



会 報

# 日 食 協

第 47号 61. 5. 23 発行 日本加工食品卸協会 〒103 東京都中央区日本橋室町2丁目6番地(江戸ビル4階)  
電話 東京03 (241) 6568・6569番 FAX: 03-241-1469

目

次

## 定時総会資料掲載号

◇理事会・定時総会議案	2
◇昭和60年度事業報告書	3
賛助会員世話人会(6) 運営委員会(7) 商品委員会(8) 情報システム化委員会(9)	
缶詰ブランドオーナー会(10) 8支部の活動概況(11) 会員・賛助会員内訳表(18)	
◇都内百貨店共同配送事業報告書	19
◇酒類食品全国コードセンター設立後のあゆみ	21
統一取引先コード利用のメリット	24
◇昭和60年度収支決算書	27
貸借対照表 (29) 財産目録 (30)	
◇昭和61年度事業計画	30
◇昭和61年度収支予算	38

\*\*\*\*\*

偉大なる業界リーダー國分道夫運営委員長逝く	40
弔 辞	40

特別掲載 NHK教育テレビ番組転載	
新商業経営； 多様化の時代に挑む "問屋機能の確立をめざして"	
出演 國分道夫氏	42

理 事 会	53
運営委員会	53
商品委員会	57
情報システム化委員会	58
缶詰ブランドオーナー会	59
支部ニュース	59
会 員 消 息	61
関係団体報知	62

## 理事会、定時総会開催時刻表

開催日 昭和61年5月23日(金)  
場 所 鉄道会館ルビーホール  
東京都千代田区丸の内1-9-1 東京駅八重洲口

☆ ☆

運営委員会	10:00 ~ 11:30	11階 葵の間
理 事 会	11:30 ~ 14:00	12階 羽衣の間
定 時 総 会	14:00 ~ 16:00	11階 桂の間

## 理 事 会

議 案 第1号議案 定時総会提出諸議案に関する件  
(総会提出議案に同じく)  
第2号議案 そ の 他

## 定 時 総 会 提 出 議 案

議 案 第1号議案 昭和60年度事業報告に関する件  
第2号議案 昭和60年度決算報告に関する件  
第3号議案 昭和61年度事業計画案に関する件  
第4号議案 昭和61年度会費の額及び賦課徴収方法に関する件  
第5号議案 昭和61年度収支予算案に関する件  
第6号議案 新規加入会員、退会会員に関する件  
第7号議案 任期満了に伴う役員改選に関する件  
第8号議案 その他 以 上

# 昭和60年度事業報告書

(昭和60年4月1日～昭和61年3月31日)

昭和60年度は、日食協が加工食品の全国卸団体としてスタートしてから9年目の事業年度を迎えたことになる。

この9年間、日食協はひたすら組織の充実と事業の遂行一途に活動を展開してきたが、食品業界をとりまく周辺環境は、年毎に変容のテンポを早め、日食協活動もおのずから即応力と的確な行動力をもって対応しつつ、常に新しい視点に立って事業の推進と団体基盤の構築に努めた。

60年度においては、全国卸団体としてこれまで培ってきた実績を踏まえ活動分野をさらに実質的に広げ、事業施策路線を方向づけるとともに活動の節目を明確に一区切りつけた年でもあったということができよう。

すなわち、商品委員会が2大テーマとして継続的に取り組んできた割戻金標準化の推進活動ならびに返品に関する是正問題もその方向づけが明確化され、より具体化されてきたことが挙げられる。

まず、割戻金標準化の推進についてはメーカーの前向きな協力により基本契約割戻金の年4回以上の決済期日の短縮化が進み、過半数を超える企業が日食協要望の線に沿って実施され、決済期日のモデル策定後における初期普及段階は概ね達成した。

第二段階は、基本契約割戻金の年4回決済未達メーカーに対する協力を継続要請すると同時に、生販両者のコンセンサスのもとに基本契約割戻金および随時契約割戻金の即引化について実施目標期間を定め実現化する方向づけも打ち出した。

また、返品問題については、第三者の調査研究機関である流通政策研究所に調査を委託し取りまとめられた「加工食品取引における返品問題調査研究報告書」およびその抜粋版としての「加工食品業界における返品問題の実態」を資料に、これに添えられている同研究所の提言等を踏まえ具体的な是正活動を進めるスケジュールが組まれた。その施策の第一は関係行政当局への調査結果の報告説明と指導の要請、そして日食協内部にあっては各支部の協力のもとに返品是正のための方途について十分論議し、その結果を支部独自にとりまとめ本部に提言する。

また、異業種卸業界と横断的に交流し返品問題に関する是正活動の次元の輪を広げ、さらにメーカーとの協議会の設置並びに小売業界を含めての生販三層による話合いの場づくりに向け作業を開始するとその施策手順が理事会承認となり、すでに異業種卸業界、すなわち全国石鹼洗剤化粧品歯磨雑貨卸商組合連合会ならびに全国菓子卸商業組合連合会との懇談の場が持たれ、共通認識のもとに相連繫して改善に努めることが確認された。こうした作業が進められるなかで、第7回目の賛助会員世話人会では返品問題についてメーカー、卸の両業界による改善協議会の設置が提案され早期対応する運びとなった。

以上、商品委員会が重点施策として取り組んできた割戻金標準化の推進ならびに返品問題の是正対策

は地域卸団体においても共通課題として捉えられ、地域卸5団体と共同歩調で臨むことが話われ、「食品卸団体連絡協議会」が設けられたが、地域活動推進のよき足がかりになるとして注目されている。

量販店等に納入する商品の小口化推進活動は、日食協がガイドラインを策定して以来4年目となる。その間、メーカーの前向きな協力により新商品等を中心として対応速度は早まってきており、概ね順調な推移を見せているが、しかし、なお未対応商品は全体の2割を超え、依然、卸サイドで小分け作業が続けられているのが実態であり、食品取引改善委員会のワーキンググループは、未対応メーカーには重点的に企業内における再検討を呼びかけ、物流の円滑化を図ることに努めた。

卸業界はいま、情報志向の最も求められている時代に入っている。日食協は、さきの「酒類食品全国コードセンター」の設立に当たっては、その推進母体となって協力してきたが、発足後の経過は順調であり、現在重点的に地域コードセンターの組織充実化をすすめている。また、情報システム化委員会に設けられているネットワーク検討会では、メーカー、卸間の受発注オンライン化に関し業界レベルでの標準化を図るべく適用システム分科会、商品コード分科会の両分科会で具体的案の作成作業を進めており、いずれも最終的取りまとめの段階を迎えている。

缶詰ブランドオーナー会の活動としては1昨年度来、缶詰にも賞味期間の表示を要求する問題が持ち上がり、業界のコンセンサスが図られた結果、その期間表示をする場合には、果実缶詰が4年、食肉、魚介缶詰等にあつては5年と表示することが申し合わされたが、缶詰ブランドオーナー会では、流通上に不都合な混乱が惹起せぬよう努めた。

また、食品添加物の表示問題に関しては、食品衛生法に係る厚生省当局の動静が注目されるところとなっているが、関係団体との連繋のもとに内部に対しての状況の周知、行政当局への要望等を行った。

首都圏内の百貨店に納入する商品の共同配送事業は業務を開始して2年を迎えることになるが、業務自体は順調に推移しており、物量も漸増の傾向にある。この年度の当初来から委員会では共同配送料金の基本的見直しをおこない、物量低減方式による新料金体系を設定、最も問題とされていた業務事項を解決し共同配送の円滑化を図った。

農林水産省の委託による「食品卸売業構造展望調査研究事業」は前年の基礎調査に続き第2年目の委託事業であり、同時に最終とりまとめの年度となったが、卸業界の将来構造を予測することを調査のねらいとし、2回にわたる委員会をひらき、年度末にその報告書を作成した。この報告書はこれからの業界の経営戦略を考察するうえでよき指針となるものと期待される。

60年4月1日付で告示となった食料・飲料卸売業に対する中小企業近代化計画に関しては、日食協はその窓口団体として全国8支部の協力のもとに周知徹底を図るべく「近代化計画説明会」を開催した。日食協はこの近代化計画の普及に当っては60年度を企業近代化の推進の年と位置づけ業界体質の向上に努めた。

なお、昭和62年5月25日が日食協が創立して満10年となる。これを契機としてさらに業界全体が躍進することを期し、10周年記念行事を催すこととなり、このたび実行委員会が設置されたが、大結集をも

って卸業界の結束を実証するとの自覚に立ち支部の全面協力のもとに企画立案する運びである。

昭和60年度の活動の概要は以上の如くであるが、次に理事会をはじめ委員会等の主な活動状況について報告することとしたい。

\*\*\*\*\*  
\*  
\* 理事会・定時総会 \*  
\*  
\*\*\*\*\*

【理事会】 60年5月2日、定時総会召集の日時、場所に関する件および定時総会に付議する項目、内容に関する件を書面をもって諮り、これを原案通り承認した。

これに続き5月24日、鉄道会館ルビーホールにおいて定時総会にさきがけ、59年度事業報告、同決算報告書、60年度事業計画案、同会費の額及び賦課徴収方法、同予算案、新規加入会員、退会会員、役員増員等が諮られ、提出諸原案を承認した。

上半期の活動年度を終了した時点の60年11月20日、鉄道会館ルビーホールにおいて60年度上期活動の経過報告、各支部活動状況報告、割戻金標準化の推進、返品問題対策、新規会員、退会会員、収支状況報告、10周年記念行事の実施等に関する件を協議し、割戻金標準化の推進と併わせ即引化につき準備期間を設け実施に移す件ならびに返品問題に関し、是正のための具体的スケジュール化とその手順、10周年記念実施のための実行委員会の設置等を承認した。

【定時総会】 60年5月24日、鉄道会館ルビーホールにおいて理事会に引続き午後2時から定時総会を開催し、①59年度事業報告、②同決算報告、③60年度事業計画、④会費の賦課徴収方法、⑤同収支予算案、⑥新規加入会員、⑦一部役員増員につき審議した。

59年度事業報告に関しては、中小企業近代化促進法にもとづき食料・飲料卸売業に対する近代化計画の策定に至るまでの窓口団体としての活動状況等につき特に報告がなされた。

また、農林水産省委託事業の調査結果報告、量販店等に納入する商品の小口化進捗状況とその実態、割戻金標準化の推進に関するワーキンググループの活動状況ならびに基本契約割戻金の年4回以上の決済実施状況、流通政策研究所を通じ調査委託した返品問題に関する報告書の概要と改善に向けての検討課題、酒類食品全国コードセンター設立（5月25日）に至るまでの経過報告等々、本部委員会活動につき、運営、商品、情報システム化の3委員会委員長より詳細にわたる報告があり、また、出席各支部長よりそれぞれ支部における活動状況報告がなされた。

なお、役員増員については、三友食品 関佐々木定徳氏、杉野商事 関杉野昭雄氏が新理事として選任された。

この総会には、農林水産省食品流通局商業課より高橋銃十郎課長および金谷紀彦課長補佐が臨席され高橋課長から挨拶があった。

\*\*\*\*\*  
\* 賛助会員世話人会 \*  
\*\*\*\*\*

60年12月21日、東京証券会館 9 階会議室において第 6 回賛助会員世話人会を開催した。

この世話人会における主な報告テーマは次の通りであった。

- ① 量販店等に納入する商品荷姿小口化の現況について
- ② 情報システム化委員会の活動並びに関連する諸活動について
  - イ) 酒類食品全国コードセンターの活動現況
  - ロ) ネットワーク検討会の活動現況
  - ハ) 関係官庁、他団体主宰の情報関連の研究会等の動向
- ③ 割戻金標準化の進捗状況について
- ④ 返品問題に関する調査報告書について
  - イ) 報告書にもとづく調査結果並びにその提言
  - ロ) 「返品問題改善協議会」（仮称）の設置
- ⑤ その他

以上、内容の濃い数多くの活動につき本部 3 委員会委員長、CBO 幹事長ほか情報システム化委員会副委員長、運営、商品両委員会所属のワーキンググループ座長ならびに商品委員会の委員が出席し報告した。

61年 3 月19日午前10時から日本橋精養軒において第 7 回目の賛助会員世話人会を開催した。主な報告内容は次の通り。

- ① 割戻金標準化の進捗状況並びに即引化実施目標設定等について
- ② 返品問題是正のための業界施策等について
- ③ 情報システム化委員会活動の現況について
- ④ その他、小分化の進捗状況について

この委員会の進行は運営委員長に代り廣田商品委員長がつとめ、割戻金および返品問題の活動につき、まず市ノ瀬竹久ワーキンググループ座長より報告があったあと、商品委員長より割戻金に関しては63年を目標年度として即引化を実施するよう準備したい旨、また、返品問題是正については、メーカー代表の参加協力のもとに「返品問題改善協議会」（仮称）を設置し検討を進めたい旨提案がなされた。

情報システム化委員会の活動については松本委員長より概要の報告があり、続いて栗原副委員長より全国コードセンターの運営状況、ネットワーク検討会の作業の進捗状況、その他業界に関連する情報化動向等につき詳らかな報告があった。その他量販店等に納入する商品の小分け化に関する問題点と業界動向等につき木村哲二座長より現況報告がなされた。

この第 7 回賛助会員世話人会において業界がかかえる重要課題に対しメーカー、卸間の相互理解はさ

らに深められた。

\*\*\*\*\*  
\* 運 営 委 員 会 の 活 動 概 況 \*  
\*\*\*\*\*

60年度における運営委員会活動としては、全国8支部との緊密な連繫を図ることをまず力点に置きつつ、商品委員会、情報システム化委員会ならびに缶詰ブランドオーナー会（CBO）との連動作業により、多岐にわたる事業を消化するとともに全国卸団体としての日食協の円滑運営に当たった。

まず、行政に関連した活動としては、60年4月1日に食料・飲料卸売業に対し、中小企業近代化促進法に基づく近代化計画が告示され、即日実施となったが、この計画策定が中小企業を対象としていることとは言い、近代化の促進は規模の大小を問わず共通した企業課題ともなっており、日食協はそうした観点に立って卸売業界全体のレベルアップに努めた。特に60年度は近代化計画策定の初年度活動として各支部の協力のもとで沖縄を含めた全国10カ所において農林水産省当局担当官のご参席を得て「食品卸売業における近代化計画と企業経営」を共通テーマとして近代化計画説明会を開催し積極的な普及啓蒙活動を推進した。

また、農林水産省食品流通局商業課の委託事業として「食品卸売業構造展望調査研究事業」を60年度に引続いて実施することとなり、年度内2回にわたる委員会を開催し最終事業年度のとりまとめを行った。

この報告書は、卸売業の構造変化とその要因を把握し業界の将来を展望したもので、経営戦略の資とされよう。

農林水産省の委託事業に関連し他の研究機関が窓口となって調査研究を進めている委員会には事務局より委員を派遣し協力したが、その主な参加委員会は次の通りである。

- 流通業務市街地整備計画調査 (社)農協流通研究所
- 食品容器多様化動向調査 " "
- 食品工業連関構造実態調査 (財)流通経済研究所

農林水産省食品流通局の局長委嘱による委員参加は下記の通り、

- 食品産業問題研究会 委員 國分道夫氏 委員 廣田 正氏
- 農林物資規格調査会 委員 磯野計一氏

その他、「第7回食品産業優良企業等表彰事業」「'85秋季フードウィーク」等への協力参加、年末年始時の物価安定にかかわる局長通達の周知徹底、あるいは東海地区震災対策のための緊急時における缶詰抛出在庫量の報告等にも積極的に協力した。

次に、日食協の組織内の活動としては、60年度において6回にわたる委員会を開催したが、主な活動を挙げれば、まず理事会、定時総会提出諸議案の審議、各委員会、各支部における活動、運営状況の掌握、日食協組織の法人化問題の検討、10周年記念行事の実施計画ならびに実行委員会設置等についての

検討、委員会が担当している食品取引改善委員会及びそのワーキンググループが取り組んでいる量販店等に納入する商品の小口化推進活動への支援、会報の発行、新規会員、賛助会員の勧誘等々、幅の広い活動をすすめ、協会運営に万全を期した。

その他、60年度の経営研修会を企画し、「食品業界における情報化問題を考える」をテーマとして11月20日、鉄道会館ルビーホールにおいてパネルディスカッションを開催した。

コーディネーター ; 宮下 正房氏 東京経済大学教授  
パネラー ; 谷口 優氏 ジャスコ㈱常務取締役  
中川 和夫氏 味の素㈱取締役東京支店長  
磯内 善介氏 国 分㈱常務取締役  
奈良 昭男氏 ㈱菱 食常務取締役

なお、このパネルディスカッションは日食協会報№45、46号に収録した。

\*\*\*\*\*  
\* 商品委員会の活動概況 \*  
\*\*\*\*\*

商品委員会は、年度内5回にわたる委員会を開催したが、その中心課題は割戻金標準化の推進と返品問題は正活動に絞られたと言ってよい。

まず、割戻金標準化の推進については、商品委員会の所属機関である「割戻金標準化ワーキンググループ」が商品委員会の意を帯し実務作業を進めてきたが、59年5月に「割戻金標準化に関するお願い」の書状をもってメーカーに協力呼びかけして以来、基本契約割戻金の第1目標である年4回の決済企業が増え、同ワーキンググループがその対応状況を調査の結果では、68%の企業が年4回以上の決済（即引き及び12回決済を含む）がされている実態であり、前向きに改善が進んでいる状況である。

こうした実質成果を踏まえ、情報システム化時代に相応しい新流通体系を構築するためにも、また、生販相互に経営コストの削減を図るうえからも、さらにもう一步進めた合理化が切望され、商品委員会は理事会の議を経て即引化の実施目標の設定を検討することとした。

