



会 報

日 食 協

第 411 号

60. 3. 31 発行 日本加工食品卸協会

東京都中央区日本橋室町2丁目6番地(江戸ビル 4階)
〒103 電話 東京03 (241)6568・6569番

目

次

◇近代化の目標達成に業界結束	2
◇58年度物流コストの実態(関東支部調査)	5
首都圏の百貨店・スーパーにおける返品実態調査(関東支部)	6
合同委員会	8
◇第5回賛助会員世話人会で開催	9
商品委員会	10
運営委員会	11
◇小分けWGで代行費の見直し	12
◇共同配送で改善検討会設置	13
支部ニュース	13
◇四国支部で研修会◇流通懇談会を開催(北海道支部旭川Bで)	13
◇北海道支部で研修講演会◇東北支部で研修講演会	14
◇流通業務委が積極活動(関東支部)◇関東支部ブロック体制固まる	14
缶詰ブランドオーナー会	15
◇缶詰の賞味期間表示問題で回答	15
◇筍缶詰全国大会で要望	16
◇スイートコーンで情報交換	19
◇果実部会	19
◇「食品添加物」で勉強会	19
情報システム化委員会	20
会 員 消 息	21
賛助会員消息	23
関係団体報知	23

食料・飲料卸売業の中小企業近代化計画

近代化の目標達成に業界結束

昭和64年末で12兆5000億円

加工食品卸売業が昭和57年10月29日付官報告示で中小企業近代化促進法に基づく業種指定されて以来、58年3月に実態調査が実施され、その間7回にわたる調査委員会を開催のうえ去る2月27日に分科会、3月28日の農林水産部会を経て4月1日官報告示の運びとなった。

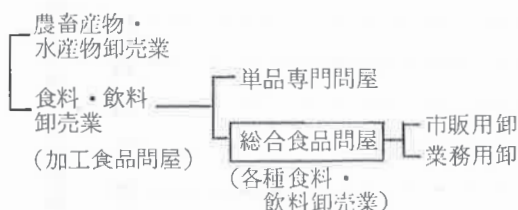
厳しい経済環境にある卸業界に取って現在最も企業に求められていることは卸売機能の充実である。近代化計画もこの卸売機能の充実を最重点に置いている。そして流通経費の節減と販売額の見通しを組み入れこれからの5カ年間、すなわち昭和64年度の末における近代化の目標が明示された。

各企業はこのたびの業界に対する目標指針が出されたことを契機に企業努力するとともに、業界全体の結束を図り目標以上の成果を具現することをもって業界の合言葉と致したい。

以下に近代化計画の骨子を掲げることとする。

各種食料・飲料卸売業の範囲

食料品の卸売業は、大別して米麦、生鮮食料品等を扱う農畜産物・水産物卸売業と加工食品を扱う食料・飲料卸売業とに分かれるが、各種食料・飲料卸売業は、後者の食料・飲料卸売業いわゆる加工食品問屋のうち、加工食品を総合的に取り扱うもの（複数の加工食品を取り扱い、かつ、1種類の加工食品が50%を超えないもの）を指す。



食料・飲料卸売業（57年）は、全体で店舗数 54,205店、企業数 39,745企業、従業者数 490,123

人、年間販売額 32,634,023百万円にのぼっているが、このうち、各種食料・飲料卸売業は、企業数で約1万5千企業、従業者数で約20万人、年間販売額で約14兆円と推計される。

項 目	合 計 ④	大企業	中小企業⑤	中小企業 比率 (⑤/④) %
企 業 数 (企業)	15,033	62	14,971	99.6
従 業 者 数 (人)	195,499	29,102	166,397	85.1
年間販売額(百万円)	14,024,308	4,206,613	9,817,695	70.0
(1人当たりの年間販売額 (百万円))	(71.7)	(144.5)	(59.0)	

資料：通商産業省「商業統計表」、日経流通新聞「食品卸売業ランキング」等

注：1) 食料・飲料卸売業全体をベースに、各種食料・飲料卸売業について推計したものである。

2) 大企業は、従業者数 100 人以上の企業とした。

5年後の近代化目標

(1) 卸売機能の充実

卸売業に対して求められる販売機能、情報機能、品揃え機能、配送機能等の諸機能について、各企業の経営資源、経営環境に即して重点的強化を図り、卸売機能の充実に努めるものとする。

(2) 流通経費の節減

販売費及び管理費については、在庫の適正化、受発注活動の合理化、配送活動の合理化等により経費の増嵩防止に努めるとともに、一人当たり販売額の向上を図り、その売上高に対する比率を基準年度(昭和59年度)とおおむね同水準に維持するよう努めるものとする。

(3) 販売額の見通し

消費者ニーズの多様化に伴う取扱商品の範囲の拡大、外食機会の増大に対応した業務用市場の拡大等を見込み、昭和64年度における販売額の目標を12兆5,000億円とする。

目標達成のための必要事項

(1) 経営管理の合理化に関する事項

在庫管理、販売管理、労務管理等において、計数的に経営を把握する体制を充実し、各企業が自社の経営状況を客観的に把握し、経営効率化の基盤の確立を図るものとする。

(2) 経営資源の強化に関する事項

① 情報及び物流のシステム化に関する事項

経営の効率化の促進と経費の節減のためには、情報処理のための機器の導入とその効率的な活用が不可欠であるが、情報関連機器の導入に当たっては、在庫管理等経営全般にわたるソフトの開発を併せて推進するものとする。なお、今後一層デ

ータ通信回線の高度利用が可能となるとみられるが、取引企業相互間の業務の迅速化、正確化及び省力化の観点から卸売業を核として受発注のオンライン化等を図る流通VANの形成とその積極的な活用を図るものとする。

また、商品の受入れ、保管、配送等の物的流通においては、計数処理の可能な経営管理手法の開発といったソフト面、機器施設の効率的活用の方途の開発といったハード面の両面にわたって積極的な取組みを推進するものとする。特に、業務用卸にあっては、外食産業のニーズに応じた前処理済食材の取扱い等についても配慮するものとする。さらに、物流関連設備の近代化に当たっては、企業の経営規模、立地条件等の実態に即して計画的に実施を図るものとする。

昭和64年度までに、近代化のため新設又は更新する設備は、別表に掲げるとおりであり、これに要する総投資額は3,000億円程度と推定される。

② 人材の育成に関する事項

経営者及び従業者の資質の向上を図るため、教育プログラムの作成、共同での教育、研修の実施等を推進し、企業を担う人材の育成確保に努めるものとする。

(3) 業態開発に関する事項

各企業の経営環境や経営資源を的確に把握し、多様化するニーズの中で自己の活動領域を明確にして他の企業に優位した機能を効率的に発揮していくための業態開発について積極的な取組みを進めることとする。

(4) 組織化、共同化に関する事項

① 組織化に関する事項

小売店、飲食店等に対して経営相談、販売促進への協力、商品情報の提供等を実施することによ

り、これら得意先との結び付きの強化を図るものとする。また、取引の改善、競争の正常化、情報のシステム化等業界一体となった取組みを必要とする課題に対応するとともに、期待される社会的な機能を十全に果たしていくため、業界の組織体制の強化を図るものとする。

② 共同化に関する事項

教育研修、PB商品の開発、情報処理システムの開発等のソフト面及び物流施設等のハード面において、それぞれ一部機能に限定したものも含めて共同化を推進し、経営効率の向上を図るものとする。

(5) 競争の正常化に関する事項

業界の連帯意識と協調理念を喚起高揚すること等により、過当競争的な体質を改め合理的な取引方式の確立を図り、競争の正常化に努めるものとする。

(6) 取引関係の改善に関する事項

取引先のメーカー、小売業、外食産業等との協調、協力体制のもとに、割戻金、返品、取引単位の小口化等の種々の取引条件の標準化、明確化について、業界全体の問題として組織体制の強化と併せて推進するものとする。

