



DX方針説明会

小林製薬株式会社

執行役員 CDOユニット長
石戸 亮

2023年8月9日

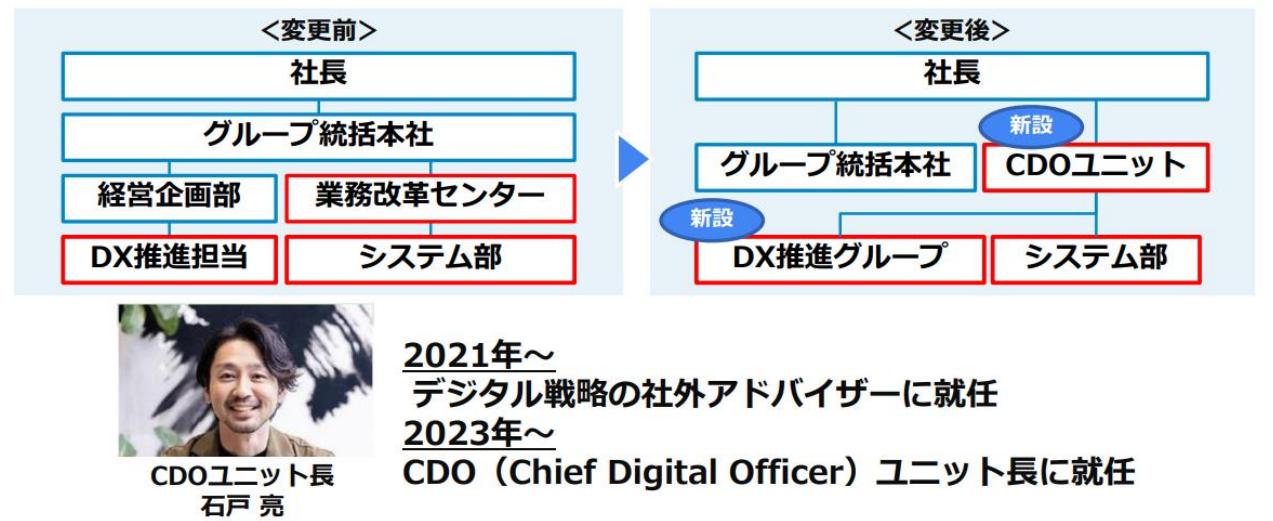
本日の流れ

- 01 小林製薬について
- 02 戦略01 あつたらいいな開発のDX
- 03 戦略02 全社員でDX
- 04 戦略03 生産性向上
- 05 目指す姿

CDO の石戸です。

本日の流れですが、小林製薬について改めましてご説明させていただき、そして DX の戦略を、三つありますので、そちらをお話させていただいて、目指すべき姿、こういった流れでお話させていただきます。

未来の小林製薬の基盤をつくるDX推進組織の確立により、 DXを加速



まずご説明の前に、今年の1月から、資料の右側にありますような体制でDXを推進しております。今年2月の決算発表でも、社長の小林から体制変更について簡単に触れさせていただきましたが、左側昨年の12月までは、本社統括グループの中に業務改革センター、システム部がございまして、経営企画の中にDX推進担当という組織がございました。

106期となる今年の1月からは、社長直下にCDOユニットを新設しまして、これまでのシステム部とDX推進担当からDX推進グループへ組織化し、現在約70名ぐらいの組織で始動しております。

私自身は、2021年からデジタル戦略の、外部のアドバイザーという立場で、小林製薬とはご一緒させてもらっております、今年の1月から、小林製薬に正式にジョインしております。

個人的な自己紹介は、今日は割愛させていただきますが、去年の11月に小林製薬からも[リリース](#)を出させてもらっておりますので、ご覧いただけますとありがとうございます。

見過ごされがちな お困りごとを解決し、 人々の可能性を支援する

私たちは、一人ひとりの暮らしの中の見過ごされがちな「お困りごと」を発見し、今までにない「アイデアや技術」によって解決することで、健康で快適な生活の実現や、社会での活躍をサポートします。この「お困りごと」によって妨げられる快適な生活や社会での活躍を「取り残された社会課題」ととらえ、その解決に貢献することで、人々の可能性を支援します。

こちらが今年発表しました当社のパーカスです。先ほど社長の小林からもパーカスの説明がありましたので、DX方針説明の中では細かくご説明はいたしませんが、DXに関しても、小林製薬のパーカスを実現するための中期経営計画の大事な役割や戦略として推進している状況でございます。

絶えざる創造と革新によって新しいものを求め続けてきた

2008年に創業事業である卸事業を売却し
製造販売事業に集中、積極的なM&Aなど、
ビジネスモデルを果敢に変革しながら
成長を続けてきました

■ 現在の事業の売上高
■ 卸事業の売上高
(卸事業・医療関連事業)
■ 営業利益率

1880年代～
薬卸問屋として大衆薬を普及

1960年代～
欧米文化をいち早く取り入れ
新市場創造

1990年代～
新たな生活習慣を提案し
“あつたらいいな”をカタチに

2008年
卸事業売却



日本の家庭トイレはかつて汲取式が主流
だったが、トイレの水洗化が急速に進んで
いる社会変化を捉え、ブルーレットを
1969年発売



小林製薬は経営理念にもあります、絶えざる創造と革新によって新しいものを求め続けて人と社会に素晴らしい「快」を提供してまいりました。2008年に卸事業を売却したこと、大きな戦略転換をして、トランスフォーメーション（変革）をしてきた会社でございまして、卸事業から製造業に変革し、ビジネスモデルや収益体質も変わってきました。

昨今の世の中でも言われております DX（デジタルトランスフォーメーション）ですが、小林製薬のこの変革の原体験は、デジタル時代において、間違いなく変革や進化できるだろうと確信しております。

そして右側、製造業として当社で象徴的なのが 1969 年発売のブルーレットです。製造業としての礎や躍進となり、今もなお、当社の主力製品としてあります。デジタル時代においても、我々は、創造と革新で、このような新しい価値を作っていくたいと思っています。

