

会 報



# 日食協

Vol.107 JAN. 1.1999

目

次

新春のご挨拶 .....社団法人 日本加工食品卸協会 会長 國分勤兵衛... 2

### 当面の課題

◇農林水産省から3つのテーマ..... 3

◇業界のデータベースセンターの説明勧誘活動開始..... 5

### 本部活動

・正副会長会議・理事会開催 議事録より.....11月13日..... 17

・賛助会員世話人会にて.....11月17日..... 20

### 事業活動

◇受託事業・日食協経営実務研修会 いわゆる流通センターをめぐる諸課題...北陸ブロック... 22

・情報システム研修会開催さる.....11月20日..... 26

・平成10年度返品実態調査のまとめ.....関東支部流通業務委員会... 27

### 業務日誌から

・マニフェストシステム 12月1日より施行さる..... 28

・I T Fコード14桁移行を確認.....物流委員会... 32

回  
覧


# 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



新年明けましておめでとうございます。

皆様におかれましてはつ、がなく新春をお迎えの事と存じ、心よりお喜び申し上げます。昨年度は、今更申し上げるまでもない事ですが、日本経済の混迷が続き、不景気のままに推移し、本来景況の影響をうける度合いが薄

いといわれて来た当業界においてさえも厳しい消費不振のおおりの受けた一年であったかと存じます。加えて当然の事ながら社会構造の変革は当業界の変革を促進し、商業統計の数値にも顕著に現れて参りました。

この中にあり当協会は事業計画に沿いまして、まず21世紀に果すべき我々の機能を明確にし、そしてこれから開発し、装備すべきシステムの解明に着手致しました。同時にこの機能に見合うべきマージンの確保、フィーの収受を可能ならしめる公正取引、公正競争の実現をめざしての幾多の提言を発して参りました。また、流通のトータルコストのミニマム化のために不可欠なインフラ整備、特に商品コードを中心とした酒類・加工食品データベースに関しては、業界のセンターを構築すべく、関係者の皆様の多大な労力を結集して頂いて参ったのであります。加えて環境問題やコンピュータの2000年問題等に対応する、新しい課題も手がける等幾多の事業活動を展開致しました。これがため、一部会員有志の方々の業界に対するご協力やご支援には誠に頭の下がる思いの一年でございました。

さて新年度は、政府の景気浮揚策も一部はその成果が実を結ぶものと期待されます。しかし、社会構造そのものがますます従来型の業容拡大を望めない状態へと変わる事が予測されますので、新しい機能の体得による商機の把握こそ残されたチャンスとなるものと思われま

す。まさに変革期であると考えます。当協会としては会員の皆様に対して少しでもお役に立つよう、審議された事業計画の達成に向けて努力する一年でありたいと思います。

皆様方にとって佳き一年となります様祈念し年頭のご挨拶と致します。

## 当面の課題

# 農林水産省から3つのテーマ

平成10年度もあと3ヶ月を残すところとなった。年度初めに審議された計画事項の数々も、会員有志のご協力に依って遂行されて来たが、3つのテーマが下半期に持ち越されて来ていた。奇しくもこれを見透したが如く、農林水産省食品流通局商業課から3つの課題の連絡があり、年末から年始にかけて、会員各位へ連絡すると共に協力をお願いする所となった。

### 1. コンピュータの西暦2000年問題対応とその実状把握調査

愈々コンピュータの2000年対応を実行せねばならない年が明けた。早くから対応の必要性が叫ばれ、当協会の会員企業レベルでは十分に認識され、既に大半は対応も完了していると思われる。

しかし一部にはこれから対応に取りかかる所もある筈であるので、ここで(財)流通システム開発センターが編さんしたマニュアル「2000年問題企業間取引の対応のあり方」とパンフレットを会員企業に送付することとした。内容に沿って各企業の社内体制を一度チェックして頂きたい。

そして最も大切な事は取引先との相互確認にあることを再認識して頂きたい。当方のチェックが萬全であっても取引先が対応出来ていなければ、これは何もならないのであって、飽くまでも企業間取引に至るまで対応が充分であるかどうかチェックして欲しいのである。

幸いマニュアルは「複製可」となっているので、このチェックマニュアルをコピー提供し、各会員企業の末端取引先にまで、対応の啓蒙や支援の手をさしのべて、企業間取引に齟齬を来たさぬ様にしたいものである。

一方農林水産省では、小渕首相を本部長とする推進本部において決定した「コンピュータ西暦2000年問題に関する行動計画」に基いて、まずその周知徹底を図ると共に対応状況把握と称する調査の作業依頼があった。

事務局としては、まず11月下旬から12月上旬にかけて理事監事会社の調査、他の会員については12月末から1月上旬にかけて調査、アンケート回答の依頼を行なうこととし、目下実施中である。会員各位のご協力をお願いしたい。

## 2. 災害時食料供給体制の確認のための調査

阪神大震災以後、災害時における食料供給体制の整備の必要性が再認識された。平成8年の年度には当協会も、農林水産省の要請に基いて全会員に向けアンケート調査を実施した。そしてその結果を農林水産省に報告した。結果はこの拠点毎のデータが全国市町村別に分類され明細と共に拠点が存在する市町村にリストが伝達されたのである。

その後、この調査は年一回、毎年繰返し、メンテナンス、拡充をすることが要請され今日に至っているのである。

当協会としては、平成9年度分については事務局で簡易調査をしデータを修正し報告したが、平成10年度としての報告はここで改めて調査を実施することとした。この2年間における各社の物流拠点周辺の変化は著しいものがあるので、やはり数多くの修正点が発生しており、いざという時に役に立たなかったり支障が生じる恐れが出て来たからである。

このデータは、我々の業界が社会から、「災害時において頼りにされている」、その裏付けをする役割を荷負っている。換言すれば問屋無用論に対する反証の一つとなるデータであるので、数多くの拠点の報告のあることを願って止まないものである。

調査記入用紙、記載要領、前回報告例（前回回答企業のみ）をこの会報と同封し、調査依頼を行なうこととした。

## 3. 環境自主行動計画の策定に向けて

会報の前号（Vol.106）にご紹介した如く、これも農林水産省の環境対策室からの要請であるが、国策に沿って、当業界も企業毎の環境自主行動計画の策定に向けて努力する段階となった。

11月30日（月）14時より、(財)食品流通構造改善促進機構の会議室に集められ、担当者よりその策定への督促と方法論についての打合せがあった。

いつも乍らの画一的指導型の誘導があったが、問題は確実に関係者が問題認識をし、実行することである。そしてそこに真の目標があることが逆に確認されたりした。

当協会としては12月21日（月）13時30分より12社（食品流通委員会委員企業）の委員の第一回会合を開催し、そこでこの問題に対応して行くこととした。

因みに集合した当委員会委員名簿は次の如くである。

この委員会は運営委員会直轄の専門委員会であるので、運営委員会より井岸運営委員長、市ノ瀬副委員長（㈱菱食）、標委員（伊藤忠食品㈱）も出席して年末から平成11年3月迄に集中的な作業をする予定である。

そこでは各企業が策定する計画のガイドラインとなる様な計画項目や目標値及びそのとらえ方等について審議し、明確化して、農林水産省の方にも報告をする予定である。従って各会員は、それを待って自社の計画策定の参考とされればと考えている。

## 「環境自主行動計画」委員名簿

氏 名	会 社 名	部 署 ・ 役 職 名
石 井 和 博	(株) 明 治 屋	本社総務部 管理課長
入 江 幸 徳	加 藤 産 業 (株)	社長室 課長代理
岩 井 洋	伊 藤 忠 食 品 (株)	東京人事総務部 課長
小 川 隆	(株)雪印アクセス	経営企画室 経営企画課長
菊 地 忠	コ ン タ ッ (株)	取締役 総務部長
平 井 壽 倫	(株) 小 網	取締役 経営企画室長
柴 田 俊 宏	(株)サンヨー堂	取締役 缶詰部長
仙 波 昌 雄	西 野 商 事 (株)	営業第三本部長補佐兼環境管理部長
馬 場 亨	(株) 廣 屋	管理本部総務部 次長
中 村 嘉 伸	国 分 (株)	総務部 総務担当副部長
光来出 誠	三 友 食 品 (株)	商品統括部 部長代行
三 宅 義 之	(株) 菱 食	経営・システム本部環境管理室主事

## 業界のデータベースセンターの説明勧誘活動開始

愈々来春の「酒類・加工食品データベースセンター」のオープンを目指して最後のコーナーに差しかかって来た感じである。

加工食品専門委員会小委員会がいわばこの中核となって実務の総仕上げをしているのであるが、12月1日（火）14時から開催の会合で次の諸点が報告・審議・確認された。

### 1. 発起人準備会の状況

加工食品専門委員会小委員会有志（在京メンバー）と酒類業中央団体連絡協議会推薦委員から成る当準備会も回を重ねて、当センターの規約・規程原案（設立総会提出用）の策定、発起人の選定、発起人会（平成11年1月25日、13時30分より、(株)流通システム開発センター会議室）の開催企画と運営次第、初期費用の捻出方法、事務局体制、データベース運用業務の委託先企業の選定の方法、運営委員会のあり方について等が討議済みである。

