

製・配・販連携協議会の活動状況 について

公益財団法人 流通経済研究所

製・配・販連携協議会 概要

■ 目的

- 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。

■ 参加企業

- 加工食品・日用品の製・配・販事業者

■ 主催・支援

- 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

ビジョン

- 我々、消費財流通事業者は、製配販の協働により、サプライチェーン全体の無駄を無くすとともに、新たな価値を創造する仕組みを構築することで、自らの競争力を高め、豊かな国民生活に貢献する。

(1) 情報連携強化によるサプライチェーン全体の最適化を実現する。

- ・ 店頭の販売情報等の共有による在庫水準・配送条件の最適化に取り組む。
- ・ コスト削減による利益はそれぞれの貢献度に応じて公平に分配する。
- ・ 効率的な情報連携をするための流通システムの標準化を推進する。

(2) 透明で合理的な取引を推進する。

- ・ コストオンの考え方による機能競争を推進する。
- ・ リベートや手数料は明確化し、透明化する。

(3) 環境対応を推進する。

- ・ 返品による廃棄を削減する。
- ・ 物流最適化によりCO2排出量を削減する。
- ・ 環境に配慮した物流資材の共通化・標準化を推進する。

(4) 新しい消費者ニーズに応える。

- ・ 消費者の声を聞き、製配販連携を通じて製品・サービスの価値を高めしていく。
- ・ 消費者の安全安心のニーズに対応した表示や情報伝達を行う。

参考：製・配・販連携協議会参加企業一覧（55社、2024年3月現在）

製＜メーカー＞ 25社


アース製薬株式会社
アイリスオーヤマ株式会社
アサヒビール株式会社
味の素株式会社
アリナミン製薬株式会社
株式会社伊藤園
大塚製薬株式会社
花王株式会社／花王グループカスタマーマーケティング株式会社
キッコーマン食品株式会社
キューピー株式会社
麒麟ビール株式会社
コカ・コーラカスタマーマーケティング株式会社
サッポロビール株式会社
サントリー食品インターナショナル株式会社
資生堂ジャパン株式会社
大正製薬株式会社
第一三共ヘルスケア株式会社
日清食品株式会社
ネスレ日本株式会社
ハウス食品株式会社
プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社
ユニ・チャーム株式会社
ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社
ライオン株式会社
ロート製薬株式会社

配＜卸売業＞ 9社

株式会社あらた
伊藤忠食品株式会社
株式会社大木
加藤産業株式会社
国分グループ本社株式会社
株式会社日本アクセス
株式会社PALTAC
三井食品株式会社
三菱食品株式会社

販＜小売業＞ 21社

株式会社アークス
イオンリテール株式会社
株式会社イズミ
株式会社イトーヨーカ堂
ウエルシア薬局株式会社
株式会社コメリ
株式会社サンドラッグ
スギホールディングス株式会社
株式会社西友
株式会社セブン-イレブン・ジャパン
DCMホールディングス株式会社
株式会社バローホールディングス
株式会社ファミリーマート
株式会社フジ
株式会社平和堂
株式会社マツキヨココカラ&カンパニー
株式会社マルエツ
ミニストップ株式会社
株式会社ヤオコー
株式会社ライフコーポレーション
株式会社ローソン



**製・配・販連携協議会
2023年度ワーキンググループ活動報告**

2024年7月12日（金）

**製・配・販連携協議会 事務局
（資料作成：公益財団法人 流通経済研究所）**

フィジカルインターネット実現会議

- フィジカルインターネット・ロードマップ：目標年次2040年
- スーパーマーケット等（加工食品・日用雑貨）アクションプラン：目標年次2030年
「製・配・販連携協議会」や他の会議体で議論されてきた課題を網羅的にまとめる形で2022年3月に策定。



2022年度の実組

- サプライチェーン全体の最適化を実現するため、フィジカルインターネット・スーパーマーケット等アクションプラン実行。
- 優先課題である「商流・物流におけるコード体系標準化」「物流資材の標準化および運用検討」「取引透明化に向けた商慣習の見直し」「データの共有の際のルール化」について、ワーキンググループを設置し、検討。



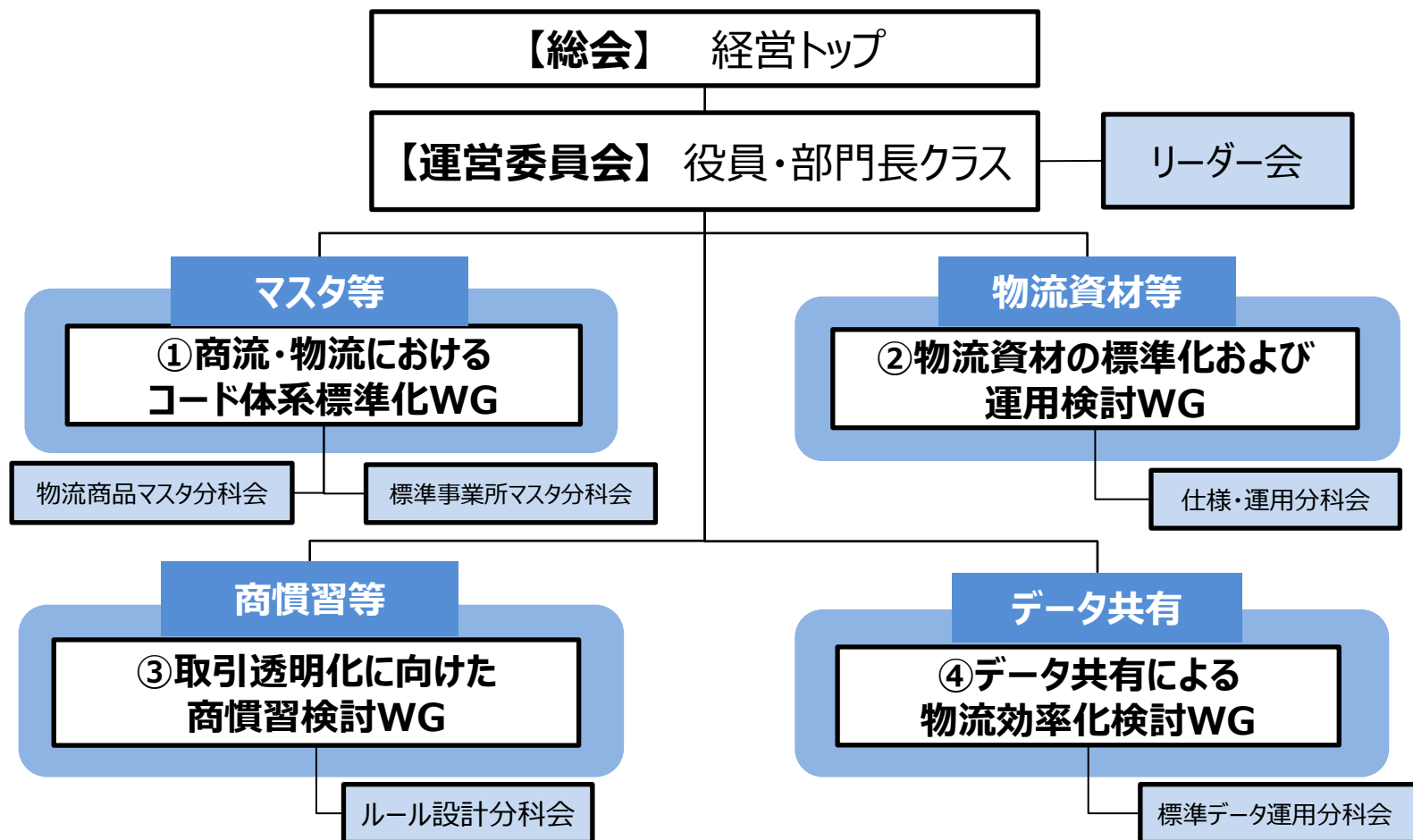
2023年度の実組

- 2022年度に続き、優先課題である「商流・物流におけるコード体系標準化」「物流資材の標準化および運用検討」「取引透明化に向けた商慣習の見直し」「データの共有の際のルール化」について、ワーキンググループを設置し、検討。

2023年度 組織体制

- フィジカルインターネット実現に向けたアクションプランを実行するべく、2022年度同様、製・配・販連携協議会に4つのWGを組成。また、リーダー会を設置し、WG間の整合・調整を図った。
- また各WGには有識者、サービスベンダーなどを含めた詳細を検討する分科会をそれぞれ設置した。
- なお、各WGの取組内容については製・配・販連携協議会の運営委員会とも連携する。

<製・配・販連携協議会におけるWGの設置体制>



② 物流資材の標準化および運用検討WG

※令和5年度「流通・物流の効率化・付加価値創出に係る基盤構築事業
(消費財サプライチェーンにおける商流・物流オペレーション標準化検討)」として実施

検討内容

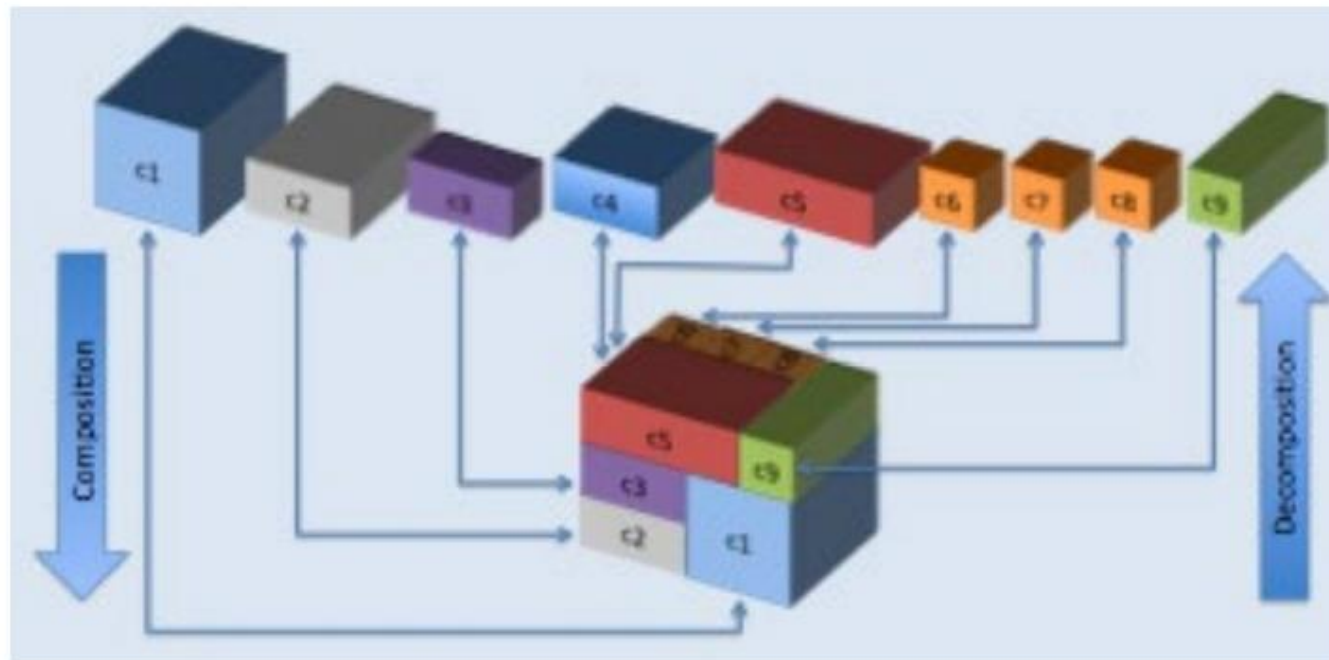
■ 検討項目・内容は、以下の通り。

検討項目		検討内容
スマートボックス	サイズ・仕様の検討	令和4年度事業で合意した底面サイズをもとに、高さのバリエーションや強度等の詳細仕様を検討し、とりまとめる。
	運用方法の検討	令和4年度事業で合意した、スマートボックスの一元管理ができるような運用体制を実現するために、具体的な体制や運用方法について検討し、とりまとめる。
	データ管理	スマートボックスの個体識別番号:GRAIのデータ管理のあり方について、パレットID、製品IDとの関係も含め、検討・整理する。

② 物流資材の標準化および運用検討WG スマートボックス導入の意義

- 規格化された容器が、フィジカルインターネットを機能させる為の、最も中心的な要素のひとつ。
- 混載・積替えの容易性を確保する上で標準化されたコンテナは極めて重要な要素となる。

PIコンテナ*1



*1 Physical Internetの略。以降、PIと表記。

出所：B., Montreuil (2011) 「Towards a Physical Internet: Meeting the Global Logistics Sustainability Grand Challenge」より

②物流資材の標準化および運用検討WG スマートボックスのサイズ・仕様検討 サイズ

- 先行している事例、およびサプライチェーンでの活用度等を加味して、一旦は下記4つを標準とする。
- 今後業界全体で必要なサイズが発生した場合は、都度検討することとする。

	サイズ (幅)	サイズ (奥行)	高さ	コメント	T11パレット 積み付けイメージ
1	366	275	272	既存の40Lオリコンの高さを参考とし、既存の40Lオリコンの半分のサイズ	
2	366	275	369	大手日用品メーカーが大型パウチを入れて使い始めている。店頭にて陳列にも活用	
3	550	366	272	既存の40Lオリコン相当	
4	550	366	325	既存の50Lオリコン相当	

■ サイズについて

- スマートボックスの平面サイズは、T11パレットの寸法（1100×1100）の分割系列で設定することが適当である。具体的には、T11パレットに6面または12面で積み付けできる2つの平面サイズを基本とする。
 - 幅366mm×奥行275mm
 - 幅550mm×奥行366mm
- スマートボックスの高さは、内容物となる製品の高さ等に応じて複数のパターンが想定される。差し当たっては、現在広く利用されている折りたたみコンテナのサイズ（40L、50L）、その2分の1のサイズ（20L）、および大手日用品メーカーが展開している店頭陳列できるオリコンサイズを含めることが適当である。
- 以上よりスマートボックスの具体的なサイズ（外寸）は、次の4つとしたい。
 - 幅366mm×奥行275mm×高さ272mm
 - 幅366mm×奥行275mm×高さ369mm
 - 幅550mm×奥行366mm×高さ272mm
 - 幅550mm×奥行366mm×高さ325mm
- なお、上記はパレット積載時の余裕を考慮していない。この点は別途検討が必要である。

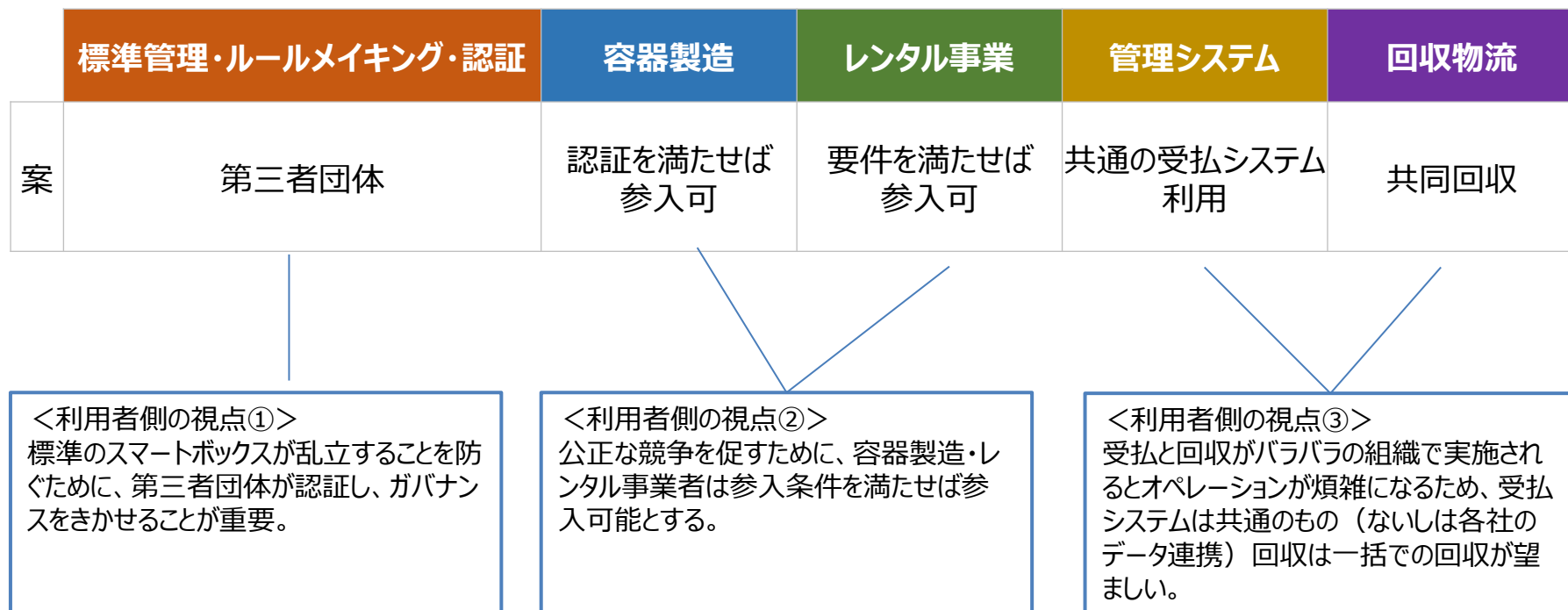
■ 仕様について

- スマートボックスの仕様は、複数の容器メーカーが製造に参入しても、ユーザーがオペレーションを全く変更せずに取り扱できる仕様要件を設定することが重要である。
- 具体的な仕様要件としては以下があげられる。
 1. 容器としての品質基準を満たすこと（日本産業規格 JIS Z 1655-1993 プラスチック製通い容器の要件を含む）
 2. スタッキングにより積み重ねできること
 3. マテハン機器、ロボット等での取扱いに適していること
 4. RFID・バーコードシンボルが適正に組み込まれること
 5. ラベルを用いた運用（貼付または挿入）に対応すること
 6. 製造・運用におけるCO2排出を低減すること
- 今後、上記を含む仕様要件をクリアできるように、容器メーカー・マテハン機器メーカー・ユーザー技術者による検討・試作・テスト検証を進め、技術仕様を決定することが必要である。

