



会報

# 日食協

第53号

62.8.1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

## 特別企画

=10周年記念=

パネルディスカッション

食品流通、21世紀への課題	43	
日食協10周年記念盛大に挙行	会員結集し21世紀への道をひらく	35
日食協に農林水産大臣より感謝状	40	
昭和63年が割戻金即引化実施の年	2	
◇ワーキンググループで今後の対応方法検討	3	
◇新価格体系構築への動向	4	
◇食品取引改善委員会を開催	5	
◇4月理事会	6	
運営委員会	6	
◇10周年記念実行委員会・滞りなく任務完了	7	
商品委員会	7	
◇売上税実務研究会・一応活動を凍結	7	
情報システム化委員会	8	
◇ネットワーク検討会でセミナー企画	8	
◇加工食品卸売業情報化標準モデル策定調査<報告書抜粋>	9	
缶詰ブランドオーナー会	21	
◇果実部会・もも缶詰開缶研究会	21	
各支部定時総会の概要	22	
支部ニュース	30	
関係団体報知	32	

# 63年が割戻金即引実施の年

## メーカー各社も前向きに対応

昭和59年5月に「割戻金標準化に関するお願い」の書状をメーカーに発信してご協力を呼びかけて以来、標準化を促進するための呼称、性格化の統一ならびに割戻決済期日短縮を第一目標としたモデル表にもとづく徹底化が図られ、年4回以上の決済については大方のメーカーの支持を得て順調な進捗を見たが、引続いて第二段階の目標として賛助会員世話人会等の合意のもとにその即引化を推進実施する方向づけがなされ、61年9月16日、メーカー8社と卸4社の代表企業で構成した「割戻金即引化協議会」を設置、都合4回にわたる協議会を開催し、即引きに当たっての理解の仕方と事務処理の方法等につき大筋においてのコンセンサスを得るところとなった。

この協議会を担掌する商品委員会では同協議会でとりまとめられた即引化実施への原案内容を審議のうえ、当該機関の了承のもとに「割戻金即引化実施に伴う対応方法のご提案について」と標題した文書を作成し、去る5月20日付け、理発第247号により國分会長名をもってメーカー賛助会員を中心に主な非賛助会員を含め148社に対して発信した。

この提案書発信に当たっては、卸同業5団体との確認も得られており、実施目標は「昭和63年のメーカー事業年度開始月から完全実施」する方向で協力が呼びかけられている。

提案書の概要は次の通りである。

### 割戻金即引化実施に伴う対応方法のご提案について

拝啓 ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

毎々格別のお引立てを賜り厚くお礼申し上げます。

さて、昭和61年8月22日付理発第227号にて「割戻金即引化実施についてのお願い」を申し上げました。

各社さまにおかれましては、これが主旨をご理解いただきまして前向きにご対応を賜り、また、事務処理方法等に関するお問い合わせも数多く頂戴し、感謝致しております。

つきましては卸同業5団体の確認も得ましたので、ここに「割戻金即引化実施に伴う対応方法のご提案」を申し上げます。

何卒、ご高配賜り、「昭和63年事業年度の開始月には完全実施」にてご協力いただきますようお願い申し上げる次第であります。

敬 具

記

1. 即引の理解のしかた

仕入商品代金（買掛金）を支払う際（現金・小切手・振込・手形等にて）に割戻金（基本契約割戻金・期間契約割戻金）を差引後のネット金額で決済することを指します。

2. 即引の事務処理方法について

さまざまな処理方法があるものと思いますが、いくつか簡単に要点のみの例示をしてみます。

（例：1）「取引の1件毎（又は伝票1枚毎）に明示して即引を行う方法」

品 名	荷姿	数量	建 値 (A)		割 戻 金 (B)		請求額 (A-B)
			単価	金 額	率	金 額	
○○○○○	入	%	円	円	%	円	円
	50	100	150	750,000	5	37,500	712,500

（例：2）「請求書の締切毎に一括して即引を行う方法」

今回の売上高（○月×日～○月×日） 7,500,000 円

同上の割戻金（売上高の5%） ▲ 375,000 円

差引今回請求額 7,125,000 円

（例：3）「割戻金制度を廃止して建値により込んでしまう方法」

例：1の条件で行った場合は、建値単価150円を142円50銭（150円×（1-0.05））の単価に切り換える。

当協会と致しましては、「例：1」による方法を採用して戴けることが、ますます高度化する情報処理の展開上望ましいものと考えております。

3. 累進制割戻金の対応方法について

割戻金が累進制になっている場合は、最低保証部分を即引し、累進部分を一定期間毎に清算としていただきたくお願い致します。

以 上

WGで今後の対応方法検討

商品委員会内に置かれる割戻金標準化ワーキング

ググループでは7月10日、午後1時から日食協会

議室において、去る5月20日発信の提案書に関し、

その後の状況につき情報交換した。

63年の実施年度も目睫の間にあり、同WGでは特に今後の対応方法について話し合い、そのスケジュール化を次のように決めた。

- ① 8月28日開催予定の第9回贊助会員世話人会において経過説明。
- ② 商品委員会の委員メンバーにより個別要望活動。
- ③ 報導媒体による普及。
- ④ 会員等に対し手引書を用意し、業務上における円滑化に役立てる。また各支部での啓蒙活動を推進する。

以上、概ね実務面における対応を実質的に進める方向での検討がなされたが、各メーカーともこの即引化については前向きな協力姿勢がうかがえており、食品業界における新施策による合理化がこれより一步進められることになった。

## ■ 新価格体系構築への動向 ■■■ ■■■ 卸機能につき現状認識で合意 ■■■

「新価格体系の確立につきご協力のお願い」と題し、昨年10月17日付け会長名をもって関係メーカー、関係団体に発信した要望活動を基点に贊助会員世話人会の合意のもと、メーカー代表企業8社と卸4社の代表で構成する「新価格体系構築検討協議会」（第1回：61年12月23日）がスタートして以来、食品業界最大テーマとして生販ともに真剣な検討協議を積み重ねてきた。

ことしに入ってからの活動を追って見ると次の如くである。

- ★ ★ ★
- ・ 1月14日；第2回検討協議会の開催にさきだち

事前打合せを行い、目的、テーマ、現状認識と手段、方法等につき協議内容を整備

- ・ 1月27日；（第2回検討協議会）提案の主旨について意見交換特にメーカー・卸の機能分担の明確化につき協議する
- ・ 2月3日；運営・商品合同委員会において経過報告、今後の取り組方等を審議
- ・ 2月10日；内部メンバー4者により事前打合せする
- ・ 2月19日；（第3回検討協議会）メーカーが期待する卸機能について考え方、見方を持ち寄り意見交換したまた、卸サイドからも基本的機能分類を試み両者間で卸機能に関するまとめ作業に入る
- ・ 3月5日；内部メンバー4者による打合せを行う
- ・ 3月10日；（第4回検討協議会）第3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い、全般的な卸売業の現況と新しい機能等につき問題点をコードィネートしていただくとともに、今後の進め方等を協議した
- ・ 4月3日；新しい卸機能につき内部4者により項目別の整備を行う
- ・ 4月14日；（第5回検討協議会）新しい卸機能を重点的にチェックし、物流コスト等関係資料を参考に実勢価格についての意見交換と体系の具体的提案事項を話合う
- ・ 4月17日；商品委員会、運営委員会において経

## 過報告

- ・ 4月24日；運営委員会、理事会において新価格体系の具体案等、中間報告
- ・ 5月1日；内部4者による打合会、1函当たりの単価等につき詰めを行う
- ・ 5月12日；食品卸団体連絡協議会において検討協議会の活動状況および今後の進め方等の報告、卸業界内のコンセンサスを図る
- ・ 5月20日；内部4者代表による打合せ。この日石本委員長もしばらく同席され、具体案の検討協議に入る従価率的方式、従量率的方式の導入と併用などが話題としてとりあげられた。
- ・ 5月25日；10周年記念当日の定時総会において活動状況を報告
- ・ 6月6日；内部打合会を開き、具体案に関する文書化等について検討
- ・ 6月9日；運営・商品合同委員会において検討協議会座長の大竹一太郎氏より経過報告ならびに原案説明あり
- ・ 6月12日；（第6回検討協議会）磯内運営委員長、石本取引改善委員長出席のもとで体系の具体案につき意見交換最低保証方式、返品処理手数料、小分け配荷等々提案内容の洗い出しを行う
- ・ 7月2日；4者の卸側代表者により第7回検討協議会において具体案に関する問題事項を整備する
- ・ 7月10日；（第7回検討協議会）廣田商品委員長、石本取引改善委員長出席のもと

で新価格体系の具体案につき意見交換し内容の調整化を図る。

★ ★ ★

以上、7月時点で7回にわたる新価格体系構築検討協議会が開催され、主旨および現状認識については基本的合意が得られ、新しい卸機能等の整備作業はすでに終り、具体的提案のまとめの段階を迎えている。

## □ 食品取引改善委員会を開催 □ 新価格体系・小分け問題等中間報告 □

7月22日午前10時から日食協会議室において食品取引改善委員会（委員長石本兼行氏）を開催し、同委員会の検討テーマとされている新価格体系構築問題につき、7回にわたる「新価格体系構築検討協議会」の検討協議結果の中間報告ならびに今後のスケジュール化等を詰合った。

また同委員会が担当する量販店等に納入する商品の小分け化に関し、小分けワーキンググループの現況報告とワーキング活動の方向づけ等、座長の守屋二郎氏（株式会社菱食）より報告がなされた。

特に新価格体系についての具体的提案については各委員とも賛同の意を示され、8月4日開催予定となっている第8回新価格体系構築検討協議会に原案を示し、検討協議を進めることになった。

## 小分けワーキンググループを開催

7月16日、小分けワーキンググループを開催し、①小分けの実態について；（メーカー小分けの実態・卸側小分けの実態） ②小分けの見直しと方

向等について情報交換した。

この小分け化問題に関しては、昨年8月4日開催して以来の会合であるが、情報交換の結果では9割近くの小分け対応となっており、進捗状況としては順調との報告があった。

なお、今後の活動スケジュールとしては、①1セット当たりの小分け代行費につき次回各社の経費概算を持ち寄る。②メーカー小分けの実態ならびに小売対応の現状に関し大手スーパー、中小スーパーおよびコンビニエンスストアの区別にアンケートし次回ワーキングにおいて内容協議する。③未対応商品、未対応メーカーについての情報をもち寄る ④その他調味料等の小分け内容を整備する等々が話合われた。

#### \*\*\* 4月理事会で新価格体系等を審議 \*\*\*

4月24日、午前11時半から鉄道会館ルビーホールにおいて理事会を開催し、下記の重要議案につき審議し原案通りすべての議案を承認した。

##### <理事会提出議案>

第1号議案 割戻金即引化及び新価格体系の構築等に関する件

第2号議案 10周年記念事業実施に関する件

第3号議案 その他

##### <定時総会提出議案>

第1号議案 昭和61年度事業報告に関する件

第2号議案 昭和61年度決算報告に関する件

第3号議案 昭和62年度事業計画に関する件

第4号議案 昭和62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62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 理事の一部異動に関する件

第8号議案 定時総会の開催日時、場所並びに総会に付議すべき事項に関する件

第9号議案 その他



新年度に入っての運営委員会は5月25日開催の10周年記念行事、新価格体系の構築、定時総会提出資料の整備等活発に協会運営諸作業を推進した。

★ ★ ★

4月17日の運営委員会では、①61年度事業活動等、理事会提出議案に関する件、②新価格体系構築検討協議会の活動状況に関する件、③売上税実務研究会の活動状況に関する件、④10周年記念事業の準備状況等に関する件など諸案の審議を行い、4月24日の理事会へ提出する資料のとりまとめがなされた。

続いて4月24日の理事会開催当日、提出議案審議のための運営委員会をひらき、特に10周年記念行事を推進するための実施要領の最終的整備と予算組み等について協議した。

こうした諸活動経て5月25日の定時総会、10周年記念当日を迎えたが、事前協議も併せ行い準備万端を整えた。

★ ★ ★

6月9日、滞りなく10周年記念行事が終了した段階で商品委員会との合同開催により、①10周年記念の経過報告および決算状況等に関する件、②

62年度運営、商品両委員会の委員会活動に関する件を中心に協議し、10周年を一つの区切りとし日食協活動の一歩を踏み出すことになった。

## ■ 10周年記念実行委員会 ■ 滞りなく任務を完了 ■

10周年記念実行委員会（委員長塩月隆義氏；国分㈱東京第一支店長）では委員会設置の61年3月12日以降、記念行事開催月の最終協議した5月11日まで10回にわたる委員会を意欲的にひらき、5月25日の当日を迎えた。（行事内容は別掲）

記念日当日は委員会メンバー正副委員16名および委員会8社からの派遣による8名の女子社員の積極協力のもとに諸事滞りなく運ばれ、10周年にふさわしい盛大な催しを演じた。

同委員会では、記念行事の残務整理作業が一通り終った時点で打上げ委員会をひらくことにしていたが、6月6日、午後1時から日食協会議室において第11回実行委員会を開催し、行事結果の反省ならびに決算内容の確認等最終作業を行った。

## 商品委員会

割戻金即引化協議会、返品問題改善協議会ならびにワーキンググループの親委員会である商品委員会は、新年度に入りさらに具体化した活動を進めている。

\* \* \*

4月17日開催の委員会では、昨年9月16日に第1回割戻金即引化協議会をひらいて以来、本年に入って2月24日の協議会すでに4回にわたり協

議され、即引化実施の対応方法についての提案書原案作成作業を概ね完了した。

商品委員会はこれをうけて内容を協議し、別掲の提案書を承認するとともに、4月24日の理事会を経て、5月25日の定時総会開催以前に発信することを決めた。

なお、定時総会にさきだち、5月12日、10時からルビーホールにおいて商品委員会を開催し、同日午後の食品卸団体連絡協議会にさきだち、報告内容等につき事前協議を行った。

6月9日、運営委員会との共通議題協議による合同委員会を開催し、10周年記念行事の経過報告および決算状況等に関する件（実行委員会は商品委員会のメンバーにより構成）と62年度委員会活動のスケジュール化につき協議した。

返品問題に関しては、おりからの売上税反対運動を最重点活動としていた小売業団体との状況待ち、新価格体系構築検討協議会の進捗状況等との絡みもあり、返品問題改善協議会は、昨年12月16日の第4回ならびに本年1月14日開催の返品問題ワーキンググループで問題整備に入って現在に至っている。

## ■ 売上税実務研究会 ■ 一應活動を凍結 ■

売上税実務研究会は商品委員会8社の実務担当者で構成し、本年3月17日に第1回目を開催して以来、3月28日、4月16日と計3回にわたる研究会を開催し実務上での「売上税導入に伴う問題点とその対応策」を概ね整備した段階で5月国会に

おいて実質廃案となつたため、同研究会は5月26日第4回開催予定を中止し、しばらくの間動向を注視して来たが、一応研究活動を凍結することになった。



新年度に入ってからの情報システム化委員会およびネットワーク検討会等の主な活動は次の通りである。

☆ ☆ ☆

4月22日、情報システム化委員会が開催され、  
①ネットワーク検討会の活動報告の件 ④基準書  
について ②出荷案内、受発注、販売実績の各分  
科会活動について ③業界統一商品コードについ  
て ②農林水産省委託調査報告の件 ③酒類食品  
全国コードセンターの活動状況等に関する件 ④  
昭和62年度の委員会活動に関する件を協議した。

続いて6月10日、新年度第2回目の委員会を開  
催し ①61年度委員会活動の概況に関する件 ②  
62年度委員会活動に関する件を協議した。

概況報告については、S D P、R D Pの位置づ  
けとして、このたびネットワーク検討会の分科会  
活動に組み入れることになったが、受発注シス  
テム、出荷案内システムおよび販売実績システムの  
3分科会の活動につき報告がなされたほか、商品  
コード等に関する活動状況の報告があった。

また、62年度の委員会活動としては、これまで  
の委員会活動を踏まえ普及啓蒙活動を積極的に進  
める必要があるとの観点から支部とのタイアップ

による説明会の開催ならびに合宿形式による情報  
セミナーの企画等が提案され、前向きの普及活動  
を推進することが決定した。

### ■■■ネットワーク検討会■■■ 合宿形式のセミナーを企画 ■■■

61年8月7日に第1回ネットワーク検討会を開  
催して以来、61年度中に計5回、本年に入ってか  
らは1月27日、2月26日、3月26日、4月30日、  
6月3日および7月8日と月例開催され、意欲的  
に検討会活動が続けられている。

現在の段階における主な検討事項としては、3  
分科会の活動推進を軸としそれぞれの分野におけ  
る問題点の抽出と整備が進められているが、その  
辺の諸作業が整えられた時点で「情報セミナー」  
を開催する運びにしている。

なお、情報セミナー開催については、初の試み  
として合宿形式により東京(10月)、大阪(11月)  
の2カ所で実施する方向で企画を組むことが内定  
しており、近々各地域所属の会員、賛助会員(い  
ずれも実務者対象)の積極参加が呼びかけられ  
ことになる。

### ■■■酒類食品全国コードセンター■■■ 登録コード・25万件に達す ■■■

60年5月に設立された酒類食品全国コードセン  
ターは、その後地域の組織化も進み、北海道、東  
北、関東、近畿に加え中国、四国もそれぞれ地区  
コードセンターが置かれ、残る九州沖縄、東海北  
陸地区においても設立基準が進められている。

すでに全国コードセンターでは登録コード数が  
25万件を超えており、併せてその漢字化整備作

業も進んできた。	<登録部会>	<運営委員会>
	4月28日	7月20
4月27日に全国運営委員会がひらかれて以降の 部会活動とその予定は次の通りである。	6月2日	8月28日(予定)
	7月7日	<普及部会>
	8月19日(予定)	8月26日(予定)

## 昭和61年度農林水産省委託事業

### 加工食品卸売業情報標準化モデル策定調査

#### 情報化対応の課題と方向づけ

61年度農林水産省食品流通局商業課の委託事業として「加工食品卸売業情報標準化モデル策定調査」は3年継続の予定であり、61年度はまず加工食品卸売業に係る企業間情報システム等を調査分析し、その結果に基づいて情報化に関する標準モデルを策定し、加工食品卸売業の近代化に資することを目的として卸・メーカーを中心に入アンケート調査を実施した。

今回、日食協に寄せられたアンケートの回答については予想を遥かに上回った回答率となっており、情報システム化への関心度の高さがうかがえるが、この調査結果を踏まえ、データフォーマット、統一伝票等オンライン化に関連して調整を要する事項についての標準モデルの作成に重点を置き報告書としてとりまとめた。

以下は、アンケート結果の概要と、その結果にもとづいて「情報化対応の課題と方向づけ」につき抜粋してみるとこととした。

☆

☆

☆

#### アンケート結果の概要

##### 【情報システム化への取組み状況】

	卸 169 企業	メーカー 108 企業
十分に取組んでいる	18.9 %	22.2 %
まだ不十分で積極的に取組みたい	68.0 "	64.8 "
情報化したいが十分に対応できない	10.1 "	12.0 "
不明	3.0 "	0.9 "

【コンピュータの利用方式】

	卸 169企業	メーカー 108企業
自社のコンピュータだけ利用	73.4 %	82.4 %
自社と外部のコンピュータを併用	18.3 "	8.3 "
外部コンピュータのみ	2.4 "	3.7 "
利用していない	3 "	4.6 "
不 明	3 "	0.9 "

【コンピュータ部門の体制】;常駐派遣社員を含む

	卸 155企業	メーカー 98企業
4人以下	51.6 %	33.7 %
5人～9人	23.9 "	25.5 "
10人～19人	12.3 "	14.3 "
20人以上	9.0 "	24.5 "
不 明	3.2 "	2.0 "
	平均 7.8 人	平均 16.2 人

【コンピュータ業務内容】

	卸	メーカー
売上販売管理	98.70 %	100 %
仕入買掛管理	89.90 "	75.50 "
受注出荷物流管理	75.50 "	87.30 "
営業管理	65.40 "	63.70 "
その他	32.70 "	52.00 "

【システム開発の基本方針】

	卸	メーカー
自社内でシステム開発を行う	49.70 %	54.90 %
外部に委託する	45.30 "	45.10 "
開発されているパッケージ等を利用する	12.60 "	20.60 "
その他	7.50 "	8.80 "

※卸において年商規模別に見ると 100億円以上では自社内開発75.0%。

未満では外部活用が中心。

【コンピュータ部門の総費用】；ハード、ソフト、メンテナンス、人件費、備品等

	卸 159企業	メーカー 102企業
0.5%未満	52.20%	45.10%
0.5～1%未満	14.50 "	31.40 "
1%以上	20.00 "	16.7 "
不明	13.20 "	6.9 "
平均	1.0 "	平均 0.7 "

※年商規模との関係大

売上比 0.5%未満の企業の割合は、「年商 100億円以上」の卸売業の 62.5%

「年商20億円未満」の卸売業では 25.0%

※企業規模の格差がコスト負担の差となって現われている。

【コンピュータ部門総費用の限度】

	卸 159企業	メーカー 102企業
0.5%未満	28.30%	18.60%
0.5～1%未満	25.80 "	28.40 "
1%以上	28.90 "	38.20 "
不明	17.00 "	14.70 "

