PROFILE

人物白書

vol. 04

氏名 吉田 真人（よしだ まさと）

所属部署 仙台営業所

担当エリア 山形・福島・青森 岩手・宮城県

お客さまに言われて嬉しかった一言

“また近くに来たら寄っていってよ”

お客さまとの距離が近くなったことを実感でき、嬉しく思う一言です。
お客さまから見てどんなことでも話しやすい、相談しやすい営業を目指しています。

【座右の銘】
物事、小事より大事は
発するもの油断すべからず

初代仙台藩主 伊達正宗公の言葉で、「大きな事件は些細なことから起きるものであるから、日頃から注意を怠ってはならない」という意味です。

【出身地】
東京都練馬区

【趣味】
Tシャツ収集

【長所・ウリ】
物怖じ
しないところ

Message

お客さまへのメッセージ

些細なことでも構いません。
ぜひ物流現場の
お悩み事を聞かせてください。
最適な解決・改善策をご提案いたします。

【好きなもの】
ラーメン
ハンバーガー
コーラ

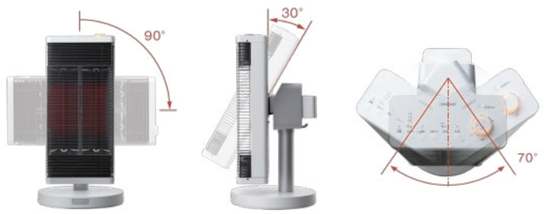
【嫌いなもの】
うーん…
特に思いつきません

FOCUS 商品・サービスインフォメーション

04 CERAMHEAT

遠赤外線暖房機 セラムヒート

暖かさ1.8m先へ届けます



横向きにして
ワイドにあったか

上向きにすれば
立ち仕事にも

首ふりだって
できます!

column 暖めるのは空気ではなく、人。

電気を使った優しい暖房 —— セラムヒートが離れたところまで暖かさをお届けします。その原理は遠赤外線効果。エアコンやファンヒーターのように風を出さないので、ホコリは舞わず、空気も乾燥しにくいのが特徴です。また、石油ストーブのように、灯油を補充する手間がかからないのも嬉しいポイント。100Vのコンセントがあれば、すぐにお使いいただけます。そして特におすすめなのが、同じ場所でじっと作業をされる方。足元にセラムヒートを向ければ、「頭寒足熱」、快適な室内環境が実現します。「速暖モード」も搭載していますので、冬の朝の強い味方になりますよ！セラムヒートで「芯からぽかぽか、乾燥知らず」。よりパワフルな200V仕様の商品もございます。お気軽にお問い合わせください。

JPR 日本パレットレンタル株式会社

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-1-3 大手センタービル URL www.jpr.co.jp e-mail service@jpr.co.jp

最新情報など詳しくはwebから!
日本パレットレンタル

発行/2018年12月17日 編集/日本パレットレンタル株式会社 制作・印刷/DNP 大日本印刷株式会社

お客さまとJPRをつなぐ情報誌

月刊 JPR

VOL.04
2018.Dec

返品問題を考える。

RYU - TSU - SHIN - SOU

流通深層

流通における返品問題

触れることすらタブー視される業界ならではの「商習慣」。
しかし、深刻化する人手不足を背景に、
変革を起こさず従来の常識に囚われていたのでは、発展はありえません。
注目される「返品問題」に切り込みます。

加工食品・日用雑貨流通の返品

加工食品業界・日用雑貨業界における返品問題は、以前はタブー視されていたことであり、近年突如発生したことではありません。現在加工食品、日用雑貨を中心とする消費財流通では、経済産業省が主導する「製・配・販連携協議会」という製造業・卸売業・小売業が一堂に会し、課題に対して検討を行う取り組みが実施されています。

返品は消費財流通の大きな課題であり、さまざまな問題を含んでいます。特に、加工食品流通の場合「返品＝廃棄」という流れになっていると言われており、返品の削減が廃棄の削減にもつながります。

では、返品と返品に伴う様々な課題とは何でしょうか。いくつかの事例を基に課題を整理します。まず、2008年に発生した、九州に展開するスーパーに対しての公正取引委員会からの排除命令の例です。食品などに「販売期限」を設定し、期日を超過した場合、商品を納入業者に返品するなどしたため排除措置命令が出ました。

