

日 食 検

| 目 | 次 |
|---|----|
| ◇支 部 ニ ュ ー ス ; 北陸ブロック発足 | 2 |
| 中国ブロック発足 | 2 |
| ◇情報システム化委員会 ; 酒類食品統一伝票マニュアル完成 | 3 |
| 普及活動をいよいよ開始 | |
| ◇缶詰ブランドオーナー会 ; 幹事会で基本問題を協議 | 4 |
| 年月日刻印問題を協議 | 5 |
| アスパラ、缶詰は価格限界 | 5 |
| 缶詰全国大会で意見交換 | 5 |
| 缶詰 J A S 改正試案に反対 | 6 |
| 5 3 年度缶詰クレーム実態 | 6 |
| みかん缶詰生産数量 | 7 |
| パイ缶国別輸入数量 | 7 |
| '79 春季フード・ウィーク 食生活展 (東京会場) | 7 |
| 蜜柑缶工組との懇談会 | 8 |
| 会 員 消 息 | 8 |
| 新 規 加 入 会 員 | 9 |
| 関 係 団 体 報 知 | 9 |
| 替 助 会 員 消 息 | 10 |
| 特 集 加工食品業界の物流システム化のあり方を探る / | 10 |

支部ニュース

昨年2月27日、新陣容による協会活動を開始して以来、その活動の主軸として支部結成に力が注がれてきたが、5月18日の北海道支部発足を皮切りに関東、近畿、東北、九州の順でそれぞれ支部組織化が行なわれてきた。続いて中国四国支部のうち、昨年11月15日まず四国ブロックが発足、また東海北陸支部のうち同11月22日東海ブロックがスタート。さらに本年に入って下記の通り北陸ブロックおよび中国ブロックの発足総会が開かれ、これにより53事業年度内に全国7支部の組織化が完了した。

北陸ブロックが発足

2月16日、金沢商工会議所内、中小企業会館において、東海北陸支部・北陸ブロック発足総会が開催された。

これは昨年11月22日に発足した東海ブロックに続き組織化されたもので両ブロックの連繫によって積極的支部活動が推進される。

なお本部より國分運営委員長、北田専務理事、および東海ブロック事務局より山田邦彦氏が出席した。

この発足総会において北陸ブロックの役員は次の通り選出された。

| | | |
|---------|------|---------|
| 北陸ブロック長 | (石川) | カナカン㈱ |
| 副ブロック長 | (富山) | 富山中央食品㈱ |
| 〃 | (福井) | 渡 弥 ㈱ |
| 幹 事 | (富山) | 石 田 ㈱ |

| | | |
|-----|------|-----------|
| 幹 事 | (富山) | ㈱ 富 乾 |
| 〃 | (富山) | カナカン㈱富山支店 |
| 〃 | (富山) | ㈱明治屋富山支店 |
| 〃 | (石川) | 北新商事㈱ |
| 〃 | (石川) | ㈱江 戸 屋 |
| 〃 | (石川) | 金沢日商㈱ |
| 〃 | (石川) | ㈱明治屋金沢支店 |
| 〃 | (福井) | ㈱片山外吉商店 |
| 〃 | (福井) | ㈱田中与商店 |
| 〃 | (福井) | ㈱稲与商店 |
| 〃 | (福井) | |

会計幹事 (石川) ㈱ 丸岡屋商店

なお、福井地区幹事1名については会員の増員を待って選任される。

北陸ブロック活動については東海北陸支部運営の立場から検討する必要があるため、東海ブロックとの連繫を密にしつつ改めて北陸ブロックの幹事会を開き協議することになった。

中国ブロックもスタート

3月9日、広島シティホテルにおいて中国四国支部・中国ブロック発足総会を開催し、中国ブロックの役員を次の通り選出した。

なお、活動方針は年度末でもあるため新年度に向けて幹事会を開き検討することになった。

| | | |
|---------|------|---------|
| 中国ブロック長 | (広島) | 中村角㈱ |
| 副ブロック長 | (広島) | ㈱ニイミ食品 |
| 〃 | (岡山) | 千葉食品工業㈱ |
| 顧 問 | (岡山) | 藤徳物産㈱ |
| 幹 事 | (鳥取) | ㈱南井上商店 |

| | | |
|------|------|-----------|
| 幹事 | (鳥取) | 岩尾水産乾物㈱ |
| 〃 | (島根) | 島根米穀㈱ |
| 〃 | (島根) | ㈱吉寅商店 |
| 〃 | (山口) | ㈱鈴屋 |
| 〃 | (山口) | ㈱檜垣商店 |
| 〃 | (広島) | 坂口物産㈱ |
| 〃 | (広島) | ㈱桑宗 |
| 〃 | (広島) | ㈱丸二商会 |
| 〃 | (広島) | ㈱明治屋広島支店 |
| 〃 | (広島) | 松下鈴木㈱広島支店 |
| 〃 | (岡山) | カモ井物産㈱ |
| 〃 | (岡山) | マルエス物産㈱ |
| 〃 | (岡山) | 岡山水産乾物㈱ |
| 会計幹事 | (広島) | 国分㈱広島出張所 |

事務局は中村角㈱総務部(伊達忠孝、弘津恵子)
広島市加古町3-20 電話0822-49-1411。



酒類食品統一伝票マニュアル完成 普及活動をいよいよ開始

日本加工食品卸協会、東京都卸売酒販組合および東京都食品卸同業会は、かねてから加盟問屋に呼びかけ、酒類食品業界における統一伝票の検討を続けていたが、このほど「酒類食品統一伝票」のマニュアルを完成発表した。

統一伝票作成の背景としては、日本商工会議所が通産省の委託を受け、各業界の団体、協会等をまじえて検討を進め、すでに昭和48年度に「百貨店統一伝票」、49年度「チェーンストア統一伝票」さらに52年度に「問屋統一伝票」が制定され、いずれも実用段階に入っている。

このたび発表された「酒類食品統一伝票」のマニュアルの中の規格書は、日本商工会議所制定の「問屋統一伝票」に準拠したものである。

酒類食品業界においては年々商品の多様化、多角化が著しく、酒類、食品、菓子などの品種、荷姿、包装等の異なる取扱い商品にも適用できる“統一伝票”の完成が待たれていた。

このため、酒類食品業界の特殊性を配慮、業界に馴染みやすく、見やすく、さらに使いやすいなどに重点を置き設計したもの。この規格様式は昨年6月23日の「統一伝票協議会全体会議」で正式決定し、すでに日食協会報第2号で掲載した通りであるが、この「酒類食品統一伝票」の普及促進を図るため、新たに“酒類食品統一伝票普及促進委員会”を発足させ、53年10月27日第1回委員会を開催以来、6回にわたって委員会を開き、マニュアルの完成となった。

このマニュアルは次のような内容で判り易く解説されており、今後の普及に当たっての力強い手引書となろう。

1. 酒類食品統一伝票のメリット
2. 酒類食品業界で使用する統一伝票の種類
3. 酒類食品統一伝票の規格概要
4. 酒類食品統一伝票規格
5. 酒類食品統一伝票記入要領
6. 酒類食品統一伝票への切換えについて
7. 酒類食品統一伝票；(手書伝票・酒類) 記入例 1.
8. 酒類食品統一伝票；(手書伝票・食品) 記入例 2.
9. 酒類食品統一伝票；(タイプ用) 記入例 3.

