



会 報

日 食 協

第77号 '92.11.10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

上期活動を踏まえ新流通秩序構築へ (第21回 賛助会員世話人会)	2
◇「納入期限」問題を新たに提起	2
◇平成3年度物流コストを中間報告	4
◇データ即引きの推進を検討討議	5
◇センターフィーWG活動状況	6
◇情報システムの普及活動推進	8
◇取引慣行改善で即席食品工業協会と初会合	8
運営委員会	
◇理事会開催に向け諸活動の整備	9
商品委員会	
◇返品是正対策で具体的取組み	11
◇センターフィーの実態を追う	13
情報システム化委員会	
◇普及活動を積極的に推進	13
◇博多で「情報システム研修会」開催	14
◇DPP研修会が第2次調査に着手	18
物流委員会	
◇物流コストの実態で中間報告・パレチゼーション動向に留意	18
食品取引改善委員会	
◇新たに「納入期限」を活動議題に	20
支部ニュース	
◇在庫管理の実態等取纏める	20
◇流通業務委員長に伊藤徹夫氏・副委員長には坂本和夫氏	21
◇共同配送委員会の活動状況	21
第12回食品卸団体連絡協議会	22
缶詰ブランドオーナー会	
◇中国産で新もの蜜柑缶深刻な事態	22
◇製造年月日・賞味期間等でアンケート	23

上期活動を踏まえ新流通秩序を構築へ

第21回 賛助会員世話人会

昭和56年1月に賛助会員世話人会が開かれて、今回で21回目を迎えた。日食協の活動の起点は、ある意味では、この世話人会から発すると言ってもよい。割戻金の即引化、新価格体系の導入、商慣行への取組み等々をはじめとし、その活動分野は更に新たな広がりを見つつある。卸・メーカー共々に抱える課題は山積しているが、共通課題とされるところから問題の一つ一つを手掛け、解決に努めている。このたびの第21回賛助会員世話人会では、平成4年度の上期活動の報告と、それらの活動を踏まえ、卸・メーカーが、これから取り組むべき課題等を中心に、新流通秩序の構築に向け、新たな一歩を進めるべく情報交換した。

はじめに、磯内運営委員長より世話人各位に対し出席の謝意が述べられた後、流通業界の現況について「食品は不況に強いと言われてきたが、最近に至り、食品の個人消費の低迷状況が続き百貨店の売り上げも7カ月連続して前月を下回り、チェーンストアの数字を見ても先月が全体で98.9%をマイナス1.1%下回り、食品もはじめて0.7%マイナスになったと伝えており、こうした数字からも、大変な事態にさしかかってきたのではないかと思われる。そういった時にこうしてメーカーの皆様と懇談できるということは意義のあることであり、積極的なご意見と叱咤激励を頂き、この世話人会が実りあるものとなるようお願い申し上げます」旨挨拶した。

続いて、代表世話人である味の素株式会社常務取締役役の中川和夫氏から「メーカー側においても価格の低迷等によって、同様の危機感を抱いているが、恐らくそれも12月がピークとなるのでは

ないかと感じている。最近はどうも、業態内の競争から業態間の競争に変わってきたようで、緊張感を覚えているが、こうした機会に卸の皆さんと懇談出来ることはメーカーにとっても有難いことであり感謝したい」旨述べられた。

まず、日食協の各委員会の重点活動の現況について、食品取引、物流、商品、情報の各委員会の順で出席委員長並びに関係座長より大要次のような報告がなされた。

☆ ☆ ☆

「納入期限」問題を新たに提起

食品取引改善委員長の木下 誠氏からは、新価格体系構築に係る所謂「定率に加えて定額の導入」活動を委員会の主テーマとして取り組んできたが、

特に最近問題となっている賞味期間にまつわる「納入期限」について、これからの業界対応をどうするかを当委員会の新たなテーマとして取上げて見たいとの提言がなされた。

メーカーにあっては、製造年月日、賞味期間等の問題は、品目により団体毎で決めているとか、自社基準によっている等、それぞれに相違があり、複雑な状況となっているところから、容易に取組み難い側面があるが、卸の立場からは、製造期限から納入期限、そしてその納入期限から販売期限という問題を抱え込んでおり、しかも、得意先への「納入期限」については、加工食品でありながら、各企業まちまちの厳しい期限設定がなされていて、これが即、返品につながる現状ともなっている。

こうした事態の改善に当たっては、メーカーぐるみの取組みが必要であり、時間をかけても問題の実態を整理検討し、日食協として要望書が提示出来るよう協議会を設け、取り纏めたい旨の意向を語った。

このことに関しての主な発言は次の通り。

- 資源のない日本の国柄から、環境問題に絡むことではなかろうか。特に賞味期限の問題については、小売業界を含めて消費者啓蒙を図り、こうした問題の成熟度を高めてもらうことであろうと思う。
- 返品問題ともからめてこの賞味期間等については、業界紙でもキャンペーンとして取り上げているが、活動が重ならないよう連携して進めることも効果的であろう。
- 農林水産省が食品流通問題研究会でまとめた「食品流通新時代」の報告書の中にもこのこと

が取り上げられており、消費者に対してのミスリードであると指摘している。

- 流通・末端も含めその辺のことは認知しているところであるが、問題は消費者がどのような見方をするかの点にかかっていると思う。
- これは各分野にわたっている問題であるが、消費者が対象となると、メーカーがいくら大丈夫だと言っても、メーカーはそういうものと考えるところから出発するものだから、理解を求めることが難しい。これは業界全体で行政に働き掛け、適正な指導によるのが懸命であろう。
- 問題が大きすぎ、これは不退転の決意で臨むという位の姿勢が求められる。
- どのようにやるのが効果があるか、また、どのようにして浸透させるか、その辺のところに問題を絞って検討することが必要ではないか。
- しかし、余程賢明な取組みをしないと消費者団体から逆に批判されるという恐れもある。
- 検討するに当たっても、例えば、缶入りとポリ入りとではもちが違ふ。趣旨は大賛成だがこうした捉え方が大変である。
- 農林水産省、厚生省の行政筋の指導は是非必要。
- 外圧に頼る方が早い気もするが、資源の無駄という環境問題から消費者啓蒙に取り組むのが方向としては期待できる。
- ロスになる金額が把握出来ると大きな説得材料になろう。
- 行動をおこす時期としてはよいタイミングと思う。余りに勿体ないということを業界紙に報じて貰うことも効果があるだろう。しかしメーカー自らも「わが社の商品は新しい」のアピールは自粛したい。
- 先ず分かり易い商品から検討していけばよいと

思う。

- ・段階的に手掛け、例えば缶詰などははっきりと言うことができる。
- ・賞味期間については卸は入れないが、納入期限、販売期限なら問題検討に入っていける。
- ・納入段階で問題を一つ拾い上げて頂き、それをテーマとして持つことは結構だと思う。これは常時永遠のテーマである。

あらかし以上のような意見の交換があり、木下委員長は、「一番の近道は矢張り納入期限だと考えており、これは要望書により少しでも改められて行くものと期待している。メーカーのご参画も願って、これから粘り腰で取り組んで参りたい」と語った。

平成3年度物流コストを中間報告

物流委員会の活動報告については、田尾孝行委員長所要のため、そのワーキンググループの座長を勤めている浅井久生氏より、前年度に引き続き実施した物流コスト調査の中間取り纏め段階での数値概要について報告した。

このたびワーキンググループが算出した加工食品の物流コストは、前回同様に首都圏内の量販店とCVSの2業態について、平3年4月から平成4年3月までの1カ年間（ただし、酒類と冷食を除く）を調査したものであるが、これによると次の如くとなっている。

<量販店>

卸納価の合計は453億円。その運んだ個数は1,349万ケース。店出し売上げ単価3,354円で、

その物流コストの合計は241円77銭となっている。売上単価対比は7.21%。

※前年店出し売上げ単価3,361円。同物流コスト248円42銭。同売上単価対比7.39%。

<CVS>

卸納価の合計は523億円。その運んだ個数は2,292万ケース。店出し売上げ単価2,286円で、その物流コストの合計は199円74銭となっている。売上単価対比は8.74%。

※前年店出し売上げ単価2,356円。同物流コスト194円45銭。同売上単価対比8.25%。

以上のような調査結果の数値が報告されたがこの最終的な内容分析は、11月18日開催予定のワーキンググループで作業したうえで報告書にまとめ同月20日の物流委員会に諮られることとなる旨、座長より説明がなされた。

なお、この物流コストの算出に関しては支部に置いても関心が高まっており、特に中国支部では同様の算出方式で本年4月から明年3月までの汎用センターのコストの実態を調査する運びであり、これらの資料も合わせ報告する機会を得たいと述べた。

