

欧米小売業の
3PL活用術

サン物流開発 鈴木準 代表

第3回
マークス&スペンサー
パートナー G I S T (ジスト)

英国の小売業であるマークス&スペンサーはガス会社の物流子会社ジストに物流センターの運営を委託している。マークス&スペンサーは現場改善などコスト削減に向けたジストの提案力を高く評価しており、両社の関係はICタグの実証実験を共同で展開するなど年を追うごとに深まりつつある。

ICタグ利用に前向き

マークス&スペンサー（以下、M&S）は英国を代表する小売業者の一つだ。今年で創業二〇年を迎えた。二〇〇四年三月の決算報告書によると、売上高はグループ全体で八一億ポンド（約一兆六四〇〇億円）。小売業の世界ランキングでは常に五〇位前後に位置している。

M&Sの業態は日本のイオンやイトーヨーカ堂と同じGMS（ゼネラル・マーチャндаイズ・ストア「総含量販店」）で、現在、世界三〇カ国に店舗を展開している。とりわけ自社ブランド商品（PB商品）の開発力には定評があり、「セントマイケル」というブランド名のPB商品は消費者から高い支持を得てい

る。

かつて同社のビジネスモデルは日本の小売業の「お手本」として注目を集めた時期があった。そのノウハウを吸収しようと、日本の百貨店やスーパーマーケットが同社との業務提携に踏み切ったものの、いずれも結果しなかつたという経緯がある。

M&Sはロジスティクスの高度化に熱心な企業としても知られる。他社に先駆けてICタグの実証実験も済ませている。英国のある店舗を対象に、男性用のスーツ、シャツ、ネクタイといった商品の一部にICタグを貼付。その効果を測定した。使用したタグは「インテリジェント・ラベル」と呼ばれる使い捨てタイプのもの。それを商品の内部に組み込むのではなく、商品の外側に吊り下げられる格好で使

用した。

同じ英国のスーパーであるテスコがカミソリメーカーのジレットと展開したICタグの実験は、プライバシー保護団体のConsumers Against Supermarket Privacy Invasion and Numbering（CASPIAN）から批判を受けてしまった。ICタグが店舗の外でも顧客を追跡・監視し続けるなど販売以外の目的に使用される恐れがあったためだ。

これに対してM&Sは試験方法の透明性を確保することに重点を置いた。具体的には使用するタグに、各衣類に割り振った番号のみを記録させ、さらにこの番号に関連する情報をサイズやスタイル、カラーなどに限定したデータは安全性の高いデータベースに保存。タグ自体には信号を発信する能力を持たせなか



M & Sは物流センター11カ所のうち、7カ所の運営をジストに委託している。ICタグの実証実験を共同で展開するなどパートナー関係を強化している

った。タグは各衣類の価格ラベルの横に貼付して、会計後に切り離せるようにした。「タグの情報と購入者との間に何ら関連性が発生しない仕組みにした」とM & Sの広報担当者。M & Sは収集するデータとその使用目的を制限することで、実験に対する消費者の理解を得ようとしたわけだ。実際、プライバシー保護団体もM & Sの実験方法をおおむね歓迎している。

M & Sは今年度中に日配の食品を対象にした実験も行う予定だ。店舗配送で使用する折り畳みコンテナ(トレイ)にICタグを貼付し、配送トラックにコンテナを積み込む前にデータをスキャンする。店舗での荷受け・検品の作

業負担軽減や、配車管理などに役立つかどうかを検証する計画だという。

ガス会社の物流子会社

M & Sの3PLパートナーの一社であるGIST(ジスト)は英国のBOC(British Oxygen Company)グループに属している。BOCは工業用ガスの供給や流通サービスなどを世界五〇カ国で展開するグローバル企業だ。グループの創立は一八八六年。従業員数は約四万三〇〇〇人。日本では二〇〇二年四月に大阪酸素工業を吸収合併している。ジストはBOCの物流子会社として設立された。

