



会 報

日 食 協

第73号 '92.3.3発行 日本加工食品卸協会 〒103 東京都中央区日本橋室町2-5-11 (江戸ビル4階)
電話 東京03(3241)6568・6569番 FAX03(3241)1469番

目

次

偉大なるリーダー：日食協・國分勸兵衛会長にお別れ	2
甲 辞	
《第18回賛助会員世話人会》	
☆『根幹となるべき取組み』で意見交換	4
◇関東支部・流通業務委員会が平成2年度物流コストの実態調査	14
会長代行に磯野計一氏 ：正副会長会議で決定	17
◇正副会長会議で理事会提出諸議案を審議	17
運営委員会	18
◇賛助会員世話人会等への新対応	18
◇理事会・総会に向け活動展開	18
◇「食品流通11社のメンバー決まる」	18
<「標語」の多数応募に期待>	18
◇農水省・委託事業：調査報告書を取纏める	19
情報システム化委員会	19
◇「DPP報告書」作成し啓蒙活動：卸型物流モデルを取りまとめる	19
物流委員会	21
◇物流コストの算出等で積極活動	21
◇新年度スケジュール化も協議	21
缶詰ブランドオーナー会	21
◇新もの蜜柑缶詰で情報を交換・懸念される中国産の動向	21
◇新ものたけのこ缶詰で情報交換・中国産は545万缶の輸入	22
支部ニュース	23
◇例年算出の物流コストを調査：関東支部・流通業務委員会	23
◇共同配送委員会で問題点を協議	23
◇これからの「食流機構」紹介欄—その2—	23
☆15周年記念の「標語募集要領」：奮ってのご応募を！	24



偉大なるリーダー

日食協・國分勸兵衛会長にお別れ

平成3年12月13日に逝去された食品流通業界の偉大なるリーダー故國分勸兵衛殿（国分株式会社取締役会長）の社葬が平成4年1月17日、東京築地本願寺においてしめやかに執り行われた。

増上寺中村康隆大導師読経のもと、サントリー(株)取締役会長佐治敬三殿による葬儀委員長の弔辞に続き、日食協副会長・会長代行の磯野計一殿（弔辞別掲）、友人代表として慶応義塾大学名誉教授の氣賀健三殿、社員代表として国分(株)専務取締役鈴木肇殿がそれぞれ御霊前に弔辞を捧げた。

葬儀には、日食協会長の御遺徳を偲び会員、賛助会員はじめ3千人を超える業界関係者、5千余通に上る弔電が寄せられ、永遠のお別れを申し上げた。

弔

辞

国分株式会社代表取締役会長 故國分勸兵衛殿の社葬が執り行われるに当たり、第11代國分勸兵衛殿の御霊に対し衷心より哀悼の意を捧げると共に、あなたが15年の長きにわたり育てられた日本加工食品卸協会を代表して、ここに謹んでお別れの言葉を申し上げます。

平成3年12月13日午前5時17分、急性心不全のため急逝されたとの報に接したときは、わが耳を疑いました。

平素より、常に健康に留意され、また、輝く数々の御業績を業界に残された國分会長が、いま、幽冥境を異にされておられると思いますと、万感胸に迫り、断腸のおもいで、申し上げるべき言葉もございません。

國分会長、あなたは、長年にわたり酒類卸売業界の繁栄のために、酒類配給公団副総裁、麦酒卸売酒販組合中央会理事長、東京都卸売酒販組合理事長等々を歴任され、今日の酒販卸売業界の確固たる基盤を構築するとともに、また、御退任後は顧問として現在に至るまで業界発展に心を砕いてくださいました。

その御業績は等しく万人の認める所でございます。

さらに、加工食品卸売業界における明日を切り開くための、献身的な努力をされました。

まず、昭和41年、缶詰食品卸の業界に全国的なまとまりのある団体が必要であることを痛感され、

設立発起人として全国缶詰問屋協会を発足させ、さらに昭和50年代に入り、食品卸売業界自体も流通現況に即応した全国的な卸売団体が組織されるべきとの機運が高まり、農林水産省の指導のもと、昭和52年5月に全缶協が母体となり「日本加工食品卸協会」が発足致しました。

翌53年2月に開催された臨時総会において、全役員の推挙により会長に就任され、以来今日に至るまで、食品卸業界を親身に指導され、新しい加工食品卸売業の育成に努力されました。

割戻金の即引化の実現、新価格体系の構築、消費税導入等を業界に浸透された御功績は我々の記憶にまだ新しいところであります。

あなたは酒類食品流通業界にとっては、かけがえのないトップリーダーでございました。

温厚で、情厚き御性格は、そのまま我々の絆の強化に繋がったと申しても過言ではありません。

思えば、あなたと最後にお会いしたのは、昨年10月15日の日食協理事会の席上でした。

そのときは極めてお元気な御様子で、これから

の日食協の取り組むべき方向を御示唆頂きました。わずか2ヵ月後にもうお目に掛かれなくなるとは、会員のだれもが夢想だに致しませんでした。

最後の最後まで、国分株式会社は勿論、日食協を、また我々業界を心配してこられました。

我々は、その支柱である会長を失い、誠に無念であります。

あなたは、嘗て「テーブルに着こう」「森をつくろう」との合言葉を業界に呼びかけられました。

この御遺訓こそ、日本加工食品卸協会の真の目的としなければならないところであると存じます。

私も会員一同は、本年15周年を迎え、勸兵衛会長のその御遺志を帯し、この厳しい荒波を乗り切る覚悟であります。

どうか御安心して我々をお見守り下さい。

終に臨み、御家族、御親族の皆様、そして国分株式会社の皆様に対し心よりお悔み申し上げますと共に、国分勸兵衛会長に永遠のお別れの言葉を申し上げ、弔辞と致します。

平成4年1月17日



弔辞を捧げる磯野計一会長代行

日本加工食品卸協会
副会長 磯野計一

第18回賛助会員世話人会

「根幹となるべき取組み」で意見交換

去る1月31日午後3時から、日本橋精養軒において第18回賛助会員世話人会が開催された。

この賛助会員世話人会は、賛助会員のメーカー代表13社と運営委員会メンバーを中心に年度内3回程度の目標で実施しているが、この日開催された賛助会員世話人会は、日食協の活動状況報告ばかりでなく、食品流通取引における、なかんずく、メーカー・卸間の新時代に向けての根幹となるべき取組みについて、両者から前向きな意見が出し合われ、これを契機にそのための相互自覚と、それに伴う新対応が進められると見られるだけに、以下に、その場での意見交換の様相を再録してみることにする。

次第 運営委員長のお挨拶

内 容

1. 「財団法人食品流通改善促進機構」に係る現状報告について
2. 委員会活動の報告等について
 - ①運営委員会：商慣行改善・就労問題等
 - ②商品委員会：割戻金・返品問題・センターフイー問題等
 - ③情報システム化委員会：アンケート調査結果・納品伝票の標準化等
 - ④物流委員会：包装表示の徹底・物流コスト調査結果等
 - ⑤食品取引改善委員会：「新価格体系」に係る新対応等
 - ⑥その他関連活動
3. 日食協の創立15周年記念事業について
4. その他

