

## 目次

成城石井の流通 BMS 導入計画	1
百貨店業界における流通システム標準化事業の概要	6

## 成城石井の流通 BMS 導入計画

### ～ 急速な出店を支える物流センターと EDI システム ～

(株)成城石井(本社・横浜市)は、首都圏の駅ビルを中心に51店を展開し、輸入品や高級食材を得意とする食品スーパーチェーンです(売上高406億円<2007年12月期>)。1927年(昭和2年)に、小田急線・成城学園前で果物、缶詰、菓子を扱う食料品店として創業、76年(同51年)に店舗を拡張してスーパーマーケットとなり、88年(同63年)の青葉台店を皮切りに多店舗化を開始しました。

当初は年間1～2店舗の出店ペースでしたが、昨年から出店スピードを上げて、昨年は8店舗(フランチャイズ含む)、今年は11店舗を予定、来年以降は年20店舗を目標に出店を増やす計画です。また、出店地域も2001年(平成13年)には関東圏以外で初となる大阪・梅田店を、2004年(同16年)には中京地区初の名古屋駅広小路口店をオープンするなど、首都圏以外の大都市圏もドミナントエリアと捉えています。

この店舗数/エリア拡大戦略を支えるインフラの仕組みを強化すべく、来年1月のEDI本格導入と2月の物流センター稼働を目指しています。EDIシステムでは、将来を見据えて流通BMSの採用を決定しており、8月上旬に取引先説明会を開催する予定です。

今回は、成城石井の大久保恒夫社長へのインタビューを中心に、同社の新システムの概要を紹介します。

#### ◆大久保社長インタビュー◆

### 「流通BMSはこれからの流れになります」

—最近、駅周辺のビルで成城石井の店舗を見かけることが多くなりました。昨年から出店スピードを上げておられるそうですが、その背景をお聞かせください。

#### 【大久保】

成城石井は、まだまだ成長余力がある会社ですので、今後もっと出店スピードを上げていこうと思っており、年間20店舗を目指しています。現時点で51店舗ですので、あっという間に倍ぐらいになります。

当社は高収益企業なので回収が非常に早く、また営業利益率が非常に高いので投資効率がいいのです。借り入れしないで(現在無借金)出店スピードを上げることができます。

駅ビルは現在、耐震構造の見直しで改装ラッシュです。その際、「商業施設を入れたい」と出

店の依頼があります。先方としては、売上げ歩合制の家賃だと成城石井が一番効率がいいと思っておられるのではないのでしょうか。

一駅ビル内は売場面積が限られますが、そのへんのノウハウをお持ちですね。

【大久保】

そうですね。昔は80坪以上でないとは出店しない方針だったらしいのですが、私は20~30坪でも出店します。例えば、今年の4月に開店したアトレヴィ五反田店は30坪ですが、他には25坪もありますし、今度は20坪の店舗を出します。他社さんを見ると、小さくして失敗したところもあるようですが、当社は小さくしても非常に調子がいいのです。



株式会社 成城石井  
代表取締役社長 大久保 恒夫 氏

「30坪でも出店します」と言った途端に出店依頼が多くなり、出店スピードが速まりました。「A社さん、B社さんが出店しますがいかがですか」と言われれば「うち（成城石井）はその隣に30坪で出店します」と言います。「それなら出店してください」という答が返ってきます。A社、B社は嫌がっていますが（笑い）、消費者にとってはワンストップではないですか。隣に行けば普通の物があり、成城石井に行けば特別な物があるということですよ。

一その旺盛な出店を支えるインフラが、現在見直し中の物流と受発注の仕組みですね。

【大久保】

出店スピードを上げていく際のネックとなるのが物流と受発注です。現在、全面的に入れ替えを始めているところです。それがうまく行った時点で、出店スピードを上げる体制が整ってくると思います。

一物流の仕組みはどのように変えるのですか。

【大久保】

現在は、共配センターで店別にクロスドッキングし、店にはケース単位で送っているのですが、店側はロットが大きくて困っています。また納品データが紙ベースですので、仕入れ確定するのに時間がかかり、精度も悪いのが現状です。

そこで、新設する物流センターにDC機能を持たせ、取引先への発注頻度を減らしてロットが大きくても入れてもらえるようにし、効率化を図ります。在庫を持ちつつ、店に対しては小ロットでリードタイムを短くして出していこうと考えています。店では検品はしない方針でいきます。基本的には全部センターで受け、そこで仕入れ確定を行います。これは取引先にとってもメリットが大きいのではないのでしょうか。