また、委員会では、パレチゼーションの問題にも取り組みつつあるが、最近通商産業省においては、日本パレット協会を通じ、近代化促進協議会の場で、パレットの統一化について検討を進めており、通商産業省から大蔵省、国税庁を通じ、東京都卸売酒販組合に対し意向確認が寄せられ、同組合においては、これを受けて現在検討中であるといわれるが、通商産業省が検討中のパレットサ

イズは、国際パレットといわれるT11型（1100cm×1100cm）に対し、酒類業界ではビールパレット（1100cm×900cm）が中心であり、こうした動向のもとに加工食品を取り扱う日食協に対して意見をまとめて貰えないかとの依頼が卸売酒販組合側から寄せられた。

先の物流委員会でも、この問題を協議したが卸サイドだけでまとめることは出来ない問題であり、今後検討を進めていくうえで、メーカーの実務ご担当の方を交えて協議して参りたい。いずれにしても重大な問題であり、ヨーロッパで採用されている即時交換方式がベターなのかあるいは、オーストラリアのレンタル方式が良いのか色々と議論のあるところであるが、サイズ問題や運用面等についてのみでなく、その回収問題も含めての検討の場を持ちたいので、是非ご協力をお願いしたい旨、座長よりの要請があった。

☆ ☆ ☆ ☆

商品委員会委員長所要のため、市ノ瀬竹久座長より割戻金に係るデータ即引きの現況と返品問題への取組みについて、またセンターフィーの実態に関しては、木村哲二座長よりそれぞれ次のような報告がなされた。

データ即引きの推進を検討協議

市ノ瀬座長：「データ即引きに関する検討は3月から7月までの間4回にわたり会合してきた。割戻金の即引化はご存知の通り、56年から作業に着手し、以来10年を経過しお蔭様で大変順調な経緯を見ているが、即引化にご協力を頂いてい

る中で、このデータ即引きの説明を申し上げます、先ず、取引データ1件毎に取引決済する方法と、もう一つは、請求書の鏡により1カ月のトータルで即引きをして頂く方法がある。ところで実態調査をした結果では、データによって即引きとなっているのが概ね2分の1を占めており、請求書の鏡の中で即引きされているものがあと2分の1という状況である。

データ即引化を推進するねらいは、コンピュータ化が進んでいるだけに、データ即引化を進めることは、税務上の面等においても最も問題なしにスムーズに対応出来るということが考えられる訳で、そうした意味でデータ即引化をさらに推進させて頂くことを、お互の事務合理化のためにもお願い致したいところである。近くその素案を作成し、協議会の場でご意見を頂いたうえで、正式にメーカーの皆様にご協力の要望を申し上げたい。

返品問題に関しては、毎月WGを開催し検討してきており、これまでに6回会合した中で、7月の時点では協議会を開きメーカーの皆様いろいろのご意見を頂いた。またその間、公正取引委員会の取引部取引課の担当官に来席願ひ返品の実情をお話し申し上げ、同時にわれわれメンバーの情報交換を聞いて頂き、側面的支援等につきご意見をお伺いした。

ところで返品の現状であるが、数字的な調査をまだしていないので、何とも申し上げられないが、協議会での情報交換では、感覚的にはメーカー、卸双方とも改善は進んでいるというのが、総論としての返品に対する答えであった。その理由としては、一つにはメーカーがアイテム数の絞り込みをされる等、商品に関する分析を積極的にされ、

商品の見直しを行ってきたことが返品削減に結び付いたというのが実態のようである。それともう一つ、社会問題化している部分として、日米構造協議の中で返品が大きな問題として取り上げられており、経団連等が気配りをし始めてきたこと等が改善の一助になったと見られる。また、日本百貨店協会、日本チェーンストア協会の返品に関する自主規制基準が、必ずしも全部守られているという訳ではないが、お互い改善して行こうという機運が生れつつあること等が挙げられる。

支部においても、返品改善に向けて運動を進めているが、しかし、地域によっては改善がなかなか進まず旧態依然と言ったところがあり継続した啓蒙運動を進めて行く必要がある。いずれにしてもこの段階で取纏めをし、啓蒙書を作成し、協議会において検討することにした。

返品に関連しての賞味期限の問題で主に話し合われたことは、納入期限があることよっての期限切れ返品ということよりも、その前の段階での配送が、経済合理性にうまく叶った配送が出来るのかどうか、また、生産コストを安くすることができても、それによって逆に高くなっているのではないかと、人手不足はどうなるのか等、どちらかと言えばそうした方に向けるべき問題ではなからうかと思う。たしかに賞味期限の問題にはある訳だが、今のところ、ここで返品問題を押し込むことは難しい部分があり、形としてあまり大上段に取り組むことはいかなるものかという気がしている。

それから、ノー返品に関連して歩引きの問題があるが、これについても制度的なものにして行くことには疑問のあるところで、寧ろここでは取り

組まない方がよいのではないかと考えている。例えば、日食協会員の全売上が1兆2兆円の取り扱いがあるとしてその0.5%となると大変な金額となってそのまま出て行くという形となる。

このような問題も含め、メーカーの皆さん方と話し合い乍ら、いま、ワークしている状況である。

センターフィーWG活動状況

センターフィーWGの木村哲二座長は同WGの活動状況につき概要次のように報告した。

「商品委員会内にセンターフィーワーキンググループが設置され、5月に第1回目を開催して以来、現在まで6回にわたり検討を重ねてきた。当初予想していた通り、その分析に時間を要してきており、本来ならば10月中旬に答申書を提出する筈であったが、若干11月にずれ込む状況となった。

そこで、これまでまとめてきたあらましにつき中間報告として申し上げたい。

大手量販店の物流センターの設置状況については、先般の日本チェーンストア協会の発表として業界紙に掲載されていたが、われわれでヒヤリングした結果でも、物流センターの保有状況は、ほぼ同様で協会加盟企業の73.8%が自社あるいは業者委託の形で物流センターを保有しているのが実態である。またこれを業態別に見るとGMSが筆頭で、続いてSL、SMの順。

それから、物流センターの運用状況については4つの形態に別れており、最も多い物流機能としては、専門業者に委託している企業が先の73.8%のうちの85%強。次が自社の物流子会社に運営を委託している企業が8%程度となっている。また自

社で全てを運営している企業が5%といった状況である。あとの2%が共同運営と言う比率である。

また、大手量販店の物流センター保有のメリットの一つは、店舗への納入時間の一定化により、店舗作業の計画化につながる。次が店舗における荷受け作業が短時間に集中的にできること。そして環境問題が非常に取り沙汰されている中で、の車輛駐車問題等への緩和策にもつながる等が挙げられている。これらをシステム化の中の枠にはめ込み、トータル物流コストの実現を可能としている。

自社の土地建物を持っていながら、設備費を加えると3000坪程度で、30～50億円は要する。リース物件でも企業により、その設備費が10～15億円は要しようと言われる。

最近ではこれらの設備費用、運送費用の経費増等を背景に、センターフィーの引き上げ機運が高まってきている。

次に、センターの形態はどのような実態かを調べてみると、各業態によりおのおのに違いがあり、従って物流費の比率もまたかなりの相違がある。

一般的なのがスルー型で、相手のセンターに持って行く方式。

次がハイターン方式。相手の量販店が卸の集荷した商品を受取りにきて、自社センターに持ち戻り、各店舗に配送する。(例：ニチイ)

そしてダイエーの3つのタイプ。

- ①キャツ方式：集中一括納品
- ②SPS方式：自社管理により各店配送
- ③スルー型：

以上の外に、棚出し方式がある。これは、西友が採用している方式で、卸側の倉庫の中を一部供

与する方式。

センターフィーの内容としては、スルー型の最低2%から、ハイターン方式の8%強までとまちまちである。

次にセンターフィーに対して、卸としての対応状況であるが、はっきり言って具体的に進んでいるとはなかなか申し上げられない非常に厳しい状況にある。その原因の一つは、先方の組織の問題もあろうかと思われるが、量販店側ではこのセンターフィーの窓口が物流部から商品部を通して業者の方に依頼が来るというような組織になっており、商品部が窓口になっていないという点が挙げられる。しかし、期間が若干経過してはいるが、キャツ方式については、われわれ業界が一つになって申し入れもし、先方も約半年以上約束の時間が過ぎているものの検討中であると言われ、一応の話聞いた段階では近々結論が出されるのではないかと思う。

