

共同物流の潮流

>5<



小沢勇夫氏
(日本能率協会
コンサルティング)

この動きは、自社が構築したネットワークに他社も相乗りしてもらうことで、同社と委託先企業双方の効率化を推進することにある。ただし、物流委託先としては小売業だ。自社の物流センターを保有、センター経由で納品を行い、共配送化を実現している。小売業が主体となりの直接取引を進めている。これは、同社が卸の配送ネットワークコストと



前稿で、サプライチェーンを最小化すること。中間流通を担う事業者が少くないほど、メーカー・卸・小売の流通三層までを目的とした活動である総取引回数は少なくなり、成立条件と実現に向

SC網ではM機能も重要

花王は、自社資本で卸機能を保有し、小売店頭まで自社のネットワークで商品を配送している。自社構築ネットワークの存在価値を強化す

現在、メーカーに変わって同社が評価されている理由は、ネットワークの効率化面だけではない。同社のSCネットワークで忘れてはならないのは、店頭に対する高度なマーチャンダイジング

SC連携による共同化②

また、卸事業者数が統合されるほど、メーカー・小売との取引パイプが太くなり、特に小売業「卸売業」「小売業」とからの販売情報の入手というSC上の各プレイヤー・レベルが向上する。卸売事業者間での合併

卸の統合で需要予測も向上

SCの全体の連携による共同化の「狙い」と中間流通事業者数の減少

一方、その潮流をSC全体の連携による共同化の特約店として組織化する

花王システム物流は、3PL(サードパーティ)・ロジスティクス事業者として小売業物流セ

花王と同様、卸機能を自社で展開。同社の機能管理可能対象を広げ、管理可能なコストから管

「意図」から見た場合、中間流通を担っている「卸売業」がその機能を「総移動量の最小化」が

メーカーが主体となり業者として小売業物流セ

これまで小売業は、卸再構築、管理統制範囲を

それに対し同社は、メ

卸売業の存立理由はS Cの中間にあり、メーカー得量の向上、販売情報

SC全体の最適化を志向している企業の代表格が

一定の事業規模を獲得し

そのうち、卸売業者が