

建材・住宅設備W G

(情報基盤構築TF・垂直連携円滑化TF)

一般社団法人 全国住宅産業地域活性化協議会
理事 原田 岳

2026.06.15

報告内容

1 建材・住宅設備WG 活動体制

2 2025年度 活動報告

- 垂直連携円滑化 T F
- 情報基盤構築 T F
- 垂直水平共通項目 / その他

3 2026年度 活動計画・スケジュール

4 まとめ

建材・住宅設備WGの活動体制について

経済産業省
フィジカルインターネット実現会議

建材住設WG

スーパーマーケット等
WG

百貨店WG

化成品WG

その他WG
随時立上げ

垂直連携円滑化TF

… 川上～川下間の連携強化及び適正化を検討

(住活協が事務局)

情報基盤構築TF

… コードの標準化、データ管理体制を検討

(住活協が事務局)

共同輸配送TF

… 共同輸配送体制の検討・構築を検討

(建産協が事務局)

商習慣見直しTF

… 納品条件の適正化を検討

(建産協が事務局)

2025年度 タスクフォース 活動報告

①

物流業者向け説明会の実施

経産省・建産協・住活協の合同開催（2/9）。
建材住設メーカーを扱う物流会社64社・114名（全体75社137名）が参加。
フィジカルインターネットの認知拡大と建材物流コードの普及促進を広く推進した。

②

個別アプローチ・システム導入推進

賛助会員の幹線輸送を担う物流会社へ個別訪問による導入活動を展開。
大西運輸(株)（石川県）にて、6/23に建材物流コードの導入を予定。
現在システム構築に向けた具体的な協議を進めている段階。

③

共同輸配送TFとの連携

共同輸配送TF（建産協 事務局）の「共同配送試行実験」検討に参画。
東邦運輸倉庫様及び流通店2社向けに、建材物流コードの導入を推進し、
物流倉庫業務における効率化効果の検証及び、幹線物流事業者における同コードの取り回し方法の研究・検証。

1 建材物流コード仕様書の作成・公開

他のシステムでも建材物流コードを利用可能にするため、各コードの仕様書を作成・公開。

- ・梱包コード（L1：ユニークコード／L2：商品コード）
- ・伝票コード（L3）／パレットコード（L4）
- ・出荷伝票コード（L5）／配送指示コード（L6）／梱包コード（L7）

2 QRコードの標準仕様・規格の策定

今後の普及を見据え、統一した標準仕様をガイドラインに記載することで基準を明確化。

- ・規格：JIS X 0510:2004（モデル2）または rMQR（ISO/IEC 23941）
- ・誤り訂正レベル：M（最大訂正可能割合 15%）以上
- ・セルのサイズ：0.28mm 以上 / マージン：QRコード周囲に 4 セル以上

建材物流コードの位置づけ

本ガイドラインに定める「建材物流コード」を、建材業界における事実上の推奨標準コードとして位置づけます。本コード体系は、フィジカルインターネットの実現に向けたサプライチェーン全体のデジタル化・標準化を目的とし、建材物流における標準コード体系とあわせて、梱包・伝票・パレット等に印字するQRコードの仕様として本業界に推奨するものです。

各事業者は、本ガイドラインに従い建材物流コードを採用することで、業界横断的な物流効率化・データ連携の実現に貢献することが期待されます。

1. 建材物流コードの仕様・規格

伝票や荷札等実装するコード体系は、識別記号（L1～L7）と事業者を示すスリーレターコード、および任意の桁数を持つ詳細コードの組み合わせによって構成する。用途に応じて以下の体系を使用すること。

No	識別記号	名称	説明
1	梱包コード (L1 : ■■■■○○○○○○) ←		
	L1 : ←	識別記号 ←	梱包に貼られた荷札に実装されるコードで、ユニークコードであることを示す。 ←
	■■■ ←	メーカーコード ←	メーカーを示すスリーレターコード ←
	○○○ ←	梱包コード ←	梱包単位にユニークになっている桁数任意のコード ←
2	梱包コード (L2 : ■■■■◇◇◇◇◇◇) ←		
	L2 : ←	識別記号 ←	梱包に貼られた荷札に実装されるコードで、商品コードであることを示す。 ←
	■■■ ←	メーカーコード ←	メーカーを示すスリーレターコード ←
	◇◇◇ ←	商品コード ←	商品コード若しくは品番など、商品を示す桁数任意のコード ←
	伝票コード (L3 : ■■■■△△△△△△) ←		
	L3 : ←	識別記号 ←	納品書や送り状に実装されるコードであることを示す。 ←

現在、経済産業省様に内容確認中

4	パレットコード (L4 : ■■■■□□□□□□) ←		
	L4 : ←	識別記号 ←	荷山単位に貼られた明細書やパレットに実装されるコードであることを示す。 ←
	■■■ ←	メーカーコード ←	メーカーを示すスリーレターコード ←
	□□□ ←	パレットコード ←	荷山単位にユニークになっている桁数任意のコード ←
5	出荷伝票コード (L5 : ●●●☆☆☆☆☆☆) ←		
	L5 : ←	識別記号 ←	出荷指図書等の伝票に実装されるコードであることを示す。 ←
	●●● ←	流通コード ←	流通事業者を示すスリーレターコード ←
	☆☆☆ ←	伝票コード ←	伝票No.や受注No.などを示す桁数任意のコード ←
6	配送指示コード (L6 : ●●●▽▽▽▽▽▽) ←		
	L6 : ←	識別記号 ←	配送指示書等の伝票に実装されるコードであることを示す。 ←
	●●● ←	流通コード ←	流通事業者を示すスリーレターコード ←
	▽▽▽ ←	配送コード ←	建築現場への配送指示No.を示す桁数任意のコード ←
7	梱包コード (L7 : ●●●◎◎◎◎◎◎◎) ←		
	L7 : ←	識別記号 ←	梱包に貼られた荷札に実装されるコードで、ユニークコードであることを示す。 ←
	●●● ←	流通コード ←	流通事業者を示すスリーレターコード ←
	◎◎◎ ←	梱包コード ←	流通事業者が構内物流のために採番した桁数任意のコード ←

2. QRコードの標準仕様・規格

QRコード等の実装においては、安定した印字および読み取りを確保するため、以下の規格・要件を遵守すること。

項目	指定仕様・要件
規格	以下のいずれかを使用する。 ← ・QRコード：JIS X 0510:2004（モデル2） ← ・iMOR：ISO/IEC 23941 ←
誤り訂正レベル	M（最大訂正可能割合15%）以上を原則とし、可能な範囲でレベルを高くすること。 ←
セルのサイズ	安定した印字、読み取りのために、1セルの大きさを0.28mm以上とする。 ←
マージン（余白）	QRコードの周囲に4セル分以上の余白セル数（マージン）を確保する。 ←

標準マスタ仕様の作成

建材物流コード普及に向けたデータ基盤整備として、メーカーへのアンケート調査・ヒアリングを実施。

③

- ・基本情報（注文・納品関連）、商品情報、数量・単位関連
- ・寸法・重量関連、物流・配送情報、在庫・生産情報 など
- ・計 137 項目の標準マスタ項目例を作成の上、型・桁数なども設定し、標準マスタ仕様を完成させた。

データ管理主体の検討 → 一元管理の方向性を決定

同一コードを複数業種で読み取る場合の運用効率を考慮し、管理方式を比較検討。

④

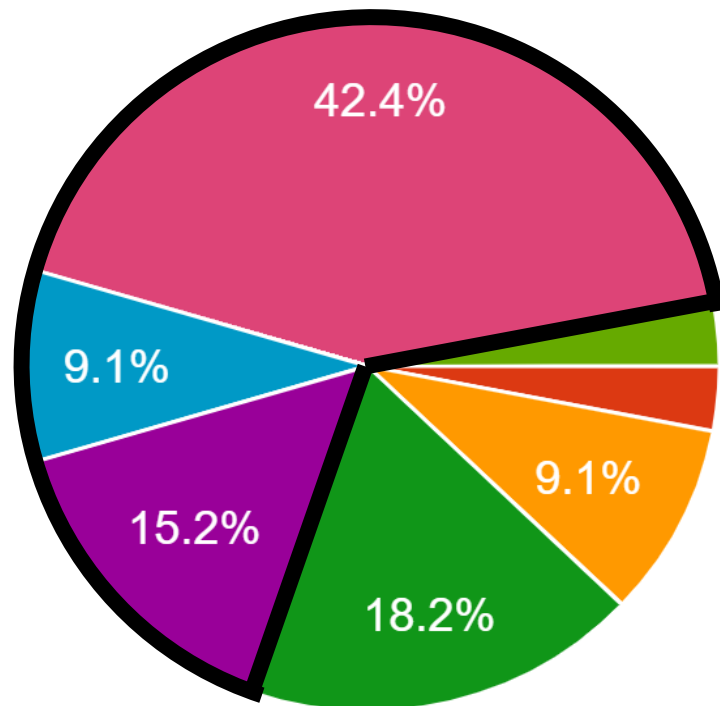
- ・単一管理組織による一元的な運用
 - ・複数の管理主体による分散運用
- 適合性・運用可能性・リスク耐性の観点から検討し、
単一管理組織による一元管理の方向性で進める方針を決定。

