

日用品の返品実態調査結果 詳細資料

1. 調査概要

(1) 調査対象

■ 調査対象カテゴリー

- ① 日用雑貨：日用雑貨、一般化粧品、ペットフード
- ② OTC医薬品

■ 調査協力企業

－ 2016年度の「日用雑貨・OTC医薬品の返品実態調査」協力企業は、以下の卸売業5社、小売業16社である。

- 卸売業(5社)

アルフレッサヘルスケア、あらた、大木、花王グループカスタマーマーケティング、PALTAC

- 小売業(16社)

イオンリテール、イズミ、イトーヨーカ堂、ウエルシア薬局、ココカラファインヘルスケア、コメリ、セブンイレブン・ジャパン、DCMホールディングス、ファミリーマート、フジ、マルエツ、ミニストップ、ヤオコー、ユニー、ラルズ、ローソン

1.調査概要

(参考)調査協力企業の市場カバー率

- 本調査への回答協力企業が、業界全体のうちどのくらいの取引量をカバーしているかを「市場カバー率」で示す。
- 調査に協力した卸売業・小売業の日用雑貨・OTC医薬品における「市場カバー率」は下表の通りである。

調査協力企業の市場カバー率

	日用雑貨	OTC医薬品
卸売業調査	64.1% (回答企業3社)	59.1% (回答企業3社)
小売業調査	22.6% (回答企業16社)	8.5% (回答企業10社)

(注1)市場カバー率は以下方法で算出した。

卸売業調査:卸売業各社の小売業への売上高(売価)÷卸売業・小売業間の業界全体の取引規模(注2)

小売業調査:小売業各社の卸売業等からの仕入高(原価)÷小売業・卸売業間の業界全体の取引規模(注2)

(注2)業界全体の取引規模は別途推計した。

推計方法は後述「4.日用雑貨・OTC医薬品の業界全体の返品額推計 (1)推計方法」に記載した。

1.調査概要

(2)調査項目の説明及び留意点

■ 調査項目

－ 卸売業調査

- ・ 小売業への売上高
- ・ 小売業からの返品額(売価)
- ・ 小売業からの返品理由
(日用雑貨のみ商品部門別・小売業態別の売上高・返品額を追加調査)
- ・ メーカーからの仕入高
- ・ メーカーへの返品額(原価)
- ・ メーカーへの返品理由
- ・ メーカーへの返品にかかる返品処理経費

－ 小売業調査

- ・ 卸売業等からの仕入高
- ・ 卸売業等への返品額(原価)
- ・ 卸売業等への返品理由

1.調査概要

(2)調査項目の説明及び留意点

■ 返品率・返品理由

- 返品率は以下の計算で算出した。
 - ・「小売業→卸売業」の返品率＝小売業からの返品額(売価)÷小売業への売上高
＝卸売業等への返品額(原価)÷卸売業等からの仕入高
 - ・「卸売業→メーカー」の返品率＝メーカーへの返品額(原価)÷メーカーからの仕入高
- 卸売業調査の「卸売業→メーカー」の返品には、「小売業→卸売業」の返品が含まれている場合がある。
- 卸売業調査の対象範囲は、卸売業各社が実在庫を所有し販売する取引であり、協議会に加盟していない多数の小売業との取引が含まれている。

■ 返品処理経費率

- 「返品処理経費」は、以下の費用を各社で集計し合算したものである。
 - ① 現場処理人件費(社員・パート)
 - ② 現場不動産費用(占有スペース家賃相当額)
 - ③ 現場処理施設費(機器・什器のリース又は償却額)
 - ④ 社内経理処理費(人件費・システム経費)
 - ⑤ その他社内諸経費
- 返品処理経費率は「返品処理経費÷メーカーへの返品額」で算出した。

(C)2017公益財団法人流通経済研究所

5

2.日用雑貨の返品実態

(1)返品率及び返品処理経費率

■ 卸売業調査結果

- 「小売業→卸売業」の返品率:1.68% 昨年度より低下(▲0.39ポイント)
- 「卸売業→メーカー」の返品率:2.37% 昨年度より低下(▲0.45ポイント)

