションの開発が進むほど、取引先がますます当社に関心を示すようになったことは、非常に嬉しいことでした。企業からさまざまな要望もいただくようになり、そうした企業が、特定の機能の利用開始をもっと早められないか尋ねてくるようになりました。”

**HENRIK FROJDH氏、  
MSD社サプライチェーンプランニングリード**

MSD社(米国およびカナダでは通称Merck & Co., Inc.)は、有力な国際医薬品会社で、4つの地域にわたる100以上の市場で構成されています。その中に、4カ所のプランニングハブ、80を超える流通センター、そして20を超える内外の拠点を有しています。しかし、同社はサプライチェーンに関しては、他の業界から後れをとっていると感じていました。国際コンサルティング会社のMcKinsey & Company社によると、サプライチェーン管理が、製薬業界の損益の35%を占めているということです。これに対して、消費財業界は8~12%です。

MSD社は、サプライチェーンデータを同期して、部門を横断する形でそのデータにアクセスできるようにし、より優れた意思決定を行えるようにする必要があったことに気づきました。同社はデジタル変革を受け入れ、グローバル需要計画、グローバル供給計画、流通所要量計画(DRP)およびセールス/オペレーションプランニング(S&OP)を、クラウドベースのエンドツーエンドのプランニングソフトウェアを使用して更新する取り組みに着手しました。

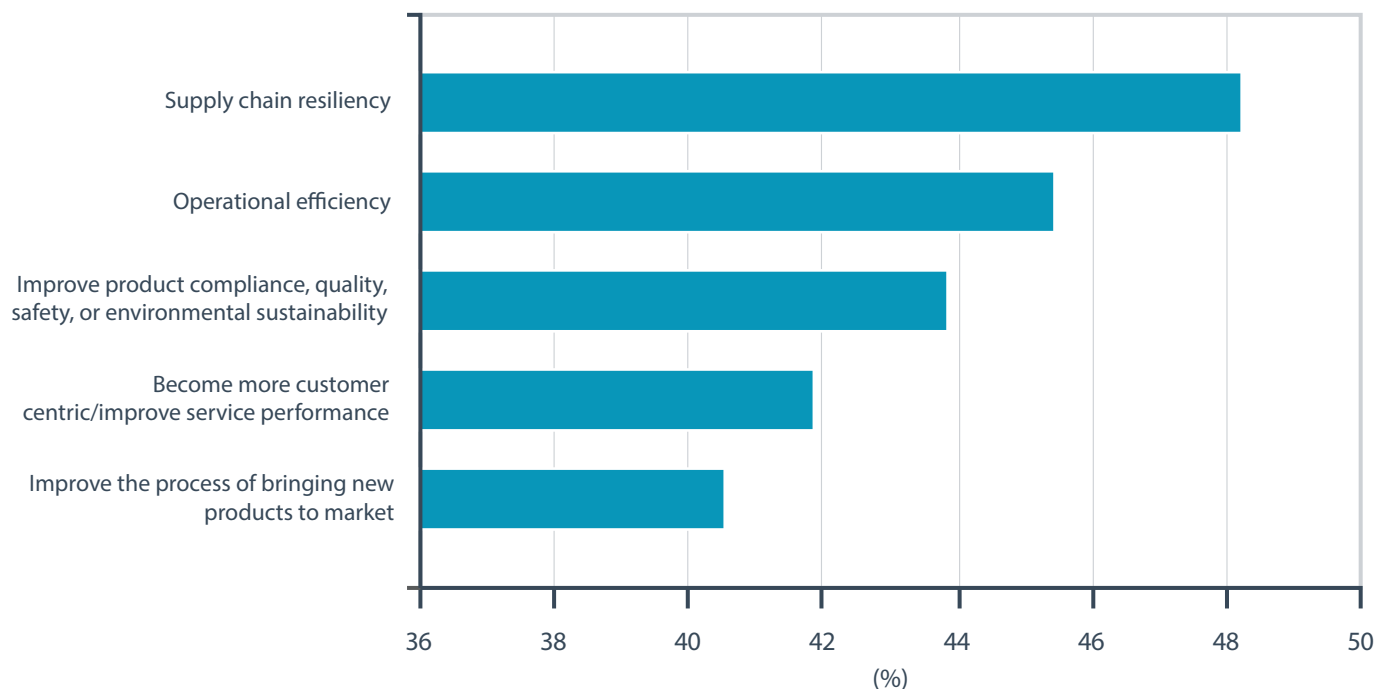
変更の規模の大きさにもかかわらず、そのタイミングはこれ以上望めないほどでした。2017年、同社はサイバー攻撃を受け、ほとんどのシステムが停止され、製造が一時的に中断されました。利用できた唯一のツールが、MSD社のクラウドベースのサプライチェーンプランニングツールである、キナクシスのRapidResponseでした。このツールによって、同社は製造の中断時にもサプライチェーンを部分的に稼働し続けることができ、新たなプランニングソリューション採用の重要性を強く実感したのです。

