

---

『物流 Weekly』連載原稿

『日本ロジファクトリーの物流ケース・スタディー』

“社長！それは違います！” 第104回

---

<タイトル>

「ロケーションの見直しに出荷頻度ABC分析は欠かせない」

<本文>

今回も倉庫運営における庫内改善について述べていきたい。

倉庫のレイアウト、ロケーションの重要性については

皆さんも既に分かっておられると思う。

しかし、そのレイアウト、ロケーションの見直しをいかに正確に、

適度に行うかをここではお伝えしていく。

「よく動くモノ」と「ほとんど動かないモノ」をどこに置けば良いかは、現場スタッフが定性的に理解している場合が多い。

しかし、その中間に当たるモノはどこに置けば良いのか。

この質問に的確に答えられる会社や現場は少ない。

なぜなら、定量的に分析を行う必要があるからである。

分析と言ってもアカデミックな内容ではなく「集計」レベルの作業である。

ここで重要なのは「何を集計するか」だが、

出荷する「個数、数量」や「金額」で行っているという会社も少なくない。

これは全くの間違いではないが、正確性に欠けてしまう。

「頻度」、いわゆる「出荷される回数」を集計する必要があるのである。

例えば「個数、数量」であれば、一時に大量出荷したモノがイレギュラー値となるし、

「金額」であれば高額商品の出荷があればそれがイレギュラー値として出てしまう。

それならば出荷「頻度」は何を見れば良いのか。

答えは出荷伝票のデータ「行数」である。

これを集計し、アイテム毎に構成比を累積することで、

大きくはA・B・Cランク、詳細にはAランクからZランクまでの区分を行う。

運用レベルではA・B・Cランクの大まかな区分で十分である。

なぜなら、上位20%で全体の80%を占めるという20:80のルール(パレートの法則)が成り立つからである。

従って、出荷頻度の多い上位20%のアイテムを抑えれば、

大半の荷動きを把握できるということである。

しかし、この荷動きは必ず「変化」する。

そのためレイアウト、ロケーションの見直しが不可欠となる。

大手の食品卸や日用雑貨卸では「ロケ番」という専任者がおり、

---

常時見直しを行っている。

多数の荷主の商品、荷物を預かる一般の営業倉庫であれば、せめて「年4回」、要するに一シーズンに一度はこの集計作業に基づいたレイアウト、ロケーションの見直し作業が必要である。

皆さんの倉庫では最適なロケーションが組みられていますか。