



日用品WGの活動報告

2017年7月7日
製・配・販連携協議会
日用品ワーキンググループ
(作成:公益財団法人流通経済研究所)

©2017公益財団法人流通経済研究所

報告の構成

1. はじめに
2. 返品削減・配送効率化の取組み進捗の共有
3. 返品削減・配送効率化の手引書の普及推進
4. 2016年度 日用品(日用雑貨・OTC医薬品)の返品実態
5. 今後の課題

(資料)

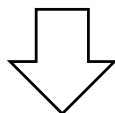
- ・ 日用品の返品実態調査結果詳細資料
- ・ 日用品 返品削減の進め方 手引書

(加工食品WG・日用品WG共通資料)

- ・ 配送効率化の進め方 手引書

1. はじめに ～ WGの基本的考え方

- 我が国の流通におけるコストを低減し、効率化を図るためには、サプライチェーンの最適化による返品削減や配送効率化等が不可欠。納品期限や返品制度など我が国の商慣習が阻害要因の一つとなり、欧米に比べて流通の壁を越えた情報の共有や協働化が進まず、サプライチェーン全体の合理化、効率化を妨げている可能性が高い。他方、こうした商慣習によって増加するコストは最終的に消費者が負担している。
- 消費者利益を高めるという観点から、サプライチェーンの効率化を実現し、流通競争力を強化するためには、過去からの商慣習を見直し、その改善方策を検討し新しい時代の商慣習へシフトする必要がある。



製・配・販連携協議会WGで議論、
～新しい時代に適応する商慣習へ～
加盟企業が率先して原動力となり、業界全体へ周知を図る。
将来的には、SCMIによる我が国の全体最適を目指す

3

1. はじめに 2016年度の日用品WG活動内容

- これまでのWGの議論・提言に基づき、返品削減・配送効率化に向けて、施策の実行・実現・普及拡大を進めた。

2011年
～
2015年

「返品削減」「配送効率化」の方策提言、
進め方の「手引書」の策定

2016
年

各社取組みの
実行と進捗共有

業界団体への
普及推進

返品実態調査
の継続実施

4

2. 返品削減・配送効率化の取組み進捗の共有

5

返品削減・配送効率化の取組み進捗の共有 実施概要

- 返品削減・配送効率化の取組について、加盟企業個社における取組の進捗をアンケート形式で確認した。
- 調査対象
 - － 製・配・販連携協議会 日用品WGメンバー(製・配・販)
- 調査項目
 - － 返品削減の取組状況(製・配・販)
 - ・ 社内での取組状況
 - ・ 社外との取組状況
 - － 配送効率化の取組状況(製・配・販)

6

(1) 返品削減の取組状況—社内での取組

	メーカー	卸売業	小売業
意識改革・意識啓発	・トップ・経営幹部からの発信 ・活動事例の共有(活動事例共有会議、販売会議等) ・ポスターの掲示、全国の営業部へ普及徹底	・社内報で取組事例を紹介 ・営業会議で取組事例・方策について紹介 ・社内研修で手順書等を解説 ・返品削減ポスターを自社製作・掲示	・返品不可の原則を徹底 ・仕入担当者への継続的な指導(契約内容・発注コントロール等)
返品実績の把握と管理	・返品実績・要因を分析(季節品・リニューアル品) ・小売業別に返品削減目標を設定 ・精度の高い販売計画の立案と達成	・返品実績の共有(企業別に分析) ・小売業別に返品削減目標を設定	・本部と店舗それぞれの返品問題を整理
業績評価への反映	・課題のある取引先の営業担当のKPI化 ・返品金額/率の計画と評価査定	・営業の目標管理に返品削減項目を設定	—

7

(2) 返品削減の取組状況—社外との取組

	メーカー	卸売業	小売業
関係者との情報共有	・取引先への商品改廃情報の早期開示	・メーカーに自社返品センターの現場を見学してもらう	・販売実績情報を取引先に共有
発注・在庫数の適正コントロール	・卸売業の在庫の調整 ・小売業への返削減目標と活動の提案 ・小売業別・店舗別・アイテム別の売行に応じた適正在庫の提案、季節品の年間定番化	・メーカーと細分類ごとに発注停止時期の調整 ・小売業へエリア別の発注停止推奨時期の案内	・取引先会合で削減に向けた取組の決定 ・店間移動で売切り推進 ・終売商品のDC欠品を許容 ・季節商品の事前発注止め ・メーカー改廃による商品の売切り処分の商談
取引制度の改定・調整	・小売業・卸売業との返品削減アローワンス契約の締結	・メーカーとの無返品契約の締結 ・小売業との返品率に応じた割戻し契約	・返品削減に応じた割戻し契約

8

(3) 配送効率化の取組状況

	メーカー	卸売業	小売業
配送ロットの拡大	・納品頻度・発注単位の適正化	・配送ロットの拡大 ・積載率の向上 ・車両の大型化	・納品頻度の見直し
車両回転の向上	—	・積込み・荷下ろし時間の短縮 ・ダイヤグラムの見直し	・納品待機時間の短縮（早期荷受、構内作業の時間短縮に向けた倉庫作業員の適正配置、運送会社とルート別入場時間を調整） ・店舗発注時間の繰上げ等による納品リードタイムの延長
物流経路の最適化・モーダルシフト等	・他社との共同配送	・工場直送を考慮した仕入 ・納品トラックの帰り便利によるメーカー商品引取り ・FTL契約メーカーの拡大	・DC間移動でモーダルシフト

