



**サービスライフサイクルマネジメント  
(SLM): サービスとしての機器  
(EaaS: Equipment-as-a-Service) を実現し、  
製造業の将来を担う**

# 目次

---

- ii** 事業計画概要
- 01** デジタルソリューションを活用したEaaSの導入
- 02** EaaS導入の課題
- 03** アフターマーケットビジネスの最適化
- 03** SLMの全体的なアプローチ
- 04** SLMにおける最適化価格の役割
- 04** 保証業務がSLMに与える影響とは？
- 05** クラウドベースのソフトウェア:SLMの未来
- 06** シンクロンのConnected Service Experience
- 07** SLM向けの即時に利用可能なシステム
- 08** まとめ



## 事業計画概要

テクノロジーは21世紀の生活のほぼすべての側面に影響を与え、かつてない速さで世界を再構築しています。その結果、今日の主要メーカーは、常に最新の情報を入手し、関連性を維持するという大きなプレッシャーにさらされています。競合他社に差をつけるには、OEMは顧客ベースの進化し続けるニーズを満たし、それを超えること、そして複雑な課題を競争上の差別化要因に変えることが必要です。

さらに、コスト上昇という課題もあり、メーカーはビジネスモデルを変革し、新しいサービス経済に適応しなければ、利益率が低下する危険性があります。OEMは、必要に応じてサービスを提供する従来のBreak/Fix(ブレイク/フィックス)モデルから脱却しつつあります。その代わりに、機器の使用状況や生産量に基づいた、先を見越した成果主義的なアプローチを採用しています。

製品中心のビジネスモデルからサービスとしての機器(EaaS : Equipment-as-a-Service)アプローチへの移行により、多くのOEMがメンテナンス、修理、スペアパーツ、保証管理、その他の付加価値サービスなどのアフターマーケットサービスに重点を置くようになりました。そうすることで、メーカーは経営効率と持続可能性を向上させ、安定的で予測可能な収益源を確立し、より優れた顧客体験を提供することができるのです。

EaaSベースのモデルを導入するには、すべてのアフターマーケットコンポーネントを接続し、整合させる包括的なサービスライフサイクルマネジメント(SLM)システムが必要です。このシフトに対応するため、多くのメーカーがアフターマーケットプロセスのデジタル化を進めています。

サプライチェーンの制約、地政学、顧客の購買行動の変化などの課題を通じて製造業企業の成長と成功を検証したIDCの最近の調査によると、デジタル変革を取り入れた企業は、デジタル化していない企業よりも早く成長に復帰することができました。これらの企業は、人工知能(AI)、機械学習(ML)、モノのインターネット(IoT)などの先進技術を活用し、顧客に応答性の高い、サービスベースの体験を提供しているのです。

現在、顧客の期待はかつてないほど高まっており、OEMは軸足を移す必要に迫られています。これらのメーカーの成功は、成果ベースのアプローチに移行できるかどうかにかかっています。SLMのデジタルバックボーンがあれば、メーカーはEaaSベースのモデルへと移行し、マージンを確保し、顧客のサービスパートナーとしての地位を確立することができます。



## デジタルソリューションを活用したEaaSの導入

デジタル化によって、メーカーの顧客ニーズへの対応方法は変化しています。Service Councilの最新レポート「[Research Insight: Journey to Predictive Maintenance](#)」によると、サービスリーダーは、2022年を通して、また今後5年間、テクノロジーへの投資を優先しているとのこと。この調査によると、プロセスをデジタル化した組織は、市場シェアの拡大や顧客関係の改善で大きな成長を遂げています。デジタル化によって、サービス提供モデルは、事後対応的で予防的なものから、価値指向的で成果ベースのものへと変化しています。

デジタルソリューションを活用することで、EaaSモデルは工業製品メーカーにとって現実的な選択肢となります。EaaSでは、生産量や機器の使用量に応じた定期的な収入源を確保することができます。顧客は、保守や修理の責任を伴う1回限りの販売ではなく、機器、サービス、デジタルツール、機器の有効性と生産性の保証を含む包括的なソリューションに対して支払いを行います。

