メディア・デジタル事業部門

目指す姿と成長戦略

2019年5月16日

メディア・デジタル事業部門長 南部 智一

1. 部門概要

2. 部門成長戦略

3. DXの推進

4. 定量目標

組織図





メディア事業本部















ケーブルテレビ 事業 テレビ通販 事業

デジタル事業本部



システム インテグレーター

スマートプラットフォーム事業本部





モバイル 端末販売 携帯通信 事業

② 新 規





デジタルメディア事業

③DXセンター



海外スマートプラットフォーム事業

※人員数 単体 460人/グループ合計 42千人

<部門のビジョン>

先進テクノロジーの活用・デジタル人材の育成により、イノベーション加速のためのEnabler機能を強化し、全社的なデジタルトランスフォーメーション推進、及びスマート社会の基盤づくりに貢献する。

成長戦略イメージ

プラットフォームレイヤー図



1. 部門概要

2. 部門成長戦略

2-1. コアビジネスのバリューアップ

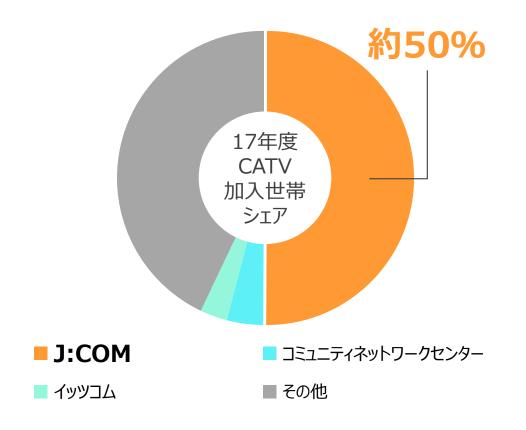
2-2. 新領域への進出

3. DXの推進

4. 定量目標

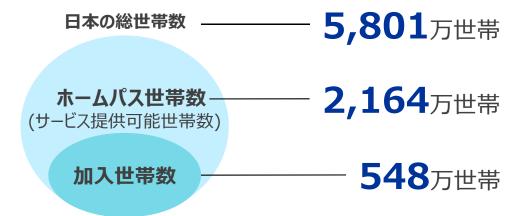
J:COM 事業概要

市場シェア



ビジネス基盤

■加入世帯数の規模感



■顧客接点



売上7,565億円 営業利益1,149億円 純益676億円

J:COM 成長戦略







J:COM プラットフォームの拡大

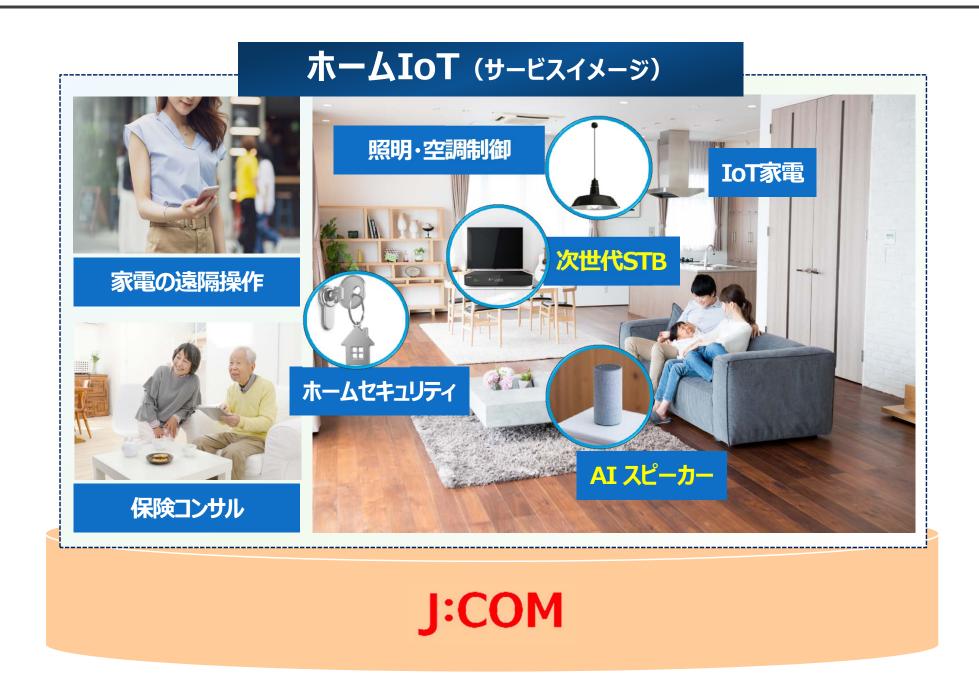
J:COM 経済圏の拡充



Data Management Platform

J:COM

J:COM プラットフォームの拡大

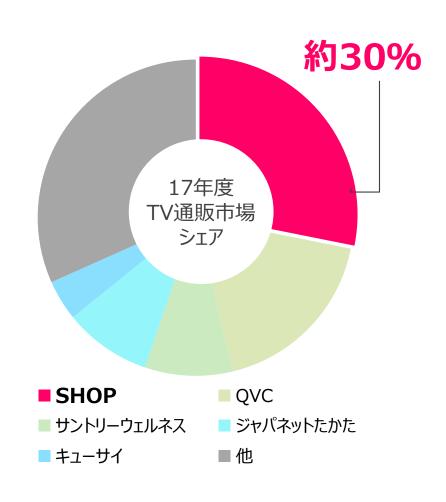


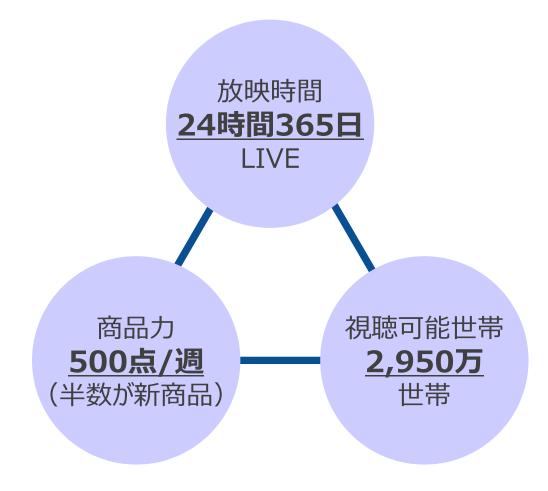


事業概要



ビジネス基盤





売上1,593億円 営業利益248億円 純益178億円



成長戦略

- ■顧客層の拡大
- **■**販売チャネル拡充 → TV + Eコマース + SNS等
- ■データマーケティングの高度化
- ■新ジャンルの商材開拓

ショップ売れ筋商品



ファッション



ジュエリー



コスメ



新規取り組み①

スマホアプリ リニューアル









新規取り組み①

TV & SNS ハイブリッド型ライブコマース

2019年6月 0時・12時 タイムセール同時ライブ配信 (予定)





TV放映



Internet 双方向·即時性



番組連動





スマートデバイスでのコミュニケーション



新規取り組み②

新ジャンルの商材開拓

- ①プレミアムブランドの取り扱い
 - ⇒ブランド価値向上

BMW i3



- ②モノからコト消費へ
 - ⇒上質な非日常 "旅行の提案"



