



会 報

日 食 協

第50号 62. 3. 31 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5番11号(江戸ビル4階)
電話 東京03(241)6568・6569番 FAX; 03-241-1469

目

次

「売上税実務研究会」を設置	2
運営委員会	3
◇日食協創立10周年記念実施要領	5
商品委員会	13
情報システム化委員会	14
◇国際化に伴う流通問題で公取委が近くガイドライン	16
60年度物流コストの実態	17
◇関東支部・流通業務委でまとめる	17
◇首都圏における百貨店とスーパーの返品問題	20
支部ニュース	22
缶詰ブランドオーナー会	25
◇61年度缶詰の経過報告ならびに62年の見通し	25
◇品質対策委員会	27
◇新物みかん缶で情報交換	27
◇61年度内販みかん缶 J A S 受検状況	27
◇" 10月10日 " が「缶詰の日」	27
会員 消 息	28
賛助会員消息	29
訃 報	30

「売上税実務研究会」を設置

売上税導入問題は、いま、あらゆる業界において最大関心事となっており、国会のなりゆきが注目されているところであるが、日食協では昨年10月17日時点において関係行政筋に対し「新型間接税導入に関する要望書」（既報；その後政府は“売上税”と改める）を提出、年明け後の自由民主党の「税制の抜本的改革と昭和62年度税制改正大綱(案)」さらにその後の法案で飲食料品にあっては非課税扱いとなることが明らかにされた。

食品業界としては、一応初期段階の要望はかなったとのうけとめ方はされたものの、非課税取引等7項および公共法人等を除き「国内において事業を行う者が有償で行う資産の譲渡、資産の貸付け及び役務の提供」は課税対象とされ、しかも年間課税売上高1億円以下の事業者については納税義務者から除外する等の骨子となっているために、非課税業種といえども、取引上においてもまた事務処理のうえからも種々の問題点を抱き込むことになっている。

国会今後の動向いかんにもよるが、実施案では63年の1月1日とされており、特に流通業界にあってはその時点での対応では実務上多大の混乱が生ずることは目に見えており、日食協では早急の問題点を洗い出し、要望すべきは要望するとの方向で、協会内に「売上税実務研究会」を設置した。

☆

☆

☆

売上税が及ぼすインパクトを検討

3月17日午前10時から日食協会議室において磯内運営委員長出席のもとに第1回目の「売上税実務研究会」が開催された。

開催にさきだち運営委員長より売上税に関する動向と業界内における問題点の洗い出しの必要性ならびに研究会設置の主旨等につき挨拶があり、研究会メンバーの紹介が行われた。

メンバーは下記の通りであり、その座長には㈱菱食取締役の市ノ瀬竹久氏が互選された。

社名	役職名	氏名
㈱小網	財務部 経理二課長	福江 和彦

国分 ㈱	経理部 経理課長	清水 克美
コンタツ ㈱	電算室 室長	青木 光雄
㈱サンヨー堂	管理部 次長	山口 誠
㈱廣屋	食品営業部 次長	古田 一幸
㈱明治屋	食品営業統括室 次長	浅利 邦昭
松下鈴木 ㈱	本社商品部 部長代理	浅井 久生
㈱菱食	取締役管理 副本部長	市ノ瀬竹久

第1回研究会における検討のあらましとしては本研究会で仮りに売上税導入の際、食品卸企業にインパクトとしてまずどのような問題があるかを掘り下げ、その導入に反対であるか否か、また要望すべき事項等については、その論拠を研究会で明らかにして日食協上部機関に諮ることになった。

具体的活動運営に当たっては、基本的な取り組み方として次のようなことが話われた。

- 1) 取引上における問題点；
対メーカー、対小売店等についての問題点のピックアップ、その他ヒアリング等。
- 2) 事務処理上における問題点；
企業間、企業内の事務処理上で想定される問題点の把握を電算がらみで検討する。
- 3) コストインパクト上における問題点；
 - ① 物流コストに及ぼす影響
 - ② 情報システムに及ぼすインパクト
 - ③ その他経費等
- 4) 納税事務上における問題点；
コンピュータゼリエーションとも関連し、手続き、実務の面での問題点を探ぐる。
- 5) 以上を軸にさらに次のようなコーディネート活動等を推進するための足がかりをつくる。
 - ① 社内啓蒙
 - ② 小売店等への説明会
 - ③ 業界コンセンサス事項等

これらの検討を進めるに当たっては、短期的問題と長期的問題に組み分け作業分担し研究を重ねることになった。

分担作業で具体的検討

3月28日午後2時から日食協会議室において第2回売上税実務研究会を開催し、前回の第1回目で作業分担した研究項目につき問題点を持ち寄り具体的検討を行った。

取引上の問題点としては、価格転嫁、販促関係

等への影響、請求実務上の問題、コストインパクトにあっては、税込み処理の場合の課税商品についての商品マスターの見直し、配送経費、その他の経費の抽出等。

また、納税事務上の問題に関しては、税額票の発行、集計、控除集計と計算、交付税額票の管理等についての意見交換を行った。

それらの問題点を再整理したうえ、企業規模別モデルによる売上税に係るコストシュミレーション等もえがき出したとの話がなされた。

次回開催は4月16日午後2時を予定。



即引化、新価格体系等重要課題 ***** 運営委・商品委合同で協議 *****

2月3日午後3時から日食協会議室において運営委員会、商品委員会の両委員会を合同で開催し①割戻金即引化・返品問題改善両協議会の進捗状況に関する件、②新価格体系構築検討協議会の進捗状況に関する件、③売上税導入問題の対応等に関する件、④10周年記念行事の開催要領に関する件、⑤その他について協議した。

合同委員会開催にさきだち磯内運営委員長より「委員会活動も多岐にわたり重要問題をかかえているが、今後とも実りある委員会を開いて参りたいと思っており、ご協力願いたい。

4月からはじまる62年度はいろいろの問題点を控えており、一方、経済情勢は全くの成熟化に加えて円高、デフレの状況で今後とも商況はおそら

く振わないと見られる。

今回の議題にもあるが、売上税の問題が重くのしかかっており、食品は非課税扱いで除外されることにはなったが、その周辺のものも殆んどが課税対象であり、動向いかによっては業界はますます厳しい状況におかれるということも考えられる。

日食協としては、これらの環境を乗り越え62年度も成果のあがる年にしたい。

また、本年は5月25日に創立10周年を迎えることになり、団体としてもその節目にさしかかるが、心を引きしめもろもろの案件に当って参りたい。」旨の挨拶があった。

割戻金即引化・返品問題に関しては、廣田商品委員長より両協議会の活動について次のような報告があった。

「日食協にとって極めて大事な時期を迎え両協議会も真剣な姿勢で各委員は臨んでおり、逐次内容もまとまりつつある。

そのなかで割戻金即引化についてはかなりのコンセンサスが図られつつあり、2月開催予定の協議会ではよりファイナルな段階まで詰めて参りたい。

そのうえで各メーカーに要望申しあげ、一応の任務を終ると考えているが、理事会の承認を経たうえで、63年のメーカー営業開始月から実施する段取りで進めたい。

返品問題改善協議会においても、メーカーとの間でコンセンサスが得られつつある。

この返品問題は、返品そのものを突出させて取りあげるのではなく、取引問題の位置づけで議論

する方向で取り組むべきだと考えており、返品特約等について詰めて参りたい。

考え方としては、基本契約を明確化し、返品特約条項がない限り認められないといったように、前提条件などについて整え、出来るだけ早い機会にメーカーとの合意を図り、その結果をもって小売業界との話し合いを進めたいと、このように思っている。」旨の報告と意向が述べられた。

新価格体系構築検討協議会の活動状況に関しては同協議会の座長である(株)明治屋の大竹一太郎氏より、第3回の協議を重ねてきた協議会の協議もようにつき報告された。

続いて各委員の意見交換のあと協議の結果、次回協議会の開催に当たっては、メーカー、卸間のメンバーによる協議に止めることなく、公正な立場での学識経験者の参加を得てコーディネートしていただく機会を設けてはとの提案があり、話し合いの結果、第三者の立場で東京経済大学教授の宮下正房先生にご協力願うべく事務局においてご意向を伺うことになった。

売上税問題に関しては、現在までの経過について事務局より報告のあと、今後の対応問題を協議し、状況によってはしかるべき対応機関を設けることになった。

また10周年記念行事の実施に当たっては、事務局より、第8回まで重ねてきた実行委員会の企業立案、実施要領につき報告し記念品、各支部の動員協力、講演会、パネルディスカッションなどの具体案を概ね了承した。

準備作業は順調に進む 10周年記念実行委員会

来る5月25日に挙行される日食協10周年記念行事も間近かに迫ってきたが、この行事の企画立案と準備に当たっている10周年記念実行委員会では、第7回(12月1日)、第8回(1月23日)、第9回(2月16日)に続き3月31日午後1時半から日食協会会議室において第10回目の実行委員会を開催し、最終的な打合せと準備作業に取りかかった。

記念行事の一環として企画された「食品問屋の業態革新」をテーマとした論文公募は20通をこえる応募があったが、この審査には次の学識経験者3名により慎重審査に入っている。(敬称略)

