

INSIDE CUBE

[巻頭特集]

ICT 2020

巨大スポーツイベントを技術で支える

特別インタビュー

4年に1度の感動と
安心のために。

コラム

2020年のICTと
スポーツの祭典

ICT NOW

「インダストリー4.0」は
好機か危機か？

MKI info

すっきりMKI

編集後記

2015
Vol.13

MKIの“今”と“未来”をお伝えする情報誌

INSIDE CUBE

※ 記載されている会社名および製品名は各社の商標または登録商標です。※ 記載された内容は変更する場合がございますのでご了承ください。

お問い合わせ先

 **MKI** 三井情報株式会社

〒105-6215 東京都港区愛宕2-5-1 愛宕グリーンヒルズMORIタワー
E-Mail:press@ml.mki.co.jp

製品・サービスサイト: <http://www.mki.co.jp/biz/> コーポレートサイト: <http://www.mki.co.jp/>

三井情報株式会社

Contents

02 [巻頭特集]

ICT 2020

巨大スポーツイベントを技術で支える

特別インタビュー

4年に1度の感動と
安心のために

コラム

2020年のICTと
スポーツの祭典

08 ICT NOW

「インダストリー4.0」は
好機か危機か？

10 MKI info

11 すっきりMKI

編集後記

お問い合わせ先

三井情報株式会社

経営企画部 戦略企画室 広報グループ

TEL:03-6376-1008

E-mail:press@ml.mki.co.jp

本誌に記載の内容は2015年8月現在のものであり、
時間の経過または様々な後発事象によって変更される
可能性がありますことをご了承ください。

[巻頭特集]

ICT 2020

巨大スポーツイベントを技術で支える

国レベルのスポーツイベントの開催は、ホスト国にとって国の力や文化を他国に知ってもらう絶好の機会である。今日、ICTはまさにそのベースとなるものだ。ICT活用の大きな方向性として「おもてなし」と「セキュリティ」があるが、イベントを安全に完遂することを考えると、「セキュリティ」はより真剣に考えるべきテーマである。

国レベルのスポーツイベントは ICT発展のチャンス

スポーツは、全世界共通の関心事の一つだ。それも選手が国を代表して戦うとなると、そのイベントは非常に大きな注目を集める。特別編成でテレビ放映されるというばかりではない。映像だけでは飽きたらず、直接試合を見ようと全世界から多くのファンが訪れる。最大で来訪者は1,000万人近い規模になるという予想もある。そのため、イベントを開催するホスト国にとっては、国の力やその文化を「世界」に伝え、国としてのブランドを高める絶好の機会である。

社会とICTが密接につながった現代、スポーツの世界でもICT活用は重要なテーマだ。スポーツイベントを機会にICTの発展に力を入れれば、世界の人々に日本の有する技術的なポテンシャルをアピールすることができる。これはICT飛躍の大きなチャンスなのである。それが日本にも目前に迫っている。

大きな方向性は 「おもてなし」と「セキュリティ」

方向性は大きく分けて2つある。「おもてなし」と「セキュリティ」だ。「おもてなし」のICTは、文字どおり、世界各地から日本を訪れる人々を歓迎し、日本に滞在する間、快適に過ごせるよう支援をするものだ。それは日本訪問をよい思い出してもらおうためのものである。

一方、「セキュリティ」のICTは、ホスト国日本と各国選手団を含め日本への来訪者の安心・安全を守るために必要となるものである。安心・安全がなければ、よい思い出もない。表舞台には立ちにくい「セキュリティ」は非常に重要である。

実際、多くの人々と関心を集める大規模なスポーツイベントは、攻撃者にとってまたとない対象だ。さかのぼって1972年のミュンヘン大会開催時には、選手村に武装組織のメンバーが侵入し、人質事件が発生。結果的にイスラエルの代表選手11名が殺された。

また、記憶に鮮明なのは、2013年のボストンマラソンで発生した爆弾テロ事件である。ゴール付近で2度爆発が発生、3人が死亡、300名近い人々が負傷した。

ICTこそが ジレンマを解決する手段

歓迎しながらも防衛しなければならないというのは大きなジレンマだ。しかし、この悩ましい状況を乗り越えるには、ICTこそがふさわしい手段ではないか。今回の巻頭特集では、巨大スポーツイベントにおいてICTは何をなすべきかについて掘り下げてみた。

