

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

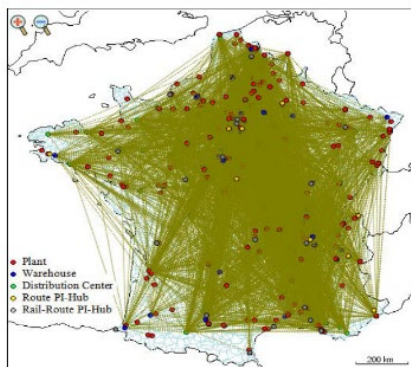
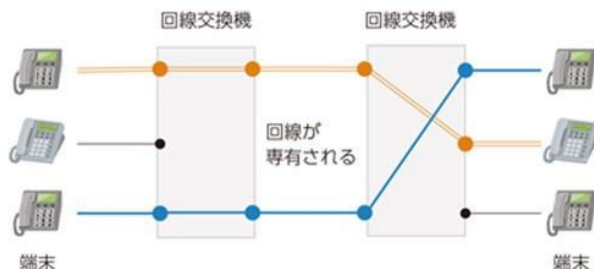
- サプライチェーン全体の最適化を実現するため、フィジカルインターネット・スーパーマーケット等アクションプラン実行。
- 優先課題である「商流・物流におけるコード体系標準化」「物流資材の標準化および運用検討」「取引透明化に向けた商慣習の見直し」「データの共有の際のルール化」について、ワーキンググループを設置し、検討。

フィジカルインターネット（次世代の物流システム）

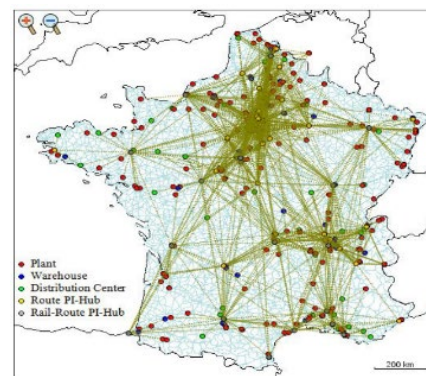
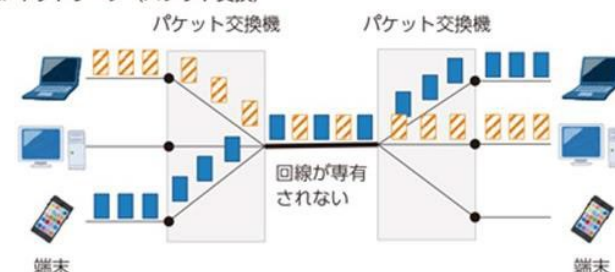
- フィジカルインターネットとは、インターネット通信の考え方を、物流（フィジカル）に適用した新しい物流の仕組みとして、2010年頃に提案されて以降、国際的に研究が進められている。
- デジタル技術を駆使し、物資や倉庫、車両の空き情報等を見える化し、規格化された容器に詰められた貨物を、複数企業の物流資産（倉庫、トラック等）をシェアしたネットワークで輸送するという共同輸配送システム。
- 2020年、ALICE（欧州物流革新協力連盟）は、2040年までの「フィジカルインターネット・ロードマップ」を発表。

デジタルインターネット
(インターネット通信)
フィジカルインターネット
(物流)