WGは、これを受けて数度にわたって検討のうえ商品委員会にその結果を報告、委員会においてさらに協議し、会長承認を得て、61年3月19日の賛助会員世話人会で検討した結果の報告と、今後の進め方等につき意見交換した。その報告内容は次の通りである。

即引化の対象 ; 基本契約割戻金および期間契約割戻金  
目標期限の設定 ; 昭和63年のメーカー事業年度開始月より完全実施  
準備の期間 ; 昭和61年～62年の2年間。その間メーカー、卸による協議会の場を設け、十分にコンセンサスを図る。

要旨は上記の通りであるが、割戻金については即引化を最終の目標とし、その間年4回決済の末達企業への働きかけは継続的に行うこととしている。



次に、返品問題の是正については、60年10月時点で流通政策研究所がとりまとめた「加工食品取引における返品問題調査研究報告書」及びその提言と同報告書の抜粋版である「加工食品業界における返品問題の実態」につき商品委員会は、まず、業界内部に対してその実態と問題点等に関する現状認識を深めるため、全国8支部に相当部数の抜粋版を送付し、これを基礎資料として支部単位に返品に係る諸問題を十二分に論議し、意見あるいは提言を得ることとした。

また、食品業界として返品の問題が報告書にまとめられたのは初めてのことであり、行政当局に実態報告と今後の指導を得べく、60年12月3日、農林水産省食品流通局商業課及び通商産業省産業政策局商政課をそれぞれ訪れ両課の課長に報告書に抜粋版を添え、その実態と問題点等につき商品委員長より報告、併わせて今後の指導をお願いした。

続いて、第3番目の作業として異業種卸団体との話し合いの場を持つこととなり、商政課の口添えで全国石鹼洗剤化粧品歯磨雑貨卸商組合連合会および全国菓子卸商業組合連合会の会長店代表者により初の連絡懇談会を開催した。

返品に関してはいずれも共通の悩みを抱えており、是正に当たっては話し合いの場を設け、共通する問題については大いに改善に努めることが確認された。

さらに、61年3月19日開催の第7回賛助会員世話人会では、メーカー、卸による返品問題改善協議会の設置について提案し、相連繫して問題の善処に当たることとなった。

また、地域卸5団体と日食協との共通問題を話し合う場として設けられた「食品卸団体連絡協議会」においても日食協の活動路線に沿い歩調を揃え改善に努めることになった。

以上のような段階的手順を経て、さらに小売業界団体との話し合いの場を設け、生販三層の業界全体の問題として是正に努める方向を商品委員会は打ち出した。

農林水産省では、過去4年間にわたり流通問題研究協会に委ね、学識経験者グループによって「我が国のスーパーマーケットを巡る取引条件に関する調査」を実施中であり、その最終的とりまとめに当たり、「不当返品」の実態についても触れられているが、農林水産省当局担当官ならびに研究協会スタッフとによるヒヤリングに協力。取引正常化への道はより身近な距離にあり、活動展開の機はようやく熟してきたと言える。

\*\*\*\*\*  
\*\*  
\*\* 情報システム化委員会の活動概況 \*\*  
\*\*  
\*\*\*\*\*

情報システム化委員会では60事業年度において4回にわたる委員会を開催した。

当委員会の重点活動は、委員会内に設置されている「ネットワーク検討会」との連動活動であったと言ってよい。

このネットワーク検討会は、日食協が推進母体となって取り組んできた「酒類食品全国コードセンター」が発足したことに伴い、かねてから重要テーマとして検討が急がれていたメーカー・卸間の情報の

統一システム化を早期構築する必要があるとし、60年6月21日、検討機関設置のための準備会を経て、7月16日に「酒類食品ネットワーク検討会」（略称：ネットワーク検討会）をスタートさせた。

このネットワーク検討会の活動テーマとしては、①統一商品コードの設定基準および体系、②商品連絡システムの検討、③受発注システムの検討、④出荷案内（請求、支払）システムの検討、⑤販売実績報告システム、⑥オンライン化の手法（伝送手順）、⑦統一伝票の普及と見直しの7つのテーマを持ち、これらのテーマを具体的に検討するため、さらに検討会内部に「適用システム分科会」および「商品コード分科会」を置くことを決め本格的作業を開始した。

現在、2分科会の諸作業も順調に進行しており、ネットワーク検討会での最終的詰めが行われ次第委員会に諮り、業界全体のシステムとして活用する段取りとなっている。

また、酒類食品全国コードセンターが発足して3月の年度末で10カ月になるが地区コードセンターの組織化も日食協支部ならびにその傘下会員の支援を得て運営強化が図られつつある。情報システム化委員会では、この全国コードセンターの組織充実に当たりその裏方さんとして普及啓蒙、会議室の提供等前向きな姿勢で協力した。

その他、61年度から3カ年にわたり、農林水産省の委託事業として「加工食品卸売業情報化標準モデル策定調査研究」が予算化となる予定であるが、委員会活動としても密接に関連してくる事業でもあり、あらかじめ誘引に対応できるよう下打合せを行った。

通商産業省等関連の研究委員会である卸売業VAN研究委員会、物流コードシンボル委員会、流通コードセンター総合委員会等にそれぞれ委員を派遣し流通の立場から申言、要望等を行うとともにこれら関連業界のシステム化動向の周知に努めた。

\*\*\*\*\*  
\* 缶詰ブランドオーナー会の活動概況 \*  
\*\*\*\*\*

缶詰ブランドオーナー会（略称CBO）では、(社)日本缶詰協会、日本製缶協会、日本パイナップル輸入協会、沖縄パイナップル缶詰協会の4賛助会員団体をはじめ、日本蜜柑缶詰工業組合、日本農産缶詰工業組合、日本食肉缶詰工業協同組合等品種別の缶詰団体の外缶壘詰に関連する各団体と緊密に連繫しつつ、CBO内に置かれている果実、蔬菜、食肉、水産、およびパイナップルの品種別5部会を中心に市場安定化のための情報交換、販売促進対策をはじめ、必要に応じ随時協議を進めてきた外、特に60年度に入ってから食品衛生法に関連して食品添加物表示の問題が厚生省において積極的に検討されるようになり、その動向には業界として十分留意しなければならない状況となってきた。

これに伴い品質規格部会およびその傘下に所属する品質対策委員会では、情報収集とその周知につとめ、問題点については関係団体と連繫して検討し要望事項をとりまとめるなどの作業を行った。

主な品種別部会の活動としては、果実部会を5回開催し、チェリー缶詰、みかん缶詰、もも缶詰等生産シーズン期における情報交換を中心にそれぞれの単品組合とも会合し、問題点等についてブランドオ

ナーの立場から積極的にパッカーに要望し市場の安定化につとめた。

野菜部会では、たけのこ缶詰をはじめとしアスパラガス、スイートコーン、マッシュルーム、なめこ等について2回にわたり部会を開き在庫状況、生産見通し、市況の動向等の情報交換を行った。

たけのこ缶詰については第37回缶詰全国大会において60年度たけのこ缶詰の経過報告ならびに新物生産に当たり販売業者の立場からパッカーに対し、中国産孟宗たけのこ、台湾産およびタイ産麻竹の在庫状況と輸入見通しを分析し、61年度の市況は極めて厳しい状況にあり、従って新物価格の設定は国内産の将来を十分配慮する姿勢で臨まれるよう強く要望した。また、小売段階では小分け化要望が強く、それに対応するためには現行規格の見直しが必要であり、生販両者による検討会の設置を呼びかけた。

品質対策委員会では、缶詰の消費者クレームの実態調査を継続実施し、60年度で14年目を迎えたがクレーム発生防止のため関連パッカー団体に調査の実態を示し技術の向上を図られるよう要望。同時に品質の向上を目的としてみかん缶詰、マッシュルーム缶詰の開缶研究会も併わせ実施した。

また、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の賛助2団体主催によるパイン缶詰開缶研究会および「世界のパインまつり」（宮崎・富山）に協力参加した外、日本缶詰協会の消費拡大委員会と連動し缶詰料理教室の開催、農林水産省、財団法人食品産業センター共催により秋季フードウィーク、東京食生活展への参加、その他パブリンティアーの展開等を図り、缶詰の普及啓蒙につとめた。

以上のようにCBOの活動範囲は多岐にわたっているが、幹事会ならびに缶詰ブランドオーナー会の全体会議の場を通じ、円滑な缶詰流通と販売促進活動等を推進した。

\*\*\*\*\*  
\* 8 支 部 の 活 動 概 況 \*  
\* \* \* \* \*  
\*\*\*\*\*

全国8支部の60年度における活動のうち、主な共通活動としては、①食料・飲料卸売業中小企業近代化計画の施行に伴う「近代化計画説明会」の実施、②「加工食品取引における返品問題調査研究報告書」「加工食品業界における返品問題の実態」を基礎資料としての返品問題に関する支部協議および本部への提言活動、③60年度食品卸売業構造展望調査研究」アンケートの協力呼びかけ、④秋季フードウィーク及び食生活展への地域参加の呼びかけと協力、⑤年末年始時における食品円滑化と価格安定に関する局長通達の徹底、⑥商品荷姿の小口化推進、⑦割戻金標準化のモデル表徹底と決済期間短縮化の推進、⑧新規加入会員の増員活動等々である。

以下、各支部の60年度における活動概況を掲げることとする。

【北海道支部】

60年7月9日、札幌市の経済センター7階において幹事会および支部定時総会を開催し、①昭和59年度の会計報告、②新規加入会員（4社の紹介）ならびに会員の異動、③役員の変更（全員留任）ならびに支部運営（支部内に実務担当ワーキンググループ6社を決め、事務局は杉野商事株式会社札幌本部に

移管し同社米川季吉氏が担当)、④支部ブロック長を決定した。これらの基本的活動方針を決めたあと本部の活動状況につき専務理事より報告があり、続いて「食品卸売業における近代化計画と企業経営」と題し、農林水産省食品流通局商業課の金谷紀彦氏より近代化計画の説明講演会をひらいた。

さらに「全国コードセンターの設立と今後の情報対応」と題し、情報システム化委員会副委員長の栗原悠造氏による研究講習会も実施した。61年3月13日、午後1時から2時間にわたって「卸売業の情報対策と今後の進むべき方向」をテーマに札幌グランドホテルにおいて東京経済大学教授、宮下正房先生を招き、研修講演会を開催した。

また、返品問題に関しては調査研究報告書、抜粋版を参考とし支部会員の要望等をブロック単位にとり集め本部に対して問題点の提言を行った。

### 【東北支部】

6月27日、午前11時からホテル仙台プラザにおいて東北支部定時総会を開催し、昭和59年度事業報告、同決算報告。60年度事業計画、同予算案等6号議案を一括審議し原案通りこれを承認した。

続いて専務理事より本部における諸活動のうち割戻金標準化の推進ならびに返品問題の是正、量販店等に納入する商品の小口化、全国コードセンター設立後の業務進捗状況等、重点的な活動について報告があり、午後1時から別の会議室において「食品卸売業における近代化計画と企業経営」をテーマとして農林水産省食品流通局商業課係長 青木勉氏を講師に迎えて近代化計画説明会を開催した。なお、この説明会には非会員にも参加を呼びかけた。

### 【関東支部】

60年6月3日、鉄道会館ルビーホール11階、桂の間で午前11時から幹事会、午後1時から支部定時総会を開催し、59年度事業報告、同決算報告。60年度事業計画、同予算案を審議しこれを承認するとともに、一部役員の増員については、5月23日創立した埼玉県食品卸業協会の会長吉見商事㈱の大久保政一社長を幹事に選任した。

また、総会終了後、「加工食品卸売業における近代化計画と企業のめざすべき道」と題し、農林水産省食品流通局商業課金谷紀彦課長補佐より近代化計画説明講演会を開催した。なお、この講演会は東京都食品卸同業会と共催により実施した。

関東支部の活動機関として、支部内に流通業務委員会を置き意欲的な活動を展開しているが、59年7月20日の物流対策委員会から「流通業務委員会」と名称を変更して以来、通算20回(60年度内12回)の委員会を開催し、物流コスト、返品実態、オンライン受注実態、値付けステッカー貼付の作業実態、商品欠品率に対するペナルティーの実態、納品時間の指定とその実態等々、盛り沢山の諸調査を実施した。主な調査結果は次の通りである。

## 【物流コスト実態調査】

流通業務委員会の構成メンバー13社により59年度（1月～12月）における加工食品の物流コスト実態を調査した結果は下記の通り。

### <59年>物流コストの実態

コスト区分 内訳	1 函当たりのコスト (円)											
	年次	50年	51年	52年	53年	54年	55年	56年	57年	58年	59年	59/58 <sup>%</sup>
輸 送 費	71.35	-	-	75.79	77.73	82.00	85.93	83.36	85.26	88.56	103.9	124
保 管 費	47.93	-	-	48.60	52.11	45.97	48.57	52.62	51.15	51.29	100.3	107
荷 役 費	28.05	-	-	26.69	27.82	34.07	34.94	32.61	35.09	36.30	103.6	129
情報処理費	6.78	-	-	13.68	16.34	15.44	17.37	19.15	20.37	20.36	100.0	300
合 計	154.11	-	-	164.76	174.00	177.48	186.81	184.74	191.83	196.51	102.4	128

#### 1. 輸 送 費

- (1) 多品種少量、多頻度化による積載効率の悪化
- (2) 当日注文、当日納品化による車輛回転の悪化
- (3) 定時納品対応のための増車、助手の増員
- (4) 備車運賃値上げ等により、卸としては値上げ抑制、積載効率の向上、車輛回転の向上に最大の努力をしたものの輸送費としてはアップした。

#### 2. 保 管 費

多品種少量、日付管理等に対応するためのラック等の物流機器コストが増加した。しかしながら前年に引続いて在庫圧縮の努力により在庫金利が軽減され、保管費としては横這いであった。

#### 3. 荷 役 費

多品種少量化、小分け等により入出荷小分け作業が増大し、このため残業費の増加、倉庫要員の増員により人件費が高んだ。この人件費についてはパート、アルバイトで対応し、できうるかぎりその抑制に努力したが、やや増加となった。

#### 4. 情報処理費

情報化設備への経費投入は過去10年来増嵩を示してきたが、ハード面における設備も概ね整った段階を迎えており、このところ横這いの状況にある。

### <「物流コスト」で東京都卸売酒販組合と連絡会>

委員会では磯野支部長の指示により、東京都卸売酒販組合がとりまとめた配送業務アンケート調査結果の物流コストにつき、関東支部算出の上記物流コストとの整合性を検討することになり、委員会において比較分析の検討作業をしたうえ、2月21日午前10時半から日本橋精養軒において同酒販卸組合の三

源(株)、(株)大橋商店、(株)岡永の3委員会社代表と流通業務委員会の湯浅、神崎両正副委員長と支部常任幹事が出席し初の連絡会を開催した。

酒販組合との相違点としては構成項目、物流量計算方式、調査対象チャンネル、調査対象年度期間等の基本的相違点はあるが、分析算出の結果では整合性については概ね妥当という結論となった。同組合では改めて輸送合理化委員会で基本的内容を詰め、場合によっては麦酒卸売酒販組合をも含めなるべく早い機会にドッキングしたい旨の意向が示された。

【首都圏における百貨店、スーパーの返品実態調査】

首都圏における百貨店、スーパーの返品については、取引関係を有する12社の委員店により60年6月、7月、8月の3カ月を対象期間として調査した。

今年度調査の特徴は、前回は数量ベースであったのに対し金額ベースにより調査把握し、同時に返品要因、返品の問題点、改善の方向性を提示したことである。その調査結果は下記の通り。

(1) チャンネル別比較

内容	チャンネル	百貨店	スーパー
プロパー		0.96 %	0.90 %
特売商品		0.85	0.76
P. B 商品		0.15	0.01
ギフト商品		4.43	0.63
合計		6.39	2.30

(3) チャンネル別内容比較

<百貨店>

内容	月別	6月	7月	8月	6~8平均
プロパー		0.76	0.84	2.67	0.96
特売商品		0.57	0.69	3.08	0.85
P. B 商品		0.04	0.23	0.11	0.15
ギフト商品		0.44	4.60	21.02	4.43

<スーパー>

内容	月別	6月	7月	8月	6~8平均
プロパー		0.83	0.85	1.03	0.90
特売商品		0.77	0.63	0.90	0.76
P. B 商品		0.01	0.01	0.01	0.01
ギフト商品		0.08	0.53	1.34	0.63

(2) チャンネル別月別比較

チャンネル	月別	6月	7月	8月	6~8平均
百貨店		1.82	6.35	26.88	6.39
スーパー		1.69	2.02	3.28	2.30

▶ 返品の問題点

- (1) 値付けしたものの返品
- (2) 特売品の残り返品
- (3) 商品価値のない無差別返品
- (4) 商品管理不備による日付経過商品の返品
- (5) 返品数量と伝票記入数量の誤差

▶ 返品是正への方途

- (1) メーカーへの要望
  - ① 新製品の多発売の自粛
  - ② 返品処理経費の援助措置
  - ③ 特売品販売残の速かな処理
  - ④ ロット販売、リベート付販売の押込み販売

の自粛

(2) 卸側として特に改善すべき問題

- ① 返品を承知の押し込み販売を止める。
- ② 商談時での返品条件の確認
- ③ 得意先在庫の常時把握
- ④ 返品が多い得意先に対する改善強化努力

⑤ 卸売業全体の統一的行動による改善

(3) 共通の対策

- ① 卸売業界全体の統一的改善方針を作る
- ② 生販三層の懇談の場づくりと要請、責任意識の徹底

【商品研修会を実施】

11月8日、関東支部では各県ブロックに呼びかけて神奈川県川崎市の味の素(株)川崎工場の商品研修会を開催し、同工場の歴史、規模、商品開発の現状、商品特性等につき平松茂美工場長、白木正昭総務課長から詳細にわたる説明をきき、活発な質疑応答を行った。このたびの研修会は第8回目を重ねるが、工場数では11工場となり、同川崎工場での研修会は2回目である。

