

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.90 AUG.15.1995

目

□ 「新取引制度の現況と課題」で懇談 第29回 賛助会員世話人会	2~15
□ 「インフラ整備」を新たな活動に組入れ 第3回 定時総会で議決	15~22
□ 新取引制度の考え方」で記念講演会 (第1回) 関東支部賛助会員連絡会	22~33
□ 地域活動の充実に新たな意欲 盛り上がる各支部の定時総会	34
東海北陸支部：北陸ブロック(34)・東海ブロック(35)：関東支部(35)：四国支部(38)： 近畿支部(38)：北海道支部(39)：九州沖縄支部(40)：中国支部(42)：東北支部(43)：	
◇ 中国支部長に中村成朗氏を互選	43
運営委員会	
価格問題・取引問題改善を重点に検討 「取引問題検討委員会」委員決まる	44
◇ PL法に係る現況と業界対応等について	45
商品委員会	
「販促費」の期間短縮等で意見交換 センターフィー更に膨張傾向	47
食品取引改善委員会	
「新取引制度」の中の「定率・定額」・《看板は降ろさないことを確認》	47
情報システム化委員会	
「情報システム研修会」を開催・《酒類食品合同で事例研究》	48
物流委員会	
「ITFコード」の普及状況を調査・〈物流コスト実態調査も実施〉	50
◇ 震災義援金で農林水産大臣から感謝状	50
◇ 備車料金の現状等で情報交換・〈関東支部・流通業実委員会〉	51
◇ 共同配送委員会で「百貨店のセンターフィー」が議題に	52
◇ 関東支部関連ニュース	52

次

「新取引制度の現況と課題」で懇談 第29回 賛助会員世話人会

第29回賛助会員世話人会を、7月10日午後3時から日本橋精養軒において開催した。

最重要課題の一つともされている「新取引制度」については、数回にわたり賛助会員世話会のテーマとして取り上げられて来たが、今回の世話人会は、フリートーキングの形式ではあったが、期せずして懇談内容は、これまで日食協が提唱して来た「定率に加えて定額の導入」と、新しい流れと捉えられている「新取引制度」との絡みが、どのような推移を今後辿るのか、また、メーカー自体は、食品卸売業をどのように見ているか等、極めて密度の濃い世話人会となった。以下にその懇談のあらましを拾って見ることとする。

懇談のあらまし：

(◇印は卸：☆印はメーカー)

◇ ご挨拶でもご報告されましたように、このたび「加工食品取引問題検討委員会」を設け、卸周辺のインフラ整備に取り組むことになりましたが、ただ、これをいざ具体的に検討しようとすると、非常に難しい問題があります。

私たちが卸売業界の中の問題としては、所謂、量に対するリベートが単純な形で捉えられていて、単純な理解のままでそれが押し進められているのが現状です。

日本のこの複雑な流通機構を、全く感知しない状況での量販による価格体系は、行き過ぎる可能性があると思われます。それを押える力は、公正取引委員会に関係した内容となりますが、その辺を一番危惧しながら話し合いを進めなければいけない訳で、その点が一番難しい。

私たちは、今日のこういう世話人会の席で、問屋側としてメーカーにお願いすることだけではなくて、私たちの中で、本当に組立てた話し合いをしていかなければならないと思います。

従来、日食協が押し進めて来た「定率に加えて定額の導入」についてですが、今の新取引制度の流れの中で、どういう形でどのように進めるかを協議致しましたところ、結論としては、

軽々に定率・定額の看板を降ろす必要はないとの委員会の認識でありました。

現在この定率・定額の間念の中でご協力を頂いていることは事実です。

メーカーにおかれても、新取引制度に対する行方を見守られているように私は受け取っておりますが、この定率という問題は大きな問題であると思ひます。その中に新たに出来来た問題は、国際価格との差に関して小売価格を時価に合わせるとの話が出て参っております。

そうなりますと、最終的には現状の価格体系の中では、私達には定率にも影響してくるという問題もありますし、矢張り定額の部面で、建値制度の中の定額及び、これは商品委員会の担当ですが、センターフィー問題を含め、公正取引委員会に本式に要望して行かないと、われわれの経営は成り立たないのではないかと感じています。

委員会としては、これから小委員会を開いて固めていく段取りですが、矢張り定率・定額の間念は存在し得るのではないかと、そうした観点で、日食協としては進めていきたいと思っております。

- ◇ いま、定率プラス定額の看板は降ろさないとの話がありましたが、このことに関しては先達て、委員会を開き新取引制度になった場合、仕切価格一本となつて、かつてのように標準卸価格、標準小売価格がなくなってくる、その場合に、定率プラス定額の看板を上げていて良いのだろうかどうだろうかにつき協議致しました。

その結果、定率プラス定額の看板は降ろさないで行くことになりましたが、その訳は、まだオープンプライスに移行している状況ではないし、定率プラス定額は、はじめにマージンありきというかつての価格体系の中で出来来た言葉です。つまり定率マージン・プラス定額運賃ということですが。

ですから、はじめにマージンありき、と云うことではなく、これからはマークアップだとか、オンチャージの時代に入つて行くのだから、その定率・定額についてどうすべきかという問題を討議した訳ですが、大部分のメーカーがまだ旧取引制度のまま推移をしている現状であり、いま早急に定率プラス定額の看板を降ろす必要はないとの考え方です。

- ◇ 実は、今日ビールのメーカーさんと会つて話をした訳ですが、350mlの通常のビール缶が225円で売られており、これをディスカウントストアで買えば、200円を切る訳ですがけれど、その350ml缶の発泡酒が160円でよく売れていると言ひつておられました。よく売れるのは売れないのよりは結構ですが、しかし、マージンの額が率で同じで、225円が160円に下がつたとなれば、これは大変なことなのですよと申し上げた訳です。つまり、通常のビールがそれだけ、

発泡酒に喰われている訳です。

☆ 私どもも、いろいろ進めさせて頂いておりますが、今のリベート制度については、卸売業にとっても、かなり捨て難い魅力はあるのではないかと思います。

ところで、この定率プラス定額の看板を掲げていても、なかなかそれが全て良い方法だ、ベストだとは言えない部分はあるだろうと思います。

当初私ども企画するに当たって考えたことは、矢張り、はじめにマージンありきでした。100%オープンプライスの形を導入した場合、今迄の商習慣上存在しているマージンは一体、誰が、何処で、どのように吸収するのか、というところまでお互いにまだ信頼感がないという風に判断し、はじめにマージンありきという意味合いになると、私どもはそのように考え、移行措置として定率プラス定額があるのだと考えた訳です。

それで実際に進めて見ますと、卸売業はすばらしい知恵が存在していると思いました。

私どもの商品で逆にマイナスがあるのは、例えば110売っても、90売っても、卸売業に入るマージン率は、一定のものが入ってくるということですね。

それからもう一つ、ボリュームとスライドした形で頑張ってもらくことによって、利益が入ってくるというリベート制度の魅力。こういうものが、まだまだメーカーサイドに立った場合、矢張り捨て難いのではないかなと思います。

ですから、その壁をどう破るかということは、私どもの弛まざる新製品の開発力しかなく、良いヒット商品をどのように出して行くかに、メーカーの命運が掛かっていると最近は感じております。

それから、各社どういう内容であろうと、変化を持たせるという政策導入は、この時代には必要であると思います。

◇ 業界紙に、ある社長さんの談話が掲載されておりましたが、「増収にはなった。しかし、自社商品の販売のための販売費がどんな形で出ているかについては、売買差益面ではそんなに減っていないけれども、販売管理費が増えて、利益が減った」とのことで、実勢価格に対しての値下げをしたものもあり、もうこれでは、海外に生産プラントを一部移さなければならないと言ったことも書かれていました。

私はその記事を見て思ったのですが、卵はいやに安いし、食油のメーカーさんに聞くと、逆内外価格差だと言われるし、で、安いもの同志で造られる製品が、何でそんなことになるので

あろうか、と云った素朴な疑問を持った訳です。

半製品が外国から安く来るにしても、日本国内での卵自体についてはどうなのでしょう、外国に比べれば高いのでしょうか。

☆ あまり内外価格差はないと思います。物価のいわば優等生でしょう。

◇ そうなって来ますと、本当に製品が安くなり、デフレ経済という言葉が先ほどありましたが、広辞林でその「デフレ」を引いて見ますと「通貨の縮小」と書いてありました。

ということは結局、どんどん安くなるということですね。物が余って通貨が縮小するといった状況の中で、われわれの生存領域を、どうやって見つけて行けば良いのだろうか。その辺のところヒントでもあれば、お聞かせ下さい。

☆ マクロ経済的にはそう言うことなのですけど、個別ベースで言えば、売上減をどう跳ね返すかが、メーカーにとって最大の使命であり、テーマになる訳で、そういう意味では、新製品開発に尽きているということではないかと思います。

特に、一方においては、内外価格差是正の非常に大きな動きがありますが、製品開発とローコストオペレーションに最大限努力して、そういうデフレ経済を跳ね返すというようなことに力を注いでいかなければいけないのではないかと認識をしています。

そうした中で、取引問題とか、低価格問題等についても、どう歯止めをするかということとそして、よそとの差別化にどう取組み、消費者に支持される新製品をどう生み出すかということに掛かっていると思います。

☆ さっきの取引の問題ですが、もともと新取引体系の移行というものは、従来の仕組みが、マッチしなくなってくる中で、定率プラス定額というようなことが出てきたのではないかと思います。

そういう看板を業界として降ろさないでやっていくということは、一向に構わないと思います。

ただ、現実にはそういう状況の中で申しますと、例えば、ビッグの量販店とかCVSの世界あるいは小売のマージンをすべてオープンにして、それでコストプラスマージン、所謂オンチャージにするということは、今やメーカーと商流・中間流通はともに限界状況ぎりぎり商

売している訳ですし、現実はその姿でありますから、定率プラス定額でどう律して行くのかを大いに研究されなければならないと思います。

われわれも、研究過程では一律、一本の仕組みでは、なかなか対応し切れない時代になってきたということもあり、一寸議論に乗りにくい立場で申し訳ありませんが、そういうプロセスがあったということでもありますので、その辺も含めて検討を深めていくということではないのかなと存じます。

☆ 定率・定額とは一寸離れますけれども、最近はお卸の方々からいろいろな要望がありますが、メーカーの立場からすると、お卸の皆さん方にとって、よいメーカーというのは、どういうメーカーをよいメーカーというのか、われわれメーカーから見て、よいお卸というのは、どういうお卸がよいお卸なのだろうか。

恐らくお卸の皆さん方が、よいメーカーというのは、一つには成長力のある、何時も売上げがある一定は確保するメーカーを、よいメーカーだと思う訳です。

あるいは、成長力はあるけれども、システムだとか、さっきも申したように、いろんなことを本当にきちっとやって呉れていなくとも、売上げがきちっと上がっていれば、それが、よいメーカーなのかも知れない。

何がお卸にとってよいメーカーなのか、逆にそれを教えて頂きたい。

われわれも、こういう風に定率にきなさいよ、定額にきなさいよ、こうしなさい、あゝしなさいと言って、仮にメーカーがその通りにやったとしても、では、本当にそのメーカーは、売上げが上がるかという、メーカーとしても新製品と開発力がなければ、売上げは上がらないであろうし、既存の商品で売上げを伸ばそうと思うと、コンペッサーがでてきて、良い条件を出せば、すると、価格は当然ながら下がってくる。

今のこの競争条理の中では、兎に角、何でも条件を出して価格を下げて、いい条件の方が良いメーカーだといった部分が、ある側面ではありますね。

お卸の皆さんも、トップの段階とミドルの段階と、セールスの段階は、それぞれに違って、あそこのメーカーは、言えはすぐ条件を出して呉れる。あそこのメーカーは言っても、すぐ条件を断ってくる。こういうシステムを作れと言っても、なかなか作ってくれないけれどもあるメーカーは作って呉れる。このようなことが複雑に絡んで、良いメーカーとは何だろうか…。

われわれにしてもお卸にとって、役に立つメーカーというのは何だろうか。そういうことを考

えると本当に難しいと思います。

ですから、取引制度を改善しなさいと言われて、取引制度を改善したが、それが必ずしも卸に取って、ベストでないかも知れないし、あるいは中間のところに来ているのかも知れない。

◇ これから始める「取引問題検討委員会」で、そういうことを検討することに致しておりますが、良いメーカーというのは、条件を出して呉れるから良いメーカーだと言うその部分というのは、部分ではなくて、相当大きなウェイトを占めて、今日まできたのではないかと思います。

ですから、条件が貰える、貰えるからその条件を乗せて、応札すると言いますか、納入価格の提示をするということになる。それが末端の価格の引き下げに繋がってくるようになってきた訳ですね。

で、新取引制度というものが出来て、もう一步前進をし、もうメーカーからは、一本の仕切価格となるので、これからは要望は聞かないよと言うことになって、後はボリュームによるものだとか、若しくは、サイトを早く払ったものに対する割引利息だとか、そういうものによって、対応することになる。

