

ロゼッタネットの選択と実装

- さらなる実装へ向けて -

Intel アジアe-ビジネスグループ
B2B(企業間電子商取引)推進本部
ロゼッタネット担当部長

大森 信輔

本日の講演の内容

➡ 現状と今年の展開

➡ ケーススタディ

➡ 2003年の戦略

➡ まとめ

ロゼッタネットで2002年に達成

- 2002年実績

- 5千億円以上の受注
- 2千億円以上の発注
- 5%以上の購買取引
- 105社との実装(17カ国)
- ロゼッタネット実装による業務効率化

e-Business は、単なるプロジェクトではなく、企業の進む方向を示している

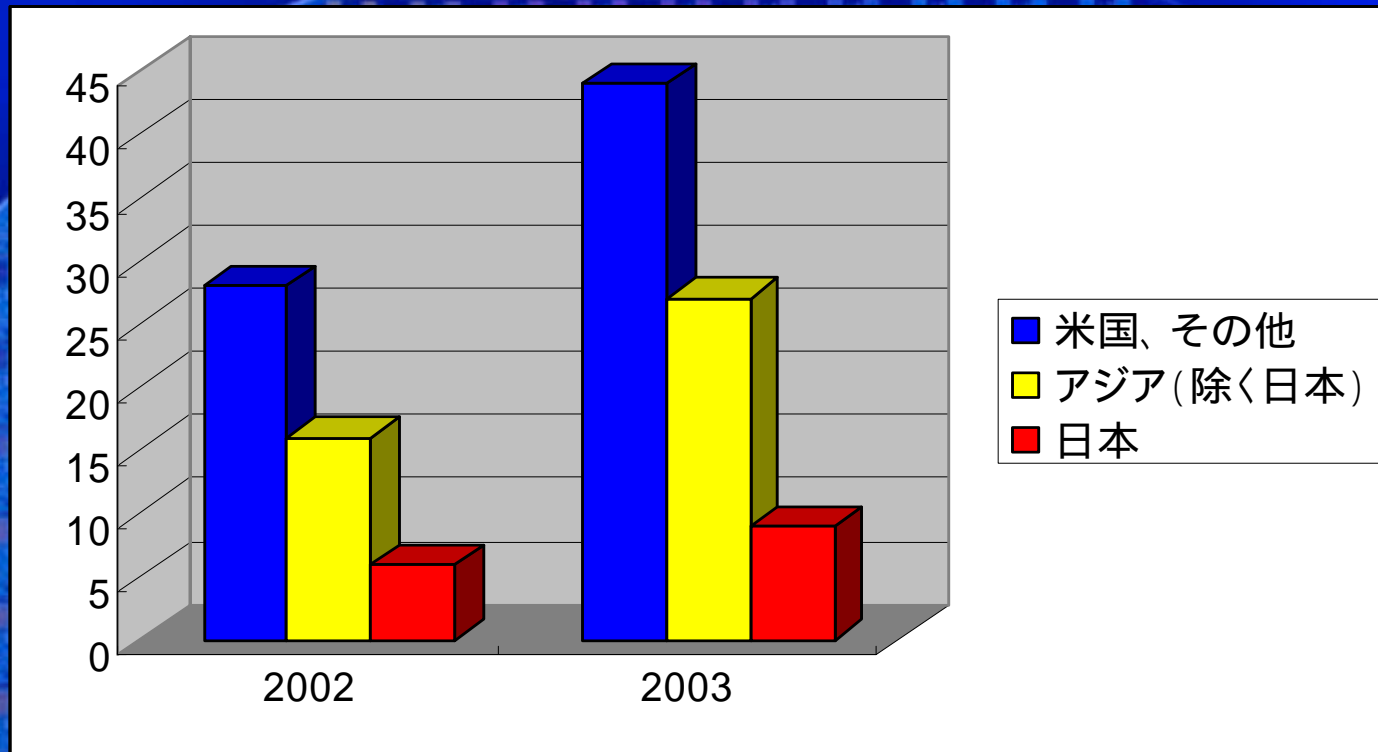
ウェブ e-Bizの問題点(企業間)

- 業務効率の向上
 - FaxからWeb受注: 33%
 - FaxからB2B受注: 93.3%
- 手作業によるミス
 - Web受注: ~ 0.5%
- リスpons時間
- 社内規定
- トレーニングの必要性
- サポート体制

