



会 報

# 日 食 協

第58号 63. 11. 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

<b>物流機能の開発で新対応</b> 「物流委員会」が活動を開始 .....	2
◇委員長に田尾孝行氏が就任 .....	3
◇物流委員会規約 .....	4
<b>正副会長会議を開催</b> ; 重点活動の基本方向を審議 .....	5
<b>「物流委員会」設置で書面理事会</b> .....	6
<b>運営委員会</b> ; 消費税への対応等を協議 .....	7
◇“消費税問題”を中間とりまとめ<税制実務研究会> .....	8
◇消費税導入に伴う問題点等 .....	8
◇消費税負担のインパクト .....	12
◇日本チェーンストア協会側と“消費税”で話し合い .....	13
<b>商品委員会</b> ; 「即引き」「返品」の重点活動を展開 .....	13
◇割戻金即引化は順調に進捗 .....	14
<b>“国際化”への対応部門設置</b> 期待される「輸入食品小委員会」の活動 .....	14
◇小委員会の座長に三上晴久氏 .....	16
<b>情報システム化委員会</b> .....	16
◇酒類食品全国コードセンターの近況 ・委託調査アンケート実施 .....	17~18
<b>支部ニュース</b> .....	18
◇消費税の問題点等を協議 .....	18
◇返品自主基準の運用状況調査 .....	19
◇第13回商品研修会を開催 .....	20
◇共同配送の契約更新 .....	21
<b>関係団体報知</b> ; 第4回食品卸団体連絡協議会 .....	21
<b>缶詰ブランドオーナー会</b> .....	22
<b>食品卸売業の物流実態を調査分析</b> <報告書抜粋 その3> .....	34

# 物流機能の開発で新対応

## 「物流委員会」が活動を開始

食品卸業の経営面においてその持てる機能を磨きあげ、これをリテールサポートの分野にまで新展開し、新しい流通時代に勢一杯対応努力し続けて来ている卸業界は、数ある機能の中でも物流機能を最優先時代に即応した高度化された機能へと転換、開発することが業界急務の大テーマであると捉えている。

日食協では特にこの物流問題、なかんづく、これからの食品物流についてその機能を開発し業界流通基盤を確立することこそ重要との観点から、去る6月14日開催の運営委員会で本部3委員会と併列する「物流委員会」新設の提言があり、その設置に向け準備を進め、9月14日の正副会長会議において設置の了承を得、続いて9月19日付けで書面理事会を開催し、全役員これを承認。所定の議を経たうえで会長より正式に委員の委嘱が行われ、10月17日午後3時半から日食協の会議室において第1回「物流委員会」を開催、物流機能面での新対応を図るべく本格的活動を開始することになった。



開催に先きだって磯内善介運営委員長より大要次のような挨拶があった。

「この物流委員会を設置することについては、さきの運営委員会において、廣田商品委員長より食品業界の現況から考え合わせ、物流問題は日食協として大いに研鑽を積むべき対象になりつつあり、なかでも物流面における過剰サービスが先行している実情から見て合理化対策の遅れが感じられるところであり、流通業界の将来が案ぜられる。については日食協として物流に係る専門委員会を設置してはいかがかのご提案があり、私も諸手を挙げて賛成し、各委員もともに物流委員会を設置することに賛意を表された。

この新しい委員会の設置に当たっては、まず理事会の承認が必要であり、物流委員会設置の件ならびに同委員会規約の承認の件につき、書面理事会を開催し、ご審議願ったところ全理事よりご賛同を得て、物流委員会の誕生を見た次第である。

“物流”を制するものは“流通”を制すると言われているが、昨今、物流専門業者の業界参入が進められつつある状況を見ても、この物流問題に対し、われわれの研究なくしては業界の存立をも左右する大きな要素となってきている。

最近、エコノミー・オブ・スコープ、範囲の経済性ということがよく言われるようになってきた

が、物流業者が宅配あるいは引越サービス等、限られた範囲での機能を発揮し、付加価値を受けるようになってきた。

ある宅配業者の例で見ると年商で2,000億円、年率にして300億円の継続設備投資をしており、運転士募集は数千名と聞いている。これらの業者はいずれも、その機能を特化することの中からより大きな付加価値を得ているが、一方、われわれ卸業者は、物流のダンピングに動んでいる。

いま、日食協の全会員が手を携えて、この悪しき習慣を打破して参らない限り、わたしども業界の明日はないと思われる。

本日お集りの各委員のお知恵をどしどし出していただき、この業界が明日ある業界に発展するようご尽力をお願い申しあげたい。」

### \*\*\*\*\*委員長に田尾孝行氏が就任\*\*\*\*\*

要旨以上のような扱撈があり、事務局より委員の紹介がなされたあと委員長の互選ならびに副委員長の指名に関する件が諮られ、初代委員長には松下鈴木株式会社 常務取締役 田尾孝行氏が、また副委員長には田尾委員長より、コンタツ株式会社 取締役食品部長 佐久間清氏が指名された。

委員ならびに副委員は次の通り。

#### 物流委員会委員

◎ 松下鈴木(株)	常務取締役	田尾 孝行
○ コンタツ(株)	取締役食品部長	佐久間 清
(株) 小 網	営業本部物流管理次長	湯浅 一也
国 分 (株)	経営センター副所長	鎌田東八郎
(株) サンヨー堂	東京支店次長	山崎 重雄

(株) 廣 屋	取締役営業企画室長	鍋島 堅造
(株) 明 治 屋	食品営業本部専務取締役	石本 兼行
(株) 菱 食	営業本部物流チームリーダー	高井 哲也

◎委員長、○副委員長

#### 副 委 員

(株) 小 網	業務部課長	小山 正光
国 分 (株)	経営センター物流担当課長	神崎 英男
コンタツ(株)	食品部次長	永島 宏
(株) サンヨー堂	東京支店主任	池田 正輝
(株) 廣 屋	営業本部物流担当部長	鈴木 義正
(株) 明 治 屋	営業本部物流業務部課長	秋岡 邦俊
松下鈴木(株)	東京商品部部長代行	桂田 義雄
(株) 菱 食	営業本部物流チーム主事	庄村 弘

#### 物流委員会規約

日本加工食品卸協会定款第30条第2項により、物流委員会を設置し、その規約を次の通り定める。

(委員の委嘱)

第1条 会長は、会員ならびに学識経験者の中から、その委員を委嘱する。

(委員長、副委員長)

第2条 委員会に委員長1人、副委員長1人以上を置く。

(委員長、副委員長の選出)

第3条 委員長及び副委員長は、委員会にお



いて委員の中から互選により選任する。

(委員の任期)

第4条 委員の任期は2年とする。ただし再任を妨げない。

(委員長、副委員長の職務)

第5条 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。

2. 副委員長は、委員長を補佐し、あらかじめ委員長の定める順序に従い、委員長に事故あるときは、その職務を代理し、委員長が欠員のときは、その職務を行う。

(委員会の招集)

第6条 委員会は、委員長が招集する。

(委員会の事業、目的)

第7条 委員会は、当協会の目的を遂行するため、加工食品卸業界の物流に係る調査研究、効率化対策、条件整備、機能開発及び会長より付託された事項につき調査審議を遂げ、これを会長に報告するものとする。

(委員会の議長)

第8条 委員会の議長は、委員長が行う。

(委員会の議決方法)

第9条 委員会は、委員の過半数の出席をもって成立する。

2. 委員会の議事は、出席者の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(議事録)

第10条 委員会の議事については、次に掲げる事項を記載した議事録を作成し、議長及び出席委員の中から選出され

た議事録署名2人以上が署名し、または記名押印するものとする。

- (1) 委員会の日時及び場所
- (2) 委員会に出席した委員の数
- (3) 議案
- (4) 議事の経過

(解散)

第11条 会長は、その委員会が目的を達成したと認めるときは、理事会の議決を経て解散させることができる。

附 則

1. この規約に定めるもののほか、必要な事項については、別に定める。

### 次回は正副委員合同で協議

物流委員会の運営ならびに今後の事業活動の推進に関する件の協議にさきだち、田尾孝行委員長は要旨次のような挨拶をされた。

「最近における物流情勢を語るには情報システムの面を切り離しては語られぬ状況にあり、また異業種の物流参入という問題等を抱え、さらにはわれわれ卸売業としての物流面における特化機能をいかに強化してゆくか、これらの問題を解決するためには、グローバルなとらえ方が要請されよう。いずれにしても、重要なポジションとなる委員会であり、佐久間副委員長のご協力のもとで活動を推進して参りたい。

特に物流機能については、従来の発想では前進はないと考えているが、各委員の積極のお力添えをいただきつつ日食協・物流委員会の活動が実りあるものとなるべく努力致したい。」旨述べられた。

事業活動の推進については、各委員より意見を求め、今後のスケジュール化等を協議した。

各委員の主な発言は次の通り。

- 物流という大きなくくりの中では問題を吸いあげても收拾がつかなくなるのではないか。なるべくテーマを絞り取組むようにしたい。業態別物流をどのように捉えるべきかの問題もあるが、問屋物流がどのような違いがあるか、また低温帯商品についての物流費の実態分析等、卸売業が抱えている物流の現況を分析することにより検討すべき問題が鮮明になってくると思う。
- 問屋の物流は物流業者の物流とは異っており、物を運ぶことから収益を生むものではなく、物を動かすことは附随的に発生するものと考えたい。従って問屋は、得意先のために何が出来るかということが最優先され、そこに問屋の大きな物流に対する要素が内蔵する。
- 物流コストの調査は、関東支部において永年継続調査しているが、この委員会でその辺の絡みを今後どう組みたててゆくか、これからの事業展開に期待をかけたい。
- 小口化がさらに進みつつあり、企業経営上でそれが経費圧迫要因の一つとなっている。まずそれらの分析作業とそれに合わせて、メーカーおよび得意先に対する働きかけを進める必要があると思う。
- 卸売業の物流を考えると、まず過剰なサービス行為は改めるべきであり、サービス水準が非常に間違った方向に現在ある。本当のサービスは何かを掘り下げて見たい。

- 現在の小口化、多頻度化への対応が本当のサービスと言えるのかどうか。業界自らが苦境に追い込んでいるような面もあり、物流面でのサービスの定義化、提案化等について検討し、解決の道を見出したい。
- 関東支部の流通業務委員会で活動している内容の関連をどうするか。整備調整が必要と思う。
- 支部レベルでなく全国を横に見ながら物流委員会としての活動を推進して欲しい。当然地域という次元の問題も存在することでもあり、そうした問題への取組みについてはどうするかへの対応の仕方でも進められるのがよいと思う。

以上のように各委員からの積極発言があり、話し合いの結果、次回は正副委員合同により、問題点を持ち寄り、抜本的に問題を整備し、具体的活動を推進することになった。

なお、第2回目の委員会は11月10日開催の予定である。

### 正副会長会議を開催 重点活動の基本方向を審議

9日14日、午後3時半から日本橋精養軒において國分会長をはじめとし布施宣利氏、磯野計一氏、松下善四郎氏の3名の副会長および磯内運営委員長、廣田商品委員長、松本情報システム化委員長、座長の立場で即引、返品、税制担当の市ノ瀬竹久氏、新価格体系担当の大竹一太郎氏、運営委員の田尾孝行氏、それに北田専務理事の計11名が出席のもとで第10回正副会長会議を開催し、日食協の重点活動を推進するうえでの基本的方向について審議した。

