



# 納品期限緩和リスク分析 結果報告

公益財団法人流通経済研究所

令和6年2月28日

 公益財団法人流通経済研究所

- 1 はじめに
- 2 方法
- 3 結果
- 4 考察・まとめ

## 1 はじめに

- 現在我が国では納品期限の緩和が推進され、全国で見ると納品期限緩和企業売上高シェアは増加傾向が続いている。
- 一方でたとえば地域別にみると近畿、中国、四国は過去1年がほぼ横ばいとなっており、取り組む企業の拡大による増加が期待される状況にあるなど、増加拡大の余地がある。
- アンケート等の結果から、納品期限緩和を進めやすくなる条件としては「納品期限を緩和しても、値引、廃棄へのリスクがないこと」があげられている。
- そこで食品スーパーの売上データを活用し、納品期限を緩和することが値引きや廃棄リスクにどの程度影響するかを明らかにするための調査を実施した。

## 2 方法

- 一般加工食品（日配品や生鮮、惣菜等を除く）と店舗の組み合わせごとに、POSデータから1日あたり平均販売数量を算出する。
- ここで店舗への納品期限を「賞味期限の1/2残し」、店舗の販売期限を「賞味期限の1/6残し」と仮定し、店舗での最短の販売期間を「賞味期限日数×1/6」と仮定する。
- 各商品の賞味期限日数から、その6分の1にあたる日数を算出する。
- 6分の1の日数で販売できる数量が、各商品の「発注単位数量」以上ならば、最低発注ロットを販売消化できる（売れ残らない）ため販売消化可能（判定OK）と判定する。販売できない場合にはOKとしない。
- この判定OKとなる割合を、商品と店舗の組み合わせベースで集計したものを「商品・店舗」のデータ数ベースでの集計、「商品・店舗」の販売数量ベースで集計したものが「販売数量ベースでの集計」となる。ここでは「販売データ数量ベースでの集計結果」から、納品期限を緩和することが値引きや廃棄リスクにどの程度影響するかを検討した。

①                      ②                      ③ = ② × 1/6                      ④ = ① × ③                      ⑤                      ④ ≥ ⑤ ならOK

商品	店舗	1日あたり平均販売数量	賞味期限日数	販売期間（賞味期限日数×1/6）	販売期間あたり販売数量	発注単位数量	判定	判定OKとなる「商品・店舗」のデータ数	判定OKとなる「商品・店舗」の販売数量
ア	A	0.2	180	30	6	12	×		
ア	B	0.4	180	30	12	12	○	1	12
ア	C	0.6	180	30	18	12	○	1	18
イ	A	1	180	30	30	12	○	1	30
イ	B	0.8	180	30	24	12	○	1	24
イ	C	1.2	180	30	36	12	○	1	36
ウ	A	0.5	180	30	15	12	○	1	15
ウ	B	0.3	180	30	9	12	×		
エ	A	2	180	30	60	12	○	1	60
オ	A	0.3	180	30	9	12	×		
合計					219			7	195

