

## 主なコンサルティング適用実績

区分	顧客業種	改革の目的	効果
SCM改革	自動車製造業 (補修部品部門)	顧客満足度向上／在庫削減を目的とし、 特約店と一体となったSCM業務システムの構築	● 在庫 30%削減(特約店) 19%削減(本体) ● CS 20%向上
	消費財製造業	在庫削減／欠品抑止を目的とし、 販社と一体となったSCM業務システムの構築	● 在庫 32%削減(販社含む) ● 欠品 22%削減(同上) ● 業務コスト 29%削減(同上)
	家庭用品製造業	在庫削減／欠品抑止を目的とした SCM業務システムの構築	● 在庫 25%削減 ● 欠品 50%削減
	素材製造業	在庫削減を目的とし、販社と一体となった SCM業務システムの構築	● トータル在庫 20%削減(販社含む) ● トータルキャッシュの創出
	食品製造業	在庫削減／欠品抑止を目的とした SCM業務システムの構築	● 在庫の削減 ● 欠品の削減
	医薬品卸売業	在庫削減を目的としたSCM業務システムの構築	● 在庫 40%削減
	医療機器卸売業	在庫削減を目的としたSCM業務システムの構築	● 在庫 31%削減
ロジスティクス改革	アパレル卸売業	コスト削減／精度向上を目的とした 物流業務システムの構築	● 物流コスト 14%削減 ● 作業精度向上／スピード向上
	菓子製造業	コスト削減／在庫削減を目的とした 物流ネットワークの構築	● 物流コスト 10%削減 ● 在庫 30%削減
	消費財製造業	コスト削減／在庫削減を目的とした 物流ネットワーク／新物流センターの構築	● 物流コスト削減 28%削減 ● 作業能力向上 2.5倍
	アパレル製造業	コスト削減と目的とした 輸入物流ネットワークの構築	● 物流コスト 34%削減
	外食業	コスト削減を目的とした 物流ネットワークの構築	● 物流コスト 38%削減
	OA機器卸売業	コスト削減／在庫削減を目的とした 物流ネットワーク／新物流センターの構築	● 物流コスト 12%削減 ● 在庫 18%削減 ● 作業能力 31%向上
	小売業(量販店)	作業能力向上／品質向上を目的とした 新物流センターの構築	● 作業能力向上 ● 作業品質向上
	小売業(スーパー)	作業能力向上／品質向上を目的とした 新物流センターの構築	● 物流コスト 5%削減
スポーツ用品製造業	作業能力向上／品質向上を目的とした 新物流センターの構築	● 作業能力 20%向上 ● 対応可能店舗 1.5倍	

