

会 報



# 日食協

Vol.93 MAR.28.1996

目

## 第31回賛助会員世話人会

- ◇ 懇談の焦点は差別対価・不当廉売等 ..... 2
- ◇ 懇談のあらまし ..... 14

## 加工食品取引問題検討委員会

- ◇ あるべき取引ルート等の策定へ ..... 26
- ◇ 「加工食品流通における今後の取引慣行のあり方」案 ..... 27

## 正副会長会議

- ◇ 平成8年度の事業計画等基本協議 ..... 34

## 「取引問題の実態」で公取委と懇談

36

## 日食協・経営実務研修会

- ◇ 大阪・東京の2地区で開催 ..... 37
- ◇ 宮下正房先生の講演より ..... 39

## 運営委員会関連活動

- ◇ 3つの委託事業も順調に調査進行 ..... 47
- ◇ 仮説から実働への対応を協議：(卸周辺のインフラ整備) ..... 47

## 情報システム化委員会

- ◇ 情報システム化の実態調査を実施へ ..... 48

## 支 部 ニ ュ ー ス

- ◇ 第28回商品研修会の実施決まる ..... 48

## 缶詰ブランドオーナー会

- ◇ 果実部会で蜜柑缶の最終交換 ..... 50
- ◇ 品質対策委員会がクレーム実態調査 ..... 51
- ◇ 容器包装のリサイクルに再商品化業務 ..... 51

次

# 第31回「賛助会員世話人会」

## 懇談の焦点は差別対価・不当廉売問題等

去る2月2日、午後1時から、日本橋精養軒において、第31回「賛助会員世話人会」を開催した。

この世話人会において、平成7年度中に各委員会が推進してきた重点活動及び本世話人会に先駆け開催された運営委員会での、平成8年度における委員会毎の活動計画に係る協議結果等につき、それぞれの委員長より報告がなされた。

各委員会の活動報告・活動計画等につき、本年度の主軸活動とされている「加工食品取引問題検討委員会」の推進状況につき報告すると共に、両者の懇談に入ったが、その内容としては、優越的地位の濫用に係る「差別対価」・「不当廉売」等の問題が焦点となった。

- 内 容
- 1、日食協の主な活動状況及び今後の計画予定等について
    - ・運営委員会（正副会長会議・委託事業外）、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。
    - ・その他（支部活動等）
    - ・「加工食品取引問題検討委員会」の活動状況
  - 2、両者の懇談

以下に、この日の世話人会の懇談のあらましを収録する。

### 磯内運営委員長の挨拶：

『一言ご挨拶申し上げます。

本日は、月初であり、また極めてご多用の中を賛助会員世話人会にお集まり頂きありがとうございます。

いろいろとこれから、ご指導を授かる訳でございますが、お手元に本日の議題等々の資料が用意されておりますけれども、それらについて、こちら側からご報告を申し上げ、そしてまた、皆様方の側から、いろいろとご意見を拝聴させて頂ければ非常に有難いと

存じます。

世の中は、新聞等々によりますと、経済動向指数が若干明るさを見せてきたというように書かれております。果たして如何なものでしょうか。

私ども食品業界は、一般の生産関係と言いますか、一般の経済界がさような動きを始めてから、遅れて6カ月経たないと、その良否が出てこないということが昔から言われております。今年後半で、果たしてわが業界に薄日でも射してくるのかどうか、その辺のことにつきましても、いろいろとご意見が頂戴できればと思っております。

この世話人会に先立ちまして、運営委員会を開き、今年の日食協の活動方針等々を、委員会毎に分類をしたり、それを煮詰めたり致しまして、食事に入るのが遅れまして、皆様方お忙しいところをお出ましを頂いたのに、お待たせを願い申し訳なく思っております。

ただ、事務局で、どうした関係か知りませんが、ステーキを食べさせて呉れなかったから、エネルギーの方は十分ございますので、皆様方からの非常に激烈な言葉も、耐え得るのではないかと考えております。どうぞ一つ、忌憚のない日食協に対するご意見を頂戴したいと存じます。

さて、日食協人事について若干触れさせていただきます。

日食協の総会は、5月28日と言うことになっておりまして、今度の総会は役員改選期と相成る訳であります。

従いまして、改選になる役員は、この時点で異動をするということになります。先ず、北田専務理事が今期限りをもって退任をされるということなのでありますが、先般、正副会長会議がございまして、お諮りさせて頂き、認諾を頂き、この5月28日をもって専務理事退任ということが決まりました。

その後任ということになりますが、その後任候補として、これは総会を経まさんと後任決定にはならない訳でありますけれども、現在、国分(株)の役員であります井岸松根氏が、専務理事ということになります。勿論、国分(株)を退社して勤めることになります。

選任をされた暁には、旧来同様倍旧のご支援をお願い申し上げたいと存じます。

それから、不肖私でございますが、運営委員長を仰せつかって、今日まで10年間勤め

で参りましたが、私も5月28日をもって、日食協の役割を終わりにさせて頂きたいという事を矢張り正副会長会議でお諮りさせて頂き、その結果、ご了承を得ましたので、どうぞご承知置きを賜りたいと存じます。

なおまた、(株)菱食の廣田社長様から、加藤 稔氏（現在・常任理事・商品委員長）が商品委員長を辞して、その後任を市ノ瀬竹久常務取締役が、引き継ぐことに致したいとお話があり、お諮りし、それも了承を頂きました。

なお、運営委員長の後任は、選任はご座いませんで、井岸松根氏が、専務理事をやり運営委員長の役割も果たしていくというようなことでございます。

従いまして、日食協理事は30名でありましたけれども、この理事の数が1名減り、29名となりますが、理事の数は30名までの規約になっていますから、一向に差し支えない訳であり、以上のようなことで人事の異動がございます。

5月28日前に世話人会はございませんで、本日が最後の賛助会員世話人会となりますので、ここにご報告を申し上げ、ご理解を頂きたいと存じます。

本当に、私ども北田専務理事、私及び商品委員長の加藤 稔様に対し、皆様方のご指導とお知恵を頂戴致しまして、大過なく、本日を迎えることができましたことにつきまして、深くお礼申し上げますと共に、日食協の役を降りましても、まだ、それぞれに仕事もございますので、なおいろいろとお教えを頂ければ、これに過ぐる幸せはないと存じます。

誠に、長いこと有り難うございました。』

#### 大瀧世話人会代表のご挨拶：

『 ただいま磯内様から、5月28日の総会で北田専務理事と磯内運営委員長及び加藤商品委員長が勇退をなさるというお話を伺い、大変ショックを受けましたが、われわれとしても、取り巻く環境は、一層混迷度を深めておる訳でございますし、そうした中では、ますますご指導を頂くということでございまして、そういう意味で、誠に残念ではございますが、長年ご指導、ご支援を頂いたことにつきましては、まずもって御礼を申し上げたいと存じます。

今後とも、また大所高所からご指導頂きたいと思っております。

また、改めて何か謝意を表す機会があればと存じますが、賛助会員世話人会のメンバーで相談して、謝意を表したいものだと存じます。

年が改まりまして、早くも2月を迎えた訳であります。私どもを取り巻く環境は、なかなか厳しいものがございまして、国分会長様が申されておられましたように、所謂元旦営業ということで、今年は元旦早々から、新しいインパクトが生じて参りまして、365日の営業体制をメーカーも、卸売業も考えなければいけないと仰しやられておりましたが、そう言うことも含めて、いろいろな課題が、また出てくるのではないかとこの気がする訳でございます。

私たち賛助会員にとっても、皆様方正会員の方々にとっても、去年よりは半歩でも一歩でも前進した、実りのある年にしたいものだという姿勢で、われわれも大いに努力をして参りたいと思っておりますので、今年も引き続きご支援ご鞭撻をお願い申し上げ、簡単ですけれどご挨拶とさせていただきます。』

☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

## 事務局：

『これから懇談内容に入らせて頂きます。

先ほどの運営委員会で、平成8年度の事業活動を進めるに当たりまして、新たな事業をどのように組み入れどのような課題を事業として盛り込むかについて、内々の打合せ等もさせて頂いており、具体的固めはこれからでございますが、その辺の話をもとと致しまして、各委員会の活動報告の時間を若干頂戴したいと存じます。

先ず、運営委員会でございますが、先ほど運営委員長よりお話がございましたように、正副会長会議が、去る1月18日に開催されましたけれども、これは、人事に関する件及び卸周辺のインフラ整備活動の中間報告が中心で、特にインフラ整備活動に係る「加工食品取引問題検討委員会」の活動状況に関しては、運営委員長よりその概要についての報告があり、これからの進め方等をお諮りし、検討委員会として方向づける段階を迎えております。

また、委託事業に関しましては、「最適流通システム開発普及事業」の調査研究を進

めておりますが、現在、第2回目の委員会が終わっておりますので、来る5月28日の定時総会までには、報告書を作成して賛助会員世話人会の皆様にもお渡しできるのではなかろうかと思えます。

この最適流通システム開発事業の外、「卸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」の委託事業があり、卸人材育成の事業につきましては、「日食協経営実務研修会」を3月中に大阪・東京で開催することになっています。

また、構造改善推進事業に関しましては、日食協会員の協力のもとに、卸物流施設の実態を調査することにしております。この調査も纏まりました段階で、ご報告させていただきますと存じます。

運営委員会は、各委員会との密接な連動を図り、活動推進することが柱になっており、早速ですが、報告の順序に従い、先ず商品委員長よりお願い致します。』

#### 加藤商品委員長：

『 お手もとの会報にも掲載されております「加工食品取引問題検討委員会」において、新しくインフラ整備という課題を掲げ、推進活動を進めつつありますが、その活動と関連しているということから、この検討委員会と有機的に連動して取り組む姿勢で対応して参っております。

商品委員会の固有の事業としては、センターフィー問題、あるいは返品問題及びリベート問題の3課題がありますが、平成8年度の事業計画も委員会としては、継続事業の柱として取り組みたいと思っており、これは先ほどの運営委員会で承認頂きました。

既に長年にわたって、これらの問題を詰めていますが、内容的にはいろいろの問題を含んでおり、これを更に突っ込んで行くことは、非常に難しいことですが、いずれにしても、もう一步踏み込んで、来年度も進めようということにしておりますので、宜しくお願い申し上げます。』

#### 大竹食品取引改善委員会座長：

『先ほど、運営委員会で話し合いがなされたことにつき、若干申し上げさせていただきます。

平成7年度における私どもの委員会は、新取引制度あるいはオープンプライス制度が進行する中で建値制がなくなることを念頭に置きながら、いろいろ対応の仕方を考えて参りましたが、昨年卸4団体との食品卸団体連絡協議会を開催した折り「定率+定額」に関しての懇談があり、この件については、前回の世話人会でも申し上げました如く、建値制度が続く中で、定率に加えて定額のお願いを委員会としては、更に今年もお願いして行くこと、そしてもう一つ、加工食品取引問題検討委員会が、このたび日食協8支部の会員企業16社に対してヒアリングを致しておりますが、その中で建値制のあり方とか、新取引制度のあり方について、質問項目を設け、その回答がいろいろ出ており、これをまとめて、地方の有力な問屋がどのような受け取り方、考え方をしして取引しようとしておられるか、その辺のところをまとめながら、今後の方向性を考えて参りたいと思っております。』

#### 標物流委員長：

『それでは、物流委員会の報告を申し上げます。

昨年の活動の内容等につきましては、会報及び既に前回の世話人会で一部ご報告申し上げましたが、その一つは、物流コストの実態調査があり、これは昨年で5年にわたり調査をさせていただきました。

特徴的な提案はありませんが、店出し売上函単価がスーパー・CVSとも若干低下し、また、物流トータルコストも横並びで、若干下がっております。

もう一つは、標準物流シンボルコード（ITFコード）の実態調査を行ない、会員各社がどういう活用をされているか、それへのポリシーをどのようにお持ちか等につき、アンケート致しました。

現在のところ、対応状況はまだまだでございますので、メーカーにありましては更に前向きにご協力を賜りますようお願い申し上げます。

3番目には、パレチゼーションについてですが、これにはいろいろの問題があり、他の業界を含めた状況等を情報集めしながら、委員会としての方向付けをすべく、研究中であります。

大まかには以上3点であります。新年度の事業活動につきましては、先ほどの運営

委員会でご承認頂きましたので、この3点を継続事業として取り組んで参りたいと存じます。

特にITFコードにつきましては、実態調査もある程度整理されておりますので、賛助会員各社の皆様方に対して、更に促進方をお願い申し上げたいことと、そのことを踏まえ、会員として、利用面での啓蒙活動をより一層進めて行きたいと思っています。

それからパレチゼーションの問題につきましては、更に情報の交換等を深めて行く中で、活用の啓蒙を併せて進めて参りたいと存じます。その他の新たな問題等が委員会で取り上げられることになれば、更に検討して参りたいと存じます。』

### 事務局報告事項：

『 以上、主だった委員会の活動についてご報告申し上げましたが、その他の活動として、缶詰ブランドオーナー会（略称CBO）の活動がございますので若干ご報告申し上げます。

