

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.87 JAN.1.1995

新年のご挨拶

社団法人 日本加工食品卸協会 会長 國分 勤兵衛 2

特別編集

重要課題軸に下記活動を積極的に推進

理事会で上記活動状況報告 3

◇会長挨拶 3

◇白須商業課長ご挨拶 5

◇平成6年度上期の各委員会活動報告 8

◇平成6年度の収支決算状況 11

「新取引制度」へのメーカー側の考察

第27回賛助会員世話人会を開催 11

◇運営委員長挨拶 12

◇大瀧世話人会代表のご挨拶 12

◇<主な懇談内容> 13~26

☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

「ITFコード」印刷で要望書

賛助会員に導入を呼び掛け 26

目

次

新年のご挨拶

社団法人 日本加工食品卸協会
会長 國分勸兵衛



新年明けまして、おめでとうございます。
厳しい経済環境の中に明け暮れた一年が終わり、新しい年を迎えました。

今年が、どのような年になるかは判然と致しませんが、なお厳しさは続くものと思われます。それだけに期待のかけられる年でもあると存じます。

この新しい年を迎えるに当たり、日食協としてどのような活動を推進して行くかにつき、そのいくつかを年頭に当たり掲げて見たいと思います。

日米構造協議を発端とする、新取引制度の導入が注目されておりますが、今年は本格的に取り組みたいとするメーカーも増えるものと考えられます。

これは、時代の大きな流れと捉えるべきだと存じますが、食品流通の要にある日食協と致しましては、まず、機能競争に十分耐え得る業界基盤の構築が重要であると思っております。

そのためには、卸売業周辺のインフラ整備を積極的に進めるべきであると存じます。

既に農林水産省の補助事業の一環として、(財)食流機構よりの委託による「最適流通システム開発普及」の調査研究に取り組んでおりますが、これにより、加工食品卸売業としての、今後の方途が示されるものと期待しております。

また、商慣行改善のための対策として、かねてから返品問題の是正活動を進めて参りましたがその実態調査を実施する運びと致しております。

昨年、加工食品卸業界としては初めての、国税庁委託による酒類食品に係る情報システムの調査を実施しましたが、商品コードの一元管理システム構築のための、第二ステップにつきましても、誘引のあり次第取り組む所存であります。

本年は、食品業界全体の問題として、4月1日から賞味期限表示の告示が予定されておりますが、製造年月日の切り替え作業及び流通から消費に至るまでの、啓蒙啓発活動と、円滑な業界対応を滞りなく推進する考えであります。

更に、製造物責任制度も、7月から施行となりますが、卸業界としても遺漏のなきよう、対処して参りたいと存じます。

食品輸入も、規制緩和の進展とともに、さらなる変革がもたらされる年になると見られます。国際化時代の動きを的確に捉え乍ら、加工食品卸売業としてのこれからの方向性を探究して参りたいとも思っております。

新時代の大きなうねりの中で、今年ほど会員の絆を、より固く結び付けなければならない年はないと申して過言ではありません。

万波を乗り越え、新世紀に向けこれからの活動を絡げて参りたいと念願しています。

重要課題軸に下期活動を積極的に推進

理事会で上期活動状況報告

11月25日正午から、鉄道会館ルビーホール12階、明星光雲の間で理事会を開催し、①平成6年度上期の各委員会活動報告に関する件 ②各支部の活動報告に関する件 ③平成6年度の収支決算状況に関する件 ④その他について審議した。

この日の理事会で、平成6年度における上期活動報告を行った後、下期に向けての継続活動等につき審議するとともに、4月～10月までの収支決算状況に関する監査結果報告が行われた。

開催に先立ち、國分会長より大要次のような挨拶があった。

國分会長の挨拶：

『 本日は、理事会を開催致しましたところ、農林水産省から白須敏朗課長、佐藤孝二課長補佐及び小崎好春係長が、公務ご多用のところをご参席頂き、ありがとうございます。

理事の皆様方には、お忙しいところをお集まり頂きお礼申し上げますとともに、各地の支部におきましては、日食協活動にご尽力頂き感謝致しております。

また、各委員会・ワーキンググループの皆様には、種々日食協のためにご苦勞を頂いておりますことにつき、厚くお礼申し上げます。

今日は、上半期が終了し、その上半期にどのような活動をしてきたかについて、ご報告かたがた、これからの下半期に向け、どういう方針で進めるべきかを皆様方とご協議頂きたいと存じます。

今年は、猛暑により、夏物商品は大変好調であったかと思いますが、反面、動きが悪かった商品もあり、業界全体が思うようにはいかないと言う状況でありました。

量的には、この業界は夏の猛暑に助けられたのではないかと存じます。

ご承知の通り、業界は激変・激動期を迎えており、内外の価格差から始まり、価格破壊でありますとか、低価格志向でありますとか、そういう動きが前面に出ている昨今でございます。

価格の調整といった点につきましては、ある程度、これから世界的水準に調整されて

いくというようなことは仕方のないことであろうという風に思っております。が、しかし、これが過度に行き過ぎているという面も見られない訳ではなく、そういう調整以上に、過当な競争が進んでいるということは、何とか、これを妥当な線までに戻すか、妥当な線で止めるというようなことをしなければいけないのではないかと思われます。

価格競争に走らずに、その競争を、機能競争に置き換えていく必要があるのではないかと存じます。

でなければ、この儘突き進みますと、この卸業界も、存続が危うくなるというようなことになるのではないかという気が致しております。

環境がこのように変わってきておりますので、加工食品の業界も、「新取引制度」というようなことが言われておる訳で、メーカーの方も、そう言う動きに変わりつつある訳でございます。

国民経済的に見ましても、非常に無駄が多いというようなところがございまして、省資源でありますとか、環境問題でありますとか、そういった問題にも大きく関係してくるということではないかと存じております。

昨今は賞味期限の問題ですとか、PL法の問題でありますとか、いろいろ業界にも問題が山積みでありますけれども、皆様方のご協力を頂いて、あまりひどい競争にならない、常識的な線で、この業界が推移するように、是非一つご協力を頂くとともに、関係の部署でご指示・ご支援を頂ければと思っております。

蛇足になりますが、私の感じでは、先ほど申しました通り、価格の調整はある程度仕方がないと思っておりますが、結局は過当競争の結果が、そういう風になったのだと思います。

過当競争は、需給バランスが崩れて供給の方が多くなっているということで御座います。去年の今ごろは、雨が降って寒い夏の後で、米の出来が悪くなり、これは大変なことになったという時でございまして、米騒動が起こりました。

あの時は、これは大変なことだということで大事件であった訳ですが、今年は一転して、こう言うお天気になったものですから、今度は、お米が余っている訳で、今年の前半はあの米騒動はどういうものであったかなという気がしています。無ければ、どうしても人間というものはそういう方向に進み、値段等どうでもよいから、何でも買い占めるといことになりましたけれども、現在は、一般的に考えて、ものあまり時代であり、その反対になっています。

従って、供給を調整するということは、いろいろメーカーの競争の中でもありますし、

またこの問屋の業界の中にも競争というのはあると思いますが、出来るだけ一つ、常識的なところで生産も考える、供給の方も調整するというようなことを、考えて行くことが必要なのではないかと考えております。

