

# 第1回物流改革セミナー

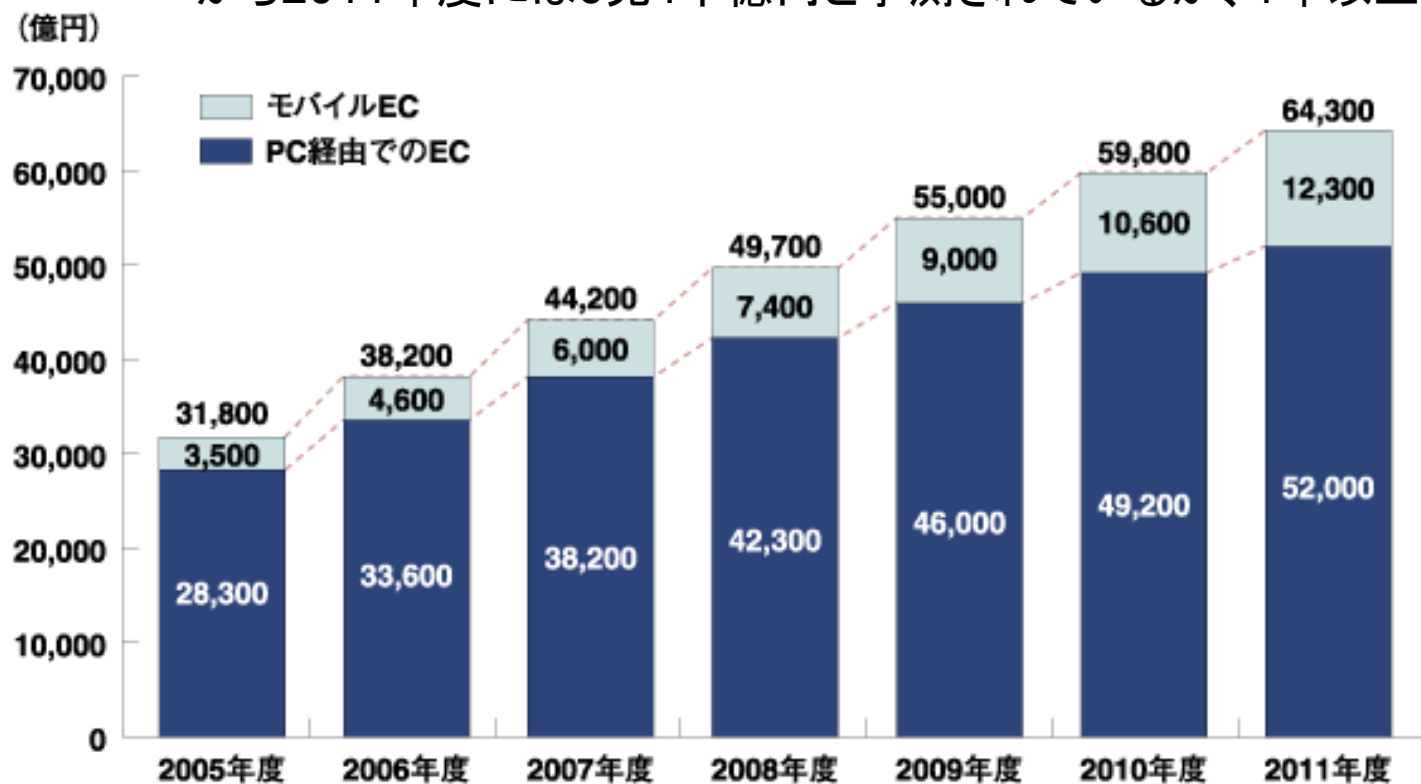
## < 第1回ネットショップとは >

ここまでできたSaaS／ASP物流システム

平成21年9月 9日  
ロジガード株式会社

## ネットショップの市場と将来

経産省の統計発表ではECの成長速度に追従できないが2007年度末の結果から2011年度には6兆4千億円と予測されているが、1年以上前倒し。



出典: 経済産業省 2007

1997年5月: 日本を代表するネットショッピングモール「楽天」が開始

2008年12月末 会員数: 4,700万人、店舗数: 27,258、流総額: 6,600億円

## ネットショップ物流のアウトソース化とIT化の基準

物流の観点からの規模とアウトソース化やIT化の判断ポイント

- 1) 出荷件数(顧客数)
- 2) 在庫商品点数
- 3) 複数店舗運営(楽天、YAHOO、ビッターズ、自社サイト、・・・)

