

カリキュラム

機構施設名： 山口職業能力開発促進センター
実施機関名： 株式会社東京ナレッジプラン

(A) 流通・物流	流通・物流	SCMの現状と将来展望
-----------	-------	-------------

コースのねらい	サプライチェーン・マネジメントの概要及び現状と将来展望を知り、サプライチェーン・マネジメント経営手法についての知識と技能を習得する。
---------	--

	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)	
講義内容	1	SCM(Supply Chain Management)	(1)サプライチェーン・マネジメントの概要 モノ・業務の流れの観点から、サプライチェーンを定義した上で、その全体最適化のためのSCMには、業務の繋がりに着目することが大事である。 (2)基本コンセプト SCM領域に関わる課題解決には、4つの方向性＝SCMの4本柱があり、それを実現する強化の方向性を共有する。また、ビジネス・事業から見たSCMの位置づけを再認識する。	0.5
	2	現状と将来展望	【現状の事例紹介】 (1) SCMの2つのパターン (BtoCとBtoB)とその違い 住民のよりよい生活のためのBtoCビジネスと、その商品供給のために必要なインフラ構築のためのBtoBビジネスの違いをサプライチェーン構造面とプロセス面から理解する。 (2)BtoCビジネスでの見込生産型SCMの事例紹介 耐久消費財のメーカーの国内SCMを東南アジア工場に適用した事例を紹介する。国内SCMのポイントは、製販がPSI計画を合意する製販会議の開催頻度と在庫の配置の考え方である。 (3)BtoBビジネスでの受注設計生産型SCMの事例紹介 生産システムメーカーの仕様決め～据付完了までのコスト最適化の事例を紹介する。ポイントは、情報連携の強化、組織の役割分担の最適設計、そして案件横断でのノウハウ共有である。 (4)見込生産型SCMと受注設計生産型SCMの比較 商品単位の、最小限の在庫での販売機会損失の最小化の「見込生産型SCM」と、案件単位の、原価の増加の抑制と納期遵守の両立の「受注設計生産型SCM」を理解する。 (5)経営環境の変化とSCM構築 経営環境の変化に追従するためには、顧客ニーズ変化への敏感化、モノ販売からコト販売への変換が重要要素であることを理解する。	1.5
		演習1	将来に向けて、自社が取り組むべきと思うテーマ(PB商品開発・自社技術BtoBtoC展開、メンテ事業化)を想定しながら、「①自社の事業・SCMの現状分析」	0.5
			【将来展望】 (6)メーカーと流通がセットで戦う「サプライチェーン間競争化」の動向 ニーズの多様化・細分化を契機に、製造業と流通業がセット化し、商品企画・開発を両者で分け合う競争実態の動向を把握する。リスク低減の観点からBtoCとBtoBが歩み寄る方向を知る。 (7)BtoCビジネスにおける将来動向 ニーズの多様化に伴い、小売業のニーズ把握力&販売力と製造業の開発力を合わせたPB商品のサプライチェーン構造改革が進むことを把握する。構造改革の課題、及び解決策も理解する。 (8)BtoBビジネスにおける将来動向 BtoB中心の素材メーカーが小売業と高い技術力で景気変動に左右され難い共同開発を行い、BtoBtoC展開に進むことを理解する。ビジネスモデルミックスの収益最大化方法を理解する。 (9)環境変化に対応できる体質改善に向けて 住民の口に入るまで注ぎ方・飲み方に関与するサントリーの生き残り方、自社の技術を再認識して適用先を幅広く考えた富士フィルムの生き残り方を理解する。	1.5
		演習2	演習1で把握した現状のサプライチェーンを見ながら、「②自社のSCM課題の抽出と方向性設定」	1.0
		発表 & 講評	演習1～2のアウトプットを部門長に向けて発表する。 参加者ごとに少しずつ発表 → 講師の講評	1.0
			合計時間	6.0

カリキュラム作成のポイント
事業においてSCMが適切に機能しているかどうか、収益・利益の大小に影響します。しかも事業特性によって、SCMの構築ポイントは異なります。BtoCビジネス／BtoBビジネスに分けて、それぞれのポイントの違いを把握し、かつその将来の動向を理解するのが本講座です。自社の事業特性を再認識して、今後のあるべき姿の方向性を構想するような演習を通じて、その理解度向上を図ります。

講師から一言
SCMの最適化は事業の収支に大きく影響します。BtoCとBtoBに分けて、顧客視点でSCM好事例をご紹介した上で、演習でSCMのポイントを習得できるコースです！