従って、仕切り価格一本となるなら、アメリカのような合理的なルールが望まれる訳ですが、そういったルールを作りたいということから、この委員会を設けたのですが、そうなった場合には、良いメーカーというのは、成長力があって、新製品の開発力があるということになると思います。

同じ量を同じ時に買う卸というのは、同じ待遇しか受けられない。だから、人間関係で、あそこの仲が良いからと言って負けてくれるということはない、ということになって、今度は、卸のローコストオペレーション競争、機能競争になってくる訳ですね。それが私ども卸の、本物の仕事に今後なっていくのではないかと思います。

☆ われわれメーカーから見て、良い卸というのは、1ケース運ぶのに金の掛からない卸が一番良い卸だと思いますよ。単純に言えば…。それで沢山売ってくれるところがね。

ところが、必ずしもそうは今なっていないと思うのです。それは各メーカーとも過去のいろいろな歴史を引きずっておりますから…。例えばK社に売れば、1ケース100円だけれども、M社に売れば90円で済む、という風にはなかなか行かないと思うのです。

では、M社が良いからと言って、帳合を勝手に変えられるかということ、そうも行かない。

しかし、最終的には、メーカーも多分そういう風になると思いますね。一番コストが安く売れるのはどこのだろう、ひょっとすれば、もっと集約化されるかも知れないし、特約店とは何ぞやということにもなる。

もともと、この特約店化は、非常に形骸化してきており、これは本当に難しい問題だと思いますね。

◇ だから、コストだけではないのではないですか。日本全体の面でカバーしているような問屋ですから、これは無視出来ない。

☆ 勿論そうですね。

◇ 少々コストは掛かるけれども、あそこは隈なく売ってくれるというのは、メーカーとしては大変魅力があると思います。

☆ 今のお話を伺って、例えば卸の立場で申し上げると、オンチャージが取れなかったら、どんなことをやったとて、私はきりが無いと思います。どんな新価格体系を建てても、オンチャージを取るのだよ、相手から頂くのだよという形が取れなかったら、私は絵に描いた餅になってしまうと思いますね。

要するに、オンチャージの部分というのは、こちらが負担するのではなくて、相手に負担させるということ、そういう意味では、価格体系をきちっと建てるなり、それなりのいろいろなシステムがあると思います。

どんなシステムを建てても、それが基本だなという感じは、先ずあるのではないのでしょうか。卸の手応えぎりぎり、うちはもう出せないという、そこまで行かなくては、それが出来ないと思いますね。それがなければ基本的には、恐らく難しいのではないかと思います。

勿論、われわれにして見れば、どういう形でやれば、一番ローコストで問屋の皆さんに提供できるかという、これはメーカーの競争、我々自身の問題かも知れませんが…。それには、また、今のロットとボリュームの問題、それらが絡んで来ます。

実際メーカーとしては、ロットで行くのが一番安い訳です。どんなにボリュームが多くても、点であれば、計算上はコストは高くなるということになります。

それが、実際の取引の上で、また、いろいろな新しいルール造りの中で、そういうもののルール化が出来るかどうかというのが、日本のこれからの課題ではないのでしょうか。

ボリュームでも、歴史的に認められているのだよということが、今あるのではないかと思います。その辺がルール造りの中でどう生かされるかということになるのではないのでしょうか。

◇ 日食協は、300社位の卸会員が集まった団体ですが、企業の規模格差が非常にあり、どなたかが申されたように、全部が生きて行けるかどうかということもある訳で、われわれ日食協のメンバーは、全て生きて行かなければ困るという立場で取り組んでおり、非常にその辺のところで、ジレンマはあります。

☆ 取引制度において、いま通常時の大手のオンチャージが取られなければ、3000円のが6%でも、仮に10%あったとしてもリベートは300円ですからね。

それが、一方では販売条件が、ケース1000円である、500円であるといったようについている訳でしょう。そういう取引が圧倒的に多い訳ですから、そういうものがもっと鎮静化しないと、取引制度においての定率とか定額ということは、殆どいま無意味だと思いますね。

販売条件が100円位で、リベートが6だとか8だとか、それで、定率とか定額を一方で言うのであれば判りますが…。

◇ ですから、取引問題検討委員会では、そういった差別対価問題についても協議することにしてありますが、このことについては、公取委では、独占禁止法にちゃんとあるとこう言うっており、あるのならばもう少し強力でやっつけられればよいではないかと申したところ、それならば、どどここの量販店から、こういうことを言われて、これだけの差別対価の要求を受けているという具体的な固有名詞を出して届出なさい。そうすれば取り上げますと言う訳です。

☆ 私は今までお伺いして、考えなければいけないこととしては、一般論としてですが、所謂建値制度からオープン価格制に移行する流れは、スピードの遅い早いは別としても、その流れは進んで行くということを前提に、この定率・定額の問題は、今までの建値制度が前提の考え方であって、では、別の考えの中にどういう対応の仕方があるかということを検討すべきだと思います。

それに、一つの現実的な話として、輸入業界の問題だけで捉えますと、これから消費税が上がることになれば、自販機の110円がどういう位置づけになるかとか、缶公害をはじめリサイクルの問題等がありますね。そのコストは、完全にどこかの段階で負わなければいけない訳ですが、そうなってくると新たな価格体系問題がそこでまた出てきて、それをどう收拾するか、それを吸収し切れないうところが出てくれば、トータルチャネルが存在しなくなる。

メーカーのセールスが、例えば大手量販店に対して、話し込んでいる中身は、メーカーから問屋を通じて、トータルのオペレーションをどうローコストでやるかという課題なのですが、そこでお互いの機能分担、役割分担を明確にして、サービスレベルでやっていたものをそれを

コストだという認識に立つて取り組まなければ、これは新しいオンチャージは出来ない。

これから一番大きな問題として出て来ますのは、新たな価格交渉と言いますか、仕組みが当然変わって行く中で、遅かれ早かれ、準備しなければならない方向ではないかと思うのです。大変大きな曲がり角に来ていると思います。

☆ 専門家がおられますが、油の1升曇など、かつてのパニック時には、相場が変動すると、1升曇が600円といった時期もありました。

最近では安定していて物価の優等生ですけれども、そのような価格レベルのものの中で、所謂リベートは、非常に微々たる位置付けであり、あまり意味合いを持たない商材でした。ですから、油の価格体系が出来上がってきたという例は、殆どないのではないのでしょうか。ある一定のレベルではあったかも知れませんが、今後はないのではないかと思います。そういったことが、一般の相場商品ではないけれども、価格ゾーンのフレキシブルな販売条件に影響され、そういったものによって消されています。

☆ 私どもの売上の7割位はオープン価格に近い状況であり、残っているのはギフトです。

☆ 新取引制度というのが、本当に、新しいのかどうなのか、よく判らなくなってきたのですが、小売業と卸売業との帳合問題、そして手前どもの問題も含め、集約化とか、センターフィーだとか、このような取引絡みの改定は、相当これまで大きく動いてきた訳ですよ。

そうすると、われわれが持っている従来の販売制度自体で、お役に立てている場合と、それの中から、なくなってしまうといった流通関係が大きく動いたというものと、取引制度が片一方に進んで、定着化している部分とがあり、必ずしも十分にわれわれとしても、提案し切れていない面もあります。私どもメーカーも、お取扱い頂いて、売れて儲かるということになれば、役に立たない訳ですし、卸売業にとっても先ほどの話のように、本当にオンチャージで儲かる、あるいは、今の取引制度で儲かるのか、儲からないのかというのが、ご判断される面で非常に微妙な点がありますね。

◇ いや、儲からなくともよいですよ。それが適正に残れば…。

☆ 今の取引関係が非常に変化している中で、時代の変化を見ながら新しい取引制度、価格制度をどのようにして行くかを、模索をさせて頂いているのが現状でございまして、今年は私どもの一分商品につきましても、価格をダウンしなければならないものもありますが、そうしますと、そのことでPBとか輸入品の関係が出て来る訳です。

そこで少しでも、いま言われたお取扱い頂く魅力ある卸マージンにしておかないと、今度は余計売って頂けないということにもなってくる訳でして、その点では、いま価格が全体的にデフレ・低価格傾向の中で、何とか本来ある程度マージンを確保して貰わなければならないのが、先ほどの価格の変更対応をしていく、そういう具体的な手続きや、対応するための修正等を繰り返しているのが今の現状です。

ですから正直に申し上げて、新しい取引制度に、先ほど来の話のように、時代がオンチャージ出来るのか、あるいは、そういうことを諸環境自体が整っていくのかという問題に関しては、私どもとしても当然、早急に移行する方向を考えて行かなければならないだろうと思いますが、私どもメーカーとしては、不明確であり適切な判断をするには、難しい時期だなと感じております。

◇ たしかに混沌としており、いまは本当の動きが変わり目だと思うのですが、2～3年経つて振り返ってみれば、あの時はあんなに思い悩んだけれども、こう言う形が出来たのだということになるだろうとは思いますが、いまの段階では、カオスの時期ということではないでしょうか。

◇ 定率プラス定額の考え方が出たのは別として、矢張り引き算でなくて、足算を卸が如何にきちっと出来るかという発想に立たないと、そう言う制度の云々の問題ではないような気が反省を含めてございます。

従って、ものの発想が、卸価格なりあるいは小卸価格なりから、いくら引くかということにどうしてもなり、引く対象となる標準価格がなければ、ネットで幾ら儲けさせて頂くかという発想にならざるを得ない。ですから、卸自体がもう少し、メーカーの域まで、レベルアップをして行く必要があるのではないかと痛感しています。

それから、定率プラス定額の問題については、例えばオンチャージと言う話になった場合でも、300社近くの卸団体でありますので、卸としての基本的なものの考え方の中に、そう言う意識といいますか、かって、この制度を日食協として唱えた時には、寧ろ、メーカーに対して、実際がこうですから、こうして下さいと、一つの基準としてご提案申し上げた、というように記憶しておりますが、これからは、そう言う意味よりも、寧ろ、日食協の内部で、そう言う認識を、お互いにきちんと持つと言う意味での、この定率プラス定額という考え方を、更に引き続き進めて行くということで考えるべきではないかと、個人的には、このように思っております。

ただ、例えば、物流の面である設備投資をしますと、前向きな場合もありますが、これを後ろ向きの場合で考えますと、どうしても商圏が欲しい。そのためには、メーカーと関係なく、無理な量の拡大が起きてきます。

こうしたことも含めて、徹底して機能の競争をして行かなければならないと思いますが、あるいは充実を図っていかねばならないと思いますが、出来ることと、出来ないことをはっきり言えるような、卸の体質と言いますか、そこに志向していかざるを得ないのではないかなというように、いまお話をお聞きしながら感じました。

従いまして、今年度から日食協の独自の予算で新しい調査研究をして行こうと言うことで、所謂インフラの整備に向けて、作業を進めて行くこととございますので、取引問題検討委員会の中で、日食協自体も、外に向かって要求することは当然要求し、お願いすることはお願いしながら、寧ろ、日食協内部で調査結果を踏まえて、自助努力をして行く必要があるのではないかと、抽象的ですが、そのように感じています。

◇ いまのお話ですが、私自身も、定率・定額の問題については、そういう気持ちを強く持っております。

定率・定額というのは、自前の方を見ても、オンチャージのための定率・定額という気持ちは相当強いですね。

それが何処にあるかということです。いま、オンチャージと簡単に申しますが、オンチャージの一体どの位をオンチャージして良いのか、それは各段階によってチャージの仕方は違うでしょうが、一物多価になることは間違いないと思います。

だが、一般的なオンチャージは矢張り、定率の中で、段階的な考え方をすることはあり得ます。

その中でメーカーにお願い出来る範囲もあるのではないか。それから物流費その他に対する定額についても、この団体としては、取り組まなければいけない問題であり、いまその努力もしております

◇ 単純な論理としては、オープンプライスになった方が近代化は進むということになり、後は機能競争しかないということです。

☆ 昔からそうだったのではないのでしょうか。

☆ 昔はオープンプライスそのものですよ。リベート制度はありませんでしたよね。

◇ 現在でも、輸入品は全部オープンプライスです。

☆ 結構メーカーを当たってみればオープンブライスでやっているところはあるのではないのでしょうか。

☆ 大義名分として話が出ており、ものによっては、実態はもう少し違ったところで動いているのではないかと思います。

先ほどのオンチャージですが、私どもいろいろなケースは把握しております。

卸店が、野越え山越えのところは、相当乗せております。1週間に一遍とか1カ月に2回しか配送しないところで、配送して頂けるだけでも大変有難いと思っているところには相当乗せております。

☆ 日本の市場構造の中で、本当に量販店と言われるところが、どの位の勢力の構図になっているのだろうかと思うのですが、私は、フランス型に日本はなる方がよいのではないかと感じており、アメリカのように画一的にやらせると大変なことになると思っております。

メーカーも量販店一辺倒の政策を取っているところが結構あると思いますが、卸の皆さん方も、帳合の変更でがたがたするのは量販店だけであり、その他の所で、あまりがたがたすることは殆どないと思います。