# (1) 自動車製造業(補修部品部門)におけるSCM改革事例

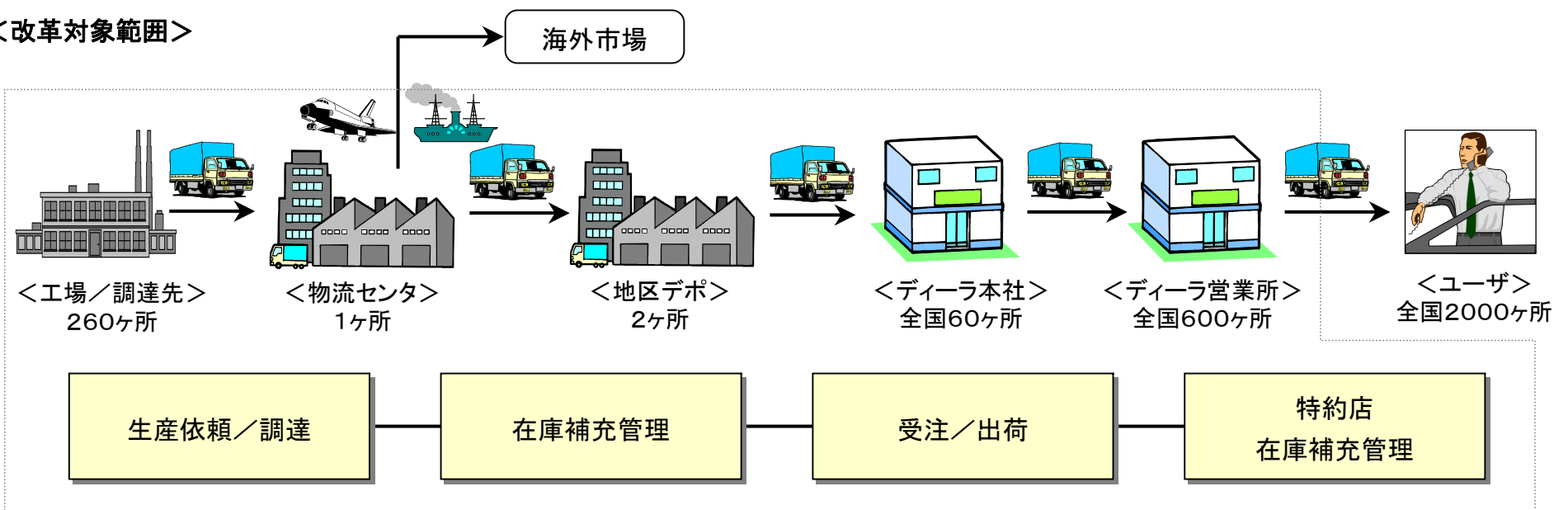
## <企業概要>

- 業 種 : 自動車製造業(補修部品部門)
- アイテム数: 24万アイテム(実働12万アイテム)

## <到達目標>

- 業界トップの顧客満足度獲得
  - ・即納率の向上(欠品の抑止)
  - ・ディーラ営業所で全ての情報がリアルタイムに得られる仕組み
- 在庫の削減

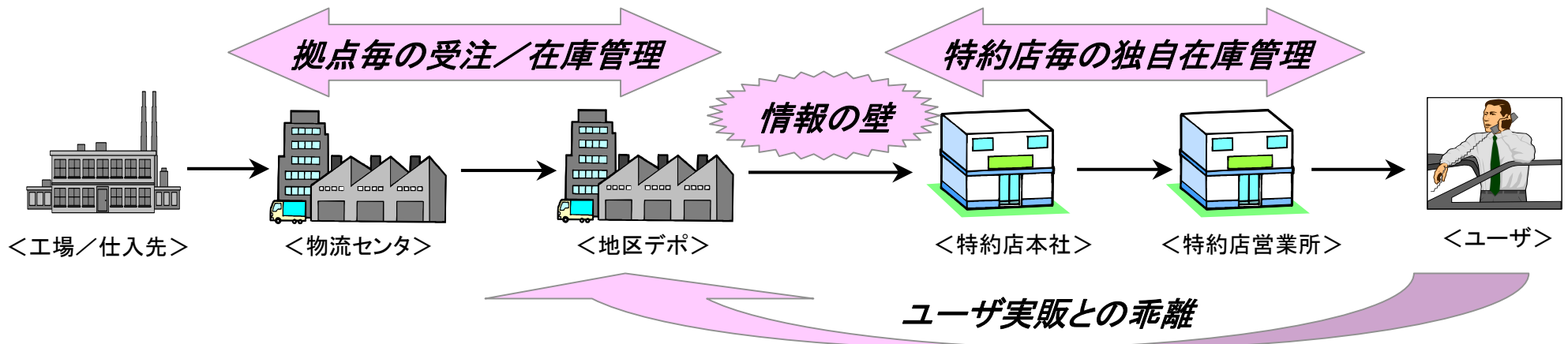
## <改革対象範囲>



# (1) 自動車製造業(補修部品部門)におけるSCM改革事例

## <改革前の姿>

特約店毎/メーカー、各拠点毎に閉じた個別在庫コントロールによるCS低下/過剰在庫の同時発生



### <CS評価指標>

ユーザから見た部品毎の重要度を考慮せず、一律に在庫コントロールしているため、ユーザの視点に立った即納が実現していない

### <在庫コントロール>

特約店とメーカーが、各々独自の判断で品揃え、在庫コントロールを行うため、トータルでの在庫が適正化しない(過剰傾向)

