

企業名	アサヒビール株式会社
-----	------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
卸売業・小売業からの返品	(状態) 原則、返品は不可である。しかし実態は一定の返品を受け入れている。	(状態) 原則返品不可のルールは不変のままである。社内、卸、小売の中で「返品不可」の考え方が浸透してきているが、カテゴリーにより返品率の増減が見られる。引き続き次年度も意識を高めていく。	(状態) 原則返品不可のルールは不変のままである。社内、卸、小売の中で「返品不可」の考え方が浸透し返品率が下がっている。ビール類やRTD(缶チューハイ等)商品で、前年よりも返品率が低下している。	(状態) 原則返品不可のルールは不変のままである。社内、卸、小売の中で「返品不可」の考え方が浸透してきているが、カテゴリーにより返品率の増減が見られる。引き続き次年度も意識を高めていく。
汎用センターからの返品	(状態) 原則、返品は不可である。しかし実態は一定の返品を受け入れている。	(状態) 原則返品不可のルールは不変のままである。社内、卸、小売の中で「返品不可」の考え方が浸透してきているが、カテゴリーにより返品率の増減が見られる。引き続き次年度も意識を高めていく。	(状態) 原則返品不可のルールは不変のままである。社内、卸、小売の中で「返品不可」の考え方が浸透し返品率が下がっている。卸側で他の販売先へ出荷し、メーカーへの返品が発生しない。	(状態) 原則返品不可のルールは不変のままである。社内、卸、小売の中で「返品不可」の考え方が浸透してきているが、カテゴリーにより返品率の増減が見られる。引き続き次年度も意識を高めていく。
専用センターからの返品	(状態) 原則、返品は不可である。しかし実態は一定の返品を受け入れている。	(状態) 原則返品不可のルールは不変のままである。社内、卸、小売の中で「返品不可」の考え方が浸透してきているが、カテゴリーにより返品率の増減が見られる。引き続き次年度も意識を高めていく。	(状態) 原則返品不可のルールは不変のままである。社内、卸、小売の中で「返品不可」の考え方が浸透し返品率が下がっている。小売側でセンター在庫を消化するまで販売し続けている。	(状態) 原則返品不可のルールは不変のままである。社内、卸、小売の中で「返品不可」の考え方が浸透してきているが、カテゴリーにより返品率の増減が見られる。引き続き次年度も意識を高めていく。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 該当無し	(実施内容) 該当無し	(実施内容) 該当無し	(実施内容) 該当無し
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) ビール類商品の納品期限を5/9残りに延長することで返品率の動向や社内の効率化状況を把握する。 (現状指標) 取組企業数: 取引先5社	(実施内容) 今期は参加企業がなかったため、納品期限の緩和の取組の実施見送った。今後も参加企業があれば実施を検討していく。	(実施内容) 通年商品で納品期限延長による効果測定が可能な卸・小売と納品期限延長の取組を行う。(特にスーパー、GMS業態)卸参加は必須である。 納品期限緩和による効果を分析する。分析結果から今後の納品期限を改めて設定する。分析結果を元に納品期限改定によるメーカー・卸・小売の課題を抽出し解決策を検討する。 (目標指標) ex.取組企業数 製配販ワーキング参加企業でパイロットプロジェクトに取組んで頂ける企業	(実施内容) 今期は参加企業がなかったため、納品期限の緩和の取組の実施見送った。今後も参加企業があれば実施を検討していく。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (コンビニエンスストア)	(実施内容) 終売となった商品は店頭での発注はなくなるため、その時点でセンターにある在庫はメーカーへの返品となる。	(実施内容) パイロットプロジェクトの実施はしていない。 パイロットプロジェクトの主旨に賛同する企業があれば、今後実施を検討していく。	(実施内容) パイロットプロジェクトの主旨に賛同する企業があれば、今後実施を検討していく。 (目標指標) ex.取組企業数 製配販ワーキング参加企業でパイロットプロジェクトに取組んで頂ける企業	(実施内容) パイロットプロジェクトの実施はしていない。 パイロットプロジェクトの主旨に賛同する企業があれば、今後実施を検討していく。
小売業態区分2 (GMS、スーパー)	(実施内容) 終売となった商品は店頭での発注はなくなるため、その時点でセンターにある在庫はメーカーへの返品となる。	(実施内容) パイロットプロジェクトの実施はしていない。 パイロットプロジェクトの主旨に賛同する企業があれば、今後実施を検討していく。	(実施内容) パイロットプロジェクトの主旨に賛同する企業があれば、今後実施を検討していく。 (目標指標) 取組企業数 製配販ワーキング参加企業でパイロットプロジェクトに取組んで頂ける企業	(実施内容) パイロットプロジェクトの実施はしていない。 パイロットプロジェクトの主旨に賛同する企業があれば、今後実施を検討していく。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
販売先との 返品確認書の運用	(実施内容) 卸からの返品依頼に応じて「戻入承認票」を作成し、統括本部長の承認を受けたものは返品を受け付けている。	(実施内容) 従来の「戻入承認票」の運用を引き続き実施した。卸・小売との間で事前の一括覚書を交わす事については引き続き対応を検討する。 <戻入承認票> ・取引先からの返品したい商品について、社内システム上で営業担当者→上長の決裁を受けたもののみ、返品を認める運用。 ※安易な返品を受けることに対する抑制に繋がっている。	(実施内容) 返品都度「返品確認書」を作成する事には対応できないが、「返品ルール」について、継続して卸・小売との間で事前の一括覚書を交わす事について検討を踏まえて対応する。 (目標指標) 運用企業数 製配販ワーキング参加企業でパイロットプロジェクトに取組んで頂ける企業	(実施内容) 従来の「戻入承認票」の運用を引き続き実施した。卸・小売との間で事前の一括覚書を交わす事については引き続き対応を検討する。 <戻入承認票> ・取引先からの返品したい商品について、社内システム上で営業担当者→上長の決裁を受けたもののみ、返品を認める運用。 ※安易な返品を受けることに対する抑制に繋がっている。

企業名	味の素株式会社
-----	---------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
卸売業・小売業からの返品	(状態) 小売業との直取引がないため、全て卸売業様からの返品である。返品そのものは漸減傾向ではあるものの、小売業から卸売業への返品、転売不能商品は返品を受けざるを得ない状況も存在する。	(状態) 小売業・卸売業の各取引先様と連携して、不要な返品に繋がる安易な発注・受注に目を光らせるが、生産側事情による品薄・欠品で制御不能になるのは課題。他方、現場での物流品質向上に努め、消費者への啓発活動(※「エコましんぴ」を活用した販促提案)等も展開している。※「エコましんぴ」:旬な素材も取り上げ、野菜の葉や皮など無駄なく活用、電気・ガスを節約して手際よく簡単に調理できるメニューの提案。	(状態) 引き続き、取組の推進、とりわけ、3層を挙げて「ベストプラクティス」の横展開を図っていく。	(状態) 2014年度全体としては、返品数量は大きく削減された。これは 1. ドライバー不足、物流費高騰に伴い、各取引様との相互連携がより深まったこと。 2. 季節商品に関する相互情報交換等の精度が高まったこと。 によるものである。
専用・汎用センターからの返品	(状態) 卸売業との間の商談で、極力転売を要請しており、一部には弊社に返品後、他の卸売業に転売する商品も存在する。転売不可の返品については、卸売業との商談で上長を交え個別判断を行っている。	(状態) 現場での情報交換・連携強化で、納品率や在庫回転日数などで物流効率化に取り組む。(良品)返品削減に多少なりとも繋がっている。他方、営業担当は、特売情報と店舗状況把握で、特売数量調整に努めている。	(状態) 引き続き卸売業・小売業との情報交換・連携を強化し、適時適量販売に努めるとともに、可能な限りの転売を推進する。精度向上による、取引数量の適正化も継続して推進する。	(状態) 2014年度は専用センターからの返品が削減されており、引き続き、卸売業・小売業との情報交換、連携を強化してゆく。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 現時点では具体的なアクションを起こしていない。概ね基準をクリアできる在庫量ではあるが、1/3ルールにおいては、返品になる以前に不荷受となるため、危ない商品については営業部門でチェックし、「日付指定」での出荷が多大な労働となっている。	(実施内容) 業界団体横断での、幅広い広報普及・啓発活動取り組みの準備等を実施。	(実施内容) 引き続き官公庁・各種業界団体・消費者団体も参加した幅広い広報普及活動・啓発活動の強化に取り組んでいく。	(実施内容) 製配販協議会の他、農水省の商慣習見直しのプロジェクト、生団連の会合等で積極的に情報発信した。
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 現時点では具体的なアクションを起こしていない。概ね基準をクリアできる在庫量ではあるが、1/3ルールにおいては、返品になる以前に不荷受となるため、危ない商品については営業部門でチェックし、「日付指定」での出荷が多大な労働となっている。	(実施内容) パイロットプロジェクトの活動結果は共有。他方で、今後、消費期限・賞味期限の意味合い等、強力な広報普及活動が必要である。 (現状指標) 調味料・加工食品として、実証実験計画策定・参画への地均しを行った。	(実施内容) 加工食品版パイロットプロジェクトを実施し、効果測定と問題点の把握に努める。広報活動の強化も引き続き実施する。また、「預け在庫」「寄託在庫」と言われる取引形態の問題も検討する。 (目標指標) 取組内容の水平展開を図り、業界全体の潮流とするべく取り組む。	(実施内容) 加工食品でのプロジェクト実施には至らなかったが、飲料、菓子業界等で実現し、食品業界全体としての方向性は見えてきたと思われる。 (現状指標) 引き続き、業界全体の潮流とするべく取り組む。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (GMS・SM)	<p>(実施内容) 小売業との直取引は行っていないため、直接的な働きかけは行ってない。但し、一部の卸売業との間では、商品切替時のロス削減や、特売発注ルールの研究を実施。</p> <p>(現状指標) ex.取組企業数</p>	<p>(実施内容) 一部卸店との継続取り組みのみ。今後、拡大・横展開が課題。</p> <p>(現状指標) 未着手。</p>	<p>(実施内容) 引き続き、終売情報、棚替情報の早期化による商品切り替えタイミング・在庫数量の調整を、卸売業と連動で実施。</p> <p>(目標指標) 他の卸売業及び傘下量販店への横展開を図る。</p>	<p>(実施内容) 棚替情報の早期共有化、とりわけ季節性の高い商品での在庫調整を卸売業と連動で実施し、特に下期において大きく削減した。</p> <p>(現状指標) 引き続き、他の卸売業、傘下量販店への横展開を図る。</p>
小売業態区分2 (ドラッグストア)	<p>(実施内容)</p>	<p>(実施内容) 未着手。</p> <p>(現状指標) 未着手。</p>	<p>(実施内容) 引き続き、終売情報、棚替情報の早期化による商品切り替えタイミング・在庫数量の調整を、卸売業と連動で実施。</p> <p>(目標指標) 他の卸売業及び傘下DGSへの横展開を図る。</p>	<p>(実施内容) GMSとの取組までは及ばないものの、棚替時の返品量については削減した。</p> <p>(現状指標) 引き続き、終売情報、棚替情報の早期共有化による返品削減に努める。</p>

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
販売先との 返品確認書の運用	<p>(実施内容) 「返品可」という前提での取引・契約は行っていないので、事前に返品を予定した性質の「確認書」は取り交わしていない。卸売業と商談の上、返品をやむなきに至る場合は、営業マンが返品報告書を起票し、上司(金額によってはさらに上長)が承認し、返品を実施している。しかしながら、商談書・確認書の保管は、必ずしも徹底されていない状況。</p>	<p>(実施内容) 営業向け社内勉強会を通じて、社内に徹底。</p>	<p>(実施内容) 商談書・確認書保管ルールの本格導入。</p>	<p>(実施内容) 返品報告書の記入、保管については徹底されている。とりわけ、下期以降のドライバー不足、物流費高騰対策で、卸売業との相互確認・連携の強化により、事前確認が徹底されるようになった。</p>

企業名	花王カスタマーマーケティング株式会社
-----	--------------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
全体の考え方	(状態) 商品毎の売れ行きに応じた売場(棚割)提案により、店舗在庫の最適化を目指す。	(状態) 商品の売れ行きと小売業の供給サイクルを鑑みたと、新製品を積極的に導入した棚割提案を実施した。	(状態) 引き続き、2013年度目標を実施する。	(状態) 引き続き、新製品を積極的に導入した棚割提案を実施した。
定番商品	(状態) 棚替(年2回)時に、取扱中止品が返品になる。	(状態) 新たな棚割情報(取扱中止品情報)の共有から棚替えまでの期間が短く、在庫調整が難しかったが、個別小売業毎には、発注単位変更や、見切り処分を棚替後も継続する等の個別取組により、返品低減に努めた。	(状態) 2013年度目標に加え、返品削減に資する各種情報の早期交換するしくみを構築する。	(状態) 消費税増税により、新製品導入の時期をずらして対応。例年の新製品対応と異なり、返品削減に対する意識の醸成ができなかった。
季節商品	(状態) 季節毎の売場切替え時に、需要見誤りによる、在庫過多商品が返品になる。	(状態) カテゴリー毎の“旬”に合わせた品揃え、在庫量の適正化を目指したが、気温等外的な要因もあり、きめ細かい対応が難しく、終売へ向けた在庫コントロールに課題を残した。	(状態) 2013年度目標に加え、返品削減に資する各種情報の早期交換するしくみ、在庫消化促進する手法を構築する。	(状態) 消費税増税後の停滞市場に対し、季節品をフックに市場活性化を狙った。売場対応に終始し、終売時のキメの細かい在庫コントロールはできなかった。
メーカーへの返品	(状態) 全て返品となる。	(状態) 全て返品。	(状態) 全て返品となる。	(状態) 全て返品となる。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
取組む姿勢	(実施内容) 売れ行きに応じた棚割提案を実施。	(実施内容) 新製品を積極的に導入した棚割提案と、取扱中止品情報の早期共有化を目指したが、新たな棚割情報(取扱中止品情報)の共有から、棚替えまでの商品販売期間が短く、在庫適正化に向けた部分的な取組を実施するに留まった。	(実施内容) 引き続き、2013年度の目標を実施する。	(実施内容) 積極的に新製品を導入しつつ、在庫適正化(返品削減)に取り組む企業拡大を目指した。
定番商品	(実施内容) 棚替(年2回)時に、取扱中止商品が返品になる。	(実施内容) 個別小売業毎に、取扱中止品の早期情報共有、発注(量)の制御、棚替実施日まで在庫処分(見切り)等に取り組んだが、返品数量低減に向けた個別小売業毎の部分的な取組活動となり、定番入替プロセスを構築するパイロット取組みには発展させられなかった。	(実施内容) 2013年度の目標に加え、返品削減に資する各種情報の共有を図り、適切な発注数、在庫量を目指す。 (目標指標) ・取組企業数(カテゴリー)の拡大(前年対比)	(実施内容) 増税後の市場停滞期に、積極的に新製品及び改良品を投入、市場活性化を狙った。加えて、製品入替時の在庫適正化取組み企業拡大を図ったが、返品抑制には至らなかった。
季節商品	(実施内容) 季節毎の売場切替え時に、需要見誤り商品が返品になる。 ※制汗剤カテゴリーで返品削減の取組みを一部実施	(実施内容) 春夏商材である制汗剤、UV品において、導入期、需要期の提案は例年通り実施できたが、残暑が長引き、需要期～終売期の境目が難しく、“見切り”による在庫処分策等の展開ができず、終売時在庫コントロールが適切に行えなかった。 ※制汗・UV品の返品高実績は期待値に達せず。	(実施内容) 2013年度の目標に加え、返品削減に資する各種情報の共有を図り、適切な発注数、在庫量を目指す。 (目標指標) ・取組企業数(カテゴリー)の拡大(前年対比) ※需要予測精度向上による在庫(展開)適正化	(実施内容) 消費税増税後の市場において、季節商品展開で、市場の活性化を狙った。製品需要は、例年とは異なり、終売時の在庫コントロールは想定通りとはいかなかった。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業との 返品確認書の運用	(実施内容) 返品を前提とした商品提案(取引)は実施していない。	(実施内容) “無返品取引”を標榜している当社営業担当者には受入性が悪く、一部小売業との取引に留まった。 (現状指標) 取組企業数 1社 複数売場にて実施。	(実施内容) ・受入性を確認し、適合する企業/企画に対し提案を実施。 (目標指標) 取組企業数(企画数)の拡大(前年対比)。	(実施内容) 取組企業の拡大には至らず

企業名	キリンビール株式会社
-----	------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
卸売業・小売業 からの返品	(状態) 返品ゼロに向けて、複数の卸と協働して取組んだ結果、当該卸様計で約50%削減(2010年比)させることができた。	(状態) 返品ゼロに向けて、社内関係部門と卸との協働により、昨年より約7割程度の削減が図られた。	(状態) 返品ゼロに向けて卸との協働が拡大・継続され、更なる削減が図れている。	(状態) 返品ゼロに向けた弊社取組に対し、継続的にご理解を頂き、絶対額で僅かであるが削減できた。
汎用センター からの返品	(状態) 返品ゼロに向けて、複数卸との間で課題のひとつとして取組むことを合意し、削減に向け取組んだ。	(状態) 当該の各卸との間で返品ゼロに向けた目標設定に基づき、協働にて取組みを実施した。	(状態) 協働いただける卸を更に拡大させ、返品ゼロに向けた取組みを継続することで更なる削減が図れている。	(状態) 同上
専用センター からの返品	(状態) 返品ゼロに向けて、卸、当社小売担当・特約店担当間の認識合わせを行った。	(状態) 登録カット商品を中心に当該の卸との協働の取組みにより、返品削減を図った。	(状態) 返品ゼロに向けて、小売・卸とも協働し、登録カット商品を中心に継続して削減している。	(状態) 同上

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 特定小売と取り組みを行い、事例として広報できた。(同問題に対する解決に向けた布石) (現状指標) 取組企業数 1社	(実施内容) 活動の実績なし。 (現状指標) 活動の実績なし。	(実施内容) 現状、該当する企業はないことから、今後仮に発生した場合は、商談にて緩和要請の相談を行う。 (目標指標) 取組企業数 製配販連携協議会参加企業で協働でお取組みいただける企業	(実施内容) 活動の実績なし。 (現状指標)
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 特定小売と取り組みを行い、事例として広報できた。(同問題に対する解決に向けた布石) (現状指標) 取組企業数 1社	(実施内容) 活動の実績なし。 (現状指標) 活動の実績なし。	(実施内容) 2013年は活動実績はなかったが、協議会の活動を通じて、緩和に向けてご協力いただける企業様があれば拡大させる。 (目標指標) 取組企業数 製配販連携協議会参加企業で協働でお取組みいただける企業	(実施内容) 同上 (現状指標)

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (コンビニエンス業態)	(実施内容) 必要に応じた卸主体での在庫偏在の解消など。 (現状指標) 取組企業数 未確認	(実施内容) ・製配販連携協議会WGにおいて、パイロットプロジェクト実施の検討を実施。 《検討内容》 終売品の最終段階での適時適量の商品補充による在庫削減、終盤期の各種情報共有による需給精度向上。 ⇒シミュレーション上では在庫圧縮による効果が見込める結果とはなったが、コスト面・オペレーションの観点から体制構築は現実的ではなく実施には至らなかった。 (現状指標) 取組企業なし	(実施内容) 継続して実務を通じた、卸主体による在庫偏在の解消を図っていく。 (目標指標) 取組企業数 未定	(実施内容) 終売間際の商品については、広域の需給を見ながら在庫バランスを保つよう心掛けており、返品抑制に繋がっている。 (現状指標) 取組企業数 設定せず
小売業態区分2 (GMS・SM)	(実施内容) 必要に応じた卸主体での在庫偏在の解消など。 (現状指標) 取組企業数 未確認	(実施内容) 実務を通じて卸主体による在庫偏在の解消の実施。 (現状指標) 取組企業数 未確認	(実施内容) 継続して実務を通じた、卸主体による在庫偏在の解消を図っていく。 (目標指標) 取組企業数 未定	(実施内容) 同上 (現状指標) 同上

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
販売先との 返品確認書の運用	(実施内容) 商談時においては未確認(原則返品対応は不可としている)。	(実施内容) 原則返品対応は不可であるが、必要に応じて、各商談において確認を実施した。	(実施内容) 継続して、原則返品対応は不可であるが、必要に応じて、各商談にて確認する。	(実施内容) 原則返品不可であり、個別の商談で確認・対応している。

