

小売業向け次世代流通ソリューション CoreCenter for Retail の紹介

Introduction of CoreCenter for Retail;

Next Generation Distribution Solution for Retail Industry

下 村 昌 平

要 約 流通業界のシステム開発においては、消費者ニーズや法規制、流通構造の変化による、ビジネス変化のスピードに対応するため、短期間でのシステム導入が求められてきた。日本ユニシスではこうしたマーケットの要求に応えるべく、CoreCenter[®] for Retail という導入型ソリューションをリリースした。各顧客別に必要な機能が選択可能な導入型ソリューションは、カスタムメイドのアドオンを前提とした従来のテンプレート型ソリューションより短期間でのシステム導入が可能となり、ビジネスの変化に対応することができる。

本稿では、チェーンストア形態のスーパーマーケットのニーズを考察し、それに対応するCoreCenter for Retail のコンセプトと機能を紹介する。

Abstract A short term system installation is required in retail industry to address the quick changes in customer needs, legal regulations and distribution structure. Nihon Unisys has developed implementation-based solution called “CoreCenter[®] for Retail” in order to meet above mentioned market needs. An implementation-based solution can shorten a system installation period shorter than the conventional template-based solution used for the customization and it can address the changes in the business and can reduce the installation cost.

In this paper, we consider the needs of the supermarket that is in a chain store form and introduce the concepts and the functions of “CoreCenter for Retail” to meet the market needs.

1. はじめに

流通業界のシステム開発においては、消費者ニーズや法規制、流通構造の変化による、ビジネス変化のスピードに対応するため、短期間でのシステム導入が求められてきた。日本ユニシス株式会社（以降、日本ユニシス）はこうしたマーケットの要求に応えるべく、2012年2月に小売業向けソリューション CoreCenter[®] for Retail をリリースした。CoreCenter for Retail は従来の各顧客個別にカスタムメイドのアドオン開発を前提としたテンプレート型ソリューションではなく、各顧客別に必要な機能が選択可能な導入型ソリューションである。日本ユニシスが過去の小売業基幹業務システム開発経験から業務知識を集約し、小売業が必要とする機能を予め搭載し、顧客ごとの業務機能の違いはパラメータの設定にて機能を選択することで対応可能とした。本稿では、CoreCenter for Retail の機能や小売業基幹業務に与える効果を紹介する。2章では、まずCoreCenter for Retail の主なターゲットであるチェーンストア形態のスーパーマーケット業態を定義し、基幹業務システムに対するニーズの考察、および、CoreCenter for Retail の狙いについて述べる。3章ではチェーンストア形態のスーパーマーケット業態の基幹業務を実現する具体的な機能について述べる。

2. CoreCenter for Retail 全体概要

2.1 ターゲット業態定義

CoreCenter for Retail は、主としてチェーンストア形態のスーパーマーケット向け基幹業務システムソリューションとして開発された。スーパーマーケットは、住宅街の近くを基本に店舗を立地し顧客（消費者）の来店頻度は1週間に2～3回が想定されている。生鮮食品の扱いを主として日常生活を支えることを目標に、売り場にある商品だけで日常生活ができるような品揃えを行う。薄利多売型の同種業態の中でも、特に競合店との安売り競争の激しい業態である。主たる扱い商品カテゴリは、「農産・水産・畜産・惣菜・加工食品・日配品・菓子・日用雑貨」となる。また、チェーンストアとは、資本を元手にブランド、経営方針、サービスの内容、外観などに統一性を持たせ、多数の店舗の運営や管理を行う経営形態のことを指す。チェーンストアは、販売管理費削減のため、店舗販売業務以外の全ての業務は本部集中型のマーチャンダイジング方式を採用している。主たる本部業務は、「商談・販促・発注・仕入・在庫管理・販売管理・買掛管理・支払・経理・人事」など多岐にわたっている。