9

3. 返品削減・配送効率化の手引書の普及推進

業界団体への周知・協力依頼について

製配販の下記業界団体に趣旨説明し、会員・関係者への案内・周知いただくこととした

対象団体	活動概要
(小売業) 一般社団法人日本スーパーマーケット協会 一般社団法人新日本スーパーマーケット協会 一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会 日本チェーンドラッグストア協会 一般社団法人 日本ドウ・イト・ユアセルフ協会	経産省会合と直接訪問にて事務局より周知依頼 直接訪問にて事務局より周知依頼 経産省会合にて事務局より周知依頼 直接訪問にて事務局より周知依頼 直接訪問にてWGメンバーと事務局より周知依頼
(卸売業) 全国化粧品日用品卸連合会 日本医薬品卸売業連合会(大衆薬卸協議会) 情報志向型卸売業研究会 (事務局:流通システム開発センター)	直接訪問にてWGメンバーと事務局より周知依頼 WGメンバーより関係部会にて説明実施 研究会会員に対して手引書の内容を説明
(メーカー) 日本化粧品工業連合会／東京化粧品工業会 日本OTC 医薬品協会 日本一般用医薬品連合会	直接訪問にてWGメンバーと事務局より周知依頼 事務局より関係部会にて業界会員へ説明会実施 WGメンバーより関係部会にて周知依頼

11

■参考資料

小売業界団体への普及推進活動

【実施概要】

日時 : 平成28年 8月 22日(月) 14:00～15:00

場所 : 経済産業省 別館9階944会議室

内容 : 「返品削減の進め方の手引書」と「配送効率化の進め方の手引書」
の加盟会員様への周知、普及拡大を目的として説明会を開催した。

参加団体:

(一社)日本スーパーマーケット協会

日本チェーンドラッグストア協会

(一社)日本フランチャイズチェーン協会

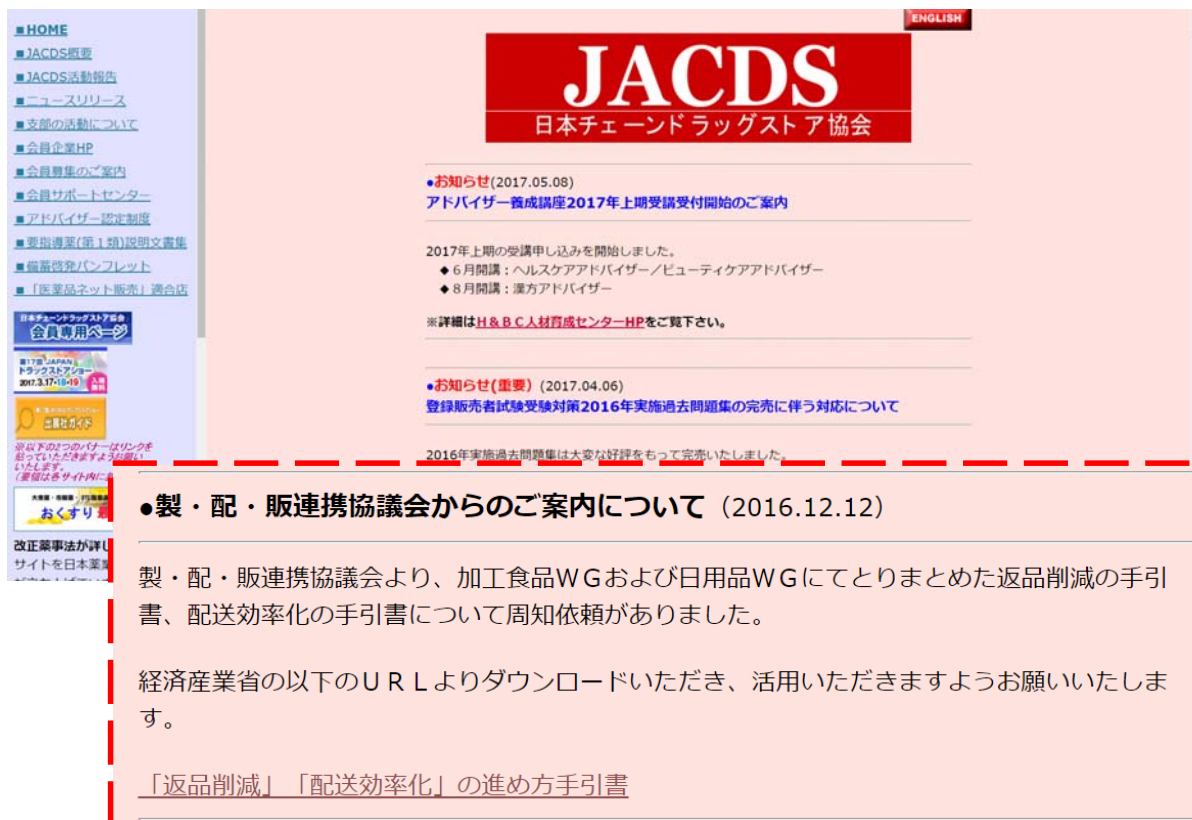
会議風景:



12

■参考資料

日本チェンドラッグストア協会のHPでの手引書リンク案内



■HOME
■JACDS概要
■JACDS活動報告
■ニュースリリース
■支部の活動について
■会員企業HP
■会員募集のご案内
■会員サポートセンター
■アドバイザー認定制度
■要旨集(第1期)説明文書集
■簡易販売パンフレット
■「医薬品ネット販売」適合店

日本チェンドラッグストア協会
会員専用ページ

第17回「JAPAN」
ドラッグストアアワード
2017.3.17(土)開催
出展ガイド

※以下の2つのバナーはリンクを
貼っていただく必要があります。
（詳細は各サイト内に）

おくりもの
改正薬事法が詳しく
サイトを日本薬局

JACDS
日本チェンドラッグストア協会

●お知らせ(2017.05.08)
アドバイザー養成講座2017年上期受講受付開始のご案内

2017年上期の受講申し込みを開始しました。
◆6月開講：ヘルスケアアドバイザー/ビューティケアアドバイザー
◆8月開講：漢方アドバイザー

※詳細はH&B C人材育成センターHPをご覧ください。

●お知らせ(重要) (2017.04.06)
登録販売者試験受験対策2016年実施過去問題集の完売に伴う対応について

2016年実施過去問題集は大変な好評をもって完売いたしました。

●製・配・販連携協議会からのご案内について (2016.12.12)

製・配・販連携協議会より、加工食品WGおよび日用品WGにてとりまとめた返品削減の手引書、配送効率化の手引書について周知依頼がありました。

経済産業省の以下のURLよりダウンロードいただき、活用いただきますようお願いいたします。

「返品削減」「配送効率化」の進め方手引書

13

■参考資料

卸売業界への普及推進活動

【実施概要】

日時 : 平成28年 7月 21日(木) 卸研 第2回研究委員会

平成28年 8月 25日(木) 卸研 第3回研究委員会

場所 : 流通システム開発センター 2階会議室

内容 : 情報志向型卸売業研究会にて、「配送効率化の進め方の手引書」(第2回研究委員会)と「返品削減の進め方の手引書」(第3回研究委員会)を説明した。

参加者: 会議風景:

卸研 正会員

(食品、菓子、日用品などの卸売業)

卸研 賛助会員

(IT関連企業)

各回それぞれ約60名



14

4. 日用品の返品実態報告

15

4. 日用品の返品実態報告

(1) 調査概要

■ 調査の目的

- － 返品削減推進の前提として、返品の実態把握と問題意識の共有を図ることを目的として、返品実態調査を実施した。

■ 調査の方法

- － 製・配・販連携協議会に加盟する卸売業及び小売業に対し、アンケート形式で調査を行った。

■ 調査の項目

－ 卸売業調査

- ・ 小売業への売上高、小売業からの返品額、小売業からの返品理由、メーカーからの仕入高、メーカーへの返品額、メーカーへの返品理由、返品処理経費

－ 小売業調査

- ・ 卸売業等からの仕入額、卸売業等への返品額、卸売業等への返品理由

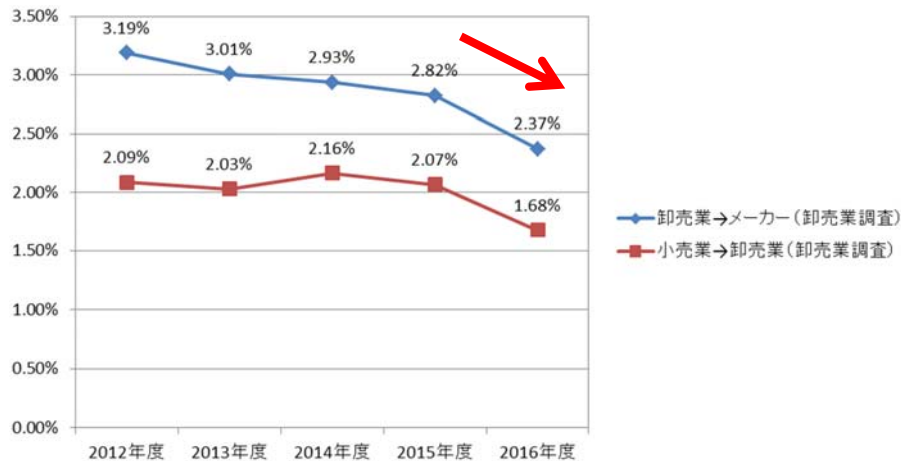
16

4. 日用品の返品実態報告

(2) 日用雑貨の返品実態－卸売業調査 ①返品率

- 卸売業調査によると、「卸売業→メーカー」の返品率は低下傾向にあり、2016年度は2.37%と前年比で0.45ポイント低下した。
- 卸売業調査の「小売業→卸売業」の返品率も1.68%と前年比で低下した(0.39ポイント)。

日用雑貨の返品率の推移(2012年度～2016年度)



