

# アパレル物流企業における自動化とコスト制御

北京大学学生代表

見学日時：2016年12月5日（月）09:00-11:00

見学場所：イトーヨーカ堂配送センター（浪速運送株式会社）

## 見学概要

訪日団のメンバーは企業の担当者から同社の発展の歴史、主な業務内容、運営方式の紹介を受け、同社はアパレル物流を行い、その物流の目的は物の動きを可能な限り減らすことによりコストを下げることであること、そしてイトーヨーカ堂配送センターの全国各地の支部および同社の中国における発展の状況について知ることができた。その後、訪日団のメンバーは同社の作業場を訪れ、衣類の運搬車からの荷下ろしや運搬車への荷積みの様子を見学した。衣類はレールに沿って1階から4階に運ばれる。そしてこの自動化の運輸システムは店舗毎の分類機能も兼ね備えており、人件費を大きく削減すると同時に空間を効果的に利用している。

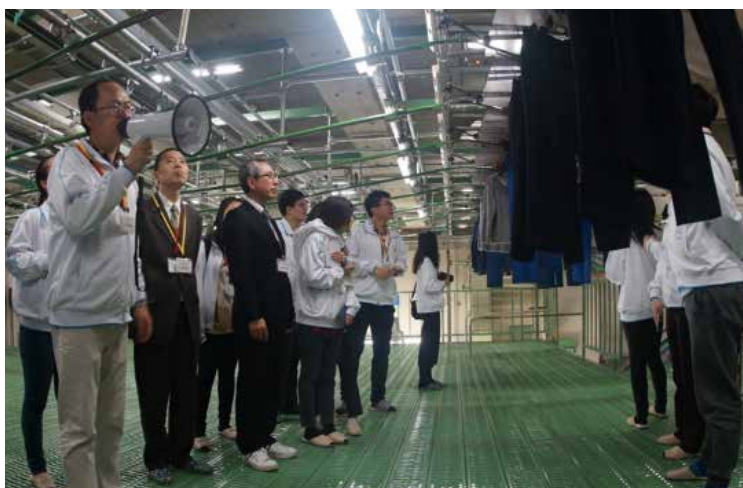
## 知っていますか？

### 1. 衣類が掛けられた状態で運ばれる

イトーヨーカ堂配送センターで運ばれる衣類はすべてハンガーに掛けられた状態で運ばれる。その主な理由は、その後運ばれるのが皆デパートであり、ハンガーに掛けた状態で運ぶことでデパートのスタッフの業務量を大きく減らし、直接デパート内で販売を行うことができるからである。人件費が高い日本において、この取り組みは衣類を掛ける労働力を配送センターに前倒している。またこの取り組みはハンガーの回収利用、段ボールの不使用といった多くの資源の節約につながっている。しかも運搬車内には棒を固定する場所が多く有り、スペースを有効に利用できるため、運ぶ衣類の量が減る心配もない。衣類はしっかりと並べられ、1台の運搬車で1200着のスーツを運ぶことができる。

### 2. 衣類が自動的に階上へ運ばれ分類される

衣類が運搬車から荷下ろしされると、工場のスタッフたちがすぐさま衣類を輸送ラインに送る。ここでは衣類は自動的にゆっくりと3・4階の保管場所に運ばれる。そして2階では、異なる店舗の衣類が青色のテープで仕切られ、システムはシグナルに基づき衣類を自動的にそれぞれのレールに送る。仮に人が分類した場合、1時間で200着の分類となるが、こうした機械が分類することで、1時間に4000着を分類することができ、効率が大きく高まり、スタッフの負担を減らすことができる。



## 感想

### 1. 物流企業におけるコスト制御の道

立地:同配送センターは銀座から車でわずか15分の場所にあり、大型デパートへの配送の費用を軽減している。物流企業が物の動きを極力減らしコスト制御をすることで、商業地に近い中継地点に拠点が置かれ、配送の時間を短縮した上、各地への配送の利便性を高めている。デパートにおいては一部の衣類の需要に融通が利き、比較的近い保管地点は配送に有利なため、デパート側は早急に必要な商品を得ることができる。イトーヨーカ堂配送センターでは商品保管の役割も担っている。

スペースの節約:これは立地と密接に関わっている。商業地に立地し地価が高いため、衣類の保管時はスペースを充分に利用することで、コストを抑えることができる。一方で、輸送プロセスにおいても同じことが言える。衣類はハンガーに掛けて運ばれ、折りたたまれ箱詰めされていないため、輸送コストの削減のためには、1台の運搬車に可能な限り多くの衣類を積み込めるような効果的なスペースの利用が企業側に求められる。同社の保管エリア内では衣類が上下びっしりと掛けられ、運搬車内では棒の高さを調整することであらゆる長さの衣類が掛けられていた。

自動化:人件費の上昇は企業の自動化生産を推し進め、衣類の配送という分野において、イトーヨーカ堂配送センターでは衣類の自動化輸送・管理を行い、スタッフの労力を軽減し、同時に作業効率を高めている。例えば人の分類効率は200着/1時間だが、機械の場合は4000着/1時間である。自動化生産のもう一つの利点は、多くの衣類を集積処理できることで、同配送センターにはイトーヨーカ堂以外の衣類もあり取扱量が多いが、自動化処理のため、大量のスタッフを抱える必要がない。

### 2. 企業の発展と拡大

時代が移り変わると同時に、企業における業務も様々な優位性や劣位性と向き合うことになるため、新たな業務や企業の発展目標を確立する必要がある。同社は1992年、工場の中国移転に伴い、中国上海における業務の開拓を始めた。挫折も経験したが、最終的には日中合弁の方式を採用し、深セン、大連、上海などの都市で業務を展開した。中国においては主に質検局との提携により衣類の品質や成分への検査を行い、その後日本に輸送し販売を行った。

上述の内容は1990年代の話であり、現在では衣類の価格も下がり、経済は不景気で、業界内の競争も激しくなっているため、企業としても例えば農産物の輸送といった新たな業務の開拓を行っている。日本の農産物の価格は比較的高く、その原因は多くの場合輸送コストに起因している。そのため、例えば個人向けの輸送サービスなどは、企業が発展を続けていく上での新たな試みであり、それによりその企業に適したビジネスモデルや運営方法を模索する必要がある。