そういう意味で、関係のお役所におかれましても、いろいろご指導を頂戴しながら、活動を進めて参りたいと存じますので、是非宜しくお願い申し上げます。』

白須課長ご挨拶：

『日食協には、昨年の夏に、長らくの念願でございました社団法人化を成し遂げられ、1年余を経たところですが、社団法人として事業を活発に展開して頂いておりまして、特に加工食品の卸の分野では、当協会が最大の権威団体であると言うような声も聞こえて参りますし、あるいはまた、私ども以外の他省庁からも、いろいろの委託調査を受けられ、的確な調査をされ、成果も挙げておられ、私ども大変に嬉しく、また頼もしく思っている次第です。

今後とも國分会長のもとで、当協会が更に更に発展されるよう心から期待しています。

ここで最近の農政関係のご報告をさせて頂きたいと思えます。

その一つは、ただいま会長のお話がありました通り、昨年はお米が大変な冷夏・大凶作で、昭和9年以来の60年振りの大凶作でありましたが、今年は一転して猛暑ということで、昭和以来の26年振りの大豊作と言われている訳です。

実は昨年の大凶作の結果、転作面積も若干緩和され今年、来年と在庫を積み増しまして、再来年の秋には、実は130万トンの在庫を持つとの計画を立てていた訳ですが、幸か不幸か一転した猛暑により、大豊作ということになり、既にして来年の秋で300万トンの在庫があるということに相成りました。

この在庫も、ご案内の通り餌米とか、あるいは補助金を付けて輸出するという風なことにしなければならない訳で、これを処理する経費は、トン当たり30万円掛かる訳です。

100万トンで3000億円ということになり、過去に2回実は過剰の時代を経過してきた訳でして、在庫が600万トン~700万トン溜った時もありましたが、この時合わせて3兆円の国費を使って、過剰米の処理をしたことがあり、大変苦い経験をしたことがありました。

しかしながら、日本人は会長の申されたように、熱し易く冷め易いと言いますか、一旦不足になると、どうしてもものがなくては済まないということで、入れろ入れろで、大輸入ということになり、その輸入米も100トン近くまだ余っているという状況でありまして、大変残念な事態を迎えております。

ただ、食管法の方も、実は現在国会にかけられておりますが、転作はこれからは農家の自主的な選択ということに内容も変わって来ますが、実は2年間は緩和した転作はそのままで行くという一応の約束でありますので、この儘の状況で来年の秋に300万トンと言う風なことになるとすれば、矢張り来年の転作面積も少し上乘せしなければいけないのではと、現在農業団体との間で議論を必死になってやっているというのが、状況であります。

そうした中で、現在ウルグアイラウンドの合意に伴い、皆様方ご承知の通り、一応100億円を決定しましたが、来年から2000年までの6年間で6兆100億円を使うということになりました。

ところで、これは事業費であり、国費はほぼ2分の1ということになっているので、中身としては新規事業が中心であるということと、既存の事業に悪影響を及ぼさないと言う一札が取られている訳であります。

ただこれは、2～3日前にWTOの特別委員会での総括質疑があって、その場での話では、別枠ではないと総理が言われたというようなことがありまして、最終的には、まだ今のところは明確になっておりません。

たしかに新規予算であるということと、既存予算に悪影響を及ぼさないという一札が入っておりますが、これは別枠であるということは、大蔵省は一言も申しておりません。

ということは、農林水産省の予算が3兆円にながしかある訳ですが、先ほどの6兆円が事業費ベースですから、国費が3兆円、その3兆円が6年間ですから、年間ですと大体5000億円ということになります。

その5000億円が新しいウルグアイランド対策で御座います。

これには、既存予算に悪影響を及ぼさないといった一札が入ってはいるものの、そのところが、これから年末にかけまして私どもの攻防になる訳で、私ども一番恐れていますのは、ただいまの5000億円というのは殆どが公共事業費で、農村の農道であるとか、水田の整備とかそう言ったところに使われるお金が多く、卸小売の予算については若干の助成準備も今回作業をしていますが、総予算が先ほどの5000億円で影響を受けるといった厳しい状況にあります。

それからもう一点、現在WTOの批准の問題が大変に大きな問題になっております。

実は、この間の中間選挙の時に、クリントン政権が歴史的な大敗を喫しまして、共和党が大勝して、WTOのアメリカの批准が大変危ぶまれていた訳ですが、どうも昨日の新聞等を見ておきますと、クリントン大統領と共和党との合意がなりまして12月1日まで

にWTOの承認がされることが確定したと言うニュースが入ってきております。

このことについて、これから日本政府がどうするかと言う、大変な瀬戸際に置かれております。

年内に予算を編成したいという与党の思惑もあり、農林水産省としても12月8日がぎりぎりの線ではないかと実は言われている訳でして、そうなりますと12月23日の天皇誕生日以前までに是非上げたいというような感じであり、そのようなことでWTOにつきましては、今鋭意作業が進められています。

流通は皆様方がご専門でありますので、私の方から申し上げることはないのですが、一点だけ申しますと、どうも最近価格破壊、価格革命という風な動きが大変強まっていることは、ご案内の通りであります。

実は霞が関にもディスカウントショップが最近できました。私もびっくり致しましたが、今迄のディスカウントショップと言うイメージですと、裏通りであって、なんとなく小汚ないといった感じでしたが、最近霞が関に出来ましたディスカウントショップは、非常に綺麗で、若い女性が颯爽と出入りしており、ブランド物等も大分安くなっているようで、このような状況を見ておりますと、どうも流れが段々すべての世界に及んできているのではないかと。流通の構造全体が価格志向に進んで来ているのではないかとという印象を強く持つ訳ですが、ここが大変問題のところ、大きな視点で見ますと、やはり国内のそう言った、今迄のような複雑な流通構造が、物価を押し上げているのだということで、内外価格差とかあるいは産業空洞化が、大きな一因になっているのではないかと議論が、最近大変に強まって来たと思います。

これが行き過ぎますと、先ほどらい出ております問屋無用論ということに大きく繋がってくるのではないかと、そんな恐れを私どもは抱いております。

矢張り私どもとしては、問屋さんの存在意義というものを大きく打ち出して行く必要があるのではないかと考えており、従来のような単純な小売支援ということだけでは、優位性は保てないと存じます。

小売業の経営にまで立ち入ったような、具体的支援ですとか、最適な商品情報の提供あるいはまた、卸自らが、例えばプライベートブランドを造るといった商品開発、さらには所謂スーパーの仕入先の集約化への対抗といった、そのような措置をどんどん講じて行かないと、卸自体の、拡大と同時に防衛を強化しつつ、体力を付けて行かなければならないという気がしています。

いずれにしても、大手の皆様方と、中小の卸は、どうも明確な二分化が急速に進んでいるようであり、先ほど申し上げました私どもが、現在施策的に考えておりますのは、これは、役所として考える以上は、矢張り中小の卸に対する対策とならざるを得ない訳ですけれども、中小卸の皆様方の統合なり、ボランタリー化、そのための人材の養成ですとか、あるいはビジョンの策定、あるいはモデル事業といったことを今いろいろと検討させて頂いている段階であります。