具体的な内容としては

① 返品問題（販売期限による返品だけではなく他も含む）

② 一方的な販売期限設定

③ 値引き販売による損失補てん

④ 不当人員派遣

上記の排除命令には返品問題だけでなく、小売業と卸売業及び製造業との商慣習について従来から課題であると思われるもの全てが含まれている事例と言えます。

取引制度の変化による返品増加

返品については、状況などにより一概に論ずるのは難しいですが、返品が行われる場合でも、返品を抑止する場合でも、解消すべき課題が存在しています。例えば、スーパーマーケットは買い取りが前提であり、返品自体が存在しない時代もありました。この返品が存在しないという事象は、コンビニエンスストアやスーパーマーケットといった業態から始まったわけではなく、百貨店業態でも当初は取引条件として買い取りを前提にしていたと言われています。

先駆的資料である江尻弘氏の資料（表1）を参考にすると、1958年（昭和33年）にはまだ69.1％が買い取りによる仕入れが実施されており、委託仕入れは23.6％という状況でした。この委託仕入れは、ギフト商材など季節的なものを含んでいると思われますが、1/4程度に抑えられています。

一方、2003年では、買い取りは10％程度となり、委託仕入れが40％、小売業にとって最もリスクの低い消化仕入れ（消費者への販売が成立した時点で小売業に仕入れと販売が計上される）が50％となっており、百貨店側のリスクも関与も少ない仕入形態の比率を高めている一方で、低収益での販売方法の検討や自主的な価格設定など、小売り業態としての自主性はなくしてしまったと考えることもできます。

（表1）

仕入形態	1958年	1987年	2003年（推定）
買取仕入れ	69.1%	21.0%	10.0%
委託仕入れ	23.6%	66.4%	40.0%
売上仕入れ（消化仕入）	7.3%	12.6%	50.0%

出典：「百貨店返品制度の研究」　江尻弘 著　中央経済社　2003年より

返品については、個々の業態の成長期においては、商品調達に関して買い取りを行うことが信用確保につながったと思われますが、その業態が安定期から衰退期へと移行し、優越的地位が取引先から小売業へと移行した状況下では、リスクを最小化させるため、返品が可能な取引形態に移行してきたのではないかと考えられます。

ただし、現在の返品問題は、取引形態が買い取りから委託に変更されたことによって発生しているわけではなく、取引形態は従来のままであり、その上で、返品が発生するという流通メカニズムに問題があると思われます。では、現代の加工食品日用雑貨流通における返品の課題についてどのように検討されているのでしょうか。

加工食品など消費財流通の返品問題

製・配・販連携協議会がまとめた2010年度・2017年度実施の卸売業調査および小売業調査の結果があります（表2）。調査によると返品の発生理由として、加工食品の場合、小売業側からは、2010年度2017年度とも汚破損による返品が中心であるという回答を得ています。しかし卸売業の回答を見ると、小売業からの返品理由として2010年度の場合は「汚破損」がトップとなっていますが、2017年度の調査では「定番カット」と「特売残」が20%を超え、「販売期限切れ」なども比較的高い比率を示しており、小売業との見解にギャップが生じています。

日用雑貨の場合は小売業、卸売業とも「棚替え」が2010年度2017年度の両方でトップとなっています。続く要因としては、小売業側では、2010年度は「メーカー起因返品」でしたが2017年度では「定番カット」と変化が見られます。一方、卸売業では2010年度は「定番カット」が高かったのですが2017年度では「メーカー起因」が高くなっており、小売業と全く逆転しているという状況を示しております。

また、卸売業からメーカーへの返品では、加工食品では2010年度2017年度とも「定番カット」が高く、商品の取り扱いの改廃によって返品されていることがうかがえ、小売業に納品できない事由によって、小売業ではなく、卸売業から返品されている状況を示していると思われます。

なお、「納品期限切れ」については、2010年度33.7%であったものが15.9%となっており、減少していることがうかがえます。昨今課題となっている賞味期限などの日付問題が大きく起因しているのでしょう。

日用雑貨では「棚替え」が2010年度2017年度とも依然として高く、加工食品同様に小売業に納品できない事由によって、小売業ではなく、卸売業から返品されている状況を示していると思われます。

返品に関しての事由は、調査した年次により変化があるものの「汚破損」「定番カット・棚替え」「特売残・販売期限切れ」などに集約することができ、単独での改善が難しく、消費財流通全体での取り組みが必要な状況を示していると言えます。