ジストの創業時の社名はBOCディストリビューションサービス(Distribution Service)だった。これを二〇〇二年にジストと改称した。ジストとは「logistics」という英単語の中央部分の四文字(GIST)を抜き取ったものだ。ジストという社名にはロジスティクスの中核、サプライチェーンの中心的な役割を担っているという意味が込められている。

ジストは本社を英国ハンプシャー州ベイズングストークに置く。年商は二億六四八〇万ポンド(約五〇〇億円)。保有する物流施設の倉庫面積は合計で約二万六〇〇〇平方メートル。従業員は約五五〇〇人、車両保有台数は約五〇〇台。物流センターにおける商品の通過金額は年間約九〇〇億円に達する。

M & Sとの取引は、七〇年に物流の低公害化と定温輸送について相談を受けたのがきっかけだった。以来、両社は三〇年間にわたってロジスティクスのパートナーとして良好な関係を続けている。現在、M & Sは物流センターを十一カ所用意しているが、このうち七カ所の運営をジストに委託している。七カ所のうち六カ所は食品用の物流センターで、M & Sの食品物流全体の八〇%をカバーしているという。

ジストの顧客リストには有名企業が名を連ねている。M & Sのほかに、BOC Edwards(グループ会社で半導体産業で使用する工業用ガスを提供する会社)、Bluehealth(グローサリー商品をネット販売する会社)、British Airways(英国の航空会社)、Carlsberg-Tetley(デンマークのビールメーカー)、Sainsbury(英国のスーパーマーケット)などと契約を交わしている。



「ヘルム・ヘンプスティード物流センター」はTIC型センターで日雑品や日配品をクロスドッキングして各店舗に配送している

アパレルの荷扱いに工夫

ジストが運営するM&S向け物流センターの一つが「ヘメル・ヘンプスティード物流センター」だ。延べ床面積約七〇〇〇平方メートル。各ベンダーから納品された商品を店舗別に仕分け・配送するTC型（通過型）センターで、化粧品、日用品、医薬部外品の流通加工およびクロスドッキング、惣菜など日

オリコンに貼付したICタグをトラックに積み荷する直前にリーダーで読み取る



センターのピッキング精度は99.94%。定期配送率は99.07%。ICタグ導入で高水準の維持を目指す

配品のクロスドッキング、ランチボックスの仕分け・配送 業務などを担当している。

センターは三五五二四時間稼働。従業員は約四〇〇人。店舗供給量は一週間当たり折り畳みコンテナで五〇万個分に達する。センター運営はM&Sから完全に任されており、センターにはM&Sの社員が一人も派遣されていない。

入荷し出荷までのフローはこうだ。まず入荷商品はバーコードリーダーでEANコードを読んで検品する。商品はボール単位以上で納品されるルールになっている。検品した商品には店別のラベルを貼付。その後、折り畳みコンテナに格納する。続いてボールに貼付したラベルのIDバーコードとEANコードをスキャンして出荷前検品を行う。

センター内で目をひくのはアパレル商品の作業だ。真空パック装置でアパレル商品の空気を抜いて梱包して出荷している。アパレル商品の体積を小さくすることで、運賃を節約するのが狙いだ。ただし、真空パックにすると商品にシワができてしまふ可能性がある。それを防ぐため、センターでは湿気を保った状態で商品を梱包するようにしているという。

ハンガー納品されるアパレル商品の作業にも工夫を凝らしている。例えば、誤出荷をなくすため、ハンガーに貼付する「店名カード」を色分けして管理している。ちなみにセンターではハンガー商品の入出荷に「ハンガーコンベヤ」を利用している。



作業員への情報提供には掲示板が用意されている。結婚や出産などプライベートな情報をオープンにすることで、センターで働く人々の連帯感を高めている

ランチボックスの仕分け・配送する業務も興味深かった。この業務は日本では、出し弁当屋の物流を代行しているようなものだ。センターではケータリングサービス会社が調理したランチボックスを店、会社、部別に仕分けて昼食時間までに配送している。

