




『Action 』シリーズ
インターネットマーチャンダイジング支援システム

Action MDご紹介資料

株式会社富士通岡山システムエンジニアリング



目 次

1 . 小売業のかかえる悩み	2
2 . 『Action MD』について	3
3 . 『Action MD』の特徴	
(その1) 意志決定のためのアクション指示機能	4
(その2) Web環境を利用した効率経営	6
(その3) 効果的な単品分析機能	8
(その4) 綿密な予実進捗把握	11
(その5) 多様な発注・仕入方式	13
4 . 『Action MD』のシステム体系	15
5 . 『Action MD』の機能	16
6 . 『Action シリーズ』について	17
7 . 『Action MD』のシステム体系	18

1. 小売業のかかえる悩み

現 状

売上粗利の伸び悩み(競合の激化)

- 様々な業態の参入(ディスカウントストア、パワーセンター、アウトレットストア等)
- 新たな脅威(海外小売業の参入、製造小売りの参入、インターネットショップの拡大)
- 人口減少の一途をたどる中で、今後さらなる競合の激化が予測される。

不良在庫の拡大(大量仕入の弊害)

- 商品原価を抑えるために大量仕入を行うもロスが多い。(無駄な維持費用の増加)
- 店頭商品の動きが鈍くなり、消費者にとって魅力ある店に感じない。(来店意欲の減少)

目 的

商品回転率の向上 = 交差比率の向上 = 利益の向上

そのためには…

迅速な意思決定可能なしくみ作りが必要

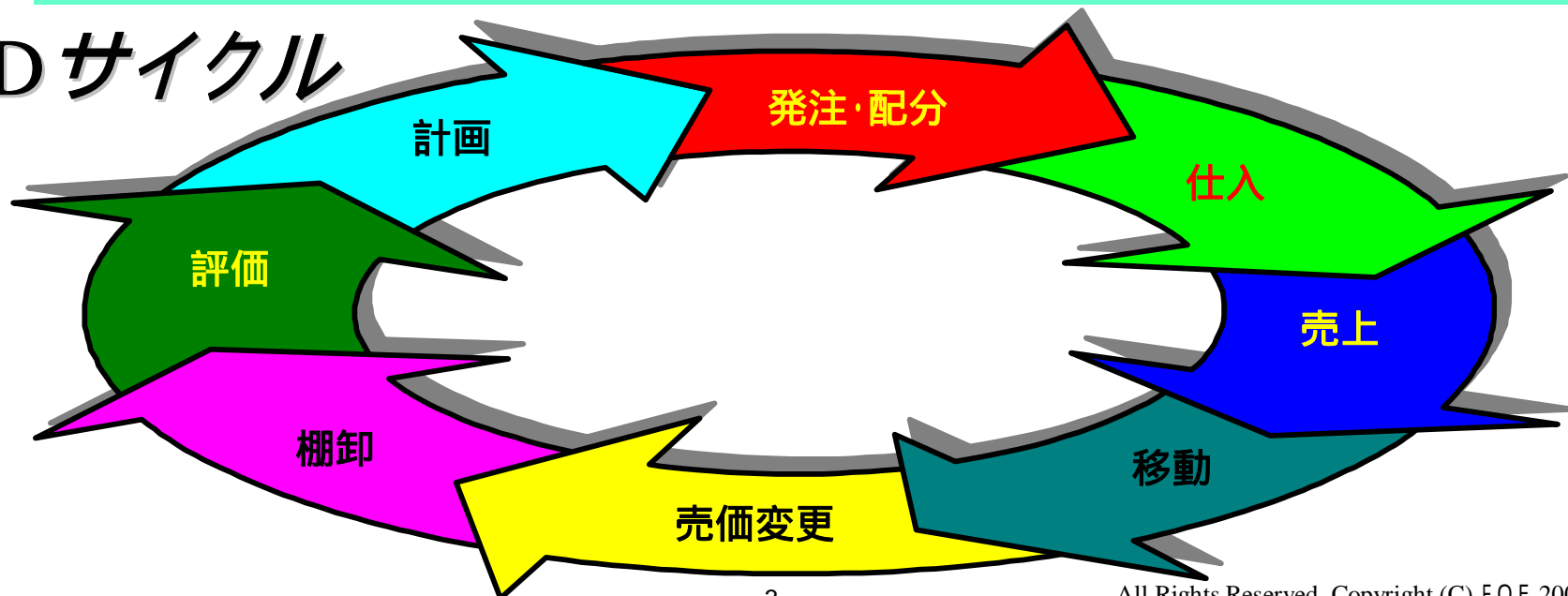
2.Action MDについて

Action MDは、マーチャダイジングサイクルにおける業務をトータルサポートするパッケージです。

特徴

- ・意思決定を強力にバックアップし、『アクション』指示が連動します。
- ・マーチャダイジングサイクルをオープンな環境(Web環境)で効率経営をサポートします。
- ・売れ筋商品の品切れ防止、死に筋商品の早期見切りを目的とした、効果的な単品分析機能を搭載しています。
- ・早期に問題点を把握するため、週レベルでの綿密な予実進捗を把握を行うことができます。
- ・多様な発注 / 仕入方式が用意されており、運用の成熟度に合わせて適用することができます。
- ・電子帳票、EXCELを使用し、ペーパーレス運用を基本とします。(画面表示後の印刷は可能)
- ・POS連携・HHTシステムなどを含む総合的なシステムです。
- ・低価格で構築が可能なシステムです。

