
加工食品の 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

加工食品・飲料・酒類等のドライ商品

■ 調査協力企業

－ 2023年度の「加工食品の返品実態調査」協力企業は、以下の卸売業6社、小売業15社である。

- 卸売業(6社)

伊藤忠食品、加藤産業、国分グループ本社、日本アクセス、三井食品、三菱食品

- 小売業(15社)

イオンリテール、イトーヨーカ堂、ウエルシア薬局、コメリ、スギ薬局、セブンーイレブン・ジャパン、DCMホールディングス、ファミリーマート、フジ、マツキヨココカラ&カンパニー、マルエツ、ミニストップ、ヤオコー、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・小売業の加工食品における「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

	加工食品
卸売業調査	29.3% (回答企業6社)
小売業調査	14.4% (回答企業15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.加工食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
- ・ 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。

2.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:0.11% やや増加(△0.01ポイント)
- 「卸売業→メーカー」の返品率:0.28% やや低下(▲0.03ポイント)

■ 小売業調査結果

- 「小売業→卸売業」の返品率:0.04% 低下(▲0.04ポイント)

加工食品の返品率及び返品処理経費率

		加工食品													
		卸売業調査													
		2023年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	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	0.11%	0.10%	0.12%	0.13%	0.16%	0.17%	0.18%	0.24%	0.22%	0.24%	0.35%	0.34%	0.38%	0.37%
	卸売業→メーカー	0.28%	0.31%	0.31%	0.39%	0.45%	0.44%	0.47%	0.56%	0.60%	0.65%	0.81%	0.87%	0.97%	1.12%
返品処理経費率 (返品処理経費÷メーカーへの返品額)		4.29%	4.45%	5.26%	4.34%	5.29%	3.98%	2.88%	3.57%	3.68%	3.49%	2.56%	2.99%	2.88%	1.53%

		加工食品													
		小売業調査													
		2023年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	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	0.04%	0.08%	0.08%	0.09%	0.07%	0.10%	0.06%	0.07%	0.09%	0.10%	0.11%	0.10%	0.08%	0.11%

(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) 加工食品・飲料・酒類等のドライ商品が対象。チルド、フローゼン、日配、生鮮は集計対象外。
(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。
(注4) 小売業調査は2021年度に返品対象を一部変更した。この変更に伴い、2015-2020年度の数値も修正した。

3.返品が発生理由―卸売業調査

■ 小売業からの返品理由

- 「定番カット」(24.9%)が最も多く、次いで「特売残」(20.5%)、「販売期限切れ」(18.0%)、「その他(メーカー起因)」(13.2%)が多い。

■ メーカーへの返品理由

- 「定番カット」(37.4%)が最も多く、次いで「納品期限切れ」(16.5%)、「その他(メーカー起因等)」(18.2%)が多い。

加工食品の返品理由別構成比(卸売業調査)

		加工食品 卸売業調査														
		2023年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	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	3.5%	3.4%	3.4%	3.8%	4.5%	4.4%	5.4%	3.3%	4.2%	6.2%	5.6%	6.4%	5.1%	6.2%	4.5%
	②年2回の棚替え・季節品	12.4%	13.1%	8.3%	13.0%	10.6%	12.6%	11.7%	11.7%	7.5%	8.0%	6.3%	9.1%	8.5%	9.4%	6.9%
	③特売残	20.5%	19.5%	18.5%	16.8%	17.7%	20.6%	21.6%	20.3%	26.1%	18.5%	19.3%	16.9%	16.5%	14.7%	16.6%
	④定番カット(随時の商品改廃)	24.9%	23.8%	24.4%	23.2%	21.8%	25.8%	25.2%	22.5%	25.8%	24.4%	19.8%	14.7%	16.1%	15.1%	13.8%
	⑤販売期限切れ	18.0%	18.4%	19.3%	16.8%	18.0%	17.9%	17.2%	16.9%	19.8%	19.1%	23.0%	19.2%	23.0%	17.2%	13.5%
	⑥汚破損	7.5%	7.4%	9.8%	8.9%	10.3%	8.1%	8.8%	14.6%	9.7%	13.2%	14.5%	15.7%	20.9%	28.9%	41.5%
	⑦その他(メーカー起因等)	13.2%	14.4%	16.3%	17.5%	17.1%	10.6%	10.1%	10.7%	6.9%	10.5%	11.5%	17.9%	9.9%	8.6%	3.2%
メーカーへの返品理由	①納品期限切れ	16.5%	18.6%	17.9%	16.6%	16.0%	15.8%	15.9%	17.8%	17.5%	20.3%	28.6%	37.3%	32.0%	33.7%	39.0%
	②庫内破損	1.8%	1.8%	3.0%	1.7%	2.0%	1.7%	1.7%	3.0%	1.9%	1.9%	2.1%	1.8%	3.5%	2.2%	2.7%
	③特売残	9.5%	10.0%	8.2%	9.7%	10.1%	10.9%	11.6%	10.0%	10.3%	7.3%	9.1%	8.0%	7.4%	6.4%	7.9%
	④年2回の棚替え・季節品	16.5%	16.0%	12.5%	14.4%	14.6%	14.9%	14.6%	14.5%	14.8%	13.0%	12.3%	11.9%	10.8%	7.9%	7.8%
	⑤定番カット(随時の商品改廃)	37.4%	36.2%	33.3%	39.8%	40.3%	39.8%	40.1%	36.7%	36.1%	44.3%	34.0%	28.9%	32.8%	33.8%	28.7%
	⑥その他(メーカー起因等)	18.2%	17.4%	25.1%	17.9%	17.1%	16.9%	16.1%	18.0%	19.4%	13.1%	13.8%	12.0%	13.6%	16.0%	13.8%