主な審議内容としては、①物流に係る委員会の設置について（前掲の「物流委員会」参照）②消費税の導入に係る対応並びに活動推進について③「返品に関する自主規制基準」実施後の運用状況等について④割戻金即引きの進捗状況について、および⑤新価格体系提案後の推進活動等について、それぞれ担当の委員長、座長より経過報告と今後の活動予定等の報告が行われ、特に昭和63事業年度の下期を迎えた段階で正副会長から、その活動の基本的方向づけがなされた。

この正副会長会議において、特に消費税導入問題に関しては、これが導入の場合、適正な価格転嫁が実行できるか否か。日食協の税制実務研究会で検討中のインパクトに関するシミュレーション、転嫁システム等とも絡め、審議の結果、税額分は日本チェーンストア協会が案として提示の外づけ方式を同一歩調で今後行政筋に働きかける方向で取組むことが卸業界としては妥当であろうとの判断がなされた。

また、その場合の日食協会員メンバーの立場でのカルテル申請についても具体的に内容を絞り込み、業界間の話し合いのもとで完全転嫁を貫きたいとされた。

### 来る11月29日に理事会開催

来る11月29日(火)午前11時半から鉄道会館ルビナーホール12階明星の間において理事会を開催する。

この理事会は63事業年度の上期活動を終り、積み重ねてきた活動の成果報告と下期活動の推進に当たり基本的な方向づけについて審議される。

提出議案は次の通りである。

第1号議案 昭和63年度上期活動経過報告に関する

る件

1. 割戻金即引化の進捗状況
2. 返品問題改善の活動現況
3. 輸入食品小委員会の活動状況
4. 新価格体系の進展状況
5. 物流委員会の活動状況
6. 情報システム化委員会の活動状況
7. 各支部活動状況

第2号議案 「消費税」の転嫁問題等に関する件

第3号議案 新規賛助会員の増員に関する件

第4号議案 新規加入会員、退会会員に関する件

第5号議案 収支状況報告に関する件

第6号議案 その他

### 「物流委員会」設置で書面理事会

物流委員会の設置に関しては前掲に詳述の通り運営委員会、正副会長会議においてあらかじめの審議がなされた。委員会の設置は定款の定めにより理事会承認が必要とされるところから協議の結果、このたびは書面理事会を開催し賛否を得ることになり、9月19日付けで全理事宛に会長名をもって次の議案を書面により諮った。

議案第1号 「物流委員会」設置に関する件

議案第2号 「物流委員会規約」案承認の件

以上の議案につき30名の理事全員異議なしとの賛意が示され、物流委員会の設置ならびに同規約が議決された。

なお、書面理事会の議事録署名人はコンタツ(株)取締役社長津久浦慶之氏、(株)サンヨー堂取締役社長野老利男氏の両氏が署名人となった。

# 運営委員会

## 消費税への対応等を協議

9月7日、午前10時から日食協会議室において運営委員会を開催し、①「支部賛助会員」の増員に関する件 ②「物流委員会」の規約案に関する件 ③正副会長会議の提出諸議題に関する件を中心議題として協議した。

支部賛助会員の増員に関しては、去る7月7日に開催された北海道支部において、有力な地域メーカーで日食協賛助会員に未加入の企業に対し、支部活動を充実するためにも加入を呼びかけ連繋の輪を拡げたいとの提言があり、事務局において支部賛助会員として新規に加入する場合の内規整備をあらかじめ行い、その内容について協議がなされた。

その結果、事務局案が承認され、原則として現在の賛助会員と同様の加入要領により支部賛助会員の増員活動を進めることを内定した。

物流委員会規約については前掲の書面理事会提出のための規約案を事務局より示し、事業目的等の各条項を協議した。

この委員会において消費税の導入問題、特にその転嫁に関する業界対応について重点的に話合われた。

日本チェーンストア協会会長にこのほど面会された磯内運営委員長の報告では消費税は“そとづ

け請求”の方針であり、日食協においても完全に価格転嫁がなされるように外税方式により業界コンセンサスを図りたいとされた。

新価格体系の具現化活動については、座長の太田一太郎氏〔㈱明治屋商品・流通部課長〕より、10月17日の内部メンバーによる話合いの結果を概要説明し、今後のスケジュールとしては、新価格体系構築問題が業界提起され、具体的協議に入った以降の時点、すなわち、62年1月より現在に至るまでの有力メーカーのその後の対応状況等を中心に分担作業により進めたいとの報告があった。

☆ ☆ ☆

10月18日正午から東京ステーションホテルにおいて運営・商品合同委員会を開催し、①各委員会活動状況並びにスケジュール化に関する件 ②「第4回食品卸団体連絡協議会」の事前打合せに関する件を協議した。

各委員会の活動状況については、廣田商品委員長より割戻金即引化、返品問題に係る活動の現況ならびに今後の具体的活動の委員会としての取組み等で報告、説明があり、新価格体系の推進化問題に関しては太田一太郎座長より、その後メーカーがどのような理解のもとにどのような対応をされておられるか、WGにおいて分担しての現状把握に努める旨の報告などがなされた。

また、消費税導入問題に関連し、税制実務研究会（7月11日、8月5日、9月6日、10月6日の計4回にわたり開催）が検討協議してきた状況と、同研究会作成の資料等につき市ノ瀬竹久座長より中間報告があった。

この合同委員会での協議は同日午後2時から開催される第4回食品卸団体連絡協議会の事前打合せも議題として挙げられており、磯野副会長、松下副会長がそれぞれ支部長の立場を兼ね、同席され話し合いがなされた。

## “消費税問題”を中間とりまとめ

### 税制実務研究会

去る7月11日にスタートした税制実務研究会は10月6日開催の研究会ですでに4回を重ねてきたが、同日付けで市ノ瀬座長より磯内運営委員長にその活動の中間とりまとめとして概要次のような報告を行った。

特に10月6日開催の研究会には研究委員7名に加え、メーカー6社がオブザーバー出席され、情

報交換するとともに今後の食品業界としての問題点等について意見交換した。

話し合いの主な内容としては、①消費税負担のインパクト（別掲枠内参照）②現在までの研究会活動の経過説明③日本チェーンストア協会の意向等々に関し座長より説明があり、メーカーの考え方、意向などについて話し合いがなされた。

それによると、税込みを考えているメーカーは6社のうち2社、税抜き1社、不明3社となっており、日食協として税別（税抜き）により転嫁システムを考えている旨が述べられたが、一応メーカー各社で持帰り検討いただくこととなった。

☆ ☆ ☆

税制実務研究会が、これまでの協議、研究してきた活動のあらましについては次の通りである。

## 消費税導入に伴う問題点等

### 1. 消費税導入に伴う問題点；

- i. 初期段階としての問題点の把握は別表の通り。
- ii. 消費税は売上税と異なり簡単明瞭化されており、複雑度は大変軽減されている。
- iii. 最大の問題点は、転嫁如何に終着するものと考えられる。

### 2. 今後の推進方法；

今後の研究は次の優先順位により進める予定。

1. コスト・インパクトのシミュレーション（転嫁可能時と不可能時）
2. 転嫁システムの構築
3. 導入時と平常時（導入後）の会計手法のモデル作成
4. 当業界において重要とされる技術、知識（理解度）部分のピック・アップ作業
5. 啓蒙のためのパンフレット作成

## 消費税導入に伴う問題点

### 【基本条件】

- (1) 基本的仕組み……物品サービス（役務）の売上が課税の対象となる。



その際、税金は価格に上乘せされ、最終的には消費者が負担することとする。

税務署への納税は、製造、卸、小売、サービス業等の各事業者が行う。  
また、仕入に含まれる税額の控除ができ、生産、流通の過程で税が二重三重にかからない。

- (2) 消費税の特色……
- ① 税率 — 3%
  - ② 納税の事務 — 売上げ、仕入の計算は帳簿や納品書、請求書等により行う。
  - ③ 非課税範囲の限定 — 輸出、金融、資本取引のほか教育、医療、福祉の一部に限定。
  - ④ 免税事業者 — 年間売り上げ 3,000 万円以下の業者。
  - ⑤ 簡易課税制度 — 5 億円以下の事業者は卸売業の場合 0.3% 納税を選択出来る。
  - ⑥ 納付 — 申告納付で中間と確定の年 2 回。

**【分類別問題点】**

大分類	中分類	背景	問題点
1. 取引関係	対・仕入先 (メーカー等)	1. 転嫁が基方前提 2. 対価の伴わないものは非課税 3. 年間 3,000 万円以下の事業者は免税	(1) 転嫁方法如何によって種々発生 1. 製品価格関係 ① 価格体系改訂 ② 新製品へ切換 ③ 内容量の変更 ④ 割戻金の圧縮 ⑤ 現状維持 2. 販売促進関係 ① 販促・拡売条件の圧縮 ② 販促備品の取扱(有償・無償) ③ 販促資材の影響 ④ 現物割増の販促増加 3. 広告宣伝費関係 ① 広告宣伝費の圧縮 4. 運賃諸掛関係 ① 直送ロットの引き上げ ② サービスのレベルダウン

大分類	中分類	背 景	問 題 点
	対・販売先 (小売業等)		⑨ 価格転嫁 5. 一般管理費関係 ① コスト・プッシュ分の価格転嫁 6. その他 ① 生販三層で夫々分担要請が起きるか ② 販売競争が激化するか (2) 転嫁方法 1. 税込み価格の場合 2. 税抜き価格の場合 (1) 転嫁方法 1. 税込み価格で小売か 2. 税抜き価格で小売か (2) 転嫁方法如何によって種々発生 1. 利益率の増幅要請
2. 事務処理面	コンピューターを中心として	1. 事務処理の大部分がコンピューターとなっている 2. 課税、非課税の取引区分が重要な前提条件となる	2. 各種販促金・協賛金の要請 3. 機能転嫁が増幅・新規発生しないか (例 棚卸・値札貼り等) 4. サービスレベルの強化要請 5. 受発注(データ交換)費用の増額要請 6. 欠品補償(遺失利益)の要請 7. 消費者行動に一物二価による買廻りがおきないか (1) プログラム変更と新規開発 税の取扱い方法により複雑さに大きく差が起きる (2) 各種伝票、請求書等の統一 (3) 上記に要する時間多大 ↓ * 外部ソフトウェア業者依頼 ↓ * コストアップ



# 消費税負担のインパクト

日食協・税制実務研究会

(単位：万円)