標準マスタ仕様の作成

【24年度活動時アンケート】 共通化した場合の影響について

Q8 その場合どの程度のコストがかかると思われますか？

33 件の回答



- ほとんどコストはかからない
- 数十万円レベル
- 数百万円レベル
- 数千万円レベル
- 数億円レベル
- それ以上
- 検討もつかない
- 現時点でコストは算出できません

- ・寸法情報は高さ・幅・長さ等を分けて保持。
- ・半角カナの禁止。

標準マスタ仕様書 (案)

	No	項目名	項目名英字	桁数	想定最大桁数	小数部	備考・定義
情報基本	1	受注開始年月日	ord_start_dt	YYYY/MM/DD			
	2	出荷開始年月日	ship_start_dt	YYYY/MM/DD			
	3	販売終了年月日	sales_end_dt	YYYY/MM/DD			
	4	最終出荷年月日	last_ship_dt	YYYY/MM/DD			
	5	廃盤年月日	discon_dt	YYYY/MM/DD			
	6	廃盤フラグ	discon_flg	英数半角			
	7	生産中止年月日	prod_stop_dt	YYYY/MM/DD			
	8	生産中止フラグ	prod_stop_flg	英数半角			
商品情報	9	品番	prod_no	英数半角			
	10	表示品番	disp_prod_no	英数半角			
	11	親品番	parent_prod_no	英数半角			
	12	子品番	child_prod_no	英数半角			
	13	特注コード	custom_ord_cd	英数半角			
	14	部品コード	part_cd	英数半角			
	15	梱包品番	pack_prod_no	英数半角			
	16	JAN商品コード	jan_cd	英数半角			
	17	新旧品番	new_old_prod_no	英数半角			
	18	品目コード	item_cd	英数半角			
	19	名称関連	header_name_rel	英数半角			
	20	品名	item_nm	全半角			
	21	品名カナ	item_nm_kn	全半角			
	22	品名漢字	item_nm_kj	全半角			
	23	簡略品名	short_item_nm	全半角			
	24	エントリー品名コード	entry_item_nm_cd	英数半角			
	数量・単位関連	25	樹種	wood_type	英数半角		
21		内装箱入数	inner_box_qty	数値			
22		外装箱入数	outer_box_qty	数値			
23		最大箱入数	max_box_qty	数値			
24		通い箱入数	return_box_qty	数値			
25		結束入数	bundle_qty	数値			
26		結束数	bundle_cnt	数値			
27		保管容器①入数	storage_qty_1	数値			保管容器種別が複数あるため
28		保管容器②入数	storage_qty_2	数値			保管容器種別が複数あるため
29		保管容器③入数	storage_qty_3	数値			保管容器種別が複数あるため
30		保管容器④入数	storage_qty_4	数値			保管容器種別が複数あるため
31		保管容器⑤入数	storage_qty_5	数値			保管容器種別が複数あるため
32		ロット箱入数	lot_box_qty	数値			
33		ロットナンバ	lot_no	英数半角			
34		単位①	unit_1	全半角			
35		単位②	unit_2	全半角			
36		単位コード①	unit_cd_1	英数半角			
37		単位コード②	unit_cd_2	英数半角			
38		分類・属性関連	header_class_attr_rel	全半角			
39		バラ出荷有無区分	loose_ship_div	英数半角			
40		製品区分	prod_div	英数半角			
41		セット品区分	set_item_div	英数半角			
42		受注生産品区分	mtc_div	英数半角			
43		製造部在庫品区分	mfg_stock_div	英数半角			
44		在庫引当有無区分	inv_alloc_div	英数半角			
45		直送区分	direct_ship_div	英数半角			
46		サービス区分	svc_div	英数半角			
47		新製品管理区分	new_prod_mgt_div	英数半角			
48		製品大分類	prod_cat_l	全半角			
49		製品中分類	prod_cat_m	全半角			
50		製品小分類	prod_cat_s	全半角			
51		製品細目分類	prod_cat_dtl	全半角			
52		部位コード	part_pos_cd	数値			
53		部位名称	part_pos_nm	数値			

寸法・重量関連	64	厚み	thickness	数値			
	65	長さ	length	数値			
	66	幅	width	数値			
	67	高さ	height	数値			
	68	梱包厚み	pack_thickness	数値			
	69	梱包長さ	pack_length	数値			
	70	梱包幅	pack_width	数値			
	71	重量	weight	数値			
	72	正味重量	net_weight	数値			断熱材の本体重量(パッケージ関連、副資材などを除く)
	73	荷造後重量	gross_weight	数値			
	74	緩衝材重量	cushion_weight	数値			
75	容積	volume	数値				
76	容積	sai_vol	数値				
77	梱包材料-容積率	pack_mtl_vol_rate	数値				
78	単位平方尺	unit_sq_shaku	数値				
79	表示サイズ	disp_size	数値				

価格・経理情報	80	ネット単価	net_unit_prc	数値			
	81	設計価格	design_prc	数値			
	82	仕入単価	pur_unit_prc	数値			
	83	m2単価	m2_unit_prc	数値			
	84	重量単価	weight_unit_prc	数値			
	85	販売価格管理区分	sales_prc_mgt_div	英数半角			
	86	経理コード	acct_cd	英数半角			
	87	価格改定フラグ	prc_rev_flg	英数半角			
88	口座支払先	comm_payee	全半角				

物流・配送情報	89	配送ルート関連	header_dlv_route_rel	全半角			
	90	納品リードタイム	dlv_lt	全半角			エリア別配送方法別の出荷から納品までの所要日数(幹線便)
	91	配送方法	dlv_method	全半角			例:幹線便、路線便
	92	配送車種	dlv_vehicle_type	全半角			
	93	車両制限	vehicle_limit	全半角			
	94	出荷場所コード	ship_loc_cd	英数半角			
	95	出荷拠点	ship_base	全半角			
	96	在庫拠点	inv_base	全半角			
	97	倉庫情報	wh_info	全半角			
	98	荷姿	pack_style	全半角			
	99	取扱い注意コード	hndl_caution_cd	英数半角			
	100	対象車種LD積載数	trat_vehicle_ld_aty	数値			
	101	積載基準	load_std	全半角			
	102	小物同梱基準	sml_item_bundle_std	全半角			
	103	パレット乗数	plt_multiplier	数値			
	104	平パレ段数	flat_plt_tiers	数値			
	105	積載	pack_cnt	数値			
106	梱包材料	pack_mtl	全半角				
107	積載可能数量 2トントラック	load_aty_2t	数値				
108	積載可能数量 4トントラック	load_aty_4t	数値				
109	積載可能数量 10トントラック	load_aty_10t	数値				
110	積載可能数量 13トントラック	load_aty_13t_up	数値				
111	積載可能数量 トレーラー	load_aty_trailer	数値				
112	積載可能数量 JRコンテナ	load_aty jr cont	数値				
113	積載可能数量 20Fコンテナ	load_aty 20f cont	数値				
114	積載可能数量 40FコンテナHQ	load_aty 40f hq cont	数値				
115	積合わせ基準値	assort_std_val	数値				

在庫・生産情報	116	在庫グループ	inv_grp	全半角			
	117	在庫基準数	inv_std_qty	数値			
	118	在庫基準率	inv_std_rate	数値			
	119	通常在庫or個別在庫	inv_type_div	全半角			
	120	在庫拠点名	inv_base_nm	全半角			
	121	在庫倉庫名	inv_wh_nm	全半角			
	122	倉庫ロケーション名	wh_loc_nm	全半角			
	123	属性	attr	全半角			印字等で区別された指定材や、区別が必要なメーカーなど
	124	発注ロット区分	ord_lot_div	英数半角			
	125	発注ロット数	ord_lot_aty	数値			
	126	標準納期	std_dlv_days	数値			
	127	生産拠点	prod_base	全半角			
	128	生産工場区分	prod_fcty_div	英数半角			
	129	生産リードタイム	prod_lt	数値			予め設定した受注生産品の生産日数(品目別の登録)
130	生産工場稼働カレンダー	prod_fcty_cal	数値				
131	仕入先マスタ	supp_mst	英数半角			資材、仕掛品の購入先登録	
132	フロアコード	floor_cd	英数半角				
133	別作業コード	other_work_cd	英数半角				

その他	134	登録年月日	reg_dt	日付			
	135	登録時刻	reg_tm	数値			
	136	更新年月日	upd_dt	日付			
	137	更新時刻	upd_tm	数値			

現在、メーカーへ最終確認中

配送困難製品の調査・ヒアリング

①

建材メーカー数社の商品企画部門を交えてヒアリングを実施。

- ・4mを2m×2つに分けた商品開発事例。
- ・費用負担の明確化の必要性
- ・1梱包30kg超は分割推奨

2つのガイドライン草案の作成

②

流通店・メーカーヒアリングを基に下記2つの草案を作成。

① 梱包荷姿に関するガイドライン ② その他配送・物流に関するガイドライン

賛助会員メーカー・事業者会員工務店に内容の意見収集を実施中。

建築資材・住宅設備機器の荷姿および梱包に関する物流効率化ガイドライン

目的

発荷主・着荷主であるメーカー・流通店・工事業者・運送事業者を対象に、荷姿・梱包の改善を通じて積載効率の向上、荷役作業の省力化を図る。

① 重量上限の設定

1梱包あたり原則30kg以下を目安とする。
超過品は分割・機械荷役・複数人荷役のいずれかで対応。

② 製品特性別の梱包参考例

長尺品・軽量かさ高品・板状品・重量物の各カテゴリー別に、梱包剛性の確保・手掛け部設置などの具体的配慮事項を提示。

③ コスト負担の適正化

梱包改善に伴い追加発生する梱包資材費・作業費は、サプライチェーン全体で適正に分担・価格転嫁することを促す。

第1章 総則

目的

本ガイドラインは、物流業界における深刻な労働力不足（いわゆる「2024年問題」）や多様な人材（女性や高齢者等）の活躍推進を踏まえ、建築資材および住宅設備機器の荷姿・梱包の適正化を図ることを目的とする。