審査委員長 宮下正房(東京経済大学教授)
 審査員 原田英生(流通経済大学助教授)
 審査員 住谷 宏(千葉商科大学助教授)

なお、定時総会、記念講演会、パネルディスカッション、祝賀会等の案内状は、来る4月17日開催の運営委員会を経て郵送する運びである。

これに合わせ各支部においても記念日当日の参加員につき積極的に呼びかけを行っている。

実施要領の骨子は次の通りである。

日食協創立10周年記念実施要領

1. 記念行事開催の主旨

昭和62年5月25日(月曜日)は、日本加工食品卸協会が創立して満10年の当日になります。

この10年を節目に新しい世紀に向け流通秩序と業界基盤構築を理念として、会員のすべ

てがスタートラインに立つべく、賛助会員とともに一堂に会し、流通業界を新開拓することをねらいとします。

2. 開催日および場所

開催日；昭和62年5月25日(月曜日)

場 所；鉄道会館ルビーホール 11階、12階

3. 催事次第

	時間割	会場	受付開始
定 時 総 会	10:30 ～12:00	12階 全フロア	9:00
昼 食	12:00 ～13:15	〃	〃
講 演 会	13:15 ～14:45	11階 全フロア	12:00
パネル ディスカッション	14:45 ～16:45	〃	〃
祝 賀 パーティー	17:00 ～18:30	12階 全フロア	16:00

4. 講演会・パネルディスカッション

定 員；130名

講演会；テーマ『21世紀への常識』

講師 山本七平先生(山本書店店主)

パネルディスカッション；

テーマ『食品流通、21世紀への課題』

コーディネーター 宮下正房先生

(東京経済大学教授)

パネラー 谷野 陽氏

(農林水産省食品流通局長)

高丘季昭氏

(株式会社西友専務取締役)

吉田節夫氏

(キッコーマン株式会社常務取締役)

磯内善介氏

(国分株式会社常務取締役)

廣田 正氏

(株式会社菱食取締役副社長)

前向きで体系構築作業 —新価格体系構築検討協議会—

第2回新価格体系構築検討協議会は1月27日午前10時から日食協会議室において開催された。

第1回目の協議会(61年12月23日)では協議会設置の主旨等が中心とされたが、第2回目からは、メーカーの8社メンバーより積極的にメーカー企業としての現況と立場、価格体系についての考え方等が述べられ、卸メンバー4社とのフリーディスカッションが行われた。

この協議会にはオブザーバーの立場で廣田商品委員長が出席され、要旨次のような見解が述べられた。

「先週、日経流通新聞のレポート欄に米国卸売業について記事掲載の依頼を受け寄稿したが、このときいろいろ痛感した問題は、米国卸売業の場合の取引の基本になっているものは、ロビンソンパットマン法であるということである。

これはメーカーのみに適用される法律ではなく同一条件で同一商品の差別販売を禁じるというもので、これは商業を営むものすべてに適用範囲がおよび、当然卸行為も該当する。従ってある卸大手スーパーの複数企業から同条件で注文を受けた場合は価格差があってはいけないということになる。価格差をつける場合には正当な理由がなくはならない。つまり、価格を引くだけの理由がなくてはならないということである。

米国卸売業としてはメーカーから頂戴する原価というものがあって、それに加えるものは何かという加算法式になっている。このような機能を果すから、これこれをプラスするというように数種の機能がプラスされている。極端なことかも知れないがフルサービスというのが一番高価格で、これは小売店頭へ行き商品の陳列までです。値付けも当然ある。そして、店頭に置いた古いものは引き取るというように、そこまでサービスすることもありフレーミングなどは33%程度のものを取っている。

これに対し、日本の卸と同様に渡すのみのサービスの企業ももちろん存在している。この場合はだいたい7%ぐらいとなっている。これら率の問題は別として面白いと思うことは、法律によって価格差をつける場合は正当な理由がなければ許されないということがあり、そこでキチンと果すべき機能とマージンの割合に整合性があるという点に良さがある。

実はロビンソンパットマン法という法律は日食協でも以前、上智大学の松下満雄先生を招き勉強会を開いたことがあり、また、公取委からも意見を聞いたが、日本では正当な理由ということは非常に難しい点がある。われわれが公取委に対しロビンソンパットマン法のようなものをと一時申したことがあるが、承知はされなかった。このような法律を日本で出来にくくしている問題はなにかということ、日本の特約店制度ということである。

率直に申せば、特約店制度があるからいままで卸というものは守られてきた面もあると思う。それと同時にそれがもし存在しないとすると流通上の当事者能力がなかったからだと思われる。いま

まで卸が曲りなりに流通のなかで一端を担うものとして認知されて来たのは特約店制度により、有力メーカーの自社商品はA社にまかせているということによっている。

おそらく行政側として考えている問題は、従来、続いて来た特約店制度の良さも十分認めているものと思う。

いずれにしても、このロビンソンパットマン法と特約店制度は相い反する問題であり、特約店をどこと決めていても同条件で買いに来るとメーカーは特約店でなくともロビンソンパットマン法によって商品を渡さなくてはならないということになる。

これが米国においては特約店制度のないひとつの原因となっているわけで、そのような点からすると日本型の流通形態を構築していかななくてはならないということを考えるとき、特約店制度を背景とするいわゆるメーカー側の支援なしにはそれは成り立たないであろうということが言えるのではないかと思う。そのようなかたちでいままでの環境は長く熟成して来ている。もし、これを無にするとすれば特約店制度も無とすることになろうし、逆にいうと、そのようなものを無くするためにロビンソンパットマン法のようなものが制定されなくてはならないと思う。そのような点から日本的な流通のもとにおける新価格体系というものをここで構築しなくてはならない状況にあると思うわけである。

まず、是非、実行していただきたい問題は、メーカー側が既存の間屋機能と考えているのはどのようなものか、これはいま機能しているとかいないとかということは別にして、すべてそれらのこ

とを羅列し、これは機能している、これは機能していない、これは機能している場面もある、しかしこれは部分的に機能していない、また、これは量販店に対しては機能していない、これは一般小売業には機能しているというように機能の種別と状態があり、その機能の再点検を是非やっていただきたい。

日本的流通の特殊性をもうひとつあげるとメーカー企業に販促部隊が設けられている。このようなものを度外視しては新価格体系は構築出来ないと思う。本来、だまっけても売れるという流通であれば販促部隊は無用であろう。しかし従来の卸機能のなかで、ある程度十分な役割りというのが果せない場面が近代流通のなかに出現しており、そのためにメーカー企業はその対策として設けられておられるのだと思う。販促部隊と卸が活躍する機能の分担は一体どのように変化してきたのかという問題を論じ合っていたいただきたい。いままではわれわれの先輩はそのような大事なことに手を触れず、これまでなんとなく何%を切ったとか切らないとかと言った話で流れて来ている。こういう問題を赤裸々に話合わなくてはならない時代が到来したと思う。

例えば、卸としてその機能を果せない場合、メーカーの売場口銭はその分だけ少なくともしかなかったと覚悟しなければならぬとか、こうした問題を明確に区分けしていかないと、そこに小売業という線が入って来て、例えば、当方はそのような問題は本部の方で当方の機能に入れているから当方によこせと言ったことになろう。

いまの価格体系の乱れは卸機能がいろいろなか

たちで関連業界によって支えられているというかたちの中に現在の価格体系は出て来ており、そうした面の整理がまずないとなかなか新しいものは構築されないと思うので十分に論じ合っていたでき、同時にやっていただきたいことは、従来の卸機能で包含すべきもの、例えば値付け問題なども当然含まれよう。この値付けする場合、その値付けの費用をメーカー側に頂戴したいなどと言って来るのは変なことであり、これは本来卸が現状の価格体系にプラス値付け費用というかたちで小売側から頂戴すべきで、その辺のことも話を詰めてしておく必要があると思う。

いずれにしても今日の卸機能というものの現状認識、再確認をしていただいたうえで、これを将来的にどのように育成していくか、また、相互の機能分担関係をどうして行くのか、さらに今後、新しく発生してくるような事態にどう対処するのか、こういった問題を是非話合ってみてはいかがであろうかと思う。

これから先は私見として申しあげるが、価格体系等で論ぜられなくてはならない部分として、従来は、パーセンテージ1本であったが、従量的な部分と従価的な部分の2本建でものごとを考えて行かねばならぬのではないかと思う。

そのようなかたちでの機能強化がなされ、それに対する利潤がどれくらいか。その標準値等についてコンセンサスがほしい出来ていれば商品別によって、それをどのようなタイミングでどうするかの話も進めることができよう。それは例えば新商品の対応でも結構であるし、また商品によっては、非常に単価の安いものもあるので、その場合には、それに必要とされる現実のコストをどの

程度カバーするのかなどについて、まず話合いをはじめられてはいかがかと思う。」

☆ ☆ ☆

2月19日午前10時から第3回新価格体系構築検討協議会を開催し、前回の話合いでメーカーが期待する卸機能についてそれぞれ考え方、見方を持ち寄ることになっていたが、卸サイドからも基本的な機能分類を試み両者間での意見交換を行った。

機能区分としては、商流、物流、情報流、金融流およびこれらの基本的機能にさらにトータルサポート機能を加え、従来型機能にない新しい機能に対する評価を探るべく掘り下げた協議がなされた。

