

— サプライチェーン最適化事例 —

# 製・配・販連携による サプライチェーン全体の効率化活動

三菱食品が実現する  
「より良い」ソリューション

2018年1月24日  
三菱食品 株式会社

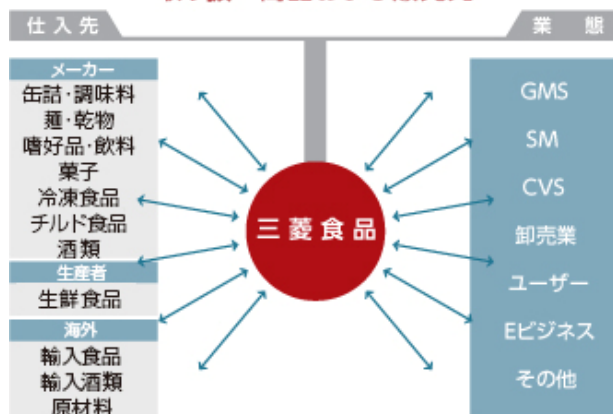
1

## はじめに

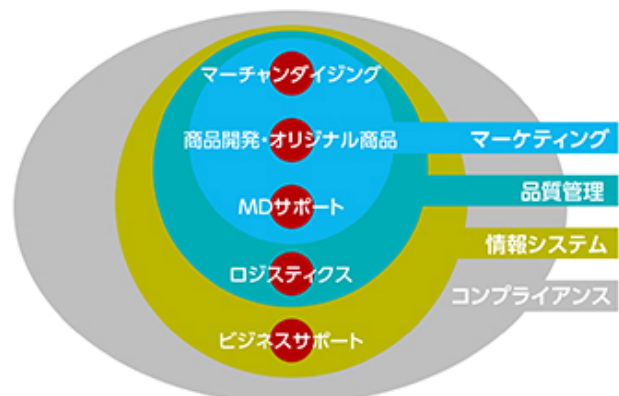
### 会社概要 company overview

- 商号 三菱食品株式会社
- 本社 東京都大田区平和島6丁目1番1号
- 設立 1925年(大正14年)3月13日
- 資本金 10,630百万円(2017年3月31日現在)
- 売上高 2,411,474百万円(2017年3月期連結)
- 従業員 3,945名(2017年4月1日現在)
- 事業内容 国内外の加工食品、低温食品、酒類及び菓子の卸売を主な事業内容とし、さらに物流事業及びその他サービス等の事業活動を展開しております。