このCBOにおきましては、7年度活動を振り返って見ますに、先ず「賞味期限」の表示が導入されることになり、それに関連する問題を流通の立場、ブランドオーナーのサイドに立つて具体的に検討しながら、要請事項等については、関係団体と共に行政筋に対して要望して参りました。

また、PL法絡みの問題や、容器包装のリサイクル問題についても、情報収集・提供に努めて参りました。

その他、食品栄養表示法も新たな表示についての告示があり、これへの対応も、品質対策委員会等の関係窓口で情報交換している最中であります。

この対策委員会では、缶詰に対する一般消費者からのクレーム実態調査を7社からのご協力のもとに、歴年実施し統計分析しております。

クレームの発生は、年間1200件程度にのぼっておりますが、個別に1対1の対応で問題解決に当たりつつ、品質の向上に努めているところであります。

このほか品種別部会があり、果実・野菜・水産・食肉・パインアップルの各部会において常時情報交換を行っています。



現在、製造シーズンを迎えている蜜柑缶詰につきましては、日本蜜柑缶詰工業組合側との懇談会を都度開催し、日本産蜜柑缶詰を脅かしている国産蜜柑缶詰の動向等につき、情報交換致しております。蜜柑缶詰ばかりでなく、筍、マッシュルーム、アスパラガス、スイートコーン等、全て輸入品が取って代わった状況にあります。国産品、輸入品の将来見通し、供給と需給状況等についての情報交換を進めています。

それから支部活動につきましては、年度末を迎えるに当たり、全国8支部からの活動状況の報告を頂くことになっておりますが、最近、関東支部の流通業務委員会で、新しい活動につき話し合いがありました。

実は、昨年第1回目の関東支部の「賛助会員連絡会」を味の素様のご協力を頂き、「わが社の新取引制度について」と題し、記念講演会を開催させて頂きましたが、引き続き第2回目の賛助会員連絡会を開催することになり、企画等を現在具体的に進めております。

開催の節は、また宜しくご協力賜りますようお願い申し上げます。

なお、この流通業務委員会では、毎年6月～8月までの3カ月間の百貨店・スーパーの返品実態調査を実施しておりますが、このたびの調査では、百貨店が前年より若干増加し、スーパーが減となり、注目されております。

また、同委員会では、委員会発足当初から物流コストにつき実態調査を継続実施しておりますが、本部物流委員会の調査と異なり、酒類食品にわたり算出してありまして、平成8年度も継続事業として取り組むことにしております。

そのほかに、8年度は新しい取り組みとして、商品管理の問題について調査研究を進める中で、これまで商品の回転日数につき状況把握して参りましたが、卸売業の卑近な問題としての「棚卸」の各企業の現況と、問題点等を検討することになりました。

これらのことにつきましても、前向きに取り組んで参ることと致しておりますので、いずれ、ご報告の機会があるものと存じます。』

☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

## 〔加工食品取引問題検討委員会〕の活動状況

今回の世話人会で、その報告が期待されている取引問題検討委員会の活動状況について

は、はじめに、同委員会傘下の調査研究小委員会の出席メンバーから、あらまし次のような報告がなされた。

- ・『 調査研究小委員会の中間報告として申し上げますと、先ず、会員側から生の声を聞くのではないかということで、ヒヤリングを行い、1月の上旬に、このヒヤリング調査の要約が纏まり、現在これに基づき、次の行動に移る段階にあります。

全国9ブロックに分けられておりますが、各ブロックから1～2社にご協力願ひ、全体を通じまして会員が抱えている現状の取引慣行上の問題を先ず取り上げようではないかということが一つ、それからこの取引慣行の問題点の中で、今後改善に向けてどのような基本的な方向性を捕まえて行くかが話し合われ、その切り口として6項目余りを選び、ヒヤリングを行いました。

その一つが、メーカーさんとの取引条件等について、これは先ほどからお話が出ております、オープンプライス制と言いますか、あるいは新取引制度と言いますか、それと建値制度等について周辺どのような意見があるか。

2番目は、帳合変更の問題で、これは主として全国展開をしている大型小売業の帳合変更についてで、昨今では、これがリージョナルチェーンあるいは、ローカルチェーンにまで広がってきておりますが、そう言ったことにまつわるいろいろな問題。

3番目は、センターフィーの問題と、それから4番目として、最近、小売業さんから、しきりに価格見直し要請がございますので、この問題について取り上げております。

そして5番目が、価格以外の要請。最近の新しい話であります、元旦の支援店員の派遣問題等々。6番目が、その他一括して伺って見ようということで、ヒヤリングしております。

現段階では、これにつきまして個々のご意見をいろいろ頂いた訳ですけれど、非常に生々しい問題が出てきておまして、実際に調査に当たりました段階では、実名で全て語られ、また数値が出ておまして、この辺は、当然のことながら、表には出さないという約束で話を頂いており、本日ここでも内容につきましては、明らかにする訳には参りませんので、お許し頂きたいと存じます。

その中で、概略それぞれこう言ったことで問題を解決して行かなければいけないのではないかと、これをどういうように取り上げて行くか等につき、ワーキングの段階から、いま委員会に話を上げさせて頂いた訳であります。

そこで、いろいろとこれは、行政官庁にお願いしなければならないこともあるであろうし、はたまたメーカーさんにお願いするという問題も、勿論あるであろうし、当然のことながら、小売業の方にお願いしなければならない問題もあるであろうし、それぞれの洗ってきました問題点、あるいは改善の方向性といったことにつき、いまそれらをマトリックスにして、問題整理を行う段階を迎えております。

ワーキングのレベルでは、個人的には、既にそれぞれの改善の方向性であるとか、あるいは一つの仮説等を持ち合わせておりますので、そう言ったものにうまくマッチする場合もございましょうし、また改めて違うことを考えて行かなければならない問題もあろうかと思いますが、こう言った点についての問題整理をこれからやろうということになっております。』

- 『 いまの話の中で、建値制・オープン価格制という位置づけで、質問する方が、同じレベルで16社に質問されておりますが、ここで気が付いたことは、それぞれ地方の卸さんのそれなりの立場でお答え頂いているものの、矢張り非常に日本語の難しさと申しますか、言葉の統一性、概念の統一性がまだまだできていないというのが、先ず一つあったのではないかと思います。

建値制については、大体55年体制の中で、しっかり言葉の中で出来上がっておりますが、新しいオープン価格に関しては、オープンプライス制等のいろいろの言葉が使われていて、その中身がまだ定義できないで、お互いにはっきり意志疎通できていない問題が一つあります。

例えば、コストという一つの例で、われわれコストと言いますと、どうしても原価という位置づけに受け取られるのですが、オープンプライス制のコストというと、逆に流通経費と受け取る面も一つの例としてあります。

ですから、あくまでオープンプライス制というアメリカのローマーケットティングの中では、マークアップという言葉が本当は一番良いのですが、このマークアップという言葉が理解して貰えませんので、では、私どもがコストオンにします。原価にオン

ですよと申しても、なかなか言葉が通ぜず、共通項ができていないといったことで、言葉の統一性、概念の統一を図るのに、難しい面があることを受け止めております。

それから、建値制に関しての云々は避けますが、矢張り長い体制の中で、それぞれ皆さんの経営・システムが、全部建値制で位置づけされておりますから、これをいまぶち壊されるのが非常に危機感があることが一つあると思います。

そうかといって、頭の中では、これからの行政・国際レベルの中で、オープンプライス制に移行しなければいけないのだろうという危機感があり、大変言葉はきついですが、繰り返し申してもついてこないという状況が御座います。果たして、これをどうするのかで非常に頭を抱えているところです。

また、会員店、お得意先の皆様が悩んでおりますことは、日食協が申し上げてきた「定率・定額」の概念ですけれども、これがオープンプライス制に持っていった場合、あるいは新取引制度に持っていった場合、どのような位置づけにするのかは、非常にこれは質問がある場合、答えにくい問題があります。理屈では申し上げますが、なかなか言葉が固まらない点があることも、これからの課題ではないかと思えます。

ですから、いまの経営の中で申しますと、建値制というものでそれぞれ生き残っていて良かったと。ここでオープンプライス制というものになりますと、では、幾ら乗せて売ることか。この辺が逆に言いますと、開き直りまして、日食協として一つのガイドラインを設けて欲しいという意見もあります。それが良いのかどうかは別でございます。

それから、そうかといって、建値制の中でもリベート制というものが即引化でない場合には、立替えだとか事務のかたよりとかと、いろいろな問題も端的に出ております。

更にもう一つは、今回の新取引制度に持って行った場合に、よく言われていることは、ボリュームディスカウントで、ボリュームのアローアンス的なことがあるのか、ないかというような言い方がアンケートの中にかかれてあります。

それからもう一つは、メーカーさんに要求することは多々あるのですが、卸の中でももっともっと反省すべき点があることも指摘されておまして、非常に耳の痛い話が沢山出ております。まとめるのには恐らく率直に言って、日時を要するだろうというような、末広がりになっていて、どんな形でまとめられるか、綺麗事で終わらないよ

う、それなりの自覚をもってやりたいと思いますが、もうしばらく時間を頂きたいと感じております。

少々主観が入りましたが、気がついた点だけを申し上げさせて頂きました。』

- ・『ヒヤリングの実態につきましては、いま各座長からお話を申し上げたような次第でありますが、しからば、これらをまとめてどうするのだということになる訳でございますが、いくつかの括りでまとめまして、その上で行政側とそれを叩き台にして、話を致したいという思惑が現在あります。

ですから、ヒヤリングを見る限りにおきましては、その中には差別対価問題、優越的地位の濫用問題、取引慣行の不透明な問題等々が、ふんだんに盛り込まれておる訳であります。

その辺のところを、公正取引委員会の取引部のご担当官を交えて、実名入りでないもので、まとめられたものを見て頂き、われわれ業界の実情を申し上げ、矢張り一種のルールというものが需要ではないか、言うならば公平で、公正、透明性の高い、それで競争原理が働くような、そう言ったことを進めることが必要ではないか。

そのためには、矢張り、アメリカのロビンソンパットマン法のような法制的なものが、われわれ日本においても取り入れられないものか。若しそれが新たに作れなくとも、独禁法の差別対価で取り締まれるのだというのであれば、そう言うようなことでもってやって欲しいし、またガイドラインの中の優越的地位の濫用によって、何かできるのであればそう言うこともして欲しい。

こういうところにまで、この結果を持って行きたいというのが現状であります。

今回、このヒヤリングを実施するに当たりましては、日食協より200万円の予算を支出し、流通政策研究所を介して取り組んでおる訳です。

聞くところによりますと、(財)食品産業センターでも、いまこう言う問題について、日食協とジョイントしても良いというようなことの話があるやに伺っておりますので、その方が良いという感じがあるならば、そういうふうを持って行きたいとも思いますが、取り敢えず、日食協独自のこのヒヤリング展開について、公正取引委員会を交えて検討して見たいという風に考えております。』

(以上、日食協側の活動報告を終る)

## 《懇談のあらまし》

(○印 世話人会側・\*印 日食協側)

○ 質問させていただきます。

物流コストの実態調査をされておられますが、これを見て凄いと思うのは、前回に比べて86.7%と大変物流費が下がっており、皆様方の大変なご努力だと存じますが、もう少し詳しく配送費、保管費、荷役費、情報処理費がそれぞれどのようにして、下がったのかを説明頂けると有難いのですが……。

\* これは、物流委員会の調査とは別に、関東支部で調査した資料で、在京14社で酒類食品も含めて算出したもので、物流委員会の酒類と冷食を除いている算出の仕方とは違っております。ただ、配送費、保管費、荷役費、情報処理費の内容の中身は同様の方式によっております。

○ 物流コストで卸の皆さん方が独自でやられてこれだけ下がるとすれば、メーカーと一緒に組んで、いろいろのことをやれば、もっと減るのではないかと言う気が致し、これに比して、わが社はどうなっているのかについても関心があります。

\* この関東支部の数値は、汎用倉庫が殆どであり、物流委員会で調査しているのは、CVSと量販店とに分けておりますが、所謂マテ・ハンは、今迄、汎用倉庫の中で、非常に煩雑な作業をやっていたものを、いろいろ機械化を行ない、庫内作業のローコスト問題が非常に強くなる中で、いままでは、倉庫内でピッキングしている人が、ある程度商品と伝票を見て、その商品が判らないために、ピッキングができない状況が、永い間あったのですけれども、それではとても人件費が賄い切れないので、ハード化するためにどうしようかと言うような努力が、このところずっと続けられたと思うのですね。

ですから、先ほどのITFコードを付けて欲しいという話も、バーコードをスキャンすることによって品物とその伝票を一致させ、入ったばかりの人でも、すぐにピッキングできるようにするといった形で、それぞれに努力をした結果が、そういう数値に現れてきた気がしております。