■ 小売業調査結果

- 「小売業→卸売業」の返品率:2.21% 昨年度より低下(▲0.56ポイント)

日用雑貨の返品率及び返品処理経費率

		日用雑貨							
		卸売業調査							
		2016年度	2015年度	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度
返品率	小売業→卸売業	1.68%	2.07%	2.16%	2.03%	2.09%	2.13%	1.94%	1.99%
	卸売業→メーカー	2.37%	2.82%	2.93%	3.01%	3.19%	3.14%	2.86%	2.99%
返品処理経費率 (返品処理経費÷メーカーへの返品額)		6.35%	6.00%	6.75%	6.63%	6.70%	5.86%	5.92%	5.57%

		日用雑貨						
		小売業調査						
		2016年度	2015年度	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度
返品率	小売業→卸売業	2.21%	2.77%	2.21%	2.70%	3.00%	2.71%	1.77%

(注1)年度によって集計対象企業が一部異なるため、年度間の比較には注意を要する。

(注2)日用雑貨は、日用雑貨・一般化粧品・ペットフード等が対象。制度化化粧品、医薬品は対象外。

(注3)小売業調査の集計対象は、製・配・販連携協議会の加盟小売業である。

卸売業調査の集計対象は、協議会に加盟していない多数の小売業との取引が含まれている。

(C)2017公益財団法人流通経済研究所

6

2. 日用雑貨の返品実態

(2) 返品が発生理由—卸売業調査

- 小売業からの返品理由
 - 「年2回の棚替え・季節品」(73.1%)が最も多く、次いで「定番カット」(9.0%)となっている。
- メーカーへの返品理由
 - 「年2回の棚替え・季節品」(84.8%)が最も多い。

日用雑貨の返品理由別構成比(卸売業調査)

		日用雑貨							
		卸売業調査							
		2016年度	2015年度	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度	2009年度
小売業からの返品理由	①閉店・改装	1.7%	1.5%	1.2%	1.1%	1.0%	1.9%	2.7%	2.7%
	②年2回の棚替え・季節品	73.1%	68.4%	67.9%	72.3%	70.8%	70.6%	70.6%	70.0%
	③特売残	2.7%	4.0%	3.9%	4.4%	5.1%	2.3%	2.3%	1.7%
	④定番カット(随時の商品改廃)	9.0%	11.5%	9.4%	9.2%	11.9%	12.7%	13.7%	12.5%
	⑤販売期限切れ	1.2%	0.8%	0.6%	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.8%
	⑥汚破損	0.8%	0.8%	0.4%	0.7%	0.7%	1.2%	1.3%	1.2%
	⑦その他(メーカー起因等)	11.4%	13.0%	16.6%	11.9%	10.1%	10.8%	9.0%	10.9%
メーカーへの返品理由	①納品期限切れ	0.8%	0.7%	0.5%	0.3%	0.3%	0.3%	-	10.0%
	②庫内破損	0.5%	0.4%	0.2%	0.2%	0.2%	1.3%	1.3%	3.0%
	③特売残	2.9%	3.9%	3.9%	4.4%	4.9%	2.6%	0.7%	10.0%
	④年2回の棚替え・季節品	84.8%	80.0%	83.9%	82.7%	80.1%	81.8%	80.2%	63.8%
	⑤定番カット(随時の商品改廃)	10.4%	14.8%	10.2%	10.9%	13.0%	11.4%	14.8%	8.0%
	⑥汚破損	0.5%	0.2%	1.4%	1.5%	1.5%	2.6%	3.1%	5.1%
	⑦その他(メーカー起因等)	0.5%	0.2%	1.4%	1.5%	1.5%	2.6%	3.1%	5.1%

(注1) 年度によって集計対象企業が一部異なるため、年度間の比較には注意を要する。
 (注2) 日用雑貨は、日用雑貨・一般化粧品・ペットフード等が対象。制度化化粧品、医薬品は対象外。
 (注3) 卸売業調査の集計対象は、協議会に加盟していない多数の小売業との取引が含まれている。

