

会 報



日食協

Vol. 118 Mar. 2, 2001

目

次

新世紀を迎え各地で賀詞交歓会	2
定款変更について	3
事業活動	
「取引慣行の実態」まとまる	12
Ⅰ. 加工食品業界における取引実態把握に関するアンケート調査 (集計結果)	13
Ⅱ. メーカーにおける取引制度に関するアンケート調査 (集計結果)	25
Ⅲ. アンケート結果総括概要	31
暫定予算と構造改善計画	36
業務日誌から	
さざえ・ほたて等の「表示問題」	41
商品画像情報調査研究報告書まとまる	42
日食協経営実務研修会	45

回								
覧								

新世紀を迎え各地で賀詞交歓会

いろいろと「話題の多かった2000年」の年も暮れ、いつもの如く除夜の鐘と共に新世紀を迎えた。年初から波乱に満ちた年として予測されている中で、全国各地で会員・賛助会員が集い、例年の如く新年会を開催した。

東京では、1月9日（火）当協会主催の賀詞交換会（缶詰業界各団体との共催）がパレスホテルにて16時30分より開催された。当日は谷津義男農林水産大臣が祝辞挨拶にかけつけて下さった。参加人員約550名。開会挨拶は(株)日本缶詰協会会長 久井恵之助氏、乾杯音頭は日本製缶協会会長 三木啓史氏。予定の18時近く盛況の中で当協会を代表し國分勸兵衛会長が景気良く三本締の中締を行った。

その後も去りもやらぬ参加者が残り、事務局がお開きを確認したのは1時間後であった。

これに先立ち1月5日（金）大阪では「第35回 大阪食品業界新春名刺交換会」が大阪府食品卸同業会、大阪乾物卸商組合、食品新聞社と当協会近畿支部共催に依り、大閘園にて16時より280社、1,200人を集めて盛大に行われた。

主催者代表として当協会近畿支部長 尾崎弘氏(伊藤忠食品(株))が「円安、アメリカ経済もかげり。小売業は深刻な時、低価格競争必至。しかし生き残るためには取捨選択して協力すべき。商売発祥の地、大阪の卸として言うべきことははっきり言わなければいけない。一致協力して難局をのり切ろう。」と挨拶。来賓の近畿農政局 伊藤元局長の挨拶が続き、乾杯の発声は大阪府食品卸同業会の米谷晴生副会長が行った。

一方北海道では1月5日（金）札幌市の京王プラザホテルにて当協会北海道支部が主催する「食品業界新年交歓会」が12時より開催された。

冒頭、杉野恵二郎支部長（杉野雪印アクセス(株)）は「個人消費が伸びず小売店の売上不振、実勢価格下落。卸にとってリスクも増大している。正常取引が課題。一方、環境・安全衛生に関する法律の施行等もあり、当協会は新しい視点に立った理論武装と機能強化が必要と考える。」と挨拶された。次に来賓代表の賛助会員世話人代表 大風寛二氏(味の素(株))が「互にあるべき姿を求めて行くべき。」とご挨拶され、乾杯の音頭を井上安雄氏（東洋水産(株)）がとられた。参会者約400人、盛会裡に副支部長 井本幸吉氏（国分(株)）が「公正取引・公正競争の実現に向けて運営活動して行きたい。」と中締め挨拶をされた。

同日、九州においては、九州沖縄支部が主催する「平成13年度新年交歓会」が博多全日空ホテルで開催され、約500人が出席した。本村道生支部長(コゲツ産業(株))は「21世紀も規制緩和による競争の中で始まる。グローバル化する中で、問屋中抜き論もあり、我々の機能の真価が問われている。当協会活動も正念場を迎えた。もっと深く話し合い、健全な競争をテーマにしてこそ存在意義がある。福岡協議会も本部の意向に沿って活動する。」と挨拶。

賛助会員横山敬一氏（味の素㈱）は、「大変革期を迎えた。国際化に加えて高齢社会の健康がポイント。バイオ技術の進展もあり、食と食生活はますます重要となる。食と健康に貢献していきたい。」と述べられた。

九州ではこの後、9日には鹿児島サンロイヤルホテルで鹿児島食品二十日会、10日にはサンホテルフェニックスで宮崎食品はまゆう会、同じ日、トキハ会館で大分食品共栄会と新年会が相次いで開催され、会員がそれぞれ各地で参加した。

この他全国各地で同業会等が主催・共催する新年会が開催されたが、「新しい森を今こそ築く時」（1/5 東京・酒類食料品業懇話会にて國分勘兵衛氏・国分㈱）「今こそ卸売業、食品産業としてのアイデンティティの確立を」（東京都食品卸同業会にて廣田正氏・菱食㈱）と卸売産業が自信を持って産業としての確立を図るべき時が来ている。そしてその為には公正取引・公正競争のルールの確立と実践が必須である、と訴えられる業界トップと「IT革命の時、革命とは時の支配者を変えることである。発想を変えることから始めるべき」（埼玉県食品卸業協会にて大久保政一氏・吉見商事㈱）「良き伝統は革新の連続により作られる」（東京都食品卸同業会にて山本新三郎氏・国分㈱）の如く、革新対応を強調された、業界トップがおられたのが今年の新年会の共通の特徴であった。

定款変更について

—事務局—

当会報 Vol.117 にて既報の如く、昨平成 12 年 5 月 26 日の定時総会において可決された「定款変更」について、農林水産大臣の認可を受けるべく申請を行っていたが、漸く平成 12 年 12 月 28 日付にて認可の通知があった。