近代化で配慮すべき重要事項

(1) 従業員の福祉の向上に関する事項

従業員の労働条件の改善について十分に配慮するとともに、福利厚生施設の整備充実に努めるものとする。

(2) 消費者利益の増進に関する事項

加工食品に関する正しい商品知識の普及啓発、情報提供を行うほか、商品の品質維持、安全性の確保、規格の統一、表示の適正化等に努め、消費

者利益の増進を図るものとする。

(3) 環境の保全に関する事項

商品の保管、配送等に当たっては環境を常に清潔に保つとともに、空容器等の回収、廃棄処理についても積極的に対処することとする。また、配送車両に係る騒音、交通安全には十分配慮するものとする。

(4) その他

地震等の災害発生時において国及び地方公共団体からの出荷要請があった場合には、その保管機能、配送機能を生かして速やかに対応できるよう体制の整備に努めるものとする。

(別表)

(百万円)

種 別	数 量	金 額
機械施設		62,858
フォークリフト	6,400 台	11,520
自動移送機(コンベア等)	2,200 台	1,188
自動包装機	1,650 台	1,238
自動仕分機	11 機	152
立体自動倉庫	33 箇所	1,650
ラック	29,700 基	2,970
冷蔵(凍)庫	143,000 m ³	19,500
コンピューター	583ユニット	17,490
ロールボックス	22,000 台	770
ファクシミリ	1,760 台	880
廃棄物処理施設	2,750 施設	5,500
車両		53,350
配送用車両	16,500 台	44,550
その他の車両	4,400 台	8,800
土地	—	91,102
建物	715,000 m ²	86,658
合 計		293,968

なお、このたびの近代化計画に関連した記事としては、本誌第30号(58年3月31日発行)で「近促法・一問一答」を掲載してあるので参照していただきたい。

58 年度物流コストの実態

関東支部流通委が分析

関東支部の流通業務委員会では、57年度に引き続いて58年度（1月～12月）における加工食品の物流コスト実態調査を実施し、その取りまとめを行った。集計の結果は下記の通りである。

58 年 物 流 コ ス ト の 実 態

（表－1）

コスト区分	対売上高物流コスト率(%)					1 函 当 た り コ ス ト (円)					構 成 率 (%)				
	54年	55年	56年	57年	58年	54年	55年	56年	57年	58年	54年	55年	56年	57年	58年
輸 送 費	1.76	1.80	1.82	1.79	1.80	77.73	82.00	85.93	83.36	85.26	44.7	46.2	46.0	44.4	44.5
保 管 費	1.18	1.01	1.03	1.13	1.08	52.11	45.97	48.57	52.62	51.15	29.9	25.9	26.0	28.0	26.7
荷 役 費	0.63	0.75	0.74	0.70	0.74	27.82	34.07	34.94	32.61	35.05	16.0	19.2	18.7	17.4	18.3
情報処理費	0.37	0.34	0.37	0.41	0.43	16.34	15.44	17.37	19.15	20.37	9.4	8.7	9.3	10.2	10.5
合 計	3.94	3.90	3.96	4.03	4.05	174.00 ^円	177.48 ^円	186.81 ^円	187.74 ^円	191.83 ^円	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

マージン率の低い卸売業にとって、物流費の削減は企業経営上の重要課題の一つとなっており、物流合理化、システム化によって卸の機能を果すとともにミニマムコストの実現を図るべく各企業は鋭意努力を積み重ねてきた。

しかしながら、過去5年にわたる調査結果を見ると、対売上高コスト率は昭和55年に一時的に低くなっているものの56年から再び上昇し、57年はずいに4%に達した。

一方、これを1函当たりのコストでみると、50年以降の8年間で約37円アップ（124.5%）になっている。

特に最近、多品種少量、多頻度化、リードタイムの短縮等のニーズの強まりに伴い、荷役費および情報処理費の増大は無視できない現実となってきている。

物 流 コ ス ト の 年 次 比 較

（表－2）

コスト区分	1 函 当 た り の コ ス ト (円)									
	50年	53年	54年	55年	56年	57年	伸長率	58年	前年比伸長率	50年対比
輸 送 費	71.35	75.79	77.73	82.00	85.93	83.36	97.0	85.26	102.3	119.5
保 管 費	47.93	48.60	52.11	45.97	48.57	52.62	108.3	51.15	97.2	106.7
荷 役 費	28.05	26.69	27.82	34.07	34.94	32.61	93.3	35.05	107.5	125.0
情報処理費	6.78	13.68	16.34	15.44	17.37	19.15	110.2	20.37	106.4	300.4
合 計	154.11 ^円	164.76 ^円	174.00 ^円	177.48 ^円	186.81 ^円	187.74 ^円	100.5	191.83 ^円	102.2	124.5

以上の傾向をコスト区分別に見ると次のような特性がうかがえる。

輸 送 費； 配送の効率化等により対57年度比は抑制され、ほぼ物流量の増に見合った伸び率になった。

保 管 費； 各企業とも在庫削減に積極的な努力を図った。このため酒類の値上げにより一時的に在庫は増加したものの、年間では圧縮され金利負担の軽減が図られた。

荷 役 費； 小分け、多品種化等により入出荷作業、小分け作業が増加し、このため残業あるいは新たにパート、アルバイトを採用するなど人件費が高んだ。

情報処理費； 多品種、多頻度の受発注による情報処理費の増加、担当係の増員、残業の増加あるいはオンライン化に伴う開発人員の増加、情報機器リース料等の増加により大巾増となった。

以上の通り、項目別コスト率では輸送費、保管費の抑制がなされたものの、荷役費、情報処理費は増加しており、総体的に物流率アップの要因ともなっている。

しかし、今後の動向としては、すでに輸送費、保管費とも改善は限界にきており、多品種、少ロット、多頻度化から見て荷役費、情報処理費はますます増大する傾向が見られ、物流費問題は最も厳しい環境におかれている。

首都圏の百貨店・スーパーにおける返品の実態

関東支部の流通業務委員会（委員長 佐藤梅家氏）では このたび首都圏内における百貨店・スーパーにおける返品の実態調査を実施し、下記のような報告書を取りまとめた。

「返品」は食品卸売業にとって経営管理のうえで最重要な課題である。

返品は古くて新しい問題であり、近年消費の多様化等が進行するとともに、増加の傾向にあり早急な対応が迫られている。返品問題は企業努力での解決は不可能と言ってよく、そればかりでなく卸業界の立場だけでは解決できない。

この労多くして益ない返品の是正に当っては、量販店等の小売業、卸売業およびメーカーの3者相互が前向きに取組み解決しなければならないテーマとなっている。

関東支部の流通業務委員会では、その初期作業として59年6月、7月、8月の3カ月間にわたり首都圏の百貨店、スーパーにおける返品の実態につき調査し、このほどその取りまとめ作業を完了した。

この調査表はチャネル別総出荷函数に対する返品比率によって算出したが、以下に今回の調査結果を報告するとともに問題点を洗って見たい。

なお、日食協本部においても全国的立場での調査が実施されており返品問題は正のための作業が具体的に推進されつつある。

※ 返品の実態

① チャンネル別比較

内容区分	百貨店	スーパー
プロパー	0.55	1.03
特売商品	1.05	0.73
P B 商品	0.06	—
店舗改装陳列	—	0.02
ギフト商品	2.35	0.41
計	4.02	1.99