10. 問屋統一伝票；記入例 4.
11. 受注から配送、請求書作成までの流れ図
以上、A5版10頁の小冊子であり、これから

通産省の窓口団体である(財)流通システム開発センターの協力のもとで説明会を必要に応じ開催し、その普及促進を図ることとなる。



幹事会で基本問題を協議

規格も業界の自主性尊重を

3月16日、缶詰ブランドオーナー会(CBO)幹事会を開催し、①果実および野菜缶のJAS改正と品質表示基準の設定、②缶詰の公正競争規約の改正、③缶詰製造年月日の6桁刻印問題、④缶詰の賞味期間等に関する対策など業界が直面している重要問題につき、その経過報告と今後の対策について協議した。

缶詰のJAS改正、品質表示基準の設定は急ピッチに進められているが、規制条項ばかり厳しく、業界の自主性が失なわれて来つつある現状は缶詰産業をますます後退させる要因となっている。また消費流通の実態把握もなく規格規制のみが先行していることは大いに業界自らが反省材料として考えるべき時点にきているとされた。

次に缶詰の公正競争規約の改正も、規約条項が多すぎJASの分野に深く喰い込み規定づけされているが、公正競争規約は他の業界の規約と同様、純然たる不当景品類を規制する本来の姿に改めるべきであり、公正取引委員会においても最近は何業種との規約の斉合性を図るための見直しを行なうとも言われ、改正の時期ではない。また改正するならば基本的改正を行うべきであるとの意向もうかがえた。

缶詰の製造年月日6桁刻印問題については日缶協サイドで検討が進められているが、流通における混乱は不可避であり、実害のない施策こそ肝要であるとされ、さきに日食協が提案した略号記号の説明をいづれかの場所に表示する方法により、もっと積極的に消費者にPRすべきであるとの合意に達した。

缶詰の賞味期間の問題に対応しポスター、チラシづくりを行ない消費者PRを推進する件に関しては賛成の意向が示されたが、いづれにしても、日缶協の動きを見たらうえて検討することとなった。

桜桃、もも缶は順調消化

2月22日、果実部会を開催。さくらんぼ、及びもも缶詰、新物みかん缶詰を中心に情報交換を行なった。

【さくらんぼ缶詰】

53年は実函106～7万函程度の製造と見られる。

缶型別は4号缶約70万函、SS2号(小型缶)

15万3千5百函でほとんどこの2缶型で占められている。

小型缶は52年、増産となり、53年は製造がセーブされた。

ここにきて若干リパックされているが、さくらんぼはまず無難に推移しようとの見解であった。

【もも缶詰】

53年、丸缶生産は白桃缶258万1千函、黄桃缶39万3千9百函。合計297万5千函の生

産で前年より10%程度の生産減。

一方、輸入黄桃缶は大巾に増加し53年は2/2
160万函が入荷した。

輸入は若干高値気配である。

白もも缶も概ね消化され新物を迎えられるもの
と見られる。

【みかん缶詰】

2月20日現在の出来高は実函でホール6百
85万6千7百函、ブローコン50万5千函の合
計736万函に達し予想を上回ったが、原料が逼迫
しており20日以降2月28日までの生産数量
がポイントとなった。

高値原料を追いかけての製造となれば高値増産
に繋る危険性も考えられる。

従って本年のみかん缶詰の生産数量が最終的に
握めるであろう3月10日以降にならなければは
っきりとした判断は下せないとされた。

年月日刻印問題を協議

日缶協が検討中の缶詰の製造年月日の6桁刻印
表示問題について事務局よりその経過を説明、日
缶協側はその実現に向けて理事会、総会で実施決
議する方針と言われるが、業界にとって重要問題
であり、実害の伴う恐れのある実施はあくまでも
避けるべきだとされた。

なお、本件に関しては幹事会において検討する
ことになった。

アスパラ、筍缶は価格限界

2月22日、蔬菜部会を開催。

アスパラガス缶詰、新物筍缶詰を中心に情報交
換を行なった。

【アスパラガス缶詰】

53年の生産数量は104万7千函。輸入は
25万函、在庫は輸入を含め34万函程度と推定
されており、51年の3.4倍、前年より10万函
多く高値のための在庫となった。

本年、値上げは難かしく昨年の価格が限界であ
る。

【たけのこ缶詰】

たけのこ缶詰が高値となった理由として次の点
が挙げられた。

○生産数量が予想以上に少なかった。

○業務用から一般家庭用に、季節商品から年間
商品へと消費動向がここ数年のうちに大きく
変化した。

○たけのこ缶詰取扱業者の努力によって大きく
販路が広まった。

筍缶詰全国大会で意見交換

3月13日の筍缶詰全国大会にはCBOとして
は次のような姿勢で臨むことになった。

○原料が高値買付とならないようにパッカーに
対し積極的に要望する。

○明年度当たりから中国のもうそう筍が相当量
輸入される見通しであり、しかも安値出回りの
可能性も考えられグリーンピースの二の舞に
なりかねない状況のもとにおかれている。

○現在、筍缶があまりにも高値のため消化が鈍
っている。

特に小ものサイズのものは売れ残るのではな
いかと見られる。

○台湾ものの良質な筍缶をスライスし袋詰め
でスーパーに売られはじめ、これが順調に伸び
て来ている。

こうした傾向も影響を及ぼすものと予想される。

筍缶詰 J A S 改正試案に反対

J A S 改正試案は流通の実情に合っていない。例えば、現状は A、B、C で取引されているものが合格一本とされたり、サイズ大、中、小の表示にしても卸サイドが末端に納める場合、都度選別しなければならなくなる等の意見が大勢を占め、筍缶詰全国大会で J A S 改正についての提案がなされる場合は蔬菜部会としては賛成しかねる旨の表明を行なうこととなった。

| 飯 類 | 1 1 | 1 6 | 2 5 |
|--------------|-----------|------------|------------|
| み か ん | 115 70 | 166 151 | 214 153 |
| 白 桃 | 85 69 | 61 69 | 80 90 |
| パイナップル | 42 55 | 33 192 | 29 86 |
| 筍 | 3 5 | 1 11 | 4 25 |
| アスパラガス | 7 22 | 8 25 | 14 22 |
| コンビーフ | 25 31 | 40 40 | 35 22 |
| ニュー コンビーフ | 20 17 | 27 18 | 40 17 |
| イチゴジャム | 91 131 | 64 110 | 76 108 |
| オレンジ ジュース | 2 15 | 9 24 | 5 32 |