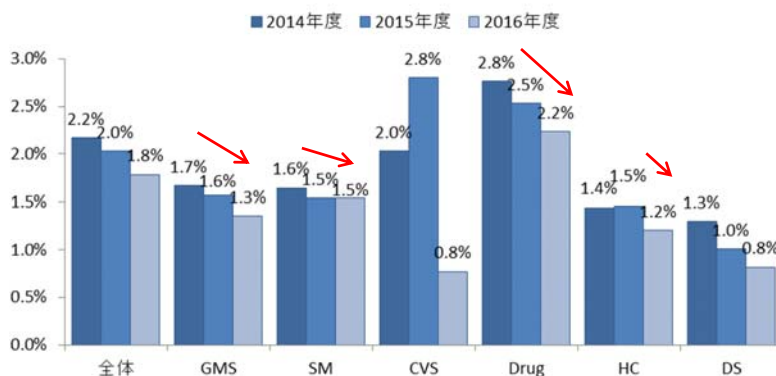
17

4. 日用品の返品実態報告

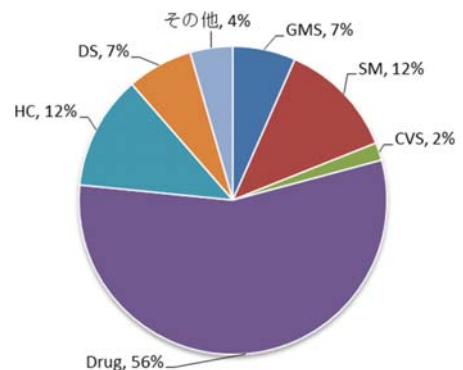
(2) 日用雑貨の返品実態－卸売業調査 ②小売業態別の返品率

- 卸売業調査にて、「小売業→卸売業」の返品率を業態別に集計したところ、ドラッグストアの返品率が2%を上回るほど高いが、低下傾向にある。

主要業態別の返品率
(2014・2015・2016年度)



主要業態別の売上構成比
(2016年度)



※上図の「全体」の返品率と前頁の返品率とは集計対象が異なるため一致しない。

※CVSの2014年度と2015年度の返品率が高い理由は、いずれも石鹼・洗剤など一般的な日用雑貨以外の商品による影響があったからである。2014年度は特別な季節品(年賀状・花火等)であり、2015年度は特別な催事商品(くじ・グッズ等)である。

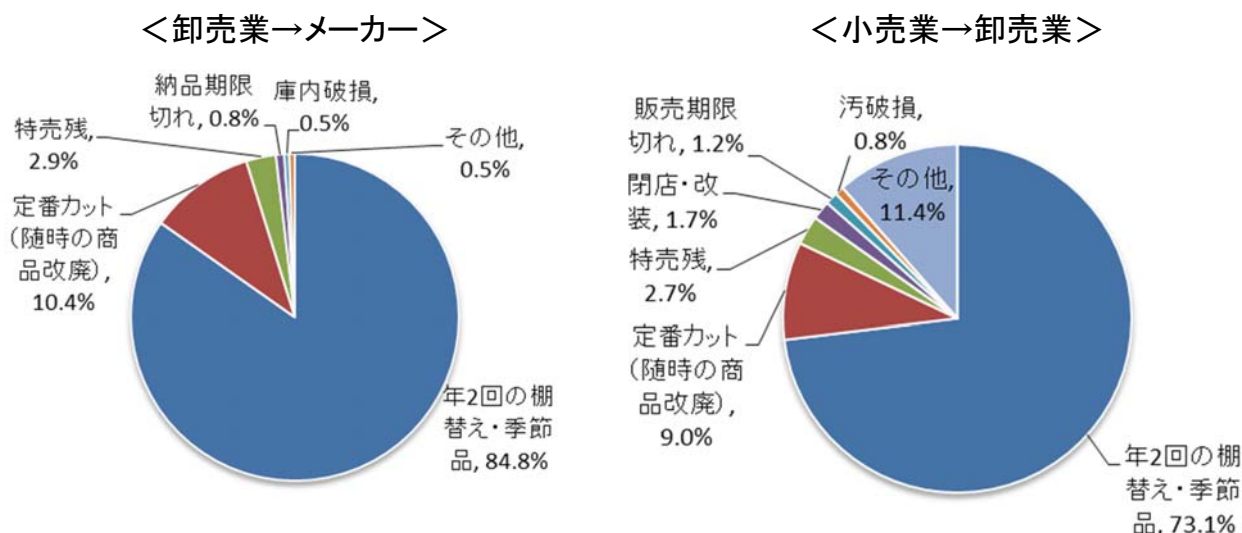
18

4. 日用品の返品実態報告

(2) 日用雑貨の返品実態－卸売業調査 ③返品の発生理由

- 「卸売業→メーカー」の返品の発生理由は、「年2回の棚替え・季節品」(84.5%)が中心であり、次いで「定番カット」(10.4%)となっている。
- 「小売業→卸売業」の返品の発生理由も同様であり、「年2回の棚替え・季節品」(73.1%)が最も多く、「定番カット」(9.0%)が続いている。

日用雑貨の返品の発生理由(2016年度)