4年に1度の感動と安心のために

いよいよ5年後に迫った、東京で開催されるスポーツの祭典。そのインフラとして、過去大会と同等またはそれ以上にICTが重要な役割を果たすことは間違いない。そこで鍵となるテクノロジーや留意すべきポイントは何か。当社、ビジネスアライアンス部 企画管理室 室長の伊藤 章が語った。

スポーツの感動体験をICTで高める

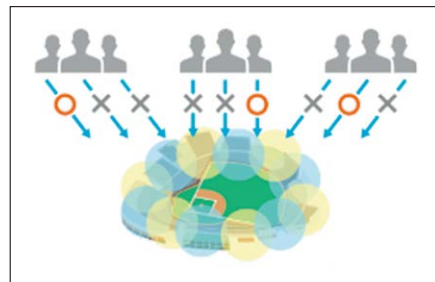
—— 2020年のスポーツの祭典まであと5年となりました。今回、ICTの観点から何がキーポイントになると予測されていますか。

伊藤 大きく二つあります。一つは、スポーツそのものの感動体験を高めるICTの提案です。本質的な「おもてなし」ですね。その頃には4Kや8Kといった超高精細映像技術が普及段階に入っているでしょうし、それに対応する映像配信関連テクノロジーも伸びていると予測されます。

スポーツの映像配信に関して、画像情報もさることながら、選手の属性情報やチームの戦績といった文字情報も非常に重要です。それによってより深く試合を観戦することができるからです。こうした情報を、テレビやインターネットで観戦している人々のみならず試合会場にいる人々にも届けられるテクノロジーに、スタジアムWi-Fiソリューションがあります。

—— MKIではすでに株式会社楽天野球団様に導入した実績がありますね。

伊藤 はい。球場のような人口が密集する環境では、Wi-Fiは途切れたり繋がりにくい状況に陥りがちですが、MKIが提供するスタジアムWi-Fiソリューションはスタジアム向けの設計で観客は球場内でWi-Fiをスムーズに使うことができます。このWi-Fiインフラを活かして、球場側では様々なファンサービス、例えば専用アプリで試合のビデオを再生できるサービスや試合情報の提供が可能になります。オンラインで飲食グッズを購入することもできます。先行している米国球場の例では、注文



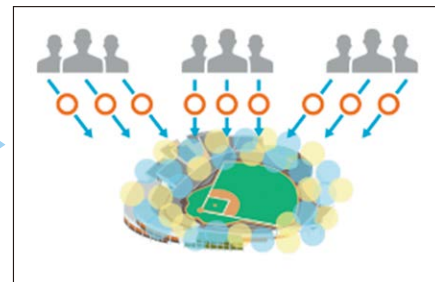
通常のWi-Fiソリューションの電波カバー状況

した飲食品を売店で並ばずに受け取れたり、ホームランが出たときに発売される特別商品をすぐさま手に入れられたり、とファンサービスの目線でICTが活用されています。これはまた運営側にとっても収益向上策の一環となっています。

安全を守るために多くの"目"を持つ

—— もう一つは何でしょうか。

伊藤 セキュリティです。近年、世界的なスポーツイベントはテロの標的になりやすい



高密度なスタジアムWi-Fiソリューションの電波カバー状況

ため、開催期間中の安全を高いレベルで守ることは非常に重要なテーマです。これはもはやイベント会場周辺だけの問題ではなく、ホストする都市または国全体で考えるべきことです。

—— 具体的に、どう対策すればよいでしょうか。

伊藤 ベースとなるのは、迅速に異変を検知するための"目"を多く持つことです。人海戦術には限界があるので、この分野では進化の著しいIPカメラが有力な対応策になります。MKIは、2005年開催の愛知万博でもIPカメラ敷設に携わりましたが、当時はまだ白黒画像で画素数も粗く、「何か不審物が映っている」というレベルの画像情報が関の山でした。しかし今は1,000万画素級の高精細カメラが登場し、カラー画像で人の手の中にある紙幣の種類までははっきり分かるようになりました。しかも、ネットワークスイッチの進化で、複数のカメラ画像の高速切り替えが可能です。動き始めた鉄道や不審者を追いかけていたときに大きな威力を発揮します。