そして今後は発起人会規約、収支概算見通し、総会の企画、運営委員と監事候補の選出、発起人会の運営スケジュール等を策定し、発起人会に原案として提議し承認を頂く予定。

因みに発起人には最終的に次の32社が決定。

## 「酒類・加工食品データベースセンター」発起人

アサヒビール株式会社	代表取締役社長	瀬戸雄三
味の素株式会社	代表取締役社長	江頭邦雄
伊藤忠食品株式会社	代表取締役社長	尾崎弘
カゴメ株式会社	代表取締役社長	伊藤正嗣
加藤産業株式会社	代表取締役社長	加藤武雄
キッコーマン株式会社	代表取締役社長	茂木友三郎
キューピー株式会社	代表取締役社長	樽井史朗
キリンビール株式会社	代表取締役社長	佐藤安弘
キリン・シーグラム株式会社	代表取締役社長	米井元一
月桂冠株式会社	代表取締役会長	大倉敬一
株式会社小網	代表取締役社長	笹田隆
国分株式会社	代表取締役社長	國分勘兵衛
サッポロビール株式会社	代表取締役社長	枝元賢造
沢の鶴株式会社	代表取締役社長	西村隆治
三源株式会社	代表取締役社長	尾田浩章
サントリー株式会社	代表取締役社長	鳥井信一郎
株式会社酒有連	代表取締役社長	長 惇男
全国酒販協同組合連合会	会 長	沢田義也
宝酒造株式会社	代表取締役社長	大宮久
西野商事株式会社	代表取締役社長	戸田覚
株式会社ニチレイ	代表取締役社長	手島忠
ニッカウキスキー株式会社	代表取締役社長	田淵実
日本酒類販売株式会社	代表取締役社長	篠田信義
ハウス食品株式会社	代表取締役社長	河野隆
株式会社廣屋	代表取締役社長	濱口吉右衛門
本坊酒造株式会社	代表取締役社長	本坊喜一郎
株式会社三輪酒造	代表取締役	三輪高史
株式会社明治屋	代表取締役社長	磯野計一
メルシャン株式会社	代表取締役社長	鈴木忠雄
株式会社雪印アクセス	代表取締役社長	湯浅慎一郎
有限会社リカーショップかなやま	代表取締役	金山武秀
株式会社菱食	代表取締役社長	廣田正

### 協力

大蔵省 国税庁	財団法人 食品流通構造改善促進機構
農林水産省 食品流通局	社団法人 日本ボランティアチェーン協会
通商産業省 中小企業庁	日本チェーンストア協会
財団法人 流通システム開発センター	日本百貨店協会
財団法人 食品産業センター	

## 2. 「酒類等商品データベース」との統合

小委員会の有志に、「酒類等商品データベース」の開発に携った有志とのワーキング会議が既に6回(10/14、10/30、11/4、11/10、12/2、12/16)開催され、最終的に「JANコードの付番ルール及び関連するITFコードの付番について」と「商品データベース登録ルール」の確認がまずされ、続いて「登録項目」についての確認がなされた。

そして「酒類」の特性を包含すべく平成9年度に開発したシステムの部分変更についての審議がなされ、これで漸やく両データベースの統合が成り、センターのユーザーの2者乖離による不便の解消が可能になった。

しかし具現化作業としてこの業務の依頼先、費用の負担についての決定、着手時期、その間の対応について等、まだ未討議の問題が残されているので、有志に依る打合せが続行される。

以下に掲げる項目も、12月16日以降の検討で若干の修正が発生しているので留意されたい。

### データベース項目－商品情報登録項目

※ 条件：●登録受付可能項目、◆ファイル転送時に必要な項目、◎酒類の場合に付加する登録受付可能項目

食酒	項目名	型	BYTE	条件	項目説明
	レコード区分	X	1	◆	"D" 固定
	共通商品コード・区分				
01	08 共通商品コード	X	13	●	共通商品コード(JAN、EAN、UPC)
02	07 商品コード種別	X	1		1: JAN、2: EAN、3: UPC、9: その他の区分
03	ソースマーキングの有無	X	1		1: ソースマーキングあり、2: ソースマーキング無の区分
04	09 標準・短縮識別区分	X	1		1: 標準コード、2: 短縮コードの区分
05	10 単品・集合包装識別区分*1	X	1	◆◎	1: バラ、2: バック、3: ケース、4: セット商品の区分
	内訳レコード登録完了フラグ	X	1	◎	項番05が4: セットの場合で、内訳商品の登録が完了している場合、1をセットする。
06	14 商品種別識別区分	X	1	◎	1: 通常商品、2: 特商品、3: 特券、4: 業務用製品、5: 空容器、9: その他の区分
	集合包装連結JANコード				
07	11 内包商品JANコード	X	36	◆	項番05が2: バック、3: ケースの場合包装内の単品JANコードをセット。ただし、ケース内にJANが付番されたバックがある場合は、バックJANコードをセットする。
08	総単品入数	9	4	◆	項番05が2: バック、3: ケースの場合、総単品入数をセット。ただし、ケース内にJANが付番されたバックがある場合は、バック数をセットする。
	プライベートコード				
09	15 メーカープライベートコード	X	13	●	メーカーでのプライベートコード
	発売元				
10	16 DBセンターリゾブ(メカ CD区分)	X	1	◆	1: 7桁メーカーコード、2: 9桁メーカーコード、3: 疑似メーカーコード
11	17 メーカーコード	X	9	●	JANメーカーコード取得メーカーはJANメーカーコード、その他は登録代表ID
12	18 発売元名	N	40		発売元メーカー名を漢字(全角20文字以内)でセット
	商品名				
13	19 正式商品名(カナ)	X	50	●	通常商品名をカナ(半角50文字以内)でセット
14	20 正式商品名(漢字)	N	50	●	通常商品名を漢字(全角25文字以内)でセット
15	21 カナ略称(POSレジ用品名)	X	15		POSレジ等で使うためのカナ商品名(半角15文字以内)でセット
	内容量				
16	内容量表示	N	20		一括表示等の内容量を漢字(日本語、2バイト系)でセット
17	総内容量	9(5)Y3	8		総内容量の内容量(数値)
18	総内容量単位コード	X	3		総内容量の単位(g、kg、ℓ、mlなど)のコードを表示(JICFSに準拠)

食	酒	項目名	型	BYTE	条件	項目説明
		価格情報				
19	22	メーカー希望小売価格	9	7		メーカーでの消費者への小売販売希望価格。保証金がある場合は保証金込み（オープンの場合は“0”）
20	23	希望小売価格切替日付	X	8		希望小売価格改定時に切替年月日を西暦でセット、初期登録時はblank
21	24	消費税課税区分	X	1		0：外税、1：内税、8：非課税、9：不課税の区分
22	25	空容器保証金単価	9(T)Y2	9		項番05が1の場合、空瓶、3の場合はケースの保証金単価をセット
○	26	空容器保証金単価切替日	X	8		空容器保証金単価変更時の切替年月日を西暦でセット、新規登録時はblank
		日付情報				
23	28	発売日付	X	8		発売開始年月日を西暦でセット
○	29	終売日付	X	8		発売終了年月日を西暦でセット
		商品コメント				
25	27	商品コメント	N	200		商品の特徴やセールスポイントを漢字（全角100文字以内）でセット
		登録・更新・削除情報				
26	01	登録・更新・削除	X	1	●	1：新規登録、2：更新、3：削除
27	02	新規登録日付	X	8		新規登録年月日を西暦でセット
28	03	最新変更日付	X	8		最新変更年月日を西暦でセット
29	04	削除日付	X	8		削除年月日を西暦でセット
30	05	登録者ID	X	10		最新情報提供時点のDBセンターで付与したユーザー（登録者）IDをセット
31	06	情報公開可能年月日	X	8		新規登録商品情報の外部ユーザーへの公開可能年月日を西暦でセット
		単品（容器）形態				
32		内容物容器形態コード*2	X	2		商品の内容物を収納する容器形態コード
33	49	外装容器形態コード*2	X	2		商品の外装の容器形態コード（JICFS準拠）
		保存方法等				
34	36	保存方法	X	1		1：常温、2：冷蔵、3：冷凍、9：その他の保存方法の区分
35	47	製造年月日・賞味期限の表示有無	X	1		1:製造年月日のみ表示、2:賞味期限のみ表示、3:いずれも表示、9:いずれの表示もなしの区分
36	48	賞味期間	X	4		製造日よりの賞味期間（年：Yxxx、月：Mxxx、日：Dxxx、時：Hxxx）でセット
		商品分類				
37	46	JICFS商品分類コード	X	6		JICFSで設定した商品分類コード
		JANコード商品のサイズ（梱割用）及び重量・容積				
38	50	商品サイズ-幅	9	4		商品の幅をmmでセット
39	51	商品サイズ-高さ	9	4		商品の高さをmmでセット
40	52	商品サイズ-奥行	9	4		商品の奥行をmmでセット
41	53	重量	9	6		商品の総重量（風袋込）をgでセット
42	54	容積	9(6)Y1	7		商品の容積（風袋込）を立方cmでセット
		輸入・国産				
71		輸入国産区分	X	1		1：輸入、2：国産
		酒類業界個別情報				
○	13	内訳レコードの有無区分	X	1	◎	1：内訳レコードなし、2：内訳レコードありの区分
○	30	酒類識別区分	X	1	◎	1：当該商品が酒類である時又は酒類を含むセットである時、0：それ以外の商品を区分
○	31	酒類分類	X	4	◎	国税庁での酒税法に基づく酒類分類コード【酒類について必須】
○	32	単品容量	9	6	◎	単品の内容量をml（粉末酒の場合はg）でセット【酒類について必須】
○	33	アルコール度数	9(2)Y1	3	◎	酒類のアルコール度数を小数点1桁まででセット【酒類について必須】
○	34	製法品質表示コード	X	2		清酒（酒団法の品質表示基準）
○	101	製法品質内訳コード	X	2		項番34「製法品質表示コード」の内訳コード
○	35	色区分	X	1		ワインについて、1：赤、2：白、3：ロゼを区分



食	酒	項目名	型	BYTE	条件	項目説明
○	37	日本酒度	X	5		清酒の日本酒度を±のサインを付け、整数2桁+小数点1桁でセット
○	38	酸度	9(2)V1	3		清酒の酸度を小数点1桁まででセット
○	39	原材料	N	50		現材料名(全角25文字以内)をセット
○	40	生産都道府県コード	X	2		清酒・焼酎の生産都道府県コード(J I Sコード)
○	41	原産国コード	X	3		UPC、EAN、JANの国コード部分を設定
	42	原産国	N	40		輸入酒の原産国名(全角20文字以内)をセット
		商品名(略称)				
○	43	伝票用商品名(カナ)	X	28		伝票用の商品名をカナ(半角28文字以内)でセット
○	44	伝票用表品名(漢字)	N	28		伝票用の商品名を漢字(全角14文字以内)でセット

