

# 「ホワイト物流」推進運動の ご案内と参加のお願い

荷主企業と物流事業者が相互に協力して  
物流を改善していきましょう！



2019年3月

国土交通省・経済産業省・農林水産省

# 「ホワイト物流」 推進運動とは？

深刻化が続くトラック運転者不足に対応し、国民生活や産業活動に必要な物流を安定的に確保するとともに、経済の成長に寄与することを目的に、次の点に取り組む運動です。

- ① トラック輸送の生産性の向上・物流の効率化
- ② 女性や60代以上の運転者等も働きやすいより「ホワイト」な労働環境の実現

物流の改善に向けては、荷主企業・物流事業者等の関係者が連携して相互に改善を提案し、協力して実現することが大切です。



1

## 運動への賛同表明

企業等の皆様には、以下の「自主行動宣言」の必須項目に合意し、賛同表明をお願いします。

### 取組方針

事業活動に必要な物流の持続的・安定的な確保を経営課題として認識し、生産性の高い物流と働き方改革の実現に向け、取引先や物流事業者等の関係者との相互理解と協力のもとで、物流の改善に取り組みます。

### 法令遵守への配慮

法令違反が生じる恐れがある場合の契約内容や運送内容の見直しに適切に対応するなど、取引先の物流事業者が労働関係法令・貨物自動車運送事業関係法令を遵守できるよう、必要な配慮を行います。

### 契約内容の明確化・遵守

運送及び荷役、検品等の運送以外の役務に関する契約内容を明確化するとともに、取引先や物流事業者等の関係者の協力を得つつ、その遵守に努めます。

## 期待できる効果

「ホワイト物流」推進運動への参加で、このような効果が期待できます！

- ✓ 業界の商慣行や自社の業務プロセスの見直しによる生産性の向上
- ✓ 物流の効率化による二酸化炭素排出量の削減
- ✓ 事業活動に必要な物流を安定的に確保
- ✓ 企業の社会的責任の遂行 等



# 「ホワイト物流」推進運動への参加の流れ

「ホワイト物流」推進運動へは、以下の流れでご参加いただけます。

## 01 運動の趣旨へのご賛同

「ホワイト物流」推進運動の趣旨と左記の「自主行動宣言」の必須項目に合意し、賛同表明をお願いします。  
賛同企業名は公表いたします。

## 02 自社で取り組む項目を選定

これに加え、自社としてさらに取り組むことができる項目について、以下の推奨項目を参考に、検討をお願いします。  
※「自主行動宣言」に盛り込んだ推奨項目を公表するかどうかは任意で、随時変更が可能です。

### 「ホワイト物流」推進運動の推奨項目(一部抜粋)

#### A. 運送内容の見直し

- ・ 物流の改善提案と協力
- ・ 予約受付システムの導入
- ・ パレット等の活用
- ・ 発荷主からの入出荷情報等の事前提供
- ・ 幹線輸送部分と集荷配送部分の分離
- ・ 集荷先や配送先の集約 他

#### B. 運送契約の方法

- ・ 運送契約の書面化の推進
- ・ 運賃と料金の別建て契約
- ・ 燃油サーチャージの導入
- ・ 下請取引の適正化



#### C. 運送契約の相手方の選定

- ・ 契約の相手方を選定する際の法令遵守状況の考慮
- ・ 働き方改革等に取組む物流事業者の積極的活用



#### D. 安全の確保

- ・ 荷役作業時の安全対策
- ・ 異常気象時等の運行の中止・中断等

#### E. その他

- ・ 宅配便の再配達への削減への協力
- ・ 引越時期の分散への協力 他

#### F. 独自の取組

- ・ 独自の取組



詳細は「ホワイト物流」推進運動の推奨項目リストを参照下さい

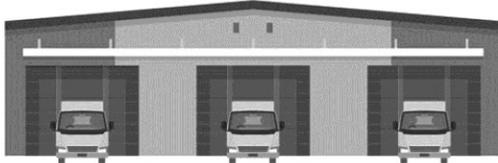
優良な取組は、ポータルサイトにて紹介させていただきます!



