

平成 19 年度 経済産業省委託事業

流通システム標準化事業

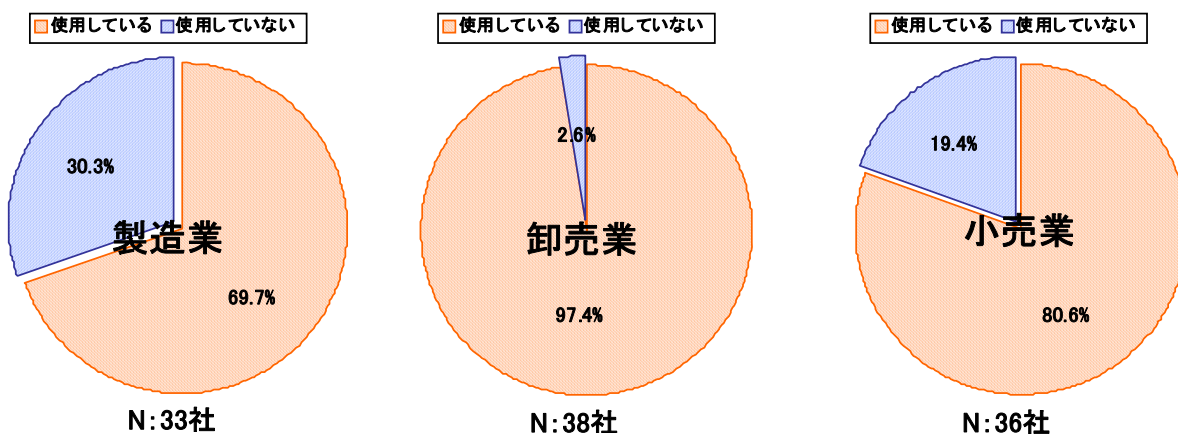
参考資料 2. 物流ラベル等の標準化に 関するアンケート及びヒアリング結果報告

1. 物流ラベル実態調査アンケート結果

1-1. 物流ラベルの実態調査

Q1. 物流ラベルを使用されていますか？

図表Q1-1 物流ラベル仕様状況



図表Q1-2 物流ラベル仕様状況（詳細）

業界	使用している	使用していない	合計
製造業	23	10	33
食品	7	7	14
日経メーカー	3	1	4
スポーツ	5	0	5
家電	8	2	10
卸売業	37	1	38
食品卸	15	0	15
日経・医薬卸	6	0	6
アパレル・衣料・靴卸	11	1	12
スポーツ	5	0	5
小売業	29	7	36
GMS/SM	16	3	19
百貨店	6	1	7
ドラッグストア	2	3	5
生協	5	0	5
合計	89	18	107

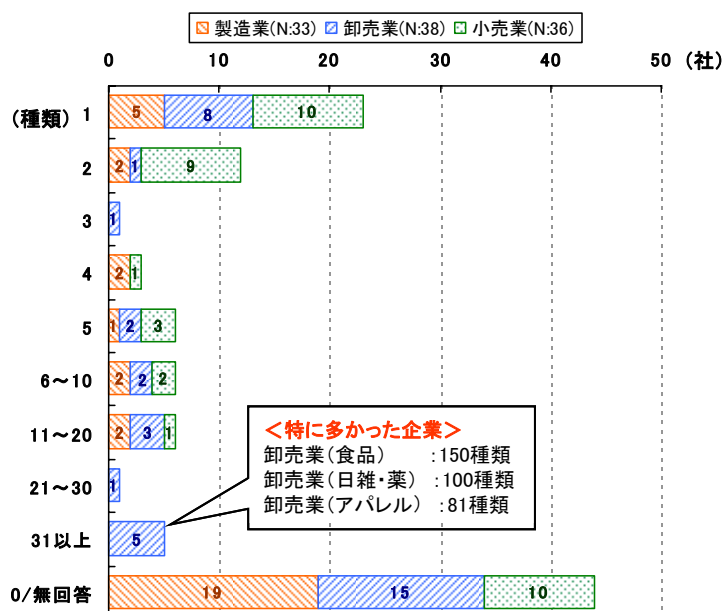
- 回答を頂いた全業種 107 社のうち、89 社 (83.2%) が物流ラベルを使用していると回答。
- 製造業では、33 社中 23 社 (69.7%) が物流ラベルを利用していると回答。「スポーツ」業界では 5 社全てが使用、「食品」業界は他の業界と比べ、半分の 7 社が使用していない (50%)。
- 卸売業では物流ラベルを 38 社中 37 社 (97%) が使用していて、高い使用率である。アパレル・衣料・靴卸の 1 社のみ、使用していないという回答があった。
- 小売業では 36 社中 29 社 (80.6%) が使用していると回答。「ドラッグストア」業界は 5 社中 3 社が「使用していない」と回答しており、目立って使用率が低い。
- 卸売業は、製造業と小売業の中間流通を担うので、多様な物流に対応していることが分かる。

Q2. 使用されている主な物流ラベルについて

① 主に何種類のラベルを使用していますか？（納品される側で使用：小売業、卸売業ほか）

■ 納品する側で作成/貼付しているラベル

図表Q2-1 納品する側で作成/貼付している物流ラベルの種類



図表Q2-2 納品する側で作成/貼付している物流ラベルの種類(詳細)

種類	製造業					卸売業					小売業				
		食品	日雑・メーカー	スポーツ	家電		食品卸	日雑・医薬卸	アパレル・衣料・靴卸	スポーツ		GMS/SM	百貨店	ドラッグストア	生協
1	5	2	0	2	1	8	2	2	3	1	10	4	4	1	1
2	2	1	0	0	1	1	1	0	0	0	9	7	1	0	1
3	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
4	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
5	1	0	1	0	0	2	1	0	0	1	3	2	0	0	1
6~10	2	0	0	2	0	2	2	0	0	0	2	1	0	0	1
11~20	2	1	0	0	1	3	1	1	0	1	1	0	0	0	1
21~30	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
31以上	0	0	0	0	0	5	2	2	1	0	0	0	0	0	0
0/無回答	19	9	3	1	6	15	6	0	8	1	10	5	2	3	0

- ラベルの種類数は1種類という回答が最も多く、全体の22%(23社)を占めている。
- 小売業であるGMS/SMのみ、2種類の回答が多いが、生鮮食品やアパレルなどの商品により使い分けて使用しているものと思われる。
- 卸売業では、中間流通を担うことから、様々な企業との取引を行うため、多くの種類ラベルを使用している。最多の卸売業(食品)では150種類

■ その他回答

図表Q2-3 その他:物流ラベルの種類

回答企業	回答内容
製造業(食品)	メーカー
製造業(日雑メーカー)	雑貨に関して弊社では6 倉庫使用しており、小口配送を行う路線業者を使用する際にのみ物流ラベルを使用する。倉庫が自社で車を仕立てて配送する <u>車立て配送の場合ラベルは使用しない</u> 。それぞれの <u>倉庫が契約する路線業者の数によって種類が異なる</u> 。一社のみの契約なら一種類であるが、最大四社と契約している倉庫もありその場合は四種類。出力方法も倉庫によって異なり、前もって業者に情報を送り、ドライバーがラベルを持参するケース、業者からラベルプリンターを貸与され自社 WMS データに連動し出力されるケース、自社のフォーマットで各路線業者に対応するケース等がある。
製造業(家電)	家電量販店、GMS、家電通販
卸売業(食品卸)	SCM ラベル
卸売業(食品卸)	多数、不明
卸売業(食品卸)	(10~20 と回答) 小売より委託されて行なっているセンターでは B1 を使用。ただし、内容は各々別。
卸売業(食品卸)	入荷検品ラベル、入庫ラベル、店別仕分ラベル、カゴ車ラベル、オリコンラベル
卸売業(日雑・医薬卸)	主要3 拠点で個別に調査し集計しましたので、同一ラベルが重複することもあります
卸売業(スポーツ用品)	量販店物流センター納品用 PD ラベル
小売業(GMS/SM)	外注ラベルセンターで事前発行、PD ラベル作成と、事前印刷の店別カラーラベルのいずれかを納品側で購入、貼付する。
小売業(GMS/SM)	納品される側(弊社)にて作成し、お取引先に配布している
小売業(GMS/SM)	PD ラベル(代行)、SCM ラベル(代行)、RFID 用が台車ラベル
小売業(GMS/SM)	多数
小売業(百貨店)	SCM ラベル
小売業(ドラッグストア)	SCM ラベル、ケース出荷ラベル、オリコンラベル、カゴ車シール、TC ラベル
小売業(生協)	ベンダー様から納品される商品に貼付している(一部商品のみ)PD ラベルによるソーターコンベヤでの店別仕分け
小売業(生協)	【A】 自社で要求する企画にあつていれば、フォーマットは自由なので種類は限定できません 【B】 通常は各個人の注文データをシステム処理してDPSなどを使用して個人別単位などで集品していますが、システム上対応できない商品の一部でラベルによるマニュアル処理が可能にする <u>必要項目を印字の上納品してもらっています。</u>

- 様々なラベル名称で使用していることが分かるが、そのなかには、路線業者のラベルやシールなども含まれている。
- 分析・集計する上では、ラベルの使用目的や印字項目などを詳細な分析が必要である。

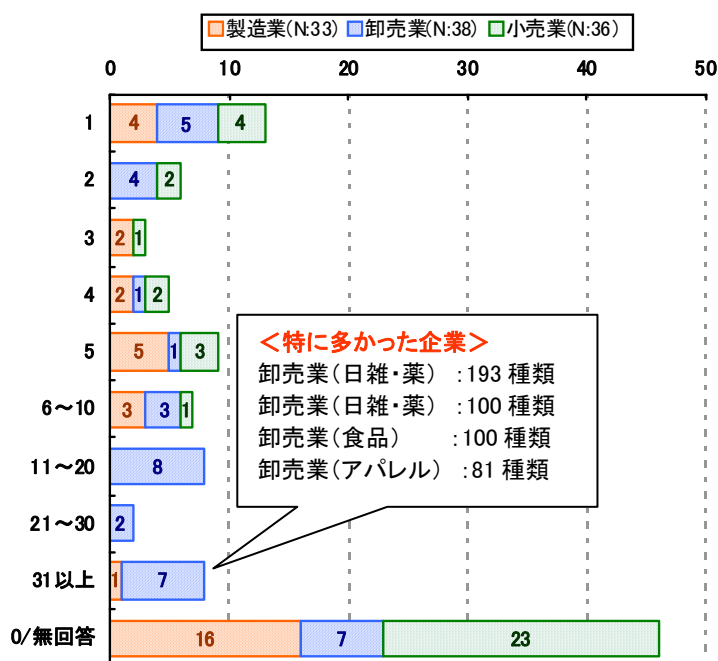
図表Q2-4 その他:物流ラベルの種類(詳細)

種類	製造業					卸売業					小売業				
		食品	日経メー カー	スポーツ	家電		食品卸	日経・医 薬卸	アパレ ル・衣 料・靴卸	スポーツ		GMS/ SM	百貨店	ドラッグ ストア	生協
1	2	1	0	1	0	3	1	0	2	0	7	4	1	0	2
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
3	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6~10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11~20	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
21~30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31以上	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0/無回答	30	13	4	4	9	34	14	5	10	5	28	14	6	5	3

①主に何種類のラベルを使用していますか？（納品する側で使用：卸売業、製造業ほか）

■ 自社で作成/貼付しているラベル

図表Q2-5 自社で作成/貼付している物流ラベルの種類



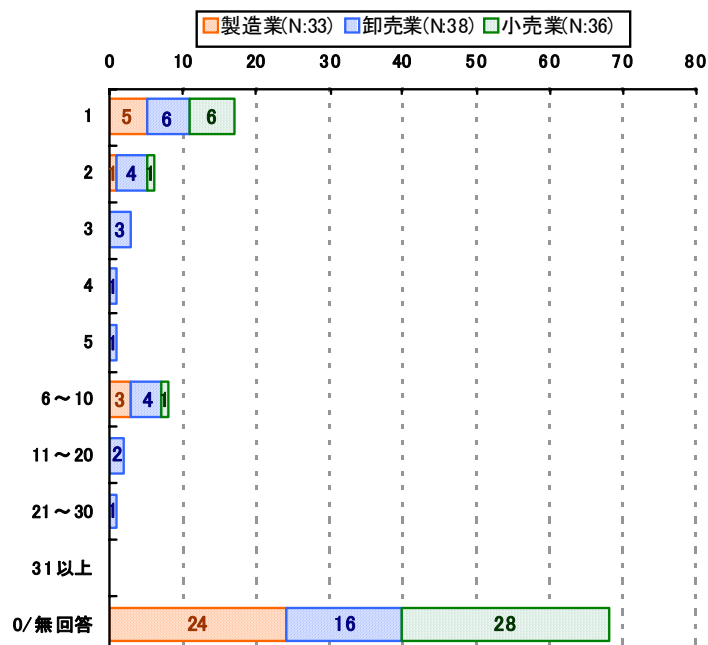
図表Q2-6 自社で作成/貼付している物流ラベルの種類（詳細）

種類	製造業					卸売業					小売業				
	食品	日雑・メー カー	スポーツ	家電		食品卸	日経・医 薬卸	アパレ ル・衣 料・靴卸	スポーツ		GMS／ SM	百貨店	ドラッグ ストア	生協	
1	4	1	0	1	2	5	2	0	2	1	4	2	0	0	2
2	0	0	0	0	0	4	2	0	1	1	2	1	0	1	0
3	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
4	2	0	0	1	1	1	0	0	1	0	2	2	0	0	0
5	5	2	1	0	2	1	1	0	0	0	3	1	0	0	2
6～10	3	1	0	2	0	3	2	0	1	0	1	0	0	0	1
11～20	0	0	0	0	0	8	3	2	3	0	0	0	0	0	0
21～30	0	0	0	0	0	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0
31以上	1	0	0	0	1	7	4	2	1	0	0	0	0	0	0
0/無回答	16	10	3	1	2	7	1	1	2	3	23	13	7	3	0

- 自社で作成しているラベルの種類数は1種類が最も多く自社作成13社と回答。
- 卸売業は、特に多くの種類のラベルを使用しているが、自社で作成をしているラベルの仕様は、小売業からの指示に基づいたものが多い。

■支給(購入など)されたラベルを貼付

図表Q2-7 支給(購入など)された物流ラベルの種類



表Q2-8 支給(購入など)された物流ラベルの種類(詳細)

種類	製造業					卸売業					小売業				
	食品	日経メー カー	スポーツ	家電		食品卸	日経・医 薬卸	アパレ ル・衣 料・靴卸	スポーツ		GMS／ SM	百貨店	ドラッグ ストア	生協	
1	5	1	0	1	3	6	2	1	3	0	6	4	0	1	1
2	1	1	0	0	0	4	2	1	0	1	1	0	0	0	1
3	0	0	0	0	0	3	2	0	0	1	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
6～10	3	1	0	0	2	4	0	1	3	0	1	1	0	0	0
11～20	0	0	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0
21～30	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
31以上	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0/無回答	24	11	4	4	5	16	7	3	5	1	28	14	7	4	3

- 自社で作成しているラベルの種類数は1種類が最も多く自社作成13社、支給(購入)ラベル17社が1種類と回答。
- 支給(購入)されるラベルは多くの場合、ベンダーなどに委託し作成されたものが多い。

■その他回答

図表Q2-9 その他の物流ラベル

回答企業	回答内容
製造業(日雑メーカー)	路線業者の物流ラベル
製造業(日雑メーカー)	路線便使用時 荷札を使用(委託倉庫にて作成)しています
卸売業(食品卸)	店名ラベル
卸売業(食品卸)	(自社:30~40、支給:10~20 と回答) ほぼ、A1 と思われるが、上記同様、内容は各々別。
卸売業(食品卸)	入荷検品ラベル、在庫ラベル、店別仕分ラベル、カゴ車ラベル、オリコンラベル
卸売業(スポーツ)	運送業者指定のラベル(荷札)
卸売業(スポーツ)	<u>全て購入</u>
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	量販用 PD、SCM ラベル
小売業(GMS/SM)	PD ラベル、SCM ラベル
小売業(生協)	【A】 納品する側で使用とは？ 荷受側はわかりません。ここでいう自社とは誰？ 支給されたラベルを貼付するのは納品される側の都合では？ その場合納品する側で使用するとは何を意味するのか？ 自社でも購入でも <u>フォーマットがあつていればどちらでもかまいません。</u> 【B】 各会員の共同購入センターへの配送用ラベル、各最終配達先の識別ラベル及び場合により配達先での購入者個人を識別するラベル
小売業(ドラッグストア)	PD ラベル、入荷シール、補充シール

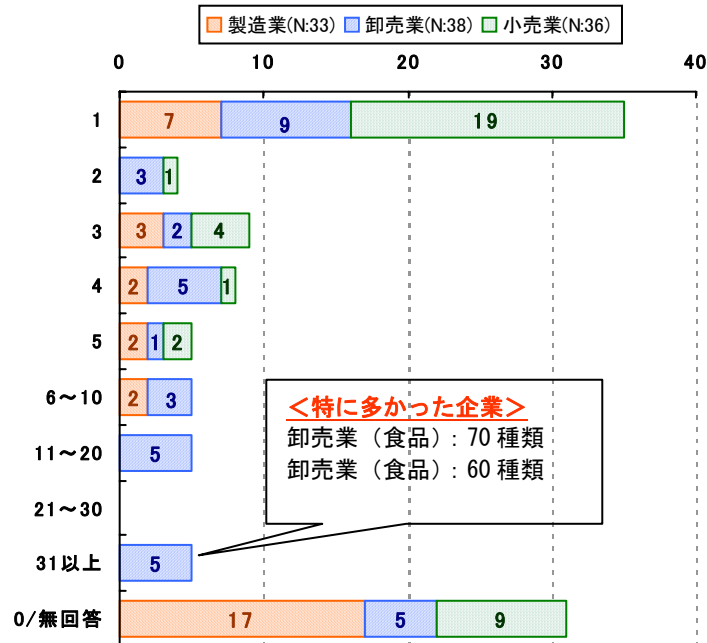
図表Q2-10 その他:物流ラベルの種類(詳細)

種類	製造業					卸売業					小売業				
		食品	日雑メーカー	スポーツ	家電		食品卸	日雑・医薬卸	アパレル・衣料・靴卸	スポーツ		GMS/SM	百貨店	ドラッグストア	生協
1	2	1	0	0	1	2	0	0	2	0	2	1	0	0	1
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6~10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11~20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21~30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31以上	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0/無回答	30	13	3	5	9	36	15	6	10	5	34	18	7	5	4

②使用されている主な物流ラベルを種類別に記入ください ー利用種類

■ SCM ラベル:ASN(事前出荷情報)と連携した物流ラベル

図表Q2-11 SCMラベルの種類



図表Q2-12 SCMラベルの種類(明細)

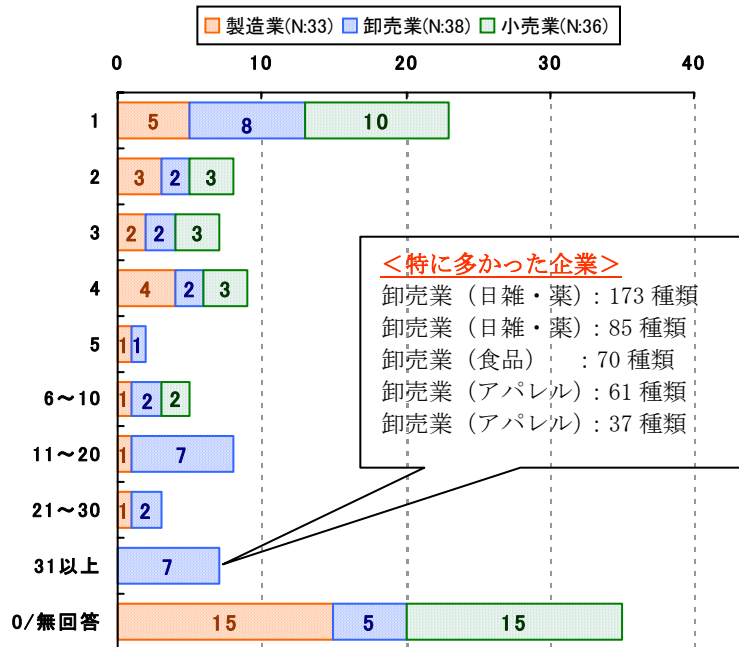
度数	製造業					卸売業					小売業				
		食品	日経メー カー	スポーツ	家電		食品卸	日経・医 薬卸	アパレ ル・衣 料・靴卸	スポーツ		GMS/ SM	百貨店	ドラッグ ストア	生協
1	7	2	1	1	3	9	4	2	2	1	19	9	6	0	4
2	0	0	0	0	0	3	0	0	2	1	1	1	0	0	0
3	3	1	0	0	2	2	1	1	0	0	4	3	0	1	0
4	2	0	0	2	0	5	1	0	4	0	1	0	0	1	0
5	2	0	0	1	1	1	1	0	0	0	2	1	0	0	1
6~10	2	0	0	1	1	3	1	1	1	0	0	0	0	0	0
11~20	0	0	0	0	0	5	1	2	2	0	0	0	0	0	0
21~30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31以上	0	0	0	0	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0
0/無回答	17	11	3	0	3	5	1	0	1	3	9	5	1	3	0

ー卸売業者の SCM ラベルの使用率が高く、38 社中 33 社が使用していると回答。

ーSCM ラベルを使用している企業が多いが、ヒアリングなど調査によると、ASN と連携して使用しているのは、GMS/SM の大手企業小売業の要請による場合が多い。

■PD ラベル:ASN と連携しない物流ラベル

図表Q2-13 PDラベルの種類



図表Q2-14 PDラベルの種類(明細)

度数	製造業					卸売業					小売業				
	食品	日経メー カー	スポーツ	家電		食品卸	日経・医 薬卸	アパ レル・衣 料・靴卸	スポーツ		GMS／ SM	百貨店	ドラッグ ストア	生協	
1	5	2	1	1	1	8	5	0	2	1	10	7	1	1	1
2	3	2	0	1	0	2	0	0	1	1	3	2	0	1	0
3	2	0	0	0	2	2	1	0	0	1	3	2	0	0	1
4	4	0	1	0	3	2	0	0	2	0	3	2	0	0	1
5	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
6～10	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	2	1	0	0	1
11～20	1	0	0	1	0	7	2	1	3	1	0	0	0	0	0
21～30	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0
31以上	0	0	0	0	0	7	3	2	2	0	0	0	0	0	0
0/無回答	15	10	2	1	2	5	2	1	2	0	15	5	6	3	1

- PD ラベルの方が、1 種類ではなく様々な種類を使用している企業が多く、特に卸売業では 10 種類以上を使用している。
- 製造業、卸売業、小売業においては、ASN と連動した SCM ラベルよりも、ASN と連動しない PD ラベルを使用している企業が多く、1 種類ではなく様々な種類を使用している企業が多く。

■その他

図表Q2-15 その他ラベル

回答企業	回答内容
製造業(食品)	商品入庫票、ピッキングラベル、日付指定ラベル、BL梱包ラベル、路線用荷札
製造業(日雑メーカー)	個々のカートンに納品先に間違えがないように添付しています。
製造業(家電)	荷札ラベル
製造業(家電)	JAN コードシール、商品コードシール、バンダー名シール
製造業(スポーツ)	1 種 倉庫内の出荷(搬送)ラベルとして使用
卸売業(食品卸)	店名ラベル
卸売業(食品卸)	(SCM:30~40、PD:10~20 と回答) SCM の場合、ユニークな荷番の採番サイクルも企業により違う。2 週間であったり、1 年であったり。PD の場合、イメージを送ってそのまま印字するパターンあり。
卸売業(食品卸)	基本的には、 <u>各々1種類のラベルで運用</u> していますが、お客様からの条件により、印字内容・データ内容は異なります。
卸売業(日雑・医薬卸)	PD、SCM ラベル以外では入庫ラベル、補充ラベル
卸売業(スポーツ)	フォーマットには数種類有ります
卸売業(スポーツ)	運送業者指定のラベル(荷札)
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	10 種 バーコード、ユニークコードなし
小売業(ドラッグストア)	SCM ラベル、ケース出荷ラベル、オリコンラベル、カゴ車シール、TC ラベル、PD ラベル、入荷シール、補充シール
小売業(生協)	【B】 受注情報(お届け先情報)が含まれたラベルを発行してもらい、出荷情報は別ルートで受信し処理され

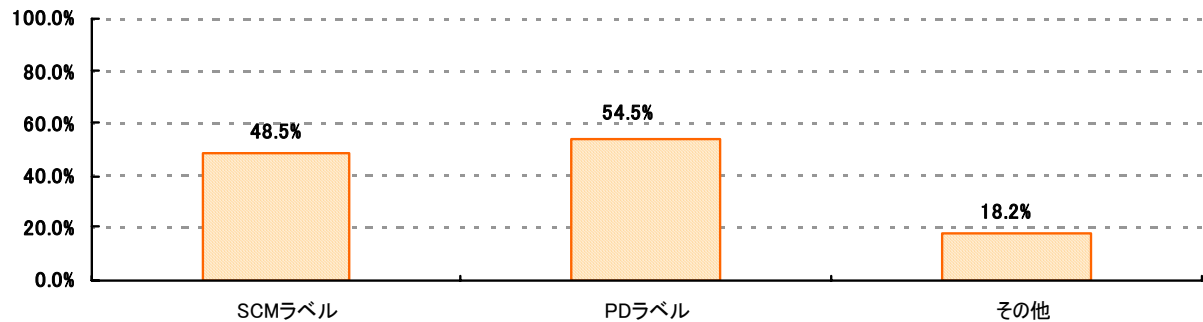
図表Q2-16 その他:ラベルの種類(明細)

度数	製造業					卸売業					小売業				
		食品	日雑メーカー	スポーツ	家電		食品卸	日雑・医薬卸	アパレル・衣料・靴卸	スポーツ		GMS/SM	百貨店	ドラッグストア	生協
1	2	0	0	1	1	2	0	0	2	0	2	0	0	0	2
2	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
5	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6~10	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
11~20	0	0	0	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0
21~30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31以上	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0/無回答	27	12	3	4	8	31	13	4	9	5	34	19	7	5	3

②使用されている主な物流ラベルを種類別に記入ください ―利用種類

＜製造業 N:33 社＞

図表Q2-17 製造業:ラベルの種類



図表Q2-18 製造業:ラベルの種類(詳細)

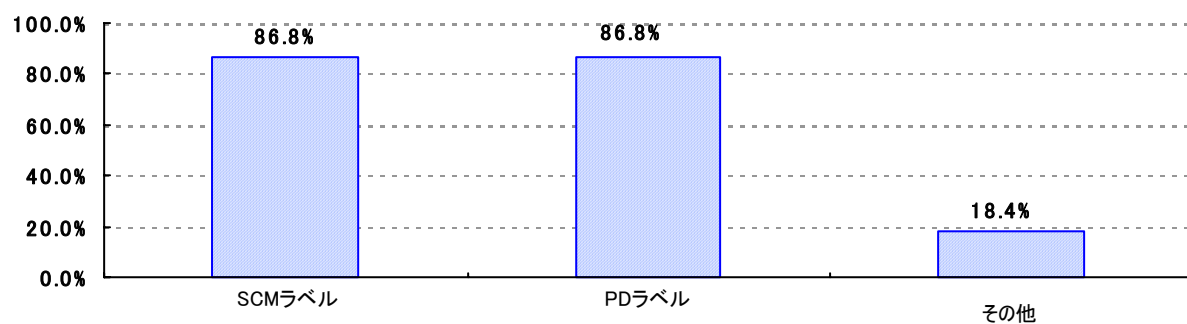
単位:社

業界	SCMラベル	PDラベル	その他	合計
製造業	16	18	6	33
食品	3	4	2	14
日経メーカー	1	2	1	4
スポーツ	5	4	1	5
家電	7	8	2	10

- － 製造業では、SCM ラベルに比べ、PD ラベルを利用している企業が若干多い。
- － スポーツ用品業界では若干 SCM ラベルの方が多いが、それ以外の業界では「PD ラベル」を利用している企業が多い。
- － 1 企業で、最大でも8種類のラベルを使用している(スポーツ用品)。

