

第1WG報告書〈抜粋〉
返品削減に向けた取組み進捗と
日付情報ガイドラインのフォローアップ

2014年7月4日(金)

製・配・販連携協議会
第1ワーキンググループ

(作成: 公益財団法人流通経済研究所)

検討の経緯

- 製・配・販連携協議会では、返品削減について継続的に議論し、実行推進している。
- これまでのWGでは、加工食品・日用雑貨の返品実態を毎年把握するとともに、2012年度には以下の返品削減方策を提言している。
 - ①加工食品の納品期限の見直し
 - ②商品入れ替えプロセスの見直し
 - ③返品に係る取引条件・取引契約の明確化
- 2013年度には、製配販各社において返品削減実施計画を作成・共有するとともに、返品削減パイロットプロジェクトに取り組んでいる。
- また、日付情報の表示のあり方に関しては、2013年度に日付情報等バーコード化WGにて検討し、ガイドラインをとりまとめている。

本年度WGの目的

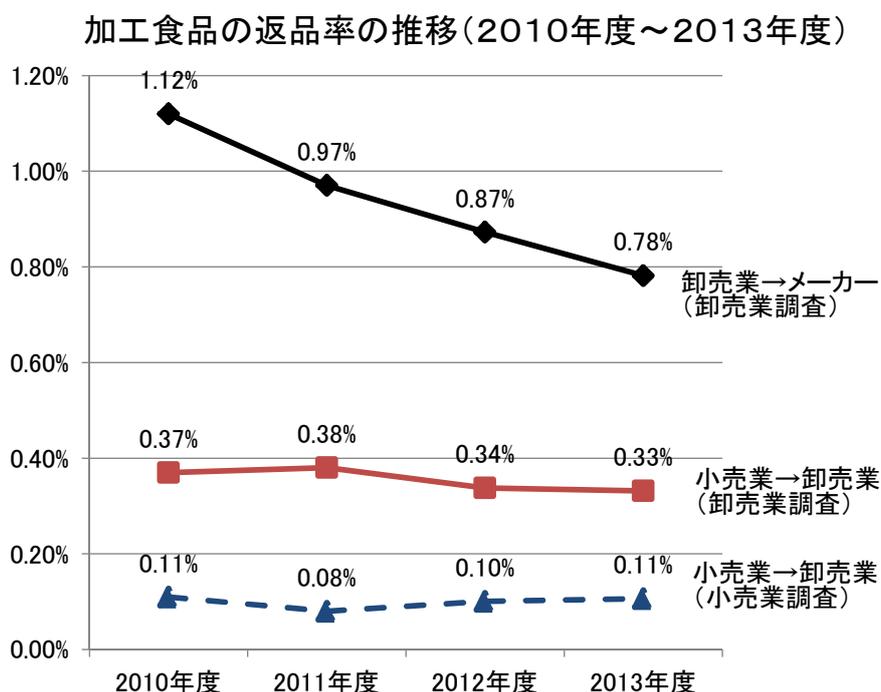
- 製・配・販連携協議会では、これまでWG活動を通じてサプライチェーン全体最適化に向けた方策を提言しているが、こうした方策を着実に実行していくことが重要である。
- そこで第1WGでは、昨年度までの返品削減WGの提言内容のフォローアップとして、昨年度中に実施・検証に至らなかった返品削減パイロットプロジェクトの実行、新たなパイロットプロジェクトの実施検討、返品削減方策の普及促進等を行う。
- また、昨年度の日付情報等バーコード化WGで提言したガイドラインについても、その普及拡大を図るため、活動状況についてフォローアップを行う。

(C)2014公益財団法人流通経済研究所

3

加工食品・日用雑貨の返品実態－返品率(加工食品)