(C)2017公益財団法人流通経済研究所

7

2. 日用雑貨の返品実態

(2) 返品が発生理由—小売業調査

- 卸売業への返品理由
 - 「年2回の棚替え・季節品」(58.5%)が最も多い。

日用雑貨の返品理由別構成比(小売業調査)

		日用雑貨						
		小売業調査						
		2016年度	2015年度	2014年度	2013年度	2012年度	2011年度	2010年度
卸売業への返品理由	①閉店・改装	1.8%	2.0%	0.5%	0.1%	0.2%	0.6%	4.2%
	②年2回の棚替え・季節品	58.5%	58.5%	61.1%	77.9%	72.8%	44.7%	67.4%
	③特売残	-	0.5%	0.0%	-	-	-	0.6%
	④定番カット(随時の商品改廃)	10.0%	15.0%	12.5%	2.0%	1.6%	27.2%	2.2%
	⑤販売期限切れ	2.1%	2.3%	0.9%	0.0%	-	5.0%	2.2%
	⑥汚破損	12.3%	8.1%	9.4%	10.3%	2.0%	1.4%	1.3%
	⑦その他(メーカー起因等)	15.3%	13.5%	15.6%	9.7%	23.4%	21.1%	22.2%

(注1) 年度によって集計対象企業が一部異なるため、年度間の比較には注意を要する。
 (注2) 日用雑貨は、日用雑貨・一般化粧品・ペットフード等が対象。制度化化粧品、医薬品は対象外。
 (注3) 小売業調査の集計対象は、製・配・販連携協議会の加盟小売業である。

(C)2017公益財団法人流通経済研究所

8

3.OTC医薬品の返品実態 返品率・返品処理経費率及び返品が発生理由

■ 卸売業調査結果

- 「小売業→卸売業」の返品率は2.66%。
- 「卸売業→メーカー」の返品率は3.02%。

■ 小売業調査結果

- 「小売業→卸売業」の返品率は2.70%。
- 主な返品理由は「年2回の棚替え・季節品」(構成比76.8%)。

OTC医薬品の返品率

返品率		OTC医薬品					
		卸売業調査			小売業調査		
		2016年度	2015年度	2014年度	2016年度	2015年度	2014年度
小売業→卸売業	2.66%	3.35%	2.94%	2.70%	4.44%	2.61%	
卸売業→メーカー	3.02%	3.86%	3.55%	—	—	—	

(注1) OTC医薬品には、処方せん医薬品を含まない。

(注2) 小売業調査の集計対象は、製・配・販連携協議会の加盟小売業である。卸売業調査の集計対象は、協議会に加盟していない多数の小売業との取引が含まれている。

OTC医薬品の返品理由別構成比

返品理由		OTC医薬品					
		卸売業調査			小売業調査		
		2016年度	2015年度	2014年度	2016年度	2015年度	2014年度
小売業からの返品理由	①閉店・改装	1.1%	0.8%	0.7%	0.8%	2.4%	0.2%
	②年2回の棚替え・季節品	85.6%	77.9%	77.4%	76.8%	68.4%	62.0%
	③特売残	6.3%	10.0%	13.9%	—	1.6%	—
	④定番カット(随時の商品改廃)	4.6%	9.6%	3.6%	8.5%	18.4%	9.9%
	⑤販売期限切れ	1.3%	0.8%	3.9%	5.8%	3.1%	7.8%
	⑥汚破損	0.8%	0.8%	0.2%	0.5%	0.6%	1.0%
メーカーへの返品理由	⑦その他(メーカー起因等)	0.3%	0.1%	0.2%	7.6%	5.5%	19.1%
	①納品期限切れ	1.2%	0.7%	2.5%	—	—	—
	②庫内破損	0.7%	0.7%	0.2%	—	—	—
	③特売残	5.8%	7.9%	10.9%	—	—	—
	④年2回の棚替え・季節品	87.7%	83.1%	83.3%	—	—	—
	⑤定番カット(随時の商品改廃)	4.3%	7.5%	2.9%	—	—	—
⑥その他(メーカー起因等)	0.3%	0.1%	0.2%	—	—	—	

