

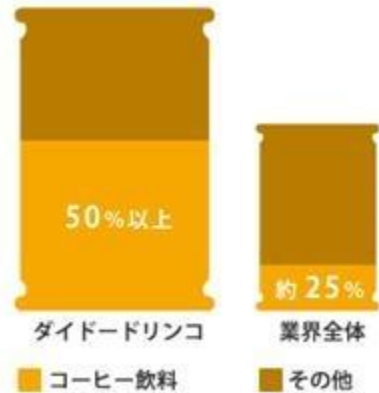
# FOODS eBASEによる商品情報の一元管理と SCMシステム各種マスター情報への展開

2013年11月15日  
ダイドードリンコ株式会社  
生産管理グループ 小村厚介

# 会社概要

- ・商号 ダイドードリンコ株式会社
- ・本社 大阪市北区中之島
- ・設立 昭和50年

## コーヒー



豊富なラインアップ

ちなみに  
 ダイドードリンコ株式会社  
 (DyDo DRINCO, INC.) の社名の由来は・・・  
 大同薬品工業株式会社の“大同”  
 ダイナミック (Dynamic) に活動する (Do)  
 ドリンク (Drink) 仲間 (Company)



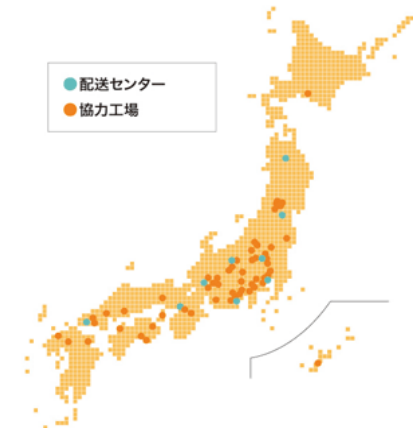
## 自動販売機



安定した販売基盤

## ファブレス経営

自社工場を持たず  
 生産を外部に委託



# 商品紹介



NEW!