なお、この協議会にオブザーバー出席された磯内運営委員長は次のように挨拶された。

「本日はみなさま方が多忙のところ新価格体系構築の会議にお集まりをいただき厚くお礼を申しあげたい。私が途中からオブザーバーとして出席し、みなさまのお話を賜って思うところは、社会的な構造変革による卸のコスト増という問題に対し、これはやはりメーカーさまサイドである程度ご考慮を願う必要があるのではないかという点である。さきほどお話のなかの値付け作業等のことまではメーカーさまにお願いすることは少し難しいのかなという感じもするが、しかしながら社会的な構造変化というものがもたらす消費者の変貌というものから引きおこされたコストアップはある程度ご考慮を願う必要があるのではないかとそのように考えている。

このところ2年～3年は例が少ないが、従来メーカー企業は扱う原料価格が上昇すると商品の値上げをされてこられた。これは原価計算上の止む

を得ない事情と思うが、そのなかに人件費のアップというものも加えられている。これは人件費の増加と原資材の高騰による値上げとして実施されてきたものであるが、そのようなことを考えると卸は現状の社会的、経済的な構造変革というものによって小分け、多頻度配送、鮮度管理、リードタイム問題等々が発生した場合の問題はメーカーにお願いして救済措置を講じていただくことであり、それは価格のうえで図っていただくことが必要ではないかと思う。このことは卸はメーカーの生産したものを流通においてうけもっているということである。卸業の商業生産説ということを申される方もいるが、自分のところでコストアップを吸収するだけのマージン幅をつくり出そうということは卸業としてはこれは至難なことである。

これまでの価格体系はメーカー側によって生販三層の価格体系がつくりあげられてきた。そのひとつ典型的な価格体系が過去の高度成長時代につくられたまま現在に至っているのが実情である。しかし、現実の経済社会状況は変わっており、某大手NBメーカーのトップの方は180度の転換により、いまは生産川下論となっていると申されておられるが、そのような世の中になっている。従って価格をハンドリングされているメーカー側に、その辺のことをご勘案いただくことが妥当ではないかと考えた次第である。

不確実性時代の著者であるガルブレイスは卸はカウンターパワーを持たなくてはならないと数年前の間屋革命論、流通革命論、問屋無用論が出た頃に申し立てた。それは卸がカウンターパワーをもって生産と小売の間において対等に意見を言う

立場にならなくてはという話である。この理由として実行力を持つということは流通支配権の獲得ということが可能かも知れないということだが、しかし現在の高度流通社会というか、流通生産社会においては流通支配権を卸が持つことはないが、もし流通支配権を保持することが可能ならば、これは価格決定権が手中に得られるというようなことをガルブレイスが言っていたことである。従って全卸が団結しメーカー側にあたり、小売側にあたりそのように対処すれば価格をある程度手もつてコントロールする力を呼び戻せることが可能であろうと言っていた。これは学者の申すことであるが、私は日本における流通支配権はメーカー側が持っているべきであろうというように見ている。

また、某大手量販店のトップの方は主権が変わって流通支配権が川下に移動するといっておられるが、しかし、NBメーカーの力は強く、その強い力をもったメーカーが価格決定権を持っているのであり、これは一部小売業の立場からはそうではないと言う方もおられるが、現在、私どもがあたえられているひとつのパターンというものはメーカー側が過去においてつくられた価格体系であり、それが180度経済社会の構造が変わったということであるならば、その変わったものに合わせて下さるというようなことを考えていただきたいと思う。そうしていただかないと卸業は今後ますます経営が困難となり、ひいてはメーカー側にご迷惑をおかけする結果になるのではないかと思う。

従って、これは本当の意味で価格体系が変化したものに対しては影響させていただかなければならないし、また、別の分野の変化、例えば卸と小売の間で話合うべきものはこれだというように区

分し結論を出す方法などが考えられよう。

昨年の後半より本年のはじめにかけて私は卸の機能について業界紙や、またお話の出来る場等を通じて申しあげているが、通産省の情報志向型卸売ビジョンのなかに卸の機能はネットワーク機能とデータベース機能と危険負担機能の3つがあげられているが、私はこのほかにアソートメント機能とサービスマーチャンダイジング機能などもあると申しあげている。そのなかで一番大切と思うのはネットワーク機能とデータベース機能とアソートメント機能であろう。そのうちのネットワーク機能は販売ネットワークがなければ多くのメーカーの生産する商品を全国、津津浦浦にみなさまがたの要望に沿ってお届けすることは出来ないことである。このネットワークするということは即、メーカーの商品を消費する消費者に繋げることであるが、もっと広い意味でいうと網をかぶせ、その網の目を通して卸はメーカーの要望を100%担っているいろいろな活動をしているといえる。従ってこのネットワークこそが重要である。また、データベース機能については、これからは情報化社会である。今後どのような社会が生れて来るか判からない情勢であるが、ある大手小売業の会長はこの状態を産業革命前夜であると称し、また、あるトップは地球が銀河系から生まれ出るその前日であるというようなことを話されている。これは結局、今後なにが生れて来るのか予測が出来ないということであろう。そこで情報化社会の到来のためにデータベースをわれわれは準備し、積みあげて行かなければと考えている。卸全体が足並みを揃え流行言葉になっているが、リテールサポートということを行っている。

そこで私どもの会社で考えている例で申せば、

リテールサポートはプラノグラムという棚割り管理の方法、手法というものがあるが、これはPOS、EOS等々と連動させながら棚割りを一番効率よくつくりあげるものである。あるメーカーが開発されたアジテラスオオミカミと同様のものであるが、とにかくそのようなことを実施し、このゴンドラにおける標準売上げ、標準利益を管理するところまでプラノグラムのソフトをつくりたいと思っている。そのようなことでこのデータベース機能というものを充実させて行かなければならない。これは販売情報にしても同様である。

某大手CVSのトップの方がよく新聞にPOSについて書かれているが、すべて本当のことが述べられてない。POSのことを判っているつもりで学者等が説明していることも本当の真実を話してはいないといっているが、その理由はまだ現状はデータベースが完成されてないということであり、そのPOSデータは1年、2年、3年と積みあげてのちにはじめてPOSということが語られるということであると思う。そのようなデータベースをわれわれはいま築きあげてをしている。そして将来、これをメーカーと共有して一緒に使いたいと思っている。

アソートメント機能については品揃え機能のことであるが、これは問屋がメーカーと小売との接続点にあるというだけに絶対的な立場をもっており、この活用は大きなものである。例えばメーカー企業が品揃えすると考えても自社製品か系列企業の商品を集めるということであろうし、その点問屋は総ての加工食品を用意しており、その扱っている商品とその商品アイテムのなかで最適な組合せをすることが出来るのが問屋機能であり、こ

これは他にないものでメーカーミックスということであり、プロダクトミックスということである。この機能は問屋においてほかにはない。このデータベースは結接点にある問屋が集めているものが最も効力があり、使用上の勝手もよいと思う。それは小売業側にとっても当然なことに便利であると考えられる。

大手スーパー企業のPOSの活用も自己企業内の商品の売れ筋は判明しても他社で動きのよい商品があるかどうかを知ることは出来ない。そのような場合、問屋のデータベースと比較すると容易に判かることができる。このようなデータベース機能、アソートメント機能を含め6つの機能を卸は整備しなくてはならないということであろう。

以上、申しあげたことは新価格体系構築に直接的な関係はないが、しかし、大なり小なりこれらの機能は必然的に関連があると思う。

最後に再度お願い申しあげたいことは社会環境の変化、経済環境の変化によってわれわれが新たに仕事の部分のコストについては新価格体系において是非、価格決定をするメーカーにご考慮を賜わりたいということである。

そのほか卸と小売業間の問題については卸業自らが解決のためにあたりたい。」

☆ ☆ ☆

なお、次回第4回目の検討会においては、第三者の立場で東京経済大学教授の宮下正房先生にご協力願ひ、卸売業の現況とその新しい機能等につき問題点をコーディネートしていただくことを両者の話し合いで了承した。

☆ ☆ ☆

第4回新価格体系構築検討協議会は3月10日午後2時から日食協会議室で開催された。

この協議会においては前回の了承事項にもとづき、東京経済大学教授の宮下正房先生に特別にご出席願ひ、卸売業の現況と検討協議会がテーマとして取り組んでいる新価格体系構築問題に関連する第三者の立場でのお話をお聞きした。

冒頭における先生のご提言は主要次のごとくである。

「昨日、事務局よりこの協議会の主旨のご説明をいただいた。このたびは大変重大なテーマに業界は取り組まれておられるのだと感じている。その意味のひとつは、現在の流通業界がおかれている環境からして、いつか直面しなくてはならないことであり、また、あらたな売上税の問題もかならず絡んで来ることと思われる。この辺はすでに他業界においてもこれを契機に同様問題の検討をしているという話も聞いている。

それと、従来の価格体系は商品がよく売れた高度成長時代を背景に形成されたものであるが、それが現在も引き続き存在しており、現在、低成長の時代となって問題化して来ている。これを検討することは業界として重要なテーマであると思う。

