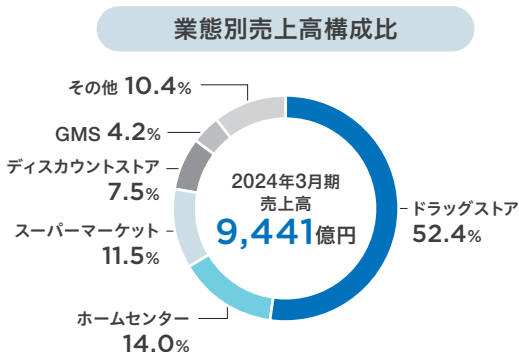


営業 全国約3,500社(4.5万店舗)の小売業様とのお取引によりすべての人の暮らしに寄り添う

当社のコア事業である国内における卸売業を支える営業機能は、全国チェーンの小売業様の対応を行う「広域量販部」と、地域に根差した小売業様に对应する全国7支社の「営業統括部」に所属する合計約1,000名のセールスと、小売業様への提案に欠かせない市場や商品情報の集積およびデータ分析の専門部隊である「営業管理部」が担っています。

当社は、約3,500社の様々な業態の小売業様と幅広いお取引があります。トレンドや小売業様のニーズを捉え、即座に店頭に反映する「実現力のある人材」と、「定性・定量情報に基づく確かな提案力」が、小売業様の特色に合わせた対応を可能にしています。



営業部門の強み

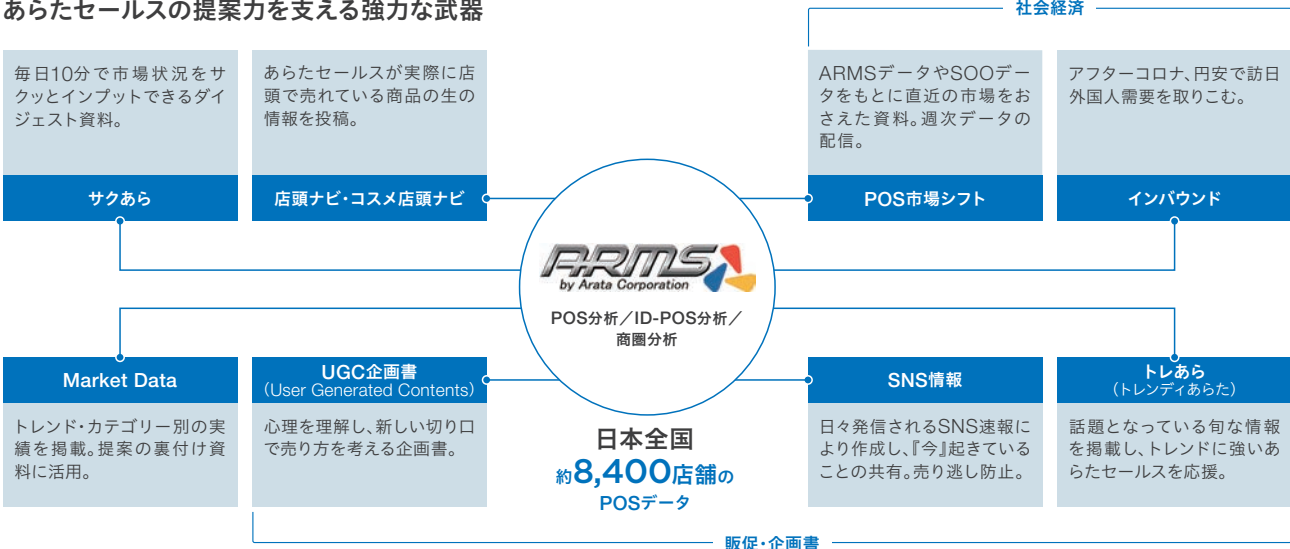
実現力のある人材

全国約1,000名のセールスがそれぞれ小売業様を担当し、メーカー様との商談や情報に基づく小売業様への売場提案、分析ツールによる効果検証、分析結果をもとに次の提案につなげるといったPDCAを回し「売れる売場」を実現しています。

定性・定量情報に基づく確かな提案力

カテゴリ・業態・ブランド別のPOS分析、ID-POS性年代別分析までカバーする当社独自の分析ツール「ARMS」による定量情報と、店頭ナビを始めとする定性情報を多面的に活用することで、各小売業様の特性に合った提案を可能にしています。

あらたセールスの提案力を支える強力な武器



営業部門の取り組み

急拡大するEコマース市場にあらた独自の機能で応える

2022年4月よりEC事業部を営業本部直下に変更しました。卸として蓄積している川上から川下までの豊富な情報を活かし、Eコマース企業様の特性に合わせた商品提案・販促提案を行っています。

今後も、EC事業はますます多角化・伸長していくと考えられますが、売上増大に伴い物流における課題も大きくなることが予測され、様々なビジネスチャンスが考えられる市場です。

長期経営ビジョン2030においては、「to C」のビジネスについても研究、検討していく方針としています。

季節品の定番化による返品削減

近年の長引く猛暑や暖冬の影響もあり、日焼け止めや虫ケア用品など季節品の需要が年々長期化しています。

そのような環境変化の中、消費者の需要に応える売場づくりとして季節品の定番化を小売業様へご提案しています。小売業様にとっては返品作業の軽減になり、輸送の削減、廃棄物削減にもつながる取り組みです。サプライチェーン全体の効率化に向け、その中核である卸として新しい定番のあり方を広げ、製・配・販の協働を実現することで、返品を削減してまいります。

店頭情報・SNS

情報、口コミなど、様々な情報が錯綜する中、信頼のおけるARMSデータを用いて、過去・現在の売れている商品、未来の注目商品などをそれぞれのツールで配信。日別、週別、月別データなどを用いて、小売業様やカテゴリの特性にあった提案で使い分けます。