# サプライチェーンの成熟度にかかわらず、すべての企業にとって回復力が最優先事項

将来、企業にとっては何が最優先事項になるでしょうか。企業が翌年の優先事項上位3つを位置付けた際に、顧客中心であることや製品のイノベーションといった懸念を最大20%上回り、最も大きな懸念事項となったのはサプライチェーンの回復力でした。サプライチェーンプランニングの成熟度に関係なく、すべての回答者にとって、回復力が最優先事項です。

回復力が高いとすでに自己評価している企業でも、回復力が将来的な最優先事項であると回答しています。俊敏性は回復力の重要な原動力です。

## SUPPLY CHAIN PRIORITIES\*



この分析では、企業の回復力に対する優先度が現時点よりも過小評価されている可能性があります。この調査は、新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) が2020年に爆発的に流行する前の2019年9月および10月に実施されました。その時点では、市場またはサプライチェーンの混乱に対する懸念は、企業の変化を推進する要因として最も低く位置付けられていました。動機の要因として市場またはサプライチェーンの混乱に対する懸念を挙げていたのは企業の18%のみでした。\*

# Keysight Technologies社： 回復力のあるサプライチェーンにより、 災害後に受注を修復



計画を立てるのはよいことです。シミュレーションは役立ちます。しかし、当社はRapidResponseを、ペギング、貢献分析、そして最も重要なことに、事業継続性計画の健全性の監視まで、インフラストラクチャ全体のカギとなるイネーブラーとして使用しています。”

**JASON WISLER氏、KEYSIGHT TECHNOLOGIES社テクノロジー サプライチェーンマネージャ**

2017年10月、カリフォルニア州で山火事Tubbsが発生した際、22人が亡くなり、Keysight Technologies社本社の一部を含む、5,600軒の建物が損壊しました。11,000個のコンポーネントを、世界中の10カ所の拠点で、1500種類以上の異なる製品に組み立てるといふ、多層で複雑なグローバルサプライチェーンを抱える会社にとっては、この山火事の影響は甚大だったといえるでしょう。しかし、Keysight社はオペレーションに災害対策を組み込んでおり、その一環として、キナクシスのRapidResponseを使用していました。

Keysight社本社の製造部門は山火事の後にはいったん閉鎖されましたが、供給品は送られてくるうえ、完了しなければならない注文もありました。そこで、Keysight社のチームは近くのメーカースペースに作業場を設置し、業務に取り掛かりました。NPIサプライチェーンエンジニアリングマネージャのEthan Hunt氏は、次のように述べています。「RapidResponseからバックログレポートと注文書を引き出し、供給品がどこにあって、どの出荷がリスクにさらされているのかを判断しました」RapidResponseにあった詳細情報のおかげで、Keysight社はサプライヤと協力して材料を確保し、予定されていた納品をほかの拠点に回すことができました。現地のプランナーはグローバルネットワーク全体の同業者とコラボレーションして、注文に対応し続けることができました。

Keysight Technologies社が迅速にサプライチェーンを再編成できたため、注文のキャンセルも、失業者を出すこともありませんでした。2018年の数カ月で、同社の収益は完全に復活しました。



# 重要ポイント

- 01** サプライチェーンプランニングはもはや、企業にとって競争上の差別化要因の一形態となっている。  
65%の企業は、翌年にサプライチェーンプランニングが競争上の差別化要因になると回答していますが、次の3年間で競争上の差別化要因になると回答した企業は35%のみです。\*
- 02** 技術革新が限られると、企業の成熟したサプライチェーン機能の発展が妨げられる。  
全企業の半数近くは、自社のサプライチェーンプランニング機能を前進させるプロセスおよび技術が欠如しています。47%はサプライチェーン全体のエンドツーエンドの可視性が欠如しており、53%はサプライチェーンプランニングを部分的にまたは完全にスプレッドシートで完成させていると回答しています。
- 03** 長期的な競争上の差別化要因のカギは、デジタル変革への積極的かつ戦略的な投資である。  
自社のサプライチェーンのデジタル変革の取り組みにおいて、より成熟している企業は、将来も自社のサプライチェーンが競争上の差別化要因であると見なす傾向が2倍になっています。
- 04** サプライチェーンの回復力が、企業にとって次の競争上の差別化要因になる。  
サプライチェーンのリーダーおよびプランナーは、サプライチェーンプランニングを通じて将来の課題に対処できるかどうかを懸念しています。短期的に、および次の3年間では、すべての地域のすべての企業にとって、サプライチェーンの回復力が最優先事項です。サプライチェーンの成熟度または現在の回復力のレベルにかかわらず、このことが当てはまります。

