

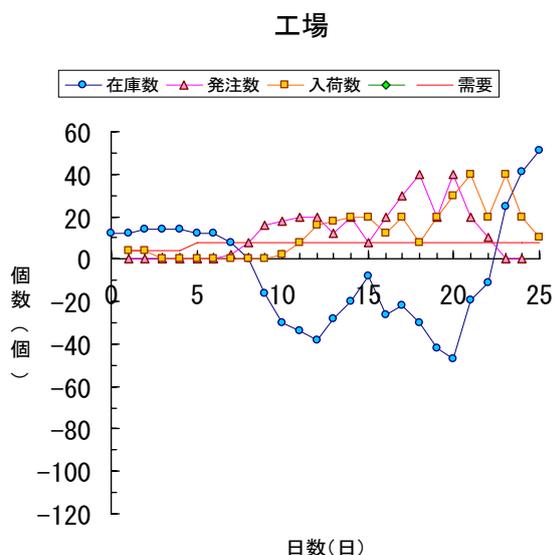
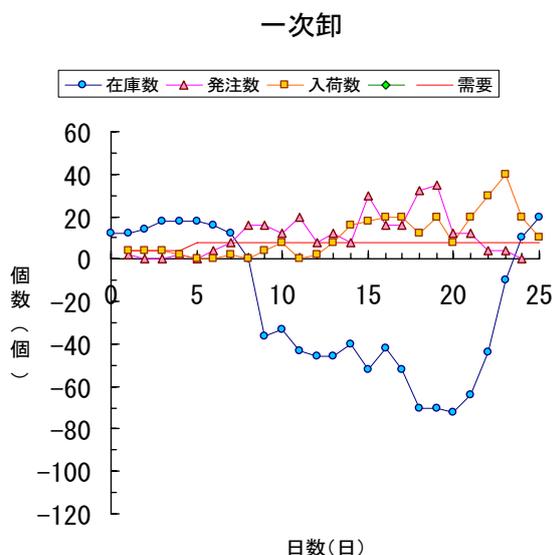
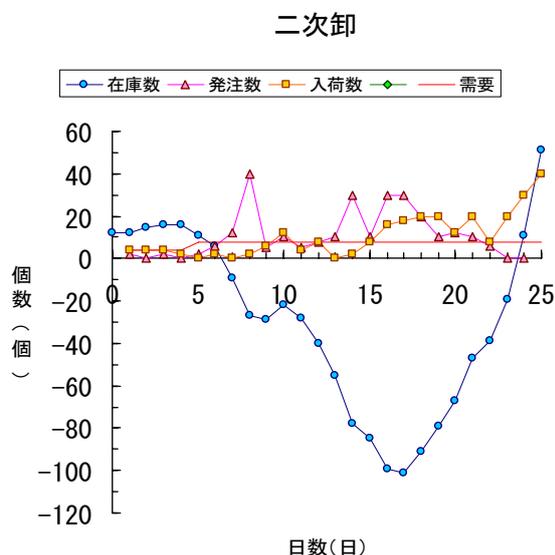
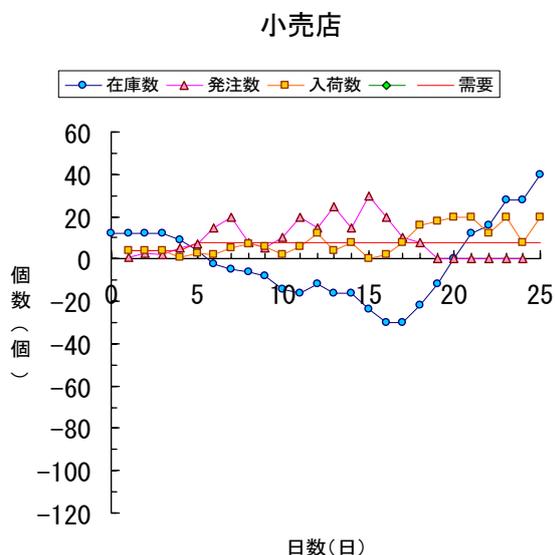
ビールゲームの結果