データ利活用

AI活用 需要予測



売筋商品開拓



販売計画の精度向上



マーケティング施策立案



社内外のデータ統合、 リアルタイムに活用







物流





視聴データ

顧客問合



新規取り組み②

One to One Marketingの強化

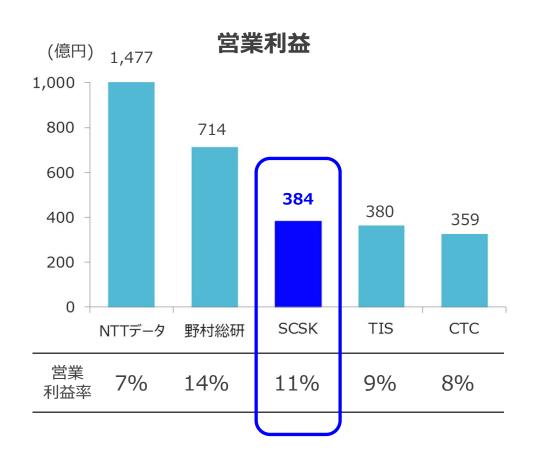


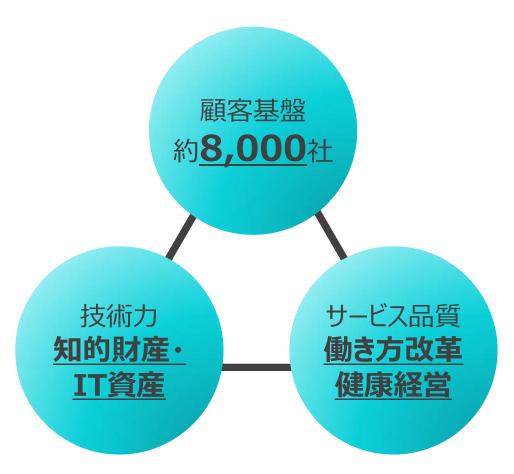




業界ポジション

ビジネス基盤





売上3,587億円 営業利益384億円 純利益279億円



サービス提供型ビジネス

流通・金融・メディア業界向けサービス拡充





戦略的事業の推進

- ・車載システム事業
- ・AIを活用したビジネスの推進
- ·DXへの取り組み



グローバル展開 第二ステージ

- ・米国、英国、中国、シンガポールの拠点を中心に世界38カ国200以上のシステム導入実績
- ・ベトナムIT最大手のFPTコーポレーションと提携



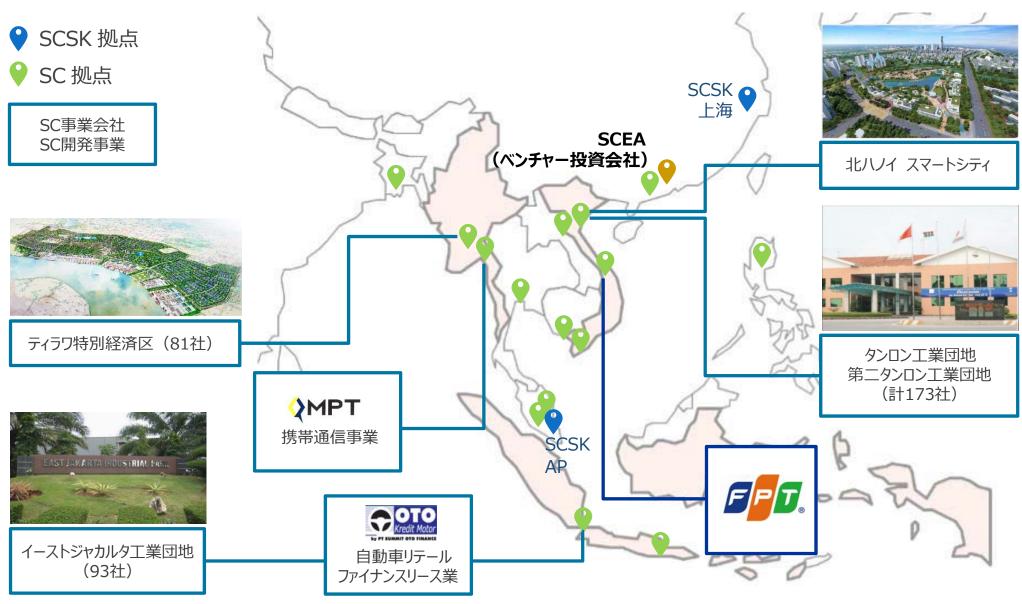
DX推進による新たなビジネス拡大

グループの総合力を活かし、リアルビジネス×先進ITで 「お客様の未来」を共に創る



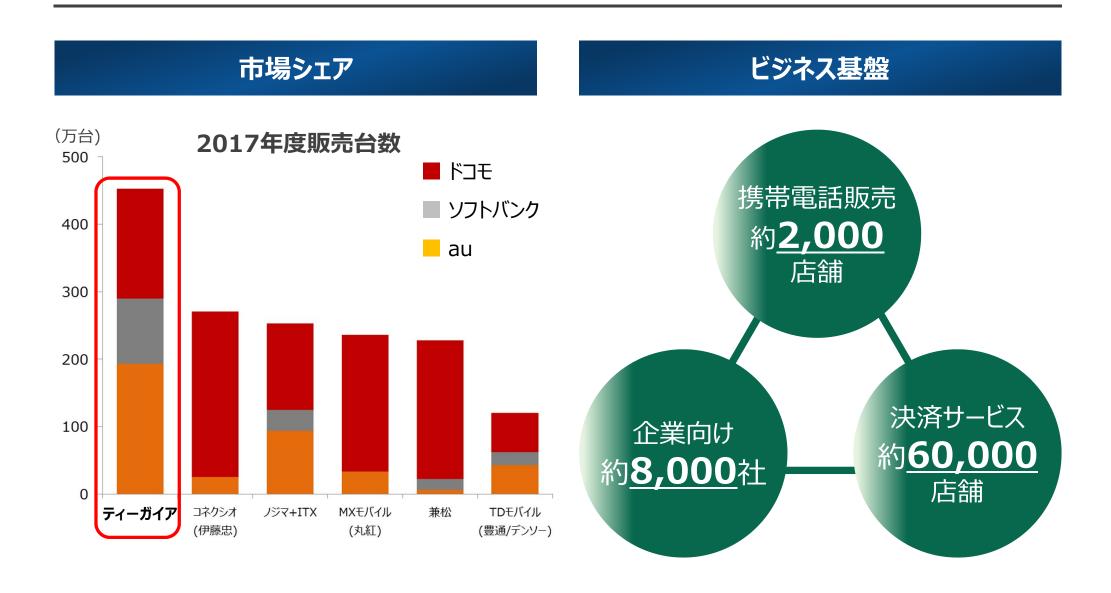
SCSK グローバル事業推進

東南アジアを中心にグローバル事業の足場固めへ





➡T·GAIA 事業概要



売上5,269億円 営業利益155億円 純利益108億円



予T·GAIA 成長戦略

事業基盤の強化・変革

携帯販売シェアNo.1を活かした施策

- ・通信事業者との戦略提携