量販店の優越的地位の濫用をぼそぼそ言いながらも、どうにもならないという世界を自分たちで作っていると思われます。

◇ 一般的にも言われて来ていることですが、加食の分野でスーパーの取引シエアーは7割位あります。7割もありますとこれは大変なのですが、それと量販店からいろいろ価格が出ますと、その価格が相当の電波力でもって広がって行くということもあります。

フランスはご存知の通り、ロワイエ法と言う大店法があり、小売業を保護して来ましたがそれがフランスでもなくなるであろうと言われていいます。

フランスが、小売業商店街のような、小売文化を何とか温存したいと言う国家の政策があったのだと思いますが、寄せてくる危機感と言いますか、量販の力が強くなっており、矢張り緩和されて行く方向ではないのでしょうか。

これは個人的な考え方ですけれども、早いところ、こう言ったカオスの状態から抜け出して、矢張りちゃんとした競争のできるルールを作って貰って、取り組むべきだと考えております。

それには相当血の流れることは覚悟しなければなりませんけれども、積極的に取り組んで参

りたいと思います。

☆ 当社では、いまスーパーの所謂ビッグとその他をランク分けをしていますが、私のところの商品では、6割は卸が売って呉れており、そのうち販促を掛けるところが4割、販促を掛けられないところが6割あります。メーカーによっては7割：3割というのものもあるかも知れませんがね。

☆ これからは、卸の機能活用を、われわれメーカーがもっと進めないで、量販店に対しての卸の機能は、もうはっきり申して、販促機能等はないと思っています。

物流機能が最たる卸の機能だと思います。

従って、矢張り、本来の卸機能を活性化すべきであり、そこがどんどん弱まって来ると言うことは、メーカーも悪いし、卸も悪い。

卸の皆様方もみんな量販へなびいて、せいぜい物流機能を果たしている位です。

ここの構造が変わらぬ限りは、今の理論がいつまで経っても、これはずっと続いて、いつの間にか企業体質が弱くなって、日本の卸も何社かがそこでつき合うというようなことが、今の状況から見ますと、推測出来ますね。

そのうちに、量販店からメーカー直の要求があって、また、これも抗し切れないから直にしましょうかということになると、今迄卸の皆様方がやって来たことが、何であったかということに10年後、20年後にはそうなっているかも知れない。そう言う危惧を私などは大変感じています。

◇ 問屋中抜論が出ましたが…。

☆ 今の話ですが、量販店がどういう具合になって行くか。GMSもあれば、ショッピングセンター方式もあれば、食品SMもあれば、コンビニエンスもあるし、それからバンナムクラスもあり、スーパーレットもある。

その一方、伝統的な乾物屋とか、食料品店とか専門小売店というのは、肉屋も魚屋も含めてどんどん減っています。

これらのことをどう捉えるかで、今の中間流通の機能は、随分変わってくるのではないかと思います。

つまりわれわれの方は逆に、例えば食品SMクラスは、寧ろ量販店に委ねて行くという考え

です。

同じ量販店でも、ビッグ扱いは相対でやって行かないと、大変なことになります。

ですから、いろいろ量販と言っても、ビッグについては、その取組み方が随分変わってくると思いますね。

そう言う意味では、所謂食品S Mクラスは、寧ろ物流機能プラス再販機能と言いますか、商・販促機能を含めた、そうした点を期待して行くのが、今後の生販三層の存在には出て来るのではないかと見ております。

そのような形を作っていく上で、どんな取引体系が良いのかどうかのアプローチを、是非これから組み入れて頂くとよいのではないかと思います。

◇ ただいま申されたようなことで、一つのルールを作って参りたいと存じます。

皆様方から、いろいろのご意見を頂戴しましたが、これまでのお話を私ども、究めさせて頂き乍ら、その経過につきましては、次の会でまたご報告申し上げたいと思います。

ご協力有り難うございました。

「インフラ整備」を新たな活動に組入れ

第3回 定時総会で議決

平成6年度（第3回）定時総会は、5月25日午後2時から、鉄道会館ルビーホール12階鳳凰の間において開催された。

この総会の席には、農林水産省食品流通局商業課より、山本晶三課長、佐藤孝二課長補佐を来賓として迎え、平成6年度事業報告、同決算報告、平成7年度事業計画案、同予算案等を審議した。特に、平成7年度の事業計画案には、第3号議案に「卸周辺のインフラ整備推進活動に関する件」の新事業議案を重点活動の一つに組入れ、その活動推進機関として「加工食品取引問題検討委員会」を設置することが承認された。

以下は、定時総会における審議のあらましである。

定時総会の議案審議に先立ち、國分会長及び山本商業課長より、次のような挨拶がなされた。

(國分会長の挨拶)

『 阪神大震災が発生致しましてから、4カ月を経ましたが、お聞き致しますところでは、復興が進んでいるとのことで、その災害に遭われました方々には、深くお見舞いを申し上げると同時に、復興のご努力に対し、敬意を表する次第であります。

本日は、日食協が社団法人化して第3回目の定時総会となりますが、会員の皆さま、そして賛助会員の皆さま方には、大変お忙しいところを、また、遠路からもご出席頂き有り難うございます。

本席には、農林水産省食品流通局商業課から、山本課長様、佐藤課長補佐様が、大変お忙しいところをご臨席頂き、誠に有り難うございます。

景気は、徐々にではありますが、回復してきたという話もございます。しかし、実感に乏しい感じがしているところでもあります。その中で、円高でありますとか、宗教集団の問題でありますとか、いろいろのことが起こっております。

今期は、平成6年4月から、今年の3月までの活動について報告を申し上げ、ご承認を頂くことになる訳ですが、昨年は猛暑で水不足、あるいは円高による低価格志向といったものもあり、また、新価格制度という問題について、各メーカー様におかれましては、それぞれお考えになっておられる、というような状況でございます。

また、賞味期限の表示に係る法律の施行とか、PL法の導入あるいは、リサイクル法案についても準備されている訳で、これも今度の国会で成立をするのではないかと予想されます。

日食協の活動につきましては、お手元の本日付けの会報に記載されておりますが、運営委員会、商品委員会、情報システム化委員会、食品取引改善委員会、物流委員会等が積極的に活動して参りました。また、賛助会員の皆様とは、世話人会を通じていろいろ打合せさせて頂きましたり、また、食品卸団体連絡協議会において、日食協以外の卸の団体とも連携を強めさせて頂いているという活動も致して参りました。

各支部におきましては、本日支部長様がお見えになっておられますが、活発にご審議されておられ、支部賛助会員連絡会を置きメーカー様との打合せの場を持たれ活動され、地域活動も活性化しているのではないかと存じます。

後ほどご説明致しますが、農林水産省の補助事業で食流機構の委託事業でありますとか、国税庁からの委託事業とか、いろいろ活動を展開して参りました。本日は、昨年度の状況報告、決算の状況、本年度の事業計画、予算等につきご審議頂きますので、どうか慎重に審議して頂き、且つスムーズに総会が進行致しますようご協力のほどお願い致します。』

(山本課長ご挨拶)

『 ただいまご紹介を頂きました食品流通局商業課長の山本でございます。本日は、日本加工食品卸協会の総会にお招き頂きありがとうございます。』

日食協におかれましては、国民の食生活になくてはならない、いろいろな食品の安定供給に、大変貢献されておられ、心から感謝申し上げます。

先ほどの会長からのお話がありましたごとく、1月17日の阪神大震災は大変な被害でございまして、皆様方はじめお取引先の方々に対し心よりお見舞い申し上げますとともに、一日も早い復旧をお祈りし、同地域が今までも増してすばらしい町並みとなりますよう、皆様のご活躍を期待申し上げ、私ども行政側と致しましても、出来る限りのことをやって参りたいと思います。

このような大変な天災地変が起こり、またその他の問題にしても、先ほどの國分会長のお話にもありました如く、新取引制度や消費者ニーズに関してもいろいろの問題が出てきており、急激な円高もわかりであります。こうした状況の中で私どもは、みなさまがたに対しどういう形で、ご支援申し上げれば、国民生活になくてはならない食生活に、お手伝いできるかということを考えており、そうした意味で、日食協の活躍とその役割には、大変期待申し上げているところであります。

いま私ども役所と致しましては、平成8年度の新しい政策、施策等につき検討しておりますが、8月の末に概算要求をまとめ、年末に国会でご審議頂くべく取り組んでおります。

いろいろな機会に、皆様方のお知恵を拝借し、出来るだけ皆様方の率直なご意見ご要望を頂きたいと思っております。

本日の総会が無事に終了し、日食協が今後とも一層発展し、また、ご活躍されますことをお祈りし、ご挨拶と致します。』

議長に選任された國分勘兵衛氏が議長席に着き、議事録署名人に、株式会社小網の取締役社長笹田傳左衛門氏及びコンタツ株式会社の取締役社長津久浦慶之氏の両名を議事録署名人に指名議

案審議に入った。

第1号議案 平成6年度事業報告に関する件

議 長 第1号議案の事業報告は、社団法人となって1年10カ月になりますが、基礎がためも終わり、平成6年度における事業は、先ほどのご挨拶でも若干申し上げましたが、重要、且つ多岐にわたる活動を展開して参りました。

特に、日食協の活動母体となっております5委員会・缶詰ブランドオーナー会及び全国8支部における活動経過等を中心に、主な活動につき、事務局より報告をお願いします。

<事務局より、運営委員会・商品委員会・情報システム化委員会・食品取引改善委員会・物流委員会の5委員会における重点活動及び缶詰ブランドオーナー会並びに全国8支部の活動概況等につき、報告書に基づき朗読説明。>

また、8支部を代表し、関東支部の磯野計一支部長より、物流コストの実態調査、返品の実態調査、在庫回転日数の短縮活動、商品研修会の開催、共同配送委員会の現状等の報告があり、来る6月9日開催の第1回「関東支部賛助会員連絡会」の開催企画につき発表がなされた。

議 長 平成6年度の事業報告は以上の通りであり、ご異議がなければご承認頂きたいと存じます。

－全員異議なく第1号議案を議決。－

第2号議案 平成6年度決算報告に関する件

議 長 第2号議案の決算報告書の内容につきましては、去る4月26日に開催の理事会及び本定時総会に先駆けた、本日正午からの理事会で、既に承認を頂きましたが、収支計算書等の諸表につきましては、全て公益法人会計基準により、計上記載されております。

<事務局より平成6年度の収支計算書・正味財産増減計算書・貸借対照表・財産目録につき報告説明あり。>：（会報89号参照）

議長 以上、報告の通りであります。去る4月17日に、この平成6年度の収支決算書につき、株式会社ヤグチの萩原監事と西野商事株式会社の戸田監事により、監査して頂いておりますので、その監査結果について、萩原監事よりご報告をお願い致します。

監査報告については、萩原監事より監査報告あり。

議長、平成6年度の収支決算書につき諮った結果、全員異議なくこれを議決した。

第3号議案 卸周辺のインフラ整備推進活動に関する件

議長 本議案に関しましては、4号議案の本年度の事業計画及び5号議案の収支予算案と関連しますが、本議案に関し運営委員長から、推進活動の概要につき説明をお願いします。

磯内運営委員長：

『お手許の「最適流通システム開発普及委託事業報告書」は、3年目の終結報告書となる訳ですが、この報告書の62頁に卸売業の機能発揮の条件整備について触れられております。

先ず、本格的機能競争に向けての公正競争が維持出来ること。それから、大手小売業による優越的地位の濫用行為について何らかの歯止めをかけて頂くこと。

また、競争基盤確保のための差別対価を何とか防止し、不当廉売等の行為を是正して頂きたい等々が掲げられております。これらの点について農林水産省や公正取引委員会等に働きかけをし、公正な取引が出来るようなルールを設けて貰わなければならないということの意味なのであります。

この報告書にも盛られておりますが、卸間のアンケートの中で、これからオープンプライスに恐らく移行していくであろうと感じておられる企業が、7割位の見解として出ております。

そう言ったことで、仕切価格一本ということになる場合、公正な取引の出来る環境を作り出さないと、私ども卸の体力が弱まるということ、そして、いま行われている納入業者の絞り込みだとか、納入価格の圧縮等によって、卸を経由してメーカーのみな様方にも、いろいろな要求が上がっていく。そういった点について、一つのルールの中で何としても公正なものにして参りたいと言うことを、日食協の執行部としては、思いを致している訳であります。

この報告書は勿論農林水産省にもお届け致しておりますし、公正取引委員会にも後日伺って、いろいろ申し上げたいとも思っています。

なお、報告書の62頁に書かれてあることだけでは、突っ込みが足りないので、従いましてこの優越的地位の濫用、差別対価、不当廉売等々につきましては、更に深く掘り下げて、農林水産省、公正取引委員会の方々をお招きし、私どもの実体験を申し上げ、加工食品卸というものが如何に厳しいものであるかということを知ってもらう。