- \*1 「1:バラ」とはJANが付番されている商品の消費者販売最小単位をいう。  
「2:バック」とは、複数の同一バラ商品が梱包された商品の消費者販売単位をいう。  
「3:ケース」とは、複数の同一バラ商品、または複数の同一バック商品が梱包された消費者販売単位をいう。  
「4:セット」とは、異なるバラ商品、または異なるバック商品が梱包された消費者販売単位をいう。  
\*2 内容物容器形態コードは外包装容器形態コードに酒類容器形態コードを追加して使用する。

## データベース項目-商品内訳レコード

食	酒	項目名	型	BYTE	条件	項目説明
		レコード区分	X	1	◎	"L" 固定
		レコード区分詳細	X	1	◎	"S" 固定
		連結JANコード				
	55	セットのJANコード	X	13	◎	共通商品コード(JAN、EAN、UPC)
	56	基本レコード連結コード	X	36	◎	項番05「登録者ID」+項番08「JANコード」+項番15「メーカープライベートコード」をセット(登録者以外は不可視の項目)
	P1	セット品内容(1)				
	57	商品コード識別区分	X	1		0:JANコード、1:プライベートコード、9:商品コードなし
	58	商品コード	X	13		
	59	内容レコード連結コード	X	36	◎	項番05「登録者ID」+項番08「JANコード」+項番15「メーカープライベートコード」をセット(登録者以外は不可視の項目)
	60	酒類分類	X	6	◎	酒類の場合は、酒類分類コードをセット【原則的に基本レコードを参照しセット】
	61	商品名	N	50		通常商品名を漢字(全角25文字以内)でセット
	62	個人数	9	2	◎	セット品内の単品入数をセット
	63	単品容量	9	6	◎	単品の内容量をml(粉末酒の場合はg)でセット【原則的に基本レコードを参照しセット】
		アルコール度数	9(2)V1	3	◎	酒類のアルコール度数を小数点1桁までセット【酒類について必須】
		.				
		.				
		.				
		.				
		.				
		.				
	Pn	セット品内容(n)				
	57	商品コード識別区分	X	1		0:JANコード、1:プライベートコード、9:商品コードなし
	58	商品コード	X	13		
	59	内容レコード連結コード	X	36	◎	項番05「登録者ID」+項番08「JANコード」+項番15「メーカープライベートコード」をセット(登録者以外は不可視の項目)
	60	酒類分類	X	6	◎	酒類の場合は、酒類分類コードをセット【原則的に基本レコードを参照しセット】
	61	商品名	N	50		通常商品名を漢字(全角25文字以内)でセット

食	酒	項目名	型	BYTE	条件	項目説明
	62	個人数	9	2	◎	セット品内の単品入数をセット
	63	単品容量	9	6	◎	単品の内容をml(粉末酒の場合はg)でセット【原則的に基本レコードを参照しセット】
		アルコール度数	9(2)YI	3	◎	酒類のアルコール度数を小数点1桁までセット【酒類について必須】

## データベース項目 - I T F 情報

食	酒	項目名	型	BYTE	条件	項目説明
		レコード区分	X	1	◆	"L" 固定
		レコード区分詳細	X	1	◆	"I" 固定
		登録・更新・削除情報				
43	64	登録・更新・削除	X	1	●	1:新規登録、2:更新、3:削除
44	65	新規登録日付	X	8		新規登録年月日を西暦でセット
45	66	最新変更日付	X	8		最新変更年月日を西暦でセット
46	67	削除日付	X	8		削除年月日を西暦でセット
47	68	登録者ID	X	10		最新情報提供時点のDBセンターで付与したユーザー(登録者)IDをセット
48	69	情報公開可能日付	X	8		新規登録商品情報の外部ユーザーへの公開可能年月日を西暦でセット
		共通商品コード・区分				
		ITFコード識別区分	X	1	●	1:ITFコード14桁、2:ITFコード16桁の区分
49	70	ITFコード	X	16	●	物流用識別コード
50	72	商品情報連結コード	X	36	◆	商品情報レコード連結コード
72		ソースマーキングの有無	X	1		1:ソースマーキングあり、2:ソースマーキング無の区分
		商品名				
51	78	正式商品名(カナ)	X	50	●	ケース商品名をカナ(半角50文字以内)でセット
52	79	正式商品名(漢字)	N	50	●	ケース商品名を漢字(全角25文字以内)でセット
		価格情報				
53	84	単価切替日	X	8		価格変更時の切替年月日を西暦でセット、新規登録時はblank
54	82	空容器保証金単価	9(7)Y2	9		空函(樽、ポンベを含む)の空容器保証金単価をセット
55	83	空瓶保証金単価	9(7)Y2	9		空瓶(バラ)の空容器保証金単価をセット
		入数情報				
56	88	内箱(ボトルまたはパック)の単品入数	9	4		内箱単位の単品(バラ)入数をセット、内箱がない場合は"0"をセット
57	87	外函の入数(ケース内単品入数)	9	4	◎	外函単位の単品(バラ)入数をセット
58	89	外函の内箱(ボトルまたはパック)の入数	9	2		外函単位の内箱入数をセット
59	90	箱内のケース数	9	2		箱単位での函(ケース)数をセット
60		請求書表示入数	9	4		メーカーからの出荷単位での伝票・請求上の単品入数
		物流梱包サイズ・重量				
61	91	ケースサイズ-縦	9	4		ケースの幅をmmでセット
62	92	ケースサイズ-横	9	4		ケースの高さをmmでセット
63	93	ケースサイズ-高さ	9	4		ケースの奥行をmmでセット
64	94	グロス重量	9	6		ケースの総重量をgでセット
65	95	グロス容積	9	7		ケースの容積を立方cmでセット(DBセンターで計算)
		パレット積載情報				
66	96	使用パレットサイズ-縦	9	4		使用パレットサイズの縦をmmでセット
67	97	使用パレットサイズ-横	9	4		使用パレットサイズの横をmmでセット
68	98	使用パレットの種類	X	1		使用パレットの種類コード(1:T11、2:1100×900、9:その他)をセット
69	99	ハイ組み	9	2		パレット一段での積み付けケース数をセット

食	酒	項目名	型	BYTE	条件	項目説明
70	100	パレット当り積載数量	9	3		パレット当りの積み付けケース数をセット
		酒類業界個別情報				
71		内包単品JANコード	X	13		ケース内単品の共通商品コード (JAN, EAN, UPC)
73		バックJANコード	X	13		バックの共通商品コード (JAN, EAN, UPC)
74		基本レコード連結コード (2)	X	36		バックJANコードの基本レコード連結コード (登録者以外は不可視の項目)
75		ケースJANコード	X	13		ケースの共通商品コード (JAN, EAN, UPC)
76		基本レコード連結コード (3)	X	36		ケースJANコードの基本レコード連結コード (登録者以外は不可視の項目)
○	77	酒類識別区分	X	1	●	1: 当該ケースに酒類を含む時、0: 当該ケースに酒類を含まない時を区分
○	80	伝票用商品名 (カナ)	X	28		伝票用のITF商品名をカナ (半角28文字以内) でセット
○	81	伝票用表品名 (漢字)	N	28		伝票用のITF商品名を漢字 (全角14文字以内) でセット
○	85	メーカー希望小売価格	9	7		メーカーでの消費者への小売販売希望価格 (保証金込み) をセット
○	86	希望小売価格切替日付	X	8		希望小売価格改定時に切替年月日を西暦でセット、初期登録時はblank

(以上 12月15日現在)

### 3. 実証試験について

既に「検索系」についての実証試験は会報Vol. 106にて報告済みの如く、目下実施中である。一方、「登録系」については前年度の試験との重複を避け、指定するフォーマットファイルの直接転送 (ftp) による試験を実施することにした。

試験協力企業としてまず、味の素(株)、ハウス食品(株)、サッポロビール(株)、(株)明治屋の各社にお願いし、ご快諾を頂いた。

12月下旬に試験を開始し、平成11年2月までに終了、間に合うものはシステムの改良につながる体制である。

転送ファイルの仕様は次の如くである。ただしこれはあく迄試験用のもので、サンプルとして考えて参考にして頂きたい。

#### Upload ファイルフォーマット

アップロードファイルは、CSV形式で以下の通り。レコードの最後は「,」(カンマ) が必須となります。なお、ファイルをアーカイブする場合は、LHAで行って下さい。

項目に半角[, ](カンマ) が入る場合は、項目を半角["]で囲んで下さい。商品コメントの項目に改行コードを挿入したい場合は、改行コード ([O d][O a]) の代わりに半角「¥r」を挿入して下さい。

■ファイル名 XXXXXXXX.csv (XXXXXXXはユーザーID上7桁+ユーザーID下1桁)

#### ■レコード区分

レコード区分	内 容
H	ヘッダーレコード (必須)
D	基本情報レコード (必須)
L I	物流情報レコード
L S	セットレコード
E	フッターレコード (必須)

■ヘッダーレコード (必須)

レコード区分1	ユーザーID	パスワード				
H						

■基本情報レコード (1つは必須)

レコード区分	項目1	項目2	...	項目k	...	項目n
D						

注) 項目内容、項目順は、別紙「基本情報レコード」を参照

■物流情報レコード (任意)

レコード区分1	レコード区分2	項目1	...	単品連結キ-	バック連結キ-	ケース連結キ-
L						

注) 項目内容、項目順は、別紙「物流情報レコード」を参照

■酒類セットレコード (任意)

レコード区分1	レコード区分2	項目1	...	項目k	...	項目n
L	S					

注) 項目内容、項目順は、別紙「酒類セットレコード」を参照

■フッターレコード (必須)

レコード区分						
E						

注) 項目内容、項目順は、別紙「フッターレコード」を参照

## 加工食品商品DB登録アプリ入出力ファイル ファイルレイアウト

<ファイル名> \*.CSV

<編成方式> CSV (カンマ区切り) 形式、ただし最後の項目のあとにもカンマをつける。

・レコード区分

H	ヘッダーレコード (必須)
D	基本情報レコード (必須)
L	物流情報レコード (該当する場合のみ)
LS	酒類セットレコード (該当する場合のみ)
D	
.	
.	
.	
E	フッターレコード (必須)

