

社団法人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 FAX 03(3241)1469 番

会 報



日食協

Vol.82 JAN.1.1994.

目

次

<新年のご挨拶>	社団法人日本加工食品卸協会 会長 國分勘兵衛	2	
社団法人化後初の理事会開催	新流通時代に向け日食協活動を審議	3	
◇農林水産省食品流通局商業課	白須敏朗課長のご挨拶	3	
◇議事の概要:			
※各委員会の活動報告		5~10	
・運営委員会の関連活動 (5)	商品委員会の関連活動 (6)		
・物流委員会の関連活動 (7)	食品取引改善委員会の関連活動 (8)		
・情報システム化委員会の関連活動 (9)	缶詰ブランドオーナー会の活動 (10)		
※各支部の活動報告		12~16	
・北海道支部 (12)	・東北支部	・関東支部 (13)	・東海北陸支部 (14)
・近畿支部	・中国支部 (15)	・四国支部	・九州沖縄支部 (16)
※収支決算状況		16	
・消費税に係る動向等		17	
※処務規程の見直し		18	
◇「製造年月日」表示から「賞味期限」表示へ		19	
◇「製造物責任制度」(PL法)の動向		21	
◇「新取引制度」で商品委員会が新たな取組み		22	
量販店・CVSの物流コストを調査	物流委員会が時系列比較で実態把握	25	
◇物流委員会でITF・パレチジエーション問題に新取組み		27	
関東支部が6~8月の首都圏百貨店・スーパーの返品実態調査		29	
◇酒類食品業界で商品コードの管理を一本化		33	
◇日食協の主な行事予定		35	
◇日食協の位置づけ		36	

新年のご挨拶



社団法人 日本加工食品卸協会
会長 國分勸兵衛

新年明けまして、おめでとうございます。

年初に当たりご挨拶申し上げます。

昨年7月6日に、それまで任意団体でありました日本加工食品卸協会が、農林水産省の御尽力のもとに法人化することになり「社団法人日本加工食品卸協会」の設立総会を挙行し、8月5日付けで農林水産大臣の許可を得、公益法人として新しいスタートをしてから4カ月を経ました。

新参の法人団体であります。ご当局の温かい御指導と関係業界の皆様のご支援及び会員各位の積極的なご協力により、滞りなく初期事業の推進を図ることが出来ましたことにつき、衷心より厚くお礼申し上げます。

さて、景気の低迷は日本の経済社会全体に深刻な事態をもたらしておりますが、加工食品卸業界におきましては、その景気低迷の渦に巻き込まれることなく、業界自らが新しく脱皮していく一年に致さなければならない大事な年であると思っております。と申しますのも、経済社会のすべての環境が国内的にも、また国際的にも大きく様変わりして参っており、食品流通業界だけの視点から見ましても、流れの変化がはっきり伺える状況にあります。

日食協では、かねてから新価格体系の構築を提唱し、「定率に加えて定額の導入」の具現化に向けお呼びかけをして参りましたが、これまでの具現化活動を踏まえ、新たな取引制度の構築に向け対応致したいと存じます。

そのためには、卸業界自体のスタンスが問われる年にもなると思われますが、継続課題とされております取引慣行の改善活動を推進しつつ、新しい流れに対応するための物流の合理化・効率化の調査研究とこれに併せて食品卸業界独自のコスト算出マニュアルの作成研究、あるいは酒類業界と食品業界の商品コードが一元的に管理できる新システムの開発等を活動テーマとして能動的に取り組みたいと考えております。

また、本年は行政に係る業界関連重要課題がいくつか提起されております。その一つには、税制改正に伴う消費税の見直しとインボイス方式の導入問題があり、更には食品の日付け表示に係る、いわゆる賞味期限表示問題、製造物責任制度（PL法）の導入問題、あるいは円高差益の問題等々、加工食品卸業界にとりましても避けて通れない課題が山積しております。

これらの諸問題を正しく受けとめつつ、日食協と致しましては、新世紀に向けての初年度活動として、会員の心を寄せ合って前向きに取り組んで参る所存でございます。

社団法人化後初の理事会開催

新流通時代に向けて日食協活動を審議

平成5年11月26日午後2時から、東京駅八重洲口の鉄道会館ルビーホール12階明星光雲の間において、新団体「社団法人日本加工食品卸協会」の初の理事会を開催した。

この理事会には来賓として農林水産省食品流通局商業課の白須敏朗課長及び同課の佐藤孝二課長補佐をお迎えし、7月6日の設立総会、8月5日付け農林水産大臣許可を起点とするそれ以降の日食協上期活動の経過報告を中心に、食品流通の潮流がいま大きく方向変換しようとしてつつある中で、食品の新流通時代における日食協のこれからの活動の位置づけと展開内容等につき審議した。

以下に初理事会の審議のあらましを集録してみることにする。

☆

☆

☆

☆

理事会議案の審議に先立って、國分勘兵衛会長より法人化の設立総会が開催された7月6日以降、初の理事会開催であり、この間各委員会を中心に活動してきた経過概要及び関係行政官庁において取り進めつつある一連の行政施策の現況、更には日食協としての下期活動への対応等につき挨拶された後、続いて、ご臨席の農林水産省食品流通局商業課白須敏朗課長より、概要次のようなご挨拶があった。

「このたびは多年にわたり懸案でございました法人化がなされ、誠におめでとうございました。これからいよいよ新生日食協として、ご活躍をされることになる訳であり、私ども行政側にとりましても、また、今後の加工食品卸売業界にとりましても、画期的なことではないかと考えております。

本日は実質的な初の理事会ということで出席をさせていただきました。

ふりかえて考えてみますと、全国缶詰問屋協会が日食協の前進であります、こちらに伺う前に資料を拝見致しますと、丁度27年前の昨日、昭和41年11月25日に全国缶詰問屋協会が発足した日であり、誠に時の流れは早いものと痛感した次第であります。

これから更に國分会長のもとで、社団法人として一層発展をして頂く訳でございますが、そ

れよりも先ず、一つには、会員各社の意思疎通をよくして頂き、皆様方のご理解ご協力を得ながら取り組んで行く必要があることと、もう一つにはこう言う時代でございますから、足元をしっかりと固められ、組織化を一層強化して頂き、これからの飛躍発展に備える必要があると考えております。

ただいま、お話がございました通り、なかなか景気の方も6月の底入れ宣言といったものが、11月の月例経済報告では、これが撤回されるという大変厳しい情勢であり、低迷が続いており、特に円高に伴う輸入の競合商品の増加等によって、販売企画も低下し、採算が悪化しておられる企業も増加し、これまで不況に強いと言われていた食品企業全体としても、あまり良くないという状況の中で、一部の企業は順調に収益を伸ばしているとの話も聞いており、例えば、今年は冷夏でありましたが、逆に菓子パンの原料であるクリームやチョコレートペーストなどは大変に良かったとの情報もあります。

また、一方では消費不況の深刻化する中、消費者の価格選考が厳しくなって、ご案内の通り専門小売店の数はどんどん減ってきております。

そうしたことから、小売店としても、生き残って行く道をそれぞれ求めることになって、そこで新たな業態が生まれて参ります。

最近では、食品と日用雑貨とが組み合わさって、ディスカウントショップといった新たな形態も出てきており、逆に問屋の側が生き残って行くために、専門小売店の方から選考を強めていくという動きも出てきているようであります。

このようなことになって参りますと、ご案内の如くリテール・サポートが必要となってくる訳で、皆様方の今一番の懸案の一つが、問屋の1社から商品の一括購入といったようなことが大きな問題になって来るであろうし、業種の壁を越えた取扱商品の課題は、リテール・サポートを進めていくことが、大変重要なものとなって来るのではないかと考えられ、こうした点についても今後とも日食協として議論を深めて頂ければ幸いであると思えます。

最近私ども農水省の中での特徴的な話として、ウルグアイラウンドが、今やまさに佳境に入っており、12月15日が期限となっている訳ですが、果たしてそれまでに米国・EC間の合意がなるのかどうか、あるいはまた、米についてどのような形での纏まりができるのかといったことが、本当に課題になっております。

私どもも、いま固唾を呑んでいるところです。ご参考までに12月号の中央口論が、この米の問題について、いろいろ実名入りで書かれておりますので、ご興味のある方は後ほどご覧頂ければと思います。

先程も話がありましたが、PL法問題につきましては、ご案内の通りでございます、関係各省からの国政審に対する報告がそれぞれ終了して、国政審では12月3日に最終の報告が取り纏められますが、細川内閣が生産者重視から生活者重視の方向を打ち出されており、時期は

若干ずれるかも知れません。

いずれにしても制定されることは確実ではないかと考えており、そこで私ども農林水産省としては、先きほど出しました報告書の一つのポイントとして未加工農産物は、制度の対象外の方を打ち出しましたが、加工食品は含まれるということでございます。その他については外の各省とほぼ、足並みを揃えたような形になっております。