【東海北陸支部】

<東海ブロック>

6月20日、名古屋国際観光ホテルにおいて東海北陸支部東海ブロックの定時総会を開催し、59年度事業報告、同決算報告、60年度事業計画、予算案とも原案通り承認した。なお、幹事役員は全員留任。

また、9月27日、名古屋国際センター5階会議室において日食協東海北陸支部東海ブロックならびに中部食料品問屋連盟の共催により、中小企業近代化促進法に基づく食料・飲料卸売業の近代化計画の説明会を開催した。

この説明会には農林水産省食品流通局商業課商業振興班組織係長の布田悟氏を講師に迎え「加工食品卸売業における近代化計画と卸企業がめざすべき道」と題し実態資料等をもとに講演会をひらいた。

その他 '85 秋季フードウィークには中部食料品問屋連盟と協力し、10月10日から15日の6日間、(株)丸栄本館地下特設会場で実施された「第10回なごや食品バザール」に協賛参加した。

<北陸ブロック>

4月23日、金沢都ホテルにおいて北陸ブロック幹事会を開催し、本部活動につき専務理事より活動概要の報告があったあと、主として今後のブロック運営に関し協議がなされた。

7月30日、ホリデー・イン・金沢において午前中幹事会、午後から北陸ブロック定時総会を開催した。

この総会には、本部より國分道夫運営委員長が出席され、商品小口化の現況と日食協の今後の対応、割戻金標準化の進捗状況、返品問題に関する対策、全国コードセンター設立等につき報告があり、続いて農林水産省食品流通局商業課の金谷紀彦課長補佐による「近代化計画説明会」を開いた。

11月11日、山中温泉よしのや依緑園において北陸3県の会員が集い研修会を開催した。

研修会のねらいは、卸売業界も情報志向の時代を迎えており情報への関心は高く、これに応え企画が組まれた。まず、「全国コードセンターの現状と日食協情報システム化活動」と題し、情報システム化委員会副委員長の国分(株)システム企画室長栗原悠造氏の講演があり、これに続いて「情報化時代における食品卸売業の今後の課題」をテーマに流通政策研究所調査事業部長の工藤正敏氏により2時間にわたって研修講演会をひらいた。

## 【近畿支部】

60年5月1日、大阪キャッスルホテルにおいて「60年代の流通革新と問屋の経営戦略」をテーマとして早稲田大学教授宇野政雄先生を講師に迎え支部研修会を実施した。

5月28日、支部長店会議室において幹事会を開催し支部活動ならびに支部定時総会提出議案等につき協議した。

6月5日、午後1時から大阪キャッスルホテルにおいて近畿支部定時総会を開催し、①59年度事業報告、②同決算報告、③60年度事業計画、④同収支予算等を原案通り承認。本部活動については専務理事より運営委員会、商品委員会、情報システム化委員会および缶詰ブランドオーナー会の重点活動につき報告があり、続いて農林水産省食品流通局商業課金谷紀彦課長補佐の「加工食品卸業界における近代化計画と卸企業のめざすべき道」と題し、食料・飲料卸売業の中小企業近代化の方向とその施策に関する講演会を開催した。

10月4日、ホテル・ドウ・スポーツプラザ2階において日本バイナップル輸入協会、沖縄バイナップル缶詰協会共催、日食協協賛によるバイナップル缶詰開缶研究会が催されたが、近畿支部はこれに積極的に協力した。

12月4日、支部長店会議室において幹事会を開き、本部上期における活動状況ならびに理事会の経過報告を行ない日食協活動の周知徹底を図った。

61年1月16日、県立神戸生活科学センターにおいて輸入加工食品について商品研究会が開かれたが、支部より実務担当者を派遣し、安全性、表示問題等、流通サイドの立場で意見の交換を行った。

3月26日、大阪市南区炭屋町の網元本店において「食品流通業界の緊急課題」をテーマとして近畿地区食品卸4団体との連絡懇談会を開催した。

## 【中国支部】

8月24日、広島ステーションホテルにおいて中国支部定時総会を開催した。この総会にさきだち幹事会において定時総会提出諸議案を協議のうえ午後1時半から総会を開いた。

本部の活動状況については運営委員長の國分道夫氏が出席され、取引正常化の問題と団体としてその是正のため、どのような活動を進めているか、また、情報化時代を迎え、業界全体のシステム化に如何



に対処しつつあるかなど業界の重要テーマについて講演した。

引続き農林水産省食品流通局商業課の木内利助係長より「加工食品卸売業における近代化計画と企業がめざすべき道」と題し近代化の説明会を開いた。続いて、賛助会員をまじえての懇親会を催し、滞りなく総会日程を終了した。

#### 【四国支部】

6月25日、高松グランドホテルにおいて午前中に幹事会をひらき総会提出議案を協議し、午後1時から定時総会を開催した。

まず、佐々木副支部長の開会の挨拶があったあと竹内支部長から、最近の日食協活動ならびに団体としての社会的位置づけと今後の業界結束につき所信が述べられ、続いて専務理事より本部活動状況の報告がなされた。

総会終了後、「坂本龍馬と明治維新」と題し、郷土の作家土佐文雄氏の講演があり、引続き「加工食品卸売業における近代化計画と卸企業がめざすべき道」をテーマに農林水産省食品流通局商業課の金谷紀彦課長補佐により約1時間にわたり近代化計画説明会を開催。午後5時から賛助会員をまじえ懇親会をひらき盛況のうちに総会日程を終了した。

#### 【九州沖縄支部】

6月19日、博多の八仙閣において午前中支部幹事会をひらき、午後1時から定時総会を開催した。

この日の幹事会、総会には副会長の松下善四郎氏が出席された。

59年度事業報告、同決算。60年度事業計画、同予算等の原案を承認したあと、卸業界の現況展望を中心に日食協の活動がどういう姿勢で進められているか大局的立場での挨拶があった。返品調査による実態、割戻金標準化の進捗、商品小口化の現状等、本部の実務活動については専務理事より報告あり。総会の中合せ事項としては、問屋主宰による特売、展示即売会の自粛につき継続実施することが確認された。

総会終了後、「情報化時代における食品卸売業の今後の課題」をテーマとした流通政策研究所調査事業部長工藤正敏氏による講演会を開催した。さらに講演会に引続き農林水産省食品流通局商業課の木内利助係長による「近代化計画説明会」をひらいた。

7月18日、沖縄開発庁沖縄総合事務局農林水産部主催により、同庁舎3階会議室において「近代化計画説明会」がひらかれ、支部では関係者の参加呼びかけに協力した。

10月29日、博多市の八仙閣において幹事会を開催し今後の支部活動等を中心に協議した。特に酒類食品全国コードセンターについての支部内部の啓蒙活動の推進と加入の呼びかけ、九州沖縄地区コードセンターの運営委員会の委員推薦等が話合われた。

また、この日九州食品卸連絡懇談会を開催し、新年名刺交換会の件、九州地区コードセンター設立の

件、本部から提起された返品問題実態報告書をテキストにしての討論を実施した。その他、商品の賞味期間表示に関連してそのハンドブック作成について本部に検討を要請する件などを話合った外、「近促貸付の特別対象機械設備等」「自動販売機の管理責任体制の確保」に関しての周知を図った。

返品問題については、九州地区は長い間の商慣習等が災いし全国平均の返品率の約2倍という高い数値を示しているのが実態である。いくつかの要因があるが、その対策として、人気不発の新製品の早手じまい、賞味可能な期間の表示励行、メーカー・卸の共同による小売店への協力要請、メーカー返品引取価格の適正化等を本部へ提案した。

61年1月20日、熊本市熊本合同庁舎講堂において九州地方農林関連中小企業近代化協議会が開かれたが、九州沖縄支部からは松本嘉七支部長が出席し、食料・飲料卸売業界における現状、今後の問題点等について報告した。

以上の外、パイン缶詰2団体主催により開催された「世界パインまつり」(60.6.13日宮崎市山形屋デパート)に協力した。

☆ ☆ ☆

以上が各支部における60年度の活動概況である。

**支部、県別会員・事業所会員内訳**

(61年3月31日現在)

支部	県名	会員数	事業所 会員数	支部	県名	会員数	事業所 会員数	支部	県名	会員数	事業所 会員数
北海道	北海道	36	5	関東	新潟	5	3	中国	岡山	4	4
	計	36社	5		静岡	5	6		広島	7	11
東北	青森	3	3		東海北陸	計	91社		27	山口	3
	秋田	3	1	愛知		14	11	計	22社	15	
	岩手	3	1	三重		3		四国	香川	6	7
	山形	1		岐阜		2	1		徳島	2	
	宮城	8	8	石川		9	7		愛媛	4	1
	福島	6		富山		3	2		高知	2	1
	計	24社	13	福井		4	1	計	14社	9	
関東	東京	52	4	近畿	計	35社	22	九州沖縄	福岡	9	15
	神奈川	2	7		京都	7	4		佐賀	3	
	千葉	4	1		大阪	29	13		大分	4	
	埼玉	2			奈良	2			長崎	8	2
	栃木	5	2		滋賀	1			熊本	4	1
	群馬	1	2		兵庫	10	6		宮崎	5	2
	茨城	3		計	49社	23	鹿児島		5	1	
	長野	8	2	中国	鳥取	2			沖縄	6	1
	山梨	4			島根	6			計	44社	22

合計 315社 136事業所

会員・事業所会員・賛助会員

(61年3月31日現在)

	会 員	事業所会員	賛 助 会 員	団体賛助会員
60年3月末	326社	135事業所	116社	4団体
新規加入	4 "	2 "	1 "	—
退 会	15 "	1 "		—
61年3月末	315社	136事業所	117社	4団体

都内百貨店共同配送事業報告書

昭和59年3月24日までの約50日間の実験段階を終り、首都圏内百貨店共同配送業務が開始されて以来、満1年を迎えた時点で、配送代行費の見直しを行うこととなり、参加店9社と委員長会社および南王運送㈱で構成する「共同配送委員会」では「配送小委員会」を置き、60年4月26日を皮切りに、5月22日、6月19日、7月11日、7月24日と計5回にわたる小委員会をひらき検討した。

この小委員会の検討内容としては、基本的見直しとして、従来の1函当たりの一率運賃を改め、物量を基本とする運賃低減方式で案を練ることとし、問題点の洗い出しを行った。

その主な検討事項としては、①都内、郊外の別建、②加工食品、酒類に類別してのそれぞれの代行料金体系の検討、③時間外に扱う配送料金、④配送センターに持込んだ場合の料金、⑤早期集荷の検討、⑥備車料金の妥当制、⑦返品料金の設定等々、多岐にわたる検討を重ねた。

小委員会では、これらの検討事項のうちで時間外に扱う配送料金と、配送センターに持ち込んだ場合の料金についての検討は、これより1年を経たうえで協議することで合意され、一応保留となったが、その他の事項に関しては、概ね諒解が得られてきたので、8月21日、共同配送委員長 廣田正氏の出席のもとに委員会を開催し、次の通り最終的に、物量に基づく料金低減方式の新料金体系を決定した。この新料金体系は次の通りである。

新体系による配送・納品代行料

(単位：円)

内容 函	都 内		郊 外	
	加工食品	酒類	加工食品	酒類
1～5	222	264	290	300
6～10	185	220	242	290
11～50	168	200	220	264
51～100	165	196	215	258
101～199	163	194	213	256
200以上	160	192	208	250

- 酒類とは、1.8ℓ6本入りの酒またはビール大20本入り・中24本入り・小30本入りのものをいう。
- この料金表は下記比率により計算。  
加工食品：酒 = 1：2  
都 内：郊 外 = 1：1.3
- 集荷終了時間は7：00 PMを目途に各社改善努力する。

上記の通りであるが、返品引取料については、月間の返品数をピース単位で集計し、ピース当たり1円の手数料を支払う。

酒類も加工食品と同様とするが、その際の頻度を数値的に把握したうえで再度協議することとした。  
なお、この契約は昭和60年9月1日から61年8月30日の1年間とし、契約は参加企業の個別で行うことを決めた。

このたびの新料金体系が正式に決定して以後、その成り行きが注目されていたが、10月30日に開催した委員会での南王運送側の状況説明によると量的にも漸増の傾向を見せており、順調なすべり出しをしているとの報告があった。

その後委員会は11月26日、12月20日にそれぞれ新料金体系改正後の状況報告ならびに問題等についての意見交換を行ったが、南王運送側より提示された配送実績報告によれば60年9月、10月および11月の3カ月間で個数合計は81,456個、金額では15,945,836円。伝票合計枚数7,719枚。平均1函当たりの配送価格は195.8円となっている。

年明けの61年1月13日、メンバー店代表者により歳暮時における配送の実態と問題点等について意見交換し、事前打合せを行ったうえ1月21日委員会をひらき新料金体系の再検討を試みた。

この委員会での9月～12月の4カ月の配送実績は個数スライド制算出で加重平均単価は最高で234円、最低は173円、平均197円となっている。

問題点としては、集荷終了時間が一率でなく極端におそい企業もあり、また郊外扱いの比率が高い企業もある等、料金の割高傾向があるとの声も聞かれた。

そうした状況のもとで3月17日、年度第6回目の委員会をひらき、共同配送の現状報告、受注時間の現況とその改善点等につき協議した。

その中で受注時間については、各社まちまちであるというのが実態であり、時間外作業が増えそのためコスト高の要因となっている点があげられたが、特に問題とされたことは、時によって物品受領書の回収もれが現実に数例あったとの意見もあり、もっと厳しいチェックが必要とされた。

そうした事例もいくつかあるが、委員会では諸々の問題点の総点検と反省点等の検討を試みるため、まず、南王運送側の配送現場の状況を見聞することになった。

3月31日、正副委員長店ならびに委員代表3名は南王運送福住配送センターを訪れ、同センターの使用状況、人員配置状況、車輛配車および配送、集荷、伝票等の管理状況につき同センター責任者と意見交換した。

いずれにしても、相方それぞれいくつかの改善すべき問題は抱えているが、より円滑な業務の運営を期するため、相協力して前向きに改善努力しようとの基本姿勢で一致しており、システム合理化が徐々に進んでいる。

なお、61年1月～2月の2カ月間における輸送実績の合計はメンバー9社で42,719個、金額にして8,374,523個。伝票枚数4,524枚。1月分の単価197.66円（1枚の個数9.08）、2月分の単価194.62円（1枚の個数9.78）となっている。

共配参加店	(株) 明 治 屋	(株) サンヨー堂	三 友 食 品 (株)	国 分 (株)
	(株) 廣 屋	日本酒類販売(株)	松 下 鈴 木 (株)	(株) 岡 永
	(株) 小 網			(以上 9 社)

## 酒類食品全国コードセンター設立後のあゆみ

5月25日で酒類食品全国コードセンターは満一年を迎えることになる。この一年間、同センター運営委員会は、①全国の組織づくり②初期登録の充実③会員数の拡大を基本方針として、運営委員会下部機関としての普及促進部会および登録部会を車の両輪として活動を行ってきた。

組織づくりの面からは、既存コードセンターとしての東京、大阪、神奈川が相次いで全国に移行、同センターの基盤を確固たるものとしたのに加え、新たに北海道および東北地区においても各々地区コードセンターが設立、着々と組織づくりが進行した。今年に入って、企業間情報交換のニーズの高まりと相まって、九州沖縄、中国、四国地区での組織化にも拍車がかかり、本年度上半期ではほぼ全国の組織化が完了する予定である。

組織化の経緯は以下のとおりである。

### ＜関東コードセンター＞

- 60年5月東京コードセンター定期総会開催。酒類食品全国コードセンター設立主旨に賛同。同センターへの移行決定に関しては運営委員会に一任を決議、全会員の了承を得る。
- 60年6月東京コードセンター運営委員会開催。6月1日付をもって酒類食品全国コードセンターへの移行を決定。
- 60年6月1日東京コードセンターを母体として関東コードセンター設立。関東コードセンター運営委員会の委員構成は旧東京コードセンター運営委員会のメンバーが継続。酒類食品全国コードセンター規約により酒類食品全国コードセンター運営委員会は関東コードセンター運営委員会委員を中心に具体的活動に入る。

### 関東コードセンター委員企業

委員長	国 分 (株)	委 員	キッコーマン(株)
副委員長	味 の 素 (株)	”	麒麟ビール(株)
”	(株) 升 喜	”	サッポロビール(株)
会計監事	(株) 小 網	”	日本酒類販売(株)
委 員	アサヒビール(株)	”	(株) 広 屋

- 60年9月神奈川コードセンター定期総会開催。10月1日付をもって酒類食品全国コードセンターへの

移行を内定。会員全員承認。全国移行決定。

- 旧神奈川コードセンターより関東コードセンター運営委員会へ㈱石田屋本店を委員として推選、了承を得る。

#### <近畿コードセンター>

- 60年8月大阪コードセンター臨時総会開催。9月1日付をもって会員全員酒類食品全国コードセンターへ一括加入を決定。
- 60年9月1日大阪コードセンターを母体として近畿コードセンター設立。

##### 近畿コードセンター委員企業

委員長	アサヒビール(㈱)	委員	菊正宗酒造(㈱)
副委員長	サッポロビール(㈱)	〃	㈱喜多本店
会計監事	サントリー(㈱)	〃	㈱神戸小西商店
委員	キリンビール(㈱)	〃	㈱マエダ
〃	キッコーマン(㈱)	〃	松下鈴木(㈱)