○ 平均でこれだけ下がっているのですからね、一番下げたところは、どの位下がっているのかと思いますよね……。

\* 確かに酒類食品で、酒類関係はものすごく問屋がリストラをやっておりますね。結局アルコールは儲からなくなり、なかんずくビールなどは、本当に売れば売る程、損を加える値段になっておりますので、徹底的なリストラをやったということもあるのでしょう。

だったら、今迄どうしたのだということになりますが、今迄は、はじめにマージンありきということだったのですね。

そういう甘えの体質にあったものが、切り崩されつつあるということだろうと思います。ですが、これは少し何かあまり会報に出ているものを言っただけでは悪いのですけれども、加工食品を扱っている問屋の人間としては、ちょっとでき過ぎではないのかな、という感じがしますね。

\* 東京都卸売酒販組合でも、同様の括りで実態調査をやっておりますが、こう言う下がり方は集計しておりませんで、いずれこれは、対象にされている企業の配送センターと、それからトータルできれば、私の方も、このような形では公表はしておりませんが、トータルの売り上げ、それからトータル年度の実函数を捉えないと、調査の対象の中には、若干掛かっている可能性がなきにしもあらずのような気が致します。

これは一回伺って見たいと存じますが、ただ、各社各様では、非常に努力をなされていることは事実だと思います。

\* 備車運賃を割引させて、勉強しまして減らしてきていることは、現にあり得ますね。

○ たしかに運賃は、5%前後は皆さん、下げてきているのではないですかね。あるいは、もっと下げておりますかね。それと後、ロットの問題が改善の中であるのではないでしょうか。

当然、在京14社という、ここにおられる皆さんは入っておられますよね。だから、優秀な問屋が大体入っているから、こう言う数値になっているのだと思います。

\* 配送費、保管費、荷役費、情報処理費の各項目は若干の差はありますが、ほぼ同率になっており、ですから先ほど申し上げたように調査対象そのものに、若干の変化があるのではないかという感じがしております。

○ これは在京14社ですけれども、全国9ブロックある訳ですね。そうしますと9ブロックそれぞれにデータを公表して行くという考え方はお持ちなのでしょうか。

\* 昨年この場で申し上げたと思いますが、首都圏だけではなく、中国支部において、ご協力頂きましたが、ワーキンググループも特定の会員からしか頂けないために、集計して皆様に報告できるような調査対象になっていない現状でありますので、これは再度お願いしてみたいなというように思っております。

\* それは、理屈ばいなのですが、矢張り通常の各社の決算の勘定科目がその辺になると、なかなか出せませんので、物流会計という一つの考え方の中で、一つの勘定科目がこうではないだろうかという仮説を付け、それを先ほどの4項目に分けて、当然人件費のあり方はこうではないかとか、セールスドライバーについては、例えば、1日7時間労働であれば、受注時間が2時間、4時間が配送だったと言ったような按分に分けて貰いたいとか、いろいろの形を説明申し上げ、こうしたことは、当然卸としてやらざるを得ない問題ですけれども、各社の事情で出たくない数字でもあり、信頼頂いて協力頂きたい旨、公平な立場でお話した経緯がございます。

結果的には中国支部で、ご協力頂いたのですが、矢張り自社の決算と、新たに数字を作り替えなければいけない煩雑さがございますので、残念ながら継続できていない状況にあります。

しかし、これはいまお話がありましたように、改善しながら努力をして参りたいと存じます。

○ この資料で大体、全体の感じは掴めますね。

\* 日食協調査の7年度というのは、平成6年の4月から平成7年の3月までの1年間の実態調査です。

従って、1昨年の暑い夏は、ケース単価の面で見ますと、軽卒には申されませんが、これとは大分違った形となっていると思われれます。

○ ある程度カテゴリー別に大括りで見ると、結構、再分析といえますか、かなり客観的に把握できるような気がするのですけれども、これは、いろんなカテゴリーに入っている訳ですから、傾向を見るという意味では意義があると思えますね。



○ さっきの食品取引問題検討委員会のご説明がありましたけれど、どのようなスケジュールで進められるのでしょうか。例えば、さっき行政との懇談等縷々申されたのですけれど、どのようなイメージで進められるのでしょうか。どんなタイムスケジュールで進められるのでしょうか。

\* 年間の事業として始めておりますから、3月までには纏まる予定で進めておりますが、それが短年度で終結できるのかどうか、検討委員会の委員長の方からは、これはある程度行政との話し合いの場も必要である、ということをお申されておりますので、今年度のまとめは、少なくとも総会時期頃まで待って、次年度もう1年位は、継続テーマとして、これを進めて行くようになるのかなあという風には思います。

\* 2月24日に検討委員会が開かれましたが、その場での委員長の表現をお借りすれば、これは拙速は避けようではないかというようなご発言があり、一つ一つ問題を整理して、改善案なり、業界のルールを作る訳ですので、慎重にいろいろなご意見をお伺いし乍ら、固めて行くべきではなかろうかのご意向であり、当然のことながら、16社のヒヤリングだけでは不満足なので、日食協275社の会員がございますけれども、できる限り皆さんのご意見も聞くといったことも考慮したいとの話もあり、決して時間を伸ばす言い訳を考えている訳ではありませんが、短期間には答を出せないような状況にいまある訳です。

ただ、かといって現実論として、そういったことが日常どんどん悪い方の話に進んでおりますから、そう言ったことについて、歯止めを掛けなければいけないということが勿論ありますので、そう言ったことについては、日食協のできる範囲ではございますけれども、会員お互いに啓蒙していかなければならない部分もあるでしょうし、懇話会の話ではありませんが、今年は理性を持って商売をしよう、というようなこともございますものですから、姿勢を正して行かなければならない、と言ったことも考えられます。

ただ、中間報告として、いま申されたように、総会位までには何らかの形でまとめたとの目標は持っております。これはあくまで中間報告ですので、方向性が示せるところまで行くかどうか、その辺がまだ判らないのですが……。

○ 以上の話に関連しての質問ですが、検討委員会の活動内容を6項目にわたってお聞かせ頂いたのですが、一つ一つの項目は大変難しい問題だということはよく判ります。ですけれども、ある程度方向性とか、その結論まで行かなくとも、姿が見えるものがいく

つかあると思いますね。

例えば、2番目の帳合変更のような問題については、どのような問題検討をなさるのか一寸お聞きしたい。

と申しますのは、個々にいろいろと、共通点の整理ができる問題と、そうでない問題もあり、寧ろ、この問題の方が大きいのではないかと思うのですけれども、メーカー側にしても、それから皆様方の側にしても、個々の利害というとおかしいかも知れませんが、非常に微妙な部分が入っているから、そういう問題で、どのような形で状況調査に入っておられるのか、その辺、開陳できますか。

\* 帳合変更に関連しましては、現状は、帳合変更というのは本来であれば、取引は自由でありますので、どうであれ逆らう術というものはない訳です。

ただ、根底に卸対小売の取引感情の中では、取引契約書、基本取引契約書といったものが交わされないまままきているのも事実です。

これは、一部しかないといった方が良いのかも知れません。それで、それらの中に謳い込めるものであれば、そう言ったことは謳い込みたい。また、それによって大きなマイナスを、若し卸側が受けるような場合には、そう言ったことについては、予め保証して貰えるかどうかというようなことでありますとか、あるいはこう言った話を出されてからの、猶予期間であるとか、そう言ったようなことについて、どういう形でお願ひできるのかどうか、そのようなことをやっております。それから会員相互の、乃至卸業同士のお互いの協調とか自覚というものが、当然求められるし、そこにまた、日食協として啓蒙活動が必要ではないかといったような会話を交わしているという段階で、まだ決まった訳ではありません。

○ それから、行政との話し合いということについては、先ほど、差別対価の問題、優越的地位の濫用的な問題、不透明な取引慣行の問題と、取り敢えず3つのテーマを上げられましたが、その中で例えば、差別対価の問題は、切り口として、卸レベルで取り上げられるのか、あるいはストア側の小売レベルで取り上げられるのか。問題は両方あると思います。

恐らく、Aというスーパーに対する納価と、Eというスーパーに対する納価が、不当に差があった場合の提訴というのは、小売側から出なければ、意味がないのではないのかということが一つあると思うのですが、その辺のことについては、検討委員会の委員長はどのような切り口でなされるのですかね。

\* そのことについてお伺いしたことはございませんが、差別対価の問題と、もう一つ不当廉売という問題があり、いずれに致しましても、卸の場合には両刃の剣で、自分が言えば、今度は、自分もリスクを負わなければならないという面もございますので、そう言った意味で、いま申されました差別対価につきましても、一方的に我田引水で決めても、自らを縛らなければならないということは、何かおかしいのではと言った、そんな会話をしています。

○ それが出来ない限りは、所謂秩序的には成り立たないと思います。ですから私は、寧ろ小売サイドがリージョナルな小売と、ナショナル小売とが不当に差別されるケースがあり、同じテリトリーで納価が違ってくると言うことはある訳ですよ。そう言った問題も含めてどんな切り口をなさるのかなと思って伺った訳です。

\* それは、非常に難しい問題でございまして、全国展開しているお相手があったとしても、地域によって、こちらが違う出し値があっても、当然なのではないかという考え方がある訳ですから……。

○ それを当然と見るか、それは不当だと見るか、その定義の問題ですよ。それをセンター中心に見ていけば当然不当になってくる訳です。

\* その辺がまだ、同委員会の委員長のご意見なり、更に、そこで業界として纏まって、公正取引委員会と懇談しようと言ったところまでには至っておりません。

○ それに、平成2年7月11日に公取委が、取引慣行に係るガイドラインを発表しましたが、その時、6カ月位の間に組織小売業の方で15~20社位、それからメーカーの方もピックアップしてヒアリングをしましたが、最近の公取委のガイドライン等についての動きはどうなのでしょう。

\* 昨年の夏以降に、公正取引委員会は半年位前に、一斉に大手量販店を回られました。その結果は、ガイドラインを公表した当時とそんなに進歩していない、良くなっていないというようなレポートをまとめております。

そこで、いまわれわれが取り組んでいる取引問題検討委員会のインフラ整備のテーマに関するヒアリングが終わって、いろいろなことが出てきているのですよと、一緒に勉強して見て下さいとこのほどお願いしたところ、公取委の取引課側では、参りましょ

ということで応じて頂きました。

ですから、私が思いますことは、このようにいろいろのことをやって行き、じわじわとこう言う話が伝わっていけば、ある程度大手のお得意様の方でも、日食協の動きを気になさるようになって呉れるのではないかなというような感じを持っています。

そこで、ルールまで、一挙に作れるような状況になるのかどうかは判りませんが、兎も角、出来れば公平な競争が出来るように、何とかしていまのガイドラインを、もう少し明確なものにすることが出来れば有り難いと思っています。

ですけれども、これは、わが方が思うだけであって、果たして、公取委の担当官が何と言われるかは判りません。

\* 前回公取委が調べたものと、今回チェーンストアの状況を調べたこととを、比較してみると、何ら進歩がないということのようです。

○ 何ら進歩がないということは、寧ろ悪くなっているという意味ですか。

\* 良くなっている部分と、悪くなっている部分とがあるという意味だと思います。

○ ガイドライン通りに、全部やられたのでは、メーカーの方も結構きつい面もありますからね。

帳合などは寧ろ、規制してはいけない訳で、これは買い手側を重視していて、帳合を否定するなんてことは、とんでもない話だということになりますからね。売った、買ったは、それは勝手ではないかというガイドラインの文面になっておりますから、あまりこちらの声を高くしていくと、まずい面も出てくるのではないのでしょうか。

\* しかし、それでもメーカーさんの方は、問屋の相手を選ぶ権利がありますからね。

○ いま、メーカーは寧ろ選ばれる時代ですから……、それは覚悟しておりますので、良い品物を提供しなければ駄目だと心しております。

\* ですから、それは、一歩でも二歩でも前進するように、バックアップをお願い申し上げたいと思います。

このたびのヒヤリングの中には、卸に対する意見もあって、兎に角、同業が悪いのだと、卸の中には、非道徳的な動きをするところがある、というようなことを言っているところもあるようです。

だからもう少し、協調しなければ駄目だと……。メーカーさんがわれわれに下さる価格についても、非常に透明性に富み、大手に対して、優遇しているのではないかという声だとか、具体的な数字を上げてみてね、例えば、小売マージンが25%、卸マージン10%、だからメーカーの出し値は65%である。で、それを55%位で出しているような価格でもって、スーパーに商談をしている大手卸がいる。それは、結局メーカーがバックアップしているのではないか、というような話もあり、こう言ったいろいろな、生の声が上がって来ております。

- 中間報告をまとめる訳ですけれどね、その他は別として、6項目にわたり、例えばメーカーから見た立場と言いますか、ここの4番とか5番については、個別の場合もあるし、メーカー・卸とのセットの場合もあり、従って、多少メーカーサイドからのヒヤリングも考えて頂かないといけないのではないかと思いますね。