いろいろと申し上げた訳でございますが、冒頭申し上げました通り、日本加工食品卸協会が私どもに取りましても、卸業界の唯一の公認団体でございまして、まさにここを通して、私どもも情報を発信して行きたいし、皆様方の情報も汲み上げて参りたいと考えている次第です。

今後とも、國分会長を中心として、磯野副会長、廣田副会長、富江副会長の3人の副会長及びお集まりの理事の皆様方の積極的なご支援、ご協力により、当協会のますますの活動を期待申し上げますとともに、私どもなりに加工食品卸売業の今後の発展を期して参りたいと考えております。

皆様方のご発展を心からお祈り申し上げ、ご挨拶と致します。』

☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

<出席状況> 理事30名中、出席20名・委任状出席10名。
監事2名。

<議事録署名人> コンタツ株式会社 取締役社長 津久浦 慶之殿
株式会社 サンヨー堂 取締役社長 深澤 治殿

<議案審議>

第1号議案 平成6年度上期の各委員会活動報告に関する件

本議案に関しては、議長の指示により、4月1日の平成6年度入り以降、本日の理事会開催に至るまでの5委員会及び缶詰ブランドオーナー会の主な活動について、事務局よりその概要を次の通り報告した。

<運営委員会>

- ・農林水産省の助成・(財)食流機構よりの委託事業である「平成6年度最適流通システム開発普及事業」の第3年度目(最終年度)の調査研究を実施することになり、その実施要領としては、前年度の新取引制度に関する意識調査を踏まえ、これからの卸周辺のイン

フラ整備を進めるには、具体的にどの問題に取り組むべきか、また、そのあるべき方向を掘り下げることとし、既に第1回目の委員会及びWGを開催。

年内を目標に全会員に対し、各支部の協力のもとで、アンケート調査を実施する。

- ・その他委託事業として「人材育成確保推進事業」及び「食料品卸売業構造改善推進事業」も前年度に引き続き実施する運びである旨報告。
- ・8月2日、「流通革新と流通規制」と題し、ロビンソンパットマン法等に関する勉強会を実施。
- ・10月18日、第17回食品卸団体連絡協議会を開催し、各委員会活動の報告と新取引制度に係る問題等を中心に意見交換。
- ・11月22日、第27回賛助会員世話人会を開催し、前回に引き続き世話人会各社の新取引制度に係る考え方等につきフリートーキング。

<商品委員会>

- ・割戻金即引化WG活動：

データ即引の現況につき、その評価と会計処理の仕方等を中心に情報交換し、さらに新取引制度へのメーカー対応等も合わせ把握し、答申書を作成した。

- ・返品問題WG活動：

第三者の調査機関としての流通政策研究所の名義ご協力を頂き、返品の実態調査を年内中に実施することとなる。

- ・センターフィーWG：

これまでのワーキンググループ活動を踏まえ、現状はどのような状況にあるかにつき情報交換した。

各量販店においてのセンター運営の方法が、これまでとは変わってきている現況に鑑み今後どのような対応が望まれるのか。DC型から、DCプラスTC型センターへの移行の動きも見られ、今後の新取引制度問題とも関連し、動向把握に努めることとなる。

<食品取引改善委員会>

- ・委員会及び傘下WGにおいて、特に新取引制度に関する情報交換及びこれからの委員会としての対応問題等につき協議した。

その結果、新取引制度においては、一つには価格の漏洩防止を徹底する必要があること、問題点を業界共通と個別企業とに分けての対応が基本とされること、諸問題を更に深く掘り下げ、検討し新対応する等々が話し合われた。

今後なお、ワーキンググループにおいて、先ず実務的問題を具体的に洗い出し、委員会に絡ぐこととした。

<物流委員会>

浅井久生座長より報告：

- ・ I T Fコードにつき、日食協としてその導入をメーカーに協力呼びかけすべく、検討を重ねてきたが、その要望書が最終的に取り纏められたことにより、近く日食協賛助会員に郵送することになった。
- ・ 量販店・C V Sの平成5年度物流コスト実態調査（平成5年4月～平成6年3月）の結果が、このほど報告書としてまとめられた旨の報告あり。

<情報システム化委員会>

- ・ 国税庁の委託事業としての「酒類食品の情報化に関する調査研究事業」を受託し、この1年間、酒販卸組合の協力のもとで、重点的に作業し、報告書に取り纏めた。この度の調査目的は、商品コード情報の一元的管理体制構築のための基礎調査であるが、その内容のあらすじは、会報86号に抜粋掲載した。
- ・ ネットワーク検討会活動を通じ、基準書に係る内容の協議、あるいは I T F、J I C F Sに関する情報交換等、実務的諸作業に積極的に取り組んだ。

<缶詰ブランドオーナー会>

- ・ 賞味期限表示問題の経過と、その動向につき重点的に報告した。
現在農林水産省、厚生省の両省において最終的詰めを行っているが、缶詰業界としては、その表示方法を西暦表示とし、日付けは表示しないことを既に合意事項としている。
日食協C B Oでは、具体的表示につき西暦末尾2桁と月2桁の計4桁表示か、または西暦4桁フル表示に中・月1桁または2桁表示のいずれかを選択することを決め、関係団体に申し入れした。
更に賞味期限のガイドライン作成に際しては、専門委員会を設ける等により、日食協代表メンバー参画のもとで協議することとしている。

以上で事務局報告を終わり、上半期活動につき、議長これを諮った結果、全員異議なく議決した。

第2号議案 各支部の活動報告に関する件

各支部活動報告に関しては、会報86号に記載の通りであり、個別報告はなされず、これを承認した。

第3号議案 平成6年度の収支決算状況に関する件

議長の指示により、事務局より平成6年4月1日から、10月31日までの収支状況につき収入の部及び支出の部の各項目にわたり収支結果を報告した。

収入の部：

当期収入合計	予算額	決算額	増減
	72,792,000円	60,991,057円	▲11,800,943円

支出の部：

当期支出合計	予算額	決算額	増減
	67,230,000円	27,292,012円	▲39,937,988円

差引残高 33,699,045円

以上につき、10月17日、戸田 覚殿、萩原彌重殿の両監事により会計監査した結果につき議長指名のもと、戸田監事より、財務諸表に相違のなかった旨、結果報告がなされ、議長これを諮った結果、全員異議なく議決した。

第4号議案 その他

本件については、次回理事会を平成7年4月26日正午から鉄道会館ルビーホールにおいて開催することを承認した。

なお、定時総会は、平成7年5月25日正午から、理事会に続き、午後1時から鉄道会館ルビーホールにおいて開催予定である旨、事務局報告があった。

以上をもって、全議案の審議を終わり、議長より継続活動を軸として、下期活動を積極的に進めたい旨諮り、全員異議なくこれを承認。午後2時半散会した。



11月22日正午から、日本橋精養軒において、第27回賛助会員世話人会を開催し、メーカー・卸相互の情報交換を行った。

今回は、26回の世話人会に引き続き、新取引制度を中心にした懇談内容となったが、新しい流れとしての将来像は、それぞれの見方、考え方があつた中で、今後の対応が醸成されつつあつたと受け止められた。