(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) 加工食品・飲料・酒類等のドライ商品が対象。チルド、フローズン、日配、生鮮は集計対象外。
(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。

3.返品が発生理由—小売業調査

■ 卸売業への返品理由

- 「その他(メーカー起因等)」(43.9%)と例外的な事由によるものが最も多い。
- また、「閉店・改装」(13.3%)や「販売期限切れ」(12.6%)による返品も多い。

加工食品の返品理由別構成比(小売業調査)

		加工食品 小売業調査													
		2023年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	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	13.3%	7.1%	1.6%	2.2%	3.5%	1.4%	2.8%	—	0.0%	0.0%	—	0.1%	—	5.2%
	②年2回の棚替え・季節品	8.4%	5.0%	11.7%	27.1%	36.8%	34.2%	11.3%	13.6%	11.3%	11.2%	12.1%	13.0%	15.0%	3.1%
	③特売残	0.3%	4.5%	3.9%	1.0%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%	0.6%	4.0%	4.8%	3.8%	—	—
	④定番カット(随時の商品改廃)	16.5%	9.5%	11.3%	9.2%	13.1%	4.5%	5.3%	7.2%	4.4%	1.5%	2.9%	0.6%	19.7%	2.6%
	⑤販売期限切れ	12.6%	27.0%	10.5%	8.7%	7.0%	5.5%	3.2%	8.6%	4.4%	3.1%	0.2%	0.4%	2.0%	4.5%
	⑥汚破損	4.9%	2.3%	14.9%	26.3%	15.5%	19.1%	40.7%	19.7%	10.4%	18.7%	21.8%	17.7%	25.1%	54.1%
	⑦その他(メーカー起因等)	43.9%	44.7%	46.0%	25.5%	23.9%	35.1%	36.4%	50.9%	68.9%	61.6%	58.1%	64.4%	38.3%	30.6%

(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) 加工食品・飲料・酒類等のドライ商品が対象。チルド、フローズン、日配、生鮮は集計対象外。

(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。

(注4) 小売業調査は2021年度に返品対象を一部変更した。この変更に伴い、2015-2020年度の数値も修正した。

4.加工食品の業界全体の返品額推計

(1) 推計方法

■ 加工食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(2023年度)

- ① 経済産業省『平成19年商業統計表品目編』を使って、卸売業産業分類(3桁)「512食料飲料卸売業」の構成産業分類(4桁)毎に、以下品目の年間商品販売額を集計し、加工食品の卸売額とした。

【該当品目】

砂糖卸売、味噌・しょう油卸売、酒類卸売、乾物卸売、缶詰・瓶詰食品卸売(気密容器入りのもの)、飲料卸売(茶類飲料を含む)、茶類卸売、他の食料・飲料卸売

- ② 上記①から小売業向け卸売額のみを取り出すため、上記①にパラメータを乗じた。パラメータには、「512食料飲料卸売業」の構成産業分類(4桁)毎に算出した小売業向け販売ウェイト(小売業への商品販売額÷総商品販売額)を用いた。
- ③ 産業分類(4桁)毎に得られた上記②を合計し「小売業向け卸売取引規模」とした。

4.加工食品の業界全体の返品額推計

(1) 推計方法

■ 取引規模の推計方法(2023年度)

