

— 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

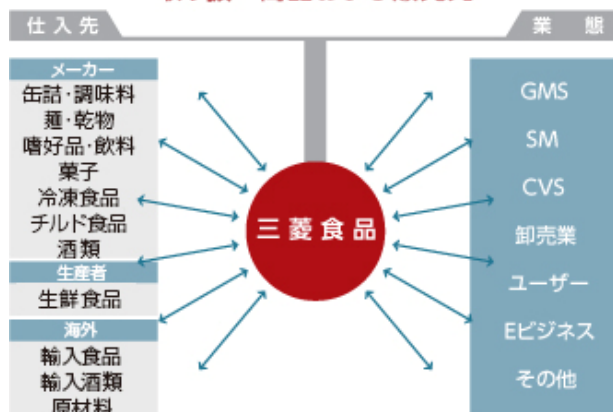
1

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

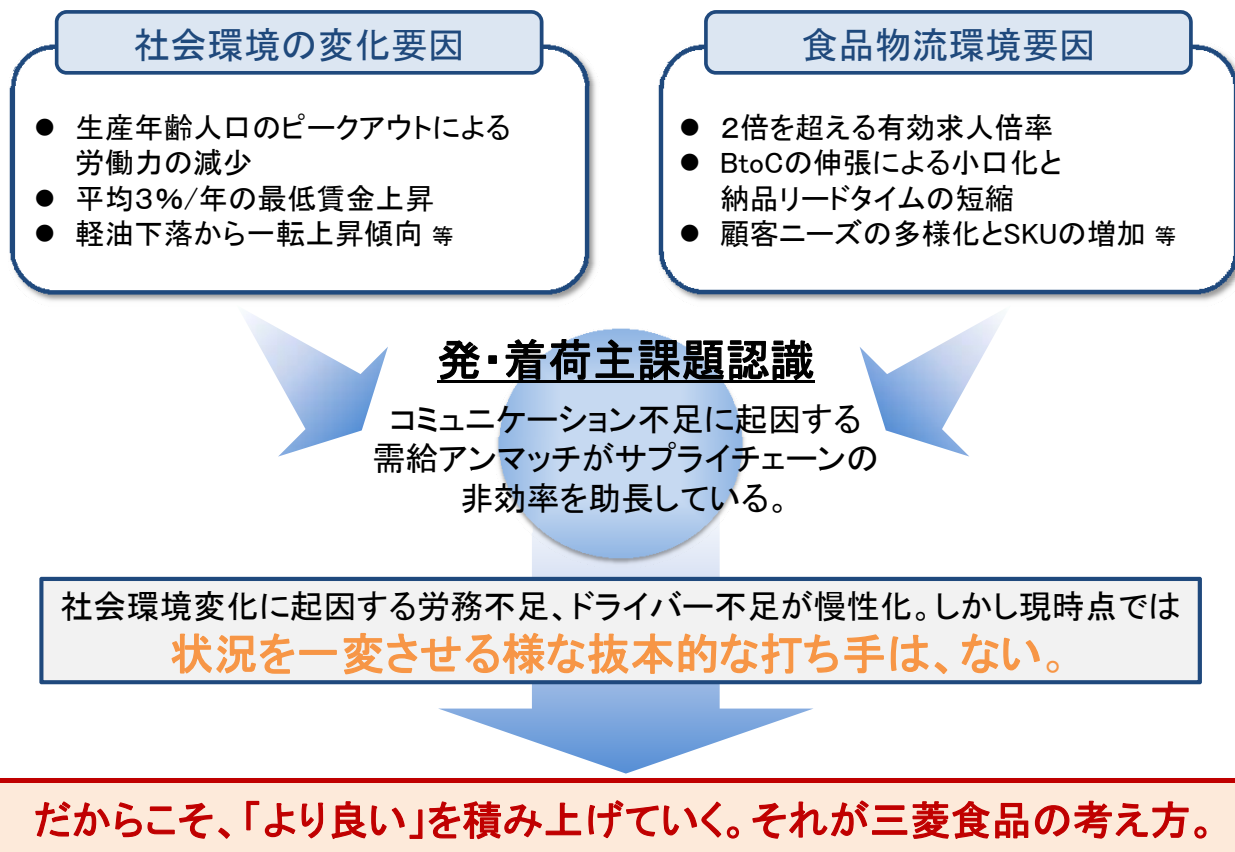


食品流通に新しい価値を生む実践的な機能



2

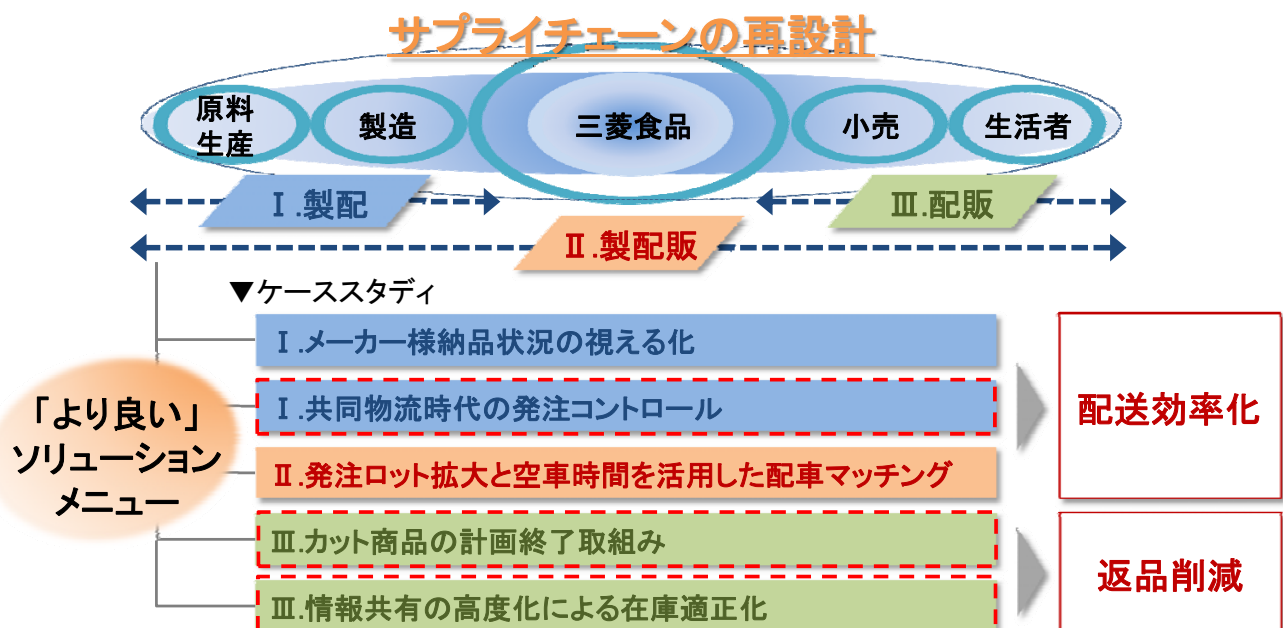
1. 課題認識