- 加工食品では、「卸売業→メーカーへの返品率」(卸売業調査)が減少傾向にある。



(注)小売業調査は、年度によって集計対象企業が一部異なる。

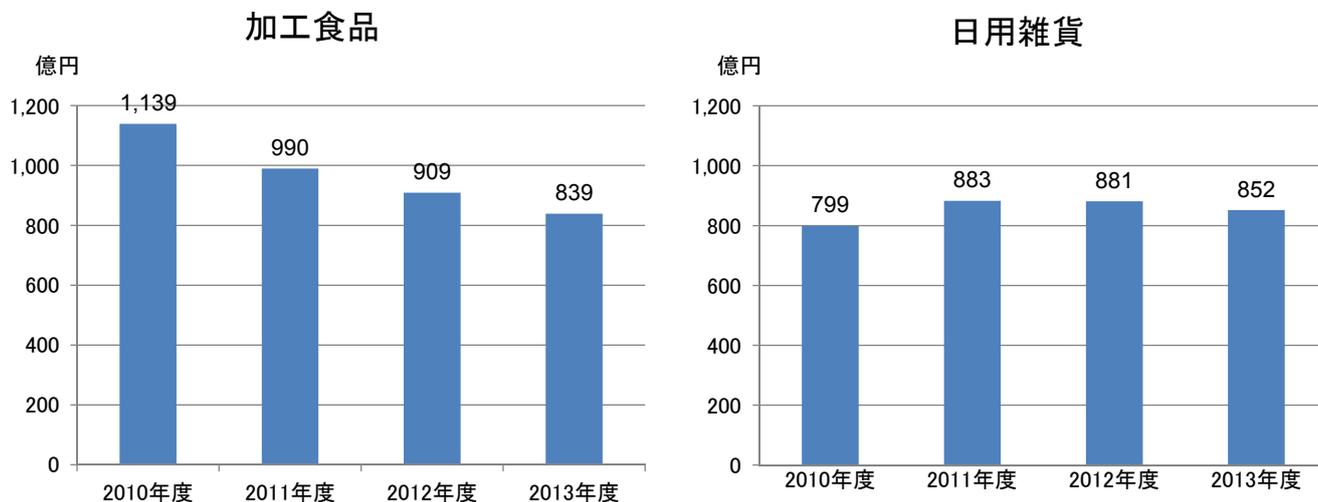
(C)2014公益財団法人流通経済研究所

4

加工食品・日用雑貨の返品実態－業界全体の返品額推計結果

- 卸売業調査結果を基に、業界全体の2013年度の返品額を推計したところ、加工食品は839億円であり、3年連続で減少していると見られる。

返品額の推計(2010年度～2013年度)



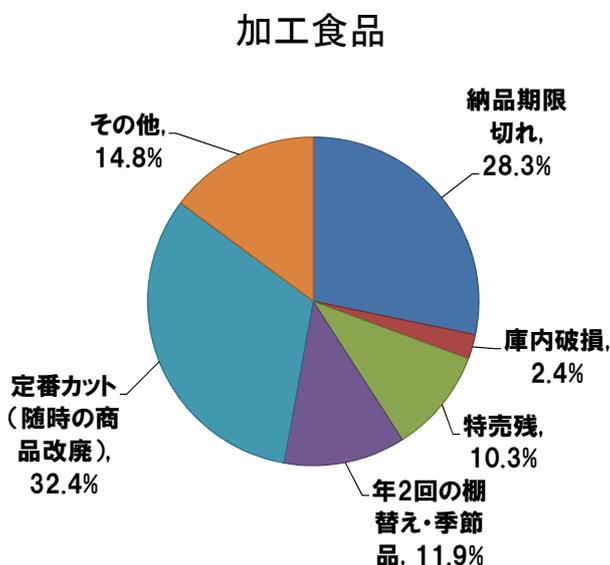
(C)2014公益財団法人流通経済研究所

5

加工食品・日用雑貨の返品実態－返品が発生理由

- 卸売業→メーカーにおける返品が発生理由は、加工食品では「納品期限切れ」「定番カット」が中心。

返品発生理由(卸売業→メーカー、2013年度)



(C)2014公益財団法人流通経済研究所

6

返品削減パイロットプロジェクト

■ 目的

- 返品が発生要因と考えられる納品期限や商品入れ替えプロセスなどのテーマ別に、パイロットプロジェクトを検討・実施し、返品削減の効果を検証した。

パイロットプロジェクトのテーマと概要

テーマ	概要
(1)加工食品の納品期限の見直し	パイロットプロジェクト実施店舗に対する納品期限を2分の1に緩和し、返品削減効果を検証した
(2)商品入れ替えプロセスの見直し	①スーパー 定番カット時の業務プロセス見直しによる専用センターからの返品削減方策を検討した
	②コンビニエンスストア 小売・卸間の情報共有を進め、終売時点での卸在庫の極小化を図った
	③ドラッグストア 棚替え時における終売商品の発注止め、販売期間延長により店頭在庫削減を図った

