

会報



日食協

Vol. 98 MAR. 20. 1997

◇ 商品コードセンター設立に向けて	- 2月14日 準備委員会 -	2
酒類等コードセンター設立のための準備委員会規約		4
中小企業庁の考える中小売商品データベース整備事業費		9
◇ 明日の公正競争を求めて	- 取引問題検討委員会 -	12
◇ 「無断転載・引用を禁ず」	- 事務局 -	16
◇ 我々のロジスティクスの展開	- 業界のポテンシャル (その1) -	17
◇ いざという時に	- 業界のポテンシャル (その2) -	20
◇ 新しい取引制度の方向	- 最適流通システム開発事業 -	22
お詫びと訂正	- 事務局 -	25
◇ 事業活動あれこれ		
年度末控えて	- 運営委員会 -	26
◇ 「情報化」へ地道な努力	- 1月24日 情報システム化委員会 -	26
	 - 1月29日 ネットワーク検討会 -	
◇ 「ローコスト」への努力、企業格差	- 12月26日、2月7日 物流委員会 -	27
◇ 業務の合理化に向けて	- 関東支部 流通業務委員会 -	36
	 - 関東支部 共同配送委員会 -	
◇ 事務局短信		
缶詰業界新年賀詞交換会	- 1月6日 -	36
リサイクル法の記帳義務		37
東京都ルール III		40
「ペットボトル」の問題	- 皆で考えるべきです -	40

次

回
覧

商品コードセンター設立に向けて

2月14日 準備委員会

業界の永年の課題であった、酒類・加工食品商品コードセンター設立について、漸やく国税庁酒税課の配慮により平成9年4月以降の年度において、中小企業庁予算の中より、補助金支出の意向が見えて来た。

早速「受け皿」を作るための準備委員会の設置に向けて、その規約と委員の選出について、国税庁及び酒類業中央団体連絡協議会（略称酒中連）サイドと打合せを行い、別掲の如く決定し、その第一回の会合が2月14日に開催された。

会員各位にご理解頂くために、過去の経緯、会議内容と今後の見通し等について、次の如く整理して見た。

1. 背景と経緯

日食協が推進中の「商品コードセンター」構想は、古くは昭和30年代より「業界統一の商品コード」を管理する機構として業界有志より待望されていた構想である。

その後、勘流通システム開発センターがJANコードを管理する「JICFS」を発足させている。

当業界としては、このJANコードの利用によるEDIの具現化を図ってきた。しかし「JICFS」は、その性格から登録を強制するものでもなく、コードの付番についての統一見解ルールを業界毎にまとめる事も能わず、各流通業の実践の場では、統一コードとしては不完全の状態で放置されてきた。

また、各小売業・各卸売業はJANコードがあっても、それがため即社内コードとして活用する事もできず今日に至っている。

かかる時、国家的見地から、企業の合理化遂行から、強力にEDIが推進されるに至って改めて「JICFS」のJANコードの見直しと、活用のための業界自主運営による「商品コードの管理と運用サービス」の必要性が叫ばれるに至ったのである。

2. 酒類業界の経緯

業界統一コードとしては先駆者である酒類業界は、いち早く「酒類・食品コードセンター」の名の下に、取引先企業のコードセンターを設立し、全国的に付番・管理し、通知するサービスを実施してきている。

一方、商品コードについては各地でいろいろ試みた結果、酒類のみではなく当日食協と共に広く加工食品も包括する「酒類食品商品コードセンター」を設立することが希ま

しいとの結論になった。そのための調査研究を平成6年・7年の2年度に亘って、国税庁が当日食協に委託するところとなり、概ね、6年度が実態と希ましい付番のあり方、7年度が、その管理体制、ルール、サービス体制、つまり「加工食品業界商品コードセンター」構想を提言するに至った。

この調査報告書の提言により、平成7年6月、中央酒類審議会情報部会は、「酒類業界のネットワークの在り方について」の中間答申を国税庁に行い、国税庁は、「酒類業界中央団体連絡協議会（略称酒中連）」に対し、この具現化への審議を依頼した。

平成8年度になり、この具現化の検討を当日食協の情報システム化委員会が、継続する一方で、酒中連にて浸透化への審議が重ねられ、平成8年10月1日の会合にて具現化が決定した。

この経緯は国税庁においても関与しているところであり、当面の支援策を配慮する事が同時に決定した。

3. 設立までの課題

こうした中で、当日食協は「商品コードセンター設立運営準備委員会」という位置づけで、卸8社・メーカー6社そして事務局として日食協という15名よりなる委員会を発足させ、稼動までの諸課題を解決させる事としたが、ここに至って酒中連側より参加者も併せて24名を再選（名簿後掲）し、更に若干の関係者を加え平成9年2月14日にとり敢ずの打合せを予定する事になった。

そもそも、このセンターは、今迄の経験とVAN社（6社）の協力に依り、概ね発足時のハード・ソフト開発費用という初期投資で1億円～2億円。発足後の運営費用が1億円～2億円／年（月平均約15,000千円）と概算見積もられている。しかし、逆にこの程度にしか煮つめていないと考えねばならない。従って、この委員会でなさねばならぬ解明事項は次の通りである。

- 「設立運営準備委員会」自体の綱領作成（次頁掲載）
- センター業務の再確認
- 収支状況と初期投資額の確認
- 運営VAN会社の選定
- JICFSとの関係調整
- 関係団体官庁との連絡報告
- 発足後の運営体制
- 酒類業界と日食協の関連の仕方

酒類等コードセンター設立のための準備委員会規約

(目的)

第1条 酒類業中央団体連絡協議会を構成する日本酒造組合中央会、日本蒸留酒酒造組合、ビール酒造組合、日本洋酒酒造組合、全国卸売酒販組合中央会、ビール卸売酒販組合中央会、全国小売酒販組合中央会及び日本洋酒輸入協会の8団体（以下、これらを「酒類業中央団体連絡協議会」という。）及び社団法人日本加工食品卸協会は、「酒類等商品コードセンター」設立に向けての研究・検討する共通の場として、「酒類等商品コードセンター設立のための準備委員会」（以下「委員会」という。）を設ける。

(委員会)

第2条 委員会は、酒類業中央団体連絡協議会及び社団法人日本加工食品卸協会が委嘱する委員30名以内で組織する。

② 専門分野の研究・検討を行うため、委員会に小委員会を置くことができる。

(委員)

第3条 委員は、酒類業中央団体連絡協議会及び社団法人日本加工食品卸協会が、それぞれ学識経験者及び実務経験者を委嘱する。

② 前項により酒類業中央団体連絡協議会及び社団法人日本加工食品卸協会が委嘱する委員の数は、原則として同数とする。

③ 委員の任期は、「酒類等商品コードセンター」の設立までとする。

(委員長)

第4条 委員会に委員長を置く。

② 委員長は、委員のうちから互選する。

③ 委員長は、委員会を総理する。

④ 委員長に事故があるときは、予め委員長の指名する委員がその職務を代行する。

(委員会の招集)

第5条 委員会は、委員長が招集する。

(議長)

第6条 委員長は、議長として委員会の議事を整理する。

(会議)

第7条 委員会の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、委員長の決するところによる。

(準用)

第8条 第3条から前条の規定は、小委員会に準用する。

(庶務)

第9条 委員会の庶務は、酒類業中央団体連絡協議会幹事組合事務局及び社団法人日本加工食品卸協会事務局において、それぞれ協議の上処理する。

(雑則)

第10条 前各条に規定するもののほか、議事の手続その他委員会の運営に関して必要な事項は、酒類業中央団体連絡協議会及び社団法人日本加工食品卸協会が、その都度協議して定める。

② 委員会の議事の公平性、透明性を確保する観点から、委員会には、関係官庁の担当官の出席を依頼するものとする。

附則

1 この規約は、平成8年12月27日から施行する。

酒類等商品コードセンター設立のための準備委員会委員名簿

(敬称略)

酒類業中央団体連絡協議会			社団法人 日本加工食品卸協会	
氏名	所属会社	所属団体	氏名	所属会社
石橋 将人	沢の鶴(株)	清酒	青木 清	味の素(株)
三輪 高史	三輪酒造(質)	タ	安封 明雄	伊藤忠食品(株)
坂本 良隆	宝酒造(株)	蒸溜酒	和泉 恵三	ネスレ日本(株)
清水 熱	キッコーマン(株)	タ	大元 光宏	ハウス食品(株)
中井 義政	キリンビール(株)	ビール	川端 一彦	サントリー(株)
渡辺 欣郁	アサヒビール(株)	タ	国陶 利嗣	西野商事(株)
柴田 義勝	ニッカウヰスキー(株)	洋酒	四方 清美	月桂冠(株)
尾田 浩章	三源(株)	全卸	品田 裕司	サッポロビール(株)
井口 泰夫	国分(株)	ビール卸	正藤 邦彦	(株)小網
大坊 忠	(株)キャメルマート・ジャパン	小売	中村 善郎	(株)明治屋
牛尾 聰	アルファ情報(株)	タ	原田 努	(株)菱食
堀江 謙治	日本酒類販売(株)	輸入洋酒	松本 健一	(株)廣屋
12名			12名	

(注) 委員会には、事務局(酒中連、日食協)も出席することになります。

4. 第一回の会議内容

2月14日は13時30分より日食協の会議室に、国税庁酒税課岡本課長、亀井企画官他1名及び、農林水産省食品流通局流通構造改善対策室門田室長他1名と別掲の如き24名の委員、そして全国卸売酒販組合中央会菅根常務理事、他1名並びに日食協井岸専務理事が事務局として参加、総勢32名により準備委員会はスタートした。

冒頭、酒税課岡本課長より次の如くご挨拶を頂いた。

岡本課長ご挨拶

平素は、税務行政はもとより酒税行政に対しまして、格別のご理解ご協力を頂いており、この場をお借りして厚く御礼申しあげます。

さて、本日は、「酒類等商品コードセンター設立のための準備委員会」の初会合が持たれた訳ですが、ここに至るまでの関係各位のご尽力に対しまして、深く敬意を表するとともに、商品コードセンターの設立に向けて、大きな一歩を踏み出されたことにつきまして、大変心強く感じています。

ご承知のとおり、酒類業界は、消費需要の低迷、規制緩和による参入の増加、国際化の進展による内外価格差の縮小といった社会経済環境の大きな変化に直面しており、市場では、激しい競争が展開されています。

このため、特に中小企業性の高い、清酒製造業、しょうちゅう乙類製造業、みりん二種製造業、果実酒製造業、酒類卸売業及び酒類小売業の6業種を、平成6年8月に中小企業近代化促進法の指定業種に指定し、平成7年7月に中小企業近代化計画を大蔵大臣が策定し、酒類業界の近代化を期しているところです。

その後、緊急に構造改善を図る必要があるため、平成7年9月に、酒類卸売業及び酒類小売業については、同法の特定業種に指定し、平成8年10月に、それぞれの事業協同組合を実施主体とする中小企業構造改善計画がスタートしたところです。

この近代化計画及び構造改善計画の中でも、コスト縮減の最も有効な手段として、情報ネットワーク化を促進することが予定されており、そのためのインフラ整備を早急に行うこととされています。

酒類業界の情報ネットワークの構築のためのインフラ整備の方向については、国税庁長官の諮問機関である中央酒類審議会から、平成7年6月に「酒類業界の情報ネットワークの在り方」という中間報告が行われています。この中で、商品コード、物流コード、取引先コード、伝送手順、データ交換フォーマットの統一化・標準化に向けての提言が行われるとともに、酒類等商品コードセンターの設置に向けて、酒類業中央団体連絡協議会で検討するよう提言されたところです。

これを受け、酒類業中央団体連絡協議会で1年余の検討が行われた結果、酒類だけでは、必ずしも業務全体の合理化・効率化にはつながらないため、周辺分野である一部加工食品も併せて、商品コードのデータベースを構築する運びとなったと聞いています。