PSTN（回線交換）



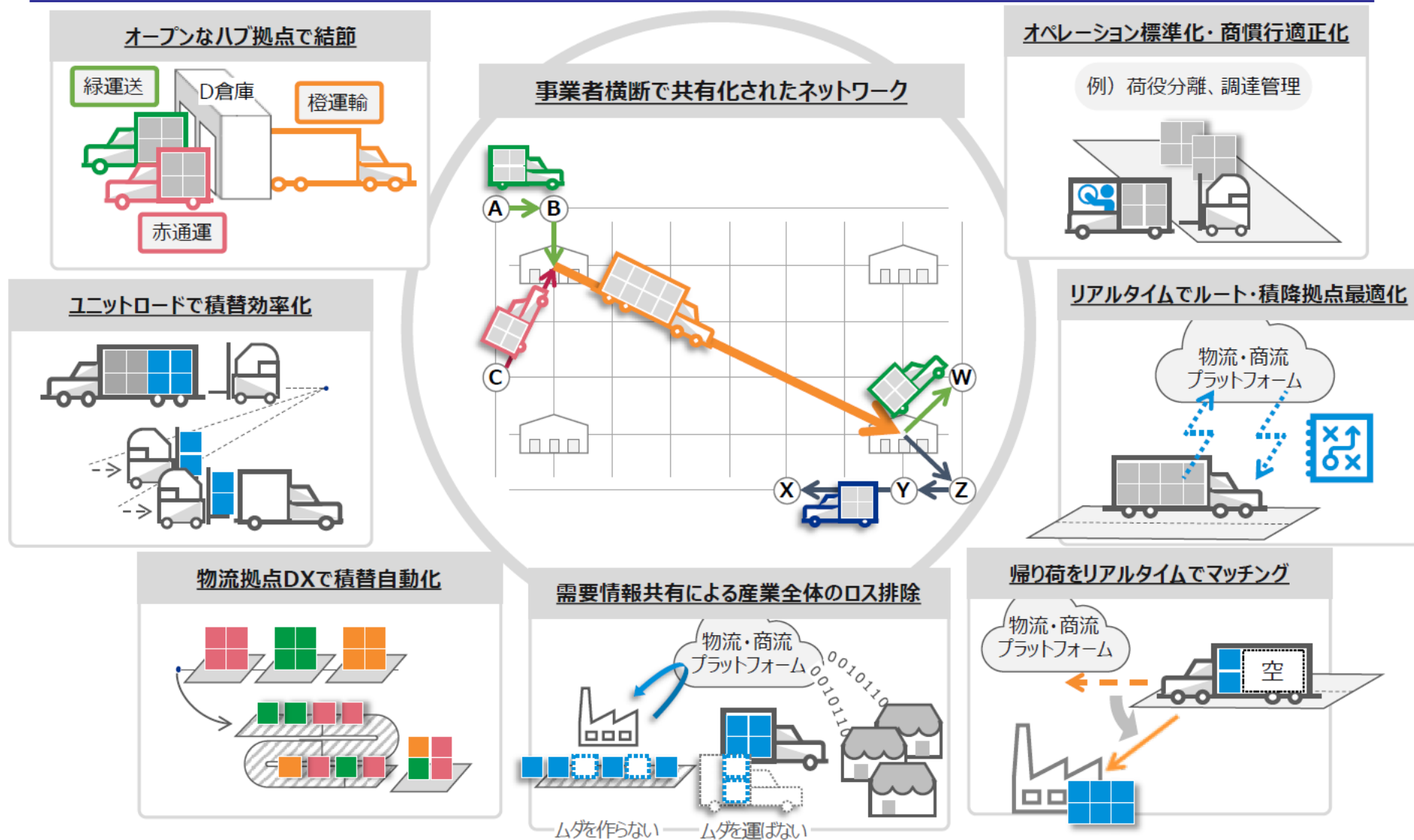
IPネットワーク（パケット交換）



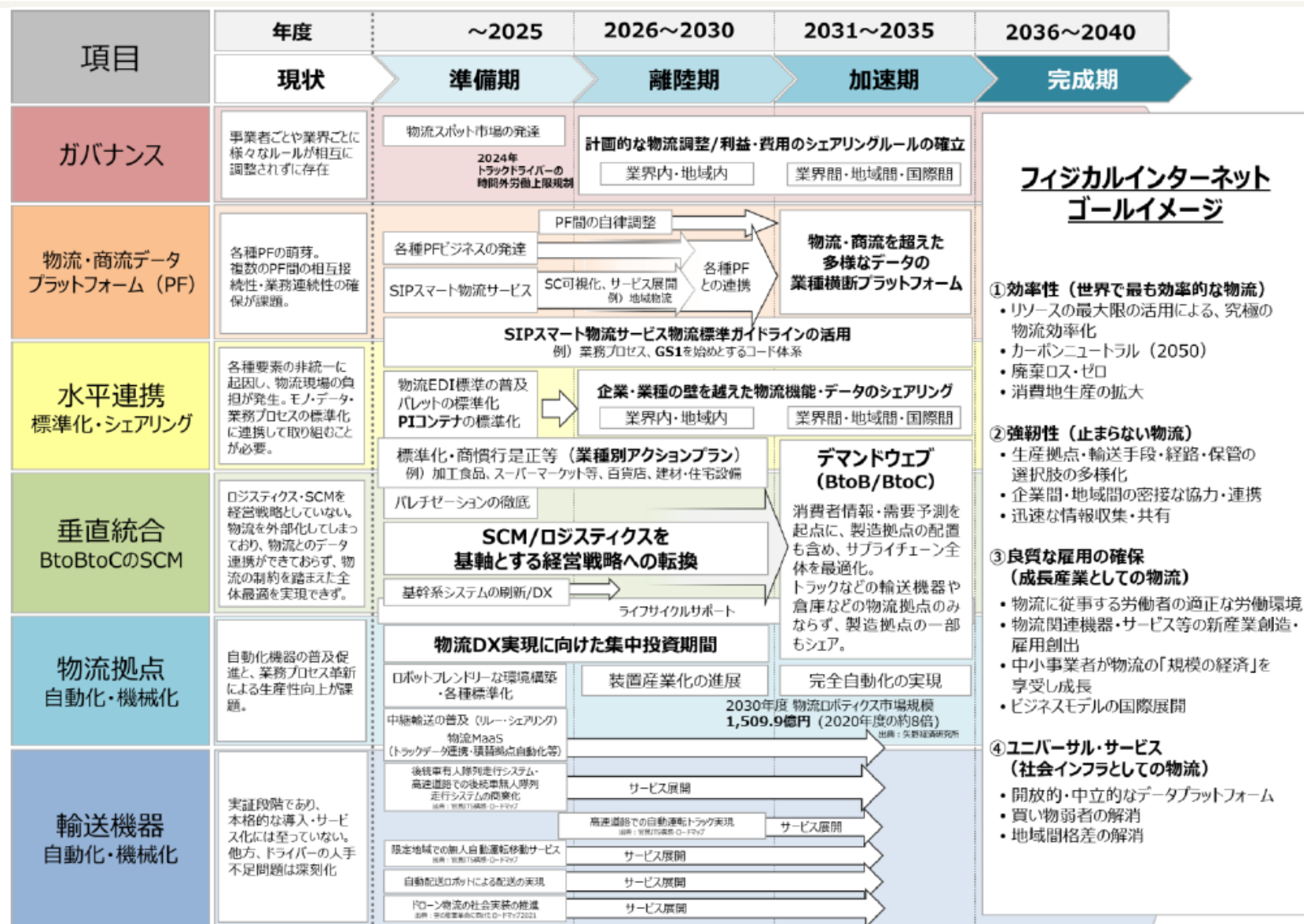
※輸送距離が約2割減

出典：総務省（2019）「平成の情報化に関する調査研究」、IPIC 2018 Eric Ballotプレゼン資料より