さらに、これまではカメラ専用のネットワークを敷設していましたが、MKIが提供するIPカメラ統合ネットワークソリューションは業務用ネットワークインフラとの統合敷設が可能です。これはSPB (Shortest Path Bridging) と呼ばれるネットワーク仮想化技術をベースとしたもので、簡単な設定でネットワークレイアウトを変更・拡張できるのです。「将来的にデジタルサイネージ用ネットワークを追加したい」といった場合も簡単に追加することができます。MKIは、このソリューションを、IPカメラはパナソニック システムネットワークス株式会社、ネットワーク機器はAVAYAといったそれぞれの分野で強みを持つベンダーと協力しながら展開しています。鉄道や都市、商業施設、さまざまな単位で導入可能です。

ネットワーク中のデータはビッグデータ解析素材

—— このソリューションにおけるMKIの役割は、ネットワーク構築ですか。



伊藤 もちろん、それもあります。加えて、この統合ネットワークに集まってくる非構造化データを構造化し、有用な情報として顧客に届ける。このようなビッグデータ解析にまで踏み込んでこそ、MKIが関わる意義があるといえるのではないかと考えています。

例えばIPカメラは、画像を送るだけでなく熱や衝撃などを検知するセンサーとしても機能し始めており、ネットワークで取得できるデータの幅が大きく広がっています。これはまさにIoT (Internet of Things)。取り組みとしてはかっこのテーマなのです。

—— なるほど。

伊藤 ビッグデータ解析分野では、すでにMKIには需要予測／自動発注ソリューションという形で実績があります。過去の実績データや関連データを素材に需要の予測、在庫の把握、発注量の決定といった発注業務を強力にサポートし、効率化できるソリューションです。

実は、ビッグデータ解析技術では賞も獲得しています。「SAP HANA INNOVATION AWARD」といって、インメモリコンピューティング SAP HANAを使って、革新的なビジネスシナリオやビジネスアプリケーションを創造するというコンペティションがあるんですが、その2015年大会のTechnology Trailblazer (技術先駆者) 部門ビジネスアプリケーションで世界第3位になりました。Technology Trailblazer部門はビッグデータ/IoT活用が

テーマで、私たちはインテリジェントサーチエンジンを提出したのです。

今後はビッグデータの活用コンサルティングもMKI、そうやっていただけるように努力していきたいですね。

「イベント後」への目配りも重要

—— こう見てくると、2020年のスポーツの祭典は、MKIを含め日本のICT企業にとって大きなビジネスチャンスですね。

伊藤 確かにそうですが、留意点もあります。ソリューションをそのイベントだけに照準を合わせないということです。一過性の投資ではなく、その後も継続してビジネスとして成り立たせることができるか。そこは事前に十分検討しておかなければなりません。どこまで遠目が効くかが、ソリューションを創造するICT企業の真価となってくると思います。IC



三井情報株式会社
ビジネスアライアンス部 企画管理室
室長 伊藤 章



コラム

2020年のICTと スポーツの祭典

三井情報株式会社
コンサルティング部 コンサルティング室

高瀬 恭太郎

ターニングポイントは 2012ロンドン大会

2020年のICTについて考えるとき、東京でこの年に開催されるスポーツの祭典は、時代の先端技術が駆使されるイベントとして注目されることになるでしょう。日本はそこで世界にどのようなメッセージを伝えるのか。過去2012年と1964年に開催された2つの大会をひもときながら、2020年の東京大会とICTについて考えてみたいと思います。

最初に、前回2012年のロンドン大会を振り返りたいと思います。なぜならこの大会からICTが大きくクローズアップされるようになったからです。BT（ブリティッシュ・テレコム）は、この大会を「過去最大のデジタルオリンピック」と称しました。また開会式にティモシー・ジョン・