当庁としましても、こうした皆様方の取り組みに対しては、今後とも、農林水産省(食品流通局商業課)と連携を保ちつつ、通商産業省・中小企業庁とも協調しながら、

積極的に支援していきたいと考えています。

ご承知のとおり、平成9年度予算案につきましては、現在、国会で審議が行われているところですが、予算成立の暁には、中小企業庁予算に計上されている「中小小売業商品データベース整備事業費（約1億6千万円の補助金）」の獲得に名乗りをあげることとしており、酒類等商品コードセンターの設立を側面から支援したいと考えています。

終わりに臨み、この委員会での審議を基にして、酒類業界及び加工食品卸業界の情報ネットワークが大きく進展することを祈念しまして、私の挨拶とさせていただきます。

次いで門田室長からもご挨拶があった後、委員長に松本健一氏、副委員長に尾田浩章氏を選出し、議事に入った。

松本委員長ご挨拶

委員長を仰せつかりました松本でございます。

私は、社団法人日本加工食品卸協会の理事（情報システム化委員長）でありますとともに、全国卸売酒販組合中央会の副会長でもありますところから、両業界の橋渡役として推薦されたものと理解しております。

微力ではありますが、酒類・加工食品商品コードセンターの構築に向けて、精一杯努力して参る所存でございますので、委員の皆様方のご支援ご協力をよろしくお願い申し上げます。

さて、ご承知のとおり、酒類業界及び食品業界においては、戦略的情報武装化が必要であると言われて久しい訳ですが、今こそ生販三層を通じた高コスト体質の是正が必要な時期にあり、その最も有効な手段として、情報ネットワークの構築が求められております。

しかしながら、情報ネットワークの構築は、多くのインフラ分野の整備が伴わなければ、全体として過大かつ重複した投資となることは避けられません。

僭越でございますが、私自身について申し上げますと、先程、酒税課長様が申されました中央酒類審議会の新産業行政部会の情報ネットワーク・ワーキンググループにも参加させて頂きました。その中で、「情報ネットワークは、今後とも、業界の枠組みを超えて進展すると予測され、ひとつの業界だけに通用するシステムでは効率的・効果的ではなく、加工食品等の周辺業界との整合性のあるものとする方向を目指す必要がある」ことを申し上げてきましたが、その後、酒中連での検討を経て、加工食品卸との連携が提案され、日食協の賛同が得られて、本日、ようやく「酒類等商品コードセンター設立のための準備委員会」の初会合に漕ぎ着けられたことにつきましては、

万感胸に迫る思いでございます。

この上は、両業界のインフラ整備に向けて、引き続き、国税庁・農林水産省のご支援を賜りますようお願いを申し上げ、簡単ではございますが、私の挨拶に代えさせて頂きます。

引続き松本委員長の指命で今迄の経緯について日食協専務理事が報告。

次に亀井企画官より、中小企業庁予算の概要ということで、同庁資料の一部の紹介（後掲「中小売業商品データベース整備事業費」「中小企業の情報化」参照）を兼ねて次の如き説明があった。

亀井企画官：ご説明

それでは、私の方から、中小企業庁の平成9年度予算の「中小売業商品データベース整備事業費」につきまして、ご説明します。

中小企業庁では、我が国経済の高コスト体質是正のためには、生産財・消費財を通じた流通の効率化、企業の一般管理部門の生産性向上が不可欠であるとし、その解決には、①業務用ソフトウェアの開発、②商品データベースの整備、③情報ネットワークに向けた標準化が必要であるとの認識から、「情報技術の活用による中小企業の経営革新支援」が行われる予定です。

この中で、「商品データベースの整備事業」については、ちょうど、この「酒類等商品コードセンター設立のための準備委員会」の目指すところと同じでありますので、いち早く、平成9年度予算が成立した暁には、是非とも頂きたいとの申し出を行ってきており、昨年12月に当庁のヒアリングが行われたところです。その結果、大変よい感触を得ており、3月か4月になろうと思いますが、予算の成立後、補助金交付要綱が出されたら、これに応募することとしております。

商品データベースの整備事業として計上されている予算額は、4億6,686万円で、3団体に対して、それぞれ1億5,562万円の定額補助が行われる予定です。

この商品データベースの整備事業の実施主体は、生販三層により構成される業種別のコンソーシアムとされており、運営は、その下に検討委員会を設けて行うことが義務付けられることになるものと思われます。

検討委員会のメンバーとしては、この「酒類等商品コードセンター設立のための準備委員会」を核にして、ソフトウェア開発事業者数社、JICFSとの連携を取る必要から財団法人流通システム開発センターも加えたいと考えています。

いずれにしても、現状は、酒税課長の挨拶でも触れましたとおり、平成9年度予算が審議中でありますので、その成立を待って対応したいと考えており、検討委員会の設置に至るまでの間の手続につきましては、当庁及び酒類業中央団体連絡協議会が適切に対

応して参りたいと思います。

したがって、検討委員会については、形式上は、当委員会とは異なる組織ということになりますが、完成した後（1年間で完成させる予定）の商品データベースの運営は、当委員会で行うということになります。

中小企業庁予算の概要等については、以上のとおりです。

中小企業庁の考える中小小売業商品データベース整備事業費

○ 目的

受発注、販売管理、在庫管理等の業務を情報化する際には、対象となる商品の名称、メーカー名、種類、サイズ等や、（特にファッション性、デザイン性を有するものについては）型、色、柄等の詳細な商品情報を、関係事業者のコンピュータが、それぞれの事業者ごとに異なることなく整合的に且つ正確に認識し得るようになっていることが不可欠。また、商品データベースの維持管理には手間と資金を要するため、個々の中小小売店がそれぞれのデータベースを整備することは困難であるうえ作業の重複が多く無用なコストをかけることとなる。このため、業種ごとの共通商品データベース・システムの整備を支援する。

まず、商品データベースに登録すべき商品情報やその提供方法等について十分な合意が得られていない場合には、標準化のための合意形成を行う。その上で、実際のシステムの整備に当たっては、商品検索を容易に行い得るよう操作利便の向上を図るとともに、売れ筋情報の把握・提供に資するため、商品データベースの検索履歴を蓄積・提供し得るようシステムを開発する。

また、システム整備のプロセスにおいて、具体的なシステムを対象としたユーザーの評価を得ることを重視し、業種内における多様な取引に対応できるよう十分な実証試験を行う。

なお、商品データベースは維持・管理が経常的に必要となるため、システム整備後の維持・管理コスト負担について、業界内で合意形成ができている業種において、本事業を行うこととする。

○ 実施主体

・ 製（メーカー）・配（卸）・販（小売）にわたる当該業種内中小企業全体の情報化を推進するため構成された業種別コンソーシアム

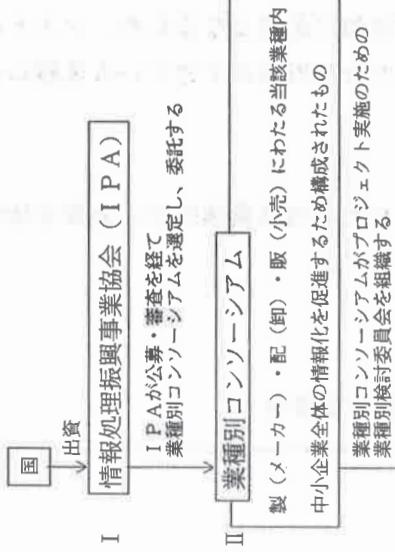
○ 9年度予算額（案）

：466,860千円

②155,620千円 定額 3 中小小売商業関係団体等

中小企業庁の考える中小企業の情報化

中小企業向け業務アーキション・ソフト開発事業



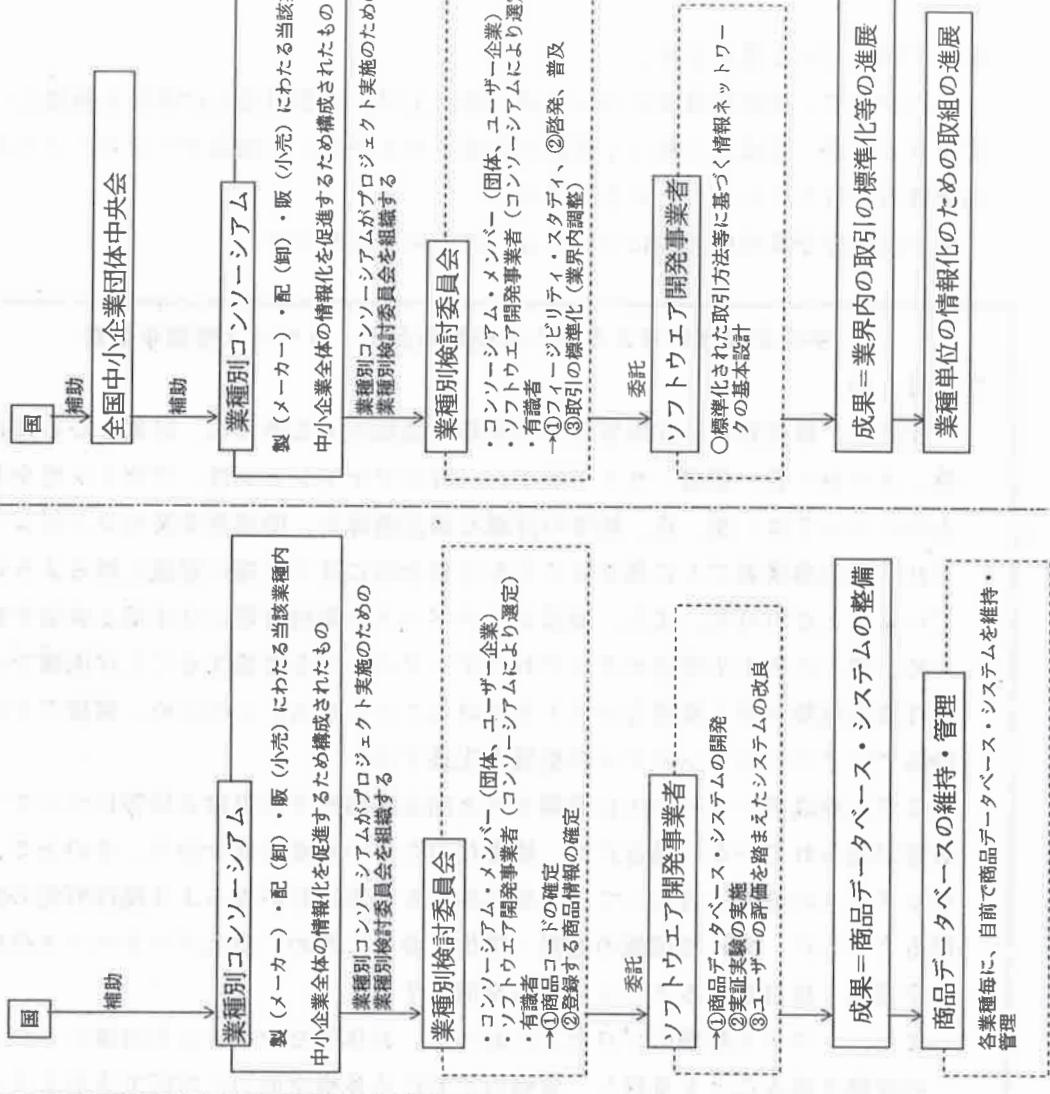
ソフトウェア開発事業者

- ①実験用ソフトウェアの開発（→設計書の公開）
- ②実証実験の実施
- ③ユーザーの評価を踏まえたソフトウェアの改良

成果＝業務用ソフトウェア（商品化前段階）

- ①開発成功した第三者による業務用ソフトウェアの設計概要の公開
- ②意欲ある第三者による競争を通じた製品の改良・普及
- ③市場における競争を維持・増強

中小売商品データベース整備事業



松本委員長はここで、当準備会はそこで云われている「業種別検討委員会」の核となるべきものであると考えるので、この委員会は正式に予算措置がとられるまで休会とする事、一方実務を遂行するための小委員会の発足が必要である旨提起され、全員の了承を得た。

