

글로벌 ECR/SCM 발전방향과 구현전략

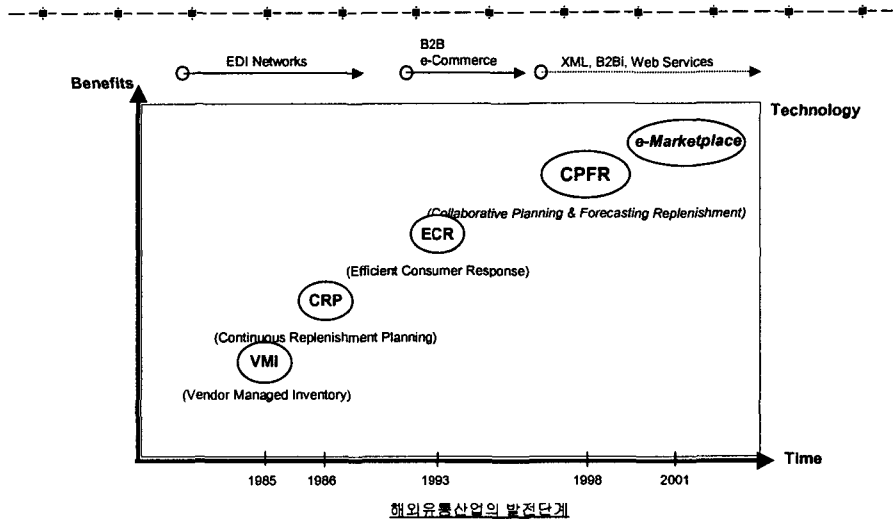
September 26, 2002

발표자: 임 훈(농협중앙회 하나로마트본사 전산실장)

Agenda

1. Global ECR/SCM trend
2. 국내 유통산업의 정보화 수준
3. 유통·제조·물류업체의 정보화 방향
4. 구축전략: 글로벌 표준을 수용하는 SCM
 - 사례고찰
5. 결론

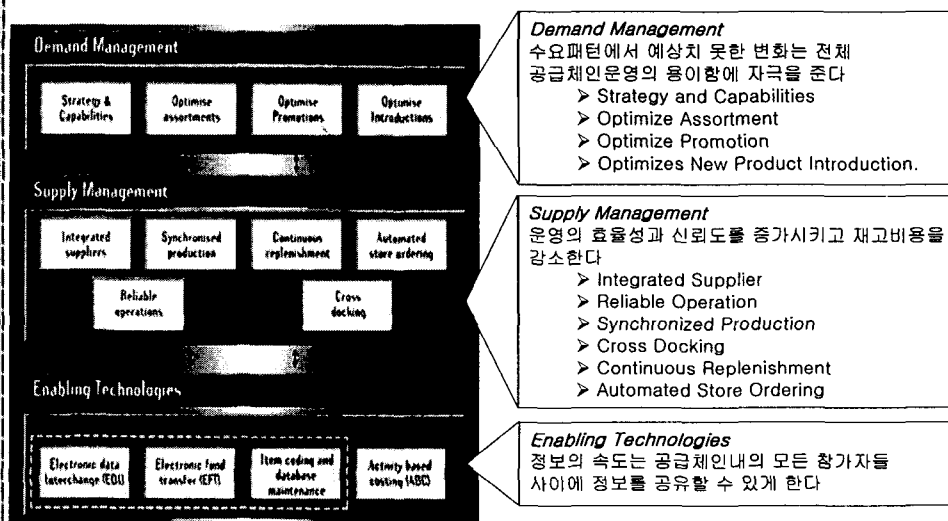
해외 유통산업 트렌드



• 해외 유통산업은 경쟁환경의 심화, 소비자 Needs의 다양성에 따른 수익악화 위험을 극복하기 위해 많은 노력을 기울이고 있습니다.