MD サイクル



3.Action MDの特徴

(その1) 意志決定のためのアクション指示機能

● 単品アクション(売れ筋商品の品切防止し死に筋商品を排除する)

事前にアラーム値を設定

アラーム情報自動表示

シーズンSS 分類XXX

投入後日数 (日)	消化率(%)	
	売れ筋	死に筋
10	20	3
20	30	5
30	50	10
40	60	20
50	70	20
60	80	30
70	80	30
80	90	40
90	100	40

評価	商品	投入後日数(日)	消化率	現在庫	累計仕入	売上推移					
						累計	-1	-2	-3	-4	-5
	商品a	10	10	180	200	20	10	10			
	商品b	50	80	20	100	80	10	5	5	5	10
	商品c	70	50	50	100	50	5	10	8	5	2
x	商品d	30	5	285	300	15	3	5	2	2	3
	商品e	30	20	80	100	20	5	5	5	2	3
	商品f	20	40	300	500	200	70	70	60		
	商品g	40	40	60	100	40	10	5	10	10	5
	商品h	30	40	120	200	80	10	10	10	8	2
	商品i	80	60	40	100	60	5	5	5	5	5

Action指示

商品消化推移の見込みを事前に登録しておく。

x(死に筋) ~ 発注抑制、売価変更、店間移動
 (売れ筋) ~ 発注量調整、店間のバラツキを調査

● 予実進捗アクション(週単位で進捗を監視し、迅速なアクションを行う)
 事前にアラーム値を設定

アラーム情報自動表示

2003年度 第 週迄

ランク	進捗率	
	売上	在庫
	100%以上	100%以下
x	80%以下	120%以上

分類名	区分	予算	実績	昨年	進捗率	評価	前年比	着地予測
分類A	売上	1000	1200	1000	120		120	1400
	在庫	400	600	600	150	x	100	700
分類B	売上	1000	800	800	80	x	100	1000
	在庫	400	600	600	150	x	100	800
分類C	売上	1000	1500	1000	150		150	1800
	在庫	400	360	400	90		90	350



全体の正しい評価をするために、売上と在庫の目標を事前に設定しておく。



売上 在庫 ~ 在庫を減らしながら売上を伸ばしている。
 会社に最も貢献するため、品切れが出ないように監視する。

売上 在庫x ~ 売上も伸びているが在庫も増加している。
 死に筋商品を把握し在庫削減に努める。

売上x 在庫 ~ 売上も伸びていないが在庫も削減されている。
 売れ筋商品の品切れがないか調査する。

売上x 在庫x ~ 売上も伸びず、在庫も増加しており最も会社に貢献しない。
 このまま放置すると多量の不良在庫になるため、思い切った処置をとる。

(その2) Web環境を利用した効率経営

● 情報の共有(情報の水平連携)による全体最適化への取り組み

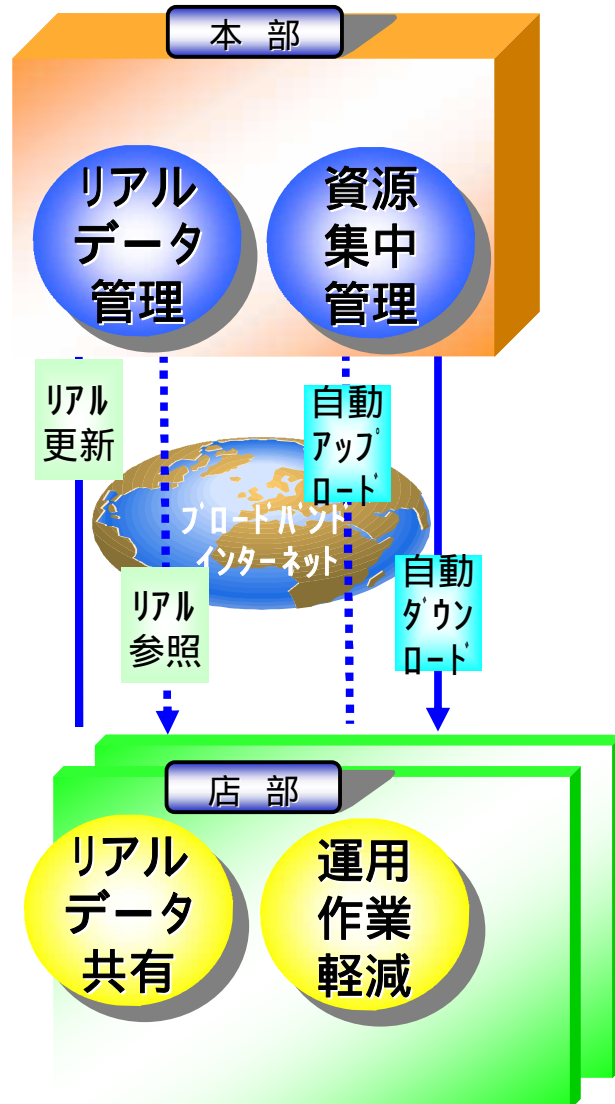
2003年度 第 週迄

		バイヤー	営業部門	管理部門	店舗			
分類名	区分	予算	実績	昨年	進捗率	評価	前年比	着地予測
分類A	売上	1000	1200	1000	120		120	1400
	在庫	400	600	600	150	x	100	700
分類B	売上	1000	800	800	80	x	100	1000
	在庫	400	600	600	150	x	100	800
分類C	売上	1000	1500	1000	150		150	1800
	在庫	400	360	400	90		90	350

