

**2024 年度チルド流通製品の商習慣実態に  
関するアンケート調査結果**

**2025 年 2 月 28 日**

**一般社団法人日本乳業協会**

－ 目 次 －

1. 調査の趣旨.....	2
2. 調査方法.....	2
3. 調査結果.....	2
(1)アンケートの回答状況	
(2)アンケート結果の詳細	
4. まとめ.....	7
参考:調査票.....	8

# 1. 調査の趣旨

一般社団法人日本乳業協会(乳協)では、昨年度(2023年度)、「食品ロス削減問題」、及び「物流2024年問題」、更に「人手不足問題」への危機感から、「種類別牛乳」に絞った商習慣に関するアンケート調査を行い、「厳しい納品期限」、「短い納品リードタイム」等の問題点が明らかとなりました。これを受け、2024年3月26日に商習慣見直しに関して、内閣府特命担当大臣、農林水産大臣宛に要望書を、流通業界5団体にご協力を要請する文書を発出しました。

こうした経緯を踏まえ、乳協会員個社様において、単に乳業メーカーの一方的な権利主張ではなく、将来にわたっての産業・サプライチェーンの維持という社会課題解決を目的として、チルド流通製品の「納品期限の緩和」と「リードタイムの確保」の2つの課題を中心に、2024年7月1日から取引先流通業社様との商談を始めて頂いております。

今回、流通業者様との商談の結果について、2023年度と比べてどの程度商習慣見直しが進んだかアンケート調査を実施し、その結果を取りまとめたので公表いたします。

# 2. 調査方法

期間:2024年11月18日~12月20日(回収期間は2025年1月26日まで延長)

対象:乳協の都道府県協会会員の加盟事業者206社

方法:アンケート用紙を郵送で配布し、郵送で回収

# 3. 調査結果

## (1) アンケートの回答状況

アンケートの送付数:206部

アンケートの回答数:171部(83%)

うち有効回答数:160部(送付数に対して78%、回答数に対して94%)

アンケート回答数は171部で、回答率は83%であった。このうち有効回答数は160部、有効回答率は、回答数に対して94%、送付数に対して78%であった。

無効とした回答は下記11社である。

- 1.グループ親会社にて対応(1社)
- 2.業務用のみで小売り用チルド製品の製造なし(4社)
- 3.宅配、学乳または受注生産のみ(3社)
- 4.回答を留保した事業所、設問に無記入であった事業所(3社)

## (2) アンケート結果の詳細

設問 1: 7月1日を皮切りとして流通業側と商習慣見直しのご商談を実施されましたか？

回答	回答数(割合)
はい	48(30%)
いいえ	112(70%)
合計	160(100%)

大手会員の多くが「はい」と回答している。

● 「はい」に○をつけた方にお聞きします。交渉が進み商習慣見直しが進展した品目に(○)、交渉したが進展しなかった場合は(×)、対象品の取り扱いが場合は(—)とご記入ください。

表1: 品目別商習慣進展状況について

	進展有り (割合)	進展無し (割合)	取 扱 無 し	回答計
牛乳	32(68.1%)	10(21.3%)	1	43
加工乳	16(39.0%)	5(12.2%)	7	28
乳飲料	26(57.8%)	8(17.8%)	3	37
ヨーグルト	27(58.7%)	5(10.9%)	2	34
チーズ	6(16.7%)	7(19.4%)	12	25
バター	8(21.6%)	7(18.9%)	11	26
その他 (マーガリン、 チルド飲料等)	10(27.0%)	5(13.5%)	11	26

- 1) 進展有り(割合): 「はい」と答えた乳業者数(48)から取扱無しを引いた数に対する進展有りの割合
- 2) 進展無し(割合): 「はい」と答えた乳業者数(48)から取扱無しを引いた数に対する進展無しの割合

● 「いいえ」とお答えになった方にお聞きします。該当する理由に○を付けて下さい。

	回答数(割合)
a. 商談を実施することを知らなかった。	60 (51.3%)
b. 交渉は、厳しいと判断したため、行えなかった。	29 (24.8%)
c. 主旨に賛同できなかった。	0 (0.0%)
d. 商談を持ちかけたが相手にされなかった。	2 (1.7%)
e. その他の理由があった。	26 (22.2%)
合計	117 (100%)

※ 理由に重複回答があり、「いいえ」の112よりも合計が多くなっている

aの「知らなかった」との回答が半数以上であった。次いでbの「知ってはいたが実際に交渉することは非常に厳しいと判断し実施しなかった」となった。

eの理由として多かったのは、「現状特に問題となっていない」で11社あった。また、「既に見直しをしてもらった」という回答も見られた。

設問2: 納品期限の1/3ルールから1/2ルールへの納品期限の緩和が昨年度に比べて進みましたか？(入荷許容の延長)