バーナーズ＝リーが登場したことは憶えているでしょうか。彼はWorld Wide Webを考案し、URLやHTTP、HTMLをデザインした英国人の著名な学者ですが、その彼に「This is for everyone」とツイートさせた演出は、この大会がICTと連動するスポーツの祭典になることを強く印象づけることになりました。当時は2007年にiPhoneが登場して以降、スマートフォンの利用者が増加、ネットの世界ではFacebookやTwitterなどソーシャルメディアが世界的な広がりを見せていました。ロンドン大会はこうした時代の趨勢をとらえて周到に準備されていたことがわかります。BBCは全ての競技をネット配信し、全世界からのアクセス数は5,500万、動画の視聴回数は1億600万回を上まわりました。さらにYouTubeにも特設チャンネルを設けて

オンデマンド配信を行い、またイギリス国内70カ所の会場でパブリックビューイングを開催、一部では8K画質での中継も行われました。そうした大会の期間中にFacebookでは競技に関する投稿が1億1,600万件以上あったといわれています。

人口構造の変化と直面する 2020東京大会

ロンドン大会から本格化したデジタル化とウェブメディアを巻き込んだ流れは、2020年の東京大会でさらに質・量とも加速することは明らかですが、世界が注目するスポーツ大会では、日本ならではの未来につながるビジョンを示すことも問われていると思います。

少し視野を広げてみると、2020年の東京大会（第32回）には別の側面があ

ります。それは世界に先駆けて本格的な人口減少と高齢化社会に立ち向おうとしている先進国によって初めて開催される大会だということです。今から50年前、1964年に開催された東京大会（第18回）と比べるとその意味がわかります。当時の日本は、戦後の復興から高度経済成長へと進んでいた時期であり、人口は毎年100万人が増加、成長する経済を支えるために社会インフラの整備が必要でした。同じ1964年にOECD^{※1}に加盟して名実ともに先進国の仲間入りを果たし、東京大会において戦後復興と経済成長を国際社会にアピールすることができたのです。そのとき整備された新幹線、高速道路、競技施設、大型ホテルなどは50年後の現在も社会や経済にとって大切なインフラであり続けています。

その後、日本の人口は2000年代後半にピークを迎えたのち減少傾向に転じ、世界に類をみない早さで人口の構成が変化しつつあります。とくに生産年齢人口比率^{※2}の低下は著しく、2020年までに60%を割り込み、戦後の1940年代後半と同じ水準になると推計されています。それは単に人口が減るだけではなく、働き方を含めた発想の転換により産業のあり方や成長モデルを変える必要があることを意味しています。

こうした変化をふまえると5年後の東京大会は、成熟期に入る日本が人口構成の変化による諸問題を先端ICTによって解決しつつ、新たな成長に向けたビジョンと戦略を示す機会として位置づけられるはずです。一例として、観光や国際会議など多くの外国人を呼び込むかたちでの国際化を目指すことが挙げられます。日本の歴史や伝統と先端技術を組み合わせて観光資源を育て、訪日外国人観光客を軸に観光産業を活性化させる。こうした戦略を実現するためにICTが果たす役割は大きいといえるでしょう。

2020年のインフラの主役は ICTになる

大会の期間中、東京では競技会場を中心に1日に約90万人が訪れ、移動すると予想されています。その際、外国人からのニーズが高いのは、無料で高速な公衆無線LAN環境と、目的地までの正確な交通案内といわれています。後者については、新しい衛星測位システムによって、屋外だけでなく地下街や建物内でも正確な位置情報を提供するナビゲーションサービスが期待できます。一方、英語圏でない我が国が開催する大会ならではのニーズがあります。

それは言葉の壁の解消です。大会期間中に限らず、将来、訪日外国人



観光客として諸外国の人々を受け入れ長期間滞在してもらうことを考えると、言葉の壁を取り払うことは必要不可欠であり、ICTの利活用が大いに期待できる分野です。音声認識や人工知能によって精度の高い自動翻訳や通訳をリアルタイムに提供したり、拡張現実（AR）の技術によってスマートフォンやスマートグラスに映す道案内や街並みの映像上に訳語や詳細情報を多言語で重ね合わせるアプリが実現されるでしょう。加えてこの大会が湿度の高い真夏に開催されることも忘れてはなりません。日本が伝統的にもっている採涼の考え方や環境センシングやエネルギー負荷低減の技術を組み合わせて、選手が十分にパフォーマンスを発揮し、観客が快適に観戦できる環境を準備することも求められます。

