

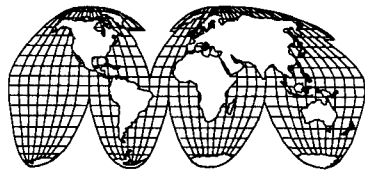
H1

Session

SCM 추진 사례

김양완 부장(한국JMAC)

末岡 毅 ((주) 일본능률협회 컨설팅 CHIEF CONSULTANT)



Supply Chain Management

개념에 대한 개요

목 차



I. SCM Overview

- SCM의 필요성
- SCM의 기본개념

II. SCM 의 핵심업무 프로세스

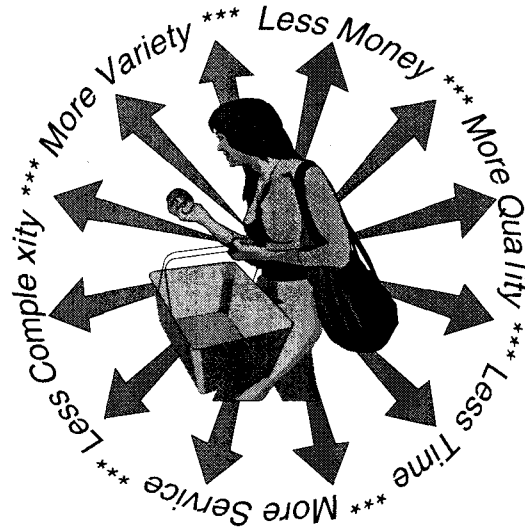
- 신제품 기획도입(NPI)
- 머천다이징
- 프로모션
- 제품공급
 - 수요 및 생산능력관리
 - 자재공급, 생산 및 납품

I . SCM Overview



□ SCM의 필요성

소비재 제품 : 싸고 다양하게 !



3

I . SCM Overview



제조업계와 유통업계 모두 급진적이며 급속한 환경 변화에 직면하고 있어 대응책의 필요성이 대두됨

○ 소비자의 보다 큰 욕구

- 짧아진 신제품 개발과 시장 출시
- 부가가치 제공에 중점
- 글로벌 라이프스타일
- 전반적인 식료품 소비 지출의 정체
- 보다 다양해지며 특화된 소비자 기대

○ 기존 업체간의 냉혹한 경쟁

- Retailer 사이에 글로벌한 관점이 증대함
- 글로벌한 사고와 활동의 현지화에 대한 압력
- 제품과 마케팅 활동의 지역별 어프로치를 통한 낭비제거의 필요성

○ 강력한 신입태의 등장과 새로운 게임 규칙

- 할인점
- Retailer는 싸고 좋다면 지역 불문하고 상품입수
- 약삭빠른 업자(Slick operators)는 짧은 시간내로 많은 나라에 성공적인 브랜드를 확산 시킬 수 있음.

○ 전통적인 관계의 붕괴

- Retailer 힘의 증대에 따라
- 혁신적인 브랜드만 생존하게 됨.
- 유통 브랜드(Own label)는 더이상 저가품만은 아님.
- 큰 유통점은 더욱 커지는 트렌드 (중간 규모의 유통점은 시장에서 사라짐)

새로운 패러다임으로 그간의 정책과 노력에 대해 근본적으로 재검토

4

I . SCM Overview



제조업체

제조업체 환경

- 복잡한 소비자 형태
- 끊임없이 변화하는 판매 경로
- 높은 수익율을 요구하는 도/소매상
- 세계적인 제조업체의 시장개척 경쟁
- 최고의 자재, 포장, 물류 공급업체 확보를 위한 경쟁
- 자본시장의 압박

제조업체 과제

- 신뢰성 있고 유연한 Supply Chain에 기반한 생산, 유통능력으로
- 낮은 비용과 다양한 제품으로 고객 요구의 충족

5

I . SCM Overview



SCM의 기본개념

- SCM의 개념
- SCM을 보는 관점 : Value Chain
 - ㄱ 소비자 중심
 - ㄱ 사업 전략
- SCM의 범위 : 전체 Supply Chain
 - ㄱ 핵심업무 프로세스
 - ㄱ 거래 주체

6

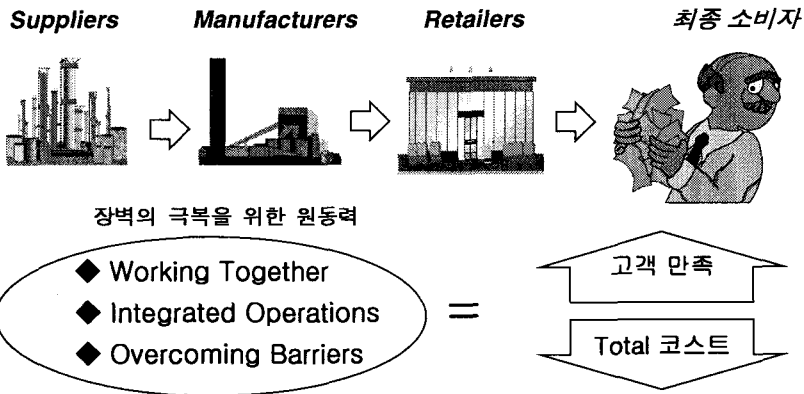
I . SCM Overview



□ SCM의 기본개념

Supply Chain Management이란?

SCM이란 Supply Chain을 이루고 있는 자재 공급업체에서 소매에 이르는 모든 거래 파트너들이 함께 일하며, 통합된 운영 및 장애요인을 극복함으로써 최소의 총비용으로 고객만족을 극대화 하는 것임.



