

返品削減推進結果報告

ロート製薬株式会社

返品軽減取組のコンテンツ

I) 返品の実況・内訳

II) 返品に対する社内への啓蒙活動およびフロー

III) 具体的対策

IV) 返品率改善結果

返品現状・内訳

売上ALLに対して

シーズン品 + リニューアル品合計

売上構成比: 11.4%

返品構成比: 28.4%

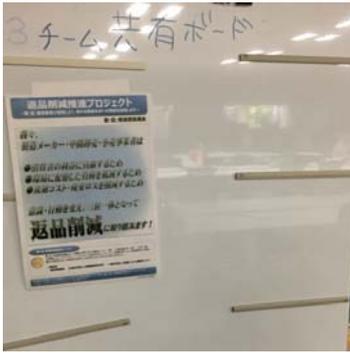
<内訳>

- ①シーズン品 → 売上構成比: 8.9% 返品構成比: 23.3%
- ②リニューアル品 → 売上構成比: 2.5% 返品構成比: 5.1%

社内における啓蒙活動①

- 各事業所にて営業ミーティングにて流通および店頭における返品対策を話し合う場面を設ける
- 返品軽減ポスターを各事業所の目に触れる場所に貼付し意識UPを図る(※別紙添付参照)
- 経営陣および営業幹部を巻き込んだ返品対策(幹部よりセールス全員へ軽減取組を発信)

社内における啓蒙活動②



Ⅲ) 具体的対策①

2016年から社内において返品PJを立ち上げ、代理店および小売企業に対しての提案内容を検討し実行した。
また、取引制度の変更にて返品削減の項目を設ける

①無返品および返品軽減に対するインセンティブ方式の導入およびその締結

②POSによる店頭理論在庫による個別企業の発注コードカットの徹底(開始日時まで決定する)

③問題のあるカテゴリーを中心に削減対策の具体的行動計画を策定した

Ⅲ) 具体的対策②

店別・商品別に落とし込んだ過去の返品率・額をベースに
エリア担当が対策を考え提案し、実現に結び付ける(発注
単位引き下げ・空箱対応など)

期間: 201512~201608					発売日			合計			商品A			商品B			商品C		
					CD														
					品名 or セグメント名														
					抽出開始月						201512			201512			201512		
グループ名	担当者名	量販企業CD	量販企業名	店舗集計用CD	店舗集計名	納品数量	返品数量	返品率	納品数量	返品数量	返品率	納品数量	返品数量	返品率	納品数量	返品数量	返品率		
合計						7,048,551	377,341	5.4%	406,111	20,441	5.0%	306,341	22,371	7.3%	282,539	47,381	16.8%		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				424	66	15.6%	30	0	0.0%	35	0	0.0%	0	0	20		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				592	42	7.1%	33	0	0.0%	33	10	30.3%	0	16	0		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				934	15	1.6%	50	0	0.0%	50	0	0.0%	30	0	0.0%		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				254	51	20.1%	20	0	0.0%	20	0	0.0%	0	14	0		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				24	0	0.0%	0	0	0.0%	0	0	0.0%	5	0	0.0%		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				210	30	14.3%	20	0	0.0%	20	0	0.0%	0	11	0		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				427	27	6.3%	70	0	0.0%	40	0	0.0%	0	9	0		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				238	13	5.5%	21	0	0.0%	23	0	0.0%	40	0	0.0%		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				129	48	37.2%	20	0	0.0%	20	0	0.0%	0	20	0		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				125	36	28.8%	10	0	0.0%	10	0	0.0%	5	0	0.0%		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				113	11	9.7%	8	0	0.0%	11	0	0.0%	2	4	200.0%		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				227	64	28.2%	25	0	0.0%	15	0	0.0%	0	32	0		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				767	62	8.1%	65	0	0.0%	65	0	0.0%	0	16	0		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				406	20	4.9%	30	0	0.0%	30	0	0.0%	0	4	0		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				386	44	11.4%	12	0	0.0%	12	0	0.0%	24	0	0.0%		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				668	0	0.0%	30	0	0.0%	20	0	0.0%	20	0	0.0%		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				653	21	3.2%	33	0	0.0%	30	0	0.0%	0	8	0		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				663	44	6.6%	45	0	0.0%	34	0	0.0%	0	16	0		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				340	5	1.5%	22	0	0.0%	20	0	0.0%	1	1	100.0%		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				437	58	13.3%	32	8	25.0%	35	8	23.0%	10	3	30.0%		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				265	67	25.3%	20	0	0.0%	20	0	0.0%	0	29	0		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				406	43	10.6%	24	0	0.0%	10	0	0.0%	0	9	0		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				499	128	25.7%	40	0	0.0%	40	0	0.0%	4	51	1275.0%		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				363	24	6.6%	30	0	0.0%	40	0	0.0%	0	2	0		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				185	44	23.8%	30	0	0.0%	30	0	0.0%	0	18	0		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				821	0	0.0%	91	0	0.0%	70	0	0.0%	6	0	0.0%		
(広域営業)企画宮新井 大助		206438				1,100	66	6.0%	40	0	0.0%	40	3	7.5%	5	26	520.0%		

