



以最嚴格的檢驗設備貫徹品質管理

結合產地直銷將健康宅配到家

— COOP 東都生活協同組合 • 新座冷鏈物流中心

東都生活協同組合，成立於日本東京都，屬於地域消費性生協，受到日本社會少子老齡化的影響，加上社會大眾對食品安全的疑慮，以及郵購目錄與電子商務的便利性，讓生協的發展更加普及也更加快速，我們在2013年11月帶領日本物流考察團，拜訪了東都生協位於埼玉縣新座市的冷鏈物流中心，東都生協的山本 昇部長，非常熱誠的接待我們，並詳細的為我們介紹著，東都生協的運營模式，生協是以家庭或個人宅配為對象，每周推出2500-3000種商品，包括牛奶、蔬菜、米、水果、肉品、調味品、服飾、海產品等，每日出貨量在25萬個商品，在冷鏈環境下，如何快速的揀選，最精簡的包材，無庫存低成本的物流，做到最佳效益化。物流現場管理是委託第三方物流公司，東都生協僅作協調角色，專業分工，將自我價值最大化。

—編輯部



東都生協 小檔案

總部：東京都世田谷區船橋

成立日期：1973年

資本額：日幣 69 億元

員工人數：正職 409 人，兼職 535 人

物流據點數：16 個

配送範圍：東京都、埼玉縣、千葉縣、群馬縣

會員數：232,268 人 (家庭)

年營業額 (2013 年)：日幣 332.3 億元

Co-operative 合作社組織的發展

“Co-operative (COOP)生活協同聯盟”，它是一群基於節省與公平公正原則，向供貨商共同採購的團體，在1884年成立於英國。經過多年的演變，它已經成為一個國際組織“國際協同組合聯盟(產業合作社)ICA”(ICA=International Co-operative Alliance)，如今，它已經有96個國家的生協、農協、漁協、森林組合、勞動者協同組合、住宅協同組合、信用協同組合等271個產業合作社組織加盟，組合員人數超過10億人。日本的生協組織成立於1879年，現在，日本生協的會員總數已超過2700萬人(家庭)，年營業額超過新台幣1兆76億元(人民幣2015.19億元)，地域生協會員每人每月平均消費11,298日圓，平均出資金額31,746日圓。

Co-operative在各國有許多名稱，日本稱為：生活協同組合，台灣稱為：主婦聯盟生活消費合作社。在大中華地區，我們統一名稱暫且稱為“生活協同聯盟”(簡稱：生協)吧！生活協同聯盟成立的宗旨是：以『出資、利用、運營』的基本原則，由加入者出資成立共同的非營利會員組織，以照顧農民，保護環境，促進產地直銷，利用群體力量，進行團購，組織要有嚴格的檢驗設備與機制，掌握商品品質，並快速的配送到家庭。生活協同聯盟的會長是透過選舉產生，組織的職員是聘雇，組織的運營經費是由商品買賣中的利潤產生，組織有盈餘，要分配給所有會員。要販售的商品是由會員與產地農家共同企劃的，以有機無毒健康的商品做為團購商品，來保障所有會員的健康幸福。日本的生協組織，包括了生育、住宅、交通、養老、保險與生命等各領域。國際協同

聯盟運動已持續百年，近年來，更因社會少子老齡化，也因郵購目錄、網購、手機購物的普及，有了更寬廣的發展。

COOP 生協對商品品質的要求非常高，採購的重點有：

- 3個基本：安全性、品質、低價格
- 5個附加價值：健康、美味、快樂便利、環保、食材的配送

生協的採購基本理念是：

- 產地直銷：直接購買日本當地農民生產的農產品
- 協同：共同企劃共同購買
- 民主：自由決定

產地直銷的五個原則：

- 明確生產者、生產地、收穫時期
- 明確生產方法與出貨時期
- 堅持環保的生產方法
- 保持好吃與新鮮度
- 生產者與消費者直接交流

COOP 生協的商業模式

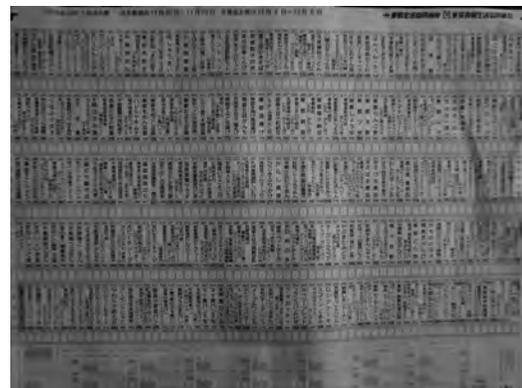
首先要先加入會員，以1000日圓為一單位，以五單位(5000日圓)做為加入的入會