そんなことで、皆様方の関係しておられる業種につきましても、大変にいろいろな意味での関わりが出てくる訳でございますので、農林水産省としましても、いろいろな動きを見極めながら、皆様方とも連絡を密に致しながら対応して参りたいと考えている次第です。それからもう一点、日付け表示につきましては、製造年月日から原則期限表示に移ることになりますが、関係政省令の改正等々の問題もあり、実際の実施は来年か、再来年の2～3年先になると思われれます。この点に関しましても皆様方にも情報を提供しながら対応して参りたいと思っております。

このようなことで、米の問題、あるいは政治改革、予算編成等々、重要な課題がそれぞれ山積みになっていますが、先ほども申し上げました通り、不透明な時代になればなるほど、足もとをしっかりと固められていくことが、最も必要なことではなかろうかと存じます。

新生日食協が國分会長を中心に、副会長そして役員の方々が一致協力され、今後一層の発展をされますことを心からお祈り申し上げ、措辞でございますがご挨拶と致します。」

☆

☆

☆

☆

< 議事の概要 >

第1号議案 平成5年度上期の各委員会活動報告に関する件

議長の指示により、大要次のような活動報告が各委員会からなされた。

※ 運営委員会の関連活動：

運営委員会は、他のすべての委員会を統括する位置づけにあり、重点活動もそれぞれに関連する事項内容となっているため、詳細報告は各委員会に委ねることとし、平成5年度の委託事業等を中心に事務局より概要次の報告がなされた。

- ・最適流通システム開発普及事業

前年度に続き、農林水産省助成事業による財団法人食品流通構造改善促進機構を通じての委託事業で、委員会の構成は前年度と同じく学識経験者の7名とワーキンググループを編成して実施される。特に本年度は加工食品卸売業の新取引制度に関する調査研究が企画される。

・卸人材育成確保推進事業

卸売業の全国団体としての立場での研修会、講習会を実施することにより卸売業関係者等の資質の向上、人材の育成確保のための促進事業を行う。

・食料品卸売業構造改善推進事業

前年度は就業環境と労働力事情、小売業との取引慣行、割戻金等の調査研究をしたが、本年は物流に係るコスト算出モデルの策定等を中心に研究を進める。

※ 商品委員会の関連活動

加藤商品委員長より報告

「商品委員会は、本年度2回開催しが、活動としてはこれまでの活動とあまり大きく変わっていない。基本的活動の一つは割戻金、二つ目が返品、三番目がセンターフィーの問題である。

- ・ 割戻金の伝票即引化については、90%以上の実現が出来たと見られるが、新たにここでリバートの裸問題、オープン化問題が出てきており、この問題が進めば、一層即引化が推進されるのではないかと考えられる。

この伝票即引化問題を内容的に見ると、請求書鏡即引化という問題と、データ即引化とがあるが、このデータ即引については、まだ不十分な状況にある。

しかしこれは、卸の作業の上で重要なことであり、この割戻金問題については、ワーキンググループで調査を開始し、その結果を待って賛助会員世話人会に報告し、実現に向け進めて参りたい。

- ・ 返品問題については、本年3月に実施した委託事業調査では、かなり改善は進んできたとの認識である。

しかしながら、この問題もこれで良しということではなく、引き続き作業を進めていく考えであり、特に賞味期限表示問題とも大きく関連することで、これらを見極めながら作業を進めることにしたい。

- ・ センターフィー問題は、昨年度8回のワーキンググループを開催し、実態を調査した。その調査結果を踏まえ、賛助会員世話人会等とも話を進めてきたが、当時の背景としては、

条件的に非常に厳しいものとなり、これ以上のセンターフィーはメーカー自体も負いきれないとの強い提言がなされ、そうした声も踏まえ、これ以上量販店のセンター設置・建設については、自粛して頂く方向で進めようとの考えであったが、逆にこれが更に加速されるという状況になり、特に、最近非常に大きな話題を呼んでいる大手量販店の問題とは、まさにある意味ではこれと逆行するということと、卸だけの立場でこれを解決できる問題ではないということから、メーカー共々にこれに対応する必要がある。

同時にオープン化問題が出てきており、来年にも、これまた大手メーカーで実施に向けての検討がされると見られ、このような状況にあることを勘案すると、ここで単にセンターフィーだけの論点からでなくて、全体的な新々価格体系と言った所謂取引制度の見直しが必要ではないか。

即ち新しい観点からこの問題を含め、ワーキンググループを編成し直し新取引制度に関する卸サイドの対策を講ずべきではないかとの話し合いがあり、協議の結果、これを推進することになった。

この問題は、本年度から来年度にかけて最も大きな問題になってくるのではないかと考えており、この問題を重点的に取り組んで参りたいと思っている。

因に各量販店のセンターの設置状況については、チエンストア、子会社を含め154社に対する回答70%企業のうち73%がセンターを保有するという状況であり、その後先き程も申した通り、勢いは寧ろ増加する状況下にあるので、センターフィーのみならず、新取引という考え方で活動を推進して参りたい。

- ・ 従来から置かれている輸入食品小委員会は、最近の円高の問題もあり、再び海外からの輸入商品の増加が顕著になってきており、メンバーを再編成し、この小委員会を再開することに致したい。

以上4課題につき本期ないし来期の基本的活動の柱として推進する運びとしている。」

※ 物流委員会の関連活動

標 物流委員長より報告

「社団法人設立後、物流委員会としては9月及び10月の2回開催した。まず例年継続して調査している物流コストの実態調査の取纏めを行った。調査期間は、平成4年4月から平成5年3月までの1カ年間で、首都圏の量販店及びCVS業界における物流コストの実態を調査したものである。

調査で得られた結果を参考までに申し上げますと、量販店の売上は、584億円で、出荷函数で1,735万ケースと膨大な数になっており、一方CVSについては、売上高で550億円、対象函数が2,408万ケースとなっている。

店出しの函単価の売上は量販店が若干上りCVSについては、ほぼ前年度と同程度の単価となっている。

物流費については、逆に量販店の絶対額がほぼ前年度調査結果と同額であり、CVSについては若干増加をしている。当然物流費のコストダウンについては各社努力を重ねられているところである。

今後の物流委員会の活動であるが、この物流コストの調査の外、農林水産省助成事業の一つとして、食品卸売業の物流コスト算出マニュアルの作成につき委員会として全面的に協力する方針であり、先ほどの新取引制度、言葉を変えて申し上げますと、オープンプライス制が逐次導入される場合に、物流費の実態をより正確に捉えていくことが、日食協として重要な問題と受け止めている。

また、物流シンボルコード（ITF）についての実態調査を行い、日食協としてどういう対応をすればよいかの統一見解案を作成することにしている。

更に、委員会としての分科会的立場でパレチジーション問題につき検討し、できれば日食協としての統一見解を纏め上げられればと考えている。」

※ 食品取引改善委員会の関連活動

木下委員長より報告

「本委員会をお引き継ぎして日が浅いが、現在までのところ食品取引改善委員会の目的として定率に加えて定額の導入について重点的に活動し、今まである程度マージンのアップの努力をしてきた。この日食協における定額は、主として物流費の増大に伴う物流費の函当たり単位に重点が置かれてきたことは事実であるが、先ほどからそれぞれの委員長が申されているように、物流費に偏った問題だけではなく、ワーキンググループが実務的に取り組んでいる割戻金あるいはセンターフィーや、その他いろいろな要素を含めたいわゆるオープンプライスに向けての新たな動き、すなわち新価格体系に移行する空気が現在感じられ、そうした中で食品取引改善委員会は、従来の定率・定額のみでなくて、新たな目標の検討を行わなければならない状況下に置かれていると思う。

この問題は極めて大きな問題であり、食品取引改善委員会だけでなく、各委員会が共通の立場で協議し、その上でメーカーサイドに対する日食協の窓口としての委員会であると思うが、いずれにしても各委員会の関連の中で動かなければならないと認識している。皆様方のご意見

を反映しながら、新価格体系のどこをポイントとして対応していくか、まだ結論は出ていないが、今後更に検討を進めて参りたい。

それから、賞味期限の問題は公に決まり、2年後位には実施になる模様であるが、それが乗り越えられる時点で、委員会としては納入期限あるいは販売期限につき、個々のスーパーの問題点等を具体的に把握するためのワーキンググループを編成し、総合的に日食協としての意見統一を図りたいと考えている。」

※ 情報システム化委員会の関連活動

情報システム化委員長所要のため、事務局より下記について報告。

・酒類食品統一伝票の普及活動：

北海道支部の要請等により、メーカー共用の統一伝票の開発に着手し、新たに使用要領書を作成し、現在普及中であるが委員会では、この酒類食品統一伝票（B4長辺3分の1）のメーカー対応状況等につき調査したところ、現在使用中のメーカーは数社に止まるが、検討中であり、1年後には採用の用意があるという企業が増えてきている。今後とも引き続き積極的働きかけを行う。