回答	回答数(割合)	設問1「はい」に対する割合
はい	19(12.8%)	39.6%
いいえ	129(87.2%)	
合計	148(100.0%)	

納品期限の1/3ルールから1/2ルールへの緩和が進んだのは、商習慣見直しの商談を実施した事業者の40%近くになっている。

●「はい」に○をつけた方にお聞きします。進捗状況をイメージで結構ですので、品目、チャンネル別で記入ください

表2: チャンネル別品目別納品期限見直し進展状況について

	牛乳	加工乳	乳飲料	ヨーグルト	チーズ	バター	その他 (マーガリン、 チルド飲料等)
コンビニ	0/15	0/15	0/15	0/15	1/11	1/11	1/11
%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	9.1%	9.1%
量販	50/559	29/469	56/583	53/578	44/332	44/332	45/342
%	9%	6%	10%	9%	13%	13%	13%
ドラッグストア	2/20	2/20	2/20	2/20	1/20	1/20	1/20
%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	5.0%	5.0%	5.0%
その他	39/51	19/31	19/31	19/31	19/127	19/127	20/137
%	76.5%	62.3%	62.3%	61.3%	15.0%	15.0%	14.6%

設問3: (昨年度に比べて)納品日の前々日の発注が認められるようになりましたか?  
(リードタイムの確保について)

回答	回答数(割合)	設問1「はい」に対する割合
はい	35(23.8%)	75.0%
いいえ	115(76.2%)	
合計	151(100.0%)	

納品日の前々日発注が認められるようになったのは、商習慣見直しの商談を実施した事業者の75%と高い割合であった。

● 「はい」に○をつけた方にお聞きします。進捗状況をイメージで結構ですので、品目、チャネル別で記入ください

表3: チャネル別品目別発注日見直し(リードタイムの見直し)の進展状況について

	牛乳	加工乳	乳飲料	ヨーグルト	チーズ	バター	その他 (マーガリン、 チルド飲料等)
コンビニ	0/35	0/35	0/35	0/35	1/11	1/11	1/31
%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	9.1%	3.2%
量販	204/963	176/835	205/956	210/968	199/702	199/702	202/715
%	21%	21%	21%	22%	28%	28%	28%
ドラッグストア	2/24	1/14	1/14	1/14	0/20	0/20	0/20
%	8.3%	7.1%	7.1%	7.1%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	34/54	29/29	29/29	29/29	29/29	29/29	30/39
%	63.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	76.9%

### 設問2、3のまとめ

- ・ 前日発注から前々日発注への緩和は、納品期限の緩和(入荷許容の延長)よりも進んでいる。
- ・ 納品期限(入荷許容)および前日発注のどちらも緩和する流通が多い傾向がある。
- ・ 相談件数の大半は大手メーカー会員である。今後、大手メーカー以外の会員でも取り組みへ参画してもらうことが課題である。
- ・ チャネル別の「量販」ではほぼ全ての品目で緩和が認められる。とくに前日発注の緩和が進んでいる。
- ・ 「コンビニ」は相談件数自体が少なく、ほとんど進捗が見られない。交渉が難しいという思いが強いと考えられる。
- ・ チャネル別の「その他」どの品種別でも高い数値となっているが、これは大手1社が特定の取引先との間での限定された実績ではあること、かつ宅配商品での取り引きに関してであ

り、他のチャネルとは納品期限やリードタイムの運用が異なることから、参考値に留めるべきである。

#### 設問 4: 食品ロス削減の観点で、取引先へ改善要請したい商習慣があれば、教えてください

取引先への要望の他に乳協への意見・要望などもあった。主な意見は以下の通りです。

##### 1. 取引先への要請・意見

- ・納品期限の緩和(入荷許容の延長)。
- ・前々日発注の徹底。
- ・「コンビニ」の出荷期限が厳しすぎる。
- ・納品ルールの中で同一日付商品のみを要望される取引先が散見される。納入限度日内であれば、複数日付の納品について許容して頂きたい。
- ・商習慣緩和を取引先より宣言してもらいたい。

##### 2. 乳協への要望・意見

- ・交渉のやり方がわからない。成功事例を教えてください。どのような提案をしたのか方法を共有化してほしい。
- ・業界全体として、タイアップできる取引先を選定し、成功事例を積み上げたなかで、水平展開していくやり方が望ましいのでは。
- ・1企業で働きかけても取引先の担当者は動かない。業界全体の動きであることを発信することが必要。
- ・成功事例や改善した企業の公表など、取り組みが拡散されるような仕組みを構築してほしい。

##### 3. 現状の訴えや要望

- ・返品、交換を納品業者の負担にしているため、遠慮なく追加発注、余れば交換させられ廃棄となる。
- ・”道の駅”等、観光地店舗では多くが”依託販売”となっている。納品先から店頭での品切れが無いよう希望されるため、売れ残り発注が避けられずその費用は納品者側負担となっている。