また、われわれワーキンググループでは、このセンターフィーの内容を更に突っ込んで調査をしているが、先ほどの検討されている結論が延びている原因の一つとして、この辺のことがもう少し具体的に、例えばセンターフィーで3%の要求があった場合に、この3%の最低限の配送費、倉入れ経費の2項目程度に分けて、一応先方にかなりのヒヤリングをしたとは言え、この辺りが今一つ、詰めが出来ないことも結論が遅れた原因になったのではないかと思う。

それから、いままで店直していた場合とセンターに納品した場合に、新たにどんな経費項目が加わったか、こうした点についても検討してきたと

ころである。

大別して3つの項目に分けられる。

直接センター納品になると、ある程度時間指定になる。しかも従来の店直に比べてリードタイムはかなり短縮になる。これに短時間のピッキング要員が相当要求され、それに専用倉庫が少なく、センター納品を義務づけられた場合には、庫内で同時間帯に作業が集中するため、ほかの作業を後回しにして、その作業に掛からざるを得ない。そのため仕事が押せ押せとなり、作業時間の増加、更には残業時間の増加につながるようになる。

2つ目は、納品形態の変更問題であり、もう一つは特化型専用倉庫の設置の問題等である。

これらの問題を新たに加え検討中であるが、WGとしては、先ずセンターフィーを明確化するとともに、特に店直とセンター納品に係るコスト実態を調査し、11月初旬を目標に委員会に報告出来るよう、いまその取纏めを急いでいる。

情報システムの普及活動推進

情報システム化委員会の委員会活動については、松本委員長よりあらまし次のような報告があった。

「情報システム化委員会の活動は、メーカーと卸の情報ネットワークを組む上から、委員会内のネットワーク検討会で、実務作業を進めているが、酒類食品業界卸店メーカー企業間標準システムの基準書第3版作成し、その業界普及を委員会の使命として啓蒙活動に取り組んでいるが、この基準書の普及に関しては、毎年東京と大阪を中心にセミナーを開催してきた。しかし地方支部に向いての普及活動も必要との考えから、このたびは九州沖縄支部の協力を得て情報システム研修会を実

施した。

これまでのセミナーが大勢参加の、のどちらかというところから今回人数を限って20～30人規模とし、去る10月13日から14日にかけて1泊2日のフリーディスカッションも折り込んだ研修会を開催した。

私も、この2日間にわたっての研修会に出席したが、大変皆さんご熱心でよい研修会が出来たと思っている。

この研修会には卸メンバーだけでなく、ポッカコーポレーション(株)、ハウス食品工業(株)、味の素ゼネラルフーズ(株)の各社のご参加も頂きお礼申し上げたい。

なお、出荷案内伝票の標準化については、伝票フォーマットをある程度統一することにより、伝票をスムーズに間違いなく処理することができ、事務の合理化に繋げることができるとの観点から、酒類食品統一伝の使用要領を作成した。このことについては前回の世話人会でもお願い申し上げたが、北海道支部の総会においても新フォーマットについての報告説明が行なわれ、メーカーの皆さんに協力をお願いを申し上げた。この新しい酒類食品統一伝票を、本日ご出席の有力なメーカー様のいずれかで先ず、このようなかたちで採用することにしたとの、のろしが上がると励みにもなるので、どうかご協力のほどお願い致したい。

ネットワーク検討会では、その普及に当たりどんなお考えか、またどのようなご計画がごありか等、ご意見を賜ったうえで次回辺りに改めてご協力をお願いを申し上げたいと考えている。

取引慣行改善で即席協会と初懇談

各委員会の統括機関である運営委員会関連事項

に関し磯内委員長より下記のような報告がなされた。

『このほど、(社)日本即席食品工業協会側から日食協に対して、即席麺類に係る優越的地位の濫用問題に関し、公取委に要望する事項の原案を取纏めたので説明の機会を得たいとの希望が関係者を通じて寄せられた。このことにつき委員会において協議の結果、本日出席の運営委員会メンバーで、来月18日に工業協会の代表者と初会合することになったことをお伝え申し上げたいことが一つと、それから、日食協の地方支部において、賛助会員世話人会を設けたいとの要望があり、既に北海道支部では賛助会員世話人会の名でスタートさせているが、一部の意見として、賛助会員世話人会というのは、本部直属の機関であり、地方支部でそういう場を設けても、そこに出席されるのは支店の方々であり、また、日食協活動の内容が本社から良く伝えられていないと、関知しないままで出席するということになる。そこで、そうした面をカバーする意味も含め、支部においては、「賛助会員世話人会連絡会」の名称で各支部で対応して頂く考えである。このことを11月25日開催の理事会に諮る予定にしており、これから各支部毎に連絡会の場が設けられることになろう。本日お集まりの皆様からは、遅滞なく情報が伝えられていると存じているが、こうした連絡会が置かれることにより、支部の活性化にもつながるものと期待している。』

なお、財団法人食品流通構造改善促進機構への寄付としての特別会費は殆どの賛助会員からご協力頂き、運営委員長より改めて謝意が述べられた。

今回の第22回賛助会員世話人会は平成5年1月27日(水)午前11時半に開催の予定。



理事会開催に向け諸活動の整備

9月3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各委員会の活動状況報告等 ②委託事業の受託及び実施計画 ③支部における生販連絡会の設置 ④その他の件について協議した。

委託事業の実施計画については、従来農林水産省からの直接委託によっていたが、食流機構が発足したことにより、同機構を通じて日食協に再委託されることになり、その誘引も同機構がスタートしたばかりであり未だ出されていない。委託内容も明確にされていないため、何を事業の柱とするかも未定である。しかし、日食協として取り組むべき事業は数多あり、事務局なりに素案を作成し、当運営委員会で意見交換した。そのあらまは次の如くであった。

- ①加工食品における返品問題の実態と改善の方向
- ②建値制問題とこれからの食品流通
- ③加工食品の物流コストの実態とセンターフィーの実態調査及び今後の対応
- ④加工食品における混載率の実態調査
・金額 ・容積 ・店別
- ⑤加工食品を核としての労働力問題

このうち、特にセンターフィーの現状把握は卸業界の大きな課題の一つであり、事業受託の際は、

この問題を作業の一つに織り込むべく協議したが、実態把握が容易でないという面もあり再度洗い直し、検討する。

なお、生販連絡会の設置については「賛助会員世話人会連絡会」（仮称）とし理事会に諮ることになった。

☆ ☆ ☆

10月15日東京ステーションホテルにおいて正午から運営委員会を開き、①委員会活動報告 ②食流機構への寄付金納入状況 ③役員の一部異動 ④年度内予算の支出概算 ⑤理事会提出議案 ⑥「食品卸団体連絡協議会」の事前打合せ ⑦その他の件につき協議した。

はじめに、関東支部・流通業務委員会の前委員長湯浅一也氏の非公式紹介があった後、議案審議に入った。

委員会の活動状況については、午後2時から開催される食品卸団体連絡協議会の事前打ち合わせと議案重複する部分もあり、7号議案にゆずることとし、13日～14日に掛けて開催した九州沖縄支部並びに情報システム化委員会との共催による「情報システム研修会」の実施経過報告と、その収支決算状況につき事務局よりその概要を報告した。

2号議案の食流機構への寄付金納入状況については、14日現在で未納の会員が304社中31社（外に退会未納6社）。また、賛助会員の特別会費未納は116社中2社（外に退会未納4社）で後一步目標額に未達の状況であり、運営委員会のメンバー企業にご懇意な未納企業に対し、分担で直接お口添えの協力を願うことになった。

役員の一部異動に関しては、会員企業内の人事の異動にともない、新たに理事登録のあった2名につき事務局より報告した。

また、年度内予算の収支の概要に関しては、下期における支出概算と期末残高見通しを事務局より説明。最も厳しい年度末決算状況になる見通しである旨を報告した。

午後2時から開催される第21回食品卸団体連絡協議会の事前打ち合わせについては、各委員会の重点活動の進行状況と報告担当の役割分担等が話し合われた。

☆ ☆ ☆

10月28日正午から福島ビル9階の日本橋精養軒において、第21回賛助会員世話人会に先駆ける運営委員会を開催した。事前打ち合わせ以外の主な議案は次の通りである。

- ①財団法人食品流通構造改善促進機構への寄付金の完納に関する件
- ②中間決算状況報告に関する件
- ③理事会提出議案等に関する件
- ④各委員会活動報告並びに賛助会員世話会の事前協議に関する件
- ⑤その他

まず、（財）食品流通構造改善促進機構への寄付金の完納の件に関しては、未納企業に対して前回の委員会で委員メンバーの協力を得て個別にお口添え願うことになっていたが、その後数社からの納入があり最終的には目標3000万円の寄付負担のうち、未達額は130万円～150万円の間と想定される。

