

【EC 倉庫見学報告書】

1. 見学会概要

日時: 2025 年 8 月 20 日 (水) 10 時～16 時

場所: 午前: 東京納品代行株式会社 (南港東)、午後: 扇町運送株式会社 (南港南)

参加者: 10 名 (OAP 正会員応募者)

2. 見学の目的

EC 倉庫運営の実務理解と効率化のヒント収集

EC 倉庫の共同化検討

会員企業間の情報共有と交流促進

3. 見学内容の概要

3.1 東京納品代行株式会社 (アマゾン EC 出荷)

- ・数か月にアマゾンから予定出荷数が提示され、予定数を参考にして人員配置が行われる。
- ・予定数を下回った場合はアマゾンからの補填がある。
- ・アマゾンは、倉庫キャパシティを適切に管理し、無理な数量押し付けはない。
- ・出荷品目はワイン、日本酒、チョコレートなど多様であり、東京納品代行株式会社以外にも東日本エリアを含む複数の倉庫が存在する。これらの倉庫は、地域や在庫状況に応じてアマゾンの管理するロジックに基づき使い分けられている。
- ・単品出荷が中心だが、大荷揃えの仕組みもあり、大荷揃え後に単品の出荷検品・梱包を行い、正確かつ効率的な出荷を実現している。
- ・保管図や倉庫図は事前に提出しているが、アマゾンの担当者が定期的に倉庫を訪問し、倉庫内の配置や一時保管場所の状況、適正な動線管理のためのラインによる区画の明確化など、安全面および管理状況を細かくチェックしている。
- ・365 日稼働。繁忙期は 3～4 交代制で夜間作業も実施。
- ・送り状・納品伝票・検品を一体化し効率的な作業を可能にしている。
- ・現場の声は良好に思え、使い勝手の良い運営と感じた。

3.2 扇町運送株式会社 (リトルムーンアクセサリー EC 出荷)

- ・個人商店的な荷主であり、楽天、ヤフーなどの EC 出荷を行っている。
- ・数年前には楽天ショップオブザイヤーを受賞している。
- ・アクセサリー特有の複雑な作業があり、入荷時に JAN コードがない商品も多く、海外からの写真をもとに仕入れているため、現物と異なる場合もある。入荷商品を人的に A 品・B 品等選別している。
- ・過去大手の 3PL に依頼していたが、大企業特有の論理的対応ではむづかしい。扇町運送 (株) の担当者を固定し信頼関係を築き上げた結果で、細かいイレギュラー対応が可能となっている。
- ・商品管理は非常に細かく、紙のゴムバンドだけでも 30 種類以上の色や種類が存在する。

4. 所感

- ・アマゾンの仕組みの精緻さと標準化された運営に感銘を受けた。
- ・扇町運送 (株) の担当者の信頼関係に基づく柔軟な対応が印象的であった。
- ・両社の異なる運営スタイルから多くの学びがあった。

5. 見学会風景

・東京納品代行(株)、見学会前の説明



・東京納品代行(株)、大草社長



・扇町運送(株)、リトルムーンの李社長



・扇町運送(株)、トラック前

