

< 用語解説 >

用語解説

PB商品 (1)..... 事例 、事例 、事例

Private Brand の略であり、小売業や卸売業が独自に企画・開発した独自のブランドを言う。ストアブランド、オウン・レーベルといわれることもある。

販売力のある大手卸売業、大手チェーンストアなどが、自社の顧客のニーズに対応してナショナル・ブランド商品とは差別化された独自の商品を開発、あるいは製造して、流通の主導権を握ろうとするとともにその狙いがある。

こうしたPB戦略はチェーンストアでより安い価格で商品を提供でき、また流通業者もメーカーのマーゲンの一部を奪うことで高い利益を得ることができるメリットがある。小売業のイオンには「トップバリュー」などのPB商品がある。

インストアシェア (2)..... 事例

インストアシェアとは、個別のお店ごとにみたシェアのことである。具体的には金額の比率である金額シェアや、販売数量による点数シェアなどがある。

GMS (総合スーパー) や SM (食品スーパー) の場合、この他に店頭スペースの確保という重要課題があるので、商品が店頭をどの程度占めているかを示すスペースシェアなども重要な指標となる。一般的には商品のフェイス数に着目したフェイス数シェアがよく使われている。また、販売促進の実施回数に占める自社比率に着目した、販促シェアも重要な指標である。

MD (3)..... 事例 、事例 、事例

Merchandising の略であり、商品政策や商品化計画のことである。

マーチャンダイジングを企画するとは、結局「ターゲットに、何を、いくらで、どのように提供するか」を決定することである。すなわち、設定したターゲットに対し、提供物の品揃え (仕入・在庫) を決定する 価格を決定する 販売形態を決定する と言ったことを意味する。マーチャンダイジングは「品揃え (仕入、在庫) 」という意味だけでよく使われるが、実は「価格決定」「販売形態の選択」という意味も含まれている。同じような種類の商品でも、販売形態によって売れる価格、必要な品揃えも変わるからである。

リテールサポート (4)..... 事例 、事例 、事例

「消費者のニーズを的確にキャッチし、いかに多くの満足を与えることができるか？」それが、魅力ある店づくりのための重要な課題であり、そのためのサポートシステムが、リテールサポートである。

つまり、お店の商品管理から売場管理、配送サービス、さらにはインターネットによる情報提供までをトータルにサポートすることで、ムダやミスを省き、時間やコストを低減し、夢と魅力に溢れる売場を創造するとともに、効率的で採算性の高い店づくりを独自のノウハウで積極的に提供することである。

カテゴリーマネジメント (5)..... 事例 、事例 、事例

Category Management の略であり、消費者のさまざまなライフスタイルの場面から商品を組み立て、それを小売業や卸売業が戦略的ビジネス・ユニット（単位）として提案することにより、消費者の購買促進策や売側の管理体系をつくりあげていく総合型の経営概念である。要素は以下の通りである。小売業を経営するためにカテゴリーを戦略的なビジネスの単位として考える。小売とサプライヤーのビジネス計画を融合させる。配送、補充、マーチャンダイジング、サービスを連動させる。

【類語】 カテゴリー・コントラクター （ 6 ）

これは、事例 の F 社が提唱しているものであり、サプライチェーンにおける中間流通業へのニーズを、豊富で適切な品揃え・高度の店頭活性化ノウハウ・高品質な物流を統合することによって、卸機能のメニューをそれぞれの小売店やメーカーにとって必要となるものを提案し、選択して頂く機能である。

JANコード （ 7 ）.....事例

Japanese Article Number の略であり、個々の商品に貼付している日本の共通商品バーコード・シンボルである。

多くの消費財に付けられている JAN コードは、世界の約 100 か国で同一の規格で使用されている共通の規格になっており、この JAN コードは国際的には EAN コードと呼ばれ、また米国やカナダで使用されている UPC(Universal Product Code)とも整合性のある規格である。我が国の小売業界には POS システムが普及し、単品管理の徹底、顧客管理の充実など小売業経営管理における重要なツールとなっており、POS が普及した大きな要因の一つが JAN コードの普及にあった。この JAN コードを使用するには「流通コードセンター」への登録が必要となる。登録の受付は全国の商工会議所や商工会で行っており、現在の登録企業数は 9 万社に達している。

JAN コードには 13 桁の標準タイプと 8 桁の短縮タイプがあるが、現在、印刷、読取り技術が進んできたため、13 桁の標準タイプが主流となっている。JAN コードは JAN メーカーコード、商品アイテムコード、それにチェックデジットに分かれ、このなかの JAN メーカーコードは当コードセンターへの登録が必要となっている。