#### <北海道コードセンター>

- 60年7月国分(㈱)札幌支店を中心に北海道コードセンター設立発起人の呼びかけ開始。
- 60年8月発起人会開催。設立総会に向けての準備作業に入る。
- 60年9月10日北海道コードセンター設立総会開催。

##### 北海道コードセンター委員企業

委員長	サッポロビール(㈱)	委員	㈱スハラ食品
副委員長	㈱北酒連	〃	古谷(㈱)
委員	国分(㈱)	〃	北海道酒類販売(㈱)
〃	杉野商事(㈱)	〃	雪印乳業(㈱)

#### <東北コードセンター>

- 60年10月発起人会開催。設立総会に向けての準備作業に入る。
- 60年11月7日東北コードセンター設立総会開催

##### 東北コードセンター委員企業

委員長	キリンビール(㈱)	委員	サッポロビール(㈱)
副委員長	国分(㈱)	〃	サントリー(㈱)
委員	味の素(㈱)	〃	日本酒類販売(㈱)
〃	キッコーマン(㈱)	〃	㈱菱食
〃	カメイ(㈱)	〃	㈱明治屋

#### <東海北陸地区>

- 名古屋コードセンターと現在調整中

<中国地区>

- 61年1月説明会開催、メーカー10社、卸9社参加。

現在、発起人企業の呼びかけを行なっている。

<四国地区>

- 61年4月ビールメーカー4社に対し説明会実施予定。現在発起人企業の呼びかけを実施中。

<九州沖縄地区>

- 61年1月発起人会開催、現在コードセンター設立に向けて調整中。

発起人企業

卸 店	メーカー
亀井通産(株)	アサヒビール(株)
寿商事(株)	キッコーマン(株)
コゲツ産業(株)	キリンビール(株)
(株)シンセイ	サッポロビール(株)
福岡酒類販売(株)	サントリー(株)
福博酒類販売(株)	
松本産業(株)	
ヤマエ久野(株)	

組織化と併行して、コードそのものの初期登録にも力が傾けられている。北海道地区においては、従来、コード管理は卸売酒販組合および北酒販(株)においておこなわれており、そのコード情報は各企業において管理が行なわれてきた。今回の全国組織の確立を期して、各社保有の情報を持ちより、より精度の高いコード情報づくりへの協力体制が確立。国分(株)、北酒連、北酒販、スハラ食品、杉野商事により約13,000件の登録が進行中である。東北地区においても、地区コードセンター運営委員会委員企業の積極的な活動により、約23,000件の登録が進行している。両地区とも5月中にはコードセンターとしての基盤づくりとしてのコード整備が完了の予定である。地区コードセンターがまだ設立していない地区においてもコードセンター事務局野村コンピュータシステム(株)により初期登録が行なわれており、四国地区、北陸地区においてコード整備作業が展開されている。当初目標の20万件登録は今秋には実現のはこびとなろう。

会員組織で運用されるコードセンターとして会員拡大への活動も重要である。現在会員数は200社を超え、都道府県単位の申込数は1,300、1都道府県あたり約30社である。今後、コード整備地区を中心として積極的に普及促進のための企画を練っている。コードセンターがPR用として作成したパンフレット要旨を紹介し、コードセンターの現況報告を結ぶこととする。

昨今の情報化社会ではコードセンターの役割はますます重要であり、各企業の注目するところである。コードセンター機能の一層の充実に期待したい。

## 統一取引先コード利用のメリット

企業活動は相手方との取り引きにより成り立っています。

取り引きの情報は、いろいろな手段で各企業間でやりとりが行われており、例えば、伝票の統一等の標準化による事務効率の追及も行われ効果をあげています。

しかし、情報交換においてより本質的なことは、情報そのものの標準化にあると考えます。

情報の標準化としては、取引先、商品、単位、荷姿等いろいろなことが考えられます。

酒類食品全国コードセンターでは、酒類食品業界の各企業が継続的に取り引きする相手を唯一のコードで管理し、情報交換のための統一取引先コードを提供いたします。

酒類食品業界の各企業が取引情報の授受を行う際、双方がこの統一取引先コードを使用することによって、個々の事務効率と精度を大幅に向上させることができ、また、業界全体としても事務処理上の大きな無駄を省くことができます。

当センターの統一取引先コードをご利用のメリットとしては、次の2つの面にわけて考えることができます。

1つは、コードそのものを管理する業務の省力化であり、つまり、コード管理上のメリットが考えられます。

1つは、統一取引先コードを利用することにより、企業間の情報交換が促進され、事務、業務の合理化、省力化が促進されます。つまりコード運用上のメリットであります。

### 1) コード管理上のメリット

コードを設定して業務を行う場合、コードのメンテナンスはつきものであり、コード管理業務が新たに発生することになります。

当センターの統一取引先コードを利用することにより、このコード管理業務の省力化を実現することができます。

《これから取引先コードを整備していく企業》においては

- ① コードセンターの統一取引先コードを使用することにより、コード付番の業務が不要となります。
- ② 漢字による住所、氏名等のコードブックがそのまま利用できます。



《統一取引先コードをすでに導入している企業》においては

- ① コード追加、内容変更、取り消しが発生した場合でも、コードセンターが一元的にコード管理業務を行うために手数が省けます。
- ② コード管理はコードセンターが責任をもって行うため、間違いがなく、精度の高いコード管理を行うことができます。
- ③ コードマスターの漢字化を行う場合、低コストで実現することができます。

また、将来的なことを考えれば、

- ① オンラインシステムによるコード管理を行うことを予定しており、整備された精度の高いコードの提供や検索がスピードアップします。
  - ② 他業界との乗り入れも考慮されており、拡張性があります。
- といったメリットが想定されます。

## 2) コード運用上のメリット

統一取引先コードを情報交換の共通言語として利用することにより、相手企業との情報交換に柔軟に対応することが可能となります。

今までの合理化、効率化は企業内における事務、業務の省力化が中心となっておこなわれてきております。しかし、今後は、対外的な取り引きの情報を有効に活用し、事務効率と精度を向上させる方向に展開していくと考えられます。

昨今の取引形態では、物流と商流は、全く別の流れとして各々の効率化が指向されております。直送、納入代行あるいは一斉出荷等がその事例と考えられます。このような取り引きにおいて特に、商流（情報流）における取引先コードの統一化には、大きなメリットがあると確信いたします。

直送取り引きをモデルとして、そのメリットを紹介します。

《メーカーのプライベート取引先コードによる出荷案内書受け入れ》の場合

- 郵送等による送付のため、出荷確認に大幅な遅れがあり、仕入計上、売上計上がタイムリーに行うことができない。
- 自社システムにデータとしてとりこむために、自社取引先コードのコーディング等に非常な手間がかかり、誤り等による問題点も多い。

《メーカーから統一取引先コードによる出荷案内書受け入れ》の場合

- 出荷案内書から直接データ化が可能となり、大きな省力化のメリットがある。
- 複数メーカーから、一取引先について同一のコードでデータ提供が行われることとなり、統一コードのメリットが発揮される。

《コンピュータ媒体による出荷案内データ受け入れ》の場合

- 出荷確定データの受け入れが大幅に迅速化される。
- メーカー側ですでに確認済みのデータのため、データの精度が大幅に向上する。

— 企業間情報交換事例 —

《受発注データ交換》

商品の多様化、短命化、発注～納品サイクルの短縮によりスピーディな受発注処理が要求され、オンライン化による受発注データ交換が進行しております。

即時性を追及する情報交換であり、そのメリットとしては次の点にあると考えます。

(発注者側のメリット)

- 伝票の入手時間が短縮し、出荷作業が早くなる。
- 発注者側に伝票を取りにくる時間と手間が省ける。
- 受注業務が正確となり、トラブルが少なくなる。
- データ入力作業が不要となり、コスト削減が可能となる。
- 受注量の増大に対して人手を増やす必要がなくなる。
- 請求書の作成に人手をかける必要がなくなり、入金データとの照合がすべて機械化できる。
- 受注管理システムの一貫したシステム化が可能となり、マネジメントの向上に役立つ。

(発注者側のメリット)

- 商品のリードタイムの短縮がはかれる。
- 受注者側の在庫管理が確立され、品切れによる未納が減少する。
- 受注者側の在庫、出荷および未納内容がオンラインで把握できる。
- 受注者へ渡す伝票の仕分け作業が不要となる。
- コンピュータの伝票作成費用が削減される。

《出荷案内データ交換》

受発注データ交換のターンアラウンド情報として、受注者から発注者へ出荷確定情報を提供するものです。

発注時における発注者側の情報がフィードバックされることにより、発注者において、事務の合理化、省力化に大きなメリットがあります。

(発注者側のメリット)

- 発注管理の精度が向上する。
- 直送分の売上請求データの作成が迅速に行える。

- 得意先への出荷案内書の作成が可能となる。
  - 為替手形付取引の入金データ、割りもどしデータの自動作成が可能となる。
  - 直送分の仕入データの作成が可能となる。
  - 請求支払い照合データとして活用できる。
  - 自社倉入データとの照合に利用できる。
  - 資金運用の効率化、タイムリーな売上把握が可能となる。
- (受注者側のメリット)
- 出荷案内書の廃止が可能となる。

◀販売実績データ交換▶

卸店における倉出し情報をメーカーに提供するものであり、メーカーにおいて生産、販売計画に有効です。

(メーカーにおけるメリット)

- 販売動向の把握の迅速化、省力化が実現できる。
- 商品開発、販売促進等の立案に役立つ。

(卸店におけるメリット)

- メーカー分析によるフィードバック情報の活用がはかれる。

## 昭和60年度 収支決算書

(自昭和60年4月1日～至昭和61年3月31日)

(収入の部)					
項 目	60年度予算額	決 算	増	減	
前年度繰越金	17,221,575円	17,221,575円	- 円	- 円	
会 費	前年度分	120,000	150,000	30,000	0
	本年度分	16,962,000	16,312,000		650,000
	新規会員分	150,000	120,000		30,000
事業所会費	810,000	816,000	6,000	0	
賛助会費	前年度分	50,000	0		50,000
	本年度分	13,850,000	13,700,000		150,000
	新規会員分	100,000	100,000		0
団体賛助会費	5,200,000	5,200,000		0	

項 目	60年度予算額	決 算	増	減
構造展望調査委託事業費	0円	3,945,000円	3,945,000円	0円
社食流協補助事業費	140,000	632,120	492,120	0
関東支部事務代行手数料	880,000	880,000		0
そ の 他	550,000	595,974	45,974	0
合 計	56,033,575円	59,672,669円	4,519,094円	880,000円
(支 出 の 部)				
項 目	60年度予算額	決 算	増	減
1. 事 業 費	23,190,000円	21,367,430円	7,832,421円	9,654,991円
① 支 部 活 動 費	8,000,000	5,630,000		2,370,000
{ 充 当 分	5,640,000	5,600,000		40,000
	{ 補 充 分	2,360,000	30,000	2,330,000
② 旅 費	1,800,000	571,100		1,228,900
③ 会 議 費	2,500,000	1,405,524		1,094,476
④ 広 報 費	5,000,000	3,043,305		1,956,695
⑤ 宣 伝 費	1,500,000	1,260,400		239,600
⑥ 交 際 費	800,000	353,680		446,320
⑦ 賛 助 費 ・ 会 費	950,000	780,000		170,000
⑧ 構造展望調査事業費	0	3,947,959	3,947,959	0
⑨ 食流協補助事業費	140,000	1,024,462	884,462	0
⑩ 調 査 研 究 費	2,500,000	351,000		2,149,000
⑪ 10周年記念引当金	0	3,000,000	3,000,000	0
2. 事 務 費	23,410,000	20,427,171		2,982,829
① 人 件 費	12,000,000	11,211,500		788,500
② 退 職 積 立 費	1,200,000	1,200,000		0
③ 借 室 費	3,960,000	3,960,000		0
④ 光 熱 ・ 水 道 費	950,000	530,920		419,080
⑤ 什 器 備 品 費	250,000	43,800		206,200
⑥ 電 話 料	800,000	346,460		453,540
⑦ 交 通 費	800,000	443,050		356,950
⑧ 函 書 費	600,000	538,130		61,870
⑨ 消 耗 費	1,200,000	781,820		418,180

項 目	60年度予算額	決 算	増	減
⑩ 厚 生 費	1,200,000円	1,054,907円		145,093円
⑪ 雑 費	450,000	316,584		133,416
3. 予 備 費	9,433,575	0		9,433,575
① 予 備 費	9,433,575	0		9,433,575
合 計	56,033,575円	41,794,601円		25,071,395円

総 収 入	59,672,669
総 支 出	41,794,601
差 引 残 高	17,878,068円

現 金	928
普 通 預 金	6,877,140
定 期 預 金	11,000,000
合 計	17,878,068円

※ 退職積立金 10,835,554円

※ 10周年記念引当金 3,000,000円

☆ ☆ ☆

## 貸 借 対 照 表

(昭和61年 3月31日現在)

資 産 の 部		負 債 の 部	
科 目	金 額	科 目	金 額
現 金	928 円	当 年 度 剩 余 金	17,878,068 円
銀 行 預 金	17,877,140	基 金	13,915,554
電 話 加 入 権	80,000		
退 職 積 立 金	10,835,554		
10周年記念引当金	3,000,000		
合 計	31,793,622 円	合 計	31,793,622 円

次年度繰越金

17,878,068 円

## 財 産 目 録

(昭和61年3月31日現在)

(単位：円)

科 目	摘 要	内 訳	金 額
現 金	期末手元有高	928	928
銀 行 預 金	太陽神戸銀行東京駅前支店	普通預金	1,484,714
	" " "	定期預金	4,000,000
	富士銀行 八重洲口支店	普通預金	1,010,590
	三菱銀行 日本橋支店	普通預金	513,875
	" " "	定期預金	7,000,000
	三井銀行 八重洲口支店	普通預金	1,086,010
	第一勸業銀行 室町支店	"	1,715,001
	三和銀行 " "	普通預金	530,363
	協和銀行 日本橋支店	"	536,587
			小 計
基 金			
電 話 加 入 権	電話架設費	80,000	80,000
退 職 積 立 金	太陽神戸銀行東京駅前支店	定期預金	2,782,522
	安田信託銀行 馬喰町支店	金銭信託	5,105,204
	藍澤証券(株) ワリコー (額面320万円)		2,919,270
	第一勸業銀行 室町支店	普通預金	28,558
記 念 引 当 金	10周年記念引当金	3,000,000	3,000,000
		小 計	13,915,554
		合 計	31,793,622

## 昭 和 6 1 年 度 事 業 計 画

昭和62年5月25日は、日本加工食品卸協会が加工食品の唯一の全国卸団体として創立してから、満10年の当日となる。

日食協もようやく2桁の活動年歴を迎えることになるが、61事業年度は、これからの新しい流通社会に挑戦し得る力ある団体組織構築のため現在に至る活動実績の楔をしっかりと打ちこむ年と致したい。

流通環境はまさに大変革期を迎えており、高度情報化に向けての業界対応はますます重要かつ緊事の問題となってきた。経済情勢は円高傾向がなお進行し先行き不安感を強めている。消費動向は

分衆多様化がさらに進み、従来型流通機能のあり方が問われている。

食品卸業界はこれらの厳しい諸問題を抱えているが、日食協は新流通時代の新しい取引慣行を生販三層間に育てあげて活動をビジョンとして掲げ、61年度活動の第一歩を踏み出したい。

これを実現するためには、申すまでもなく会員の結束と実行力の発揚以外道はない。

会員の相互協力のもとで栄えある10年を迎えるべく、次に掲げる諸活動を意欲的に推進することとする。

## I 本部の事業活動

日食協活動の推進機関である運営委員会、商品委員会、情報システム化委員会および缶詰ブランドオーナー会（略称 CBO）とこれら活動推進機関内におかれている各ワーキンググループは業界が抱えている諸問題の解決のため各支部、関連機関と緊密に連繋し次の事業活動を展開する。

### 【運営委員会】

- (1) 60年4月1日に食料・飲料卸売業に対し、中小企業近代化促進法に基づく近代化計画が告示されて第2年目を迎える。日食協は、この事業の窓口団体として普及啓発を図り、64年末の目標指針達成に向け、業界全体のレベルアップに努める。
- (2) 農林水産省食品流通局商業課の委託事業「食品卸売業構造展望調査研究事業」が前年度で終了したのに続き、61年委託事業として新たに「加工食品卸売業情報化標準モデル策定調査」が予算化される見通しである。委員会は事業関連窓口となる情報システム化委員会と連動して円滑な調査研究が進められるよう協力する。
- (3) その他の関係官庁、関係団体が主宰する調査研究事業等には必要に応じて委員会参加する。
- (4) 恒例実施されているフードウィーク及びその食生活展に会員への参加協力を呼びかける外、公共団体等が企画する催事につき必要に応じ随時支援する。
- (5) 日食協が主催する「加工食品卸売業経営研修会」を企画立案し、講演会、パネルディスカッション等を実施する。

また、缶詰食料品流通改善協会所管の「教育研修専門講座推進補助事業」等に連動し教育・研修講座を開くほか、人材開発、実務合理化研究等のためのセミナー、懇談会を8支部と協力して実施し、企業経営の向上に役立てる。

その他、関係報道機関が企画する有益な研究会等に協力する。

- (6) 震災時における食料品確保体制の整備については毎年定期的に缶詰の在庫状況、緊急時の連絡先、責任者等を報告しているが、61年度も前向きにその整備に協力する。
- (7) 正副会長会議、賛助会員世話人会、食品取引改善委員会等の開催に当っては、他委員会と連繋