②物流資材の標準化および運用検討WG

運用方法・体制 考え方

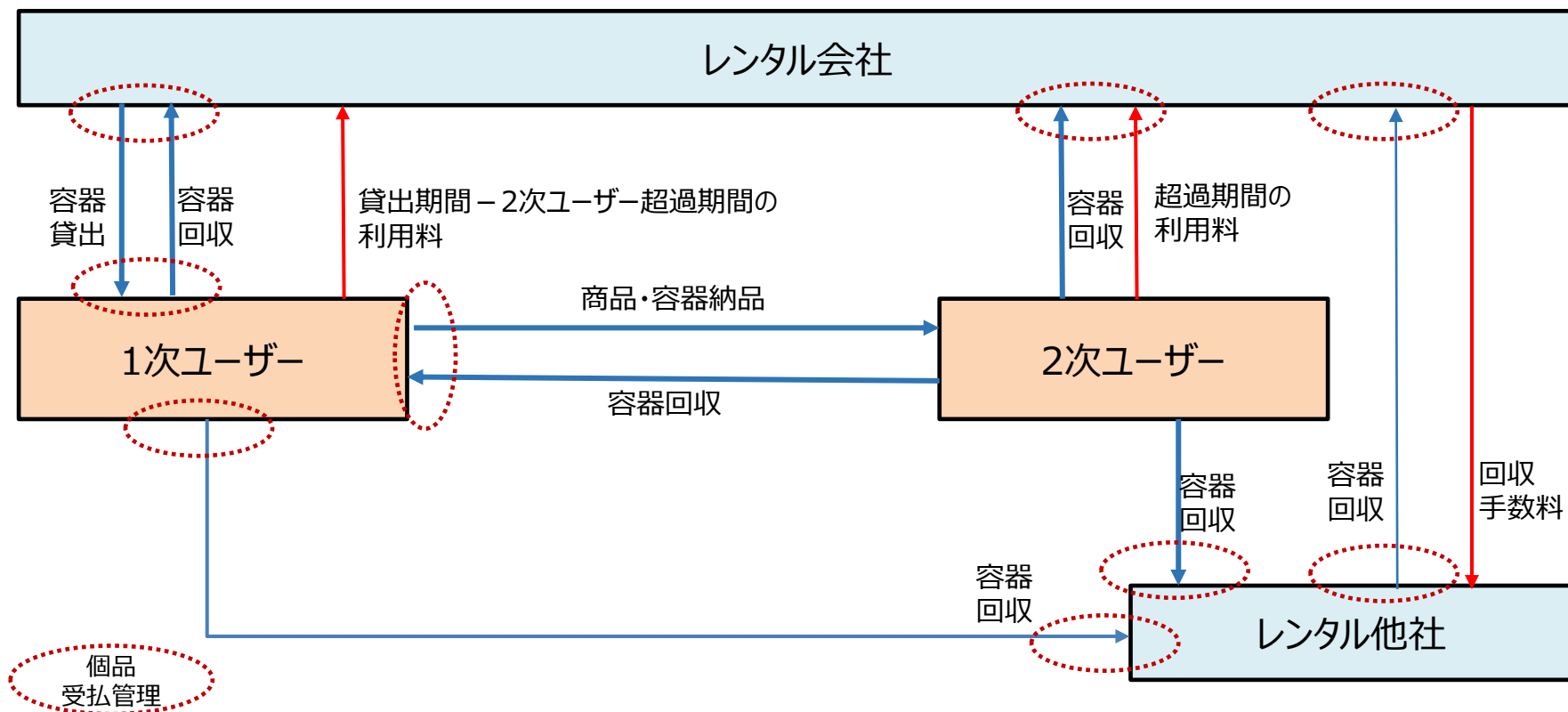
- スマートボックスの運用方法・体制は、複数の製造・レンタル事業者の参入することを想定しつつ、多数のユーザーが業界インフラとして効率的に共同利用できるように、設計することが必要である。
- そこで、ルールメイキング・認証、容器製造、レンタル事業、管理システム、回収物流の観点から運用の方針（案）を整理した。



スマートボックスの運用

■ スマートボックスのレンタル受払管理

- スマートボックスはレンタル利用を前提とし、レンタル事業者とユーザーは拠点を登録し、各拠点でRFID、QRコード、バーコードのいずれかを用いて個体管理を実施することとする。
- また、2次ユーザー（届け先）は速やかに1次ユーザーに返却することとし、一定期間以上返却がなされなかった場合には超過期間の超過料金を別途支払うものとする。



■ スマートボックスの識別コード・シンボル

- スマートボックスの識別コードは、GS1標準に基づきGRAIを用いることとする。

データ項目	リターンブル資産識別番号(GRAI)
定義・内容	リターンブル備品・容器の識別番号(GRAI: Global Returnable Asset Identifier)。 GS1事業者コード+備品の識別コード 14 桁 (+任意・可変長のシリアル番号最大 16 桁)で構成。
GS1アプリケーション識別子	(AI) 8003
フォーマット	(n4+n14[+an...16])

- 識別シンボルは、多数のユーザーが利用することを想定して、RFIDの他に、1次元バーコード (GS1-128) 、2次元バーコード (GS1 QRコード等) を併用することとする。

■ 製品物流におけるスマートボックスの識別方法

- 製品物流におけるスマートボックスの識別方法、つまり、スマートボックスと積載製品（およびスマートボックスを積み付ける物流資材）を紐付ける方法は、次の2つがある。
- 今後運用を想定した議論を重ね、検討する必要がある。

	識別方法①	識別方法②
	スマートボックスのGRAIを利用	スマートボックスに貼付した物流ラベルの貨物番号を利用
内容	スマートボックスのGRAIと積載製品のGTIN等を紐付けておき、GRAIを読み取ることで積載製品の入出荷等物流を管理する。	スマートボックス積載製品の梱包貨物番号を採番し、物流ラベルに印字して、スマートボックスに貼付。物流ラベルの貨物番号を読み取ることで積載製品の入出荷等物流等を管理する。
メリット	スマートボックスに組み込まれたRFIDやバーコードをそのまま用いて、梱包製品の識別ができる。物流ラベルの発行・廃棄が不要。	スマートボックス梱包製品を一意に識別するコードで管理できる。物流ラベルに梱包番号以外のコードを記載して活用できる。
デメリット	スマートボックスは繰り返し利用されるため、GRAIで積載製品を一意に識別するための運用ルールが必要	物流ラベルの発行・廃棄が必要。またスマートボックスへのラベル貼付・取り外しも必要。

1. 第三者団体について

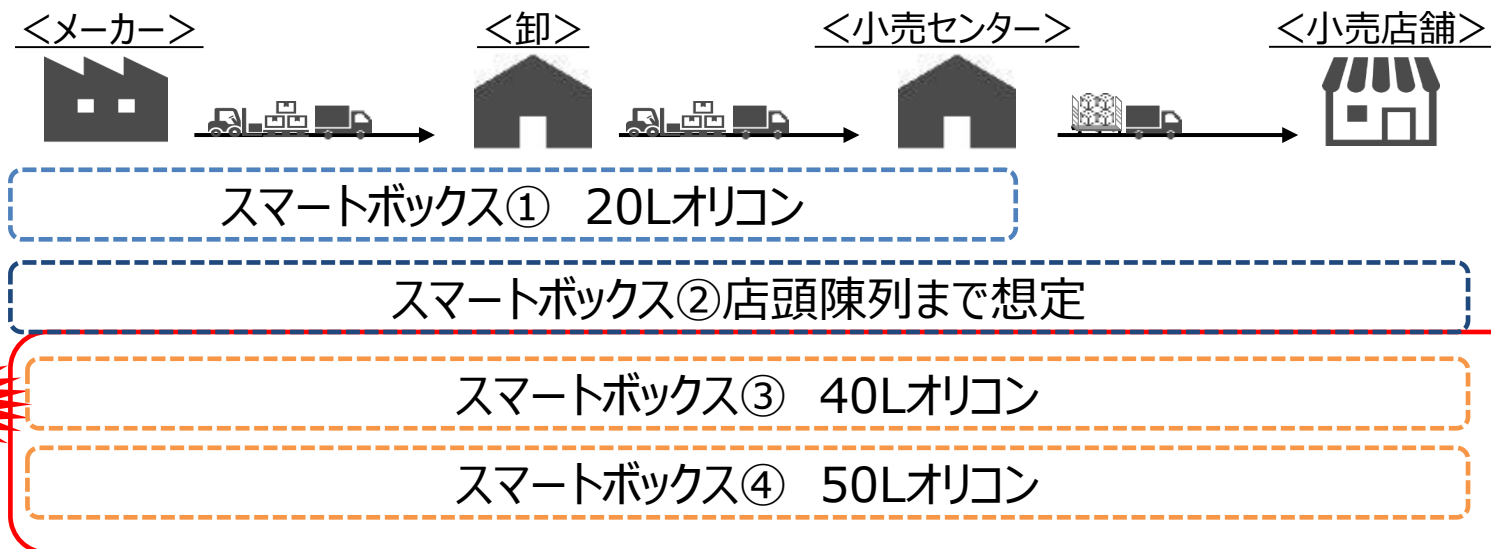
- スマートボックスの標準の管理、認証の主体となる組織体をどのような形にするか、定款等含め検討する必要あり。
- また、標準の管理、認証行為、およびスマートボックスの普及啓発活動をするに際して、組織が自立して活動できるようなビジネスプランも同時に考える必要がある。
- スマートボックスの標準の管理・認証、及び普及啓発活動を行うための「スマートボックス普及推進協議会」設立に向けた準備会等を立ち上げ、より詳細な議論が必要。

2. スマートボックスの仕様について

- 本事業では、スマートボックスの仕様の要件について整理した。荷主としての大枠の方針はまとめることができたが、今後は物流における実オペレーションも考慮した強度などの詳細仕様を検討する必要がある。また複数の容器メーカーが製造に参入しても、ユーザーがオペレーションを全く変更せずに取り扱える具体的な仕様要件を検討する必要がある。

3. 普及のシナリオ検討

- スマートボックスのレンタル事業に参入するためには、スマートボックスの製造等、初期投資が多くかかるため、想定領域、想定ユーザーを明確にし、普及のシナリオを詳細に描くことが重要。
- スマートボックス普及に向けては、すでにオリコンが広く活用されていて、既存のオリコンの入れ替えによって比較的容易にスマートボックスが導入可能な③、④のうち卸・小売間から検討を進めることが望ましい。
- 一方で、現行のオペレーションやマテハン機器等のリバイスが必要になる①、②については導入に向けて課題の洗い出し、実証実験等を重ねて、じっくり検討する必要があるだろう。



③取引透明化に向けた商慣習検討WG

※令和5年度「流通・物流の効率化・付加価値創出に係る基盤構築事業
(消費財サプライチェーンにおける商流・物流オペレーション標準化検討)」として実施

検討内容

■ 本年の検討項目・内容は、以下通り。

検討項目		検討内容
メニューブライシング	ガイドラインの内容更新	ガイドラインの内容について、導入・運用に向けた課題を整理するとともに、記載内容の更新（追加・修正）を行う。
	契約ひな形の作成	民間企業各社がメニューブライシングを導入できるように、導入における課題整理や運用方法のモデルケース等を策定していく。 具体的には、実運用に向けた契約ひな形案の作成を行う。

③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋

消費財サプライチェーンの効率化を妨げる構造と基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシングの意義

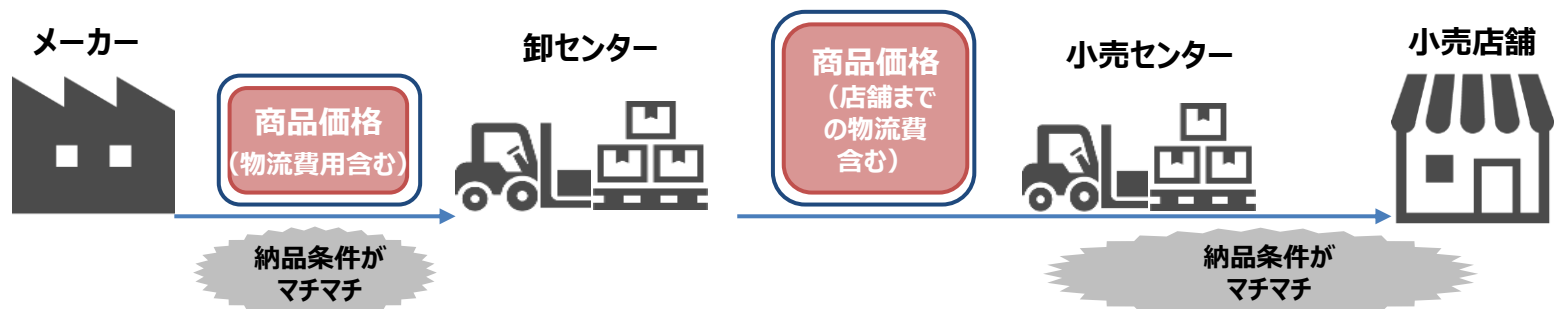
(2) 物流効率化のインセンティブが働きにくい構造

- 一般的に生産財では、商品そのものの価格とそれを目的地に運ぶための物流費は分けて取引がなされており、物流費が明確になるため、それを尺度として物流効率化のインセンティブが働きやすい構造となっている。
- 一方、消費財サプライチェーンにおいては、全国ほぼ同様の価格で消費者に提供できるよう、商品そのものの価格と目的地までの物流費が一体となって取引が行われる「店着価格制」が一般的である。本制度を活用することで、全国ほぼ一律で消費者に商品を届けられるというメリットがある一方、物流費用が商品価格に内包されているため、物流費を尺度とした物流効率化のインセンティブが働きにくく、拠点や担当者ごとに様々な納品形態が存在し、物流効率化を妨げる一因ともなっている。

<生産財サプライチェーン>



<消費財サプライチェーン>



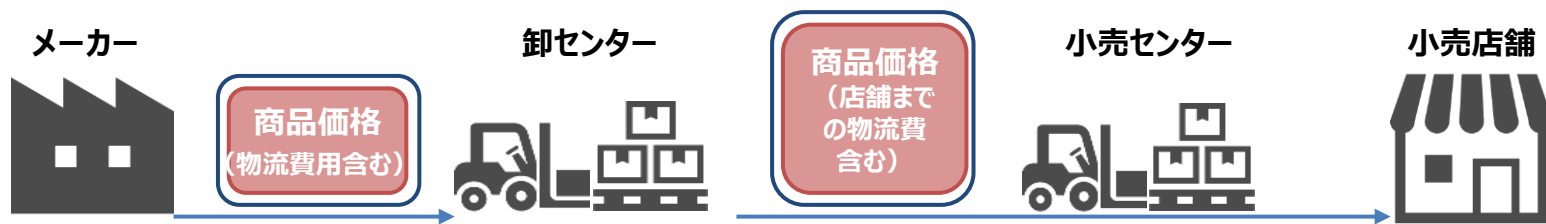
③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋

消費財サプライチェーンの効率化を妨げる構造と基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシングの意義

(3) あるべき姿 基準となる物流サービスの水準の明確化 メニュープライシングの導入

- 物流事業者へ業務を委託する発荷主が取引において、基準となる物流サービスの水準を明確化し、そこから物流サービスの高低に応じて物流コスト分を上下させる価格体系（メニュープライシング）を導入することで、不明瞭であった「誰がどこからどこまで行うか」という物流サービスの内容を明確化させ、尺度とした物流インセンティブを働かせる仕組みを構築することが考えられる。

<現行の消費財サプライチェーン>



<あるべき姿>



③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋

基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシング導入に際しての前提

(1) 貨物自動車運送事業法改正により設けられた「標準的な運賃の告示制度」

- 平成30年に改正された貨物自動車運送事業法に基づく「標準的な運賃の告示制度」によると、標準的な運賃は、物を運ぶ役務そのものの対価である「運賃」とは別に積込・取卸等の「作業料金」、高速道路利用料・フェリー利用料等の「実費」について別途收受することとされている。
- 本ガイドラインでは、上記の「標準的な運賃」の考え方を前提とし、検討を進めた。

「標準的な運賃」

料金や実費

料金(待機時間料、積込・取卸料、附帯業務料)や実費(高速道路利用料、フェリー利用料、燃料サーチャージ等)については**標準的な運賃には含まれていない**ため、別途收受することとされています。

運賃(運送の役務の対価)

+

料金(積込・取卸料、附帯業務料)
実費(高速道路利用料、フェリー利用料等)

運賃、料金の適用ルール

運賃、料金、実費をどのようなルールで適用するか、割増や割引の適用方法等、告示内容を補完する事項を各トラック運送事業者が「**運賃料金適用方**」として定めます。

割増 特殊車両、休日、深夜・早朝、品目別、特大品、悪路、冬期、地区割増

割引 長期契約、往復割引

その他 割増・割引範囲の設定、個建、待機時間料、積込・取卸料、附帯業務料、実費(有料道路、フェリー利用料等)

取引先毎に契約書・覚書により取引条件を規定

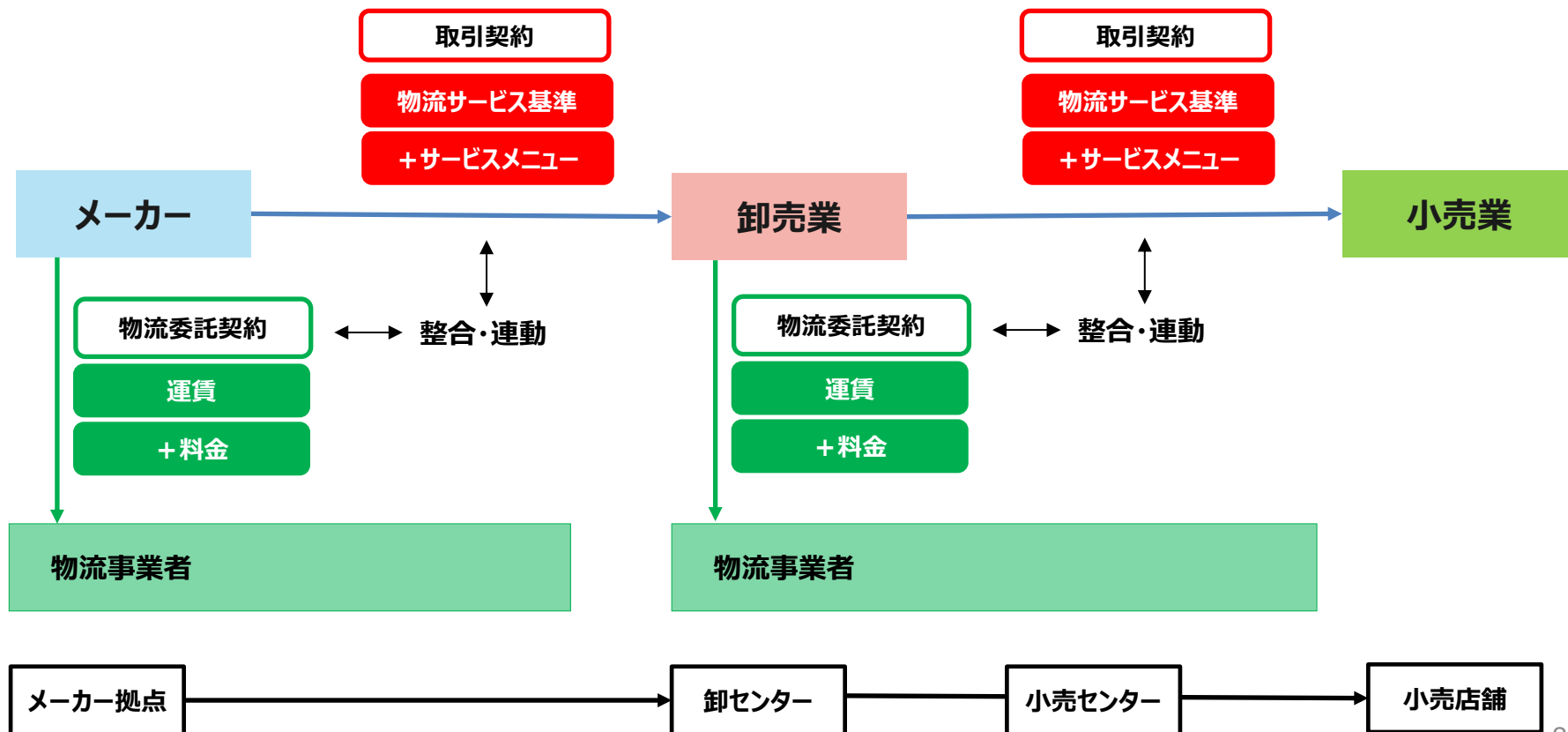
③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋

基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシング導入に際しての前提

(2) 荷主間の取引契約と物流業務委託契約の整合性・連動性の確保

- 本ガイドラインは、メーカー・卸、卸・小売の荷主間の取引契約において、取引価格の基準となる物流サービス水準とサービスメニューを明確化することを提案している。
- 一方、発荷主であるメーカー、卸は、物流事業者との物流委託契約において、運賃と料金を区分するなど業務委託内容と対応する費用を明確化することが必要である。
- そして、荷主間の取引契約と、物流業務委託契約の内容は、整合・連動するように設定するべきである。

