

ユー・エム・シー・エレクトロニクス株式会社

http://www.umc.co.jp/





UMCの調達&SCM戦略のご紹介!

現地現物、現地最適&世界最適部品調達ができるUMC お客様の世界生産戦略とSCMを強力にサポートします!





購買センター 部門方針(調達、SCM)

- 基本ミッション
 - ・ ① コスト対応力 ② 部品調達能力 に注力する
- 行動スタンス
 - ・中期倍増計画実現の為の組織力を構築する
 - ・顧客様、サプライヤー様、社内から信頼される購買組織となる
- ■戦略課題
 - ・コスト対応力、分析力を身に付け提案型の購買を目指す
 - ・UMCの強み(豊富な顧客様、コスト情報、現地材など)を最大限に発揮する
 - ・自達化を推進し付加価値の高い業務にシフトして行く
 - ・サプライヤー様の評価、選定(集約)を行い競争力のあるパートナーと付き合う
 - ・調達力を強化し、製販対応力をより向上させる
 - ・IT化の活用による実務精度の向上とスピードアップを図る



グループ連携 RESS

【あるべきSCM・購買活動とは】・・・

製造本部

購買センター

現地最適

- 全体最適 ①全社交渉: 日系電子部品、半導体等の
- 集中交渉(日本、中国)
- ②購買業務基準と実務運営ルール
- ③リスクマネジメント、CSR,J-SOX
- ④購買実践教育(スキルアップ)
- ⑤SCM活動(基準、仕組み、ツール)
- ⑥取引条件(各種)
- ⑦方針説明会

- ①現地産品の購入、交渉
- ②現地サプライヤー様、部材の開拓
- ③サプライチェーンのミニマム化
- ④現地社員の育成と活用

連 携

- ①顧客様対応情報QBR等
- ②発注条件(LT,MOQ)
- ③サプライヤー監査、指導
- 4 発注先選定方針
- ⑤サプライヤー様評価
- ⑥サプライヤー様統廃合

- ①コスト分析、コストテーブル
- ②コスト情報の共有
- ③素材(半田、樹脂、板金) コスト動向
- ④新技術、新素材情報等
- ⑤部品データ(PM,原産国)

UMCの購買活動を総合力で高めて行きます!





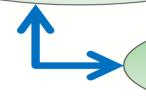
戦略&他部門との連携

販売戦略

- ・顧客のニーズは何か
- ・販売先は何処か?(引渡場所)
- •販売計画(数量/期間)
- ・競合の有無
- •ターゲットコスト/利益
- •中期販売戦略

技術的戦略

- ・オンリーワン技術(差別化商品)
- •短期開発
- ・原価競争力(目標原価/部品コスト)
- ・モノ作り品質向上
- ・海外部品の使いこなし/標準化



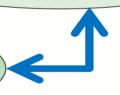
生產戦略

- ·生産革新活動:LCA化
- 製造原価低減活動
- ・品質向上取組み(業界No1品質)
- •部品品質<u>指導力</u>
- •消費地生產/拠点戦略



購買戦略

- ·原価低減活動(CD,VA,VE)
- ・コスト分析/交渉力
- ・新部品開拓(素材・工法・メーカー)
- •集中交渉と現地交渉



製造本部&営業本部との連携強化





開発購買/量産購買の業務棲み分け

開発購買

- •新製品見積調查、集計&管理
- •新規開拓
- 顧客対応全般
- ·VA、VE活動
- 定期コストダウン
- ・新製品立上げと量産への引渡し
- ・コストテーブル構築
- ·EOL、4M対応

部品調達業務に特化!