・標準物流コード（ITF）への対応：

先に開催された食品卸団体連絡協議会においても、日食協に対し積極的なメーカーへの働き掛けとそれへの取組が要望されているが、この件は情報システム化委員会のみならず、物流委員会にも関連する問題であり、両委連動し検討課題の一つに組み入れることになっている旨を報告。

・酒類食品業界の情報化に関する委託事業：

酒類食品卸業界においては、酒及び食品等を兼業している業者が多く、このため例えば酒類商品のみをデータベース化しても、効率的な流通に沿うものとはならず、酒類食品が併用可能とされる商品コードの管理が強く求められている。現在、酒類・食品の商品コード管理は、個々の企業で異なる管理をしており、そのための作業量は相当の負担となっている。

これを一元的に管理、共有するためのシステムを構築すべく、そのための検討協議が本年はじめから、日食協の当委員会と東京都卸売酒販組合の情報システム委員会側とで、交流委員会も開催中である。

このことに関して国税庁酒税課では、調査研究のための予算につき配慮中であり、近く日食

協に対し委託事業としての誘引がなされる見通しとなっている。正式に誘引があれば、これを受託し年内にも委員会を設置し調査研究を開始する予定である。主な調査内容としては、JANコード及びITFの付番コードとその登録ルール作りの研究並びに商品データベースの管理等々に関しての調査研究に当たる段取りとなっている。

なお、この委託事業について日食協の副会長であり、東京都卸売酒販組合の理事長を兼ねている(株)明治屋取締役社長の磯野計一氏より「最近、東京都卸売酒販組合の業務用中心のメンバーから、酒のJANコードが全く不統一であり、各社がそれぞれ自社コードに転換しており、非効率との意見があり、それに応えて本年情報システム委員会を設置した。これにより酒と食品が初めて一緒の形になりコード統一化を図ることになった。」旨の経緯説明があった。

※ 缶詰ブランドオーナー会の関連活動

野老CBO幹事長より報告

「去る8月24日に缶詰ブランドオーナー会の幹事会及び全体会議を開催し、そこで正副幹事長の互選が行われ、幹事長に(株)サンヨー堂、副幹事長に(株)菱食が引き続き就任し、平成5年度の缶詰ブランドオーナー会の基本運営につき話し合いをした。その結果、部会運営については、果実・蔬菜・水産・食肉・パインアップルの品種別5部会の外、品質規格部会とその傘下の品質対策委員会の従来通りの運営で活動することを確認し、併せて原料生産の情報交換を密にすること、そして今年は特に缶詰関係にあっては在庫が大変過剰気味であることから、需給に係る情報交換、賞味期限表示問題等を中心に検討を行った。

また、品質規格部会においては、開缶研究会による品位向上への取組み等々を推進してきたところである。

CBOは委員会の立場の中にあっただが、この度の法人化に伴い、会長により幹事会社14社が委嘱となった。いずれにしてもCBOは業界発展のために活動展開を積極的に推進しようという旨を確認した。

ところで、トピックス的に果実缶詰の状況につき報告を申し上げるが、果実缶詰にあっては、おしなべて在庫過剰の状況にあり、需給の正常化が望まれている中、新物みかんが11月中旬から九州地区において生産が開始された。ご存知の如く、大量の在庫を抱えての新物生産期を迎えた訳で、言うならばブランドオーナーは極めて苦しい実情にあり、如何に在庫減らしをして行くかが大きな悩みとなっている。このような状況からブランドオーナーの新物への意欲は極めて低調である。

現在、製缶筋の報告によると、前年生産の75%程度ではないかとの推測である。このような意欲喪失の背景には輸入品の増大という問題がある。

市場の正常化を図るには、輸入品の増大を抑え、国産品の量的確保を図るにはどうすれば良いか等につき、生販が一体となって、この難局を乗り切らねばならないと認識している。

賞味期限表示の問題については、缶詰ブランドオーナー会においても活発な話し合いをしてきたが、メンバーの中には製造年月日の併記を希望する意見がかなりあった。しかし、缶詰の場合、併記することはスペースの関係で非常に困難とされた。現在缶詰業界では、賞味期限は任意表示で、製造後概ね36カ月を目安としている。個人的希望としては、期限が経過しても販売禁止にならないような行政指導を特にお願いしたいと思っている。」

なお、農林水産省と厚生省において現在最終的な纏め作業に入っているが、これまでの経緯と賞味期限の表示方法等につき事務局より概要の説明がなされた。

また、竹内理事より、この賞味期限表示の取り組み方、その内容等について質問があったがこの件については、食品表示問題懇談会の委員として参加されてきた廣田副会長より、次のような説明があった。

廣田副会長：

『この賞味期限表示の問題は、申される通り大変重要な問題として取り挙げられていることは事実であり、また、これに伴って弊害が出てきていることも事実である。それを何らかの形で改善するにはどうすれば良いかである。少なくとも缶詰の場合は不可欠的に製造年月日を缶に刻印してしまうので、賞味期間も何ヵ年という表示がし易いものであろうと思われるが、それ以外の一般加工食品の場合は、表示することによって大変無駄が多くなっている。しかしそれを消費者サイドとしては、保存技術の発達という面について理解ができない。

例えば、事例として包装餅を挙げた訳だが、はじめは包装餅はパッケージ自体に保存性がないので、ソルビン酸を使って問題になり、次にこれが気密性が出てきて、それなりの保存性が保たれるようになり、その次には、レトルトになり、更に無菌パックとなってどんどん保存性が出てきた。インスタントラーメンのL麺等の保存性などについては消費者は全く判らない訳である。

そうなってくると、メーカー自身が自分の商品に責任をもって、いつまでは安心してお召しあがり下さいという表示をして、それによって消費が行われるべきではないか。それに一本化すべきではないかという方向にきたということである。それではメーカーの責任はどうなるかとなると、一方においてPL法といったものが出来てくるということである。

そこで申し上げたいことは、先ほど食品取引改善委員会の木下委員長からご指摘のあった、我々にとって一番大きな問題は納入期限の問題であり、この問題については、私自身もいろいろの委員会で発言してきたが、消費者サイドにとってみると、製造年月日についていろいろ弊害があると言っているが、逆に言えばそれは、流通段階で勝手に納入期限とか何かを決めて、それから出てくる弊害の方が多いではないか。で、消費者自身に罪を着せられるのは大変不本意であるとの発言があった。ある意味ではもっともな話で、そう言うことをよく承りながら、賞味期限というものに一本化する以上、逆に取扱の卸あるいは小売においても、それについての基準をほぼ良識的なところで一本化して行くことが必要である旨、極力申し上げた次第である。

幸いにして皆さんによく理解頂いたが、その点に関してこの報告書の終わりの食品表示のあり方と普及啓蒙のくだりに、「流通業者等は食品の特性を踏まえた妥当な日付け管理について行うことが適当」と言う行が付されているが、先ほどの問題が法制化されて実施に当たる時に、それぞれの業界団体等で充分意見を交わして、大体これくらいの取扱が流通としては妥当ではないか等との意見を纏めて、一本化していく努力が必要であるというふうに思っており、行政の側にもそういう面についての理解を頂いているので、そのような方向に、これから進むものと期待している。』

第2号議案 各支部の活動報告に関する件

議長より、8支部の活動状況について簡単に報告願いたい旨の希望が述べられ、出席支部長を中心に次のような支部報告がなされた。

<北海道支部>

杉野昭雄支部長：

「北海道支部では、6月24～25日の2日間にわたり、札幌ガーデンパレスにおいて情報システム化委員会とタイアップし、情報システム研修会を開催した。

また、7月8日には日食協が法人化されて初の支部幹事会・定時総会を開催し、賛助会員のメーカーにもご出席願ひ、新しい組織となった日食協の今後の活動等につき連絡会及び懇親会を併せ開催した。

先ほど統一伝票について普及の成果も上がってきているとの報告があったが、当日の総会の折りにメーカーに説明申し上げたところ、メーカーによっては、あまりご存知ない方があり、是非メーカーに採用頂けるよう、本部においても更にプッシュをお願いし、周知徹底を図って

参りたい。」

<東北支部>

澤田 宏支部長：

「6月28日に支部の総会を執り行った。その席上において、支部賛助会員連絡会を設けることとなり、その開催運営等については支部長一任となり、現在その作業を進めているところである。

それから、法人化された後に東北農政局に伺い、その旨のご挨拶を申し上げたところ、農政局におかれては積極的に協力するとの話を頂いたので、併せ報告申し上げます。」

<関東支部>

磯野計一支部長：

「関東支部では6月8日に幹事会及び定時総会を開催した。その席上でも報告したが、平成4年度については12回の流通業務委員会を開催した。特に今年の特徴としては従来首都圏のメンバーが中心で活動してきたが、各県のブロックが参加し合同委員会を開催した。遠いところは新潟、山梨、長野、静岡、北関東の各県の10県から参集し各県ブロック合同の委員会が開催されるようになり、ある意味では本当の意味の関東支部の動きに変わってきたことが一番大きな報告であろうかと思う。