※卸、メーカーとも平均では 1.1%と考えている。

【コンピュータ利用上の問題点】；複数回答

	卸 169企業	メーカー 108企業
機器コスト・ソフトの開発費が高い	22.50%	26.90%
標準的な業務処理体系になっていない	9.50 "	21.30 "
取引環境整備がなされていない	25.40 "	11.10 "
専門家が確保できない	10.10 "	13.90 "
その他	1.80 "	4.60 "
不明	30.80 "	22.20 "

\*\*\*\*\*  
加工食品業界の情報化対応の課題と方向づけ  
\*\*\*\*\*

1. 加工食品流通における情報化の基本課題

- ① 加工食品業界が今日流通の情報化 — コンピュータ情報ネットワークへの形成と活用に、

積極的に取り組まなければならない背景・条件は、「第1章」で確認した。

- ② それは、卸売業等の各流通関連企業レベルにおける取引対応や事業効率化という課題にとどまるものではない。

より本質的な課題として、卸売段階を中心とする加工食品の伝統的流通システムが、流通の基本機能である。

- 効果的なアソートメント
- その効率的かつ安定的な遂行

の各面で見直され、業界全体に及ぶ構造変化の中で機能の再構築を求められる段階にあることの確認が重要である。

- ③ 加工食品流通における情報化は、まずそうした状況のもとで各流通関連企業が市場対応力を高め、事業基盤を再構築する出発点となる。特に流通の中間段階にある卸売業にとって、その市場位置に対応するネットワーク機能を強化する重要な条件となる。

また、それら各流通関連企業の情報化を裏付けにもつ業界全体にわたる情報ネットワークの形成は、情報化に対応する物流、取引等の条件整備と合わせて、より効果的な加工食品流通への基本的な要件となるものである。

## 2. 加工食品流通における情報化の現状

### (1) 卸売業とメーカーにみる情報化の現状

① 加工食品の流通関連企業のうち、卸売業とメーカーの情報化の現状・問題点等は「第2章、第2節と3節」に示される。

② まず、コンピュータの導入割合でみると、本調査で対象とした卸売業・メーカーともに95%前後に及んでいる。また、その対象業務も、売上販売管理、仕入買掛管理、受注出荷物流管理、営業管理等と幅広い範囲にわたっているものが多い。

しかしながら、より踏み込んでみると、社内のシステム開発体制は弱く、各適用業務も個別的に組み立てられているケースが多い。「情報化したいが十分に対応できない」と現状を評価するものも少なくない。情報化に積極的な場合についても、

- 機器コスト、ソフトの開発費が高い
- 標準的な業務処理体系になっていない
- 専門家が確保できない
- 取引環境整備がなされていない

等多くの問題があげられている。

③ これらのこととは、加工食品の流通関連企業において、コンピュータの導入割合が高いといっても、自らの力でシステムを構築し情報を真に効果的に活用する段階には程遠い

状況にある場合が多いことを示唆している。

食品流通の情報化のためには、各流通関連企業内と業界レベルと両面からの条件整備が強力に推進されることが求められている。

## (2) 業界共通システム展開の現状

① 加工食品の流通関連企業が、日常の事業活動で共通性の高い部分について共通のルールや、共同で利用できるシステム「業界共通システム」を開発、展開することにより流通の情報化を促進するための取組みは、これまでも積極的にすすめられてきた。それは大きく次の2つのグループに分けてとらえることができる。

- 加工食品を含めた消費財の流通全般に係る共通に適用可能なものとして開発されたルール、システム

- 加工食品流通に係る業界の固有性に配慮して開発されたルール、システム

② まず、加工食品を含めた消費財の流通全般に係る共通に適用可能なものとして開発されたルール、システムとして、主に次のものがあげられる。

- 共通取引先コード、JANコード等の共通コード

- JCA手順、全銀手順等の通信プロトコル

- オンラインのための標準受発注データ交換フォーマット

- 統一伝票

それらの当業界における認知、利用状況、問題点等は「第2章第4節」に示されるとおりである。

各ルール、システムについて、当業界における認知は比較的高く、その活用も徐々に進行している。他方、それらの各ルール、システムの利用上、当業界の流通関連企業が指摘している問題点も少なくない。そして、そこで挙げられている問題点等についてみると、必ずしも当業界の特殊性・固有性によって生じているものではないことに注目したい。

したがって、それら消費財の流通全般に係る共通のルール、システムについては、当業界として前向きに受けとめ、その普及に務めることと併せて、そのより効果的な活用を図るため各ルール、システムの問題点等の解消に業界機関が中心となって取り組んでいくことが求められる。

③ また、加工食品流通の固有性に配慮して開発・展開されているルール、システムについてみると、主に次のものがあげられる。

- SDP、RDP、DDP等のデータ交換システム

- 酒類食品全国コードセンターと、酒類食品業界統一取引先コード

## ○オンラインのための日本加工食品卸協会標準データフォーマット

それらの各ルール、システムは、その認知、利用の両面で当業界に浸透しつつあることが評価される。ただし、一部のシステムにおいては、その認知の割に利用が十分になされていなかったり、その浸透とともに、より効果的活用のための課題も生じている。

したがって、それらの各ルール、システムについて、より効果的活用のための改善の検討がなされるとともに、一層の普及活動を通じて、当業界の情報化を強力に推進していくことが期待される。

### (3) 業界共通システムの開発ニーズ

① それら既に展開されている「業界共通システム」と併せて、より幅広い領域と機能にわたる「業界共通システム」を新たに開発・展開することへの期待も大きい。

その卸売業およびメーカーについての調査結果は、図表4-1、4-2のとおりである。

② これらのこととは、各流通関連企業における情報化ニーズの強さと、その取り組みに当たり直面している問題の深刻さ、そして加工食品流通全体にわたる情報ネットワーク形成への期待と必要性を強く示唆するものである。

## 3. 各流通関連企業における情報化への取り組み方向

加工食品流通情報化の出発点が、卸売業をはじめとする各流通関連企業の情報化の対応力強化にあることは明確である。特に、流通ネットワークの中核にある卸売業において、その社内と取引先対応を含めた事業活動の各局面において、コンピュータと情報を効果的に活用しうる社内体制を構築することが強く求められる。

そのため、特に次の3点が重要である。

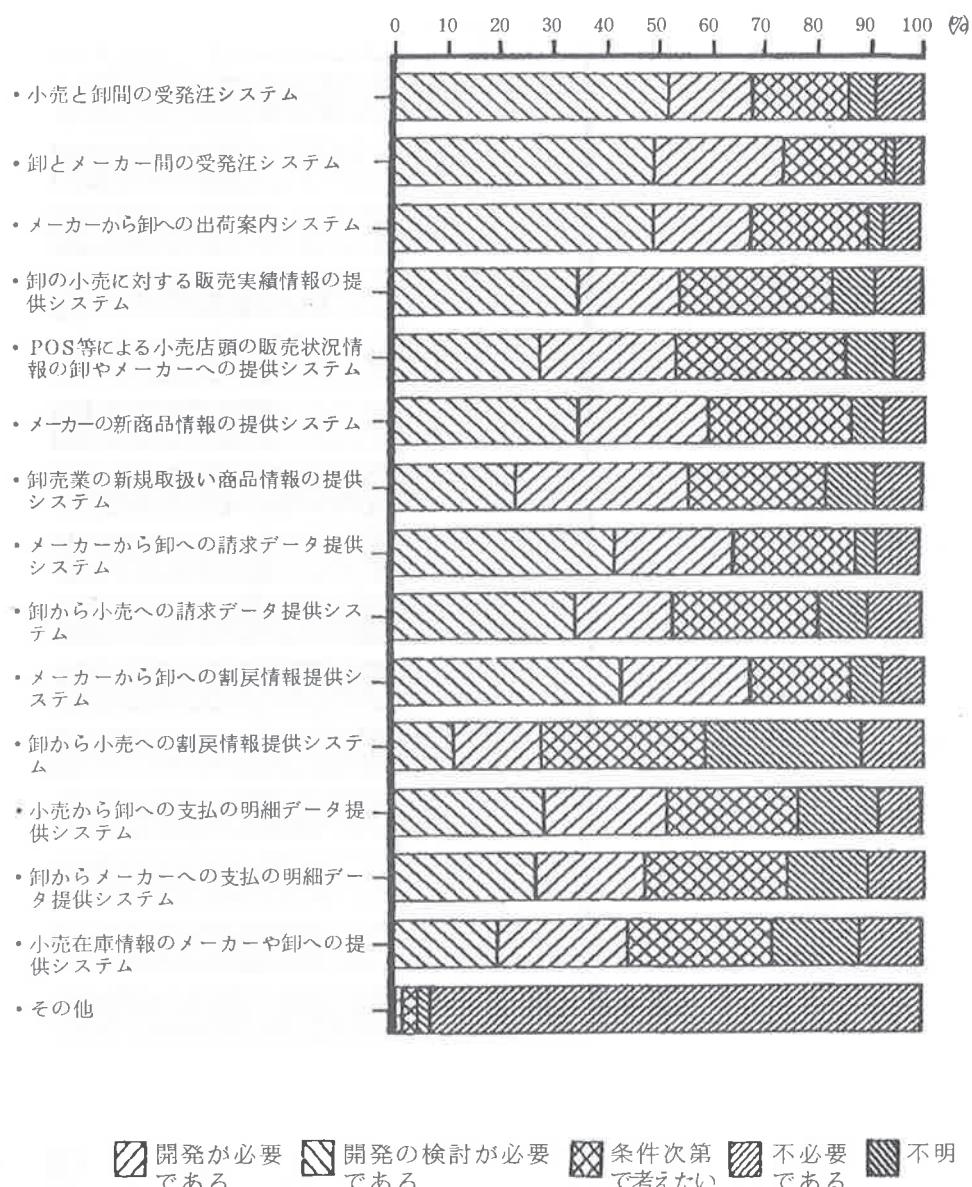
### (1) 経営者の意識革新と情報化の戦略的位置付け

まず、経営者の意識革新であり、中期的企業戦略における情報化対応の明確な位置付けと、その社内への徹底である。

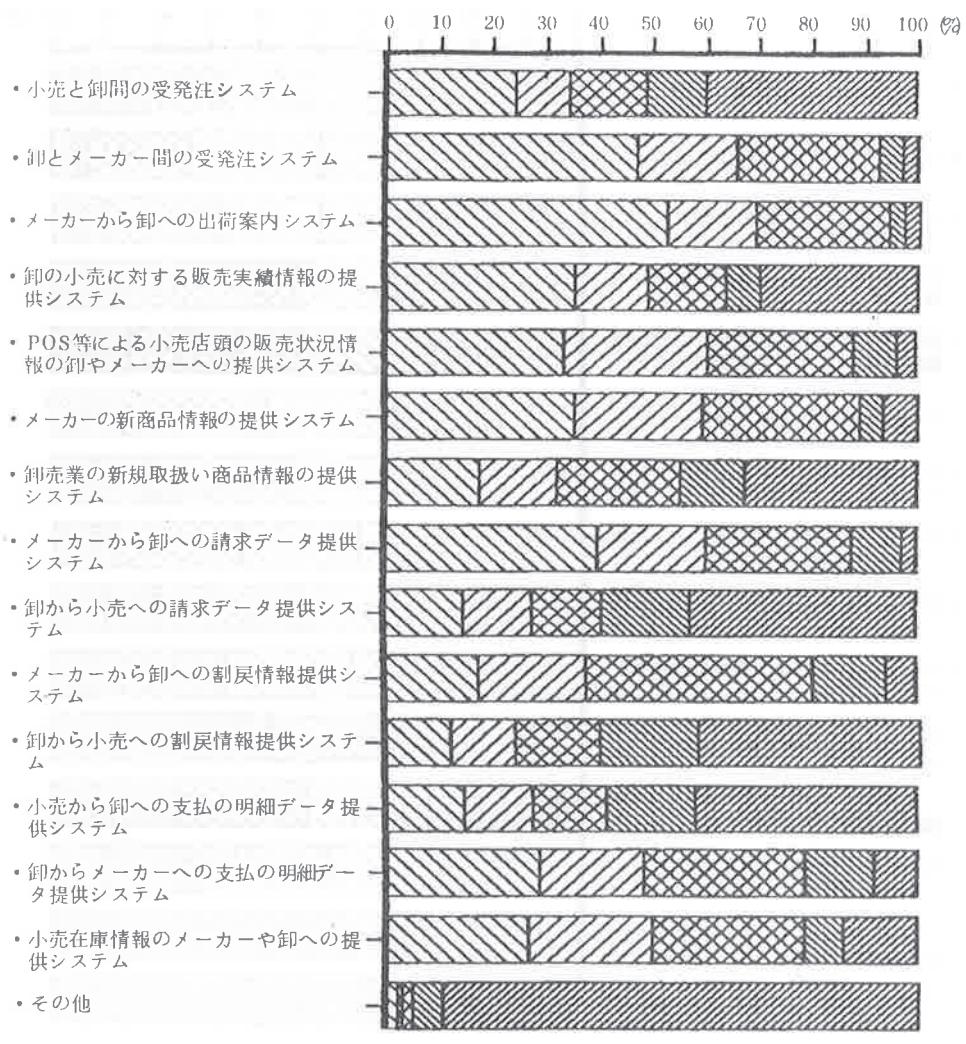
それは、例えば本章第1項で確認された経営環境条件のもとで、将来にわたる自社の立基盤をどこに求めるのか、そのため情報化にどのような体制とスケジュールで臨むのか、を明示することである。

もとより情報化の計画を策定しても、その環境の変化と不確実性は大きい。そうした中で、各流通関連企業のトップが常に明確な情報化ビジョンをもち、それを環境変化に応じて的確に調整することにより有効なものとしつつ、その社内への徹底と体制づくりをすす

図表 4-1. データ交換システム開発の方向について（卸売業）



図表 4-2. データ交換システム開発の方向について(メーカー)



開発が必要である    開発の検討が必要である    条件次第で考えたい    不必要である    不明である

めることが求められている。

#### (2) 現場を基点とする情報化への継続的取り組み

次に経営者の意思決定とシステム化構想にもとづく、情報化への継続的な取り組みがあげられる。これは、システム化構想にもとづくと言っても、必ずしもその取り組みの最初の段階からトータルなコンピュータ情報システムの構築をすすめるということではない。

むしろ、多くの流通関連企業にとって重要と思われるのは、まず受発注、物流、在庫処理等の各現場の末端業務について、可能なものから適時にコンピュータ化を図る。そのうえでシステム化構想にもとづき各業務のネットワーク化へすすむ手順である。この現場の末端業務を基点とするシステムの積み上げが、企業内における情報の活用・システムの定着を早め、その費用的効果を高める。また、システムの社内開発への体制を育み、将来にわたるシステム展開の基礎をもたらす条件となる。

#### (3) 業界共通システムの活用と整合性をもった展開

各流通関連企業における情報化への取り組みに当たっては既に展開されている業界共通システムを積極的に活用することにより、自社内および取引先対応の情報化をすすめていくことが効果的である。

また、当業界内においては、主要な流通関連企業を中心とする取引情報ネットワーク形成への取り組みも一部にみられ、今後も活発化していくことが見込まれる。そうした場合についても、現在「業界共通システム」として開発、展開されつつある取り組みとのインターフェイスを可能な限り確保し、常に整合性をもって取り組むことが、こうしたネットワークの展開においてはもとより、加工食品流通全体の情報化にとって重要な要件となる。

### 4. 業界共通システムの展開方向

#### (1) 業界共通システムの意義

① 加工食品流通の情報化を効果的に推進するためには、卸売業をはじめとする各流通関連企業における情報化への積極的な取り組みと併せて、「業界共通システム」の検討と展開がなされなければならない。

各流通関連企業における企業努力の限界を「業界共通システム」によって補い、より効果的な流通情報化に結びつけていく。それは各流通関連企業の情報化に当たっての体制の弱さ、そこで直面している取引環境等の業界全体に係る問題の複雑さ、そして加工食品の伝統的流通システムの基本機能が問われる中で構造変化が進行しつつある現状等からみても、「業界共通システム」の検討と展開は当業界にとって、最優先で位置づけるべき課題となる。

② そのような加工食品流通情報化を効果的に進める条件として検討を求める「業界

共通システム」は、次の局面を含むものである。

- 個別流通関連企業の情報化への取り組みを支援する体制とシステムの検討
- 既存の業界共通システムの改善と効果的適用
- 新たな業界共通システムの開発と展開

## (2) 既存の業界共通システムの改善方向

① これまでみてきたように、加工食品流通の情報化を効果的に推進していくうえで「業界共通システム」の展開が重要なKEYとなる。

そこでは、前項で挙げられた加工食品流通全体にわたる流通情報ネットワーク形成に向けての「業界共通システム」の開発と展開の検討と併せて、既に当業界で展開されてきている「業界共通システム」についても見直し、より効果的な活用への条件づくりをすすめることが求められる。

本研究調査では、その具体的な取り組みとして、次の2つの研究と方向づけを行なった。

### ② 「酒類食品業界統一取引先コード」システムの改善研究

同システムにおいては、取引先名簿がカナ情報として登録されているため、各流通関連企業におけるシステム活用に大きな制約となっていた。

そこで、この取引先名簿のカナ情報を漢字化することによって、システムの利用を容易化し、効果的かつ幅広い活用の機会を具体化するための実験に取り組んだ。

### ③ 「企業間データ交換標準フォーマット」の見直しと改訂モデルの作成

今回の「業界共通システム」に関する調査にもとづいて、既に開発されていた「企業間データ交換標準フォーマット」を見直し、大幅な改訂を行ない新しいモデルを作成した。

この新しいフォーマット・モデルの詳細は、「資料編2」に示されるとおりであるが、その改訂の要点は次のとおりである。

#### ◦運用基準内容の充実

データ交換し合う企業同士が、共通の運用基準として最低限確認し合うべき事項、又は留意し合うべき事項について内容を充実した。

#### ◦フォーマットの整合性の確保

既存の4種類のフォーマットに整合性がとれていない部分があったので、これを改めた。主な内容は、アイテム位置のならべかえ、アイテムの追加、アイテム桁数の変更等である。

#### ◦意味、使用目的の明確化

アイテム、コード等の意味、及び使用目的を明確にするために、説明内容の変

更、及び説明図、表の入れかえを行なった。

◦ フォーマット・バージョンNoの新設

2～3年に1度のバージョン・アップを想定し、ファイルヘッダーレコードに「フォーマット・バージョンNo.」を新設した。

(3) 今後の業界共通システムの開発と展開の方向

① 業界共通システムの展開の課題

加工食品の卸売業、小売業、メーカー等の流通関連企業の情報化による流通機能強化を効果的に進めるうえで今後とも業界共通システムに期待される役割は大きく、その開発と展開に業界が一丸となって積極的に取り組むことが求められる。

そこで重要なことは、各業界共通システムが、今後の流通環境と業界構造の変化に適合力をもち、その有効性を維持し続けることである。そのため、多様な業界共通システムの開発と展開が必要とされる今日、業界共通システムの展開目標の確認と全体システムの方向づけ、再構築がなされなければならない。

② 業界共通システムの展開目標

まず、業界共通システムの展開目標の確認と、そのコンセプトの業界内における周知徹底が図られなければならない。

その目標とするところは、個別流通関連企業の情報化の支援であり、特に次の局面において情報化への取り組みを低コストで効果的なものにしていくことである。

◦ コンピュータ情報ネットワーク活用という経営環境への対応を最小のコストで推進する。

◦ 取引等の日常の事業活動に当たって情報交換や処理が最小限で済むことを可能とするシステム条件を整え、ペーパーレス等による事業活動の効率化を促進する。

◦ 情報入手のリアルタイム化を通じて、情報の質的レベルを向上し、情報活用の効果性を高める。

それは、各流通関連企業の差別化競争にも深く係る情報の共同利用・共有化等を指向するものではなく、情報流通に係る基本的な仕組みの共同利用の提案である。各流通関連企業が共同で利用できる仕組みを用意することにより、その情報化の最低限の基盤整備を図り、情報の高度利用と効率化を促進すること、それを業界の機能強化に結びつけていこうとするものである。

③ 業界共通システムの展開と統合化の方向

上で確認した展開目標のもとづき、既に展開されている業界共通システムに加えて、新しい業界共通システムの開発と展開に積極的に取り組むことが必要である。その多様

なニーズの現状は前節で確認したが、それらの中から緊急性・重要性、開発と展開の容易性等を配慮して優先順位をつけ、段階別に計画的にすすめることが期待される。

その場合、各々の業界共通システムが個別的に開発され展開されるようになること、その導入と活用の効果は半減することになり、将来的には業界の情報化に大きな問題をもたらすことになりかねない。したがって、その開発と展開に当たっては業界共通システムの統合化が方向づけられていることが必要で、特に次の点に対する検討と確認が重要である。

- 各業界共通システムの将来にわたる統合化の方向としては、多様な展開ニーズが示唆するように流通の各段階間の取引完結型のシステムが目標にあげられる。既存と新たな業界共通システムは、将来構築される取引完結型全体システムのサブシステムとして位置づけられる。
- そのため、全体システムの姿、各々の業界共通システムの機能を早急に明らかにすべく検討に入るとともに、各々の業界共通システム間のインターフェースを確保する。
- 当業界内においては近年、業界共通システムとは別に、個別企業・企業グループ毎の共通流通情報システム構築への指向も強まっている。それらの取り組みに当たっても可能な限り業界共通システムとのインターフェースを確保する方向が望まれる。
- 業界共通システム統合化の基本方向を取引完結型のシステムと位置づけた。このことは、その今後の展開が必然的に情報システム面にとどまらず、取引／物流の各システムとも深く関連し、それらとの調整のもとにすすめられなければならないことを示している。情報を中心とする業界共通システムの検討に当たっては今後それら各システム当事者間の意思を組み込む場を積極的に用意していくことが求められる。
- これまで業界共通システムの開発と展開について、主に卸売業／メーカー間を中心みてきた。他方、小売業との間のシステム構築がより重要であり、そのため小売業との間の業界共通システム検討の場を設け、そのシステム化を強力に推進する。