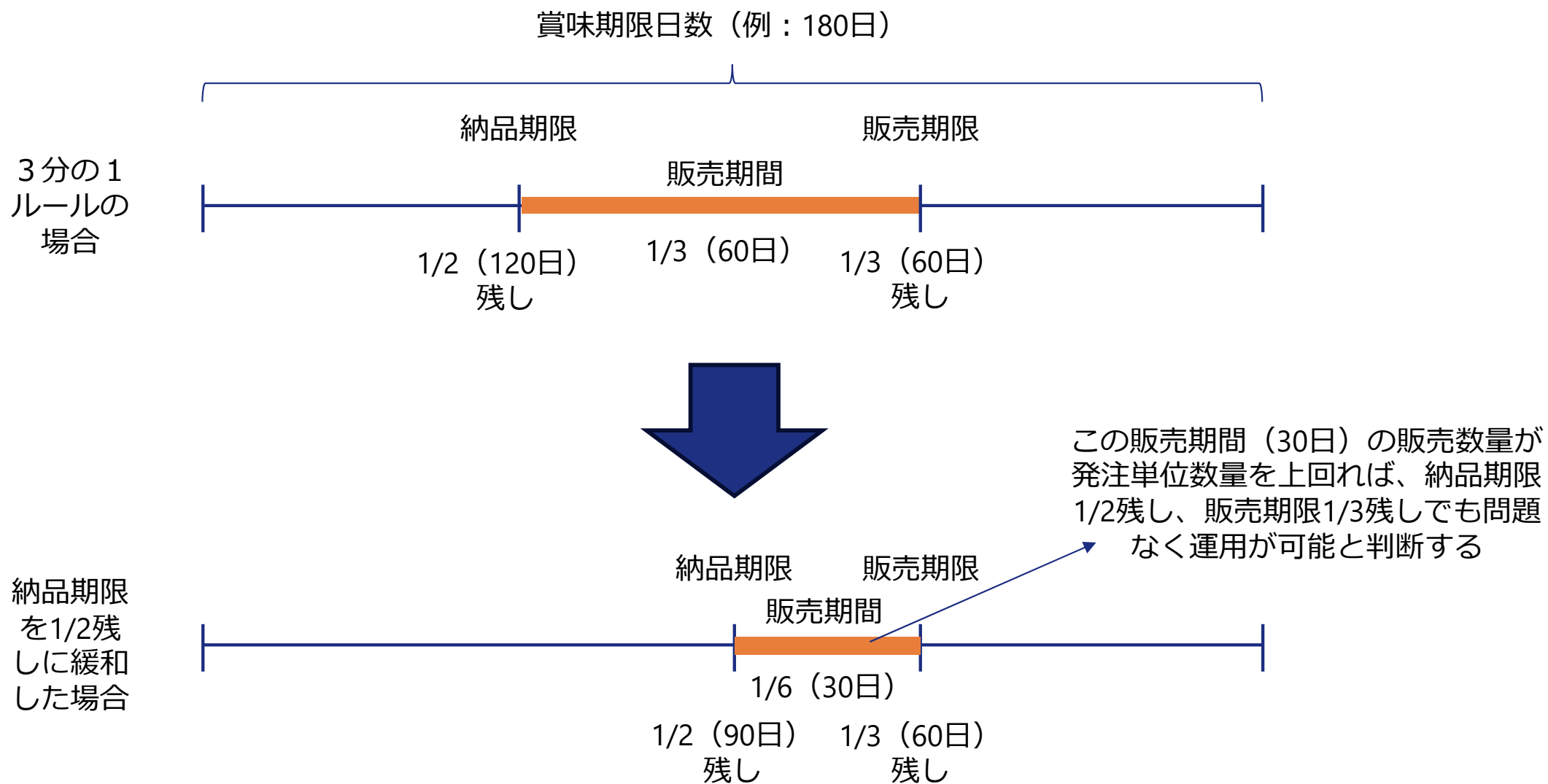
「商品・店舗」のデータ数ベースでの集計

判定OKとなる「商品・店舗」のデータ数	7
「商品・店舗」の総データ数	10
消化率	70.0%

販売数量ベースでの集計

判定OKとなる「商品・店舗」の販売数量	195
総販売数量	219
消化率	89.0%

## 2 方法－概念図



■ 分析対象となる小売業は以下の通りである。

- 北日本ローカルスーパーA
- 北日本ローカルスーパーB
- 西日本バラエティ食品スーパーC

### 3 結果

(1) 北日本ローカルスーパーA (全約40店舗のデータ、2019年5月1日~7月31日 (91日間))

このスーパーでは、納品期限を1/2残し、販売期限を1/3残しに設定しても、ほぼすべての一般加工食品の販売消化されることがわかった。

販売数量ベース

(単位：SKU別販売数量×店)