一受発注システムの刷新の狙いは。

【大久保】

受発注システムは、仕入れ確定の早期化と在庫情報の精度向上が最大の狙いです。お恥ずかしい話ですが、店の単品在庫がタイムリーに出ていないのが現状です。受発注システムがEOSのみで出荷データを返してもらっていないので、仕入れ確定がリアルタイムではなく、店の単品在庫

が分からないという状況でした。将来的に自動発注につなげていくためにも、店の単品在庫が分かるのは当然だと思っていますので、受発注システムをしっかりとしないとダメだと思いました。

在庫と仕入れ確定がリアルタイムでシステム化できれば、店在庫は当然わかります。あれだけ狭い所に商品を詰め込んでいますので、店の在庫コントロールが非常に重要です。それからバックルームが殆どないため、店頭在庫のスリム化が重要です。他社が扱っていない商品を扱うということが、当社のお客様からの評価につながっています。それゆえ、零細な取引先が多いのが実情です。パソコンを全然知らない、そんなことするなら商品を買いたくない、という取引先が多い。しかし、そのような方々への対応も必要なのです。取引解消などせず、FAXで注文し宅急便で送付してもらうという取引を現在も行っていきます。そういう取引先も残しながら、受発注システムを変えていきます。意固地になると、取引先を切ってしまうことになるので、100%EDI化はできません。

—FAX-EOS の場合、取引番号をバーコード化して、仕入れ段階で発注情報と紐付けされるそうですね。

#### 【大久保】

そうですね、FAX-EOS といって擬似的なものですが、それでもいいだろうと考えています。当社は規模が小さい割には取引先が多く、600 社程ありますが、そのまま存続させます。それを含めて全部受発注システムを入れ替えなければならないので、結構しんどいです。また、物流センターも同時に更新するので、受発注を先にやろうとしている所です。物流センターが来年の2月稼働予定ですので、今年の 11 月ぐらいから受発注システムを変えていきたいと考えています。

—物流と EDI の仕組みが確立すると、業務も相当変わりそうですね。

#### 【大久保】

センターに総量納品された商品の検品はバーコードのスキャン検品に変わります。ただ、店舗別に仕分けられて来る商品は全数は無理なので、抜き取り検品します。4 社程の大きな取引先には店別にピッキングしてもらい、持ってきてもらうものです。大手の取引先は、実績データからみて信頼性が高いので全品検品する必要はありません。

次に、伝票レスになります。納品明細表のような何らかの紙は残りますが、なくす方向で検討しています。その結果、店の検品業務や経理部門の伝票入力業務がなくなります。

取引先には日々の取引結果を受領データとして返しますので、お互いの信頼も高まります。その結果、請求なしの支払のみになります。大手が今まで当たり前のようにやってきたことを、当社も実行していくということです。零細の取引先もなんとかそれに乗ってもらうようにしたいと思います。

—EDI の手段として流通 BMS を採用されたのは、取引先のことを考えてのことでしょうか。

#### 【大久保】

流通 BMS はこれからの流れではないでしょうか。今の時代、スピードのことも考えると流通 BMS という選択肢しかないと思います。まだ取引先の皆さんが慣れていないなど若干のリスクはありますが、なんとかこなしていきたいです。

—JCA 手順を望む取引先も当面は残ると思いますが。

【大久保】

それはあまり残したくありません。JCA 手順に対応しているからには、システムはちゃんとできている前提として、それでしたら流通 BMS 導入をお願いしようと思っています。時期的に間に合わないという取引先は「では半年待ちましょう」という風に暫定的に行います。ある日突然「変えましょう！」とはいきませんので、少しずつ同時並行でやっていきます。若干 JCA 手順は残るでしょうが、基本的には残したくはありません。

一方、今まで JCA さえもやっていないような零細企業は、是非今度の流通 BMS を乗せたいのですが、そう簡単ではないと思っています。山奥でご夫妻だけでなされているお取引先もありますので。

—そういう取引先が多いのも成城石井の特徴といえますね。

【大久保】

そうですね。当社はオリジナルが多いです。ナショナルブランドはあまりありません。基本的には全部オリジナルにしたいと考えています。むしろ私は規模を小さくしてオリジナルを多くしたい。そして食品スーパーの隣に出ようと思っています。スーパーの隣に出店して調子が良い店舗があります。生鮮やニーズの高いナショナルブランドはスーパーで買ってもらい、当社ではオリジナル商品を買ってもらう、という商売の方が差別化も図れます。それによってお客様に喜んでいただけるし、当社も売上げが上がります。