※運動への詳しい参加方法等についてはポータルサイトをご参照下さい。  
<https://white-logistics-movement.jp>

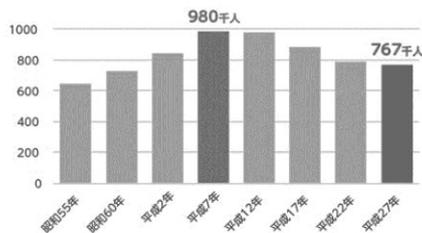


# 「ホワイト物流」推進運動の背景



## 1 トラック運転者はピーク時より減少

道路貨物運送業における自動車運転従事者数の推移  
平成7年 980千人→平成27年 767千人



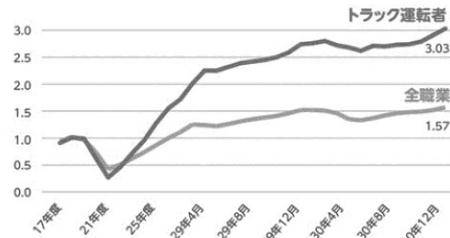
(出典) 国勢調査を基に作成



## 2 トラック運転者の有効求人倍率は3.03倍\*

※平成30年12月

トラック運転者と全職業の有効求人倍率の推移

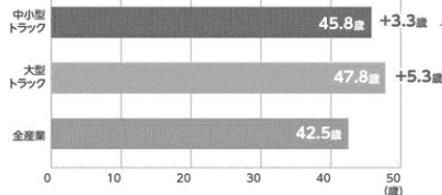


(出典) 厚生労働省からの提供データを基に作成



## 3 トラック運転者は高齢化

トラック運転者と全産業全職種員の平均年齢の比較



(出典) 厚生労働省

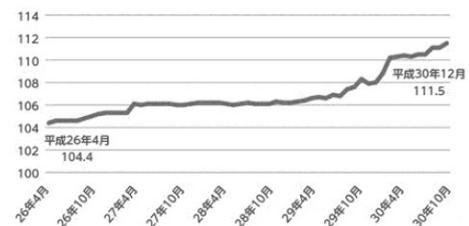
「平成29年度賃金構造基本統計調査」より作成

今後定年等で大量に離職

## 4 トラックの調達コストは上昇

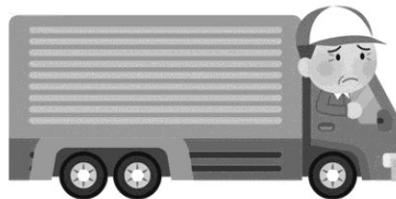
企業向け「道路貨物輸送」サービス料金価格指数推移  
(平成18年(2010年)平均=100)

平成18年を100とすると、平成30年12月は111.5



(出典) 日本銀行

「企業向けサービス価格指数」を基に作成

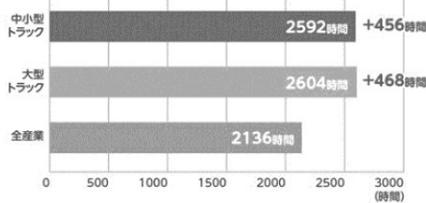


国民生活や産業活動に必要な物流の担い手であるトラック運転者の不足は深刻で、その労働条件や労働環境の改善が不可欠です。そのためには荷主企業の理解と協力も必要です。荷主企業と物流事業者の相互理解の下、連携してサプライチェーン全体の生産性向上に取り組むことが求められています。



### 5 トラック運転者の労働時間は全産業平均より約2割長い

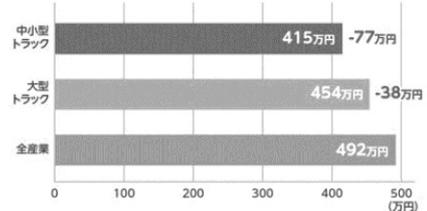
トラック運転者と全産業全職種の平均労働時間の比較



(出典)厚生労働省  
「平成29年度賃金構造基本統計調査」より作成

### 6 トラック運転者の年間賃金は全産業平均より約1~2割低い

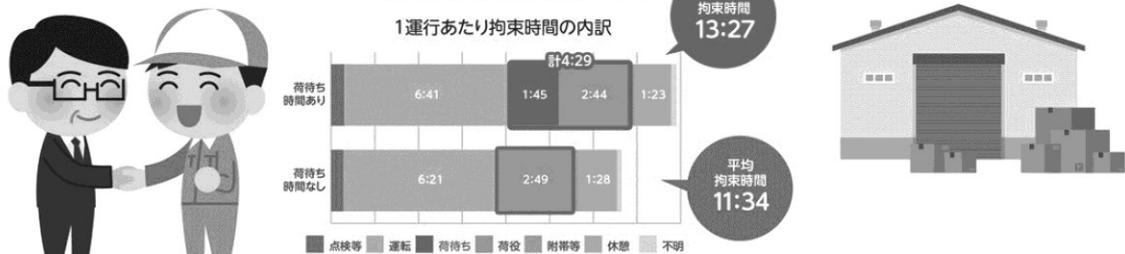
トラック運転者と全産業全職種の平均年間賃金の比較



(出典)厚生労働省  
「平成29年度賃金構造基本統計調査」より作成

### 7 荷待ちや荷役が長時間労働の一因

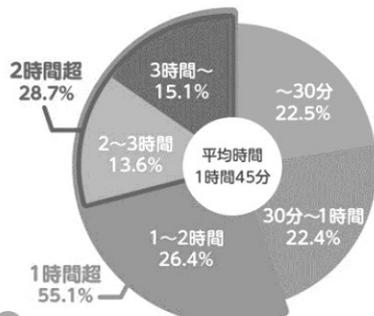
1運行あたり拘束時間の内訳



出典:国土交通省・厚生労働省  
「トラック輸送状況の実態調査」(平成27年)

