

未来創造型の DM 研究に関する展望

ーZOZO グループと ZHD の AI 教育 DX-戦略事例研究-

国際ファッション専門職大学 菅原正博

1. 問題提起

「生態系にマッチした「Direct and Digital Marketing」という新しい革袋を用意する」。

前年度の DM 学会 統一論題で取り上げている「デジタルコンテンツの視点から見たマーケティングの未来」は、結論的に見て「滅亡」の道しか選択肢がないといえる。

旧常態の「ダイレクトマーケティング」を、いったん、デスラプションする。

「新常態」の生態系にマッチした「Direct and Digital Marketing」という新しい革袋を用意する必要がある。

「ファッション EC、新たな競争の号砲。ヤフーvs 楽天 vs アマゾン 三国志物語」に重点を置いて議論したい。

今後の課題として、泥船化する通販業界の将来に備えて、若手社員を救うための「学び直し」の訓練機関を開講する可能性について述べた。

本研究の問題提起：通販泥船から従業員を救う ZHD 艦の新登場 「ZAI アカデミア」。Z ホールディングス株式会社 (ZHD) は、グループ企業横断で AI 人材を育成するコミュニティ「Z AI アカデミア」を、ZHD の企業内大学「Z アカデミア」内に発足させた。

「Z AI アカデミア」では、グループ企業であるヤフー株式会社、LINE 株式会社、株式会社一休、アスクル株式会社、ZOZO グループが初期コア企業として参加し、AI 人材が集まり学ぶ場を提供することで、グループ内における知識の共有や AI を利用したビジネス協業を促進し、研究者やエンジニアのみならず、“AI を活用する”プロダクトマネージャーやプロデューサーといった多様な職種も含め、“文理両軸”における AI 人材の育成に注力。

2. 研究目的

コア企業だけでなく、すべての ZHD グループ従業員に向けた学習機会の提供やコミュニティ形成も積極的に行っていく。

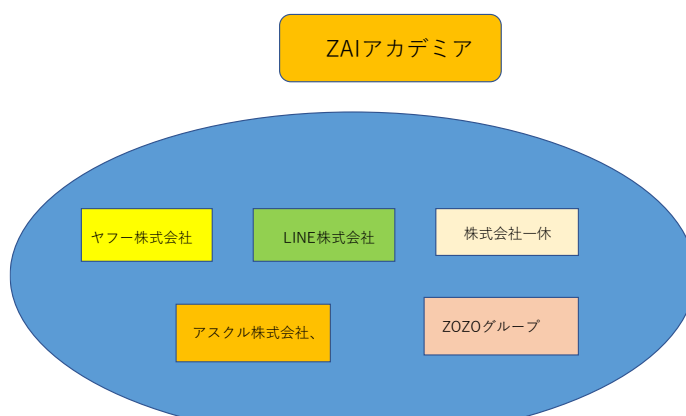
3. 研究方法 ZAI アカデミアの概要

- ① 発足日：2021年7月15日
- ② 運営企業：ヤフー株式会社、LINE株式会社、株式会社一休、アスクル株式会社、ZOZOグループ
- ③ 対象企業：Zホールディングスグループ企業
- ④ 対象者数：Zホールディングスグループの全従業員 約23,000名

「ZAIアカデミア」は、グループ会社の従業員同士とともに未来を創るという意識を共有し、ともに進むべき道を描き、学び合う、ベースキャンプのような場所になることを目指すヤフーの企業内大学「Yahoo!アカデミア」の受講対象者をヤフーグループからZホールディングスグループへと拡大し、2020年4月、Zホールディングスグループの企業内大学「Zアカデミア」として設立された。Zホールディングスグループの従業員の横糸を繋ぎ、グループシナジーを加速させる役割を担うために設立された「ZAIアカデミア」は、グループ会社の従業員同士とともに未来を創るという意識を共有し、ともに進むべき道を描き、学び合う、ベースキャンプのような場所になることを目指す