この間には、6 月 1 日付でいち早く申請書類を作成したが、「その他に変更がある」という連絡があり、そのまま受付けてもらえず、6 月 30 日まで受付受理が延ばされた経緯があった。かつ受理されてから 11 月になるまで、そのままなおざりにされていた。しかし、担当官の人事異動があり、11 月 17 日に「更に追加変更あり」との連絡があり、その追加変更については行政指導という形で「再申請をする」事になった。依って正副会長の了解を得てとり敢えず第 1 ステップの定款変更を行う事にしたものである。この分の認可により変更した現行定款について本会報に掲載し、会員と賛助会員に配布・通知に代えさせて頂く事とした。

なお、その前の追加変更案については、既に会報 Vol.116 にてご報告済みであり、平成 12 年 11 月 7 日の理事会では変更案を審議し、原案可決済であるが、これは平成 13 年 5 月 26 日開催予定の総会において最終審議する予定になっている。その結果を再度変更申請をすることになる。従って以下の定款は短期間のものであるが、「現行定款」としてご理解頂きたい。



社団法人 日本加工食品卸協会 定款

平成5年8月5日より施行
平成12年12月28日一部変更

第1章 総 則

(名 称)

第1条 この法人は、社団法人日本加工食品卸協会（以下「協会」という。）と称し、その英文名を、JAPAN PROCESSED FOODS WHOLESALERS ASSOCIATION という。

(事務所)

第2条 協会は、主たる場所を東京都中央区日本橋室町二丁目5番11号江戸ビル4階に置き、従たる事務所を理事会の議決を経て必要な地に置くことができる。

(目 的)

第3条 協会は、加工食品流通の近代化・効率化に関する調査研究、加工食品の卸売業の構造改善の促進、加工食品に関する知識の普及啓発等を行うことにより、加工食品流通の近代化と経営の合理化を図り、もって、加工食品の安定供給と国民生活の向上に資することを目的とする。

(事 業)

第4条 協会は、前条の目的を達成するため、次の事業を行う。

- (1) 加工食品流通の近代化・効率化に関する調査研究及びその成果の普及
- (2) 加工食品の卸売業の構造改善に関する事業の実施及び指導
- (3) 加工食品に関する知識の普及啓発及び苦情処理
- (4) 加工食品の卸売業の経営者及び従業員の教育研修
- (5) その他協会の目的を達成するために必要な事業

(規 約)

第5条 この定款に定めるもののほか、協会の運営に関し必要な事項は、規約で定める。

第2章 会 員

(会員の資格)

第6条 協会の会員は、加工食品流通の近代化及び効率化に日常的かつ積極的に関連する健全な事業者とする。

(入 会)

第7条 協会の会員になろうとする者は、会長が理事会の議決を経て別に定める入会申込書を

会長に提出し、理事会の承認を受けなければならない。

(脱 退)

第8条 会員は、次の各号の事由の一に該当するときは、協会を脱退する。

- (1) 会員から脱退の申出があったとき。
- (2) 会員たる資格が喪失したとき。
- (3) 破産宣告を受けたとき。
- (4) 解散したとき。
- (5) 会費を引き続き1年以上納入しないとき。
- (6) 除名されたとき。

2 前項第1号の申出は、会長が理事会の議決を経て別に定める脱退届書を会長に提出しなければならない。

(除 名)

第9条 協会は、会員が次の各号の一に該当するときは、総会の議決を経て、その会員を除名することができる。この場合には、協会は、その総会の開催の日の10日前までに、その会員に対し、その旨を書面をもって通知し、かつ、議決の前に弁明する機会を与えるものとする。

- (1) 協会の事業を妨げ、又は協会の名誉をき損する行為をしたとき。
- (2) 定款又は総会の決議に反する行為をしたとき。

2 会長は、除名の決議があったときは、その旨を当該会員に通知するものとする。

(入会金及び会費)

第10条 会員は、入会の際に総会で別に定める入会金を納入しなければならない。

- 2 会員は、毎年度、総会で別に定める会費を納入しなければならない。
- 3 既納の入会金、会費その他の拠出金品は、会員の脱退の場合においても、これを返還しない。

(届 出)

第11条 会員は、その氏名又は住所に変更があったときは、遅滞なく協会にその旨を届け出なければならない。

(賛助会員)

第12条 協会の目的に賛同し、会長が理事会の議決を経て別に定める入会申込書を会長に提出して理事会の承認を受けたものは、賛助会員となることができる。

- 2 賛助会員は、総会で別に定める賛助会費を納入しなければならない。
- 3 賛助会員は、協会が発行する資料等の配布を受けるほか、会長が適当と認める場合には、協会の事業に参加することができる。
- 4 賛助会員は、次の各号の一に該当するときは、協会を脱退する。

- (1) 賛助会員から脱退の申出があったとき。

- (2) 禁治産若しくは準禁治産又は破産宣告を受けたとき。
 - (3) 死亡又は解散したとき。
 - (4) 賛助会費を引き続き1年以上納入しないとき。
 - (5) 除名されたとき。
- 5 既納の賛助会費及びその他の拠出金品は、賛助会員の脱退の場合においても、これを返還しない。
- 6 第9条の規定は、賛助会員について準用する。

第3章 役員等

(役員の数及び選任)

第13条 協会に、次の役員を置く。

- (1) 理事 25人以上 30人以内
- (2) 監事 2人又は3人

2 理事及び監事は、総会において選任する。ただし、理事のうち、同一親族（3親等以内の親族及びこの者と特別の関係にある者をいう。）又は特定の企業の関係者である理事の占める割合は、それぞれ理事現在数の3分の1を超えてはならない。

3 理事及び監事は、相互にこれを兼ねることができない。

4 理事のうちから会長1人、副会長3人及び専務理事1人を互選する。

(役員職務)

