

第10回

～ ロジスティクスとSCM（1）～

第8回・9回のコラムでは、SCMをEOQ・TOCといったフィルターを通して覗いてみました。今回は、正面からSCMを考えてみたいと思います。

その前に、今までSCMを明確に定義してきませんでした。これはあまりよろしくないことです。簡単に言ってしまうと、SCMとは「ロジスティクス」を企業間の連携で行うことです。第2回のコラムでは、ロジスティクスについて「単なる物的流通以上のものであって、それをコントロールするしくみや思想までも含む」と述べました。これは、一企業内において、部門間の連携によって物流の全体最適を目指すことを表しています。SCMでは、更に大きな視点からサプライチェーン上にある企業同士が連携を図るのです。要するに、一企業内だけでの全体最適は、より広い視野で眺めれば部分最適に過ぎないので、利害関係の壁を取り払いもっと高いレベルの全体最適を目指そうというわけです。ただし、狭義には同様の考え方をもって、企業内の事業部間の連携を指す場合もあります。

ロジスティクスからSCMに発展した背景にはいくつかの要因がありますが、大きくは、商品の少量・多品種化への対応を産業界がせまられたこと、情報技術が発展したことで対応できるだけの技術がついてきたことの2点があげられます。

まず、少量・多品種化ですが、これは市場のニーズに企業が対応した結果でもあります。メーカーは、かつては少ない品種構成で大ロット生産していたところを、多品種・小ロット生産に移行しなければなりません。この移行により製造技術の抜本的な改善が必要となるほか、商品の短命化によって、在庫を抱えることは売れないまま商品寿命を迎えてしまうリスクをも抱えることになりました。色々なところに色々な状態である在庫を、必要最低限の数量で持たないとある日突然使い物にならなくなったり、タイムリーに消費者に届けないと購入してくれなくなったりするのです。

一方物流サイドでは、トータルの製品量が変わらずとも、管理すべき品目が大幅に増加するケースが出てきました。その様なケースでは、往々にして保管コストが上昇するので、より効率的に管理できる技術（数量管理）が必要になりました。また品目が増加することで、現物の管理レベルも向上が求められました。（在庫の数量管理については、第4～6回のコラムでも触れています）

以上のような経緯から、もはや一企業の中だけで物流を管理していたのでは全く不十分になってしまい、サプライチェーン全体を管理することが求められるようになりました。これがSCMの登場の背景なのです。

つぎに、SCMを可能にした情報技術の発展についてですが、こちらは次回のコラムで取り上げさせていただきます。