複数の部署共同で問題点を見つける場合は、お互い同じ情報を見ながら会話することが重要。
社外(取引先)との情報共有システムは将来検討。



WebPOS『ESAT/sj』との連携で更なる効率UPを実現



迅速な売上情報の把握

本部側で各店舗の**売上状況をリアルで把握/分析**することが可能。
迅速な経営判断とアクションをとることができます。
(店頭を起点としたPOS分析により、消費者ニーズを的確にキャッチできます。)

情報活用の高度化

情報の共有化により**本部・店舗との意志ギャップを防止**します。
実績情報の迅速な提供が可能。

システム導入の効率化

面倒な情報設定は**本部側で事前設定**可能。
POS・MDのアプリケーションやオフライン運用の各マスターデータも**自動ダウンロード**。
店舗側での導入作業が大幅に削減でき、スムーズな本稼動がむかえられます

店舗監視によるトラブル/不正防止

本部側で各店舗の**運用状況**(開店/閉店等)や**POS毎の処理状況の確認**ができます。
全店舗の電子ジャーナルもリアルで確認できるため、取引単位で細かなチェックも可能です。
トラブルの事前防止や、アルバイト等の不正抑止/確認が可能になります。



(その3) 効果的な単品分析機能

単品分析はいかに早く異常値を発見するかが重要。アクション指示

商品動向分析

商品としての売れ筋・死に筋を把握する

～ 今後いつどうするか意志決定を行う。

- ・在庫日数と販売終了期間から、補充・売変・内部移動のタイミングを決定する。
* 在庫日数は、直近売上推移(5週間)より算出する。
- ・累計消化率値を抽出し、想定外の消化商品を発見する。
- ・動きがない商品を未売上日数(最終投入後または最終売上後)で発見する。

店舗
商品動向分析

店頭での品切を防止する。

～ 今週どうするか意志決定を行う。

- ・在庫日数と週間売上推移および現在庫より補充するか判断する。

移動勧告指示

店頭での品余を防止する。

～ どうさばくのか意思決定を行う。

- ・在庫日数、消化率、直近売上数の上下の店舗成績より、移動候補を絞り込む。

品揃え分析(プライスライン等)は、上記結果のEXCELを加工するか、汎用分析ツール(Symfoware Navigator *別売)を併用してください。

商品動向分析

商品動向分析CSV出力指示

* 分類 ~ 分類1 分類2 分類3 分類4 分類5

* シーズン

* 商品発売開始年月 ~

メーカー ~

ブランド

担当者

自社品番

メーカー品番

商品取扱区分

消化率 % ~ %

在庫日数 日 ~ 日

色集約 する しない

サイズ集約 する しない

担当商品、今動いている商品で絞り込む

異常値で絞り込む

画面

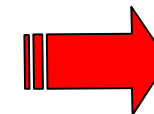
評価	商品	投入後日数(日)	消化率	現在庫	累計仕入	売上推移					
						累計	-1	-2	-3	-4	-5
	商品a	10	10	180	200	20	10	10			
	商品b	50	80	20	100	80	10	5	5	5	10
	商品c	70	50	50	100	50	5	10	8	5	2
x	商品d	30	5	285	300	15	3	5	2	2	3
	商品e	30	20	80	100	20	5	5	5	2	3
	商品f	20	40	300	500	200	70	70	60		
	商品g	40	40	60	100	40	10	5	10	10	5
	商品h	30	40	120	200	80	10	10	10	8	2
	商品i	80	60	40	100	60	5	5	5	5	5

CSV化

累計情報(予測差をみる)

アクション指示(アラーム)が表示される

商品属性		直近情報(勢いをみる)		評価情報(優劣を判定)	
メーカー	累計仕入数	5週間売上数	消化率	在庫日数	2次加工
品番	累計返品数	5週間売上金額	在庫日数	値入率	
商品名(漢字)	累計売上数	5週前売上数	累計売上金額	累計売単価	
色	累計売上金額	4週前売上数	5週前売上率	直近売単価	
サイズ	累計粗利金額	3週前売上数	5週前売上数		
分類1	累計粗利率	2週前売上数	4週前売上数		
分類2	日付情報(動きをみる)	前週売上数	3週前売上数		
分類3	初回仕入日	当週売上数	2週前売上数		
分類4	最終仕入日	現在庫数	前週売上数		
分類5	初回売上日	入荷予定数	当週売上数		
シーズン	最終売上日		2週前売上数		
メーカー品番	未売上日数		前週売上数		
原単価			当週売上数		
売単価			現在庫数		
			入荷予定数		