### (1) 大規模ショップ(日量100件超:年間3万件超)

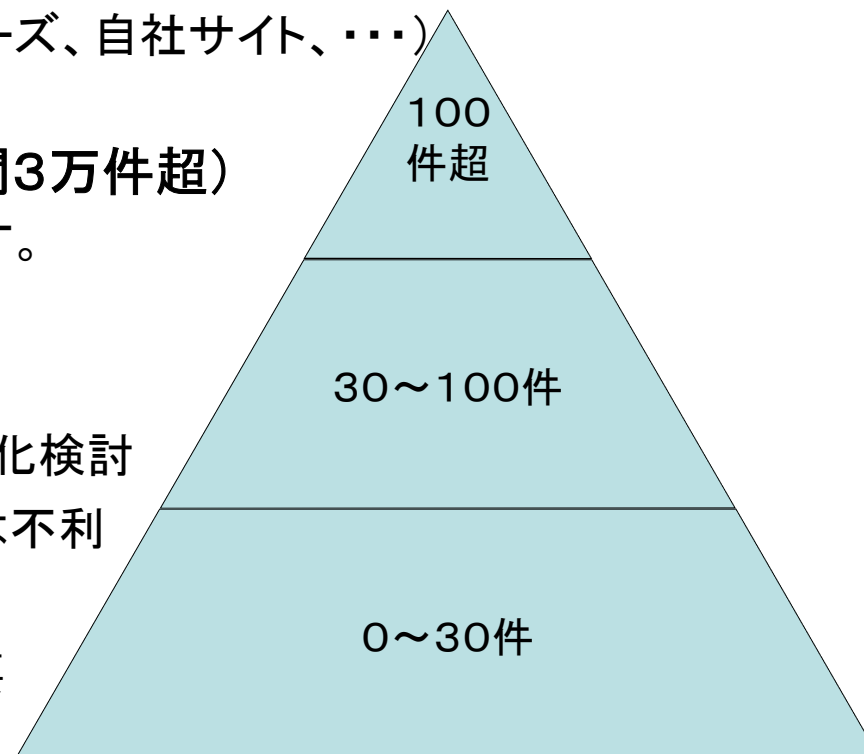
- ・直ぐにアウトソースとIT化実施がお得です。
- ・自社運営では波動にロスが多い。

### (2) 中堅ショップ(日量30~100件)

- ・多品種、複数店舗でアウトソースとIT化検討
- ・成長のためには物流にリソースを割くのは不利

### (3) 小型ショップ(日量0~30件)

- ・アウトソースやIT化は、特段の対応不要



(売上げ金額では中堅が年商1億円前後からで、1%でも物流費の逡減を追求する厳しさ。)



## ネットショップに向けたサービス・メニュー

### ■ 速さに対応するサービス

- 入荷から出荷までのスピードアップ(入荷から写真撮影／採寸等サービスのフルフィル化)
- 無在庫型の受注発注、入荷したら即出荷(クロスドック)物流サービスを低コスト提供。
- 24時間365日配送サービス(何時受注が何時発送となるか?)

### ■ 返品サービス

- 返品 of 早い処理サービス。(返品からカード決済のキャンセルまでの高速化支援等)
- 返品商品の状況や返品理由管理(不在、受取拒否、不良、交換、その他)の管理

