

流通における食品の製造・廃棄に関するアンケート

【対象となる商品】 貴社の製造されている商品のうち、**パン** についてお伺いします。
一般消費者が利用する小売店で販売されるものが対象です。

【ご回答いただきたい方】 貴社の製造や廃棄の実態を把握されている責任者、またはそれに相当するお立場の方がご回答ください。

※E-mail もしくはファックスにて、2014 年●月●日(●)までに、流通経済研究所(メール: foodwt@dei.or.jp、ファックス: 03-5276-5457 まで、ご提出ください。

※ご回答頂いた内容は統計的に処理し、調査目的の範囲内でのみ使用致します。割合や金額をお答え頂く欄もございますが、個別企業名を出したり、目的範囲外で使用することは決してございません。また、本調査票は、業界団体よりご連絡しておりますが、個々のご回答内容が業界団体に対してお伝えされることはありません。食品の返品・廃棄に関わる実態を把握し、取組みに反映して参りたいと存じますので、何卒ご協力のほど、宜しくお願い申し上げます。

【アンケート内容のお問い合わせ先について】

調査の内容などにつきましては、下記担当者までお問い合わせ下さい。

公益財団法人 流通経済研究所 アンケート事務局： 石川、重富（しげどみ）

〒102-0074 東京都千代田区九段南 4-8-21 山脇ビル 10 階

電話：03-5213-4533

メール：foodwt@dei.or.jp

（次ページからの質問にご回答ください）

I. 貴社の「商品カテゴリー」と「主力商品」について

問1. 貴社で製造されているパンについて、以下の商品カテゴリーA～Cの(1)年間売上高、(2)消費期限・賞味期限を、それぞれお教えてください。

商品カテゴリー名:	A. 食パン	B. 菓子パン(ドーナツ・ペストリー)	C. 惣菜パン
(1)年間売上高 (出荷ベース)	百万円/年	百万円/年	百万円/年
*うち、スーパーマーケット向け	%	%	%
*うち、コンビニエンスストア向け	%	%	%
*その他向け	%	%	%
	↓	↓	↓
(2)消費期限・賞味期限の 設定日数	日～ 日	日～ 日	日～ 日

問2. A～Cの各「主力カテゴリー」について、生産リードタイム(最終商品の生産数量確定から、製品を出荷できるまでの所要時間)を、それぞれお教えてください。

※該当する選択肢の「番号」に、○をつけてください。

商品カテゴリー名:	A. 食パン	B. 菓子パン(ドーナツ・ペストリー)	C. 惣菜パン
生産リードタイム	1. 12時間以下	1. 12時間以下	1. 12時間以下
※○はA～Dそれぞれ 1つずつ	2. 12時間超 ～24時間以下	2. 12時間超 ～24時間以下	2. 12時間超 ～24時間以下
	3. 24時間超 ～36時間以下	3. 24時間超 ～36時間以下	3. 24時間超 ～36時間以下
	4. 36時間超 ～48時間以下	4. 36時間超 ～48時間以下	4. 36時間超 ～48時間以下
	5. 48時間超 ～72時間以下	5. 48時間超 ～72時間以下	5. 48時間超 ～72時間以下
	6. 72時間超	6. 72時間超	6. 72時間超

他業界のカテゴリーは下記

<乳業>

A. 飲用牛乳・乳飲料の白物

B. 発酵乳

C. チルドデザート

(プリン、ゼリー)

<豆腐>

A. もめん豆腐

B. 絹ごし豆腐

C. 充填絹ごし豆腐

D. 寄せ豆腐

納豆は「納豆」1カテゴリー

Ⅱ.「業務プロセス」について

問3. 問1の商品カテゴリーA～Cごとに、発注リードタイム(小売業の確定発注から納品までの所要時間)の分布状況を、それぞれお教えてください。

※A～Cそれぞれ、1)スーパーマーケット向け/2)コンビニエンスストア向けに分けて、各々の全出荷金額=100とした場合に、発注リードタイムがどのような割合で分布しているかを、「金額ベース」の構成比でご回答ください。

商品カテゴリー名:	A. 食パン		B. 菓子パン(ドーナツ・ペストリー)		C. 惣菜パン	
	1)スーパーマーケット向け	2)コンビニエンスストア向け	1)スーパーマーケット向け	2)コンビニエンスストア向け	1)スーパーマーケット向け	2)コンビニエンスストア向け
12 時間以下	%	%	%	%	%	%
～24 時間以下	%	%	%	%	%	%
～36 時間以下	%	%	%	%	%	%
～48 時間以下	%	%	%	%	%	%
～72 時間以下	%	%	%	%	%	%
72 時間超	%	%	%	%	%	%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%

(次ページへ続く)