生協邀請會員與農家共同企劃商品

費，每年再繳交1000日圓的年會費，隨時想要退會時，可全額退回入會費。生協會邀請會員與農家加入企畫團隊，每周推出一系列生活用品與生鮮食品的採購名單，包括哪一個農家的產地直銷商品，與有照片說明並標示價格的報紙大小約32頁目錄，附上單張勾選的訂購單，同時也上網及上APP目錄圖文，會員可透過手機、電腦上網訂購，也能透過傳真、電話或送貨司機取回訂購單，採購費用能夠以信用卡或匯款方式繳交，基本的訂購模式為，每周下訂單，隔周可指定時間宅配到家。取貨地點中，團購可到聯絡員家裡取貨，免運費。單獨購買，直接配送到家庭裡，運費189日圓。也能到生協直營的超市取貨，免運費。



生活協同組合訂購型錄

商品的物流流程

由產地或各工廠直接送貨到各所屬的物流中心，各類商品在各物流中心揀貨完成後，其中，青果與冷鏈商品裝入塑料袋，再裝入蓄冷箱中，分別配送到配送中心，在配送中心將青果、冷鏈食品與常溫商品集合



與保鮮期檢查，隨即推入青果、冷藏或冷凍暫存區，商品分別裝載於籠車或塑料箱內，推到待揀選區域。揀貨作業開始前，電腦依據訂單指示，自動列印出標籤，並自動貼付於保麗龍箱上，由電腦判斷商品多寡，決定塑料袋大小，並將塑料袋以人工放置於保麗龍箱內，接著，流往下一階段作業。



揀貨 (相片 ⑤ - ⑩)

暫存區的商品分別推往各揀貨區域，放入流利架上。青果類到加工區，由人工作品質判斷及篩選，並分包成小包裝方式，再送至揀貨區域。青果商品、冷藏商品與冷凍商品分別放於不同區域，分別採取摘取式揀貨方式，依據電子標籤顯示數量揀出商品，在輸送機一側以發光導引燈方式，指示應放置的箱子。冷凍商品則放置於冷凍庫外側的展示架上，展示架上加裝一個透明塑料簾，以阻絕冷氣外洩，也同樣以電子標籤顯示數量揀出商品。

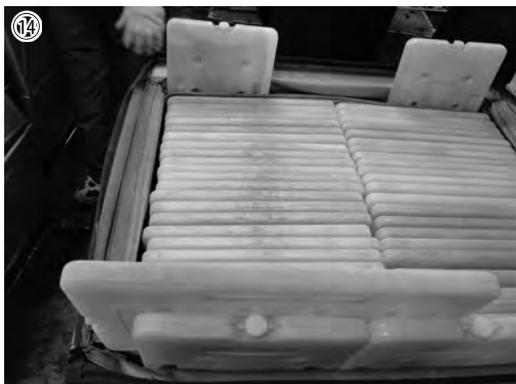




檢查確認 (相片⑪ - ⑮)

揀出的商品是分別放在不同的塑料袋中，分別以明細表單確認商品，並將塑料袋以人工直接綁好，貼上收貨人標籤，依收貨人地址，將同一區域的塑料袋，放於相同的蓄冷箱中，將塑料袋放於不同大小的蓄冷箱中，在蓄冷箱中再放入不同的冷藏或冷凍蓄冷劑。Z型(78L)蓄冷箱裝冷凍商品，可堆疊2列x3段；冷藏與青果使用TZ型(71L)蓄冷箱，可堆疊1列x 6段。





出貨暫存 (相片⑮ - ⑱)

將蓄冷箱以移動吊臂，自輸送機上移載到四輪平板車上，分別推到出貨暫存區。

出貨裝車 (相片⑲ - ⑳)

出貨碼頭共有3個，將裝載於四輪平板車上的蓄冷箱，推入常溫貨車內裝載，運至配送中心。



20



轉運

運至配送中心後，將相同區域的蓄冷箱分揀至同一車輛上，依配送明細將同一客戶所訂購的冷藏、冷凍、青果與常溫商品取

出，宅配到客戶處。將商品取出送給客戶同時，也遞交下周商品目錄，同時取回本周訂購之商品訂購單。

生協的未來趨勢

生協講求環保，從商品的進貨開始到配送到客戶處為止，完全一貫化以周轉容器作業，配送給客戶的包裝，也僅以可自動自然分解的塑料袋，不僅

極大的節省包裝費，又能完全的保護地球環境。三溫層的物流作業與配送，讓設施功能發揮極致。

先進國家早已進入老齡化與少子化時代，中國大陸與台灣港澳地區也相同，隨著生活水平的提高，從吃飽到吃好，對健康要求更高，在此趨勢下將帶動生協的蓬勃發展。生協將形成整個生活的產業鏈，包括生活福祉、養老院、坐月子中心、遊樂園、靈骨塔、農家樂、醫院、集合住宅等，加上生活購物，人的一生活，生老病死都離不開生協。最重要的是，生協是以產地直銷做為重點，完全照顧農民，可做到產銷一體化，因此將會受到政府的高度支持，社會團體的高度支持與農民的高度支持，那麼高度成長將指日可待。👁️

配送センター

- 配送は1.5～2.0噸車輛を使用。
- 1車輛当たり1日約60件の配達。



商品のお届け

- 注文された商品は週1回、決まった曜日と時間にお届けします。(翌週お届け)
- 商品の配送時にお留守でも専用の保冷箱に、ドライアイス、蓄冷剤を入れてあるので安心です。