②使用されている主な物流ラベルを種類別に記入ください ー利用種類
 <卸売業 N:38 社>

図表Q2-19 卸売業:ラベルの種類



図表Q2-20 卸売業:ラベルの種類(詳細)

単位:社

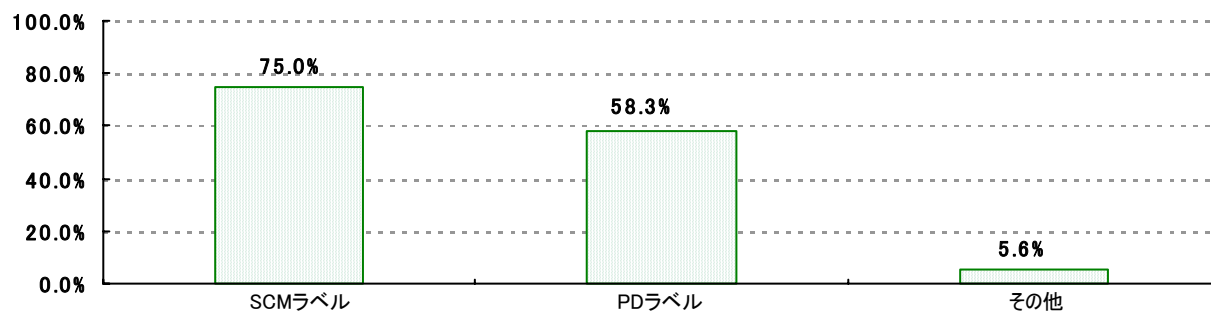
業界		SCMラベル	PDラベル	その他	合計
卸売業		33	33	7	38
	食品卸	14	13	2	15
	日経・医薬卸	6	5	2	6
	アパレル・衣料・靴卸	11	10	3	12
	スポーツ	2	5	0	5

- ー 卸売業では SCM ラベルと PD ラベルの利用が同数。
- ー スポーツ用品業界では PD ラベルが 5 社中 5 社利用しており、SCM ラベルは 2 社のみの利用となっている。
- ー 特に、食品卸では、最大でも 70 種類のラベルを使用している企業もある。

②使用されている主な物流ラベルを種類別に記入ください ―利用種類

<小売業 N:36 社>

図表Q2-21 小売業:ラベルの種類



図表Q2-22 小売業:ラベルの種類(詳細)

単位:社

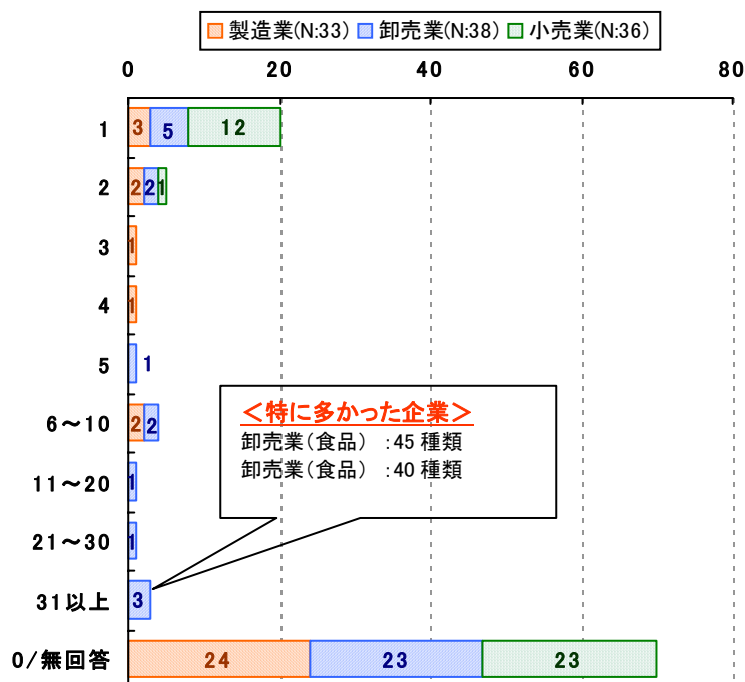
業界	SCMラベル	PDラベル	その他	合計
小売業	27	21	2	36
GMS/SM	14	14	0	19
百貨店	6	1	0	7
ドラッグストア	2	2	0	5
生協	5	4	2	5

- 小売業では SCM ラベルの利用が多く、36 社中 27 社(75%)が利用している。
小売業では、ASN を活用した商品の受入れなどを実施している企業が増えている。
- 百貨店業界では PD ラベルの利用が特に少なく、7 社中 1 社のみが利用していると回答している。
- 1 企業で、最大でも 5 種類のラベルを使用している(GMS/SM)。
商品の特性により、ラベルを使い分けしているものと思われる。

③使用されている主な物流ラベルをサイズ別に記入ください ー利用種類

■ A 型サイズに準拠

図表Q2-23 A型サイズのラベルの種類



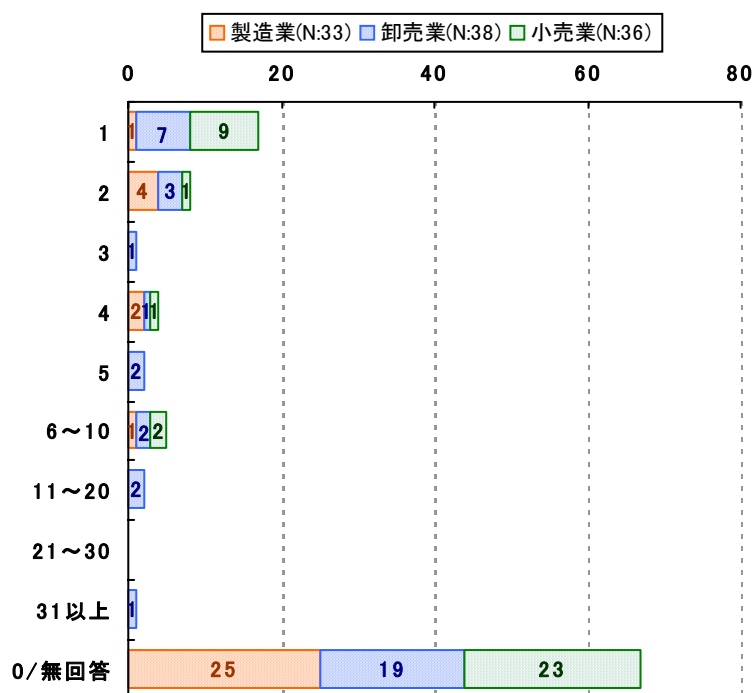
図表Q2-24 A型サイズのラベルの種類(詳細)

種類	製造業					卸売業					小売業				
		食品	日経 メーカー	スポー ツ	家電		食品卸	日経・医 薬卸	アパレ ル・衣 料・靴卸	スポー ツ		GMS/ SM	百貨店	ドラッグ ストア	生協
1	3	1	1	0	1	5	4	0	1	0	12	5	1	1	5
2	2	1	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	0	0	0
3	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
6~10	2	0	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0
11~20	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
21~30	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
31以上	0	0	0	0	0	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0
0/無回答	24	12	3	4	5	23	4	3	11	5	23	13	6	4	0

- ー 小売業では、卸売業などへの指定したラベル 1 種類を使用しているものと思われる。
- ー 製造業では、家電は複数の種類のラベル使用し、卸売業では、食品卸、日用雑貨・医薬卸が多くの種類のラベルを使用している。

■B型サイズに準拠

図表Q2-25 B型サイズのラベルの種類



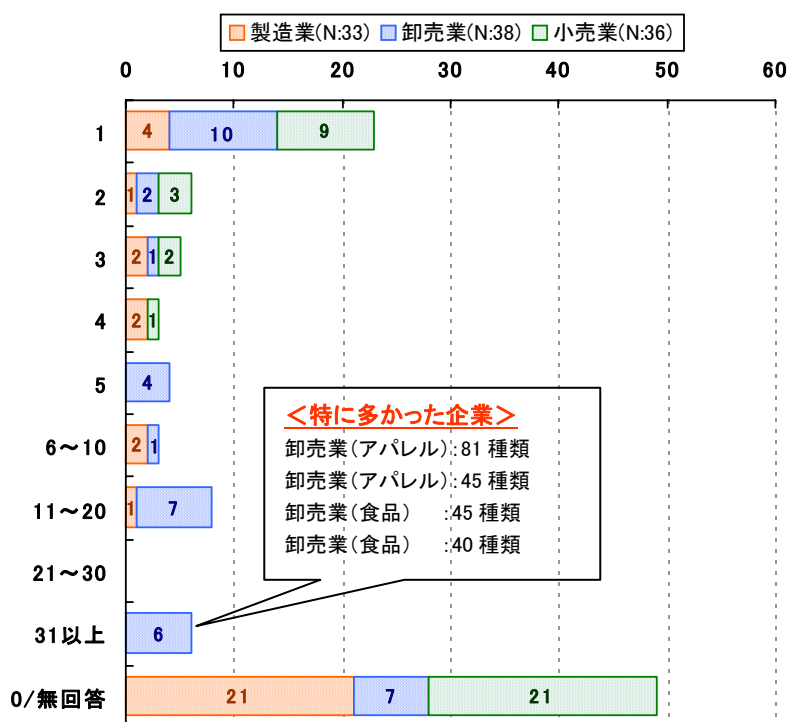
図表Q2-26 B型サイズのラベルの種類(詳細)

種類	製造業					卸売業					小売業				
		食品	日経メーカー	スポーツ	家電		食品卸	日経・医薬卸	アパレル・衣料・靴卸	スポーツ		GMS/SM	百貨店	ドラッグストア	生協
1	1	0	1	0	0	7	3	0	4	0	9	5	0	0	4
2	4	2	0	0	2	3	0	1	1	1	1	1	0	0	0
3	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
4	2	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0
5	0	0	0	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0
6~10	1	0	0	0	1	2	2	0	0	0	2	2	0	0	0
11~20	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0
21~30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31以上	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
0/無回答	25	12	3	4	6	19	5	4	6	4	23	10	7	5	1

ー製造業、卸売業、小売業の食品関連で複数の種類のラベルを使用している。

■C型サイズに準拠

図表Q2-27 C型サイズのラベルの種類



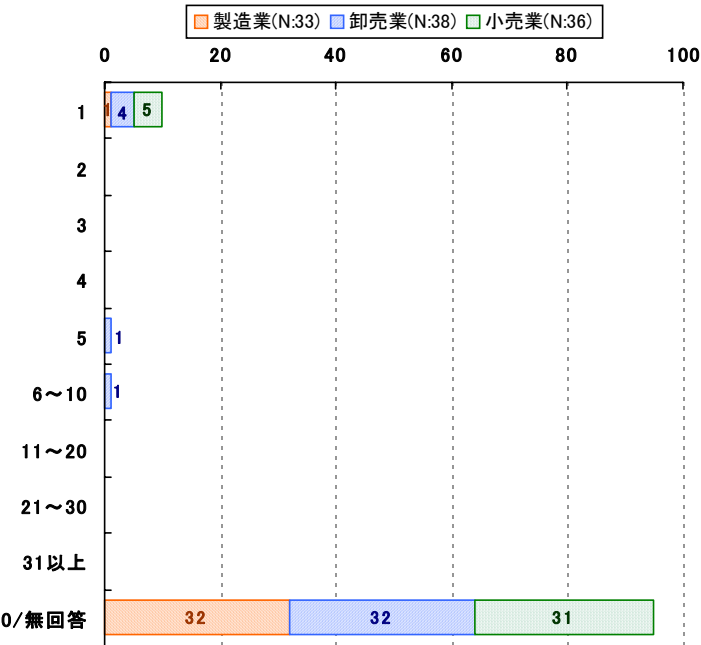
図表Q2-28 C型サイズのラベルの種類(詳細)

種類	製造業					卸売業					小売業				
		食品	日経 メーカー	スポーツ	家電		食品卸	日経・医 薬卸	アパ レル・衣 料・靴卸	スポ ーツ		GMS/ SM	百貨店	ドラッグ ストア	生協
1	4	0	0	1	3	10	4	1	2	3	9	4	3	0	2
2	1	0	0	0	1	2	1	0	1	0	3	3	0	0	0
3	2	0	1	0	1	1	0	0	1	0	2	0	0	0	2
4	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
5	0	0	0	0	0	4	1	0	2	1	0	0	0	0	0
6~10	2	0	0	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
11~20	1	0	0	0	1	7	2	2	3	0	0	0	0	0	0
21~30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31以上	0	0	0	0	0	6	3	1	2	0	0	0	0	0	0
0/無回答	21	14	3	1	3	7	3	2	1	1	21	11	4	5	1

- ーA、B型ラベルに比べ、C型ラベルを使用している企業が多く。107社中58社（54.2%）が使用している。
- ーヒアリングでは、C型ラベル1種類で、それより小さいA型、B型に対応して要る企業もある。（交渉により、ラベル貼付位置とバーコードスキャンが可能であれば）

■EAN A6版に準拠

図表Q2-29 EAN A6版のラベルの種類



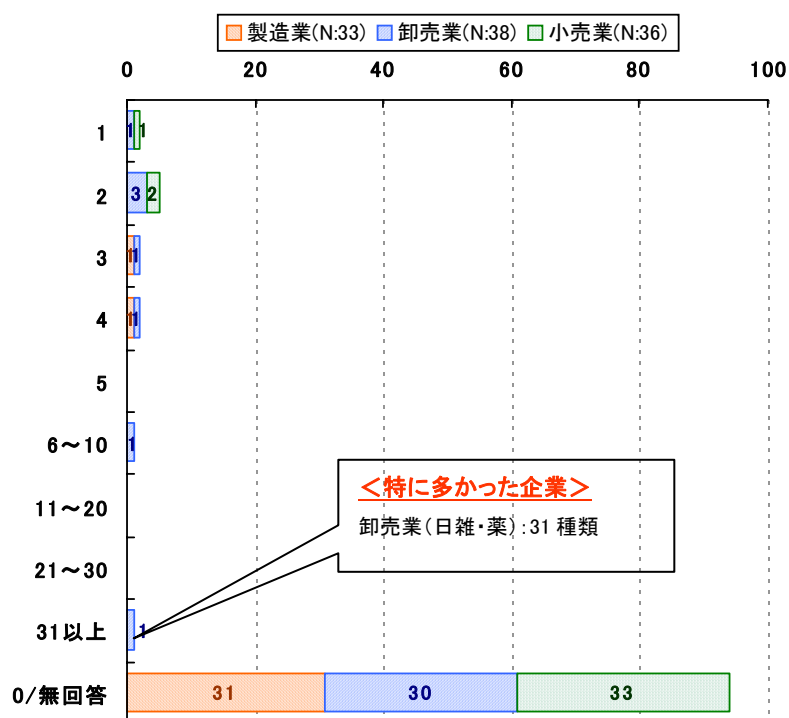
図表Q2-30 EAN A6版のラベルの種類(詳細)

種類	製造業					卸売業					小売業				
		食品	日経メーカー	スポーツ	家電		食品卸	日経・医薬卸	アパレル・衣料・靴卸	スポーツ		GMS/SM	百貨店	ドラッグストア	生協
1	1	0	0	0	1	4	1	2	1	0	5	1	2	0	2
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
6~10	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
11~20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21~30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31以上	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0/無回答	32	14	4	5	9	32	12	4	11	5	31	18	5	5	3

ー A、B、C型ラベルに比べ、EAN A6版を使用している企業は少ない。

■その他

図表Q2-31 その他サイズのラベルの種類



図表Q2-32 その他:サイズのラベルの種類(詳細)

種類	製造業					卸売業					小売業				
		食品	日雑 メーカー	スポーツ	家電		食品卸	日雑・医 薬卸	アパレル・衣 料・靴卸	スポーツ		GMS/ SM	百貨店	ドラッグ ストア	生協
1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
2	0	0	0	0	0	3	1	0	1	1	2	0	0	1	1
3	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
4	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6~10	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
11~20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21~30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31以上	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
0/無回答	31	13	4	4	10	30	12	5	9	4	33	19	7	4	3

図表Q2-33 その他サイズのラベル

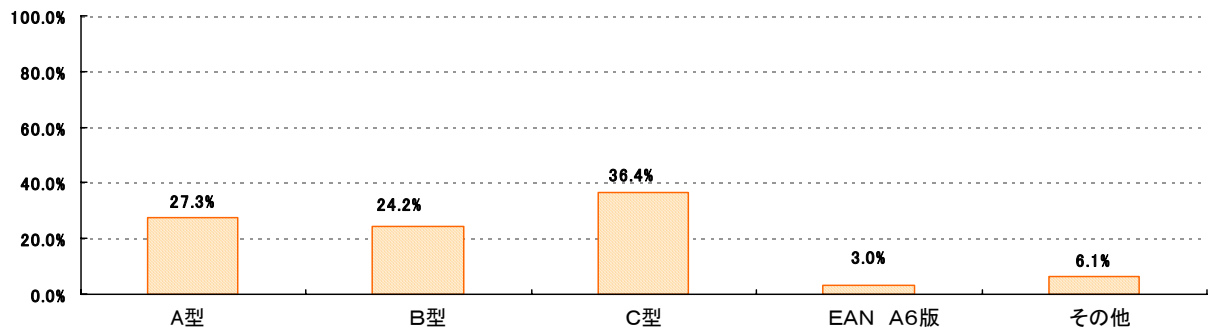
回答企業	回答内容
製造業(食品)	3 種。(162×126mm)
製造業(食品)	30×35mm
製造業(食品)	99×55mm
製造業(食品)	98×145mm、105×55mm、75×145mm
製造業(日雑メーカー)	倉庫、契約している路線業者により様々。
製造業(日雑メーカー)	倉庫毎に異なります。45×110mm 前後
製造業(スポーツ)	200×10mm(S 社 CS ラベルと一体ラベル)
製造業(スポーツ)	75×75mm サイズを出荷ラベルとして使用
製造業(スポーツ)	130×102mm 4 種類
製造業(家電)	その他×3 種類
卸売業(食品卸)	62×91mm、52×89mm、48×85mm、30×60mm
卸売業(食品卸)	2 種
卸売業(食品卸)	種類が多数ある為、把握できていません
卸売業(食品卸)	上記サイズは採用しておりますが、センターにより、サイズは異なります。
卸売業(食品卸)	38×102mm、40×50mm、45×30mm、45×70mm、55×115mm、70×30mm、100×37mm、100×102mm
卸売業(日雑・医薬卸)	70×100mm、80×150mm
卸売業(日雑・医薬卸)	80×100mm 193 種類
卸売業(日雑・医薬卸)	特注ラベル(80X150mm) 約 20 種類
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	B サイズ=S 社 PD ラベル、標準 PD ラベル C 型=SCM、PD
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	93×105mm、92×147mm
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	85×106mm、100×140mm、118×55mm
卸売業(スポーツ)	取引先から購入、提供など 20 以上
卸売業(スポーツ)	102×130mm、105×101mm
小売業(GMS/SM)	EAN128 L-1 ラベル(115×80mm)
小売業(百貨店)	5 百貨店標準 80×115mm
小売業(ドラッグストア)	70×110mm
小売業(ドラッグストア)	100×80mm、69×82mm の 2 種類
小売業(生協)	67×118mm サイズのミシン目入りラベル
小売業(生協)	【A】 日配用 80×40mm 【B】 最終配達先向けラベルについては数が多い事もありA型サイズへの統一化を進行中。他は表示項目数や表示サイズ、コストでそれぞれ判断。

— その他のラベルを使用しているとの回答があるが、かなり小さいサイズを記述しているが、出荷先の店舗など仕分けのためのシールなどが含まれているものと思われる。

③使用されている主な物流ラベルをサイズ別に記入ください ー利用種類

<製造業 N:33 社>

図表Q2-34 製造業:サイズ別のラベルの種類



図表Q2-35 製造業:サイズ別のラベルの種類(明細)

業界	A型	B型	PD_C型	EAN A6版	その他	合計
製造業	9	8	12	1	2	33
食品	2	2	0	0	1	14
日経メーカー	1	1	1	0	0	4
スポーツ	1	1	4	0	1	5
家電	5	4	7	1	0	10

ー製造業の中で、ラベルサイズの使用状況を見てみると、C型」を利用している企業が33社中

12社(36.4%)と最も多い。しかし、食品業界では利用している企業はゼロ。

ー特にスポーツ用品と家電での利用が多く、スポーツ用品では5社中4社、

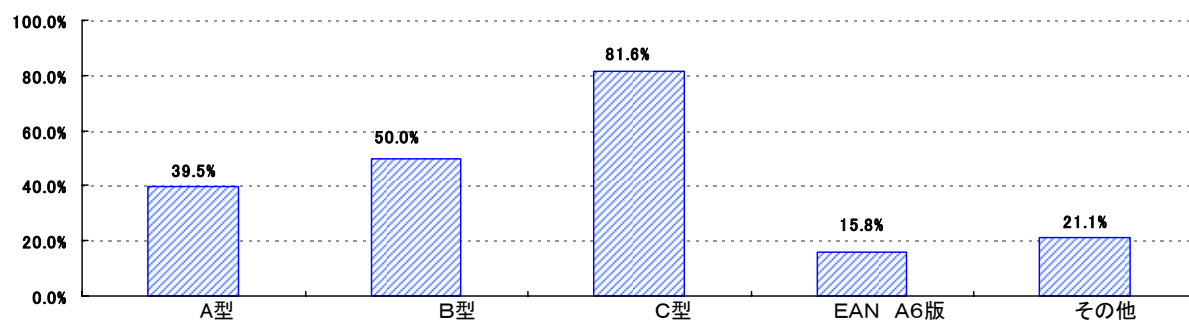
家電では10社中7社がC型を利用と回答している。

ーC型ラベルは、A型、B型に比べ、大きいサイズあり、比較的、印字項目やレイアウトなどの自由度があるためC型が多い。

③使用されている主な物流ラベルをサイズ別に記入ください ―利用種類

<卸売業 N:38 社>

図表Q2-36 卸売業:サイズ別のラベルの



図表Q2-37 卸売業:サイズ別のラベルの種類(明細)

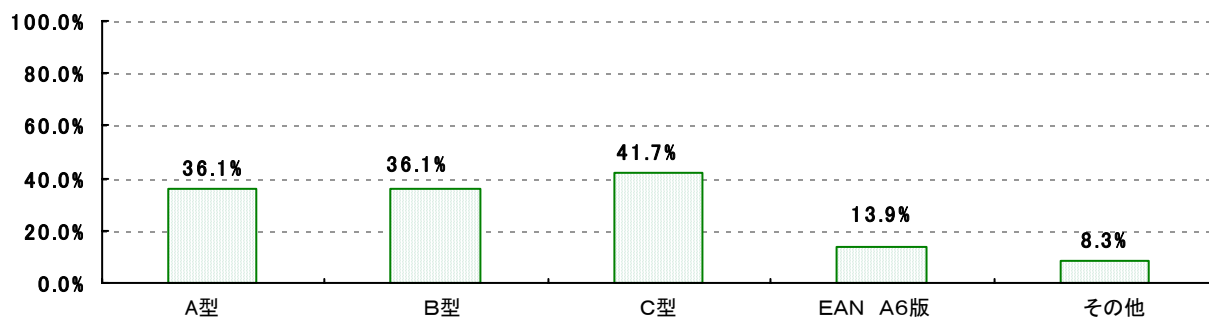
業界	A型	B型	PD_C型	EAN A6版	その他	合計
卸売業	15	19	31	6	8	38
食品卸	11	10	12	3	3	15
日雑・医薬卸	3	2	4	2	1	6
アパレル・衣料・靴卸	1	6	11	1	3	12
スポーツ	0	1	4	0	1	5

- ― 卸売業の中で、ラベルサイズの使用状況を見てみると、C型の利用率が高く、38社中31社が利用。
アパレル・医療・靴業界では、12社中11社が利用している。
- ― 食品卸はA型、B型、C型と様々なサイズを使用していることが分かる。
商品により、ラベルの使い分けをしているものと思われる。

③使用されている主な物流ラベルをサイズ別に記入ください ー利用種類

<小売業 N:36 社>

図表Q2-38 小売業:サイズ別のラベルの種類



図表Q2-39 小売業:サイズ別のラベルの種類(明細)

業界		A型	B型	PD_C型	EAN A6版	その他	合計
小売業		13	13	15	5	3	36
	GMS/SM	6	9	8	1	0	19
	百貨店	1	0	3	2	0	7
	ドラッグストア	1	0	0	0	1	5
	生協	5	4	4	2	2	5

- ー小売業の中で、ラベルの使用状況を見てみると、やはりC型の利用が36社中15社(41.7%)利用と最も多いが、A型、B型も13社と多く、特にGMS/SMでは、ラベルの使い分けをしている。
- ー生協でも、A型が5社中5社、B型、C型が5社中4社と利用率が高く、やはり商品によりラベルの使い分けをしているものと思われる。

④主なラベルに印字されているデータ項目名

<製造業>

図表Q2-40 製造業:ラベル印字データ項目

※黄色網掛け項目は、SCM ラベルで定義項目 単位 社数

ラベル項目名	食品	日雑メーカー	スポーツ用品	家電	合計
店舗名	2		2	4	8
店舗コード	2		4	2	8
出荷日	1	1		4	6
取引先名	2		1	3	6
取引先コード	1		3	2	6
商品名	2	1		2	5
個口	1		2	2	5
荷番	1		1	2	4
数量	1	1		2	4
部門コード			1	3	4
納品日	1	1		2	4
出荷先名	1	1		2	4
JANコード	1			2	3
バーコード				2	2
発注日				2	2
賞味期限	2				2
製造日	2				2
カテゴリーコード	1		1		2
納入業者コード		1		1	2
部門名				2	2

- 製造業の内、食品と家電では、多くに印字項目を活用していて、特に、食品では賞味期限や製造日をラベル項目として印字しているのが特徴である。
- 食品、家電に比べ、スポーツ用品と日雑メーカーのラベル項目としては、少ない項目である。

④主なラベルに印字されているデータ項目名

<卸売業>

図表Q2-41 卸売業:ラベル印字データ項目

※黄色網掛け項目は、SCM ラベルで定義項目 単位 社数

ラベル項目名	食品卸	日雑・ 医薬品卸	アパレル・ 衣料・靴卸	スポーツ用品	合計
取引先コード	8	5	7	3	23
取引先名	6	4	6	4	20
納品日	8	2	4	1	15
店舗コード	7	2	3	2	14
店舗名	6	1	4	2	13
商品名	9	4			13
荷番	4	2	3		9
JANコード	6	3			9
カテゴリーコード	3	1	3	1	8
出荷日	1		3	4	8
商品コード	5	3			8
納入業者名	4	1	1	2	8
部門名	2	2	1	1	8
個口数	2		3	1	6
部門コード	1	4	1		6
規格	5				5
センター名	2	2	1		5
出荷先名	2	1	1	1	5

- 製造業に比べると、全体的にラベル項目はかなり多い内容を印字している。
- 製造業でも、同様であるが、個口数やカテゴリーコード、部門、センター名など、商品を一括でセンターに納品するための項目が見受けられる。

④主なラベルに印字されているデータ項目名

<小売業>

図表Q2-42 小売業:ラベル印字データ項目

※黄色網掛け項目は、SCM ラベルで定義項目 単位 社数

ラベル項目名	GMS/SM	百貨店	ドラッグストア	生協	合計
取引先名	8	4		4	16
取引先コード	6	4	1	4	14
個口数	3	5	1	3	11
店舗名	7	1		1	10
店舗コード	6		1		10
納品日	3		2		7
荷番	5				7
納品予定日	1	4		4	5
カテゴリーコード	5				5
売場コード	1	2		2	4
特売区分	3				4
商品名	2		1		4
梱包番号	1	3		3	4
カテゴリー名	3				4
JANコード	2		1		4