問 4. 問 1 の商品カテゴリ A~C ごとに、**納品期限**(製造後何日目の商品まで納品することが認められるか)の分布状況を、それぞれ教えてください。

※A~C それぞれ、1)スーパーマーケット向け/2)コンビニエンスストア向けに分けて、全出荷金額=100 とした場合に、納品期限がどのような割合で分布しているかを、「金額ベース」の構成比でご回答ください。

商品カテゴリ名:	A. 食パン		B. 菓子パン(ドーナツ・ペストリー)		C. 惣菜パン	
販路:	1)スーパーマーケット向け	2)コンビニエンスストア向け	1)スーパーマーケット向け	2)コンビニエンスストア向け	1)スーパーマーケット向け	2)コンビニエンスストア向け
D-0(製造当日)	%	%	%	%	%	%
D-1(製造日の 1 日後)	%	%	%	%	%	%
D-2(製造日の 2 日後)	%	%	%	%	%	%
D-3(製造日の 3 日後)	%	%	%	%	%	%
D-4(製造日の 4 日後)	%	%	%	%	%	%
それ以上-1: (製造日の <input type="text"/> 後)	%	%	%	%	%	%
それ以上-2: (製造日の <input type="text"/> 後)	%	%	%	%	%	%
それ以上-3: (製造日の <input type="text"/> 後)	%	%	%	%	%	%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%

(各列の合計値が 100 となるよう、ご回答ください)

(次ページへ続く)

Ⅲ. 「余剰生産」の実態について

問 5. 問 1 の商品カテゴリーA～C ごとに、**余剰生産の発生金額**(出荷ベース)を、それぞれお教えてください。

※**余剰生産**の定義：「通常の販売方法で出荷できず、特別販売や廃棄処分、無償提供などの方法により処分した商品」を指します。

商品カテゴリー名:	A. 食パン	B. 菓子パン(ドーナツ・ペストリー)	C. 惣菜パン
各商品カテゴリーの「余剰生産」の発生金額(出荷ベース)	百万円/年	百万円/年	百万円/年

(次ページへ続く)

問 6. 問 1 の商品カテゴリーA～Cに関して、余剰生産が発生する理由は、どのようなことでしょうか。

※商品カテゴリーA～Cの余剰生産の発生金額(出荷ベース)の合算値=100とした場合に、それぞれの理由が占める割合をご記入ください。

		A～Cに関して 「余剰生産」が発生する理由 の構成比
①	小売業からの <u>定番商品</u> の発注数量が、需要予測を下回ったため	%
②	小売業からの <u>特売商品</u> の発注数量が、需要予測を下回ったため	%
③	小売業からの <u>新商品</u> の発注数量が、需要予測を下回ったため	%
④	小売業からの専用商品、プライベートブランド商品、またはダブルブランド商品の発注数量が少なく、最少生産ロットを下回ったため	%
⑤	その他-1 〔具体的に:	%
⑥	その他-2 〔具体的に: 〕	%
⑦	その他-3 〔具体的に: 〕	%
合計		100%

(次ページへ続く)

IV. 「余剰生産」発生後の対応について

問7. 問1の商品カテゴリーA～Cに関して、「余剰生産」の発生後にどのような対応／処理をしているか、それぞれご回答ください。

※A～Cそれぞれ、問4でご回答頂いた「余剰生産」の発生金額＝100とした場合に、「対応／処理方法」別の構成比がどのようになっているか、「出荷ベース」の金額(通常販売の金額)の分布状況をご回答ください。

商品カテゴリー名:	A. 食パン	B. 菓子パン(ドーナツ・ペストリー)	C. 惣菜パン
得意先小売業への特別販売	%	%	%
その他の特別販売 (社員販売、工場での アウトレット販売など)	%	%	%
得意先小売業に対する販促と しての現物サービス			
無償提供 (フードバンクへの寄付、地域 のイベントなど)	%	%	%
廃棄処分 (リサイクルを含む)	%	%	%
その他-1 (具体的に:)	%	%	%
その他-2 (具体的に:)	%	%	%
合計	100%	100%	100%

(各列の合計値が100となるよう、ご回答ください)

(次ページへ続く)

V. 小売業との「情報共有」の状況について

問 8. 問 1 でご回答頂いた A~D の各「主力商品」について、小売業との情報共有がどの程度行われているかを、それぞれお答えください。

※A~D それぞれ、全取引金額=100 とした場合に、8-1) / 8-2) を行っている取引金額がどの程度あるか、おおよその金額割合を回答してください。

8-1) 「販売実績」情報の共有 (POS データの入手) を行っている、取引金額の割合 (%)

A~D それぞれについて、全取引金額=100 とすると、このような情報共有が行われている取引金額の割合は…

商品カテゴリー名:	A. 食パン	B. 菓子パン(ドーナツ・ペストリー)	C. 惣菜パン
「販売実績」情報の共有 (POS データの入手) を行っている取引金額の割合	%	%	%

8-2) 「販売計画」情報の共有 (特売、チラシ販売等の情報を、生産計画に反映するために事前に入手するなど) を行っている、取引金額の割合 (%)