製品の保護という本来の役割を確保しつつ、積載効率の向上、荷役作業の省力化を図ることにより、建設資材物流に関する事業者が相互に連携し、持続可能なサプライチェーンの構築に資することを目的とする。

用語の定義

本ガイドラインにおける主な用語の定義は、関係法令および実務慣行を踏まえ、以下のとおりとする。

- ・ **発荷主**：貨物を出荷する事業者をいい、メーカー、流通事業者等を含む。
- ・ **着荷主**：貨物の納品先として指定される事業者をいい、流通事業者、建設事業者等を含む。また、納品先における荷受体制の確保および荷役作業に関する指示の責任主体とする。
- ・ **荷受人**：着荷主の管理または指示のもと、納品先において実際に貨物を受領する者をいう。（例：現場担当者、作業員等）
- ・ **元請業者**：建設業法に基づき、発注者から建設工事を直接請け負う建設業者をいう。現場における工程管理および作業体制の統括責任を負う。
- ・ **発注者**：売買契約または請負契約に基づき、他の事業者に対して商品または工事を発注する者をいう。なお、発注者は、資材の流通過程における各取引段階ごとに存在し得る概念であり、単一の主体を指すものではない。
- ・ **運送事業者**：貨物自動車運送事業法に基づき、貨物の運送を業として行う者をいう。

基本方針

建設資材物流に関する事業者（発荷主、着荷主、元請業者、運送事業者等）は、相互に連携し、以下の原則に基づき荷姿・梱包の改善に努めるものとする。

- ・ **作業負荷の軽減**：発荷主は、現場作業員およびドライバーが安全かつ容易に取り扱えるよう、重量、サイズおよび形状の適正化に努めるとともに、持ち手の設置や滑りにくい梱包材の採用等、取り扱いやすい荷姿となるよう工夫する。また可能な範囲において、1名の作業でも安全に荷役が行えるような商品設計および梱包の改善

建設資材等の円滑な運送・配送 に関するガイドライン

目的

建設資材物流における運送・配送の取引慣行を見直し、コストの透明化と公正な費用負担の実現を図る。

① 梱包・積載の適正化

- 1梱包あたり原則30kg以下を目安とし、超過品や長尺品は分割・機械荷役・複数人荷役で対応。
- 着荷主も荷下ろし体制の確保に努める。混載配送を基本とし、邸別仕分け等の特別要望は別途費用を請求。

② 配送・費用負担の明確化

- 商品代金と運送費は請求書上で分離記載（2030年目途）。
- 置き配は書面同意がある場合のみ可とし、不在や着荷主都合の返品費用は着荷主が負担。
- 契約外の荷役作業（荷揚げ・搬入等）は全て有償とする。

建設資材等の円滑な運送・配送に関するガイドライン

用語の定義

本ガイドラインにおける主な用語の定義は、関係法令および実務慣行を踏まえ、以下のとおりとする。

- **発荷主**：貨物を出荷する事業者をいい、メーカー、流通事業者等を含む。
- **着荷主**：貨物の納品先として指定される事業者をいい、流通事業者、建設事業者等を含む。また、納品先における荷受体制の確保および荷役作業に関する指示の責任主体とする。
- **荷受人**：着荷主の管理または指示のもと、納品先において実際に貨物を受領する者をいう。（例：現場担当者、作業員等）
- **元請業者**：建設業法に基づき、発注者から建設工事を直接請け負う建設業者をいう。現場における工程管理および作業体制の統括責任を負う。
- **発注者**：売買契約または請負契約に基づき、他の事業者に対して商品または工事を発注する者をいう。なお、発注者は、資材の流過程における各取引段階ごとに存在し得る概念であり、単一の主体を指すものではない。
- **運送事業者**：貨物自動車運送事業法に基づき、貨物の運送を業として行う者をいう。

第1章 梱包・積載に関する規定

第1条 梱包重量の上限設定と安全確保

1. 発荷主は、作業者の安全衛生を確保するため、**人力運搬を行う場合**、1梱包あたりの重量を原則として30kgを上限として設定するものとする。
2. 商品が、重量、長さ、形状等の特性により1名での安全な荷役が困難となる場合は、発荷主は、運搬作業の安全が確保できるよう、適切な資材を用いて複数梱包に分割する等の対応を行うものとする。
3. 前項の対応が困難な製品（長尺物、一体構造物等）については、機械荷役または、2名以上での荷役を前提とし、着荷主において適切な荷下ろし体制を確保しなければなりません。**※パレット積以外の丸木を使用する等や1人で作業しやすい道具の事例も記載予定**
4. 上記規定に基づき梱包を分割した結果、追加的に発生する梱包資材費および関連作業費については、運送コストとは別に、発荷主と着荷主との間の取引契約に基づき、適正に価格転嫁しなければなりません。

第2条 効率的な積載と配送単位の原則

1. 発荷主および運送事業者は、輸送資源の有効活用と積載効率の最大化を図るため、複数の納品先への混載配送を基本とした物流体制の構築に努めるものとする。

2026年度 タスクフォース 活動計画

共同配送 試行実験への参画

- ・ 建産協事務局が主導する共同輸配送TFの「共同配送試行実験」に参画
- ・ 物流倉庫業務の効率化の検証と、幹線物流事業者における建材物流コードの取り回し方法の研究・検証が目的

物流業者への建材物流コード普及促進

- ・ 2025年度説明会に参加した幹線物流会社へアプローチを実施
- ・ 先行して導入推進中の1社について、6月頃に導入完了予定。

建材物流コードの普及拡大

- ・ 各建築資材メーカーを対象に、フィジカルインターネットの説明に加えて技術的な説明も広く実施
- ・ 建材物流コード対応メーカー数のさらなる拡大を目指す

標準マスタ仕様の確定・QRコード規格ガイドライン作成

- ・ メーカーヒアリングを基に標準マスタの仕様を確定
- ・ QRコード規格をガイドラインに記載し、経産省・WGにて報告

データ管理主体の確定・体制構築

- ・ 建材物流データの一元管理妥当性を経済産業省に相談・確認
- ・ データ管理のあり方について、外郭団体の設立等 検討を本格化

データ運用規定ガイドラインの策定

- ・データの利用 / 提供ルールをガイドラインに明記する。
- ・他ベンダーへのシステム開放を前提に、データ提供範囲を事前に規定。
- ・ベンダーからの追加データ要求は個別対応とし、強制提供はしない旨を明記。

建材商品へのRFID対応 技術検討の開始

- ・建材現場特有の課題（湿気・金属パレット）を踏まえたICタグの技術調査。
- ・物流以外のメリットも検討（ロット確認・BIM連携・現場調査・インスペクション等）
- ・RFID導入を前提とした梱包材の再利用の方向性を検討。

ガイドラインの確定

- ・公正取引委員会等への確認も視野に最終確定を目指す

製品開発の方向性導出

- ① どのような製品改善を要望するかを検討・整理
- ② メーカーと製品の改良可能性を検討・協議
- ③ 中長期的な製品規格のあり方について関係各所に確認。

建材物流コードについて

導入流通店様 状況

2026年 5月末現在

39

社様

114

物流倉庫

メーカー様実装状況

2026年6月末時点 9社

永大産業(株)
(株)ウッドワン
大建工業(株)
パナソニック(株)LS社
TOTO(株)
(株)ノダ
南海プライウッド(株)
住友林業クレスト(株)
(株)LIXIL (LWT)

YKK AP、LIXIL (LHT) は、テスト運用を実施中。
三協立山は、導入準備中。

建材物流コード対応メーカー 計9社（対応予定2社、対応準備中1社）

〈建材（床・建具等）〉

→シェア約8割が導入。 ※対応予定メーカーを含む

〈住宅設備機器〉

→シェア約6-7割が導入。 ※対応予定メーカーを含む

〈サッシ〉

→シェア約6-7割が導入。 ※対応予定、準備中メーカーを含む

連携実績のあるシステム会社

※入荷検品のシステム自動照合までの連携

2026年6月末時点

スタンダードフォース(株)	Stance
オフィスオペレーション(株)	Users 他
ナイスコンピュータシステム(株)	木太郎 (NEXT3)
スマイルコミュニケーションズ(株)	G-FORES

その他、自社開発のシステムにも対応しております

フィジカルインターネット実現会議 建材・住宅設備WG

商慣習見直しTF

共同輸配送TF

取組 進捗報告

2026年6月15日(月)