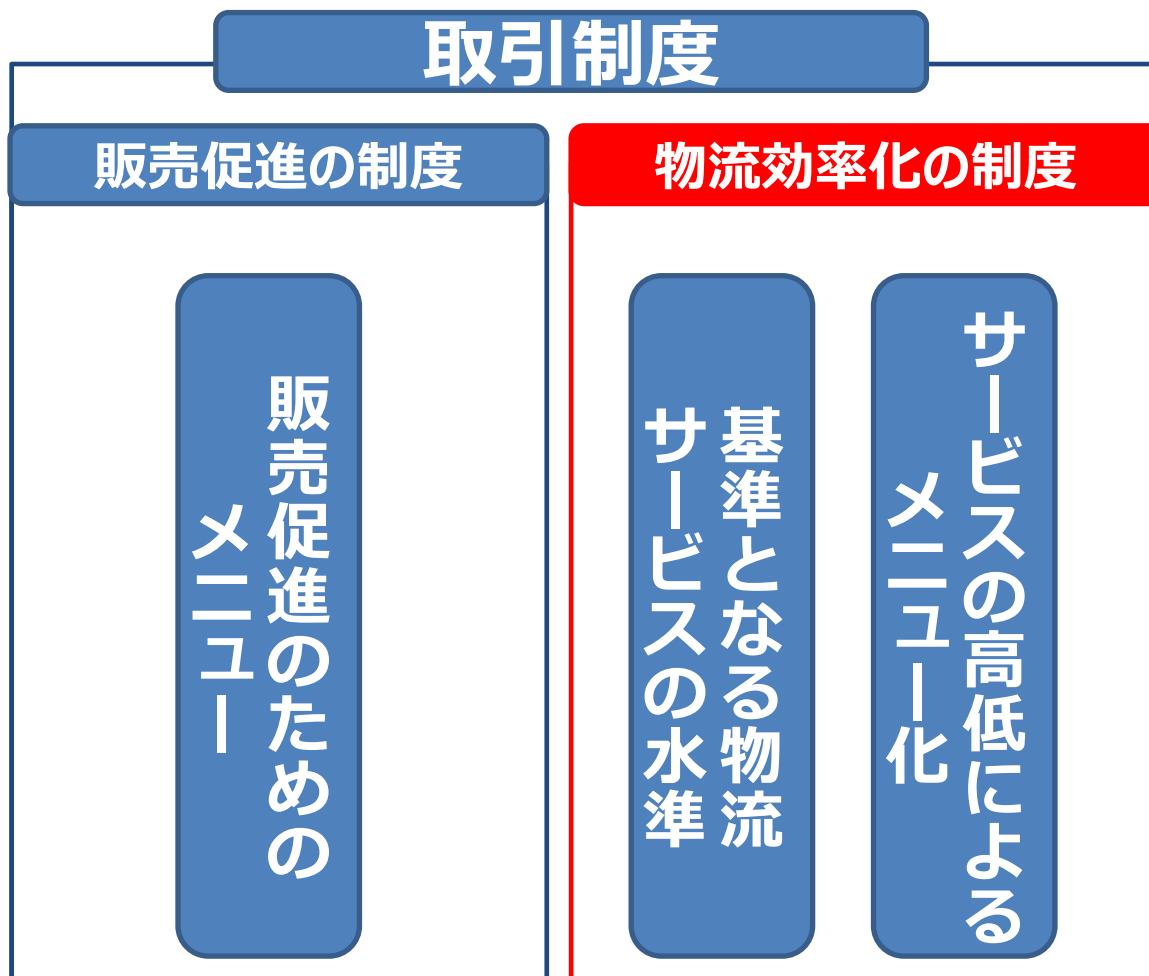
<荷主間の取引契約と物流業務委託契約の整合性・連動性の確保 イメージ図>



③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋
基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシングについて

(1) 本ガイドラインの導入に向けての前提

- 本ガイドライン導入に向けての前提として、お客様との取引制度を販売促進の制度（リベート等）と物流効率化の制度とに明確に分け、物流効率化の制度部分をガイドラインの対象とする。

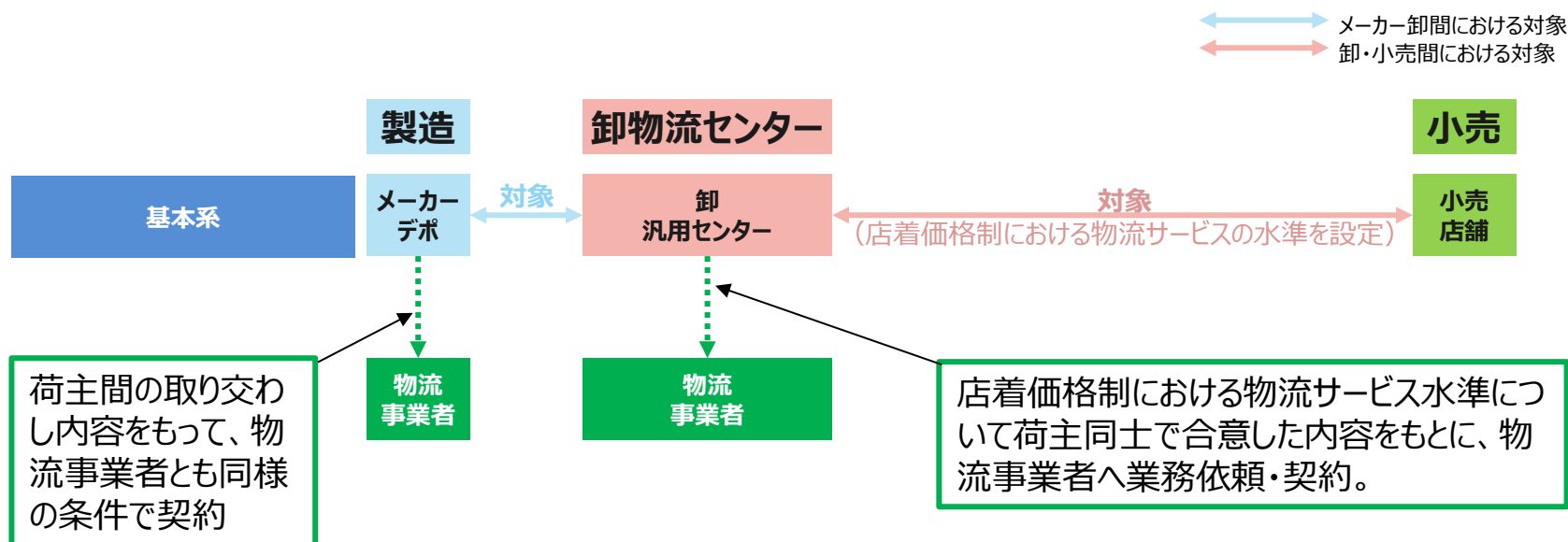


③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋 基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシングについて

(2) 本ガイドラインの対象の整理

- 本ガイドラインの「基準となる物流サービスの水準」を規定すること、および「サービスの高低によるメニュー化」のメーカー・卸間は ↔ 、卸小売間は ↔ 部分は対象となる。
- 物流サービスの水準およびメニュー化の提示は発荷主から提示し、双方で議論するものとし、確定した内容をもって物流事業者との契約の取り交わしを行うことが望ましい。
- また、卸売業においては、店着価格制における物流サービスの基準を明確にすることがポイントとなる。

<本ガイドラインの対象の整理>

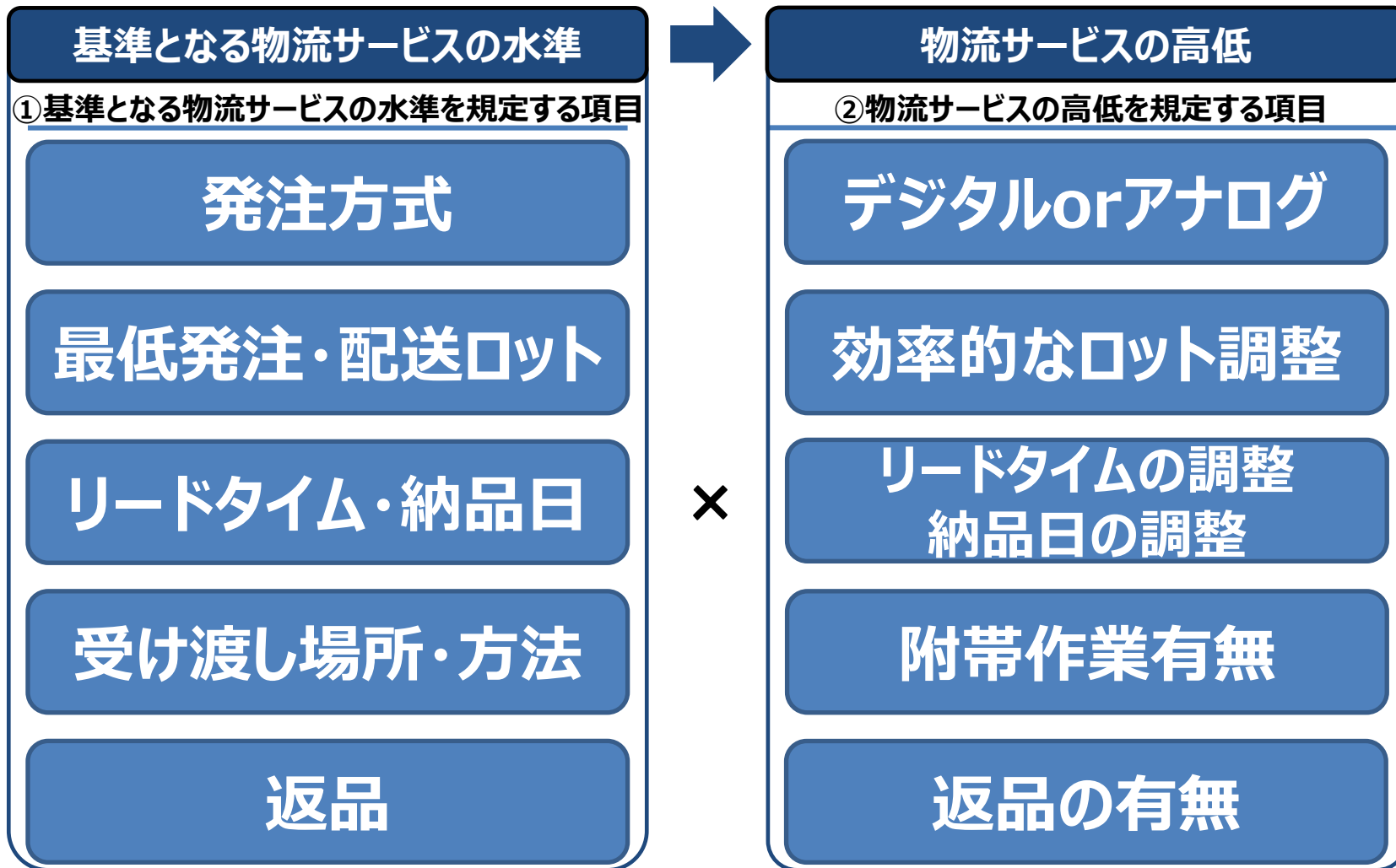


③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋

基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシングについて

(3) 本ガイドラインの基本的な考え方

- 本ガイドライン基本的な考え方は、①の項目ごとに基準となる物流サービスの水準を決めるとともに、その水準をベースとして②の項目ごとに物流サービスの高低を決めることで、荷主間の物流サービスの明確化、それによる費用の提示を行うこと。なお、①に関しては、物流効率化のために項目ごとに一定そろえることが望ましいと考えられる。一方、②に関しては、各社の置かれている現状や取引に即して、荷主間の創意工夫の元、物流効率化が図られることが期待される。



③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋

基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシングについて

(4) 消費財サプライチェーンにおける基準となる物流サービスの水準の目安

基準となる物流サービスの水準を規定する項目	メーカー・卸間	卸・小売間 (TC経由含む店舗納入)
発注方式	EDI (業界EDI、WebEDI)	EDI (流通BMS)
最低発注・配送ロット	ケース単位による 一定数以上 各社によって設定	原則単品 (バラ) 発注「2」以上
リードタイム・納品日	N + 2 ※1 納品日 (回数) は各社設定	N + 2、N + 1 納品日 (回数) は各社設定
受け渡し場所・方法	車上渡し、軒先渡し (軒先渡しは運んできた荷物を軒先におろすまでを意味し、それ以外の附帯作業は別途規定する)	軒先渡し (軒先渡しは運んできた荷物を軒先におろすまでを意味し、それ以外の附帯作業は別途規定する)
返品	原則なし	原則なし

※1 (運用面は、これまでの製・配・販連携協議会および他会議体での議論を参照する)

③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋

基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシングについて

(4) 消費財サプライチェーンにおける基準となる物流サービスの水準の目安（詳細）

<発注方式>

消費財サプライチェーンにおいては、一部取引先との間ではFAX、電話などで取引が行われている例がある。FAXや電話での発注の場合、受注側にて自社のシステムに取り込むまでの手間が発生し、受注確定からトラックの配車までの時間を要するために、原則EDIで実施することが望ましいと考えられる。

<最低発注・配送ロット>

商品ごとに、ある一定以上のロットになると配送の際に効率的になる水準を最低発注ロットとし、それ以上の発注を前提にすすめることが望ましい。また、小売から卸への発注に際して、SKUごとに最低発注ロットが「1」という場合が存在するが、ロット「1」は物流に大きな負荷を与えることとなるため、最低発注ロットを「2」以上とすることが望ましい。

<リードタイム・納品日>

過度な短納期、多頻度納品は物流に大きな負荷を与えるとともに、共同配送などの各種物流効率化施策をとりまとめる時間的猶予を奪うこととなる。物流危機を回避するために、共同輸配送・共同拠点利用等を進めるにあたっては、適切なリードタイムが必要であるという観点から、本ガイドラインでは、メーカー・卸間を「N+2」、卸・小売間を「N+2」ないしは「N+1」を基準と設定した※。

※運用面については、2019年度製・配・販連携協議会ロジスティクス最適化WG「加工食品流通のリードタイム延長 基本的な考え方と取組の方向性」やその他の会議体での議論を踏襲することとする。
2019年度製・配・販連携協議会 ロジスティクス最適化WG 加工食品流通のリードタイム延長 基本的な考え方と取組の方向性 (https://www.gs1jp.org/forum/pdf/2020_logistics_1.pdf)

③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋

基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシングについて

(4) 消費財サプライチェーンにおける基準となる物流サービスの水準の目安（詳細）

<受け渡し場所・方法>

消費財サプライチェーンにおいては、「軒先渡し」が主流となっているが、場所を指定しているだけで、誰が何をどこまで実施するのかが明確ではない。

本ガイドラインでは、前章の「標準的な運賃」の考え方を前提として、メーカー・卸間の物流サービスの基準を「車上渡し」ないしは運んできた荷物を軒先におろすまでの「軒先渡し」とし、卸・小売間の基準を「軒先渡し」と明確化。附帯作業は将来のドライバー不足に鑑み極力少なくし、荷受け時のドライバーの拘束時間を極小化していくことを念頭に、メニュープライシングをもちいて、何をどこまで行うかを明確化することとした。

<返品>

物流視点で返品を考えると、本来販売されるはずだった商品を、多くの場合、処分するためだけに物流を仕立てるということを意味し、社会全体で考えるとまったくのムダでしかないため、本ガイドラインでは基準として「原則返品不可」とした。

<その他：納品期限>

令和元年10月に施行された「食品ロスの削減の推進に関する法律」に基づき策定された「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針※」においても、いわゆる3分の1ルール¹の緩和が謳われており、小売への納入については、賞味期限2分の1残しの2分の1ルールを基準とし、それをもとにして、卸への納入期限についても基準を設けることが望ましいと考える。

③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋

基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシングについて

(5) 基準となる物流サービスの水準を決める際の留意事項

- 各社がバラバラな物流サービスの水準になってしまうと、却ってオペレーションが煩雑になってしまう恐れもある。上記目安をベースとしつつ、以下のような業界全体の取組を参照し、カテゴリーごと一定の水準に合わせていくことが望ましい。

メーカー卸間における納品リードタイム延長等の取組

「サプライチェーン イノベーション大賞」提出資料

主要資料23枚

持続可能な物流の構築に向けて

- ・納品リードタイム延長の取組み
- ・フードサプライチェーン全体におけるサステナビリティの追求

2022年4月28日

食品物流未来推進会議（SBM）・日食協物流問題研究会
納品リードタイム延長問題WG

首都圏SMにおける「定番商品の発注前倒し」等の物流効率化の取組

持続可能な食品物流に向けた取り組みについて



首都圏SM物流研究会

サミット(株)・(株)マルエツ・(株)ヤオコー・(株)ライフコーポレーション

2023年4月28日

メーカー卸間における荷待ち・荷役作業削減に向けた取組

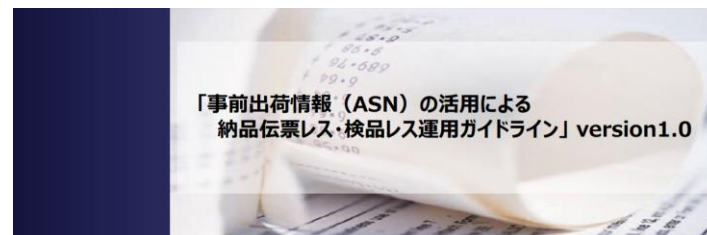
荷待ち・荷役作業削減に向けた 加工食品業界の取組みガイドライン

2023年10月

(一社)日本加工食品卸協会 物流問題研究会

食品物流未来推進会議

日用雑貨業界のメーカー卸間におけるASN活用による 伝票レス・検品レスの取組



「事前出荷情報（ASN）の活用による
納品伝票レス・検品レス運用ガイドライン」 version1.0

2023年8月

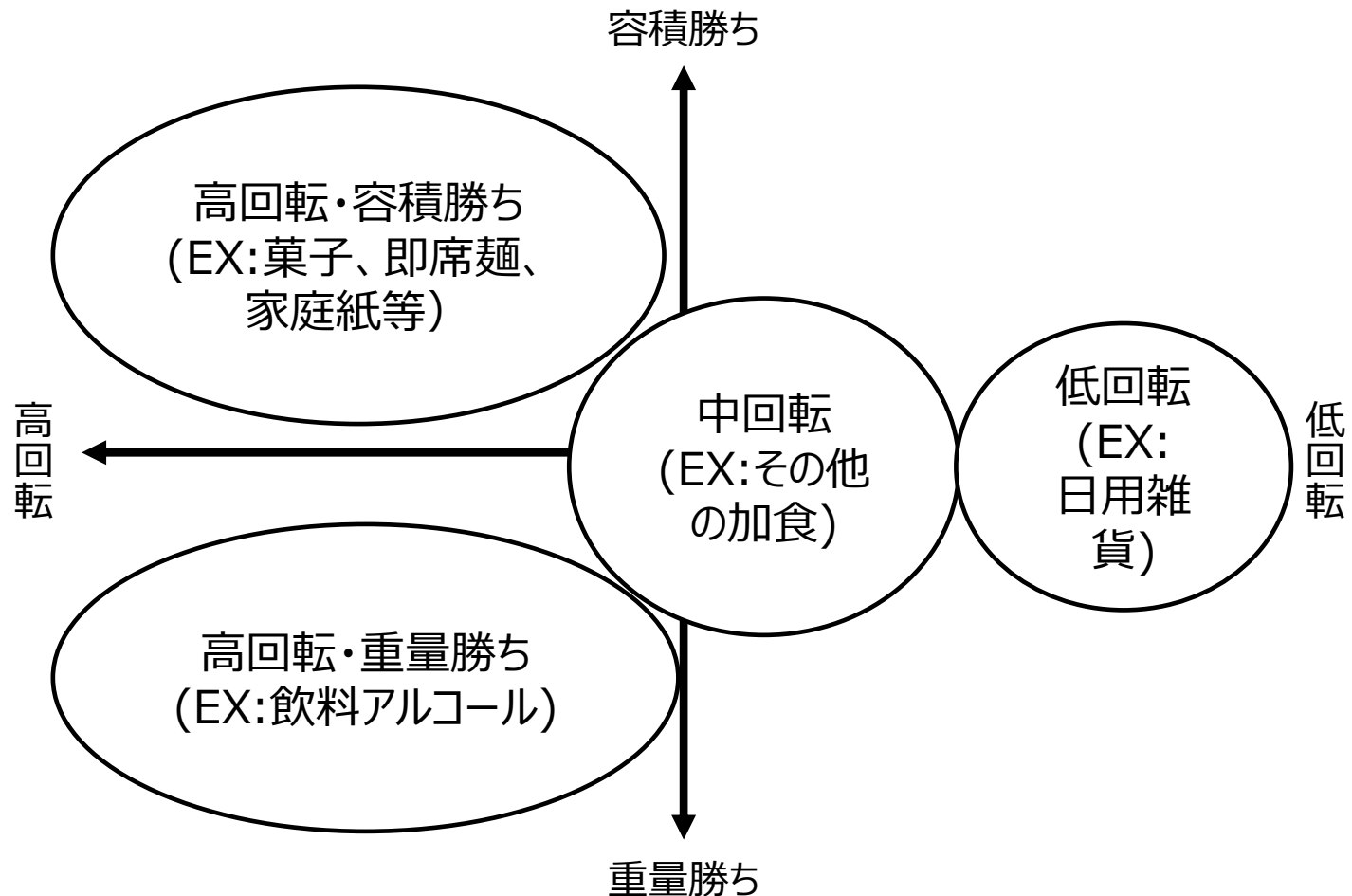
日用品物流標準化ワーキンググループ
事務局：公益財団法人流通経済研究所、株式会社プラネット

③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋

基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシングについて

(5) 基準となる物流サービスの水準を決める際の留意事項

- 基準となる物流サービスの水準を一定そろえるに際してカテゴリー区分をどのように考えるかについては、物流に影響を与える商品の特性（重量勝ちor容積勝ち）や高回転or低回転の軸で一定整理ができるため、このカテゴリー区分を目安として水準を設定することが考えられる。



③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋

基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシングについて

(6) 物流サービスの高低を決める項目の変数について

- 物流サービスの高低を決める項目の変数の基本的な考え方としては、基準となる物流サービス水準を明確にした上で、その基準より物流効率化に資する取組みにはインセンティブを設定し、物流に負荷をかける取組みや基準以上の作業等については追加の費用設定を行う。

②物流サービスの高低を規定する項目

基準より物流効率化に資する取組み
(インセンティブ設定)

物流に負荷をかける取組みや基準以上の作業等
(追加費用設定)

—	<	デジタルorアナログ	<	FAX、電話
物流効率の 高いロット	<	効率的なロット調整	<	基準以下
基準より長い リードタイム	<	リードタイムの調整 納品日の調整	<	基準より短い リードタイム
基準以下の 附帯作業	<	附帯作業有無	<	追加の 附帯作業
—	<	返品の有無	<	あり

③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋

基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシングについて

(6) 物流サービスの高低を決める項目の変数について (例)

<代表的な物流サービスの高低を決める項目の変数例>

発注・配送ロット調整

<インセンティブになり得る変数>

- ・パレット単位、パレット一面積み付け単位での発注
- ・トラック単位での発注

<追加費用になり得る変数>

- ・最低発注基準を割った場合、割増

<インセンティブになり得る変数>

- ・早期確定発注 (特に新商品)
- ・納品日・回数の調整 (によってロットを大きくする)

<追加費用になり得る変数>

- ・厳しい時間指定
- ・基準より短いリードタイム、緊急対応

リードタイムの調整 納品日の調整

<インセンティブになり得る変数> ※

- ・車上引渡し (ドライバーの荷下ろし作業なし)

<追加費用になり得る変数>

- ・パレット積み替え、アイテム別パレット積み付け
- ・SCMラベル貼り付け
- ・ソーターへの流し込み
- ・倉庫内所定の位置への保管作業etc.

