

会 報



# 日食協

Vol.106 OCT.30.1998

目

- ◇ 環境自主行動計画策定へ ..... 2
- ◇ 酒類・加工食品データベースセンター構築 (中間報告)  
 —情報システム化委員会データベース構築WG—加工食品専門委員会・小委員会—  
 .....—酒類・加工食品データベースセンター発起人準備会—..... 7

委員会活動

- 「チェーンストアの現状と課題」を学ぶ ..... 9月4日 運営委員会 ..... 13
- 第22回食品卸団体連絡協議会開催 ..... 10月15日 ..... 18
- 高度情報化社会対応に向けて ..... 情報システム化委員会各ワーキンググループ ..... 20
- 物流コスト 業態別に見れば ..... 物流委員会 ..... 22
- 汎用センターにおける物流コスト ..... 関東支部流通業務委員会 ..... 25
- マーチャンダイジング力強化に ..... 缶詰ブランドオーナー会 ..... 27

- ◇ 業務日誌から ..... 28

次

回  
覧


# 環境自主行動計画策定へ

昨年12月に京都に於いて開催された会議において、我国も行政・産業界・国民の各自が一体となって地球温暖化対策を強力に推進せねばならなくなったことについてはご高承の通りと思う。更に本年6月19日に策定された政府の「地球温暖化対策推進大綱」において温室効果ガス(CO<sub>2</sub>など)削減のための具体的な行動計画の策定等、その自主的な取組が求められて来ている。

この問題については、いみじくも日食協は平成4年、当時の任意団体・日本加工食品卸協会15周年記念の、募集標語の準入选作

—— 地球にもっとやさしく、食資源をもっと大切に……日食協 ——

(国分(株)川口史夫氏作)に表現されているように、早くから会員の中から問題認識と提起がなされて来ている。

かかるさなか10月6日(火)14時から(財)食品流通構造改善促進機構の会議室において、勉強会が開催された。

勉強会に先立ち農林水産省食品流通局企画課環境対策室 青木庸三室長から、講話というより、結論として「自主行動計画策定と実践がなければ規制が…」という指令(?)があった。計画策定期限は本年度中とのことであった。

以下当日の資料の抜粋を掲載するが、当日は(株)西友が、10年前よりスタートし企業として「ISO 14001」を取得し、既に実践し「活動報告書」も公表しているその実態について、環境対策室 大野郁宏氏より講演があり、小売業として世界で初めて1997年に「ISO 14001」を認証取得した、その努力と真摯な経営方針を垣間見て、改めて敬服する機会を得ることができた。

当協会としては、10月15日(木)開催された運営委員会にて討議した結果、当業界としての自主行動計画を策定することは不可能であると思うので、各企業ベースの計画策定のガイドライン等の研究に着手することとした。

## 食品産業における環境自主行動計画の策定について

平成10年10月6日  
食 品 流 通 局

昨年12月に行われた第3回気候変動枠組条約締結国会合において、温室効果ガスに係る排出削減目標が定められ、これにより、日本は温室効果ガスの総排出量を2008～

2012年の5年平均で1990年を基準として6%削減することが求められることとなった。

これを踏まえ、政府は地球温暖化防止に係る総合的な検討を行うため、昨年12月、内閣総理大臣を本部長とする地球温暖化対策推進本部を設置し、具体的な対策の検討に着手、本年6月19日「地球温暖化対策推進大綱」が取りまとめられた。

また、これにかかる事項についての法律的な対応として、本年5月29日、「エネルギーの使用の合理化に関する法律の一部を改正する法律」が成立するとともに、本年10月2日には「地球温暖化対策の推進に関する法律案」が成立した。

このような地球温暖化防止に係る諸対策においては、国を主導とした対策に加え、産業界等が主体となった自主的な取組みが求められており、これにより官民が一体となった温暖化防止対策への取組を行うこととしている。

一方、廃棄物問題については、最終処分場が逼迫しているのにもかかわらず、新たな処理施設の建設は地元住民の反対などから一層厳しくなるなど極めて深刻化しており、社会全体としての取り組みが求められる中、産業界に対しても廃棄物の発生抑制、リサイクルの推進について、一層の取り組みが求められている。

このようなことから、食品産業における実態に応じた環境自主行動計画の策定について促していくこととする。

## 1. 計画策定の基本的な考え方

食品製造業、食品流通業及び外食事業者は、その産業の製造、流通、消費及び廃棄等の各段階の実態を踏まえ、事業者別又は産業別に各段階ごと可能な最大限の温室効果ガスの排出抑制目標及びその具体的対策を含む環境自主行動計画を策定することが必要である。

また、計画については、可能な限り、数値目標等を含む具体的な内容とすることが必要である。

## 2. 計画の具体的内容

### (1) 基準年次及び目標年次

基準とする年次は1990年、目標とする年次は上記京都議定書における目標年次を勘案し、当面、その中間年である2010年を基本とする。

### (2) 行動計画の内容

計画の策定に当たっては、産業の実態に配慮しつつ、最低限、以下の観点を盛り込む。

#### ① 温室効果ガスの排出抑制の観点

##### a. CO<sub>2</sub>排出抑制対策

##### (目標)

商品製造段階等におけるエネルギー原単位の削減、CO<sub>2</sub>排出原単位の削減、

又は、CO<sub>2</sub>排出総量やエネルギー使用量の削減割合についての具体的数値目標

(具体的対策例)

- ・商品製造過程でのエネルギー使用量の削減（省エネルギー設備の導入、省エネルギー製品（簡易包装等）の開発等）
- ・店舗、オフィス等における省エネルギー対策の推進
- ・商品輸送時における物流効率化（低公害車の導入、納入の集約化）
- ・燃料転換（天然ガス等カロリー当たりのCO<sub>2</sub>が少ない燃料への転換）
- ・緑化推進等による吸収源対策

b. HFCの排出抑制対策

(目標)

HFC使用設備（冷蔵倉庫等）からのHFC排出の抑制

(具体的対策例)

設備使用時における漏洩の防止、廃棄時における適切な処分及び使用実態処分状況等の実態把握等

※温室効果ガスの定義

京都議定書において定められた、二酸化炭素、メタン、一酸化二窒素、ハイドロフルオロカーボン（HFC）、パーフルオロカーボン（PFC）六ふっ化硫黄（SF<sub>6</sub>）。（温暖化防止法第2条第3項）

※温室効果ガスの排出の定義

人の活動に伴って発生する温室効果ガスを大気中に排出し、放出し若しくは漏出させ、又は他人から供給された電気若しくは熱（燃料又は電気を熱源とするものに限る。以下同じ。）を使用することをいう。

（温暖化防止法第2条第4項）

※二酸化炭素排出係数

二酸化炭素排出係数については、当面、参考資料1を参考とされたい。  
なお、排出係数については、温暖化防止法に基づきこの策定について、現在、環境庁において検討されている。

② 廃棄物対策

(目標)

廃棄物の削減率、削減量等についての具体的数値目標、また、容器包装リサイクル法に基づくリサイクル率の目標値等一般廃棄物の削減も勘案

(具体的対策例)

- ・製造過程等において発生する廃棄物についてのリサイクルの推進
- ・消費者段階における廃棄物量を削減するための簡易包装の推進
- ・包装等の製品原料についての再生資源の利用

・リターナブル容器の利用促進

③ オゾン層保護対策

(目標)

CFC及びHCFC使用設備(冷蔵倉庫等)からのこれらの物質の漏出等の抑制

(具体的対策例)

設備使用時における漏洩の防止、廃棄時における適切な処分及び使用実態  
処分状況等の実態把握等

④ その他の対策

業界内における環境対策機関の設置、環境マネジメント(ISO 14001取得)、  
海外事業活動における環境保全等

3. 計画の公表等

(1) 計画の公表

各業界は策定した計画については、速やかにこれを公表する。

なお、計画の公表に当たっては、当該計画の実施による温室効果ガス排出削減  
量等その効果について、可能ながぎり具体的数値をもって算出することとし、併  
せてこれを公表する。