尚、小委員会の人選とその活動については委員長、副委員長に一任という事で閉会となつた。

5. 今後の見通し

かくしてこの準備会は4月過ぎに「検討委員会」の核となり、設立までの作業をここに加わる人と共に遂行（実務については小委員会）する事になり、コードセンターのスタート後は、運営委員会として再びこのメンバーで任に当たる予定となつた。

一方、農林水産省は平成9年度としては予算措置がとれず乗り遅れた感があるが、平成10年度に予算化を予定し、これに合流する予定となつた。従つて当面の準備会の名称については「酒類等……」とする配慮も必要であった。

こうして新らたな局面を迎えて基本的課題がいくつか浮きぼりにされた。

第一は、日食協が元来めざして来たのは「酒類及び加工食品の商品コード（JANコード）センター」であった。しかし今語られている話と求められている潜在的ニーズや期待されている機能は、正に「商品データベースセンター機能」であり、日配品やデリカ食品を含む広義の「加工食品」対象であるという乖離があるということ。

第二は、これにからんで運営コスト負担をどう考えるのか、また運営主体として既存の（跡）流通システム開発センターがあるがそことの関連をどう持つのか。

加えてその運営主体と日食協とはどの様なつながりを持てば良いのか

つまりJANコード管理にからむ膨大な作業量が現存するが、その収支管理責任をどの様な法人格が負うのか。まだ見てこないということ。

こうした基本的事項の解明と併行して、センターの機構と運営システム・規約等の具現化は進展されて行く。

早ければ上半期に運営体制、サービス体制という業務の確定並びに収支の予算化、平成9年度末までにテストができる。

というのが事務局の希望だが。

明日の公正競争を求めて

■ 取引問題検討委員会 ■

平成7年度より設置されたこの委員会活動も愈々満2年の研究成果を報告書にまとめる段階に来た。

2月7日にはワーキング・グループの会合である調査小委員会において報告書の構成原案が、事務局の流通政策研究所より提出された。3月10日の内容検討を経て、3月24日に最終チェックがなされた後、会長宛報告される予定である。

詳細内容については、別の機会に報告したいと考えているが、今回は構成骨子と「取引基本契約書のあり方」をお伝えする。

報告書の構成

第一章は「取引問題の実態と問題点」をまとめた。その中では、①小売業の一方的都合による帳合変更、②センター・フィー、③仕入れ時における価格に関する各種要請、④価格以外の各種要請と区分して、優越的地位の濫用と思われる実態の報告、これに対する(財)食品産業センター発刊のマニュアル上の見解、及び当面考えられる対応策についてまとめて論及した。

第二章は「小売業との取引問題と独禁法問題」として、まず、前述の(財)食品産業センター発刊のマニュアルと、独禁法及びそのガイドラインの内容についての検討をし、共に「不満足」との結論を得た報告をまとめた。

第三章は「今後の活動方法」をまとめている。

第一章における「当面の対応策」で記述されるとおり、これと云った決め手がある訳ではないが、具体的にはどう進めて行くか、その手掛りについて触れて見た。

そして第二章で明示されるが如く現行ガイドライン、及び前述のマニュアルでは満足される結果が得られない。という事で、「新たにバイイングパワー行使のガイドラインの作成を公正取引委員会に働きかける」ことを目的として我々の主張を整理した。

取引基本契約書のあり方

報告書の第一章の対応策の中で触れているように、「取引基本契約書」のウェイトは大きいものがある。

そこで日食協事務局としては独自研究調査を行い、次の如き見解を持つに至った。報告書の一部にも引用して頂いているので以下に掲載する。

1. 「契約書」の作成の今日的問題

旧来の慣行として、口答契約による取引条件の設定が一般的であったし、売り手側即卸売業にとっては絶えず条件改悪の「不安」の源であった。

この事については、あくまでも対等の立場で、「取引基本契約書」を手交する事を促進せねばならないと、早くから叫ばれて来ていたのである。

しかし、P L 法の施行を機会に今まで「契約書」の作成をどちらかと云えば忌避していた買い手側、即ち大手量販店サイドから、むしろ積極的に契約書作成の働きかけがなされて来つつある傾向が一部に出てきた。

つまり、大手量販店には、未だに取引条件等を明文化する事に消極的であったり、拒絶すると者と、反対に積極的に、場合に依っては強制的に契約書作成を意図する者とに分別することができるるのである。

だが、拒絶する根底にあるのは「対等な取引条件の明文化」を忌避するものであり、そして強制的に作成を迫る根底にあるのは、あくまでも「自己保全優先の条件の明文化」を意図するに過ぎないものである。

従って「公正取引」という見地に立てば、共に問題を有していることには変わりはないのである。

2. 契約に当つて基本的に配慮すべき精神

かくして、「商品売買基本契約書」作成は取引慣行改善の前提として推進せねばならないのであるが、日本の流通構造改善促進の見地に立てば「優越的地位の濫用」を排除した対等の互恵契約でなければ意味はない。

従つて、売り手買い手双方から、それぞれ拒否したい事項と求めたい事項があり、利害が相反するケースについては「協議事項」として明文化するべきである。

また、すでに「ガイドライン」その他で明白になっているものは「禁止事項」として明文化しても良いが、未然にそうなることを防ぐ意味で「防止・禁止事項」として記載するのが、ひいては我が国商慣行の近代化、明朗化につながるものもある、と考えねばならない。

両者間の共通理念は、国際的にも通用する取引慣行の明文化であり、売り手・買い手双方が対等互恵の取引条件の明文化でありたいものである。従つて、基本契約書は「個別契約」や「協議の場」においても尊重される精神的規範でなければならない。

結果として、双方の取組みにより、流通のローコストが具現化され、その成果が生活者に、そして社会に貢献されねば無意味なのである。

その意味に於ては、行政就中「公正取引委員会」はその契約書の内容、履行状況についての監視を怠ってはならないのである。

官民挙げて社会構造の一つである流通構造の改善に取組まねばならない今、行政が自ら指導するスタンスを正しく捕らえることと、構造的に発生する優越的地位がもたらす富の偏りの歪みを直すことに、積極的にならねばならない義務があることを認識してほしいものである。

翻って取引当事者は、その取引条件を明文化することに依り「商業性悪説」にピリオドを打たねばならぬ時がきたと認識すべきである。

3. 具体的記載事項

商品売買基本契約書に記載すべき事項は次の如きものである。

(1) 基本契約の目的と適用範囲

○契約当事者（通常、売り手・買い手の企業だが、グループ全体を総合するケースあり）

○対象商取引（カテゴリーに依って契約内容が異なるケースあり）

○取引の性格（継続的取引であり互恵の取り組みであることの明示が必要）

(2) 個別契約の存在

○個別商品の納入価格（見積書による運用ルール）

○受発注・納品方法（受発注の具体的手段と確定方法、納入場所、日時）

○納品時の附加業務（荷姿、検品方法、車両、使用する用具）

○品代金の支払い（支払い済度、請求締切方法）

○品代金以外の手数料・リベート等の授受（どのような金銭的授受があるのか明示）

(3) 所有权の移転

引渡しの時点の明示

(4) 危険負担

商法の解釈と同じ

(5) 品質等の保証

商法の解釈に基づくが、生産物賠償責任保険に関する事項もある

(6) 瑕疵担保・返品・クレーム

○瑕疵担保（商法準拠）

○返品（返品できる条件明示）

○クレーム（相互の責任の範囲）

(7) 債権譲渡の禁止・相殺の予約

従来の商慣行に基づき明示

(8) 不可抗力の免責

一般商慣行に基づき明示

(9) 機密保持

一般商慣行

(10) 契約の変更・解除・合意管轄

○変更（相手先に対する通知の義務）

○解除 一般商慣行

(11) 有効期間

基本契約の更新

4. 条文上留意すべき事項（個別契約も含む）

(1) 「協議」を強調したい事項

利害相反する事項について、一方的に「貴社の定める基準」に従う事を誓約させられる事のない様にしたい。

納入見積価格、支払い条件、流通センター利用手数料、リベート条件については特に互恵対等であることを前提とした条文であり運用であるべきである。一方的に頻繁な見積価格の変更要請や流通センターフィーの決定がなされる事のない様にしたい。

(2) 「継続的取引」を強調したい事項

契約解除・帳合変更・納入方法変更については、特に売り手は継続的取引を前提に、先行投資がなされている事項があるので、その原因・理由、明細、猶予期間、代替方法、売り手側の損失等について文書に依る事項通知が必要である。

このことを踏まえて「一般的な商品売買契約即ち一過性の取引契約」と異なる条項があり運用をする必要がある。

一方的な帳合変更（契約解除も含む）や流通センター利用料率の決定がなされでは困るのである。

(3) 予め「防止」したい事項

押しつけ販売、不当返品、派遣社員要請、協賛金要請については、既に判例もあり違法として明確にされている。従って、これに抵触する恐れのある行為について触れる条項については、必ず、事前に「協議」が必要である事を明示すべきである。

5. 結び …作成運用について…

基本契約書や個別契約書の条文が、仮りに理想的な表現で締結されていても、現実では相変わらず「協議」したという事で一方的な決定に従う事を余儀なくさせられるケースが多発するであろう。また、契約書以外に口答で支払リベート条件を呑まざるを得ないのが現実の商慣行であろう。

つまり「契約書の作成」が労多くして効果少ない努力であるのが現実である。

だが、古い商慣行の悪弊を打破し、優越的地位の濫用による弱者の泣き寝入りという「不公正競争」の実態を明白にするには、「取引基本契約」を存在させ、規範となし、逸脱行為そのものを否定する思想を徹底化させることが、やはり近道なのである。

行政の認識、実態調査、真実の把握、そして是正できる指導体制へ導くためにも業界人が避けたり無視してはいけないのが「基本契約書の作成」である。

そして勇気を以って納得の行かない締結を拒否すべきであし、実損を蒙ったケースはオープンにすることを考えねばいけない時が来ている、と考えたい。

無断転載・引用を禁ず

斯様な無粋な文言を「会報及び諸報告書」にも明示する事とした。

事の起りは、ある業界紙に会報の一部が無断で転載・引用された事から発している。

その引用した業界紙の記者に問い合わせた所、「悪意は全くない、むしろ好意で取り上げて掲載し、紹介し日食協の宣伝をして上げたつもり」と云う。「しかし、多数の労力を重ねた調査結果が無断で他に使用される事は許せないし、一部のみ部分利用した場合には第三者に誤解される事も多い」と苦言を呈した所、「誠にその通りだ」との回答と個人的な謝罪があった。

レベルの低い（？）話で申し訳ないが…………。

今号には、狙われそうな数値が多数掲載されているので。



我々のロジスティクスの展開

一業界のポテンシャル（その1）－

本年度の受託事業の一つである食料品卸売業構造改善促進事業の「物流施設等に関する研究と実態調査」については、平成7年度が「研究篇」にウェイトを置いたのに対し平成8年度は「実態調査集計篇」にウェイトを置いて作業をした。