フィジカルインターネット実現イメージ



(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」

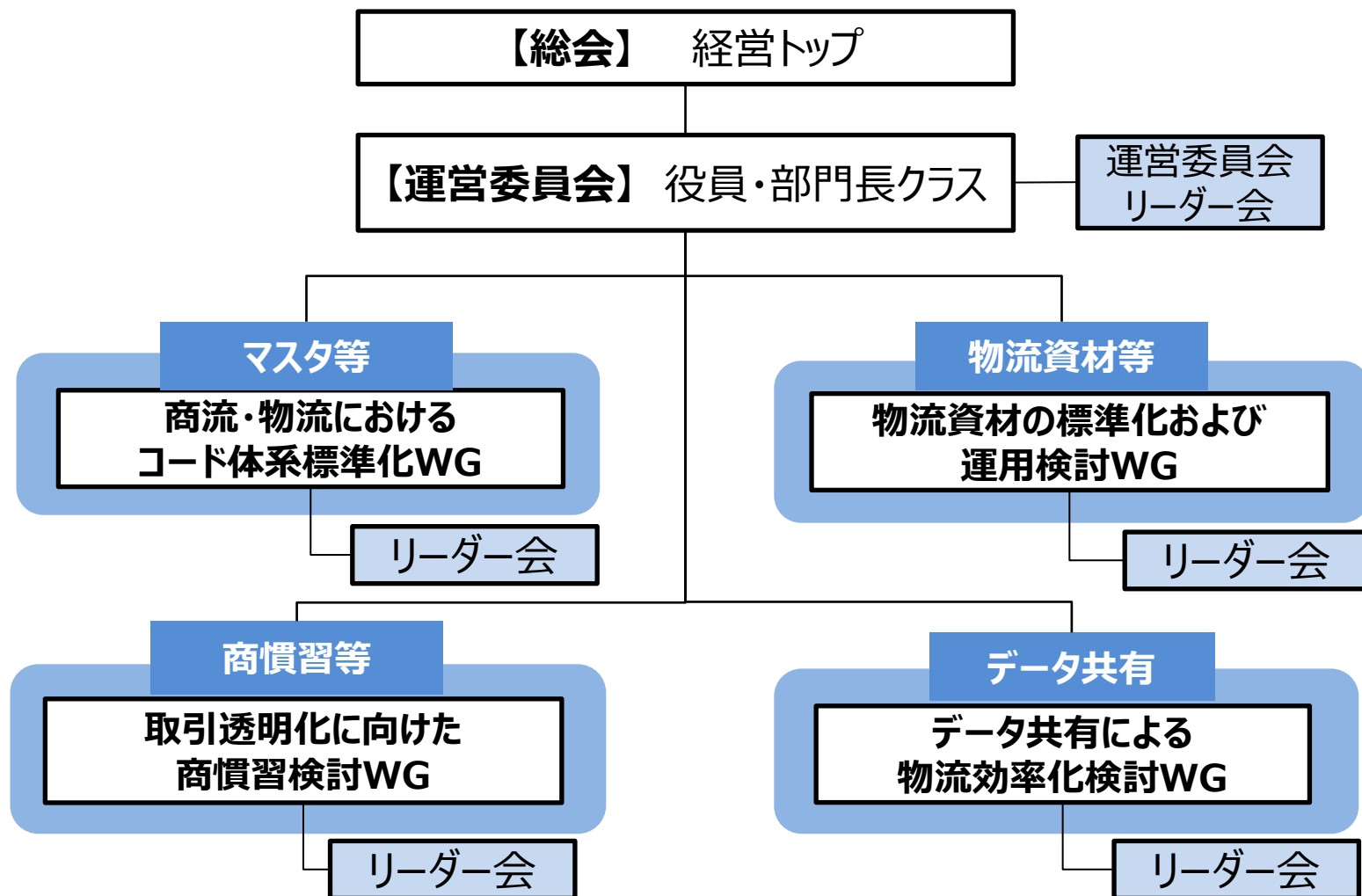
**(参考資料) フィジカルインターネット実現会議スーパーマーケット等WG報告書
2030年に向けたアクションプラン**