企業名	コカ・コーラカスタマーマーケティング株式会社
-----	------------------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
卸売業・小売業 からの返品	(状態) 小売業との直取引の為。専用センターからの戻り品について記載。 <<戻り品の実態>> 定番カット。 過剰在庫時の納品期限切れ。 その他。 <<取組内容>> 小売業各種販売情報(POS/配荷/販促情報)活用した需給調整機能の強化及び製造計画の立案。 専用センター在庫最適化調整(特に終売時)。	(状態) 新商品に特化した製造調整実施。 <<取組内容>> 発売後3日に主要チェーンPOS/配荷確認。 上記情報を基にした販売計画の修正。 製造・販売するポトラー社と製造調整。 ※エリア毎にTV会議にて調整。 上記調整により、過剰生産の抑制ができた。	(状態) 2013年度活動継続(更なる精度向上)。 <<取組内容>> 商品・季節変動の高い商品に特化し調整。 専用センター在庫適正化。 製造計画調整(小ロット生産等)。 <<新たな取り組み>> ・新納品期限ルールによる削減	(状態) 季節商品のカットなどの柔軟性に関して対話を継続。 <<新たな取り組み>> 新製品などの欠品対策と、返品削減を合わせて、議論が必要。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 取組なし。	(実施内容) 2014年度に活動継続。	(実施内容) 新納品期限ルールの設定。 (目標指標) ex.取組企業数 未定	(実施内容) 改善が見られない (現状指標)
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 一部特定商品「1/2残り」ルールにて運用。 在庫過剰時における納品期限延長。 (現状指標) ex.取組企業数 3社	(実施内容) 食品ロス削減パイロットプロジェクト。 参加企業にて「1/2」ルール運用。 (現状指標) ex.取組企業数 水平展開 10社	(実施内容) 新納品期限ルールの設定。 (目標指標) ex.取組企業数 未定	(実施内容) 1/2へ主なCVSチェーンおよび、イトーヨーカ堂様、ユニー様などで緩和された。 (現状指標) 標準的なルールといえる状況まで、活動を続けたい。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (CVS)	(実施内容) 定番カットの戻り品の削減。 ・カット日早期連絡(4-5週前) ・専用センター適正在庫化 (現状指標) 取組企業数 専用センター活用全企業	(実施内容) カット品の早期連絡。 4週前には関係会社に情報発信実施、一部チェーンで3週前もあり。	(実施内容) 2013年度活動継続。 (目標指標) ex.取組企業数	(実施内容) 継続的に営業部門を通じて、対話を継続 (現状指標)
小売業態区分2 (SM)	(実施内容) 定番カットの戻り品の削減。 ・カット日早期連絡(4-5週前) ・専用センター適正在庫化 (現状指標) 取組企業数 専用センター活用全企業	(実施内容) ・カット品の早期連絡。 4週前には関係会社に情報発信実施、一部チェーンで3週前もあり。 ・確定オーダーに基づく一括納品の実施	(実施内容) 2013年度活動継続。 (目標指標) ex.取組企業数 未定	(実施内容) 継続的に営業部門を通じて、対話を継続 (現状指標)

企業名	サントリー食品インターナショナル株式会社
-----	----------------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
卸売業・小売業からの返品	(状態) 従来より返品削減の取り組みは実施してきたが、11年被災後の・被災返品・被災後の過剰仕入に伴う返品が発生し、過年度以上の返品実績となった。 また最盛期においては期間限定製品の発売多により販売期間終了後の返品も増加となった。	(状態) 年間を通じた在庫圧縮(約3日削減)に伴い各製品の鮮度改善を果たせた1年。需要予測も15%以上の改善となり結果、返品実績は12年度比で60%以下となり大幅改善となった。	(状態) 13年状態の最適化に加え、通常流通製品の季節変動要素を加味して製品全体での消費者時点での飲用時品質向上を目指す。 製造フレキシビリティの有効活用に加えテストパイロットでの有効例を基に複数実現の検討を開始する。	(状態) 各業態別の容器展開を実施した結果、製品切替毎の返品は増。加えて冷夏影響もあり、夏季新製品の返品も増の結果であった。しかしながら定番製品在庫の圧縮もあり消費者時点での飲用時品質=鮮度は向上した。
汎用・専用センターからの返品	(状態) 上記事由により11年被災後製品返品に加え12年期間限定製品返品が継続して発生した。	(状態) 返品実績では上記全体に比例した改善状況で前年の半減。特に限定製品対応の効果は大きく14年度の継続改善を目指す。	(状態) 13年活動を更に加速させ、特に返品係数の高いチェーンセンターとの協同取組を中心とした技術的な取組推進を目指す。	(状態) 業態別容器展開開始時の返品は増ではあったが定番製品の返品は減となり結果的には13年並の数値となった。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 流通要望に準じた対応。	(実施内容) 主に期間限定での販売未達製品における納品期限延長は随時対応。受けて頂けるチェーンも徐々に多くなり「緩和」に関しては一定基準である賞味期限内の中で個別対応の範囲拡大となった初年度であった。 (現状指標) ワーキング参加企業体として緩和プロジェクトを実施。効果を見極め、ワーキング企業としての拡充に期待したい。	(実施内容) 13年に加え、通年商品でも納品期限延長による効果が生める卸・小売業と取り組みを開始する。また13年の発生課題を元にPDCAサイクルを回し始める1年とする。 (目標指標) 取組企業数 製販版ワーキング参加企業でプロジェクトに賛同頂ける企業全体。	(実施内容) CVSを中心とした納品期限緩和影響=1/2化でCVSチェーンセンターへの、特に限定製品、PBIにおける返品減は年末近くより大幅緩和の方向となった。スーパー業態に関しては取組み推進に至るまでの結果は残念ながら生めなかった。 (現状指標) 取組企業数 製販版ワーキング参加企業でプロジェクトに賛同頂ける企業全体。
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 流通要望に準じた対応	(実施内容) 上記同様。 (現状指標) 上記同様。	(実施内容) 上記2/3残り以上に厳しい流通と同等実施 (目標指標) 取組企業数 製販版ワーキング参加企業でプロジェクトに賛同頂ける企業全体。	(実施内容) 上記2/3残り以上に厳しい流通と同等実施 (現状指標) 取組企業数 製販版ワーキング参加企業でプロジェクトに賛同頂ける企業全体。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (GMS)	(実施内容) 製品切替時、及びカット時期前に3層協同で旧品の最終仕入調整、及び残数が出た場合の店頭在庫消化対策を実施。 (具体的には販売未消化店舗判断による売価変更等での早期消化対策)	(実施内容) メーカー保持在庫適正化は数日短縮と一定の成果をあげる事が出来た。カット時期前の情報精度も広範囲での取得に加え精度自体も改善方向となり返品減の主要因となった。	(実施内容) 13年施策の現状施策の維持・拡大、最終仕入調整の精度アップを中心とした旧品在庫発生時の極小化、サプライチェーンの負荷改善のためのメーカー保持在庫適正化の水平展開し、拡大する。	(実施内容) 12年から継続実施している製品切替時、カット時期における最終調整は広範囲で対応できる体制まで到達した。店頭在庫消化日数も無理のない範囲での対応と推定できるため、返品削減には効果大と判断している。
小売業態区分2 (DGS)	(実施内容) 製品切替時及びカット時期前に3層協同で、旧品の最終仕入調整及び残数が出た場合の店頭在庫消化対策を実施。 (具体的には販売未消化店舗から販売消化可能店舗への製品移動等)	(実施内容) 販促情報の早期取得には成功、但し数値に関しては製品毎に大きな差異があり、特に新製品一斉出荷以降のヒットに関しては更なる改善が必要、の状況。	(実施内容) 13年施策の現状施策の維持・拡大、最終仕入調整の精度アップを中心に旧品在庫発生時の極小化、(販促インパクトが強い業態であるため)精度アップに関して情報連携の点を中心に取組むことを水平展開し、拡大する。	(実施内容) 12年から継続実施している製品切替時、カット時期における最終調整は広範囲で対応できる体制まで到達した。店頭在庫消化日数も無理のない範囲での対応と推定できるため、返品削減には効果大と判断している。
小売業態区分3 (CVS)	(実施内容) CVS専用製品が多数あるため、残数が発生した場合はセンターからの返品はやむなしとして受けつけてきた。 (他業態での拡売が不可能な場合)	(実施内容) オンパック等の他業態拡販不可製品の縮小並びにアイキャッチ製品等の拡販可能製品の拡充は一定の成果を収めた。今後はPB等の対応ルールを再設定し、期間内の双方完売取組に移行する予定。	(実施内容) 13年施策のCVS専用製品に関して他業態でも拡販可能なSKUの取組を中心に行う。特に流通加工製品に関して踏み込んだ対応とすることの水平展開し、拡大する。 (チェーン限定オンパック→汎用性の高いアイキャッチ製品への移行等)	(実施内容) 14年度は最盛期前よりCVS向け容量展開を実施した為、切替時の返品は発生した。但し加工製品(アイキャッチ、オンパック)ではチェーン積上げ精度が高く、短期限定製品での返品は縮小となり、トータルでは前年並の状態に落ち着いた。今後は入荷許容緩和に伴う効果が期待されるため継続して一定の返品減の状況が続くと推察される。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
販売先との 返品確認書の運用	(実施内容) 運用していない。(当社においては酒類含めて「返品伝票」を確認書の代替として運用しており、返品削減を目的とした活用ではない) (現状指標) 運用企業数 0社	(実施内容) 運用未実施に留まる。今後は有効性検証とともに有効活用している企業の事例を是非参考としたい。 (現状指標) 0社	(実施内容) 交渉を開始した流通と効果を共有し交渉範囲を広げる。 (目標指標) 運用企業数 10~20社	(実施内容) 交渉実現には至らず。 (現状指標) 運用企業数 0社

企業名	株式会社資生堂
-----	---------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
卸売業・小売業 からの返品	(状態) 棚替え商品(シーズン商品)を中心に協議 の上で、返品を実施している。	(状態) 左記の活動目標を中心に返品削減に向 け推進したものの、十分な成果には至って いないため、新製品配置前の発注止め、 返品目標の共有化などを更に進めること で返品削減を目指す。	(状態) 2013年度の実績と課題をもとに、返品削 減に向けた取組を水平展開し、企業数の 拡大を図り、返品金額の削減につなげる。	(状態) 2013年度の課題の抽出後、シーズン商 品の返品縮減に向けた取組み(発注停 止、最需要期以降の納品制限、返品削減 アローワンス等)を組織小売業と個別に推 進したものの、需要拡大期(5~6月)から最 需要期(7~8月)にかけての全国的な天 候不順の影響もあり、店頭在庫の削減につ ながらず、最終的に前年同規模水準の 返品実績に止まった。
汎用センター からの返品	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし
専用センター からの返品	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (全チャネル)	(実施内容) シーズン商品入れ替え時の在庫極小化と 発注数量極小化に対する依頼を実施して いる。	(実施内容) 現状の施策を製・配・販連携協議会参加 企業を中心に参加企業の拡大を図り、順 次、理解を促進したものの、参加企業の拡 大が進まないこともあり、十分な結果まで には至っていない。	(実施内容) 商品入れ替えプロセス見直しパイロットプ ロジェクトの方向と連動し、2013年度の実 績と課題をもとに、取引企業に水平展開 し、企業数の拡大を図ることで、シーズン 商品の返品削減につなげる。	(実施内容) 2013年度のシーズン商品の返品実績が 前年(2012年度)を上回った上位企業1 0社に対して、個別に8月以降の定番発注 停止、最需要期以降の納品制限、返品削 減アローワンス等のアクションを推進した ものの、需要拡大期(5~6月)から最需要 期(7~8月)にかけての全国的な天候不 順の影響もあり、店頭在庫の削減につな がらず、最終的には前年同規模水準の返 品実績に止まった。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
販売先との 返品確認書の運用	(実施内容) 化粧品等の返品確認書の相互確認を実施している。	(実施内容) 製・配・販連携協議会参加企業を中心に返品確認書の相互確認の実施を促進した。	(実施内容) 製品の返品確認書の相互確認の企業数の拡大を図り、返品削減につなげる。	(実施内容) 各販売先との確認書(覚書)を相互に取り交し返品削減に繋げる活動を展開中。

企業名	P&G ジャパン株式会社
-----	--------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
卸売業・小売業 からの返品	(状態) 主力品である日用雑貨品については、原則無返品を実施しており、通常時の返品は多くない。 季節性や趣向性の強い女性用カミソリやヘアカラー、化粧品・エレクトロ製品といったカテゴリーは、比較的返品が多く対策を必要としている。	(状態) 特に新製品発売で商品が切り替わる際、目標、計画を共有することで店頭在庫、卸店在庫、双方の消化を計画的に実施。日用雑貨品については、原則無返品を継続実施。	(状態) 情報の事前共有・合意・実施という取組みを継続しながら、その枠組みを広げていく。 取引制度における返品削減制度の有効性を検証し、より活用できる仕組みを検討する。	(状態) 特に趣向性の強いカミソリ製品の切替えにおいて廃番商品の供給可能数量の事前共有、廃番品の消化プランの強化を実施。
汎用センター からの返品	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし
専用センター からの返品	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (GMS・DRUG・HOME CENTER)	(実施内容) 製品切り替えや、廃番時における返品を最小化する為に、卸・小売業と3者間で旧商品の発注・在庫の絞り込みを実施し、旧商品消化と新製品のスムーズな導入を行う。	(実施内容) 目標、計画を共有することで店頭在庫、卸店在庫、双方の消化を計画的に実施。	(実施内容) 継続して前年までの実施内容確認し、更に精度を上げていくよう徹底する。	(実施内容) 廃番品の供給可能数量の事前共有及び廃番品消化施策の強化を実施。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
販売先との 返品確認書の運用	(実施内容) 返品については、当社営業担当者が確認の上で承認することが必要である。当社営業担当者が、内容確認・承認をした後、当社指定の返品確認書に記入・捺印の上、返品商品と一緒に同梱。 (現状指標) 直接取引のある全ての取引先。	(実施内容) 返品については社内プロセスに沿った形で実施。 (現状指標) 直接取引のある全ての取引先。	(実施内容) 継続して、返品については、当社営業担当者が確認の上で承認することが必要である。当社営業担当者が、内容確認・承認をした後に、当社指定の返品確認書に記入・捺印の上、返品商品と一緒に同梱。 (目標指標) 直接取引のある全ての取引先。	(実施内容) 返品については社内プロセスに沿った形で実施。 (現状指標) 直接取引のある全ての取引先。

企業名	ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社
-----	-----------------------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
卸売業・小売業 からの返品	(状態) 卸売業との取引制度での無返品への取 組みを継続し、現状の返品率の維持を上 限とし出来る限り削減する。	(状態) 取引制度上での取り組みは継続されてお り、前年並みの返品率は維持できている。	(状態) 継続して、卸売業との取引制度での無返 品への取り組みを継続し、前年の返品率 の維持を上限とし出来る限り削減する。	(状態) 取引制度上での取り組みは継続されてお り、前年並みの返品率は維持できている。
汎用センター からの返品	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし
専用センター からの返品	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし	(状態) 該当なし

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
卸・小売	(実施内容) 卸売業との取引制度として、卸売業を通 し、返品削減について下記取り組みを 行う。 ①卸売業と小売業に対する 返品削減サポート ②商品ごとの適正な配荷の確認 (現状指標) ①直接取引企業 30社 ②卸売業 27社	(実施内容) 取引制度上の取り組みは、2013年も継 続して実施され、内容についての修正は 無かった。 (現状指標) 指標としての企業数に変動は無いが、他 律要因として、業界の再編成などで、企業 数としては減少する可能性がある。	(実施内容) 卸売業との取引制度として、卸売業を通 しての返品削減について下記取り組みを 行う ①卸売業と小売業に対する 返品削減サポート ②商品ごとの適正な配荷の確認と実行と 改善 (目標指標) ①直接取引企業 30社 ②卸売業 27社 業界の再編成による企業数の減少の可 能性あり	(実施内容) 取引制度上の取り組みは、2014年も継 続して実施され、内容についての修正は無 かった。 (現状指標) ①直接取引企業 29社 ②卸売業 25社

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
販売先との 返品確認書の運用	<p>(実施内容) 取引制度での返品条項と返品削減奨励に関する取り組みを合意する。</p> <p>(現状指標) 直接取引企業 30社 分類された商品群に対する返品削減目標を設定。</p>	<p>(実施内容) 取引制度の返品状況についての改定は行われなかったため、計画通りの進捗となっている。</p> <p>(現状指標) 対象企業の拡大は無し。</p>	<p>(実施内容) 2012年、2013年度実施の取引制度での返品条項と返品削減奨励に関する取り組みを継続する計画ではあるが、現状を踏まえて将来の取引制度内容の再検討を行う予定。</p> <p>(目標指標) 直接取引企業 30社 分類された商品群に対する返品削減目標を設定。</p>	<p>(実施内容) 取引制度の返品状況についての改定は行われなかったため、計画通りの進捗となっている。</p> <p>(現状指標) 対象企業の拡大は無し。</p>

企業名	ライオン株式会社
-----	----------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
卸売業・小売業 からの返品	<p>(状態) ビューティケア・薬品分野の返品額が、全体のおよそ2/3を占める。制汗剤・殺虫剤・風邪薬関連品と、季節変動性の高い商材を多く扱っていることが大きな要因。 またオーラルケア・ファブリックケア・リビングケア商品は季節要因による返品が少ない反面、特に春の新製品(及びリニューアル品)発売時に、旧品からの入れ替えに伴う返品が多く発生。</p>	<p>(状態) 返品率が高い季節品(制汗剤、殺虫剤)とギフトのいずれも前年に比べ返品率が改善され、トータルとして返品額、率ともに前年から改善となった。気候的な要因(残暑が長かった)も影響があったと考えられるが、取引先様ごとに発注調整し、店頭在庫削減を図った効果も現れていると推測。</p>	<p>(状態) 各種情報(POS・在庫・企画商談)入手の仕組み作りと有効活用施策を具体化。 新製品や季節品を中心にテストパイロットを開始、効果検証と併せて徐々に水平展開。 ⇒ビューティケア・薬品・ギフトカテゴリー中心 新旧入れ替え時の店頭消化策実施対象を着実に増やす(主要カテゴリー全般)。</p>	<p>(状態) 取引先様ごとに発注調整を中心とする返品対策を実施したビューティケア、薬品、ギフトカテゴリーについてはいずれも返品率において前年から改善された。 一方で例年は返品の大いなる要因とならない歯磨、衣料用洗剤、柔軟剤で商品リニューアルに伴う返品が発生し、全体の返品率を押し上げる結果となった。</p>
汎用センター からの返品	<p>(状態) 該当なし</p>	<p>(状態) 該当なし</p>	<p>(状態) 該当なし</p>	<p>(状態) 該当なし</p>
専用センター からの返品	<p>(状態) 該当なし</p>	<p>(状態) 該当なし</p>	<p>(状態) 該当なし</p>	<p>(状態) 該当なし</p>

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 当社販売対象商品がごく一部(口中清涼剤)の為、特になし。	(実施内容) 対象商品なし。	(実施内容) 対象商品なし。	(実施内容) 対象商品なし。
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 当社販売対象商品がごく一部(口中清涼剤)の為、特になし。	(実施内容) 対象商品なし。	(実施内容) 対象商品なし。	(実施内容) 対象商品なし。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (全業態共通)	(実施内容) ・新製品・リニューアル品発売に伴う改廃品情報を事前提供(数か月前)。 ・棚割変更時のカット対象品リスト情報を、卸・当該小売企業より入手。 ・卸と共同で、旧品の店頭在庫消化促進策を適宜実施。	(実施内容) ・カット対象品リスト情報を共有できるタイミングは、小売業様毎、売場毎に定番/バターの多寡などによりかなりのバラツキがあった。店頭在庫消化促進策は各々の状況に合った対策とすることが実効をあげる鍵であり、更なる工夫が必要。 ・制汗剤については、秋冬定番も含めた年間商談を推進した結果、カット品の返品削減につながった。	(実施内容) 2013年施策の更なる拡大展開。	(実施内容) 制汗剤について取引先様ごとにカスタマイズした返品対策を実施。店別POS、在庫データを活用した在庫消化進捗管理を実施した取引先様においては確実に効果があがった。全社としての制汗剤の返品率は前年からわずかな改善にとどまったが、今後成功事例を地道に水平展開してゆく事が必要。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
販売先との 返品確認書の運用	(実施内容) 弊社では小売との直接取引は行っておらず、卸との基本取引契約書では原則返品不可としている為、返品確認書の取り交わしはしていない。	(実施内容) 弊社では小売との直接取引は行っておらず、返品確認書の取り交わしはしていない。	(実施内容) 現状方針を継続する。	(実施内容) 弊社では小売との直接取引は行っておらず、返品確認書の取り交わしはしていない。