この JAN メーカーコードは、2000 年 12 月までに登録した企業には 7 桁を付番していたが、2001 年 1 月以降、新規に登録した企業には原則的に 9 桁を付番している。

JAN コードの体系



〔出所：財団法人流通システム開発センターのホームページ参照〕

サプライチェーン （ 8 ）.....事例 、事例

Supply Chain Management の略であり、商品の原材料調達から最終消費までの効率化を目指す取り組みを言う。

情報システムを利用して設計・調達・製造・配送などに関する情報を共有し、JIT (Just In Time) な管理を実現することにより、調達・製造・物流の工程を効率化・最適化することである。

類語 SCC(サプライチェーン・コンソリデート)(9)

これは事例 のE社が提唱しており、製造業と販売先顧客の二層への積極的な働きかけを通じて、サプライチェーン全体をコンソリデート(調整)し、流通の最適化を追求するものである。

3OD (10).....事例

One Order One Delivery の略であり、事例 のE社の造語である。企業専用センターで推進している一括受注・一括配送の概念を実現化したシステムである。

従来の店舗への納品は加工食品・酒類・菓子・雑貨と各卸ごとに行われることが一般的であった。そのため納品する量の多少に関わらず、各卸は配送トラックを用意し、また店舗では各卸の台数分ずつ荷物を受取る作業(荷受作業)を行う必要があった。そのため、現場では「このような非効率な納品形態や荷受作業を一度にできないか？」といった課題が常にあった。

このような課題への取り組みとして、企業専用センターを設立し、各卸の荷物を一旦すべて集め、1台のトラックで配送することをコンセプトにした物流センターシステムを提唱した。これが3ODシステム(一括受注・一括配送)となる。この3ODシステムでは店舗の荷受業務の無駄を少なくするだけでなく、カテゴリー納品などの店舗での商品陳列作業の軽減までを視野に入れたサービスを実現している。

EDI (11).....事例 、事例 、事例

Electronic Data Interchange の略であり、ネットワークを通じて様々な情報を電子的に交換する仕組み。電子データ交換。

ネットワークを通じて、標準化された企業間の受発注や決済等の手続きを、電子データとして定型化し、ネットワークを通じて交換すること。データの定型化には、HTML・SGML・XML などのプロトコルと呼ばれる仕様が用いられることが多くなっている。専用線や、VAN・VPN・インターネット等のさまざまなネットワークが用いられる。

DC (12).....事例

Distribution Center の略であり、流通市場で、特定企業の物流を行う在庫型物流センター施設で、一般に流通に必要な最小限の在庫とオーダーピッキング機能、商品仕分け機能を主とし、プレパッケージングや値札つけ、一部商品の組替え、加工などの流通加工機能を持つ。メーカーの物流センターの場合、工場と市場との中間に位置し、卸・小売業の場合は、仕入れ・仕分けセンターとして位置付けられるものが多い。倉庫(Store House)は単に「保管」だけを目的にしたもの。

TC (13).....事例

Transfer (distribution) Center の略であり、通過型物流センター施設で、在庫はせず、集まった貨物を仕向け地向けに仕分けし、配送する機能を持つ。〔T・T方式(Truck to Truck System 方式)であり、倉庫、車庫前の庭先で配送車両に積み替え、顧客まで届ける方式を言う(蔵前輸送)〕

ABC (14).....事例 、事例

Activity Based Costing の略であり、活動基準原価計算のことである。

費用を発生させる活動別に原価を把握する考え方であり、物流の作業ユニットコストの積み上げによるコスト計算方式。間接費をその生産量や売上高で機械的に製品に配賦する原価計算に対して、実際コストを発生させる「単位動作」毎に、その原価を積み上げ、改善と原価がリンクするようにした、原価計算の方法・考え方。同じピッキング結果でも「ケース・ピッキング」と「ピース・ピッキング」では手間が大きく異なる。またオーダーの入れ方にしても、毎日1回入の場合と、何度にも分けて入の場合では、処理のやり方が違う。手間に合わせて、コスト・請求内容を変化させ、コスト削減提案に繋げるためのツール。

ABM (15).....事例

Activity Based Management の略であり、ABC をコスト管理手法として活用するだけでなく、その後の社内マネジメントや業務改善へ結び付けることである。

