

人物白書

vol. 08

氏名 まつもと ゆき
松本 侑

所属部署 **営業1部
福岡営業所**

担当エリア **福岡・佐賀**

お客さまに言われて嬉しかった一言

“悩みが解決しました!”

パレットの紛失にお困りだったお客さまに弊社レンタルシステムをご活用いただき、「回収や調達の悩みから解放された」というお声を頂いたときに、お役に立てたことを嬉しく感じます。今後、情報の電子化によって、より効率的にご利用いただけるようサービス展開して参ります。ぜひお気軽にお話を聞いていただければと思います。

Message
お客さまへのメッセージ
九州北部を担当しています。
お気軽にお問い合わせください!

【座右の銘】
雨垂れ石を穿つ
「継続は力なり」と同義です。

【出身地】
福岡県

【趣味】
ラジオを聴く



【長所・ウリ】
明るい性格



【好きなもの】
猫・甘いもの



【嫌いなもの】
納豆



FOCUS 商品・サービスインフォメーション

08 空調服

涼しさ毎秒30ℓ



ファンは取り外して
洗濯が出来ます



バッテリーを充電して
繰り返し使えます



column 空調服で着用する、夏の快適。

暑い夏でも「労災防止に長袖の着用は必須」「屋外に空調設備は入れられない…」とお悩みの皆さま。作業服にファンが付いた「空調服」が、夏の現場の作業効率・作業環境の改善をお手伝いします！取り付けられた2基のファンが生む風は、毎秒最大30ℓ。空調服の内部を吹き抜け、汗の気化熱で体温を下げます。その効果は最大で氷800g分(※)。各自が着用することで、体感温度の個人差を気にすることなく1人1人に快適な作業環境を提供できます。ファンはバッテリー駆動ですので、着たまま自由に移動することができ物流現場にもっていきい。作業効率アップと熱中症対策を両立します！酷暑の予報が出る前にお早目のご注文をオススメします！

※発汗量100ccとした計算値。ご使用の条件によって異なります [詳細はこちら](#)



月刊 JPR

返品削減を考える②



日用品の 返品削減について

流通における返品問題について、前回（広報誌vol.5）は加工食品の返品削減方針について紹介したが、今回は日用品（日用雑貨、OTC医薬品）の状況に焦点を当ててご報告したい。

日用品の返品率推移

日用品の返品はどのくらい発生しているのだろうか。製・配・販連携協議会の調査（卸売業対象調査）によると、日用品（日用雑貨、OTC医薬品）の金額ベースの返品率は、図表1の通りである。

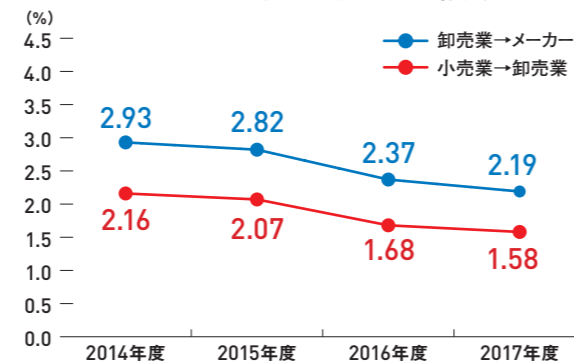
日用雑貨の返品率は、2017年度で小売・卸間が1.58%、卸・メーカー間が2.19%である。傾向的には低下しているが、比率水準は加工食品（卸・メーカー間0.47%）に比べるとかなり高い。また、OTC医薬品の返品率は、日用雑貨よりもさらに高く、2017年度で小売・卸間が2.49%、卸・メーカー間が2.80%にのぼる。

以上の返品率をベースに、日用品の返品金額を推計してみると、合計866億円となる（図表2）。日用品の返品は減少してはいるものの、金額規模はまだ大きく、業界全体の課題となっている。

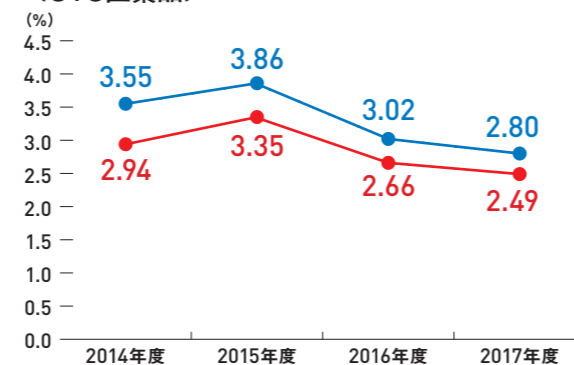
日用品の返品率は何故このように高いのだろうか。日用品は加工食品に比べると在庫回転率が低く、小売段階・卸売段階ともに在庫が滞留しやすいことがあるだろう。加えて、日用品の商品特性・流通特性も影響している。日用品の返品理由を確認すると、年2回の棚替え・季節品の返品が大半を占めている。日用品は季節によって流通の品揃えが大きく変わり、かつ季節が変わると消費・使用の機会そのものが無くなるため（例えば、カイロは夏には使われない等）、完売が難しいとも言えるだろう。

