

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」

製・配・販連携協議会 2022年度 取引透明化に向けた商慣習検討WG 成果報告(案)

2023年6月

公益財団法人流通経済研究所

製配販連携協議会 2022年度活動方針

これまでのWG等活動、フィジカルインターネット実現会議に基づき、製・配・販連携協議会として スーパーマーケット等(加工食品・日用雑貨)アクションプランを実行を推進する。

2021年度WG等活動

- ロジスティクス最適化WG:返品実態調査・リードタイム延長実証・事例共有
- スマート物流構築準備会:内閣府SIPスマート物流との取組:物流データ連携、共同輸配送
- リテールテクノロジー勉強会:経産省RFID事業等の成果共有



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作成



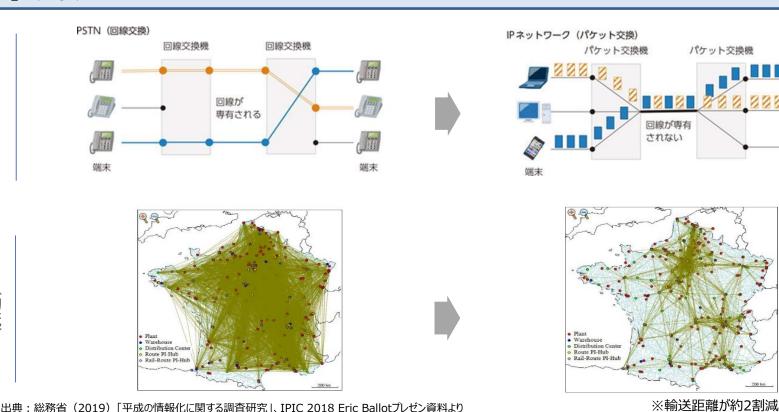
2022年度の活動方針・課題

- 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。

フィジカルインターネット(次世代の物流システム)

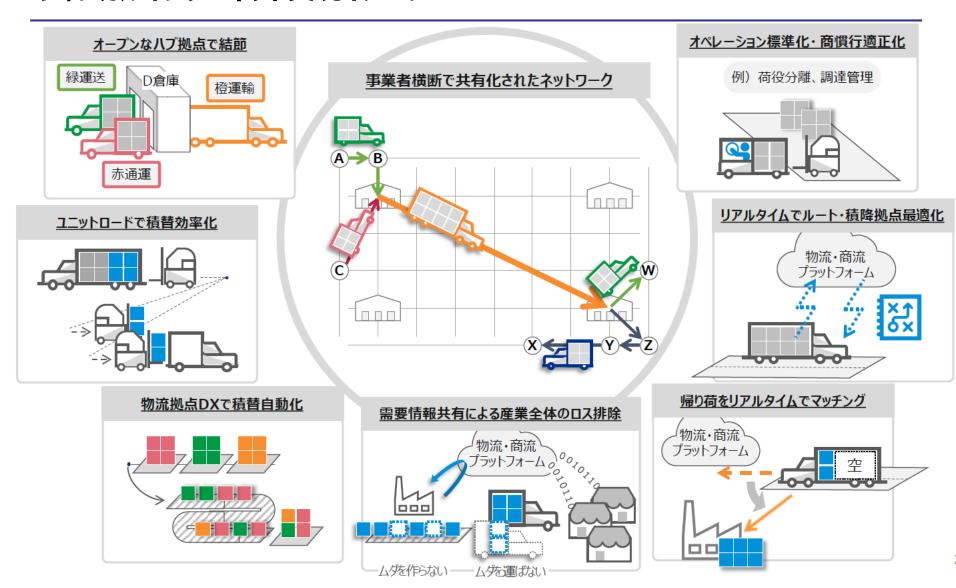
フィジカルインターネッ

- フィジカルインターネットとは、インターネット通信の考え方を、物流(フィジカル)に適用した新しい物流の仕組みとして、2010年頃に提案されて以降、国際的に研究が進められている。
- デジタル技術を駆使し、物資や倉庫、車両の空き情報等を見える化し、規格化された容器に詰められた た貨物を、複数企業の物流資産(倉庫、トラック等)をシェアしたネットワークで輸送するという共同輸 配送システム。
- 2020年、ALICE(欧州物流革新協力連盟)は、2040年までの「フィジカルインターネット・ロードマップ」を発表。