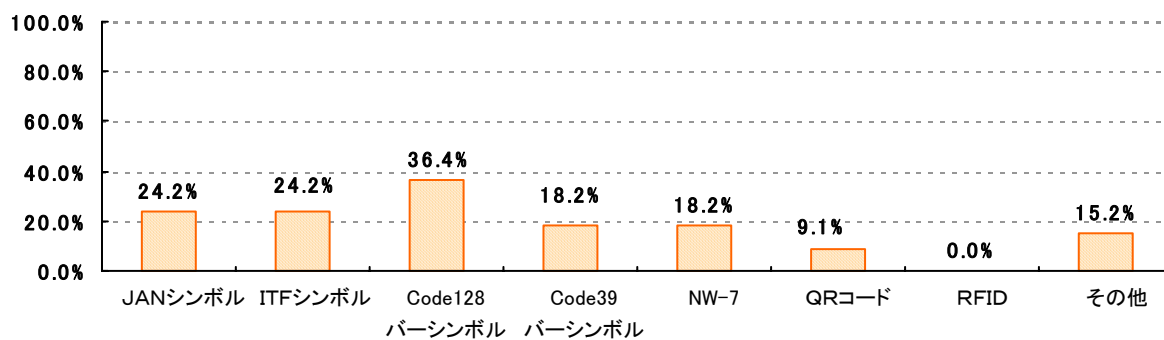
- 小売業では卸売業よりも項目数は少ないが、卸売業の食品と同様に、GMS/SM は印字項目数が多く、カテゴリーコードや売場、特売区分などは特徴的な項目である。
- ドラッグストアや百貨店、生協は項目数が比較的少ない。

Q3. 物流ラベルで使用されているバーコード等の種類は何ですか？

<製造業>

図表Q3-1 製造業:バーコードの種類

製造業 N33社



図表Q3-2 製造業:バーコードの種類(明細)

単位:社

業界	JAN	ITF	code128	code39	NW-7	QRコード	RFID	その他	合計
製造業	8	8	12	6	6	3	0	5	33
食品	2	0	2	2	1	1	0	2	10
日経メーカー	1	0	1	0	0	0	0	2	14
スポーツ	3	4	4	2	4	1	0	0	5
家電	2	4	5	2	1	1	0	1	4

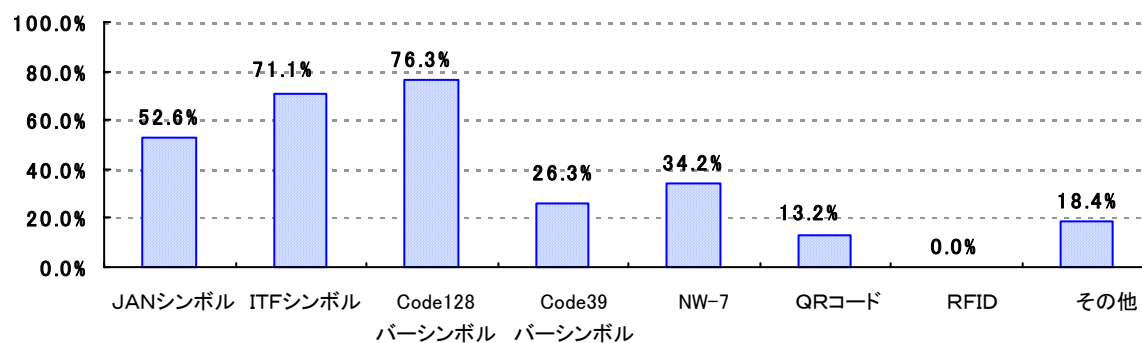
- 製造業の中で、バーコードシンボルの使用状況を見ると、Code128 バーシンボルの利用が最も多く、33 社中 12 社が利用している。
- スポーツ用品業界は全体的に様々なバーコードシンボルを利用している傾向がある。

Q3. 物流ラベルで使用されているバーコード等の種類は何ですか？

<卸売業>

図表Q3-3 卸売業:バーコードの種類

卸売業 N38社



図表Q3-4 卸売業:バーコードの種類(明細)

単位: 社

業界	JAN	ITF	code128	code39	NW-7	QRコード	RFID	その他	合計
卸売業	20	27	31	10	13	5	0	5	38
食品卸	10	11	14	7	6	2	0	2	15
日雑・医薬卸	4	6	6	0	2	1	0	0	6
アパレル・衣料・靴卸	5	9	10	2	4	1	0	1	12
スポーツ	1	1	1	1	1	1	0	2	5

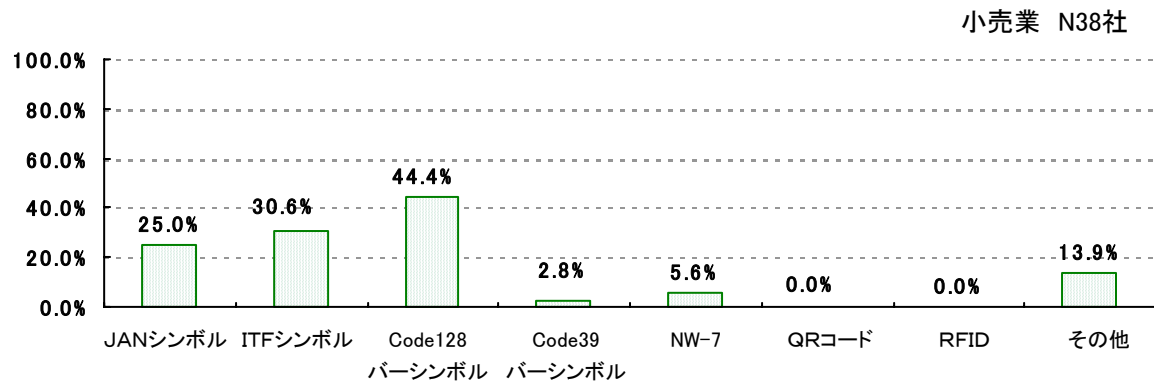
ー卸売業の中で、バーコードシンボルの使用状況を見ると、特に Code128 バーシンボルが 76.3%、ITF シンボルが 71.1%と利用している企業が多い。

ー卸売業は、商品を納品する企業である小売業の要請により、バーコードシンボルも指定されている。

Q3. 物流ラベルで使用されているバーコード等の種類は何ですか？

<小売業>

図表Q3-5 小売業:バーコードの種類



図表Q3-6 小売業:バーコードの種類(明細)

単位:社

業界	JAN	ITF	code128	code39	NW-7	QRコード	RFID	その他	合計
小売業	9	12	16	1	2	0	0	4	36
GMS/SM	6	6	7	0	1	0	0	2	19
百貨店	0	0	5	0	1	0	0	0	7
ドラッグストア	1	2	2	1	0	0	0	0	5
生協	2	4	2	0	0	0	0	2	5

ー小売業の中で、バーコードシンボルの使用状況を見えと、全体では Code128 バーシンボルが 36 社中 16 社(44.4%)と最も利用企業が多い。

ー百貨店業界でも、Code128 バーシンボルがよく使われており、7 社中 5 社が利用。

Q3. 物流ラベルで使用されているバーコード等の種類は何ですか？

■その他

図表Q3-7 その他のバーコードの種類

回答企業	回答内容
製造業(食品)	物流業者管理バーコード
製造業(食品)	印字していない
製造業(日雑メーカー)	ほとんどの場合、バーコードはない
製造業(日雑メーカー)	使用していません
製造業(家電)	申し訳ありませんが、見分けが付きません
卸売業(食品卸)	バーコード種類不明
卸売業(食品卸)	NW-7、Code39 は、カゴ車No.等で使用
卸売業(食品卸)	インターリブド 2of5
卸売業(スポーツ)	先方より購入時にすでに印字されているバーコード

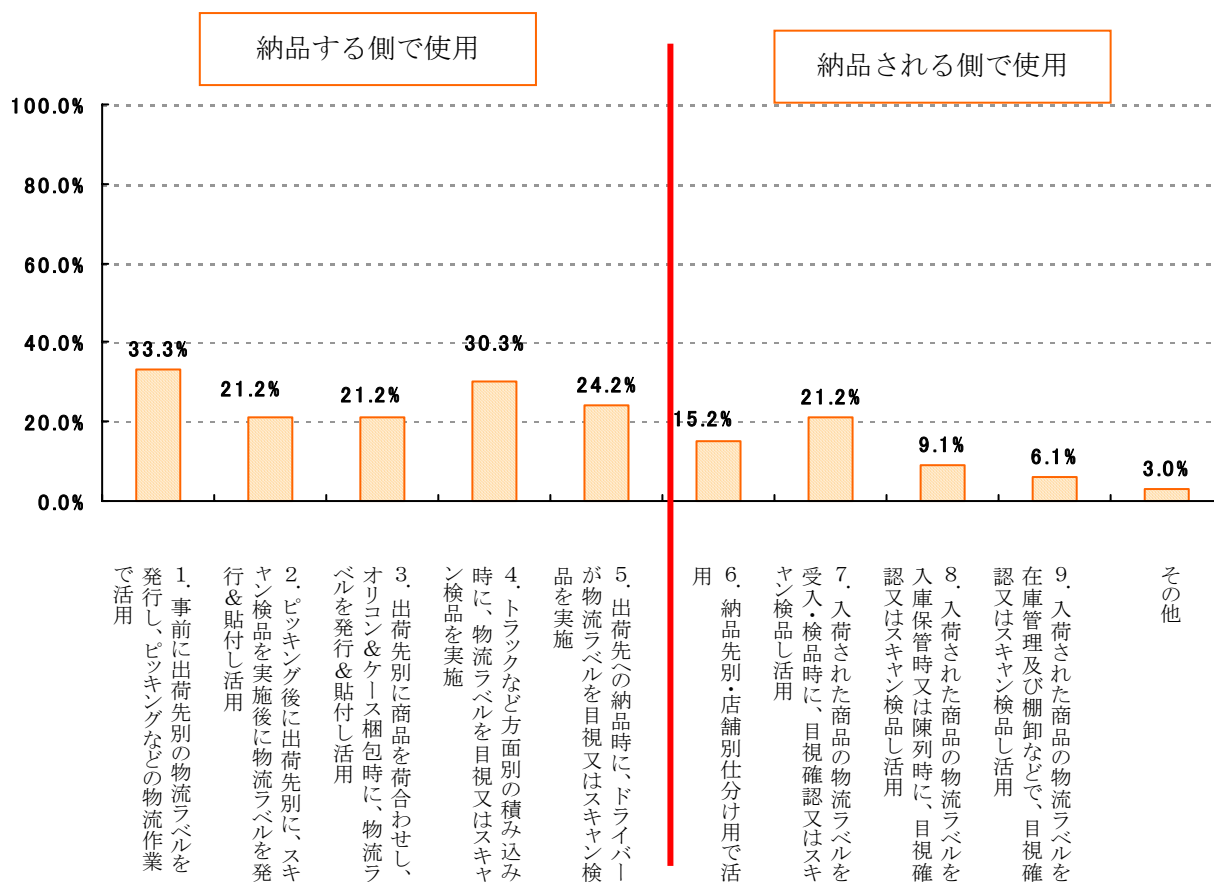
ーその他の種類として回答があった中から、EAN128、については Code128 として集計・分析した。

Q4. 物流ラベルをどのような業務で主に活用していますか？

<製造業>

図表Q4-1 製造業:主な業務活用

製造業 N:33 社



図表Q4-2 製造業:主な業務活用(明細)

単位:社

業界	1事前に出荷先別	2ピッキング後に	3出荷先別の納品時	4トラックなど	5出荷先別に商品	6納品先店舗別仕分	7入荷商品検品時	8入庫保管時	9在庫管理	10その他	合計
製造業	11	7	7	10	8	5	7	3	2	1	33
食品	5	2	2	2	2	1	2	1	1	1	14
日経メーカー	0	2	0	2	2	0	0	0	0	0	4
スポーツ	2	3	1	1	0	2	1	1	0	0	5
家電	4	0	4	5	4	2	4	1	1	0	10

ー 製造業 33 社中 11 社が「事前に出荷先別の物流ラベルを発行し、ピッキングなどの物流作業で活用」を回答。これは、事前物流ラベルを発行してにおいても、ピッキングなどの現場作業により、出荷数などの修正はなく、出荷できるものと思われる。

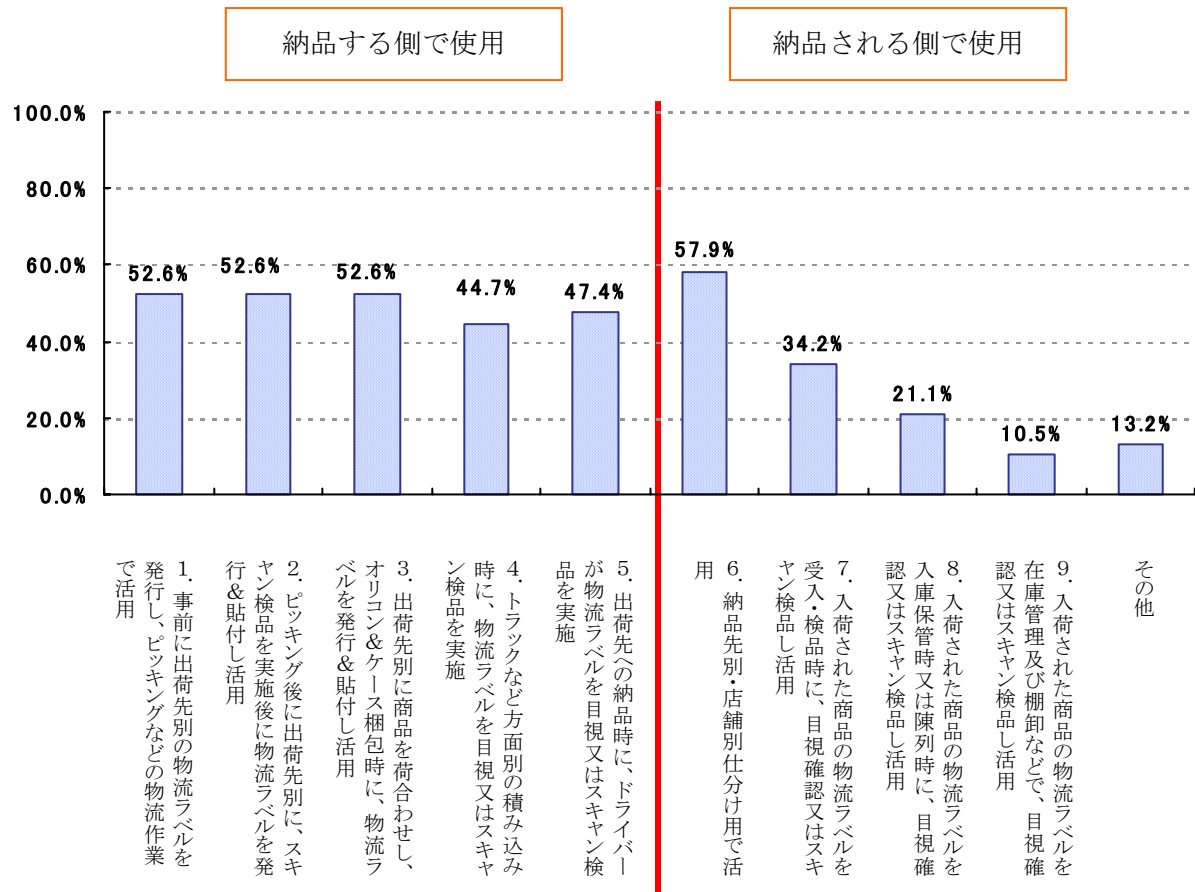
ー 家電業界では、現場作業の終了後、出荷時点での業務活用シーンが見受けられる。(大型商品?)

Q4. 物流ラベルをどのような業務で主に活用していますか？

<卸売業>

図表Q4-3 卸売業:主な業務活用

卸売業 N:38 社



図表Q4-4 卸売業:主な業務活用(明細)

単位:社

業界	1事前に出荷先別	2ピッキング後に	3出荷先への納品時	4トラックなど	5出荷先別に商品	6納品先店舗別仕分	7入荷商品検品時	8入庫保管時	9在庫管理	10その他	合計
卸売業	20	20	20	17	18	22	13	8	4	5	38
食品卸	12	10	11	9	11	12	8	6	3	1	15
日経・医薬卸	4	3	1	2	2	4	1	1	0	1	6
アパレル・衣料・靴卸	4	4	5	4	3	4	3	0	0	2	12
スポーツ	0	3	3	2	2	2	1	1	1	1	5

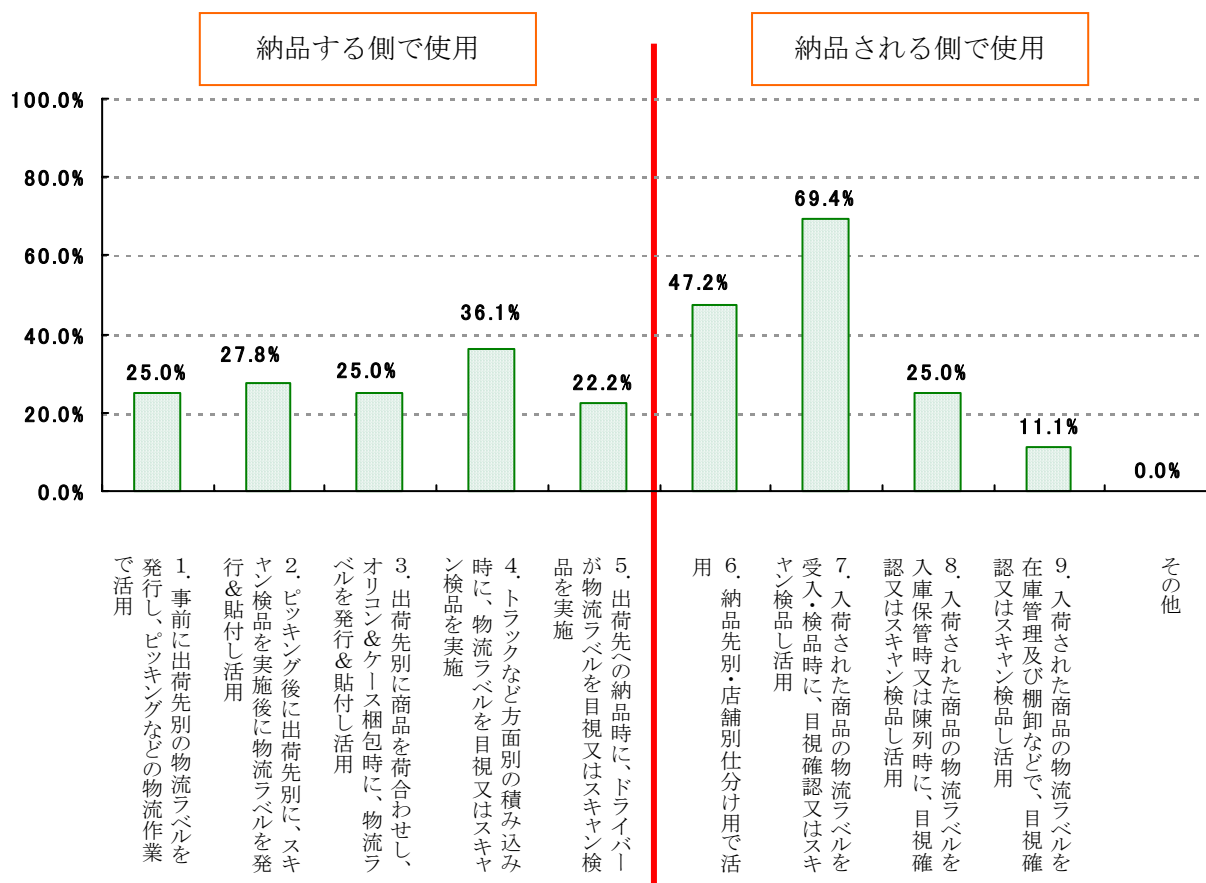
- 卸売業の企業は全般的な業務シーンでの物流ラベルを活用が多い。
特に「納品先別・店舗別仕分け用で活用」を回答した企業が多く、38 社中 22 社 (57.9%) が回答している。
- 特に、卸企業のうち、食品卸が。「事前」から「在庫管理」まで全体的な業務活用している。

Q4. 物流ラベルをどのような業務で主に活用していますか？

<小売業>

図表Q4-5 小売業:主な業務活用

小売業 N:36 社



図表Q4-6 小売業:主な業務活用(明細)

単位:社

業界	1事前に出荷先別	2ピッキング後に	3出荷先別の納品時	4トラックなど	5出荷先別に商品	6納品先店舗別仕分け	7入荷商品検品時	8入庫保管時	9在庫管理	10その他	合計
小売業	9	10	9	13	8	17	25	9	4	0	36
GMS/SM	7	7	6	9	5	11	13	7	3	0	19
百貨店	0	0	0	0	0	2	6	0	0	0	7
ドラッグストア	1	2	1	1	1	1	2	1	1	0	5
生協	1	1	2	3	2	3	4	1	0	0	5

- 小売業では、どの業界も「入荷された商品の物流ラベルを受入・検品時に、目視確認又はスキャン検品し活用」という回答が多く、36 社中 25 社 (69.4%) が回答している。
- 小売業では、百貨店業界を除き、全般的な業務で活用していることが分かる。

Q4. 物流ラベルをどのような業務で主に活用していますか？

■ その他

図表Q4-7 その他:主な業務活用

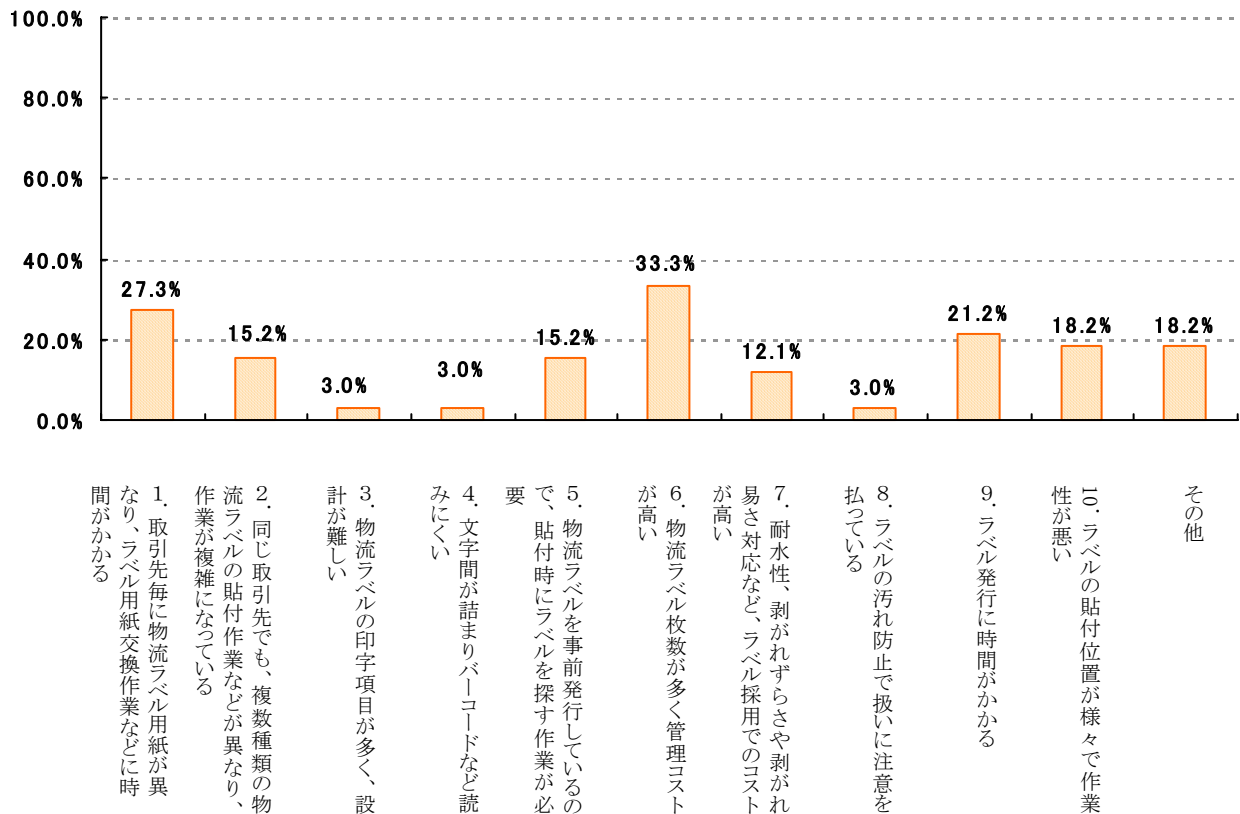
回答企業	回答内容
製造業(食品)	弊社では利用していない
卸売業(食品卸)	1、2 同時作業
卸売業(日雑・医薬卸)	ピッキング時発行貼付
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	物流全体で使用
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	出荷時にケースに貼り付けているだけで、物流ラベルを社内業務には使用していない
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	納品先からの要請で添付しており、自社では使用していない
卸売業(スポーツ)	相手が使用していますので、よくわかりませんが、予想で入れています。

Q5. 物流ラベルの運用について、主な課題を下記より選択ください

<製造業>

図表Q5-1 製造業:主な課題

製造業 N:33 社



図表Q5-2 製造業:主な課題(明細)

単位:社

業界	1.ラベル交換	2.複数作業	3.設計	4.読みずらさ	5.事前発行	6.管理コスト	7.ラベルコスト	8.汚れ	9.発行時間	10.貼付位置	11.その他	合計
製造業	9	5	1	1	5	11	4	1	7	6	6	33
食品	1	2	0	0	3	4	2	1	3	1	2	14
日経メーカー	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4
スポーツ	2	1	1	0	0	2	0	0	0	0	1	5
家電	4	1	0	1	2	5	2	0	4	5	2	10

ー製造業では、課題のうち、「物流ラベル枚数が多く管理コストが高い」という回答が最も多く 33 社中 11 社(33.3%)が回答している。

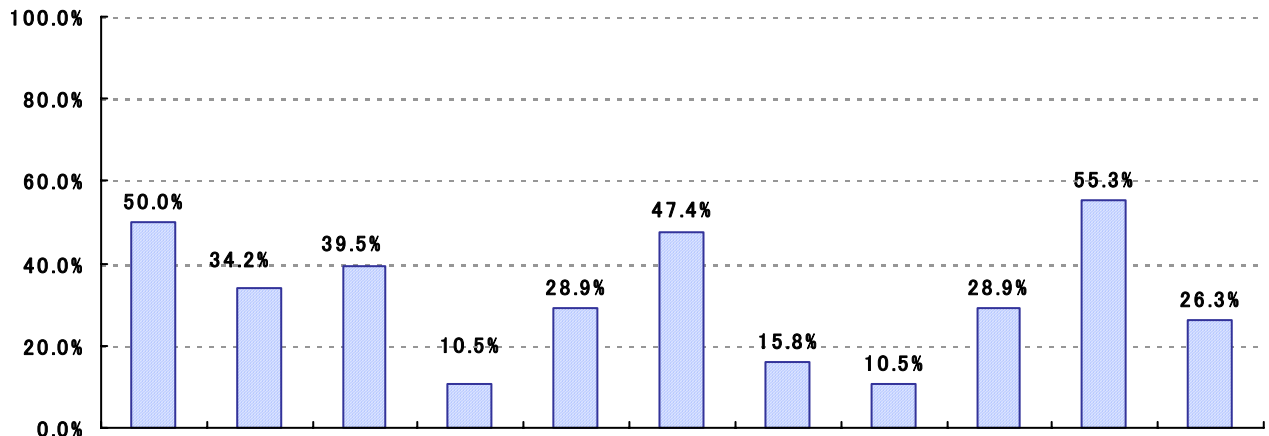
ー特に、食品業界では、全体的な課題があると認識している。

Q5. 物流ラベルの運用について、主な課題を下記より選択ください

<卸売業>

図表Q5-3 卸売業:主な課題

卸売業 N:38社



1. 取引先毎に物流ラベル用紙が異なり、ラベル用紙交換作業などに時間がかかる
2. 同じ取引先でも、複数種類の物流ラベルの貼付作業などが異なり、作業が複雑になっている
3. 物流ラベルの印字項目が多く、設計が難しい
4. 文字間が詰まりバーコードなど読みにくい
5. 物流ラベルを事前発行しているのに、貼付時にラベルを探す作業が必要
6. 物流ラベル枚数が多く管理コストが高い
7. 耐水性、剥がれずらさや剥がれ易さ対応など、ラベル採用でのコストが高い
8. ラベルの汚れ防止で扱いに注意を払っている
9. ラベル発行に時間がかかる
10. ラベルの貼付位置が様々で作業性が悪い
11. その他

表Q5-4 卸売業:主な課題(明細)

