



关东物流中心

占地面积:1万6,519㎡

库房面积:7,840㎡

建筑设计、监理:大福一级建筑师事务所

DAIFUKU印象之案例篇(一)

——YAMAYA 商流株式会社 关东物流中心

文/木子

没有过分的“抛售”,也没有恶意的“杀价购买”,从各种角度挑战“流通的重新构建”,通过降低整体的成本,以客户满意的价格提供品质优良的产品。正是遵循着这一理念,YAMAYA公司(总部:宫城县盐釜市)在1982年,从酒类折价商店“YAMAYA”连锁销售开始创业。公司成立以来,逐年扩大分店数量和规模,2002年全国店铺数达到146个,实现销售额604亿日元(合并)。目前本行业NO.1的地位不可动摇。

2002年10月,公司成立了具备库存和分类功能的关东物流中心(茨城县五霞町)。同时,原来委托其

他公司处理的物流业务开始由本公司运营,这样整个过程所需的时间可以减半。进一步提高了向店铺的供给能力和服务水平,构建起了强力支持区域拓展的物流体系。而日本大福所提供的一系列的物流设备使物流中心的高效运营变为了现实。

缩短交货时间,对应店铺数量增加

负责关东物流中心运营的是YAMAYA同一集团的批发/物流部门——YAMAYA商流(株)。保管的商品以酒类为主,涵盖食品、冷冻食品、杂货等约4000个品种,托盘数量超过6500个。目前,关东区域的32家

店铺,近畿/东海区域各7家店铺,共承接46家店铺的配送,每天处理箱数达15000个。

该中心投入运营带来的最大效果就是缩短了处理时间,大幅简化了送货到店铺复杂的配送渠道,接受订单后第二天即可交货。这样,店铺就可以充分保证确定订单的所需时间,把握畅销商品的情况,提高需求预测的精度。此外,还能够实现无缺货和浪费的产品订货,从而消减了店铺的库存量,降低丧失销售机会的风险。

过去,YAMAYA公司的商品配送由东北物流中心(宫城县大和町)

负责,在按各店铺集货后,委托到各区域的装卸、运输、仓储公司运营的共同配送中心,取得了一定的成效。通过这种物流外包的方式来降低成本的效果是有限的,为了满足更高的效率化和店铺数增加的情况,公司内部出现了要求制定新的推进方案的呼声,于是,建立了新的关东物流中心。该中心覆盖三个区域,设计容量可满足未来最大 90 家店铺。

全商品 EDI 对应,推进效率化运营

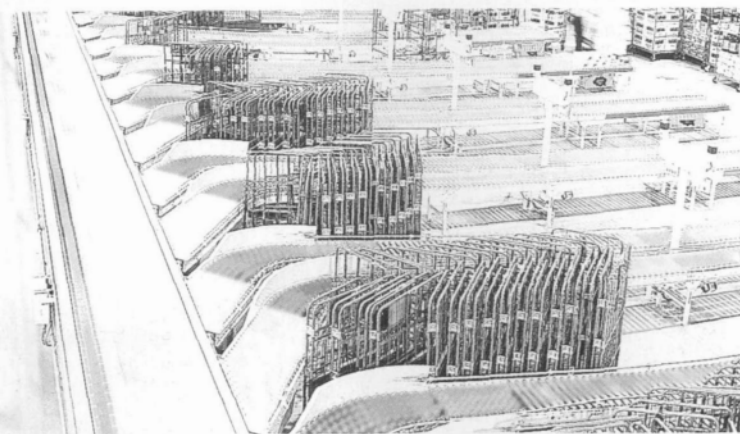
物流设备的核心是具备 5000 托盘保管能力的货架自动仓库(库房一体型(RB)),用于箱式和单件拣选的补货(小型系统(CS)),按店铺不同分拣(滑块式分拣(J-SUS))组成。中心可根据每个商品的情况和特性,安排不同的保管和拣选区域。

YAMAYA公司是行业的领导者,自行开发了基于 Web-EDI 的订货/发货系统,并于 2001 年 10 月起开始运营。目前,关东区域共有约 100 家供应商参与,几乎所有的商品都是通过 EDI 订货。

关东物流中心同时采用 EDI 系统和物流系统,实现所有商品的条形码应用和管理,并在此基础上各种作业还引进了先进的无线便携终端和数字显示器。这些先进装备的尝试,任何人员都可以迅速而准确地完成从进货,到保管、箱式及单件拣选,分拣等作业。

公司运营,追求高品质和低成本

中心负责人中谷和裕在谈到公司内部运营时认为,建立低成本、高效率的商品供给体制是物流中心最大的使命。不能放走任何因商品特性形成的“裂缝”而发生的损失。利用和区域紧密相连的中心,实现公司自己分拣、直送,从而解决了上述损失。正是基于追求这样一种结果,大福公司所提供的自动化分拣等全套设备立下了汗马功劳。



▲具备每小时处理 4,500 箱分拣能力的 J-SUS(30 滑槽)3 个批量处理装置,最大可处理 90 家店铺的出货需求。



▲单件拣选区域。采用重力货架(PICK WAY(PW))的(数字拣选系统)企业有着深深的感情(图片右)。PW 中,从后面的 CS 以箱为单位进行补货(同上)。



▲箱式(B品)拣选区域。从 CS(左侧)直接拣选。