



新春のご挨拶

社団法人 日本加工食品卸協会
会長 國分 勸兵衛



新年あけましておめでとうございます。

全国各地にて、会員の皆様方には健やかに新年を迎えられた事と存じ心よりお慶び申し上げます。

旧年中は、何かと弊会の活動にご協力を頂きました事、厚く御礼申し上げますと共に、今年度も、また一層のご支援の程をお願い申し上げる次第であります。

さて、激動の中に 1996 年は終わりました。とりわけ、O-157 問題では、加工食品を取扱う我々にとりましても、今更の如く、食品のその安全性の重要性を痛感させられ、社会的機能の担い手としての我々の任務の重大さを再認識させられるものがございました。

今年は、我が国の経済の景気動向も、今一つ明るい見通しの得られぬまゝに推移するかと存じます。加えて、数年前と較べれば、大幅な円安でありながら「価格破壊」の後遺症癒し難いものがあり、我々、流通業はより一層のローコスト・オペレーションの研究実施がなければ、社会的機能の担い手たり得ない所に立たせられているものと考えます。

かかる折りに当協会としましては、農林水産省を始め関係省庁・団体のご指導の下に、全国会員の結束を固め、幾つかの難問の解決に当たりたいと考えております。

従来の事業活動であります「取引問題」周辺の課題、「商品コード」等のインフラの整備と標準化の促進、更には「ロジスティクス」についての研究と啓発等につきましては引き続き取組みます。

加えて、4月に施行されるペットボトルの再商品化事業を筆頭とする「リサイクル」への協調、関連する地方自治体の要請に対するスタンスや、予測される消費税法の改正への対応等の新しいテーマについても、会員の皆様のお役に立つべく研鑽を励んで参るつもりであります。

本年が、業界にとって、会員企業とそこで働く皆様方にとって、稔りの多い年であるように祈念し年頭のご挨拶にさせていただきます。

栄えある受賞 この喜びを共に

==== 廣田副会長に藍綬褒章 ====

話は旧聞に属するが、去る 11 月 3 日、当協会副会長廣田正氏（㈱菱食 代表取締役社長）が藍綬褒章受賞の栄に輝いた。同氏の長年に亘る当業界の発展に盡くされた業績の数々から見れば極めて必然の事であるが、今回当協会の要職在任中の功績が更に人々の推挙を呼び、関係官公庁を共鳴させ、今回につながったとも云える。この事は同氏の栄誉のみならず業界全体の推輓にもつながった快挙と云えよう。

同氏に対して、心からその栄誉を讃えると共に、業界に籍を置く身として余慶に浴した御礼を申し上げ、以って御同慶の至りとしたい。

11 月 21 日理事会開会の冒頭、國分会長より廣田氏に対する讃辞が述べられ、謝辞として次のごとくご挨拶があった。

廣田副会長ご挨拶；

ただ今、國分会長殿より、ご紹介を頂きましたように、去る 11 月 3 日思いがけずも藍綬褒章を頂戴致しました。

もとより、このたびの受賞は、(社)日本加工食品卸協会の皆様方のご推輓と、そして農林水産省 食品流通局の皆様方の良き御理解と御指導により、実現したものと考えております。

この席をお借りしまして、厚く御礼を申し上げる次第でございます。



また、同時に通知を頂きましてから今日まで、ご列席の皆様方及び会員の皆様方から、早々と御祝詞やら御厚配を賜りました事につきまして、重ねて厚く御礼を申し上げます。

11 月 13 日には伝達式があり、その後に宮中に伺候し、家内共々拝謁の栄を賜り、この上ない緊張と喜びを感じました。今後は、当業界、当協会の発展のため、微力ではありますが、可能な限り努力をして参りたいと存じます。

よろしくお引まわしを賜りますよう、お願い申し上げます。誠にありがとうございました。

物流の改革とは経営の革新

—花王・販社のロジスティクスの展開—

物流政策研究所 谷津 昇一氏

平成8年度の「卸人材育成確保推進事業」として受託し企画した日食協経営実務研修会は、10/23東京、11/18名古屋にて「ロジスティクス」をテーマに展開した。

東京は関東支部、名古屋は東海北陸支部東海ブロックが主催した。いずれも多数の受講者を集め、予定時間をオーバーする熱心な研修会であった。

なかでも、元花王(株)物流部長の谷津昇一先生の「花王・販社のロジスティクスの展開」と題する講演は、同氏の指導体験をベースに、日本有数といわれる「花王のロジスティクス」のポイントを巧みにとらえて、時間のたつのも忘れる内容の濃い有益なお話であった。当日出席されなかった会員のために、ここにその要旨を掲載することとした。

花王の物流は、加工食品卸の物流とは異なり、メーカー花王の商品をいかに効率よく運ぶかといった、販社の物流である。運ぶ商品は花王の商品のみで、ある意味では閉鎖的な物流であり、今後の流れとしては、総ての商品を取り扱って行かなければならないと考えている。

1. はじめに

今日の流れとしてはメーカー起動型流通から消費起動型流通に変わろうとしている。卸はメーカーの販売代行機能を果たしてきたが、これからは小売業の立場に立った購買代理機能を果たさなければならない。モノを造って売る時代から売れた分だけモノを納入するという時代が変わってきた。いわゆるプロダクトアウトの時代からマーケットインの時代である。また、メーカーが建値をきめる時代は終わり、オープンプライスの時代へと変わってきた。これからは、メーカー、卸、小売それぞれが独自に業務を行うのではなく、一つの流れの中で、シームレスに業務が流れなければならない。いま店舗で何が売れているのかといった情報を卸もメーカーも同時に把握をし、次のアクションにつなげて行かなければならない。この例として、メーカー花王と花王販社、そして小売業ジャスコが一体となり、EDIを中心としたECRのシステムを構築している。三者が共に協力しあいながら、より効率的なシステムを研究している。時代は大きく変わってきた。

2. 物流からロジスティクスへ

◇問われる問屋の機能、役割

今日、物流現場では、何がどのくらい売れているのかを把握し、そして、売れているモノを売れているだけ、タイミング良く売場に届けることが求められている。これを実現するために、売れているモノの情報の共有化やモノをすばやく運ぶための物流システムが不可欠となる。これを突き詰めて行くと、欠品をいかに防ぐかと言う仕組みと在庫を如何に減らすかという、相反したことを実現するための仕組みが求められているということである。結局これは在庫マネジメントを如何にうまくするかということである。これからは、このような在庫マネジメントが出来ない企業は生き残ることができない。

単にモノを運んだり、荷役をしたりといった物流から、システム化された物流へと変わってきている。何が売れているかとか、いかに効率よく運ぶかといったことを、企業内だけで検討していたのでは、良くならない。製販同盟とか製配販同盟とか言われているように、企業間の垣根を取払い、効率化を追求しなければならない。企業間は取引から取組みの時代になってきた。取組み企業同士が同盟の関係になること、一緒になって、情報のシステムをつくったり、物流のシステムを構築すること、場合によっては人事交流も含め、共にシステムを構築すること、このようにアライアンスの関係を結んで初めてロジスティクスが出来るのである。例えばメーカーは小売業の売場の情報を見ながら、調達や生産を行わなければならない。

この様に同盟関係を結ぶとき、問屋の果たす役割は何かが問われている。100のメーカーと100の小売業とが取引を行うとき、問屋が間に入らなければ、それぞれが100の取引を行わなければならない、大変な手間である。問屋が入ることによって取引の数を集約することが出来る。しかし、このような取引の集約機能だけなら、問屋でなくともよい。いま、小売業は問屋に対し、雑貨、菓子、加工食品といった業種別に納品することを望んでいるのではなく、フルラインで納入することを望んでいる。花王製品だけ納入していれば良い時代は終わった。そうなると、従来の問屋で機能を果たすことが出来るだろうか？ 今、こうしたニーズに応えられるのは運送会社ではないだろうか。小売業がメーカーに対し、納入先の運送会社の倉庫を指定し、物流を委託する。こうした機運が非常に高まってきている。これがいわゆるサードパーティーロジスティクスである。

卸という機能は必要であるが、この機能を果たすのは、問屋である必要はなく、運送会社でも、また小売業自身でもよいのである。既に小売業本部の方からは、そういった話を実際に聞くことが出来る。従来の問屋よりも、運送会社を利用したほうが、より安い物流コストでオペレーション出来ると明言する小売業さえある。

商品情報も電子化され受注もE O Sになり、代金回収も銀行振り込みになってきた。

リテールサポートも大手小売業は自社で行っており必要としていない。こうしてみると、これからの問屋は大きく変わって行かなければ生き残ることは出来ないだろう。

3. 花王が進めてきたロジスティクス

物流のシステムは、

- 1) 小売業が求める欠品率、時間指定などのニーズ
- 2) 商品特性（鮮度管理、温度管理の要不要）による拠点配置

といったサービス面と

- 3) ローコストオペレーション

といった効率面との双方からシステム構築をしなければならない。これらを科学的に分析しながらサービス面と効率面の双方を満足させるような生産体制、在庫数量を決定しなければならない。

現在、花王は物流機能毎に、別法人を設立している。

全国のエリアごとに設立した花王ロジスティクス株式会社は、販社から小売店に商品を届けることが主たる業務である。

花王システム物流株式会社は花王製品だけでなく、他社の製品も運ぶ、いわゆる共同物流を行うための会社である。IYへの納品を行うためのシステムを現在構築中である。

花王インフォネットワーク株式会社はジャスコとのEDIシステムを広く公開し、多くの企業に使ってもらうことを目的に作られた会社で、現在1,200社が参加をしている。

◇花王の販社設立について

日用雑貨の問屋は非常に小さな問屋が多く、約3,500社あった。それらの問屋が28万店の小売店に配送を行っていた。しかし、問屋の数が多く、問屋の先の状況がよく見えなかったため、これを見えるようにする目的で、これら問屋の出資によって作られた会社が花王販売株式会社である。今から20数年前である。この販社は各地区毎に設立された。エリアによってまちまちであるが、花王の出資比率は1%以下のところから10数%のところまでである。花王の名前がついてはいるが、子会社ではない。メーカー花王と販社花王の関係は、花王の製品は花王販売会社を通じてしか販売しないし、また花王販売は花王の製品しか取扱わない。

