

通販物流・最前線

～リードタイムの限界に挑む～

昨秋からのシリーズでお送りしている「通販物流」シリーズ、第3回は二つの注目すべき物流センター／システム構築事例に肉迫する。

一つは生協の手掛ける「とれたて青果」共同購入・宅配事業を、JA全農青果センターが3PL的物流サービスで支援するもので、「収穫翌日配送」という短リードタイムを先端システムがどう支援しているかがポイント。

もう一つは、ヤマトグループの「宅急便」パワーを高度センターシステム運動させることで、受注後「最短8時間／4時間」というさらに短いリードタイムで、通販商品の在庫・配送業務を受託しているヤマトロジスティクスの事例だ。

通販物流サービスはどこまで進化できるか。配送リードタイム短縮の限界に挑んだこれらのケースは、あらゆる物流現場の参考になるに違いない。(編集部)

現場事例レポート①

とれたて青果を翌日配送、
生協個人宅配を先進システムで支援
JA全農青果センター・愛川セットセンター



現場事例レポート②

宅急便+高度拠点システム総合力で
通販商品「当日配送」サービス
ヤマトロジスティクス・三郷クイック通販ロジセンター



現場事例レポート①

とれたて青果を翌日配送、 生協個人宅配を先進システムで支援

～JA全農青果センター・
愛川セットセンター～

最大25万点/日のセット可能な新センター

JA全農青果センター(株)は06年9月に全農から園芸直販事業の移管を受け、設立されたJA全農の100%子会社。JAグループの販売拠点として事業機能を高めつつ、青果物の生産・流通・販売・消費を支える流通加工・物流機能を強化してきた。

東京センター(埼玉県戸田市)、大阪センター(大阪府高槻市)、大和センター(神奈川県大和市)の3拠点で商品開発・販路開拓を推進しつつ、首都圏を中心に全農本部直販施設と連携、契約販売の拡大による安定的な売場の確保・拡大と生産者

手取りの安定化を目指してきた(図表-1)。

取扱高は08年度1,479億円、09年度は1,550億円(東京センター800億円、大阪センター350億円、大和センター400億円)を見込み、09年度上期には国内青果卸売業界ナンバー1である東京青果卸売を抜く数字を示したという。

図表-1 JA全農青果センターの取組み概要

