

食品ロス削減の取組 製・配・販連携協議会のWG活動

2011年の協議会発足時より、三位一体の取組として、賞味期限の延長、賞味期限の年月表示化、納品期限の緩和を**実態調査**、**普及啓発活動**、**表彰活動**を通じて推進。

15社	発足	2010年5月	トップ会合開催			
		2010年9月～	準備会合	返品削減WG、	配送最適化WG、	流通BMS導入推進WG
43社		2011年5月	協議会正式発足			
第1フェーズ		2011年7月～	2011年度WG活動	返品削減WG	配送最適化WG	デジタル・インフラ検討WG
		2012年11月～	2012年度WG活動	返品削減WG	日付情報等バーコード化WG	サプライチェーン効率化のための情報連携WG
		2013年10月～	2013年度WG活動	第1WG(返品削減等)	第2WG(賞味期限年月表示、リードタイム最適化)	第3WG(商品情報授受効率化)
第2フェーズ		2014年9月～	2014年度WG活動	加工食品WG	日用品WG	デジタル・インフラ検討WG
		2015年9月～	2015年度WG活動	加工食品減WG	日用品WG	商品情報多言語WG
		2016年9月～	2016年度WG活動	加工食品減WG	日用品WG	商品情報多言語FS
53社		2017年9月～	2017年度WG活動	ロジスティクス最適化WG	多言語商品情報PJ	電子タグ勉強会

主な取組

- 返品実態の把握
- 返品削減方策の提示
 - 納品期限見直し
 - 商品入替プロセス
 - 取引契約の明確化
- 返品削減取組事例の共有・公表
- 各社返品削減計画策定
- 返品削減パイロットプロジェクトの実施
- 返品削減 手引書等の作成
(加工食品版、日用品版)
- サプライチェーンイノベーション大賞の創設と表彰

食品ロス削減の取組 製・配・販連携協議会のWG活動 普及啓発活動①

WG活動の実証実験や実態調査、各社のベストプラクティスから得られたエッセンスを「手引書」「パンフレット（手引書の要約版）」「ポスター」としてまとめ、協議会および弊省HPに公開。各業界団体を通じて普及啓発活動を実施。

加工食品の製・配・販事業者の連携による返品削減に向けた取組実施の手引書

加工食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～

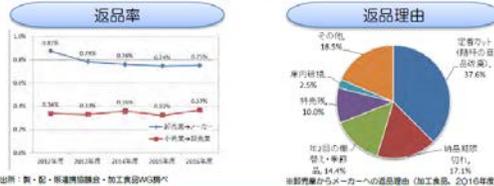
発行：製・配・販連携協議会

返品削減に向けて

- 食品ロスの削減は世界的な課題であり、食品に関わる製・配・販企業の積極的な対応が期待されています。人口減少・高齢化が進む中、ムリ・ムダ・ムラの少ないサプライチェーンを形成することが必要です。
- しかし、加工食品流通では、特に卸売業からメーカーへの返品が多く発生しており、流通コストと食品ロスの増加を招いています。
- 加工食品流通に関わる製・配・販事業者は、一度出荷した商品は全て消費者に届けられるよう、返品削減に向けて、意識・行動を変えることが必要だと言えるでしょう。
- 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

- 卸売業からの返品率は売上比0.75%、小売業からの返品率も多い。
- その多くが「定額カット」、「納品期限切れ」で発生。



返品削減の進め方

- 企業内の取組み**
 - 意識改革・意識啓発
 - 返品実績の把握と管理
 - 不当な返品の防止
- 取引先との取組み**
 - 関係者との情報共有
 - 納品期限・賞味期限の見直し
 - 商品入れ替えプロセスの見直し