50年前には鉄道や道路といった社会インフラが整備されましたが、2020年に向けて日本を際立たせるためのインフラはICTが主役になります。次世代の情報通信ネットワークや先端技術による付加価値サービスを世界に示すショーケースとして、また次の50年の将来を見据えた成長戦略を描ききっかけとして、2020年のスポーツの祭典はまたとない機会になると思います。📍

※1 The Organization for Economic Co-operation and Developmentの略。経済協力開発機構。

※2 総人口に対して15歳から64歳の働き手の年齢層が占める割合。

「インダストリー4.0」 は好機か危機か？

最初にこの言葉を聞いたのは、中国人経営者の講演でのことだった。プレゼンテーション画面の中に繰り返し「産業4.0」の文字が現れ、講演者は「インダストリー4.0、この流れについていく」と意気込んでいた。新しいICT潮流かと思っ

てamazon.comをのぞいてみたが、それらしい書籍は見当たらない。しかし、そのうちにますます耳にするようになった。一体、インダストリー4.0とは何なのか。その実体と日本経済への影響を探ってみた。



インダストリー4.0とは何か？

発信源はドイツだった。それも出発は政府の政策提言であるという。容易に見つからないはずである。そもそもは同国が2010年に定めた「ハイレック戦略2020」に盛り込まれた製造業再活性化策の一つ。インダストリー4.0というフレーズは2011年に生まれた。ドイツ技術科学アカデミーがその普及のために力を尽くしており、このアカデミーの会長がドイツSAPの元社長のヘンニヒ・カガーマン氏であるという。

インダストリー4.0、意味するところは第四次産業革命である。18世紀に英国で蒸気機関が発明されたのを第一次、20世紀初めに米国で電気エネルギーが発明されたのを第二次、20世紀後半に日本でコンピュータによる自動化製造が開始

されたのを第三次とし、第四次の今回は「考える工場」「つながる工場」を実現するという。

なぜドイツがインダストリー4.0か。モノづくり大国でありながら、これまでドイツの企業は世界的な競争において敗れ去る場面が少なかった。その原因は戦いが企業という"個"に閉じているからであるとし、これからは企業および産官学の枠を超えオール・ドイツで臨むという強い決意が世界を揺らしているのである。

「考える工場」の意味するもの

それでは、「考える工場」「つながる工場」の具体的な中身は何なのか。大きく2つある。1つはマスカスタマイゼーション、もう1つは生産の標準化である。

マスカスタマイゼーションとは、マスプロダクション(大量生産)でありながら、顧客

のカスタマイズ要望に広範囲で応じるといふもの。センサーやソフトウェアを使いこなし、また仕入れ先や生産工程まで自在に組み替えながら、テーラーメイド的な生産を実現するという。マスカスタマイゼーションの考え方をもってすれば、顧客は「金色にしてほしい」「よく汗をかく背中部分をカバーする丈にしてほしい」「ヒップ部分にポケットをつけてほしい」といった細かい好みをいえるようになる。そして、工場はそれらの要望をデータとして当たり前のように取り込み、さしたる面倒もなく自動的にラインを組み替えながら生産していくのだ。顧客とすれば、単にカタログに載った商品を選ぶのではなく、色や形、素材にまで踏み込んで自分の好みを反映できるようになるというわけだ。

もう一方の生産の標準化とは、パーツのみならず、システムやその内部のインター

フェース、流通させる情報のフォーマットなどを含めて、標準化の範囲を著しく高めることを意味している。これにより、生産の拡大や代替といった変化対応が容易になる。つまり、A社の工場が手いっぱいになっても、B社の工場でも苦もなく残りを引き受けられる。ある意味、生産をどんどんモジュール型化するということだ。PCはパーツの規格が明確に決まっているため、どのメーカーのものを組み合わせても製品になるモノの代表だが、あらゆるものをそのように作っていかうというのだ。