- ·ICT周辺総合事業会社への変革
- ・店舗網を活用した新事業の創出







→ T·GAIA ソリューション事業の拡大

調達からリプレースまでワンストップ支援



端末入れ替え



携帯電話管理サービス









セキュリティ
タブレット ソリューション ソリューション



予T・GAIA 決済事業の拡充

QUOPay

3ステップで使える簡単便利なデジタルギフト















メールや各種SNSなど、URLを送れるツー ルであればいつでも簡単、スピーディに送 ることができます。



クオ・カード ペイの受け取りは URLを開くだけ。

届いたURLを開いて受け取った金額が表示 されたら受け取り完了。より便利に使える 専用アプリも用意しています。



あとはお店で見せるだけ。 サインも本人確認も不要です。

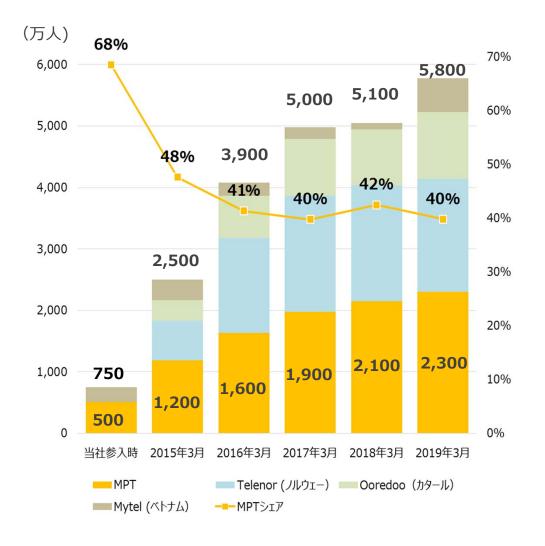
お店での決済方法は、バーコードを読み取 ってもらうだけ。残高がある限り何度でも 利用でき、現金とも併用可能です。



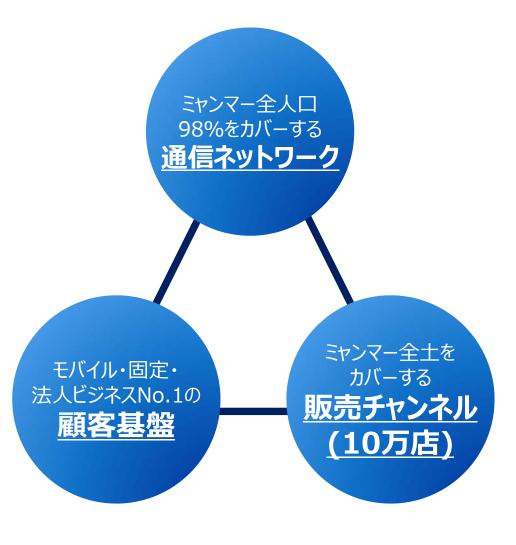
MPT ミヤンマー通信事業

市場シェア

ミャンマー携帯加入者(90日Active)とシェア



ビジネス基盤



事業基盤の拡充

- ·第四世代携帯網(LTE)の拡充
- ・データ収入の拡大

顧客基盤の拡大

- ・携帯販売代理店網の拡充
- ・法人向け取引の拡大(含、固定回線)

MPT経済圏の構築

- ・コンテンツ事業の拡大 (電子書籍・音楽・動画・ゲーム)
- ・生活プラットフォームとしての価値提供(ファイナンス・オフグリッド電力・ヘルスケアなど)