(C)2017公益財団法人流通経済研究所

9

4.日用雑貨・OTC医薬品の業界全体の返品額推計 (1) 推計方法—①日用雑貨

■ 日用雑貨の業界全体の返品額推計方法

- 「卸売業→メーカー」の返品額 = 卸・メーカー間の取引規模 × 返品率
- 「小売業→卸売業」の返品額 = 卸・小売間の取引規模 × 返品率

■ 取引規模の推計方法(2016年)

- ① 日用雑貨・一般化粧品の取引規模は、日本商業新聞社『ホームプロダクツスペシャル・業界関係商品の市場規模』(2015年)の推計値(メーカー出荷、消費税課税前ベース)を用いた。
- ② ペットフードは、ペットフード協会『平成27年度ペットフード産業実態調査』の推計値(メーカー出荷、消費税課税前ベース)を用いた。
- ③ 上記①・②の合計金額を、卸・メーカー間の取引規模とした。これに、卸売業粗利率を10%と仮定して0.9を除いた金額を、卸・小売間の取引規模(卸売業売価、消費税課税前ベース)とした。
- ④ 2016年度の取引規模は、上記①～③で求めた2015年度の取引規模にパラメータを乗じて算出した。パラメータには、商業動態統計「医薬品・化粧品卸売業の2016年1-12月販売金額合計」の「2015年1-12月販売金額合計」に対する比率を用いた。

■ 返品率は本調査の「卸売業調査結果」を用いた(2016年度)。

「卸売業→メーカー」の返品率:2.37% 「小売業→卸売業」の返品率:1.68%

(C)2017公益財団法人流通経済研究所

10

4. 日用雑貨・OTC医薬品の業界全体の返品額推計

(1) 推計方法—②OTC医薬品

■ OTC医薬品の業界全体の返品額推計方法

- 「卸売業→メーカー」の返品額 = 卸・メーカー間の取引規模 × 返品率
- 「小売業→卸売業」の返品額 = 卸・小売間の取引規模 × 返品率

■ 取引規模の推計方法(2016年)

- ① 卸・メーカー間の取引規模は、厚生労働省「薬事工業生産動態統計年報」における2015年の一般用医薬品の国内出荷金額(製造所・製造販売事務所からの出荷、消費税含む)を1.08で除した金額(消費税抜)とした。
- ② 卸・小売間の取引規模は、上記①に、卸売業粗利率を10%と仮定して0.9を除した金額を卸・小売間の取引規模(卸売業売価、消費税課税前ベース)とした。
- ③ 上記②の2015年の取引規模を、次年度も同規模であるとみなして、それぞれ2015年度の取引規模とした。

■ 返品率は本調査の「卸売業調査結果」を用いた(2016年度)。

「卸売業→メーカー」の返品率:3.02% 「小売業→卸売業」の返品率:2.66%

(C)2017公益財団法人流通経済研究所

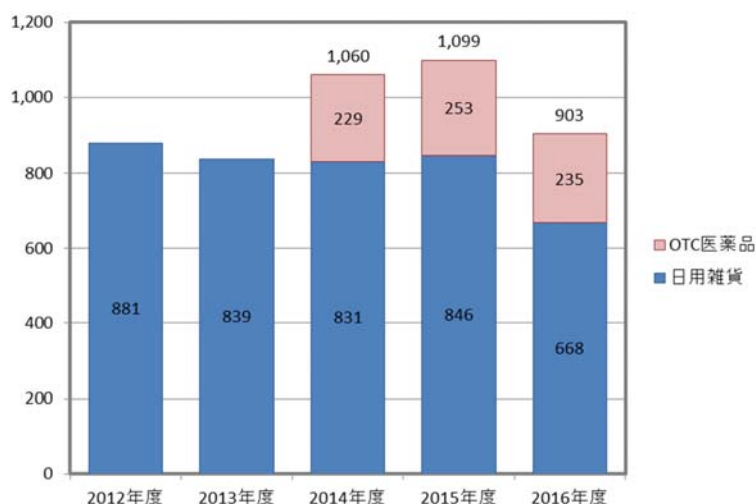
11

4. 日用雑貨・OTC医薬品の業界全体の返品額推計

(2) 推計結果

- 業界全体の2016年度の返品額は、日用雑貨で668億円と推計され、前年度比178億円減少した。
- OTC医薬品の2016年度は235億円と推計される。

日用雑貨・OTC医薬品の業界全体の返品額推計
(卸売業→メーカー、2012年度～2016年度、億円)