	現行損益計算書	消費税			後入	
		消費	費	導		
		売上高3%転嫁 3%転嫁分仕入	現状のままで 夫々負担	売上高 3%転嫁分仕入		
売上高	150,000	◎ 154,500	◎ 150,000	◎ 150,000		
仕入高	139,500	○ 143,685	○ 139,500	○ 143,685		
売上利益	7.0	7.0	10,500	4.21	6,315	
販売費	0.3	○ 463.5	○ 450	○ 463.5		
運賃	1.5	○ 2,317.5	○ 2,250	○ 2,317.5		
給料手当	3.0	* × 4,500	* × 4,500	* × 4,500		
営業費	1.0	○ 1,545	○ 1,500	○ 1,545		
減価償却費	0.3	* × 450	* × 450	* × 450		
支払・受取金利	0.5	* × 750	* × 750	* × 750		
雑損益	0.1	○ 154.5	○ 150	○ 154.5		
租税公課(消費税)	-	* 184.5	* 179	* 184.5		
経費合計	6.7	6.71	10,229	6.82	10,234	
経常利益	0.3	* 450	* 0.18	* 271	* ▲2.61	▲3,919
<b>消費税計算</b> →						
◎ 消費税売上	*	付加価値	◎ $150,000 \times \frac{3}{103} = 4,369$	◎ $150,000 \times \frac{3}{103} = 4,369$	◎ $150,000 \times \frac{3}{103} = 4,369$	
○ " 仕入	*	消費税納税額	○ $143,850 \times \frac{3}{103} = \blacktriangle 4,190$	○ $148,165.5 \times \frac{3}{103} = \blacktriangle 4,315.5$	○ $148,165.5 \times \frac{3}{103} = \blacktriangle 4,315.5$	
× " 外	*		* = 5,971 差引 = 179 ※	* = 1,781 差引 = 53.5 ※	* = 1,781 差引 = 53.5 ※	
			6,150 × 3% = 184.5 ※	1,781 × 3% = 53.43 ※		



## 日本チェーンストア協会 側と“消費税”で話し合い

9月22日、午前10時から日本チェーンストア協会（会長 高丘季昭氏）の会議室において、すべての業界が最大の関心事としている消費税の導入問題に関連し、懇談会が開かれた。

この懇談会は、さきに日食協の磯内運営委員長と高丘会長との業界課題（特に消費税ならびに返品問題）についての話し合いがあった後に同協会事務局から呼びかけがなされたもので、当日は消費税を中心に話し合いが行われた。

日本チェーンストア協会側からは平戸正尚専務理事、消費税担当理事の池田理平氏、平林義男常務理事、片山五作会長秘書役の4名。日食協からは磯内運営委員長と北田専務理事が出席した。

この懇談の場で平戸専務理事は「日本チェーンストア協会として消費税をそとづけ表示することにより、消費者にとっても負担意識が芽生えてくることでもあり、また、そのことを明確にしない限り価格の転嫁は曖昧なものとなる」と語られ、同協会として外税の方針である旨の意向を明らかにした。

日食協においても運営委員会、正副会長会議の場ですでに外税（消費者への完全転嫁）が望ましいとされており、前掲の通り今後メーカー段階とも積極的に話し合いの場をもち業界コンセンサスに努めることにしている。

## 商品委員会

### 「即引き」「返品」の重点活動を展開

9月7日午前11時から日食協会議室において商

品委員会を開催し ①「輸入食品小委員会」運営要領案に関する件 ②「割戻金即引」「返品問題」両WGの活動状況報告に関する件 ③正副会長会議への提出議題に関する件につき協議した。

輸入食品小委員会の設置については、6月14日開催の商品委員会において、国際化の進展に伴う対応機関の設置が提案されたのをきっかけとして8月2日の商品委員会でその位置づけと活動内容等の検討がなされてきたがこの日の商品委員会では事務局起案の運営要領等項目内容の協議を行なった。この小委員会の初会合は11月1日に開催の予定となった。

割戻金の即引化に関しては、去る8月23日の割戻金即引化ワーキンググループが検討してきた活動ならびに今後のスケジュール等につき協議された。即引実施年度が63年に目標設定されて以来すでに半年を経過したが、即引化は順調に進捗しており、既実施企業、年度内実施予定企業、未実施企業の状況把握と基本契約、期間契約の両割戻金の即引化が具体的にどの程度進んできたかの効果測定等、現在WGが作業中の活動を中心に話し合いがなされた。

また、返品問題に関しては、各支部の協力を得て、去る4月1日から適用されている百貨店・スーパー業界の「返品に関する自主規制基準」の運用状況を関東支部調査要領に合わせ実施する件ならびに昭和60年10月、流通政策研究所の協力のもとで調査分析された「加工食品取引における返品問題調査研究報告書」の要領に合わせ3年ぶりに調査し、その後の変化を具体的に分析するなど返品問題WG（8月23日開催協議）が申答の提案事

項を承認した。

10月18日正午から東京ステーションホテルで開催の運営・商品合同委員会では、各委員会の活動状況報告の中で商品委員会として割戻金即引化の進捗状況並びに返品問題に関する活動の現況等について廣田商品委員長より説明がなされた。

\*\*\* 割戻金即引化は順調に進捗 \*\*\*  
\*\*\*\*\* その後の効果測定でも立証 \*\*\*\*\*

商品委員会が重点活動として取組んできた割戻金即引化は、同ワーキンググループ（8月23日、9月22日開催）が実施年の63年上半期時点で有力メーカーの相当数が実施、内至は年度内実施予定

としており、実施年度の半年を経たその後の中間効果測定でも基本契約割戻金、期間契約割戻金の部分で順調な進捗が見られることが企業単位のレベルだが立証されている。

去る10月14日付けで商品委員長宛に割戻金標準化ワーキンググループより報告された「割戻金即引化実施進捗状況」によれば、現状における効果状況は全体で10%、基本部分で20%と測定している。

しかし、これは即引き実施のフル年度にまだ達していないため低い数値で捉えられているが、1年後に測定すれば大幅な数値となって現われるものと推測されており、その期待度は高い。

## “国際化”への対応部門設置

### 期待される「輸入食品小委員会」の活動

11月1日、午前10時から日食協会議室において廣田商品委員長出席のもとに第1回「輸入食品小委員会」が開催された。

この小委員会の設置については去る6月14日の商品委員会において国際化の進展に伴う対応部門設置の提案がなされ、その後の運営委員会、正副会長会議で諒承を得たうえで発足することになったもので、その位置づけとしては商品委員会のもとで活動することになっている。

同小委員会の運営要領に掲げられている目的には「加工食品の輸入は、国際化の進展に伴い食品卸業界においてもその対応が極めて重要な問題となっていることに鑑み、行政の指導を得つつ、関係業界団体等との連繋を密にし健全かつ安定した国内の需給活動を推進することを目的とする」とし、その事業については「前項の目的を達成するために、加工食品の輸入に係る情報の収集、調査研究及び委員長より付託された事項につき調査分析を遂げこれを委員長に報告するものとする」と謳っている。

この新部門設置により商品委員会の活動は内外にわたる範囲に拡大されることになるが、開発輸入という新語が食品業界でも盛んに取り上げられるようになってきた昨今、時宜を得た部門と評価されており、今後の活動に期待が寄せられている。

◇

輸入食品小委員会の発足に当たって廣田 正商品委員長より大要次のような挨拶があった。

「ご承知の通り、国際化の時代を迎えているが、食糧品の大きな輸入国である日本においては、従来の輸入パターンとして、まず原材料をメーカーが輸入し、生産し、それを製品として国内のチャネルに供給するというかたちで現在に至っており国際化と言われながらも、流通チャネル上でそれほど大きなインパクトがないままに経過してきた。

しかし、このところ急激な円高に伴い、従来の原材料輸入の枠にとどまらず、製品輸入が対象となる時代になってきた。

ところで、私は日食協の立場で農政審議会の委員として会議に参画しているが、急速な国際化によるプレッシャーが日本の食料品に及んでおり、牛肉、オレンジ、そして12品目規制緩和に続き聖域とされてきた米すらも論議の対象にされる時代となっている。

かねてから膏藥張りに対応してきた日本の食糧対策が全く行きづまりの状況にある。

原材料の輸入に当たってはさまざまなかたちで対策が講ぜられ、例えば食管制度により原料割当で輸入制限され、あるいは国際価格と国内価格の格差についても、それ相応の手が打たれてきたが、残念ながらそうした対策が施せなくなっているのが実態である。

その一方、製品についてはこのような壁がないため、小麦粉等の製品輸入が急増していることは

◇

ご承知の通りである。

当然のことながら日本国内に流通している食品へも波及し様相を異にしてくるであろうことは想像に難くない。

こうした時代にあって卸業界の対応は残念ながら十分であるとは言えない状況であり、むしろ有力小売業が直接海外に向け開発輸入を手がけている程度で、その他の製品輸入はまだトライアルの段階で止まっているのが実態である。

こうした間隙をぬって従来のチャネル以外のルートから変則輸入されるという状況が見られ、特に最近では併行輸入業者により飲料等が相当量輸入され市場が混乱するという問題もおきている。

国際化がますます進展する中であって時代対応の主役を果す立場で、卸業界が種々情報を交換し合い、よりよい方向づけを話し合いながら道を開いて行くべき時代ではないかとの観点から、このたび輸入食品小委員会を設けることになった。

当分の間は情報交換が主とされることと思うが、全国の会員に対しこの小委員会の活動結果を情報として提供できれば幸いと思う。

この輸入食品小委員会が有効に機能し全国の会員企業にとって今後の対処に大きなプラスがもたらされるようご協力をお願いしたい。」

要旨以上のような挨拶があり、事務局より委員ならびに副委員を紹介。

続いて議題の協議に入り ①座長並びに副座長の互選 ②小委員会の運営並びに今後の活動の推

進等について話合った。

### 座長には三上晴久氏が就任

座長の互選は複数候補が挙げられたが、話し合いの結果、株式会社菱食営業本部国際業務チームリーダーの三上晴久氏が全員一致で推挙された。

委員および副委員は次の通りである。

#### 輸入食品小委員会委員

株式会社 小 網	国際開発部 部長	杉崎庄作
国 分 株式会社	東京都食品部副部長	江口 兢一
コンタツ株式会社	食 品 部 次 長	永島 宏
株式会社 サンヨー堂	東京本社 缶詰部課長	村中 義明
株式会社 廣 屋	営業本部食品担当 次 長	古田一幸
株式会社 明治屋	食品営業本部 専務取締役	石本兼行
松下鈴木株式会社	東京食品部 部長	前田武男
株式会社 菱 食	営業本部国際業務 チームリーダー	三上晴久

なお、副座長については当分の間、空席とし活動運営することになった。

#### 副 委 員

株式会社 小 網	国際開発部課長代理	岩松泰正
国 分 株式会社	海外事業部貿易課 課 長	塩谷 貢
コンタツ株式会社	食 品 部 課 長	荒木弘喜
株式会社 サンヨー堂	東京本社 缶詰部主任	島垣研二
株式会社 廣 屋	営業本部食品担当 次 長	桂 敏丸
株式会社 明治屋	食品営業本部製品部 課 長	小杉 寛
松下鈴木株式会社	本社オリジナル 商品部 部長	浅井久生
株式会社 菱 食	営業本部国際業務 チーム主事	羽田 洋

小委員会の運営と活動については、当初の段階は情報交換を主とし、おおむね隔月開催とすることになったが、今回は農林水産省食品流通局の担当官を招き国際化に伴う行政サイドの現況等をお聞かせ願う予定である。

今後の活動としては、昨今の輸入急増で食料品のアイテムにどのような変化があるか、菓子業界をはじめ小麦粉、飲料業界の実態について意見をきく等、具体的活動の方向が話合われた。

なお、この日の小委員会では、株式会社菱食の営業本部国際業務チーム主事羽田 洋氏より加工食品輸入実績、輸入制限の緩和等、農林水産物の貿易資料をもとに説明。輸入現況の報告がなされ、各委員店においての輸入食品の対応等につき情報交換した。