- ④ 前記③は2006年度実績のため、パラメータを乗じ2023年度数値を推計した。
なお、パラメータには、経済産業省『商業動態統計』の「食料・飲料卸売業の2023年4月～2024年3月販売金額合計」の「2006年4月～2007年3月販売金額合計」に対する比率を用いた。
- ⑤ 前記①～④の結果、「2023年4月～2024年3月における加工食品・飲料・酒類の小売業向け取引規模(卸売業売価ベース)」が求まるが、この数値は商業統計から推計しているため消費税を含んでいるため、「1+消費税率」で除して消費税課税前の小売業向け取引規模(卸売業売価ベース)とした。
- ⑥ 卸売業粗利率を10%と仮定し、上記⑤に0.9を乗じた金額を、卸・メーカー間の取引規模(卸売業原価ベース)とした。

■ 返品率は本調査の「卸売業調査結果」を用いた(2023年度)。

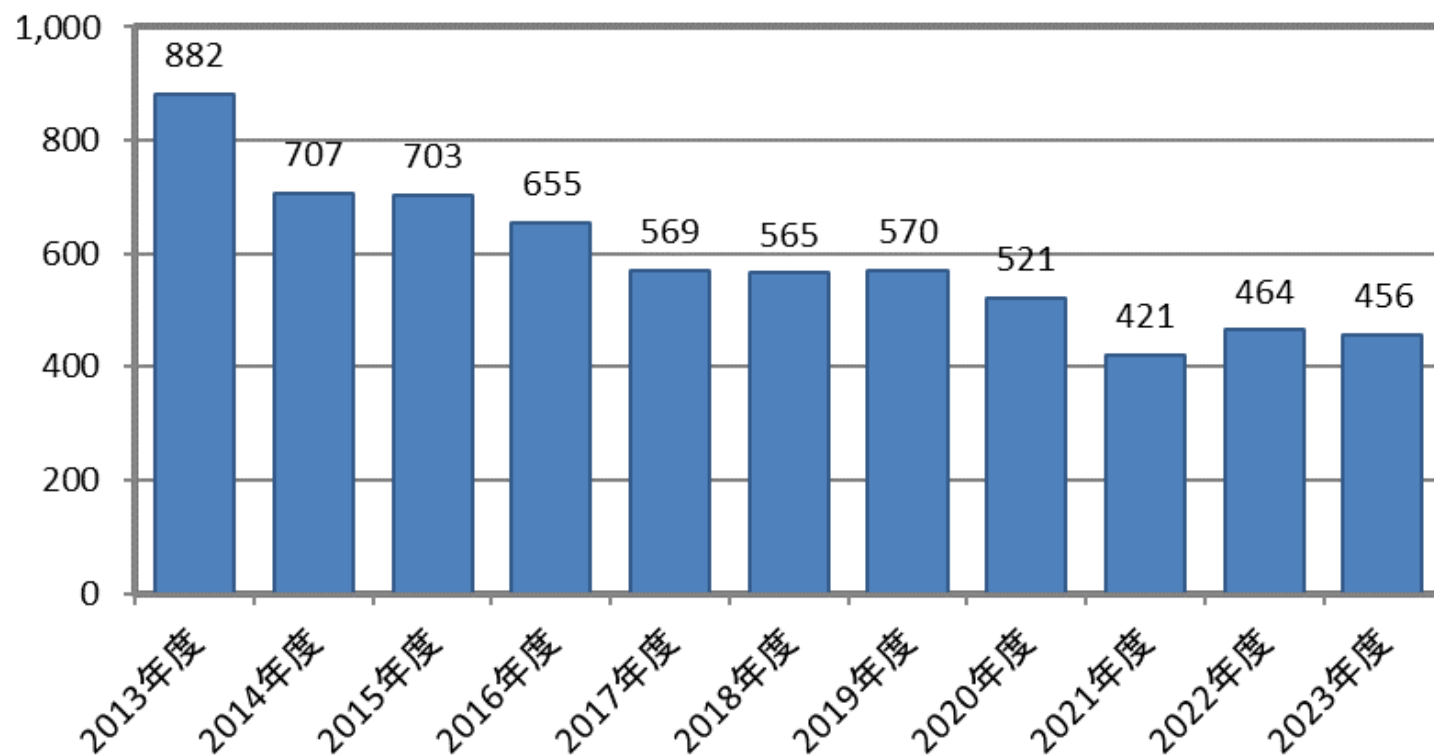
「卸売業→メーカー」の返品率:0.28% 「小売業→卸売業」の返品率:0.11%

