

日用品物流、35年ぶり刷新

日用品業界が新システム運用をてこに物流の効率化に乗り出す。ライオンや中小メーカーが出資するシステム会社がメーカーと卸を結びシステムを刷新した。配送状況などのデータがやり取りでき、検品の省略も期待できる。個社では対応が難しい懸案に大手から中小までが連携して取り組むモデルケースとなる。

ライオンなど800社と卸500社

車両待機や検品時間減

卸約500社の間で、商品の受発注を中継する役割を担う。

メーカーが商品を発送する際、どの倉庫からどの商品を何台のトラックで運ぶかなど、車両ごとの情報を伝えられるのが特徴だ。卸は受け入れ体制を整えられる。

従来は到着後に発注記録と納品内容突き合わせる検品が必要だった。またトラック運転手が長時間待機することもあった。一連の作業が10時間以上かかることもあった。新システムでは荷下ろしの回転を上げ、所要時間を8割ほど短縮できる。

7月からライオンと卸大手PALTAACが部分加。プラネット社ネット

ワーク推進本部の森高宏氏は「会社ごとの独自の工夫では解決が難しかった」と振り返る。

国内市場の約6割を占める花王以外の日用品メーカーは、ほぼ全てプラネット社のシステムを使う。一方の花王は1960年代にP&Gなど外資の日本参入をにらみ、販売力を上げるために自社系列の卸を構築、小売店を早めるデータの利用方法を考えた」（卸大手

積載率を50%以上に上げるのが期待される。トラックの本数も減らす。課題もある。メーカーによっては、商品の積み込みを物流会社が管理しており、「物流会社の協力が必要」（エスケービジネスサポートの上田尾義則氏）。卸側の対応についても「倉庫への収容を早めるデータの活用方法を考えたい」（卸大手

増田由貴）