附帯作業有無

<インセンティブになり得る変数>

- ・定期定量納品
- ・新商品早期確定発注
- ・納品回数条件 etc.

その他

※附帯作業は、将来のドライバー不足を鑑み極力少なくし、荷受け時のドライバーの拘束時間を極小化していくことが望ましい。

③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋

基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシングについて

(7) 本ガイドラインを活用する際の留意点

<基準となる物流サービスの水準の目安>

あくまで目安であって、実際に運用する際には、現状の実態に即して自社の基準となる物流サービスの水準を規定すべき。各社において基準となる物流サービスの水準を明確にし、何がインセンティブで何が追加費用なのか、それが費用として反映されることで、物流効率化のインセンティブが働きやすい構造を作り上げることが重要である。

<メニュープライシングについて>

記載した変数例はあくまで例であって、メーカー・卸間、卸・小売間、業態間、またはカテゴリーの違いによって物流効率化に資するメニューも変わってくることが予想される。各社の創意工夫によって物流効率化に資するメニューが増えていくと同時に、そのメニュー事例が消費財サプライチェーン各社に共有され、業界全体として物流効率化の大きな流れになることが望まれる。

③取引透明化に向けた商慣習検討WG ガイドライン抜粋

基準となる物流サービスの水準の明確化・メニュープライシングについて

(7) 本ガイドラインを活用する際の留意点 <小売業専用センターを利用している場合の留意点>

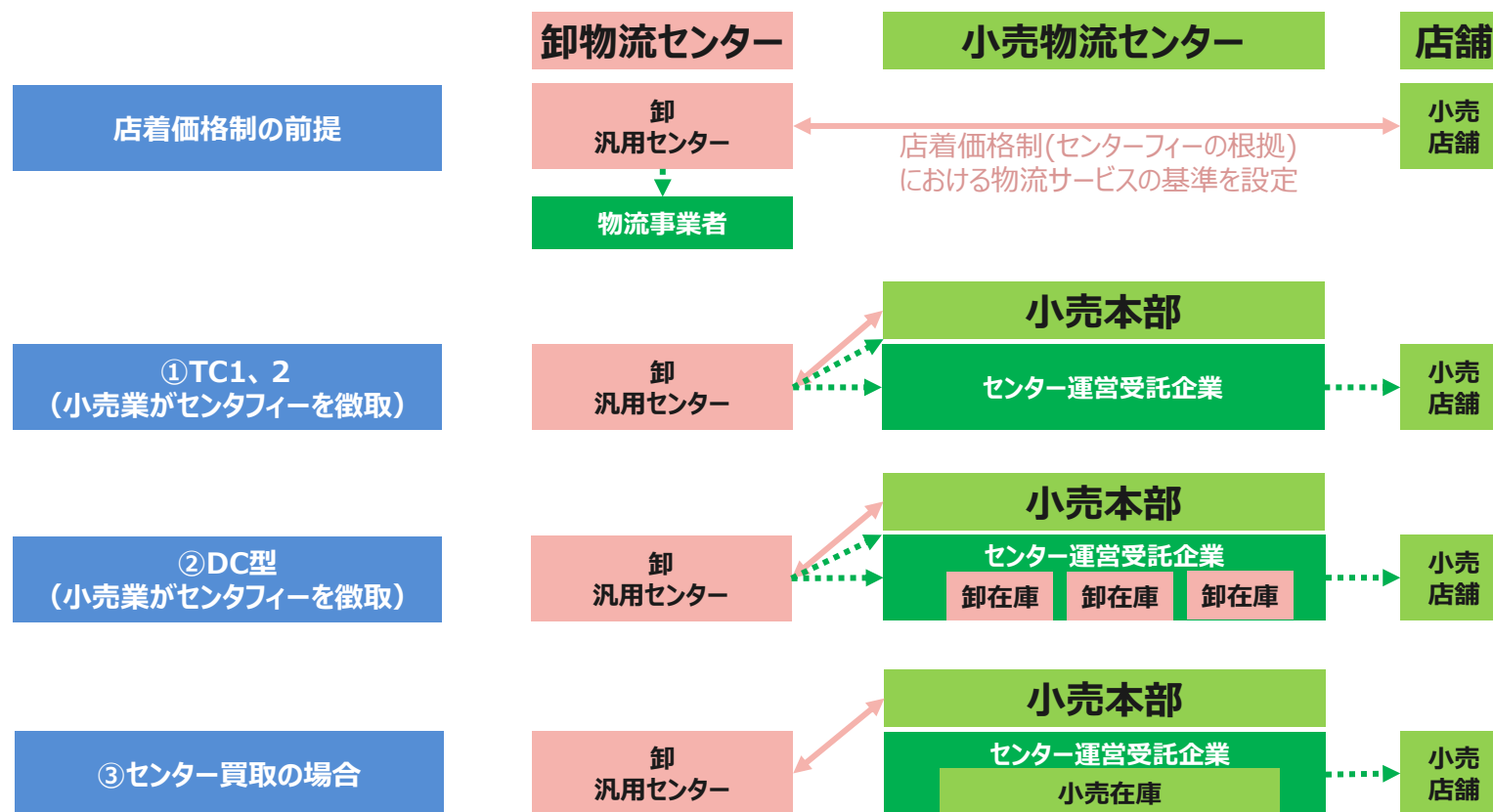
- 小売業の専用センターを利用している場合、卸が店着価格制における物流サービス基準を明確にし、その内どの業務を小売業に委託しているか、またそのフィーはどの程度なのか卸・小売双方が明確にする必要がある。（その際に小売業は貨物利用運送事業法で規定されている利用運送事業者として届出が必要となる可能性があることに留意）

①TCの場合:卸が店着価格制の物流サービス基準を前提として、その内店別仕訳、店配送分等を委託した場合の費用を小売業とセンターフィーとして取り交し。

②DCの場合:上記に加え、在庫管理までを委託した場合の費用を小売業とセンターフィーとして取り交し。

③センター買取の場合:センター着の物流サービス基準を作成し、納価に反映。

<小売業専用センターの類型ごとの考え方>



（１）本ガイドライン導入に向けての環境整備

まずはガイドライン策定に協力いただいた本WG参加企業を中心に、今後の実導入に向けて各社にて環境整備を行う。具体的には、現状の取引先との物流に関する取り交わしの実態把握や自社の物流サービスの水準を規定、メニュー化する場合のメニューの取りまとめ等があげられる。特に自社の物流サービスの水準を決めるにあたっては、各社あまりにもバラバラな基準となってしまうと荷受け側において却って煩雑になる恐れがあるため、一定程度業界で水準を揃える活動が必要であろう。

（２）製・配・販連携協議会によるフォローアップ

製・配・販連携協議会事務局が、年に1度程度、加盟企業に対してメニュープライシングの導入状況についてフォローアップを行い、毎年実施される総会にて導入状況を報告する。

（３）サプライチェーンイノベーション大賞等を通じた製・配・販連携協議会やその他業界へ事例共有や普及推進

サプライチェーン全体の最適化に向け、製造業（製）・卸売業（配）・小売業（販）各層の協力の下、優れた取組を行い、業界をけん引した事業者に対しその功績を表彰する「サプライチェーンイノベーション大賞」等を通じて、製・配・販連携協議会やその他の業界へ物流サービスの明確化・メニュープライシングの導入による物流効率化の事例共有や普及推進を行う。

参考：契約の際のひな型 基準となる物流サービスの水準

<基本条件（基準となる物流サービスの水準）>

大項目	項目	内容		備考
発注方式	発注方式	EDI発注		
最低納品数量	最低納品数量	ケース発注	〇〇ケース以上	納品1回当たりの最低納品数量を記載。
納品リードタイム	納品リードタイム	N+ 2		EX) 沖縄・離島等は別途記載
納品日程	納品日	月～土（祝祭日除く）		土日除くや祝祭日除く等あれば記載
	受注日	月～金（祝祭日除く）		土日除くや祝祭日除く等あれば記載
	受注締め時間	AM12時まで		発注の変更、修正等は別途記載
	納品時間	〇時～〇時		詳細の時間指定は別途手数料等注記は別途記載
受け渡し場所・方法	受け渡し場所	軒先渡し		軒先渡しの定義を提示 EX) 軒先に荷物をおろした状態 検品できる形に仕分けする etc.
	荷姿	パレット積載		荷姿を記載
	返品	無し		条件があれば記載
その他	受注後の発注内容 変更への対応	〇〇〇〇		特記事項があればこちらに記載
	欠品時対応	〇〇〇〇		
	最低納品数量未滿	〇〇ケース未滿		
	遠隔地対応	〇〇〇〇		
	その他	〇〇〇〇		

参考：契約の際のひな型 サービスの高低によるメニュー化（例）

<サービスの高低によるメニュー化（例）>

メーカー卸間を想定した項目内容の例。卸・小売間の項目内容は、基準となる物流サービス基準を決定後に別途設定。

項目	内容		コストオン/インセンティブ
発注	FAX 電話		〇〇%コストオン
発注ロット	パレット面単位発注	1面〇ケース	〇〇%のインセンティブ
	正パレット発注	〇パレット	〇〇%のインセンティブ
	トラック1台発注	〇〇パレット	〇〇%のインセンティブ
リードタイムの調整	早期確定発注	〇〇日前	〇〇%のインセンティブ
	新商品 早期確定発注	〇〇日前	〇〇%のインセンティブ
納品日の調整	納品日	とりまとめの内容（例：火・木納品）	〇〇%のインセンティブ
	時間指定	〇〇時必着	〇〇%のコストオン
	基準より短いリードタイム 緊急対応	N + 2より短いリードタイム	〇〇%のコストオン
附帯作業	車上渡し		〇〇%のインセンティブ
	アイテム別仕訳		〇〇%のコストオン
	ラベル貼付		〇〇%のコストオン
	ソーター流し		〇〇%のコストオン
	倉庫内所定の位置まで移動		〇〇%のコストオン
返品	返品手数料		〇〇%のコストオン
その他	その他		〇〇%の上乗せ

※本ひな型はあくまでサービスの高低によるメニュー化のひな型（例）であって、メニューとなり得るものを網羅的に集めたものであり、ここで上げた項目をすべて網羅した形で提示を義務化するものではない。あくまでこちらを参考に、発荷主が自社及び取引先、またサプライチェーン全体の効率化に資するようなメニュー項目を作成し、各々の創意工夫によって有効なメニュー開発が進められることを意図するものである。

④データ共有による物流効率化検討WG

※令和5年度「流通・物流の効率化・付加価値創出に係る基盤構築事業
(消費財サプライチェーンにおける商流・物流オペレーション標準化検討)」として実施

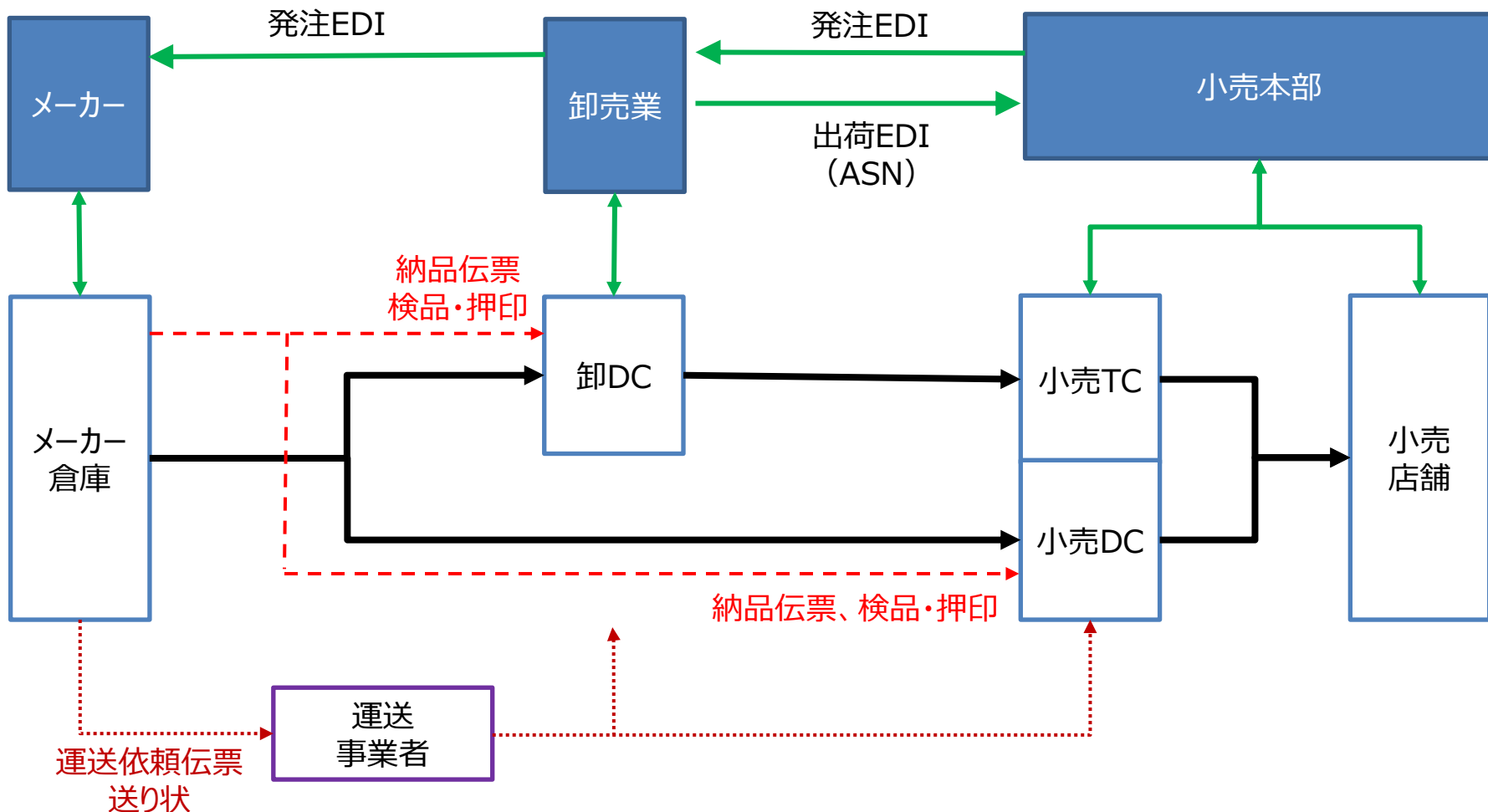
④データ共有による物流効率化検討WG

検討内容

検討項目		検討内容
物流オペレーション データ連携	物流メッセージ 標準のあり方	SIP物流標準仕様について、追加、見直しの必要がある項目を整理、SIP物流標準仕様の荷主間のデータ共有項目について、流通BMSとの整合性も確認する。
	物流識別コード 標準のあり方	物流ユニットを識別するためのコード標準（SSCC、GSIN等）の利用方法について、検討・整理する。
共同輸配送データ 連携	実績データの連携 方法	荷主間、荷主物流事業者間での実績データ連携の方法について検討、整理する。

④データ共有による物流効率化検討WG 納品データ連携 物流オペレーションにおけるデータ・伝票利用の現状

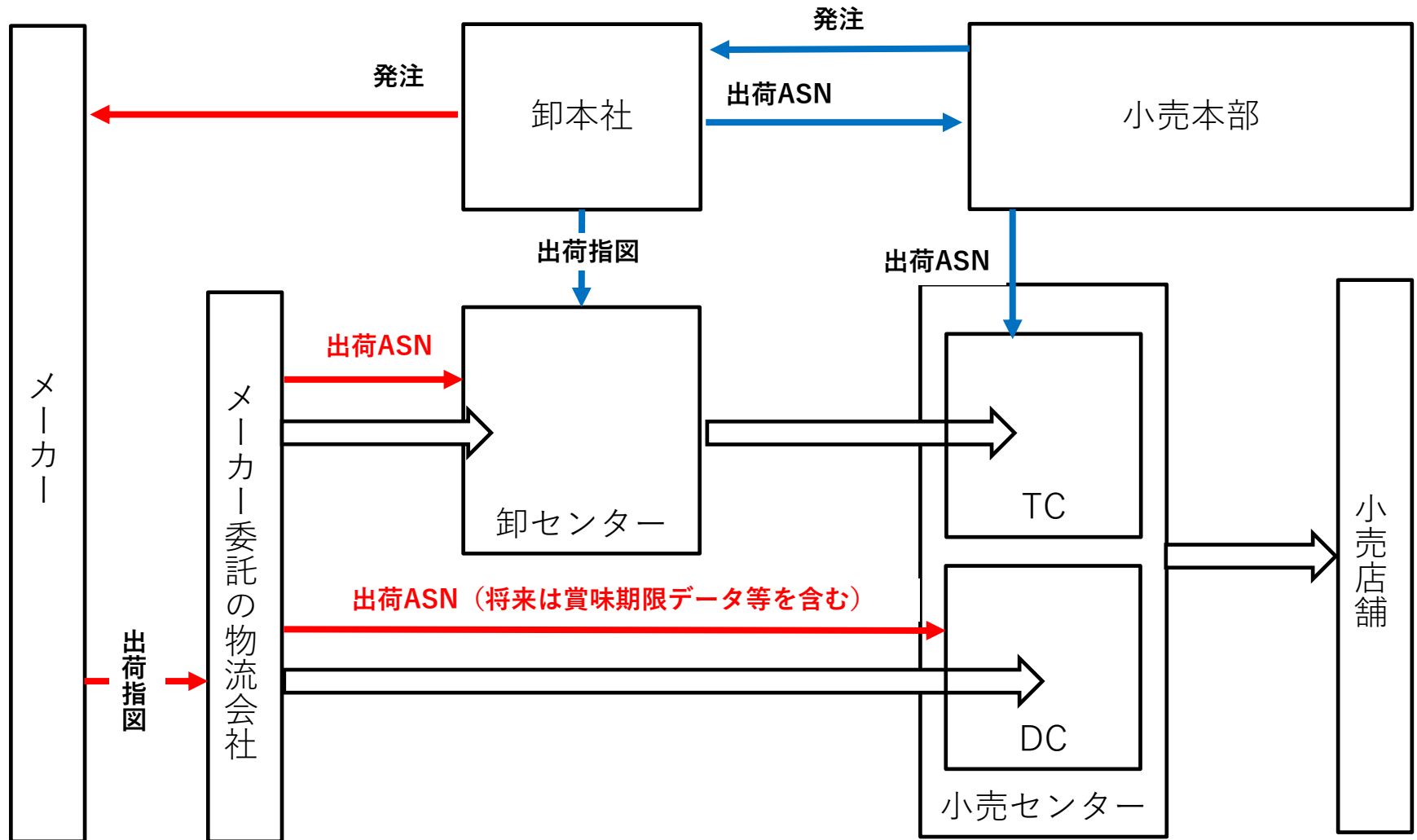
- 出荷EDI (ASN) は卸売業・小売業間では普及しているが、メーカー・卸売業では、納品伝票での検品・押印が行われている。運送事業者への運送依頼・完了報告も多くは伝票。
- 荷主間、物流事業者での物流データ連携（納品、受領、運送依頼…）が重要課題となっている。