53 年度缶詰クレーム実態

品質対策委員会メンバー 7 社による 53 年度の缶詰クレーム実態がこのほどまとめ、2 月 23 日の品質対策委員会での報告が行なわれた。

51 年、52 年対比、主品目のクレーム状況、クレーム多発順位は次の通り。

上段 = 異物混入、下段 = 品質クレーム

| 品種 \ 年 | 51年 | 52年 | 53年 |
|--------------|------------|--------------|--------------|
| 缶詰全体 | 706 980 | 737 1,151 | 798 1,114 |
| 果 実 | 365 354 | 447 611 | 441 534 |
| 蔬 菜 | 66 87 | 62 85 | 74 120 |
| 食 肉 類 | 75 126 | 94 110 | 104 112 |
| 水 産 類 | 22 25 | 36 24 | 37 23 |
| ジャム類 | 125 277 | 102 220 | 99 200 |
| スープ・ ソース類 | 19 19 | 3 21 | 12 25 |
| ジュース類 | 26 86 | 21 69 | 22 86 |
| びん詰 | 7 5 | 1 5 | 7 9 |

果実缶詰のクレーム多発順位

○異物混入

- ①その他虫類 69件 ②その他異物 49件
 ③毛 髪 42 " ④外 皮 41 "
 ⑤芯喰虫 39 " ⑥ハ エ 31 "
 ⑦金属物 25 " ⑧針 金 22 "
 ⑨紙、布、ビニール 18 " ⑩草木類 14 "

○品質クレーム

- ①異 臭 57件 ②膨 脹 50件
 ③その他 44 " ④紫 変 39 "
 ⑤白 濁 35 " ⑥巻締不良 28 "
 ⑦肉質不良(硬) 23 " ⑧病虫病果 22 "
 ⑨缶内面腐蝕 21 " ⑩形態不良 19 "
 ⑪腐 敗 18 "

以上のような状況であり、クレーム発生は依然減少気配が見られない。

C B O では関係団体にその発生防止対策を強く要請することとしている。

缶詰の公正競争規約改正問題を協議

缶詰の公正競争規約の改正については近く告示となる果実缶詰についてのみ手直しする方向で検討されているが、CBO品質対策委員会ではこの改正問題に関し、公正競争規約本来の姿に整えるべきであり、その規約内容は商売の行き過ぎの限度を決めればよく、現在の規約は規格の分野にまで踏み込んでいる。

また最近公正取引委員会では各協議会規約の整合化を図る動きもあると言われ、現段階ではまずその動向を待って根本的に検討し直すべきであるとされた。

みかん缶詰生産数量

蜜柑缶工組がまとめた3月10日現在のJAS受検数量は次の通りである。

【ホール品JAS受検数量】

| | 実 函 | 換算函数 |
|-------|-----------|-----------|
| 3月10日 | 7,686,448 | 6,575,232 |
| 前年同期 | 8,064,418 | 7,095,733 |
| 51年度 | 7,867,398 | 7,027,855 |
| 50年度 | 6,800,835 | 6,212,858 |

【ブローケン鑑定】

| | 実 函 | 換算函数 |
|-------|---------|---------|
| 3月10日 | 621,904 | 660,535 |
| 前年同期 | 793,290 | 861,426 |
| 51年度 | 667,523 | 719,560 |
| 50年度 | 776,372 | 829,067 |

【輸出みかん缶詰出荷状況】

| | 換算函数 |
|-------|-----------|
| 3月10日 | 1,198,134 |
| 前年同期 | 3,189,234 |

【パイン缶国別輸入数量】

(53年1月～12月)

単位C/S=3/3換算

| | |
|--------|-------------|
| 台 湾 | 268,552 C/S |
| マラヤ | 178,338 " |
| フィリピン | 361,469 " |
| タ イ | 292,940 " |
| 中 国 | 2,000 " |
| インドネシア | 11,128 " |
| 米 国 | 17,077 " |
| 合 計 | 1,131,504 " |
| 沖 縄 | 968,511 " |

'79春季フード・ウィーク食生活展

(東京会場)

フード・ウィーク食生活展東京会場は3月1日～3月5日(月)の5日間、池袋のサンシャインシティ文化会館4Fで開催された。

なお、缶詰コーナーは43コマが使用され、試食試飲、展示即売、缶詰料理実演等、消費者への啓蒙宣伝が図られた。

缶詰コーナー出展の団体および企業は次の通り。

| | |
|------------|---------------|
| 日本加工食品卸協会 | (株)日本缶詰協会 |
| 日本蜜柑缶詰工業組合 | 日本農産缶詰工業組合 |
| 日本食肉缶詰工業組合 | 日本水産缶詰輸出水産業組合 |
| 日本ジャム工業組合 | (7団体) |

| | | |
|---------------|------------|---------|
| 国 分 (株) | (株)サンヨー堂 | 北洋商事(株) |
| (株)明治屋 | 野崎産業(株) | 森永製菓(株) |
| 国際食品開発(株) | 大洋漁業(株) | 日本水産(株) |
| 日本冷蔵(株) | 日魯漁業(株) | 極 洋 (株) |
| キュービー(株) | ハウス食品工業(株) | |
| エム・シー・シー食品(株) | | |

東京コカ・コーラボトリング㈱ ほてい缶詰㈱
 習志野缶詰㈱ ポッカレモン㈱ はごろも缶詰㈱
 清水食品㈱ 豊田缶詰㈱ 東洋製缶詰
 エドランド工業㈱

蜜柑缶工組との懇談会

3月15日、日本蜜柑缶工組とCBO代表者によりみかん缶詰に関する懇談会を開催、本年度の製造数量の報告、輸出向け製造販売状況、宣伝問題、明年度のみかん缶対策等につき意見交換した。

みかん缶詰のJAS受検状況は別掲の通りであるが、原料価格については全体的に東高西低型で最終的にはK当たり東北65～66円（福島64円）、静岡61円、中部55円、近畿45円、中国51円50銭、四国51円、九州山口51円で全国平均価格は54円50銭とされた。

なおCBO側からは、今後輸出向けがあまり期待が持てず、内地向けの製造ウェイトがさらに高まる傾向にあるとすれば、原料問題を基本的に施策する必要があるとの意見が述べられ、缶原の安定供給を強く要請。また、本年の製造期限を72日間と制限したことにより、これが逆に生産者に利用された面があるとの発言もなされ、次年度に向けての反省材料となった。