- ・ファイルの先頭にヘッダーレコードをつける。
- ・ファイルの最後にフッターレコードをつける。
- ・1商品につき、基本情報レコードを1レコード作成する。
- ・その商品に関連する物流情報・酒類セット情報が存在する場合は、基本情報レコードの後ろにレコードを作成する。複数情報が存在する場合は複数レコードを作成する。

・ファイル内容例

H, 4900001001, 4900001,  
D, 1, 4900001, 4900001000010, 490000100010, 1, 1, 1, 3, …; 1,  
L, I, 1, 4900001, 4900001000010, 4900001000010, …; 1,  
L, I, 1, 4900001, 4900001000010, 4900001000010…; 1,  
L, S, 1, 4900001, 4900001000010, …;,  
D, 1, 4900001, 4900001000020, 490000100020, 1, 1, 1, 2, …; 1,  
D, 1, 4900001, 4900001000030, 490000100030, 1, 1, 1, 3, …; 2,  
L, S, 1, 4900001, 4900001000030, …;,  
E,

レコード区分	ヘッダーレコード
レコード長	21byte

項目名	データ	byte	NULL	初期値	備 考
レコード区分	X	1	否	H	
ユーザーID	X	10	否		
パスワード	X	7	否		

レコード区分	基本情報レコード
レコード長	826byte

項目名	データ	byte	NULL	初期値	備 考
レコード区分	X	1	否	D	
メーカーコード区分	X	1	否		JANメーカーコード: 1 登録代表ID: 2
メーカーコード	X	9	否		JANメーカーコードまたは登録代表ID
メーカープライベートコード	X	13	否		JANコードまたはメーカーが設定するプライベートコード
共通商品コード	X	13	否		JANコード、EANコード、UPCコード
商品コード種別	X	1	可		JAN: 1 EAN: 2 UPC: 3 その他: 9
ソースマーキングの有無	X	1	可		有り: 0 無し: 1
標準・短縮識別区分	X	1	可		標準: 1 短縮: 2
単品・集合・包装識別区分	X	1	否		単品: 1 バック: 2 ケース: 3
セット区分	X	1	可		無し: 1 有り: 2
商品種別識別区分	X	1	可		通常: 1 ギフト: 2 ギフト券: 3 業務用: 4 空容器: 5 その他: 9
総単品入数	9	4	※1		
正式商品名(漢字)	N	50+2	否		全角文字、2バイト系、ダブルコーテーション囲み
正式商品名(カナ)	X	50+2	否		半角カタカナ、ダブルコーテーション囲み
カナ略称(POS用)用品名)	X	15+2	可		半角カタカナ、ダブルコーテーション囲み
内容量表示	N	20+2	可		全角文字、2バイト系、ダブルコーテーション囲み
総内容量	X	9	可		整数5桁+小数点+小数3桁(XXXXX.XXX)
総内容量単位コード	X	3	可		(テーブル1参照)
メーカー希望小売価格	9	7	可		オープン価格の場合は"0"

項目名	データ	byte	NULL	初期値	備考
希望小売価格切替日付	X	10	可		YYYY/MM/DD
消費税課税区分	X	1	可		外税：0 内税：1 非課税：8 不課税：9
空容器保証金単価	X	10	可		整数7桁+小数点+小数2桁 (XXXXXXX.XX)
空容器保証金単価切替日付	X	10	可		YYYY/MM/DD
発売日付	X	10	可		YYYY/MM/DD
終売日付	X	10	可		YYYY/MM/DD
リザーブ					
リザーブ					
リザーブ					
登録者ID	X	10	可		
情報公開可能年月日	X	10	可		YYYY/MM/DD
内容物容器形態コード	X	2	可		(テーブル2参照)
外装容器形態コード	X	2	可		(テーブル2参照)
保存方法	X	1	可		常温：1 冷蔵：2 冷凍：3 その他：9
製造年月日・賞味期限の表示有無	X	1	可		製造年月日：1 賞味期限：2 両方：3 無し：9
賞味期間	X	4	可		単位を表すアルファベット期間(年：Yxxx 月：Mxxx 日：Dxxx 時：Hxxx)
JICFS商品分類コード	X	6	可		(テーブル3参照)
商品サイズ-幅	9	4	可		単位mm
商品サイズ-高さ	9	4	可		単位mm
商品サイズ-奥行	9	4	可		単位mm
重量	9	6	可		単位g
容積	X	8	可		単位立方cm、整数6桁+小数点+小数1桁
商品コメント	N	200+2	可		全角文字、2バイト系、ダブルコーテーション囲み
輸入国産区分	X	1	可		国産：1 輸入：2
酒類識別区分	X	1	否		酒類または酒セット：1 その他：0
酒類分類	X	4	可		(テーブル4参照)
単品容量	9	6	可		単位ml(粉末酒の場合はg)
アルコール度数	X	4	可		整数2桁+小数点+小数1桁 (XX.X)
製法品質表示コード	X	2	可		(テーブル5参照)
色区分	X	1	可		ワイン 赤：1 白：2 ロゼ：3
保存方法	X	1	可		常温：1 冷蔵：2 冷凍：3 その他：9
日本酒度	X	5	可		清酒±サイン+整数2桁+小数点+小数1桁 (+XX.X)
酸度	X	4	可		整数2桁+小数点+小数1桁 (XX.X)
原材料	N	50+2	可		全角文字、2バイト系、ダブルコーテーション囲み
生産都道府県コード	X	2	可		(テーブル6参照)
原産国コード	X	3	可		JAN、EAN、UPCコードの国コード部分
原産国	N	40	可		全角文字、2バイト系
伝票用商品名カナ	X	28+2	可		半角カタカナ、ダブルコーテーション囲み
伝票用商品名漢字	N	28+2	可		全角文字、2バイト系、ダブルコーテーション囲み
酒類容器形態コード	X	2	可		酒類特有容器の場合
単品プライベートコード	X	13	※1		
単品共通商品コード	X	13	※1		
登録・更新・削除区分	X	1	否		登録：1 更新：2 削除：3

※1 単品・集合・包装識別区分が“2”または“3”の場合はNULL否

レコード区分	物流情報レコード
レコード長	372byte

項 目 名	データ	byte	NULL	初期値	備 考
レコード区分	X	1	否	L	
レコード詳細区分	X	1	否		
メーカーコード区分	X	1	否		JANメーカーコード：1 登録代表ID：2
メーカーコード	X	7	否		JANメーカーコードまたは登録代表ID
メーカープライベートコード	X	13	否		JANコードまたはメーカーが設定するプライベートコード
共通商品コード	X	13	否		JANコード、EANコード、UPCコード
ITFコード	X	16	否		
酒類識別区分	X	1	否		酒類または酒セット：1 その他：2
正式商品名(漢字)	N	50+2	否		全角文字、2バイト系、ダブルコーテーション囲み
正式商品名(カナ)	X	50+2	否		半角カタカナ、ダブルコーテーション囲み
ソースマーキングの有無	X	1	可		ソースマーキングあり：1 ソースマーキングなし：2
伝票用商品名漢字	N	28+2	可		全角文字、2バイト系、ダブルコーテーション囲み
伝票用商品名カナ	X	28+2	可		半角カタカナ、ダブルコーテーション囲み
空容器(箱)保証金単価	X	10	可		整数7桁+小数点+小数2桁(XXXXXX.XX)
空容器保証金単価	X	10	可		整数7桁+小数点+小数2桁(XXXXXX.XX)
単価切替日	X	10	可		YYYY/MM/DD
メーカー希望小売価格	9	7	可		オープン価格の場合は“0”
希望小売価格切替日付	X	10	可		YYYY/MM/DD
請求書表示入数	9	3	可		
内箱の入数	9	4	可		
外箱の入数	9	4	可		
外箱のボール数	9	2	可		
梱内のケース数	9	2	可		
ケースサイズ縦	9	4	可		単位mm
ケースサイズ横	9	4	可		単位mm
ケースサイズ高さ	9	4	可		単位mm
グロス重量	9	6	可		単位g
グロス容積	9	7	可		単位立方cm
使用パレットサイズ縦	9	4	可		単位mm
使用パレットサイズ横	9	4	可		単位mm
使用パレットの種類	X	1	可		T11：1 1100×900：2 その他：9
ハイ組み	9	2	可		
パレット当り積載数量	9	3	可		
登録・更新・削除区分	X	1	否		登録：1 更新：2 削除：3
リザーブ					
リザーブ					
リザーブ					
情報公開可能年月日	X	10	可		YYYY/MM/DD

レコード区分	酒類セットレコード
レコード長	136byte

項目名	データ	byte	NULL	初期値	備考
レコード区分	X	1	否	L	
レコード詳細区分	X	1	否	S	
メーカーコード区分	X	1	否		JANメーカーコード：1 登録代表ID：2
メーカーコード	X	7	否		JANメーカーコードまたは登録代表ID
メーカープライベートコード	X	13	否		JANコードまたはメーカーが設定するプライベートコード
共通商品コード	X	13	否		JANコード、EANコード、UPCコード
商品コード種別	X	1	可		JAN：1 EAN：2 UPC：3
共通商品コード	X	13	否		JANコード、EANコード、UPCコード
酒類分類	X	4	可		(テーブル4参照)
正式商品名(漢字)	N	50+2	否		全角文字、2バイト系、ダブルコーテーション囲み
個人数	9	2	可		
単品容量	9	6	可		単位ml(粉末酒の場合はg)

レコード区分	フッターレコード
レコード長	2byte

項目名	データ	byte	NULL	初期値	備考
レコード区分	X	1	否	E	

#### 4. データ蓄積について

この業界挙げてのインフラ機構の成否については、システムと共に検索出来る内容にかかって来る。

ということはスタート後においても、会員の獲得即登録アイテムの増加のための努力をお互いが心がけねばならないのだが、スタート迄の初期登録のアイテム数如何がその全体の成否に大きくかかって来ることになる。