「サクあら」

市場分析資料・POS市場シフト・インバウンド情報などを、毎月10分でインプットできる資料。市場動向 (ARMS)・市場状況・季節品売上推移・業態別市場状況・提案ポイント・インバウンド情報・免税レジPOS売上推移・免税レジPOS月間ランキング・販売切り口提案・SNS注目情報・過去のSNS投稿からの予測・販売ヒントなどをまとめた資料。



「Market Data」

カテゴリごとの市場情報を掲載。ARMSデータ8,400店、SOO約1,300店、ID-POS約700万人をもとに分析。年2回 (6月・12月) 更新し、棚割提案へ結びつけます。

自社SNSでのアプローチを開始

近年はSNSによる仕掛けも、市場の増減に大きく影響しております。当社でも2024年1月にSNS推進課を新設。3つのアカウントを通じて、それぞれのターゲット層に興味・関心のある内容を配信し、SNSと連動した売場提案も進めてまいります。



「売れるを創る」SNS開設

世の中の皆さまにもっと商品を知ってほしい、魅力を伝えたい、そんな思いから2023年10月にX・Instagramのアカウントを設立いたしました。「美・健康・快適」をテーマに最新コスメ情報から日用品・家庭用品のお役立ち情報など、卸商社ならではの幅広い投稿内容が自慢です。インフルエンサーギフトや投稿画像を

活用したPOP作成など様々な活動にも挑戦中。SNSを通じて商品認知拡大、購買促進、販売強化など当社主導で「売れるを創る」ことが目標です。



原原 晴香  
営業本部 営業管理部 SNS推進課



インストアマーケティングによる店頭支援



売場の活性化は、小売業様、メーカー様にとって売上に直結する重要な課題です。

当社は設立当初より店頭支援に力を入れており、多くの小売業様から支持をいただいております。2007年にはあらたグループ子会社として、店頭マーケティング会社である「(株)

インストアマーケティング」を設立。全国卸ならではの幅広い取引と蓄積されたノウハウを活かした店頭支援ソリューションサービスを提供しています。

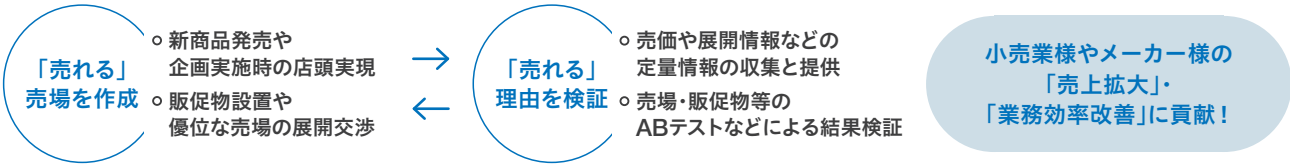
今後は、店頭のフロントランナーとして流通のDX化の中で新たな価値の創出を目指してまいります。

フィールドソリューション

定期稼働人員 月間のべ <b>3,600名</b>	スポット対応人員 約 <b>3,000名</b>
------------------------------	-----------------------------

全国5,000店舗以上の小売業様の店頭をサポート。定期的に決まった担当者が決まった店舗へ訪問し、店頭フォローや売場メンテナンスを実施。店頭実現力強化による「売上拡大」「機会ロス削減」「返品削減」に寄与しています。また、店頭管理・調査システムの活用により、タイムリーな売場状況の報告、そして売場分析による定量情報の共有を行うことで、商品の動向をすばやく察知し、よりよい売場提案につなげています。

小売業様・メーカー様・あらたとの協働



インストアプロモーション

店頭を熟知し、小売業様とメーカー様、消費者に対しても効果のある販促ツール・施策の企画制作を行っています。また、店頭での購買につながるオリジナルキャンペーンの企画から店頭化、効果測定まで一気通貫で行い、売上向上に貢献。単一メーカー様のキャンペーンから卸商社グループだから可能なメーカー様との共同キャンペーンなど、幅広く実施しています。



オリジナルツールの企画・制作

店頭サイネージ  
動画マーケティング



店頭キャンペーンの企画・実施

リアル×デジタル販促ソリューション

マス媒体やWEB媒体を活用し、メディアプロモーションの設計や企画、来客促進のための施策をご提案。店頭との連動性を高め、より効果的にターゲットへ訴求、購買促進を図ります。



D-Neeコスメティックのコスメブランド「3650」のデジタルサイネージ広告を実施。札幌中心部にて複数の広告、そしてWEB媒体も活用し認知獲得。

同時に小売業様で店頭露出を強化し、大きく売上に貢献しました。

プロになるためのスタッフ教育コンテンツ

社内Eラーニング「Ael E研修ナビ」にてスタッフ教育コンテンツを発信。実際の業務をマニュアル化し、専門性の高いスタッフを育成。

小売業様の新店や改装などの陳列応援の際には、あらたセールスと協働し行うことで陳列パフォーマンスの向上を図っています。



海外 中国・タイ・ベトナム、そして日本をつなぐネットワークによるアジア市場への着実な進出

海外事業は、現在、中国・タイ・ベトナムで事業を展開しています。商習慣の異なる海外においては日本型の卸事業をそのまま展開することは非常に困難であり、各国の事情を考慮してそれぞれの国に合う事業展開を進めてまいりました。言語・文化の違いや物流の複雑化など、克服すべき課題

中国

生活の質が向上し続ける14億人市場を優先国として捉え、2024年1月、広州に新会社「新楽華(広州)国際貿易有限公司」を設立。現地法人を構えることで、変化の激しい市場・現地の商習慣に対応。また、中国国内でのメーカー様、得意先様とのネットワークを強化。日本で培ったMD力を武器に、オンライン・オフライン双方で新しいビジネスを展開していきます。



タイ

輸入元としてARATA THAILAND、販売元としてSIAM ARATAが運営しています。タイでは日本製品の人気が高く、大きなチャンスがある市場です。カテゴリーおよび取扱商品の幅を広げつつ、当社優先販売商品を増やす活動をしています。タイ国内における販路も広がっており、ASEAN施策における重要なポイントとなっています。