7

I . SCM Overview



SCM을 보는 관점 : Value Chain

Value Chain의 모든 거래 주체는 협력을 통해 서로 성공기회를 높일 수 있다.

- Value Chain: 제품이 소비자에게 가는 동안 발생하는 모든 활동



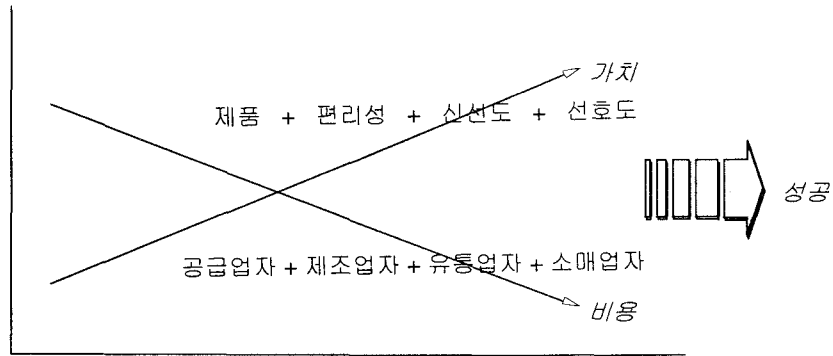
8

I . SCM Overview



소비자 중심의 관점

- 기업의 존재가치는 소비자가 믿을 수 있는 제품을 적정 비용으로 편리하게 구입할 수 있도록 공급하는 데 있다.

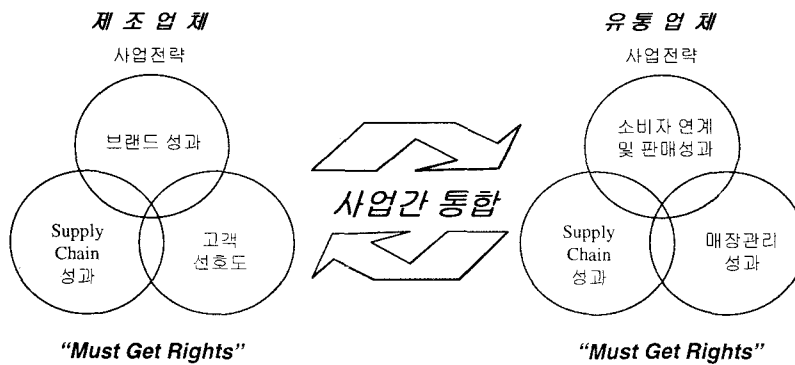


I . SCM Overview



사업전략의 관점

- Supply Chain 내 거래기업간의 사업영역별 전략일치로 효과적이고 효율적인 기업운영 추구

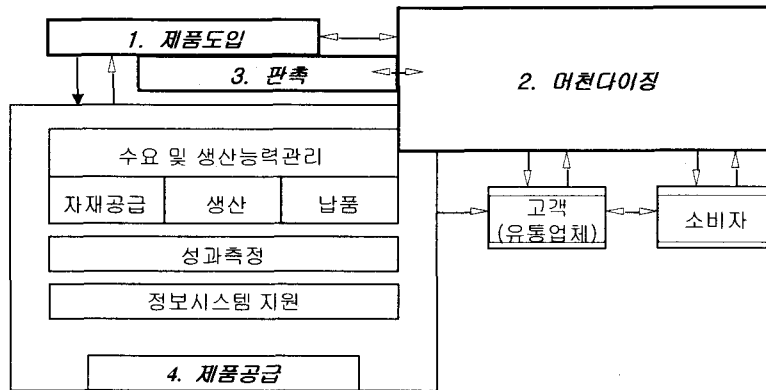


I . SCM Overview



핵심업무 프로세스

- SCM은 한 기업내 또는 여러 기업간의 다음과 같은 핵심 프로세스에 중점을 둔다.



11

I . SCM Overview



□ 수요 측면

수요 측면에서는 Category Management 개념에 의해 최적화된 제품 전략과 소비자 전략을 제조업체와 유통업체의 협력에 의해 적용함.

수요 측면의 주요 이슈

- ▶ 신제품의 기획과 도입에 많은 비용이 투입되나 실패율이 90% 이상임.
- ▶ 판매부진시 마케팅은 낮은 입정율을, 영업은 낮은 회전율을 이유로 제기 함.
- ▶ 판촉에 많은 비용과 노력이 투입 되는데 비해 효과가 낮거나 파악 이 안됨.
- ▶ 재고는 많아도 잘 팔리는 제품은 결품이 많음.
- ▶ 제품 가지수는 많아도 돈 되는것은 몇 개 되지 않음.
- ▶ 소비자들의 다양한 요구에 대한 대처에 많은 비용이 소비되나, 효과는 크지 않음.

12

I . SCM Overview



□ 공급 측면

공급 측면에서는 정보와 실물 흐름의 동기화(Synchronization)를 통해 낭비 없이 소비자에게 가치를 전달하고자 함.

공급 측면의 주요 이슈

- ☞ 매장에 많은 재고가 있는데도 불구하고 정작 소비자가 찾는 제품은 결품 되어 있음.
- ☞ 수요가 월말 혹은 월초에 집중되는 양상을 보임.
- ☞ 부가가치를 부여하지 않는 발주 및 재고관리에 많은 인력이 투입되나, 효과는 의문스러움.
- ☞ 수요를 예측 해 보지만 잘 맞지 않음.
- ☞ 설비 Capa는 크지만 잦은 트러블로 인해 제대로 활용을 못함.
- ☞ 자재가 안정적으로 입고되지 못함에 따라 생산, 판매에 차질이 발생함.
- ☞ 발주에서 입고까지 많은 시간이 소요됨.
- ☞ 잦은 입고를 이유로 납품업체로 부터 비용부담을 요구 받음.