これも3月末迄に財政食品流通構造改善促進機構を通じて農林水産省に報告書として提出する予定であるが、今回はその一部のデータについてのみ掲載する事とした。

このデータの意義

この調査は平成8年3月頃実施したものであるが、業務多忙の中で実際に202社の会員の方がこの煩雑なアンケートに回答を寄せて頂いた貴重なデータの集大成である。

内容は企業秘密に属する事に亘り、かつ手数がかかるが故に、提出回答に遅延したり、中には忌避された企業も少なからずあったものと思われる。

にもかかわらず、提出頂いたご担当の方々のご努力には感謝以外の何物もない。協力をご指示頂いたトップや上司のご決断には、敬服の念を抱かざるを得ないものがある。

結果として、我国食品流通の代表的上位883場の総合的データが集大成された事は未だかつてなかったので、食品産業界のみならず、他産業も行政もこの膨大な社会的貢献度を再認識せねばならないし、認識するに足る、貴重な内容を包含しているものとなった。

従来よりこうしたデータは求められていたが、簡単に求めて集大成し得るものではないが故に諦められていた。推論もできず、データが無いので、不可欠な社会的機能でありながら軽視され、世論が形成されて来た傾向すらある。

それらに対する強力な反論材料であり、今日、生活者が、小売店頭やレストランで低価格或いはリーズナブルなプライスで加工食品を手にしている事実、これを支えている陰の社会機構の担い手の存在とその規模の大きさ、効率のすばらしさを語る以外の何ものでもない筈である。

「会報」の紙上という制約があるので、今回はデータの一部の掲載に留め、分析解釈は割愛する。

しかし前述の如く、これに参加協力して頂いた企業に対しては、感謝の念を表すべく、後日、農林水産省に提出する「報告書」を送付申上げ、高覧に供し業務の参考資料の一つとして頂ければと考えているのでご了承頂きたい。

物流施設(第1表)

番号	支 部 名	番号	府県名	物流施設場数	敷 地 坪 数 計	使用延坪数計
1	北 海 道 支 部	1	北 海 道	92	122,583	62,504
			計	92	122,583	62,504
2	東 北 支 部	2	青 森 県	6	3,404	2,117
		3	岩 手 県	9	11,849	5,951
		4	宮 城 県	17	36,153	16,901
		5	秋 田 県	6	9,153	6,110
		6	山 形 県	6	6,609	3,249
		7	福 島 県	15	13,604	7,020
			計	59	80,772	41,348
3	関 東 支 部	8	茨 城 県	19	21,616	9,993
		9	栃 木 県	8	17,431	6,174
		10	群 馬 県	8	13,285	5,674
		11	埼 玉 県	62	77,042	40,697
		12	千 葉 県	33	50,878	26,395
		13	東 京 都	75	67,558	54,197
		14	神 奈 川 県	55	58,787	41,456
		15	新 潟 県	11	18,418	8,167
		19	山 梨 県	10	12,298	5,487
		20	長 野 県	26	45,955	20,288
		22	静 岡 県	20	21,880	10,153
			計	327	405,148	228,681
4	東 海 ブ ロ ッ ク	21	岐 阜 県	9	10,039	6,080
		23	愛 知 県	48	57,345	35,359
		24	三 重 県	9	13,409	4,880
			計	66	80,793	46,319
5	北 陸 ブ ロ ッ ク	16	富 山 県	6	11,710	5,819
		17	石 川 県	14	49,847	7,279
		18	福 井 県	4	4,898	2,303
			計	24	66,455	15,401
6	近 蔵 支 部	25	滋 賀 県	7	4,167	5,010
		26	京 都 府	20	13,558	8,766
		27	大 阪 府	69	68,222	48,680
		28	兵 庫 県	33	39,960	21,702
		29	奈 良 県	6	4,171	2,427
		30	和 歌 山 県	1	219	219
			計	136	130,297	86,804
7	中 国 支 部	31	鳥 取 県	3	6,851	1,629
		32	島 根 県	9	8,013	3,856
		33	岡 山 県	20	28,870	14,989
		34	広 島 県	20	22,728	14,738
		35	山 口 県	12	11,523	6,172
			計	64	77,985	41,384
8	四 国 支 部	36	徳 島 県	5	2,547	1,387
		37	香 川 県	10	10,108	5,458
		38	愛 媛 県	3	4,245	2,697
		39	高 知 県	2	545	276
			計	20	17,445	9,818
9	九 州 沖 縄 支 部	40	福 岡 県	32	64,915	29,155
		41	佐 賀 県	10	12,639	6,116
		42	長 崎 県	13	12,846	7,411
		43	熊 本 県	9	14,253	5,485
		44	大 分 県	11	13,191	6,366
		45	宮 崎 県	6	7,101	2,705
		46	鹿 児 島 県	10	15,517	10,166
		47	沖 縄 県	4	9,477	6,473
			計	95	149,939	73,877
			合 計	883	1,131,417	606,136

物流施設(第6表)

支部名	府県名	施設場数	人	自社	備車	両用	FAX	コンピュータ	端末台	フォーク	ハンド	昇降機	コンベア	デジタル
	単位		人				台	台	台	台	台	基	連	式
北海道	北海道	92	1,527	18	43	26	120	35	357	235	166	39	13	3
	計	92	1,527	18	43	26	120	35	357	235	166	39	13	3
東北	青森県	6	210	0	1	4	10	3	44	30	4	4	1	2
	岩手県	9	153	2	4	2	11	6	20	22	7	2	2	0
	宮城県	17	361	3	10	4	22	11	72	52	23	5	1	2
	秋田県	6	221	2	0	4	8	14	24	10	10	2	0	2
	山形県	6	76	3	1	2	6	6	21	10	5	2	1	1
	福島県	15	443	7	3	5	26	15	93	89	38	35	27	3
	計	59	1,464	17	19	21	83	55	274	213	87	50	32	10
関東	茨城県	19	519	3	9	6	19	14	87	95	25	14	4	15
	栃木県	8	332	0	4	3	14	3	34	48	30	5	1	0
	群馬県	8	114	1	4	3	12	4	39	34	4	0	2	0
	埼玉県	62	1,262	3	48	9	82	38	278	235	70	26	10	6
	千葉県	33	861	1	24	7	47	18	227	188	17	18	13	2
	東京都	75	1,423	8	45	16	85	81	365	344	40	31	11	4
	神奈川県	55	1,668	4	40	9	69	40	272	237	37	26	29	18
	新潟県	11	325	1	2	7	18	8	37	45	17	6	2	2
	山梨県	10	250	3	3	4	17	8	57	59	6	3	1	1
	長野県	26	680	9	8	9	48	9	105	94	21	9	1	3
	静岡県	20	536	4	8	6	18	9	69	40	15	4	1	1
	計	327	7,970	37	195	79	429	232	1,570	1,419	282	142	75	52
東海	岐阜県	9	279	2	4	3	12	4	55	39	35	4	18	2
	愛知県	48	1,151	5	28	9	57	21	197	155	58	17	24	6
	三重県	9	241	2	3	3	11	7	44	21	12	6	0	0
	計	66	1,671	9	35	15	80	32	296	215	105	27	42	8
北陸	富山県	6	372	0	3	2	9	4	34	39	33	1	41	3
	石川県	14	252	2	6	5	10	7	39	28	18	1	3	3
	福井県	4	72	0	0	2	4	2	14	7	7	2	0	1
	計	24	696	2	9	9	23	13	87	74	58	4	44	7
近畿	滋賀県	7	131	1	3	2	7	4	24	15	4	1	0	0
	京都府	20	431	5	9	6	24	11	98	89	15	18	0	2
	大阪府	69	1,414	8	37	20	75	51	339	227	102	41	6	6
	兵庫県	33	766	4	16	12	39	28	134	100	62	23	4	2
	奈良県	6	324	2	2	3	11	9	59	34	15	10	1	2
	和歌山县	1	0	0	1	0	2	1	4	2	1	0	0	0
	計	136	3,066	20	68	43	158	104	658	467	199	93	11	12
中國	鳥取県	3	65	2	0	1	4	3	14	9	5	1	1	0
	島根県	9	275	2	5	2	8	24	21	23	2	1	3	1
	岡山県	20	761	5	7	8	24	15	132	77	14	7	23	2
	広島県	20	333	7	6	6	21	14	62	37	18	6	0	1
	山口県	12	281	5	1	5	13	8	42	34	7	1	0	0
	計	64	1,715	21	19	22	70	64	271	180	46	16	27	4
四国	徳島県	5	133	1	0	4	7	5	19	19	0	0	0	0
	香川県	10	278	2	1	6	12	7	38	25	13	6	0	0
	愛媛県	3	73	0	0	3	3	3	17	5	1	0	0	0
	高知県	2	19	1	0	1	3	3	6	0	0	0	0	0
	計	20	503	4	1	14	25	18	80	49	14	6	0	0
九州沖縄	福岡県	32	657	4	15	12	32	23	106	132	23	10	5	1
	佐賀県	10	165	2	0	4	15	4	20	18	21	3	0	1
	長崎県	13	283	4	2	7	18	10	62	25	11	3	4	2
	熊本県	9	406	2	2	4	10	6	55	38	4	2	33	0
	大分県	11	416	3	3	4	16	4	73	43	14	4	2	1
	宮崎県	6	101	2	1	2	6	1	18	8	8	3	0	0
	鹿児島県	10	451	2	5	3	12	6	58	57	27	5	50	2
	沖縄県	4	59	2	1	1	6	3	23	12	7	0	3	0
	計	95	2,538	21	29	37	115	57	415	333	115	30	97	7
	合計	883	21,150	149	418	266	1,103	610	1,072	3,185	1,072	407	341	103

いざといふ時に —業界のポテンシャル（その2）—

過ぐる1月、農林水産省より連絡があり、国家的プロジェクトの一つとして、大災害発生時の対応体制調査事業があり、その調査に協力依頼の話があった。（助成金 364,000円）

従来から首都圏の有志企業が、同じ調査に協力して来たいきさつもあり、今回全国的に協力する事として、会員企業に改めてアンケート用紙を発送、協力をお願いした。

3月上旬漸やく集計する事ができたので、その結果報告を今回はお目にかけたい。

結論的に云える事であるが、万一大災害が発生した際に必要なものは、食料品以外にもいろいろあるが、取りあえずの加工食品や飲料というカテゴリーで、まとまって提供できる産業は、我々をおいて他にない事がはっきりした。

その協力が可能な、換言すれば社会から信頼されるに足る企業名とその在庫拠点・在庫量のリストを農林水産業に提出する事になったのである。

このことは、全国の各地域社会にとって大切な事であり、間接的だが我々会員の有志が、社会貢献できる意志表示を示した事になったわけであり、ご協力に深く感謝したい。

因みに当協会と同様に調査を行っているのは次の各団体である。

日本百貨店協会	日本布帛製品工業組合連合会
㈳日本乳製品協会	日本チェーンストア協会
㈳日本アパレル産業協会	協全日本パン協同組合連合会
日本被服工業組合連合会	㈳日本惣菜協会
㈳日本ボディファッショング協会	泉州毛布工業組合
㈳日本パン工業会	日本ニット工業組合連合会
㈳日本ガス石油機器工業会	日本べんとう工業協会
㈳日本給食サービス協会	日本ニット中央卸商業組合連合会
全国農業協同組合連合会	日本タオル工業組合連合会
㈳日本即席食品工業協会	㈳日本炊飯協会
全国食糧事業協同組合連合会	㈳日本缶詰協会
㈳日本弁当サービス協会	全米商連協同組合