(2) 実施状況のフォローアップ及び公表

各業界は計画の実施状況について、定期的なフォローアップを行うとともに、  
その結果を公表する。

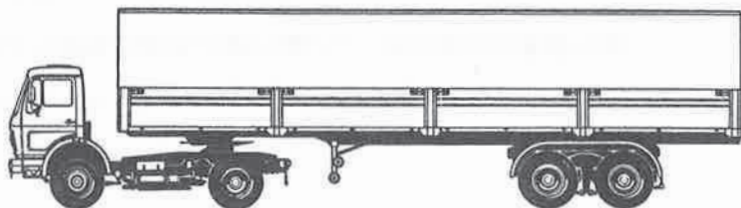
なお、実施状況の公表に当たっては、温室効果ガス排出削減量等の効果につい  
て、可能ながぎり具体的数値を公表する。

(3) 計画の改訂

計画については、電力発電の効率化、省エネ技術の新規開発等を踏まえ、適宜  
これを改訂することとする。

4. 食品流通審議会食品環境専門委員会におけるフォローアップ

各業界の行動計画については、その策定状況、及び実施状況等について食品流通審  
議会食品環境専門委員会におけるフォローアップが実施される。





## 地球温暖化対策推進大綱（抜粋）

### 第2. 講ずべき地球温暖化対策

#### 3. エネルギー需給両面の対策を中心とした二酸化炭素排出削減対策の推進

##### (4) 産業界等の行動計画の事後点検

経済団体連合会環境自主行動計画を初め産業界等において策定された2010年を目標とした省エネルギー・二酸化炭素排出削減のための、製造工程の改善、運転管理の高度化、生産設備の効率化や排熱回収、新たな技術の導入といった省エネルギー努力のほか、燃料転換、廃棄物利用等の二酸化炭素排出削減対策等を含む行動計画について、関係審議会等により、その進捗状況の点検を行い、その実効性を確保する。

また、このような行動計画を策定していない業種に対し、1998年度中に数値目標などの具体的な行動計画の早期の策定とその公表を促す。

#### 4. その他の温室効果ガスの排出抑制対策の推進

##### (1) 代替フロン等3ガス（HFC、PFC、SF6）の排出抑制対策の推進

###### ① 産業界の計画的な取組の促進

関係事業者団体において策定された代替フロン等3ガス（HFC、PFC、SF6）の排出抑制対策、数値目標等を盛り込んだ、HFC等の製造工程や出荷時の充填工程等における漏洩防止対策や廃エアコン等の廃棄機器からの冷媒の回収・再利用・破壊、半導体製造工程におけるガス使用効率化や排ガスの回収・再利用・破壊等を含む行動計画について、関係審議会等においてその実施状況の定期的な点検を行い、行動計画の実効性を確保する。

また、このような行動計画を策定していない業種に対しても、1998年度中に産業の実態に応じた行動計画の早期の策定とその公表を促す。

## 酒類・加工食品データベースセンター構築（中間報告）

－情報システム化委員会データベースセンター構築WG  
＝加工食品専門委員会・小委員会  
酒類・加工食品データベースセンター発起人準備会－

10月13日（火）10時より第2回「加工食品専門委員会」が開催され、10月16日（金）には13時30分より「酒類・加工食品データベースセンター発起人準備会」（第3回）が開催された。

この2つの会議の討議の中から、標題の中間報告を以下の如くまとめて見た。

本年度の情報システム化委員会は既報の如く、テーマ毎にワーキンググループを設置し各々が活動に入っているが、その一つに「データベースセンター構築」WGがあり、国分(株)、(株)菱食、(株)明治屋、伊藤忠食品(株)、(株)廣屋、(株)小網、加藤産業(株)、(株)雪印アクセス（順不同）の8社の委員に依りその作業が進められている。この8社の委員は同時に、受託事業である加工食品専門委員会の小委員会のメンバーを兼ねており、小委員会には外部委員も参画結成されているので審議事項の重複もなく、判断と実践を速める仕組みになっている。因みに、座長は井口泰夫氏（国分(株)）に兼任して頂いている。

この小委員会の活動報告が10月13日（火）の「加工食品専門委員会」においてなされた訳である。同会議では同時に併行して進行中の「酒類・加工食品データベースセンター発起人準備会」の進行状況（後述）も報告されている。

その内容を要約すると、

### 1. 「データベースセンター」システムの改善

平成9年度に一応の完成を見たデータベースへの登録と検索のシステムについて、更に酒類業界のデータベースの取込みを可能にさせるべく作業中である。同時に同年度の実証試験での意見、更に今年度に入ってからの問題提起に対する回答も含めて、スタートを直前に向けてレベルアップを継続作業する。

因みに本年度の実証試験も現在実施中であり、検索系詳細項目については次の如く定めて試験成果をまとめることとしている。

## 検索系実証試験評価内容

### ① 対話検索画面（利用者）

- ◆ 画面展開
- ◆ 検索条件の内容
- ◆ 検索条件設定画面の操作性
- ◆ 検索条件設定画面の画面構成
- ◆ 検索条件確認画面表示までのスピード
- ◆ 検索結果一覧画面の表示内容
- ◆ 検索結果一覧画面の画面構成
- ◆ ダウンロード商品選択の容易性
- ◆ ダウンロードのスピード
- ◆ 検索結果一覧画面表示までのスピード
- ◆ 商品詳細画面の表示内容
- ◆ 商品詳細画面の画面構成
- ◆ 商品詳細画面表示までのスピード

### ② 予約検索画面

- ◆ 予約検索条件の内容
- ◆ 予約検索条件設定画面の操作性
- ◆ 予約検索条件設定画面の画面構成
- ◆ 予約検索条件登録・結果通知画面の画面構成
- ◆ 予約検索条件登録・結果通知画面表示までのスピード
- ◆ 予約結果ダウンロード画面の画面構成
- ◆ ダウンロードのスピード

### ③ ダウンロード項目設定画面

- ◆ ダウンロード項目設定画面の内容
- ◆ ダウンロード項目設定画面の操作性
- ◆ ダウンロード項目設定画面の画面構成

### ④ 転送ファイル

- ◆ 転送ファイルの項目内容
- ◆ 転送ファイルのフォーマット

### ⑤ 登録データの利用に関わる評価

- ◆ 想定される利用業務
- ◆ 想定される検索頻度
- ◆ 想定される検索条件

### ⑥ その他



## 2. データベースの商品アイテムの拡充

このデータベースセンターがスタートする時には、30万アイテム以上のデータ登録が予測できるし、また登録されていないと利用者側のニーズに応えられないことになる。従って会員の獲得即ち登録に協力して頂ける製造業者、輸入業者、ブランドオーナーの勧誘活動が潜行してかつ先行することになる。この仕事については前述のWG企業8社に特にお願いし、分担して当って頂くこととし、このためにその企業の代表窓口を、「商品コード等研究会委員」ということで委嘱状を発行し体制を整え、その8人の顔合せを兼ねて第一回の会合を9月28日（月）13時より開催した。

ここでは、8社がそれぞれ分担してメーカー勧誘に当って頂くためのリストを作成し、勧誘資料が出来上り次第、活動を開始することとなった。開始時期は11月以降発起人会を開催の後となる予定であるが、場合に依っては発起人会以前に行動を開始する。予定訪問先リストと勧誘資料原案は事務局が作成している。

## 3. 諸ルールの見直し

この事業進行中にも、ダイナミックな動きが発生し、ルールの一部を修正せざるを得ない程流動的な環境下にある。

例えば、従来7ケタのメーカーコードが2ケタ増えることが発表されたり、従来16ケタで統一した筈のITFコードが、14ケタの国際的ルールへの移行を迫られたりしている。