一日一度、  
自分への小さなご褒美。



ブレンドコーヒー  
華やかな香り、軽快な余韻



飲みごたえ  
微糖  
新20種焙煎豆

9月16日  
発売

**DyDo**

あつ。香りが、咲いた。

贅沢  
香茶

Asian Tea  
ジャスミンティー  
高級茶葉  
100%使用

消費厚生許可  
特定保健用食品

新発売

香りギュッと閉じ込めた香りフレッシュティー。

# 製品供給体制

自社工場を持たず、パッカーに製造を委託しています。

## ダイドードリンク

＜マーケティング部＞  
・商品企画

＜営業部門＞  
・得意先向け情報提供  
・受注

＜生産管理グループ＞  
・生産計画  
・資材発注  
・原価管理

＜品質管理グループ＞  
・商品検査  
・品質管理

### 資材メーカー



・資材（原価、規格）情報提供  
・資材供給

### パッカー



・製品原価計算書提供  
・品質情報（組成情報）提供  
・製品供給

# eBASE導入の背景

## 外部要因

- ・食品の安全確保に関する規制強化
- ・放射性物質に対する消費者の不安
- ・食物アレルギー疾患の増加
- ・食育やスローフード等の食生活運動の活発化

**得意先・消費者からの情報提供要請が増加**

## 内部要因

- ・従来の生産管理システムの老朽化によるリプレイス
- ・各部門ごとに情報を紙やExcelで分散管理

**社内の情報管理体制の見直しへ**

# eBASE 導入前の課題

---

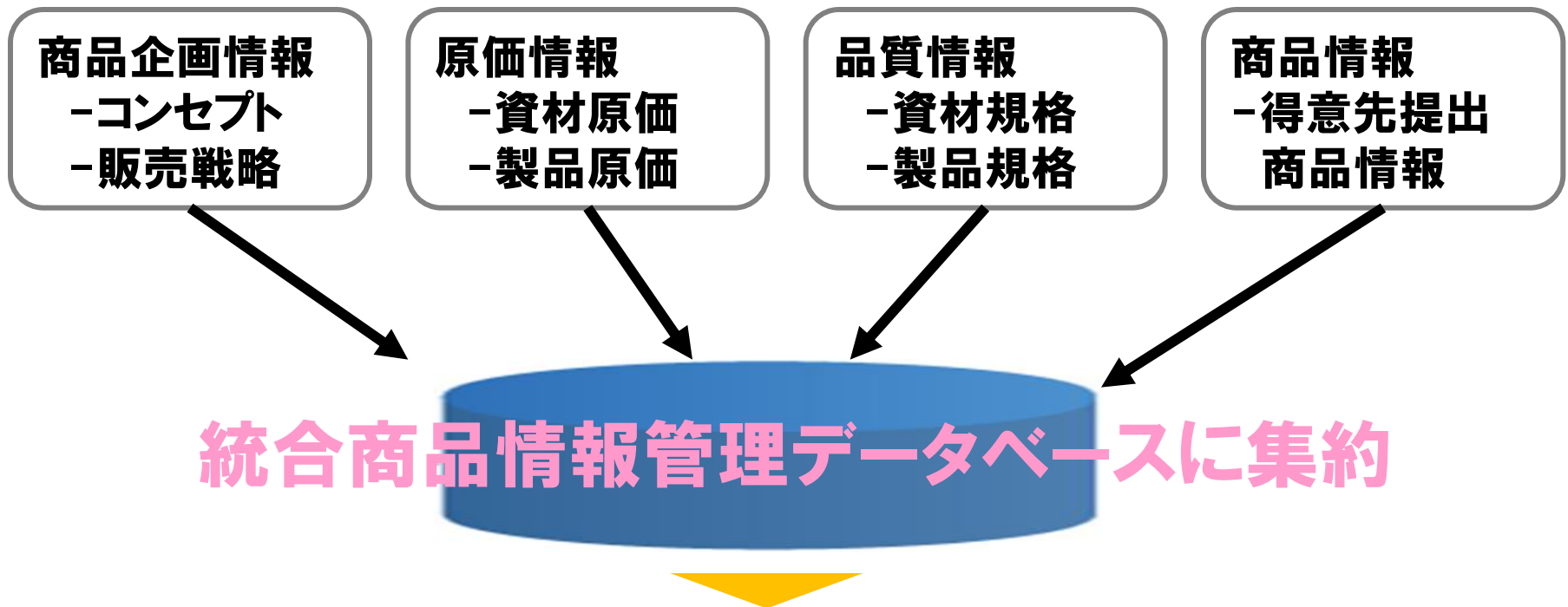
**品質情報、原価情報を含めた商品情報を一元管理するシステムが存在せず、情報が散在していた。**



- **社内外で、同じ商品・資材の情報を冗長に管理していた。**
- **社内外において必要な情報をトレースするのに時間がかかっていた。**
- **組成情報や原価情報等の管理が属人化しており、企業として開発ノウハウを蓄積できていなかった。**