商慣習見直しTF・共同輸配送TF 事務局

一般社団法人日本建材・住宅設備産業協会

2026.6.15

● 建産協は「商慣習見直しTF」と「共同輸配送TF」の事務局として
アクションプランの「ガバナンス」「垂直統合・水平連携共通」「水平連携」に取り組んでいます

大項目	中項目	取組主体	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年	2031年以降
共通	業界横断的な検討	建材・住宅設備WG	モニタリング							
			物流課題の解決、物流効率化に向けた普及・啓蒙活動							
ガバナンス	納品条件の適正化	商慣習見直しTF	ガイドライン周知	ガイドライン等を踏まえた適正化の徹底						
			関係法令及びガイドライン等の徹底に向けた周知							
垂直統合	垂直連携物流の効率化	垂直連携円滑化TF	標準業務プロセスの検討	標準業務プロセスのTF内確認	TF外関係者への共有拡大					
		各社			各社の早期改善施策の順次展開			効果検証	各社による施策の順次展開	
垂直統合・水平連携共通	パレット等容器の標準化及び管理	垂直連携円滑化TF	パレット等容器の標準化・管理に向けた各社状況確認	対象製品確認	規格等作成とTF内確認	TF外関係者への共有拡大				
		各社				各社による取組の拡大				
	輸配送DX化及び倉内作業DX化・省人化	垂直連携円滑化TF				ソリューション調査	効果検証	DX化・省人化の方針確認	TF外関係者への共有拡大	
		各社							各社による取組の拡大	
水平連携	共同配送・共同拠点利用	共同輸配送TF	共同配送・共同拠点利用に向けた手順検討	目的・成果等の検討	地域・対象等の検討					
		各社		サービスや事例の調査・資料作成	資料共有・更新			実現方法の選択肢の検討と実施判断	共同配送・共同拠点利用の取組開始・順次展開	
	外装標準化	共同輸配送TF	外装標準化に向けた各社現状確認	外装標準化の対象製品確認	規格等作成とTF内確認	TF外関係者への共有拡大				
		各社				各社による取組の拡大				
物流・商流データプラットフォーム	標準コード	情報基盤構築TF	標準コードの要否・実現方法初期検討	コードを標準化しない場合の変換方法検討						
			標準マスタ等の要否・実現方法初期検討	コード標準化の暫定対応方法検討	コードを標準化する場合の対応協議					
	物流・商流データ基盤	標準マスタ等の要否・実現方法初期検討	マスタ等を標準化しない場合の変換方法検討							
		マスタ等標準化の暫定対応方法検討	マスタ等を標準化する場合の対応協議							
標準EDI	標準EDI	標準EDI	標準EDIのデータ管理主体の調査・検討	標準EDIのソリューション、実現方法等の検討						
			伝票の標準化・電子化の検討	伝票の標準化・電子化方針のTF内確認			標準EDIの方針確認			
各社								標準EDIの準備・展開		

1. 商慣習見直しTF

1. 商慣習見直しTF : 2025年度の取組 / 進捗

■ ガバナンス【商慣習見直しTF】

① 納品条件適正化ガイドラインの周知活動

- ・関係団体、川上～川下業界への周知活動を繰り返し実施
- ・周知徹底のために、対応進捗度の調査を繰り返し実施

⇒周知説明とあわせて、アンケート調査を実施

・物流事業者向け説明会 2/9実施

申し込み：計137名
(物流会社様：64社113名、メーカー物流担当：9社24名)

② 納品条件適正化ガイドラインの対応調査

- ・関係団体、川上～川下業界へ対応進捗度の調査依頼
- ・当会員企業へ対応進捗度の調査
- ・課題の抽出、および課題解決の検討

⇒発荷主(建産協会員)へのガイドライン対応進捗度の調査を実施

⇒他の団体を通じて、着荷主向けの調査も実施

・川上～川下領域までサプライチェーン全体に調査実施、完了

- ・建産協：物流WGメンバー
- ・住活協：流通会員、工務店

その他に5つの団体を通じて、ハウスメーカー/
ビルダー・工務店/流通店への調査を実施

後述
補足有

③ 納品条件適正化ガイドラインの内容検討

- ・ガイドラインの改善点の有無検討
- ・更新内容の検討/整合、内容更新

⇒調査結果を踏まえて、ガイドラインの内容見直しを検討

・改正物効法など関連の法改正の内容追記を検討中

建材・住宅設備業界における納品条件適正化に向けたガイドライン

本ガイドラインはサプライチェーン関係者の共通認識の醸成を図るために、
フィジカルインターネット実現会議 建材・住宅設備WGにて、2024年3月に策定されました。

◇**目的** トラックドライバーの一運行の平均拘束時間のうち、荷待ち・荷役作業等にかかる時間は計約3時間と推計される。これを各荷主事業者の取組によって2時間以内に短縮することを目指すとともに、物流の負担軽減・適正化を図ることを目的とする。

◇取組事項(8項目)



1. 荷待ち・荷役作業等にかかる時間の短縮・効率化

- ① 荷渡し条件の適正化・明確化
- ② 現場との情報連携

2. 運行効率の向上



- ③ 納品時間帯の適正化
- ④ 受注リードタイムの確保
- ⑤ 納品リードタイムの確保
- ⑥ 発送量の適正化
- ⑦ モーダルシフト活用によるトラック輸送距離の短縮



3. 対価の適正化

- ⑧ 運送契約における配送と荷役の分離

納品条件適正化に向けたガイドライン
周知パンフレット<建産協HP>

<https://www.kensankyo.org/logisticsdownload/>



1. 商慣習見直しTF：取組進捗 ② ガイドラインの対応調査

● 「建材・設備物流における納品条件適正化に向けたガイドライン」対応調査

目的：「建材・設備物流における納品条件適正化に向けたガイドライン」に関する対応状況の把握

内容：ガイドライン記載の取組事項(8項目)について、発荷主および着荷主の対応状況を調査

対象：建産協 会員メーカー（発荷主）

住活協 会員住資材流通店（発荷主/着荷主） および工務店（着荷主）

■ ガイドライン対応状況結果のあらまし

メーカー(発荷主)
⇒着実な進展がみられる

58% 全8項目の
対応実施済率

対応実施済の

- ◎上位2項目
 - ②現場との情報連携
 - ④受注リードタイムの確保
- ▲下位2項目
 - ⑥発送量の適正化
 - ⑧配送と荷役の分離

流通店(着荷主)
⇒商慣習の壁に阻まれている

53% 7項目の対応実施済率
(モーダルシフト活用除く)

対応実施済の

- ◎上位2項目
 - ③納品時間帯の適正化
 - ①荷渡し条件の適正化
- ▲下位2項目
 - ⑧配送と荷役の分離
 - ⑥発送量の適正化

流通店(発荷主)
⇒商慣習の壁に阻まれている

31% 7項目の対応実施済率
(モーダルシフト活用除く)

対応実施済の

- ◎上位2項目
 - ②現場との情報連携
 - ③納品時間帯の適正化
- ▲下位2項目
 - ⑥発送量の適正化
 - ⑤納品リードタイムの確保

工務店(着荷主)
⇒認知不足、行動変容途上

14% 6項目の対応実施済率
(モーダルシフト活用・
現場との情報連携除く)

対応実施済の

- ◎上位2項目
 - ③納品時間帯の適正化
 - ⑧配送と荷役の分離
- ▲下位2項目
 - ①荷渡し条件の適正化
 - ⑥発送量の適正化

ハウスメーカー(発荷主)87%

ハウスメーカー(着荷主)67%

● ガイドライン対応度について、川下領域に行くほど、認識の差が大きくなる
● 川下領域(流通店～工務店)では、「人手不足」「過剰サービス」が、ガイドライン対応の阻害要因となっている。川下領域の対応度を上げていただくことに、さらに注力すべき

補足 1. 商慣習見直しTF：取組進捗 ② ガイドラインの対応調査

対象：会員メーカー（発荷主）
n=24年25→25年22

● ガイドラインの取組事項(8項目)の対応状況結果【メーカー】1/2

メーカー(発荷主の立場)としては

- ・24年と比べ「現場との情報連携」「受注リードタイムの確保」は、さらに対応がすすんでいる。
- ・「荷渡し条件の適正化・明確化」「発送量の適正化」は、改善しているものの、他よりも対応が遅れている状況。

全8項目の対応実施済率
av51% ⇒ 58%



荷 渡し条件の適正化・明確化

荷卸し作業時間の短縮及び荷役作業の責任の所在を明確にすることを目的に荷渡し条件は車上渡しを基本とします。同時にリフトでの受け渡しができる荷姿とします。



納品条件は車上渡しを基本に

現 場との情報連携

荷待ち時間の短縮や転送・持ち帰り便の削減のため、現場情報は出荷日の前日までに発荷主事業者、着荷主事業者の間で共有を進めます。同時にその情報の精度向上に努めます。



納 品時間帯の適正化

納品時間指定の必要性について予め確認し、着荷時間指定の緩和や納品時間帯の調整を進めることで混載を可能にするなど、運行の効率化を図り、トラックドライバーの労働時間を短縮します。



受 注リードタイムの確保

受注リードタイムの見直しにより、荷主事業者や物流事業者の準備時間を十分に確保することで、輸送手段の選択肢を増やし、物流負荷の軽減に取り組みます。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		44%	8%	16%	28%	4%
25年調査	お店入れ	48%	4%	13%	30%	4%
	現場直送	55%	5%	9%	27%	5%

- ・客先に車上渡しの周知を図るために配送ガイドブックを作成し配布。
- ・お店入れは基本フォーク降ろし、現場直送は原則車上渡し。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		64%	20%	4%	12%	0%
25年調査	お店入れ	74%	17%	0%	9%	0%
	現場直送	74%	17%	0%	9%	0%

- ・お店入れは、転送返品情報を営業から運送店に前日指示し対応できている。現場入れは、配送依頼書に基づき納品条件を明確にしている。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		48%	20%	4%	24%	4%
25年調査	お店入れ	52%	16%	8%	24%	0%
	現場直送	57%	13%	4%	26%	0%