以下は、懇談のあらましであるが、開催に先立ち磯内善介運営委員長及び大瀧幸克世話人代表から、それぞれ要旨次のような挨拶があった。

磯内運営委員長挨拶：

『 賛助会員世話人会の皆様には、ご多用の中をご出席下さりありがとうございました。一度日程が決まったものを、事情により開催日の変更をさせて頂きましたが、こうして年末慌ただしい中、お集まり願い情報交換が出来ますことを非常にうれしく存じます。

今朝の新聞に、総務庁が流通構造に関して、異例の行政監察を実施するとの記事を見ましたが、その内容は、規制緩和若しくは取引慣行等の透明化を一層進めて、ニューヨーク、ロンドン、パリ等々の物価水準並みに、日本の物価を下げるべきだと言ったようなことが書かれており、どうもこのような報道を見聞きしますと、安いことはいいことだと言わんばかりのやり方だなあといった印象を持つ訳であります。

そうした中で、私どもは皆様ともども、兎も角、ノーマルな形での価格形成というものが日本の流通業界の中に根付いて行かなければならないのではないかと存じます。

東京都の物価水準がニューヨークの1.48倍、ロンドンの1.49倍といったようなことにつきましても、これはどちらかと申せば、円高によってもたらされた部分が相当ある訳でございますから、そうしたことには触れないで、総務庁があのようなことを報じていることは、本当に納得がいかないことだと思っております。

このようなことも踏まえまして、兎も角こうした逆風の中ではございますけれども、本日はメーカー様とともに、適切な価格形成というものは何であるかと言った点も含めて、お話をさせて頂き、新取引制度というものによって齎られるオンチャージ方式というものが、本当に実りある方向に進みますよう、ご指導賜りたいと思っております。

どうぞ、そんなことで今日の世話人会が、意義ある場となりますことを念じまして、冒頭の挨拶とさせていただきます。』

大瀧世話人会代表のご挨拶：

『 日食協の皆様には、大変メーカーにご支援を頂いておりまして、厚く御礼を申し上げます。』

この記録的な猛暑で、私どもメーカーもいろいろ商いの中身が違って、記録的猛暑が

プラスサイドに働いたという会社もあれば、逆にマイナスに働いた会社もあり、悲喜こもごもであったということでもあります。

日食協のメンバーの方々は、フルラインをお持ちでございますから、いろいろ低価格の波の厳しい環境ではございますが、きっとプラスサイドに作用したのではなからうかと存じます。

秋口になりましても、最近では暖冬のおそれがあるというような発表がございまして、既に衣料品は、冬物が、もうバーゲンに入ったというようなことが言われております。

私どもの会社で申し上げますと、この夏のリカバリーを、何とか秋以降に向け、10月意気込んでかかった訳でございますが、これまた、ナイスショットができず、つらい推移を辿っているというようなことでありまして、ミクロ的には厳しい状況に置かれている訳でございますし、またマクロ的には、只今磯内委員長の申されたようなことで、いろいろな変化の波が現れて来ています。

いずれにしても、従来の延長でこの変化に対応するなり、克服するという非常に難しい時代を迎えております。

この新しい変化、新しい時代に対応した、新しい仕事を仕組むとか、あるいはやり方をいろいろ模索をせざるを得ないというように思います。

お話のあった取引制度も、その一つの問題と受け止めている訳でありますけれども、これは、例えばメーカーに致しましても、それぞれ生き立ちや過去の歴史が違いますから、所謂チャンネル制度一つにしても、随分違う訳で、なかなか各社様には行かないと言う背景があり、そう言うことも含めて、こうした席で議論させて頂いて、業界全体が良い方向に進むということを願っています。』

☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

< 主な懇談内容 >

- * 新取引制度そのものについては、この業界は1991年に既に、一つの価格体系の中で取り組んで、実施をした部分がある訳だが、その中で基本的には、従来取引先との例えば、価格調整金とか、拡売金というような、所謂コストというか、価格に跳ね返る部分が非常にお互いに複雑な形になっており、ハッキリ申し上げると、お互いに手間暇がかかるというようなことで、その辺のことを整備して、出来るだけ簡素化して、例えば不照合がないようにするとか、お互いに人件費等コストがかからないようにということで、ある程度価格体系を変えた訳で、何よりも簡素化ということが大事だという観点でスター

トした。

しかも私どもの商品は、加工食品と違って、価格的には相当国際的な相場が絡み、価格体系が変動的であるということもあり、出来るだけ現実に近い線で、整理したというのが実態であり、お互いの複雑性を解消したと考えている。

この度の新取引制度問題も、現実との価格乖離、格差を是正するということは、それだけに大変大きな意味があると考えているので、現実には、それに合ったような価格体系に修正しながら、対応したいと考えている。

* 私どもの会社が扱っている商品は、ドライ物が主体で、それも多種多様であり、大変膨大なアイテムを抱えている。

それぞれの業界によって非常にあり方が違うというように私は見ており、現実にはこの世界は、もともとチャンネルは市場に卸して、所謂荷受けし、それから小売に分散されるシステムであり、まさにいま言われているオープンプライスに非常に近い価格の取り決めを、相対の取決めでやってきた。会社の生い立ちはそう言うところからスタートしているが、その後加工食品等に入らる中で、私どもの今の取引については、古い殻を被った状態であるというのが現状の認識である。

そういう意味では昨今の大手メーカーさんがやっておられる新取引制度については、大変私ども興味があったし、内部的にも販売取引に係る業務量の複雑さと、量の拡大については、是正を出来るものからしたいというのが私ども、これからの期待であり、またそれを果たさなければ、少なくともお互いの業務の合理性、効率性は求められないと感じている。

現実的には、社内でプロジェクトを設けながら現在進めているが、冒頭申し上げたように大変幅広い商品群であるため、商品によってはすぐ出来ないだろうし、商品によってはすぐ出来るものもある。

例えば、皆様方お扱いになっている私どもの加工食品類の昨今の小売の値建てを見ると、とても新取引制度を取り入れる販売環境ではない。

もう乱戦も乱戦もいいところであって、それを供給するメーカーも、数は減少してはいるが、それでも1000社に近いメーカーがあり、群雄割拠の競争の激しい業界であり、ここであるところのメーカーが独りで手を振って、こう言う制度にしたよと申しても、なかなかそれは簡単には受け入れられない業界を私ども抱えており、そういう意味では大変苦慮しておるところである。

しかし、向うところは、現状の取引制度を、メーカーとしても積極的に改革の方向に

進めるべきであろうとの姿勢で臨んでいる。

ただ、私どもの会社の事情を申し上げますと、いろいろのものを抱え過ぎてしまったということもあり、全部新取引制度に移行出来ない部分があるというのが現状である。

しかし、やれるものはなるべく早い時期に、お互いの良いところを流通の方々と話し合いながら、改善して参りたいと考えている。

- * 私どもの業界は、基本的には約4割近くが、自動販売機によつての販売という形になっており、量販店が3割、CVSで2割という状況で、全体から見ると、新しい取引制度の中で問題になっているスーパーの比率がまだ低い状態にある業界である。その中であつて、更にもう少し申し上げますと、スーパーの中でも現在非常にわれわれにとって問題になっているのが、PBについての問題である。