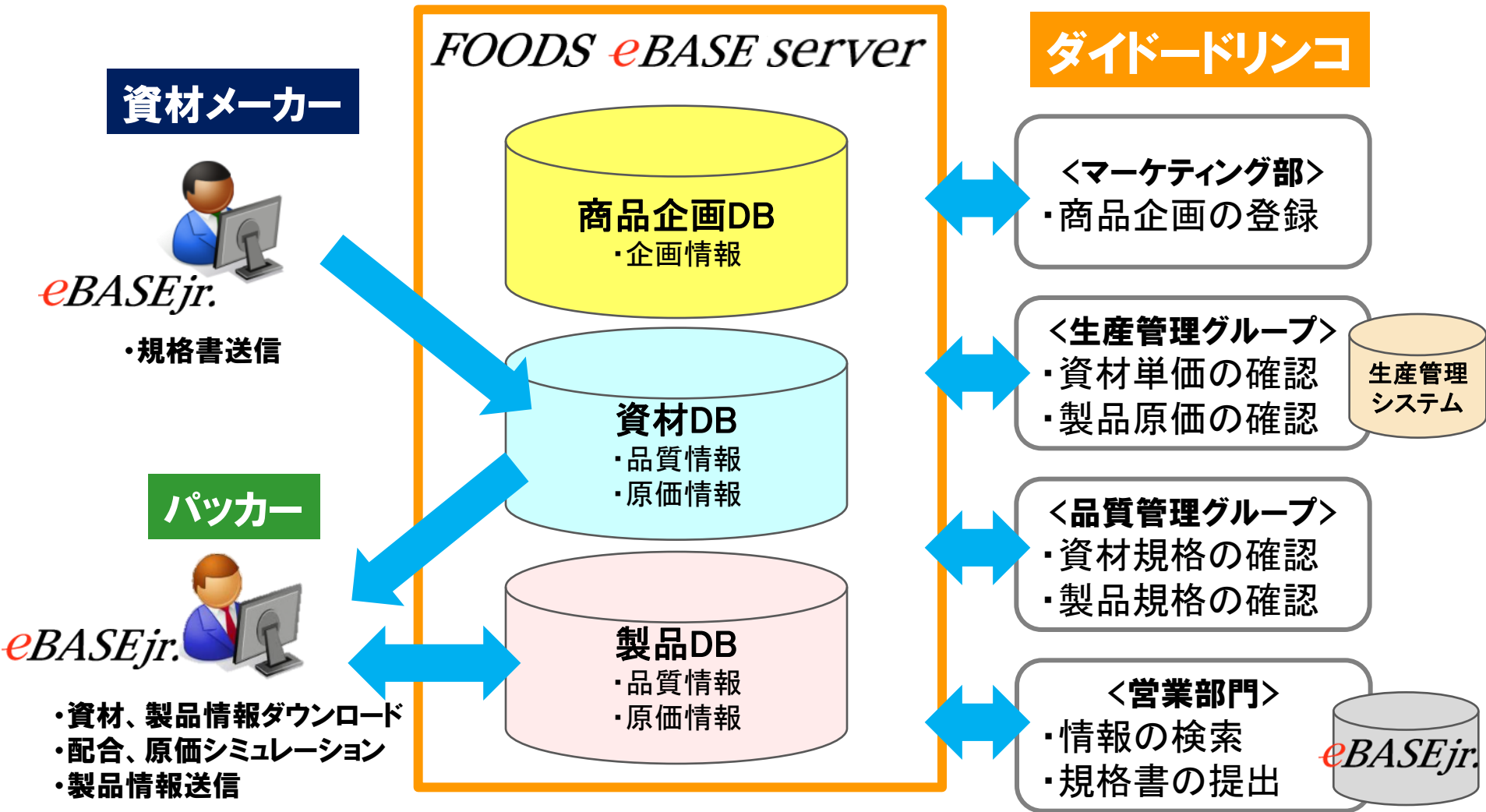
# 新システムの実現構想

品質情報、原価情報を含めた商品情報を一元化！



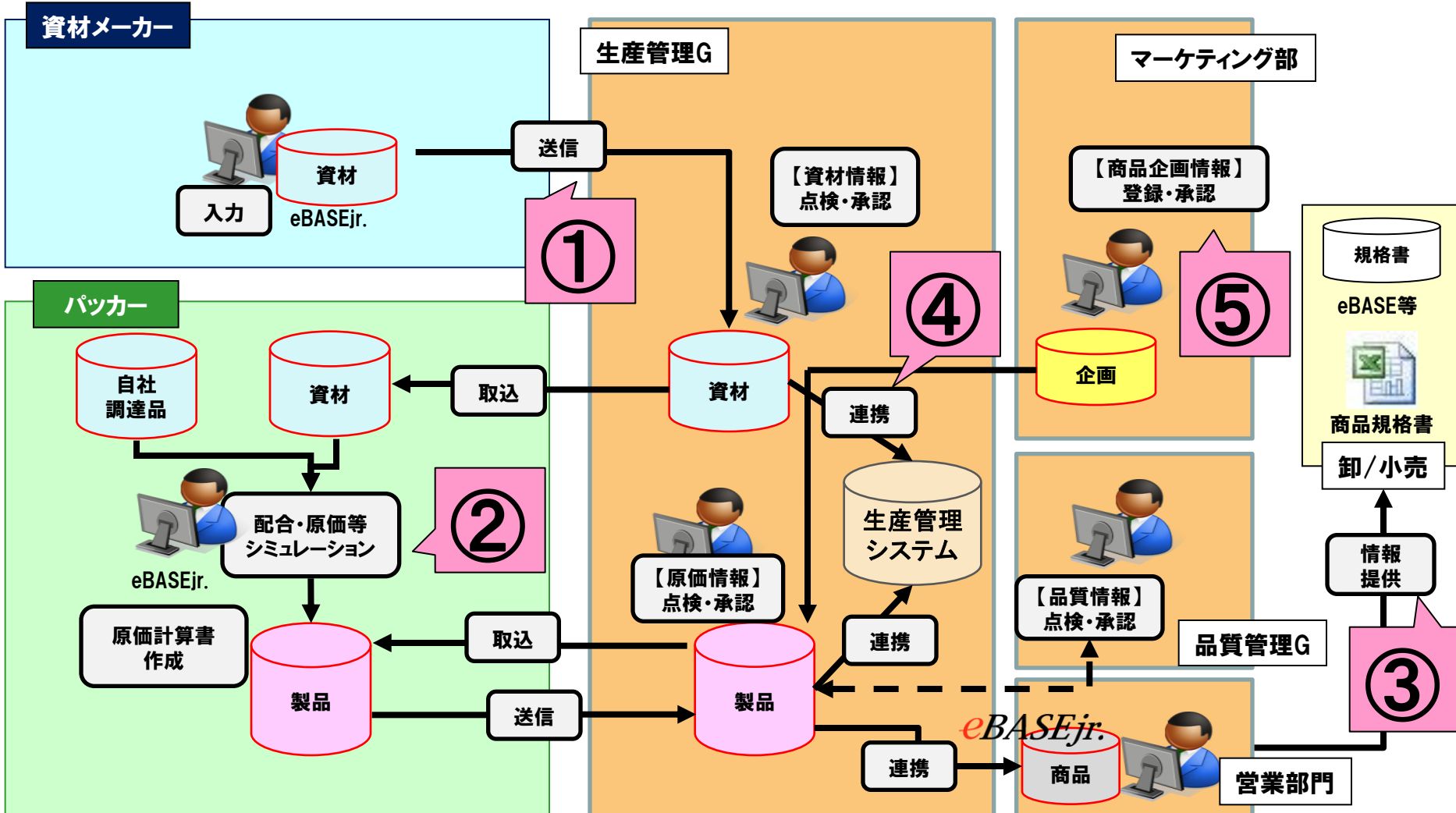
