

荷主企業の挑戦

主に女性向け衣料及び服飾雑貨の製造小売業（SPA）を手掛けるバロックジャパンリミテッドは、BAROQUE発のファッションブランドを日本の代表的なファッションブランドとして世界へ飛躍させることを誓う。国内事業では、多彩なブランドを展開するとともに、販売スタッフが多種で小ロットの商品を小規模店舗にてコーディネート提案することにより、安定的な成長を持続。海外事業はパートナーのベル・インタナショナル（中国）と連携し、中国ビジネスの拡大を急ピッチで進めている。生産・開発本部の田中泰紀・副本部長兼第三生産部長兼物流部長（51）は「物流はSCM（サプライチェーン・マネジメント）のパート、重要な役割」と話す。（沢田顕嗣）

現状の物流体制は、ツピングセンター・ショッ
洋服はしわになるため、ピングモール型に大別され
ケース納品だけでなく、ハる。更に、有店舗型と無店
ンガー納品ニーズも多い。舗型にも分類される。サブ
納品方法は百貨店型とショ ライチチェーン（供給網）改革

バロックジャパンリミテッド



「物流はSCMのパート」と田中・副本部長兼第三生産部長兼物流部長

EC物流構築が課題

売上機会ロスを最小化

「物流はSCMのパート」と田中・副本部長兼第三生産部長兼物流部長

る。佐川急便にお願いして
いるのは、オールインワン
が可能なのが最大の理由
由。両センターともに有店
舗と通販の商品について、
入荷・計上・出荷・返品・
棚入れの各業務を実施して
いる。

我が社は「グローバルS
PA」を標榜している。
国内はスクラップ&ビルド
と並行し、東京（首都圏）
を中心に拠点を強化する。
一方、海外はベル・インタ
ーナショナルと連携してお
り、現地（中国）の物流を
18年から内製化する。
足元の最大の物流課題は、
売り上げの成長に同期した
EC（電子商取引）物流基
盤の構築。在庫連係による
売り上げ機会ロスの最小化
と、商品の受け取り手段の
選択肢拡大もテーマに掲げ
ている。

パートナリに最も望む点
は、当社にも言えることだ
が、スタッフ一丸で知恵を
絞り、物流品質を下げずに
コストをいかに下げるか
—という点。コストダウン
の主な方法は①運送費②
庫内業務の外部委託③倉庫
の賃料—。返品や店舗間
の移動を抑制するため、2
016年度から商品の見え
る化（二元管理）を図り、
運送費を低減している。

物流の果たす役割は、適
地、適量、適配。例えば、
商品の8割は中国で生産さ
れている。それらを中国国
内で販売する場合、日本に
横持ちすることなく、現地
で販売する仕組みを整えて
いる。仕入れ先からのセッ
ト納品も推進していく。こ
れは仕入れ先（主に中国の
提携工場）から当社倉庫へ
の検品・入荷作業について、
単品ごとに行っていた作業
をロット単位のケース検品
・入荷方式にすることで、
作業工数を大幅に削減する
のが狙いだ。また、倉庫か
ら店舗への出荷・返品作業
は、毎日ないし週に数回行
っていたのを週2回程度に
集約し、作業工数及び運送
費を削減する。物
流はSCMのパー
トで、重要な役割
を担っている。常
に改善を目指し、
日々愚直に取り組
んでいる。

の一環で、倉庫は5カ所②
014年時点をつカ所増
O14年時点をつカ所増
クしており、検品所から店
舗へ直送する取り組みも行
っている。商品の流れは工
場↓検品所↓倉庫（センタ
ー）↓店舗と、工場↓検品
所↓店舗の2パターンがあ
るともう1社に委託してい