カテゴリーの拡大につれて、従来の統一見解を見直さねばならぬケースも発生したので、センター設立直前までこの加工食品専門委員会小委員会は討議を重ね、一部は修正し、残りはスタート後の運営委員会に討議を委ねる作業が続いている。

一方の「酒類・加工食品データベースセンター発起人準備会」では同センターの規約、運営のための会費等に関する規程の各原案作成、発起人になって頂きたい企業の推薦と具体的依頼活動が主たる業務となり、次頁以下の如き概要が決定した。

以上の如く、作業分担を分け、会議の重複をさけ、手分けして同センター構築に向って、作業中である。

しかし、発起人が確定し発起人会が開催されてからの会員勧誘活動、そしてデータの蓄積というステップが決まっているだけに、一つの遅滞が全体を遅らせることとなる。従って同センターの稼動開始は早くても平成11年4月と予想されている。現に10月16日（金）の発起人準備会の席上で、酒類業界の発起人の選定は11月下旬迄不可能との情勢判断があり、不本意乍ら発起人会以前に、説明と「データベースセンター」会員勧誘活動に突入せねばならないこととなった。誠に残念であり、迷惑な話である。

## 「酒類・加工食品データベースセンター」規約及び会費規程原案抜粋

### (目的)

データベースセンターは、酒類及び加工食品等の商品コード及び付随する情報（次条において「商品コード」という。）の一元的な管理を行うとともに、登録された情報については、登録者に代わり検索利用者に提供する機能を担う。情報検索利用者に対しては、適確にデータベース内の情報の提供を行う。合わせて取引先コード、商品画像情報、業務アプリケーションソフト等の標準化の研究と推進を行い、結果として高度情報化社会の到来を見越して酒類及び加工食品業界の発展につながる標準化の促進を図り、消費者の利便の増進に資することを目的とする。

### (事業)

データベースセンターは、前条の規定する目的を達成するため、次の各号に定める事業を行う。

1. 商品コードの管理及び運営に関する事業
2. 商品コードの普及及び活用に関する事業
3. 商品画像情報の標準化の管理及び運営に関する事業
4. 取引先コードの標準化の研究と推進
5. 会員の情報化のためのソフトウェアの研究及び普及に関する事業
6. 会員の情報に関する標準化促進の為の調査及び提言その他の支援に関する事業
7. 情報化に関して国内関係機関との交流、協力及び提携に関する事業
8. 会報の作成及び配付に関する事業
9. 国等から補助又は委託を受けて行う情報化に関する調査、研究及び実験事業
10. その他データベースセンターの目的を達成するために必要な事業

### (会員の資格)

データベースセンターの会員の資格を有する者は、次の各号に定めるとおりとする。

1. 酒類及び加工食品等の製造業及び販売業を営む事業者
2. 前号に定める事業者の事業に関する情報を専門的に処理する情報処理事業者
3. 第1号に定める事業者の事業に関する物流を専門的に行う物流代行業者
4. 前各号の他に第23条に定める酒類・加工食品データベースセンター運営委員会が会員として認める事業者

### (入会金)

酒類・加工食品データベースセンターの会員になろうとする者は、次の入会金を納入しなければならない。ただし、入会時に会員の保有する商品マスターを他の企業と共同利用する場合には、利用する企業毎に次の入会金を納入しなければならない。共同利用者分は会員がまとめて納入するものとする。

1. 製造業者

5万円(ただし、資本金1億円以下または従業員300人以下の者は1万円とする)

2. 卸売業者  
5万円(ただし、資本金3千万円以下または従業員100人以下の者は1万円とする)
3. 小売業者  
5万円(ただし、資本金1千万円以下または従業員50人以下の者は1万円とする)
4. 情報処理業者または物流代行業者  
5万円

(年会費)

酒類・加工食品データベースセンターの会員は、毎年次の年会費を納入しなければならない。

1. 製造業者  
6万円(ただし、資本金1億円以下または従業員300人以下の者は6千円とする)
2. 卸売業者  
6万円(ただし、資本金3千万円以下または従業員100人以下の者は6千円とする)
3. 小売業者  
6万円(ただし、資本金1千万円以下または従業員50人以下の者は6千円とする)
4. 情報処理業者または物流代行業者  
6万円

(年間利用料)

酒類・加工食品データベースセンターの会員は、同センターから受けるサービス及び他の会員に対する登録情報伝達をセンターに委託する対価として、次の利用料を毎年納入しなければならない。

1. 製造業者  
6万円(5IDを発行し、追加1ID単位に追加利用料6千円を納入すること。)  
ただし、資本金1億円以下または従業員300人以下の者の場合  
6千円(1IDを発行し、追加1ID単位に追加利用料6千円を納入すること。)
2. 卸売業者  
6万円(5IDを発行し、追加1ID単位に追加利用料6千円を納入すること。)  
ただし、資本金3千万円以下または従業員100人以下の者の場合  
6千円(1IDを発行し、追加1ID単位に追加利用料6千円を納入すること。)
3. 小売業者  
6万円(5IDを発行し、追加1ID単位に追加利用料6千円を納入すること。)  
ただし、資本金1千万円以下または従業員50人以下の者の場合  
6千円(1IDを発行し、追加1ID単位に追加利用料6千円を納入すること。)
4. 情報処理事業者または物流代行業者  
6万円(5IDを発行し、追加1ID単位に追加利用料6千円を納入すること。)

二 前項各号はいずれも1会員15IDまでを限度とし、それ以上必要とする場合には、改めて年間利用料のみ1会員分を追加して支払わなければならない。

## 商品コード等研究会委員名簿

氏名	会社名	所属・役職
青山克彦	(株)雪印アクセス	営業本部商品政策部コード管理課長
飯野憲一	(株)菱食	マーケティング本部商品統括部コード管理チームリーダー
植村博	国分(株)	システム第二部付専任部長
梶野博文	加藤産業(株)	営業企画部
黒澤稜夫	(株)明治屋	本社情報システム本部 副本部長
高橋清志	(株)廣屋	営業本部商品部 課長
内藤茂樹	(株)小網	営業本部商品部食品担当 課長
福井公彦	伊藤忠食品(株)	物流・情報システム本部長付部長

## 酒類・加工食品データベースセンター発起人準備会名簿

(財)流通システム開発センター	常務理事	小野耕三
沢の鶴(株)	取締役経理部長	石橋将人
宝酒造(株)	情報システム部長	坂本良雄
キリンビール(株)	情報システム部長	中井義政
サントリー(株)	情報システム部課長	和田進
(株)廣屋コンピュータセンター	代表取締役社長	向井健治
(株)小網	第二流通事業本部副本部長	正藤邦彦
全国酒販協同組合連合会	事業部営業課長	吉田和則
(株)明治屋	情報システム本部副本部長	黒澤稜夫
国分(株)	システム第二部長	井口泰夫
(株)菱食	取締役経理部長	原田努
味の素(株)	営業ロジスティクスセンター企業スタッフグループ専任課長	村田利衛
ハウス食品(株)	営業企画推進室営業企画課長	大元光宏
(社)日本加工食品卸協会	専務理事	井岸松根
全国卸売酒販組合中央会	常務理事	菅根英

### 協力依頼中の諸官庁団体

大蔵省 国税庁

農林水産省 食品流通局

通商産業省 中小企業庁

財団法人 流通システム開発センター

財団法人 食品産業センター

財団法人 食品流通構造改善促進機構

社団法人 日本ボランタリーチェーン協会

日本チェーンストア協会

日本百貨店協会

## 委員会活動

### 「チェーンストアの現状と課題」を学ぶ

－ 9月4日 運営委員会－

9月4日（金）に開催されて運営委員会に先立って、12時30分から約1時間半に亘り、(財)食品流通構造改善促進機構 構造改善部長 笠原政栄氏より「チェーンストアの現状と課題」と題する講演を頂いた。同氏は、本年3月まで、日本チェーンストア協会の調査広報部長として勤務されていた。22年間に亘り同協会の索引車であり、実務を担当した。その間のPOS導入のパイオニアとしての活躍は特に関係者が等しく、高く評価するところである。