④データ共有による物流効率化検討WG 納品データ連携

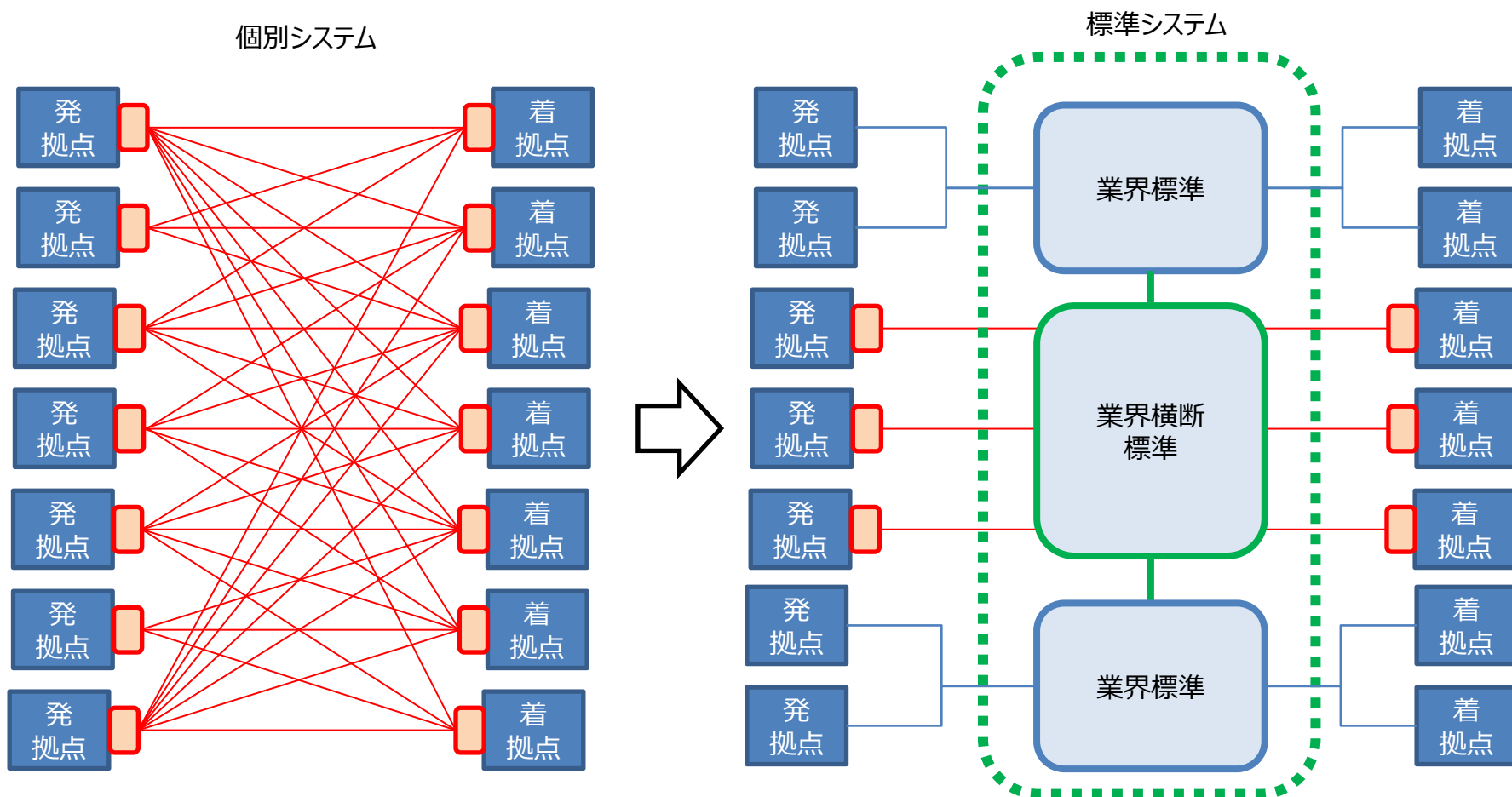
小売センターにおける発注・納品・店舗出荷の流れ：今後の方向

- 今後は、全ての物流情報をデータ連携、照合もすべてシステム処理する方向を推進する。



④データ共有による物流効率化検討WG 納品データ連携 納品データの連携方法：標準システムのあり方

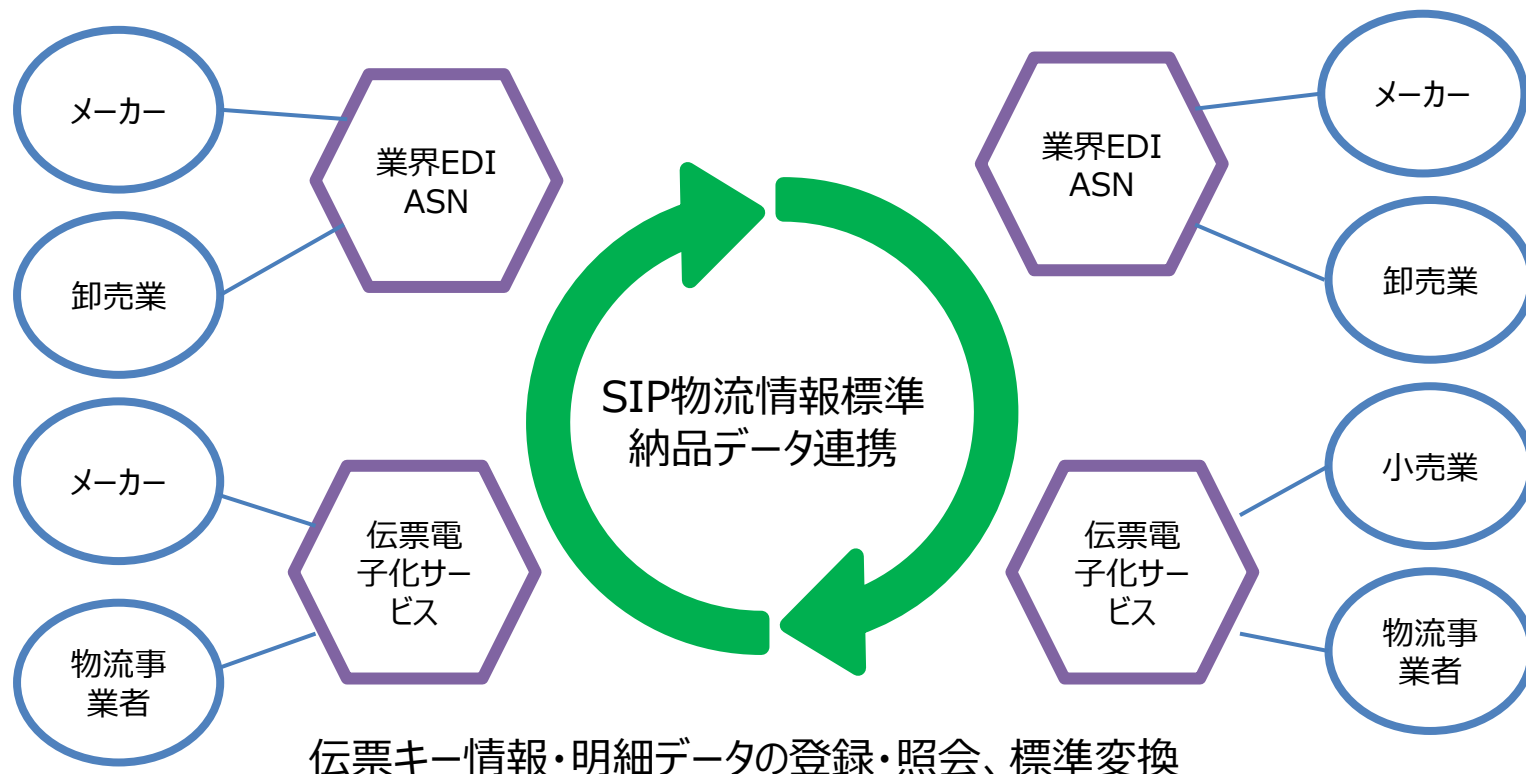
- 納品データ連携は、各社が個別システムを利用すると多対多のデータ変換が必要。このため標準システムを利用することが望ましい。
- 既存業界標準がある場合は、業界標準と業界横断標準を組み合わせることが有効。



④データ共有による物流効率化検討WG 納品データ連携

納品伝票エコシステム：SIP基盤を活用した納品データ連携

- 納品伝票エコシステムは、SIPスマート物流の研究開発に基づき社会実装された、SIP基盤上で納品データを連携させる仕組み。
- ユーザーが業界EDIや伝票電子化サービスなど異なるシステムを利用してても個別変換を行うことなく、データ連携が可能であり、本システムを活用して納品データ連携の実証実験を実施することとする。



SIP基盤
(流通経済研究所・富士通)

個別管理データ抽出・変換
アクセス権限コントロール
非改ざん性担保
他プラットフォーム連携

④データ共有による物流効率化検討WG 納品データ連携 実証実験 実施概要

■ 参加メンバー

- 小売業：セブン-イレブン・ジャパン
- 卸売業：対象カテゴリーの帳合卸
- メーカー：加工食品、菓子、酒類、日用品のメーカー
- 物流事業者：共配センター運営事業者、メーカー委託物流事業者
- サービスプロバイダー
 - 参加メーカーが利用する業界EDI（eお菓子ねっと、プラネット、ファイネット）、サービスプロバイダー（ウイングアーク1st）
 - 小売・センターが利用するサービスプロバイダー（富士通）

■ 日程・場所

- 日程：2024年2月13日～17日のセンター納品（発注：2月8日～16日）
- 場所：セブン-イレブン常温共配福岡センター（運営：ヤマエ久野株式会社）

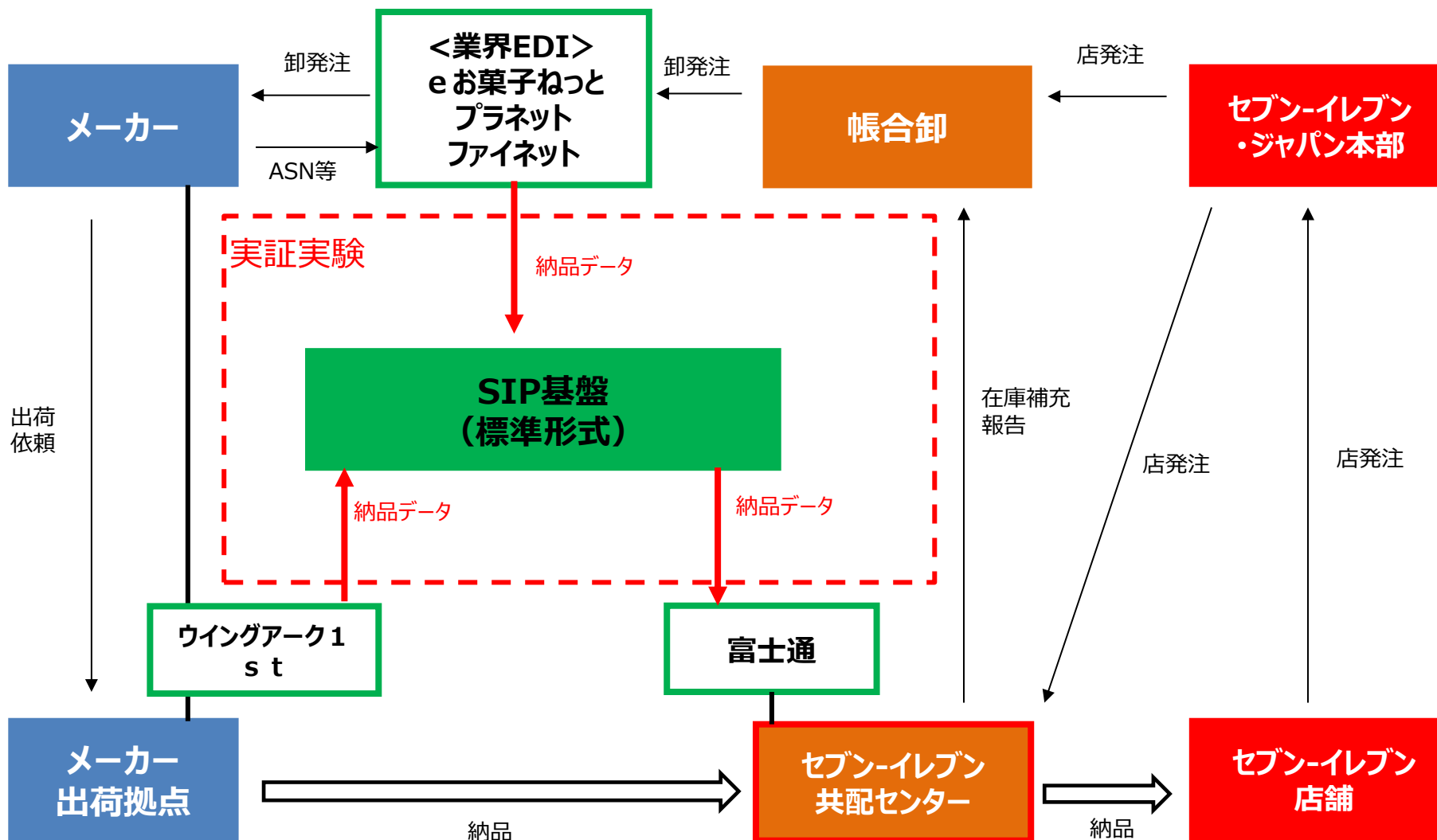
■ 検証方法

- メーカーからSIP基盤を通じて小売業まで納品データをシステム送信、小売システムの本番環境に手動でデータ登録し、納品データ連携オペレーションの効果を検証する。なお、現行の伝票運用は通常通り行う。

④データ共有による物流効率化検討WG 納品データ連携

実証実験 納品データ連携フロー

- 帳合卸からの発注に対する納品情報をASNとして業界EDIやサービスベンダーを通じてデータ送付。SIP基盤と業界EDIやサービスベンダーとデータ連携することで、セブン-イレブン共配センターに一括してASNデータを送信し、そのデータを活用して物流現場のオペレーションの効率化に資するか実証実験を実施。



④データ共有による物流効率化検討WG 納品データ連携
実証実験 参加企業一覧

区分		企業名
メーカー・ 物流事業者	菓子	カルビー株式会社、株式会社明治、株式会社ロッテ
	日用品	エステー株式会社、小林製薬株式会社、ユニ・チャーム株式会社、ユニリーバ・ ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社、ライオン株式会社
	酒類	アサヒビール株式会社、キリンビール株式会社
	加工食品	F - L I N E 株式会社、味の素株式会社、ハウス食品株式会社、カゴメ株式会社、 株式会社日清製粉ウェルナ、日清オイリオグループ株式会社、株式会社 Mizkan、 日清食品株式会社
卸売業	菓子	コンフェックス株式会社、株式会社 高山
	日用品	株式会社エス・バイ・デー
	酒類・ 加工食品	伊藤忠食品株式会社、三井食品株式会社、ヤマエ久野株式会社
共配センター運営会社	ヤマエ久野株式会社	
小売業	株式会社セブン-イレブン・ジャパン	
ITサービス	eお菓子ねっと、株式会社プラネット、株式会社ファイネット、ウイングアーク1 s t 株式会社、富士通株式会社	
事務局・事業受託	公益財団法人流通経済研究所	

④データ共有による物流効率化検討WG 納品データ連携

実証実験 SIP物流情報標準 事前納品通知情報の項目一覧(1)

事前納品通知情報(輸送情報あり)