### 取り扱い商品および販売先



### 食品流通に新しい価値を生む実践的な機能



2

## 1. 課題認識

### 社会環境の変化要因

- 生産年齢人口のピークアウトによる労働力の減少
- 平均3%/年の最低賃金上昇
- 軽油下落から一転上昇傾向 等

### 食品物流環境要因

- 2倍を超える有効求人倍率
- BtoCの伸張による小口化と納品リードタイムの短縮
- 顧客ニーズの多様化とSKUの増加 等

### 発・着荷主課題認識

コミュニケーション不足に起因する需給アンマッチがサプライチェーンの非効率を助長している。

社会環境変化に起因する労務不足、ドライバー不足が慢性化。しかし現時点では **状況を一変させる様な抜本的な打ち手は、ない。**

**だからこそ、「より良い」を積み上げていく。それが三菱食品の考え方。**

3

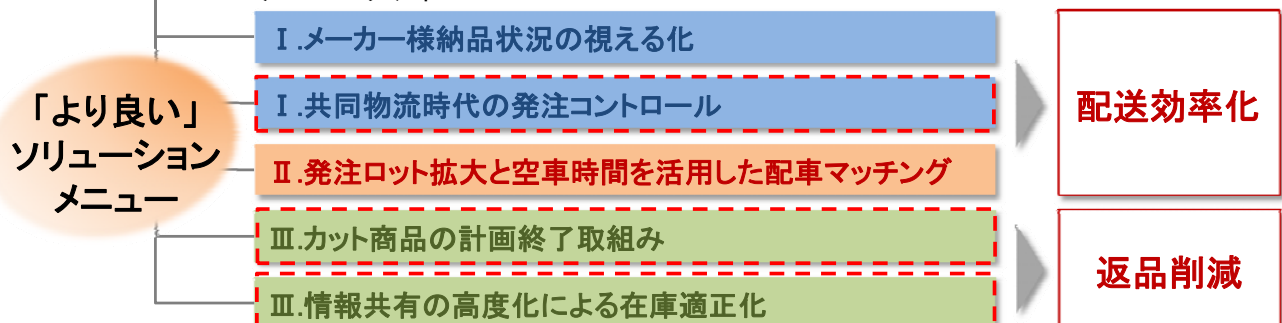
## 2. ソリューションメニュー

個社単位での効率性追求・部分最適は限界に達しており、製・配・販を巻き込み、各社の垣根を超えた効率性の追求による、**業界全体としての持続的成長が不可欠。**

### サプライチェーンの再設計



▼ケーススタディ



**製・配・販「三方“より良し”」を積み上げ、結果、生活者に寄与して行く。**

4

## 三菱食品が実現する 「より良い」ソリューション

# 製配連携による「配送効率化」活動事例

— メーカー様と三菱食品との協業によって実現する  
「配送効率化」ソリューション —

5

### 3. 「より良い」配送効率化のケーススタディ —製・配 連携—

#### 共同物流時代の発注コントロール

従来型の課題

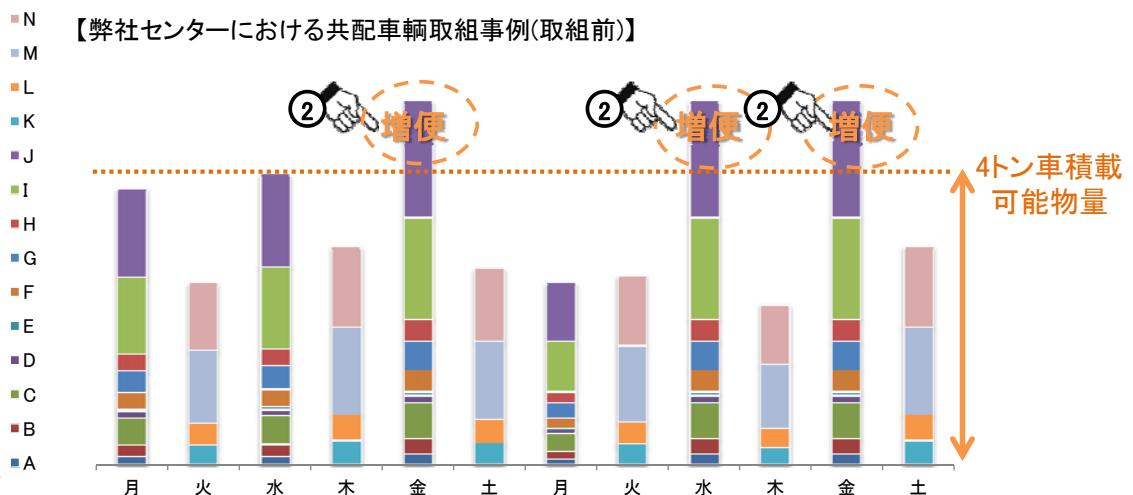
弊社物流センター  
への配送の曜日  
波動が大きく課題

共同物流が主流の今、メーカー様個社別の発注(納品)日集約では不十分

- ① 弊社発注システムはメーカー様各々での納品曜日の設定(定曜日設定)が可能であり、以前より仕入担当者自らが、納品頻度の削減と商品ロットの拡大の為、定曜日発注を実践している。
- ② メーカー様個々で見ると納品頻度は削減され、商品ロットも拡大される一方、共同物流化が進み、弊社センターへの納品車輛には複数のメーカー様商品が混載されている。よって、従来の個単位での集約では、共同物流での効果を得られる反面、物量波動の拡大による非効率を生じている。