もうひとつは小売機構の変化は進展しており、それに対応出来る価格体系が望まれるが、いま特に大手卸・メーカーにとって主要な相手の量販店を中心とした情報化が急激に進展していることである。この情報化は小売業と卸業、メーカー企業の間の変化にどう対応するか。この間の変化とは機能の分野関係ということである。これまでの日本のチェーンストアは機能を可能なだけ卸とメーカーに依存することによる経営体質がつくられてきたが、これが情報化を契機として機能の内部保護化する動きがいまあり、また今後も進むと思う。そうなると機能外部化時代のメーカー、問屋、

小売店の機能の分担の変化がそこで問題となろう。

また、小売のCVSの登場により、卸業の活動内容に大きな変化があった。従来の大量流通時代の活動内容とは異なり、現在の多品種少量化の小分け機能時代においては、大量流通を背景に構成されたマージン体系の見直しをすべきであろうと思う。そのような要素も考え合わせると、いまが問題を見直すタイミングのときであるには違いない。しかしながら一方、メーカー企業にただお願いするだけでは理解が得られないのではないかと思われることもある。

なぜならば、メーカー、卸、小売の関係は、表向きは極めて協調システムであるが、その裏側のシステムは小売価格から製造原価を差引いた部分の配分関係である。流通コスト、すなわち付加価値と称しているが、それを三者が配分する機構であり、それだけに端的に申せば、片方が多ければその一方は少なくなる関係のなかの問題であり、これはある面では衝突関係の問題をどう線引きするかということである。この妥協点を求めること、これはなかなか正解が得られ難いテーマであろう。それはまさに古くて新しい永遠のテーマであり、その意味で非常に重要なことに取り組まれたと申しあげたい。

このたび日食協を舞台にして卸業とメーカー側がひとつの共通の土俵上で検討協議されておられることは大変有意義なことであると思うが、いまお話したように利害相反する関係の存在するテーマでもあり、果たしてどの程度まで両者の納得のいく線が得られるのか疑問も感じられた点、この会合に出席することがためられたが、まず、み

なさまとお会いしてみようと思った次第である。

この問題は、そのような性格を持っており、まず検討するには材料を用意する必要があると思う。卸側から見ると、ただ抽象的にCVSに対し小分けの物流経費が増高しているのだと言葉で申しても、それだけで実質的な効果は得られがたいだろう。そこでこの協議会の場において、例えばリテールサポートしなければならぬセールスサポートもあろうし、返品のコスト、大型店の要求する協賛金とさまざまな物流コストが現実にもどのように推移してきているか、あるものはメーカーが負担、あるものは卸が負担しており、そのデータを集め細かく検討することであろう。これらの機能というものの中にコストが背景にあり、卸側からの言い分として、われわれは過大な機能を背負わされており、それがコストアップになっているということであるが、その点を客観的なデータを示し発言できるように用意すべき段階であると思う。

しかし、そこで非常に難しいことは加工食品卸業界で高率機能対応の企業と低率機能の企業の企業活動内容の格差が進んでいる。従って問屋が一律なマージンを要求するかたちは疑問の残るところである。

昨日の意向を聞かせていただきながら感じたことは、当面、短期的な提案をしてこの協議会で議論を進める方法もある。しかし、折角、貴重な機会を設けられたことであり、もっと長期的に各コスト分析の作業を進めることが重要だと思う。この問題は永遠のテーマであり、出来れば日食協が卸業会員のデータを毎年、毎年積みあげられるようにしてはいかかと思う。

この問題は卸業のコスト研究だけで解決出来るものではなく、メーカー企業としてのコストの発

商品委員会

“即引き”明年度実施で最終的協議 割戻金即引化協議会

生部分も当然ある。従って両者のコストを調べそれを調整したうえで、適正なマージンの構成はどうなのかという位置づけ作業をすべきであろうと思う。そして分析するに当たって卸業のタイプを分けることにより、この問題を一步前進させることが出来るのではないか。

次にシステム的な面の話をするれば、これまでの特約店制度、代理店制度についても見直しをしなければならぬ大きなテーマがあると思う。この特約店制度もプラス・マイナス両面あって、まず、マイナス面を申しあげると、特約店なのでメーカーからこれだけの支払いを受けるのは当然と構える卸店も少くない。このマージンとかりべつというものは特約店に対する地位の保証ではなく、これは卸の機能に対する保証であり、代償である。その点、卸としての機能の不十分な特約店まで一律の保証ということは逆の効果が生じることになる。高機能化されている卸業に対してはこれが不平等なマージン体系にもなってしまう。従って、この辺も本格的に特約店制度、代理店制度の見直しをするべきではなかろうかという問題がある。その意味からメーカー・卸が長期にわたりいろいろな問題を検討することは大事なことである。この協議会で概念的な議論をするだけでなく、実証的にこの問題を正當に評価できるように数字を用意することが必要であると申しあげたい。」

なお、このたびの検討協議が4回にわたり開かれたが、ことしに入ってから卸メンバー4社による内部打合せは、1月14日、2月10日、3月5日と3月末までに3回開催し協議の円滑化を図ってきた。

2月24日午前10時から日食協会議室において、第4回割戻金即引化協議会を開催し明年度のメーカー営業開始月から実施の即引化につき最終的な協議を行った。

特にこの協議会では、即引きの理解のしかたと事務処理の方法について重点的協議がなされ、大筋においての合意が得られたので、さらに内容を整備して商品委員長に諮り、正式な対外的協力呼びかけの活動を進めることになった。

2WGでさらに内部協議

2月3日開催の運営・商品合同委員会にさきだち割戻金ワーキンググループおよび返品問題ワーキンググループを1月14日開催した。

割戻金WGは午後1時半からひらき、まず市ノ瀬竹久座長より昨年9月以来、3回にわたって協議してきた「割戻金即引化協議会」の検討のあらましと、今後の進め方等について報告があり、即引化案の内容の一部組みかえなどを行った。

また、返品問題WGは引続き午後3時から開催され、9月以降、1月現在まで4回にわたり協議してきた「返品問題改善協議会」の経過報告と特約条項等、基本的問題について意見交換した。



情報化標準モデル委託事業

報告書の作成に着手

農林水産省食品流通局商業課より委託の「昭和61年度加工食品卸売業情報化標準モデル策定調査委託事業」については、昨年の9月26日に第1回委員会を開催し、これをうけてワーキンググループを編成、年度内において委員会を3回、ワーキンググループは延べ10回にわたり開催、必要に応じ、都度代表者による打合せ等をひらいてアンケート調査の実施、集計分析、カナ文字の漢字変換実験、報告書ならびに資料編等の作成にとり組み、61年度の調査活動を滞りなく終了した。

この委託事業は62年度および63年度と継続予定されている事業であるが、次年度では情報システムを軸とした物流システムの標準モデルの作成および情報ネットワークのあり方等について調査研究が進められる予定である。

なお、このたびのデータフォーマット、統一伝票等オンライン化に関連したアンケート調査は、会員、賛助会員ならびに関係業界の積極的協力により、高率回答が得られ、情報システムに対する関心度の高さがうかがえた。

61年度報告書の主な内容としては、第1章が研究調査の概要；第2章は加工食品業界の情報化に関する調査、第3章取引先名簿のカナ情報の漢

字化に関する実験、第4章は加工食品流通における情報化対応の課題と方向づけという大要にまとめられており、情報システム化が今後さらに進展する重要段階を迎える食品卸業界において同報告書は時を得たガイドになるとして注目されている。

日食協では62年度事業活動の一つにこの報告書にもとづく説明会を各支部協力のもとにスケジュール化する予定でもある。

「商品コード」等を検討

ネットワーク検討会

ネットワーク検討会は日食協の情報システム化委員会の要として積極的な活動を展開しているが、ことしに入ってからの主な活動状況を追って見たい。

▶ 1月27日、午後1時半から会議室において第6回目のネットワーク検討会を開催。

- ・農林水産省の委託事業アンケート調査の送付状況等の説明。
- ・全国酒類卸業組合情報化企画促進委員会との確認事項等の報告。
- ・菓子V A Nの動向ならびに打合せ結果の報告
- ・SDP卸・メーカーワーキンググループの開催状況報告と今後の進め方。
- ・商品コードの定義について。
- ・その他、基準書の取扱いに関する「覚書き」について。

▶ 2月26日午前9時半から；（第7回）

- ・農林水産省委託事業アンケート調査状況につ

いて。

- 商品統一コードについて。
物流シンボルコードを統一コードとする件の検討。
- 取引先情報についての検討。
- SDP、RDP、受発注の3分科会状況報告。
- 商品情報システムの検討。

この商品情報システムについては企業間標準システム基準書の一部見直しを行う。

- その他、去る2月17日に設立した酒類食品全国コードセンターの四国地区コードセンターに関する報告、情報システム上で絡む売上税問題への対応等につき意見交換した。

▶ 3月26日午前9時半から；（第8回）

- 商品情報システムの検討について。
- 農林水産省委託事業の調査結果と報告書について。
- SDP、RDP、受発注の3分科会状況報告について。
- 商品コードの提言。
- その他、JANアイテムコードファイルサービス（JICFS）の報告等。