当日はOHPと20頁に亘る資料を駆使しての講演だったので、その講演を精確に誌上再現することができないので、同氏が作成された資料の一部を掲載し要約をお伝えすることとする。

(財)食品流通構造改善促進機構 構造改善部長 笠原政栄氏

#### 1. 商業統計の数字から復習

平成9年6月1日で実施した商業統計調査によれば、卸売業及び小売業の商店数は、181万1千店（前回比▲6.1%減）、年間販売額は、627兆4,450億円（前回比▲4.6%減）、従業者数は、1,151万7千人（前回比▲3.8%減）であった（前回比とは、対6年比のことをいう）。商店数、年間販売額は前回に引き続き減少となった。

また、卸売業、小売業別にみると、

卸売業は、商店数（前回比▲8.8%減）、年間販売額（同▲6.7%減）、従業者数（同▲9.1%減）のいずれも前回と比べて減少となった。

小売業は、商店数（同▲5.4%減）が減少、年間販売額（同3.1%増）は引き続き増加、従業者数（同▲0.4%減）は減少となった。（次頁 総括表参照）

笠原氏は、この表から厳しい状況の概要が判るが、更に従業者規模別商店数と販売額の統計から、卸売業における全体的減少傾向、特に大規模(100人以上)卸売業の販売額が、対平成6年比13.4%減と厳しい状況を図指した。



＜総括表＞商店数、従業者数及び年間販売額の推移

		昭和57年（6月1日）			昭和60年（5月1日）			昭和63年（6月1日）		
		実数	構成比 （%）	増減率 （%）	実数	構成比 （%）	増減率 （%）	実数	構成比 （%）	増減率 （%）
				57年/ 54年			60年/ 57年			63年/ 60年
商店数	合計（店）	2,150,323	100.0	5.3	2,041,660	100.0	▲ 5.1	2,056,173	100.0	0.7
	卸売業	428,858	19.9	16.3	413,016	20.2	▲ 3.7	436,421	21.2	5.7
	小売業	1,721,465	80.1	2.9	1,628,644	79.8	▲ 5.4	1,619,752	78.8	▲ 0.5
従業者数	合計（人）	10,460,345	100.0	8.6	10,327,051	100.0	▲ 1.3	11,183,062	100.0	8.3
	卸売業	4,090,919	39.1	11.4	3,998,437	38.7	▲ 2.3	4,331,727	38.7	8.3
	小売業	6,369,426	60.9	6.9	6,328,614	61.3	▲ 0.6	6,851,335	61.3	8.3
年間販売額	合計（百万円） （代理商、仲立業を除く）	492,507,425	100.0	41.5	529,469,703	100.0	7.5	561,323,898	100.0	6.0
	卸売業 （代理商、仲立業を除く）	398,536,234	80.9	45.2	427,750,891	80.8	7.3	446,483,972	79.5	4.4
	小売業	93,971,191	19.1	27.7	101,718,812	19.2	8.2	114,839,927	20.5	12.9

		平成3年（7月1日）			平成6年（7月1日）			平成9年（6月1日）		
		実数	構成比 （%）	増減率 （%）	実数	構成比 （%）	増減率 （%）	実数	構成比 （%）	増減率 （%）
				3年/ 63年			6年/ 3年			9年/ 6年
商店数	合計（店）	2,067,206	100.0	0.5	1,929,250	100.0	▲ 6.7	1,811,253	100.0	▲ 6.1
	卸売業	461,623	22.3	9.1	429,302	22.3	▲ 7.0	391,568	21.6	▲ 8.8
	小売業	1,605,583	77.7	▲ 1.8	1,499,948	77.7	▲ 6.6	1,419,685	78.4	▲ 5.4
従業者数	合計（人）	11,709,235	100.0	4.7	11,965,549	100.0	2.2	11,516,756	100.0	▲ 3.8
	卸売業	4,709,009	40.2	10.2	4,581,372	38.3	▲ 2.7	4,164,773	36.2	▲ 9.1
	小売業	7,000,226	59.8	1.2	7,384,177	61.7	5.5	7,351,983	63.8	▲ 0.4
年間販売額	合計（百万円） （代理商、仲立業を除く）	713,802,802	100.0	27.2	657,641,928	100.0	▲ 7.9	627,445,008	100.0	▲ 4.6
	卸売業 （代理商、仲立業を除く）	571,511,669	80.1	28.4	514,316,863	78.2	▲ 10.0	479,690,918	76.5	▲ 6.7
	小売業	142,291,133	19.9	22.5	143,325,065	21.8	0.7	147,754,090	23.5	3.1

（注）1. 表頭中の、各年の（ ）内の月日は、各調査年の実施日である。

2. 平成6年の産業分類の改訂に伴い3年の数値は新分類の値に組み替えており増減率とは一致しない。

小売業における商店数で見ると大規模（50人以上）の11.2%増、販売額8.1%増、中小規模（49人以下）の商店数5.5%減、販売額1.6%増を指摘し、15及び16頁に掲載する業態別動向の分析を解説された。

## 業態別の販売額と推移

業 態 別	年 間 販 売 額							
	3 年 (百万円)	6 年 (百万円)	9 年 (百万円)	構成比 (%)			増減率 (%)	
				3 年	6 年	9 年	6/3年	9/6年
小 売 業 計	142,291,133	143,325,065	147,754,090	100.0	100.0	100.0	0.7	3.1
1. 百貨店	11,349,861	10,640,330	10,686,012	8.0	7.4	7.2	▲6.3	0.4
(1) 大型百貨店	10,985,997	10,364,486	10,395,425	7.7	7.2	7.0	▲5.7	0.3
(2) その他の百貨店	363,864	275,844	290,587	0.3	0.2	0.2	▲24.2	5.3
2. 総合スーパー	8,495,701	9,335,933	9,947,456	6.0	6.5	6.7	9.9	6.6
(1) 大型総合スーパー	7,033,787	8,069,330	8,977,061	4.9	5.6	6.1	14.7	11.2
(2) 中型総合スーパー	1,461,915	1,266,603	970,395	1.0	0.9	0.7	▲13.4	▲23.4
3. 専門スーパー	14,064,488	17,134,894	20,440,112	9.9	12.0	13.8	21.8	19.3
(1) 衣料品スーパー	786,778	891,394	1,153,838	0.6	0.6	0.8	13.3	29.4
(2) 食料品スーパー	11,296,961	13,197,669	14,769,670	7.9	9.2	10.0	16.8	11.9
(3) 住関連スーパー	1,980,749	3,045,831	4,516,605	1.4	2.1	3.1	53.8	48.3
4. コンビニエンス・ストア うち終日営業店	3,125,175 1,591,944	4,016,926 2,350,559	5,219,672 3,588,728	2.2 1.1	2.8 1.6	3.5 2.4	28.5 47.7	29.9 52.7
5. その他のスーパー うち各種商品取扱店	7,245,318 119,323	8,337,893 160,020	9,978,326 145,175	5.1 0.1	5.8 0.1	6.8 0.1	15.1 34.1	19.7 ▲9.3
6. 専門店	67,111,366	61,018,254	59,688,966	47.2	42.6	40.4	▲9.1	▲2.2
(1) 衣料品専門店	7,966,869	7,318,961	6,128,576	5.6	5.1	4.1	▲8.1	▲16.3
(2) 食料品専門店	11,291,595	10,451,550	8,815,208	7.9	7.3	6.0	▲7.4	▲15.7
(3) 住関連専門店	47,852,902	43,247,743	44,745,182	33.6	30.2	30.3	▲9.6	3.5
7. 準専門店(中心店)	29,042,981	32,579,153	31,540,068	20.4	22.7	21.3	12.2	▲3.2
(1) 衣料品中心店	5,666,250	5,038,572	4,931,579	4.0	3.5	3.3	▲11.1	▲2.1
(2) 食料品中心店	9,590,821	9,429,665	7,776,626	6.7	6.6	5.3	▲1.7	▲17.5
(3) 住関連中心店	13,785,911	18,110,916	18,831,863	9.7	12.6	12.7	31.4	4.0
9. その他の小売店 うち各種商品取扱店	1,856,242 194,035	261,682 244,504	253,476 230,389	1.3 0.1	0.2 0.2	0.2 0.2	▲85.9 26.0	▲3.1 ▲5.8