Ⅲ) 具体的対策③

Point①
計画

Point②
実行確認

	セグメントA 4SKU		セグメントB 4SKU		セグメントC 4SKU	
	【予定】店頭在庫削減計画	【結果】実行確認	【予定】店頭在庫削減計画	【結果】実行確認	【予定】店頭在庫削減計画	【結果】実行確認
A企業	商品P・商品Qの2品展開。春夏定番に採用あり、9月末まで返品不可フラグをたてます。3月24日で発注止め予定。	3月24日に発注止め確認し、過剰在庫店舗から新店・改装分の店間移動をかける	全て春夏定番に採用になっており、9月末まで返品不可フラグをたてます。3月24日で発注止め予定。	3月24日に発注止め確認し、過剰在庫店舗から新店・改装分の店間移動をかける	商品Xのみ現在展開しており、春夏定番棚割りに採用になってます。3月24日で発注止め予定。	3月24日に発注止め確認し、過剰在庫店舗から新店・改装分の店間移動をかける
B企業	3月20日本部発注停止	3月17日商談にて再度案内&確認	3月20日本部発注停止	3月17日商談にて再度案内&確認	3月20日本部発注停止	3月17日商談にて再度案内&確認
C企業	商品P・商品Qの2SKUもしくは商品R・商品Sの2SKUどちらかを定番。3/4に発注停止の依頼をする。	発注停止は不可でしたが店舗在庫やPOSをみて発注停止を店舗へアナウンスする形となりました。	商品U・商品Vは定番。それ以外の商品は3/4に発注停止の依頼をする。	発注停止は不可でしたが店舗在庫やPOSをみて発注停止を店舗へアナウンスする形となりました。	商品Xは定番。それ以外の商品は3/4に発注停止の依頼をする。	発注停止は不可でしたが店舗在庫やPOSをみて発注停止を店舗へアナウンスする形となりました。
D企業	商品P・商品Qの2SKUもしくは商品R・商品Sの2SKUどちらかを定番。3/4に発注停止の依頼をする。	発注停止は不可でしたが店舗在庫やPOSをみて発注停止を店舗へアナウンスする形となりました。	商品U・商品Vは定番。それ以外の商品は3/4に発注停止の依頼をする。	発注停止は不可でしたが店舗在庫やPOSをみて発注停止を店舗へアナウンスする形となりました。	商品Xは定番。それ以外の商品は3/4に発注停止の依頼をする。	発注停止は不可でしたが店舗在庫やPOSをみて発注停止を店舗へアナウンスする形となりました。

具体的対策④

■企業Pの花粉関連商品の事例

セグメントA	セグメントB	セグメントC	セグメントD	セグメントE	セグメントF
2月22日から上限出荷対応済。全て定番獲得出来ている為、徐々に上限数量を下げて店頭在庫削減を図ります。4月1日以降は返品不可フラグの設定実施。	2月22日から上限出荷対応済。全て定番獲得出来ている為、徐々に上限数量を下げて店頭在庫削減を図ります。4月1日以降は返品不可フラグの設定実施。	2本パターンのみ定番採用。投入がない為返品はありません。4月1日以降は返品不可フラグの設定実施。	2月22日から上限出荷対応済。3月18日で発注停止を実施して店頭在庫削減を図ります。4月1日以降は返品不可フラグの設定実施。	2月22日から上限出荷対応済。3月18日で発注停止を実施して店頭在庫削減を図ります。4月1日以降は返品不可フラグの設定実施。	2月22日から上限出荷対応済。3月18日で発注停止を実施して店頭在庫削減を図ります。4月1日以降は返品不可フラグの設定実施。

■企業Pの結果

期間:12~8月

量販企業名	納品前年比	2016年返品率	2016年返品額前年	2015年返品率	返品率差異
企業P	86.3%	1.7%	9.0%	16.5%	-14.8%

■Point

- ・シーズンイン商談でのバイヤーとの昨年の返品実績の検証
- ・今期削減のアクションプランの提示とその推進
- ・在庫削減時に代理店と協業しての各店在庫把握、代理店からの上限納品の推進
- ・返品不可フラッグの徹底

返品率改善結果

売上ALLに対しての返品改善率の変動

期間:2016年10-3月

返品改善率(ALL):4.04%

<内訳>

- ①シーズン品 → 返品改善率21%と大幅改善
 ②リニューアル品 → 返品改善率: ▲54%と改善できず

①+② → 返品改善率12%と改善傾向