処理件数の限られた選択肢

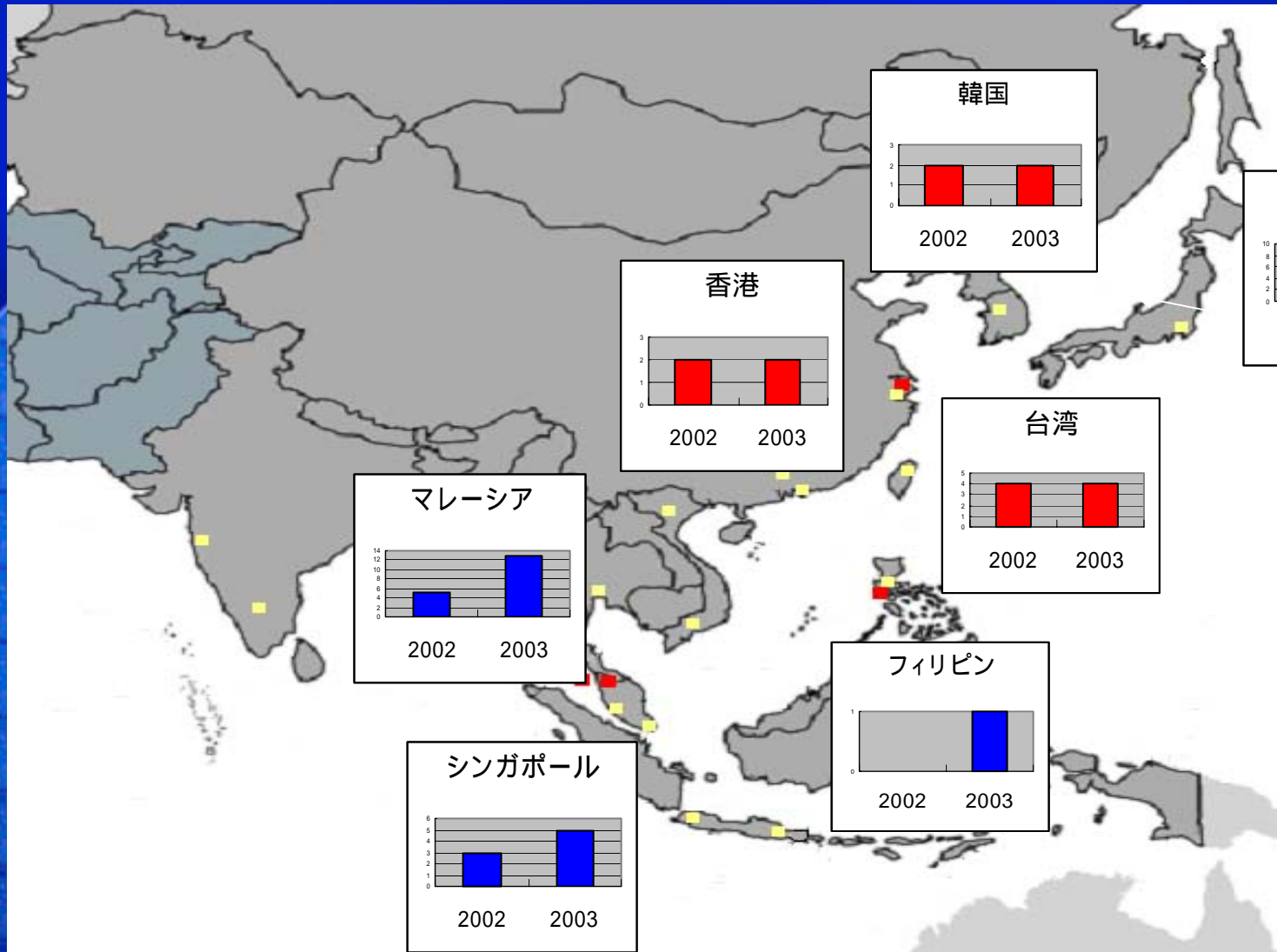
2003年見込み

- ロゼッタネットの実装 Intel対サプライヤ - 数



サプライチェーンの構築は、アジアの企業間でより加速される可能性が高い

アジア地域の展開見込み



弊社工場地域での高いサプライヤー数の伸び

ロゼッタネット実装の問題点

- 組織の上層部のサポートが必要
- ビジネスのプロセスを変えるのが大変
 - プロセスの標準化
 - プログラムの成功はビジネスパートナーとの強固な関係と(購買、IT、経理、財務部等)チーム編成
- 新しいPIPを実装するのは、最も難しいところではない
- 今、実装したいサプライヤーとの実装が 今、可能ではない