### ■ 少品種多頻度・波動対応。

- 人気商品集中1ヶのみ購入者の特別処理
- 季節やギフト包装など大きな波動に対応する要員体制の保証

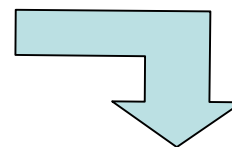
### ■ 配送／決済サービス

- 宅配便事業者との連携で配送コスト逡減化
- 多様な決済方法や配達時間処理対応、包装等の物流サービスに対応

### ■ リアルタイムな情報連携サービス

- 在庫や物流状況を荷主とリアルタイムで情報共有するサービスの提供。
- 上位ECネットショップとの連携ができるサービス(受注管理)。

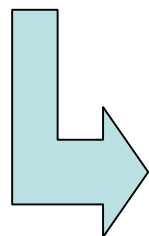
## 見えない物流コストを見える化



### 商品マスタ管理

商品マスタが完成しないと無理だが急成長の荷主様に依っては、商品マスタが整備されていない。

商品マスタの整理と整備に相当な時間を要する場合があります。



### ロケーション管理

ロケーション管理の徹底は、写真の通り良さが一目で分かる。

ロケーションの管理を何処まで詳細に行うか、1品目毎にロケーション採番するか？纏めた棚に複数商品を保管するか？

入庫で加算、出庫で減算、**何故差異？**



# クラウド/SaaSとIT化の歴史

ネットワーク(LANやWAN、BB)

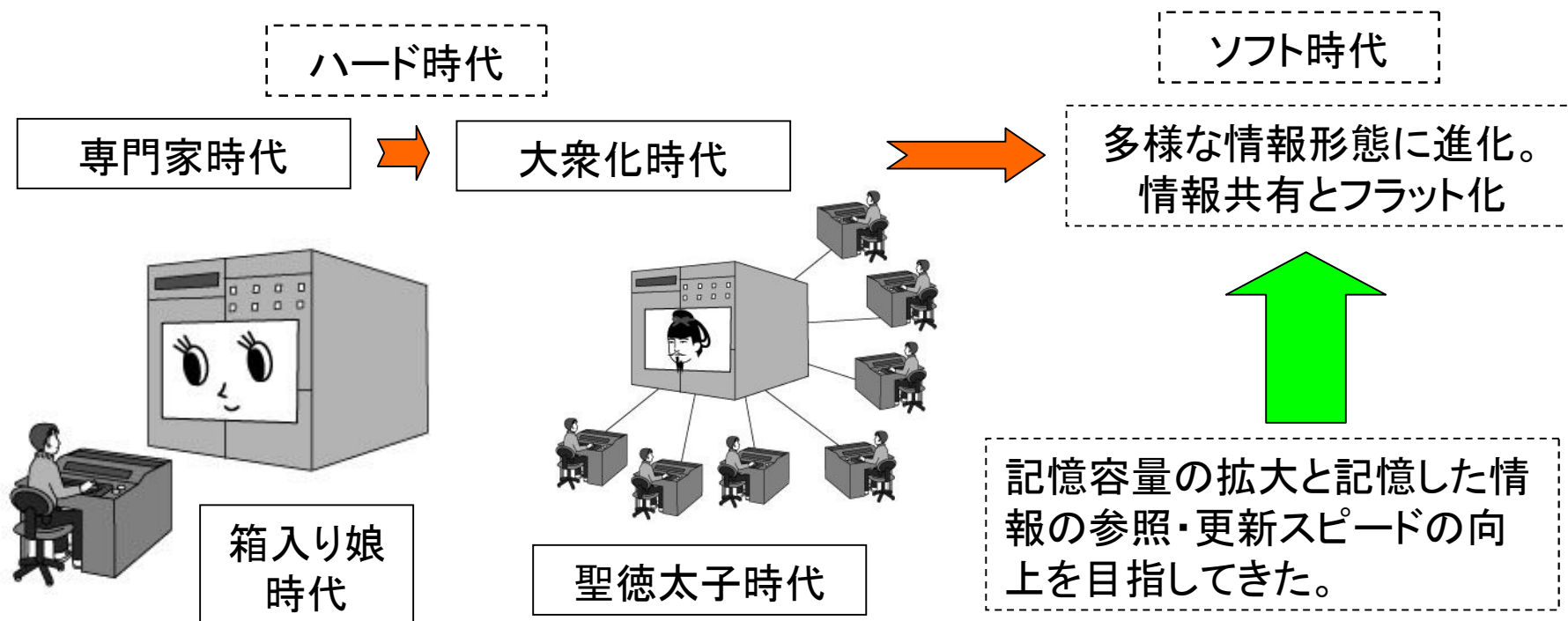
オープン化(標準化)

パソコン化(小型高性能低コスト)

マルチメディア化(音声、映像)

中小物流も高度なIT装備が必須

ハードウェアの驚異的な小型化、高速化、低コスト化が先導してきたIT化はソフトウェア主導の時代。



標準化の進展は何を意味するか・・・。