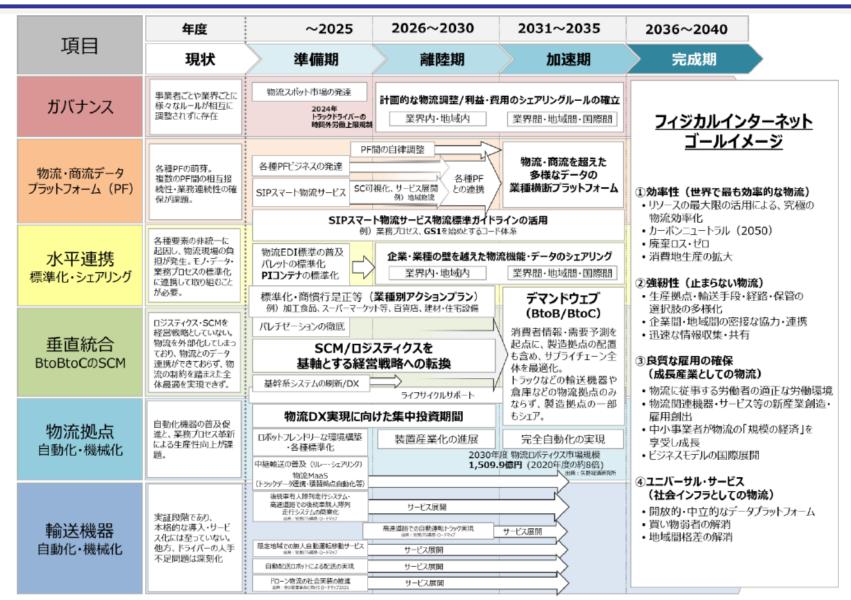
端末

フィジカルインターネット実現イメージ



出典:令和3年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業(スーパーマーケット等における流通・物流の諸問題に関する調査)調査報告書

(参考資料) フィジカルインターネット・ロードマップ



出典: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」

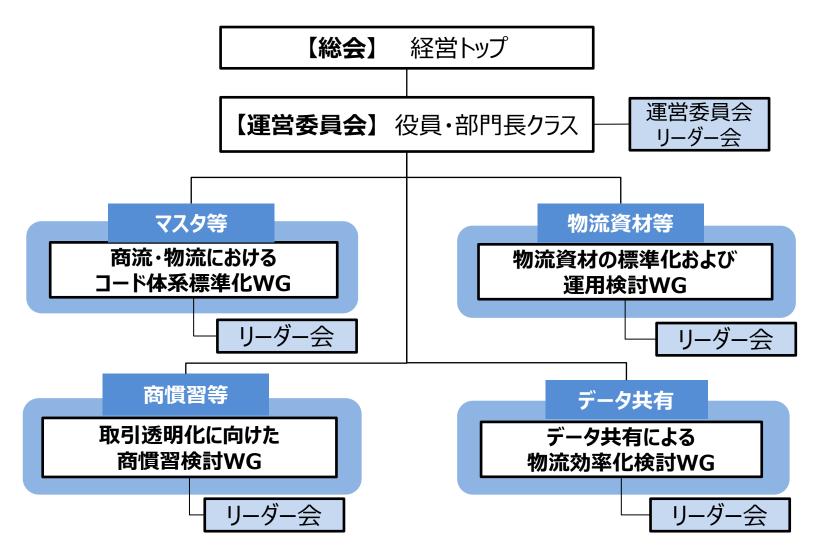
(参考資料)フィジカルインターネット実現会議スーパーマーケット等WG報告書 2030年に向けたアクションプラン