このことにつき、未納企業に対しては再々要請

し協力を得るとともに、11月25日開催の理事会には、理事・監事の26企業による按分又は、予備費による補填か、その2案につき諮った上で、年内に完納するとの方向が協議された。

中間決算状況報告については前回の運営委員会でも協議されたところであるが、期末決算見直しは逼迫の状況であり、定時総会開催時点の明年5月以降の、会費徴収時期の6月末までの概ね3カ月間の繋ぎをいかようにするか等々を審議した。

理事会においては、こうした状況を含め、現行会費の見直しを諮ることとなった。

会費の増額改正は、日食協が創立して15年になるが、昭和59年に当時の年間会費が8万円以上の会員に対し、2割の引上げが一度なされ以後据え置かれて現在に至っている。

なお、第3号議案の理事会提出議案は、次の議案が事務局より示され承認となった。

理 事 会

日時 平成4年11月25日(水)
午前10時～正午 昼食後散会
場所 鉄道会館ルビーホール12階
明星光雲の間

〔理事会提出議案〕

- ①平成4年度上期活動経過報告に関する件
- ②「賛助会員世話人会連絡会」の設置に関する件
- ③「(財)食品流通構造改善促進機構」への寄付金の完納に関する件

- ④新規加入会員、退会会員に関する件
- ⑤収支状況報告に関する件
- ⑥その他

各委員会活動報告並びに賛助会員世話人会の事前協議に関しては、各委員会の重点活動報告に先だち運営委員長より、このたび日本即席食品工業協会側のメンバーを通じ、同協会が取纏めた優越的地位の濫用行為に係る要望事項につき日食協側代表と説明懇談の機会を得たいとの相談が寄せられている旨の報告があり、話し合いの結果11月18日、運営委員会のメンバーと同工業協会代表と日食協会議室において初会合することを決定した。

委員会の重点活動報告については、あらかじめ報告内容を整備し、それぞれ担当の委員長及び座長から報告することになった。

今回は、事務局で用意する資料はなく、中間報告の形で寧ろ意見交換に重点をおきたいとされた。

商品委員会

返品是正対策で具体的取組み

9月3日午後3時から日食協会議室において返品問題改善協議会を開催し、返品問題改善に係る具体的取組みについて協議した。

今回の協議会は平成4年度に入って第2回目になるが、ワーキンググループとの合同により開催し、一歩進めて返品の実態分析につき意見交換を中心に行なった。

意見交換のあらまはは次の通り。

- ・返品の要因として、一つには「欠品ゼロ」を追及することによる返品増と、賞味期限という最も厄介な問題がある。
- ・レギュラーコーヒーは3年を賞味期間と見ているが、通常1年～1年半。しかし現実には90日と一方的に決められている。
- ・フランスから輸入すると45日を経る。首都圏のみならよいが、全国販売となると数週間しか置いてもらえない。
- ・缶詰でも納入する段階で1年以内でないと受け取らない。こういうのが一番問題である。
- ・即席ラーメンで2年以上たったものでも風味が欠ける程度である。賞味期間内に食べないと駄目と消費者は思っており、理解されていない。
- ・全体を百として、賞味期限切れとなって返品されるものが18%内外ある。この賞味期限切れの返品はどうしようもない。バラで返される商品の受け入れは大変で、恐らく返品処理コストは5割を越えているだろう。
- ・根拠がなく、新しくさえあればよいというのは困ったことである。それが商品開発のネックとなる。
- ・メーカーとして責任を持って言っていることであるが理解してもらえず、しかも鮮度管理はすべて店ごとに違い、これが問題である。
- ・賞味期限の異なる商品が多く、それに袋スナック物などは3週間前の厳しさである。メーカーとしては造りだめが出来ない。
- ・納品期限が設けられ、それも賞味期限に関係のない商品から始められ、一体、社内基準が同じなのかどうか疑いたくもなる。

メーカーは、団体としての物差しによっているが、それでも無視され、駄目ならいらないと拒否される。

- ・全日本コーヒー協会では宣伝を計画しているが、商品特性をわれわれも大いに強調する必要がある。
- ・メーカーから見て卸側の管理の悪さによるという点はどうか。また卸の在庫管理の先入れ先出しの問題をどう思うか。卸在庫管理のまずさと、小売の基準設定の厳しさ、そうしたところに問題があるとも見られるがどうか。
- ・わが社では、一番厳しいところに合わせるようにやっている。
- ・うちは鮮度管理をコンピュータで対応している。これを怠ると始末書とペナルティーを取られる。そういう管理をしているなら取引は止めるよの話になる。
- ・物流加工の対応をするにしても、サービスが高まればコストは高くなる。取引する時の条件設定が出来れば良いが、そこらがすべてサービスとなっている。どのように卸とメーカーが考え方を整理すべきかもっと話合う必要がある。メーカー団体から打ち出している賞味期間と、小売側の設定、それにわれわれが作ろうとしている期間と3つある。これでは安易な設定とならざるを得なくなる。
- ・賞味期間を自主的に決めている店には業界団体で決めている期間を申し入れるということはどうか。
- ・行政指導で対処するのが一番賢明であると思う。
- ・シーズンオフの棚替えはどう考えるか。確かに欠品をゼロにするための見方や、取引の集

約化の一面もあるが、全体から見ると減って来ているという感じがあるかどうか、そして売れ筋商品、死に筋商品についてはどんな実態があるか。

- ・乾麺についてはシーズン切換の段階で対応しているが、ゼロであったり、50%であったりといろいろのケースがある。
- ・この問題のまとめの段階では業態別となろう。こちらで関与できない在庫に関しては売り切れにしてくれの方向であろう。
- ・取引を始めるときの契約書は共通ホームとして、原則はこれだの申し入れをすべきであろう。
- ・卸だけでノー返品だと言えるかどうか。しかし、歩引きの問題を入れるとなると、これもまた大変な話になる。日食協が調査した返品率の0.44%の管理コストの分だけ歩引きにしてノー返品にしたとき、メーカーはどう考えられるか。0.5%となると大変な金額となる。
- ・小売店だけの問題でなく、消費者啓蒙の必要もあり、オーソドックスに取り組む以外にない。

以上のような意見の交換があり、これらをもとにしてWGにおいて叩き台を作成することとなった。

センターフィの実態を追う

商品委員会内に置かれるセンターフィーWG（座長 木村哲二氏）では9月14日午後1時から日食協会議室で、第5回目のWGを開き、その取纏めにつき検討した。

このWGにおいて、先ず企業別の配送体系はどうか、また、店直の経費等についてもその実態を可能な限り追い、庫内費・配送費が何%を占めているか等を中心に情報交換した。

しかし、その内容的な洗い出しはなかなかつかみ切れない部分があり、高い安いは別として量販店サイドが内容を明確にさえしてくればとの声も聞かれ、この辺のことは行政指導に俟つところが大きく、制度化しての定着化が図られなければならないとされた。

WGとしては、特に店直とセンター納めした場合、どの位の相違があるか、また、過去3年の物流費などについても検討し、出来れば最も単純に2トン車1台当たりのコスト調査を併せて行なつてはとの意見も出された。

この日のWGの検討の結果、①センターが設置される社会的背景 ②センターの形態と内容及び明細 ③卸の平均的な首都圏直納のコスト ④従来と比しての経費の実態 ⑤行政への働き掛け等々を重点的に検討することになった。



普及活動を積極的に推進

9月4日午後3時から日食協会議室において情報システム化委員会を開催し、①ネットワーク検討会の活動報告 ②情報システム研修会の実施要領等 ③その他について協議した。

N検の活動については、篠憲一座長より重点的に検討してきた「情報システム研修会」の開催に

当たっての講師が担当する項目スケジュール並びにその時間配分等の内容を説明。また同検討会が取纏めた実施要領等、最終的な協議を行った。

この委員会において、会費は一人27,000円とし、参加者は30人程度の規模で対話形式とする。また、フリーディスカッション、アンケートも実施

する等基本的な実施要領を決定した。

9月8日午前9時から日食協応接室において篠原長との事務局打ち合わせを行ない、支部連係のもと研修会の開催に向け準備を整えた。

博多で「情報システム研修会」開催 フリーディスカッションで密な研修

情報システム化委員会は、10月13日～同14日にかけて、九州沖縄支部の全面的な協力のもとに博多シティホテルにおいて、九州地区では初めての「情報システム研修会」を開催した。