前述のような結果から製・配・販連携協議会では返品削減への取り組みがおこなわれました。次回は、返品問題の取り組みとその結果について述べてまいります。

（次号へ続く）

（表2） 返品の発生理由（金額構成比）

		加工食品				日用雑貨			
		卸売業調査 2017年度	卸売業調査 2010年度	小売業調査 2017年度	小売業調査 2010年度	卸売業調査 2017年度	卸売業調査 2010年度	小売業調査 2017年度	小売業調査 2010年度
小売業からの返品理由	❶ 閉店・改装	5.4 %	6.2 %	2.8 %	5.2 %	0.7 %	2.7 %	2.6%	4.2 %
	❷ 年2回の棚替え・季節品	11.7 %	9.4 %	11.3 %	3.1 %	74.3 %	70.6 %	76.6 %	67.4 %
	❸ 特売残	21.6 %	14.7 %	0.1 %	0.0 %	2.4 %	2.3 %	0.8 %	0.6 %
	❹ 定番カット（随時の商品改廃）	25.2 %	15.1 %	5.3 %	2.6 %	6.9 %	13.7 %	12.5 %	2.2 %
	❺ 販売期限切れ	17.2 %	17.2 %	3.2 %	4.5 %	0.7 %	0.4 %	1.2 %	2.2 %
	❻ 汚破線	8.8 %	28.9 %	48.9 %	54.1 %	0.5 %	1.3 %	2.5 %	1.3 %
	❼ その他（メーカー起因等）	10.1 %	8.6 %	28.3 %	30.6 %	14.5 %	9.0 %	3.8 %	22.2 %
メーカーへの返品理由	❶ 納品期限切れ	15.9 %	33.7 %	-	-	0.5 %	0.0 %	-	-
	❷ 庫内破損	1.7 %	2.2 %	-	-	0.2 %	1.3 %	-	-
	❸ 特売残	11.6 %	6.4 %	-	-	3.5 %	0.7 %	-	-
	❹ 年2回の棚替え・季節品	14.6 %	7.9 %	-	-	85.7 %	80.2 %	-	-
	❺ 定番カット（随時の商品改廃）	40.1 %	33.8 %	-	-	8.6 %	14.8 %	-	-
	❻ その他（メーカー起因等）	16.1 %	16.0 %	-	-	1.5 %	3.1 %	-	-

出典：製・配・販連携協議会

卸売業調査（2010・2017年度）

- 調査協力企業：2010年度は、あらた、伊藤忠食品、花王グループカスタマーマーケティング、加藤産業、国分グループ本社、日本アクセス、PALTAC、三井食品、三菱食品。2017年度は、大木が新たに追加協力。（ただし、調査対象カテゴリーによって異なる）
- 各数値の基準は以下の通りである。

・小売業 …… 卸売業の返品率：卸売業売価、消費税課税前の金額で計算。
・卸売業 …… メーカーの返品率：卸売業原価、消費税課税前の金額で計算。
・返品処理経費 …… 以下を各社基準で集計したものである。
❶ 現場処理人件費（社員・パート）、❷ 現場不動産費用（占有スペース家賃相当額）、❸ 現場処理施設費（機器・什器のリース又は償却額）、
❹ 社内経理処理費（人件費・システム経費）、❺ その他社内諸経費

- ある商品が、小売から卸売業へ返品され、さらに卸売業からメーカーへ返品される場合、「小売業→卸売業」と「卸売業→メーカー」の両方に計上している。
- 表の「卸売業」は、小売専用センターで卸売業が在庫を所有している場合を含む。
- 実績報告の対象範囲は、各社が実在庫を所有し販売する取引であり、協議会に加盟していない多数の小売業との取引が含まれている。
- なお、調査協力企業の総取引規模に占める割合は、2010年度は加工食品22.8%、日用雑貨53.7%、2017年度は加工食品37.2%、日用雑貨61.4%である。

小売業調査（2010・2017年度）

- 調査協力企業：2010年度はイオンリテール、イズミヤ、イトーヨーカ堂、セブン-イレブン・ジャパン、ダイエー、ファミリーマート、フジ、マツモトキヨシホールディングス、マルエツ、ミニストップ、ヤオコー、ユニー、ローソン。2017年度はイズミ、ウエルシア薬局、ココカラファイン、コメリ、DCMホールディングス、ラルズが新たに追加協力、ダイエーが調査から外れている。（ただし、調査対象カテゴリーによって異なる）
- なお、調査協力企業の総取引規模に占める割合は、2010年度は加工食品15.2%、日用雑貨13.5%、2017年度は加工食品16.6%、日用雑貨30.3%である。

執筆者 Hirokazu Nagai
永井 浩一
PROFILE
2015年に日本パレットレンタル株式会社の研究開発部門として設立されたJPR総合研究所の主席研究員。日本物流学会監事、流通経済大学客員講師。
パレットをはじめとした RTI（Returnable Transport Items／物流機器の総称）による物流業務最適化・標準化を進めるための研究開発機能を担うとともに、国内物流・グローバル物流双方の発展に貢献する情報発信を行うことを目的に活動している。