



通過人和系統的有機結合， 優化客戶服務，整合郵購據點

— Dinos 東京物流中心

從日本郵購商務初創期到現在，大力拓展郵購事業範圍的（株）Dinos 公司，從 2006 年 10 月開始在東京都町田市正式運營“Dinos 東京物流中心”。把分散在關東的 5 處物流據點集中到一處，能夠統籌管理從大到小的商品。在現場致力於完善視覺化管理，配送品質的提高，強化商品檢品功能，保護個人資訊以及應對不斷增大的物流量的高度系統化管理。

這其中值得一提的是，採取了人和自動化設備同時運行的工作機制，實現了迅速出貨和零錯誤。為了實現 Dinos 提出的“用戶第一主義”這一理念，在這個物流中心強化以上管理，努力提高物流服務及品質。那麼，就讓我們走進中心現場，看一看中心實際運作的狀態。

以實現最優物流為目標的據點集約

根據 JADMA（日本郵購協會）的發表報告，2007 年郵購行業的整體銷售額為 3 兆 8,800 億日圓。雖然去年受金融不景氣的最終影響還不明確，但是每年銷售額還是遞增。

作為郵購商務大公司其一的 Dinos 公司，是（FUJISANKEI COMMUNICATIONS GROUP 簡稱 FCG）在 1971 年新成立的公司。作為日本的電視購物先驅進入人們的視野，其後涉足廣播和 BS 的電視購物節目，開始了以女性購買族群為中心的百貨、服飾、美容器材、家

具等和家庭相關的郵購事業。現在為富士媒體控股的子公司，2007 年的銷售額為 632 億日元。（圖表 -1）

“總是以嶄新的創意，體現獨特價值”為目標，把從商品開發到品質管制的“商品化計畫”，商品目錄以及電視、網路等介紹商品的“媒體”，負責接受訂貨／發送／售後服務的“實現”設定為三個基本範圍開展服務。（圖表 -2）

最初是作為“電視收看者服務”的一環啟動了這個郵購事業，後來借助互聯網普及的東風逐年擴大，07 年度的銷售額比率目錄占 8 成，電視占 2 成不到（網路郵購包括在目錄內，不單獨計算銷售額）。在商品的比率中，按照銷售數量來說，時尚百貨首當其衝，按照金額比率來說，大件傢俱占首位。

此時企業旗下的物流公司在關東分散為 5 個據點，傢俱為神奈川縣大黑和東扇島 2 處，小百貨系列為同神奈川／京濱 2 處，保健食品／小件商品在東京／立川。該公司致力於提高物流服務品質、公司物流本部副本部長（兼物流部長）的岸端聰先生如此說：“為了實現客戶第一主義的配送服務時，從如何才能達到至善效果，這樣的考慮出發，開始了新據點的計畫。”

“考慮到通過新據點整合保管／出貨和物流服務，就能夠提供客戶看得到的最優化物流。”該公司商品範圍廣泛包括由雜貨／服飾，保健食品等的小型商品到地毯、傢俱等大型物品。

從前是從顧客那裡接受訂單，在各個庫存中心進行分揀，單獨配送。因為同公司的一個訂單平均個數有兩個，可能導致客戶從不同中心收到商品。

如果將老據點整合為一個據點，統一管理訂購商品，就能夠提高客戶服務（大型物

圖表 -1 Dinos 公司概要

商號：株式會社 Dinos
代表者：董事長 高橋一元
創業：東京：昭和 46 年 12 月
成立：平成 3 連 3 月 25 日
註冊資金：20 億日元
銷售額：632 億日元（平成 19 年度）

圖表 -2 Dinos 建築面積概要

占地面積：33,861.28m²
建築面積：10,886.02m²
建築面積：52,803.88m²
構造：鋼筋混凝土構造
層數：5 層建築

品和冷凍食品等屬於例外另行配送）。傢俱有很多情況是從工廠直接配送到客戶，從客戶資訊保護的觀點來看，也能夠提高層次。

超短時間內完工

Dinos 東京物流中心（DLC）從 2006 年 10 月開始正式運營，在此之前其經歷頗為坎坷。首先該公司以前是將多處物流據點委託外包進行營運。

因此在上述研究中，作為新中心計畫／構築的戰略夥伴，從複數候選中選定豐田 L&F（TOYOTA L&F 神奈川（株式會社）／（株）豐田自動織機豐田 L&F 公司）的提案，推進具體操作。

但是“因為從受託到營運開始只有 1 年零 3 個月，都是極為緊湊的日程，我們全心投入了此項目的推進”（豐田自動織機物流工程營業部擔當部長熊倉孝先生），從庫內設計，建築交涉，到系統構築，與 Dinos 共同組建的團隊，就像一個前進的大車輪，完成了堆積如山的工作。這個團隊從系統開發到傳送帶，備件由 9 個公司構成，豐田 L&F 進行系統統括和總承包管理。

新中心的物料搬運設備與 WMS 等資訊系統是自己投資，建築物決定租用，透過 Japan Realest 公司租借日立租賃（株）建築。