

流通加工のご提案

～ 商品の付加価値は、情報を駆使する倉庫が高めます ～

倉庫事業を行う阪南倉庫株式会社（本社：大阪府堺市 代表取締役：堀畑浩重）は、商品の付加価値を高める、流通加工に関する取り組みを公開いたします。

当社では商品へ値札などを付けて出荷するなど、流通加工を日々数百～数千ピース実施しています。

現在 BtoB 取引で流通加工を行っていない荷主様向けに、WMS などのシステム連携で情報を活用することで、

- ・ 属人化の解消 ➡ 受注担当者様の事務仕事を削減
- ・ 誤出荷の防止 ➡ お届け先様へのサービス向上

を実現し、荷主様の企業価値向上と差別化をお手伝いします。

背景

スーパーマーケット業界三団体（全国スーパーマーケット協会、日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会）が合同で実施し、今年10月に公開した「2025年 スーパーマーケット年次統計調査報告書（詳細版）」によると、重視する経営課題として「収益性の向上」が過半数を占めています。

また生産性向上に関して、人材の育成や自動化につながる機器の導入に取り組んでいる企業が数多く見られます。売り場としても商品に値札を付けたり、商品を包装紙で包むといった作業を店舗で行うのではなく、届いた商品をすぐに売り場へ並べる方が、店舗の自動化を推進するうえで望ましいと言えます。

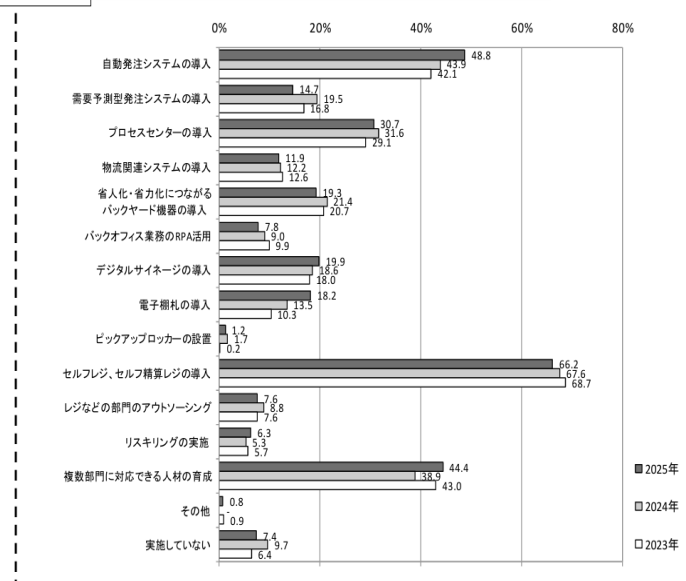
一方、当社では数十年前から量販店や百貨店向けを中心に流通加工を請け負ってきました。物流業界も省人化・機械化への取り組みが加速していますが、商品の付加価値を高め、一定のスキルが求められる流通加工は、今も人が行う仕事という位置付けです。

流通加工には販売時期やエリア、店舗などで様々な方法があります。これらを注文とともに処理する荷主様ご担当者は、少しでも早く正確に処理し、倉庫の現場へ作業依頼したいと考えています。

多くの注文を手作業メインで処理していると、倉庫への依頼が遅れ、リードタイムに間に合わない恐れがあるほか、繁忙時の作業過多対策も課題になります。

そこで当社では荷主様とシステム連携・マスター共有を図り、情報処理の自動化による課題解決を図りました。

業界推計値 図表 8-1-8-1 生産性向上に関して実施している取り組み（複数回答）



「2025年スーパーマーケット年次統計調査報告書」より抜粋

<お問い合わせ先>

阪南倉庫株式会社 営業部 担当：泉、小島 TEL：会社 0725-23-7022 MAIL：eigy@capsohn.co.jp

解決

お届け先様が商品への加工を希望する場合の例として、以下があります。

- ①店頭でレギュラー販売するので、商品には常に同じ売価の値札をつけて納品して欲しい。
- ②一定期間だけ値下げして販売するので、次回から商品に値下げ額が表示された値札をつけて納品して欲しい。
- ③店頭でハンガーにかけて陳列するので、予め商品にハンガーをつけて納品して欲しい。
- ④お祝い品として消費者へ発送したいので、商品には熨斗をつけ、指定の包装紙で包装して納品して欲しい。