第14条 会長は、協会を代表し、その業務を総理する。

2 副会長は、会長を補佐して協会の業務を掌理し、あらかじめ理事会において定める順序により、会長に事故があるときはその職務を代理し、会長が欠けたときはその職務を行う。

3 専務理事は、会長及び副会長を補佐し、事務局を統括して会務を処理し、会長及び副会長に事故があるときはその職務を代理し、会長及び副会長が欠けたときはその職務を行う。

4 理事は、理事会を組織し、業務を執行する。

5 監事は、民法第59条に規定する職務を行う。

(役員任期)

第15条 役員任期は、2年とする。ただし、再任を妨げない。

2 補欠又は増員による役員任期は、前任者又は現任者の残任期間とする。

(任期満了又は辞任の場合)

第16条 任期満了又は辞任により役員がその定款を欠くに至った場合は、退任した役員は、その後任者が就任するまでは、その職務を行うものとする。

(役員解任)

第17条 協会は、役員が協会の役員としてふさわしくない行為をしたときその他特別の事由があるときは、総会の議決を経て、その役員を解任することができる。この場合には、協会

は、その総会の開催の日の10日前までに、その役員に対し、その旨を書面をもって通知し、かつ、議決の前に弁明する機会を与えるものとする。

(役員の報酬)

第18条 役員は、無報酬とする。

2 前項の規定にかかわらず、常勤の役員には、機会の議決を経て、報酬を支払うことができる。

(名誉会長及び顧問)

第19条 協会に、名誉会長及び顧問を置くことができる。

2 名誉会長及び顧問は、理事会の承認を得て、会長が委嘱する。

3 名誉会長及び顧問は、協会運営上の重要事項について、会長の諮問に応ずる。

第4章 総 会

(総会の種別等)

第20条 協会の総会は、通常総会及び臨時総会とする。

2 総会の議長は、総会において、出席会員のうちから選出する。

3 通常総会は、毎事業年度終了後2月以内に開催する。

4 臨時総会は、次に掲げる場合に開催する。

(1) 理事会において必要と認めたとき。

(2) 会員現在数の5分の1以上又は監事から会議の目的たる事項を示した書面により請求があったとき。

(3) 民法第59条第4号の規定により監事が招集したとき。

(総会の招集)

第21条 総会は、前条第4項第3号に規定する場合を除き、会長が招集する。

2 前条第4項第2号の規定により請求があったときは、会長はその請求のあった日から30日以内に総会を招集しなければならない。

3 総会の招集は、少なくともその開催の日の10日前までに、会議の日時、場所、目的及び審議事項を記載した書面をもって会員に通知しなければならない。

(総会の議決方法等)

第22条 総会は、会員現在数の過半数以上に当たる会員が出席しなければ開くことができない。

2 会員は、総会において、各1個の表決権を有する。

3 総会においては、前条第3項の規定によりあらかじめ通知された事項についてのみ議決することができる。

4 総会の議事は、第24条に規定する場合を除き、出席者の表決権の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

この場合において、議長は、議決に加わる権利を有しない。

(総会の権能)

第23条 総会は、この定款において別に定めるもののほか、協会の運営に関する重要な事項を議決する。

(特別議決事項)

第24条 次の各号に掲げる事項は、総会において、出席者の表決権の3分の2以上の多数による議決を必要とする。

- (1) 定款の変更
- (2) 解散及び残余財産の処分
- (3) 会員の除名
- (4) 役員解任

(書面又は代理人による表決)

第25条 やむを得ない理由により総会に出席できない会員は、あらかじめ通知された事項につき、書面又は代理人をもって表決権を行使することができる。

- 2 前項の書面は、総会の開催の日の前日までに協会に到達しないときは、無効とする。
- 3 第1項の代理人は、代理権を証する書面を協会に提出しなければならない。
- 4 第1項の規定により表決権を行使する者は、出席したものとみなす。

(議事録)

第26条 総会の議事については、議事録を作成しなければならない。

2 議事録は、議長が作成し、少なくとも次の事項を記載し、議長及び出席会員のうちからその総会において選任された議事録署名人2名以上が署名押印しなければならない。

- (1) 日時及び場所
- (2) 会員の現在数、出席会員数及び出席会員の氏名（書面表決者及び表決委任者の場合にあっては、その旨を付記すること。）
- (3) 議案
- (4) 議事の経過の概要及びその結果
- (5) 議事録署名人の選任に関する事項

3 議事録は、事務所に備え付けておかなければならない。

第5章 理事会

(理事会の構成等)

第27条 理事会は、理事をもって構成する。

- 2 理事会は、必要に応じて会長が招集する。
- 3 理事会の議長は、会長がこれに当たる。
- 4 監事は、必要に応じ理事会に出席し、意見を述べることができる。

5 第2項の規定にかかわらず、次の各号の一に該当する場合は、臨時理事会を開催する。

(1) 理事現在数の5分の1以上から会議の目的たる事項を示した書面により請求があったとき。

(2) 監事が、財産及び会計の状況又は業務の執行について、理事会へ報告する必要があると認めたとき。

(理事会の権能)

第28条 この定款において別に定めるもののほか、次の各号に掲げる事項は、理事会において審議し、又は決定するものとする。

(1) 事業計画等総会に付議すべき事項及び総会の招集に関すること。

(2) 総会の議決した事項の執行に関すること。

(3) 会務を執行するための計画、組織及び管理の方法。

(4) 諸規定の制定又は改廃に関すること。

(5) その他理事会において必要と認めた事項。

(規定の準用)

第29条 第21条第3項、第22条、第25条及び第26条の規定は、理事会について準用する。この場合において、「会員」とあるのは「理事」と、「総会」とあるのは「理事会」と読み替えるものとする。

第6章 委員会

(委員会)