社内外におけるタイムリーで正確な情報共有を実現！

# 新システムの実現方法





# システム全体イメージ



# システムのポイント

---

① 資材情報の収集・一元管理

② 製品情報の収集・一元管理

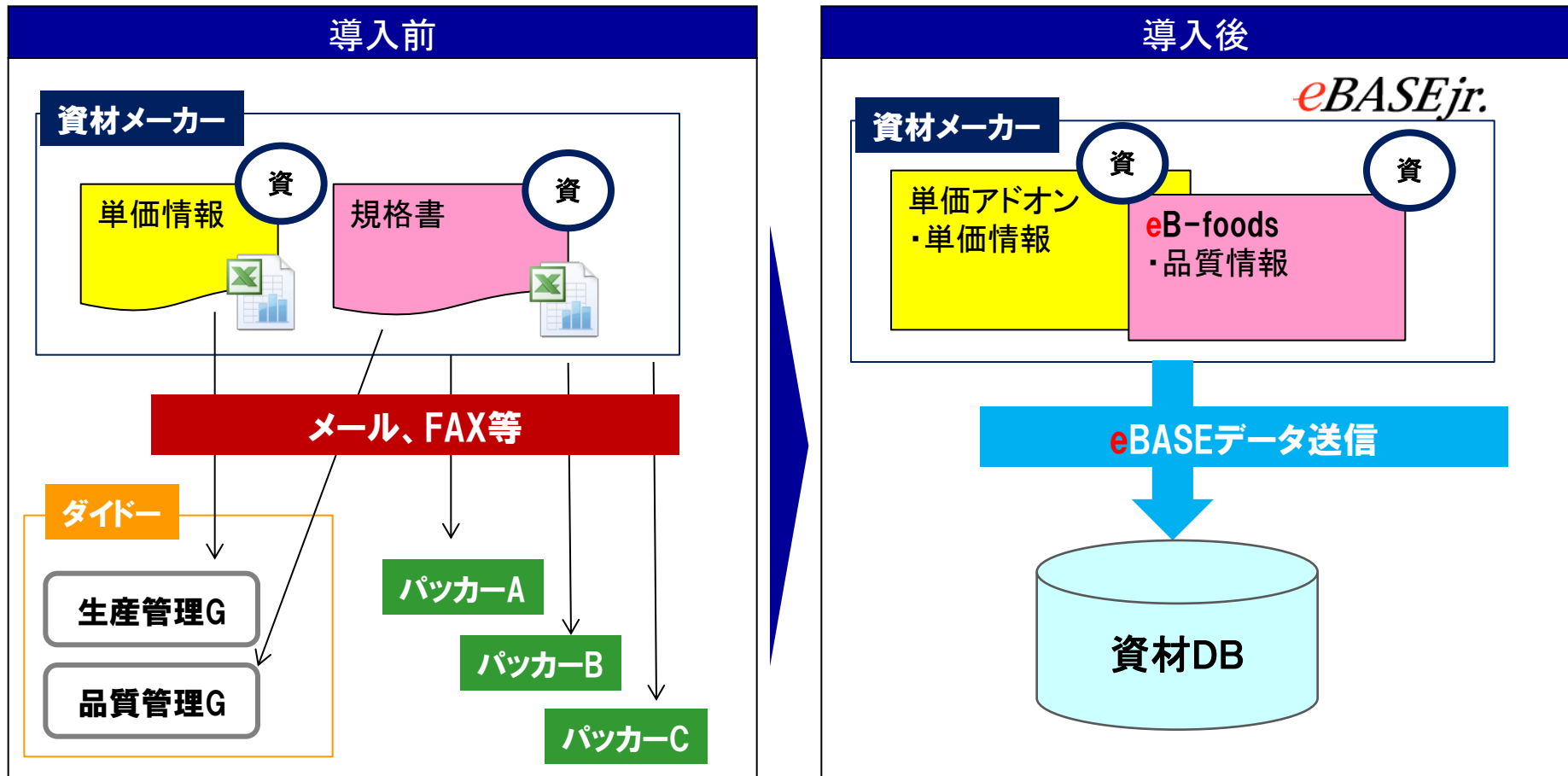
③ 得意先向けの情報提供

④ システム連携

⑤ 企画に必要なノウハウの蓄積