百貨店、スーパーとを比較すると、スーパー返品率の約2倍が百貨店返品率で4.02%となっている。

その内訳はギフト商品、特売商品が中心では9割に達する。

② チャンネル別月別比較

チャネル 月別	6月	7月	8月	平均
百貨店	1.69	4.58	15.65	4.02
スーパー	1.35	2.03	5.21	1.99

百貨店、スーパーともども8月に向って返品率が高くなっているが、特に8月についてはスーパーの3倍が百貨店返品率となっている。

③ チャンネル別内容別比較表

百貨店

内容	6月	7月	8月	6月-8月平均
プロパー	0.30	0.28	4.97	0.55
特売商品	0.75	1.25	1.36	1.05
P B 商品	0.00	0.10	0.13	0.06
店舗改装陳列	—	—	—	—
ギフト商品	0.64	2.95	9.20	2.35

スーパー

内容	6月	7月	8月	6月-8月平均
プロパー	0.70	0.98	3.12	1.03
特売商品	0.65	0.80	0.83	0.73
P B 商品	0.01	0.00	0.00	0.00
店舗改装陳列	0.00	—	0.02	0.00
ギフト商品	—	0.25	1.25	

百貨店は、ギフト商品返品とプロパー商品返品が8月に増加し、特にギフト商品返品が目立っている。

スーパーについては、ほぼ横ばいであるが、プロパー商品の8月の増が注目される。

※ 返品の問題点

① 小売業の返品姿勢に問題

百貨店、スーパーにおける返品率は、一般小売店等と比較すると高率であり、特に8月、1月においてそれが集中する。

百貨店等については、瞬間的に30%に跳ね上がることもある。

このような現象が生じる要因として、取扱っている商品を問屋に返品しても最終的にはそれらの商品はメーカーが引き取るという考え方の側面があり、従って売れないから返えすという返品が目立つことになる。

問題は、その間の経費をすべて卸が負担する立場に置かれるという点にあり、返品伝票発行コスト、集品する運賃、良品・不良品仕分けコスト、在庫保管コスト、メーカーへ商品を送るコスト等、これらの経費は別表のシミュレーションが示すごとく社会的に見ても大いなる浪費であることが理解される筈である。

② 卸売業としての問題

この返品問題は卸売業のみで解決できる問題でないだけに小売業、卸売業、メーカーの3者間で常にコンセンサスを図りつゝ対処すべきであるが、卸売業としては商品を無理に押し込むと言ったような販売姿勢を改め、小売店舗の販売見込み数を十分検討したうえで納品するコントロール努力が必要とされる。

③ メーカーとしての問題

メーカーもまた、言いなりに納品するとい

った慣行を改め納品数量を常時確認，コントロールし，また新製品についても的確な消費予測のもとに販売されることを要望したい。

※ 返品是正への方途

実態表が示すごとく，百貨店取引きにおいてはギフト商品，スーパー取引においては一般商品，特売商品の返品構成が高く，その改善が強く望まれる。

是正すべき内容形態のうち特に急がれるものとして次の点を掲げたい。

- ・値札及びステッカー貼付品の返品
- ・特売，催事販売残品の返品
- ・店頭にて商品，包装等が汚損，破損したものの返品
- ・消費者からの引取商品返品
- ・販売先企業のPB商品の返品
- ・メーカー返品不可能商品及び輸入品の返品
- ・返品伝票と現物の不一致な返品

上記の返品に対して返品廃止の方向でその是正に努めたい。

〔別表〕

返品により卸売業が負担するコスト・シミュレ

ーション

単位：円

項 目		1 函当たり金額	備 考
A	集 品	3 5 0 5	
	積 込 コ ス ト		
B	配送, 回収, 廃棄	2 5 5.7 8	
	返 品 等 の 運 賃		
C	返品情報, 現物照合コスト	3 5 0 5	
	良品, 不良品仕分けコスト, 保管費等		
D	情報処理コスト	4 0.7 4	
計	返品による負担コスト	3 6 6.6 2	

- 再販売できない場合；加工食品の1 函当たり平均単価の4,250 円に負担コストを加算すると4,616 円6 2 銭となる。

- 5 8 年度日食協関東支部「物流コスト表」（5 頁参照）を基準に算出。

合同委員会

運 営 ・ 商 品

返品の実態調査など検討

1 月22 日午前10 時から日本橋精養軒において商品、運営両委員会による合同委員会を開催した。

この合同委員会は正午から開催される第5 回賛助会員世話人会にさきがけ報告事項等を中心に協議したもの。

関連事項の協議に当たっては、情報システム化委員会の副委員長栗原悠造氏、食品取引改善委員会小分け問題ワーキンググループ座長木村哲二氏、商品委員会返品問題WG ならびに割戻金WG 座長市ノ瀬竹久氏の3 氏と返品問題の実態調査について研究担当された流通政策研究所の中村勝利氏がオブザーバー出席された。

担当の各座長より、それぞれ活動状況ならびに委員会に諮るべき問題につき報告。関係の委員長より考え方等が述べられた。

この合同委員会において①割戻金の標準化推進問題については機会を選んで地域5 団体代表者といままでの経過を説明報告する場を設ける。②114 号事件に関する日食協としての対応等について、③大型間接税の動向把握と今後の活動方向について、④量販店等のおしつけ販売の実情等で意見交

換した。

また、運営委員会関連事項としては、次回委員会において処務規程等につき事務局整備のための協議を行うことになった。

第5回賛助会員世話人会を開催

1月22日正午から日本橋精養軒において第5回賛助会員世話人会を開催した。

この賛助会員世話人会（代表世話人味の素株式会社取締役副社長鈴木忠雄氏）は13名で構成されており、日食協商品委員会8社の各委員ならびに各ワーキンググループの座長がオブザーバー出席して開かれた。

60事業年度も後半期に入り、この年度において活動協議してかためられてきた事業内容につき、その経過ならびに今後の進め方等を報告申しあげるかたちで進められた。主な内容は次の通り。

- ①量販店等に納入する商品荷姿の小口化とその現況について
- ②全国コードセンター準備委員会の進捗状況等について
- ③割戻金標準化の進捗状況等について
- ④返品問題に関する実態調査結果について
- ⑤その他

まず、都合により④の返品問題について商品委員長から、このたび第三者の調査機関である流通政策研究所に委ねて調査とりまとめられた経緯と問題の取りあげ方等について概要説明があり、流通政策研究所の中村勝利研究員の調査分析した結果の百貨店、スーパーにおける返品比率と問題点等数値にもとづく報告があった。

今回はその中間報告というかたちで進められた

が、今後のスケジュールとしては、同研究所の提言を得て、さらにWGにメーカーの方々もご参加願って検討し、改めて賛助会員世話会のみなさまにご報告申しあげたい旨、委員長の意向が述べられた。

商品荷姿の小口化とその現況については木村哲二WG座長から進捗状況と今後の動向等の報告があり、続いて食品取引改善委員会の委員長の立場で國分委員長より現在70%程度の小分け化が進み、お蔭をもって順調な進展を見ているものの、未対応商品は30%を占めている。これらの商品に対してはなお積極的な小分け改善にご協力願いたい旨要望がなされた。

全国コードセンターに関しては、その準備委員会の副委員長の立場で栗原悠造氏から同委員会内に設けられた運営部会、初期登録部会の活動状況と特に今後の設立へ向けてのスケジュール化と会費体系等具体的な説明と報告がなされ、松本情報システム化委員長よりその設立準備に対し日食協は最大限のお手伝いをする姿勢であるが、これらのシステム化はメーカーの方々にながめになっていたかなければ進展しない事業でもあり、是非前向きなご協力をお願い致したいとの希望が述べられた。

割戻金標準化の推進活動に関しては、市瀬竹久座長からこの標準化が業界コンセンサスを得てスタートして以来、どのような進捗があったかについてのアンケート結果を報告、続いて商品委員長から基本契約割戻金も殆んどが年4回の方向で進みつつあり、また随時契約についても実施済みの