なお、宣伝活動については5,000万円程度の予算で婦人雑誌等活字媒体中心に実施する予定である。

アスパラ缶消流懇談会

アスパラガス耕作者代表とのアスパラ缶消流懇談会は去る3月7日東京、8日名古屋、9日大阪地域でそれぞれ開催され、耕作者、パッカー、卸の3者の立場で意見交換を行なった。この消流懇

談会は今回で第5回を重ねるが、流通サイドの意見としては比較的ヒネもの消化は順調ではあるものの、新物については慎重に臨むべきで、末端価格は限界に来ているとし、昨年並みに原料をおさえて欲しいとの希望が強かった。



※役員人事

※株式会社東食

| | |
|------------|---------|
| 代表取締役取締役会長 | 近藤 廉平 |
| 代表取締役社長 | 富永 鉄男 |
| 代表取締役専務取締役 | 須藤 泰敏 |
| 代表取締役専務取締役 | 内山 甲一 |
| 常務取締役 | 鈴木 敏雄 |
| 常務取締役 | 一柳 達正 |
| 常務取締役 | 岡田 辰雄 |
| 常務取締役 | 伊藤 守男 |
| 常務取締役 | 酒井 文雄 |
| 取締役相談役 | 長谷川 又二郎 |
| 取締役 | 平山 次郎 |
| 取締役 | 柏木 一郎 |
| 取締役 | 田窪 甲子郎 |
| 取締役 | 堀田 誠一 |
| 取締役 | 堀田 久 |
| 取締役 | 鶴 祐輔 |
| 常任監査役 | 田島 憲太郎 |
| 常任監査役 | 稲本 豊 |

※島根米穀株式会社

| | |
|-------|----------|
| 取締役会長 | 岡 賢六 |
| 取締役社長 | 大 国 富久三郎 |

| | | | |
|-------|-------|-----------|------|
| 常務取締役 | 山本 順吉 | カモ井物産株式会社 | (岡山) |
| 常務取締役 | 杉谷 恒雄 | 株式会社 有文 | (広島) |
| 常務取締役 | 三代 芳郎 | 株式会社 鈴屋 | (山口) |
| 取締役顧問 | 赤木 富雄 | 株式会社 富乾 | (富山) |
| 取締役顧問 | 佐々木 智 | 株式会社稲与商店 | (福井) |
| 取締役 | 森山 欣司 | 北陸食品株式会社 | (富山) |
| 取締役 | 長沢 潤 | | |
| 取締役 | 加田 朝彦 | | |
| 取締役 | 黒川 巖 | | |
| 取締役 | 野波 好吉 | | |
| 取締役 | 持田 治雄 | | |
| 取締役 | 柿田 藤樹 | | |
| 取締役 | 島谷 弘一 | | |
| 常任監査役 | 河原 周平 | | |
| 監査役 | 荒川 敏治 | | |
| 監査役 | 原 茂美 | | |



一般消費税で陳情

(社)日本缶詰協会では2月16日から20日にかけて農林水産大臣、大蔵大臣、主税局長等に陳情、その陳情内容は次の通り。

缶・びん詰の容器に課せられる 一般消費税に関する陳情

缶詰産業の育成強化につきましては、日頃より格別のご指導ご高配を賜り厚くお礼申しあげます。

さて、政府が昭和55年度中に導入を予定されている一般消費税につきましては、食料品は非課税扱いとすご方針と承っております。

しかるところ、缶・びん詰の主要資材である空缶・空びんについては課税対象とするやに聞き及んでおりますが、容器と内容物が一体化した食料品である缶・びん詰等につきましては、下記の理由によりこれら容器に課せられる課税相当額を還付する等の措置を是非実現させていただきたく、ここに陳情いたします。

理 由

1. 缶・びん詰は密封した後加熱殺菌を施し長期保存性を付与した食料品であるが、容器はその目的を果す機能があり、内容物と一体性を有している。

※榑祭原取締役業務部長村田清氏は同社顧問に就任とともに日之出榑社長に就任した。

〒565 豊中市千里西町3-2

電話 (06)-833-1752

日之出株式会社

取締役社長 村田 清

新規加入会員

1月以降にご入会会員は下記の通り。

| | |
|-----------|------|
| 島根米穀株式会社 | (島根) |
| 株式会社後藤商店 | (鳥取) |
| 有限会社井上商店 | (鳥取) |
| 吉田商事株式会社 | (岡山) |
| 坂口物産株式会社 | (広島) |
| ヤマエ久野株式会社 | (福岡) |

2. 缶・びん詰の生産額は、年間6,300億円に達しており、容器代は約2,000億円と生産額の3分の1相当額を占めている。

一般消費税の税率5%の場合には100億円の税負担となり、容器代の値上がりに通じる。これが生産コストを圧迫するので業界にはかりしれない影響を与えるばかりでなく、販売価格の低い一般消費者向きの製品ほど生産費に占める容器代比率が高くなり、逆進的性格を強めることにもなる。

3. 缶・びん詰は大部分が中小企業製品であり、課税分を販売価格に転嫁することは不可能である。

賛助会員消息

役員人事

エム・シーシー食品株式会社では次の通り役員人事を決定した。

| | |
|------------|-----------|
| 代表取締役社長 | 水 垣 宏三郎 |
| 専務取締役 | 森 田 耕 平 |
| 常務取締役 | 水 垣 宏 隆 |
| 取 締 役 | 水 垣 洸 |
| 取 締 役 | 大 塚 泰 生 |
| 取 締 役 | 天 尾 章 二 |
| 取 締 役 (新任) | 一 社 照 彦 |
| 取 締 役 (新任) | 工 藤 章 夫 |
| 監 査 役 | 大 嶋 久 太 郎 |

※ケンコーマヨネーズ(株)のフェア

去る2月8日から3日間、科学技術館においてケンコーマヨネーズ(株)参加により「デリカテッセン&外食産業フェア」に開催された。このたびの催しは業務用専門メーカーとしての同社が、デリカテッセン分野への開拓強化を期し、企画したもので写真、資料、展示、献立紹介など各コーナーを設け、デリカテッセンのすべてを一堂に紹介、そのユニークな企画に人気が集まった。

特別企画

加工食品業界の物流システム化 そのあり方を探る

去る3月1日および2日の2日間にわたって「加工食品物流合理化事例セミナー」が財団法人流通システム開発センター主催で、日本加工食品卸協会の協力のもとで開催された。

本セミナーは、現在加工食品業界が直面している流通問題のうち、特に物流、その中でも輸配送問題に焦点を当て、いかにこの問題に取り組むべきか、今後どのような方向に進むべきか等について、まず問題提起から入った。それに続いて4社の事例がその担当者から報告され、各講演の後にコーディネーターによるまとめと質疑応答が行なわれた。