13

I . SCM Overview



□ 기반 기술

수요 측면과 공급 측면의 개선을 촉진할 수 있도록 정보 기술 기반과 Infra 구축에 의한 성과 관리 체계를 구축함.

기반 기술 측면의 주요 이슈

- ☞ 영업사원들이 판매 활동보다는 수주 처리에 대부분의 시간을 소비함.
- ☞ 우리 제품에 대한 시장의 반응이 어떠한지 매장에서 아무런 정보를 제공해 주지 않음.
- ☞ 제품별 성과에 대해 항상 의견이 엇갈림.
- ☞ 도대체 어떤 제품이 얼마나 수익을 올리고 비용은 얼마나 소비되는지 파악이 잘 안되거나 파악하는데 많은 시간이 소요됨.
- ☞ 부가가치를 부여하지 않는 마감업무에 많은 시간을 소비 하지만, 결과보고가 늦어 적절한 대응책을 취하기가 어려움.
- ☞ 마케팅은 정보를 활용하기 보다는 Data를 가공하는데 대부분의 시간을 소비 함.

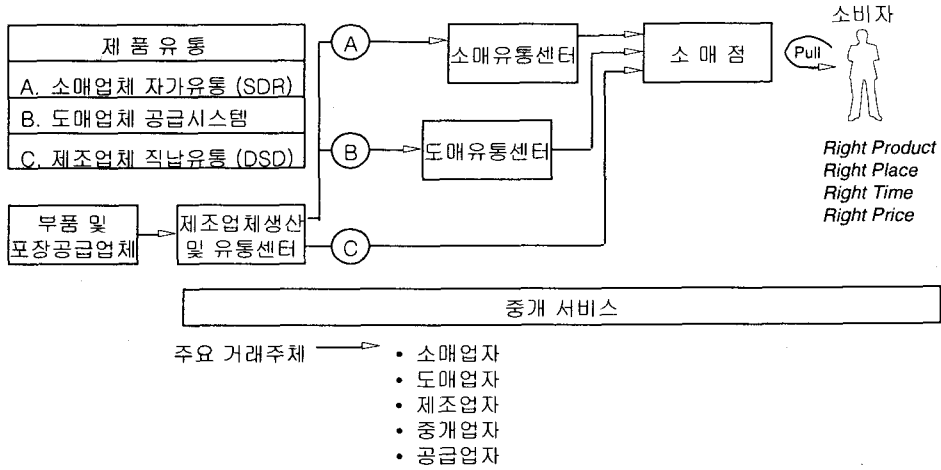
14

I . SCM Overview



거래주체

■ SCM은 주요 제품유통경로와 이 경로상에 있는 각 거래주체들의 역할을 포함한다.



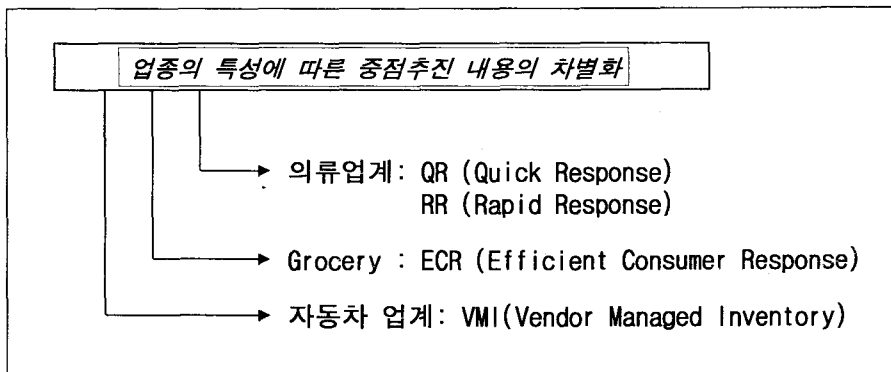
I . SCM Overview



□ SCM의 업종별 적용 사례

SCM은 업종별로 특성에 맞게 적용되어 왔음.

※ SCM(Supply Chain Management)의 업종별 적용

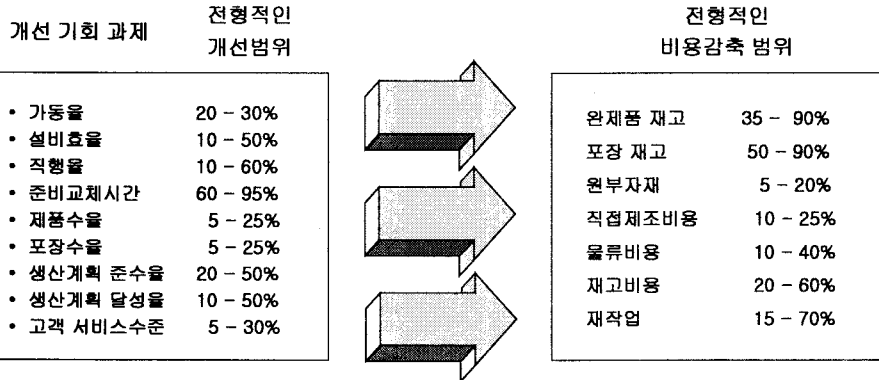


I . SCM Overview



□ Supply Chain의 성과

Supplier로부터 customer까지 개선을 통한 대표적인 수익 향상과 비용감축은 아래와 같음:



17

I . SCM Overview



□ Supply Chain의 성공 요소

- ▶ 가치사슬 전체에 대해 동기화를 이루는 것이 서플라이체인 성공의 요소이다.
- ▶ 가치사슬은 여러 팀들에 의해 관리되는 프로세스들의 집합체이며, 부서단위의 순차적인 활동이 아니다.
- ▶ 커뮤니케이션과 정보의 공유가 절대적으로 필요하다.
- ▶ 짧은 수명을 갖는 많은 량의 데이터에 신속히 접속할 수 있게 해주는 것이 정보시스템의 역할이다.
- ▶ 성과지표는 부분(부서)목표보다는 전체(전사) 목표와 부합되어야 한다.