前号で詳録した情報システムセミナー開催後のネットワーク検討会は、その後も意欲的活動を推進しており、8月31日の第24回検討会での協議も、農林水産省委託事業ワーキンググループ活動報告、F研検討事項のうち商品コード、関西F研の活動状況、SDNとネットワーク検討会との今後の関連、全国卸売酒販組合中央会との連動活動報告等、検討事項も多彩である。

9月30日に開催された第25回ネットワーク検討会では、①農林水産省委託事業の「加工食品卸売業情報化標準モデル策定調査委託事業」の最終年





開催しSDPシステム運営の充実強化につき話し合いを行った。

### 委託事業アンケート調査 スーパー等1,500店舗を対象に実施

農林水産省委託事業の「63年度加工食品卸売業情報化標準モデル策定調査」については、61年度の情報システムの現況調査、62年度の物流効率化実態調査に続いて本年度は最終年度として過去2年の調査結果を踏まえ、取引上の実態について調査することになり、既報の通り、委員会内にワーキンググループを設け、7月29日、9月1日の2回にわたり調査を実施するうえでの準備作業に入った。

このワーキンググループの検討準備作業が整った段階で9月14日、午後1時から第1回目の委員会を日食協会議室において開催した。

この委員会にはWGも出席し、特に調査表の内容等について協議した。

なお、委員長には前年同様、引続いて東京経済大学教授の宮下正房先生が就任。実施要領、調査対象とアンケート内容の総合的検討、今後の委員会スケジュール等を協議した。

協議の結果、今回の調査対象は、スーパー、コンビニエンスストア、ボランティアチェーン等全国1,500店舗を対象に常温食品の定番品を中心として、取引きについての納入業者間で交している条件、発注から納品までの現状、返品および日付管理、加工食品流通の情報化等をアンケートすることになった。

この調査表は10月21日付で郵送開始され、11月

14日までに回答を寄せていただくことになっているが、小売業界へのアンケートははじめての試みであり、農林水産省当局も大きな期待を寄せている。

## 支部ニュース

### 消費税の問題点等を協議 関東支部流通業務委員会

関東支部流通業務委員会では、当面する問題対応のため月例的に委員会を開催してきているが、最近の主な活動としては、8月25日の委員会で返品の自主規制基準に関するアンケート結果についてのまとめと問題点の検討、消費税問題への今後の対応等を中心に協議した。

消費税問題に関しては8月8日開催の「消費税・その実務問題を研修する会」（前号参照）のめようについて事務局より報告がなされたあと、今後の取組み方として、まず企業内部においてそのプロジェクト化を図り問題点を洗い出すとともに価格転嫁を徹底化するためにはどう対応、処理が必要かなど具体的に検討する必要があるとの意向が当日、ご出席の磯野支部長より述べられた。

また、関東支部としては、本部委員会と連動し特にカルテルについてどのような業界活動が組めるかを検討するほか、質問事項等につきアンケートし、研修会等の場でディスカッションできるよう作業組みする。こうした活動を進めることにより、消費税に関し関東支部として意見をあらかじめ

め用意しておくことが必要とされた。

なお、第13回商品研修会は焼津地区の工場研修を予定していたが、10月初旬を目標に銚子地区の醤油工場並びに缶詰工場を研修することになった。

9月28日開催の流通業務委員会では、返品に関する自主規制基準のアンケート結果の検討と前回委員会に引続き消費税問題への今後の対応を中心に話し合いがなされた。

また、10月20日の流通業務委員会では、①第13

回商品研修会（別掲） ②返品の自主規制基準アンケート結果等につき事務局より報告した。

### 返品自主基準の運用状況 関東支部で実態をとりまとめ

関東支部流通業務委員会では、去る4月から運用となった百貨店・チェーンストア業界の「返品に関する自主規制基準」の運用状況について委員メンバー店協力のもとにアンケートし、その実態をとりまとめた。

運用状況、適用後の効果、適用後の要望点等の概要は次の通り。

	百貨店	スーパー
適用通知状況	書状 32 口頭 4 計 36件	書状 11 口頭 20 電話 2 その他 2 計 35件
返対品象	・グロサリー ・加工食品全般	・加工食品全般
返品期限	・原則として納品後4カ月以内 ・短期催事は期間終了後30日以内 ・期間の変更は都度協議	・原則として商品納入後6カ月以内 ・期限変更は都度商談、協議
条件・事例等		・「返品なし」を条件として、納品高の0.4%を要求 ・プロパー残は今後「0」とするが、0.2%を条件とし63年8月より実施 ・通常時返品なし。但し店舗改装時の半額セールは30%の補填 ・特売品は正箱のみとする取引事例あり

適用後の効果	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業内責任（汚損品等）</li> <li>・店舗内鮮度切れ商品</li> <li>・在庫調整のための返品</li> <li>・改装時のための返品</li> <li>・需要予測ミス</li> </ul>	} 返品しないものとして徐々に浸透
<ul style="list-style-type: none"> <li>・バラ返品の減少</li> <li>・返品に対して意識させたこと</li> <li>・スーパーにより条件で処理することができるようになったこと</li> </ul>	
適用後の要望点	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・需要予測違いによる返品</li> <li>・汚損、毀損商品の返品（再販不能商品）</li> <li>・P B商品の返品</li> <li>・バラ返品についてのルール化</li> <li>・経過を見てみたうえで規制内容の見直し</li> <li>・チェーンストア未加盟スーパーへの改善対策</li> </ul>	
対メーカー要望	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・的確な数量調整</li> <li>・新製品の具体的返品対策</li> <li>・返品実態の把握努力</li> <li>・返品引取り時の連絡不徹底</li> <li>・死筋商品の早期撤退</li> <li>・得意先からの返品分はメーカー全量引取り</li> <li>・アイテム別鮮度管理はメーカー企業単位でなく業界統一化の要</li> <li>・ギフト商品のタイムリーなメーカー受入れ体制</li> </ul>	

### 第13回商品研修会を開催

関東支部では10月6日第13回商品研修会を開催した。

研修工場は千葉県銚子市のヒゲタ醤油株式会社第2工場と同市の田原缶詰株式会社本社工場の2工場。参加者は総員33名で、当日は大型観光バス

を借切り東京・丸ビル前を8時半出発。11時過ぎにヒゲタ醤油㈱に到着。

代表取締役会長の茂木新七氏より歓迎のご挨拶があり、総務部副部長の安西淳一氏、製造部長の蠣崎学氏、そして製造第1課長荒木隆作氏からそれぞれヒゲタ醤油㈱の歴史、工場規模、製造能力、商品特性などの説明を得たうえ別室で「醤油



は生きている」と題する映画上映があり、続いて2班に分かれ工場内を研修した。同工場のご好意により昼食、質疑応答のあと流通業務委員長湯浅一也氏が感謝の意を述べ午後1時20分同工場を出発。橋本町の田原缶詰㈱本社工場に向かった。

1時40分同工場の田原社長をはじめ工場長の出迎えをうけ、2班に分かれて工場内を研修して回った。

当日はおりから輸出向けのさば缶詰を製造中であり、原料処理場、肉詰め工程、殺菌現場、函詰め作業等つぶさに研修。

終って田原義元社長よりご挨拶があり、北田常任幹事の謝意のあと午後2時20分帰途についた。

参加者のアンケートによると殆んどのものがよかったとの感想であり、①勉強になった ②工場側でよく質問に答えられ理解できた ③伝統を守る姿勢に感銘した。④今後の販売活動に役立つ ⑤研修工場の組み合わせがユニークであった等の回答が寄せられた。

また、今回の研修会意見としては、時間がもっと欲しかったとのするものが数点あった。

### 共同配送の契約更新

首都圏の百貨店に納入する商品の共同配送業務は前号で一部既報の通り、去る5月時点で第1回のワーキンググループを編成以来5回にわたり業務体系の見直しについて南王運送㈱側と協議検討を重ねて来たが、両者間相互の歩み寄りにより10月1日を契約更新日とし、従来通り全員参加のもとで再スタートすることになった。

これにより7月4日、最終のワーキンググルー

プを開いたうえ、その活動を解き、共同配送委員会に復された。

共同配送委員会では契約更新後の共同配送業務の円滑化を図るべく、8月25日、9月28日、10月20日にそれぞれ会合し、前向きな話し合いを進めている。

新契約での更改部分は基本料金が設けられた点が挙げられるが、センター持ち込み企業は皆無で従前通りの集荷制によって業務は継続されている。

## 関係団体報知

### 卸業界の当面する課題を話合う 第4回食品卸団体連絡協議会

第4回食品卸団体連絡協議会が10月18日午後2時から東京ステーションホテル松の間において開催された。

卸同業5団体側からの出席者は東京都食品卸同業会の会長山本新三郎氏をはじめ総員20名。日食協側からは3委員会の委員長、関東、近畿の両支部長はじめ総員11名。

司会は東京都食品卸同業会の大北五郎氏で進められ、開催にさきだち5団体を代表し山本新三郎会長、日食協側は磯内運営委員長よりそれぞれ挨拶があり、連絡協議に入った。

この日の主な内容は ①割戻金即引きの実施状況について ②返品問題の改善とその実態について ③新価格体系推進の具体化について ④食品業界における「消費税」の対応について、①および②に関しては廣田商品委員長より活動状況報告があり、③は座長の大竹一太郎氏が経過報告。統

いて消費税の対応に関連し税制実務研究会の座長市ノ瀬竹久氏より同研究会がとりまとめた中間報告資料をもとに問題点、なかんづく価格転嫁に関し詳細な説明があり、各事項にわたっての質疑ならびに意見等が積極的に述べられた。

午後5時、連絡協議を終了し、引続いて小宴懇談し午後6時散会した。



### 缶詰ブランドオーナー会

#### ◆ パイン部会正副部会長は留任 ◆ ◆ 2年後の自由化控え情報交換 ◆

9月7日午後1時半から日食協会議室においてパイナップル缶詰部会を開催し ①正副部会長の互選 ②グローバルパイン缶詰の市況と生産見通し ③沖縄パイン缶詰の市況と生産見通し ④パイン自由化と今後の動向等について協議した。

正副部会長の互選は、他の部会同様に留任することを決め向う2年間の活動を推進することになった。

正副部会長ならびに部会員店は下記の通りである。

部会長	国分(株)海外事業部長	志鎌 享
副部会長	(株)サンヨー堂常務取締役	森木國雄
副部会長	三井物産(株) 加工食品第2グループ	越智 昭
副部会長	(株)菱食PB商品事業部長	山田和一

部会員；伊藤忠商事(株)、(株)小網、野崎産業(株)、正栄食品工業(株)、(株)東食、萬国貿易(株)、松下鈴木(株)、三菱商事(株)、明治製菓(株)、

(株)明治屋、(株)ヤグチ、(株)北村商店、(株)梅沢(株)メイカン、大橋(株)、(株)祭原、三友食品(株)加藤産業(株)、上島珈琲(株)本社

以上23社

パイナップル缶詰の市況ならびに生産見通し等については進行役として国分(株) 営業本部K&Kオリジナル担当副部長の角田牧夫氏がつとめ、各部会員との情報交換を中心に話し合いがなされた。