工場内もどんどんつながる。IoT(Internet of Things)の概念が浸透し、各設備がセンサーを備え、同じ通信規格の下で情報をやりとりするために、「今、この中でどの顧客向けの、どの製品が、どの工程まで進んでいるか」といったことを工場自体が把握可能になる。そのため、ラインの途中である生産途上品を抜いたとしても、ただちにそれ以降のプロセスに情報が伝わって変化対応し、混乱は生じない。逆もまた真なりで、ラインに急ぎの注文を割り込ませたととしても、その情報を知った各プロセスが自ら組み立て順序変えや部品変更を行って完成させる。まさに「考える工場」といわれる所以である。

米国もIoTでリードしようと対抗

このようなドイツの動きに、もう一つのモノづくり大国、米国も黙っていない。こちらはIoTをコンセプトに、強力な企業連合を構成し、その覇権を握ろうとしている。その代表的な存在がインダストリー・インターネット・コンソーシアムだ。2014年3月に誕生した。GE、IBM、インテル、シスコシステムズ、AT&Tの5社が発起企業だが、2015年8月現在すでに世界的な組織に発展しており、ドイツ、日本、インドなどの企業も参加、そのメンバーは200社以上に拡大している。このコンソーシアムが目指しているのは、産業分野でのIoT活用推進だ。そのゴールを、産業の新しいユースケース創造と実世界で利用できるアプリケーションの試作を通じたイノベーションの推進、リファレンス・アーキテクチャや相互運用の

ために必要なフレームワークの定義・開発などとしている。

ここから透けて見えるのは、米国でいち早くIoT関連の技術標準を確立し、それをもって世界の覇権を握ろうという意図だ。

新興国も虎視眈々と狙っている

実は、この一大ムーブメントに沸き立っているのは、ドイツや米国といったモノづくり大国の"古豪"ばかりではない。インドや中国といった新興国も、第四次産業革命の主役に躍り出ることを虎視眈々と狙っている。

インド政府は、海外企業の生産拠点誘致策や全国レベルでの光通信網敷設策を推進する一方で、2020年までに150億ドル規模のIoT関連企業を育成しようという「IoTポリシー」を発表、その中で大学における専門カリキュラム開設や起業支援を記している。

インドが「IoTポリシー」なら、中国は「中国製造2025」だ。同国はロボットの導入が本格化し始めており、中国政府は2025年までに製造業を智能化させる計画作りを進めている。