環境変化による新たなニーズをいち早く捉え、 あつたらしいなをカタチにする

コンタクトレンズ普及

メタボリックシンドローム

女性の社会進出

天候不順

高齢化認知症社会

あつたら
いいな
をカタチにする

ブルーレットをはじめとして、「環境変化によって新たなニーズをいち早く捉え、あつたらしいなをカタチにする」というブランドスローガンの下、今期も30品目出しておりますが、コンタクトレンズの普及や、メタボリックシンドローム、女性の社会進出、高齢化認知症社会、天候不順という形で、半歩先、一步先を行くようなニーズを、いち早く捉えて、形にしてまいりました。

現在、デジタルを伴った変化が加速度的に起こっている。 我々にとって大きな機会



デジタルを伴った変化が我々の業界および消費者や技術進化が社会の中で加速度的に起こっておりまして、我々としては様々な機会があります。

一方で、これを機会としてとらえるべく、まだまだ追いついていないところがありますので、DXを推進しております。

簡単にご説明しますと、左側が購買行動や販売チャネルの変化、小売様が直接顧客データをもとに製品開発や価値提供をされたり、店頭では、オンラインとオフラインが融合されておりますし、真ん中は、消費者の方々もヘルスケアデータを見て、健康促進、そして特にコロナ禍でさらに変化しました、手軽なオンライン診療なども変化してまいります。

右側の技術進化に関して、ヘルスケア、トイレタリー、様々なウェアラブルデバイスを消費者が使い始めており、我々も機会としてとらえておりますし、仮想空間の技術進化、当社で言うと、工場の研修に関して、VR/ARなどを既に使っているのですけれども、様々このような技術進化、あるいは消費者の変化が起きております。こういったところを機会ととらえています。

小林製薬の特長を活かしながら さらなる変革を推進する

自社 Company

- 環境変化をアイデアにするのが得意
- 全社員提案（年間約57,100件）
- 多種多様な商品数（157ブランド、1,017SKU）

※2023年8月現在



市場/顧客 Customer

- オンライン診療
- 仮想空間技術
- ヘルスケアデータ
- ウェアラブル

競合 Competitor

- 他業種からのヘルスケア参入
- 小売様が顧客データを元に製品開発



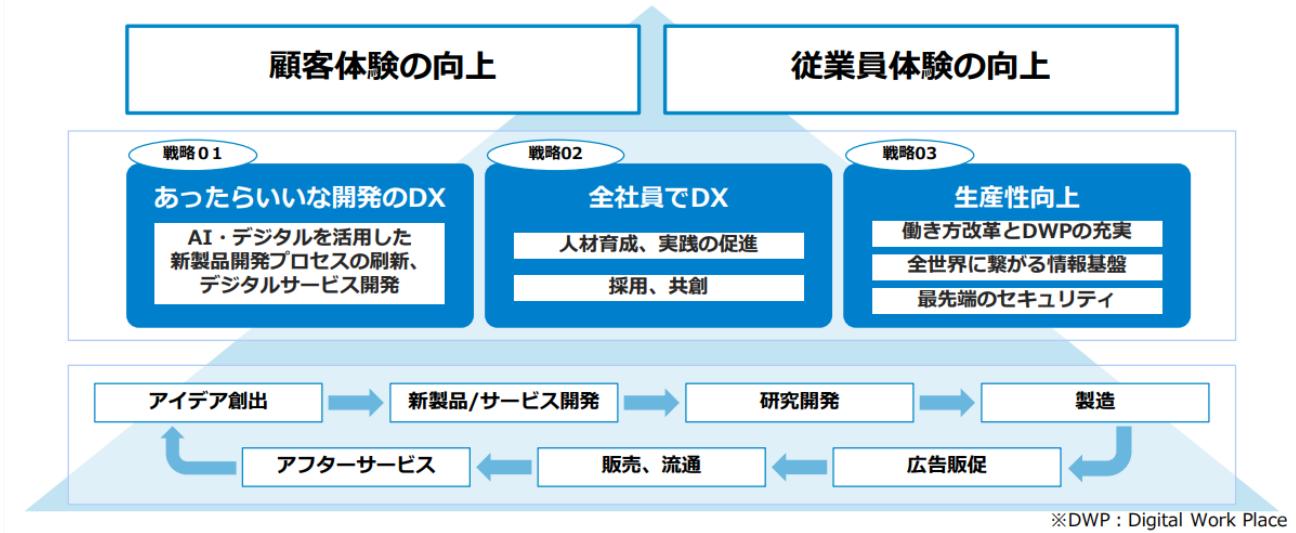
先ほどお話しましたが、環境変化をアイデアにするのが我々の特徴というところで、少し定量的な話をさせていただきますと、真ん中にある全社員提案は、昨年一年間で5万7,100件のアイデアが集まっています。このうち、約3万5,000件ぐらいが製品アイデアで、残りが業務改善アイデアです。

これは、全社提案のシステムがありまして、そこに全社員のアイデアのデータベースが入っています。

40年ほど続いている文化ですので、これは他社も簡単に真似のできない、我々の文化であり仕組みだと思っております。

結果的に、この多種多様な商品数、157ブランド、1,017SKUが、世の中にご提供できている形でございます。この特徴を生かして、我々のDXをどうしていくのか、後ほど少し触れさせていただきます。

