

ビール4社 「配送効率化」取組み事例

2018年7月6日

アサヒビール株式会社
キリンビール株式会社
サッポロビール株式会社
サントリー食品インターナショナル株式会社
日本酒類販売株式会社

報告事例

2

1. 【事例①】北海道 道東エリアでの共同物流（2017年9月～）
2. 【事例②】関西・中国～九州間の拠点間共同モーダルシフト（2018年4月～）
3. 【事例③】得意先トラック待機時間削減の共同取組み（2017年6月～）

【事例①】

北海道 道東エリアでの共同物流

(2017年9月～)

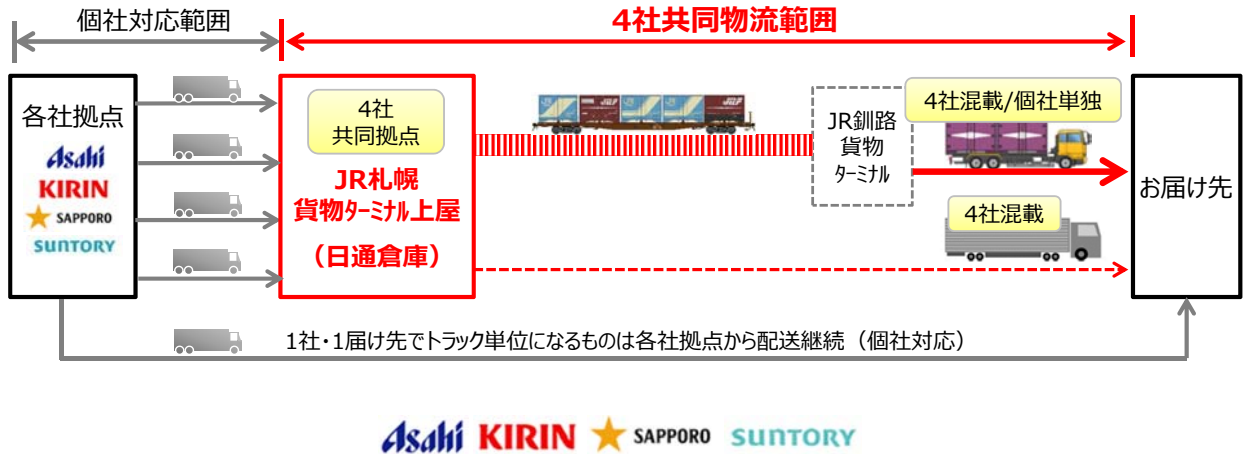
1. 【事例①】 北海道 道東エリアでの共同物流 (概要)

4

<p>目的</p>	<p>(1) 物流業界を取り巻く社会的課題の解決 長距離トラック輸送の削減によるドライバー不足への対処、環境にやさしい物流体制の構築</p> <p>(2) 将来に向けた安定的な物流ネットワークの構築 ドライバー不足や小ロット化に対応した“運びきる力”の維持・強化</p>									
<p>取組内容</p>	<p>北海道の遠隔地エリア*に対し 鉄道コンテナを活用した共同配送をおこなう</p> <p>① JR札幌貨物ターミナル駅構内の倉庫を4社共同拠点(無在庫型)として活用 ② 4社荷物を集約し、お届け先別に仕分け後、混載して配送 ③ 輸送手段は「鉄道コンテナ」を優先的に活用し、荷量等によっては「大型トラック」「トレーラー」も併用し最適な輸送手段でお届けする *札幌市から約200km超(目安)のエリア</p>									
<p>展開エリア</p>	<p>道東エリアの一部 (釧路・根室地区) 2017年9月～</p>									
<p>効果</p>	<table border="0"> <tr> <td>(1) モーダルシフト推進</td> <td>鉄道コンテナ比率</td> <td>38% (+30%)</td> </tr> <tr> <td>(2) 環境負荷低減</td> <td>CO₂排出量</td> <td>▲330t-CO₂ (▲28%)</td> </tr> <tr> <td>(3) 配送効率の向上</td> <td>車両積載率</td> <td>85% (+24%)</td> </tr> </table> <p style="text-align: right;">※4社計、()内は現行比</p>	(1) モーダルシフト推進	鉄道コンテナ比率	38% (+30%)	(2) 環境負荷低減	CO ₂ 排出量	▲330t-CO ₂ (▲28%)	(3) 配送効率の向上	車両積載率	85% (+24%)
(1) モーダルシフト推進	鉄道コンテナ比率	38% (+30%)								
(2) 環境負荷低減	CO ₂ 排出量	▲330t-CO ₂ (▲28%)								
(3) 配送効率の向上	車両積載率	85% (+24%)								