今回の研修会は、対話形式を基本として企画され、従って員数が絞られ、参加企業16社、17名の参加により実施された。

<参加企業> 受付順：敬称略

会員：

コゲツ産業(株)、長崎乾物(株)、佐賀県食糧(株)、下田商事(株)、ヤマエ久野(株)、寿商事(株)、(株)立石、(株)シンセイ、亀井通産(株)、松本産業(株)、(株)明治屋福岡支店、国分(株)九州支社、松下鈴木(株)福岡支店。

賛助会員：

(株)ポッカコーポレーション、ハウス食品工業(株)味の素ゼネラルフーズ(株)。

第1日目：

午後1時半から研修会が開始され、はじめに九州沖縄支部側から、支部事務局担当のコゲツ産業株常務取締役 山下恭輔氏の本村道生支部長所要による代わっての支部挨拶があり、続いて松本健一情報システム化委員会委員長より要旨次のような挨拶がなされた。

『情報システム化委員会では、業界のシステムの標準化のため積極的な研究開発を進めているが、システムは独自に進めると、後であの時標準化しておけば良かったということになり、そのようなことのないよう、啓蒙普及活動は委員会の当初からの大きな柱ともなっている。

この業界で開発した標準化システムを、少しでも多くの会員の方に知って頂くべく啓蒙活動を続けてきた。

特に「酒類食品卸店メーカー企業間標準システム」の基準書の普及には力を入れてきたが、いままでは東京・大阪の2つの地区に限られ、その開

催地までお出まし願って説明会を実施してきた。しかし、このようなどちらかと言うと一方交通では真の意味での普及につながらないとの話になり人数を多くせずじっくり話し合う企画を組み、本部から出向き支部活動の一部として取組んで頂ければと考えた訳である。

幸い本村支部長のご理解を賜り、このたびの研修会開催の運びとなった。

本日は立食形式の懇親会も催すことになっており、みなさんとともにゆっくりとお話し合いを致したいと思っている。

明日は講演会とフリーディスカッションも用意されており、腰を落ち着けての研修を進めたいと願っている。各講師も張り切っておりどうか活発なご発言をお願いしたい。』

以下、スケジュールに沿って担当講師による研修会が進められた。なお、2日間にわたっての担当講師は次の通り。

[情報システム化委員会]

委員長・(株)廣屋 代表取締役会長 松本健一氏
副委員長・国分(株) 情報システム本部システム

企画室室長 中村隆一氏
委員・(株)菱食 システム統括部部長 原田 努氏
[ネットワーク検討会]

座長 国分(株) システム企画室
三課 課長 篠 憲一氏
サッポロビール(株) 情報システム部

副課長 品田裕司氏
(株)廣屋 システム開発室 次長 田中雅城氏
外に本部事務局からは専務理事が出席した。

セミナースケジュール説明、並びに事務局メン

バーの自己紹介があった後、篠 憲一氏より
①システム標準化の必要性について ②標準システム基準書の概要説明が1時間15分の持ち時間で概要説明があった。

ここでブレイクタイムが持たれ、午後3時半から品田裕司氏及び篠 憲一氏両氏の分担により、約40分にわたり受発注システム説明と事例紹介が行なわれた。

この受発注システムの事例では、ビールメーカーとのオンライン新旧対比図が示され、電話及びファックスによる従来の発注方法とVAN経由の新しい発注方法につきどのような改善が進んだかまた、メーカーオンライン受発注システムにおける直送、倉入れのチャート説明等がなされた。

続いて出荷案内システム説明及びその事例紹介は、田中雅城氏と篠 憲一氏の両名が担当。出荷案内データの管理等につき具体的事例の紹介が約50分の予定で話された。

午後5時、予定の時間で研修を終り、一時間の休憩を取り、午後6時から別間の宴会場において懇親会が開かれた。

はじめに中村隆一副委員長より開宴の挨拶があり、盃を重ねながらの終始和やかで、実り多い真の情報交流の場が持たれた。

中締めは、参加者を代表しヤマエ久野(株)情報システム部取締役本部長の坊園貞夫氏が、「こうした研修会は是非今後も計画して欲しいし、情報の交流を深めることにより、更に共生の道を求めたい」と挨拶され、午後8時閉会した。

第2日目：

翌14日午前9時から、第2日目の研修会が開

かれた。

品田裕司氏・篠 憲一氏により基準書に基づき、販売実績システム説明があったのに続き、明細タイプ及び集計タイプの販売実績提供用データ作成等の事例紹介がなされた。

続いて商品案内システム説明が篠 憲一氏の担当により行なわれ、また、在庫報告システムにつき田中雅城氏から説明がなされ、15分のプレイクタイムを挟み、10時15分から2時間という十分な時間を取っての中村隆一氏司会によるフリーディスカッションが開かれた。

この、フリーディスカッションにおける主な発言のあらまはは次の通り。

- ・ 初歩的質問だが、三種類のセンターコード（共通取引先コード・酒類食品全国統一取引先コード・開発センター管理の標準コードセンター）について説明して欲しい。
- ・ 事例紹介のうちで、19頁の提供データ、伝送データが同じようなかたちとなっているが、その理由は？。
- ・ このメーカーならペーパー、このメーカーはオンライン等、これをどこで区分しているか。
- ・ 基準書5頁のJAN8桁に関連してノンラベルのほうが標準ですよの指導をお願いしたい。
- ・ 日本チェーンストア協会と定期的に話し合いが出来るような機会を設けて貰うと有難い。接触する頻度をもっと欲しい。それから、情報システムの処理問題について、その後どうなっているか。途絶えているなら再開して頂きたい。
- ・ コードセンターでJICFS（商品マスター

の分類コード）を進めているが、JANコードの付番基準で荷姿コードが徹底していない。その取組についてお聞かせ願いたい。

- ・ JICFSのプロジェクトにおいてこれに物流面における品名、量の表現が絡んでこないと使い物にならない。と言っても国のプロジェクトであるので簡単には行かずいろいろ問題を含んでいる。こうした面を大手卸が結束して物申すべきではないか。
- ・ どの範囲でJICFSを利用するかであるが、問題がある部分は、データを逆送している。魚屋か、八百屋かで分類は全く違ってくる。こう言った問題についてアンケートするのもよいと思う。
- ・ 販売実績システムのオンラインはやっているが、受発注システム及び出荷案内システムはまだやっていない。現在、スーパーとはEOS回線で30~40を受けなければならない状況である。また、問屋・メーカー間で送るサイクルにしてもその対応は大変で、そこでデーリー一本で渡すから、これで受けて欲しいと、メーカーに押し付けるかたちとなっている。しかし、これを選択するとなると、メーカーとすべてに対応となる。多数にのぼるのはよいが、ある程度制約がある方がよい。でないと切り替えるときにそれが遅れとなる。この辺の選択は大手のなかで決められているのかどうか。ペーパーで渡すのかどうか。システムが決まっていく中で、ある程度絞ることが出来ないものか。
- ・ 自動照合が大変で、わか社ではまだやっていない。
- ・ 取引条件の問題で、システムに取り組もうと

するとき、本当に纏めにくい。この辺の纏めの動きについてはどうか。

- 卸と卸との買掛金の自動照合についてはどのような対応をしているか。
どの程度のサイクルでメーカーは対応し、また、わが社では月間が多いが、販売実績システムをどんな形で利用しているか。
- 出荷案内データの中で、製造年月日の考え方として、商品管理を問屋ベースで取るのは不可能であり、いついつ製造したものがいくらあると言う情報を流して貰えると有難い。
そうして頂ければ、出荷案内データの中で実用できるのではないかと思う。
- メーカーとして、日付などをあまりこまごまと規定されてくるとそれへの対応が大変である。
- 買掛金に関連し、メーカーの請求書がまちまちで、これに対応するのに当社は元帳が一つで、切り替え切り替えやっているが、これの標準化は出来ないか。
- 販売実績については、こういうかたちで頂きたい旨を卸に協力して貰っているが、受発注あるいは出荷案内等で要望があれば、申し出て頂きたい。出荷案内データと請求データの絡みで、私どもではこれをイクオールと考えており、〆日に関しても15日締めと月末締めでやっているが、バックデットは絶対入力できないようになってるので、〆日の方で守らせて貰っている。しかし、照合などでいろいろと卸側に不都合があるとのことでもあり、実際どう言ったところが使えないのか率直なご意見を聞かせて欲しい。
- 基本的には期間的ずれはクリアされている