既報の如く説明勧誘の専門委員体制も出来、満を持していたのだが、酒類業界の発起人の決定の遅れにかなり足をとられ、止むなく説明勧誘の見切り発車したのが11月中旬であった。第一段として食品の大手メーカー約700社に説明書と「お願い」と称するアンケートを発送した。現状ではこの回答がボツボツと到着している所である。

第二段は酒類メーカーということになるが、第三段の卸売業についてはいう迄もなく我々会員を第一ターゲットとし、まずこの会報と一諸に改めて説明書一式を全会員に送付し、アンケート回収をすることとした。

行きつく所、スタート時に参加期待出来るメーカーの登録アイテムがどの位に達するかということになる。それをこのアンケートの回収から推量しようとしているのである。

8社の委員の方々は勿論であるが、各社その委員の周辺の方々の総力挙げてのご支援については、全く頭の下がる思いである。この善意の集大成が、我々業界の礎えを支えているのだと痛感させられている。

と同時に当協会の会員及び賛助会員各位には、改めてこの「データベースセンター」の意義をご認識頂き、会員としてご参加の決定をいち早く事務局にお知らせ頂けることを願うものである。



## 本部活動

### 正副会長会議・理事会開催 議事録より

－11月13日－

毎年、上半期経過後の報告が中心になる理事会が、本年度は11月13日（金）に開催された。そしてそれに先立って正副会長会議が行なわれ、下半期事業の基本活動方針が確認された。以下この2会議の概要について報告をする。

### 正副会長会議

定刻10時より開催された。会議前の談話の中からも「消費税分還元セール」についての情報交換がなされるなど、業界トップの反応はいつも乍らも早い。事務局にそれまでに入っていた情報も報告申し上げた。

正副会長会議の議題順になるが、業界の商品データベースセンターの状況確認、そして発起人増員の必要ある場合には、賛助会員世話人会の食品メーカー企業にお願いすることなどが確認された。またそのセンターの事務局体制については、当初のローコスト運営を心がけることから結論づけると、当協会事務所内に机を設け、専従員を1名配置、最低必要な電話などは用意するとして、その他については当協会と共用し、応分の負担をする。またデータベースの作業については、当面の混乱をさけると共に、重複作業のない様な運営可能な企業を選択し委託することが最適であるとの確認があった。またスタートに当たっての収支の見通しについては、関係者が良く認識し納得出来る状態であることが前提であると再確認された。

環境自主計画策定については、各企業にとって必要なことであれば、会員有志より専担者にご協力願ひ業界指針となる様なものを策定する必要があり理事会で説明することとした。

災害時の食料供給についての体制づくりのための調査が必要であるとの事務局報告が了承された。

コンピュータの2000年対応問題についても、業界から、特に当会員から脱落者の出ないように、年末時点で啓蒙を兼ねたチェックのためのアンケート調査実施についても承認を受けた。

最後に直後の理事会について、その運営次第と、事務局報告の概要についての報告内容確認がなされて閉会となった。

## 理 事 会

開催日時	平成10年11月13日（金） 11:30 ～13:35
場 所	鉄道会館 ルビーホール 11階 橋の間 東京都千代田区丸の内1-9-1
出欠状況	理事総数 27名中出席理事18名 委任状 7名 計25名 監事総数 2名中出席監事 1名 委任状 1名 計 2名
議 案	第1号議案 平成10年度上半期事業報告に関する件 第2号議案 その他
議事内容	井岸専務理事の進行により開会。 上記出席状況の報告、依って理事会の成立を確認した。 予定の来賓が欠席されたので、冒頭國分勘兵衛会長より次の如く開会の挨拶があった。

### 國分会長挨拶

本日はご多用の処、又ご遠方からご参集頂き誠に有難う存じます。

本日も出席の各位におかれましては、日頃当協会の事業活動について、格段のご支援、ご協力を賜っておりますことを、重ねて心よりお礼申し上げる次第であります。

本来でありますれば、農林水産省からのご来賓の臨席を仰ぎ、ご挨拶を頂く処ではありますが、本日は急用のためご欠席との連絡が入っております。

従いまして、この後直ちに上半期の事業活動報告に入り、続いてご検討の上、下半期についてのご意見をお聞かせ頂くこととなります。

いずれにせよ環境は極めて厳しいものがあり、その中において果たすべき機能の充実と流通コストのミニマム化を図らねばならぬ時であります。

当協会が会員の皆様のお役に立てるように、本日も出席各位の忌憚のないご意見を頂き、意義ある理事会となるようお願い致しまして、開会のご挨拶と致します。

続いて、井岸専務理事より、理事会の議長席には定款により会長が就く旨が告げられ、國分会長が議長席に就いた。

議長より議事録署名人として、深澤治理事、笹田伝左衛門理事を指名し了承されて議事に入った。

第1号議案 平成10年度上半期事業報告に関する件

議長より第1号議案であるが、事業報告及び収支報告を一括して事務局より報告せよとの指示があり、井岸専務理事より会報Vol.105、Vol.106等を資料としながら報告がなされた。

主な概要は次の如くである。

1. 本部総会、各支部総会、支部活動費配分。

2. 運営委員会主宰による賛助会員世話人会、卸団体連絡協議会の内容と提起された問題点。
3. 食品流通委員会活動として流通センターフィーの実態調査の実施、卸売業機能の分析と内容解明、商品売買取引基本契約書の補遺部分の再研究。
4. 物流委員会による物流コスト算出、I T Fコードの周辺問題。
5. 情報システム化委員会活動から、酒類・加工食品データベースセンター構築の中間報告、酒類のデータベースとの一元化作業、発起人選出の遅延、専門委員による説明と勧誘活動の開始、情報コストに関するアンケート、画像情報と取引先コードの標準化、「標準システム」のメンテナンス、メーカーコード9桁化、I T Fコード14桁化、ロケーションナンバーコード、11月20日情報システム研修会開催。
6. 缶詰ブランドオーナー会缶詰部会の研修会・情報交換会、品質部会の今後のあり方。
7. 関東支部活動として流通業務委員会の物流コスト算出・商品研修会、百貨店共同配送委員会におけるヒヤリング調査実施。
8. 受託事業として日食協経営実務研修会－金沢（11/27）、広島（11年2/17）－の開催企画。
9. 環境自主行動計画の策定開始。
10. 災害時の食料供給体制調査。
11. 業界としての2000年対応の必要性認識。
12. 産業廃棄物のマニフェストシステムの紹介。
13. 会員状況。
14. 収支報告（9月末日現在）

続いて議長より、出席の萩原監事に監査報告を求めた。

萩原監事は「さる10月29日、戸田監事と共に監査を行ったが、その内容については今報告のあった通り、適正に処理され、誤りのなかったことを報告します」と発言された。

議長は議場に質疑の有無を確かめたところ、なかったので承認を求めた。結果拍手で満場一致の承認を得た。

次に議長は2号議案の提起を出席者に求めたが、なかったので事務局に求めた。

事務局より次回理事会を4月20日（火）開催。

議題として平成10年度事業報告、業界のデータベースセンターの状況、5月の総会開催等が予定される旨の提起があり、これも承認された。

以上で審議を終了し、議長が謝辞を述べ閉会とした。

以上

尚、この日は引き続いて「構造改善計画作成会議事業」の一端として(財)食品流通構造改善促進機構 構造改善部部長 笠原政栄氏より「チェーンストアの現状と課題」について講演を頂く研修会を開催して、14時50分にこれを閉会した。

## 賛助会員世話人会にて

－11月17日－

第37回の賛助会員世話人会は、11月17日（火）11時30分より鉄道会館ルビーホール明星の間にて開催され、次の11社の方々のご出席（サントリー(株)、ハウス食品(株)2社欠席）を頂いた。

当方からは廣田副会長以下運営委員会委員と食品流通委員会委員が出席した。

### 第37回 賛助会員世話人会ご出席者名簿

会社名	役職	氏名
味の素(株)	常務取締役	大瀧 幸克 殿
カルピス(株)	専務取締役	和田 卓也 殿
カゴメ(株)	常務取締役 営業本部長	蟹江 雅彦 殿
キッコーマン(株)	首都圏支社 副支社長	和田 利男 殿
キューピー(株)	専務取締役 営業本部長	大山 轟介 殿
日清製粉(株)	食品営業部 次長	鈴木 真一 殿
日清製油(株)	専務取締役	山田 日吉朗 殿
日本水産(株)	取締役 広域営業本部長	高橋 昌明 殿
ネスレ日本(株)	常務取締役 営業本部長	疋田 修 殿
明星食品(株)	常務取締役 営業本部長	佐々 一郎 殿
(株) 桃屋	常務取締役 営業本部長	若木 博光 殿

会議は冒頭、この会議担当の廣田副会長（(株)菱食）と、世話人会代表 大瀧幸克氏より次の如きご挨拶を頂いた。

#### 廣田副会長：

廣田でございます。第37回の賛助会員世話人会にご参集賜わり誠にありがとうございます。

また日頃は皆様方におかれましては格段のご協力ご支援を頂いております、厚く御礼申し上げます。

激動の時期にさしかかっております。出口の見えない状況下ではありますが、他産業との比較では食品商材は毎日消費されているので恵まれている方ではないかと考えられます。そして異業種卸と話合ってみると、まだ我々業界卸の方がしっかりしている様に思えるのであります。

これは偏に賛助会員の皆様と早くから、国際化の波に乗り遅れない様、卸のスタンス、新価格体系等について話し合い、取引慣行の改善の努力を重ねて来たから、他に較べて苦勞が少なくてすむと考えるのであります。

まさしく情報化の時代であります。データベースセンターはそのキーとなるものであります。日本人はこのようなインフラ整備を不得手としておりますが、不可欠であります。

これ等を話し合い、ご指導頂けるこの会議こそは有意義なものであると考えます。後世、ここで語り合ったことが業界の発展に結びついたということが多いのではないかとと思うのであります。

業界発展のためにどうかご指導下さいますようお願いして開会の挨拶とします。

大瀧賛助会員世話人会代表：

味の素(株)の大瀧でございます。

日頃大変お世話になっておりますことを厚く御礼申し上げます。

さて、本日は上半期の諸事業報告を頂く事と存じますが、懸案の「酒類・加工食品データベースセンター」の立上げが来春に予測されると聞き及んでおります。これがもし立上がりますれば、当業界にとって誠にエポックメイキングな出来事であります。

