

95年の経済界のキーワードは流通コスト見直し

最近、大手の企業が流通、物流の見直しを次々に打ち出している。

コンビニ最大手のセブンイレブンは3月から納入メーカーと協力して全国で商品の一括配送に乗り出し、物流コストを約30%削減する予定だ。セブンイレブンの

ジャパン広報室の後藤克弘さんは、「これまで、当社の共同配送センターから各店舗への流通は徹底的に合理化しましたが、各メーカーから当社までの配送はバラバラでロスが多く手付かずの状態だったんです。共同配送にすることで、集配車も作業の人数も時間も半分

以下に減らす計画です。流通の見直しをすることで、コストの側面のメリットだけではなく、ニーズタイムの短縮化で全く新しいヒット商品を開発できる可能性もでてきたわけです」

サントリーも物流コストの圧縮を目的に、流通段階の各部門の責任者を小人数にするなどの新制度をスタート、生産から在庫管理までの流通の簡素化に取り組んでいる。これにより、年間約600億円の物流コストを2年間で約90億円ほど減らす計画だ。

『流通の基本』などの著書のある

経営アドバイザーの小林隆一さんは、「流通の見直しは企業、ユーザーの双方にとってプラス」と解説する。

「この背景には価格破壊の結果、メーカー側も小売り側もこれまで手付かずだった物流部門を見直さざるを得なくなったことがありま

す。たしかに日本の商習慣の中では守られていた問屋、卸の流通段階は、リベートなどが当たり前の世界で、日米構造協議でも改善が指摘されていた分野でしたからね。結果的に企業もユーザーもメリットがあるはずです」(小林さん)

コミュニケーション・システム研究所の平林千春所長は、「今後も流通見直しは続く」と指摘する。

「プライベート商品で30円台のコラが発売されるなど、消費者が価格のカラクリに気づいてしまった。日本の小売り規模は約140兆円と言われていますが、そのうち卸などの流通段階の中間マーシンの約45兆円と30%以上を占めています。価格競争を進める企業にとって流通見直しは今後も避けて通れないでしょうね」(平林さん)

95年の経済界は流通リストラがキーワードになりそうだ。

95年の経済界のキーワードは流通コスト見直し

最近、大手の企業が流通、物流の見直しを次々に打ち出している。

コンビニ最大のセブーンイレブンとは3月から納入メーカーと協力して全国で商品の一括配送に乗り出し、物流コストを約30%削減する予定だ。セブーンイレブンのジャパン広報室の後藤克弘さんは、「これまで、当社の共同配送センターから各店舗への流通は徹底的に合理化しましたが、各メーカーから当社までの配送はバラバラでロスが多く手付かずの状態だったんです。共同配送にすることで、集配車も作業の人数も時間も半分

以下に減らす計画です。流通の見直しをすることで、コストの側面のメリットだけではなく、ニーズタイムの短縮化で全く新しいヒット商品を開発できる可能性もでてきたわけです」

サントリーも物流コストの圧縮を目的に、流通段階の各部門の責任者を小人数にするなどの新制度をスタート、生産から在庫管理までの流通の簡素化に取り組んでいる。これにより、年間約600億円の物流コストを2年間で約90億円ほど減らす計画だ。

『流通の基本』などの著書のある

経営アドバイザーの小林隆一さんは、「流通の見直しは企業、ユーザーの双方にとってプラス」と解説する。

「この背景には価格破壊の結果、メーカー側も小売り側もこれまで手付かずだった物流部門を見直さざるを得なくなったことがあります。たしかに日本の商習慣の中では守られていた問屋、卸の流通段階は、リベートなどが当たり前の世界で、日米構造協議でも改善が指摘されていた分野でしたからね。結果的に企業もユーザーもメリットがあるはずです」(小林さん)

コミュニケーション・システム研究所の平林千春所長は、「今後も流通見直しは続く」と指摘する。

「プライベート商品で30円台のコーラが発売されるなど、消費者が価格のカラクリに気づいてしまった。日本の小売り規模は約140兆円と言われていますが、そのうち卸などの流通段階の中間マージンが約45兆円と30%以上を占めています。価格競争を進める企業にとって流通見直しは今後も避けて通れないでしょうね」(平林さん)

95年の経済界は流通リストラがキーワードになりそうだ。

95年の経済界のキーワードは流通コスト見直し

最近、大手の企業が流通、物流の見直しを次々に打ち出している。

コンビニ最大手のセブン・イレブンは3月から納入メーカーと協力して全国で商品の一括配送に乗り出し、物流コストを約30%削減する予定だ。セブン・イレブンのジャパン広報室の後藤克弘さんは、「これまで、当社の共同配送センターから各店舗への流通は徹底的に合理化しましたが、各メーカーから当社までの配送はバラバラでロスが多く手付かずの状態だったんです。共同配送にすることで、集配車も作業の人数も時間も半分

以下に減らす計画です。流通の見直しをすることで、コストの側面のメリットだけではなく、ニーズタイムの短縮化で全く新しいヒット商品を開発できる可能性もでてきたわけです」

サントリーも物流コストの圧縮を目的に、流通段階の各部門の責任者を小人数にするなどの新制度をスタート、生産から在庫管理までの流通の簡素化に取り組んでいる。これにより、年間約600億円の物流コストを2年間で約90億円ほど減らす計画だ。

『流通の基本』などの著書のある

経営アドバイザーの小林隆一さんは、「流通の見直しは企業、ユーザーの双方にとってプラス」と解説する。

「この背景には価格破壊の結果、メーカー側も小売り側もこれまで手付かずだった物流部門を見直さざるを得なくなったことがあります。たしかに日本の商習慣の中では守られていた問屋、卸の流通段階は、リベートなどが当たり前の世界で、日米構造協議でも改善が指摘されていた分野でしたからね。結果的に企業もユーザーもメリットがあるはずですよ」（小林さん）

コミュニケーション・システム研究所の平林千春所長は、「今後も流通見直しは続く」と指摘する。

「プライベート商品で30円台のコーラが発売されるなど、消費者が価格のバラクりに気づいてしまつた。日本の小売り規模は約140兆円と言われていますが、そのうち卸などの流通段階の中間マージンが約45兆円と30%以上を占めています。価格競争を進める企業にとって流通見直しは今後も避けて通れないでしょうね」（平林さん）

95年の経済界は流通リストラがキーワードになりそうだ。