作業そのものはとてもシンプルだ。納品先別に折り畳みコンテナを用意。リストを見ながら種時き式でランチボックスを仕分けていく。**盗難防止にICタグ**

今後、M&Sでは同センターにICタグを導入する計画だ。投資額は約一億円。M&Sでは今回の投資を七年で回収できると説明するが、そもそもICタグの導入が本当に必要なかどうかは疑問だ。センターでの入荷し出荷までの作業は非常にシンプル。さらに物流品質はすでにピッキング精度が九九・九四%、定期配送率が九九・〇七%とハイレベルにあ

フレームワークス 最新情報

フレームワークス中国法人設立 を発表

中国に新たに法人を設立し、本格的に中国におけるロジスティクスシステムサービスを提供する事を発表 [2004.11.17]

最新の中国物流市場について弊 社社長 田中純夫が講演 ロジスティクス・SCMフェア

「最新の中国物流を理解するためのロジスティクスソリューション」と題し最新の中国物流システムの課題について解説 [2004.11.05]

弊社社長 田中純夫 2004年秋 の褒章受章

政府は11月2日付けで平成16年秋の褒章受章者を発表、新規産業功績にて監授褒章を受章 [2004.11.02]

6ページの広告を併せてご覧下さい。
導入事例の紹介や最新情報、プレゼン
トのお知らせがあります。

株式会社フレームワークス

<http://www.frame-wx.com>

お問い合わせはcontact@frame-wx.comまで

本社：〒422-8067 静岡県静岡市南町14-25 エスパティオ7F
TEL: 054-286-5411 FAX: 054-286-5540

東京本部：〒101-0063 東京都千代田区神田淡路町2-21 淡路町MHビル2F
TEL: 03-5297-3155 FAX: 03-5297-3157

大阪支店：〒532-0011 大阪市淀川区西中島5-12-8 新大阪ローズビル303
TEL: 06-6390-7333 FAX: 06-6390-7328

名古屋支店：〒450-0002 名古屋市中村区名駅2-45-19 桑山ビル9F (豊田ハイシステム(株)内)
TEL: 052-587-2882 FAX: 052-587-2890



アパレル製品を真空パックにして体積を小さくする。コンテナに積載できる商品数を増やして支払
い運賃を削減している

るからだ。

それでもICTタグ導入に踏み切るのは物流品質を高水準のまま維持するためだ。ジストはM&Sと物流品質について特別な契約を交わしている。ピッキング精度や定時配送率

が契約条件を下回った場合、ジスト側にペナルティーが課せられるというルールだ。

欧米の小売業はかつてPOSシステム導入の目的は「Sweet Heart (レジ係がレジを打たずに商品を友人に渡すこと)」をなくすことにあると説明してきた。今回、M&SがICTタグを導入する目的もその延長線にあると言える。導入の狙いとして、物流品質の維持に加え、「Theft (盗難)」や「Shrinkage (万引き・荷抜き)」の防止を挙げている。

欧米は日本に比べSweet HeartやTheft、Shrinkageで商品ロスが発生する割合が大きい。小売業にとってこうした盗難による商品ロスをいかに減らすかが長年の経営課題となってきた。現在、欧米と日本では「ICTタグフィバー」がほぼ同時に発生しているが、導入の目的は多少異なっているようだ。

【産



すずき・じゅん 58年東京経済大学卒業、62年セーラー万年筆に入社。70年長崎屋入社、物流部長、電算部長、物流子会社社長などを歴任。92年に独立し、物流コンサルティング会社のサン物流開発を設立した。小売業を中心に物流センター構築などのプロジェクトに数多く参画する。欧米の物流センターに詳しいコンサルタントとして知られている。