2次加工

移動勧告

移動勧告 CSV 出力指示

* 分類 ~ 分類1 分類2 分類3 分類4 分類5

* シーズン

* 商品発売開始年月 ~

店舗 ~

メーカー ~

ブランド

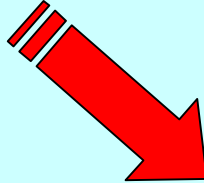
担当者

自社品番

メーカー品番

商品取扱区分

商品動向分析で自然消化
できない情報で抽出する



CSV化

・出力条件は移動先、元が両方該当すること
・出力情報は動向分析項目に準拠

色集約 する しない

サイズ集約 する しない

全サイズ移動
対応

< 移動先 (売筋) 抽出条件 >

消化率 % 以上

在庫日数 日 以下

5 週間売数 以上

< 移動元 (死筋) 抽出条件 >

消化率 % 以下

在庫日数 日 以上

5 週間売数 以下

最低 1 項目は入力

最低 1 項目は入力



移動先条件

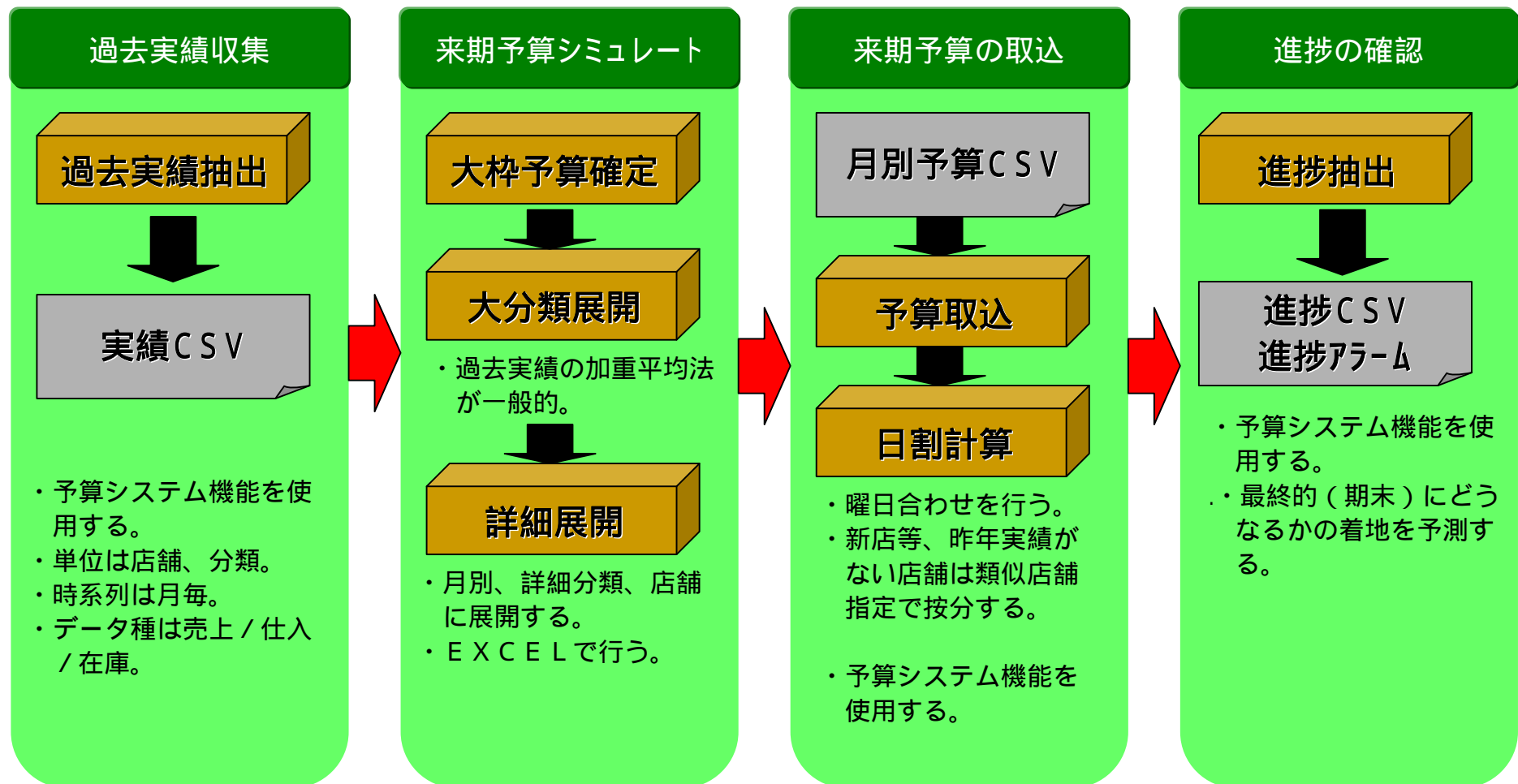


移動元条件

(その4) 綿密な予実進捗の把握

月次ではなく週で進捗をおさえなければ、迅速な意思決定はできない。

今現在どうなのかが瞬時にわかることが重要 アクション指示





予算日割計算指示

* 対象年月 年 月 日

* 前年日付 年 月 日

店舗 ~

管理分類

類似店舗

曜日を意識した日割計算

予算進捗CSV出力指示

月次進捗

* 対象年月 年 月

* 店舗 ~ 店別 全社

* 分類 ~ 分類1 分類2 分類3

週次進捗

* 対象年月日 年 月 日

* 店舗 ~

* 管理分類 ~

画面

分類名	区分	予算	実績	昨年	進捗率	評価	前年比	着地予測
分類A	売上	1000	1200	1000	120		120	1400
	在庫	400	600	600	150	x	100	700
分類B	売上	1000	800	800	80	x	100	1000
	在庫	400	600	600	150	x	100	800
分類C	売上	1000	1500	1000	150		150	1800
	在庫	400	360	400	90		90	350

