



株式会社シズナイロゴス  
DX戦略

株式会社シズナイロゴス  
2024年9月

## 目次

- |                 |               |
|-----------------|---------------|
| 1. はじめに         | 2. ロードマップ/KPI |
| 1) 背景           | 3. DX推進体制     |
| 2) 経営目標         | ①DX推進体制について   |
| 3) DX経営ビジョン     | ②イメージ         |
| 4) 具体的な方策       | 4. 人材育成       |
| ※イメージ           | 5. セキュリティ強化   |
| ①EDIの取り組み (社外間) |               |
| ②情報共有ツール (社外間)  |               |
| ③WNSの導入～推進      |               |
| ④予実管理システム       |               |
| ⑤自動配車システム       |               |

## 1. はじめに

### 1) 背景

コロナ禍が落ち着き、日常生活が戻り、ヒト・モノの動きが活発化してきました。北海道においても企業の設備投資が動き出し、インバウンド需要も復活の兆しが見えています。

物流業界においては、2024年問題、ドライバー不足、物流倉庫の逼迫、燃料高騰等に加え、SDGsやGX等、社会からの要請にも応えた企業運営が求められています。

この様に、社会情勢が変化し続けていく中、荷主に安定した物流サービスを提供し、売上の機会を損失させないことが、当社のミッションとなります。

その実現の為に、生産性（効率）の管理が必須であり、デジタル化を推進し、数字に基づく企業経営が重要となります。

### 2) 経営目標

当社の経営目標として大きく4つの柱を掲げます。

- ①**社会責任**：安定した物流サービスを提供する（3PL事業、路線事業）。  
一次産業の発展を支援する（農業物流）。  
オーバーツーリズム対策に取り組む（観光物流）。
- ②**先進性**：DX化を推進し、生産性の向上～適正人員の配置～収支改善に繋げる。  
また、新たな価値を生み出し提供する。
- ③**多様性**：女性、外国人材、障害者、高齢者 等 多様な人材を活用する。
- ④**持続性**：SDGsの取り組みを推進する
  - ・車両の集約化、適切な車両サイズへの入替（配送の効率化）
  - ・LNG車の導入（代替エネルギー）
  - ・感知式LED照明の導入（省エネルギー）

### 3) DX経営ビジョン

物流業はサービス業とも言え、生産性の向上が売上・利益の増加に直結します。

そして生産性を向上させるためには様々なデータ（数字）を捉え、分析する必要があります。データ（数字）を分析することで、無駄の排除が行われ、生産性を向上させることが出来ます。

一方、インフラとも言える物流業界は、2024年問題もあり、稼働出来る車輛及び時間は限定され、将来的には縮小していく見込です。

物流のキャパシティが縮小することは、荷主にとっては商品を届けられないことになり、売上機会の損失に繋がります。

そこで当社では生産性を向上させ、商品を漏れなく配送・保管することで、荷主の売上機会を維持し、結果として顧客満足の向上に繋がります。

生活必需品を多く扱う当社の物流は、日常生活を維持する為に止めるわけにはいきません。そのツールとしてDXを活用します。

### 4) 具体的な方策

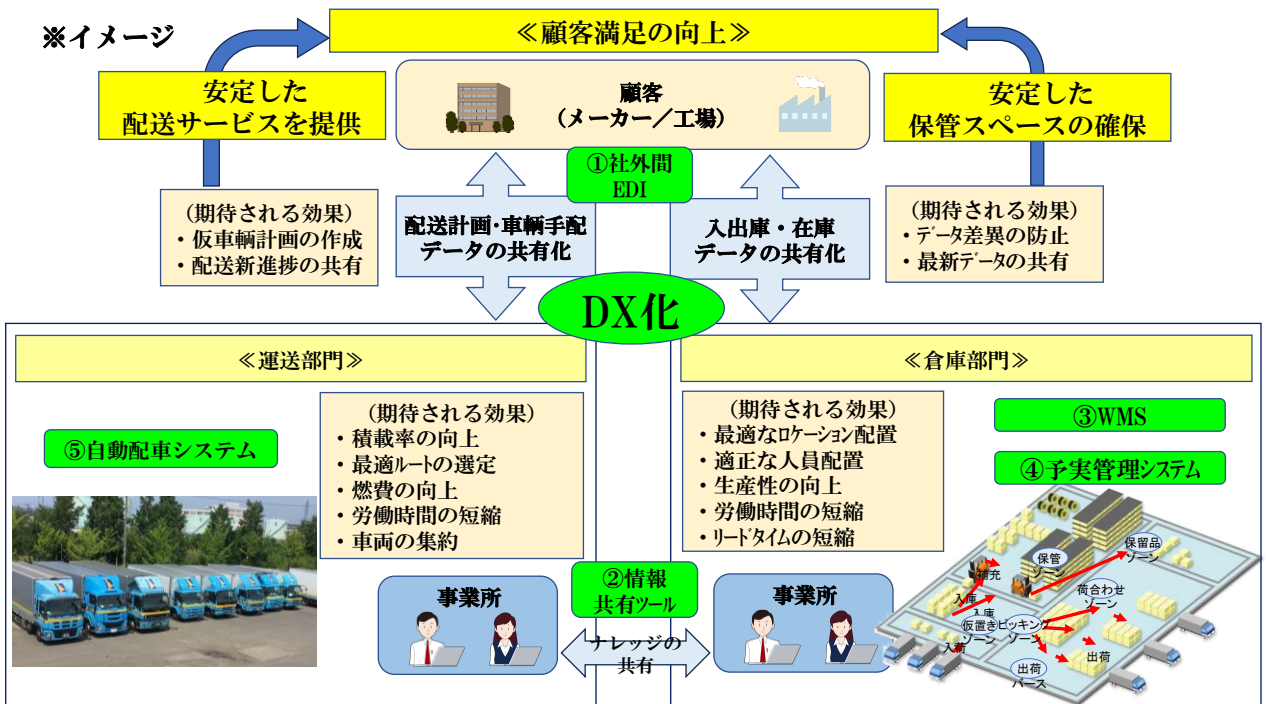
社内外において、連絡漏れや誤発注、業務遅延の要因として、電話やFAX等のアナログの業務手段が使われ続けています。そこで①EDIの導入、②情報共有ツールの導入を推進します。

