

(19)日本国特許庁（J P）

(12) 公 開 特 許 公 報（A）

(11)特許出願公開番号

特開2002－104622

（P2002－104622A）

(43)公開日 平成14年4月10日(2002.4.10)

(51)Int.Cl. ⁷	識別記号	F I	テ-マコ-ト*(参考)
B 6 5 G 1/137		B 6 5 G 1/137	A 3 E 0 4 2
G 0 6 F 17/60	1 1 8	G 0 6 F 17/60	1 1 8 3 F 0 2 2
G 0 7 G 1/14		G 0 7 G 1/14	5 B 0 4 9

審査請求 未請求 請求項の数5 O L（全8頁）

(21)出願番号 特願2000－298872(P2000－298872)

(22)出願日 平成12年9月29日(2000.9.29)

(71)出願人 000002174

積水化学工業株式会社

大阪府大阪市北区西天満2丁目4番4号

(72)発明者 河野 寿明

京都市南区上鳥羽上調子町2－2 積水化学工業株式会社内

(74)代理人 100075502

弁理士 倉内 義朗

Fターム(参考) 3E042 CD01 EA01

3F022 MM05 MM07 MM11 MM21

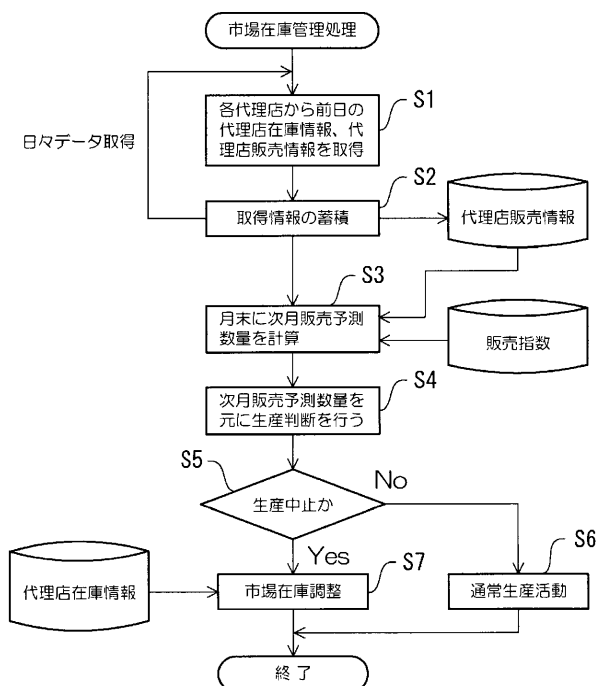
5B049 BB11 CC27 GG02

(54)【発明の名称】 市場在庫管理システムおよび市場在庫管理方法

(57)【要約】

【課題】 各代理店の在庫管理を、製造元で一括管理することにより、市場在庫の有効活用を図る。

【解決手段】 製造元であるメ-カ側サーバ装置は、代理店から小売店への製品出荷情報、および代理店の製品在庫情報を、各代理店から取得し（ステップS1、S2）、その取得した各代理店の製品出荷情報および製品在庫情報に基づいて、次月販売予測数量を計算し（ステップS3）、その計算した次月販売予測数量を元に生産をするか、生産中止にするかなどの判断を行う（ステップS4、S5）。その結果、生産中止とする場合には、市場での売れ行きが落ちてきた製品については、売れ行きが落ちている代理店から、まだ売れている代理店への在庫製品の転売、または同一代理店の場合には倉庫間移動を指示して、市場での在庫調整を行う（ステップS7）。



【特許請求の範囲】

【請求項 1】 各代理店に設置された代理店端末と、製造元に設置された製造元サーバ装置とが通信ネットワークを介して接続され、各代理店の製品在庫情報を製造元サーバ装置で管理する市場在庫管理システムにおいて、前記製造元サーバ装置は、代理店から小売店への製品出荷情報、および代理店の製品在庫情報を、各代理店端末から取得する取得手段と、該当製品の市場全体での販売数量を推定し、各代理店での売れ行き分析を行う分析手段と、この売れ行き分析の結果、市場での売れ行きが落ちてきた製品については、売れ行きが落ちている代理店から、まだ売れている代理店への在庫製品の移動、または同一代理店の場合には倉庫間移動を指示する移動指示手段とを備えたことを特徴とする市場在庫管理システム。