企業名	株式会社あらた
-----	---------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業からの返品	(状態) 返品削減プロジェクトを全社的に立ち上げ、季節品、季節の棚替えの返品削減を行い、冷夏から猛暑という天候に恵まれないう中、返品率を前年比で0.1%削減する。	(状態) 販売データの分析による発注停止日を含めてた計画販促提案や終売期の店頭マークダウン提案を推進。猛暑により季節品の影響が大きかったものの、全体としては返品率の削減につながった。	(状態) 2013年の施策を継続発展し、導入前、販売期、終了後の各ステップをPDCAサイクルで検証し制度を高めながら、返品の一層の削減を目指す。	(状態) 返品削減PJTも各支社に浸透し、季節品に関しては過剰な販売・陳列を控え、月別・週別に適正商品の陳列提案を実施。しかしながら、夏の天候不順により殺虫剤の返品は多く、また3月が急に暖かくなったことにより、カイロ等の返品は増えてしまった。
小売業態区分1 (全業態)	(状態) 返品削減プロジェクトを全社的に立ち上げ、季節品、季節の棚替えの返品削減を行い、冷夏から猛暑という天候に恵まれないう中、返品率を前年比で0.1%削減する。	(状態) 販売データの分析による発注停止日を含めてた計画販促提案や終売期の店頭マークダウン提案を推進。猛暑により季節品の影響が大きかったものの、全体としては返品率の削減につながった。	(状態) 2013年の施策を継続発展し、導入前、販売期、終了後の各ステップをPDCAサイクルで検証し制度を高めながら、返品の一層の削減を目指す。	(状態) 返品削減PJTも各支社に浸透し、季節品に関しては過剰な販売・陳列を控え、月別・週別に適正商品の陳列提案を実施。しかしながら、夏の天候不順により殺虫剤の返品は多く、また3月が急に暖かくなったことにより、カイロ等の返品は増えてしまった。
メーカーへの返品	(状態) 返品削減プロジェクトを全社的に立ち上げ、季節品、季節の棚替えの返品削減を行い、冷夏から猛暑という天候に恵まれないう中、返品率を前年比で0.1%削減する。	(状態) 定番カット予定品の発注数量調整、製造中止商品の早期連絡による在庫調整、デッドストック品の値引き販売による返品削減等を継続実施。返品率削減につながった。	(状態) 2013年の施策を継続し、発注精度向上を通じた過剰在庫の防止、定番カット、製造中止品の店頭販売を強化し返品削減に取り組む。	(状態) 小売業の定番カット情報の早期入手や発注精度の向上により、メーカーへの返品額・率とも減少した。小売業からの返品が増えている中では、良い結果である。
汎用センターからの返品	(状態) 返品削減プロジェクトを全社的に立ち上げ、季節品、季節の棚替えの返品削減を行い、冷夏から猛暑という天候に恵まれないう中、返品率を前年比で0.1%削減する。	(状態) 定番カット予定品の発注数量調整、製造中止商品の早期連絡による在庫調整、デッドストック品の値引き販売による返品削減等を継続実施。返品率削減につながった。	(状態) 2013年の施策を継続し、発注精度向上を通じた過剰在庫の防止、定番カット、製造中止品の店頭販売を強化し返品削減に取り組む。	(状態) 目標どおりのアクションが出来てきている。
専用センターからの返品	(状態) 専用センターの返品は、ほぼ発生していない。	(状態) 返品はほぼ発生していない。	(状態) 返品が増加しないよう維持する。	(状態) 「小売業からの返品」と同じ傾向である。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (全業態)	(実施内容) データに基づく適正フェース数の提案、製造中止商品の早期連絡、店頭での処分販売支援など実施。	(実施内容) データ分析等による棚割提案を継続。今期は消費税により3月期の棚替えの先送り等もあり、結果として該当する部分での返品削減となった。	(実施内容) 2013年度施策をベースに棚割提案、販売時、終売期の各ステップの活動を徹底し、より一層の返品削減を目指す。	(実施内容) 定番品については棚割・カットの早期情報回付を徹底。 季節品においては実績と気候条件に基づいた販売時・終売期の各ステップの活動を徹底した。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業との 返品確認書の運用	(実施内容) 季節商材は納入前に売場縮小、返品時期など、商談時の取り決めレベルで行っている。 (現状指標) 運用企業数 数社	(実施内容) 季節商材中心に、返品確認書導入を検討するも大きな前進はなし。 (現状指標) 現状維持にとどまる	(実施内容) 返品確認書の運用企業数増加を目指す。 (目標指標) 運用企業数: 前年比20%UPを目指す	(実施内容) 小売業にて準備していただいているところでは対応出来ているが、卸から率先して確認書の導入を行うことにはなっていないようだ。 また、確認書を交わした企業でも、対象外商品が含まれる場合がある。店舗に戻す運用だが、手間が掛かっている。
メーカーとの 返品確認書の運用	(実施内容) 返品先、運賃負担など返品条件を書面で取り交わしているが限定的。 (現状指標) 運用企業数 十数社	(実施内容) 返品確認書による返品条件の明確化の推進は足踏み状態。 (現状指標) 現状維持にとどまる	(実施内容) 返品確認書による返品条件の明確化をより一層推進する。 (目標指標) 運用企業数: 前年比20%UPを目指す	(実施内容) メーカー様には確認行為後に返品を実施出来ていると思う。(出来ていない場合、メーカー様から連絡あり) ただし、現物確認待ちに時間が掛かるメーカー様もあり、問題である。

2-4. 返品削減方策 その他

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
その他	<p>(実施内容) ①季節品は、前年実績データによる初回納品数量の適正化、大容量商品の早期発注止めと売場縮小、終売時期の取り決め等をシーズン前の商談で実施しているが、天候に左右される要素も多く、徹底できていない面もある。返品削減プロジェクトを立ち上げ、各ステップの徹底による返品削減を推進している。</p> <p>②企画商品については、前回実績などに基づき、販売数量を予測しているが、企画内容によっては売れ残り、返品につながっている。</p>	<p>(実施内容) 前年実績とうによる提案を行い、発注止め、終売時期の在庫縮小等を行うも、夏後半の猛暑により、季節品の返品削減は厳しい状況となった。</p>	<p>(実施内容) 2013年の施策を継続発展させ、季節品、企画品など、全般的な取り組み強化により返品削減を目指す。</p>	<p>(実施内容) 返品処理コストを、全部門に意識させるよう取り組んだ。このコスト意識が「返品は仕方ない」から「どうしたら削減出来るか」に繋がる啓蒙となり、削減アクションに繋がると考える。</p> <p>また、啓発ビデオも視聴、新入社員への教育場面でも視聴している。</p>

企業名	伊藤忠食品株式会社
-----	-----------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業からの返品	(状態) 汚損・破損等の返品、出荷期限切れ・ギフト残在庫返品。	(状態) 小売業からの返品削減を推進した。	(状態) 小売業との情報を共有化して返品削減を目指す。	(状態) 小売業からの情報を共有化して返品削減を推進した。
メーカーへの返品	(状態) カットアイテムの返品、出荷期限切れのアイテム返品。	(状態) メーカーへの返品削減を推進した。	(状態) 在庫日数の削減 カットアイテム返品の削減 出荷期限切れアイテムの返品削減を目指す。	(状態) 在庫日数の削減 カットアイテム返品の削減 出荷期限切れアイテムの返品削減を推進した。
汎用センターからの返品	(状態) カットアイテムの返品。	(状態) 在庫日数の削減、カットアイテムの返品削減を推進した。	(状態) 在庫日数の削減、カットアイテムの返品削減を目指す。	(状態) 在庫日数の削減、カットアイテムの返品削減を推進した。
専用センターからの返品	(状態) カットアイテムの返品、出荷期限切れのアイテム返品。	(状態) 在庫日数の削減、カットアイテムの返品削減を推進した。	(状態) 在庫日数の削減、出荷期限切れのアイテム返品削減を目指す。	(状態) 在庫日数の削減、カットアイテムの返品削減を推進した。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 各得意先毎に設定されている納品期限に対応 在庫日数の削減。	(実施内容) 在庫日数削減。 2013年実績: 8.34日→9.35日 来期も引き続き在庫日数削減に努める。	(実施内容) 在庫日数削減。	(実施内容) 在庫日数削減 2014年実績9.35日→8.56日 来期も引き続き在庫日数削減に努める。
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 各得意先毎に設定されている納品期限に対応 在庫日数の削減。	(実施内容) 在庫日数削減。 2013年実績: 8.34日→9.35日 来期も引き続き在庫日数削減に努める。	(実施内容) 在庫日数削減。	(実施内容) 在庫日数削減 2014年実績9.35日→8.56日 来期も引き続き在庫日数削減に努める。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (全業態)	(実施内容) 新規出荷数量の把握。 カット情報の早期把握。特売の追加注文数把握。	(実施内容) センター在庫日数の削減。 カット情報及び、特売情報を製・配・販共有化。 2013年実績: 8.34日→9.35日 来期も引き続き在庫日数削減に努める。	(実施内容) 新規商品残及びカット残、特売残在庫をゼロに近づける。	(実施内容) 新規商品残及びカット残、特売在庫をゼロに近づけるよう推進した。 2014年実績: 9.35日→8.56日 来期も引き続き在庫日数削減に努める。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業との 返品確認書の運用	(実施内容) 一部小売業との間で返品確認書をもとに 返品を受けいれている。 (現状指標) 運用企業数 2社	(実施内容) 返品確認書での運用小売業を増やす。 (現状指標) 運用企業数 2社	(実施内容) 継続して、返品確認書での運用小売業数 を増やす。 (現状指標) 運用企業数 2社	(実施内容) 返品確認書で小売業と運用。 (現状指標) 運用企業数 2社
メーカーとの 返品確認書の運用	(実施内容) 一部メーカーとの間で返品確認書をもとに 返品している。 (現状指標) 運用企業数 6社	(実施内容) 返品確認書での運用メーカー数を増や す。 (現状指標) 運用企業数 6社	(実施内容) 継続して、返品確認書での運用メーカー 数を増やす。 (現状指標) 運用企業数 6社	(実施内容) 返品確認書でメーカーと運用。 (現状指標) 運用企業数 6社

2-4. 返品削減方策 その他

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
その他	(実施内容) フードバンクへの寄付。 (現状指標) 運用企業数 200社	(実施内容) フードバンクへの寄付を実施。 (現状指標) 運用企業数 200社	(実施内容) フードバンクへの寄付。 (現状指標) 運用企業数 200社	(実施内容) フードバンクへの寄付を実施。 運用企業数 200社

企業名	国分株式会社
-----	--------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業からの返品	(状態) 特売残の返品、定番カット・終売に伴う返品が多い状況。	(状態) 先日付での計画発注は推進できたが、追加の割合をコントロールすることができていない。	(状態) 特売計画の検証と追加発注のゼロ化。	(状態) 特売追加発注は、小売業様の仕組みに依存する部分が多いため、ゼロ化はできなかった。追加を見込んだ在庫の消化率を営業と共有し、得意先様へ適宜相談を心掛けた。
小売業態区分1 (CVS)	(状態) 定番カット・終売による返品が多い。	(状態) 欠品回避するため、残在庫は減らない状態。	(状態) 商品切替運用の業界標準化。	(状態) カット・終売連絡はほぼ1か月前に提示いただけたが、欠品不可のため残在庫は発生してしまう状態。
小売業態区分2 (ドラッグ)	(状態) 返品が常態化している企業がある。	(状態) 取引条件の交渉となり、実現には時間を要する。	(状態) 未返品達成のインセンティブ等検討。	(状態) 一部小売業様にて、加食・酒類の返品ゼロ化を推進していただいた。
小売業態区分3 (SM)	(状態) 特売残の返品が無くならない。	(状態) スーパーマーケットクラスで計画発注できている企業は7割ほどに改善してきている。	(状態) 特売計画化達成によるインセンティブ等検討。	(状態) すべてを計画発注に切り替えることはできなかったが、残在庫に対する送り込みを協力していただいで解決している。
メーカーへの返品	(状態) 定番カット・終売の返品を行っている。納入期限切れ商品の返品あり。	(状態) 切替時の標準化を目指し、ヤオコー様とパイロットプロジェクトを企画。納入期限切れは、お客様と個別調整し売切る体制作りを進めている。	(状態) 標準化実施による返品削減実施。小売業納入期限統一化による返品全体削減。	(状態) 納入期限統一化は未達であるが、在庫回転率を向上させつつ、仕入不動・販売不動を適宜チェックし、営業による早期販売やメーカー様への相談を実施することに努めた。
汎用センターからの返品	(状態) 納入期限切れ商品の返品あり	(状態) 納入期限切れの発生を抑制するため、最終仕入日から起算した経過日数と残在庫管理を全社基準とした。	(状態) 小売業納入期限統一化による返品全体削減。	(状態) 納入期限統一化は未達。鮮度不良品を早期で営業共有し、小売業様へ相談させていただき十分な販売期間を残した形で売上をさせていただいた。
専用センターからの返品	(状態) 定番カット・終売の返品を行っている	(状態) 上記ヤオコー様とのパイロットプロジェクトで標準化モデルを構築していく。	(状態) 標準化実施による返品削減実施。	(状態) カット・終売残がメーカー様返品の大きな要素となっていることを専用センター小売業様と共有。残在庫については送り込み協力をいただいた。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 当社が運営受託している企業専用センターで2/3残以上に厳しい納入期限の小売業は無い。	(実施内容) 該当なし。	(実施内容) 該当なし。	(実施内容) 該当なし。
賞味期限の2/3残し未満への納品期限の緩和	(実施内容) 現在、取り組みを実施していない。	(実施内容) 営業レベルで特定カテゴリーにて基準緩和を提案していく。センター受託としては、提案は難しい状況。 (現状指標) 3社	(実施内容) 当社が運営受託している企業専用センターの小売業と実取り組みを開始。 (目標指標) 1社	(実施内容) 提案をさせていただいているが未達。 (現状指標) 0社実施

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (CVS)	(実施内容) 特に取り組んでいない。	(実施内容) CVS業態では実施できていない。 (現状指標) 実績0社 継続して2社	(実施内容) 先事例の実運用開始。 (目標指標) 1社目標	(実施内容) 仕組み化ができず未達。 (現状指標) 0社実施
小売業態区分2 (ドラッグストア)	(実施内容) 特に取り組んでいない。	(実施内容) 取引条件の変更となり、時間を要する。 (現状指標) 実績1社 継続して4社働きかけを行う。	(実施内容) 基本返品不可の取引とする (商品瑕疵などは別) (目標指標) 1社目標	(実施内容) 加食・酒類の返品不可を公言していただいた企業あり。 (現状指標) 1社実施
小売業態区分3 (SM)	(実施内容) 特に取り組んでいない。	(実施内容) ヤオコー様とのパイロットプロジェクト 飲料カテゴリーで実施。 ・カット連絡(1ヶ月前) ・在庫共有開始(カット1週間前) ・カット1週間前から売切り期間として、センター在庫ゼロ時点で計画終了とする ・実施前後での残在庫、メーカー返品数を確認していく。	(実施内容) ヤオコー様とのパイロットプロジェクト継続 飲料:販売継続店への残在庫送り込み 調味・レトルト:カット1週前の計画終了 上記を取り組み計画として実施。	(実施内容) カット・終売の計画終了は未実施。 新しい切り口や業界として足並みを揃える 取り組みの必要性を感じる。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業との 返品確認書の運用	(実施内容) 特に運用していない。	(実施内容) 取引条件の変更を伴うため、慎重に対応している状態。行政と連動した活動が必要との認識。 (現状指標) 継続して5社目標	(実施内容) 返品運用と返品率規定を取引条項に加えていく。 (目標指標) 3社実施目標	(実施内容) ドラッグストア様で返品不可運用を公言していただいた企業あり。 (現状指標) 1社実施
メーカーとの 返品確認書の運用	(実施内容) 返品率の実態把握し、改善のため何を実施すべきか特定中。	(実施内容) 個社とは、目標設定を行い実施中。毎月、実績確認・数値社内認識・活動を行っている。 (現状指標) 現在5社実施中	(実施内容) 返品運用と返品率規定を取引条項に加えていく。 (目標指標) 10社目標	(実施内容) 取引条件の条項追加までは実施できていないが、取引改善取り組みとしてテーマ設定と実績確認を開始した。 (現状指標) 2社追加実施

2-4. 返品削減方策 その他

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
その他	(実施内容) 一部の特定小売業に、店頭販売として即売会を開催している。	(実施内容) 連携協議会に参加していない企業にも、説明機会を持っていた。総論は賛成だが、効果や競合他社の動きが見えないと実施は難しいとの感触である。 カット・特売残が全体に占める割合が多く、それを削減するには、一定の品切れ許容が必要である。両者はセットで合意されるべきことが分かった。	(実施内容) メーカー統一基準での、正しい賞味期間設定と期間延長が実現することで、賞味期限の近い商品が減少する。 賞味期間延長により、必要な残余期間を保持しながら在庫運用が可能になる。	(実施内容) メーカー様の賞味期間見直しを多く実施していただいた年であった。期間延長に伴い、既存在庫を無駄に返品されないよう注意して切替を実施した。 小売業様の中で「訳あり品セール企画」を求められるシーンが多くなった。実施に際しては、中間流通のみの負担ではなくメーカー様にもご協力いただくことで実現性は更に高くなることが期待される。 一部、ネット販売企業様で小売業様店頭販売できない賞味期間残日数商品の情報や供給を要望されることがあった。タイムセールの企画として数量限定で売り込みを仕掛けている模様。

企業名	株式会社日本アクセス
-----	------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (CVS, GMS)	(状態) 商品汚破損、メーカー製造不良品の回収等が大半である。	(状態) 現状で大きな問題は、特に無し。横ばいで推移。	(状態) 特に問題はない。	(状態) 引き続き大きな問題点はなし。商品不良に起因する返品が大半。
小売業態区分2 (SM)	(状態) 商品汚破損、メーカー製造不良品の回収等が大半である。一部の企業で、店舗発注ミスによる返品が発生している。	(状態) 取引先都合による返品に対して改善申入れにより前年比0.0.1ポイントの改善。	(状態) 取引先都合による返品に対して改善申入れを継続する。	(状態) SMTに関しても返品への意識向上が伺える。商品自体の瑕疵が認められない商品の返品については減少傾向にある。
小売業態区分3 (DGS)	(状態) 店舗発注ミス、棚替、定番カットによる返品を行う傾向が強い。先方都合による返品に対して改善申入れにより金額ベースで前年比7%改善。	(状態) 取引先都合による返品に対して改善申入れにより前年比0.13ポイントの改善。	(状態) 取引先都合による返品に対して改善申入れ継続。前年比5%の改善を目標。	(状態) 目標数値へは届かなかったが、1.3%の改善。

メーカーへの返品	(状態) 定番品のカット、終売品の返品及び納品鮮度期限切れの返品。又、販売不振、特売残、見込み違いによる返品も多く発生している。	(状態) 在庫日数 0.2日削減、メーカー返品 0.1ポイント減。	(状態) 受注予測精度の向上により、在庫日数、納品鮮度期限切れの削減。	(状態) 在庫制度向上により0.2日の在庫削減。メーカーへの返品に関しても0.14%の減。
汎用センターからの返品	(状態) 定番品のカット、終売品の返品及び納品鮮度期限切れの返品。又、販売不振、特売残、見込み違いによる返品も多く発生している。	(状態) 在庫日数 0.2日削減、メーカー返品 0.1ポイント減。	(状態) 受注予測精度の向上により、在庫日数、納品鮮度期限切れの削減。	(状態) 在庫制度向上により0.2日の在庫削減。メーカーへの返品に関しても0.14%の減。
専用センターからの返品	(状態) 定番品のカット、終売品の返品及び納品鮮度期限切れの返品。又、販売不振、特売残、見込み違いによる返品も多く発生している。	(状態) 在庫日数 0.2日削減、メーカー返品 0.1ポイント減。発注時間後ろ倒し進展なし。	(状態) 受注予測精度の向上により、在庫日数、納品鮮度期限切れの削減。及び発注時間の後ろ倒し。(EOS受信後)の取組み推進。	(状態) 在庫制度向上により0.2日の在庫削減。メーカーへの返品に関しても0.14%の減。発注時間の変更については取り組むも大きな変化なく違う視点を検討中。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 得意先毎に設定されている納品期限に対応。	(実施内容) 2014年度に活動継続。	(実施内容) 納品期限見直しパイロットプロジェクトでの実施結果に基づき、カテゴリー別に見直しの働きかけを推進。	(実施内容) 納品期限の見直しについて一定の理解は得られたと認識しているが、具体的に数値としての効果は見受けられない。 納品期限をオーバーした商品の受け入れについては商談によって容認いただける事象が増加しつつある。
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 得意先毎に設定されている納品期限に対応。	(実施内容) 対象商品が限定されているため効果が少なく中止。 (現状指標) 取組企業数 1企業	(実施内容) 対象商品が限定されているため効果が少なく中止。 (目標指標) 取組企業数 1企業	(実施内容) 対象商品が限定されているため効果が少なく中止。 (現状指標) 取組企業数 1企業