「顧客体験」「従業員体験」の向上を目指すべく 全てのステークホルダーとの接点や体験をDXで改革

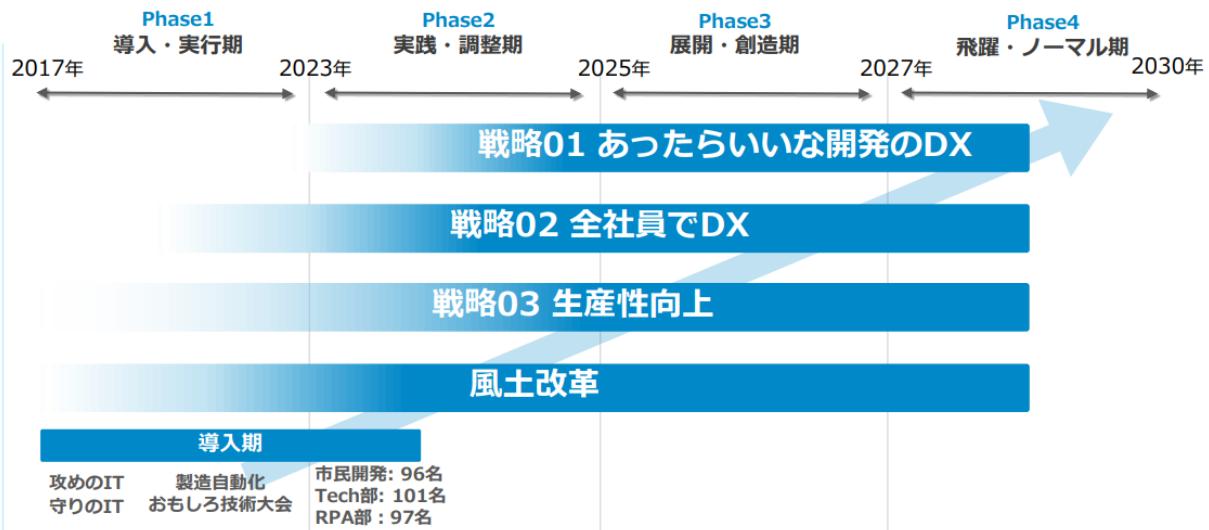


「あつたらいいなをカタチにする」というブランドスローガンの中で、あつたらいいな DX の絵姿、この 1 枚が、我々の DX の全体像を物語っているものになります。

この真ん中の戦略 1、2、3 は、後ほどお話させていただきますが、大きく二つ、上にあります、顧客体験の向上と従業員体験の向上を実現するために、この戦略三つを推進していく。

そして、下にありますのが、我々の業務の流れです。業務の流れ自体もより円滑に行っていくと考えております。

4つのPhaseでDXを推進



そして、この DX 戦略 1、2、3 ですが、ロードマップという形でフェーズを考えております。今年の 2 月に発表した中期経営計画の中にもあります 2030 年のありたい姿を目安に、ノーマル期と書いてありますが、最終的にはという形で、DX と言わなくとも当たり前になるような状態というところを、まずは考えています。

その中で、フェーズが四つ、フェーズ 1 からあるのですけれども、フェーズ 1、導入期は、今期 CDO ユニットが新設されましたが、2017 年頃から、先ほどありましたシステム部は、守りの IT に加えて、攻めの IT というものを始めております。製造本部では、おもしろ技術大会という、工場では自動化やロボティクスというのは、もう DX が言われる前から当たり前でしたので、毎年おもしろ技術大会を行って、AI や自動化などをたくさん生み出してきております。

そして、ここ 1 年ぐらいでは、経営企画を主体に、DX 推進担当を中心に、全社的な DX を推進してまいりましたので、市民開発と言われる、システム部ではないユーザー部門が、ノーコードでの開発をするような方々が、今 100 名弱、Tech 部と言われているプログラミングなどを活発に情報交換するような部が、今 100 名ぐらいいます。

RPA (ロボティック・プロセス・オートメーション) の情報交換をするような部、部というのは少し可愛らしい名前ですが、そういう形で、今既に、デジタル人材と言われているような中にも人もいますし、勉強中の人もいるのですが、延べでもありますけれども、300 人ぐらいの方々が、既に積極的な参加をしている状況でございます。

今後は、この 2023、2025、2027 というのは少し大雑把ではありますが、これまで 3 年間ぐらい活動してきた導入期が、今、フェーズ 2 に入って、より実践をしていき、調整というのは、ややバラバラと動いているムラがあるところがありますので、調整をすることによって、ガイドをし、ト

レーニングをするというようなフェーズ、そして、それを展開、創造し、飛躍していくという、こういったイメージ感を持っています。

実際の戦略1、2、3の内容に関しては、社内では要素分解をして、役割やスケジュールを決めながらロードマップを具体的に進めています。風土改革、これは、後ほどまた触れさせていただきます。

-戦略-

01 あつたらいいな開発のDX

まず戦略 1、一つ目です、あつたらいいな開発の DX。

人力では見過ごしがちな“お困りごと”を AIの活用でスムーズに発見

今まで

アイデア創出のインプットや評価は、自分の経験や身近な物事・人物が主な情報源
→ 新規性の高いお困りごとを見過ごしがち

これから

社内提案

(年間約57,100件)
中国・アメリカにも拡大

世界中のSNS、 トレンド情報

あつたらいいな AI



世界中の情報を
素早く簡単に
インプット

有望アイデア



見過ごしてしまった
お困りごとにこたえる
アイデア創出

二つあります。一つがデータ、AIを活用したあつたらいいな開発のDXです。開発というと、アイデア創造からその後工程含めプロセスがたくさんあるのですけれども、ここで触っていますのは、まずはアイデア創造のところです。

今まで、上の四角にありますように、アイデア創造のインプットや評価は、自分たちの経験や身近な物事・人物が主な情報源でした。もちろんリサーチもしておりますが。そうすると、新規性の高いお困りごとを見過ごしてしまったり、多様性に欠けてしまうことがあったと。ただ、それでも、これまでたくさん商品を出してきました。これからさらに良質な商品を多く生み出していくためには、このこれからというところですね。

真ん中の、あつたらいいなAIというものを我々としては開発していくと思っています。左側を見ていただくと、先ほどお話しさせていただきました、社内提案という、我々の財産と捉えているのですけれども、それが5万7,000件ありますし、今後、今日本語でしか行っていないのですけれども、中国語、英語にも展開していきますので、多様性のあるアイデアが出てきます。

この我々のアセットとともに、左下の世界中のSNSやトレンドの情報を、真ん中で掛け合わせることによって、有望なアイデアを生み出せるような形を目指しております。早く生み出せたり、新しい、いろいろなアイデアが出てきたり、そういうところを目指しています。

生成AIなど、新しいツールをアイデア創出に積極活用

ChatGPTをアイデア会議に活用



※2023年8月1日リリース：[小林製薬 国内全従業員がChatGPT活用へ](#)