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。



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

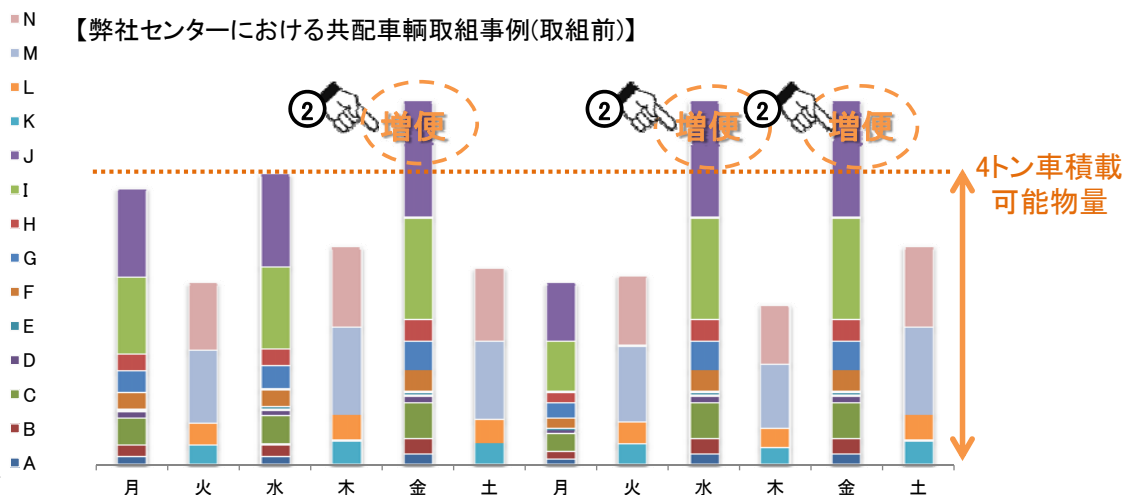
弊社物流センター
への配送の曜日
波動が大きく課題

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両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両取組事例(取組前)】

①
(凡例)
複数メーカー
