

第2回「加工食品の物流における生産性向上及び
トラックドライバーの労働時間改善に関する懇談会」
議事概要

1. 日 時

平成30年12月13日（木）10:00～12:00

2. 場 所

中央合同庁舎4号館 1211会議室

3. 議事概要

- (1) 議題1「加工食品物流における現状・課題・対応施策等について」、議題2「加工食品物流に関する実証実験について」、議題3「アンケートの進捗状況について」について事務局より説明を行い、意見交換を行った。
- (2) 各委員からは、以下のような発言があった。

○パレットに関しては、ロットが小さくなっており、パレットを運んでいるように見えることもある。ものによっては労働時間も長くなるケースもある。

○受発注条件の見直しといったことが行われて、荷役時間と荷待ち時間が変わるという認識である。

○大々的な実証実験ができるかわからないが、各社に協力して頂きたい。どういう問題点があるか、どういう効果があるか、そういうものを整理することができればいい形になると思う。もちろん、今までの事例を持ってくる、整理する事もありだと思ふ。またどこかの企業の実証データを頂いてシミュレーションでやっていく事も可能ではないか。実証実験のあり方を検討して頂きたい。

○リードタイムに関しては、成功事例を横展開すればよいのではなく、世の中全体が変わらないと意味がない。リードタイムを延長しても皆が困らないことを示すべきである。

○1/3 ルールの改善は決まった話であり、どう広めていくのかというフェーズにある。決まっているのに何故進まないのかという点が論点である。メーカー各社年月表記に変えている中、どう進めるかということを検討すべきである。日本ロジスティクスシステム協会の検討会でも、どうやって進めるかを議論している。

- カートンサイズの統一はメーカーの責務であろう。アパレル、通販、酒類なども含めてどれだけ統一化が効率化に寄与しているかと考えると、加工食品メーカーはそれをやっていかなければいけない。これを後押しするような、国の打ち出し方をし
て頂きたい。
- 事前出荷情報によって待機時間や検品時間が減少する一方、積み込みの準備に時間
がものすごくかかっている。データを先に送って検品を無くして、待機時間を減ら
すというところまでは正しいのかもしれないが、その為に準備する時間が必要だ。
これは実態として見てほしい。
- ホワイト物流推進運動は重要な取組みであると認識している。加工食品物流の生産
性と品質のバランス最適化という考え方が定着できるような項目が必要と考える。
過度な物流品質の達成や365日日付管理等、その必要性があるのかといったことを、
国民、中間メーカー、メーカーのトップも含めて意識できるようになれば世の中変
わっていくのではと思う。
- 提案された4つの実証実験は、多少なりとも既に取り組まれているもの。0ベース
からやるのではなく、データ公開できる条件が整えば、蓄積されたものを活用して
次の展開を考えてはどうか。
- GWの対応に関してはメーカー等で検討している。全部止めることはできないので、
運送会社に配送の日付の候補を出してもらって、動いてもらうことをお願いしてい
る。加工食品業界全体として、大きな統一感が持てればと考えている。ただ、一番
問題になっているのは受注をどうするかということ。例えば、4/26に何日分の受注
をもらえば捌ききれぬのかといったこと。働き方改革を推進している中で、物流や
受発注業界の働き方はどう考えていけばいいのか、この辺もホワイト物流に関係し
ていく事だと思う。どうしても物流関係のところは置き去りになってしまうイメー
ジである。ぜひ行政に検討してほしい。
- 課題の構造化が必要である。荷役時間と荷待ち時間の話は、トラック事業者やセン
ターといった狭義の物流の現場における話だが、受発注条件の見直しや日付管理の
話はロジスティクス全体の話である。対策の推進体制や、店舗等への配送・インフ
ラの制約といったことになると、商流のところまで踏み込んだ議論が重要である。
- 商品の売り方を変えると物流が良くなるといったことを認識してもらう必要があ
る。評価を売上から利益にすることも必要だ。経営者を巻き込むことも重要であ
る。ホワイト物流がうまく起爆剤になるかどうか、非常に重要であると考え
る。