大項目	中項目	小項目	実用年度	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	検討/備考
物流・流通サービスプラットフォーム	マスタデータ連携 コード体系整理	商品マスタ (GTIN)	メーカー部・小売			※商品マスタの連携 （2020年度）	マスタデータ連携 （2020年度）	商品マスタの連携 （2020年度）	商品マスタの連携 （2020年度）	商品マスタの連携 （2020年度）	商品マスタの連携 （2020年度）	商品マスタの連携 （2020年度）	商品マスタの連携 （2020年度）	商品マスタの連携 （2020年度）	【特記】 商品・物流にわたる コード体系整理WG
		事業者・場所等外部連携 (GLN等)	メーカー部・小売			事業者・場所等外部連携 （2020年度）	事業者・場所等外部連携 （2020年度）	事業者・場所等外部連携 （2020年度）	事業者・場所等外部連携 （2020年度）	事業者・場所等外部連携 （2020年度）	事業者・場所等外部連携 （2020年度）	事業者・場所等外部連携 （2020年度）	事業者・場所等外部連携 （2020年度）	事業者・場所等外部連携 （2020年度）	
		各種物流コード体系整理 (SSCC、GRAI)	メーカー部・小売			各種物流コード体系整理 （2020年度）	各種物流コード体系整理 （2020年度）	各種物流コード体系整理 （2020年度）	各種物流コード体系整理 （2020年度）	各種物流コード体系整理 （2020年度）	各種物流コード体系整理 （2020年度）	各種物流コード体系整理 （2020年度）	各種物流コード体系整理 （2020年度）	各種物流コード体系整理 （2020年度）	
	情報流通の整理	納品伝票の電子化・ASN活用	メーカー部・小売			納品伝票の電子化完了 （2020年度）	納品伝票の電子化完了 （2020年度）	納品伝票の電子化完了 （2020年度）	納品伝票の電子化完了 （2020年度）	納品伝票の電子化完了 （2020年度）	納品伝票の電子化完了 （2020年度）	納品伝票の電子化完了 （2020年度）	納品伝票の電子化完了 （2020年度）	納品伝票の電子化完了 （2020年度）	各社の取組
		流通MSに準拠したEDIの導入取組	メーカー部・小売			流通MSに準拠したEDIの導入 （2020年度）	流通MSに準拠したEDIの導入 （2020年度）	流通MSに準拠したEDIの導入 （2020年度）	流通MSに準拠したEDIの導入 （2020年度）	流通MSに準拠したEDIの導入 （2020年度）	流通MSに準拠したEDIの導入 （2020年度）	流通MSに準拠したEDIの導入 （2020年度）	流通MSに準拠したEDIの導入 （2020年度）	流通MSに準拠したEDIの導入 （2020年度）	流通MSに準拠したEDIの導入 （2020年度）
		集荷標準EDI導入取組	卸・メーカー部・一部 小売・一部メーカー部			集荷標準EDI導入 （2020年度）	集荷標準EDI導入 （2020年度）	集荷標準EDI導入 （2020年度）	集荷標準EDI導入 （2020年度）	集荷標準EDI導入 （2020年度）	集荷標準EDI導入 （2020年度）	集荷標準EDI導入 （2020年度）	集荷標準EDI導入 （2020年度）	集荷標準EDI導入 （2020年度）	各社の取組
	データ連携基盤	物流・物流データ連携基盤構築	ベンダー			S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	【特記】 データ連携による物流 効率化の促進（S2Pマスト 物流構築の推進）
		小売・卸・配送データの連携・共同配送マスタ機能	小売部			S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	
		メーカー・卸・配送データの連携・共同配送マスタ機能	メーカー部			S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	
水産資源 確保・共有化	共同輸配送・農産物の ためのデータ連携 マスタ機能	輸送・共同配送データの連携・共同配送マスタ機能	メーカー部・小売			S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	【特記】 データ連携による物流 効率化の促進（S2Pマスト 物流構築の推進）
		輸送・共同配送データの連携・共同配送マスタ機能	メーカー部・小売			S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	
		輸送・共同配送データの連携・共同配送マスタ機能	メーカー部・小売			S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	S2Pマスト物流 （2020年度）	
	共同輸配送	共同輸配送の連携共有化・中継輸送	メーカー部			共同輸配送の連携共有化 （2020年度）	共同輸配送の連携共有化 （2020年度）	共同輸配送の連携共有化 （2020年度）	共同輸配送の連携共有化 （2020年度）	共同輸配送の連携共有化 （2020年度）	共同輸配送の連携共有化 （2020年度）	共同輸配送の連携共有化 （2020年度）	共同輸配送の連携共有化 （2020年度）	共同輸配送の連携共有化 （2020年度）	
		D C 配達の連携共有化	メーカー部			D C 配達の連携共有化 （2020年度）	D C 配達の連携共有化 （2020年度）	D C 配達の連携共有化 （2020年度）	D C 配達の連携共有化 （2020年度）	D C 配達の連携共有化 （2020年度）	D C 配達の連携共有化 （2020年度）	D C 配達の連携共有化 （2020年度）	D C 配達の連携共有化 （2020年度）	D C 配達の連携共有化 （2020年度）	
		店舗配達の連携共有化	小売部			店舗配達の連携共有化 （2020年度）	店舗配達の連携共有化 （2020年度）	店舗配達の連携共有化 （2020年度）	店舗配達の連携共有化 （2020年度）	店舗配達の連携共有化 （2020年度）	店舗配達の連携共有化 （2020年度）	店舗配達の連携共有化 （2020年度）	店舗配達の連携共有化 （2020年度）	店舗配達の連携共有化 （2020年度）	
	共同販出利用	メーカー・卸・配送データの連携・共同配送マスタ機能	メーカー部			メーカー・卸・配送データの 連携・共同配送マスタ機能 （2020年度）	メーカー・卸・配送データの 連携・共同配送マスタ機能 （2020年度）	メーカー・卸・配送データの 連携・共同配送マスタ機能 （2020年度）	メーカー・卸・配送データの 連携						

