ホワイト物流推進運動オンラインセミナー資料

持続可能な食品物流に向けた取組み

2023年2月17日

三菱食品株式会社 SCM統括オフィス 小谷光司

<Contents>

- 1. 会社紹介
- 2. 三菱食品のホワイト物流推進の取組み
- 3. 個社としての取組み
- 4. 業界としての取組み
- 5. 製配販3層の新たな取組み

1.会社紹介

基本情報

名 三菱食品株式会社 社

本社所在地 東京都文京区小石川一丁目1番1号

設

立 1925年3月

代 表 者 代表取締役計長 京谷 裕

沓 金 10,630百万円(2022年3月31日現在) 本

国内外の加工食品、低温食品、酒類及び菓子の卸売、 業内容 物流事業及びその他サービス等

従業員数 4,944名(2022年3月末時点)

(連結)

(株) M S フレッシュデリカ / (株) クロコ キャリテック(株) / (株) エム・シー・フーズ MSリテイル (株) / エムシーセールスサポート (株) (株) ファインライフ / (株) リョーショクペットケア アンキッキ協栄(株)/協栄商事(株)

広州広菱食品商貿有限公司 / MS FOODS USA

関連会社

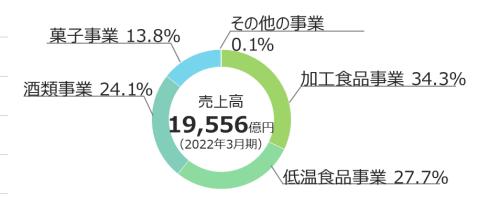
(2022年3月末時点)

INC. (持分法適用関連会社)

Retail Support (Thailand) Co., Ltd.

捷盟行銷股份有限公司

事業内容と売上構成比



国内・海外ネットワーク

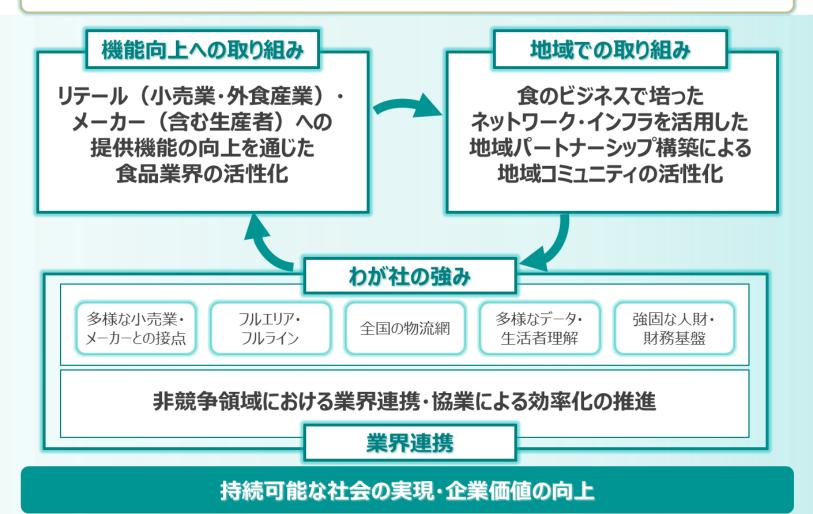


1.会社紹介 パーパス・ビジョン

パーパス:食のビジネスを通じて持続可能な社会の実現に貢献する

ビジョン:次世代食品流通業への進化(サステナビリティ重点課題の解決)

サステナビリティ重点課題の解決へあらゆる経営資源を投下



- ・ 2050年カーボンニュートラルの実現を掲げ、重点課題と2030年目標を引き上げ
- 食品取扱い企業におけるサステナビリティ取組トップ企業を目指す

重点課題

&

∃



環境

地域・暮らし



健康



価値創造の基盤



2030年目標

2050年カーボンニュートラルの実現に向け、 CO2排出量 (※) を2016年度対比60%削減します。

食品廃棄量を2016年度対比50%削減します。

プラスチック資源循環を推進し、 環境に配慮した製品を活用します。

強靭で持続可能なサプライチェーンを構築します。

地域課題の解決と地域貢献に資する商品・サービスの創出/拡充を行います。

健康課題の解決と 健康に資する商品・サービスの創出/拡充を行います。

個性を尊重し、能力、適性を活かし 健康的に活躍できる組織風土の醸成と エンゲージメントの向上を実現します。

※Scope 1 (事業者自らによる温室効果ガスの直接排出)及び Scope 2 (他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出)による排出量