そのPBの問題については、当社の実際の小売希望価格とPBの値段は、大体6掛けか7掛け位の値段の形となつており、相当な開きがある。この問題に関しては、相当矢張り考えていかなければならないと思つている。

ただこのPBブランドについても、清涼飲料全体の中で、主に影響力があるのが、ミネラルウォーターとウーロン茶というような形で、非常にその中でも商品が限られている。

こう言うことになってくると、一つ一つ清涼飲料全体で取り組むということが、非常に厳しいと言うか、なかなか手の打ちようがない状態である。

われわれの方としても、何らかの形でこういったミネラルウォーターとウーロン茶のPBブランド問題に対して手を打たねばならないし、新取引制度についても、考えなければいけないと思つてはいるが、残念ながら今の段階では、その2品目について云々することも出来ない面があり、これらのことを含め、どうすべきかについて、今ようやく考え始めた状態である。

- * 私どもの業界は、小売業界のパワーがかなり強くなつてきて、いま業態が非常に分化して、CVSの売りのシステムと、量販店等の特売数字で作られているというような形態、それから小売業とがあり、そういう点で非常にシステムが段々今迄の販売の体制から一寸、業態によつて対応が違つてきているというのが現状ではないかと思うが、そういう中で、非常に小分けという形でかなり鮮度管理を含め小さなロットになつてきた。物流費の問題についても、センターフィーの問題についても、得意先の個々の事情によつて大分条件的に違つた問題が出ている。

今迄の制度が一率の形で来たものが、なかなか機能しなくなり、個々にいろいろなエリヤによつて、業態によつて一つずつそれを解決していかなければならないという機運は

出ていると思うが、しかし、私どもも、新価格体系を今実施すると言うような状況にはまだ入っていないし、われわれの業界でもまだそう言うような話は現実には聞いてない。

私どもは平成2年までは、建値制ではなくて、15年位はやってきた。価格はメーカー希望価格表はあったが、実際は平成2年までは裸仕切りできた。そして平成2年の価格改定の値上げの時には、反対に建値制に変え業界に合わせたというのが現状である。

私どもの一番心配していることは、非常に拡売費がかかるような状況になってきており、これは皆さんも同じと思うが、2～3%近く拡売費がアップしている。

この辺のことを個々に対応をしていると、総合的な拡売費が売上費の10%以上になり、これが続くと、全部に目を通す訳には行かないので、そう言う点で、変な形で流通とのトラブルがおきるということである。

そう言うことを避ける意味では、非常に新取引制度は良い方向ではないかと思うが、現状としては、そこまで踏み込んでいないというのが実情である。

* まだ方向づけや結論を出している訳ではないが、大きな流れであるということで、前向きに今検討中というのが率直なところである。

私どもの中でも、若手・中堅どころでチームを作り勉強しているが、そう言う中から、チャンネルの問題をどうしようとか、ロットメリットなどをどのように考えれば良いか等々、個々にいろいろな問題も出てきているので、これから何かとご相談させて頂きたいと思っている。

考えていることは、割戻しという問題とそれから建値という問題とあるが、割戻金については、単純とは言えないまでも、そんなに中身を複雑にやっている訳ではないし、既に即引という形で、かなりのものが、都度戻しをしており、これは、すぐにもどうこうということでもないのではないかと思っている。

寧ろ、こう言う価格の状況にあって、建値と実勢が非常に乖離をさせてしまっている。このことについては、それぞれにご迷惑をかけている部分があると感じており、この辺り一つ、いつまでも放任状態ではいけないと、メーカーとしてこの方にウエイトを掛けて、どちらかというと考えていかなければならない問題があると反省している。

* 私思うことは、新取引制度という形のもので、先発のメーカーさんが数社があるが、要は日米構造協議の中で言われている取引慣行の透明化ということが、この新取引制度の中の根幹に入ってくるのではないかと思われる。

従って、建値というものが排除される、ということだろうと思うが、この建値制につ

いては、公取委のガイドラインの中にも謳われており、言うならば、メーカーさんがお決めになっていた仕切価格、標準卸価格、標準小売価格そのものを、メーカーさんがそこまで価格を決めることはないのだということを、大勢としてはそういうことを言っている訳であるから、メーカーさんの仕切価格が示され、あとはオンチャージ、マークアップ若しくは、オープンプライスと言うことになって行くのだと、そのことが、少なくとも今度の私どもの業界を賑わしている新取引制度の、言葉の中での大きな意義を持つものではないかと思う。

仕切り価格があって、今までのようにそれぞれの機能に応じたりべトが払われることが、透明でないということであるのだから、そうしたことを止めて、後は卸のそれぞれの立場で、自分の納得する卸価格を設け、得意先のスーパーなり小売業に卸していくのが根幹になろうかと思う。

皆様方のご意見をいろいろとお伺いして、標準小売価格と実勢価格とが、いま売場では、全く乖離しているというようなことの話であった訳であり、従ってこの辺のところがオープンプライスになっていけば、メーカーさんがそこまで斟酌をしなくとも良いということになるのか、若しくはいろいろな小売業との関係でもって、価格の維持が出来るかと言うと、これは出来ないことで、日米構造協議の中で指摘されている取引慣行の透明化ということから見れば、それは出来ないことであろう。

そうすると、卸がメーカーさんの仕切った価格の上に幾ら乗せるか、例えば、100円で買ったものを110円で売るとか、108円で売るとかは、卸業者個々の立場で考えなければならない。言うならば、7.5%の経費でコストが賄える卸は、それに1%乗せて、108.5で卸せば良いし、また、9%経費がかかるのだというところの卸は、少ないけれどもそれに0.5%乗せて9.5で卸すということが、少なくとも、この2~3年の間には起こってくるのではないかという風に、卸の側とすれば思う訳である。

その場合に日食協の執行部としては、皆が少なくとも軟着陸出来るような、そういうことを、何とかしたいと思っている。

で、それについての農林水産省からの委託事業である最適流通システム開発普及事業の調査研究を進めているが、この委託事業は3年目の事業で、初年度はセンターフィーの実態について、2年度目は新取引制度に関する意識調査をし、それらを踏まえて、新取引制度の所謂生産者価格が一本ということになった場合に、卸は共通した土俵の上で

相撲が取れるようなインフラ整備に取り組むことを、本年度の研究の軸にしている。

アンケート調査に当たっては、日食協の会員はじめメーカーさんのお手数もまた患わせることになると考えられるが、その裏に隠れていることは、100円のを108円で売る、109円で売る、その場合、この100円のは、誰が買っても100円であって、声の大きな卸が、メーカーさん私のところへ、持ってくれば、98円にして欲しいと、そう言うようなことをやると、これはまたもとに戻ってしまうので、兎も角、そう言う差別対価の問題だとか、不当廉売の問題だとか、そう言うものを含めて、インフラを整備して、よういドンで横一線で駆け出し、後は機能の力で日食協のメンバー全体と一緒にゴールになだれ込むことができるというようなことにしていくために、インフラ整備を進るべく取りかかっている訳である。