アイデアの種の「量」や「多様性」を
AIの活用でレベルアップさせ、
ヒトはそのアイデアの種の選別や
ブラッシュアップといった
クリエイティブに今以上に尽力する

8月22日の第10回全社員アイデア大会でもChatGPTを活用予定
※毎年創立記念日である8月22日は全社員でアイデアを考える日と設定している

少し関連するところですけれども、昨今非常に話題になっている生成AI、ChatGPTを、我々は国内3,200人の全社員が使っております。

海外は、セキュリティやガイドラインがありますので、整理中ですが、8月22日の創立記念日に毎年開催している全社員アイデア大会という、全社員がアイデアを考える日に、今ChatGPTを使うなど、全社員にも、デジタルフレンドリーな環境を用意しています。

ChatGPTも、環境を用意して、ただ渡して、ただ検索してといった形では使いこなせませんので、プロンプトという指示文を、今後しっかりと拡充したりして、様々なプロセスで生かせるような形で、業務にしっかりと定着化を図っていきたいと思っています。

多様な新規事業アイデアからまず1つ、成功事例を生み出す

デジタル新規事業: 検討中アイデア32件 2023年7月現在

新組織、会議体設立



ヘルスケア事業部に
「ヘルステック開発G」 (2023年1月)

CDOユニットに
「新規サービス開発G」 (2024年1月予定)
(デジタルに関わる新規サービスの
ディレクションや開発を行う)

会議体として
「ヘルステック報告会」 (2023年2月)

戦略1で、もう一つあります、デジタルサービスです。デジタルサービスと言いますと、左側四角いところ、IoTデバイスやWebサービスアプリ、検査診断、データ、こういったものをテーマにとらえながら、我々のビジネスモデルのヘルスケアに取り入れたりなど、新規アイデアが現在32件ほど出てきています。

一気にこれを進めることではなくて、ここから、まずは成功事例を生み出すと。我々としては、基本的には店頭で販売する、ECもありますけれども、使っていただいて、効果を感じていただくもの、こういったサービスを、まず成功を作っていくと。

右側が、新組織、会議体も今期から設立しております。ヘルスケア事業部内には、ヘルステック開発グループという、こういったサービスを企画するグループが発足しまして、CDOユニット内にも、1月をめどに、新規サービス開発グループと、こういったアプリケーションやデバイスデータをしっかりと形にできるような組織を、もう既に動き始めているのですが、正式には1月に組織化いたします。会議体としても、ヘルステック報告会をスタートしています。

-戦略-

02 全社員でDX

戦略の二つ目です。全社員で DX です。

4つのEを主要アクションとして推進

| | |
|-------------------------------------|--|
| Education (人材育成) | <ul style="list-style-type: none">・デジタル人材の役割やスキル定義・社員のレベルや目指す役割、スキルに応じた研修プログラムの展開 |
| Environment (実践環境の整備) | <ul style="list-style-type: none">・ニーズに応じて学習内容を実践できる機会の提供・グループウェアや社内システム環境の充実と連携 |
| Engagement (情報発信、ブランディング) | <ul style="list-style-type: none">・実践により創出された成果の社内外への発信・当社の中にある様々な魅力や働く環境の発信 |
| Employment (採用、オンボーダー、評価) | <ul style="list-style-type: none">・デジタル人材採用の強化・デジタル領域の人事体制強化（オンボーディングや評価制度導入） |

先ほどありました導入期で、各部門、各社員の主体性があり、様々なトレーニングや研修、活動がありました。一方で、バラバラしていたところもありますので、少し整理し、全社で何をするのか、各事業でどういったことをするのかを整理したものになっています。

四つのアルファベットの E を、主要アクションとして推進していきます。

Education、人材育成、デジタル人材の役割やスキル定義ですね。社員のレベルやスキルに応じた研修プログラムの横展開。

二つ目が Environment、主体性も大事ですが、環境がないと、しっかりとそのデジタルの活動を生かせなかったりしますので、そういった実践の場を用意しておく。

三つ目が Engagement、情報発信、ブランディング。小林製薬と聞くと、テレビ CM で見たことある会社だよねというイメージは、多くの方々が持っていると思うのですが、DX や IT、デジタルと聞くと、小林製薬はおそらく第一想起に上がってくる会社ではないと思いますので、実際、中では DX や IT の活動をしていますので、そのような社内外の発信、ブランディングというのも、今これまで培ってきたブランドに加えて発信していきたいと思っています。

四つ目が Employment、やはり最優先なのは、社内の人材育成ではあるのですが、やはり外部の経験者の採用も、我々としても、ある一定していくことを、もう既に進めております。デジタル人材の採用を強化すると、今までいなかつたような、後ほど少し触れますけれども、データとか、アプリケーションを開発する人材が入ってくると、オンボーディングの仕方や評価制度も変わってきますので、こういうことを今、人事と共に整理しております。

この四つの E を主力に、全社員で DX を進めています。

| 戦略02：【Education】全社員でDX

17/30ページ

社員それぞれが、自分にフィットする学習の機会を選択できる

| | オンライン学習 プラットフォーム (基礎理論) | 便利ツール 勉強会 (クラウドサービス、 AI技術、生成AI…) | 先進企業 講演会 | セキュリティ 研修 | プロトタイピング 研修 | プログラミング 研修 (Python、 GAS…) | データサイエンス 研修 (統計、分析 …) | プロジェクト マネジメント研修 | CDOU 社内副業 | 越境学習 (他社留学) |
|-----------------------|-------------------------------|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------|--------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 全社員 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | | | | | | |
| 業務で 関連する方 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | | |
| 上記+ チャレンジ意欲 ある方 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

それぞれの E の、トピックをいくつかご紹介ですが、一つは Education です。全社員それぞれが、当社で言うと、研究所で働く方、工場で働く方、本社で、いろいろ仕事がありますので、それぞれの社員にフィットするような、学習機会を選択できるような形で、既に動いているもの、検討しているものがあります。

縦軸を見ていただくと、全社員が選択できるものは、文字が少し小さいのですけれども、オンライン学習のプラットフォームだったり、IT のいろんな便利ツールの研修だったり、最近で言うと、IT 企業やベンチャー企業の方に社内で講師になっていただいて、勉強するとか、セキュリティに関しては、皆行っています。