と思う。

- 倉入れについては、商品が納品された時点で入荷確認の上、メーカーの送り状に基づき入力している。出荷案内システムを活用することにより、メーカーデータを共有して、卸データを作成することになるので、照合率を向上させることができる。それから、もう一つは価格の問題で、メーカーが提示する価格と、卸側が受ける時点での価格のギャップがあった場合、現場において集計の時点で価格をチェックすると言うようなことは通常されてない。それとか価格の取込みの誤り等の部分が未照合の原因になる等のケースが想像される。
- ファイネットと販売実績はデータ交換させて貰っているが、業界としてファイネットがどう言った位置付けとして捉えられているのか、また、商社系VANとの接触はどのように協会として臨んでおられるか聞かせて頂きたい。
- わが社は受発注システムはこのフォーマットではまだやっていない。ところで、さきほど請求書の話があったが、帳票関係で特に納品伝票についてメーカーとは統一的なところが進められていない。この辺りがはっきりすれば入力も統一化が出来て買掛け照合の問題にも繋がっていくと思う。

以上のように出席各者から2時間わたる活発な発言があった。

昼食休憩後、午後1時再開し、1時間にわたり原田 努氏により「DPP物流モデルについて」と題して、本年3月に発刊した「DPP研究会報告書：初版」を資料として、OHP機を合わせ活用しながら、冒頭卸の産業

化・機能卸を目指し現況及びこれからの展望につき述べ、更に物流の位置付けを明確にしたうえで、本題のDPP物流モデルの研究と、過去1年間にわたり作業してきた成果につき、中間報告の形で具体的に説明。今後のDPP・DPCの方向性等、内容充実した講演会であった。

以上で2日間にわたる研修会の全スケジュールを滞りなく終了し、参加者全員から講師に対し、謝意を込めた拍手が送られ、午後2時半散会した。

☆ ☆ ☆

DPP研究会が第2次調査に着手

9月11日DPP研究会のWGに続き10月20日午後2時から第6回目の研究会が開かれたあと、11月2日午後1時半から日食協議室で第2回WGが開催され、実態調査方法とワークシートの内容検討を行なった。

前年に続く第2次実態調査については、その事前調査を、9月25日に西野商事(株)千葉センター・9月28日に(株)明治屋足立営業支店及び10月5日に(株)廣屋葛西物流センターとそれぞれ終り、それを踏まえての実態調査を進める上での生産性の捉え方、計測目標並びにその方法、更には、名目作業時間測定ワークシートの案等について検討した。

すでに実態調査については、11月17日に西野商事(株)千葉センター・11月19日は(株)明治屋足立営業支店及び11月24日に(株)廣屋葛西物流

センターと調査日程が決められており、DPP研究会では、傘下WGが検討準備してきた結果をもとに11月9日午後2時から第7回目のDPP研究会を開き、実態調査方法の検討とワークシート内容の最終確認並びに実態調査メンバーの確定等につき協議がなされた。

なお、今次の実態調査は、各センターとも汎用センターが対象(前年度は専用センター)とされている。



物流コストの実態で中間報告

パレチゼーション動向に留意

10月21日午前10時から会議室において物流委員会を開催し、①WG活動の近況報告 ②物流コストの算出結果報告 ③今後の委員会活動の取組み等 ④その他について協議した。

2月27日開催以来の委員会開催となるが、WG活動の物流コスト算出作業が概ね整備された段階で、新価格体系の裏付け資料として、また、10月28日の賛助会員世話人会を間近に控え、上記の諸案件が諮られることになったもの。(物流コストの概要は別掲5頁参照)

委員会としての今後の取組み等の問題に関しては、委員会としてのセンターフィーへの対応に關し話し合いがあり、このことについては、現在、商品委員会内に置かれるセンターフィーWGが実態調査に取り組んでいるところから、その結果を待って、総取引数量の何%を占めるかを物流コス

トの中でカッコ書きで捉えることにすればよからうとされた。

また、パレチゼーションへの委員会対応問題が取り上げられ、意見交換がなされた。

パレットの規格化は、通商産業省において検討を進めているが、その対象とされているパレットサイズはT11型（1100 X 1100）である。

このことにつき卸売酒販組合側に検討して欲しい旨の協力要請があり、同卸売酒販業界ではこれを受けて検討中といわれるが、11月4日に第2回目の日本パレット協会を委託窓口とする委員会が開かれるに当たり、酒販組合側参画委員（日食協・物流委員会兼任委員）を通じ、日食協においても加工食品卸業界として、予めの見解を用意しておく必要があるとの提言があり、今後の日食協の対応問題につき協議した。

問題点としては、①酒類業界のパレットは、量的にウエイトの高いビールパレット（現行サイズ1100 X 900）を主体に使用しており、T11型一本に規格化されることには少なからぬ問題がある。②だれが受益者で、負担はだれがするのかが等々、規格化に至るまでには幾多の困難な問題を内包している。

物流委員会では、先ずメーカーの意見を尊重しつつ、意見の出揃ったところで、卸側に差し障りがあれば、意見を具申するという方向で、これからの動向を注視して行くことになった。

☆ ☆ ☆

議題の協議を終え、引き続き物流に係る効率化問題を中心とした農林水産省側とのヒヤリングが行なわれた。

農林水産省側から食品流通局企画課の柏原卓司統括係長、同商業課・流通構造改善対策室の瀧倉昭室長、同課の佐藤孝二課長補佐をはじめ、食流機構の高橋順三氏外、日通総研側から今野明氏が出席。

この日の主なヒヤリング内容は次の通りである。

①輸入インフラ事業に取り組む場合の地域輸入促進高度化施設（FAZ：フォーリン・アクセス・ゾーン）の所謂、民活法によって助成が受けられる仕組みについての説明と、第3セクター構想を業界として計画作成する見通し等に関するヒヤリング。

②都市計画法に係る流通業務市街化調整区域の整備に関する法律の見直しに関係5省庁間で検討されており、特に大都市地区における配送施設等に関して、より活用し易い新しい概念で書き直しが出来ないかを論議中であるとされ、基本方針を作成のうえ、早ければ次回の通常国会で法案として示したい意向。このことについてのヒヤリング。

③物流拠点を設ける場合施設の共同利用化が出来ないかについてのヒヤリング。

④その他、パレチゼーションに関する意見交換とパレット統一化に向けての要望。

概要、以上の意見交換が行なわれ、主として物

流に係る業界の現況と問題点等を訴えた。

食品取引改善委員会

新たに「納入期限」を活動議題に

9月3日正午から日食協会議室において食品取引改善委員会を開き、①新価格体系に係る活動報告 ②今後の委員会活動の取組み等につき協議した。

開催にさきがけ、木下 誠委員長より「委員長に就任して初会合の委員会であるが、これまで主テーマとして取り組んできた新価格体系の所謂、定率に加えて定額の導入もここに来て壁に突き当たっている感があるが、委員長として取引改善のための新しい議題を選定したいと考えており、今後の委員会活動の取組みについての議案でお諮りしたい」旨挨拶。

続いて同委員会の大竹一太郎座長から、昨年11月14日以来の主として新価格体系に関する経過につき概要の報告がなされた。

「これまでの新価格体系に向けての活動結果については一応の評価があったとの認識のもとに、飲料物流とギフトの実態について、新たな調査を進めてきた。しかし、ギフトについては余りにバラつきが極端で、これは先送りとしたが、飲料物流にあっては物流コストが全く賄い切れない状況となり、この飲料商品の物流コストにつき、トラック満載でどの位の経費を要するかのセンターフイーも含めての実態調査を試みた。ところで、こ

の調査の段階で飲料商品が平均で1.5%の-marginアップのあったことはご存知のごとくである。そうしたことで飲料物流の実態については、試算の形で取纏め、現在に至っている。」旨報告。

また、意見交換の中で定額部分の新たな動きとして、この秋の時点で新たにマークアップ方式に切り替えるメーカー企業があるとの情報も伝えられた。しかし、そのデータ管理が大変な面があり、もっとシンプルにして欲しいとの声も聞かれた。

なお、食品取引改善委員会の新たなテーマとしてメーカーを含めての「納入期限」に係る問題整備に取組み、取引きの正常化を推進する等が話し合われた。

支部ニュース

在庫管理の実態等取纏める

関東支部では9月21日に続いて10月19日の両月にわたり磯野計一支部長ご出席のもとに、それぞれ流通業務委員会を開催し、①在庫管理に係る調査結果の具体的取りまとめについて ②物流コスト・返品実態調査の実施について ③委員会活動のスケジュール化等を中心に協議した。

9月21日の委員会では、これまで7年間にわたり流通業務委員会の委員長を勤めてこられた(株)小網物流部次長の湯浅一也氏が9月末日をもって退職されることに伴い、委員長を退くこととなり、