18



일본의 물류 IT 현황

JMAC
 韓國 JMAC 株式會社
 JMAC International Korea Inc.



IT Tool을 이용해 현실이 보이도록 한다.



잘 보이지 않는 현실
 「수출입 Black Box」
 Data의 정확도 및
 Gap이 있다.

정확한 데이터를
 이해시킨다.

11 「정보가 있으면 할 수 있는 일」을
 할 수가 없다.
 정보가 없기 때문에
 「하지 않아도 되는 일」을 하고 있다.

종래
 양후

낭비 발생

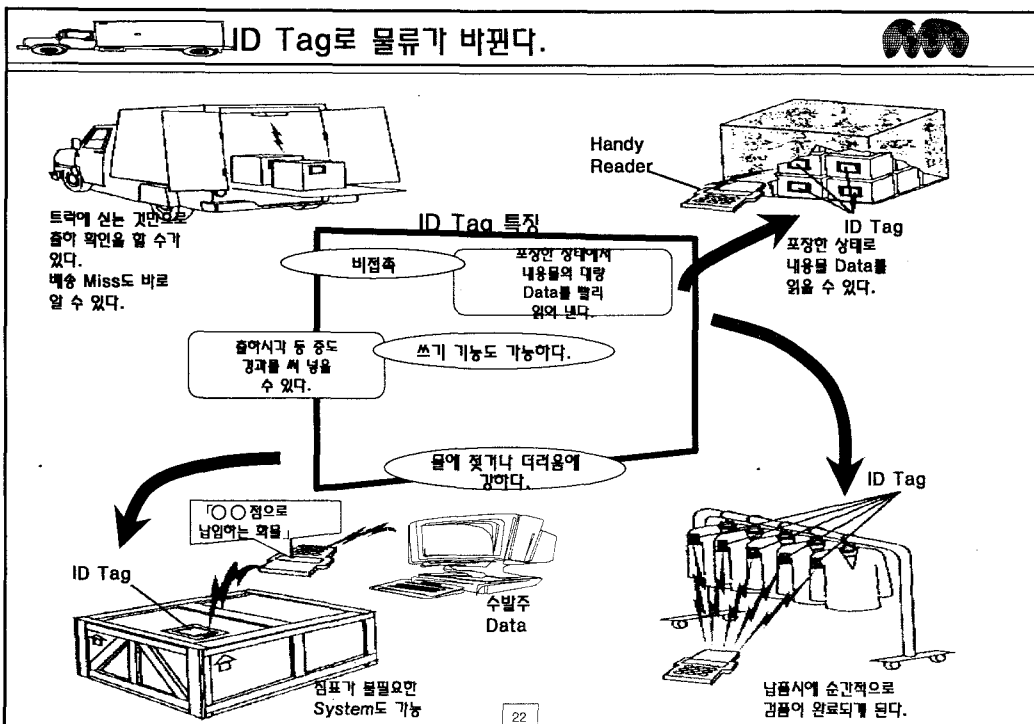
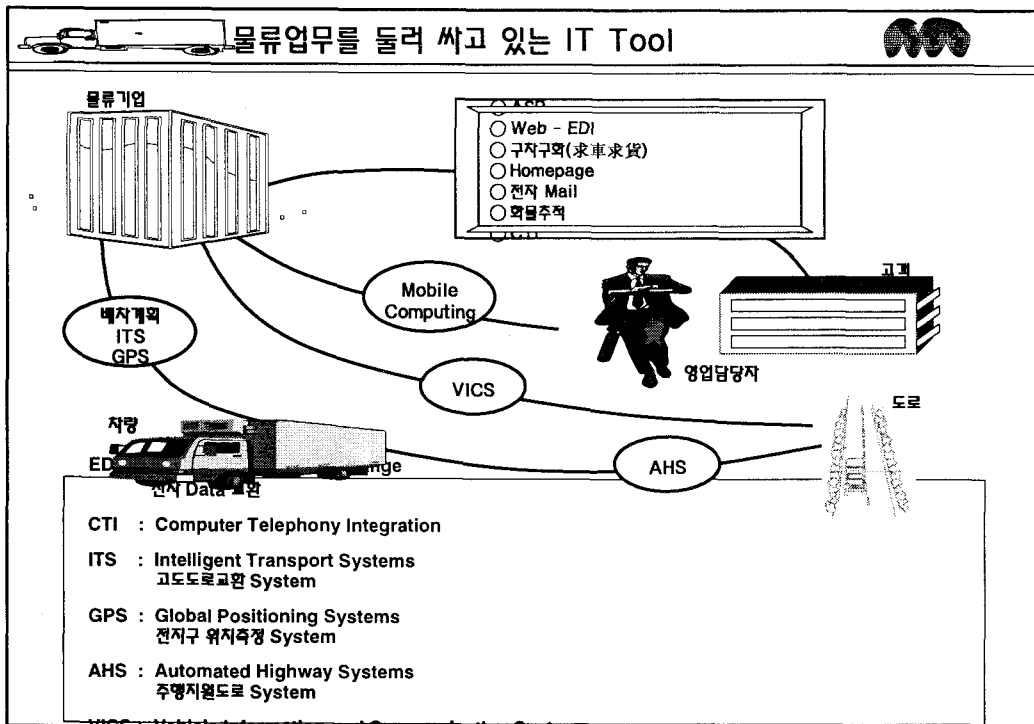
IT Tool을 이용
 Data를 통해 현실
 파악

- Real Time Data 교환에 의해 「현재」 상황을 정확히 파악할 수 있다.
- 효율적인 영업활동, 정확한 고객대응이 가능해진다.