環境配慮型電力契約への切替

・2023年3月期、全国9エリアの当社名義 全電力をCO2排出係数ゼロの 環境配慮型電力契約に変更

環境配慮型車両の試験導入

・2022年2月より2台の試験導入を開始



2.三菱食品のホワイト物流推進の取組み

1990 1994 2010 2019 2020 2022 RDC-FDCネットワーク構築(小分け商品・出荷低頻度の集約化) パレタイズ発注・パレタイズ荷受け 個社の 定番商品発注 定曜日荷受け)取組み 指定時間・指定バース荷受け運用(特定メーカー様) ECR研究会 ASN・ユニット検品 製配販連携協議会 業界の取組 入荷受付・予約システム(N-Torus) 日食協リードタイム延長 問題WG 3 FSP*

※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

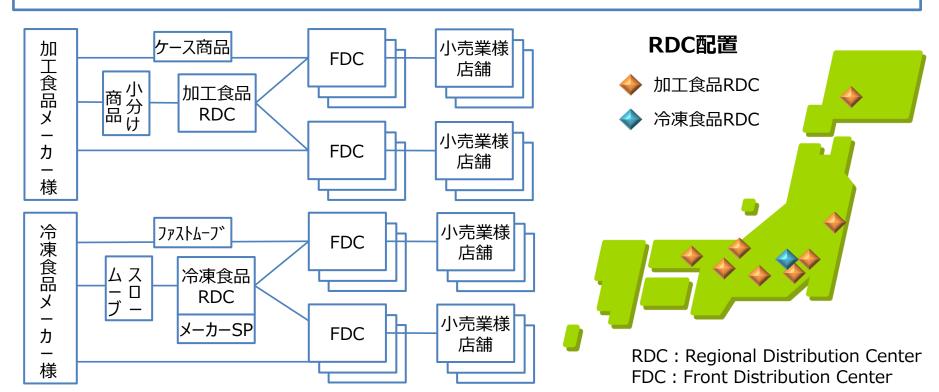
3.個社としての取組み -RDC-FDCネットワークの構築-

1990年から2000年に加工食品は全国、冷凍食品は関東にRDC-FDCネットワークを構築。

加工食品は小分け商品を、冷凍食品はスロームーブ商品をRDCに集約し、メーカー様は当該商品についてはRDCに納品することで配送は完了する。

冷凍食品RDCは一部メーカー様のストックポイントと同居しており、三菱食品への納品に配送が発生しない。 三菱食品は、小売業様からのオーダーに合わせて商品を流通加工し、自らの配送ネットワークを駆使して FDCを経由して小売業様へ納品するスキーム。

RDC-FDCネットワーク構築初期からパレタイズ発注・パレタイズ荷受け、定番商品発注の定曜日荷受け、 指定時間・指定バース荷受け運用をスタート。



3.個社としての取組み - ECR研究会-

ECR (Efficient Consumer Response)研究会の目的

1994年6月、菱食(当時)と加工食品業界大手9メーカー様は「小売業における販売実績に追随し、最小コストと最短のリードタイムによって、品切れ無き小売店頭への商品供給を実現する供給連鎖システムのあり方を研究すること」を目的として「メーカー・リョーショクECR研究会」を結成した。

■物流分科会の目的

メーカー様と卸がメーカー様出荷基地から卸センターまでの物流と、それに関する業務の合理化、効率化の協業を行う。 そして、成果を出す。又、流通/物流の変化に対応する研究を行う。

参加メーカー様(9社)