様物量



6

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 —

9

4. 「より良い」返品削減のケーススタディ —配・販 連携—

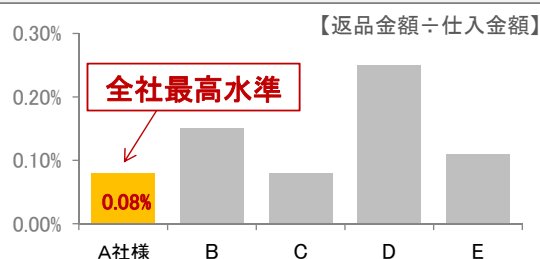
「配販連携」～小売業A社様との取組み成果～

Ⅲ.配販

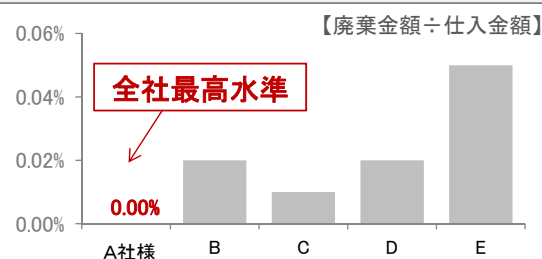
弊社が受託する特定小売業様向け専用物流センターのうち、A社様との“返品削減”や
“在庫適正化”に向けた取組により、以下の通り**全社最高水準**の大きな効果を獲得