【請求項 2】 前記取得手段より取得した各代理店の製品出荷情報および製品在庫情報をそれぞれ蓄積する代理店出荷情報データベースおよび代理店在庫情報データベースと、製品ごとの販売指数データを蓄積する販売指数データベースとを備えており、前記分析手段は、これら代理店出荷情報データベースおよび販売指数データベースに蓄積されている各代理店の製品出荷情報および販売指数に基づいて、該当製品の市場全体での販売数量を推定し、各代理店での売れ行き分析を行うことを特徴とする請求項 1 に記載の市場在庫管理システム。

【請求項 3】 コンピュータシステムにより、各代理店の製品在庫情報を製造元で管理する方法において、前記製造元は、代理店から小売店への製品出荷情報、および代理店の製品在庫情報を、各代理店から取得する第 1 の段階と、取得した各代理店の製品出荷情報、およびその製品の販売指数に基づいて、該当製品の市場全体での販売数量を推定し、各代理店での売れ行き分析を行う第 2 の段階と、この売れ行き分析の結果、市場での売れ行きが落ちてきた製品については、売れ行きが落ちている代理店から、まだ売れている代理店への在庫製品の移動、または同一代理店の場合には倉庫間移動を指示する第 3 の段階とを備えたことを特徴とする市場在庫管理方法。

【請求項 4】 前記第 2 の段階では、当該製品が属する製品カテゴリ単位で販売数量の推定および売れ行き分析を行うことを特徴とする請求項 3 に記載の市場在庫管理方法。

【請求項 5】 前記第 3 の段階では、代理店間の在庫製品の移動に際して、売れ行きが落ちている代理店から、まだ売れている代理店への在庫製品の転売に対応し、転売に要する物流費のみを製造元で負担することを特徴とする請求項 3 または 4 に記載の市場在庫管理方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】 本発明は、製造元であるメーカーから複数の代理店を経由して全国の小売店に製品を販売する商品流通システムに適用される市場在庫管理システムおよび市場在庫管理方法に関する。

【0002】

【従来の技術】 製造元であるメーカーから複数の代理店を経由して全国の小売店に製品を販売する商品流通システムにあっては、従来、製造元であるメーカーはメーカー単独で製品在庫を管理し、各代理店は各代理店単独で製品在庫を管理している。そのため、製造元で製造し、各代理店に販売した製品 A が、ある代理店では在庫切れを起こす寸前であるのに対し、他の代理店では在庫過剰になっているといったケースが発生している。同様に、小売店においても、製品在庫は小売店単独で管理しているため、ある小売店では在庫切れを起こす寸前であるのに対し、他の小売店では在庫過剰になっているといったケースが発生している。

【0003】そこで、このような小売店での不要な製品在庫を解消する 1 つの方法が、特開平 2000-99593 号公報に開示されている。

【0004】この特開 2000-99593 号公報に開示された商品在庫管理方法は、複数店舗（小売店）間で商品在庫を管理するに際して、各店舗では在庫を解消したい商品（製品）に関する商品在庫情報を、インターネット上にあらかじめ設けた商品在庫情報の掲示板領域に登録し、登録を行った以外の店舗は商品在庫情報の掲示板領域を閲覧して、他店舗の商品在庫情報を知ることができるになっている。これにより、複数の店舗間でデッドストックになりそうな商品について、店舗間で公売をかけることが可能となり、各店舗におけるデッドストックの解消が促進されることになる（これを従来技術 1 という）。

【0005】

【発明が解決しようとする課題】 しかしながら、従来技術 1 の商品在庫管理方法では、インターネット上にわざわざ自分の店を登録し、その後に処分したい在庫情報を掲載するという手間が必要となるといった問題があった。

【0006】また、インターネットの掲載板情報であるために、誰もが閲覧できるようになっており、競合他社に情報を流すことにもなるので、機密性に欠けるといった問題もあった。この問題を解決するためには、閲覧できる小売店を限定することも考えられるが、それでは流通経路が限定されてしまい、インターネット上の掲示板に登録する意義が薄れてしまうといった問題もあった。