グローバルパイン；70万函の上期割当てがあったものの市況そのものは変動がなく、若干安値の傾向にあるといった状況。

自由化を2年後に控え自社枠とプレミ枠の双方価格が現存しやや軟調。みかん缶詰のような乱売合戦とならないよう慎重に市況を見守りたいとの声も聞かれた。

沖縄パイン；当初70万函生産予想であったが、長雨による日照不足等で玉が小ぶりであり、60万函割れの予想といわれる。

沖縄産パインの市況は玉不足予想から、いまのところ小確りといった状況にある。

しかし、2年後の自由化を目前に控え、新規業者に門戸をひらく意味で30万函が増枠となり、64年度は従来の90万函ラインが110万函となる見通しである。

いずれにしても現段階では65年4月から自由化され、どの程度のものが輸入されるか想定がつかず、将来見通しとしては不安感が極めて強く、成行きが注目されるとの結論であった。

#### ◆ 果実部会が蜜柑工組と懇談 ◆

9月7日午後3時から日食協会議室において果

実部会を開催した。

この日は、白桃、黄桃、レッドチェリー缶詰などの情報交換を予定していたが、みかん缶詰の生産シーズンが目前に迫っており、日本蜜柑缶詰工業組合側の申入れもあって、同工組の竹内理事長はじめ上野内販対策委員長外6名の出席を得て懇談会の開催に組みかえられた。

日食協側は当日出席の部会員全員が同席、意見の交換が活発になされた。

竹内理事長；昨年は原料面においてご苦労をおかけしたと反省しているが、生産数量の抑制を呼びかけ、またブランドオーナーのご協力も得て6百万函程度の生産で終了した。

63年度はオレンジの自由化問題等が絡み、それに対応する方向づけがなされたが、8月1日付の発表では214万5,000トンの予想が出され、これを補助金を投じて190万トンに圧縮するとの政策がうち出された。(缶原は14万トンの予想)。

昨年は円高がさらに進み輸出向けは28万函と最低量にとどまったが、何とか50万函達成を目標に努力したいと考えている。

みかん缶詰は内外ともに極めて厳しい状況にあり、対策に苦慮している。内販向けみかん缶詰については缶型の調整が出来ないものかと考えている。特に4号缶は製造し易いという事情もあるが、簡便性等の面からE0缶の新しいタイプの缶型に切り変え市況建て直しをはかりたい。そして再生産につながるようご協力いただきたい。

要旨以上のような説明があり意見交換したが、部会員メンバーからは、「昨年の原料が1時期K20円に落ち予想を裏切られた感じであり、生産も

600万函を超えてしまった。結果的には概ね消化したものの、しっかりした見通しを建てられ、すっきりした状況のもとで新物を迎えたい。

また、国際化、自由化の中にあってどうなるのかを考え合わせなければならない問題もあり、総合的に分析して臨む必要があるのではないかと。缶型構成をどうするかの問題については、将来的にはむずかしい問題を抱えている。

パイン缶詰の場合、将来100円売りも可能との見方もある位で現在は200万函程度だが、そうすると相当に伸びる要素をもっている。こうした状況の中でみかん缶詰は600万函、桃缶を加えると800万函に達するが、競争上で最も大きな問題をはらんでいる。

農家とよく原料面については話われ、原料はK30円台におさえられるようご努力いただきたい。また生産量は600万函以下を希望したいところ」との意見が出された。

### 食品添加物表示等を協議 品質対策委員会

品質対策委員会では、7月27日付官報告示となった食品衛生法施行規則(食品添加物の表示改正)問題を中心に8月26日及び10月19日、メンバーが集まり意見交換した。

特に10月19日開催の品質対策委員会では社団法人日本缶詰協会側より渡辺参事にオブザーバー出席願ひ食品添加物表示懇談会編著による「食品添加物表示の実務」「わかりやすい食品添加物」を資料とし、勉強会の意を兼ねての話合いを行った。

また、農林水産省において野菜缶詰のJAS改正が行われることから、その内容と問題点等につき打合せた。

今回改正されるのは内容量規定の改正等、次の4項目である。

1. 缶型の多様化、新製品の増加傾向を考慮し、缶瓶詰の内容量の規定については、原則として缶型指定に変えて、定率方式を採用するというこれまでの方針に沿って、今回野菜缶瓶詰の内容量について、定率方式による改正を行う。
2. アスパラガス缶瓶詰の規格に「ロングスピアー」の規格を加える。
3. 全形のたけのこ（もうそうちく）大型缶詰の製造年月日の表示方法を改める。
4. 日本農林規格に準拠して、品質表示基準を改正する。

#### 初の缶詰取引改善懇談会を開く

野菜部会では9月28日、午後1時半から社団法人日本缶詰協会会議室において北村部会長、萩原副部会長、塩谷副部長、CBO幹事長店から森木國雄氏および専務理事が出席のもとで同協会缶詰部会と先きの缶詰全国大会で日食協より提案した缶詰5G缶の預り品に係るルールづくり、ならびに缶詰のクレームの処理問題につき初協議した。

この日食協の提案を協議する場として「缶詰取引改善懇談会」が両協会の話し合いで設けられたものであるが、懇談の概要は次の通りである。

缶詰の販売現況は、中国産の大量輸入などで供給過剰気味となっており、これが原因して買い控え現象が進み、価格が弱含んでいる。販売環境が悪化しているこのような状況下、整然としたルールに基づく取引改善を行うことが可能なのだろうかという問題提起がなされた。しかし、市場の混乱要因を抱えている状況だからこそ、取引改善

のためのルールづくりが必要だとの意見もあり、とりあえず、預り品に係る取引改善、クレーム処理方法の策定についての素案を作成、それに基づき検討を進めていくことになった。

#### 【缶詰18缶の預り品に係るルールについて】

従前は契約済みの商品を1年以上も預るようなことが慣習的に行われてきた。しかし単位当たり利益率が低下している今日には、この状況にマッチしたルールの確立が問題とされてきている。

特に、缶詰は季節商品であり、豊凶により相場が左右されるという性格をもっている。このような商品の取引原則は成約時全量引取りである。しかし、買主側の保管スペース等の都合により、売主側が販売契約済商品を預かるようなケースが発生した場合、その預かり期間は新物操業準備期直前の2月一杯までとし、それ以降は買主が全量引取るというルールを確立する必要がある。との意見が出された。ちなみに、輸入品の商社預かり期間は1カ月であり、これを過ぎれば名義変更が行われている。

#### 【缶詰に係るクレーム処理方法について】

この問題については、製造工程上の問題に基因する膨脹缶や異臭缶などの品質不良品と輸送の不手際等により生じた水洩れ缶、凹み缶などの事故缶とを明確に区分し、クレーム対象となるのは品質不良品（製造段階に原因のあるもの）に止どめという前提で対処することになった。言うまでもなく、マーケットクレームは受けつけないということになる。その方法については、統一伝票によるものなどを検討していくことになっている。



この他、小口扱いの運賃に関するルール等をも併せ検討していくことになった。

### 【 筍缶詰の63年度生産量 376 万缶 】

日本缶詰協会がこのほど調査を行った昭和63年度の筍缶詰(18ℓ缶)生産数量は 376 万缶で前年生産を20%程度上回っている。この生産のうち、ホール品が 158 万缶で全体の42%、ホール以外のその他が 218 万缶で全体の58%となっている。主要地区別の生産量は次のとおり。

	18ℓ缶生産量(缶)		
	ホール	その他	計
北 陸	35,000	20,000	55,000
中部東海	22,987	33,359	56,346
近 畿	217,000	213,000	430,000
中 国	62,638	87,076	149,714
四 国	455,249	658,105	1,113,354
九 州	726,000	1,081,000	1,807,000
合計	1,581,874	2,179,540	3,761,414

### ☆☆☆沖繩パイン開缶研究会☆☆☆

10月7日、沖繩パインアップル缶詰協会では、大阪市北区の全農ビル8階において63年度沖繩産夏実パイン缶詰の開缶研究会を開催した。

この研究会には日食協は協賛団体として参加、協力したが、開缶の結果は不良品無皆で品位は安定しているとの評価であった。

講評概要は次の通り。

「今回の展示品は、沖繩品34点、参加品として外国品6点の計40点で、沖繩品は会員の提供、外国品は市中での購入によるものである。

審査は、農林水産省神戸農林規格検査所、沖繩

県農林水産部及び財団法人日本缶詰検査協会の3者合議制により実施した。審査基準は、日本農林規格により行なったが、評価方法については製造の参考となるよう5点法により行なった。品位判定並びに計器(量目、可溶性固形分)判定とも不適となるものはなく、全数が合格であった。

総合結果は、平均点4.0以上の優良品が22.5%、3.4～3.9の良品が57.5%、3.0～3.3の普通品が20.0%であった。また沖繩品は優良品が26.5%、良品50.0%、普通品23.5%であった。外国品はフィリピン産4缶、タイ産2缶の展示でいずれも良品に該当する品質のものであった。

沖繩品を形状別にみると輪切りは優良品が13.6%、良品68.2%、普通品18.2%、くさび型は1缶の展示で良品、小片は優良品54.5%、良品9.1%、普通品36.4%の比率であった。前回に比べ不良品はなく品位は安定しており、優良品、良品の比率が増加している。

### 東京は缶詰ラリーを中止

10月10日の第2回「缶詰の日」は、東京地区においての催事として、当日、「歩け歩け缶詰ラリー」と題し、銀座松坂屋百貨店前から上野の松坂屋百貨店の5キロ間を体育の日の休日歩行者天国を利用し、チャリティーを実施する予定であったが、本年度の東京における催事は中止することになった。

なお、10月17日開催の消費拡大委員会ではブランドオーナーからの缶詰提供品はその他の行事に有効活用することを決定した。



# 食品卸業の物流実態を調査分析

## 情報化標準モデル策定調査報告書より抜粋(その3)

「加工食品卸売業情報化標準モデル策定調査報告書」よりの抜粋は本号をもって終了するが、物流効率化のための情報システムを構築するためにはまず卸売業の現況がどんな状況にあるか、情報システム化が進む中において、コンピュータの導入、利用状況、そしてその周辺にはどのような課題があるかを整理して見よう。

### コンピュータ利用の業務分野

現在、加工食品卸売業は、社内に導入したコンピュータを事務作業の効率化、合理化、省力化に利用しているが、他の業務への利用はまだ遅れているといえよう。この事務作業の効率化に関連し、受注データの処理をコンピュータで処理している卸売業は多いが、しかし、この受注データの交換・入力コンピュータを利用しているのは、加工食品卸売業が自発的に実施し始めたということの他に、取引先の小売店、特にスーパー、コンビニエンス・ストアなどからのオンライン発注の要請に対応するためにコンピュータを導入し、使用し始めたという一面もあると推測できる。

反面、物流業務へのコンピュータの利用をみると、在庫管理へはかなりの多くの加工食品卸売業がコンピュータを利用しているが、物流管理、生産性(コスト)管理へコンピュータを利用している卸売業はそれほど多くなく、物流業務の効率化へ向けてコンピュータを有効に利用することが今後の加工食品卸売業の課題といえよう。