<p>(1)社会的課題の解決 鉄道コンテナの積極活用</p>	<p>遠隔地向けの配送に対し鉄道コンテナを優先的に活用 長距離トラック配送の削減、及びCO2排出量の削減を図る</p>
<p>(2)安定的な物流構築 4社混載での高積載配送</p>	<p>ビール4社の荷物を同じコンテナ/トラックに積み合わせ 1 運行あたりの積載効率の向上を図る。</p>

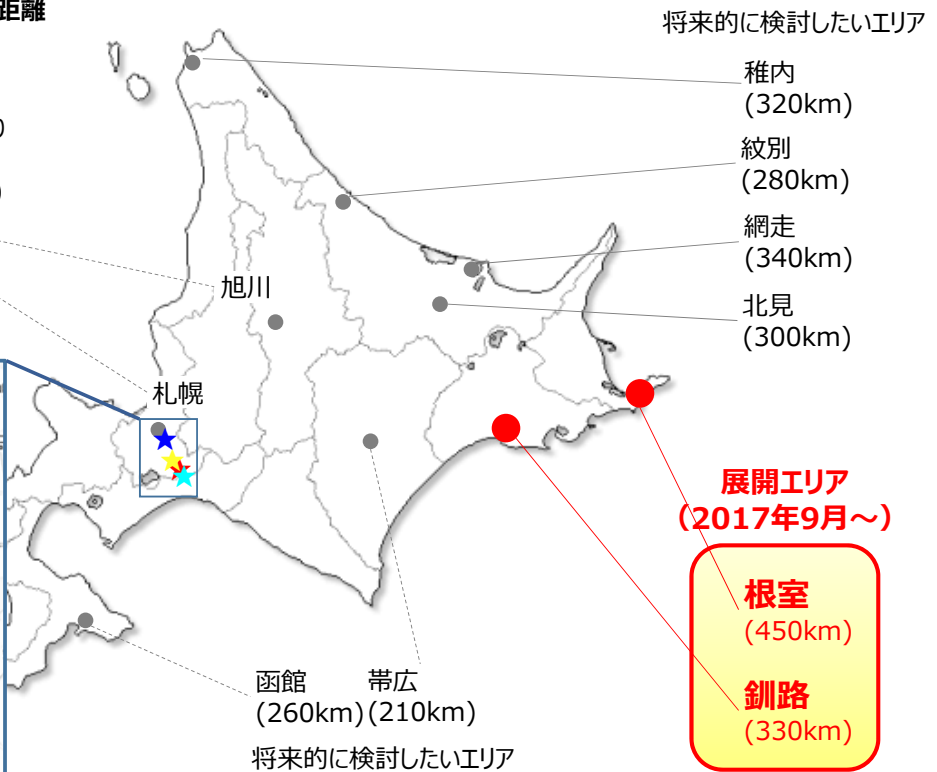
「共同配送スキーム（2017年9月～）」



※カッコ内は札幌市からの概算距離

札幌・旭川エリアは近距離であり
大型配送比率も高いため
個社対応を継続(共配検討外)

【4社物流拠点配置】



【事例②】

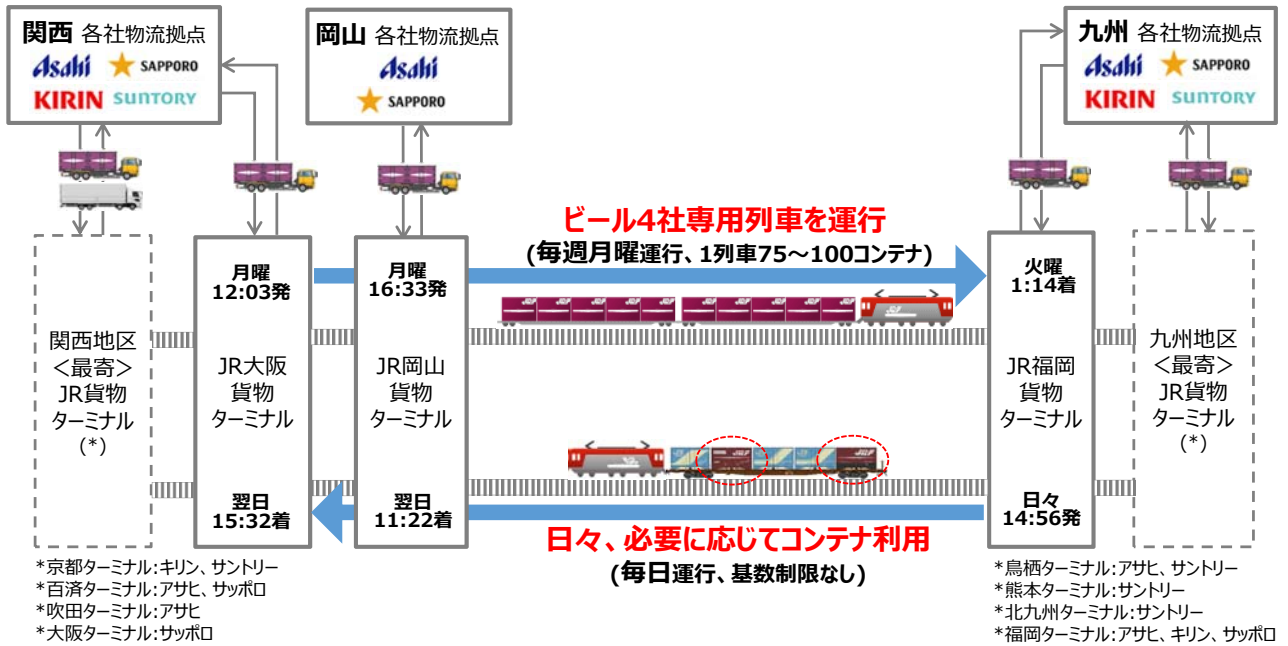
関西・中国～九州間の拠点間共同モーダルシフト (2018年4月～)