酒類食品全国コードセンター情報

62年1月以降における酒類食品全国コードセンターの活動状況のあらましは次の通り。

〔登録部会〕

1月20日；1時半から日食協会議室にて

- コードブックのM/T新フォーマットの検

討。

- 中国地区コード整備・登録についての再登録案の検討。

2月19日；1時半から日食協会議室にて

- カナ情報の漢字化における変換ヒット率の調査について。
- 四国地区発起人会の開催について。
- 四国地区・九州地区のコード登録について。
- オンラインでのコード情報提供のためのフォーマットに関する検討。
- その他コードブックMTの提供フォーマット等。

▶ 3月13日午後1時半、日食協会議室

- コード整備。
- 東北地区等の整備状況確認作業。
- パソコンによるコード管理の進捗状況等

〔普及促進部会〕

▶ 1月22日；午後1時半、日食協。

- 東海・北陸地区、四国地区、九州地区における地区コードセンターの状況報告ならびに意見の交換。
- 特別会員細則改正案の検討等。

▶ 2月20日午前9時半、日食協

- 四国地区設立発起人会について。
- 東北地区のコード内容について。
- 九州、四国地区の登録について。
- 総会準備のテーマ等について。

▶ 3月16日午前9時半、日食協会議室

- ・全国委員総会開催の準備検討を行う。

〔運営委員会〕

▶ 2月23日 午後1時半、日食協会議室。

- ・普及促進、登録両部会の状況報告。
- ・東北地区のコード整備について。
- ・コード登録の基準と範囲及び業態登録等について。
- ・オンライン情報提供フォーマットについて。
- ・全国委員総会の開催準備等。

▶ 3月20日午後1時半、日食協会議室

- ・普及促進部会、登録部会の報告。
- ・規約の一部改正について。
- ・全国委員総会開催準備とその検討。

開催日は4月27日、午後2時から日食協会議室にての開催を決める。

- ・コード管理（パソコンシステム）のデモを行う。

四国地区設立発起人会を開催

2月17日午後1時半から高松市古新町の野村證券^(株)高松支店会議室において酒類食品全国コードセンター・四国地区の設立発起人会を開催し、①酒類食品全国コードセンターについて ②四国コードセンター設立について ③質疑応答等を行ない、いよいよ同地区もセンター設立への第一歩を

踏み出した。

国際化に伴う流通問題で 公取委が近くガイドライン

公正取引委員会事務局では、このほど国際化に伴う流通機構上の諸問題に関する競争政策上の対応について、ガイドラインを設けるべく検討中である。そのうちの流通機構上の諸問題として次のことが取りあげられている。

※近年、我が国の大幅な貿易黒字を背景とする貿易摩擦問題の解決のために、我が国経済にとって国内市場を一層開放し、輸入の拡大を図ることが重要な課題となっている。

貿易摩擦問題の過程で、我が国の市場構造、企業行動等の中に我が国市場での輸入品の流通や外国事業者の販売活動を妨げ、外国事業者の公正・自由な競争の機会を阻害するものがあるという指摘が諸外国からなされている。

その主な指摘事項を競争政策の観点から整理すると次のとおりである。

- ① 国内事業者の競争制限的行為により輸入制限的效果が生じているとするもの（例：輸入業者等による輸入制限カルテル、輸入総代理店等による並行輸入阻害行為）
- ② 我が国市場の流通実態から輸入制限的效果が生じているとするもの（例：有力な製造業者による流通系列化、景品及び表示に関する過度の自主規制）
- ③ 我が国の商慣行から輸入制限的效果が生じているもの（例：返品慣行、契約書のない取引が多く見られること）

以上の如くで、どのようなガイドラインが示されるか業界として関心の寄せられるところである。

昭和60年度物流コストの実態を調査

関東支部・流通業務委でまとめる

関東支部流通業務委員会は昭和60年度物流コストの実態調査を行った。

物流コストの調査は昭和50年度分から行われ今回で9回目の調査となる。(51～53年度は未調査)

前回調査の報告書でも述べている通り昭和50年度からの10年間の物流は受発注のオンライン化をはじめ、リードタイムの短縮、欠品の排除、そして多品種、少量、多頻度化等々小売業界からのニーズが多様化し、卸売業として各企業が生き残りのため、莫大な「人、物、金」を投入し、その機能強化を図ってきた時代であったといえる。

そして、当然のことながら「サービス水準の向上はコストアップにつながる」という理論が実証され、物流コストの増加は卸売業の経営を左右するほどに無視できない問題となってきている。

1. 年度別・項目別物流コストについて

(表1)

項目	1 函 当 た り コ ス ト									伸 率	
	50	54	55	56	57	58	59	60	60/59	60/50	
配 送 費	71.35	77.73	82.00	85.93	83.36	85.26	88.56	96.41	108.9%	135.1%	
保 管 費	47.93	52.11	45.97	48.57	52.61	51.15	51.29	51.34	100.1	107.1	
荷 役 費	28.05	27.82	34.07	34.94	32.61	35.09	36.30	37.43	103.1	133.4	
情 報 処 理 費	6.78	16.34	15.44	17.37	19.15	20.37	20.36	21.66	106.4	319.5	
合 計	154.11	174.00	177.48	186.81	184.74	191.83	196.51	206.84	105.3	134.2	
対 前 年 比			102%	105.3%	98.9%	103.8%	102.4%	105.3%			

今回実施した昭和60年度(1月～12月)のコストをみるかぎりでは非常に厳しい状況に当面しているといえよう。すなわち第一点は1函当たりのコストが200円を一気に超えたこと、第二点はここ数年間比較的 low rate に推移してきた伸び率が105.3%と高率に転じたことである。

卸売業はここ数年間小売業界からの多様なニーズに対応しながらも各企業がそれぞれローコスト・オペレーションを図るべく、あらゆる努力を積み重ねてきた。

しかし、今回の数値からみて、すでにコスト抑制の方策は限界にきたといっても過言ではないと考える。

2. 対前年比較について

昭和60年度のコストを前年59年度と比較すると、1ケース206円84銭は金額で10円33銭、伸率で5.3

%アップした。特にいままで微増で推移してきた配送費が8.9%と高率アップし、また、情報処理費は6.4%アップして再び上昇に転じたのが注目される。

(1) 配 送 費

1 函当たりの配送費は金額で7円85銭、伸率で8.9%と大幅にアップした。

・大幅アップの要因

- 少量多頻度配送対応のための増車
- リードタイムの短縮、当日納品の増加、時間指定納品の増加等対応のための増車
- 欠品対応のための臨時備車の増加
- 配送の長時間、長距離化による時間増キロ増料金増
- 配車時間帯の増幅による配車係の増員
- 備車料金の値上げ

(2) 保 管 費

1 函当たりの保管費は横這いであった。しかし内容的にみると今後増加する要因は内在している。

- 取扱いアイテムの増加および欠品防止のための在庫量の増加による在庫金利負担増。
- 小売店のバックヤード在庫ゼロ政策による在庫肩代りによる在庫増のための金利負担増。
- 取扱いアイテム在庫量増加のため保管機器の増設費用の増加。

以上はコストアップの要因となっているが、一方借地、借家料がコストダウンしており、これが保管費横這いの原因となっている。即ち使用坪数当たりの物流量の増加により、1 函当たりの借地、借家料は低減したことになる。

しかしながら今後の物流量の増加により倉庫の狭隘化が進むことは充分考えられ、新設あるいは増設することになると保管費は当然増加する。

(3) 荷 役 費

1 函当たりの荷役費は金額にして1円13銭、伸び率にして3.1%アップした。

・その要因として

- 多品種、少量、多頻度化による入出庫、小分け在庫管理作業増加のための増員と残業代等
人件費の増加。
- ベースアップ

等があげられる。

(4) 情報処理費

1 函当たりの情報処理費は金額にして1円30銭、伸率にして6.4%アップした。

- 物流システム化のためのコンピュータ大型化、端末機の増設
- ソフト開発費の増加
- 要員の増加、残業代の増加

。データ量の増大による料金の増加
等々により大巾にアップした。

(表2)

項目	年度	コスト構成比			コスト比較		
		50	55	60	50	60	60-50
配 送 費		46.3%	46.2%	46.6%	71.35	96.41	25.06
保 管 費		31.1%	25.9%	24.8%	47.93	51.34	3.41
荷 役 費		18.2%	19.2%	18.1%	28.05	37.43	9.38
情 報 処 理 費		4.4%	8.7%	10.5%	6.78	21.66	14.88
合 計		100 %	100 %	100 %	154.11	206.84	52.73

3. 11年前と比較して

60年度のコストが11年前の50年と比べてどのように変わってきたか簡単にふれてみたい。

(1) コスト（単価）（表2）

物流コストは11年前と比較すると52円73銭アップした。配送費の25円06銭を筆頭に情報処理費、荷役費、保管費の順でアップしているが、情報化を反映し情報処理費が保管、荷役費を上廻ってアップしたのが特筆される。