各項目につき、メーカー・卸というワンセットの場合もあるし、各項目についてお互いに個別の問題もあり、そう言う両側面がありますので、ワークは大変だともいいますが、参考的にヒヤリングをメーカーサイドからもするということが、良いのではないかという気もしますので、その辺も一寸ご研究頂けますかね。

そんなに沢山広げることはなく、5社位でも良いのですが、共通問題というような面もありますし、利害特質が相反するような性質の問題もあるでしょうから、そう言うようなことを考えて頂くと良いと思います。折角これだけの課題を掲げる訳ですから……。

- それぞれこの大きな項目で、まとめをして頂くということで、われわれも大変に関心を持っておるところなのですが、昨年、賞味期限の問題と、PL法がスタート致しましたけれど、PL法が実施されるについて、随分消費者の関心が高まって来たということでしょうか、私どもへの問い合わせ、クレーム等が増え、3割位増えておりますでしょうか。他のメーカーさんはどんな風だろうか、ということが一つと、それから、賞味期限の表示変更についても、どのように変わってきたかについて、スーパー等を見て回っていますが、特に賞味期限で、外装等の問題も、同時に皆さん方では、切替えをされているのでしょうか。

先入れ先出しなどについての、戸惑いなんかはございませんでしょうか。そんな部

分は順調に行っているのでしょうか、何かございましたら聞かせて頂きたいと思います。私どもは、これからというような部分が沢山ありまして、少し遅れた質問かも知れませんが……。

- \* これは私の社内だけでのことですが、ある量販店では、独特の賞味期限を設定しており、それでフレッシュローテーションと称して、その辺の管理の問題については、いろいろとしていますが、これを完全にシステム化しなければいけない訳ですが、現状はまだそこまでなかなか進まないという点があり、そうすると、どういうことをやっているかと言いますと、庫内で現実にピッキングに当たっている人間が、よくそういうことが出来るなど、私個人が言いたくなる位、かなり神経を使ってやらせて貰っております。

詳しいことは省きますが、例えば即席麺だけを取り上げて、半年の賞味期限のメーカーさんと、5カ月だというメーカーさんがあり、ですから、この辺の問題について、物流委員会のメンバーともう一度ご相談した上で、これは寧ろわれわれ日食協内部で、そういう面を認識して、どういう風によりメーカーさんのご期待にも沿い得て、合理的な物流が出来るのか、そう言った問題の検討にも入れたらなと個人的には考えております。

- \* 一寸話は違うかも知れませんが、例えば、日食協としてやらして頂いている物流費の実態調査ですが、これは、ほぼ専用センターに近い形での物流経費の算出をして頂いて、それを集計しておりますので、比較的安定した同じスタンスでの比較が出来るという点があります。

ところが例えば、汎用センターの場合は、いろいろな業態のところに運んでおり、ですから、総センターのトータル的な物流費は函当たり幾らか、例えば量販店にお運びしている分がケース当たり幾らか、問屋に運ぶのが幾らか、酒販店の場合は幾らかというように、本当にわれわれが知らなければならない物流コストは、まだ、掴み得ておりません。

どこか特定の私どものセンターで、そういう業態別の物流費が掌握出来ればと考えていますが、システム化を図ることによって、もう少しクリヤーな管理ができるのではないかなという感じがしています。これは、一つの課題であると言う風に現状は考えております。

\* 当初、日食協の関係委員会のなかで、まだ賞味期限の施行が行われる以前のことでしたが納入期間、販売期間の問題があって、その実態について具体的に情報交換し、状況分析も行ない、外部へ要望する段取りをしておりましたが、その間に賞味期限の検討が行政面で持ち上がり、その進行状況を見た上で、改めて研究課題にしようということになり、今後関連委員会で検討するという経緯があります。この点、これからの状況を見て検討を再開することになろうかと思っております。

\* 私、以前にアメリカのスーパーバリューの配送センターを見て参りましたが、あそこは、商品を格納するラックに入れる時には、フリーアドレスになっているのですね。たしか1丁目何番地の何々というような符号がついていて、何印のマヨネーズの何百グラムだという注文が今日入った、そうして、何丁目何番地のどこに、この商品は納めたよと言うことがコンピュータに登録される訳です。で、また翌日入った、今度は何丁目の何番地に納めたよ、というようにインプットされる。ですから、彼らの場合は、マヨネーズの何百グラムをということで呼び出すと、入った入荷日がダーと出てきて、どこそこに出しなさいと言ったように、全部システム化されているのですね。

このように、先入れ先出しが励行されております。

こうしたことは、われわれだとて、できないことはない訳でありますから、一日も早くやって行くべきことだろうと思います。

○ 大変幅広い活動を、長年にわたってやって頂いている訳ですが、現状のビジネスの状況に対する認識は、卸もメーカーもともに共通する課題だと思います。

加工食品取引問題検討委員会で取り上げられていることは、かなり重要度、緊急性が非常に高い問題だと思いますが、ただこれは、緊急性というよりは、業界全体のコンセンサスであるということ、それから、メーカーとの考え方のすり合わせも、勿論大事なことですし、幅広く意見を聞く、ということも大事かも知れませんが、われわれとすれば、もう少し、業界全体との自主規制と申しますか、考え方の共有化と言いますか、こう言うものをできるだけ早く、作り上げることを望みたいなと思います。

私どもメーカーも小売から受けているプレッシャー、要求が年々エスカレートしてきておりますが、これは矢張り、メーカー自らが、自分達の経営理念だとか、ビジネス管理をもって、自分達で判断をしていかざるを得ないですね。

これらの直接そう言った要求、プレッシャーに対してどう対応するかは、メーカー個々の問題だと思いますが、ところが昨今、ここに書かれているような部分は、矢張り卸さんと結果的には共有してしまうのだと存じます。

特に帳合だとか、センターフィーだとか、価格の見直しと言った部分は、どこまで問屋さんが自主的な判断でやられ、それを貫かれるというのであれば、それは結構なことだと思いますが、ビジネス全体ということになりますと、程度の濃淡はあるかも判りませんが、メーカー自身も、これは関与といいますか、それがいやがおうでも求められる。別の言い方をさせていただきますと、巻き込まれてしまう。

そうなった場合、矢張り昔のような、メーカー預けという状況は、わが業界での話ですがそれはできませんものね。

ですから、日食協のリーダー的なご企業さんに、矢張り、一つの判断基準だとか、自主的ルールだとか、難しい問題ではありますが、ビジネス企業としての経営という観点から、何らかの判断基準なり、考え方をお持ち頂くべき時期に来ているのではないかなと思います。

非常に僭越な申し方をしまして申し訳ありませんが、最近のビジネスの状況を考えて見ますと、非常にシビヤに受け止めざるを得ないなと考えております。

- \* アメリカの公正取引委員会は、カルテル行為として捕まるのは、それは価格に関与した時だということを知っておりますが、差別対価問題、不当廉売問題等、そうした問題に関して、もう少し明確に公正取引委員会に示してもらうことができれば良いのだがなと思いますね。

ということは、Aスーパーに対しても、Bスーパーに対しても、またCスーパーに対しても、同量同一の商品であるならば、同じ価格でなければならない、これに差別の価格を設けては駄目だということですよ、アメリカの差別対価の問題というのは……。

そう言うようなことが日本でも行われるよう、公正取引委員会との話し合いを持つようと思っております。

いずれにしても兎も角、差別対価、不当廉売等々について公取委が何らかの形でもってある程度示唆を与えて呉れますと、やり易くなっていくのではないかなと思っております。



すが、この辺のことについては如何でしょう。

- それは、先ほどお話ししたような問題点が私はあると思っており、これについて委員長さんがどのような判断をされるかは判りませんが、矢張り卸が卸レベルで、場合によっては提訴するような形を取らないと、法制化できない感じがしています。

私は、よくリージョナルなスーパーの社長さんと話をしておりますが、スーパーさんレベルでも、それをやらなかったら、秩序というのは取れませんよということを、よく申し上げるのですけれどね……。

スーパーさんが、ナショナルが進出してきたことに対してある程度、ブロックしたければそういうことを法制化する必要があるのではないかと。そういう動きを付けて上げない限りは、これはなかなか実現しないのではないかなと思っております。

しかし、日本人は提訴ということは恐らくやらないのではないかと思いますけれども、その位の動きをやらないと、公正取引委員会は動かないのではなからうかということが一つありますね。

不当廉売はこれは別ですから、これは、われわれでも十分資料さえ揃えば、できるのではないかと思います。

ただ、そういう問題の外に、流通経費の問題は、これは尺度を明確にする必要があるのではないのでしょうかね。

例えば、センターフィーというのは、メーカーが払わなければいけないのか、卸の皆さんが払わなければいけないのか、小売りが払わなければいけないのかという尺度だけははっきりしておくべきだと思います。それを、まあまあという形でやるから、非常に曖昧な状況に今なっていますよね。

で、私は、小売りが持つべき領域というのは、かなりはっきりとあると思いますね。

自分のセンター、あるいは自分がセンターを利用しているところからの費用であれば、これは、小売りの負担ですよ。ですから、それを卸が代行するのであれば、それは、卸の負担だと言ったように、その辺の尺度だけは、明確にしていく必要があるのではないかと思います。それがこれからの課題だと思います。

\* 計算根拠をはっきりさせて貰うということですね。

○ そうですね。某社辺りなら、そういう論法には、一応は乗ると思いますけれどもね…  
…。

\* 確かに道は険しいけれども、積極的に取り組んでおりますので、宜しくご支援の程お願い申し上げます。

\* 次回の開催予定でございますが、実は日食協のこれからの予定として、4月24日には、総会に先立つ理事会を開催する予定であり、5月28日には定時総会を開催する運びであります。

又、本部の定時総会が終わりますと、6月中は全国8支部の支部定時総会が、それぞれ開かれ、併せて支部賛助会員連絡会が開かれる予定です。

このように行事がたてこんで参ります。

しかも本部におきましては、役員改選年度であり、各委員会も任期満了の年度に当り、事務局作業も多岐の作業となりますので、本来であれば、4カ月に1回の開催を目標としていますが、7月の開催と1カ月ずらして頂ければと存じます。

<打合せの結果、次回32回賛助会員世話人会は、7月25日正午から、日本橋精養軒において開催することを内定。>

\* 本日は長時間のご懇談を頂き、有り難うございました。

## あるべき取引ルール等の策定へ 特定課題の絞り込みを検討

本号前掲の「第31回賛助会員世話人会」での懇談内容として取り上げられた「加工食品取引問題検討委員会」の活動については、帳合変更、差別対価、不当廉売あるいはセンターフィー問題等々、卸周辺のインフラ整備を進める上での実態把握を手始めに、調査初年度の作業としては、加工食品流通におけるあるべき取引慣行のあり方の策定等に向け、現在特定課題の絞り込みが急がれているが、中間報告的に現時点での活動の内容を掲げて

見ることとする。

なお、以下に記載する活動内容のうち、基本的認識及び基本の方針の部分については、すでに会報91号（前々号）に掲載済みであるが、活動の全体を掌握して頂く意味で、再録させていただく。

## 「加工食品流通における今後の取引慣行のあり方」（案）

### 1. 基本的認識

今日の加工食品卸売業を取り巻く経営環境は、変革の真っ只中にあるといえる。

そのなかでも、卸売業に及ぼす影響が最も大きいのが、メーカーによる価格政策の変更である。

具体的には、卸売業に対する利益補償的建値制から、オープン価格制へ向けての価格政策の変更である。

これらの変化は、加工食品流通そのものを大きく変化させる可能性を有している。

特に、建値制を企業経営の前提とした加工食品卸売業においては、卸売経営システムや、仕入先及び販売先との各種取引条件の設定のあり方、更には取引に関する条件設定そのものの抜本的な見直しを強く求めている。

そこで、ここにおいては、オープン価格制への移行を迎える加工食品流通における取引慣行のあり方について、その方向性を示唆することを主たる目的とする。

### 2. 基本の方針

加工食品流通における取引慣行のあり方を検討するに当たっては、以下の方針に基づいて実施するものである。

- (1) 本調査研究の目的は、近年の取引慣行問題のように、卸売業が被害者であるという前提ではなくて、加工食品流通において必要な役割、機能を果たすための基盤整備にある。

そこにおいては、卸売業自体の企画経営に対する、意識の変革が強く求められる。

- (2) 近年の取引慣行問題は、卸売業と小売店に主眼が置かれてきた。しかし、加工食品流通における取引慣行のあり方を検討する上では、メーカー、卸売業及び小売業が共通認識のもと同一の問題点を把握することが強く求められる。但し、そこにおいては、卸売業が主体となって各種提言を整理するものとする。

### 3. 加工食品流通における取引慣行のあり方についてのテーマ

加工食品流通における取引慣行のあり方の基本的考え方をまとめるに当たっては、以下の如くテーマを分類した。

1. メーカーと卸売業における取引条件の設定のあり方
2. 小売業の都合による卸売業の取引関係の大幅変更（帳合変更）を行う場合の望ましいルール
3. 流通センターフィー決定の望ましいルール
4. 小売業における仕入時の価格に係る課題
5. 小売業における価格以外の諸課題

