

**TEIJIN**

# 帝人フロンティアのDX戦略

帝人フロンティア株式会社

2024.03.25



## 商社+メーカーをDXで融合させ、新たなビジネス生み出す

帝人フロンティア株式会社では、「Transformation with Digital」のコンセプトのもと、  
全社一丸となってDX推進を加速させるべく、2021年にDX推進室を発足しました。  
帝人フロンティアグループでは、サステナビリティやDE&Iと同様に進化し続けるデジタル技術の活用を  
成長戦略において中長期的に取り組むべき経営課題と捉え、自社に留まらずサプライチェーン全体においてDXを推進し、  
コスト削減・効率化に加え、膨大なデータや情報技術を集結し、新たなビジネスモデルを創出することを目指しています。

## 「帝人フロンティアのDX戦略」が求められること

デジタル化の流れが加速する中、産業構造全体にも大きな変化があると感じています。  
一方、この変化を大きなチャンスと捉え、DX戦略を通じて、お客様の課題解決へ  
いち早くアプローチしていきたいと考えています。この考えを具現化すべく、「帝人フロンティアのDX戦略」を掲げ、  
より多くのソリューションを社会に提供することを目指していきます。

## 多様性の高いDX人材を最大限に引き出す

素材から製品まで多彩なビジネスを展開するグローバルなネットワーク、  
多様な人材、そして、最先端のデジタル技術をDX戦略の基礎として、  
全社横断型でビジネスモデル変革のノウハウを内製化しながら、価値創造に取り組んでいきます。

代表取締役社長執行役員

平田 恭成



## 帝人フロンティア戦略の構造

### 企業理念

私たちは新たな価値を創造し、美しい環境と豊かな未来に貢献します。

### 中長期ビジョン

- 成長マーケットにおいてサプライヤー・顧客と勝ち続ける
- 高品質なサービスを効率的に提供可能な企業体へ
- 社会全体に対して価値貢献する

### 中長期経営方針達成に向けた戦略

- 1. 事業の変革**
  - 成長市場における需要・機会を捉えた資源投入により成長を加速、グローバルで収益拡大
  - 既存事業領域における事業内容の入替、DX・EC<sup>※1</sup>等の導入・推進による“ビジネスモデル変革”
  - 新たな事業創出・早期収益化に向けて、リソース重点投入、将来性を見極め
- 2. 組織の変革**