メーカーが大半を占め順調に改善されてきつつあるが、期間契約割戻金に関してはほど遠しの状況にある。将来は即引化に向け十分な話し合いをさせていただきたいと思っているが、ご支援、ご叱声を賜わりながら、是非簡潔な決済方法に近づけたい旨の希望を語った。

商品委員会

返品問題報告書まとまる — 今後の対応は更に検討 —

2月19日、正午から会議室において商品委員会を開催した。

まず、さきの委員会で懸案となっていた大型小売店等からのおしつけ販売の問題につき委員会社における現状につき情報交換した。またこの問題について実態調査の実施の可否等を協議したが、なお次回で引き続き協議したいとされた。

第2議案として返品の是正問題に関する件が諮られたが、返品問題WG座長の市瀬竹久氏より、WGとしての一応の考え方について、①契約と委託の基本的問題点の把握、すなわち誤解を招き易いような販売姿勢、②新製品に関連する返品実態の掌握と対応、③返品コストの実態をつかみ内外に対する啓蒙活動の推進等今後の問題点とWGとしての活動方向を述べるとともに、このたびの流通政策研究所の報告書をベースとして、具体的に年次計画をたてたうえシリーズ的に啓蒙活動を進めたい旨、その考え方等を報告した。

廣田商品委員長からは、この返品問題については二つの分け方で考えてみたいとし、その1は新商品対応の問題および2つ目としてノーマルな商

慣習に関連する問題と組み分け、メーカー側と小売側への要望の方向を整理したいとし、各委員からの意見をもとめた。

その結果、今後の方向としては、この返品問題を生販三層がそれぞれ関心を高め、その接点において話し合いの場を持つこと、そしてこの問題について多くの意見交換することにより少しでも改善の道を探りたいとされた。

ワーキンググループはそのための作業を組み立て、特に新製品問題については酒類等他業界の対応を参考に検討を進めることになった。

また3月22日開催の商品委員会では返品問題ワーキンググループ全員の出席を得て①流通政策研究所の「返品問題最終報告に関する件、②おしつけ販売の調査実施等に関する件、③その他を協議した。

返品問題に関する最終報告は流通政策研究所の中村勝利氏よりその後補充ヒアリングした小売店の実態と意見、ならびこのたびの調査を踏まえ、第三者の立場から業界に対する提言案につき報告説明があった。

この案によると卸売業界が今後取り組むべき方向とし、まずその前提として

- (1) 返品は、長年の慣習に根づいているものだけに、完全な解決を図るためには、ある程度の時間をかけなければならない。
- (2) 返品そのものを全面的に否定することは難しい。
- (3) 卸売業界全体としての、統一的な取り組みと同時に、個々の卸売企業における改善姿勢が重要である。

(4) メーカー、卸売、小売の三者間で定期的あるいは不定期的に返品問題について話し合いの場を設けることが重要である。

以上の4項目を掲げており、その改善に当たっては、流通の垂直的方向及び水平的方向に対して継続的に取り組む必要があるとしている。

また返品問題改善のための取り組みとしては、メーカー、卸、小売の三者による協議機関の設置と小売業界に対する改善要請およびその内容としては取引契約と返品事項の明確化、返品許容の最低基準の徹底、返品連絡方法のルール化、統一化と返品手数料の一部負担等々をあげている。

さらにメーカーに対する改善並びに協力要請として、①過度の新製品発売（乱発）競争の自粛、②セールスノルマによる押込み販売の自粛、③返品受け入れの制度化、④返品処理作業または経費の一部負担をあげ、その他の業界活動としては、返品に関するデータの収集・分析・整理と卸売企業に対する啓蒙活動ならびに他業界との情報交換等々を提言している。

その提言の最後に、卸売個別企業における改善方策として①返品に対する基本的方針の明確化、②返品規約の作成、③セールスマン意識とセールス制度の改革、④管理技術の向上等を図り、日食協内に「返品問題改善委員会」（仮称）を設置し具体的改善策を作成してはどうかとの提案である。

これらの提言をもとに改めて返品問題WGで具案を練ることとなった。なおこの返品問題は—食品業界のみの問題ばかりでなく国民経済的見地から見ても大きな損失であり、そうした観点から異業種卸売界との意見交換と平行して進めて参り

たいとの意向が委員長より述べられた。

おしつけ販売の調査等の問題に関しては前回にも種々意見の交換がなされたが、この問題の実態調査の実施は現在中小企業庁内に取引現状実態等調査研究委員会が設けられ調査中であり今後改善すべき指針が示される見通しもあるため、その辺の動向も見極めつつ検討することになった。



2月19日、日食協会議室において運営委員会を開催し、①処務規程一部改正の件②職員雇用に関する件③調査研究事業等に関する件④理事会開催等に関する件⑤その他につき協議した。

処務規程については、職員の定年制を設け満60才定年とすることとし、また初任給規程の額を削除しその給与体系を本俸、特別手当、管理職手当とする。また退職金規程についてはその算出比率を全産業の平均率を参考とし改正することを決めた。

新職員の雇用については昨年10月中沢和雄主事の死亡に伴いその補充をすることとなり、選考の結果、町山靖夫氏の採用を決めた。（23頁参照）

調査研究事業等に関する件については、流通政策研究所に委嘱し実施した「加工食品取引における返品実態調査」の結果のとりまとめが完了し報告書も近々提出される運びとなったが、その支払いについては、補迫ならびに提言を同研究所より得たうえで研究調査費より全額支払うことを承認した。

理事会の開催については例年5月の定時総会開

催にさきだち4月に開催していたが、ことしは書面理事会とすることとした。

なお、定時総会の開催日時は5月24日、リビールにおいて午前中理事会、午後1時半から定時総会を開催する段取りで作業組みすることとなった。

「構造展望調査研究作業進む」

農林水産省の委託事業である「昭和59年度食品卸売業構造展望調査研究」については去る1月18日に第2回、3月25日に第3回目の委員会を開催し初年度作業は順調に進んでいる。

現在、統計分析結果ならびにアンケート結果のとりまとめを完了し、報告書の作成を急いでいるが、最近の動向を数字のうえで分析し規模構造変化については事業所単位でみた規模構造変化と企業単位で見た場合の規模構造変化等を探り、今後の動向を予測するとともに流通経路、生存率、参入率の推定等を行い、卸売業としての構造の変化と方向が探究される。

「小分けWGで代行費の見直し」

1月17日、小分けワーキンググループを開催し量販店等へ納入する商品の小分け化の進捗状況について情報交換した。

厳しい環境下にあって小分け業務はなお漸増の傾向にあり、量販店の要望が増えているのが実態であるとの報告があった。また小分けの種類も増えて経費高の趨勢にあるとし、未対応商品の早急な改善とそれらに対する代行手数料の見直しを急ぎたいとされた。

特にパート等人件費の算出は見直し作業の重要な部分であり項目を細分化し最終的とりまとめに

入る。

「返品WGが調査結果で意見交換」

1月17日返品問題WGを開催し、このほど概ね調査分析を完了した流通政策研究所の中村勝利氏を迎え、調査結果の検討ならびに今後の活動方針等を話合った。

今回の調査では売上げに対する返品比率は百貨店において4.1、大手スーパー1.7、中小スーパー1.9、CVSは0.7、単独小売0.8、卸売業1.6の率となっている。

WGではこれらの実態と自社の実態とを照合しどうであるかの判断材料にし、改善の方向を考えたいとされ、そのためにはまず返品の特許される形態の類別とそのルールづくり、ならびに返品があってはならない形態のルールづくりを行い、さらに①個々企業としてやるべきこと、②業界として解決すべき問題、③メーカー要望並びに④スーパー等への要望について原案づくりに取組むことになった。