単位:社

業界	1.ラベル交換	2.複数作業	3.設計	4.読みずらさ	5.事前発行	6.管理コスト	7.ラベルコスト	8.汚れ	9.発行時間	10.貼付位置	11.その他	合計
卸売業	19	13	15	4	11	18	6	4	11	21	10	38
食品卸	10	6	7	1	6	11	4	3	5	6	5	15
日経・医薬卸	3	0	3	1	0	2	0	0	1	5	1	6
アパレル・衣料・靴卸	4	3	4	1	3	4	1	1	4	8	4	12
スポーツ	2	4	1	1	2	1	1	0	1	2	0	5

ー卸売業全体では「ラベルの貼付位置が様々で作業性が悪い」という課題が最も多く 36 社中 21 社が回答している。ヒアリングでも、ラベルの貼付については、自動化ができず、手貼りの作業が大半であり、課題として上げ企業が多かった。

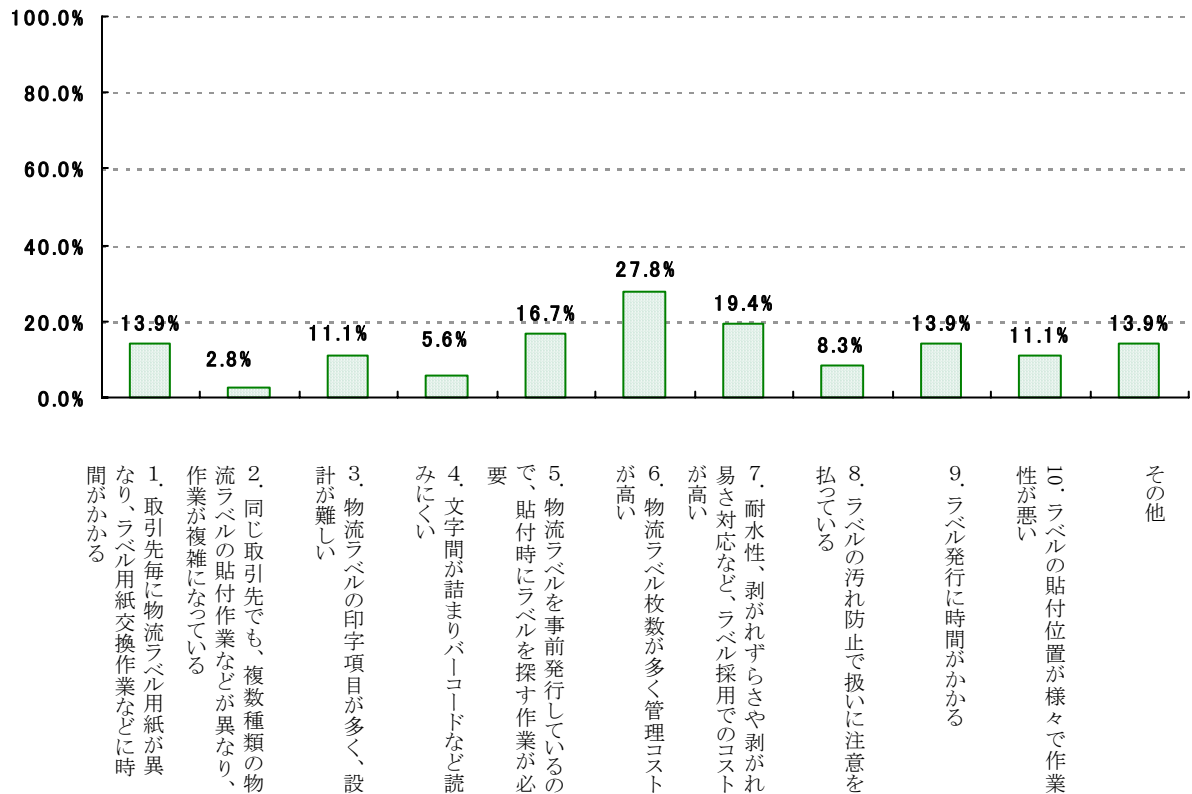
ー食品卸では「取引先毎に物流ラベル用紙が異なり、ラベル用紙交換作業などに時間がかかる」が多く 15 社中 10 社が回答。スポーツ用品卸では「同じ取引先でも、複数種類の物流ラベルの貼付作業などが異なり、作業が複雑になっている」が多く、5 社中 4 社が回答している。

Q5. 物流ラベルの運用について、主な課題を下記より選択ください

<小売業>

図表Q5-5 小売業:主な課題

小売業 N:36 社



図表Q5-6 小売業:主な課題(明細)

単位:社

業界	1.ラベル交換	2.複数作業	3.設計	4.読みずらさ	5.事前発行	6.管理コスト	7.ラベルコスト	8.汚れ	9.発行時間	10.貼付位置	11.その他	合計
小売業	5	1	4	2	6	10	7	3	5	4	5	36
GMS/SM	4	1	1	0	4	6	4	2	4	2	0	19
百貨店	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	7
ドラッグストア	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	5
生協	1	0	2	1	2	3	3	0	1	1	2	5

- 小売業では、GMS/SM と生協は、全体的に課題と認識しているが、百貨店とドラッグストアでは課題と認識している企業は少ない。
- その中でも、最も多い回答は「物流ラベル枚数が多く管理コストが高い」で 36 社中 10 社(27.8%)。

Q5. 物流ラベルの運用について、主な課題を下記より選択ください

■その他

図表Q5-7 その他主な課題

回答企業	回答内容
製造業(食品)	袋への添付時の剥がれ、商品への混入の問題
製造業(食品)	得意先よりラベル貼付についてクレームになる
製造業(スポーツ)	取引先単位で仕様が異なるのでシステム対応が個別になる
製造業(家電)	納品先ごとに物流ラベルの種類や出力条件また貼る条件が異なり、作業が大変(特売商品にのみ貼るなど)
製造業(家電)	ラベル発行が専用プリンターに限定されているので、トラブル時の対応が難しい(代替出力が困難)
製造業(家電)	発注データでラベルを作成する為、出荷と一致しない場合があり、ラベルの照合や一時的な保管が発生することがある。
卸売業(食品卸)	物流ラベルにより打ち出しプリンターの種類が違う。
卸売業(食品卸)	物流ラベルのサイズが異なるので、プリンターを分けての保有や、用紙交換作業が発生してしまう。 また、ラベルの購入コストを下げる事が難しい。
卸売業(食品卸)	PB コードのバーを貼らないといけない場合がある。(店の入荷検品の為?)
卸売業(食品卸)	取引先ごとにラベルの仕様が異なり、システム開発コストが高い
卸売業(食品卸)	運用面における課題は把握不可能
卸売業(食品卸)	・1ケースに1枚ずつ貼付しているので、大変時間がかかる。 ・商品知識がないとラベルの貼付ができない。
卸売業(日雑・医薬卸)	入荷された商品に、賞味(使用)期限をバーコード印字した物流ラベルが貼られていると活用できる。
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	梱包と同時なので作業負担なし
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	効率のため装置を複数持つ
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	物流ラベル以外にステッカー(売出日用、売場番号用など)を貼付する得意先がある
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	取引先や取引形態によって使用する物流ラベルが異なり、作業が統一出来ない
小売業(百貨店)	荷姿が細かい場合は、読取作業が大変で、読取漏れが発生する恐れがある。
小売業(ドラッグストア)	・打ち出し項目が多く、印象が多い ・バーコードの印字状態、貼り付け位置の状態で読み取りエラーになることがある
小売業(生協)	回収したオリコンやシッパーからラベルを剥す作業に多くの作業人時がかかる。
小売業(生協)	【A】 納品容器との相性が良くない場合が多い

- その他の回答でも、印字種類への対応や、ラベル貼付に関する内容の課題が多く見受けられる。

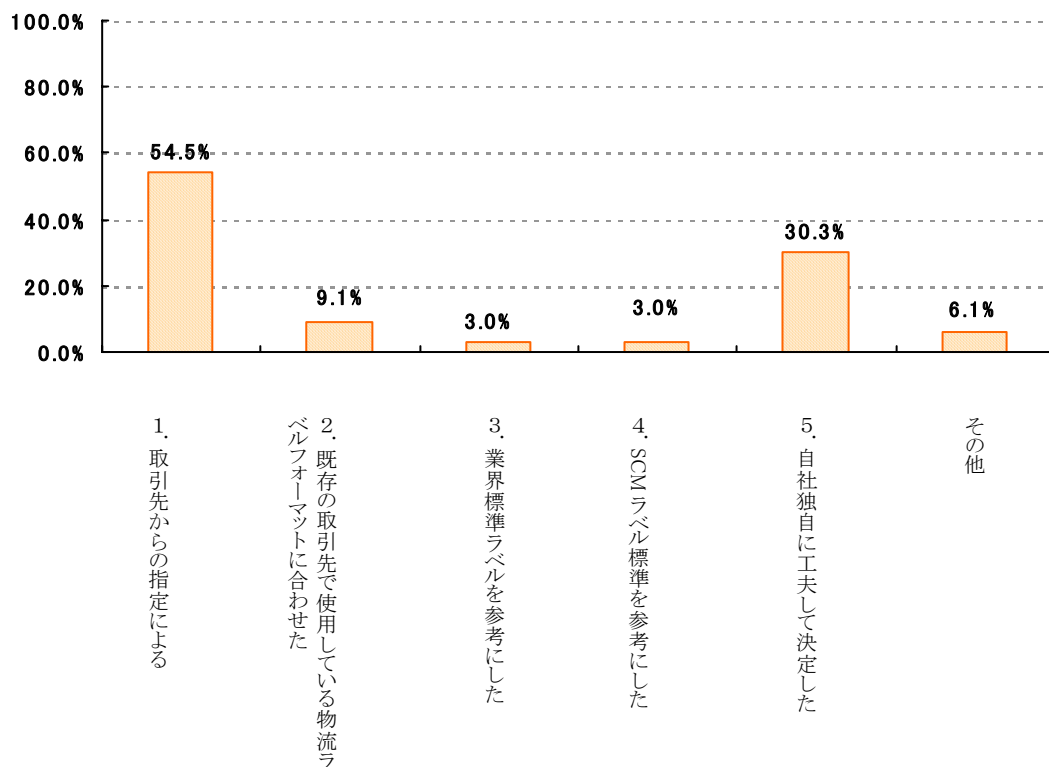
1-2. 物流ラベル対応システムの開発・導入・保守についての実態調査

Q6. 物流ラベルの仕様の決定方法について、下記より選択ください

<製造業>

図表Q6-1 製造業:仕様の決定方法

製造業 N:33 社



図表Q6-2 製造業:仕様の決定方法(明細)

単位:社

業界	1_取引先指定	2_既存に合わせた	3_業界標準	4_SCM標準参考	5_独自	6_その他	合計
製造業	18	3	1	1	10	2	33
食品	4	1	0	0	5	0	14
日経メーカー	1	0	0	0	1	2	4
スポーツ	5	1	0	0	0	0	5
家電	8	1	1	1	4	0	10

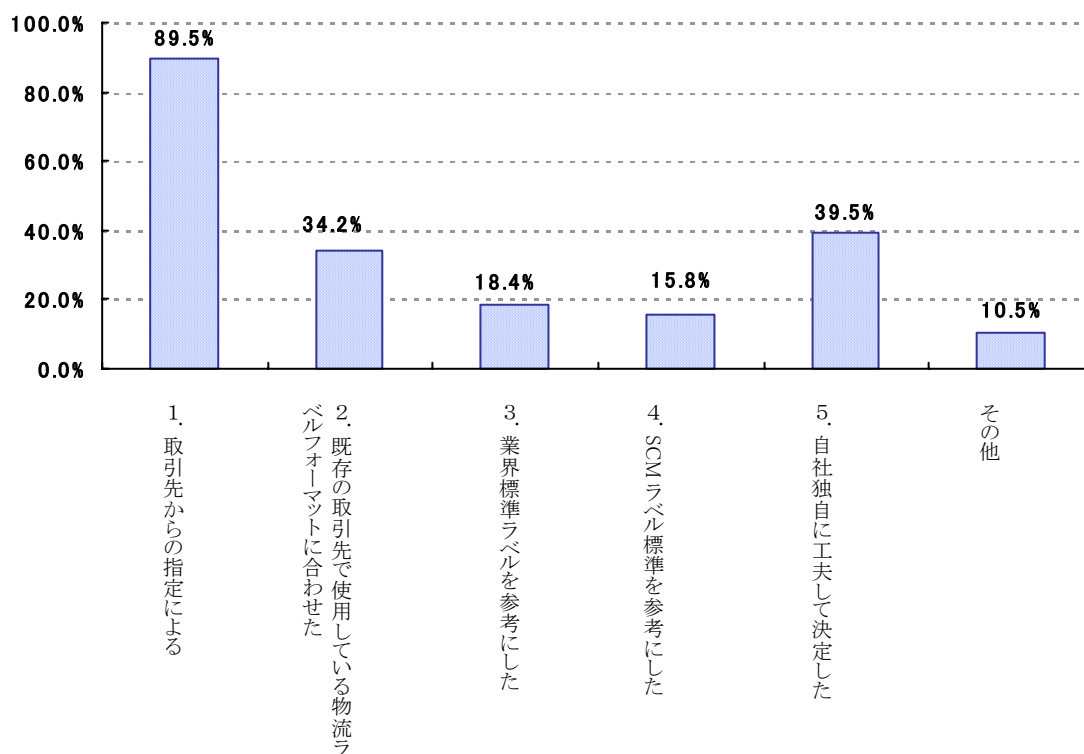
- 製造業全体では、33 社中 18 社 (54.5%) が「取引先からの指定による」と回答が多く、スポーツメーカーは 5 社全社が「取引先からの指定」と回答。
- 「自社独自に工夫して決定した」という回答も比較的多く、33 社中 10 社 (30.3%) が回答している。

Q6. 物流ラベルの仕様の決定方法について、下記より選択ください

<卸売業>

図表Q6-3 卸売業:仕様の決定方法

卸売業 N:38 社



図表Q6-4 卸売業:仕様の決定方法(明細)

単位:社

業界	1_取引先指定	2_既存に合わせた	3_業界標準	4_SCM標準参考	5_独自	6_その他	合計
卸売業	34	13	7	6	15	4	38
食品卸	14	8	3	2	9	2	15
日雑・医薬卸	6	2	1	1	5	0	6
アパレル・衣料・靴卸	11	2	3	2	1	0	12
スポーツ	3	1	0	1	0	2	5

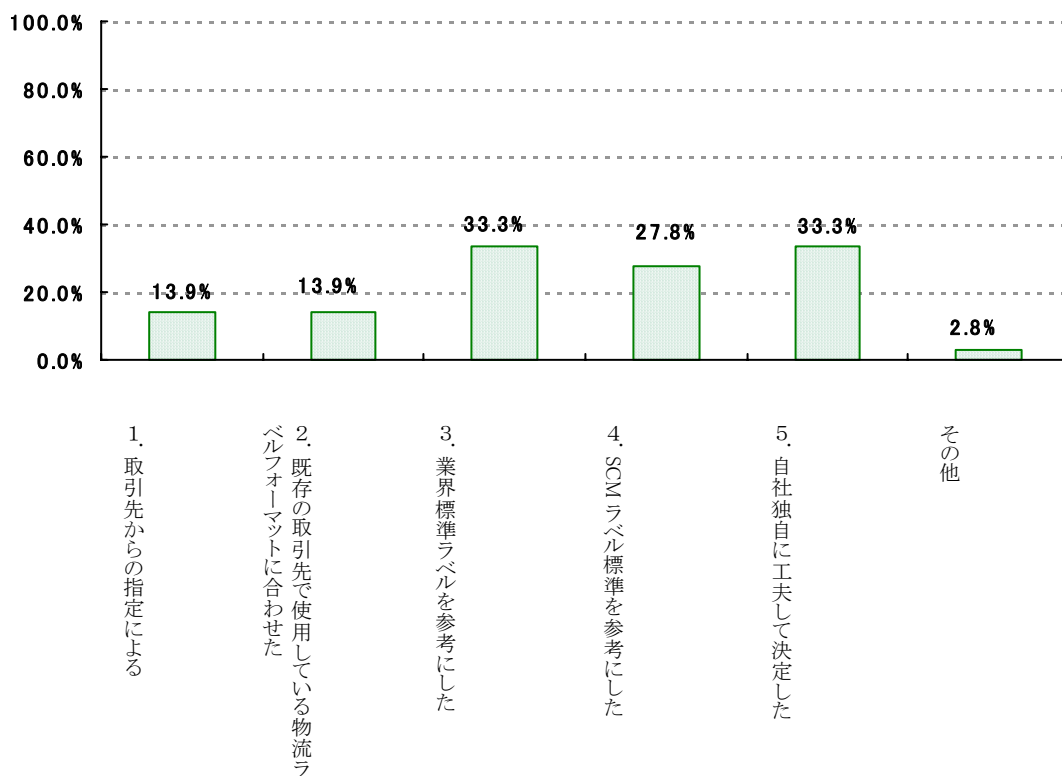
- 卸売業では、どの業界も「取引先からの指定による」が圧倒的に多く、38 社中 34 社 (89.5%) が回答。
- 日雑・医薬卸業界では、「取引先からの指定による」を 6 社中全社回答しているが、「自社独自に工夫して決定した」という回答も多く、6 社中 5 社が回答している。
- 製造業、卸売業とも、商品を納品する企業である小売業からの指定により、仕様を決定していることが分かる。

Q6. 物流ラベルの仕様の決定方法について、下記より選択ください

<小売業>

図表Q6-5 小売業:仕様の決定方法

小売業 N:36 社



図表Q6-6 小売業:仕様の決定方法(明細)

単位:社

業界		1_取引先指定	2_既存に合わせた	3_業界標準	4_SCM標準参考	5_独自	6_その他	合計
小売業		5	5	12	10	12	1	36
	GMS/SM	2	4	8	4	6	1	19
	百貨店	0	0	2	5	0	0	7
	ドラッグストア	1	0	0	0	2	0	5
	生協	2	1	2	1	4	0	5

- 小売業者は、納入企業に仕様の指定をするので、「取引先からの指定による」との回答が少なく、36社中5社(13.9%)。
- その仕様については、業界標準ラベルやSCM標準を参考にしている。
また、自社独自に工夫して決定している企業も多く、ともに36社中12社(33.3%)が回答。
- 百貨店業界は、『SCMラベル標準』を参考にしたを7社中5社が回答している。

Q6. 物流ラベルの仕様の決定方法について、下記より選択ください

■その他

図表Q6-7 その他:仕様の決定方法

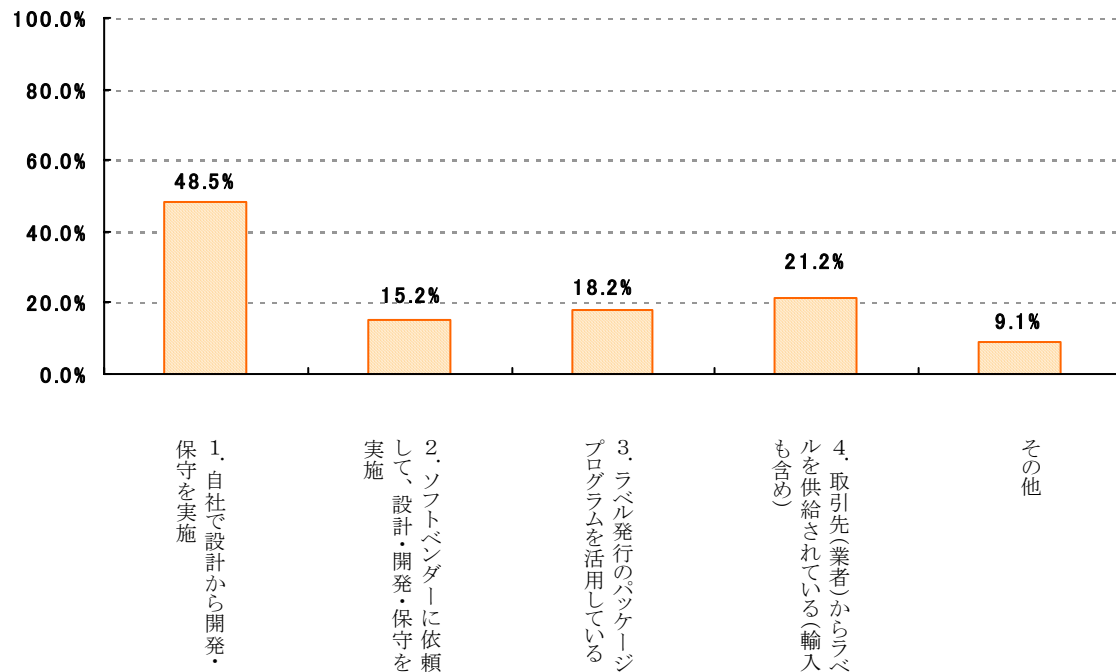
回答企業	回答内容
卸売業(食品卸)	他社のものを参考に作成
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	ED 取り合わせ時に得意先と打ち合わせをして決定する。
卸売業(スポーツ)	取引先より購入
小売業(GMS／SM)	GMS グループで統一

Q7. 物流ラベルシステムの開発について、下記より選択ください

<製造業>

図表Q7-1 製造業:物流ラベルシステムの開発方法

製造業 N:33 社



図表Q7-2 製造業:物流ラベルシステムの開発方法(明細)

単位:社

業界		1_自社で設計から開発・保守を実施	2_ソフトベンダーに開発依頼	3_パッケージプログラム活用	4_業者から供給	5_その他	合計
製造業		16	5	6	7	3	33
	食品	5	2	1	3	1	14
	日経メーカー	2	0	1	1	1	4
	スポーツ	3	0	0	2	1	5
	家電	6	3	4	1	0	10

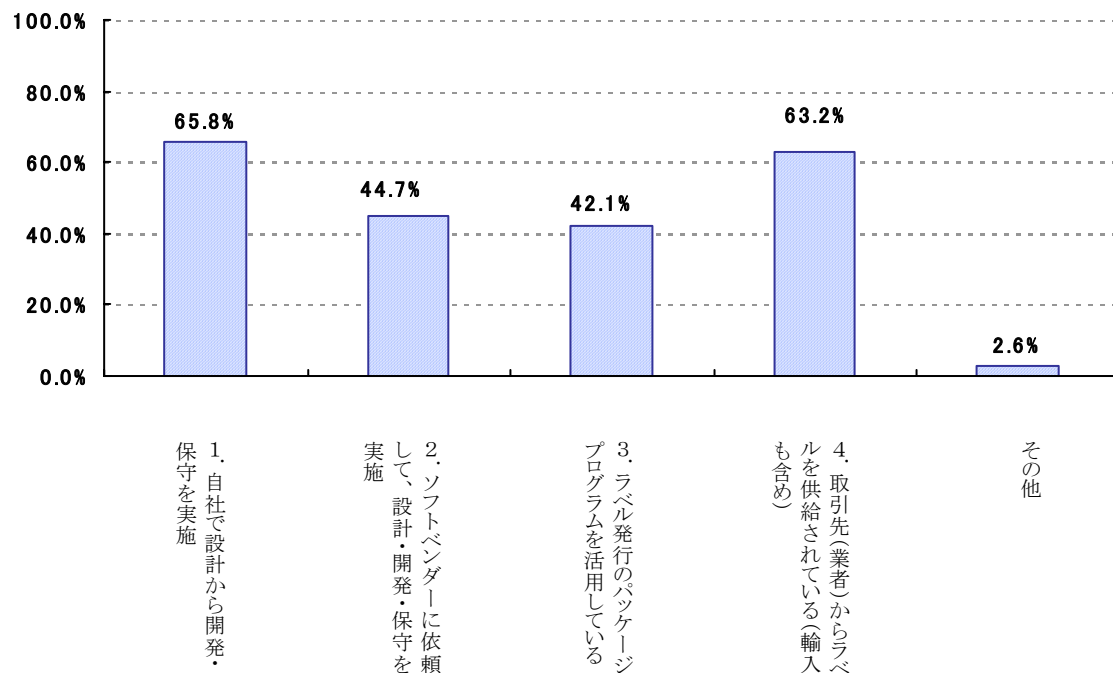
- 製造業では、全体的に「自社で設計から開発・保守を実施」という回答が多く、33 社中 16 社(48.5%)。

Q7. 物流ラベルシステムの開発について、下記より選択ください

<卸売業>

図表Q7-3 卸売業:物流ラベルシステムの開発方法

卸売業 N:38 社



図表Q7-4 卸売業:物流ラベルシステムの開発方法(明細)

単位: 社

業界	1.自社で設計から開発・保守を実施	2.ソフトベンダーに開発依頼	3.パッケージプログラム活用	4.業者から供給	5.その他	合計
卸売業	25	17	16	24	1	38
食品卸	12	8	8	10	1	15
日雑・医薬卸	5	2	0	4	0	6
アパレル・衣料・靴卸	7	5	6	6	0	12
スポーツ	1	2	2	4	0	5

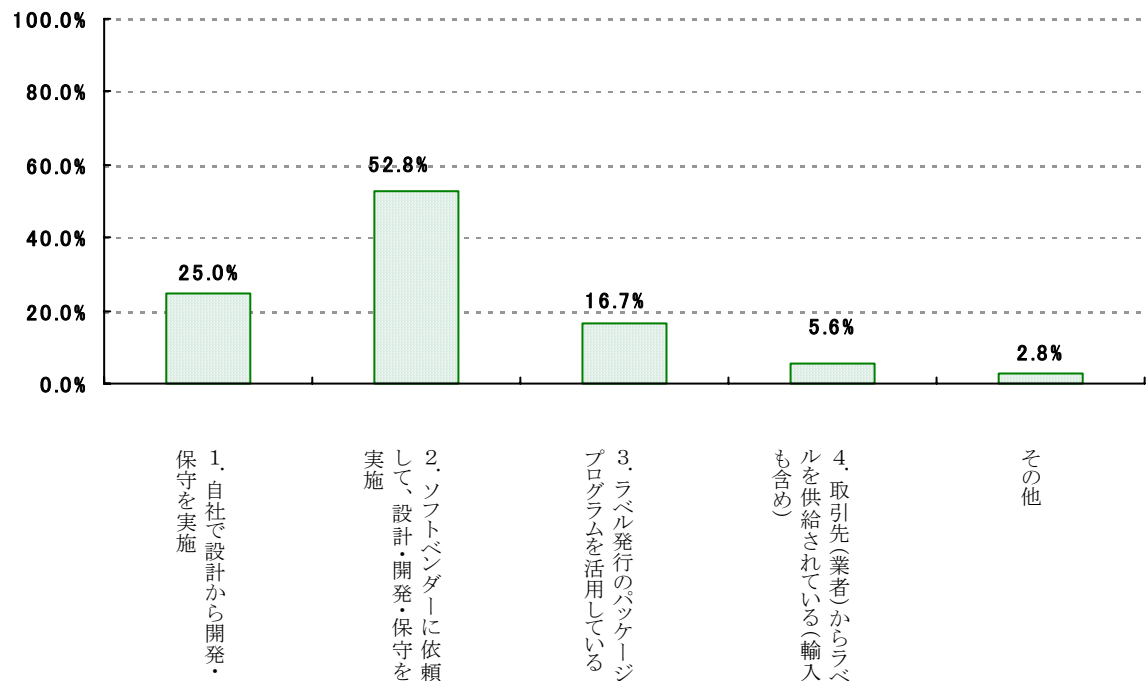
- ー卸売業全体では「自社で設計から開発・保守を実施」が 38 社中 25 社 (65.8%)と、「取引先(業者)からラベルを供給されている」が 38 社中 24 社 (63.2%)の 2 つの項目の回答が多い。
- ー「自社で設計から開発・保守を実施」と回答した企業は食品業界で 15 社中 12 社、日雑・医薬卸で 6 社中 5 社と多いが、スポーツ用品では 5 社中 1 社のみ。
- ー スポーツ用品では 5 社中 4 社が「取引先(業者)からラベルを供給されている」と回答。

Q7. 物流ラベルシステムの開発について、下記より選択ください

<小売業>

図表Q7-5 小売業:物流ラベルシステムの開発方法

小売業 N:36 社



図表Q7-6 小売業:物流ラベルシステムの開発方法(明細)

単位:社

業界		1_自社で設計から開発・保守を実施	2_ソフトベンダーに開発依頼	3_パッケージプログラム活用	4_業者から供給	5_その他	合計
小売業		9	19	6	2	1	36
	GMS/SM	5	13	4	0	0	19
	百貨店	0	2	1	2	1	7
	ドラッグストア	2	0	0	0	0	5
	生協	2	4	1	0	0	5