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＞ 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

取引透明化に向けた商慣習検討WG

■ 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 ☆
キューピー株式会社 ☆	株式会社日本アクセス ☆	株式会社西友
麒麟ビール株式会社 ☆	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		
ロート製薬株式会社		※ ☆はリーダー会参加事業者

取引透明化に向けた商慣習検討WG

■ 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

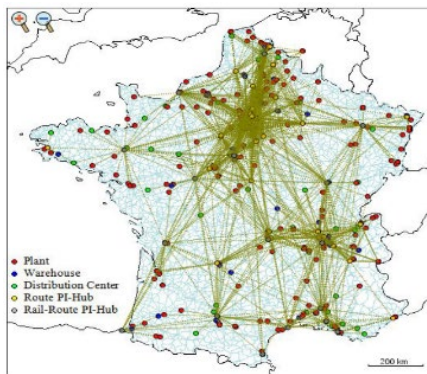
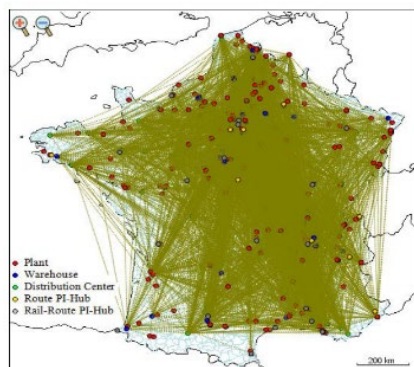
- ・ リーダー会 2022年 11月8日（火） 10:00-12:00
- ・ 全体会 2022年 11月15日（火） 10:00-12:00