—最後に、EDI システムの導入スケジュールをお聞かせください。

【大久保】

まず、8月上旬に2日間かけて、FAX-EOS を除く取引先 500 社を集めて、「物流センターと発注の仕組みが変わります」という説明会を開催します。そして、11月から大手取引先の一部で EDI が稼働し、1月から本格稼働です。物流センターは2月にドライセンターが、4月にチルドセンターが稼働する予定です。

EDI については、今アンケート調査して取引先の意向を聞いています。取引先によっては、質問自体が分からないといっている所もありますが、フォローしていきます。現行の独自の Web-EDI をしている会社が 180 社ほどありますが、そこは既に全て電子化はできているので、確実に流通 BMS に変わります。

処理スピードが全然違うので、今時 JCA なんてやっている場合ではないと感じます。ブロードバンドで何する？となったらきっと流通 BMS でしょうし、あえて独自の Web-EDI はあり得ないと思います。流通 BMS の説明が今ひとつ難しいのは「処理スピードが速くなる」ことが目に見えない効果だからではないでしょうか。

—本日はどうもありがとうございました。

(聞き手：研究開発部長 坂本 尚登)

## 成城石井の新システムの概要

### ●センター納品と仕入確定方法

- ・ 取引先の業務効率化を図るべく、センター納品の発注は総量発注、総量納品を基本とする。
- ・ 物流センターでは、取引先からASN（事前出荷明細）情報として取得する出荷データと、本システムから取得する店別仕分データ（店別発注データ）により、受入検品、店別仕分、仕入確定処理を行う。
- ・ 総量発注において、取引先から販売分析等の目的で店別データの取得要望があることを考慮し、店別仕分に該当するデータの提供方法を検討する。（流通 BMS の集計表作成データを前提に）

### ●返品データについて

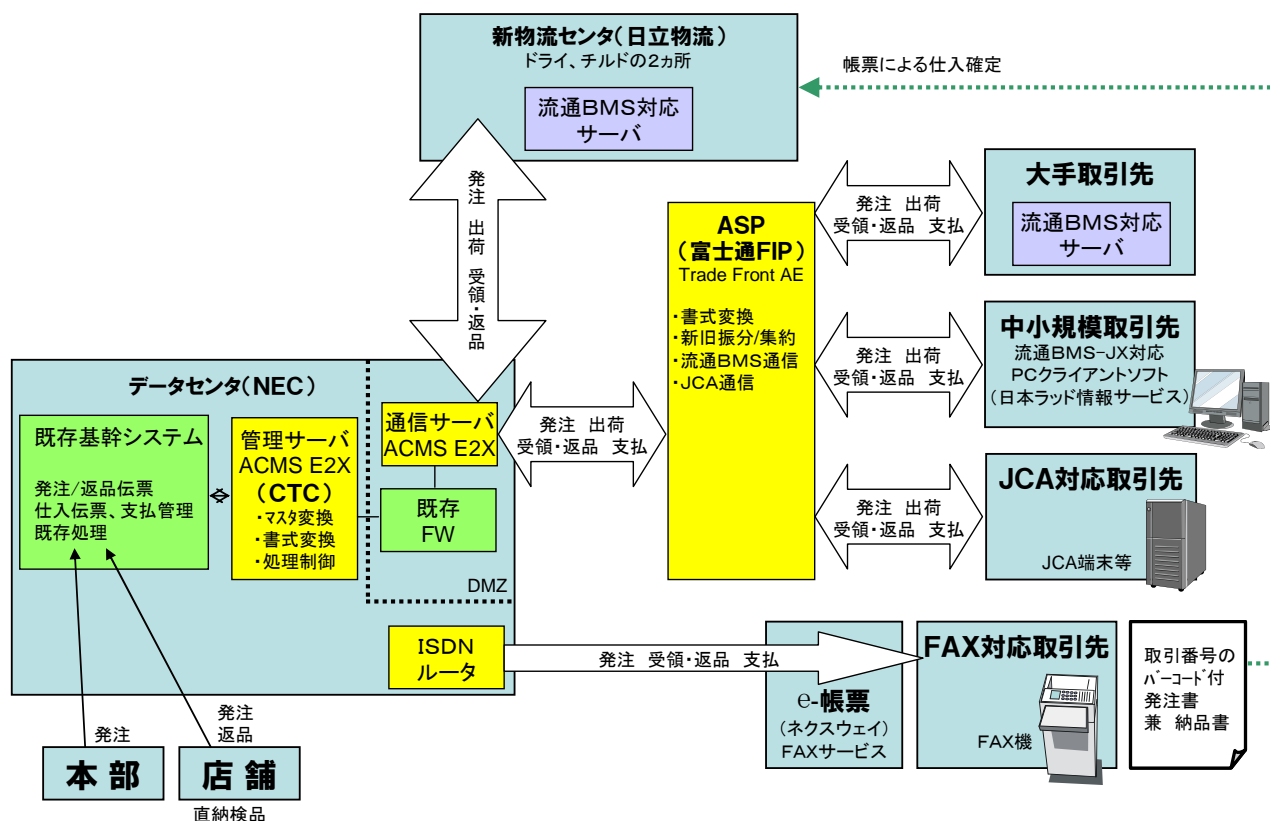
- ・ 店舗で発行された返品明細書をもとに、物流センターで返品データを生成する仕組みを基本とする。