項番	項目名	項目名(短縮英語)	必須	キー	CD	項目定義	値の型	出現回数	備考 (親クラス)	情報公開
1	メッセージ情報	msg_info	●					1	事前納品通知情報	
2	データ処理NO.	msg_id	●			受信者での受信メッセージの処理順序を表す番号	9(5)	1	既存データ項目	○
3	情報区分コード	msg_info_cls_ttyp_cd	●		*	メッセージの種類を示すコード	X(4)	1	既存データ項目	○
4	データ作成日	msg_date_iss_dttm				メッセージを作成した日付	X(8)	0/1	既存データ項目	○
5	データ作成時刻	msg_time_iss_dttm				メッセージを作成した時刻(時、分、秒)	9(6)	0/1	既存データ項目	○
6	訂正コード	msg_fn_stas_cd	●		*	メッセージの新規、変更、取消を示すコード	X(1)	1	既存データ項目	○
7	備考(漢字)	note_dcpt_txt				参考情報を格納する漢字スペース 訂正コードで取消を示した場合、取消理由を記載	K(500)	0/1	既存データ項目	
8	納品伝票ヘッダー	vou_header	●					1	事前納品通知情報	
9	納品伝票データ種別	cls_of_vou_cd	●		*	ファイルのデータ種類を表す(納品伝票データ)	X(2)	1		
10	納品伝票データ作成日付	vou_date_iss_dttm				提供企業がデータを入力した日付	X(8)	0/1		
11	提供企業コード(標準)	item_prv_prty_head_off_id	●			提供企業の企業コード(標準コード)	X(13)	1		
12	提供企業コード(商流)	item_prv_prty_head_off_for_ordering_id				"(発注者/受注者共通認識の商流系のコード)	X(13)	0/1		
13	提供企業事業所コード(標準)	item_prv_prty_brnc_off_id	●			提供企業の取引発生事業所コード(標準コード)	X(17)	1		
14	提供企業事業所コード(商流)	item_prv_prty_brnc_off_for_ordering_id				"(発注者/受注者共通認識の商流系のコード)	X(17)	0/1		
15	提供企業名	item_prv_prty_head_off_name_t	●			提供企業の企業名	K(320)	1		
16	提供企業事業所名	item_prv_prty_brnc_off_name_t	●			提供企業事業所の事業所名	K(320)	1		
17	納品伝票ステータス	vou_stas_cd	●		*	データの出力契機、作業工程上の位置を表す情報	X(3)	1		
18	納品伝票データ取り扱い区	vou_fn_stas_cd	●		*	データの新規登録、更新、削除を表す情報	X(2)	1		
19	納品伝票フォーマットバー	vou_format_version_cd	●			固定(システムにより数値は異なる)※納品伝票情報専用	X(15)	1		
20	車輛情報	car_info	●					1-999	納品伝票ヘッダー	
21	輸送ID	trsp_ctrl_num_id	☆			1回の輸送を識別するグローバルでユニークなID ※システムで附	X(128)	0/1	☆いずれか必須	
22	輸送識別番号	trsp_formation_num_id	☆			1回の輸送を識別する企業内でユニークな値	X(20)	0/1	☆いずれか必須	
23	運送事業者コード(本社)	trsp_cli_prty_head_off_id				運送事業者(企業及び工場・事業所・事業部門等)の本社を示す	X(13)	0/1	既存データ項目	
24	運送事業者コード(事業所)	trsp_cli_prty_brnc_off_id				運送事業者(企業及び工場・事業所・事業部門等)の事業所を示す コード(事業所コード分類+事業所コード)	X(17)	0/1	既存データ項目	
25	運送事業者コード(自社ローカル)	trsp_cli_private_cd_id				"(自社のローカルコード)	X(13)	0/1		
26	運送事業者名(漢字)	trsp_cli_prty_name_txt				運送事業者(企業及び工場・事業所・事業部門等)の漢字名称	K(320)	0/1	既存データ項目	
27	運送日	trsp_date				運送する日(最初の日) ※1日複数便を考慮し時間まで指定	X(8)	0/1		○
28	自動車登録番号	car_license_plt_num_id				当該輸送に使用する車輛No.(登録ナンバー、管理番号等)	K(24)	0/1	既存データ項目	
29	車輛種類	cls_of_car_txt				車輛の種類等(10tウィングなど)	K(40)	0/1		○
30	乗務員名	drv_name_txt				乗務員(ドライバー)の氏名	K(40)	0/1		
31	乗務員電話番号	drv_tel_cmm_cmp_num_txt				乗務員(ドライバー)の連絡先(電話番号)	X(20)	0/1		
32	乗務員メールアドレス	drv_mail_adrs_txt				乗務員(ドライバー)の連絡先(メールアドレス)	X(32)	0/1		
33	運送ルート	trsp_route_cd				運送ルート等の情報	X(8)	0/1		
34	届け先別情報	dest_info						0-999	車輛情報	
35	配送順番号	trsp_sequence_cd				配送ルート上の順序番号	X(3)	0/1		○
36	納品ケース数	unt_qun_per_ship_qun				届け先あたりのケース数	X(9)	0/1		○
37	総ユニット数	totl_unt_qun_qun				ユニットの総数、但し、車輛は含めない(パレット、カゴ車等の数量)	X(5)	0/1		○
38	納品伝票情報	vou_info	●					1-999	届け先別情報	
39	荷送人コード(本社)	cnsng_prty_head_off_id	●			荷送人(企業及び工場・事業所・事業部門等)の本社を示すコード	X(13)	1	既存データ項目	
40	荷送人コード(事業所)	cnsng_prty_brnc_off_id	●			荷送人(企業及び工場・事業所・事業部門)の事業所を示すコード (事業所コード分類+事業所コード)	X(17)	1	既存データ項目	
41	荷送人コード(ローカル)	cnsng_private_cd_id				"(自社のローカルコード)	X(13)	0/1		
42	荷送人コード(商流)	cnsng_prty_cd_for_ordering_id				"(卸業者/メーカー共通認識の商流系のコード)	X(13)	0/1		

④データ共有による物流効率化検討WG 納品データ連携

実証実験 SIP物流情報標準 事前納品通知情報の項目一覧(2)

事前納品通知情報(輸送情報あり)

項番	項目名	項目名(短縮英語)	必須	キー	CD	項目定義	値の型	出現回数	備考 (親クラス)	情報公開
43	荷送人名(漢字)	cnsgrty_name_txt				荷送人(企業及び工場・事業所・事業部門等)の漢字名称	K(320)	0/1	既存データ項目	
44	荷送人電話番号	cnsgrty_tel_cmm_cmp_num_txt				荷送人の連絡先電話番号	X(20)	0/1		
45	荷送人住所(漢字)	cnsgrty_pstl_adrs_line_one_txt				荷送人の漢字住所	K(500)	0/1		
46	荷送人郵便番号	cnsgrty_pstc_cd				荷送人住所の郵便番号(ハイフン無し)	X(7)	0/1		
47	荷受人コード(本社)	cneeprty_head_off_id	●			荷受人(企業及び工場・事業所・事業部門)の本社を示すコード	X(13)	1	既存データ項目	
48	荷受人コード(事業所)	cneeprty_brnc_off_id	●			荷受人(企業及び工場・事業所・事業部門)の事業所を示すコード (事業所コード分類+事業所コード)	X(17)	1	既存データ項目	
49	荷受人コード(ローカル)	cneeprty_private_cd_id				“(自社のローカルコード)”	X(13)	0/1		
50	荷受人コード(商流)	cneeprty_cd_for_ordering_id				“(卸業者/メーカー共通認識の商流系のコード)”	X(13)	0/1		
51	荷受人名(漢字)	cneeprty_name_txt				荷受人(企業及び工場・事業所・事業部門等)の漢字名称	K(320)	0/1	既存データ項目	
52	出荷場所コード(本社)	shipfromprty_head_off_id				出荷場所(企業及び事業所・事業部門等)の本社を示すコード	X(13)	0/1	既存データ項目	
53	出荷場所コード(事業所)	shipfromprty_brnc_off_id				出荷場所(企業及び事業所・事業部門等)の事業所を示すコード(事業所コード分類+事業所コード)	X(17)	0/1	既存データ項目	
54	出荷場所コード(ローカル)	shipfromprty_private_cd_id				“(自社のローカルコード)”	X(13)	0/1		
55	出荷場所コード(商流)	shipfromprty_cd_for_ordering_id				“(発注者/受注者共通認識の商流系のコード)”	X(13)	0/1		
56	出荷場所名(漢字)	shipfromprty_name_txt				出荷場所(企業及び事業所・事業部門等)の漢字名称	K(320)	0/1	既存データ項目	
57	出荷場所電話番号	shipfromprty_tel_cmm_cmp_num_txt				出荷場所の連絡先電話番号	X(20)	0/1		
58	出荷場所住所(漢字)	shipfromprty_pstl_adrs_line_one_txt				出荷場所の漢字住所	K(500)	0/1		
59	出荷場所市区町村コード	shipfromprty_pstl_adrs_cty_id				出荷場所住所に対応したコードで、JISX0401(都道府県コード)2桁+JIS X0402(市区町村コード)3桁で表す	X(5)	0/1		
60	出荷場所郵便番号	shipfromprty_pstc_cd				出荷場所の郵便番号(ハイフン無し)	X(7)	0/1		
61	荷届先コード(本社)	shiptoprty_head_off_id				荷届先(企業及び工場・事業所・事業部門等)の本社を表すコード	X(13)	0/1	既存データ項目	
62	荷届先コード(事業所)	shiptoprty_brnc_off_id				荷届先(企業及び工場・事業所・事業部門等)の事業所を表すコード(事業所コード分類+事業所コード)	X(17)	0/1	既存データ項目	
63	荷届先コード(ローカル)	shiptoprty_private_cd_id				“(自社のローカルコード)”	X(13)	0/1		
64	荷届先コード(商流)	shiptoprty_cd_for_ordering_id				“(発注者/受注者共通認識の商流系のコード)”	X(13)	0/1		
65	荷届先名(漢字)	shiptoprty_name_txt				荷届先(企業及び工場・事業所・事業部門等)の漢字名称	K(320)	0/1	既存データ項目	
66	荷届先電話番号	shiptoprty_tel_cmm_cmp_num_txt				荷届先の連絡先電話番号	X(20)	0/1		
67	荷届先住所(漢字)	shiptoprty_pstl_adrs_line_one_txt				荷届先の漢字住所	K(500)	0/1		
68	荷届先市区町村コード	shiptoprty_pstl_adrs_cty_id				荷届先住所に対応したコードで、JISX0401(都道府県コード)2桁+JIS X0402(市区町村コード)3桁で表す	X(5)	0/1		
69	荷届先郵便番号	shiptoprty_pstc_cd				荷届先の郵便番号(ハイフン無し)	X(7)	0/1		
70	中継拠点	rlvpoint						0-999	納品伝票情報	
71	中継拠点順番番号	cnnprty_sequence_cd				中継拠点(企業及び工場・事業所・事業部門)の経由順序番号	X(3)	0/1		
72	中継拠点コード(本社)	cnnprty_head_off_cd_id				中継拠点(企業及び工場・事業所・事業部門)の本社を表すコード	X(13)	0/1	既存データ項目	
73	中継拠点コード(事業所)	cnnprty_brnc_off_cd_id				中継拠点(企業及び工場・事業所・事業部門)の事業所を表すコード(事業所コード分類+事業所コード)	X(17)	0/1	既存データ項目	
74	中継拠点コード(ローカル)	cnnprty_private_cd_id				“(自社のローカルコード)”	X(13)	0/1		
75	中継拠点名	cnnprty_cd_name_txt				中継拠点の名称	K(320)	0/1		
76	中継拠点電話番号	cnnprty_tel_cmm_cmp_num_txt				中継拠点の連絡先電話番号	X(20)	0/1		
77	中継拠点住所(漢字)	cnnprty_pstl_adrs_line_one_txt				中継拠点の漢字住所	K(500)	0/1		
78	中継拠点市区町村コード	cnnprty_pstl_adrs_cty_id				中継拠点住所に対応したコードで、JISX0401(都道府県コード)2桁+JIS X0402(市区町村コード)3桁で表す	X(5)	0/1		
79	中継拠点郵便番号	cnnprty_pstc_cd				中継拠点の郵便番号(ハイフン無し)	X(7)	0/1		
80	納品伝票個別情報	indvou_info	●					1-999	納品伝票情報	

④データ共有による物流効率化検討WG 納品データ連携

実証実験 SIP物流情報標準 事前納品通知情報の項目一覧(3)

事前納品通知情報(輸送情報あり)

項番	項目名	項目名(短縮英語)	必須	キー	CD	項目定義	値の型	出現回数	備考 (親クラス)	情報公開
81	運送区分	cls_of_trsp_cd			*	在庫移動、販売物流の区分	X(2)	0/1		○
82	納品伝票番号	del_slip_num_id	●	◆		受注者が付与した納品伝票番号	X(23)	1		○
83	納入予定日	esti_del_date_dttm	●			納入の予定日	X(8)	1		
84	発注番号	ord_num_id				発注者における発注番号(受注伝票番号)	X(23)	0/1		
85	合計商品数量	totl_pcke_quan_quan				商品の「数量」の合計	9(9)	0/1		○
86	合計商品バラ数量	totl_bulk_quan_quan				商品の「総バラ数量」の合計	9(12)	0/1		○
87	合計商品重量	totl_bulk_weig_meas				商品明細全体の商品重量(単位:Kg)	9(13)	0/1		○
88	確認印情報	vou_rcpst_stamp_txt				届け先で受領した際の受領サイン等のイメージ情報が格納されている場所を示すURL	X(100)	0/1		
89	納品伝票備考	vou_note_txt				納品伝票の備考欄	K(200)	0/1		
90	商品明細	item_line_item						0-99999	納品伝票個別情報	
91	GTIN-13	gtin13_item_cd				出荷した商品のJANコード(GTIN-13)	X(13)	0/1	既存データ項目	
92	GTIN-14	gtin14_item_cd				単箱のコード ITFコード(GTIN-14)	X(14)	0/1	既存データ項目	
93	商品コード(ローカル:メーカーP)	item_private_cd_cd				メーカーのプライベートコード	X(16)	0/1		
94	商品コード(ローカル:卸P)	item_wholesale_cd_cd				卸のプライベートコード	X(16)	0/1		
95	外装コード	shpm_item_ctrl_num_id				出荷した商品の外装コード	X(16)	0/1		
96	商品名	shpm_item_name_txt				商品名称	K(100)	0/1		
97	規格・容量・荷姿	pcke_frm_annotation_txt				規格や容量、荷姿を表す表記	K(40)	0/1		
98	入数(出荷単位)	pcke_intn_cp_quan				出荷単位に入っているバラ数	9(5)	0/1		○
99	単位(出荷単位)	pcke_unt_cd			*	出荷単位 ケース、ボール、バラ、Kgなど	X(3)	0/1		○
100	数量(出荷単位)	pcke_quan_quan				出荷単位の数量	9(7)	0/1		○
101	総バラ数量(出荷単位)	bulk_num_quan				商品の総バラ数 発注側と出荷側で荷姿が異なる場合に総バラ数で比較する	9(10)	0/1		○
102	製造日	mnf_date_dttm				製造日	X(8)	0/1		
103	賞味期限/有効期限	vlid_trm_dttm				賞味期限/有効期限	X(8)	0/1	既存データ項目	
104	消費期限	expn_trm_dttm				消費期限	X(8)	0/1		
105	ロット番号	lot_num_id				製造時のロット番号及びそれに準じる番号	X(20)	0/1	既存データ項目	
106	温度帯区分	trms_of_tmp_cd			*	常温、冷蔵、冷凍	X(2)	0/1		
107	納品伝票明細備考	vou_line_item_note_txt				納品伝票の商品明細の備考	K(200)	0/1		

④データ共有による物流効率化検討WG 納品データ連携 実証実験 SIP物流情報標準と業界EDIとの項目マッピング

- SIP物流情報標準と業界EDIとの項目マッピングを行った。主な項目の対応関係は以下の通りである。
- 実証実験では、マッピングに基づき、SIP基盤と各業界EDIとのデータ連携が支障なく実施できることを確認した。

SIP物流情報標準				ファイネット	e-お菓子ねっと	プラネット
事前納品通知情報(輸送情報あり)				事前出荷情報(ASN)	入庫予定データ(V2)	出荷予定データ(ASN)
項番	項目名	必須	項目定義内容	項目名	項目名	項目名
41	荷送人コード(ローカル)	●	荷送人(自社のローカルコード)	提供企業コード	送信元コード	取引先コード
49	荷受人コード(ローカル)	●	荷受人(自社のローカルコード)	一次店コード	送信先コード	発注元コード
54	出荷場所コード(ローカル)	●	出荷場所(自社のローカルコード)	荷主コード	倉庫コード	ご出荷元コード
62	荷届先コード(ローカル)	●	荷届先(自社のローカルコード)	二次店コード	届先コード	お届け先コード
75	納品伝票番号	●	受注者が付与した納品伝票番号	メーカー出荷No.	メーカー伝票No.	メーカー伝票番号
76	納入予定日	●	納入の予定日	納入予定日	納入日、着荷日	納品予定日
77	発注番号		発注者における発注番号(受注伝票番号)	伝票番号	卸伝票No.	発注番号
85	GTIN-13	●	出荷した商品のJANコード(GTIN-13)	商品コード(JANコード)	品番	商品コード
90	商品名	●	商品名称	商品名	商品名	商品名(漢字)
92	入数(出荷単位)	●	出荷単位に入っているバラ数	入数	内容	入数
94	数量(出荷単位)	●	出荷単位の数量	数量	数量	出荷ケース数
97	賞味期限/有効期限		賞味期限/有効期限	商品鮮度日付	賞味期限製造年月日	期限区分+期限年月日

④データ共有による物流効率化検討WG 納品データ連携 実証実験 SIP物流情報標準と流通BMSとの項目マッピング

- 実証実験でのデータ連携は行なわなかったが、SIP物流情報標準と流通BMSとの項目マッピングについても検討した。主な項目の対応関係は以下の通り。

SIP物流情報標準				流通BMS	
事前納品通知情報(輸送情報あり)				出荷メッセージ	入庫予定メッセージ(預り在庫型センター納品プロセス)
項番	項目名	必須	項目定義内容	項目名	項目名
41	荷送人コード(ローカル)	●	荷送人(自社のローカルコード)	取引先コード	取引先コード
49	荷受人コード(ローカル)	●	荷受人(自社のローカルコード)	発注者コード	—
54	出荷場所コード(ローカル)	●	出荷場所(自社のローカルコード)	出荷場所GLN	出荷場所GLN
62	荷届先コード(ローカル)	●	荷届先(自社のローカルコード)	最終納品先コード	センターコード
75	納品伝票番号	●	受注者が付与した納品伝票番号	出荷者管理番号	センター納品書番号
76	納入予定日	●	納入の予定日	最終納品先納品日	センター入庫予定日
77	発注番号		発注者における発注番号(受注伝票番号)	取引番号(発注・返品)	取引番号
85	GTIN-13	●	出荷した商品のJANコード(GTIN-13)	商品コード(GTIN)	商品コード(GTIN)
90	商品名	●	商品名称	商品名	商品名
92	入数(出荷単位)	●	出荷単位に入っているバラ数	出荷単位(発注単位数)	—
94	数量(出荷単位)	●	出荷単位の数量	出荷数量(発注単位数)	入庫予定数量(入庫予定荷姿数)
97	賞味期限/有効期限		賞味期限/有効期限	賞味期限日	賞味期限日

- 一方、流通BMS(出荷メッセージ)は、ターンアラウンドを基本としており、出荷数量に加え、発注数量、欠品数量を必須項目としているが、SIP物流情報標準では設定されていない。これらの取扱いが今後の検討課題となる。

④データ共有による物流効率化検討WG 納品データ連携

実証実験 メーカーと卸・小売センター間の納品データ連携：社会実装・本格運用時の期待効果

	内容	効果
卸・小売センター	センター業務の事前準備	<ul style="list-style-type: none"> ・在庫・検品・格納の事前準備 ・欠品情報の早期取得 ・在庫待ち出荷が可能
	検品業務（時間）削減・検品レス	<ul style="list-style-type: none"> ・発注情報と納品情報の自動照合 ・納品伝票と現物商品の照合廃止 ・賞味期限情報のデータ取得→入力作業削減 ・押印(受領証)、チェック(受付等)作業の削減 ・タッチレスによる感染症対策
	証書類保管業務の削減	<ul style="list-style-type: none"> ・納品伝票の保管・管理コストの削減
	センター業務の高度化（データ活用）	<ul style="list-style-type: none"> ・物流データの蓄積→要員配置の高度化等
メーカー	ペーパーレス化	<ul style="list-style-type: none"> ・納品伝票の印刷コスト(紙、プリンター等)の削減 ・納品伝票の発行・整理作業の削減
	トラック乗務員の業務(時間)削減	<ul style="list-style-type: none"> ・待機時間の削減(入場受付、バース待ち、検品) ・受領証関連の受取、回収、返却(郵送)業務の削減
	証書類保管業務の削減	<ul style="list-style-type: none"> ・納品伝票控え、受領証の保管・管理コストの削減
	輸配送業務の高度化（データ活用）	<ul style="list-style-type: none"> ・物流データの蓄積→配車の高度化等