これを加工食品卸売業の各タイプ別にみると、どのタイプの卸売業も販売管理、売掛管理、買掛管理など事務の合理化、効率化のためにコンピュータを利用している。ただ、大規模卸とセルフ店中心型卸は受注データ交換・入りにコンピュータを利用しているとする企業が多い。これは、このタイプの卸売業は大手スーパー、コンビニエンス・ストア等との取引が多く、これら業態の小売業は卸売業への発注にE O S等のオンライン発注を行うため、それへの対応として、卸売業側もコンピュータ導入・利用することによって対応し、そのデータをコンピュータ入力し処理しているためであろう。

### 〔在庫管理への活用状況〕

在庫管理にコンピュータを活用している加工食品卸売業はアンケート調査結果から約6割ほど存在する。この数字は前述のコンピュータ利用の業務分野に関する調査結果と異なり低い比率になっ

ている。しかし、いずれにせよ在庫管理へのコンピュータ利用はかなり進捗しているといえよう。

これを在庫の把握のレベルでみると、全商品について単品別に数量把握している卸売業が3割を超え、全商品について単品別に利益管理を実施している卸売業も約2割ほど存在する。これをみると、かなり高度にコンピュータを利用し単品別に数量把握、利益管理をしている卸売業も少数ながら存在し、単品在庫管理の必要性の認識とそれへのコンピュータ利用による効率性、正確性を追求しているが、他の多くの加工食品卸売業はまだそのレベルまで達しておらず、在庫管理に何らかの形でコンピュータを利用しているものの、十分に活用しきれていないといえる。

#### 〔物流センター内作業への活用状況〕

加工食品卸売業の物流センター（倉庫）内作業へのコンピュータ活用状況を調査結果からみると、コンピュータによる出荷指示書の発行を実施している企業が約5割存在し、コンピュータによるロケーション管理を実施している卸売業が全回答企業の4分の1ほど存在している。

これは、得意先小売業からの小口納品に対応するためのバラ・ピッキング作業の効率化を図る必要性にかられた加工食品卸売業がピッキング作業に掛かる人件費の高騰の抑制とピッキング作業の迅速化を図る目的から出荷指示書の発行とロケーション管理にコンピュータを利用しているといえよう。

しかし、物流センター内作業の生産性の測定と管理にコンピュータを利用している卸売業はまだ非常に少数である。このことから、真の意味での物流センター内作業コストを測定し、作業の生産性を上げる努力をしている加工食品卸売業は大規模な企業に限られ、現在の大多数の加工食品卸売業には投資力、人材面等から困難な面が多いことをうかがわせる。

#### 〔配送計画樹立への活用状況〕

コンピュータを利用して配送ルートを設定している加工食品卸売業は回答企業の約1割である。

このことは、過去の経験に頼った配送ルートを設定している卸売業が多いということと、機械的に配送ルートを決めたり、当日の出荷量によって場当りの配送ルートを決めている卸売業が多いことを表わしており、配送ルートを過去のデータ分析や将来予測によって設定するためコンピュータを利用する段階にまで、大多数の加工食品卸売業が到達していないことをうかがわせる。

配送業務は、加工食品卸売業が得意先小売店から要請されているリードタイムの短縮や時間指定納品に対応するために重要な物流業務の1つである。そのためにも、配送業務へのコンピュータ利用による効率化、合理化をより強く加工食品卸売業は目指す必要性があろう。

---

### 物流システムと情報システムとの連動方向

---

加工食品卸売業は物流システム改善のために、物流業務へのコンピュータの導入を図り、物流システムと情報システムとの連動した形の物流効率化システムを構築しなければならない。それは物

流業務のフローにどのような形でコンピュータを導入していくかという問題でもある。

卸売業の業務機能を体系的に、また全業務の計画、管理作業を関連づけているもののうち、商品政策（マーチャンダイジング）と連動したシステムと在庫管理を中心とした物流管理、販売管理、受注管理、発注管理等のシステムネットワークをコンピュータでサポートして運営することは卸売業の物流効率化のために是非必要である。

この物流業務を中心としたこれらのシステムを効率よく運営するためには、以下の資料の作成が必要である。

(i) 在庫管理のために必要な資料

在庫表（商品別、倉庫別）、棚卸集計表（品目別）、棚卸総括表（商品別、倉庫別）、棚卸実差損益表（商品別、倉庫別）、現品棚卸票（商品別）、在庫日報（商品別、倉庫別）、在庫月報（商品別、倉庫別）、棚番管理表など。

(ii) 返品管理のために必要な資料

仕入返品集計表、仕入返品伝票、売上返品集計表、売上返品伝票など。

(iii) 販売管理のために必要な資料

年度販売計画表（商品別、地域別、得意先別、セールスマン別）、月度販売計画表（商品別、地域別、得意先別、セールスマン別）、年度販売実績表、年度販売計画・実績対比表、月度販売実績表、月度販売計画・実績対比表、受注伝票、受注明細表など。

(iv) 売掛管理のために必要な資料

売上伝票、請求書、納品書、出荷指図書、納品受領書、売掛金伝票、売上日報、月次請求書、請求明細表、請求先一覧表など。

(v) 発注管理のために必要な資料

在庫表（商品別、倉庫別）、発注点一覧表、注文書（仕入先別、商品別）、発注日報、仕入先元帳、メーカー別仕入実績表、リベート商品別仕入実績表、仕入明細リスト、仕入日報など。

(vi) 入荷管理のために必要な資料

検収明細書（商品別、仕入先別）、未検収一覧表、検収通知書、入庫伝票、入庫明細表（商品別、入庫量）など。

(vii) 買掛管理のために必要な資料

得意先台帳、得意先一覧表など。

(viii) 配送管理のために必要な資料

配送状況管理表（得意先別、商品別、地域別）、配送依頼票（得意先名、商品名、地域名）など。

(ix) 出荷管理のために必要な資料

出庫伝票、出庫明細表（商品別、入出庫量）、ピッキング・リスト、出庫集計表など。

以上のような物流システムを構築し、物流業務を効率的に遂行するために管理を行う必要がある。その管理を実施するために、上記の各資料をコンピュータを利用して迅速かつ正確に作成することが重要なのであり、また、コンピュータでの商品名、数量単位等の表示の標準化も必要である。特に加工食品卸売業界で使用されている業界用語では、臨時のパート、アルバイト、さらには取引先に対して正確な理解を妨げる恐れがある。したがって、ネーミング等のわかり易さを考えると、コンピュータ表示の標準化が必要である。

さらに、仕入先メーカーは商品の廃番体制を確立していないので、実際には廃番となった商品が小売店から卸売業に発注されることもある。その場合、欠品ということになってしまうので、卸売業としては欠品防止のうえからも自社のコンピュータの商品マスターの改廃を定期的に行っていくなければならない。

## 加工食品卸売業の物流効率化の現状と悩み

加工食品卸売業の物流効率化のあり方を探るために、まず、現在の物流活動水準を把握する必要がある。そのため、ここで今回のアンケート調査結果を再度、整理し、とりまとめると、現在の加工食品卸売業の物流活動の水準は以下のようにまとめられる。

### (ア) オーダーエントリー・システム

オーダーエントリーから、そのデータをコンピュータによって処理していない卸売業が年間販売額規模の小さい企業を中心にまだ多くみられる。

つまり、物流活動のシステム化の出発点としてのオーダーエントリーのコンピュータ化を図ることが求められる。

また、受注処理に関して卸売業自身、どのような悩みを抱えているのかをみると次のとおりである。

- 受注の締め時間が守れない
- E O S 受注後の修正・追加受注が多い
- 受注時間の集中による受注処理業務の混乱
- 電話受注による商品コードの入力問題

などである。

### (イ) 物流センターのオペレーション・システム

在庫の方法として、商品群別保管が中心である。しかし、大規模の中には商品群別保管のほか得意先業態への迅速な物流機能の発揮のため、出荷荷姿に保管する企業もみられる。

在庫管理のレベルをみると、在庫管理へのコンピュータ活用は進んでいる。しかし、単品、リアルタイムでの在庫管理は大規模卸、酒類取扱卸のほかは、まだ、それほどみうけられない。

また、在庫管理について卸売業自身、どのような悩みを抱えているのかをみると次のとおりである。

- 日付管理の厳しさの高まり
- 在庫量の増大
- 帳簿上の在庫量と実在庫量との不適合
- アイテム数の増大による在庫量の増大
- 新製品増大に伴う倉庫スペースの狭あい化
- 滞荷商品の処理の困難さ

などである。

ピッキング方法は、1オーダーを1人のピッカーが集品する方式が多くの卸売業で採用されている。

ロケーション管理とコンピュータ活用がまだ十分にできていないため、物流センターの稼働時間の延長に対しては消極的な卸売業が多い。ただ、大規模卸だけはパートタイマー等の活用による物流センターの長時間稼働に向けての意向をもっている。

また、物流センター内作業に関して卸売業が抱えている悩みは以下のとおりである。

- 作業スペースの狭あい化
- バラピッキングの増加によるピッキング作業の長時間化
- 機械化、システム化の遅れ
- ロケーション管理ができていない

などである。

#### (ウ) 物流サービス

値札付けサービスが加工食品卸売業界にも行われつつある。しかし、納品単位の小口化に伴う、これらサービスをどのように効率的に処理していくのかが不明確である。

## 個別企業における物流効率化のあり方

これまで物流上の問題点や課題を検討してみたが、加工食品卸売業にとって物流効率化にあたって、きわめて多くの課題が山積していることが理解される。特に最も物流コストの上昇、小売業からの高度な物流サービス要請に苦慮しているのは年間販売額40億円から70億円クラスの中堅卸売業である。これらのクラスの加工食品卸売業が物流効率化を図るためにどのようにすればよいか、どのような方策をとればよいかをまとめると以下になるだろう。特に、個別企業として、物流改善をどうすすめるかを検討してみたい。

### 〔物流改善課題とその方策〕

今回の調査結果をみると、まず最も大きな改善課題として、次の点が指摘できる。

- 納品単位の小口化とピッキング効率の悪化

特にこの問題から、まず物流センター・スペースの狭あい化、在庫量の増大、さらには作業の生



産性や配送効率の悪化を引き起し、物流コストを相乗的に押し上げている。

そのため、これらの課題にどうチャレンジするかが大きなテーマとなる。

つまり、このままで推移したならば、コストアップにより卸売経営そのものが困難になることは明らかであり、さらに、物流環境が小口化の方向からふたたび大口化、ロット化の方向に戻ることはありえないとするならば、それへの対応を早急に確立することが求められる。とりわけ、小売業からの物流要請は、情報化の進展に伴って、ますます厳しくなることが予想されることも十分に考慮しなければならない。

これらの問題への対応は、何よりも個別企業の生き残りの最大テーマとして、まず企業努力による取り組みが求められる。とりわけ、物流に対する、これまでの発想の延長線では、問題解決が難しいことは明らかである。

つまり、人手と人間の経験、勘による物流活動は通用しなくなっていることを意味する。

また、物流そのものの位置づけも、従来のメーカーの商品を小売店に届けるという発想から、小売店が求める物流ニーズ、特に、小売店の受注をどのように適正に処理するかといった方向に転換しなければならないことも意味するのである。