安定的な収益構造の構築により、社会情勢の変化によらず2023年3月期の年間営業利益水準を安定して稼ぐ事業グループ構築を目指す
- 3. 環境対応への変革**

環境戦略「THINK ECO<sup>®</sup>」を事業継続の“基本必須条件”として全ての事業領域で推進
- 4. 基盤の変革**

中長期経営方針達成に向けて必要なデジタル上のプラットフォーム構築やデジタル人材育成を推進

戦略の構造と近似の形で構想整理

## DX基本構想の考え方

### DX理念

DXは、CX(コーポレート・トランスフォーメーション)＝世界的にデジタル化する事業・競争環境へ事業グループ全体を順応させる目的に対する手段

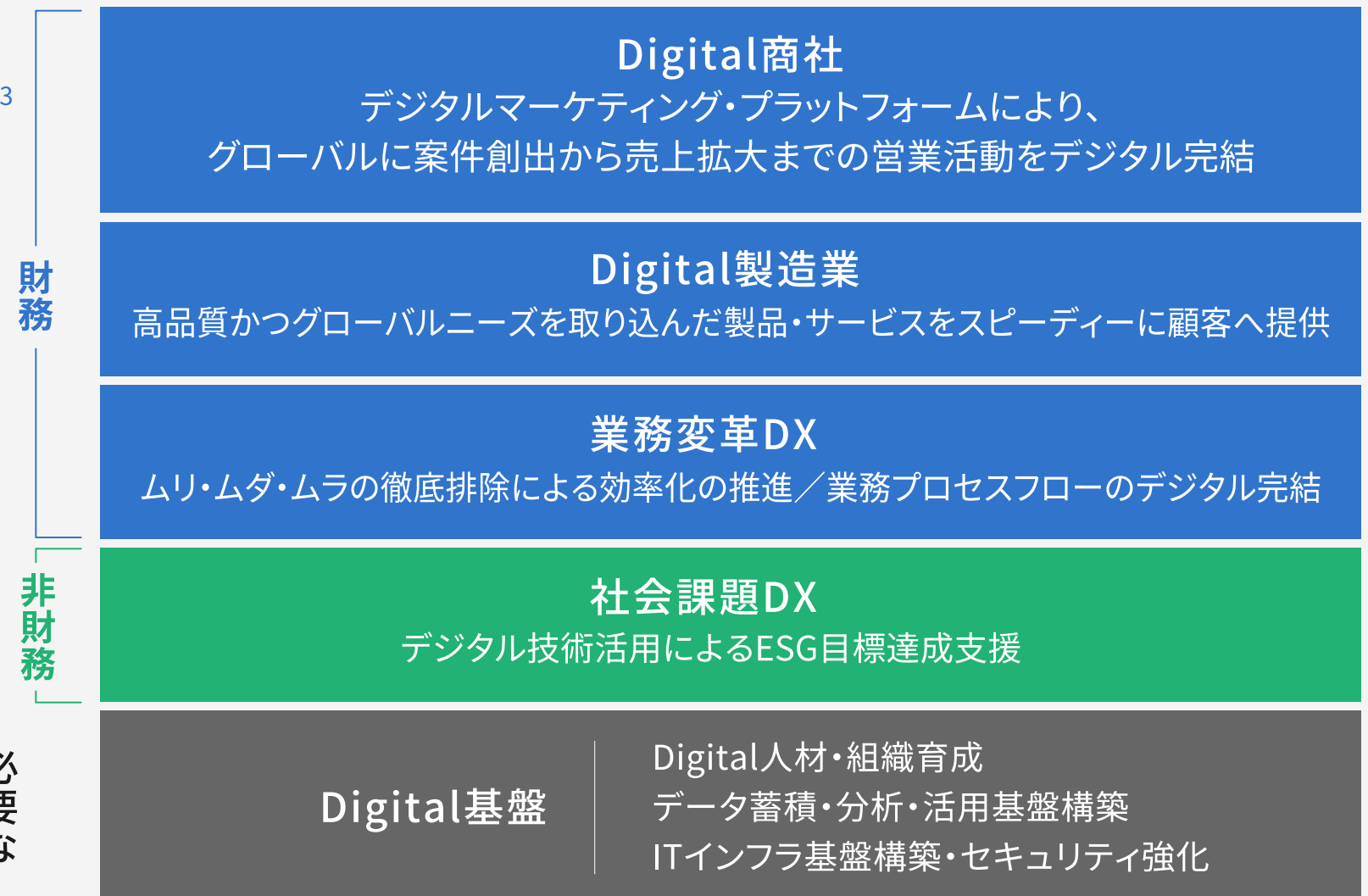
### DXビジョン

- 2030年を目途に、**全社・サプライヤー・顧客全体での Transformation with Digital**を実現
- サプライヤー・顧客含めたエコシステム全体をデジタル化することで、提供価値最大化を実現
- TFR<sup>※2</sup>グループの特徴である、製造機能を持つ商社として、**Digital商社×Digital製造業の両輪**でDXを推進
- サプライチェーン全体でデータに基づく高品質・効率的な業務の実現
- ESG目標達成に向けたアクションにつながる仕組みの実現＝**社会課題DX**
- 上記実現に必要な基盤を実現＝**Digital基盤・業務変革DX**