(注) OTC医薬品は2014年度から調査しており、2013年度以前の数値は調査していない。

©2016公益財団法人流通経済研究所

12

5.商品部門別・小売業態別集計(日用雑貨)

(1)調査の目的・対象・項目

■ 目的

- これまで返品実態調査は、返品の実態を明らかにするため、全体で一つの返品率を算出してきた。
- しかし、返品の実態は、小売業態・商品分類ごとに異なる。
- そこで今回は、小売業態・商品分類別の返品率を算出し、今後の返品削減の取組に資する知見を得ることも目的とする。

■ 調査対象

- 企業:WG参加の日用雑貨卸売業
- 期間:2016年4月-2017年3月
- 商品:日用雑貨、化粧品、健康/衛生関連(基本的にJICFS分類に基づく)
- 業態:GMS、SM、CVS、Drug、HC、DS、その他

■ 調査項目

①小売業への在庫売上高(卸売業の売価ベース)

②小売業からの返品額(卸売業の売価ベース)

※小売業からの返品率=②小売業からの返品額 ÷ ①小売業への在庫売上高

©2016公益財団法人流通経済研究所

13

5.商品部門別・小売業態別集計(日用雑貨)

(2)商品部門別・小売業態別の返品率(2016年度)

- 日用雑貨「全体」の2016年度の「小売業→卸売業」の返品率は、業態別ではドラッグストアが高い(2.2%)。
- また、商品部門別では、一般化粧品の返品率が3.1%と高い。

日用雑貨の商品部門別・小売業態別の返品率(2016年度)

	小売業態							
	全体	GMS	SM	CVS	Drug	HC	DS	その他
売上高構成比	100.0%	6.6%	12.4%	1.9%	55.8%	12.0%	6.9%	4.5%
返品率(全体)	1.8%	1.3%	1.5%	0.8%	2.2%	1.2%	0.8%	1.0%
日用雑貨	1.2%	1.0%	1.3%	1.1%	1.5%	0.9%	0.4%	0.8%
化粧品	3.1%	2.6%	3.0%	0.9%	3.5%	2.7%	1.8%	2.5%
健康/衛生関連	1.3%	0.5%	0.6%	0.4%	1.7%	1.2%	0.3%	0.4%
その他	1.4%	0.5%	2.7%	0.1%	2.1%	0.5%	0.4%	0.8%

(注)売上高構成比は、「調査対象卸売業の取引における業態別売上高構成」を意味している。

(注)上表の「全体」の返品率と「2.日用雑貨の返品実態(1)返品率及び返品処理経費率」の返品率とは集計対象が異なるため一致しない。

©2016公益財団法人流通経済研究所

14

5.商品部門別・小売業態別集計(日用雑貨)

(3)商品部門別・小売業態別の返品率の推移

- 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。
- 日用雑貨、化粧品の返品率が低下傾向にある。

日用雑貨の小売業態別と商品部門別の返品率(2014-2016年度)

		日用雑貨		
		卸売業調査		
		2016年度	2015年度	2014年度
全体		1.8%	2.0%	2.2%
小売業態別	GMS	1.3%	1.6%	1.7%
	SM	1.5%	1.5%	1.6%
	CVS	0.8%	2.8%	2.0%
	Drug	2.2%	2.5%	2.8%
	HC	1.2%	1.5%	1.4%
	DS	0.8%	1.0%	1.3%
	その他	1.0%	0.7%	1.1%
商品部門別	日用雑貨	1.2%	1.6%	1.6%
	化粧品	3.1%	3.6%	3.7%
	健康/衛生関連	1.3%	1.1%	1.5%
	その他	1.4%	1.6%	1.7%

(注)2016年度について、上表の「全体」の返品率と「2.日用雑貨の返品実態(1)返品率及び返品処理経費率」の返品率とは集計対象が異なるため一致しない。

(注)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。