真ん中の列で言うと、より高度なデジタルの仕事をするメンバーに関しては、例えばプロトタイピングやプログラミング、データサイエンスの研修を用意したりなどします。

そして、さらにチャレンジ意欲のある人に関しては、社内の CDO ユニット内での副業だったりとか、右側ですね、越境学習という形で、ベンチャー企業や IT 企業に期間を決めたり、リソースを決めて、留学するような制度なども考えています。

企業で初めて「プロトタイプの学校 for Biz」(IDEO社)を実施



「ノーコードツールを活用したプロトタイピング」を学び
デジタル領域での製品やサービス、新規事業の開発を加速



お客様のあつたらいいなをスピーディーに
カタチにする「あつたらいいな開発」を、
デジタル領域においても発揮していく



※2023年5月18日リリース：

[小林製薬がIDEO社の研修『プロトタイプの学校 for Biz』を導入～デジタル領域でのプロトタイピングを学び、製品開発を加速～ | ニュースリリース | 小林製薬株式会社 \(kobayashi.co.jp\)](#)

Education の中で、5月に、プロトタイピング研修を30名ほど、ヘルスケア事業部、日用品事業部、CDO ユニットで参加しました。その後、私も、それぞれのこのデバイスや、アプリケーションのプロトタイプで試作品を作った、アウトプットを全部見たのですけれども、やはり小林製薬の社員は、アイデアを見つけてきて形にするのが元々得意というのがありますので、こういったアプリケーションも、とても手触り感があって、手応えを感じていますので、しっかりとガイドして、トレーニングしていくと、小林製薬のポテンシャルは最大化できると感じています。

デジタル人材に向けた情報発信と魅力的で生産性の高い環境づくりを推し進め、積極的な採用を行う

情報発信



LinkedIn
(6月開設)

オウンドサイト
(9月公開予定)

魅力的で生産性の高い環境づくり



オフィス環境づくりを推進
(オフィス増床・改装、新研究所)

Environment です。先ほどあった情報発信に関しましても、今年の 6 月に LinkedIn と note という SNS とブログのようなものを開設しまして、我々の製品以外の社内にあるような魅力を発信したりしております。

そして 9 月には、企業のオウンドサイトという形で、note というのは、主に採用目的の発信なのですが、オウンドサイトは、会社のあらゆる魅力を発信していくようなサイトが開設します。よろしければ、ぜひこちらもフォローいただいたり、見ていただけするとありがたいなと思っています。

オフィス環境づくりですが、今年の 11 月に当社で言うとシステム部が入っているオフィスが本社の近くにあるのですが、そこのオフィスが、ちょうどタイミング良く、増床するタイミングですので、この画像のような雰囲気、毎日会社に行って楽しいとか、生産性が上がるような、そういったオフィスづくりなどもしてまいります。

デジタル人材が注目するメディア、イベントに積極的に露出



経済を、もっとおもしろく。
NEWS PICKS

データで越境者に寄り添うメディア



データのじかん



RISING CAMP

Agenda note

MarkēZine

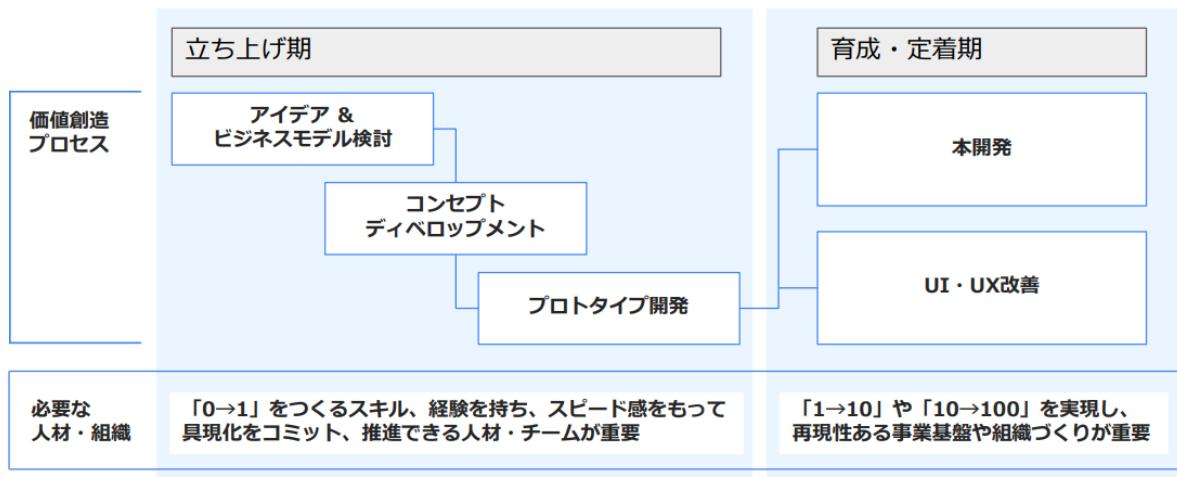
RISING SALON

※上記のメディア様、イベント事務局様にロゴの利用を許諾頂いております。

そして、先ほど Engagement、ブランディング、発信のところですが、既に今年、いろいろなメディアさんや、イベントなどでも、小林製薬の露出を増やしております、去年の1~8月、今年の1~8月、比較すると、約10倍ぐらいのメディアさんへの記事や登壇などの露出が増えております。

ですので、実際、面接もたくさんしているのですが、こういった記事を見ました、この企業研究をしていますということで、当社に、デジタルに関心を持った方々も、実際増えてきています。

デジタル新規事業を遂行する人材の採用を強化



Sun* Sun Asterisk社と協業し、各フェーズに最適な採用戦略を策定、実行する

Employment です。先ほどのデジタルサービス開発というと、これまでの店頭製品の開発とはやはり異なります。大きく、この立ち上げ期と育成期、それぞれいろいろな、こういうふうにサービスを作っていくのですが、そのサービスを作っていく上で、組織づくりや採用は、まだ当社、ノウハウが強くありませんので、Sun Asterisk 様というデジタルサービス開発と人材組織づくり、採用が両方得意な会社さんと協業をして、組織体制や採用のプロセスなども緻密に今、進めております。