アクション指示(アラーム)が表示される

今期実績と予算より
期末の着地を予測
する。

CSV

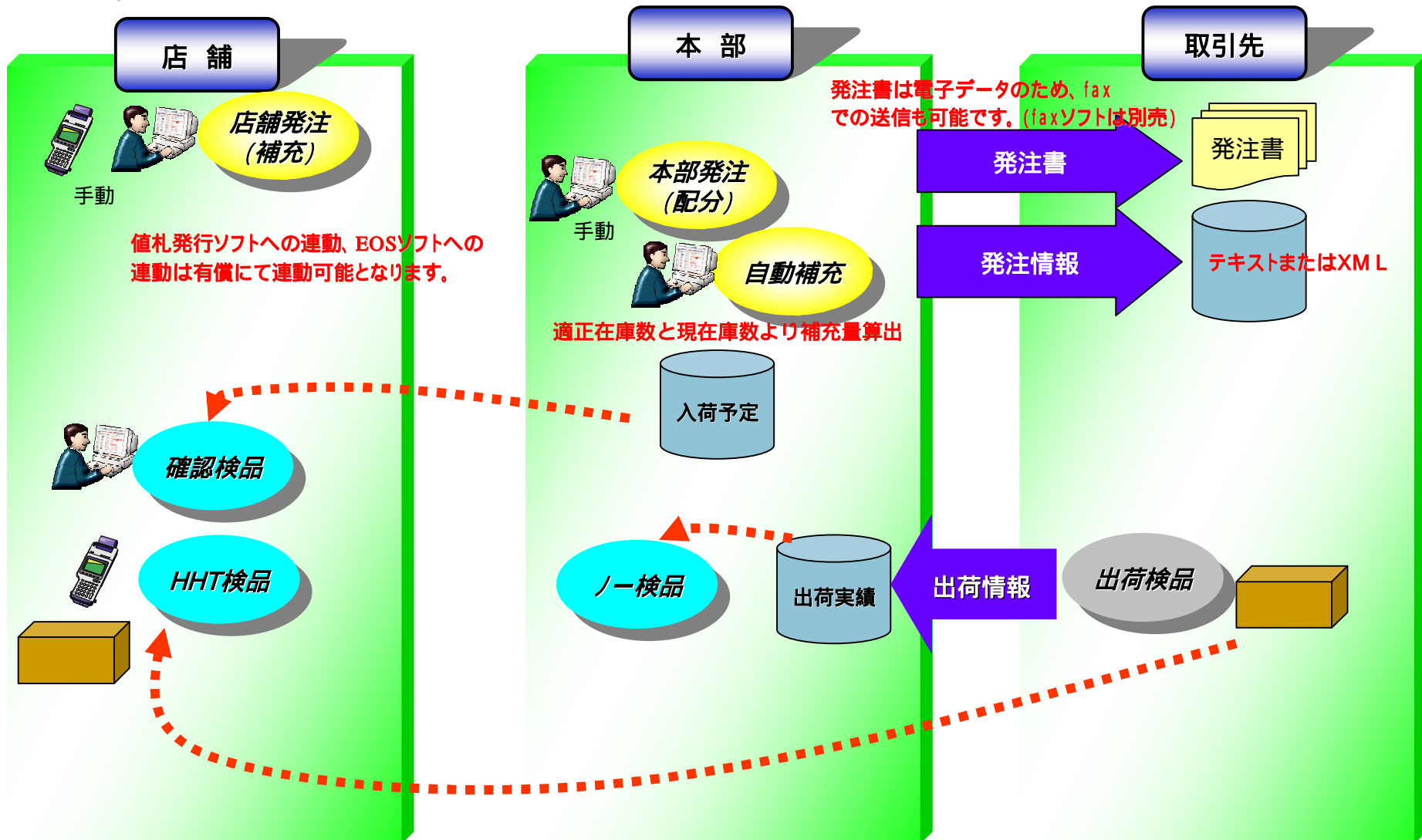
週次
進捗

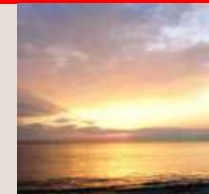
店舗	年月日	分類	売上予算	進捗率	仕入予算	仕入実績	進捗率
9999 NNNNN	@ @ @ @ ~ @ @ @ @	99999					
9999 NNNNN	@ @ @ @ ~ @ @ @ @	99999					
9999 NNNNN	@ @ @ @ ~ @ @ @ @	99999					
9999 NNNNN	@ @ @ @ ~ @ @ @ @	99999					
9999 NNNNN	@ @ @ @ ~ @ @ @ @	99999					

月次
進捗

店舗	年月	分類	ID	売上情報	仕入情報	在庫情報
9999 NNNNN	200304	99999	前年			
9999 NNNNN	200304	99999	当年			
9999 NNNNN	200304	99999	予算			
9999 NNNNN	200304	99999	進捗率			
9999 NNNNN	200304	99999	昨年対比			