そのほか、毎年行っている活動として物流コストの調査がある。因に、平成2年度の1函当たりの物流コストが255円38銭であったのが、平成3年度は279円89銭、金額で24円51銭、パーセンテージで109.6%で約10%近くコストが上昇し、大きな問題として捉えられた。これは首都圏だけの物流コストであるが、現在では関東支部全体の平均コストの算出も試みている。

それから、百貨店とスーパーの返品の実態調査を毎年実施しており、平成3年と平成4年の首都圏を対象に6～8月までの3カ月間の中元期における調査によると、平成3年の百貨店の返品率は9.08%に対し平成4年は6.19%と大きく減少した。特にギフト商品の返品については6.56%であったのが3.85%とほぼ半減してきた。これについては、首都圏の百貨店の経営者の方々にお礼を申し上げ、更に一層の減少に向けご努力を頂きたい旨、お願いを申し上げたところである。また、スーパーにおいても、平成3年が2.39%であったのが、平成4年では1.44%と約1%近く返品が減ってきている。中でもプロパー商品と特売商品の返品が減少した点、量販店のご理解を頂き、効果が上がってきたことは、関東支部として大変有り難いことであると

思っている。

更に新しいテーマとして卸の適正在庫について考えようではないかと言うことで、平均在庫回転率について調査している。酒類・食品を扱っている企業では合計で 12.18%。食品のみでは 11.39%の平均回転率となっている。これについては、更に内容分析し平均在庫回転率の減少に努めたいと思っている。

首都圏百貨店における共同配送については、平常時の配送を南王運送にお願いしているが納品の実態について種々問題があり、これらにつきアンケートを取り、それぞれのお店毎に要望事項を纏め、現在百貨店の然るべきご担当の方に、お申し入れしている。」

<東海北陸支部>

事務局より下記につき報告。

※ 東海ブロック：

- ・ 6月17日、名古屋観光ホテルにおいて定時総会を開催。専務理事より法人化に向けての作業状況及び各委員会の重点活動につき報告
- ・ 11月15日、名古屋観光ホテルにおいて、中部食料品問屋連盟主催による「平成5年度会員・賛助会員合同懇談会」が開催され、日食協の法人化に伴う活動の近況等につき専務理事より報告。また、元中日ドラゴンズの監督で野球評論家の近藤貞雄氏の「野球人生四方山話」と題する記念講演会が催された。

※ 北陸ブロック：

- ・ 7月13日、ホリデーイン金沢において幹事会及び定時総会を開催。本部からは市ノ瀬竹久構造改善実務研究会座長と専務理事が出席。法人化後の日食協活動を中心に報告。
- ・ 11月6日、ホリデーイン金沢において記念講演会を開催した。この日の講師として、農林水産省食品流通局企業振興課の米田実課長を迎え、農林水産行政と国際化の現況等について、1時間半にわたり講演があった。

なお、この集会には食品流通局商業課より小屋敷政和氏も出席され構造改善に係る行政施策等を中心に説明がなされ、専務理事からは法人化後の日食協活動等について報告が行われた。

<近畿支部>

松下善四郎支部長：

「近畿支部の総会は、6月15日に大阪キャッスルホテルにおいて開催したが、毎回本部から委員会活動の報告を願い、如何に日食協が支部会員の皆様方のお役に立っているかをご理解頂くように努めて参っており、それなりの成果は上がっていることと思っている。

ところでここで、お願いしたいことは、去る10月14日に第14回食品卸団体連絡協議会が開催されたが、この協議会は年に2～3回の割りで開かれている。協議会への参加団体は東京、中京、京都、大阪の2団体の卸同業会の5団体である。当初この5団体から要望があり、もっと日食協の活動を知りたい。そしてわれわれ二次店の立場を援護して頂きたいと言う主旨から協議会がスタートしたと記憶している。

初めは何となくぐくしゃくしていたが、年を経る毎に連絡協議会の会合を通じ、それぞれの理解が図られ、業界発展にプラスになってきた筈である。ところが、最近の流通業界の厳しさを反映してか、第14回目の協議会では、非常に厳しい意見が出て、もっともっと日食協は地区卸の二次店の立場を配慮して頂きたい。卒直に申せば、もっと援助して欲しいと言うような、切実な厳しい要望があった。

ところで、その皆さんの顔ぶれを見ると、日食協は一次店の主な方々であり、5団体は二次店の主な方々でまた、5団体の出席されている方は殆ど地区の有力な方で、しかも日食協の地区の会員店でもある。そんなことから私ども聞く方も、聞かして頂く方も、戸惑うような場面も時々ある。

しかしながら、これこそ本当のご意見であろうかと考えられ、総会とか理事会等とは異なり、こういう連絡協議会の時ほど、本音が出ているとの受け止め方を私はしている。こうした本音の部分を、私どもはしっかりと受け止め、日食協の運営上あるいは委員会活動上、会員に対してのアピールにもっと配慮して参るようにしないと、何か一次店と二次店との間に齟齬を来すようなことになると思われる。将来にわたって心配なので、今後のために申し上げたい。

因に、純然たる地区会員と事業所会員の割合が年々変わり、事業所会員の方が多くなってきつつあるのが実情である。このようなことから、日食協の理事会の考え方もしっかり持って置かないといろいろな問題が出てくると感じており、報告方々お願いする次第である。」

<中国支部>

原 幹彦支部長：

「6月11日に広島ステーションホテルにおいて定時総会を開催した。その折り支部賛助会員

連絡会の初会合を開き、今後本部の賛助会員連絡会があり次第、重要事項について支部の賛助会員連絡会を開催することになった。

もう一つの報告として、昨年の総会以来、関東支部に習って中国支部の物流コストの算出をする話し合いがあり、1年を経てようやく3社のコストが纏められるようになり、本年度の5月～7月について、本部に報告したところである。ちぐはぐの面もあるかと思うが、これを機会に多くの会員の皆様方に、コスト算出の協力をお願い致したいと考えている。」

<四国支部>

竹内三賀男支部長：

「四国支部では、6月22日に役員会と定時総会を開催した。四国は全国の面積の5%、人口は4%と言われていたが、3.5%に落ち込み、経済力は3%に達せず2.5%に止まっており、それに橋が架かり、四国は四国でなくなり、日本列島の四国半島となった。独立の間屋が壊滅して、事業所の支店ということになり、実態がかなり変わってきている。その内にどこかに加えて頂かないと、独立の資格はないと言う感じになっているが、今後とも地方の指導を頂きながら、勉強させて頂くが、しかし、四国で勉強会を企画しても、四国はどう変わるかと言うような話ばかりであり、今後橋が3本となると、四国は全く半島になってしまう。四国は今大きく変化を来している。」

<九州沖縄支部>

本村道生支部長：

「九州沖縄支部では、6月4日に幹事会及び定時総会を開催した。支部名は九州沖縄となっているが、沖縄とは現在殆ど一緒に活動はしていないのが実態である。活動内容は従来と特に変わったことはないが、他の地区と異なる点は、展示会をお互いに自粛することを本年も総会において、全会一致で申し合わせをした。

その背景には、賛助会員メーカーの意向が強く反映しているのが、九州沖縄支部の特徴であろうと思われる。」

第3号議案 平成5年度の収支決算状況に関する件

本議案については、7月6日に開催の社団法人設立総会以降、10月31日までの収支決算状況を事務局より報告した。

平成5年度予算額57,297千円に対し収入額は、48,372千円。支出額は21,779千円との事務局説明があり、この監査結果を議長指名により、11月22日実施の監査結果について萩原監事から相違ない旨の報告があった。

第4号議案 消費税に係る動向等に関する件

消費税実務研究会座長の市ノ瀬竹久氏より次のような報告説明があった。

「消費税の問題に関しては、すでに新聞やテレビ等で報道され、充分ご承知の範囲であると思うが、お手元の請求書等保存方式の概要の中に、消費税に関する検討についての資料とシミュレーションした表が添えてあるので、それを参考に若干説明致したい。

去る11月18日に、農林水産省食品流通局企画課の森沢課長補佐にご出席頂き、数年振りに消費税実務研究会を開催した。

まだ、あまりはっきりしていない部分があるが、大きなポイントとしては、現在問題になっているものの一つとして、消費税率が3%の一律となっているのが、何%になるかという点と、二つ目が免税事業者の問題がある。

現在は3千万円以下が免税事業者となっているが、このたびの考え方の中には、2千万円以下とし、実質1千万円切り下げたいとの意向があること及び簡易制度の問題がある。

現在、4億円以下のものについては、簡易課税制度による見做し仕入率によって税率計算するという形になっている。

因に、我々の卸にあっては、第1種90%で仕入率が計算されることになっているが、この部分をさらに3億円位にまで下げたいと言う考えのようである。

それから、限界控除制度というのがある。現在、5千万円以下のものは、表にある算式の方法で、これは3千万円以下の免税事業者とのバランスを図るためにこの制度がある訳であるが、これを廃止したいという案である。