ベトナム

ASEANの中でも経済成長率が高く親日国であり、今後も大きな成長が見込めるベトナムに2020年「ARATA VIETNAM COMPANY LIMITED」を設立。日本のメーカー様や、現地小売業様との商談を進めており、現地に密着した営業活動を進めています。



ベトナム ホーチミン  
事務所が入居するビル

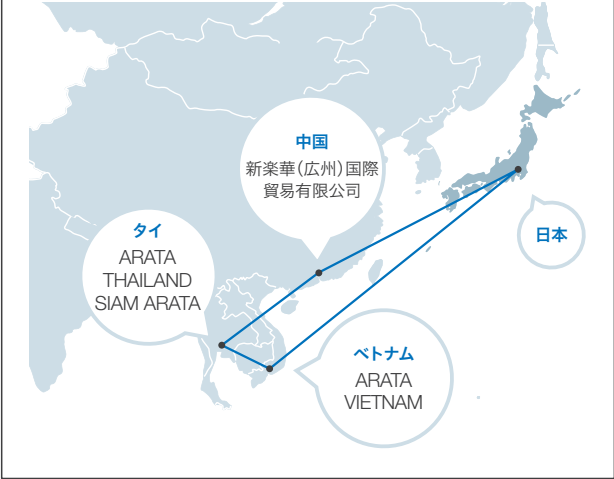
も存在しますが、テクノロジーの進化や顧客体験の向上に向けたマーケティング戦略、新規ビジネスモデルの創出等により、長期経営ビジョン2030における成長戦略の要として、3か国と日本を双方向でつなぎ、ダイナミックな事業展開を進めてまいります。

日本からの輸出

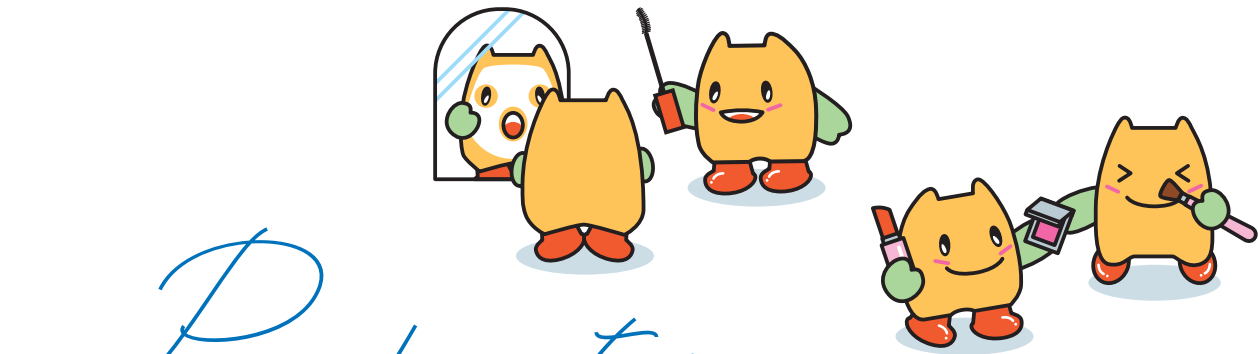
海外事業本部では、アジア各国への輸出を実施。国ごとに異なる環境、法規に対しての知見を高めながら、販路の拡大を図っています。また、国境を越えて商品やサービスを販売する越境ECビジネスについては、近年市場が急速に成長しており、特に中国を中心としたアジア地域は、人口増加とインターネット普及率の上昇により越境EC市場全体の成長を牽引しています。当社としても変化が激しい越境EC市場に即応できる組織体制を構築することで、海外事業全体の底上げを図っています。

グループシナジーを活かしたグローバル展開

4か国の拠点から周辺国の情報を収集・共有し、アジア・ASEAN市場での事業拡大を図っています。また、近年、アジア各国で注目が高まっているペット市場へのアプローチとして、グループ会社のジャペル(株)との連携も強化しています。



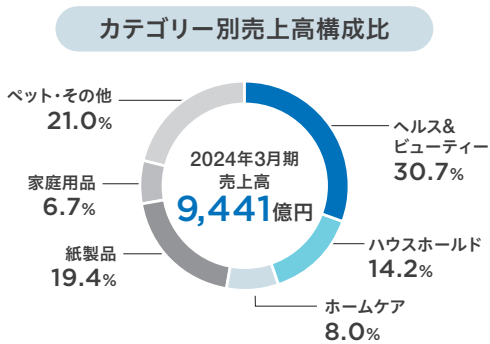




# Products

## 商品 人々の快適な暮らしのための商品を調達 新たな需要を創造する

当社は日々の暮らしに欠かせない商品を幅広く品揃えています。その数は約10万アイテム、取引先メーカー数は約1,200社にもなります。化粧品や日用品は、人々のニーズやトレンドに合わせて新たな商品が次々と発売され続けています。商品一つひとつの価値や魅力を見極め、消費者が求める商品＝売れる商品を調達する「商品調達力」は、卸にとって要となる機能です。



## 商品部門の強み

### 取扱商品

大手メーカー様はもちろんのこと、個性ある商品を取り扱う中小のメーカー様とのお取引、そして専売・優先流通品、自社開発商品などの魅力的な品揃えが当社の強みです。また、紙製品・家庭用品・ペットにおいても業界内で大きなシェアがあります。このカテゴリーバランスが、コロナ禍のような大きな需要変化に柔軟にお応えできる理由となっています。

### 商品調達

商品の調達は、本社および支社のマーチャンダイザー（MD）が務めています。販売企画の立案、販促提案、売上分析、新規メーカー様の発掘など、その業務は多岐にわたります。メーカー様が持つカテゴリーごとの市場動向やトレンド情報と、当社が蓄積する店頭の実績情報やPOS分析情報などを掛け合わせることで、消費者の皆さまの暮らしをより豊かにする「売れる商品」を見極め、戦略的なマーチャンダイジング（商品調達）を実施しています。