味の素様、カゴメ様、キユーピー様、永谷園様、日清食品様、日清製粉ウェルナ様、ハウス食品工業様、 ネスレ日本様、ミツカン様

オブザーバー:三菱商事 事務局:三菱商品

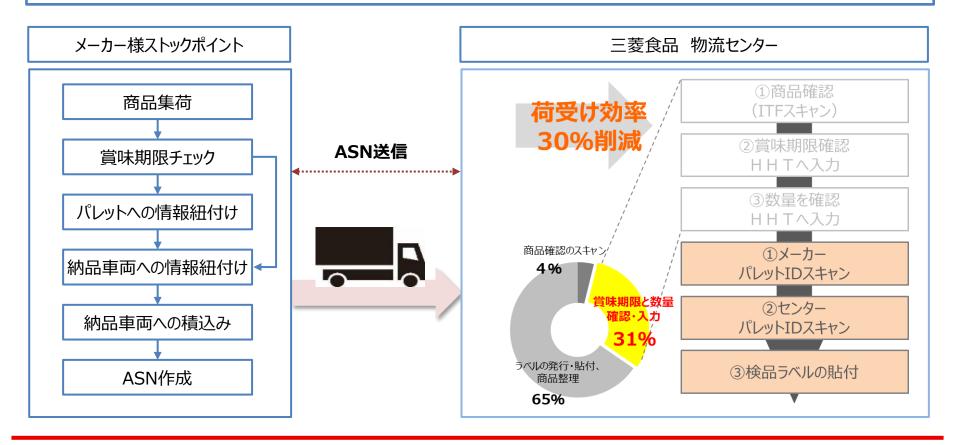
2022年3月に一定の役割を終えたとしてクローズ

活動内容

ECR管理 データ	受発注オンライン率:2.1pt改善 返品率 : 0.34pt改善 2008-2019比			配送 効率化	・夜間・早朝納品 ・土曜受注・祝日納品 ・定曜日納品による入荷件数削減による効率化 ・特売数量確定・情報提供早期化によるSC効果			
スコアカード	受発注			納品効率化	・1200×1000サイズパレット適応検証 ・入荷車両混雑状況の可視化 ・入荷受付/予約システム活用ステップ可視化			
	· · ·	計画納品 指定時間納品		返品	・終売情報を活用した返品削減の実証実験			
	入庫/ 納品 	パレタイズ納品 返品ルール		食品口 ス削減	納品許容緩和時の製配販それぞれの食品ロス削 減への影響調査			

3.個社としての取組み -ASN・ユニット検品-

メーカー様から三菱食品への納品・荷受けの合理化のため、メーカー様ストックポイントにてパレット単位若しくは納品車両単位にASN(事前出荷案内情報)を作成し、納品日前日までにデータ配信。 当該物流センターにてASNに基づき、荷受けを行うことで数量確認、賞味期限チェック工程を省くことができ、物流センターでの荷受け所要時間の低減が可能となり、メーカー様納品車両の効率化となる。



4.業界としての取組み 一全体構造一

大目標:持続可能な食品物流の構築



物流業界全体へ

物流従事者労働 環境改善へ向けた 足元課題の解決 (地ならし)

納品リート りんん 延長

長時間待機 撲滅

附帯作業 撲滅

ASN・ 検品レス

±

物流費マネジメント 高度化・デジタル化

物流オペレーション 効率化・強靭化

ドライバー不足の解消



中目標:スマート物流サービス <データプラットフォーム構築>



農林水産省、国土交通省、 経済産業省、製配販3層、 業界団体等との連携・協業

総合物流 施策大綱

SIP

製配販 連携協議会

フィジカルインターネット実現会議

"標準化"の取り組みによる物流業界の協業体制を推進中

①納品伝票 電子化

伝票電子化 プロジェクト 2020.7 始動 ②外装サイズ 標準化

外装サイズ 標準化協議会 2020.7 始動 ③コード体系 標準化

④外装表示の標準化

GS1標準コード

三菱食品参画

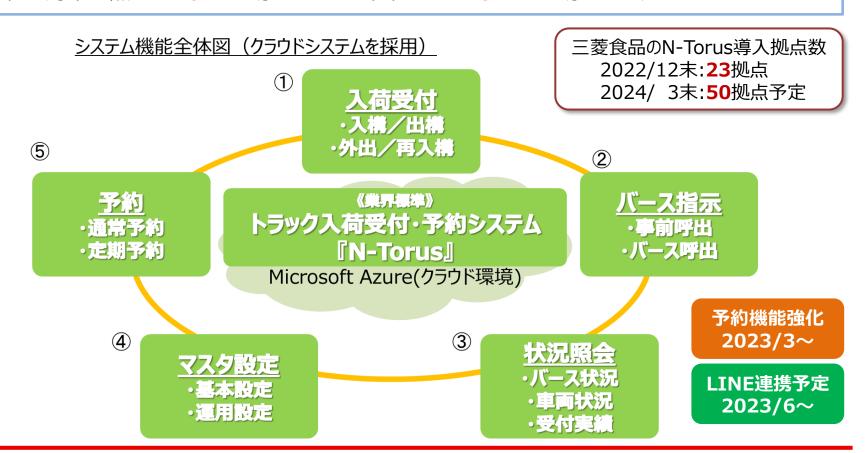
4.業界としての取組み -入荷受付・予約システム(日本加工食品卸協会: N-Torus) -