第30条 会長は、協会の事業の円滑な運営を図るため、必要と認めるときは、理事会の議決を経て、委員会を置くことができる。

2 委員は、理事会の承認を得て、専門的な知識を有する者のうちから、会長が委嘱する。

3 委員会の運営に関し必要な事項は、理事会の議決を経て、会長が別に定める。

第7章 事務局等

(事務局及び職員)

第31条 協会の事務を処理するため、事務局を置く。

2 事務局に、職員を置く。

3 事務局及び職員に関する事項は、理事会の議決を経て、会長が別に定める。

(業務の執行)

第32条 協会の業務の執行の方法については、規約に定めるもののほか、理事会で定める。

(書類及び帳簿の備付け)

第33条 協会は、事務所に、民法第51条及びこの定款で別に定めるもののほか、次に掲げ

る書類及び帳簿を備え付けておかなければならない。

- (1) 定款
- (2) 役員等の氏名、住所及び略歴を記載した書面
- (3) 許可、認可等及び登記に関する書類
- (4) 収入及び支出に関する証拠書類及び帳簿
- (5) その他必要な書類及び帳簿

第8章 資産及び会計

(事業年度)

第34条 協会の事業年度は、毎年4月1日に始まり、翌年の3月31日に終わる。

(資産の構成)

第35条 協会の資産は、次の各号に掲げるものをもって構成する。

- (1) 設立当初の財産目録に記載された財産
- (2) 入会金、会費及び賛助会費
- (3) 寄付金品
- (4) 助成金または交付金
- (5) 事業に伴う収入
- (6) 資産から生ずる収入
- (7) その他の収入

(資産の管理)

第36条 協会の資産は、会長が管理し、その方法は、総会の議決を経て、会長が別に定める。

(経費支弁の方法等)

第37条 協会の経費は、資産の額を超えて支弁してはならない。

(借入金)

第38条 協会は、その事業に要する経費の支弁に充てるため、あらかじめ理事会において定めた額を限度として、その事業年度の収入をもって償還する一時借入金の借入れをすることができる。

2 協会は、その事業に要する経費の支弁に充てるため、総会の議決を経、かつ、農林水産大臣の承認を受け、資産の額を限度として、長期借入金の借入れをすることができる。

(事業計画及び収支予算)

第39条 会長は、毎事業年度開始前に、事業計画及び収支予算の案を作成し、総会に提出しなければならない。

2 前項の規定にかかわらず、やむを得ない理由により収支予算が決定しないときは、直近に

開催される総会において収支予算が決定するまでの間、理事会の議決を経て、暫定予算として前年度の収支予算に準じて収入及び支出をすることができる。

- 3 前項の収入及び支出は、当該年度の収支予算が直近に開催される総会において決定したときは、これを当該年度の収支予算に基づいてなしたものとみなす。

(監査等)

第40条 会長は、毎事業年度終了後、次の各号に掲げる書類を作成し、通常総会の開催の日の10日前までに監事に提出して、その監査を受けなければならない。

- (1) 事業概況報告書
- (2) 収支計算書
- (3) 正味財産増減計算書
- (4) 貸借対照表
- (5) 財産目録

2 監事は、前項の書類を受理したときは、これを監査し、監査報告書を作成して総会に提出しなければならない。

3 会長は、第1項の書類及び前項の監査報告書について、総会の承認を得た後、これを事務所に備え付けておかななければならない。

(報告)

第41条 会長は、毎事業年度開始の日から3月以内に、次の各号に掲げる書類を農林水産大臣に提出しなければならない。

- (1) 前年度の事業概況報告書及びその年度の事業計画書
- (2) 前年度末の財産目録及び貸借対照表
- (3) 前年度の収支計算書及び正味財産増減計算書並びにその年度の収支計算書
- (4) 前年度末の会員名簿及び賛助会員名簿並びに前年度における会員及び賛助会員の異動状況を記載した書類

第9章 定款の変更、解散及び残余財産の処分

(定款の変更)

第42条 この定款の変更は、農林水産大臣の認可を受けなければその効力を生じない。

(解散)

第43条 協会は、民法第68条第1項第2号から第4号まで及び第2項第2号の規定によるほか、総会の議決を経、かつ、農林水産大臣の認可を受けて解散する。

(解散の場合の残余財産の処分)

第44条 協会が解散した場合において、その債務を弁済してなお残余財産があるときは、総会の議決を経、かつ、農林水産大臣の認可を受けて、協会の目的と類似の目的を有する他の公益法人に寄付するものとする。

第10章 雑 則

(細 則)

第45条 この定款に定めるもののほか、協会の事務の運営上必要な細則は、理事会の議決を経て、会長が別に定める。

附 則

- 1 この定款は、農林水産大臣の設立許可のあった日（平成5年8月5日）から施行する。
- 2 協会の設立当初の役員は、第13条第2項及び第4項の規定にかかわらず、別紙のとおりとし、その任期は、第15条第1項の規定にかかわらず、設立許可のあった日から第1回の通常総会の終了の日までとする。
- 3 協会の設立当初の事業年度は、第34条の規定にかかわらず、設立許可のあった日から平成6年3月31日までとする。
- 4 協会の設立初年度の事業計画及び収支予算は、第39条の規定にかかわらず、設立総会において定めるところによる。
- 5 この定款の変更は、農林水産大臣の認可のあった日（平成12年12月28日）から施行する。