このようなことを通して、ガイドラインを設けて頂き、はっきりしたものでもって訴えて参りたいものと考えております。そう言ったものが一つのルールになって、私どもの取引が公正な競争で、機能競争によって取引が出来るという形を作りたいのだと言うことで、先般の理事会に執行部として、日食協が現在持っている予算を頂きたい旨をお願い申し上げ、理事会では承認を得たところであります。

この報告書を作って頂いた流通政策研究所が主体となり、私ども執行部が、お手伝いし、ここに書かれてある面をもっと明確なものにして、それがガイドライン的なもの世の中に出てくるようにして参りたい、ということなのであり、理事会の承認はいただきましたが、本日の総会で正式にご承認頂きたいということでございます。』

議長 有り難うございました。卸周辺のインフラ整備推進活動を実施するに当たり、理事会では承認頂いておりますが、「食品取引問題検討委員会」を設置することになっており、このことも含めまして、これから第4号議案の事業計画案及び第5号議案の予算案をお諮りしたいと存じます。

<以下、第4号議案及び第5号議案とも、一括関連議案として審議>

第4号議案 平成7年度事業計画案に関する件

議長の指示により平成7年度の事業計画書（案）につき事務局より朗読。特に、新規事業の組み入れ部分として、『取引慣行の改善』の項の1に掲げてある「食品の取引等に関する諸問題の改善方向を、総合的に検討協議する場としての「食品取引問題検討委員会」を設置し、卸周辺のインフラ整備推進のための調査研究を行う』事項を説明。

第5号議案 平成7年度収支予算案に関する件

<議長の指示により事務局より報告>（会報89号参照）

議 長 以上3号議案、4号議案、5号議案を関連議案として一括お諮り致します。ご異議がなければ拍手にてご承認いただきたいと存じます。

<全員異議なく3号議案、4号議案、5号議案を承認した。>

第6号議案 平成7年度会費の額及び賦課徴収方法に関する件

議 長 平成7年度の会費の額につきましては、社団法人となりました初年度におきまして、改められたばかりあり、会費、事業所会費及び賛助会費とも据置きと致します。

なお、会費の賦課徴収方法につきましては、これまでと同様に総会終了後、ご請求申し上げますので、年間会費分を年度前半にご納入頂きたくお願い申し上げます。

また、定款に定められております入会金につきましては、なるべく多くの新規会員を迎えたいと思いますので、出来るだけ負担のかからないよう配慮し、前年度同様に、下限会費の半額分の2万円と致します。

<全員異議なく、第6号議案を議決。>

第7号議案 新規加入会員、退会会員に関する件

議 長 この7号議案につきましては、事務局より報告願います。

(事務局より各支部別に会員の異動状況を報告。)

新規加入会員 九州沖縄支部 鹿児島株式会社 大阪屋殿

〃 宮崎株式会社 さつまや殿

新規事業所会員 〃 福岡 三友食品株式会社 九州支社

退会会員：柏木商事(株)、(有)服部商店、フジタ食品(株)、山城屋商事(株)、(株)丸共、
北産商興(株)、三島食品(株)、(株)吉種商店、(株)シンセイ (9社)

退会事業所会員：(株)雪印アクセス関東支社分室外、18事業所。

<審議の結果7号議案を承認>

第8号議案 その他

議 長 本件につきましては、特にお諮りする案件等はございませんが、皆様方で何かご意見、ご要望があればお伺いしたいと思います。

特にないようでありますので、これをもちまして第3回定時総会を終了致します。

本年も皆様方のご協力を頂戴して、出来るだけスムーズに、しかも充実した活動をして参りたいと存じます。

本日はどうも有り難うございました。

☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

なお、第3回定時総会開催に先立ち、同日午前11時から、運営委員会を、また、引き続き正午から理事会を開催し、総会提出議案を中心に審議し、原案通り提出諸案を承認した。

「新取引制度の考え方」で記念講演会 第1回 関東支部賛助会員連絡会

関東支部では、6月9日午後2時から、鉄道会館ルビーホール11階桐の間において、支部会員とメーカー賛助会員が一堂に会し、相互理解を深めることを目的とした「第1回・賛助会員連絡会」を開催した。

今回の開催主旨は、食品流通業界において、折から新取引制度導入の動向が大きな関心を集めていることに鑑み、初の試みとして記念講演を企画することになり、流通業務委員会が中心となり、また、各県ブロックの積極的協力のもとに、準備が進められた。

その結果、連絡会世話人代表の味の素株式会社取締役東京支店長の横江有道氏の前向きのご尽力により、テーマを「当社新取引制度の考え方について」と題し、石渡総平本社営業統括部長を講師に迎え、まさに時宜を得た記念すべき講演会を開催することができた。

この第1回賛助会員連絡会に集った方々は、関東支部県内所在のメーカー賛助会員の支社長・支店長及び関東支部会員の支社長・支店長120名。

この連絡会は、同日の関東支部幹事会・定時総会の開催に続き催されたが、はじめに磯野計一支部長の開催主旨等についての開会挨拶に続き、横江有道東京支店長からの記念講演に応じることになった経緯と新取引制度に関しての基本姿勢等につきご挨拶があった。

なお、記念講演会終了後、午後3時から12階羽衣の間において、それこそ一堂に会しての懇親会を開催し、午後4時半、有意義な関東支部第1回賛助会員連絡会を滞りなく終了した。

以下に、味の素株式会社 本社営業統括部 石渡総平部長の、ご講演のあらましを収録させて頂く。

<講演あらまし>

味の素(株) 本社営業統括部 石渡部長のおはなし：

『この話を承った時には、まだ判らなかつたのですが、本日7月1日付けで人事の内示がありまして、東京にいなくなることになり、いささか現在動揺致しておりまして、記念すべき第1回目の記念講演という話ができるかどうか、非常におぼつかないのですが、本日ご参加のメンバーを拝見したところ、われわれのご同業も多勢さんおられるので、少し心穏やかに話を始めさせて頂きたいと思います。

先ほど横江支店長から話がありましたが、われわれが検討プロジェクトを組んだのは、平成3年12月で、それから3年5カ月余りになりますが、その間社内で揉み、そして途中からはご説明に上がって、皆様からいろいろご意見を拝聴しながら、あるいは卸売業様の受け止め方を頂きながら、同時にどういふようにすれば良いかを考えながら、検討して参りました。

われわれなりに、相当丁寧に行ったと思っておりますが、よそ様の受け止め方は違う部分もあろうかと思ひます。

ただ、時代の変化を読むとか、あるいは、これからの新取引制度で、どういふ変化が起こるであろうかということも含めまして、社内で時間をかけ検討して来た積もりであり、俄か仕立てで世の中に出たということではないことを、まずご理解を頂きたく思っております。

次に、家庭用ドライ商品新取引制度を今年4月1日から導入した新しい制度のご説明をさせて頂きます。

新制度の骨子は、新聞等でご覧の通りで、既に旧聞に属しますが、端的に申し上げて、従来の建値3段階、即ち生産者販売価格、希望卸価格、希望小売価格の3段階を廃止します。

それから体系的なリベート、手数料（当社では販売手数料と申しておりますが）を一切廃止して、仕切価格という新しい価格に織り込んで一本化します。

この仕切価格というのは、特約店との決済価格ということで理解頂ければと思います。

リベート原資を仕切価格に織り込んで価格設定をして、それから先の価格形成は、卸売業、小売業が自らのコスト・マージンを勘案して価格形成をして頂くという基本的な考え方の制度です。

新しい制度のコンセプト、考え方というのは、一つに、流通が非常に多様化してきている、業態が多様化してきている。そう言う中でそれぞれのコスト、マージンが非常に多様化してきている。また、それに見合う合理的な価格形成がし易い形にすることが第一点です。この流通の多様化に見合う合理的な価格形成というのが、コンセプトの第一点です。

第二点目に、価格形成にまつわる取引の簡素化、それから事務処理の軽減化ということで、販売手数料絡みで、いろいろ期末になると計算して、やり取りをして、手形を切ってという、そういう関連事務がなくなるということ、そうした意味での事務処理の軽減ということがあります。

三点目に、これは日米構造協議に端を発して、国際的に日本の商慣行を改善せよという、動きがございます。最近ですと小売業、卸売業の国際間の取引も非常に大きくなってきておりますなかで、国際的にも判り易い、透明度の高い制度にしたいというのが、三点目のコンセプトであります。

流通の多様化に見合う合理的な価格形成がし易くなる。価格形成に纏わる仕組みの簡素化、事務軽減化、そして国際的にも判り易い透明な制度。この3つが新しい制度のコンセプトであります。

先ほど建値3段階の廃止、リベートの廃止、仕切価格の導入という話をしましたが、この他に店格制度、従来ですと一次店・二次店・登録小売店という3つの店格を社内的には持っていた訳ですが、これが、商品別、地域別（当社では支店別店格制度でございましたが）を今回全国一本で、温度帯別、商品別店格制度ということに統合させてさせて頂きました。

これまでの制度（旧制度）は、昭和47年にスタートしておりまして、その後若干の手直しがございますが、23年間を、23年ぶりの改定ということで、極め大事業かなと思っております

が、端的に申し上げて、価格形成の仕組みが変わる、価格体系が変わるということが一番大きいと思います。

従来の、俗っぽい言葉で申し上げますと、取引が引き算型の取引から、足算型の取引に変わると言うところが一番のポイントではなかろうかと思えます。

新制度の概要は以上に申し上げた通りで、所謂世の中では「味の素のオープンプライス制」という言われ方をしておりますが、われわれはオープンプライスの一步手前かなと捉えています。

それは、需要喚起のためのご拡売・販売促進費というものを留保させて頂いて、時期に応じた商品の特売施策資源を持っておりますので、完全なオープンプライス制とは違うと考えております。

で、本日の主旨ですが、なぜこう言う制度を導入するのかという点について、次に触れて行きたいと思えます。

制度改定の背景・考え方について申し上げたいと思えますが、一つは、社会的要請、二つに流通構造の変化、三つに国際化のこの三つ位を制度改定の背景、基本的な問題意識と捉えております。

社会的要請というのは、先ほど申し上げましたけれども、日米構造協議に端を発しまして、一つは行政レベルで公正なる自由競争の促進ということの中で、法規制の緩和、大店法の緩和でありますとか、お酒の免許の問題でありますとか、いろいろ昨今動きがございますが、一つは規制緩和、それから独禁法の運用強化ということで、われわれが3年半前に検討を始めた段階では、公正取引委員会から独禁法ガイドラインが、メーカーのみならず、小売業にまで出され、その当時画期的なことだと思われた優越的地位の濫用についてのガイドラインの公表と言った行政の動きが背景にあります。

もう一つに、業界としては、卸売業の商慣行改善への動きがようやく検討を始めた段階で、平成3年に商慣行改善キャンペーンということで、労務提供の問題でありますとか、返品の問題でありますとか、協賛金の問題でありますとか、そう言うことを取り上げられて、公正な取引に商慣行を変えていきたいという動きを進めておられました。

こうした社会的動き、業界の動きが社会的な要請として、透明度の高い公平な制度を求めて

いるという一つの流れを捉えております。

二つ目に流通構造の変革ですが、これは当社の従来の取引制度がもう制度疲労を起こしている。

業態が極めて多様化していく中で、それぞれのコスト・マージンがそれに伴って多様化しているに拘らず、建値3段階、リベート制というもので対応仕切れなくなっていることがございます。

また、小売業の構造変化にどのようなものがあるかと言いますと、一つは、小売業の業態が多様化している。GMS、SM、DSあるいはCVS等々、極めて小売業の業態が多様化してきている。

それから、もう一つの変化の点は、組織化、系列化、巨大化と、ますます小売業がバイイングパワーを強めておられるという点が第二点。

価格決定のメカニズムも小売主導型に、言いたくはないのですが、なってきた現実があります。

さらにもう一つは、広域化ということで、これは組織化、系列化の流れとともに、われわれが地域別に対応している現在の制度と言ったものが限界に来ている。

そう言ったことでわれわれとしては、こうした小売業さんの構造変化に対応する制度を考えたいということが内容であります。

それから、卸売業の構造変化という意味では、これも同じく、小売業の変化と方向を一にして、一つは組織化、系列化、広域化が進み、それから二点目に、要請される機能が多様化をしてきている点です。

また、これは小売業からの要請ということでもありまじょうが、従来の商品別特約みたいなことでは仕事が成り立たないということで、フルライン化が進んできている。これがドライグロサリーのみならず、冷食、冷菓あるいはお菓子、酒類等も大手卸売業のフルライン化が最近顕著であると思っておりますが、こうした変化があります。

それともう一つ、統計的な数字で申しますと、先ず小売業ですが、通産省の商業統計で平成6年版が最近出ておりますが、食品取扱業態として、昭和57年との比較ですと、店舗数が合計で食品取扱い業態が736,000店でしたのが、この平成6年の速報版で見ますと、589,000店で147,000店も減少しております。その中身を見ますと、セルフ販売と対面販売と分けてあります。