メーカー様納品車両の長時間待機問題改善への打ち手として、日食協会員食品卸が共同使用する入荷受付・予約システム(N-Torus)を2019年にリリース。

その後もユーザーである食品卸の物流現場からのニーズに対応すべく随時機能更新中。

日食協会員以外も活用できるよう「N-Torus賛助会員」を設け、食品メーカー様工場、小売業様センターでの導入が展開されている。

2022年12月末時点で137拠点に導入、2023年末には180拠点への導入を予定。



4.業界としての取組み ーメーカー様・卸間納品リードタイム延長WGの活動ー

日本に迫る物流クライシス

- <需要サイド>
- ・EC市場の拡大による宅配便の急増
- ・多品種・小ロット輸送の増加によるトラック積載率低下
 <供給サイド>
- ・少子高齢化や労働環境の悪化によるドライバー不足
- •2028年予測:需要 118万人

供給 90万人

不足 28万人

嫌われる加工食品物流

- ・納品先での長時間待機(全産業中ワースト1)
- ・運転以外の付帯作業(積下し・積替え、検品)
- ・短いリードタイム(受注翌日納品、夜間作業)
- ・厳しい日付管理・納品期限管理
- ・非効率で、非合理的な商慣習
- ・小ロット・多品種・多頻度納品

間近に迫る2024年問題

- ・「働き方改革関連法」の自動車運転業務への適用 2024年度よりトラックドライバーの時間外労働の上限が年間960時間(月間80時間)に
- ・2024年問題の影響不足する輸送能力の割合=14.2%

これらの問題解決のためのテーマとして「納品リードタイム延長問題」

4.業界としての取組み ーメーカー様・卸間納品リードタイム延長WGの活動ー

2019年7月 全日本トラック協会食料品部会から

受注日翌日納品から翌々日納品へのリードタイム延長要望

2019年9月 日食協「リードタイム(LT)延長化について」

2020年6月 製・配・販連携協議会 ロジスティクス最適化WG

LT延長問題「基本的な考え方と取組の方向性」

2020年12月 SBM8社※と卸6社の共同ワーク開始

~ 受注締め時間後倒しの実証実験

2021年10月 製配販各層が取り組むべき施策を取りまとめ

※食品物流未来推進会議の略称 味の素、カゴメ、キッコーマン食品、キユーピー、 日清オイリオ、日清製粉ウェルナ、ハウス、ミッカン

「持続可能な加工食品物流」の構築を進める上で、製配販各層が取り組むべき施策

製 (メーカー)

〇リードタイム延長を前提とした受注締め時間の後倒しの取組み(第1step:13時、目標:15時)

○リードタイム延長実施と合わせた、柔軟な緊急対応の許容

配 (卸 店) 〇メーカー発注の原則EDI化、緊急対応等、負荷業務の抑制

○リードタイム延長に伴う需要予測精度向上に努める

〇リードタイム延長による一定の在庫増加リスクへの柔軟な対応

販 (小売業) ○賞味期間180日以上の商品について、納入期限を賞味期間2分の1残しへの統一化

○小売⇒卸間での定番発注締時間の前倒し

○特売、新商品の適正リードタイム日数確保と計画数量化・追加の抑制

『持続可能な物流の構築』に向け、製・配・販の3層間が連携が不可欠。 FSP(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)をスタート

FSPの目的

- 1. 製配販3層間での情報共有
- 2. 全体最適を妨げる「商慣習」の洗い出しと見直しへのアプローチ
- 3. 将来にわたって存続する強固なフードサプライチェーンの構築

FSPの取組み~持続可能な物流実現のための施策~

- 1. 店舗納品期限「2分の1残し」への統一化と、それを前提としたメーカー・卸間納品期限のルール化
- 2. 3層間の最適連携を目指す、小売・卸間、卸・メーカー間の定番発注締めの時間調整
- 3. 特売・新商品の確定数量化を可能にする、適正納品リードタイムの確保

	小売業	・一般社団法人 日本スーパーマーケット協会(JSA) ・一般社団法人 全国スーパーマーケット協会(NSAJ) ・オール日本スーパーマーケット協会(AJS)					
FSPの構成団体	卸売業	·一般社団法人 日本加工食品卸協会(NSK)					
	製造業	・食品物流未来推進会議(SBM) 味の素、カゴメ、キッコーマン食品、キユーピー、					

日清オイリオ、日清製粉ウェルナ、ハウス、ミツカン

持続可能な加工食品物流構築に向けての取り組みマイルストーン

1.店舗納品期限「2分の1残し」への統一化、メーカー・卸間のルール化

賞味期限180日以上商品の小売店舗への納品期限を賞味期限1/2残しに統一

製配販各層取組		2022年			202	2024年			
		7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6
販	_{EE} 賞味期限1/2		啓蒙活動		賞味期限1/2残しによる納品受入完全乳			受入完全実	施
以	残U許容	現状調査	実行 スケジュール 策定						
 7	納品期限+ 在庫日数許容	啓蒙	活動	実施状況 確認	納品期阻	艮+在庫日数	双(原則2/3系	残し)によるノ	、荷受入
配		現状調査	実行 スケジュール 策定						
製	賞味期限延伸	賞味期限延伸商品開発・リニュール商品発売							
	日付年月表記	賞味期限の年月表記							