2.2 スーパーマーケット向け基幹業務システムのニーズ

スーパーマーケットのビジネスは、現金仕入、現金販売を基本とする。仕入れた後に、顧客（消費者）に対して販売するため、在庫リスクはスーパーマーケット側が負っている。顧客（消費者）の来店数と一人あたりの販売金額を増やすことが基本戦略となり、来店数増加のため販促企画を策定し、販売金額を増やすために食品以外の品揃えを行っていることが多い。食品スーパーマーケットの一般的な業務の流れを図1に示す。



図1 食品スーパーマーケットの一般的な業務の流れ

スーパーマーケットは販売管理費を縮小することが競争力となるため、全店共通の業態・オ

ペレーション・品揃え・価格などを、本部集中型のマーチャダイジング方式とすることで効率化を図り、ローコストなオペレーションを指向する必要がある。そのため、チェーンストア形態のスーパーマーケットの基幹業務システムへのニーズは、

- 1) 多店舗対応
- 2) 店舗業務の効率化, 最適化
- 3) 販売実績や在庫数量等の分析値やマスタデータのリアルタイム化
- 4) ペーパーレス化
- 5) 運用自動化
- 6) 法令, 業界標準への対応
- 7) POS 等の外部システムとの接続性

となる。日本ユニシスでは、スーパーマーケットを中心とした小売業顧客への長年のシステム構築経験から得られた知見を基に、これらのニーズに対応する機能を CoreCenter for Retail に搭載した (図2)。

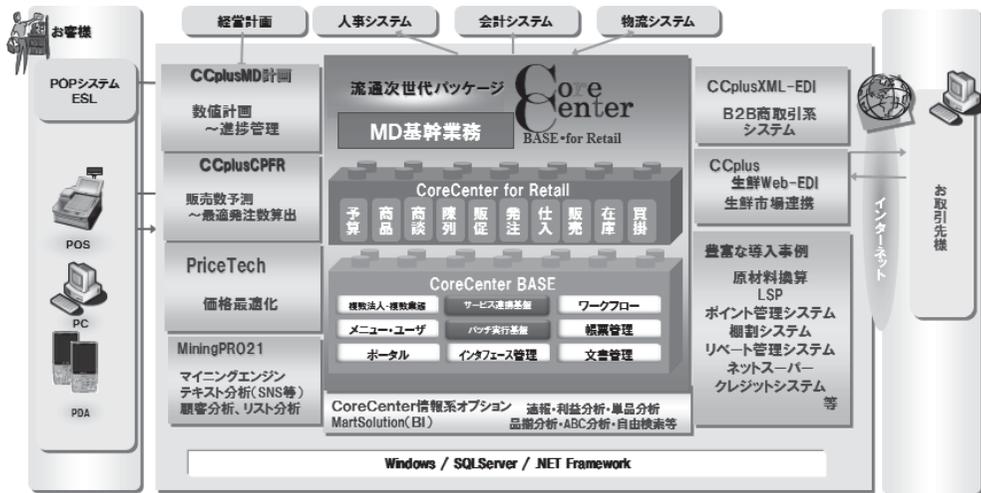


図2 CoreCenter for Retail の全体像

3. CoreCenter for Retail の狙い

CoreCenter for Retail は、スーパーマーケットの根幹といえるマーチャダイジングで必要とされる全ての業務機能を一つのソリューションで網羅すること、業務の効率化を支援することを目指して開発した。本章でその特色を述べる。

3.1 マーチャダイジングの網羅

マーチャダイジングとは、「店舗にどのような商品の品揃えをしていくか」のシナリオ作りと言いかえることができ、品揃え計画策定から、商品の調達計画 (取引先開拓)、価格政策、調達、陳列、販売を維持するための商品コントロールまでの一連の流れを指す。CoreCenter for Retail はマーチャダイジングの各ステップに合わせ、図3に示す機能を用意している。



図3 マーチャンダイジングサイクルに沿った CoreCenter for Retail の機能

3.2 業務効率化支援

CoreCenter for Retailは業務の効率化を支援し、スーパーマーケット経営のKGI (Key Goal Indicator) を改善するための業務支援機能を備えている。効率化対象業務と期待効果 (改善する KGI)、業務施策とそれに対応する機能を表1に記す。