【弊社センターにおける共配車輛取組事例(取組前)】

①  
(凡例)  
複数メーカー  
様物量



6

## 共同物流時代の発注コントロール

I .製配

「より良い」Solution

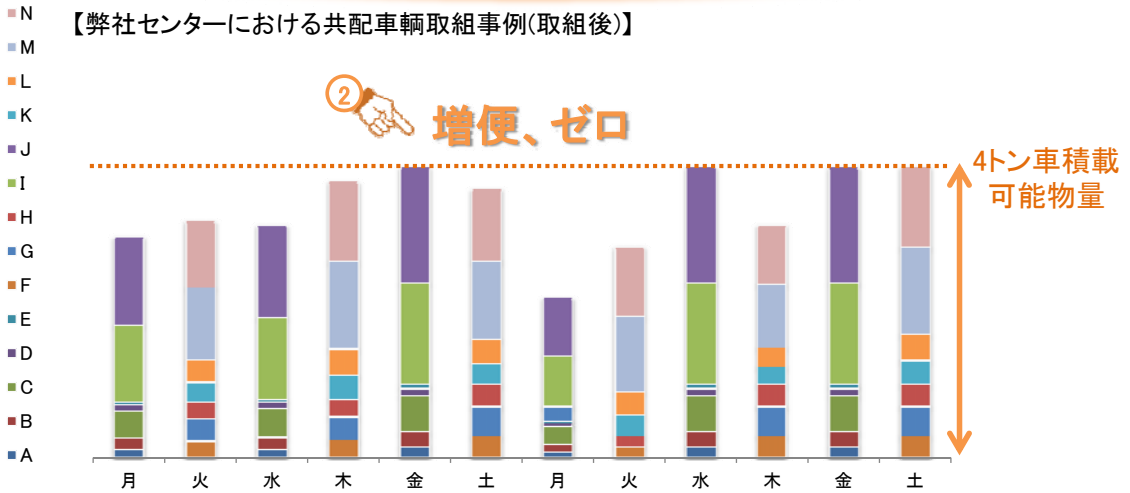
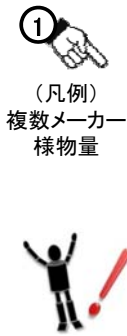
発注システムで車輛  
単位の物量平準化  
を実現、波動抑制

弊社発注システム(グルーピング機能)にて車輛単位での物量平準化を実現

- ① 個社別ではなく、複数のメーカー様の共同物流グループ単位で物量を分析し、配送車輛の積載上限を意識した納品曜日に組み直し、平準化を実現した。
- ② 共配の効果を最大限引き出すべく、車輛詰合せまでも発注の仕組みでコントロールできることを実証。  
⇒ 弊社発注システムに、複数社分をグルーピングして発注数量を平準化できる機能を実装

