

アパレル店舗の店頭ロジスティクスの実地調査及び考察

(株)ジェイケイリンク ○金 賢洙 日大生産工 鈴木邦成

1 まえがき

近年、店頭ロジスティクスと物流センター運営に注目が集まっている。本研究ではその問題点と改善点を明らかにする。物流センターから店頭へのモノの流れについて、ロジスティクス視点からの効率化を提案し、アパレルロジスティクスの改善と方向性について分析と考察を行う。本研究では、以下の調査結果について報告する。

2 ファッション・アパレル小売における店頭在庫管理戦略の方向性

店頭作業の大半は物流関連業務であるといえる。ベンダー から小売店舗に納品された商品は、売場に並び消費者に販売されるが、さまざまな物流に関連する業務が発生する。

店頭作業の大半は物流関連業務だが、こうした一連のモノの動きに関する行為をすべてロジスティクスの視点から管理し、効率化を目指すのが店頭ロジスティクスである。

従来は店頭在庫、ストックヤードともにただ漠然と大きくするのは効率が悪い。店頭に商品を陳列できず、バックヤードに積み重ねておくと、紛失のリスク、作業量の増大などの負荷がかかることになる。そのため、近年はバックヤードをなくす傾向が見られる。ただし、その影響は物流センターのオペレーションにも及ぶことになり、ストックを少なくしたり、バックヤードを持たない場合には大規模な物流センターが必要になる。また、在庫を適時に、適量だけを供給システムを構築するためには精度の高い高度な情報システムも必要になる。

4 アパレル店舗レイアウトの効率化

小売店舗のレイアウトについての知識は、店頭ロジスティクスとの関係からも必要とされるようになってきている。

店舗設計には店外と店内レイアウトがある。店外レイアウトは店を効果的に演出して顧客

を引き付け、購買活動を促進するために重要な役割を演じる。買い物客などが遠くからその店を見ても、何の店か分かるように、その店がイメージできるように設計されていると効果的である。店内のレイアウトは店舗の広さや地域、業種などによって異なるが客がストレスを感じることなく商品を購入しやすいと感じるレイアウトが望まれる。人間工学の立場から商品を見やすく感じる照明や商品陳列、天井の高さなどへ配慮が必要となってくる。

主な標準寸法は表1の示す通りである。

表1 小売店のモノの流れに必要な標準寸法

1. 入口の高さ
2. 通路幅
3. ショーケース間口, 奥行き
4. 陳列台の幅
5. 天井高
6. ハンガーラックの高さ
7. 店内ストック量
8. ストックルームの位置, 形状
9. 売れ筋商品のロケーション
10. 運搬用エレベータの位置, 扉の幅
11. 搬入口と駐車場の位置, 幅や高さ
12. 混雑の時の通行
13. 在庫不足, 欠品
14. マネキンの位置
15. 全体のレイアウト確認, 店員と客の同線

5 店頭ロジスティクス視点からの店舗調査

店舗調査はユニクロの大型店舗である新宿店と銀座店で行った。結果は次1~15の通りであった。

1. 入口の高さは2.5m以上とされているか：2.5m以上で充分にある。
2. 通路幅は1m以上確保されているか(1~2.5mで通常は十分であるが、2階から4階までのレジ前の通り道の幅が50cmで狭いため、

Fieldwork and Discussion of Store Logistics of Apparel Store

Hyunsoo KIM, and Kuninori SUZUKI

通行に支障が発生する恐れがある)。

3. ショーケースは間口が5.5~6m, 奥行き9~10mにされているか: 寸法通りではないが, 見やすく, 売場スペース活用に問題ない。

4. 陣列台の幅は1.35mとされているか: 1.35mの陣列台もあったが, 全部ばらばらである。

5. 天井の高さは3m以上とされているか: 4m

6. ハンガーラックの高さは80~130cmとされているか: 80~130cmとされている。

7. 店内ストック量は適正であるか: 什器の高いところにも商品が置いてある。サイズごとに最低4枚から多くて10枚以上も売場に出ている。ストックルームを売場で抑えている。