施のチェックリスト

の实態・問題を十分把握しているか	<input checked="" type="checkbox"/>
販社員の意識啓発を継続的に行っているか	<input type="checkbox"/>
単として制定・周知しているか	<input type="checkbox"/>
等で学ぶ機会を設定しているか	<input type="checkbox"/>
把握しているか	<input type="checkbox"/>
設定し、進捗を管理しているか	<input type="checkbox"/>
ないよう、公正取引を徹底しているか	<input type="checkbox"/>
うその取引条件について書面で合意しているか	<input type="checkbox"/>
前と共有できているか	<input checked="" type="checkbox"/>
取引先と共有できているか	<input type="checkbox"/>
めているか（働きかけているか）	<input type="checkbox"/>
めているか（働きかけているか）	<input type="checkbox"/>
限を延長を進めているか	<input type="checkbox"/>
限の年月表示化を進めているか	<input type="checkbox"/>
計画を取引先と事前に共有できているか	<input type="checkbox"/>
、物流センターの発注量を決めているか	<input type="checkbox"/>
給ルールを調整しているか	<input type="checkbox"/>
での期間が十分な長さに設定しているか（働	<input type="checkbox"/>
する返品供給ルールを設定しているか（働	<input type="checkbox"/>

策）、中間流通（卸（配）、小売（販）の連携によ
「コン」改善を図り、もって産業競争力を高め、量か
立されました。

ンター、公益財団法人流通経済研究所

については、製・配・販連携協議会のホームページ

(<http://www.dsri.jp/forum/>) をご覧下さい。

	対象組織	活動概要
小売業	一社 日本スーパーマーケット協会	経産省会合と直接訪問にて事務局より周知依頼
	一社 新日本スーパーマーケット協会	直接訪問にて事務局より周知依頼
	一社 日本フランチャイズチェーン協会	経産省会合にて事務局より周知依頼
	日本チェーンドラッグストア協会	直接訪問にて事務局より周知依頼
卸売業	一社 日本加工食品卸協会	事務局より研修会にて業界会員へ説明
	全国菓子卸商業組合連合会	直接面談し事務局より周知依頼
	情報志向型卸売業研究会	事務局より会合にて研究会会員に説明
メーカー	一社 全国清涼飲料工業会	直接訪問にてWGメンバーより周知依頼、業界会員への説明会を予定
	一社 日本即席食品工業協会	直接訪問にてWGメンバーと事務局より周知依頼
	公社 日本缶詰びん詰レトルト食品協会	直接訪問にてWGメンバーと事務局より周知依頼、業界会員への説明会を予定
	全日本菓子協会	直接訪問にてWGメンバーと事務局より周知依頼、業界会員への説明会を実施

http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/shh_tebikisyo.html

<http://www.dsri.jp/forum/guide.html>

食品ロス削減の取組 製・配・販連携協議会のWG活動 普及啓発活動②

手引書等にも商慣習の見直しを具体的に返品確認書などのフォーマット例を示すとともに、納品期緩和・賞味期限延長・賞味期限年月表示化が食品ロス削減に有効であることを示し、周知。

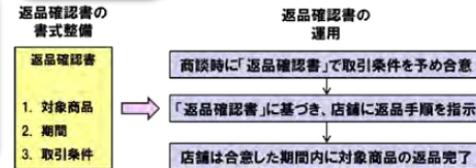
③ 不当な返品の防止

- 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

- 買取商品は返品しないことを徹底
- 不当な返品を行わない、受けないこと
- 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



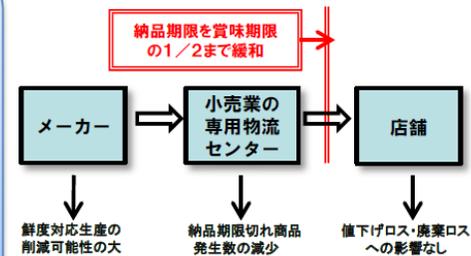
② 納品期限・賞味期限の見直し

- 加工食品では、納品期限切れにより、卸売業・小売業の物流センターからメーカーへの返品が多く発生しています。事業者自ら過度な鮮度志向を改め、納品期限を見直すことが有効です。
- また、メーカーによる賞味期限の延長や、賞味期限の年月表示化は、返品削減に有効な方策です。