EaaSは、効率性と持続可能性の向上、収益源の増加、運転資本の最適化、そして全体的な顧客満足度の向上を可能にします。このサービスベースのモデルでは、OEMは機器の所有権を維持し、顧客は欲しいものだけ、必要なものだけ支払います。さらに、メーカーは修理やメンテナンスなど、すべてのアフターマーケットサービスの責任を負い、顧客はこの義務から解放されます。EaaSは、メーカーと顧客の双方にメリットのあるモデルです。



## EaaS導入の課題

アフターマーケットで、ビジネスチャンスを生かすためにEaaSモデルを導入するには、いくつかの課題があります。このような変革的なビジネスモデルを成功させるためには、それを支えるテクノロジーがすべての業務プロセスにシームレスに統合されていなければなりません。しかし、Service Councilの調査では、サービスリーダーの41%が、デジタル化における最大の課題として「既存のワークフローへのテクノロジーの統合」を指摘しています。

さらに、メーカーは、すべての関係者のための安全なコラボレーションを確保するプラットフォームを必要としています。この機能がなければ、アフターマーケット業務はサイロ化し、効率と最適化に欠けることとなります。また、追跡可能なすべての製品データに簡単にアクセスできる、セルフサービス型の分析も必要です。

また、部門横断的なプロセスのために、すべての関連データを取得し、維持し、活用することも課題となっています。そのためには、大量のデータや演算を処理できる、スケーラブルで最高水準の処理プラットフォームが必要です。

例えば、自動車業界を考えてみましょう。モデルの多様化に伴い、製造業者はより広範なスペアパーツを追跡する必要があります。これらのパーツは、異なる市場や流通チャネル向けに価格設定される必要があり、その結果、数百万の価格ポイントが発生し、インフレや全体的な競争状況を反映した再計算が常に必要となります。

EaaSモデルは、価格設定モデルや最適化のための予測分析に依存しています。サービスベースのモデルは範囲が未定義であるため、生産性、収益、利益を確保するために適切なテクノロジーが導入されていなければ、マージンが薄くなったり、ゼロになったりする可能性があります。

Excelのスプレッドシート、従業員によるシステム、その他の自作ツールを使用した手動アプローチには大きな限界があり、EaaSベースのモデルに固有の自動化には太刀打ちできません。膨大な量のデータを考えると、アフターマーケットの価格設定用に特別に設計されたインテリジェントなソフトウェアソリューションがなければ、最適で価値に基づいた価格を特定することは不可能です。このようなソリューションがなければ、OEMはコストのかかるエラーを起こす危険性があります。



『サービスリーダーの41%が、  
デジタル化における最大の課題として「既存のワークフローへのテクノロジーの統合」を指摘しています。』

- Service Council



## アフターマーケットビジネスの最適化

OEMは、アフターマーケットビジネス全体を最適化するための、エンドツーエンドソリューションを必要としています。EaaSを実現する SLM システムをうまく統合することは理想的ですが、その実行には、資産分析、予知保全、使用ベース課金、透明性、データセキュリティなどの包括的かつ自動化されたサポートが必要です。

OEMはすべてのアフターマーケットサービスに責任があるため、計画的な保全と予期せぬ製品の故障によって生じるすべての予期せぬコストを考慮しなければなりません。これは、デジタル化によってのみ可能となります。

## サービスライフサイクルマネジメント(SLM)の全体的なアプローチ

SLMの全体的なアプローチには、次のようなアフターマーケットのコンポーネントが含まれます。



メーカーは、これらのコンポーネントを揃えることに成功すれば、SLMのターンキーソリューションを手に入れることができます。

これらのコンポーネントがすべてシームレスに連動し、アフターマーケットビジネス全体を最適化します。例えば、インテリジェントなソフトウェアが接続された資産の異常を検出すると、予知保全を開始することができます。このプロセスには、サービスプロバイダーと顧客とのアポイントメントを自動的に調整できるフィールドサービス管理技術が含まれます。

在庫管理および小売在庫管理は、この時点で関与するようになります。この時点で、OEM在庫と小売の在庫管理はこの時点で関与し、OEMまたはそのディーラーネットワークのいずれかを介して要求されたパーツの可用性を確保します。正確な予測技術により、