- ・店入れや戸建て現場納品は、ピンポイント時間指定取り止めや幅を持たせた時間帯指定へ切替え。ゼネコン納品は、時間指定のほうが円滑になるよう。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		56%	20%	4%	20%	0%
25年調査	お店入れ	67%	10%	5%	19%	0%
	現場直送	68%	9%	5%	18%	0%

- ・配車データを出荷日2日前に確定。お客様からの受注締切時間の前倒し、出荷日当日AM→出荷日前日AM締切変更。

補足 1. 商慣習見直しTF：取組進捗 ② ガイドラインの対応調査

対象：会員メーカー（発荷主）
n=24年25→25年22

● ガイドラインの取組事項(8項目)の対応状況結果【メーカー】2/2



納品リードタイムの確保

納品リードタイムの見直しにより、荷主事業者や物流事業者の準備時間を十分に確保することでモーダルシフト等の輸送手段の選択肢を増やし、無理のない運行スケジュールを可能とすることで、物流負荷の軽減に取り組みます。

発送量の適正化

繁忙差の平準化や納品日の集約を通じて発送量を適正化することで、荷待ち・荷役作業等時間の削減及び運行効率の向上に取り組みます。

モーダルシフト活用によるトラック輸送距離の短縮

トラック輸送の距離・時間削減のため、長距離輸送におけるモーダルシフトの検討に取り組みます。

運送契約における配送と荷役の分離

従来の商慣習を見直し、運送契約における配送と荷役を分離し、納品条件の適正化を図ります。また、荷役作業等に係る適正な料金を対価として支払います。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		60%	12%	0%	28%	0%
25年調査	お店入れ	68%	5%	5%	18%	5%
	現場直送	62%	5%	5%	24%	5%

・お店入れは車両拘束時間を順守した運行へ理解頂き順次変更中。現場入れは納品リードタイムを営業が客先と調整し対応済み。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		40%	12%	4%	28%	16%
25年調査	お店入れ	39%	9%	4%	22%	26%
	現場直送	43%	9%	0%	22%	26%

・客先との調整が必要となり現状では難しい、現場納入についてもゼネコン等への啓発活動なしにはハードルが高すぎる。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		56%	0%	8%	24%	12%
25年調査	お店入れ	68%	0%	0%	27%	5%
	現場直送	62%	0%	0%	29%	10%

・長距離エリアのモーダルシフトは実施済み(本州⇒北海道・九州レーン)ただしトラックの中継輸送は積極展開中。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		40%	20%	16%	20%	4%
25年調査	お店入れ	44%	20%	12%	16%	8%
	現場直送	52%	13%	13%	13%	9%

・納品先での付帯作業について実態調査済み、問題のある納品先は運送店と協議中。現場入れは助手代を付けて対応。

・店入れは、邸別什分け納品等、納品する為に荷役が発生する納品先に対し是正の申し入れを行うが、運送との分離又は対価の請求はできていない。現場入れは、車上渡し又は軒先渡しを基本とするが、納品時の軒先状況によっては荷役作業が発生している。

補足 1. 商慣習見直しTF：取組進捗 ② ガイドラインの対応調査

対象：住資材流通店
(着荷主)
n=24年4→25年11

● ガイドラインの取組事項(8項目)の対応状況結果【流通店・着荷主】1/2

住資材流通店(着荷主の立場)としては

- ・「荷渡し条件の適正化・明確化」「現場との情報連携」は、対応がすすんでいる印象。
- ・「納品リードタイムの確保」「発送量の適正化」「配送と荷役の分離」は、対応の遅れが顕著。

全8項目の対応実施済率
av41% ⇒ 47%



荷 渡し条件の適正化・明確化

荷卸し作業時間の短縮及び荷役作業の責任の所在を明確にすることを目的に荷渡し条件は車上渡しを基本とします。同時にリフトでの受け渡しができる荷姿とします。



現 場との情報連携

荷待ち時間の短縮や転送・持ち帰り便の削減のため、現場情報は出荷日の前日までに発荷主事業者、着荷主事業者の間で共有を進めます。同時にその情報の精度向上に努めます。



納 品時間帯の適正化

納品時間指定の必要性について予め確認し、着荷時間指定の緩和や納品時間帯の調整を進めることで混載を可能にするなど、運行の効率化を図り、トラックドライバーの労働時間を短縮します。



受 注リードタイムの確保

受注リードタイムの見直しにより、荷主事業者や物流事業者の準備時間を十分に確保することで、輸送手段の選択肢を増やし、物流負荷の軽減に取り組みます。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		50%	0%	25%	25%	0%
25年調査	お店入れ	73%	9%	9%	0%	9%
	現場直送	55%	9%	9%	9%	18%

・店入れについて、運転者による邸別仕分けだが、複数現場が混在して入荷され、こちらで仕分けするのに時間が掛かる。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		50%	0%	25%	25%	0%
25年調査	お店入れ	64%	9%	9%	0%	18%
	現場直送	60%	10%	10%	10%	10%

・翌日の配達伝票を確認し商品の納品タイミングが合っていない場合は、都度営業へ確認し情報共有を行っている。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		50%	0%	25%	25%	0%
25年調査	お店入れ	80%	0%	0%	0%	20%
	現場直送	60%	0%	0%	0%	40%

・メーカーから時間幅を持たせるという事で受入れ、工務店サイドへも発信。理解はしてもらっている。工務店の工程管理の問題でなかなか解消は出来ていないと感じる。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		50%	25%	0%	25%	0%
25年調査	お店入れ	70%	0%	0%	10%	20%
	現場直送	50%	0%	0%	10%	40%

・早目に工程をつかみ、出荷する3日前くらいをベースに入荷する様にしている。

・「短納期・即日出荷が当たり前という商慣習を見直せていない。

1. 商慣習見直しTF：取組進捗 ② ガイドラインの対応調査

対象：住資材流通店
(着荷主)
n=24年4→25年11

● ガイドラインの取組事項(8項目)の対応状況結果【流通店・着荷主】2/2



運行効率の
向上

納品リードタイムの確保

納品リードタイムの見直しにより、荷主事業者や物流事業者の準備時間を十分に確保することでモーダルシフト等の輸送手段の選択肢を増やし、無理のない運行スケジュールを可能とすることで、物流負荷の軽減に取り組みます。

発送量の適正化

繁忙差の平準化や納品日の集約を通じて発送量を適正化することで、荷待ち・荷役作業等時間の削減及び運行効率の向上に取り組みます。

モーダルシフト活用によるトラック輸送距離の短縮

トラック輸送の距離・時間削減のため、長距離輸送におけるモーダルシフトの検討に取り組みます。

運送契約における配送と荷役の分離

従来の商慣習を見直し、運送契約における配送と荷役を分離し、納品条件の適正化を図ります。また、荷役作業等に係る適正な料金を対価として支払います。



対価の
適正化

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		25%	25%	0%	25%	25%
25年調査	お店入れ	50%	0%	10%	10%	30%
	現場直送	40%	0%	10%	0%	50%

・建設会社の発注忘れによる即納依頼は後をたたない。現場入れで間に合わない場合は店入れにして、当社の物流で現場まで輸送する。

		50%	0%	25%	25%	0%
24年調査		50%	0%	25%	25%	0%
25年調査	お店入れ	40%	0%	0%	0%	60%
	現場直送	33%	0%	0%	0%	67%

・大口入荷は入荷が被らない様に在庫着日を分散、平準化した。
・現場の都合で発注しており、バラバラと発注しているため統制は取れていない。

		0%	0%	0%	25%	75%
24年調査		0%	0%	0%	25%	75%
25年調査	お店入れ	10%	0%	0%	0%	90%
	現場直送	11%	0%	0%	0%	89%

・長距離郵送があまりない。
・メーカー主導のため、あまり関与する事がない。

		50%	25%	0%	0%	25%
24年調査		50%	25%	0%	0%	25%
25年調査	お店入れ	40%	10%	0%	10%	40%
	現場直送	22%	22%	0%	11%	44%

・店入れに関してはメーカーから申し入れがあったものには対応をしている。現場直送に関しては、各メーカー既に取り決めをしている事が多い。

補足 1. 商慣習見直しTF：取組進捗 ② ガイドラインの対応調査

対象：住資材流通店
(発荷主)
n=24年21→25年21

● ガイドラインの取組事項(8項目)の対応状況結果【流通店・発荷主】1/2

住資材流通店(発荷主の立場)としては

- ・店入れのほうが現場直送よりも、対応がすすんでいる。
- ・戸建現場では荷受けいただける工数がない状況は変わらず。

全8項目の対応実施済率
av36% ⇒ 29%



荷 渡し条件の適正化・明確化

荷卸し作業時間の短縮及び荷役作業の責任の所在を明確にすることを目的に荷渡し条件は車上渡しを基本とします。同時にリフトでの受け渡しができる荷姿とします。



納品条件は車上渡しを基本に

現 場との情報連携

荷待ち時間の短縮や転送・持ち帰り便の削減のため、現場情報は出荷日の前日までに発荷主事業者、着荷主事業者の間で共有を進めます。同時にその情報の精度向上に努めます。



納 品時間帯の適正化

納品時間指定の必要性について予め確認し、着荷時間指定の緩和や納品時間帯の調整を進めることで混載を可能にするなど、運行の効率化を図り、トラックドライバーの労働時間を短縮します。