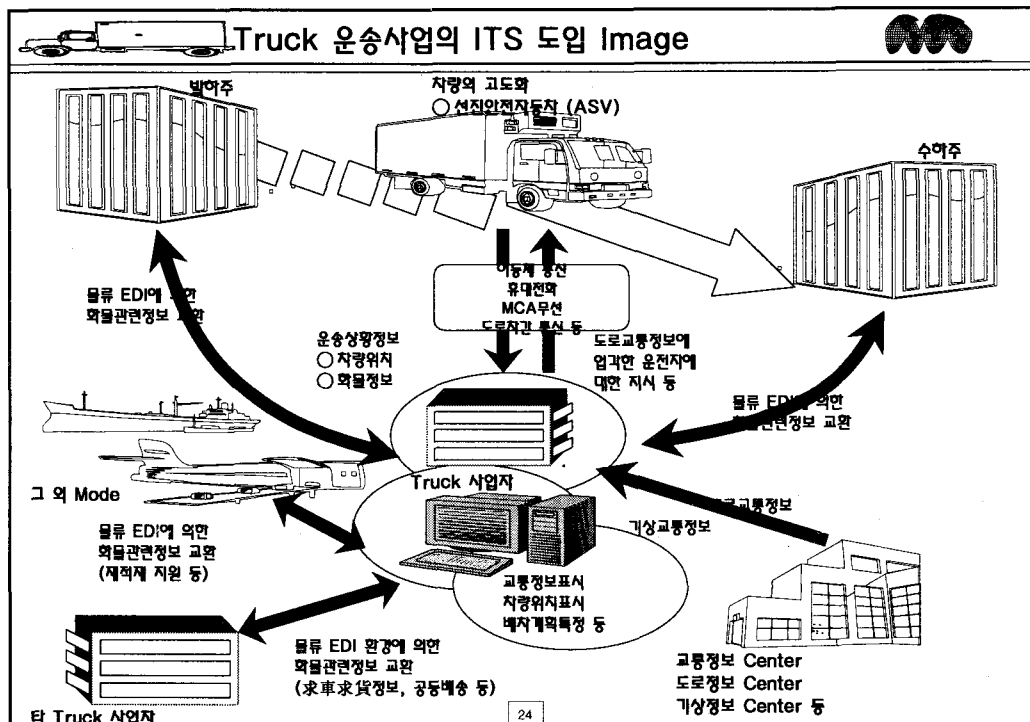
- 주행상태를 Real Time으로 파악할 수 있다.
- 어떤 화물이 어느 트럭에 실려 있는지 어디서든 확인할 수 있다.
- 사고·정체등이 일어나면 즉시 파악할 수 있고, 대책을 취할 수 있다.
- 모든 낭비를 최소화한다.