### 8 荷待ち時間の平均は1時間45分

荷待ちが発生する場合の荷待ち時間の内訳



出典:国土交通省・厚生労働省  
「トラック輸送状況の実態調査」(平成27年)

### 9 手荷役(手積み・手降し)の商慣習の存在



10トン車に、レタスのバラ積み1,200ケース分(1ケース7~10kg程度)のダンボールを、手積み・手降ししている事例

# 荷主企業と物流事業者の協力で改善できる課題の例



CASE  
1

## 長時間のムダな荷待ち が常態化していた

### 課題

#### 先着順での積込・積降し

納品先で、先着順での積込・積降しが行われていた。一方で納品先の荷受け処理能力やトラックバース数には限りがあり、特定時間帯に納品車両が日常的に集中。結果、長時間のムダな荷待ちが常態化。

### 方策

#### 納品先が「予約受付システム」を導入し、 物流事業者が活用

併せて、各トラックバースの荷役予定時間を事前設定する運用変更を実施。



### 成果

- 荷待ち時間・荷役時間の短縮
- 納品先の庫内作業が効率化

物流事業者は予約時刻を前提に運行できるように。これにより、荷待ち時間が大幅に短縮。納品先も庫内作業の効率化が可能となり、時間あたり貨物取扱量が増加。荷役時間が短縮。



CASE  
2

## 手作業での大量の貨物の 積込・積降しが負担に

### 課題

#### 手作業での大量の貨物の積込・積降し

10トン車にレタスのバラ積み1,200ケース分(1ケース7~10kg程度)のダンボールを手積み・手降ししていた。手作業での大量の貨物の積込・積降しは、トラック運転者にとって重労働。

荷主企業にとっては、リードタイムが長くなる要因に。

### 方策

#### パレットの活用

パレットを使用するよう、物流事業者と発荷主・着荷主が調整。パレットの費用の負担や保管・返却方法について、関係者との間で合意。

これを踏まえて、手作業からフォークリフトによる荷役作業に移行。

### 成果

- 荷役時間が大幅に短縮
- リードタイムも短縮

荷役時間 2~3時間⇒20~40分に  
全体的なリードタイムの短縮も実現。

全国の様々な業種の荷主と物流事業者が、例えばIT機器などを活用して、定量的に運行データ等を把握するなど、物流の改善について相互に提案・協議し、協力して業務内容の見直しに取り組むことにより、以下のような課題を解決し、物流の効率化やトラック運転者の長時間労働の是正等の成果を上げています。



CASE

3

### 適切な配車を行える 時間的な余裕がない

#### 課題

#### 時間的な余裕がなく、荷待ちが発生

荷主企業の受注締切直後からの物流事業者の配車業務開始。

荷待ちの生じない適切な配車を行う時間的な余裕なし。

#### 方策

荷主企業から物流事業者に、受注締切前に確定前の受注情報（出荷情報）を事前共有し、物流事業者は事前準備を実施。

これにより、物流事業者が余裕を持って適切な配車を実施できるように。

#### 成果

- ・荷待ちの生じない配車の実現
- ・荷主企業の作業も効率化

荷待ちの生じない適切な配車が可能となり、トラック運転者の拘束時間が短縮。

荷主企業も、荷待ちの削減により構内スペースの有効活用や混雑緩和が図られ、作業が効率化。



CASE

4

### 夜間や早朝の積み込み 作業が発生していた

#### 課題

#### 夜間や早朝の積み込み作業 (リードタイムに余裕のない中での作業)

当日12時受注締切⇒翌日午前配達を行っていた。

※予測物量で荷役と配車を行うため波動により作業が遅延し、積み込み作業も夜間や早朝になり、出発も遅延。

#### 方策

当日12時締切⇒翌々日 午前配達（又は午後配達）に変更。

受注時間の前倒し、又は配達時間の後ろ倒しにより、受注から配達までのリードタイムを延長。

#### 成果

- ・夜間や早朝の積み込み作業が減少
- ・納品時刻遵守

リードタイムの延長により、夜間や早朝の積み込み作業が減少し、トラック運転者の拘束時間が短縮。

荷主企業も、出発遅延が解消され、顧客に提示した納品時刻を遵守できるように。荷役作業スタッフの労働時間も短縮。

※その他の事例については「荷主と運送事業者の協力による取引環境と長時間労働の改善に向けたガイドライン」(厚生労働省・国土交通省・全日本トラック協会)を参照ください。

<http://www.mlit.go.jp/common/001260158.pdf>

荷主企業と物流事業者が  
相互に協力して  
物流を改善していきましょう!