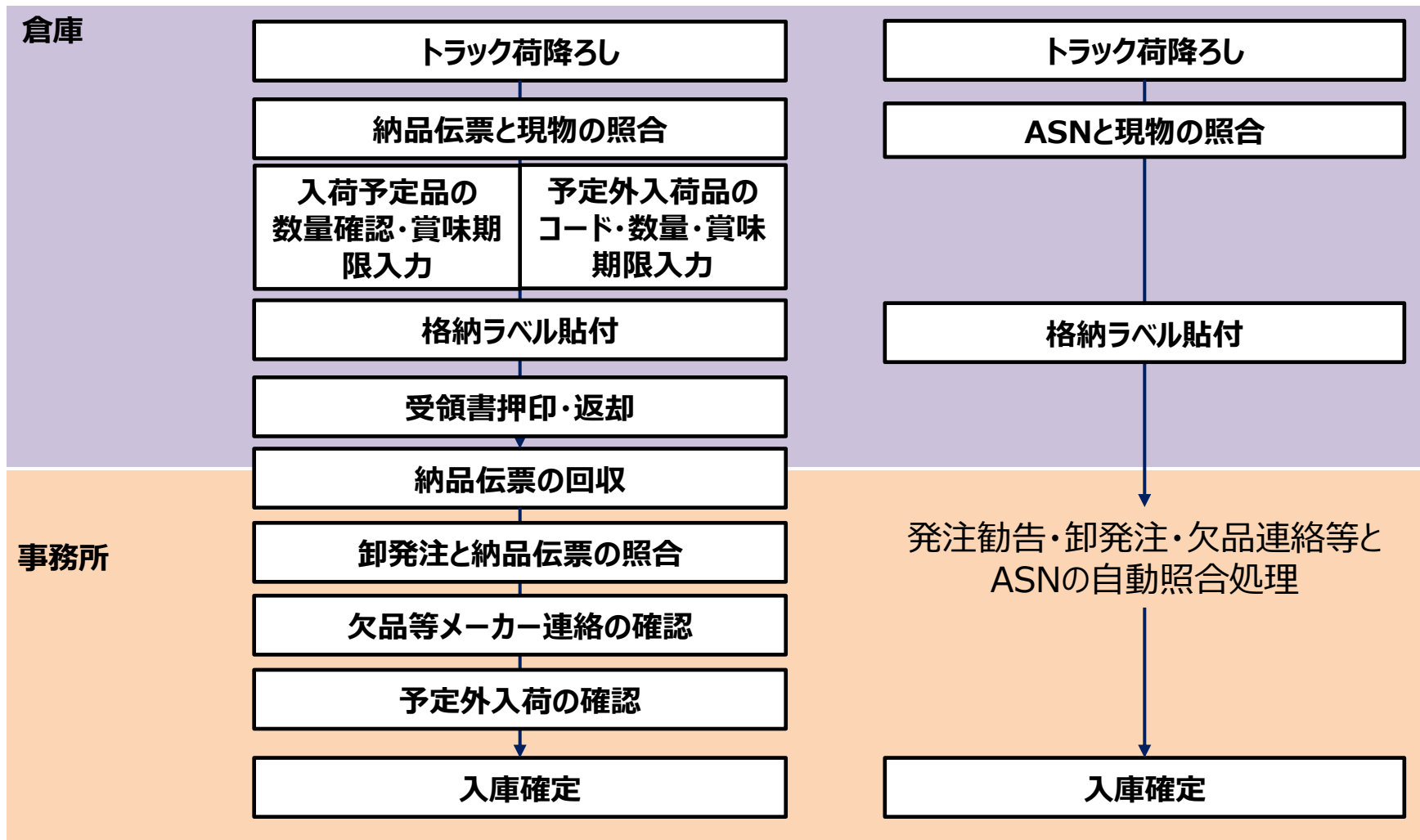
④データ共有による物流効率化検討WG 納品データ連携

実証実験 納品データ連携の本格運用による入荷業務の改善ポイント

- 納品データ電子化の本格運用により、倉庫・事務所の入荷業務は大きな改善が期待できる。
- トラックドライバーも荷降ろし後の早期退出が可能となることが見込まれる。

<現状：紙伝票による入荷>

<今後：納品データ連携の入荷>



■ 共配センターにおける本格運用時の期待効果

● 予定外入荷品

- － 実験では予定外入荷品についても納品データの連携させ、入荷作業の省力化を確認した。
- － 全メーカーから納品データを連携できた場合、予定外入荷品に係る業務効率化の期待効果は概ね以下の通りである。
 - 倉庫における入荷検品業務全体：▲ 5%
 - 事務における伝票データ照合業務全体：▲ 9%

● 入荷予定品

- － 入荷予定品についても、数量や賞味期限の確認・入力に係る業務効率化が期待できる。
- － 実証実験ではメーカー 3 社が賞味期限データを連携させたが、入荷現場に日付データを取り込むところまでは行っていない。このため定量的な推計は行っていないが、目視による日付確認と手入力作業がなくすることで業務効率化効果が得られると考えられる。

■ メーカーにおける本格運用時の期待効果

● ドライバーの待機時間削減

- － 上記のような共配センターの業務効率化は、バスでの待機時間削減につながる。

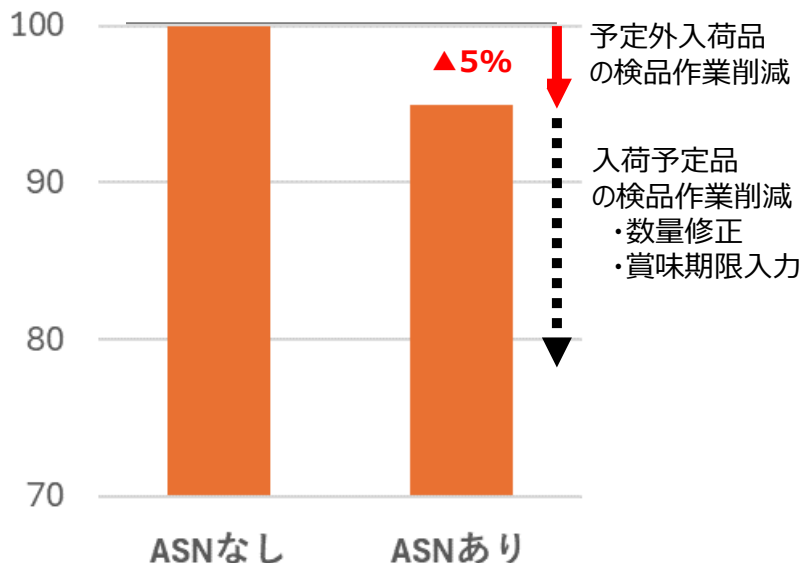
● 伝票レスによる業務効率化

- － メーカーの納品伝票は、業界・メーカーごとに仕様が異なり、1枚あたりのアイテム数が限られるため、枚数も非常に多い。納品伝票をデータに置き換えることで、大幅な業務効率化の期待できる。

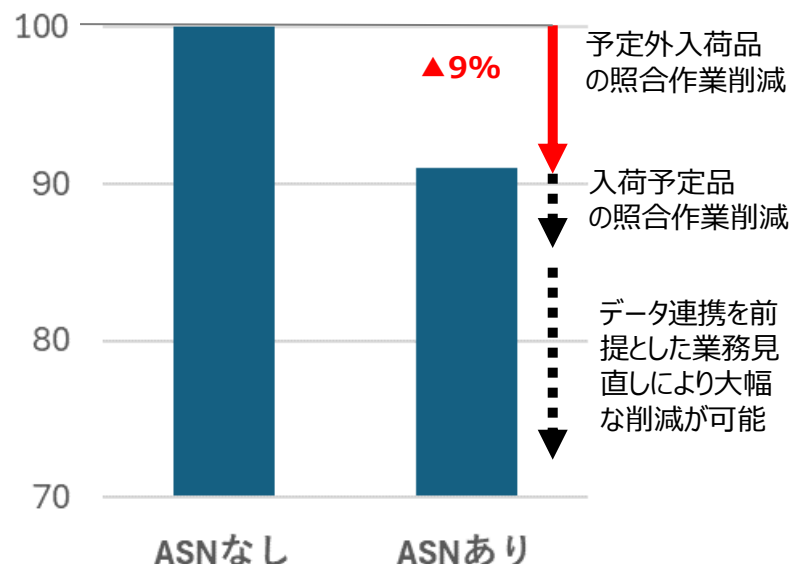
■ 共配センターにおける本格運用時の期待効果

- 全商品の納品データがASNとして連携されることで、倉庫の作業は5%以上、事務所の作業は9%以上の効率化が期待できる。
- 予定外入荷品のみで倉庫で5%、事務所で9%の削減効果を推計。入荷予定品の効率化効果、業務プロセス見直しによりさらなる効果が期待できる。

倉庫における検品作業効率化
▲5%以上



事務所における照合作業効率化
▲9%以上



今後の課題：データ共有の際のルール化 納品データの電子化に向けてのポイント

実証実験では、複数業界メーカーの納品データを小売業の共配センターに連携するとともに、物流業務の効率化を期待できることを検証した。今後に向けての取組のポイントや課題は次の通りである。

1. 標準コード・標準フォーマットの利用徹底

- 複数業界にまたがる納品データ連携では、同一業界・同一グループ外とのデータ交換を行うため、標準コード・標準フォーマットの利用が特に重要となる。
 - ① 商品コード
 - 商品コードは、業界コードや個社コードを利用する企業も存在するが、これらは複数業界や製・配・販三層にまたがるデータ連携の障害となる。
 - このため商品コードは、各企業がGTIN（JANコード等）の送受を徹底する必要がある。
 - ② 事業所コード
 - 事業所コードは、標準コードがまだ普及していない。このため、企業独自コードや業界コードを、データ基盤で物流物流標準事業所コードに変換し、相互に連携できるようにすることが必要である。
 - ③ フォーマット（データ項目）
 - データ連携のフォーマット（データ項目）は、企業個別の仕様を一方的に取引先に要請するのではなく、業界内では業界標準フォーマットや、複数業界ではSIP物流情報標準のような業界横断フォーマットを利用すべきである。

2. メーカーにおける納品データの作成・送信の拡大

- 納品データ連携は、大多数のメーカーが対応することで大きな改善効果が得られる。このため、メーカーにおける納品データの作成・送信を拡大することが重要である。
- メーカーが納品データの作成・送信を開始する場合、データの粒度にかかわらず、早期に対応することを優先すべきである。納品データの粒度レベルは3つに区分できるが、レベル2・3の作成が難しい場合は、レベル1からのスタートすることが望ましい。
 - レベル1（ASN1.0）＝日別・出荷元別・納品先別のデータ
 - レベル2（ASN2.0）＝日別・出荷元別・納品先別・車両識別コード別のデータ
 - レベル3（ASN3.0）＝日別・出荷元別・納品先別・車両識別コード別・ユニット別のデータ
- 賞味期限等の鮮度データは、入荷時に手入力しているため、納品データとして送受することが望ましい。メーカーが総量ピッキングする場合は納品先ごとに賞味期限ロットを特定できないが、こうした場合でもメーカー側データを連携・活用することを検討したい。

3. 卸・小売センターにおける納品データの受信・利用の拡大

- メーカーが伝票レス等の業務改善を進めるには、大多数の届先が納品データ連携に対応できる必要がある。このため、卸・小売センターにおける納品データの受信・利用を拡大することが重要である。
- また、納品データ連携に対応できない中小事業者が存在することも想定し、納品時は送り状等で個口数を確認する、納品商品明細情報をWEBで送受する方法も検討すべきである。

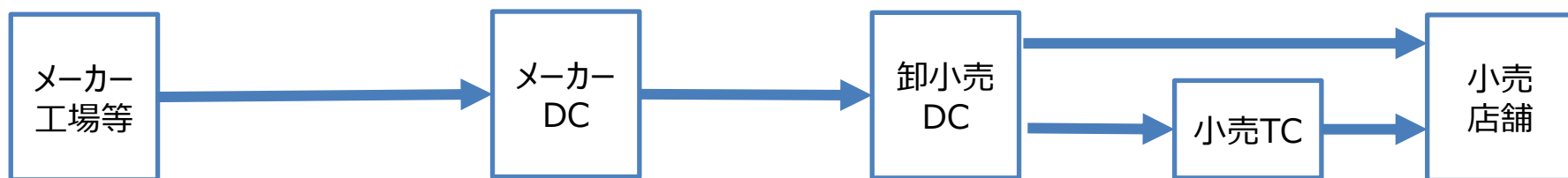
4. データ連携に基づく納品物流のさらなる効率化

- 1~3の納品データ連携をベースとして、納品物流におけるデータ連携を拡大してさらなる業務効率化を図ることが重要である。
- ① 受領データの連携（卸・小売センターからメーカーへ）
 - 納品完了を示す受領データについても、卸・小売センターからメーカーに連携することが必要である。
- ② 物流事業者とのデータ連携
 - 納品データ・受領データを荷主間で連携するだけでなく、荷主と物流事業者とのデータ連携を図り、配送指示・完了報告の業務に活用する必要がある。
- ③ 出荷・入荷業務の見直しとさらなる効率化
 - 現状の出荷・入荷業務は伝票利用を前提に組み立てられているが、これをデータ連携をベースに見直し、さらなる効率化を実現するべきである。
- ④ 共同物流等への活用展開
 - 納品データが広範囲に活用され蓄積されるとで、個別の納品業務だけでなく、物流ネットワークや輸配送ルート改善にも利用できる。より発展的な共同物流等への活用展開につなげることも考えたい。

④データ共有による物流効率化検討WG 共同輸配送データ連携 令和4年度事業の取組整理

■ 共同輸配送ためのデータ連携方法の提示

- メーカー拠点間の幹線輸送、卸・小売DC配送、小売TC・店舗配送の3段階で捉え、それぞれのデータ連携のあり方を整理した。



幹線往復輸送

幹線混載輸送

センター納品
共同配送

バックホール（引取物流）
センター発着車両連携

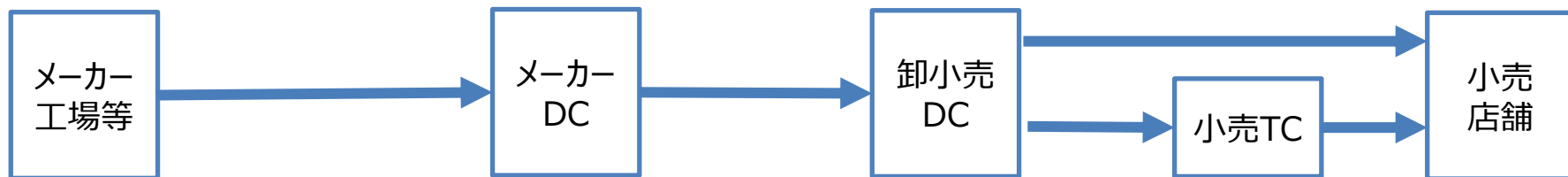
センター間
共同輸送

店舗納品
共同配送

④データ共有による物流効率化検討WG 共同輸配送データ連携

■ 卸・小売DCにおけるセンター発着車両連携

- 共同輸配送において、卸・小売DCにおけるセンター発着車両の連携は、製・配・販として取り組むべき重要領域。
- 本事業では、個別取組の事例を共有するとともに、標準的な取組方法を取りまとめることとした。



幹線往復輸送

幹線混載輸送

センター納品
共同配送

センター間
共同輸送

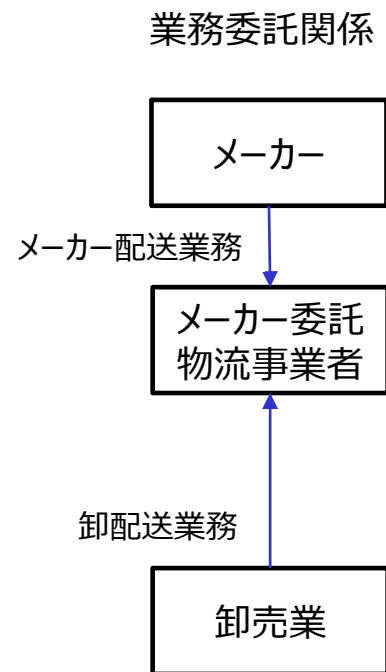
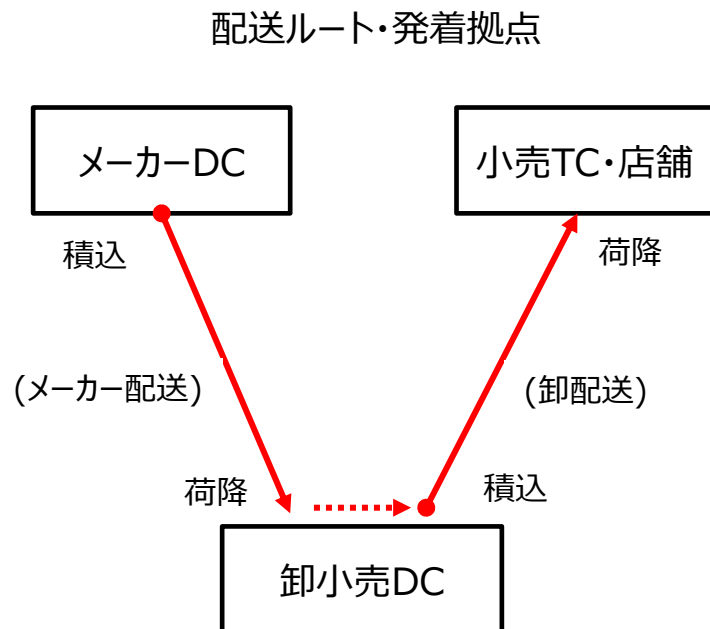
店舗納品
共同配送

センター発着車両連携
(バックホール：引取物流等)

卸・小売DCにおけるセンター発着車両連携の取組事例アンケート①取組の概要

■ センター着車両（メーカー委託物流事業者の手配車両）の復路利用

- メーカーDCから卸小売DCへの配送・納品の車両の復路を利用して、卸小売DCから小売TC・店舗への配送を行う。
- 卸小売DCから小売TC・店舗への配送業務は、メーカー委託物流事業者に委託する

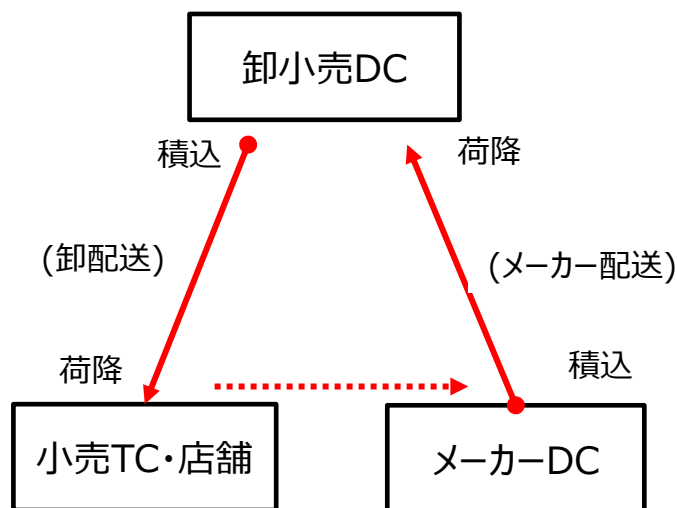


卸・小売DCにおけるセンター発着車両連携の取組事例アンケート①取組の概要

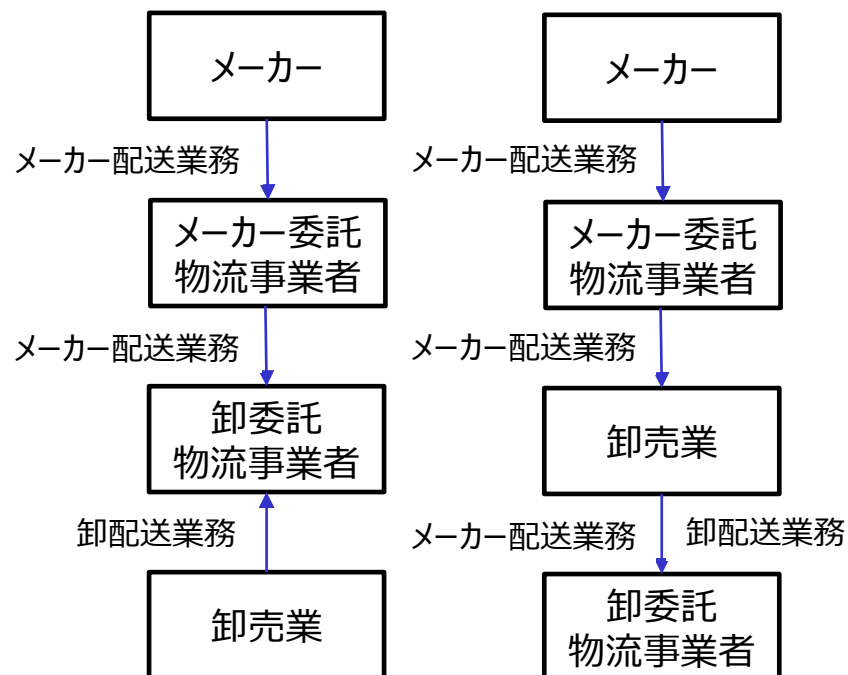
■ センター発車両（卸売業委託物流事業者の手配車両）の復路利用

- 卸小売DCから小売TC・店舗への配送・納品の車両の復路を利用して、メーカーDCから卸小売DCへの配送を行う。
- メーカーDCから卸小売DCへの配送業務は、メーカー委託物流事業者から卸委託物流事業者（または卸売業）に委託する