(その5) 多様な発注/仕入方式





仕入検品方式について

入力検品方式

HHTにて検品する方法

- ・対象商品を全て検品する。(HHTで全商品タグをスキャン)
- ・パソコンに検品データを送信して、検品内容をチェックする。

納品予定と実納品との差が激しい場合は当方式で行い、予実差異量を把握して、取引先を指導する。

確認検品方式

パソコンで入荷確定する方法

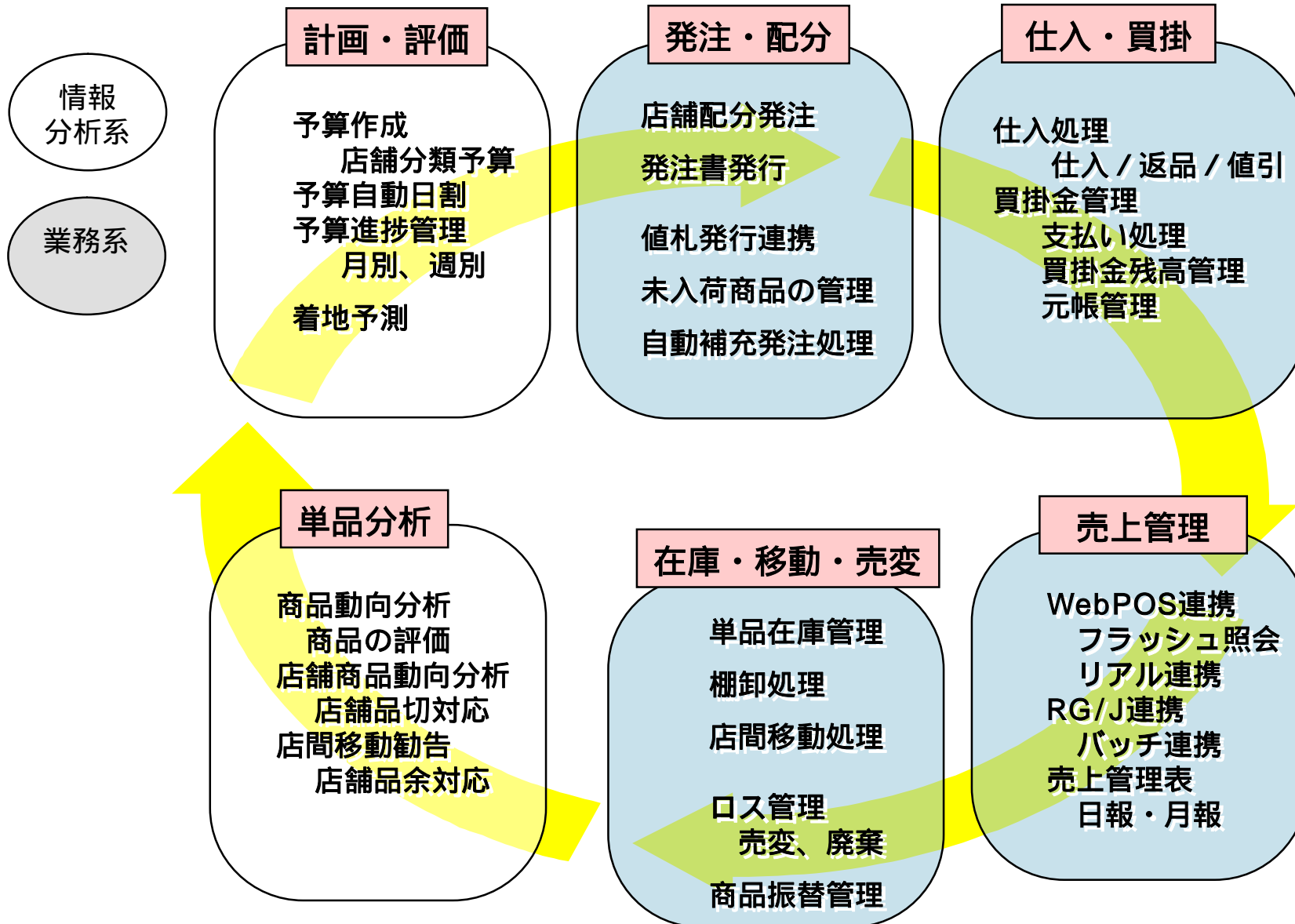
- ・入荷予定情報を照会しながら確定していく方式。
- 目検品後にすぐ店頭で商品を出したい場合は当方式で行う。(オープン対応等)

ノ一検品方式

取引先の出荷情報から仕入計上する方法

- ・取引先から定型のフォーマットで仕入・返品情報を受け取り、仕入計上する方法。
- 未納、遅延、欠品がなく信頼関係の厚い取引先に限る。

4. Action MD のシステム体系



5. Action MD の機能

本部機能

発注管理

商品登録～配分登録を行う機能です。
店舗からの補充発注も可能です。
ターンアラウンド伝票の発行が可能です。
別売のソフトと連携することでE O Sが可能です。(XML対応)
値札発行も可能です。(サトー製品と連動)

仕入管理

仕入先別に仕入・返品・値引管理を行う機能です。
店舗は入荷予定情報に基づいた確定処理が可能です。(確認検品)
取引先から出荷情報を提供してもらえる場合(フォーマット規定)
は、自動的に仕入計上が可能です。(ノー検品)

買掛管理

仕入先別に買掛締め・支払い残管理を行う機能です。
買掛残高表・支払元帳などの出力が可能です。

移動管理

店間移動管理を行う機能です。
店間移動時の移動差異の管理及び移動訂正が可能です。

売上管理

店別に売上管理を行う機能です。
営業日報・営業月報等の各種帳票の出力が可能です。

在庫管理

売価還元法・移動平均法・最終仕入原価法に対応します。
店別部門別または単品別に在庫管理を行う機能です。
棚卸機能も持ち合わせ、在庫に関わる各種帳票の出力が可能です。
商品振替機能を持ち合わせております。

ロス管理

売変ロス・廃棄ロスを管理します。(自動売変機能搭載)