一時期は128社にも及んだが、現在では9社に統合された。花王の商品はこれらの販社を通じて供給される。一部、2次問屋を通じて供給されるものが20%ほどある。

◇効率的物流体制構築のために

花王は販社を設立した際、メーカー花王と販社の間で効率的物流を進めるために、まずパレットをT-11型（1.1 m四方）に統一した。同時に、製品の外箱をパレットに積んだとき、このT-11型パレットにきれいに収まるような外箱にした。総ての商品をこのT-11型パレットに収まるような外箱にした。この一貫パレチゼーションにより工場内は大変すっきりした。商品配送の10 t車が入門してから積み込み、再び門をでるまでにかかる所要時間は、わずか15分足らずとなった。1日80台の出荷があっても、工場内にとどまることはなくなり、敷地内を広く、有効に使うことが出来るようになった。次に販社の在庫を総て引き取り、預かり在庫とした。販社の物流拠点にある商品はすべて花王の在庫とした。小売店と販社との取引が発生した段階で、販社は花王から商品を仕入れることにした。販社からしてみれば、在庫に関わる費用はなくなった。メーカー花王にとっては小売店への出荷状況を把握することができ、また拠点の在庫状況をすべて把握することができた。本当に売れているモノは何かと言う情報をつかむことが出来るようになったし、同時に在庫状況もつかんでいるので、生産のコントロールもしやすくなった。また、10年程前から小売店口座振り込みによる自動決済を徹底した。代金回収にかかる手間をなくすため、この自動決済を徹底した。これを出来ないような小売店とは取引を中止するというくらい、強く押し進めた。現在では100%自動決済になっている。

また、工場からの輸送コストを大幅に削減することに成功した。販社の商品は花王の在庫とすることで、工場からの販社への出荷は決済を伴わない単なる商品の移動になる。したがって、工場からの出荷はすべて花王の都合により行うことが出来る。積載率を高め、最も効率よい物流が可能となる。積載率はほぼ満載の100%で運ぶことができる。また、配送はできるだけ大型のトラックを利用した。小型トラックはコストの75%が人件費であるが、大型トラックは50%程度である。また、販社の在庫を把握すれば、配送計画を立てやすくなるため、往復実車を実施した。これらによって1ケースあたりの物流コストを大幅に削減した。極力トラックを遊ばせずに、24時間稼働させるように配送計画をたてた。このように、効率的物流をおこなうには

1) トラックの稼働率を高めること。

昼夜とも動かすこと。そのために、1台のトラックを複数の運転手で稼働させる。

2) トラックの実車率を高めること。

行き帰りとも荷物を運ぶような配送計画を立てること。

3) トラックの積載率を高めること。

容量と重量の組み合わせで最も効率の良い積み方をすること。

の3点に注力した。

このように、花王は販社の在庫をコントロールすることによって、大幅な物流コストの圧縮と同時に、小売店への出荷状況を把握することによる、末端＝市場での商品の動きをマーケティングに活用することが出来た。このシステムは、いまから20数年前に稼働したものであるが、現在はバージョンアップされている。

◇新供給システムの導入

1990年2月より、スタートしたシステムは、翌日の在庫を把握して補充発注を行うシステムである。通常、翌日出荷の受注締め切りは前日の16時である。従って前日16時以降には翌日の出荷後の在庫が確定する。この段階で補充発注を行うシステムである。実際には夜のうちにこれらの処理を行い、翌朝には、どこの販社には何を何ケース持っていたらよいかが出来上がるシステムを構築した。在庫情報というのはできるだけ先の情報を入手することが有効であり、また、出来るだけ売場に近いところの情報を把握することである。

◇メーカーから卸への効率的物流のために

効率的に運ぶためには、

- 1) 一貫パレチゼーション
- 2) トラックへの積み込み、降ろしの自動化
- 3) ネットワーク輸送情報の把握と分析
- 4) 車両運行情報の把握と分析（大型トラック、小型トラック）

である。特に4)については、車両の運行状況をリアルタイムで刻々とつかむため、トラックに車載コンピュータを搭載し、その情報を分析した。最適な配送スケジュールを行うためには店舗への荷降ろしのための滞留時間を正確に把握しておくことが重要である。小売業からの厳しい納品時間の指定と遅れによるクレームがあった場合でも、店舗別滞留時間を分析することにより、その原因は小売業にもあることがわかった。こうした実際のデータに基づいて小売業と交渉をしなければ、改善は進まない。このようにコンピュータによるデータの分析で問題を明確にして行くことが必要である。

今日、2t車の傭車料金は1日30,000円前後であるから、時間あたり約3,600円、これは10分600円に相当する。積み込み時や降ろしの時にトラックを待たせておくということは、お金を捨てていることになる。

3,000店のCVSに配送するコストを考えた場合、1店舗あたりの滞留時間を2分短

縮したとする。2 t車2分の単価を仮に100円とすると、3,000店で1日あたり、30万円、年間で約1億1千万円の物流コストの軽減になるのである。検品を行うために、滞留時間が10分長くなるということは、年間で6億5千万円以上のお金を捨てていることになるのである。

また、物流コストだけでなく、情報処理コストについても、削減の方法を考えなければならぬ。たとえば、量販店やCVSからのオンライン受信の時間をできるだけ短くする。これまで、一般回線で受信に何時間もかかっていた情報も、ISDN回線に切り替えることにより、わずか数分で受信が可能になる。これによる作業の前倒しの効果は計り知れない。

◇花王の情報システムの再構築

花王のシステムは、基幹業務は大型汎用コンピュータで、またハブになるような非定型的な業務はエンドユーザーがパソコンを使って、必要な情報を共有データベースから抜き出して各自で加工をするという仕組みになってきた。EUCを推進展開している。共有データは集計せずに、出来るだけ元のままのデータを蓄積している。

◇卸から小売の物流

工場から販社の庫内にトラックが入庫すると、トラックアンローダー、もしくはフォークリフトで荷物を降ろし、ITFを読み込む。今でこそほとんどの商品にITFコードはふられているが、花王では、現在の16桁ITFコードが普及する以前から、物流情報を把握するため、独自で外箱に標準物流シンボルコードをつけていた。今でも、外箱には、独自の物流シンボルコードとITFコードとを、併記している。物流情報をこれらのコードから読みとり、商品はラックに保管される。

商品の出荷はケース毎にピッキングを行い、店別ソーターにかけて、各店舗毎に仕分けされるが、バラ商品の出荷も結構多い。現在約20%程を占める。これらバラ商品のピッキングはデジタルピッキングシステムにて処理している。全自動でバラピッキングも行っているが、現在のところ、まだ研究段階である（詳細は雑誌：マテリアルフロー10月号参照）。高額の投資をして、このようなシステムを構築するには、東京、大阪などの大都市圏でなければ、コスト的に難しいだろう。これらの方法によって、バラピッキングされた商品はオリコンに詰められた後、ケース商品同様、店別ソーターによって、各店舗毎に仕訳され、スリップシートに積んで行く。ソーターから流れてきた順に積み込んで行くと、積み込みの順は、配達順序の逆から積み込まれるようにシステム化した。庫内で積み込みの作業まで行い、運転手の方には、積み込み作業に携わらないような仕

組みになっている。通常2t車への積み込みをシステム化せずに行うと、運転手が配送順を考えながら、降ろしやすいように商品を積み込んで行くため、2名がかりで約30分程かかる。先ほどの単位時間で換算すると、積み込みに3,600円のコストがかかる計算となり、これが1日あたり1,200台のトラックで行われているわけであるから、年間コストに換算すると、大変な額になる。そこで、この業務をシステム化した。現在この積み込みの業務はアルバイト一人で1時間あたり、3台～4台のトラックへ荷物の積み込みが可能となった。同時に、これによってトラックの回転が非常によくなった。積み込みのための待ち時間が短縮されるのである。トラックが入庫すると、すぐに商品を積み込むことが出来るようになったのである。この店別ソーターとスリップシートを使っ

てのシステムにより、トラックの回転率は以前と比べ、1.6倍に改善された。

このようなソフト、マテハン機器の導入によるシステム化を進めると同時に物流拠点を集約した。以前は128あった物流拠点を約半分に集約した。これにより在庫を圧縮することができた。これは在庫集約の平方根の法則により、 n カ所の拠点を1つに集約すると在庫数は \sqrt{n} を減らすことが出来る。実際、19カ所の拠点を2カ所に集約したところ、それぞれの拠点の在庫は約3にへらすことが出来た（それぞれの拠点で1の在庫をもつ19カ所を9カ所づつ統合し、2拠点とした例で、統合後の在庫は3にすることが出来た）。拠点の倉庫規模や建設コストなども、ほぼ、平方根の法則に従って削減することが可能である。ほかに、庫内作業効率や配送効率等も改善されるが、輸送距離が伸びてしまうため、花王では、中継点を設けている。中継点までは、大型車で配送し、そこで、小型車に積み替えて末端の小売店まで配送を行っている。

どのような方法が最もよいかは、コスト計算できる。その際、花王は工場から販社までのメーカー物流の効率化を求めたのではなく、販社からその先の小売店までの物流コストも包含し、最も効率のよい物流を考えた。工場から販社までの費用を考えたら集中型が一番安くなるが、販社からのコストが高くなってしまう。

◇出荷検査と受入れ検査

- 花王の考え方は残数検査である。実際に出荷した数量をカウントするのではなく、1時間毎に出荷をした後、デジタルで現在の残数を表示する。在庫数量と残数が一致すれば正しく出荷されているという考え方である。このほうが、短時間で確認ができる。

また、店舗への納入時の検品も、ノー検品もしくは、オリコンの数、ケース数のみの簡易検品をお願いし、単品ごとの検品は行わない。その際一番戦略的に重要なのは小売店との取引をどうするかということである。出来るだけ配達をしないということ。日配品を除いて、その他のカテゴリーの物は配達頻度を出来るだけ下げることである。その

ために、過去のデータを分析し、例えば週5回配送を3回配送にしても、欠品が起こらないというシミュレーションを示すことによって小売店側に納得してもらうことが大切である。

出来るだけ運ばないこと（配送回数を減らすこと）と、運ぶときは、出来るだけ効率よく運ぶということを心がける。ある拠点での成功例を紹介しよう。出荷数量が100から148に増大したにもかかわらず、配送回数を減らす政策を行った。そのとき、1店舗あたりに配送するケース数量は、1.3倍になった。結果として配送台数は100から82へ減少したのである。おそらくこのとき、何も活動を行わなければ、配送台数は140ぐらいに増えていただろう。140になるはずが82へ減少したのである。この差は非常に大きい。と同時に、積載効率はもともと100%に近かったため、この物量をこなすために、回転率が改善された（あがった）のである。配達コストというのは、いくらかけて、どれだけの金額の商品を運んだかで判断しなければならない。配送金額に対する配送費用の割合を意識しなければならない。備車運賃は相場もあり、削減するにも限界もある。とすれば、いかにして回転率を引き上げるかであり、いかにして積載効率を高めるかである。そのためには積み込みに30分も1時間もかけていたのでは回転数はあがらない。花王製品を2t車に満載すると約100万円である。備車運賃は約3万円であるから、1回転で3%である。これを如何に引き下げるかである。