キーワードは連合化。一方、日本は？

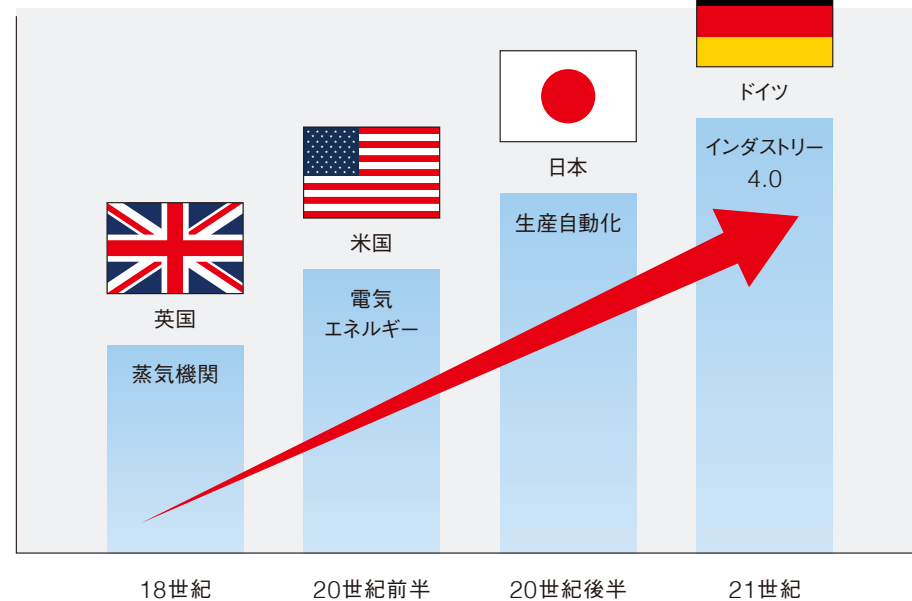
ドイツにしろ、米国にしろ、潮流の確かなキーワードは連合化だ。一企業や一政

府では成しえない革命を、"三本の矢作戦"で成し遂げる。そのようなメッセージがひしひしと伝わってくる。

そうした中で日本はどうするのだろうか。日本では、企業グループ単位での連合化はすでに実現されているといえるだろう。まっさきに頭に思い浮かぶのは自動車メーカーである。系列企業はもちろんのこと、一次請け、二次請けなどの業者で構成されるサプライチェーン一体となって供給拠点である海外に進出し、緊密に協力しあって生産を図る。それは世界に冠たる強者のモノづくりである。ただ、企業グループの枠を超えた相互運用性という視点はないかもしれない。また、パーツを組み合わせて作るモジュール型生産よりも、モジュールに手を入れ現場で調整しながら作る擦り合わせ型生産を得意としてきた日本のモノづくり風土の違いもある。さらにインターネットでつながりすぎることによる技術流出懸念もあり、インダストリー4.0をどう受け止めるか、まだその論調はまとまっていないようだ。

しかし、一つ確かなことは、これは新たな変化の訪れだということである。危機に感じられるときこそ、実は突破口を開く好機であるという。この変化にICTが貢献できることは多そうだ。ここが日本の知恵の見せどころ、と前向きに挑んでいくのはいかがだろうか。①

産業革命の歴史とその主導国

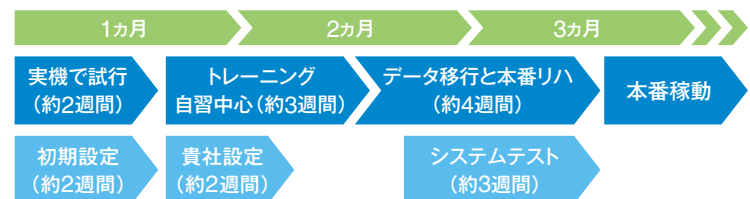


厳選した機能で短期間導入を実現するERPのクラウドサービス、 「MKI-Trade 1st」を提供開始

企業の経営基盤を担うERPにもクラウド化を進める企業が増えてきています。「MKI-Trade 1st」は、商社・卸販社の受発注から入出金までの一連のプロセスを完備し、各国の税制や法制に合わせてすぐに使える機能のみを実装したクラウド型のERPです。

通常オンプレミスで導入する場合は最短6カ月程度かかりますが、「MKI-Trade 1st」は最短2カ月程度での導入が可能です。また、クラウド型であるため、お客様は資産を持つ必要がなく、運用管理に必要なコストも軽減できます。

導入スケジュールの例



経費管理ソリューションを提供するコンカー社とアライアンス契約を締結

クラウドを使用した出張・経費管理ソリューションを提供するコンカー社と、アライアンス契約を締結しました。MKIはかねてよりSAP HANA®に対応したERPテンプレートであるMKI-Trade Suiteを展開するほか、ERPのクラウドサービスであるMKI-Trade 1stをリリースし、これらを中心として各業務ソリューションの拡充を検討してきました。コンカー社と本契約を締結することにより、MKIはコンカー社の製品とMKIのERPソリューションの連携を視野に入れながら、協同でのマーケティング活動、営業活動を行い、両社のビジネスを推進していきます。



宮崎大学医学部附属病院に大規模なWi-Fi環境を構築

宮崎県の中核医療を支える宮崎大学医学部附属病院に、Wi-Fi環境のエリア拡充と安定した電波強度による教育研究活動・病院業務の効率化を目指し、大規模なWi-Fi環境を構築しました。これまで宮崎大学医学部附属病院が使用してきたWi-Fi環境には、設計上の理由で移動中にネットワーク接続が切れる等の問題がありました。そのため、MKIは事前に4種類の異なるネットワークベンダーの機器を用いて実環境にてテストを行い、シスコ社のアクセスポイントAironet 2700シリーズが最適と判断、これまでのネットワーク構築実績から得た知見を活かし、設計・構築を行いました。これにより、今回導入完了した研究棟でのWi-Fi環境の接続は大幅に改善し、今後病院内のアクセスポイントのリプレースを順次検討していく予定です。



ICTでモヤモヤを解決!!