(注) 平成3年は、平成5年10月の産業分類の改訂に伴い再集計している。

笠原氏の分析は、更に地域別に分析されたあとで、連続成長した業態としてはコンビニ、宅配ピザなどの含まれる「その他の飲食料小売業」、ドラッグストアが含まれる「医薬品・化粧品小売業」、ガーデニングなどの園芸用品の含まれる「農耕用品小売業」があり、6年に減少、9年に増加したのは、「家庭用機械器具小売業」「自動車小売業」リサイクルショップなどの「中古品小売業」など、消費スタイルの変化に対応した小売業種が好調路線にあると結論した。

## 業態別の商店数と推移

業 態 別	商 店 数							
	3 年	6 年	9 年	構成比 (%)			増減率 (%)	
				3 年	6 年	9 年	6/3年	9/6年
小 売 業 計	1,605,583	1,499,948	1,419,685	100.0	100.0	100.0	▲ 6.6	▲ 5.4
1. 百貨店	478	463	480	0.0	0.0	0.0	▲ 3.1	3.7
(1) 大型百貨店	395	398	407	0.0	0.0	0.0	0.8	2.3
(2) その他の百貨店	83	65	73	0.0	0.0	0.0	▲21.7	12.3
2. 総合スーパー	1,683	1,804	1,886	0.1	0.1	0.1	7.2	4.5
(1) 大型総合スーパー	1,152	1,360	1,543	0.1	0.1	0.1	18.1	13.5
(2) 中型総合スーパー	531	444	343	0.0	0.0	0.0	▲16.4	▲ 22.7
3. 専門スーパー	20,827	25,171	32,208	1.3	1.7	2.3	20.9	28.0
(1) 衣料品スーパー	2,237	3,111	4,550	0.1	0.2	0.3	39.1	46.3
(2) 食料品スーパー	14,761	16,096	17,626	0.9	1.1	1.2	9.0	9.5
(3) 住関連スーパー	3,829	5,964	10,032	0.2	0.4	0.7	55.8	68.2
4. コンビニエンス・ストア	23,831	28,595	36,586	1.5	1.9	2.6	20.0	27.9
うち終日営業店	9,699	13,431	20,531	0.6	0.9	1.4	38.5	52.9
5. その他のスーパー	72,033	84,505	120,577	4.5	5.6	8.5	17.3	42.7
うち各種商品取扱店	384	468	625	0.0	0.0	0.0	21.9	33.5
6. 専門店	1,009,061	930,143	839,966	62.8	62.0	59.2	▲ 7.8	▲ 9.7
(1) 衣料品専門店	156,193	147,478	126,383	9.7	9.8	8.9	▲ 5.6	▲14.3
(2) 食料品専門店	297,015	263,681	230,167	18.5	17.6	16.2	▲11.2	▲12.7
(3) 住関連専門店	555,853	518,984	483,416	34.6	34.6	34.1	▲ 6.6	▲ 6.9
7. 準専門店 (中心店)	461,246	427,099	385,928	28.7	28.5	27.2	▲ 7.4	▲ 9.6
(1) 衣料品中心店	75,537	65,733	62,882	4.7	4.4	4.4	▲13.0	▲ 4.3
(2) 食料品中心店	212,146	185,509	154,914	13.2	12.4	10.9	▲12.6	▲16.5
(3) 住関連中心店	173,563	175,857	168,132	10.8	11.7	11.8	1.3	▲ 4.4
9. その他の小売店	16,424	2,168	2,054	1.0	0.1	0.1	▲86.8	▲ 5.3
うち各種商品取扱店	1,853	2,009	1,927	0.1	0.1	0.1	8.4	▲ 4.1

(注) 平成3年は、平成5年10月の産業分類の改訂に伴い再集計している。

## 2. 流通業界の実態

笠原氏の講演は、続いて小売業ランキング上位100社の表と、日本チェーンストア協会、通商産業省商業統計、日本百貨店協会の統計資料を組合せたオリジナル資料から販売動向を解析し、98年2月期のチェーンストア各社の決算数値を示したほか、既存店ベースの伸び悩みを改善することが重要と指摘した。

こうした各企業が厳しい環境下にあり、苦しい経営実態の中で笠原氏は、収益構造再構築に向けた小売業の共通課題を次の3つに要約されている。

(1) マーケット変化への対応

- ① 顧客の満足度が廉価高品質にあるだけにPB商品開発の見直し、開発輸入の充実
- ② 商圈変化、生活者の変化に依る郊外化、SC化、市街地化と出店政策も変化し、店舗のスクラップアンドビルドが必須。
- ③ ライフスタイルの多様化に合わせて、新チャネルの開発新業態への転化対応
- ④ 消費構造の変化、(サービス化)に対応すべき多角化戦略の推進

(2) コスト構造の改善

- ① 本社、間接部門の合理化、組織のスリム化、業務の洗い直し
- ② 出店計画の見直し、投資基準の厳格化  
大店法が廃止されたが、出店に対する社会的規制のハードルは高い
- ③ 不採算部門の早期撤退・再建

(3) 労働集約型産業からシステム化産業への脱皮

- ① 情報・物流のシステム化は、消費ニーズの把握、マーケティング判断力強化、効率化、受発注と在庫管理のためより促進される必然性がある。
- ② 科学的作業システムの導入による生産性の向上を図らねば、上昇傾向にある人件費抑制がなし得ない。POSデータを活用し、例えばEDIを開発しECRを具現化する必要性がある。

同氏は更に情報システム化の現状について、POSレジの導入状況、バーコードのソースマーキング率、更にチェーンストア103社の調査結果を駆使し細部を解析した。

チェーンストアの情報コストは対売上高0.5%台が全体の20.4%。それ以下の企業が多いが、消費税分が含まれた販売額であるので実際はこれより高目である。

平均取引先が平均で約1,000社、うちオンライン取引社は500社。ここに対する発注量は発生伝票枚数で1社月平均約50万枚、データ件数約300万件、まさにEOSの必要性を裏づけている。

現在のスーパーマーケットのシステムの対応課題に「カードシステム対応」がある。既に75%が採用していると答えているが、食品のウェイトの高いスーパーマーケットほど採用の予定はないと答えている。

講演の最後に同氏が今担当している機構の事業の一つ、「食品流通構造改善緊急対策事業」つまり金融融資制度の紹介をされ予定時間の講話をしめくくられた。

短時間であったが有意義な勉強会であった。笠原氏にはこの後で11月13日(金)の理事会においても講演を頂く予定となっている。



## 第22回食品卸団体連絡協議会開催

－10月15日－

10月15日（木）は午前から運営委員会が開催され、引続きステーションホテル・松の間にて、第22回食品卸団体連絡協議会が開催された。

この連絡協議会は年に1回5団体が一堂に会して互に事業活動を報告すると同時に、意見を交換する場として設定されている。因みに5団体とは、大阪府食品卸同業会、京滋食品卸同業会、中部食品問屋連盟、東京都食品卸同業会と当協会である。