アフターマーケットのサプライチェーンコストを削減し、部品の入手可能性を向上させ、計画プロセスを自動化して効率性を高めることができます。

**『正確な予測技術により、アフターマーケットのサプライチェーンコストを削減し、部品の入手可能性を向上させ、計画プロセスを自動化して効率性を高めることができます。』**

ここから、予測的なアフターマーケット価格戦略により、部品やサービス契約の最適化された成果ベースの価格設定が可能になります。自動化されたデータ駆動型の価格設定ツールは、リスクを低減し、利益とマージンを確保します。

## SLMにおける最適化 価格の役割

戦略的な部品価格戦略と最適化された契約価格により、メーカーは大きな利益の可能性を引き出すことができます。自動化された価格管理ソリューションは、過去のデータを活用して予測分析を行い、OEMが最適で競争力のある価格帯を特定できるようにします。

IDCのMarketScape 2021 B2B Price Optimization and Price Management Applications Report (2021年IDC MarketScape レポート: B2B価格最適化・管理アプリケーション)によると、シンクロンの価格設定ソフトウェアは、アフターマーケットサービス管理への深い理解、使いやすさ、価格の機敏性に基づいてリーダーとしてランク付けされているとのこと。

今日のOEMは、基礎的なコストを予測できなければならず、収益性の高い契約の開拓に苦勞しています。自動化とデータベース処理により、メーカーは価値に応じた価格を設定することができます。自動化されたデータ駆動型のプラットフォームは、プロアクティブな契約価格設定を保証し、OEMは契約リスクを低減し、利益とマージンを確保することが可能になります。

## 保証業務がSLMに与える影響 とは？

製品保証は顧客にとって重要な保証ですが、保証管理がおろそかになると、OEMは運用コストの高騰に直面する可能性があります。デジタル管理は、登録率と添付率の向上、クレーム処理時間の短縮、処理コストの削減、サプライヤーのパフォーマンス強化、そして顧客体験の向上を実現します。

すべてのクレーム処理を合理化することで、メーカーはExcelスプレッドシートに依存する必要がなくなり、従業員は有意義な顧客との関係構築に専念できるようになります。保証管理ソフトウェアは、サプライヤーパートナーとのシームレスなコラボレーションを可能にし、コスト回収の最大化、サプライヤーのコラボレーションの改善、リアルタイムのデータの可視性を提供します。





『プロセスの合理化と効率化により、クラウドベースのソリューションは、運用コストの削減とアフターマーケット事業の収益性の向上も実現します。』



## クラウドベースのソフトウェア: SLMの未来

サービス経済の進化に伴い、SLM戦略も変貌を遂げなければなりません。今日の製造業には クラウドベースで人工知能(AI)や機械学習(ML)を駆使したカスタムメイドのプラットフォームが、SLMアプローチの変革を支援します。

簡単にアクセスできるクラウドベースのプラットフォームにより、メーカーはすべての製品とサービスプロセスを一箇所で表示、保存、管理することができます。先進的な製造業を活用することで、これらのソリューションは瞬時に最新の情報を提供し、サービス提供ネットワーク全体の利害関係者を調整することができます。