#### ④ 業界共通システム展開の条件

業界共通システムの活用による当業界の情報化と流通機能強化の出発点は、まず既存の業界共通システムの普及に求められる。その認知・利用を高め、その成果を基礎に新しいシステムの開発と展開を促進しつつ統合化した全体システムの完成に結びつけていくことが必要である。

また、今一つの重要な要件として、各流通関連企業内における情報化への取り組みがあげられる。各流通関連企業内のシステム開発に前向きに取り組む土壤をつくりあげることで、そのため経営者や幹部に始まる情報化の啓蒙、人材の教育と育成への支援である。それらの成果として、現業に情報システムが定着する中で初めて業界共通システムも活かされることになる。



6月12日午前10時から日食協会議室において、

①みかん缶詰の市況等について、②チェリー缶詰の情報交換、③もも缶詰の情報交換を中心に果実部会を開催した。

みかん缶詰の市況については、総じて業務用は品薄気配で特に1号缶が玉不足といわれ600円唱えに、その反面4号缶および5号缶が伸び悩み4号98円ものも散見されるとの声もあった。

前年比70万缶の減産で供給タイトながら価格がそれに追随しないというのが現状。

チェリー缶詰については、在庫払底状況にあり、ヒネ、ヒネなどで230円、リパックなどで200円前後の唱えと言われ、そのための生産シーズン期を迎えての原料価格の反動が懸念されるとの見方がなされた。

1昨年の生産が45万、昨年が60万缶の生産となっているが年間需要は65~70万缶との推定であり、そのための強気生産は大いにいましめなければならないとの声が聞かれた。

一方、もも缶詰については、白桃の引合いが低調であり各社とも昨年度は生産調整したところであるが、輸入品の黄桃に採算面で人気移行した状

況にある。従って4号缶も140円以下でないと消化は困難との弱気発言もあった。

#### ■■■ 市販もも缶詰の開缶研究会開く ■■■

7月24日、市販品のもも缶詰を買集め日食協会議室で開缶研究会を開催した。

主催：日本加工食品卸協会

全国食品缶詰公正取引協議会、財日本缶詰協会

協力：財日本缶詰検査協会

今回の研究会ではJASもの23缶、非JAS25缶および輸入品23缶が開缶され、審査の結果国産品で4缶、輸入品で6缶の不合格品があり、講評では総じて国産品の品質は良好との評価がなされた。

審査結果の内訳は下記の通りである。

		開缶数	品位		計器		総合	
J A S	2 つ 割 上級	6	合	不	合	不	合	不
			4	2	6	0	4	2
	標準	17	16	1	17	0	16	1
	小計	23	20	3	23	0	20	3
	2つ割り	14	11	3	14	0	11	3
非	4つ割り	3	3	0	3	0	3	0
J	薄切り	4	4	0	4	0	4	0
A	小片	1	0	1	1	0	0	1
S	小切れ	1	1	0	1	0	1	0
	くさび形	2	2	0	2	0	2	0
	小計	25	21	4	25	0	21	4
	輸入品	23	20	3	19	4	17	6*
	総合計	71	61	10	67	4	58	13*

\* 品位  
量目 } 重複1缶あり

## 「缶詰の日」のスタンプ図案決まる

ことしを起点に10月10日を「缶詰の日」と定めた(社)日本缶詰協会では、かねてからこれが普及のためのスタンプ図案を募集中であったが、全国から寄せられた3,144点の作品のうち、このほど最優秀賞1点、優秀賞2点が厳正審査の結果決定した。

受賞3点は下記の通り。

- ◆最優秀賞(1点) 山本幸男氏 千葉県船橋市前原西6-1-29-302
- ◆優秀賞(2点) 辻本三郎氏 東大阪市新池島町1-5-32  
豊増秀男氏 福岡県福岡市南区長丘2-19-12



(最優秀賞・山本幸男氏)



(優秀賞・辻本三郎氏)

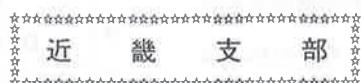


(優秀賞・豊増秀男氏)

## 各支部定時総会の概要

5月25日、創立10周年記念日の式典挙行を境に各支部は、62年度活動に向けそれぞれ支部定時総会を開催し、地域卸業界の発展を期し、まさに地域性豊かな活動を意欲的に展開することになった。

以下開催日を追いつつその他の支部活動も併せ収録して見る。



近畿支部(支部長 松下善四郎氏)では6月3日午後1時から8支部のトップを切って大阪市東区京橋2丁目の大阪キャッスルホテルにおいて支部定時総会を開催した。

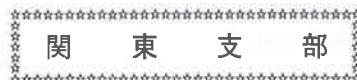
主な議案は、①61年度事業報告 ②同決算報告 ③62年度事業計画 ④同収支予算に関する件で、

地区会員45社、事業所会員22社の計67社のうち出席23社、委任状出席34社。

開催にさきだち松下支部長より、「52年に日食協が創立して以来10年を迎える、5月25日に記念祝賀会を盛大に催したが、支部からも10名の参加があり、ご協力いただいたことにつき感謝申しあげたい。流通業界はいま多品種、少量、多頻度の取引きが恒常化し、あらゆる面で厳しい環境下におかれているが、こうした背景の中で日食協は卸業界に生れるべくして生れた団体であり、またその活動は業界利益を守る団体でもあると痛感している。

支部としては地域に密着した活動をしたいと考えているが、本部との連動を図るとともに本部支援の姿勢で進めて参りたいので積極的なご協力を願いたい」旨の挨拶があり、続いて各議案の協議を行った。その結果いずれも原案承認となったが、62年度の事業計画として基本的活動は本部活動に連動することを根幹に、明年は支部結成10年を迎えることでもあり、相応の予算を組み入れ、支部に取って有益な行事企画を立案することなどが話合われた。

なお、総会に引き続き本部活動状況について北田専務理事より約1時間にわたり各委員会活動を中心に概要報告がなされた。



関東支部（支部長 磯野計一氏）では6月4日鉄道会館ルビーホール11階で午前11時から幹事会、午後1時から定時総会を開催した。

午前中の幹事会では、①61年度支部活動状況について北田常任幹事より流通業務委員会活動を中心に概要報告があり、定時総会提出議案の事業計画、予算案等を協議した。

続いて午後1時から定時総会が開催され、②61年度事業報告に関する件 ③同決算報告 ④62年度事業計画案に関する件 ⑤同収支予算等につき協議した。

関東支部の主な61年度事業活動のうち流通業務委員会は年度内11回にわたって開催され、昭和50年から継続実施している物流コストの実態調査、首都圏における百貨店・スーパーの返品実態調査、商品研修会〔サッポロビール㈱恵比寿工場、明星食品㈱嵐山工場〕ならびに異業種物流見学会の開催〔日用雑貨卸の野村商事㈱〕、支部初の試みとしての第1回セミナー開催=「食品、その物流と情報」講師 中田信哉氏。また、その他の活動としては標準オンライン説明会、神奈川県食品卸協会、長野県食品問屋連盟との交流活動等、多岐にわたっての活動を展開してきたことにつき事

務局ならびに流通業務委員会の副委員長より報告があった。



事

業

計

画

関東支部は、62年度の事業計画として次の活動を積極的に展開する。

### 1. 取引秩序の適正化対策

- (イ) 割戻金即引化実施に向けての主旨を徹底するとともに、その推進を図る。
- (ロ) 新価格体系構築のための施策等に当たっては、本部と緊密に連動して成果を期す。
- (ハ) 百貨店、スーパー等における返品の実態を把握し、是正活動を進める。

### 2. 流通業務等に関する合理化対策

- (イ) 百貨店共同配送業務をさらに整備充実させ、共同配送システムの基盤を固める。
- (ロ) 流通の諸問題に関連し次の活動を重点的に推進する。
  - ・物流コストの実態を調査し、企業経営ならびに対外活動等に資する。
  - ・リードタイムの現況と対応
  - ・在庫管理に関する問題とその合理化
  - ・倉庫運賃、配送効率の情報交換
  - ・多品種少量ピッキングの現状調査と効率化対策

### 3. 研修活動

- (イ) 商品研修会を隨時に実施し、販促実務に役立てる。
- (ロ) 人材教育、人材開発のためのセミナーを開催する。

### 4. 消費者啓蒙活動

- (イ) フードウィークへの参加協力
- (ロ) 「缶詰の日」の普及活動、缶詰料理教室、講習会等への支援
- (ハ) 関係団体等の催事には必要に応じ協賛する。

### 5. ブロック活動

- (イ) 各県ブロックの活動を積極的に推進する。
- (ロ) 支部内における県別卸団体との交流を深め、運営の円滑化につとめる。
- (ハ) 近代化計画に関する普及啓蒙活動を進める。
- (ニ) 各ブロックは会員の増員を図り、ブロック組織を充実させる。

以上、日食協本部と緊密に連繋し、支部の諸事業を遂行する。

\*\*\*\*\*  
九 州 沖 縄 支 部  
\*\*\*\*\*

九州沖縄支部では、6月8日博多八仙閣において、午前11時から幹事会、午後1時から定時総会を開催した。

午前中の幹事会では、主として総会提出議案を中心に協議されたが、役員改選について松本嘉七支部長より支部長辞任の提言があり慎重協議のうえ総会承認を得ることになった。

定刻午後1時、事務局である松本産業㈱松本健次郎常務の司会で開会。副支部長桐原清昭氏の開会のことばに続き、松本支部長より「本日は雨天にも拘らず多数ご出席いただきお礼申しあげたい。また、本部からは副会長の磯野計一様ならびに北田専務理事のご出席願い感謝申しあげたい。

さきほど、桐原副支部長から、日食協が満10周年を迎える盛大な記念式が催されたとのはなしがあったが、当九州沖縄支部も明年満10年の節目を迎えることになり重要な時点に置かれていると思う。との挨拶があった。議題の協議結果は次の通り。

①昭和61年度事業報告及び決算書承認の件 ②昭和62年度事業計画及び予算案承認の件その他の協議に入り、問屋主宰の展示会、特売会の自粛につき、引き継続することを承認。（後日、文書により関係先へ配布）、地区同業会からの分担金（九州食品卸連絡懇談会）の件などが確認された。

引き続き松本支部長より「支部長に就任して5年となる。本年は改選年度ではないが、昨年の総会で意志表示しておいた通り、長期にわたっての役はマンネリ化に陥り易い。新しい支部長のもとで支部創立10年を迎えることになり重要な時期に置かれていると思う」との挨拶があった。議題の協議結果は次の通り。

新支部長 桐原清昭氏挨拶；「先般の幹事会でも九州の南でもあり情報にうとくご迷惑をかえっておかけすることになる旨申しあげお断りしたところであるが、是非にとのみなさまの強いご推薦により大任が果せるかどうか懸念で一杯の気持である。しかし互選されたからには、残された期間つとめさせていただき、九州沖縄支部は何をしているのかと言われないよう努力致したい。どうか積極的なご支援ご指導をお願い申しあげたい。」との就任挨拶があった。

☆ ☆ ☆

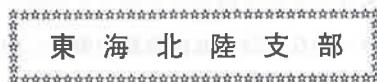
磯野副会長；「ご指名であり、来賓として一言挨拶申しあげたい。ただいまは九州沖縄支部総会が滞りなく終了し同慶の至りである。松本前支部長におかれでは、5年間にわたり支部のお世話をいただき心より厚くお礼申しあげたい。また、新支部長になられた桐原支部長には、松本前支部長

に引続いてよろしくご指導のほどお願い申しあげたい。」

以上の冒頭挨拶があり、故國分道夫前運営委員長の逝去を悼まれるとともに、その任にあっての大変なご苦労を忍び、それ以後は各役員ともあまえの姿勢でなく、分担精神で会を盛りあげることに努めており、九州沖縄支部も支部長中心に、支部の充実を図られるようみなさんで力になっていただきたい旨話された。

また、関東支部の活動を通じ、物流コスト調査、返品の実態、都内百貨店への共同配送事業等々支部活動事例を具体的に説明され、「日食協に入っていてよかった」といわれる団体活動を推進したい旨述べられた。

また、北田専務理事からは、運営、商品、情報システム化の3委員会の活動状況の概要について報告があった。



東海北陸支部（支部長 佐藤良嶺氏）の東海ブロックでは、6月15日11時から名古屋観光ホテルにおいてブロック定時総会を開催し、①昭和61年度事業報告書承認の件 ②同収支決算書承認の件 ③昭和62年度事業計画案承認の件 ④同収支予算案承認の件 ⑤役員改選の件 ⑥その他について協議し、各議案とも異議なくこれを承認した。

62年度事業計画としては「中部食料品問屋連盟と協力し、加工食品の消費拡大策を展開するとともに、会員の事業の発展、福利増進、親睦、融和を図るために必要と思われる事業」に重点的に取り組むことになった。なお役員は全員留任を決めた。

諸議案の承認のあと本部活動について専務理事より割戻金即引化、返品問題、新価格体系問題等の現況報告があり、終りに臨んで佐藤支部長から「今後の地域活動は、中央との綿密な連繋がより重要な時代を迎えており、企業が生き残って行くためにも日食協を中心に団結すべき時であり、会員各社の協力をお願いしたい」との挨拶があった。

7月6日、東海北陸支部・北陸ブロック（副支部長兼北陸ブロック長 角間俊夫氏）ではホリデーイン金沢において午前中の幹事会で総会提出のための議案をあらかじめ協議し、午後からブロック総会を開催して①61年度事業報告並びに収支決算報告 ②62年度事業計画並びに収支予算の諸案を諮った。

☆

☆

☆

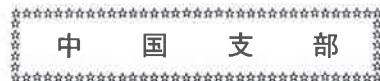
北陸ブロック長の角間俊夫氏は開会に当たり、「本来ならこの定時総会は富山で開催する順番であるが、ことしほと合により石川県での開催となった。ひごろより日食協本部ならびに支部運営につきご協力をいただき厚く感謝申しあげたい。

日食協は、ご案内の如く満10周年を迎える5月25日東京でその記念式典が盛大に催され、当ブロックからも3名が出席した。

最近感じていることは、個々企業では微々たる力だが、一本にまとまることによって確実に一步一步活動が進められ、問題解決されつつある点、より一層お互いの連繋を深めるよう努力したい旨挨拶された。

なお、62年度事業計画のうち、研究会の開催企画については、第1案として富山のYKK（10月下旬～11月初旬）または鱈寿司工場とスパー本部の新配送センター見学（10月25日～28日）のいずれかを実施することになった。

全議案の審議終了後、本部専務理事より1時間にわたり活動状況報告があった。



中国支部（支部長 矢部和夫氏）では6月16日、午前11時から広島ステーションホテルにおいて定時総会を開催し、①61年度収支決算報告 ②62年度予算 ③61年度事業報告および62年度支部活動についての各議案を諮り、これを原案通り承認した。

この定時総会には本部より運営委員長磯内善介氏および北田専務理事が出席した。

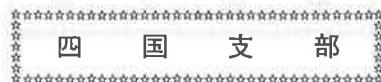
この総会において矢部支部長は「もはや日和見的姿勢が許される時代ではなくなった。今日お集りの方だけでもまず協力し合って問題解決に当たるよう努力したい。值付け、陳列の手伝い、日付管理等々予想以上に当地区は厳しいものがある。相互に情報集収して協力し合い、ディスカッションもよくして少しでも解決の方向を講じて参りたい」旨述べ支部結束を呼びかけた。

また運営委員長磯内善介氏は、日食協創立10周年式典のもよを述べるとともに、その成果を踏まえ成熟の時代を迎える今日、卸売業界は今後どのような対応が最も望まれているか、小売業界の現況、情報システム化への基本的企業対応等流通周辺の問題を具体的に取りあげつつ、卸売業界の方向性について語られ、さらに日食協の活動現況につき割戻金即引化、返品問題の改善、新価格体系等、委員会、協議会活動を通じ詳らかな経過報告ならびに挨拶があった。

続いて専務理事より委員会、協議会活動以外の缶詰ブランドオーナー会等の活動現況につき報告があったあと、出席各幹事を中心にフリートーキングがなされた。

なお同支部総会資料の中から中国支部として取り組むべき4課題が掲げられているのでこれを抜粋する。

1. 第一の課題は支部会員数を増強することである。地方の実情を広く正しく把握するためにはまた県ブロック単位の会員増加を図ることが最優先の問題である。
2. そして県ブロック単位の情報交換の場を多くし、日食協に加入してよかった、日食協メンバーになっただけのことがあったという充足感をもっていただけるよう努めること。
3. 割戻金即引化や返品の問題、そして新価格体系など全国共通の問題はもとより、地方独自の取引正常化の問題についてディスカッションを重ね、地方の声を中央に反映するようにしたい。
4. 「結ぶ心。開く未来。21世紀に向けて」が瀬戸大橋博覧会のテーマであるが、そうした心をもって支部運営に手を取り合って当たってゆきたい。  
本部ならびに関係各方面のご指導と支部会員各位のご協力を得て、当地食品流通取引正常化に努めたい。



四国支部（支部長 竹内三賀男氏）では6月19日、高松市福岡町2-2香川厚生年金会館において、正午から1時まで支部幹事会をひらき総会提出議案の協議を行ったあと定時総会を開催し、①61年度事業報告及び収支決算 ②62年度事業計画並びに収支予算等を諮った。

開会に当たり佐々木行徳副支部長の開会挨拶があり、続いて竹内支部長から「四国は本四架橋の完成を間近に新たな展望を迎えることになる。これに伴って四国は本土と一つになり、日本の社会的な面においても過去100年、維新という自由化社会が創りあげられたが、第2の新しい自由化社会がこれから到来する。新しい変革は好むと好まざるとに拘らずおとずれる。当然、消費者生活の環境も変ってくる。こうした厳しい環境に対応し得る企業体質を培うことが肝要であり、生販一体となって、トータル的に問題解決を図っていかなければならぬ時代であると思う。そのためには日食協という団体、力を発揚し、三位一体となっての近代化、合理化を推進しなければならない」旨の挨拶があった。

各議案の承認があったあと本部活動状況につき北田専務理事より1時間にわたり割戻金即引化、返品問題は正活動、新価格体系構築検討協議会のもよう等の報告がなされ、続いて記念講演会として「本四架橋が四国経済に与える影響・1年後の完成を控えて」と題し、四国電力株式会社支配人営業開発部長伊丹靖亨氏の講演会がひらかれた。

なお、記念講演終了後、メーカー賛助会員との懇親会が催された。

# 東北支部

東北支部（支部長 澤田 宏氏）では6月25日、午前11時からホテル仙台プラザ2階会議室において、第9回支部定時総会を開催し、①61年度事業活動報告 ②同決算報告 ③62年度事業計画 ④同収支決算に関する件につき諮り各議案ともこれを承認した。

総会に引き続き本部活動状況報告に関し専務理事より、明年3月、メーカー事業開始月から実施することになっている割戻金即引化の処理方法等の説明、返品問題に関する協議会における協議内容、新価格体系構築検討協議会の過去6回にわたり協議を重ねてきたもののうち、主旨目的および現状認識に関連し新しい卸機能についてどのような項目が重点抽出されているか、また、情報システム化委員会のネットワーク検討会が作業中の卸・メーカー間のシステムオンライン化に関する分科会協議概要、その他、物流コスト調査結果の内容説明、缶詰ブランドオーナー会の活動状況等報告がなされた。

なお、同支部からは日食協10周年記念当日、9名が出席し積極的な行事協力をしてきたが、今後より一層本部と緊密化を図り地域活動の推進に努めることになった。

# 北海道支部

北海道支部では7月28日札幌市の北海道経済センター7階において、午前11時から幹事会をひらき午後1時開催の定時総会提出議案を中心に事前協議したあと、会員23名の出席（委任状15名）のもとに ①61年度事業報告並びに決算報告 ②会員異動 ③役員の改選 ④62年度の支部運営とその進め方 ⑤62年度ブロックの進め方等の諸議案を諮った。

この総会は杉野昭雄副支部長が議長を代行し、事務局米川季吉氏（杉野商事株式会社）の司会で進められた。

①については事務局の米川氏より資料にもとづいての概要報告があり承認。決算については今井醸造㈱久住専務から監査結果が報告された。

②会員異動；株式会社大和屋食品の会員復活、株式会社アバショク、株式会社道北リヨーショク

③任期満了に伴う支部役員の選出結果については互選の結果、支部結成以来支部長をつとめられた新田勇三氏（古谷株式会社取締役会長）が勇退され、新支部長に副支部長の杉野昭雄氏（杉野商事株式会社取締役社長）が新支部長に就任した。