本年度は東京都食品卸同業会の事務局 目黒幸雄氏の司会進行の下に14時に開会した。

冒頭、各団体を代表して東京都食品卸同業会会長 国分(株)山本新三郎氏より「遠方からもご参集頂き感謝申し上げます。1年に1回となるとその間に出席される企業の人事異動があり、今年も初顔合せの出席者の方もいらっしゃるのが実状。今日は各団体の行動報告もあると思うのでそれらを討議事項として活発な意見交換を」と挨拶があった。

続いて当協会を代表して食品流通委員長の市ノ瀬氏（(株)菱食）より、「1年ぶりにお元気な顔に接し嬉しい。経済環境厳しいものがあり、各社の経営は苦しいものと思われる。金融対策は実施の段階に入り貸渡りはここで若干解消あるかも知れないが、如何せん生活者の消費減退中、食費関係の切りつめの影響は大なるものがあると考え。かかる時こそ各企業は情報武装し、ローコスト経営に徹する必要がある。データベースセンターの設立を始め、ここに我々が役立つように努力して来たつもりである」との挨拶があった。

議事に入ってまず、京滋の村井会長（村井物産(株)）より、「飲料水の値上げ問題と製販の協定の必要性について」業界誌5社に対しアピールした結果、メーカー側からの反響が大きかった、との活動報告。

続いて「返品防止ポスターキャンペーン」について、東京の安野実務研究委員長（(株)ヤスノC&C）から、平成9年度4月から5月ポスターを数千枚配布。反響大なるものがあった。今後定期的にキャンペーンを実施するので日食協も参加して欲しい。本年度も返品防止運動を継続する。という活動報告がなされた。

この後で日食協として井岸運営委員長より、データベースセンター構築の中間報告と物流委員会その他の委員会活動報告。

大竹食品流通委員会ワーキンググループ座長（(株)明治屋）から「卸売業の機能について」のまとめの内容と今後の展開。奥山同委員会ワーキンググループ座長（国分(株)）からは「商品売買取引基本契約書便覧」について内容の骨子にあるものの説明と今後の作業予定について報告



した。

一通りの報告が終わった後で、結果的には当協会に対する要望と見解を求める次の様な意見がまず提起された。

- ・返品は弱者に対して特に多くなっている感じがある。大手の同業者も返品防止にもっと立向うべきだ。
- ・日食協の活動内容は管理面に偏っている。営業面における卸代表としての活動や発言を求めたい。
- ・我々の取扱商材がいつの間にか、異業種ルートに流れ、低価格相場が当業界に振り戻されて来ている。この様なモラルのない営業行為についてその元凶であるメーカーに対して苦言を呈し、改善の役割を果たして欲しい。
- ・昨年の返品ポスターキャンペーン参加依頼に対する返事がないが。何故ポスターキャンペーンに日食協は協力しないのか。
- ・返品問題については新商品開発のラッシュの陰で商品リニューアルに伴う入れ替え作業が多い。この作業について「返品回収手数料」をメーカーに要望してほしい。
- ・センターフィ問題についてどう対応すべきなのか。取引基本契約書の何条でどう対応するのか。
- ・新しい取引制度の移行というが複雑さは解消してない。メーカーにどう対応すべきか。

これ等に対して総括して井岸専務理事兼運営委員長という立場で次の如く回答があった。

「ご主張の総論については当協会も全て異論はない。しかし個々については見解が全く違うもの、当協会ではできないもの、期待して頂いても限度のあるもの、がある。加えて当協会のスタンスについてご理解頂かねばならぬものがある。

当協会活動が管理面に関するテーマに偏りがちで、営業の実践的テーマが少い事については同感である。しかし個々のメーカーの営業体制や姿勢については特約店会等で申入れるべき事であり、取引先でもない当協会が物申す場面ではないので、協会活動としては相応しくない。

また、優越的地位の濫用についての対策、即ちガイドラインの見直し要請の如く、現在の独占禁止法をめぐる解釈や公正取引委員会の見解を変えさせることは一朝一夕ではなし得ない。遅々たる歩みかも知れぬが、機会ある毎に訴え続ける覚悟で努力しなければならないテーマがあると考えている。

返品防止問題については各会員は同時に4団体の会員でもあるので、企業としては参加しており、何らこの事について反対しているものではない。昨年ご依頼のあと直ちに内部で討議したが、商慣行の返品防止、資源環境問題としての返品、地球上の飢餓に対する過剰の存在が混在するポスターキャンペーンには、見解の相違というべきか、同調しかねるものがある。社団法人として他の組織の中で「環境問題」としては整理して活動している。等の理由で他の協力方法についての有無まで含めて、このポスターキャンペーンの協力を辞退する旨ご返事した。」

このあと個々の要望についての日食協の回答や相互の意見の確認がなされた。

- ・ 営業問題に対するメーカーサイドに対する申入れは、一般論もあるし、一般論として発言することで個別の該当企業に対する抑止につながると考えるべきだ。
- ・ 異業種ルール活用の販路問題はむしろ今後は当然の帰結として受取るべき問題かも知れない。
- ・ メーカーに対するマージン確保に対する理論スタンスは今日どうあるべきか。新機能論に基づく定率と定額が正しいのではないか。
- ・ 「商品売買取引基本契約書の便覧」については本年度更に掘り下げて、各条文の中にある「別に定める」ものも研究していく。便覧については非会員にも推めてどしどし積極的に活用して欲しい。
- ・ I T Fコードの16ケタソースマーキングが14ケタに変更されて行く傾向にあるが、心配である。普及の阻害要因や混乱にならねば良いが。

非常に活発な意見交換が行われ、予定の時間をオーバーして発言が続いた。

閉会に当たって「熱心に意見交換をして頂けたことを感謝します。委員各位の熱意に支えられている日食協であるが、来年また皆様にご返事のできる様に努力して参りたい。営業面についても日食協として改善の発言ができる様に頑張りたい。厚い壁にもチャレンジするつもりである。今日は遠方からもご参集下さり、いろいろとご指導下さったことに対し厚く御礼申し上げます。」と井岸専務理事が挨拶して、次の懇談の場に移行した。そこでも情報交換が続いた程の非常に熱の入った、お互いに充実感のあった半日の会議であった。

## 高度情報化社会対応に向けて

—情報システム化委員会—  
各ワーキング・グループ

今年度の情報システム化委員会は各ワーキンググループに別れて、つみ残されて来た諸問題に対応する所となり、各座長の下に会を重ねている。その成果は理事会において中間報告されると共に、11月20日（金）に開催予定の「情報システム研修会」において広く報告する予定になっている。「商品データベースセンター構築」ワーキンググループを除く各グループ毎に以下、その進捗状況をお伝えすることとする。

### 画像処理情報ワーキンググループ

黒沢稜夫氏（㈱明治屋）を座長として、国分㈱、㈱菱食、加藤産業㈱、㈱雪印アクセスの委員が既に8月7日（金）、9月22日（火）、10月27日（火）と3回の会議を重ねた。この間は主として「SP<sup>2</sup>」システムとその機構についての研究を行っている。理由としては業界企業、当協会々員が多数参加して来ていることから研究対象に選んだのであるが、このワーキンググループの目的としては、業界の「標準システム」の模索、そして構築後の業界のデータベースセンターとの連携方法の検討にあるので、まずは委員企業の現状報告や、SP<sup>2</sup>の文字情報体系との整合性の検討から作業が開始されている。

### 情報コストワーキンググループ

8月20日（木）、9月21日（月）、10月22日（木）と会議を開催した。

皆本睦夫氏（㈱菱食）を座長として、伊藤忠食品㈱、日本酒類販売㈱、西野商事㈱の4社の委員がまずこのワーキング・グループの目的を絞り込むための意見交換を行った。情報コストの定義、算出の基準作成等の重要テーマがあることも確認されたが、現在各卸売業の収益構造に於て見落せない金額になっているデータ加工料、利用料の支払問題から着手すべきだという意見に全員が賛成した。