し、常に円滑な運営を期することとする。

- (8) 昭和62年5月25日が日食協満10年の当日となる。運営委員会は、商品、情報の両委員会、CBO、全国8支部の全面協力と支援のもとに10周年記念行事を企画立案中の実行委員会活動を積極的に盛りたてる。
- (9) 全国8支部およびその傘下ブロックの活動が円滑に推進かつ運営されるよう本部と支部間の有機連動の強化に努める。
- (10) 運営委員会内に置かれる総務部会が新テーマの設定に基づき活動するときは側面からこれを支援する。
- (11) 会員を増員することは団体としての大きな使命でもある。卸業を営む未加入企業の会員加入を積極的に呼びかけるとともに賛助会員の増員を図り組織を強化する。
- (12) 会報、資料等を通じての広報活動を充実する。特に日食協活動については迅速、的確に会員報知するとともに、情報化動向等に関する情報提供、その他、調査研究資料の収集と提供等を意欲的に行い業界啓発に当たる。
- (13) 取引きの適正化、ルール化、その他業界全体の発展に資するための生販三層による話合いの場づくりと新しい環境づくりに関係委員会とともに努力する。  
また、異業種業界との交流を深め団体活動の拡大強化を図る。
- (14) 事務局内の整備充実を図り団体活動の効率化、円滑化を進める。

### 【食品取引改善委員会】

食品取引改善委員会及びこれに所属のワーキンググループは量販店等に納入する商品荷姿の小口化につき前年に引続いて重点的に推進する。

特に未対応商品については、現在なお2割を超える商品がすべて卸サイドの手作業となっているのが実態であり、改善のための働きかけを継続的に行う。

なお、ワーキンググループは随時会合しヒアリング等を通じての実態掌握、手作業に要するコスト分析、量販店等の小口、再小口化の現況と動向、その他問題点の抽出作業などを行い改善のための提案等を委員会に具申する。

### 【商品委員会】

61年度の商品委員会活動は、割戻金問題および返品対策を最重点施策に掲げその改善に向けて鋭意努力する。

- (1) 割戻金標準化の推進に関しては、その性格、呼称と定義及び決済期日等のモデルを策定後、既に満2年を経たことになるが、期日短縮については順調な進捗を見せており、初期目標の過半数を超える状況となっている。商品委員会は、基本契約割戻金の年4回以上の決済未達メーカーに



- 対し改善協力が得られるよう積極的に呼びかける。
- (2) 割戻金標準化の推進を図るとともに即引化に向け実動を開始する。
- この即引化の対象は呼称統一されているもののうち基本契約割戻金並びに期間契約割戻金とし、本年度及び62年度を実施準備期間と定め、昭和63年のメーカー事業年度開始月より実施の方向で相互努力する。
- なお、本年度の早期段階で卸及びメーカー代表とによる協議会を設け十分に業界コンセンサスを図ることとする。
- (3) 返品対策については、各支部の積極的提言、協力を得て問題の整備を行うとともに内部における現状認識の徹底をまず図り、足並みを揃えた体制で改善に当たる。
- (4) メーカー協力のもとで年度内に「返品問題改善協議会」を設け問題は正のための具体的検討を行う。
- (5) 全国石鹼洗剤化粧品歯磨雑貨卸商組合連合会、全国菓子卸商業組合連合会等の異業種卸業界とも交流し返品問題を中心とする業界共通問題を話し合い是正活動を推進する。
- また、卸業界内部においては「食品卸団体連絡協議会」等の場を通じ共通問題を同一歩調で取り組むこととする。
- (6) 上記の具体施策を講じつつ、行政当局の指導等も得てメーカー、卸、小売の3者による話し合いの場を設け流通業界の全体的レベルで取引きの正常化、適正化につとめる。
- (7) 大型間接税の動向が注視されるようになってきているが、商品委員会は常にその動向把握に留意し、関係団体と連携しつつ必要に応じては陳情活動を展開する。
- (8) 食品衛生法に係る食品添加物表示問題、着色料に関連するF D Aの動向、栄養価表示問題、健康食品、天然食品等の定義づけ等々、食品の安全性にからむ諸問題については、的確に状況を把握し、C B Oの品質対策委員会とも連動し会員への情報提供につとめる。
- (9) 商品管理に関連し、食品の賞味期間表示に対する関心が高まっている。特に多品種、多様化時代を背景とし賞味期間、あるいはおいしく食べられる期間の表示の有無が問われており、すべての食品に製造年月日に併わせ賞味期間表示の要望が強まってきた。しかし、シヨートライフの食品以外の加工食品については総じて賞味期間の表示は任意とされている。これが管理するうえからも、販売の面からも取扱い上のネックとなっており、そのガイドブック等の資料提供を要望する声が業界間でも聞かれるようになってきた。商品委員会は、缶詰等に対する表示の功罪、それに伴う実害問題とも併わせ小売業界、消費者動向を見守りつつ、関係団体と連携し適切な対応に努めることとする。
- (10) 業務用食品、輸入食品、低温流通食品等の流通動向を捉え情報提供に資する。
- (11) 必要に応じて物流、商流あるいは取引問題に係る調査研究、勉強会の開催ならびに資料の提供等に努める。

(12) 随時、賛助会員世話人会をはじめとするメーカー企業との懇談の場を設け、生販相互の共栄に資する。

(13) 必要に応じては異業種メーカー団体、卸団体、小売団体と情報交流し委員会活動に役立てる。

### 【情報システム化委員会】

(1) 委員会内に置かれている「酒類食品ネットワーク検討会」（略称；ネットワーク検討会）は、メーカー・卸間における情報の統一システム化を図る目的で60年7月スタートして以来、同検討会のワーキンググループとして設けられた適用システム分科会ならびに商品コード分科会の意欲的な活動によってすでに両分科会とも概ね検討作業も終盤を迎え、その実用段階を目前に控えている。

情報システム化委員会は、組織、運営等につき基本的方向づけを行うとともに業界内外に対して普及啓発活動を推進することとする。

(2) 農林水産省食品流通局商業課所管の委託事業として61年度から63年度までの3年間にわたり、「加工食品卸売業情報化標準モデル策定調査研究」が予算化される見通しである。日食協は61年度事業の誘引がある段階で受託団体として委員会を組織する方針であるが、情報システム化委員会は、これが実務作業に全面的に協力する。

(3) 酒類食品全国コードセンターの設立後、61年5月で満1年となる。日食協はそのセンター生みの親の立場から引続いて支援活動を積極的に進める。

特に同センターの地区コードセンター組織化には各当該支部の協力参加を得てその充実化を図る。

(4) 56年7月に「受発注システム検討会」が開発した量販店発注情報の共同交換システムの普及につとめる。また、日食協指定の中継センター4社との連動を深める。

(5) 通商産業省所管「卸売業V A N研究委員会」がとりまとめる卸V A Nの将来動向の把握に留意し業界対応に備える。

その他、物流コードシンボル委員会、流通コードセンター総合委員会等に代表委員を派遣し業界情報の把握、提供を行うほか、J A Nコード、共通商品コード、P O Sシステム等の動向をとらえ、会員に情報として提供し、問題対応の必要ある場合は、関係する行政あるいは団体に対し要望等を行う。

また、食品業界企業間情報システム研究会（自主企画；F研、F研関西）との交流を図り卸業界としての参考意見等を述べる。

(6) 「オンライン受発注システム標準センター・コード」に関し、会員から申請があった場合、基本コードの番号を付与し、流通コードセンターに登録のうえ、事務局においてこれを管理する。

(7) 酒類食品統一伝票の普及促進につとめる。

なお、コスト低減のための統一伝票用紙の一括購入方式については、大永紙通商㈱とのタイアップにより継続実施する。

その他、スーパー専用伝票については、事務合理化のためにもチェーンストア統一伝票によるようその普及促進方を関係団体に要請する。

- (8) 委員会は、ニューメディア等先端技術の将来動向と業界に及ぼす影響等、諸情報の収集に努める。

### 【缶詰ブランドオーナー会】（略称 CBO）

- (1) 果実、野菜、食肉、水産およびパイナップルの品種別 5 部会にあっては、生産シーズン期における的確な状況把握に留意しつつ、時を逸することなく随時部会を開催し情報交換を行うとともに、常に市況をブランドオーナーの立場で分析して、製造の適正化、市場の安定化につとめる。

- (2) 品質規格部会および品質対策委員会は、各品種別部会と協調し次の活動を展開する。

イ) 品質対策委員会が例年実施している缶詰の実態調査は14年目を迎えることになるが、引続いてこれを実施し、クレーム発生の防止と品質の向上に役立てる。

ロ) 缶詰の規格については J A S 規格と国際規格の整合性を図るべく、農林水産省において検討委員会を設け、品目別に見直し作業を継続中であるが、C B Oはこの委員会に代表委員を派遣し、検討作業に協力する。

ハ) 缶詰の品質向上と販売促進を図ることを目的とする「市買品缶詰開缶研究会」を実施する。

ニ) J A S 規格に関連しては、食肉缶詰の品質表示基準が今後の予定として決められることになるが、品質規格部会はその周知を図る。また、缶詰の内容本数の見直しが野菜部会において提案されているが、品質対策委員会を通じ技術的面での検討も併せ行うこととする。

ホ) 食品添加物の品名、用途名の併記表示問題に関しては厚生省の中間答申等を踏まえ、流通業界での問題点についての意見を提示する。

また、着色料に係る米国 F A D の動向等についても迅速な情報収集につとめ、関係団体と呼応し全方を期する。

ヘ) 品質向上のための㈱日本缶詰協会が主催する缶詰品評会、日本パイナップル輸入協会、沖縄パイナップル缶詰協会が共催する開缶研究会等の催事に協力する。

- (3) 缶詰の荷姿の小口化は、57年5月に日食協においてガイドラインを策定して以来、その進捗速度は他の食品に比し相当遅れているのが実態である。C B Oは本部委員会と連絡して実態を掌握し、その推進を図る。

- (4) あき缶公害問題につき常に関係団体と連絡を密にし、各地域の動勢を把握し、問題エスカレーターの回避につとめる。

- (5) フードウィーク食生活展をはじめとする国、あるいは関係団体の催事に随時協賛参加する。

- (6) 缶詰の共同宣伝については社団法人日本缶詰協会とタイアップし、料理教室、セミナー、パブリシティー等多角的消費拡大活動を展開する。
- (7) 缶詰関係諸団体との懇談会、研修会、缶詰関係賛助会員を含めたブランドオーナー懇談会等を随時に企画し、市場安定化のための交流を図る。
- また、旬缶詰全国大会等パッカー団体主催の大会行事、記念事業に参加協力する。

## Ⅱ 支部の事業活動

前年度は、近代化計画説明会が各支部共通の活動の柱となっていたが、61年は過半数の支部が発足8年目に入り、活動実績も固められてきた。各支部においてはそれぞれの支部特性を発揮して重点活動を絞りこみ、61年度の支部事業を遂行する。

### (1) 割戻金標準化の推進；

本部と緊密に連動して割戻金にかかわる決済期日の短縮化を図る。その第一段階は基本契約割戻金の年4回以上の決済の徹底化であるが、本部が打ち出した63年度期における即引化に向け、支部も地域懇談会の場を設け、普及啓発活動を進める。

### (2) 返品是正活動の推進；

スーパー、百貨店等における返品問題は全国共通に悩んでいる課題である。支部はこの問題は正のため「加工食品業界における返品問題の実態」を基礎資料として協議活動を展開する。併せて本部に対し積極的提言を行うとともに支部内施策を講ずることとする。

(3) 近代化計画が策定されて第2年目になる。支部はその近代化計画が示す指針、すなわち卸売業の機能整備、業態開発、人材の育成、情報化時代への対応研究等、企業経営に資するための施策に沿って随時、研究会、講演会、実務研修会等を実施する。

(4) 農林水産省食品流通局商業課の61年度委託事業として「加工食品卸売業情報化標準モデル策定調査」が予算化される予定であるが、その調査に際しては、支部はその主旨の徹底を図り、アンケートが実施される場合は各メンバーが積極的に参加するよう呼びかけを行う。

(5) 60年5月25日スタートした「酒類食品全国コードセンター」は各支部の前向きの協力によってその運営も軌道に乗りつつある。

支部においては、支部所轄区域の「地区コードセンター」運営の円滑化を図るべく、まず、会員メンバーの参加を積極的に呼びかけるとともに運営委員会への地区代表委員の推挙、取引先コード付番のための名寄せ作業への協力、普及啓蒙を目的とした説明研修会の企画等を組む。

(6) 本部の食品取引改善委員会が担掌する量販店等に納入する商品荷姿の小口化推進に当たっては、そのガイドラインの基準に沿って対応するよう努め、問題点等については委員会に状況報告し、作業の円滑化を図る。

- (7) 経営の合理化、コストの低減に資するため、支部内物流コストの実態調査を必要に応じ実施し地域の実態を掌握する。
- (8) 支部の実情に合った実務研究あるいは共同配送、物流機器の共同購入等共同事業を企画実施し、企業経営の活性化に役立てる。
- (9) 他支部の活動情報等を中心に交流し支部間の友好を深める。  
また、地域における卸団体と積極的な連絡協調を図る。
- (10) 10周年記念行事への協力；  
昭和62年5月25日は、日本加工食品卸協会が発足して満10年のその当日となる。  
支部は、当日の記念行事の成功を期し実行委員会の企画立案に参加し積極的提言を行う。  
また、各支部においては、一人でも多くの会員が記念行事に参加するための支部独自の企画案を組み、本部支援に当たる。

### Ⅲ 対外活動の推進

- (1) 中小企業の食料・飲料卸売業に対する近代化計画が施行されて4月1日が満1年となる。  
日食協は、その窓口団体として前年に引続き近代化推進のための啓蒙啓発につとめることとし、企業における計画目標の達成に尽力する。
- (2) 61年度委託事業として予定が組まれている「加工食品卸売業情報化標準モデル策定調査」（農林水産省食品流通局）に協力する外、関係官庁の調査研究事業に参加協力する。
- (3) 公正な取引秩序の確保、業界の経営健全化対策、あるいは税制問題等につき、必要ある場合は建議、請願を行う。
- (4) メーカー団体、関係卸団体ならびに賛助会員との連繋を密にして当面する問題の解決、是正に当たる。
- (5) 異業種卸、メーカー団体等との交流を深め、返品問題をはじめとする共通課題については、常にコンセンサスを図り協調体制で善処に臨む。

以上を61年度の事業活動の骨子として迅速かつ的確なる措置を講ずることとする。

以 上

## 昭和61年度 収 支 予 算

(自昭和61年4月1日～至昭和62年3月31日)

(収 入 の 部)			
項 目	61年度予算額	備 考	
前年度繰越金	17,878,068円		
会 費	前年度分	30,000	1社
	本年度分	16,662,000	315社
	新規会員分	150,000	5社
事業所会費	816,000	136事業所	
賛助会費	前年度分	50,000	1社
	本年度分	13,950,000	117社
	新規会員分	100,000	2社
団体賛助会費	5,200,000	缶詰4団体	
情報策定調査委託事業費	0	「加工食品卸売業情報化標準モデル策定調査」委託事業費	
食流協補助事業費	140,000	食流協補助金	
関東支部事務代行手数料	880,000	関東支部からの事務代行手数料	
そ の 他	500,000	銀行利息等	
合 計	56,356,068円		
(支 出 の 部)			
項 目	61年度予算額	備 考	
1. 事業費	26,190,000円		
① 支部活動費	8,000,000	8支部の活動費に充当	
充 当 分	5,550,000	8支部年間充当費	
	2,450,000	申請補充費	
② 旅 費	1,800,000	委員長、専務理事、職員等の出張旅費、宿泊料、日当	
③ 会 議 費	2,500,000	総会、理事会、委員会、研究会、懇談会、打合会等会場費経費	
④ 広 報 費	5,000,000	会報、議事録、定款など事業に伴う印刷費、発送費、タイプライター等	
⑤ 宣 伝 費	1,500,000	加工食品の啓蒙普及費、新聞広告料等	
⑥ 交 際 費	800,000	関係団体等に対する慶弔金、その他対外折衝に伴う経費	
⑦ 賛助費・会費	950,000	食流協、公正取引協議会、日缶協、食品産業センター等の会費	
⑧ 情報策定調査事業費	0	「加工食品卸売業情報化標準モデル策定調査」委託事業費	
⑨ 食流協補助事業費	140,000	食流協関係講習指導事業等	

項 目	61年度予算額	備 考
⑩ 調査研究費	2,500,000円	調査、研究、それに伴う資料等
⑪ 10周年記念引当金	3,000,000	
2. 事務費	23,410,000	
① 人件費	12,000,000	役職員2名の給与、賞与、手当、アルバイト料等
② 退職積立費	1,200,000	年間給与の10分の1以上
③ 借室費	3,960,000	12カ月家賃
④ 光熱・水道費	950,000	光熱費、清掃費、修繕費等
⑤ 什器備品費	250,000	什器、その他備品
⑥ 電話料	800,000	電話、電報、ファクシミリ、その他
⑦ 交通費	800,000	役職員の通勤手当、都内近郊の交通費
⑧ 図書費	600,000	法規追録、年鑑、新聞、専門書、その他
⑨ 消耗費	1,200,000	ユービックス使用料、事務用品、日用雑貨、その他
⑩ 厚生費	1,200,000	役職員の保険料、保健衛生、弔慰金等
⑪ 雑費	450,000	その他雑費
3. 予備費	6,756,068	
① 予備費	6,756,068	
合 計	56,356,068円	

上記項目の流用を認める。

☆ ☆ ☆

各支部定時総会

支部名	開催日時	場 所
北海道支部	未 定	
東北支部	6月27日	仙台市内
関東支部	5月25日 4:00	鉄道会館ルビーホール
東海北陸支部		
東海ブロック	6月19日 11:00	名古屋観光ホテル
北陸ブロック	6月23日 11:00	福井市
近畿支部	6月6日 1:30	大阪キャッスルホテル
中国支部	未 定	
四国支部	未 定	
九州沖縄支部	6月25日 1:30	博多・八幡閣