### <メーカーの調達>

メーカーの出荷実績データをベースに需要を予測して調達を行っており、ユーザ実販とは乖離が発生しやすい

### <メーカーの受注>

拠点毎に受注/引当を行うため、欠品時の納期回答、他拠点からの在庫融通を円滑に行えない

# (1) 自動車製造業(補修部品部門)におけるSCM改革事例

## <改革後の姿>

企業間の情報共有／一体となった在庫コントロールによるCS向上／在庫削減の両立  
～ 特約店とメーカーが一つの情報で駆動する一体型SCMの構築 ～

### ② 情報共有化(対仕入先)

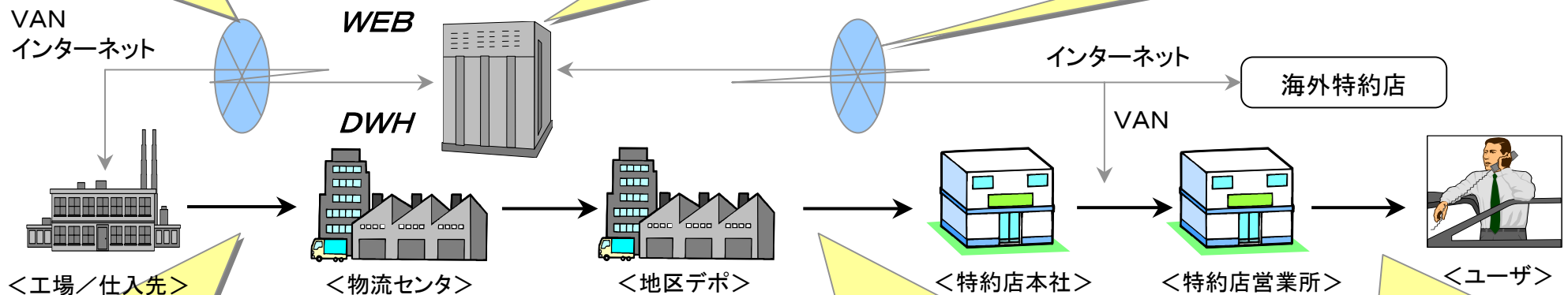
- 納期照会
- 発注
- 受注／在庫状況 等

### ③ 受注／在庫の一元化

- 受注窓口の一本化
- 在庫情報の一元管理  
(在庫ステータス含む)

### ① 情報共有化(対特約店)

- 納期照会
- 受注
- ユーザ実販データ 等



### ⑥ 自動調達の促進

- 受注／在庫が安定傾向にある部品を検出し、担当者の判断が不要な自動調達を促進

### ⑤ CS評価指標の改革

- 部品毎のCS重要度を区分
- CS区分に応じて在庫配置、在庫水準を差別化コントロール

### ④ ユーザ実販データの活用

- ユーザ実販データに基づき特約店／メーカーの一連の在庫を実需に応じてコントロール

## <改革効果(実データによるシミュレーション結果)>

- 在庫月数 (特約店)30%削減 (本体)19%削減
- CS効果 20%向上(部品毎のCS得点を定数化し、在庫金額を現状同等にした場合)