大項目		中語目	小道目	実施主体	2020	2021	2022	2022	2024	2025	2026	2027	2025	2029	2020	MANAGER C
大項目		十項目	小項目 商品マスタ (GTIN)	実施主体 メーカー・卸・小売	2020	2021		2023 プロジェクトので標準化の 名意 運用金額の名意	順次運用開始	2025			2028		2030	検討会議体
物流・資液デー タ プラットフォーム	₹.	スタデータ連携	事業所・場所マスタ構築(GLN等)	メーカー・卸・小売			##6:08:170Fz	運営体制合意・II	次運用開始	議会メンバー2026年				030年)	-	【新設】 商流・物流における
	٦	ド体系整理					2トの発促・方針:出版 各種コード発光の概算	(製配販連携協議会メンバー2024年、メンバー外(大企員 プロフェクトやで乗車化 運用ルールブック作成			集) 2026年、火バー外(中小企業)2030年)					コード体系標準化WG
	⊢		各種物流コード体系整理 (SSCC、GRAI)	メーカー・部・小売	-	標準終品伝統	化に向けたプロジェクト の発足・方針合業	on章 伝言の電子化完	順次コード体系の変更	(製配知事情協議会)	ンバー 2025年 メンバー	外 (大企業) 2027年	またパー外 (中小金	■) 2029年)	2	
			納品伝票の電子化・ASN運用	メーカー・卸・小売		電子化を検討			シバー2024年 メンバ	(一外2025年)						各社の取組
	11	青報流の整理	流通BMSに準拠したEDIの導入徹底	卸-小売	流通BMSに準拠し	たEDIの導入(製造	版連携協議会メンバー	2022年 メンバータ	12024年)	次世代受験注シ	ステムの構想検討	(業種樹斯 GS1	対応)			流通BMS推進協議会
			業界標準EDI導入徹底	加食メーカー・卸 日雑メーカー・加	各業門標準EDI導入(製配板連灣協議会メバー2022年 メンバー外2024年)								各社の取組			
	Ŧ	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 i 順次機能追加	商流·物流基盤構築										
	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				,								【新設】 データ共有による物流
			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 E 概念実証と実運用		質財ドラッグ・コンビニ SIPデータ基盤を活用した軸旋送の共同化・納品伝際のデータ連携 膜次スタート(発送販売機合シンパー)							効率化検討WG (SIPスマート物流 構築準備会の後継)		
			輸配送実績データの共同利用	メーカー・卸・小売	MOXIL COM		400	· (Electronia)	and the same of th							Marie Mario Miller
			幹線輸送の最適共同化・中級輸送	メーカー				,	:						_	
	١.	共同輸配送	D C配送の最適共同化	x-b10		順次、データ連携・共同化参加企業の拡大(業界間・地域間)										
	共同期間法		お舗配送の最適共同化	小売・卸		(製配販産排協議会メンバー以外)									各社の取組	
	_				共同輸配送・共同拠点利用の取組の拡大(業界内・地域内) (製配形連携協議会メンバー)											
			メーカー拠点の最適共同化	メーカー	Vannation and February 2000 And Fig. 1.											
		共同拠点利用	舒拠点の最適共同化	90												
			小売拠点の最適共同化	小先												
水平連携		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路襲)	カロメーカー	事業を禁む連携による 概事化に指すた プロジェクトの発足	プロジェクト内で 標準化の会業	社内外の関係者との 共有と台家	·外裁表示:企業が可能 -外裁表示企業向了(数	以際品が精神実施 配板連携協議会メンバー20	24年 北バー外2025年))]					
原準化·共同化		9-人の標準化	外装サイズの標準化 (加工食品物流標準化研究会内容強襲)	カロメーカー	事業質型の連携による プロジェクトの発足	事事化に対対た プロジェ 標準化	201-内で 201-内 201-	係者と - 外務サイ: - 外務サイ:	(の食更が可能な食品が) (食更充了 (食配給海角	御竹実施 日間会大シバー2025年 メン	(C-#12026#)					
			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路襲)	×-nm	事業有限の連携による プロジェクトの発足	原準化に向けた プロジェ の作業	の小小で根準化 社内外の間 と作業		れたパレットに順次変 レット導入完了(20							
	그=ット	パレットの標準化	カゴ車その他の標準化	卸-小売		/LxGara	事業を必要をはある。 事業を必要をはある。 事をはおけるプロジェクトの 発足	力ジェクト内で	順次標準カゴ車・変更完了 (20)	◇室更			-			[#19]
	ロード の 標準化		クレート標準化	卸-小売			事業を行うのでき	JUSTONALS	順次標準クレー	へ変更						物流資材の標準化 および運用検討WG
		プロンテナ・クレートの 標準化	コンテナ(スマートボックス)の標準化・活用	24			JULITORIA	標準化の会理 のプロジェクト発足(製配	・変更完了 (20)	:7年) ・順次標準スマート	ポックスへ変更					
		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		- 東股京副を遺伝と				・変更完了 (203 導入するタイミングで、		/				