### DX変革領域

TFR-DXで実現したいこと

必要な

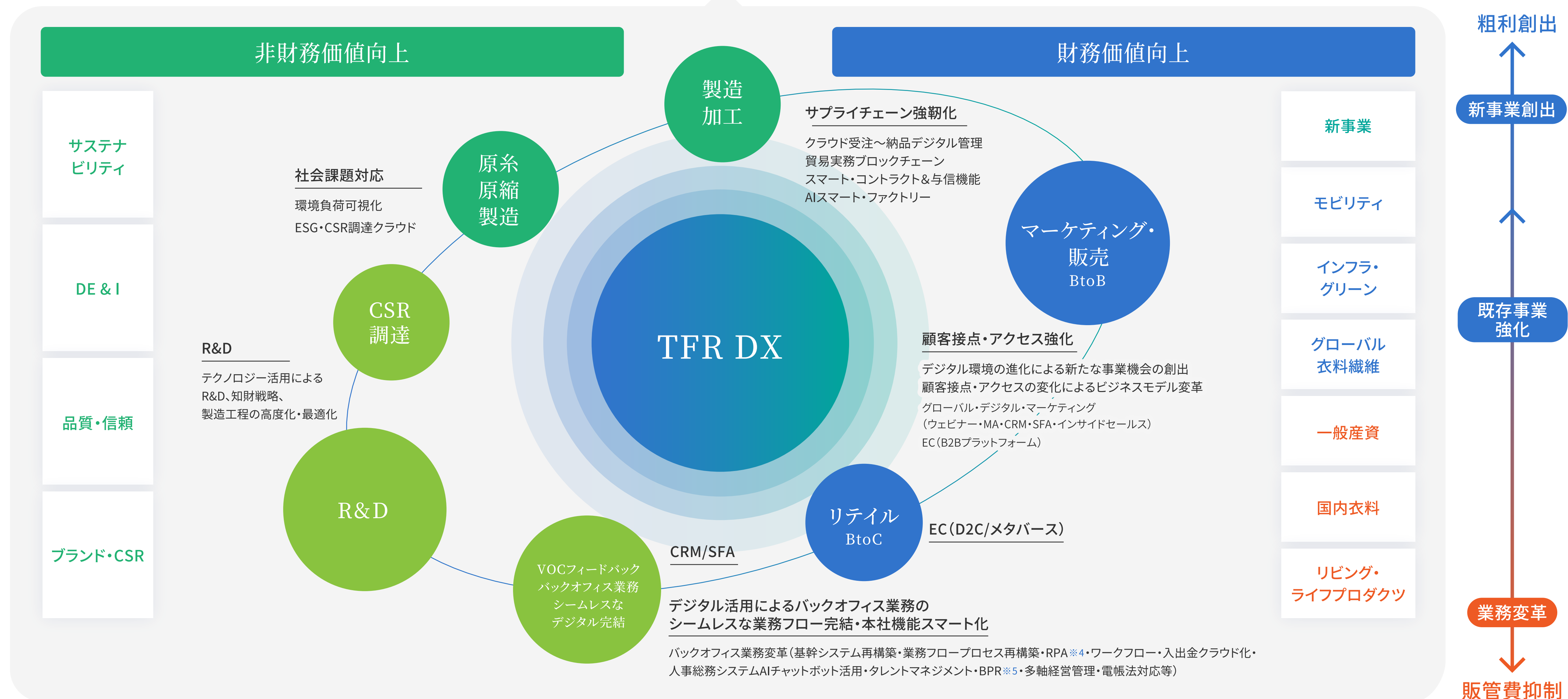


※1) EC = eコマースの略称。インターネット上で行われる物やサービスの取り引きのこと

※2) TFR = 帝人フロンティアの略称

※3) TFR-DX = 帝人フロンティアグループのDX構想の総称

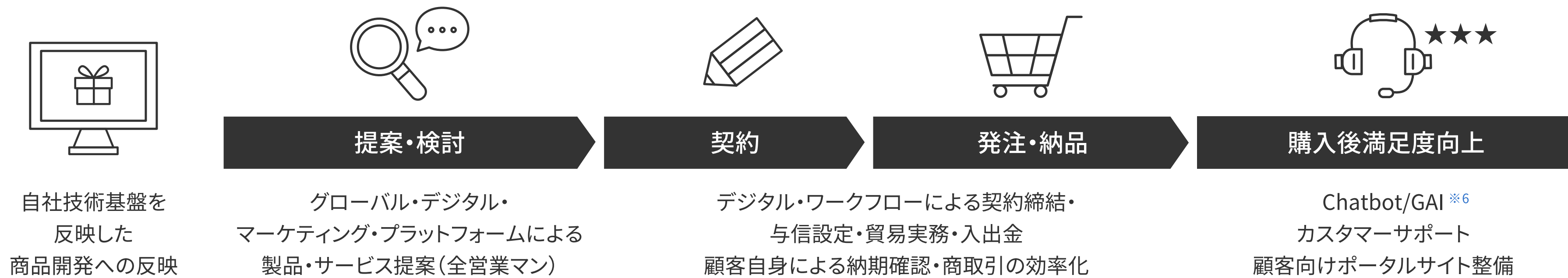
# DXを通じた企業価値の最大化



✓ デジタル人材の育成・人財への投資 デジタルリテラシー研修プログラム整備 (第一弾実施: 全社選抜者約130名に実施、160件のDX関連課題を抽出)

※4) RPA = Robotic Process Automation (ロボティック・プロセス・オートメーション) の略称 ※5) BPR = Business Process Re-engineering (ビジネスプロセス・リエンジニアリング) の略称