なお2月19日の商品委員会開催に先だち、返品問題WG代表は2月14日午前中に参集し座長中心に事前打合せを行った。

「共同配送で改善検討会設置」

首都圏内の百貨店への共同配送事業は実験から実務に入っただけに10カ月を越えたことになるが、2月14日の委員会において南王運送側より配送費の改訂に協力して欲しいとの要望があり、協議の結果、共同配送改善検討会を設けることを参加メンバーで決め、その第1回会合を2月27日に行い、続いて3月8日と3月19日に第3回目を開き、検討結果をとりまとめたうえ3月26日、廣田委員

長出席のもとで検討が進められた。

南王運送側の説明によれば現在の積載効率は43%であるが、これを参加メンバーの協力を得て65%に高めたい。同時に菓子業界等の参入を得て量的カバーを図り、赤字の解消に努力したい旨述べた。

各委員側の個別発言があったあと、「この共同配送事業を円滑に継続して行くためには、共同化のメリットのためにお互い結束し現行の170円が150円でもペイできる何らかの施策がなければならない。そこでご提案申しあげたいことは、この共同配送において好ましい状態で配送できたものはケース当たり、例えば150円と言った基準料金を設定し、そうした基準から突出したもののについてはプラス50円を加算する等のルールを設けてはどうか。現在の共同配送システムはすべて170円とされており、集荷、配送体制に合った料金を具体化することを考えて見てはどうか」との提言があり、全委員ともこれに賛同、基本システム策定のためのプロジェクトチームを編成することになった。

支部ニュース

四国支部で研修会

四国支部(支部長竹内三賀男氏)では1月29日、京王プラザホテル高松で支部会員ならびに賛助会員を招き経営研修会を開催した。

講師には流通政策研究所専務理事で早稲田大学講師の宮下正房先生。この日のテーマは「情報化時代における流通革新」と題し、流通業界の今後は情報化時代への対応が決め手になる時代が到来

するとの観点で卸業界の歩むべき道を研修した。

流通懇談会を開催 北海道支部旭川Bで

北海道支部旭川ブロック(ブロック長杉野昭雄氏)では2月16日ブロック会議を開催し、このほどアンケート調査した資料にもとづき、電算ならびに情報機器利用の現状と今後の進め方を検討し、3月7日のホテル東洋においての旭川地区流通情報懇談会の開催準備に入った。

3月7日の当日は、本部より情報システム化委員会の副委員長栗原悠造氏が講師として出向き、全国コードセンターの設置ならびに小売-卸間情報の新しい対応等につき講演した。

参加者は同地区卸業者11社と地元スーパー・チェーン店8社、2団体の約60名が出席し盛況であった。

北海道支部定時総会

北海道支部(支部長新田勇三氏)では3月16日、札幌グランドホテルにおいて支部定時総会を開催した。

まず、北田専務理事より本部活動についての状況報告があり、続いて各ブロック長のブロック活動の報告等が行われた。

今後の支部活動に当たっては、役員会を主軸に基本的な活動方針を固めたいとし、改めて役員会を開催することになった。

東北支部で研修講演会

東北支部(支部長渡辺林吉氏)では1月10日支部研修講演会実施のための幹事会を開催し協議のうえ、3月8日秋湯温泉のホテル佐勘において会員、

賛助会員等80名の出席のもとに研修講演会を開いた。

講師は日食協常任理事であり商品委員長の廣田正氏〔㈱麦食専務取締役〕で「業界展望と日食協」と題し、まず業界全般にわたる展望と問題点ならびに今後のあるべき方向を大局的に述べ、さらにいま日食協が卸の全国団体としてどのような活動を展開しているかを具体的に説明、団体活動がいかに大切な局面を迎えているか等、約2時間にわたり講演、有意義な研修会であったとその評価も高かった。

流通業務委が積極活動

関東支部

関東支部の流通業務委員会(委員長佐藤梅家氏)では1月23日、2月14日、3月26日と年明け後毎月1回恒例的に開催し、物流コストの実態調査結果の業界紙発表(1月中に実施)に続き、首都圏における百貨店、スーパーの返品実態調査報告書の内容発表(2月時点)を行い内外から大きな関心と呼び集めたが、その後の反響等につき情報を交換、特に社内的にどのような資料活用がなされたか、又委員会としての今後の取り組みの基本姿勢等を話し合った。

委員会としての新年度に向けてのスケジュール化については各委員から提案が出され、4月度の委員会で具体的の方針づけすることとなった。

関東支部ブロック体制固まる

関東支部(支部長磯野計一氏)では地域卸団体との緊密なる連繋のもとでブロック活動の推進を図っているが、いままで会員メンバーが整っていなかった山梨県も会員の増員活動が進み、去る3月

6日には、支部長みずから現地に出向かれ、ブロック結成のための準備につき会員メンバーとの懇談を行った。これにより山梨ブロックは近く正式に旗上げすることになった。

また3月15日には栃木県食品卸協会〔初代会長三輪勝朗氏；㈱みのわ取締役社長〕が創立総会を開催して新発足。続いて3月19日には長野県食品卸問屋連盟の定時総会が開かれ、5代会長に㈱長野中場市場取締役社長仁科恵敏氏が就任するなど関東支部関連の県卸団体はそれぞれ活動固めの体制が整えられた。

自動車使用の合理化で 都知事から協力を要請

3月19日付で東京都知事名により日食協宛要旨下記のような要請書が届いた。

「東京都においては、自動車に起因する公害問題の重要性に鑑み、かねてから都民に対し通勤、通学等におけるマイカーなどによる自動車利用の自粛要請を行うとともに、国や自動車メーカー等に対しては各種調査研究に基づき、自動車公害の低減を図るべく、種々の要請活動を行ってきた。しかし乍ら自動車に起因する窒素酸化物などの大気汚染物質や騒音等の公害問題は未だ十分な改善が得られない状況にある。このようなことから、東京都としては、自動車公害の低減を図るべく、物質輸送に伴う自動車の走行量を現状より10%程度削減することを目標とした『自動車使用合理化指導標準』を設定し、今後自動車使用の合理化を強力に推進する予定であり、貴団体におかれても格段のご配慮をお願いしたい」。



缶詰ブランドオーナー会

缶詰の賞味期間表示問題 返品は当事者間の相対処理

缶詰の賞味期間表示問題に関しては、前号既報の通り「缶詰の賞味期間の表示を行う場合には、果実シロップ漬は4年、魚介、野菜、食肉の水煮、油漬、味付類等は5年を基とする」との申合わせを(株)日本缶詰協会が行い、その関連事項については同協会内に「缶詰賞味期間表示関連事項検討会」を設け、去る2月8日第1回目の検討会を開催した。

この検討会で協議の結果、「缶詰の賞味期間の表示によって派生する問題については、ブランドオーナーの責任において処理する」とのパッカー側の姿勢が示され、その案に対する回答が日食協CBOに対し求められた。

CBOにおいては2月18日、まず缶詰ブランドオーナー会の幹事会を開催し協議するとともに、翌19日の商品委員会に諮り、2月22日付で下記の要望内容を取りまとめ日缶協への回答とすることを決めた。

缶詰賞味期間表示に係る 関連事項についての回答

拝啓 貴協会ますますご隆昌にてお慶び申し上げます。

さて、缶詰の賞味期間表示につきましては、貴協会理事会においてこれを表示する場合の申し合わせをされ、その表示にかかわる関連事項として検討会にて「缶詰の賞味期間を表

示することによって派生した問題についてはブランドオーナーの責任において処理する」とのご提案をまとめられ、弊協会に検討するようご要請がありましたので、2月18日缶詰ブランドオーナー会幹事会、翌19日商品委員会を相次で開催し協議致しました。