19

4. 日用品の返品実態報告

(3) OTC医薬品の返品実態

- OTC医薬品の「卸売業→メーカー」の返品率は2016年度に3.02%、「小売業→卸売業」は2.66%であり、前年度よりも改善した。

OTC医薬品の返品率(2014-2016年度)

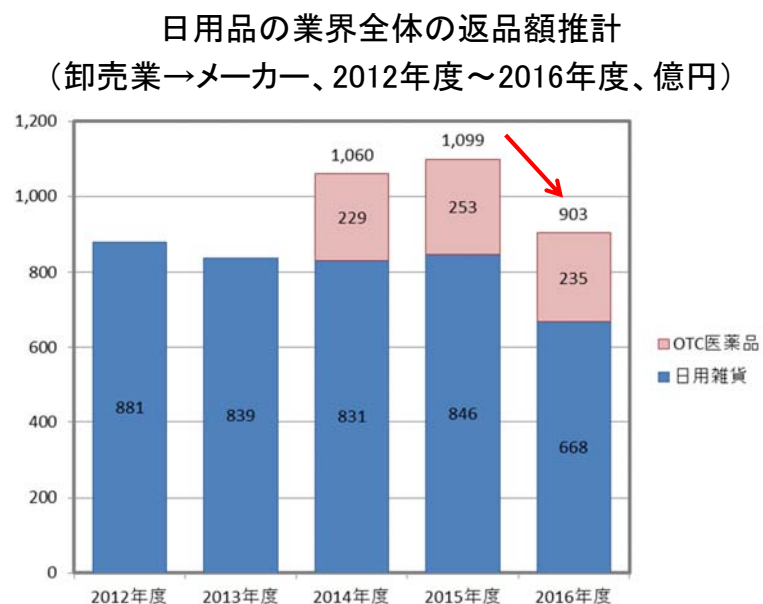


20

4. 日用品の返品実態報告

(4) 業界全体の返品額推計

- 業界全体の「卸売業→メーカー」の返品額を推計した。
- 業界全体の返品額は、2016年度903億円と推計され、前年度比196億円減少した。



21

5. 今後の課題

22

5. 今後の課題

- 返品実態調査の継続・返品削減方策フォローアップ
 - － 日用品の返品率は改善傾向は見られるものの、水準は高いため、継続的な実態把握が必要。
- 「返品削減」「配送効率化」進め方手引書の普及・利用促進
 - － 手引書の普及・利用促進を図り、返品削減／配送効率化の取組みの拡大を促す。
 - － 手引書の内容についても必要に応じて更新する。
- 業界団体・関連組織と連携した業界全体での普及促進
 - － 中堅・中小企業における取組みが重要であることから、業界団体や関連組織と連携した業界全体での取組みを推進する。
 - － 業界誌・マスコミを通じた情報発信にも努め、広報・普及を図る。

23

(参考資料)

日用品における返品削減の進め方 手引書(パンフレット版)

加工食品/日用品 配送効率化の進め方 手引書(パンフレット版)

24

日用品における返品削減の進め方
手引書

～返品削減に向けたベタープラクティスのエッセンス～

発行：製・配・販連携協議会

返品削減に向けて

- 人口減少・高齢化が進む中で、消費財流通に関わる製・配・販事業者は、効率性・収益性を高め、環境負荷を低減させることが重要になっています。
- しかし、日用品流通では、小売業から卸売業への返品、卸売業からメーカーへの返品が高い割合で発生し、流通コストと環境負荷の増大を招いています。
- 返品はそれ自体何ら価値を生むことのない活動です。返品削減に向けて、今後、日用品流通に関わる業界関係者が意識・行動を変えることが必要だと言えるでしょう。
- そこで、製・配・販連携協議会・日用品WGでは、WG参加各社の事例を基に、日用品における返品削減の進め方を整理し、手引書としてまとめました。本手引書が業界関係者各位の参考となり、返品削減の一助となれば幸いです。

返品の実態

返品は売上の2%と高い割合で発生。そのほとんどが「棚替え・季節品」で発生。



※上記は日用品の返品率を示す。
 (卸売業) QTC日用品の返品率(2016年度)
 (小売業) マーケット 3.02% (小売業・卸売業) 2.66%
 出所：製・配・販連携協議会、日用品WG調べ



※卸売業からメーカーへの返品理由(日用品)

返品削減の進め方

企業内の取組み

- 意識改革・意識啓発
- 業績評価への反映
- 返品実績の把握と管理
- 不当な返品防止

取引先との取組み

- 関係者との情報共有
- 取引制度の改定・調整
- 発注・在庫の適正コントロール

企業内の取組み

① 意識改革・意識啓発

- 返品削減に向けた企業内の取組みとして、まず意識改革・意識啓発が重要。
- 従業員全員が返品と廃棄の問題を十分に理解し、返品を減らす努力意識を醸成することが必要です。

ポイント

- 経営層・役員の理解と意識改革・啓発
- 社内への継続的な意識啓発
- 返品・廃棄の処理実態の共有

取組事例 返品問題の啓蒙

- 返品商品の検知・廃棄施設の見学
- 映像・写真による問題認識の共有

② 返品実績の把握と管理

- 返品削減を進めるには、返品実績を正確に把握し、実態を踏まえて対策を講ずることが不可欠です。
- 返品実績を継続的に把握して、経営層や部門長等へ報告することが必要です。