### 4. 調査研究の方法

加工食品流通における取引のあり方を示唆するために、「加工食品取引問題検討委員会」を開催し、以下の方法をとった。（3月21日の検討委員会ですでに4回開催）

- (1) 近年の卸経営上、問題となっている取引上の課題の整理
- (2) 卸経営上、問題となっている取引上の課題解決の方向性についての仮説の策定
- (3) 地域（地方）卸売業の求める取引慣行改善の方向性の確認（卸売業へのヒアリング調査：すでに16社にわたり完了。）
- (4) 卸売業経営上問題となっている、取引上の課題解決の方向性の絞り込み
- (5) 日食協加盟卸売業に対して、上記(4)における課題解決の方向性についての認識を確認する。（アンケート調査）
- (6) 日食協としての、加工食品流通におけるあるべき取引慣行のあり方を整理すると共に、それらをメーカー、卸売業及び小売業とで改善する方向性を示唆する。

## 5. 加工食品流通における取引慣行のあり方に対する基本的考え方

### (1) メーカーと卸売業における取引条件の設定のあり方

#### ① 現 状

今日、加工食品メーカーの多くは取引制度や価格制度の変更に取組みつつある。具体的には、建値制から商品の販売価格での取引となるオープン価格制への移行である。これらの変革は加工食品流通全体にとって、好ましいものと考えられる。しかしながら、現状のように加工食品メーカーが、個々にさまざまな対応をしたのでは、加工食品流通そのものに混乱を招き兼ねないと予想される。

#### ② メーカーと卸売業における取引条件設定のあり方の基本的考え方（原案）

メーカーと卸売業における取引条件設定のあり方を考えるうえで、米国におけるアローアンス制度のように、明瞭性・透明性をもたせることを基本的方針として、以下の仮説を設定した。

- (a) 建値制における価格体系及び取引条件は、「定率+定額」のマージン及びリベートを原則とする。
- (b) 特にメーカーのオープン価格制の導入等においては、明瞭性・透明性のある取引条件の設定を行ない、卸売業の仕入原価の明確性ができるようにする。
- (c) 卸売業に対する各種取引条件の設定（ボリュームに基づく割引制度、納品条件取引ロット、代金決済と割引等）は、経済合理性があり、公平性のあるもので、悪平等でないものとする。
- (d) 卸売業の果たす役割・機能の明確化を図るとともに、それら役割・機能を発揮するため、必要なコストを負担することを原則とする。

### (2) 小売業の都合による卸売業の取引関係の大幅な変更（帳合変更）を行う場合の望ましいルール

#### ① 現 状

今日、加工食品業界においては、小売業が様々な理由により、従来の仕入れ先を変更する事例、いわゆる、帳合変更が多発している。帳合変更の事例を見ると、客観的に見て納入業者である卸売業に問題がある場合も存在しているようである。

しかし、多くの場合、卸売業に客観的な問題点が明らかでないにもかかわらず、突然にしかも一方的に、帳合変更がなされている事例が多いようである。

これらの現状は、加工食品卸売業の存立基盤を揺るがすものであり、ひいては加工食品流通そのものの健全な発展を損なうものと考えられる。

② 小売業における取引商品の大幅な変更・減少を行う場合の望ましいルール的基本的考え方。（原案）

小売業における取引商品の大幅な変更・減少を行う場合の望ましいルールを考えると、取引当事者間において、事前に平等な話し合いを行ない、合意内容について、明文化することを基本的方針として、以下の仮説を設定した。

- (a) 取引商品の大幅な変更・減少を行う場合には、独占禁止法に照らして違法性のないよう事前に十分周知することが求められる。
- (b) 取引の開始時（途中も含む）の契約書の締結に、取引商品の大幅な変更・減少を当事者間で合意したうえで、それら内容を明文化することが求められる。具体的には、以下の内容が必要となる。

- ・取引商品の大幅な変更・減少を行ない得る要件
- ・取引商品の大幅な変更・減少を行なう場合の予告方法
- ・取引商品の大幅な変更・減少の予告から実行までの最低期間
- ・取引商品の大幅な変更・減少を行うに伴う卸売業の損失補填方法等

(3) 流通センターフィー決定の望ましいルール

① 現 状

昨今、大手小売業を中心に、商品の店舗納品を自らコントロールすることを主要な目的として、流通センターを構築する事例が見られている。流通センターの構築そのものには、大きな問題はないものの、その運用が問題視されている。具体的には、店舗納品システムのあり方について、納入業者と小売業が十分検討する機会が設定されることもなく、流通センターの構築を一方的に通知してくる。流通センターから店舗までの配送を小売業が代行するという名目でそれらの費用を一方的に要請して来る。

また、それら費用が卸売業による配送コストよりも高いうえ、定期的にしかも一方的に値上げ要請してくる。更には、同一小売業においても流通センターによっては、センターフィーの料率も異なるし、品目によって掛かるコストが異なるにもかかわらず、同一の費用を請求されている、と言った指摘がなされてきている。これ

らの現状は、加工食品の物的流通、さらには、取引をも複雑にする可能性を内包していると共に、加工食品卸売業の存続をも困難にする可能性を内包している。

## ② 流通センターフィー決定の望ましいルールの基本的考え方（原案）

センターフィー決定の望ましいルールを考えるに当たっては、取引当事者間において、事前に平等な話し合いを行うとともに、センターフィーに係るコスト設定の明確性を高めることを基本の方針として、以下の仮説を設定した。

### ・ (a) 小売業から見た流通センターの設置と、フィーの要請における合理的理由の明確化

- ・ 流通センターフィー算定基準の明確化
- ・ 商品群別流通センターフィー設定根拠の明確化
- ・ 卸売業等による個店配送コストと流通センターフィーの比較による、流通センターフィー料率設定の妥当性の検証機会と実務担当者同士の情報交換の場の設定

### (b) オープン価格化の進展に伴い、商品価格に対して各種コストがマークアップするという共通認識の醸成。

- ・ 商品価格は、裸仕切（ネット）価格である
- ・ 物流（納品）コストや流通センターフィー等の各種コストは、当然ながら商品価格と別に、おのおのの受益者が負担するルール
- ・ 流通センター納品と各店舗への納品は、それぞれ別の価格体系とする
- ・ 流通センター設置においては、納品側（卸売業）と小売側が果たす役割・機能の明確化を図る。

## (4) 小売業における仕入時の価格に係る課題

### ① 現 状

今日のわが国の環境下にあっては、消費者の低価格志向に対して、低価格化志向のディスカウントストアの台頭もあり、小売段階において実勢価格の低下傾向が顕著となっている。

この実態を受けて、小売段階においては、ローコストオペレーションへの取り組みを行なっているものの、仕入先である卸売業への納入価格の引下げ要請を強めて

いる。

しかも、それらの要請の中には、卸売業のメーカーからの仕入値を下回るものが常態化している。中には卸売業にとっての不当廉売に当たるような事例も数多く見られているようである。これは、逆に言えば小売業の優越的地位の濫用行為に該当するような、つまり独占禁止法問題の生ずる可能性があるといえる。

このような実態は、加工食品流通にとって重要な役割・機能を有する、卸売業の存立を危ないものにする可能性を内包しており、加工食品流通の健全な発展のためには何らかの対応策が必要となっている。

## ② 小売業における仕入時の価格に係る課題の基本的考え方（原案）

小売業における仕入時の価格に係る課題を考えるうえでは、卸売業の仕入価格以下で販売を禁止することを基本の方針として、次の仮説を設定した。

- (a) 小売業による仕入時の低価格要請は、独占禁止法に照らして、違法性のないよう十分配慮することが求められる。
- (b) 取引価格の設定についての共通認識の醸成
  - ・原則として、卸売業としては仕入れた価格以下での販売は例外であることの周知
  - ・卸売業が仕入価格以下で販売することは、卸売業としての不当廉売に該当する（検討の要あり）ことの周知・徹底
  - ・小売業も卸の仕入価格以下での商品仕入は、独占禁止法上違法性の可能性が大である（検討の要あり）ことの周知・徹底

## (5) 小売業における価格以外の諸課題

### ① 現 状

小売業の各種行為は、その販売力の大きさから、仕入先企業に対しては、優越的地位の行使に該当するような行為類型も発生しているようである。

その実態は卸売経営システムの生産性を低下させるようなものから、企業としての存続そのものを困難にさせるようなものまで、多岐にわたっているようである。

具体的には以下のものが指摘できる。

- (a) 返品問題
- (b) P L法関連の各種要請（P L法保険加入要請等）



- (c) 労務提供問題
- (d) 品質管理（企業毎に基準が厳格な賞味期限設定・運用）
- (e) 小売業の都合による物流範囲の変更と、結果としての取扱商品の大幅な変更・減少の発生
- (f) 販売協力要請（パーティー券、各種企画販売時の協力要請等）
- (g) 加工食品の流通に係る企業各社間での共通コード以外のコードの使用や個別伝票での取引及び物流用ラベルの貼付の要請

② 小売業における価格以外の諸課題の基本的考え方（原案）

- ・ 小売業における価格以外の諸課題を考えるうえでは、受益者負担を前提とした取引を基本方針として、以下の仮説を設定した。

- (a) 小売業からの各種要請が、独占禁止法で規定する違法行為に該当しないよう十分配慮することが求められる。
- (b) 価格以外の諸課題については、当事者間で合意を得たうえで、それら内容を契約書により明文化することが求められる。

## 6. 今年度の具体的取り組み

加工食品流通のあるべき取引慣行のあり方を整理し、周知・徹底を図る上では、以下のような取り組みを行う必要がある。

- (1) 地域（方）卸売業の求める取引慣行改善の方向性の確認（ヒアリング調査）
- (2) (1)の内容を、日食協加盟卸売業全社を対象に確認する（アンケート調査）
- (3) (1)～(2)の調査結果に基づいて、加工食品流通においてあるべき取引慣行のあり方を策定。具体的には、総合的に検討するのか、特定の課題に絞り込むかを固める。
- (4) 関係者に周知・徹底を図る。
- (5) その後、関係官庁や団体等との協議を継続的に行うものとする。

# 平成8年度の事業計画等基本協議

## 正副会長会議を開催

平成8年度を迎えるに当たり、新事業計画の組立てをはじめ、新年度は役員の改選年度ともなっており、その準備に入るに先きだち1月18日正午から日本橋精養軒において、正副会長会議を開催し、①「加工食品取引問題調査研究小委員会」の活動中間報告及びインフラ整備の方向づけについて ②各委員会の重点活動等について ③理事の異動について ④事務局運営及び人事について ⑤その他災害対策等について審議が行なわれた。

特に、「加工食品取引問題調査研究小委員会」の活動中間報告及びインフラ整備の方向づけについては、加工食品取引問題検討委員会としての立場から、下記のような活動の現況等に係る報告資料が提出された。

1. 進行状況：平成7年末までに会員企業16社に対するヒアリングを完了し、その要約を作成。これをワーキンググループにおいて問題整備した。
2. 調査概要：ヒアリングは、主に会員の抱える現状の取引慣行上の問題点及び今後の取引改善に向けた基本的な方向性を求めて、次の個別的事例を通して、ヒアリングした。
  - ・メーカーとの取引条件
  - ・帳合変更
  - ・センターフィー
  - ・小売業からの価格見直し要請
  - ・価格以外の要請
  - ・その他
3. 内 容：(1) メーカーと卸売業における取引条件の設定のあり方のうち、建値制についてはいろいろな角度から不満を持ちながらも、継続すべしとの意見が多い。但し、日食協の提唱する「定率+定額」の原則は、支持されている。

オープンプライス制については、賛否が分かれる。企業間格差の現れであろう。
- (2) 帳合変更を行なう場合の望ましいルール

小売業側の置かれた客観的情勢から、帳合変更が行なわれる例が増加してきている。従って逆らう術とてないが、卸売業同志の自覚、協調によって避けられる弊害もあり、日食協に対しても啓蒙的活動が望まれる。

(3) 流通センターフィーの決定の望ましいルール

卸売業が小売業の流通センターを受諾するケースが増加し、一般化されつつある今日、改めてオペレーションコスト低減の研究と不合理なフィーの決定に対して、メスを入れる必要がある。

(4) 小売業の低価格要請

卸売業の仕入原価割れ販売を法的に否定する等の規制、あるいは上述の周辺条件の合理化が進展せねば、歯止めがきかない問題である。

(5) その他の要請

従来の無理難題は、一般的に減少したものの、新しい「優越的地位の濫用」というべき要請も後を断たない。業界全体の声を日食協として取上げるケースがあるやも知れない。

(6) その他

- ・全体として、かなりドロドロとした実名公表のできない実態をヒアリングできた。
- ・改善方向については、企業差、個人差が大きく、問題意識すら欠けているケースから、改善案提示があるケースまでまちまちである。日食協ワーキングレベルの考え方をサジェストしても、積極的賛同の意見（反対意見は殆どない）も少ない。
- ・日食協のリーダーシップが求められていると解釈される。