これ等の生産能力、緊急時の増産能力等を含せて基礎データとし、次に供給体制に関する対応マニュアルや集積・分布マップ等の検討に入る予定。

各県別在庫函数合計は次の通りである。

緊急災害時対応食糧に関する調査（県別）

単位:千枚

府県名	米 飯	飲 料	その他の缶詰類	即 席 麵 類
北海道	951	109,935	72,401	80,369
青森県	50	18,507	6,431	7,592
岩手県	0	28,400	5,860	17,510
宮城県	20	88,300	20,076	53,794
秋田県	350	29,800	12,200	14,800
山形県	0	17,345	4,127	10,305
福島県	0	54,593	10,097	25,763
計	420	236,945	58,791	129,764
茨城県	25	14,820	15,080	11,500
栃木県	60	4,800	5,500	4,600
群馬県	60	4,150	5,100	7,730
埼玉県	140	77,910	45,260	26,010
千葉県	235	11,684	9,889	26,799
東京都	400	40,900	13,630	14,330
神奈川県	924	118,071	46,146	54,291
新潟県	151	5,258	4,905	3,567
山梨県	0	7,000	6,600	5,600
長野県	220	79,230	9,100	11,600
新潟県	1,488	70,616	19,943	41,619
計	3,703	434,439	181,153	207,646
岐阜県	87	5,850	3,790	2,010
愛知県	2,267	71,959	56,165	78,941
三重県	261	14,130	5,251	8,476
計	2,615	91,939	65,206	89,427
富山县	80	23,700	7,620	18,630
石川県	150	35,400	12,540	18,570
福井県	100	23,000	2,100	14,300
計	330	82,100	22,260	51,500
京都府	50	1,500	800	2,000
大阪府	1,286	110,245	18,994	65,470
兵庫県	150	1,100	1,500	1,300
奈良県	50	100	50	100
計	1,536	112,945	21,344	68,870
鳥取県	0	1,500	150	800
島根県	70	4,590	5,190	9,000
岡山県	0	31,181	8,381	5,306
広島県	20	10,513	4,888	24,675
山口県	200	13,590	6,305	16,820
計	290	61,374	24,914	56,601
徳島県	10	3,200	900	2,400
香川県	40	1,950	600	700
愛媛県	0	1,000	0	0
計	50	6,150	1,500	3,100
福岡県	403	56,407	33,958	38,548
佐賀県	20	2,300	490	1,380
長崎県	10	500	200	500
熊本県	50	3,600	820	2,250
大分県	60	4,000	1,060	2,700
宮崎県	120	32,550	22,010	28,470
鹿児島県	40	24,500	4,780	11,180
計	703	123,857	63,318	85,028
合 計	10,598	1,259,684	510,887	772,305

* 合計は当協会会員卸有力店の拠点352ヶ所の総計

新しい取引制度の方向

最適流通システム開発事業

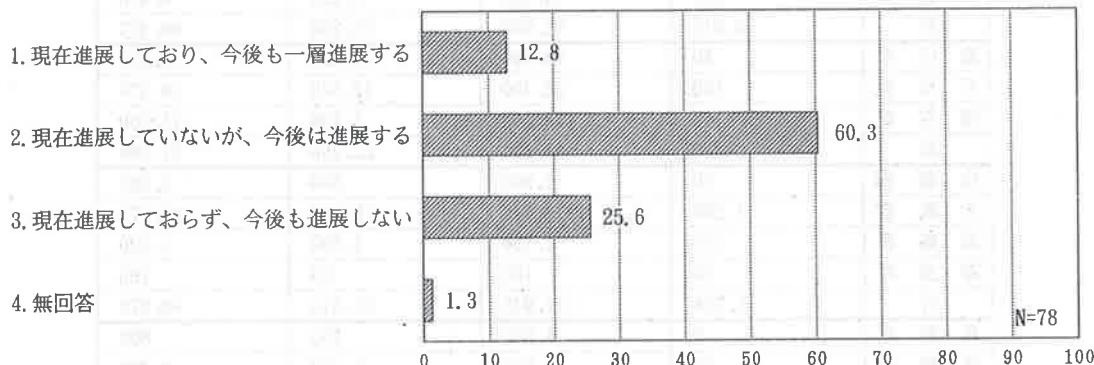
前号にて中間速報を掲載した、本年度の最適流通システム開発事業即ち「新しい取引制度」の方向についての研究と調査については、3月24日開催予定の同委員会に向けて、目下報告書原稿を整備中である。

特に、このワーキンググループである小委員会は、当初の予定を上回り6回を重ねる開催となってしまったが、こと程左様に内容の検討が慎重に進められていると、ご理解を頂きたい。

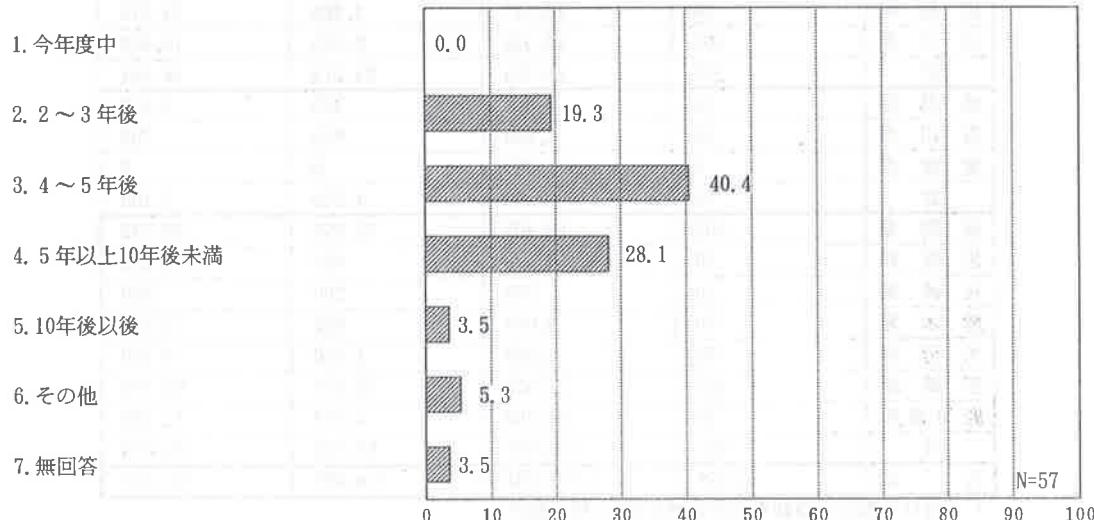
最終報告書は当事業の委託者である農林水産省に提出すると共に、会員・賛助会員の手許に配布する予定である。