Digital商社 新規取引の創出から受注・契約・納品・債権回収までの商社のビジネスモデルをデジタルで完結



**〈サプライヤー〉**  
 国内・海外  
 環境負荷低減  
 人権対応

**〈顧客〉**  
 国内・海外  
 キーアカウント  
 既存  
 新規

Digital製造業 高品質かつグローバルニーズを取り込んだ製品・サービスをスピーディーに顧客へ提供



※6) GAI = Generative Artificial Intelligence (ジェネレーティブ アーティフィカル インテリジェンス) の略称



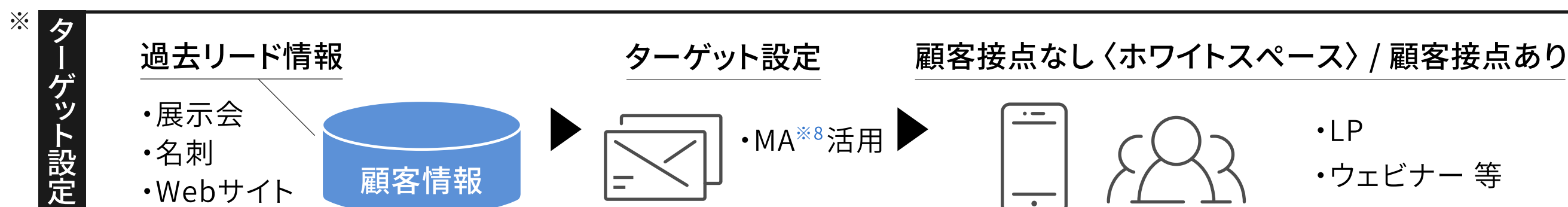
✓ “リード獲得から取引創出まで”をデジタルPlatformで一気に通貫 [ マーケティング×営業の最大価値で顧客サポート ]

✓ 目指す商圏像からバックキャストによるホワイトスペースへの製品販売・市場開拓に向けて [ Segmentation Targeting Positioning の精度向上 ]