ポイント

- 商品別・地域別・取引先別の返品額・率・前年比の把握
- 営業会議や経営会議への報告、実態と問題点の情報共有
- 目標値・基準値の設定・進捗管理

取組事例 定期レポート報告

項目	返品額	返品率	前年比	前月比
全社	1000万円	2.0%	-0.1%	-0.1%
営業部	500万円	2.1%	-0.1%	-0.1%
製造部	500万円	1.9%	-0.1%	-0.1%

③ 業績評価への反映

- 返品実績を部門や担当者の業績評価に反映することが有効です。
- 返品の多少・増減を評価する制度を導入・運用することで、取組の促進が期待できます。

ポイント

- 返品削減の業績評価指標(KPI)の設定(返品率、返品率増減、その相対評価等)
- 返品削減の進捗等に応じた評価制度の見直し

取組事例 賞与への反映



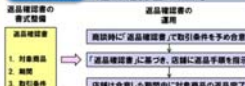
④ 不当な返品防止

- 公正取引を遵守し、不当な返品を出さないこと、受けないことが大切です。
- 返品を行う場合は、双方が事前に合意しておく必要があります。返品に係る取引条件を記載する文書(返品確認書)を事前に取り交わすことが求められます。

ポイント

- 不当な返品を行わない、受けないことを徹底
- 返品確認書の整備
- 返品確認書の運用のルール化

取組事例 返品確認書の運用



25

取引先との取組み

① 関係者との情報共有

- 返品削減に向けた取引先との取組みでは、まず製・配・販の取引関係者が必要な情報を共有することが重要です。
- 情報共有により、各段階の発注・在庫の精度を高め、残在庫を抑制することが可能となります。

ポイント

- メーカーの商品改廃情報等の事前共有
- 小売業の販売・発注・在庫情報の共有
- 卸売業の販売・在庫情報の共有
- 製・配・販の販売・発注計画情報の事前共有

取組事例 POS・在庫データの共有



② 発注・在庫の適正コントロール

- 日用品の返品は、棚替え・季節品の商品入れ替えに伴うものが多く、シーズン・販売期間の需要に応じて、発注・在庫数を適正にコントロールすることが重要です。
- シーズン前期においては、初回発注や追加発注の数量を適正に設定することが必要です。
- 棚替えや新商品の切替対象の商品は、直前まで発注を行うのではなく、適切なタイミングで発注抑制・発注停止を行うことが必要です。
- 棚替え前に在庫消化し、効果的に売切ることが必要です。

ポイント

- 初回発注量・追加発注量の適正化(販売実績・売れ行き・天候・気温等で調整)
- 棚替えスケジュールの調整・適正化(売り減らし・棚替え期間の確保、計画の前倒し)
- 棚替え・商品入替前の発注抑制・停止(発注単位・基準在庫の引き下げ、自動発注・EOSの停止)
- 在庫調整・在庫消化(売り減らし、定価での検討)

取組事例 発注停止の徹底



取組事例 棚替え前の在庫消化



③ 取引制度の改定・調整

- メーカーは返品につながる押し込み的な営業を行わないこと、小売業・卸売業は安易にそうした営業に応じないことが求められます。
- 製・配・販の取引企業間で、無返品とする商品・カテゴリーを予め設定し、関係者に周知徹底することが有効です。

ポイント

- 押し込み的な営業を行わないこと、応じないこと
- 無返品カテゴリー(紙製品・洗剤など)を設定し、周知徹底すること

返品削減に向けた取組実施のチェックリスト

企業内の取組み

- 1 意識改革・意識啓発
 - 1 経営層・役員レベルが、返品の実態・問題を十分に理解しているか
 - 2 営業会議や研修等の場で、一般社員の意識啓発を継続的に行っているか
 - 3 返品・廃棄の処理実態を視察等で学ぶ機会を設定しているか
 - 4 ポスター掲示等で返品は原則行わないことを関係者に周知しているか
- 2 返品実績の把握と管理
 - 5 返品実績を定量的、定期的に把握しているか
 - 6 返品率や返品削減の目標を設定し、進捗を管理しているか
- 3 業績評価への反映
 - 7 返品実績を評価し、賞与等の業績評価に反映しているか
- 4 不当な返品防止
 - 8 不当な返品を行わない/受けないよう、公正取引を徹底しているか
 - 9 返品を行う/受ける場合は予めその取引条件について書面で合意しているか