## 4. まとめ

1. 商習慣緩和の商談を実施した事業者で、進展があったとする回答は多く、牛乳では 68%、乳飲料は 58%、ヨーグルトは 59%となった。商談をしないとチャンスがない。まずは商談することにより、商習慣見直しが進展する可能性は高いので、商談を始めることが重要である。
2. チャンネル別では、特に量販にて商習慣緩和が大きく進み始めている。一方、それ以外のチャンネルではまだ交渉数も少なく、今後の課題である。
3. 前日発注から前々日発注への緩和(リードタイムの確保)は、納品期限の緩和(入荷許容の延長)よりも進んでいる。また、前日発注から前々日発注への緩和を実施する流通事業者は、納品期限の緩和も同時に行う傾向があり、前日発注から前々日発注への緩和を糸口に、商談を始めると進展の可能性が高まることが示唆された。
4. 大手メーカー会員中心に商談を実施しており、そのほかの会員も含めて全会員が一丸となって取り組めるよう乳協として引き続きフォローが必要である。
5. 商習慣見直しの商談を実施したのは全体の 30%であった。実施しない理由としては、「知らなかった」が最も多く、今後、商習慣緩和の取り組みを会員に周知徹底できる情報配信の方法が課題である。
6. 大手メーカー会員以外から、商談のやり方が分からない、成功事例を知りたい等の意見・要望があり乳協として継続したフォローが必要である。

以上



参考:調査票

2024年11月

チルド流通製品の商習慣実態に関するアンケート

日本乳業協会環境部

貴社名

---

ご担当者

---

電話番号

---

e-mail

---

\*ご担当者様の名刺添付でも構いません

\* 今回のアンケート結果は、お応え頂いた事業者名が分からないように取りまとめを行います。

\* チルド流通製品とは牛乳、加工乳、乳飲料、ヨーグルト、チーズ、バターといった冷蔵温度帯で流通している食品を指します。

設問1 7月1日を皮切りとして流通業側と商習慣見直しのご商談を実施されましたか？

(ごく一部でも取引先と商談を実施された場合でも「はい」に○をつけてください)

はい	いいえ
----	-----

「はい」に○をつけた方にお聞きます。交渉が進み商習慣見直しが成功した品目に(○)、交渉したが成功しなかった場合は(×)、対象品の取り扱いが場合は(―)とご記入ください。

牛乳 ( ) 加工乳 ( ) 乳飲料 ( ) ヨーグルト ( )

チーズ ( ) バター ( ) その他(マーガリン、チルド飲料等) ( )

「いいえ」とお答えになった方にお聞きます。該当する理由に○を付けて下さい。

- a. 7月1日を皮切りに流通業側と商習慣見直しの商談を実施することを知らなかった。
- b. 7月1日を皮切りに流通業側と商習慣見直しの商談を実施することは知っていたが、実際に交渉することは、非常に厳しいと判断したため、行えなかった。
- c. 7月1日を皮切りに流通業側と商習慣見直しの商談を実施することは知っていたが、主旨に賛同できなかった。
- d. 商習慣見直しの商談を持ちかけたがそもそも相手にされなかった。
- e. その他の理由があれば、下記にご記入下さい（自由記述）。

設問2 納品期限の 1/3 ルールから 1/2 ルールへの納品期限の緩和が昨年度に比べて進みましたか？

（ごく一部でも昨年度に比べて進んだ場合「はい」に○をつけてください）

はい	いいえ
----	-----

「はい」に○をつけた方にお聞きます。進捗状況をイメージで結構ですので、品目、チャネル別で記入ください

例：量販 10 件の取引先中 2 件で緩和 「2/10」(緩和が進んだ件数/相談取引先数)

	コンビニエンス ストア	量販	ドラッグストア	その他
牛乳				
加工乳				
乳飲料				
ヨーグルト				
チーズ				
バター				
その他(マーガリン、 チルド飲料等)				

設問3 (昨年度に比べて) 納品日の前々日の発注が認められるようになりましたか？

はい	いいえ
----	-----

「はい」に○をつけた方にお聞きします。進捗状況をイメージで結構ですので、品目、チャネル

別で記入ください

例：量販 10 件の取引先中 2 件で緩和 「2/10」(緩和が進んだ件数/相談取引先数)

	コンビニエンス ストア	量販	ドラッグストア	その他
牛乳				
加工乳				
乳飲料				
ヨーグルト				
チーズ				
バター				
その他(マーガリン、 チルド飲料等)				

設問4 食品ロス削減の観点で、取引先へ改善要請したい商習慣があれば、教えてください（自由記述）



設問は以上です。

ご回答ありがとうございました。

12月20日（金）までに返信用封筒で返送頂きますようお願いいたします。