今回は前回の中間速報に続く第2弾としてその内容のごく一部の紹介をするが、解説については今回は敢えて省略をした。

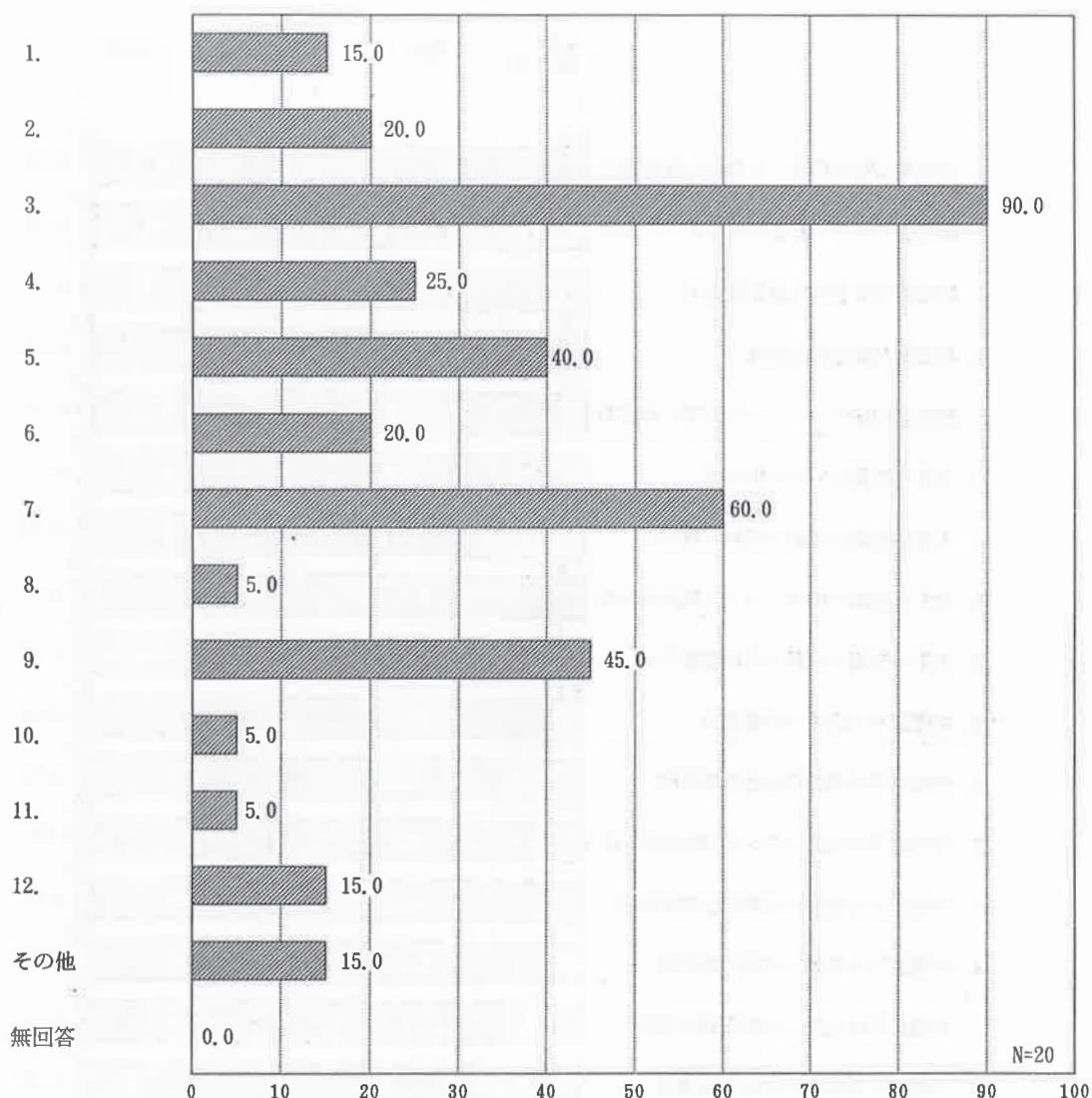
図表 II-7-1 新価格制度の推進予測



図表 II-7-2 新価格制度定着の年限

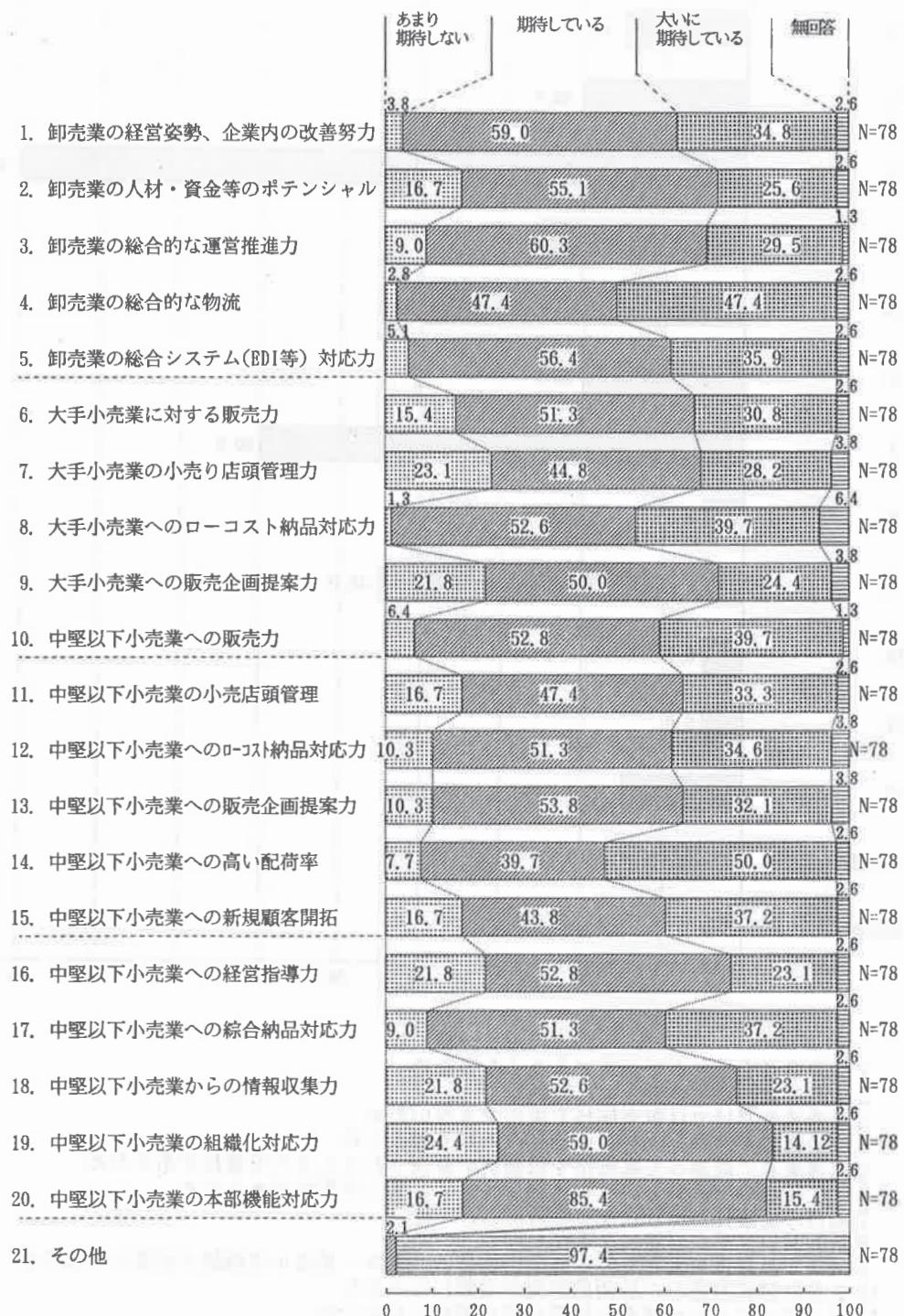


図表 II -7-3 新価格制度が進展しない理由

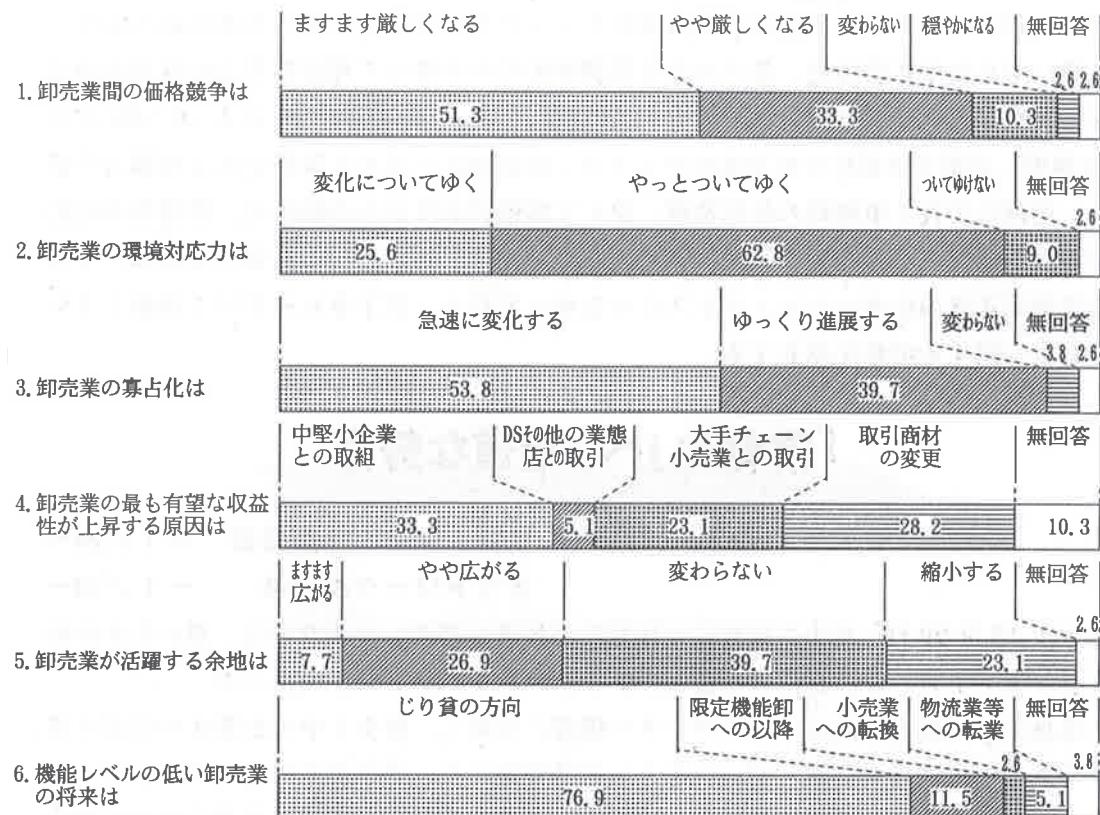


1. 流通業者をコントロールできなくなるため
2. 流通業者の抵抗が大きいため
3. 流通業者だけでは販売価格を決定できないため
4. 流通業者が売れ行きのよい商品のみ取り扱うため
5. 流通業者で間違って高価格や低価格で販売されてしまう可能性があるため
6. 卸売業者の倒産あるいは合併が進展してしまう可能性があるため
7. 価格の安定化が困難になるため
8. 新製品の育成が困難になるため
9. 価格が品質差を表している商品の場合はメーカー希望小売価格が必要となるため
10. 生産計画に対応した計画的販売が困難になるから
11. メーカーによる地域別の価格設定が困難になるため
12. 営業マンの役割が大幅に変わってしまうため

図表III-1 卸売業への期待



図表IV-1 今後の卸売業の変化に対する認識



お詫びと訂正

前号、沖縄ブロック会の会議の記事中、会員富村商事の庫内のチュークリップ印のポークランチョンミートはデンマーク産とのご指摘がありました。お詫び申上げると共に訂正させて頂きます。

お詫びの印に東京銀座「わしたSHOP（株）沖縄県物産公社」に行ってチュークリップ印の缶詰を買ってきました。秀逸は「レバーペスト」缶。以来連続して買っています。

事業活動あれこれ

年度末を控えて

—運営委員会—

年度末を控えて、平成 8 年度の事業成果のチェックと、平成 9 年度の事業活動の展望という作業に追われる本部活動。各人の日常業務繁忙の中を縫って運営委員会の日程が定まり開催され真摯な討議が重ねられている。因みに、1/13 と 2/26 両日共 16:00 より 18:00 開催。会議では進行中の事業のチェック、会員のニーズから演説される当協会の活動方針、処理して行く事務局の体制整備。加えて関係官公庁からの問合せ、要望等の対応の確認がなされた。その結果、正副会長への報告・決裁、各事業・委員会のまとめ、そしてその実績報告書の作成へとエンドレスにつながって行く。以下それを享けて活動している各委員会に関する活動を紹介する。

「情報化」へ、地道な努力

情報システム化委員会 —1/24—
ネットワーク検討会 —1/29—

平成 8 年 12 月 26 日、年末の挨拶にと国税庁酒税課を訪問した事務局は、思いもかけぬ情報をプレゼントされた。正に一日遅れのクリスマス・プレゼントであった。

それは懸案の「業界の商品コードセンター構想」に対し、漸やく中小企業庁の同意を得、平成 9 年度の予算獲得の見通しがついたという話であった。その為その受け皿として、酒類業中央団体連絡協議会（略称酒中連）と連絡して準備委員会の設置、委員会規約の制定に参画する様に、との要請があった。

年末から年初にかけて、頻繁に事務局と関連の担当者との打合せを重ねた。念願の構想に、漸やく資金的バックアップが公的になされる所迄到達したのであるから、慌ただしかったのも止むを得ない。

これを受けて 1 月 24 日、15 時より情報システム化委員会が開催され、準備委員会委員候補の選出確認、今後のスケジュール、準備委員会の運営方法、酒中連との関連のあり方、ひいては当協会として、このプロジェクトにどの様なスタンスで臨むか等について討議を行った。結果として 2 月 14 日の準備委員会（別掲）の発足にこれをつなげた。

当日の議題は、この他に 11 月に開催した「情報システム研修会」の総括報告、(株)菱食より提起のあった「EDI フォーマットの一部の追加変更」、第 98 回ネットワーク検討会の報告がなされ閉会した。

1 月 29 日には第 99 回のネットワーク検討会が開催された。賛助会員 6 社を含め 13 社

の会合となったが、ここでも、「商品コードセンター設立準備委員会」発足の今迄の経緯と今後の見通しが報告・討議された。

当日はこの他に関東F研、関西F研、SJK運営委員会からの報告と、アンケート調査集計結果報告がなされた。

情報交換されたのは「消費税改定に伴なう処理の変更」について

- ・正味価格の円未満の端数処理
- ・消費税計算方法（請求書一括、伝票単位等、チェーンストア協会での見解も参考に）
- ・「帳簿及び請求書」という表現に変更、「及び」という「請求書の必要性」（容器回収の支払時）
- ・4月以降の戻入での消費税計算方法

等が主なテーマとして話合われた。

長時間に亘り討議されたのが、(株)菱食提起の「EDIフォーマットの一部の追加変更案」に関する件で、同社システム統括部山口陽氏より、同社のECRとして使用する際の各フォーマットの使用目的、データ交換のタイミングについての説明が、次の如く

- ・発注予測データ
- ・受発注データ
- ・入庫確定（差異）データ
- ・出荷案内データ

と順次あり、各項目毎に質疑と討議がなされた。

結論としては、現在運用されている受発注、出荷案内、商品案内の各システムについては、フォーマットの項目内容及び項目番号については変更は不可、区分等の追加の場合は番号の追加処理で対応することとした。

新規フォーマットについては将来標準フォーマットとしての検討も考慮する。

今回の修正後のフォーマットを次回情報化システム委員会に報告することとした。



物流委員会-12/16・2/7-

今や年中無休が要求される物流部門、その中を縫って貴重なデータの集大成がまとまった。

一つは、例年恒例となった「物流コストの実態調査」（平成7年度）。一つは賛助会員にお願いした「平成8年度標準物流シンボル（ITFコード）に関するアンケート調査」の集計結果である。

物流委員会は 12 月 6 日開催の委員会で物流コストの最終審議を行い、2 月 7 日の委員会では I T F コード調査の結果の内容の審議を行った。

物流コストについては次の如く公表することとした。

物流コスト実態調査報告書

物流委員会・ワーキンググループでは、平成 7 年度（平成 7 年 4 月～平成 8 年 3 月）に於ける首都圏の量販店及び C V S の業態を対象とした一般加工食品に係わる物流コストの実態調査を行った。

今回の調査は、年間ベースに於いて 6 回目の調査となり、時系列に二つの業態別物流コストを見ると、函当たりの物流コストが、最も低いコスト額及び売上単価対比率となった。調査企業に於いて、業態対象となった業態専門配送センター扱いの物量が増加傾向にあることと、これに伴う物流合理化への積極的な施策と努力の結果と推測される。一方、この調査対象となった加工食品卸売業の 95 年度（平成 7 年度）の売上高は、歯止めのかからぬ低価格化に悩まされ続けて前年度微増にとどまり、又粗利益額はマイナスとなって単価下落の影響の大きさを物語ると共に地域差による格差が広がるなど、経営体質の抜本的な見直しが迫られている。流通に介在する卸売業は、「物流コストの算出基準」や「物流業務内容」を中心に卸売業自身による経費構造の見直しが不可欠となっている。