### 【共同物流時代のソリューション】

【弊社センターにおける共配車輛取組事例(取組後)】



## 共同物流時代の発注コントロール

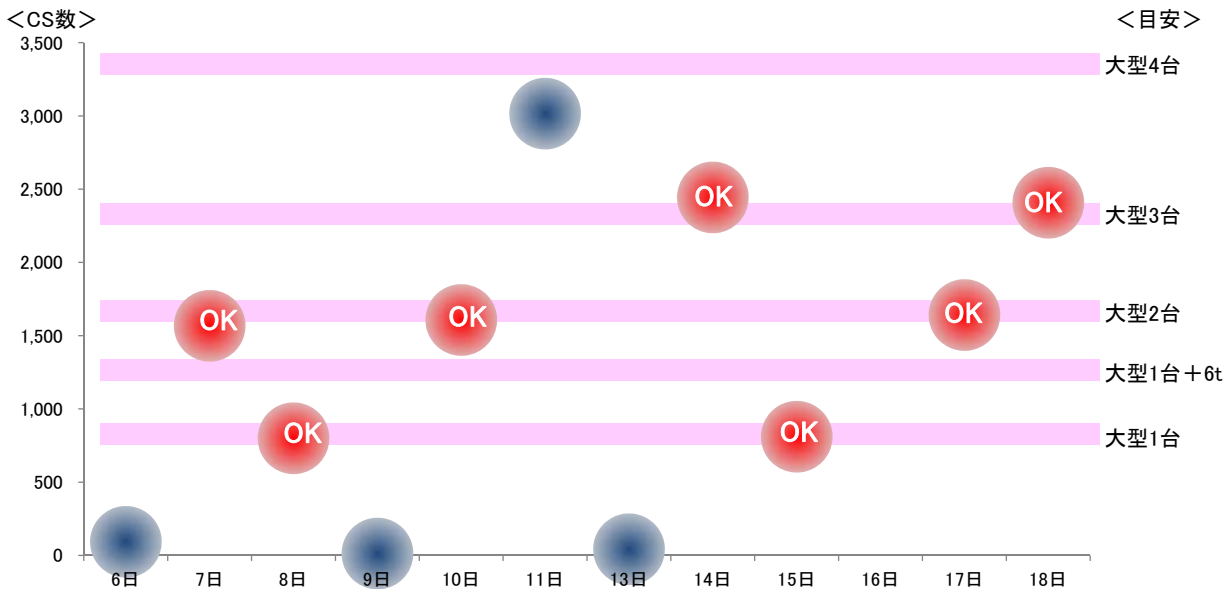
I .製配

メーカー	ロット数
A社	20
B社	10
C社	5
D社	15
E社	7
F社	30

個社ロット  
を撤廃

メーカー	グルーピング	ロット
A社	共配車輛 グループ	車格に応じた車 輛満載ゾーンを 設定
B社		
C社		
D社		
E社		
F社		

共配車輛単位  
で管理



三菱食品が実現する  
「より良い」ソリューション

## 配販連携による「返品削減」活動事例

— 小売業様と三菱食品との協業によって実現する  
「返品削減」ソリューション —

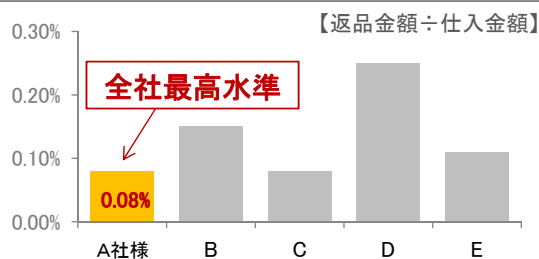
### 4. 「より良い」返品削減のケーススタディ —配・販 連携—

#### 「配販連携」～小売業A社様との取組み成果～

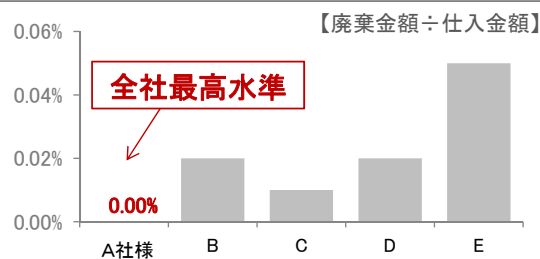
弊社が受託する特定小売業様向け専用物流センターのうち、A社様との“返品削減”や  
“在庫適正化”に向けた取組により、以下の通り**全社最高水準**の大きな効果を獲得