Webでも情報を随時発信します!

「ホワイト物流」推進運動

検索

<https://white-logistics-movement.jp>

国土交通省自動車局貨物課

経済産業省商務・サービスグループ物流企画室

農林水産省食料産業局食品流通課

【問い合わせ先】

国土交通省自動車局貨物課「ホワイト物流」推進運動担当

電話：03-5253-8575(直通)

# 食品ロス削減に向けた納品期限緩和の取組の進捗と今後の展開について

平成31年4月12日 農林水産省

農林水産省は、食品ロス削減に向けた小売事業者の納品期限緩和の取組等について公表します。

## 1. 背景

食品ロスを削減するため、農林水産省は、補助事業にて製造業・卸売業・小売業の話し合いの場となる「食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム」の設置を支援し、小売事業者の納品期限緩和等の商慣習の見直しを推進しています。商慣習の一つとして、賞味期間の1/3以内で小売店舗に納品する慣例、いわゆる「1/3ルール」があり、この「1/3ルール」のもとでは、賞味期間の1/3を超えて納品できなかったものは、賞味期限まで多くの日数を残すにも関わらず、行き場がなくなり廃棄となる可能性が高まります。このため、厳しい納品期限を緩和することは食品ロスの削減につながる事が期待されます。納品期限緩和については、一定程度、取組の拡大が図られていますが、地方の食品スーパー等への拡大が今後の課題となっています。

## 2. 取組状況

### 1. 小売事業者における納品期限緩和

以下のように、小売事業者における納品期限緩和の取組は拡大しているところです。

これまで飲料及び賞味期間180日以上菓子類の納品期限緩和を推奨してきており、更に平成30年度食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチームのとりまとめにおいては、

(ア)購入後の消費が早いカップ麺について、飲料や菓子と同様に緩和を推奨、

(イ)家庭内で一定期間保管する袋麺やレトルト食品について、納品期限緩和を前提として小売り各社で検討する品目としました。

他の品目についても、小売店舗や家庭における廃棄等の問題がないと思われる場合は、サプライチェーン全体での食品ロス削減を実現するため、各小売事業者において積極的に緩和に向けた検討を行うことが求められます。

#### (1) 総合スーパー

社名	内容	開始時期	実施地域
イオンリテール株式会社およびグループGMS6社*1	飲料(ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1) 菓子(賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1)	イオンリテール(株)が2016年3月開始。以降、各社、順次開始(実施済み)	全店舗
株式会社イトーヨーカ堂	酒類(主要メーカー2社のビール、納品期限を製造後1か月→3か月)	2012年2月	全店舗
	飲料(ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1、販売期限を賞味期限6分の4残し→6分の1残し)	2013年9月	全店舗
	菓子(賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1、販売期限を賞味期限6分の4残し→6分の1残し)		
カップ麺、袋麺(納品期限を3分の1→2分の1)	2019年4月以降緩和予定		

ユニー株式会社	飲料(主要メーカー 5 社のドライ飲料、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)	2013 年 10 月	中京 2 センターの管轄店舗
	PB(納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)		
株式会社イズミ	加工食品・飲料・菓子等(賞味期限 150 日以上で納品期限を 45%、150 日以内で 40%)	2010 年	全店舗
	輸入品等(納品期限を 50%)		

※1イオングループGMS6社: イオンリテールストア株式会社、イオン北海道株式会社、イオン九州株式会社、イオンストア九州株式会社、イオン琉球株式会社、イオンスーパーセンター株式会社