【0007】また、従来技術 1 の商品在庫管理方式は、製造元から各代理店、各代理店から各小売店（店舗）といった商品流通の流れの中であって、小売店の流通在庫管理だけを目的としており、代理店での在庫管理が考慮されていないため、市場の在庫（代理店の在庫および小

売店の在庫)の有効活用という意味では、不十分な管理方式となっている。また、現況では、小売店においては在庫を極力持たない傾向にあり、在庫はむしろ代理店側で持つ傾向にあるので、小売店での在庫管理よりも代理店での在庫管理に重点をおいた方が、市場の在庫管理という意味ではより大きな効果が得られる。

【0008】本発明に係る問題点を解決すべく創案されたもので、その目的は、各代理店の在庫管理を、製造元で一括管理することにより、市場在庫の有効活用を図った市場在庫管理方法を提供することにある。

【0009】

【課題を解決するための手段】上記課題を解決するため、本発明の市場在庫管理システムは、各代理店に設置された代理店端末と、製造元に設置された製造元サーバ装置とが通信ネットワークを介して接続され、各代理店の製品在庫情報を製造元サーバ装置で管理する市場在庫管理システムにおいて、前記製造元サーバ装置は、代理店から小売店への製品出荷情報、および代理店の製品在庫情報を、各代理店端末から取得する取得手段と、該当製品の市場全体での販売数量を推定し、各代理店での売れ行き分析を行う分析手段と、この売れ行き分析の結果、市場での売れ行きが落ちてきた製品については、売れ行きが落ちている代理店から、まだ売れている代理店への在庫製品の移動、または同一代理店の場合には倉庫間移動を指示する移動指示手段とを備えたことを特徴とする。また、上記構成において、前記取得手段より取得した各代理店の製品出荷情報および製品在庫情報をそれぞれ蓄積する代理店出荷情報データベースおよび代理店在庫情報データベースと、製品ごとの販売指数データを蓄積する販売指数データベースとを備えており、前記分析手段は、これら代理店出荷情報データベースおよび販売指数データベースに蓄積されている各代理店の製品出荷情報および販売指数に基づいて、該当製品の市場全体での販売数量を推定し、各代理店での売れ行き分析を行う。

【0010】このような特徴を有する本発明によれば、製造元サーバ装置と、各代理店の端末とを直接ネットワークを結ぶことにより、製造元サーバ装置は、代理店から小売店への製品出荷情報、および代理店の製品在庫情報を、各代理店の代理店端末からリアルタイム取得することができる。製造元サーバ装置は、取得した各代理店の製品出荷情報およびその製品の月別販売指数データに基づいて、該当製品の市場全体での販売数量を推定し、各代理店での売れ行き分析を行う。また、その製品の市場全体の需要予測や、地域別販売動向などを分析する。その結果、売れ行きが落ちている代理店から、まだ売れている代理店への在庫製品の移動(転売等)、または同一代理店の場合には倉庫間移動を指示する。

【0011】これにより、在庫を多く抱えている代理店から在庫切れを起こしそうな代理店への製品移動が発生

するので、市場(特に代理店)での不要在庫を減らすことができる。

【0012】このように、本発明の市場在庫管理システムによれば、製造元であるメーカー側において、代理店から小売店への物流がわかり、なおかつ代理店での在庫もわかる。また、メーカー側で各代理店の製品出荷情報や製品在庫情報を管理するので、市場での機密性も確保されることになる。さらに、メーカー側で各代理店の製品出荷情報や製品在庫情報を管理するので、これらの情報を元に、過剰生産とならないように生産調整を行うこともできる。

【0013】また、本発明の市場在庫管理方法は、コンピュータシステムにより、各代理店の製品在庫情報を製造元で管理する方法であって、前記製造元は、代理店から小売店への製品出荷情報、および代理店の製品在庫情報を、各代理店から取得する第1の段階と、該当製品の市場全体での販売数量を推定し、各代理店での売れ行き分析を行う第2の段階と、この売れ行き分析の結果、市場での売れ行きが落ちてきた製品については、売れ行きが落ちている代理店から、まだ売れている代理店への在庫製品の移動、または同一代理店の場合には倉庫間移動を指示する第3の段階とを備えたことを特徴とする。