表1 業務効率化のための CoreCenter for Retail の機能

効率化対象	期待効果 (改善する KGI)	業務施策	CoreCenter for Retail の機能
チャンスロス改善	売上・粗利	発注精度向上	自動発注機能
商談力強化	粗利	情報分析力強化	分類・単品・取引先分析機能
PB・重点商品施策	粗利	PB 商品管理強化	
在庫の圧縮	キャッシュフロー	発注精度向上	自動発注機能、ペーパーレス
販管費の改善	営業利益	人時生産性向上	

KGI の改善には、マーチャンダイジング業務の品揃え計画と商品調達計画の情報分析が重要となる。CoreCenter for Retailは約70種類の分析機能を持っており、分析力とPB商品管理の強化が可能となる。また、自動発注機能では、発注精度と人時生産性の向上を可能とする。

4. CoreCenter for Retail の主要機能

本章ではスーパーマーケットのマーチャンダイジング業務を効率化するための、CoreCenter for Retailの主要な機能を具体的に紹介する。

4.1 商談交渉

商談交渉は主に商品マスタ等のマスタ管理を行い、マーチャンダイジングにおける商品コントロールの起点となる機能である。スーパーマーケット向けの基幹業務システムであることから、様々な商品の形態に対応する商品マスタ構造を持っていることが求められる。そのため、CoreCenter for Retailでは顧客に合わせて商品マスタの構造を変更できるように、商品-SKU (Stock-keeping Unit) - スキャニングコードの3階層の物理データ構造を持っている (図

4). マスタの項目は流通 BMS (Business Message Standards) や GDS (Global Data Synchronization) の業界標準マスタ項目を網羅し、流通標準コード GTIN (Global Trade Item Number), GLN (Global Location Number) に対応している。また、商品マスタは、店舗や納品経路によって原価・売価・取引条件が設定でき、過去情報・将来の予約登録ともに無制限のメンテナンス履歴の保持ができる。

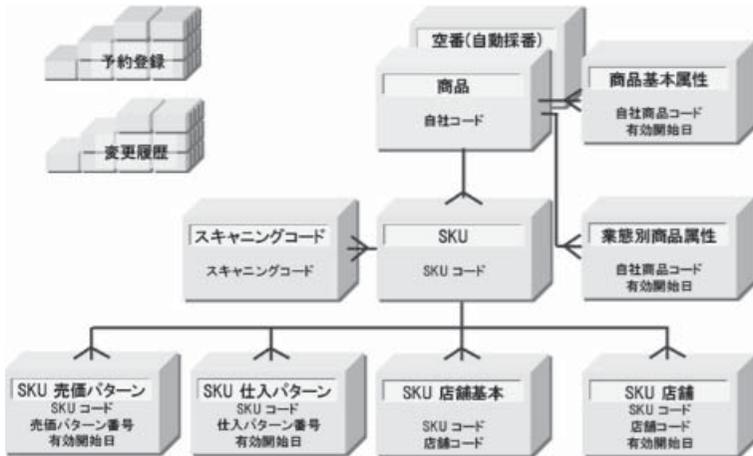


図 4 商品マスタ構造

商品マスタの取り込みは複数チャネルから可能である。画面を使った入力、取引先からのマスタ連携による取り込み、Microsoft® Excel® からの取り込みができ、日々のマスタ登録業務の時間短縮が可能である。また、店舗別の商品の品揃え政策を策定する場合、棚割ソフトを利用した商品の陳列情報から品揃えを取り込む機能も用意している。

4.2 販促

販促はマーチャンダイジングにおける価格政策や店別の商品の品揃え政策を策定する機能である。スーパーマーケットの顧客（消費者）の来店数増加のための販促を行う機能であり、販促企画の多様化に対する柔軟性を保持している必要がある。そのため、CoreCenter for Retail では販促企画の商品も、定番の商品マスタとは別に店舗や納品経路によって原価・売価・取引条件の設定を可能としている。

また、販促企画策定から発注、販促実績確認までの PDCA（計画→実施→チェック→改善）サイクルをカバーしており、商品カテゴリ単位での販売・仕入予算計画策定機能、商品単位までの販売・仕入実績分析が可能となる。さらに、販促時に発注する商品を、本部と店舗間でリアルタイムに情報共有しながら決定する機能を持っている。