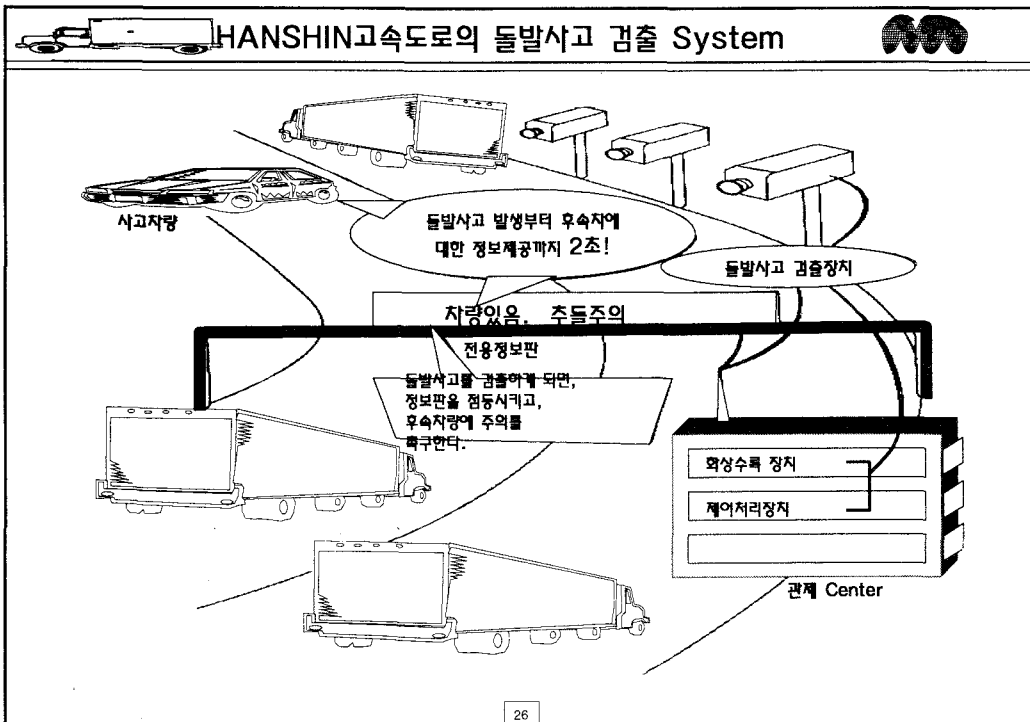
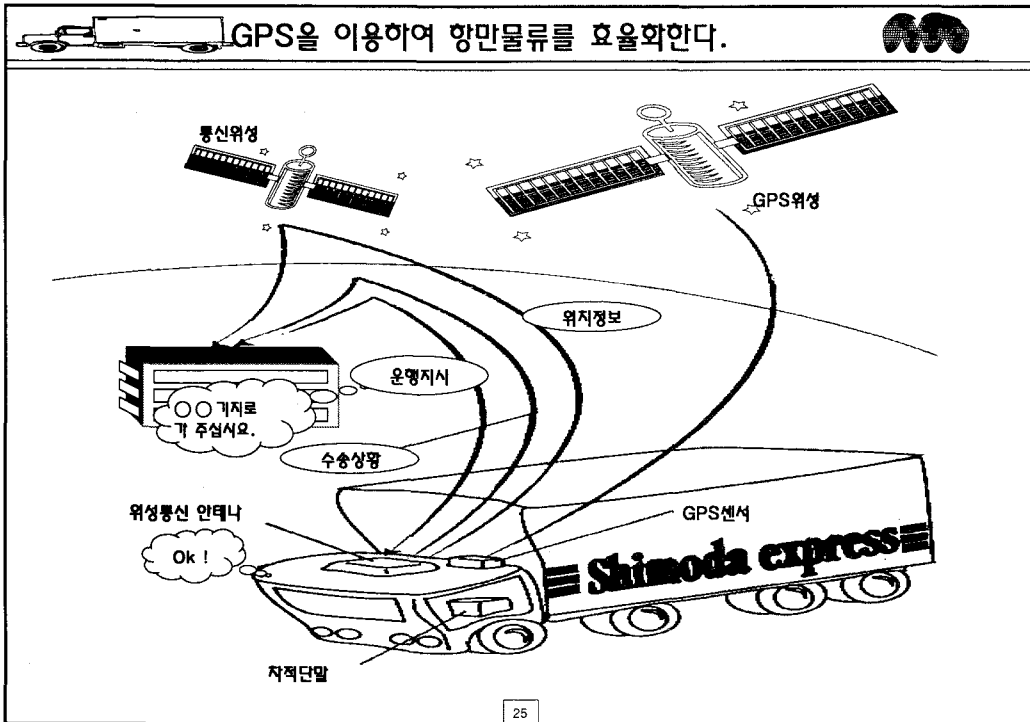
- 예측·파악이 가능한 정체는 회피하고, 적절한 루트선택이 가능하다.
- 도착 예측정도가 높아지고, 수익성이 없는 대기시간을 줄일 수 있다.

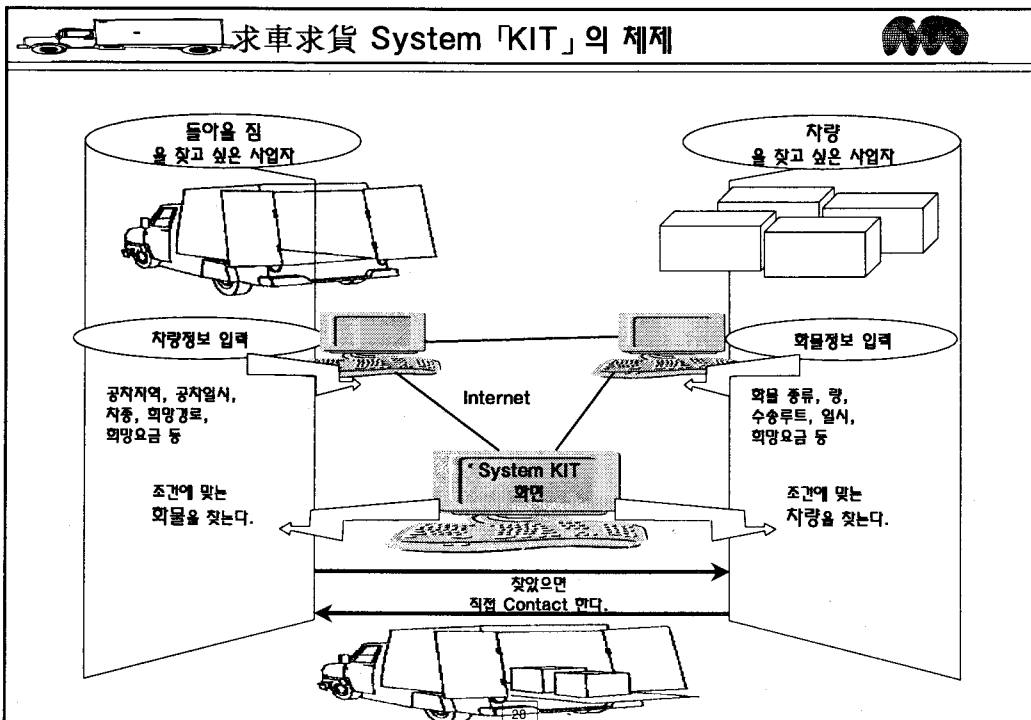
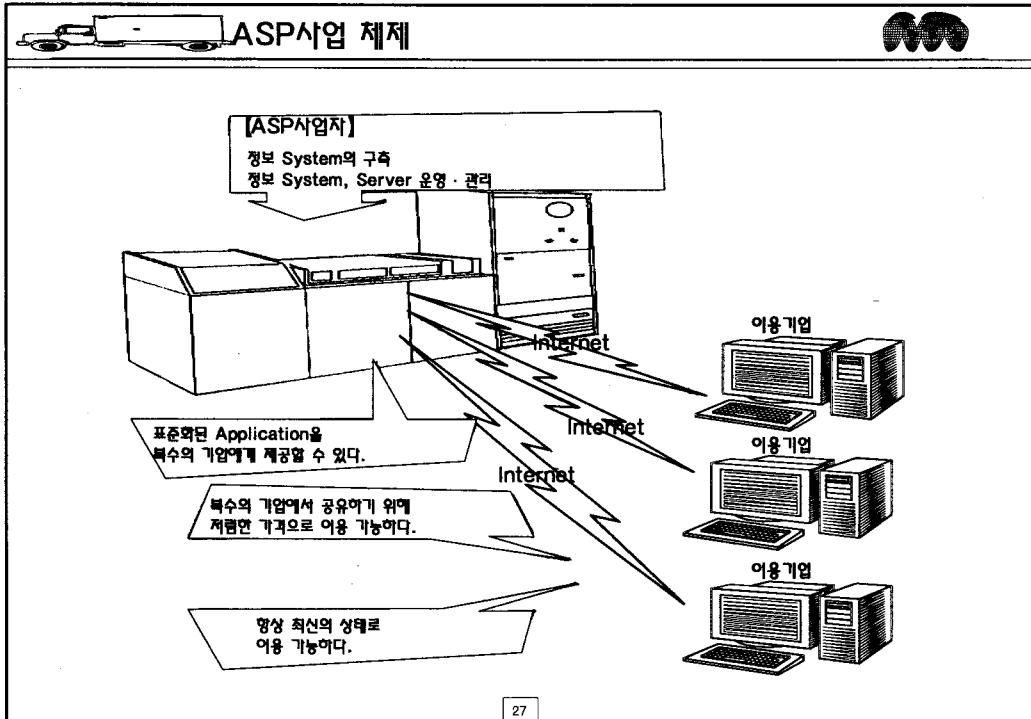