### 企画立案

販売企画については、本社が主導するものだけでも年間300件以上を立案。営業本部や支社との連携によるスピーディな店頭実現、そして着実な販売実績により、小売業様からの支持を得ています。

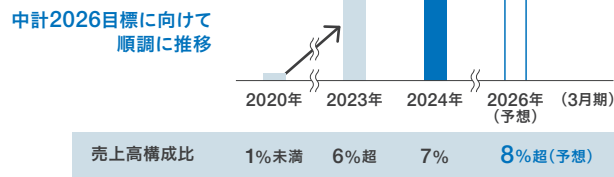
### 商品マスタ管理

10万アイテムを超える商品情報マスタの正確な管理により、当社の流通機能の根幹を支えています。価格等の基本情報だけでなく「下請法対応の管理項目」等も追加し、システム上からも法制度対応へのチェック体制を整えています。

### ヘルス&ビューティーカテゴリーの強化

全国規模の物流ネットワークを活かし、化粧品の流通を拡大しております。日本のブランドだけでなく、韓国コスメを中心とした「アジアncosme」が継続して注目されています。当社ではアジアncosmeにおいて人気のあるブランドを専売・優先流通品として有しており、今後もその取り扱いを増やし独自性を強化することで、化粧品カテゴリー全体の活性化につなげてまいります。長期経営ビジョン2030の実現に向けて、2026年3月期には連結売上高に対し、専売・優先流通品の売上高8%超を目指してまいります。

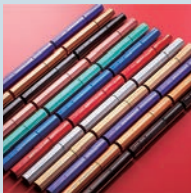
### 専売・優先流通品 売上高推移



## D-Neeコスメティックによる化粧品関連の品揃え強化

化粧品カテゴリー強化のひとつとして、2021年10月に子会社の(株)D-Neeコスメティックを設立しました。当社の全国規模の物流ネットワークを活用して、ブランドの運営、商品企画、製造、広告戦略、流通、販売までをワンストップで

担っています。「新しい価値を生み出し、価値を高める。」をミッションとし、化粧品トータルプロデュースを強みに時代のニーズに合わせて消費者の皆さまに魅力的な商品を提供してまいります。



3650  
san roku go zero

3650(san roku go zero)  
2023年6月に発表し、第一弾アイテムとして「アイライナー」を発売、10月には第二弾アイテムとして「マスカラ」を発売。ブランド名にはメイクで365日を10倍楽しんでほしい、という願いが込められています。



JUNG SAEMMOOL (ジョンセンムル)  
韓国コスメブランド「JUNG SAEMMOOL (ジョンセンムル)」の販売代理店契約を伊藤忠商事(株)と締結。日本販売代理店として拡販中。



LIENJANG

LIENJANG (リエンジャン)  
日本人も多く通う、韓国で大人気のクリニックで誕生した、素肌を活かすスキンケア商品。2024年3月にはクリニックが日本初上陸。バラエティ・ドラッグストアを中心に展開開始。



## フェムケアへの取り組み

フェムケア売場の変革を目的に、当社では社内勉強会を開催したり、仕入先・販売先の開拓を実施しております。日用品・衣料品など様々なカテゴリーを組み合わせ、卸商社ならではのクロスMDの提案をしております。2023年には、JAPANドラッグストアショーやフェムテックフェスなどの各種展示会にて、当社としてはじめてフェムコーナーの出展を行いました。

現代女性のライフスタイルの変化や社会環境の変化に着目し、その中に潜在化する女性特有の課題を解決する「NEW・ノーマルな女性のための売場づくり」という大きなテーマを掲げ、デリケートゾーンケアブランド「MOIDITE-モアディーテ-」が誕生。現在は5,100店舗にお取り扱いいただいております。2024年4月に日本フェムテック協会にて、第12回フェムテック銘柄認定製品・サービスにて登録されました。



## 卸売業の新たな可能性を切り開く

フェムテックブランド“モアディーテ”はD-Neeコスメティック初の自社商品ですが、当初、男性社員の多い中どのような反応があるのか不安もありました。しかし、実際に勉強会などを開催していくと、自分事に捉えて行動を起こす営業メンバーが多く、想像以上の化学反応が起こり、我々が存在する価値を感じました。また、海外ブランドについては、日本市場にマッチした“商品力”を生み出すマーケティング支援に注力をして

おります。新たな商品を持つことが、これまでとは違う新しい情報につながり、新規カテゴリーの挑戦や、海外メーカー様の日本市場進出支援を支え、その先にある卸売業の新たな可能性を切り開いていく。ここにも私たちD-Neeコスメティックの役割があると考えております。

宇佐美 朋美  
株式会社D-Neeコスメティック  
マネージャー







## 商品 ペット

生活に彩りを与えるペットたちとの出会いから毎日の暮らしまでをサポート

当社の大きな強みであるペットカテゴリーは、2019年にグループ会社の「ジャペル(株)」に集約し、その専門性の発揮により拡大を続けています。近年のペットの長寿化、健康意識の高まりからペット市場は今後も成長していくと予想されます。ジャペルは、50年以上の歴史を持ち「ペットと人の生活をより豊かにする」をモットーに成長を続けるNo.1ペット専門商社です。



社名の由来は、“Japan Pet Life Library”ペットに関するすべてが集まる図書館のような存在でありたいという想いが込められています。



## ジャペルの事業

### 商社コア事業

ペットフードを中心にペット関連用品、犬や猫に加え、各種生体に関するアイテムを卸販売しています。さらに国内商品開発力、システムを駆使した分析・提案力、スムーズな受発注の仕組み、国内外の拠点を結びすばやく対応できる物流ネットワークなど、様々なリクエストにも柔軟に対応し、ご支援できる組織を構築しています。

### 店舗事業

子会社の「ジャペルパートナーシップサービス(株)」がペット総合商社としてのノウハウを盛り込んだ店舗開発事業を運営。FC契約で日本全国のホームセンター様の店内等で300店舗を展開しています。