流通が大きく変化し、21世紀に向かう時こうしたインフラが整備されることは、今後の業界に大きく貢献することになるのではないかと期待しております。私共賛助会員も協力して参りたいと存じますのでご支援を頂きたいと思ひます。

一方、ここ1～2年の低迷の中でいろいろなことが起きておりますが、業界紙が流通センターフィや労務提供をとり上げているのが特に目につきます。事実いろいろな事例が発生しております。そこで何が公正な取引で、何が公正な競争か、メーカーと共に卸売業の方がきちんとした対応をして頂くことが肝要かと存じます。

共々頑張っていかなければならないと思うので意見交換をさせて頂き、成果が上る様ご支援を頂きたいと思ひます。

議事に入って、「酒類・加工食品データベースセンター」構築の中間報告と、会報Vol.106を中心にした事業活動報告を井岸専務理事より行った。

酒類・加工食品データベースセンター構築については、ここまでの進捗については満足して頂いた様であった。そして自社以外他メーカーもござって会員になってもらえる様になればと期待を上げた雰囲気であった。

10月20日(火)に開催された世話人会企業の物流担当者との懇談会については、「何かを決議することが目的の会議ではないが、結論として…」と前置きをして「まだ物流の合理化については全くケースバイケースでしか解決出来ない時代である」ことの確認と「やはりこうした経過を通して、標準化やトータルの合理化が初めて図れる」「メーカーサイドの政策や努力も良く理解でき有意義な会合であった」と報告。標物流委員長(伊藤忠食品(株))からも補足報告がなされた。

続けて情報システム化委員会の各ワーキンググループ活動を報告した。

加えて、10月15日(木)に開催された、食品卸団体連絡協議会において他団体から出された諸テーマについて報告。特に新商品開発に伴う返品作業の増加を含めた「新しい返品問題」「異業種ルートでの低価格販売」「取引条件複雑化の未解決」等について、当日の状況を再現しながらの報告を行った。これに対して「こうした話はどしどし聞かせて欲しい」「自社は無関係のテーマであっても、大いに参考になる」等の意見が相次ぎ、これからもタイミング良く情報提供することを心がけることになった。このあとE C R、環境問題、営業休日、返品と次から次へと意見交換が続いた。

結論として、「ファジーなものとはもかく、明確なものからルールを作っていく」スタンスが業界の合理化、ローコスト化につながって行くことが確認された。

廣田副会長が本日の御礼の閉会の辞を述べたのは予定の終了時刻をオーバーする程の熱のこもった会議であった。

# 事業活動

受託事業 日食協経営実務研修会

## いわゆる流通センターをめぐる諸問題

—北陸ブロック—

本年度の日食協経営実務研修会第一弾として、11月27日（金）ホリディイン金沢にて、東海北陸支部北陸ブロック主催の研修会が開催された。

これは農林水産省の業種別講習指導事業の一端として行ったものであるが、当日は約60名の参加を得て、テーマ「いわゆる流通センターをめぐる諸問題」、講師に(株)流通政策研究所社長 野澤建次氏をお迎えし、2時間余。自らの調査結果に基づいた独自の見解に立脚した時宜に合った有意義な講義を頂いた。

日頃こうした機会に恵まれることの少ない賛助会員の営業担当者も熱心にこの話を拝聴した。

開会に当り、角間北陸ブロック長から「日食協も社団法人化し足かけ6年目、全国の会員の皆様と、本日お招きをした賛助会員の皆様のおかげで順調に発展し、いくつもの事業を展開する所迄来た。ご支援ご協力頂いたことについては深く感謝している。

当協会の事業活動については、今日後程の本部活動報告を待つこととして、今日は我々の環境をとり巻く中で、いろいろと多方面に影響を派生させている「流通センター」にスポットを当て、その存在についての認識を共にし、対処することがあればこれからの活動の中に生かしたいと考えて、野澤先生のお話を伺うことにした。

いわゆる優越的地位の濫用と呼ぶべき側面についても、触れて頂けると思うので是非勉強したいと考えている。

昨今、某チェーンストアが「消費税分還元セール」なる企画を発表、同時に2%の負担依頼が我々納入業者やメーカーにあった。しかし後刻その依頼取消がなされ、正直の所皆安心した。

こうした事例は今後続発するであろうし、大店法の撤廃を控えて競争激化、特に北陸は厳しいものが予測される。

我々はこれにどう対処するのか。合理化とローコスト、こうした点からも今日の講義をしっかりと拝聴して頂ければ幸いである。」とのご挨拶があった。

先生の講演はOHPを駆使して行なわれたので、そのまま講演録を掲載することが出来なかった。その要旨についてのみ報告することとする。



挨拶する角間ブロック長

### 小売業にとって「物流センター」は何なのか

- ・今日の小売業の課題は「物流」であり「ローコスト経営」である。
- ・従来よりこの疑問を持ちつづけていた。本当に小売業の物流センターは店舗のローコスト化に役に立っているのだろうか。
- ・そこで物流センター保有のチェーンの1店舗と納入業者直納のチェーンの1店舗を選びその店における時間帯別作業分析と作業別総労働時間を中心とする実態調査を試みた。

商材をアイテム数が多く、形態が千差萬別のドラッグストア中心の業界において調査した。

- ・調査の結果は、何と皮肉にも物流センターの無いチェーンストアの方が店舗に於ける作業人件費率が低いという結果が出た。

・しかも物流センターを持っているストアの陳列品出終了は16時30分頃、物流センターのローコスト化については配慮するものの、店舗オペレーションについては殆んど配慮されていなかった。

・物流センターの有るストアの社長は、物流センターのコストの報告であり、配送台数の減少についてチェックしたが、店舗のローコスト化についてチェックしていなかった。

納入車輛の集約化がコストダウンに直結していると信じていた。

- ・物流センターの収益のみ追求していた。

言葉では店内の効率化のために物流セン



講演される野澤先生

ターを作ったと云っている。しかし物流センターはバイイングパワーの拠点で、納入業者に対するコスト負担の拠点でしかなかった。

・店舗のコストは今迄直接競争の目にさらされることがなかった。本格的にコスト削減競争はしていなかった。

- ・これは取引制度に起因している。

コストが反映されていない、建値制度がどれだけ粗利益を稼ぐことが出来るか、という方向に目を向けさせていた。

・従ってコストを自助努力で下げることはずに安易に転嫁することを思いついた。

結果として労務提供であり、センターフィの要請なのである。

物流センターはコストセンターよりプロフィットセンターの発想で出来た、と云える。

### 小売業のこれからの競争

- ・大店法撤廃は本格的競争を招来する。

自分で損益分岐点を下げる時を迎える。

・今回の「消費税分還元セール」はEDLPの競争である。体力のある所、自分で損益分岐点を下げられる所は良いが、危険な競争である。

一部のチェーンストアが仕掛けた競争に体力のないチェーンが乗せられた感じがする競争段階に入っている。今後、数回続いて体力のない所から問題が波生するだろう。

・アメリカの小売業を視察した。日本に上陸予定の数企業である。

第1に彼らの物流センターのコンセプトは共通して明解である。「店舗における競争力の維持・強化に全精力を傾注する」カスタマーは店舗であると割切っている。在庫管理と情報と品揃えに依る売場作成の支援が目的である。

・2番目は共通した考え方であるが、入庫管理とルール遵守という仕事のやり方に徹底している。

・3番目は生産性重視コストパフォーマンス

を視点としたオペレーションの全拠点で生産性の管理。個人別作業量標準があり、最低達成率は95%というコストパフォーマンスの追求であった。未達成者は退職させられる。

- ・コストセンターとして自社オペレーションである。他人任せではない。

- ・センターフィという考えはどこにもなかった。

- ・部分最適より全体最適。店舗と物流センターのトータルコストのミニマム化が優先する。

- ・店舗の単品の在庫管理は徹底している。誤差率は0.6%が予算化され、最低の義務になっている。誤差金額の余裕分はその70%をボーナスとして店員に支給してしまう所もある。

単品管理の精度向上には留意している。

- ・店舗のPOSデータとこの在庫報告を本部で管理している。本部で需要予測を行ないセンターに出荷指示がなされる。

店舗では検品して陳列を行なう。

- ・アメリカでは自動補充システム＝CRPという考え方は採用していない。あるのはCAD（コンピュータアシストオーダリング）即ちコンピュータの支援に基づくオーダシステムという考え方である。マーチャントの意志を加えた販売数量の出荷指示をしていることになる。

#### これからの物流センター

- ・パラダイムをプロフィットセンターから、店舗オペレーションコストも包含したトータルコストのミニマム化を果すコストセンターに変えて行く必要がある。

- ・自助努力によるコスト削減でトータルコストの切り下げを図る必要がある。コストは受益者負担で転嫁すべきではない。

- ・そこに専門的ノウハウが不足するのであれば、きちんとプロにアウトソーシングすることを考えるべきである。

商流も改革し、それを包含した総合的ロジスティクスという考え方に立脚したい。つまり、物流を支える情報システムの高度化即ちEDI、マスタメンテナンスの即時化、SCM、ASMの整備、単品管理のサイクル整備が必要であろう。

- ・日本の小売業は残念にも、物流センターはプロフィットセンターであるという発想から脱け出し得ないでいる。それが証拠に納入業者が如何に店舗オペレーションの効率化を含む提案をして見ても、最終的にはセンターの運営費を最低に見積った企業に物流センター運営を指名しているのが実情である。