8. ストックルームの位置, 形 (推定値): 1階を除いて, 各フロアに横長長方形のストックルームがある。

9. 売れている商品と場所: ヒートテック, ダウンジャケット, フリース

10. 運搬用エレベータの位置, 扉の幅チェック: 運搬用エレベータは搬入口から遠いところに位置され, 運搬に時間がかかる。扉の幅も約1mで大きいダンボールに運びにくい。

11. 搬入口と駐車場の位置, 幅や高さは充分にあるかチェック: 搬入口は駐車場とつながっているが, 駐車場の高さは3mくらいでトラックが入れないため, 運搬距離は駐車場の奥行き分長くなる。奥行きは約4.5mで, 運搬距離は4.5m長くなる。

12. 混雑の時の様子: エスカレータがとても混雑になり, レジ前の通り道も幅が50cm程度で週末には混雑でそのまま帰る客も出てくる。レジ前の通路だけではなく, 商品が陣列されている通路まで人が並び, 混雑が加重された。買物客用エレベータも, ビルの方針で地下1階と地上1階しか止まらないため, 週末混雑の要因となっている。

13. 在庫不足, 欠品チェック: サイズによっては在庫不足, 欠品が発生していた。

14. マネキンの位置: 壁面を有効に使っている。

15. 全体のレイアウト確認, 店員と客の動線: 買物客の商品購入からレジに向かう流れはスムーズであり, 大きな問題は感じられない。したがって, 全体的に無理のない動線作りがされていると考えられる。

以上が実地調査における結果である。

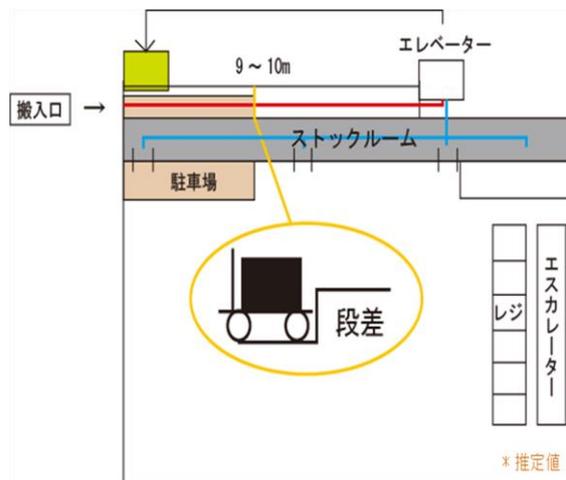


図1 搬入口と駐車場, エレベータの位置

図1はユニクロ新宿店の店舗レイアウトの一部で搬入口と駐車場, エレベータの位置を示したものである。4トントラックで商品を持ってきて, 駐車場まで入って降ろそうとしても駐車場まで入ることが出来ない。

しかも, 駐車場からエレベータの間には段差があり, 重いものを台車運ぶには非効率である。また, ストックルームの形が横長の長方形であり, エレベータも奥の方に位置されているため, ストックルームに商品を整理しようとしても, 運搬距離が長くなり, 時間がかかる。

6 まとめ

本稿では店頭ロジスティクスの視点から店舗調査を行い, 効率化に向けての課題と改善へ向けての方向性を提案した。その結果, 既存のアパレル店舗のレイアウトは納品の効率化などについて戦略的な対応をしているわけではなく, 場当たりの対応をしている可能性が高いことがわかった。

引き続き研究を進めることで小売店舗起点のロジスティクス改革の方策を整理し, 納品体制の効率化やストックルームの戦略的な活用についての提案につなげていくこととする。

「参考文献」

- 1) 鈴木邦成 (2009), 物流マン必携ポケットブック, B&Tブックス, 日刊工業新聞社, p.25-104
- 2) 鈴木邦成 (2009), すぐできる商品管理・物流管理, B&Tブックス, 日刊工業新聞社, p.76-144