つきましては、缶詰ブランドオーナーならびに流通の立場から下記の要望をもってご提案への回答とさせていただきます。

敬 具

記

1. 缶詰賞味期間表示問題に関し59年11月15日付で弊協会は、条件つきにて賛成と致しましたが、同年12月21日付貴協会のご回答は、その条件に対して何ら具体的施策を講じられておられぬ点、誠に残念に存じます。
今後の施策について前向きのご見解を明らかにしていただきたいと思います。
2. すでに表示する場合の申し合わせも決定したことであり、流通の立場としては、業界全体のコンセンサスのもとにまずオリエンテーションの実施ならびに販売促進対策を推進されることを要望します。
3. 特にシュルフライフの問題等につきましては、貴協会が編纂された資料を拝見致しましても、その当時とは状況が大きく変わっており、若干その内容には問題があります。
4. 貴協会の関連事項検討会におけるご提案は取引問題であり、このことにつきましては、「それぞれ利害関係にある当事者間において解決される場合があり得る」とされることの方が妥当であります。
5. いずれに致しましても、業界において混

乱が生じないように相互に留意しつつ、同一歩調で対処することを切望致します。

以 上

なお、上記の日食協回答に対し、日缶協では3月27日第2回目の検討会を開催したのに続き、同日の臨時総会において相対処理することもあり得るとの要望事項の確認了承がなされた。

これを機に、ブランドオーナーは適正量の計画発注に心するとともにパッカーにあっては適正生産を行い、安定した品質を消費に提供するよう努め、併せて消費者への啓蒙啓発に当たりたいとされた。

「缶詰全国大会で要望」

「新物は千円以上の値下げを期待」

3月9日、徳島県労働福祉会館において第36回缶詰全国大会が(社)日本缶詰協会主催、日食協の協賛で開催された。

この大会に先立ち缶詰ブランドオーナー会では2月6日野菜部会を開催し要望事項等の内容検討をしたうえ、次のような経過の報告と要望を行った。

59年度缶詰の経過並びに要望事項

過日、掲題に関し、日本加工食品卸協会蔬菜部会が開催され、情報交換し、協議した結果は下記の通りです。

記

① 缶詰需給の推移について

第1表(国内産需給の推移) 60.3.31 現在推定

年度	当 年 生産量	前年より キャリー オーバー	当 年 供給量	当 年 消費量	次年への キャリー オーバー
51年	430万缶	60万缶	490万缶	420万缶	70 万缶

52	400	70	470	420	50
53	340	50	390	390	-
54	400	-	400	330	70
55	430	70	500	360	140
56	350	140	490	410	80
57	350	80	430	400	30
58	420	30	450	400	50
59	380	50	430	380	50

昨年6月日缶協筍部会が集計した59年度の生産量3,434,508缶は、昨年3月の筍大会で、問題に掲げられた鹿児島県の製造量が修正されてはおるものの、依然として修正されておらぬ他県も散見されますので、信憑性を欠く点もあり、製造業者の中にも「このような数字を発表されては、生販共にミスリードされる惧れがある。」と懸念される向きもあることを申しあげます。

従って、日食協野菜部会で検討協議の結果、59年度の当年生産量は最低380万缶と見るのが妥当であろうという意見の一致を見たのであります。

次に、次年度へのキャリーオーバー50万缶についてであります。これは製造業者の手を放れ、流通段階に滞貨しているものが殆んどであります。滞貨の内容は、ホール物のA、B、CのM、S、SS、T、格別品はAツツ中、小、Bツツ中、小、キズ、折の中、小、切り、加工用等であります。

59年度の缶詰は、年間を通じて弱含みに終始し、金利・倉敷料を賄いカバー出来るほどの値上りは望めず、国内産缶詰は全く儲らぬ商材になっています。従って、昨年の3月/4月に前年よりのキャリーオーバー50万缶

が新しく生れるであろう新物予想価格に比して安値を好感されて良好に売れた後は、全くの売行不振、なおかつ利益率が低過ぎる等流通段階では問題視しており、小売部門の一部では筍の取扱いを中止したいというところも出て来ています。

結局59年度の筍缶詰は価格の設定が消費を無視し高過ぎたのであります。

第2表 (59年度国内産、台湾産、タイ産、中国産を主体としたグローバルな需給の推移)

国別	当年度 生産量 (輸入量)	前年より キャリ オーバー	当年度 供給量	当年度 消費量	次年への キャリ オーバー
国内産	380万缶	50万缶	430万缶	380万缶	50万缶
台湾	210	20	230	200	30
タイ	36	5	41	36	5
中国	70	—	70	65	5
合計	696万缶	75万缶	771万缶	681万缶	90万缶

(註) 大蔵省 日本貿易月表による。

第3表 (中国 筍缶詰 年度別輸入実績)

年度 国名	55年度	56年度	57年度	58年度	59年度
中国	114,335 缶	141,000 缶	317,992 缶	517,280 缶	703,794 缶

(註) 塩漬筍、細竹を含む。

特に、第2表・第3表を、ここに掲げました意味は、第2表では、国内産筍缶詰も各国から進攻してくる輸入品を考慮に入れて、グローバルな視野をもって長期的に立脚し、国内産の技術、生産、価格の三面を検討しながら対抗して行く必要性を訴えたいためであり、第3表は、同じ孟宗筍である中国産の逐年にわたる量的拡大の外圧の重大さをお考えいただくためのものであります。

② 輸入筍缶詰について

第4表 (輸入筍缶詰55年度以降実績)
18匁缶換算 59.2.20調べ

輸入国別	55年度	56年度	57年度	58年度	59年度
韓国	7,969缶	761缶	1,576缶	— 缶	— 缶
中国	114,335	141,000	317,992	517,280	703,794
台湾	2,198,161	2,184,265	2,303,777	2,078,898	2,098,360
香港	—	905	—	2,181	—
タイ	81,308	54,745	115,624	343,598	362,620
シンガポール	—	62	111	—	—
サバ	—	4,967	—	—	(其他)900
合計	2,401,773缶	2,386,705缶	2,739,080缶	2,941,957缶	3,165,674缶

- (註) 1. 大蔵省編日本貿易月表による。
2. 一部の国からは内容総量により輸入統計されているものもある。
3. 香港よりのものは明らかに中国産。

(1) 中国 筍缶詰の現状

59年度中国産は、日本以上の筍原料不作に見舞われたにも拘らず、248万匁(日本の作付面積は、約3.4万匁に過ぎない)という膨大な竹林面積と数多くの工場の新增設で生産能力を高め、不作をカバーし70万缶という過去最大量の対日輸出を実現しました。

しかしながら、中国産は、58年度は非常に優秀な品質のものが多く、取扱った流通段階では、一級上の価格で販売出来たり、格外の中からホール物が取れたりで、非常に儲かった商材であったものが、59年度は製造技術の未熟な新工場や不作にも拘らず、空缶消化のため無理押しに集荷した鮮度落ちの原料と、4月下旬以降は肥培管理の行届いていない中国では原料が一挙にガタ落ちすること、虫もつくことを承知の上で無理に製造を続行した結果、全くの玉石混合の製品が入ってきて、問題になりました。

とはいうものの、59年度は中国産が国内産に比して価格的に割安のため、儲けの薄い国

内産の代替品として根強い販売網と需要を確保した新年といえましょう。流通段階の各方面から、60年度は夏場までは止むを得ず国内産を取扱うが、秋口からは中国産一本で行きたい。例年より早く大量の輸入を期待する旨の声があがっているとの情報を耳にします。