2024年問題

持続可能な加工食品物流構築に向けての取り組みマイルストーン

2. 小売・卸間、卸・メーカー間 定番発注締め時間調整

小売業→卸への発注締め時刻12時(前倒し)、卸→メーカーへの発注締め時刻15時(後倒し)

製配販各層取組		2022年			202	2024年			
		7~9	10~12	1~3	4~6 7~9		10~12	1~3	4~6
- R⊏	卸への12時迄の		啓蒙活動		実施状況確認		卸への定番発注時刻12		時迄実施
販	発注 (前倒し)	現状調査	実行スケジ	1-ル策定	システ <i>[</i> 店舗オ				
	需要予測精度向上 上 メーカー発注原則 EDI化	小売業からの定番受注の需要予測精度向上							
配		メーカー/	への発注原則	lEDI化		メーカー	への発注完全	EDI化	
集川	卸からの受注	特定メーカー・卸・エリアによる実行・啓蒙活動 卸からの受注時					受注時刻後俄	儿実施	
製	15時迄 (後倒し)	SBMメ-	-カーとの取組	み実施	他メーカ 取組み				

2024年問題

小売・卸間、卸・メーカー間 定番発注締め時間調整

メーカー受注後ろ倒し課題

- ①在庫移動業務フローの調整
- ②受注業務のフローの変更
- ③物流センター業務(在庫移動・出荷作業)の調整
- 4締め時間後ろ倒しに伴う各種システム変更
- ⑤例外納品先(N1納品先もしくは11時締め先など)の併存対応可否

第1ステップ: 13時受注締め

・2021年6月~7月 「発注締め時間の調整」 メーカー・卸間 実証実験実施

メーカー:味の素様、キユーピー様

卸売業:伊藤忠食品、加藤産業、国分G、日本アクセス、三井食品、三菱食品

- •2022年3月~4月 キッコーマン食品様・上記卸売業6社
- ·2022年7月4日~ キューピー様 14時受注締め開始

企業数

定番 小売業発注·卸受信時間 (時間帯別·部門別·企業数)

約半数の小売業が12:00以前に受信

12:01~15:00受信企業の前倒しが望まれる

			<u> </u>
受信時間	食品	酒類	菓子
~12:00	51	51	42
12:01~13:00	9	10	9
13:01~14:00	18	22	18
14:01~15:00	11	10	7
15:01~	14	9	9
調査中	5	6	23
合計	108	108	108

小売業・卸間

持続可能な加工食品物流構築に向けての取り組みマイルストーン

3. 特売・新商品の適正納品リードタイムの確保

小売業→卸への特売・新商品の納品日原則営業日6日前迄の確定発注と追加発注の抑制

製配販各層取組		2022年			202	2024年			
		7~9	10~12 1~3		4~6	7~9	10~12	1~3	4~6
納品日		啓蒙活動			実施状況確認				実施
販	8日前迄の 確定発注	現状調査	実行スケジ	1-ル策定					
ш-1	受注内容の 在庫確保 入荷車両の 削減		受注内容の在庫確保						
配			現状調査	実行スケジ	1-ル策定	メーカーから	の入荷車両	削減に資する	発注方法への
製	受注内容の 在庫確保 納品車両の 削減			受注内容の在庫確保					
		現状調査	実行スケジ	1-ル策定		卸へ	の納品車両削	· 削減	

2024年問題

特売・新商品受注の「現状」と「理想とする計画発注(営業日6日前)運用」

【現状】・特売LT不足と追加の常態化により卸は予測在庫となり、故に誤差が欠品・ロス在庫の要因となる・初回発注数の精度向上と追加ルールの明確化が課題

【特売・新商品 理想運用】・特売・新商品注文(追加含む)の営業日6日前数量確定発注・初回発注数精度を向上させ、極力追加の発注を抑える



小売からの特売・新商品注文の営業日 6 日前受信により、休日を加味した場合においても、 メーカー・卸とも安定した車両確保・商品供給が可能となる

※特売期間の追加が発生した場合も営業日6日間のリードタイムを確保する

ご清聴ありがとうございました。