量産購買

- •量產品発注~納期管理全般
- •設備、他購入品管理全般
- ・MC機能の充実
- ·CS向上
- リスクマネジメント対応
- •在庫削減活動
- ·INVOICE、検収&支払対応

コスト、ソーシング、VA&VE活動、 新製品対応、顧客対応

・2つの組織のミッションを明確にし 実務の充実と組織力の向上を図る





開発購買活動

VA,VE活動

部品の共通化

自達化の推進

サプライヤー様 評価•集約

コスト 対応力

見積支援•EDI ITシステム導入 コストテーブル・ 分析力

定期コストダウン

部品情報DB構築

・コストカの向上により、提案型の活動を推進する組織

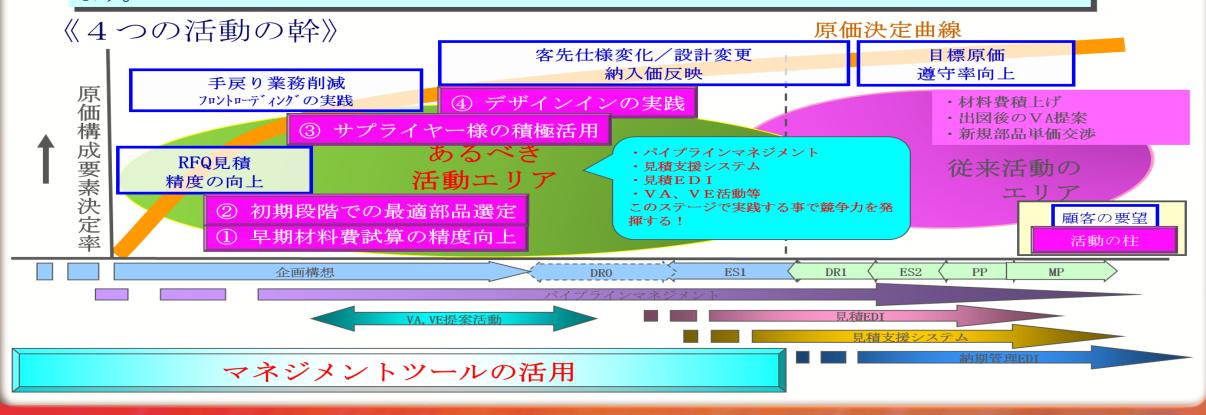
- ・多くの顧客、サプライヤーとの取引で蓄積したノウハウを最大限に活用する
- ・提案型購買活動でビジネスの拡大と自達化拡大によるCD活動推進する
- ・コスト分析力、交渉力を向上させ、理論武装でCD活動を推進する





中期購買戦略

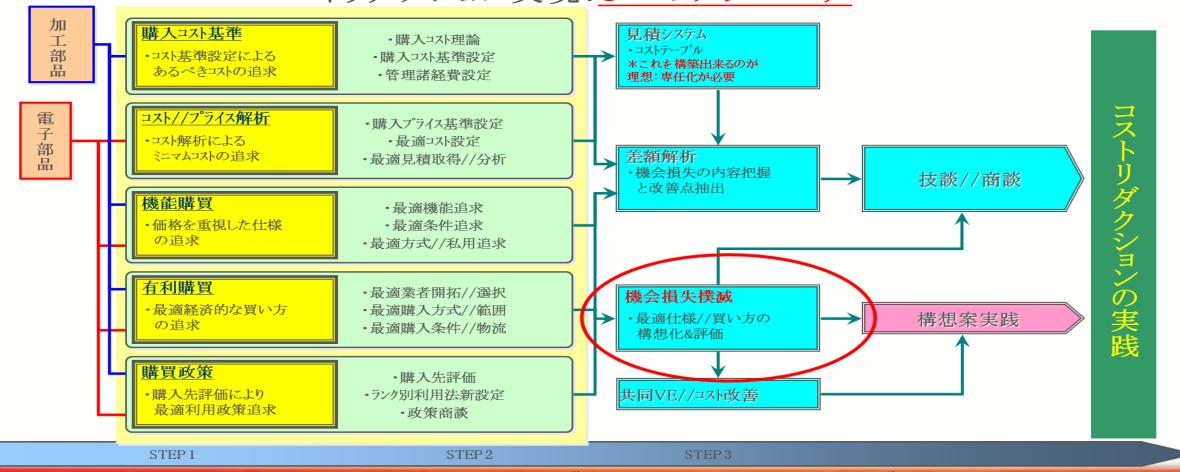
4つの活動の柱 を設定し、開発プロセスの早い段階から、企画・設計・購買・サプライヤー様が、 一体となった具体的な原価低減活動を実践する。その活動を中期計画の中で展開し、効率化を目指し ます。