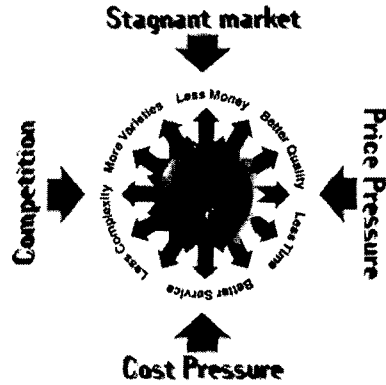
ECR (Efficient Consumer Response)

세가지 주요 향상영역에서의 공급체인



ECR Asia slogan:

공급체인에서 불필요한 비용을 제거하고 판매영역을 구축한다



❖ 구매변화에 영향을 주는 가장 유력한 요소:

- 고객의 수요 증가
- 운영비용 발생
- 경쟁사 증가
- 빠른 기술변화

ECR II:

ECR Objectives 50 / 50

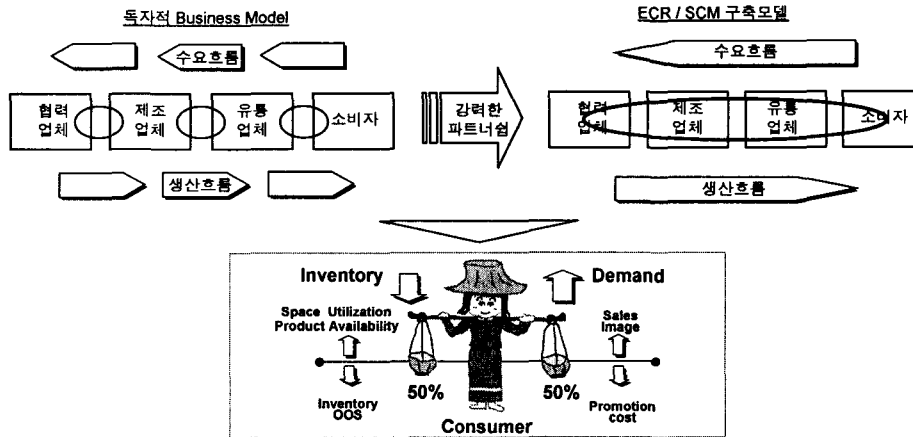


What is "50/50" :

50% reduction in inventory

50% reduction in out of stocks on shelf

ECR/SCM Business Model



- ECR/SCM 비즈니스 모델에 대한 이해와 구현은 유통업체와 제조업체 간의 협업을 통한 견고한 Supply Chain을 실현할 수 있습니다. 이를 통해 소비자의 만족을 충족할 수 있으며, 제품의 Brand 가치를 극대화시킬 수 있는 성공요소입니다.

Agenda

1. Global ECR/SCM trend
2. 국내 유통산업의 정보화 수준
3. 유통·제조·물류업체의 정보화 방향
4. 구축전략: 글로벌 표준을 수용하는 **SCM**
 - 사례고찰
5. 결론

국내 유통산업의 최근동향

- ❖ 국내 유통시장은 Off-Line에 이어 On-Line에서도 새로운 경쟁구도를 형성해 가고 있다.
 - Online상에서는 전통적인 유통업체와 인터넷쇼핑 전문업체 및 홈쇼핑업체 간의 대결구도하에 외국계업체들이 가세하는 형국
 - 외국 대형 유통업체들이 Offline에 이어 Online으로도 진출을 준비
 - 월마트, 까르푸, 세븐일레븐 등의 Offline 진출에 이어 미국의 대형백화점인 JC페니, GMBE 등이 Online 직접판매를 준비 중
 - 향후, Online시장의 경쟁구도에 따라 유통산업 전체의 시장지도가 새롭게 재편될 전망

주요 유통업체와 제조업체의 정보화 추진 현황

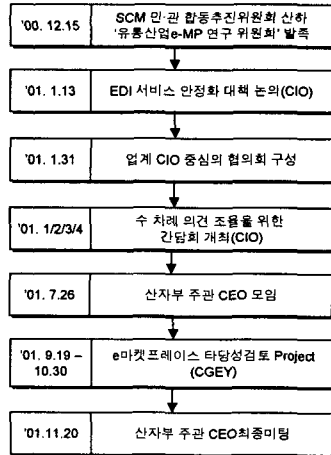
*국내 유통업체와 제조업체간의 프로세스 혁신사례 (ECR시범사례)