只今皆様方から、建値と小売希望価格と実勢価格の乖離というものが、優越的地位の濫用によって行われているのか、ということは、それに対して、販促費が相当程度むしられる、そう言った差別対価によって行なわれているのかどうか、そう言うことであるならば、そう言ったインフラを整備することによって、何とか正常な形にすることが出来るのではないかと言うような、そう言う状況にあるということをお伝え申し上げて置きたい。

* 私も大手量販店の2～3名の方々と話をしたことがあるが、皆さん割りに積極的に賛成だという方が多い。

しかし、その中身がどうということなのだろうかと聞くと、いまメーカーが契約等をしているが、非常に形骸化したものになっており、そう言ったものが整備されて良いと言うのと、もう一つは、いま仰られたような部分があるような気がする。

メーカーはそこまで良いのだと、後はわれわれが買いやすいところから買って行くのだというようなことになっていくと、アメリカ等と違って、歯止めがない中で、踏み込んでいくということになり、多少懸念しているところがあるので、是非、前から言われておられる優越的地位の濫用等この3つのインフラ整備が同時に進みながら、やって行けるなら非常にうまく乗って行くと思われる。

軟着陸という話も良いのだが、この辺りのことは、話としてはよく判るのだけれども、具体的に、では、メーカーと施策としてどうなるかと言われると、これはなかなか難しいことである。

* 私もいろいろ地方を廻って、スーパーの幹部と話をしている感じは、スーパーさん自身が、ナショナルとローカルあるいは自身がナショナルとリージョナルの競争の中で危機感を持っているということである。

だからこう言う体系がどういう形で受け入れられるかということについて、差別対価そのものは、スーパー自身が、自分のテリトリーを防衛するために、ロビンソンパットマン法的なものが出る訳であるから、ローカル乃至リージョナルのスーパーさん自身が、そう言うものの規制を積極的に進めなかったら、皆さんが負けますよということ、私も話をしているが、そう言うことに対する関心が、最近深まってきていると言える。面と点の話であるが、一部では大分検討されているようだ。

ある大手が1~2店出てきていて、そちらの条件がドミナントなスーパーよりも良いというのはおかしいではないかという声は、少し最近聞けるようになった。

そうした点で、差別対価的な発想等については、スーパー自身にあっても、人ごとではないよということになって、それが、秩序作りはどう繋げるかというのが、これからの課題だと思う。

しかし、非常に難しいことは、同一経済地域に対しては、同じ条件を出さなければいけないと言う取引が、アメリカのロビンソンパットマン法であるが、では日本でも同一経済地域でとなると、国が狭いだけに、どこまでを同一経済地域とするかという規程を設けることは、恐らく難しいと思う。

例えば、北海道と首都圏というのならあるかも知れないが、では、首都圏と郡山はどうかという問題がある。だが、その点に関しては、一応首都圏とか、あるディストリビューションセンターの到達地域という発想で良いのではないか。

そこでの、同じロットに対しては、同じ条件でという規制が出来れば一番良いと思うが、恐らくそう簡単に、そう言う規制はできないのではないかと思います。

恐らく、簡単に差別価格と言っているが、それが一番大きな、最大の課題ではないかという気がしている。

この問題で、先ほどメーカーの仕切りは一本であると申されたが、アメリカの場合は、いつも申し上げるように一物多価である。

この前、新潟でいま話題の一物三価のビッグハウスを見てきたが、ああ言う形のもの

が、これから、課題になるのではないかと思う。1個と2個とケース買いの物と、はっきり分かれている。

そのスーパーを見ていると、消費者の中には2個買う方が大分増えてきており、そうしたコンセプトが出てくれば、1個のロットと2個とケース買いにより、値段の差が当然あってよく、それと同じようなことが、このオープン価格の基本にあってよいのではないかと思う。

それがベースで、しかもその制度が保護されて、その地域が確定されれば、秩序は是正して行くのではないかと思うし、そこが、これから、の課題ではないかと感じている。

- * 只今の話に関連して申し上げるが、建値を止めて、今までの後払いを全て即引というか、表に全部出して、簡素化してすっきりしてやろうよと言うことであり、しかも建値制度ということが、意味あるものとして問題視されているが、その是非は別として、いまや現状は建値と実勢の乖離はどうしようもない状況である。

流れに棹差して、ワックスピンを掛けるということには絶対なり得ないことであろう。

今のオープンプライス制というのは、要するに価格体系上、後払いを先に持ってきて、すっきりさせるということである。

今のロットアローアンスのようなことは、拡大と言うか、取引上に係る原資としては、所謂リベートの原資と、販売との2本建てを持っている訳である。

この度の新取引制度は、その販売手数料に絡む世界の原資を表に出して、すっきりしようということであり、販促に係る世界は、これは相変わらず持っている訳だ。

これは、メーカー間の競争原理もあるし、横の競争原理もあり、あるいは、縦の競争原理も働く訳であるから、武器を持たないで戦争する訳にはいかないことで、いま申された世界は日本のような狭い国土で、これは言い得てなかなか現実的には難しい。そう言う販促の世界が、販売のインセンティブで、いろいろ柔軟にやっ行ってこうとうのが考え方であり、所謂世に言うオープンプライス制とは少々違っている。

背広は縫うけれども、下着はちゃんと着けていますよということであり、そこが混乱して議論されると、話が非常に難しくなるという風を感じた訳。それから、インフラ整備ということで申すと、これまでの歴史的な経過の中で、例えば、量販店の本当の納価で、本当のネットが、ご帳合元とメーカーが本当に判っているのかどうか。

要するに、あの手この手でやられるものだから、ご帳合元と、メーカーで勝手に販促金を出した（リベートは別）とか、それから帳合元は、またいろいろなことで競争した

とかでお互い判っているようで、判っていないと言う現実の歴史があって、これが力関係で矢張り小売サイドに寄って行ったというのが、ここ20数年の歴史である。

インフラ整備ということについても、お話があったが、その売り方は、兎に角メーカーと帳合元が一切合切含めて、それこそオープンになって、値決めの仕方、それから販売促進というものも、例えばメーカーが出している経費は、こうやってこれだけのプロモーションをやりますよと、これだけの経費率で、とかそう言ったことを、きちっと共同で一緒に共有化してやっていきましょうと言うようなことになるのであって、インフラというのは、矢張り制度とか、仕組みを勝手に求めるよりは、今までのやり方そのものを、ご一緒にどう変えるかということにポイントを置いて考えるということであろう。

- * 今のお話は全く仰る通りである。本当に正しいと思う。今まで日本で出された提案で、オープン価格制度を取っているところは、厳密にはない訳である。

そう言う意味ではおしゃる通りである。だから、これからの課題というのは、本当の意味のオープン価格制に持って行き、インフラも整備した中で、新しい秩序で取引するというのが一番やり良い方法である。

センターフィーの問題等もちゃんとしたゲージが出来れば、恐らく卸もわれわれもやりよくなると思うが、なかなか今の状況では困難であるという課題があり、そう言う方向へ行けるかどうかということ、議論され、あるいはそう言うガイドを作るというのが一つの方向だと思う。