コストリダクション実現:5つのアプローチ







量產購買機能

IT活用で精度・ スピ<u>ード</u>向上

部品の共通化

自達化の推進

サプライヤー様 評価・再編

部品 調達力

スキルアップ教育

VMI導入

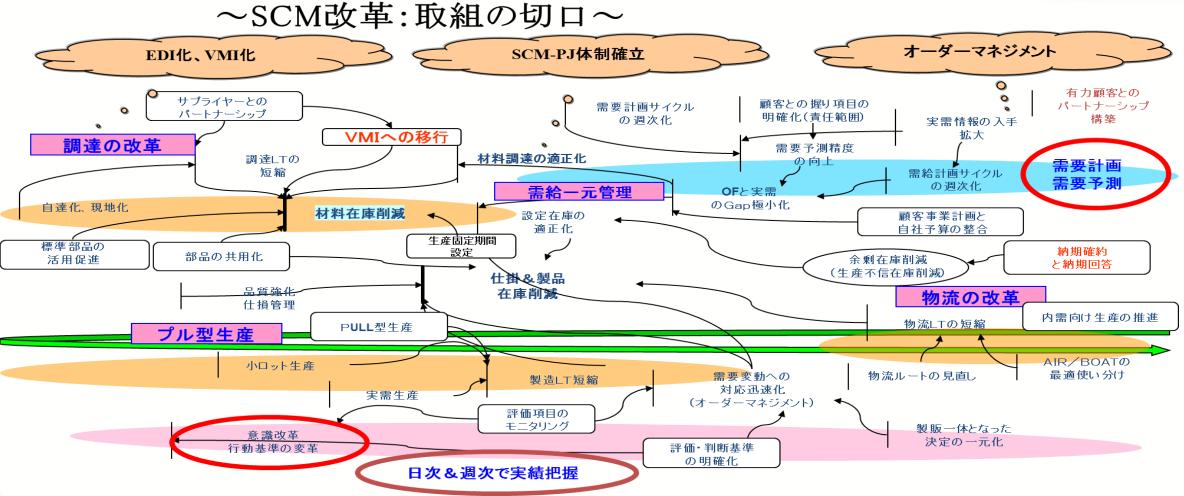
オーダーマネジメント

リスクマネジメント 構築

- ・部品調達力の向上によりお客様に貢献する組織力!
 - ・競合に負けない調達力を備える
 - ・顧客要求に対応する製販対応力を備える
 - ・SCM活動で柔軟な製販対応を実現する