4. 花王の業革活動について

業革のテーマとして以下の項目をあげた。

- 1) 配送を自動化する
マテハン機器を導入し、効率的物流を行う。
- 2) 返品をゼロにする
押し込み販売をするから返品が生じるという考えから、無理な販売は行わない。
- 3) 取引を標準化する＝配送頻度を減らす
データに基づき小売店の理解を得て、配送頻度を減らす。
- 4) 仕事の質を上げるため情報武装化を進める
営業に1人1台ブック型コンピュータを持たせ、提案型営業を進める。
- 5) E O S化を進める
現在は70%弱がE O Sによる受注である。
- 6) 物流精度の引き上げ
誤配率を限りなく0に近づける。

上記のような業革活動が、今日のE C R活動につながっている。

5. 最近の小売業の動きと卸について

小売業は、従来は問屋に任せきりだった物流に関心を持ち始めた。問屋と共同で最も効率の良い方法を模索し始めた。そのために、小売業は取組み先としての問屋の絞り込みを始めている。そしてこの窓口問屋制も最近では窓口制と名前をかえた。すなわち、窓口は問屋でなくとも良いということである。この問屋に変わる業種として最も可能性が高いのは運送業者ではないだろうか。いわゆるサードパーティーロジスティクスである。DCやTC等様々な形態で物流センターをオペレーションし、卸と小売業が一緒になって物流コストを引き下げられるため、様々な試みが行われている。しかし、日本の物流コストはやはり高い。ヨーロッパの小売業は上位10社で70%~90%以上のシェアをしめるが、日本の場合は上位10社でのシェアは、せいぜい10%程度である。非常に低い。多くの小売業がそれぞれ独自のシステムで物流を行っているために、非常に効率が悪い。さらに、ヨーロッパではEDIが非常に進んでおり、既に標準化が終わっているが、わが国では未だ標準化すら終わっていない。国際物流の中で、日本だけが取残されてしまっている。このことから、日本の小売業は、かなりコスト高の経営を行っているのではないかと。

◇花王とジャスコの新しい試み＝EDIによる製販同盟

メーカー花王は、メーカーからの出荷情報しか持っていなかった。しかし、生産を効率的に進めるためには末端の情報が必要であった。そこで、花王は販社をつくることによって小売りへの出荷情報を正確に把握することを始めたのである。このことにかかなり長い時間をかけてシステムを構築してきた。そして現在はジャスコとEDIを通じて店舗で何が売れているのかの情報を刻一刻とつかむことによって、小売業に何をどのタイミングで納入したらよいかを研究している。

ジャスコの各店舗からの発注はジャスコ本部経由で花王販社の本部コンピュータにオンラインで届き、各拠点に注文情報というかたちで指示される。この情報に基づいて商品を配送する。その際、店舗へは伝票は持って行かない。ペーパーレスで処理される。また、拠点では、注文情報に対して何を出荷したかの情報を出荷情報として花王販社から、ジャスコ本部経由で各店舗にオンラインで送る。注文情報と出荷情報との差が欠品ということになる。また、ジャスコ店舗での商品納入時の検品は簡易検品である。

欠品の発生する理由の一つにコード変換がある。各企業毎に独自のコードを使用しており、新商品、終売商品など各企業毎にコードメンテナンスを行っているが、そのタイミングのズレによって欠品扱いになってしまうことが多かった。そこで、このシステムの中ではコード変換を行っていない。JANコードをそのまま使用している。ここが大

きなポイントである。コンピュータの格段の進歩によって、13桁のコードを使用しても、容量的にも、能力的にもレスポンスに影響は及ぼさない。また、一部商品の発注は自動発注で行っている。店舗別POS情報をメーカーに送ってもらっているのも、この店舗での商品の動きによって生産計画も立てているし、売れた分だけ店舗に納入することで、自動発注を可能とした。注文によって、商品は配送するのではなく、情報に基づいて商品を配送するのである。しかし、特売商品やキャンペーン商品などは自動発注では欠品を起こしてしまうため、その対象としていない。自動発注のポイントは、安定的に動いている商品のみを対象とすることである。商品の動きをよく見ながら、自動発注対象商品を決めて行くことが必要である。

このように花王は、工場から卸への出荷情報だけでは合理化には限界があると感じ、販社をつくり、卸から小売店への情報をつかんできた。そして、現在次なるステップとして、小売店から消費者の手元にわたるときの商品情報をつかむことによって、さらなる合理化を研究している。しかし、このジャスコとのEDIにしても、消費者の購入情報は、花王の販売額からすると、わずか0.数パーセントに過ぎない。こうしたEDIが多く的小売業と結ばれてきたとき、初めて本当のロジスティクスが可能となる。

6、おわりに

◇物流を科学する

- 1) 物流は経営戦略である。流通に対しどの様に対応するかという経営戦略そのものを検討する。
- 2) 戦術レベルとして、例えば物流拠点をどの様に配備すべきか検討をする。
- 3) 作戦レベルとして、作業効率向上のために、何を行うべきかを検討をする（例えばトラックの回転率アップや各種自動化の試み）。

この戦略、戦術、作戦の3つのレベルに分けて物流を考えて行くことが大切である。また、物流をもっと科学すべきである。データをベースに物流を考えて行くことが必要。物流でブラックボックスを作らないこと。物流拠点を出発したトラックはどの様なルートで配送したのか、どこで何をしているのかまで把握することが大切。花王では、トラックにコンピュータを搭載し、出発時間から経路、店舗の滞留時間など、総てが記録され、分析資料として活用している。この資料から、実に多くの問題点が抽出できるし、またこれから解決の糸口も分かるのである。大きく、りで見ているのでは、問題点も分からないし、解決もできないのである。物流は細部にわたり、データを把握し、科学する事によって問題を解決しなければならない。

理事会開催さる

上半期事業報告・その他

11月21日東京・鉄道会館ルビーホール11階にて恒例の理事会が12:00より開催された。今回の主な議題は平成8年度上半期の事業活動報告と下半期の展望についてであった。

当日は事務局が進行する中で國分会長（国分(株)代表取締役社長）の開会のご挨拶が次の如くなされた。

國分会長挨拶

開会に先立ち一言ご挨拶を申し上げます。

本日、これより理事会を開催いたしますが、時節柄皆様大変ご多用にもかかわらず、ご参集いただきまして誠に有難うございます。

平素より日食協の活動につきましては、本部、並びに各支部におかれまして、いろいろとご協力ご支援を賜わりまして厚く御礼申し上げます。

また、本日の理事会には、農林水産省 食品流通局 商業課 構造改善対策室 門田室長殿並びに経営指導 小崎係長殿のお二人にご臨席をいただき、厚く御礼申し上げます。

去る、11月3日に当協会の副会長の(株)菱食 取締役社長 廣田 正様が、当業界に対し大変な貢献をなされた証しに藍綬褒章を受賞なされております。

このように国家から、褒賞受章されたことは、当協会として、初めてのことであり大変嬉しい次第であります。

廣田様に心よりお祝いを申し上げます。おめでとうございました。なお、廣田 正様からは、後ほどお言葉をいただきたいと思っております。

本日の理事会であります。本年も余すところ僅かとなりましたが、非常に変化の大きな年であったと思っております。その変化は引続いている状況です。

本年5月の定時総会のときに日食協は新しい体制が発足しており、その時空席になっていた運営委員会の委員長には事務局 専務理事 井岸松根氏に業務を願いました。最近、クイックレスポンスとよく言われますが、事務局責任者と運営委員長の兼務となり、日食協の運営がスムーズになってきたと思っております。

そして皆様のご協力を得て、この半年が経過しましたので、今日は、その上期活動につきご報告を申し上げまして、なお、皆様方からご意見をいただき、運営に反映して行

きたいと考えております。よろしく願い申し上げます。

なお、理事会終了後に(財)食品流通構造改善促進機構の並木部長のご出席をいただき機構の取組んでいる事業につきお話をして頂くことになっておりますのでお時間を少し頂戴致したく存じます。

以上を持ちましてご挨拶とさせていただきます。

続いて廣田副会長（㈱菱食 代表取締役社長）より謝辞（別掲）が述べられたあとで、来賓の農林水産省 食品流通局 商業課 流通構造改善対策 室長 門田 正昭様よりご挨拶を頂いた。

来賓ご挨拶；農林水産省 食品流通局 構造改善対策室 室長 門田 正昭様

ただ今ご紹介いただきました構造改善対策室の門田でございます。

日食協の皆様方には、日頃から私ども行政の推進に当たりましては、多大なるご協力をいただいているところであります。高い席からでございますが、あらためて深く御礼申し上げる次第でございます。

本日は、折角の機会でございますので、ひとつ、ふたつ、私どもが取組んでいる仕事の内容につきお話を申し上げご挨拶に替えさせていただきます。

ひとつは、来年度、平成9年度の予算組みについて、現在、日々財政当局と折衝を続けておりますが、食品流通局の来年度の目玉として食品流通の情報化に相当予算配分を図り推進をしたいと云うことが、ひとつの目玉としてあります。

具体的になると広範囲の分野になりますが、中でも一番大きな点は生鮮食料品の情報化推進であります。これは、皆様方ご案内の加工食品は、JANコードが一応存在している状態ですが、生鮮食料品はスーパーのイン・ストア卸売りベンダーの段階で個別のコードが付けられている状況であります。この標準化をしたいと思っております。その取組みは数年前から進めていりましたが、いろいろ事情がありました。

しかし、この問題は、目前の問題となっておりこの標準化に向け、時間をかけて取組みたいと考えております。

生鮮食料品のJANコード化に取組むということです。これに当てる予算は特別予算となります。皆様方のご商売に関連する仕事になるのではないかと思います。

ふたつめは、加工食品のJANコードの付番ルールについての取組みであります。これは、日食協の皆様方から折にふれ、農水省も協力して欲しいと強い要望を受けており

ますが、先日、国税庁より酒類業界も推進させたいので、ぜひ、協力して欲しいと正式に申入れがありました。

この推進には、まず、商品コードの付番ルールということからメーカー様にお願いしなくてはならないということでございます。

国税庁の場合は酒税課で担当可能なのですが、加工食品となれば非常に多岐に亘っております。

所管部局も私どもだけでなく、お米・小麦の加工品は食糧庁となり、肉・乳製品は畜産局、それぞれ物品により監督局が異なっております。そこで私どもが窓口となり関係部局に、この様な理由により商品コードの付番ルール化を図るために、それぞれ所管部局にお願いする意味でただいま説明をしております。