支部長より永年にわたる労に対し謝意が述べられた。

在庫管理に係る調査結果の具体的取りまとめについては、前回の委員会で各委員会メンバーより酒類、食品のカテゴリー別に年間平均在庫金額、年間平均在庫日数及び坪当たり在庫金額の報告が寄せられ、一覧表として纏められたが、食品と酒類坪当りの算出、汎用倉庫における区分、計画在庫に対しての売り上げ在庫の捉え方等分析取纏めに際しての諸問題を検討し、更に次回委員会において煮詰めることになった。

なお、次回取纏めに当たっては、①重点的な商品に対する商品管理とCV商品に対しての取り扱い ②不良在庫の処理方法 ③過不足発生時の対応等についても検討する予定。

流通業務委員長に伊藤徹夫氏

副委員長には酒本和夫氏

10月19日開催の流通業務委員会において湯浅一也前委員長の後任委員長として、はじめに磯野支部長の紹介があった後、国分(株)営業本部物流システム本部課長 伊藤徹夫氏が就任し、また副委員長には(株)廣屋営業本部物流部副部長の酒本和夫氏が互選された。

伊藤新委員長の各議案進行のもとで、これまで検討されてきた在庫管理実務調査に関する整理を行なった。また例年実施してきた6～8月における返品実態調査、並びに物流コストの調査を各県ブロックにおいても前年に習って調査依頼中であり、首都圏調査と合わせ年内に調査結果を報告書として取纏めることとなった。

共同配送委員会の活動状況

9月21日並びに10月19日午後1時から日食協会議室においてそれぞれ共同配送委員会を開催し、①共同配送の食品実績報告並びに情報交換 ②共同配送業務に係る意見交換 ③対百貨店への要望内容の検討 ④その他の共通議題により協議した。

特に9月21日開催の委員会には、日食協側から磯野計一関東支部支部長、南王運送(株)からは佐野 保第3営業部長が出席され、共同配送業務に係る意見交換につき重点的な話し合いを行なった。

毎回南王運送(株)側から、食品の共同配送についての実績報告があるが、南王運送側の収益状況は良好な内容であるのに対し、共配参加の卸側は採算の全く合わない逼迫した状況の中で業務継続をし今日に至っている。

代行専業者側は売り上げ利益率は8%が標準で、よくて10%止りといわれているが、参加メンバーに取って見れば、基本的に相対契約となってから1年を経過し、全く見返りがない俥の状況で現在まで推移してきていることは耐えられないとする。

共同配送という機能の中で補填を考える余地はないのか。修復策はないのか。こうした深刻な状況にある卸側に対し新案の提示があってもよい筈であり、配慮があってしかるべき等々各メンバーから率直な意見が出された。

百貨店への要望内容の検討については、最も大きな問題として、店着から納品終了まで時間を要

する点が挙げられているが、共同配送業務を円滑化するため、①注文伝票の事前起伝の徹底 ②納品待ち時間（主に検品時間）の短縮につき要望することが話し合われた。

第12回食品卸団体連絡協議会を開催

10月15日午後2時から東京ステーションホテルにおいて第12回食品卸団体連絡協議会を開催した。

はじめに、卸5団体を代表し東京都食品卸同業会会長の山本新三郎氏より「この連絡協議会も早いもので7年になる。年を重ねる毎にこの会が有意義な会となってきたことはご同慶に耐えない。また、日食協ではワーキング活動を積極的に進められ、われわれにいろいろと話を伺わせて貰っている訳だが、中でも大事なことは新価格体系問題である。しかし、飲料等をはじめなかなかわれわれが納得出来るような状況ではない。何とかこの卸業界が力を合わせ、安定した業界となるよう願っている」旨挨拶。

続いて、日食協側を代表し運営委員長の磯内善介氏より次のような挨拶があった。

「現下の状況は極めて厳しいものがあり、百貨店の売り上げは前年比8%の減で、連続7カ月のマイナスで、スーパーにおいても食品は一応100%を上回っているが、その他はマイナスでトントンだと言われる。

また、昨年の商業統計では、小売業が3年前は55万軒であったのが、52万軒と減っている。食料品専門小売業は13万軒の減で、弱小スーパーにあっては17%の減と言われ、組織小売業に

よってどんどんと侵食されている。

このような環境の中で、日食協と皆様とが手を組んで厳しい現況を乗り切って参りたい。

日食協では、このほどメーカーとのトップ間の真の話し合いの場として11社連絡会を設けたが、全体の売上が低迷している状況の中、新価格体系の構築を目指し努力したいと願っている。」

<主な懇談内容>

1) 新価格体系に係る関連活動

イ) 物流委員会：物流コスト実態調査・バーコード等

ロ) 食品取引改善委員会：定率と定額導入の現況・価格維持問題等

2) 取引慣行等に係る業界対応状況

イ) 返品問題の改善について

ロ) センターフィー問題について

ハ) 財食品産業センターの動き等

3) 割戻金のデータ即引状況等

4) 最近における行政の動向

イ) 中小企業物流効率化促進法

ロ) 食品流通構造改善促進法と食流機構

5) 団体間情報交換

<次回開催予定> 平成5年5月19日及び
平成5年10月21日。



缶詰ブランドオーナー会

中国産で新物蜜柑缶深刻な事態

9月9日正午から日食協会議室において果実部

会を開催し、イ) みかん缶詰の市況並びに作柄の見通し ロ) 輸入状況 ハ) 蜜柑工組との事前打ち合わせ等につき情報及び意見の交換を行なった。

市況については、4号缶はぼつぼつだが、5号及び1号、2号缶はともに振るわず、1号缶で730円唱え。

新物は増産傾向にあり、価格に乱れの兆候ありとされ、景気の後退も念頭に置くべきだとの見方である。

こうした状況から、新物上限は400万函が限度との声もあった。

同日午後1時半から日本蜜柑缶詰工業組合側代表との懇談会が開かれ、情報交換されたが同組合側の意向では440～450万函になお上積みしたい模様。

しかし、中国産蜜柑缶詰の輸入は前年を更に上回るのは確実で、国産新物蜜柑缶が深刻な事態を迎えるであろうことは避けられない。

10月12日午後1時半から日食協会議室において果実部会、3時15分から再度日本蜜柑缶詰工業組合側代表者と情報交換する場を設け検討されたが、製造期を目前に控え、工組側の前年並の希望がどう下降修正されるか関心のもたれるところであった。しかし情報交換の結果では、ブランドオーナーとしては前年比8割押えで臨むのが妥当であろうとの読みであった。

製造年月日・賞味期間等でアンケート

去る7月27日に開催した幹事会、全体会議において現在関係行政筋で、従来の製造年月日の表示を廃止し、賞味期間表示の一本とする意向があるとの動きがあり、CBOでは幹事会メンバーを中心に、どのような意見があるかアンケートしてみることになり、回答を求めた結果、下記のような意見が寄せられた。

CBOでは、このアンケート結果を関係行政筋に伝え、慎重な検討が行なわれるよう要望する。

缶詰の製造年月日の表示に係るアンケート結果

農林水産省では、国際化問題とも絡み缶詰等食品の「製造年月日」の表示を廃止して、将来は賞味期間（期限）のみの表示とする方向を検討中と言われます。

ブランドオーナーの立場からどのように思

われますか。

設問1

- | | |
|--------------|----|
| イ、 廃止すべきではない | 8点 |
| ロ、 廃止しても良い | 4点 |
| ハ、 併記表示が好ましい | 3点 |

設問 2

その理由についてお答え下さい。

イ、廃止すべきではない

- ・製造責任を明確にし消費者に対し安心感を与えるのは製造年月日と考える。
- ・商品によって製品にばらつきがあり、同じ商品でもブランドによって賞味期間の設定が同一でない場合もある。
- ・賞味期間は各製品ごとに異なりその期限を決めることは難しい。むしろ消費者に対するPR不足で缶詰の保存性の意義を十分知らせるべきと思う。
- ・日付管理が難しくなる。
- ・むしろ賞味期間表示を廃止すべきと考える。
- ・製造面から見て製品の品質、容器の破損、巻締等問題点が出た場合、原因の追及、事故対応を速やかに行なうことが難しくなる。
- ・廃止するなら賞味期間も表示せず、パッカーのみ分る記号で表示する。(アメリカ方式)
また、科学的根拠がないのに賞味期間を設けるのは問題である。
- ・商品の製造日の特定が出来なくなること自体に問題が残る。

ロ、廃止しても良い。

- ・商品により賞味期間は異なり知識、見解の異なるパッカー、消費者のためにも製造年月日は廃止すべきだと思う。
- ・一般消費者が製造年月日で間違った判断をするため、賞味期限のみが好まし