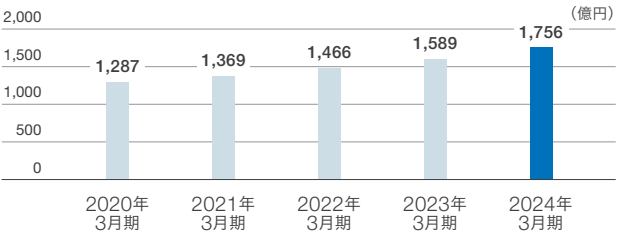


### 海外事業

ASEAN地域を中心に輸出入活動を展開、越境ECにも取り組んでおります。香港に現地法人を設立し、海外のお客様のサポートも行っています。



### ジャペル単体 売上高の推移



### EC事業

全国に約2.5万店舗あるペット美容室専用のトリミング業務用品ECサイト「ペットワゴン」を運営。シャンプーやシザー、ドッグバスまでサロン業務に必要なアイテムを幅広く取り扱っています。



### ケアハウス事業

社会課題となっている高齢ペットのケア問題解決のため、ペットのケアハウス事業として老犬・老猫ホームを展開。様々な事情で介護できなくなったペットを24時間体制でお預かりしています。



## ワンワン運動会

地域社会の活性化、ペットと飼い主の健康促進を目指し、毎年「ワンワン運動会」を開催しています。愛知県では2023年で24回目の開催となり、2023年10月には関東でも初開催しました。このイベントは、飼い主と愛犬と一緒に参加できる楽しい運動の場を提供し、地域の皆さまにペットとの絆を深める機会として、毎年盛況に開催しています。

また、地域の皆さまに健康的なライフスタイルを提案するだけでなく、飼い主同士の交流を通して地域コミュニティの結束を強化する重要な役割も果たしています。



## 2024ペット総合展示会開催

2024年3月20日・21日に「ココロとカラダの健康は、ペットとの幸せな暮らしから。」をテーマに、サブテーマを「笑顔×発見」として、ペット総合展示会を開催。ペットと人の暮らしにたくさんの笑顔があふれ、発見のある毎日となるよう、約180社のメーカー様ブースのほか、ジャペル独自のオリジナルブースを展開し、数多くの提案を行いました。

オリジナルブースでは、市場の成長が期待される「犬・猫用冷凍フード」を大きく展開。その他にも自動給水・給餌機や見守りカメラなどの「ペット用家電製品」、コロナ後の外出機会の増加に合わせた「おでかけグッズ」等の提案を行いました。



## ジャペルオリジナルブース



### 犬・猫用 冷凍フード

ケーキ等のスイーツをはじめ、今後の成長を牽引する総菜やパウチを幅広く展開。ジャペルの物流網を活用し小ロットでの発送も可能にしています。



### ペット用 家電製品

見守りカメラや自動給水機、自動給餌機をはじめとしたペットとの暮らしを豊かにする商品を展開。ペット家電使用率の高いZ世代に向け、見て触って感じて商品の価値が伝わる売場をジャペル発信で提案しました。



### おでかけグッズ

アウトドアグッズやお散歩時のマナーグッズ、お散歩後のケア用品を展開し、プラス1品につながる提案を行いました。

## ペットと人との暮らしを笑顔あふれるよいものに

ペット総合展示会は、実際のペットフード・ペット用品を、直接見て手に取り、メーカー様の担当や開発から直接説明を聞いて、商品を手で触り注文できる、BtoBの見本市です。毎年春に開催される本展示会では、例年約180社のメーカー様にご協力をいただき、多くの得意先様にご来場をいただいております。

業界全体は、度重なる値上げにより単価は上昇したものの、数量ベースでは苦戦をしている状況です。ジャペルの企画では、この業界の課題解決に向け、新規市場開拓提案と、プラス1品の購入につながる企画をご用意し、

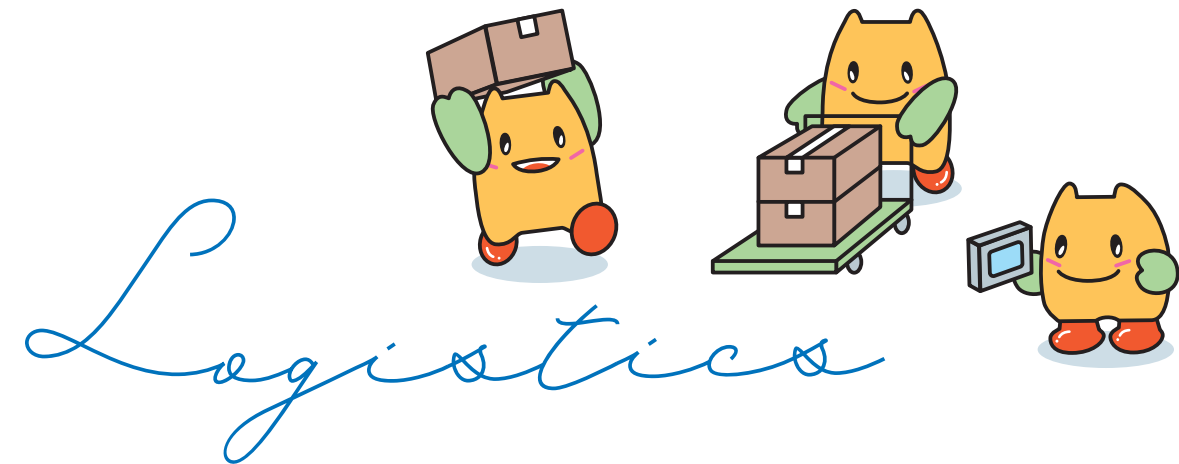
得意先様に新たな「気付き」が伝えられたと思います。

2025年は会場を東京ビッグサイト 南ホールに移しての開催となります。テーマは「笑顔×成長」として、ペットと人との暮らしが今よりさらに笑顔あふれるよいものに成長できるような新たなご提案をしていきます。