なお、この正副会長会議において、来る5月28日開催の定時総会では、任期満了に伴う役員改選が行なわれることになるが、理事の異動と専務理事及び運営委員長の退任等が報告され、了承された。

その他については、これまで東海沖地震対策として、缶詰の在庫量及び倉庫管理者等の報告を例年9月時点で行なってきたが、阪神大震災を契機に、全国地域を対象に組み直しすることが、関係当局で検討されており、これへの協力が呼び掛けられることになろう、との事務局報告がなされた。

## 「取引問題の実態」で公取委と懇談

### センターフィー等の実情を報告

「加工食品取引問題検討委員会」が取り組んでいる、卸周辺のインフラ整備推進活動は、前掲の如く、すでに会員16社に上るヒアリングを終わり、具体的な施策等につき作業が進められているが、去る2月15日午後2時から日食協会議室において、公正取引委員会・取引部取引課取引方法係長の猪又健夫氏、新田隆夫氏のご両名にご参席願ひ、中間段階での初懇談の場を持った。

この懇談の場には、加工食品取引問題検討委員会の日食協委員メンバーが出席し、ヒアリング等の実態を踏まえ、公取委のガイドラインに照らし、公平で透明性のある取引慣行の構築が強く望まれるとし、特に帳合変更の実態、差別対価、不当廉売、センターフィー問題等々を具体的に取り上げ、状況報告すると共に、今後団体として、これら優越的地位の濫用行為と見られるような事項について、どのような姿勢で取り組むのが好ましいとされるか等につき、アドバイスを頂戴した。

現段階での、懇談内容は事情により省略させて頂くが、加工食品卸売業界における現状は、初懇談ではあったが、その実態が、先ずある程度受け止められたのではないかと推測される。

なお、主なヒアリング内容を若干拾いあげてみると次の如くである。

- ・メーカーとの取引条件に係る問題
- ・小売業による卸売業との取引慣行の変更
- ・流通センターとセンターフィー問題の改善の方向
- ・小売業における仕入価格引下げ要請に係る問題点
- ・小売業による価格以外の優越的地位の濫用
- ・小売業による卸売業の帳合変更の現状と改善の方向
- ・他業界におけるメーカーと卸の関係
- ・今後の日食協活動と要望等々

## 平成7年度日食協・経営実務研修会

### 大阪・東京の2地区で開催

社団法人日本加工食品卸協会では、農林水産省助成事業で、財団法人食品流通構造改善促進機構の委託による「平成7年度卸人材育成確保推進事業」を受託し、卸人材の育成とその確保のための、経営実務研修会を大阪・東京の2地域で開催した。

開催に当たっては、本部及び近畿支部・関東支部の両支部の共催によって実施された。

#### 〔大阪地区〕：

日 時 平成8年3月8日（金） 午後1：30～4：00  
場 所 大阪富士屋ホテル 2階 桜の間  
大阪市中央区東心斎橋2-2-2  
次 第 近畿支部長挨拶 富江 弘吉氏（松下鈴木株式会社取締役社長）

研修内容 平成7年度 日食協経営実務研修会  
『新世紀を拓く加工食品卸売業』  
ー現状分析から方向づけまでー

講 師 神奈川大学 講師 野澤 建次 先生（流通政策研究所・専務理事）  
活動報告 日食協・事務局 井岸 松根 氏（運営委員会・副委員）

はじめに、近畿支部長の富江弘吉氏より、研修会を開催するに当たっての主旨と、日食協の団体としての現況等についての挨拶があり、続いて井岸松根氏からは、本部委員会の重点活動につき報告がなされた後、野澤建次先生による1時間半にわたる講演が行なわれた。

このたびの研修会は、近畿支部会員及び事業所会員を対象として実施されたもので、これには70名が参加した。

講演内容としては、特に日食協が現在取り組んでいる、卸周辺のインフラ整備の問題、

平成7年度の農林水産省の助成事業であり、財団法人食品流通構造改善促進機構の委託事業「最適流通システム開発普及事業」の調査に関する、中間段階における報告を中心に研修がなされた。

なお、講師の野澤先生は、卸周辺のインフラ整備を主テーマとして取り組んでいる加工食品取引問題検討委員会傘下の「取引問題調査研究小委員会」メンバーとしても、積極的に参加協力を頂いている。

#### 〔東京地区〕：

日 時 平成8年3月11日（月）午後1：30～4：00  
場 所 東京証券会館 9階

研修内容 平成7年度 日食協経営実務研修会  
『新世紀を拓く加工食品卸売業』  
－現状分析から方向づけまで－

講 師 東京経済大学 教授 宮下 正房 先生（流通政策研究所・所長）  
日食協・運営委員会 磯内 善介委員長（㈱国分流研・社長）

この関東支部共催による研修会には、各県ブロックからも積極参加を得て、100名を超える出席を見た。

研修会は、北田専務理事の司会により進行され、はじめに磯内運営委員長より、加工食品卸売業界を巡る現況、特に国際化時代を迎えての、流通業界の変革、なかんづく建値制、リベート制の見直しと、新取引制度に向けての新しい流れ、そうした一連の流通環境の変化に対応し、物流・情報を含めてのローコストオペレーションの強化と卸機能の発揮、そして、センターフィー問題、差別対価、不当廉売等々、優越的地位の濫用行為に係る問題への対応、即ち日食協がいま重点的に取り組んでいる、卸周辺のインフラ整備に関する、加工食品取引問題検討委員会の活動の現況につき基調講演をされた。

続いて、宮下正房先生が演壇に立たれ、加工食品卸売業界がいま直面している環境の厳しさ、それを乗り切るための、卸売業としての基本的スタンス、さらには、このたびの調査研究に係る中間分析から見た、現状の問題点、それを踏まえてのこれからの方向づけ

等々につき、1時間半にわたる講演をなされた。

宮下先生は、日食協創立以来、農林水産省より受託した委託事業につき、歴年委員長を勤められると共に、この度日食協独自予算による「加工食品取引問題検討委員会」の委員長をも勤められ、積極的に加工食品卸売業界の明日のために、温かいご尽力を頂いている。

なお、全講演内容を掲げるべきであるが、誌面の都合により後半部分の講演概要を掲載することでお許しを頂きたい。

☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

#### 宮下正房先生のご講演より：

『卸売業は、いま、本当にこのような問題に対して、一致団結してやっていかなければならない重要な段階に来ております。それをやらなければ、卸売業は大変な危機だと言うことを申し上げている訳でございます。

で、この検討委員会では、先ほど来申し上げますように、納入価格のダウンの問題も、勿論取り上げておりますので、この当たりについては、敢えて私の方からことさら申し上げることもなかりうかと思いますが、私はこの問題に対応する姿勢というものを考えた場合に、これを大きく整理すると、3つあると思います。

それは、先ず一つは、先ほど来申し上げてきていますような、法の整備あるいは行政指導の要請。それを業界の方から、農水省あるいは又、特に、公正取引委員会等々に要請をしていくことが、先ず第一に挙げられます。

その要請をする場合に一番大事なのは、皆さん方が実証的なデータを積み上げていく、と同時に、単に、独禁法違反ではないかと言うことを要求するだけではなくて、この問題について、われわれは、こう言うルールのもとで、両者がそのルールを協定し、そして実践して参りたいと言う、一つのルールが必要であり、ただ独禁法違反でもって摘発して欲しいと言うだけでは駄目で、矢張り業界は、実証的データに基づいて、その問題を追求すると共に、こう言う方向で実は、小売業界とわれわれは改善したのだと言う、ルール造りをやろうということだと言う訳でございます。

公正取引委員会というのは、二つの姿勢をもってまして、その一つは、変な言い方ですが、経済活動の番犬の役割です。言ってみれば、臭いを嗅いで摘発すること。法律違反者を捕まえるという役割と、もう一つは、未然に防止する役割があります。

で、今こう言う業界においては、むしろ未然防止が公取委の役割としては非常に重要なものになっているのですね。

このガイドラインは、摘発することが目的ではなくて、未然に防止すること、交通違反をしてはいけないよと、交通違反をしないためには、こう言う運転の仕方をしなさいという、謂わば、未然防止のためのガイドラインです。

ですから、皆さんが、得意先小売業の問題を突いて、これを摘発して、この経営者を捕まえて呉れと言うのでは駄目なのです。

むしろ、未然防止を、矢張りしてもらいたいのだと、そのためにはわれわれと向こうと、こう言うお互いのルールの確定があって、実はお互いが守りたいのだ。この当たりを訴えて行くという、そんな考え方が私は先ず、大事ではなからうかと思えます。

それから、今の問題に関連して2番目の問題は、その大前提と申しますか、日食協という団体の立場で、取引慣行問題について真剣に取り組むことです。そして、この問題に関する基準策定を長期的に取り組んでいく。それで、時によっては、本当に日食協のようなところでもって、一つのチェック機能のようなものがあれば、なお結構なことでしょうね。

お互いに相手に要求するルール、自分たちが自主的に守るべきルール、それを策定すると言うことが、先ず第一に日食協として大事であり、同時にそれをお互いに監視するような、あるいはチェックするような、出し抜きを止めさせる。総論は賛成したのだけれども、あそこは、本音ベースでは何となく、ルール違反をしているという、そういう繰り返しをやっていたのでは、全くこの問題は、永遠に解決できない問題となって参ります。

何かの形で、この業界の中に監視的機能があればと存じます。やり過ぎると逆に問題にされることもありますが、それ位の大きなテーマなのだという事、言ってみれば、業界の中でお互いに未然防止をし合うような、そういうチェックするような機能が、重要な気がします。



これは残念なことなのですが、そういうルールを作って、お互いチェックし合い、お互い牽制しながら、未然に防止すること自体、ある意味では残念なことです。

それよりもっと大事で、今求められているのは、業界人の取引マナーの問題です。

そのマナーを要求したいのは、取引先大手小売業であるかも知れない。と同時に卸売業がお互いに取引マナーを守るという、その姿勢が一番大事であるということでもあります。

私は昨年、この問題でアメリカを視察してきた訳ですが、その時に日本においては、こう言う優越的地位の濫用のようなことが行なわれていることを相手にぶっつけながら、アメリカではどうですか、と問い掛けましたところ、そういうことは信じられないと言っていました。と言うことは、つまり、アメリカは独禁法が大変厳しい訳です。

ようやく、最近の日本においては、このガイドラインができてから、有力な企業がこれを守るための遵守マニュアルを作り始めましたが、アメリカでは、このような遵守マニュアルは、40年も50年も前から作っております。

アメリカでは、独禁法的なものは戦前からできていて、当時から独禁法でもって不公正取引は厳しく摘発してきており、これに対し日本の独禁法は昭和22年頃にできました。

ですから、向こうでは、何となく企業の体質に、自動車を運転するような感じの、マナーがあって、してはならないと言うことが身に沁みているのですね。

これは、卸だけでなく、特に小売業には、そういう意識を本当に持ってもらいたいと思います。

また、メーカーにおきましても、同様に取引のマナーを守るようにしなければ、業界は血みどろの、お互いが足の引っ張り合いとなり、お互いが沈没してしまうとの意識を持つべきです。

ある意味では、本音の協調関係です。昔から卸売業界は、仲間取引という言葉があるように、非常に良い協調関係でやって来ました。

そのことが、日本の卸売業が、商品的にも、機能的にも、商圈的にも、分業体制で沢山の問屋が仲間関係で、仲間のルールをお互いに守りながらやって来て、それが、根強い卸売機構を存続させてきた訳で、そういう良い意味での仲間意識、それが取引に反映させられることが今求められているような気がしてならない。

随分抽象的なことを申し上げましたが、最後にもう一つは、むしろ卸個別の経営の間

題であろうかと思えます。

私は、冒頭に日本の食品卸売業界の危機と言うのは、とりもなおさず個別食品業の危機でありますから、そこに、先ず業界全体で協調的に対応するのも勿論大事ですが、個別企業として、この問題をどうするのかということを実際に考えて頂きたい。

私は、抽象的な言い方ですけれども、今、そう言う意味でのピンチであり、このピンチは、チャンスだと思います。ある意味では独立のチャンスです。

卸売業界は、メーカー・卸・小売との関係において、非常に友好的な関係だったのですが、これからは、独立した企業同志での、取り決めの時代であり、また、独立のチャンスである。卸が本当に主体的な経営をするチャンス、自分の足で立つチャンス、もっと飛躍して申しますと復権のチャンスですよ。

歴史をさかのぼるほど、日本は問屋制支配の流通システムであった。それが、じわじわとメーカーに主導されてきた流通システムとなり、そして最近の小売業に主導されている流通システムに変わってきた。ここで問題とされるのは、卸復権のチャンスであるということです。