ご存知ですか？

このマーク



このマークは、酒類  
や飲料のメーカーに  
より組織する食品容  
器環境美化協議会が  
採用している空かん  
の投げ捨て防止用の  
統一美化マークです。  
欧米でも同じような

マークが使用されています。缶飲料にはほぼ100  
％印刷されています。また各メーカーの行う製品  
広告や、メーカー団体等の行う環境美化のための  
啓蒙広告にも広く使われています。

空かんは必ずすずかごに捨てましょう。

# 偉大なる業界リーダー 國分道夫運営委員長逝く



日本加工食品卸協会の頭脳であり、両の手足ともなり、また、業界のリーダーとして献身的に活躍されておられた日食協常任理事 國分道夫運営委員長（国分株式会社代表取締役副社長）が、まさに桜花の散るごとく4月18日午後5時13分、慶応大学病院において逝去された。享年50であられた。

お通夜は、4月20日ご近親者によりいとなまれ、4月22日、東京・築地本願寺において正午から葬儀、午後1時から告別式が春雨のけむる中でしめやかに執り行われ、故人のご遺徳、ご偉業をしのぶ業界関係者多数の方々のご焼香にかけつけた。

続いて、5月12日、同築地本願寺において国分株式会社の社葬がいとなまれ、正午から1時葬儀、午後1時から告別式が執り行われ、業界トップ、関係諸官庁、海外からも大勢の方々永久の訣れに参列された。

葬儀委員長国分株式会社代表取締役副社長國分章一氏、喪主は國分苑子さま、親戚代表は国分株式会社代表取締役社長國分勳兵衛氏、友人代表は味の素株式会社代表取締役副社長鈴木忠雄氏、同キッコーマン株式会社常務取締役茂木友三郎氏。

☆

☆

☆

弔

辞

本日、ここに、国分株式会社代表取締役副社長故國分道夫殿の葬儀が執り行われるに当たり、会社を代表して、お別れの言葉を申し上げます。

道夫副社長、一体どうしたことでありましょう。

昨年夏以来、体調の不調を訴えてはおられましたが、まさかこんなことになってしまおうとは、まるで夢の中のできごととしか思われてなりません。

あなたは、故國分豊之助副会長のご長男として、昭和10年生を亨けられ、慶應義塾幼稚舎、普通部、高校を経て、昭和33年3月大学卒業と同時に、当時の第一銀行に入行され、与望を担って昭和



36年国分株式会社に入社されました。

昭和38年、国分経営センター創設と共に、所長にご就任、その後、専務取締役を経て副社長として経営手腕を発揮され、文字通り会社のトップとして、会社の発展並びに業界の発展のために、大きな足跡を残されたのであります。そのご功績の数々は、枚挙にいとまがありません。

ここ数年、あなたは、特に食品業界の近代化、合理化に意欲的に取り組まれ、日本加工食品卸協会の活動を基盤に、政府各種審議会、委員会のメンバーとして参画され、業界の地位向上、発展のためにご尽力をいただき、社内はもとより、業界の方々からも、今後ますますのご活躍に、大きな期待が寄せられておりました。

あなたが外に在る時は、私の中に、私が外に在る時は、あなたが中において、会社の経営に当たって参りました。その片方の輪を失った悲しみは、言葉に尽せないものがあります。

今ここに、あなたの生前のご人徳をしのび、全国各地及び海外から、大勢の方々のご参集なされ、あなたのご逝去を悲しんでおられます。

人一倍、他人への気遣い、心くばりをなされた道夫副社長は、どのようなご心境で、この姿をご覧になられているのでしょうか。

今年の桜は、例年になく美しい花が咲きました。あなたは、あの桜の花と共に、無情にも散ってしまわれました。

私共は、あなたの残された偉業をさらに乗り越え、会社の発展のために邁進する所存でございます。

あなたとの永年に亘るご交誼に感謝し、会社へのご功績を讃え、そしてご遺族のご安泰を、及ばずながらお守りするものでございます。

道夫副社長 どうか安らかに眠り下さい。

過ぎ去りし日の数々の思い出を深く胸に秘めつつ、今はただひたすらご冥福をお祈り申しあげ、お別れの言葉といたします。

昭和61年5月12日

葬儀委員長

国分株式会社

代表取締役副社長

國分章一

〈特別企画〉

多様化の時代に挑む

# 問屋機能の 確立をめざして



NHK テレビ対談スナップ（写真左 司会 大塚利兵衛氏、右 國分道夫氏）

日本放送協会のご好意により、去る1月27日、12時40分から1時10分までの30分間にわたって全国放映された教育テレビ番組「新商業経営・多様化の時代に挑む ― 問屋機能の確立をめざして」にゲスト出演された國分道夫さんの対談を日食協会報に速記転載するご許可をこのほどいただいた。

この対談は、まさに業界の将来を透徹された眼でみつめられつつ、しかも限りなき愛情と情熱をたぎらせてこられたかけがえなき業界リーダー國分道夫日食協運営委員長が明日の業界のために残された玉編でもある。

ここにつしんでその対談内容を収録する。

大塚 こんにちは。今月は多様化の時代に挑む、こういったテーマで流通業界のトップ経営者の方にお話を伺ってまいりました。今日が最終回でございます。きょうは国分株式会社の代表取締役副社長でいらっしゃいます國分道夫さんにおいでをいただきまして、流通業界からのお話をうかがうことにいたしました。よろしくどうぞお願いいたします。

國分 よろしくお願いいたします。

大塚 國分道夫さんは、昭和36年に当時の国分商店に入社されまして、7年前から現在の職についていらっしゃいます。

そのかわり、通産省の情報処理振興審議会とか、中小企業近代化審議会などのメンバーとしても活躍していらっしゃいます。

國分さんにお話をうかがう前に、最近の企業の動きを少しご紹介申し上げます。

☆ ☆ ☆

(ナレーション)

こちらは東京・江東区にあるコンピュータ管理事務所です。3年前に日本橋にある本社から離れてここに移転しました。

システム企画室と名づけられたこの部屋には、全国50カ所の営業拠点、57カ所の配送拠点、そして、80数社の地方卸業者などから商品、販売、消費に関する情報が、刻、一刻と寄せられてきています。集まった情報は、ここで分析、加工され、再び営業現場にフィードバックされていきます。

さらに、その情報をもとに地方問屋向けにウィング、また、小売店向けにリングと名づけた独自のプログラムパッケージ、つまり在庫管理とか販売管理などのノウハウを提供するシステムを開発し、情報によるネットワークづくりを進めようとしています。

一方、こちらは、東京・江東区にある中央営業所です。

コンピュータによるオンラインや電話で受けた注文は、ただちにコンピュータに入力され、集荷から配達までの処理が行われます。

最近の卸売業界は、多品種、少量販売の傾向がますます強まっています。ビールひとつとっても700アイテムもあると言われ、多品種、少量、高頻度流通にどう対応するかが一つの大きな課題です。そのため営業所では、商品をすばやくみつけ取り出せるアドレス方式をいち早く導入し、よりきめこまかな

配送サービスをやらしております。

☆ ☆ ☆

**大塚** 企業活動の一端をご紹介させていただきました。

早速、國分さんにお話をうかがって参りますが、國分さん、卸売業の立場からごらんになってですネ、1986年、昭和61年という年をどう見ていらっしゃいますか。

**國分** 昨年からの円高が続いておりますので、景気はちょっと下向きかなという感じがいたしておりますが、食料消費だけで見えますと、おそらく微増ではないかという感じでございます。

なかでも、レジャー関係とかあるいは外食関係の食品の需要というものは、少し期待がもてるような状況かなという風に思います。

**大塚** 全体として、やっぱり先行き不透明、という感じだろうと思うのですけれどもネ、その不透明な中で特に読みにくいという分野はどういったところですか。

**國分** これは消費者の方が非常に、いろいろなお好みが多分化されてきていますので、いままでのように一つの商品を沢山の方に好んでいただけるというような時代ではなくなってまいりました。従って単品、大量流通の時代から、さきほどのお話にもございましたように多品種、少量、そして非常に細かい、お好みに合わせた商品を揃えなければならない。こういう時代になってきたという感じであります。

**大塚** ああ、そうですかね。そういう中で、その、卸売業界というのはこの2~3年、非常に系列化とかですネ、チェーン化とかですネ、ボランティアとか、最近再編成が激しくおこなわれてきているわけですが、これは、もう峠を越しているのでしょうか、それともまだ手前にあるのでしょうか。

**國分** いろいろな見方があると存じますけれども、こういう現象が起きたのは、一つには小売業界の、その、組織化というものは、大変進展いたしましたために大型の小売業の方は、全国くまなく販売場所をお持ちになって、従って、そういう方々との商談を進めさせていただくには、卸の方も、もう、日本全国に配送拠点を持ってそれに対応しないとお取引ができないような状態となってきたために、このグループ化、系列化がおこってきたわけでございます。で、いまは、いくつかの全国ネットワークを持つ卸売りのグループが、もう、すでに出来つつございまして、これが各地の地域問屋さんをグループの中に取りこみまして、企業集団を形成しつつある状況でございます。

もう、かなり形としては鮮明になってきております。ただ、組織化されているという地方卸の数はまだそう大して多い数ではございません。ハイ。

大塚 まあ、よく問屋さんとかですね、卸売業と言いますと、昭和30年代の後半でございましたか、無用論というのが出てまいりまして、まだ形はちがうようなもので、その50年代の半ばくらいからでもですね、また、無用論がでてきてですね、そういう中で、もまれもまれてこの卸機能といいますか、それがどんどん変ってきているんじゃないかという気がするんですが、いかがですか。

國分 最初に流通革命から、その問屋無用論が出て参りました時代というのは、その背景がやはり単品大量生産、大量流通の時代だったと思うのです。こういう時代におきましては、やはり、その生産者の方は、一ぺんに沢山の品物をおつくりになる。販売なさる方は、スーパーマーケットでこれを大量に陳列をして安くお売りになるということが、その両者のニーズが一致していたと思います。しかし、現代になりますと、多種品、少量でございますので、そのころと同じ問屋無用論と申しましても、背景がちがってきております。従って私が受ける感じでは、現代の問屋無用論というものがもしあると致しませぬならば、これは、現代に必要な問屋の機能を十分に果さない問屋があるとすれば、これは、その世の

中から認められない者である。従って、その機能をよくわきまえてですね、これを効率よく果して社会の役に立つようにせよという、むしろ警告ではないかと、こんな風に感じるのでございますけれどネ。



大塚 いま求められている問屋機能というのはどんなことなのでしょう。

國分 はい、まあ、その10年ほど前とちょっと比較して見たいんですが、ございますけれど、商業学説にもございますように、問屋の機能というのは、まず第一に集荷分配機能、第二には需給調節の機能、三番目には金融機能、そして四番目には、生産者と小売りの間における取引きを単純化致したり、あるいは整備を致しますための機能、こういうものが中心に言われておりますネ。で、いまでもその主な四つの機能には、私はいささかも変りはないと思うのでございますが、現代は、それにさらに三つの新しい機能が必要になってきたという風に感じをもっておるんです。で、その三つの第一は、情報機能ということであろうかと思ひます。最近では情報化時代といわれておりますけれども、いろいろの面からですね、この情報を活用した経営を進めて参りませんと、競争に勝つことができません。

で、経営情報、そして、もう一つは営業上の情報、これは別の言葉で言いますと販売情報といえるかも知れませぬ。

こういうものをですネ、いかに効率よく正確に取り込んで処理をしてゆくか、また分析、解析をしてゆくかということが、この情報機能として大変大事になってきているという風に思っております。

で、この売筋情報という言葉が最近とてもよく聞かれるのでございますけれども、いま、ともすれば売れ筋情報と言いますと、先月、あるいは先週、この商品がいくつ売れたかというような捉え方がされております。

で、それは確かに一つの事実として大事なデータだと私は思います。しかし、それがどういう条件のもとで、売れたかということを見逃しますとですネ、これは、間違えてしまう恐れがございます。

従って、このデータと情報というものはですネ、分けて考えないといけないのではないかと。売れたという事実はたしかにデータでございますが、これを情報にするには、その間に、高度な加工というものが必要だという風を感じるのでございますネ。

これが、その、情報機能としては大変大事なことだと思います。

で、第二に、いま必要だと思われるのは、この新しい時代の物流機能でございます。これはもう、多品種、少量そして高頻度の注文にお応えしなければならない問屋の現在の姿でございますので、これを一番低コストで効率よく、なおかつその短時間で正確に行うと。ま、こういう技術を身につけないと現在の世の中に勝ち残っていくわけには参りません。

そのためには、いろいろな新しい技術を導入致しまして、これに対応していくことが必要だという風に考えておるわけでございます。

三番目の新しい機能というのは、ディーラーヘルプ機能だと思います。

これは販売先の小売店の経営に関して、あるいは営業に関して、問屋としてできるだけお手伝をし、あるいは儲けながらご指導を申しあげるといふ局面もあろうかと思うんですネ。

**大塚** コンサルティングとか、あるいはアドバイスしてゆくとか、そういうことですか。

**國分** さようでございます。これは、あのたんに品物をどのようにお店を構成するかということだけに限らず、税務の問題、あるいは法律の問題、あるいは店員さんの教育の問題、または、その経営者の経営計画を樹立するような問題、もう、すべての面にわたりまして、企業経営をなさるうえでのお手伝いをしてゆく。そして小売業のお得意さまが繁栄していただかないと、ひいては私どもの繁栄もないとこういうように考えております。ハイ。

**大塚** まあ、いま、非常に大事な三つの機能というものをご紹介いただいたんですが、ま、三つは三つとも、たしかに大変なんですけどネ、大事なことなんです、その中でやはり、情報というものに

相当にウェイトを置いていらっしゃいますか。

**國分** さようでございます。ハイ。いまは何といっても情報化時代でございますので、現在、一番力を入れ、なおかつ整備を急がなければならないのが、この情報化機能だろうという風に考えております。

**大塚** さきほど、ちょっと簡単にですネ、ウィングとかリング、そういったものがいまシステム化されつつあるということをおはなししたんですが、これは、中身は具体的にはどういうことになるんでしょうか。

**國分** ハイ、ウィングと申しますのは地方卸店向けの電子計算機を利用致します一連のプログラム全部が、こう、ひとかたまりになった技術、いわゆるシステムでございます。これは私どもの会社が自社でまず、そういうことをまっさきに実験致しまして、こういうようなプログラムの集大成があれば、食品卸売業の経営に必要な情報が全部とれるということ、何年もかけて実験致しまして、その結果、それぞれの地方卸店に向けて必要なものを全部集約致しまして、機械と一緒にご提供申しあげるようなことができるようになったわけでございます。

**大塚** ほう、なるほど。

**國分** ハイ、で、このリングと申しますのは、これは小売店向けでございます、やはり内容については同じようなものでございますけれども、かなり、中規模以上の大きさの小売店の方々に向くようなシステムになっておりまして、現在もう一つ、まだはっきりしたかたちにはなっておりませんが、非常に現在普及して参りましたパーソナルコンピュータを利用致しました比較的売上げ規模の小さい小売店の方々に安易に使っていただけるような、そういうプログラムをですネ、開発をいま急いでいるところでございます。

**大塚** ああそうですか。いま、そうおっしゃった地方の間屋さんなんかを結んでウィングですネ、これなんかの展開は全国的にどの辺のところまでいっているんですか。

**國分** ハイ、実は私どもは全国にネットワークを張るために約80社の地域卸の方々と国分グループという一つの企業集団を形成致しております。で、できればその80社のみなさんにですネ、このウィングを導入していただいて、わが社のホスココンピュータとの伝動によりまして全部オンラインで結んで、いろいろな情報処理をしてゆきたいんでございますが、まだ始めましてから3年目でございますので、現在約30社の方がそのウィングを導入されて稼働しておられる状況でございます。

で、本年はさらにそれが前へ進むと思いますし、限りなくその80社に近い企業がこれを利用して下さることを期待しておる状況でございます。ハイ。



**大塚** そういうその、情報武装といいますかネ、これをおやりになるというのはその卸売業という立場の有利さ、というものもまた欠かせないんじゃないかという気がするんですが、メーカーとですネ、それから末端の小売りの第1線とその中核にあるわけですネ、ちょうど。それが強みだということにもなりますネ。

**國分** ハイ、おっしゃる通りでございます。もういま私どもも、その卸の立場というものは、社会的にだんだん低下してきたようにみなさんからもよくおっしゃられるんでございますけれども、何と

かこの卸の復権ということがあり得るんだろうかということを永年考え続けてきたわけでありまして、この情報化時代を迎えまして、一ぺんにその、目の前が明るくなったような気もしております。

これは、おっしゃる通り、この情報機能を卸がどのように果せばそういうことが実現できるかという答えが少しずつ判ってきたような気がしております。

で、たしかにこの卸の現在あります位置というものは、消費者の方がおありになり、そして小売業がおありになり、そして片方にはメーカーさんがおありになる。その、また、私どもの周辺には倉庫運輸業者の方でございますとか、金融業、すなわち銀行さんがおありになる。そのほかいろいろなですネ、この関連企業が、結局、その図を絵いて見ますと、卸を中心に、周辺に、こうおられるという大変自分中心の考え方も知れませんが、そういう風に見えます。

従いまして、何ごとにつけましてもこの卸というこの現在あります位置というものがですネ、大変情報のネットワークを組んでゆくうえには、またとない、非常にいい場所にあるという風に私ども理解をしておりますので、最もこのポジションを効果的に社会のお役に立つように活用してゆく。これが卸のですネ、今後の復権の道へつながってゆくものと信じております。