このセルフ販売というのは、量販店、組織小売業という業態と捉えて良いと思っておりますが、昭

和57年が87,000店であったのが、現在137,000店とこの業態では5万店増えております。

それから、対面販売、所謂食品の小売店は、昭和57年には649,000店であったのに対して452,000店で197,000店も店舗数が減少している。

その内容を見て行きますと、所謂GMS、SM、CVS等の大手の組織小売業の店舗数が増加をしてきている。

一方、一般の町の食品店数がCVS等への業態転換をされ、全体の店舗数が大幅に減る中で組織小売業の店舗数が増えるという実態がございます。

それからもう一つ、組織化・系列化という意味では、大手量販店ビッグ5社のグループ全部を含めての話ですが、日本の小売全体のシェアの10%を越えるシェアを既に5グループで占めております。

一方これに対抗する形で、地域中堅スーパーの組織化といえますか、CGCですとか、ニチリウですとか、私鉄八社会ですとか、全日食等あるいは卸売業が主宰されるボランティアチェーンといったことで、中堅どころのスーパーの組織化等が大きく進展しました。

ちなみに、当社の家庭用ドライグロサリーの販売シェアを申しますと、大手量販店ビッグ5社で15%、上位40社で50%。上位400社で90%ですが、われわれの従来の制度ですと、登録小売店即ち、契約をしてリベートをお払いする対象企業が、約10,000企業ございましたけれども、この中で以上のような率となっており、上位寡占化が当社の売上の中でも進んで来ております。

それから卸売業の状況を見ますと、これも商業統計の速報版で申し上げますと、食料飲料卸売業の店舗数は、昭和57年が54,205店で、平成3年の店舗数は56,643店で、ここまでは増大をしてきている。しかし、平成6年の速報版を見ると、これが昭和57年の数字より下回っており、53,687店で、この3年の中で店舗数は大きく減ってきている。

これは、大変口はばったいようですが、一つは流通の短縮化といえますか、一次店の直販ウエイトが高まっている、系列化が進んでいる。場合によっては淘汰が進んでいるというようなことが伺われるのではないかと思います。

中央卸あるいは、大きな地域卸の活動範囲が広がってきているといったことが、この中で伺われるのではないかと思います。

ちなみに当社の販売構成を歴史的に見ますと、卸売業の関係のなかでは、いまから15年前の1980年ごろは、特約店の直販ウエイトが50%。二次店経由が50%で、50対50の売上構成であったのが、平成6年の昨年の実績で見ますと特約店の直販が70%で、二次店（準特約店）の経由

のウエイトが30%で、その30の内の半分の15が、所謂系列二次店ということで、大手の卸売業の資本なり、あるいはグループ化がされています。

これが、どんどん時系列的には、そのウエイトが特約直販型にウエイトをシフトしてという経過があります。

これらが、流通構造の変化という意味で、われわれが捉えて制度をどう変えようかということの背景認識であります。

それから、国際化ということですが、これは先ほど申し上げた通りでありまして、外圧からアメリカからの圧力で取引慣行の国際化の要請があったということが一つ。それと大手の小売業が海外に商材を求めるとか、あるいは海外のメーカーへPBを委託するというようなことも起こってきており、海外との取引が食品の世界でも非常に拡大してきている。

それから、卸売業も小売業もそうですが、特にアメリカ、欧米というべきでしょうか、新しい流通のオペレーションの知識、技術を導入される。あるいは外国の流通業と提携をされるというようなことが非常に活発に起こってきている。このように日本の食品の取引の中に、国際化と言う現象がいろいろな形で入り込んできています。

こうした社会的な要請、流通構造の変化そして国際化のこの3つのポイントで考えた時に、従来の制度を変えようという、一つの背景となっています。

それで、これらの今後の見通しですが、まず、流通関連の法規制の緩和がございまして。大店法の規制緩和により、最近非常に大型なショッピングセンターでありますとか、パワーセンターなど新しい業態がどんどん出てきております。あるいは酒類免許の緩和、専売法の廃止等も含め、これらは、ますます業態の多様化を促進する方向に動いて行くことを、われわれとしては捉えております。

それから、これはメーカーの悲鳴でもありますが、卸売業も悩んでおられるところだと存じますけれども、小売業のバイイングパワーが強いあまり、コストの負担が不公平ではないかというようなこと、コスト自己負担の社会通念ができていくのではないかと、これは期待も含めてのことですが、例えば、業態が様々に多様化をしている中で、コスト・マージンあるいは仕組みが多様化して、それぞれコスト・マージンが違い、従って消費者にお渡しする価格も、業態ごとに極めて多様化をしていく。業態の多様化というのは、価格の多様化を生むという流れがあります。

もう一つは、リサイクル法に関連する缶とか包装紙とかの環境問題があります。あるいは最近ではPL法もございしますが、環境問題対策というのは、コストがかかるという問題があります。

メーカーにもかかります。卸売業にもかかります。小売業にもかかります。

そう言ったものの負担は、応分に負担をしていかなければいけない。これは消費者にもお認め頂かなければいけないコストであります。そうした認識が社会通念化するであろうということがあります。

それから一番具体的例では、量販店のセンター使用料の問題、即ち量販店サイドの論理の中での効率化、合理化のためのセンターを、それを利用する側に経済性があれば、それはお支払すべきものでありましようが、現実の問題としては、卸売業にもメーカーにも不経済が生じるということ。相手の経済が、われわれの不経済を生じるということ。こう言うコストの負担が力の前で歪められると言うのは、これから先の世の中では、適正化なり公平化なりの動きが出てくるのではないか。そう言う制度でありたいなと思っています。

国際化はさらに進展しますし、円高の問題もあります。

メーカーの生産拠点の海外移転の問題もあります。

また、卸売業については、ローコスト化の要請。これは生販三層の課題ですが、流通短縮化の社会的な要請。そうした中で新しい卸売業の機能が構築されつつある。あるいは模索をされているという段階だと思いますが、新しい卸売業の機能が構築される時代が来るのではないかということでもあります。

かけ足で背景なり、今後の見通しを申し上げましたが、導入後の状況はどうかについてのご質問がよくあります。外食用につきましては、業界自体が極めてネット商売ということで、当社の新しい制度に馴染み易い業界ということで、昨年4月導入以来、1年2カ月経っていますが、多くは事務軽減、そう言った負担の軽減で双方にメリットありと言うことでご評価を頂いております。

それから家庭用のドライグロサリーについては、今年の4月からで、まだ2カ月でございますので、評価の段階ではありませんが、ただ日食協の調査報告書にもありますように、時代の大きな流れであるなど、先ほど新取引制度はどういうものかは、まだ確立はされていないよとの話はありました。しかし、われわれ味の素なりに目指している制度の方向性といったものは、時代の流れであるなどというご認識は卸売業、小売業の方々に頂いていると理解をしています。

それから、仕組みが簡素化されるとか、あるいは今回の制度で言いますと、仕入時に即、半年後に戻ってくるものを計算しなくとも、即、ご自分の経理の中で採算管理が迅速に可能になるという面、あるいは事務が軽減される。これについては、大方よしとする評価を頂いております。

昨年の10月に家庭用については、来年の4月からやりますと言うことで、各卸売業、小売業に半年間導入準備の時間を裂いて参りましたので、この4月の導入時期には、そう言った意味での混乱がなく、移行できたかなと思っておりますが、これから、今後の課題と言うはなしになる訳ですけれども、その前にもう一つ、食品を含めて各業界が、どういう動きがあるかについて、一寸まとめておりますのでご報告したいと思います。

取引制度については、最近各業界に動きがあり、食品業界については、ご存知の通り1992年に桃屋さんが、リベート制を廃止しオンチャージ方式とされ、それからカゴメさんが続いて、翌年の1993年の4月に、リベートの簡素化あるいは店格制度の見直しをされました。

また昨年の9月には、実勢価格にケチャップの価格を合わせ、希望小売価格を下げたというようなことがございます。さらに今年の4月からカゴメさんは、販促リベートの簡素化にも取り組んでおられます。

それから日清製油さんが今年の3月にドレッシング製品で、販促費まで織り込み、オープン価格制を導入されました。

豊年製油さんは、栄養補助食品についてオープン価格で新発売され、あるいはお菓子の業界では数社がオープンプライスの商品を販売しております。

アイスクリームの業界でもドライヤーズが92年の夏にオープン価格商品を出しました。

ごく最近では、キューピーさんが価格改定をされました。その中で希望小売価格を撤廃されて、参考小売価格を導入された。

これも、全体が同じ考え方であるかどうかはまだ、定かではありませんが、希望小売価格を止めて、参考小売価格にするということについては、われわれの考え方と方向性を一つにしているのではないかと思います。

他の業界にあつては、日用品雑貨の花王さん、ライオンさん、リーバさんが粒状洗剤について、実勢価格に近づけ、希望小売価格を廃止する方向であり、化粧品のマンダムがオープン価格制度を導入された。

それから酒類業界では、卸売業が輸入ワイン等をオープン価格制を、家電業界では1993年の

年末にオープン価格制で364機種を出されている。パソコンではアップル、IBMがオープン価格で、また医薬業界では、これは2年以上前になりますが、事後値引きの廃止ということで、要するに価格形成を問屋に委ねることでスタートしております。

最近ではビタミン剤、ドリンク剤の数量割引の実施であるとか、統一仕切り価格の導入等、まだまだ外にもありますが、こう言ったように食品業界のみならず、他の業界も含めてわれわれと考え方をある程度一にするという動きがあります。

これは、そもそも取引の国際化であったり、外圧であったり、商慣行の不透明化とか参入障壁等々の指摘から始まったことであると思いますが、そうした流れが、ここ2～3年のなかで流れを作って行き、今後もそれが拡大して行くであろうというのがわれわれの捉え方です。

次に、われわれが考えている新取引制度絡みの課題という点ですが、これまでいろいろヒアリングやご意見あるいはご指摘を頂いて来ました中で、特に卸売業さんからは、全体に価格形成機能が卸売業に現在ないので、急激な導入は困るとの話がありました。

そうした中で4月から導入した訳ですが、軟着陸を要請されたということで、導入期には、従来商品について、値上げでも値下げでもありませんということで、個別に実情を卸売業、小売業の方々と、それぞれお話をさせて頂き乍ら、導入時に混乱のないよう努めて参りました。

従って取り敢えずは、価格形成の諸手続きの簡素化、明快化というところからスタートした訳ですが、われわれの仕事としては、ある程度時間を掛けて、完成、定着に向けて努力をし、できれば価格形成自体が、マークアップへ、引き算から足算へという、商慣行がこの食品業界でも定着するような方向で努力していきたいと存じます。

2点目に、価格を3段階全部廃止したという訳ですが、これもご要請があって、商品の価値と価格のイメージが全くない、特に従来品は良いのですが、これから出す新製品について、小売価格のイメージがないと、どうしても商売ができないよとの話がありましたので、われわれは今後に出す新製品については、これは特に消費者向けの、要するに流通上の取引に使う価格の基準ではなくて、消費者にある程度商品の価値をイメージして頂く意味で、参考小売価格というのを流通業者にご提示しようということを考えております。

これは、早速7月に新製品を発表させて頂いて、秋の市場に備えたいと思っておりますが、この商品から参考価格の意味合いをご理解頂くことと、価格形成について、われわれ営業協力致しますので、このところを外さないように、新しい制度の第1号の新製品というのは、それ

なりに、その先の取組みに極めて重要であるという認識がございます。

合理的な価格形成をどうやって行けば良いのかということ、われわれ営業全体で取り組んで行きたいと思います。まず、最初の山が7月頃かと存じます。

次に、制度周辺の継続検討事項ということですが、これもいろいろヒヤリングとご意見を拝聴した中で、アローアンスがないのはおかしいねというようなご指摘があります。

ただ、われわれなりに言い分がございまして、従来は期間ボリューム評価の累進的なりべートで契約をして、ある量のある期間に達成したら幾ら、何%ということでボリューム評価型のリベートを持っておりましたが、これがなくなりました。これは全体の原資を価格に反映させて、仕切価格を設定致しました。

ところで、そうなると全部仕切りが全国一本で、沢山取ったところも、少ないところも価格は一緒なのか、これは経済合理性がないのではないかとというようなご指摘も頂いた訳ですが、もう一方で、特売用の拡売費を原資として持って運用していく訳でありまして、そこには何らかのボリューム評価なり、ロット評価がもう一面にはある訳ですね。

そう言ったことで、にわかにロットを沢山一遍に取って頂くことが、当社にとってメリットがあるのか、あるいは卸売業者にとってメリットがあるのか、そう言うことも合わせて、日本の今の実情と合わせて考えた場合に、制度移行時にそう言うものが導入できないということはお説明をして来ましたが、この先こう言う制度を方向性としてお認め頂き、定着したいく中で、これは卸売業あるいは小売業との所謂E C R的な取組みの中で、両方にとって経済合理性ができる取組みがあるならば、それがロットアローアンスなのか、ボリュームアローアンスなのか、あるいは物流のアローアンスなのか、いろいろあると思うのですが、個別具体的に研究していき、しかるべき時期に、制度化が必要ならば、対応させて頂こうということで、継続検討事項にしております。

