

加速する食品・飲料業界の DX ～食のパーソナライゼーションによる新たな生活者体験の創出～

三竹 瑞穂

株式会社 NTT データ 食品・飲料・CPG 事業部

1. 要約 (50 文字程度)

本講演では、生活者や食品・飲料業界が抱える課題とそれを解決するテクノロジーについて、活用事例の紹介を踏まえてご説明いたします。

2. 内容

近年、社会情勢や環境の変化、個人のライフスタイル等の変化に伴い、飲食に対する意識の多様化が進んでいます。本講演では、生活者が、飲食を通じて心身とも健康になり、真に良い生活を送ることができる未来を実現するために、情報技術を活用して何ができるのか、生活者や食品・飲料メーカー等の企業が抱える課題とそれを解決するテクノロジーについてご紹介いたします。

はじめに、食品・飲料業界を取り巻く環境変化についてご説明し、従来の業界秩序が崩れつつある中で、それぞれの企業が果たす社会的使命、存在価値の再定義が求められていることを述べてまいります。また、昨今の急激なインフレや円安による原材料高騰等、食品・飲料業界において直近での対応が求められる課題についてもご説明いたします。

次に食品・飲料トップメーカーの DX の変遷をみながら、業界全体の潮流を探り、食品・飲料メーカーの経営アジェンダについて、長期的視点および、短・中期的視点に分けてご説明いたします。長期的視点では、社会課題としての「健康課題」と「ESG 課題」を捉え、高付加価値化を実現していくことが経営課題となっていることを述べてまいります。一方で、短・中期的視点では、環境変化で述べた急激なインフレや円安による原材料高騰等を背景に、既存事業の収益力強化を実現していくための経営管理の高度化や、それを実現するための業務プロセス・経営情報基盤の整備が重要課題となっていることを述べてまいります。そして、これらの取り組みを推進していく上での DX 人材の確保が各社の共通課題となっていることについても、ご説明いたします。

そして次には、上記で述べた経営アジェンダを遂行するにあたり、考えられるチャレンジについて、こちらも長期的視点および、短・中期的視点に分けてご説明いたします。長期的視点でのチャレンジは、「生活者への価値提供の再定義」であり、短・中期的視点でのチャレンジは、「バリューチェーンの再定義」となります。それぞれのチャレンジを実施していく上で必要な要素についてご紹介いたします。

そして最後に、上記で述べた 2 つのチャレンジ「生活者への提供価値の再定義」、「バリューチェーンの再定義」について NTT データが提供できるオファーについて事例を踏まえながらご紹介いたします。