【0014】このような特徴を有する本発明によれば、製造元であるメーカーが、各代理店と直接ネットワークを結ぶことで、代理店から小売店への製品出荷情報、および代理店の製品在庫情報を、各代理店からリアルタイム取得することができる。メーカーでは、取得した各代理店の製品出荷情報およびその製品の販売指数に基づいて、該当製品の市場全体での販売数量を推定し、各代理店での売れ行き分析を行う。また、その製品の市場全体の需要予測や、地域別販売動向などを分析する。その結果、売れ行きが落ちている代理店から、まだ売れている代理店への在庫製品の転売、または同一代理店の場合には倉庫間移動を指示する。

【0015】これにより、在庫を多く抱えている代理店から在庫切れを起こしそうな代理店への製品移動が発生するので、市場(特に代理店)での不要在庫を減らすことができる。

【0016】このように、本発明の市場在庫管理方法によれば、製造元であるメーカー側において、代理店から小売店への物流がわかり、なおかつ代理店での在庫もわかる。また、メーカー側で各代理店の製品出荷情報や製品在庫情報を管理するので、市場での機密性も確保されることになる。さらに、メーカー側で各代理店の製品出荷情報や製品在庫情報を管理するので、これらの情報を元に、過剰生産とならないように生産調整を行うこともできる。

【0017】つまり、本発明の市場在庫管理方法によれば、メーカー側での生産調整、各代理店間での在庫製品の転売などの柔軟な対応により、市場での不要在庫を有効

かつ効果的に減らすことが可能となる。

【0018】また、本発明の市場在庫管理方法によれば、前記第2の段階では、当該製品が属する製品カテゴリ単位で販売数量の推定および売れ行き分析を行うことを特徴とする。

【0019】このような特徴を有する本発明によれば、例えば、月別販売指数を計算するのに単品ごとに計算を行うと、新製品や廃番品になった製品が考慮されなくなる（特に、新製品については全く計算できない）が、製品カテゴリ単位で行うことで、このような新製品や廃番品についても考慮されることになる。

【0020】また、本発明の市場在庫管理方法によれば、前記第3の段階では、代理店間の在庫製品の移動に際して、売れ行きが落ちている代理店から、まだ売れている代理店への在庫製品の転売で対応し、転売に要する物流費のみを製造元に負担することを特徴とする。

【0021】このような特徴を有する本発明によれば、メーカ側では、返品を受けることがなく、物流費として支払う返品手数料だけでよいので費用が安くすみ、無駄な生産を行わなくてよい。また、過剰在庫を持つ代理店では、不良在庫が精算でき、在庫不足の代理店では、必要量を確保でき、継続して売上も確保できる、といった具合に、市場の在庫をコントロールでき、有効活用することができる。

【0022】

【発明の実施の形態】以下、本発明の実施の形態について、図面を参照して説明する。

【0023】図1は、本発明の市場在庫管理方法が適用される市場在庫管理システムの全体構成図である。

【0024】このシステムは、取引のある各代理店に設置された代理店端末1a, 1b, 1c・・・と、製造元（メーカ側）のサーバ装置2とが、ネットワーク（公衆回線）Nを介して接続された構成となっている。ただし、代理店端末1a, 1b, 1c・・・と製造元サーバ装置（以下、メーカ側サーバ装置という）2とは、インターネット等の通信ネットワークで接続されていてもよい。

【0025】また、メーカ側サーバ装置2は、代理店通信管理コンピュータ21を経由してネットワークNに接続されており、装置2内には、この代理店通信管理コンピュータ21と、市場在庫管理用コンピュータ22と、データベースサーバ23とがLAN24等によって接続された構成となっている。また、市場在庫管理用コンピュータ22は、代理店から小売店への製品出荷情報、および代理店の製品在庫情報を、各代理店端末1a, 1b, 1c・・・から取得する取得手段と、該当製品の市場全体での販売数量を推定し、各代理店での売れ行き分析を行う分析手段と、この売れ行き分析の結果、市場での売れ行きが落ちてきた製品については、売れ行きが落ちている代理店から、まだ売れている代理店への在庫製

