

『物流Weekly』連載原稿

「日本ロジファクトリーの物流ケース・スタディー」第1回

<タイトル> 「物流コンペティションのススメ」現場視察とその後の展開

<本文>

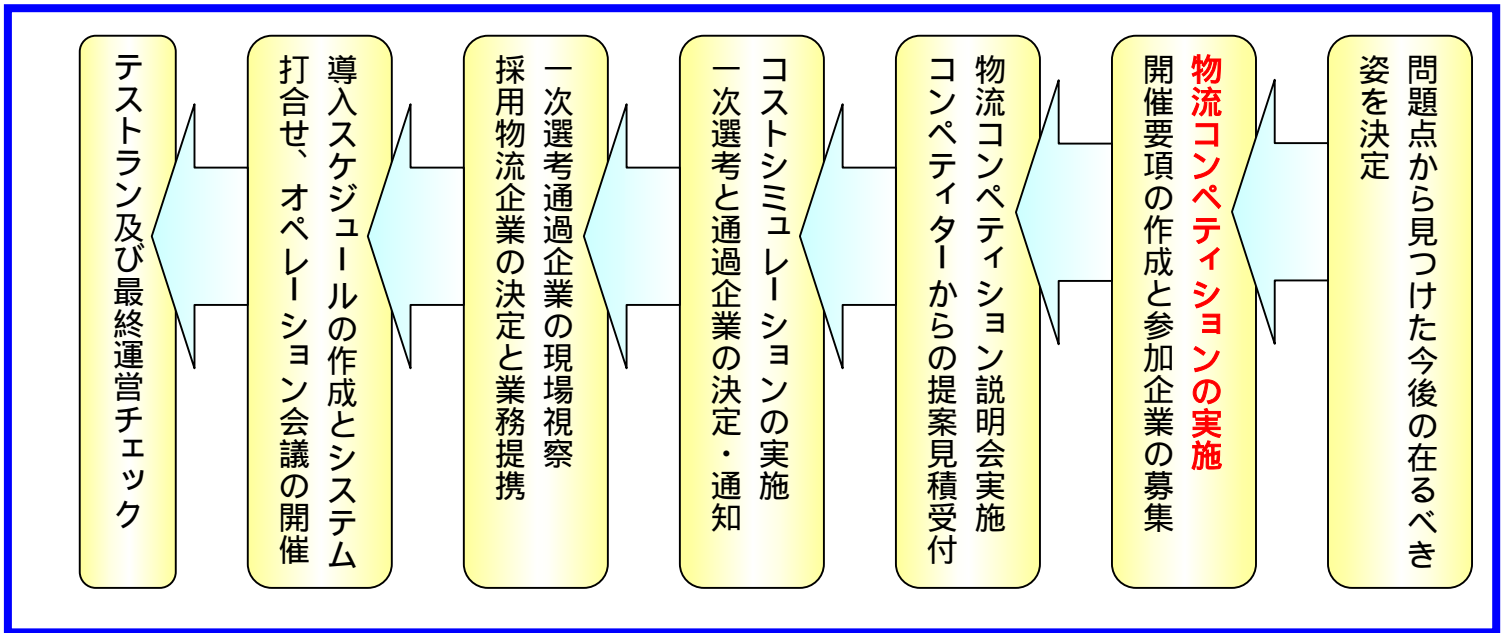
今回から物流コンペティションについて、弊社なりの視点に立った見解を中心にケーススタディーを紹介します。

今回の舞台は、年商80億円、店舗数55店のドラッグストアC社である。依頼内容は、新規に物流センターを構築し、煩雑化している店舗でのオペレーションを改善し、最終的に全体のコストを削減したい。また、物流センターをどの業者に委託すれば良いのか、委託時の運営方法についてアドバイス及び一連のサポートをお願いしたいという依頼であった。

私はまず、C社への挨拶と現状分析、現場視察を兼ねて訪問した。対応者は、物流部長のT氏である。T氏と共に私は、主要店舗を回り、現状の問題点・改善点を探した。店舗の問題点は、以下の通りである。

1. 入荷専用の従業員が1店舗当たり平均3人(社員1名、パート2名)体制で毎日、荷受けから検品を行っている。
2. 業務のピークタイム(繁忙時間帯)には、納品用のトラックが7~8台列をなして並んでいる。
3. 店舗内のピークタイム(繁忙時間帯)には、商品がバックヤードや店内に何時間も放置された状態である。
4. 伝票検品を行っており、バラ商品もすべて検品を行っていた為、膨大な時間を要していた。

である。「荷受け要員として、1店舗当たり3名も常駐させていたにも関わらず、何一つとして業務改善ができていなかった。」というのが私の印象である。私とT物長は、これらの問題点を踏まえ、物流センター構築の展開フローを以下のように決定した。



(次週に続く)