事 業 活 動

「取引慣行の実態」まとまる

—食品流通委員会—

2月8日（木）13時30分より開催された食品流通委員会において、同ワーキング・グループ座長木村哲二氏（㈱菱食）より、前年10月に実施した「加工食品業界における取引実態把握に関するアンケート調査」と「メーカーにおける取引制度に関するアンケート調査」についての報告がなされた。当日は事務局としてこの調査にご参画して下さった㈱流通政策研究所の赤座忍氏も出席、集計結果・結果概要（項目毎）・アンケート調査結果総括概要をまず報告。次いでこの結果を踏まえてワーキング・グループ策定による提言案「日食協の考える公正取引・公正競争」についての説明がなされた。

平成12年度の作業の総括報告という事で、内容についての質疑も含めて活発な意見の交換がなされた。特に提言案の扱いについては業界に与えるインパクトも考慮し、新年度の理事会報告を俟って決定させることとなった。

本会報においては、集計結果（会員向けと賛助会員向け）とアンケート結果総括概要を掲載する事とした。

またアンケートに協力し、ご回答頂いた会員・賛助会員に対しては別冊「アンケート調査報告」を作成の上送付申し上げる事とした。

いずれにしても、自分達の業界の取引慣行については、日常その中であって、認識・理解しているつもりであっても、こうしたアンケートの集計結果を見ると、意外にそれが間違っている事もある。従って今回のこのアンケート結果を客観的に冷静に把握し、現実を少なくとも二面的或いは多次的に理解する機会として頂ければ幸いである。

I. 加工食品業界における取引実態把握に関するアンケート調査 (集計結果)

外資系小売業の進出や小売業者間競争の激化等により、流通業界の構造変化が起こっており、取引慣行にも変化をもたらしております。本アンケート調査では全般に渡って、特に最近時において変化している取引慣行についてご回答願います。

※以下 回答太字数値は、回答者比率である。

問1. ここ1年間で、販売先小売業者から要請されている事項の中で、貴社が重要な問題があると認識している事項について、該当する番号に1つずつ○印をつけて下さい。

	ある大きな問題がある	問題がある	ないそれ程問題がない	受け止めてほしい要請である	むしろ当然の要請	自粛され、要請がない	
1. センターフィー	(32.9)	(48.2)	(12.9)	(1.2)	(3.5)		無答(1.2)
2. 販売先の都合による帳合変更	(35.3)	(47.1)	(12.9)	(0.0)	(2.4)		無答(2.4)
3. 協賛金支払い	(35.3)	(44.1)	(15.3)	(0.0)	(1.2)		無答(1.2)
4. 労務提供	(18.8)	(51.8)	(24.7)	(0.0)	(3.5)		
5. 押付け販売	(18.8)	(30.6)	(42.4)	(0.0)	(7.1)		無答(1.2)
6. 返品	(24.7)	(45.9)	(25.9)	(1.2)	(2.4)		無答(0.0)

問2. センター納品及び、センターフィー支払いの平均的実態についてお伺いします。

1. 平均的な取引条件を想定して、全般的傾向としてセンター納品及びセンターフィー支払いについてご回答下さい。

- (1) 以下に示すセンター類型それぞれについて、貴社が納品しているかどうか該当する番号1つに○印をつけて下さい。「1. 有」と回答した場合、センター納品に不満があるかどうかについて、センター類型毎に該当する番号1つに○印をつけて下さい。不満が「1. 有」と回答された方は、不満となる理由として最たるものを次頁の選択肢より選び、該当する番号1つに○印をつけて下さい。

センター類型	納品	不満
通過型A (小売業が運営しセンターフィーを徴収する)	1. 有 (72.9) → 2. 無 (11.8) → 無答 (15.3)	1. 有 (90.3) 2. 無 (9.7) 無答 (0.0)
通過型B (卸売業が運営しセンターフィーは小売業本部が徴収する)	1. 有 (58.8) → 2. 無 (21.2) → 無答 (20.0)	1. 有 (84.0) 2. 無 (14.0) 無答 (2.0)
通過型C (卸売業が運営しセンターフィーは当該卸売業が徴収する)	1. 有 (32.9) → 2. 無 (49.4) → 無答 (17.6)	1. 有 (57.1) 2. 無 (39.3) 無答 (3.6)
センター類型	納品	不満
在庫型A (小売業が運営しセンターフィーを徴収する)	1. 有 (40.0) → 2. 無 (36.5) → 無答 (23.5)	1. 有 (79.4) 2. 無 (20.6) 無答 (0.0)
在庫型B (卸売業が運営しセンターフィーは小売業本部が徴収する)	1. 有 (42.4) → 2. 無 (31.8) → 無答 (25.9)	1. 有 (75.0) 2. 無 (25.0) 無答 (0.0)
在庫型C (卸売業が運営しセンターフィーは当該卸売業が徴収する)	1. 有 (25.9) → 2. 無 (49.4) → 無答 (24.7)	1. 有 (63.6) 2. 無 (31.8) 無答 (4.5)

選択肢

不満となる理由	
1.	自社配送よりフィーが高額である。
2.	センターフィー算定に交渉の余地がない。
3.	同じ販売先でも流通センターによりフィーが異なる。
4.	センターフィーに販売先の利益が含まれている。
5.	センターフィー算定根拠が不明である。
6.	作業コストに見合ったセンターフィーではない。
7.	販売先が合理的な作業スケジュールを設定していない。
8.	納品時間を指定される。
9.	センターへの納品が作業を煩雑にする。
10.	その他

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	無答
通過型A	35.7	16.1	0.0	10.7	25.0	5.4	3.6	1.8	0.0	0.0	1.8
通過型B	23.8	21.4	0.0	16.7	21.4	7.1	0.0	2.4	2.4	2.4	2.4
通過型C	12.5	25.0	6.3	6.3	25.0	6.3	12.5	0.0	0.0	0.0	6.3
在庫型A	29.6	29.6	0.0	7.4	25.9	0.0	0.0	3.7	0.0	0.0	3.7
在庫型B	33.3	22.2	0.0	22.2	14.8	3.7	0.0	0.0	3.7	0.0	0.0
在庫型C	35.7	42.9	0.0	0.0	7.1	7.1	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0