なお新田勇三氏は支部全員の総意により改めて支部顧問に推された。

北海道支部の新陣容は下記の通り。

支部顧問	古谷株式会社	代表取締役会長	新田 勇三 氏
支 部 長	杉野商事株式会社	取締役社長	杉野 昭雄 氏
副支部長	株式会社スハラ食品	取締役社長	村山 喜一 氏
"	古谷 株式会社	取締役社長	松田 鐘美 氏
幹 事	三箇 株式会社	取締役社長	三箇 一弘 氏
"	株式会社全秋山商店	取締役社長	秋山 昌平 氏
"	国分 株式会社	札幌支店長	木村 滋 氏
"	株式会社明治屋	札幌支店長	富田 廣 氏
"	株式会社 菱食	札幌支店長	渡辺 浩氣 氏
会計幹事	今井醸造株式会社	専務取締役	久住 茂雄 氏
事務局	杉野商事株式会社	取締役	米川 季吉 氏

以上の支部役員を決定し、62年度活動としては支部を軸とし、道内8ブロックの活動強化を図るとともに、返品問題の改善等本部活動に連動し支部の組織活動を充実することになった。

なお、本部活動については北田専務理事より1時間にわたり各委員会の重点活動を中心に報告がなされた。

## 支部ニュース

### 平均1函の単価を算定 関東支部物対委

関東支部流通業務委員会では、4月15日午後1時半から日食協会議室において ①加工食品の函当たり単価算定について ②62年度委員会活動について協議した。

加工食品（酒類を除く）1函当たりの単価については昭和58年当時の平均が4,250円とされていたが、その後物流面で特に多頻度、少量、小分け化が進み平均単価も大幅な変化を見せているため、

その実態を掌握すべくメンバー13社が数字を持ち寄り平均単価の見直しを行った。

見直し結果によると1函当たりの加工食品の単価は平均で3,720円台とされ、58年当時より530円の差値が出ていることがわかった。

5月29日、午後1時半から新年度に入って第2回目の流通業務委員会を開催した。

この委員会では、6月4日の支部定期総会に提出の事業報告書および事業計画書を重点に協議、提出資料の整備を行った。

6月26日午後1時半から開催の流通業務委員会では、支部セミナーおよび商品研修会の実施企画、61年度物流コストの実態調査の実施要領等について話合われた。

なお、物流コスト調査については各社からのデータ提出期限を8月末までとし、報告要領は新旧両建てで算出することになった。

### ■■■自動車公害対策で説明会■■■

7月23日、午後1時から会議室において流通業務委員会を開催し ①物流コストの実態調査について ②返品の実態調査の検討について ③物流見学会の企画等を検討した。

この委員会において自動車公害対策の研修説明会がひらかれ、東京都環境保全局大気保全部自動車公害対策室の熊倉 慧室長、同調査担当主任富山忠男氏が来局。熊倉室長より今回の都における公害対策について防止呼びかけの主旨と現状を報告説明され協力の要請があった。なお、このたび東京都知事より通達のあった協力要請内容は次の通り。

#### 一 自動車公害の防止についてのお願い

自動車公害の防止対策推進につきましては、平素からご協力をいただき厚くお礼申しあげます。

さて、今日自動車は、都民の日常生活を維持するうえで重要な役割を担っておりますが、一方では、大気汚染や騒音など大きな社会問題を引き起こしています。

これらの公害を防止するためには、自動車自体を低公害化するのみでなく、併せて自動車交通量を減らすことなどが必要です。

このため、東京都では、従来から自動車公害の防止について関係各方面にお願いをしてきているところであります。

つきましては、各位におかれましても、この趣旨を十分ご理解いただき、次のことについて格段のご協力を賜りますようお願い申しあげます。

#### 1. 自動車の使用自粛について

(1) 通勤・通学には、電車、バス等を利用し、自動車の使用はできる限り少なくするようしてください。

(2) 業務上使用する自動車については、集配の合理化等によりできる限り運行を控えてください。

(3) 夜間、早朝の時間帯は、できるだけ大型貨物車等の運行を控えてください。

(4) 貴団体が催し物等を行う際には、自動車の使用を少なくするようご配慮ください。

(5) 社用車の持ち帰りは控えてください。

#### 2. 自動車の運行について

自動車は、車線を守り、適正な速度で運行するよう努めてください。

#### 3. 自動車の点検整備について

使用されている自動車については、法律により定期点検整備が義務づけられています。排出ガスや騒音の防止と燃料を節約するため、日常の点検整備についても心掛けください。

昭和62年7月

東京都知事 鈴木俊一

なお、説明会に引き続き株式会社日通総合研究所経済研究部流通システム研究室の忍田和良室長より「物流ニーズの変化と効率化の方向；総量抑制の視点から」と題し、約1時間半にわたり多様化

する物流対策、物流対策の展開等につき講演があった。

### 共同配送事業 順調に進展

新料金体系の見直し（第3次）が行われて以来の都内百貨店共同配送委員会は、3月17日、4月15日、5月29日、6月26日と月例会合し共同納入の配送状況を中心に情報交換した。

作業の進捗状況は物量も増加傾向にあり順調との見方がされており、南王運送株式会社提供の資料によると収益バランスも概ね安定化の方向にある。

### 有明綜合物流センター落成

日食協メンバーによる首都圏内百貨店への共同配送事業でその納入代行を一手に担掌している南王運送株式会社（社長岩橋 昇氏）では、7月1日正午からこのたび竣工した同社「有明綜合物流センター」（ABC）の落成披露式を挙行した。

同センターはトヨーカネツ製自動仕分機・ダイワク製ハンガー設備等、多機能物流基地として建設されたもので、敷地面積3,894坪、5階建延べ1万518坪を有し、1時間1万個の処理能力があり、ジャストインタイム、共同配送事業等物流サービスの高度化を目的に建造されたもので注目されている。

### 関係団体報知

#### 食品卸団体連絡協議会開催 地域卸5団体と業界課題話合う

5月12日午後1時から東京ステーションホテル

会議場において、第2回食品団体連絡協議会を開催し、食品卸業界が抱える下記の共通課題について話し合いの場を持たれ、意見の交換を行った。

①割戻金即引化について

②新価格体系について

③返品問題について

④協議会今後の効率的運営について

⑤その他

日食協ではこの連絡協議会にさきだち商品委員会をひらき、作業経過についての確認を行ったうえ、5団体関連地域の支部長出席のもとで活動状況を報告し今後の進め方等に関し意見交換した。

### 神奈川県食品卸同業会の 定時総会で日食協活動報告

5月27日、神奈川食品卸同業会（会長笠原 尚氏）では、午後4時から横浜市西区のホテルリッチ横浜で同会の定時総会をひらき、62年度活動方針等を決めたあと卸業界の現況について4時半から1時間にわたり、日本加工食品卸協会の北田専務理事により日食協活動を中心とした報告研修会を催した。この日はメーカー賛助会員も出席し総勢70人にのぼる参加があり、その後にひらかれた懇親会も盛況であった。

### 埼玉県食品卸同業協会の 定時総会で日食協活動報告

7月17日、埼玉県食品卸同業協会（会長大久保政一氏：吉見商事株式会社取締役社長）では、午後2時半から大宮市仲町1丁目のサンパレスにおいて定時総会を開催したのに続き、午後4時から5時までの1時間にわたり「日本加工食品卸協会の活動」を演題とした講演会をひらいた。講師に

は北田専務理事が当たったが、当日は卸メンバー30名、メーカー賛助会員60名の計90名で5時から

催された懇親パーティーも賑々しいものであった。

## 10年を節目に定時総会開催

全国唯一の加工食品の卸団体として誕生した日本加工食品卸協会は、昭和62年5月25日に満10年を迎えた。

この佳き日に日本加工食品卸協会では、鉄道会館ルビーホール12階羽衣の間において第10回61年度定時総会を午後からの祝賀諸行事にさきだち開催した。（会員総数315社中この日の出席は71名、委任状出席205名、外に賛助会員65名）

総会提出議案の審議にさきだち國分会長より概要次のような挨拶があった。



國分会長挨拶；「本日は、会員、賛助会員のみなさま方におかれましては、ご多用の中を全国各地より多数ご出席いただき感謝の至りに存じます。また、常日頃から温いご指導をいたいでおります農林水産省食品流通局商業課からは、中村英雄課長ならびに木内利助係長に公務ご多忙のところをご臨席賜わり厚くお礼申しあげます。

みなさま方の積極的なご支援により育って参りました日食協は、本日ここに創立満10年を迎えました。

これ、偏えに会員、賛助会員、そして農林水産省をはじめとする関係諸団体からのご尽力、ご指導の賜物であると役職員一同、衷心よりお礼申しあげる次第であります。

さて、この日食協が歩んできた10年間をふりかえってみると、けわしい山登りを続けてきたという感じが致しております。環境変化も急テンポであり、それに対応する活動もますます多岐にわたると同時に、解決に向けての迅速性が常に要請されて参りました。

しかし、日食協は各委員会の委員、各支部がそ

れぞれ心を寄せ合って一步一歩、忍耐強く活動して参ったところであります。

この日食協が重要課題の一つとして取り組んで参りましたのが、割戻金標準化の推進であります。

この標準化の推進活動は、メーカー各位のご理解と前向きのご協力により年4回以上の決済期間に概ね改めていただき、これをさらにもう一步前進させて即引化することをご提案申しあげ、割戻金即引化協議会をメーカー代表ご参画のもとで昨年スタートさせ、おおかたの合意を得て明年度を目標に即引化実施の段階を迎えるに至りました。

食品業界にとって、これは合理化への金字塔になると信じます。

返品問題につきましても、これを少しでもよりよい方向に改善していくことが日食協に課せられた使命と心得、ワーキンググループ活動を続けながら、またメーカー代表との返品問題改善協議会の場で入念に協議を進めながら、そのルール化を図る段階を迎えております。

食品業界でどうしても新たに取組まなければな

らない重要テーマの一つとして、日食協が昨年来ご提唱申しあげております取引慣行の抜本的見直しと新価格体系の構築問題があります。

いま、日食協内の『新価格体系構築検討協議会』において検討、協議を重ねておますが、業界の英知をもって実りある結果が得られるものと確信しています。

情報化が進展する中にあって、日食協はこのたび農林水産省食品流通局商業課より『加工食品卸売業情報化標準モデル策定調査委託事業』を受託し調査を実施してその報告書をとりまとめました。この調査を足がかりに食品業界の情報システム化は、さらに新たな広がりが見られるものと期待しております。

次年度はこの情報システム化を主軸にして物流関連の調査研究を進める予定と聞き及んでおりますので、若き情報スタッフのご協力を得ながら意欲的に取組み、業界のお役に立てたいと思います。

また、中小企業近代化計画の推進につきましても目標達成年度の64年まで引き続き窓口団体として啓蒙啓発活動を進めて参ります。新しい世紀を前にして日食協は、これまでの10年間に培ってきた実績を踏まえ、ひらかれた流通業界をめざし、会員の結束を根幹としてもろもろの課題の解決に当たって参りたいと存じます。

本日は、ささやかな企画ではありますが、10周年記念行事の一環として、記念講演会、パネルディスカッション、祝賀会を開催致します。

つきましては、この定時総会が円滑に進行し、かつまた実りある総会となりますようみなさまのご協力をお願い申しあげ、簡単でございますがご挨拶と致します。」

商業課長 中村英雄氏ご挨拶要旨；「日本加工食品卸協会にあっては日頃より何かと行政に対し格別なご協力をいただいており、お礼申しあげます。」

本日は日食協の定時総会の開催に引続いて創立10周年を記念する行事が予定されておりますが、心からこの10周年のお祝いを申しあげます。

食品業界は、いま大きな環境変化により変動しておりまして、昨年の暮れからの売上税問題なども業界に取っては直接、間接的に影響が及ぶところであります。現在この売上税問題はストップしておりますが、国民の食生活に係ることであり、税制がどのようなかたちでまとまるか、業界としての関心も大きなものがあると思います。

また、国民全体の食生活のニーズが激しく変化するなかで卸、メーカーにあっては当然その対応が要求されるところであり、農林水産省としてもなにがしか業界のためになればと活動している次第であります。

今後とも業界のために日食協は一層の努力をされますようお願い申しあげます。」

★ ★ ★

國分会長が議長席につき、署名人2名を指名したあと各議案の審議が行われた。（原案は会報51号に特掲）

〔第1号議案〕；昭和61年度事業報告に関する件については、各委員会、支部活動とも多岐にわたる活動を展開しており、時間の制約もあり報告書前段および本部3委員会の活動を中心に事務局で報告書を朗読、全員異議なくこれを承認した。

〔第2号議案〕；昭和61年度決算報告に関する

件については、収支決算書、貸借対照表および財産目録を一括して事務局より報告。4月22日の監査結果を西野監事が報告され、61年度の決算を承認した。

〔第3号議案〕；昭和62年度事業計画案に関する件（会報51号29頁参照）。

議長より「諸問題が山積する中にあって着実な施策が講ぜられる対応力のある団体活動を推進したい旨の意向が述べられ、首文および委員会の重点活動を事務局より朗読。全員異議なく計画案を承認した。

〔第4号議案〕；昭和62年度収支予算案に関する件について、議長より62年度は創立10周年記念の2年間にわたる引当金項目がはずされることになり、若干の余裕が生ずるもの情報システム化への新対応、取引秩序の整備強化を図るほか全国団体の立場から対外的活動分野も拡大し、従ってこれらの活動に支障なき予算配分とした旨説明があり事務局より予算内容を項目別に報告、原案通りこれを議決した。

〔第5号議案〕；昭和62年度会費の額及び賦課

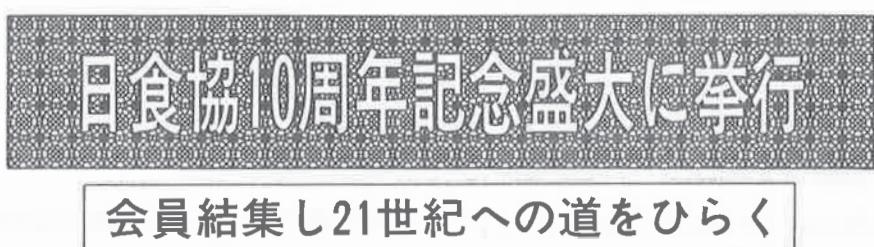
徴収方法に関する件につき國分議長は「対外的にもまた対内的にも活動量は相当に増加するものの、会費、事業所会費は据置きとし新規会員の増員を図る。また贊助会費も前年度同額の口数で協力願いたい」旨説明。また徴収方法については年度初期の段階で1年分を納入することを決定した。

〔第6号議案〕；新規加入会員、退会会員に関しては事務局より18社が合併、廃業等により退会し、会員数は297社で新事業年度を迎えることになる旨報告。（事業所会員は136事業所）

全員異議なく6号議案承認。

〔第7号議案〕；理事の一部改選に関する件につき議長指示により事務局より、中村角株式会社取締役会長中村角太郎氏が退任され、株式会社八百金取締役社長中野伸彦氏が理事就任の支部推薦があった旨を報告、審議の結果、異議なく7号議案の理事一部改選につき承認した。

〔第8号議案〕；その他については事務局関係の報告事項もなく、議長より諸議案審議の終了を告げ、事業の節目となった第10回定時総会を滞りなく閉じた。



昭和52年5月25日に全国一本で加工食品の卸業者が結集する団体として産声をあげてこのかた62年5月25日が満10年の当日となった。

日食協では、この日が大きな活動の起点となると同時に、21世紀へ卸売業の道をひらく年と位置づけ、全国8支部の協力のもとに会員の大結集を図り、記念講演会、パネルディスカッション、そして祝賀パーティーと10周年にふさわしい記念行事を賑々しく挙行した。

以下、式典当日のもようを再録して見る。

## 記念講演会「21世紀への常識」

好評であった。

午前中に第10回定期総会を終了し、昼食時間を取りたあと、午後1時20分から2時45分まで山本



記念講演される山本七平先生

書店店主で評論家として著名な山本七平先生による記念講演会を開催した。

「21世紀への常識」と題し、現在の時代の背景を日本国内ばかりでなく、国際的視野で特に社会構造の変化と差別化が進む中で先端技術としての情報化時代を迎えることはいかにあるべきか、人の周辺にどのようなことが惹起しつつあるか、心すべきことは何かについて日本の歴史をさかのぼり戦国時代武将の人となりとその歴史の背景に何があったかなど、過去、現在、未来にわたって含蓄のある講演があった。

かつての常識が非常識となり、また、かつての非常識が常識となっているような現代において、21世紀への常識は現在を見つめ、情報をさきどりし、しかも人を核としての21世紀であるとのまとめをされ、10周年の記念講演として花をかざられ

☆ ☆ ☆

記念講演会につづき、記念行事のメインであるパネルディスカッションは、午後2時45分から4時45分の2時間にわたり、コーディネーターに宮下正房先生（東京経済大学教授）を迎える、「食品流通、21世紀への課題」をテーマに、農林水産省食品流通局長谷野陽氏をはじめとする5人の食品業界の重鎮により、まさに世紀のディスカッションが展開された。

このパネルディスカッションは、本号特別企画として全録したので是非お目通しいただきたい。

☆ ☆ ☆

午後5時、行政関係、業界関係の来賓を迎える中、会員、賛助会員が一堂に会し、日本加工食品卸協会10周年記念祝賀パーティーが盛大に催された。

ルビーホール12階の会場は出席者330名でうめつくされ、参席者のひとりひとりが前途ある日食協の10周年を祝賀した。

司会は松下鈴木謫常務取締役の田尾孝行氏がつとめられ、まず國分会長の挨拶があったあと来賓祝詞を頂戴した。



## —日食協創立10周年の挨拶—



挨拶する國分会長

協が加工食品の全国卸団体として誕生いたしました当時は、おりから高度成長経済の時代が過ぎ、すでに低成長の経済時代が定着化してきた時期にありました。

以来、この10年、卸業界を取りまく諸環境は大きく変貌し、消費者ニーズが多様化するとともに、流通面にあっては多品種・少量・多頻度の取引が恒常化し、さらには情報シス

日本加工  
食品卸協会  
が、ここに  
満10年を迎  
えるに当たり、ご挨拶  
を申しあげ  
ます。

顧みます  
るに、日食

テム化社会が著しい進展を見せるなど、卸業界に提起された課題はいずれも避けては通ることのできない重要テーマが山積しておりました。

こうした環境のもとに創立した日食協は、むしろ時宜を得て生れるべくして生れた全国卸団体であると存じます。

それだけに、日食協は社会に、なかんずく食品産業界に対し重大な使命を帯びている団体であると会員一同、痛感しております。

結成10年という年月は、変転の激しい現在、明かなる歴史を画したと申せましょう。

先輩諸団体から見れば、日食協はまだまだ新参団体ですが、加工食品卸業界の持てる情熱と英知を投入し、これから的新しい時代にふさわしい流通秩序を構築し、生販三層の共栄に資して参りたいと存じます。

そのためには食品卸業界として主張すべきは主張し、高度情報化社会あるいは国際化の進展等に遅れることなく、積極的な施策を講

じて参りたいと思います。

21世紀は目前にあります。

卸業界としてさらに新しい機能を磨き、創造して、ひらかれた加工食品卸業界を築くべく、農林水産省をはじめとする行政ご当局のご指導ならびに関係業界のご協力を賜わりつつ、これから加工食品卸業界を育んで参りたいと念願しております。

食品業界が新しい世紀に向け、ますます発展して参りますよう祈念しつつ、簡単ではございますがご挨拶といたします。

昭和62年5月25日

日本加工食品卸協会  
会長　國分勘兵衛

## 農林水産省大臣のご挨拶

日本加工食品卸協会が本年創立10周年を迎えたことに対し、心からお慶びの言葉を申しあげます。

貴協会は、昭和52年に全国缶詰問屋協会を母体として設立されて以来、情報のシステム化の推進、流通構造の変化に適合した取引条件の整備等を通じ、食品流通の近代化と食料の円滑な供給に寄与されてこられたところであります。このことに対し深く敬意を表する次第であります。

最近における消費者ニーズの多様化、小売の業態変化、情報技術の進展等に伴い食品流通の構造が急速に変化しつつある中で、卸業界は今後とも重要な機能を果たすものと予想されます。

農林水産省といたしましても、食料の安定

供給の重要性にかんがみ、60年4月に加工食品卸業界に係る中小企業近代化計画を作成・公表し、その推進に努めているところであります。また、昨年11月に農政審議会からご報告をいただきました「21世紀へ向けての農政の基本方向」に沿って、食品流通の機能の充実と合理化、効率化等の諸施策を推進している所存であります。

貴協会におかれましても、食品流通の近代化等に指導力を發揮され、今後とも国民生活の安定に尽くされることを期待しております。

終わりに、貴協会の一層のご発展とご参集のみなさま方のご健勝を心からお祈りいたしまして、私のお祝いの言葉といたします。

昭和62年5月25日

農林水産大臣 加藤六月  
(代読 審議官 伊藤禮史氏)

## 來賓祝詞

味の素株式会社  
取締役社長 歌田勝弘氏

ご紹介いただきました味の素㈱の歌田でございます。

さきほど頂戴いたしましたご芳名簿を拝見させていただきますと、業界の諸先輩各位が大勢ご出席し



挨拶される歌田社長

ておられる祝賀会でございまして、わたくしが代表してご挨拶申しあげることは大変恐縮に存じますが、ご指名でございますので一言ご挨拶申しあげます。

まず、もって日食協さまの10周年記念まことにおめでとうございます。われわれお取り引き願っております贊助会員といたしましても、みなさま方とともにこの10年を歩んで来た足どりを考えますと、まことに波乱万丈であり、また、今日の記念行事は感無量のものがございます。