- 小売業は、製造業、卸売業とは傾向が異なり、「ソフトベンダーに依頼して、設計、開発・保守を実施」が 36 社中 19 社 (52.8%) と圧倒的に多く、自社で開発・保守するよりも、外部への委託やパッケージを活用して、コスト面などの低減を図っているものと思われる。

Q7. 物流ラベルシステムの開発について、下記より選択ください

■その他

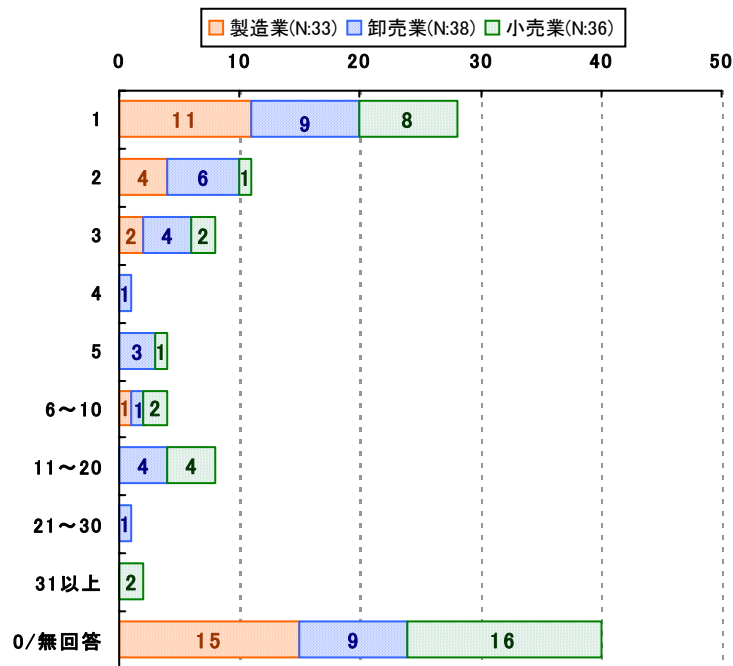
図表Q7-7 その他:物流ラベルシステムの開発方法

回答企業	回答内容
製造業(食品)	物流業者
製造業(日雑メーカー)	各委託倉庫の既存ラベルを使用
製造業(スポーツ)	業務委託先でのシステム開発
卸売業(食品卸)	取引先からラベル発行パッケージを指定された
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	量販店の PD ラベルは発行パッケージにて対応、SCM ラベルはシステム対応
小売業(百貨店)	業界標準集団をし、それに基づいて作成してもらっている(取引先)
小売業(百貨店)	お取引先側の作業

Q8. 新規または既存物流ラベルの追加・変更対応の頻度及び対応期間を記入ください。

① 新規に取引先が発生、物流ラベル対応する頻度

図表Q8-1 物流ラベルの保守発生頻度



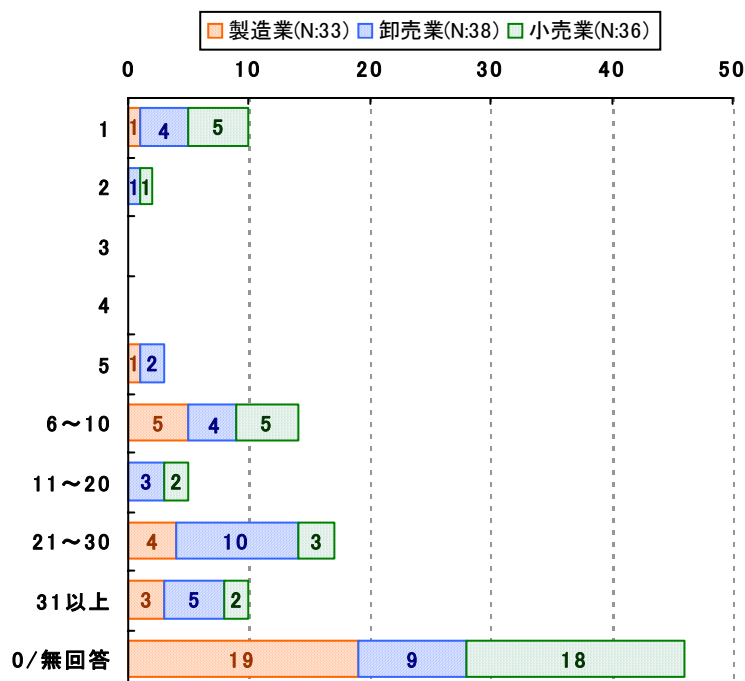
図表Q8-2 物流ラベルの保守発生頻度(明細)

回数	製造業				卸売業					小売業					
	食品	日経 メーカー	スポー ツ	家電	食品卸	日経・医 薬卸	アパレ ル・衣 料・靴卸	スポー ツ	GMS／ SM	百貨店	ドラッグ ストア	生協			
1以下	11	3	1	2	5	9	4	1	4	0	8	2	2	2	2
2	4	1	0	1	2	6	3	1	1	1	1	1	0	0	0
3	2	1	0	0	1	4	1	0	2	1	2	2	0	0	0
4	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	3	1	1	1	0	1	0	1	0	0
6～10	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	2	2	0	0	0
11～20	0	0	0	0	0	4	1	3	0	0	4	3	0	0	1
21～30	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
31以上	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0
0/無回答	15	9	2	2	2	9	3	0	4	2	16	7	4	3	2

－ 新規で物流ラベル対応が必要になる回数はどの業界も年1回以下が最も多い。

■取引先の決定から、物流ラベルシステム対応のための期間

図表Q8-3 物流ラベルの保守対応期間



図表Q8-4 物流ラベルの保守対応期間(明細)

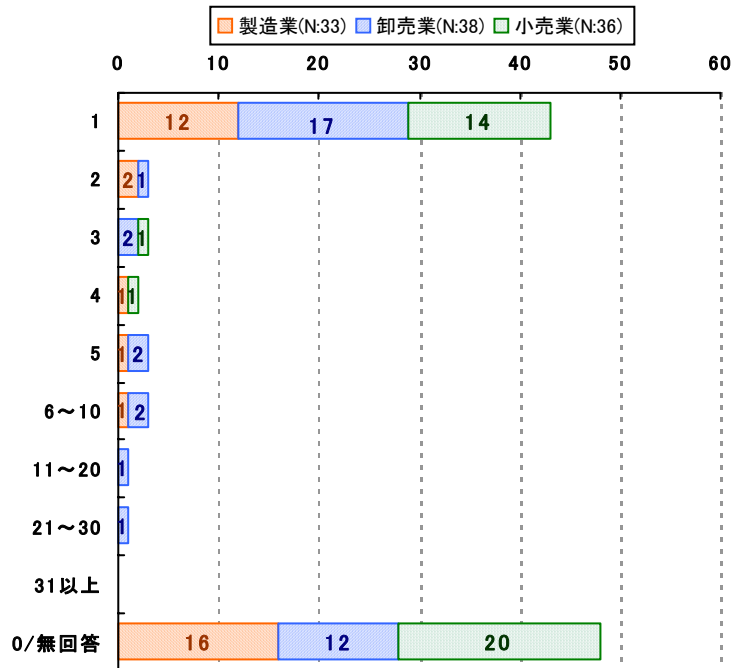
日数	製造業					卸売業					小売業				
		食品	日経メーカー	スポーツ	家電		食品卸	日経・医薬卸	アパレル・衣料・靴卸	スポーツ		GMS/SM	百貨店	ドラッグストア	生協
1以下	1	0	1	0	0	4	1	2	0	1	5	2	1	1	1
2	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0
3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	1	0	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0
6~10	5	2	0	2	1	4	0	1	3	0	5	4	0	0	1
11~20	0	0	0	0	0	3	2	0	1	0	2	2	0	0	0
21~30	4	0	0	1	3	10	5	2	2	1	3	2	1	0	0
31以上	3	0	1	0	2	5	3	0	1	1	2	0	1	0	1
0/無回答	19	12	2	2	3	9	1	1	5	2	18	8	4	4	2

- 対応にかかる期間は1週間~1ヶ月程度が多い。卸売業は時間がかかるという回答が多い。
卸売業は、多くの取引先との関係で、既存ラベルについての保守に時間がかかるものと思われる。

Q8. 新規または既存物流ラベルの追加・変更対応の頻度及び対応期間を記入ください。

② 既存の物流ラベルの取引先からの変更要求の頻度

図表Q8-5 物流ラベルの変更要求の頻度



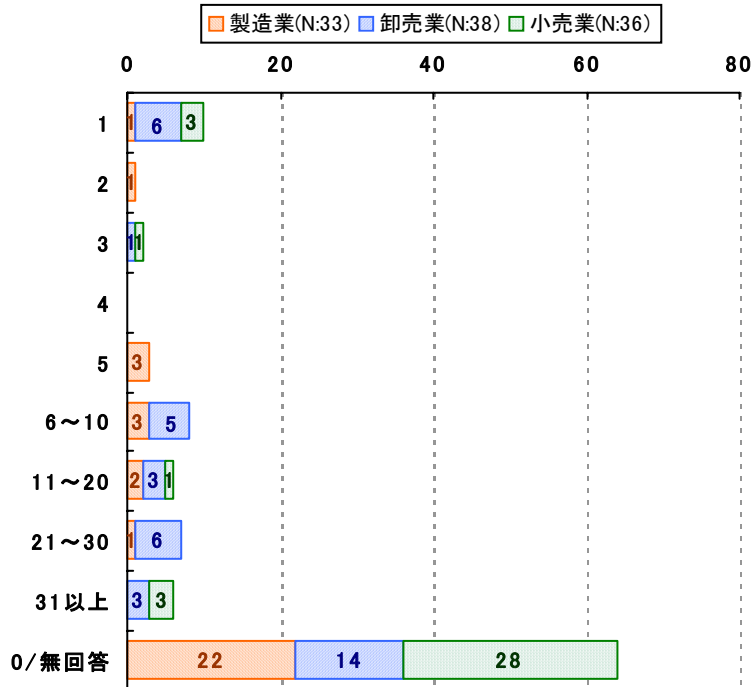
図表Q8-6 物流ラベルの変更要求の頻度(明細)

回数	製造業					卸売業					小売業				
		食品	日経 メーカー	スポー ツ	家電		食品卸	日経・医 薬卸	アパレ ル・衣 料・靴卸	スポー ツ		GMS/ SM	百貨店	ドラッグ ストア	生協
1以下	12	4	2	2	4	17	8	2	5	2	14	7	3	1	3
2	2	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
3	0	0	0	0	0	2	0	1	1	0	1	0	0	1	0
4	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
5	1	1	0	0	0	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0
6～10	1	0	0	0	1	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0
11～20	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
21～30	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
31以上	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0/無回答	16	9	2	2	3	12	5	0	5	2	20	11	4	3	2

－ 既存の取引先からの変更要求も年1回以下が多い。

■ 変更要求から、物流ラベルシステム対応のための期間

図表Q8-7 物流ラベルの変更対応期間



図表Q8-8 物流ラベルの変更要求の頻度(明細)

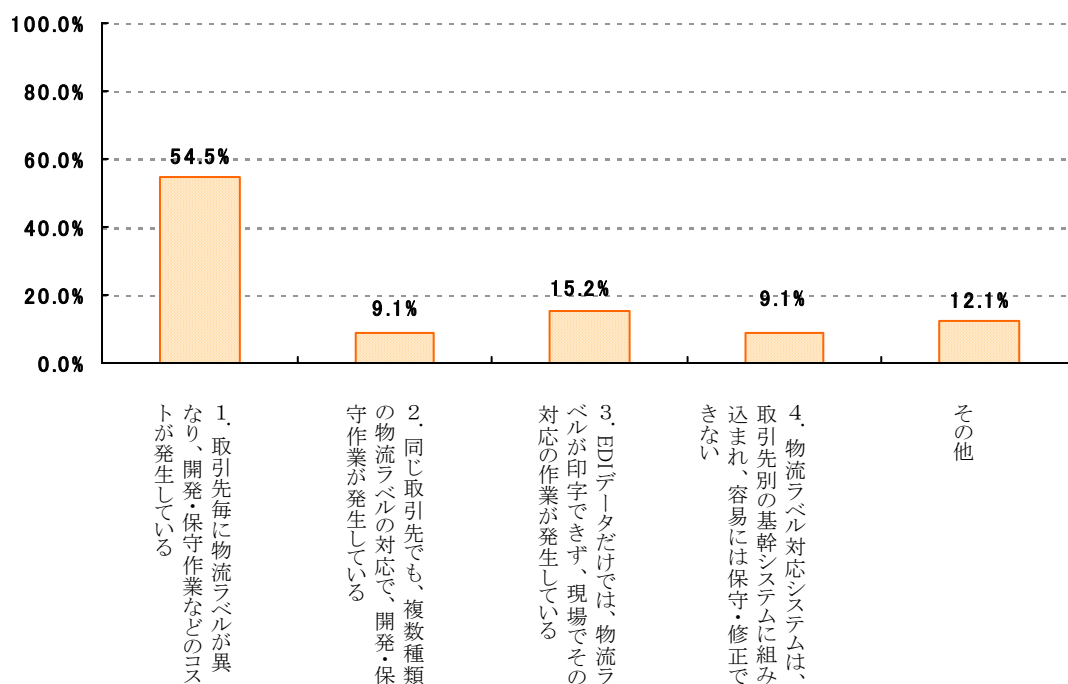
日数	製造業					卸売業					小売業				
		食品	日経メーカー	スポーツ	家電		食品卸	日経・医薬卸	アパレル・衣料・靴卸	スポーツ		GMS/SM	百貨店	ドラッグストア	生協
1以下	1	1	0	0	0	6	2	1	1	2	3	1	0	0	2
2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0
4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	3	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6~10	3	1	1	1	0	5	1	1	3	0	0	0	0	0	0
11~20	2	0	0	0	2	3	3	0	0	0	1	1	0	0	0
21~30	1	0	0	1	0	6	3	2	1	0	0	0	0	0	0
31以上	0	0	0	0	0	3	0	0	2	1	3	0	1	0	2
0/無回答	22	12	3	2	5	14	5	2	5	2	28	17	6	4	1

- 卸売業者で、時間がかかるという回答が目立つ。

Q9. 物流ラベルシステム対応についての主な課題を下記より選択ください

<製造業>

図表Q9-1 製造業:物流ラベルシステムの課題 製造業 N:33 社



図表Q9-2 製造業:物流ラベルシステムの課題(明細)

単位:社

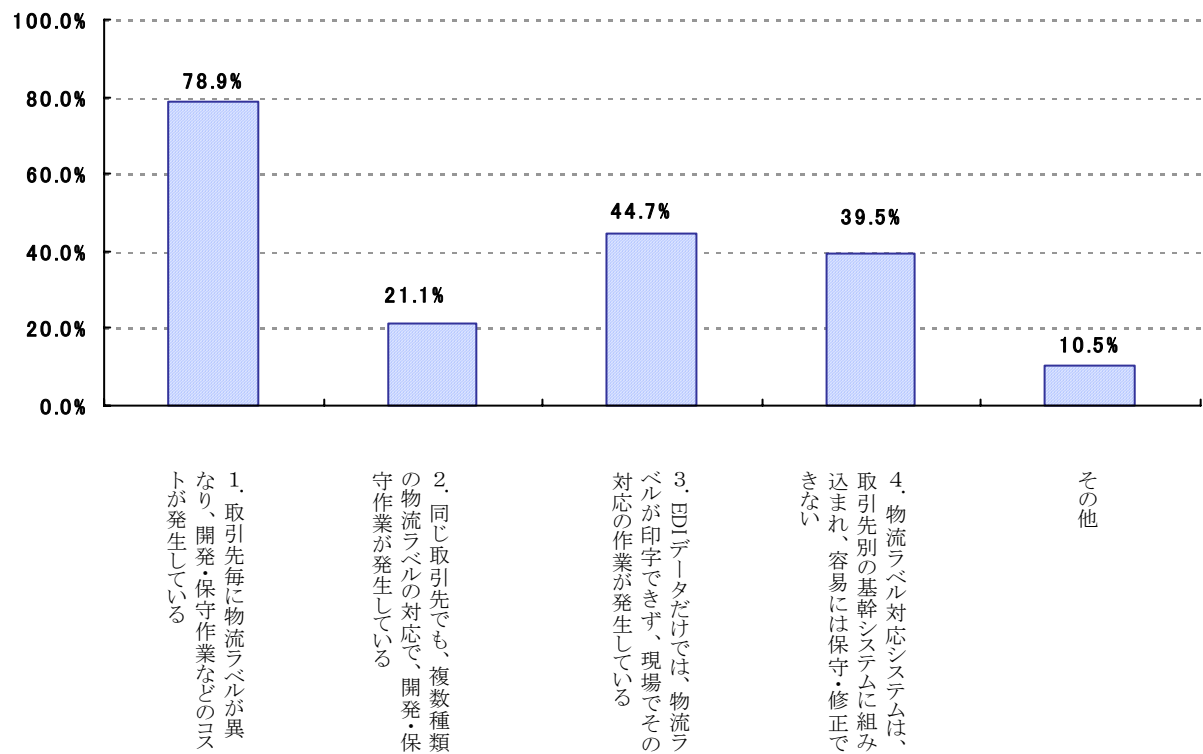
業界	1_コスト	2_保守	3_現場での対応	4_基幹システム影響大	5_その他	合計
製造業	18	3	5	3	4	33
食品	3	1	1	0	2	14
日経メーカー	2	0	0	0	1	4
スポーツ	5	1	1	1	0	5
家電	8	1	3	2	1	10

- 製造業全体としては「取引先毎に物流ラベルが異なり、開発・保守作業などのコストが発生している」を課題として挙げている企業が最も多く 33 社中 18 社 (54.5%)。
- 特に家電業界、スポーツ用品業界で多く、家電では 10 社中 8 社が、スポーツでは 5 社中全社が課題だと考えている。一方で、食品業界は「コスト」を課題と考えている企業は 14 社中 3 社と比較的に少ない。

Q9. 物流ラベルシステム対応についての主な課題を下記より選択ください

<卸売業>

図表Q9-3 卸売業:物流ラベルシステムの課題 卸売業 N:38 社



図表Q9-4 卸売業:物流ラベルシステムの課題(明細)

単位:社

業界	1_コスト	2_保守	3_現場での対応	4_基幹システム影響大	5_その他	合計
卸売業	30	8	17	15	4	38
食品卸	13	5	9	8	0	15
日雑・医薬卸	5	1	2	1	1	6
アパレル・衣料・靴卸	10	2	4	4	2	12
スポーツ	2	0	2	2	1	5

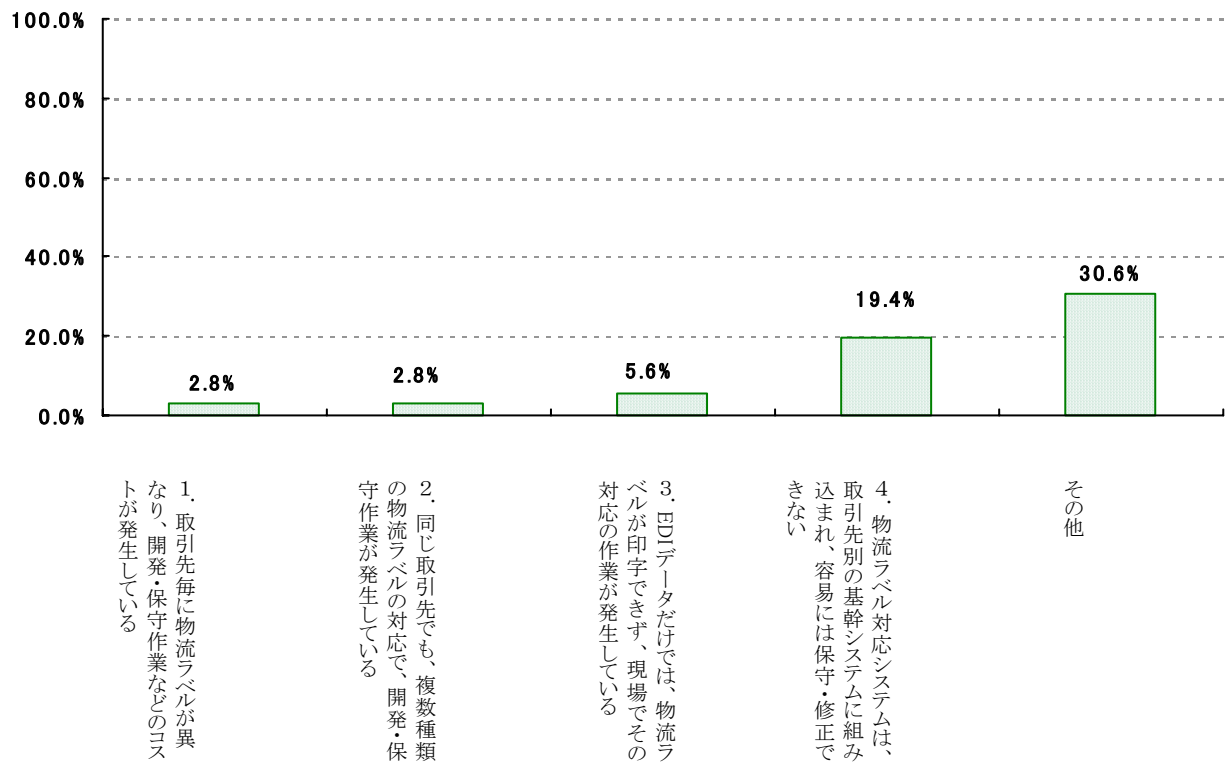
- 卸売業は 38 社中 30 社 (78.9%) が「取引先毎に物流ラベルが異なり、開発・保守作業などのコストが発生している」を課題だと考えている。他の業種と比較しても非常に多い。
- 「コスト」を課題と回答している企業は、スポーツ業界で 5 社中 2 社と比較的少ないが、他の業界は 8 割以上が課題だと捉えている。

Q9. 物流ラベルシステム対応についての主な課題を下記より選択ください

<小売業>

図表Q9-5 小売業:物流ラベルシステムの課題

小売業 N:36 社



図表Q9-6 小売業:物流ラベルシステムの課題(明細)

単位:社

業界		1_コスト	2_保守	3_現場での対応	4_基幹システム影響大	5_その他	合計
小売業		1	1	2	7	11	36
	GMS/SM	0	0	1	5	5	19
	百貨店	0	0	0	1	3	7
	ドラッグストア	0	0	0	0	2	5
	生協	1	1	1	1	1	5

- 小売業者は全体的に回答が少なく、物流ラベルシステムについて課題と感じている点が少ない。
- 一番多いものでも「物流ラベル対応システムは、取引先別の基幹システムに組み込まれ、容易には保守・修正できない」で、36 社中 7 社(19.4%)。
- 他の業界で多かった「取引先毎に物流ラベルが異なり、開発・保守作業などのコストが発生している」は 36 社中 1 社(生協)のみだった。

Q9. 物流ラベルシステム対応についての主な課題を下記より選択ください

■ その他

図表Q9-7 その他:物流ラベルシステムの課題

回答企業	回答内容
製造業(家電)	得意先毎にラベルが多く、標準化が出来ない。また、作業の簡素化が出来ない
製造業(日雑メーカー)	委託倉庫ごとにシステムが異なる。
卸売業(食品卸)	発注データ内にカテゴリーコードが無いにもかかわらず、カテゴリーを表示する場合がある(しかも名称とか)
卸売業(スポーツ)	量販店の EDI システム・新物流センター設立による SCM/ASN の仕組みの変化に自社対応が必須
卸売業(日雑・医薬卸)	先方印刷(無地以外)ラベル以外ロゴを含め自社開発しているが開発コスト発生の課題が残る
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	取引先のシステムに基づいて、ラベルレイアウト、データ項目が設定されているので、取引先のシステムが標準化されない限りは・・・。
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	現行 1 社のみ対応
小売業(GMS/SM)	現在、センターは委託しているので、一存では変更できない。
小売業(GMS/SM)	SCM ラベルの仕入先の対応能力がバラバラ
小売業(GMS/SM)	ケース変更時に全取引先のラベル読取りテスト発生
小売業(GMS/SM)	取引先に弊社仕様のラベルで納品してもらっている為、弊社側は問題無しですが、取引先は小売毎に作成の為、不便では
小売業(生協)	【B】 過去の経過があり各物流施設間で多少の違いが発生しており、元が変わるとそれぞれ別の対応が必要となる。
小売業(ドラッグストア)	メーカー様独自でパッケージにバーコードが印字されているコード仕様が誤読する時あり
小売業(百貨店)	ASNも含めた物流ラベル対応システムが高額で中小の仕入先は導入が難しい。
小売業(百貨店)	取引先が負担
小売業(百貨店)	既存の ASN/SCM システムは、運用上の制約が多く、システム的な改善が必要と認識

1－3. 物流に関連して、使用している帳票に関する実態調査

Q10. 納品又は荷受時に使用している主な帳票について、名称、目的、何種類かなどについて記入ください。

<製造業>

図表Q10-1 製造業:主な付帯帳票

帳票名	食品	日雑メーカー	スポーツ用品	家電	合計
納品書/出荷伝票	12	3	5	9	29
送り状/送品案内書	6			7	13
納品/納入明細	3		2	4	9
積荷/車載/ 荷個数明細日			2	4	6
指定・専用伝票		1	2	4	7
欠品/アンマッチ報告書		1		2	3
その他	受領書(3)	センター納品明細書(1)	二次元伝票(1)	荷札(2)	
	入庫予定票(2)		センター納入明細書(1)	配送日報(1)	
	店別個口明細書(1)		店舗/消化/置場シール(1)	入荷検品表(1)	
	ピッキングリスト(1)		ピッキングリスト(1)	積込リスト/貨物チェックリスト(2)	
	鮮度混在表(1)			配送コース別明細(1)	

- － 上図は、製造業で主に使用している付帯帳票名について名寄せを実施した結果ですが黄色網掛けについては、卸売業、小売業で共通化が可能であると思われる帳票名である。その他の帳票については、各業界での特徴を表しているものもある。また、作業で使用する帳票もある。

Q10. 納品又は荷受時に使用している主な帳票について、名称、目的、何種類かなどについて記入ください。

<卸売業>

図表Q10-2 卸売業:主な付帯帳票

帳票名	食品	日用雑貨・医薬品	アパレル・衣料・靴	スポーツ用品	合計
納品書/出荷伝票	8	1	8	5	32
納品/納入明細	9	5	6	1	21
欠品/アンマッチ報告書	11	4	5	1	21
積荷/車載/ 荷個数明細日	9	2	4	2	17
送り状/送品案内書	2	2	2	1	7
指定・専用伝票	1	1	3		5
その他	オリコン/カゴ車 /トート台数表 (2)	店別明細書(3)	店別明細(2)	出荷案内書/ 指示書(2)	
	入荷予定表(3)	仕入伝票(1)	仕入伝票(1)	入荷明細書 (1)	
	センター納品リスト(1)	センター納品リスト(1)	センター納品明細(1)	返品伝票(1)	
	受領書(1)				

- 上図は、卸売業で主に使用している付帯帳票名について名寄せを実施した結果ですが黄色網掛けについては、製造業、小売業で共通化が可能と思われる帳票名である。その他の帳票については、各業界での特徴を表しているものもある。
- 卸売業では、センター納品表やリストが、スポーツ用品業界を除き見受けられる。このことは、センター納品が増えていることがわかる。

Q10. 納品又は荷受時に使用している主な帳票について、名称、目的、何種類かなどについて記入ください。

<小売業>

図表Q10-3 小売業:主な付帯帳票

帳票名	GMS/SM	百貨店	ドラッグストア	生協	合計
納品書/出荷伝票	7	4	2	3	16
欠品/アンマッチ報告書	13	1		1	15
納品/納入明細	6	2	2	1	11
積荷/車載/ 荷個数明細日	5	2		1	8
送り状/送品案内書	1	2	2		5
指定・専用伝票					0
その他	仕入伝票(4)	仕入伝票(2)	納品取込票(1)	店別明細書 (2)	
	センター納品リスト(2)	入荷予定表 (1)	仕入伝票(1)	仕入伝票(2)	
	ピッキングリスト (2)	発注伝票(1)		受領書(1)	
	受領書(1)				

