ロジスティクスEDIの活用を推進

生活必需品の持続的かつ安定的な供給のため

プラネット
上原英智執行役員
ネットワーク推進担当役員

インタビュー

プラネットは、日用品・化粧品業界の物流課題の早期改善に貢献すべく、ロジスティクス（物流）EDI（電子データ交換）の標準化を目指し、2020年2月に「ロジスティクスEDI概要書」を発表、翌21年にはバージョンアップした「Ver.2.0」をリリースした。ロジスティクスEDIの必要性と活用の方向性について、同社執行役員ネットワーク推進本部担当役員の上原英智氏に聞いた。

＊　＊　＊

――3年前に「ロジスティクスEDI概要書」を策定した背景と概要書の内容について。

「この概要書を策定する以前から業界における企業間の物流業務では労働者人口減少によるドライバー不足、物流拠点での納品時の長時間待機などの様々な問題が顕在化していた。これら企業間物流の滞りにより、生活者が商品購入する小売店舗へ適時に商品が届かなくなるという恐れも出てくるため、企業間物流における対策が急務となっていた。

そこで標準EDIサービスを提供するプラネットが業界流通における物流業務の機能強化に貢献すべく、メーカー各社の協力のもと、企業間物流業務の改善の指針となる『ロジスティクスEDI概要書』を策定した。

この概要書は、メーカー・卸売業・物流事業者間の現状の物流業務を整理して作成した業界の標準的な物流業務・情報の流れ（28種類の標準EDIデータ定義案等）に加え、将来予想される物流業務の流れも記載している。

ロジスティクスEDIを推進することで、各社単独では難しい物流課題に業界全体で取り組み、車両待機の長時間化、積載効率低下、多品種少量の多頻度発注による車両増、荷物の積み下ろし時間・荷捌き時間の長時間化などを解決し、物流費比率の低減を目指している」

――具体的にリリースしたEDIデータについて。

「この概要書に基づき、2020年8月に『ASNデータ（事前出荷データ）』の稼働を開始し、22年11月に『入荷検収データ』をスタートした。

『ASNデータ』は、メーカーや物流業者にとっては『事前出荷データ』だが卸売業にとっては『入荷予定データ』になる。例えば卸売業がメーカーにA商品を100個注文した場合に発注通り100個入荷されるのか90個しか入荷してこないのか実際に届くまで、分からないのが現状だが、これが『ASNデータ』を受信していれば実際の入荷予定数がわかり、効率的な対応が可能となる。

『入荷検収データ』は、メーカーからの『ASNデータ』に基づき、受領した商品情報をメーカーに通知するデータである。メーカーが『ASNデータ』を基に、商品を受領した結果をデータに反映する。文字通り入荷検収したデータをメーカーに送信するデータである。受領書の代わりともいえるデータでメーカーは入荷情報の確認、問題があればその対応が迅速にできるなどメリットがある」

――「ASNデータ」、「入荷検収データ」の活用推進はどのように進めていますか。

「全国化粧品日用品卸連合会（全卸連）の協力を得て、全卸連の情報システム委員会が『ロジスティクスEDI』を活用し、物流オペレーションの改善、持続可能な物流環境を整備していく方向性で進めていくことになった。

具体的にはメーカーと卸売業間の『ASNデータ』送信合同テストを始めていく。通常、EDIでメーカーと卸売業が取引を始める場合、当事者同士で調整を行うが、ロジスティクスEDIでは個別に行うとあまりにも大変な作業になるので、プラネットが段取りして、合同でテストを進めている。1回目は、昨年10～11月に実施し、2回目は4月に実施する予定だ。

また、流通経済研究所主催のサプライチェーン物流生産研究会でメーカーと物流業者、プラネットも加わり『ASNによる納品伝票レス・検品簡素化運用ガイドライン』について議論を進めている。ここで検討した内容を（全卸連）の情報システム委員会に報告し、卸売業と運用面での議論を行っている。『ASNデータ』の受信は卸売業にとってシステム開発を伴うためこの各社が同じスピードで対応することは難しいと思うが、時間はかかってもしっかりと進めていきたい」

――大型卸の物流センターではトラックの待機時間の問題がありますが、「ASNデータ」は、こうした問題の解決につながると。

「トラックの待機時間の問題は様々な要因があるが、例えば荷捌き場が空かないということが要因ならば『ASNデータ』を送っておけば荷捌き場の効率的な運用も可能になるであろうし、物流業者が卸売業の倉庫で検品しやすいように積載の方法を工夫して運ぶといったことが可能になり、『ASNデータ』によって様々な打ち手が可能となり改善を図れ