日食協さまが組織されましたのは、昭和52年5月25日とうけたまわっております。その前の全国缶詰問屋協会から続いておられるわけでございますが、たしかにさきほど國分会長さまからおはなしのありました通り、10年一昔と申しますけれども、まったく激動のなかにあったという感じがいたします。

当時の石油ショックが背景であったり、あるいは産業構造のいろいろな変化がありまして、また、とくに最近のように消費者ニーズの多様化、個性化の現象、あるいは流通の各段階における変化というようなことから、とくに最近のような円高・ドル安の為替相場の変動に伴って消費需要の停滞、あるいはまた自由競争の激化、というグローバル化に加えて海外とのこれらの競争の激しさもございますし、また流通業界でも、今日はチェーンストア協会の清水会長さまも見えられておられます。また、同時にわたくしどものメーカーもいろいろと多角化し、生き残りをかけて努力しているわけでありまして、ことに変

化の激しい業界でございます。そのなかにあって、中間の流通業界の問屋さまの存在というものは日本の食品業界全体のなかで、この流通というものの重大な任務というものは変わりありません。しかし当食品界はいろいろと変化の激しいところであります。とくに最近のように売上げを増進するということはなかなか困難で、そのなかで利益をどのように確保するかということについてはまったく難しい問題であると思っております。

そのようなときでありますから、業界全体が、さらに結集し、英知を出し合って共存と協調をかねて進むことが必要でないかというように思っております。この10年をふりかえりまして、それがかなり成果をあげてきているということについては、わたくしどもまさに感謝いたす次第でございまして、会長さまはじめ運営委員長さま、商品委員長さまとみなさま多くの方々のご努力の賜物であると心に銘ずる次第でございます。

しかし食品業界はこれからも非常に変化の激しい難しい時代でありますが、わたくしは食品の市場、マーケットというものは決して飽食の時代ではない、これからもまだまだ食品というものは伸びる可能性は十分にあるとよく申しておりますが、ただ問題は中身であり、やりようであるとこう思うわけであります。その意味でも、今後のみなさま方のご努力、ご研鑽に大いにご期待を申しあげ、またわたくしどもとともに手をたずさえて共存共栄をさせていただくようにお願いしたいと、このように思います。

どうぞこの10年をひとつのステップにして

今後ますますのご発展のあらんことを祈念い

たしまして、ご挨拶にさせていただきます。」

## 日食協に農林水産大臣より感謝状

日本加工食品卸協会が加工食品の全国流通部門を担って業界に名乗り出て10年になる。

この10年の、ある意味では最も厳しい時代に卸業界の牙城を守り、真摯に業界発展のための諸施策を講じることに努めてきたことが公的に評価されるところとなり、5月25日の日食協創立10周年祝賀会場において農林水産大臣より感謝状が贈られた。

おりから加藤六月農林大臣は国会最終日の用務のためご出席はかなわなかつたが、食品流通局審議官の伊藤禮史氏より國分会長に手渡された。



農林水産大臣の感謝状が國分会長に手渡される

### <日食協の功績概要>

1. 中小企業近代化促進法に基づき加工食品卸売業が業種指定され、近代化計画が策定されたことに伴い、窓口団体として積極的な啓蒙啓発に努めた。
2. 酒類食品全国コードセンター設立に当たっては、その推進母体となり、また卸メーカー間企業オンライン標準システムを開発し、食品業界のオンライン化に貢献した。

3. 返品問題の改善、取引き合理化のための割戻金即引化の推進、新しい流通時代を迎える新価格体系の構築を図り食品産業の発展に寄与した。

4. 都内百貨店に納入する商品の共同配送実験に参加し、その実験事業を踏まえ共同配送業務

を確立し、物流の効率化を図るとともに、物流コストの実態を調査し、食品卸売業の物流合理化を推進した。

5. 食品の安全な管理体制の強化並びにJAS規格、品質表示基準、食品栄養成分表示等に関する周知徹底を積極的には行った。

6. 食品卸売業構造展望調査研究、加工食品卸売業情報化標準モデル策定調査の各委託事業を受託し、調査研究に意欲的に携わった。

7. 恒例のフードウィークの実施に当たっては、当該開催地区の食生活展に参加し、また全国8支部の協力体制のもとで食品の啓蒙活動、消費者への商品の割引提供等に前向きに協力した。

8. 震災対策の一環として、缶詰の在庫状況を農林水産省を窓口として例年定期的に報告し、不慮の災害に備えてきた。

### 論文入選者10名を表彰

10周年記念行事の一環として企画した「食品問屋の業態革新」をテーマの論文募集は総数29点が会員から寄せられ、公正厳正な審査の結果、次席2点、佳作8点の計10点が入選し、5月25日の日食協祝賀パーティの席上、國分会長より入選者10

名に対しそれぞれ賞状、賞金ならびに記念品が贈られた。

すでに入選作品については会報52号別冊として各会員に届けられているが、審査員および入賞者は次の通りである。

### 審査員

宮下正房先生（東京経済大学教授）

原田英生先生（流通経済大学助教授）  
住谷 宏先生（千葉商科大学助教授）

#### ＜応募論文入賞者＞

次席	郡司 浩吉	佳作	堤 多嘉史
次席	中島 保	佳作	坂本 正人
佳作	久保 元宏	佳作	沢村健太郎
佳作	菊田 定信	佳作	加藤 秀男
佳作	桂 秀和	佳作	岡本 延義

なお、賞状の授与に続き審査委員長の宮下正房先生より審査に当たっての講評挨拶があった。

要旨は次の通り。

「多くの応募作品に共通する傾向は、食品問屋の危機感、ならびに業態化の必要性についてはそれなりにまとめられているが、主題である食品問屋の業態革新の具対的方向への提言が弱かった。つまり業態化に関する一般論的、抽象的提言はあるものの、食品問屋業界の現場に立脚した具体的提言、あるいは参考書や社内教育の域を脱した個人の創造的かつ斬新な発想にもとづく提言のものはほとんど見られなかったことは残念である。

そのことが、入選第一席論文に該当なしの厳しい審査結果になった最大の理由である。

全体的に上述のような傾向のなかにあって、入選次席論文2点は他の論文と比較して、論述の展開方法において論理的展開（郡司浩吉氏）と実証的展開（中島 保氏）において優れていたことが評価された。そして両論文ともにその展開のなかに自己の主張がある程度読みとれたことが入選作として評価されたといえよう。

佳作8点については、上述のような評価基準に照して、その他の作品より総合的に若干優れているものと判断され、選択された。

しかし、非佳作作品のなかにも佳作作品とその内容においてそれほど差異をつけがたいものが数点あったが、入選、佳作計10点の制約により選にもれたものである。」

#### 全米食品卸協会会長からも祝電

祝賀会当日、関係官庁、衆参両議員からの電祝が多数寄せられた中で、N A W G A（全国食品卸協会）の会長ジョン・アール・ブロック氏からも次の祝電が寄せられた。

#### 日本加工食品卸協会 会長 國分勘兵衛殿

当協会の日本における姉妹にあたる貴協会の壮大かつ栄光ある創立10周年にさいして、N A W G Aよりあたたかい友情と祝電をおおくり申しあげます。

はるか米国よりご多幸をお祈り申しあげます。

NATIONAL-AMERICAN' WHOLESALE GROCERS' ASSOCIATION

PRESIDENT  
ジョン・アール・ブロック

#### お礼のことば

日食協10周年記念の諸行事は滞りなく盛況裡に終了することができました。これ偏えに役員をはじめとする会員、賛助会員のご協力の賜物と衷心よりお礼申しあげます。

また、その裏方として企画、立案、演出された10周年記念実行委員会の委員のみなさまのご尽力に対し深謝申しあげ特別企画の結びといたします。  
事務局

〈テーマ〉

食品流通

# 21世紀への課題

日食協10周年記念パネルディスカッション



- 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)  
(現在 代表取締役副会長)
- 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)

10周年記念行事の一環として企画されたパネルディスカッションは、山本七平先生の記念講演に引続いて午後2時45分から催された。

開催にさきだって北田専務理事よりコーディネーターならびにパネラーの紹介があり、「食品流通、21世紀への課題」をテーマに2時間にわたり、まさに世紀のディスカッションが繰り展げられた。

以下、当日のもようを再現すべく編集を試みたので、21世紀に夢を絡げる意味においても、是非ご一読いただきたいとねがうところである。



## 「第二変革期」その構造的变化を探る

宮下 それでは、ただいまより与えられましたテーマ「食品流通21世紀への課題」という大変大きなテーマでシンポジウムを進行させていただきます。今回のシンポジウムは日食協10周年記念という記念事業であるわけですが、私はそういう意味において10周年にふさわしい、きわめて業界にとって重要なテーマが与えられたというふうに考えております。

時間がございませんので、私はくどくどと問題提起をさせていただきませんが、私は、この食品流通業界にとりまして、この近年、あるいはこの2～30年の流れの中で二つの大きな変化があったような気がするわけであります。一つは、何と申しましても、西友さんのようなチェーンストアが食品業界、小売業界に登場されて食品流通全体に大変大きな影響を投げかけてきた。そして、第2回目がちょうどある意味では現在ではなかろうかなという感がしているわけでございます。いろんな見方ができるでしょうけれども、現在はある意味では大きな食品流通の第2回目の変革期という見方もできるような気がするわけです。

今回の変革というのは、ある意味では大変に大事なタイミングにさしかかっている。つまりスーパー・チェーンによります変革時代は、まさに世の中が高度成長時代でございましたから、かってスーパー・チェーンの成長が問屋をなくすということが言われましたけれども、事実としてはあまりそういうことがなかった。しかし、今回は、こういう非常に消費、需要の低迷、経済の低成長期というようなものを背景として、大きな変革の時代に直面している。先ほど山本先生の記念講演でのお話の中に、技術革新が大きく過去に関係なく変えていくと申しておられましたが、まさに情報の技術革新というような全く新しい条件も登場してきている。

そういう一つの変化の中で、きょうは主に卸業界のご出席が多いわけですが、卸業が生き残り得るか、あるいは生き残ることがむずかしいのかどうかという、非常にシビアなテーマを投げかけている変革期がきているような気がいたします。日食協10周年は、そういうタイミング

にちょうどぶつかっているわけでございまして、そういう意味で、いま非常に大事なのは、これからとの的確な展望のもとに、卸業が生き残り戦略の方向を見出していかなければならない段階にきていて、そういう段階において、こうした重要なテーマがここでディスカッションされるということは、大変意義のあることだと考えます。

しかしながら、せっかくこれだけの最高の顔ぶれをそろえさせていただいたわけですが、す



宮下正房先生

でに1時間45分しかございませんので、十分諸先生方の持っているものを引き出すことができるかどうかわかりませんが、短い、与えられた時間の中で、重要なポイントを自由にご発言いただければというふうに考えております。それぞれのお立場から代表のようななかたちで出ておられますけれども、ここではあまり部落の代表意識をしないで、ご自分の私見を述べていただければよろしいかというふうに思います。また、お聞きになるみなさま方も、パネラーのバックグラウンドをあまり意識しないで聞いていただければありがたいと思います。短い時間でございますが、2回ぐらい回っていただいて、

第1ラウンドは、食品流通が今後構造的にどういう変化をす

るだろうか。あるいはまた、変化すべしなのか、あるいは食品流通を取りまく食生活というようなものがどうなるのか少し大きなテーマを第1巡でお願いいたします。第2巡では、そうした変化の中で企業が生き残っていく、あるいはそういう未来の新しい流通を実現するための条件というようなことを少し具体的な、あるいはミクロ的なご提言をいただければ、というふうな考え方を持っております。そのような進め方をさせていただきます。

では、早速、パネラーの方のご発言をお願いしたいと思います。

最初に、「食品流通」というテーマでございますので、まず川上のキッコーマンの吉田さんのほうからお願いいいたします。

### エンゲル系数、21世紀には22%内外か

吉田 キッコーマンの吉田でございます。いま、宮下先生からお話をございましたとおり、加工食品流通の変革の行方ということで、少しミクロに最初に考えてみたいと思います。10分の中で、前半は食生活の現状を分析して、その中で見られる特質は何であるかということを私なりに提起したいと思います。そして後半にはそれを受けて、今後食品産業はどのような方向を目指すべきであろうかということについて、独断を交えて申し上げたいと思います。

まず、食生活の分析ということでございますが、すでにご承知のとおり、戦後、経済白書、

国民生活白書、あるいは家計調査、その他民間の膨大なデータ、分析がございまして、それを読むだけでも大変なことだろうと思います。私自身、60年代の末、70年代の食生活はどうなるかということについてまとめたのを初めとして幾つかのリポートがございますけれども、会社といたしましてはオイルショックのあと、食生活が基本的に変わっていくのではないかというような問題意識のもとに、「食生活の意識と行動」というかたちのモニター調査を実施いたしました、60、70のテーマを追っかけたことがございます。その結果は「現代食生活考」という3部作にまとめられておりますが、それらを踏まえて、簡単に、お手もとの資料もざっとご覧いただきながら考えてみたいと思います。

まず、食生活を物のレベルで見たときにどうであろうかということですが、資料Aの右に栄養の問題が出ています。これはすでにご承知のとおり、戦後の飢餓期から充飢期ということで、大体エネルギーは2,500キロカロリー、またPFCのバランスという点でも、ほぼ理想的なかたちにきているということをご承知のとおりでございます。

また、栄養と並んで経済の面でどうかといった問題でございますが、その下にありますとおり、全支出に占める食費の比率、いわゆるエンゲル系数は、年々そのウェートを下げておりまして、戦争直後におきましては、瞬間的には80%ないし50%台であったものが、40%、30%を割り、現在におきましては26~27%。そして21世紀には22%内外になるであろう。アメリカが大体20%前後でございますので、それに近づくであろうというふうな予測が出ております。

また、物ではなくて、こころのレベルではどうであろうかということをございますけれども、Bの表をごらんいただきますと、いわゆる21世紀におきます重点支出項目と

#### Ⓐ 栄養水準の推移

1人1日あたりの供給熱量は1970年以降2,500キロカロリー台で安定している。平均の栄養バランスもほぼ理想に近い。

	エネルギー Kcal	たんぱく質 g	うち動物性		脂 質 g	P F C熱量比率 (%)		
			g	%		P	F	C
1946(昭21)年	1,448	35.8	4.5	12.6	不明	9.9	90.1	
1955(〃30)〃	2,217	65.7	16.9	25.7	22.2	11.9	9.0	79.1
1960(〃35)〃	2,290	69.5	21.2	30.5	29.1	12.1	11.4	76.4
1965(〃40)〃	2,453	74.4	25.8	34.7	44.9	12.1	16.4	71.5
1970(〃45)〃	2,538	77.4	31.3	40.4	57.2	12.2	20.3	67.5
1973(〃48)〃	2,582	80.2	34.4	42.9	64.1	12.4	22.3	65.3
1975(〃50)〃	2,528	79.6	34.9	43.8	65.1	12.6	23.2	64.2
1980(〃55)〃	2,536	81.8	38.7	47.3	75.5	12.7	26.3	61.0
1983(〃58)〃	2,593	81.6	39.6	48.5	79.9	12.6	27.7	59.7
1990(〃65)〃	2,500	84.1	45.0	53.5	78~82	13.5	28.5~ 29.5	57~58

参考：適正比率 (12~13) (20~30) (57~68)

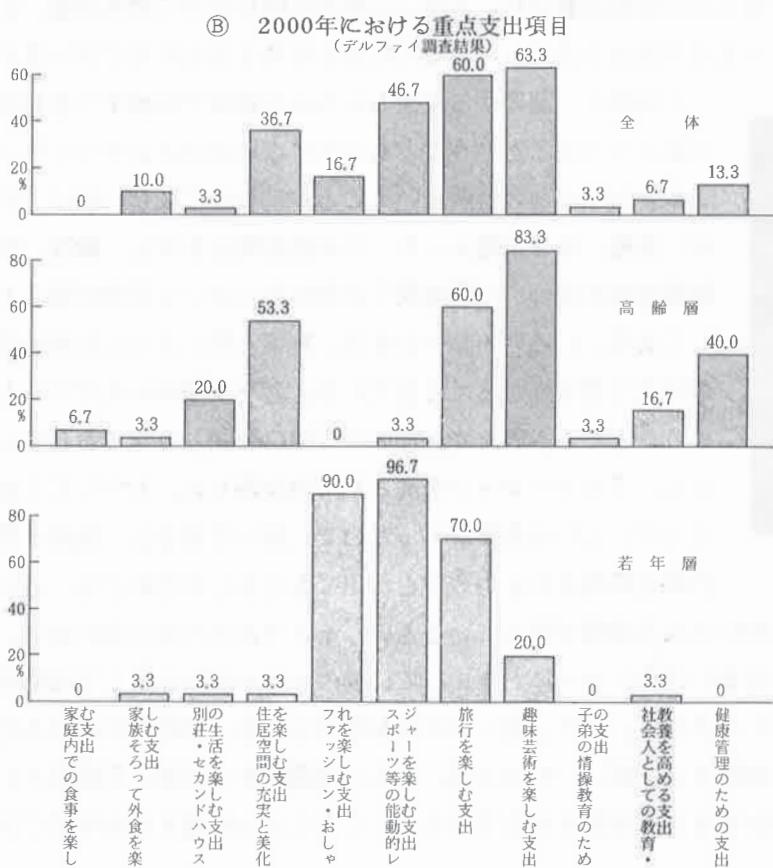
資料：農林水産省「食料需給表」、「農産物の需要と生産の長期見通し(65年見通し)」

- 注 1. 昭和40年以降58年までは「四訂日本食品標準成分表」による。  
2. たんぱく質のうち動物性の%は、たんぱく質総量のうち動物性たんぱく質のシエアである。

3. P F C熱量比の算出は、次の方法による。

$$\left\{ \begin{array}{l} P = \frac{\text{たんぱく質供給量(g)} \times 4 \text{ kJ/g}}{\text{全体供給熱量(kcal)}} \\ F = \frac{\text{脂質供給量(g)} \times 9 \text{ kJ/g}}{\text{全体供給熱量(kcal)}} \\ C = 100.0 - (P + F) \end{array} \right.$$

4. P F C熱量比の65年度のは、「農産物の需要と生産の長期見通し」による数值で、厚生省「日本人の栄養所要量」(54年3月)より試算したP F C適正比率目標である。



(備考) 1. 経済企画庁総合計画局「20年後の国民生活予測(デルファイ調査)」(1981年)による。  
2. 若年層は20歳前後、高齢層は55歳以上としている。

いうのを見ますと、若年層においてはファッショニ、レジャー、高年層におきましては旅行、あるいは趣味、芸術ということで、残念ながら左にあります食事あるいは外食を楽しむ支出についてのウェートはあまり期待できない。こんなふうに考えられるわけでございます。



## 生活は24時間サイクル、夜型消費時代へ

この心理的な要素をさらに考えてみると、恐らく調理する時間と調理する技術という問題があるだろうと思います。簡単に言えば、調理する技術は年々減り続けてきている。そして、調理する時間もまた退歩の一途をたどっている。こんなふうに考えていいかと思います。かつて林周二さんが流通革命におきまして、生活のサイクルが江戸時代の1年サイクルから明治、大正の1カ月サイクルへ、さらに1週間サイクルということを言ったことがございますけれども、今日のサイクルはある意味では24時間サイクルというふうに考えていいかと存じます。

20年前か、アメリカに初めて行ったときに、私はスーパーで「セブンディズ・ア・ウィーク」あるいは「トゥエンティフォー・アワーズ・オープン」という店頭での表示を見て驚いた記憶がございます。まさに今日の日本の生活は、そういう意味から申しますと24時間革命、あるいは夜型社会。そういう中で、データは申し上げませんけれども、NHKの生活科学調査、

あるいはいくつかのデータは明らかに夜型消費時代、あるいは睡眠を削りながら家外活動、家の外の活動に注力する、というような動きが出ている。こんなふうに考えるわけでございます。



吉田節夫氏

と同時に、調理する技術もいろんな意味で伝承すべきものが衰えつつあるということもすでにご承知のとおりでございます。包丁のない台所ということが言われて久しいですが、先般、ある家電メーカーのお話を聞きますと、最近、炊飯器で泡が立つ、ご飯を炊くと泡が立つという苦情が頻々としてある。いろいろ調べますと、野菜と同じようにお米を洗剤で洗う若夫婦がふえてきている。若い主婦がふえているということでございます。きのう「朝日新聞」を見ておりましたら、「カラーシャツを洗ったら色が落ちた。どうしてくれるんだ」という苦情があったので、調べて見ると、洗剤と漂白剤を間違えたということが出ておりましたけれども、この

ように家の技術というものがいろんな意味で落ちているということであろうかと思います。

そういう意味で、物レベルあるいは金レベルにおきまして、物のレベルにおきましては横ばい、あるいはふえることはないであろう。また、金レベルにおきましても、家計費に占める比重は減り続けていく。さらに調理する時間、いわゆる暇、あるいは調理する技術、手間暇というものをかけずにという方向がますます加速されるであろう。こんなふうに考えるわけでございます。