本年度の中国筍原料の状況如何では、過去5カ年の輸入実績に照らし、一段と数量的な圧力が加わるものと惧れます。

(2) 台湾麻竹缶詰の現状

外国為替相場は、日本円260円代というドル高円安、ドル建て輸入商品のコスト面では近年最悪の事態に陥っております。

特に、18㍑缶は低価格なるがゆえに実需があるもので、販売価格との逆輸入現象はまぬがれず、全くの消極的な輸入状況となっております。

しかしながら何時も円安の時代ではありません。いずれ円高の時期が来れば麻竹缶詰も昔の通り外圧となり、国内産の太物、裾物の競合商品となってきます。

以上のような輸入缶詰の攻撃に困まれた国内産は、ここ数年の内に国内態勢を外圧に耐えられるように研究の上確立し、立ちむかう他ないものと憂慮致します。

③ 販売者側要望事項について

(1) 新物価格の設定は、国内産の将来を考え慎重にお願いしたい。

輸入商社筋の情報によれば、59年度の中国産の品質は芳しくなく、失敗であった。本年は再び原点にかえり、中国側に技術面の再教

育を実施し、品質管理も併せて厳重にし、巻返えしたい。一方、中国側も本年度は、日本商社側の技術指導を前提に製造に入ると言明しております。

特に、昨年もしましたが、中国は日本の新物価格を充分調査のうえ、筍缶詰交易会を開催、希望価格を提示、日中売買相互協議のうえ決定される当年の最終価格は、常に日本の出来秋価格を相当に下廻るものになります。

従って、筍缶詰業界の新物価格の設定に関与される各位におかれては、国内産の長い将来をも考慮されて長期的展望の立場にたたれ、豊作、不作に拘らず、真に消費にマッチした価格の決定を行われますよう期待申し上げます。

販売者側として、本年度新物価格は昨年度価格に比して、平均1,000円以上の値下げを一致して希望しております。これが実現されません場合は、国内産の取り扱いに消極的にならざるを得ないことを販売者側の総意として特に申し添えます。

(2) その他

例年、この大会で申し上げておりますが、国内産の品質向上のためのオールJAS受検、生産コストの低減、計画性のある缶詰製造、消費宣伝は最重要課題でありますので、この点も引き続き関係各位でご検討願ひあげます。

以上、59年度の経過並びに要望事項の報告を終りますが、大会全員の真剣なご討議を得て最大の成果をあげられる事を希望します。

以 上

「スイートコーンで情報交換」

2月6日、蔬菜部会に先だち同部会の代表と日本農産缶詰工業組合スイートコーン部会代表により、スイートコーン缶詰の情報交換を開催した。

この懇談会において最近クリームスタイルが伸び悩んでおり、その原因と対策について流通の立場ではどのように見ているかが主な懇談内容となった。

特に56年～57年におけるクリームスタイルは減退しており、その理由としてスープ類に取ってかわられたこと、それにPRの不足等が指摘された。他の商品より割安であることは事実であり、そうした面からのPRも必要との意見もあった。

「大幅な減産は確実」

果実部会

1月25日、新物みかん缶詰の情報交換を中心として果実部会を開催した。

本年の新物みかん缶詰は大幅な減産が確定的となっており、ヒネもの市況と新物手配の現況等について情報交換がなされた。

1月20日現在におけるJAS受検状況は $\frac{5}{4}$ 換算で230万函程度と見られ、2月の生産予想分130万函を含め380万函と予想する声もあった。

原料価格はキロ80円を上回る公算も強く、おそらく3月度生産は皆無との判断である。

特色としては例年より5号缶が多く、一方1号缶が入手難の状況にある。一部では1号缶の出値が900円を超えるのではないかと観測もあった。

問題は4号缶の生れ値であるが、趨勢としては小売200円を超えることは確実視されるところとの発言もあり注目された。

5号缶は4号缶の大勢が決まれば自動的に価格が生れるとの見方である。

「食品添加物」で勉強会

品質対策委員会

2月8日、品質対策委員会を開催し、去る2月4日さらに2カ月の延期措置が取られた赤色3号のFDA情報ならびに厚生省が作業中の食品添加物表示の動向について情報交換した。

この日は特にアメリカにおける赤色3号の動向を視察して来られた食品化学新聞社代表取締役の川添幸治氏、厚生省の添加物専門委員でもある榎アイゼンの取締役社長後藤力雄氏、同社高梨雅行氏の3氏を招き食品添加物に関連する勉強会を実施した。

また、年明けから日本パインアップル輸入協会、沖縄パインアップル缶詰協会を中心に作業を開始したパインアップル缶詰の国際規格専門委員会（1月10日及び2月10日開催）の検討状況について事務局報告。JAS規格との整合性について意見交換した。なお今後のスケジュールとしては3月中にとりまとめを行ったうえ一応の作業が完了する。

59年の缶詰クレーム実態表を作成

防止対策で意見交換

3月12日の品質対策委員会では、このほど集計が完了した缶詰のクレーム実態調査（59年1月～12月）の結果につき、水産大手のパッカー代表3名を招いて懇談した。

集計結果は下記の通りである。（カット内は前年度）

類 別	異物混入	品質クレーム
果 実 類	215 (254)	344 (363)
蔬 菜 類	45 (56)	93 (79)
食 肉 類	62 (54)	30 (33)
水 産 類	19 (22)	21 (18)
ジ ャ ム 類	54 (74)	202 (194)
スープ・ソース類	13 (6)	22 (17)
ジ ュ ー ス 類	5 (1)	12 (20)
び ん 詰 類	12 (14)	10 (5)
飯 類	0 (1)	2 (2)
ベ ビ ー フ ード	6 (9)	21 (19)
調理・特殊缶詰	2 (0)	2 (7)
そ の 他	1 (0)	3 (0)
合 計	434 (491)	762 (757)

以上の集計結果から見ると、異物混入にあっては57点の減となっているが品質クレームにあっては5点の増となった。

この集計結果は(社)日本缶詰協会、(財)日本缶詰検査協会、日本農産缶詰工業組合等々関連する団体を通じ、具体的に問題点を指摘しその防止対策に積極的に取組まれるよう要望することとなった。

「果実缶詰の消費者クレーム実態調査」 過去10年の集計成る

缶詰のクレーム実態の調査に当たっては、品質

対策委員会において昭和49年から継続実施してきたが、このほど同委員会の委員メンバーである飯塚直氏〔三菱食研究室長〕の協力で「果実缶詰の消費者クレーム実態調査報告書」がまとめられた。

それによると調査協力の6社で果実缶詰全体を占めるシェアは50%と見て、10年間の平均で10万函当たりのクレーム発生件数は309件で年々減少傾向にあり、この形が全国統計にスケールアップできるならば好ましいことであるとしている。



全国コードセンター設置のための作業は全国コードセンター準備委員会を中心に順調に進められており、去る1月24日の準備委員会につき2月28日に第4回、さらに3月28日に第5回目の全国コードセンター準備委を開き最終的詰めに入った。

その間2部会においては、運営部会が1月17日、2月5日、2月22日、3月15日と年明け後4回の開催を見ており、また初期登録部会も3月20日に準備委員会に諮るべき内容を検討した。

すでにこの準備委員会では、全国コードセンター規約案の作成、会費体系ならびにその徴収方法、創立総会へのスケジュール化と作業組みもほぼ完了の段階を迎えており、既にコードセンターとの調整ならびに日食協の立場からの各支部協力呼びかけなどの作業を残すのみとなっている。