次に、社員の経験と勘に依存していた倉庫業務に対し、③MWSや④予実管理システムを導入し見える化に取り組みます。

これによって、今迄、多くの時間が割かれていた生産性等の数値をデータ化する為の入力作業が削減され、データを活用～分析作業に注力することが出来ます。

最後に⑤配車計画の作業がシステム化され時間短縮が図られると、企業全体における生産性の向上が期待され、社員の作業時間削減、及び適正な人員配置にまで着手することが出来ます。

以上のことから、荷主に対し安定した物流サービスを実現します。加えて余剰が生まれれば新たな保管・配送サービスを提供することで、荷主の売上機会拡大として還元することが可能となります。



#### 4) 具体的な方策

##### ①EDIの取組 (社外間)

取引先との受発注・指示に関しては、EDIを導入し在庫システムを共有～利用することが主流となってきました。その結果、指示漏れや在庫差異の発生等は減少しています。

しかしながら部分的にはメールを活用している取引先もあり、費用対効果を考慮しながら、EDI導入に向けて取引先と協議を進めていきます。

##### ②情報共有ツール (社内間)

社内間の伝達ツールとしては、引き続きFAX・メールが主流です。

FAXの為に帳票が作成され、無駄な作業が生まれています。また、一方的なメール送信の為に、スムーズな情報共有が行われず、空白の時間が生まれています。

そこで、情報共有ツールを導入することで、データや業務の可視化を行い、生産性の向上を狙います。

### ③WMSの導入～推進

当社がお預かりする商品は、常温の加工食品が中心となります。その為、荷動きの季節波動が大きく、また多品種少量生産の傾向も進んでいます。

その様な荷動きに対応する為、当社の物流センターではフリーロケーション方式を採用して在庫管理にあたっています。

しかしながらフリーロケーション方式のデメリットとして、商品の保管場所を担当社員のみが把握しており（速やかに事業所内で情報共有出来ない）、他社員が該当商品を探す場合、時間を要することがあります（社外の問い合わせにも迅速に対応出来ない）。

上記を踏まえ商品のロケーション管理を行う為にWMSを導入します。

### ④予実管理システム

季節や曜日波動といった過去実績と、実際の荷扱い量、稼働出来る社員数及び個々の生産性値を照らし合わせ、今及び将来における最適な人員体制を導き出すことが、部所運営に求められています。

但し現状は、数値に基づく労務管理を行う際、データ処理が煩雑化している為、生産性の向上が見込まれず、結果として労働時間の短縮にも繋がらない状況です。

そこで、現在エクセルで作成している予実管理表をシステム化することで、上記状況の改善を目指します。

当初は拠点別で導入し、最終的には複数拠点における適正・的確な人員配置を自動化することが目標となります。

### ⑤自動配車システム

限られた車両、ドライバー、労働時間を前提に、荷主から求められる配送業務を実行する為には、綿密な配車計画が必要となります。

しかしながら、その作成が属人化され、多くの時間を費やしています。

そこで、過去の配送積載実績・ドライバー（取得免許、業務経験）、届出先（距離、納品条件）、道路・気候等を考慮した自動配車システムの導入を推進します。

最初から完璧なシステムを導入するのではなく、アジャイル開発を基本とします。

配車計画の時間が短くなれば、その分早く、倉庫部門は出荷作業に取り掛かることが出来、ドライバーの拘束時間も短くなります。

## 2. ロードマップ/KPI

項目		2024年度	2025年度		2026年度	
KPI	目標値	下期（現状）	上期	下期	上期	下期
①在庫管理・受発注業務のシステム構築（EDI）		拡張				
KPI	構築荷主数	1社		1社	(累計) 2社	
②情報共有ツール		構築  拡張				
KPI	共有荷主数		1社	1社	(累計) 2社	
③倉庫管理システムの導入（WMS）		拡張				
KPI	導入事業所数	1社	1社		(累計) 2事業所	
④予実管理システム（動怠・生産性把握）		拡張				
KPI	導入拠点数	9事業所	2事業所		(累計) 11事業所	
⑤自動配車システム		構築  拡張				
KPI	車両数				15台	
DX関連投資額		売上高×0.3%を予算化				

## 3. DX推進体制

### ①DX推進体制について

DXの推進には、経営層からのトップダウン、社員からのボトムアップ双方が必要と考えます。

そこで、経営層（含む経営企画部）から、DXに関する経営ビジョンを社員に提示し、「改善の余地」や改善策を探求させます。

経営企画部はシステム統括部と共同で、社員から挙げた「改善の余地」や、その改善策にDXの手法が適しているか判断、費用対効果等を検証します。

取締役会では、起案されたDXの取り組みに対し、是非を判断します。

了承された取り組みに対し、システム統括部は外部機関と協力し、システムの開発を行います。（否決された場合は、その理由を社員にフィードバックします）

導入後、経営企画部及びシステム統括部は、想定していた効果が得られているか検証します。