なお、このたびの会報特別企画は、このセミナーの主催者側である財団法人流通システム開発センターの研究員羽倉弘之氏よりご協力を願いまとめあげたものである。

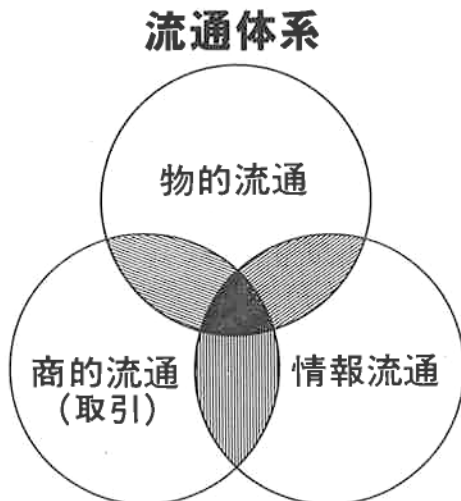
1 加工食品流通の輸配送問題を取り上げた理由

加工食品業界、特にその卸売業が現在抱えている問題は大きくわけて、物的流通と商的（取引）流通および情報流通の3つの側面から見る事ができる(図)。その問題点をテーマ別に整理すると以下の通りである。

物流 — 輸配送問題（計画配送や共同配送のネットワーク）、荷受体制、包装・荷姿（ユニット・ロード化の問題 — パレット化、コンテナ化）、荷役、倉庫・保管、在庫管理、返品処理、受発注、物流コスト、物流設備、物流関係の労働力と労働環境等

商流 — 販売（販売方法とルート）、乱売、適正利潤、取引条件、帳合制度、リベート、サイト、返品等

情報 — 帳票・コードの統一化、統計資料、POS等



以上の中で殊に重視されている問題点は輸配送問題である。また、輸配送の問題は物流のみならず、商流や情報との関係が深く、それらとの接点についても十分に検討されねばならない項目が多

々ある。

そこで、本セミナーにおいてはこの点に注目して、各講師にそれぞれ、物流と商流（日酒販）、物流と情報（広屋）、物流の面的展開（ネットワーク化）（北洋商事）、さらに以上の水平的な見方から、垂直的（業種別）に見るために菓子業界（三エス）の物流の現状についても検討した。

問題提起 — 加工食品業界の物流システムの現状と問題点

（財）流通システム開発センター主任研究員中田信哉氏より、まず加工食品業界の物流システム化への問題提起がなされた。以下要約する。

1 加工食品物流の最近の与件変化

まず、加工食品物流の最近の与件変化について述べる。先ず加工食品と非加工食品の区別を物流上の特性から見ると、加工食品は一般的に常温管理が可能で、特殊な取扱いを必要としないが、非加工食品は温度管理の必要なものもあり、したがって特殊な扱いが必要であり、その供給活動も頻度が高くなる。その結果、加工食品と非加工食品の流通チャンネルが異なって来る。ところが最近非加工食品業界からの参入またはその逆も多くなりチャンネルはいよいよ複雑化している。このように企業の多角化にともない、商品ラインも多様化して来ている。したがって商品のライフサイクルも短くなって来ている。次に、流通コストが上昇しているにもかかわらず商品の価格が上がっていない。

2 新しい物流システムの方向

(1) メーカーによる物流の統合

メーカーによる物流の統合には「横の統合」として異なる業種（商品）間の物流統合と「縦の統

合」には調達物流さらに系列（チャネル）物流とあり、これらの必要性が高まってきている。

(2) 量販店物流システムの整備

従来、量販店物流は機械的技術的なものからスタートしてきたが、現在は制度的なものへ手を加える方向に変わってきている。調達業者（卸、メーカー）を選択してロットの大きな調達を行なうとしている。たとえば保管施設を持つ流通センターを持ち、ボリューム・ディスカウントをねらったり、ナショナル・ブランドのない商品に対してP/Bを作って自社で保管する傾向が出てきている。

一方、加工食品や生鮮食品等の物流拠点（流通加工センター等）の統合化が進んできた。コールド・ロールボックス等の開発で混載が可能となり、実現可能となってきた。さらに、これらに関する量販店同志の協業化が進んでいる。

(3) ユニット化の動きと機械化

メーカーの流通センターから卸（倉庫など）へのパレチゼーションが進んできている（JIS規格のT11（1,100×1,100mm）、T8型（800×1,100mm）パレット、ビール業界は9型）。この傾向はパレット・プール・システムが使えれば、国鉄のパワム貨車やフレイトライナー（コンテナ）が利用できるなどの利点がある。

小売店に対してはJIS規格のコールド・ロール・ボックス $\left(\begin{array}{c} 800 \times 550 \text{ mm} \\ \downarrow \\ 1100 \text{ mm} \\ 2 \end{array} \right)$ を使うなどして、機器設備等との斉合性、互換性のある物流システムが可能となってきた。