受 注リードタイムの確保

受注リードタイムの見直しにより、荷主事業者や物流事業者の準備時間を十分に確保することで、輸送手段の選択肢を増やし、物流負荷の軽減に取り組めます。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		33%	14%	0%	29%	24%
25年調査	お店入れ	40%	5%	10%	15%	30%
	現場直送	14%	14%	5%	33%	33%

- ・店入れは、納品先にリフトが無いため手降ろし。
- ・現場直送は、現場で荷役作業を出来る(余裕のある)人がいない。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		52%	29%	0%	14%	5%
25年調査	お店入れ	50%	10%	5%	10%	25%
	現場直送	48%	14%	5%	10%	24%

- ・独自の配送管理アプリ(地図アプリ)稼働にて、現場情報や位置情報等、現場配送に必要な項目を配送ドライバー、営業部門と共有し、進めている。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		38%	14%	5%	33%	10%
25年調査	お店入れ	53%	12%	0%	29%	6%
	現場直送	41%	18%	0%	29%	12%

- ・着荷主側での現場荷役手配への対応として、納品時間指定が増加することが想定される為、受注LT(納品日決定)の猶予を検討。

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		38%	24%	5%	29%	5%
25年調査	お店入れ	29%	12%	12%	24%	24%
	現場直送	22%	22%	6%	28%	22%

- ・即納可能と荷受け先にアピールしている(サービスの一貫として)ところも多く、自社だけの取組みだけでは実現は不可能だと考える。

1. 商慣習見直しTF：取組進捗 ② ガイドラインの対応調査

対象：住資材流通店
(発荷主)

n=24年21→25年21

● ガイドラインの取組事項(8項目)の対応状況結果【流通店・発荷主】2/2



運行効率の向上

納品リードタイムの確保

納品リードタイムの見直しにより、荷主事業者や物流事業者の準備時間を十分に確保することでモーダルシフト等の輸送手段の選択肢を増やし、無理のない運行スケジュールを可能とすることで、物流負荷の軽減に取り組みます。

発送量の適正化

繁忙差の平準化や納品日の集約を通じて発送量を適正化することで、荷待ち・荷役作業等時間の削減及び運行効率の向上に取り組みます。

モーダルシフト活用によるトラック輸送距離の短縮

トラック輸送の距離・時間削減のため、長距離輸送におけるモーダルシフトの検討に取り組みます。

運送契約における配送と荷役の分離

従来の商慣習を見直し、運送契約における配送と荷役を分離し、納品条件の適正化を図ります。また、荷役作業等に係る適正な料金を対価として支払います。



対価の適正化

		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
24年調査		38%	14%	14%	24%	10%
25年調査	お店入れ	29%	12%	6%	35%	18%
	現場直送	17%	17%	6%	39%	22%

・納品リードタイムを長くする事で、他との積み合わせの調整がつきやすくなる。

24年調査		33%	14%	0%	38%	14%
25年調査	お店入れ	24%	0%	0%	47%	29%
	現場直送	17%	6%	0%	44%	33%

・現状は必要とあれば毎日でも配送している状況。ただ以前より現場サイドもまとまった配送を心掛けてくれているので、長い目で見て効率化は叶うと思う。

24年調査		24%	0%	5%	14%	57%
25年調査	お店入れ	18%	6%	0%	12%	65%
	現場直送	6%	11%	0%	17%	67%

・県外配送もたまにあるが、他社との協力体制もなく、運送会社では車上渡しが標準化しているため外注に出す先もなくなってきた。

24年調査		29%	10%	14%	29%	19%
25年調査	お店入れ	28%	11%	11%	22%	28%
	現場直送	20%	10%	15%	30%	25%

・流通業者である当社は、着荷主&発荷主 双方の側面がある。着荷主としては、各仕入先からの要望を概ね受け入れている。発荷主としては、対価の適正化の追及として、付帯サービスの見える化&有償化への取組を実施している。

・荷役料をもらう事を検討しているが、競合他社はもらってないため、貰うことによって注文が他社にとられることを懸念して二の足を踏んでいる。

・同業他社が無料で行っているので、当社だけ有償にするのはかなり無理がある。

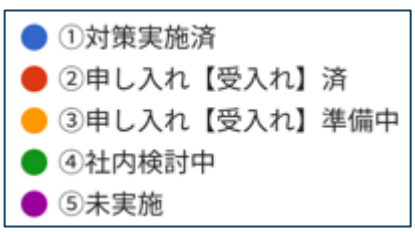
補足 1. 商慣習見直しTF：取組進捗 ② ガイドラインの対応調査

● ガイドラインの取組事項(6項目)の対応状況結果【工務店】1/1

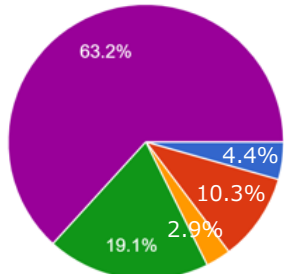
工務店(着荷主の立場)は、全取組事項にわたり、対応がすすんでいない。

・全国住宅産業地域活性化協議会を通じての、工務店のアンケート結果

対象：工務店
(着荷主)
n=24年149→25年68



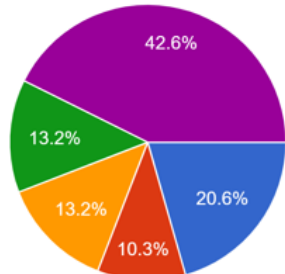
■ 荷渡し条件の適正化・明確化



①(24年調査 7.4%) ⇒ 4.4%
②(24年調査 14.1%) ⇒ 10.3%

・現在作業員がおらず現場の荷受けは外注の作業員にお願いして手伝ってもらっている。

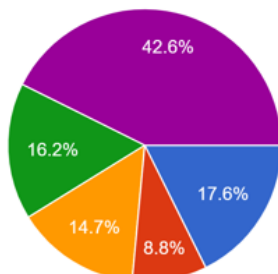
■ 納品時間帯の適正化



①(24年調査 16.1%) ⇒ 20.6%
②(24年調査 16.1%) ⇒ 10.3%

・現場に人がいる時間帯に限られる場合、ピンポイント時間指定は仕方がないと思う。

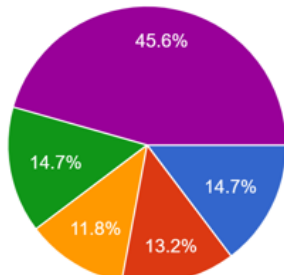
■ 受注リードタイムの確保



①(24年調査 14.8%) ⇒ 17.6%
②(24年調査 14.1%) ⇒ 8.8%

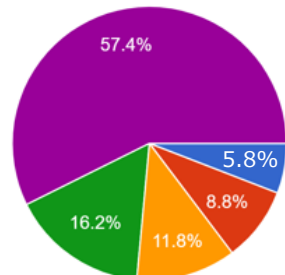
・時間に幅を持たせて発注している。

■ 納品リードタイムの確保



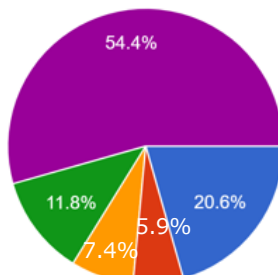
①(24年調査 13.4%) ⇒ 14.7%
②(24年調査 14.1%) ⇒ 13.2%

■ 発送量の適正化



①(24年調査 14.8%) ⇒ 5.8%
②(24年調査 11.4%) ⇒ 8.8%

■ 運送契約における配送と荷役の分離



①(24年調査 11.4%) ⇒ 20.6%
②(24年調査 11.4%) ⇒ 5.9%

・そのように見積り、請求がきたものには対応している。

n=200

ガイドラインについて

内容を含め、知っている	1%
内容は詳しく知らないが、存在は知っている	14%
ガイドラインの存在も知らない	85%

工務店の85%がガイドラインを知らない

補足 1. 商慣習見直しTF：取組進捗 ② ガイドラインの対応調査

● ガイドラインの取組事項(8項目)の対応状況結果【発荷主～着荷主の対応浸透度】
 川上領域と川下領域で、ガイドライン対応度の差が明確。いかに着荷主の対応度を上げていただくかに注力すべき。