- ・これからの卸は納入価格を見積る際に物流条件をきちんと明確化した上で決定しなければならない。

- ・総量納品、店別仕分に際してはカテゴリー別商品帳合の集約化を行なうのが前提となって来るであろう。

- ・自動継続発注システムに対しては「売り」の計画、販売サイドの意志を反映させて行かねばならない。店舗からの補充計画だけでは強い店づくりは出来ないのである。

#### これからの店舗間競争に備えて

- ・大手チェーンストアのEDLP政策に、他のチェーンがまきこまれた。結果としてメーカー卸にしわ寄せが来るのは必至。とすればどのように対応すべきか。

- ・各企業毎に、これ以下には出来ない、とす



当日の受付



るしっかりしたものを持ち合わせるべきである。コストで武装した相手と闘い得る鎧を作るべきだ。

・外資系のコンサルタントが「CPS（コストプラス利益シュミレーター）」というパソコンソフトを開発した。この裏側にあるのがABC（アクティビティベースドコストイング）という概念である。まず経営資源を単位当たりで把握したものをリソースレート（単位当たりコスト）と呼ぶ。そして作業別に要する時間や数量をリソースドライバーと呼ぶ。

この相乗積は1回当りの作業コストになる。

これにアクティビティドライバーという期間当りの回数頻度を乗じたものが、或る期間内における作業別コストということになる。これがABCである。

業務別コストをまず把握する。これをデータベースに持ったのがCPSというソフトである。

これを武器に相手に提案するという考えである。アメリカのスーパーバリューがやっていたシステムであるが、P&G社が日本に導入し、雑貨卸の中央物産とパルタックの両社が採用している。



・我々の業務は付加価値であり、コストにおきかえることが出来る筈である。中間マージンを儲けるという概念ではなく、付加価値即ちコストを認めさせて行かねばならない。

・これは業界の一部がやったのでは効果が薄い。業界ぐるみでこうした概念を持たねばならない。

・生鮮食品のベンダー業界で「アウトパックセンター」を持っている企業組織が出来た。ここの運営は皆赤字である。それは「パックする」ことについて業界では付加価値として認めないことに起因している。素材を売ることについている加工賃が認められない。

これについて加工作業のコストの算出をすることになり、このコストを等しく認識しようとしている。

・中間マージンという既得権から脱皮して、仕事を通して利益を得るという概念への移行が迫られている。対価を把握し、把握するだけではなく武器としなければならない。

お互いにコストを明らかにする「コストオープンアプローチ」というスタンスで相手のコストと比較出来る様にしなければならないのである。以上



会場風景

研修会はこのあとで井岸専務理事から、「日食協事業活動報告」と題して全体機構の概要と特に酒類・加工食品データベースセンターの構築状況等の主要活動を中心とする解説で約30分の報告講演がなされた。

今回は北陸ブロックとしては初めて賛助会員の方々と合同の研修会を開催したのであるが、月末近くの繁忙期にも不拘約60名からの参加を見た。大成功であったと思われる。

## 情報システム研修会開催さる

－11月20日－

毎年恒例となった情報システム研修会は、今年度は11月20日（金）鉄道会館ルビーホールにて、12時30分より開催された。例年の如く全国卸売酒販組合中央会との共催であったが、今年はいつになく申込の出足が良く締切日の10日前には早くも定員（会場都合により100名）をオーバーし、その後の申込者に対してはお詫びをしながらお断わりをせざるを得ないという状況となった。

ここに改めてそれ以後の申込みをされた方々にお詫びをする次第である。

なお、この話を11月13日（金）開催された正副会長会議に報告した所、すかさず國分会長より、「参加をお断りした方々に対してせめてVTRを用意して、資料と共に送付すべき」との話があり、当日は(株)菱食の広報室の全面的なご協力があり講師の講演をそのままVTRに収録、後日編集複製して10巻を納品して下さった。

希望者には1巻と資料を実費にて頒布しているので、申込んで頂きたい。

当日の司会進行は井岸専務理事が務めた。

定刻まず主催者を代表して全国卸売酒販組合中央会の菅根常務理事が開会の挨拶。次いで来賓の国税庁企画官 亀井正博氏と農林水産省流通構造改善対策室長 齊藤昭氏のご挨拶があった。

まず、「業界の商品データベース構築に向けて」と題して加工食品専門委員会小委員会座長の井口泰夫氏（国分(株)）より作業の経緯と現状、今後の課題（前掲5頁参照）について明確な報告がなされた。

次いで「中小企業向け業務アプリケーションソフトの開発について」業務アプリケーションソフト開発委員会座長 向井健治氏（(株)廣屋）から、当初予定より6ヶ月も期間短縮を命じられた中で、①商品データベースとの連携、②中小製造業向けの専用市販システムとの連携、③中小卸・小売業向け受発注販売管理システムを中心に開発、④汎用EDIシステム（卸・小売間の業界標準データ交換フォーマット案）の作成及び納品伝票イメージ作成、⑤経営管理機能（業務アプリケーションで蓄積したデータの利用）を開発した。今後の課題は大規模実証実験をすることと、商品データベースとの効率的連携と全般に亘る普及活動であるとの報告があった。

次に「商品画像処理情報の標準化の現状について」情報システム化委員会の当テーマのワーキンググループ座長 黒澤稜夫氏（(株)明治屋）より、①商品画像が必要とされる背景、②その標準化の現状、③各企業の取組み、④画像情報の用途、⑤データ仕様、⑥今後の取組みについて報告がなされた。

「情報コストの中の「支払データ加工料」の実態調査」については、同じく当テーマのワーキンググループ座長 皆本睦夫氏（(株)菱食）より、調査目的の方法と結果の概要報告がなされた。

「EOS利用料」の小売業に対する支払はEOS化のメリットが大なることから或る程度は止む

を得ないが、さりとて、経営を圧迫しかねない様な負担となる恐れもあり得るので、何等かの統一見解を必要とするだろうとの結論だった。

「標準システム」のメンテナンスと「取引先コード」の標準化に加えて「2000年問題対応」については、ネットワーク検討会座長 篠憲一氏（国分株）より続けて報告があった。

「標準システム」のメンテナンスについては、1991年以降の諸テーマの整理をして、現行の改訂と追補を作る作業に入ったとの報告、「取引先コード」については国税庁の実態調査が実施されているのでその結果を待つことになったが、「ローケションナンバー制」という概念と、我々流通EDIに使用する取引先コードとの整合性等の課題があると報告。

「2000年問題対応」についても、取引先との現行システムが、対応済みかどうかのチェックをすることが肝要である。要するに自分の周辺取引先に対する啓蒙や支援をすることの必要性が述べられた。

なお、(財)流通システム開発センター提供のマニュアル「2000年問題企業間取引の対応のあり方」については、この会報と同時に全会員に送付し、活用して頂くことになっている。

次いで、(財)食品流通構造改善促進機構構造改善部 堀氏より「情報機器導入資金の支援について」機構の仕組みの説明があり、入会間もない会員であっても、また賛助会員も含めて利用出来る制度であることが確認された。

最後に別室にて立食パーティが開催され、研修会会場での質疑がここに持ち込まれた形で、熱気ある、そして普段交流する機会の少い専担者間の情報交換が約1時間くり広げられ、17時に閉会する所となった。

## 平成10年度返品実態調査のまとめ

(平成10年6・7・8月間)

—関東支部流通業務委員会—

関東支部流通業務委員会では、首都圏のスーパー、百貨店を対象として毎年6月～8月の3ヶ月間の返品の実態調査を行っている。

平成10年度においても前年と同様の要領により実施し、その集計結果は次の通りであった。

## チャンネル別 年度別比較

(単位%)

項目	チャンネル別	ス ー パ ー		百 貨 店	
	年度	平成9年	平成10年	平成9年	平成10年
プロパー商品返品		0.10	0.18	0.22	0.39
特売商品返品		0.16	0.13	0.17	0.13
P B 商品返品		0.00	0.00	0.09	0.03
ギフト商品返品		0.30	0.23	2.56	3.50
計		0.56	0.54	3.04	4.05

スーパー：プロパー商品は0.08ポイント悪化したものの、合計では0.54%と0.02ポイント改善され、3年連続0.5%の返品率で推移している。

この返品率0.5%は、H6年度返品率1.02%の半分、H7年度返品率0.77%の7割に当たり、発注の少ロット化や多頻度配送の増加による当用買いが定着したものと見られる。

百貨店：合計では、4.05%と1.01ポイント悪化、過去5年間で最悪の数値となった。

区分別では、特売商品とPB商品に改善がみられたが、プロパー商品が0.17ポイント悪化した。

ギフト商品の悪化傾向は更に進み0.94ポイントと大幅に増加し、調査協力企業の売上額構成比で76%を占めるウエイトでもあり問題は深刻化している。

月別傾向値ではスーパー、百貨店とも8月の返品率（スーパー計0.75%、百貨店計16.17%）が際立って高く、ギフト返品の積極的改善へ協力呼びかけが必要。と同時に翻って各社内において、この発生事由とこの後の処理について調査することも必要と結論づけた。

## 業務日誌から

## マニフェストシステム 12月1日より施行さる

12月1日より「マニフェストシステム」がスタートした。

これは我々の拠点から排出される産業廃棄物については事業者がマニフェスト（産業廃棄物管理票6枚綴）に名称、数量、性状、取扱上の注意事項を記載し、運搬業者処分業者に管理票を順次渡して、処理の流れを確認するシステムである。

我々も産業廃棄物を排出する際に適用されるので留意せねばならない。

因みに、廃棄物は一般廃棄物と産業廃棄物に分けられるが、産業廃棄物はまず次の如く特定されていて、それ以外のものが一般廃棄物になる。一般廃棄物は更に家庭用と事務系の2つに区分される。従って我々の捨てるものは、産業廃棄物と事務系一般廃棄物の2種類になる。

具体的には物流センターから出る通常のごみの中で産業廃棄物となるのは、破損したP箱、ビニールのバンド、ポリ袋、事務系一般廃棄物は汚損破損の商品、木箱・パレットの破片。

段ボールカートンはゴミではなくリサイクル品ということになる。

いう迄もなく一般廃棄物は分別収集しているのでその分類をして排出する必要がある。

マニフェストは市販されているのでこれを購入し、収集に来る業者に渡すことになる。この際A票を手元に残すのだが、後日処分が終了し、D票が戻って来た時に照合することになっている。

(詳しい事をお知りになりたければ事務局にご連絡下さい。説明パンフレットの在庫が若干あります。)