- 上図は、小売業で主に使用している付帯帳票名について名寄せを実施した結果ですが黄色網掛けについては、製造業、卸売業で共通化が可能と思われる帳票名である。その他の帳票については、各業界での特徴を表しているものもある。
- 小売業では、仕入伝票が共通化可能と思われる。

Q11. 使用している帳票に関する課題や要望などについて記入ください

<製造業>

図表Q11-1 製造業:付帯帳票についての課題と要望 課題など:△、要望・提言:☆

ASN 関連	△ASNを送信しているが、 <u>請求差異</u> が生じる	食品
	☆ASN送信得意先の <u>伝票レス化のガイドライン</u> を作って欲しい	
	△ASN情報送信と同時にFAXで納品明細書と欠品報告書の送信を要望する取引先がある	スポーツ
	△ASN情報を送信しているが、 <u>納品書を同梱</u> している(受け側は税務上の問題等から証憑が必要)	
	△積載効率を優先すると積荷の加除が生じ、 <u>送り状の手書き修正</u> が入り完璧なASN情報が作れない	家電
フォーマット	△納品書、センター納入明細が企業それぞれのフォーマット、帳票であり、 <u>印刷のための開発</u> が発生し、システム開発の中でも大きなボリュームになっている	日雑
	△得意先別の専用納品書を要望されると、弊社分と <u>二重管理</u> となる	家電
	△ <u>専用伝票を手書き</u> している法人が残っているため、フォーマットの統一による機械化が課題	
その他	△得意先より <u>賞味期限記載依頼</u> が増加している	食品
	△膨大な量となるため、 <u>管理が煩雑</u> である	
	△現状は一般店に関しては <u>納品書片、仕入伝票片、請求明細片の3片を全て送付</u> している。得意先にて全ての片が本当に必要か確認したい。可能であれば <u>必要最低限の片構成</u> にて環境配慮型物流を目指したい	
	☆ <u>帳票のコスト・印字・分別のコスト削減</u> をしたい!	
	△追加、欠品品目の振替等においては <u>手書き</u> となる	日雑
	△通常の送り状(業際統一伝票)を納品時に添付しているにも関わらず <u>先方指定専用伝票も添付</u> しなければならない	
	△SCMラベルに編集しているにも関わらず、 <u>店別シールが必要・置き場シールが必要</u>	スポーツ
	△納品先によって納品書の種類・様式が違うので、 <u>印刷時の用紙変更や伝票整理など管理工数がかかっ てしまう</u>	家電

Q11. 使用している帳票に関しての課題や要望などについて記入ください

<卸売業>

図表Q11-2 卸売業:付帯帳票についての課題と要望 課題など:△、要望・提言:☆

ASN 関連	△ASNを送信しているが、 <u>各種明細書の持参</u> も要請される	食品卸
	△出荷確定情報を送信しているが、 <u>納品明細・欠品明細を同梱</u> している場合がある	
	△ <u>入荷</u> に関しては、ASNでは無く、 <u>納品情報</u> なので、 <u>梱包に何が入っているかが解らない</u>	スポーツ
	△ASN情報を送信しているが、 <u>内容明細を同梱</u> している	日雑・
	△ASN送信して伝票レスだが <u>店別納入明細書を持参</u> している。 <u>標準化</u> が望まれる	医薬卸
	△ASN情報を送信しているが、 <u>納品アポイント連絡票や欠品明細書を作成し、事前にFAX連絡</u> を行っている	アパレル・ 衣料・靴
	△ASN情報を送信しているのに <u>梱包明細書を作成し、商品出荷時に送付</u> している	
	△ASN情報を送信しているが、 <u>納品明細を同梱・またはFAX</u> などで渡すケースがある	
	△ハンディにてスキャンしデータ送信しているが、 <u>受け渡し伝票を添付</u> している	
フォーマット	△得意先により <u>フォーマット、仕様が千差万別</u> である点が課題としてあげられる	食品卸
	△様式も指定で統一性がない。方面／店舗別の個数表等、 <u>作成に手間</u> を要している	
	△同一取引先でも、商品部門や納品センターによって <u>帳票フォーマット、帳票種類が違う</u>	
	☆ <u>各フォーマットが統一できれば 開発コスト及び帳票の管理コストが削減できる。</u>	スポーツ
	△手書き用履物統一伝票においては統一されている部分は少なく、 <u>得意先の数だけ帳票が必要</u> となる	
	△手書用得意先専用伝票の場合、伝票番号が印字済みのものが多く、 <u>自社の売上伝票と連動できない</u>	
その他	△企業毎に納品明細書の <u>フォームや内容が異なる</u>	日雑・ 医薬卸
	△カゴ車には、 <u>先方で仕分けに使用される貼紙</u> もしている	食品卸
	△納品書情報をICカードに書き込んで、 <u>納品書とICカードを納品する商品に添付</u> している(一部取引先)	
	△取引先に専用伝票を指定されることもあるが、 <u>量が少ないため機械化できない</u>	
	△卸売側で <u>売上伝票の法廷保存(7ヵ年)</u> がある限り、納品伝票発行している買う側で伝票レスと言われても納入側では無くせない	アパレル・ 衣料・靴
	△ <u>ラベル項目が細分化され過ぎると梱包が小さくなり物流負荷が増加</u> する、 <u>分類単位などは代表分類で統合</u> している得意先もある	

Q11. 使用している帳票についての課題や要望などについて記入ください

<小売業>

図表Q11-3 小売業:付帯帳票についての課題と要望 課題など:△、要望・提言:☆

ASN	△納品確定データがそれなりに正確であれば、 <u>仮検収書をなくしたい</u>	ドラッグ
	△入荷予定データはあるが、納品書と一体のASNデータがあれば <u>入荷照合の精度</u> が増す	ストア
フォーマット	△取引先のシステムのため、 <u>取引先仕様の明細書を同梱</u> してもらっている	百貨店
	△帳票の枚数が多くて、 <u>出力に時間がかかる</u>	GMS/SM
	△値付け依頼書や出荷指示書はお取引先別に独自のフォーマットを使用しているため、 <u>管理が煩雑</u> になっている	
	△ <u>仕入計上データを取り込み無い</u> お取引先に対して、帳票を発行しないといけない	生協
	△納品される伝票も主に2種類、納品する場合も主に2種類あり、統一されていないため、 <u>運用が複雑</u> になっている	
その他	△ <u>EDI化</u> したい	GMS/SM
	△取引先が運送会社を利用して <u>センター納品</u> される場合、 <u>取引先・運送会社間での帳票として納品個数票が必要</u>	
	△ペーパーレスで対応したいが、 <u>ついていけない取引先</u> もいる	
	△帳票自体を無くして <u>ペーパーレス</u> としたい	
	△手書伝票の <u>OCR 未読</u> が多い	生協
	△センターでの消しこみや入力作業を事前に行っているため、 <u>FAX 情報でのやり取りが残っている</u>	
	△ <u>出荷データとラベルでつき合わせ</u> をしながら仕分け処理を実施(帳票については確認する程度)	

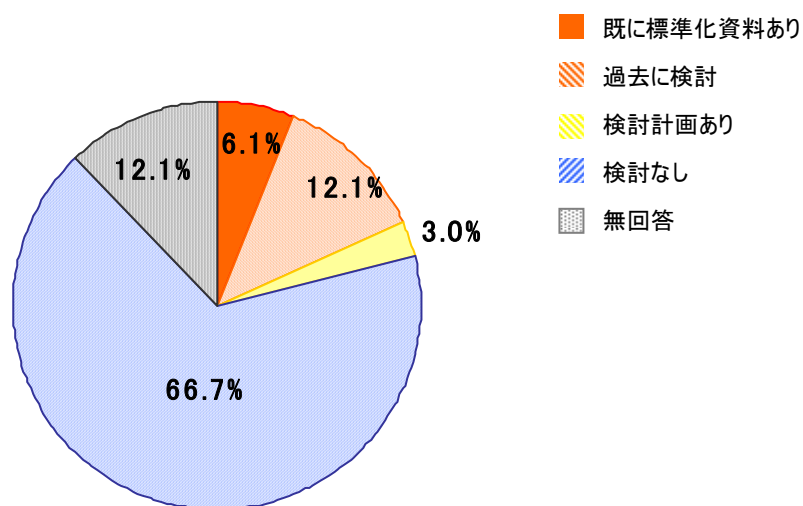
1－4. 物流ラベル等の業種・業界の取組みなどに対する調査について

Q12. 貴社を取り巻く環境について下記より選択ください。

<製造業>

製造業 N:33 社

図表Q12-1 製造業:取り巻く環境



図表Q12-2 製造業:取り巻く環境(明細)

単位:社

業界	既に標準化資料あり	過去に検討	検討計画あり	検討なし	無回答	合計
製造業	2	4	1	22	4	33
食品	0	1	0	10	3	14
日経メーカー	0	0	1	3	0	4
スポーツ	1	1	0	3	0	5
家電	1	2	0	6	1	10

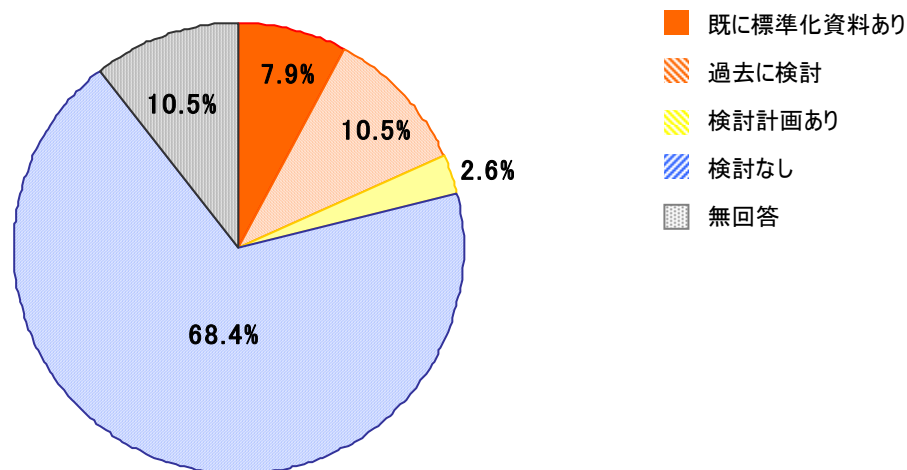
- 製造業では標準化について、どの業界も「検討なし」が圧倒的に多く、33 社中 22 社(66.7%)が回答。製造業では、いままで業界を通しての標準化などの検討は少ない。スポーツ用品と家電で標準化の資料があるとの回答がある。

Q12. 貴社を取り巻く環境について下記より選択ください。

<卸売業>

卸売業 N:38 社

図表Q12-3 卸売業:取り巻く環境



図表Q12-4 卸売業:取り巻く環境(明細)

単位:社

業界	既に標準化資料あり	過去に検討	検討計画あり	検討なし	無回答	合計
卸売業	3	4	1	26	4	38
食品卸	1	3	0	9	2	15
日雑・医薬卸	1	0	0	5	0	6
アパレル・衣料・靴卸	1	1	1	7	2	12
スポーツ	0	0	0	5	0	5

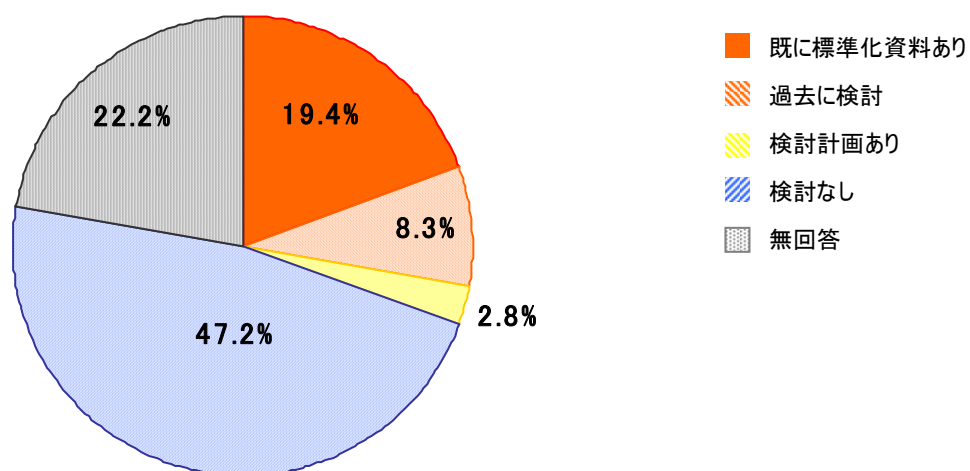
- 卸売業も製造業同様、標準化について「検討なし」という回答が最も多く、38 社中 26 社が回答。製造業も卸売業も、ラベル等の仕様については、小売業からの指示される場合が多いため、あまり標準化については、検討がされなかったと思われる。
- 食品卸、日雑・医薬卸、アパレル・衣料・靴卸では、標準化の資料があるとの認識や検討した企業もある。

Q12. 貴社を取り巻く環境について下記より選択ください。

<小売業>

小売業 N:36 社

図表Q12-5 小売業:取り巻く環境



図表Q12-6 小売業:取り巻く環境(明細)

単位:社

業界	既に標準化資料あり	過去に検討	検討計画あり	検討なし	無回答	合計
小売業	7	3	1	17	8	36
GMS/SM	2	3	1	10	3	19
百貨店	4	0	0	1	2	7
ドラッグストア	1	0	0	4	0	5
生協	0	0	0	2	3	5

- 小売業 36 社中 17 社 (47.2%) が標準化について「検討なし」と回答。
- 「既に標準化資料あり」との回答が 36 社中 7 社 (19.4%)。特に百貨店業界では多く、7 社中 4 社が「標準化資料あり」と回答している。

Q13. 上記 Q12 で「標準化資料及び検討、計画あり」と回答いただいた場合、
概要を下記に記入ください。

<その他の回答>

図表Q13 標準化資料および検討、計画の概要

業界	回答内容
製造業(日雑メーカー)	全てのラベルを統一し、バーコードリーダーで全ての情報を把握
製造業(スポーツ)	先方の仕様から弊社標準(既製)のフォーマットへ変更し作成
製造業(家電)	業界としてRFIDによる入出荷検品の検討
卸売業(日雑・医薬卸)	標準ラベルを活用しているが、取引先に主導権があり、活用例は少ない
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	アバ参発の「QR推進のために」
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	アパレル用PDラベル標準化委員会での決定事項
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	自社の生産の80%は、中国であり検品体制が整い次第、店舗直送を考えている
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	取引先の指定に合わせるため、標準化についての検討はできていない
卸売業(スポーツ)	GMSの要望で付けてはいるが、業界の要望はない。 (ラベルを利用するインフラの整備ができていない)
卸売業(スポーツ)	得意先(小売業)からの要望・要求には応じざるを得ない。スポーツ業界は標準はなし
小売業(GMS/SM)	センターは委託になるので不明
小売業(GMS/SM)	納品リードタイムの短縮、伝票コストの削減等の目的で、ノー検品(SCMラベル)を推進している
小売業(GMS/SM)	納品伝票、納入明細書のEDI化、伝票と梱包を紐付けしたSCMラベル+ASN
小売業(百貨店)	百貨店標準仕様
小売業(ドラッグストア)	納品先との接点は目視情報に頼っており、店舗での活動改善に連なる運用と改善が必要
小売業(生協)	具体的にはない

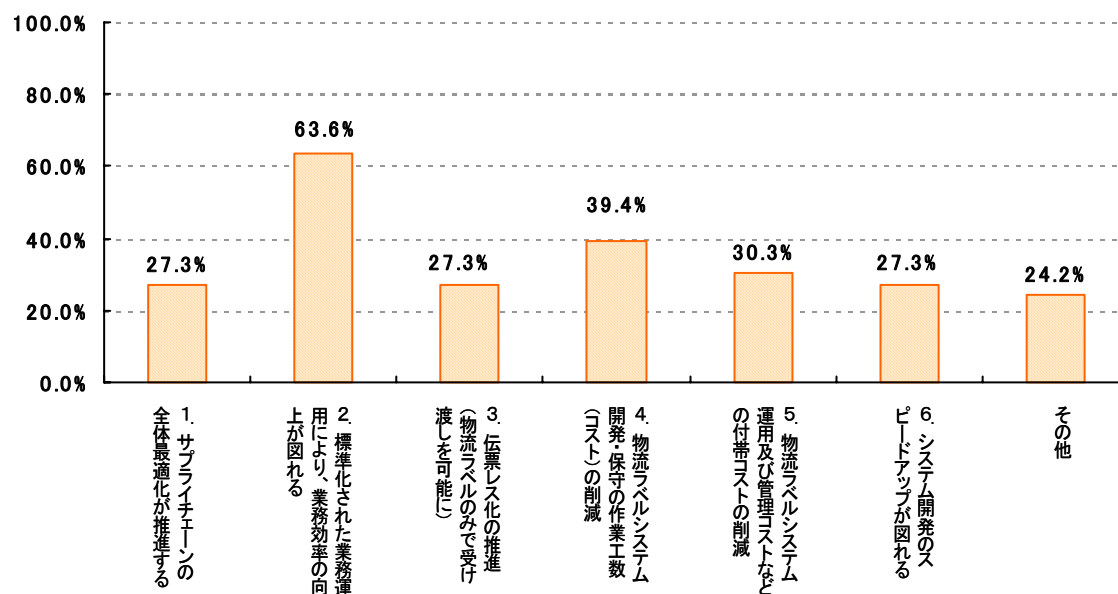
- 「環境対策として『リライタブルペーパー』などの活用の検討している」を回答した企業:1 社
(製造業 家電)。
- 「作業効率の向上を考慮して IC タグ活用の検討をしている」を回答した企業:4 社

Q14. 物流ラベル等の業界共通化や標準化で考えられる期待効果を下記より選択ください

<製造業>

製造業 N:33 社

図表Q14-1 製造業:業界共通化や標準化の期待効果



図表Q14-2 製造業:業界共通化や標準化の期待効果(明細)

単位:社

業界	1.SCM全体最適	2.業務効率	3.伝票レス	4.開発・保守コスト低減	5.管理・付帯コスト低減	6.開発スピードアップ	7.その他	合計
製造業	9	21	9	13	10	9	8	33
食品	4	8	1	3	2	2	4	14
日経メーカー	1	3	2	1	1	2	2	4
スポーツ	2	2	2	3	1	2	1	5
家電	2	8	4	6	6	3	1	10

ー製造業全体では「業務効率の向上」への期待が、33 社中 21 社(63.6%)と最も多く、次いで「開発・保守コストの低減」、「管理・付帯コストの低減」である。

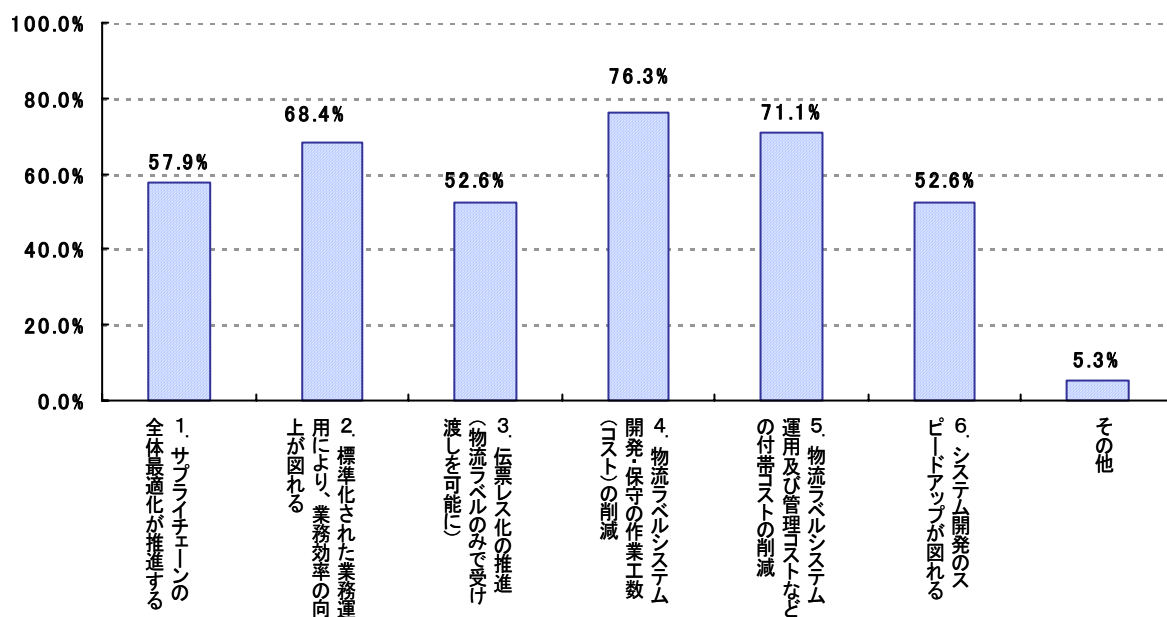
商品を生産する側である、製造業はラベルの印字や貼付などに関連した、業務効率の向上を期待するのでは。

Q14. 物流ラベル等の業界共通化や標準化で考えられる期待効果を下記より選択ください

<卸売業>

卸売業 N:38 社

図表Q14-3 卸売業:業界共通化や標準化の期待効果



図表Q14-4 卸売業:業界共通化や標準化の期待効果(明細)

単位:社

業界	1.SCM全体最適	2.業務効率	3.伝票レス	4.開発・保守コスト低減	5.管理・付帯コスト低減	6.開発・スピードアップ	7.その他	合計
卸売業	22	26	20	29	27	20	2	38
食品卸	10	11	6	13	13	11	0	15
日経・医薬卸	5	3	3	5	3	4	0	6
アパレル・衣料・靴卸	6	9	9	10	10	4	1	12
スポーツ	1	3	2	1	1	1	1	5

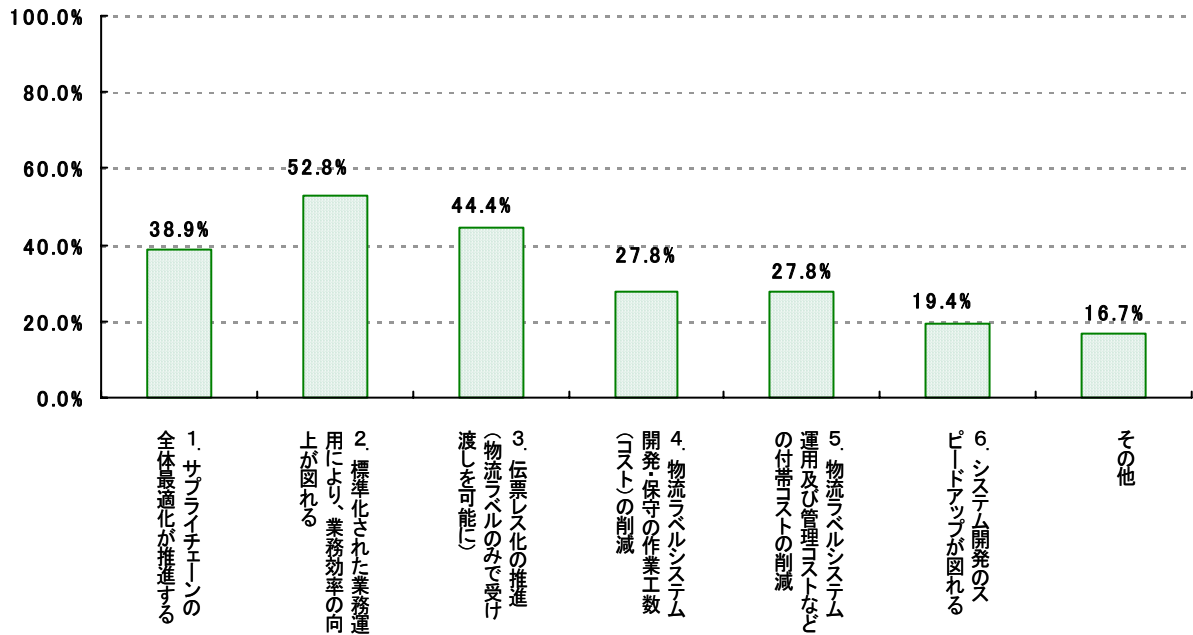
- 卸売業では、全般的な標準化に対する期待が大きく、どの項目も回答が多い。
特に、「開発・保守コストの低減」は多く、38 社中 29 社(76.3%)が回答している。

Q14. 物流ラベル等の業界共通化や標準化で考えられる期待効果を下記より選択ください

<小売業>

小売業 N:36 社

図表Q14-5 小売業:業界共通化や標準化の期待効果



図表Q14-6 小売業:業界共通化や標準化の期待効果(明細)

単位:社

業界	1.SCM全体最適	2.業務効率	3.伝票レス	4.開発・保守コスト低減	5.管理・付帯コスト低減	6.開発スピードアップ	7.その他	合計
小売業	14	19	16	10	10	7	6	36
GMS/SM	10	10	8	6	6	4	3	19
百貨店	2	3	3	3	3	1	0	7
ドラッグストア	2	3	3	1	1	2	1	5
生協	0	3	2	0	0	0	2	5

- 小売業では、どの業界も「標準化された業務運用により、業務効率の向上が図れる」が多く、36 社中 19 社 (52.9%) が回答している。

Q14. 物流ラベル等の業界共通化や標準化で考えられる期待効果を下記より選択ください

<その他の回答>

図表Q14-7 その他:業界共通化や標準化の期待効果

回答企業	回答内容
製造業(食品)	そもそもラベルは貼りたくない
製造業(食品)	物流ラベルにしても、ICタグにしても、コスト的には課題が多い。導入検討は時期尚早
製造業(食品)	基本的にはラベルは不要
製造業(食品)	現状ではメリットがあるとは思わない
製造業(日雑メーカー)	監査などで受領確認書提出などになった場合の代替案が見えない
製造業(日雑メーカー)	納品時確認作業の簡素化ができる
製造業(スポーツ)	百貨店標準札、スポーツ統一伝票など、標準化はされているが、用紙(フォーム)のみの対応である。記述内容は標準化されていないのが現実
製造業(家電)	検品精度向上による物流品質の向上
卸売業(食品卸)	1～5までが実現可能であれば、発注レイアウト等も同じとなり、システム開発は無くなると思われる
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	レイアウト、データ項目が標準化されれば、現在お得意先毎に開発システム対応が標準化される
卸売業(スポーツ)	特になし、得意先(小売)の業種により、納入側の標準化が適用しない。(例)スポーツ統一伝票、商品M、受発注データなど
小売業(GMS/SM)	標準化されることにより、小売側の物流システム全般を大きく変更する必要があり、効果は期待できない。卸側で効果があった分を小売側に還元できるのであれば、効果は期待できる。DC出荷分は標準化されることにより効果が期待できる部分がある
小売業(GMS/SM)	取引先側はコスト削減になるが(開発・運用)が、小売側は既に運用している仕組みがあり、場合によっては大幅なシステム変更(投資)を行わなければならない
小売業(ドラッグストア)	特にメーカーからの荷受け・検収の改善を図りたい
小売業(生協)	共通化の内容が分からない中では、小売側としては、期待効果について想定できません
小売業(生協)	クレートの標準化と庫内システムの標準化が可能になる

1－5. 今後の物流ラベル等の標準化検討について

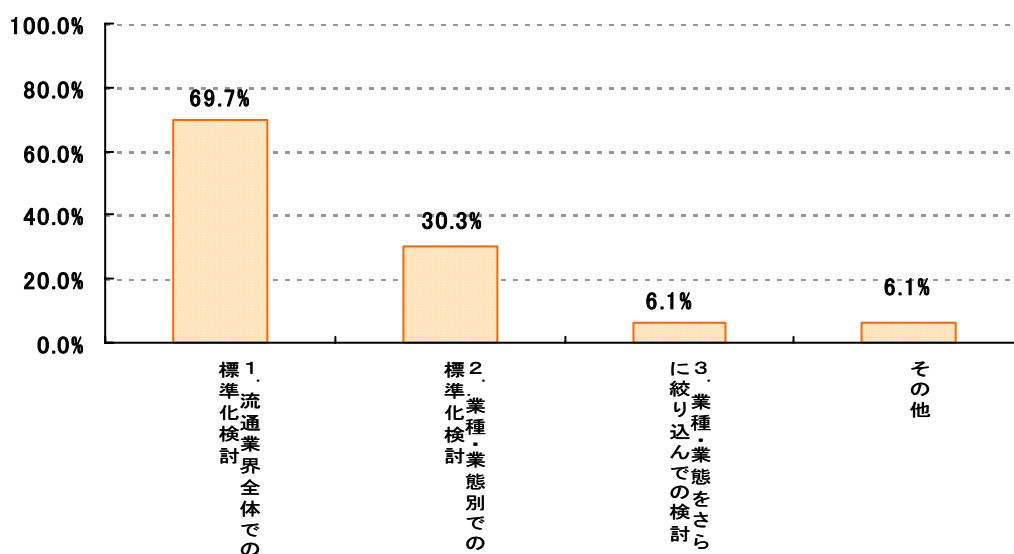
Q15. 物流ラベル等の標準化検討が必要と思われる項目について、下記より選択ください。