商品分類	総数	販売消化可能	販売消化可能率	総数 (180日以上)	販売消化可能 (180日以上)	販売消化可能率 (180日以上)	総数 (180日未満)	販売消化可能 (180日未満)	販売消化可能率 (180日未満)
農産乾物	375,180	375,158	100.0%	368,945	368,923	100.0%	6,235	6,235	100.0%
海産乾物	610,321	610,271	100.0%	605,624	605,574	100.0%	4,697	4,697	100.0%
ビン・缶詰	704,810	704,765	100.0%	704,810	704,765	100.0%	0	0	0.0%
パスタ類	108,808	108,808	100.0%	108,808	108,808	100.0%	0	0	0.0%
乾麺	144,536	144,536	100.0%	142,434	142,434	100.0%	2,102	2,102	100.0%
インスタント麺類	1,176,688	1,176,572	100.0%	1,176,688	1,176,572	100.0%	0	0	0.0%
和風調味料	1,002,430	1,002,286	100.0%	1,002,430	1,002,286	100.0%	0	0	0.0%
洋風調味料	2,604,534	2,603,766	100.0%	2,595,127	2,594,362	100.0%	9,407	9,404	100.0%
嗜好品	289,708	289,700	100.0%	259,931	259,923	100.0%	29,777	29,777	100.0%
お茶類	125,283	125,277	100.0%	125,283	125,277	100.0%	0	0	0.0%
軽飲料	4,304,107	4,303,919	100.0%	3,985,946	3,985,768	100.0%	318,161	318,151	100.0%
ホームメイド	54,615	54,569	99.9%	54,615	54,569	99.9%	0	0	0.0%
ジャム	144,700	144,680	100.0%	144,700	144,680	100.0%	0	0	0.0%
ポケチョコ	1,326,439	1,326,268	100.0%	1,060,528	1,060,398	100.0%	265,911	265,870	100.0%
洋風菓子	1,302,271	1,302,161	100.0%	934,786	934,708	100.0%	367,485	367,453	100.0%
和風菓子	1,127,646	1,127,288	100.0%	425,601	425,508	100.0%	702,045	701,780	100.0%
ドリンク	63,023	63,023	100.0%	50,957	50,957	100.0%	12,066	12,066	100.0%
催事	116,577	116,577	100.0%	61,346	61,346	100.0%	55,231	55,231	100.0%
合計	15,581,676	15,579,624	100.0%	13,808,559	13,806,858	100.0%	1,772,766	1,772,766	100.0%

※次の商品のみ分析対象外とした。

- 賞味期限日数が「9999」もしくは「なし」
- 対象期間の販売数量が「0」
- 中分類「乳製品」：対象が「雪印 ラード250g」1SKUのみ(販売実績店舗数: 16、総販売数:102)

### 3 結果

(2) 北日本ローカルスーパーB（全約70店舗中3店舗のデータ、2023年9月1日~11月30日(91日間)）

- このスーパーでは、納品期限を1/2残し、販売期限を1/3残しに設定すると、一般加工食品合計の販売消化率は96.4%であることがわかった。しかし、菓子の販売消化率は94.5%であることが明らかになった。
- そこで、賞味期限が180日以上の商品を対象に集計したところ、全体的な販売消化率が97.6%であり、菓子の販売消化率も96.7%であり、すべてのカテゴリーで95%を超える結果となった。

商品分類	総数	販売消化可能	販売消化可能率	総数（180日以上）	販売消化可能（180日以上）	販売消化可能率（180日以上）	総数（180日未満）	販売消化可能（180日未満）	販売消化可能率（180日未満）
加工食品	1,107,409	1,065,757	96.2%	893,797	867,787	97.1%	213,612	197,970	92.7%
飲料	682,216	672,601	98.6%	583,748	578,298	99.1%	98,468	94,303	95.8%
菓子	687,860	649,863	94.5%	540,039	522,096	96.7%	147,821	127,767	86.4%
合計	2,477,485	2,388,221	96.4%	2,017,584	1,968,181	97.6%	459,901	420,040	91.3%

※次の商品のみ分析対象外とした。

- 賞味期限日数が「0」



### 3 結果

(3) 西日本バラエティ食品スーパーC（全約40店舗中3店舗のデータ、2023年9月1日~11月30日(91日間)）

- このスーパーでは、納品期限を1/2残し、販売期限を1/3残しに設定すると、一般加工食品合計の販売消化率は85.4%であることがわかった。
- そこで、賞味期限が180日以上の商品を対象に集計したが、全体的な販売消化率が91.4%となり、賞味期限の長い商品に限定しても、販売消化率が95%を超えないことがわかった。

商品分類	総数	販売消化可能	販売消化可能率	総数（180日以上）	販売消化可能（180日以上）	販売消化可能率（180日以上）	総数（180日未満）	販売消化可能（180日未満）	販売消化可能率（180日未満）
調味料	47,808	40,768	85.3%	41,221	37,476	90.9%	6,587	3,292	50.0%
食用油	4,187	3,246	77.5%	3,450	3,222	93.4%	737	24	3.3%
スプレッド類	3,712	2,823	76.1%	3,328	2,816	84.6%	384	7	1.8%
調理品	22,310	19,125	85.7%	18,870	17,336	91.9%	3,440	1,789	52.0%
スープ	12,831	11,550	90.0%	11,650	10,941	93.9%	1,181	609	51.6%
缶詰	7,222	5,594	77.5%	6,206	5,446	87.8%	1,016	148	14.6%
粉類	5,694	5,422	95.2%	5,353	5,184	96.8%	341	238	69.8%
麺類	10,022	8,213	81.9%	8,682	7,937	91.4%	1,340	276	20.6%
菓子	64,488	53,901	83.6%	49,598	44,287	89.3%	14,890	9,614	64.6%
嗜好飲料	17,135	13,571	79.2%	13,873	12,003	86.5%	3,262	1,568	48.1%
果実飲料	7,526	7,146	95.0%	5,977	5,821	97.4%	1,549	1,325	85.5%
清涼飲料	29,207	26,868	92.0%	23,772	23,107	97.2%	5,435	3,761	69.2%
健康食品	215	159	74.0%	202	159	78.7%	13	0	0.0%
合計	232,357	198,386	85.4%	192,182	175,735	91.4%	40,175	22,651	56.4%