(2) 貴社では、販売先の専用センターの運営を行っていますか。該当する番号 1 つに○印をつけてください。「1. 行っている」と回答された方は、SQにもご回答ください。

1. 行っている (62.4)	2. 行っていない (37.6)
-----------------	------------------

SQ 1. 貴社で運営している販売先の専用センターは何拠点ありますか。企業数及び拠点数について、業界ごとにご回答ください。

取引先業態		企業数	拠点数
1. 総合スーパー (GMS) (22.6)	...	2.3 社	3.3 拠点
2. 食品スーパー (SM) (35.8)	...	3.8 社	5.5 拠点
3. コンビニエンスストア (49.1)	...	2.5 社	3.3 拠点
4. ドラッグストア (1.9)	...	1.0 社	2.0 拠点
5. ディスカウントストア (1.9)	...	2.0 社	2.0 拠点
6. その他 (具体的に:) (7.5)	...	1.8 社	2.0 拠点

SQ 2. 上記の拠点の中で、徴収しているセンターフィーがありますか。該当する番号 1 つに○印をつけてください。「2. 有」と回答した方は、貴社が公表している、徴収しているセンターフィー料率の最大値と最小値を、「1. ドライ」と「2. チルド」にわけてご回答ください。

取引先業態	センターフィー徴収の有無	種別	センターフィー料率 (最大値の平均値)		センターフィー料率 (最小値の平均値)	
			最大値	平均値	最小値	平均値
1. 総合スーパー (GMS)	1. 無 (26.4)	1. ドライ (83.3)	4.4	%	3.3	%
	2. 有 (22.6)	2. チルド (33.3)	10.8	%	8.0	%
	無答 (50.9)	無答 (16.7)				
2. 食品スーパー (SM)	1. 無 (30.2)	1. ドライ (86.4)	4.8	%	3.1	%
	2. 有 (41.5)	2. チルド (27.3)	11.3	%	6.8	%
	無答 (28.3)	無答 (9.1)				
3. コンビニエンスストア	1. 無 (35.8)	1. ドライ (90.0)	5.0	%	4.1	%
	2. 有 (37.7)	2. チルド (20.0)	10.7	%	5.3	%
	無答 (26.4)	無答 (5.0)				
4. ドラッグストア	1. 無 (28.3)	1. ドライ (100.0)	5.3	%	4.0	%
	2. 有 (5.7)	2. チルド (0.0)	--	%	--	%
	無答 (66.0)	無答 (0.0)				
5. ディスカウントストア	1. 無 (32.1)	1. ドライ (100.0)	無回答	%	無回答	%
	2. 有 (1.9)	2. チルド (0.0)	--	%	--	%
	無答 (66.0)	無答 (0.0)				
6. その他 (具体的に:)	1. 無 (26.1)	1. ドライ (66.7)	2.5	%	無回答	%
	2. 有 (5.7)	2. チルド (33.3)	2.0	%	1.1	%
	無答 (67.9)	無答 (33.3)				

(3) センター納品を行い、センターフィー支払いを行なわざるを得ないとすると、今後どのような対応が必要であるか、該当するものの番号すべてに○印をつけてください。

1. センターフィー支払いの契約内容を明文化していく。(42.4)	
2. 最適納品システムについて、当事者間で話し合えるようにする。(47.1)	
3. 業界団体として、センターフィー設定根拠や算定基準の合理的理由の明確化を求めていく。(62.4)	
4. 業界全体で納入価格以外の各種コストは受益者負担であることを周知・徹底していく。(50.6)	
5. 物流条件を加味した価格設定を行っていく。(47.1)	
6. その他(具体的に: _____) (1.2)	無答 (7.1)

(4) 販売先から要請されるセンターフィー支払いの補填を仕入先に依頼した場合、実際にはどの程度の割合で補填されているか、金額割合でご回答下さい。

販売先から要請されるセンターフィー額の 合計のうち、仕入先補填の割合は	平均 21.7 %
--	-----------

2. 最も問題の多い販売先1社を想定して、センター納品及びセンターフィー支払いについてご回答下さい。

(1) その販売先で該当する業態で該当する番号 1つに○印 をつけて下さい。

1. 百貨店 (1.2)	2. 総合スーパー (GMS) (24.7)	3. 食品スーパー (SM) (44.7)
4. コンビニエンス・ストア (11.8)	5. ドラッグストア (2.4)	6. ホームセンター (0.0)
7. ディスカウントストア (2.4)	8. 専門店 (一般店含む) (0.0)	9. 業務用需要者 (外食産業等) (2.4)
10. その他(具体的に: _____) (0.0)		無答 (10.6)

(2) 以下に示すセンター類型それぞれについて、貴社が納品しているかどうか該当する番号 1つに○印 をつけて下さい。「1. 有」と回答した場合、SQにもご回答下さい。

センター類型	納品
通過型A (小売業が運営しセンターフィーを徴収する)	1. 有 (61.2) 2. 無 (11.8) 無答 (27.1)
通過型B (卸売業が運営しセンターフィーは小売業本部が徴収する)	1. 有 (38.8) 2. 無 (16.5) 無答 (44.7)
通過型C (卸売業が運営しセンターフィーは当該卸売業が徴収する)	1. 有 (24.7) 2. 無 (18.8) 無答 (56.5)
在庫型A (小売業が運営しセンターフィーを徴収する)	1. 有 (24.7) 2. 無 (22.4) 無答 (52.9)
在庫型B (卸売業が運営しセンターフィーは小売業本部が徴収する)	1. 有 (35.3) 2. 無 (18.8) 無答 (45.9)
在庫型C (卸売業が運営しセンターフィーは当該卸売業が徴収する)	1. 有 (21.2) 2. 無 (25.9) 無答 (52.9)