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (CVS)	(実施内容) 定番品の物流センター別のカットによる返品削減のトライアル実施。 (現状指標) 取組企業数 1企業	(実施内容) 2014年に活動継続。 (現状指標) 取組企業数 1企業	(実施内容) 定番カット品のセンター在庫が無くなった段階での欠品の容認。及び新商品の事前発注の早期数量確定。 (目標指標) 取組企業数 1企業	(実施内容) 欠品容認に関しては困難。 新規商品の数量情報等の事前・早期収集については営業担当の意識向上が見られる。 (現状指標) 取組企業数 1企業
小売業態区分2 (GMS, SM, DGS)	(実施内容) メーカー終売情報の早期提供。定番カット連絡の前倒し。及び小売業との情報共有による受注予測の精度向上。	(実施内容) カット品の早期連絡の実施。	(実施内容) メーカー終売情報の早期提供。定番カット連絡の前倒し。及び小売業との情報共有による受注予測の精度向上。	(実施内容) 終売・定番カット連絡の早期化については前項同様に営業担当の意識向上が見られる。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業との 返品確認書の運用	(実施内容) 商談時個別対応しており、確認書の運用は実施していない。 (現状指標) 運用企業数 個別対応	(実施内容) 2014年度の継続。 (現状指標) 運用企業数 個別対応	(実施内容) 継続して基本的には商談時の個別対応だが、合意に至った場合、確認書の運用を開始する。 (目標指標) 運用企業数 個別対応	(実施内容) 確認書による運用までは至っていない。引き続き検討継続する。 (現状指標) 運用企業数 個別対応
メーカーとの 返品確認書の運用	(実施内容) 商談時個別対応しており、確認書の運用は実施していない。 (現状指標) 運用企業数 個別対応	(実施内容) 2014年度の継続。 (現状指標) 運用企業数 個別対応	(実施内容) 継続して基本的には商談時の個別対応だが、合意に至った場合、確認書の運用を開始する。 (目標指標) 運用企業数 個別対応	(実施内容) 確認書による運用までは至っていない。引き続き検討継続する。 (現状指標) 運用企業数 個別対応

企業名	株式会社 Paltac
-----	-------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業からの返品	(状態) 天候、帳合変更、ブランド改廃等による影響が返品数値を大きく左右する。しかし全社的な取り組みとして、営業全員が返品削減への意識を持ち、得意先へ適時、適量、適所の納品を提案する。	(状態) 小売業様に対し、廃番情報の早期提供、定番カット品の早期発注停止、特売商品の数量商談など、小売業様との協議を進め、返品削減の取組みを実施した結果、返品率は低下。 一方、新製品による棚替えや季節品の入替えなど、商習慣としての返品の影響もあり、大幅な改善には至らず。	(状態) 継続して、POSデータや出荷データを基に適正な納品や在庫数量の提案を行い、返品削減に取り組む。	(状態) 小売業様に対し、廃番情報の早期提供、定番カット品の早期発注停止、特売商品の数量商談など、小売業様との協議を進め、返品削減の取組みを実施したが、昨年3月の駆け込み需要に対する4月以降の返品増加や夏の天候不順による季節品の返品により、大幅な改善には至らず。
小売業態区分1 (全業態)	(状態) 天候、帳合変更、ブランド改廃等による影響が返品数値を大きく左右する。しかし全社的な取り組みとして、営業全員が返品削減への意識を持ち、得意先へ適時、適量、適所の納品を提案する。	(状態) 小売業様に対し、廃番情報の早期提供、定番カット品の早期発注停止、特売商品の数量商談など、小売業様との協議を進め、返品削減の取組みを実施した結果、返品率は低下。 一方、新製品による棚替えや季節品の入替えなど、商習慣としての返品の影響もあり、大幅な改善には至らず。	(状態) 継続して、POSデータや出荷データを基に適正な納品や在庫数量の提案を行い、返品削減に取り組む。	(状態) 小売業様に対し、廃番情報の早期提供、定番カット品の数量商談など、小売業様との協議を進め、返品削減の取組みを実施したが、昨年3月の駆け込み需要に対する4月以降の返品増加や夏の天候不順による季節品の返品により、大幅な改善には至らず。
メーカーへの返品	(状態) 季節品や季節の棚替え時、返品削減を目指し店頭の在庫調整や物流拠点間転送の対応を行う。	(状態) 需要予測に基づく仕入で社内在庫の調整を実施するが、得意先での新製品の棚替えや天候不順による季節品の入替えなどがあり、大幅な改善には至らず。	(状態) 継続して、POSデータや出荷データを基に適正な納品や在庫数量の提案を行い、返品削減に取り組む。	(状態) 需要予測に基づく仕入で社内在庫の調整を実施するが、昨年3月の駆け込み需要に対する4月以降の返品増加や夏の天候不順による季節品の返品により、大幅な改善には至らず。
汎用センターからの返品	(状態) 季節品や季節の棚替え時、返品削減を目指し店頭の在庫調整や物流拠点間転送の対応を行う。	(状態) 需要予測に基づく仕入で社内在庫の調整を実施するが、得意先での新製品の棚替えや天候不順による季節品の入替えなどがあり、大幅な改善には至らず。	(状態) 継続して、POSデータや出荷データを基に適正な納品や在庫数量の提案を行い、返品削減に取り組む。	(状態) 需要予測に基づく仕入で社内在庫の調整を実施するが、昨年3月の駆け込み需要に対する4月以降の返品増加や夏の天候不順による季節品の返品により、大幅な改善には至らず。
専用センターからの返品	(状態) 季節品や季節の棚替え時、返品削減を目指し店頭の在庫調整や物流拠点間転送の対応を行う。	(状態) 需要予測に基づく仕入で社内在庫の調整を実施するが、得意先での新製品の棚替えや天候不順による季節品の入替えなどがあり、大幅な改善には至らず。	(状態) 継続して、POSデータや出荷データを基に適正な納品や在庫数量の提案を行い、返品削減に取り組む。	(状態) 需要予測に基づく仕入で社内在庫の調整を実施するが、昨年3月の駆け込み需要に対する4月以降の返品増加や夏の天候不順による季節品の返品により、大幅な改善には至らず。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (D.g.S、G.M.S・S M、H.C)	<p>(実施内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品改廃タイミング(早期決定)の連絡前倒し メーカー廃盤情報の早期情報提供 配荷店舗選定及びPOS検証等による消化見込みの精度向上 在庫削減(店舗間転送処理) <p>※季節指数の高いカテゴリー及びブランド改廃が多いカテゴリーを納品する。全ての得意先を対象に取り組み</p>	<p>(実施内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> 廃番品情報を早期に提供し発注停止 施策品の店舗在庫把握と在庫圧縮に向けた打合せなど、返品削減のための情報共有・商談を実施 <p>(現状指標)</p> <p>取り組み企業の成果向上を図るが、棚替え、季節品等の商習慣もあり、全体では大幅な返品削減には至らず。</p>	<p>(実施内容)</p> <p>前年に準じて継続実施し、成功事例を拡大する</p> <p>(目標指標)</p> <p>前年取組企業数の成果を更に向上する</p>	<p>(実施内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> 廃番品情報を早期に提供し発注停止 施策品の店舗在庫把握と在庫圧縮に向けた打合せなど、返品削減のための情報共有・商談を実施 <p>(現状指標)</p> <p>取り組み企業の成果向上を図るが、棚替え、季節品等の商習慣もあり、全体では大幅な返品削減には至らず。</p>
小売業態区分4 (C.V.S)	<p>(実施内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品改廃タイミング(早期決定)の連絡前倒し メーカー廃盤情報の早期情報提供 配荷店舗選定及びPOS検証等による消化見込みの精度向上 欠品の許容 <p>※季節指数の高いカテゴリー及びブランド改廃が多いカテゴリーを納品する。全ての得意先を対象に取り組み</p>	<p>(実施内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> 廃番品情報を早期に提供し発注停止 施策品の店舗在庫把握と在庫圧縮に向けた打合せなど、返品削減のための情報共有・商談を実施 <p>(現状指標)</p> <p>取り組み企業の成果向上を図るが、棚替え、季節品等の商習慣もあり、全体では大幅な返品削減には至らず。</p>	<p>(実施内容)</p> <p>前年に準じて継続実施し、成功事例を拡大する</p> <p>(目標指標)</p> <p>前年取組企業数の成果を更に向上する</p>	<p>(実施内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> 廃番品情報を早期に提供し発注停止 施策品の店舗在庫把握と在庫圧縮に向けた打合せなど、返品削減のための情報共有・商談を実施 <p>(現状指標)</p> <p>取り組み企業の成果向上を図るが、棚替え、季節品等の商習慣もあり、全体では大幅な返品削減には至らず。</p>

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業との 返品確認書の運用	<p>(実施内容)</p> <p>商談時の返品に関する覚書締結 (カテゴリー、特売、メーカーでの運用)</p> <p>実施企業数 数社</p>	<p>(実施内容)</p> <p>返品削減に向けた商談は実施するも、PB商品等の一部の商品を除き、覚書締結には至っていない。</p> <p>(現状指標)</p> <p>実施企業数拡大には至らず</p>	<p>(実施内容)</p> <p>商談時の返品に関する覚書締結 (カテゴリー、特売、メーカーでの運用)</p> <p>(目標指標)</p> <p>運用企業数 前年比20%アップ</p>	<p>(実施内容)</p> <p>返品削減に向けた商談は実施するも、PB商品等の一部の商品を除き、覚書締結には至っていない。</p> <p>(現状指標)</p> <p>実施企業数拡大には至らず</p>
メーカーとの 返品確認書の運用	<p>(実施内容)</p> <p>商談時の返品に関する覚書締結 (カテゴリー、特売、メーカー単位での運用)</p> <p>実施企業数 十数社</p>	<p>(実施内容)</p> <p>メーカー取引制度に基づき、一部メーカーおよび一部の商品については、返品に関する覚書を締結して運用しているが、大幅な改善には至っていない。</p> <p>(現状指標)</p> <p>運用企業数 前年比20%アップ</p>	<p>(実施内容)</p> <p>商談時の返品に関する覚書締結 (カテゴリー、特売、メーカーでの運用)</p> <p>(目標指標)</p> <p>運用企業数 前年比20%アップ</p>	<p>(実施内容)</p> <p>メーカー取引制度に基づき、一部メーカーおよび一部の商品については、返品に関する覚書を締結して運用しているが、大幅な改善には至っていない。</p> <p>(現状指標)</p> <p>運用企業数 前年比20%アップ</p>

2-4. 返品削減方策 その他

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
その他	(実施内容) 無返品契約の締結。 ・メーカー単位 ・商品単位(ブランド) ・カテゴリー単位 ・企業限定品 現状数社と取り組み	(実施内容) メーカー取引制度に準じた無返品契約の締結。 ・メーカー単位 ・商品単位 ・PB商品 ・流通限定商品 取り組み企業数 メーカー取引制度に準じて無返品契約の覚書を締結して運用中。	(実施内容) 無返品契約の締結。 ・メーカー単位 ・商品単位 ・カテゴリー単位 ・企業限定品 取り組み企業数 前年比20%アップ	(実施内容) メーカー取引制度に準じた無返品契約の締結。 ・メーカー単位 ・商品単位 ・PB商品 ・流通限定商品 取り組み企業数 メーカー取引制度に準じて無返品契約の覚書を締結して運用中。 運用企業数 前年比15%アップ

企業名	三井食品株式会社
-----	----------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業からの返品	(状態) 発生した返品の事由としては、商品汚破損やメーカー回収等、納得性の高いものが大半を占めている。但し、一部小売の都合(棚替・定番カット等)を理由に返品が発生している。また業態ではホームセンター・ドラッグストアからの返品が多い。	(状態) 改善交渉により一部項目のみ改善を含め、7企業で改善。	(状態) 2013年度の活動の継続。	(状態) 0.08%の目標値をクリア出来た。但し取引構成比の高い顧客に影響するものが高い。
小売業態区分1 (CVS)	(状態) 商品汚破損・メーカー回収等による返品が大半。商品改廃が頻繁に行われる業態であるが、カット品は原則店舗で無くなるまで販売。納品許容鮮度は厳格に実施。	(状態) 現状の運用にて大きな問題の発生は無し。	(状態) 2013年度の活動の継続。	(状態) 小売店都合による返品は基本的に発生していない。
小売業態区分2 (GMS SM その他)	(状態) 商品汚破損・メーカー回収等による返品が大半だが、一部小売で棚替・定番カット・販売不振・過剰仕入等、小売側の都合で返品される場合がある。納品許容鮮度は各小売でまちまちだが、卸としては一番厳しい小売に基準を合せざるを得ない。	(状態) 改善申し入れ・交渉実施も改善には結びつかなかった。	(状態) 2013年度の活動の継続。	(状態) GMSや大手SMからの返品は減少傾向にある。リージョナルスーパーの棚替え時返品は改善されていない。
小売業態区分3 (Dr g DS HC)	(状態) CVSやSMに比べ、ドラッグストアやホームセンターは、季節ごとの棚替や商品改廃都度、返品を行う傾向が強い。	(状態) 上記同様。	(状態) 2013年度の活動の継続。	(状態) DSの不良品返品は減少傾向にある。Dr gの棚替え時返品は一向に改善が見られない。
メーカーへの返品	(状態) 主な返品事由は「特売残在庫」「納品鮮度期限切れ商品」「販売不振」「メーカー側の商品リニューアル」が挙げられる。単に当社の在庫管理ミスによって在庫過多となった商品を返品する場合もあるが、発生頻度は低い。	(状態) 改善申し入れ実施も、効果なし。	(状態) 2013年度の活動の継続。	(状態) 小売店からの返品は減少したが、メーカーへの返品は前年同様の結果となった。自助努力不足を反省する。
汎用センターからの返品	(状態) 主な返品事由は「特売残在庫」「納品鮮度期限切れ商品」「販売不振」「メーカー側の商品リニューアル」が挙げられる。単に当社の在庫管理ミスによって在庫過多となった商品を返品する場合もあるが、発生頻度は低い。	(状態) 上記同様。	(状態) 2013年度の活動の継続。	(状態) 同上
専用センターからの返品	(状態) 主な返品事由は「特売残在庫」「納品鮮度期限切れ商品」「販売不振」「メーカー側の商品リニューアル」が挙げられる。単に当社の在庫管理ミスによって在庫過多となった商品を返品する場合もあるが、発生頻度は低い。	(状態) 上記同様。	(状態) 2013年度の活動の継続。	(状態) 顧客返品は少ないが、定番カット商品の当社在庫分は返品させて頂いている。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) ビール類商品の納品期限を賞味期限から逆算して8か月残しから6か月残しに緩和。 (現状指標) 取組企業数 2企業	(実施内容) 小売との交渉により、目標通り2企業の納品期限を緩和。今後も取組推進により企業数の拡大を図る。	(実施内容) 2013年度の活動の水平展開。 (目標指標) 取組企業数 2企業	(実施内容) 新たな緩和策は実施されていない。
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) RTD(缶チューハイ等)の納品期限を賞味期限から逆算して8か月残しから6か月残しに緩和。 (現状指標) 取組企業数 2企業	(実施内容) 上記同様(目標は未達)。	(実施内容) 2013年度の活動の水平展開。 (目標指標) 取組企業数 2企業	(実施内容) 新たな緩和策は実施されていない。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (CVS)	(実施内容) 現状の運用にて大きな問題の発生は無し。 (現状指標) 取組企業数 10企業	(実施内容) 無し	(実施内容) 現状の運用にて大きな問題の発生は無し。 (目標指標) 取組企業数 5企業	(実施内容) 現状の運用にて大きな問題の発生は無し。
小売業態区分2 (SM・GMS・他)	(実施内容) 棚替・定番カット・販売不振・過剰仕入等、小売側の都合で返品を行う小売業に対する改善の申入れ。 (現状指標) 取組企業数 10企業	(実施内容) 様々な要因もあり、交渉も改善には結びつかなかった。今後も交渉継続。 (現状指標) 実績3企業	(実施内容) 左記活動の継続。 (目標指標) 取組企業数 5企業	(実施内容) 左記活動の継続。 (現状指標) 取組企業数 5企業
小売業態区分3 (Dgs・DS・HC)	(実施内容) 棚替・定番カット・販売不振・過剰仕入等、小売側の都合で返品を行う小売に対する改善の申入れ。 (現状指標) 取組企業数 3企業	(実施内容) 上記同様。 (現状指標) 実績1企業	(実施内容) 左記活動の継続。 (目標指標) 取組企業数 5企業	(実施内容) 左記活動の継続。 (現状指標) 取組企業数 5企業

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業との 返品確認書の運用	(実施内容) 返品運用に関する記載が為された。 当社フォームによる継続的売買基本契約書(販売先用)の締結の促進。 (現状指標) 運用企業数: 947件	(実施内容) 売買基本契約書未締結先との契約締結促進により、運用企業数989件へ拡大。	(実施内容) 左記活動の継続。 (目標指標) 運用企業数: 1,000件	(実施内容) 売買基本契約書未締結先との契約締結促進により、運用企業数1059件へ拡大。
メーカーとの 返品確認書の運用	(実施内容) 返品運用に関する記載が為された。当社フォームによる継続的売買基本契約書(仕入先用)の締結の促進。 (現状指標) 運用企業数: 1,193件	(実施内容) 売買基本契約書未締結先との契約締結促進により、運用企業数1500件へ拡大。	(実施内容) 左記活動の継続。 (目標指標) 運用企業数: 1,250件	(実施内容) 左記活動の継続。 (現状指標) 運用企業数: 1,330件

企業名	三菱食品株式会社
-----	----------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業からの返品	(状態) 個別の取組みを実施中。	(状態) 小売業と個別に定番カット情報を共有化することにより削減を図った。	(状態) 継続して小売業と個別に定番カット情報を共有化することにより削減を図る。	(状態) ドラッグストアの返品金額が全体の36.5%を占めている。売上構成比は6.6%
小売業態区分1 (ドラッグストア)	(状態) 返品率の高い一部の企業に改善を依頼。	(状態) 小売業と個別に定番カット情報を共有化することにより削減を図った。	(状態) 継続して小売業と個別に定番カット情報を共有化することにより削減を図る。	(状態) 1部企業からは定常的に発生している。
小売業態区分2 (SM)	(状態) 地方SMの返品削減を図っている。	(状態) 小売業と個別に定番カット情報を共有化することにより削減を図った。	(状態) 継続して小売業と個別に定番カット情報を共有化することにより削減を図る。	(状態) 1部企業からは定常的に発生している。
小売業態区分3 (CVS)	(状態) 店舗からの返品は問題なし。	(状態) 店舗からの返品は問題なし。	(状態) 継続して小売業と個別に定番カット情報を共有化することにより削減を図る。	(状態) 菓子カテゴリーのみ発生
メーカーへの返品	(状態) メーカー各社と返品削減取組み会議を実施。	(状態) 小売業からカット情報を入手できないセンターは、棚替え時期(年2回)に一部メーカーから終売情報を提供頂き、発注/在庫数量の適正化に努めている。	(状態) 継続して小売業の改廃情報を共有化することにより削減を図る。	(状態) ①新規/カットの依頼情報をDB化し、カット情報の連携が不十分の得意先/営業を可視化 ②一部メーカーの終売情報を入手し、発注/在庫数量の適正化に努めている。
汎用センターからの返品	(状態) 終売商品の情報をメーカーより早期に把握。	(状態) 同上	(状態) 継続してセンター内取り扱い小売業を束ねた情報共有を図る。	(状態) 一部メーカーの終売情報を入手し、発注/在庫数量の適正化に努めている。
専用センターからの返品	(状態) CVSセンター定番カット品の返品削減への取組み。	(状態) 返品の要因となり得る、初回受注以降の返り注文及び企画品残を低減する為、数量決定を発注担当依存ではなく、営業決定する。	(状態) 2013年度の目標と実際に取り組んだ施策を継続し、定番カット情報の早期取得取組みを図る。	(状態) 新規/カットの依頼情報をDB化し、カット情報の連携が不十分の得意先/営業を可視化