## その他のリソース

[IDCホワイトペーパー](#):『Supply chain planning drives better business performance in the modern enterprise』

[オンデマンドのウェビナーシリーズ](#):Powering business gains from the supply chain

# サプライチェーンの変革を始める方法

サプライチェーンは、かつてなく企業から認識されるようになってきているため、サプライチェーンリーダーがこの勢いをとらえることが重要です。この調査では、サプライチェーンセクター全体を向上するための傾向と機会について概要を説明しています。企業はこれらの教訓を自社の長期的な戦略計画に適用して、サプライチェーンの継続的な成長、差別化要因と回復力を確保するべきでしょう。

## 次にできること

サプライチェーン変革で最も難しいのは、それが継続的、積極的、かつ戦略的でなければならないということです。多くの企業の変革の取り組みは、より大きなプランニングの問題を断片的に分離しようとするために失敗します。レガシープラットフォームを更新しても、ユーザーの賛同を得られなかったり、データ収集プロセスを更新せずにAI/ML機能に投資しています。こうした場当たり的なアプローチでは、この調査からもわかるとおり、持続する利益を生みません。

次の3年間で自社のサプライチェーンが競争上の差別化要因の源泉になると回答しているのは、企業の30%のみです。さらに、ほとんどの企業は、自社のサプライチェーンが十分な回復力を持たずに、予期せぬ課題から回復できなくなることを懸念しています。サプライチェーン変革に全力を投じることは、莫大な時間とリソースの投資のように思えますが、後で高コストが発生する再編成の必要が少なくなります。



## キナクシスがお役に立てる方法

サプライチェーンプランニングと変革を妨げる、遅い動作の問題、次々と発生する計画に関する問題を解決できるサプライチェーンソリューションはほとんどありません。そうしたソリューションは、計画プロセスの断片をクラウドに持ち込み、アルゴリズムと機械学習機能を追加するか、コラボレーションアプリケーションを含めます。

キナクシスのRapidResponseは、データ、プロセスと人をつなげ、サプライチェーン全体が常に同期された状態にすることができる、真のコンカレントプランニング(同時並列計画)を強化する唯一のプラットフォームです。スプレッドシートの共有や、調整のための会議はもう必要ありません。その代わりに、チームは常時つながり、情報が共有された、エンドツーエンドの可視性が手に入ります。

1人が変更を加えると、他の全員が自分自身、チーム、組織全体への影響を即座に把握できます。

[さまざまな企業](#)が、RapidResponseによって計画サイクルが短縮し、製造リードタイムをカット、完成品の在庫をスリム化して納期どおりの納品を改善できたとしています。こうした向上によって、サプライチェーンプランニングの成熟度が上がるだけでなく、回復力も向上します。プランナーは、より多くの時間を確保でき、サプライチェーンのプロセスを前もって向上することができます。混乱が生じた際には、分散されたチームとデータを再編成するために時間を費やす必要はありません。その代わりに、すぐにアクションに取り掛かれます。急速に変化する世界において、会社の競争力を高めるのは、こうした機能です。キナクシスのRapidResponseで自社のサプライチェーンプランニングの成熟度を向上する方法の詳細については、[こちらをご覧ください](#)。

## キナクシスについて

キナクシスは、今日の変化の速い世界において、最善の意思決定を行い、業績を最大化できる自信を人々に与えます。

あらゆる将来の計画を立て、リスクと機会を見逃さず、変化に合わせて対応します。当社のプラットフォームは人間と機械両方のインテリジェンスを組み合わせ、複雑な計画の問題を、わかりやすい方法で解決します。その結果、収益の向上、コストとリスクの低減が実現します。



この出版物の内容は発行時のものであり、キナクシスの裁量により随時更新される場合があります。Copyright © 2020 Kinaxis Inc. All rights reserved. Kinaxis, Kinaxisのロゴ、RapidResponseは、Kinaxis Incおよびその関連会社の登録商標です。他のすべてのブランドおよび製品名はそれぞれの所有者の商標または登録商標であり、これらを使用することは所有者との提携または所有者からの承認を示すものではありません。05.20