これが進むと酒類・加工食品共に今後、効率的な情報化のネットワーク化が完成されるという大変大きな成果が得られると考えております。なにぶん関係部局が多いので、また一方それが既に個別なルールで出来て使用されている状況です。それを標準化する作業でありますので、まず、コンセンサスを固めなくてはならないと考えております。

この辺のことでは、日食協の皆様と私どもで十分に連絡を取りながら進めたいと思います。

このような情報化の話から、大きな仕事にかかわるわけですが、私どもは、皆様のために出来る限りのお手伝いをさせていただきます。

今後、なお一層のご理解ご協力をあらためて頂戴したいということをお願い申し上げます。本日は、どうも有り難うございました。

國分会長が議長席に着き、議事録署名人として、津久浦慶一理事（コンタツ㈱代表取締役社長）と木下誠理事（㈱明治屋 専務取締役）をお願いをし議事に入った。

議案はいずれも承認され、理事会は閉会したが、直後「食品流通構造改善計画作成会議」の場として(財)食品流通構造改善促進機構より流通構造改善部長 並木健雄氏に出席頂き、同機構が用意している食品流通構造改善緊急対策事業即ち無利息の融資制度の説明がなされた。会報では既に2回も取上げている制度であったが、改めて質疑がかわされ、関心を呼ぶところとなった。

例会の事であるが、この理事会開催以前には、正副会長会議（11/12）、運営委員会（11/21）、賛助会員世話人会（11/13）等が開催され推敲を重ねた議案が提出される仕組みになっている。正副会長を始め、監事、各委員会委員、各会議の出席メンバーの方々には、ご多用中何かとご協力頂き、理事会運営がスムーズに運ぶ所となった事につき厚く御礼申し上げます。

上記の各会議を経て当日事務局より報告された上期の事業内容は概略次の通りである。

1) 食品取引問題検討会について

2年目を迎えた同委員会の本年後の目標は、公正取引委員会制定のガイドラインのなかで、不明確な点と支障のある点を究明することとした。そのためこれまでも数回勉強会を重ねたが、今回は11月27日に担当官を招き委員と勉強会を開催し、それらの後に来年3月を目標に卸売業の要望書的なものにまとめ提示する予定である。

2) 最適流通システム開発普及事業について

本年度はメーカー様の立場から、求める卸の機能と考えている新しい取引制度の調査をするため、現在、アンケート調査を進めている。なお、この調査に関しては、7月25日の賛助会員世話人会において担当して頂いている廣田副会長より、メーカー様に協力要請をして頂き本年度の委員構成に6社の参画を得て調査内容を検討決定している。

主要内容は、どのような新しい取引制度を考えているのかの点に焦点を当てている。3月には報告書がまとめられる予定である。

3) 人材育成確保推進事業について

各企業の中核にある、経営実務者クラスを対象に人材育成のための講演会を開催した。本年度は、ロジステイクスをテーマとして、異業種の花王(株)の元物流担当責任者であり現在、物流対策研究所 所長 谷津 昇一氏より、販社、花王(株)の「ロジステイクス戦略」について講演をして頂いた。そのほか、日食協が、構造改善事業として調査している「物流施設に関する研究と調査」につき事務局が中間報告した。

開催日は関東地区会員対象に10月23日・東海ブロック会員対象に11月18日。

4) 食料品卸売業構造改善事業について

日食協の会員の物流施設に関連する調査を進めており、まだ途中であるが、本日の資料に「物流設備関連表」の一部を用意した。最終的に会員全体の物流施設・従業員数・運送関係・通信機器コンピューター・フォークリフト等々の卸売業の武装化の様子をまとめたいと考えている。

5) 商品コードセンター構想について

本日、先程、門田室長様よりお話をいただいたが、現在のJANコードの使い勝手を改良し、業界中で使用するためには、商品コードセンターを設け作業を進めたいと考えており、この作業は情報システム化委員会にメーカー様6社の方の参画を得た。なお今

後の推進には国税庁の積極的な協力を得て進めることになっている。

そして酒中連8団体にも参画をいただき一緒に作業に取り組む事になっている。

このJANコードの整備作業となると一業界だけのものではなく、国家的に各業界との整合性を伴って進めなければならないので注意深く進めて行きたい。

6) 情報化に関するアンケート調査

われわれ卸売業の情報化の進展には、他の関連業界とのハードとソフトの兼ね合いが重要である。そこでまず数年ぶりに情報化の内情を把握するためアンケート調査を実施している。なお、この他の調査に関しても会員企業が回答を忌避する事があるが、業界の状態を熟知した上で取組み、また、行政に対し要望を行う上からも、是非協力をお願いしたい。

事務局は絶対に各企業の秘密を漏洩することは致しません事を申し上げます。

7) 情報システム研修会

去る11月11日に日暮里のホテル・ラングウッドに於て実施した。研修内容は、業界企業内の情報システムの実例・実態・酒販店のEOSの共同利用の発表等をしている。参加者の状況は九州から北海道・金沢・仙台からも有り、東京都卸売酒販組合との共催をしており、参加総員数100名を得ることができた。

8) 物流シンボルコード（ITF）現状調査

物流委員会は、隣接の菓子業界が既に80%がITFコード表示されている一方、加工食品業界の現状はどうなのかということでメーカー様にアンケートさせて頂いた。ITFコードの導入が100%近くに行かないと機器を利用した効率化が得られない点があるので、現状利用率は低率でも導入促進を現在進めている。後日まとめが完成すればご報告申し上げたい。

9) 組織変更について

従来CBO（缶詰ブランドオーナー会）の各部会は、品目別に5部会設けられ、その他に品質規格部会があった。部会出席者の意見により、効率化を目的として組織運営の簡素化を図りたいと考えている。

ここでCBO組織変更に関してCBO幹事長店より意見を頂いた。

松崎 清 C B O 幹事会代理 (株)サンヨー堂取締役)

(株)サンヨー堂の松崎です。本日は手前どもの C B O 幹事長は出張中で欠席しており代理の私より、ご報告申し上げます。

C B O の品目別部会は 5 部会ありましたが、其の組織の効率簡素化のために改革を図りたいとの部会よりご意見が有りまして、去る 7 月 31 日に代表幹事会を当社にて開催しております。この時のご出席者は、副幹事店(株)菱食の田口部長殿と(株)明治屋の塩田部長となお事務局の井岸専務理事と深澤幹事長であります。

その結果、合計 6 部会を 2 部会とする。そのひとつは缶詰部会として、もうひとつは品質対策部会として機能の充実をするということです。

この C B O 組織変更につき、本日、ご出席理事各位のご承認を得たいと思います。よろしくご審議のほどお願い申し上げます。

以上の通り説明と提案が行われこの件に関しても、他の議案と一括審議され承認された。

メーカーが考えている新しい取引制度 中間速報

賛助会員の多大なご協力の下に実施した本年度の最適流通システム開発事業の一端としてのアンケートの回収が始まった。12月6日現在 78 通の回答を頂いたので、集計事務局として流通政策研究所のスタッフの協力でその一部を垣間見た。以下は委員会へ提出前のナマの数値であることをお断りする訳だが、後日の正式報告を精読して頂ければと考えている。

○メーカースタッフの問題意識 (重複回答)

- ・量販店のメーカーに対する交渉力が非常に強くなってきた 97.5%
- ・チャンネルを通じてメーカーが積極的に売れ筋情報を収集せねば 97.4%
- ・小売業は自社の物流コスト低減を優先しすぎ 94.9%
- ・厳格な日付管理が求められる 93.6%
- ・小売業の求める物流サービスが高度化している 93.6%

以上は「全くその通り」と「やや、そう思う」を合計した数値だが、この 5 項目は 90% を超している。これ等は、その裏側に特约店や卸売業が防波堤たり得ず、或いは頼みにしたいがしきれない不安を覗かせている事の証左ととれない事はない。

○マーケティング体制の問題意識（重複回答）

諸制度の中で時代即応で既に取り組んだか、或いは検討中の「制度」を探って見ると

- ・卸売業への販売促進費用支払制度 69.2%
- ・リベート制度 66.7%
- ・小売業への販売促進費用支払制度 66.7%
- ・価格体系 62.8%

いずれもオープンプライス制への移行ともとれる動きを示している。反面それぞれ 30%弱であるが、「静観している」との回答を寄せたメーカーがあることも無視できないのではないか？

○建値制の方向について（選択回答）

既存の建値制の評価、長所、欠点、問題はともかくとして、

- ・どちらとも言えない 38.5%
- ・支持すべきだ 34.6%
- ・原則として撤廃すべき 17.9%
- ・既に建値制はやめた 5.1%

と回答を寄せて頂くと、これを見て卸売サイドの反応が知りたくなる。どの様に考えるべきかは委員会での分析待ち。

○特約店制度はどうあるべきか（選択回答）

- ・特約店を選別して絞りこむべきだ 60.3%
- ・一層充実させ卸売業を活用すべきだ 20.5%
- ・徐々に廃止すべきだ 15.4%

卸売業にとっては非常に関心の高い質問に対する回答である。前後の設問の回答によって、この数値の読み方も変って来るのかも知れない。

以上は設問の一部をそのまま拾い上げたに過ぎない事をご理解頂くと共に、これからヒアリングを重ね、整理した結果を審議するのは2月と想定されるが、結果内容は乞うご期待。

事業活動あれこれ

第 20 回食品卸団体連絡協議会のあらまし

我々運営体制が変わって、初めての食品卸団体連絡協議会が 10 月 17 日に東京ステーションホテル松の間にて 14:00~17:50 開催された。

主な協議内容は、日食協の上半期活動の報告に対する要望・確認・質疑であったが、例会にも増して熱心な討議がなされ、有意義な一時を過ごすことができた。これも双方の出席者の協力と当日の進行役を務めて頂いた東京同業会の幹事役の皆様方のお陰様に負う処大である。

今回は議事録からの抜粋により当日の雰囲気をお伝えするべく、解説を試みて見た。

・これまでにあった課題

今回で通算 20 回を数えるこの協議会は、その目的或いは会議運営自体がスタート当初から変遷を経て変化して来ている。むしろ、平均して年 2 回、遠方かつ多忙の中を各団体、トップクラスの方が参集するこの会であって見れば、その時代背景と共に変化するのは当然であった。

特にここ 3 年位における流通構造の変革のすさまじさは、いつの間にか好むと好まざるとに拘らず、出席者間に同じテーマでありながら、求める事に隔たりが出ていたのである。

例えば「量販店の帖合移動」をとり上げても、帖合が増えるのが、全国展開の仲間、減るのがその当地の仲間というケースが一般的となり、「センターファイ」についても、親ベンダーと子ベンダーの立場が発生したり、取組み方に依って、課せられる負担が重ければ「優越的地位の乱用」か、仲間の「不当廉売」という悲鳴が発生して来ているのである。