ミャンマーMPT経済圏の構築

MPT経済圏

Closest Life Platformer

Service











Myanmar



携带通信加入者 2,300万人

デジタルコンテンツへの取り組み

電子書籍







動画配信



ゲーム





ミャンマーの発展への貢献

ミャンマーの未来を共につくる





ミャンマーナショナルリーグへの資金支援 ユース育成

日本・ミャンマー学生交流 プログラムへの協賛

1. 部門概要

2. 部門成長戦略

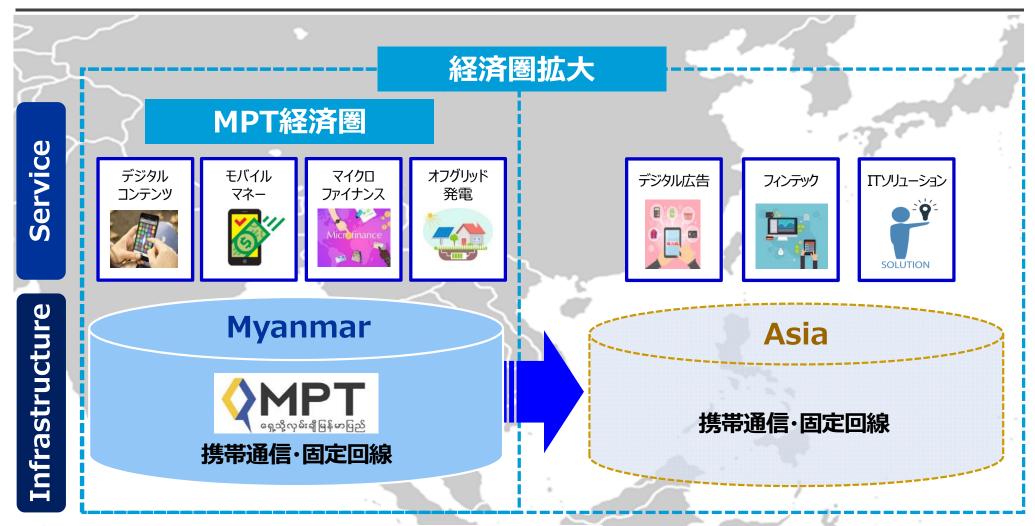
2-1. コアビジネスのバリューアップ

2-2. 新領域への進出

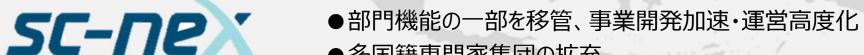
3. DXの推進

4. 定量目標

海外スマートプラットフォーム戦略①