本日の講演の内容

👉 現状と経験

👉 ケーススタディ

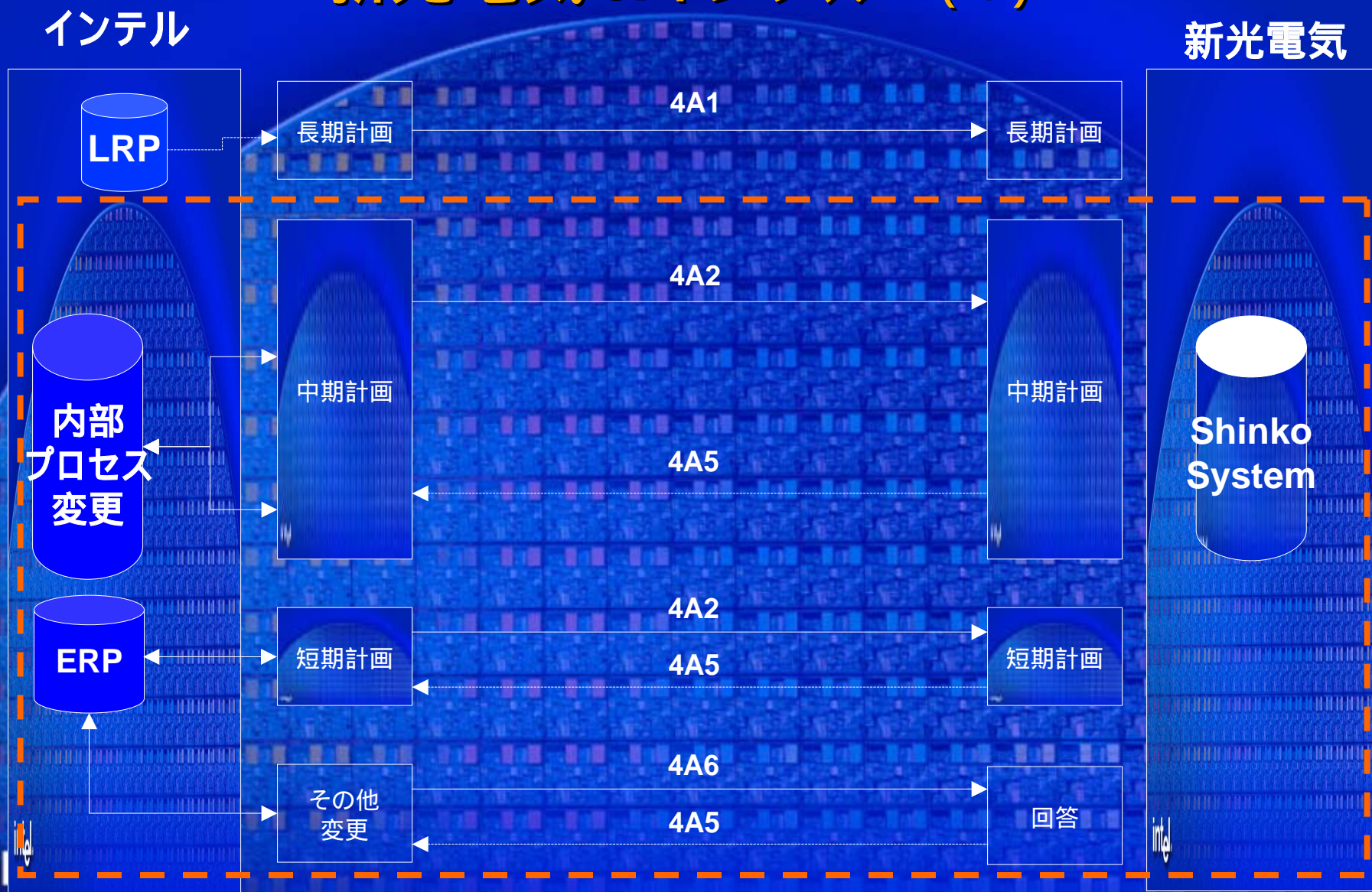
👉 今後の戦略

👉 まとめ

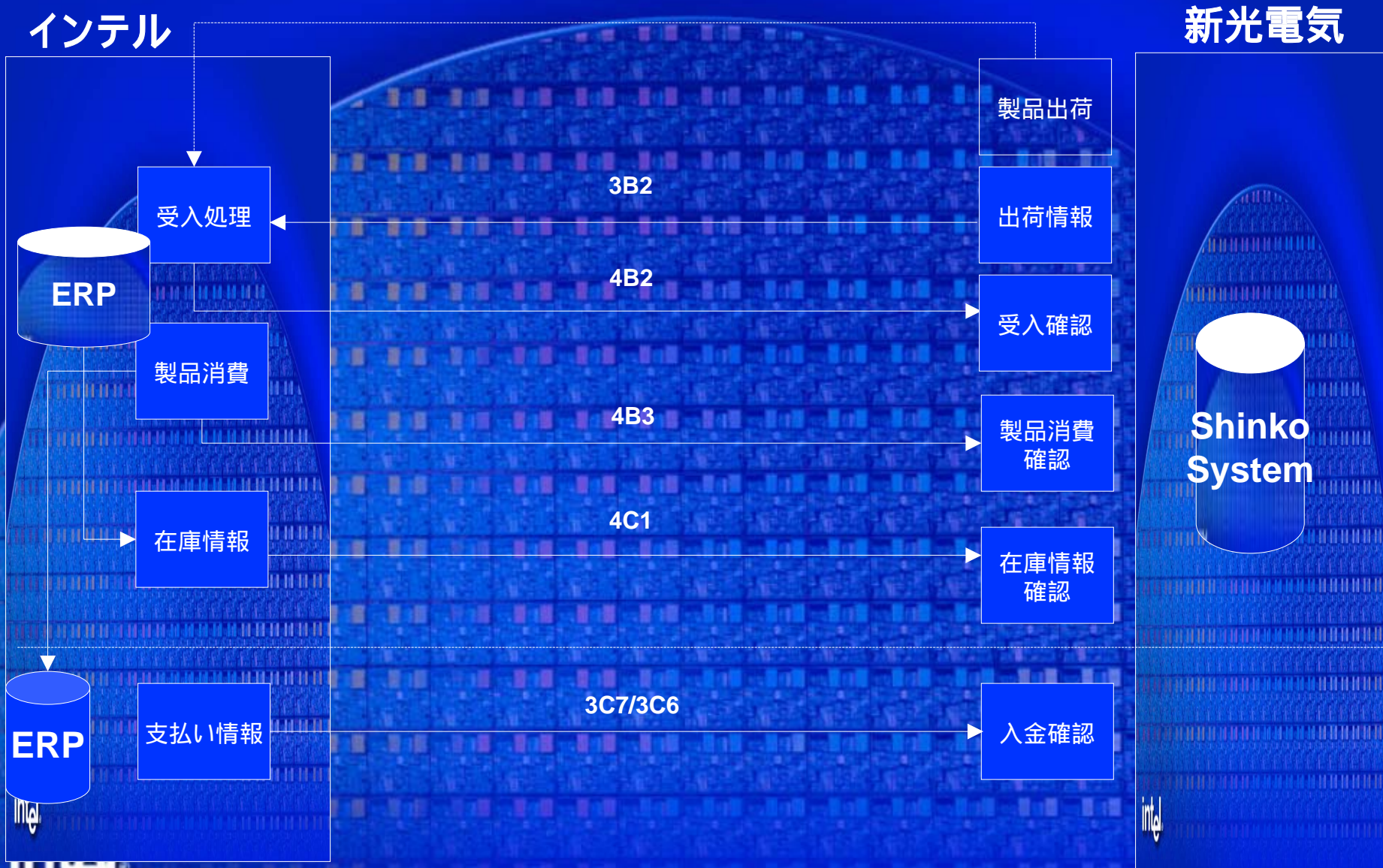
ケーススタディ: ロゼッタネットでのオートメーション イビデン & インテル



ケーススタディ: ロゼッタネットでのオートメーション 新光電気 & インテル (1)



ケーススタディ: ロゼッタネットでのオートメーション 新光電気 & インテル (2)



ケーススタディ: ロゼッタネットでのオートメーション ディスコ&インテル

• 問題点

- ディスコ製品名が製品、スペア - パーツ、サービス注文書の約半数に記載されていない
- ディスコは、Description欄の説明で注文品を見分ける

• 問題解決の提案

- インテル製品名とディスコ製品名の転換表の準備
- ディスコ製品名をウェブアプリケーション内にて交換
- ディスコ製品名を見積書に記載

• インテル内のビジネスプロセス変更の必要

- 複数組織への説明と合意が必要
- 購買担当者への訓練

ゴール: 自動で注文書の製品が100%判読できる

本日の講演の内容

- 👉 現状と経験
- 👉 ケーススタディ
- 👉 今後の戦略
- まとめ

インテルに於ける2003年以降の RosettaNet

- **ビジネスプロセスのリエンジニアリングと実装**
 - ロゼットネットの効果を拡大するためにビジネスプロセスのリエンジニアリングを継続
 - 価値の高いビジネスプロセスを実装
 - 処理件数の高いサプライヤーとの実装
 - 2005年までに50%以上のサプライヤーへの実装を目標
 - インテル内でのEDI は 2006年までにEOLを予定
- **業界間をまたがる標準と技術への移行**
- **マーケットの成長をサポートする**

本日の講演の内容

- 現状と経験
- ケーススタディ
- 今後の戦略
- **まとめ**

まとめ

- ウェブ・ソリューションの効果は限定的
- 実装より、社内のビジネスプロセスを変える労力がより大きい
- ロゼッタネット実装効率が高いが、実装したいサプライヤーとのミスマッチがある
- ロゼッタネットはend-to-end のサプライチェーンの競争力向上
- 世界標準の推進による投資効果の極大化

intel®

nobusuke.ohmori@intel.com

ご清聴ありがとうございます

ございました

intel.