2. 【事例②】 関西・中国～九州間 拠点間共同モーダルシフト（概要）

8

目的	<p>トラック不足が顕在化している長距離輸送区間に対し、ビール4社(*)が連携し荷物を集めることで鉄道コンテナの潜在的輸送力を活用したモーダルシフトに共同で取組み、当該区間の輸送力向上及びトラック不足解消に貢献する</p> <p style="text-align: right;">*各社グループ会社含む</p>
取組内容	<p>「運休している列車」や「空コンテナの返送」といった活用しきれない輸送力(=潜在的輸送力)を利用しビール4社が関西・中国～九州間の拠点間輸送(社内輸送)に鉄道コンテナを共同利用する</p> <p>(1) 下り区間<関西→九州> 特定曜日に運休しているダイヤ(列車)を活用し、「ビール4社専用列車」を運行させる (4社連携することで1列車=約80コンテナの荷量を確保)</p> <p>(2) 上り区間<九州→関西> 関西方面への空コンテナ輸送枠を有効活用し、数量制限なくフレキシブルに輸送する (これまでトラックが担っていた荷量変動への対応を鉄道コンテナで実施)</p>
開始時期	2018年4月～ 運行開始 初回運行:4/9(月)関西発、以降通年で実施予定
効果 (4社計)	<p>(1) 輸送力向上 大型トラック2,400台分の輸送力を鉄道コンテナで確保</p> <p>下り 大型トラック 1,600台相当 75コンテナ × 週1回 × 46週/年間 × トラック換算 上り 大型トラック 800台相当 6コンテナ × 毎日 × 300日/年間 × トラック換算</p> <p>(2) CO2削減 ▲1,500トン-co2/年間 (現行比 ▲74%)</p>

《共同輸送スキーム（2018年4月～）》



【事例③】

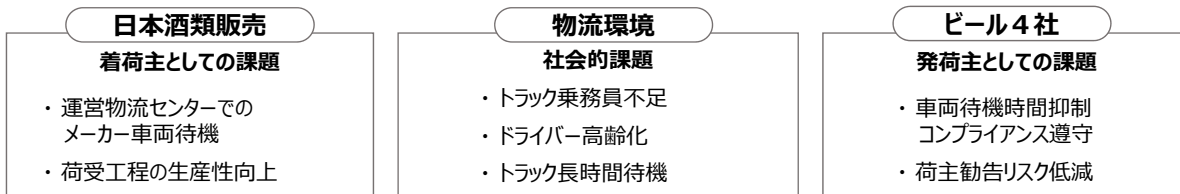
得意先トラック待機時間削減の共同取組み
(2017年6月～)

1. 実施概要

- 実施期間：2017年6月20日～
- 着荷主：日本酒類販売株式会社（厚木L.Cセンター）
- 発荷主：ビール4社

本取組みは、ビール4社+日酒販の共同取組み

2. 経緯（発着荷主を取り巻く環境・課題）



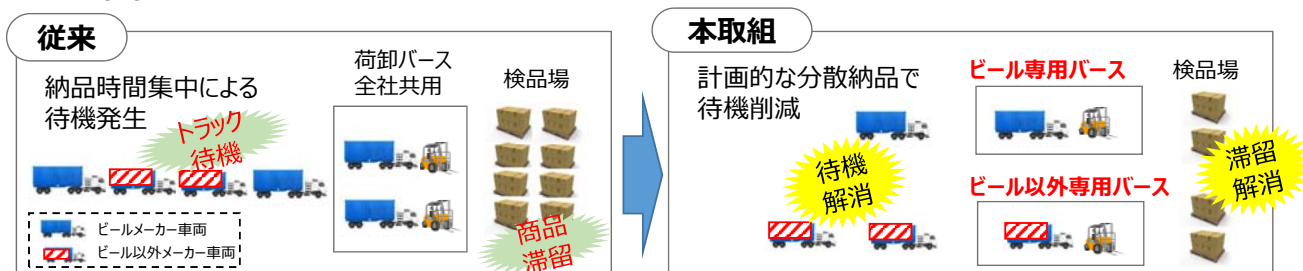
着荷主である日酒販と発荷主であるビール4社が共同して「トラック待機時間の削減」に着手さらに、日酒販の「荷受け効率化」にもつながる、Win-Winの関係を目標として活動を開始

