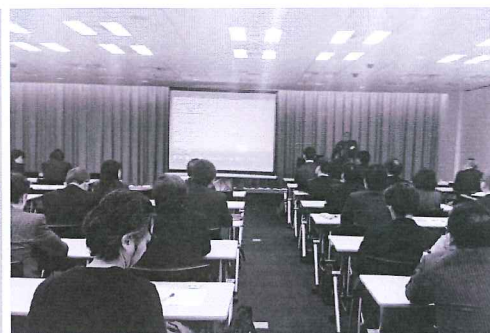


富士ロジテックの物流研究会でビームスの清水上席執行役員が講演

店舗での棚卸作業時間を90%、物流で検品時間を74%軽減



物流研究会に約80人が参加

富士ロジテック(本社・静岡市、鈴木庸介社長)は13日、第78回物流研究会を開催し、約80人が参加した。講演会では、ビームス(本社・東京都新宿区、設楽洋社長)の清水伸治上席執行役員ロジステ

イクス本部兼情報システム本部本部長(写真)が「ビームス新業態『B・ming LIFESTORE』RFID導入による業務改善」をテーマに講演。富士ロジテックと連携して取り組んだ、RFID導入までの実証過程とともに、店舗運用と物流運用における導入効果を紹介した。



清水氏は、ビームスと富士ロジテックの「フレキシブルさ」を重視する企業理念が似ているとした上で、富士ロジテックとのこれまでの取り組みを説明。ビームスでは「フレキシブルさを最大の武器とする」自社物流を基本としてきたが、07年4月、「旅」をテーマにしたメンズ、ウイメンズのデイリーウェアレーベルで物流センターが手狭になったことから、アウトソーシング先を検討。「柔軟さが感じられた」富士ロジテックの葛西センターに業務委託することとした。

浜松地区では、07年8月にはセール商材の物流を委託したのに続き、09年からアウトレット商材の半分、12年から残りを委託した。12年8月からは、ファミリー3世代へ向けた新業態「B・ming LIFESTORE」の物流業務委託を船橋物流センターでスタート。今

年に入り、タレントの中川翔子さんとビームスが共同プロデュースする「マミタス」の物流管理を委託。ビームスの物流については、スペースで約30%、仕入れ数では今後約40%を富士ロジテックが管理することになる。

ビームスでは、新業態「B・ming LIFESTORE」のスタートにあたって、RFIDの導入検討を本格化。「従来はタグの単価が400円前後と高く、到底導入は無理だとあきらめていたところ、『すべてにおいて今までの概念を払しょくし、やりたくてもできなかったことを本事業で具現化しよう』という社長コメントがあり、タグのコストも20円前後が主流になってきたことから、本格検討をスタート」(清水氏)。専用の基幹システムをもう1つ立ち上げ、12年9月の初出店に向けて、1年前から準備を始めた。

11年9月にプロジェクトを立ち上げ、年内にベンダーを選定。12年1月からシステム構築に入り、富士ロジテックと調整を続けてきた。RFIDのイメージとしては「最初から多くを求めず、最低限の運用で活用する」ととし、店舗でのRFID利用シーンとして、レジ売上登録、出荷・棚卸業務、盗難防止ゲート、物流センターでは入荷・出荷・棚卸業務を想定。タグは衣類用(大)と台紙とシールから成る雑貨用(小)の2種類を選び、12年7月には本稼働時の懸念事項を洗い出すため、実店舗で実証実験を行った。



富士ロジテックの船橋物流センター

RFIDの導入による店舗でのメリットでは、商品を1点ずつスキャンしたり、見えづらく位置のタグを見つめる必要がなくなつた。また、

防犯タグを別途取り付けなくてよいため、本部への防犯タグの返送業務もなくなり、レジ処理作業時間を65%、店舗からの移動出荷処理時間を55%軽減。リユック型（今年8月から軽量のシヨルダー型）リーダーを用いた棚卸作業でも作業の効率化、人件費の削減を実現。作業時間を90%削減し、「スタッフの棚卸のストレスを軽減できたことは、販売にもプラスの影響がある」とした。

物流センターでは、コンベア型の読み取り機（ボックス）を採用し、1回の読み取り時間は約10秒で、100点程度であれば、読み漏れがない。ハンガー品については、ハンデタイプのリーダー、コスメや小物は卓上型のリーダーを使い、検品作業時間を74%軽減。今後は、顧客サービスの向上、売り場環境の効率化、データの可視化を目指し、RFIDを活用し、フィッティングデータ、RFIDリーダー・アンテナが付いた棚と連動した売上実績分析、デジタルサイネージの双方化利用などを検討していく。

清水氏は富士ロジテックへの物流委託につい

て「物流に対する姿勢が前向きで、単なる請け負いではないところが評価できる。RFIDについても、一緒に導入を進めてくれたことに感謝したい」と強調。RFIDの普及に関して、「実証実験はたくさん取り上げられてきたが、一部でしか導入が進んでいない。最初は当社も手探りだったが、そこまで大きな苦労はなく、短期間で稼働できた。効率化の実績値や導入効果を参考にしていきたい、RFIDの活用を検討してほしい」と呼び掛けた。

富士ロジテックの鈴木社長は、「高度経済成長期に大量生産で、とにかく延着なく届け切る『物流』から、社会の成熟に伴い、必要なモノを必要なだけ効率良く届ける『ロジスティクス』へと社会のニーズが変化し、お客様のROA（総資産利益率）を考えた営業活動をするように社内で行っている」と挨拶。清水氏の言葉を受け、「何かイノベーションを起こそうとする人は、周りからは『苦労』と映るが、その人は最初から成果がイメージできていて、そこに行き着くための問題解決を楽しんでいることが多いのでは」と述べた。