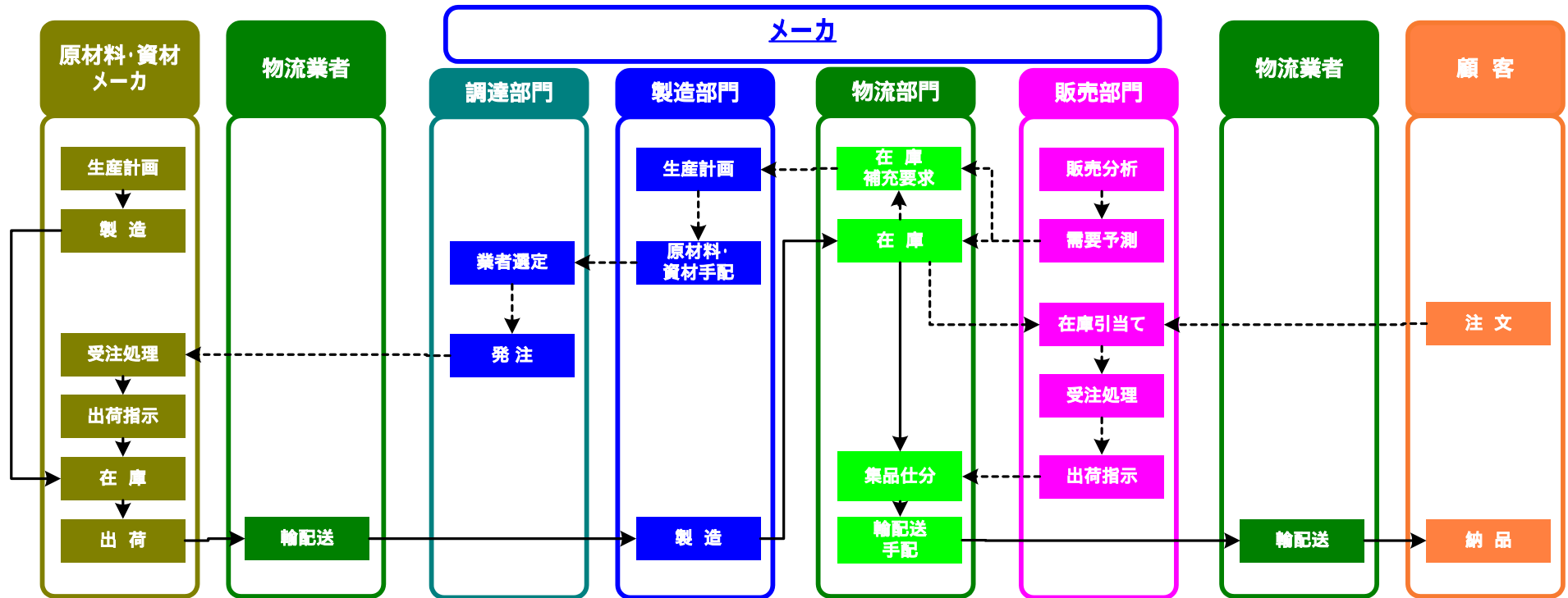


# SC全体最適



## SC間協調

SC上のパートナーが協力して原材料資材の供給・製造・物流・販売の各能力を向上させてSC全体のスループットを上げる  
SC間で必要とされる情報をタイムリーに供給することで上記を支援する。

メーカーから需要予測や生産計画データをもとって自社生産計画などに反映

原材料資材メーカー、製品メーカーからの需要予測や生産計画データにもとづき配車計画、備車計画などに反映

原材料・資材・部品は製造直前に納品されるよう供給手配  
原材料・資材・部品の購入にあたり納期を満たしつつ、もっとも経済的なベンダーから順に選択

ボトネック工程を最大限稼働させる。  
最適製品ミックス  
製造計画・製造スケジュールに当たり、製造の平準化を考慮。  
(残業休日祭日出勤はできるだけ減らす、・・・)  
納入日に間に合うギリギリの日程まで製造しない(製造効率よりもこちらを優先)。  
できるだけ仕掛品は造らない(製造効率を優先させない、製造配分、製造計画を最適化する)。  
生産計画のサイクルタイムを短くする(在庫補充リードタイムが短縮し在庫水準は低くなる)。

在庫ミナ  
在庫拠点の統廃合・再配置  
在庫補充方式確立  
CRP・VMIなど含む  
- 定期補充方式  
- 発注点管理方式  
在庫から出荷分だけすぐ補充  
不動在庫早期発見  
死に筋商品早期発見  
欠品ミナ  
需要予測の精度・予測頻度を向上、可能な限り需要変動を吸収  
在庫管理を適正化、需要変動を在庫で吸収  
製造予定・車上在庫・入庫予定も在庫引当  
生産計画のサイクルを短縮(欠品確率低下)  
市場毎の需要に応じて在庫計画・在庫配分  
在庫計画と製造計画の整合性を維持する。

顧客サービス最大  
納期回答の迅速化と精度向上。  
平均納期・納期達成率・欠品率・その他顧客へのサービスパフォーマンスを常時監視し、問題が生じた場合対応の迅速化を図る。  
顧客への納入割当て上で顧客重要度を加味する。

商品管理  
商品のライフサイクル管理を強化徹底して販売を適正化  
商品カゴリー管理を強化して販売を適正化

輸配送コストミナ  
物流拠点再配置  
できるだけ荷を集約、トラックの積載効率を向上  
最も経済的なトラックサイズを選択  
輸配送の時間もしくは距離の小さい経路を選択  
経路車両サイズ・必要台数に応じて最も経済的な輸配送業者を選択

マージン率・原価率考慮  
顧客の注文に対する納入割当てに当たり顧客ごとのマージン率を考慮

