

物流シンポジウム

持続可能な物流システムの構築に向けて ー解決のカギは「デジタル技術」ー

## 三菱食品の物流におけるデジタル技術の活用について

2024年7月22日

三菱食品株式会社 取締役常務執行役員 SCM統括

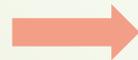
田村 幸士

三菱食品は、食品メーカーと小売業をつなぐ、  
中間流通（卸）として、発荷主・着荷主の両面  
の役割を果たしている。

- 全国のスーパーマーケット、コンビニ、外食産業、ドラッグストアなどに食品を供給。
- 主として、加工食品、酒類、菓子、低温食品を取り扱う。
- 取扱高 年間約2兆円。
- 在庫拠点は全国に約350箇所、一日当たりの運行トラック数は約7,600台。

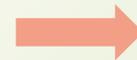
メーカー

6,500社



中間流通（卸）

 三菱食品



小売業

3,000社



# 荷主がデジタル技術を活用してやるべきは、 自社の物流の「可視化」。

その背景とは・・・

- 多くの荷主が、物流の「コスト」にしか興味を持っていない。
- 物流の実務については委託先の物流事業者に丸投げしているケースが多い。
- 2024年問題が深刻化していく中で、荷主自身が物流のやり方を変える必要がある。
- 物効法の改正に伴い、荷主が自社物流の実態を正確に把握することが求められる。

# 三菱食品は、物流の「可視化」を進めている。

## 配送の可視化

- 三菱食品の首都圏エリアを中心に、全国約**3,000台**のトラックに導入。



## 作業人時の可視化

- 全国約**100拠点**に導入。



# 「可視化」の次のステージは、データを活用した「最適化」。