■ 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

- 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

WG②

(物理的に)
運びやすくする

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

左図のような共同輸配送・共同拠点利用を実現するために、

- 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る) 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どうあるべきかの検討

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	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 ・新商品・販促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												

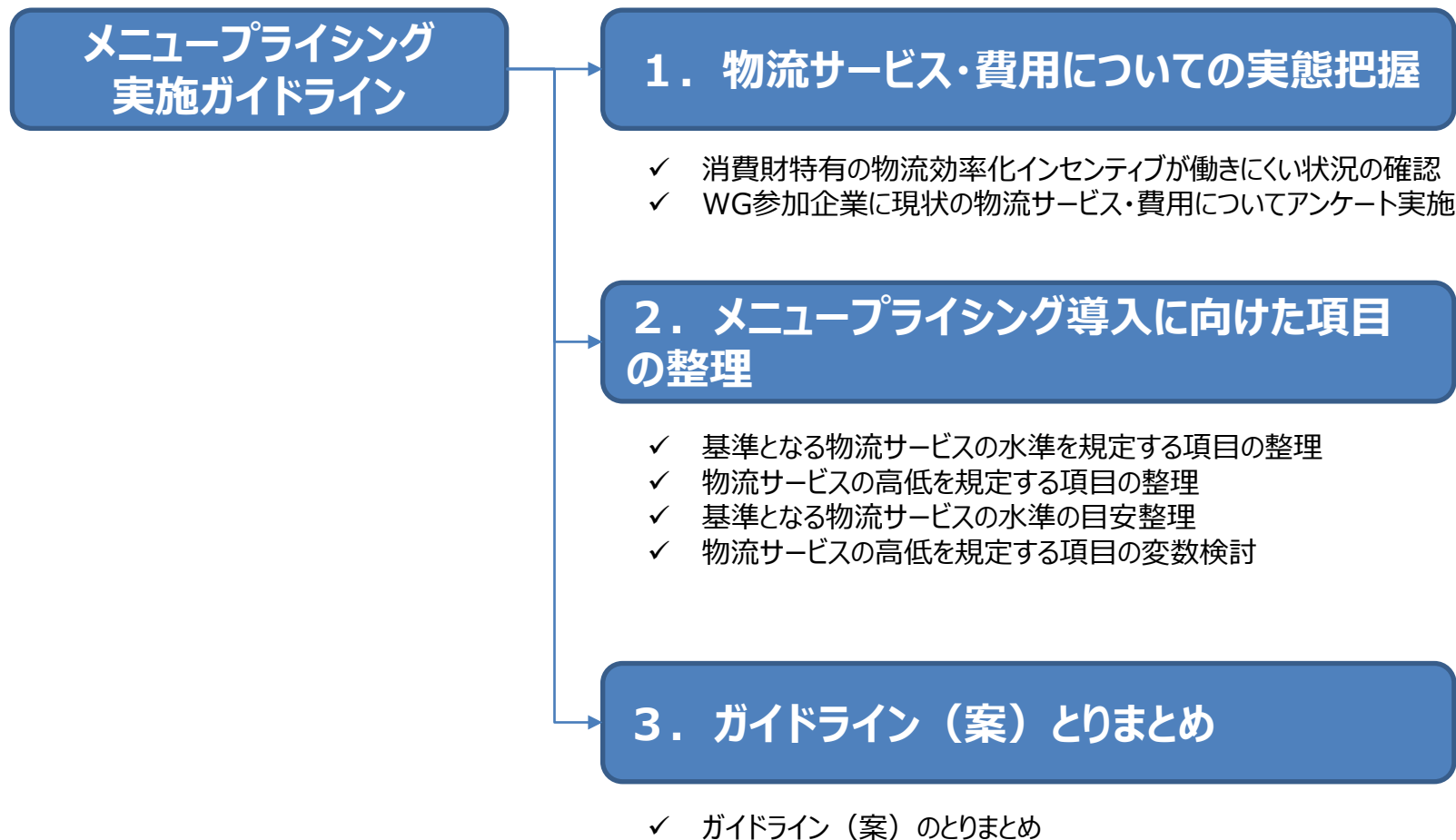
出典：経済産業省「フィジカルインターネット実現会議スーパーマーケット等WG報告書」