そういうような食生活の流れを踏まえて、私どもメーカーから見た場合にどんなことが言えるかといいますと、量的には、簡単に言えば物余りの時代だ、こんなふうに考えていいのではないかと存じます。言ってみれば、飢餓から充足へ、充足から過剰へ、ということでございます。これをスローガン的に言うならば、「豊かさのための食から」「豊かさの中の食」、そしてさらに第3世紀として、むしろ「過剰の中の食」というふうに考えていいのではないかと思います。アメリカの食生活は、いままでオーバー・ニュートリッショն、栄養過多からくるマルニュートリッショն、栄養失調という皮肉な時代を迎えていた、こういうふうに考えています。

## 「その他の時代」、「雑費の時代」が到来

さらに、常識的に見てはどうかといいますと、私は、これは現在はその他の時代の到来だとこんなふうに考えています。生活全般でもここにいろいろ資料がありますので、簡単にざっとごらんいただきたいと思いますが、先ほどの表を見ましても、いわゆる衣食住の基本的な欲求

に対して、右にあります保健衣料費から右のいわゆる雑費、これがすでに50%上回っているということはご承知のとおりでございます。雑費の時代ということが言われるわけでございます。

また、食生活のニーズにいたしましても、右にありますとおり、基礎的なニーズから自由選択的なニーズというものにウェートがかかっているということをご承知のとおりでございます。

また資料Dにございますとおり、食品におきまして家計調査のデータを見ますと、いわゆる従来の、たとえばパンにおきましても食パン、菓子パンなどよりはその他のパンが伸びている。調味料におきましても、基本的な調味料よりも、分類しがたいその他の調味料というものが伸びている、ということが言われるかと存じます。

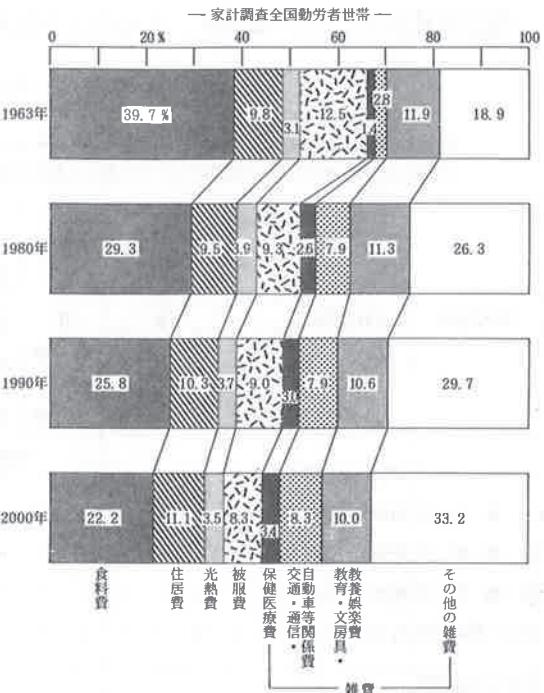
しょうゆなどにおきましても、基本的なしょうゆそのものは多様化を遂げつつ幾つかの変化がございますけれども、量的に言いますと、微増にとどまっています。しかし、つゆ、たれ、

ドレッシング、あるいはぽん酢などは5%ないし10%の伸びを示しているというようなことでございます。

先般、ぽん酢の市場調査を致しましたが、中年層以上におきましては、われわれの予想するとおり、ぽん酢の使われ方はなべ物、あるいは湯豆腐ということですけれども、若い主婦の場合には、これはドレッシング、あるいは刺身もそれを使うということでありました。それも全くそのかけ方が違うということでおざいます。

## ◎ 食 生 活

(1) 家計支出中 2000年には食料費は22%に低下 (1985年は27%)

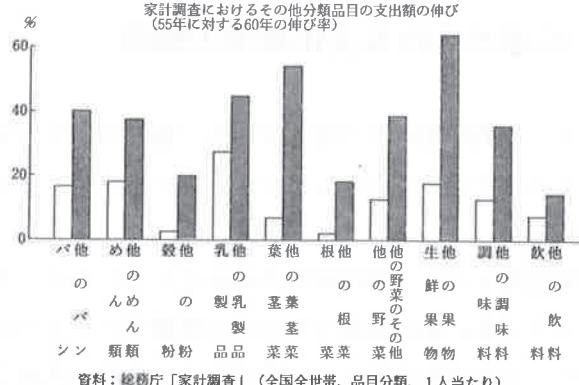


(備考) 1. 総理府「家計調査年報」「消費者物価統計年報」および経済企画庁総合計画局推計による。  
2. 「その他」には、理容衛生・たばこ・仕送金・負担費・捐贈保険料・交際費などが含まれる。

## ◎ 食 の 多 様 化

「家計調査」に品目が特掲されずに「その他」に分類されている食品の支出が伸びている。食の多様化が進んでいることがうかがえる。

家計調査におけるその他分類品目の支出額の伸び  
(55年にに対する60年の伸び率)



資料: 総務省「家計調査」(全国全世帯、品目分類、1人当たり)  
注: 1) 55年に特掲されていないものをその他分類品目とした。

その他の時代の出現、到来ということは、ある意味ではメインでないもの、主力でないもの、代表でないものが現在伸びている、ということだろうと思います。言ってみれば中心が凋落をし、周辺が拡大をしている時代、そんなふうに考えることができるかと思います。

## ⑤ 新しい食生活ニーズの台頭

食生活はかなり豊かな段階に達し、新しいニーズが次々と台頭している。ニーズは満たされると、また新しいニーズが生まれる。変化する生活者のニーズに適応できない企業は脱落していくという厳しい時代を迎えている。

注：一 弱い、 土 やや弱い、 十 強い、 廿 非常に強い、 ↗ 弱くなる、 → 現状維持、 ↘ 強くなる。

資料： 山口貴久男「時代を先取りする技術」（PHP研究所）を修正。

## 「食料産業」「健康産業」に求められる文化産業の側面

そういう意味から言いまして、食生活はいま、量的に物余りの時代であり、質的にはその他の時代。これは簡単に言えばソフト化、サービス化ということになろうかと思いますが、そういう時代になっているというふうに考えてています。

こういうような食生活を受けて、食品産業の目指すべき方向は何であるかということが、その次の課題でありますけれども、食品産業というとき、狭い意味では第2次産業であります食品工業、これが主であります。8年前後から、農水省を中心とした考え方は、これに流通会社を含めた、第2次、第3次産業を食品産業というように広がっております。私どもは、さら

に農業、畜産業、水産業を含む、第1次産業を含むいわば胃袋産業としての食品産業を考えるべきだと私は考えています。

それでは、広義の食品産業を考えた場合に、基本的には食料産業あるいは胃袋産業としての側面があることは当然でございます。

いまからちょうど10年前、昭和53年10月に、日経調、日本経済調査協議会で「国民経済における食品工業の役割り」というリポートが出されました。2年ほど私もその一員として加わらせていただきましたが、そのときの課題は三つございまして、「食品の安定供給」「食品の質の向上」「安全性の確保」という3点がありました。

当時食品産業の問題意識は、基本的には胃袋産業の域を出なかったというふうに思います。しかしながら、70年代に入って、健康産業という意識もきわめて大きく出てきたように思います。ルックス・ヤンガー、リブ・ロンガー、若く見え、長生きするには、というのは人間の根源的な欲求であり、それに際して医食同源、あるいは薬食一如というようななかたちで、薬品と食品の接近、あるいは化粧品と食品の接近というようななかたちで健康食品、あるいは美容食品というものが出てきたことはご承知のとおりでございます。

それら70年代の健康産業の方向とともに80年代に入ってもう一つ出てきたことは、いわゆる文化産業としての食品産業であろうと存じます。「食は文化である」あるいは「コミュニケーションである」という考え方には、いろんな意味でそのウェートを増しつつあるかと存じます。「一味同心」という言葉は、本来味を同じくするものは心を同じくするという意味だそうでございますが、そういう意味で、人間のきずなとしての食品ということも大きなウェートを占めているように感じます。

かつて日経産業が、アメリカの食生活のキーワードとしましてDからH、デリカのD、エスニックのE、フレッシュのF、グルメのG、ヘルシーのH、という五つのキーワードを提示したことがございますが、それに加えてその前にC、カルチャーあるいはコミュニケーションということをつけ加えてしかるべきではないか、というふうに私は存じております。

そういう意味から言いますと、食品産業の目ざすものは腹の足しになる食料産業、胃袋産業の側面、体の足しになる健康産業という側面と、腹の足しにも体の足しにもならないけれども心の足しになる文化産業という側面を持つべきじゃないか、こんなふうに考えるわけでございます。

宮下 ありがとうございました。食品流通の今後を考える前提として、食生活の変化、あるいはまた食品産業そのものがいまどうなのか、そのあたりの問題提起だったというふうに思われます。かなりマクロ的視点からおはなしeidaitaiわけですが、同様に谷野局長さんのほうからお願ひいたします。

## 量から質への充足が進む

谷野　ただいま資料をお配りいただきて、非常に具体的なお話がございましたが、私ども行政に携わっております者は、みなさまがたの日常のご商売の事情にはややうといところがございまして、どうも経済であるとか、あるいは国全体であるとか、あるいは物の総量であるとか、そういうところからものを見る癖がございます。そういう点では、いまから申し上げることも、ややそういうところにとどまるわけですが、かえって岡目八目ということもございますから、そういう中からいろいろな問題をほかの先生方からご提起いただき、みなさまにくみとっていただければ幸いだろうというふうに思っております。

ただいま話がございましたように、戦後と申しますか、この20年間あるいは30年間の日本の食物、あるいは食品流通ということを考えてまいりますと、特に食品流通とか加工食品という観念から言いますと、これは大変な拡大の時代であったというふうに思っております。恐らく他の国でもあるいは歴史的に見ても、この10年、20年のような加工食品流通の拡大というのはないのではないか、こういうことでございます。いまお話がありましたように、カロリーの問題がございます。私どもが昔、田舎から大学へ出てまいりましたときには、外食券というのがありました。外食券というのはカロリーを代表しているわけでありまして、お米でも芋でも、とにかくカロリー型の時代であります。それが数年すると外食券が要るのはお米だけになった。つまりカロリーから質のほうに転化をいたしまして、ほかのものが自由に買えるようになってきたわけです。それから、たん白質、脂肪というようなものへ、量から質のほうへ動いてきたわけでございます。これも、いまお話がありましたように、行き着くところまで行き着いたのではないだろうか。もういまはたくさん食べるというのではなくて、少ししか食べないのが流行になっているわけです。本日ご出席のみなさまがたも、どうやって体重をコントロールするのがいいのかということで、恐らくかなりご苦心になっていらっしゃるんじゃないかなというふうに思っております。

それからもう一つは、質の面でもかなり充足が進んできております。私どもの若いころには、何とかおいしいものを食べたいという一心であります、おすしを自由に食べてみたいとか、すき焼きのにおいてはもう久しくかいでいないなど、こういうことでございます。そういう食べ物のレベルだけではなくて、一つ一つ扱っていただいている品物の味も大変よくなってきたわけでございます。キッコーマンさんのおしょうゆなどというのは、当時は高級品でございました、はかり売りのおしょうゆを私どもは使っておりました。石けんと間違えるようなマーガリン類もございました。それから、紅茶なども色が出るだけの紅茶を一生懸命飲んでおりまして、「リプトンが手に入ったから飲みにおいで」と、こういうことをやっておったわけでありますが、そういうものも大体あたりまえになってきました。リプトンのティーパックを扱

っていらっしゃる方には大変失礼でございますが、一番安いものでございまして、私どもが名前を聞いたこともないようなメタルパック入りのティーパックでないと、多少飲んだような気がしない。こういうふうにいまなってきている。

それから、流通という面から申しますと、この量的な増加については、これは一人ひとりが食べる品物の量の増加を越えて大変ふえてきております。一番大きく変わりましたのは農家の自給率でございます。自給率と申しましても、いわゆる食糧安保の自給率ではありません。昔は、農家は大体野菜ものというのは買って食べるものではない、庭にあるものを持ってきて食べるものである、こういうふうに思っておりましたが、いまは、どこかの農村へ行きましたりっぱなお店がございまして、外国産の果物などがたっぷり並んでおります。場合によっては、外国からきたアスパラガスなんていうのがかなり売れておるというようなことでございますし、加工食品についても同様でございます。



谷野陽局長

### 調理、加工した商品もすでに一巡化

農家の食物自給率というのは、昭和30年代の終わりのころには、大体金額で食べ物の2割ぐらいを自給しておりましたけれども、いまはもう5%を切っております。それから、そもそも農家の数が減ってきたということがございまして、都市人口の増加と、それから都市以外の地域での自給率の減少、こういうのが大変働いていて、またさきほどお話がございましたように、都市の家庭におきましても、これは加工能力と申しますか、調理能力というのが著しく落ちてきています。包丁のない家庭というお話をございましたが、一時は包丁は1本しかない、一刀流であると言われていたんですが、最近は無刀流になってきたということでございまから、その分どこかで調理、加工したもののみなさんは食べいらっしゃる。その分だけ単価が高くなるわけでありますし、その分だけみなさまがたのご商売が栄えてきたということになるわけであります。そういうことが一巡をしたということであろうかというふうに思っています。

そうしますと、これからはあまり商売繁盛はしないんじゃないかなというふうにみなさまがたはお考えかと思いますが、やはりそういう面もある程度念頭に置いておく必要があることはどうも確からしいという気がいたしております。さきほどお話をございましたが、流通革命、私も昭和43年ごろ、食品流通局ができる前に農林省に4年ばかり、企業流通部という部がございま

して、その課長補佐をやっておりましたが、当時は第1次流通革命の最中でございました。諸先生をお隣りに置いてこんなことを言っては大変失礼でございますが、当時スーパーが出たてでございまして、スーパーと消えるからスーパーだ、というようなことを言っている人がいた時代でございます。一方、スーパーは日の出の勢いであるから、小売屋さんなどというのは全部スーパーになってしまうんじゃないかな、こういうことを言っている人たちもたくさんおりました。

私どもは外国の事情などを一生懸命勉強したわけですが、4～5年前まではスーパーも大変りっぱになり、また、小売屋さんのはうも結構りっぱにやっていらっしゃる。それをバックアップする卸のみなさまがたもそれぞれ対応をしてこられた。こういうことでございますが、それはさきほど申したような食品、あるいは加工食品についての非常に急速な需要、幾つかの要因による需要の増というものにかなりの程度支えられていたのではないだろうかという気がしておるわけでございます。

そういう中で、これからどうなるかということですが私どもさきの見通しは大変不得手でして、そういうものがどうこうと言うのは大変むずかしく、今までの延長線ではかなり物を考えにくいのではないか、という印象を持っております。

まず、量的な側面から申しますと、伸び率は著しく低くなる。ある種の分岐点にきておるというふうに見たほうがいいのではないか。それから、そういう中で小売のみなさんがたの動きというものを見てまいりますと、一つには、量的な拡張のない中でのせめぎ合いと申しますか、そういうことでございますから、これからますますお互いの競争が厳しくなるということに加えまして、最近の状況を見てまいりますと経営者の交代の時期にきておるのではないか、という個人商店がかなりあります。これは農業のはうもそうですが、考えてみると、たとえば私は昭和9年の生まれという紹介がさきほどございましたが、新制中学の第1期生で、当時新制中学を卒業して職業選択するということになりますと、かなり優秀な方々が農業に従事する。高校進学率も当時は地方では3割というような時代ですから、そういう職業選択が行われていた。都市でも、親の跡を継いでお店をやることはあたりまえという時代でございましたから、私ども前後、あるいは私どもより少し上ぐらいの昭和一けたのみなさんがたは、家業を継がれるというかたちでかなり優秀な人が個人企業、個人商店の跡継ぎをしておられる。その方々がだんだんだんだんこれから年を取っていかれる。新しい時代に対応するのには感覚も必要でございますし、それから、食料品のお店というのは、物流産業ですから、知識だけではなくて体力も必要でございます。そういうことでどうしようかということをお考えになる時期にこれから10年、差しかかるのではないだろうか、こういうことになってきており、その辺が本日お集まりの加工食品を中心とする卸をやっていらっしゃるみなさまがたにとっては、大変重要な環境の変化の一つではないだろうか、こういうように思っております。

## 食品の消費形態が今後の重要なキー

こういう中で、それではどういう方向に将来卸という業務が動いていくかということであり、これは率直にいいまして、一番私どものわかりにくいところでございますが、ただ一つ、食料品というものの性格から申しますと、それは卸売という機能はこれはどうしても必要なものである、というふうに私どもは感じております。食料品と対比をいたしまして、たとえば自動車、こういうものを考えてみると、自動車というのは大手の自動車メーカーの工場から出たときにもうすでに自動車でございまして、この1台の自動車が何らかのルートを経て消費者のみなさんのところへ行く。消費者は自動車を買う。そういうことが一つ。それから、自動車というのは、いったん買ったら5年なり7年なり乗る。こういう性質のものでございます。

ところが、食品というのは、非常にたくさんの数のものがございまして、普通の家庭の食卓でも、恐らく調味料を含めますと20ぐらいの品物が普通の家庭の夕食のテーブルの上には乗っています。恐らくメーカーさんの数もそれと同じぐらい、メーカーと申しましても生鮮品もございますから、なかなかむずかしいのですが、恐らくつくった生産者の数は、それに応じるぐらいのものを私どもは日常テーブルの上に乗せて食べてしております。だんだん調理食品がふえていきますとその数が減ってくるわけですが、それにしてもかなりの数のものを机の上に乗せて食べていただいている。これが日本人の食生活の大変力強いところでございまして、たとえばアメリカではディナー向けに何か1箱あけて食べればそれでおしまいという食品があるそうですが、そういうことになりますと、だんだん1品買いというような自動車に似てまいります。しかし、いまの日本の状態ではなかなかそこまでいかないのではないか。ここが一つの違いでございます。

それからもう一つは、何しろ毎日食べていただける。こういうことでございます。日本では毎日食べるだけではなくて、かなりの頻度で買い物をしていただける。これが日本の食品の消費の形態で、流通業との関係から申せば大変重要なキーになるのではないだろうか。こういうふうに思っております。

そういうことになると、どこかで集めて一つのセットにする。あるいはお店のウェッジで消費者の購買の前に物を並べるという、こうした生産者と消費者あるいは最終の小売のみなさんとの間にそういう機能というものがなくなるということは、これは近い将来日本の場合には考えにくいのではなかろうか。こういうことでございます。

ただ、それをどういう方が担当されるのかということになりますと、これはなかなかむずかしい問題でございます。私どもはいろいろみなさまがたのお考え等も聞いておりますけれども、卒直に申しまして、この辺が一つの本日のテーマではございましょうが、私どもとしては、むしろみなさまの日ごろのご経験からお教えていただきたいというふうに思っております。大変

結論が抽象的になりますて恐縮ですが、とりあえず以上で終わらせていただきます。

宮下 ありがとうございました。局長さんのほうから、これから食品産業は量的に拡大はむずかしい、厳しい時代がくるというご指摘ながらも、日本の食生活あるいは日本の消費者の購買慣習がございますので卸売というのは非常に大事だと。ただし、だれが卸売機能を今後担当していくかはわからないと。その辺を一つ含めて高丘専務におはなしいただきたいと思います。まずは一つ今後の食品流通はどう変わるか、だれが何をすべきかということを含めておはなしitただければありがたいと思います。

### 第1のCは“コンビニエント性”

高丘 西友の高丘でございます。日ごろ大変お世話になっておりますホールセーラーのみなさん方の前で、偉そうなことをいうのは恐縮でございますが、「21世紀を展望する」といったようなことまで私が話をする資格はないでございますが、最近考えておりますことを参考におはなししてみたいと思います。



高丘季昭氏

いま宮下先生から、最初に、第1次流通革命といいますか、われわれチェーンストアができたときのお話がございました。考えてみると、それは4分の1世紀前のことです。そのときから現在までどういうことが変わったのか、いろいろ変わったとは思いますけれども、私は三つ変わったと思っています。一つは、消費者というかお客様の志向と申しますか、お求めになるものが変わった。それは所得の向上などいろんな要因があったと思いますが、

変わったことは確かである。2番目には、経営のやり方と申しますか、運営の仕方が変わった。その要因というのは、情報革命と言われているものによって変わったんではないだろうかというふうに考えています。そして3番目は、当時360円・ドル経済時代でございましたけれども、最近になっての一番大きな変化、日本経済に与えるインパクトの大きいのは円高だということであり、そしてそれが国際経済の中で日本経済を考えなければならないのであって、食品においてもそれは例外ではない。そういう意味で、私はインパクトとして一番大きいのはこの三つではないだろうかなというふうに思っております。

そこで、第1次流通革命と申しますか、25～6年前の時代のころの小売業の一つの座標軸みたいなものをとって考えてみると、それは一言で申しますと、やはり量の時代であつただろうと思います。そして、私どもは宮下先生にご指導をいただきながら何とか大型化をしていこ

う、量をたくさん売っていこうということが一つの目標でございました。そして、その大型化ということをやっていくための営業上の武器として考えていたのがディスカウントという手法で、ディスカウントというのも、ある意味では価格といいますか、量ではかり得るものであったように思います。