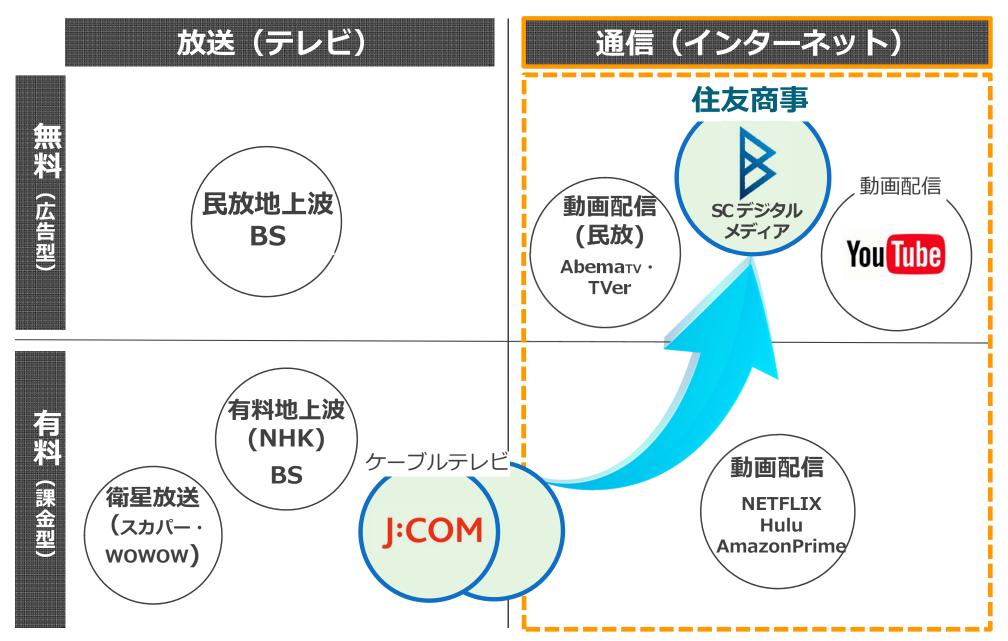


●多国籍専門家集団の拡充

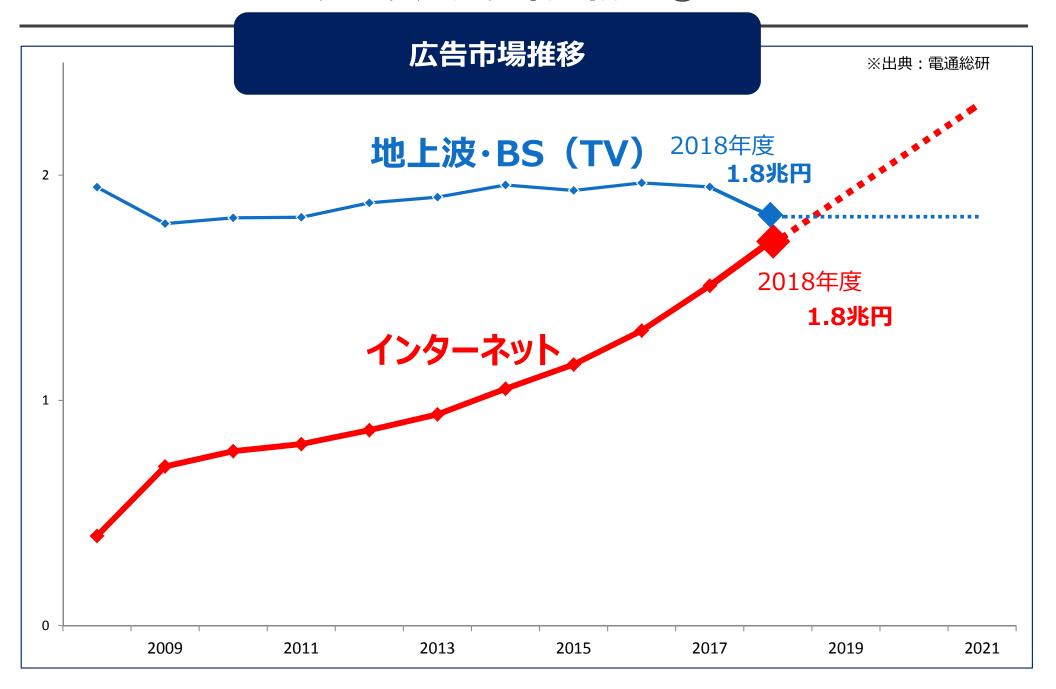
海外スマートプラットフォーム戦略②



デジタルメディア戦略①



デジタルメディア戦略①



デジタルメディア戦略②

Partner







Advertiser











II第一興商

The Pokémon Company

Platform



Creator





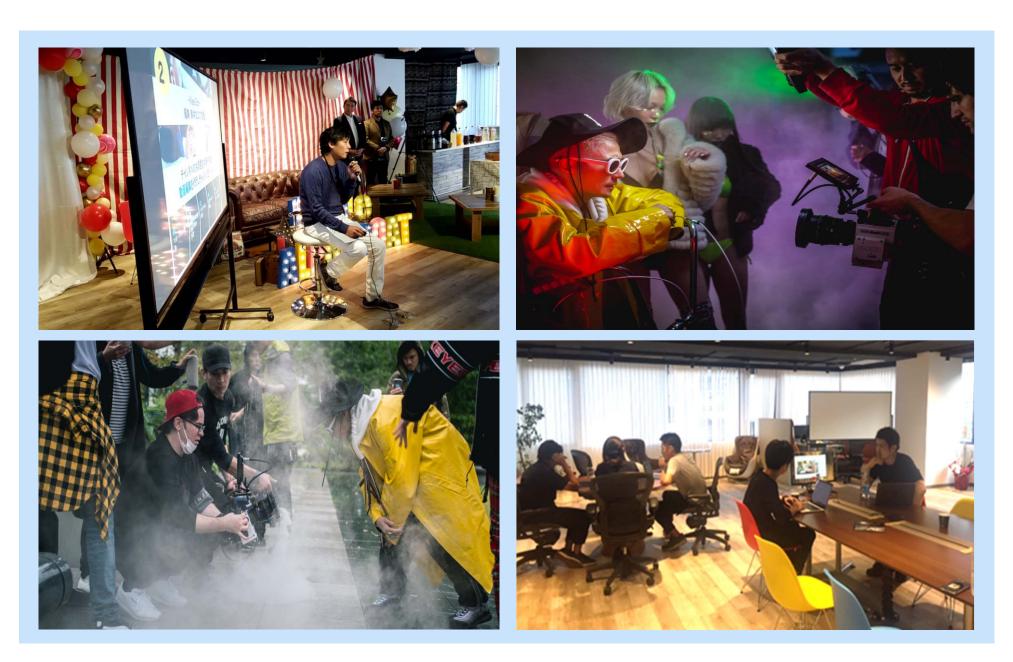




キッズライン

soel / FCL

デジタルメディア戦略③



デジタルメディア戦略③



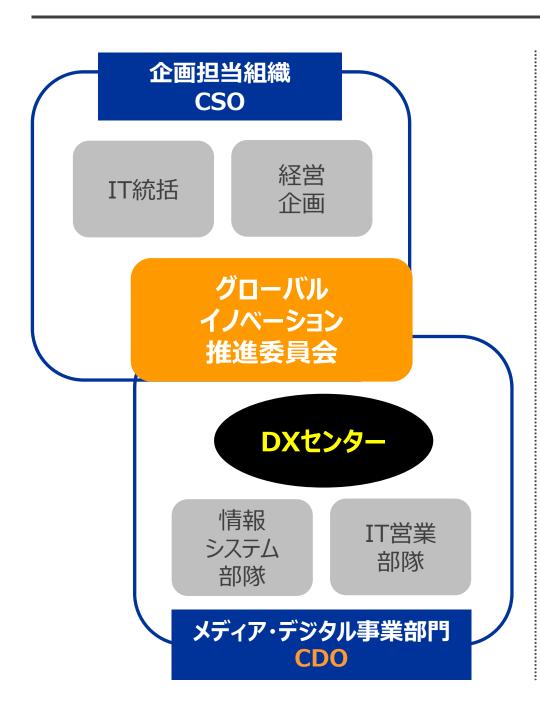
1. 部門概要