◆磯内運営委員長：

「皆様方には、第18回の賛助会員世話人会にお忙しい中を御出席頂き厚くお礼申し上げます。

また、日食協の会長でもあり、手前ども国分株式会社の上長でもありました國分勘兵衛殿他界の折りには、いろいろとお世話になり、衷心より有り難く、感謝申し上げます。

昨日、会長の故郷であります伊勢松坂で納骨を済ませまして、一連の儀を終えましたことを御報告致します。本当に有り難う御座いました。

生前、皆様方にいろいろと御厚意を賜り、御本人もさぞかし感謝され、また、日食協の行く末につきましても、安心して皆様方に事後を託すという気持ちでおられたのではないかと存じます。

本日は、また、いろいろと議題が沢山ありますが、難しい時代を迎えており、これらの問題について皆様方と協議を重ね、上手に乗り切って参りたいと思いますので、宜しく御協力のほどお願い申し上げます。」

☆ ☆ ☆ ☆

☆ ☆ ☆ ☆

1. 「財団法人食品流通構造改善促進機構」に係る現況報告について：

事務局より、1月28日現在の会員の寄付金並びに賛助会員の特別会費の納入状況につき報告。

本件については事務局より未納企業に対し再発行請求をさせて頂いた旨申し述べ、また、運営委員長からは、12月27日に食流機構に対し第1次分として、目標の半額相当の15,254,000円を納入した旨説明。協力に対する謝意が述べられた。

2. 委員会活動の報告等について：

1) 運営委員会：商慣行改善・就労問題等

構造改善実務研究会の座長市ノ瀬竹久氏より、加工食品卸売業の構造改善を推進するための業界ビジョン策定を目的として、平成2年12月に就業環境と取引慣行の実態調査を行ない、その調査結果を平成3年3月報告書として取纏め、日食協会報にも掲載した。

更に、その後の研究会で検討を重ね、現段階における「あるべき方向」についての提案書が作成された旨説明があり、その資料をもとに市ノ瀬座長より要旨下記の報告がなされた。

(1) 就業環境と労働力事情

就業環境改善の具体的内容としては、食品業界の生販三層をはじめ全産業等に互っての社会的な調和を図りつつ「年間休日総数」（実態は80日台）並びに「年間所定労働時間数」（平均は1,930時間）は全産業の平均値までの達成を第一段階における目標とし、第2段階として「完全週休2日制」と「120日の年間休日総数」を最終目標とする。この目標を達成するためには、企業それぞれが業務の合理化・効率化努力を進めると同時に、時代

の変遷に合致した透明性ある取引慣行への見直し改善が不可欠である。

(2) 加工食品卸売業と小売業との取引慣行

基礎的条件として、先ず理に合った契約の明確化とその完全な履行である。

また、取引約定のあり方の見直しが必要であり、その具体的提案として、書式による明確化を図ることにある。

<明確化すべき項目>

- 1) 目的物関係・・・商品の種類、数量、価額、リベート、決済方式と条件
- 2) 受発注・・・伝票形式、受発注方式
- 3) 物流関係・・・リードタイム、配送条件、最低受注単位数量、値札の貼付
- 4) 返品関係・・・返品の可否、返品の条件、返品の手続

なお、取引約定に際しての重要な前提条件として

①物流費関係費用の的確な把握

②標準的物流とは如何なる形態（方式）であるかを明確化する必要がある。

(3) 仕入先（生産者）との割戻金

1) 基本契約割戻金状況

基本契約割戻金状況は、平成2年12月の日食協調べでは、改善が59.3%を占め、不変が39.8%となっている。

2) 建値制に係る考え方

廃止すべきは11.3%と少ないが、基本契約割戻金を廃止し裸とし建値制維持とするものが24.5%。基本・期間契約割戻金を廃止し裸とし、建値制維持とするものが29.3%で、これらの合計で65.1%を占め、裸とすることを望む形となっている。

3)あるべき方向

過去の取引慣行の脱皮には、企業規模の大小を問わず、容易に管理会計的技術の導入が図られるよう可及的速やかに取り組む必要がある。この管理会計的技術を複雑、困難にしている要因の一つに割戻金制度がある。

この割戻金制度につき、段階的に改善を図ることとし、「基本契約割戻金を取引データでの即引」とするか、又は、「基本契約割戻金は取引価額に折込み裸にする」ことから先ず取りかるべきであると考えられる。

2) 商品委員会：割戻金・返品問題・センターフィー問題等

加藤商品委員長より要旨次のような報告説明があった。

「商品委員会の主な活動の一つとして割戻金の即引化に取り組んできたが、メーカー各社のご協力を得て、お蔭様で概ね目的を達成する段階に至った。一方、返品問題はワーキンググループでいろいろ検討してきたが、円高問題等を含め、建値に係る問題が取り挙げられ、いわゆる定率に加えて定額を導入するという活動が大きくクローズアップされてきた。そうした動きの中で、返品問題について提言すること等は却って問題を複雑にすることになり、解決を長引かせることになるとの観点から中休みし、商品委員会と関係の深い構造改善実務研究会において、この問題が検討できる形で進められてきた。

この間、商慣行の改善についての公取委の指針が公示され、商品委員会としての活動を再開することとし、割戻金問題、返品問題、更には、課題とされているセンターフィー等々の問題を検討し

て参りたい。

ワーキンググループも先般、新しく編成したところであり、これから、いろいろと賛助会員世話人会の皆様へ御相談申し上げながら、進めたいと思っている。」

・いま申されたセンターフィーは、小売業についてのセンターフィーのことか。それをどうなさるというのかお尋ねしたい。

ーこれを掘り下げて、その実態を掴みたいということである。

現在、このセンターフィーは、企業によって、その率も、形態も実にまちまちであり、その実態をよく調査し、そのうえに立って取引の中で話し合いながら、お互いに過重な負担の掛からない取引を作り上げて行こうという考えである。ー

・それを、いつごろまでにやられるご予定か。
ーある程度の期間が必要で、いついつまでという限定は出来ないが、この問題は物流委員会とも絡むことであり、連繋を取りながら、早急に取りかかりたいと思っている。ー

・センターフィーの問題は、毎年々々増えてきており、当社では各支店でセンターフィーを洗い出し、それを全部一覧表にしてきているが、その実態は1年間で、恐るべき状況となっている。

ある意味では卸店との綱引きであり、また、メーカーと量販店との綱引きであり、スーパーは全部卸店に要求し、卸店は出せないからメーカーに例えば、3%のうちの1%とか2%とかを負担するよう言ってくる。それも様々であり、センターフィーを要求されるたびに、それなら

納価は上がるかと言うと、納価は全然上がらないでセンターフィーだけを要求される。それをメーカーが負担の場合、メーカーとしては、殆ど販促費で処理している状況である。これは本当にこのまま放置しておくを取られ放題取られてしまう。もともと卸店が機能として持っているものを、小売店の力関係でそれが全部メーカーに跳ね返ってきている。私ども全支店で調べてみると、その地域の間屋毎によっても違う。ある意味では、こちらが力関係で強く交渉して1%となったが、こちらの方は負けてしまって、全額を払わされている。これは、向こうさんが勝手に物流センターを作って、それを卸店に負担させるなど、何もセンターなど作ってくれなくともよいではないかと、卸店側も言い分はあるだろうが、接点で卸店が頑張らなくて頂かないと、みんな跳ね返ってくる。それも、恐らく卸店のスーパーへの比率の高いところほどそのようになっている。中には、ほとんどセンターフィーなど発生しない卸もある訳で、同じ量も売っていても、例えば、当社で仮に1万づつ売っていても、量販店志向で積極的に量販店に売っているところでは、猛烈にセンターフィーが発生し、一方、細かく売って頂いているところには、全くセンターフィーが出ていない。で、私ども、どこの問屋に売れば一番金が掛かるか、全部調べ上げている。