(4) 情報システムの必要性

情報システム化は大手食品メーカーでは一段落したが、現在は卸段階に入ってきて、各物流拠点のネット間でオンライン化が進められている（事

例参照）。

(5) 流れるルートの変更

この点に関しては次頁の図を参照にされたい。

(6) 卸売業の対応

これらの動きに対して卸がいかに対応していくかが今後重要な課題である。

3 今後への問題点

今後の課題として以下のようなことが考えられよう。

(1) どこまで混載が可能か

今後、加工食品等の混載のための制度と各種機器装置の開発が必要である。

(2) ユニタイゼーションのレベルと技術適用

パレット・コンテナの利用範囲の拡大と荷崩防止などの技術を適用すること。

(3) 食品における共同配送

(4) 「その他」商品の問題点

はみだしていく商品（日配品など）をどう扱うか。

(5) 効率をどこに求めるか。

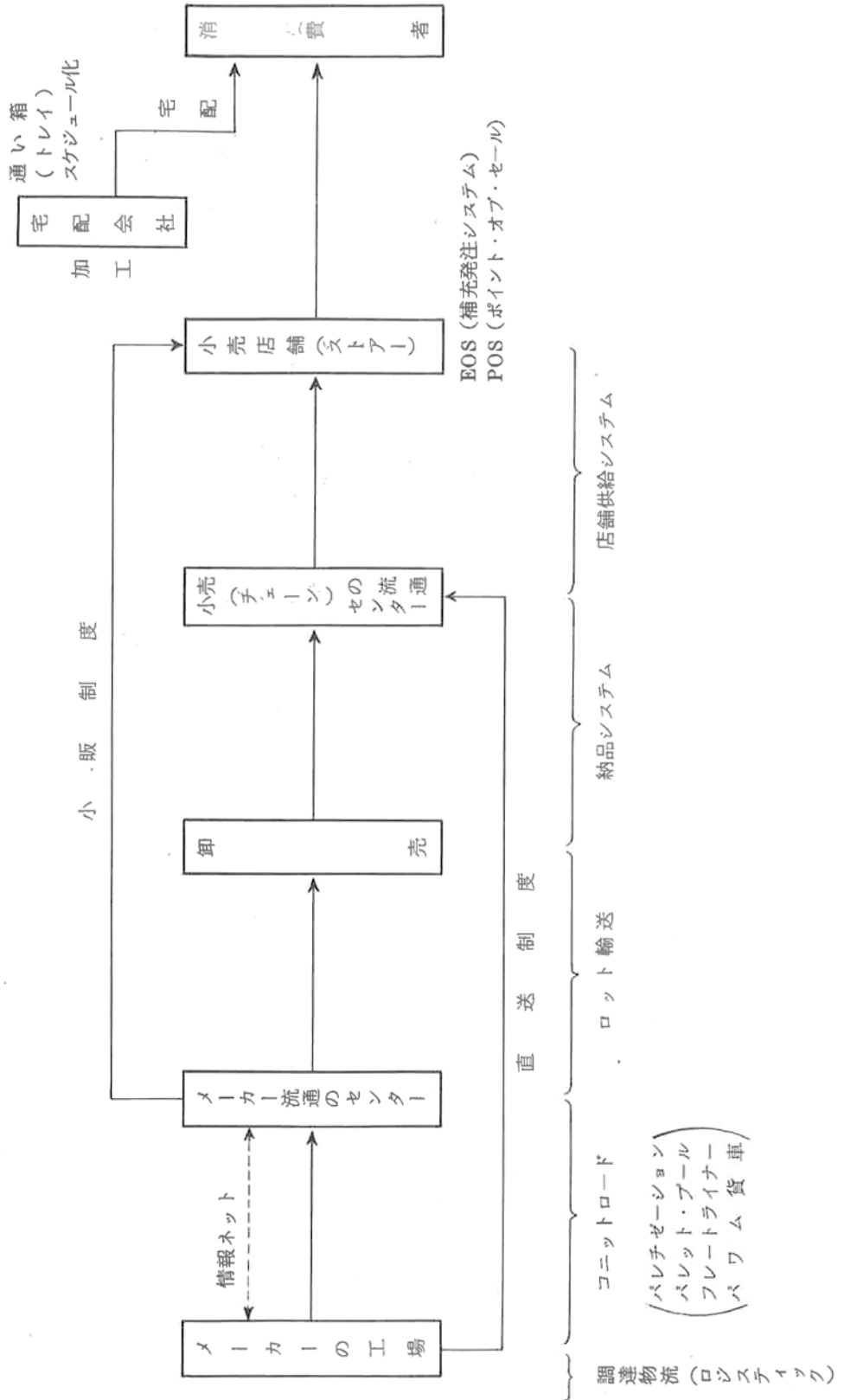
わが社の物流システム化 — 事例1 加工食品の販売物流体制の整備

まず、酒類販売の概要および酒類食品の流通機構について日本酒類販売株式会社企画室の和田実氏より説明があり、販売と物流の接点の問題点について述べた。

1 得意先の変化

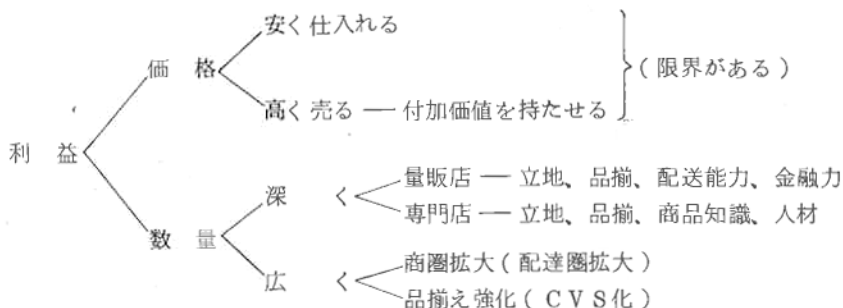
酒類食品業界の得意先の変化への対応は極めて重要である。特に酒販店のいくつかの動きの一つとしてCVS（コンビニエンス）化があげられる。もう一つは専門店化の問題である。前者は酒類のみならず食品等の巾広い品揃えが必要なのに対し

トールル流通図



て、後者は専門的な商品知識を持った深い品揃えが必要である。その他業務用店の問題もある。

このような得意先の変化に対して、卸が今とるべき対策は何かを考えてみると以下のようになる。



そこで、最も現実性のある方策は品揃えの強化（CVS化）であると結論する（CVS化の指導についてスライドで簡単に説明を加えた）。

2 与件の変化への対応策

これらの与件の変化に伴なって商品構成は多品種少量となってきたり、CVS等の増加とともに配送は多頻度になってきている。販売拡大と物流合理化とはまったく二律背反の関係にあってなかなかうまくいかないのが現状。

3 日酒販の物流政策

そこで日酒販では、キメ細かいサービスを実現させるために「小拠点主義（分散主義）」による配送を行なっている。その理由は、①得意先数が多く、小規模店が多い。②したがって、小ロット配送が多く、地理的に小路に入らねばならない。③そのため2トン車以下でなければ使用できない。一方、④大規模倉庫だと大きな商圈をカバーしなければならないため、必然的に配送距離が長くなり大型トラックを使わねばならない。⑤商品が少量多品種であると合理化に限界があり、大型と小型倉庫の合理化メリットに差が出ない。⑥小型倉庫であれば、商品管理がしやすい。また、品切、入荷状況を販売員に伝えられやすく、得意先に対

して迅速に処理ができる。

したがって現在トラックの回転率は1日2.5回という高回転率であるが、積み込み作業に物流合理化のネックがある。

4 一つの合理化案

中央営業所と晴海営業所を一ヶ所（晴海）に集約して人員、トラックなどが従来の2営業所分より節約できるという結論に達している。

5 商品管理マニュアル

最後に物流合理化の一つの有力な手段としてマニュアル化を強調する。作業の標準化、ルール化を図るために「商品管理マニュアル」と呼ばれ、作業編、帖票編、機器編、商品管理課長編の4分冊で構成されている。

わが社の物流システム化 — 事例2 物流情報システムと配送システム

1 コンピュータ・システムと物流システム化

株式会社広屋システム部の小野和男氏は、広屋にとって物流を述べるに当たってコンピュータ・システムは無視できないほど重要であると強調する。昭和49年8月本社事務センター（杉並）に

「UNIVAC 1106」を導入し、現在すべての営業所、配送所にはインプット用の端末と配送の出荷指示をする端末及び納品伝票等を出力するプリンターが数台設置され、全部オンラインで結ばれている。このように物流情報システムを重視した広屋の物流は、システム部内の物流システム課で管理されている。

2 オンラインリアルタイムによる受注から出荷

広屋では商品の本社一括管理のためにディスプレイ端末(三菱M345カラーキャラクター)を用いたメニューピックアップ方式によるインプット方法を採用している。その結果、データが正確になり(コードの間違いがなくなり)、在庫が常に更新できることにより、在庫切れの訂正がなくなった。

