

ヴィンクス『DX戦略』

2022年9月13日
株式会社ヴィンクス

ヴィンクスのDX戦略について

当社グループの主要顧客分野である流通・サービス業界は、近年ではA IやI o T等の新技術を利用した「ニューリテール」と呼ばれる小売業のD X（デジタル・トランスフォーメーション）が、米国や中国を中心に出現し、新しい技術競争の様相を示しております。

日本においても、無人店舗など、新たな顧客体験を提供する店舗も登場するなど、新しい技術による変革が活発化し、店舗システムや基幹システムの抜本的な見直しが進んでいます。

また、リアル店舗とE C及びそれらをつなぐ顧客管理や物流が融合するなど、既存の業種業態の垣根をこえたサービスが模索されています。

このような環境の中、お客様および当社のD Xを加速させるために、当社グループは、「アジアにおける流通I Tのリーディングカンパニーを目指す」を経営ビジョンとして、「既存事業の高度化」と「ニューリテール事業の具現化」に加え、「事業構造改革」を推進することによって、更なる事業成長と安定的収益の確立に注力し、企業価値の一層の向上に努めてまいります。

代表取締役 社長執行役員
今城 浩一

DX化に向けた戦略

自社の事業構造改革で、業務のデジタル化とDX人材を育成することにより、VINXの成長戦略である、ニューリテール戦略・既存ビジネスの高度化を推進。自社とお客様の競争力向上、ビジネス拡大を目指します。

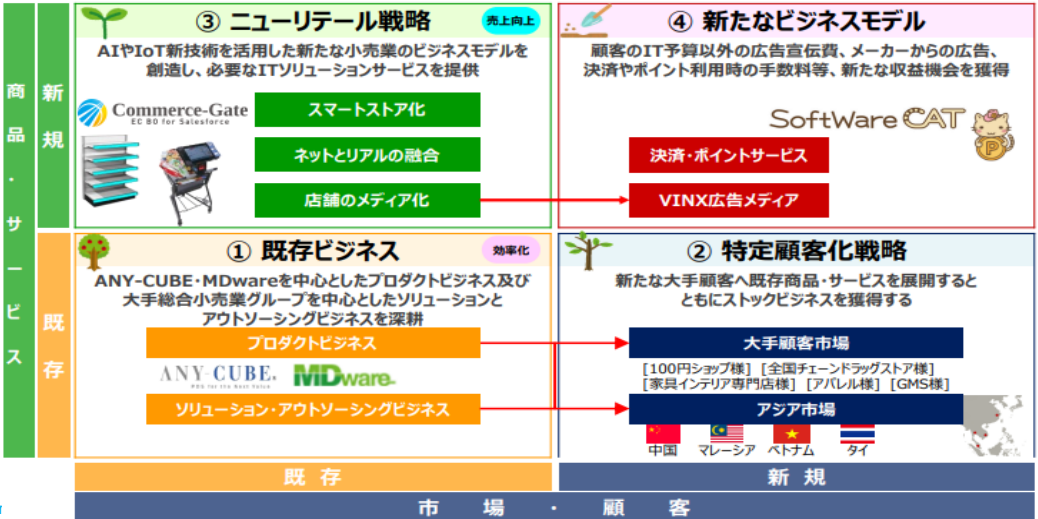
1.ニューリテール戦略

2.既存ビジネスの高度化



3.事業構造改革

<VINXの成長戦略>



<事業構造改革>

事業構造の改革を推進し、組織を強化することで持続的成長を目指してまいります。

- ①社内業務の効率化
- ②DX人材の育成
- ③ハイブリッドワークの推進

DX戦略の概要

【ニューリテール戦略】 【既存ビジネスの高度化】

タッチレスPOS

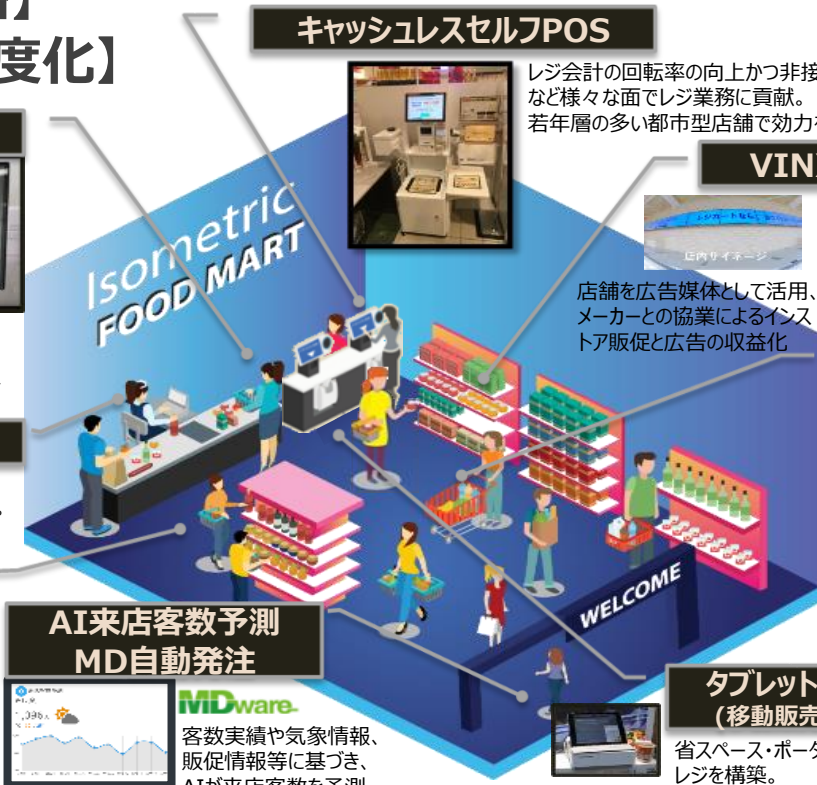
With コロナを見据えた非接触POS。
従業員様、お客様ともに感染リスクの低減に寄与。