さらに、最大の問題点となっているものに、現在の帳簿方式をインボイス方式にしたいという問題である。

このことについて、特に税制実務研究会としての関心事は、帳簿方式をインボイス方式に切り替える時、大きな問題が派生してくる点であり、それについて検討することにしてはいるが、特に、インボイス方式にするという考えは、帳簿は当てにならない、信頼が出来ないという見方があるためであろう。

われわれは、殆どが青色申告事業者になっており、この帳簿に関して信用ならないということは有り得ないし、また、請求書を保存しなければならない点にも問題がある。

そのほかに、どういう形で転嫁するかの方を確立しなければならない。この辺のことをどのように研究を進めるべきかが、今回のわれわれが作業する中で大きな要素であろうと理解している。

このように、沢山の問題点がある訳だが、内税方式で行くのか、外税方式とするのか、内税・外税の問題が一つのポイントにもなってくる。

酒類は小売りで内税方式に統一された形になっているが、他のものと同じに、これを外税にできるのか出来ないのか。

酒類を扱っておられる卸企業では、コンピュータの方式を二通りお持ちであり、これは大変複雑になっている訳である。ここらの問題をどうしようにするのかというのも一つの作業として取り組む必要がある。

それから、食品の軽減税率の適用等の問題が出てきた場合、どのような影響が出てくるか。

企画課で用意された資料によると、どの時点で還付が起きるのかということであるが、この試算によると、食品3%据置で、外のものに関しては6%の場合、1,018千円還付という形が起きるように試算されている。還付と言う形になると食品はすべて還付というかたちになるが、無条件に還付はしない。調査をして還付されることになる。しかしこういうことが実務的に行うことが出来るかどうか。このようにいろいろの問題があると思うけれども、まだ一度しか研究会を開いていないので確たる説明が出来ないが、これからなるべく早く実務的な勉強会を進め、ご報告が出来るよう体制を整えて参りたい。」

第6号議案 処務規程の見直しに関する件

法人団体になり処務規程の見直しが必要となっているが、本件については起案されたばかりであり、逐条審議に至らず、このたびは原案を持ち帰り、予めご検討を願うことになった。

内容的には、事務規則、就業規則、職員給与支給規則、職員退職金支給規則、慶弔見舞金支給規則、旅費規則等々が掲げられており、運営委員会、正副会長会議の審議を経て平成6年4月20日開催予定の理事会に諮ることになった。

以上で提出議案の審議を終了した。

☆ ☆ ☆ ☆ ☆

「製造年月日」表示から「賞味期限」表示へ 農林水産省・厚生省原案を公表

食品の日付表示問題に関しては、農林水産省にあっては平成4年3月「食品表示問題懇談会」を、また、厚生省にあっては「食品の日付け表示に関する検討会」を平成4年12月に設け、それぞれ検討に入り、懇談会は12回、検討会は7回にわたって協議を重ね、このほど「食品の日付表示のあり方」についての報告の取り纏めが行われ、その内容を公表した。これについて、農林水産省では、次のような懇談会報告の概要を発表しているため、掲げることとする。

1、検討の背景

加工食品にの日付表示については、

- ① 食品の製造、流通技術の進歩等により、製造年月日表示では食品の品質がいつまでもつか分かりにくくなってきており、他方、食品の家庭内における保存期間の長期化等から食品の日保ちについての情報がますます必要となっている。
- ② 製造年月日表示が、厳しい日付管理による深夜・早朝操業、多頻度小口配送、返品等の誘因となっている、との指摘がなされているほか、
- ③ 国際的にも、国際食品規格では期限表示が採用されており、EC及び米国から製造年月日表示を見直し、期限表示へ移行すべき、との声が寄せられている。

このような最近の日付表示を巡る状況を考慮すると、製造年月日表示を原則とする現行の日付表示制度を見直し、今後の食品の日付表示制度としてはどのようなあり方が適当であるかについて検討を行う必要がある。

2、今後の日付表示の制度のあり方

消費者へのより適切な情報提供、国際化の現状への対応等の観点から、今後の食品の日付表示制度については、原則を製造年月日表示から賞味期限表示へ転換することが適当。

具体的には、食品をその保存性ないし品質の経時的変化の速さの特性に応じてグループ分けし、検討することが適当。

- ① 品質が保たれるのが数日以内の食品

使用（消費）の期限(Use-by Date)を表示

② 品質が保持される期限(Date of Minimum Durability)を年月日で表示

③ 品質が保たれるのが数カ月以上の食品

食品の品質が保持される期限を年月で表示

④ 品質が保たれるのが数年以上の食品

日付表示は不用

①の区分の食品を中心に、食品の特性によっては、製造年月日、加工年月日等の表示又は併記の必要性、妥当性等について十分配慮すべき。

生鮮の青果物や容器包装に入れられていない食品については、従来と同様、日付表示の義務付けは行わない。

（期限の適当な設定等）

食品に表示される期限の設定については、科学的、合理的根拠をもって適正に行うことが必要。個々の食品に表示される期限は、当該製品について責任を負う製造業者等が設定すべき。

制限設定については、必要に応じ、関係業界等が基本的な考え方を明確にすることが重要。

期限表示への移行に当たっては、必要な移行期間の設定等、移行措置のあり方について十分留意することが必要。

日付表示に用いられる用語等については、国際食品規格等を参考にして、今後十分検討して決めることが必要。

（普及啓発等）

行政機関、関係業界等は、消費者に対し食品の日保ち等の特性について十分な情報提供を行うよう努めるとともに、表示される期限の意味や食品の保存方法等について正しい知識の普及を十分実施することが必要。

製造業者等は、期限の設定の根拠について、消費者からの問い合わせ等に積極的に対応して情報の開示を行うよう努めるべきである。

流通業者等は、食品の特性を踏まえた妥当な日付管理について考えることが適当。

☆

☆

☆

☆

☆

以上のごとき内容であるが、缶詰業界等にとっては賞味期限表示の一本化は良いとして、製造年月日表示が任意となると、結果的には併記しなければならない恐れがあり、行政筋の指導が強く望まれるとしている。

また、法制化される暁には、改版等が伴うところから少なくとも2年半以上の猶予期間が必要であるとしている。

「製造物責任制度」(PL法)の動向

国生審で主要論点を纏める

国民生活審議会消費者政策部会では、このほど「製造物責任の主要な論点等の纏め」をおこなったが、その報告要旨の中の考え方、論点について次のような内容が掲げられているので、参考のためそのいくつかを抜粋することに致したい。

<製造物責任の考え方>

- 製造物責任における無過失責任の帰責の法理論的根拠としては「危険責任」、「報償責任」「信頼責任」の各要素が存在。
- ・危険責任…… 製造者等は消費者に比較して危険性に関する情報を入手しやすく、欠陥の発生をコントロールしやすい。
- ・報償責任…… 製造者等は製造物の製造・販売により利益を得ている。
- ・信頼責任…… 製造者等は自己の製造物の品質について積極的にPRしており、安全な物であるとの期待を高めている。
- 経済理論上、出来るだけ少ない費用によって事故を減らすことができる立場にある者が損害額を負担する場合、事故による損害を社会全体としてできるだけ小さくすることができる。
- 国際的な最適資源配分の観点からは、できるだけ国際的整合性をとることが望ましい。

<製造物責任の主要論点>

※ 欠陥概念

・定義

○EC指令第6条第1項

「製品の表示、製品の合理的に予見できる用途、製品が流通に置かれた時期を含むすべての事情を考慮した上で、人が正当に期待できる安全性を欠く場合」

○製造者は通常人が合理的に予見し得る範囲の使用方法を考慮して安全性を確保しなければならない。

○欠陥の判断基準時は、製品を流通に置いた時

○安全性の期待の主体は「通常人」。

・過失概念との相違点

○欠陥を要件とする場合、予見可能性や結果回避義務などの行為者にかかわる要素を特定し証明する必要がない。

・欠陥の種類

○通常次の3つに分類される。

1) 製造上の欠陥

2) 設計上の欠陥

3) 指示・警告上の欠陥

○2)及び3)については裁判官が「通常人」の立場に立って安全性の期待基準を探究するので欠陥の認定の判断のプロセスをみる限り、過失の判断と大きな違いはない。

以上のほか、国の製品安全規制と欠陥との関係、欠陥概念における諸論点等を掲げ、更に開発危険の抗弁及び証明責任に関する諸提案の外、推定規定が設けられている理由と責任のあり方等につき報告されている。

「新取引制度」で商品委が新たな取組み 関連委員会との連携を密に推進

商品委員会では、平成5年11月17日午前10時から(株)日本加工食品卸協会会議室において ①委員会の基本的活動推進に関する件 ②ワーキンググループの具体的活動に関する件
イ) 割戻金ワーキンググループ ロ) 返品問題ワーキンググループ ハ) センターフィーワーキンググループ ニ) 輸入食品小委員会 ③委員会の今後のスケジュール等に関する件について協議した。