品の移動、または同一代理店の場合には倉庫間移動を指示する移動指示手段とを備えている。

【0026】図2は、データベースサーバ23で管理されている各種データベースの例を示している。データベースサーバ23で管理されているデータベースの種類としては、代理店在庫情報データベース23a、代理店販売（出荷）情報データベース23b、販売指数データベース23cの3種類が用意されている。代理店在庫情報データベース23aには、代理店コード、製品品番、在庫数の各データが格納されている。また、代理店販売情報データベース23bには、代理店コード、注文元小売店コード、製品品番、受注数、受注日、出荷日の各データが格納されている。また、販売指数データベース23cには、前年度および今年度の月別の販売指数が格納されている。データベースサーバ23では、これらのデータを蓄積し、分析できるように、日々データを更新している。また、これらのデータは、本実施形態では、汎用の表計算ソフトにて分析できるようになっている。

【0027】また、市場全体での販売数量の推定については、各代理店より収集した情報（製品出荷情報および製品在庫情報）を元に、直近（ここでは、3ヶ月とする）の販売傾向と、月別販売指数とから、次月の当該製品の販売数量を推定する。

【0028】ここで、販売数量を推定する処理の具体例について説明する。

【0029】ある製品が、2000年7月に800個、2000年8月に500個、全代理店から全小売店へ出荷（販売）されたとする。

【0030】また、月別販売指数は、次のようにして計算する。すなわち、前年度の当該製品が属するカテゴリ（例えば、浴用品、台所用品、バケツ、清掃用品、・・・といったカテゴリ）に含まれる全製品の販売重量、例えば、当該製品が清掃用品のカテゴリに属している場合には、清掃用品に属する全製品の前年度の代理店から小売店への販売重量が、下表1に示す通りであったとすると、月平均販売重量は1633kgとなり、月ごとの実績をこの月平均販売重量（平均値）で割った値が月別販売指数となる。

【0031】

【表1】

	販売重量
99年4月	2000kg
5月	1200kg
6月	1000kg
7月	1100kg
8月	1300kg
9月	2500kg
10月	1400kg
11月	1700kg
12月	2400kg
00年1月	1300kg
2月	1100kg
3月	2600kg

【0032】つまり、清掃用品のカテゴリの月別販売指数は、下表2に示す通りとなる。

【0033】

【表2】

	月別販売指数
99年4月	1.22
5月	0.73
6月	0.61
7月	0.67
8月	0.80
9月	1.53
10月	0.86
11月	1.04
12月	1.47
00年1月	0.80
2月	0.67
3月	1.59

$$\left\{ \left([00\text{年}8\text{ 月販売数量}] \times [9\text{ 月販売指数}] \right) \div [00\text{年}7\text{ 月販売数量}] \times [8\text{ 月販売指数}] \right\} \times [00\text{年}8\text{ 月販売数量}] \dots (1)$$

すなわち、この例では、

$$(500 \times 1.53) \div (800 \times 0.8) \times 500 = 598$$

となり、2000年9月の当該製品の販売予測数量は、598個となる。

【0037】この例では増えているが、この販売予測数量が減少傾向にあり、かつ、生産コストに見合わないような販売数量であれば、生産中止にして、廃番という判断をメーカー側で行うことになる。このような処理の流れを図3に示す。

【0038】図3に示すフローチャートに従って、再度説明する。

【0039】メーカー側サーバ装置2では、代理店から小売店への前日の製品出荷（販売）情報、および代理店の前日の製品在庫情報を、各代理店端末1a、1b、1c・・・から日々取得する（ステップS1）。取得した製品販売情報は、データベースサーバ23の代理店販売情報データベース23bに蓄積され、製品在庫情報は、データベースサーバ23の代理店在庫情報データベース23aに蓄積される（ステップS2）。このようにして日々の情報を蓄積して行き、月末になると、メーカー側サーバ装置2では、次月の販売予測数量の計算を行う（ステ