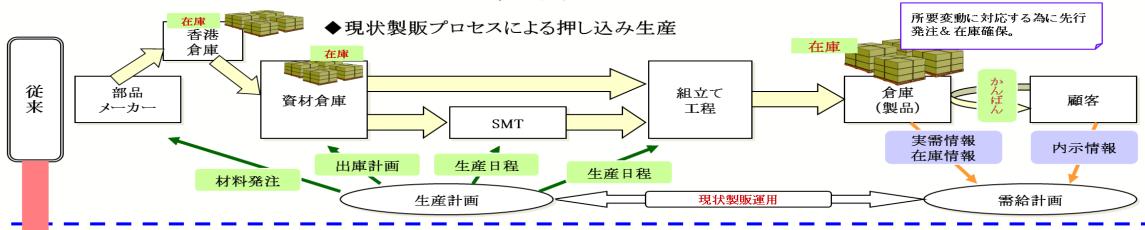


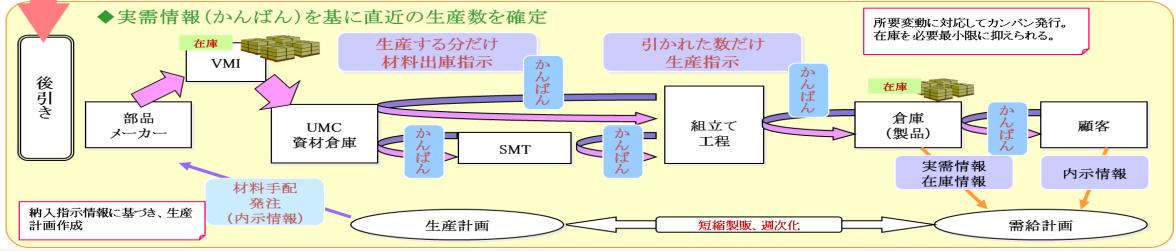






★Pull型生産方式のイメージ







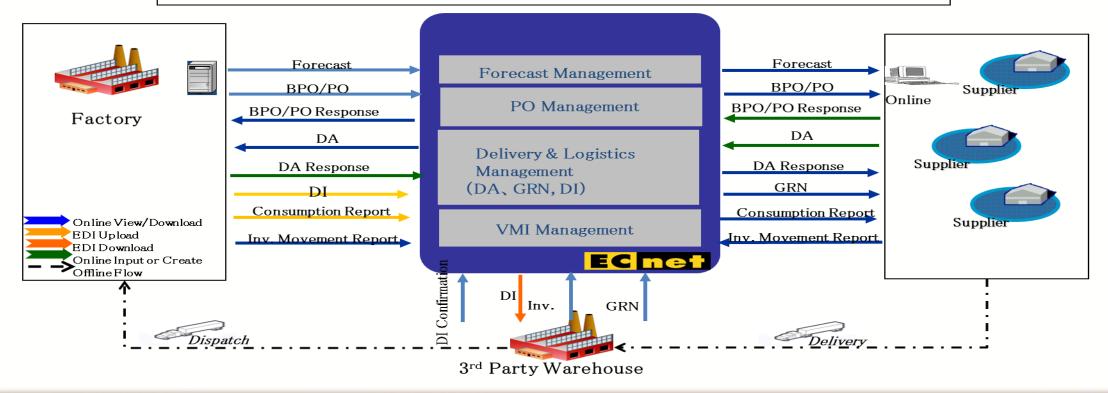


e-Procurement System & VMI Flow

部品発注/納期管理のEDI化とVMI導入にて、 よりフレキシブルな製販対応を実現します。

2013年:6月~中国工場導入済み

2014年:中国工場更なる拡大、ベトナム工場、タイ工場導入展開致します





課題に対する取り組み



ビジネス環境

顧客対応力の向上

原価低減・利益創出

拡大する 拠点間連携

実現項目

速やかなBCP/BCM対応

部品集約/サプライヤ集約

・数量合算/購入単価低減 →コストダウン、業務効率化

統一した部品品質基準

- •部品品質要求基準
- •部品選定基準
- →全社レベルの部品標準化

Bestコストの把握:提案型

·RFQ対応、VA&VE提案活動

既存部品流用徹底 (全社横断)

- ·新部品抑制
 - →部品検討工数削減、
 - →管理工数削減
- ·設備/金型抑制、治工具抑制
 - →投資費用削減

具体的施策



- ·部品検索DB
- ・部品検定ワークフローDB

部品に関連するプロセス 改革







リスクマネシ メントの 範囲 (これら全体がBCM)

Supply Chain Management

Corporate Social Responsibility

SCM

製販計画 顧客別対応

オーダー マネジメント OF精度向上 PSI会議

EDI/VMI 調達LT短縮 自達化/現調化

客先からも求められる 未然防止を前提とした リスク管理(BCP)

> 天災/戦争/疫病等 倒產/統廃合/事業撤退

CSR(企業の社会的責任)

不公正な利益供与の禁止

接待・贈答への対応

職場風土/環境

企業情報の開示

プライバシー保護 ハラスメント行為の禁止

行動規範

インサイダー取引

個人情報管理

他社情報管理

多国籍企業としての法令遵守

Risk Management

環境保護規制の遵守

リスクマネジメント

求められるサプライヤー

との公正な取引

サプライヤー様評価

求められる当社の果たすべき社

会的責任

求めるサプライヤー様への

社会的責任

黒字

青字

白字

当社全体取組

従来取組範囲

今後の取組課題