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) DC別、商品別に各々得意先の了解を得た上で見直しを実施。 (現状指標) 取組企業数 PJとしての取組み企業はなし。	(実施内容) 1企業で2か月間パイロット運用を実施し、結果を確認した。 (現状指標) 取組企業数 WG参加小売業との本格的取組みが実現できなかった。	(実施内容) 企業別に見直しルールを適用する。 (目標指標) 取組企業数 WG参加小売業との取組みを優先し、1社目標。	(実施内容) 変更の際は、各々得意先の了解を得た上で、センター別、商品別に見直しを実施。 (現状指標) 取組企業数 小売各社の納品許容変更に合わせて、対応する。
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) DC別、商品別に各々得意先の了解を得た上で見直しを実施。 (現状指標) 取組企業数 PJとしての取組み企業はなし。	(実施内容) 1企業で2か月間パイロット運用を実施し、結果を確認した。 (現状指標) 取組企業数 WG参加小売業との本格的取組みが実現できなかった。	(実施内容) 企業別に見直しルールを適用する。 (目標指標) 取組企業数 WG参加小売業との取組みを優先し、1社目標。	(実施内容) 変更の際は、各々得意先の了解を得た上で、センター別、商品別に見直しを実施。 (現状指標) 取組企業数 小売各社の納品許容変更に合わせて、対応する。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業態区分1 (CVS)	(実施内容) カット商品一定時期経過後の欠品許容。新商品1週間前に確定数受注。 (現状指標) 取組企業数 1社	(実施内容) 継続して、新規初回導入数の確定情報とカットの一定期間経過内の欠品許容の取組みを1社と実施。 (現状指標) 取組企業数 継続して1社と実施。	(実施内容) 継続して1社と実施。 (目標指標) 取組企業数 WG参加小売業との取組みを優先し実施 (継続して1社)	(実施内容) 継続して1社と実施。 (現状指標) 取組企業数 WG参加小売業との取組みを優先し実施 (継続して1社)
小売業態区分2 (SM、ドラッグストア)	(実施内容) 企業単位で個別実施 (現状指標) 取組企業数 プロジェクトとしての取組みはなし。	(実施内容) 新規案内とカット案内の状況調査を実施結果は新規2:カット1であった。 (現状指標) 取組企業数 営業と連携して小売業にカット情報の提供を継続して依頼する。	(実施内容) 営業と連携して小売業にカット情報の提供を継続して依頼する。 (目標指標) 取組企業数 WG参加小売業との取組みを優先し実施。(1社目標)	(実施内容) 営業と連携して小売業にカット情報の提供を継続して依頼する。 (現状指標) 取組企業数 WG参加小売業との取組みを優先し実施。(1社目標)

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
小売業との 返品確認書の運用	(実施内容) 商談時個別対応。 (現状指標) 取組企業数 個別対応	(実施内容) 特に運用していない。 (現状指標) 取組企業数 まず1社を選定	(実施内容) 継続して商談時個別対応。 (目標指標) 取組企業数 1社目標	(実施内容) 特に運用していない。 (現状指標)
メーカーとの 返品確認書の運用	(実施内容) 基本契約書に定めた範囲で運用しており、都度確認書は交わしていない。 (現状指標) 取組企業数 個別対応。	(実施内容) 1部のメーカーとは、取引制度見直しの一環で目標設定を行った上で、実施している。 (現状指標) メーカー要望があれば、個々で取り組みを進める。	(実施内容) メーカーの要望により個別対応。 (目標指標) 取組企業数 状況に応じ拡大。	(実施内容) 特に運用していない。 (現状指標) メーカー要望があれば、個々で取り組みを進める。

2-4. 返品削減方策 その他

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
その他	(実施内容) 目標達成時に小売・卸・メーカーでメリットをシェアするなど企業別個別対応。 基本、企業別個別対応とするが、返品率の高い小売業との取り組みを優先して行く。 (現状指標)	(実施内容) 特に実施せず。 (現状指標)	(実施内容) 継続して返品率の高い小売業との取り組みを優先して行く。 (目標指標)	(実施内容) 特に実施せず。 (現状指標)

企業名	株式会社ラルズ
-----	---------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(状態) 一部の店舗で店判断の返品をしている。ケーキ材料は季節品として返品している。ドリンクギフトで1社のみ返品している。	(状態) 原則月1回 全単品 期限切れチェックを指導しているが店舗や部門でバラツキ有り。店舗判断の返品は激減した。ケーキ材料の返品はゼロになっていない。ドリンクギフトは1メーカーのみ返品実施、次年度に向けてメーカーと調整中。	(状態) 期限切れチェックの明確な実施時期の設定、及び値引き商品削減に対する改善会議の実施。 店判断の返品をゼロとする。ケーキ材料の返品をゼロとする。ドリンクギフトの返品をゼロとする。	(状態) 毎月の賞味期限キレのチェック 米の袋破損 及び日付切れ商品の返品ゼロ(2014年9月より実施)
日用雑貨	(状態) 棚変更による棚落ち商品はペットフードを除き返品。季節商品は販売期間終了後返品。	(状態) 売上が低迷し計画どりの返品削減を達成できず。実績の悪い商品も多々発生、棚落ち商品の増加が原因。	(状態) 棚変更による棚落ち商品の返品を1/3に削減する。	(状態) 棚落ち商品の早めの案内・発注止め
専用センターからの返品について	専用センターなし。	専用センター無し。	専用センターなし。	専用センターなし

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 1/3ルール実施していない。	(実施内容) 1/3ルール実施していない。	(実施内容) 1/3ルール実施していない。	(実施内容) 1/3ルール実施していない。
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 1/3ルール実施していない。	(実施内容) 1/3ルール実施していない。	(実施内容) 1/3ルール実施していない。	(実施内容) 1/3ルール実施していない。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	<p>(実施内容) 菓子については、棚替え(春・秋)時は、1ヶ月前にカットリスト配布、2週間前に発注止め実施。 その他、加工食品は、原則売り切り実施。</p> <p>(現状指標) 商品カテゴリー ほぼ全カテゴリーを実施</p>	<p>(実施内容) 2013年度は返品可メーカーが3社、うち1社は返品無しで、実施残り2社も2015年までにゼロ対応予定。</p>	<p>(実施内容) 菓子の返品をゼロとし値引き売り切りとする。</p>	<p>(実施内容) 返品実施メーカーは3社(パンダイ、ロッテ、味覚糖)3社とも覚書なし。2015年度は覚書取り交わしと、パンダイは返品無しで調整中</p>
日用雑貨	<p>(実施内容) 棚変更の2週間前に棚割表とカットリストを店舗に配布。カテゴリーによってはベンダーと協議し発注止めを実施。ベンダーからの要請により値引き処分の場合もあり。</p>	<p>(実施内容) 棚変更の4週間前に棚割表とカットリストを店舗に配布、全カテゴリーにおいてベンダーと協議し発注止めを実施。ベンダーからの値引き処分の要請も考慮したが、返品抑制の目標は全く達成できず。</p>	<p>(実施内容) 棚変更の4週間前に棚割表とカットリストを店舗に配布、全カテゴリーにおいて発注止めを実施。ベンダーからの値引き処分の要請を受け入れる。</p>	<p>(実施内容) 棚変更の4週間前に棚割表とカットリストを店舗に配布、全カテゴリーにおいて発注止めを実施。ベンダーからの値引き処分の要請を受け入れる。</p>

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	<p>(実施内容) 返品確認書に基づいて実施。 ケーキ材料のみ返品確認書に基づいて返品している。</p>	<p>(実施内容) 現在はケーキ材料のみ 返品確認書に基づいて実施、ギフトに関しても、一部返品実施しているが確認書では無く見積上に記載。</p>	<p>(実施内容) 加工食品は返品ゼロを目指す。返品確認書を廃止し、メーカーと売り切りを原則とした合意形成を図る。</p>	<p>(実施内容) 2014年度もケーキ材料は返品計画書に基づき返品実施。ギフトに関しては返品実施しているが、2013年度比10%削減、返品率0%を目指す。米は2014年度9月より返品0</p>

2-4. 返品削減方策 その他

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
その他	<p>(実施内容) 返品削減の為に発注の見直しや過剰在庫報告、又余剰品の値引き指示(指示は抽象的)。</p> <p>(現状指標) 商品カテゴリー 主にドレッシング、袋麺、カップ麺。</p>	<p>(実施内容) 自動発注の店舗におけるメンテナンス指導を強化。広告商品は消費税の関係で(内税・外税)表記になる為、アイテムは1割以上削減実施(4月より)。</p> <p>(現状指標) 目標としているドレッシング、袋麺、カップ麺の中で、ドレッシングのみバックヤード0実施店舗があるが、まだ全店では無い。</p>	<p>(実施内容) 自動発注の更なる精度アップと、広告商品のアイテムの1割削減。</p> <p>(目標指標) 商品カテゴリー ドレッシング、袋麺、カップ麺はバックヤード在庫1を目指す。</p>	<p>(実施内容) 2014年度は期の途中より米の返品削減が進み、返品率が大幅に減少、2015年1月より広告アイテム1割削減中</p> <p>(現状指標) カップめんのBRのロング台車を4台 ⇒3台へ削減、ただし一部店舗が実施できていない</p>

企業名	イオンリテール株式会社
-----	-------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	<p>(状態) ・ 原則、お取引先様責任以外での返品は発生しない。 ・ 取引先起因としては不良品、納品時の汚破損等がある。</p>	<p>(状態) ・ 2013年度目標の達成</p>	<p>(状態) ・ 物流体制の適正化(在庫管理精度・販売SKU管理の向上など) ・ 店舗オペレーションの改善(発注精度・納品回数等)</p>	<p>(状態) ・ 2014年度目標の達成</p>
日用雑貨	<p>(状態) 返品率については改善であるが、内訳は棚替え・季節品の返品が大半である。</p>	<p>(状態) ・ 2013年度目標の達成</p>	<p>(状態) 棚替え・季節品の返品については、原則3週間前に発注ストップをかけ店頭在庫、センター在庫の削減取り組み。売り切り体制の推進。</p>	<p>(状態) ・ 2014年度目標の達成</p>
専用センターからの返品について	<p>(状態) 返品なし。</p>	<p>(状態) 返品なし。</p>	<p>(状態) 返品なし。</p>	<p>(状態) 返品なし。</p>

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) ・該当なし。	(実施内容) ・同左。	(実施内容) ・同左。	(実施内容) ・同左。
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) ・該当なし。	(実施内容) ・納品期限緩和とパイロット・プロジェクトに参加し実証実験実施。 ・結果において、店舗において売価変更。 (値下げ)や廃棄の増加を一部確認	(実施内容) ・引き続き、食品ロス削減商慣習ワーキングチームに参加。 ・卸からメーカーへの返品発生において、取引条件である納品期限が起因しているとするば、サプライチェーン全体で要因分析と検証を実施する。	(実施内容) ・農林水産省の食品ロス削減商慣習ワーキングチームに参加 ・納品期限の緩和については、社内でお客さまへの影響を含めて丁寧に精査検証を実施

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(実施内容) 定番変更、商品入れ替えについて ・約2週間前に各情報を受領し、在庫の絞り込みを実施。 ・センターにおいて残った在庫は、店舗に配分 ・店舗では、お客様にご迷惑をかけないように新商品導入後に売切り対応。	(実施内容) ・2013年度目標の達成	(実施内容) ・物流体制の適正化 (在庫管理精度・sku管理等) ・店舗オペレーションの改善 (発注精度・納品回数等) ・情報管理システムの活用	(実施内容) ・2014年度の目標の達成
日用雑貨	(実施内容) メーカー廃番品に関しては3週間前に発注ストップをかけた在庫削減に取り組む。一部商品については、値引き販売を実施。	(実施内容) 年間を通して在庫削減に取り組む。取り扱いSKU数の削減、スポット商品の取り扱いの削減などで管理レベルの向上を目指し、発注精度の向上、改善に取り組む。	(実施内容) 店頭在庫、取扱SKU数の適正化への取り組みが返品削減につながるため、継続して発注精度の向上・売切りの徹底などに取り組む。	(実施内容) 年間を通して在庫削減の取り組みを行った。①販促商品の発注精度の向上、改善 ②棚替え時の補充設定変更の運用を継続して行う。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	(実施内容) ・特に、日用雑貨の季節品に関しては、期初に協議にて条件を同意決定。 ・返品に関しては「覚書」を締結。 ・返品削減への取組の努力は、惜しまず実施。	(実施内容) ・覚書運用企業数での目標設定、進捗管理は実施していない。 ・仕入形態は多岐にわたる（本部・地区） ・コンプライアンスの取組として、取引先アンケートにて、返品の実態調査を実施（毎年実施）	(実施内容) ・覚書運用企業数での目標設定、進捗管理は実施していない。 ・仕入形態は多岐にわたる（本部・地区） ・コンプライアンスの取組として、取引先アンケートにて、返品の実態調査を実施（毎年実施）	(実施内容) ・2014年度の目標の達成

企業名	株式会社イズミ
-----	---------

1-1. 返品削減 定性目標（めざす姿）

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(状態) 入荷時不良品、特定品群での返品契約。 (お茶、みそ、ギフト、たばこ)	(状態) 左記の特定品群以外はなし。	(状態) 入荷時不良品、特定品群での返品契約。 (ギフト、たばこ)	(状態) 入荷時不良品、特定品群での返品契約。 (ギフト、たばこ)
日用雑貨	(状態) 棚替えによる棚落ち商品の一部返品。 季節商品の販売期間終了後返品。	(状態) 棚替えによる棚落ち商品の一部返品。 季節商品の計画精度あげ1割削減(12年比)。	(状態) 棚替えによる棚落ち商品の一部返品。 売切対応の追加(メーカーとの協力体制をとる)。 季節商品の計画精度あげ2割削減(13年比)。	(状態) 棚替えによる棚落ち商品の一部返品。 売切対応の追加(メーカーとの協力体制をとる)。 季節商品の計画精度あげ1割削減(14年比)。
専用センターからの返品について	(状態) 卸発注・卸在庫の為、卸責任で処理。消化協力はする。 日用雑貨は専用ストックセンターはなし。	(状態) 左記で継続実施中。超過商品の消化販売を拡大。	(状態) 卸発注・卸在庫の為、卸責任で処理。消化協力はする。 日用雑貨は専用ストックセンターはなし。	(状態) 一部代行センターはあるが卸発注・卸在庫の為、卸責任で処理。消化協力はする。 日用雑貨は専用ストックセンターはなし。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 期限オーバー商品の引取り実施。	(実施内容) 期限オーバー商品の引取り実施。	(実施内容) 継続。	(実施内容) 現状ほとんどなくなりました。
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 輸入品については1/3 残しまでに緩和。	(実施内容) 継続。	(実施内容) 継続。	(実施内容) 継続検討中

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(実施内容) 入れ替え商品は売切り、返品なし。 (現状指標) 商品カテゴリー: 全カテゴリー	(実施内容) 入れ替え商品は売切り、返品なし。 (現状指標) 商品カテゴリー: 全カテゴリー	(実施内容) 入れ替え商品は売切り、返品なし。 (目標指標) 商品カテゴリー: 全カテゴリー	(実施内容) 入れ替え商品は売切り、返品なし。 (現状指標) 商品カテゴリー: 全カテゴリー
日用雑貨	(実施内容) 棚替え前にカット品の発注停止による在庫削減(2週間前実施)。 メーカーとの無返品契約の締結。	(実施内容) 棚替え前にカット品の発注停止による在庫削減(1カ月前実施)。 メーカーとの無返品契約の締結を増やす。	(実施内容) 棚替え前にカット品の発注停止による在庫削減(1カ月前実施)。 メーカーとの無返品契約の締結を増やす。	(実施内容) 棚替え前にカット品の発注停止による在庫削減(1カ月前実施)。 メーカーとの無返品契約の締結を増やす。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	<p>(実施内容)</p> <p>■加工食品 契約書あり。</p> <p>■日用雑貨 返品確認書でのベンダーとの覚書締結。</p>	<p>(実施内容)</p> <p>■加工食品 継続して運用。</p> <p>■日用雑貨 返品確認書でのベンダーとの覚書締結。別途削減にむけたプロセスと目標を協議する。</p>	<p>(実施内容)</p> <p>■加工食品 継続して運用。</p> <p>■日用雑貨 返品確認書でのベンダーとの覚書締結。別途削減にむけたプロセスと目標を協議する。</p>	<p>(実施内容)</p> <p>■加工食品 継続して運用。</p> <p>■日用雑貨 返品確認書でのベンダーとの覚書締結。別途削減にむけたプロセスと目標を協議する。</p>

企業名	イズミヤ株式会社
-----	----------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	<p>(状態)</p> <p>原則、メーカー、卸起因の自主回収による返品、入荷時の汚破損以外での返品はないが、ギフトの返品がある。</p>	<p>(状態)</p> <p>ギフト商品以外は現状の対応を継続。メーカー、卸との情報共有を密にした結果、返品額削減ができた。引き続き取り組みを実施。</p>	<p>(状態)</p> <p>ギフト商品以外は現状の対応を継続。メーカー、卸との情報共有を継続して返品、ロス削減に取り組む。ギフト商品については、引き続き、3層協議で販売計画を共有し、更に計画の精度を高め、返品削減に取り組む。</p>	<p>(状態)</p> <p>ギフト商品以外は現状の対応を継続。メーカー、卸との情報共有を密にした結果、返品額削減ができた。引き続き取り組みを実施。2015年度よりお中元、お歳暮商品については店出しでの対応を極力減らして返品を削減。</p>
日用雑貨	<p>(状態)</p> <p>製配販3層協議の上、取り決めた返品可能商品は返品対応している。3層協議の上、返品削減取組としての早期の発注停止の実施で、返品可能商品の在庫、返品削減を実施している。</p>	<p>(状態)</p> <p>3層協議で取り決めた対象商品については、返品額の削減ができた。引き続き取り組みを継続し、削減目標に近づけている。</p>	<p>(状態)</p> <p>引き続き、3層協議で取り決めた対象商品について、販売計画を共有し、在庫、返品削減に向けての方策を進展させ実施していく。補充停止日の早期実施と連絡徹底の精度アップを図る。季節品は商品販売動向を確認しながら発注精度アップ、晩期の発注調整を図り返品削減に取り組む。</p>	<p>(状態)</p> <p>季節品について消費税増税後の特殊事情による仕入計画と販売実績との差異が発生。</p>
専用センターからの返品について	<p>(状態)</p> <p>発注精度、在庫管理運用に注力しているが、一部返品が発生している。</p>	<p>(状態)</p> <p>在庫日数の変化があまりみられていない。商品回転率含め情報共有を密にする必要がある。</p>	<p>(状態)</p> <p>製配販3層での販売情報、在庫情報を共有することで、在庫管理精度、発注精度を高め、返品を「0」に近づける。</p>	<p>(状態)</p> <p>在庫日数の変化があまりみられていない。商品回転率含め情報共有を密にする必要がある。</p>

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 賞味期限の納品期限は1/3で対応している。	(実施内容) 業態別の指定店舗で、飲料・菓子の納品期限を 1/3から1/2へ変更し検証を実施。 (現状指標) 商品カテゴリー名 指定の飲料、菓子類	(実施内容) 賞味期限の納品期限を現状1/3から1/2へ見直しを行い、検証する。 (目標指標) 商品カテゴリー名 指定の飲料、菓子類	(実施内容) 指定店舗で、飲料・菓子の納品期限を1/3から1/2への見直し検討に留まる。 (現状指標) 商品カテゴリー名 指定の飲料、菓子類
賞味期限の2/3残り未済への納品期限の緩和	(実施内容) 該当なし	(実施内容) 業態別の指定店舗で、飲料・菓子の納品期限を 1/3から1/2へ変更し検証を実施。 (現状指標) 商品カテゴリー名 指定の飲料、菓子類	(実施内容) 製配販連携協議会での納品期限緩和指標に基づいた運用を実施する。 (目標指標) 商品カテゴリー名 指定の飲料、菓子類	(実施内容) 指定店舗で、飲料・菓子の納品期限を1/3から1/2への見直し検討に留まる。 (現状指標) 商品カテゴリー名 指定の飲料、菓子類

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(実施内容) 商品入替は、カット商品の連絡と発注停止を実施し、見切り、ロス削減を実施。 (現状指標) 商品カテゴリー名 加工食品全商品	(実施内容) 製配販での販売計画を共有し、早期の情報周知で3層の流通在庫を最小化し、ロスの削減を目指す。 (現状指標) 商品カテゴリー名 加工食品全商品	(実施内容) 製配販での販売計画を共有し、早期の情報周知で3層の流通在庫を最小化し、ロスの削減を継続、発展させる。 (目標指標) 商品カテゴリー名 加工食品全商品	(実施内容) 製配販での販売計画を共有し、早期の情報周知で3層の流通在庫を最小化し、ロスの削減を目指す。 (現状指標) 商品カテゴリー名 加工食品全商品
日用雑貨	(実施内容) 棚替2~3週間前に店舗へ案内し、発注を停止 →棚替(返品発生時)までに在庫消化を図る。 (現状指標) 商品カテゴリー名 日用雑貨全商品	(実施内容) 製配販での販売計画を共有し、早期の情報周知で3層の流通在庫を最小化し、返品削減を目指す。 (現状指標) 商品カテゴリー名 日用雑貨全商品	(実施内容) 製配販での販売計画を共有し、早期の情報周知で3層の流通在庫を最小化し、返品削減を継続、発展させる。 (目標指標) 商品カテゴリー名 日用雑貨全商品	(実施内容) 製配販での販売計画を共有し、早期の情報周知で3層の流通在庫を最小化し、返品削減を目指す。 (現状指標) 商品カテゴリー名 日用雑貨全商品