通常レジ、セミセルフ

店舗形態、客層に合わせてハードウェアを選択してPOS導入。

スマホPOS

バックエンド側でシステム連携。



キャッシュレスセルフPOS



レジ会計の回転率の向上かつ非接触など様々な面でレジ業務に貢献。
若年層の多い都市型店舗で効力を発揮。

VINXメディア



店舗を広告媒体として活用、メーカーとの協業によるインスタ販促と広告の収益化



カート型POS



リアルタイムクーポンの発行で買いの促進に貢献。
レジ待ち時間の短縮により、お客様の満足度と店舗側の効率化を両立。

AI来店客数予測 MD自動発注



MDware
客数実績や気象情報、販促情報等に基づき、AIが来店客数を予測。

タブレットPOS (移動販売など)



省スペース・ポータブルにレジを構築。

【事業構造改革】

① 社内業務の効率化



② DX人材の育成

③ ハイブリッドワークの推進

実行戦略の概要とKPI

戦略	実行戦略	概要	KPI
ニ ュ ー リ テ ー ル 戦 略	①スマートストア化	<ul style="list-style-type: none"> IoTや AI を活用し、買い物は便利でかつ従業員にとっても店舗運営がシンプルな店舗の実現 カートPOS、スマホPOSなど新たな店舗システムを検討、提供 	<ul style="list-style-type: none"> スマートストア化の商品数 7 商品 (2022年度) スマートストア化ビジネスの創出、拡大
	②ネットとリアル融合	<ul style="list-style-type: none"> ネットとリアル店舗の良さを合わせた新たな業態出現垣根を超えた融合 小売業におけるネットを活用したサービス(EC等)の検討、提供 	<ul style="list-style-type: none"> ネットを活用した製品 OMS開発済み (2021年度) ビジネスの創出、拡大
	③店舗のメディア化	<ul style="list-style-type: none"> 店舗を広告媒体として活用、メーカーとの協業によるインスタ販促を提供 	<ul style="list-style-type: none"> 製品提供開始済み(2021年度) 製品ラインアップの拡大(順次) 店舗のメディア化ビジネスの創出・拡大
	④新たなビジネスモデル	<ul style="list-style-type: none"> 決済・ポイントサービスでの手数料ビジネスの創出と拡大 VINXメディアでお客様とVINX両社の収益機会となるモデルを創出と拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 新たなビジネスモデルの創出
既 存 高 ビ ジ ネ ス の	①既存プロダクト製品の強化	<ul style="list-style-type: none"> ANY-CUBEのクラウド型POS化。MD-WareでのAI自動発注などによるお客様提供価値の向上 RPA、カメラソリューションなどの製品ラインアップの強化 	<ul style="list-style-type: none"> 製品強化による導入数の拡大 MDWare 74社 (2021年度) ANY-CUBE 206社 (2021年度)
	②ソリューション/アウトソーシングサービスの強化	<ul style="list-style-type: none"> DX化に伴うお客様ニーズの変化に対応したソリューションサービスへ強化 クラウド化に伴うアウトソーシングサービスの強化しお客様提供価値の向上 	<ul style="list-style-type: none"> 情報システム部向け支援サービスの提供・強化 クラウド向けアウトソーシングサービスの提供・拡大 体制、要員の強化
事 業 構 造 改 革	①社内業務の効率化	<ul style="list-style-type: none"> 社内システムリニュアル委員会を設置し、新システムの計画的導入 新システム活用によるデータ分析精度の向上 RPAなどを活用した業務改善による 業務の効率化 	<ul style="list-style-type: none"> 新勤怠システム利用開始済み (2022年度) 新基幹システム、電子契約、BIツールの利用開始 (2024年度)
	②DX人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> 技術スペシャリスト、業務スペシャリストの育成 	<ul style="list-style-type: none"> 技術者数増加
	③ハイブリッドワークの推進	<ul style="list-style-type: none"> 社員が場所を問わず成果を出せる働き方ができる環境を整備し、効果的な活動を推進 テレワーク環境の推進、人事制度の改革 	<ul style="list-style-type: none"> テレワーク環境利用開始済み (2020年度) 在宅勤務率50%を目指す

DX推進体制

DX化実現に向け、代表取締役社長・取締役企画担当役員のもと、企画本部にて方針・戦略を策定し、「ニューリテール戦略」「既存ビジネスの高度化」「事業構造改革」を各事業本部・子会社と連携し実施してまいります。

