

# SCMにおける流通プロセス研修

～流通業務の全体像を俯瞰できる人材を目指す～

のご案内

ワクコンサルティング株式会社

<https://waku-con.com/>

# SCMにおける流通プロセス研修 ～流通業務の全体像を俯瞰できる人材を目指す～



プロセスDX	SCMにおける流通プロセス研修 ～流通業務の全体像を俯瞰できる人材を目指す～
コース概要	<p>CPGメーカーのDXを企業活動全般のデジタル変革と捉えると、流通プロセスにおける業務レベルの変革も必須です。改めて業務に関する知識・知見を整理、把握し直し、効果あるDXに導くための基礎を固めることができます。</p> <p>①DXをゴールとした時、現状はどこにいるのか？ 自社や見えている業務・業界を超えて、流通プロセス全体を捉え直して基礎を固めます。</p> <p>②DXの対象となる業務とは？ 未来（数年後）を踏まえてたどり着くと想像できる姿とは？ そこに至るまでの課題を検討します。</p> <p>③ケーススタディを通じて、DXを推し進めていくための要素、指標、プロセス等を整理します。</p> <p>CPGメーカーの流通プロセスをひとつの業種業態ではなく、全体の視野で企業活動を捉え直し、サプライチェーンでの位置づけ、機能、業務、共創等、DXを推進するための基礎知識を幅広く得られる研修です。</p>
受講対象者	CPGメーカーのSCMに関わる担当者（若手・中堅社員）
受講前提	特になし
研修方法	座学＋グループワーク
期間	3日
研修終了後のスキル習得目標	<p>CPGメーカーの流通プロセスの全体像を俯瞰できる人材育成を目指します。</p> <p>流通プロセスの現場課題から経営課題までに応えて、DX推進する礎を築きます。</p> <p>経験豊富な方も、知見の整理ができ、合議をリードすることで気付きが得られます。</p>

## 研修内容（1日目）

### 1： 流通プロセス全体の概要再把握

コロナ、ウクライナ侵攻と外部環境は予測を超えた変化を続けています。これらに加え、地球環境への対応やサプライチェーンの最適化等、DXに限らず、流通プロセスに変革を求める大きな流れがあります。これらに対応するため、外部・内部環境・組織・利益構造・提供価値・ビジネスモデル・組織構造・重要業務等、流通プロセス全体の概要を把握し直します。

### 2： 流通プロセス全体を支える機能整理

物流やネットワーク等、流通プロセス全体を支える代表的機能を整理し、各機能の中身を把握するとともに、各企業と各機能の関係性、情報共有、業務連携を明確にします。これら機能の位置づけによってビジネスモデルが変化しますので、いくつかの業種業態をモデルレベルで把握する演習を実施します。

### 3： 小売業務の業務実態と課題整理

DXを含む改善・改革の対象となる範囲は企業活動全体ですが、眼に見えていてわかりやすいのは、業務レベルでしょう。各企業の実態が現れるのも現場の業務です。管理すべき項目を明確にするためにも、改めて業務を把握しましょう。小売業務プロセス・業務特徴・代表的課題を業態横断で整理します。最大要素は、店舗運営・MD・CRM。開店・閉店、業態開発、EC連携等のポイントも含まれます。

演習などで、代表的業態の重要となる課題を抽出し、実態をより明確にします。

### 4： 小売業務のDXの現状と未来

この章はDX（デジタルによる変革）にフォーカスします。DXが、事業変革・ビジネスモデル変革に導く時、それらの対象となる範囲や対象業務とは何かをあらためて把握します。

主業務要素（店舗運営・MD・CRM）×DX対象で整理した時、DXに結び付くパターンを要素ごとに把握します。

これらを推進していく時、重要課題として何が浮かび上がるのか？ これらを演習を通じて明確にしていきます。

実際に、事業変革・ビジネスモデル変革ができたと仮定した時、その影響がどの範囲に及ぶのか？ 調整・変更する内容とは何か？ を概要で把握します。

### 研修内容（2日目）

#### 5：卸売業務の業務実態と課題整理

卸売業務の業務プロセス・業務特徴・代表的課題を業態横断で整理します。最大要素は、取引獲得と維持・受発注を含む物流管理・MD。リテールサポート・需要予測・返品等のB to Bならではのポイントも含まれます。

演習などで、代表的業種の重要となる課題を抽出し、実態をより明確にします。

#### 6：卸売業務のDXの現状と未来

この章はDX（デジタルによる変革）にフォーカスします。DXが、事業変革・ビジネスモデル変革に導く時、それらの対象となる範囲や対象業務とは何かをあらためて把握します。