【0034】この月別販売指数は、単品ごとに設定すると、新製品や廃番品になった製品が考慮されなくなるといった不具合を生じるため、カテゴリ単位で計算を行うようになっている。例えば、台所用ペダル付きゴミ入れ（商品名「ペダルペール」）には、その容量、色、あるいは寸法（形状）などの違いによって種々の製品があるが、これらを1つのカテゴリ単位（ペダルペール）として、計算を行うような場合である。仮に、単品ごとに月別販売指数を計算しようとする、製品自体の種類が膨大（何千種類等）であるため、計算量も膨大なものになってしまう。また、新製品については、前の月の販売実績がないため、ある程度販売実績が上がるまで在庫管理が行えないといった不具合が生じるが、製品カテゴリ単位で計算することで、計算量も削減でき、新製品や廃番品の管理も行えることになる。

【0035】この月別販売指数と、上記で説明した販売数量とに基づいて、2000年9月に当該製品がどのくらい販売されるかを、下式（1）によって計算する。

【0036】

ップS3）。この計算は、すでに上記で説明した通りである。この後、計算した次月の販売予測数量を元に、その製品の生産を行うか中止するかの判断を行う（ステップS4、S5）。このときの判断基準は、販売予測数量が減少傾向にあり、かつ、生産コストに見合わないような販売数量であるか否かで判断する。その結果、これらの条件の1つでも解消されていれば（ステップS5でNoと判断されれば）、ステップS6へと動作を進め、従来通り通常の生産活動を行う。

【0040】一方、これらの条件を全て満たしていれば（ステップS5でYesと判断されれば）、ステップS7へと動作を進め、その製品の生産を中止して、市場の在庫調整を行うことになる。以下、このステップS7の在庫調整について説明する。

【0041】図4は、代理店の在庫分析を行うための帳票例を示している。

【0042】先程のステップS4、ステップS5で、例えば製品品番「AAAAAAA」の製品が、生産中止になったとする。図4に示す帳票には、この製品品番「AAAAAAA」を取り扱っている代理店「あああ～ちちち」での現在の在庫数、受注残、直近1ヶ月の出荷数が示されている。

【0043】メーカー側サーバ装置2では、この帳票の内容を参照して、各代理店の売れ行きをチェックする。図4に示す例では、代理店「かかかか」では、ここ1ヶ月の出荷数量は250個で、受注残も250個であるのに対して、在庫は2500個と十分すぎる在庫が残っている。製品「AAAAAAAA」は生産中止となっており、代替品の新製品がすでに市場に投入される予定になっているため、製品「AAAAAAAA」は今後売れる予定はない。この場合、従来であれば、代理店で不要になった製品は、日用品の商慣習から返品となり、メーカーとしては、返品に対する代金を代理店に支払わなければならない。一方で、代理店「iiiiii」では、在庫数336個に対して受注残が2390個とまだまだ製品の動きが活発で、現状でも品切れ状態である。

【0044】このような現象は、広域のチェーン店等では、新旧製品の棚の入れ替え時期が違うために少なからず起きるものである。また、代理店からメーカーに新たに発注しようとしても、すでに生産中止になっているので、今後入手できる予定はない。無理やりメーカーに製品を作らせることもできるが、メーカー側ではすでに生産中止にしている製品なので、再度生産に取りかかるには、準備も必要になり、それによる工数、手間がかかって、コストもかかることになる。

【0045】そこで、メーカー側サーバ装置2では、代理店「かかかか」から代理店「iiiiii」への製品の転売を双方に指示（提案）する。また、同一代理店での製品の移動に関しては、図4に示すような詳細な帳票（ただし、この場合は代理店営業所単位の帳票）を代理店側に提示して、製品の移動を促す。

【0046】これらは、メーカー側サーバ装置2から代理店側端末1a、1b、1c・・・に対して製品移動の指示を送出するようにしてもよいし、メーカーの営業担当者が帳票を直接提示して、製品の移動を促すようにしてもよい。この場合、代理店側にとっては、単に自社内での倉庫間移動となるために、通常のルーティン作業範囲内で製品の移動が行われる。異なった会社間での転売については、日々収集しているその代理店の在庫情報と、図4に示すような各代理店での在庫情報とを提示して、転売の要否を決定する。

【0047】物流については、代理店「iiiiii」が代理店「かかかか」に注文をし、代理店「かかかか」が、通常の小売店からの注文と同じように配車の手配をして、製品「AAAAAAAA」を代理店「iiiiii」に届ける。