4.加工食品の業界全体の返品額推計

(2) 推計結果

- 業界全体の「卸売業→メーカー」の返品額を推計した。
- 2023年度の業界全体の返品額は456億円と推計される。推計された返品額は前年度からの低下を示していた。

加工食品の業界全体の返品額推計
(卸売業→メーカー、2013年度～2023年度、億円)



5.小売業態別集計(加工食品)

(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ごとに異なる。
- そこで今回は、小売業態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参加の加工食品卸売業
- 期間:2023年4月－2024年3月または2023年1月－2023年12月
- 商品:加工食品・飲料・酒類等のドライ商品
- 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)

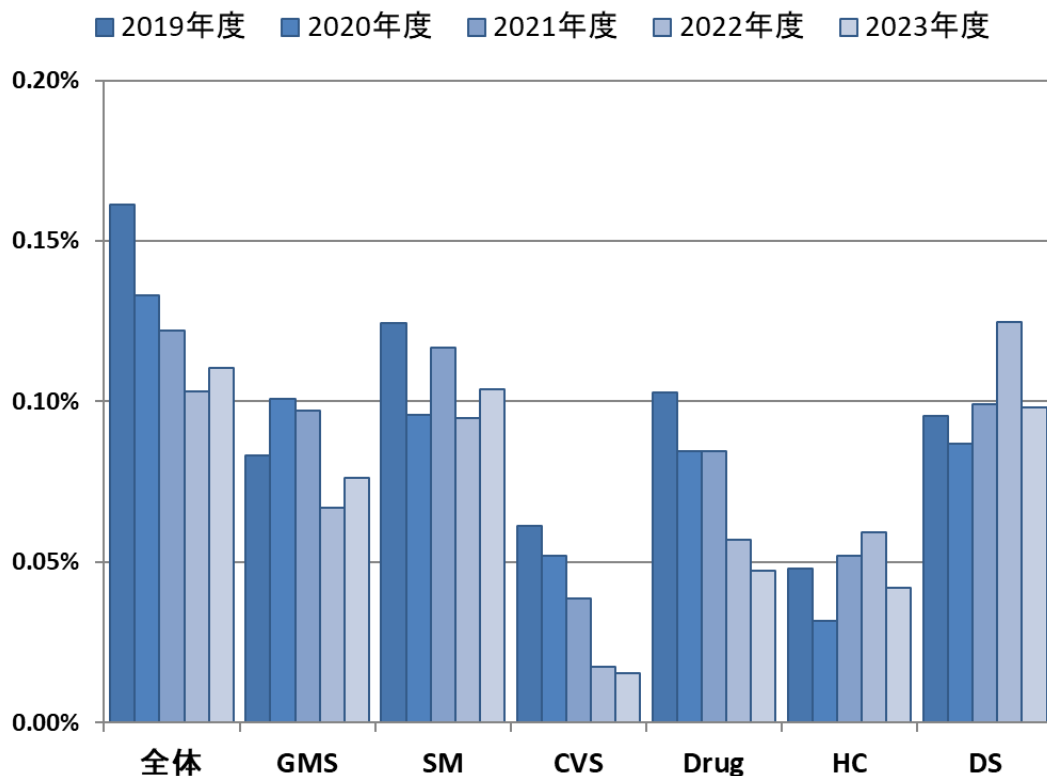
※小売業からの返品率＝②小売業からの返品額 ÷ ①小売業への在庫売上高

5.小売業態別集計(加工食品)