総会開催は5月25日を予定しており、日食協においても4月9日に情報システム化委員会を開き具体的な協調体制を固めることになった。

なお、これらの活動を円滑に推進すべく3月4日には情報システム化委員会の正副委員長連絡会、3月22日には準備委員会代表委員との日食協事務局打合せ会等が開かれた。



※株式会社東食では1月30日開催の定時株主総会および取締役会において次の役員を選任した。

取締役会長	富永 鐵男
代表取締役社長	飯塚 三男
代表取締役専務	稲本 豊
常務取締役	伊藤 守男
常務取締役	松島 裕
常務取締役	井上 憲一
常務取締役	山野邊義人
常務取締役	河村 綱也
取締役	藤岡 勲
取締役	渡邊 信弘
取締役	重富 忠男
取締役	東条 英悟
取締役	太田 資治
取締役	佐藤 徹也
取締役	嶺 涼之介
取締役	皆川 弘之
監査役	内山 甲一
監査役	本田 恭章
監査役	大島祐之助

※株式会社関東メイカンでは1月29日開催の定時株主総会および取締役会で次の通り役員を選任した。

取締役会長	杉浦 義憲
代表取締役社長	高田 正司(新任)
専務取締役	坂井 義範
専務取締役	西村 育三
取締役(商品管理部長)	中野 昭夫

取締役(営業第二部長)	林 博道
取締役(営業管理部長)	大須賀義之
取締役(非常勤)	関 省三
取締役相談役	佐藤 良嶺

※株式会社名給では旧ろう定時株主総会および取締役会で次の通り役員を改選した。

取締役名誉会長	青木 喜平
代表取締役社長	小出 茂夫
代表取締役副社長	青木 昌博
専務取締役(管理統括)	渡辺 泰造
専務取締役(事業統括)	青木 裕暢
常務取締役(冷凍・食品)	若林 金興
常務取締役(総務)	加藤 武
常務取締役(鮮食)	内藤 功
取締役(商品流通部長)	井上 浩
取締役(業食部長)	楠木 仁
取締役(大阪支店長)	青木 剛一
取締役(商事部長)	伊藤 雅嗣
取締役(直販部長)	清水 益人
取締役(監査室長)	青木 善吉
監査役	岡本 信英
監査役	青木 房子

※㈱函館北洋は2月25日株主総会と取締役会を開き次の新役員を選任した。

代表取締役社長	齊藤 昭男(前副社長)
取締役	三上 繁(販売部長)
取締役	石輪 一男(商品部長)
取締役	野崎 容紀(業務管理部長)
取締役	渡辺 浩気(新任・非常勤)
監査役	津田喜久蔵(非常勤)

※㈱東京北洋は2月25日株主総会と取締役会を開き次の新役員を選任した。

代表取締役会長	高橋 三雄(前社長)
---------	------------

代表取締役社長	阿曾 弘三(昇 格)
専 務 取 締 役	後藤 正武(昇 格)
常 務 取 締 役	谷口 保(昇 格)
取 締 役	白津 誠治
取 締 役	三原 正昭(新 任)
取 締 役	黒田 起生(非常勤)
取 締 役	加藤 稔(非常勤)
監 査 役	松崎 圭司(非常勤)

※**㈱丹羽北洋**は2月25日株主総会と取締役会を開き新役員を選任。

代表取締役社長	田川 博達
専 務 取 締 役	関根 敏光(昇 格)
常 務 取 締 役	石川 豊(昇 格)
常 務 取 締 役	丹羽健次郎(昇 格)
取 締 役	瀧見 統之
取 締 役	黒田 起生(非常勤)
取 締 役	加藤 稔(非常勤)
監 査 役	松崎 圭司(非常勤)

※**㈱埼玉北洋**は2月21日株主総会と取締役会を開き次の新役員を選任した。

代表取締役社長	黒田 龍夫
代表取締役常務	石川 勝正(前常務)
取 締 役	永井 賢雄
取 締 役	大出 誠(非常勤)
監 査 役	松崎 圭司(非常勤)

※**フクヤ商事㈱**は2月26日株主総会と取締役会を開催し新役員を次の通り選任した。

代 表 取 締 役	津布久加一郎
代表取締役社長	津布久福次
代表取締役専務	藤本 純英(新 任)
常 務 取 締 役	松本 宏
取 締 役	香川 堯男
取 締 役	加藤 稔(非常勤)

監 査 役	松崎 圭司(非常勤)
-------	------------

※**㈱原徳商店**はこのほど株主総会と役員会を開催し次の昇格人事を決定。

代表取締役専務	堀 博(前常務)
---------	----------

※**北新商事㈱**はこのほど株主総会と取締役会を開催し新社長を決定した。

代表取締役社長	酒井 一夫(前専務)
---------	------------

【統合・新会社】

※**㈱菱食**ならびに**㈱ミ**藤田商店では函館北洋伊達支店を統合し新会社「株式会社シメイチ北洋」を設立、3月1日から次の役員で発足した。

代表取締役会長	藤田 健一
代表取締役社長	藤田 圭祐
代表取締役専務	相茶 英一
常 務 取 締 役	藤田 健吾
取 締 役	阿部 圭治
取 締 役	月岡 正明
取 締 役	菊地 文雄
取 締 役	布 隆明
取 締 役	相茶 一彦
取締役(非常勤)	(㈱菱食)飯塚 嵩
監査役(非常勤)	(㈱菱食)広田 正

【事務所移転】

※**澤田商事㈱**の長岡支店では業容の拡大に伴い、下記の新築移転先で1月21日から営業を開始している。

〒940-11 長岡市滝谷町新江島1324番地
(国道17号線山谷沢バス停前)
☎0258-82-8866(代)

【組織変更】

※**国分㈱**ではこのほど下記の通り組織変更を行った。

- ・静岡支店業務管轄の山梨県に係る食品大卸業務

を東京第一支店営業第一課に移管。

- 東京第一支店営業第二課を設置し静岡県に係る食品大卸業務を移管。
- 千葉支店販売業務課を新設。
- 仙台支店営業三課を営業企画課と名称変更。
- 仙台支店営業一課山形事務所は仙台支店山形出張所となる。
- 大阪支店KGC近畿本部を新設。
- 名古屋支店KGC東海本部を新設。

【営業所移転】

※国分(株)では江東区、中央区、千代田区など都内東部地区を担当する東京第二支店中央営業所の移転を行なった。

これは、昭和45年開設された旧営業所の業容拡大に伴う狭隘化や諸物流課題を解決すべく移転するもので、3月25日から営業を開始。

新営業所は広い保管スペースを有し、最新物流機器やコンピュータ連動の物流システムによる効率化・省力化と取引先へのサービス向上を図った。

名 称 国分株式会社 東京第二支店
中央営業所
所在地 東京都江東区新砂3-4-9

〒136 ☎ (03) 699-1251

計

報

佐藤康吉氏ご逝去

株式会社吉野屋商店・社長佐藤康吉氏は2月23日午後2時肝臓癌のため療養先の病院において逝去された。

お通夜は2月25日7時から中野区鷺宮6-29-5の自宅で行なわれ、葬儀は社葬をもって翌26日(火)13時~14時、葬儀委員長小岩井清三氏(株サンヨー堂取締役社長)によってしめやかに行なわれた。



【電話番号変更】

※ブルドックソース(株)(社長佐藤和雄氏)の本社並びに東京支店は直通方式の採用で2月4日(月)から電話番号を次の通り変更した。

本社(東京03)

総務部	(668) - 6811
事業開発部	(668) - 6823
商品企画部	(668) - 6824
経理部 経理課	(668) - 6813
” 会計課	(668) - 6814
仕入部	(668) - 6815
第一営業部 推進課	(668) - 6816
” 業務課	(666) - 8571
東京支店	(666) - 8352



【名称変更】

※日本化学調味料工業協会(会長歌田勝弘氏)は2月1日を以って名称を日本うま味調味料協会と改称した。

【日食協職員紹介】

3月1日付をもって日食協職員として町山靖夫氏(49才)が入局した。

同氏は日本蜜柑缶詰販売株式会社に受渡課長として永年勤務し、このほど同共販会社の業務縮小に伴い円満退職し、日食協勤務となったもの。