**大塚** 将来ですネ、どの辺まで広がってゆくとお考えですか。情報武装というのが……。

**國分** いや、これはですネ、まず、その人手にたよって情報処理をしておりました時代から、現在は機械にかなり依存度を高めてきておる訳であります、この蔭には電子計算機の進歩ということも一つ



にはございます。もう一つには、やはり非常に人件費の高騰ということもございます。

特にこの都会の中心などでですネ、会社をもっております場合には、もう、この場所というものが非常にこう狭くなって参ります。これを広げようにも広げられない。また、その非常にコストもかかるということで、これはもう、どうしても機械にある程度のもは頼っていかざるを得ない。そこに機械の進歩が丁度マッチいたしましたためにですネ、どんどんとまだ進んでいくと思うんでございますネ。

で、これが結局、その経営コストを引下げる面にも大いに役に立つ決め手になってくるという風に考えておりますんで、まだまだ先は見えないぐらい進むという風に思いますネ。

**大塚** いま、コストという話がでてまいりましたが、これはたしかにシステム化するということは大変なコストプッシュ要因となる訳ですネ。その外に、消費というものが非常に高頻度になってきているし、多品種になってきているし、少量ロットになってきている。ということになると、この配送とかですネ、その分もコストアッププッシュの要因になってくる。

で、さまざまな、その、コストプッシュの要因をどうかわしていられるつもりですか。

**國分** ハイ、もうこれはいま大変板バサミになって現実に困っている問題ではございますけれども、私どもはこういう風に考えております。この、いまかかるコストというものは、社会的に本当にお役に立つ仕事を私どもがしているのであれば、これはマージンとして世間が認めて下さるものであろうと。従って、それに相応するものは、私どもも大いにこの機能と立場を主張させていただいて、社会からそれに必要なコストは頂戴を致したいという風に思っております。

また、機械化あるいは情報化を進めていかない場合には、もっとコストが上ってしまうということが逆に考えられますので、むしろ、情報化を進める、機械化を進めるということが、コストプッシュになるのかというと、私は、逆なのではないかという風にも思える訳でございます。

ただ、もう一つの多品種少量の、小口物流のコストプッシュ、これにつきましてはですネ、もう逃げ場のないたしかにコストプッシュでございます。

したがいまして、これを実現するためには、やはり小売業の方々がそれだけ利便性を追求しておられるためにこういうことがおこってくる訳でございますので、小売の段階で合理化されたマージンを卸がある程度配分をしていただくことができますネ、今後ご相談をしなければならぬのかなという感じはございますけれどもネ。

**大塚** 大変、たしかに厳しい時代なんではありますネ、これは、まあ前年度伸び率を見ても、どんどんどんどん低くなってきている。しかし、そういう状況のなかで卸業の方というのは毎年誕生して来ますネ。やっぱりうまみのある分野なんでござんしょうか、卸業というのは……。

**國分** いや、そういうことはないと思うんですがございますけどネ。特に食品という商品がですネ、生活に密着した判り易い商品でございますので、もうどなたでもとりつけるという安易さがございます。従って、脱サラで食品問屋をやろうというような方もあるような訳でございますネ。新規参入というのはたしかに後を断たないのが現状でございます。

しかし、新時代に生き残れる資質をもった問屋というのはですネ、ほんのひとにぎりではございません。現在も沢山ございましてですネ。

で、小売業界の組織化が大変進んでいると同様に、問屋の方も淘汰、統合ということが、もういま現実に嵐が吹きあれている訳でございます、これからさき10年をもし考えると致しますと、おそらく数では半分ぐらいには私は減ってしまうのではないかと、淘汰が進みましてですネ。　　いう風に考えておる次第でございます。

**大塚**　　なんか、アメリカの卸売業なんてうのはですネ、この5年の間に500社あったのが、200社に減ったとかということ聞きますが、やっぱり、そういう道をたどってゆくということになりますか。

**國分**　　ハイ、もう一つの先行指標として、はっきりとその形が読みとれると思います。さらに日本では高度情報化の波がですネ、それに拍車をかけていくと思いますので、現在私どもが考えておりますよりも、現実にはもっと早く進むのかも知れないという感じがしております。

**大塚**　　もう一つですネ、一つの問題として情報化というものがどんどん進む。例えばキャピタンというものが出てきますネ。そうすると、無店舗販売と言いますか。そういうことも当然考えていかなければならない。これにどう対応してゆこうとお考えですか。

**國分**　　いま、無店舗販売につきましては、いろんなタイプがございますけれども、私どもとしては、いわば異業種からの食品流通業界への参入という風に実は受けとめておる訳で、大変積極的に入ってきておられる訳です。

で、まあ、いくつかそのパターンというものを挙げて見ますと、まず、生鮮食品のフレッシュシステムというものがございます。それからカタログ販売がございます。また、テレビショッピングのようなものもございますネ。さらに訪問販売も一つのそういう無店舗の典型的な一つのパターンかと思うんでございます。

で、私どもは、いままで、この会社の歴史としては270年にわたりましてですネ、現在約1万2,000軒の小売店の方々、すなわち有店舗の業者の方と永年つきあいをいただいてきておりますので、どうしてもそういう方々とおつきあいというのを基本に勿論考えておりますけれども、この無店舗というものは新しく出て参りまして、大変現在ある面では便利であるという生活者の評価をいただいている形態

でございますので、さきほど掲げましたようないくつかのタイプには、やはり全方位型ですネ、今後対応していかなければならないだろうとこのようにまあ、考えておる訳でございます。

大塚 いまおっしゃった全方位ですネ、この全方位というものをつきつめていくと非常にマルチクルな多角的なですネ、コングロマリット化した企業、ということにいきつくのは必然なんでしょうか。

國分 そのようになってくると存じます。

そうなりますと、こんどは食品という分野からぬけ出してですネ、極端に申しますと総合消費材流通業というようなところまで、最後にはいかなければならないのかも知れない。

大塚 現実に食品関係の卸売業がですネ、医薬品を扱うとかですネ、そういう分野はもうすでに出ておりますよネ。

國分 でております。これは、これは小売の方々がかなり、総合化しておられますですネ。小売総合店という、こういうお店が増えてきておることに対する対応でもある訳ですが、これは、まあ、どちらの業界でも同じだと思いますが、やはり成長が非常に鈍ぶってきたということから取扱い分野を複合化いたしまして、その成長の道を何とか探ろうというひとつ窮余の一策に外ならないという点もひとつあるろうかと存じますですネ。

ただ私ども、この……

大塚 ハイ、どうぞ……。

國分 失礼いたしました。いまの無店舗販売のひとつのかたちなんですけれども、私どもは、この、店舗をもっていられる方のカタログ販売、いわゆるこの無店舗販売と店舗のある方のお仕事との接点をですネ、ひとつ実現してるプランがございまして、これは、例えば酒屋さんが、カタログを私どもが用意致しましたものをですネ、お得意さまにお配りになる。で、そこに出ております商品は酒屋さんには在庫していませんけれど、私どもが全部その商品は用意して、従ってそこから何番の商品とご注文がありますと、すぐ私どもの方に連絡が参りまして、ギフトでございましたら宅配便のネットワークを使いまして、それをご希望のところまでお届けをするというようなことも無店舗販売のひとつとしてやっておる状況であります。

大塚 どうでしょう。業態としてですネ、大きいことはいいことだとお考えになりますか。

**國分** ハイ、これからはやはり規模、そしてそのネットワークの大きさ、それとこんどは情報の質、この三つがですネ全部一致しませんと、勝ち残っていくことはできないと存じます。従ってそれを一言で申しますとやはりスケールの追求ということに私はなるという風に信じております。

**大塚** なるほどネ。そうしますと、そういう中であってですネ、これから地方の卸売業の方々、あるいは中小のですネ、問屋さんと言われる方々、こういう方々の、特に経営者の方々に、いま何が求められているということになるのでしょうか。

**國分** ハイ、私の立場から申し上げるならば、問屋というものは、本来、ネットワークビジネスだという風に思います。

従って、極論致しますと、全国型の卸売機能をもつ企業グループに何らかのかたちで参加をなさせて、その中でご自分のポジションというものを見つけていらっしゃるというのが、一般論で申しました場合の今後の地方の卸売業の経営者に一番大切なお考え方ではないかという風に私は思います。

勿論例外もございましょうけれども、まずそれが基本だろうという風に私は思うんでございますネ。単独で歩いていらっしゃるというのはこれから非常にむずかしい時代になってくるということが言えると思います。

**大塚** つまり、すき間を見つけて専門特化してくってというのは、なかなかむずかしい時代に入っていくということですか。

**國分** ハイ、これはごくわずかな方にしか成功の鍵は残っていないように思います。

**大塚** そうすると、やはりこの厳しい時代というものをじっくり見つめてゆく、ということがいま非常に求められている。その対応を早くつかんだ人が、結局生き残っていくということになるのですか。

**國分** さようでございます。早くやはり、ご自分の方向というものを見きわめられてですネ、一刻も早くこの情報化時代に乗っていけるだけの会社の体質を整備なさることが必要だろうという風に存じます。

**大塚** いやあ、どうもきょうはありがとうございました。

**國分** どうも失礼申しあげました。

完

## 理事会で故國分道夫氏に黙禱捧ぐ

\*\*\*\* 提出議題は原案通り承認 \*\*\*\*

4月25日正午から鉄道会館ルビーホールにおいて定時総会提出議案の審議を中心とした理事会を開催した。

この理事会の開催にさきだつて去る4月18日ご他界になられた日食協常任理事の國分道夫運営委員長に対し理事全員でご遺徳とご功績をしのび1分間の黙禱を捧げた。

國分会長が議長席に着かれ、理事会提出議案としての割戻金即引化の実施期限に関する件、10周年記念事業に関する件が諮られたが、割戻金の即引化については、即引化の対象として基本契約割戻金および期間契約割戻金とし、目標を昭和63年のメーカー事業年度開始月より完全実施とし、その間2年間の準備期間を置いて協議会等の場で十分にメーカーとのコンセンサスを図る方針を承認した。

また、10周年記念行事の実施については、60年度ならびに61年度の2年間におのおの300万円ずつ引当金として計上することが承認され、その他実施に当たっての関連事項等については支部アンケートによる提案等を踏まえ実行委員会が企画立案した段階において改めて理事会で審議することになった。

定時総会提出の諸議案については、60年度事業報告に関し商品、情報両委員長、事務局よりの報告があったあと出席各支部長より、支部活動報告がそれぞれなされ、これを承認するとともに、60

年度決算報告、61年度事業計画も原案通り承認。

また、61年度会費の額及び賦課徴収方法も前年同額、年度初期納入等が承認された。

役員任期満了に伴う改選については、議長より現体制を基本としさらに活動を充実して参りたい旨意向が述べられ、全員異議なくこれを了承し定時総会に諮ることとなった。

なお、定時総会は5月23日午後2時～4時に鉄道会館ルビーホールにおいて開催することを決定した。

その他議案として、故國分道夫氏への日食協としての弔慰金の件が諮られ、正副委員長に一任となった。

### ご霊前に弔慰金をお供え

5月1日午前10時、布施宣利副会長、廣田正商品委員長および北田専務理事の3名は日食協の名代として國分家を訪れ、國分苑子様を通じ故國分道夫運営委員長のご霊前に弔慰金をお供えした。



### 理事会、総会提出議案を協議

4月25日午前10時半から鉄道会館ルビーホールにおいて、理事会にさきだち運営委員会を開催した。

この運営委員会が設置されたのは53年3月13日のことであるが、以来たび重なる委員会に皆勤なされ、文字通り日食協の要としてご活躍されてこられた國分道夫運営委員長の突然ともおもえるご逝去を悼み、委員全員により黙禱を捧げた。

協議進行役は副委員長の廣田 正氏がつとめられ ①理事会提出議案 ②定時総会提出議案を中心に検討した。

まず、理事会提出議案のうち割戻金即引化の実施期限に関する件については、商品委員会割戻金標準化ワーキンググループの市ノ瀬竹久座長がオブザーバー出席し、同座長より標準化作業の進捗状況ならびにWGが検討してきた即引化実施期間の案の概要報告があり、委員会としても目標期限の設定を案通り了承。正式に理事会において諮ることになった。

また、10周年記念事業に関する件については北田専務理事より、去る3月12日に設置された10周年記念実行委員会の検討してきたあらましを報告説明し、引当金等に関する理事会承認事項を協議した。

\*\*\*\*\*  
**10周年記念実行委員会**  
 \*\*\*\*\*

「**成功のカギは支部協力**」  
**アンケートを実施し企画立案**

昨年の11月20日開催の理事会において、来る62年5月25日が、日食協発足満10年の当日を迎えるのを記念して10周年記念行事を実施することが承認され、その実行委員会を設けることになったが、3月12日、廣田正運営委員会副委員長出席のもとで第1回実行委員会を開催した。

まず、廣田運営副委員長より10周年記念行事を企画立案するに当たって目的主旨について挨拶があり、コンタツ(株) 佐久間 清部長が進行役をつ

とめ、正副委員長の互選を行った。

この委員会の構成メンバーおよび正副委員長は下記の通りである。

**日食協10周年記念行事実行委員会**

社名	役職名		ご氏名
国分(株)	東京第1支店 支店長	正	◎塩月 隆義氏
	〃 食品課課長	副	柏木 常伸氏
(株)菱食	関東営業所 所長	正	○木村 哲二氏
	東京支社第3部 第3課課長	副	田中 勢起氏
(株)明治屋	本社 商品部課長	正	○大竹一太郎氏
	〃 製品部課長代理	副	田島 昭二氏
松下鈴木(株)	東京商品部 部長	正	○前田 武男氏
	〃 課長	副	入野 源次氏
(株)小網	食品部 次長	正	高塚 忠彦氏
	〃 課長代理	副	荒木 俊治氏
コンタツ(株)	取締役 食品部長	正	佐久間 清氏
	食品部 部長代理	副	永島 宏氏
(株)サンヨー堂	東京支店 次長	正	山崎 重雄氏
	本店電算室 課長	副	片岡 博志氏
(株)廣屋	食品部 部長	正	和田 捷氏
	〃 次長	副	桂 敏丸氏

◎委員長 ○副委員長

10周年記念実行委員会では、あらかじめ企画立案するに際し正副委員長間で検討すべき案につき下打合せすることとなり、4月7日午後3時から日食協会議室において意見交換した。

その結果、会員の参加意識をまず高揚する必要があるとされ、各支部を通じアンケートを求めることが提案された。

この下打合会を経て、4月16日、第2回目の実

行委員会を開催し、目的の明確化、実施要領を作成するに当たっての催事規模、予算等々につき意見交換した。

いずれにしても委員会としての企画立案は各支部から寄せられるアンケート結果をとりまとめたうえで具体的に協議することになったが、講演会、パネルディスカッション、祝賀パーティー等をイベントとして、功績者表彰、記念品等の提案などがこの日の委員会で話われた。

なかでも、いかに動員を図るかについて重点的な話合いがあったが、積極的な支部協力以外にないとの結論であり、4月25日開催の理事会では出席各支部長に格別のご尽力をいただくようお願いしたいとの希望が述べられた。

## 円高に伴う下請取引の適正化について

4月21日付で農林水産省食品流通局長より「円高に伴う下請取引の適正化について」周知徹底を図りたい旨の通達もたらされた。その概要は下記の通りである。

☆ ☆ ☆

最近の急激かつ大幅な円高は、わが国産業に大きな影響を与えるとともに、特に体質の弱い下請中小企業については、その影響が深刻になることが懸念される。

こうした厳しい状況下にあることに鑑みて農林水産省としては、下請中小企業振興法に基づく振興基準及び下請代金支払遅延防止法の遵守等下請取引の適正化を推進したい。

については、貴団体所属の親企業に対し円高の影響は外貨建て輸出価格の引きあげ、内需への転換、

経営基盤の強化等を通じて親企業自身が極力吸収し、下請代金の減額、買いたたき等親企業の立場を利用して、円高の影響を下請中小企業者に及ぼすことは厳に慎むよう周知徹底方をお願いしたいというもの。

その他に別添1および2が添えられているが内容は次の通りである。

### 親事業者の遵守すべき事項

下請取引を行うに当たって、親事業者は、下請代金支払遅延等防止法（以下「法」という。）に従い、下記事項を遵守しなければならない。

記

1. 書面(注文書)の交付及び書類の作成・保存義務

親事業者は、下請事業者に物品の製造や修理を委託する場合、直ちに注文の内容、下請代金の額、支払期日、支払方法などを明記した書面(注文書)を下請事業者に交付するとともに、下請事業者の注文の内容、物品等の受領日、下請代金の額、支払日などを記載した書類を作成し、これを2年間保存しなければならない。(法第3条、法第5条)

2. 下請代金の支払期日を定める義務及び遅延利息の支払義務

下請代金の支払は、親事業者が下請事業者からの物品等を受領した日から60日以内において、かつ、できるだけ短い期間内に支払わなければならない。(法第2条の2、法第4条第1項第2号)

なお、支払期日までに支払わなかったときは、親事業者は、下請事業者の物品等を受領した日から起算して60日を経過した日から支払をするまでの期間について、その日数に応じ、年利14.6%の

遅延利息を支払わなければならない。(法第4条の2)

### 3. 割引困難な手形の交付の禁止

下請代金の支払として交付する手形は、その手形を受け取った下請事業者が下請代金の支払期日までに一般の金融機関による割引によって現金化できるものでなければならない。(法第4条第2項第2号)

(手形期間が、繊維業にあっては90日、その他製造業にあっては120日を超える場合は、割引困難な手形に該当する。)

### 4. 受領拒否の禁止

納品された物品が注文どおりでなかった場合などを除いて、注文した物品の受領を拒んではならない。(法第4条第1項第1号)

