株式会社モスフードサービス

食材の輸送に東京（タ）から31ft冷凍コンテナ利用

㈱モスフードサービスは、『モスバーガー』『テリヤキバーガー』などで知られるモスバーガーを国内1,335店舗、海外409店舗（2026年3月末時点）展開している。1972（昭和47）年に1号店の成増店（東京都）をオープンし、ハンバーガーチェーンとして発展するとともに、グロース事業として『Mother Leaf』『和食 あえん』『モスカフェ』など複数の飲食ブランドを持つ。2026年、『和食・酒 えん』『おぼんdeごはん』など和食総合レストランを運営する㈱ビー・ワイ・オーが傘下に入り、グループ全体の店舗数は1,850を超える。


庄司グループリーダー

モスフードサービス商品本部SCM部付物流企画・AI担当の庄司哲也グループリーダーは「モスグループは、創業当時から理念体系『モスの心』を指針とし、環境や健康、地域社会などに配慮した事業運営に力を注いできました。Mountain（山）・Ocean（海）・Sun（太陽）の頭文字から生まれたMOSという社名は、気高く、広い心と情熱を持った人でありたいという想いとともに、自然に対する限りない愛情と感謝の意が込められています。当社では120以上の契約農家と7カ所の直営農場『モスファーム』で栽培するトマト・レタス・玉ねぎなど、特に野菜に力を入れています。バンズ・ハンバーガーパティ、ミートソースやテリヤキソースといった他の食材もこだわりを持って安全・安心なものを提供しています」と話す。

SCM部には実際の物流を担う商品流通サプライグループ、商品流通サポートグループ（商流）、アグリ事業グループ（野菜の調達）、購買グループ（調達）があり、フランチャイズチェーンを支えている。


モスバーガー　テリヤキバーガー

商品流通サプライグループの高島しおりチーフリーダーは「モスフードサービスの主たる事業はモスバーガーのフランチャイズ運営で、店舗で使用する食材と包装資材の卸売業でもあります。SCM部ではそうした食包材の在庫や配送を管理します」と説明した。包装資材は商品を包む紙・ナプキン・カップなどさまざま。SCM部で在庫を管理するのは1,000アイテムほどになる。


高島チーフリーダー

モスフードサービスでは以前から、トラックドライバーの作業負荷・拘束時間を少しでも減らすため、混雑する日中を避けた店舗への夜間納品や船舶へのモーダルシフトに取り組んできた。

「本格的な鉄道シフトの大きなきっかけは2024年問題でした。当時は“物流クライシス”という言葉も出てきて、危機感が高まっていました。1,300以上の店舗に安定的に、365日、食包材をお届けするのは私たちの使命です。モーダルシフトは、それを維持するために必要なことの1つだと考えています。サステナビリティの観点から見ても、CO_2排出量削減に効果があります」と庄司グループリーダー。

モスフードサービスでは国内に9カ所のDC（在庫型拠点：Distribution Center）を設けている。他にTC（通過型拠点：Transfer Center）3カ所と、同社が直接契約を結ぶ地域の物流事業者により配送網を敷き、国内店舗へ食包材を届けている。

塩・ケチャップなどの調味料やテリヤキソース、レトルト食材はドライ品で、川崎DCから中長距離にある7DC向けに12ftコンテナを利用している。ドライ品に限れば9割程度を貨物鉄道で運んでいるという。包装紙やトレイなど各メーカーから直接各DCに納入される資材も多くあるが、『モスバーガー』のミートソースや『テリヤキバーガー』のテリヤキソースは製造工場がそれぞれ関東にしかないため、川崎DCから全てのDCへ発送する。



北尾運送の31ft冷凍コンテナ



予冷しながら到着


『フレンチフライポテト』『オニオンフライ』などの冷凍品




コンテナへ積載する

一方、輸入する『フレンチフライポテト』『オニオンフライ』『モスチキン』『海老カツ』などは冷凍品である。一部のセンターには直接入庫しているが、川崎DCから送り込む食材も多い。2025年10月より、川崎DCから佐賀DCへ31ft冷凍コンテナによる鉄道輸送が始まった。モスフードサービスはJR貨物ロジ・ソリューションズ㈱の提案を受け、北尾運送㈱のコンテナを東京（タ）ー福岡（タ）間で利用している。

「リスクヘッジとして、佐賀DC向けには鉄道と船の両方を利用しています。台風で船が港に入れないかもしれないし、鉄路が寸断されるかもしれない。何かあったときに補い合えるので、両方を利用するのが一番良いと考えています」と庄司グループリーダーは言う。

コンテナへの荷役は、段ボール箱のバラ積みとなっている。庄司グループリーダーは「一部レンタルパレットを導入しているところもありますが」と前置きし、「センターにより使用するパレットが異なり、パレタイズがなかなか進みません。労働力不足を緩和するためにも、国の主導でパレットサイズを統一するなど新たな枠組みが必要」と提言した。


左からSCM部の浅見リーダー、庄司グループリーダー、高島チーフリーダー
堀口さん

物流を戦略として

モスフードサービスでは、㈱HacobuのAI「MOVO PSI（ムーボ・ピーエスアイ）」を導入している。輸送量の平準化を実現する生産・販売・在庫管理サービスで、サプライヤーへの発注やDCの在庫管理をAIに担わせるものだ。庄司グループリーダーは「PSIは生産計画・販売計画・在庫計画を統合的に管理することで、効率的なサプライチェーンを実現するための方法論です。実績を読み込ませるほど精度が上がる。AIにはまず、1年を通した定番品の在庫管理や発注業務を任せます」と説明した。

さらなる鉄道シフトについて、高島チーフリーダーは「ドライ品の利用は進んできていますので、次はチルド品や冷凍品が検討対象となります。しかし31ft冷凍コンテナは数が限られているので、より柔軟に使える体制を整えてほしいです。サプライヤーさんから直接川崎DCに入れていただき、各DCに輸送しているものがありますので、そうした調達部分に鉄道コンテナを活用してもらえるといい」と展望。

また庄司グループリーダーは「貨物鉄道は信頼性や安全性に鑑みてもかなり強力なインフラであり、パートナーであると認識しています。これまで物流は、経費の一部であり削減するのが当たり前でしたが、削減するだけだとそのうち運べなくなる。『物流がなければ商品が届けられない』という意識を持ち、事業戦略の一部にしていきたい」と結んだ。