## (2) 菓子製造業におけるロジスティクスネットワーク改革事例

### <企業概要>

- 業種 : 菓子製造業

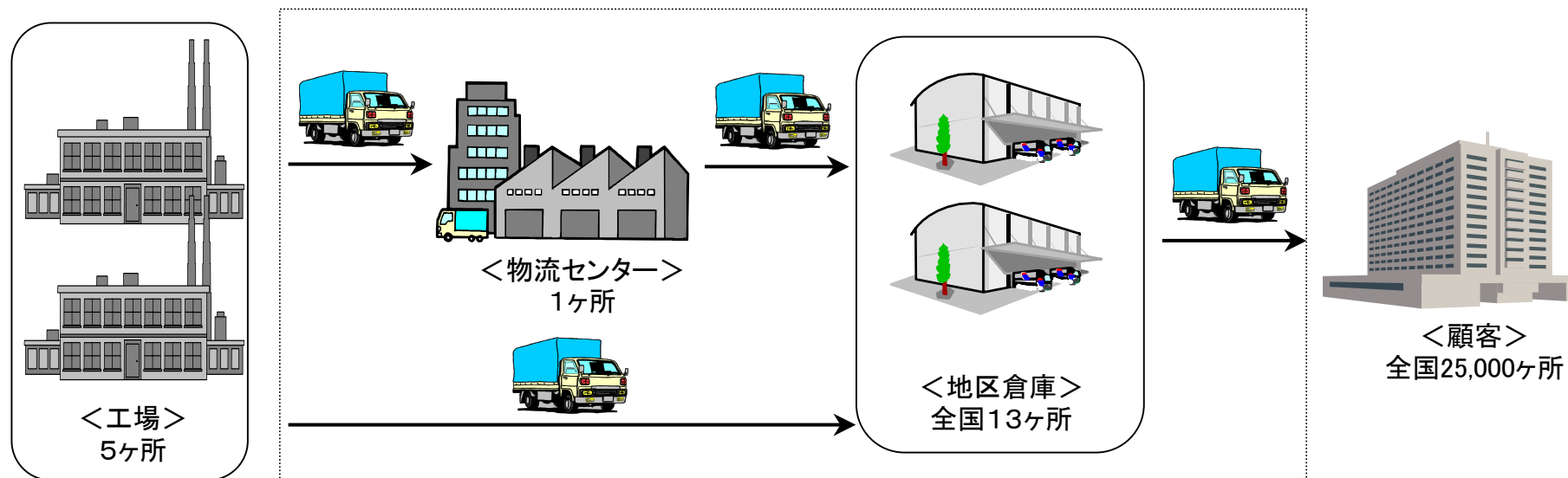
### <改革目標>

現状の顧客サービスレベル(受注翌日納品)を維持したうえで

- 物流コスト(在庫/輸配送)削減
- 在庫削減

を実現する物流ネットワークを構築する。

### <改革対象範囲>



## (2) 菓子製造業におけるロジスティクスネットワーク改革事例

### <診断の視点>

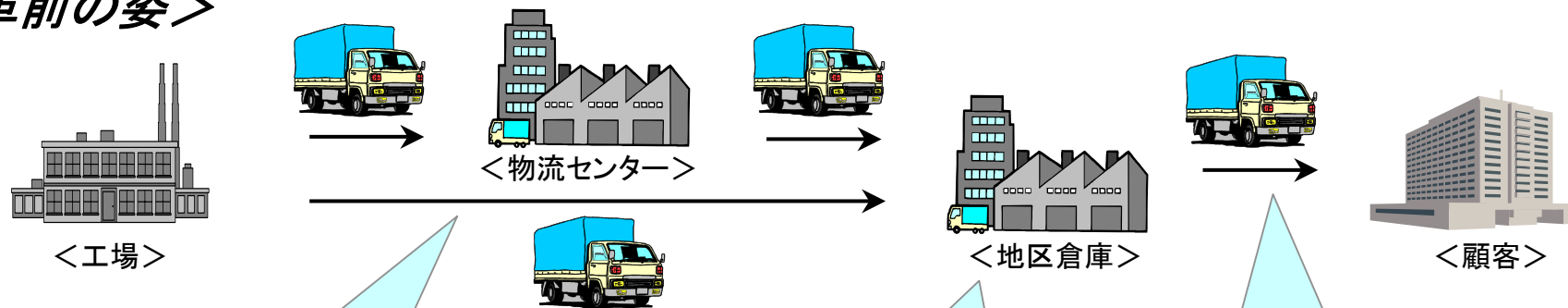
拠点配置の最適化  
・拠点位置/数  
・配送エリア 等

在庫の適正配分  
・在庫位置  
・在庫量 等

輸送の効率化  
・輸送手段  
・積載効率 等

倉庫運用の最適化  
・庫内作業効率  
・契約形態 等

### <改革前の姿>



#### <在庫補充経路>

物流センターを経由する経路  
と地区倉庫に直送する経路  
が無秩序に運用されている  
(経路コストは直送コストの2倍)

#### <地区デポの配置>

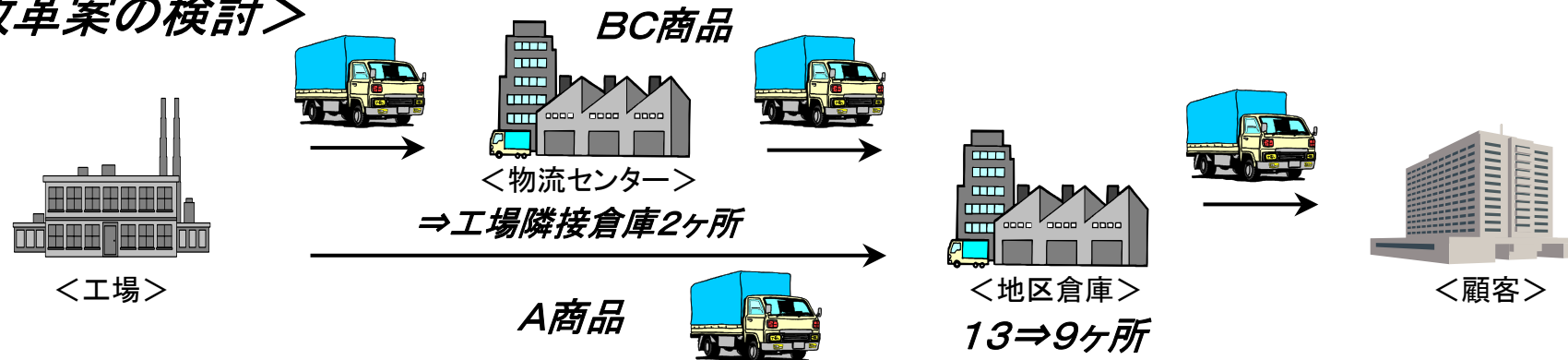
需要過少エリアにも  
拠点配置されている  
(合計13ヶ所)

#### <配送エリア>

商物一致による  
地区倉庫毎の配送エリアの  
輻輳が発生している

## (2) 菓子製造業におけるロジスティクスネットワーク改革事例

### <改革案の検討>



検証パターン	在庫配置	拠点配置
パターン1	売上特性別在庫配置	地区倉庫現状維持 + 物流センター現状維持
パターン2	・A商品は地区倉庫直送 ・BC商品は物流センター経由	地区倉庫9ヶ所に統合 + 物流センター現状維持
パターン3		地区倉庫9ヶ所に統合 + 物流センターを廃止し、 工場隣接倉庫を2ヶ所新設

### <改革効果(パターン1)>

- 売上高コスト比率 10%削減
- 在庫月数 30%削減