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	(実施内容) 社内フォームの商談記録簿にて運用している。 (事前協議にて取り交わし) (現状指標) 運用企業数 対象企業全社	(実施内容) 商談記録簿での運用を実施した。 (現状指標) 運用企業数 対象企業全社	(実施内容) 継続して、商談記録簿にて運用。 (目標指標) 運用企業数 対象企業全社	(実施内容) 商談記録簿での運用を実施した。 (現状指標) 運用企業数 対象企業全社

企業名	株式会社イトーヨーカ堂
-----	-------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(状態) 取引先起因(メーカー不良、納品破損、等)以外での返品はしない。	(状態) 基本、同左であるが取引先との情報共有を更に推進し、ロス削減に取り組む。	(状態) 基本、同左であるが取引先との情報共有を更に推進し、ロス削減に取り組む。	(状態) 基本、同左であるが取引先との情報共有を更に推進し、ロス削減に取り組む。
日用雑貨	(状態) 取引先起因(メーカー不良、納品破損、等)、及び、シーズン商品入替え(委託契約)以外は返品はしていない。	(状態) 取引先起因(メーカー不良、納品破損、等)、及び、シーズン商品入替え(委託契約)以外は返品はしていない。	(状態) 取引先起因(メーカー不良、納品破損、等)、及び、シーズン商品入替え(委託契約)以外は返品はしていない。	(状態) 取引先起因(メーカー不良、納品破損、等)、及び、シーズン商品入替え(委託契約)以外は返品はしていない。
専用センターからの返品について	(状態) 一元管理された情報を取引先、センター、小売で共有する事により発注精度、在庫管理精度の向上を図り、返品削減をしていく。	(状態) 継続して、一元管理された情報を取引先、センター、小売で共有する事により発注精度、在庫管理精度の向上を図り、返品削減をしていく。	(状態) 継続して、一元管理された情報を取引先、センター、小売で共有する事により発注精度、在庫管理精度の向上を図り、返品削減をしていく。	(状態) 継続して、一元管理された情報を取引先、センター、小売で共有する事により発注精度、在庫管理精度の向上を図り、返品削減をしていく。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 11年より限定カテゴリーで実施。 (現状指標) 商品カテゴリー ビール、チューハイ類。	(実施内容) 原則発生させない。	(実施内容) 原則発生させない。	(実施内容) 原則発生させない。
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 11年より限定カテゴリーで実施。 (現状指標) 商品カテゴリー ビール、チューハイ類。	(実施内容) 飲料、菓子ともに納品期限切れ、返品削減の効果があると想定。 (飲料0.332ポイント、菓子0.145ポイント) (現状指標) 商品カテゴリー 飲料、菓子。	(実施内容) 飲料、菓子については納品期限の緩和を継続。 (目標指標) 商品カテゴリー 飲料、菓子部門での緩和を継続。	(実施内容) 飲料、菓子については納品期限の緩和を継続。 (現状指標) 商品カテゴリー 飲料、菓子部門での緩和を継続。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(実施内容) 情報の一元管理システムの運用徹底を図り、商品入替え時のロス削減。	(実施内容) 継続して、情報一元管理システムの運用徹底を図り、商品入替え時のロス削減。 パイロットPJにて運用検証。 (現状指標) 商品カテゴリー 全般	(実施内容) 継続して、情報一元管理システムの運用徹底を図り、商品入替え時のロス削減。 パイロットPJにて運用検証。 (目標指標) 商品カテゴリー 全般	(実施内容) 継続して、情報一元管理システムの運用徹底を図り、商品入替え時のロス削減。 パイロットPJにて運用検証。 (現状指標) 商品カテゴリー 全般
日用雑貨	(実施内容) 特に実施せず。	(実施内容) 昨年度、具体的な行為に至らず。	(実施内容) 協議会で実施されるパイロットPJの内容確認。また、15年度を目途に加工食品と同様な一元管理のシステムの導入を検討。	(実施内容) 協議会で実施されるパイロットPJの内容確認。現状の取り組み内容の継続。 (終売タイミングの在庫削減、委託商品についてもお取引先と協議の上、返品実施など)

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	<p>(実施内容) 委託契約商品は発注書、又は、商談メモに返品条件等を明確化。</p> <p>(現状指標) 運用企業数 対象企業全て</p>	<p>(実施内容) 委託契約商品は発注書、又は、商談メモに返品条件等を明確化した。</p> <p>(現状指標) 運用企業数 対象企業全て</p>	<p>(実施内容) 継続して、委託契約商品は発注書、又は、商談メモに返品条件等を明確化。</p> <p>(目標指標) 運用企業数 対象企業全て</p>	<p>(実施内容) 継続して、委託契約商品は発注書、又は、商談メモに返品条件等を明確化。</p> <p>(現状指標) 運用企業数 対象企業全て</p>

企業名	株式会社コメリ
-----	---------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
商品全般	<p>(実施内容) 原則返品は実施していない。</p>	<p>(実施内容) 原則返品は実施していない。</p>	<p>(実施内容) 原則返品は実施していない。</p>	<p>(実施内容) 原則返品は実施していない。</p>
専用センターからの返品について	<p>(実施内容) 入荷の際の破損・事故品以外は、もしくは商品部が商談した商品関連以外の返品は無い。</p>	<p>(実施内容) 入荷の際の破損・事故品以外は、もしくは商品部が商談した商品関連以外の返品は無い。</p>	<p>(実施内容) 入荷の際の破損・事故品以外は、もしくは商品部が商談した商品関連以外の返品は無い。</p>	<p>(実施内容) 入荷時点の破損事故、商品部バイヤーが取引先様と商談で決めた内容以外の返品はありませんでした。</p>

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
商品全般	<p>(実施内容) 売場変更、商品差し替え案内は決定後即、店舗へ通知(発注停止・売り切り案内)。</p> <p>(現状指標) 全商品</p>	<p>(実施内容) 継続して売場変更、商品差し替え案内は決定後即、店舗へ通知(発注停止・売り切り案内)。</p> <p>(現状指標) 全商品</p>	<p>(実施内容) 継続して売場変更、商品差し替え案内は決定後即、店舗へ通知(発注停止・売り切り案内)。</p> <p>(目標指標) 全商品</p>	<p>(実施内容) 継続して売場変更、商品差し替え案内は決定後即、店舗へ通知(発注停止・売り切り案内)。</p> <p>(現状指標) 全商品</p>

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	<p>(実施内容) 返品が必要な場合については、相互に覚書や商談により、返品対応に対する契約を明確にする。</p> <p>(現状指標) 全商品</p>	<p>(実施内容) 継続して、返品が必要な場合については、相互に覚書や商談により、返品対応に対する契約を明確にする。</p> <p>(現状指標) 全商品</p>	<p>(実施内容) 継続して、返品が必要な場合については、相互に覚書や商談により、返品対応に対する契約を明確にする。</p> <p>(目標指標) 全商品</p>	<p>(実施内容) お取引先様とは相互の商談の上、覚書や契約書による対応を明確にしました。</p> <p>(現状指標) 全商品</p>

企業名	株式会社サークルKサンクス
-----	---------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(状態) 原則返品は実施していない。	(状態) 原則返品は実施していない。	(状態) 原則返品は実施していない。	(状態) 原則返品は実施していない。
日用雑貨	(状態) 季節品の入替時に、一部返品が発生。	(状態) 季節品の入替時に、一部返品が発生。	(状態) 季節品の入替時に、一部返品が発生。	(状態) 季節品の入替時に、一部返品が発生
専用センターからの 返品について	(状態) 発注中止(棚落ち)商品の一部で発生。	(状態) 発注中止(棚落ち)商品の一部で発生 →抑制のための仕組み作りを検討継続。	(状態) 発注中止(棚落ち)商品の一部で発生 →返品削減。	(状態) 発注中止(棚落ち)商品の一部で発生 →返品削減。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り 以上に厳しい納品 期限の緩和	(実施内容) 該当無し。	(実施内容) 該当無し。	(実施内容) 該当無し。	(実施内容) 該当無し。
賞味期限の2/3残り 未済への納品期 限の緩和	(実施内容) 特段の対応無し。	(実施内容) 返品削減WGにおけるパイロットプロジェ クトの効果検証を踏まえ、当社での運用に ついて検討を実施した。	(実施内容) 未定。	(実施内容) 該当無し。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	<p>(実施内容)</p> <p>終売の2ヶ月～3週間前に、店舗にアナウンスする。</p> <p>(現状指標)</p> <p>商品カテゴリー 加工食品全般</p>	<p>(実施内容)</p> <p>2012年度の取組を継続しつつ、流通在庫の可視化について、システム化の検討を継続。</p> <p>(現状指標)</p> <p>加工食品全般</p>	<p>(実施内容)</p> <p>2013年度の取組を継続しつつ、システム化を前提に、センターからの発注停止の前倒しを実施。</p> <p>(目標指標)</p> <p>商品カテゴリー 加工食品全般</p>	<p>(実施内容)</p> <p>2013年度の取組を継続しつつ、システム化を前提に、センターからの発注停止の前倒しを実施。</p> <p>(現状指標)</p> <p>商品カテゴリー 加工食品全般</p>
日用雑貨	<p>(実施内容)</p> <p>季節品の入替時に返品が発生。入替の2ヶ月～3週間前に、店舗にアナウンスする。返品はメーカー同意のもと、文書にて確認。</p> <p>(現状指標)</p> <p>商品カテゴリー カイロ、殺虫剤、日焼け止め、制汗剤、ハンドクリームなどの返品率低減。</p>	<p>(実施内容)</p> <p>2012年度の取組を継続しつつ、流通在庫の可視化について、システム化の検討を継続。返品はメーカー同意のもと、文書にて確認。</p> <p>(現状指標)</p> <p>商品カテゴリー カイロ、殺虫剤、日焼け止め、制汗剤、ハンドクリームなどの返品率低減。</p>	<p>(実施内容)</p> <p>2013年度の取組を継続しつつ、システム化を前提に、センターからの発注停止の前倒しを実施。</p> <p>(目標指標)</p> <p>商品カテゴリー カイロ、殺虫剤、日焼け止め、制汗剤、ハンドクリームなどの返品率低減。</p>	<p>(実施内容)</p> <p>2013年度の取組を継続しつつ、システム化を前提に、センターからの発注停止の前倒しを実施。</p> <p>(現状指標)</p> <p>商品カテゴリー カイロ、殺虫剤、日焼け止め、制汗剤、ハンドクリームなどの返品率低減。</p>

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	<p>(実施内容)</p> <p>主に雑貨の季節品で、商品の取扱い前に、文書にて双方の確認実施。</p> <p>(現状指標)</p> <p>運用企業数 数社</p>	<p>(実施内容)</p> <p>継続して、主に雑貨の季節品で、商品の取扱い前に、文書にて双方の確認実施。</p> <p>(現状指標)</p> <p>運用企業数 数社</p>	<p>(実施内容)</p> <p>継続して、主に雑貨の季節品で、商品の取扱い前に、文書にて双方の確認実施。</p> <p>(目標指標)</p> <p>運用企業数 数社</p>	<p>(実施内容)</p> <p>継続して、主に雑貨の季節品で、商品の取扱い前に、文書にて双方の確認実施。</p> <p>(現状指標)</p> <p>運用企業数 数社</p>

企業名	株式会社CFSコーポレーション
-----	-----------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(状態) 基本、食品における返品はゼロ。 一部、メーカー事由、汚破損による返品発生。	(状態) 販売期限の見直しに関しては未実施。社内基準の緩和は一部で見直し実施。	(状態) 新基準による運用。 新在庫管理システムの運用開始。 店舗在庫の消化促進。	(状態) 食品の返品は基本的に発生しません。
日用雑貨	(状態) 定番カットにおいて返品が発生している。 年2回の季節品入れ替え時の返品が発生している。 一部の販売期限切れ商品について、都度返品覚書を交わした上で返品を行っている	(状態) 適正在庫化に向けた発注システムは稼働中。強化基準は未実施。	(状態) 新強化基準、ルールによる運用。 パイロットプロジェクトにおけるベストプラクティスの水平展開。 新在庫管理システムの運用開始。 店舗在庫の消化促進。	(状態) 8割強は季節品の返品。
専用センターからの返品について	(状態) 食品に関しては専用センターなしの為、返品は発生していない。 専用センターのDCIにおける返品は発生していない。	(状態) 同左。	(状態) 専用センターからの返品はなし。	(状態) 専用センターからの返品は季節品のみ。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 当社では、納品期限の設定は無し。	(実施内容) 当社では、納品期限の設定は無し。	(実施内容) 当社では、納品期限の設定は無し。	(実施内容) 当社では、納品期限の設定は無し。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(実施内容) 入れ替え時は発注停止と同時に店舗にて見切り処分の実施。 基本、返品はゼロであるが、一部メーカーにおいては入れ替え時に返品している。 (医薬品系卸)	(実施内容) 加工食品における一部、販売期限の緩和を実施。 (現状指標) 未実施	(実施内容) 前期実施内容についてのブラッシュアップ。 基準緩和策の実行。 (目標指標) 健康食品における入れ替え時の返品を50%削減する。	(実施内容) 加工食品は基本的に返品は発生しない。 (現状指標)
日用雑貨	(実施内容) 入れ替え約1ヶ月前に発注停止、時期を合わせて店舗へ事前カットリストの配信。一部値引き販売、店間在庫の調整を行っている。 メーカー、卸の意向により一部、返品確認書による同意の元、返品を行っている。	(実施内容) ビューティケア季節品における棚替え時の返品を削減する取組を実施。 (現状指標) 返品削減プロジェクトにてビューティケア季節品で低減に向けての取組推進中。	(実施内容) 在庫管理システムの運用、精度向上。 パイロットプロジェクトにおけるベストプラクティスの水平展開。 (目標指標) ヘアケア、季節品(殺虫剤 ビューティケア季節品等)における返品率の低減。	(実施内容) ・季節品の在庫コントロール。 全体在庫数と先の販売予測数(過去データ参考)によって発注止めを実施。 ・定番入替時は、早めの発注止めにより在庫を削減。(問題:店舗格差により早々に売り切れてしまう店と最後まで売れ残ってしまう店の調整が出来ない) (現状指標) ・天候不順につき夏物の季節品が多かった。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	(実施内容) 仕入先への返品に関しては主に定番棚替え、季節品の入替え時に発生。 期初に事前協議に基づき返品の有無を決定する。 返品が発生する場合は仕入先と覚書を締結している。 (現状指標) 返品確認書 (弊社書式名:取引慣行に基づく特約条項に関する覚書) 覚書の締結数 200件/年間	(実施内容) 覚書締結数 返品なしでの事前交渉は継続実施中。 返品確認書内容は変更していない。 (現状指標) 2013年 覚書締結数 95件 削減率 47.5%	(実施内容) 前期実行内容の反省、課題を元にブラッシュアップ、継続的な取組を推進する。 新基準による返品確認書の運用。 (目標指標) 返品確認書 (弊社書式名:取引慣行に基づく特約条項に関する覚書) 覚書締結数を30%削減する。	(実施内容) 返品可条件のものは全て事前に覚書の締結実施 (現状指標) 2014年度 覚書締結数 68件 28%削減 (※覚書の書き方をまとめているだけで返品数量が減っているわけではない)

企業名	株式会社セブン-イレブン・ジャパン
-----	-------------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(状態) 店舗からの返品はメーカーに起因する商品瑕疵に限定	(状態) 引き続き、商品瑕疵(メーカー起因)以外の返品「0」を遵守	(状態) 引き続き、商品瑕疵(メーカー起因)以外の返品「0」を遵守	(状態) 引き続き、商品瑕疵(メーカー起因)以外の返品「0」を遵守
日用雑貨	(状態) 店舗からの返品はメーカーに起因する商品瑕疵か、一部メーカーと取決めた商品(季節商品)に限定	(状態) メーカーと取決めた季節商品等について、販売計画(発注終了時期～販売終了時期)を共有し、無駄なく販売を終了させる	(状態) 引き続き、メーカーと取決めた季節商品の販売計画(発注終了時期～販売終了時期)を共有し、無駄なく販売を終了させる	(状態) メーカーと取決めた季節商品等について、販売計画(発注終了時期～販売終了時期)を共有し、無駄なく販売を終了させる
専用センターからの返品について	(状態) 取引のある卸売り事業者からメーカーへの返品に当る「専用センターからの返品」は、情報共有システムの活用で減少傾向にあるが、物流体制の見直し等によりさらに削減する余地はある	(状態) 取引先と連携し、共同物流構築・共同物流拠点の多機能化を進め、流通在庫自体を最小化させて取引先で発生するロスを「0」に近づける	(状態) 取引先の物流体制見直しを継続	(状態) 取引先と連携し、共同物流構築・共同物流拠点の多機能化を進め、流通在庫自体を最小化させて取引先で発生するロスを「0」に近づける

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 該当なし	(実施内容) 該当なし	(実施内容) 該当なし	(実施内容) 該当なし
賞味期限の2/3残り未済への納品期限の緩和	(実施内容) 12年度の見直しはなし	(実施内容) 製配販協議会における納品期限設定に関する討議に参加	(実施内容) 製配販協議会での議論を踏まえ対応	(実施内容) 製配販協議会における納品期限設定に関する討議に参加 ・菓子の一部、飲料全品の納品期限を「賞味期限の1/3」から「賞味期限の1/2」に変更実施。(2014年11月～)

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	<p>(実施内容) 取引先の物流体制見直し →納品リードタイム短縮デリバリーロット小型化による流通在庫自体の最小化を目的に、お取引先と連携し、在拠点の大型化多機能化を地区限定で実施</p> <p>(現状指標) 商品カテゴリー 加工食品全般</p>	<p>(実施内容) 取引先の物流体制見直し(進捗中) →在庫拠点の大型化多機能化の展開地区拡大による流通在庫自体の最小化、及び、リードタイム短縮により、お取引先で発生する商品入替時のロスを「0」に近づける</p> <p>(現状指標) 商品カテゴリー 加工食品全般</p>	<p>(実施内容) 取引先の物流体制見直し →在庫拠点の大型化多機能化の展開地区拡大を継続</p> <p>(目標指標) 商品カテゴリー 加工食品全般</p>	<p>(実施内容) 取引先の物流体制見直し(進捗中) →地区毎の在庫拠点・配送拠点の適正化を図る</p> <p>(現状指標) 商品カテゴリー 加工食品全般</p>
日用雑貨	<p>(実施内容) 取引先の物流体制見直し →少量多品種商品の共同物流構築により流通在庫自体を最小化</p> <p>(現状指標) 商品カテゴリー 日用雑貨全般</p>	<p>(実施内容) 取引先の物流体制見直し(進捗中) →共同物流参加メーカーを拡大し、少量多品種商品の流通在庫最小化、リードタイム短縮により、お取引先で発生する商品入替時のロスを「0」に近づける</p> <p>(現状指標) 日用雑貨全般</p>	<p>(実施内容) 取引先の物流体制見直し →流通在庫最小化を目的とする少量多品種共同物流の参加メーカー拡大を継続</p> <p>(目標指標) 商品カテゴリー 日用雑貨全般</p>	<p>(実施内容) 取引先の物流体制見直し(進捗中) →流通在庫最小化を目的とする少量多品種共同物流の参加メーカー拡大を継続</p> <p>(現状指標) 日用雑貨全般</p>

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	<p>(実施内容) 実施中</p>	<p>(実施内容) 継続して実施中</p>	<p>(実施内容) 継続して実施中</p>	<p>(実施内容) 継続して実施中</p>