デジタル人材の採用強化中。 現在10職種を募集中であり、順次募集職種を拡大中

| 募集職種 | 役割 |
|---|--|
| HRBP(シニア・メンバークラス) | 経営層やCDOユニットと連携し、デジタル領域の人事労務全般に関わる戦略的提案と実行推進 |
| 新規サービス開発プロダクトマネージャー | BtoCサービスを創出するためのプロダクト開発のリード、既存商品と絡めた新サービスの開発推進 |
| 【新規事業】UI/UXデザイナー | 当社の新規BtoCサービスにおける、スマートフォンアプリのUI/UXデザイン等 |
| プロジェクトマネージャー（営業・マーケ・国際システム／製造システム／コーポレート（本社・研究システム担当） | それぞれの部門にて既存の基幹システムの刷新、追加機能追加等の各プロジェクト推進 |
| ITステラジスト | クラウド・Webサービスの活用推進のため、新しいサービス導入・検証をリード |
| 情報セキュリティ担当 | 既存システムだけでなく、新規サービス開発も含めた全社的なセキュリティレベル向上をリード |
| 社内SE（営業本部担当） | CRM、SFAシステム導入プロジェクトに現状把握や課題整理から入り、システム側をリード |
| 社内SE（製造本部担当） | 基幹システムの開発・運用だけでなく、業務系システムや情報系システムの導入や運用 |
| 社内SE（国際事業部担当） | 海外拠点におけるシステムの導入計画策定から実行、業務効率向上とシステム活用の最大化 |
| 社内SE（オープンポジション） | CDOユニット内の各部門にて、業務系・基幹系システム開発・運用を担当 |

※2023年6月21日リリース：[デジタル人材採用強化（リリース）](#)

そして今年の6月に新たに10職種、こういった形でリリースいたしました。

文字は小さいですが、上のほう、HRBPというデジタルの経験があるような人事労務、先ほどありました制度も変わってきますので、そういった職種から、新規サービス開発をするような、新規サービス開発プロダクトマネージャー、UIのデザイナー、システムに関しても、我々は、比較的各事業部に紐づいて、システムを作ってきました。今後、グローバル化など、全体の戦略や整理整頓が必要になりますので、ITのプロジェクトマネージャー、引き続き強化していくセキュリティ、こういった形で今、採用を進めています。

この2ヶ月ぐらいですが、非常に多くの募集も増えていますし、こちらから、ダイレクトリクルーティングという形で、積極的に今、行っていますので、私自身も毎週相当な数の面接や新たな方々に会っております。

-戦略-

03 生産性向上

戦略 3 が生産性の向上です。

従業員体験の向上によりDXを推進

小林製薬グループの「あったらいいなDX」をカタチにする
快適・つながる・安全なIT基盤を提供

1.働き方改革とDWP充実



時間、場所、デバイスに捉われない
デジタルワークプレイスの充実

- ・業務進捗の可視化やオンラインツールの活用によりハイブリットワークを支援
- ・グローバル統合基盤、電子押印、電子帳票等による徹底したペーパレス化と業務効率のアップ
- ・クラウドを活用したリアルタイムの情報共有、共同作業の実現

2.全世界で繋がる情報基盤



市場・ビジネスの変化に対応する
柔軟なシステム基盤の構築・展開

- ・タイムリーな情報提供ができるデータ活用基盤の構築
- ・CRM/SFAシステムの導入により顧客視点の営業活動の実現
- ・SaaS、パッケージの活用による業務標準化

3.最先端のセキュリティ



クラウド活用促進と
セキュリティ対応の高度化

- ・安全かつ快適に利用できるネットワーク強化
- ・グローバルでのインシデント対応体制
- ・クラウドをベースとした事業継続対策
- ・サービス活用促進のためのクラウドリスク評価強化

※DWP : Digital Work Place

こちらは、従業員体験の向上により DX を推進するというところで、大きく三つ掲げております。

一つ目が、働き方改革とデジタルワークプレイス、DWP と略させていただいておりますが、時間、場所、デバイスにとらわれない、デジタルワークプレイスの拡充です。

当社、ここ 20 年ぐらい、様々な製品や事業が増えてきましたので、システムが全て滞りなく繋がっているか、スムーズかというと、決してそうではありません。ここがスムーズになってくると、従業員の生産性、働き方が変わってきますので、そういったところをまず、一つ目に置いております。

二つ目は、先ほどもありましたように、国内外、様々な事業や拠点が広がっていっておりまして、いろいろな国からいろいろな製品を、例えば情報やデータにアクセスできるかというと、まだ完全にスムーズではありません。こういったことを我々のロードマップに落としながら、タイムリーな情報提供やデータを見られる活用基盤などを行っていこうと思っていますし、全てカスタムで開発するだけではなくて、SaaS やパッケージの活用も既にしているのですけれども、さらに強化をしていこうと思っています。

三つ目が最先端のセキュリティです。昨今、ランサムウェアなどのニュースも多いですし、当社でいうと、今後、サービス開発で消費者向けのサービスを作っていくので、こういったところで、セキュリティもまた一段、二段とレベルアップしないといけないと思っています。

**1.
働き方改革と
DWP充実**



RPAにより
年間14万時間削減
2020年から活動継続中

**2.
全世界で繋がる
情報基盤**



問い合わせの
ナレッジ共有
2021年より取り組み開始

**3.
最先端の
セキュリティ**



生成AIを
安全な環境で提供
2023年8月全社員に提供&機能強化中



ネットワーク環境強化
2023年より順次強化中



データ基盤構築に
向けてのデータ整備
2023年より検討開始



全世界を
24時間365日監視＆対応
2021年よりSOCを順次拡大中

SOC : Security Operation Center

こちらも、ここ数年いろいろな活動をしてきておりますので、少しトピックとしてお伝えさせていただきます。

一つ目の、先ほどの働き方変革と DWP ですが、既に RPA を活用して 14 万時間ぐらい、業務を削減しております。ネットワークも、この 3 年で、コロナ禍で、全社員が Web 会議を使うようになったりすると、ネットワーク関係も実はしっかりとやっていかないと生産性が上がりませんので、こういったところも行っています。