유통혁신	제조업체	동서식품	제일제당	풀무원	LG생활건강	유한킴벌리	P&G	유니레버	오뚜기
Web EDI (까르푸는 VAN)	마그넷 E-Mart	까르푸V 마그넷 E-Mart	LG유통 마그넷 E-Mart 한화유통	마그넷 E-Mart	마그넷 E-Mart	마그넷 E-Mart, LG유통 까르푸V	마그넷 E-Mart	까르푸V 마그넷 E-Mart	
Co-managed Inventory	LG유통 (POS)	까르푸	마그넷	-	-	-	-	-	
Vendor Managed Inventory	-	-	-	마그넷	LG유통	까르푸	LG유통	마그넷	
Continuous Replenishment	-	-	한화유통	한화유통	마그넷, LG유통	마그넷, LG유통 까르푸	-	까르푸	
Computer Assisted Ordering	-	LG유통	LG유통, 마그넷 한화유통	-	-	까르푸	-	-	
Category Management	LG유통 (POS)	LG유통	-	-	마그넷	-	-	-	
CPFR	-	-	-	-	-	까르푸	-	-	

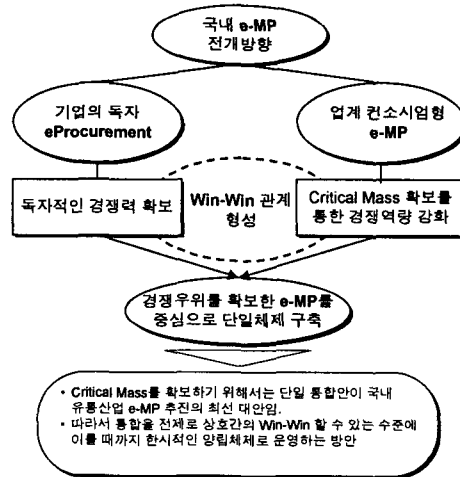
* Source : 2001.10. 유통정보센터 내부 자료.

유통전문 e-Marketplace 인큐베이팅 사업(2001년도)