## (2) 食品スーパー、ドラッグストア

社名	内容	開始時期	実施地域
マックスバリュ 8 社 <sup>*1</sup>	飲料(ドライ飲料、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)	イオンリテール(株)が 2016 年 3 月開始。以降、各社、順次開始	全店舗
	菓子(賞味期限 180 日以上、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)		
株式会社サッポロドラッグストア	飲料(ドライ飲料、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)	2019 年 1 月	全店舗
	菓子(賞味期限 180 日以上、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)		
生活協同組合コープさっぽろ	加工食品・飲料・菓子等(賞味期限 60 日以上、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)	2016 年 4 月	全店舗
株式会社ヨークベニマル	飲料(ドライ飲料、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)	2018 年 3 月	全店舗
	菓子(賞味期限 180 日以上、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)		
株式会社大阪屋ショップ	加工食品・飲料・菓子等(賞味期限 180 日以上、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)	2005 年時点で実施済	全店舗
カスミ株式会社	飲料(ドライ飲料、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)	2017 年 1 月	全店舗
	菓子(賞味期限 180 日以上、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)		
株式会社ヤオコー	加工食品・飲料等の常温加工食品(米、菓子、酒類を除く。納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)	2019 年 4 月開始	全店舗
生活協同組合コープデリ連合会	加工食品・飲料・菓子等(賞味期限 180 日以上、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)	2018 年 1 月	全店舗
株式会社ヨークマート	酒類(主要メーカー 2 社のビール、納品期限を製造後 1 か月→3 か月)	2013 年 9 月	全店舗
	飲料(ドライ飲料、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1、販売期限を 6 分の 4→6 分の 1)	2013 年 9 月	全店舗
	菓子(賞味期限 180 日以上、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1、販売期限を 6 分の 4→6 分の 1)		
株式会社東急ストア	飲料(主要メーカー 5 社のドライ飲料、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)	2013 年 8 月	全店舗
アコレ株式会社	飲料(ドライ飲料、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)	2019 年 3 月	全店舗
	菓子(賞味期限 180 日以上、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)		
イオンビッグ株式会社	飲料(ドライ飲料、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)	2019 年 9 月中に緩和完了予定	
	菓子(賞味期限 180 日以上、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)		
株式会社山陽マルナカ	飲料(ドライ飲料、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)	2016 年 4 月	全店舗
	菓子(賞味期限 180 日以上、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)		
株式会社レッドキャベツ	飲料(ドライ飲料、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)	2018 年 3 月	全店舗
	菓子(賞味期限 180 日以上、納品期限を 3 分の 1→2 分の 1)	2019 年 2 月	

※1マックスバリュ8社: マックスバリュ北海道株式会社、マックスバリュ東北株式会社、マックスバリュ南東北株式会社(菓子は納品期限延長実施済。飲料は、2019年4月1日より納品期限延長実施予定)、マックスバリュ中部株式会社、マックスバリュ北陸株式会社、マックスバリュ西日本株式会社、マックスバリュ長野株式会社(ベンダー1社を除き完了)、マックスバリュ九州株式会社

### (3) コンビニエンスストア

社名	内容	開始時期	実施地域
株式会社セイコーマート	加工食品・飲料・菓子(賞味期限180日以上)・カップ麺等(納品期限を2分の1で運用)	2011年6月	全店舗
ミニストップ株式会社	飲料(ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1)	2016年9月	全店舗
	菓子(賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1)	2018年6月	
株式会社セブンイレブン・ジャパン	飲料(ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1)	2014年11月	全店舗
	菓子(賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1)		
	カップ麺(納品期限を3分の1→2分の1)	2019年8月	
株式会社ファミリーマート	飲料(ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1)	2015年4月	全店舗
	菓子(賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1)	2017年11月	
	カップ麺(納品期限を3分の1→2分の1)	2019年3月	
国分グロースーズチェーン株式会社	飲料(ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1)	2018年8月	全店舗
	菓子(賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1)	2019年10月	
	カップ麺(納品期限を3分の1→2分の1)	2019年10月	
山崎製パン株式会社 デイリーヤマザキ事業統括本部	飲料(ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1)	2015年4月	全店舗
	カップ麺(納品期限を3分の1→2分の1)	2019年3月	
株式会社ローソン	飲料(ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1)	2015年4月	全店舗
	菓子(賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1)	2017年9月	
	カップ麺(納品期限を3分の1→2分の1)	2019年10月	
株式会社ポプラ	飲料(ドライ飲料、納品期限を3分の1→2分の1)	2016年4月	全店舗
	菓子(賞味期限180日以上、納品期限を3分の1→2分の1)	2017年9月	
	カップ麺(納品期限を3分の1→2分の1)	2019年10月	

ワーキングチーム事務局(公益財団法人流通経済研究所)調べ。平成31年3月末時点調べ

【参考】取組企業の年間売上業態別シェア(2017年度決算状況等により算出)

総合スーパー:10社シェア81%※1

食品スーパー:19社シェア16%※2

コンビニエンスストア:8社シェア93%※3

※1 主要16社のうちの食品売上高のシェアを算出

※2 食品スーパー971社のうちの19社の食品売上高のシェアを算出

※3 コンビニ全体のうちの8社の総販売額のシェアを算出

## 2. 汎用物流センターでの実証実験

複数の小売事業者が、物流センターを共有している場合、物流センター段階での納品期限は最も厳しい小売事業者と合わせる事となるため、納品期限緩和には汎用物流センターを活用している全ての小売事業者の協力が必要となります。