<実態報告>

1. 調査対象業態 量販店と C V S の庫出物流コスト

2. 調査概要 ①調査対象商品 一般加工食品（酒類・冷食は除く）

②調査期間 平成 7 年 4 月～8 年 3 月の 1 年間

③調査地域 首都圏

④配送センター背景 量販店：業態専用倉庫及び一般汎用倉庫

C V S : 業態専用倉庫

⑤その他 センターフィーは含まず

3. 物流コストの構成（1 函当たりの物流コスト）

単位：円 %

対象業態	量 販 店		C V S					
	期 間	7/4～8/3	6/4～7/3	7/4～8/3	6/4～7/3			
店出函売上単価		3,076	3,024	2,311	2,083			
配 送 費	98.74	44.8	98.45	41.4	88.06	49.7	112.83	55.4
保 管 費	35.22	16.0	36.99	15.5	23.77	13.4	24.07	11.8
荷 役 費	71.56	32.5	84.41	35.5	56.17	31.7	57.27	28.2
情 報 費	14.69	6.7	18.03	7.6	9.12	5.2	9.36	4.6
合 計	220.21	100	237.88	100	177.12	100	203.53	100
売上単価対比		7.16%	7.86%	7.66%	9.77%			

参考資料

時系列に於ける卸売業からの庫出物流コスト

1.首都圏の量販店への庫出物流コスト（加工食品のみ）

単位：円・%

期間	2/4～3/3	3/4～4/3	4/4～5/3	5/4～6/3	6/4～7/3	7/4～8/3
店出売上単価	C/S 3,361	C/S 3,354	C/S 3,366	C/S 3,233	C/S 3,024	C/S 3,076
配 送 費	105.96	42.7	107.5	44.5	112.26	46.5
保 管 費	38.27	15.4	42.53	17.6	41.75	17.3
荷 役 費	60.69	24.4	64.68	26.7	72.64	30.1
情 報 費	43.50	17.5	27.02	11.2	14.82	6.1
合 計	248.42	100	241.77	100	241.47	100
売上単価対比	7.39%	7.21%	7.17%	7.42%	7.86%	7.16%

配送センターの背景・業態専用倉庫及び一部汎用倉庫

2.首都圏のC V Sへの庫出物流コスト（加工食品のみ）

単位：円・%

期間	2/4～3/3	3/4～4/3	4/4～5/3	5/4～6/3	6/4～7/3	7/4～8/3
店出売上単価	C/S 2,356	C/S 2,286	C/S 2,285	C/S 2,172	C/S 2,083	C/S 2,311
配 送 費	101.03	52.9	102.06	51.1	104.32	51.3
保 管 費	22.19	11.4	21.42	10.7	21.24	10.4
荷 役 費	51.62	26.5	57.03	28.6	66.34	32.6
情 報 費	19.61	10.1	19.23	9.6	11.39	5.7
合 計	194.45	100	199.74	100	203.29	100
売上単価対比	8.25%	8.74%	8.90%	9.58%	9.77%	7.66%

配送センターの背景・業態専用

一方 I T F コードの集計結果は、「集計一覧表」の如くまとめて、繁忙の中を調査にご協力頂けた賛助会員の皆様に厚く御礼申上げることとした。

この他に物流委員会において「メーカーの連休に際しての卸売業の在庫手当」の問題が提起された。特に売場の元旦営業傾向に備えて、前年 12 月末は 9 日分の在庫手配をせざるを得なかった例も多々あり、この保管に苦慮した会員も多かったからである。

これも含めて、平成 9 年度のテーマを早くも次の如く定めている。

1. 物流コスト実態調査（平成 8 年度分）
2. I T F コード導入促進
3. メーカー出荷の連休時の在庫対策
4. その他

物流委員会の次回は、4 月 25 日 15 時より。

平成8年度標準物流シンボル（ITFコード）

No.	Q-1. 貴社の製造品目とITFコードについて				Q-2. ITF未導入の商品、又は導入予定					
	製造品目	製造アイテム	Q-1.(2) ITF導入状況		(イ) 加工食	(ロ) 冷凍食	(ハ) チルド食	(二) 菓子類	(ホ) 酒類	
			ITF導入	導入率	品	品	品	類	類	
1	酒類		6(11月中旬より)							明年中
2	加工食	1,300	286	22.00	97年度順次導入					
3	加工食	170	45	26.50	ユーザー次第（新商品極力導入したい）					
	チルド食	16	0	0				予定なし		
4	加工食	1,560	83	5.30	未定・新製品リリュ商品順次対応					
	チルド食	69	0	0						
	菓子類	86	86	100.00					未定	
5	加工食	109	77	71.00	順次導入中					
6	加工食	60	0	0	検討中					
	冷凍食	500	0	0						
	菓子類	200	200	100.00				導入済		
7	加工食	550	62	11.27	検討中					
8	加工食	500	40	8.00	1998.4~9導入					
	冷凍食	800	150	18.70		1998.4~9導入				
	チルド食	10	0	0				未定		
9	加工食	52	48	92.0	未定					
10	加工食	537	233	43.40	家庭用97年中・業務用99年中					
	冷凍食	18	0	0		未定				
	チルド食	43	0	0				未定		
11	加工食	180	143	79.40	リニューアル時					
	菓子(冷)	17	11	64.70				冷菓類予定なし		
	酒類	17	17	100.00						
12	加工食	850	0	0	未定					
	冷凍食	150	0	0		未定				
13	加工食	40	40	100.00						
	菓子類	50	50	100.00						
14	加工食	685	226	33.00	デザイン変更時					(イ)同
	酒類	284	29	10.00						
15	加工食	230	200	87.00	97年度中					
	冷凍食	80	10	13.00		未定				
	チルド食	50	10	20.00				未定		
16	加工食	201	118	58.70	未定			未定		
17	加工食	2,800	321	11.46	流通段階の物流合理化の為順次導入					
	冷凍食	1,400	101	7.21						
	チルド食	130	13	10.00						

に関するアンケート調査集計表

Q-4. 貴社商品に I T F コードの製造年月日の表示をしていますか				Q-3. I T F についてのご意見
	(イ) 全商品 表示	(ロ) 一部商品 表示	(ハ) 全商品 未表示	(二) その他
1	○			
2				○' 賞味期限への表示に切替中
3	○			
4		○		荷合せ（複数品目）の場合のコード付け バンド掛けの品目 "
5	○			
6				ドライ商品については下記の事項で検討中 1. 導入コスト割れにメリット少ない 2. 思った程普及していない
7	○			各流通段階での統一コードとして統一されれば
8		○		当面専用カートンのみ表示 無地、共通カートンには簡易スティッカーにて対応 I T F コードの印刷可能なラベル、スティッカーの自動化検討中
9		○賞味期限表示		I T F コードのほとんど導入している流通での活用が十分ではない
10	○			一部卸で I T F が読み取れないとの理由で納品時にシール貼付を要求され対応している。ジュース類 I T F コードが低い位置にあり、これらも対応している。
11	○			
12				I T F いずれ導入するがカートン補強バンドにて隠れる恐れがあり、又顧客のニーズが旺盛でない等未導入
13	○菓子類			賞味期限表示
14	○			受発注時のデータ交換に早く活用出来るよう希望
15	○			ケースサイズが小さくなり I T F コードのスペースが大きく、表示スペース確保に苦慮
16			○	
17	○製造日から賞味期限に切替			荷合せ、ジョイントボックス等の卸店へ納入する荷姿と、卸店から出荷される荷姿が異なって来る場合の I T F 取扱の考え方方が統一出来ば助かります。

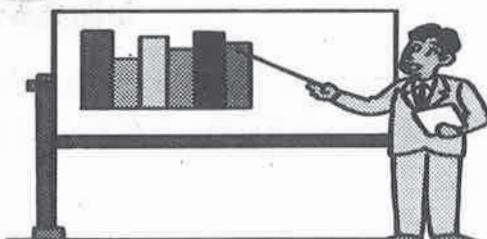
18	加工食	140	50	10.00	未定だが導入率を上げる予定				
19	加工食	200	160	80.00	P函入り商品は不明			サンボール函97年中	
	酒類	500	10	2.00				中旬の表示	
20	加工食	220	220	100.00	導入済				
	菓子類	30	30	100.00				導入済	
	酒類	500	0	0				ピール97.11~	
21	加工食	285	230	80.20	一般商品導入済、特殊品未定				
22	加工食			90.00	未定				
23	加工食	400	10	2.50	リニ-7ル時				
24	加工食	2,500	50	2.00	97.3未導入				
25	加工食	300	0	0	96.春以降				
26	加工食	90	34	38.00	未定				
	チルド食	7	3	43.00			未定		
27	加工食	226	185	81.90	97年度中				
	チルド食	69	69	100.00			導入完了		
28	加工食	300	300	100.00					
29	加工食	500	100	20.00	97年9月末				
30	酒類	2,000	0	0				未定	
31	加工食	390	50	12.82	97.2未導入				
32	加工食	1,000	800	80.00	97.3導入				
33	加工食	25	25	100.00					
34	加工食	428	230	52.00	98.未完了				
	冷凍食	22	0	0		未定			
35	加工食	39	32	82.00	未定				
	チルド食	11	11	100.00					
36	加工食	260	0	0	未定				
	冷凍食	920	0	0		未定			
	チルド食	300	0	0			未定		
37	加工食	122	122	100.00					
38	加工食	600	0	0	未定				
	チルド食			0			未定		
39	加工食	1,500	320	22.00	進行中				
40	加工食	500	425	85.00	未導入商品は大部分が小さくてITF印刷が難しい				
	菓子類	21	21	100.00					
41	加工食	家庭用導入中・業務用ケース導入中							
42	加工食	91	6	6.60	97年度中				
43	菓子類	116	116	100.00					
44	加工食	51	10	19.60	逐次導入中				

18	<input type="radio"/>			
19	<input type="radio"/>			P函への印刷は技術的に難しい
20				
	<input type="radio"/>			
21	<input type="radio"/>			
22			<input type="radio"/> 表示期限のみ	
23	<input type="radio"/>			小型缶ではスペースの取りすぎで大幅変更必要
24	<input type="radio"/>			
25				一応のルールあるも運用面で不明な部分多く作業が渋滞
26	<input type="radio"/>			
	<input type="radio"/>			卸、小売業を中心にN B商品にITF導入を進めて来た(97年度中に家庭用N B 1005導入完了、今後業務用に広げていく)。
28	<input type="radio"/>			
29		<input type="radio"/>		2面に入れているが4面のメーカーもある。2面で良いか
30		<input type="radio"/>		現在、酒中連にて検討中
31	<input type="radio"/>			
32		<input type="radio"/>		
33	<input type="radio"/>			
34				
	<input type="radio"/>			
35	<input type="radio"/>			
36		<input type="radio"/>		CVSの増加により入数の小口化が進み10×2の規格が増えている。この場合は(1)10入りの場合のコードを別にする。(2)運賃体系を函単位から容積単位に変更する必要あり。全体の見直しが必要、業界全体の規格が必要。
37	<input type="radio"/>			
38	<input type="radio"/>		97/4検	量販店の扱いが1梱と異なりミスマッチあり、物流単位の一致が必要。ITFコードは荷姿を定義出来ない、目で見ての判断とリーダーでも判出来るコードであれば棚卸しにも活用出来飛躍的に導入可。
39	<input type="radio"/>			
40	<input type="radio"/>			
41	<input type="radio"/>			
42	<input type="radio"/>			
43		<input type="radio"/> ○、賞味期限表示		
44		<input type="radio"/>		機械の導入により逐次導入中