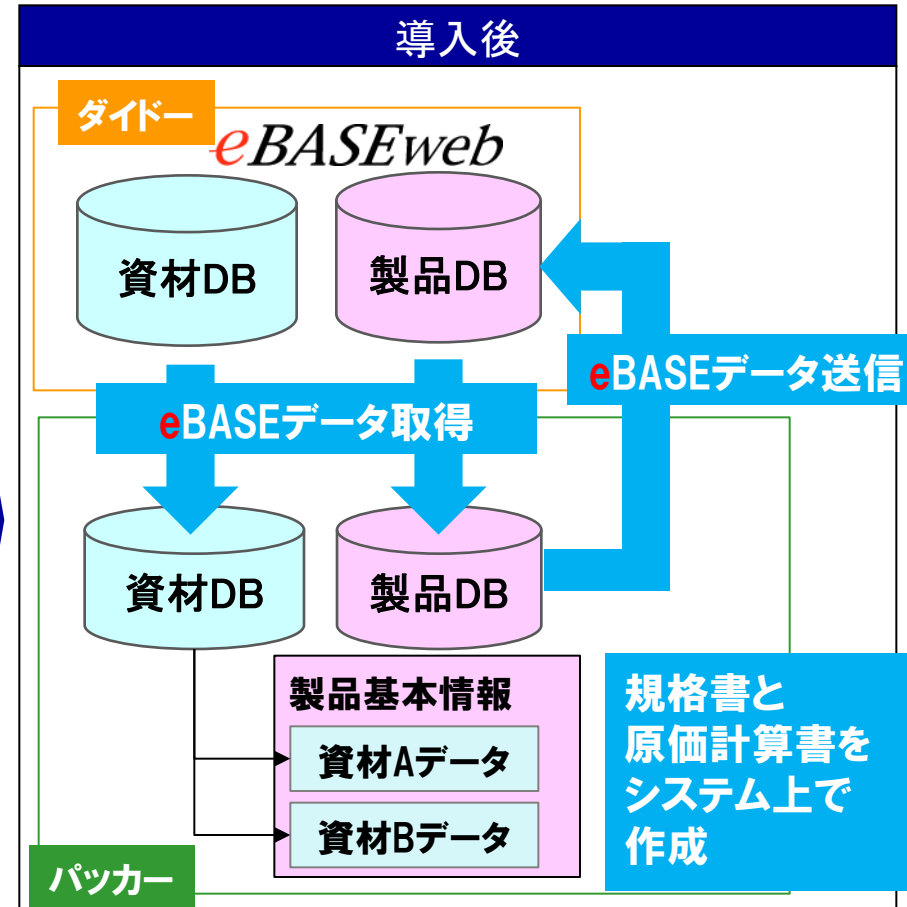
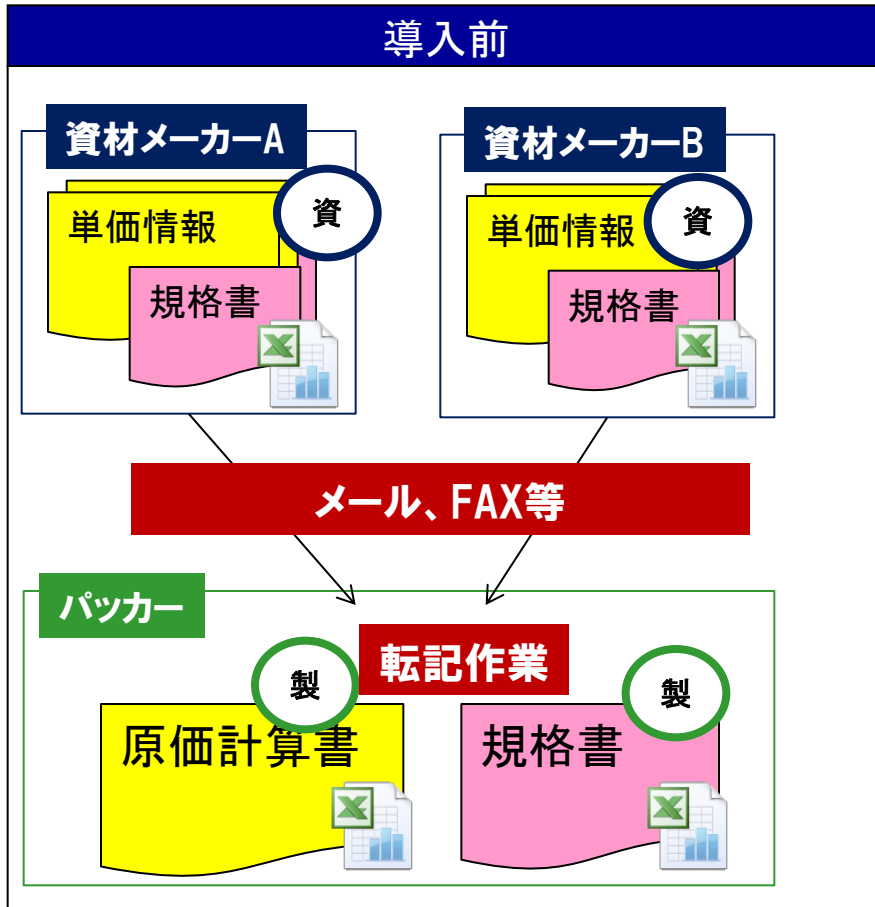
# ① 資材情報の収集・一元管理