【0048】製品そのものの売買は、このようにして代理店「かかかか」と代理店「iiiiii」との間で行われるが、この場合、代理店「かかかか」では、物流費が余分にかかってしまうことになる。そのため、この分については、例えば返品手数料として、メーカー側から代理店「かかかか」に、要した物流費が支払われることにな

る。

【0049】従来は、代理店で不要になった製品については、メーカー側で返品を受け付け、返品された製品については、元々メーカーから代理店に卸したときの卸値で引き取っていた。しかしながら、本発明の市場在庫管理方法をとることにより、メーカー側および代理店側では、次のようなメリットが生じる。

【0050】すなわち、メーカー側では、返品を受けることがなく、返品手数料だけでよいので費用が安くすみ、無駄な生産を行わなくてよい。また、代理店「かかかか」側では、不良在庫が精算できる。代理店「iiiiii」では、必要量を確保でき、継続して売上も確保できる、といった具合に、市場の在庫をコントロールでき、有効活用することができる。また、このような情報は定期的に（日々）更新されるので、市場全体の在庫を常に把握することができ、このような状況（代理店側の余剰在庫や在庫不足）に対して迅速に対応することができる。

【0051】

【発明の効果】本発明の市場在庫管理システムおよび市場在庫管理方法によれば、代理店での売れ行き分析の結果、生産中止になった製品に対し、その製品の代理店間での売買や同一代理店内での倉庫間移動等により、市場での需要と供給のバランスをとることができる。これにより、製造元は無駄な生産をしなくてすむ。また、市場で偏在している在庫を返品というかたちで精算しなくてもむ。さらに、無駄な生産をせずにすむので、次の新製品、既存製品の生産に生産ラインを有効に活用することができる。また、代理店は、必要な製品を確保できることで、小売店に確実に製品を供給できる。また、不良在庫を抱えた代理店にとっては、不良在庫を有効に精算できる。

【0052】また、本発明の市場在庫管理方法によれば、当該製品が属する製品カテゴリ単位で販売数量の推定および売れ行き分析を行うので、例えば、月別販売指数を計算するのに単品ごとに計算を行うと、新製品や廃番品になった製品が考慮されなくなる（特に、新製品については全く計算できない）が、製品カテゴリ単位で行うことで、このような新製品や廃番品も考慮した分析が可能となる。また、単品ごとに月別販売指数を計算しようとすると、製品自体の種類が膨大（何千種類等）であるため、計算量も膨大なものになってしまうが、製品カテゴリ単位で計算することで、計算量自体を少なくすることができる。さらに、新製品については、前の月の販売実績がないため、ある程度販売実績が上がるまで在庫管理が行えないといった不具合が生じるが、製品カテゴリ単位で計算することで、このような不具合も解消することができる。

【0053】また、本発明の市場在庫管理方法によれば、代理店間の在庫製品の移動に際して、売れ行きが落

ちている代理店から、まだ売れている代理店への在庫製品の転売で対応し、転売に要する物流費のみを製造元で負担するので、製造元では、返品を受けることがなく、物流費として支払う返品手数料だけでよいので費用が安くすみ、無駄な生産を行わなくてよい。また、過剰在庫を持つ代理店では、不良在庫が精算でき、在庫不足の代理店では、必要量を確保でき、継続して売上も確保できる、といった具合に、市場の在庫をコントロールでき、有効活用することができる。

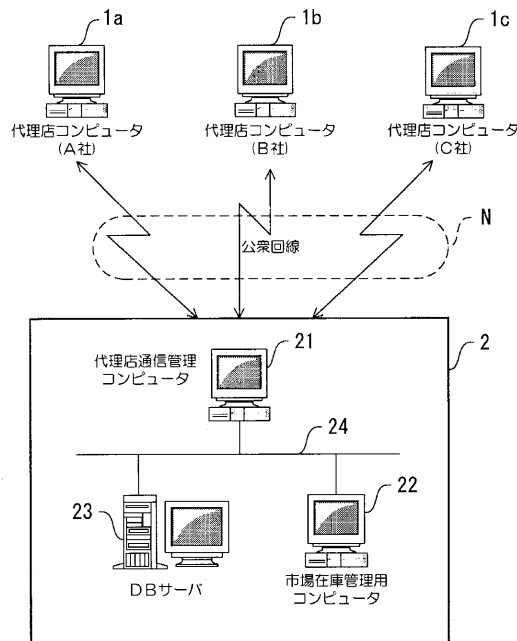
【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の市場在庫管理方法を実現するための市場在庫管理システムの全体構成図である。