■ 目的

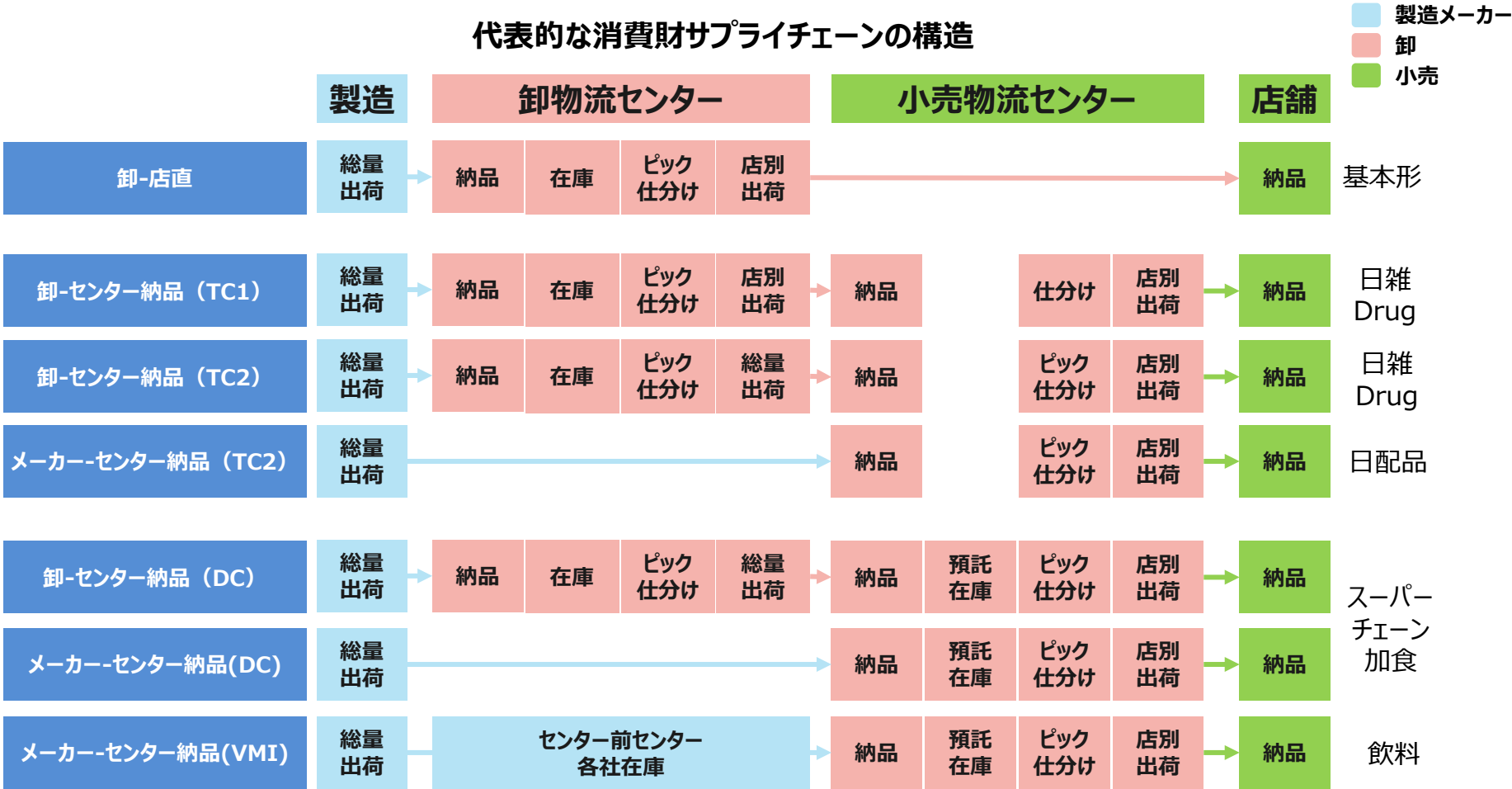
- 物流条件ごとのメニュー化（メニュープライシング）実施ガイドライン
- 物流の効率化に向けて、ボトルネックとなっている商慣習について体系的に整理し、基本取引価格における基本物流条件を定義し、物流条件を変えることでコストの増減を反映できるようメニュー化を図る。また、あわせて受発注システム（業界EDI、流通BMS等）にメニュー追加が可能か検討する。（流通BMS推進協議会と連携）