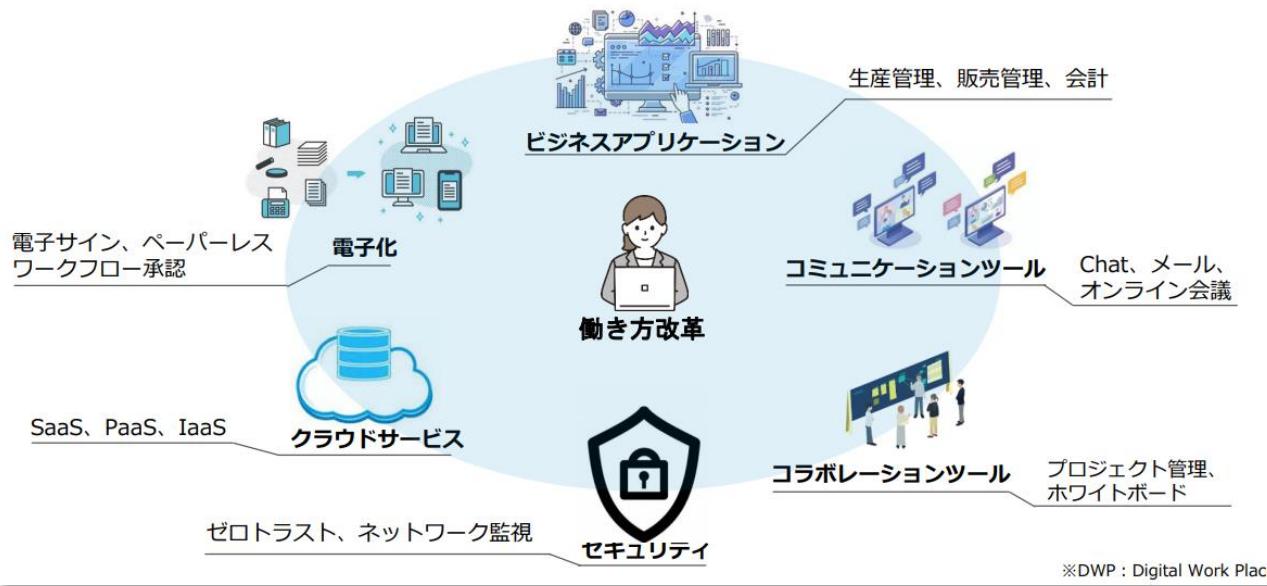
二つ目が、全従業員の 3,500 人ぐらいから、システムで様々な問い合わせが来ます。年間数千件の問い合わせが来ます。これも整理されていないわけではないのですが、個別対応が多いので、そこもしっかりナレッジ化、システム化しております。データ基盤も、先ほど触れた通り、今期から、今後どのようなデータを整理して、今後どういったアーキテクチャにするかも考えております。

セキュリティに関しても、先ほどお話しました生成 AI、ChatGPT を使いましょうということは、簡単にできるのですが、ある一定のセキュアな環境や、ポリシーがないと、安心して使えませんので、そういうものを担保しながら、新しいテクノロジーやツールを使っていこうと思っております。

最後、セキュリティに関しては、2011 年からセキュリティオペレーションセンター、SOC を準備しております、24 時間 365 日体制で監視しておりますが、今後、拠点や事業が広がりますので、これも引き続き拡大していきます。

戦略03：【1.働き方改革とDWP充実】生産性向上 デジタルで従業員体験の向上

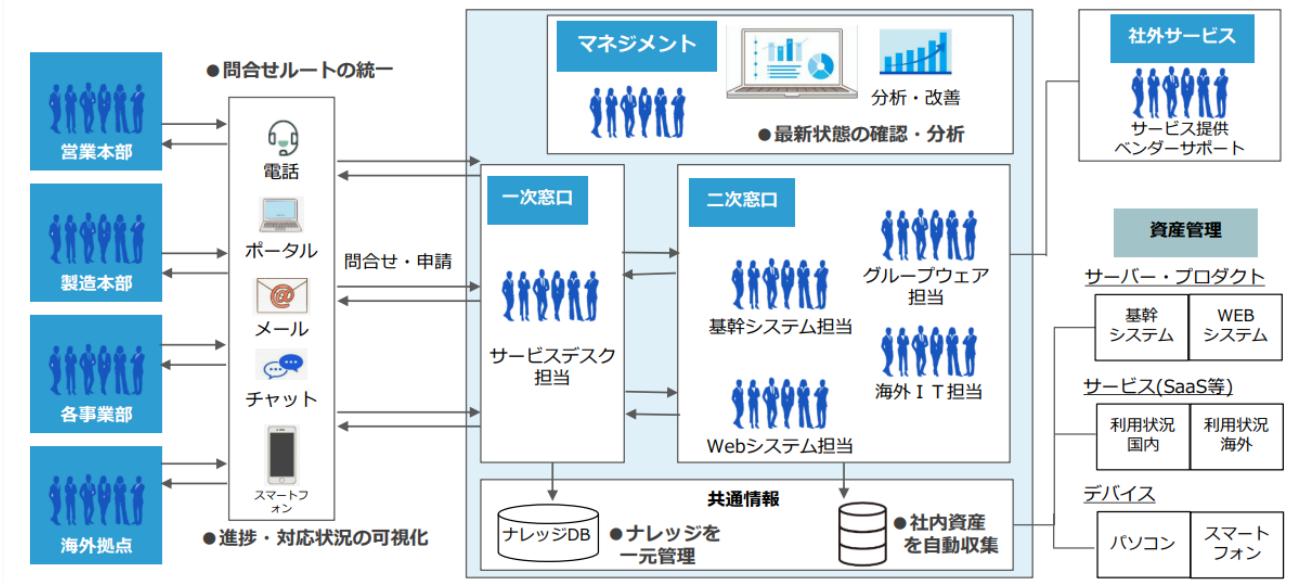
26/30ページ



このデジタルで、従業員の体験の向上ということで、この従業員を、前半は顧客に対してでしたが、従業員を真ん中にとらえて、ビジネスアプリケーション、コミュニケーション、コラボレーション、セキュリティ、クラウド、こういったところで、デジタルワークプレイスを充実するか、こういったイメージを考えています。