このため、事業者に御協力いただき、汎用物流センター及び全ての小売店への納品期限を緩和し、その効果を検証しております。

本年8月まで実証実験を行った後、汎用物流センターや小売店での廃棄の状況等を検証し、結果を公表する予定です。

## 3. 専用物流センター経由の場合の納品期限の在り方

小売事業者が納品期限を緩和した際、その効果を発揮するためには専用物流センターでも以下の

取組が必要となります。

(ア)小売業者が店舗納品期限を緩和した場合には、その緩和幅に合わせて、当該小売業の専用物流センターはメーカーからの入荷期限を緩和する。

(イ)小売業者が店舗納品期限を緩和した場合、その情報をメーカーにも通達し、情報共有を徹底する。

#### 4. 今後の取組

以上の結果を踏まえ、今後は地域の食品スーパー等に納品期限緩和の取組を拡大し、食品ロスの削減を進めていきます。

特に汎用物流センターを活用している小売業者においては、汎用物流センターを活用するすべての事業者が納品期限を緩和しない限り、その効果が発揮できないことから、積極的な取組が求められます。

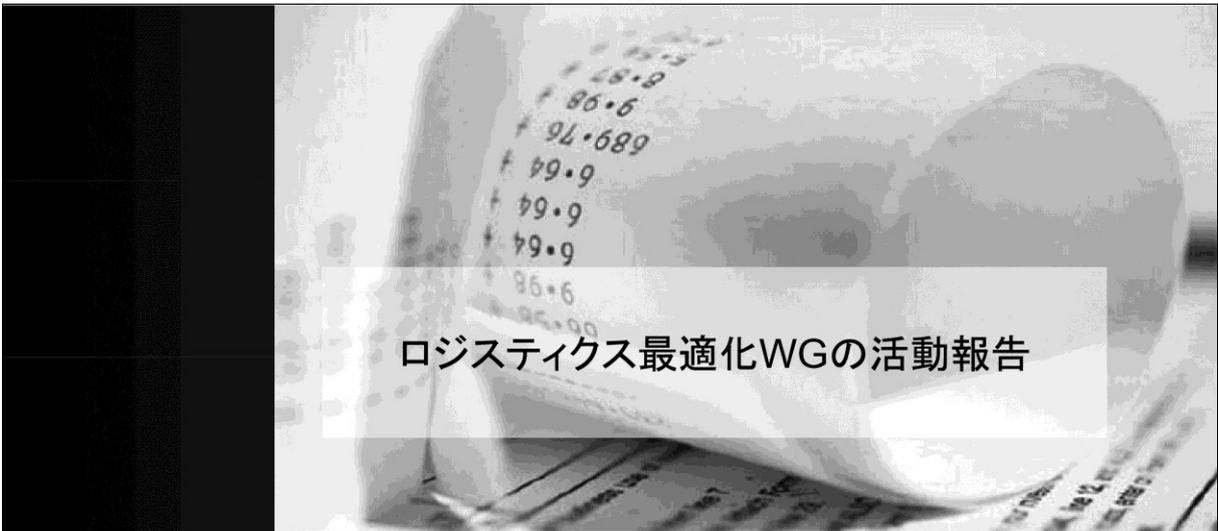
#### (参考)

平成30年度食品ロス削減のための商慣習検討WT加工食品検討会とりまとめ(公益財団法人流通経済研究所)  
[http://www.dei.or.jp/foodloss/pdf/190220\\_03.pdf](http://www.dei.or.jp/foodloss/pdf/190220_03.pdf)(PDF:1,774KB、外部リンク)

お問合せ先

#### **食料産業局バイオマス循環資源課食品産業環境対策室**

担当者:野島、齋藤  
代表:03-3502-8111(内線4319)  
ダイヤルイン:03-6744-2066  
FAX番号:03-6738-6552



## ロジスティクス最適化WGの活動報告

2018年7月6日  
製・配・販連携協議会  
ロジスティクス最適化ワーキンググループ  
(作成:公益財団法人流通経済研究所)

©2018公益財団法人流通経済研究所

## 2. 返品実態報告 — 調査概要

---

### ■ 調査の目的

- 返品削減推進の前提として、返品の実態把握と問題意識の共有を図ることを目的として、返品実態調査を実施した。

### ■ 調査の方法

- 製・配・販連携協議会に加盟する卸売業及び小売業に対し、アンケート形式で調査を行った。

### ■ 調査の項目

- 卸売業調査
  - ・ 小売業への売上高、小売業からの返品額、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、メーカーへの返品理由
  - ・ 返品処理経費
- 小売業調査
  - ・ 卸売業等からの仕入額、卸売業等への返品額、卸売業等への返品理由