—確かに言われた通りで、どこが一番金が掛かるか、われわれもそうせざるを得ない。そうした意味で、お互いここが、何となく声が高いから有利で、声の低い真面目にやっているところはだめだと言うような形に実態はなっている。—

—取引慣行のガイドラインの中にも、これは明確に言われている。物流の施設等々を設けたときに、それに対して、双方がよく理解しあって、納得づくでやりなさいよということによって、もっともやるなど言っている訳ではなく、やれる企業があればやってもいいということなのであろうが、卸マージンは御存じの通りセンターフィーを3.5%も4%も払えるほどのマージンはなく、結局そのツケはメーカーの方に回ることにならざるを得ないということになるのだと思われるが、しかし、その額が年々上がり、卸としてはメーカーにお願いすることは誠に気が引けるが、そういうことになっているのは事実であり、これは優越的地位の濫用であり、それについて賛助会員の皆様と知恵を出し合って、何とか方法を考えたい。これを企業対企業でやろうとすると弾かれてしまうので、日食協という機関を通して取り組むことが出来れば有難いと考えている。—

- 先ほど、市ノ瀬座長から報告のあった「標準的物流とは如何なる形態であるかを明確に示す必要がある」というその尺度が確立されていれば、後はスーパーとわれわれとの綱引ではなくて、ここは本来スーパーの費用であると言える訳で、その尺度が明確にされれば一番よいと思っている。その上で共通の土俵に持っていくことが次の作業ではないかと思う。その辺の作業を早急に進めて頂き、センターフィーの部分は、本来は、商品がセンターまでとどけば、あとはスーパーの費用だと、明確に打ち出すことが問題を解決することになるのではないか。
- それを、そういうために、どうやって、誰が鈴

を付けに行くかだ。

- だから、その尺度がこうなんだよと言えれば、それを今度は、何らかの形で公表すればよい。センターフィーというのは、個々の量販店でみんな異なっている。で、商品を持ってきて店別に商品を集めて、それをA店、B店、C店別に詰めたものを持っていく、そうして各卸店から持ってきたものを各店ごとに揃えて運べば、自分のところでピッキングする必要もないし、ステッカーも貼ってある訳だから、ソーターによって仕分けも出来る訳であるが、その使用料まで請求されることがある。-
- そうしたことについて、メーカーのわれわれも、もっと前の段階で基本的なところを話し合いしておけばよかったのだが、この金額の増え方は大変なもので、異常な増加を見せており、公正取引委員会もガイドラインを設けていることであり、何らかの形で、これは違法だということを書いて頂くなり、よく連繋を取って参らないと、ますますエスカレートして収拾がつかなくなるのではないかと思う。
- こうした日食協という場での話も、各企業に戻れば、自分のところには、自分のところの生活があるということになる……。-
- それがわれわれとしては、一番問題であり、もう少し何とかまとまってくださいよと言いたいところである。
- であるから、もっともっと賛助会員の皆様方と話し合いの場を持ち、こういう方法論でいいのではないかとすれば、少なくともここにお集まりの大手で、鉄の団結があれば、出来ないことはないと思う。-
- こういう話はスーパーはよくご存知のことであ

る。

- やってくれるところがあるから、やってもらうというところがあり、スーパーはこれらのことはかなり研究している。われわれも余程しっかりしないと、大きな悔いを残すことになる。
- 質問しようと思ったことは、先程の取引の明朗化ということであるが、このように分析されたことは結構なことであるけれど、これは、取引の仕方によっては、物凄くコスト差が出てくる。とすると、何処までが現状で、標準的な取引価格なのか、そして、そのコストはどこが負担するのか。そうしたことを、きちんとしておかないと、このようなことをやられても、全部お受けになってきて、結局出来ないから宜しくという話になってしまう。その辺のことも総合的な話と関連がある。
- 言われる通りである。会員の中には、こんなことは、建前上はそうであっても、やってもらっては困るという人も結構いる。そういうことを皆さんのところへ話を持っていくものもある。これが全体での考え方にならないと、メーカーさんとしては心配であろう。-
- 私がさきほど、小売業のセンターフィーの問題のことかと確認したのは、卸店でもそういう問題がないわけではない。だから、その辺はレイションをはっきりして、ちゃんとやっていかないと、あとでどうせ出てくる問題なので、そのときお願いしようと思っていたが、例えば、後で出てくる新価格体系について自主的にそういうことを仮にお答えすると、われわれの出前なしには、そういう問題は解決できない。つまり、われわれの仕切り価格が後退してきているから、ある程度前提にしないとそれは納まらな

いということになり、それを繰り返してきている。先ほど、どなたか言われたように、量販店は、それを承知でやっているという面もあり、今度も、新価格体系を、われわれが皆様のご要望に沿って、もし打ち出すとすれば、それが最後のこととなると思う。

—であるから、そのような悪循環を断ち切るようなことをしないと、これからの卸売業は成り立たなくなる。

賛助会員の皆様方とお知恵を頂きながら、ここでそういった新しいことに取組み、前に進むことができたならばと願っている。—

- ・誤解されては困るが、卸店の機能がないと物が消費者に届かない。それが前提であり、従ってどうしてもその機能を伸ばさなければいけない。だからこそ、われわれも新価格体系に、前向きに取り組みたいのであるが、その辺が前提条件で固まっていないと、また又われわれが、同じことをやることになる。そういうことでは、われわれも立ち行かなくなる。

そういう、真面目にご提案を考えれば考えるほど、そこへ又戻ってくる。これは是非、一つ真面目に取り組もうとするメーカーの苦渋をお察し頂きたいと思う。

- ・おっしゃる通りで、卸店はなくてはならない存在だし、今後ともわれわれメーカーと卸店と手を携えて行くこと、これは当然のことである。ところが、卸店が困っているからと言って、では、一所懸命卸店を応援しようかということだが、それが卸店を応援するのではなく、結果的には量販店を応援している形になっている。
- ・決算を見れば、もう、メーカーの営業利益が2%を切るところも沢山出てきて、一方、川下の

儲けは沢山出るようになる。これは5年前に量販店のある経営者が書かれた記事の中で、5年後にはメーカーを追い越そうといっているが、本当にその通りになってきた。だから、われわれと卸店が、本当にその陣営なのだという姿勢を、もっとメーカーに示すようにしないと……敵とか味方となると語弊があるが、都合のよいときは量販店の、都合の悪いときにはメーカーのほうに向けてくる。このような姿勢が、きちんとされないと、必ず問題となってくる。本当に量販店に買叩かれ、バイイングパワーで苦しめられているなら、矢張り、われわれと卸が一緒になってメーカーもある種の団結をして取り組んでいかないと、ここの構図は変わらない。

—卸が余りにも惨めだから、このようなことを申し上げるのであるが、大量生産、大量販売でメーカーが広報マーケティングに取り組まれていたときに、相当スーパーに悪い癖を付けられた。—

- ・おっしゃる通りだと思う。

—それが今日まで尾を引いていて、もう、これではだめだよということだろうと思う。—

- ・それは、われわれも十分反省している。われわれも甘い部分があって、気がついて見たらこんなことになっていた。量販店を中心にものを売っているメーカーは、過去はみんなそうであった。で、なんというか、やはり、人間悪くならないと、本気にならないところがある。少々もうかっているときは、センターフィ位、販促費で出そうかと。しかし、ここに来たら、これ以上出せないよというのが実態であり、メーカーも儲からなければ再投資は出来ないことは、はっきりしている。そういう機運は高まって来