		川上領域					川下領域														
		メーカー(発荷主)					流通店(着荷主)					流通店(発荷主)					工務店(着荷主)				
		建産協 会員メーカー 発荷主 n=25(24年) n=22(25年)					住活協 住資材流通店 着荷主 n=4(24年) n=11(25年)					住活協 住資材流通店 発荷主 n=21(24年) n=21(25年)					住活協 工務店 着荷主 n=149(24年) n=68(25年)				
取組事項		対応状況記入欄					対応状況記入欄					対応状況記入欄					対応状況記入欄				
		①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施	①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施	①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施	①対応実施済	②申入済	③申入準備中	④社内調整中	⑤未実施
1-1. 荷渡し条件の適正化・明確化	24年調査	44%	8%	16%	28%	4%	50%	0%	25%	25%	0%	33%	14%	0%	29%	24%	7%	14%	6%	18%	54%
	25年調査	48%	4%	13%	30%	4%	73%	9%	9%	0%	9%	40%	5%	10%	15%	30%	4%	10%	3%	19%	63%
1-2. 現場との情報連携	24年調査	64%	20%	4%	12%	0%	50%	0%	25%	25%	0%	52%	29%	0%	14%	5%					
	25年調査	74%	17%	0%	9%	0%	64%	9%	9%	0%	18%	50%	10%	5%	10%	25%					
2-1. 納品時間帯の適正化	24年調査	48%	20%	4%	24%	4%	50%	0%	25%	25%	0%	38%	14%	5%	33%	10%	16%	16%	8%	18%	42%
	25年調査	52%	16%	8%	24%	0%	80%	0%	0%	0%	20%	53%	12%	0%	29%	6%	21%	10%	13%	13%	43%
2-2. 受注リードタイムの確保	24年調査	56%	20%	4%	20%	0%	50%	25%	0%	25%	0%	38%	24%	5%	29%	5%	15%	14%	13%	19%	40%
	25年調査	67%	10%	5%	19%	0%	70%	0%	0%	10%	20%	29%	12%	12%	24%	24%	18%	9%	15%	16%	43%
2-3. 納品リードタイムの確保	24年調査	60%	12%	0%	28%	0%	25%	25%	0%	25%	25%	38%	14%	14%	24%	10%	13%	14%	15%	19%	39%
	25年調査	68%	5%	5%	18%	5%	50%	0%	10%	10%	30%	29%	12%	6%	35%	18%	15%	13%	12%	15%	46%
2-4. 発送量の適正化	24年調査	40%	12%	4%	28%	16%	50%	0%	25%	25%	0%	33%	14%	0%	38%	14%	15%	11%	9%	22%	43%
	25年調査	39%	9%	4%	22%	26%	40%	0%	0%	0%	60%	24%	0%	0%	47%	29%	6%	9%	12%	16%	57%
2-5. モーダルシフト活用によるトラック輸送距離の短縮	24年調査	56%	0%	8%	24%	12%	0%	0%	0%	25%	75%	24%	0%	5%	14%	57%					
	25年調査	68%	0%	0%	27%	5%	10%	0%	0%	0%	90%	18%	6%	0%	12%	65%					
3-1. 運送契約における配送と荷役の分離	24年調査	40%	20%	16%	20%	4%	50%	25%	0%	0%	25%	29%	10%	14%	29%	19%	11%	11%	10%	21%	46%
	25年調査	44%	20%	12%	16%	8%	40%	10%	0%	10%	40%	28%	11%	11%	22%	28%	21%	6%	7%	12%	54%
ガイドラインについて		内容を含め、知っている					55%					35%					1%				
		内容は詳しく知らないが、存在は知っている					36%					50%					14%				
		ガイドラインの存在も知らない					9%					15%					85%				
							91%					85%					15%				

工務店の85%がガイドラインを知らない

1. 商慣習見直しTF：2025年度の総括

■ 商慣習見直しTF

◆ ガイドライン対応度に対する、川上領域と川下領域の認識の差

- ・ラストワンマイルの改善には、川上領域(メーカー)だけでなく、川下領域(工務店)の行動変容が必須

◆ 構造的な阻害要因

- ・「人手不足」と「過剰サービス」が、ガイドライン遵守のハードル

<現場のリアル声> 「人手不足」：現場に人がいる時間が限られるため、ピンポイント時間指定は仕方がない
「商慣習の壁」：他社が無料でやっているから、当社だけ有償にするのは無理がある
「現場リソース不足」：現場直送は、現場で荷役作業ができる(余裕のある)人がいない

⇒ **ガイドライン対応度の認識の違いを埋め、サプライC全体でガイドライン遵守を図ることが重要**

1. 商慣習見直しTF：2026年度の取組テーマ・方策

■ガバナンス【商慣習見直しTF】

① 納品条件適正化ガイドラインの周知活動

●川下領域の工務店にいかん知ってもらうかがポイント

- ・関係団体、川上～川下業界への周知の繰り返し実施
- ・対応進捗度の調査の繰り返し実施
- ・各商材ごとの有効な接点の見直し
- ・有力な業界団体へアプローチ

- ⇒川下領域である着荷主、とくに工務店への周知、浸透させていく
- ⇒周知説明とあわせて、アンケート調査を行っていく
- ⇒商材毎に流通が違い、効果あるタッチポイントに浸透させていく
- ⇒川下領域の団体にアプローチ、とくに工務店関連の団体等

② 納品条件適正化ガイドラインの内容検討

- ・ガイドラインパンフレットの見直し
- ・工務店への浸透しやすい、あらたな啓発ツール制作の検討

- ⇒改正物効法など関連の法改正の内容追記を検討していく
- ⇒、より見やすさ、より理解しやすさを検討していく

2. 共同輸配送TF

2. 共同輸配送TF：2025年度の取組 / 進捗

■ 水平連携【共同輸配送TF】

① 配送情報一覧表の作成

・配送情報(発着先/ルート/車/荷姿等)、納品条件の共有 ⇒7グループごとに作成継続

② 共配実現に向けた実践の推進

・配送一覧表を基に、地域/商材/路線などの絞り込み
・納品条件の共通化検討
・物流事業者はじめ川中/川下業界ヒアリング

⇒7グループごとに、共通条件だし、共配ルールを検討

後述

・配送一覧表の完成、トライアルの実施(積載率UP)
・物流会社ヒアリングを実施(メーカー～流通の全体効率を模索)

③ 共配の実践を手順に落とし込み

・共配推進の手順づくり、期待効果の検討

⇒共配実現に向けた上記①②の実践活動を、手順化に反映

・手順書の重点項目を抽出

④ 会員企業以外の外部との共配検討

・外部企業の共配サービス活用の検討
・サプライチェーン(川中/川下)での課題の抽出

⇒他業界の共配の先行事例の共有

・外部企業のプレゼンを実施し、関係性の構築を推進

⑤ 外装形態情報の一元化

・パレット等情報の整理
・外装形態の標準化の課題検討、対象商材の検討

⇒WGメンバー21社の現状を把握、パレット標準化の課題を抽出

⇒対象商材のピックアップ、パレット標準化の素案を検討

・パレットの現状/課題/理想をまとめた

補足有

⑥ ラベル情報の調査

・掲載情報の把握
・共通化/共配必要情報の抽出

⇒WGメンバー21社のラベル表示内容の確認把握

・現状把握を大枠で実施

⑦ 住活協との情報共有会の定期開催の継続

⇒月1の定期実施にて、お互いの活動進捗の共有

⇒納品条件適正化に向けたガイドラインの対応度の25年度調査を実施

・月1の会合を実施、相互にアンケート調査の協力を実施

2. 共同輸配送TF：取組進捗 ② 共配実現に向けた実践の推進

● 商材別の共同輸配送の可能性・課題 1/2

- 共配実現の重点ポイントの一つは、リードタイムの緩和・共通化。作成した配送情報一覧表を活用し、検討を本格化
- 積載率UPを目指し、共配トライアルを実施【ガラス】
- メーカー/物流事業者/流通パートナーと、サプライCでの効率・最適化を検討するフィールドワークに着手【トイレ・洗面】

グループ	重点検討ポイント		共配候補エリア	◎：主な取組
				★：フォロー / 課題・検討事項
① ガラス	外部DB活用 (幹線)	実践トライによる 課題出し	・素板：北海道、甲信越、山陰、九州	◎ 外部の共同輸送データベースを活用し、幹線共配候補を選定 ◎ 共配トライアルを9～11月実施(九州エリア) ◎ 11月のトライアルでの積載率(90%以上) ★ トライアル結果を精査し、実業務の課題を抽出 ★ 課題を踏まえて、次のステップを検討していく
② サッシ・ エクステリア	配送情報一覧化 (幹線・支線)	リードタイム	・北海道、東北、山陰、中四国、九州	◎ 配送一覧に、物量・配送店数・現場配送割合等を加えて作成 ★ 支線の共配候補エリアの絞り込み ★ <u>時間軸(DC出荷・TC入荷時間、納品時間)条件の深掘り</u>
③ 内装建材	配送情報一覧化 (幹線・支線)	リードタイム緩和 (着時間指定)	・長野、山陰、四国	◎ 配送一覧に、届け先条件(納品時間、附带作業対応等)を加えて作成 ★ <u>山陰/四国/長野での共配候補エリアの選定、既存の共配事例のスタディ</u>
	納品条件見直し (最小限の統一)	既存共配事例の モデルケース化		
④ トイレ・洗面 ⑥ タイル	配送情報一覧化 (幹線・支線)	リードタイム見直し (店送りの着時間)	・荷量の少ないエリア で絞り込み中	◎ 配送一覧に、リードタイムなど運用条件を加えて作成 ◎ リードタイムを精査し、幹線共配の可能性を検討中(積載率の低い車両の相乗り、往復便の確立など) ◎ <u>メーカー/物流事業者/流通代理店が揃って共同配送を試行し、各々の課題、サプライチェーン全体への共配のメリットを抽出</u> ★ <u>物流事業者、流通販売店と効率・最適化を共同検討、標準化・DX化の検討を見据えていく</u>
	店送りと現場届け に分類	積載効率、ラウンド化、荷姿、パレット戻し(幹線)		