↓
(次のページ)

SQ. センター納品に不満があるかどうかについて、また、支払っているセンターフィー料率について、センター類型毎にご回答ください。不満が「2. 有」と回答された方は、不満となる理由と改善の方向性について次頁の選択肢より選び、該当する番号1つに○印をつけて下さい。

納品形態	不満の有無	不満となる理由 (1つに○印)	センターフィー料率	
通過型A	1. 無 (11.5) 2. 有 (84.6) 無答 (3.8)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. その他(具体的に:)	4.5	%
通過型B	1. 無 (24.2) 2. 有 (66.7) 無答 (9.1)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. その他(具体的に:)	4.8	%
納品形態	不満の有無	不満となる理由 (1つに○印)	センターフィー料率	
通過型C	1. 無 (52.4) 2. 有 (47.6) 無答 (0.0)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. その他(具体的に:)	5.1	%
在庫型A	1. 無 (42.9) 2. 有 (57.1) 無答 (0.0)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. その他(具体的に:)	6.0	%
在庫型B	1. 無 (20.0) 2. 有 (76.7) 無答 (3.3)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. その他(具体的に:)	6.3	%
在庫型C	1. 無 (55.6) 2. 有 (38.9) 無答 (5.6)	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. その他(具体的に:)	4.2	%

選択肢

不満となる理由	
1.	自社配送よりフィーが高額である。
2.	センターフィー算定に交渉の余地がない。
3.	同じ取引先でも流通センターによりフィーが異なる。
4.	センターフィーに販売先の利益が含まれている。
5.	センターフィー算定根拠が不明である。
6.	作業コストに見合ったセンターフィーではない。
7.	販売先が合理的な作業スケジュールを設定していない。
8.	納品時間を指定される。
9.	センターへの納品が作業を煩雑にする。
10.	その他

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	無答
通過型A	34.1	18.2	0.0	11.4	20.5	4.5	6.8	4.5	0.0	0.0	0.0
通過型B	27.3	22.7	0.0	27.3	4.5	4.5	0.0	4.5	0.0	4.5	4.5
通過型C	20.0	40.0	0.0	0.0	20.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	10.0

在庫型A	33.3	25.0	0.0	16.7	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
在庫型B	39.1	30.1	0.0	13.0	4.3	8.7	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3
在庫型C	28.6	42.9	0.0	14.3	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0

問3. 帳合変更の平均的実態についてお伺いします。

1. ここ1年間で販売先の一方的都合による帳合変更がありましたか。該当する番号1つに○印をつけて下さい。「1. あった」とご回答の方のみSQへお答え下さい。

1. あった (80.0) 2. なかった (20.0)

→ 6ページ2へお進み下さい。

無答 (0.0)

SQ1. 販売先の一方的都合による帳合変更の件数、平均予告期間や理由説明の有無、既存売上高に占める帳合変更により売上減となった額の割合について、以下に示す業態毎に件数を記入し、該当する番号に1つずつ○印をつけて下さい。

業 態	件数	帳合変更の 平均予告期間			一 方 的 通 知	明 確 な 理 由 説 明 あ り	その販売先に対する 既存売上に占める 帳合変更の金額割合		
		1 ヶ 月 未 満	1 ヶ 月 以 上 3 ヶ 月 未 満	3 ヶ 月 以 上			半 数 未 満	半 数 以 上	全 部
①百貨店	0.1件	25.0	75.0	0.0	50.0	50.0	0.0	25.0	75.0
(5.9)		無答 (0.0)			無答 (0.0)		無答 (0.0)		
②総合スーパー	0.4件	15.8	42.1	42.1	57.9	42.1	42.1	42.1	15.8
(27.9)		無答 (0.0)			無答 (0.0)		無答 (0.0)		
③食品スーパー	1.9件	14.6	75.0	10.4	68.8	29.2	72.9	14.6	10.4
(70.6)		無答 (0.0)			無答 (2.1)		無答 (2.1)		
④コンビニエンスストア	0.3件	35.3	29.4	35.3	64.7	35.3	52.9	0.0	47.1
(25.0)		無答 (0.0)			無答 (0.0)		無答 (0.0)		
⑤一般小売店	0.1件	66.7	0.0	33.3	66.7	33.3	66.7	33.3	0.0
(4.4)		無答 (20.0)			無答 (0.0)		無答 (0.0)		
⑥業務用需要者	0.5件	30.0	20.0	30.0	100.0	0.0	80.0	20.0	0.0
(14.7)		無答 (20.0)			無答 (0.0)		無答 (0.0)		

(卸売業、ギフト、
外食産業等含む)

SQ2. 帳合変更が行われた販売先は、過去において情報システム・物流システムの投資を行ったところで、今回の帳合変更により、それが無駄になったところですか。該当する番号1つに○印をつけて下さい。

1. はい (32.4) 2. いいえ (67.6) 無答 (0.0)

2. 今後も小売業による帳合変更があると思われませんが、最低限必要な予告期間として該当する番号1つに○印をつけて下さい。

1. 1ヶ月 (3.5) 2. 3ヶ月 (43.5) 3. 6ヶ月 (38.8) 4. 1年 (9.4)
5. その他 (具体的に:) (1.2) 無答 (3.5)

問4. 協賛金支払いの平均的実態についてお伺いします。

1. 販売先小売業より要請される協賛金の名目に該当する番号の全てに○印をつけて下さい。尚、それ以外で要請されているものがあれば、全ての名目を具体的にご記入下さい。

