

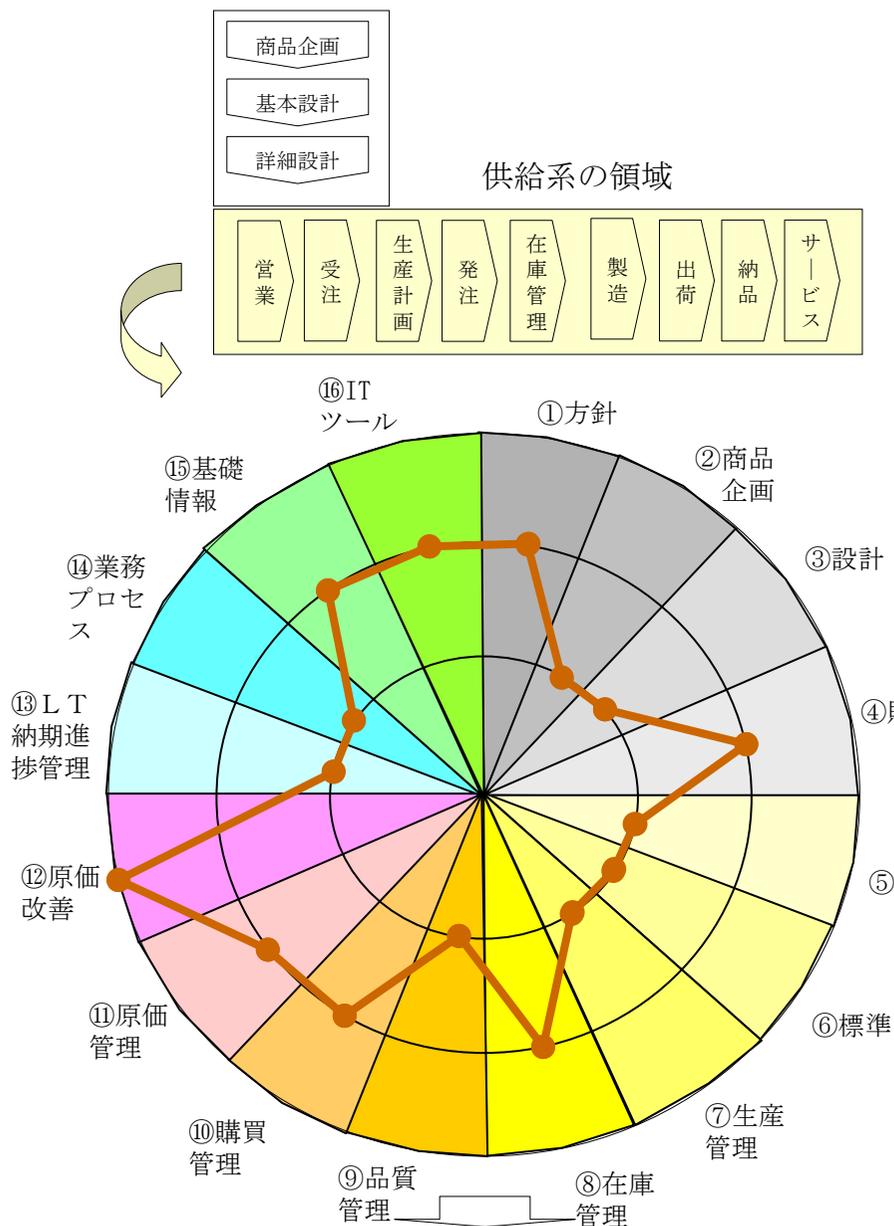
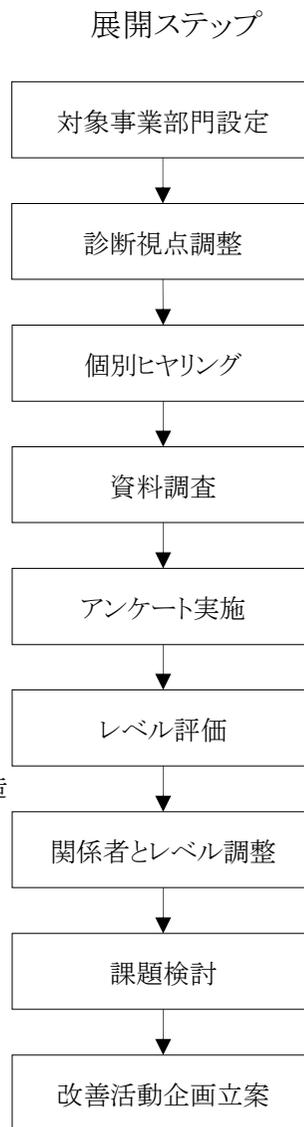
1.3 受注〜出荷までのプロセス診断

供給系の診断は、サプライチェーンマネジメントに代表されるように、カスタマーズカスタマー（最終顧客）の要望を基本に、関連する組織が一体となって受注、購買、生産、供給を連動して迅速にかつ、効率的に流すしくみになっているかを見ていくと良いでしょう。各部門毎に独自に計画したり、まとめ処理を行っている場合は、要望への迅速な対応は出来ません。そのためには、組織のしくみを連携させ、計画を頂点にして全体の組織が一体となつて動かねばなりません。さらに個別受注設計対応をする場合は、営業、設計を組み込んだしくみとしてみていく必要があります。

このように供給系のしくみは、その事業の特性を基本に、本来の目指すべき姿、要件を明確にし、それに沿った診断観点、ヒヤリング等を通してその企業の実態、問題、能力を評価すべきです。

またこの際に、関係者全員のヒヤリングを行うことは難しいので、アンケート等も並行して行い、幅広い調査を行なうと良いでしょう。この際に、業界で行なわれているベンチマーク等も活用すると、自社の定量的な位置付け、強み弱みが把握できるので改革活動に有効です。例、SCMのSCOR

この際に企業方針に沿って、各組織のバランスをみるように、リーダーチャートで表現すると分かり易いでしょう。



課題例：商品力・製造力の現場の力は強いが、生販在の管理力が弱く、コストアップになっており、収益性が悪い。もっとITを有効活用して管理力強化を図るべきである。