それから、3点目にわが社の営業活動は、従来は半期、半期に卸売業、小売業と期間の目標を設定して、それで契約をさせて頂いて、半年後に成果に基づいたボリューム評価型のリベートをお払いする体系であったのですが、それがなくなります。

従って営業というのは、ただ単に契約して、それをもとに話し合いをして販促施策をどうのこうのということがやれない営業になる訳ですけれども、わが社の営業活動の転換としては、簡素化、重点化、高度化の3つの言葉をキーワードとして、営業の活動の仕方、質を変えていこうということに現在取り組んでいる最中です。

で、言ってみれば、メーカーの営業の基本に戻るといいますか、商品を軸にして営業活動をするということで、価格商談型の営業ではなくて、企画、提案型、商品PR型と言いますか、所謂いまの言葉で申しますと、提案型営業でありますとか、あるいは取組型営業でありますとか、そう言ったことに変えていきたいという意味で、これも新聞に載せて頂きましたが、新しい販売技術ということで、従来からわが社に蓄積されていたものを、この時期にブラッシュアップして、一つはカテゴリーマネージメント、棚割りを中心とした提案ができるシステムを構築して参りたいことが一つ、もう一つは略称社内でマックス（メニューアンド・クロスマーチャンダイジング・セールスプロモーション）と言っておりますけれども、小売業がお売りになりたい季節々々の生鮮品と、当社の商品をメニューという形で、ご提案をして、クロスマーチャンダイジングをして、生鮮品の売上を上げ、当社の商品の売上のアップを図るという努力をする訳です。

いままでは、メニュー提案と言うのは、当社商品発でいろいろ提案させて頂いた経過があるのですが、今回は店頭の生鮮品に着目し、その店の拡売を手伝いできるようなメニュー提案をしながら提案型、取組型の営業活動をしていきたい。具体的にはこの2つがあります。

おしなべて申しあげると、社内の言葉ですが、従来われわれが、FS（ファクトリー・ SHIPPING）ということで相当昔の時代は、問屋の倉庫に幾らものを買っていただいて納めるか、という営業活動から、昨今ではFTR（フロー・ツー・リテール）ということで、問屋の倉庫から小売店の店頭如何に並べるかということに当社の営業活動の主力をおいて参りました。

これからはさらに、一歩進めて、FTC（フロー・ツー・コンシューマー）ということで、店頭から消費者に、どうやって、ものを買ってもらうかということ、小売業と一緒に考えて提案して行く営業活動（販促、プロモーション、広告、強い商品を開発して行く等）をして行く。

そうした中で、FSをFTRにし、FTRからFTCに視点を移した営業活動をして行きたいというのが、わが社の営業活動の転換のポイントということでございます。

最後に、消費者基点ということで、ECRの取組等に見られるように、生販三層がそういった取組みの努力をしていかなければいけない時代。しかし一方で小売業のバイイングパワーが極めて強い。

われわれメーカーそして卸売業とがともに手を携えて、公正公明な取引と、公正で自由な競争と言うような取引環境を作って行ければというのが、この制度を作った願いであります。

地域活動の充実に新たな意欲 盛り上がる各支部の定時総会

日食協の平成6年度定時総会が、5月25日滞りなく終了し、新年度の本格的活動に入ったのを受けて、全国8支部においても、6月5日の東海北陸支部・北陸ブロックを皮切りに、各支部は、それぞれ幹事会・支部総会を開催。さらなる地域活動の充実を目指し、平成7年度のスタートを切った。各支部の幹事会・支部総会の開催のあらまきは下記の通りである。

東海北陸支部

[北陸ブロック]

東海北陸支部・北陸ブロック（支部長・ブロック長：カナカン㈱取締役社 長角間俊夫氏）では、6月5日午前11時から、ホリデイ・イン金沢において幹事会を開催し、定時総会提出諸議案を協議した上、正午から定時総会を開催した。

総会の開催に当たり、角間ブロック長は席上、次のように挨拶された。

『日食協が社団法人の許可を得て2年を迎えようとしており、この間、個々の対応では出来ないような諸問題を、正副会長店の皆様を中心として、テーマごとに委員会を設け積極的な活動を進めておられるが、昨年は、規制緩和、円高、低価格、猛暑、米不足等が影響し、大変厳しい年となった。

また、4月1日からは賞味期限表示の施行があり、7月1日からはPL法も施行されることになるが、本部において適切に対応され、感謝申し上げたい。

昨年の総会は7月4日に開催しており、この総会には情報システム化委員会の松本委員長及び北田専務理事の出席を得て、本部活動報告を頂いた。

なお、昨年は勉強会を見送ったけれども、今年は卸売業が当面する問題等を中心とした講演会の企画を考えたい。』旨話され、諸議案の審議に入った。

平成6年度事業活動報告、決算報告、平成7年度事業活動案、同予算案を諮り原案通りこれを承認、引き続いて本部活動報告を運営委員長代行の立場で国分㈱の井岸松根氏より、農林水産省

補助事業の調査研究結果の概要、新たに設置される食品取引問題検討委員会の活動内容、返品
の調査結果、パレチゼーションの現況等につき報告が行われた。その他の活動については北田専務
理事が報告担当した。

なお、平成7年度の活動の一環として予定組された研修会については、その後本部事務局との
相互連絡の結果、8月28日午後2時から金沢流通会館（金沢問屋センター4階第2研究室）にお
いて流通政策研究所専務理事の野澤建次氏を迎え開催の運びとなった。

[東海ブロック]

東海北陸支部・東海ブロック（支部長・ブロック長：㈱メイカン取締役会長 佐藤 良嶺氏）で
は6月30日午前11時から名古屋観光ホテル3階楠の間において、定時総会を開催し、①平成6年
度事業報告承認の件 ②同収支決算承認の件 ③平成7年度事業計画案承認の件 ④同収支予算
案承認の件 ⑤役員改選の件、その他件につき審議し、原案通り異議なく承認した。なお、役員
は全員留任。（会員総数27名：出席17名、委任状10名）

引き続き、本部活動報告を運営委員長代行の立場で国分㈱の井岸松根氏より、農林水産省補
助事業の最適流通システム開発普及事業の調査研究結果の概要をはじめ、新たに設置されること
になった「加工食品取引問題検討委員会」の活動内容、さらに前日の29日に開催された運営委員
会、商品委員会、食品取引改善委員会で協議されたパレチゼーションの現況及びPL法の施行に
伴う、卸売業としての心得等につき説明がなされ、その他の活動については北田専務理事が報告
担当した。

事業計画：

- 1、中部食料品問屋連盟と協力し、加工食品の消費拡大策を展開するとともに、会員の事業の
発展、福利増進、親睦、融和をはかるため必要と思われる事業。
- 2、食品卸連絡協議会の開催に参加して、食品卸連合会とともに、事業発展のために寄与する。

関 東 支 部

関東支部（支部長：㈱明治屋取締役社長磯野計一氏）では、6月9日鉄道会館ルビーホールに
おいて、11時半から定時総会に先駆ける幹事会を開催、総会提出議案を協議した。
（幹事26名：出席23名、委任状出席3名）

幹事会に引続いて午後1時から定時総会が開催された。(会員総数86名：出席40名、委任状出席46名)

提出議案：①平成6年度事業報告に関する件 ②同決算報告に関する件 ③平成7年度事業計画案に関する件 ④同収支予算案に関する件 ⑤加入会員・退会会員に関する件 ⑥役員の一部異動に関する件 ⑦「第1回関東支部賛助会員連絡会」開催に関する件

以上の提出諸議案を審議し、原案通りこれらを承認した。

7号議案の「第1回関東支部賛助会員連絡会」開催に関する件については、磯野支部長より、第1回目の連絡会を開催するに至るまでの経緯、開催主旨等につき説明がなされた。

この度の第1回関東支部賛助会員連絡会は、午後2時から開催されたが、記念講演として、その講師には味の素(株)取締役東京支店長の横江有道氏、本社営業統括部長の石渡総平氏のお二人を迎え「当社新取引制度の考え方について」と題し1時間にわたる講演の場が持たれ、続いて午後3時から、会員及び賛助会員の支店長・支社長メンバーによる懇親会を開催した。(関係記事は22頁)

なお、平成7年度事業計画は、新取引制度、インフラ整備等本部の活動に連動対応することとし、次の計画を推進する。

1、商慣行改善対策の推進

(イ) 都県ブロックの共通課題である返品問題の改善対策を推進する。

また、流通業務委員会にあっては、その活動の一環として、百貨店・スーパーにおける返品の実態調査を、前年に引き続き実施する。

(ロ) 流通・取引慣行に関する独占禁止法のガイドラインに則り、労務提供、協賛金等優越的地位の濫用に係る問題は正対策に取り組み、食品流通の透明化・公正化に努める。

(ハ) 取引制度問題等、食品流通業界は、新しい取引きの変革期を迎えているが、関東支部においては、これらの諸問題に対し、本部活動と連動し前向きに施策対処する。

2、流通業務等に関する合理化対策

(イ) 流通業務に係る次の活動に関し、重点的に取り組み、合理化対策を推進する。

1) 物流コストの実態を把握し、経営管理、対外活動等に役立てる。

2) 流通業務上における実務対応

・多品種少量ピッキングへの問題対応

- ・ 備車運賃、配送効率化等に関する対応
- ・ 在庫管理に係る問題点を洗い出し合理化対策を検討
- ・ 日付け管理の具体的対応

(ロ) 流通業務に係る情報交換の促進

- ・ 「賞味期限」表示に係る情報交換
- ・ 製造物責任（P L）制度導入に係る情報交換
- ・ オープンプライス制等に関する情報交換
- ・ 環境問題・リサイクル問題等に関する情報交換
- ・ 規制緩和・円高差益の動向等に係る情報交換

(ハ) 首都圏内百貨店に納入する商品の共同配送業務の整備及び配送システムの合理化の推進。

3、研修活動

- (イ) 「実践物流セミナー」等の企画立案とその実施。
- (ロ) 商品研修会を随時開催し、販促実務に役立てる。
- (ハ) 人材育成、企業啓発に資するための研修会等の開催。

4、啓蒙活動

- (イ) 賞味期限表示に関する啓蒙活動の推進
- (ロ) 「缶詰の日」等における啓蒙普及活動の支援
- (ハ) 関係団体等の催事への協賛

5、ブロック活動

流通業務合同委員会活動を充実するとともに、各都県ブロックにおいては、次の活動を推進する。

- (イ) 賛助会員連絡会の場を通じ、メーカーとの連携を密にする。
 - (ロ) 各県ブロックの活動を積極的に推進する。
 - (ハ) 支部内における県別卸団体との交流を深め、活動の充実化を図る。
- 各都県ブロックは、会員の増員を図り、ブロック組織を充実する。
以上、日食協本部と連動し、関東支部の事業活動を遂行する。

四 国 支 部

四国支部（支部長：旭食品㈱ 取締役社長 竹内三賀男氏）では、6月13日香川厚生年金会館において、正午から総会に先駆ける幹事会を開催し、総会提出議案を協議した。この幹事会においては、特に新規会員、事業所会員の増員を図りたいとされた。

午後1時から開催の定時総会では、審議に先立ち竹内支部長より挨拶があった。

その挨拶の中で、はじめに四国経済の現状と、社会環境の変化に伴う食品業界の現況とこれからの対応等について述べられた後、『物流コストは上昇し、利益は上がらないといった厳しい局面に食品卸業界は立たされ、価格体系は新価格体系に切り替えられつつある。そう言う中での日食協活動は、近代化、合理化を業界としてどのように進めねばならないか、特に卸周辺のインフラの整備あるいは情報ネットワークの構築等、団体としての活動は多々あり、問題解決に向け取り組んでおり、支部も本部活動にスライドして問題対応して参りたい。残念ながら支部組織が小さいので思うような活動が出来ないが、賛助会員が多数おられるので、勉強会、研究会あるいは情報交換会等を開き、ともどもに勉強する機会を設けたいと思っている』旨述べられた。

続いて、情報システム化委員会の松本委員長より、同委員会がこれまで活動を進めて来た取引先コードの統一と酒類食品全国コードセンターの現況、基準書（酒類食品業界卸店メーカー企業間標準システム）の普及活動等に関する報告があった。中でも国税庁の委託事業については、平成5年度に続き、第2年度目の事業として取り組んでいる「情報ネットワークのための商品マスターモデル等の調査研究」の作業の現況及び新取引制度に係る日食協の活動状況等が報告された。なお、その他の日食協活動については北田専務理事から報告がなされた。

以上の本部報告が行われた後、①平成6年度事業報告及び収支決算 ②平成7年度事業計画及び収支予算、その他の件を諮り、いずれも原案の通り承認した。

総会に引き続き、「四国経済の展望」と題し、岡山商科大学の川本和明教授の記念講演会が開かれた後、賛助会員との懇親会が開かれる中、ビンゴゲームのアトラクションが添えられた。

