

納期ゼロ「置き工具」で挑む

機械工具卸のトラスコ中山がデジタル技術で「納期ゼロ」に挑んでいる。顧客工場内に専用の棚を設置し、在庫の増減を常に把握。工具や消耗品の需要を予測して「置き薬」の要領で先回りして配送しておく。製造業の部品調達の仕事を変えうる可能性がある。

データで需要予測 先回り配送狙う

トラスコ中山 1959年、大阪市で中山機械商会として創業した機械工具の専門商社。オレンジ色のカタログがトレードマークで、大型商品や受注頻度の低い商品まで約40万品目を在庫として持つ品ぞろえを武器に業績拡大。本社は東京都港区。連結売上高は2206億円（19年12月期）。

スマートフォンの専用アプリでバーコードを読み取るだけで持ち出せる。減ったら自動で発注して販売店が補充するので、棚には常に一定量の在庫が並んでいる。

時期に応じ変更

「必要な工具を手にとってすぐに現場に戻れる。待ち時間はゼロだ。」IHI物流産業システム本宮工場（福島県本宮市）の猪越志生生産技術グループ長はこう話す。産業機械の製造や保守を手掛ける同社では、特殊な研磨剤から汎用の軍手に至るまで、日々、多くの資材を消費する。在庫が少なくなるたびに問屋に発注し、急ぎの場合

時期に応じて品ぞろえが変わる。導入当初はやすりなどが棚を占めていたが、新型コロナウイルスが拡大すると防護服などが並ぶようになった。冬を控えた今は、裏地が起毛した手袋が配備されている。「消耗品の管理や発注に頭を悩ませずにすむ」と猪越氏は話す。

見積もり依頼には、顧客がいつ何を欲しいかが書かれている。商品ごと販売実績と組み合わせれば、いくらで見積額を示せば受注できる可能性が高いかが分かる。

そこ2年前から見積書のデジタル化を進め、今年1月に人工知能（AI）の本格運用を始めた。

それが7年。「納期ゼロ」の観点では日本の老舗卸が実績を重ねる。社内には眠るデータを活用することで、新たな事業を生み出せる好例だ。

新興勢力と競争激しく

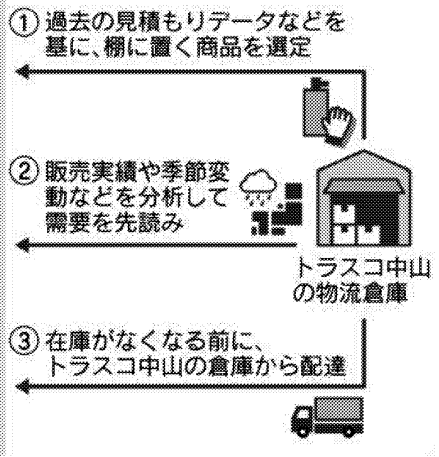
トラスコ中山の19年12月期の連結売上高は2206億円。過去4年で売上高を約500億円増やした。一方で売上高営業利益率は6.3%と、16年12月期と比べて1.7ポイント下落した。

トラスコ中山の約7倍の水準だ。アマゾンも国内で企業向け消耗品販売を強化している。

トラスコは1月にMRO Stockerを始め、ゼロストックを導入が相次ぐ。数年後には600カ所まで増える見込みだ。

トラスコは約7倍の水準だ。アマゾンも国内で企業向け消耗品販売を強化している。

需要を先読みし「納期ゼロ」目指す



トラスコ中山のMRO Stockerは、顧客工場内に専用の棚を設置し、在庫の増減を常に把握。工具や消耗品の需要を予測して「置き薬」の要領で先回りして配送しておく。製造業の部品調達の仕事を変えうる可能性がある。

トラスコ中山の19年12月期の連結売上高は2206億円。過去4年で売上高を約500億円増やした。一方で売上高営業利益率は6.3%と、16年12月期と比べて1.7ポイント下落した。

トラスコは約7倍の水準だ。アマゾンも国内で企業向け消耗品販売を強化している。

トラスコは約7倍の水準だ。アマゾンも国内で企業向け消耗品販売を強化している。