

業種	運輸業(宅配サービス)
活用分野	宅配サービスの海外事業におけるシステム展開
テクノロジー	スマートフォン、Bluetooth、Wi-Fi

日本の宅配サービスをアジアへ システムの共有化で導入期間を短縮

日本人1人あたり年間約26個——「クロネコヤマトの宅急便」で知られるヤマト運輸は、宅配便および関連サービスにより、消費者のライフスタイルに新しい価値を提供している。

「宅急便」では荷主が「頼んだ荷物が今どこにあるか」を検索できる「荷物お問い合わせシステム」が好評だが、それを実現しているのがセールスドライバーの持ち歩くモバイル機器である。ハンディターミナルで読み取った荷物情報を、Bluetoothで接続された携帯電話(KDDI)を通じて蓄積。この情報は、荷物実際の動きにつれてリアルタイムに更新され、「荷物お問い合わせシステム」をはじめとする数々のきめ細かなサービスの実現に役立っている。

海外展開はまず人材育成システムには各国事情も

日本ならではのきめ細かいサービスともいえる宅急便が、2010年1月からシンガポール・上海、同年2月から香港、2011年9月にマレーシアとアジア4カ国3地域で展開されはじめた。

アジアへの取り組みは長期経営計画「DAN-TOTSU 経営計画2019」でも明確に打ち出されている。まだ「宅配文化」のないアジアで、日本で培ったノウハウを元に市場開拓を図っている。

「アジア展開にあたっては全国の社員が現地に向かい人材育成に力を入れています。ただ人材育成は日本標準で行えるものの、システムについては各国の法規制や制約もあって、一律に展開できない現実がありました」

ヤマトホールディングスのIT戦略担当マネージャー野口修一氏はこのように話す。日本と同じ端末・同じアプリで同じサービスを提供する「TA-Q-BIN」システムを理想としつつ、各国事情に即した対応も求められた。

その一つが日本のように携帯電話のエリアを把握できる情報がないことだ。現地を実際に車で走り調査を行った。また、ハンディターミナルは日本と同レベルの物がなかった。各国で調達でき防水性・堅牢性、バーコードリーダー機能の条件を満たすスマートフォン(モトローラ製「MC75」)



ヤマトホールディングス
IT戦略担当
マネージャー
野口修一氏

を選択した(上海では「MC70」)。

アジアの宅配便の動きが 日本で一元管理される

セールスドライバーが現場で入力した配達報告などのデータは、各国の携帯電話事業者を経由して日本のサーバーで一元管理される。「朝の7時ころには昨日の各国の宅急便個数や単価など経営情報が把握できます」と野口氏。このスピードは高く評価されるべきものである。

また、ネットワークの共有化によりスマートフォンのマスターデータの更新や新商品のプログラム追加などを日本から夜間に配信・更新することが可能になっている。

こうした共通化により、開発の効率化と低コスト化を実現。サービスインが1番目のシンガポールと3番目の香港では開発期間が3分の1近くになるなど、短縮化が図られた。サービス地域(国)はさらに拡大予定という。

野口氏は、「システム提案にはお客様のメリットの視点が欠かせませんが、電子マネーへの対応など、最新技術動向を把握している情報システム部門だからこそ企画できるサービスもあります。こうした点でも積極的に提案していきたい」と今後の意気込みを話した。

図 アジアで展開されている「TA-Q-BIN」システム



Profile

ヤマトホールディングス株式会社 http://www.yamato-hd.co.jp/	本社所在地 東京都中央区銀座2-16-10	事業内容 宅配便事業、ロジスティクスをはじめとする約50の事業群を持つヤマトグループの持株会社
	設立 2005年11月(創立大正8年)	
	資本金 約1272億円	