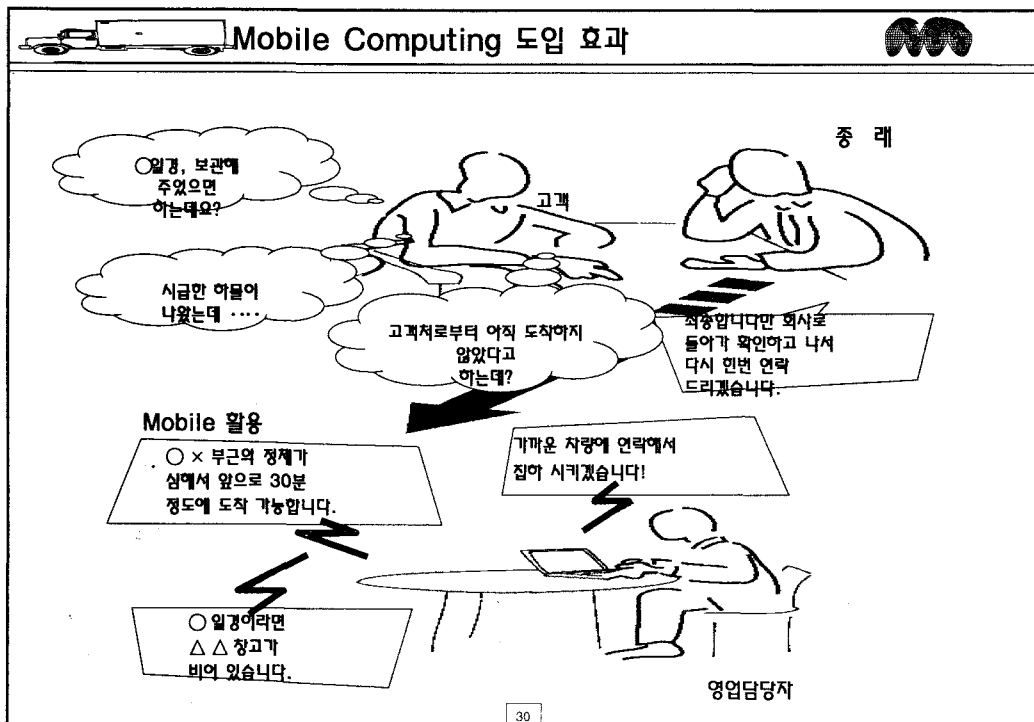
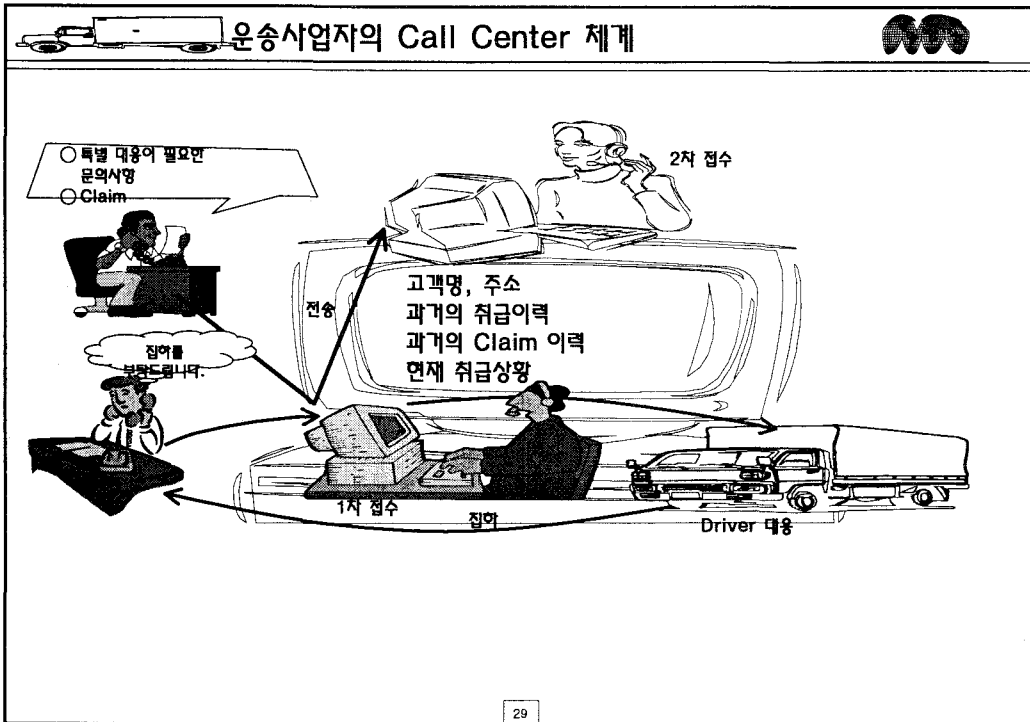