① 標準化の範囲について

<製造業>

製造業 N:33 社

図表Q15-1 製造業:標準化の検討範囲



図表Q15-2 製造業:標準化の検討範囲(明細)

単位:社

業界	1_流通業界全体での標準化検討	2_業界で標準	3_絞込み	4_その他	合計
製造業	23	10	2	2	33
食品	9	4	0	2	14
日経メーカー	2	1	2	0	4
スポーツ	5	1	0	0	5
家電	7	4	0	0	10

- 製造業では、どの業界も「流通業界全体での標準化検討」が多く、33 社中 23 社(69.7%)が回答している。

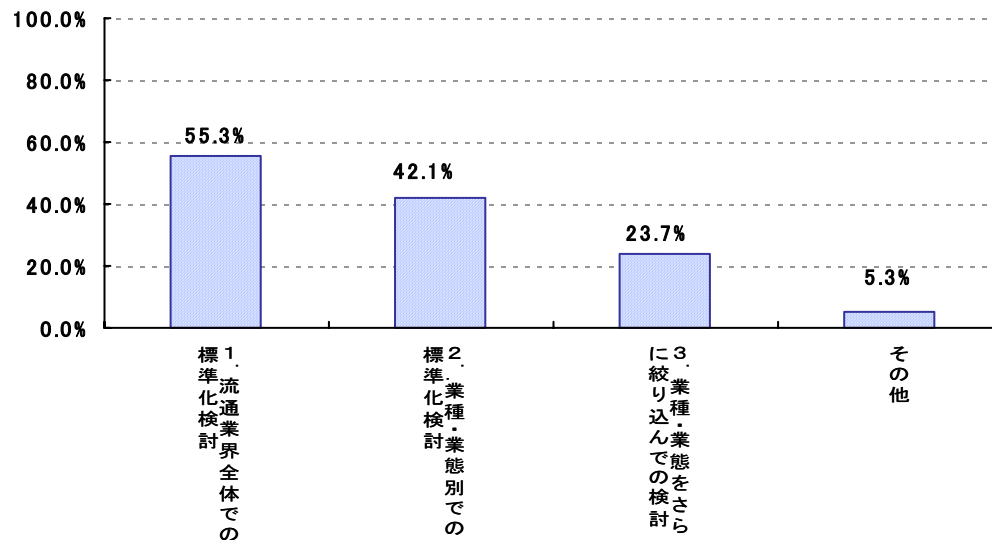
Q15. 物流ラベル等の標準化検討が必要と思われる項目について、下記より選択ください。

①標準化の範囲について

<卸売業>

卸売業 N:38 社

図表Q15-3 卸売業:標準化の検討範囲



図表Q15-4 卸売業:標準化の検討範囲(明細)

単位:社

業界	1_流通業界全体での標準化検討	2_業界で標準	3_絞り込み	4_その他	合計
卸売業	21	16	9	2	38
食品卸	11	8	1	1	15
日経・医薬卸	4	0	1	0	6
アパレル・衣料・靴卸	4	6	6	1	12
スポーツ	2	2	1	0	5

- 卸売業も全体的に「流通業界全体での標準化検討」が多く、38 社中 21 社(55.3%)が回答している。
- アパレル業界は「業種・業態別での標準化検討」と「業種・業態をさらに絞り込んだ検討」が 12 社中 6 社と多い。
- 取り扱い商品により、物流ラベル等の運用が異なるなど、業種・業態を絞り込んだ標準化の要望が多い。

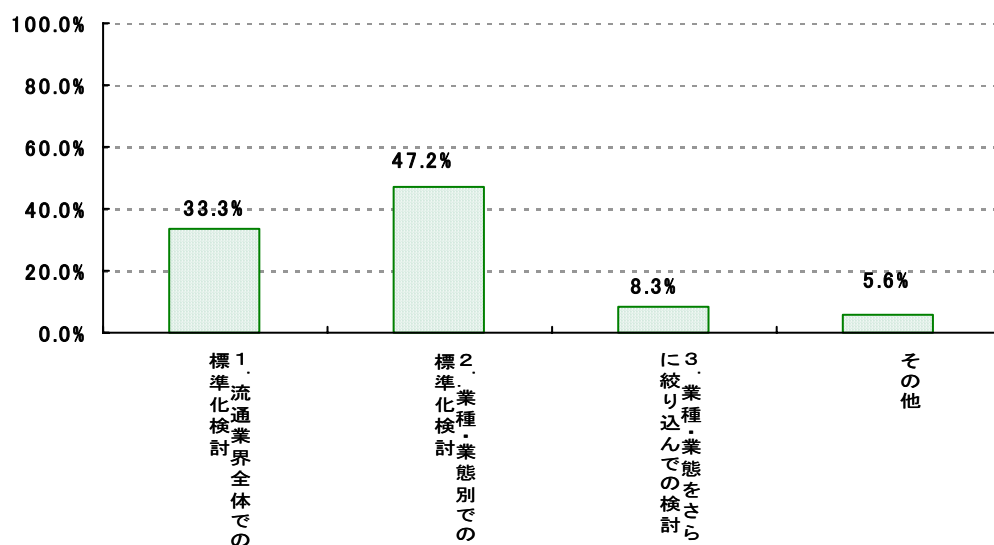
Q15. 物流ラベル等の標準化検討が必要と思われる項目について、下記より選択ください。

①標準化の範囲について

<小売業>

小売業 N:36 社

図表Q15-5 標準化の検討範囲



図表Q15-6 小売業:標準化の検討範囲(明細)

単位:社

業界	1.流通業界全体での標準化検討	2.業界で標準	3.絞込み	4.その他	合計
小売業	12	17	3	2	36
GMS/SM	5	11	2	1	19
百貨店	4	1	0	0	7
ドラッグストア	2	3	0	1	5
生協	1	2	1	0	5

- 小売業では他の業界と異なり、「業種・業態別の標準化検討」36 社中 17 社(47.2%)で最も多い。
- 百貨店では 7 社中 4 社が「流通業界全体での標準化検討」を回答しており、少し傾向が異なっている。
- 小売業は、商品供給される側の立場から、業界特性に沿った対応が効果的との認識のため、「業種・業態別の標準化検討」が多いと思われる。

Q15. 物流ラベル等の標準化検討が必要と思われる項目について、下記より選択ください。

①標準化の範囲について

<その他の回答>

図表Q15-7 その他:標準化の検討範囲

回答企業	回答内容
製造業(食品)	まだ検討する必要なし。標準化案が進み、流通から必ずつけることを要請されたらたまらない。一部得意先から二次元バーコード貼り付けを要請され、弊社側のメリットは何もなく、コスト増となっている。
製造業(食品)	不要
卸売業(食品卸)	センター内のマテハン(ソーター等)により同じにならない場合があるのではないのでしょうか？
卸売業(食品卸)	全体で標準化したいが、要望がそれぞれ異なっているため業態別での検討までが限界か。
卸売業(スポーツ)	スポーツ業界は一部を除いて、規模が小さいため、物流ラベルの必要性を感じている取引先が少ない。(一部は必要性が有るため、業界としての標準化は必要)
卸売業(スポーツ)	1. が理想であるが、現状は個々に対応になる
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	業種、取り扱い商品によって、物流ラベルの運用が異なる。従って業種、業態を絞り込んでの標準化が望ましい
小売業(GMS/SM)	効果が期待できる範囲で検討すべき
小売業(ドラッグストア)	食品、医薬品、雑貨、化粧品、家庭用品それぞれに業界のやり方があり業際必要
小売業(生協)	【A】ラベル標準化のイメージと効果が浮かばない 【B】あまり広すぎる範囲で標準化すると不足項目が多くなるか、余分な項目が多くなり過ぎて使用しづらくなる

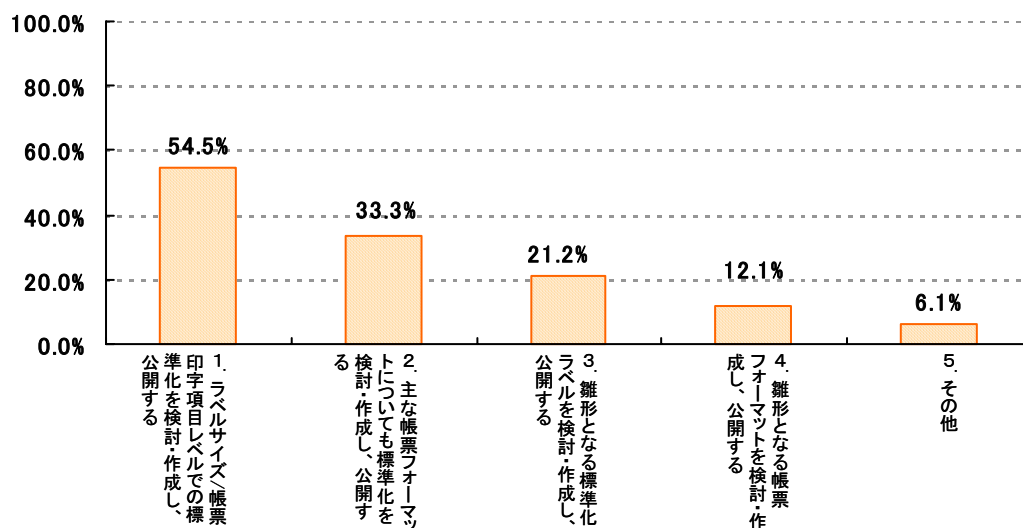
Q15. 物流ラベル等の標準化検討が必要と思われる項目について、下記より選択ください。

② 標準化の推進方法について

<製造業>

製造業 N:33 社

図表Q15-8 製造業:標準化検討の推進方法



図表Q15-9 製造業:標準化検討の推進方法(明細)

単位:社

業界	1.サイズ、項目の標準化	2.フォーマット	3.雛型ラベル	4.雛型帳票	5.その他	合計
製造業	18	11	7	4	2	33
食品	4	2	4	3	2	14
日経メーカー	4	2	1	1	0	4
スポーツ	4	2	0	0	0	5
家電	6	5	2	0	0	10

- ー製造業では「ラベルサイズ/帳票印字項目レベルでの標準化を検討・作成し、公開する」が 33 社中 18 社で最も多い。
- ー食品業界は「サイズ・項目の標準化」が比較的少なく、14 社中 4 社のみが回答。
- ー日経メーカーは 4 社全てが「サイズ・項目の標準化」を回答している。

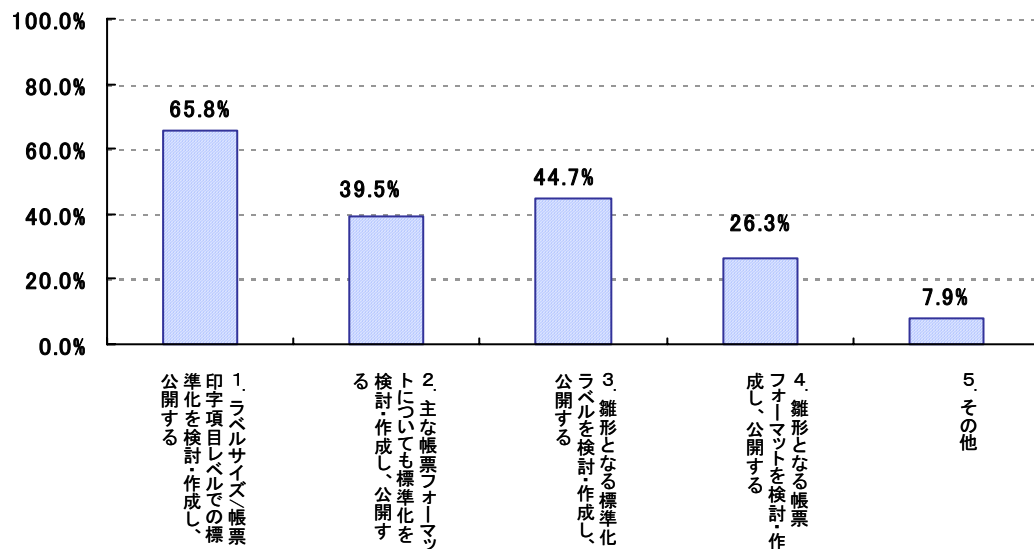
Q15. 物流ラベル等の標準化検討が必要と思われる項目について、下記より選択ください。

② 標準化の推進方法について

<卸売業>

卸売業 N:38 社

図表Q15-10 卸売業:標準化検討の推進方法



図表Q15-11 卸売業:標準化検討の推進方法(明細)

単位:社

業界	1.サイズ、項目の標準化	2.フォーマット	3.雛型ラベル	4.雛型帳票	5.その他	合計
卸売業	25	15	17	10	3	38
食品卸	13	9	6	5	0	15
日経・医薬卸	4	2	2	1	2	6
アパレル・衣料・靴卸	6	3	6	3	1	12
スポーツ	2	1	3	1	0	5

- 卸売業でも製造業同様、「ラベルサイズ/帳票印字項目レベルでの標準化を検討・作成し、公開する」が最も多く、38 社中 25 社(65.8%)が回答。
- 特に食品卸での回答が多く、15 社中 13 社が「サイズ・項目の標準化」を回答している。

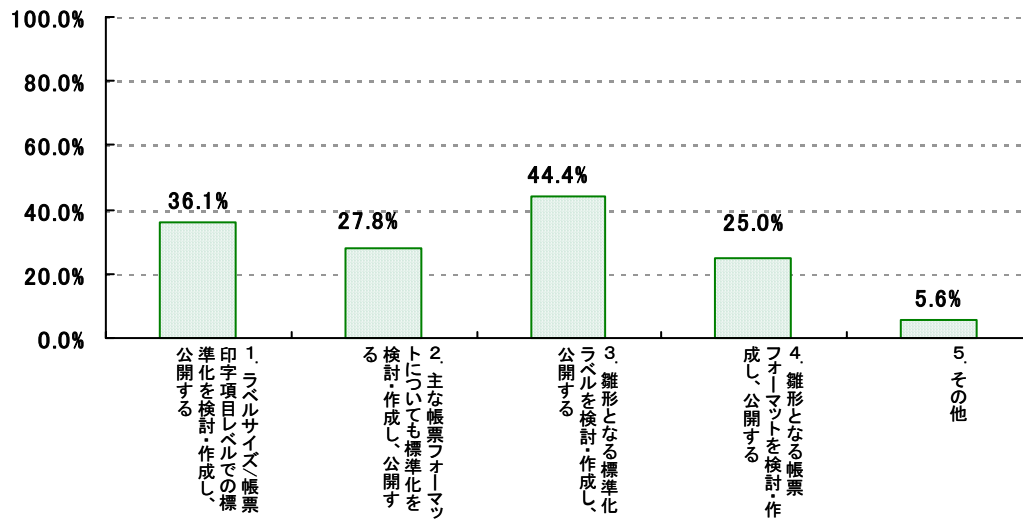
Q15. 物流ラベル等の標準化検討が必要と思われる項目について、下記より選択ください。

② 標準化の推進方法について

<小売業>

小売業 N:36 社

図表Q15-12 小売業:標準化検討の推進方法



図表Q15-13 小売業:標準化検討の推進方法(明細)

単位:社

業界		1_サイズ、項目の標準化	2_フォーマット	3_雛型ラベル	4_雛型帳票	5_その他	合計
小売業		13	10	16	9	2	36
	GMS/SM	6	5	8	3	1	19
	百貨店	3	3	3	2	0	7
	ドラッグストア	1	1	3	2	0	5
	生協	3	1	2	2	1	5

- 小売業では「雛形となる標準化ラベルを検討・作成し、公開する」との回答が最も多く、36 社中 16 社(44.4%)が回答している。

Q15. 物流ラベル等の標準化検討が必要と思われる項目について、下記より選択ください。

② 標準化の推進方法について

<その他の回答>

図表Q15-14 その他:標準化検討の推進方法

回答企業	回答内容
製造業(食品)	現状を徹底的に調査した上で、それらを包含するように設計、作成し、公開する
製造業(食品)	推進反対
卸売業(食品卸)	業界全体の決定事項として、法律的な物で強制する。
卸売業(日雑・医薬卸)	印字項目は取引先毎の要件が関係するが、最低限、ラベルサイズは共通にすべきである。
卸売業(日雑・医薬卸)	PD ラベルと納品時の持参帳票全般。 ラベルサイズはバーコードサイズ規定が OK なら A1 や B1 は C1 でも認めるなど
卸売業(日雑・医薬卸)	流通再編が繰り返される中、業種・業態の区別が不明瞭となる中で、業種・業態の取り組みは難しいと考えられる。
卸売業(アパレル・衣料・靴卸)	もっと実態に即した、調査を行わないと、アンケートだけで実態を判断するのは無理がある。そこから次のあるべき姿の検討が進むと思われる
小売業(GMS/SM)	実質的に先行している事例に相乗りする。(デファクトスタンダード)
小売業(生協)	【A】 大きさとバーコードの位置と大きさをくらいでいいのでは？本格的な標準化は IC カード以降でいいのでは 【B】 全体、業種別、業態別、〇〇別と段階的に標準が必要。例えば、全体では最終納品先、中間納品先な

Q16. 物流ラベル等の標準化検討についてのご意見を自由に記入ください。

<製造業>

図表Q16-1 製造業：標準化検討のご意見 課題など：△、要望・提言：☆

食品	<p>△国内では標準を作成しても、1つ別なものができただけで、統一のメリットは感じられない。またラベルではないが、統一されたパレット等、資産価値があるものは盗まれる。また、国内では、パレットやクレート等メーカーが流通段階で使用しているものの盗難については寛容であり、個人住宅の庭で使用されているのが道路から見える状態でも、警察は窃盗事件として取り扱わない。このような社会環境や意識が変わらない限り、メーカーの1社としては、安易な標準化には疑問を感じる</p> <p>☆標準化するのではなく、各企業が必要最低限の範囲で検討すればいい</p> <p>△品名まで特定する物流ラベルは、物流現場での作業負担を著しく重くするので、標準化においては配慮が必要である(対象品の見つけ出し、品名の振り替え等において)</p>
日雑	<p>△卸・小売を含め業界として統一できるのかが疑問？</p> <p>☆また導入するのであれば監査基準などを考慮できるのかをきちんと検討し<u>業界全体で一斉導入できる環境でなくてはならない</u>と思う</p>
スポーツ	<p>☆標準化は難しいと思いますが、<u>実施されれば効果は大きい</u>と思います</p> <p>☆効果を上げるためには、ラベルの標準化とともにASNデータの標準化が不可欠</p> <p>△印字項目の標準化はもちろん必要ですが、自由使用欄に各社各様の印字を求められるので、完全な標準化が図られない</p> <p>△データ記述が正確に標準化されることを望みます。現行は多かれ少なかれ個別要素への対応が発生しています</p>
家電	<p>☆メーカサイドは物流を競い合う時代から共同化する時代に変化しており、オペレーションが統一されることにより現状にとらわれない物流ネットワークの構築が可能になるものと考えます</p> <p>☆標準化でも<u>雛形</u>でもいいですが、1つの基準を打ち出していただき、流通企業のシステム改変時にそれに合わせるように呼びかけていただければ少しは改善すると思われる</p> <p>☆流通業界全体での標準化が望ましいですが、実現性の早さを考慮すれば、まず<u>業種別での標準化検討も必要</u>と思います</p> <p>☆物流ラベルにおける業務合理化を考えた場合どうしても納品される側のメリットが大きくなってしまいます。したがって、納品する側の負担が少なくなるような、<u>納品する側にメリットを感じる標準化でない</u>と<u>進まない</u>と思います(たとえば、業種、業態を網羅するような汎用的なラベルや EDI メッセージは、納品される側は合理化されるものの納品する側はこの業種、業態と合わない項目が多く、効率的でないと思います)</p>

Q16. 物流ラベル等の標準化検討についてのご意見を自由に記入ください。

<卸売業>

図表Q16-2 卸売業:標準化検討のご意見

課題など:△、要望・提言:☆

食品	<p>☆自社で活用する物流ラベルについては、納入業者に付加を掛けるのではなく、自社内で運用すべき。得意先によりフォーマット、仕様は千差万別であり、最低でもチェーンストア協会で統一すべき(チェーンストア統一伝票のように)</p> <p>☆「流通 BMS」の導入により、メッセージの標準化は推進されているが、一層の効率化を目指す為には、物流ラベル、添付資料等に関して標準化の議論を深めて頂きたいと思います</p> <p>☆雛形を作成し、各業界各業態の意見をまとめて、バージョンアップするのがいいではないか</p> <p>☆それぞれの企業体のラベル項目記載に違いがあるが物流の仕組み、店舗運営などに相違がある為、統一は難しいと思います。統一されることより、店舗の受入体制も変更が必要と思われる</p> <p>☆業態、業種によって必要な情報はみな違っているため、標準化による弊害が発生する可能性もある。<u>標準化する</u>というわけではなく、<u>実情を踏まえたものにするべきである</u>。<u>標準化することによるコストダウン効果は高いが、個別認識の低下を認めない</u></p> <p>☆物流ラベルも多種多様であり、現状は取引先毎に様々な様式となっている為、標準化されれば<u>業界全体の物流効率や精度の向上にも繋がるのではないかと思います</u></p> <p>☆標準化検討以前に、<u>ラベルを商品に貼付すること自体の是非も検討すべきと思う</u></p> <p>△<u>ラベルを剥がす際の手間、外装破損などで、得意先からのクレームも少なくないため、配慮も必要</u></p> <p>☆手間コストを考え、導入しやすくしてシンプルに利用可能なものにしてほしい</p> <p>☆取引先からの要望が無い場合は、汎用性のある標準ラベルがあれば活用しやすい</p> <p>☆標準化することにより、<u>伝票レス化が推進され業務効率の向上が図れる</u></p> <p>△ラベルを含めた納品帳票が複数あるため、ひとつにまとめたい</p> <p>☆アンケートの回答のとおり、現状夫々のお客様のご要望に対して、複数のラベル内容および運用にて対応している。今後、標準化できる項目とお客様与件により、個々対応をしていく項目があると考えられます</p>
スポーツ用品	<p>△現時点では GMS からの要望で付けていて、当社では何のメリットもなく手間がかかっている</p>
日雑・医薬	<p>☆まず小売業様の名寄せにより標準案を提示して貰いたい。その後卸サイドで検討したい</p> <p>☆過去の“業界標準化”の失敗を十分に参考に検討をおこなう必要がある。</p> <p>△企業間の仕様差異を埋めるのに“柔軟な仕様”となり企業間調整の労力がかかる</p> <p>△企業規模などで<u>開発力に差があり業界全体に浸透しない</u></p>
アパレル・衣料・靴	<p>△アパレルの場合、梱包 NO を特定するが、アイテム、SKU 数が多い為、積み合わせとなるため、出来ても仕入伝票の単位しか出来ない。システムで梱包単位を決めた場合のみ、紐付けが可能</p> <p>△実際に、現場で使用している、物流ラベルサンプルを持ち寄り、どういった運用で使用されているのかの実態調査を行わないと、業界、業種によって、<u>物流ラベルの形態、運用が異なる</u>と思われる</p> <p>他の業界を理解するのは、言葉だけでは難しい</p> <p>☆サイズは商品によっては複数必要ですが、<u>印字項目は同じにしたい</u></p>

Q16. 物流ラベル等の標準化検討についてのご意見を自由に記入ください。

<小売業>

図表Q16-3 小売業：標準化検討のご意見

課題など：△、要望・提言：☆

GMS/SM	<p>☆システムの標準化は当然のことながら、<u>リライタブルラベルやRFIDの導入の推進、マテハンの標準化などSCMの最適化が図れるもの</u>については、個々のチェーンでは困難なので<u>国家事業として推進を</u></p> <p>☆卸業者などは小売側の実態も理解されていると思いますので、一旦小売抜きで検討し、案が固まった時点で小売側と意見調整をすればよいのではないかと</p> <p>☆物流ラベル自体の標準化はそのメリットが少ない。それよりも<u>物流ラベル自体をどうすれば無くせるかの検討すること</u>に意義がある</p> <p>☆このアンケートは卸し側に傾斜した内容であり、小売側としては記入できない項目が多すぎます。標準化しても良いが開始日を決めて<u>全社一斉に開始</u>しないと意味がありません。1社でも遅れると、標準化とは言えません。標準化＝システム改修となるので、その費用負担が全社可能なのか見極める必要があります。弊社としては最後に実施を希望します</p> <p>☆クレートもそうですが、<u>全社の足並みが揃うか</u>がポイントと感じます</p> <p>☆大手チェーン毎に標準化されている為、中小も含め<u>規格を作る場合、行政の役割は多大</u>である</p> <p>☆当社は物流ラベルをまったく活用していない為、かえって標準化には何の抵抗感も無い。</p> <p>「流通BMS」の標準化に合せ、SCMの全体最適化はよいことと思う。当社として、すぐに取り組めるものではないが今後の動きは継続して知りたい</p> <p>☆SCMラベルの標準化により、<u>納品精度の向上、コスト削減、物流のスピード化が維持</u>できる</p>
百貨店	<p>☆業態・業界の枠を超えて流通全体での標準化が実現すると受注側はシステムの1本化が図れる</p> <p>☆現状、特に標準化が必要と思っていないので他社さんを研究しながら、考えていきたい</p>
ドラッグストア	<p>☆<u>流通業界全体の統一が必要</u>。そうでなければより負担がふえるだけ</p>
生協	<p>☆ラベル単独でのメリットを出すにはかなり困難のように思います。<u>物流ラベル自体をいかに少なくするかを検討したほうが良い</u>と思います。現在のラベル情報の内容はきわめてシンプルですので、付け剥がしの作業を削減できる方向での検討を望みます</p> <p>☆物流ラベルは現状ではバーコードは庫内作業用で他の表示項目については、庫内用及び納品先など下流側での利用を前提に規定されています。下流部分をどこに置くかで標準化の方法が変わってくると思います。将来的には、入荷受付や庫内作業はICタグ(当面バーコード)などによる制御を中心としながら、他の<u>目視レベルの作業にも耐えられるラベルが必要だ</u>とおもいます</p> <p>☆これから標準化するのであれば、<u>ICタグと組み合わせでの標準化が必須</u>のような気がします</p> <p>☆物流業務を数社にアウトソーシングしておりますが、物流センター立ち上げ都度仕様確定を行い、お取引先様とも調整を図って参りました。<u>標準仕様があれば、双方の負担が少なく済む</u>と思われます。ただし、流通業界全体標準となりますと大きくなり過ぎ、実際には使えない仕様になりかねませんので、<u>まず業種・業態毎での整備とすべき</u>と考えます</p>

2. 物流ラベル等ヒアリング調査結果

2-1. 小売業A社（GMS／SM）

課題など：△、要望・提言：☆

現 状

- ・現状、店舗側での物流ラベルの活用については、各店舗で商品の受入れ時にスキャン検品を実施。
- ・量販店とc v sの両業態を運営しているが、事業部から異なり物流システム、物流ラベルの別々で管理・運営をしている。
- ・c v sは特に、店舗オーナーもお客様として物流ラベルなどの対応をしている。
- ・一方、量販店舗は自社内という位置付けで物流ラベルも対応している。

△扱い商品により物流ラベルを使い分けている。

例えば、生鮮商品には生鮮用のラベルを、加工食品には加工食品用のラベルを使用している。

- ・両業態での商品コードなどの管理は、同一商品でも別々のコード体系で管理されている。
- ・P B商品を扱っている、生産までは一緒だが、生産以降について、処理は別々で管理されている。