この委員会において、これからの商品委員会活動の新たな取組の一つとして、「新取引制度」に係る日食協としての対応が提言され、商品委員会では関連委員会との連携を密にして、新たな取組みとして活動を推進することとなった。

以下に協議の概要を掲げることとする。

<委員会の基本的活動の推進>

加藤委員長より、商品委員会のこれまでの活動経過及び今後の取り組みについて概要の説明があり、議題2のワーキンググループ活動報告が行なわれたが、その具体的活動に関しては次の如くである。

1) 割戻金ワーキンググループ

市ノ瀬竹久座長より報告：

- ・昨年度において、伝票即引化につき準備期間を置き、平成6年度の新事行年度から実施することをメーカーにお願いすることとしている。
- ・次のステップとして、リベートを裸にする気運が出てきており、これが動きだしてくれば、即引化も大きく改善されることが考えられ、若干様子を見ることと致したい。
- ・問題は随時契約割戻金であるが、今後の対応につき検討したい。

2) 返品問題ワーキンググループ

- ・食品表示に係る賞味期限の問題との関連があり、現在行政間で検討が進められており、その成り行きを見て対応したい。
- ・本年3月の委託事業調査によると、相当改善されてきている。今後ともこの返品問題については商慣行是正問題とも関連し、引き続き作業を進めて参りたい。

<各委員の発言あらまし>：

- ・割戻金の未収も結構ある。
- ・新取引制度については、おそらくオープンプライス制となる方向が考えられる状況にある。オープンプライス制となってくると、現状のような流れの中にあっては必然的にリベート制といった取引慣行は改善されることになろう。
われわれ業界は、ここでまた、もう一度構造変化の曲がり角に立たされており、新しいシステムが求められている。
- ・センターフィーについても認知されたものとなっている。ということであるならばセンターフィーという問題も含めた新取引制度をメーカーに要望し、問屋マージンを増やして頂き、その中でいろいろと賄って行くと言ったことが望まれる。
- ・ここで言う即引化までには現状至っていない。
確かにセンターフィーを含めた新体系が必要と思う。
- ・即引化については、形の上では即引化になっていても、技術的には、例えば二次店に支

払ったものも即引化だとか、一括のかたちで我々の方に押しつけられているのが実態。

- ・割戻金は大分はっきりしてきたが、建値と実際の価格に隔たりがあり、実勢価格を建値に近づけて頂くようお願いしたい。
- ・返品問題の是正については、将来とも継続的に要望し続けるべきである。
- ・新取引体系が構築され、それが定着すればメーカーは必然的に返品を受けなくなる。例えば65まで下げるから、その中でやってくれるの形になり、アメリカのオフプライス制で売り切ってしまう格好にもなる。
- ・返品についてはシーズン性の強い商品と年中売れる商品とで大きな違いがある。メーカーの考え方もここに来て新製品に対する考え方が変わり、収益性の面から100%売り上げに対し10%の返品を受けるのなら95%で5%の返品で抑える方がよいとの考え方になりつつある。
- ・ギフト商品の返品が問題。最近の例では、ある商品で28%もの返品があった。バラ返品のようなものについては現場処理で対応している。
- ・これまでの割戻金制は右かた上りの成長路線を走ってきたが、今は右かた上りの経済ではなくゼロ成長である。従ってメーカーはここに来て新取引体制を作ろうとしている。全く今までと変わった形になりつつある。
我々卸も割戻金・返品・センターフィーとも含めその延長線上での新しい仕事としてWGを編成して取り組む必要があると思う。

ハ) センターフィーワーキンググループ

11月9日、公正取引委員会取引部流通対策室に商品委員長と訪問した結果につき事務局より報告：

- ・公正取引委員会で商慣行の実態につきメーカー・卸・小売の3業界を調査し、本年はじめ報告書に取り纏めたが、その中にセンターフィーに係る調査結果が報告されている。この問題についての公正取引委員会の見解は、場合により優越的地位の濫用に当たる恐れはあるが、事例が把握されない限り公取委の権限は及ばない。
しかし小売団体に対しては、調査に基づき説明を行なったとのことであった。
- ・団体あっては、審査部の窓口にご相談頂くか、企業団体指導課において実情を受け止めることになっている。業界団体として要望書を纏めることはさしつかえはない旨。
- ・量販店配送センターには大いにメリットもあるのでとの見解あり。

以上、意見交換の結果、更にWGにおいて要望書等の取り纏めを行うこととなる。

なお、輸入食品小委員会については、メンバーを新編成し近く活動を再開する。

「量販店・CVSの物流コストを調査」 物流委員会が時系列比較で実態把握

物流委員会では、このほど平成2年度と平成3年度に引き続いて、平成4年度（平成4年4月～平成5年3月）における首都圏の量販店及びCVSの業態を対象とした一般加工食品に係る物流コストの実態調査を行った。今回の調査は、年間ベースにおける3回目の調査であり、これにより各業態別の物流コストの実態が、時系列比較によってほぼ確実に把握できる段階になった。

一方、この調査対象となった加工食品卸売業の92年度（平成4年度）の売り上げ高は、景気の後退をまともに受けて前年対比1.7%増、経常利益は2.3%の減と、卸の経営を取り巻く環境は厳しく、企業の業績と収益力の格差が拡大している。

また、消費者の購買行動の変化や新業態の進出に伴う小売業の業態間競争の本格化によって市場構造が大きく変革しているなか、NBメーカーの価格体系に歴史的な転換期を迎え、新取引制度を確立しようと動き出している。

流通に介在する卸業としては、物流コストと利益の管理の仕組みをキッチリと持った質的転換が迫られ、卸売業自身による「物流コストの算出基準」と「物流業務内容の把握」の精度アップがますます重要度を増している。

<実態報告>

1、調査対象業態 量販店とCVSの店出物流コスト

2、調査概要

- ①調査対象商品 一般加工食品（酒・冷食を除く）
- ②調査期間 平成4年4月～5年3月の1年間
- ③調査地域 首都圏
- ④配送センターの背景 量販店：業態専用倉庫及び一部汎用倉庫
CVS：業態専用倉庫
- ⑤その他 センターフィーは含まず

3、物流コストと構成（1函当たりの物流コスト）

単位：円・%

対象業態	量販店				CVS			
	4/4~5/3		3/4~4/3		4/4~5/3		3/4~4/3	
期 間	4/4~5/3		3/4~4/3		4/4~5/3		3/4~4/3	
店出函売上単価	3,366		3,354		2,285		2,286	
配 送 費	112.26	46.3	107.54	44.5	104.32	51.3	102.06	51.1
保 管 費	41.75	17.3	42.53	17.6	21.24	10.4	21.42	10.7
荷 役 費	72.64	30.1	64.68	26.7	66.34	32.6	57.03	28.6
情 報 費	14.82	6.1	27.02	11.5	11.39	5.7	19.23	9.6
合 計	241.47	100	241.77	100	203.29	100	199.74	100
売上単価対比	7.17 %		7.21 %		8.90 %		8.74 %	

<参考資料>

首都圏量販店：

単位：円・%

調査年月	2/1~2/3		2/4~3/3		3/4~4/3		4/4~5/3	
店出函売上単価	3,766		3,361		3,354		3,366	
配 送 費	117.70	46.6	105.96	42.7	107.54	44.5	112.26	46.5
保 管 費	39.19	15.5	38.27	15.4	42.53	17.6	41.75	17.3
荷 役 費	74.91	29.7	60.69	24.4	64.68	26.7	72.64	30.1
情 報 費	20.78	8.2	43.50	17.5	27.02	11.2	14.82	6.1
合 計	252.58	100	248.42	100	241.77	100	241.47	100
売上単価対比	6.71 %		7.39 %		7.21 %		7.17 %	

首都圏CVS：

単位：円・%

店出函売上単価	2,305		2,356		2,286		2,285	
配 送 費	124.32	56.2	101.03	52.9	102.06	51.1	104.32	51.3
保 管 費	22.40	10.1	22.19	11.4	21.42	10.7	21.24	10.4
荷 役 費	49.27	22.3	51.62	26.5	57.03	28.6	66.34	32.6
情 報 費	25.28	11.4	19.61	10.1	19.23	9.6	11.39	5.7
合 計	221.27	100	194.45	100	199.74	100	203.29	100
売上単価対比	9.60 %		8.25 %		8.74 %		8.90 %	

標準物流シンボルコード等への対応協議

物流委員会が重点活動を積極推進

物流委員会では、12月14日午後2時から日食協会議室において、法人設立後第2回目の委員会を開催し、①標準物流シンボルコード（ITFコード）等への対応問題に関する件 ②一貫パレチゼーション問題の現況等に関する件 ③今後のスケジュール化等に関する件につき協議した。

当日の委員会では、ITFコード問題及び一貫パレチゼーション問題の2テーマを重点に、委員会自体のこれからの対応を進める上で、問題点を洗い出すべく基本学習を試みた。これにより委員会としての活動を更に充実する運びとなった。

