

特集にあたって

土屋 哲雄 (三井物産株)

Supply-Chain Council (SCC) は SCM の啓蒙・普及に主導的な役割を果たしているオープンでニュートラルな立場の、アメリカに本部を置く非営利団体である。現在メンバーは 450 社で、フォーチュン 500 企業を中心に自動車、コンピュータ・電子部品から日用品業界までの主要産業を網羅し、幅の広い活動を行なっている。

'80 年代から '90 年代前半にかけてのアメリカに於いて企業間 SCM の実行が必要とされた時、どの企業も直面した問題は、企業間で通用する共通の業務プロセス定義、用語定義が無いことであった。SCC は、いわば企業間 (部門間) SCM 構築のための問題を解決するために約 70 社のボランティア活動から始まり、作られた組織である。SCC の推唱する Supply Chain Operation Reference Model (SCOR) は、その結果として生まれた SCM 分析、構築ツールである。プロセスの定義、用語の定義を統一し、部品メーカー・製品メーカー・流通業者などの間で SCM を構築しやすくするものである。

SCC 日本支部は本年 1 月から活動を開始した。メンバーは SCM を使うプラクティショナー、ベンダー、コンサルタント、大学・研究機関からなり、参加社数は 50 社を越えている。日本支部は SCM の推進と SCC が推唱するビジネスモデル SCOR の日本での実証展開、ベンチマーキングの実施を本年の主活動としている。年内にはアクティブなメンバーは 100 社を越すと考えている。

日本支部では米国 SCC と協業体制を取りつつ、支部のコアメンバーが中心になり研究段階の完了した SCOR の実証展開を行うほか、SCOR の日本人インストラクターを養成する計画である。SCC のもう一つのミッションであるベンチマーキングについては、コンソーシアムを組んで SCC/PMG のベンチマーキングに参加する。これらの成果は支部メンバーにフィードバックしていく。

SCC 日本支部は欧米からの情報収集を受身的に行

なうだけではなく、幅広く海外の企業と交流した上、日本型 SCM の海外への発信もテーマにしている。日本企業に定着している Just In Time (JIT) や新鮮さを売り物にしたコンビニエンス・ストアの流通システムなど世界に誇るべき効率化手法は多い。但し、SCM の共通手順や思想に乗らない点や SCC の様にオープンに参加できる場が少なかったこともあり、これらは残念ながら SCM の世界の表舞台に登場していない。

SCC は定期的に Exposition と Conference を兼ねた Supply Chain World を開催しており、この場では多くの SCM 導入事例の発表を行っている。来年度の Conference では、是非日本企業による日本型 SCM の先進事例を世界に向けて発信していきたい。

急激な市場化の波とグローバル・スタンダードの浸透により日本企業は経営体制の再構築を余儀なくされている。コアとノンコアのビジネスの切り分けによる得意分野への集中やキャッシュフロー経営時代の到来により、経験主義やバランス型の従来型経営手法の刷新が求められている。

科学的で効率的な経営のための有力な手法が SCM である。経営の中に最適化ツールである OR が取り入れられることは画期的なことである。現在、製造業、流通業、物流業者で経営体制再設計のため SCM の導入がさげばれ、まさに「SCM の時代」の到来と云える。

特に、一定規模の企業の重点経営目標にはほとんど SCM の導入が入っており、実行の環境作りに追われている。SCM の爆発的な普及段階に入った現在、重要なことはいわつたブームに流されず、SCM の本質を理解した上で、企業同士が共通の認識、目標を持つ事である。日本企業の活性化のために SCM は有効な概念、手法であり、定義や実体が不明のまま消えていった SIS のような取り扱いをしてはならない。

最後に貴誌のような権威ある学会誌で SCM 特集を組み、SCC 日本支部のメンバーに論文の発表の機会を与えて頂いた事を感謝したい。