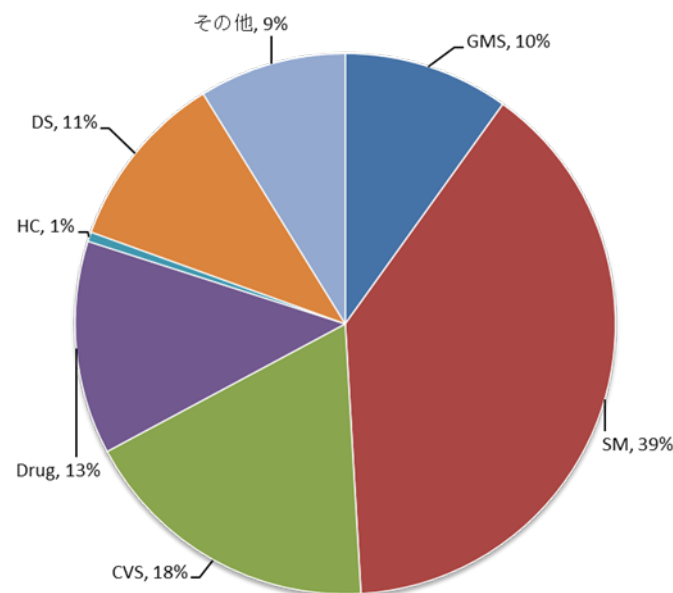
(2)小売業態別の返品率

- 卸売業調査にて、「小売業→卸売業」の返品率を業態別に集計すると、2023年度は業態別ではCVS(0.016%)が最も低く、次いでHC(0.042%)や、Drug(0.047%)となっている。
- 「小売業→卸売業」の返品率はCVS、Drug、HC、DS業態で、前年度よりも低下した。

主要業態別の返品率(2019～2023年度)



主要業態別の売上構成比
(2023年度)



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

- － 2023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4社、小売業15社である。

- 卸売業(4社)

- 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(15社)

- イオンリテール、イトーヨーカ堂、ウエルシア薬局、コメリ、スギ薬局、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、マツキヨココカラ&カンパニー、マルエツ、ミニストップ、ヤオコー、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	70.5% (回答企業3社)	37.3% (回答企業2社)
小売業調査	38.4% (回答企業15社)	34.3% (回答企業9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。

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: 1.32% やや増加(+0.03ポイント)
- 「卸売業→メーカー」の返品率: 1.92% 増加(+0.12ポイント)

■ 小売業調査結果

- 「小売業→卸売業」の返品率: 1.89% 低下(-0.10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													
		2023年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	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	1.32%	1.29%	1.45%	1.41%	1.41%	1.49%	1.58%	1.68%	2.07%	2.16%	2.03%	2.09%	2.13%	1.94%
	卸売業→メーカー	1.92%	1.80%	2.03%	1.93%	1.98%	2.09%	2.19%	2.37%	2.82%	2.93%	3.01%	3.19%	3.14%	2.86%
返品処理経費率 (返品処理経費÷メーカーへの返品額)		4.92%	5.16%	5.89%	6.22%	5.60%	5.56%	5.97%	6.35%	6.00%	6.75%	6.63%	6.70%	5.86%	5.92%

		日用雑貨													
		小売業調査													
		2023年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	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	1.89%	1.99%	2.42%	2.16%	2.00%	2.35%	2.35%	2.08%	2.68%	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。
(注4) 小売業調査は2021年度に返品対象を一部変更した。この変更に伴い、2015-2020年度の数値も修正した。

2.日用雑貨の返品実態

(2)返品の発生理由―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」(72.3%)が最も多く、次いで「定番カット」(12.9%)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」(80.6%)が最も多く、次いで「定番カット」(12.6%)となっている。

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														
		2023年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	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	0.6%	0.6%	1.0%	1.1%	1.2%	0.7%	0.7%	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	72.3%	76.1%	75.1%	68.1%	73.9%	75.5%	74.3%	73.1%	68.4%	67.9%	72.3%	70.8%	70.6%	70.6%	70.0%
	③特売残	5.4%	2.9%	3.1%	3.7%	2.4%	2.3%	2.4%	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)	12.9%	12.5%	11.8%	15.2%	12.6%	7.4%	6.9%	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%	1.2%	1.2%	1.6%	0.5%	0.7%	0.7%	1.2%	0.8%	0.6%	0.3%	0.3%	0.4%	0.4%	0.8%
	⑥汚破損	0.4%	0.5%	0.3%	0.2%	0.3%	0.6%	0.5%	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)	7.2%	6.2%	7.5%	9.9%	9.3%	12.7%	14.5%	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	1.0%	1.2%	1.3%	1.8%	0.6%	0.6%	0.5%	0.8%	0.7%	0.5%	0.3%	0.3%	0.3%	—	10.0%
	②庫内破損	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.5%	0.4%	0.2%	0.2%	0.2%	1.3%	1.3%	3.0%
	③特売残	4.8%	2.7%	3.1%	3.9%	2.8%	3.3%	3.5%	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	80.6%	82.1%	83.6%	78.7%	84.3%	84.3%	85.7%	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)	12.6%	13.1%	11.0%	13.4%	10.8%	10.1%	8.6%	10.4%	14.8%	10.2%	10.9%	13.0%	11.4%	14.8%	8.0%
	⑥その他(メーカー起因等)	0.7%	0.6%	0.9%	1.9%	1.3%	1.5%	1.5%	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。