### ●産業廃棄物の種類

1. 燃え殻	焼却残灰など
2. 汚泥	工場廃水処理や物の製造工程などから排出される泥状のもの
3. 廃油	潤滑油、洗浄用油、食用油などの不要になったもの
4. 廃酸	酸性の廃液
5. 廃アルカリ	アルカリ性の廃液
6. 廃プラスチック類	プラスチック類の不要になったもの
7. 紙くず	紙製造業、製本業などの特定の業種から排出されるもの
8. 木くず	木材製造業などの特定の業種から排出されるもの
9. 繊維くず	繊維工業から排出されるもの
10. 動植物性残渣	食料品製造業等の原料として使用した動植物で不要になったもの
11. ゴムくず	天然ゴムくずのみを含むもの
12. 金属くず	鉄鋼又は非鉄金属の切削くず、金属片など
13. ガラス及び陶磁器くず	ガラス、陶磁器くず、コンクリートの破片など
14. 鋳さい	製鉄所の炉の残さい、石材くずなど
15. がれき類	工作物の除去に伴って生じたコンクリートの破片など
16. 動物のふん尿	畜産農業から排出されるもの
17. 動物の死体	畜産農業から排出されるもの
18. ばいじん	工場の排ガスを処理して得られるばいじん
19. 上記の18種類の産業廃棄物を処分するために処理したもの(コンクリート固化化物など)	
20. 1～19の廃棄物、航行廃棄物、携帯廃棄物を除く輸入された廃棄物	

(注) この他に、廃PCB等、水銀などの有害物質、廃石綿等の特別管理産業廃棄物があり、これらは既にマニフェスト使用が行われています。

# マニフェストという管理票が産業廃 あなたの産業廃棄物の

マニフェストの記入は、下の図のように少しも難しくありません。  
みなさんは、収集・運搬、処理・処分を委託する際に必要事項を記入し  
最後に適正に処理・処分されたかどうかを確認します。  
また、マニフェストを受け渡す時には、日付の記入、検印、  
確認を忘れないようにしましょう。

■ マニフェスト（管理票）の記入はとても簡単です。  
（6枚つづりの「産業廃棄物マニフェスト」の場合）

引き渡しの際には…

**1** 必要事項を記入し、「A票」  
を控えとして保管します。

6枚つづりのマニフェストに、取扱上の注意点  
などの必要事項を記入し、署名・押印した後、  
「A票」を控えにして、産業廃棄物とともに5枚  
を収集運搬業者に渡します。

（原則として、産業廃棄物の種類ごとに、1セットの管理票を使用します。）



**2** 引き渡しの際に「B票」を  
受け取り、保管します。

産業廃棄物を引き渡す際、お互いに記載事項を  
確認。また、運搬終了後10日以内に所定欄に  
収集・運搬業者の署名・押印した「B2票」を  
受け取り、確実に保管します。

運搬委託日から90日以内に「B2票」が返送さ  
れてこない時は、運搬業者に問い合わせ確認  
し、関係都道府県知事等に報告します。

産業廃棄物を  
出す事業者

（食品産業・農林水産業）

保管票

A票 B2票 D票

廃棄物の流れ

B2票

処分  
終了

**3** 処分業者から「D票」を受け  
取り、控えと照合します。

処分終了後に、処分業者から「D票」が返送さ  
れてきます。これを保管していた「A票」、「B2票」  
と照合し、指示通りに処分が行われたかチェッ  
クします。

**4** 管理票は5年間保管します。

処理委託日から90日以内に「D票」が返送され  
てこない場合、処理業者に問い合わせ確認し  
関係都道府県知事に報告します。また「A票」  
「B2票」、「D票」は5年間保管する義務があります。

**5** 管理票の交付状況を報告  
します。

管理票の交付状況について、毎年度6月30日  
まで都道府県知事等に報告書を提出すること  
になっています。

処分終了後は…

# 廃物の適正な運搬・処理の証です。 管理に責任を持ちましょう。

■ マニフェスト（産業廃棄物管理票）は、こんな内容です。

**排出事業者の所在地・名称**

産業廃棄物を排出した事業所の所在地・名称も合わせて記入します。

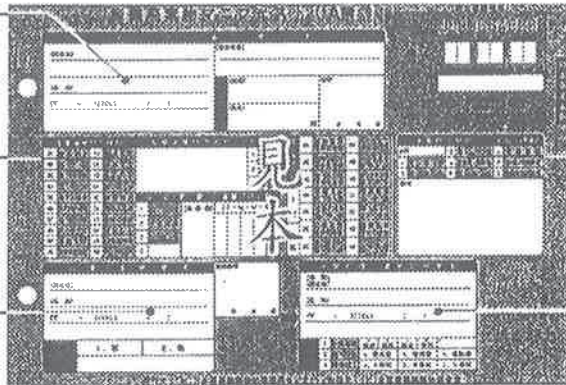
**委託する産業廃棄物の種類・数量**

種類や数量から、名称・形状・荷姿・重量まで細かく記入します。

**収集運搬業者の所在地・名称**

許可を持つ収集運搬業者を選び、許可番号も忘れずに記入します。

産業廃棄物管理票



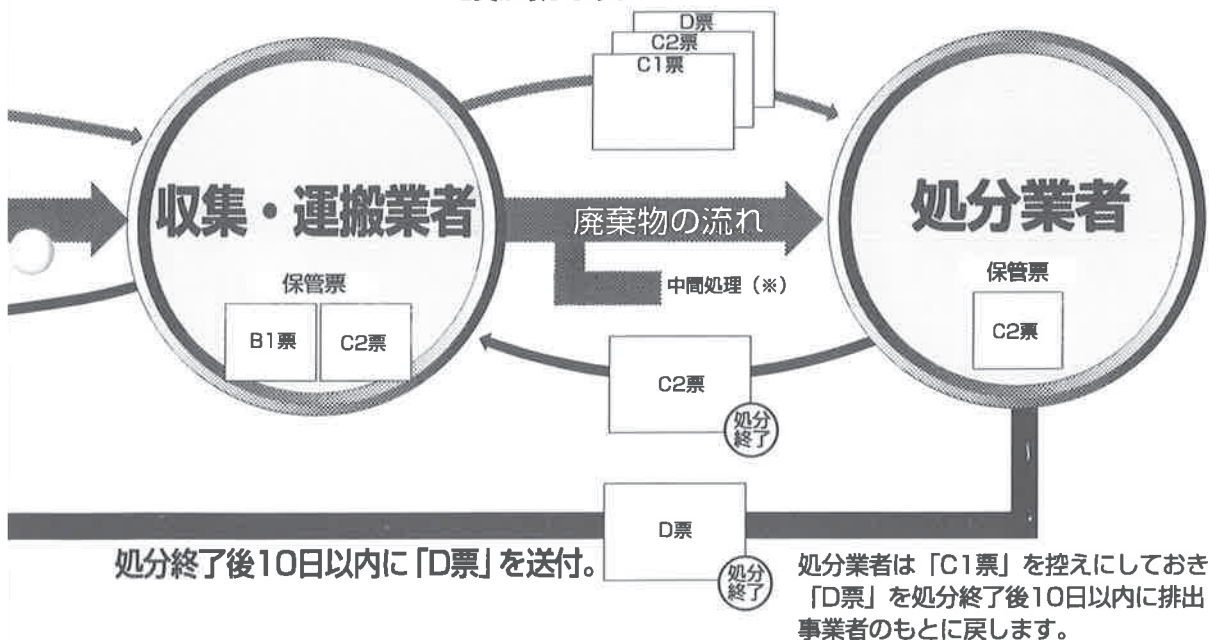
**運搬や処分する際の注意事項**

運搬や処分に特別な注意が必要な産業廃棄物は、より詳しく記入します。

**処分業者の所在地・名称**

許可を持つ処分業者を選び、許可番号も忘れずに記入します。

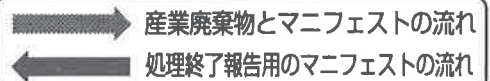
収集・運搬業者は「B1票」を控えにしておき、産業廃棄物を引き渡し後、処分業者から「C2票」を受け取ります。



処分業者は「C1票」を控えにしておき、「D票」を処分終了後10日以内に排出事業者のもとに戻します。

**※中間処理**

途中で、中間処理（脱水・焼却等）をした場合は、その段階で委託処理は完了し、「D票」が返送されます。その後は、中間処理業者としての新しいマニフェストが発行されること等となります。



# ITFコード14桁移行を確認

—物流委員会—

12月2日（水）15時30分より開催された物流委員会では、定例議題の前に（財）流通システム開発センター研究開発部長の佐藤誠氏と黒沢康雄氏にご出席頂いて、ITF16の14桁化についての説明をして頂いた。説明の骨子は次の通りであるが、意見交換の席では、「出来る限り早く14桁移行することが望ましい、程度の表現があってもいいのではないか」との意見が出されていた。

## ITF16の14桁化について

（財）流通システム開発センター

ITFはダンボールを主体とした商品の包装体にソースマーキングをするためのバーコードである。

運用基準（業界ガイド）の見直し

従来のDCC・ITF運用基準：  
国内ではITF14、ITF16のいずれを使ってもよい。ただし、国際取引ではITF14に限る

国内ITF使用業界の運用ガイド：  
ITF16

基準  
の  
変  
更

見  
直  
し  
理  
由

UCC/EANのITFガイド：  
ITF14

EANCOM、EAN-128  
などの規格：  
ITF14

輸出入での最近のトラブル：  
ITF16のまま輸出、  
輸入商品にITF16を要求

今後のITF運用基準（DCC提案）：

- ・原則としてITF14とする。
- ・例外的にITF16を使う（国内利用に限る）。
- ・既にITF16でマーキングした商品はそのまま（国内利用に限る）。

当センターは、既に業界内にITFの運用ガイドを出してITFが普及している業界団体（製・販・販）の代表と平成10年9月に意見交換会を行った。大方の業界では、ITF14への主体切り替えは可能であるが、業界内の現状再確認、コンセンサスと再周知徹底方法の検討を行い、平成11年1月に再度意見交換会を開催することとした。

また、当センターは今後新規にITFの導入を検討する業界にはITF14で指導する方針である。



