

# HSE 新ブランドと総合的なソリューションビジネス戦略

## New HSE Brand and Comprehensive Solution Business Strategy

(株)日立ソリューションズ東日本(HSE)は、1992 年以來、ECM (エンジニアリングチェーンマネジメント)、SCM (サプライチェーンマネジメント)、データアナリティクスの3分野で自社パッケージと戦略他社パッケージによるビジネスを展開してきた。さらなる事業拡大を目指し、3つの新ブランド「appSQUARE」「scSQUARE」「uniSQUARE」の展開を2022年6月に開始した。新ブランドを中心とした新たなソリューションビジネス戦略では、ブランド・製品を連携するトータルソリューションを提供し、連携によって新しい価値を生み出せるよう、事業を推進していく。

加地 拓己	Kachi Takumi
三嶋 壮典	Mishima Masanori
関 雅臣	Seki Masaomi
中村 守克	Nakamura Morikatsu

### 1. はじめに

2020年以降の新型コロナウイルス感染症の影響により、企業は顧客の行動変化や「新しい生活様式」への対応に迫られている。このような社会の変化に迅速に適応し続けるために、DX推進による変革と競争優位性の確保が重要となっている。

2020年12月に経済産業省より公表された「DXレポート2(中間取りまとめ)」<sup>1)</sup>では、ユーザー企業に対するベンダー企業の重要な役割が提言されている。その提言では、絶えず変化する市場動向や顧客のニーズへの対応が求められるユーザー企業に対して、ベンダー企業はDXを推進する協創的パートナーとなっていくことが求められている。

HSEはベンダー企業として、産業分野の製造業を中心に意思決定に関わるソリューションを幅広く提供してきた。企業が付加価値を生むバリューチェーン(開発・製造・販売・サービスなどの一連の流れ)の中で、特にECM、SCM、データアナリティクスの3分野で、全国の企業にソリューションを展開している。

また、お客様の協創的パートナーとして新たな成長事業を創出するため、お客様の課題解決にこだわった提案型ビジネスの確立と強化を推進している。

### 2. 新ブランドの展開

HSEのECM、SCM、データアナリティクス事業では、業務のデジタル化による効率化にとどまらず、新たな製

品やサービスによって新しい価値を継続的に生み出し、サステナブルな社会に貢献することを目指す。

HSEは一つの街で集い、お客様と協創する場を作りたいという思いを込め、「街」や「広場」という意味を持つSQUAREをキーワードとし、ECM、SCM、アナリティクス向けソリューションを新たなブランド体系に刷新した<sup>2)</sup>。

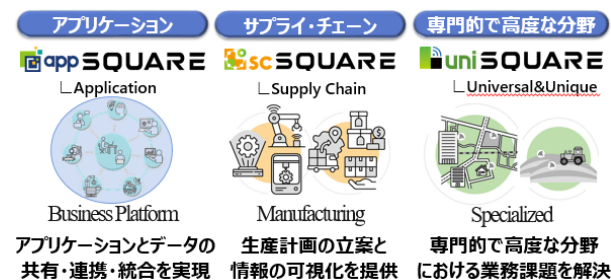


図1 HSEの新ブランド

3つのブランド「appSQUARE」「scSQUARE」「uniSQUARE」を主軸とし、従来は点であったソリューションをつないで「線」にすることで、広い視野でお客様への提供価値の拡大によるDX推進を目指している。

#### 2.1 appSQUAREブランド

「appSQUARE」ブランドはアプリケーションとデータの共有・連携・統合を実現するビジネスプラットフォームである。業務にマッチしたアプリケーションの作成、作業計画と進捗の見える化、蓄積した業務データの分析

を通して様々なビジネスシーンを支援する。

表1 appSQUAREブランドの製品ラインナップ

ソリューション名	適用分野/内容
SynViz S2	プロジェクト工程管理
AppSQUARE	業務アプリ構築プラットフォーム
appSQUARE DX	
OnSchedule	情報共有サービス
CoreExplorer	テキストマイニングシステム
CoreExplorer/TS	テキスト要約システム

## 2.2 scSQUAREブランド

「scSQUARE」ブランドは生産計画の立案と情報の可視化、計画と実態とのズレを把握し、様々な制約条件を考慮し関係部門との調整要否などを素早く判断できる機能を提供する。scSQUARE ブランドにラインナップされるソリューションを導入することで、需要予測から在庫管理、生産スケジューラに至る一連のサプライチェーンマネジメントが可能となる。

表2 scSQUAREブランドの製品ラインナップ

ソリューション名	適用分野/内容
PSI Visualizer	生販在可視化・調整ソリューション
Forecast Pro	需要予測支援ソリューション
Netstock IBP	需要予測・需給計画ソリューション
WellLine	製造生産性向上 IoT データ分析ソリューション
SynPIX	供給計画立案システム
SynPLA	製造計画立案システム
scSQUARE ISP	統合供給計画ソリューション