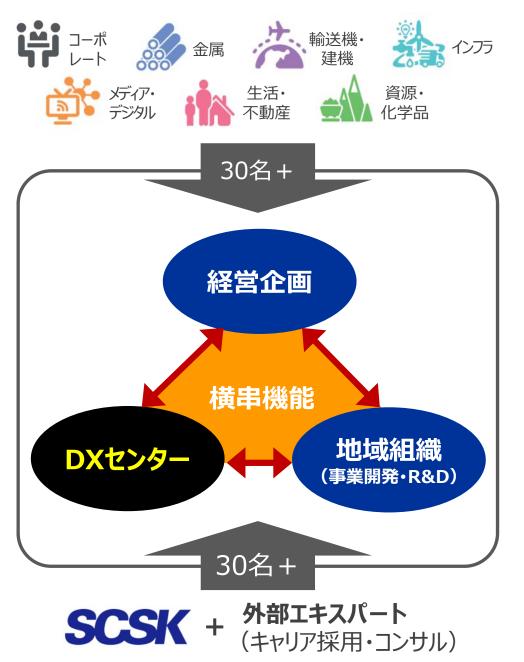
2. 部門成長戦略

3. DXの推進

4. 定量目標

体制整備





DXセンターの強化

【事業部門·地域組織】



金属



輸送機・建機





メディア・デジタル

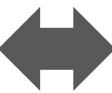


生活·不動産



資源•化学品

課題 アイデア



デジタル 技術導入 DXセンター

組織別チーム

テーマ別 ソリューション

技術センター

CVC Accelerator オープン

コラボ



先進技術 の組合せ

【先進技術】

Start-up



大手IT企業





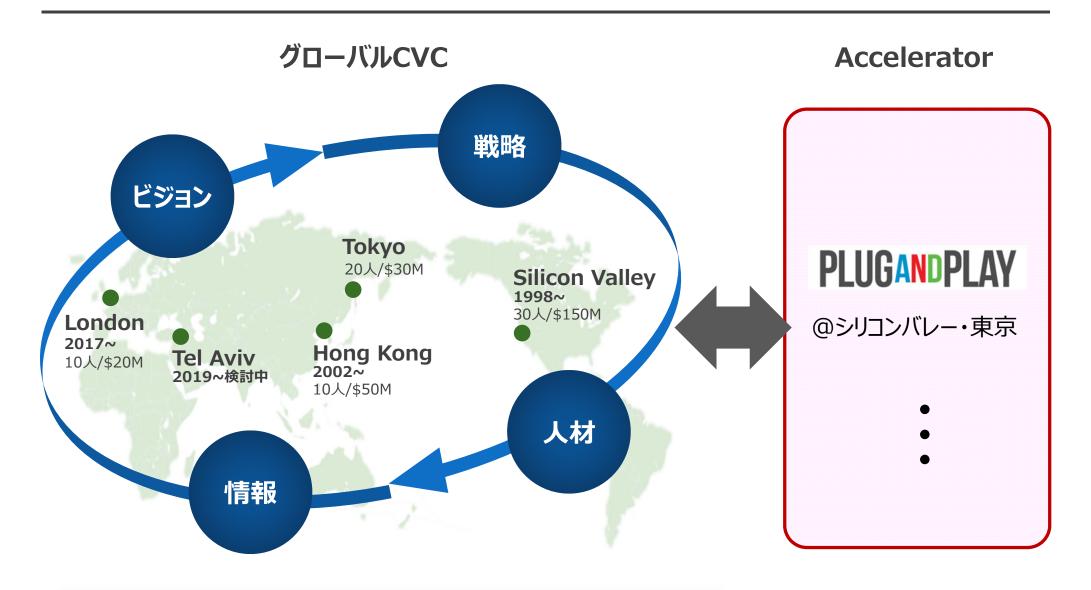






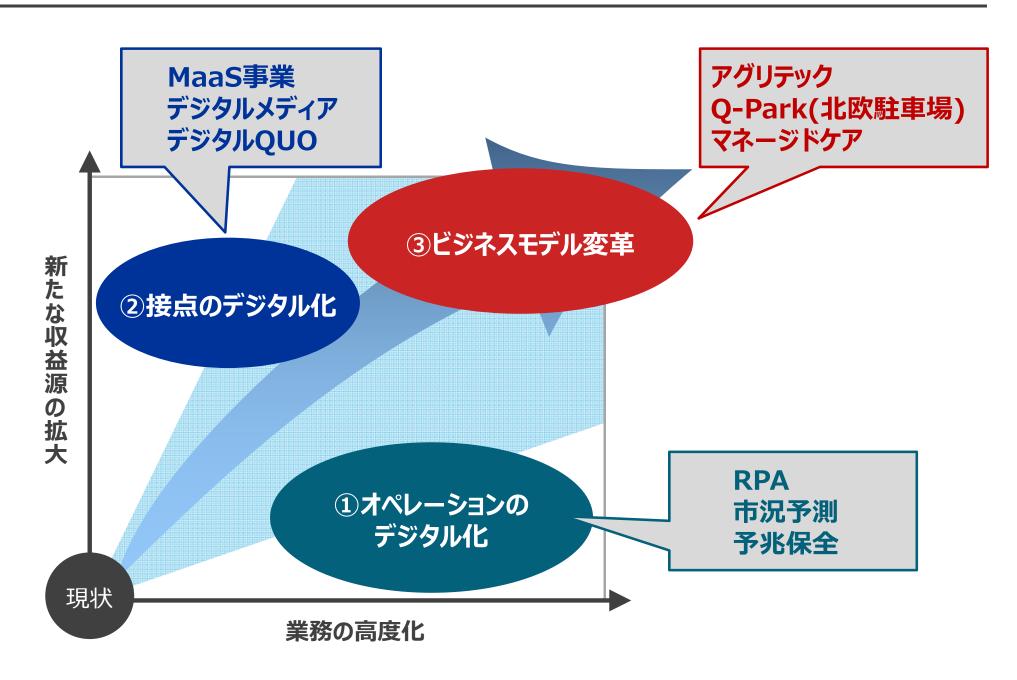


Start-up企業との共創



①新技術発掘・適用 ②産業構造変化先取り ③Incubation

DX取り組みの方向性



DX推進状況

DXモメンタム醸成

中期経営計画説明会(経営層・全社・部門・地域組織) 経営会議/本部長会議/主管者会議/事業会社トップ会議 DXセミナー(基礎編・応用編・マネジメント編) 営業部門・事業会社向けDX説明会・アイディア創出ワークショップ 計3,000名 計500名 計2,000名 20回以上

DX案件推進

進捗	RPA:80組織	DX : 171件
コーポレート	22	3 2 5 □ DX企画·検討 □ 実証実験
金属	11	20 21 23 ■実現準備 ■実行中
輸送機•建機	20	20 8 2 4 34
インフラ	5	25 6 31
メディア・デジタル	3	9 5 6 8 28
生活·不動産	4	23 8 2 3 36
資源·化学品	15	11 21 14