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」(57.4%)が最も多く、次いで「定番カット(随時の商品改廃)」(14.3%)、「その他(メーカー起因等)」(12.6%)となっている。

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													
		2023年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	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	1.7%	2.1%	2.9%	9.9%	9.3%	2.1%	2.4%	1.9%	2.1%	0.5%	0.1%	0.2%	0.6%	4.2%
	②年2回の棚替え・季節品	57.4%	54.4%	55.3%	53.3%	63.3%	70.3%	71.7%	63.7%	61.7%	61.1%	77.9%	72.8%	44.7%	67.4%
	③特売残	1.0%	4.9%	5.4%	1.3%	0.4%	0.6%	0.7%	0.0%	0.5%	0.0%	—	—	—	0.6%
	④定番カット(随時の商品改廃)	14.3%	15.9%	14.5%	7.1%	15.9%	14.7%	11.7%	10.9%	15.8%	12.5%	2.0%	1.6%	27.2%	2.2%
	⑤販売期限切れ	4.5%	4.6%	4.2%	1.3%	0.8%	1.3%	1.2%	2.3%	2.5%	0.9%	0.0%	—	5.0%	2.2%
	⑥汚破損	8.4%	0.5%	0.1%	1.5%	1.0%	1.6%	2.3%	0.4%	0.7%	9.4%	10.3%	2.0%	1.4%	1.3%
	⑦その他(メーカー起因等)	12.6%	17.5%	17.5%	25.6%	9.2%	9.5%	9.9%	20.7%	16.7%	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。

(注4) 小売業調査は2021年度に返品対象を一部変更した。この変更に伴い、2015-2020年度の数値も修正した。

3.OTC医薬品の返品実態

(1)返品率

■ 卸売業調査結果

- 「小売業→卸売業」の返品率は2.20% 低下(▲0.56ポイント)
- 「卸売業→メーカー」の返品率は2.58% 低下(▲0.23ポイント)

■ 小売業調査結果

- 「小売業→卸売業」の返品率は2.44% 低下(▲0.29ポイント)

OTC医薬品の返品率

		OTC医薬品																			
		卸売業調査										小売業調査									
		2023年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	2016年度	2015年度	2014年度	2023年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	2016年度	2015年度	2014年度
返品率	小売業→卸売業	2.20%	2.76%	3.04%	3.43%	2.15%	2.22%	2.49%	2.66%	3.35%	2.94%	2.44%	2.73%	2.56%	2.96%	2.03%	2.33%	2.29%	2.70%	4.44%	2.61%
	卸売業→メーカー	2.58%	2.81%	3.12%	3.54%	2.58%	2.32%	2.80%	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。

3.OTC医薬品の返品実態

(2)返品の発生理由

■ 卸売業調査結果

- 「小売業→卸売業」の返品理由は、「年2回の棚替え・季節品」(89.6%)が最も多く、次いで「定番カット(随時の商品改廃)」(3.7%)となっている。
- 「卸売業→メーカー」では、「年2回の棚替え・季節品」(93.4%)が最も多く、次いで「定番カット(随時の商品改廃)」(2.5%)となっている。