【 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 】

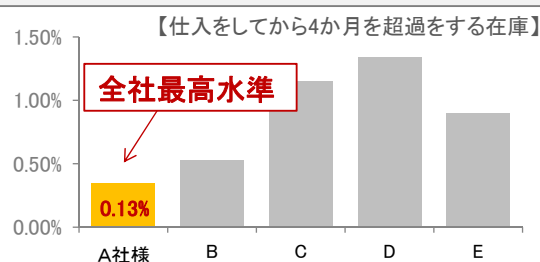
◆ メーカー様への返品率



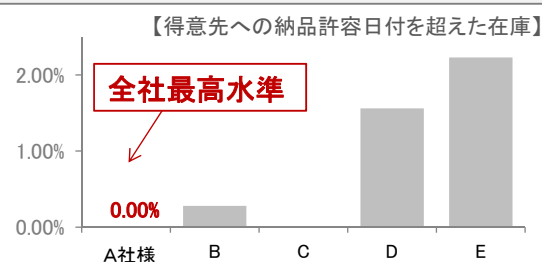
◆ センター廃棄率



◆ 4ヶ月超在庫率



◆ 納品許容NG率



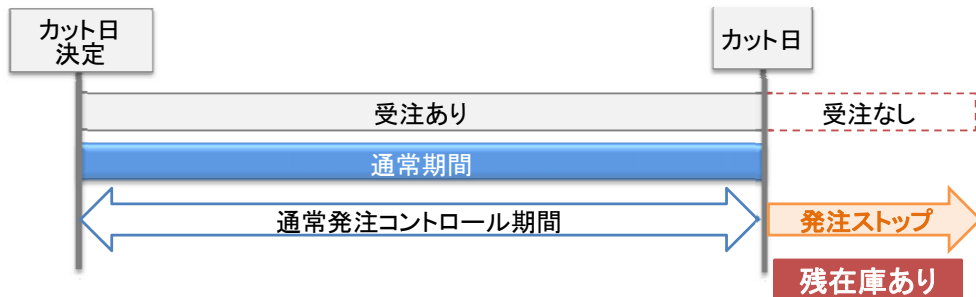
(1)カット商品計画終了取組み①

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



カット日まで欠品しない様に在庫を持ち、以降は“滞留在庫”となりその後“返品”“廃棄”となる

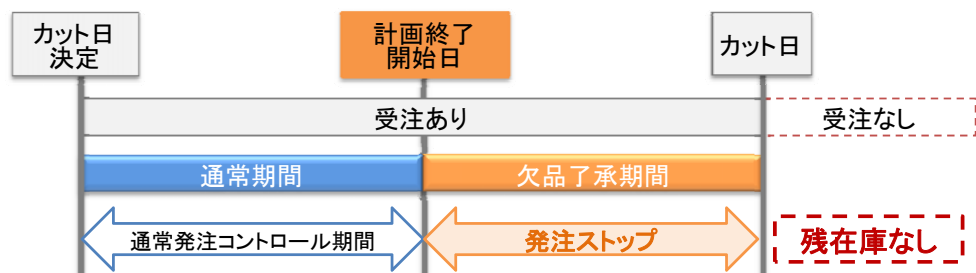


「より良い」Solution

計画終了の終売プロセス採用により残在庫発生を低減



店舗様へのカット告知からカット日までの間で一定期間は欠品が了承され、その間にメーカー様への発注を停止し、残在庫を消化させる



(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

カテゴリー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ー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】