そこで現状認識・把握のためにアンケート調査をすることにした。

調査対象としては、全国的に情報募集すべきであるが、調査内容から判断して、理事企業をまず対象としてお願いすることになった。現在回収中なのだがいずれまとまった結果の報告を行う予定。

### 取引先コードワーキンググループ＝ネットワーク検討会

取引先コードの標準化問題、業界スタンダード、一元的管理等については、古くから当協会もその協賛団体となって来た「酒類食品全国コードセンター」機構が当面の必要性を充たして来ていることから、狙上にもなることもなかった。

しかし利用者の拡大、企業間EDIの進展から、このコード体系や機構そのものが業界スタンダードで足り得るかの問題提起がなされ、これを検討するワーキング・グループとしては「ネットワーク検討会」が適当であるとの結論から同検討会が担当するテーマということとした。

9月8日（火）の同検討会では

- ① 流通システム開発センターが提唱する「ロケーションナンバー」は、将来的にはグローバルスタンダードとなることは理解できる
- ② しかし現在の流通EDIでは各業界が利用しているそれぞれの「業界コード」がその役割を果しているのが実状である
- ③ 「ロケーションナンバー」と流通EDIにおける「取引先」とは異なる。取引主体者、口座名、配送先、帳合先、免許所有者等の使い分けと整合性が未討議である

- ④ 国税庁が独自予算で「取引先コード」の調査を開始している。最終的には業界統一コードのあり方と無縁ではない

等々の確認がなされ、「酒類食品全国コードセンター」の現在の運営委員会と国税庁とのやりとりを見守ることとした。これも業界のデータベースセンターとの連携方法の検討を近い将来行なうことが予測されている。

### 「標準システム」ワーキンググループ＝ネットワーク検討会

現在“日食協の「標準システム」”は業界のEDIのバイブルとして広く活用されている。しかし1991年版であって見れば既に運用レベルで各自がそれぞれ独自の活用を工夫しているのが実態である。

その様な状況下でネットワーク検討会ではしばしばその活用についての確認がなされて、全体としての整合性を保持して来た。

新しく第4版を策定するのか、現行第3版(1991年)を見直し修正するのか、を含めて、このテーマ担当も当然の如くネットワーク検討会の業務となった。

毎月定例的に開催されて来た同検討会も、9月8日(火)開催の会議では、多忙の篠座長がまとめ上げた「企業間標準システム基準書の使用上の問題点」「今後のシステム」「異業種のシステム」の資料を基に出席者の認識を改めて統一した。

その後個別問題毎に軽重緩急、レベル、等の意見を求め、10月9日(金)の会議では更に篠座長がまとめた資料により、着手すべきテーマの絞り上げがなされた。

結果として約10社の有志委員が11月5日(木) 参会、討議し、新運用案を作成するところとなった。

## 物流コスト 業態別に見れば

— 物流委員会 —

中間流通機能の担い手として、物流コストのミニマム化は業界としてまた各企業毎に避けられない重大なテーマである。今年の物流委員会では、ITFコード関連のインフラ整備の促進を継続しつつ、例年の如く物流コストの実態調査を行ったが、小売業の「流通センター」の普及定着化、取扱商品のフルアイテム化が背景にあるので調査するに当たって討議を重ね、本年度より回答内容が更に複雑化している。記入者には迷惑をかけているが、自らのコスト算出は不可避業務であるので、今回からこれに对应して算出に協力して下さった企業もある。



物流委員会・ワーキンググループでは、平成9年度（平成9年4月～平成10年3月）に於ける、首都圏の量販店及びCVSの業態を対象とした物流コストの実態調査を行った。

今回の調査では、初めて量販店の加工食品に於けるセンターフィーを加えた物流コスト及び量販店とCVSの酒類の実態調査を実験的に取り組んだが、データベースの準備時間が短かったため、数値の提供があった企業にて参考資料として算出した。

時系列に見ると「量販店」及び「CVS」のコストは、前年より更に低い物流コスト額及び売上単価対比率となっている。売上単価が低下傾向にあるなか、調査企業の各社とも両業態への物流合理化による積極的な施策と努力が伺われ、物流コストの削減が顕著となっている。加工食品卸売業界の97年度（平成9年度）の売上高は、長引く消費低迷のなか、前期の実績を下回った企業が多く、収益性はそれ以上に難しく厳しい市場環境を映している。小売業と卸売業の取り組み関係を強めていくプロセス対応として、更に物流体制と物流業務内容を中心に経営体質の抜本的な見直しが迫られる。

### 〈実態報告〉

1. 調査対象業態 量販店とCVS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9年4月～10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部汎用倉庫  
CVS：業態専用倉庫
  - ⑤ その他 センターフィーは含まず
3. 物流コストと構成（1函当りの物流コスト）

単位：円・%

対象業態	量 販 店				C V S			
	9/4～10/3		8/4～9/3		9/4～10/3		8/4～9/3	
店出函売上単価	2,914		3,066		2,058		2,244	
配 送 費	90.34	48.3	100.75	46.8	85.68	50.3	98.06	52.9
保 管 費	28.25	15.1	35.55	16.5	23.07	13.6	26.01	14.0
荷 役 費	58.29	31.2	63.89	29.7	51.07	30.0	50.00	26.9
情 報 費	10.10	5.4	15.03	7.0	10.44	6.1	11.43	6.2
合 計	186.98	100%	215.22	100%	170.26	100%	185.50	100%
売上単価対比	6.42%		7.02%		8.27%		8.27%	

なお、今年度の量販店対象の配送センターの調査拠点数に変動があった。依って前年比改善の数値となったきらいがある。



時系列に於ける卸売業からの店出物流コスト

1. 首都圏の量販店への店出物流コスト（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	8/4~9/3	9/4~10/3
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	C/S 3,066	C/S 2,914
配送費	105.96	107.54	112.26	105.47	98.45	98.74	100.75	90.34
保管費	38.27	42.53	41.75	42.03	36.99	35.22	35.55	28.25
荷役費	60.69	64.68	72.64	76.70	84.41	71.56	63.89	58.29
情報費	43.50	27.02	14.82	15.85	18.03	14.69	15.03	10.10
合計	248.42	241.77	241.47	240.05	237.88	220.21	215.22	186.98
売上単価対比	7.39%	7.21%	7.17%	7.42%	7.86%	7.16%	7.02%	6.42%

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CVSへの店出物流コスト（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	8/4~9/3	9/4~10/3
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	C/S 2,244	C/S 2,058
配送費	101.03	102.06	104.32	114.14	112.83	88.06	98.06	85.68
保管費	22.19	21.42	21.24	26.22	24.07	23.77	26.01	23.07
荷役費	51.62	57.03	66.34	57.80	57.27	56.17	50.00	51.07
情報費	19.61	19.23	11.39	9.96	9.36	9.12	11.43	10.44
合計	194.45	199.74	203.29	208.12	203.53	177.12	185.50	170.26
売上単価対比	8.25%	8.74%	8.90%	9.58%	9.77%	7.66%	8.27%	8.27%

配送センターの背景・業態専用倉庫

# 汎用センターにおける物流コスト

— 関東支部流通業務委員会 —

例年の如く関東支部流通業務委員会では、汎用センターの物流コストの実態調査を行い、その集計結果をまとめて次の如く公表した。

## 平成10年度物流コスト実態調査のまとめ (実態調査年度 平成9年度)

(社)日本加工食品卸協会 関東支部流通業務委員会では、平成9年度における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。

この年度は個人消費の低迷や、景気の行き先き不透明の中で、消費税の増税があり、後半に至っては更なる景況感の悪化をまねいた年であった。

又、消費低迷が流通全般に与えた影響は大で、卸売業にあっては倒産・廃業もみられ、小売業では優勝劣敗が顕著になり、与信面で不安要素を表面化せざるを得ない企業も見受けられることとなった。