e-MP 추진 History



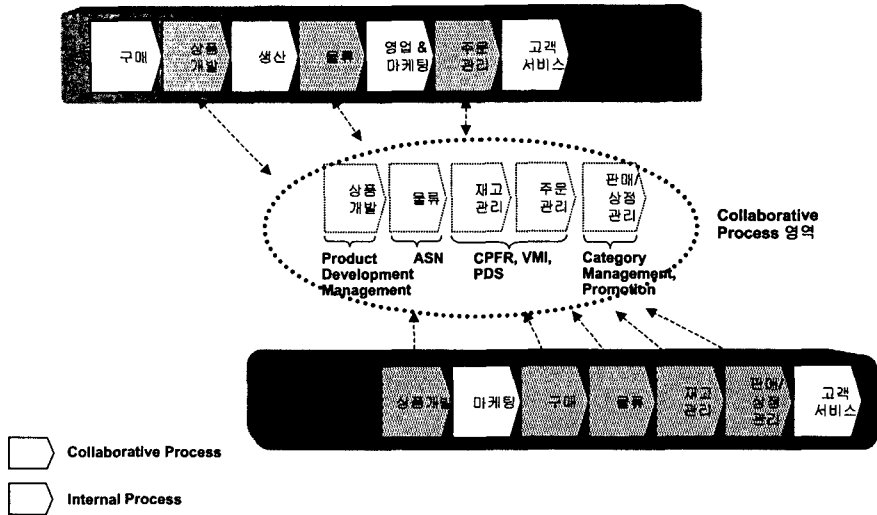
국내 e-MP 추진 방안



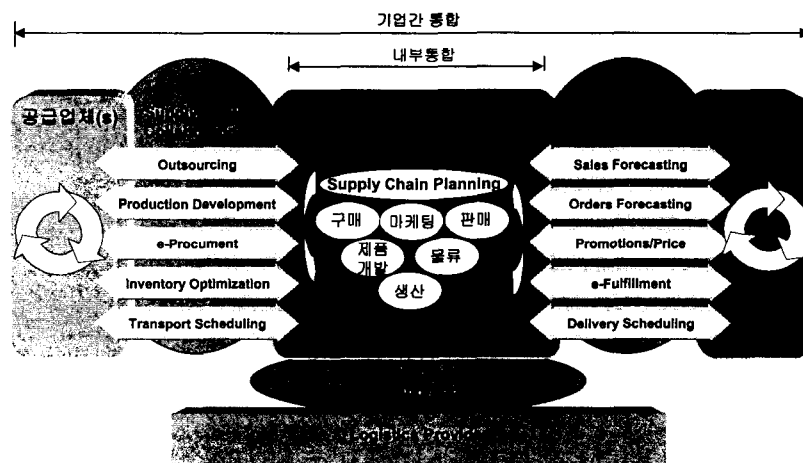
Agenda

1. Global ECR/SCM trend
2. 국내 유통산업의 정보화 수준
3. 유통·제조·물류업체의 정보화 방향
4. 구축전략: 글로벌 표준을 수용하는 SCM
 - 사례고찰
5. 결론

유통산업 정보화의 Value Chain – Collaborative Process

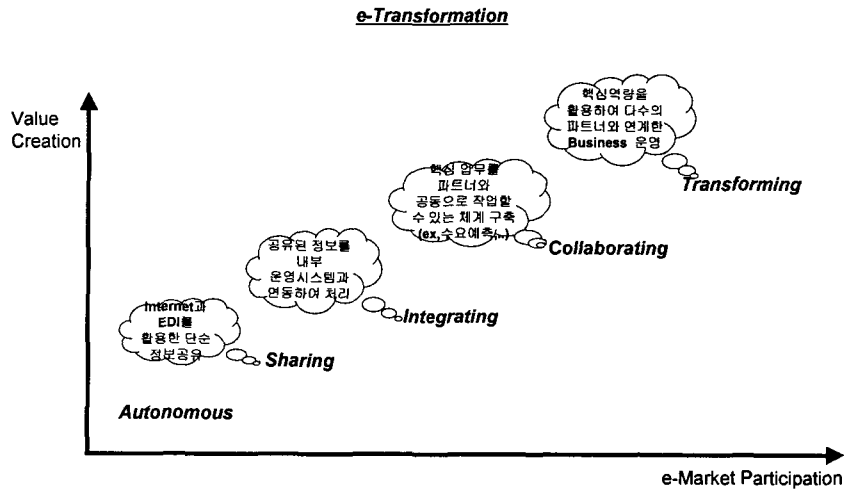


유통·물류·제조업체의 Collaboration & Integration

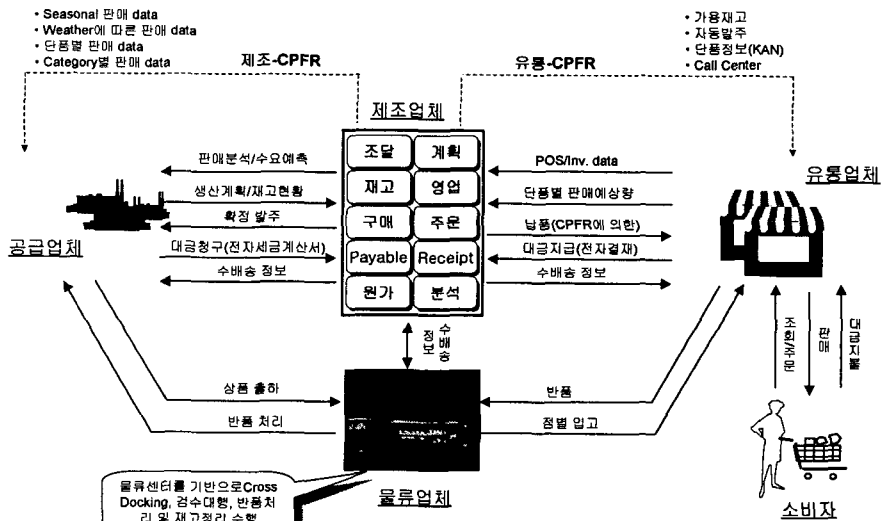


• 유통산업의 B2B e-Business 구축은 기업내부의 통합을 바탕으로, 기업간 통합으로 확장합니다.