【弊社が受託する特定小売業様向け専用センターの在庫管理数値状況】

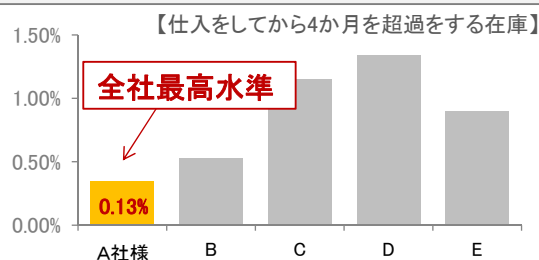
#### ◆ メーカー様への返品率



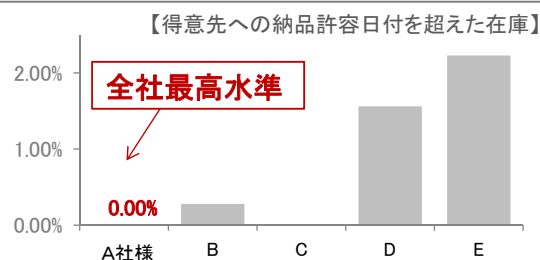
#### ◆ センター廃棄率



#### ◆ 4ヶ月超在庫率

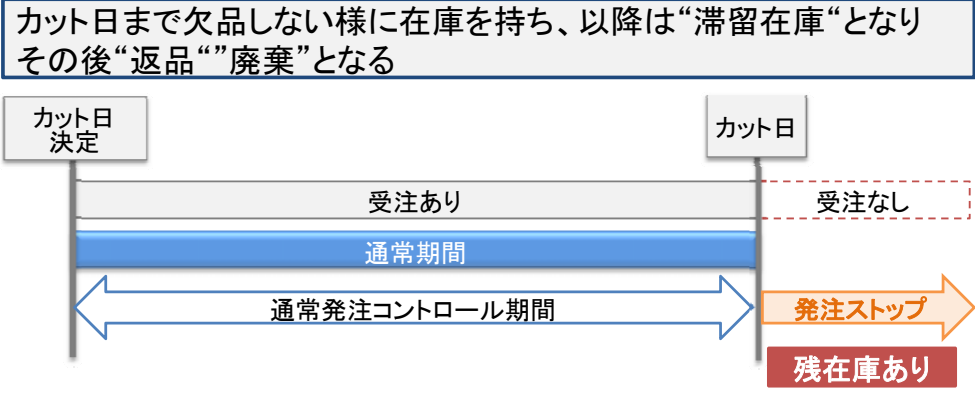


#### ◆ 納品許容NG率

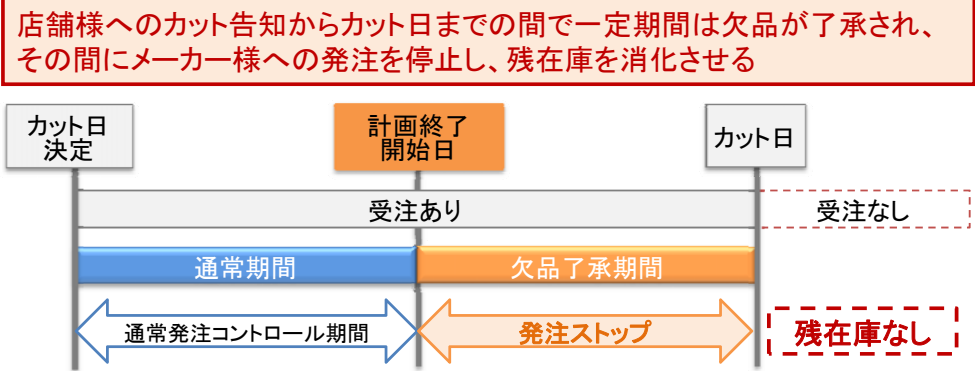


(1) カット商品計画終了取組み①

従来型の課題  
従来の終売プロセスでは、残在庫発生は避けられない構造



「より良い」Solution  
計画終了の終売プロセス採用により残在庫発生を低減



(1) カット商品計画終了取組み②

「より良い」Solution  
欠品了承期間を単品単位に設定し残在庫発生を更に低減

カテゴリや商品特性に応じた期間設定で、残在庫を限りなく“ゼロ”にする

- ① 計画終了の期間はカテゴリや商品特性に応じて、商品単位で設定している。
- ② 荷動きが悪い商品は数週間の期間を設けることで、残在庫を発生させない仕組みにしている。

<欠品了承期間の一例(実際は商品単位で設定)>

カテゴリー	分類	欠品了承期間 (計画終了期間)
加食	飲料・ラーメン	1週間
	上記以外	3~4週間
菓子	スナック	1週間
	スナック以外	2~3週間
酒類	ビール等	1週間
	上記以外	1ヶ月