また、在庫日数、売上・仕入明細、実績表など迅速化が図れた。さらに、出庫指図書転記・集計違いがなく、配送車両当りの積込量の計算の自動化が行なわれた結果、「受注処理から配送処理に至る一貫処理」が可能となった。

3 物流情報システムの現状

(1) 受注システム

受注に「メニューピックアップ方式」を採用した結果、①受注処理能力の増大により売上の増加に対応できるようになり、②得意先名、商品名の画面確認により、インプットミスが激減した。また③在庫数量を即時に把握できることにより対得意先サービスが向上した。

(2) 在庫管理システム

上述のように在庫量をディスプレイより即時に把握でき、また入力された商品は同時に商品在庫マスターに対して在庫更新を行なう。各商品に対しては発注点が登録され、発注点に達した商品の

一覧表をオンラインで在庫日報として出力するため品切を防ぐことができた。

(3) 配送システム

商品在庫マスターには2トントラックでの積載率が登録されており、コンピュータは各得意先毎の受注状況をこの積載率で記憶している。配送は100%に近い積載になる様にルート別に集計され、1台分の積み荷の納品伝票と出庫指図書が出力される。さらに出庫指図書の一番最後に、納品伝票の枚数、荷為替手形の枚数、合計積載率が打ち出されるため伝票の紛失、手形の持ち忘れなどがなくなった。

当社では以上の受注、在庫、配送の各システムの有機的結びつきを重視しており、トータルとしての効率化、コストの低減化を図っている。

今後の物流情報システムは受注の増加、多様化に対応でき、商品構成の分析、在庫数量の適正化、倉庫の有効利用(母船倉庫など)、そしてサービス率の維持・向上が可能なものではなければならない。

配送面では効率面(積載率分析など)と経費面(商品別運賃など)から調査分析し、事前に配送計画を立てられる必要がある。

また計画受注が多くなれば、仕入、配送、事務作業が効率よくできる。しかし現実には当用買が増加しているため計画的にはなかなかできない。

最後に物流システムの評価は物流実システムではスピード(時間)のレベルであるが(これは早いだけではなく適切な時間に商品が確実にとどくということも大切である)、物流情報システムでは時間よりミスをなくすることが重要である。

以上を円滑に行なうために各配送所や支店との

コミュニケーションを密にするために業務部長会議などを開いている。

わが社の物流システム — 事例3 配送拠点ネットワーク化

北洋商事株式会社営業本部営業統括室の丸山幸男氏は配送センターの現状と運営および配送拠点のネットワーク化について述べた。以下要約する。

1 配送センターの現状

北海道から名古屋までに14カ所の配送センター（ほとんどは支店と併設）を持ち、その間のネットワークを結んでいる。特にそれらの配送センターのうち45年以降に建設されたものは販売の伸長に合わせて二期工事ができるように設計されている。

また各配送センターではラック保管システムを採用している。このシステムのメリットは①商品ロケーションの確定ができ、②棚卸が容易であり、③バラ物出荷の人的省力化が可能となり、④商品の破損が防止でき、⑤従業員の過労防止となり、⑥在庫管理を徹底することができるなどによって⑦全センターのシステム化が実現できた点である。しかしながら、最近の配送の小口化に伴って、倉庫機能の一部の手直しが必要となってきている。

次に配送センターの従業員の教育を徹底した結果、物流に対する認識が高まった。

2 配送センターの運営

(1) 運営予算

物流部門で運営予算管理を行なっている。営業部門より提出された在庫販売予算に基づいて、入庫予定数、配送数量等の物流量を算出し、配送センターの稼働年（日数）、チャーター車台数、料金、有料道路料金等の予算を決める。これによ

って配送や出庫経費等を含む24項にわたる予算を計上する。これが各支店営業所のセンター運営予算表として本部に送られて、全社的な次年度の予算表を各店へフィードバックする。

(2) センター月次報告

報告の内容は、センターの近況、残業、入出庫処理等の状況を初め、配送状況（チャーター変動、車輛回転率等）についての項目が含まれている。特に得意先の情報（出荷や返品状況）については強調されている。

最も詳しい報告書は「配送センター運営状況報告書」と言われ、センターと配送車の稼働状況およびその分析の3部門から構成されている。これにより、各センターの効率比較、改善点の指示、合理化の追求を行なっている。

これらにより人件費の増加にもかかわらず、物流費の増加は昨年比で1.27%のアップにおさえることができた。

(3) コンピュータ処理

主な配送センターでは50年よりコンピュータ処理を行なっている。アウトプットとしては配車表（ルート別、得意先別）、出庫統計表（販売部署別）がある。また昨年12月からパッチ伝送方式から即時出荷（ROD）方式に切り換え、夜動を完全に回避することができた。

3 配送拠点のネットワーク

横浜、蔵DCを軸に、14カ所のDCと関連会社の物流拠点の共同利用および共同保管・輸送によってネットワーク化を実現している。またパレット・システムやチャーター運賃の標準化についてもこのネットワーク化の中で検討している。

その他、この問題については、問屋向、量販店向倉庫のフルライン化、特に小口化配送体制、広

販田地域の拠点新設、オンライン化の推進（現在56年度に全センターのオンライン化を目指している）、これらによってトータルの物流費削減化を実現させようとしている。

わが社の物流システム化 — 事例4 菓子卸売業の物流合理化

菓子卸売業の物流問題については、株式会社三エス専務取締役の飯島祐助氏より報告された。以下そのポイントをまとめる。

1 菓子業界の流通特性

一般に菓子の流通は中小の卸が多段階に存在し、しかもそれに食品広域問屋や商社が介在している。

また商品は極めて嗜好性が強いいため多様化しやすく、ライフサイクルが短い。したがって取扱アイテム数が多く、さらに売れ筋の集中度が高く、品不足になりやすい。また乱売が多いが消費は伸びていない。類似品も多く混乱の基になっている。

小売形態も多様化し、全国に40万カ所もあるうえ値付け、陳列、小分け、各店配送などを卸売業が行なうことが多い。

日付けの条件が拡大しており、また返品も減らない。

2 物流システム

販売地域を全国に持つ同社は11の営業所と海外2カ所を含む5カ所の駐在所を持ち、売上の70%は2次店等販売業者へ、残りの30%はスーパーなどの小売店である。

配送は全部運送業者へ委託している。49年春にコース別曜日別計画配送体制を確立させ、ワンマン運行、大型車導入により物流合理化を実施してきたが、最近の小口化多頻度配送の傾向のため

実施困難となってきた。

3 コンピュータ・システム

今秋からコンピュータはFACOM 230からIBMシステム38に変換する。ディスプレイ端末を利用して受発注在庫コントロールをしようとするものである。またメーカー、卸・小売と同社と結びつける方法も検討している。現在大手メーカーと実験中。伝票をオンラインで換える方法である。