유통·물류·제조업체의 e-Transformation



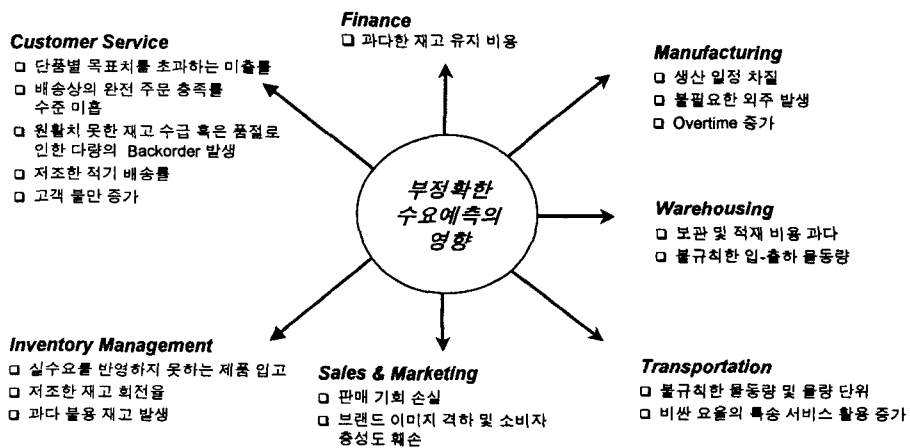
CPFR 솔루션의 상세 프로세스



Agenda

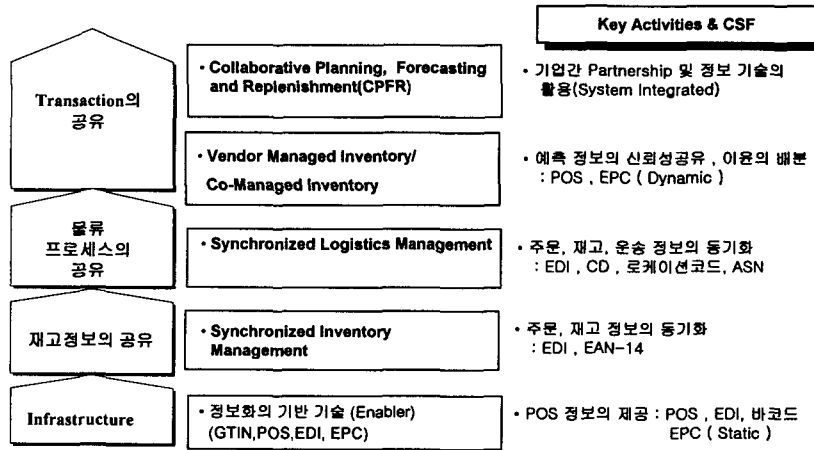
1. Global ECR/SCM trend
2. 국내 유통산업의 정보화 수준
3. 유통·제조·물류업체의 정보화 방향
4. 구축전략: 글로벌 표준을 수용하는 **SCM**
- 사례고찰
5. 결론

국내 유통산업 현황 및 문제점



• 기능별로 분산된 부정확한 수요예측으로 재고 및 결품율 등 Supply Chain 전체의 성과에 부정적 영향을 미치고 있음.