ポイント

- 店舗への納品期限の緩和
 - 飲料・菓子（賞味期限180日以上）1/2残し未満を推奨
 - 他の商品も、店舗でのロスを増加させないことを前提に、納品期限を緩和
 - 店舗の販売期限もあわせて見直す
- 賞味期限の延長・年月表示化
 - 製造方法・容器包材の改良により賞味期限を延長
 - 賞味期限1年以上商品を対象に年月表示化を推進

取組事例 納品期限の緩和

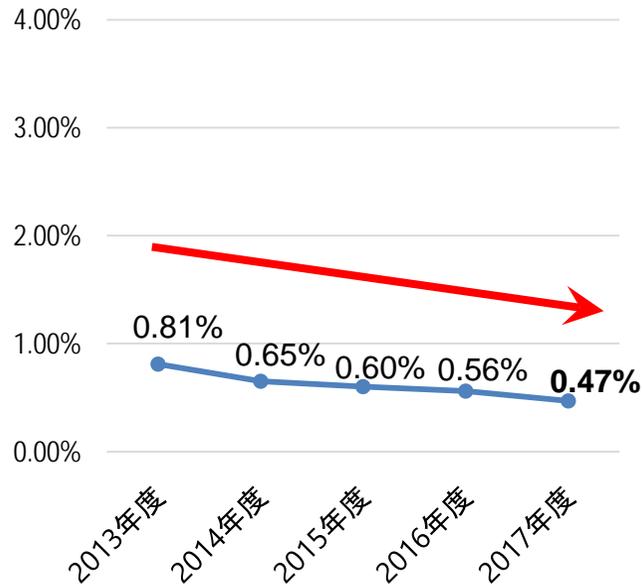


食品ロス削減の取組 製・配・販連携協議会のWG活動 実態調査①

「返品実態調査」として毎年協議会加盟企業53社を対象に実施。定点調査として貴重な基礎資料になるとともに、毎年の取組総括や、普及啓発活動に使用。年々漸減しているが、協議会加盟以外の企業への普及啓発が課題。

加工食品の返品率

(卸売業からメーカーへの返品)



返品推計額

(卸売業からメーカーへの返品)



※注1 集計対象は加工食品・飲料・酒類等のドライ商品。チルド、フローズン、日配、生鮮は集計対象外。

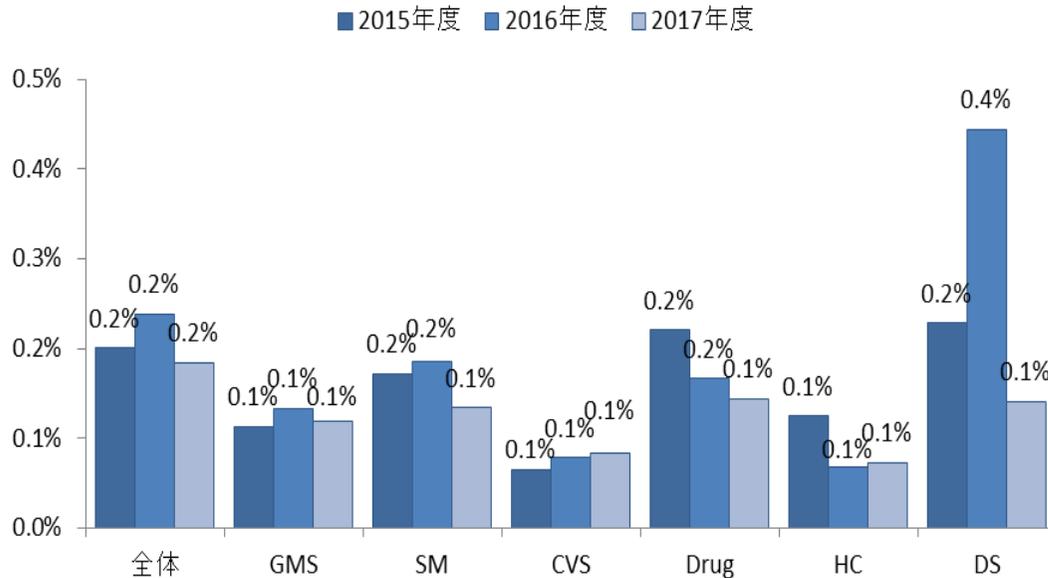
※注2 協議会加盟の卸売業にアンケートを実施集計データには協議会加盟以外の企業も含む