(1) 在庫数・欠品数・費用

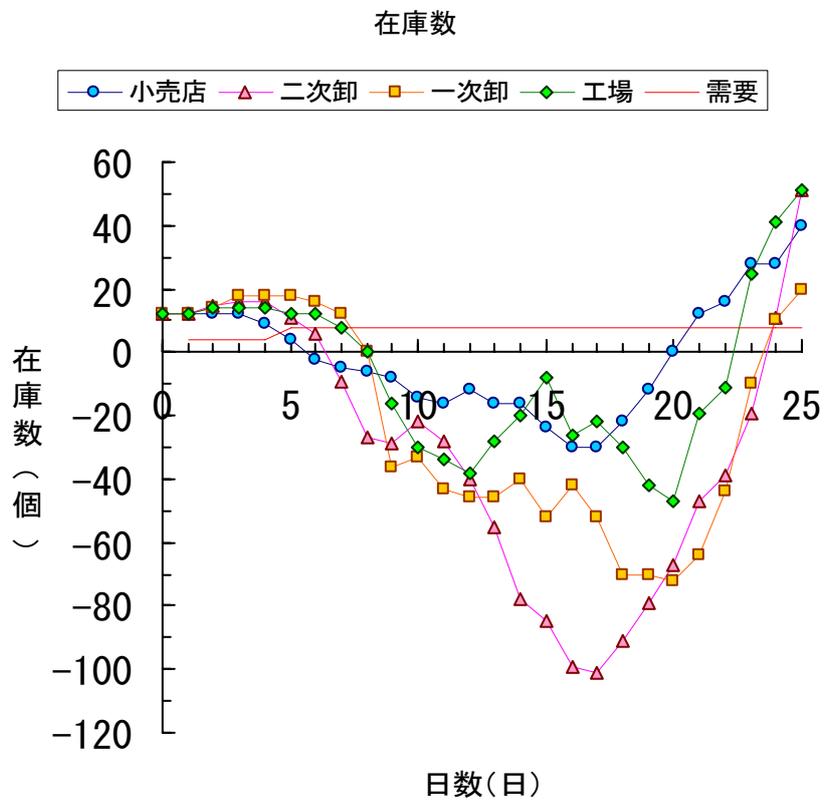
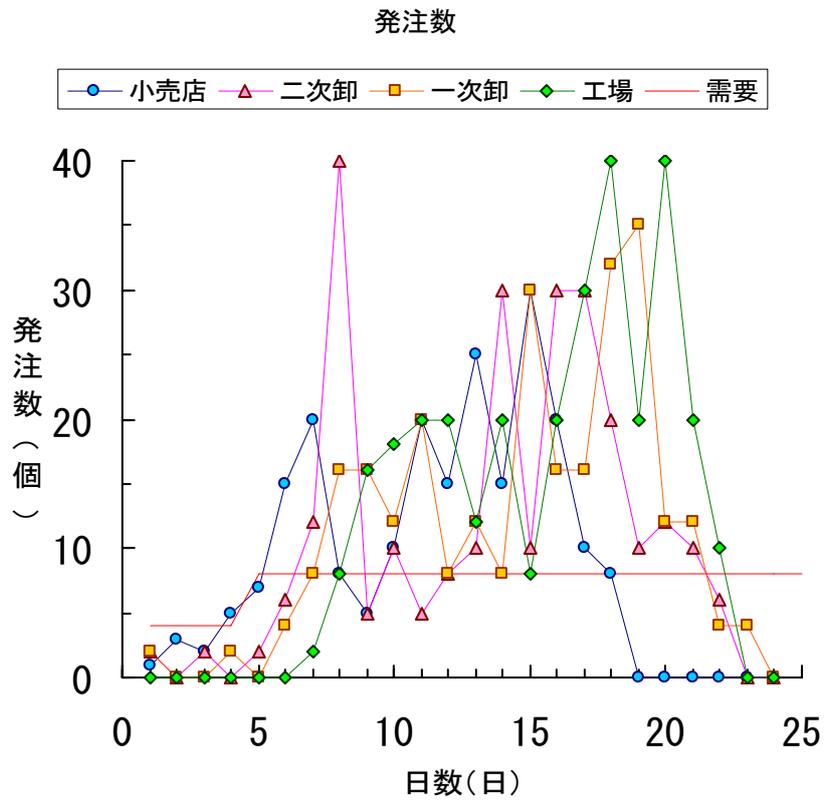
	在庫数 (個)	欠品数 (個)	費用 (円)
工場	203	371	9,450
一次卸	143	720	15,830
二次卸	138	915	19,680
小売店	173	213	5,990
合計	657	2,219	50,950

	総発注数	総入荷数	総出荷数
工場	304	302	273
一次卸	269	262	264
二次卸	260	222	223
小売店	219	192	176
消費者	176		

(2) 発注数・在庫数・入荷数の推移



(3) 発注数・在庫数



(4) ゲームの感想

ゲームなのに、かなりのストレスを感じた。

自分が思っているように相手が発注してくれるとは限らない。発注してもすぐに入荷しないので、在庫の調整が難しい。

いかにお客様の需要を予測するか、また、サプライチェーン上の発注数の動きを予測するかが難しいか実感した。

需要予測の難しさを痛感した。

実際の消費者の需要は、もっと振れているかと思った。人の思惑がいかにも実際とかけ離れた結果を生み出すかを実感した。

各社のエゴが出ている。

中間流通が多いと、安定供給がなされるか予測が難しいので、心理的に過剰に発注したくなる。

信用商売なので実際は欠品することはできない。したがって、必ず安全在庫が必要になる。

在庫を持つことを「悪」と判断したため長期にわたる欠品を生じてしまった。早期に在庫を持ち、陳腐化する時期を判断して、発注数を管理すべきであった。

需要予測も発注方式もまったく決めずに在庫管理を行っていたので、過剰在庫や欠品の状態を招いてしまった。

発注から入荷までのリードタイム3日で在庫量を調整できると考えていたが、実際は、川上側の在庫の欠品により商品が予定どおり納品されず、欠品状態が長期間続いた。

発注残を明確にしておかないと、後から大量の納品があり、過剰在庫を抱えることになる。

情報の伝達期間ならびに配送（生産）の期間短縮は、在庫管理に大きな影響を及ぼす。

需要予測も大切であるが、受注から納期までの期間を短縮することも考えるべきである。

別会社であるとはいえ、可能な限りコミュニケーションをはかることが必要である。

サプライチェーン全体で、供給を調整する役割が必要である。

小売店・二次卸・一次卸・工場の各企業間で、いかに協力し、情報を共有していくかが重要であることを実感した。また、このためのサプライチェーン全体を管理するセクションが必要であると感じた。

川上や川下と発注量の調整を行えばよかった。

サプライチェーン上の各社が、それぞれ発注量のバラツキを考慮して必要在庫量を計画すると、かえってサプライチェーン上の総在庫数が増加すると考えられる。

サプライチェーン上の在庫総数を少なくするためには、最も川上に位置する工場（もしくは、一次卸）で見込み生産（見込み発注）を行い、全体の在庫量をコントロールするのがよいのではないかと？