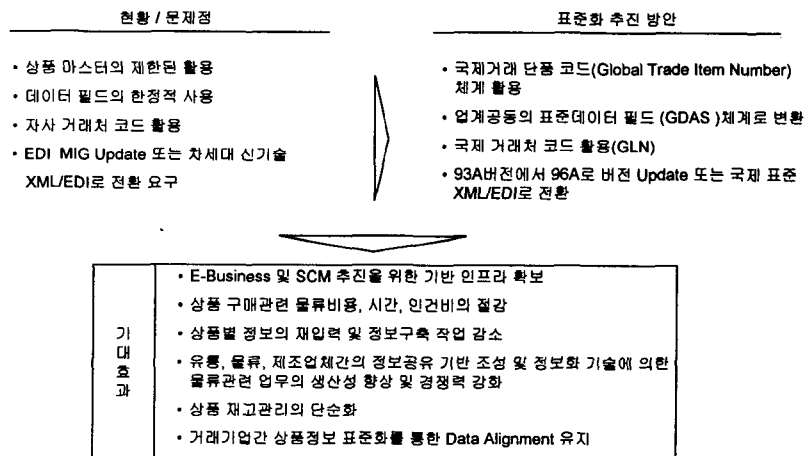
글로벌 Supply Chain Network구현을 위한 추진전략



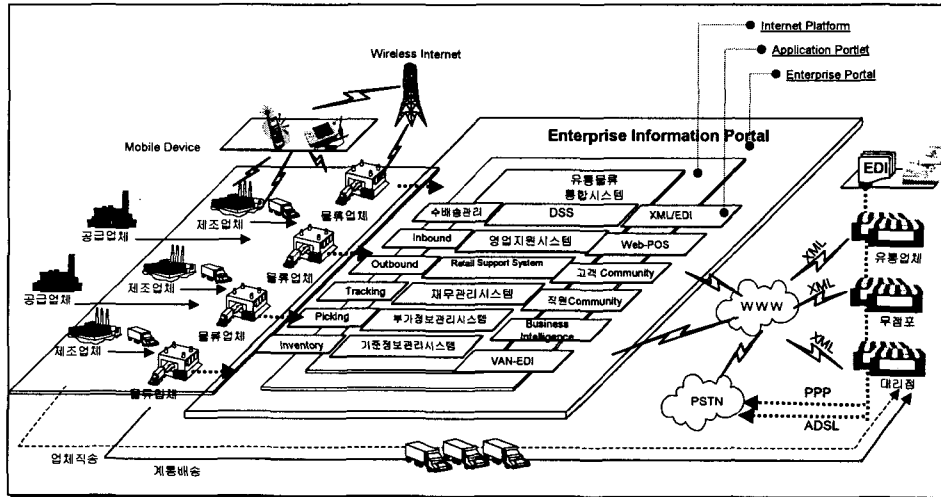
*주) CSF : Critical Success Factors

Supply Chain Network에 참여하는 기업간 정보와 자원 공유의 심화 정도에 따라 Collaboration 구현의 단계가 구분될 수 있으며, 각 단계별로 중점되어야 할 Key Activity와 CSF*)가 있음

글로벌 표준을 수용한 ECR/SCM 추진



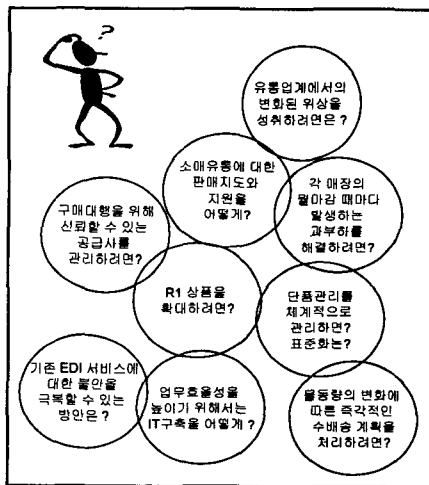
사례고찰: 소매유통업체의 통합정보시스템 Blueprint



• 유통, 제조, 물류업무업체의 기존 업무환경을 웹기반 환경으로 전환한 소매유통정보 통합시스템에 대한 Blueprint입니다.

사례고찰: 유통물류정보 통합 프로젝트

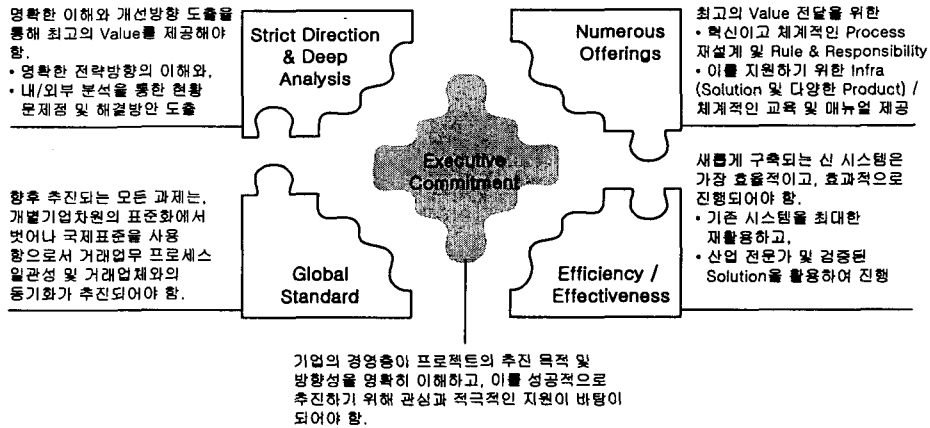
What's Problem!!