### 5. 下請代金の減額の禁止

宣伝費、販売促進費等を下請代金から減額したり、下請代金の端数を切り捨てたりしてはならない。また、下請代金を引き下げる場合は、新しい単価が決まった日以降の注文から適用しなければならない。(法第4条第1項第3号)

### 6. 返品 of 禁止

物品の受領後、取引先からのキャンセルや販売の見込み違い等により生じた不要品を引き取らせてはならない。(法第4条第1項第4号)

### 7. 買ったたきの禁止

一般の下請代金に比べて著しく低い下請代金を一方的に定めてはならない。(法第4条第1項第5号)

### 8. 強制購入の禁止

自社製品、手持余剰材料その他自己の指定する商品等を下請事業者に強制して購入させてはならない。(法第4条第1項第6号)

### 9. 報復措置の禁止

下請事業者が親事業者の不正な行為についての事実を公正取引委員会又は中小企業庁に知らせたことを理由として、取引の数量を減じたり、取引を停止したり、その他不利益な取扱いをしてはならない。(法第4条第1項第7号)

### 10. 有償支給原材料等代金の早期決済の禁止

親事業者が原材料等を有償で支給した場合に、この有償支給原材料等を用いて製造又は修理した物品の下請代金の支払期日より早い時期に、当該原材料等の代金を支払わせたり、下請代金から控除してはならない。(法第4条第2項第1号)

☆ ☆ ☆

下請中小企業振興法第3条に基づく「振興基準」において、下請取引の適正化に関し、親事業者が依るべき基準として定められている主要な事項は次のとおりである。

第1 下請事業者の生産性の向上及び製品の品質又は性能の改善に関する事項(略)

第2 親事業者の発注分野の明確化及び発注方法の改善に関する事項

② 長期発注計画の提示及び発注計画の長期化

(1) 親事業者は、継続的な取引関係を有する下請事業者に対し、下請事業者が安定的かつ合理的な生産を行いうるよう、相当期間にわたる長期発注計画を提示するものとする。

(4) 親事業者は、下請事業者に対する発注量を大幅に変動させないよう配慮するものとし、特に、発注量を親事業者の生産量の変動の程度以上に変動させないよう努めるものとする。

④ 納期の適正化

(1) 納期は、下請事業者の受注状況、設備及び



技術の能力等を勘案して、下請事業者にとって無理のないよう、下請事業者及び親事業者が協議して決定するものとする。

#### ⑦ 取引停止の予告

親事業者は、継続的な取引関係を有する下請事業者との取引を停止しようとする場合には、下請事業者の経営に著しい影響を与えないよう配慮し、相当の猶予期間をもって予告するものとする。

第3 下請事業者の設備の近代化、技術の向上及び事業の協同化に関する事項（略）

第4 単価の決定の方法、納品の検査の方法その他取引条件の改善に関する事項

#### ① 単価の決定の方法の改善

(1) 取引単価は、取引数量、納期、代金の支払方法、品質、材料費、労務費、諸経費、市価の動向等の要素を考慮し、合理的な算定方式に基づき、適正な利益を含むよう、下請事業者及び親事業者が協議して決定するものとする。

#### ③ 原材料の支給及び設備等の貸与の方法の改善

(1) 親事業者が下請事業者に対し、支給材料を支給しようとする場合には、下請事業者及び親事業者は、支給材又は設備等の保管の方法及び瑕疵のある場合の取扱い、支給材の所要量の算定方法及び残材の処理方法、支給又は貸与の時期並びに対価の決定方法及び支払方法その他支給又は貸与について必要な規定を、あらかじめ協議して定めるものとする。

#### ④ 下請代金の支払方法の改善

(1) 親事業者は、下請代金の支払いは発注に係る物品の受領後、できる限りすみやかにこれ

を行うものとする。また、下請代金はできる限り現金で支払うものとし、少なくとも賃金に相当する金額については、全額を現金で支払うものとする。



### 即引化の実施目標等を協議

3月12日、会議室において商品委員会を開催し、

①割戻金標準化の進捗状況並びに即引化実施目標設定等に関する件 ②返品問題は正のための業界施策等に関する件につき協議した。

割戻金標準化の推進についてはワーキンググループで進捗状況の実態把握につとめているが、基本契約割戻金の年4回以上の決済はメーカーの協力を得て初期の目標ラインが概ね達成された状況にあり、最終目標の即引化の実施時期を中心に協議した。

その結果、ワーキンググループ答申案通り、今後2年の準備期間をおき、63年のメーカー事業年度開始月から基本契約割戻金、期間契約割戻金につき即引きの完全実施の線できりまとめられた。

この商品委員会できりまとめた結果を会長に報告のうえ、4月25日開催の理事会に諮り61年度の活動スケジュールを組むことになった。

また、返品問題に関しては、各支部から寄せられた意見、提案につき事務局より概要を報告したが、回答遅延の支部もあり、全支部からの提案がまとまった時点であらためてWGで検討し、具体

的活動に入る方針が固められた。

## 「取引条件に関する調査」 \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* で連絡会 \*\*\*\*\*

3月12日、商品委員会の開催にさきだち、会議室において農林水産省食品流通局企画課松田政雄課長補佐、安藤徹係長、商業課金谷紀彦課長補佐、および社流通問題研究協会主任研究員高山守氏と委員会メンバーによる取引条件に関する連絡会が持たれた。

この連絡会は、4年間にわたり農林水産省が社流通問題研究協会に委託し調査してきた結果の最終とりまとめに当たって卸業界の実態を確認する意味で開かれたもの。

報告書の内容は「我が国のスーパーマーケットを巡る取り引き条件に関する調査」と題し学識経験が主体となって調査が進められ、そのまとめとして取引問題別検討がなされ ①協賛金 ②不当返品 ③納入時付帯サービス ④小口・小分け配送 ⑤手伝い店員派遣の要請 ⑥流通センター使用に伴う取引問題 ⑦受発注オンライン・システム化に伴う取引問題 ⑧押付け販売等となっている。いずれの項目にも是正の方向が示されておりその実態を確認するためにヒアリング形式で話し合いがなされた。

こうした、いわゆるバイイングパワーに関連する調査事例は今までになかったことであり、業界相互に現状認識を深めるガイド版として注目されるところとなっている。



3月27日、会議室において第3回酒類食品ネットワーク検討会を開催し ①商品コード分科会の経過報告 ②適用システム分科会の経過報告 ③ネットワーク検討会としてのとりまとめ等につき協議した。

この日の検討会の進行役は味の素㈱の鎌田利弘氏がつとめ、商品、適用の両分科会の作業進捗状況と問題点等について意見交換した。

両分科会とも概ね最終的詰め段階を迎えつつあるが、なお細目にわたっての整備の必要があるとされ、商品分科会にあっては3月20日に続いて4月11日、また、適用システム分科会は3月7日、3月19日にそれぞれ協議されたが、親委員会に諮られる時点はもすこしさきになるもようである。

## \*\*\* 冷凍VAN・㈱ファイネットが発足\*\*\* \*\*\*\*\*

業界注目の冷凍VAN ㈱ファイネットが4月1日設立された。

構成メンバーは味の素㈱、㈱ニチレイ、日本水産㈱、㈱加ト吉、大洋漁業㈱、日魯漁業㈱、雪印乳業㈱、㈱インテックの8社で資本金は3億円。

初代の取締役社長には㈱ニチレイの金田幸三社長が就任した。

創立総会終了後、祝賀パーティがひらかれたが、日食協の会長を代理して国分㈱の國分章一副社長より来賓挨拶があった。

同社は、卸店流通を基本とするメーカーが共同して、卸店と協力し高度情報化社会に適応したシ

システムを構築し、共同化、標準化によって双方にとっての効率化、省力化等のメリットを図るとともに情報の高度活用、情報システム化を促進することによってマネジメントの活性化や新しいマーケティングを図るなど業界全体の発展に寄与したいとしており、注目されている。



### 新物みかん缶で工組側と懇談

4月4日、会議室においてCBO果実部会の在京代表メンバーが集まり、新物みかん缶詰の生産とその市況見通し等について情報交換した。

この打合会に引続いて、日本蜜柑缶詰工業組合理事長、同工組内販対策委員長らを迎え懇談会を開催したが、製造数量の最終見通しとしては600万函を下回るとの見方を工組側はしており、工組がアナウンスした4号缶97円ライン以上で協力して欲しい旨の要望が理事長よりなされた。

しかし、市況は極めて厳しい状況にあり、むしろCBOとしては末端消費の実態から基本的に考えるべきだとの意向を強く述べた。

なお、EO缶への全面切換えへの提案は、ブランドオーナーの自主判断によることとすべきだとの声もあった。

### スイーツコーンで調査

3月6日、スイーツコーン缶詰の消費動向調査結果について農産缶工組と懇談した。

(株)ドウ・ハウスが調査分析したもので販促の参考資料として注目されている。

## 支部ニュース

### \*\*\*オンライン受発注の実態調査\*\*\* \*\*\*\*\* 関東支部・流通業務委員会 \*\*\*\*\*

関東支部流通業務委員会では3月17日、委員会を開催し ①オンライン受発注企業の実態と推進に関する今後の活動展開 ②値付け経費の算出ならびに問題点の掘り下げ等について協議した。

この委員会には磯野計一支部長が出席され委員メンバーとの意見交換がなされたが、スーパー、コンビニエンスストア等からのオンライン受注はシステム化されておりながら、なおかつ電話による発注が多い実態であり、一応第一次の実態調査は終わったものの、個別企業別の実態をさらに調査分析したうえ、電話発注件数の多い企業については改善協力の呼びかけをしたいとの方針が話合われた。

また、値付け経費の算出ならびにその問題点については、単純算出は困難な面もあり、今後さらに情報交換しつつ、社内において概算コストの検討を加えたうえ、改めて話し合いをすることになった。

### 支部委員会活動のテーマを協議

4月15日、関東支部流通業務委員会が開催され、①オンライン受注の推進について ②61年度委員会活動の企画等を協議した。

オンライン受注の推進に関しては、前回の委員会において、オンライン化されておりながら、な

お20%前後の電話発注によっているスーパーならばにCVSに対し協力要請する方向が話合われたが、さらにこれを実態確認するため、プロパーでオンライン又はMTによる受注件数と同対象商品で電話によっている受注件数のアンケートを改めて実施し、その集計結果を検討した。

しかし、前回調査との整合チェックを再度試みる必要があるとされ、次回委員会に委ねることになった。

なお、委員会活動の企画等については、各委員からのアンケートをもとに主なテーマとなる項目がひろいあげられた。

委員会として活動テーマとしたいとされた項目は次の通りである。

- ①小分け小口化の現況と問題点の掌握
- ②リードタイムに関連し、前日注文の要請活動
- ③在庫管理に関する問題とその合理化
- ④支部ゼミナールの開催
- ⑤多品種少量のピッキングの現状調査とその合理化等
- ⑥日食協10周年記念の企画、提案等についての連動

以上の項目を61年度の支部事業計画に新たに織り込みたいとされた。

## 卸売業の情報対策と今後 北海道支部が研修会

北海道支部では、3月13日午後1時から札幌グランドホテルにおいて「卸売業の情報対策と今後の進むべき方向」をテーマとして東京経済大学教

授 宮下正房先生を講師に招き支部研修会を開催した。

なお、同支部ではこの日の午前中に幹事会をひらき、今後の支部活動の進め方、返品問題についての本部商品委員会への提言等を意見交換した。

## 新潟県食品卸協会で総会開催

新潟県食品卸協会（会長 高島文治氏）では、3月13日午後1時から新潟市のホテルイタリア軒サンマルコにおいて定時総会を開催した。

この総会で高島会長は卸売におけるコストプッシュ要因となっている現況を述べ、その中でも特に返品問題は業界が相携えて改善を図らなければならない重要課題であり、今後は異業種卸業界とも連動し「新潟県連合卸協会」を設置して積極対策に取り組むたい旨の挨拶があった。

顧問団体としての日食協からは専務理事が出席し各委員会活動を中心に近況報告を行った。

また、「イトーヨーカ堂の発展の秘密」と題し日本販売科学研究所専務理事森谷靖武氏の記念講演会を催した。

## 長野県食品問屋連盟で第17回定時総会

長野県食品問屋連盟（会長 仁科恵敏氏）では3月19日、松本市浅間温泉ホテル地本屋において第17回定時総会を開催した。

総会終了後、「食品卸売業の現状と展望」と題して㈱流通ブレイク代表の柳沢孝氏の記念講演ならびに顧問団体として日食協から北田専務理事が出席し日食協の活動状況についての報告を行った。

## 共同配送委員会

3月17日午後4時から日食協会議室において共

同配送委員会を開催し ①共同配送の現状報告  
②受注時間の現況とその改善点等について意見交換した。

この委員会において参加委員メンバーから物品受領書の回収もれについての問題点が指摘され、業務の円滑化のためにも一度配送センターを代表者が訪れて、意見交換することとなった。

3月31日、代表委員3名は南王運送(株)福住配送センターを訪れ、現場見学のうち、同社の責任者と今後の合理化に向けての話合いを行った。

続いて、4月15日、新年度に入って第1回目の共同配送委員会を開催し、共同配送の運営とその合理化対策等について協議した。

特にこの委員会では3月31日に代表委員がセンターを訪れた経過と、問題点についての意見交換がなされたが、①配送ルート ②集荷時間帯 ③管理体制等の問題が重点的に話合われた。

なお、次回開催の共同配送委員会には、帖票類の管理システムの構築とそのフローを作成し意見交換することになった。



❖株式会社二幸(代表取締役社長齋藤親平氏)では3月1日付の組織変更に伴い人事異動を次の通り行った。

代表取締役社長	齋藤親平
代表専務取締役	加藤洋一

取締役	安藤欽一
取締役	東郷卓雄
取締役	山縣耀時
取締役	山根康資
取締役	杓名康彦
取締役	市原晃
取締役	坂倉芳明
取締役	川本金彌
取締役	横山昭
監査役	古谷磐根
監査役	氷室温彦

❖株式会社菱食(取締役社長布施宣利氏)では3月31日、定時株主総会並びに取締役会を開催し昇役及び新任の役員を次の通り選任した。

代表取締役副社長	依田寿夫
専務取締役 東京支社長	黒田起生
常務取締役 東京支社副支社長	加藤稔
取締役 管理本部長補佐	市ノ瀬竹久
監査役	薄井元介

❖徳住株式会社(代表取締役社長徳住たつ子氏)では、この度株式会社シンエイ(代表取締役社長栄田周一氏)と合併し5月1日より移転さきで営業を開始。

新住所 熊本県八代市出町1-8

新社名 株式会社シンエイ

❖株式会社丸信丸岡屋商店(代表取締役社長丸岡信一氏)では3月をもって株式会社マルシンと社名を変更した。

❖个大橋株式会社(代表取締役社長大橋康男氏)では4月1日より国分株式会社(代表取締役社長國分勘兵衛氏)と業務提携を結び卸売機能の強化を図った。

❖株式会社徳和(代表取締役 安田達氏)では2

月3日に、下記所在地に移転した。

新住所 〒583 大阪市羽曳野市伊賀4-28-1

TEL 0729-38-6523

❖国分(株) (取締役社長國分勘兵衛氏) で5月1日付で人事異動を次の通り行った。

磯内善介 常務取締役営業本部広域流通担当部長兼務

井岸松根 取締役営業本部低温食品KGCA本部長

村井靖尚 営業本部付部長<株ミブディリーフーズ出向>

中島純一 KGC首都圏本部長兼営業本部KGCA担当部長

栗原悠造 営業本部経営センター所長

田中二郎 営業本部経営センター付部長

浜中治一郎 営業本部商品第二担当副部長

岡村卯一 営業本部K&Kオリジナル商品担当付課長

飯田健一 管理本部システム企画室長

前田幸男 管理本部人事部長

長坂 進 管理本部人事部人事課長

小川隆三 資材部副部長

高梨啓史 資材部営業二課長

志鎌 亨 貿易部長

塩谷 貢 貿易課長

新井正志 KGC首都圏本部課長

田窪孝晴 東京第二支店営業一課長

長谷川吉保 東京第二支店中央営業所長

宿岩宏義 東京第二支店世田谷営業所長

木村 滋 札幌支店長兼KGC北海道本部長

井本幸吉 札幌支店副支店長

佐々木清隆 札幌支店総務課付課長

内田 修 仙台支店副支店長兼営業企画課長

川畑修一 仙台支店副支店長兼総務課長

土屋忠史 大阪支店総務課付課長補佐



❖財団法人日本缶詰検査協会では4月より前理事長小暮光美氏の退任に伴い新理事長に相賀幸雄氏が選任され就任した。

❖社団法人日本セルフ・サービス協会(会長中島清氏)では3月17日(月)午後6時より帝国ホテル3階「富士の間」において、第20回セルフサービスフェアを開催し①功労出展企業の表彰、②記念パーティ等々参加者多数を得て盛大に催した。

### 欧州食品輸入促進ミッション 卸売業界からの参加を期待

日本貿易振興会(ジェトロ)では欧州食品輸入促進ミッションの派遣につき特に卸売業界からの参加に期待をかけている。

最近、欧州の加工食品業界においては、対日輸出意欲が急速にたかまっており、このため日本人の食生活、嗜好等に関する情報を求める声は強く、第12回SIAL(国際食品総合見本市)が10月20日から24日までパリで開催されるのを機会に食品輸入促進ミッションを派遣するというもの。派遣期間は10月13日から10月24日の12日間で、訪問地はパリ(SIAL国際食品見本市参加、輸入コンサルティング、商談)その他の国(未定)となっている。

ミッションメンバーは15名程度。

なお、問合せは日本貿易振興会農水産部(電話03-582-5580番)



日食協