(1) カット商品計画終了取組み③

Ⅲ.配販

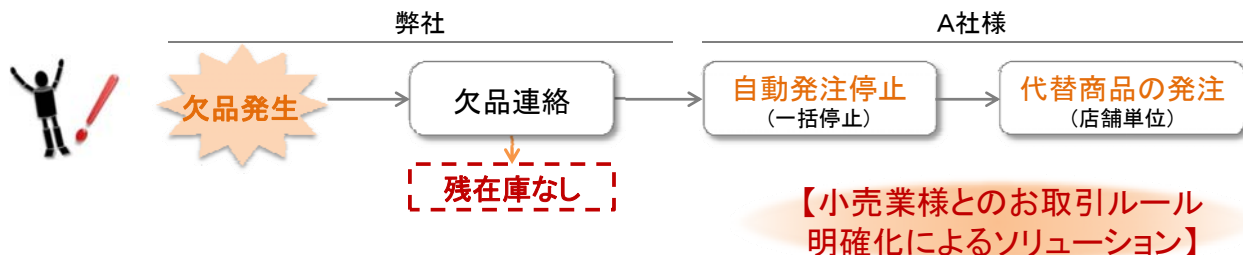
「より良い」Solution

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

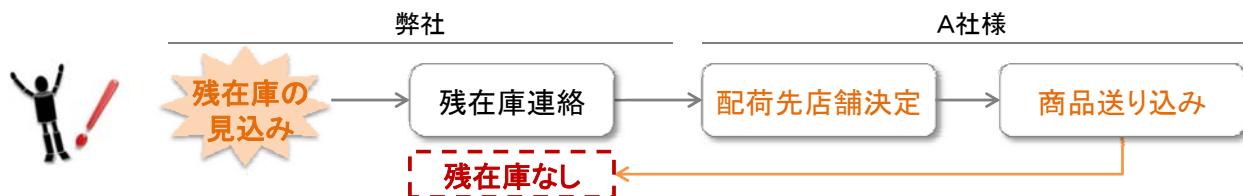
配・販の”対応ルール”と“役割”が明確化、徹底されており、残在庫発生を抑制

- 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



13

(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止する為、独自の需要予測により数量を決定している。



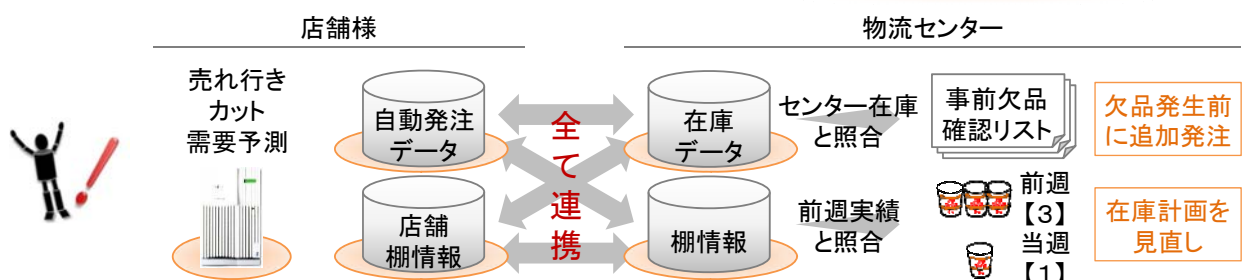
「より良い」Solution

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

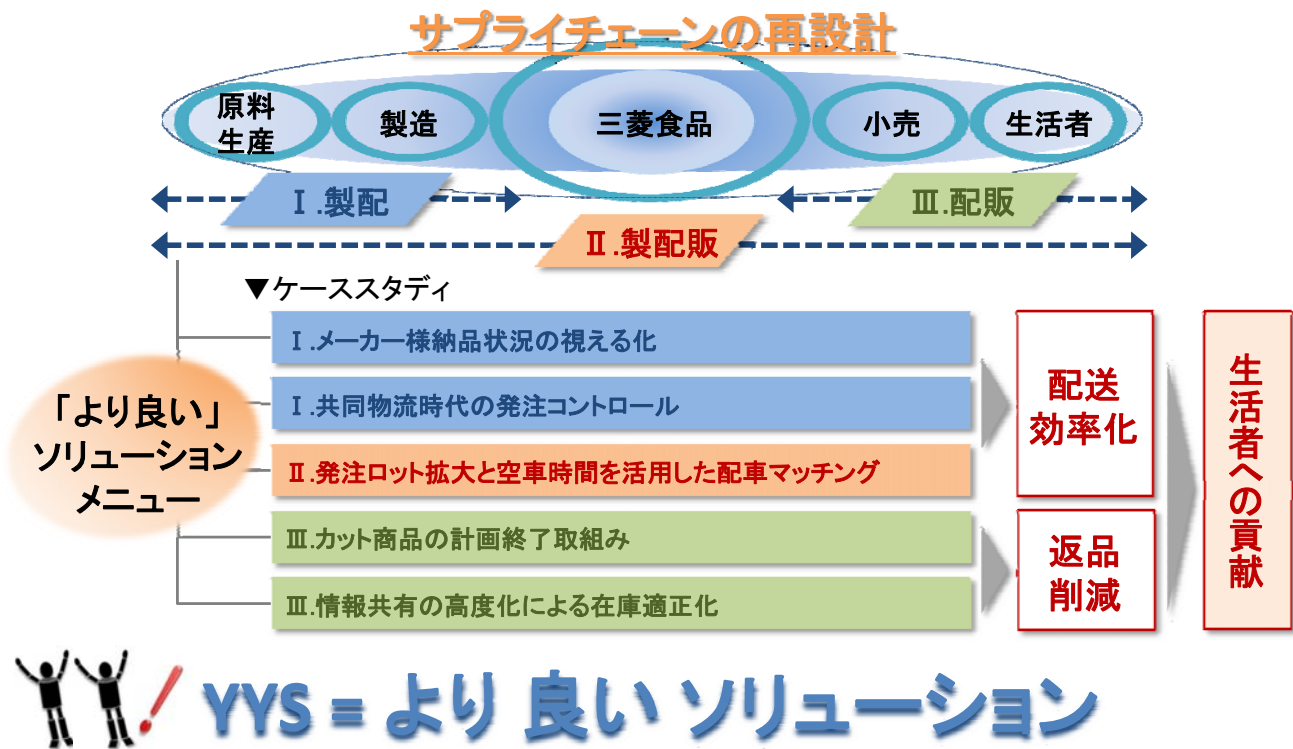
A社様より個店データ提供を受け、
“確かなデータを活用”した発注・在庫コントロールを実施