商品に流通加工を行う際は、仮に同じ商品であったとしても、「誰に向けた商品なのか?」「いつ届ける商品なのか?」「どんな加工を希望しているのか?」がそれぞれ異なるため、荷主様を通じてお届け先が希望する情報を正確に入手する事が重要です。

仮に荷主様が当社に対し、お届け先の要望を伝えるために細かく作業指示書を作成していると、その作成に時間がかかって物流現場への作業依頼が遅れ、お届け先への納品遅延リスクが高くなってしまいます。

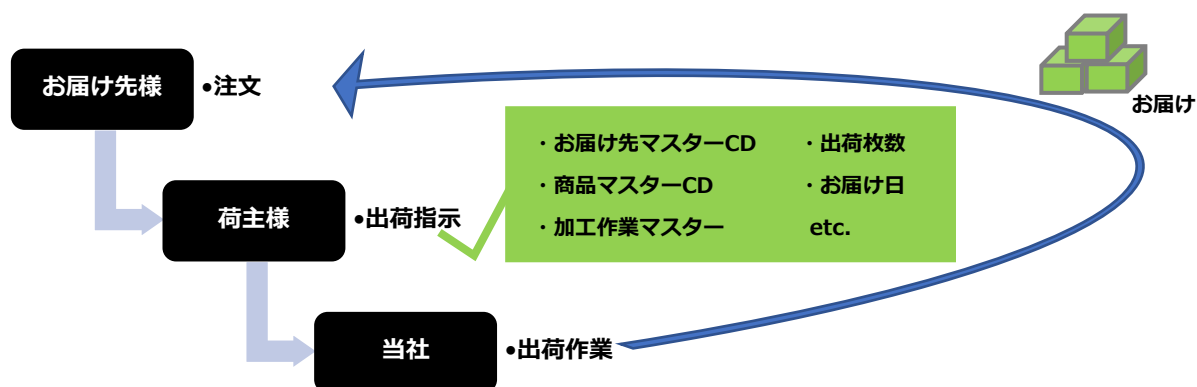
そこで当社は荷主様の受注システムと倉庫管理システム(WMS)をつなげ、商品やお届け先に関するマスター情報のほか、流通加工作業も“物流加工マスター”として、情報の共有を図っています。

【物流加工マスター（例）】 ※半角英数3桁で設定する場合

加工作業マスター	加工内容	加工作業マスター	加工内容
1NE	商品に値札をつける	1GF	商品を包装紙で包装する
2NE	商品についている値札を外す	1CT	梱包段ボールにラベルを貼付する
3NE	商品の値札を付け替える	ZPC	別途メールで伝える作業を商品に行う
1HG	商品にハンガーをつける	ZCT	別途メールで伝える作業を梱包段ボールに行う

注) マスターの桁数は荷主様のシステムにより異なります。

加工作業マスターは、予め商品マスターに登録しておき、荷主様が出荷のつど登録しなくても済むように運用可能です。また商品に関するもの以外（例えば、このお届け先には常に専用伝票を付けて出荷するなど）は、お届け先マスターに登録しておくこともできます。



今後

当社は荷主様の様々な商材を取り扱っており、お届け先も流通やECなどの小売り向けが多くを占めています。一方で原料などは製造工場へお届けしたり、資材などは工事現場へお届けしたりすることもあります。

ここまで販売向け商品への付加価値を目的とする流通加工をご案内してきましたが、お届け後の製造や工事に必要な「ひと手間」を実現できれば、荷主様の販路拡大に寄与する事ができると思います。

今後、物流DXの推進を通じて、当社が蓄積してきた流通加工のノウハウを荷主様と情報共有し、荷主様とともに商品の付加価値を高める取り組みを一層深めていきたいと考えています。

<お問い合わせ先>

阪南倉庫株式会社 営業部 担当：泉、小島 TEL：会社 0725-23-7022 MAIL：eigyo@capsohn.co.jp