ITFコード問題に関しては、(株)菱食の中島洋一郎氏が担任し、普及状況とその問題点等について報告説明した。以下はその説明概要である。

1、ITFコードについて

名称及び内意：

Interleaved Two of Five（差し挟んだ5モジュールのうち2本が太いという意味）。

JANコードに1桁又は3桁を追加した物流用の標準シンボルバー（バーコード）で下記の通り桁数に相違点がある。

ITFコード	標準	14桁	:	拡張	16桁
JANコード	”	13桁	:	”	8桁

JANコードは消費者が購入する単位のシンボルであるのに対し、ITFコードは物流単位（段ボール単位）でのソースマーキングであり、具体的にはJANコードに1桁あるいは2桁（2桁の場合、頭1桁は常にゼロを追加し計3桁）の入数や荷姿を表す物流識別コードを追加し、14桁又は16桁で表される。

つまり、ITFコードはJANコードの商品が幾つ入った段ボールであるかを示したものである。

ITFコードはバーが太い・細いの2種類しかなく、段ボールのように印刷条件が悪くても、所定の印刷が可能である。また、奇数桁をバーで、偶数桁をスペース（地色）で表すため、こ

れがセットになっていて偶数桁しか表せない。(16桁のITFコードでは1桁目がゼロとなっているのは、15桁の情報を16桁に合わせるためである)

なお、ITFコードもJIS規格で定められ次の通りの特徴がある。

- ① JANコードと整合性がある。
- ② メーカーや卸、小売業、物流業者等、流通の各段階で共通に利用できる。
- ③ 最も安くマーキングできる。
- ④ 国際性を持つ。(輸出用は14桁のみ)

2、ITFコードの利用状況

菓子業界では、1991年3月にITFによるソースマーキングを92年9月までに全商品に実施することを決定、明治製菓、森永製菓、ハウス食品工業、ロッテ等がこれをそれぞれ採用。日用雑貨業界もライオン、サンスター、ジョンソン、エステー化学、日本リーバー等々が共同物流会社のプラネット物流とタイアップし、自社の物流合理化を積極推進。

3、ITFコードの今後の取組み

食品卸業界にとってITFコードの利用業務は、入荷・棚卸・出荷の順で活用することになるが、物流業務の精度向上、省力化の意味からも、これへの取組みが求められている。しかしながら、現状この阻害要因となっているのが、小売業界大手2社のITFコード採用企業と自社独自コードの採用企業の二様に分かれ、そのためメーカーとしては、この2企業の要望に応えるためには、段ボールに2種類の物流バーコードをソースマーキングしなければならないことになる。

このことについては、しかし、菓子業界や日雑業界の普及状況から見て、加工食品業界にあっても、メーカー・卸を問わず物流の共同化に対する前向きな取組みが望まれている。

なお、日食協では今後の取組みに当たりアンケートによる意識調査を年度内に実施する予定である。

一貫パレチジエーションの現況については、国分(株)の井岸松根副委員長より「一貫パレチジエーション標準化委員会」のパレット標準化分科会及び規格体系化分科会における検討内容の報告があり、特にT-11型パレットによる一貫輸送方式の問題点等についての具体的な指摘があった。

首都圏における百貨店・スーパーの返品実態調査 (平成5年6月～8月の3ヶ月間)

社団法人日本加工食品卸協会の関東支部・流通業務委員会では、例年にわたって6月から8月にかけての3カ月間、首都圏における百貨店・スーパーの返品実態調査を実施しているが、このほど平成5年の調査結果が別表の通り纏められた。

平成5年は、バブル崩壊後の景気の沈滞と取引慣行に係る行政指導が徐々に波及してきたこと、さらには天候不順等が相乗要因となり、時系列比較ではここ数年前とは内容的に、また数量的にも返品に変化が現れている。

そこで、これまで前年比較で返品の増減を見てきたが、今回は平成3年から平成4年及び平成5年の3ヵ年にわたり時系列的にその傾向を見ることにする。

1. チャネル別比較

チャネル 区分	百貨店			スーパー		
	平成3年 (6月～8月)	平成4年 (6月～8月)	平成5年 (6月～8月)	平成3年 (6月～8月)	平成4年 (6月～8月)	平成5年 (6月～8月)
プロパー	0.68	0.61	0.42	0.60	0.37	0.22
特売商品	1.62	1.36	0.89	0.82	0.46	0.15
P B 商品	0.22	0.37	0.31	0.02	0.01	0.001
ギフト商品	6.56	3.85	2.71	0.95	0.60	0.30
合計	9.08	6.19	4.33	2.39	1.44	0.67

<時系列的傾向>

百貨店・スーパーとも、1年をさかのぼるごとに返品数量は増加している。

これは、経済環境の変化が如実に数に現われたものと理解できる。すなわち、平成3年にあっては、バブル経済の余波的な流れが存続し、人手不足等も話題になっていた当時で、従来に変らぬ惰性的返品が続いていた。

これが平成4年に入ると景気にかげりを見せはじめ、仕入・販売にも反省材料が伴うようになり、また商慣行の改善問題も徐々に浸透。この年から、はじめて返品量の減を見るところとなった。続く平成5年は、本格的景気の落込みに加え天候不順による売上げの低下が返品減の一要因と

なっていることは明かであるが、売上げ増で返品減となることが理想であることは申すまでもない。

<平成5年の返品の実態>

前年同期（6月～8月）の調査と比較すると百貨店の返品率は6.19%であったのに対し、今年度は4.33%と1.86%の減少となった。

一方、スーパーにおいても同様に、前年が1.44%であったのに対し、0.67%と0.77%の減となり、返品改善の本旨から、共に好ましい傾向にあるといえる。

<平成5年の返品の傾向>

今年度は、前年度に対し百貨店・スーパーとも減少数値を示した。その要因としては、バブル経済破綻の影響による景気の鈍化と小売業の売上不振から、売筋商品の的が絞り込めないまま、結果として仕入が抑えられた点が返品率の減少に繋がったと考えられる。

実務担当者の評価：

- 商品区分で見ると、百貨店にあっては、例年返品率が高いとされてきたギフト商品が、3%台を割って2.71%となったことは評価したい。
- 一方、スーパーにあってはP B商品が前年を大幅に下回る0.001%の返品率になっている点が注目される。
- 売上の厳しさを見据えて、仕入・販売計画が緻密になってきたこと。
- 返品への理解が進んできた。
- 一時のようなスーパー、百貨店の発注姿勢はなく、消化できる数だけ仕入を行う体制になっており特に特売商品には、その傾向が強く返品率減少に繋がっているものと思う。
- × P B商品が相変わらず返品されており好ましくない現象である。

2. チャネル別・月別比較

月別 チャネル	6 月			7 月			8 月			6月～8月平均		
	H3年	H4年	H5年	H3年	H4年	H5年	H 3 年	H 4 年	H 5 年	H3年	H4年	H5年
百貨店	2.20	2.25	1.35	6.64	6.10	4.03	30.12	19.29	19.02	9.08	6.19	4.33
スーパ-	1.59	1.16	0.49	1.94	1.04	0.57	3.86	2.28	1.07	2.39	1.44	0.67

実務担当者の評価：

- × 月別に見ると百貨店の8月の返品率が大きく膨らみ、例年同様の慣行が是正されておらず、返品問題の中での大きな課題となっている。

一方、スーパーにあっては、百貨店ほどではないにしても、8月が通常月の倍増の数値となっている。

3. 百貨店の内容比較

月別 内容	6 月			7 月			8 月			6月～8月平均		
	H3年	H4年	H5年	H3年	H4年	H5年	H 3 年	H 4 年	H 5 年	H3年	H4年	H5年
プロパー	0.46	0.54	0.33	0.50	0.52	0.35	1.21	1.35	1.31	0.68	0.61	0.42
特売商品	1.25	1.47	0.85	1.19	1.23	0.77	2.19	1.75	1.89	1.62	1.36	0.89
P B 商品	0.04	0.07	0.03	0.12	0.22	0.26	1.00	12.10	1.79	0.22	0.37	0.31
ギフト商品	0.45	0.17	0.14	4.83	4.13	2.65	25.73	14.09	14.03	6.56	3.85	2.71
計	2.20	2.25	1.35	6.64	6.10	4.03	30.12	19.29	19.02	9.08	6.19	4.33

実務担当者の評価：

- ギフト商品について、返品がリベート率に影響するということから最近特に慎重になってきた。
又、特売商品について、物産展が例年より控え気味になり、返品を減少させている一因になったと考えられる。
- 単品での返品は少なくなった。
- これまで百貨店は返品が発生すると、直ちに返品伝票を起伝していたが、従来と異なり再調査し、住所を確認する仕組みのある店もあり、それらも減少をもたらした一要因。
- シビアな在庫管理がなされているため、卸の押し込み納入が減ったこと。
- メーカー直納品もあり、減少の要因となっている。
- 内容比率では、売上金額に対して返品率は低くなっており、営業と仕入担当との話し合いで改善が図られた。
- △ この期間の返品内容は、ギフト商品であるが、今回は当初から冷夏の影響を受け、ギフト商品売上にも心理的要因が働き、盛り上げに欠けた。従ってギフト商品の中の売筋商品の絞り込みが難しく百貨店、卸ともに期待売上を実行しなかったため、自ずから返品も少なくなったと推定される。
売上減=返品減
- △ 得意先の販売不振が予想を裏切った。センター納入数については、営業が詰めを行い、前年を下回る数字を設定したものの、売上は更に下回った。
- △ 今中元期においては、消費不況、企業向け外商の不振から、全体的に売上げダウンしており、それに伴って返品も少なくなったと見る。