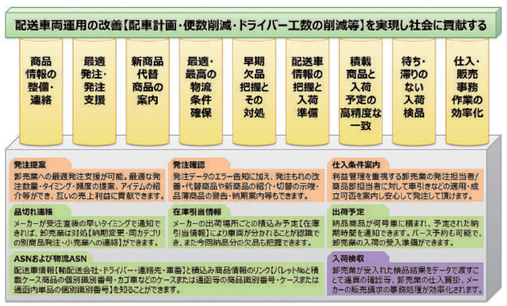
ロジスティクスEDI概要書

――「ロジスティクスEDIー」は、共同物流への利用も見越していますか。

「もちろんそうだが、今後は共同物流から協調物流へ進化していくと考えている。共同物流は同じ物流倉庫に異なるメーカーの商品を共同で在庫し、共同で配送するということだが、共同物流の場合、参加メーカーの出荷拠点がその倉庫に縛られるため、各メーカーの在庫戦略と一致するかしないかで、参加するメーカーにとって有効かどうかはかなり違ってくる。

例えば東北エリアを対象に仙台に共同物流の在庫拠点があったとして、北関東に倉庫があるメーカーなら共同物流に乗せるメリットがないということもある。こうした場合に在庫を共同物流の拠点に置かなくても同じところに届けるのであれば標準化と物流テクノロジーを使って物流業務の改善につながるなんらかの協調物流ができるはずだ。

ただ、北海道と九州については現在も10社以上のメーカーが共同保管、共同配送を行っている。共同物流が実施しやすいエリアでは共同物流を進められる」



と卸売業が取引を始める場合、当事者同士で調整を行うが、ロジスティクスEDIでは個別に行うとあまりにも大変な作業になるので、プラネットが段取りして、合同でテストを進めている。1回目は、昨年10～11月に実施し、2回目は4月に実施する予定だ。

また、流通経済研究所主催のサプライチェーン物流生産研究会でメーカーと物流業者、プラネットも加わり『ASNによる納品伝票レス・検品簡素化運用ガイドライン』について議論を進めている。ここで検討した内容を（全卸連）の情報システム委員会に報告し、卸売業と運用面での議論を行っている。『ASNデータ』の受

フィジカルインターネットの実現に向けて

ロジスティクスEDIや外装表示の標準化を推進

――貴社と流通経済研究所が事務局を務める「日用品物流標準化ワーキンググループ」が昨年1月に「日用品物流における物流標準化ガイドライン」を取りまとめました。

「物流業務の課題解決にはシステム対応だけでなく外装表示や荷姿の標準化も必要なため、基本的な指針をガイドラインとして取りまとめた。このガイドラインは、プラネット物流（1989年～2016年）が作成した『外装表示基準書』をもとに日用品物流標準化WGで内容を更新・整理したもので、①外装表示の項目、内容、位置などの基準②使用パレット、荷姿についての考え方③納品伝票のレイアウトについて、物流標準化の考え方と指針をまとめている。納品伝票は本来ペーパーレス化が望ましいと考えているが、物流現場での個別伝票様式が散見されるため、あらためて表記項目等を整理している。今後、日用品物流標準化WGでは、『ASNデータ』の活用と合わせて伝票レス、検品簡素化に向けても日用品化粧品業界で協調して取り組んでいく。

――国はインターネット通信の考え方を物流に適用した新しい仕組み「フィジカルインターネット」の実現を目指していますが、ロジスティクスEDIはこの構想に役立つということになるのでは。

「フィジカルインターネットは、将来的には実現に近づいていくと思う。フィジカルインターネットは、インターネット通信のパケットの考え方を現実化しようという構想であり、空のトラックを走らせる無駄をなくそうとか、夏場はいっぱいだが冬場はスカスカの倉庫を有効に活用しようといった限られた物流リソースを効率的に利用するといったことになると思う。

フィジカルインターネットは、製・配・販連携協議会で4つのワーキンググループをつくり、2030年までのアクションプランが策定された。これに沿って、日用品化粧品業界も動いていくが、ロジスティクスEDIや外装表示の標準化といったものがフィジカルインターネットの実現に向けて現場で必要なものになることは間違いない」

――メーカー、卸売業に伝えたいことは。

「物流クライシスは物流だけの問題としては捉えるのではなく、社会の問題、業界企業が取り組まなければならない課題だと思う。メーカーにしてみれば研究、技術開発、生産、マーケティングに大きな資源を投入し、精魂込めて生産した商品でも、それが運べないということになれば元も子もないし、日用品化粧品業界の卸売業は精度の高いレベルの物流機能を備えているが、トラックがない、ドライバーが足りないため、小売業へ商品を運べないということになれば社会的責任を果たせない。

プラネットは業界の一員としてこの問題の解決にお役に立ちたいと考えている。持続可能かつ安定的に生活必需品を生活者に届けることは業界の責務であり、そのためには製・配・販が共同、協調して取り組んでいく必要がある。自社だけのルールを強調してしまうと進まなくなってしまうので、まずは『ASNデータ』の活用について協調しながら進めていきたい」