企業名	DCMホールディングス株式会社
-----	-----------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(状態) 該当なし	(状態) 該当無し	(状態) 該当無し	(状態) 該当無し
日用雑貨	(状態) 棚割り変更による棚外れ商品については、基本的に自社での処分としている。商談により一部返品は、合意書の作成が基本。季節商品についても同様での対応をしている。	(状態) 2013年度目標の通り。	(状態) 棚割り変更による棚外れ商品については、基本的に自社での処分としている。商談により一部返品は、合意書の作成が基本。季節商品についても同様での対応をする。	(状態) 棚割り変更による棚外れ商品については、基本的に自社での処分としている。商談により一部返品は、事前の合意を前提にしている。業務の簡素化を進めており、合意書に代わる証拠を保存すること合意書の作成を併用している。
専用センターからの返品について	(状態) 合意書の無い返品はしない。	(状態) 2013年度目標の通り。	(状態) 合意書に基づいた返品であるが、極力売り減らし後返品。	(状態) 2014年度目標の通り。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 該当なし	(実施内容) 該当なし	(実施内容) 該当なし	(実施内容) 該当なし
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 12年度の見直しはなし	(実施内容) 製配販協議会における納品期限設定に関する討議に参加	(実施内容) 製配販協議会での議論を踏まえ対応	(実施内容) 製配販協議会での議論を踏まえ対応

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(実施内容) 該当無し	(実施内容) 該当無し	(実施内容) 該当無し	(実施内容) 該当無し
日用雑貨	(実施内容) 棚割変更の6週間前にパターン改廃処理。 4週前より棚外れ商品は全て発注停止処理。 4週前より棚外れ商品を3割引で処分開始。 棚割変更時に5割引へ変更し、処分コーナーでの販売へ移動する。 (一部の高購買頻度商品は、2週まえより3割引) (現状指標) 全カテゴリー	(実施内容) 2013年度目標の通り。 (現状指標) 2013年度目標の通り。(全カテゴリー)	(実施内容) 棚割変更の6週間前にパターン改廃処理。 4週前より棚外れ商品は全て発注停止処理。 4週前より棚外れ商品を3割引で処分開始。 棚割変更時に5割引へ変更し、処分コーナーでの販売へ移動する。 (一部の高購買頻度商品は、2週前より3割引) 前年より『長期改廃計画』により棚外れ予定商品を平均2ヶ月前より最大在庫圧縮へ変更。(処分ロス・返品の削減取組み) (目標指標) 全カテゴリー	(実施内容) 2014年度目標の通り。 (現状指標) 2014年度目標の通り。(全カテゴリー)

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	(実施内容) 返品合意書の作成を完全実施継続 →返品合意書の作成を完全に実施 (現状指標) 対象全取引先について完全実施	(実施内容) 2013年度目標の通り。 (現状指標) 2013年度目標の通り。	(実施内容) 返品合意書の作成を完全実施継続 →継続して、返品合意書の作成を完全に実施 (目標指標) 対象全取引先について完全実施	(実施内容) 商談により一部返品は、事前の合意を前提にしている。業務の簡素化を進めており、合意書に代わる証拠を保存することと合意書の作成を併用している。 (現状指標) 2014年度目標の通り。

2-4. 返品削減方策 その他

区分	現状 2012年度	2013年度	2014年度 目標	2014年度 実績
その他	<p>(実施内容)</p> <p>棚割変更時期を相互明確に確認し『長期改廃計画』の運用を返品合意商品についても適用する。売り減らしての返品削減。</p> <p>(現状指標) 運用企業数</p> <p>日用雑貨 21社 ・内訳 日用消耗 4社 ダイニング キッチン 7社 バス トイレタリー 3社 HBC 7社</p>	<p>(実施内容)</p> <p>2013年度目標の通り。</p> <p>(現状指標) 運用企業数</p> <p>日用雑貨 25社 ・内訳 日用消耗 6社 ダイニング キッチン 9社 バス トイレタリー 3社 HBC 7社</p>	<p>(実施内容)</p> <p>棚割変更時期を相互明確に確認し『長期改廃計画』の運用を返品合意商品についても適用する。売り減らしての返品削減。</p> <p>(目標指標) 運用企業数</p> <p>日用雑貨 30社 ・内訳 日用消耗 8社 ダイニング キッチン 11社 バス トイレタリー 3社 HBC 8社</p>	<p>(実施内容)</p> <p>2014年度目標の通り。</p> <p>(現状指標) 運用企業数</p> <p>日用雑貨 36社 ・内訳 日用消耗 8社 ダイニング キッチン 11社 バス トイレタリー 9社 HBC 8社</p>

企業名	株式会社フジ
-----	--------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	<p>(状態)</p> <p>特売商品以外の不良品(日切れ、破損等)は返品</p>	<p>(状態)</p> <p>2013年度より、原則返品無し実施(ギフト・不良品除く)</p>	<p>(状態)</p> <p>13年度取り組みを継続予定</p>	<p>(状態)</p> <p>前年対比85%</p>
日用雑貨	<p>(状態)</p> <p>雑貨商品は、完全買い取り。ケア商品は、棚割変更時返品。(メーカーの意向により)シーズン品は、展開終了時に返品。</p>	<p>(状態)</p> <p>雑貨商品完全買い取り ケア商品は棚割り変更時に返品(*メーカー要望意向受け)シーズン品は展開終了時に返品。</p>	<p>(状態)</p> <p>棚割変更時の、事前発注停止により返品。削減を目指す(ケア商品)。シーズン品は、ベンダー・メーカーと協業により削減を目指す。(計画数、分納、店舗間移動)</p>	<p>(状態)</p> <p>前年対比95.8%</p>
専用センターからの返品について	<p>(状態)</p> <p>日用雑貨は棚変え等で返品が発生。専用センターを経由し、各メーカーへ返品。加工食品は買取のため、返品は発生しない。</p>	<p>(状態)</p> <p>2013年度目標の達成。</p>	<p>(状態)</p> <p>日用雑貨の棚替によるカット品のみ返品。</p>	<p>(状態)</p> <p>前年対比95.8%</p>

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 1/3ルール適用はなし ※日付けの逆転現象のみ確認	(実施内容) 1/3ルール適用はなし ※日付けの逆転現象のみ確認	(実施内容) 1/3ルール適用はなし ※日付けの逆転現象のみ確認	(実施内容) 実績は無し。DCセンター在庫はベンダー様の管理の為、実績の報告はありません。
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 1/3ルール適用はなし ※日付けの逆転現象のみ確認	(実施内容) 1/3ルール適用はなし ※日付けの逆転現象のみ確認	(実施内容) 1/3ルール適用はなし ※日付けの逆転現象のみ確認	(実施内容) 実績は無し。DCセンター在庫はベンダー様の管理の為、実績の報告はありません。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(実施内容) 棚替えによる入れ替え商品も自社にて処分販売	(実施内容) 完全買い取り実現実施済み	(実施内容) 継続して、棚替えによる入れ替え商品も自社にて処分販売	(実施内容) 菓子部門、2014年、9月より買取へ、追跡が難しく正確な金額は不明、但し、菓子部門の返品金額前年比62.6%の改善効果あり。
日用雑貨	(実施内容) 棚割変更時、入替商品は2~3週間前に発注を停止して、返品数量の削減に努める。 シーズン品は、適正な投入量と晩期の店舗間移動、処分セールにより削減に努める。 (現状指標)商品カテゴリー ビューティケア、殺虫剤、防虫剤、制汗剤 日焼け止め、リップ、カイロなど	(実施内容) 品揃え内容の変更(年間定番化)により、返品削減に努める。 (現状指標)ビューティケア、殺虫剤、防虫剤、制汗剤 日焼け止め、リップ、カイロなど	(実施内容) 定番商品、シーズン品ともに適正在庫の維持に努め、返品削減を目指す。 (目標指標)商品カテゴリー ビューティケア、殺虫剤、防虫剤、制汗剤 日焼け止め、リップ、カイロなど	(実施内容) ・前年比112.7% 殺虫剤前年比120%、防虫剤前年比65%、カイロ前年比161%、制汗剤前年比105%、日焼け止め前年比87%、リップ前年比129% ※ビューティケアの追跡が出来ない為除いています。天候要因もあり、殺虫剤、カイロが消化不足により大幅増。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	(実施内容) 商品売買基本契約書にて文書にして合意の上運用	(実施内容) 返品無しの確認はしているが、文書の完全化には至っていない。	(実施内容) 返品なしの買い取りに変更した旨を文書にて合意確認し運用	(実施内容) 実績無し。※商品事故による返品は除く。

企業名	株式会社マツモトキヨシホールディングス
-----	---------------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(状態) 破損品以外の返品は基本的に無し。	(状態) 破損品以外の返品は基本的に無し。	(状態) 破損品以外の返品は基本的に無し。	(状態) 破損品以外の返品は実施していない。
日用雑貨	(状態) 棚替え時の新商品の早期展開とカット品の早期処分が課題	(状態) 棚割の見直しと商品改廃ルールにより、返品は削減傾向。	(状態) 1品カット・1品採用の拡大、棚替60日前ルールの徹底、販売計画の精度アップにより返品削減を行う。	(状態) 棚替え実施期間の見直し、カット品処分期間の見直しを行い、販売計画の共有もすすめ、返品削減を実施した。
専用センターからの返品について	(状態) NB商品は全て「VMI」方式の為、取引先が管理運営しており、弊社からの返品は無し。	(状態) NB商品は全て「VMI」方式の為、取引先が管理運営しており、当社からの返品は無し。	(状態) NB商品は全て「VMI」方式の為、取引先が管理運営しており、当社からの返品は無し。	(状態) NB商品は全て「VMI」方式の為、取引先が管理運営しており、当社からの返品は無し。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 当社より納品期限を指定していない。	(実施内容) 当社より納品期限を指定していない。	(実施内容) 当社より納品期限を指定していない。	(実施内容) 当社より納品期限を指定していない。

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(実施内容) 商品カット連絡後1ヶ月以内に処分完了 (商品入替え上の問題はなし)	(実施内容) 継続して商品カット連絡後1ヶ月以内に処分完了 (商品入替え上の問題はなし)	(実施内容) 継続して商品カット連絡後1ヶ月以内に処分完了 (商品入替え上の問題はなし)	(実施内容) 継続して商品カット連絡後2ヶ月以内に処分完了 (商品入替え上の問題はなし)
日用雑貨	(実施内容) 商品カット連絡後1ヶ月以内に処分完了	(実施内容) 棚替パターン数の見直しを行う。	(実施内容) 1品カット・1品採用の拡大 カット品処分コーナーの設置	(実施内容) ・1品カット・2品採用の拡大及びカット品処分コーナーの設置。 ・棚替え実施期間の見直し及びカット品処分期間の見直しを行った。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	(実施内容) 返品確認書の必要各社との締結	(実施内容) 商談内容に応じて返品確認書の締結継続	(実施内容) 商談内容に応じて返品確認書の締結継続	(実施内容) 商談内容に応じて返品確認書の締結継続

企業名	株式会社マルエツ
-----	----------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(状態) 食品における返品は、ゼロ取引先事由による、汚破損による返品発生。	(状態) 販売期限に関する基準の緩和1/3ルールの見直しへの協議継続中。 賞味期限見直しへの協議継続中。	(状態) 販売期限に関する基準の緩和ルールの見直しでの運用。 賞味期限見直し運用。	(状態) 販売期限に関する基準の緩和1/3ルールの見直しへの協議継続中。 賞味期限見直しへの協議継続中。
日用雑貨	(状態) シーズン品(カイロ他)など返品条件が、取引先と相互に確認(商談記録)されている、カテゴリ、単品については、返品している。	(状態) シーズン品(カイロ他)など返品条件が取引先と相互に確認(商談記録)されている、カテゴリ、単品については、返品実施。	(状態) シーズン品(カイロ他)など返品条件がお取引様と相互に確認(商談記録)されている、カテゴリ、単品については、返品実施。	(状態) シーズン品(カイロ他)など返品条件が取引先と相互に確認(商談記録)されている、カテゴリ、単品については、返品実施。
専用センターからの返品について	(状態) 取引先責任以外の商品については、返品をしていない。	(状態) 取引先責任以外の商品については、返品をしていない。	(状態) 取引先責任以外の商品については、返品をしていない。	(状態) 取引先責任以外の商品については、返品をしていない。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 該当なし	(実施内容) 該当なし	(実施内容) 該当なし	(実施内容) 該当なし
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 1/3ルールでの対応 商談にて条件面で合意の場合対応 (現状指標) 商品カテゴリー 菓子、レトルト食品など	(実施内容) 商談にて条件面で合意の場合対応継続 (現状指標) 商品カテゴリーについては、缶詰など拡大	(実施内容) 商談にて条件面で合意の場合対応継続 製配販での納品期限の決定ルールに沿った運用。改訂後の効果分析によるルールの見直し (目標指標) 商品カテゴリー 拡大検討	(実施内容) 商談にて条件面で合意の場合対応継続 (現状指標) 商品カテゴリーについては、缶詰など拡大

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(実施内容) 棚割り変更時については、発注停止と同時に店舗にて見切処分の実施	(実施内容) 販売期限に関する基準の緩和を検討。ただし、メーカー、卸、の協力要請と消費者への理解を推進	(実施内容) 消費者への理解を推進	(実施内容) 販売期限に関する基準の緩和を検討。ただし、メーカー、卸、の協力要請と消費者への理解を推進
日用雑貨	(実施内容) 棚割り変更時については、発注停止と同時に店舗にて見切処分の実施(4週間前運用) (現状指標) 商品カテゴリー カイロ、防虫剤、殺虫剤など	(実施内容) シーズン品(カイロ他)など返品条件が取引先と相互に確認(商談記録)されている、カテゴリー、単品については返品。前年の動向を確認しながら、仕入量の調整 店舗間の振り替えによる消化促進。 (現状指標) 商品カテゴリー カイロ、防虫剤、殺虫剤など	(実施内容) シーズン品(カイロ他)など返品条件が、取引先と相互に確認(商談記録)されている、カテゴリー、単品については、返品。前年の動向を確認しながら、仕入量の調整 店舗間の振り替えによる消化促進の継続。 (目標指標) 商品カテゴリー カイロ、防虫剤、殺虫剤など	(実施内容) シーズン品(カイロ他)など返品条件が取引先と相互に確認(商談記録)されている、カテゴリー、単品については返品。前年の動向を確認しながら、仕入量の調整 店舗間の振り替えによる消化促進。 (現状指標) 商品カテゴリー カイロ、防虫剤、殺虫剤など

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	(実施内容) 全取引先と、返品条件を取引先と相互に確認をし、商談記録にて対応前年の動向を確認しながら、仕入量の調整	(実施内容) 継続して全取引先と、返品条件を取引先と相互に確認をし、商談記録にて対応前年の動向、市場動向など確認し、仕入量の調整継続。(取引先の本年の計画を確認)	(実施内容) 継続して全取引先と、返品条件を取引先と相互に確認をし、商談記録にて対応前年の動向、市場動向など確認し、仕入量の調整継続。(取引先の本年の計画を確認)	(実施内容) 継続して全取引先と、返品条件を取引先と相互に確認をし、商談記録にて対応前年の動向、市場動向など確認し、仕入量の調整継続。(取引先の本年の計画を確認)

企業名	ミニストップ株式会社
-----	------------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(状態) 返品発生の際は、商品起因の瑕疵等以外の返品は無し。	(状態) 新規商品の事前発注による取引先への初回確定発注実施と商品終売方法の見直しについては、システム対応のずれ込みにより、2013年度は未実施。	(状態) システム対応の完了に合わせ、2014年下期よりスタートする。(菓子・加工食品・飲料)	(状態) 2014年下期より、菓子・加工食品・飲料の一部商品で初回確定発注を開始。
日用雑貨	(状態) 返品発生の際は、商品起因の瑕疵、または返品可能条件の商品以外の返品は無し。	(状態) 食品と同様、2013年度は未実施。	(状態) 食品の取り組みが水平展開可能か調整する。	(状態) 日用雑貨は未実施。(加工食品の動向を確認の上、今後の水平展開を検討)
専用センターからの返品について	(状態) 商品入れ替え、瑕疵品等の理由による返品がある。	(状態) 上記取り組みのスタートが2014年度にずれ込んだため、良品返品の削減目標は未達成。	(状態) システム稼働が夏以降となるため、下期には良品返品の数量が50%以下になっている状態とする。	(状態) 菓子・加工食品・飲料で初回確定発注を開始。一部商品のため効果は限られるが、対象商品については返品削減の効果は出ている。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 該当なし	(実施内容) 該当なし	(実施内容) 該当なし	(実施内容) 該当なし
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 店着期限の1/3の見直しは今のところ、NB品ではなし。 * 2010年より、店舗でのお客さまへの販売期限の緩和は実施済。 (現状指標) 商品カテゴリー 菓子・加工食品(飲料含む)・調味料	(実施内容) グループとして納品期限緩和とパイロットプロジェクトへ参加したが、検討の結果CVSにおける特定エリアでの実証には至らなかった。 (現状指標)	(実施内容) 引続き納品期限緩和のパイロットプロジェクトへ参加し、CVSの共通課題を把握し改善を継続する。 (目標指標) 商品カテゴリー 菓子・加工食品(飲料含む)・調味料	(実施内容) 納品期限緩和とパイロットプロジェクトへ参加。飲料カテゴリーより納品期限緩和を検討。2015年度より取り組み開始予定。 (現状指標)

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(実施内容) アイス類について、センター単位での終売を実施する。これによって、メーカー返品削減を実施する。 (現状指標) 商品カテゴリー アイスクリューム	(実施内容) 新規商品の事前発注による取引先への初回確定発注実施と商品終売方法の見直しについては、システム対応のずれ込みにより、2013年度は未実施。	(実施内容) 加盟店への商品終売案内の方法をかせ、センター⇒メーカーの返品率削減。売切のための精度を高める。 (目標指標) 商品カテゴリー 菓子・加工食品・飲料からスタート。	(実施内容) 菓子・加工食品・飲料の一部商品について、センター単位での終売を実施。 (現状指標) 商品カテゴリー 菓子・加工食品・飲料
日用雑貨	(実施内容) 日用品は未実施。	(実施内容) 食品と同様、2013年度は未実施。	(実施内容) 加工食品の返品削減ツールが利用できるか調整する。 (目標指標) 商品カテゴリー 日用品全般	(実施内容) 日用品は未実施。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	<p>(実施内容) 返品は基本的には無し。返品の場合は、基本取引契約上の別途覚書締結を実施する。</p> <p>(現状指標) 雑貨及びお土産品等</p>	<p>(実施内容) 返品は基本的には無し。例外として発生する場合は商談時に合意した上で、必ず覚書を締結する。 各バイヤーへのルール周知徹底をする。</p> <p>(現状指標) 雑貨及びお土産品等</p>	<p>(実施内容) 返品は基本的には無し。例外として発生する場合は商談時に合意した上で、必ず覚書を締結する。 各バイヤーへのルール周知徹底をする。</p> <p>(目標指標) 雑貨及びお土産品等</p>	<p>(実施内容) 返品は基本的には無し。例外として発生する場合は商談時に合意した上で、覚書を締結。</p> <p>(現状指標) 雑貨及びお土産品等</p>

企業名	株式会社 ヤオコー
-----	-----------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(状態) 原則返品は実施していない。	(状態) 原則返品は実施していない。 各季節変動の高い商品や入替実施をする 商品に関しては各問屋様と連動して事前案内できる商品を共有していく。	(状態) 原則返品は実施していない。 各季節変動の高い商品や入替実施をする 商品に関しては各問屋様と連動して事前案内できる商品を共有していく。	(状態) 原則返品は実施していない。 各季節変動の高い商品や入替実施をする 商品に関しては各問屋様と連動して事前案内できる商品を共有を実施
日用雑貨	(状態) 棚替え、商品入替時に返品が一部の商品で発生。値下げ売切りのできない商品でメーカー指示のため	(状態) 原則返品はしない方向で進める 委託シーズン商品についても返品削減の取組みを強化	(状態) 原則返品はしない方向で進める 委託シーズン商品についても返品削減の取組みを強化	(状態) 原則返品はしない方向で進める 委託シーズン商品についても返品削減の取組みを強化実施
専用センターからの返品について	(状態) 鮮度基準に対象となった商品の一部、スポット抜いで店舗案内後出荷。	(状態) 引き続き、鮮度基準に対象となった商品の一部、スポット抜いで店舗案内後出荷。	(状態) 引き続き、鮮度基準に対象となった商品の一部、スポット抜いで店舗案内後出荷。	(状態) 引き続き、鮮度基準に対象となった商品の一部、スポット抜いで店舗案内後出荷。