- × [ギフト返品] ・お客持参のお取り替え返品が多い
 - ・各配送センターでの在庫分返品
 - ・返品時の商品の取扱が悪い
- × セール終了後の返品が多い。

4. スーパーの内容比較

内容	6 月			7 月			8 月			6月～8月平均		
	H 3年	H4年	H 5年	H3年	H4年	H 5年	H3年	H4年	H5年	H3年	H4年	H 5年
プロパー	0.56	0.39	0.22	0.52	0.26	0.16	0.74	0.49	0.31	0.60	0.37	0.22
特売商品	1.00	0.70	0.23	0.68	0.26	0.10	0.80	0.42	0.14	0.82	0.46	0.15
P B 商品	0.008	0.01	0.003	0.02	0.01	0.004	0.03	0.01	0.01	0.02	0.01	0.001
ギフト商品	0.03	0.06	0.04	0.73	0.51	0.31	2.29	1.36	0.61	0.95	0.60	0.30
計	1.59	1.16	0.49	1.94	1.04	0.57	3.86	2.28	1.07	2.39	1.44	0.67

実務担当者の評価：

- 特売が減り、つれて特売返品も減少。
- 特売終了後の返品は少なくなった。
- 日付オーバーの返品は少なくなった。
- 一昨年までの受注額に対して、今年度のスーパー側の発注がよりシビアになって現れており、これが返品に繋がっている。（返品は率、額とも減少している）。
- 今後、営業と仕入担当者との話し合いで徐々に改善されて行くと思う。
- △ スーパーもギフト商品を扱う率は徐々に大きくなりつつあるが、従来よりのギフト売場面積の拡大等は冷夏商品選定の難しさ等から行わず、売れ方を見た仕入傾向となった。従って、卸もこれからの状況を見ながら無理な期待売上は避けたため、返品も自ずと減少したと推定される。（売上減＝返品減）
- △ 天候不順で本年は飲料水の特売ボリューム及び回数が減少した。
- × 店毎の返品にばらつきがある。（店間の在庫調整がされていない）
- × 返品時の商品の取扱が悪い。
- × 季節商品の返品が多い。
- × 棚変更時の返品が多い。（季節の変わり目）
- × 内容比較では、百貨店とは逆に返品率が高くなっており、特にプロパー商品、特売商品の返品率が高くなっている。

酒類食品業界で商品コードの管理を一本化

日食協で委託事業として新たな取組

情報システム化委員会では、一部既報のごとく東京都卸売酒販組合との連携により酒類食品業界での商品コードの管理の一本化につき共同協議中であったが、このたび国税庁の肝いりで日食協が委託事業として委員会を組織し、近く研究調査を実施する運びとなっている。

委員会の設置は、正式に誘引がなされてからのことになるが、その調査の目的等については概ね次のごとくである。

1、調査研究の目的

酒類卸売業者は、飲料その他の食品の販売業を兼業している。このため、酒類商品のみをデータベース化しても、効率的な流通に沿うものとはならないものであり、食品業務と併用可能な商品コードの管理が必要となっている。

ところで、現状の酒類・食品の商品コード管理は、個々の企業で異なる管理をしており、消費者ニーズの多様化・個性化に伴う商品アイテムの増加や、商品ライフサイクルの短期間化によって、商品マスターの抹消・登録のための作業量は、酒類・食品業界全体でみると重複した膨大なものとなっている。

酒類と食品の商品コードを、一元的に管理でき、それを共有できれば、個々の企業の業務の省力化とコストの削減に資することが可能となるため、その具体的方策の調査研究を行う。

2、調査研究の内容

(1) JANコード及びITFコードの付番ルールについて

酒類・食品の商品は、少量多品種化の生産が行われているが、現状では、販売時点の情報に基づいた計画的な生産が行われている訳ではなく、ともすれば、需要と供給のミスマッチを生じ、過剰在庫を抱える状況となっている。

適切な生産計画及び流通の在庫計画を策定するためには、適切な商品コードの管理が必要となるが、既存のJANコードは、酒類及び食品のメーカーが、独自の分類方法によって付番しており、商品の分類について統一的なルールがある訳ではない。

商品分類を確実にを行うためには、JANコード及びITFコードの統一的な付番ルールを定める必要があり、この具体的方法について検討を行う。

(2) JANコード・ITFコードの登録ルールについて

酒類・食品の商品コード管理は、個々の企業で異なる管理をしているため、JANコード及びITFコードの改廃や登録は、それぞれ、独自の収集した情報に基づいて行っているのが実態である。

JANコード及びITFコードの改廃は、酒類・食品メーカーが、自己の商品のスクラップ・アンド・ビルド等に応じて行っているのであるから、そうした情報がタイムリーに得られ、共通して利用できれば、相当の省力化が期待できるものである。

このため、酒類・食品のメーカーが、商品コードを改廃した場合のデータベースへの登録方法について、一定の基準を定めるための検討を行う。

(3) 商品データベースの管理について

酒類・食品のアイテム数は、膨大なものとなっており、これを一元的に管理するには、コンピュータのハードやソフトの問題、要員やコストの問題、組織化の問題、既存のデータベースとの調整の問題など、解決すべき多くの問題がある。このため、酒類・食品の商品データベースの管理体制及び管理機構のあり方について検討を行う。

また、酒類にあっては、酒税法に規定する記帳義務との関連もあり、必要とされる情報項目も食品とは異なることが考えられるため、登録されたJANコード及びITFコードに付加して、どういう情報項目(酒類の種類、品目、アルコール分、規格、形態、建値価格など)を管理する必要があるのかについても検討を行う。

(4) 商品データベースの提供について

一元的に管理される酒類・食品の商品データベースの流通業者への提供の方法について検討を行う。

3、調査研究の進め方

酒類・食品業界の精通者、学識経験者からなる専門委員会を設置して検討を進める。

この場合、JANコードの付番及び商品マスター管理の実態、並びにこれらの問題点を把握して、検討の資料とする必要があるため、既存の商品データベースの現地調査、ヒアリング調査及びアンケート調査を実施する。

☆ ☆ ☆ ☆ ☆

＜日食協の主な行事・関連行事予定＞

開催年月日	時間	場 所	会 議 内 容
平成5年12月21日	13:00	日本橋精養軒	運営委員会
” ” ”	15:00	”	第24回賛助会員世話人会
” ” 22日	10:00	日食協会議室	最適流通システム・委託事業初回委員会
” ” ”	15:00	”	センターワー WG 打合会
” ” 24日	12:00	”	構造改善等委託事業座長打合会
平成6年 1月 5日	11:00	ロイヤルパークホテル	酒類食品業懇話会新年名刺交換会
” ” ”	16:30	パレスホテル	缶詰業界賀詞交換会
” ” 6日	16:30	帝国ホテル	東京都食品卸同業会賀詞交歓会
” ” ”	11:30	竹橋会館	(株)日本外食品卸協会賀詞交歓会
” ” 11日	12:30	大宮サンパレス	埼玉県食品卸業協会賀詞交歓会
” ” 14日	15:00	日食協会議室	共同配送委員会
” ” 21日	12:30	赤坂プリンスホテル	日本チェーンストア協会賀詞交歓会
” ” 25日	10:00	日食協会議室	関東支部流通業務委員会
” ” 26日	15:00	”	物流委員会
” ” 27日	14:00	”	第77回ネットワーク検討会
” 2月 4日	15:00	”	情報システム化委員会
” 4月12日	12:00	東京ステーションホテル	運営委員会
” ” ”	14:00	”	第15回食品卸団体連絡協議会
” ” 20日	10:00	鉄道会館ルビホール	運営委員会
” ” ”	12:00	”	理事会
” 5月24日	10:00	上野・池之端文化センター	運営委員会
” ” ”	12:00	”	理事会
” ” ”	14:00	”	定時総会

謹んで新春の御祝詞を申し上げます。

本年も、なお一層の御指導と御愛顧のほど
お願い申し上げます。

平成6年 元旦

社団法人 日本加工食品卸協会
役 職 員 一 同

日食協の位置づけ

〔目的〕
 協会は、加工食品の近代化・効率化に関する調査研究、加工食品の貯蔵性の向上の促進、加工食品に関する知識の普及啓蒙を行うことにより、加工食品の近代化と生産の合理化を図り、もって加工食品の安定供給と国民生活の向上に資することを目的とする。