【小売業様とのお取引ルール明確化によるソリューション】



4. 「より良い」返品削減のケーススタディ —配・販 連携—

(1) カット商品計画終了取組み③

Ⅲ.配販

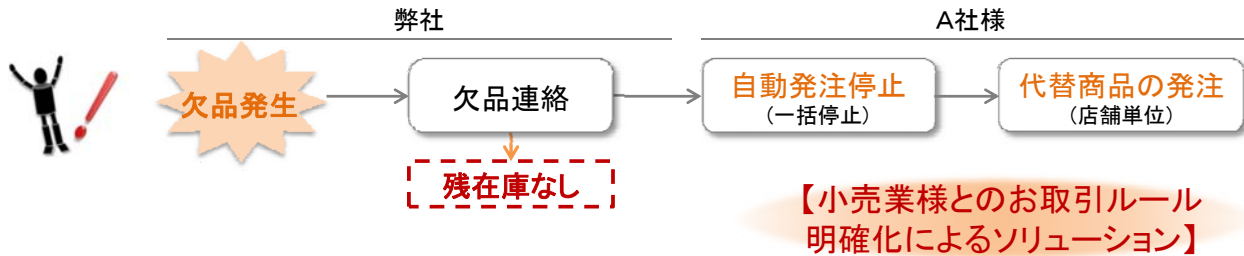
「より良い」Solution

欠品終了期間に  
起こりうる事象への  
対応ルールと役割  
を明確化

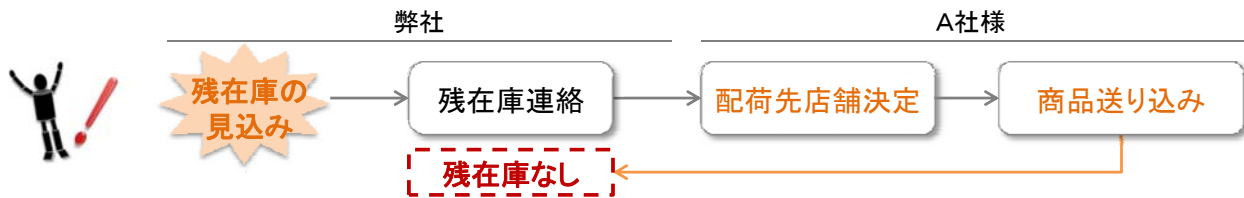
配・販の”対応ルール”と”役割”が明確化、徹底されており、残在庫発生を抑制

- ① 計画終了期間中に発生する欠品は代替商品へ切替／残在庫が発生する場合は各店舗へ配荷するというルールが徹底され、“メーカー返品や廃棄は発生しない仕組み”になっている。

✓ カット商品が欠品となった場合のルール



✓ カット商品の残在庫が発生する場合のルール



4. 「より良い」返品削減のケーススタディ —配・販 連携—

(2) 情報共有の高度化による在庫適正化

Ⅲ.配販

従来型の課題

発注数量決定に  
関する正確な情報  
連携が不十分

不確かな情報の連鎖が「欠品」や「滞留在庫」を誘発させている。

- ① 特売情報はリードタイムが短い為、“見込み数量”で発注している。
- ② カット案内が未提示のケースがある。
- ③ 欠品と過剰在庫の両面を抑制する為、独自の需要予測により数量を決定している。