ており、メーカーは、それは、本当に猛反省している。

- ・実務的な側面から申し上げたいと思うが、嘗てメーカーが新製品を開発すると、卸店の皆さんも、スーパーの皆さんも、われわれのセールスの説明、あるいは皆さんの説明によって商品を仕入れてくれた訳で、で、時代がたって、こんどは、商品カルテといったものを出せということと言われ、それにはかなり克明な項目があり、メーカーとしては、そこまで出さなければいけないかという項目まで入っている。是々非々で、記入出来るものは記入しているが、なぜそこまで、そうしなければいけないか。この点については、メーカーの新製品開発についての信頼感が一つには失われたのかもしれない。あるいは、消費者行政の問題などがあったりして、新製品に対する自分たちの責任も持ちたいということも出て来たと思う。それで、検査をし、その検査料は、メーカー持ちであり、メーカーが研究所を持っていて、証明書を届けに行っても、自分たちの信頼のおける検査所に検査させて、その検査料も請求してくる。そんなことが沢山出て来ている実情である。そこで、その逆手を取り、当社の場合、センターフィーについては、こんどは、立場は逆であって、われわれ商品を相手側が言って来たのだから、これをメーカーとしては、買うか買わないかという点は、メーカーとしても判断してもよいのではないか。逆にセンターフィーの構成がどのような形になっているのか。また、そこで、メーカーとして認めなければいけないものかどうか等について検討会を持つことにしたが、5%、4%、3%、2%、1%とばらばらである。また、請求

が来たからと言ってしかし、それを全部こちらが受けなければならないと言う訳には参らないといったことを担当者を通じて話させると、すると、そんなうるさいことを言ってきたメーカーは、お前のところが第1号だと……。お前のところの商品は仕入れしないとするような話もどんどん出てくる訳である。

この点、何か一つの基準がないとメーカーの方も判断できない。更に突っ込んで、投機戦略的な要素があるものについては、メーカーは、外してもらわなければならないということも申ししている。これは、自分たち企業における投資戦略であり、戦略的投資の要素のあるものについては、メーカーはそこまで入ることはなくして、それはそれぞれ、借入れ金とか、利潤の中でどういうようにそれを配分して運用するのか。そこまでメーカーが、同じセンターフィーであっても、持つ必要はないと、はっきり申し上げるようにしている。と申しながらも商売、商売と言うことで、全く私どもも、ゼロでやっているかと言うと、そうではなくして、他のメーカーと大同小異で対応せざるをえないということで進めており、非常に頭の痛いところである。これについて営業本部としては今、徹底的にこうしたことを社内で戦っていると言うのが実情。センターフィーと言うものが、本当に、われわれが納得できる要素であるものかどうか、そうした問題が今後も起こると思うが、出来れば、われわれとしても、センターフィーは払いたくはない。

これまで返品については、過去5年間、徹底した話し合いを進め、現在、わが社の基準に合ったものに返品については、理想的なところまで

来ているが、センターフィーについても業界は、日食協を中心にして積極的に発言して行かなければだめだと思う。黙っていると、ますます食い込まれてしまう。どういう形で取り組むかの技術的問題はあると思うが……。

- 最初に説明のあった就労時間の時間外の問題等と、このセンターフィーの問題等と一緒、量販店の希望の強い方へ進められていくとなると、これまた、どこかで矛盾を起こすことになる。そこで、社会的にはそうしたことは許されないことで、さっき申し上げたように、きちっとした卸機能は、なくてはいけない。で、大体が、標準的な機能と、それに対するコスト、これを下回ったところが、矢張り競争に勝つことになる。そのことはよく分かる訳だが、しかし、そうしたものが、何もないときに、例えば、それは、垂れ流しのまま受け取って、それで「新価格」というのは、なかなかむずかしくなる。だから、折角話が出たので、よい機会でもあり、本当に真剣に、どうすればよいかを受け止めて、一所懸命にやりたいと思う。そういうことを、皆さんも、そういうものが確立されたうえで、卸店間の公正な競争が出来るよう、そういうものを含めて、如何であろうか、ハイレベルでの研究会、あるいは検討会と言ったものを設けては。確かに、日食協という母体はわかるけれども、結局、話し合う場は大分違うところで……。さきほど伺っていたが、ご本体の日食協の寄付金の集まり具合が悪いと言うように、形態、業態それぞれ対応の仕方が違うが如く、もっと深刻な悩みを持っているところもあり、限られたところの大手とで、本当に社会的に、公正な日本の取引を、大袈裟に言えば、対応できるよ

うな実績に繋がるいわば、美田を残すような意味で事例を造りあげたいと思う。

—そのように言って頂くと、大変有難い。

賛助会員世話人会の方々には13社であり、その中から代表の方にお出でましお願い、ざっくばらんな話をさせて頂き、今までの陋習を断ち切る形で臨まなければとも感じている。—

—いままで、卸の年間休日は107～8日であと、

120日の休みになれば全土休となり、それにはまだ10日余り足りないが、当社では、今年から7日ばかり休日を増やした関係で、364日供給するということになる、そのための人員を採用しなければならない。そのためのコストがかかる。ところが、量販店側が言うことには、自分のところは週休完全2日制であり、中には週休3日制のところもある。それでもコストをかけて、毎日店をちゃんと開いている。卸でもこのようにやればよいではないか、との反論がかえってくる。その辺のことも理論付けていくべきだと思う。—

- 國分勤兵衛会長が亡くなられて、最初の会議でこのような話が出るということは因縁話になるけれども、そういう思いがおりになるのではないだろうか。

—いま、お申し出があったことでもあり、どのようにして新しい業界秩序を構築すればよいか、そのための研究チームを作ることに致したい。—

- 新たな話し合いの場というものを支持するわけであるが、リーダーシップを取れるところが中心になって、場合によっては、犠牲を少し覚悟の上でリードしなければ、こういったことは出来ないと思う。

先ほど、ハイレベルだと申されたが、それがなぜ必要かと言うと、各論で歴史的なことを言っているのは、これは、切りのないことであり、またもとに戻ってしまう。従って、主だった人だけでないと、これは解決できないことである。返品問題でも、原則、返品はないのだということから入らないと返品は切りがなくなる。欧米の取引慣行から見ても、返品はないと言うのが原則になっている。で、センターフィーも原則はこうだよということから先ず打ち出されて、その上で、各論のこの部分は仕方がないという面が出るのは、まだ止むを得ないとしても、原則としてセンターフィーはリテールのサイドだと言う、主だったデフィニションが何かなければ、この論議は納まらないと思う。

センターを設けられる量販店では、傍系の運輸会社を持っており、センターを経由させれば、運輸会社もそれで仕事になる。そのセンターと運輸会社は、傍系であるから、そこには切磋琢磨がない。人件費等を理由に値上げをする。それをこちらが受ける。それをセンターフィーでというような構造になっている。そのようなことで、申される通り、どこかで画然と断ち切るということから考えていかなければならないと思う。－

- ・そのこともガイドラインに明示されていると思うが、ただ、それをやらないだけであり、やはり、やらなければいけないし、そのための研究会を設けることでお願い致したい。