Digital商社の実績

2020年から30回弱のウェビナー実施、  
累計5,000名以上の参加、500件弱の問い合わせ

		商材 A	商材 B (米国法人)	商材 C
<b>目標設計</b> [営業戦略立案]	<b>販売目標設計</b> ・市場投入時期、販売用途、販売・利益目標立案 ・想定商談数の設定 等	非開示	非開示	非開示
<b>ホワイトスペース識別</b>	<b>ターゲット設定*</b> ・業種、業界、レイヤー毎の絞り込み ・過去実績の時系列含めたストーリー作成、対象者明確化	地方A自治体向け	アパレルスタートアップ企業(米国)	ターゲット選定中
<b>マーケティング施策立案</b>	<b>プロモーション企画</b> ・対象商材およびターゲットとセグメントのマッチング熟考	展示会及びウェビナー配信、アウトバウンドコール	展示会及びECサイト、プロモーション動画	展示会及びウェビナー配信、アウトバウンドコール
	<b>顧客接点/媒体選定</b> ・コンテンツ(LP*7/キャンペーンメール/バナー広告/封書等)のターゲットおよびセグメントに適應した顧客接点の媒体を選定	展示会、封書による事前案内	展示会、LP、ECサイト	展示会、封書による事前案内
<b>マーケティング施策実施</b>	<b>コンテンツ作成/配信*</b> ・選定した媒体にて、コンテンツの配信 ・ウェビナーでの集客も内製化で実現	展示会及びウェビナー配信、インサイドセールス	ホームページ、ECサイト、プロモーション動画	新規・既存顧客への案内
<b>結果検証</b>	<b>効果検証</b> ・販売目標設計にて定めた指標に到達しているかの確認 ・次回への課題洗い出し、マーケティング施策・営業戦略の見直し	リード・商談獲得	リード・商談獲得	リード・商談獲得