						和特性の確認 ・購入に向けてのルール化	社内外の関係者との		標準の物流員材を・順次標準のレンタ		RFIDEMEN					
			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		- 変更完了 (202	7年)						散網進行中
	存情器の適正化		終品制限の機利 (實味期限180日以上の商品の1/3ルール→1/2へ)	小売	納品期限の緩和完了 総統的にモニタリング	了(如 配知G車網協議会	全メンバー2022年 メンバ	-外2023年)								製配販連携協議会にて モニタルグ 取組進行中
			賞味期限の年月日表示→年月表示化	メーカー	順次年月表示化	(製配販連携協	議会メンバー2024年	メンバー外20	25年)							製配販売用協議会にて
	R	情報の施止化	加工食品流通における納品リードタイムの延長実施	加食メーカー・卸 (小売)	基本的な考え方と 取組の方向性策定	- 東京東部東京 - 西級の際の4-14東京	・超工会長のメーカー・影響の1 (製剤を選用協議会メンバー200	- ドライム電視常了 SR: メンパー外2024年)		ステムをリバイス次等 前倒し (2030年)	E)					モニタルグ 取組進行中 製配販達開協議会にて
			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			・現状の実施の機 ・あるべきの様常	・物施工ストの可能化・ 物施業との人一人検定		物流費明細提示開				ネット実現の際の物は	在費用の考え方	モニタルグ 【新設】 取引透明化に向けた
			RCSIMMMの取引に POS・在唐データの共有	小卷			-au cyconic	W	(美術の成功を持ち	3議会メンバー2024	年 メンバー外20	27年)	検討開始			高取引検討WG 各社の取組
		計画業務		小売・卸・メーカー			・POS、在庫データの 物流利用の検討	- 共和の -ルール	ためのルール検討 の策定	・各種データ共有	開始					各社の取組
			販売計画・需要予測の共有				5=50°C'001	プロジェクトウでルール	順次運用開始							
			VMIの利用	メーカー・卸・小売			た力ジェクトの発足	o n m		議会メンバー2026年	メンバー外(大企業) 2028年、メンバ・	-外 (中小企業) 2	030年)		各社の取組
垂直統合	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 ・新商品・販促品の列		ルールご沿った運	月へ切替 ミメンバー2025年 メンバ						【新設】 取引透明化に向けた
BtoBtoCの SCM			新商品・販促商品の発注適正化(リードタイム等)	卸-小売							-912026#)					商取引検討WG
	納品業務		納品伝票の標準化・導入 (加工食品物流標準化研究会内容 跳装)	加食メーカー・卸	-標準化均同(2): プロジェクトを開発 -標準化均限の企業	・他外外の関係者と 作業・任業の定要 ・服務機関に制定	・原学的技仏教育入院也 ・製化財産情報業会のポー	第 入完了 (2023年)	-製配板運用自議会×3 (2025年)	パー外企業導入完了						加工食品物流 標準化研究会
			加工食品における ASNを活用した検品レス	加食メーカー・卸	ルール検定 ASNI (製能	E活用した検品レスの 販達携協議会メンバ	導入 「2025年、メンバー外)	2026年)				4	J			流通・物流の効率化
			日用雑貨品における ASNを活用した検品レス	日雑メーカー・卸		758+16000FD00 7-988000000 8098888	導入のための よール検定	検品レスの導入	#⊕√\:/[_2024@	メンバー外は2026年	2					付加価値創出に係る 基盤構築事業
			(物流資材へのRFID導入検討) 納品スケジュール最適化、バース予約システムの効果的運	メーカー・卸		RUNANS	4	(Beal, acce) is an		をパース予約シス ・) -) = 2.5 (# 35 HE W)	et			各社の取組
			用による待機時間削減 納品跡におけるドライバー業務の標準化	・物流事業者 メーカー・卸・小売	実施把機		ルール検討			オペレーションの見違し						持統可能な加丁食品
				・物流事業者 メーカー・	Xeica		(物流コスト明報選挙と	セットで検討()	N-NICERE AND		(PRECEDENT MARKY)	JA-20264 3J	(-9/420284)			物流検討会
			運送依頼・報告の電子化	物论事案者		運送依頼システ	ひの捨入									各社の取組
			販売・在庫情報パッチ処理→リアルタイム化	メーカー・小売・卸		の刷新(2030年)										各社の取組
			バース予約システム導入	卸·小壳	・バース予約シス	テムの導入完了(製配販連携協議会メ	ンバー2023年	メンバー外2025年	b						各社の取組
	倉庫マテハン機器		荷卸し・格納の自動化 (ロボット革命IOTイニシアティブ協議会物流倉庫TCと連携)	全体		Dボット革命10Tイニ	LVE-CROSS O									D#sh#ATOT
物流拠点 自動化·機械化			ビッキングの自動化 (ロボット革命IOTイニシアティブ協議会物流倉庫TCと連携)	全体		切状が下帯切りのイイニ 物流倉庫TCとの連打 標準化モデルの作成	男-脚題抽出			(ユニットロードの標準化等酸まえ) 各種食管マデル技機の導入					ロボット革命IOT イニシアティブ協議会 物液倉庫TC	
			積み込み作業の自動化 (ロボット革命IOTイニシアティブ協議会物流倉庫TCと連携)	全体												