DX事例



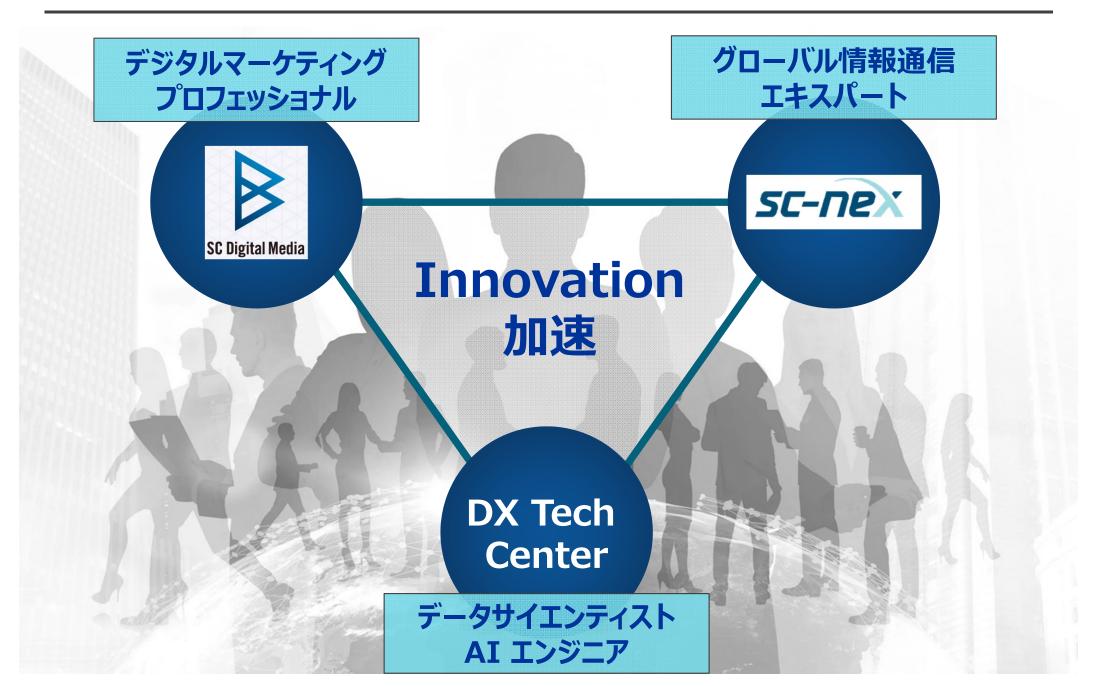
住友商事 DXによる経営改革

環境変化

社会のデジタル化による産業の融合市場の急速な変化、ニーズの多様化

改革 課題 ●横串体制の構築 ●縦割り組織 組織 ●ビジネス × デジタル思考人材 ●固定化された人材配置・知見の偏在 ●産業を超えたビジネス創出の難しさ Diversity & Inclusion 人材 (外部エキスパート登用、パートナー提携) ●年度毎のPL重視の経営 ●中長期視点での価値創造経営 ●デザイン思考(顧客視点重視) メーカー・製品志向 企業 ●『失敗しない優秀さ』を評価 ● Start Small • Fail Fast • F 文化 ●ボトムアップ ▶ップダウン

Diversity & Inclusion推進



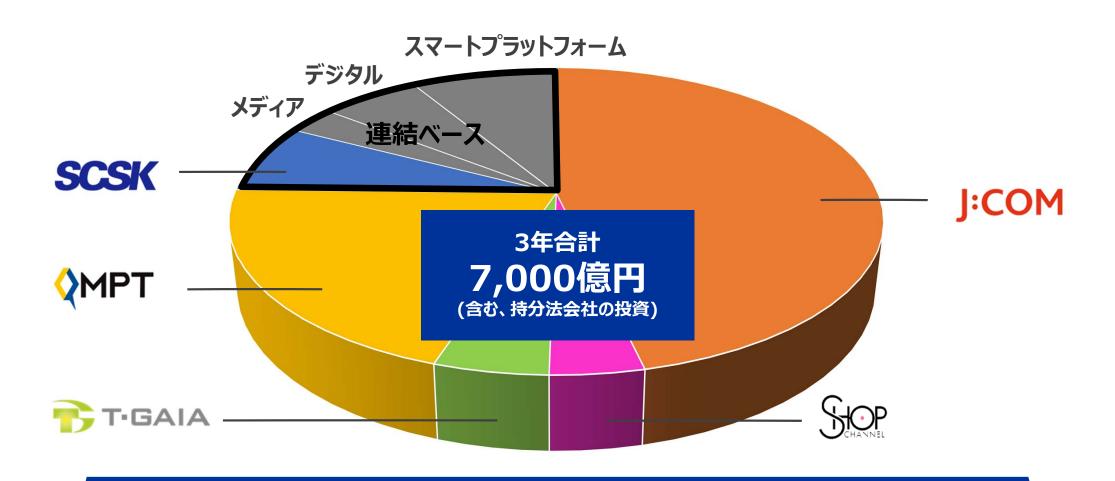
1. 部門概要

2. 部門成長戦略

3. DXの推進

4. 定量目標

投資計画(3年合計)



持分法を含む総資産規模:2兆円

(単体・子会社の総資産1兆円 + 持分法の総資産1兆円)

純利益推移