■ 小売業調査結果

- 「小売業→卸売業」の返品理由は、「年2回の棚替え・季節品」(49.4%)が最も多く、次いで「販売期限切れ」(19.2%)となっている。

OTC医薬品の返品理由別構成比

		OTC医薬品																	
		卸売業調査										小売業調査							
		2023年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	2016年度	2015年度	2014年度	2023年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	2016年度
小売業からの返品理由	①閉店・改装	0.9%	1.1%	1.1%	3.6%	2.0%	0.9%	0.5%	1.1%	0.8%	0.7%	2.6%	2.6%	3.4%	6.9%	9.2%	2.2%	2.2%	0.8%
	②年2回の棚替え・季節品	89.6%	88.2%	80.0%	70.3%	87.5%	86.6%	84.1%	85.6%	77.9%	77.4%	49.4%	48.7%	47.8%	51.9%	58.9%	79.1%	79.1%	76.8%
	③特売残	3.1%	4.8%	5.5%	8.3%	4.7%	5.1%	6.2%	6.3%	10.0%	13.9%	0.3%	2.5%	4.6%	1.0%	0.6%	0.5%	0.5%	—
	④定番カット(随時の商品改廃)	3.7%	3.3%	10.3%	14.1%	4.4%	5.4%	7.5%	4.6%	9.6%	3.6%	15.4%	15.7%	14.5%	12.4%	21.5%	6.8%	6.8%	8.5%
	⑤販売期限切れ	1.7%	1.8%	1.8%	2.5%	0.6%	0.8%	0.6%	1.3%	0.8%	3.9%	19.2%	18.6%	21.0%	5.8%	3.4%	5.9%	5.9%	5.8%
	⑥汚破損	0.5%	0.5%	0.4%	0.3%	0.4%	0.4%	0.3%	0.8%	0.8%	0.2%	2.7%	0.2%	0.1%	1.0%	0.7%	0.3%	0.3%	0.5%
	⑦その他(メーカー起因等)	0.6%	0.3%	1.0%	0.8%	0.4%	0.8%	0.7%	0.3%	0.1%	0.2%	10.4%	11.6%	8.6%	20.9%	5.8%	5.2%	5.2%	7.6%
メーカーへの返品理由	①納品期限切れ	1.2%	1.5%	1.5%	2.2%	0.5%	0.7%	0.6%	1.2%	0.7%	2.5%	—	—	—	—	—	—	—	—
	②庫内破損	0.3%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.7%	0.7%	0.2%	—	—	—	—	—	—	—	—
	③特売残	2.1%	3.9%	4.5%	6.9%	3.9%	4.4%	5.8%	5.8%	7.9%	10.9%	—	—	—	—	—	—	—	—
	④年2回の棚替え・季節品	93.4%	91.2%	84.5%	78.2%	91.3%	89.2%	85.7%	87.7%	83.1%	83.3%	—	—	—	—	—	—	—	—
	⑤定番カット(随時の商品改廃)	2.5%	2.7%	8.4%	11.8%	3.7%	4.7%	6.9%	4.3%	7.5%	2.9%	—	—	—	—	—	—	—	—
	⑥その他(メーカー起因等)	0.4%	0.3%	0.8%	0.6%	0.3%	0.7%	0.6%	0.3%	0.1%	0.2%	—	—	—	—	—	—	—	—

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(2023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』(2022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『令和3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 2023年度の取引規模は、上記①～③で求めた2022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、調査協力企業の「2023年1-12月販売金額合計」の「2022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(2023年度)。

「卸売業→メーカー」の返品率: 1.92% 「小売業→卸売業」の返品率: 1.32%

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(2023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2022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、1～12月の月報数値の合計)に、経済産業省『商業動態統計』、「第6部 ドラッグストア販売」の「OTC医薬品の2022年度販売金額合計」の「2022年度販売金額合計」に対する比率を乗じ、1.10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。

■ 返品率は本調査の「卸売業調査結果」を用いた(2023年度)。

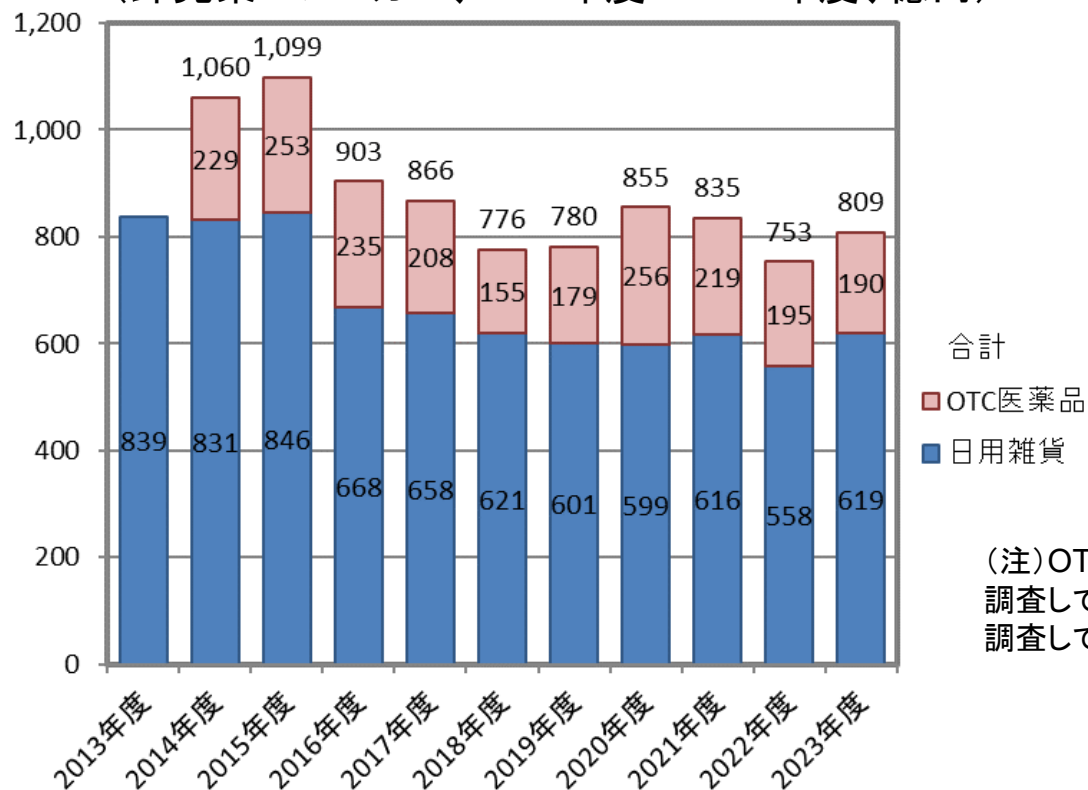
「卸売業→メーカー」の返品率: 2.58% 「小売業→卸売業」の返品率: 2.20%