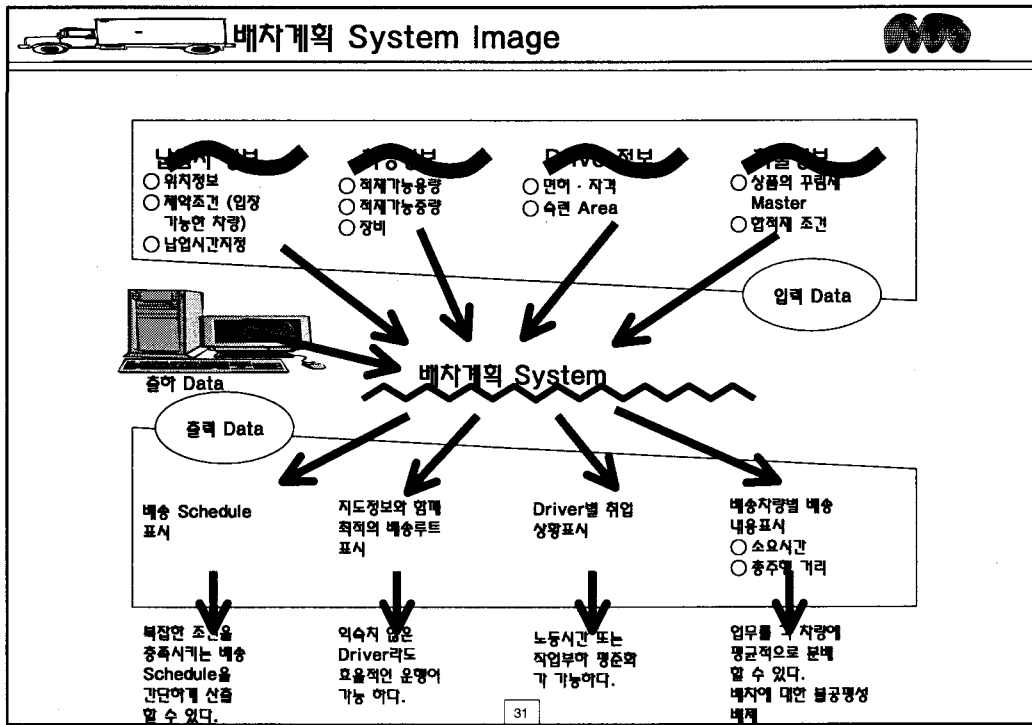
ITS 9가지 개발분야	
Navigation System의 고도화 VICS 등에 의한 Navigation System의 고도화 등	<ul style="list-style-type: none"> • 전주행자량용 • Smooth한 운영을 가능케 한다. • 길을 잃거나 아는 등의 Driver의 스트레스를 감소시켜 준다.
자동요금수수 System 요금소 등에서 Non-Stop역	<ul style="list-style-type: none"> • 전주행자량용 • 정체를 해소한다.
안전운전 지원 AHS 등에 의한 위험경고·자동운전	<ul style="list-style-type: none"> • 전주행자량용 • 교통사고 발생을 방지한다.
교통관리 최적화 경로유도, 신호제어 등	<ul style="list-style-type: none"> • 사람·차량의 집적을 관리한다. • Event 외장주변 등에서의 이용을 고려할 수 있다.
도로관리 효율 특수차량관리, 통행규제상황 제공 등	<ul style="list-style-type: none"> • 원활한 정보제공으로 도로관리를 효율화한다.
공공교통 지원 공공교통의 운영상황 제공 등	<ul style="list-style-type: none"> • 공공교통운영을 Smooth하게 하고, 공공교통이용을 촉진한다.
상용차의 효율화 상용차의 운영관리지원, 연속자동운전	<ul style="list-style-type: none"> • 상용차용 • 회사 Infra로서의 물류를 효율화한다. • 자선 확보, Driver의 부담경감 등을 생각할 수 있다.
보행자 등에 대한 지원 보행자 경로·시설안내	<ul style="list-style-type: none"> • 보행자용 • 보행자의 안전하고 Smooth한 이동을 지원한다. • 교통안전을 확보하기 위한 시책
기급차량의 통행지원 긴급시 자동통행, 제재·사고발생시의 상황 전달 등	<ul style="list-style-type: none"> • 신속한 상황을 파악하고, 통보하는 체계를 조성한다.











물류 Town의 Homepage

물류관계 정보 Portal Site

Top Page

물류광장

32