少々屁理屈な話ですが、卸売業とは、大阪の商人であったと言えます。

伝統的に大阪には集散問屋があった訳です。全国から集めて、全国に売るというように、大阪が中心であり、そこに江戸時代には有力な大阪の卸売業がありました。

その大阪商人には3つの法則というのがあり、その法則を守って資本的成長を遂げた。

その3法は何かと申しますと、先ず始末をすること。この始末というのは、謂わば収支決算をうまく合わせる。収支決算をチャンとする。始末書の始末と言うのはケジメをチャンと付けるという意味なのです。商売にケジメある商売をするというのが、始末をするということです。初めから終わりまでケジメをキチッとやる。そして収支をキチッと取る。これが大阪商人の第一の法則であったのです。

第二の法則は、算用する、算盤をチャンとハジクと言うことです。算盤を弾いて利益のでない商売はしないということ。そこから、問屋はそうは卸ないという言葉が出ているのです。チャンと算盤を弾いて算盤に合わない商売はしない。卸はいつでも卸すのでは困るのです。あなたの言う通りに卸すではない。それが算用です。

第三の法則は、才覚を生かすということです。才覚を働かし、知恵を働かす。これが経営戦略です。

これが大阪商人の三法といわれた訳です。昔の商人道はこれから生まれてきたのです。この3つをチャンとやっていたのです。それで卸は問屋制支配を当時築いた。

大変失礼ですが、この3つが今、経営の根っこにおいて生かされているのかどうか。

私は、まさに皆様の経営の一番根っこにおいて、何百年も前の大阪の商人は、憲法として守った。そしてそれが、卸の資本的成長の根源になった。それを今、矢張りもう一度原点に戻らなければいけないような気がしてならない。

チャンスと言うのは、そう言う意味で申し上げている訳です。

もう少し具体的に申しますと、先ほど、存立基盤を確立するということを申し上げましたが、その存立基盤の確立という考え方をした時に、要するに、それは自分の力をつけることだということになる訳ですが、その力を3つ位に集約をとするならば、卸の主体的な力として、一つは当然のことながら、経営資源の力、これを如何にして強化していくか。

この辺りに実は、アメリカのグロサリーホールセラーの、厳しい流通機構の中で生き残って、成長してきた、その手法が見えるような気がしてなりません。

つまり、卸というのは、なかなか付加価値の小さいご商売でありビジネスですが、この付加価値の小さいビジネスですけれども、経営資源をこの厳しい環境変化に対応しながら、ダイナミックに強化して行くに当たって、アメリカの有力な卸売業が取った手は「合併」だった。

そうした自ら合併という手段を使いながら、アメリカのグロサリーホールセラーは、卸機構を主体的に構造変化を進めると共に、本格的に縦の競争時代に対処してきた。

これから日本の食品流通の明日を考えて下さいと冒頭に申し上げたのも、いよいよ縦の時代、即ちメーカーと卸と小売の本格的な競争時代、機能の奪い合いの時代が来る。そして、そこにメーカー、大型小売店との直結の時代が一部来ると見ざるを得ないのです。

オープン価格等も、それは、一つの導火線になるのです。

皆さん方にとっては、言うならば縦横の競争時代が、いよいよ本格的に出てくる大競争の時代ということですね。

そこに国際的な競争も出てくるでしょうし、その事態に対処して、どうやって経営資源強化の手段を求めて行くか、そこが、いま非常に重要になっているような気が致します。

それが第一の問題です。

第二の問題は、戦略の力だと思います。先ほど申し上げました三法の才覚です。あるいはマーケティングの力と申しますか、このマーケティングというのは、明日の売上のために、いま何をなすべきかというのがマーケティングです。

それに対し、言葉を分けて申し上げると、営業とかセールスは、今日の売上げを追っかける。今日の売上げを着実に伸ばすには、いま何を打つべきか。大阪の商人は、知恵を働かせて手を打つ。まさに、ここがいま求められているように思えてならないのです。

本日お集まりの皆様には、21世紀への戦略と長期ビジョンをお持ちであることは、十分承知しておりますし、そのために手を打たれていることはお聞きしていますが、その場合に大事なのは、冒頭に申した明日の食品流通です。

皆様方、食品流通の明日というレベルではなくて、日本の消費材流通の明日はどのようなのか、あるいは、流通全体が一体どう変わるのか。

有力な卸にあってはそれ位の展望、言ってみれば、業務用も含めて、日本の消費材流通における食品流通の位置づけ、あるいは、そう言う食品流通全体の中の、卸売業の位置づけ、その食品機構がどうなるのか。そこにおけるわが社の地位はどこにあるのか。どこにわが社の位置を求めて行くのか。

いきなり、わが社の位置を求める前に、そういう全体を眺める時、日本の流通全体の大きな流れの変化の中で、それを抑えながらわが社の位置をどこに求めて行くか。それがビジョンだと思うのですね。

それぞれの企業には、ビジョンが描かれているでしょうが、いろいろな問題を含めて、いまものすごい新しい環境の変化をしている時代ですから、もう一度長期ビジョン・21世紀ビジョンの見直しを、いま求められていると申しても良いと存じます。

皆様方との共同研究で、数年前のペーパーの中に、メーカーは新価格制度をこれから用意して行くべきだという提案がされております。

しかしこの段階では、用意しておくべきだろうというような言い方なのですね。

卸は建値制、リベート制等々いろいろの問題が絡んでいる。だから、メーカーは新価格制度のようなものを用意して欲しい、とこのように書いてある。

だから、その段階での数年前には、ここまでオープン価格問題が現実化してくるとは、予想をしなかった。

そう言う段階において、もう一度将来の自社のポジションを追求して欲しい。そのことが、言ってみれば戦略です。

そして、先ほど来申し上げましたように、皆様方のチャネルの構成が大丈夫なのか。

私はよく、マーケティング戦略というのには、3つの要素があると申し上げておりますが、言ってみれば、明日誰を相手にして商売するのか。これが、”Who”です。誰だとチャネルをどうするのか。誰を相手にしてどこに中心的なチャネルを求めて行くのかということです。

第二番目はWhatです。何を最終的消費者に向かって、卸は提供しようとして行くのか。卸にカテゴリーマネージメントがフルラインで、どうだこうだということも非常に大事ですが、これは、最終的には、卸が地域の卸売業としてまた、流通機能者として、消費者に向かってわが社は何を提供しようとして行くのか。その考え方が先にあって、カテゴリーマネージメントだとか、フルラインというのがあるのでしょうか。

たしかに、小売業店頭へのサービス機能も大事なのでしょうが、もっとその先には、地域の生活者に何を提供しようとして行くのか、ここをもう一度問い直さなければいけないと思いますね。

そしてもう一つは、“How”の問題。どのように、では提供して行こうとしていくのか。

そこに物流の問題だとか、エリアマーケティングの問題だとか、リテール・サポートの問題とか、あるいは情報の問題等、そう言う具体的なレベルの話がある。“How”どのようにということ。先づそう言う戦略を主体的に用意して行くことであり、この辺りにも結構、アメリカのグロサリーホールセラーのヒントが、かなりあるような気がしますね。

アメリカにあっては、あの厳しい競争を勝ち抜き、50%のシェアを維持するという、

あのアメリカの卸売業者の姿勢は、まさにパワー・リテラーに対するパワーホールセラーです。

その道を経営資源的にも、戦略的にも追求している。

そうして、もう一つ私が申し上げたいパワーは、効率的な体質ですよ。

先ほど運営委員長からもお話がございましたが、ローコストオペレーションの体質、これを矢張り用意しなければならない。体質の力と言ってよいのか、あるいは風雨に強い厳しい環境に強い打たれ強い力。

先ほどの江戸時代の商人の話に関連して、もう一つさせていただきますと、吉宗の物語を昨年NHKのテレビでやっていたので、皆様方も見ておられたでしょうが、あの吉宗の元禄、享保時代において、良く「唐笠商法」という言葉が出てきます。

当時の元禄時代のバブルに浮かれた商人は、享保の時代にバタバタと潰れていった訳ですが、この唐笠商法というのは、雨が降らない前に唐笠を用意しておいて、雨が降った時にさっと開らせる唐笠を持っているかどうか、当時の商人の生き方として求められた。

今、まさにそこが大事だと思うのです。

足下を固めるということです。今日の長期的なバブル経済の崩壊のあとの教訓を明日に生かすかどうか。薄日が射してから、また調子に乗って、もとに戻るような経営ではなくて、今、この数年にわたって厳しい状況に追い込まれている時、これは、堪え忍ぶということもあるでしょうが、再びこれから来るであろう、厳しい環境の中で、耐え得られる足下を固める時期だと思えます。

ローコストオペレーション等々で得意先に対する安い価格の提供という、大きな目的があるからということよりも、もっと大事なことは、着実に利益を見い出せるような、そう言う足もとがため、体質がためが求められているのだと存じます。

日食協の取引慣行問題のプロジェクト報告に致しましては、少し生意気なことを言い過ぎましたが、以上の点を私の報告とさせていただきます。』



### 3つの委託事業も順調に調査進行

年明け後の運営委員会関連活動としては、本号別掲の如く、先ず、1月18日の正副会長会議を開催し、加工食品取引問題検討委員会の活動状況報告及び事務局運営と人事等の審議を行なった。

続いて2月2日には、午前中に年明け第1回目の運営委員会を開催し、加工食品取引問題検討委員会の活動現況及び、平成8年度に向けて各委員会の事業計画等につき協議すると共に、午後1時から開催の、第31回賛助会員世話人会に望むに当たり事前協議した。

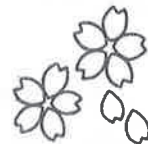
また、委託事業の一環として大阪、東京両地区における、日食協「経営実務研修会」を実施した他「最適流通システム開発普及」の調査事業活動等々を推進してきた。

更に、もう一つの委託事業としての、「食料品卸売業構造改善推進事業」は前年度、返品問題の実態調査を行なったが、今回（平成7年度）は、初めて日食協会員の物流施設の実態を調査することとなり、現在アンケート回収中であるが、これからの物流合理化推進に当たり、貴重な基礎資料となることが期待されている。

### 仮説から実働への対策を協議 —卸周辺のインフラ整備—

上記の委託事業の外に、運営委員会では最重点課題としての、日食協独自予算による、卸周辺のインフラ整備を推進中であるが、加工食品取引問題検討委員会では、1月24日の第3回目につき、去る3月21日に第4回目の委員会を開き、ヒアリング結果の状況分析を試みると共に、5つの仮説をベースに、「会員の意向、対象別要請内容、日食協としての活動内容」に大分類した資料をもとに、その実態を洗い出し、行政等への働きかけと今後の取組み等につき協議した。

また、同委員会傘下の取引問題調査研究小委員会では、1月16日の第5回目の開催につき、1月30日には、第6回目を開いて、①メーカーと卸売業のあり方 ②小売業の都合による卸売業の取引の帳合変更の望ましいルール ③流通センターフィー決定の望ましいルール ④小売業の仕入時の価格に係る問題 ⑤小売業における価格以外の諸課題につき、実務に照らし現状どのような整備作業が望まれるか等々を協議した。



## 【情報システム化委員会】

### 情報システム化の実態調査を実施へ システム研修会も開催の方向

2月26日午後3時から日食協会議室において、情報システム化委員会を開催し、①ネットワーク検討会の報告に関する件 ②今後の委員会活動に関する件 ③その他について協議した。

この委員会において、過去2年間にわたり国税庁よりの委託事業を受託し、調査研究を実施し報告書に取りまとめたことを踏まえ、これからの業界対応として、どのように取り組むべきかについて協議した。

平成5年度の報告書は、「酒類食品業界の情報化に関する調査研究事業」としての商品コード情報の一元的管理体制の構築について取りまとめ、また、平成6年度においては、「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」に取り組み、報告書の取りまとめに当たっては、特にコードセンターの設置に向けての「提言」が盛り込まれた。

この提言を契機に、中央酒類審議会、中酒連（酒類7団体）等で審議が進められているが、日食協の情報システム化委員会としては、その動向を熱い思いで見守り、その動き等に

即応して、前向きに取り組みたいとされた。

ネットワーク検討会の活動報告については、去る2月14日に開催された協議結果をもとに、篠憲一座長より、EDI標準化研究部会の活動をはじめ、日食協・物流委員会が実施したITFコードの調査結果についての報告と、前年度同様形式によるシステム研修会の開催についての意向が述べられた。

また、かつて委員会において、情報システム化の実態についてアンケート調査を実施したが、その後の状況は大きく変化を見ていることから、改めてアンケートを実施したい旨の提案がなされた。

本件については、実施の方向で準備が進められることになった。

## 支部ニュース

関東支部・流通業務委員会では、1月25日及び2月21日に委員会を開催し、「流通業務合同委員会」の開催、第2回「関東支部賛助会員連絡会」の実施計画、平成8年度の事業計画及びスケジュール等について協議した。