出典:経済産業省「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報告書」

製·配·販連携協議会 2022年度活動体制

- 製・配・販連携協議会に4つのWGの全体会とリーダー会を組成した。
- また、全体調整を行う運営委員会リーダー会を設置した。



【参考】製·配·販連携協議会参加企業一覧(54社:2023年4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

アサビビール株式会社

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

キユーピー株式会社

キリンビール株式会社

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

資牛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

□−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>20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

■ WG参加企業

製<メーカー>	配<卸売業>	販 <小売業>
アサヒグループジャパン株式会社 ☆	株式会社あらた ☆	株式会社アークス
味の素株式会社 ☆	伊藤忠食品株式会社	イオン株式会社
アース製薬株式会社	加藤産業株式会社	株式会社イズミ ☆
花王株式会社	国分グループ本社株式会社	株式会社スギ薬局 ☆
キユーピー株式会社 ☆	株式会社日本アクセス ☆	株式会社西友
キリンビール株式会社 ☆	株式会社PALTAC	株式会社ファミリーマート
コカ・コーラ カスタマーマーケティング株式会社	三井食品株式会社	株式会社マツキヨココカラ&カンパニー
サッポロビール株式会社	三菱食品株式会社	
サントリー食品インターナショナル株式会社		
日清食品株式会社 ☆		
ハウス食品株式会社		
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		
□−ト製薬株式会社		※☆はリーダー会参加事業者

■ WG運営スケジュール

■ 第1回会合

- リーダー会 2022年 9月6日(火) 10:00-12:00
- 全体会 2022年 9月13日(火) 10:00-12:00

■ 第2回会合

- リーダー会 2022年 11月8日(火) 10:00-12:00
- 全体会 2022年 11月15日(火) 10:00-12:00

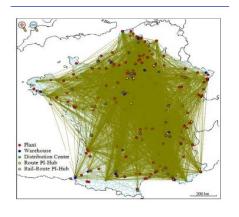
■ 第3回会合

- リーダー会 2023年 1月31日(火) 10:00-12:00
- 全体会 2023年 2月14日(火) 10:00-12:00

検討の方針・考え方 取引透明化に向けた商慣習検討WGの位置づけ

フィジカルインターネット実現のキーとなる「共同輸配送・共同拠点利用」を妨げるような商慣習の整理を行い、あるべき姿を検討する。

フィジカルインターネット



課題とWGとの関係

WG₁

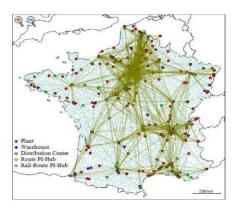
物流インフラや貨物のデータ化 見える化

<u>左図のような共同輸配送・共同拠</u> <u>点利用を実現するために、</u>

WG₂

(物理的に) 運びやすくする

- ・上記を妨げるような商慣習の整理
- ・ (特に物流効率化を妨げていると言われている) <u>商品価格と物流コストを一括で提示する商慣習について</u>どうあるべきかの検討



WG3

運びやすくするための 商慣習の見直し

WG4

データ利用の際の ルール化

を行い、ガイドライン等を作成する。

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 (取引透明化に向けた商慣習検討WG 該当部分抜粋)