その量の時代からさきほど申しあげたような三つの変化の中で、私は、質が中心になってきた時代に入っていったと思います。そこで、いま私が、あまり適切ではないかも知れないんですけども、小売業のだす座標軸というふうなときには、三つのCだというふうに社内的には言っているわけです。三つのCのうちの二つはすでに吉田さんがおっしゃったので3番せんじになりますが、第1のCは、私は、コンビニエントということだと思うんです。現在、小売業の業態の中で一番成功率が高いのは、ご承知のようにコンビニエンスストアでございます。それで、コンビニエンスストアの場合は、お客様方の買い物の便利性という意味でのコンビニエント性でございます。そして、いま谷野局長あるいは吉田さんがおっしゃったように、コンビニエント性というものを食品の分野で考えますと、これは炊事でございますとか、そういうことの便利性みたいなものが重要なテーマになっていて、商品をつくっていく上においても、コンビニエント性というものが大きなテーマになってきているということだと思います。

## 量販店から質販店への脱皮

そして、2番目のCというのは、これはカルチャーのCであります。

大変口はばついたことを申しあげますが、私どもがちょうど昭和50年代のなかばに、量販店でなくて質販店にならなければならないのではないかということを考えだしてきたときに、実はあらゆる商品分野に対し質を売るにふさわしい商品というのが非常に乏しかった。たとえば副食関係で言いますと、チェーンストアで売っていたものより質のいいものを売ろうとすると、百貨店で売っているような商品しかなかった。しかし、チェーンストアの立場から考えますと、百貨店で売られているような副食というのは、果たして多くのお客様にとっていい商品なのかというと、そうではないんじゃないかなという疑問があるわけです。それではどういう商品を売ったらいいのかということになりますと、日用品などがある。

そこで私どもが考えましたものはみなさま方のお目にとまっているかと思いますけれども、「無印良品」という名前でつくり出した商品群であったわけでございます。そして考えてみると、やはり商品というのは、単なる消費することのできるもの、お客様方の生活文化とか食文化とかいうものに役立つ、やはり文化機能性みたいなものが大事なのではないだろうか、ということになってくるように思うんです。そういう意味で、私は、カルチャーというのが商品をつくり出していく上において非常に大事だと思います。で一村一品運動とかいろんなことが

いま行われておりますけれども、それはやはり日本の古くからある食文化みたいなものであろう。

ダイエット食品あるいは輸入食品ということを考えれば、世界各国の食文化というものを、日本のみなさん方の食生活の中で役立っていただくような商品をつくっていく、売らせていただくということであろうというふうに思います。

3番目は、これも吉田さんがおっしゃったコミュニケーションということです。それは先ほど申しました情報革命からの対応ではないだろうか。それは、ある意味では今まで非常にコストが高くて情報処理、収集、あるいは分析というようなことが、コストが高くてできなかつたことが情報革命によって可能になった。従って、小売の段階とみなさま方の卸売あるいは生産者との関係というものがより密接になりましたし、いろいろなかたちでシステムが変わってまいりました。

さらに、その情報革命というものが、お客様に対しましてもいろいろなコミュニケーションできる手段が生まれるということです。したがって、量から質へと転換をしていくという形になりますと、まさにそこは多様な社会でございます。量だけに着目しておるということは、わりに単純なことですけれども、質の問題を考えることになれば、きわめて複雑にならざるを得ない。そういう面で小売業というのは、非常にたくさんのチャネルが小売側とお客様と消費者との間にチャネルがきわめてたくさん要るんです。

ですから、いまから10年ぐらい前で言えば、私どもが食品産業について何か物を考えるとすれば、ご同業のことをまず考える。そして、次には百貨店の食品を参考にし、そして卸のみなさん方がどういう動きをしていらっしゃるか。専門店というのはそんなにたくさん食料品の場合あるわけではございませんが、専門店についても勉強をさせていただく。そういう程度で済んだのです。

ところが、いまは、さきほど申しあげたコンビニエンスストアが、生協、農協のスーパーがあるし、そのほかにもいろんな宅配でおやりになっていらっしゃる方もある。通信販売で頒布会をおやりになる方もいらっしゃる。産地直送という形のものも出てきた。あるいは持ち帰り弁当でございますとか、いわゆる外食産業でさえ私どもが食品を売る上においてはコンペクチャーでございます。

それぞれいろいろなチャネルが形成されて、われわれのような、いわゆるスーパーといいますか、チェーンストアが得意とする食品、加工食品の中でもチェーンストアのほうがよく売る商品もございますけれども、コンビニエンスストアのほうが私どもスーパーマーケットよりもたくさんお売りになる商品というのがある。そうすると、それぞれのチャネルがいろいろな特徴を持ってきた。それが恐らくみなさま方からすれば、どのチャネルへ商品を供給なさるのが一番よく売れるのかという問題にもつながってくるのであろうと思います。

宮下先生はマーケティングのご専門でいらっしゃいますが、マーケティングの中でそのチャネル政策というのは、確かにいままでも強調されたものですけれども、いまほどチャネル政策の重要になった時期はないのではないかというふうに思います。そういう中で、それがいままでの変化だと思います。かなり時間も超過いたしましたので、それではどういうふうに21世紀に向かって進んでいくのかについては、次の機会に説明をさせていただきたいと思います。

宮下 ありがとうございました。大変なチャネルの出現時代という構造的新しい視点をご指摘いただきました。それでは、時間ですので卸売業の立場と申しますか、廣田副社長さんのはうから。

### 世界市場とも通じての過剰時代

廣田 ただいまは諸先生方から、大変レベルの高い高度な食品流通に対する考え方のディスカッションがございましたので、私は一介の問屋といたしまして、ただいまいろいろございましたお話の問屋から見たいわゆる視点といった形のものになろうかと思いますが、申しあげてみたいと思います。

さきほどの紹介にもございましたように、私は昭和30年にこの会社に入りました、これで32年間屋業をやっているわけでございますが、ふりかえってみまして私どもの商いの原点と申しますか、一番影響の大きい要素は何なのかというようなことで考えてみましたときに、私は、商品供給という問題がキーになっておる、というふうに思えてならないわけでございます。すなわち商品供給が過小なときは、これは自然の論理といたしまして、売り手側の論理で商売が成立するわけでございます。戦後の極度の商品過小時代というのは別でございますけれども、大体ノーマルな過小状態になってきた30年代、特に前半期あたりがそういった時代であったのではないかと思います。

それから、さらに昭和40年代になりますと、商品供給の面からいたしますと、この時代は供給適正の時代というふうに理解をいたしております。適正というのは一体どういうことを指すのかということですが、ときどき過剰、ときどき過小ということでございまして、その時代は多いことがあったり少ないことがあったりいたしていたわけで、本来から言えば、これが商品供給の面から見てノーマルな状況ということではないかと思うわけです。この時代に、さきほど来話のありましたように、チェーンストアさんの台頭という問題があったわけでございます。



廣田 正氏

これが、40年代後半の石油パニックとともに消費が停滞をいたしまして、50年代からは過剰の時代に入り、その後きわめて長期慢性的な過剰時代が続いているわけでございます。また同時に別の見方からいたしますれば、さらに昨今の円高という問題と関連をいたしまして、供給体制というのは世界の市場とも通じてしまって、大変な過剰時代がわれわれの眼前にあるということでございます。この時代になりますと、申すまでもなくさきほどの過小の時代とは逆に買い手側の論理で商売が決まるという時代になってきておるわけでございます。

そのようなことを私が社内でときどき申しますと、「卸に入社しないで小売業さんに入れていただけばよかった」というものがおりまして、そのときに私はいつも言うんですけれども、小売業さんだって、現実にあの方々の買い手である消費者の方の選択という問題のために、やはり命がけでこの適正の時代、高度成長の時代に培った小売技術というものをもう一遍再構築しなければならない時代にきており、むしろ、小売業の方々は本当により消費者に近いという意味において、インパクトはわれわれよりももっとシビアに出てきておられるわけだから、大変な時代にいまきておられるんだと。そういうようなことを申すわけでございます。

そのような意味におきまして、ふりかえってみますれば大体日本の諸産業全般にわたってそうでございますが、要するに、売り手の論理の時代につくり上げたわれわれのこの企業の機能というものを、いかにこの買い手の論理の時代にもう一遍つくり直すか、再構築するか、そういう苦境に現在はあるような気がしてなりません。

### 卸機能の発揮なくしてネットワークは成立せず

卸の機能の中に、たとえば物流機能、情報機能というものがございますが、これでも昔から問屋業には物流機能あるいは情報機能というのはあったわけでございます。しかし、残念ながらそれは過小時代の機能であった。どういうことかと申しますと、物流機能はどちらかと申しますと、年間の必要量を保管して、そして、それを年間にわたって出していくというような機能であって、最近の買い手の論理の時代におきますところの、いわゆるきわめて多様化した、個性化した、細分化されたご注文にいかに応じるかというような物流機能とは異質のものでございました。もう一遍これを再構築しなきゃならない時代がきているということではないかと思います。

情報機能にいたしましても、川上から川下に流していくいわゆる情報、ことしのたとえば生産がどういうような状況であって、大体いつごろなくなると思うというような情報は、また同時に、メーカーさんがどのような特売を打っておられるかというような情報機能については、過去から一生懸命卸が果たしてきたわけですが、いまはそれだけではなくて、もっと売り場においてどういったものがよく売れているのか、どういった企画が成功しているのか、こう

いった問題もあわせご提供しなければならない時期にきたということではないかと思います。

そういう意味では、新しい卸の機能という問題からふりかえってみますれば恐らくこれは小売業さんからとてみた場合、私はまだ卸が果たし得ていない領域というものがあり、これがいま小売業さんから卸を見たときの不満足領域という問題につながっておるというふうに思います。

消費者は、供給過小時代はどういう小売店でも物をお買いになっていたわけですが、この方が、供給がだんだん落ち着いてきたときに、いわゆる過去型の伝統的小売業の商品供給というものではありませんが満足できなくなっている。不満足領域というのがそこにあって、まさしくジャストミートされた新しい小売業、スーパーマーケットさんというようなものの台頭がそこにあったと思うわけでございまして、そういう意味で、やはりわれわれも新しい時代の卸機能の構築という問題をもう一度考えてみなければならない時代ではないかと思います。

アメリカにおきますところの卸売業のトップテンはいずれも大変立派な企業に育ってまいっておりますけれども、大体このクラスにおける卸売業の社是、社訓になっております思想は一体何かと申しますと、シンク・リテールということでございます。小売業さんの身になって考える。われわれの仕事というものは小売業が繁栄することによって卸が繁栄するのだという思想でございます。そういう点では、私ども、お恥かしいことですが、こういった思想を最初に聞きましたのが昭和40年代の前半でございましたでしょうか。卒直に同じ言葉を聞いても、よりよく理解できなかったというのが実態でございましたが、そういう問題が実感となって、これから私どもの会社は会社なりにどういう形で過去から受け継いできたこの伝統ある会社を、もう一遍再構築するか、ということを考えているところです。

また同時に、最近はネットワーク時代というようなことが言われておりますさてさきほどからも再三言われておりますように、これは生産と消費のはざまにございます卸売業がそれなりにちゃんとした機能発揮をしなければネットワークが成立しないという時代であり、逆に申せばいやおうなく社会から潜在的に求められている機能というものをきちんと早くに身に着けざるを得ないという試練の時期にきていると、かように思うわけでございます。

宮下 ありがとうございました。卸売業のお立場から新しい卸売機能をわれわれは発揮しなければならないのだというお話をしました。ただいまの段階では抽象的にシンク・リテラーというようなお話をございましたし、また、ネットワークへの対応、後ほどまたそのあたりは具体的にお話を伺いたいと思います。それでは磯内常務さん、お願ひします。

## 現在の流通業界はまさに多核成長時代

磯内 国分の磯内でございます。今までお話を伺いました諸先生方の高邁な理論とは若干

異なりまして、私は問屋の一実務家として現在問屋がどのような状況に置かれているのかということを前段の部分でお話を申しあげ、しかば、生き残るためにには問屋は何をすべきだらうかということを後段に話してみたいというふうに思っております。



磯内善介氏

私が申しあげるまでもなく、みなさま方ご承知のとおり、消費の成熟化と高度情報化社会の幕あけというものが、生産から消費に至るまでの流通をいま急速に変えようとしていることは事実でございます。「日経流通」にして言わしめますと、既存の秩序が破壊され、生まれてくる新しい時代は、情報化をベースにしてやってくるところの多核成長の時代である、ということであります。

多核成長の時代というのは、結晶学の言葉だそうでございまして、結晶の表面上はあちこちに核ができる、その核が成長していく、またその結晶面の上に核が生まれてくる。さらに新たな核を連続して生まれさせる。そういうことを多核成長という言葉で表現するのだそうです。

私は、現在流通業界が置かれておりますこの時代は、まさにその多核成長の時代ではないか。この新しい結晶の核が生まれるために、われわれが限られたパイの中で仕事をするということが非常にむずかしくなってくる。結局新しい核が新しい部分を占領して私ども卸を放逐をしていくというような形になるのではないか、というふうに危惧をしているのでございます。まさに現在はそういった革命萌芽があると言っても過言ではないと私は思います。

現に、60年度の商業統計におきましても57年対60年度では、小売業もそしてまた卸売業も、なかんずく食品につきましてはその数が大きく減少をしているという現実が出てきておるのでございます。マーケットは何かの方向に向かって集約を始めているんだということを物語っていると私は思うのであります。

成熟化によって生じてきましたところの縦型分業の崩壊。これは私どもを取りまく卸売業界の中で随所に見ることができるのであります。西友さんが地方都市に出店をなされば、私どもはその出店をなさったお店に、今までその都市にお取引のあったお店に代行を頼むか、自分自身がそこに出ていくかということで大げさですが、鎌倉時代に誕生をして今日まで培われた縦型卸売文化というものが崩壊を始めているというふうに、表現してもよろしいのではないかというように私は思うのであります。

また、具体的には、フレッシュシステムでございますとか、ニューメディア商法でございますとか、宅配業者の産直でございますとか、もしくは西濃運輸の物流商社宣言でございますとか、そういったものの多くがこの核の目になっていくのではないかというように思うわけであ

ります。

一方、また情報化の進展に伴って問屋が中抜きされる。もしくは情報ネットワーク化のための投資ができない。もしくはメーカーさんがチャネルキャプテンとしてとどまり得ることがそう長くはあり得ない。というようなことを言っているわけであります。ともかく、私どもの周囲には変革への潮流というものが渦を巻いて流れておるというふうに思っても差し支えがないのではないかと思います。すなわち、これは何も卸売業に限ったことではございませんで、生産から消費に至るまでの過程で、そういうことが言えるのではないかというように考えるわけでございます。

学習院の田島先生は、「これから流通革命は情報本位型である」ということを言っております。ともかく情報機能というものを整備できない卸売業はこの世にとどまり得ないということを言っておるわけでございます。この情報化というものに対する私どもの認識をもっともっと深めていく必要があるのではないかというふうに考えるわけであります。

### 求められる卸の双方向的代理探索機能

昨年私はアメリカにまいりました。昨年の8月でございますけれども、先方の大手卸と話をしました。この大手の経営者が申しますには、現在アメリカには5千万ドル以上の売上高の問屋が108社ある。恐らく10年後にはこれが10社に集約されているであろう。そういうことを言っていました。で、集約されない問屋はなぜ集約されないかといいますと、時代に対応する情報システムの開発力のあるところだということを言っていたわけであります。で、時あたかも、私どもがその話を聞きましたときに、全米第1のスーパーマーケットであるセーフウェーが、KKRという投資会社に買収されかかっておったのであります。すでにセーフウェーはKKRによって買収をされたわけでございますけれども、アメリカでも大きな嵐が吹いているというように私は思いました。

で、私は、日本が問屋革命ということで、中間の流通が革命を余儀なくされているけれども、アメリカのほうは小売段階で、かようにすさまじい合併、吸収の嵐が吹いているのか、というふうに思ったのでありますけれども、その後考えまして、いや違うんだな、アメリカの問屋はすでに1930年代から1950年ぐらいにかけまして、淘汰され、整理され、革命を終わっている。したがいまして、現在の流通再編成はアメリカでは小売業に至っておるというふうに私は思ったのであります。

またつい先だっても米国に参る機会がございました。ホオールセールクラブというのを見学してまいりました。現在これは流通の中で話題の中心であります。燎原の火のごとく全米にこのホオールセールクラブというものが広がりを見せております。言うならば会員制の現金問

屋であります。会員は、自分でもって小規模の商店を経営しているそこの経営者、もしくは個人であるならば公務員であることというが、これがプライスクラブというウォールセールクラブの条件であります。ペースというところへいきましたら、大会社の社員であるならば個人でも会員になることができる、ということを言っておりました。したがいまして、このウォールセールクラブというのは、ウォールセラーというよりはむしろウェアハウス・ストアに近い業態なのかなというような感触を得たのであります。個人の会員が買い物ができる。一般のスーパーに比べて15%安い。買い物に来ておりましたご婦人に尋ねましたら、「ラッキー」だとか、「アルファベーター」だとかに比べて15%方安く商品が入手できるということを言っております。

結局、もうすでにスーパーマーケットという業態に一つのアンチテージが出てきてビジネスチャンスが生まれてきておる、というのがアメリカの現状ではないかというように私は感じて帰りました。恐らくそのアメリカの流通を参考に、日本の流通というものも今日を迎えているわけでございますから、そのウォールセールクラブの店型が日本に入ってくるかもしれません。1万坪の敷地に約4千坪の店舗を持っている。中に入っております商品は、電化製品、グローサリー、日用雑貨、菓子、タイヤ、それにガーデニングというようなものが3千5百アイテム程入って商売をしているということでございます。もちろんPOSを導入しているわけでございます。そういうことでありまして、日本の流通も好むと好まざると拘らず、この種の新業態の参入によって大きく変わらざるを得ないということではないでしょうか。しかしながら、言うならば過去に卸の変革という言葉での洗礼は受けましたけれども、実際面での体験はないわけでございます。卸がこれからこういった激変の中で恐らく最大のダメージを受けていくのではないだろうかというような感じをして帰ってまいったわけであります。

いずれにいたしましても、いま廣田副社長のほうからも申しましたとおり、流通の中間にあるというポジショニングを生かしながら消費者、それから生産者に対して双方向的な情報機能を発揮する体制をいち早く卸はつくっていくべきではないか。そうでないと生き残ってはいかない。もちろんデータベースに基づいた卸の双方向的な代理探索機能ということになろうかと思うわけでございますけれども、その代理探索機能というものを完成させましたときには、21世紀の展望も生まれてくるのではないかというふうに私は考えております。

宮下 ありがとうございました。一通りお話を伺いました。冒頭に主催者の北田専務のほうから、夢ある21世紀を描いてほしいというご注文があったのですが、どうもいまのお話を聞きますと、何か嵐の吹きます21世紀がきそうだというなんなく暗い、厳しい感じが出ていたように思います。恐らく環境的には夢が持てない。厳しい環境が恐らくくることは、各界の方の共通な見方といいますか、そういう厳しい中で、夢をつかむ企業の条件は一体何か、そこがポイントだろうというふうに思いますので、このあと祝賀パーティもございますし、おいし

い酒が飲めるように、これからどうしたら企業は夢をつかむことができるか、そのあたりをご提言いただければありがたいというふうに思います。

最初に、今まで企業の方々のお話を伺っていて谷野局長さん、いかがでしょうか。今後のみなさま方に何かご提言をいただければありがたいと思いますが。

谷野 いまのお話を伺っておりまして大変勉強になりました。もしそういういい話があれば、私も直ちに役所をやめてみなさん方の仲間に入れていただきたいというふうに思っておりまして、そういうことはなかなか思いつかないわけですが、いまお話を伺っていたこと、あるいはさきほど出ましたことを若干申しあげてみたいと思います。

情報機能のこととは、もうみなさまはご専門でございますから申しあげるまでもないと思います。やはり卸売業というのは、もともと情報産業でございますしこれからの業界は情報産業であるということが基礎になるということですから、それは他の先生方のお話に譲りたいと思います。

私ども、いわばややおか目八目的に見ておりますと、これから加工食品というものはどうなるかということですが、この協会のお名前が日本加工食品卸協会ということでございます。加工食品というのはさきほどお話がありましたように、昔は各家庭でやっていたことがだんだん企業の仕事になってきた。それが加工食品である。データを見ましても、この20年ぐらいで家庭商品の中で加工食品の占める比率というのがふえてきております。

## 加工食品の垣根が外れる前提での対処も

しかし、この同じ論理が、恐らくこれから15年、21世紀には、加工食品というものが従来の定義にこだわっておられると加工食品というものの動きがちょっとずれるかもしれないという気が私どもはしております。加工食品からさらにもっと加工度の高いもの、具体的に言えば、いわゆる外食にまでいくか、あるいはその一つ手前の調理食品というのがございますが、私ども、いろいろなデータを見ての印象では、これからはだんだんそうした生鮮品、加工品、調理食品、外食という垣根が外れてきつつある。その境界領域の中でそれぞれのお仕事がどのように展開をしていくかということをお考えいただくべき時期にきてているのではないか、という感じがいたしております。

生鮮品と加工品の境目も、たとえば冷凍のマグロは生鮮品であると、こういうことでございますから、統計上どちらに入っているかわかりません。さきほどその他食品という話が出ましたけれども、そういう垣根がなくなるという前提、あるいは低くなるという前提で、これからのお仕事をお考えになっていただく必要があるのではないか。そういう意味では、この協会の