マスタ管理

組織別店舗別に店舗マスタ、分類マスタ、商品マスタ等のメンテナ
ンスを行う機能です。特売マスタ、バンドルマスタにも対応。

WebPOS連動

WebPOSシステムと連動する機能です。
売上情報のフラッシュ照会が可能です。

予算管理

店別分類別に予算を管理する機能です。(売上・仕入・在庫)
月・週単位での予算進捗の把握が可能です。
日割予算は、昨年実績を元に、曜日を意識して月予算を自動按分し
ます。

単品分析

消化率、在庫日数、未売上日数、売上/在庫バランス、直近週間売
上推移情報より、商品としての売れ筋/死に筋、店舗の品切・品余
を早期に発見します。
店舗間で売上アンバランスな商品は、移動勧告を行います。

自動補充

在庫計画値(適正在庫)と実在庫情報をもとに自動的に各店への
補充を行う機能です。自動停止機能も持ち合わせております。

店舗機能

*マネージャー、店長に権限設定することで、
本部機能も使用できます。

仕入・返品

店舗で仕入・返品登録を行う機能です。売価変更登録も可能。
仕入予定情報をもとに伝票確定が可能です。

移動入出荷

店舗で移動出荷・入荷を行う機能です。
移動予定情報をもとに伝票確定が可能です。

棚卸