跡部 江里  
ジャペル株式会社  
第一営業本部 商品部 商品課 リーダー





## 物流

### 大型センター11拠点を含む日本全国の物流拠点で サプライチェーン全体を効率化

1,200社ものメーカー様からの商品を日本全国の各小売業様へ、安定的かつ的確にお届けする卸としての根幹の機能を担う当社の物流センターは、年間出荷額150～400億円の大規模センター11か所を含む31拠点のLGと、5拠点のデポ、3拠点のコスメセンター、そして需要の増減に柔軟に対応する

100件を超える契約倉庫で全国ネットワーク基盤を確立しています。大・中・小のセンターを日本全国に持ち、BCP観点のリスク分散にもなっています。中間流通としての高度な物流機能の発揮により、サプライチェーン全体を効率化・最適化することを目指し、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

## 物流の強み

### 効率的な物流センター

物流センターには様々な物流機器(マテハン)を導入し、物流ニーズの異なる多種多様な商品を、高効率にお届けしています。今後も人手不足という長期的リスクや、コロナ禍のようなパンデミック時にも供給を止めることなくセンターを稼働させるために、自動化を含む物流への投資を強化していく方針です。

### 省人・省力化を目指したマテハンの導入

現在開発構想中の新センターのみならず、既存センターの物流生産性向上を目指し、AGV(無人搬送車)の導入を進めています。現在1拠点で稼働中であり、今後は様々な用途での活用も検討しながら他拠点への展開を検討してまいります。



#### 物流センターで稼働しているマテハンの紹介



##### パレット自動倉庫

高中低の棚段設定で効率的な格納を実現  
自動で搬送・格納・出庫・在庫管理を行う



##### オリコン自動倉庫

ピッキングが完了したオリコンを一時保管し、ランダムに搬送されたオリコンを企業・店舗・ルート別に荷揃え



##### AiMAS(アイマス)

「商品違い」「数量違い」「納品先違い」を防ぎ、誤配率10万分の1未満の超高精度な出荷を実現



##### AIデパレタイズロボット

自動でケース補充を可能にし、ケース荷役(重作業)の軽減、夜間作業を可能に

### 現場と連携しマテハン投資効果の最大化を図る

新センター開発室では開設当初より、社内向けにマテハンや物流センター事例を紹介する会を開催し、物流問題に対する意識向上と具体的な解決策の理解促進に取り組んでいます。その中で、重労働軽減や安全担保、人手不足への対策としてAGV(無人搬送車)の紹介をする機会がありました。そして拠点からの導入検討依頼があった際は実際に足を運び、現場の意見を積極的に聞き取りながらより効果的な導入プランを策定しました。その甲斐あってか、AGVは実際に導入され期待以上の効果を発揮しています。

今後も、当社の成長拡大を支える物流基盤の構築を目指し、物流現場の効率化に貢献していきます。



オリコンを積んだキャリアをAGVが牽引する。音や光で居場所を知らせ、作業者との衝突を防ぐ。



橋 龍仁  
ロジスティクス本部  
新センター開発室

## 成長拡大を支える物流体制の強化

2022年4月よりロジスティクス本部に「新センター開発室」を新設。長期経営ビジョン2030の成長戦略に対応するための物流体制の強化として、北海道エリアおよび関西エリアでの新センター構想を発表いたしました。

最新鋭のロボットやマテハン機器の導入により、省人・省力化を目指した安全で働きやすい物流センターを実現してまいります。

### 北海道新センターの土地取得

場所	北海道札幌市東区丘珠町(おかだまちょう)
購入面積	約41,754m <sup>2</sup> (約12,630坪)
取得日	2024年7月9日
土地投資金額	約13億5,000万円(造成等含む)

### 関西新センターの新設

建物名称	あらた関西新センター(仮)
所在地	大阪府大阪市東住吉区矢田5丁目
土地面積	約17,754m <sup>2</sup> (延床面積:約38,498m <sup>2</sup> )
稼働予定	2028年
階数	地上4階

BTS(ビルド・トゥ・スーツ)型の物流施設  
最新鋭のマテハン機器を導入予定



## 物流の2024年問題に向けたホワイト物流の推進

「物流の2024年問題」が注目されている中、物流の労働環境を改善し、生産性向上を目指す「ホワイト物流」への取り組みが求められています。

当社では国土交通省・経済産業省・農林水産省が推奨する「ホワイト物流」推進運動に卸としていち早く賛同し、物流の効率化・トラックドライバーの待機および荷役時間の削減に向けて各種取り組みを推進しています。また、「ホワイト物流」への取り組みは配送車両の削減など環境負荷の軽減にもつながるため、同時に推進してまいります。

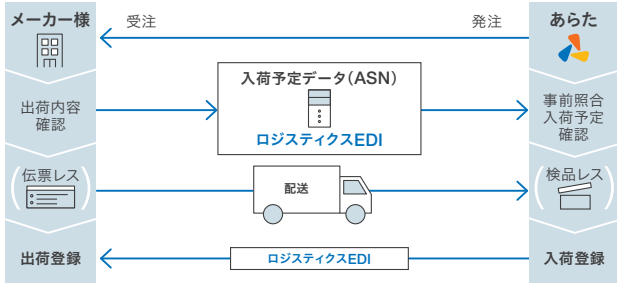
### 入荷予約システム

計画していたすべての拠点に導入を完了。ドライバー待機時間の削減(約40%)だけでなく、当社側でも入荷予約状況からバース誘導や人員の適正配置が可能となり、効率化に貢献。

### 入荷予定データ(ASN)の活用による検品レス

(株)プラネット様とメーカー様とASNデータの運用を開始。ASNデータの活用により、発注・納品精度を事前に照合することができ、荷受の際には事前に入手したASNと、実際に入荷する商品情報との照合になるため、検品の簡素化等によるスムーズな入庫や、伝票電子化によるペーパーレス化などの生産性向上に寄与する取り組み。