つまり「小売と卸」との間の公正競争を主眼においた議論に「卸間」の公正競争の議論が重って来て、思うように討議されないもどかしさがあったのが一例である。

また、「新取引制度」への移行を語るとき、特約店としての対応と、二次店格にある仲間から見た特約店の立場にある仲間達の対応の仕方に、不安ともどかしさがあるのは当然の事である。

お互いがこうした各地域の問題を抱え、解決の緒口がつかめぬ中で日食協との協議会に臨んだとしても不思議ではなかった。一方日食協は、唯一の全国団体であり、社団法人化された経緯から考えても、外部に対する窓口機関たらねばという自覚の下に諸事業

活動を行って来た。

だが、この流通構造の変革、短絡的に云えば「流通の中抜き傾向」という大嵐の前では、その産業基盤全体が否定されかねないという熾烈さのために、日食協といえども、対応が全面的に後手に回ってしまったままになっているのも事実である。

これが「日食協に頼んでもなかなか解決してくれない」一方、「日食協として依頼されても出来ないものもあるし、相互理解をせねばならぬものもある筈」

という暗黙裡の隔りとなっていたのではなからうか。

・事務局同士の事前接渉

今回の開催に当っては、数回の打合せがなされ、抽象的・儀礼的なモノを排除し、実践的なモノを尊重する事を第一義として当日の運営に当る事とした。

特に約1時間を要する日食協の事業活動報告については、意識して内容の吟味を行った結果として開会に当っての双方の代表のご挨拶（骨子のみ）は次の如くであった。

山本 東京同業会会長（国分㈱ 代表取締役副会長）

本会の開催に当り、各団体の皆様にはご繁忙の中、ご出席下されありがとうございます存じました。

承われば、日食協は出席者の若返りを図り、新体制で臨まれたようだが、これを機にこれまでの如く身構えた議論の雰囲気から脱し、若い方々の前向きのご意見と、肩の力を抜いた意見交換を期待します。

標 日食協物流委員長（伊藤忠食品㈱ 常勤顧問）

日食協は新年度より実務優先で事業活動の推進をして来ています。

本日もその主旨に沿った出席者を選びました。日頃の活動はともかく出席者各位の最後に目指す処は同様であろうとの認識に立っています。当方の活動報告に続き率直かつ建設的なご意見を頂ければと思います。報告回答など充分納得頂くまでには至らないかもしれないが、意のある処をお汲み取り下さい。

・意見交換の場になって

9項目に亘る日食協活動がなされた後で、情報交換・質疑応答の場になった。そこでのやりとりの中から主だったものを拾ってみよう。

Q：大阪同業会

山積された問題に実務優先処理は同感。前回「卸連合会4団体、それぞれが自分達の抱える身近な問題については、メーカー折衝も含め、独自に活動させて頂きたいことと、年2回の連絡協議会を1回とし、他の1回は各地で別な形式で開催する」ことを申し上げたが、それについての回答は……

A：日食協

前回の申し入れは理に適っており、具体的にそうして頂ければ幸いであり、大変結構なご提案であった。

当方でも審議したが、事務局3名、他はボランティア活動から成立っている日食協として、実務面で色々と大切な問題に対しても折衝が出来かねている。ましてや各地域の問題まではというのが実情。従って各支部の会員がその地区で会員外の仲間の一員に加わり、進めるべき活動をどしどし進めるべきと考えた。

メーカー各位に対する申し入れも、賛助会員外の方々も多数ある中で、日食協という立場で取りまとめることができる事となるとテーマが限られてしまう。

お申し入れの線に賛成であり、従来にも増してお手伝いできる所はお手伝いをさせて頂くつもりである。

Q：京滋同業会 大阪同業会

リサイクル法の施行を前に説明会が開かれているが出席していても「記帳義務」「負担する率」等明確でない。

地方自治体の独自の動きがあるがその対応については……

A：日食協

おたずねの記帳の内容については当方でも詳細不明、判明次第連絡します。

東京都の独自の考え方については、「協議の場」と称する会合に出席している。ここでも卸売業の協力が求められているが、まだその具体的な役割は見えてない。今出ているのは、協力する小売店舗の店頭回収の話である。

京滋同業会

量販店の元旦営業に卸も巻き込まれる恐れがある。

これについては申し入れが必要なのではないか。

日食協

環境問題について、我々が負担する事を避ける風潮があるかに思えるが、卸として何が出来るのか何に協力できるのかというスタンスも忘れてはいけない。

日食協

世の中、一般に卸売業の果している機能についての認識がない上に、関係官庁において現状の理解がなさすぎる。

Q：大阪同業会

行政が理解していないにも不拘、事業や調査を依頼してくるのはどうなのか
ガイドラインについての日食協意見がまとまるのはいつか、公表するのか。

A：日食協

本年度は3事業を受託した。その事業についての補助金は支給される。それ以外は「頼りにされている」と解釈したい。

意見をまとめるのは平成9年3月と考えている。形式内容についてはこれから討議される。

意見交換はその後ITFコード、メーカーに対するオンライン発注等に及んだ。閉会に当たって乾大阪同業会会長（カネトミ商事(株) 代表取締役会長）が次の如くしめくられた。

乾 大阪同業会会長（カネトミ商事(株)代表取締役会長）

会議は通常1時間か1時間半が妥当と思うが、これだけ内容ある会議だと中途半端に終らせぬためにも開始時刻を繰り上げる事を考えねばならない。

長時間ご苦労さまでした。次回も更に実のある会議になる様お願い致します。

第33回賛助会員世話人会

—11月13日—

第33回賛助会員世話人会は11月13日、11:30~14:15日本橋精養軒会議室にて開催された。

当日は、偶然にも、担当副会長として出席予定の廣田氏（(株)菱食 代表取締役社長）が藍綬褒章受章のため宮中に伺候されたので欠席となったが、世話人会代表の大瀧氏（味の素(株) 常務取締役）より次の如くご挨拶を頂き議事に入った。

賛助会員世話人会代表 ご挨拶；味の素株式会社 常務取締役 大瀧 幸克様

味の素(株)の大瀧でございます。私ども賛助会員メンバーは平素より、日食協の皆様方には格別なお引き立てを頂戴しておりまして、厚く御礼申し上げます。

今年も余すところ1月半となって、昨日あたりからお歳暮商戦が百貨店様から始まっ

ております。なにかとこれから多用になるという時期になりました。

振り返りますと今年、この食品業界は大変災難な年でございまして、狂牛病に始まり、そしてO-157病原菌問題の発生が有り、その因果関係はまだ究明されていない状況で、その外の問題もいろいろ抱えながら越年しつつあります。

本日、配布の会報に事務局が、O-157問題に振り回されたと記されておりますがまさに、この出来事に私どもを含め振り回された一年であったと思います。

そのような状態の中でいろいろ流通業界も目まぐるしく変化が進んでおります。全国津々浦々が21世紀に向けてサバイバルゲームと申しますか、生き残りをかけた業界内の競争が激化している状況にあります。

私は、昨日から今朝まで九州にいましたが、ジョイスパワーセンターが、これはカテゴリーキラーの複合施設の第1号店と思っておりますが、大きな常設のパワーセンターが完成し、現実にパリュウセンターなるものの構想が着々と進んでおります。

このように九州の業界でもいろいろな出来事が話題となっております。このような地殻変動とも言える変化は、まだまだ進行すると強く感じました。

また、中間流通業界においても、今年は大変マグニチュードの高い出来事として、大手商社が参画した大型卸業の誕生という非常に大きな出来事がありました。このような地殻変動の中では質的にもなにか変って来ていると感じられます。

そうした中で日食協様では、事務局の新専務理事に井岸様を迎えて、スタートしつつありますが、ただ今、申し上げました様に、なかなか正解の見えない時代ということで大変ご苦労なされていることではと思いますが、この会報を見ますと新専務理事は、いろいろな分野において全国的に活動なされていることがわかります。

そこで、私どもメーカーも重要なテーマのプロジェクトに主体的に参画して日食協のますますのご発展と同時に私どもも共存共栄が図られるような取組みをして行かなければならないと思います。これからもどうぞよろしくご指導ご鞭撻を御願い申し上げます。簡単でございますが、ご挨拶に代えさせていただきます。

議事の最初は、「最適流通システム開発事業」として受託し、前回会議でご協力のご賛同を頂き、スタートした委員会活動の報告であった。当日はアンケート回収中であったが、その後のまとめは、本号別掲の通りである。

次に「商品コードセンター設立構想」についての報告があった。

日食協としては情報化システム委員会が主体となり、これにネットワーク検討会出席企業から協力を仰いで委員会メンバー人選をなし、第1回の打合せも10月9日に行い、開始した所であったが、ここに漸やく酒類業界も国税庁の斡旋で気運がまとまり、合同で「酒類・加工食品商品コードセンター設立準備会」設置の方向づけがなされ、以降一体となって作業を進める手筈ができ上がった。

この委員会では次の事項を審議する事になる。

- 1) コードセンターの必要性の確認と基本機能の確認及びこの準備委員会綱領の作成
- 2) コードセンター業務内容確定
- 3) 各関係団体に連絡調整
- 4) 設立後の運営機構の構想綱領作成
- 5) VAN会社選定 見積書提出依頼
- 6) 収支検討 資金計画策定
- 7) 運営規約審議
- 8) 関係官庁調整

概ねこの順序で消化する予定であるが、多人数のため、委員会のスタートは平成9年1月が予定されている旨の報告がなされた。

以下各研修会実施の報告とそれについての協力の御礼が述べられ意見交換の場となった。

「商品コードセンター」については、管轄の商品カテゴリーの範囲については対話があった後、特約店ルートで流通する業務用商材も洩れなく対象商品とするべきである、との意見の一致を見た。

ITFコード導入、或いはその関連アンケートに対する協力、情報システムの構築、標準化及びその調査等に対する協力等々、いずれも心強いご快諾の意見を頂いて閉会した。

情報システム研修会 全国から100名

情報システム化委員会

全国卸売酒類組合中央会との共催では2回目になる情報システム研修会が、11月11日に東京・日暮里ホテルラングウッドにて13:30~19:00開催された。

当日は2回目のため、前評判も高く、全国から約百名の参加を得て、空席もない中で、定刻より主催者のご挨拶、来賓のご挨拶を次の如く頂いて、研修スケジュールに入った。

17:30からの懇親会においても、実務担当者が多数参加して居られたので、熱心な意見交換が続けられ盛会裡に閉会した。

開会挨拶；(社)日本加工食品卸協会副会長 磯野計一氏 (株)明治屋代表取締役社長)