いと思う。

- ・缶詰のように賞味期間の長い性格の食品については、賞味期間(期限)のみとした方が消費者から缶詰の保存食品としての正しい理解が得られ、過度な鮮度志向を防ぐことができる。
- ・元来、最大の特徴は保存食品として活用され、今後もその特徴を生かすべきである。

ハ、併記表示が好ましい

- ・消費者は、その商品がいつ製造されたかを知りたいという意識が第一で、賞味期間は第二となり、併記されれば消費者にサービスの可といえる。

設問 3

その他のご意見：

- ・賞味期間が経過しても、食する(缶詰等)ことが出来る場合、製造年月日がないと商品を計る基準がなくなる。
- ・賞味期間洗い直しについては、検討データを揃え、業界が一体となり、消費者への啓蒙とPRが必要。
- ・賞味期限表示は「年月」までの表示としたい。(「日」まで必要なし)

☆ ☆ ☆

現在、缶詰の「製造年月日」の表示は6桁表示が通例(例：「920901」)となっておりますが、パッカーの一部で消費者への親切表示として西暦フル表示の8桁表示を希望する向きがあります。(例：「9920901」)

『中小企業物流効率化法』が施行

融資等々の優遇策で支援

平成4年5月29日に公布され、10月1日に施行となった「中小企業流通業務効率化促進法」（「中小企業物流効率化法」）の立法措置に基づき、中小企業庁では抜本的な物流効率化支援策を講ずることになり、種々の優遇策を柱に積極的な啓蒙啓発に乗り出している。

以下、この物流効率化法に基づいての支援措置として、どのような優遇策があるか、その概要を掲げることとする。

物流効率化法に基づく支援策の中で、一つの大きな柱として物流効率化対策は、事業協同組合等により中小企業が協同して取り組むことが最も効果的で、特に物流問題にあっては中小企業は極めて厳しい環境におかれており、単独の企業では、資金調達力が弱く、そのためにも協同の力が大であるとしている。

このような視点から、共同しての効率化対策ならば、業種・業態は関係なく、4社以上の中小企業が集まれば、事業共同組合を設立することができることとしている。

<高度化融資の優遇>

組合等が、効率化計画に従って ①共同物流センターなどの共同施設を設置・取得する事業

②メンバー中小企業が使用する端末などの設備をリースする事業について融資条件が優遇される。

融資条件：必要資金の70%又は80%まで（限度額なし）金利は2.7%又は無利子

<公庫からの特別融資>

効率化計画に従って建物、物流機器、情報機器などを設置・取得するために必要な資金につき、中小企業金融公庫及び国民金融公庫から、低利融資を受けることができる。

融資条件：組合は20億円、メンバー企業は6

億円。金利6.0%（一部5.5%）

※平成4年7月現在。

<助成法の特例>

小規模事業者のための設備近代化資金貸付制度、設備貸与制度につき、効率化計画の実施のために必要な貸付金の償還期間（設備の賦払期間）が通常の5年から7年（4年6ヵ月から6年6ヵ月）に延長される。

<共同物流センターへの減税措置>

効率化計画に従って建設する共同物流センターについて、特別償却（初年度8%の減価償却率上乘せ）が認められ、また、特別土地保有税、事業所税が減免される。

<信用保険法の特例>

効率化計画の実施のために必要な資金の借入に係る信用保証協会による信用保証につき、優遇措置が講ぜられる。（付保限度額と同額別枠化、填補率の引上げ、保険料率の引下げ）

<株式会社法の特例>

効率化計画の実施のため増資を行なう組合等のメンバー中小企業については、資本金が1億円を越える株式会社であっても投資育成株式会社の投資対象に追加される。

支援を受けるにはプランが決め手

物流効率化対策を効果的に実施するためには中小企業関係機関や中小企業診断士による指導のほか、物流システムに詳しいコンサルタントや研究所、物流機器メーカーなどからアドバイスを受けることが重要とされている。

また、中小企業大学校では、中小企業の経営者を対象に、物流システムの考え方、物流効率化対策の進め方について研修を行っており、本年6月、物流効率化を推進するために設立された社団法人日本ロジスティクスシステム協会に参加することにより、物流に関する有益な情報が得られる。

支援を受けるためのプランづくりについてはまず、物流効率化のガイドラインである基本指針に即して対策のプランを立てる。

このプラン作りや調査、実験には補助金が用意されるが、いずれにしても、このプランが決め手となる。

そして、効率化計画を作成し、都道府県に申請する。効率化計画の認定が受けられれば事業を実施することができる。

すでに物流効率化対策に取り組んでいる中小企業もあり、以下に若干の事例を紹介しよう。

<事例その1>

中小卸売業者の共同による物流効率化対策

- ・青森県の卸商業団地の組合：組合委員54社から商品を集荷した上、組合及び組合員による共同出資会社の共同物流センターで保管、仕分け物流加工及び検品を行ない、小売り店等に共同配送している。

<事例その2>

中小製造業者の共同による物流効率化対策

- ・自動車部品の1次製造業者に納品する2次

製造業者41社が共同デポに各社の製品を集荷し、1次製造業者の工場へカーゴ車両により共同輸送する計画を策定中。

<事例その3>

中小トラック業者の共同による物流効率化対策

- ・大阪府の参加企業46社からなる中小トラック運送業者による組合では、各組合員からの小ロットの貨物を組合の共同物流施設に集荷し、ワライパブリックネットワーク・自動車電話等を活用して空車・求貨情報等を提供し、組合員のトラックに積み合わせて配送する共同輸送事業を実施する予定。

<事例その4>

中小卸売業者とトラック業者の共同による物流効率化対策

- ・東京の繊維問屋400社が共同物流センター及び中継地点に流通センターを設置し、運送業者と共同して ①都内近郊百貨店・量販店納品業務の運送業者への委託 ②同百貨店・量販店を除く都内近郊地区の一般小売店等への共同配達 ③地方向け一括集荷引き渡し配送等を行なっている。

☆ ☆ ☆

中小企業庁指導部取引流通課では、去る10月7日、第11回中小企業関係団体懇談会を開催した後、中小企業物流効率化法の施行を記念しレストランキャッスルにおいて、関係団体代表者、学識経験者等を招き祝賀会を催した。

その席上で、成田公明取引流通課長は、「法が施行になっても、これが活用されなければ意義がない。手続きが簡略で、広く各業界で活用できるよう普及指導に当たりたい」と挨拶。積極的普及指導活動への所信を述べられたが、同取引流通課では相談窓口として全国9カ所の通商産業商工部等で諸々の相談に応じている。

(本庁取引流通課：TEL 03-3501-1511 番)

ブランドオーナーの立場からどのように思われますか。

設問1

- | | | |
|----|---------|-----|
| イ、 | 6桁表示で十分 | 13点 |
| ロ、 | 8桁表示に賛成 | 0点 |
| ハ、 | どちらでも良い | 2点 |

設問2

その理由についてお答え下さい

イ、6桁表示で十分

- ・現在8桁表示のメーカーもあるが、6桁表示が主体となっており量販店等も特別の動きがない。
- ・6桁表示で十分理解できる。
- ・スペースに限界があると思うため。
- ・4桁が6桁に移行して10年以上経過し、消費者にはかなり認知されているので、再度の変更は混乱を招きかねない。
- ・消費者への親切表示が目的であればむしろ消費者にはあまりにも「製造年月日」にこだわる神経質な姿勢を変えるよう、缶詰の保存性・安全性をもっともっとPRすべきだ。
- ・豆缶及び輸入缶詰等、8桁表示の対応が出来ないものがあるため。
- ・6桁表示でも一般的に理解している消費者が断然多いため、必要はないと思う。
- ・6桁表示でも消費者に理解されている

と思う。

- ・現行表示で十分理解できる。消費者からの問い合わせを見ても、6桁表示に対しての日付けの問い合わせは殆ど見られない。また、8桁表示の際には印字スペースの問題もある。
 - ・輸入品依存傾向がある中、①現在のものできほど不便は感じないにも拘らず変更すると外国側は対応に困る ②缶コードで8桁がない場合、問題化する。
 - ・消費者からの問い合わせ（缶コード）の中で6桁表示が分からないというものはないため。
 - ・現行通りで消費者は理解できる。
 - ・過分な親切表示は必要なし。現行6桁で十分消費者に理解されている。
- ロ、8桁表示に賛成
(回答なし。)
- ハ、どちらでも良い
- ・基本的には8桁表示が好ましいが現状で豆缶等スペースの問題、乃至工場サイドの対応の目途がついた段階で移行。

設問3

その他のご意見：

- ・過去得意先より製造年月日の見方の問い合わせが度々あったが、最近は製造年月日の問い合わせはあまりない。

以上