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。



-
- 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。



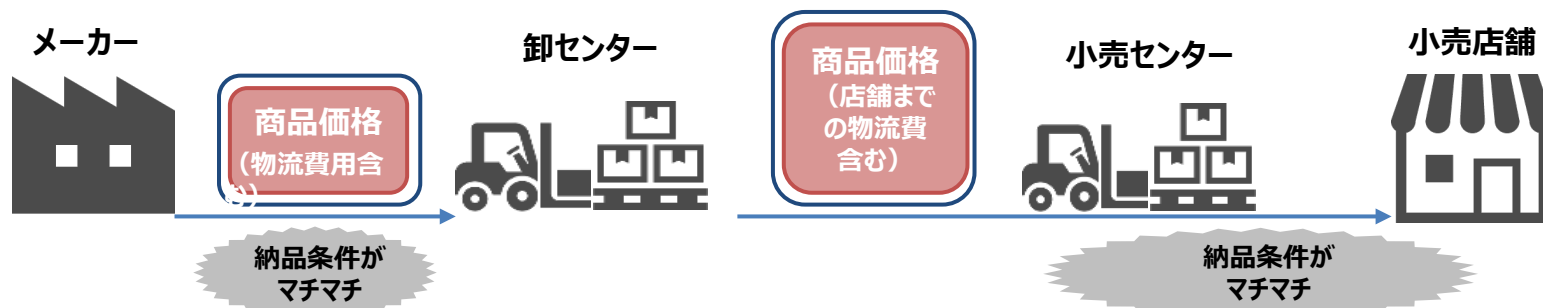
物流効率化のインセンティブが働きにくい構造

- 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お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>

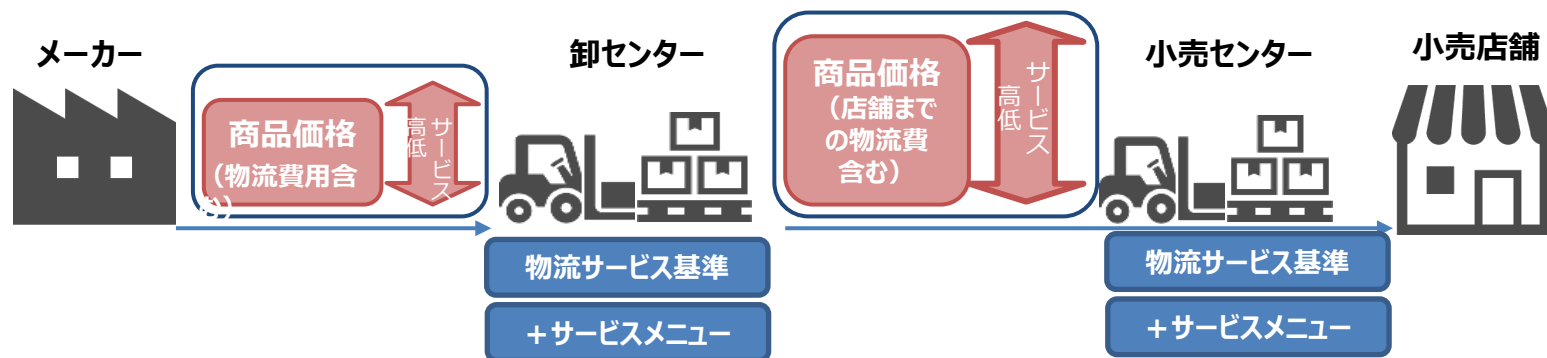


- 物流事業者へ業務を委託する発荷主が取引において、基準となる物流サービスの水準を明確化し、そこから物流サービスの高低に応じて物流コスト分を上下させる価格体系（メニュープライシング）を導入することで、**不明瞭であった「誰がどこからどこまで行うか」という物流サービスの内容を明確化させ、尺度とした物流インセンティブを働かせる仕組みを構築する**ことが考えられる。

<現行の消費財サプライチェーン>



<あるべき姿>



- 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)

+

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

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

発注方式

最低発注・配送ロット

リードタイム・納品日

受け渡し場所・方法

返品

×

②物流サービスの高低を規定する項目

デジタルorアナログ

効率的なロット調整

リードタイムの調整
納品日の調整

附帯作業有無

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

※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)

＜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)

＜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いないため、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。

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	<	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

＜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

附帯作業有無

＜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.

その他

＜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.

※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。

＜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。

＜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に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。

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。