こうした物流コンセプトそのものを転換することが、まずこれらの問題解決の第一歩となる。

### 【具体的な改善方向】

#### (1) 在庫管理の徹底化

物流改善の基本的方向は、まず人間の経験や勘から、コンピュータによる物流管理への挑戦をどのように図るかという点である。

コンピュータによる物流管理を進める場合、その基準となるのが在庫管理データを中心とする物流データベースの構築である。

つまり、まず実在庫を常にデータとして管理し、受注情報をコンピュータで処理するにあたって、在庫確認と在庫引きおとしを行い、出荷リストを作成する。この場合、在庫情報に倉庫のロケーション情報を加えることにより、効率的なピッキングができるような出荷リストの打ち出しを行う。また在庫情報に各商品特性情報、例えば日付管理、容積重量などを組み合わせることにより、より高度な物流管理が行えるのである。

さらに、在庫情報と発注情報（いつ発注したか、いつ入荷予定か）を加えることにより、納品情報の正確な伝達を図り、欠品防止体制を確立し、得意先に対するサービス・レベルを向上させることにつながる。

このようにみると、まず何よりもコンピュータによる在庫管理が鍵を握っているとみなければならない。しかし、多くの卸売業は「アイテム数が多すぎて在庫管理はできない」、「新製品がつぎつぎに出るので難しい」、「実在庫と合わないからやっても意味はない」といった理由であきらめている。

そこで、問題はこうした難しい問題があるにもかかわらず、このテーマに挑戦することが物

流効率化のきめ手となるとするならば、最大のテーマとして取り組まなければならないのである。在庫管理を行う場合、現在の取扱い商品をすべてコンピュータで管理しようとするところに問題がある。つまり、在庫管理とは、卸売業にとって、主体的なマーチャダイジングをどう確立するかといった意味をもつのである。そのために自社の商品の動向をまず分析し、商品の取り扱いの基準を明確にしなければならない。したがって、商品別の在庫回転率を考慮した在庫基準を明確にすることが求められる。こうすることが小売店にとって求められる品揃えをどう確立するかといった、きわめて主体性をもったマーチャダイジングを実現することを意味する。

また、在庫管理の徹底化は、卸売業におけるデータ処理の流れの標準化をも意味する。つまり、倉庫のオペレーションはすべてコンピュータによって作成された伝票、帳票以外では行えないという前提条件が求められるし、そのために、オーダーエントリーの完全コンピュータ処理が必要となる。そこで、伝票、帳票と商品の動きが常に一体化しうるシステムがなくてはならないのである。その意味において、在庫管理はコンピュータ・システムの事前処理を促進するのである。

## (2) 物流センター内作業の効率化

在庫管理システムの確立と同時に、物流センター内作業の効率化をどのように図るかも検討されなければならない。多品種少量、多頻度化という物流環境の中で、現在の卸売物流は、このままでは環境不適合を引き起すことになる。

さらに、もう一つの問題は、小売業からの物流ニーズが業態別にますます多様化してきていることである。そのため、現在の卸売業に対する物流ニーズを一つのシステムで実現しようとするあり方は当然困難となる。こうした状況において、まず何よりも求められるのは物流センターの機能そのものを、もう一度見直すことである。

つまり、卸売業の物流センターは一体、何のための物流センターかということを、もう一度明確にしなければならない。それは得意先に対する受注を処理する物流センターであるという基本コンセプトを確立することである。「受注を処理する」という考え方に立つならば、システムは何よりも小売店からのオーダーをどう効率的にピッキングし、得意先の要求する物流ニーズ（例えば、リードタイムの短縮等）に的確に答えるものでなければならない。

こうした前提に立つならば、これまでの物流センターのあり方、つまり、メーカーの商品を預るといふ物流センターのあり方そのものの転換を図らなければならない。

それは、物流センターのレイアウトや在庫の配置についても小売店に対して出荷しやすい方向で再構築する必要がある。また、受注を処理するということは、物流センターそのものの生産性を前提としたものでなければならないし、そのためには、物流センターを「倉庫」という考え方から「工場」といった考え方への転換が必要である。つまり、メーカーが工場で製品をつくることとまったく同じで、卸売業は受注を処理するということ、換言すれば、商品の取り揃えをつくり出すことがその役割である。そのために、工場と同じく、ファクトリー・オート

メーションの考え方が卸売業の物流センターにあってもしかるべきである。したがって、物流センター内の作業を標準化し、その中で作業のプロセス・カットを可能な限り追求するという姿勢がなければならない。

### (3) 配送システムの改善

配送の計画化にあたっては、次の点から改善を行う必要がある。

まず、配送活動そのものの見直しと効率化を図ることである。配送活動の実態を詳細に分析してみることがまず大切である。つまり、1日の配送活動において、車輛が走っている時間と留まっている時間が長いことがわかる。そこで、まず留まっている時間をきめ細かく分析してみなければならない。具体的に改善すべき点は次の2点になることが理解されよう。

- 物流センターにおける積み込み時間の削減
- 得意先における納品時間の削減

この2点を実施することによって配送効率は著しく好転するものと思われる。

積み込み時間の削減については、そのポイントとなるのが、トラックの帰社時間に制約されること、さらにドライバーが立ち合えなければ積み込みができないという点をどのように解決するかということである。前者については帰社時間に関係なく積み込みができる体制やシステムをつくること、例えばコンテナによる事前積み込みなどの方法を考えることが大切である。

さらに、後者については、得意先データベース、配送量の容積管理により、事前に配送計画を確立できるシステムをどのように作るかという点も重要となる。つまり、ドライバーが自ら配送計画を立て自分の経験に基づいて、積み込みそのものを指示しなければ積み込みができないという状況を脱却することが重要と思われる。

これにより、配送車の出発時間も早くなり、かつ配送のスケジュール化にも結びつくものと思われる。

次に第2の改善課題である得意先における納品時間の削減について考えてみたい。納品時における作業を分析してみると、おそらく、配送先における検品、陳列など様々な業務にかなりの時間が費やされていることがわかる。これらの納品作業の効率化を図ることが納品時間削減の決め手となる。そのため、納品検品のあり方、将来的にはノー検品でも良いところまで得意先との話し合いを進めると同時に、自社の物流精度の向上を図ることが大切である。

また、納品にあたって、得意先の陳列棚や陳列通路を考慮した納品のあり方などを検討すべきであろう。例えば、ピッキング・リストを打ち出す際、得意先の陳列棚の情報をデータベース化しておくことにより、陳列棚単位や通路単位にピッキング・リストのバッチをきるといった方法も可能である。このように納品業務そのものを効率化することによって、配送車輛の生産性を向上させることを考えるべきであろう。

配送システムを改善するために次の点も考慮する必要がある。

得意先からの納品時間指定への対応方法の確立が重要である。

特に、小売業の店内作業のスケジュールを図る上で、小売業は卸売業に対して納品時間を

指定する傾向が強まってくる。

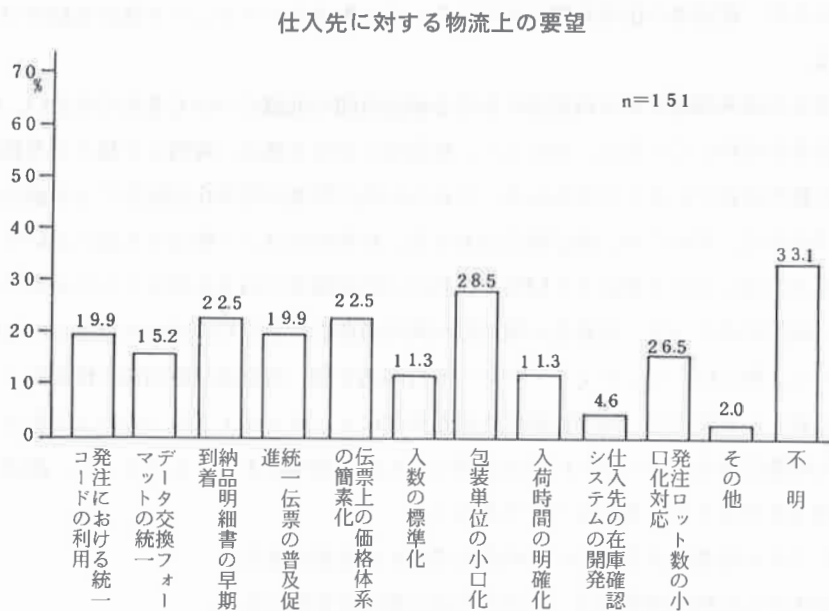
しかし、こうした問題は卸売業の立場に立つと納品時間が集中するなど、著しく配送効率を阻害する要因にもなっている。こうした状況を避けるために、まず、卸売業のサイドから具体的に指定時間の提案を避けるために、まず、卸売業のサイドから具体的に指定時間の提案を行うこと、また、自社のスケジュール管理の正確性と得意先の店舗オペレーションの効率化に寄与できる提案をすることにより、得意先に納品可能時間を理解させることなど、自社の効率化ばかりでなく、得意先に対する正確な納品を約束するといった姿勢で対応することが望まれる。

また、こうした交渉は、物流部門と営業部門が一体となって得意先に対してねばり強く対応することが必要である。営業部門はともすれば自社の物流事情を考慮せずに、得意先の要望をそのまま受けてしまう傾向が強い。そのため、営業部門に対して、自社の物流業務の能力、実施可能な物流サービス水準を理解させることが重要である。さらに、物流部門からの意見、提案等を実際に物流業務を遂行するという視点に立ち、得意先に対する営業活動を実施することも大切である。

## 物流効率化のための条件整備の方向

### 1. 仕入先への物流上の要望

今回のアンケート調査結果から回答卸売業の仕入先に対する物流上の要望をまとめると次図のようになる。



この図から、回答卸売業は、

- |                |                |
|----------------|----------------|
| ① 包装単位の小口化     | ③ 納品明細書の早期到着   |
| ② 発注ロット数の小口化対応 | ④ 伝票上の価格体系の簡素化 |

などを要請したいとしている。つまり、卸売業の回答比率の高いものは、得意先小売業からの要請の強い小口納品に対応して、仕入先も出荷単位の少量化を実施すべきであるとするものである。

これは、加工食品卸売業として、得意先小売業からの高度な物流サービス要請を自社だけで解決するのではなく、仕入先に対しても同じようにその対応に努力して欲しいという意向の表明であると受けとれる。

さらに、ヒアリング調査結果から、仕入先からの配送車の入荷時間滞の調整を望む声が高い。これは、同一の時間滞に仕入先からの配送車が一齐に到着し、そのため、卸売業としては入荷作業が混乱するためである。したがって、仕入先に対しても、時間指定の配送車到着を要望したいとするものである。

より具体的に仕入先への要望改善課題をアンケート調査の結果からその理由をみると以下のとおりである。

(ア) 包装単位の小口化

- ・得意先によって小口の単位が違う
- ・販売先への納入単位がますます小口化する
- ・販売先の発注ロットの小口化に対応した荷姿の設定
- ・得意先のバラ発注への対応のため
- ・配送単位が3個、5個といったように小口化している
- ・EOS、POS化に伴い、納入単位が小口化している
- ・倉庫の有効活用、配送の利便性のために必要
- ・多品種少量化のため、最低発注単位の取り決めが必要