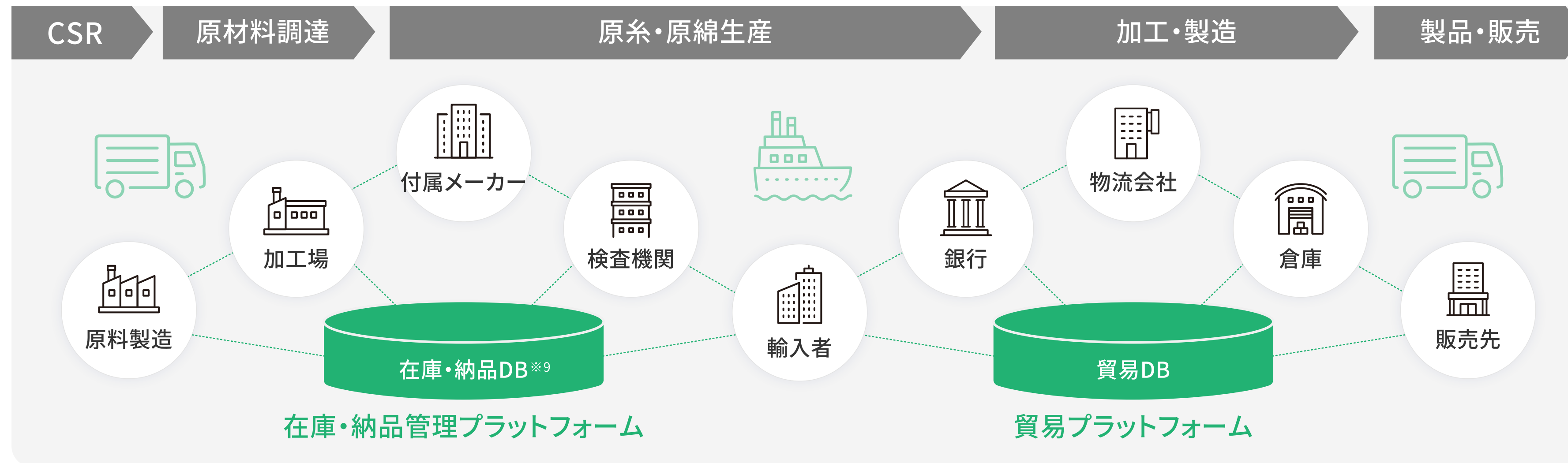


※ 7) LP = Landing Page (ランディングページ) の略称。検索結果や広告などを経由して訪問者が最初にアクセスするページのこと

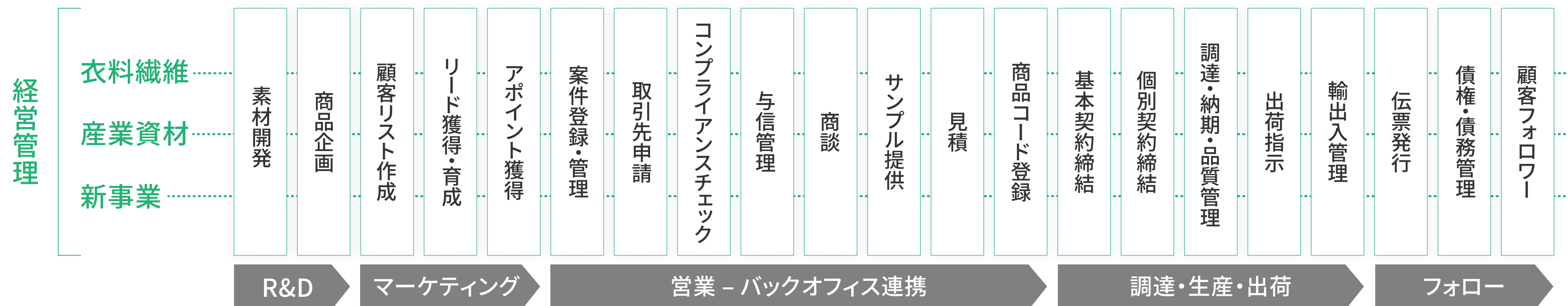
※ 8) MA = Marketing Automation (マーケティングオートメーション) の略称

- ✓ 商社ビジネスの全業務プロセスにおける「ムダ」の徹底排除 [ 重複業務削減 ]
- ✓ 各ビジネスに適合かつ部門横断型でのクラウドサービス活用・業務支援Platform整備 [ 全社の業務標準化 ]