### ＜「流通業務合同委員会」の開催について＞

本件に関しては、田中委員長より前回の合同委員会の開催経緯等につき、大筋の報告があり、合同委員会の持ち方、協議内容の取り



上げ方、開催時期等で意見交換した。主な意見は次の如くであった。

- ・前回開催の合同委員会は、県ブロックの出席に比して、首都圏委員の欠席が目立った点が反省材料とされたこと。
- ・合同委員会の持ち方としては、県ブロックの現況における問題点をできるだけ吸収することに努め、連繋度を高める。
- ・協議内容の取り上げ方としては、流通業務委員会の継続事業と、新しいテーマを抽出整備し、平成8年度の事業計画に盛り込む等。
- ・合同委員会の開催日は、4月中～下旬を予定したい。

#### <第2回「関東支部賛助会員連絡会」の実施計画について>

第2回「関東支部賛助会員連絡会」の実施計画に関しては、協議の結果その開催予定日を下記の通り、幹事会・定時総会開催日と同日組み合わせとし、実施する予定となった。

開催日時：平成8年6月12日（水）

11：00～18：00

開催場所：鉄道会館ルビーホール

幹事会 …12階 羽衣・有明の間

(11:00～13:00)

定時総会…12階 富士・鳳凰の間

(13:00～14:00)

連絡会 …12階 富士・鳳凰・宝来の間

(14:00～15:00)

懇親会 …11階 桂・桐・橋の間

(15:00～18:00)

なお、企画内容としては、第1回開催の要領を概ね踏襲することとし、講演会の講師、講演内容等の企画は、支部長の指示を得て、進めたいとされた。

#### <平成8年度の事業計画及びスケジュール等について>

意見交換の結果、下記の諸事業が話合われた。

#### [継続事業]

##### ・商品研修会：

春1回の開催でよいのでは、との意見があった。なお、第28回商品研修会の開催は、4月中旬を目標に、当番企業となる(株)廣屋、(株)小網の2社にお願いすることになった。

##### ・返品調査：

前年同様百貨店・スーパーの6月～7月～8月の3カ月間の返品実態を調査する。

##### ・物流コスト：

物流コストの調査は、平成7年1月～12月の1年間につき、前年度同様の要領で実施する。

##### ・備車料金調査：

前回情報交換したのと同様の方式で実施する。

#### [新調査の組入れ]

・在庫管理問題：

前回は、商品在庫回転日数につき調査したが、E O S化が進む中、特に問題多しとされる「棚卸」の実態把握と、よりベターな対応方法及び改善策等につき調査したいとされ各委員メンバーから、それぞれ現時点でどのような対応をしているかの話し合いがなされた。

次回から、この棚卸問題を具体的に調査検討することになった。

[実務研修会の開催]

昨年、卸人材育成確保推進事業として本部・支部共催で「日食協経営実務研修会」（財食流機構よりの委託事業）を実施したが、平成7年度は、3月11日に東京証券会館において実施する運びとなった。〈別掲の通り〉

第28回商品研修会の実施決まる

関東支部では、来る4月19日に第28回目の商品研修会を実施する。

今回の研修会はカルピス食品工業株式会社の群馬工場及び今、各方面から関心を集めている、容器包装リサイクルに関連し飲料ペットボトルの処理モデル工場のウイズペットボトルリサイクル株式会社を实地見学する。要領は下記の通り。

1、研修月日 平成8年4月19日（金）

2、研修対象

- ・カルピス食品工業(株) 群馬工場  
群馬県館林市大新田166番地
- ・ウイズペットボトルリサイクル(株)  
栃木県河内郡南河内町大字下坪山字栄  
1709番地

3、集合場所

JR東京駅北口 旧丸ビル  
明治屋ストア横

4、集合時刻

午前8:00（時間厳守）〈出発 8:15〉

5、貸切バス会社

シルバー観光株式会社

6、定員 50名

（定員になり次第締め切り）

7、申込方法

F A Xにて日食協本部宛申込み

8、会費 一人 4,000円

（バス往復実費）



新物蜜柑缶詰で最終懇談

去る2月7日、缶詰ブランドオーナー会果実部会では、新物蜜柑缶詰に関する日本蜜柑缶詰工業組合側との最終の懇談会を開いた。

蜜柑缶詰のJAS受検状況は、1月末現在では、5/4換算で1,599千函（前年度1,022千函）であったが、1カ月後の受検数は、2,308,519

函の生産となっている。

こうしたことから見て、本年度産の生産見通しは、260万～270万函程度とパッカー筋は見ている。

市況の見通しについては、前年度の減産で在庫はタイトな状況にあるが、吸い込みはあまり良くないとの情報もあった。

一方、中国産の輸入については、量的には、前年を下回るのではないかとの見方もあり、これからの動向が注目されるとのことであった。

#### 品質対策委員会でクレーム実態調査

CBO・品質対策委員会では、2月27日正午から会議室において会合し、①賞味期限表示の状況等について ②PL法・リサイクル法・栄養表示法等の現況について ③第23回缶詰品評会の開催経過について ④クレーム実態調査結果のまとめについて ⑤新年度の活動計画等について ⑥その他を協議した。

このうち、クレーム実態調査結果のまとめについては、平成8年1月～12月までのメンバー7社による品質クレーム及び異物混入の発生件数を集計し、下記のような実態を把握した。

	件数	構成比
異物混入	582件	43.3%
品質クレーム	525	39.1
その他クレーム	237	17.6
合計	1,344	100.0

以上の発生件数であり、これを前年度の1,305件と比較すると、39件の増に止まっているが、各メンバー店の品質管理の徹底と、品質向上への努力が結果に現れていると理解される。

なお、PL法関連のクレームは、件数的には大きな変動はないが、増加の傾向にあると推察されている。

☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

## 容器包装のリサイクルに再商品化義務

### その範囲についての基本的考え方

関係業界で、広く関心を呼んでいる容器包装リサイクル法は、既報の如く、その施行のための政省令が、昨年12月に公布（「容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律」は平成7年6月に公布）されたが、特定事業者が再商品化義務を負うこととなる容器包装の範囲等について、基本的考え方につき下記のような取りまとめがなされた旨、このほど農林水産省より通達があった。

## I 容器包装リサイクル法の対象となる「容器包装」に該当するか否かの判断の目安

### 1. 法律上の定義及び効果

#### (1) 定義

この法律において「容器包装」とは、商品の容器及び包装であって、当該商品が費消され、又は当該商品と分離された場合に不要になるものをいう。（法第2条第1項）

#### (2) 効果

容器包装リサイクル法上の「容器包装」に該当すると、基本的には、消費者が分別排出し、市町村が分別収集し、事業者が再商品化を行うという同法の体系の範疇と位置づけられる。（ただし、これらの責務が具体的に発生するのは、市町村が実際に分別収集を行う容器包装区分に該当する場合のみ。）

### 2. 具体的判断の目安

容器包装リサイクル法の対象となる「容器包装」に該当するか否かは、次の点を目安に判断される。(1)～(3)は法律上の定義から直接的に導かれるもの、(4)は広範に及ぶ本法の関係者が、当該物が「容器包装」であることを容易に判断できることが求められることから、容器包装であるか否かは基本的には社会通念に沿って判断されるべきとの考え方に基づくものである。

なお、社会通念によっても、容器包装であるか否かが不分明であり、一律に整理することの困難なケース（中仕切り、台紙、緩衝材等）については、容器包装と位置づけられなかった他のものとの関係で不公平が生じないか、法目的の一つであるごみの減量化や制度の円滑な運用を図る上で不都合はないか、等の観点を考慮して判断される。

#### (1) 容器や包装か。

→容器でも包装でもないもの（物を入れても包んでいないもの）は対象外。

（具体例）

- ・焼き鳥の串、アイスクャンディの棒
- ・ラップフィルムの芯、トイレットペーパーの芯
- ・ラベル、ステッカー、シール、テープ類（包んでいないとき認識されるものは対象外。（注））

（注）具体的には、包む商品全体を包むのに要する最低の面積の2分の1以下のものは対象外と解する。

- ・ひも、バンド
- ・釘、ピン、ホチキスの針

- ・飲料パックのストロー
- ・弁当のスプーン、割り箸、お手拭き

→商品の付属品（商品の一部と解される。）の容器や包装は対象。

（具体例）

- ・飲料パックのストローの袋
- ・弁当のスプーンの袋、割り箸の袋、お手拭きの袋

(2) 商品の容器や包装か。

→商品以外の物に付された容器包装は対象外。

（具体例）

- ・手紙やダイレクトメールを入れた封筒
- ・景品を包む紙袋
- ・家庭で付した容器や包装

→商品ではなく、役務の提供に伴う容器包装は対象外。

（具体例）

- ・クリーニングの袋
- ・宅配便の段ボール

(3) 中身の商品と分離した場合に不要となるものか。

→通常の使用において中身の商品と分離して不要とならないものは対象外。

（具体例）

- ・CDケース
- ・楽器・カメラ等のケース
- ・サバイバルナイフの革ケース
- ・書籍の外カバー
- ・ボールペンの軸
- ・日本人形のガラスケース、ボトルシップのボトル

(4) 社会通念上、容器包装であるとおおむね判断可能か。

→容器の栓、ふた、キャップ等は対象。

（具体例）

- ・PETボトルのキャップ、ガラスびんの王冠
- ・金属缶のタブ（飲み口部分のもの）、缶詰のタブ（口全体のもの）
- ・カレー粉の缶のふた、贈答用紙箱の上ふた
- ・名刺ケースのふた
- ・カップ焼きそばのふた、カップラーメンのふた、プリン

→中仕切り、台紙等は、その使われ方が様々であり、次の①及び②の整理に従い、使用形態により、個別具体的に判断。

- ① 容器包装と物理的に一体となって、商品の保護又は固定のために使用されて

いると考えられるものは対象。

(具体例)

・商品の固定のために箱と一体となって使用されるお菓子の中仕切り、上げ底

- ② 容器包装と物理的に分離されて使用されており、必ずしも当該容器包装と一体となって物を入れ、又は包んでいるとは考えづらいものは対象外。

(具体例)

・にぎり寿司に中仕切り（透明又は緑色のプラスチックフィルム）

→発泡スチロール製の緩衝材等は、次の①～⑤の整理に従い、使用形態により、個別具体的に判断。

- ① 商品を保護又は固定するために加工されているものは対象。  
② 立方体状、板状であって、商品の保護又は固定するために段ボール箱等と一体として使用され、容器の形状を構成しているものなどは対象。  
③ 比較的小型のものが、多数段ボール箱などに詰められていることにより、商品との空間を埋めているものは対象外（注）。

(注) 商品が抜かれるとバラバラになってしまい、商品を入れている又は包んでいると解されないため。

- ④ シート状の柔らかいものについては、商品を包んでいると解されるものは対象、解されないものは対象外（注）。

(注) 具体的には、包装により包まれている商品の面積が商品全体を包むのに要する最低面積は2分の1を超えるものは対象、2分の1以下のものは対象外と解する。この際、ネット状の包装については、ネットの空間部分を含んでいる面積として考えるものとする。

- ⑤ 果物等に使われているネット状のものは対象（注）。

(注) ネット状であっても、商品をいれていると解されるため。

## II 「特定容器」に該当するか否かの判断の目安

### 1. 法律上の定義及び効果

#### (1) 定義

この法律において「特定容器」とは、容器包装のうち、商品の容器であるものとして主務省令で定めるものをいう。（法第2条第2項）

#### (2) 効果

「特定容器」に該当すると、その利用事業者と製造等事業者の双方に再商品化義務が課される。（両方で再商品化義務量を按分。）

### 2. 具体的判断の目安

基本的に、Iにより容器包装に該当すると判断されるもののうち、商品を入れるためのものと認識されるものであり、具体的には、該当するものをその形状により主務省令の別表にて列挙。

### Ⅲ 「特定包装」に該当するか否かの判断の目安

#### 1. 法律上の定義及び効果

##### (1) 定義

この法律において「特定包装」とは、容器包装のうち、特定容器以外のものをいう。

##### (2) 効果

「特定包装」に該当すると、その利用事業者のみに再商品化義務が課される。

#### 2. 具体的判断の目安

具体的に、Iにより容器包装に該当すると判断されるもののうち、IIの特定容器以外のもの。具体的には、商品を包むものと認識されるもの。包装により包まれている商品の面積が商品全体を包むのに要する最低面積の2分の1を超えるものが該当。

(特定包装に該当するものの例)

- ・デパート等の商品全体を包む包装紙
- ・生鮮食品にトレイと同時に用いられるラップフィルム

(特定包装に該当しないものの例)

- ・野菜の結束用テープ、靴下の帯状ラベル、ビールのびんのラベル

### Ⅳ 「分別基準適合物」に該当するか否かの判断の目安

#### 1. 法律上の定義及び効果

##### (1) 定義

この法律において「分別基準適合物」とは、市町村が法第8条に規定する市町村分別収集計画に基づき容器包装廃棄物について分別収集をして得られた物のうち、厚生省令で定める基準に適合するものであって、主務省令で定める設置の基準に適合する施設として主務大臣が市町村の意見を聴いて指定する施設において保管されているもの（有償又は無償で譲渡できることが明らかで再商品化をする必要がない物として主務省令で定める物を除く。）をいう。（法第2条第6項）