食品ロス削減の取組 製・配・販連携協議会のWG活動 実態調査②

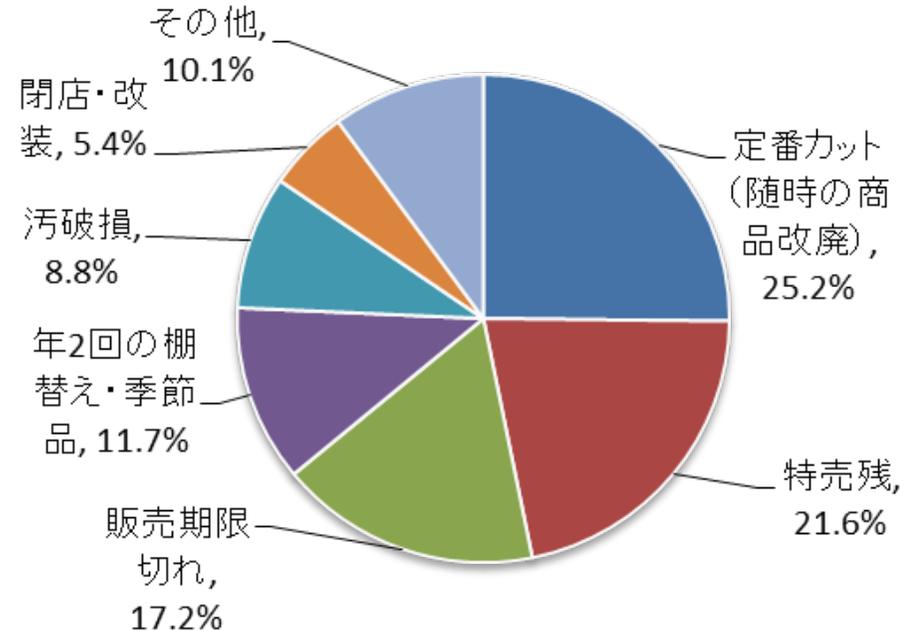
小売業の業態別に返品率を見ても、各業態ともに低減傾向。返品理由を見ると商品改廃時や特売終了時などに発生しており、製配販で連携した計画的な仕入れや売り切りが重要。

※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。

加工食品の業態別返品率
(卸売業への調査、小売から卸売への返品)



加工食品の返品発生理由
(卸売業への調査、小売から卸売への返品)



※注1 集計対象は加工食品・飲料・酒類等のドライ商品。チルド、フローズン、日配、生鮮は集計対象外。

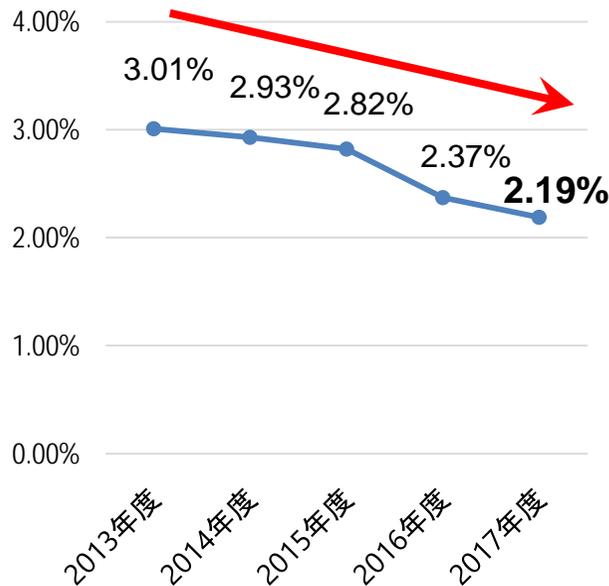
※注2 協議会加盟の卸売業にアンケートを実施集計データには協議会加盟以外の企業も含む