ただいま、ご紹介いただきました(株)明治屋の磯野でございます。本日、私がこの場所に立っておりますのは、理由がございます。ひとつは、私が現在、日食協の副会長という立場と関東支部の支部長を兼任しております、なお、全国卸売酒販中央会の副会長を勤めており、また、税制委員長を兼ねて、酒類・食品の両業界に席を置いておりますことからでございます。

今日のこの研修会も両業界の企画で開催していることからただいまご指名を受けた次第でございます。

本日は、皆様方ご多忙のところ北は北海道、南は、九州と全国の有力な企業の方々がご参画なされておりますことはなによりと存じます。

また、農林水産省食品流通局流通構造改善対策室 室長 門田様には、日頃から、この問題のほかにもいろいろな場面で大変お世話になっております。

また、国税庁酒税課酒税企画官 亀井様には、当初より、格別なご支援を頂戴しており感謝に堪えません。

この情報システム研修会は、(社)日本加工食品卸協会と全国卸売酒販組合中央会の協力で開催されることにつきましては、そもそも、私が、都卸売酒販組合理事長のとき都の業務用部会の小泉委員長から、今後、業務用の情報化を進めるにはどうしても、「コード」が必要だが、残念なことに酒の「コード」については、標準化がなっていない。今後の展開はどうなるべきかということがありました。私も都卸売酒販組合の立場から調査してみますと酒類卸業として残念ながら、その方向について手が打たれていないことが判明しました。

早速、都卸売酒販組合の中に情報システム委員会を設け、三源(株)尾田社長のご協力を得まして、併せて日食協の情報システム化委員長の松本様にご相談申し上げ、その後、合同で会議を開き問題を検討して頂いております。

そして酒類業界の中でを検討しているうち、国税庁独自の考えの中にも「コード」を設定すべきとの意向が生れ、当時、酒税課の井上課長からお話を頂きました。

私は、小売・卸・メーカーの面から考えても食品と酒類が異なる「コード」を進めるのは、将来業界で大変困ることになることで一本にまとめるべきだと申しあげております。

たまたま、日食協は既にJANコードの利用を進めており、これを統一コードとして活用し、酒類・食品ともに使用したいと国税庁のご理解をいただいた。

このことについては、後ほど、お話があると思いますが、将来的には、酒類・食品の

コードセンターが設置され全国的にメーカーから卸・小売業の皆様方まで共通のJANコードで取引をすることが、私どもの夢であります。この推進につきましては農林水産省並びに国税庁も十分にその主旨をご理解いただきたいと考えております。

後ほど、両省のご来賓より、お話がなされることと存じますが、そのための準備委員会を設け、それに伴う調査費も予算化いただきコードセンター設置に向かえるお話があると思います。

本日の研修内容にも商品コードセンター設置構想が謳い込まれております。この実現は、松本委員長と都卸売酒販組合理事長の尾田様のお二方に進めて頂いておりますが、この辺のお話も併せてなされると思いますが、ただ、松本様は急用でご欠席ということですので、松本委員長の主旨と構想を述べさせて頂きました。

そのほか本日はEDIの件等々毎日現実にお仕事をなされているご担当の方々から具体的にご説明がされますので、ご参考にして頂き、ご質問また、後刻の懇親会の場でよくお話をお伺いいただき、酒類食品業界の情報化推進に前向きに取り組んでいただき業界全体のローコストオペレーションの実現にご協力をお願い申し上げます。

商品コードについては、全産業を対象にして、通商産業省で取り組んでおりJICFSというところで現在行なわれております。この関係もあります、酒類・食品業界としては、先行してすすめたいということもあります。これから、半日、長時間でございしますが是非とも有意義な研修会になりますことを願ひまして、私のご挨拶とさせていただきます。

来賓ご挨拶；農林水産省食品流通局商業課流通構造改善対策室室長 門田正昭様

ただいまご紹介頂きました門田でございます。

私ども食品流通局は、食品の流通全般にわたっていろいろな対策をすることでございます。とくに私のところは、さきにお話なされた磯野様が副会長をなされております日食協とお付き合いがございます。加工食品卸業の方々そのほか中小の小売業の方々と一緒に構造改善に向けて一層の合理化を計るお手伝いするところでございます。

あらためて申し上げることでございせんが、食品流通業界の10年後からみますと、おそらくあの頃は大変であったと思うまでの大きな構造的な変化が現在進行中だと思っております。その意味では、業界の皆様方生き残りというか、厳しい競争で大変ご苦労されていると思います。その中でいかに生残るかを考えますと、やはり、一番に上げられる課題は、情報化であろうかと思ひます。

少しお話が脇へ行きますが、食品流通審議会というのが設けられております。今後、5年程先を見通すかたちで政策の基本を検討しております。磯野副会長様にその委員と

してご参画いただいているいろいろなご意見を頂戴しておりますが、中でも情報化をどう進めるかが大きな課題とされております。

受発注の電子化は、量販店のE O Sの利用で進んでおりますが、そこで何が問題となると標準化の問題です。量販店のE O Sは個々の仕組みでコード化され独自のフォーマットで実施されております。

この点、U S Aの場合には、圧倒的に力の強いところを使用している「コード」に収斂されてきています。このような方式もよいのですが、大変時間等々が必要であろうかと思われます。これは、日本においてはいろいろと問題が多いと思われます。従って関係業界の皆様が集まって、議論していただき意図的に標準化問題に取り組んで行かなければならないと思われます。

その意味で本日の研修会は誠に時期を得たものと思ひます。是非業界が一丸となって取り組んでいただきたく存じます。

ただ、現実には、独自のシステムが既に実施されておりますので、その仕組みを変更しなくてはならない部分がある。流通の川上・川中・川下とそれぞれの立場もござひます。言ってみれば、それぞれ自分の使いやすいように工夫している現状です。この点も流通全体を見て合理化を図ることが要求されます。それぞれの立場を踏まえてコンセンサスを得る工夫がなによりも大事だと思ひます。

さらに新しいものを作るとなると、その受益とコストのバランスをどのように取るのか、という問題もあろうかと思ひます。ハード面については、金銭的なもので解決が得られるが、やはり、皆様方の総意を固める、コンセンサスを得てゆくことが一番大事だと思ひます。

いずれにしても酒類業界・食品業界を通じた効率的なネットワークを造って行くという大きな課題で本日、研修会も今後に向かって寄与されることをご祈念申し上げ、ご挨拶とさせていただきます。

国税庁酒税課酒税企画官 亀井 正博様

ご紹介いただきました亀井でございます。

本日は、(社)日本加工食品卸協会と全国卸売酒販組合中央会の共催でこのような研修会が大勢のご参加を得て開催される事はなによりかと存じます。

それと同時に私どもを含め、流通業界全体が、戦略的な情報武装が必要といわれておりますが、このところの経済状勢の停滞と低価格化の市場により流通業界全体が経営内容の悪化を受けております。そのため、どうしてもローコストオペレーションを展開して経営基盤を調整し確立を早急に図らねばならない状況でございます。

従いまして、今こそ流通業の基盤整備を図らねばならないといえます。

私ども、国税庁としては、昭和 59 年頃から情報ネットワーク化への取組みを進めて来ましたが、いくつかのインフラ整備を進めてきております。そうした中で、日食協の調査事業を通じて業界内の沢山の情報を得る事が出来ました。

その情報を中央酒類審議会に上げ、昨年 6 月に審議会から、酒類業界の情報ネットワークのありかたという報告書がまとめられました。その中で、商品コードこれは、JANコード。物流コードはITFコードでとあり、電送手順についてはJCAで処理するなどありますが、それと共に酒類・食品のコードセンターの設置に向けて、酒類業界 8 団体で協議を行い、本年 4 月に JANコード、ITFコードの付番ルールについて公表しております。この秋からは、商品コードセンター設置につき検討を進めてきましたが、加工食品業界と連携して進めるべく現在検討を行ない、酒類食品業界コードセンター設置のための準備委員会を設ける段階になっております。

これで情報化のインフラ整備を進められますが、この間、農林水産省・通産省・また、日食協と酒類業界でさまざまなご検討を頂きました事、本当にご協力いただきました事に御礼申し上げます。

本日の情報システム研修会の内容は、インフラ整備の段階からEOSあるいはEDI・ECRと幅広いテーマとなっております。この研修会は今後酒類業界と加工食品業界を含めました流通業界の情報化の進展に大きく寄与される事を期待いたします次第でございます。

最後に日食協の皆様、全国卸売酒販組合中央会傘下の団体の各企業、並びに本日ご参加の皆様のご繁栄とご健勝をご祈念いたしましてご挨拶とさせていただきます。

研修会の内容概略は次の通り

1. 企業間情報交換（EDI）の実状について

……国分(株)篠 憲一氏

日食協の情報ネットワーク検討会が管理する「企業間標準システム」の活用実状について、システム事例毎に実状と考察、そして将来に向けた課題の提起があった。

2. メーカー・卸間情報交換の事例紹介

……(株)明治屋 小川政明氏

自社の情報システムの概要とその中に於ける「メーカー卸企業間標準システム」を十分に活用した事例を詳細に解説し、参加者の中の未活用者に対する便宜を図った。

3. 商品コードセンター構想について

……(株)廣屋 向井健治氏代理 (社)日本加工食品卸協会 井岸松根氏

諸方面から論じられていた商品コードセンター設立構想が、漸やくここに来て一本化され、業界としては正式に、公式的に委員会設立の運びになった報告と、その委員会がなすべきことが何であるかを明確にした。従って今迄のいろいろと語られていた「コードセンター構想」もいわば白紙から検討し直されることが確認された。

4. 酒販店向けEOSシステムの共同化について

……(株)小綱 正藤邦彦氏

東京地区においてライバル関係にある9社が、業界の発展を第一義として酒販店の店頭における端末を共同利用するシステムを開発したのが平成7年10月、これは今や17都県110企業、そして1341台の端末を置くシステムに発展した。その現状を報告。参加者の共鳴を得た。

研修会の閉会に当って次の如く挨拶があり、その後懇親会に移ったが、席上早くもこの様な研修会が半日で終わってしまう事を惜しむ声上がり、特に遠方からの出席者は一泊するだけに2日間に亘る企画を求める声が多かった。

閉会挨拶；東京都卸売酒販組合副理事長 尾田浩章氏（三源(株)代表取締役社長）

皆様、長時間の研修でお疲れさまでした。先程、司会の井口様よりお話がありましたが、本来ですと、松本情報システム化委員長よりご挨拶が述べられるべきでございますが、緊急なご用件でご欠席となりました。今朝ほども電話を頂戴しました。その際、くれぐれも皆様にお詫びを申し上げて下さいと申されておりました事をお伝え致します。