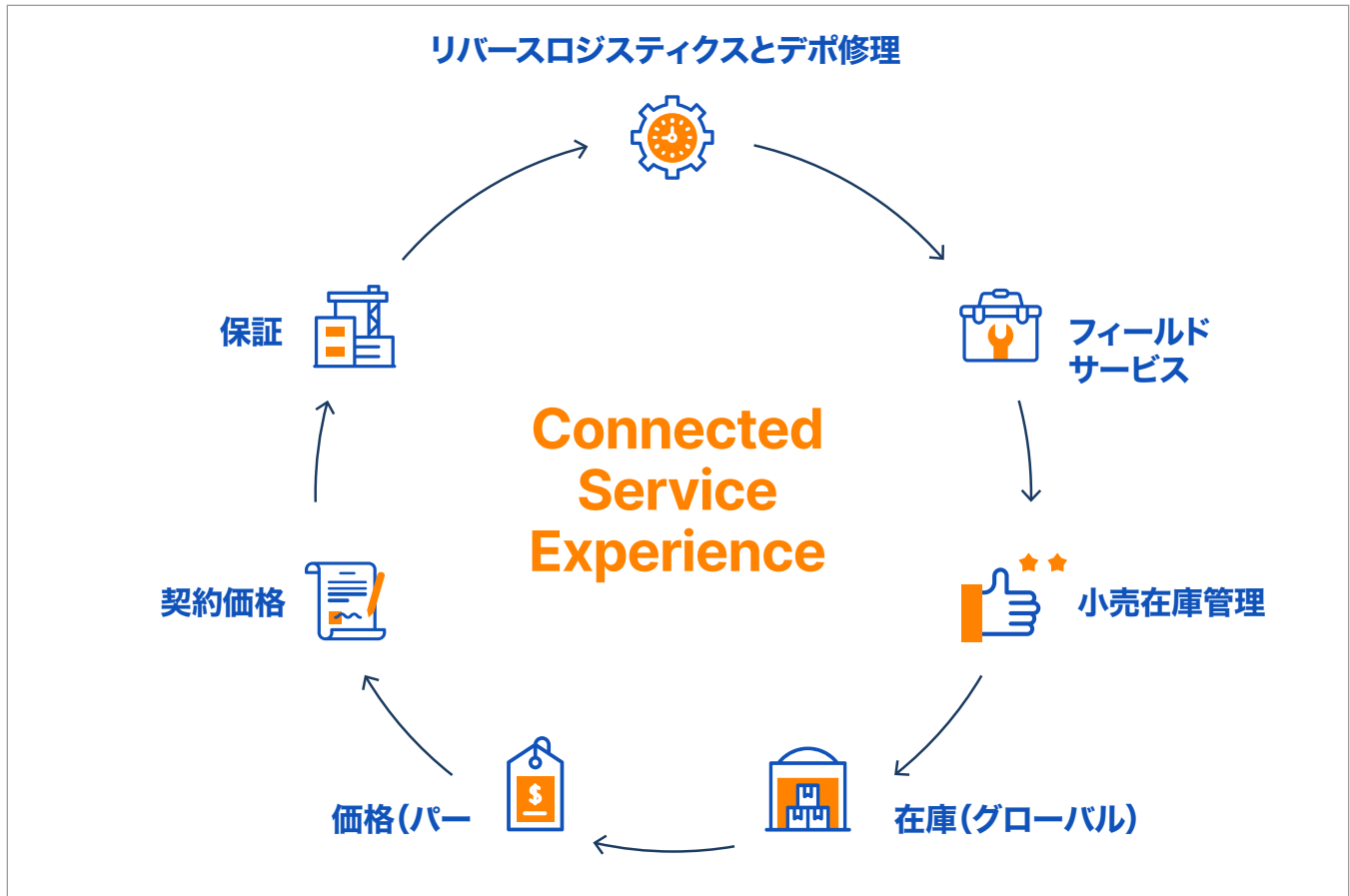
クラウドベースのソリューションは、他の企業システムとの統合も可能で、サービス管理業務の連携が容易になります。プロセスの合理化と効率化により、クラウドベースのソリューションは、運用コストの削減とアフターマーケット事業の収益性の向上も実現します。

また、クラウドベースのソフトウェアは、社内外のあらゆるパートナーとの安全なコラボレーションを可能にします。また、追跡可能な製品データへのセルフサービスによるアクセスを、専門家ではない人々にも使いやすい方法で拡大し、シームレスに接続されたソリューションを実現します。