45	加工食	90	26	29.00	未定					
46	加工食	2,000	400	20.00	H9.3未迄					
47	加工食	9	0	0	未定					
48	加工食	150	10	6.70	97年4月					
49	加工食	400	8	2.00	99年家庭用優先に導入					
50	加工食	51	51	100.00						
51	加工食	300	150	50.00	96年12月					
	冷凍食	10	0	0	"					
	チルド食	10	0	0	"					
52	加工食	188	68	36.20	未定					
	冷凍食	9	0	0	"					
	チルド食	50	14	28.00	"					
53	加工食	88	73	83.00	未定					
54	加工食	176	9	5.10	97年3月					
55	加工食	125	125	100.00						
56	加工食	75	64	85.30	97年4月					
57	加工食	500	40	80.00	97年度中					
58	加工食	140	140	100.00						
59	加工食	200	80	40.00						
	チルド食			0						
60	加工食	118	188	100.00						
61	加工食	1,200	540	45.00	JAN未登録約200アイテムあり					
	加工食									
62	加工食	170	81	47.60	97年順次					
63	菓子類	140	119	85.00				予定なし		
64	加工食	83	49	59.00	未定					
	冷凍食	803	0	0		未定				
	チルド食	1,675	565	33.70			未定			
	酒類	385	0	0					未定	
65	加工食	0	0	0	未定					
		37,552	8,948	23.83%						

アンケート依頼先	110社	分類別	加工食	チルド食	菓子類	冷凍食	酒類	合計
回答企業先数	65社	アイテム数	26,072	2,440	660	4,694	3,686	37,552
回答率	59.09%	導入数	7,313	685	633	261	56	8.948
		導入率	28.05%	28.07%	95.91%	5.56%	1.52%	23.83%

45	○				
46		○			
47			○賞味期限	P函商品に表示困難	
48	○				
49			○賞味期限		
50	○				
51		○賞味期限表示作業中			
		"			
		"			
52		○			
		"			
		"			
53		○			
		○賞味期限			
55			○賞味期限		
56			○賞味期限		
57		○		チェーンストアPBに対するITFはチェーンストアの協力不可欠 輸入食品は日本のITFではなくUPC標準ITF混在が可能なシ ステムの構築を行う必要あり	
58			○賞味期限		
59	○				
60			○		
61	○今後賞味期限に変更			生・配・販各層への積極的な啓蒙活動 荷合せ商品に対するITFコード付番方法	
62	○賞味期限及び略号による製造年月日				
63		○油で処理した物は製造年月日、その他は賞味期限			
64		○		ITFマーキング検討中、一部量販店採用していない。又JANコ ードの依頼あり	
65		○			



業務の合理化に向けて

一関東支部流通業務委員会— 12/13、1/28、2/21

一関東支部百貨店共同配送委員会— 1/27、2/26

関東支部の活動は、大半がこの二つの委員会において討議され実施されている。

流通業務委員会では、去る 12 月 13 日、15 時より開催の委員会において、平成 7 年度の物流実態調査（会報 VoL.97. 34 頁に掲載済）と返品実態調査（同じく 36 頁に一部掲載済）の最終報告がなされ、両方のレポートを関東支部長（株明治屋磯野代表取締役社長）宛提出した。

1 月 28 日 13 時 30 分より開催の委員会においては、①関東支部各県ブロック代表との合同委員会を 3 月 25 日 13 時 30 分より会議室にて開催、意見交換を企画する。②賛助会員連絡会は 6 月 10 日総会終了後、研修会形式で挙行したい。③商品研修会は 4 月中旬の予定にて研修先を検討する。担当は三友食品（株）、（株）サンヨー堂。④備車料金動向調査の実施、とりまとめ担当は、（株）升喜。⑤在庫回転調査の実施、とりまとめ担当は（株）菱食を決定した。

更に 2 月 21 日 15 時 30 分より開催の同会においては、3 月 25 日の各県ブロック代表との合同委員会の内容議題について詰めが行われた他、前述の進行中の各テーマについての検討が加えられた。一部平成 9 年度の事業計画についても意見交換がなされる等 18 時過ぎに至るまでの会議であった。

一方、百貨店共同配送委員会も、毎月定例会が開催され、席上では（株）南王殿より前月実績が報告され内容検討がなされている。その中で、既報の如く、この一連の実態を正しく P R すべしという事で、業界専門紙月刊「マテリアル・フロー」（流通研究社）1 月号に紹介記事を掲載させたりしたので、その後の活動方向について意見交換を行った。

特に 1 月 27 日には、（株）明治屋より、百貨店向けアピールレポートの原案が提起され、今後の活用について討議されている。

事務局短信

缶詰業界新年賀詞交換会

— 1 月 6 日 —

恒例にならい、年明けは全国各地で業界の賀詞交換会が開催された。日食協の各支部、更に県ブロック単位で、主催者として名を連ねた新年会も年明け連日の如くに報じられていた。

東京地区においては、缶詰業界新年賀詞交換会が1月6日丸の内パレスホテルにて、当協会と日本製缶協会と併日本缶詰協会が幹事団体となり、計9団体の主催で開催された。

例年の事とは云え、全国有力メーカー、卸、容器、その他関連業者と報道関係者で600人を超す盛況であった。

加えて今年は、藤本農林水産大臣が流通局長以下を随えて出席され、長老の桜内国議員共々祝辞を述べられた。

主催者を代表して併日本缶詰協会蟹江会長は力強く挨拶されたが、その中で「(前略) 今年は4つの事業活動を行う。第一はビン缶詰、レトルト食品の消費拡大。第二は品質についての安全性確保のための技術向上。第三は情報の収集と的確な提供。第四は業界協調のための環境づくり。(後略)」

と明確な目標を掲げておられた。

事務局より井岸専務理事がこれに出席、中締めの挨拶を行った。

リサイクル法の記帳義務について

—農林水産省—

去る12月6日農林水産省において、「第3回食品流通審議会容器包装リサイクル専門委員会」が開催され、リサイクル法の施行に向けた一連の報告がなされた。

その中の一部に「特定事業者が備える帳簿について」の説明（資料参照、当日配布された資料の一部）があった。

会議終了後に説明者の農林省担当官に「再商品化義務量及びその計算根拠」について、その具体的イメージを質問したところ、

独自のルートで再商品化する場合には、容器を用いた商品の地域別販売量、市町村ごとの再商品化される特定分別基準適合物の量等、詳細な記載事項が必要とされるが、指定法人ルートの場合には再商品化契約により受託をした特定分別基準適合物等の簡単な記載事項で足りる。

との確認を得た。つまり指定法人ルートを選択している場合は個別の販売記録は不要ない。従って義務量算出根拠の一方法として、該当期間中の該当商品を合計した出荷函数を採用する事が想定できるので、実務的には、独自ルートの再商品化を行わなければ、事務作業の増加は無いものと考えるべきだと判断した。

資料

特定事業者が備える帳簿について

1. 帳簿の保管期間等（法第38条）

① 主務省令で定める内容

帳簿は1年ごとに閉鎖、閉鎖後5年間保存。（適用猶予の事業者、再商品化義務の対象とならない特定容器を利用または製造等をしている者その他主務大臣が認める者を除外。）

② その他主務大臣が認める者として、明らかに市町村の分別収集の対象とならない特定容器のみを利用又は製造等している事業者（工業用のみに出荷する化学品（薬品）等を製造し、ガラスビンを用いて事業を行っている者）を除外。

2. 帳簿の記載事項（法第38条）

① 主務省令で定める内容

帳簿の記載事項として以下を定める。ただし、特定包装利用事業者に関しては今回定めない。

特定分別基準適合物ごとに以下の事項を記載。

〔共通的事項〕

- ア. 利用又は製造等する容器の種類及びその属する区分
- イ. 7.の容器の量
- ウ. 再商品化義務量及びその計算根拠

〔再商品化義務の履行の方法ごとに記載すべき事項〕

- a) 法第15条の認定（独自ルートの認定）を受けて再商品化をした場合
 - ア. 再商品化に必要な行為
 - イ. 再商品化した特定分別基準適合物の量
 - ウ. 再商品化に必要な行為を開始した年月日及び終了した年月日
 - エ. 再商品化をした特定分別基準適合物に係る保管施設の名称及び所在地並びにその保管施設ごとの再商品化をされた特定分別基準適合物の量
 - オ. 利用又は製造等する容器を用いた商品の地域別の販売量
 - カ. 再商品化をする特定分別基準適合物に係る容器包装廃棄物について分別収

集をした市町村の名称及びその市町村ごとの再商品化をされる特定分別基準適合物の量

キ. 再商品化を完了した特定分別基準適合物の量、無償又は有償で譲渡した者の氏名等

b) a)の再商品化に必要な行為の全部又は一部について指定法人以外の者との間に委託契約を締結した場合

ア. 当該契約により委託された再商品化に必要な行為

イ. 当該契約を締結した年月日

ウ. 当該契約により委託された再商品化に係る特定分別基準適合物の量

エ. 当該契約により委託された再商品化に必要な行為を開始した年月日及び終了した年月日

オ. 当該委託契約の料金の支払期限及びこれを支払った年月日

カ. 再商品化をする特定分別基準適合物に係る保管施設の名称及び所在地並びにその保管施設ごとの再商品化をされる特定分別基準適合物の量

キ. 再商品化をする特定分別基準適合物に係る容器包装廃棄物について分別収集をした市町村の名称及びその市町村ごとの再商品化をされる特定分別基準適合物の量

c) 指定法人との間に再商品化契約を締結した場合

ア. 再商品化契約を締結した年月日

イ. 再商品化契約により委託をされた特定分別基準適合物の量

ウ. 再商品化契約に係る委託料金を支払った年月日

② 記載事項の概要は以下のとおり。

1. 特定事業者の再商品化義務量

2. 1.の算出に用いたデータ

3. 独自ルートで再商品化を行う場合には、

ア) 当該再商品化に係る特定分別基準適合物に関する地域の基準の遵守状況

イ) 再商品化の義務の履行状況

4. 指定法人または指定法人以外の者に委託して再商品化する場合には、

ア) 委託業務の締結の状況

イ) 当該委託に係る債務の履行状況

「東京都ルールⅢ」について

平成9年4月より施行されるリサイクル法に関連して東京都が独自の展開をし話題を招いている。その中に「東京都ルールⅢ」という単語が登場したが、これは東京都独自の「ペットボトルの回収のあり方」を指したものである。

事務局は、東京都清掃局ごみ減量総合対策室からの呼びかけで、「協議の場」と称する、主としてスーパーマーケット、CVS等の販売業界の代表団体メンバーが出席する会議に、過去数回参加し、その推移を見守って来た。

事の善悪は別として、ペットボトルの処理については、まず生活者がキャップを外し別に捨て、中を洗ってからできるだけ小さく潰し、参加している小売店頭のボックスの中に捨てる。

参加している小売店は自費で回収用ボックスを用意し、設置し、一時保管する。

東京都はこれを中間処理施設まで運搬する事を暫定的に行う。あく迄も暫定的でいずれは容器・中身メーカーに負担させる予定。

容器・中身メーカーは、中間処理施設から再商品化施設までの圧縮・梱包・運搬と再商品化を行う。

というのが概要である。

当然の事であるが、容器・中身メーカー側からは「不参加」という態度表明がなされている。一方、東京都は世論と称して生活者・消費者の支援と、他の自治体の関心を挙げて上げている。

その中で店頭回収に参加申込した店舗は確実に増加し、スーパーマーケット241店、コンビニエンスストア2,958店（但し4月は458店）、生活協同組合のストア59店、百貨店6店、その他113店（2月13日現在）となっている。

「ペットボトル」の問題

—皆で考えるべきです—

別掲の如く「東京都ルールⅢ」がスタートする。

生活者がその捨て方のルール、マナーをどこ迄守れるのか、ここに一つの問題がある。リサイクル法では地方自治体の役割とした、回収から処理施設迄の費用負担を「製造事業者」に負担させようとする考え方、ここにも問題がないわけではない。ペットボトル入り商品が割高になることについての生活者の意識形成、ここにも問題がある。卸売業としてこれをどう受け止めれば良いのか。「協議の場」に出席する毎に考えさせられた。