(2) 伸 率 （表1）

この10年間の伸率は情報処理費が319.5%と大巾にアップし、物流のシステム化がコンピュータを活用して進んできたといえよう。

続いて配送費、荷役費が30%以上アップした。保管費は前述の通り物量の伸びにより借地借家料が低減している要因もあってこの10年間での伸率は7%と1桁になっている。

(3) 構成比率 （表2）

この10年間で情報処理費の比率が高まり、保管費の比率が低下した。

60年度の物流コストの実態は以上であるが、過去のすう勢からみて今後も増勢していくであろうことは万人の認めるところであろう。

前述したように担当者レベル否、企業レベルでの改善は限界にきており、卸業界全体として物流の社会的評価の向上を目指す必要があると考える。

首都圏における百貨店 とスーパーの返品実態

関東支部流通業務委員会は前年に引続き首都圏内における百貨店及びスーパーの返品に関する実態調査を実施した。この調査は取引関係を有する12社の委員店により、昭和61年6～8月の3カ月を対象期間としてその実態調査したものである。

言うまでもなく業界においては返品に関し永年にわたり、改善への方向を模索してきたが、近時受発注のオンライン化等の新流通システムの進展に伴い全く不合理でうしろ向きの取引慣行となっており、その是正対策が急がれるところとなっている。

かかる観点から当委員会も毎年継続して調査を実施し、その実態と問題点を認識して、これらの改善に努力しているが、この「返品」はメーカー、卸業、小売業のいわゆる生販三層のいずれに取っても返品によって得られるものは何もなく損失のみが残り、国民経済的にみても大きな社会損失源となっていることは明らかである。

従って、この問題の改善にあたっては、取引活動に係るメーカー、卸売業、小売業のおのおのが実態の再認識と共通の問題認識のもとに共同で改善していく以外に最善の方法はないと考えられる。

今回の調査は、その観点からまとめたものである。

I 返品率の実態

(1) チャンネル別比較及び前年度比

★チャンネル別には、百貨店が7.89%でスーパー

(単位：%)

チャンネル 内容	百貨店		スーパー	
	61年 6～8月	前年	61年 6～8月	前年
プロパー商品	0.88	0.96	0.86	0.90
特売商品	0.55	0.85	0.72	0.76
P・B商品	0.18	0.15	0.01	0.01
ギフト商品	6.28	4.43	0.57	4.63
計	7.89	6.39	2.17	2.30

の約3倍強となっている。内容的には、百貨店のギフト商品が6.28%と4項目のうちの約80%を占めている。

季節的要因であるギフト商品を除くと、百貨店1.61%、スーパー1.59%でほぼ同様な傾向にある。

(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月 平均
百貨店		1.52	9.94	18.26	7.89
スーパー		0.83	2.10	3.98	2.17

★百貨店、スーパーともに8月に向って高くなっているが、これはギフト商品による。特に百貨店の8月の返品率はスーパーの約5倍弱に達している。

(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月 平均
プロパー商品		0.57	0.93	1.55	0.88
特売商品		0.56	0.36	1.27	0.35
P・B商品		0.04	0.28	0.16	0.18
ギフト商品		0.34	9.94	15.27	6.28

★ギフト商品の返品率は、8月が圧倒的に高く

なっているが、プロパー商品を初めとして全般的に8月に向って高くなっている。

スーパー

内容 \ 月別	6月	7月	8月	6~8月平均
プロパー商品	0.34	0.80	1.60	0.86
特売商品	0.46	0.72	1.05	0.72
P・B商品	0.01	0.02	0.01	0.01
ギフト商品	0.02	0.56	1.31	0.57

★スーパーチャネルを内容的にみると、やはり8月のギフト商品が高くなっており、百貨店と同様プロパー商品を初めとして全般的に8月に向って高くなっている。

II 返品内容と問題点

1. 返品の内容

- (1) 商品管理不備による日付経過商品の返品
- (2) 値札貼付によるものの返品
- (3) 事前に連絡がなく突然返品されるもの
- (4) 特売品の残り返品
- (5) 商品価値のない無差別返品
- (6) 返品数量と伝票記入数量との誤差

2. 返品による問題点

- (1) 在庫不一致の発生源となっている
- (2) 販売・仕入管理の複雑化
- (3) 照合・仕分け作業コストの増大
- (4) 事務処理の複雑化とコストの増大
- (5) 返品の際の廃棄処理等による実損の発生
- (6) 返品に要する運賃コストの増大

以上アンケート調査の多い順に記載したが、返品に伴う物流コストの負担増や返品出来ないものの廃棄処分等によるコストアップは経営の収益に

大きく影響するものである。

III 返品是正への方途

1. 卸売側で特に改善すべき問題

- (1) 返品を承知の押込み販売を止める
- (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

2. メーカーへの要望

- (1) 新製品に係る返品の自粛
- (2) 特売品販売残の速かな処理
- (3) ロット販売、リベート付販売の押込み販売の自粛
- (4) 店内破損品の返品及び数量違い返品

3. 生販三層の共通対策

- (1) 卸売業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
- (3) 返品に対する取引条件の見直し
- (4) 在庫管理の徹底

以上アンケート調査の中で多い順に列挙したが、この調査表が示すごとく、百貨店においてはギフト商品、スーパーではプロパー商品の返品構成がそれぞれ6.28%、0.86%と高く、返品伝票と現物の不突合もしばしば見受けられ、在庫管理面で過不足の要因となっている。

返品問題がこれまで改善し得なかった背景には継続的取引関係の売手、買手の双方が返品の可能性を相互に暗黙のうちに是認しながら取引され、それが慣習として返品が定着してきたと思われる。

返品は直接的には小売業によって惹起されてい

るわけであるが、メーカーの新商品発売や卸売業の過当競争など無視出来ない面も浮かがる。

従って、前述のごとくこの改善に当っては、メーカー、卸、小売三者が共通の問題意識のもとに、自主的に業界の中で解決策をみつけるところから始め、共同で推進していく姿勢が望ましい。

支部ニュース

物流関連の“売上税”で情報交換

関東支部流通業務委員会

関東支部流通業務委員会では、1月16日午後1時半から日食協会議室において ①62年度の委員会活動 ②物流関連の「売上税」問題について ③日食協10周年記念実施要領等で意見交換した。

このうち、売上税問題に関しては実務面でなお不透明な点が多く、特に物流の立場において不明な部分、問題点等をひろいあげ、次回さらに検討することになった。

2月17日開催の委員会では前回の委員会を取りあげることになった物流関連の売上税に関する情報交換ならびに委員会としての今後の活動スケジュール化について話合った。

また、3月17日午後1時半から開催した委員会では ①売上税（物流関連）の情報交換について ②委員会活動のスケジュール化等を中心に協議した。

売上税の物流関連についてメンバーから寄せら

れた問題点は各委員より実務面で想定される事例と処理方法等を話合った。

また、今後のなりゆきによっては、行政担当官との懇談の場も設ける予定である。

委員会活動のスケジュール化については継続活動を踏まえ、さらに次のような活動を62年度事業計画に組み入れることになった。

- ① 多品種少量のピッキングの現状調査とその合理化等
- ② リードタイムの現況と対応
- ③ 在庫管理に関する問題とその合理化
- ④ 支部セミナーの開催
- ⑤ 備車運賃、配送効率の情報交換
- ⑥ 売上税（物流関連）について：今後の状況を見守りつつ場合によっては順位を優先させる。

百貨店共同配送で新契約 覚書きを取りかわし業務推進

首都圏における百貨店への共同配送事業は、料金体系の見直しで、昨年8月末から参加企業10社と南王運送側とで協議が重ねられ、昨年中に基本的話し合いは終わったが、契約書の整備ならびに新料金体系組み替え後の業務状況等につき、年明け後の1月16日、2月17日、3月17日と月例会合し、なお残されている問題点を検討した。

すでに契約覚書きの締結日に関して「1月31日」と決め新料全体系による業務が継続されているが、今回正式に取りかわされた覚書き内容のあらましは下記の通りである。

第1条 ①納品代行手数料は1個につき次のとおりとする。

種類 地域	ランク 個数	加工食品		酒 類	
		都内 23区	都下 その他	都内 23区	都下 その他
A	1～ 5	229 ^円	298 ^円	298 ^円	387 ^円
B	6～ 10	192	250	250	324
C	11～ 50	176	229	229	297
D	51～100	174	226	226	294
E	101 以上	173	225	225	292

- ② ランクは1送り状当たりの個数によりA～Eに区分する。
- ③ 個数とは、甲の梱包単位1につき1個とする。
- ④ 酒類とは、1.8ℓの酒(6本以上)又はビール大壺(20本)、中壺(24本)、小壺(30本)を指し、これ等以外のものは全て加工食品扱いとする。
- ⑤ 地域とは都内23区、都下・その他とする。
その他については事前協議により特定する。

第2条 ① 甲の発行する『返品引取指示書』に基づく返品についての返品手数料は甲の梱包単位1個につき次のとおりとする。

都内23区	都下・その他
50円	70円

- ② 進物用セットが1セット単位で返品された場合は、5セットを以って1個とする。
- ③ 前項②以外のバラ返品については30個を以って1個とし、30個に満たない場合はこれを1個とする。