3) 情報システム化委員会：アンケート調査結果・納品伝票の標準化等

情報システム化委員会の松本委員長より、概要

次のような報告説明があった。

「酒類食品卸・メーカー間の情報システム化につき、そのネットワークを標準化し、それを円滑にしていかなければならないことは、当委員会の一番大きな目的であるが、委員会内のネットワーク検討会で、その手順を基準書という形でまとめ、このたび酒類食品卸店・メーカー企業間標準システムの第3版を作成した。この基準書は2年に1回程度の見直しをしてきているが、今回の第3版は、商品情報まで折り込んだ内容の濃いものとなっている。

しかし、こうした基準書は、ただ決めただけで、それを皆さんが活用されなければ意味がなく、その普及活動も日食協として力を入れている。昨年も東京と大阪で説明会を開き啓蒙運動を実施した。

また、会報72号の中にアンケートの結果について報告がされているが、それを見ていただくとお分かりの通り、基準書の普及はなかなか進まず、内容を高度化すればするほど資金も掛かるし、VAN会社で新しいシステムを組み込むことも大変お金がかかる等、いろいろの問題はあるが、かといって、おのおのがばらばらでは、ネットワーク化はスムーズに進まないの、今後ともその活動は続けて参りたい。

本日、特に皆様をお願いしたいことは、東京はまずまずであるが、地方に参ると、その地方の売先と問屋との間にいろいろ問題があり、日食協では、支部を通じて啓蒙活動に力を入れる積もりである。どうかメーカーにおかれては、お取引の中で、日食協が進めている基準書に則ったかたちで、ご協力をお願い申し上げたい。

なお、納品伝票の標準化についてであるが、な

かなか伝票の統一化は難しい問題で、会報には納品伝票となっているが、売上傳票等、何枚かの伝票で構成されている。この伝票は数年前、実は北海道支部から委員会に直接の要望があり、メーカーから商品と一緒に届けられる納品伝票が非常にまちまちで、サイズも違い、項目内容、表示等も異なり、これでは検品をするにも時間がかかるし、一番の問題点は、いろいろな書式があると、不慣れと言う点で間違えのもとになり、一度間違えるとそれを照合したりで、事務煩雑の形となり、メーカー側にもご迷惑を及ぼすことになる。そこでこの伝票を標準化出来ないかという話となった。

しかし、あまりきちんと内容を決めると、いろいろ問題が伴うので、大まかな基準で、この伝票は作成されている。今すぐというわけには参らないかと思われるが、本日ご出席の大手のメーカーの皆様が、この新しいの納品伝票に沿ってご協力頂ければ、お互いの効率化にも繋がると思うところであり、宜しく願い申し上げます。」

4) 物流委員会：外箱、中箱への表示徹底・物流コスト調査等

田尾物流委員長より、物流委員会としての活動につき概要次のような報告があった。

「昨年1年間、食品取引改善委員会の新価格体系構築に係る物流コストの調査に関し要請があり、その算出について重点的に取り組んできたが、当委員会においては、1昨年の1月から5月までの5ヵ月間を瞬間風速的に実態として捉え、価格改定時の参考に資料をお示ししたが、それは酒類と冷食を除いた量販店、CVSの業態別加工食品の物流コストであった。しかし、この算出は瞬間風速的に捉えた数値であり、季節要因等々が十分折

り込まれていなかったために、各方面からいろいろのご意見やご指摘を頂いた。そうしたことを踏まえたうえで、昨年4月から本年3月までの物流コストの算出を実施した。調査にあたっては、算出基準が不明確な面があり、日食協関東支部が例年調査している物流コストの算出基準をベースにして種々の角度から検討を加え、その中で先程から問題となっているセンターフィーの取扱をどのようにするかにつき論議したが、各社まちまちであり、また、その取り扱いについてはファクターを全部取り上げて行くとなると、膨大な資料を用意しなければならないし、データそのものが使い物にならないようなことになりかねないので、昨年1年間のコストの中のセンターフィーについては、別に取り扱うこととした。

今後は、そのセンターフィーもコストの中に折込んで、ご理解とご納得が頂けるようなデータを提示申し上げたいと思っている。

なお、われわれが取り組んでいるコストの中の運賃は、過積載して運んでいるケースがある。そのため、算出された数値が本来の姿ではないのではないかという声も頂いている。その一方、順法重量、容量で配送した場合、どのようなコストになるかも参考までにご提示し、そうした場合のコストが高いか、安いか等々、ご意見も頂戴致したいと考えており、いまワーキンググループのメンバーで算出作業を進めている。」

以上、各委員長並びに座長の報告説明がなされたが、新価格体系等についての関連事項は、なお、ワーキンググループ内での実態整備をした上で改めて報告することになった。

平成2年度 物流コストの実態を調査

関東支部・流通業務委員会

日本加工食品卸協会・関東支部流通業務委員会では、このほど平成2年度における全業態を対象とした酒類・食品に係る物流コストの実態調査を行った。

関東支部・流通業務委員会が物流コストの調査に着手したのは昭和53年度からであるが、当初の1箱当たりのコストは164円台となっている。それから12年を経た今回の調査では、別表の通り255円38銭へとアップし、単純に金額面で見ただけでも、まさに隔世の感がある。1箱当たりのコストが200円台を越えたのは昭和60年に入ってからであるが、それも平成年号に変わってからのコストアップ率は、それまでのアップパターンとは性格の異なったものとなってきている。

多品種、少量、多頻度化に伴う庫内管理、配送業務上の経費増もさることながら、物流に係る業務の取組みにおいて、新たな要因としての人不足、働手不足が平成年に入って、著しく困難性を伴うものとなってきた点である。

この2要因が直接、間接的に常にコスト膨張に拍車をかけていることは明らかである。

こうした物流環境の変化を見定めつつ、以下に平成2年度の首都圏内における物流コストの調査結果をもとに内容分析してみることにする。

物流コストの項目別、前年比較内訳は、次の通りである。

< 1箱当たりの物流コスト > (単位：円)

項目	平成元年度		平成2年度		前年度との比較	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	%
配 送 費	115.32	47.7	123.61	48.4	8.29	107.2
保 管 費	53.31	22.0	51.37	20.11	△ 1.94	96.4
荷 役 費	47.00	19.4	49.44	19.36	2.44	105.2
情 報 処 理 費	26.33	10.9	30.96	12.12	4.63	117.6
合 計	241.96	100.0	255.38	100.0	13.42	105.55

1. 物流トータルコスト

平成2年度における1箱当たりのトータルコストは、255円38銭となった。これは、前年より13円42銭アップの105.55%の増率となっている。

しかし、増率とはなっているが、平成元年度における241円96銭のトータルコストの前年対比が、115.0%であったのに対するアップ率から見ると、その異常増率性が平成2年度は、若干セーブされたとも受止められる。

とは言え、平成元年・平成2年の通年を昭和63年度のトータルコストと比較すると、118.9%とこの2年間のうちで、このような変化があったということは異常であると捉えざるを得ない。

なお、この年度の1箱当たり平均単価は4,692円で、その経費率は5.44%となっている。

2. 項目別物流コスト

1) 配 送 費：

平成2年度の1箱当たりの配送費は123円61銭で8円29銭高の107.2%となっており、特にこの年度における配送費は、相当の高率を示すのではないかと懸念されていたが、意外にほどほどのアップ率に落ち着いている。その理由の一つには、自社配送での対応等が挙げられる。