(C)2014公益財団法人流通経済研究所

7

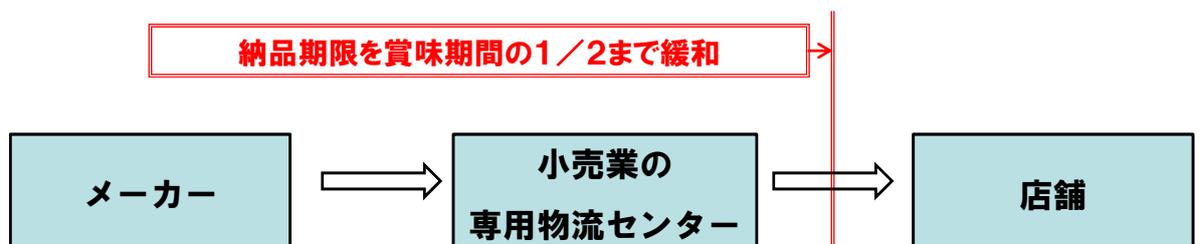
加工食品の納品期限見直し－実施概要

- メーカー・卸売業・小売業35社が参画し、店舗への納品期限を現行水準(おおむね賞味期間の2/3残し)から1/2に緩和し、返品・廃棄等の削減効果を検証。

- 期間:2013年8月～2014年2月

- 商品:飲料、菓子

※具体的な地域・期間・商品の設定は企業ごとに異なる



シミュレーション

○ 鮮度対応生産の削減可能量 等

○ 納品期限切れ商品発生数量の変化

○ 返品の変化 等

○ 廃棄数量の変化

○ 売価変更の変化 等

(C)2014公益財団法人流通経済研究所

8

加工食品の納品期限見直しー参加企業(35社)

業種		企業名
小売業	スーパー	イオンリテール、イズミヤ、イトーヨーカ堂、東急ストア、ユニー
	コンビニエンスストア	セブン-イレブン・ジャパン、ファミリーマート、ローソン
卸売業		伊藤忠食品、加藤産業、国分、コンフェックス、昭和、高山、トモシアホールディングス、ドルチェ、ナシオ、日本アクセス、ハセガワ、三井食品、三菱食品、ヤマエ久野、山星屋
メーカー	飲料	アサヒ飲料、伊藤園、キリンビバレッジ、サントリー食品インターナショナル、日本コカ・コーラ
	菓子	江崎グリコ、亀田製菓、不二家、ブルボン、明治、森永製菓、ロッテ

(C)2014公益財団法人流通経済研究所

9

加工食品の納品期限見直しーメーカー、物流センター及び店舗での検証結果

- メーカー及び物流センターでの納品期限緩和による効果と、店舗における納品期限緩和による影響を検証し、以下の結果が得られた。

段階	納品期限の1/2基準への緩和による効果・影響	
物流センター	8社のうち7社で納品期限切れ発生率(%)の減少効果を確認。 飲料:0.047~0.409ポイント減 菓子:0.023~0.145ポイント減	
店舗	飲料及び賞味期間180日以上 の菓子	販売期限切れによる廃棄増や値引ロス等の問題は発生しなかった。
	賞味期間が180日未満の菓子	小売店舗で廃棄増等が出る場合も見られたが、廃棄増は物流センターでの納品期限切れ削減効果を下回り、フードチェーン全体では食品ロス削減の可能性のあるものと考えられる。
メーカー	飲料:7,821トン(5メーカー合計、7カ月間) 菓子:567トン(7メーカー合計、6カ月間) の鮮度対応生産(納品期限対応の追加生産)が削減可能。	

→上記を踏まえて、飲料及び賞味期間180日以上の子を対象に、業界全体ベースでの期待効果を拡大推計した(次頁)。

(C)2014公益財団法人流通経済研究所

10

加工食品の納品期限見直し－拡大推計結果

- 飲料および賞味期間180日以上菓子について、業界全体ベースでの納品期限緩和による期待効果を拡大推計した結果、飲料39,384トン(年間供給量の0.347%相当)、菓子で1,235トン(年間供給量の0.200%相当)の返品や食品ロス削減効果があるものと考えられる。



	鮮度対応生産 削減可能量(①)	納品期限切れ 削減可能量(②)	削減可能量計 (①+②)
飲料	11,326トン 年間供給量の0.100% の削減が可能	28,058トン 年間供給量の0.247% の削減が可能	39,384トン 年間供給量の0.347% の削減が可能
賞味期間 180日以上 の菓子	654トン 年間供給量の0.106% の削減が可能	581トン 年間供給量の0.094% の削減が可能	1,235トン 年間供給量の0.200% の削減が可能

(C)2014公益財団法人流通経済研究所

11

加工食品の納品期限見直し－今後の課題

- 納品期限見直しは返品や食品ロス削減効果があるものと考えられることから、納品期限の見直し・再検討を引続き以下の方向で進めていく。
 - － 飲料及び賞味期間180日以上菓子について、「賞味期間の1/2残し」以下に緩和することを推奨し、事業者の取組を促す
 - － 飲料・菓子以外のカテゴリーの食品について、パイロットプロジェクトを実施
 - － 販売期限の延長も含めた検討の実施

(C)2014公益財団法人流通経済研究所

12