(参考) 日用品、OTC医薬品の返品率

日用品・OTC医薬品も加工食品と同様に年々漸減しているが、加工食品よりも返品率は高く、尚一層の効率化が必要。

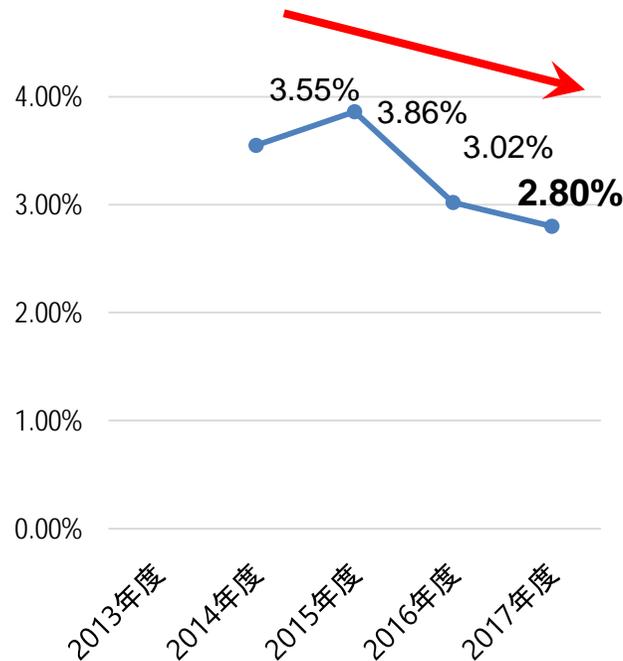
日用雑貨品の返品率

(卸売業からメーカーへの返品)



OTC医薬品の返品率

(卸売業からメーカーへの返品)



返品推計額

(卸売業からメーカーへの返品)



※注1 集計対象は加工食品・飲料・酒類等のドライ商品。チルド、フローズン、日配、生鮮は集計対象外。

※注2 協議会加盟の卸売業にアンケートを実施集計データには協議会加盟以外の企業も含む

食品ロス削減の取組 製・配・販連携協議会のWG活動 表彰活動

協議会設立の趣旨である製・配・販各層が連携することでサプライチェーン全体の効率化をより一層促進するため、各企業の優れた取組を表彰し、広く啓発することを目的に2016年に「サプライチェーンイノベーション大賞」を創設。返品削減も表彰対象テーマの1つ。

大賞



2016年	2017年	2018年
株式会社イトーヨーカ堂	三菱食品株式会社	アサヒビール株式会社 キリンビール株式会社 サントリー食品インターナショナル株式会社 サッポロビール株式会社 日本酒類販売株式会社

2018年の事例概要

(配送効率化での表彰)

優秀賞



2016年	2017年	2018年
花王グループカスタマーマーケティング株式会社	資生堂ジャパン株式会社	花王グループカスタマーマーケティング株式会社
国分グループ本社株式会社	ロート製薬株式会社	大塚製薬株式会社
株式会社マツモトキヨシホールディングス	株式会社イトーヨーカ堂	株式会社日本アクセス
	株式会社フジ	株式会社フジ

2018年の事例概要

発注・在庫の適正コントロール

返品実績の把握と管理
発注・在庫の適正コントロール

(配送効率化での表彰)

発注・在庫の適正コントロール

http://www.meti.go.jp/policy/economy/distribution/shh_scitaisyou.html

<http://www.meti.go.jp/press/2017/07/20170727001/20170727001.html>