第3条 定時外集荷量は次の通りとする。

① 乙の集荷作業が定時に終了しない場合には、甲は乙に対し定時外集荷料乃至深夜割増集荷料を支払う。

ただし、乙が甲の指定する集荷時刻に遅れたことに起因して発生した定時外の時間については支払対象としない。

② 定時外集荷料は1台30分当り600円とする。
また深夜割増集荷料は1台30分当り750円とする。

③ 定時外とは平常期の場合は午後7時01分以降午後10時まで、繁忙期の場合は午後9時01分以降午後10時までの時間をいう。

また深夜とは平常期繁忙期共午後10時01分以降翌朝5時までの時間をいう。

④ 前項③の平常期とは1月1日より6月20日、7月16日より11月30日と12月26日より12月31日とする。

また、繁忙期とは平常期以外とする。

中国支部長に矢部和夫氏 支部総会で互選

2月18日午後1時半から広島ステーションホテルにおいて支部総会が開催された。

開催にさきだち支部長挨拶(代理)が中村角(中村成朗)社長よりあり、引続いて同氏の議事進行により①昭和60年度事業報告に関する件 ②昭和60年度収支決算報告に関する件が審議され、原案通りの承認を得た。

続いて第3号議案の役員改選が諮られ、支部設立以来支部長をつとめられ、支部運営に大きな功績を残された中村角太郎前支部長のあとをうけ新

支部長として矢部和夫氏(藤徳物産㈱取締役社長；日食協理事)を互選し、また、副支部長として㈱八百金の取締役社長中野伸彦氏が互選された。

全議案の審議を終り磯内運営委員長のメッセージを北田専務理事が代読、引続いて本部活動状況に関する報告が行われ、賛助会員をまじえての懇親会が催された。

四国支部で説明会と講演会

四国支部〔支部長竹内三賀男氏〕では2月25日午後1時から高松市の香川厚生年金会館において説明会と講演会を開催した。

説明会は「卸・メーカー間標準オンラインシステム説明会」と題し、情報システム化委員会副委員長の栗原悠造氏〔国分㈱経営センター所長〕を講師に迎え基準書の説明と質疑応答が行われた。

また、流通問題勉強会を目的とした講演会は「食品卸売業の小口物流戦略の考え方」と題し、流通政策研究所事務局長・研究調査部長の野沢建次氏を講師として約2時間にわたる講演があり、有意義な勉強会となった。

東北支部で第2回講演会

東北支部(支部長澤田 宏氏)では、3月24日午後、秋保温泉ホテル佐勘において第2回会員、賛助会員講演会ならびに懇親会を開催した。

最初に日食協専務理事から「卸売業の現状と展望」と題し、流通業界における現状とその課題、

食品卸業界として対応しなければならない問題点等につき、日食協の活動の現況を通じ1時間半にわたり報告があり、続いて「伊達政宗 — 奥州王の自覚」をテーマに盛岡大学文学部長、東北大学名誉教授の高橋富雄氏の講演会が催された。

講演会の終了後、同ホテルの大広間で懇親会が催され、澤田支部長ならびに賛助会員代表として味の素㈱仙台支店長の東 莊一氏よりそれぞれ挨拶があり、㈱皆常商店社長皆川常蔵氏の乾杯挨拶と続き、なごやかな懇親風景が見られた一夜であった。なお、この日の出席者は70名を超えた。

長野県問屋連盟で18回定時総会

長野県食品問屋連盟〔会長 仁科恵敏氏；㈱マルイチ産商社長〕では3月19日、浅間温泉ホテル大地屋で第18回定時総会を開催した。

顧問団体として日食協は毎年定時総会に参加し日食協活動の状況報告が行われているが、総会終了後、北田専務理事より3委員会の活動を中心として報告がなされた。

なお記念講演として打越 祐氏による「ゆるる経済環境と生き残り作戦」と題し、2時間にわたる講演会、引続いての懇親会等が盛大に催された。

同問屋連盟の役員選任については引続きマルイチ産商社長の仁科恵敏氏が再選され、また副会長には㈱菱食長野支店支店長木村哲二氏外1名が就任した。

また、同連盟では「食品取引改善協議会」を新設、積極活動を推進する。



缶詰ブランドオーナー会

***** 第38回 缶詰全国大会 *****

***** 野菜部会が積極要望 *****

野菜部会(部会長北村伝司氏)では2月20日午後1時半から日食協会議室において野菜部会を開催し、①たけのこ缶詰の情報交換について イ)在庫状況等 ロ)新物生産見通し ハ)輸入缶詰の状況等、②たけのこ大会の要望書のとりまとめについて活発な意見交換を行った。

この部会の協議にもとづき、大会要望原案を副部会長の大橋(株)塩谷敏男氏がまとめられ、正副部長合意のもとで下記要望書を3月7日開催の第38回缶詰全国大会(別府市・杉乃井ホテルにて開催)に提示、流通サイドから市況安定化のための積極的要望を開陳した。(以下はその抜粋)

61年度缶詰の経過報告ならびに62年の見通し

去る2月20日掲題に関し日本加工食品卸協会野菜部会が開催され、種々情報交換し、協議した結果は下記の通りであります。その際、本年度の国内産缶詰は、中国産、台湾産そしてタイ産の缶詰の輸入ラッシュが予想されるところから未曾有の国難の外圧にさらされるものと思われるので、全国大会は、昭和25年に第一回が初開催された初心にかえり、国内産の生き残り対策を検討されるべきであるとの意見が強調されました。

そもそも、第一回の全国大会開催の主旨は、昭和24年に缶詰の統制が撤廃され、その前年の23年の市況は端境に至ってやみ値の出来秋価格の5倍にもなるという相場の高騰があったので、24年にはご多分にもれず高値大增産となって、生れ値18ℓ缶AL1,000円であったものが、全くの売れ行き不振を招き25年2月の端境には、18ℓ缶AL250円に、1/6 AM1%600円に大暴落となったため、主産地の近畿、九州、四国のパッカー、生産者団体の有志が提案して年一回全国大会を開き、有力販売者を招待して市況その他情報の交換をすることになったと聞き及びます。本年は、当時の危機状況に比して強力な侵入者中国が出現したという、その当時の何倍もの重圧が生産者及びパッカー等関係業界に加わって出来るものと予見される次第です。

従って、われわれ販売者側としては、国内産缶詰には、永年の愛着もあり、大事な商材の一つとも

考えておりますので、本日の大会ご出席の関係者各位には、第一回の大会の開催主旨の原点にかえり、共にこの危機打開のため真剣に討議して行きたいと決意しております。

筍缶詰需給の推移について（国内産需給の推移） 62. 2. 20 調べ 62. 3. 31 現在推定

年度	当年生産量	前年より キャリオーバー	当年供給量	当年消費量	次年への キャリオーバー
52年	400万缶	70万缶	470万缶	420万缶	50万缶
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
60	420	50	470	380	90
61	370	90	460	400	60

輸入筍缶詰について（57年度以降輸入実績）

18ℓ缶換算

輸入国別	57年	58年	59年	60年	61年
韓国	1,576缶	—缶	—缶	—缶	—缶
中国	317,992	517,280	703,794	740,683	1,330,812
台湾	2,303,777	2,078,898	2,098,360	2,105,618	2,024,541
香港	—	2,181	—	—	8,000
タイ	115,624	343,598	362,569	652,602	643,850
シンガポール	111	—	—	677	—
その他	—	—	900	—	—
合計	2,739,080缶	2,941,957缶	3,165,623缶	3,499,580缶	4,007,203缶

62年度筍缶詰の見通し

以上のような次第でありまして、本年は筍缶詰の輸入ラッシュが避けられないことを前述しました。新物国内産が昨年を上回る380万缶の製造が見込まれており、中国筍缶詰が商社の希望を中国側が受入れて増産するとなれば、200万缶以上、台湾麻竹缶詰が200万缶以上、タイ麻竹缶詰が65万缶以上、国内産旧物キャリオーバー60万缶を入れますと、62年度の供給総数量は905万缶、史上最大のものになることが予想されます。この905万缶という数量の中で、本年の新物国内産筍缶詰はどうなるのであろうかと、憂慮の念一杯であります。（60年859万缶、61年879万缶、62年度予想905万缶）

品質対策委員会

1月28日午後3時から日食協会議室において品質対策委員会を開催し、①61年度クレーム実態調査表について ②食品衛生法施行規則等の一部変更について ③栄養成分表示問題の状況について ④食用色素の現況について意見交換した。

また、2月25日の委員会ではクレーム実態調査の結果がまとめられ、その内容とクレーム件数から想定される問題点等の分析を行った。

【61年度缶詰クレームの実態】

果実類	565	びん詰類	41
蔬菜類	122	ベビーフード類	22
食肉類	99	調理特殊缶詰	14
水産類	45	飯類	1
ジャム類	261	その他	2
スープ・ソース類	36		
ジュース類	24	合計	1,232

なお、このクレームの実態に関し各品種別の缶詰団体に対し、傘下パッカーへの指導の徹底を要請した。

新物みかん缶で情報交換

2月20日、会議室において新物みかん缶詰に関する情報交換を在京果実部会の代表メンバーで開催した。

本年のみかん缶詰は円高に伴う不振が続き100万函計画のうちの45万函程度との見方もあり、それだけに内販依存度が高まるおそれも予想され、

後半で量的に国内販売用が上昇するのではないかと懸念されている。

なお、3月末におけるJAS受検数量は次の通りである。

【61年度内販みかん缶JAS受検状況】

日本蜜柑缶詰工業組合発表による3月31日現在の新物みかん缶詰の検査数量は次の通りである。

内販ホール品JAS受検数；(カッコは前年同期)