棚卸登録を行う機能です。
フェース 別に単品登録を行います。

開設処理

アプリットの初期化/起動実行を行う機能です。

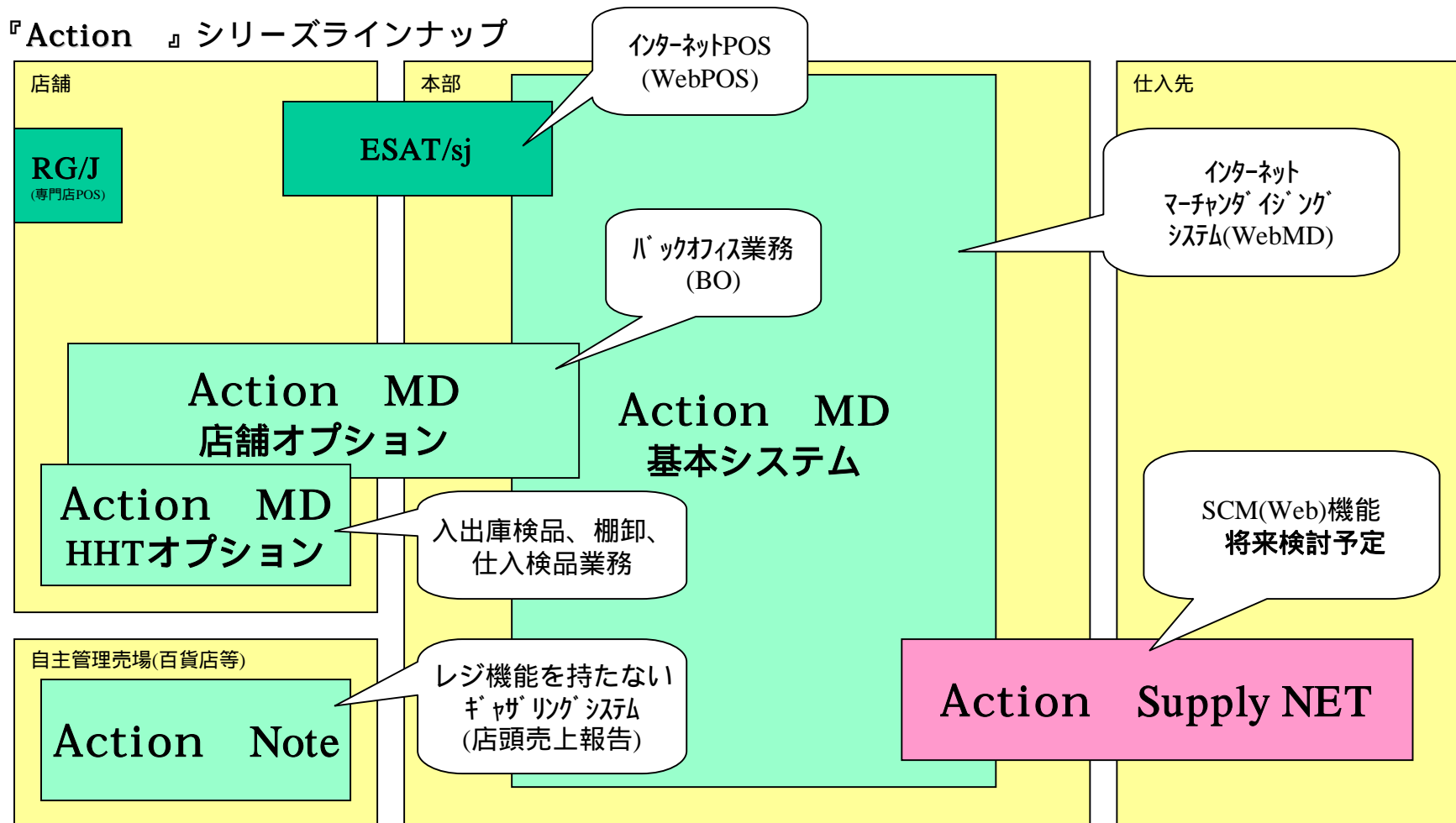
HHT

HHTで発注・仕入・返品・移動・棚卸の登録を行う機能です。
HHTよりアップロードする機能も提供します。

6. 『Action シリーズ』について

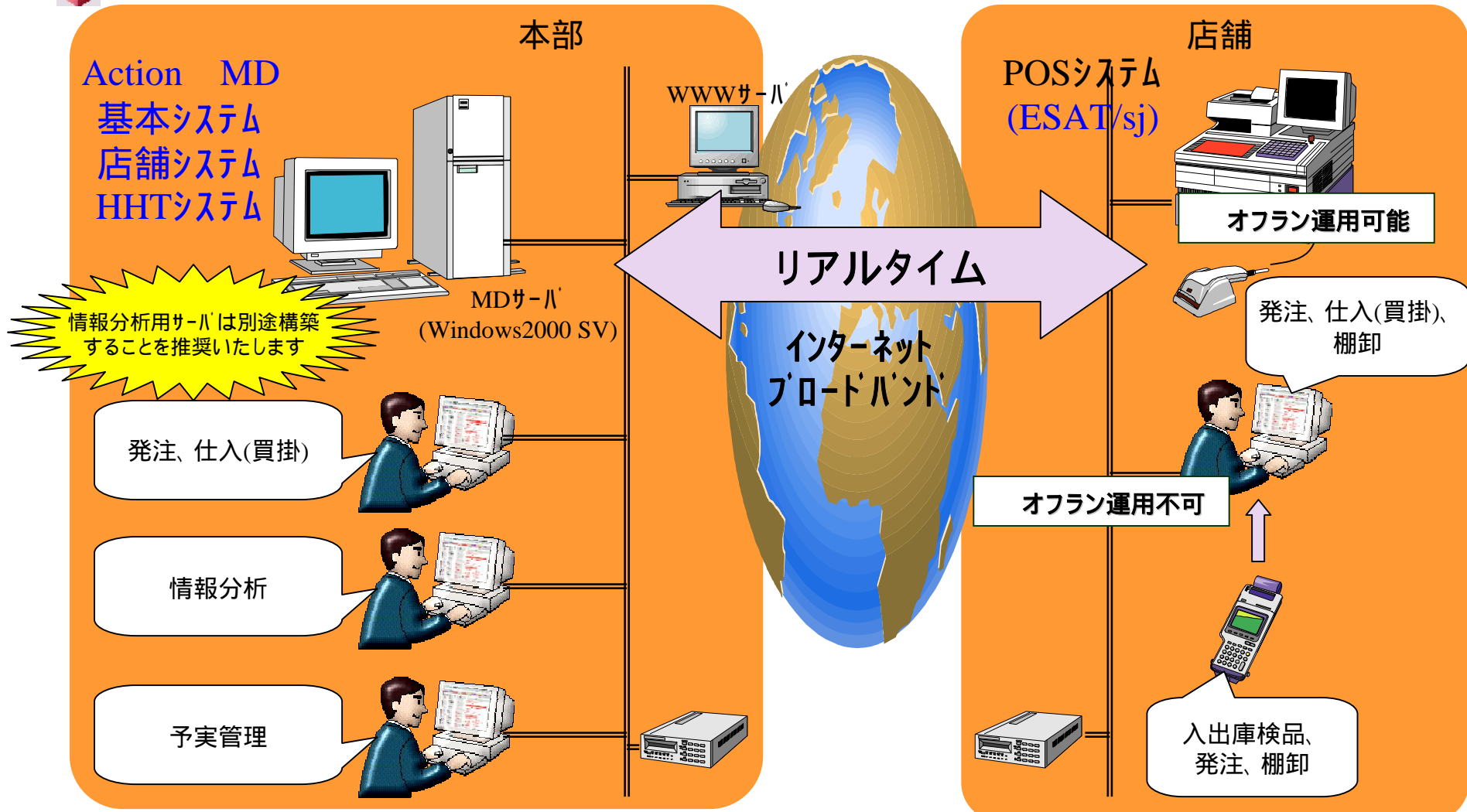
この『Action』シリーズは、従来の管理に比重を置いた考え方だけでなく、次に『**何をすべきか**』を支援することを目的としたラインナップを目指しております。

『Action』シリーズラインナップ

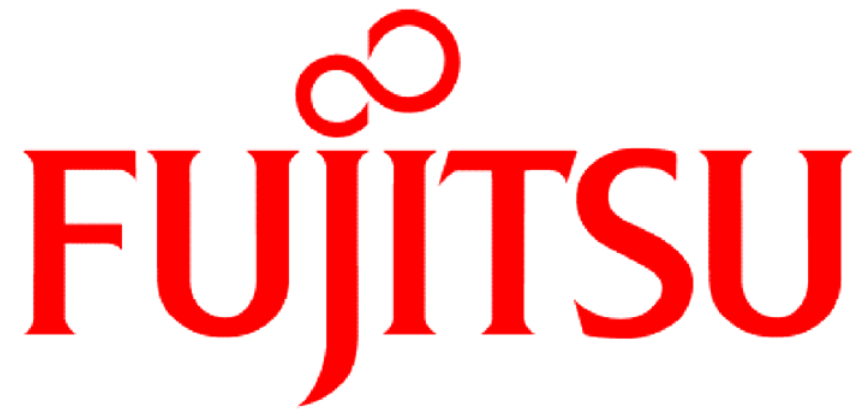


7. Action MD導入ご推奨パターン

WebPOS連携パターン ~ FSOL製のPOSシステム『ESAT/sj』との連携パターン



ブラウザはIE5以上となります。店舗ネットワークはADSL以上を推奨致します。
取引先とのWeb連携は将来検討予定です。



FUJITSU

THE POSSIBILITIES ARE INFINITE