A~D それぞれについて、全取引金額=100 とすると、このような情報共有が行われている取引金額の割合は…

商品カテゴリー名:	A. 食パン	B. 菓子パン(ドーナツ・ペストリー)	C. 惣菜パン
「販売計画」情報の共有 (特売、チラシ販売等の情報を、生産計画に反映するために事前に入手するなど) を行っている取引金額の割合	%	%	%

(次ページへ続く)

VI. 余剰生産・食品廃棄ロスの「削減策」について

問9. 問1の商品カテゴリー(A~C)に関して、「余剰生産」や「食品廃棄ロス」を減らすための方策として、以下の各項目はどの程度有効だと思われますか。それぞれ、もっともあてはまる選択肢の番号に、○をつけてください。 ※A~C全般について、各方策の有効度をお答えください。

※○は、(1)~(9)それぞれ1つずつ

		有効である	やや有効である	いえない どちらとも	あまり有効でない	全く有効でない
(1) 小売店の「販売実績」情報の共有 (POS データ等の小売店の販売実績情報を、需要予測に反映するために入手するなど)	→	1	2	3	4	5
(2) 小売店の「販売計画」情報の共有 (特売、チラシ販売等の情報を、生産計画に反映するために事前に入手するなど)	→	1	2	3	4	5
(3) 「発注リードタイム」の緩和 (小売業と協議し、発注から納品までの期間を見直し、従来よりも余裕を持たせること)	→	1	2	3	4	5
(4) 「納品期限」の緩和 (小売業と協議し、商品の製造日から納品が認められる日までの期間を延長すること)	→	1	2	3	4	5
(5) 納品時の「製造日の日付逆転」の容認 (小売業と協議し、前に納入した商品よりも前の賞味期限・賞味期限日付の商品の後からの納入を認めてもらうこと)	→	1	2	3	4	5
(6) 「生産リードタイム」の短縮 (生産数量確定から製造終了までの期間を短縮すること)	→	1	2	3	4	5
(7) 自社製品の「消費期限・賞味期限」の延長 (包装・商品の改良、安全係数の見直しによって、消費期限・賞味期限を延長すること)	→	1	2	3	4	5
(8) その他-1 (具体的に:)	→	1	2	3	4	5
(9) その他-2 (具体的に:)	→	1	2	3	4	5
	→	1	2	3	4	5

(次ページへ続く)

問 10. 問 1 でご回答頂いた商品カテゴリー(A~C)に関して、これまでに貴社で「余剰生産」や「食品廃棄ロス」の削減を行った**成功事例**があれば、ご紹介ください。

※A~Dのうち、どの商品カテゴリーに関する事例でも結構です。以下の(記入例)のように、簡単な概要がわかるよう、ご記入ください。

(記入例) (2)の例として:3年前に、余剰生産を削減するため、得意先のスーパーマーケットから、納品の1週間前に発注見込数量情報を提供してもらうことにした。最終の確定発注数量は見込から20%程度変化する可能性があるものの、余剰生産の大幅な削減につながっている。

テーマ	記入欄 (※該当する事例のある欄に、具体的にご記入ください)
<p>(1) 小売店の「販売実績」 情報の共有 (POS データ等の小売店の販売実績情報を、需要予測に反映するために入手するなど)</p>	
<p>(2) 小売店の「販売計画」 情報の共有 (特売、チラシ販売等の情報を、生産計画に反映するために事前に入手するなど)</p>	
<p>(3) 「発注リードタイム」の緩和 (小売業と協議し、発注から納品までの期間を見直し、従来よりも余裕を持たせること)</p>	
<p>(4) 「納品期限」の緩和 (小売業と協議し、商品の製造日から納品が認められる日までの期間を延長すること)</p>	
<p>(5) 納品時の「製造日の日付逆転」の容認 (小売業と協議し、前に納入した商品よりも前の賞味期限・賞味期限日付の商品の後の納入を認めてもらうこと)</p>	

(次ページへ続く)

(問 10. 「回答欄」 続き)

テーマ	記入欄 (※該当する事例のある欄に、具体的にご記入ください)
(6)「生産リードタイム」の短縮 (生産数量確定から製造終了までの期間を短縮すること)	
(7) 自社製品の「消費期限・賞味期限」の延長 (包装・商品の改良、安全係数の見直しによって、消費期限・賞味期限を延長すること)	
(8) その他-1 (具体的に:)	
(9) その他-2 (具体的に:)	

(次ページへ続く)

<お差し支えなければ、下欄にもご記入ください>

※下欄の情報はアンケート管理にのみ使用し、個別の会社名やご氏名等を集計・分析に使用することはありません。

御社名			
部署名			
お役職		ご氏名	様
メールアドレス	@		
ご住所	〒		
お電話番号	()-	-	

長い間ご協力を賜りまして、誠にありがとうございました。
アンケートをご返信いただきますよう、お願い申し上げます。