### ●FAX 対応取引先の運用について

- ・ 取引先の FAX 受信機へ取引番号のバーコード付きで発注書兼納品書を送る。
- ・ 取引先で出荷数量等に訂正がある場合、発注書兼納品書に手書きで訂正を加える。保存用コピーを取り、発注書兼納品書を添付して物流センターへ商品を出荷する。
- ・ 物流センターでは納品書の取引番号バーコードを読み取り、総量発注データと突き合わせて仕入の確定を行い、受領データを作成する。受領データは発注書兼納品書と同じ仕組みで取引先へ FAX で送信される。

### ●店舗直納の運用について

- ・ 店舗直納については既存 PDA での検品データをそのまま管理サーバに取り込み、受領データとする方式を想定。
- ・ 作業効率を考え、全数スキャンに代わる検品入力方法を検討する。



# 百貨店業界における 流通システム標準化の概要

2008 年度の流通システム標準化事業のうち、百貨店業界における流通システム標準化の概要についてご紹介します。

百貨店業界では、最も取り扱い比率の高い商材であるアパレル・婦人靴について2009年3月の実用化を目指して取り組んでいます。

本年度は、「百貨店業界 流通システム標準化委員会」の下に、「流通 BMS 検討」と「共同実証」のWGを設置し検討を行っています。

## ●流通 BMS 検討 WG

本 WG では、①標準メッセージの精査（共同実証に伴うメッセージの修正等の業界内における最終検討や流通業界全体への変更要求を取りまとめる）、②拡張性の検討（流通 BMS を普及拡大するために、中小流通業での適用に関する検討や、アパレル商材、婦人靴商材以外の商材での適用の検討などを行う）をテーマとし作業を行います。

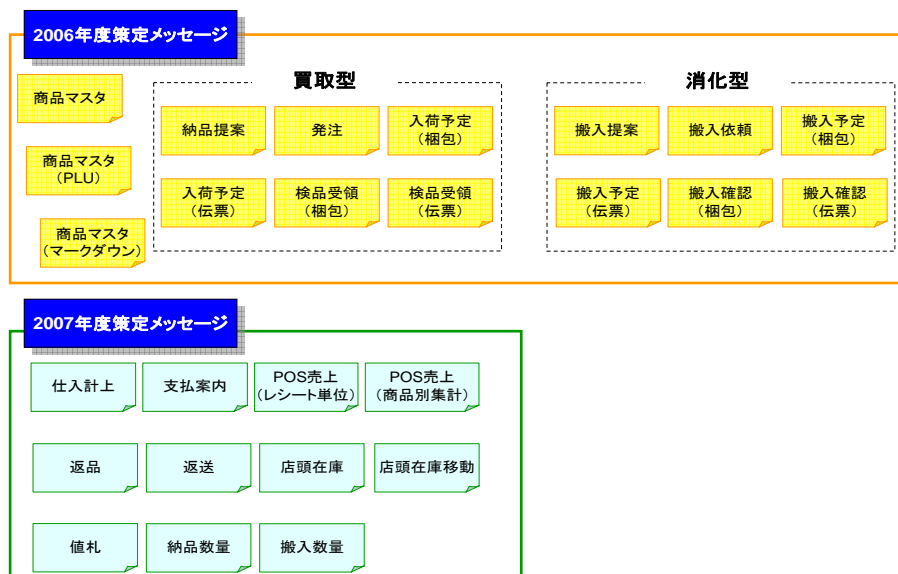
※2007 年度までの検討により、「買取型」「消化型」の業務プロセスに必要とされる、26 種類のメッセージが整理されています。

## ●共同実証WG

昨年度までに整理された 26 種類のメッセージを対象として、共同実証により①メッセージ精度の向上、②定量的・定性的な効果測定を行う予定です。

現在のところ、百貨店3社が共同実証への参加を表明しています。

## 共同実証の対象となる標準メッセージ



発行者：財団法人流通システム開発センター 研究開発部

本件に関する問合せは、下記のURLにアクセスして頂きますようお願いいたします。

<http://www.dsri.jp/scmpjt/inquiry.html>