## 2.3 uniSQUAREブランド

「uniSQUARE」ブランドは特定分野の専門的で難易度が高く、人手で対応するのは困難な現場で発生する業務課題を解決する。製造業を中心に公共・金融・サービスなど様々な業界に対してデータ分析、AI 活用、情報の見える化のソリューションを提供している。

表3 uniSQUAREブランドの製品ラインナップ

ソリューション名	適用分野/内容
uniSQUARE BA	統合型 BI プラットフォーム
uniSQUARE ML	データ分析プラットフォーム
SNS ソーシャルリスニングサービス	SNS データ利活用
予兆検知ソリューション	歩留まり改善/予防・予知保全

## 3. 総合的なソリューションビジネス戦略

「appSQUARE」「scSQUARE」「uniSQUARE」の3つのブランドを中心とした新しいソリューションビジネス戦略では、協創的パートナーとしてお客様の課題を幅広くとらえ、解決につなげられる施策も取り入れる。それにより、新ブランドのソリューションを総合的に提案・提供することでお客様の事業価値向上への更なる貢献を目指す。

### 3.1 ヒートマップによるソリューション拡販戦略

これまでのソリューションビジネスでは、製品の担当者がお客様との対話を通してニーズをつかみとり、課題解決のためのソリューションを提供してきた。製品に対する深い知識をもって特定の分野で最適な提案ができる一方で、担当外製品については提案力が弱いという課題があった。

これを解決するため、新たな拡販戦略ではヒートマップを活用してソリューションの導入状況を可視化し、提案シナリオを具体化することでアップセル/クロスセルを目指していく。このヒートマップでは縦軸に導入先のお客様、横軸にHSEのソリューションを配置し、交わるセルの濃淡によって導入規模を表現する。これを活用し、以下①～③の拡販戦略を策定した。

#### ①ブランド内の横展開

ブランド内の商材を組み合わせることでお客様提供価値の向上を目指していく。例えば、業務アプリケーションプラットフォーム「appSQUARE DX」にテキストマイニングツール「CoreExplorer」を組み合わせることで、「appSQUARE DX」から入力・蓄積されたテキストデータを「CoreExplorer」により分析して検索機能を強化することが可能となる。

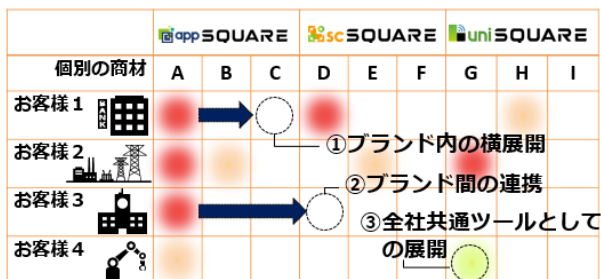
#### ②ブランド間の連携

ブランド間の連携では、「appSQUARE」「scSQUARE」「uniSQUARE」の3つのブランドを跨り、トータル

ソリューションとして展開する。ソリューションの企画段階で他のソリューションとの連携により生み出せる価値を検討し、提案シナリオを準備する。それによりスピード感を持った提案を実現し、お客様の課題を迅速に解決することを目指す。ブランド間連携の具体例については 4 章に記載する。

### ③ 全社共通ツールとしての展開

ヒートマップでは、その色の濃淡によってお客様の導入規模(活用度合い)を可視化する。活用度合いが低い、特定部門の利用にとどまるお客様に対して、利用範囲が広がるようなユースケースを提案していく。例えば、BI プラットフォーム「uniSQUARE BA」の定型レポート機能を利用中のお客様に対し、セルフサービス BI 機能によるデータ利活用を促すことで、全社共通の分析基盤として展開を目指していく。



凡例：○ シナリオを整備して次にご提案するソリューション

図2 ヒートマップによるソリューション拡販イメージ

### 3.2 ソリューション提供基盤の統一

これまでに HSE の製品開発ではお客様の課題を解決するための機能の実現性を優先し、その提供基盤やインタフェースを個別に最適化してきた。今後は、ブランド内の横展開やブランド間の連携促進に向け、各々の提供基盤を統一し、低価格かつ短期間でのソリューション提供を目指す。お客様にトータルソリューションとして提供するために、クラウドプラットフォーム、OS、ミドルウェアといった IT 技術要素の統一を図っていく。また、連携に特化した Web API や連携用インタフェースを強化することで、アプリケーションのレベルでもソリューション連携を容易に実現することを目指す。

### 4. ブランド間のソリューション連携例

ブランド間のソリューション連携例として、可視化・分析プラットフォーム「uniSQUARE BA/ML」を軸とした例を 2 つ紹介する。

#### 4.1 「appSQUARE」 と 「uniSQUARE」 の連携例

「appSQUARE」ブランド製品である「appSQUARE DX」はユーザーがアプリケーションを自由に簡単に作成でき、アプリケーションやデータの統合管理を実現する。

「appSQUARE DX」を利用することで紙やメール、表計算ソフトを使った運用から脱却し、物理データのデジタル化と業務プロセスのデジタル化といった DX 推進基盤を構築する<sup>3)</sup>。