近 畿 支 部

近畿支部（支部長：松下鈴木㈱取締役社長富江弘吉氏）では、6月15日午後1時から大阪キャスルホテルにおいて定時総会を開催した。

開催に先立ち、富江支部長より概要次のような挨拶があった。

『 今回の阪神大震災には、みなさまは大変な目に遭遇され、一方ならぬご苦勞を重ねられておられることと思いますが、復興の一日も早からんことを心よりお祈り申し上げます。

年の初めには景気も回復に向かうだろうとの予測がなされておりました。ところが、その後、天災、人災の一連の事件が発生し、円高はさらに進み、その期待した予想ははかなくも裏切られてしまった状況となりました。

日食協は、平成5年8月に社団法人となり、地域卸全体の地位向上と利益の向上を図るべく各関係団体との連携のもとに、卸業界のインフラ整備推進、新取引制度への取組み等々について、役割を果たすべく努力いたしております。

会員の皆様には、どうか宜しくお力添えのほどお願い申し上げます。』

総会提出議案は、①平成6年度事業報告 ②同収支決算報告 ③平成7年事業計画案 ④同収支予算案 ⑤その他となっており審議の結果原案通り承認した。

なお、幹事の一部異動があり、大橋(株)取締役社長 大橋一洋氏が紹介された。

本部活動報告は、物流委員会座長の浅井久生氏より、返品の実態についての調査結果と委託事業の最適流通システム開発普及の調査結果及び物流コストの実態調査の外PL法の現況、新取引制度の取組み等について報告があり、北田専務理事からは、その他の活動につき報告がなされた。

終わって、質疑時間が設けられ、PL保険の手続き要領等に係る問題及び最近におけるセンターフィーのエスカレート化への日食協対応等についての質疑があった。

北 海 道 支 部

北海道支部（支部長：杉野商事(株)取締役会長杉野昭雄氏）では、6月20日北海道経済センターにおいて、正午から幹事会、午後1時から定時総会を開催した。

幹事会において、予め総会に諮る議案を中心に協議した。主な協議内容は次の通り。

- ①支部幹事の中に常任幹事を置き、国分(株)、(株)明治屋、(株)菱食の3社が当たる。ワーキンググループ8社は、これに連動する。
- ②道内8ブロックは支部と連動し支部活動を推進する。
- ③新規加入会員：北海道雪印販売(株)殿。
- ④事業所会員の増員：加藤産業(株)札幌支店及び(株)雪印アクセス札幌準備室に呼び掛ける。

⑤退会会員：北産商興(株)

以上が確認され、定時総会に臨む。

定時総会では、はじめに杉野支部長より『思わぬことが次から次に発生し、社会が変革しつつあるが、われわれ卸売業界にも大きな構造変化が起き、今後どのようなことを進めて行くべきかを真剣に考えなければならない時であり、足並みを揃え重大な局面を乗り越えて参りたい。切なるご協力をお願い申し上げたい。』旨の挨拶があり、議案審議に入った。

主な提出議案は、①平成6年度支部事業報告及び会計報告 ②平成7年度事業計画と予算 ③支部規約の一部変更 ④役員改選 ⑤会員の異動及び変更等。

支部規約の一部変更については、第5条の役員に「常任幹事若干名を置くこととし、支部総会において選任する」項が追加された。

また、役員改選については原則全員留任とされ、会員の異動は上記の幹事会確認の通り、承認された。

全案承認に続いて、各ブロックの活動報告があり、午後2時過ぎから「日食協懇談会」が開かれ、杉野支部長の挨拶に続き、食品取引改善委員会の木下誠委員長の新取引制度、商慣行改善問題、さらには新たに設けられた食品取引問題検討委員会の取組み等についての報告があり、また北田専務理事からは、その他の活動状況報告が行われた。

九州沖縄支部

九州沖縄支部（支部長：コゲツ産業(株)取締役社長本村道生氏）では、6月23日博多全日空ホテル2階弥生の間において、11時から総会に先駆ける幹事会を開催し、提出諸議案等を審議のうえ、午後1時から2階万葉の間において定時総会を開催した。

開催に先立ち本村支部長より、概要次のような挨拶があった。

『ご多用の中を、第18回定時総会に多数ご参加頂き、お礼申し上げます。私ども業界は、厳しい状況のもと、賞味期限表示の施行に続き、PL法が施行されることとなり、その一方では、新しい取引制度の導入が進展しつつあります。

私たち卸売業と致しましては、こうした変革期の中、また、ますます競争の激化する中、諸問題に対し、業界全体で取り組み、問題の解決に当たり協調していくところに日食協の存在があると存じます。本部にあっては、積極的な活動を推進しておられ、そのご努力に改めてお礼

申し上げます。

本日は、本部から磯野副会長及び北田専務理事がご出席であり、また、(財)食品流通構造改善促進機構からは、構造改善部長の並木健雄様にお出で願ひ構造改善法に基づく改善事業の概要につきご説明頂くことに致しました。良い機会であると存じますので、ご拝聴賜りたいと存じます。』

平成6年度事業報告、収支決算、平成7年度事業計画案、収支予算案の提出諸議案を原案通り承認した後、概要下記のような、各県ブロックの活動報告が行われた。

<福岡地区協議会>

- ・取引慣行の改善問題に取り組んでいるが、スーパーの返品、賞味期限等については改善の方向にある。物流コストの調査には、14社が毎月1回会合し、一定の様式で算出して、各社の状況を話し合っている。問題点としてはギフト返品であるが、メーカー13社に呼び掛け問題点を洗い出しており、問題のある百貨店・量販店に対しては数字を示して、協力をお願いする方向で検討している。

<熊本・親熊会>

- ・流通問題協議会で、労務提供及び返品問題をテーマとして取り組んでいる。労務提供については、景気低迷のため乱れつつあり、改めて要望する予定。返品問題は、卸からメーカーへの返品を少なくすべく協議をしているが、冷食、菓子の業界にもシグナルを送りたい。このほど、PL法の講演会を開催したところ、136名の参加があり、時期に叶った基本的知識を習得でき、大変役に立った。

<鹿児島・食品廿日会>

- ・3年前から労務提供問題について取り組んでいるが、店舗・売場の改装時が最も多く、いま販売責任者で構成する当役会で話し合いを進めている。PL法に関しては、賛助会員を交えて講演会を開催する予定である。

<宮崎・はまゆう会>

- ・返品と労務提供の自粛を呼び掛けている。日食協の方針に従い、前向きに改善に向け努力して参りたい。会合は100%出席を合言葉にしている。最近、かなりの乱売合戦が続いており、適正マージンの確保について、信ずれば通ずで、前向きに情報交換している。立派な会に育てたい。

<大分・食品共栄会>

- ・30社の会員中11社が幹事店である。開店時のお手伝い等の労務提供問題は、他県より多い。また、返品問題も改善にはいまだしの感がある。P L法の講演会を6月27日に予定している。

<長崎・長友会>

- ・総会には17社の全員出席があった。幹事店は7社で年4回開催しているが、お互いに気さくに話し合っている。昨日味の素(株)のご協力でP L法の講演会を開催した。春はソフトボール、秋はボーリング大会を開き意思疎通に努めている。労務提供の問題は改善されたので、今は返品問題に取り組んでいる。契約書を交わすことを先ず徹底し、承認印のあるものは引き取らないことを実行する。それから、バラ出荷の取引が多いが、出来るだけボール単位とするといったように、出来ることから手掛けることにしたい。

<佐世保・親葉会>

- ・営業部長職2名ずつが集まり、月1度は会合している。価格の乱れがひどく、実態についてお互いが発表し合っている。P L法の勉強会も予定している。

続いて、展示即売会の自粛について、議長より経過説明があり、継続することが確認された後(株)食品流通構造改善促進機構の並木部長より、食品商業の近代化事業即ち、食品流通構造改善法に基づく構造改善事業の仕組みについて説明がなされた。

磯野副会長からは、この度新たに設置された「食品取引問題検討委員会」の主旨と、今後の活動方向をはじめ、関東支部・流通業務委員会等の活動の現況、国税庁委託事業の酒類食品業界の情報ネットワークのための、商品マスターモデル等に関する調査研究活動と、これからの業界システム化への取り組み等について約1時間にわたる講演があった。また、北田専務理事からは賞味期限の表示、P L法等につき報告がなされた。

中国支部

中国支部（支部長：(株)桑宗 取締役社長 原幹彦氏）では、6月27日午前11時から広島ステーションホテル5階蘭の間において定時総会を開催し、①平成6年度事業報告に関する件 ②同決算報告 ③平成7年度事業計画案に関する件 ④同収支予算案 ⑤役員改選の件につき審議した。（会員・事業所会員数44名：出席14名、委任状28名）

審議に先立ち原支部長より、『今日は、本部から標物流委員長及び北田専務理事が、ご多用の中出席頂きお礼申し上げます。昨年定時総会を開催後、体調を崩し入院を繰り返し、業界が厳しい状況にある折柄、皆様にご迷惑をお掛けし、深くお詫び申し上げます。午後からは、第2回目の支部賛助会員連絡会が開催されますが、よろしくご協力のほどお願い致します。』旨の挨拶があり、議案審議に入った。

中国支部長に中村成朗氏を互選

提出議案審議のうち①～④号議案をいずれも原案通り承認したが、⑤の役員改選の件に関しては、原支部長より、現在なお週3回の透析で通院している状況で、年140日しか自由の時間がなく、大変ご迷惑をお掛けすることになる旨を述べられ、後任に副支部長の中村角(株)取締役社長中村成朗氏をご推薦申し上げたいとの提言があり、協議の結果全員異議なくこれを承認した。

新支部長に就任した中村成朗氏は、「重責であり再三ご辞退申し上げたが、お引き受けした上は皆様の温かいご協力を頂きながら、支部を盛り上げて参りたい」旨挨拶された。

なお、第2回賛助会員連絡会では、標昌彦委員長（松下鈴木(株)常務取締役）より、PL法に係る現況、特に卸売業の立場での対応をはじめ、物流委員会活動の中の、物流コストの調査結果報告、ITF印刷の導入呼び掛け、パレチジエーション問題の現況、更には最適流通システム開発普及事業の調査結果及び新取引制度の日食協としての取り組み等について報告があった。また、北田専務理事からは、その他の委員会活動につき報告がなされ、終って質疑応答の時間が持たれた。

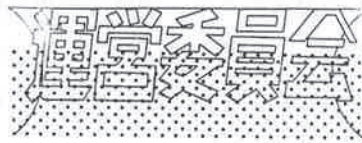
東 北 支 部

東北支部（支部長：(株)渡喜 取締役社長 澤田 宏氏）では、5月29日午前11時から仙台ホテルにおいて賛助会員連絡会の代表者が集まり、定時総会及び第2回連絡会の打合会を開催。この打合会には本部から専務理事が出席した。

6月28日午前10時半から、仙台ホテルにおいて定時総会を開催し、①平成6年度事業報告に関する件 ②同決算報告 ③平成7年度事業計画案に関する件 ④同収支予算案につき審議、原案通りこれを承認した。本部報告については北田専務理事から、各委員会の主な活動について報告があった。

続いて、11時半から賛助会員連絡会が開かれ、記念講演として運営委員長の磯内善介氏より約1時間にわたる講演があった。

講演の冒頭、日本の経済環境と現状について分析するとともに、そうした周辺の経済環境の中で、食品業界、就中、これからの食品卸業界がどういう立場に現在置かれ、今後に向けて何を志すべきか、特に新取引制度に対する考察と、卸業界が直近に取り組むべき問題点、即ち卸周辺のインフラ整備の推進と、機能競争の環境の場造り、マークアップ、オンチャージ時代に向けての企業戦略、そして、日食協が団体として推進中の活動現況等々につき、約1時間にわたり時宜に叶った講演が行われた。



価格問題・取引問題改善を重点に検討

「取引問題検討委員会」委員決まる

6月29日正午から鉄道会館ルービーホール11階菊の間において運営委員会を開催し、①各支部定時総会の経過報告に関する件 ②「加工食品取引問題検討委員会」の委員構成等に関する件 ③PL法に関する勉強会の開催及びマニュアル作成等に関する件 ④平成7年度事務局運営等に関する件につき協議した。

各支部の幹事会・定時総会の開催経過報告については、委員会開催までに、北陸ブロック6/5日・関東支部6/9日・四国支部6/13日・近畿支部6/15日・北海道支部6/20日・九州沖縄支部6/23日・中国支部6/27日・東北支部6月/28日、以上8カ所が既に終了し、残るは6/30日の東海ブロックのみとなっており、それぞれの開催状況につき、事務局より報告を行った。(別掲参照)

「加工食品取引問題検討委員会」の委員構成等に関する件については、会長委嘱により下記の委員が携わることになった。

加工食品取引問題検討委員会

宮下正房 殿	東京経済大学教授
磯内善介 殿	KBS株式会社国分流研代表取締役社長 日食協運営委員長
加藤 稔 殿	株式会社菱食取締役副社長 日食協商品委員長
松本健一 殿	株式会社廣屋取締役会長 日食協情報システム化委員長
木下 誠 殿	株式会社明治屋専務取締役 日食協食品取引改善委員長
標 昌彦 殿	松下鈴木株式会社常務取締役 日食協物流委員長