まとめ

以上4社の現状、問題点、改善された点、将来の構想などを要約したが、いくつかの共通点があげられよう。

加工食品業界は冒頭で述べられているように、一般的な消費ニーズの複雑化に伴ない、商品が多様化し、したがって小売店での品揃え（マーチャンダイジング）を豊富にする必要が出て来る。限られたスペースに多くの商品を用意するためには少量多品種の商品管理を必要とする。これは同時、卸に対する発注が小口化、多頻度化（当用買）を誘発し、配送回数が増えることになる。これに対応するために各社各様の苦勞が感じられる。

その対応策の一つとして、小売店の組織化があげられている。従来、小売店の組織化は小売店自身で行ってきたチェーンやメーカー主導型のものが多いが、卸自身も資本の蓄積がなされ、卸主宰の小売店組織化も進んできている。その具体的方法にCVS化（コンビニエンス・ストア）やVC化（ボランティアチェーン）がある。またこのような形で組織化が可能でない場合も、配送などの物流に関する系列化、共同化、協業化ができる。たとえば配送センター、倉庫・デポ、計算センターなどと共同で利用するなど。これらによって小

口多頻度化する受注処理や配送をロット化、計画化することが可能となる。また力による圧力にも対抗できることになる。

なお、以上あげられてきた問題点以外で、日本加工食品卸協会の昨年の調査による問題点については、下記の付表1に整理して見たので参考にされたい。

付表1

I 加工食品卸の物流上改善すべき点

《配送》

- 配送の合理化
- 末端販売業者を考慮した配送合理化
- メーカーの配送単位の再検討
- 一部メーカーの行過ぎたシステム配送の是正
- 最低配送箱数の確保
- 配送業務の複雑化
- 各社の重複配送設備と業務が多い
- 交錯輸送の是正

＜計画配送＞

- 計画配送への得意先の協力
- 定時定ルート配送推進
- あらゆる業態に対しリードタイムを確立する

＜定期配送＞

- 緊急出荷の削減

＜共同配送＞

- 共同配送システムの開発
- 共同配送ストックポイント等の研究

＜研究会＞

- 配送合理化実務研究会の開催

＜その他＞

- 小量、早期配送は改善すべき点だが、戦略とし

て必要

《荷受》

- 早朝および時間外の荷受に関して改善が必要
- 月半ばの閑散時の荷受に対して価格上でメリットをつけ月末集中の緩和

《包装荷受》

- パッケージの簡素化
- 荷姿の統一
- 商品別カートン単位の統一化（メーカーにより不揃い）

＜パレット＞

- メーカー、卸のパレットの規格統一化
- 缶詰およびナショナルブランド品等については規格パレット使用

＜ロット＞

- ロットをまとめて卸す
- メーカーの独断でロット数を決定しない
- バラ売の是正

《荷役》

- 荷役の省力化
- 積載効率の向上

《倉庫・保管》

- 自家倉庫スペースの有効管理
- 転送の長期保管の改善（共同保管）
- 倉入補助金の増額をメーカーに申し入れる

＜在庫＞

- 過剰在庫の低金利融資制度
- 直送体制を採り在庫による資金圧迫をさげ回転率を高める

- 先入先出

＜返品＞

- 返品の合理化（返品問題の解決）
- 返品処理

＜受発注＞

- 計画受発注
- 計画受注への得意先の協力
- 前日受注の徹底

＜物流コスト＞

- 物流総費用の把握および費用を原価に算入

＜物流設備＞

- 市場情勢を分析し効率的な情報提供と物流コストの抑制により物流設備、機能の展開を図る
- 近代物流設備の完備

＜労働力と労働環境＞

- 良質な労働力の確保
- 物流担当者の厚生対策、共済対策

＜その他＞

- 物流システム化
- 過剰流通
- メーカー、小売業者を含めた協業システムの開発

II 加工食品卸の商流上改善すべき点

＜総合＞

- 流通のシステム化
- 分野調整の厳守

＜販売＞

- 販売促進活動の充実

＜販売方法＞

- 新しい販売方法の開発
- 訪問販売の簡略化

＜販売ルート＞

- 既存ルートの再編整備
- 販路規制

＜乱売＞

- 乱売等による過当競争の排除
- 乱売につながる情報を流さぬようにする
- メーカーの一方的圧力による乱売の是正
- 抜けがけ安売りへの積極的な調整指導
- 安売り展示会の是正
- 価格競争に走る前に話し合いを持つ習慣の育成
- 採算割れの販売行為に対する罰則措置
- メーカー売価指導の徹底と廉売品の処置

＜利潤＞

- 低マージンに対する改善策の検討
- 適正利潤の確保
- 粗利向上

＜取引条件＞

- 取引条件が画一的でなく複雑すぎる
- 取引契約書締結の習慣の確立

＜リベート＞

- リベート制度の改善
- リベート率の是正
- リベート、立替金等の廃止
- 預け口銭の早期精算
- 払込み制をなくし本来のリベート（1～2%）

のみにする(NE T販売)

- 銘柄商品のレポートの明確な掌握ができるようメーカーに折衝

<サイト>

- 販売代金のサイト短縮の推進
- 手形サイトは長くて90日
- 回収サイトの標準化

<その他>

- 年契、月契等取極方法の改善
- 取引保証のルール化

<返品>

- 返品の是正
- 返品の慣習があり実質消化がつかみにくい

<帖票・コードと情報>

- 伝票・コードの統一化

<帖票>

- 伝票の統一化、標準化
- 統一伝票の推進
- 百貨店、チェーンストアの専用伝票の統一
- 小売の専用伝票をやめEDPS処理に一貫する
- 売上伝票の簡略化
- 見積書類の標準化

<コード>

- 統一商品コードの制定

<帳合>

- 帖合関係の合理化(帖合店からの伝票の遅れ、また不正確による売掛帳と請求書との不突合が大変厄介であり、不着品の突合にも時間を要する)

<情報処理>

- 情報流通の立ち遅れが目立つ

- 電算機の導入

<その他>

- 統計資料の統一

<業務>

- 集金業務等の合理化
- 電話での商談を活用し自動車を使わない

<卸とメーカー>

- メーカー販促依存の行過ぎ是正
- 保障金制度の廃止
- 在庫中に一定以上古くなった商品の価格を定率で下げるようメーカーと折衝する
- 製造日付を送り状の納品商品の一部として連記する

<卸と小売>

- 取引頻度が多く取引量が少ない
- 事故品引当金、賛助金を強要しないようにする

<過剰サービス>

- 値付け陳列等の過剰サービス
- 百貨店、チェーンストアへの過剰サービス

<その他>

- 円高および発展途上国からのローコスト品の輸入増への対応
- 受注から出荷までが急なため商流と物流の同時進行が困難
- 付加価値の貧しさを反省