## シンクロンのConnected Service Experience

シンクロンのConnected Service Experience(CSX)は、アフターマーケットの全プロセスを調整し、SLMシステム全体を最適化します。



シンクロンのCSXは、以下の機能を備えた業界をリードするプラットフォームです。

**Synchron Field Service Management (シンクロン フィールドサービスマネジメント):** サービス予約の作成と技術者の派遣によるサービス中の問題を効率的に解決し、サービス内容の支援を可能にします。

**Synchron Depot Repair and Reverse Logistics (シンクロン デポ修理とリバースロジスティクス):** デポ修理により資産のターンアラウンドタイムを加速させ、収益性を向上させます。

**Synchron Inventory (OEM) (シンクロン インベントリ):** サービスレベルを強化し、可能な限り低いコストで部品在庫を最適化します。

**Synchron Retail Inventory (PoS)(シンクロン リテールインベントリ):** アフターマーケット戦略とディーラーのビジネス要件を一致させます。

**Synchron Parts Pricing (シンクロン パーツプライシング):** インテリジェントなソフトウェアにより価格競争力を確保し、メーカーはビジネスの規模に応じた最適な価格を設定できます。

**Synchron Contract Price (シンクロン コントラクトプライス):** EaaSモデルに特有な、正確かつ効率的な契約価格を実現します。

**Synchron Warranty and Contract Management (シンクロンワランティおよびコントラクトマネジメント):** デジタル管理により、エンドツーエンドの保証ライフサイクルを接続し、強化します。

**Synchron Insights(シンクロン インサイト):** レガシーシステムや接続されたデバイスからデータインサイトを引き出し、人工知能(AI)と機械学習(ML) 駆動の成果を促進します。

## SLM向けの即時に利用可能なシステム

シンクロンのSLM向け総合ソリューションには、以下のようなメリットがあります。

- ✔ **アフターマーケットの収益性向上**
- ✔ **他の企業向けシステムとの統合が可能**
- ✔ **バリューチェーンのすべての人々に向けた安全なコラボレーションを実現**
- ✔ **追跡可能な製品データへのセルフサービスによるアクセスを拡大**
- ✔ **合理的で効率的な業務プロセス**
- ✔ **運転資金の最適化**
- ✔ **顧客ロイヤリティの向上**

シンクロンは、アフターマーケットソリューションとサービスライフサイクル全体に対応する包括的な企業システムのマッピングにおけるリーディングカンパニーです。ビジネスニーズに合わせて製品モジュールを段階的に展開できるSmartBlox技術により、シンクロンのCSXは、製品ベースとサービスベースの両方のメーカーをサポートし、オーダーメイドでターゲットとなる顧客体験を提供することができます。

製造業の未来は、人工知能(AI)と機械学習(ML)を活用して業務効率と生産性を向上させ、データに基づいた迅速な分析を促進することにかかっています。OEMはデジタル化に対してパッチワーク的なアプローチを取ることができますが、サービスライフサイクル全体を接続し強化することで、長期的な成長を最大化することができます。そうすることで、今後何年にもわたって継続的な成長と発展を確保することができるのです。





# 結論

EaaSを実現することでサービスビジネスを変革することは、企業にとって利益となり、顧客にとっても全体的なエクスペリエンスを向上させることができます。しかし、EaaSへの道のりには、特にデータとテクノロジーに関する大きなハードルが存在します。

最近の傾向として、経営幹部層で自社のビジネスがEaaSに適しているかどうかを評価するようになってきています。サービス部門のリーダーは、このアイデアを現実のものにしなければならないことがよくあります。サービス組織は、SLMのためのEaaSのすべての要素を理解し、適切なインフラストラクチャによってプロセスがサポートされていることを確認することが重要です。シンクロンのConnected Service Experienceプラットフォームにより、サービス組織はSLMのあらゆる側面をサポートすることができます。

**フィールドサービス事業を強化する準備はできていますか？お気軽に当社にご連絡ください。当社がどのようにご支援できるかを [www.syncron.com/contact/](http://www.syncron.com/contact/)でご確認ください。**

ソーシャルメディアでもお問い合わせを受け付けています:    

## 会社概要

シンクロンは、世界の新しいサービス経済をより一層活用できるように大手のメーカーや流通業者を支援しています。アフターマーケット事業の収益性を向上させ、運転資本を最適化し、顧客ロイヤリティを高め、顧客がサービス主導のビジネスモデルへの移行を成功させることを可能にします。AIとMLに業界トップの投資を行っているシンクロンは、エンドツーエンドのインテリジェントなサービスライフサイクルマネジメントソリューションポートフォリオを提供しています。これは業界初の、革新的で総合的なサービスとしてお客様に支持されています。当社のConnected Service Experience (CSX) プラットフォームで提供される当社のソリューションは、サービスパーツの在庫、価格、保証、サービス契約、フィールドサービス管理などを網羅しています。シンクロンは世界のトップブランドからの信頼を得ており、民間企業として、インテリジェントSLM SaaSソリューションにおける最大手のグローバルリーダーの地位を築いています。詳細については、[syncron.com](http://syncron.com)をご覧ください。