- 何年かかるか判らないが、オープンプライス制というのは、流れではないかと思う。新聞にも書かれていたが、日本の今の流通は複雑であって、外国の製品が入り込めず、それが非関税障壁になっているのだと報じているが、グローバルな中で見れば、オープンプライス制になって、100円のものなら、98円が入ってくるよと、それでもって競争になるのだというようなことが、年月は多少かかるにしても、いずれはそんな形になって行くのではないかと考えられるが、この辺のところは如何だろうか。

- * 競争秩序というか、経済秩序というか、新たな局面に来ていることは間違いない。私もこの間沖縄に行ったが、これは外国価格で末端で売らせて、しかも機能的なメーカーの役割というのはあんなに遠くまで運んで、物流コストを掛けながら、国内の販売価格とはえらい不可解な価格が末端で出ている姿を見ると、新しい秩序を作り出すということは、本当に言うは易く、行うは難しいが、そう言う時点に来ていると思う。

前回は申し上げたが、卸とメーカーの役割は、どういうことであるか、ということ

再度考え直す必要があるのではないかと思う。

役割という部分は当然あって、それぞれが持っている機能を生かす中で、トータルオペレーションを如何に有利にするかということ、今まで卸とメーカーはマーケティング計画の中で論議したことがあったかということを見ると、それはどうであったろうかと思う。

つまりハードという面というか、バイイングという面では、お互いのやり取りの中であったのだろうけれども、それをトータルのオペレーションの中で、どこでこの役割をどちらが受け持つか、つまり開発という機能の中で、コスト削減のために、流通に対してどれだけ還元し、競争力が付けられるかというそのやり取りは、割合に少なかったのではなかったか。

そうしたことを前提として考えると、新しい取引制度というものが、当然これから構築しなければいけないことだろうと思う。

海外商品をいろいろ感じ止めるところはあるが、かなり合理的なものが、そこに働いてきていると思われる。

- ただ、私どもの立場で申し上げると、特約店であると、特約店価格があり、特約店リベートがある。でメーカーさんが、売値まで決めてくれて、その売値が実勢とかけ離れているいは別として、メーカーさんの庇護によって特約店は、利益が保証されていたということも一面言えると思う。

だからそこで、いま申されたように、甘えた気持ちで、この位のことをしたって、メーカーは面倒を見て呉れると言うことで、甘えて甘えて来ていることは事実だと思う。

それを、いきなりつ放すようなことをされると、卸の方が困るという面があるので、その辺のところについて、軟着陸という言葉を使った訳だが、何も卸の利益を保証してくれるものはいなくなったのだ、建値制度がなくなったということは、今まで利益を保証してくれたメーカーが、もう卸の勝手に、100円のを110円で売ろうが、108円で売ろうが、あなた方の勝手だよということで、これはもうメーカーさんが、卸の利益を保証してくれないのだと、というようなことの極端な話もあったが、さっき申された、生産者の方と小売業も含めて、生配販の同盟が組めるような、そういうようなビジネスがこれから出来れば一番良いことだと思うのだが……。

- * いまどンドン局面が変わってきて、ホールセラーからのECRの取り組み、あるいは

は小売業の方からのE C Rの取り組みについて、お座敷がかかってくるというような時代に、否応なしになってくると、何となく利益をギャランティーするとか、曖昧模糊のような世界と、E C Rという世界とは全く違う世界であるから、矢張りそう言う世界に少しずつ近づいていくような努力をせざるを得ないのではないか。

逃げ回っていて、後でツケが廻ってくるような感じが私は非常にしている。そう言う意味ではすっきりして、ワークアンドペイと言うか、きちっと利益を取って行く世界を作って行かないとしょうがないと思う。

それからインフラ整備で独禁法の優越的地位の濫用の問題については、全く同感で、何か新しい新法を作るとか、ガードすることをやって行く。しかし、それには、時間がかかる。

ロングランで取り組むことは結構だと思うが、現行の優越的地位の濫用がきっちと出来て、茨城、埼玉の某スーパーとか外に九州にもあったけれど、それが利用されたのは数例に止まっている。

そうした独禁法といったものを本当に根づかすというようなことが、いまインフラ整備という意味では非常に大事ではないかと思う。

それには例えば日食協という団体が良いのか、あるいはチェーンストア協会のようなところで、グループ対グループのような形で、もっと運用について真剣に取り組むというようなことを団体対団体で進めるとか、働きかけていくことが良いと思う。

それを個別にやると、どうしても力関係で、問題を固めることが困難と思うので、何かそう言うことを考えていくことは、非常に賛成である。

* 新取引制度は、極端に行くことは、非常に難しい訳であって、その極端から極端に行く時に、どういうブリッジを構築して行くかということだと思うが、今回取った政策というのは一つは、日食協さんのために、また卸のために、また消費者のために、それからちよびりわが社のためにということだと考え、そのことを推進することが、結果としてスーパー、小売りさんにもプラスになりますよという組立をした。

そのためには、今までリベートはイコール引算方式だったということだったから、その引算方式を撤廃して、足算の方式にするためにはどうするかということで、それが乗せるということだった訳だ。

われわれ最初に危惧したことは、あれだけ乱売合戦のお好きな卸業界が、果たして乗

せることについて、協調の精神をもってやって呉れるだろうかという心配はあったが、日食協さんの方が強い意向で、それは絶対やらないとされ、自分達のプラスになる政策であり、乗せて売る商売を、しっかり協調の精神で値は崩さないとの意向であったので、そう言うことであるならば、思い切ってやろうかという決断をした訳である。そのためには、大変大きな怪物と戦わなければいけなかった。

で、スーパーの方に、今まで引算をして頂いていた見積を、一旦満額卸店さんの方に返して頂こうということで、この作業を特約店の皆さんとわれわれとの間の共同作業で始めた訳であるが、大変苦勞したことであったが、これには面白い現象が出て、どこへ行っても同じ値段だということになると、スーパーもあきらめるということである。

どこかに行けば安い見積が得られるという現象が出たところは大変苦戰したが、A社に行ってもB社に行っても、C社に行っても殆ど同じ乗せた見積が出てくるということであって、そこら辺りが大変な苦闘はしたが最後まで頑張ったお陰で大きな支持を頂くことができた。

それから時は丁度フォローの風が幾つか吹いて、一つはバブルの崩壊した直後であった。これは大変だということで、世の中の価値観が変わるということで浮き足立っていたということもあったが、その後日米構造協議の影響を受けて、その年の7月11日に公正取引委員会のガイドラインが発表された。その中で明確に優越的地位の濫用ということが示され、量販店に廻って行っても、そのことについては、相当神経を使っておられ、有り難いことであった。

その後日食協の定率プラス定額をはっきり打ち出し、リベートも変更し全部表に出したので、これははっきり申して、本日お集まりの特約店も、地区特約店も二次店も全部条件としては同じな訳で、後はそれぞれの地域地域で、どれだけ自分の利潤を取りながら、競争関係をにらみながら、商売をするかということである。

メーカーの方から設定された価格を割るというような現象は1社もなく、全部乗せて売る世界の中で、いま動いているという状況である。

それから、返品率が、0.5%位のところまで一気に下がってきた。これは、資源を無駄にしないという観点からも、また、私どもとしては、夢の1%とずっと言い続けてきたが、それが0.5%になり、非常に効率に絡がった。このようにいろいろの面で本元のところ以外の経済効果がかなり生まれてきたと感じている。