実函 6,383,619函 換算 5,313,379函

〃 (8,258,666函) 〃 (6,055,494函)

内販ブローケン鑑定状況

実函 61,466函 換算 64,706函

〃 (34,298函) 〃 (38,045函)

輸出向け出荷状況

実函 731,408函 換算 441,817函

〃 (最終1,684,218函) 〃 (最終1,127,478函)

10月10日が「缶詰の日」
一般から図案も募集中

(社)日本缶詰協会では、ことし創立60周年を迎えるが、同協会内に設けられた「創立60周年記念事業実行委員会」ならびに消費拡大委員会では、10月10日を「缶詰の日」として設定することに決め、このたびその図案募集にのり出した。

要領は次の通り。

主催；社団法人 日本缶詰協会

募集内容；「缶詰の日」が10月10日であること
とのわかる図案。

応募方法；応募はどなたでも出来ます。

図案の画面はハガキの大きさ横書きと
します。

色彩は自由です。

氏名、年令、職業、住所、電話番号を
明記の上お送り下さい。

応募された作品原稿は返却いたしません。

送り先；〒100 東京都千代田区丸の内2-
4-1 丸ビル567区

社団法人 日本缶詰協会 普及部

締め切り；昭和62年7月20日(当日消印有効)

審査；日本缶詰協会 消費拡大委員会

入賞；①最優秀賞 1点 60万円

②優秀賞 2点(各5万円)

③佳作 10点 缶詰セット

④残念賞 60点(オリジナルTシャツ)

発表；昭和62年8月5日

入選の発表は賞の発送をもって代え
させていただきます。入選作品は、作者と
主催者の合意の下に若干の修正を行う
場合があり、その著作権は主催者に属す
るものとします。



◆会員消息

❖国分(株)(社長国分勘兵衛氏)では3月30日の
定時株主総会ならびに取締役会で次の新役員を
選任した。

取締役 (特販事業部長) 高津 三治

取締役 (仙台支店長) 松本 真

取締役 (管理本部人事部長) 前田 幸男

取締役 (営業本部食品事業) 塩月 隆義

統括部長兼東京第一支店
長)

取締役 (経営統括本部本部長兼管 西川 私雄
理本部経理部長)

監査役 國分 泰孝

❖株式会社菱食(取締役社長布施宣利氏)では3月
30日開催の定時株主総会ならびに取締役会において
次の新たな役員を選任した。

代表取締役副社長 (管理本部長) 峰屋 哲夫

代表取締役副社長 (営業統括本部長) 廣田 正

常務取締役 (名古屋支社長) 葛西 進午

取締役 (東京支社副支社長) 小林 健

取締役 (菱和酒類販売(株)取締役社 飯塚 高
長)

取締役 (営業統括本部長補佐) 鹿討 治雄

取締役 (広島支店長) 山根 文三

監査役 (常 勤) 山田 峻市

監査役 (三菱商事(株)食料管理部長) 薄井 元介

❖中泉株式会社(代表取締役小池英作氏、清水俊
二氏)では次の人事異動を行った。なお、東京支店
大宮営業所は埼玉支店に昇格。

熱海支店長 藤浪 銈二(本店営業管理室長)

本店経理部長 山口 良雄(本店経理部次長)

本店営業部次長 喜多井 仁(波川営業所長)

波川営業所長 猪浦 徹夫(伊勢崎出張所所長)

伊勢崎出張所所長 横山 孝(太田営業所販売課長)

埼玉支店長 細谷 吉雄(仙台支店次長)

❖松下鈴木株式会社東京支社ではこのほど担当役
職異動を次の通り行った。

取締役 (東日本担当役員) 尾崎 弘

東京支社長 標 昌彦

※株式会社名給(代表取締役社長青木昌博氏)では、このほど次の通り役員を選任した。

取締役社長	青木 喜平
代表取締役社長	青木 昌博
専務取締役 (管理本部長)	渡辺 泰造
専務取締役 (営業本部長)	青木 裕暢
常務取締役 (I I G担当)	若林 金興
常務取締役 (総務部長)	加藤 武
常務取締役 (I I G商品開発担当)	内藤 功
取締役 (M T C担当)	楠木 仁
取締役 (管理部長)	井上 浩
取締役 (総菜食品部長)	清水 益人
取締役 (I I G量販部長)	伊藤 雅嗣
取締役 (大阪支店長)	青木 剛一
監査役	小出 茂夫
監査役	青木 善吉

※株式会社神戸小西商店ではこのほど次の役員を選任した。

代表取締役会長	小西清太郎
代表取締役社長	小西清一郎

※今井醸造株式会社では3月1日付けで次の通り役員を変更した。

代表取締役会長	今井 道雄
代表取締役社長	今井 春雄



※日魯漁業株式会社(取締役社長佐々木醇三氏)では2月27日定時株主総会並びに取締役会を開催

し次の通り役員を選任した。

取締役会長	池永 次郎
代表取締役社長	佐々木醇三
代表専務取締役	油野 義明
代表専務取締役	子野日 衛
代表専務取締役	井村 幸二
常務取締役	庄司 嘉朗
常務取締役	藤原 經世
取締役	小山 光
取締役	青木 保光
取締役	武内 信能
取締役	久井恵之助
取締役	瀬川 博康
取締役	倉持 徹
取締役	川口 隆三
監査役	岡本 尚久
監査役	高橋 敏夫
監査役	門司 親徳

※キリンビール株式会社では2月1日より本社組織を変更し、それに伴う役員の担当業務変更及び部門長の異動を次の通り行った。

代表取締役会長	小西 秀次
代表取締役社長	本山 英世
代表取締役副社長	片岡純一郎
	(包装開発・テクノマシナリー事業 ・エンジニアリング部門担当)
専務取締役	大関 雅成
	(監査・広報・人事・事業開発部門担当)
専務取締役(海外ビール事業部門担当)	中荃啓三郎
常務取締役(宣伝・経営相談部門担当)	乙骨清一郎
常務取締役	武居 尚

※ハウス食品工業株式会社(取締役社長大塚邦彦氏)では2月27日の定時株主総会および取締役

会において新たに役員を次の通り選任した。

取締役副社長	河野 隆(昇任)
取締役(システム管理部長)	伴 信彦(新任)
取締役(大阪支店長)	広浦清治郎(新任)
取締役(人事部長)	浦上 善雄(新任)
取締役(営業統轄室長)	松本 征夫(新任)
常勤監査役	柏井 清雄(新任)
監査役	池田 安彦(新任)

(住所変更)

❖株式会社紀文フーズでは、このほど下記住所に移り営業を開始。

〒143 東京都大田区大森北3-43-1
TEL 03-767-0401

❖株式会社やま磯では1月7日より下記住所に移り営業を開始した。

〒736 広島市安芸区矢野新町2-3-12
TEL 082-884-1245

(電話番号変更)

❖雪印乳業株式会社では2月9日より電話受信方法を次の通り変更。(局番03-226局)
総務部 2111, 経営企画室 2112, 経理部 2114
情報システム部 2117, 物流部 2128, FAX 2106

❖ハウス食品工業株式会社東京本部では3月9日よりサービス向上のため電話交換システムを変更した。

特販部 03-241-8346 (代) FAX 03-245-1498
営業部 03-242-2425 (代) FAX 03-245-1497
営業統轄室 03-279-2170 (代)
FAX 03-245-1497

【訃報】

多田 義朗氏逝く

多田義朗氏(サンヨー商事株式会社社長)は2月11日午後10時肺炎を併発され死去した。享年61。

同氏は昭和20年農林省水産講習所専攻科製造科を卒業後、缶詰技術一筋に業界に身を投ぜられ、日食協の前身団体であった全国缶詰問屋協会には昭和45年当時から規格部会長として活躍、日食協改組後も昭和59年までCBO品質規格部会長として缶詰の品質向上のため尽力された。

その功績により昭和59年度の技術功績者として社団法人日本缶詰協会から表彰され、業界にとっておいしい逸材を一人亡った。

お通夜は2月12日午後6時から、また告別式は13日の午後1時から杉並区上荻窪4-14-38番地の自宅でしめやかに執り行われた。

諏澤 茂氏

諏澤 茂氏(日本酒類販売株式会社営業開発部次長)は4月1日、午前7時5分肺癌のため死去した。

同氏は日食協の関東支部物流業務委員会ならびに共同配送委員会の委員として積極的に活動されて来られた方で、各委員メンバーからも元気に復帰されることが望まれていた。53才という若さで他界されたのが悔まれてならない。

お通夜は1日の午後7時から、また、告別式は2日の10時から埼玉県上尾市小敷谷西上尾第2団地集会所で執り行われた。喪主は尹久子夫人。

杉野 志づさん

杉野志づさん(杉野商事株式会社取締役社長杉野昭雄氏のご母堂)は3月11日午後2時15分83才の天寿を全うされ死去した。通夜は13日午後6時、告別式は14日の午前10時半から旭川市五条通り5丁目の大休寺で執り行われた。喪主は杉野昭雄氏。



日食協