資材メーカーの情報提供が一度で済み、情報の精度とスピードが向上。



# ②製品情報の収集

パッカーの業務負担の軽減、情報の精度とスピードが向上。

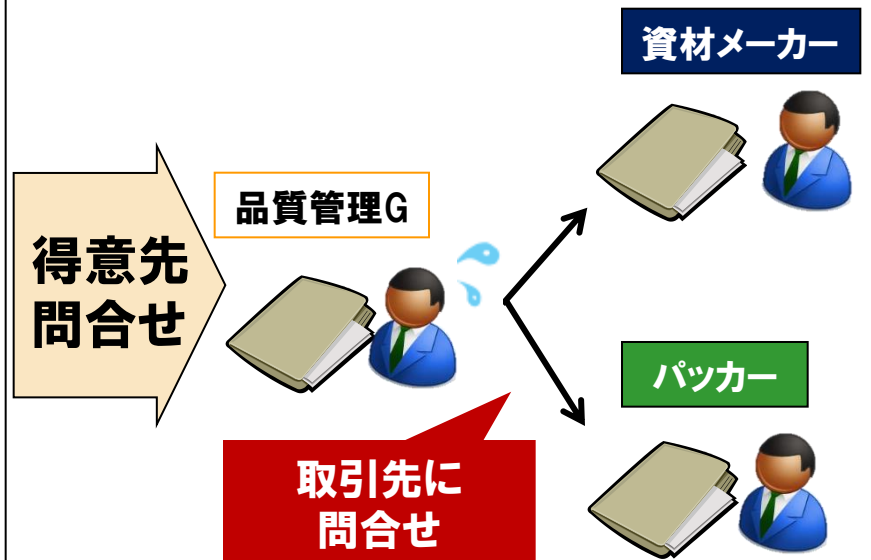


# ③得意先向け情報提供

情報の「見える化」により、迅速な対応を実現。

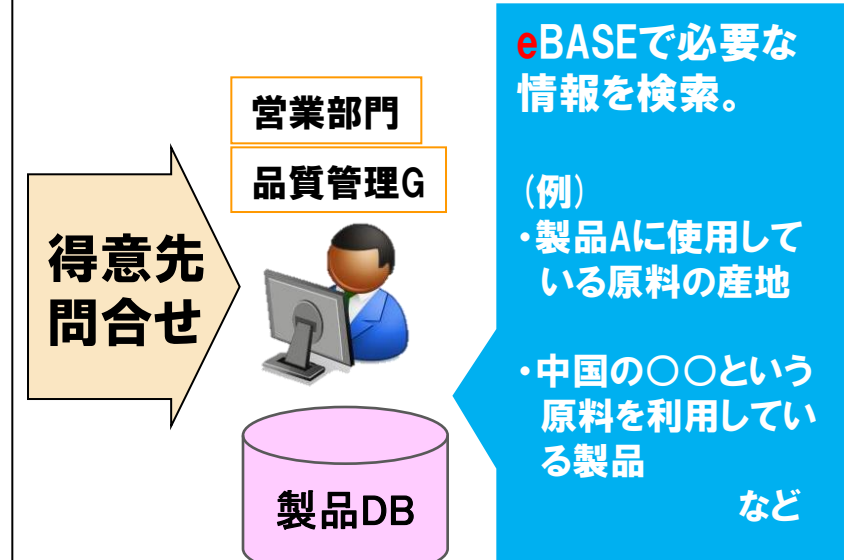
導入前

紙ベースで調査



導入後

データベースで検索

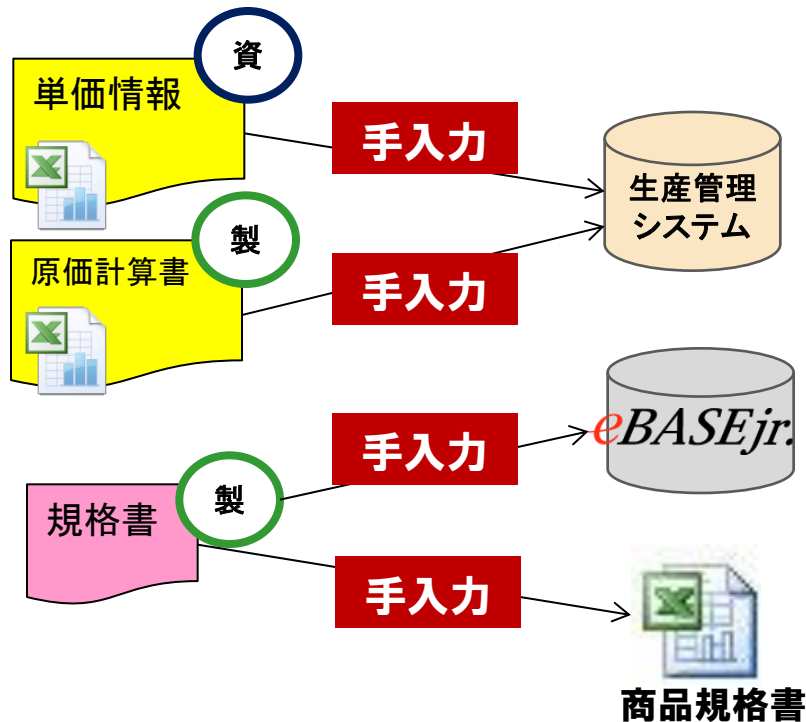


# ④ システム連携

商品情報の一元化により、冗長な入力作業を削減。

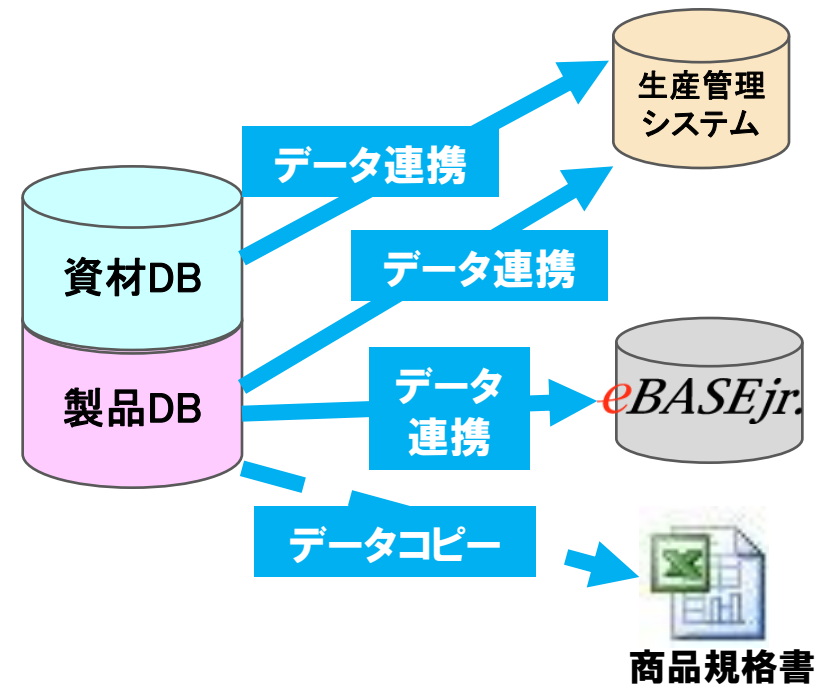
導入前

複数の情報源から、複数システムに転記



導入後

一つの情報源から、複数システムに連携



# ⑤ 企画に必要なノウハウの蓄積

過去の商品企画を関係者間で共有し、効率的な商品企画を実現。

導入前

商品企画情報は個人管理。  
ノウハウの共有ができない。

企画開発担当A



企画開発担当B



企画開発担当C



導入後

商品企画情報をデータベース化・共有。  
効率的な商品企画を実現。

企画開発担当A



登録・検索



企画開発担当B



企画開発担当C



# 導入効果

---

**eBASEにより、各部門で必要となる情報を一元管理できた。**



- **社内各部門間での重複作業が無くなった。**
- **社内外への商品情報の問い合わせが減り、情報検索のスピードが向上した。**