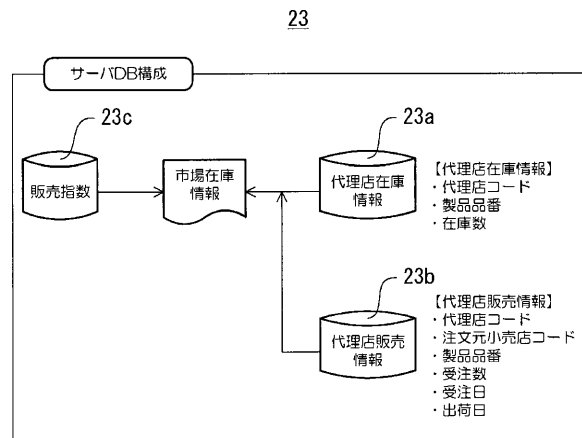
【図2】データベースサーバ23で管理されている各種データベースの例を示す説明図である。

【図3】本発明の市場在庫管理方法を説明するためのフ *

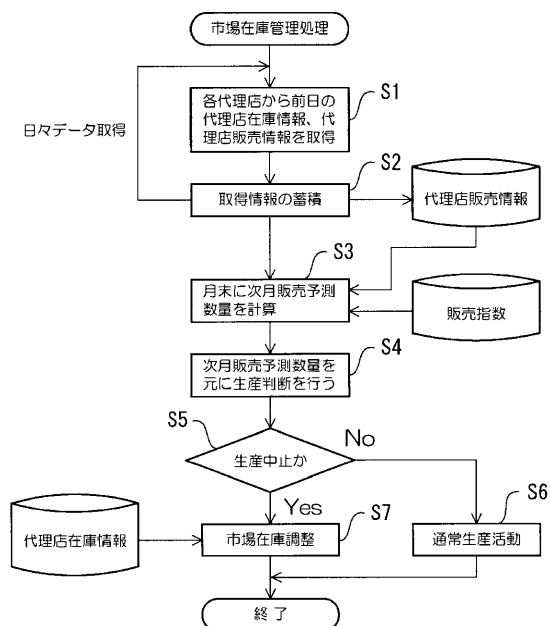
【図1】



【図2】



【図3】



* ローチャートである。

【図4】代理店の在庫分析を行うための帳票例を示す説明図である。

【符号の説明】

- 1 a, 1 b, 1 c 代理店端末
- 2 サーバ装置（メーカ側サーバ装置）
- 2 1 代理店通信管理コンピュータ
- 2 2 市場在庫管理用コンピュータ
- 2 3 データベースサーバ
- 10 2 3 a 代理店在庫情報データベース
- 2 3 b 代理店販売（出荷）情報データベース
- 2 3 c 販売指数データベース
- 2 4 LAN
- N ネットワーク（公衆回線）

【図4】

商品分類	製品品番	品名	代理店名称	在庫数	受注残	出荷数量	在庫日
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	ああああ	100	0	3	2000/8/22
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	いはいい	336	2390	2351	2000/8/21
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	うううう	560	20	15	2000/8/21
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	ええええ	365	1200	1350	2000/8/21
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	おおおお	10	10	10	2000/8/21
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	かかかか	2500	250	250	2000/8/22
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	きききき	0	0	0	2000/8/22
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	くくくく	0	0	0	2000/8/22
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	けけけけ	0	0	0	2000/8/22
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	ここここ	0	0	0	2000/8/22
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	ささささ	0	0	0	2000/8/22
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	しししし	9	5	10	2000/8/22
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	すすすす	45	5	5	2000/8/22
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	せせせせ	0	0	0	2000/8/22
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	そそそそ	9	3	20	2000/8/22
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	たたたた	5	0	0	2000/8/22
KC0742	AAAAAA	分別 ペダルペール #40	ちちちち	96	20	85	2000/8/22