

# 地場卸も「デフレ仕様」

## 小売り低価格化で利幅小さく

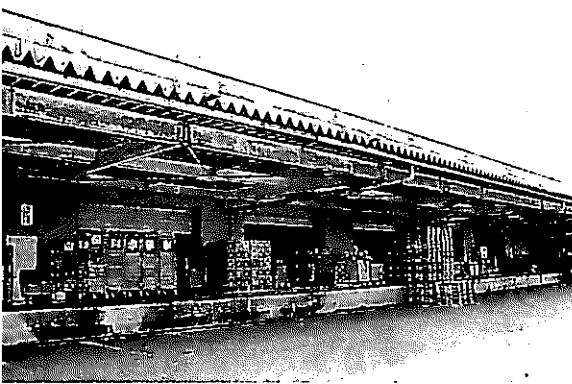
トゥディック

# 物流刷新センター改装

## 経費削減、出荷精度を向上

北陸の地場卸が、小売業の低価格路線に伴い、経営体質の改善を迫られている。低価格で利幅が小さくなっているため、化粧品や日用雑貨卸のトゥディック（金沢市）は、商品を管理する物流システムの刷新と、本社に隣接する物流センターの改装で抜本的なコスト削減に着手する。卸業者を通さない「中抜き」などで経営環境は厳しく、卸も「デフレ仕様」（小売業関係者）で収益確保を自指す動きが強まっている。

効率的な出荷のために改装する  
トゥディックの物流センター  
—金沢市内



トゥディックの新システムは、物流のシステム開発などを手掛けるホンタロシコム（愛知県春日井市）の物流管理システムを自社用に改装して導入する。商品の入荷から出荷まで一元管理できることに加え、北陸三県と愛知、新潟両県に展開し

ている6カ所の物流センターをネットワーク上で一括管理できる。出荷時に商品を集める作業や在庫管理に掛かる費用が削減できるといふ。

物流センターの改装では、商品の搬送コンベヤーを一新し、より効率良く出荷できるように在庫や機械などの配置を見直し、出荷数量の確実性といった物流品質を向上させる。新システムと改装により、物流コストを約7%削減できるといふ。

野村誠一郎社長は消費者の節約志向や小売りの低価格路線で、商品価格にコストを上乗せしにくいとして、「成長のためには少しでも

として、より筋肉質な体質を自指さないといけない。お得意先へのサービスレベルもさらに向上させたい」と強調する。システム刷新と改装は25日から始める。

北陸三県を中心に事業を展開する卸売業の北陸中央食品（射水市）が新たに整備した配送センターでは、人件費などコストがかかる夜間の稼働を短縮するなどして、年間2千〜3千万円の経費削減につなげている。

メーカー品に比べて利益率が高いとされてきたPB（自主企画商品）の展開を卸独自で広げている企業もある。

### 自主企画商品を拡充

澤田悦守社長は「ここ数年、富山でも小売り側の低価格化の流れがあり、新配送センターの整備で対応した」と話す。

これはキョーザやアイスクリームなども加えて49種類に拡大している。担当者は「地元の食材を使い、安心安全な商品を提供したい」とし、さらに商品群を充実させる意向だ。

トゥディックは、同社が加盟する地方卸連合「J-NET」で開発した独自商品を扱っている。今後は地場メ

連合の流通網で全国に地元の付加価値が高い商品の展開を目指す。