- 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・欠品の両面を抑止すべく検証を継続
⇒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】

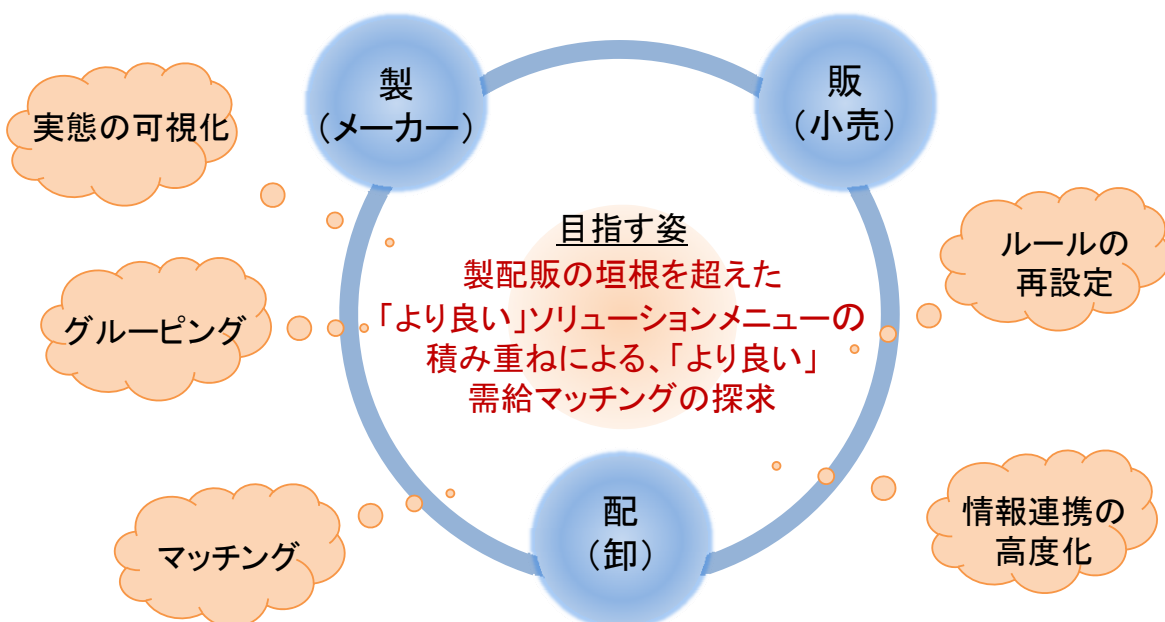


14



「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

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。