厳しく、行き先き不透明な経済環境下において、各企業はリストラを促進しとりわけ物流体制の見直しが、卸・小売共に企業戦略の面で新たな課題をつきつけられた年度といえないだろうか。

このような年度を背景として、平成9年度の首都圏における物流コストの調査について、内容分析してみることにする。

### 1. 1 函当りの物流コスト項目別・前年比較内訳表

単位：円・%

年度 項目	平成7年度		平成8年度		平成9年度		前年度対比	
	金額	構成	金額	構成	金額	構成	金額	増減
配送費	113.32	48.32	102.50	46.65	103.48	46.87	0.98	0.95
保管費	50.43	21.50	44.54	20.27	44.57	19.73	0.03	0.07
荷役費	47.94	20.44	46.12	20.99	49.00	22.58	2.88	6.24
情報費	22.82	9.73	26.58	12.09	23.82	10.82	▲2.76	▲10.38
合計	234.51	100%	219.73	100%	220.87	100%	1.13	0.51

## 2. 物流トータルコスト

平成9年度に於ける1函当たりのトータルコストは、220円87銭となり、これは前年に比べ1円13銭高で0.51%の微増であるが、1函当たりの売上単価で見ると、前年4,294円に対して3,816円となっており、経費率では、5.12%に対し5.78%で0.66%の経費増となっているのが実態である。

ケース単価の低落傾向は、今後は新たな切り口で物流コストの内容を精査し、対策を講じる必要性が求められてきているのかも知れない。

## 3. 配送費

平成9年度の1函当たりの配送費は103円48銭で、98銭増0.95%UPとなった。

配送費の主体は備車料金であるが、当委員会が実施した平成9年の備車料金動向調査に依れば、料金据置11社、値上げ2社としており、出荷量では105.5%増、支払額では103.4%の伸長を見せており、合理化面での打つ手は実施した中でのコスト増と判断出来る。

反面、「センター納品」が増加傾向にある中での配送費増加であるだけに、油断できない。

## 4. 保管費

平成9年度の1函当たりの保管費は44円57銭で、3銭微増0.07%のほぼ横這いだった。

これは冒頭にあるように、景況感の悪化から設備投資の手控えや、在庫管理技術の向上等が図られた結果による事が推測される。

## 5. 荷役費

平成9年度の1函当たりの荷役費は、49円とし2円88銭増の6.24%増となった。

パート化の推進や、業務外注等の合理化は出来ても、物流担当社員のリストラまでは踏み込めないことや、不況下の賃金抑制も限界があったことを示しているのではないだろうか。

365日体制、24時間のシフト体制への移行があれば、荷役費の増加は避けられない処であるが、増加率は大きい。

## 6. 情報費

平成9年度の1函当たりの情報費は23円82銭で2円76銭の減額とし10.38%減となり、唯一の低減項目となった。

しかし、過去5年間の推移をみると隔年毎に増減を繰り返す傾向にあり、傾向値の精査が求められる。

加えて、情報関係の投資が一巡したあとであり、景況感から先行投資を手控えた傾向も推測される。

# マーチャンダイジング力強化に

## －缶詰ブランドオーナー会－

### ・缶詰ブランドオーナー会品質対策部会座長飯塚直氏逝去さる

永年に亘り缶詰ブランドオーナー会品質対策部会の座長を勤めて頂いていた 飯塚直氏（㈱菱食）が9月3日逝去された。温厚な人柄と卓越した見識で業界に貢献されて業績大なるものがあった。各方面からその早すぎる天逝を惜しむ声も多く、業界人も大勢弔問された。

10月6日（火）13時30分より品質対策部会が開催され、飯塚氏の逝去に伴う後任の座長について、互選の結果 柴田俊宏氏（㈱サンヨー堂）が満場一致で決定し、今後の部会の事業活動について、出席委員の意見交換がなされた。積極的な提言中の故飯塚座長の意向を汲んだ今後の展開が期待できそう。

### ・HACCPの合同研修会

7月23日（木）缶詰ブランドオーナー会の缶詰部会と品質対策部会合同研修会としてHACCPに関する勉強の機会を持った。この企画は故飯塚氏の最後の提案となったものである。病床にあってこの打合せに指示を出されていたが当日は残念にも療養中で出席されなかった。

当日の勉強会は「HACCPにどのようにアプローチするか」と題してマルトモ株式会社品質管理室次長 越智浩二氏が、自らの体験を交じえてHACCP認証を取得した同社の実態について約1時間OHPを使って熱演された。

21世紀を迎えるに当って、国際化社会の中で、環境問題に意を盡くしながら勝ち抜こうとする積極的な企業の経営哲学と、提唱し実践するトップとスタッフの努力と熱意に学ぶべきことが多々あった。

この日は勉強会のあとで㈱日本缶詰協会の稲垣聡部長より「厚生省残留農薬調査」に各自のブランド缶詰の検体提出の呼びかけがあった。各社快よく提出の協力を承諾の上、具体策についての打合せをして散会した。

### ・今年のみかん缶詰について情報交換

9月9日（水）13時30分より缶詰部会は、日本蜜柑缶詰工業組合との情報交換会議を開催した。

当日は同組合の加納信夫理事長以下8名の幹部の方々が出席され、同組合の花島満専務理事が作成されたオリジナル資料に基いた現況説明があり、背景状況について共通認識を作ってから情報交換に入った。当方からも塩田良英缶詰部会座長以下17名も出席し、熱の入った情報交換会となった。

ただ、みかん缶詰という商材がグローバル化され、店頭の価格が低価格に定着したことを前



提とする企業の担当者と、相変らず相場と出来高で価格が動かせると考えている企業担当者の落差がはっきり出た会議であった。問題は、後者の考えに立つ製造者側との情報交換となるので、以前のこの会議の再現を期待する一部の出席者にはともかくとして、前者の側に立つ出席者には満足感が得られない情報交換会にならざるを得ないことであった。

## 業務日誌から

### ・「共同配送」についてヒアリング・アンケート調査実施

—関東支部百貨店共同配送委員会—

今年度に入ってから現在の共同配送事業の停滞から、この改善策と更に新たな共同物流システムの研究の必要性が提起され、数回に亘り意見交換がなされて来た。

これ等の意見を整理するために8月28日（金）の会議で、(株)南王が、委員企業の担当者に事前にアンケート用紙を配布し、回収を兼ねてヒアリングに廻ることとし、現在ヒアリング回訪中である。

### ・テーマ毎に次の研究ステップに

—食品流通委員会各ワーキンググループ—

食品流通委員会は各ワーキンググループ毎に別れて、今年度も作業をすることとしていたが各ワーキンググループの座長がこの間数回の会合を重ね、10月21日（水）に食品流通委員会の副委員の全体会議を開催し、今後の具体的討議に入る事前打合せをした。

### ・貸渡り実態調査

—農林水産省—

10月8日（木）農林水産省食品流通局商業課より、FAXにて急拠、アンケート協力の要請が入った。内容は農林水産省の対策事業案の一つとして、業界関係者に対する金融支援を立案するべく、その裏付けとなる業界企業の金融筋の貸渡り実態についての調査であった。

10月12日（月）までの回答期限、10月13日に集計して商業課に報告せよとの慌ただしさだった。事務局として関東支部の幹事企業に回答をお願いするのが、状況把握やフォローに最適と判断し、各位に無理を承知の上で厚かましいお願いを申し上げた。結果何と20社からこのアンケートに対し、多忙な中をご回答頂けたので、早速集計の上、商業課に連絡し、大いに面目をほどくことが出来た。その後の結果については未だ接していないが、短時間にも不拘、ていねいにご回答下さった各位に心から御礼申し上げたい。