©2018公益財団法人流通経済研究所

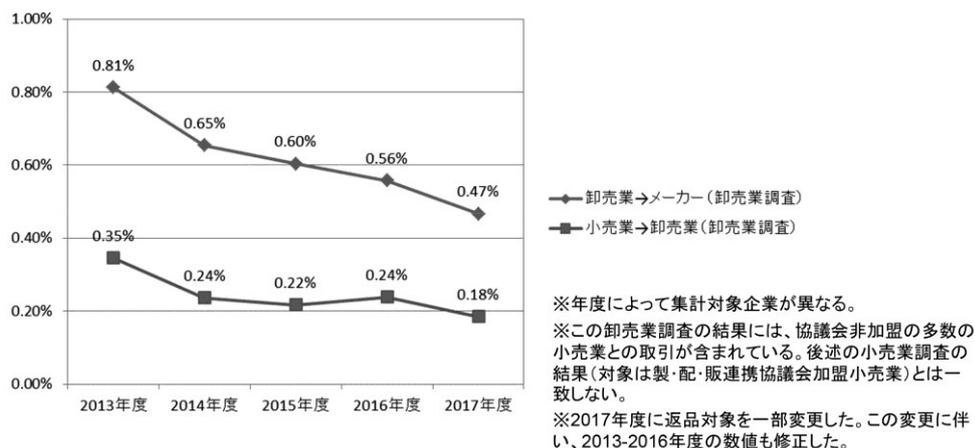
5

## 2.1 加工食品の返品実態報告

### (1) 返品率の推移－卸売業調査

- 加工食品の2017年度の返品率は、卸売業からの返品・小売業からの返品いずれも前年度に比べて低下した。
  - － 「卸売業→メーカー」の返品率は2017年度に0.47%、前年度よりも低下した。
  - － 「小売業→卸売業」の返品率は0.18%、前年度よりも低下した。

加工食品の返品率の推移(2013年度～2017年度)



©2018公益財団法人流通経済研究所

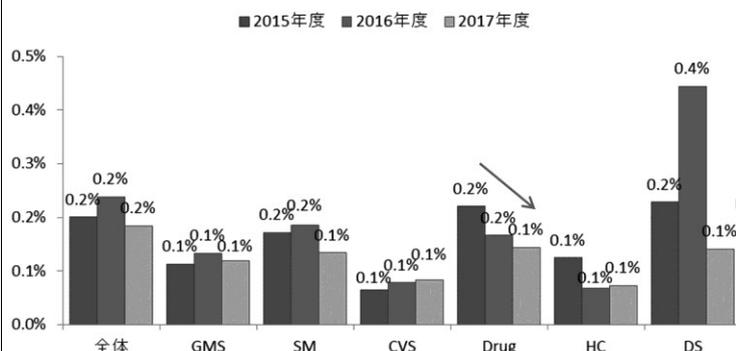
6

## 2.1.加工食品の返品実態報告

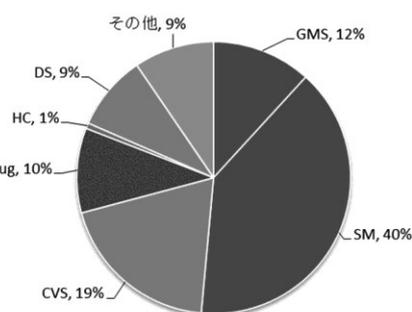
### (2) 小売業態別の返品率－卸売業調査

- 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、2017年度はCVS・HC以外の全業態で、前年度よりも低下した。
  - － ドラッグストアの返品率は2017年度に0.1%であり、2015年度以降低下し続けている。

主要業態別の返品率(2015・2016・2017年度)



主要業態別の売上構成比 (2017年度)