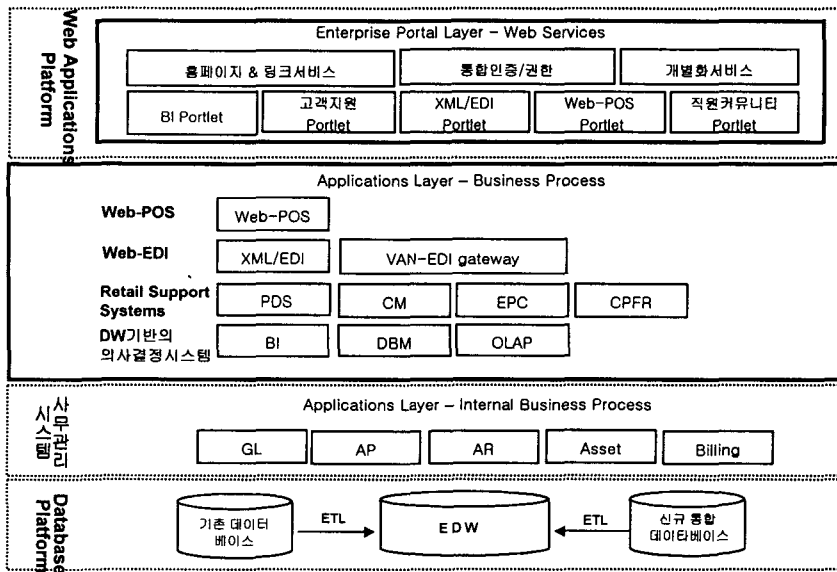
e-Transformation

- 유통/물류 프로세스의 Innovation
- 각 매장을 인터넷 기반으로 집중화
- EDI의 분산처리를 통한 관리 합성
- 실시간 조회 및 프로세스 완료 확인
- 웹기반 POS데이터의 단일 청구화
- 웹 환경에서 공급사와 정보공유
- 실시간 판매정보와 재고정보 파악
- 각 매장과 공급사 간의 협업체계 지원
- 각 매장에 Self-service 형식의 지도
- 웹기반의 일관된 매장 관리 지원
- Global 표준코드 및 분류체계 적용
- 전자카탈로그를 통한 공급 및 조달
- 구매지원을 위한 전자상업 지원
- 실시간 현장데이터를 분석한 정보제공
- 기존 KPI에 대한 평가 및 성과관리
- 의사결정 지원을 위한 다양한 분석처리
- 기업정보공유와 기업간 거래를 위한 단일 청구서비스
- 모든 사용자의 인증과 사용권한에 대한 통합환경 제공
- 웹기반 다양한 비즈니스 처리를 위한 포털 서비스

사례고찰: 프로젝트 추진 성공요소



사례고찰: 유통물류정보 통합시스템 구성도



Agenda

1. Global ECR/SCM trend
2. 국내 유통산업의 정보화 수준
3. 유통·제조·물류업체의 정보화 방향
4. 구축전략: 글로벌 표준을 수용하는 **SCM**
 - 사례고찰
5. 결론

국내 유통산업의 통합정보화 성공을 위한 제언

- ❖ 전사적인 정보화전략 수립
 - 업무표준화 (Business Process Initiative)
 - 기업간 업무 협업화(Collaboration)
 - 경영전략과 일치된 정보전략의 과감한 추진
 - 전문인력 양성
- ❖ 웹기반의 정보통합화와 서비스 제공을 위한 IT Infrastructure 구축
- ❖ 국제표준화정책에 직접 참여와 국내 산업계의 적극 수용
 - 국제표준화기구에 국내 특수성 반영을 위한 적극적인 활동
 - 기업간 거래표준 정착과 활성화를 위한 공동 참여

국내 유통산업의 통합정보화 성공을 위한 제언

❖ 유통·제조·물류 연계간 확고한 협업체계 확립 및 정보 활용방안 협력

- 협업 가능한 업무 영역에 표준화 적용 (표준모델 협의)
- 1단계 개발에 반영 및 검증
- 향후 표준모델에 의한 점진적인 확대

❖ 글로벌 경쟁시대에 국내 유통산업의 경쟁력 강화와 투명한 경영을 위한 Public e-Marketplace 구축 추진

- 각 업체에서 정보확보를 위해 과도한 비용의 중복 투자 방지
- 투명성 확보에 대한 차별화된 전략적 접근을 통한 연계간 연의 경쟁
- 정보수집 및 정보공유를 위한 공동 투자(정부나 정부산하기관 주도)
- 공공정보를 활용한 정보제공(전문인증기관, 정보인증기관, 정보인증기관)

Q&A