しかし、いずれにしても下記のことが、アップ要因に繋がっている点については前年度と変わることはない。

- ① 備車運賃並びに臨時車輛料金の値上げ
- ② 相変わらずのドライバー不足
- ③ 定時・定配、多頻度配送対応のための増車
- ④ 交通渋滞による車輛回転の減少
- ⑤ リードタイムの短縮
- ⑥ 長時間配送、夜間配送による配送料金の増加等々

2) 保 管 費：

平成2年度の1箱当たりの保管費は51円37銭で前年比では1円94銭の減となっている。4項目中、唯一の減項目であるが、このことについては、物流合理化のための自社努力のあったことが挙げられる。

特に、在庫管理の徹底が図られ、就中、商品アイテム数と手持ち在庫数が極力絞られた結果の現れとも見られ、その他にも原価償却費、在庫金利の減少等々も理由の一つに挙げられよう。

3) 荷 役 費 :

平成2年度の1箱当たりの荷役費は、49円44銭であり、前年比2円44銭アップした。
その要因を幾つか拾うと、

- ① 多品種、少量化、多頻度による入荷作業
- ② アイテム増、フルライン化による在庫管理作業の増大
- ③ 物流加工作業に係るパート、アルバイトの増員と賃金アップ
- ④ 基準時間外作業の増加
- ⑤ 作業環境投資増等々

依然として人手不足、雇用賃金の上昇度は前年と変わらぬ状況にある。

4) 情報処理費 :

平成2年度の1箱当たりの情報処理費は、30円96銭で前年度に比較すると4円63銭のアップである。

情報処理費そのものの、この年度のアップ率は決して低くはない。

それだけにシステム化が推進されていると捉えるべき側面があり、特にEOS化の進展、それらに伴うデータ量の増加、伝票の漢字化、高速プリンター化、デジタル化のための設備投資等、今後なおコストアップ要因は続くものと見られる。

☆ ☆ ☆ ☆

いずれにしても、物流費の問題は、JIT対応の物流再構築化が強まる中であって、まず設備関連の環境整備が急がれるほか、卸業界が当面している物流コストの限りない上昇に如何にして歯止めをかけるべきか、極めて困難な問題ではあるが、新たな取組みが必要な時を迎えていると言えよう。

会長代行に磯野計一氏

副会長会議で決定

平成3年12月13日、國分勸兵衛日食協会長のご他界に伴い、12月20日正午から、銀座モルチェで副会長会議を開き、平成4年1月17日に執り行なわれる国分株式会社の社葬に、日食協として弔辞を捧げることとなり、その奉読を3副会長のうちのどれとするか、また、本年度が役員改選年度にも当たり、定時総会開催までの会長の代行をどなたが勤められるか等について審議した。

この日の出席は、布施宣利顧問、磯野計一副会長、松下善四郎副会長、廣田正副会長並びに北田専務理事の5名で、初めに國分会長のご遺徳を偲び黙禱を捧げ、弔辞奉呈者の件が諮られた。その結果、磯野副会長が奉読することが決まるとともに日本加工食品卸協会の会長代行については、定款の定める順序に従い磯野計一副会長が来る5月25日の定時総会まで、会長代行として勤められることが決まった。

正副会長会議で理事会

提出諸議案を審議

3月11日に開催の理事会に先立ち、3月2日11時半から日本橋精養軒で正副会長会議を開催し、役員任期の満了年に伴う次期会長人事等、重要提出議題につき審議した。

この正副会長会議には、磯野計一会長代行、松下善四郎副会長、廣田正副会長、磯内善介運営委員長、北田専務理事の5名が出席。

なお、理事会は、3月11日正午から、鉄道会館

ルビーホールにおいて開催されるが、この理事会は、来る5月25日開催の理事会・定時総会並びに同日執り行われる15周年記念行事に先駆ける理事会として開催されるもので、例年であると定時総会に先立つ理事会は総会1ヵ月前の下旬に開催されるが、本年度は、下記の議題に見られる通り、何れも重要議案の審議が掲げられており、来る4月23日に開催が決定している理事会に加えての3月理事会開催が決められたもの。

日時 平成4年3月11日(水) 12:00~15:30
場所 鉄道会館ルビーホール 12階 羽衣の間

〔理事会提出議案〕

- 第1号議案 平成3年度委員会等の活動報告に関する件
- 第2号議案 「財食品流通構造改善促進機構」への寄付金等納入状況、及び補填徴収方法に関する件
- 第3号議案 日食協の社団法人化に関する件
- 第4号議案 15周年記念行事の実施計画並びに予算等に関する件
- 第5号議案 新規加入会員、退会会員に関する件
- 第6号議案 収支状況報告に関する件
- 第7号議案 平成4年度会費改正に関する件
- 第8号議案 役員改選に関する件
- 第9号議案 その他

なお・日食協としての主な活動日程は下記の通り

3月30日 運営委員会・食品流通11社会

3月31日 第19回賛助会員世話人会

4月16日 第11回食品卸団体連絡協議会

4月23日 運営委員会・理事会

5月25日 理事会・定時総会・15周年記念



賛助会員世話人会等への新対応

理事会・総会に向け活動展開

運営委員会では、1月31日午後1時から日本橋精養軒において第18回賛助会員世話人会に先駆ける委員会を開催し、事前協議を行なった。(前掲参照)

各委員会関連活動の外、「財団法人食品流通構造改善促進機構」に係わる現況報告並びに日食協の創立15周年記念事業等について協議し、食流機構寄付金に関する納入状況と未納会員に対しての再協力の呼び掛け、15周年記念実行委員会の活動状況等が事務局より報告され、関係諸事項を承認した。

また、続く2月18日午後2時日食協会議室において開催の委員会では、①賛助会員世話人会における提案への取組みに関する件 ②正副会長会議、理事会提出諸議案等の事前協議に関する件の重点的2議案が諮られ、上記提出議案の内容検討と基本的事項の取りまとめを行なった。

☆☆☆

去る1月31日開催の賛助会員世話人会における世話人会側提案事項(前掲参照)に関し、運営委員会では、新しい話し合いの場に参画する代表メンバーにつき協議し、次の代表企業により構成することを内定。世話人代表の同意を得ることになった。

会の名称は未定であるが、来る3月31日開催の

第19回賛助会員世話人会に先立ち、その前日の30日午後2時半から、日食協会議室において初会合することになった。

〔食品流通11社のメンバー〕

メーカー側 味の素株式会社
カゴメ株式会社
キューピー株式会社
キッコーマン株式会社
日清製油株式会社
ハウス食品工業株式会社
株式会社 桃屋
卸側 国分株式会社
松下鈴木株式会社
株式会社 明治屋
株式会社 菱食

以上11社

15周年記念行事諸企画まとまる

「標語」の多数応募に期待

5月25日に開催される日食協創立15周年記念事業の企画準備が、順調に進められている。

15周年記念実行委員会では、今年に入り1月20日に正副合同委員会、2月4日副委員会をそれぞれ開き、記念行事の諸企画を具体的に取纏めた。

これまでに取纏められた主な実施計画(案)は下記の通りであり、来る3月11日開催の理事会に諮り正式に実施の運びとなる。

開催日時及び場所:

平成4年5月25日(月) 鉄道会館ルビーホール
運営委員会 9:30~10:30 11階 明星の間

理事会	10:30~13:00	12階	全	室
定時総会	13:00~15:00	12階	全	室
記念講演会	15:00~16:30	11階	全	室
祝賀会	17:00~18:30	12階	全	室