©2018公益財団法人流通経済研究所

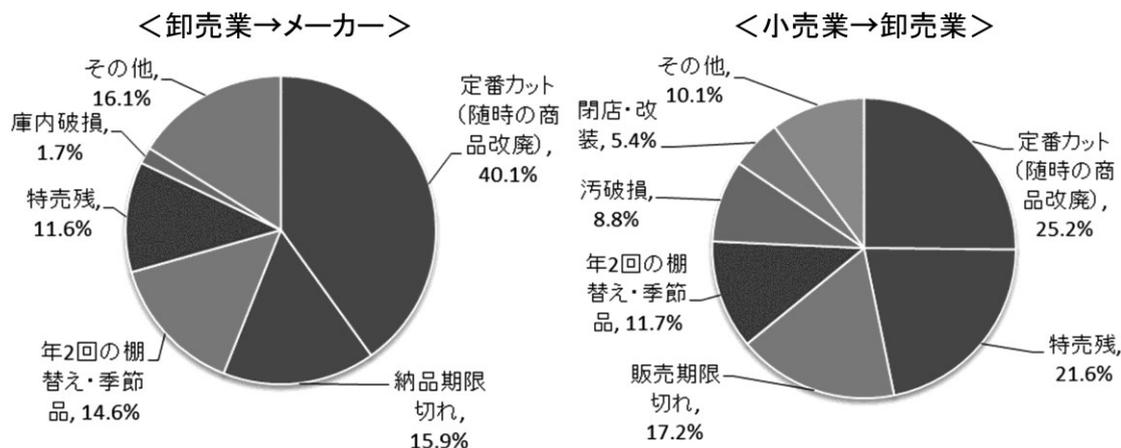
7

## 2.1.加工食品の返品実態報告

### (3) 返品が発生理由－卸売業調査

- 「卸売業→メーカー」の返品が発生理由は、「定番カット」(40.1%)が最も多く、「納品期限切れ」(15.9%)、「年2回の棚替え・季節品」(14.6%)が続いている。
- 「小売業→卸売業」の返品では、「定番カット」(25.2%)が最も多く、「特売残」(21.6%)、「販売期限切れ」(17.2%)が続いている。

加工食品の返品が発生理由(2017年度)



©2018公益財団法人流通経済研究所

8

## 2.1.加工食品の返品実態報告

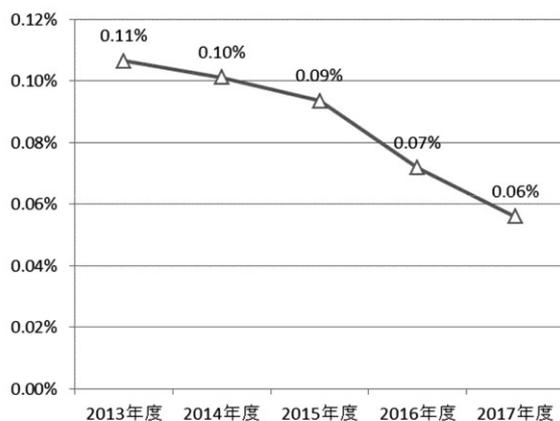
### (4) 返品率・返品発生理由－小売業調査

- 小売業調査における「小売業→卸売業」の返品が発生理由は「汚破損」(48.9%)、「その他(メーカー起因等)」(28.3%)など、例外的な事由によるものが中心となっている。

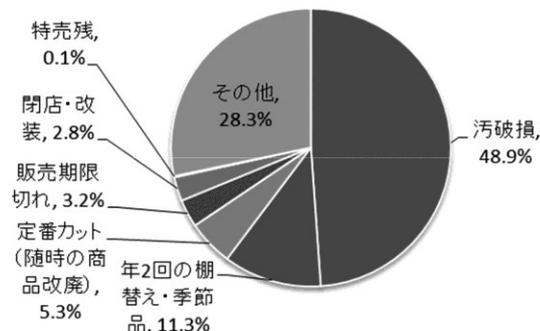
加工食品の小売業から卸売業への返品実態

＜返品率の推移＞

△ 小売業→卸売業(小売業調査)



＜返品が発生理由(2017年度)＞



※年度によって集計対象企業が異なる。

※この小売業調査の対象は製・配・販連携協議会加盟小売業であり、前述の卸売業調査の結果(加盟卸売業を対象とした、協議会非加盟の多数の小売業との取引が含まれている回答結果)とは一致しない。

©2018公益財団法人流通経済研究所

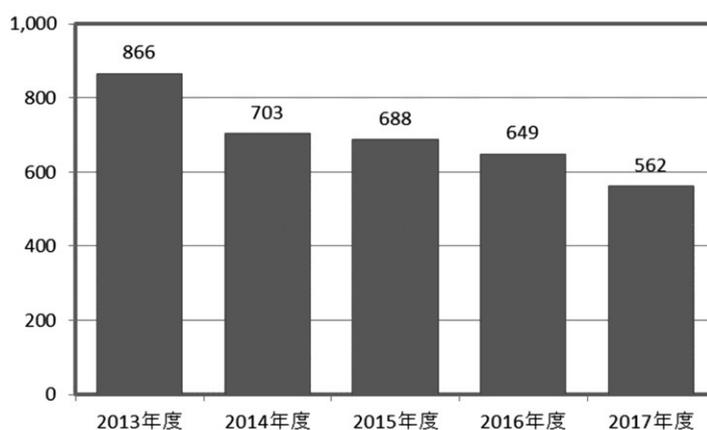
9

## 2.1.加工食品の返品実態報告

### (5)業界全体の返品額推計

- 業界全体の「卸売業→メーカー」の返品額を推計した。
- 2017年度の業界全体の返品額は562億円と推計される。  
(返品額推計値の減少には、返品率の低下が影響している。)

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～2017年度、億円)



※2017年度に返品対象を一部変更した。この変更に伴い、2013-2016年度の数値も修正した。

©2018公益財団法人流通経済研究所

10