戦略03：【2.全世界で繋がる情報基盤】生産性向上 プロセスと情報を統合管理

27/30ページ

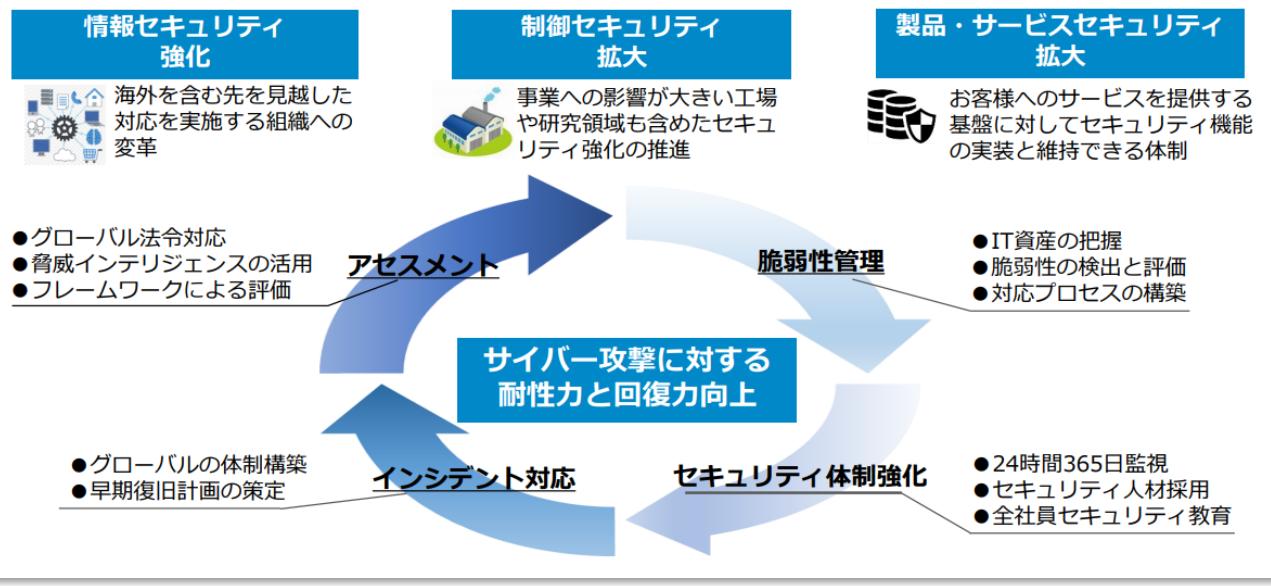


先ほどありました問い合わせですね、これも一例です、いろいろ取り組んでいる中で。こういったプロセスと情報を統合管理というところで、左側、各事業部から、色々な問い合わせが来て、年間数千件の社内の問い合わせが来ています。

これを様々なルート、電話やポータルによるチャット、ある程度しっかりとログを取ったりとか、一元化して、この下にナレッジのデータベースのようなものを作ると、今の数千件の問い合わせというのは、同じような問い合わせが来たりとか、本当は情報が見つけやすければすぐに解決できるような内容もありますので、こういった形でナレッジデータベースを作り、一次窓口、二次窓口、そして問い合わせの傾向だったりとか、そもそも問い合わせ自体が減っているかどうかというのもモニタリングしていくような仕組みを作っていくこうと思います。

資産管理に関しましても、できていないわけではもちろんないのですが、サーバーやこのサービスですね、最近ノーコードのツールやSaaSの導入は、当社に限らず各社とても広がっていますが、そのサービス、デバイス、こういったところの資産管理、棚卸というのも、改めて強化していくないと、結構作りっぱなし・導入しっぱなしになってしまったツールも増えてしまうので、整理をしていくという形でございます。

セキュリティ対象の拡大と対策強化



3番、セキュリティです。セキュリティに関しては、これまで情報セキュリティを中心に強化してきたのですが、工場や研究所を含めた、制御セキュリティを拡大していきます。

そして、先ほどありました消費者向けのサービスを展開しますので、製品・サービスセキュリティといったところ、ですので、今まで左を中心だったのですけれども、この三つをより拡大していくといった形です。

そしてセキュリティに関しても、何か起きた時に応じて対応するということはもちろんですけれども、やはり、戦略的なセキュリティのプランが必要だと思っていますので、このようなアセスメント、脆弱性管理、セキュリティ体制強化、インシデント対応というところで、しっかりと組織を構築していくこうと考えています。

DXを推進するための風土改革も、様々な施策で実施

成長対話（1on1）



心理的安全性研修



従業員が会社の未来を語る場



外部企業見学、講演会



冒頭で触れた風土改革です。DXとなると、何となくデジタルの手段の話が多くなってしまうかと思うのですが、やはり、こういった風土や考え方自体も、一緒にみんなで進化していくこうということが大事だと思っています。

既に社内で取り組んでいるものですので、成長対話だったり、心理的安全性研修、従業員が会社の未来を語る場、最近積極的に増やしているのは、外部の企業見学、こちらも先月、とあるベンチャー企業の経営者の方が、当社の講演に来ていただいて、社長、役員以下300人ぐらいがオンライン、リアルで参加し、その後は、みんなで学びになったり、こうしたいという、こういった取り組みをしております。

3年以内には

「関西でデジタルの仕事をするなら」
小林製薬

2030年には

「メーカーでデジタルの仕事をするなら」
小林製薬

と言われる状態を目指していく！

最後は、目指すべき姿というか、少し宣言めいた形になってしまいますが、3年以内には関西でデジタルの仕事をするなら小林製薬、と言われるような状態を目指しておりますし、2030年には、メーカーでデジタルの仕事をするなら小林製薬、という状態を目指しています。

資料化はしていないのですが、この、関西というキーワードを使っている理由も、私は、東京のIT企業などで働く期間が長かったのですが、関西と東京だと、企業数で3~4倍ぐらいの差があると思います。実際デジタルの情報や人材は、10倍、20倍ぐらいの差があるので、これだけ優良企業が関西にも多いにも関わらず、情報と人材の偏りが多いなと。

他にも頑張っていらっしゃる会社さんはいますが、小林製薬が、デジタルで働くなら関西というイメージを作ると、関西自体も盛り上がると思っています。到底当社だけではできないと思っていますが、この関西の企業の皆様と、関西自体を盛り上げて、こういった状態を目指していきたいと思っております。