NBメーカー (16).....事例

National Brand の略であり、メーカーがつけたブランド。ブランドとは商標のこと。

本来は商業者商標（プライベート・ブランド）に対して生産者商標のことを指してナショナル・ブランドと呼んでいる。しかし、生産者商標は必ずしも全国（ナショナル）ブランドといえず、一般的には全国的に行き渡っているブランドをナショナル・ブランドと呼んでいる。例えば、味の素とかキューピーマヨネーズ、カゴメケチャップなどが挙げられる。

3PL (17).....事例

Third Party Logistics の略であり、荷主（1PL）でも（従来型の）物流業者（2PL）でもない、両者の仲介をする第3のロジスティックスの担い手という意味である。

具体的には、荷主企業に対して全体的視点から最適なロジスティックスを提案し、それに伴う物流業務を包括的に受託し、受託業務に見合った物流業者を選択、その運用を一括管理する。3PLの業者には、自ら倉庫、運輸機関を保有する「アセット型」と、倉庫、運輸機関は他のものに委託する「ノンアセット型」の2タイプがある。

RDC (18).....事例

Regional Distribution Center の略であり、事例 のI社の造語。

小分け業務（1アイテム単位の集品）を中心に高度な流通加工業務を遂行することを目的とし、広域にわたる配送機能を有する物流センターを指す。最近、流通業界で広く使用されるようになってきた。

FDC (19).....事例

Front Distribution Center の略であり、事例 のI社の造語。

前掲のRDCから供給される流通加工（主に小分け）された商品をFDCで集荷し保管・管理するケース商品と積み合わせて得意先小売業に供給する前線の配送センターのこと。

VAN (20).....事例

Value Added Network の略であり、付加価値通信網と訳されている。異なるコンピュータ間で情報を

交換するためのネットワークであり、データ通信用に大容量の回線を保有する業者が、その回線を一般のユーザに切り売りするサービス。

通信回線にプロトコル変換やデータ処理などの付加価値を付けて構築された情報通信網。第一種電気通信事業者、第二種電気通信事業者がサービスを販売する。パソコン通信も VAN の一種である。

< 付 >

商業卸売部会 卸売経営活性化研究会 メンバー

平成17年7月現在
(順不同・敬称略)

座 長	宮 下 正 房	東京経済大学	副学長 経営学部 教授
メンバー	新 井 宏 宣	美スズ産業株式会社	常務取締役 (平成15年12月まで)
"	宮 入 正 英	株式会社宮入	代表取締役会長
"	山 本 栄 二	国分株式会社	取締役 物流統括部 部長
学識委員	根 本 重 之	拓殖大学	商学部 教授
"	菊 池 宏 之	目白大学	経営学部 助教授

活 動 実 績

- 平成14年 6月13日 議 件 検討テーマ並びに研究会の進め方について
- 平成14年 7月18日 卓 話 「中間流通業の『戦略的ビジョン』策定に係わる研究調査報告書について」
学識委員 菊 池 宏 之 氏
(流通政策研究所(現:流通経済研究所)
常務取締役 研究調査部長)
- 平成14年 9月10日 卓 話 「中小卸売業の戦略的取り組みについて(事例紹介)」
～ 中間流通業の『戦略的ビジョン』策定に係わる研究調査から～
流通政策研究所(現:流通経済研究所) 主任研究員
本 藤 貴 康 氏
- 平成14年11月14日 事例紹介 「株式会社サンエスのカテゴリーマネジメント戦略」
株式会社 サンエス 取締役 鈴 木 雅 雄 氏
- 平成15年 5月26日 事例紹介 「これからの中間流通業の方向性」
～ 日用品業界における店頭業務支援より～
中央物産株式会社 専務取締役 永 井 幸 雄 氏
- 平成15年 6月30日 事例紹介 「流通業界の現状と酒類売場の変化」
国分株式会社 取締役物流統括本部 部長
山 本 栄 二 氏
「技術革新と卸売業の役割
～ 特に写真専門店に対して～」
美スズ産業株式会社 常務取締役
新 井 宏 宣 氏

平成15年 8月 5日	報 告	「商業卸売部会業種別会員数および構成比」 「平成15年度商業統計速報」
	検討事項	取りまとめ素案骨子について
平成15年10月23日	報 告	東商卸売会員の現状について
	検討事項	東京都の市場、流通の変化と卸売業の経営状況 中小卸売業の経営、業態革新事例からの学習
平成15年12月 2日	検討事項	取りまとめ素案骨子(案)について シンポジウム(案)について 次期 卸売経営活性化研究会(案)について
平成16年4月～ 平成17年3月	事例の調査・研究	

(上記役職は当時の役職となっております。)