このため、日用品の返品を削減する方策としては、小売段階・卸売段階の全体を通じて、流通在庫を実需に合うように適正にコントロールし、商品入れ替えによる残在庫を最小化することが特に重要となる。

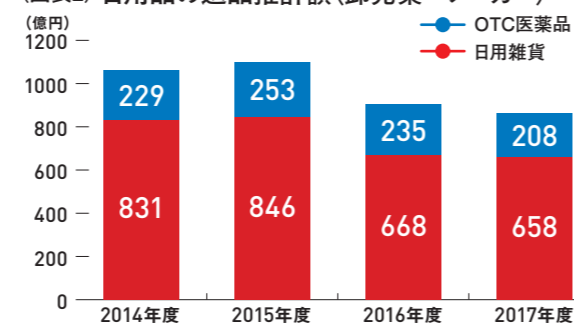
（図表1）日用品の返品率の推移 <日用雑貨>



<OTC医薬品>



（図表2）日用品の返品推計額（卸売業→メーカー）



出所：製・配・販連携協議会

発注・在庫数の適正コントロール

発注・在庫数の適正コントロールは、商品導入から終売までの販売期間・シーズンに応じて実行する。それぞれのポイントとなるのは以下の通りである。

● 初回発注／追加発注の適正化

シーズン前期では、初回発注や追加発注の数量を適正に設定することが必要となる。

過去の販売実績に基づく初回発注量の設定、追加発注・納品量の進捗管理、売れ行き・天候・気温等に応じた発注数量や発注単位を調整することが具体策となる。

● 棚替えスケジュールの調整・適正化

シーズン後期は、新旧商品を一齐に入れ替えるのではなく、十分な売り減らし期間を確保できるよう、棚割り決定スケジュールを前倒して計画・設定することが必要となる。

● 発注抑制、発注停止

棚替えや新商品の切替対象となる商品については、直前まで発注を行うのではなく、適切なタイミングで発注抑制、発注停止を徹底することが重要となる。具体的には、発注単位や補充点発注量・基準在庫を引き下げる、棚替えの一定期間前にEOSや自動発注を停止する等の対応が有効である。

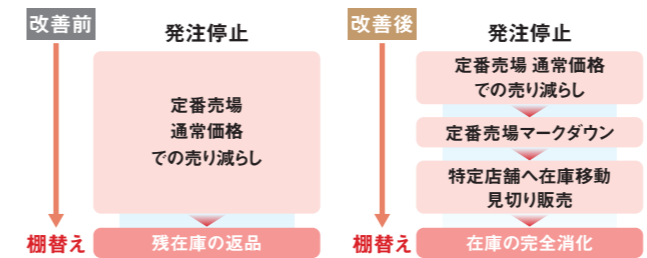
（図表3）発注停止の徹底による改善事例



● 在庫調整・在庫消化

棚替えの前には、対象商品を効果的に売り切る努力が必要となる。マークダウンや販売力の大きい店舗への在庫集約等を実施する。

（図表4）棚替え前の在庫消化の改善事例



● リニューアル商品の計画的入れ替え

特にリニューアル商品については、旧品の残在庫・返品が発生しやすいため、注意が必要となる。リニューアル案内を早期に行い切替日まで十分な期間を確保する、旧品の店頭・物流センターの在庫量を把握する、切替日の一定期間前に発注停止を行う等の対応が求められる。

無返品取引に向けた取組み

日用品の流通も、返品前提の取引から、返品を前提としない無返品取引に移行することが求められている。そのため、製・配・販の取引企業間で、無返品とする商品・カテゴリを予め設定し、関係者で徹底する方策も実施すべきである。無返品カテゴリの設定方法は、無返品を徹底しやすく、返品処理の負担コストが大きなカテゴリ（紙製品・洗剤等）からはじめるのが有効であり、それを段階的に拡大することが望ましいと考えられる。

（図表5）無返品カテゴリの設定事例

	返品処理コスト	返品削除効果	返品率	無返品の徹底しやすさ
優先順位 1	高い (かさもの、低単価品等)	大きい	高い (季節性小)	徹底しやすい
優先順位 2	高い (かさもの、低単価品等)	大きい	高い (季節性大)	徹底しにくい
優先順位 3	低い	小さい	低い	徹底しやすい
	低い	小さい	高い	徹底しにくい

紙製品 洗剤
↓
当面の無返品カテゴリに設定

今回は加工食品に続いて、日用品の返品実態と削減方策についてご報告した。人件費・物流費が上昇する中で、日用品流通においても返品削減はより重要な課題となっている。ご紹介した内容が関係の皆さまの参考となれば幸いです。



執筆者 Kato Hiroataka
加藤 弘貴

PROFILE

公益財団法人流通経済研究所専務理事。
中央大学専門職大学院客員教授、一般社団法人日本ボランティアチェーン協会理事、公益財団法人ハイライフ研究所評議員、一般財団法人日本ヘルスケア協会評議員を兼任。
返品問題に関しては、製・配・販連携協議会、食品ロス削減のための商慣習検討WTにて、議論・提言を行っている。