### ASN運用の業務モデル



トラック待機時間削減や庫内生産性向上により、コストダウン・環境・ドライバー就労環境改善への貢献

### 取り組み項目 IT中計 ロジスティクス分科会との連携

- ① 物流の改善提案と協力

  - 発注ロットのパレット化・面単位化
  - 工場直送による荷役の削減
  - 帰便を活用した引取り物流の実施
- ② 予約受付システムの導入

  - トラックの予約受付システムを導入
  - 拡大し荷待ち時間を短縮
- ③ パレット等の活用

  - 平積み商品のパレット化に協力
- ④ 集荷先や配送先の集約

  - 中継ターミナルの設置、出荷拠点見直しによる長距離輸送の削減
  - 他卸との共同配送実施
- ⑤ 混雑時を避けた配送

  - 運行効率向上のため、出荷・納品時間を分散
- ⑥ 検品水準の適正化

  - 入荷予定データ(ASN)活用による検品の効率化
- ⑦ 運送契約の書面化の推進

### 家庭紙パレット輸送

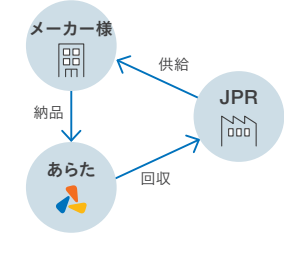
大王製紙(株)様のパレット化にいち早く協力し、現在はパレットの共同回収や、おむつや生理用品のパレット化を実施。



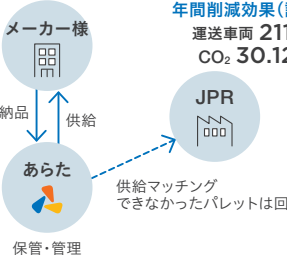
### 日本パレットレンタル(株)との連携による 運送車両削減およびCO<sub>2</sub>削減の取り組み

メーカー様からの納品時に使用されたパレットを当社で保管・管理し、日本パレットレンタル(株)(JPR)様との連携により当社からメーカー様へ直接空パレットを供給することで、回収時のトラックを削減しCO<sub>2</sub>削減につなげる取り組み。現在1拠点で運用開始しており、今後は別拠点にも運用拡大予定。

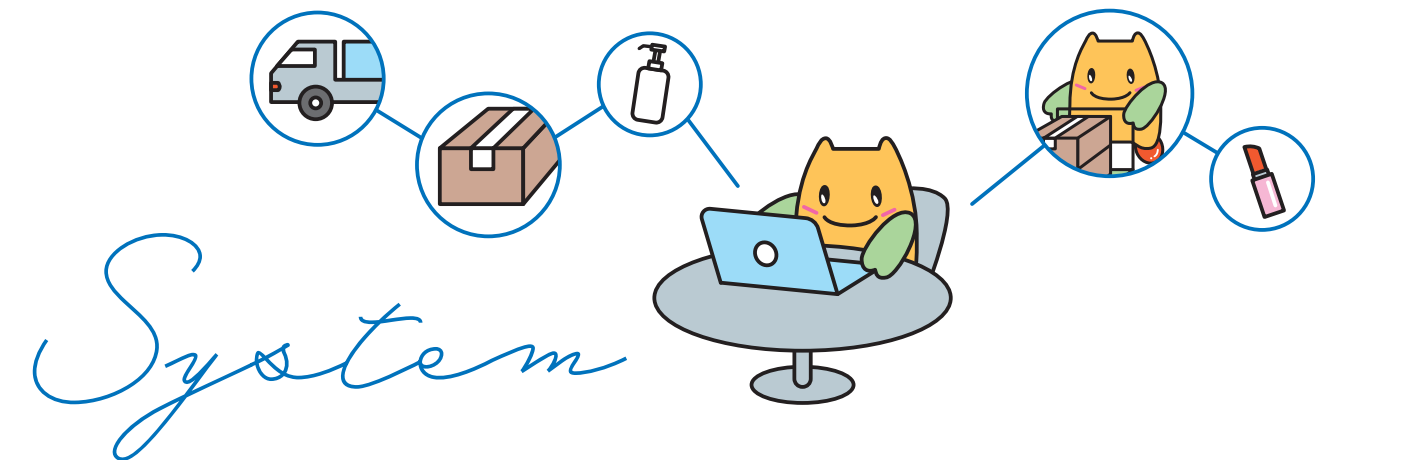
#### 従来の運用



#### 本取り組みでの運用







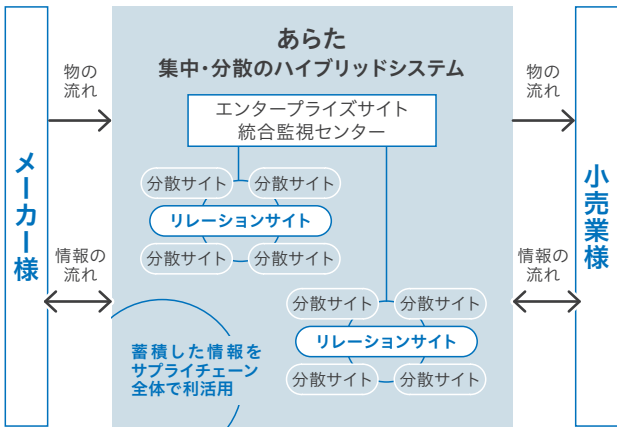
システム

安定的な流通を支えるシステム機能と  
環境変化に対応するDX推進

安定的な商品流通には高度なシステム機能が欠かせません。当社のシステムは、合併前の各旧会社の優れた機能を活かしながら新たに構築した、「集中・分散」のハイブリッドで全国をカバーするオープンシステムです。

小売業様とメーカー様との中間に位置する当社には、様々な情報が集まってきます。

蓄積した情報を、自社のみならずサプライチェーン全体で有効活用できる情報基盤の構築に向け、営業や物流などの現場の声から環境変化を的確に捉えながら、全社業務を最適化する戦略的な情報システム・情報ネットワークの構築を推進しております。