取引先との取組み

- 10 関係者との情報共有
 - 10 商品の改廃情報を取引先と事前に共有できているか
 - 11 商品の販売情報や在庫情報を取引先と共有できているか
- 12 発注・在庫の適正コントロール
 - 12 初回発注量が適正にならないよう、昨年実績と比較する等の確認を行っているか
 - 13 シーズン前期の追加発注量の適正にならないよう、確認・調整しているか
 - 14 新旧商品を一斉に入れ替えるのではなく、売り減らし期間を確保しているか/売り減らし期間を確保するよう提案しているか
 - 15 棚替え日の30日程度前には店舗への棚割配信を行っているか/棚割配信を行うよう提案しているか
 - 16 シーズン後期には、発注単位や基準在庫を引き下げ、発注を抑制しているか/発注を抑制するよう提案しているか
 - 17 棚替え前の2週間程度は、発注停止を徹底しているか/徹底するよう提案しているか
 - 18 時期、在庫数に応じて、マークダウン等の効果的な売り減らしを行っているか/売り減らしを行うよう提案しているか
 - 19 販売店様を契約するなど効果的な在庫移動を行っているか
 - 20 リニューアル品導入時には、旧品の在庫状況を事前に確認し、計画的な在庫調整を進めているか
- 21 取引制度の改定・調整
 - 21 メーカーの押し込み的な営業などに応じて過剰な仕入を行っていないか/押し込み的な営業を行っていないか
 - 22 無返品とする商品・カテゴリーを設定し、関係者に周知・徹底しているか

製・配・販連携協議会について

製・配・販連携協議会は、消費財分野におけるメーカー(製)、中間流通・卸(配)、小売(販)の連携により、サプライチェーン・マネジメントの抜本的なインノベーション・改善を図り、もって産業競争力を高め、豊かな国民生活への貢献を目指すことを目的に2011年5月に設立されました。

事務局 〇経済産業省、一般財団法人流通システム開発センター、公益財団法人流通経済研究所

本取組の詳細及び本協議会のこれまでの活動成果については、製・配・販連携協議会のホームページ(<http://www.dsrl.jp/forum/>)をご覧ください。

2017年7月発行

26

加工食品・日用品
配送効率化の進め方 手引書

～配送効率化に向けたベタープラクティスのエッセンス～

発行：製・配・販連携協議会

配送効率化に向けて

- 人口減少・高齢化が進む中で、消費財流通に繋がる製・配・販企業は、生産から店舗にいたるサプライチェーン全体を効率化するとともに、環境負荷を低減させることが重要になっています。
- 特に輸送分野では、トラックドライバー不足が構造的な問題となっており、製・配・販の両主企業が連携した対応が求められています。
- このたび、製・配・販連携協議会・加工食品WGと日用品WGでは、WG参加各社の事例を基に、配送効率化の進め方を整理し、手引書としてまとめました。本手引書が業界関係者各位の参考となり、返戻削減の一助となれば幸いです。

トラックドライバー数の減少

- 加工食品・日用品の主要な配送モードはトラックです。
- トラックドライバー不足は今後も深刻になることが予想されます。製・配・販の両主企業は、輸送業務全体の抜本的な効率化が必要になります。



配送効率化の進め方

- 製・配・販の連携体制をベースに、以下の配送効率化に向けた取組を進めることが重要です。

配送ロットの拡大

- 発注ロットの拡大/発注頻度の引下げ
- 積載率の向上
- 配送車両の大型化

車両回転の向上

- 納品待機時間の短縮
- 空車時間の短縮
- 積込・荷下ろし時間の短縮
- 走行時間の短縮
- 配送ダイヤグラムの見直し
- センター納品日の分散化

物流経路の最適化

- 工場直送
- 共同配送（混載）

モーダルシフトの推進

配送ロットの拡大

発注ロットの拡大/発注頻度の引下げ

発注1回あたりの数量：発注ロットを大きくし、発注頻度（＝納品頻度）を少なくすることが有効です。

ポイント

- 毎日発注を見直し、発注日を集約する
- 少量発注を見直し、最低発注ロットを引き上げる

取組事例 発注日の集約



積載率の向上

配送時には、荷台における商品以外の空きスペースを減らし、積載率を高めることが重要です。

ポイント

- 店舗へのカテゴリ別納品において、オリコン入り数が減少にならないようにカテゴリ区分を設定・集約する
- トラック運転単位での発注を導入・拡大する

取組事例 カテゴリ区分の集約



配送車両の大型化

大型車両の利用により、1台あたりの積載数量を増やし、使用するトラック台数を削減する。

ポイント

- 可能な限り大型車両・増トン車両を利用する

物流経路の最適化

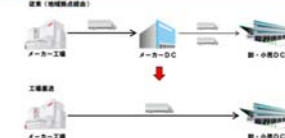
工場直送

メーカーの工場から、地域物流拠点を経由することなく、卸・小売業の物流センターに直接配送する「工場直送」は有効です。

ポイント

- 工場直送の対象とする商品・数量を予め設定・調整すること
- リードタイム等の発注・納品要件を明確に設定しておくこと
- 大型トラック運転での発注・納品を行うこと

取組事例 工場直送の拡大



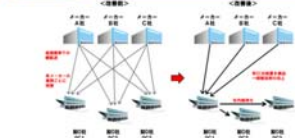
共同配送（混載）

個別配送では十分な配送ロットにならない場合、複数の荷主の商品を一台のトラックに混載して配送する「共同配送」が有効です。

ポイント

- 卸・小売業への納品について、メーカー間・卸売業間の共同配送を導入・拡大する
- 小売業の専用センターから店舗への納品について、一括納品センターの拡大など一層の効率化を進める
- 荷受拠点を集約し、自社で拠点間移動を行い、個別配送を統合する