すっきりMKI

《第1回》流通のモヤモヤをすっきり



今回から本格的に始まりました「すっきりMKI」。日々、さまざまな課題と向き合う企業担当者様のお悩みを、MKIスクリリスト（「すっきりMKI」担当）がICT活用ですっきり解決します。今回の相談者は、小売業界で働くA山さんです。

相談者 A山さん（以下、A山さん）

私は、大手ホームセンターの関東エリアの在庫管理責任者をしています。自動発注システムを導入しているのですが、在庫切れや過剰仕入れといったトラブルが時々起こり、現場からのクレームが発生することが悩みです。このモヤモヤをすっきりできないでしょうか。

MKIスクリリスト（以下、MKI）

自動発注システムといっても、さまざまな仕組みのものがああります。導入しているのはどのようなものですか？

A山さん POSデータに基づき、売れた分だけ自動的に補充発注するものです。

MKI セルワンバイワン方式ですね。比較的簡易に導入できるのが特徴ですが、死に筋商品の不良在庫が発生しやすいなどリスクもあります。

A山さん 総商品数が1万を超え、統括する店舗数も複数であるため、人力には限界があります。しかし、自動発注では発注精度に不安が残ります。

MKI すっきり鍵は、需要予測の効率化です。ある小売企業のお客様で、物流センターの新設により発注量が倍に増えるのを現状の人員でカバーしなければならぬということがありました。そこで、提案させていただいたのが「需要予測／自動発注ソリューション」です。

A山さん どんなソリューションですか。

MKI アルゴリズム選択方式の需要予測で発注の自動化を実現したものです。複数の統計モデルの中から予測モデルが自動選択され、[学習][予測][評価]のプロセスが半自動で実行されます。今回のケースで判明したのが、過去数年の流通センターの出荷データを基に需要パターンを予測し、微調整するアルゴリズムを採用すると一番計算量が軽微に実装できるということでした。お客様ごとに異なるニーズをシステムに反映できるのは、需要予測技術に秀でた私たちの強みです。ぜひお気軽にご相談ください。

在庫を切らしたり、過剰に仕入れたりといったトラブルをなんとかしたい！

小売業界 担当者

処方箋

トレンドや周期性から適正な発注量を予測できる「需要予測／自動発注ソリューション」ですっきりしましょう！

MKIスクリリスト

お問い合わせはこちらまで ▶▶▶ http://www.mki.co.jp/inside_cube/askmki.html



編集部・守屋の 編集後記

皆さま、こんにちは。今号は2020年のスポーツの祭典に向けて、ICTがどのように貢献できるのかを特集しました。5年も前に?といった印象を受けられるかもしれませんが、ネットワークインフラ等の基盤部分は、設計から導入まで時間を要する

ため、これくらい大きなイベントになると今から準備が必要となってきます。そのため、通常特集は大体3〜4ページなのですが、色々情報を集めているうちに、お伝えしたいことが取まきらなくなり、5ページに拡大しました大作です！

さて、特集内のコラムは、もともと社外の専門家をお願いしようと考えていたのですが、折角MKIの広報誌なのだから、まずは社内で適任者がいないか探してみようと思い直し、社内で調整していたところ、コンサルティング部に行き当たりました。早速打診してお話してみると、シニア

コンサルタントの高瀬がちょうど仕事で同テーマについて調査していたとのこと。多忙にも関わらず、快く引き受けてもらいました。

当社には様々な才能を持った社員が沢山います。広報誌制作にあたり、第三者的な目線は常に忘れたくないものですが、年に2回という数少ない機会であるこの場では、出来る限りMKIの魅力や強み、また普段お見せすることがないMKI社員の個性あふれる人となりを、伝えていければと考えています。