配送ルート・発着拠点



業務委託関係



④データ共有による物流効率化検討WG 共同輸配送データ連携

今後の課題：データ共有の際のルール化 共同輸配送データ連携に向けてのポイント

- フィジカルインターネット実現に向けた「スーパーマーケット等（加工食品・日用雑貨）アクションプラン」は、次のパフォーマンス目標を設定しており、今後の取組を強化する必要がある。
 - 積載効率（輸送トンキロ÷能力トンキロ）≒ 積載率×実車率
 - － 現状（2020年）40%未満、2025年60%、2030年70%

- 特に重点をおくべき取組は以下の通り。

1. 輸配送データの共有・可視化


- 製・配・販の荷主企業は、業界全体での積載効率の向上に向け、輸配送の状況を共有・可視化して、改善機会を拡大することが必要である。その際、金額・価格の情報は秘匿しつつ、重量・容積の荷量情報の共有・可視化を進めることが望ましい。

2. 物流事業者間の取組の促進

- 荷主間での取組を進めるとともに、物流事業者間での取組を促進することも重要である。このため荷主は、物流事業者が荷量情報を利用することを過度に制限せず、むしろ積極的なデータ利用を推進することが望ましい。

3. 共同物流等の契約ルールの整理・共有

- 複数の荷主間および物流事業者間で共同物流を開始するには、荷主・物流事業者間で新たな契約締結が必要となる。そこで、共同物流等の取組を促進するため、委託金額も含め、関係者間で公正・公平・合理的に内容を決定できるよう、契約ルールを予め整理・共有することも必要である。



**フィジカルインターネット実現に向けた
実行宣言について**

2024年7月12日（金）

製・配・販連携協議会 事務局

（作成：公益財団法人流通経済研究所）

国による物流効率化の取組み

フィジカルインターネット実現会議 スーパーマーケット等WG

- 経済産業省及び国土交通省の連携により、我が国で2040年までにフィジカルインターネットを実現するべく、フィジカルインターネット実現会議を開催。令和4年3月に「フィジカルインターネット・ロードマップ」を策定・公表。
- また消費財業界に特化した「スーパーマーケット等WG」も立て上げ、2030年までのアクションプランを策定。

フィジカルインターネット実現会議

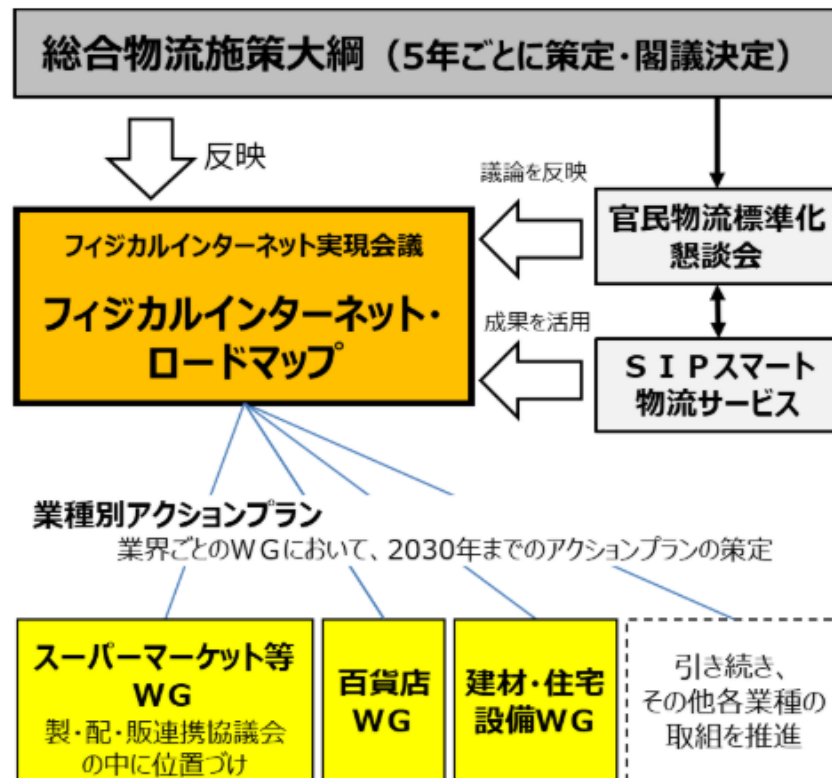
<構成委員> ※敬称略・五十音順

浅野 耕児	一般財団法人流通システム開発センター ソリューション第二部 部長
荒木 勉	上智大学 名誉教授
伊勢川 光	一般社団法人日本物流団体連合会 理事・事務局長
小野塚 征志	株式会社ローランド・ベルガー パートナー
加藤 弘貴	公益財団法人流通経済研究所 専務理事
河合 亜矢子	学習院大学 経済学部 教授
齋藤 弘憲	公益社団法人経済同友会 執行役
嶋崎 真理	一般社団法人日本倉庫協会 常務理事
土屋 知省	一般社団法人日本冷蔵倉庫協会 理事長
西岡 靖之	法政大学 デザイン工学部 教授
西成 活裕	東京大学 先端科学技術研究センター 教授
橋本 雅隆	明治大学 グローバル・ビジネス研究科 専任教授
原島 藤壽	公益社団法人全日本トラック協会 物流政策委員会 副委員長
藤野 直明	株式会社野村総合研究所 産業ITイノベーション事業本部 主席研究員
北條 英	公益社団法人日本ロジスティクスシステム協会 理事
堀内 保潔	一般社団法人日本経済団体連合会 産業政策本部長
宮澤 伸	日本商工会議所 地域振興部長
村上 富美	株式会社日経B P 日経ビジネス編集部 シニアエディター
吉本 一穂	早稲田大学 創造理工学部 教授

<事務局>

経済産業省	商務・サービスグループ 消費・流通政策課 物流企画室
国土交通省	総合政策局 物流政策課

検討・実施体制



フィジカルインターネット実現に向けたスーパーマーケット等アクションプラン賛同宣言

消費財サプライチェーンの大手企業54社が加盟している製・配・販連携協議会では、2022年7月8日に開催した「製・配・販連携協議会 総会」において、当協議会加盟企業45社が「フィジカルインターネット実現に向けたスーパーマーケット等アクションプラン」への賛同宣言を実施。

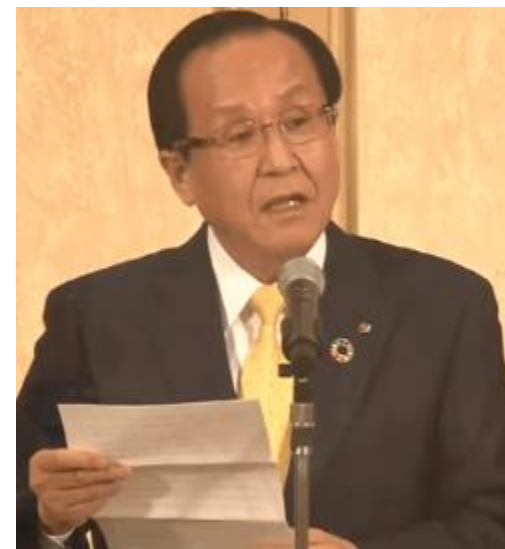
宣言の中で、アクションプラン実現に向けて優先課題である「商流・物流におけるコード体系標準化」「物流資材の標準化および運用検討」「取引透明化に向けて商慣習の見直し」「データの共有の際のルール化」について、製・配・販連携協議会に新たに4つワーキンググループを設置し、検討を進めることとした。

フィジカルインターネット実現に向けた スーパーマーケット等アクションプラン賛同宣言

私たちは、製・配・販の連携による
サプライチェーン全体の最適化を実現するために、
フィジカルインターネット実現に向けた
スーパーマーケット等アクションプランに賛同し、実行します

上記を実現するために、

- 1 私たちは、本アクションプラン実現に向けて、各社で実行計画を策定し、全体の進捗を製・配・販連携協議会を通じて公表します。
- 2 本アクションプランは、製・配・販連携協議会の運営委員および関係者によって全体の進捗管理を行っていきます。
- 3 また本アクションプラン実現に向けて優先課題である「商流・物流におけるコード体系標準化」「物流資材の標準化および運用検討」「取引透明化に向けた商慣習の見直し」「データの共有の際のルール化」について、製・配・販連携協議会に新たに4つのワーキンググループを設置し、検討を進めます。



45社を代表して賛同宣言を行う
(株)イトーヨーカ堂 三枝会長



参加した賛同企業による記念撮影

フィジカルインターネット実現に向けた実行宣言 実施へ

- 2022年7月にフィジカルインターネット実現に向けたスーパーマーケット等アクションプラン賛同宣言を実施し、アクションプラン実現に向けて優先課題である「商流・物流におけるコード体系標準化」「物流資材の標準化および運用検討」「取引透明化に向けて商慣習の見直し」「データの共有の際のルール化」について、製・配・販連携協議会に4つワーキンググループを設置し、検討を進めてきました。
- 賛同いただいたアクションプランは、2030年度までの取組について記載されているものであり、前半が主に検討フェーズ、後半が実装フェーズとなっており、2025年度が一つのマイルストーンとなっています。
- そこで、フィジカルインターネット実現に向けてさらに活動を加速させていくために、22～23年度の取組みをベースとして、**「製・配・販連携協議会」**として、マイルストーンである**「2025年」**までの**「フィジカルインターネット実現に向けた実行宣言」**を行うことを想定しております。
- 内容としては次頁以降参照ください。

フィジカルインターネット実現に向けた実行宣言

商流・物流におけるコード体系標準化

私たちは、製・配・販の連携によるサプライチェーン全体の最適化を実現するために、フィジカルインターネット実現に向けたアクションプランに則り、2025年度末までに以下内容を実行します。

<アクションプラン該当部分抜粋（商流・物流におけるコード体系標準化）>

中項目	小項目	実施主体	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	検討会議体
マスタデータ連携・コード体系整理	商品マスタ (GTIN)	メーカー・卸・小売			標準化に向けたプロジェクトの発足・方針合意	プロジェクト内で標準化の合意・運営体制の合意	順次運用開始 (製配販連携協議会メンバー2026年、メンバー外（大企業）2028年 メンバー外（中小企業）2030)							【新設】 商流・物流における コード体系標準化 WG
	事業所・場所マスタ構築 (GLN等)	メーカー・卸・小売			標準化に向けたプロジェクトの発足・方針合意	運営体制合意	順次運用開始 (製配販連携協議会メンバー2024年、メンバー外（大企業）2026年 メンバー外（中小企業）2030)							
	各種物流コード体系整理 (SSCC、GRAI)	メーカー・卸・小売			各種コード体系の標準化に向けたプロジェクトの発足・方針合意	プロジェクト内で標準化の合意	運用ルールブック作成 順次コード体系の変更 (製配販連携協議会メンバー 2025年 メンバー外（大企業）2027年 メンバー外（中小企業）2029年)							

出典：令和4年度「流通・物流の効率化・付加価値創出に係る基盤構築事業（消費財サプライチェーンにおける商流・物流オペレーション標準化検討）」報告書より加工

<宣言内容>

● 物流商品マスタ PI基本項目の入力徹底と共有

フィジカルインターネット実現に向けて、物流現場のオペレーションを効率化するために必要な商品情報（PI基本項目）について、加工食品メーカーであればジャパン・インフォレックス社のDBに、日用品メーカーであればプラネット社のDBへ、正確な情報を入力する。またその情報をGS1 Japanが運営するGJDB（産業横断レジストリー）を活用し、消費材サプライチェーンの製・配・販三層で共有する。

● 物流標準事業所マスタ

拠点を一意に識別するためのコードの標準化とそのデータベースを構築するために、運用・メンテナンス等の詳細や利用者への提供方法等、引き続き議論していく。

フィジカルインターネット実現に向けた実行宣言 物流資材の標準化および運用検討

私たちは、製・配・販の連携によるサプライチェーン全体の最適化を実現するために、フィジカルインターネット実現に向けたアクションプランに則り、2025年度末までに以下内容を実行します。

<アクションプラン該当部分抜粋（物流資材の標準化および運用検討）>

中項目	小項目	実施主体	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	検討会議体
ケースの標準化	外装表示の標準化 (加工食品物流標準化研究会 内容踏襲)	加メーカー	事業者間の連携による標準化に向けたプロジェクトの発足	プロジェクト内で標準化の合意	社内外の関係者との共有と合意	・外装表示の変更が可能な商品から随時実施 ・外装表示変更完了（製配販連携協議会メンバー2024年メンバー外2025年）								【新設】 物流資材の標準化 および運用検討 WG
	外装サイズの標準化 (加工食品物流標準化研究会 内容踏襲)	加メーカー	事業者間の連携による標準化に向けたプロジェクトの発足	プロジェクト内で標準化の合意	社内外の関係者との共有と合意	・外装サイズの変更が可能な商品から随時実施 ・外装サイズ変更完了（製配販連携協議会メンバー2025年メンバー外2026年）								
パレットの標準化	パレットサイズの標準化 (加工食品物流標準化研究会/ パレット標準化推進分科会内容踏襲)	メーカー・卸	事業者間の連携による標準化に向けたプロジェクトの発足	プロジェクト内で標準化の合意 ※パレット分科会の動向を踏まえる	社内外の関係者との共有と合意 ※パレット分科会の動向を踏まえる	・合意されたパレットに順次変更 ・標準パレット導入完了（2025年）								
	カゴ車その他の標準化	卸・小売			事業者間の連携による標準化に向けたプロジェクトの発足	プロジェクト内で標準化の合意	・順次標準カゴ車へ変更 ・変更完了（2027年）							
コンテナの標準化	クレート標準化	卸・小売			事業者間の連携による標準化に向けたプロジェクトの発足	プロジェクト内で標準化の合意	・順次標準クレートへ変更 ・変更完了（2027年）							
	コンテナ（スマートボックス）の標準化・活用	全体			・スマートボックス検討のためのプロジェクト発足 (製配販連携協議会メンバー) ・標準化、運用ルール検討	プロジェクト発足	・順次標準スマートボックスへ変更 ・変更完了（2030年）							
物流資材マネジメント	RFIDの活用による物流資材・荷物管理	全体		・実証実験を通じて有用性の確認 ・導入に向けてのルール化	社内外の関係者との共有と合意		標準の物流資材を導入するタイミングで、RFIDも搭載							
	物流資材のレンタル共同システムの活用	全体			物流資材共有のためのルール検討		・順次標準のレンタル物流資材に変更 ・変更完了（2027年）							

出典：令和4年度「流通・物流の効率化・付加価値創出に係る基盤構築事業（消費財サプライチェーンにおける商流・物流オペレーション標準化検討）」報告書より加工

<宣言内容>

・ スマートボックスの普及実現に向けて

RFID付折り畳みコンテナ（スマートボックス）の規格化とスマートボックスのレンタル化による共同利用を実現するために、詳細について引き続き議論を進める。

フィジカルインターネット実現に向けた実行宣言

取引透明化に向けた商慣習検討

私たちは、製・配・販の連携によるサプライチェーン全体の最適化を実現するために、フィジカルインターネット実現に向けたアクションプランに則り、2025年度末までに以下内容を実行します。

<アクションプラン該当部分抜粋（取引透明化に向けた商慣習検討）>

中項目	小項目	実施主体	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	検討会議体
商慣行の適正化	物流コストの可視化、取引の際の物流明細提示による取引価格の透明化	メーカー・卸・小売				・現状の実態把握 ・あるべき姿の策定	・物流コストの可視化 ・明細提示のルール策定	商取引における物流費明細提示開始 (製配販連携協議会メンバー2025 メンバー外2027年)					フィジカルインターネット実現の際の物流費用の考え方検討開始	【新設】 取引透明化 に向けた 商取引検討 WG
在庫管理・発注業務	定番商品の発注適正化 (発注単位・発注ロット等)	卸・小売					・定番品の発注のルール化	ルールに沿った運用へ切替 (製配販連携協議会メンバー 2025年、メンバー外2026年)						
	新商品・販促商品の発注適正化 (リードタイム等)	卸・小売					・新商品・販促品の発注のルール化							

出典：令和4年度「流通・物流の効率化・付加価値創出に係る基盤構築事業（消費財サプライチェーンにおける商流・物流オペレーション標準化検討）」報告書より加工

<宣言内容>

● 基準となる物流サービスの水準の明確化

「消費財サプライチェーンにおける物流サービスの明確化およびメニュープライシング導入ガイドライン」の内容に基づき、まずは自社の物流サービスの水準を明確化し、取引先に順次提示する。

フィジカルインターネット実現に向けた実行宣言

データ共有による物流効率化

私たちは、製・配・販の連携によるサプライチェーン全体の最適化を実現するために、フィジカルインターネット実現に向けたアクションプランに則り、2025年度末までに以下内容を実行します。

<アクションプラン該当部分抜粋（データ共有による物流効率化）>


中項目	小項目	実施主体	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	検討会議体	
データ連携基盤	商流・物流データ連携基盤構築	ベンダー	SIPスマート物流 消流・物流基盤構築 順次機能追加												【新設】 データ共有による 物流効率化検討 WG (SIPスマート物流 構築準備会の後継)
共同輸配送・最適化のためのデータ連携マッチング機能	小売・卸配送データの連携・共同配送マッチング機能	小売・卸													
	メーカー輸配送データの連携・共同配送マッチング機能	メーカー・卸	SIPスマート物流 日用消費財ドラッグ・コンビニ 概念実証と実運用テスト	SIPデータ基盤を活用した輸配送の 共同化を納品伝票のデータ連携・ 順次スタート (製配販連携協議会メンバー)				順次、データ連携・共同化参加企業の拡大 (業界間・地域間) (製配販連携協議会メンバー以外)							
	輸配送実績データの共同利用	メーカー・卸・小売													

出典：令和4年度「流通・物流の効率化・付加価値創出に係る基盤構築事業（消費財サプライチェーンにおける商流・物流オペレーション標準化検討）」報告書より加工

<宣言内容>

・ 納品データ電子化による、ペーパーレス、荷受け作業の効率化の推進

納品データの電子化によるペーパーレス、電子化データの事前共有（ASN）による荷受け作業の効率化を実現するために、取りまとめた納品データ共有の際のルールに則り、業界EDIやSIP納品伝票エコシステムを活用していく。



**2024年度
製・配・販連携協議会 活動方針**

2024年7月12日（金）

製・配・販連携協議会 事務局

（作成：公益財団法人流通経済研究所）

2024年度 組織体制

- フィジカルインターネット実現に向けた実行宣言に沿って、主に実行の進捗状況のモニタリングを行う事務局とフィジカルインターネットを推進するために各種議論を行うWGを設置。

<製・配・販連携協議会におけるWGの設置体制>

【総会】 経営トップ

【運営委員会】 役員・部門長クラス

PI推進WG

テーマ① 物流商品マスタ

PI基本項目の維持管理・メンテナンス、共有スキームの進捗確認・共有、データ連携の在り方etc.

テーマ② 物流標準事業所マスタ

物流標準事業所マスタの定義等の維持管理、共有のスキームの詳細検討、データ連携の在り方etc.

テーマ③ データ共有

各業界におけるEDIやSIP納品伝票エコシステムを活用した納品伝票レス、ASNを活用した荷受け作業の効率化の事例共有etc.

事務局

会の運営・継続的な案件実施

- ・サプライチェーンイノベーション大賞
- ・返品実態調査
- ・スマートボックス標準検討
- ・アクションプラン進捗確認調査
⇒賞味期限延長・年月表示化
⇒納品期限の緩和
⇒LT延長
⇒PI基本項目 入力状況
⇒「物流サービスの明確化およびメニュープライシング導入ガイドライン」導入状況等

WGの役割

サプライチェーン全体の視点から、フィジカルインターネットを実現するために、調査、実証、あるべき姿の検討を行う。

➤ 実施内容

- テーマ①物流商品マスタ
- テーマ②物流標準事業所マスタ
- テーマ③データ共有

➤ 出席者

- 実務責任者レベル（+部門長レベル）
- （テーマに関係する協議会外の企業・団体、有識者等にも参加要請）

➤ 登録必須

- 任意

➤ 実施回数

- 年に3回程度（状況に応じて変更あり）
- 必要な場合は都度分科会を設定