(イ) 納品明細書の早期到着

- ・納品書の到着が遅れると仕入の計上が遅れる
- ・単価の明確化
- ・得意先請求書締日に間に合わない
- ・仮伝での入荷が多い
- ・納品の正確化に役立つ

- ・月末集中化防止
- ・事務の合理化
- ・直送の場合、納品明細書の到着が遅れる

(ウ) 発注における統一コードの活用

- ・請求書の自動照合が出来ればよい
- ・事務処理の迅速化
- ・コード統一によるオンライン化の推進
- ・発注の簡素化と請求書照合事務の合理化
- ・入荷処理事務の簡素化
- ・JANコードへの統一によるコード変換の不用

(エ) データ交換フォーマットの統一・標準化

- ・事務処理の合理化
- ・オンラインによる請求業務の機械化のため
- ・請求照合の簡素化
- ・VANの進展のために必要

(オ) 統一伝票の普及促進

- ・事務の合理化
- ・データ処理の標準化
- ・コンピュータ入力及び保管の簡素化
- ・事務作業の迅速化



(カ) 伝票上の価格体系の簡素化

- ・事務効率の改善
- ・リベート処理の効率化
- ・支払計算の簡素化、売価の単純化
- ・実勢価格との乖離
- ・条件処理を含めた価格のシンプル化
- ・リベート等の不明確な部分が解消

(キ) 入数の標準化

- ・在庫管理、収納スペースの整備など荷役作業が非効率
- ・小口納品への対応
- ・ロット計算の簡素化、混乱防止
- ・物流上の単位と商流上の単位の統一が必要

(ク) 入荷時間の明確化

- ・リードタイムの短縮化のため

2. 販売先への物流上の要望

今回のアンケート調査結果から、回答卸売業の販売先への物流上の要望をまとめると次のように回答卸売業の多くが、

① 返品に伴う取引基準の設定

② 統一伝票の普及・促進

について、販売先へ要望したいとしている。

返品に伴う取引基準の設定という要望は、販売先小売店からの返品が多く、その処理のためかなりの人手とコストを掛けている卸売業としては特に定番商品の売れ残りの返品が最も納得のいかない問題であり、それに加えてギフト品、特売品の大量の売れ残りが返品されるため、その保管場所にも困るという意見がヒアリング調査の結果からも表われている。このうちギフト品、特売品に関しては、卸売業側からの押込み的販売が皆無であるとはいえないが定番商品については、販売先からの発注に基づいて納品するものであり、単に売れ残ったという理由だけで、良品を返品されることが最も困るという卸売業の意向が強い。そのため得意先との取引が委託販売契約か買取契約であるのかを明確にし、それを得意先に対しても理解させなければならない。

また、統一伝票の普及・促進に関しては、現在、販売先小売店独自の専用伝票によるものがあり、このため卸売業としては、伝票処理業務が繁雑になり、単純ミスも起こしかねない。それが欠品の発生という事態を招く可能性も高い。したがって、統一伝票の普及・促進は、単に卸売業の事務処理の簡素化、効率化だけでなく、販売先への種々のサービスを向上させる上でも重要であるという意見が強い。

より具体的に販売先への物流上の要望、改善課題をアンケート調査結果からその理由をみると以下のとおりである。

- ・作業準備が効率的、計画的になる

- ・入庫作業の混乱防止

(ケ) 仕入先の在庫確認システムの開発

- ・商品多様化による品切れ防止

- ・間違い及び即答性に欠ける

(コ) 発注ロット数の小口化対応

- ・日付管理の厳格化によるきめ細かい発注

- ・販売先の発注ロットの小口化に対応した荷姿の設定

- ・在庫の増大を防ぐ

- ・在庫金額の減少

- ・ケース、ボール、個数と発注単位の多様化に伴い梱包方法の検討と配送段階での積載方法の検討

(ア) 返品に伴う取引基準の設定

- ・販売不能商品の責任の明確化
- ・返品リスクの減少
- ・粗利の改善
- ・返品作業時間と費用の削減
- ・良品返品の増大
- ・一方的返品によるロスの増大
- ・大幅な利益減の防止
- ・小口受注を容認している現在、返品は避けたい
- ・新製品の定番入替、特売商品が返品となる

(イ) 統一伝票の普及、促進

- ・専用伝票手書きによる時間的ロス
- ・事務処理改善
- ・プログラムの開発費増
- ・コンピュータへのインプットの迅速化のため
- ・重複作業が多い
- ・専用伝票の指定が多い
- ・取引先の専用伝票がなくなれば、自社のコンピュータに直接データを入力できる

(ウ) 受注における商品コードの標準化

- ・受注のミスが多い
- ・JANコードによる標準化

その他、卸売業の物流コストの削減、業務の効率化、合理化のために販売先に対して要望している事項が多い。

- ・広範囲での取引改善に役立つ

- ・作業の効率化

(エ) 時間指定納品の改善

- ・人手不足のため
- ・配送ルートが混乱する
- ・指定時間の集中化の分散
- ・計画配送の実現のため
- ・コストアップ、生産性の低下につながる
- ・効率的配送の促進のため

(オ) 検品方法の簡素化

- ・小口化により時間がかかる
- ・時間指定納品体制が組みにくい
- ・時間のロス
- ・ノー検品体制の促進
- ・物流コストの削減

(カ) E O S 受注システムにおける電話受注の改善

- ・正しい情報伝達と E O S データの有効活用
- ・電話受注による受注間違いをなくす
- ・作業の簡素化を進める
- ・電話での注文はシステムの流れや配送スケジュールを狂わせる
- ・伝票の処理が重複する
- ・受注業務の大幅改善、効率化、迅速化

## 問題の所在

加工食品卸売業の物流システムのあり方について、これまで個別企業を中心に捉えてきた。そして、こうした物流システムを構築するにあたって、調査結果より、仕入先及び販売先に対して、どのような要望をもっているかについて前項でみてきた。さて、これらの結果を踏まえ、加工食品卸売業の物流活動のあり方に関連して、その効率化を促進する上で検討しなければならない課題と方向について明らかにしなければならない。

卸売業の物流はメーカー（仕入先）及び販売先の物流システムや物流ニーズによってきわめて他

律的にそのあり方が決められるという状況におかれている。特に今日の小売業からの様々な物流要請をうけて、卸売業の物流そのものも大きく変革することが求められている。そのことはすでに述べたとおりである。こうした状況の中で卸売業自身、自社のシステム化努力を通して小売店の物流要請に全力を上げて対応しなければならないことは明らかであるし、またそうすることがはじめて自社の存立基盤をより強固にしうる道であることを強く認識しなければならない。

また、仕入先に対しても、卸売業はエリアマーケティングの担当者として、その商品を望ましい方向で小売店、ひいては消費者に提供すると同時に適切な情報提供と販売方法を小売店に提供することが基本的な機能として求められていることも確かである。当然、そのために物流においても、仕入れた商品を品切れをおこさない形で、適正な単位で、適切な時間に小売店頭へ供給するという役割を果たさなければならないのである。

さて、こうした役割を卸売業が物流活動を通して担っているとするならば、卸売業の物流改善のあり方は単に卸売業の固有の経営課題に帰すべき問題ではない。当然、仕入先と販売先との適切な物流機能の分担があって、はじめて卸売業の物流機能の遂行ができるのである。

そのような視点に立って、現状の物流システムを見ると、もちろん卸売業自身の改善すべき課題が山積していることも確かであるが、個別企業の効率化努力の範囲を超えた様々な問題があることも指摘されなければならない。前項で指摘された様々な調整課題、さらには卸売業からのなまの要望などの多くは、こうした領域に位置づけられる問題である。

また、受発注を中心とした情報システムにおいても、今日、ますますその迅速性が問われているにもかかわらず、そこにおける伝票フォーマット、コード体系などの統一化促進が思うように進んでいないという状況もみられる。いずれにしても、食品物流システムのトータルな視点からみて、実に多くの条件整備が必要である。具体的には卸売業のなまの要望をみてもその点は明らかである。

いずれにしても、これらの問題解決が卸売業の情報、物流の効率化に寄与するということがばかりでなく、食品流通システムの適正化という社会的な視点からみても、何よりも解決が急がれる問題であるといえよう。

---

## 条件整備の方向

---

これまでも前述したような様々な問題は何回となく指摘されてきた。また、その改善方向についても提言がなされてきた。

しかし、これまで、これらの問題について一部の課題についてはかなりの進展をみせたものの多くは遅々として進展をみせていない。それは一体なぜなのであろうか。それらの背景を一概には捉えることはできないが、いくつかの背景をみなければならない。

まず第1に、卸売業自身の問題も指摘されなければならない。卸売業自身の物流システム化努力については、これまで指摘してきたとおり、一部の卸売業をのぞき、決して十分ではなかった。もし本当にぎりぎりまでの効率化努力をしてきたとするならば、その中から指摘しうる阻害要因に

については、より具体的な内容をもって指摘されなければならないはずである。

しかし、多くの卸売業はこうして欲しい、こうあって欲しいという要求はもっていても、具体的にそれがどのように自社の利益を圧迫しているのか、それがどの程度のコストアップになっているのか、在庫コストがどのくらいアップするのかといった明確な提起ができないでいる。

さらに、卸売業自身ももっと自らの機能や役割について強い自信をもたなければならないということも指摘しなければならない。

流通環境の激しい変化の中で、現在多くの卸売業は自からの存立基盤に不安を感じ、経営に対しても自信を失ないかけている。

こうした状況に対して、卸売業自身まず自らの果すべき機能の本質は何か、何をしなければならないのかを明確にし、そのための必死の努力をすべきであろう。そうすることにより、存立基盤についての強い確信がはじめてもてるのである。

こうした自社の経営に対する強い確信がもて、流通における強固な基盤を確立することができるならば、前述の阻害要因に対しても自信をもって改善要求をすべきである。それはメーカーや小売業に対して「お願い」というような性格のものではなく、自社の存立、さらには食品流通における卸売業の役割を完遂するという視点からの要望である。

第2の問題はメーカーにしる、小売業にしる、自社のシステム改善を前提とした問題領域を捉える傾向が強いということである。企業である以上、自社の効率化は第一義に考えなければならないことは確かである。しかし、物流という問題は自己完結型のシステムではないということをもっと客観的に理解しなければならない。

これまでの考え方はややもすると、自社の商品を販売する対象小売業からみると、自店に商品を納入させる対象として捉えられてきた面もなくはない。こうしたことが卸売業に対して物流上の様々な矛盾を集約化させてきた背景の一つともなっているのである。

また、このことは卸売業自身の機能の弱体化をも引き起すという悪循環になってしまうのである。

前述したように、この悪循環構造を卸売業自身が自らの存立をかけて、たちきらなければならないし、メーカー、小売業も食品流通全体の中で、卸売業の果す役割を正しく理解し、トータルとしての効率化に向けて努力すべき時期にきているといえよう。

以上の状況を捉える時、今後の条件整備にあたってはメーカー、卸売業、小売業がそれぞれの立場から要望や要請を出し合うという次元ではなく、三者が共通の基盤に立ってお互いの機能を確認し、食品流通や物流について本当に望ましい姿は何なのかを真剣に議論できる場をつくることが何よりも大切である。具体的には流通全体のコストダウンをどのように図るか、効率的な物流システムを構築するために、それぞれがどんな役割を担うべきか共通の利益管理手法の開発といった議論を積み重ねることが大切であろう。

(了)