<記念講演会>

講師：梅沢昌太郎氏

昭和12年生れ。早稲田大学政経学部卒。高千穂商科大学助教授。専門分野：マーケティング。

著書に「生鮮食品流通」「加工食品流通」「90年代へのマーケティング戦略」。

仮題「卸売業の変革」

<標語募集>

募集に当たっては、各支部の協力も得て会員・事業所会員及び賛助会員に広く呼び掛ける。

募集要領：本号会報裏表紙に掲載。締め切り 3 月末日。

<その他>

記念品、会報特集、業界紙特集、委託事業報告書等。

調査報告書を取纏める

農水省・委託事業

農林水産省の平成3年度委託事業「加工食品卸売業流通組織管理調査委託事業」は第3年度目の最終調査年度を迎えているが、去る1月22日並びに2月13日に第5回目ワーキンググループを開き調査結果の内容分析と報告書の最終的取纏め作業を行なった。

この委託事業は、平成元年度においてリテールサポートに係る小売業界の実態把握がなされ、また平成2年度にあっては元年度調査を踏まえての卸売業の意識調査を、更に最終年とされる平成3

年度においては、メーカーを中心に卸業界をどのような見方と期待、そして問題意識を持っているか等を調査したものであるが、2月20日に第3回目の委員会を開催し、ワーキンググループが取纏めた報告書案の内容の整備及び3年間の調査結果に基づく提言等に関する検討を行なった。



「DPP報告書」を作成し啓蒙活動 卸型物流モデルを取りまとめる

2月24日午後2時から、日食会議室において、情報システム化委員会を開催し、①DPP研究会作成の報告書に関する件 ②酒類食品のメーカー納品伝票普及に関する件 ③今後の委員会活動に関する件等を協議した。

情報システム化委員会では、昨年3月に委員会内に「DPP研究会」を設け実務レベルでのDPP卸型物流モデルの研究を物流委員会との連繋を図りつつ、モデル作成、実験作業を進めて来たがこのほど、第1段階としての報告書が取りまとめられたことにより、今後の啓蒙等に係る取扱方法とその生かし方をどのように取り組むべきかにつき協議した。

その結果、報告書は会員への配布を主体に適当部数を印刷することとし、随時、説明会等を開くことになった。

この報告書の内容項目は、第1章 研究の骨子；研究の目的・活動内容。第2章 DPP活用領

域。第3章 実態調査：調査概要・センター概要
・調査内容。第4章 まとめ：調査結果の分析・
今後の課題及び付録等（実態調査時の調査測定作
業内容・測定方法・使用ワークシートの説明：実
態調査時の測定記入ワークシート）等となっている。

なお、同報告書は「卸業界におけるDPP適用
研究は、この度のスタディをもってその緒につい
たばかりである」と述べ、今後の課題として要旨
を次のように掲げている。

<DPPの今後の課題>

(1)生産性実査方法の課題

- ・1回のアクションの中で、複数の作業が含まれるような作業の計測方法の再検討が必要である。
- ・細かい作業の積み重ねとなるので、計測のスタート・フィニッシュをきちんと決定した上で計測しないと、許容範囲以上の誤差が発生してしまう危険性がある。
- ・測定結果が妥当であるかどうか、簡単に把握できるチェック方法の確立が必要である。
- ・集品～搬送に至る作業工程切替え等定義が不明瞭な工程があり、明確化が必要である。
- ・測定そのものが作業者に予断を与えないような配慮が必要である。

(2)実査範囲の拡大、汎用化に関する課題

- ・今回調査対象外となった作業、オーバーヘッド等に対するフォローアップが必要である。
- ・物流コストとして捉えられるべき、配送及び納品時作業の把握が必要である。

・今回は専用センターでのスタディであったが、汎用センターを想定した場合さらなる工夫が必要であろう。

・対象商品を加工食品以外（例えば酒類）に拡大する必要がある。

・設備や建築構造（例えば高床式と低床式）のバリエーションの検討が必要である。

・物流以外のコストファクターに関する研究が必要である。

(3)標準化に関する課題

・今回のシミュレーション結果など研究成果の妥当性を広く検討してもらうことが必要である。特に、物流部門とのすり合わせが必要である。

・測定手順、方法、基準値算定式について偏りがなく恣意的に数字を操作していないことを明確に表現できる工夫が必要である。

・測定方法に関するマニュアル化の検討が必要である。

・メーカー、卸間で共用化するための認識の統一と認知の努力が必要である。

(4)システム化に関する課題

・コスト原データの入力システム。

・コスト原データからコストテーブル作成のアルゴリズム。

・既存システム（商品情報、財務会計、人事など）とのリンケージ。

・PC-ホスト間のリンケージ。

・応用分野の検討。

酒類食品統一伝票については、このほどメーカー-納品伝票としても活用できる新フォーマットを

開発、協力の呼び掛けの要望書を送付したが、改めてメーカーに対しアンケートし、活用予定、意見等を求めることになった。

本年に入っのネットワーク検討会は、1月29日及び2月28日に開催し、上記委員会活動に係る実務作業を検討した。

今後のスケジュール化については、前年同様に東京・大阪地区でのセミナーを開催するほか、随時支部との連繋により研究会、説明会等を開く予定である。

なお、前回の情報化システム委員会で副委員長に就任した国分株式会社システム企画室長の中村隆一氏が、今回の委員会から実務進行役を勤められた。次回の委員会開催は4月20日の予定。



物流コストの算出等で積極活動 新年度スケジュール化も協議

物流委員会では、1月22日ワーキンググループとの合同委員会を開催し、①DPP研究会活動の現況報告 ②WG活動報告 ③今後の委員会活動等に関する件を協議した。

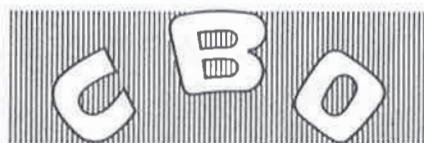
この日の委員会の中心議題であるDPP研究会活動の現況報告については、情報システム化委員会内に置かれるDPP研究会の座長である原田努氏の出席を得て、同研究会が実験、報告書作成段階に至るまでの経過報告並びに内容説明、意見交換を行うことが重点とされた。続いて2月27日

に開催された第15回物流委員会では、①製造年月日・賞味期間表示に間する件 ②物流コスト調査結果の取纏めと取扱い等に関する件 ③今後の委員会活動に関する件等につき協議した。

製造年月日・賞味期間表示に関しては、現在ワーキンググループにおいて、食品添加物の新表示切替後の対応状況につき分担調査中であり、これが取纏めを行なった上で、次回委員会において報告することになった。

また、物流コスト調査結果の取纏めとその取扱い等に関しては、去る1月31日開催の運営委員会並びに第18回賛助会員世話人会において平成2年度4月～平成3年3月の1年間にわたる酒類・冷食を除く業態別の算出状況につき中間報告がなされ、その取扱い等については、更に内容整備の上会報掲載する運びである。

なお、新価格体系構築に係る飲料物流コストの試算、正味期間の表示とも関連する「販売期間」の問題の外、センターフィ、小分け対応等についても今後の委員会活動の検討課題に組み入れたい等々が話し合われた。