なお、本日の4名の講師をお願いしました方々には、平素より業務ご多忙のところ貴重なお時間を頂きまして誠に感謝に堪えません。御礼申し上げます。

今日、卸売酒販組合と日本加工食品卸協会が共催で研修会を開催するのは、昨年の6月に続いて第2回目となります。2回とも農林水産省と国税庁の行政担当官がご来賓としてご出席を頂戴した事は、大変、画期的な事でございます。皆様よくご承知のとうり中央官庁は縦割り行政が通常でして、横の連絡は大変困難があります。

今回の情報システム研修会につきましては、縷々お話がございましたように両省庁が大変、巧くいってるといふ事です。

本日の内容にありましたが、商品コードセンター設置につきましては、来年の10月に試運転を開始したいというお話を頂いております。

これを予定通り推進させるためには、本日お集まりいただいた皆様方の絶大なるご支援ご協力がなければ出来得ません。これは、いくら省庁が頑張っても不可能であります。皆様、是非、今後とも宜しくお願い申し上げます。

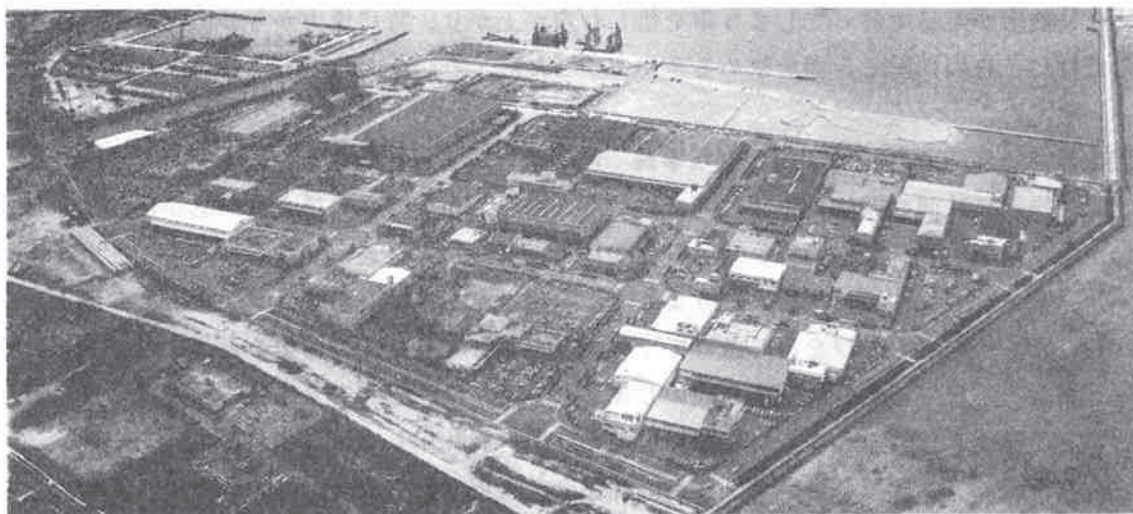
ロジスティクス研修会

九州沖縄支部 沖縄ブロック会

本年度の日食協の研修のキーワードは「ロジスティクス」。これに合わせるかの如く、9月の上旬沖縄の会員より研修会企画の打診があった。

現在沖縄は会員数5社、これを有意義なものとするため、那覇の沖縄県卸商業団地協同組合と交渉の結果共催企画がすらすらとまとまり、10月15日、同組合の会館研修室にて、「加工食品卸売業の物流施設の研究と実態調査報告」と題して、井岸専務理事が講師役をつとめ研修会の開催の運びとなった。

沖縄県卸商業団地全景



当日は50名を超す参加者があった。熱心な質疑のあとで、研修会の次回の日程が話題に上る程熱のこもった会となった。

元来、同団地の参加企業のセンターは、いずれも庫腹が1,000坪前後の大型センターであり、機能充実には研究熱心な企業も多いところから熱がこもることもあるが、背景に生き残りをかけた熾烈な競争があり、併せて「粗利益管理の必要性認識」の研修会も欲しい業界の縮図を垣間見ることもあった。

当日は会員5社のトップが集まり懇談の結果、今期のブロック長として(資)富村商事 社長 富村 朝保氏を互選し、本支部との連絡窓口になることになった。

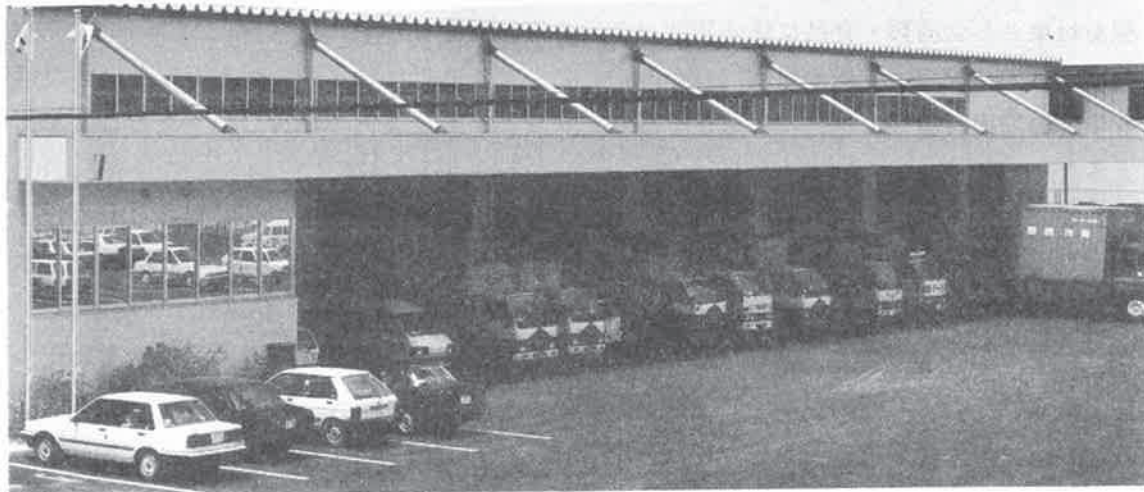
県ブロックの会議にて



空席になっているブロック長を互選することになった。長老(?)から「年令順」と提議があった。ところが良く聞けば年令の若い順に1年交代でブロック長を勤める方法との事。衆議一決。正会員の代表者中最年少の(資)富村商事社長の富村氏(写真左)に決定。すかさず、事業所会員、國分(株)沖縄支店の吉川支店長が、「事務的な事は私が全部引受けます」との心強い発言。ここ数年不活発だった沖縄の日食協活動が再び動き出した。

会議終了後、事務局は早速富村商事の物流センターを見学させて頂いた。敷地約3,000坪、庫腹2,000坪、堂々たる構え、整然とした庫内。チューリップ印のポー克兰チョンミート(オランダより輸入)が目についた。県内のトップブランドだそうだ。ここでも健闘している会員企業に出会えて嬉しかった。

富村商事物流センター



関東支部研修会

— 流通業務委員会 —

ここ数回、先着順の申し込みにより早々と参加者が定ってしまう「人気企画」の一つ。今回は10月18日に賛助会員のマルハ(株)様の宇都宮工場と、(株)桃屋様の春日部工場の工場見学という企画で開催された。

当日欠席者があり、出発が少し遅れたが、往路は流通業務委員会 委員長 田中 実氏（三友(株)物流統括部次長）の挨拶と関東支部活動の説明。事務局より当日のスケジュール心得と、本年度の事業計画と活動の中間報告。バスの中から研修を受け午前中はマルハ(株)が世界に誇る魚肉加工総合工場の研修を受けた。

製造工程の研修とスライドに併せた講習も受け、商品知識の向上に大いに役立つものがあった。

午後は(株)桃屋の春日部の大工場に向った。到るところをオートメ化した壘詰工場を中心に見学した後で、海苔の養殖から始められている商品に対する愛情等得るところの多い講習を受けた。

両工場の皆様に於かれては幹部の方、営業部門の方がご多忙の中をお揃いで、いずれも歓待下され、かつ講習に当って下さる他、ご厚配を賜りましたこと、紙上を借りて厚く御礼申し上げます。

物流コスト微増傾向

— 流通業務委員会 —

関東支部流通業務委員会では、事業活動として平成7年度に於ける委員会メンバー全業態を対象とした酒類・食品に係る物流コストの実態調査を行った。

前年との比較では、微増傾向（100.04%）にとどまり低価格・売り行き不振といった消費低迷の局面にあって、ローコストオペレーションが各企業内で浸透しつつあることが伺える。

ちなみに、運輸省が実施した平成7年度の業種別物流コスト実態調査によると全業種平均の対売上高物流コスト比較は6.13%で、6年度調査より0.03ポイント増とされ、日本通運がまとめたアンケート調査によると、製造業では“横ばい”が46.8%、“増加傾向”が32.1%、卸売業では“横ばい”が35.1%、“増加傾向”が40.9%となり、製造業に比べ卸売業に物流費上昇傾向が強いと論評されている。

物流コストの項目別、前年比較内訳は次の通りである。

物流トータルコスト

平成7年度に於ける1函当たりのトータルコストは、234円51銭となった。

これは、前年より10銭の微増にとどまったが、保管費・荷役費の上昇を配送費・情報費の低下が賄えなかったことによるが、このことは物流量の増加が卸売業にとって業績の拡大、利益の向上に反映されにくい流通構造になりつつあることと認識する必要がある。

なお、この年度の1函当たりの倉出平均単価は4,314円で対経費率は5.43%であった。

《1 函当たりの物流コスト》

単位：円

項目	平成5年度		平成6年度		平成7年度		前年度との比較	
	金額	構成	金額	構成	金額	構成	金額	%
配送費	131.74	48.7	115.83	49.4	113.32	48.3	▲2.51	97.8
保管費	55.90	20.7	47.65	19.5	50.43	21.5	2.78	105.8
荷役費	54.81	20.3	45.67	19.9	47.94	20.4	2.27	105.0
情報費	28.01	10.4	25.26	11.2	22.82	9.7	▲2.44	90.3
合計	270.46	100.0	234.41	100.0	234.51	100.0	0.10	100.0

●配送費

平成7年度の1函当たりの配送費は、113円32銭で前年比2円51銭減の97.8%となった。これは、“備庫料金に係るアンケート調査”のなかで料金据え置き企業85.7%、値下げの企業が14.2%となっていることと整合性がとれる結果となっている。