• アクションプランの大項目「垂直統合(BtoBtoCのSCM)」の小項目「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」・「定番商品の発注適正化」・「新商品・販促商品の発注適正化」について、店着価格制のような、共同輸配送、共同拠点利用を妨げるような商慣習の整理を行い、取引の際の物流明細提示化など各種商慣習のルール化を行う。

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	トの可視化、 メーカー・ の物流明細提示 知: 小売 ・物流コスト 可視化 ・ のあるできるの策定 ・ 明細提示・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・			(製配販)	らける物流費の 重携協議会メ 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					
在庫管理	定番商品の発注適正化 (発注単位・発注ロット等)	制・小帝		発注の	ルールに沿った運用へ切替							【新設】 取引透明化 に向けた 商取引検討 WG		
•発注業務	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		1	(製配販連携協議会メンバー 2025年、メンバー外2026年)						

出典:経済産業省「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報告書」

取引透明化に向けた商慣習検討WG 検討の方針・考え方 取引透明化に向けた商慣習検討WGの目的 成果物

目的

- 物流条件ごとのメニュー化(メニュープライシング)実施ガイドライン
- 物流の効率化に向けて、ボトルネックとなっている商慣習について体系的に整理し、基本取引価格における基本物流条件を定義し、物流条件を変えることでコストの増減を反映できるようメニュー化を図る。また、あわせて受発注システム(業界EDI、流通BMS等)にメニュー追加が可能か検討する。(流通BMS推進協議会と連携)

取引透明化に向けた商慣習検討WG 検討の方針・考え方 検討のステップ

- 物流サービス・費用の実態についてWG参加企業にアンケート実施。
- アンケート結果よりメニュープライシングの導入に向けて検討すべき項目の整理を実施。
- 整理した項目を基に、具体的にメニュープライシング導入の方法について、ガイドラインをとりまとめた。

メニュープライシング 実施ガイドライン

1. 物流サービス・費用についての実態把握

- ✓ 消費財特有の物流効率化インセンティブが働きにくい状況の確認
- ✓ WG参加企業に現状の物流サービス・費用についてアンケート実施

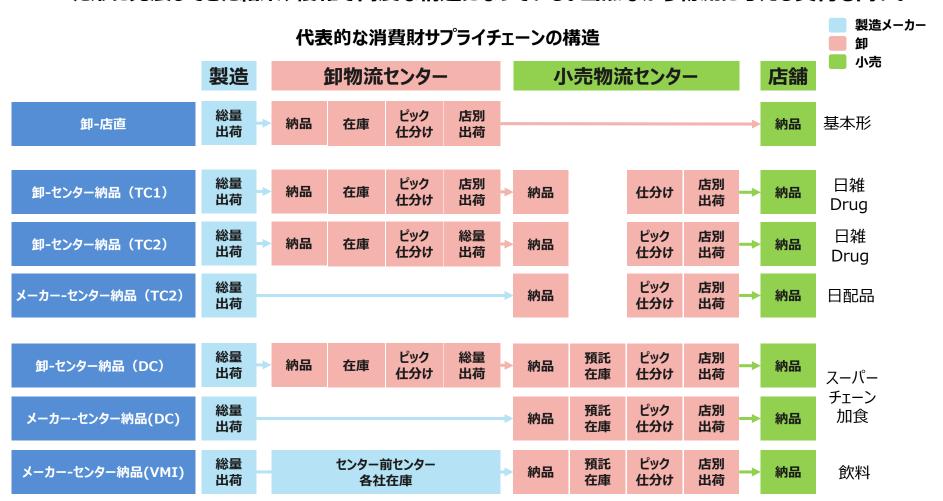
2. メニュープライシング導入に向けた項目 の整理

- ✓ 基準となる物流サービスの水準を規定する項目の整理
- ✓ 物流サービスの高低を規定する項目の整理
- ✓ 基準となる物流サービスの水準の目安整理
- ✓ 物流サービスの高低を規定する項目の変数検討

3. ガイドライン(案)とりまとめ

✓ ガイドライン(案)のとりまとめ

■ 消費財サプライチェーンは、形状が異なる多種多様な商品を提供する多くのプレイヤーが存在し、 消費財という特性上、きわめて高回転に商品が動く特徴を持つ。消費者のニーズに合わせてタイム リーに商品を提供するために、消費財のサプライチェーンは商品カテゴリーや小売業の業態に適し た形に発展してきた結果、複雑で高度な構造になっている。当然ながら物流に与える負荷も高い。