缶詰ブランドオーナー会

新もの蜜柑缶詰で情報を交換 懸念される中国産の動向

2月19日午後1時半から日食協会議室において果実部会を開催し、新もの蜜柑缶詰を中心とした情報交換を行なった。

この部会には、清水食品、はごろもフーズ、ほ

てい缶詰並びに宝幸水産がブランドオーナーの立場でオブザーバー出席し、生産状況、新もの出荷後の市況状況等につき情報交換した。

続いて午後3時から日本蜜柑缶詰工業組合側代表者との懇談会を開催した。竹内工組理事長は、新もの蜜柑缶詰の生産状況について、「工組側としては、当初懸念した程の製造は進んでいないのが実態であり、1月末で1号缶が前年より10万箱の増であるにとどまっている。原料的には19号の台風被害をうけた地域が生果に向かないため出荷りが比較的良好で、また、果汁向けも従来のような勢いがなく20万トン止りとなった。今後の製造見通しとしては、1日の生産量はキャパシティに限りがあり、大きな変化はないと思う」旨報告した。

果実部会側としては、110%を上限とし前年なみの市況が予想されるところと読む。問題は中国産の輸入であるが、工組側は40~50万箱程度ではないかとの見方をしており、その動向には深い関心を示した。

新ものたけのこ缶詰で情報交換

中国産は545万缶の輸入

2月25日午後1時から日食協議室において蔬菜部会を開催し、①国産たけのこ缶詰の情報交換について 1) 在庫状況及び現在の市況 2) 新物たけのこ缶詰の生産見通し ②輸入たけのこ缶詰の情報交換 ③缶詰全国大会への要望事項等について情報交換した。

この蔬菜部会で、国産たけのこ缶詰の在庫状況・生産見通し及び中国産の輸入状況は別記の通り

であるが、缶詰の市場出荷量は中国産7に対し、国産2の割合であり、通関統計では、昨年1年間で中国産は545万缶に達し、国産たけのこの存在は生産そのものに限界ありとの見方がなされた。

また、3月6日開催の第43回缶詰全国大会には、パネルディスカッションが企画されており、日食協側からは北村部会長がパネラー出席することになった。

例年同大会には流通段階の立場から要望書を提出していたが、本年は、特別要望する事項なしとの結論であり、要望は行なわなかった。

〔国産たけのこ実績と予想数〕

<平成3年度実績>

大缶	丸缶	合計
1,807,696缶	93,351缶	1,901,047箱

<平成4年度予想数量>

大缶	丸缶	合計
1,317,800缶	66,900箱	1,384,700箱

〔平成3年度たけのこ輸入通関実績〕

国名	通関数量	固定量11kg
韓国	37,050	3,368
中国	59,986,194	5,453,290
台湾	9,472,675	861,152
香港	195,938	17,813
タイ	16,822,821	1,529,347
ベトナム	54,340	4,940
合計	86,569,018	7,869,910
前年	68,936,434	6,266,949

支部ニュース

例年算出の物流コストを調査

関東支部・流通業務委員会

関東支部の首都圏メンバーによる流通業務委員会は、去る1月24日及び2月17日にそれぞれ委員会を開き、例年算出の物流コスト調査結果の取り扱いとその周知方法につき協議した。

同調査結果は、すでに運営委員会にも会報掲載等について承認済であるが、さきに開催の流通業務合同委員会においての各県B協力算出の物流コストの整合化は、全く調査の条件がことなり、整合化の困難性等から、その作業は据え置くこととし合同委員会の席上で情報交換することになった。

17日の委員会には、磯野支部長が出席され、今後のスケジュール化等につき話し合いがなされたが、県Bとの合同委員会の取組み、在庫管理問題等の検討、備庫料金等配送に係る情報交換、商品研修会の企画等を継続実施することを決めた。

なお、第3回流通業務合同委員会の開催は、来る3月16日が予定された。

共同配送委員会で問題点を協議

共同配送委員会では、1月24日及び2月28日にそれぞれ南王運送(株)をまじえての委員会を開催し、配送実績、配送業務に係る問題点、今後への対応策等々につき意見交換を行なった。

配送実績については、収益は良という結果を見せているが、何分にもコスト高は否めないところであり、改善策が図られないものか、問題点があ

るとすれば、どのように検討を進めるべきか等が話し合われた。

南王運送(株)側の提案では、百貨店配送において一括センター取めが可能かどうか、次回委員会に状況把握のうえ改めて意見交換することになった。

これからの「食流機構」紹介欄

(一その二一)

食品流通部門の構造改善を図るための基本的な方向については、流通機構の合理化に関し、次のように掲げている。

流通機構の合理化

食品の流通部門は生産から小売までの多数の関係者によって担われていることから、各段階の流通工程の効率化とともに各段階の連携が円滑に行われることが重要であり、この点に十分留意して流通機構の合理化を図ることとする。

(1)情報化の推進

消費者情報の収集、分析、提供機能の充実等により、消費者ニーズ、購買行動に適合した効率的な食品提供システムの形成に資するものとする。

(2)効率的な物流システムの整備

ア 共同配送センターの整備等共同配送網の整備、一貫パレチゼーションの導入、輸送容器の統一化等を図り、生産から小売に至る一貫した効率性の高い省力的な物流システムの形成に努めるものとする。

イ 生鮮食品等の流通拠点としての中央及び地方卸売市場の施設の近代化とその効率的な利用を図るものとする。

(3)食品販売業者の経営の合理化

ア 商品開発、仕入れ、販売、会計処理、労務等における近代的管理手法の導入、施設及び情報の充実等に努めるものとする。

イ 小売業者間、卸売業者間又は小売業者と卸売業者との提携等による事業の組織化及び共同化を積極的に進めるほか、食品商業集積施設の整備を進め、その活用を図るものとする。

日食協(会員・事業所会員及び賛助会員)のみなさまへ

「加工食品卸売業」の標語募集



15th ANNIVERSARY

日食協は皆様の温かいご支援のおかげで、今年創立15周年を迎えることになりました。これからも、食品の流通に携わる業界の団体として更に飛躍したいと考えています。

テーマ 私たち加工食品卸売業は、1億2千万人の消費者に日々食料を供給している食品関連産業のなかで、食生活の多様化・高度化等に貢献して国民経済に大きな役割を果たしております。従って消費者のみなさまに、もっと卸売業の社会的な役割を知ってもらうこと、また卸売業の社会的使命を担うシンボルとして「21世紀に向けての魅力ある卸売業」の標語(スローガン)を募集いたします。

- 応募内容** 卸売業とはどんな業種なのか、どんな仕事をしているのか『わかりやすい・やさしい・夢のある標語(スローガン)』をつづって下さい。
- 応募資格** 日食協の会員・事業所会員及び賛助会員企業に従事している方。
- 応募方法** 官製ハガキに「標語・スローガン」及び氏名、会社名、会社住所、電話番号を明記してください。
応募は未発表の作品に限りますが、応募数には制限はありません。
なお作品の返却はいたしませんのでご了承ください。
- 応募締切** 平成4年3月31日
- 応募先** 〒103 東京都中央区日本橋室町2-5-11 江戸ビル4階
日本加工食品卸協会 標語係
- 賞** 入選1点:10万円 準入選2点:5万円 佳作7点:3万円
- 発表** 平成4年5月25日 日食協創立15周年記念総会及び記念会報に掲載。
- 審査員** 学識経験者及び日食協正副会長及び関係者。
- お問合せ** 電話 03-3241-6568・6569
- その他** 入選作品は総会当日のタイトル並びに会報等に協会のシンボルとして継続して使用いたします。