「uniSQUARE」ブランド製品である「uniSQUARE BA」は業務データの多次元分析、ダッシュボード、レポート作成など包括的な BI 機能を提供する。「uniSQUARE ML」はデータ入力、データ加工、分析モデル作成と展開までの機能を 1 つのプラットフォームで提供する。これら 2 製品はいずれもデータが蓄積されていることが前提となり、データ入力部分については別のアプリケーションで構築する必要がある。

「appSQUARE DX」と「uniSQUARE BA/ML」を組み合わせて提案することで、業務データの投入と蓄積に加え、業務データを可視化し、多角的に分析することが可能となる。これにより データ利活用を通じた戦略検討や意思決定の促進といった新たな価値をお客様へ提供する。



図3 appSQUARE DXとuniSQUARE BA/MLの連携

#### 4.2 「scSQUARE」 と 「uniSQUARE」 の連携例

SCM 関連ソリューションとして現在開発中の「scSQUARE ISP」では、完成品・仕上げ工程や半製品・部品製造工程といった生産工程全体の計画を俯瞰して立案したい、といった顧客ニーズに応える。このソリューションでは従来の生産計画パッケージである「SynPIX」と「SynPLA」がもつそれぞれのデータモデル(BOM(Bill of Material)と工程情報(Process))を統合し、新たにBOP(Bill Of Process)と呼ばれるデータモデルを主軸に再構築している<sup>4)</sup>。これにより、1 つのソリューションで「生産工程全体を俯瞰した計画」への対応が可能となっている。

「scSQUARE ISP」導入後には効率化やコスト削減といった導入効果を確認し、必要に応じて計画用データの最適化や計画立案アルゴリズムのチューニングといった改善を図っていく。この PDCA サイクルにより導入効果を最大化することができるが、そのためには Check（評価）の段階での効果分析を効率的に実施することが重要となる。「uniSQUARE BA」のセルフサービス BI 機能では、データ接続、統合、加工といった機能をユーザーが操作しやすい Web インタフェースで提供する。また、『どんなデータなのか』『どのように集計分類すればよいか』という内容を AI が判断し、グラフィカルなダッシュボード画面を自動生成することができる。この機能を活用することで、短期間で効果的なダッシュボード画面を提供することが可能となっている。これらの特徴を活かし、「scSQUARE ISP」と「uniSQUARE BA」を連携させることで導入効果分析という新たな価値を実現する。

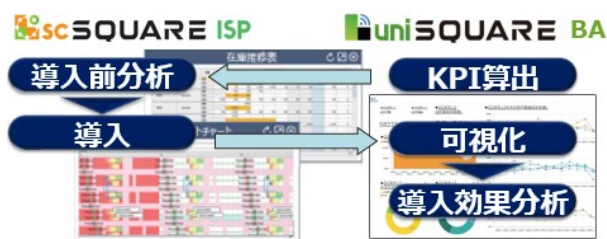


図 4 scSQUARE ISP と uniSQUARE BA の連携

## 5. おわりに

HSE は新ブランド「appSQUARE」「scSQUARE」「uniSQUARE」のビジネスの拡販戦略、ブランド間のソリューション連携戦略を展開することで、お客様の課題に幅広く応えることが出来る、協創的パートナーを目指していく。また、経営資源の最大化と意思決定の迅速化を支援し、ビジネス環境が激しく変化する中でお客様の競争上の優位性を確立するための DX 推進基盤を提供する。今後も各分野で培った技術・ノウハウ・人材を融合し、お客様へ新しい価値を継続的にお届けできるよう、事業を推進していく所存である。

## 参考文献

- 1)DX レポート 2(中間とりまとめ), デジタルトランスフォーメーションの加速に向けた研究会,  
<https://www.meti.go.jp/press/2020/12/20201228004/20201228004-2.pdf>(Accessed 2022 年 11 月 29 日)
- 2) (株)日立ソリューションズ東日本 「appSQUARE」「scSQUARE」「uniSQUARE」ニュースリリース

<https://www.hitachi-solutions-east.co.jp/newsrelease/2022/square0621/index.html>  
(Accessed 2022 年 11 月 29 日)

3)阿部, 他: 企業の DX を加速させる業務アプリケーションビジネス革新, 日立ソリューションズ東日本技報 第 26 号, 2021 (Accessed 2022 年 11 月 30 日)

4)片山, 他: Web 技術をベースとした新生産計画ソリューションの開発, 日立ソリューションズ東日本技報 第 26 号, 2021(Accessed 2022 年 11 月 30 日)



加地 拓己 2007 年入社  
アナリティクスソリューション部  
分析モデル構築, アナリティクスソリューションのコンサルティング



三嶋 壮典 2012 年入社  
パッケージソリューション営業部  
自社パッケージの拡販



関 雅臣 1999 年入社  
PSI ソリューション部  
自社パッケージ導入コンサルティング



中村 守克 1998 年入社  
Viz ソリューション部  
自社パッケージ導入コンサルティング