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「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、2023年度809億円と推計され、日用雑貨は、前年度より61億円増加、OTC医薬品は、前年度より5億円低下した。
 - － 日用雑貨：619億円（前年度より61億円増加）
 - － OTC医薬品：190億円（前年度より5億円低下）

日用品の業界全体の返品額推計
（卸売業→メーカー、2013年度～2023年度、億円）



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

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:2023年4月－2024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

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(2023年度)

- 日用雑貨「全体」の2023年度の「小売業→卸売業」の返品率は、業態別ではコンビニエンスストアが高い(2.5%)。
- また、商品部門別では、一般化粧品の返品率が2.1%と高い。

日用雑貨の商品部門別・小売業態別の返品率(2023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%	4.5%	8.2%	4.0%	58.2%	9.3%	9.2%	6.5%
返品率(全体)	1.3%	0.8%	0.7%	2.5%	1.7%	0.7%	0.8%	0.4%
日用雑貨	0.9%	0.6%	0.5%	3.6%	1.0%	0.6%	0.4%	0.2%
化粧品	2.1%	1.6%	1.5%	0.5%	2.5%	1.2%	1.4%	1.0%
健康/衛生関連	1.2%	0.4%	0.5%	0.0%	1.6%	0.9%	0.6%	0.1%
その他	6.1%	2.7%	2.3%	22.6%	6.3%	3.3%	1.1%	1.3%

(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。

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

- コンビニエンスストアの返品率が2.5%と高い。
- 化粧品の返品率が2.1%と高い。

日用雑貨の小売業態別と商品部門別の返品率(2014-2023年度)

		日用雑貨									
		卸売業調査									
		2023年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	2016年度	2015年度	2014年度
全体		1.3%	1.3%	1.5%	1.4%	1.5%	1.6%	1.7%	1.8%	2.0%	2.2%
小売業態別	GMS	0.8%	0.9%	0.9%	1.0%	1.0%	1.1%	1.3%	1.3%	1.6%	1.7%
	SM	0.7%	0.7%	0.8%	0.7%	1.1%	1.3%	1.4%	1.5%	1.5%	1.6%
	CVS	2.5%	1.5%	1.6%	1.4%	0.4%	0.5%	0.6%	0.8%	2.8%	2.0%
	Drug	1.7%	1.7%	1.9%	1.9%	1.9%	2.0%	2.1%	2.2%	2.5%	2.8%
	HC	0.7%	0.8%	0.9%	0.7%	0.8%	1.0%	1.1%	1.2%	1.5%	1.4%
	DS	0.8%	0.8%	1.0%	1.0%	0.8%	0.8%	0.7%	0.8%	1.0%	1.3%
	その他	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.6%	0.6%	0.8%	1.0%	0.7%	1.1%
商品部門別	日用雑貨	0.9%	0.8%	0.9%	0.8%	1.0%	1.2%	1.2%	1.2%	1.6%	1.6%
	化粧品	2.1%	2.1%	2.5%	2.7%	2.4%	2.5%	2.9%	3.1%	3.6%	3.7%
	健康/衛生関連	1.2%	1.4%	1.4%	1.3%	1.2%	1.2%	1.2%	1.3%	1.1%	1.5%
	その他	6.1%	4.4%	4.7%	5.2%	3.9%	2.2%	2.1%	1.4%	1.6%	1.7%

(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。