



物流センター整備、取引先・お客様との関係強化 量販店取引システム改善を3本柱に改革を実施

業務部計算センターの石川康所長（左）と石毛祐樹さん

Yakult 株式会社 ヤクルト本社

<http://www.yakult.co.jp/>

世界30ヵ国以上で販売を行うヤクルトグループは、国内においては毎日800万本の乳製品が、4万人のヤクルトレディに加え、約5万店の量販店を通じ、販売されています。ヤクルトレディによる販売主体の事業展開をとどめた同社では、量販店を通じたチャネルの全体に占める販売売上構成比は2割程度であるものの、第2の重要な販売チャネルとして、同社にとって欠かせない分野。現在、量販店・流通業界は日々刻々と変化する激動期に入り、さらに消費者からのトレーサビリティの要求が増加していくなかで、ヤクルト本社さまは、①物流センター整備、②取引先・お客様との関係強化、③量販店取引システムの改善・機能追加を3本の柱に据えた改革を実施。量販店取引システム改革では、機能向上のため、ユーザックシステムの「EOS名人.NET」を採用されました。

複数の販売会社物流と 本社物流センター機能を共同化した 共配センター化を推進

流通改革の1つである物流センター整備の取り組みは次のとおりです。

以前は、工場併設タイプの取組みを進めてきたものの、都市化に向けた対応を図るべく、消費地に近い単独設置へと切り替えを推進。一方で動線の簡素化のため、量販店物流と、複数の販売会社物流機能の共同化を進めた共同配送センターの創設にも着手しました。

販売会社物流では、約130社の販売会社が卸の機能を有し、ヤクルトレディ

の販売を中心にして、併せてルートマンによる自販機への納入、一部小売店へ納入していますが、各販売会社が持つ、倉庫を近隣別に統合。さらに従来、そうした販売会社倉庫と量販店向けの一括センターへ配送していた物流センター機能を、

この統合センターへと移管させることで、在庫の共有化を図るとともに、動線を大幅に簡略化させることに成功しました。

これにより、輸配送・荷役コストの削減が図られるとともに、納品リードタイムの短縮と、飲料の発注単位の小ロット化への対応を実現。また午前運行を販売会社、午後運行を量販店として車両の共

有化を図ることで、車両回転率を高めた効率の良い輸送を実現しています。

店舗ケアを拡大するため セールススタッフ支援のための 営業支援システムYARDを構築

こうした物流センター整備を進め一方、ヤクルト本社さまでは売上拡大策として、量販店の店舗ケア策の強化に乗り出しました。取引先への施策として、これまで「本部（営業）担当」と、こまめに店舗巡回し、店舗スタッフに各種情報を提供し、発注の促進と売場整備・飾りつけを提案・実施する

株式会社 ヤクルト本社

所在地 東京都港区東新橋1丁目1番19号
設立 昭和30年（1955年）4月9日
代表者 代表取締役社長 堀 澄也
資本金 311億1,765万円
売上高 （単体）170,893百万円、
（連結）293,490百万円（平成21年3月期）
事業内容 乳製品、食品、化粧品、医薬品などの製造・販売、その他



「フィールドスタッフ」を置き、フォローを行っていました。店頭での商品説明や試飲販売を行うマネキン業務は、外部会社にアウトソースしていましたが、マネキン業務のなかでは、お客様から宅配業務についての問合せがあることや、丁寧な説明と、濃いコミュニケーションを築いていく重要性を鑑み、社員へと切り替え。「プロモーションスタッフ」として当り、接客レベル・商品知識の向上に努めています。

また、店舗巡回する「フィールドスタッフ」を支える営業支援システム（SFA）として、YARDを構築。これは携帯電話・PCから、全国の営業管理者、担当者、フィールドスタッフが情報共有化できる仕組みで、登録画面では、携帯のカメラ機能を通じ、陳列状況を画面付で入力でき、商談や売場作り提案などの成功事例が提示できます。YARDを活用した積極的な商談・店舗巡回の強化によって、ヤクルトコーナーを設け、フィールドスタッフ側が自由に陳列を行える機会は増えており、ヤクルト本社さまが狙う、本部担当・フィールドスタッフ・プロモーションスタッフのトライアングルによる、量販店への売上向上は実を結ぶ結果となっています。

量販店取引システムの改善・機能追加のため「EOS名人.NET」を導入

3つ目の改革の柱となる「量販店取引システムの改善」は次のとおりです。

ヤクルト本社さまは1980年代からEOSの仕組みを構築。2003年からはUNIXベースで量販店システムを再構築し、対応を進めてきました。量販店側からの、VAN会社・通信プロトコル・ファイルレイアウト・帳票デザイン・配信時間の変更を

じめ、企業統合に伴う取引先CD、体制の変更、請求・支払通知のオンライン化、WebEDIへの対応など、さまざまな要件に柔軟に応え、取引拡大に努めてきましたが、そうした結果、集配信にかかる手入力作業も増大。EOS作業にかかる人的作業のIT化・自動化が求められていました。

一方、既存ハードが更新期に差し掛かり、同一メーカーによる新ハード移行ではソフトウェアのライセンス料金や移行費用が大幅に上がることも確認。

そこでヤクルト本社さまでは、流通業界の環境変化に合わせた取組みを、ステップを踏みながら着手。第3ステップとなる現在、各社各様のEOS集配信作業をサポートし、作業の自動化を図る「EOS名人.NET」の導入を進め、①メイン機能の改善（出荷指示、ASN、GS1データバー、入出荷ロット管理、在庫管理、債権管理、会計システム連携、WebEDI）、②機能追加（EOS受注改善、業界標準型流通BMSへの対応）に取り組んでいます。

「EOS名人.NET」は、レガシーEDIのJCAや全銀手順に加え、流通BMSまでさまざまな手順に対応。データレイ

アウトの変更や追加の場合でも、パラメータ設定でカンタンに行えるマッピング機能も提供し、複雑なプログラム無しで新たな取引先とのEDIが構築できるようになっています。

また、量販店ごとによって違う、伝票への対応が自由に行える伝票レイアウトの追加・訂正機能があるとともに、内部統制に対応した利用者認証や操作ログの保存機能も実装。多数の量販店EOS作業にかかる負担を大きく軽減できます。

ヤクルト本社さまは、「EOS名人.NET」を順次移行中。導入・移行コストは既存システムに比べ半減するとともに、維持管理費用も激減。「システム機能、さらにはユーザックの対応力に太鼓判を押したい」（業務部計算センター所長の石川康・参事）。

外部環境が急激に変化していくなか、小手先の施策ではなく、「大胆に、短期間に、集中的にやる」「関係者の理解と協力が不可欠」との姿勢のもと、ヤクルト本社さまではここにあげた3つの改革を着実に遂行していくことで、消費者に選ばれる企業を維持していく方針です。

この記事は、「ロジスティクスIT紙」2009年4月号に掲載された、「ユーザックシステム主催ユーザー事例セミナーの取材記事を再編集したもの

■データマッピング機能 入出力ファイルの変換定義や項目ごとの計算式などが簡単に設定できます。様々なデータ変換を「データマッピング」が支援しますので、コンバートプログラム開発の効率化を実現します。