

# 不確実性にも動じない レジリエントな自動車サプライチェーン構築に向けたデジタルジャーニー

自動車メーカーや部品サプライヤーがレジリエントなサプライチェーンを構築するために、デジタル化の4つのステージについて深く理解する必要があります。

以下に紹介する4つのステージに対応することで変化に柔軟に対応できる自動車サプライチェーンを構築できます



## ■ ステージ01

### 社内データのサイロ化を解消

自動車サプライチェーン変革の第一歩は、企業内のシステムとプロセスを評価し、整合性を合わせることから始まります。供給計画と実行の責任者をまとめることは、デジタルサプライチェーンの変革には欠かせません。

## ■ ステージ02

### ネットワーク化されたサプライチェーン

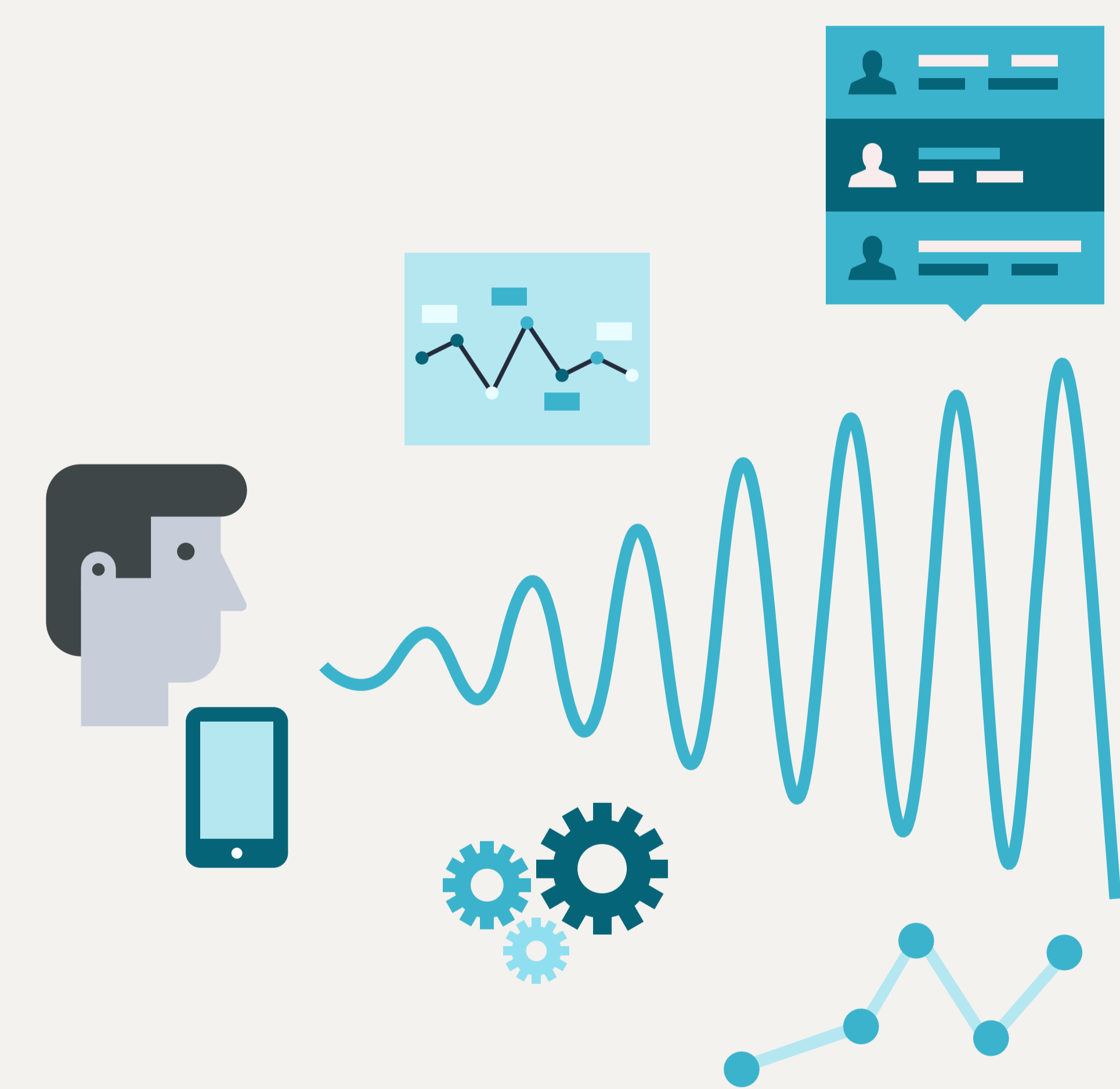
これからのデジタルサプライチェーンにはOEMとTierサプライヤー間がリアルタイムにつながるプラットフォームが欠かせません。製品計画から納品までのサイクルの各ステージで社内外のステークホルダーが情報を共有できるツールを選択します。



## ■ ステージ03

### 顧客ニーズを取り入れる

強力なアナリティクスとビジネスインテリジェンス機能により、データから顧客ニーズやインサイトを導き出し、自動でサプライチェーンの計画やオペレーションに反映できるシステムを選択します。



## ■ ステージ04

### 予測可能になる

顕在化された需要に対応するだけでなく、未来の需要を予測できるシステムを選択します。これにより、過去のデータや傾向から今後発生する需要の伸びなどを予測しアクションにつなげます。