取引透明化に向けた商慣習検討WG 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>



く消費財サプライチェーン>



あるべき姿 物流サービスの明確化 メニュープライシングの導入

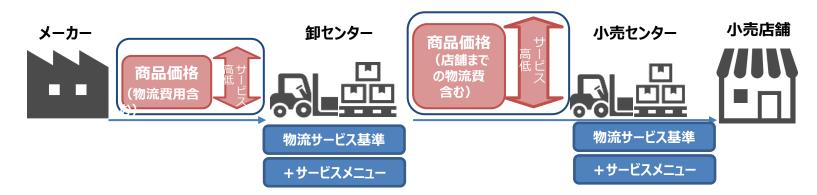
■ 物流事業者へ業務を委託する発荷主が取引において、基準となる物流サービスの水準を明確化し、そこから物流サービスの高低に応じて物流コスト分を上下させる価格体系(メニュープライシング)を導入することで、不明瞭であった「誰がどこからどこまで行うか」という物流サービスの内容を明確化させ、尺度とした物流インセンティブを働かせる仕組みを構築することが考えられる。

<現行の消費財サプライチェーン>





<u>くあるべき姿></u>



メニュープライシングについて 前提: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」について別途収受することとされている。

「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、別途収受す ることとされています。 運賃(運送の役務の対価)

7年11年11日 12日本教

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

取引透明化に向けた商慣習検討WG メニュープライシングについて 基本的な考え方

メニュープライシングの基本的な考え方は、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。

①基準となる 物流サービスの水準を規定する項目

②物流サービスの高低を規定する項目

発注方式

デジタルorアナログ

最低発注・配送ロット

効率的なロット調整

リードタイム・納品日

× リードタイムの調整 納品日の調整

受け渡し場所・方法

附帯作業有無

返品

返品の有無

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 or 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)	車上渡し or 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				

メニュープライシングについて 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

<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.qs1jp.org/forum/pdf/2020 logistics 1.pdf)

メニュープライシングについて 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

<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、卸・小 売間ともに、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。

メニュープライシングについて 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

く 基準より短い リードタイム

基準以下の 附帯作業 附带作業有無

と 追加の 附帯作業

- <

返品の有無

あり

メニュープライシングについて 物流サービスの高低を決める項目の変数について

<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

リードタイムの調整 納品日の調整

附帯作業有無

その他

<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)

く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

<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.

<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.

メニュープライシングについて 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るべき。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。

<カテゴリー等での一定の取り決めの必要性>

各社があまりにも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となってしまう恐れもある。本目安をベースとしつつ、例えば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。

(EX:フードサプライチェーン・サステナビリティプロジェクト (FSP) 等の活動を参照

https://www.gs1jp.org/forum/pdf/202207_taisyo.pdf)

<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。

<委託先物流事業者との契約にも反映させる>

本ガイドラインは、主に荷主間の物流における取り決めについて記載しているが、荷主間で取り決めを行った後に、物流事業者とも同様の業務内容で業務委託契約がなされることが望まれる。これにより、誰が何をどこまでやるかといった業務内容が明確になり、物流の効率化が進むとともに、物流事業者における働き方改革に資することが期待される。

取引透明化に向けた商慣習検討WG 今後について

(1) サプライチェーンイノベーション大賞による優良事例の共有

製・配・販連携協議会では、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」という表彰制度があるが、メニュープライシングの導入の優れた事例についても、本表彰制度で積極的に共有していく。

(2)契約の際の物流サービス基準およびメニュープライシングのひな型作成

物流業務を委託する発荷主各社がメニュープライシングを導入しやすくするために、契約の際に取り交わす、基準となる物流サービスおよびメニュープライシングのひな型※のようなものが必要であり、引き続き製・配・販連携協議会取引透明化に向けた商慣習検討WGにて検討し、作成していくものとする。

※

どの粒度でどの程度の内容にするか等、詳細は今後の議論とする。

また、ひな形を作成するに際しては、基準となる物流サービスの水準がバラバラになりすぎると却ってオペレーションが煩雑になる恐れがあるため、 業界で一定の水準を決めた上で、このひな形にその水準を盛り込むことを合わせて検討していく。

(3)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。