2. 共同輸配送TF：取組進捗 ② 共配実現に向けた実践の推進

● 商材別の共同輸配送の可能性・課題 2/2

グループ		重点検討ポイント		共配候補エリア	◎：主な取組 ★：フォロー / 課題・検討事項
⑤キッチン・浴室	キッチン	配送情報一覧化 (幹線・支線)	リードタイム	・支線の地方エリアで絞り込み中	<第1step：キッチンの支線共配> ◎ 配送一覧に、リードタイム(受注/配車/納品)等を加えて作成 ◎ 現場届け条件の標準化を検討中(着時間状況、車種割合、 <u>納品附带作業など</u>) ★ 現場納品時の品質確認の標準化の検討 ★ 他団体との連携を検討
		納品条件深掘り (現場届け)	タイミングのズレ (配車確定時間、発時間、着時間)		
	浴室				
⑦外装建材 (屋根、サイディング、外壁、構造材)		配送情報一覧化 (幹線、支線)	リードタイム (商慣習がネック)	・支線の荷量の少ないエリアで絞り込み中	◎ 配送一覧を、金属系と窯業系に分類して作成 ◎ 共配候補エリアの絞り込み中(共配実績ある物流事業者など) ★ <u>特殊な納品条件の物流事業者へのヒアリング</u>
		荷姿が多様(長尺物、重量物等)	窯業系(重量品)と金属系(容積品)に分類		
		現場届けが主流	物流事業者との連携		
⑧基礎建材 (ボード、断熱材)		配送情報一覧化 (幹線、支線)	リードタイムが共配活用チャンス	・幹線の復路便が利用できるエリアで絞り込み中	◎ 配送一覧に、幹線の復路便の活用状況などを加えて作成 ◎ 共配候補エリアの絞り込み中 ★ <u>幹線の復路便の活用</u> の検討
		商材特有の納品条件(荷姿、重量勝ち、容積勝ち等)	復路便活用 (幹線)		
		現場届けが主流			

補足 2. 共同輸配送TF：取組進捗 ⑤ 外装形態情報の一元化

● パレット等容器の調査まとめ パレット使用の現状、標準化への課題、理想を、当協会物流WGメンバー社に調査

グループ	現状	課題	理想
① ガラス	▲ PLの回収頻度に懸案あり ◎ 積載効率、生産工程の歩留への工夫 ◎ 位置情報で所在地管理	▲ 製造ラインの 設備 制約 ▲ PLに合わせた 製品寸法 は不可 ▲ 多岐 にわたるオーダーサイズ	◎ 管理工数削減 、調達単価ダウン ◎ 全台番号管理 ◎ 台数が 限定的な工事向け から検討開始
② サッシ・エクステリア	◎ ほぼすべてのパレットを タグ管理 ◎ TCから出荷倉庫まで 幹線帰り 便活用 ▲ 現場や販売店に リフトなく手卸し 作業	▲ 費用 を個社で負担しきれない ▲ 回収 がスムーズにできない業界 ▲ 荷姿が 多種、長尺品 はPL不向き	◎ レンタル方式での 共同回収 ◎ PLの 個体管理体制 の確立 ◎ 支線でのPL積配送
③ 内装建材	▲ PL回収が 問題 ▲ 顧客への納品は 基本リン木+敷板	▲ 製造ラインと 設備 に制約 ▲ PL 回収 のスキーム構築が必要	◎ 最適サイズは、1M×2M、1M×3Mは必要 ◎ PL標準化できそうな品は 建具/造作材/床材
④ トイレ・洗面 ⑥ タイル	◎ 積み付けやすいよう梱包材の高さ統一 ◎ PL管理システム、スマホで数量カウント	▲ 自社製PLに合わせた製品梱装仕様 ▲ 変更 コスト 、 設備 の調整負荷	◎ PL標準化できそうな品は、比較的 小型製品 ◎ 標準PLは レンタル 利用可能
⑤ キッチン・浴室	キッチン	▲ PLに載せて出荷すること自体が難しい	◎ 長尺製品が載るサイズ(長辺約2800) ◎ 1WAY もしくは レンタル
	浴室	◎ PL1枚にバス1室の部材を載せた荷	◎ 木PL同等以上の 軽量PL の複数種類の設定
⑦ 外装建材 (屋根、SD、外壁、構造材)	窯業系	▲ 生産ライン内でPLに積載している ◎ 他社PLも回収している	▲ パレットの 必要性 がない ▲ コスト にも直結、合理的でない
	金属系	◎ 特定顧客には パレット配送	◎ 安全上、 BOX 式
⑧ 基礎建材 (ボード、断熱材)	◎ リン木(木製、ダンボール) が主	▲ パレットの 必要性 がない ▲ 積載効率 が悪化	◎ 折り畳み式の BOX パレットを開発中

- **現状**：商材ごとに材質/形状/サイズが多種多様。生産設備にも影響。基準/標準をまとめられるのか？
 - **課題**：基準/標準に合わせるには損失影響が大きい。費用対効果も見いだせない。パレット回収もリスク大
 - **理想**：品種削減/管理識別体制/回収体制/価格抑制の構築のうえに、パレット容器の標準化がみえる
- ⇒ とはいうものの2026年度、できそうな商材/できそうなことの検討に取り組む

2. 共同輸配送TF：2025年度の総括

■ 共同輸配送TF

◆ 現状認識の共有、および水平展開

- ・7グループごとにすすめるも、鍵は「リードタイム」
- ・独自の配送情報一覧表を運用（マッチングや配送条件の共通化に活用）

<配送情報一覧表を作成>

主要商品別の都道府県別の物流体制、
流通経路別納入形態、外装荷姿、パレットなどの情報を一覧化

- ・共配トライアルを、一部では開始

◆ 川上～川下領域（メーカー～物流会社～流通店）全体での最適効率化が必要

⇒ 共同配送の「点」の事例を、「面」のネットワークへと拡大していくことが重要

2. 共同輸配送TF：2026年度の取組テーマ・方策

■ 水平連携【共同輸配送TF】

① 共配の実践の推進

- ・納品条件の共通化検討
- ・川中/川下業界へのヒアリング、既存共配事例のモデルスタディ

⇒幹線と支線は分けて整理してきた。各チーム困っているエリアもみえてきたので、チームの枠を越えた議論もできるかたちにしていく
<7チームごとの活動方策を、後頁に補足>

補足有

② 共配の実践の手順化まとめ

- ・共配推進の手順づくり、期待効果の検討
- ・共配ルールの検討

⇒共配実現に向けた実践活動を、手順化にまとめていく
⇒既存の共配事例の運用ルールも参考にしていく

③ SC全体(メーカー/物流/流通)での試行

- ・川上～川下領域が揃って共同配送の最適化を検討
 - ・各々の課題や問題点の抽出
 - ・業務全体の標準化、清流化、DX化の推進

⇒メーカー・物流会社・流通店が共同で、全体の業務効率や積載効率を最適化するために、改善ポイントを精査していく
⇒建材物流コードの活用も目指し、住活協とも連携

④ 外装/パレットの基準の検討

- 現状/課題をまとめたが、整合できる目標を決めること
 - ・外装形態の標準化の課題検討、対象商材の検討
 - ・パレット標準化のあるべき姿を検討

⇒対象商材のピックアップ
⇒パレット標準化の素案を検討

⑤ 住活協との情報共有会の定期開催の継続

- ・月1の定期実施にて、お互いの活動進捗の共有

⇒連携すべき取組の検討

■ 7チームごとの活動方策

① ガラス	<ul style="list-style-type: none"> ● トライアル結果より、九州エリアでの共配推進は一旦保留。次のエリアを検討 <ul style="list-style-type: none"> ・新潟方面への配送データを集計し、共同配送するメリットが各社あるか試算。 ・素板便の復路積載低いエリアを確認 ⇒ 他チームとの復路便の連携も検討。
② サッシ、エクステリア	<ul style="list-style-type: none"> ● 配送情報一覧表の活用 <ul style="list-style-type: none"> ・支線の共配候補エリアの絞り込み ・時間軸(DC出荷・TC入荷時間、納品時間)条件の深掘り ● 他チームとの連携 <ul style="list-style-type: none"> ・ガラス(チーム①)と連携することで、検討の幅を広げていく。
③ 内装建材	<ul style="list-style-type: none"> ● 他チームとの連携 <ul style="list-style-type: none"> ・トイレ/洗面(チーム④)にて検討中の東北トライアルへの参画を検討し、共配の最適化の事例の拡大を目指す。
④ トイレ、洗面	<ul style="list-style-type: none"> ● 東北トライアルによる共配の最適化の研究 <ul style="list-style-type: none"> ・既に同一拠点でTC運営している仙台拠点をモデルに、メーカー・TC企業・流通店が共同で、全体の業務効率や積載効率を向上させ最適化するために、共同で改善ポイントを精査し実践していく。建材物流コードの活用も目指し住活協とも連携。
⑤ キッチン、バス	<ul style="list-style-type: none"> ● 他団体との連携 <ul style="list-style-type: none"> ・関連の工業会との連携、既存の共配事例をモデルスタディしていく。
⑥ 外装建材 (屋根、サイディング、 住宅外壁、構造材)	<ul style="list-style-type: none"> ● 物流事業者主体での共配の拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・窯業系：特殊な納品条件の物流事業者へのヒアリング ● 既存の共配事例のスタディ <ul style="list-style-type: none"> ・既存の共配事例の運用ルールを整理し、共配のヒントを探っていく。
⑦ 基礎建材 (ボード、断熱材)	<ul style="list-style-type: none"> ● 物流事業者主体での共配の拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・ボード：幹線の復路便の活用を検討(チーム①にて試行したマッチングサービス等を検討) ・基礎建材を熟知した物流会社との連携、過疎地への共配 ● ラストワンマイルでの共配トライ <ul style="list-style-type: none"> ・WGメンバー以外の同業メーカーとの連携も課題