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 弊社本部指示により店舗納品2/3残しの水準より緩和して店舗納品を実施 (現状指標) ex. 商品カテゴリー名	(実施内容) 弊社、月間重点商品、メーカーフェアーなどの重点イベント商品などの残在庫の2/3残し水準よりも緩和する (現状指標) ex. 商品カテゴリー名 検討中	(実施内容) 弊社、月間重点商品、メーカーフェアーなどの重点イベント商品の拡大を実施し残在庫の2/3残し水準よりも緩和する (目標指標) ex. 商品カテゴリー名 検討中	(実施内容) 弊社、月間重点商品、メーカーフェアーなどの重点イベント商品の拡大を実施し残在庫の2/3残し水準よりも緩和 (現状指標) ex. 商品カテゴリー名 検討中
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) PB商品、留め型商品、一部輸入商品の緩和を実施して店舗納品実施。 (現状指標) ex. 商品カテゴリー名	(実施内容) PB商品、留め型商品、一部輸入商品の拡大による緩和を実施して店舗納品実施。 (現状指標) ex. 商品カテゴリー名 検討中	(実施内容) PB商品、留め型商品、一部輸入商品の拡大による緩和を実施して店舗納品実施。 (目標指標) ex. 商品カテゴリー名 検討中	(実施内容) 弊社、月間重点商品、メーカーフェアーなどの重点イベント商品の拡大を実施し残在庫の2/3残し水準よりも緩和 (現状指標) ex. 商品カテゴリー名 検討中

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(実施内容) 終売の約1カ月前に店舗にアナウンスをする。センター在庫は約1カ月前より絞り込む。 (現状指標) ex. 商品カテゴリー名	(実施内容) 弊社本部が商品入替えリストを4週間までに店舗・仕入先に内容を通知。センターでは在庫の絞り込みを図り、店頭終売日までの一定時期以降は、センター在庫が完売次第、センター欠品とする。 (現状指標) ex. 商品カテゴリー名 検討中	(実施内容) 弊社本部が商品入替えリストを4週間までに店舗・仕入先に内容を通知。センターでは在庫の絞り込みを図り、店頭終売日までの一定時期以降は、センター在庫が完売次第、センター欠品とする。 (目標指標) ex. 商品カテゴリー名 検討中	(実施内容) 弊社本部が商品入替えリストを4週間までに店舗・仕入先に内容を通知。センターでは在庫の絞り込みを図り、店頭終売日までの一定時期以降は、センター在庫が完売次第、センター欠品とする。 (現状指標) ex. 商品カテゴリー名 検討中
日用雑貨	(実施内容) シーズン品の棚替え、入替時に返品が発生、シーズン品以外は店舗で売切り 入替商品は2~3週間前に発注を停止。店舗への案内も2~3週前に実施。 返品はメーカー卸し同意の元、契約書を交わす (現状指標) ex. カイロ・殺虫剤・ビューティー季節品(日焼け止め、制汗剤、リップ、ハンドクリームなど)の返品率低減。	(実施内容) 2013年度に全店導入される自動発注システムの運用ルールを確立し事前の発注停止によるシーズン終盤の店舗在庫の適正化を図る。これにより消化率を高め返品削減を図る。 (現状指標) ex. カイロ・殺虫剤・ビューティー季節品(日焼け止め、制汗剤、リップ、ハンドクリームなど)の返品率低減。	(実施内容) 2013年から開始する自動発注システムの運用による返品削減の取り組みを精度向上させ、更なる返品率削減を図る。 (目標指標) ex. カイロ・殺虫剤・ビューティー季節品(日焼け止め、制汗剤、リップ、ハンドクリームなど)の返品率低減。	(実施内容) 2013年から開始する自動発注システムの運用による返品削減の取り組みを精度向上させ、更なる返品率削減を図る。 (現状指標) ex. カイロ・殺虫剤・ビューティー季節品(日焼け止め、制汗剤、リップ、ハンドクリームなど)の返品率低減。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	<p>(実施内容) 仕入れ先の返品に関しては主にシーズン商品 シーズン商品は定番とエンドで展開 定番は日焼止め、制汗剤を棚替え時に返品 エンド商品は殺虫剤、防虫剤、カイロ、花火、お飾り、祝着等返品 商品の取り扱い前に「買戻し特約付き季節商品売買契約書」を取引先と締結している。</p> <p>(現状指標) ex.運用企業数 日用雑貨 29社</p>	<p>(実施内容) シーズン商品の返品金額の削減 販売計画作成時に最終の返品金額目標を設定し 消化率の向上を目指す。目標値 消化率90%以上 返品金額の削減行為 発注止めの徹底 割引セール等の在庫削減 委託条件商品の取り扱い中止による買戻し特約付き季節商品売買契約書の削減</p> <p>(現状指標) ex.運用企業数 日用雑貨 25社</p>	<p>(実施内容) 協議会検討内容を踏まえた返品確認書の作成、日用雑貨に関する企業全体での運用を促進し市場全体での返品削減を目指す</p> <p>(目標指標) ex.運用企業数 日用雑貨 23社</p>	<p>(実施内容) 協議会検討内容を踏まえた返品確認書の作成、日用雑貨に関する企業全体での運用を促進し市場全体での返品削減を目指す</p> <p>(現状指標) ex.運用企業数 日用雑貨 23社</p>

企業名	ユニ株式会社
-----	--------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	<p>(状態) 基本的に返品しない。 ・着荷時不良によるもの。 ・事前商談によるもの。(期間限定の販売)などでの一部返品がある。</p>	<p>(状態) 基本的に返品しない。 ・着荷時不良によるもの。 ・事前商談によるもの。(期間限定の販売)などでの一部返品がある。</p>	<p>(状態) 基本的に返品しない。 ・着荷時不良によるもの。 ・事前商談によるもの。(期間限定の販売)などでの一部返品がある。</p>	<p>(状態) 基本的に返品しない。 ・着荷時不良によるもの。 ・事前商談によるもの。(期間限定の販売)などでの一部返品がある。</p>
日用雑貨	<p>(状態) メーカーの意向で返品実施。 ・着荷時不良によるもの。 ・事前商談によるもの。(期間限定の販売)シーズン商品などでの返品がある。</p>	<p>(状態) メーカーの意向で返品実施。 ・着荷時不良によるもの。 ・事前商談によるもの。(期間限定の販売)シーズン商品などでの返品がある。</p>	<p>(状態) メーカーの意向で返品実施。 ・着荷時不良によるもの。 ・事前商談によるもの。(期間限定の販売)シーズン商品などでの返品がある。</p>	<p>(状態) メーカーの意向で返品実施。 ・着荷時不良によるもの。 ・事前商談によるもの。(期間限定の販売)シーズン商品などでの返品がある。</p>
専用センターからの返品について	<p>(状態) 専用センターなし</p>	<p>(状態) 返品なし(ベンダー在庫)</p>	<p>(状態) 専用センターなし</p>	<p>(状態) 返品なし(ベンダー在庫)</p>

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残り以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 該当無し	(実施内容) 該当無し	(実施内容) 該当無し	(実施内容) 該当無し
賞味期限の2/3残り未満への納品期限の緩和	(実施内容) 未実施	(実施内容) パイロットプロジェクト(10月~1月)にて中京エリアの2センターにて飲料5社の商品を1/3から1/2に緩和 効果 納品期限切れに一定の効果(未実施センターとの比較) センターからの引取が削減 店舗での見切りはほぼ横ばいだが4ヶ月ではわからない	(実施内容) 個別にメーカー様との商談の中で、条件など折り合えば検討していく。 商品管理上、消費期限・賞味期限を守って販売につなげるため、店舗が混乱しないシステムの構築も必要。(安心・安全面)	(実施内容) 個別にメーカー様との商談の中で、条件など折り合えば検討していく。 商品管理上、消費期限・賞味期限を守って販売につなげるため、店舗が混乱しないシステムの構築も必要。(安心・安全面)

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(実施内容) 1ヶ月前にカット商品リストを店舗に送付。同時に発注ストップ。→売り減らし→棚替えに残っている場合は、見切り処分。 (現状指標) 商品カテゴリー一名 全商品対象。	(実施内容) 店舗への指示を早める。 (システム連動) →速やかな発注止めにより、棚替えまでの販売期間確保と発注抑制で返品削減効果 (現状指標) 商品カテゴリー一名 全商品対象。	(実施内容) 店舗への指示を早める。 (システム連動) →速やかな発注止めにより、棚替えまでの販売期間確保と発注抑制で返品削減効果 ・書面での連絡は、店舗にいきたるまでの時間が数日余分にかかるため。 書面火曜発送→店着木曜～金曜 データ月曜配信→火曜 店舗確認(最大4日早まる) (目標指標) 商品カテゴリー一名 全商品対象。	(実施内容) 店舗への指示を早める。 (システム連動) →速やかな発注止めにより、棚替えまでの販売期間確保と発注抑制で返品削減効果 ・書面での連絡は、店舗にいきたるまでの時間が数日余分にかかるため。 書面火曜発送→店着木曜～金曜 データ月曜配信→火曜 店舗確認(最大4日早まる) (現状指標) 商品カテゴリー一名 全商品対象。
日用雑貨	(実施内容) 1ヶ月前にカット商品リストを店舗に送付。 同時に発注ストップ。→売り減らし→棚替えに残っている場合は、見切り処分。 (現状指標) 商品カテゴリー一名 事前返品確認済み以外全品対象。	(実施内容) 店舗への指示を早める。 (システム連動) →速やかな発注止めにより、棚替えまでの販売期間確保と発注抑制で返品削減効果 (現状指標) 商品カテゴリー一名 事前返品確認済み以外全品対象。	(実施内容) 店舗への指示を早める。 ・書面での連絡は、店舗にいきたるまでの時間が数日余分にかかるため。 書面火曜発送→店着木曜～金曜 データ月曜配信→火曜 店舗確認(最大4日早まる) 特に、シーズン色の強い商品には晚期効果が高い。 (システム連動) →速やかな発注止めにより、棚替えまでの販売期間確保と発注抑制で返品削減効果 (目標指標) 商品カテゴリー一名 事前返品確認済み以外全品対象。	(実施内容) 店舗への指示を早める。 ・書面での連絡は、店舗にいきたるまでの時間が数日余分にかかるため。 書面火曜発送→店着木曜～金曜 データ月曜配信→火曜 店舗確認(最大4日早まる) 特に、シーズン色の強い商品には晚期効果が高い。 (システム連動) →速やかな発注止めにより、棚替えまでの販売期間確保と発注抑制で返品削減効果 (現状指標) 商品カテゴリー一名 事前返品確認済み以外全品対象。

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	<p>(実施内容) 返品確認書は、社内専用フォームにて運用済み。 また、社内の内部監査項目にも入っており、商品部員の運用も統一(流れ) 商談→返品確認書の取り交わし→店舗へ返品指示書を送付→店舗は返品指示書を元に期間内に返品。</p> <p>(現状指標) 運用企業数 基本、取引先全社が対象。 (返品の記事があった場合)</p>	<p>(実施内容) 現状維持と、取り交わし漏れのないように監査していく。</p> <p>(現状指標) 運用企業数 基本全社対象。 但し、返品の記事が発生する取引内容が事前に商談で確認されている場合のみ</p>	<p>(実施内容) 現状維持と、取り交わし漏れのないように監査していく。</p> <p>(目標指標) 運用企業数 基本全社対象。 但し、返品の記事が発生する取引内容が事前に商談で確認されている場合のみ</p>	<p>(実施内容) 現状維持と、取り交わし漏れのないように監査していく。</p> <p>(現状指標) 運用企業数 基本全社対象。 但し、返品の記事が発生する取引内容が事前に商談で確認されている場合のみ</p>

2-4. 返品削減方策 その他

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
その他	<p>(実施内容) 納品時の、先入れ先だしを徹底。 商品入れ替え時の発注止めをシステムで実施。(店舗の誤発注防止) Web発注による、事前確定を実施。</p>	<p>(実施内容) カット商品の店舗連絡をスピードアップ。 紙媒体→社内Webなどの活用。 誤発注防止。(システム連動)</p>	<p>(実施内容) カット商品の店舗連絡をスピードアップ。 紙媒体→社内Webなどの活用し精度アップ。 誤発注防止の精度アップ。(システム連動)</p>	<p>(実施内容) カット商品の店舗連絡をスピードアップ。 紙媒体→社内Webなどの活用し精度アップ。 誤発注防止の精度アップ。(システム連動)</p>

企業名	株式会社ローソン
-----	----------

1-1. 返品削減 定性目標 (めざす姿)

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	(状態) 全体での削減目標は無し。 個別にメーカー数社と目標設定。 返品削減に向け鋭意対応中。	(状態) 継続してメーカー各社と個別目標を設定し、返品削減に取り組む。2010年から継続しているため年次での大幅な改善は見られないが、高い水準を維持している。	(状態) 前年度改悪にならないように鋭意対応。 継続してメーカー数社とは個別目標を設定し、返品削減に向け取り組む。	(状態) 継続してメーカー数社とは個別目標を設定し、返品削減に取り組む。2010年から継続しているため年次での大幅な改善は見られないが、2013年度に比較して2014年度は低下、改善がみられた。
日用雑貨	(状態) 会社全体での削減目標はなし。 個別にメーカー数社と目標設定。 返品削減に向け鋭意対応中。	(状態) 継続してメーカー各社と個別目標を設定し、返品削減に取り組む。2010年から継続しているため年次での大幅な改善は見られないが、高い水準を維持している。	(状態) 前年度改悪にならないように鋭意対応。 継続してメーカー数社とは個別目標を設定し、返品削減に向け取り組む。	(状態) メーカー数社とは個別目標を設定し、返品削減取り組み継続。2010年から継続しているため年次での大幅な改善は見られないが、現状を維持。
専用センターからの返品について	(状態) 各専用センターより指定帳合(卸&メーカー)の返品センターに返品。	(状態) 各専用センターより指定帳合(卸&メーカー)の返品センターに返品	(状態) 各専用センターより指定帳合(卸&メーカー)の返品センターに返品。	(状態) 各専用センターより指定帳合(卸&メーカー)の返品センターに返品

2-1. 返品削減方策 加工食品の納品期限の見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
賞味期限の2/3残し以上に厳しい納品期限の緩和	(実施内容) 該当無し	(実施内容) 該当なし	(実施内容) 該当無し	(実施内容) 該当なし
賞味期限の2/3残し未満への納品期限の緩和	(実施内容) 原則2/3残しで運用。 PB商品については生産数全量買取リスクを伴う為、緩和(1/2残等)で対応する場合もあり。 (現状指標) 商品カテゴリー名 PB(プライベート)商品	(実施内容) 引き続き原則2/3残しで運用。 PB商品については生産数全量買取リスクを伴う為、緩和(1/2残)で対応する場合もあり。 九州にて納品期限の緩和プロジェクトを実施(10/10~2/25)。 メーカー返品、店舗廃棄についてもほぼ変化なし。 (現状指標) 商品カテゴリー名 PB商品	(実施内容) 原則2/3残しの運用を継続。 PB商品については引き続き生産数全量買取リスクを伴う為、緩和(1/2残等)で対応する場合もあり。 納品期限の緩和とパイロットプロジェクトの実施を検討する。 (目標指標) 商品カテゴリー名 PB(プライベート)商品	(実施内容) 引き続き原則2/3残しで運用。 ソフトドリンクは全品4月より1/2へ緩和。 PB商品については生産数全量買取リスクを伴う為、緩和(1/2残)で対応。 (現状指標) 商品カテゴリー名 PB商品

2-2. 返品削減方策 商品入れ替えプロセスの見直し

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
加工食品	<p>(実施内容) 新規の初回採用は確定発注から8日後の納品となるリードタイム運用で過剰在庫削減を実施。 シーズン商品、限定商品は予約発注で対応。</p> <p>(現状指標) 商品カテゴリー 新商品 シーズン商品</p>	<p>(実施内容) 新規商品初回確定発注の8日後納品リードタイム運用を継続。 引き続きシーズン商品、限定商品は予約発注で対応。</p> <p>(現状指標) 商品カテゴリー 新商品 シーズン商品</p>	<p>(実施内容) 新規商品初回確定発注の8日後納品リードタイム運用を継続。 引き続きシーズン商品、限定商品は予約発注で対応。</p> <p>(目標指標) 商品カテゴリー 新商品 シーズン商品</p>	<p>(実施内容) 新規商品初回確定発注の8日後納品リードタイム運用を継続。 引き続きシーズン商品、限定商品は予約発注で対応。</p> <p>(現状指標) 商品カテゴリー 新商品 シーズン商品</p>
日用雑貨	<p>(実施内容) 返品が発生し易い新商品等は事前発注データで過剰在庫は削減済。 シーズン商品は計画数在庫消化次第終了。</p> <p>(現状指標) 商品カテゴリー名 新商品 シーズン商品 ※リップ、クリーム カイロ 殺虫剤、サンケア等。</p>	<p>(実施内容) 継続して新商品等は事前発注で過剰在庫を削減。 シーズン商品の計画数在庫消化次第の終了を引き続き実施。</p> <p>(現状指標) 商品カテゴリー 新商品 シーズン商品</p>	<p>(実施内容) 継続して新商品等は事前発注で過剰在庫を削減。 シーズン商品の計画数在庫消化次第の終了を引き続き実施。</p> <p>(目標指標) 商品カテゴリー名 新商品 シーズン商品 ※リップ、クリーム カイロ 殺虫剤、サンケア等。</p>	<p>(実施内容) 継続して新商品等は事前発注で過剰在庫を削減。 シーズン商品の計画数在庫消化次第の終了を引き続き実施。</p> <p>(現状指標) 商品カテゴリー 新商品 シーズン商品</p>

2-3. 返品削減方策 返品確認書の運用

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
仕入先との返品確認書の運用	<p>(実施内容) 店頭返品可能な商品はメーカーと合意商談により決定。 その他は基本的に卸(帳合)との債権債務の為、特に無し。 但し一部メーカー(取組)と目標を設定し、返品削減取組を行う。</p> <p>(現状指標) 運用企業数 加工食品 14社 日用品 19社</p>	<p>(実施内容) 引き続き、店頭返品可能な商品はメーカーと合意商談により決定。 その他は基本的に卸(帳合)との債権債務の為、特に無し。 但し一部メーカー(取組)と目標を設定し、返品削減取組を行う。</p> <p>(現状指標) 運用企業数 加工食品 14社 日用品 20社</p>	<p>(実施内容) 引き続き、店頭返品可能な商品はメーカーと合意商談により決定。 その他は基本的に卸(帳合)との債権債務の為、特に無し。 但し一部メーカー(取組)と目標を設定し、返品削減取組を行う。</p> <p>(目標指標) 運用企業数 加工食品 14社 日用品 25社</p>	<p>(実施内容) 引き続き、店頭返品可能な商品はメーカーと合意商談により決定。 その他は基本的に卸(帳合)との債権債務の為、特に無し。 但し一部メーカー(取組)と目標を設定し、返品削減取組を行う。</p> <p>(現状指標) 運用企業数 加工食品 14社 日用品 20社</p>

2-4. 返品削減方策 その他

区分	現状 2012年度	2013年度 実績	2014年度 目標	2014年度 実績
その他	<p>(実施内容) 店舗へ商品カット案内は4週前迄に実施計画終了制度でカット日迄に在庫が無くなり次第終了としている。 数量限定商品は無くなり次第終了しセンター毎に店舗案内無しでカット実施。 セール商品(ケース発注)等は納品リードタイムD+11日で店舗発注。 セール後は引き続き定番売価で対応の為、セール残の返品は無し。</p> <p>(現状指標) 運用企業数 新商品・シーズン商品・セール商品 全対応メーカーと個別確認。</p>	<p>(実施内容) 店舗へのカット案内(4週前迄)実施後は、在庫無くなり次第終了となる計画終了制度を継続。 数量限定商品は引き続きセンター毎に店舗案内無しでカット実施。 セール商品(ケース発注)等は発注から11日後に納品となるリードタイムを継続。 セール後は引き続き定番売価で対応の為、セール残の返品は無し。</p> <p>(現状指標) 運用企業数 新商品・シーズン商品・セール商品 全対応メーカーと個別確認。</p>	<p>(実施内容) 店舗へのカット案内(4週前迄)実施後は、在庫無くなり次第終了となる計画終了制度を継続。 数量限定商品は引き続きセンター毎に店舗案内無しでカット実施。 セール商品(ケース発注)等は発注から11日後に納品となるリードタイムを継続。 セール後は引き続き定番売価で対応の為、セール残の返品は無し。</p> <p>(目標指標) 運用企業数 新商品・シーズン商品・セール商品 全対応メーカーと個別確認。</p>	<p>(実施内容) 店舗へのカット案内(4週前迄)実施後は、在庫無くなり次第終了となる計画終了制度を継続。 数量限定商品は引き続きセンター毎に店舗案内無しでカット実施。 セール商品(ケース発注)等は発注から11日後に納品となるリードタイムを継続。 セール後は引き続き定番売価で対応の為、セール残の返品は無し。</p> <p>(現状指標) 運用企業数 新商品・シーズン商品・セール商品 全対応メーカーと個別確認。</p>