●保管費

平成7年度の1函当たりの保管費は50円43銭で、前年比2円78銭増の105.8%となった。

項目の特長としては、新規投資などが行われると増加する傾向になる性質を有していると考えられる。これを固定費としてみると物流量が増加すると経費負担感は軽減されなければならないが、一連の合理化の中でも吸収できなかったものと思われる。

●荷役費

平成7年度の1函当たりの荷役費は47円94銭で、前年比2円27銭増の105.0%となった。

荷役費の主体は人件費であるが対項目合計比で見ると、平成6年度では88%が、平成7年度では95%をしめていることがわかる。

解消策としては、パート化や作業量の波動に併せた雇傭形態にしたり、物流機器の見直しによる省人化を図るなど、なお一層の合理化策が必要となるであろう。

●情報処理費

平成7年度の1函当たりの情報処理費は、22円82銭で前年比2円44銭減の90.3%となった。

情報武装化が一段落したことも一つの要因と考えられるが、小売業から求められる納品精度を前提とした物流EDIなどが具現化されつつある今日では、これに対応できる情報関連の投資が必須とされることを認識しておく必要があるであろう。

返品実態調査のまとめ

関東支部流通業務委員会では 10 月 7 日の討議の中で、例年調査を継続して来た、首都圏に於ける百貨店、スーパーを対象とした返品の実態調査実施を決定。その取りまとめを 11 月 15 日に行なった。

調査期間は平成 8 年 6 月～8 月の 3 ヶ月間、その他調査方法は前年度と同様の要領で行った。

その調査結果は次の通りである。

区分	百貨店		スーパー	
	平成 7 年	平成 8 年	平成 7 年	平成 8 年
プロパー	0.35	1.00	0.16	0.15
特売商品	0.18	0.35	0.29	0.09
P B 商品	0.01	0.03	0.01	0.00
ギフト商品	2.27	2.52	0.31	0.27
計	2.81	3.90	0.77	0.51

一般的には、公正取引委員会の指導が滲透し、商慣行の改善は徐々になされている、との見方があるが本年度に限って見れば百貨店の返品は高率に戻ってしまったといわざるを得ない。特に 8 月のプロパー商品とギフト商品の返品が高率であったため全体数値を悪化させたとの見方もあるが、平成 6 年の百貨店の合計が 1.85% だったので、2.15 ポイントの上昇は個別に原因の追求を必要としよう。対照的にスーパーは平成 6 年が 1.02% だけだけに比率的には半減された事になる。

百貨店の内容を見ると、6 月、7 月も返品率が高くなっているのも全体的に毎月、各商品共に増加傾向にある事になる。中でもギフト商品の陰でプロパー商品の返品率が上昇（8 月では 2.28%）しているのが心懸かりである。

委員会委員の個別意見でも憂慮の色彩が濃かった。

CBO品質対策委員会

—12 月 3 日—

「CBO品質対策委員会」として最後の開催となった。というのも去る 11 月 21 日の理事会で承認された如く、今後は名称が「CBO品質対策部会」に変更されるからである。

委員長から部会長となられた飯塚 直氏（株菱食 顧問）の進行の下に当協会会議室にて 13:30～16:00 審議された。審議の中で水産缶詰の規格については(社)日本缶詰協会 三島専務理事より説明があったが、魚介類の分類について専門の水産学会の一学者の発言に

ふり回され、業界人も役所側も難渋しているウラ話の披露があった。学術的分類と国際的商品名の表示の齟齬。

その他リサイクルの全体的状況について日本製缶協会の安武専務理事から解説して頂いた。

部会の活動として、例年の調査として「缶詰クレーム実態調査」を実施する事とし提出期限1月末日、2月集計の予定とした。

みかん缶詰需給安定懇談会開催

11月7日14:00より当協会会議室にて標記の懇談会が開催された。

主催したのは農林水産省 農産園芸局 果樹花き課であるが、当日は日本蜜柑缶詰工業組合と製造業者、ブランドオーナー輸入商社、生産者中央団体と当協会総勢28名。当方はブランドオーナー会の幹事店のメンバーと事務局が出席。2時間を超す情報交換、意見交換を行った。

何しろ価格の思惑がらみの生産状況・輸入状況だけに見通しのつき難い対話であったが、出席者の気持は同じ所にあることがお互い認識できた。

事務局短信

平成8年度上期入会の会員紹介

正会員

- ・(株)三九食品 大分市 代表取締役 阪本 恒徳
大分県ブロック代表として九州沖縄支部の幹事店に就任。

賛助会員

- ・キリンビバレッジ(株) 東京都千代田区 取締役社長 阿部 洋己
各種飲料水製造。年商2,085億円

缶詰記者の選んだ十大ニュース

缶詰記者会(加盟17社)は12月4日、1996年度の缶詰業界十大ニュースを次の通り選定した。

1. 日本缶詰協会、O-157に対する缶詰食品の安全性で統一見解発表
2. 水産物缶・ビン詰の新JAS規格も6年ぶりにまとまる
3. 原料危機のツナ缶詰、実質値上げ(値締め)相次ぐ
4. 95年のスチール缶再資源化率73.8%と過去最高

5. 缶詰の輸入・円高等を背景にして一転マイナス
6. 水産・野菜・果実缶詰製造業「事業革新円滑化法」の指定業種に
7. 日本缶詰協会など3団体のトップ交代
8. 容器包装リサイクル法に対応した「指定法人」発足
9. タケノコ缶詰の輸入量2年連続1,000万缶（18L缶換算）突破
10. 97年から沿岸200カイリ内漁獲量制限、加工品への影響大。

日缶協理事会に出席

11月22日(社)日本缶詰協会の理事会が開催され、井岸専務理事が出席。上期の事業活動報告と今後の展開を中心とする議案が審議され原案通り可決された。

終了後、スポーツキャスター鈴木文弥氏の「部下の能力開発8か条」と題する講演が行われた。

なお、日缶協は平成9年に創立70周年を迎える記念事業は特に行わないものの、5月26日の総会後にパーティを開催する計画がある。

農林水産省より連絡

11月29日付にて農林水産省 食品流通局長以下各局長・長官連名で当協会会長宛次の如く連絡があった。

年末年始における食料品の円滑な供給の確保と価格の安定について

食料品の供給と価格の安定につきましては、かねてから御協力をいただきありがとうございます。

さて、最近の食料品の価格は概して低水準で推移しているものの、生活必需物資の需要が増大する年末年始においては国民の物価に対する関心が高まるため、生活必需物資の十分な供給を確保すること等により物価の安定を図る必要があります。

このため、政府におきましては、生鮮食料品等の安定的な供給の確保を図るなど各般の施策を講ずることとされ、農林水産省におきましてもその一環として別添の対策を実施することとしたところであります。

つきましては、貴会におかれましても政府の物価安定対策の趣旨を十分御理解の上、年末年始における食料品の円滑な供給の確保と価格の安定が図られるよう傘下会員に対する御指導方よろしくお願いいたします。

消費税の改正のあらまし

税務署

消費税の一部が改正されるとともに、地方消費税が創設されました。

主な改正点は、次のとおりです。

これらの改正は、原則として、平成9年4月1日から適用されます。



1 税率

消費税率が、現行の3%から4%に引き上げられます。また、新たに創設された地方消費税の税率が消費税率の1%相当額であることから、消費税と地方消費税を合わせた税率は5%となります。

2 中小事業者に対する特例措置

(1) 事業者免税点制度

新設法人でその事業年度の基準期間がない法人のうち、資本金又は出資金額が1千万円以上である法人については、その事業年度の納税義務を免除しない特例が創設されました。

したがって、資本金又は出資金額が1千万円以上である法人については、設立当初の2年間は納税義務が免除されないこととなります。

(2) 簡易課税制度

① 適用上限の引下げ

簡易課税制度を適用することができる基準期間の課税売上高の上限が、現行の4億円から2億円に引き下げられます。

したがって、基準期間の課税売上高が2億円以下の課税期間について簡易課税制度が適用できることとなります。

② 第5種事業の創設

簡易課税制度のみなし仕入率について、現行の第4種事業のうち、不動産業、運輸通信業、サービス業（飲食店業を除きます。）を第5種事業とし、そののみなし仕入率が50%（現行60%）となります。

(3) 限界控除制度

限界控除制度は廃止されます。

なお、平成8年4月1日から平成9年3月31日までの間に終了する課税期間及び平成9年4月1日以前に開始し、同日以後終了する課税期間については、一定額を限界控除税額とする調整措置が講じられています。

したがって、調整措置を適用した結果、その課税期間の課税売上高が3,000万円以下の場合であっても納付税額が生じる場合がありますので、ご注意ください。

3 仕入税額控除制度の改正

(1) 計算方式の改正

課税仕入れに係る消費税額の計算は、税率引上げ及び地方消費税の創設に伴い、課税仕入れに係る支払対価の額（税込金額）に4/105を乗じて計算することとなります。

(2) 仕入税額控除の適用要件の改正

仕入税額控除の適用を受けるためには、課税仕入れ等の事実を記載した帳簿とともに課税仕入れ等に係る請求書等の保存が必要となります。

したがって、課税仕入れ等の事実が記載された帳簿及び取引の相手方が作成した請求書等をいずれも保存する必要があります。

4 中間申告、確定申告制度の改正

(1) 中間申告制度の改正

税率引上げ及び地方消費税の創設に伴い、中間申告を要する直前の課税期間の確定消費税の限度額が引き下げられます。

(2) 確定申告書等への書類添付規定の創設

確定申告書には、課税期間中の資産の譲渡等の対価の額及び課税仕入れ等の税額等に関する明細書を添付しなければならないこととなります。

なお、この取扱いは、仮決算による中間申告書及び還付請求申告書についても適用されます。

5 届出書の提出に関する特例規定の創設

災害その他やむを得ない事情があるため、課税事業者選択届出書等を適用しようとする課税期間の前日までに提出できなかった場合に所轄税務署長の承認により、その適用しようとする課税期間の前日に提出したとみなすこととする特例が設けられました。

6 経過措置

税率等の適用に関し、主なものとして次のような経過措置が設けられています。

- (1) 平成9年4月1日前に領収している旅客運賃や映画・演劇等の入場料金等で、その乗車又は入場等が平成9年4月1日以後に行われる場合は、現行税率（3%）が適用されます。
- (2) 平成9年4月1日前から継続して供給又は提供される電気、ガス、水道水及び電話等の料金で平成9年4月1日から平成9年4月30日までの間に確定する料金については、現行税率（3%）が適用されます。

お分かりにならないことなどがありましたら、税務署又は税務相談室にお尋ねください。

謹賀新年

旧年中はお世話になりまして誠にありがとうございました。

本年もご指導、ご支援の程賜りますようお願い致します。

井 岸 松 根
町 山 靖 夫
山 本 由 加