◎ データ連携HUBシステム < ワークフロー活用 >



◎ RPA < 各業務での配置 >



活用事例  
業務変革DX

**RPA**  
160体のロボットが社内全体を業務サポート。個別業務に加えて業務プロセス・フローを効率化

**在庫・納品管理プラットフォーム**  
数多くのサプライチェーンへ展開

**貿易プラットフォーム**  
物流会社及び海外グループ会社との連携も開始

**WF(申請業務)**  
多岐の業務に渡って社内申請をWF化

※9) DB = Database(データベース)の略称

小さい範囲からデジタル技術活用の実感し、  
最終的には既存ビジネスから新規ビジネス全体へと活用範囲を拡大

- 直近1~2年後  
**個別業務の効率化**

個別領域×短期的な施策

- ▶ デジタル技術の初期活用により、  
先ずは、“小さく効果を実感”
- ▶ 例：MAツール導入、ウェビナーによるリード獲得など

- 次期中期最終年度の2025年度末  
**既存ビジネス全体への拡大**

既存ビジネスの商流全体を  
デジタルプラットフォーム化

- ▶ サプライチェーン全体を  
デジタルで完結可能な仕組みを構築
- ▶ 個別DX施策の効果が顕在化され始める段階

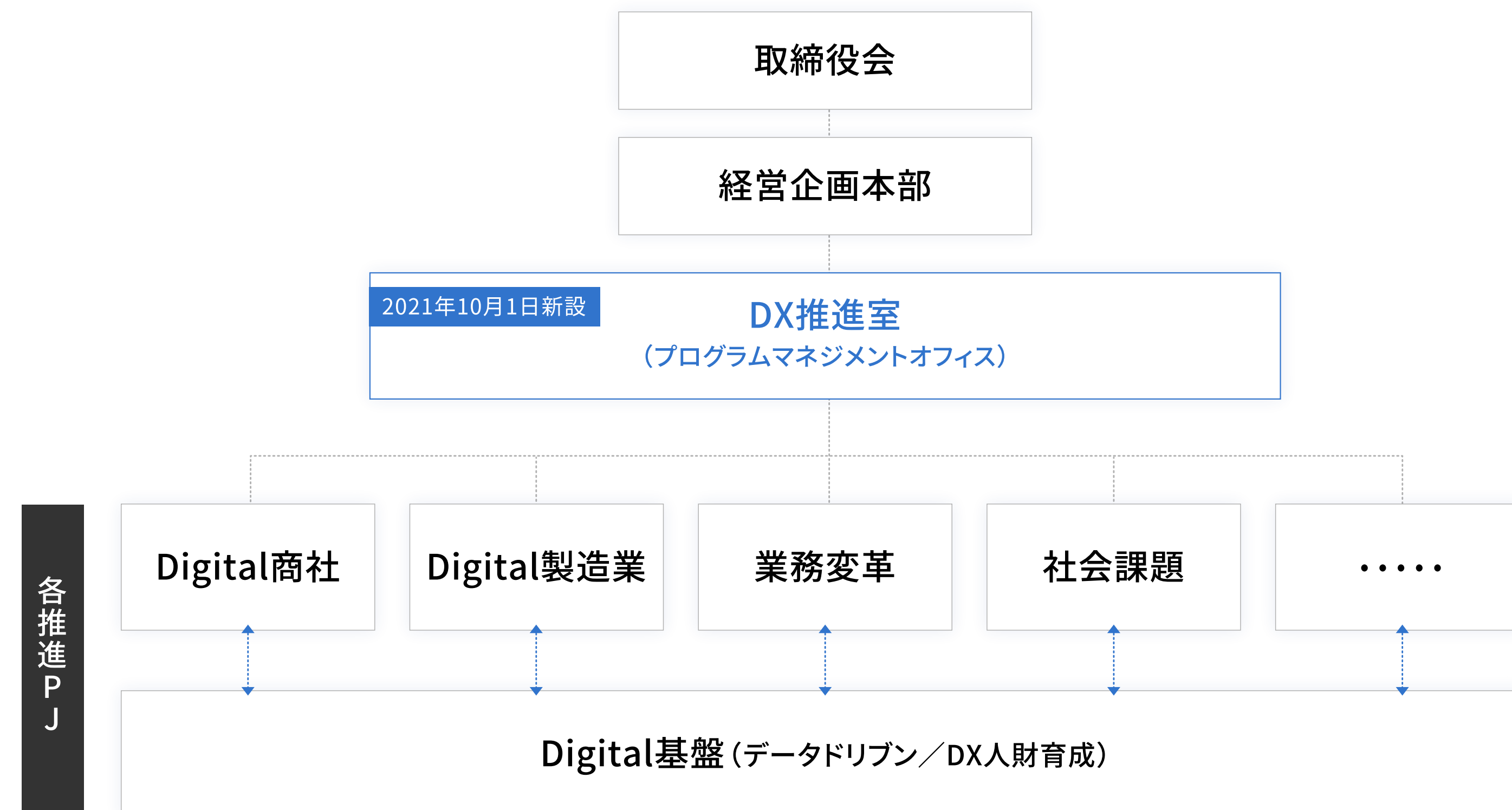
- 2030年度末  
**新事業創出・  
商社ビジネス全体の転換**

商社のビジネスモデル(稼ぎ方)を転換

- ▶ 新規事業による価値を創出
- ▶ デジタル起点での売上高・案件創出
- ▶ デジタル技術を活用し、  
既存の商社ビジネスの在り方を変革
- ▶ DX施策全体で効果を刈り取る段階
- ▶ バッグオフィス業務の最適化による  
販管費率の低減



- ✓ 企業価値向上・企業文化変革を目的とし、自社に留まらず、サプライチェーン・エコシステム全体でのDXを実現
- ✓ デジタル人財の育成および確保に向けたDX人財戦略策定、DX分野への投資を推進



#### 全事業・スタッフ部門の役割

- 現状の業務課題提起
- ビジネスプランの構想（ビジネスプランナー／プロデューサー役割）

#### DX推進室の役割

- TFRグループ全社横断にて推進
- 中長期の事業計画達成に資するDXの指針・ToBeのITアーキテクチャの策定
- プログラム全体管理・品質担保
- マネジメント報告
- 複数テーマとの連携を要する個別テーマの推進フォロー
- データ利活用など、ビジネスユースケースの横展開
- 未組成プロジェクトの立上支援
- DX人財戦略策定

#### DX人財戦略

- 全社員向けのDXリテラシー研修を実施し、DX人財の戦略的強化を図る。
- DX分野への投資を加速させ、データサイエンティストなどの専門性を有する外部パートナーとの取り組みを強化。

- Transformation with Digital -

効率化からトップライン成長と新たなビジネスモデル構築へ

***TEIJIN***

帝人フロンティア株式会社