また、プロパーの回転率が良くなり、そのために特売の比率が下がってきている。

プロパーで回転すれば、スーパーの収益率も高まると言うことである。

嘗て価格改定の値下げ時代があったが、あの時、私どもは平均5.28%に値上げを压えた。あとの業界の差の4.8%位のものに残しておいて、その価格改定の時に、メーカーは値上げせず、しかし、末端では、マージンオンの部分を財源として取っておいた。マージンオンしても、その業界の1割少々上がった値段と、店頭の場合は、全く一緒になるという操作をしたものだから、これについては、スーパー側からも非常に感心して頂いた。整合性があるということで、そこら辺たりを納得して頂いたという面もあった。この新価格体系の移行というのは、機軸のところを作ったならば、後は、特約店様の力を信じて、お任せしてやって頂くという、組み立てしかないのではないかと、そのように思っている。

- * いろいろと新価格体系についての話がある訳だが、昨年4月の時点で、新価格体系に踏み切った。それに踏み切った要因としては、端的に申し上げて、日食協の影響が強かったということである。

ただ、内的要因を整理して見ると、社内の販売費を含めやり方等々を検討して見ると、得意先から、例えば立替が非常に多いではないかというご意見を頂いたり、原価が良く判らないというご意見も頂いた。で、販売費の実態を調べて見ると、一つの商品について見ても、地域別に差があるとか、あるいは個別に見ると、説明がつかないような実態があったということが現実にあって、解決する方向を組み立てたらどうだということで、踏み切った訳で、従って、当初から大上段に、オープン価格制を採用するということはあまり考えないで、寧ろネット化とか、透明化とか、それから立替の極小化とか、あるいは販売費標準化等々、やれることをやろうではないかという考え方でやって来た。

従って、社内でソフトランディングということについての考察は、一挙に全部建前上のことはあるかも知れないが、それがやれることを中途半端なものにしたり、徹底出来ないということでは問題だから、考え方としては、偶然ではないが、やれることを徹底してやろうということで社内では矢張りソフトランディングという考え方になって、思想的には此処までやるが、一度決めた思想は、社内で徹底しようということにした。その間、問題点も相当あったけれども、お蔭様で強いご支持があって、現時点ではほぼ定着させて頂いたと認識している。

これで、次のステップを現在考えているが、オープンプライスということ念頭に置

かずに、寧ろ先ほど来いろいろ話のあった、販促費の標準化の問題や、それらの清算業務の早期化あるいは清算明細の明確化とかそういうようなことを、準備をしている。

そこから先の、例えば全面的にオープンプライスをどう考えるかということについては、特別の考察というところまで至っていない。

- * 特に小売業の動きが、急激に価格の見直しとか、自分のところの値段を如何してくれるのだとか、といったそういった動きが激しい感じがしている。

それで当然メーカーとしては、価格を如何するか、あるいは販促を如何するかとか、今のままで良いのかということを検討はしているが、一体何処で落ち着くのか、極めて難しい時代だと判断している。

全般的に厳しい環境の中、逆に新取引制度については、お教え頂きたいと思う。

「ITFコード」印刷で要望書 賛助会員に導入を呼びかけ

物流委員会では、標準物流シンボル(ITFコード)の導入に向け、情報システム化委員会と連携し、先にアンケート調査を実施し、その結果を踏まえ、具体的検討を重ねて来たが、このほど運営委員会等の議を経て、賛助会員に対し正式にITFコードの導入と、その印刷要領等につき、12月9日付けで要望書を発信した。要望書の内容は下記の通りである。

標準物流シンボル(ITFコード)の印刷にご協力をお願い

拝啓 貴社 ますますご隆昌にて大慶に存じます。

常日頃より、弊社食協の活動の推進に当たりましては、特別のご高配を賜り衷心より厚くお礼申し上げます。

さて、皆様ご高承の通り、現在の厳しい経済環境下にあって、今日ほどローコストオペレーションの必要性が唱えられ、また、それを達成する重要なキーとして、ロジスティクスを視点に置いた、物流の効率化が求められている時代は、かつてなかったと申しても、決して過言ではありません。

それと同時に、物流業務効率化のための、新しいツールも種々開発されておりますが、このたび、弊社食協におきましては、本件に関し各関係委員会連携のもとに、協議を重ねました結果、標準物流シンボル（ITFコード）の導入を、下記の要領により広く各メーカー様にお願い申し上げる運びとなりました。

この標準物流シンボル（ITFコード）の印刷導入につきましては、各メーカー様個々の考え方もおありであろうかと存じますが、諸事情ご勘案賜り、是非ともご対応下さいますようお願い申し上げます。

先ずは、ご案内少々お願いまで。

敬 具

ITFコードの導入・印刷に当たってのお願い事項

記

1、表示する荷姿と、採用する物流商品コード体系・表示シンボル

(1) 表示する荷姿

メーカー出荷単位である輸送包装（いわゆる外函）とする。

(2) 採用する物流商品コード体系・表示シンボル

ITF拡張16桁とする。

2、当協会におけるITF表示の基本ルール

他業界との整合性から、基本的にはJIS規格（JIS×0502）に準拠する。

(1) 印刷面及び表示の大きさは、原則として次の通りとする。

① 長側面2面右下、倍率0.60とする。（JIS規格通り）

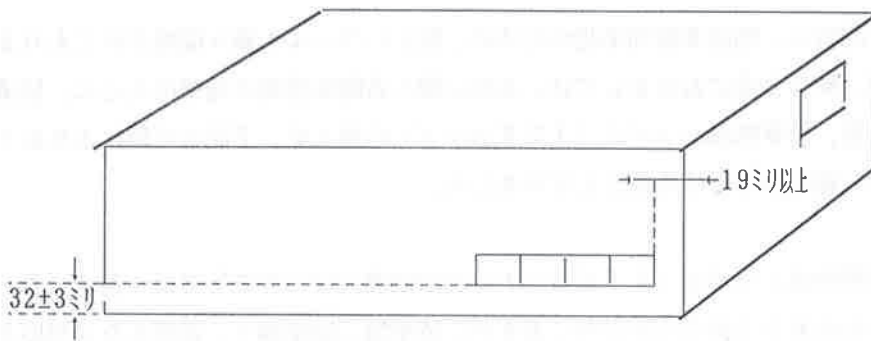
（JIS規格通り）

② 短側面2面右上、倍率0.35とする。

（位置・・・JIS規格外、大きさ・・・JIS推奨範囲外）

※ 印刷面は長側面2面、短側面2面の4面となる。

(2) 印刷面位置は次図の通り。



(3) その他

- 1) コード管理は、当分メーカー様毎に管理し、流通業（含む小売業）に通知する。
- 2) 印刷の色は、スキャナ読み取り上、黒色が望ましいが、紺、濃青、濃茶、あずき色、濃緑でも可とする。
- 3) 中函への印刷、バンド掛けや、荷合せ商品、特殊包装については、技術的な問題等課題もあるところから、次の段階で検討する。

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。

平成七年 元旦

社団法人 日本加工食品卸協会

役 職 員 一 同