3. 取組施策

方針	実態及び課題	取組施策
ビール4社の納品コントロール	<ul style="list-style-type: none"> ・ビールメーカーは納品数量が多い上に、空容器回収を行うため、バース及びリフトを長時間占有するため、メーカーを問わず納品車両待機が発生 ・発荷主間での納品時間調整が行われていないため、各社の納品車両が一時に集中 ・多量のビールメーカー商品がプラットフォーム上の検品場に滞留し、構内作業効率が低下 	<p>ビール4社専用バースの設置</p> <ul style="list-style-type: none"> ・バース及びリフトを長時間占有するビール4社と、その他メーカーの使用バースを区分 <p>発荷主による主体的な納品時間調整・分散</p> <ul style="list-style-type: none"> ・着荷主の納品時間枠と荷降し能力の範囲内で、各社の車両効率を踏まえ納品時間を調整



4. 取組結果



- ・発荷主間での納品時間調整がなく、納品が集中
- ・ビールメーカーの納品が集中すると、ビールメーカーがバースを長時間占有し、メーカーを問わず待機が発生
- ・多量のビールメーカー商品がプラットフォーム上の検品場に滞留し、構内作業効率が低下

- ビール4社が計画的に納品時間を分散させ、ビール4社の車両待機時間が短縮
- ビール以外メーカーはビールメーカーによるバース占有の影響を受けず、待機時間が短縮
- ビールメーカーの入庫が集中せず、構内作業負荷が分散し作業効率が向上

	実施前(6/1~6/19実績 稼働16日)			
	受付～接車	データ件数	待機1h超件数	滞留1h超比率
4社平均	62分	87	39	45%
アサヒ	55分	20	9	45%
キリン	67分	43	20	47%
サッポロ	93分	6	3	57%
サントリー(酒)	47分	18	7	40%

	実施後(10/23~11/4実績 稼働12日)			
	受付～接車	データ件数	待機1h超件数	滞留1h超比率
4社平均	13分	72	0	0%
アサヒ	18分	18	0	0%
キリン	14分	30	0	3%
サッポロ	18分	8	0	0%
サントリー(酒)	3分	16	0	0%

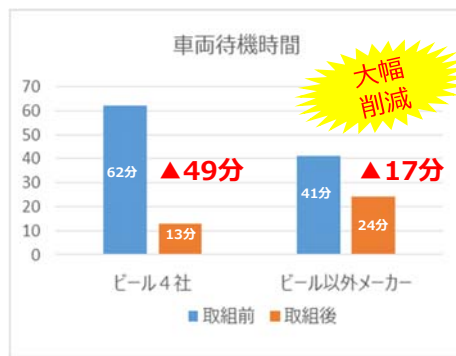
実施前：平均 62分

実施後：平均 13分 (▲49分)



5. 効果検証

		取組効果
発荷主	ビール4社	✓ビール4社が計画的に納品時間を分散したためとトラック待機時間が大幅短縮 実施前：平均62分 ⇒ 実施後：平均13分
	ビール以外メーカー	✓ビールメーカーによるバースの占有の影響を受けず、トラック待機時間が短縮 実施前：平均41分 ⇒ 実施後：平均24分
着荷主	日酒販	✓ プラットホーム上の滞留削減(荷受けの効率化) ✓ 庫内バース稼働率の向上(荷降ろしの効率化) ⇒ センター作業工程の削減



※受付簿バース 納品車両受付時間～バース接車時刻、受付開始7時起算

6. 専用バース設置による納品・荷受け効率化施策が有効となる与件

- (1) 専用バース設置を有効とする与件
 - 納品量と荷卸バース能力とのバランスが安定的に保たれていること
 - 専用バースへの車両誘導/接車が容易であること
- (2) 発荷主間連携による計画的な納品分散を有効とする与件
 - 発荷主各社の希望納品時間帯が、大枠でバッティングしないこと(発荷主間で調整)
 - 事前取決めをした納品時間帯が、無理なく持続・継続できること

＜納品分散の運営に対する考察＞

納品時間の計画分散は、メーカー発地と納品センターとの距離・走行時間や発荷主の出荷体制（積置・深夜・早朝等）を反映することで効率的になるため、**着荷主側からの指定ではなく、発荷主側が主体的に検討/調整する運営が有効**