※次の商品のみ分析対象外とした。

- 賞味期限日数が「0」
- 販売数量が期間中「0」もしくは「マイナス」

### 3 結果

#### (3) 西日本バラエティ食品スーパーC（全約40店舗中3店舗のデータ、2023年9月1日~11月30日(91日間)）

■ そこで前頁のスーパーを対象に設定を以下のように変更した。なお、賞味期限の1カ月残しは現在最も多くのスーパーで用いられている設定基準の1つと考えられる。

- 納品期限：賞味期限1/2残し
- 販売期限：賞味期限の1カ月残し

■ この結果、賞味期限が180日以上の場合に、スプレッド類、嗜好飲料や健康食品など一部のカテゴリーでは販売消化率が95%に達していないものの、全体的な販売消化率が96.5%となった。

商品分類	総数	販売消化可能	販売消化可能率	総数（180日以上）	販売消化可能（180日以上）	販売消化可能率（180日以上）	総数（180日未満）	販売消化可能（180日未満）	販売消化可能率（180日未満）
調味料	47,808	42,292	88.5%	41,221	39,558	96.0%	6,587	2,734	41.5%
食用油	4,187	3,358	80.2%	3,450	3,334	96.6%	737	24	3.3%
スプレッド類	3,712	3,130	84.3%	3,328	3,095	93.0%	384	35	9.1%
調理品	22,310	19,318	86.6%	18,870	18,202	96.5%	3,440	1,116	32.4%
スープ	12,831	11,860	92.4%	11,650	11,360	97.5%	1,181	500	42.3%
缶詰	7,222	5,982	82.8%	6,206	5,885	94.8%	1,016	97	9.5%
粉類	5,694	5,599	98.3%	5,353	5,322	99.4%	341	277	81.2%
麺類	10,022	8,521	85.0%	8,682	8,323	95.9%	1,340	198	14.8%
菓子	64,488	56,445	87.5%	49,598	47,807	96.4%	14,890	8,638	58.0%
嗜好飲料	17,135	13,779	80.4%	13,873	12,886	92.9%	3,262	893	27.4%
果実飲料	7,526	7,056	93.8%	5,977	5,925	99.1%	1,549	1,131	73.0%
清涼飲料	29,207	27,189	93.1%	23,772	23,563	99.1%	5,435	3,626	66.7%
健康食品	215	177	82.3%	202	177	87.6%	13	0	0.0%
合計	232,357	204,706	88.1%	192,182	185,437	96.5%	40,175	19,269	48.0%

※次の商品のみ分析対象外とした。

- ・ 賞味期限日数が「0」
- ・ 販売数量が期間中「0」もしくは「マイナス」

■ 3つの食品スーパーの売上データを用い、納品期限の緩和が値引きや廃棄リスクに与える影響を明らかにするための調査を実施した。

■ その結果、各企業のビジネスモデルに応じて納品期限の緩和がリスクに与える影響が異なるが、概ね、賞味期限が180日以上加工食品に関しては、緩和の可能性が高く、リスクも低いと考えられる。

■ 販売期限を30日残し等の設定で、データを元にした対象商品カテゴリの選定を行えば、バラエティ型の食品スーパーでも、賞味期限が180日以上加工食品を対象にリスクを最小限に抑え、納品期限を緩和することが可能であることが示された。

■ データを元にした商品カテゴリの選定や、販売期限の30日残し等への変更等を考慮することで、リスクを最小限に抑えつつ、納品期限を緩和することが可能となるので、これらの点を考慮しながら、各企業は自社の状況に合わせて納品期限の緩和に取り組むべきである。

■ 納品期限を緩和するために販売期限を30日残しにするためには、消費者の家庭内在庫の日数を再度検討する必要がある。