標準化について

- ・A社では、10数年前からラベルシステムで運用していて、全国的にはグループでの標準化は出来上がっている。

☆標準化を検討するにあたり、過去の様々な標準化検討事業が実施されているが、なぜ標準化普及しないのか原因の追究とそれらの反省点を検討した上で、対応すべきでは。

☆例えば、現状の物流ラベル関連でコストがどのくらいかかっている、標準化することでどのくらいの削減ができ、各業種にその削減が分配できるかなど明確になれば、推進するのは。

☆物流ラベルは、商品を移動させるためにFrom To が明確なら、フォーマットは内部の話。

☆商品が流通するためには、物流ラベルは決してなくならないので、継続的な事業の取り組みが必要である。

2-2. 小売業B社（GMS/SM：アパレル・衣料）

課題など：△、要望・提言：☆

現 状

- ・物流ラベルは、梱包ステッカーという名称で、商品を納入する取引先（約900社）に全て貼付して納品していただいている。
- ・物流ラベルの仕様は、HHT用のバーコード（NW7）と自動スキャナー（Code128）及び店舗売場などを規定していて、ラベル用紙のサイズも標準C型に準拠すれば良い。
- ・入荷時にコンベア上で検品・仕分けのスキュンを実施するので、物流ラベルの貼付位置は決められている。
- ・物流ラベルは、取引先が作成&貼付しても良いし、取引先が作成できない場合は、B社から作成後送付・供給しても良い。
- ・店舗側での受入れ検品は、HHT用のバーコードをスキャンしている。
- ・年間約210万梱包を出荷しているが、SCMラベルとASNデータが紐付いている企業は900社の内、31社だが、出荷量の約18%を占める大手取引先である。
- ・物流ラベルは、梱包ステッカーとして物流業者用の送り状も兼ねている。（物流会社も小会社）

標準化について

☆物流ラベルに、必要なコード類などが印字されていればフォーマットには特にこだわらない。

- ・共用の送り状システムである「JAICSL」は未導入ではあるが、検討中である。
- ・B社グループとしては、標準化された物流ラベルとして、梱包ステッカーで運用している。
- ・扱い商品としてはアパレル・衣料品が中心であるが、加工食品などについては業務委託している。
- ・生鮮商品については、店舗直送であり、視察した物流ラベルシステムでは運用していない。

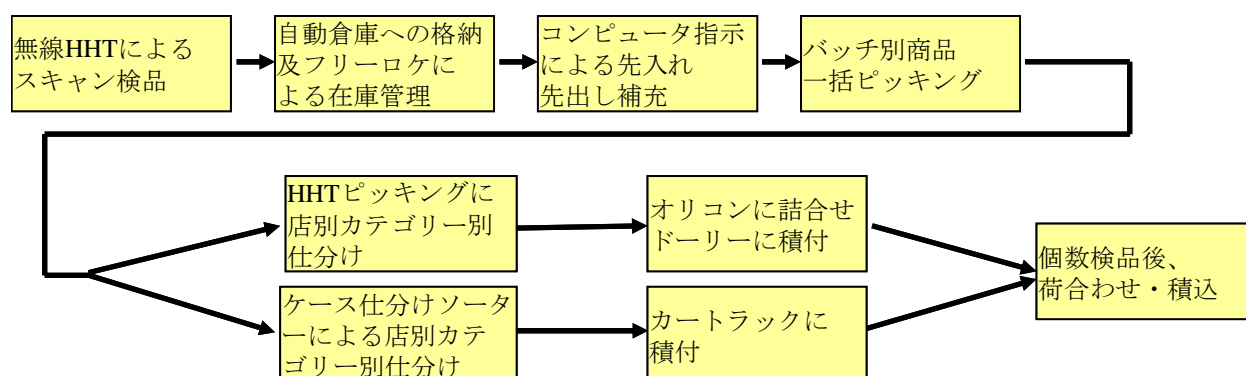
2-3. 卸売業C社（食品）

課題など：△、要望・提言：☆

現 状

- ・ケース品は全品 ITF コードをスキャンで検品し、高速仕分けステッカーで店別でシュート仕分けしている。
- ・カテゴリー仕分けは、ケースにカラーバーを印字してその種類によりカートラックに積付け配送している。（4色と3種類の形状を組合せて10パターン）
- ・ボール品は、全て JAN コードを無線 HHT でスキャン検品し、店別カテゴリー別にピッキング、オリコンに詰合せ後、ドーリーに積付け・配送する。
- ・不定形品、ギフト品は、店別に無線 HHT で全品 ITF コードをスキャン検品して、カートラックに積付け・配送する。
- ・小口商品はオリコンで出荷されるが、オリコンラベルとしては、店舗名、店舗番号、カテゴリーコード、出荷センターの名称が印字されるくらいで、バーコード印字はなく、目視での店舗確認で使用。
- ・店舗別の出荷カートラック台数の管理には、ラベルなどの貼付はせず、もぎりワッペンを使用して、1台目に下げられた、複数枚のワッペンを台数単位に剥がし、残数により出荷台数を確認する。

<業務運用フロー>



2-4. 卸売業D社（食品）

課題など：△、要望・提言：☆

現 状

△チェーンストア伝票も4種類に統一しているが、項目内容や摘要など個別システムでの対応している。

△EDI データには商品カテゴリー（売場）などが入っていないので、物流ラベル作成には、商品マスタなどを活用して別途対応している。

△中小の小売業や地域の小売業は、WEB-EDI が導入されていて、その対応は企業毎に担当者が手作業でホストシステムへデータを連携していて、手間がかかっている。

- ・物流ラベルは、出荷検品後にシールを貼付している。
- ・物流ラベルは、配送ラベルの名称でC型、A型の2種類を使用している。
- ・ラベル印字バーコードは入荷/仕分けソーターでスキャンしている。
- ・TC 部門については、納品ベンダーが貼付済み商品を納品している。
- ・店舗側では、ラベル上のバーコードスキャンやラベルと ASN データの紐付けは実施していない。
- ・加工食品は、店別ではなくトータル数量で ASN データを送信している。

標準化について

△標準化に対応するには、今までのシステムに個別対応システムが1つ追加することになり、コストがかかる。

☆法制化などの環境変化があり、一斉に進めるなど強制力が働かないと標準化は難しいのでは。

☆その場合、システムやマテハンの回収コストなど補充金などの施策が必要である。

△特に、コンベアやソーターなど流通企業はそれなりに物流システムが既に出来上がっているので標準化に対応するには、影響が大きいと思われる。

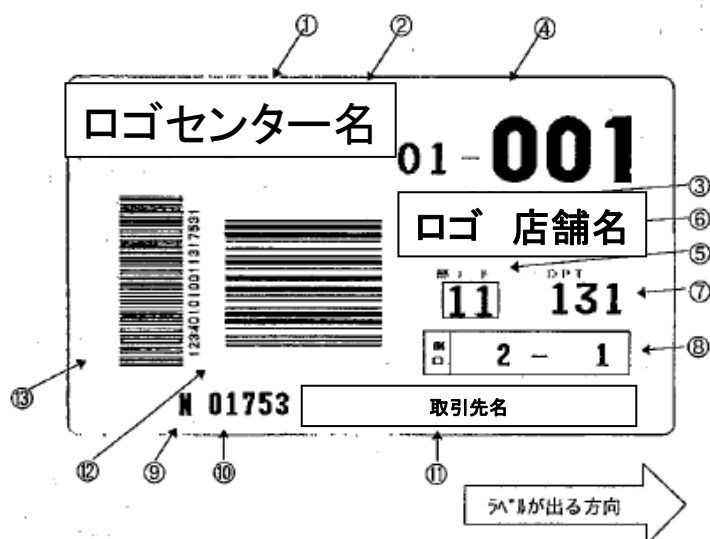
△新たに小売業と取引する場合も、既存で稼働しているシステムの横展開で対応するので、新規だからといっても、すぐに標準に合わせることはない。

☆標準化を進めるには、大手小売業がまとまれば、商品供給側には普及するのでは。

- ・「流通ビジネスメッセージ標準」についても、現行のJ手順のフォーマットで通信のスピードが速くなれば良く、可変長にする必要は無かったのでは。

☆物流ラベル等の実態調査することは継続的には必要である。

(サンプル物流ラベル：GMS 向け)



No.	印字項目	特記事項
1	センター名	荷物を扱う配送センター名称
2	配送パターン	配送のパターンを示す英文字
3	法人記号	店が所属している法人の記号（文字）
4	店 No.	店を示す固有の No. 5桁 □□-□□□（2桁-3桁）
5	部コード	DPT No.の部コード □カッコ付き
6	店名称	発送先の店の名称
7	DPT No.	商品荷物の分類を表わす DPT の No.
8	個口数	ラベル発行の個口数 設定数（3桁）-発行数（3桁）
9	商品記号	商品と取引先口座番号で決められる商品記号 英文字
10	荷番	5桁 サプレス無し①②③④⑤ 取引先口座下2桁 ラベル通し No. 3桁
11	取引先名称	ラベラーに登録されている 取引先様の名称
12	仕分け用ハ*コード I T F	6桁固定 ⑥⑤④③②① 店コード C/D
13	情報ハ*コード I T F	18桁固定⑧⑦⑥⑤④③②①⑩⑨⑧⑦⑥⑤④③②① 取引先口座 店コード DPT 通し No C/D

2-5. ベンダーE社

課題など：△、要望・提言：☆



現 状

- ・物流ラベルの種類については、A、B、C型ラベル用紙サイズに集約されていて、C型が最も活用されている。
- △サイズは共通でも、物流ラベルフォームや印字項目は、それぞれ各社で異なる。
- △物流ラベルの設計については、流通各社が独自に仕様を作成している。
- △ラベル印字項目については、EDI 発注データだけでは不足で印字用にマスタが必要である。
- △売上げ拡大で統廃合による店舗改変など変更が多く、物流ラベルシステムも改定している。
- ・店舗受入れ検品時にエラーを無く流すこと、特にコンベアやソーターなど導入している場合には物流を止めないように最新の注意が必要である。
- △ラベル用紙やラベラー機器のコストもかなり低減化されている。今後は用紙高などにより上昇の傾向にある。
- △扱い商品によりラベル用紙を使い分けている。日配品などの水周り品には、水対応として合成紙などを適用するが、コストは高い。
- ・小売業さんから、物流ラベルの作成業務を受託しているが、流通企業へ物流ラベルを作成して送付している。

標準化について

- △バーコードの種類も、ITF から Code128 にシフトはしているが、統一はなかなか難しい。
- △アパレルや百貨店業界では、LOBINESやJAICSLなど標準化の試行をしているが、実際はなかなか進んでいないのが現状である。
- ☆物流センター内だけで活用している専用ラベルもあるが、整理する場合、メーカーと卸間、卸と小売間のように範囲を明確にした方が、分かり易いのでは。

(サンプル物流ラベル：C 型)

ロゴ センター名		01-121	
 1111101121113081		店舗名	
		部コード	DPT
		15	111
N 11308		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	


 000102112345129999900030	センター名		ロゴ
	ロゴ 店舗名		211
	2345	12	売出日 11/01
	売出	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
	荷番 00030	取引先コード 取引先名	
	伝票		

 286044012345600359	住所 企業名 センター名		
	店舗名		本 11/30 衣料 440
	店舗コード		
	<input type="checkbox"/>		
	取引先コード 名称		
1234567890ABCDEFGHIJ			



(サンプル物流ラベル：C 型)

コメント	239999992528000961	57
		2528
		センター名
		12345
	10- 10	
	取引先名	0087 0096


		婦人インナー	
		店舗名	8919 6032
		インナー	107
		11/01	代表 部門 112
		取引先名	999999
		10- 10 010	東部

	自由欄自由欄自由欄自 自由欄自由欄自由欄自	
	店舗名	0100 0615
	菓子	501
	11/01	代表 部門 001
	取引先名	11111
		MD発

(サンプル物流ラベル：C 型)

					
		店舗名		0100 1519	
		レディス		801	
		11/01		代表 部門 195	
		取引先名		999990	
		10- 1 003		店発注 信州	

(サンプル物流ラベル：B 型)

冷蔵	1 便	販売日 11/01	50mm
店舗		0100 3112	
取引先コード 名称	果物	9 3 3	
センター名		(0054)	
			
50100311201111100005493310			

85mm

センター名	1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
店舗コード 店舗名	A
DPTコード 071	店着指定日 2007 年 11 月 1 日
取引先コード 名称	
	個口数 3- 10
011011003071071101999990014	

2-6. 卸売業F社（日用雑貨）

現 状

課題など：△、要望・提言：☆

物流ラベル等について

- △納品先毎にラベル貼付場所の指定が異なる。
- △コストが一番かかるのは、ケース毎にラベルを貼ること。
- △納品先指定のラベルの特徴は、店番や店名を大きく表示すること。
- △指定ラベルは購入している。
 - ・納品先によっては、F社標準の帳票フォーマットでお願いしているところもある。
- △店が分かればよいラベル、荷物と紐づいた中身の分かるラベルなど様々なラベルがある。
- △1店舗で日雑はC型、食品はA型など複数ラベルサイズを求められることがある。
- △同じ会社でもセンターによって、A型、C型など複数ラベルサイズを求められることもある。
 - ・H社では、梱包番号と内容がはじめから決まっており、決めたとおりに梱包している。
- △ラベルの書式イメージの開発は、数人日程度であるが、付随した調整に手間がかかる。
- △付帯帳票は大きく4種類ある。
 - ①センター納品リスト（口数を表示）
 - ②納品明細一覧
 - ③個数検収一覧（店別）
 - ④ベンダー個数検収表（配送コース別）
- △欠品連絡表は、手書き対応で、ベテランの対応が必要。
- △伝票レスと言いながら、A4用紙に伝票内容をベタ打ちさせられているところもある。
 - ・センター納品（90万ケース／月）は43チェーン、うち20チェーン向けには付帯作業がある。

オリコンについて

- ・98%～99%の回収率と思われる。（昨年11月は2000枚を購入した）
- ・当流通センターで使用しているふた付きのオリコンの場合、900円／1枚。
- ・バラ出荷が増えているために、オリコンの利用が増えている。
- ・店舗での滞留が発生しているケースがある。

標準化について

- ☆物流ラベルについては、小売業からの指示に従わざるを得ないが、何の目的でどのように使用しているかを明らかにして欲しい。
- ☆物流ラベルの標準化にあたっては、ラベルサイズと貼付する場所がポイントだと思われる。
- ☆ラベルサイズは1種類で、貼付位置に自動貼付ができるようにして欲しい。
- ☆物流ラベルの標準化の課題としては、ケースに印字されたITFの上から物流ラベルを貼付しているが、ITFだけでの運用を検討すべきでは。付帯帳票の／伝票の標準化の方を先にしてほしい。
- ☆ラベルにおいては、発注データにない項目の印字は止めて欲しい。
- ☆基幹の仕組み、次世代EDIの取り組みと合わせたアプローチが必要。
- ☆センターの運営会社、卸、小売、トラ協、ロジ協などを巻き込む。
 - ・小売が標準化の動きをどう見るか？
- ☆オリコン、クレートの標準化と連動すべき。
- ☆貼付場所が標準化されれば、作業の自動化が進む。付帯作業を無くしていくことが効果的。

2-7. 卸売業G社（アパレル）

課題など：△、要望・提言：☆

現 状

- ・入荷時点から、センター内では入庫管理ラベル、補充ラベル、出荷ラベルなど自動搬送や作業指示などのためラベルを発行し貼付しているが、センター内での管理のためのラベルである。
- △企業間で使用している物流ラベルは、取引先別の指定に従い作成し、出荷の最終ラインで大半は自動貼付しているが、しかし、特殊なラベルはやはり人手で貼付している。
- ☆ラベル仕様について、SCM サイズについては1種類（C型）で対応していて、取引先と交渉でバーコードや印字場所が仕様に一致していれば、ラベルサイズの大小は、特に変更はしていなくても良い取引先もあり実施している。
- △システム構築する上での課題は、ラベル上のカテゴリーなどにカラー印字が要求されて場合があり、運用や保守などの課題から、白黒への変更を依頼している。
- △同一ラベル上での、バーコード印字の向きは、縦・横印字についての要求があるが、印字精度の問題でエラーの発生する可能性がある。
- △SCM ラベル No と伝票 No を別々（伝票別れ）の箱にしないでの、納品を要求されるが、納品明細の印字分に合わせた納品を要求されている。容積的には充分出荷ボックスに入るが、詰め込みができない場合がある。
- △納品書を添付する場合に、様々な取引先がある。納品書（カーボン）の複写分のどの用紙を抜くのか、貼付する場合にも貼付位置など指定が各社バラバラです。
- △ラベル印字項目は、発注データだけでは印字できず、店名（漢字）やセンターコードなど別テーブルで管理していて、保守管理などが課題。
- △付帯帳類については、センター納品関連や欠品関連で対応をしている。ラベル NO を納品伝票に記入している。
- ・取引先により、WEB 上で取引先システムの画面に対しての入力している。
- ・EDI については、WEB-EDI 対応が取引先で数社あるが対応している。
- ・EOS の比率は、チェーン店の取引先で約 100 社位ある。
- △ペーパーレスとしては、納品書なしではあるが、納品明細書など A4 リストを添付して納品している。

標準化について

- ・標準化など総論は賛成だが、いざ実施するとなると反対が多かった。
- ☆取引先からの要求には、基本的には全て対応しているが、EDI を始めバラバラであり、行政での規制などでの指導が必要では。
- ☆以前、通産省のときにコードセンターの創設の話があり、長期的なレンジで考えれば、小売業がシステムを変更するなどのタイミングが良いのでは。
- ☆標準化が定着するには、やはり小売主導で進めるべきで、卸売業としては、標準化のシステムを1つ増やす対応は可能であり、以降は小売業が今後システム変更などしたタイミングで切り替えて行くのが前提であれば普及するのでは。
- △「流通 BMS」対応で某量販店からは、センター納品の際に、別 NO での管理 NO 印字を要求されている。

2-8. 小売業H社（生協）

課題など：△、要望・提言：☆

現 状

2つの物流体制をとっている。

- ┌ 専用センター：JAN/ITF で管理、卸は通していない
- └ 汎用センター

△専用センターでは、ITF が付いていない場合、入荷時にラベルを貼付（コストがかかる）。

- ・スキャナーで読めなくても、JAN コードで対応している。

△送り状を共同購入している、ケース単位が多く、ラベルが付いたままでの納品している。

- ・個人配送には、ビニール袋に入れて納品⇒ビニールを多量に使っている⇒回収をしている。
- ・共同でラベルを統一している、日雑、加食、アパレル、生鮮、水産品（不定貫）などで使用。
- ・センターでは、店ラベルを供給して貼付して納品してもらい、自動仕分けを実施。
- ・生協で標準ラベルの使用について、各地区の事業連合単位でまとめている。

10 連合、共同で共通化を進めている。

- ・ベンダーとメーカーで、3つのオリコンを使用している。

☆店-日配品のコンテナはバラバラ⇒発注単位がまとまれば⇒統一が可能では。

- ・トレーもバラバラで、特に日配品は中小企業が多い。
- ・ドライバーが荷下ろし時にスキャン。
- ・パンについては、メーカー共同配送し、ノー検品。
- ・牛乳はセンター納品。
- ・酒は、委託で在庫管理している。

標準化について

☆物流ラベルの必要性について

食品流通は、まだ先では。衣料、アパレル、雑貨は業界的な検討が必要。

水産品は不定貫、菓子は発注単位がピース

☆製品のトレーサビリティはあるが、物流トレーサビリティがない（温度管理などができていない）ので、物流ラベルで、トレーサビリティを適用の検討をしては

例としては、大手量販店では、7温度帯の管理をしている。

☆物流ラベルの標準化するには、

卸をどうするか？⇒ トップ10（大手）がまとまれば

食品卸：A社、BN社、C社他

日雑卸：D社、E社

アパレル卸：F社

☆品質の管理のため IC タグを活用し、将来的には、「流通 BMS」の基本項目でトータルとして対応を。

☆IC タグ・リライタブルカードについては、オリコンにつけて実験中である。

（ラベル剥がしでコストかかるので、その対応としてリライタブルカード（¥700 円）を検討）

☆ ラベルについては、無くす方向⇒インクジェットで印字。

2-9. 卸売業 I 社（食品）

課題など：△、要望・提言：☆

現 状

首都圏流通センター「在庫一元化」「配送効率化」「商物分離」の実態
(各フロア機能：機能別 3 層構造)

- ・ 1F：大量品保管、大型品（不定形）、冷蔵庫、仕分け、荷揃い
入荷検品は検品台車で、入荷予定に対して現品スキャン、日付チェック入力し、入荷コンベアに載せると、ケース自動倉庫と小分けエリアへの入庫搬送コンベア、オートラベラーによりケース単位に入庫ラベルを自動貼付して、2、3F の搬送出荷用のコンベアソータにより最大 16 シュートをパッチ単位に、柔軟に活用をしている。
- ・ 2F：ケース出荷商品保管
ケース自動倉庫で、ケース単位の自動入出庫により、日付順出荷と作業の省人化。
ケース出荷は、オートラベラーによりラベル自動貼付。
パレット保管からは、カゴ車によりピッキング、コンベア上でスキャンして 1F へ搬送。
- ・ 3F：小分け出荷品保管エリア、検品エリア、フリーエリア
無線 P カート（軽量バッテリー）＝無線 HHT＋ラベラーにより、小分け品のピッキング＆検品を実施。
P カートによりピッキングされた商品は、オリコンに入れられ、出荷ラベル全オリコンへはさみ、コンベア搬送し、2F のケース品と合流する。
- ・ ラベルについての実態
SCM ラベル&センター納品（カテゴリ別）：A 社、B 社、C 社
食品は自動化が難しく人系で検品を実施、酒は SCM と紐つき（リカバーが大変）。

△課題としては、物流ラベル作成のコストが大きい。

△付帯帳票は、主にセンター納品リストが多い。

D 社：台車、ケース＋オリコンの数を手で記入し、Excel で 入力して出力を持参。

E 社：「流通 BMS」対応を実施、ノー検品を実現→「流通 BMS」の実現により、受注データの受信時間が早くなり、作業の前倒しができている。

F 社：納品時に個口数や台車数を記入したリストの提出が必要で、作業の手間になっている。
(手書き集計した内容を Excel で入力し作成)

G 社：納品明細、個口明細

伝票レスで納品確定している 3 社。

△その他

ITF コードは、メーカーが独自で変更することが多く、そのエラー対応で、リードチェックしている。
(2 つのコードで対応⇒京浜はメンテ)

商品コードで、GTIN を使用しているメーカーは、まだ少ない。

商習慣からか、お酒の注文は、電話により 1 本からある。

標準化について

☆物流ラベルには、受注日などの日付は入れたくない。

- ・ 標準化により、コストは下がり、小売にとってもメリットがある。

☆小売業の要請により、卸やメーカーが対応していて、運用面がシンプルな物流ラベルの標準化ができれば、コストメリットが出る。コストが全体的に下がり、消費者への提供価格が下がれば全体にメリットが出る。

☆GMS を中心に「流通 BMS」に取り組んでいるが商流と物流が一体となったビジネスモデルを考えていく必要がある。

(サンプル物流ラベル)

作業日: 07/12/06 001753 納品日: 07/12/06	<div>商品コード 商品名 JANコード</div>
<div>店舗名</div>	
0384 0531 12/06	
<div>企業名</div>	028550
<div>センター名</div>	08 01
0489335351 - 0305	
0250 細有 D 24	

<div>商品コード 商品名</div>	
<div>店舗名</div>	
108076 00002	
<div>企業名</div>	07/12/06
<div>普 特</div>	<div>納入企業名 店舗名</div>

個口ID: 004650	
<div>店舗名</div>	
5 6 飲	
000026 土 2	
<div>企業名</div>	
<div>納品企業名 納品日</div>	

(サンプル付帯帳票)

部門	99	センター納入リスト					納入 年月日	平成99年99月99日	
取引先 業者名	取引先 業者名	取引先 コード	99999	記入者 氏名	XXXXXXXX				

店舗名	台車毎の梱包数					ピース数	備考	オリコン 計
	1	2	3	4	5			
999 XX	99	99	99	99	99	99	XX	99
999 XX	99	99	99	99	99	99	XX	99
999 XX	99	99	99	99	99	99	XX	99
999 XX	99	99	99	99	99	99	XX	99
999 XX	99	99	99	99	99	99	XX	99
999 XX	99	99	99	99	99	99	XX	99
999 XX	99	99	99	99	99	99	XX	99
999 XX	99	99	99	99	99	99	XX	99
999 XX	99	99	99	99	99	99	XX	99
999 XX	99	99	99	99	99	99	XX	99
999 XX	99	99	99	99	99	99	XX	99

検収印	検品者	処理					ページ数	ピース合計
		A	B	C	D	E		
							99	99999

XXセンター個数表

センター納品日 9999年 99 年 99 月 99 日 XX 曜日

運送会社 XXXXXX 車番 9999 乗務員 XX
運送会社 XXXXXX 車番 9999 乗務員 XX
運送会社 XXXXXX 車番 9999 乗務員 XX
運送会社 XXXXXX 車番 9999 乗務員 XX

					記入者 XXX
店番	店名	個口	台車番号		オリコン数
999	XXXXX	99	99999, 99999, 99999, 99999, 99999		99
999	XXXXX	99	99999, 99999, 99999, 99999, 99999		99
999	XXXXX	99	99999, 99999, 99999, 99999, 99999		99
999	XXXXX	99	99999, 99999, 99999, 99999, 99999		99
999	XXXXX	99	99999, 99999, 99999, 99999, 99999		99
999	XXXXX	99	99999, 99999, 99999, 99999, 99999		99
999	XXXXX	99	99999, 99999, 99999, 99999, 99999		99
999	XXXXX	99	99999, 99999, 99999, 99999, 99999		99
999	XXXXX	99	99999, 99999, 99999, 99999, 99999		99
999	XXXXX	99	99999, 99999, 99999, 99999, 99999		99
999	個口数計	99	台車数	99	センター受領印
999	出発時間	99:99			

2-10. 製造業J社（食品）

課題など：△、要望・提言：☆

現 状

（課題）

△取引先によってバラバラな物流ラベル対応を行っており、現場では、大変苦勞している。

△輸入品のメーカラベルを日本用にラベル貼り替える。

商品名は、各企業により異なるため、企業別/品名を替えている。

⇒品名の指定は難しい（呼称）

△A社は、商品名や納品重量を物流ラベルに印刷する必要があるため、現場で、ハンディで印刷している。

△追加データ/修正データはEOS データでは来ない

△ケースに貼られているラベルが多く、貼るスペースが無い。

☆ラベルの貼付位置には、原則がある。

☆ラベルを標準化にしようすると大きいラベルになる。

△付帯帳票については、納品伝票と納品明細を求められるケースがある。

欠品については、許されないため欠品明細を求められるケースはない。

△メーカラベル：バーコード読めない場合がある。

GS1：95%統一されてきた

・発注単位が企業により異なる（入り数が特に）。

△精肉とハムでは、受注は同じだが別々な処理を実施している（不定貫と定量で分けている）。

・相対商売：肉は単価が決まっていない。

△追加発注の修正は、データでは入ってこない。

△伝票発行：企業別にバラバラなので、人がやりくりを、プリンターは伝票をかけっぱなし。

△小売 20社のうちASN データを返信しているのは2社。

△10社はA型ラベルを使用、機種は1つだが、ソフトウェアはそれぞれ異なる。

☆手貼りラベルの対応として

：IC タグ対応⇒単価と回収の課題。

2次元バーコード⇒カメラ対応

標準化について

☆標準化の範囲について

ラベルサイズ、貼付位置、項目

☆重量は不要にしたい：作業現場で発行。

☆流通 EDI 上のデータのみでラベルを印字したい。

☆表示項目と重複するのは、避けたい。

☆ラベルレイアウトは統一に。

☆出荷側：小売先、店コード、品名 ⇒ 目視 分かりやすければ良い（表示が分かる）。

☆受け側：貼付位置。

☆ベストはラベルレスが良いが。

☆ソフトの無償配布や、システム改変の優遇税制などの標準の普及促進策は、考えられないか？。

☆標準化の普及推進には IT ベンダーの役割も大きいと思われる。