- パレットは JIS 規格があり、流通業界では JIS 規格に沿ったサイズになっている。段ボールでいうと、パレットに乗るように合わせて外装段ボールを設計している企業がある。すなわち DFL（デザイン・フォー・ロジスティクス）を実践している。一番分かりやすい例は、外装ダンボールケースをどうするのかという問題である。
- 事前出荷情報の課題は、どうやって標準化するかという点である。日本の一般的な物流システムでは、この標準化がなかなか進まない。行政主導で標準化をするという点にはチャンスがある。
- 実証実験の目的、スケジュール、予算はどのようになっているのか。荷役時間と荷待ち時間に関しては、過去に出荷データを用いて実証実験をやったことがあり、効果が見られた。
- 発着荷主のリードタイムに関しては、日用品メーカーの方からヒアリングをしたことがある。確定情報がトラック事業者へ到達するのが遅い所が問題。そのタイムラグがあるがゆえに、なかなか配車できず、長時間労働になってしまっている。
- サプライ・チェーン・マネジメントの行程によって問題は変わってくる。テーマと場所で議論するメンバーも変わってくる。
- 実証実験案は既に取り組みされている内容もあるとのことだが、なぜこれが広がっていないのか。以前からこういった議論はやっているが、直近の人手不足、ドライバー不足の状態が大変な時に、行政が主導でやっても、その結果を今までと同じアプローチでやっては結局今までと同じになってしまう。行政としてどう打ち出していくかということを考えるべきである。規制をするのかということも含めて本気でやらないと今までと同じ事になる。
- 経費削減で、段ボールの品質劣化問題が有り。積載率の低下と荷傷みによる返品増加に繋がっている。荷待ち時間定義は、荷主の都合で待機した時間とされているが、荷主 1 社だけの都合とはいえない。荷主の定義も明確ではない。リードタイムの前倒しは良いが、追加変更の発生をやめないと駄目である。拠点の見直しも必要であろう。1/3 ルール等は国際比較を行うと日本独自の商習慣であることがわかる。
- 予約システムは誰が入力するかということが問題。ドライバーは入力に抵抗がある。予約だけとりあえず取るというものだと実態と合わなくなる可能性がある。バース管理を先にやったらよいのではないか。「予約」という事を先に出さない方

がいいのではないか。また、倉庫業者を発荷主、着荷主と云うならどちらにもなり得るが、倉庫を荷主と捉えることには反対の立場である。例えば、午前納品や、午前引き取りというのは、倉庫側が指定しているのも一部あるが、どこかの都合でそうになっている。どこが最終的に意思決定をして、その課題の解決について、どこに聞けばよいのかというのは非常に難しいことである。

○検品方法について、冷蔵倉庫業界では「パレット積み付け状態の外観で検品」しているのが現状である。

○リードタイムを延長するというのは、納品日をフレキシブルにする方式もある。発注日は一緒で、何日から何日までの間に納品してもらえればよい、来週届けてもらえればよい、というのがあれば配送しやすい。その辺をぜひ比較して欲しい。

○国交省の倉庫コード、運送会社コードの活用と一定規模以上の物流センターの登録とコード化活用の推進を提案。

○バラ積みでは荷卸しに時間がかかる。事前出荷情報より先に荷物がくることも多いので、事前情報を見てから準備するようでは間に合わない。そのため、基本は発注データと合わせていくようにしている。時間枠内の納品を設定すると待機時間が発生するケースも多いので、原因を整理しているところ。スーパーマーケットの多くは物流センターを持っているが、運営は食品卸に委託している場合が多い。任せっきりでなく、スーパーマーケット側も実情を把握する必要がある。

○国の政策により消費が上向くという話だが、最終的に小売店が店を開いて売っている、サービス業がサービスを提供しているというのがあってこそ、消費拡大は初めて成立する。そこが動いているのが大前提であることは念頭に置いて頂きたい。

○実証実験の内容によっては、生産性の向上、ドライバーの労働時間の短縮に必ずしもつながらないものもある。恩恵を受ける主体が異なると思うのでそれを明確にしたい。

○パレット単位での発注の仕組・システムについては大手各卸は対応済である。一方でパレット単位で発注出来る商品は約 20%程度で残りは約 80%程度はパレット単位に満たないほどスロームーブである。これをパレット化するには商品自体の規格がある程度統一されないとパレタイズ化が難しい。

- 過去卸は当日当配といったサービスを一つの武器として競争してきた。昨年くらいから小売店頭での労務不足が顕著となり短いリードタイムで商品を納入しても翌日までバックヤードに寝かせているケースがかなり見られるようになった。つまり労務不足をきっかけとした各層の変化により、従来の取引方法や運用ルールは見直すべき状況となっていると言える。現在卸・メーカー間においては入荷効率化(待機時間短縮も含む)を目的とした取組の中の一つとしてリードタイム見直しを実施している。

- 予約システム自体は非常にシンプルであるが故、多くのシステムベンダーが濫立している状況である。重要なのは誰(ユーザー)でも情報入手やエントリーが可能であるプラットフォームが構築出来るか否かである。

- 卸が納入物流会社とコミュニケーションが取れない実態がある。商慣習上、各メーカーとコミュニケーションを取る事になるが、ほとんどのメーカーが共同配送になっておりメーカー1社に話をしても物流上の問題解決に至らない。F-LINEのように各メーカー物流を束ねた形で会話出来る事があれば、効率化の取組は大きく進展する。

以上
(文責：事務局)