なお、同委員会傘下のワーキンググループとしての小委員会メンバーは下記の通りであり、本委員会のもとで、実務的作業に取り組む。

加工食品取引問題調査研究小委員会

野澤建次 殿	流通政策研究所	専務理事
岩崎英司 殿	流通政策研究所	主任研究員
井岸松根 殿	国分株式会社	監査役
大竹一太郎 殿	株式会社 明治屋	食品営業本部流通営業部次長
浅井久生 殿	松下鈴木株式会社	営業企画推進本部 部長
市ノ瀬竹久 殿	株式会社 菱食	常務取締役経営システム 本部長
北田久雄 殿	日本加工食品卸協会	専務理事

なお、③PL法に関する勉強会の開催及びマニュアル作成等に関する件については、事務局より下記の活動要領等を状況報告した。

PL法に係る現況と業界対応等について

1、現況

1) 7月1日から製造物責任法（Product Liability）：<PL法>が施行になる。

これに伴い、製造業者の団体では、(社)日本缶詰協会が、「団体国内生産物賠償責任保険」を開設、(社)日本冷凍食品協会も「冷凍食品賠償責任保険」の加入を呼び掛けている。

また、(財)食品産業センターでは、「食品メーカーの消費者対応マニュアル作成のための手引書」を作成するとともに「食品産業PL共済」制度を開設し現在募集中。

2) 上記のメーカー団体の動きのほか、日本商工会議所・全国商工会連合会及び全国中小企業団

体中央会の3団体では、会員企業に対し、中小企業向け（通常のPL保険の基本料金の53%）と中堅・大企業向け（通常のPL保険の72%）の2種を設け、広く加入を呼び掛けている。

3) 大手量販店のN社では、これまでの商品売買基本契約の内容を、PL法に対応できるものに変更するとし、卸売業者に対しても、新規の「商品売買基本契約書」への記名、捺印を要請すると言った動きもある。

2、対応

日食協では、業界動向を注視しつつ、会報等を通じ報知してきたが、6月8日委員会の座長メンバーが緊急会合し、当面の対応策につき話し合いをした。

その結果、下記のことを運営委員会に諮りたいとされた。

- ・勉強会の開催
- ・マニュアルの作成
- ・アンケートの実施

3、心得

加工食品類にあっては、JAS規格、食品衛生法、度量衡法等々の厳しい取締法によって製品化され、安全性が最優先され、これまでPL法関連の事例は皆無の状況であったと言って過言ではない。この点は前提的に心得あってしかるべきである。

PL法で問題となる「製品の欠陥」は通常、設計上の欠陥・製造上の欠陥・警告上の欠陥の3つに分類されている。

従って、何より先ず上記の「欠陥」が発生しないよう十分留意することが重要。

留意及び対応等：

- ・相談窓口の設置
- ・初期対応の重要性
- ・PL対策委員会の検討
- ・警告ラベル、説明書の作成
- ・販売前の対策・販売後の対策等
- ・企業用マニュアル作成
- ・PL保険の選択・手配
- ・裁判外紛争処理機関との連携

（農林水産消費技術センター・国民生活センター・通商産業検査研究所）



「販促費」の期間短縮等で意見交換
センターフィー更に膨張傾向

6月29日午後2時から鉄道会館ルビーホール11階菊の間において、商品委員会を開催し、平成7年度商品委員会の重点活動に関する件につき協議した。

本委員会の重点活動については、返品対策、割戻金問題、センターフィー、賞味期限表示問題に係る対応、輸入食品の実態把握（窓口：輸入食品小委員会）等があるが、返品問題に関する対策については、このたび、食料品卸売業構造改善推進委託事業として「加工食品卸売業における返品問題実態調査」を3年振りに実施し、報告書に取りまとめたので、年度内の再度の調査は必要なしとされた。

割戻金問題に関しては、現在データ即引化が進められているが、最近販促費の未収部分がかなり膨らんでいる傾向が伺え、特に、スポット的なものに卸サイドの悩みが集中している。

このことに関し、もう少し、短期間で処理できる方策を、活動の一つに織り込み検討してはどうかとの問題提起がなされた。

センターフィー問題は、鎮静化するどころか、これまた支払金額が増えてきており、吸収は2分の1にも達しない状況と言われ、経営圧迫の要因にもなっている旨の意見があった。

これらの問題を本年度の重点活動に組入れ解決に当たりたいとされた。」



「新取引制度」の中の「定率・定額」
看板は降ろさないことを確認

6月29日午後3時から、鉄道会館ルビーホールにおいて食品取引改善委員会を開催し、平成7年度の委員会の重点活動に関する件を協議した。

本委員会がこれまで提唱して来た所謂「定率に加えて定額の導入」活動につき、委員会としては、どのような取り組み方をすべきかの問題を重点に協議した。

「新取引制度」の中で、日食協が提唱してきた「定率に加えて定額の導入」につき委員会としての問題の位置づけをどう考え対処すべきか、意見の交換がなされたが、結論としては、今なお、大半の取引が、旧取引に依っており、「定率・定額」の看板は降ろさない旨確認された。(関連記事：別掲の「第29回賛助会員世話人会」を参照)

なお、本件に関しては、ワーキンググループにおいて再度検討することになった。

「情報システム研修会」を開催 酒類食品合同で事例研究

情報システム化委員会では、全国卸売酒販組合中央会との共催により、6月20日午後1時から、東京都荒川区東日暮里のホテルラングウッドにおいて「情報システム研修会」を開催した。

この「情報システム研修会」は、例年行事として開催されて来たが、その開催目的としては、どちらかと言えば「酒類食品業界卸店メーカー企業間標準システム」の基準書の普及が主体とされて来た。

ところで、同基準書が広く酒類食品業界に定着しつつあることに鑑み、この成果を踏まえ、このたびの研修会は、どのように活用されているかの事例紹介を重点に、各企業の実務に生かされる研修を狙いとして企画された。

また、今後の卸売業における情報システム化の方向として、注目されているE C R的な発想を基盤とする、更なる企業間情報の共有化の拡張性等についてのテーマも設定。内容の濃い研修会として、全国卸売酒販組合中央会加盟卸及び社団法人日本加工食品卸協会の会員に参加を呼び掛けた。会費制による参加企業数は全国卸売酒販組合中央会が52名、日食協側31名であった。

当日のスケジュールは、次の形で進められた。

<情報システム研修会スケジュール>

- ・開会挨拶： (社)日本加工食品卸協会 副会長 磯野計一殿
- ・来賓挨拶： 国税庁酒税課 課長 二宮茂明殿
(代) 亀井正博殿
- 農林水産省食品流通局商業課 課長 山本晶三殿
- ・情報システム化委員会活動報告
情報システム化委員会 委員長 松本健一殿
- ・企業間標準システム基準書の概要説明
ネットワーク検討会 座長 篠憲一殿
- ・メーカー・卸間情報交換の事例紹介
 - (1) 食品系卸売業事例 (株)菱食 取締役経営システム本部
システム統括部長 原田努殿
 - (2) 酒類系卸売業事例 日本酒類販売(株)
システム本部物流システム部
物流政策課課長 小林信行殿
- ・これからの卸売業における情報システム化の方向
(株)富士通システム総研
研究開発部 渡辺南殿
主任研究員
- ・質疑応答 (20分)
- ・閉会挨拶 全国卸売酒販組合中央会副会長 太田雄一郎殿
東京都卸売酒販組合 理事長

以上、午後5時半滞りなく研修会の全スケジュールを終了し、引き続き懇親会の席が持たれ、東京都卸売酒販組合 情報システム委員長 尾田浩章氏の挨拶・乾杯の音頭により、和気藹々のうちに、情報交流を兼ねた宴の会が催された。



「ITFコード」の普及状況を調査

物流コスト実態調査も実施

7月18日午後3時から日食協会議室において、物流委員会を開催し、①ITFコードの対応状況及び調査等に関する件 ②物流コスト実態調査の実施に関する件 ③パレチゼーションに係る情報交換に関する件等につき協議した。

先ず、「標準ITFシンボルコード」については、平成6年12月9日付けで、コード印刷にご協力をお願いの書状を賛助会員に郵送し、その後の対応に期待を掛けてきたが、賞味期限の表示及びPL法に係る警告表示等の施行により、包装容器のデザイン変更を契機に、前向きにITFコードの印刷を採用する動きが活発になり、この機会に再度の調査を実施し、導入状況を把握することになった。

調査内容としては、製造品目とITFコード導入状況、桁数の選択状況、その表示場所、未導入の理由と今後の導入予定、ITFに関しての意見等となっている。

8月下旬に郵送し、9月末締め切りを目標に実施する。

委員会では、また、平成6年度の物流コストの実態調査も、前年に引き続き同様の要領（平成6年4月から平成7年3月までの1年間）で実施することになった。

8月末を目標に回収予定。

なお、一貫パレチゼーションに関しては、今なおT-11型か、ビールパレットかあるいは両立かの協議が続けられており、その動向が注目されているが、委員会においては常時情報交換し、不都合が生じないように努めることとしている。

震災義援金で農林水産大臣から感謝状

日食協では、1月17日の阪神大震災に際し、義援金として予備費の中から、日本経済新聞社を通じ、1月30日に100万円を日本赤十字社に寄付したが、このことにつき7月17日付けで、大河

原太一郎農林水産大臣より「貴協会は、阪神・淡路大震災において心のこもった協力をされ 災害救助に貢献するところまことに大なるものでありました よってここに感謝状を贈り謝意を表します」旨の感謝状が寄せられた。

備車料金の現状等で情報交換

関東支部・流通業務委員会

関東支部・流通業務委員会では、6月29日午前10時半から日食協会議室において ①支部幹事会・定時総会の経過報告 ②第1回賛助会員連絡会の経過報告 ③平成7年度の重点活動とスケジュール化等について協議したのにつき、7月20日午後3時から同委員会を開催し、①備車料金に係る情報交換等について ②第27回商品研修会の企画、その他を協議した。

<備車料金に係る情報交換>

首都圏における備車料金に係る情報交換については、委員企業14社より予め資料提供の協力を要請していたが、各委員から寄せられた報告資料を、事務局において取りまとめた結果は、下記の通りである。

(平成6年度)	備車料金	: 据置き12社。値下げ2社
	物量伸長率	: 105.83% (単純平均)
	支払運賃伸長率	: 97.42% (")

以上の通りであるが、売上はやや横ばい状況であるのに対し、売上単価は全般的に下落しているところから、平成7年度の備車料金については、各社とも引続き据置の姿勢で対応することになっている。

今後の考え方については、配送費をトータルで見た時、総じて備車の比率が高くこの点で、各社は料金体系の見直し、納入時間、配送ルート、減車問題さらには作業の効率化等合理化に向け、それぞれの立場で積極的に取り組んでいる姿勢が伺えた。

[各社の主な取組み]

- ・ 運送会社の集約化
- ・ 事業所毎に異なる料金につき全社統一化
- ・ 配送車両の効率的な運用
- ・ 基本料金、時間増し・キロ増し料金及び時間拘束等の見直し

- ・計画受注、計画配送の徹底
- ・運転手のフレックスタイムの導入
- ・積載率の向上
- ・車両の大型化での対応等々。

<第27回商品研修会の企画について>

地ビールメーカーの御殿場高原ビール株及び食品メーカーの2工場。実施時期は10月～11月を予定。

その他については、6年度物流コスト実態調査の調査資料の提出9月10日頃を目標とし、返品実態調査（6月・7月・8月）は10月10日を目標に資料を提出することになった。

なお、次回開催予定は9月19日午後3時、日食協会議室。

☆ ☆ ☆ ☆ ☆

共同配送委員会で「百貨店のセンターフィー」が議題に

共同配送委員会（委員長：㈱菱食加藤 稔副社長・代行中島洋一郎部長）では、首都圏内の百貨店に納入する商品の共同配送業務に関連し、S百貨店にあっては、センターフィー制を導入するとの話がもたらされ、納入業者側に大きな問題を投げかけているが、このシステムが基本的に率単位でなく、個単位の制度導入と伝えられ、納入業者側としては受入れられない問題として、アパレル業界等にあっても、積極的な要望活動を推進するとの動きを見せていると言われる。

共同配送委員会にあっては、速やかにその状況と実態を把握することに努めると同時に、関係委員会にも繋げ、問題対処したいとされた。

関東支部関連ニュース

* 神奈川県食品卸同業会：6月14日午後4時から定時総会を開催したのに続き、記念講演会を開いた。この講演会には日食協の北田専務理事が出席し、日食協の重点活動につき約1時間にわたって報告した。

* 埼玉県食品卸業協会：7月11日午後2時から、サンパレス大宮において定時総会及び講演会、懇親会を催した。