お名前も、加工食品卸協会ということにあまりこだわっていらっしゃるとぐあいが悪いのではないだろうかというような気がいたします。

もう一つは、量的な側面であり、伸びない伸びないというお話がございまして、大変さびしげな感じはいたします。しかし、私どもはエンゲル係数は下がると思っておりますが、1人当たりの国民所得は上がりますからどのくらいかは判らないけれども、21世紀、これから15年か20年の間に、大体1人当たり国民所得が倍になるという見方であり、またエンゲル係数がどのくらい下がるかという推計もございまして、これを掛け算してみると約1/6倍ぐらいにはなるのではないか。年率にすると過去10年、15年のカロリー当たり、つまりカロリーがふえなくなつてから、カロリー当たりの単価が一体幾ら増えてきたかというのを計算をしますと、年率1.5%ぐらいカロリー当たりの単価がふえています。大体いま申しあげました二つの数字をクロスしますと、あまり離れないところへきておるということでございます。

ただ、最近はちょっと様子が変わってまいりまして、いろいろ新聞紙上等で農産物の価格が高い高いというお話がございまして、これは下げる方向にいっております。それは消費者から見れば福音であるということですが、パーセントでマージンを取つていらっしゃる方にとってみますと、これは元の値段が下がるということは容易ならざることでございます。いま申しあげましたのは、いわゆるコンスタントプライスの話ですから、カレントプライスのときには、いま申しあげましたような要素が入つてくる。こういうことではなかろうかと思っております。

そういうことで、これから食料品の卸売業は情報産業であるという基本的な基礎の上に立つて、こういう境目のない時代にどのように業態を展開していくか。こういうことが一つのポイントではなかろうかというふうに感じます。

宮下 ありがとうございました。これから境目のない一つの時代において、どういう情報を軸とした業態転換がポイントだというご指摘ございました。高丘専務さん、その次にさきほどチャネルの多元化時代というご指摘があつて、チャネルの多元化時代にどう企業が対応していくか、そのあたりの具体的なお話をお願ひいたします。

### “第2の生鮮”食品の加工をどう考えるか

高丘 なかなか適切なことを申し上げられないと思うんですが、いま起きている分化はかなり長期にわたつて変化する。それがある種の均衡を取り戻すにはどれくらいかかるだろうかということを考えてみると、私はかなりの時間がかかるのではないかという気がします。ですから、いま21世紀を展望しようということは、ちょっと条件がまだわかりにくいところが多く過ぎるという感じが私はしているわけです。

そこで、これは小売をやっております私どものところもそうでございますけれども、やはりキーワードになるのは、コンセプトビジネス、競争力ということではないだろうかと思うんです。いまから30年前とか戦後、私どもは本当に巨人のように仰ぎ見たアメリカが、ここへきていろんな困難に直面し、アメリカの産業の空洞化という議論が起って、日本もいままた産業の空洞化論というのがあるわけすけれども……。そして、現在、重厚長大産業を中心に空洞化論があるのだけれども。食品にしてもあるいは纖維製品についても空洞化論なしで済まるという状況でもないようだという感じもいたします。アメリカがいま苦労をしていて、2年ぐらい前から、アメリカの産業界で一番議論になったテーマは何かというと、アメリカの産業、あるいはアメリカの企業のコンプレックス・ビジネスであるということを考えてみると、日本の産業界あるいは企業にとっても、最大のテーマは、自分たちの産業が、そして、自分の企業がどういう競争力を国内的だけではなしに、国際的に持ち得るのか。あるいは小売業で、さっきも宮下先生がご指摘になった点で言えば、いろんなチャネル間の競争の中で競争力を持ち得るのかということが私は最大のテーマになるのではなかろうかと思います。

で、その前にいま日本の食品産業というのは、考えてみると、きわめて国内市场というか国内的である。

で、いま幾つか国際化の話の中でいろんな問題が提起されておりますけれども、これは一つ農林水産省のお力をかりて、ということになりますと、これもいかにもいままでどおり、国内市场に限定した産業としての食品産業ということになってしまふかもしれません。しかし、経済というのは木に竹を接ぐようなわけにはいかないわけでございますから、農林水産省のお力もかりて、どうやってそのコンセプトビジネスを確保していくのかということが、私は本当に重要なテーマではないだろうかなというふうに思います。

そして、局長からお話をございましたように、加工食品業界というのは一体どういう方向へ進んでいくのかということを考えてみると、みなさまの業界でそういう言葉もあるかないか存じませんが、従来は生鮮食品と加工食品というふうに分けられていたものが、さっき宮下先生がおっしゃいましたように、調理食品というような分類、あるいは半加工というような言葉もでてまいっております。

そしていま、私どもの西友では第2生鮮という言葉が出てきており、この第2生鮮とは調理食品とか、そういうようなものも含め、加工された食品ではあるのだけれども、販売という立場からいたしますと、その性質は生鮮と同じ性質のものだというようなことであろうと思うんです。そういう意味において、いろいろなかたちの食品の加工ということが行われて、その中でさきほど申しました炊事を家庭内から外部化していく。それがきわめて便宜性のあるものだというような観点に立って、食品の加工は一体どういうふうに考えていくのか、それをどういうふうに担っていくのかというのが私は一つのテーマではないんだろうかなという気がす

るわけでございます。いずれにしてもあと10数年さきの21世紀。私は20数年前から今日、そして将来というふうな流れで見るならば、先行き、将来というものはどういうふうになっていくのかは、おぼろげながらわかるのではないだろうか。そして、その変化に対応する体制をどうつくりあげていくのか。そうすれば、やはり変化の中には、私は大きな夢がわれわれの業界にも、みなさまとともに努力をしていけば夢はあるんだというふうに思うわけでございます。

## 国際化の中でのコンセプトビジネス

宮下 今回のこのシンポジウムは10数年先の21世紀を見るというのも一つの目標ですが、そこに至るまでのプロセスにおいてこれから何が大事かという、その辺を一つ焦点に置いているつもりなんですが……。きょうは卸の方々が多数お見えいただいているので、これからチェーンストアのお立場、小売業のお立場で、卸に特にこういう情報化のような時代を迎えて、期待する機能は一体何か、二つ三つおっしゃっていただければありがたいんですが。

高丘 これはやはり多様化の時代の中で、今までのコミュニケーションの仕方とはまた質の違ったかたちでより高度のコミュニケーションをしていく。それがその情報革命のもとでVANになった。それはパンネットというかたちにつながるかどうかというよな問題もありますけれども、そういう意味で、より密接に消費者のみなさんの対応等も含めて協力をいかなければならぬだろうというふうに思います。

それからもう一つは、さっき申し上げましたコンセプトビジネスの中で国際化という問題があって、われわれの機能自身が業界の中で競争に勝っていくということになりますと、国内のマーケット、国内の产品だけを対象にすることはもはやできないという状況があるわけでございます。しかし、私どもは物をつくることに能力があるわけではない。そしてまた、全体としての規模は大きくなりましたが、単品として考えれば、まだまだきわめて小さい存在だということからいたしますと、そういう条件のなかで、本当はホールセーラーのみなさまあるいはメーカーのみなさま方が、国際化のなかでどう対応をしていただけるのか。そして、その対応をしていただいたもので、私どもとどう協力関係ができるのか。そうしていただくほうが、私どもがのこと海外に出かけて行って物を探してくる、開発してくるというよりも、より効率的でよりすぐれたシステムがとのうと考えています。加工食品についてもそれをつくりうことだろうというふうに思っております。そういう意味で、是非みなさま方に、その辺の仕事をしていただいて私どもに売らせていただきたいというようなことでございます。

宮下 ありがとうございました。このシンポジウムのうち45分が一つの目標時間で、谷野局長には国会のあいまにこの会場にかけつけていただきましたが、その時間内にもどらなければならぬのですが、あと15分しかありませんので、吉田さん、廣田さん、磯内さんに、それぞれ5分前後でお願いできればと思います。

## 人間を見つめた技術革新こそ流通の未来を開く

吉田 前半、食生活の中で量的に物あまりの時代、質的にその他の時代の到来、それを受け食品産業は胃袋産業を中心としながらも健康産業、文化産業の方向を考えるべきではなかろうかということを申しあげましたが、それを受け、どういうような課題があるか、5分ですので項目の羅列に終わるかと思いますが、まず、食品メーカーの課題としてどう考えるかということについて、全体として二つばかり申しあげたいと思います。

一つは、昭和30年代の初め、マーケティングが日本に導入されたときに、比較競争の原則というものがなかったかと存じます。当時、高度成長期で、日本は比較競争の純粋培養だというふうなことを言われた時代もございますが、40年代、50年代、明らかに価格競争の泥沼というのが現実ではなかったでしょうか……。どろ沼に明け暮れてきた、しかしながら、もう1回考えてこの比較競争の原則、それは多くの場合需要喚起、需要創造という問題であると思います。そういうことを考えなければいけない。こんなふうに私は昨今考えています。

もう一つは、高丘専務さんがこの前お越しいただきましたとき、私ども実は80年代に2回ばかり「日米食品流通シンポジウム」というものをやりました。そのときに、結論を簡単に申しあげますと、人間を見つめた技術革新こそが流通の未来を開くということでございました。昨今、消費者、生活者こそ川上だという話がございますけれども、むしろわれわれにとって消費者、生活者は源流、原点である、あるいは出発点であるという考え方をしなければいけないのでないかというふうに思っています。

そういうなかで食品メーカーの課題としまして三つばかり申しあげたいと思いますが、いま申しあげたとおり、商品開発あるいは市場開発についての需要拡大にどう寄与するかということでおございます。具体的な例は省略をさせていただきます。

2番目の課題は技術革新というものに対してどう対応するかということでございます。お手もとの資料の5ページにバイオの問題が出ておりますけれども、必ずしもバイオというような先端技術に限らないで、いろんな意味で革新、ネーミング、容器、包装、デザイン、その他を含めての革新というものをどう実現するかということであろうと思います。

そして3番目には、いま高丘専務さんもおっしゃった国際化という問題があるわけです。かつてアレグレンさんが「食品産業は最も国際化がおくれている分野である。しかしながら80年代に入って恐らく急速に進むであろう」ということをおっしゃったのを思い出すわけですが、

国際化は恐らくアウト、外に積極的に出ていくという国際化と同時に、いまもお話をありましたとおり、インの国際化、開発輸入を含めて、原料、半製品、製品というようななかたちのものがあるだろうと思います。

そういう意味で、私どもの商品を考えてみましても、いわば国産路線と国際路線、このバランスをどう保っていくか、この比率をどのようにもっていくかということが食品メーカーに課せられた問題だと、こんなふうに思います。

## 選別と新しいネットワークづくりがメーカー課題

そういう中で流通への期待ということでございますが、項目だけ申しあげますと、一つは明らかに選別の時代に入った。メーカーも選別され、また、メーカーも選別する時代、こんなふうに私どもは認識しております。そして、そういうなかでメーカー、卸、小売、あるいは外食を含めた、さきほど来お話を出ている新しいネットワークづくりというものが今後の大きな課題となるであろう、というふうに存じます。

これは、一方で、旧来のメーカーのネットワークをはるかに超えるものであります。他方、恐らくは食品産業そのものの枠組みも超えたものになるのではないか、というような予感がするわけでございます。

それらを含めて結論でございますけれども、こういう変化の時代、さきほど来お話のありますように変化の時代、混迷の時代、あるいは羅針盤なき時代というものは、一方で基本の設定、確認であり、いま一つは変化の対応ということが必要だろうというふうに感じます。いろいろとさきほど来必ずしも明るい話ばかりではございませんでしたが、少なくとも現在、私ども日本人が営んでいる食生活は、いわゆる日本型食生活の名のもとにおいて、国際的にも認知され、かつ国内的にも再認識されているある意味では世界で最もまれにみる高度の食生活を享受している。そして、われわれはその一端を担ってきているという自信を、もう1回恢復すべきではないだろうかというふうに思います。

また、変化への対応ということは、私どもの社訓に「時流にさお差すものは栄え、栄えるものは滅ぶ」という言葉がございます。時流というものはなかなか洞察しにくいものである。洞察というのは本来、暗いものを見るということだそうでございますけれども、しかも、それに主体的にさお差すということが必要だろうというふうに思います。

ケネディが、日本語の“危機”という言葉は非常にすばらしい言葉だといっておりましたが、文字どおり危機であるクライシスという意味と、機会、オポチュニティという意味を含んでいるんだと。よく「ピンチはチャンス」「チャンスはピンチ」と言われますが、そういうものではないかというふうに思います。

世上、飽食、食に飽きたという言葉がよく聞かれますが、先般私は「中国の食文化」という映画をつくっているなかで、中国では「民は食をもって天となす」という言葉があるということとございます。そういういろんな意味で、情報を含めたかたちでの豊かな食、飽きた食ではなくて、豊かな食というものに向かって、私どもメーカーとしてもがんばっていかなければいけない、このように存じています。

## データベース等を構築し卸機能を充実

宮下 ありがとうございました。磯内常務さんお願ひいたします。

磯内 さきほど、卸は非常な危機に陥っている。そういう状態のなかに現在は逢着しているのである、というようなことを申したのでございますけれども、ただ漫然とその危機を味わつておるということではいけないわけで、これを乗り切っていかなければならない。乗り切ってさえいけば必ず21世紀のバラ色の夢は開ける。私はそう思うのであります。それは、再々申しあげて恐縮でございますけれども、情報武装化以外に方法はないんだということですね。端的に申しますならば、そういうふうに考えております。

「流通情報」という雑誌、昨年の1月号でございますけれども、ここに書いてございますが、「コンピュータを導入して、これによってオンライン・ネットワークを構築し、物流システムを効率化し、データベースを構築し、さらにサービス・マーチャンダイジング機能を強化する。これが情報武装である」と。非常に簡明に書いてあるわけですが、私は、これはまず核心についておるというふうに存じまして、みなさまにご紹介を申しあげるわけであります。

また、私なりに、私ども国分が21世紀に向かってどうすることをしようとしているのかということを、これまた簡単に申しあげますれば、情報ネットワーク機能の充実、データベース機能の充実、アソートメント機能の充実、物流機能の充実等を、私どもはお題目のように唱えながら、現在この達成を図っておるというのが実情であります。

話はとびますが、個人に対するクレジットカードの発行枚数が多いのは丸井さんだそうでございます。1千枚とも1千2百万枚とも言われています。どれが詳しい数字かわかりませんけれども、1千万枚前後のクレジットカードが個人に対して発行されておるということは事実であります。1千万といいますれば、日本の世帯数が3千9百万でございますから、いかに大きな数字であるかということがわかるわけであります。それで、その丸井さんは、このカードによって顧客分類をしておいでのようで、言うならば、買い物の趨勢、何を買うか、どういう好みがあるかということを買い物の情報のなかから探し出して、それでカルテをつくっている。言うならば、これがデータベースである。したがいまして、新製品が入りました折に、これならばこのパターンの顧客に合うであろうというようなことで、そこでダイレクトメールを

流せば20%のお客さんの反応があるということあります。したがいまして、私ども、これからの情報武装というのは、そういうことがPOSデータを使い、EOSデータを使って、これから売れる商品は何であるかシミュレーションの出来る卸でなければならない。またさきほどあなたかが申しましたけれども、消費者の求める一つのコンセプトをとらまえて商品のアソートメントをする。そういうことをやるために情報が下地になきゃならない。データベースがなきゃならないということになるわけであります。そんなことのできる卸売業というものになっていくことができるならば、私は21世紀は必ずしも暗いばかりじゃなくて、大手のスーパーチェーンさんに「仕事は任せよ」と喜んでいただける卸に必ずなる。問屋復権はそこからやってくるというふうに思うのであります。

宮下 ありがとうございました。それでは最後に廣田副社長さんに締めていただきたいと思います。

### 部分的過小状態をつくることが商売の真髓

廣田 さきほど商品供給の問題を申しあげましたが、それでは過剰時代になれば絶望なのか、ということでございますが、決してそうではない。これは言ってみれば総論でございます。総体的に、物あるいはサービスが過剰になっているというだけあって、そのなかでいかに部分的過小状態をつくるかというのが私は商売の真髓ではないかと思うわけでございます。それは一体何かというと、みんなではできない質のレベル、あるいはできない種類のサービスをしていくということではないかと思うわけでございまして、他人さまがみんなやっている路線に習っていけば、過剰の結論としてこれは買い手側の論理になってしまふ、と思うわけでございます。

そのようななかにありまして、私はアメリカの卸の先進企業の状況を簡単に申しあげますと、フレミングという会社は、これは現在激しくスーパーバリューとトップを争っている会社でございますが、売上高1兆2千億。それよりもすばらしいのは税前利益が90億、税引き後利益が45億という会社でございます。ニューヨーク株式市場に上場をいたしまして、大体40%の配当をいたしております。株価は大体40ドルから45ドルというすばらしい会社でございます。これも卸でございます。それからまた同時に、マックレーン社という会社がございます。これが大体売上高2千億でございますけれども、これがやはり税前で30億くらいもうけております。これはプライベート・カンパニーでございますけれども……。

それで、この連中はどうしてそんなに伸びてきたかということでございます。フレミング社は過去10年に日本よりも成熟化し高度化しているアメリカ経済のなかにおいて、売上高を平均

14%伸ばしております。マックレーン社に至っては過去20年間平均32%の売上高を上げてきております。この彼らの成長キーは何かというと、彼らの顧客がだれであるかということを明確にして、その顧客には、ほかの人にはできないレベルのサービスをやったということでございます。

フレミング社は、1兆2千億売りながら、実に4千30ストアにしか商品供給をしておりません。1ストア当たり3億の売り上げをしているわけであります。と申しますのは、申すまでもなく、さきほど来お話をございましたように、加工食品卸売業という、いわゆるこの背番号ではなくて、フルライン卸売業すでに成長してきている。マックレーン社にしてもしかりでございます。これは1万6千のコンビニエンスストア専門業態卸売業として、コンビニエンスストアの台頭とともに大きく成長してきたわけでございます。

で、やはり、私は、われわれ日本の卸売業を考えましたときに、どうもわれわれのターゲットである顧客がだれであるかというようなことが甘くなっている。また、供給するサービスについてもわれわれ競合他社と何ら差別のない次元で闘っている。したがって、やはりお客様は一番安いところでしか物を買わないという原理にいま陥っていると思うわけでございます。

その意味におきまして、今後、特に情報というようなものをキーにいたしまして、われわれの仕事のレベルアップをしていったならば、アメリカでもそうした成長産業があるわけでございますから、われわれにも輝かしい未来はきっとあると思っております。また同時に、この二つのいわゆる成長産業を訪問をいたしまして、実に驚くべきことは一体何かというと、そうした仕事のうえに、もう一つ非常に熱心にやっていること、それは一体何かというと人事管理の問題でございます。いかに従業員に希望を持たせて仕事をやらせるか。マックレーン社長は何と言っているかと申しますと、「ファンタ・ワーク」と言っているわけです。仕事をする喜び、これをいかに社員に認識させるか。そのためにたとえばフレミングなんかの場合には、「うちの会社にはエンプロイー、従業員がいない」と言っているんです。「うちの会社はアソシエート、仲間がいるだけだ。うちの会社は従業員はいない」、かのように言っております。マックレーンにおいてもまことに同じようなことを言っております。「うちの会社にはワーカー、いわゆる作業員、働く人間はいないんだ」「うちの会社にはピープルがいるんだ」「おれたちには仲間がいるんだ」。こういう発想で仕事をしております。マックレーンの社長などは、全米どこの配送センターに行っても、親しくそこの配送センターの作業員と肩を組んで、自分の名前で呼び合ってそして楽しく仕事をしております。

そういう意味では、私はアメリカでそうした成長産業で感心いたしますことは、いろんな問題点を提起しましたときに、その問題点に否定的な意見を言う人がいないということです。必ず肯定的に「確かにそういう問題はあるよ。しかし、こうやっていけばそれを乗り越えられるじゃないか」ということを、従業員の端々までも言うわけでございます。これは全部が言っ

ているわけではなくて、成長産業の従業員たちはそう言っていることだろうと思うわけでございます。

われわれの卸にあっても、今後幾多の興亡があろうかと思いますけれども、そうした気持ちでがんばっていけば、私は明るい未来というものは必ずあるものと信じております。

## 多難な時代における経営者の決断力と実行力

宮下 ありがとうございました。予定の時間が過ぎたわけでございます。みなさま方からご質問をいただきたかったわけですが、私のコーディネーターの不手際でそれができなかったことをおわびいたします。

いまご指摘いただきたいいくつかのキーワードがあったような気がいたします。三つ四つ挙げさせていただきますと、これからはまず食品産業そのものの概念あるいは加工食品というものの概念そのものを、われわれは未来に向かって今後検討しなければならないという一つの提案がございました。それから、世の中の社会の潮流全体がこれから国際化と情報化という大きな一つの流れがあり、その流れに結局対応していくことが卸の求められる機能なんだというあたりが第2点として挙げられると思います。第3点としましては、卸そのものの見方をしますと、結局やはり前から言われていますリテール・サポート機能と申しますか、取引先、小売へのサポート機能にアメリカの卸売業の生きる道があるんだというご提案もございました。そして、最終的に廣田副社長のほうから人材の育成と申しますか、やる気を起こす人事管理の問題と申しますか、人の問題なんだというご提案があったわけです。

私は、もう一つつけ加えさせていただきますと、何か最終的には、これからこういった多難な時代においては経営者の決断力と実行力と。どなたか聞くのではないかなと思って、きょうは経営者のみなさん方がいらっしゃいますのでそれを待っていたんですけども、出なかつたので私のほうからもう一つつけ加えさせていただきまして終わりにさせていただきます。どうもありがとうございました。（拍手）

—了—



