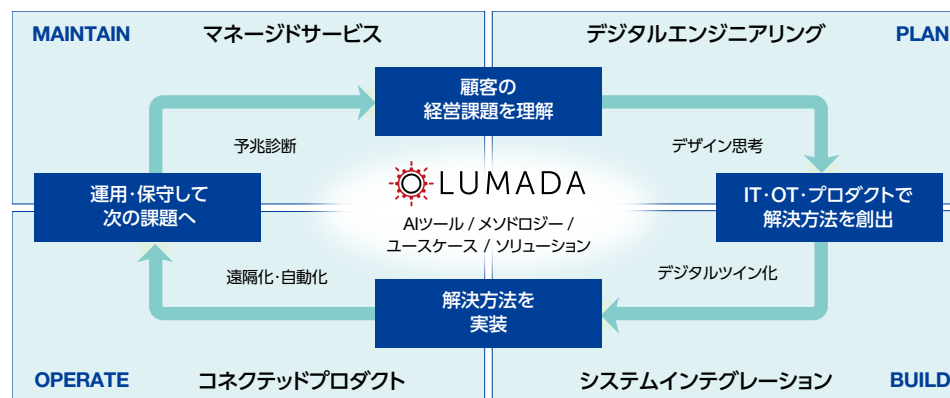


成長を支えるコーポレートの取り組み / デジタル戦略

日立はIT×OT×プロダクトを活用してお客さまとともに社会課題を解決する事業「社会イノベーション事業」を推進しています。その社会イノベーション事業を、デジタルを活用して推進するための仕掛け・仕組みがLumada [📄](#)です。日立は、Lumadaを活用した顧客協創を通じて、お客さまのDXを迅速に実現し、新たな価値を創出していきます。2024中計において、日立全体でのLumada事業の売上収益を2兆6,500億円にまで拡大することを目標に据え、デジタル人材の育成・強化、また成長領域である北米でのアセット獲得なども実行しながら、Lumada事業の成長に取り組めます。

▶ Lumadaの顧客協創フレームワーク

Lumada事業のさらなる加速に向け、顧客協創フレームワークをベースに、グローバル各地域において複数のセクター/BUがOne Hitachiで協働し、競争優位性を高めていきます。Lumadaの顧客協創フレームワークは、顧客課題の理解(PLAN:右上象限)から始まり、IT×OT×プロダクトを組み合わせたソリューションの創出・実装(BUILD:右下象限)、運用(OPERATE:左下象限)、保守(MAINTAIN:左上象限)というサイクルをデータとテクノロジーを活用して継続的に回しながらお客さまへの提供価値を高めていく循環型ビジネスの実現手法です。お客さまや社会の課題を捉え、アジャイルに解決策に落とし込むデザイン思考やデジタルエンジニアリング力を有するGlobalLogicが加わったことで、日立が有する事業フットプリントにおいて、4象限のサイクルを継続的かつ迅速に回し、成長を加速しています(Lumada協創事例は[こちら](#) [📄](#))。



▶ Lumada事業をグローバルで牽引する日立デジタル

グローバルにLumadaの展開を加速するための司令塔として、2022年4月、米国シリコンバレーに日立デジタルを設立しました。日立デジタルは、Lumada事業をグローバルで拡大するためのデジタル戦略の策定・実行をリードしています。設立初年度となる2022年度には、BUの垣根を越え、IT×OT×プロダクトの融合を加速するさまざまな活動を行いました。その代表的な取り組みの一つが、2022年6月に設置したDecision & Advisory Boardです。本Boardは、日立エナジー、日立レール、GlobalLogic、日立ヴァンタラの各社CEOとDSSセクターのBU長などで構成しています。日立グループ横断でのデジタル戦略の策定と実行をリードすることを目的に、デジタル戦略を定期的に議論する場として機能し、すでに約20件のプロジェクト(2023年2月時点)が立ち上がっています。もう一つが、2022年10月に初めて開催した「Hitachi Digital Summit 2022」です。One Hitachiでの顧客協創を加速するため、国内外

の日立グループ幹部・リーダー127人が米国に集い、活発な意見交換や議論を行いました。さらに、日立デジタル谷口CEOをヘッドとし、それぞれの事業分野に設置したChief Lumada Business Officer (CLBO)が各事業分野におけるLumada事業に責任をもちながら、相互に連携することで、2022年度は当初計画を上回る約2兆円のLumada売上収益を実現しました。

日立デジタルがグループ全体を横断したシナジー創出を主導することにより、2022年度だけで13件の新規事業を立ち上げており、One HitachiでのLumada事業の拡大は着実に進んでいます。



左から、日立ヴァンタラ カンディアCEO、GlobalLogic バンガCEO、日立デジタル 谷口CEO