現場からの要求に的確・迅速に対応するシステム

内製化・疎結合システムによる変化対応

2005年にシステム統合を開始し、あらたとしての基幹システム「GENESIS」を構築。システムにおける重要な部分を内製化したことによりブラックボックスを極小化すると同時に、ITベンダー発注の手間なくスピード感のあるシステム対応が可能です。

また、業務に関わる機能をモジュール化し、情報連携基盤を介してつなげることでモジュールの独立性を高めた「疎結合システム」により、柔軟性や拡張性を備え、社内の組織変更はもちろん、技術者不足、取引先様の各種取り組みへの対応、加速度的に進む社会変化や技術の進化に対応できる柔軟な情報システムを構築しています。

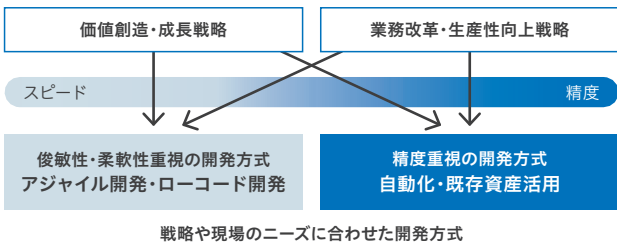
内製化している主な機能



二つの開発方式と、攻め・守り・即時要求対応の  
バランス型人材の育成

変化に強い情報システムに向け、精度重視の開発方式だけでなく、俊敏性・柔軟性重視の「アジャイル型」の開発方式や「ローコード開発」の手法を取り入れ、現場や取引先様のニーズを迅速にシステム化。

従来手法・技術による開発に加え、最新の手法・技術の研究も日々積み重ね、技術進化の恩恵を業務にもたらしています。「攻め」と「守り」と「即時要求対応」の3本をバランス良く推進できる人材を育成し、あらたの情報システムを支えています。



最新技術の研究と業務への活用

AI活用

発注の自動化

AIが小売業様からの受注情報を学習し、未来の受注数を予測。その受注に対応できる在庫を確保するため、発注数を発注管理システム「ALICE」が計算。精度の高い発注業務を実現。

AI-OCR

AIが手書きを含む請求書や伝票などを認識・学習し、データベースへ自動登録。バックオフィス業務の省力化に貢献。

生成AI

2023年より段階的に生成AIの活用を開始。文章や資料などの作成に活用することで作業時間を短縮し、創出された時間は付加価値業務に従事することで、生産性を高めることを目的とする取り組み。当社専用の生成AIシステムにより情報漏洩リスクなく、営業や管理部門だけでなく物流部門にも活用の幅が広がる。

全社ITスキル教育

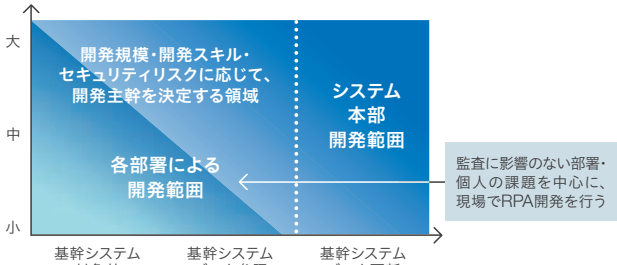
2024年3月期は「全社ITスキル教育」を重点課題として、あらた専用Eラーニングシステム「Ael E研修ナビ」においてITシステムに関する様々な知識を習得できる18コンテンツを配信。ITスキルの資格も会社奨励とし、社員のITリテラシー向上を推進。

🔍 P.45 人材育成ページ

RPA推進

IT改革DX推進本部が主管となり、全社各部門にRPA担当者を置き、ルーティン業務や小さな課題をRPAを活用してスピーディーに解決。2024年3月期は業務部門を中心に約6,500時間分の作業時間を削減。今後もRPA未導入の支社・部門に横展開し、さらなる効果獲得を目指す。生産性の改善はもちろんのこと、RPA開発に携わる人材も増やすことで将来に向けたデジタル人材の育成にも貢献。

RPA開発イメージ



RPAの活用による業務負担軽減

人事本部のRPA担当者として全社の勤怠エラーを集計し各拠点の勤怠管理担当者へ分割したデータを配信する業務を自動化しました。従来は各担当者ごとに同様の集計作業を個別に行っていましたが、配信により集計時間が不要になり、かつ同一の業務粒度で確認を行えるようになり、全社的な業務削減につながっています。自身も自動化により創出された時間で人事本部内の他業務の効率化や自動化を構想・企画・開発することができています。



人事本部 人事部 人事企画課 河野 寿

IT-BCP

地震や水害などの大規模災害時でも安定的な流通を支えるシステム環境を維持すべく、東西2か所のデータセンターにて大規模データベースを構築。また、別途バックアップセンターも構築し、万が一の災害に備えています。今後はバックアップクラウド化を推進してまいります。

情報セキュリティへの取り組み

取引先様との重要な情報を守るため、社内規程に「機密管理規程」・「情報セキュリティ管理規程」を定めています。また、ESG委員会の分科会として「情報漏洩対策分科会」を設置し、全社横断的にメンバーを選出。変化するデジタルリスクへの対策を検討し、決定事項についてはシステム本部で新規開発・外部ツールの利用検討など技術的な対応を行い、事業やプロジェクトを安全・安心かつ効率的に推進できる情報セキュリティ基盤を構築・運用しています。分科会では「情報漏洩対策チェックリスト」を都度更新し、全社員が情報漏洩防止への意識を向上する機会を設けています。

情報漏洩対策としてこれまでに構築した機能や取り組み

- イン트라ネット上の重要情報の権限付与制限
- 複合機の印刷設定変更
- オンラインストレージの利用集約
- 出力用USBメモリの使用禁止
- バックアップクラウド機能の導入
- 機密書類の適正処理のためシュレッターの追加購入
- ゴミ箱集約による紙媒体の情報漏洩リスク軽減