主業務要素（取引獲得と維持・受発注を含む物流管理・MD）×DX対象で整理した時、DXに結び付くパターンを要素ごとに把握します。これらを推進していく時、重要課題として何が浮かび上がるのか？ これらを演習を通じて明確にしていきます。

実際に、事業変革・ビジネスモデル変革ができたと仮定した時、その影響がどの範囲に及ぶのか？ 代表的業種別に特徴を把握します。

#### 7：サプライチェーンの現状と課題整理

ここまでは、小売業務・卸売業務を主体とする視点でしたが、この章と次章は、川上（メーカー）から川下（消費者）までを範囲とします。

各業間の業務連携を、商・物・金・その他情報流に分けて現状分析し、ムリ・ムラ・ムダを中心に課題を整理します。

サプライチェーン全体に影響する課題とは？ 各業界が重要視する課題とは？ 代表的業界を例に演習を通じて実態を明確にします。

#### 8：サプライチェーンDXの現状と未来

この章はDX（デジタルによる変革）にフォーカスします。DXが、サプライチェーン変革に導く時、それらの対象となる範囲や対象業務とは何かをあらためて把握します。

各業間の業務連携、共有要素、共同要素等、DXプラットフォームと呼べる仕組みを見据えた時に浮かび上がる課題を整理します。

現状と比較するため、商・物・金・その他情報流に分けて、DXに結び付くパターンを要素ごとに把握します。これらを推進していく時、重要課題として何が浮かび上がるのか？ これらを演習を通じて明確にしていきます。

## 研修内容（3日目）

### 9：DX推進要素の整理

DXを進めていくための基本的要素を、業務変革に絡めて整理します。主たる要素は、意識共有、戦略統一、データ化、データ活用、強力なCDXO、人事制度改革、教育変革、ユーザーとベンダーの共創等、広範囲に及びます。

ケーススタディで使う基本項目について、定義、評価軸を設定し、事前に理解を深めます。

### 10：基準になるDXゴール指標の例とは

経産省発行の「DX推進指標」は、DX推進の標準的指針になるものです。これらを参考に「流通プロセスバージョン・小売業務編」、「流通プロセスバージョン・卸売業務編」を示しますので、指標の内容や使い方を通じて、自社を含めた企業を外部視点も含めて把握、評価する手法を検討します。

このモデルは成熟度診断型になっているので、現状と目標を設定するスタイルです。次章のケーススタディで、実際に使用します。

### 11：ケーススタディ：対象企業の実態分析評価と推進プロセス構築

業種業態別に設定された企業、もしくは実在企業を対象として、「DX推進要素×業務」と、「DX推進指標・流通プロセスバージョン」を活用し、DX推進の実態を分析、評価します。

上記をもとに、直近1～3年で何に取り組むべきかの推進プロセス概略を構築します。

#### 小売業務編：業態を選んで or 実在企業で

代表的な仮想業態（GMS・スーパー・コンビニ・ドラッグ・専門店各種）、もしくは実在企業を対象に分析・評価・プロセス構築を実施します。

#### 卸売業務編：業種を選んで or 実在企業で

代表的な仮想業種（食料品・日用品・医薬品・専門卸各種）、もしくは実在企業を対象に、分析・評価・プロセス構築を実施します。





## 天川龍介（あまかわ りゅうすけ）

ワクコンサルティング（株）シニアディレクターコンサルタント

音響技術専門学院・音響設計科卒業。

その後は株式会社プロサウンドで家電小売に従事、株式会社彩季で眼鏡小売：店頭販売、営業企画部主査、葛西店店長、P O S 導入プロジェクトリーダーを務める。1995年に独立し合資会社グラスィスを設立。

I Tコーディネータ、上級システムアドミニストレータ

I Tコーディネータ協会認定 I T Cフォローアップ研修 流通業業務研修講師

### コンサルティング分野

情報化企画・I T 導入支援、流通業向け情報化企画・I T 導入支援、顧客管理／販売管理システム導入・運用支援、マーケティング／C R Mシステム企画構築、マーケティング指導、マーケティングへのI T活用、M D／S P連動企画指導、店舗運営指導

### コンサルティング実績

- ・全国600店舗／小売協同組合の販促企画指導
- ・顧客管理／販売管理システムリプレイス
- ・商店街ポイントカードシステムリプレイス

著書「伸びる経営・活かすI T」連載中／1998～ （興隆出版社）

End Of File