取組事例 納品拠点の集約化



27

車両回転の向上

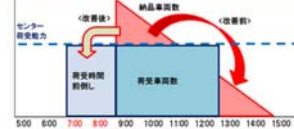
納品待機時間の短縮

物流センターへの配送において、配送トラックの納品待機時間を短くし、車両回転を向上させることが重要です。

ポイント

- 納品待機時間の実態を調査
- 納品時間帯を広げる（早朝納品対応など）
- 検品作業者の適正配置
- 事前の納品予約制度を導入
- 入荷受付をシステム化

取組事例 早期受入の実施



積込・荷下ろし時間の短縮

商品の積込・荷下ろしに係る荷役作業を効率化し、所用時間を短縮することが重要です。

ポイント

- パレット納品に切替
- 納品仕器を標準化

配送ダイヤグラムの見直し

複数の納品先にできるだけ少ない車両数で配送できるよう、配車計画を見直し、車両別のスケジュールを調整することが重要です。

ポイント

- 配送先の拠点や納品数量の変化に応じて、配車計画を見直す

空車時間の短縮

配送トラックが荷物を載せずに走行する空車時間を短縮するため、納品後の帰り便を有効に活用することが重要です。

ポイント

- 店舗への配送トラックの帰り便を利用し、仕入先への引取物流を導入・拡大する
- 物流センターへの配送トラックの帰り便を利用し、仕入先への引取物流を導入・拡大する

取組事例 帰り便を利用した引取物流



走行時間の短縮

走行時間についても、配送ルートや配送時間帯を調整し、短縮することが有効です。

ポイント

- 帰り便を利用し、仕入先への引取物流を導入・拡大

センター納品日の分散化

繁忙期・週末・特売等による納品数量の大幅な増加・長時間納品を抑制するには、物流センターへの納品日を分散化して、平準化を図ることが有効です。

ポイント

- 納品数量の増加・集中日を特定
- 納品数量・納品日を分散化

モーダルシフトの推進

トラックドライバー不足が深刻化する中、大量輸送や環境負荷削減を進めるためにも、トラックから、鉄道・船舶へのモーダルシフトを進めることが重要です。

ポイント

- 長距離・大量輸送には鉄道・船舶の利用を積極的に推進する
- 取引企業間で鉄道・船舶輸送の要件について十分議論・調整する
- 発着拠点で入出荷を行うトラック事業者との調整も事前に行う

配送効率化に向けた取組実施のチェックリスト

配送ロットの拡大	
発注ロットの拡大/発注頻度の引下げ	1 毎日発注を見直し、可能な限り発注日を集約しているか（提案しているか）
	2 少量発注を見直し、可能な限り最低発注ロットを引き上げているか（提案しているか）
積載率の向上	
	3 オリコン入り数が減少にならないようにカテゴリ区分を設定・集約しているか（提案しているか）
	4 トラック運転単位での発注を行っているか（提案しているか）
	5 可能な限り大型車両・増トン車両を利用しているか（対応しているか）
車両回転の向上	
納品待機時間の短縮	6 配送トラックの納品待機時間の実態を調査し明らかにしているか
	7 午前納品だけでなく、午後納品・早朝納品など納品時間帯を広げているか（提案しているか）
	8 検品作業者を入荷量に応じて適正配置し、処理能力を調整しているか（提案しているか）
空車時間の短縮	9 配送トラックの帰り便を利用し、引取物流を導入・拡大しているか（対応しているか）
積込・荷下ろし時間の短縮	10 パレット積み付け数を反映した発注を行っているか（提案しているか）
	11 納品仕器の標準化や、台車からカゴ車等への変更を進めるなど、納品作業を効率化しているか
走行時間の短縮	12 配送ルートを定期的に見直し、配送数量・条件の違いに応じて最適化しているか
	13 交通量の少ない夜間における配送を導入・拡大しているか
配送ダイヤグラムの見直し	14 配送先の拠点や納品数量の変化に応じて、配車計画を見直ししているか
センター納品日の分散化	15 納品数量が大幅に増加・集中する日を特定しているか
	16 配送先と事前に十分協議し、納品忙期・週末・特売等の納品日の分散化を進めているか
物流経路の最適化	
工場直送	17 工場直送を導入・拡大しているか
	18 工場直送の発注・納品要件を事前に十分調整しているか
共同配送（混載）	19 共同配送を導入・拡大しているか
	20 荷受拠点を集約と拠点間移動を行い、個別配送を統合しているか（提案しているか）
モーダルシフトの推進	
	21 長距離・大量輸送には、鉄道・船舶の利用を積極的に推進しているか
	22 取引企業間で鉄道・船舶輸送の要件について十分議論・調整しているか

製・配・販連携協議会について

製・配・販連携協議会は、消費財分野におけるメーカー（製）、中間流通（卸・配）、小売（販）の連携により、サプライチェーン・マネジメントの抜本的なイノベーション・改善を図り、もって産業競争力を高め、豊かな国民生活への貢献を目指すことを目的に2011年5月に設立されました。

- 事務局：経済産業省、一般財団法人流通システム開発センター、公益財団法人流通経済研究所

本取組の詳細及び本協議会のこれまでの活動成果については、製・配・販連携協議会のホームページ（<http://www.dsrl.jp/forum/>）をご覧ください。

2017年7月発行

28