- **組成情報や原価情報等をデータベース化することにより、商品開発に必要なノウハウを蓄積できるようになった。**



# eBASEが適していた点

---

## ・パッケージソフトの充実した機能

- パッケージソフトの機能で、ほぼ要件を満たしていた。
- パッケージソフトをベースとした、短期間でのシステム構築ができたので、十分なテスト運用期間を確保することができた。

## ・独自運用に合わせた柔軟な対応

- 飲料メーカーに合わせた原価計算機能をパッケージ化
- 原価情報を収集するための画面のアドオン開発
- 商品企画情報の入力・閲覧画面のアドオン開発

## ・サポートセンターの対応

- 資材メーカー、パッカーのフォロー体制があり、スムーズな運用立ち上げができた。

# システム立ち上げ時の苦労・工夫点

---

## ・実務反映の対応

- ・原価情報を含めた製造に関する情報の一元化を企図したため、
    - 関連部署が社内でも拡大
    - 対応システムの開発が発生し、実務との乖離の調整が発生。
- ⇒システム開発と、運用フローの整備で対応。

## ・社内外への教育

- ・関連60社の一斉稼働
- ⇒説明会+自作マニュアル+サポートセンターで対応。

# 今後の展開

## 蓄積した商品情報の、販売促進シーンでの活用

*eBASEserver*



営業部門向け

タブレットを利用した商品紹介



一般消費者向け

オンラインショップへのデータ活用

DyDo online shop

- ・商品名
- ・原材料情報
- ・栄養成分 etc...

ご清聴ありがとうございました。