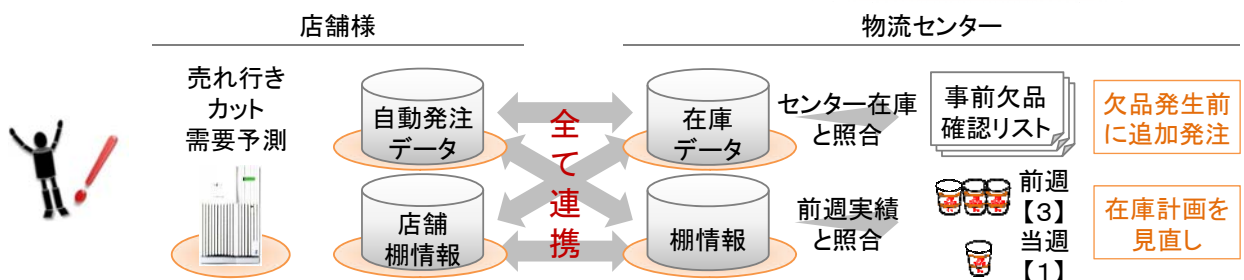
「より良い」Solution

発注数量決定に  
関し、可能な限り  
正確な情報共有  
によるロス削減

A社様より個店データ提供を受け、  
“確かなデータを活用”した発注・在庫コントロールを実施

- ① 店舗自動発注数を事前に入手する事で確実なメーカー発注を可能とし、欠品を未然に防いでいる。
- ② フェイス数の増減をチェックした上で発注数量の調整が可能であり、滞留在庫を防いでいる。
- ③ 店頭在庫を活用し、店頭在庫・POS実績・センター在庫を連動させた最適発注を行い、在庫過多・欠品の両面を抑制すべく検証を継続  
⇒ 廃棄ロス・返品削減に繋がっている

【確かなデータの活用によるソリューション】



5. 製配販連携の目指す姿

サプライチェーンの再設計



▼ケーススタディ

「より良い」ソリューションメニュー

I. メーカー様納品状況の見える化

I. 共同物流時代の発注コントロール

II. 発注ロット拡大と空車時間を活用した配車マッチング

III. カット商品の計画終了取組み

III. 情報共有の高度化による在庫適正化

配送効率化

返品削減

生活者への貢献

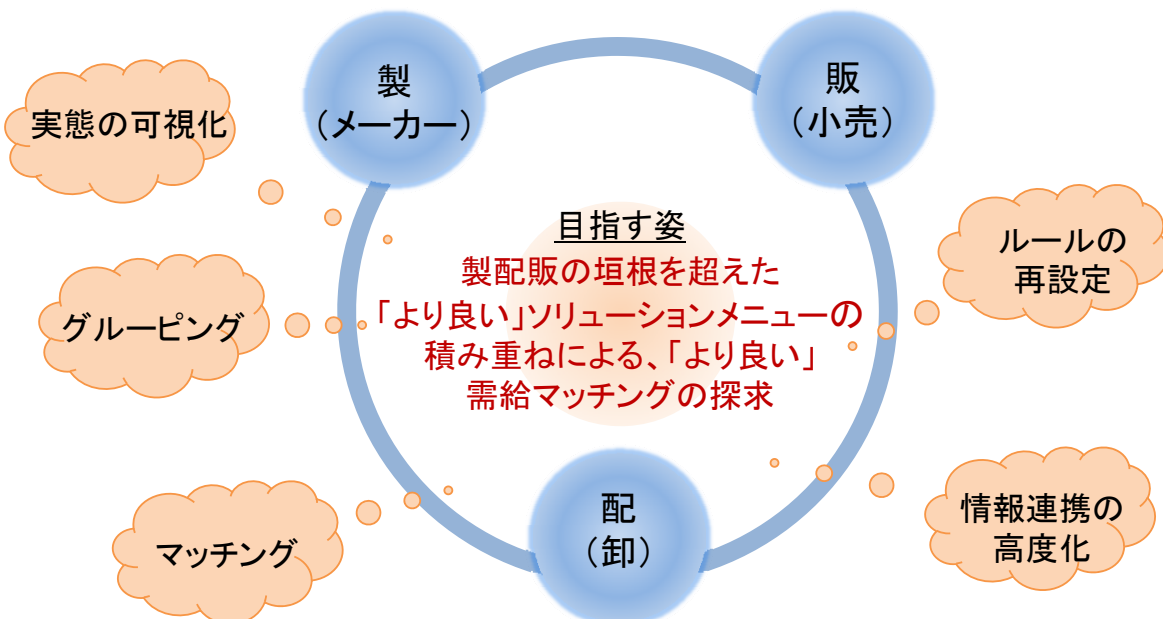


YYS = より良いソリューション

「より良い」を積み重ね、生活者へ貢献/還元し、日本の食を支える

5. 製配販連携の目指す姿

現状を打開する抜本的な打ち手は、ない。ただし、これまで不十分であった、製・配・販の各社連携の推進、相互のインフラ・情報共有による改善の余地は、十分に残されている



三菱食品は各社様と共同で、更に「より良い」を積み上げて参りたい。