4.3 発注物流

発注は売場（店舗）に陳列する商品を調達する業務である。また、発注精度の向上がチャンスロス低減や在庫の圧縮につながり、売上や粗利、キャッシュフローなどの KGI 向上の効果を生む。CoreCenter for Retail では Web 画面だけでなく PDA (Personal Digital Assistants)

など、本部または店舗からの発注シーンと商品特性に合わせた発注方法を標準搭載しており、電話・FAX・メールなどの属人的な発注をデータ化（自動化・ペーパーレス化）することが可能である。また、発注データの受信や商品情報の提供機能を Web サービスで提供しており、HHT（Hand Held Terminal）・EOB（Electric Order Book）といった顧客の既存発注システムとのデータ連携が可能である。外部発注システムを含めて発注入力情報を一元管理するため、店舗・本部間のリアルタイムな情報共有が可能となり発注精度の向上が図られる。

また、CoreCenter for Retail は SellOneBuyOne 型の自動発注機能を標準で搭載している。SellOneBuyOne 型自動発注とは、POS システム（Point Of Sales System）から連携された商品の販売実績（売れた数）から自動で発注する仕組みである。この機能により、店舗の日々の発注業務がなくなり、人時生産性の向上につながる。また、発注忘れの防止につながり発注精度の向上が見込まれる。特に、日用雑貨や一般食品などの在庫回転日数が長い商品群の発注に効果的である。

4.4 在庫棚卸

在庫数を正確に把握することにより適正在庫のコントロールが可能となり、キャッシュフローの向上につながる。CoreCenter for Retail では POS システムからの販売実績や仕入実績、受払実績等のデータを取り込むことで、リアルタイムの単品在庫把握により、単品単位の粗利を把握することが可能となり、値入精度の向上が図れる。

4.5 業界標準・法令対応

本章の最後に、CoreCenter for Retail が持つ業界標準の機能と法令対応について記載する。

1) 流通 BMS 対応

CoreCenter for Retail では、流通 BMS で標準化された業務プロセスに準拠し伝票レス・ペーパーレス運用が可能となる。取引先からの出荷データを受信後即時に処理することが可能となり、計上を迅速化できる。

2) 消費増税対応

2014 年 4 月と 2015 年 10 月に消費増税が予定されているが、CoreCenter for Retail では消費税率のマスタに適用期間を持たせており、未来日から税率が変更されるように設定することで対応可能である。また、商品の品目に応じて税率を変える多段階税率採用時は、インボイス方式にも対応できる構造を持っている。

3) IFRS 対応

国際財務報告基準 IFRS（International Financial Reporting Standards）への対応は現時点で下記を考慮している。

- i) 在庫評価法の切り替えを考慮し、在庫評価法の複数管理に対応
- ii) IFRS 移行時に複数の在庫評価の数値を比較可能
- iii) 消化仕入・テナント売上など、販売手数料のみを売上計上可能

上記以外にも法令の変更があった場合、個別顧客のシステムに対応するのではなく、ソリューションが対応すれば全体に適用できることが CoreCenter for Retail 導入の利点となる。

5. おわりに

本稿では、チェーンストア形態のスーパーマーケット向け基幹業務システムソリューションである CoreCenter for Retail のコンセプトと機能を紹介した。CoreCenter for Retail は機能拡張や変更が容易な構造となっていることも、基幹業務システムとしての利点であると考えられる。システム稼働後の顧客企業の成長やビジネス環境の変化に対して中小規模の開発を繰り返しながら、ビジネス要求に追従していくことが可能であり、長期間のシステム利用を想定している。今後も顧客やマーケットの要望を反映しながら CoreCenter for Retail をより良いシステムに成長させ、顧客のビジネスに貢献していきたいと考えている。

執筆者紹介 下村 昌平 (Shohei Shimomura)

2006年日本ユニシス(株)入社。以来流通小売を中心にフィールドSEとして、ユーザへの開発業務に従事。現在、製造流通システム本部 流通システム三部 二室に所属。