4. 研究結果

図1



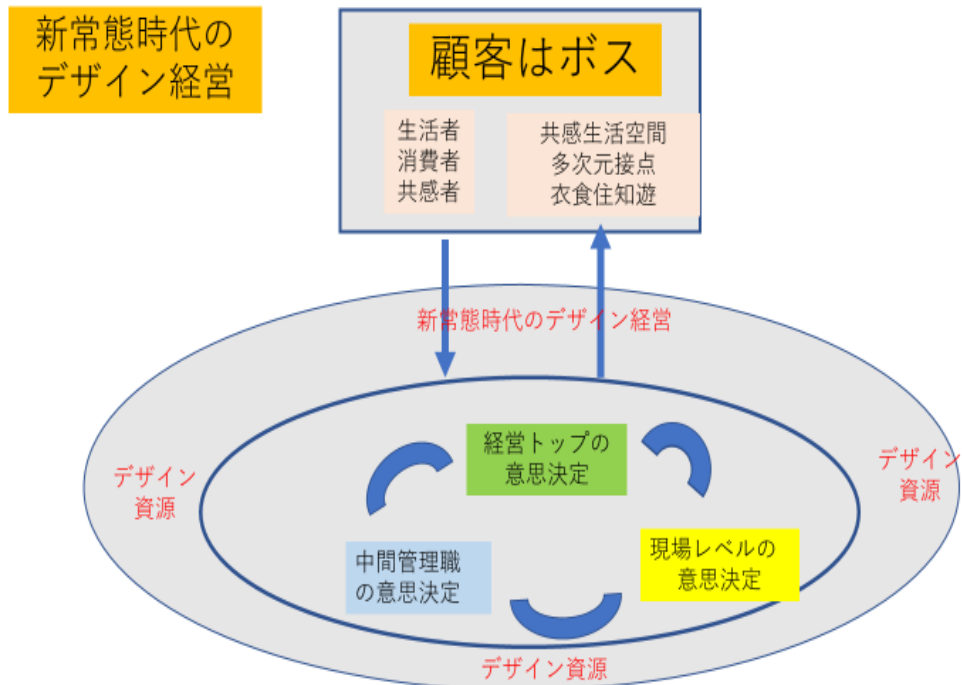
グループのトップリーダーが集まるクラスの他にも、グループ会社の従業員であれば誰でも参加できるプログラムをはじめ、2019年度（当時は「Yahoo!アカデミア」として運営）からは女性リーダーが集まるクラスも開催している。

2021年度からは従業員同士で学びあえる場を作るため、従業員が講師となる認定講師制度もスタートした。

。

5. 考察と展望

図2



- 日本 DM 学会の AI コミュニティー化戦略 ロードマップ研究の提唱
- ステップ1・カタログ通販ビジネスの終焉の確認
 - ステップ2：DM 学会の本部組織の形骸化の確認（学会本部の撤去）
 - ステップ3：JADMA のデスクラプション戦略
 - ステップ4：時代の変化に対応した「共感経営」
 - ステップ5．ステークホルダー（顧客、従業員、サプライチェーン、IT 業界, 行政、グローバル市場）を巻き込んだデザイン経営力の強化

図3

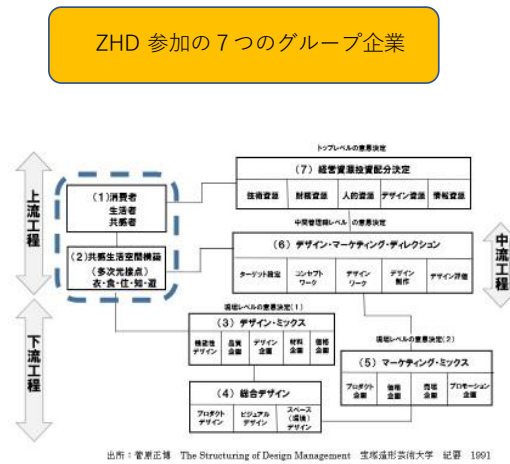


図4

JASDM の AI アカデミア化

JADMA 参加企業の AI コミュニティー化

参考資料 2021.07.15 [Zホールディングス](https://www.z-holdings.co.jp/)、「文理両軸でAI人材を育成」する「Z AI アカデミア」を発足 - Zホールディングス株式会社 (z-holdings.co.jp)