1. 決算協賛金 (54.1) 2. 特売協賛金 (75.3) 3. 販促協賛金 (61.2)
4. 創業協賛金 (74.1) 5. 広告・チラシ協賛金 (写真代、印刷代、掲載料を含む) (64.7)
6. 単なる協賛金名目 (24.7) 7. イベント (スポーツの優勝等) 特売協賛金 (21.2)
8. 株式公開協賛金 (4.7) 9. その他 (具体的に:) (5.9) 無答 (2.4)

2. 協賛金支払いはどういった条件下において正当なものであると思われませんか。該当する番号にいくつでも○印をつけてください。

1. 自社にとって直接的な利益が明らかに見込める場合 (70.6)
2. 支払うことがリテールサポートの一端であり、販売先の評価が得られるので、間接的に自社の利益となる場合 (25.9)
3. 仕入先がその多くを補填してくれる場合 (36.5)
4. その他 (具体的にどういう場合になら認められるのか:) (1.2)
5. どのような場合であっても正当なものとはいえない (11.8)
 無答 (2.4)

3. 販売先から要請される協賛金支払い金額の補填を仕入先に依頼した場合、実際にはどの程度の割合で補填されているか、金額割合でご回答下さい。

販売先から要請される協賛金額の
合計のうち、仕入先からの補填割合は 約 44.2 %

問5. 労務提供の平均的実態についてお伺いします。

1. 労務提供に関する一般的な傾向についてお伺いします。

貴社では以下にあげる労務提供をここ1年の間に行いましたか。該当する番号 1つに○印をつけて下さい。また、その労務提供が、貴社がリテールサポートとして積極的にやりたいものであるか、小売業からの強制的な要請であるか、該当する番号 1つに○印をつけて下さい。さらに、休日・夜間（深夜）の要請があったかどうか該当する番号 1つに○印をつけて下さい。

労務提供の行為類型	労務提供の有無	当該労務提供に対する認識	休日の要請	夜間の要請
(1) 平常時における棚替え時の手伝い	1. 有 (83.5) 2. 無 (12.9) 無答 (3.5)	1. リテールサポートである (33.8) 2. 強制的な要求である (36.6) 3. どちらともいえない (29.6) 無答 (0.0)	1. 有 (51.8) 2. 無 (32.9) 無答 (15.3)	1. 有 (42.2) 2. 無 (35.3) 無答 (22.4)
(2) 棚卸し時の手伝い	1. 有 (63.5) 2. 無 (32.9) 無答 (3.5)	1. リテールサポートである (9.3) 2. 強制的な要求である (63.0) 3. どちらともいえない (25.9) 無答 (1.9)	1. 有 (29.4) 2. 無 (34.1) 無答 (36.5)	1. 有 (41.2) 2. 無 (25.9) 無答 (32.9)
(3) 平常時における販売促進・陳列等の作業	1. 有 (67.1) 2. 無 (27.1) 無答 (5.9)	1. リテールサポートである (47.4) 2. 強制的な要求である (19.3) 3. どちらともいえない (33.3) 無答 (0.0)	1. 有 (37.6) 2. 無 (28.2) 無答 (34.1)	1. 有 (31.8) 2. 無 (31.8) 無答 (36.5)
(4) 新規開店・改装時の陳列等の作業	1. 有 (94.1) 2. 無 (5.9) 無答 (0.0)	1. リテールサポートである (56.3) 2. 強制的な要求である (25.0) 3. どちらともいえない (17.5) 無答 (1.3)	1. 有 (72.9) 2. 無 (18.8) 無答 (8.2)	1. 有 (41.2) 2. 無 (38.8) 無答 (20.0)
(5) バックルームの整理	1. 有 (37.6) 2. 無 (52.9) 無答 (9.4)	1. リテールサポートである (15.6) 2. 強制的な要求である (50.0) 3. どちらともいえない (34.4) 無答 (0.0)	1. 有 (7.1) 2. 無 (37.6) 無答 (55.3)	1. 有 (7.1) 2. 無 (36.5) 無答 (56.5)
(6) 値札付け作業	1. 有 (34.1) 2. 無 (57.6) 無答 (8.2)	1. リテールサポートである (3.4) 2. 強制的な要求である (62.1) 3. どちらともいえない (34.5) 無答 (0.0)	1. 有 (7.1) 2. 無 (34.1) 無答 (58.8)	1. 有 (5.9) 2. 無 (35.3) 無答 (58.8)
(7) 商品マスタの登録作業	1. 有 (58.8) 2. 無 (31.8) 無答 (9.4)	1. リテールサポートである (40.0) 2. 強制的な要求である (24.0) 3. どちらともいえない (36.0) 無答 (0.0)	1. 有 (12.9) 2. 無 (49.4) 無答 (37.6)	1. 有 (8.2) 2. 無 (48.2) 無答 (43.5)
(8) その他（具体的に ご記入下さい）	1. 有 (5.9) 2. 無 (10.6) 無答 (83.5)	1. リテールサポートである (20.0) 2. 強制的な要求である (80.0) 3. どちらともいえない (0.0) 無答 (0.0)	1. 有 (4.7) 2. 無 (3.5) 無答 (91.8)	1. 有 (2.4) 2. 無 (5.9) 無答 (91.8)

2. 貴社において最も問題が多い販売先1社からの要請の実態についてお伺いします。

(1) その販売先で該当する業態の番号1つに○印をつけて下さい。

1. 百貨店 (3.5)	2. 総合スーパー (GMS) (24.7)	3. 食品スーパー (SM) (50.6)
4. コンビニエンス・ストア (3.5)	5. ドラッグストア (1.2)	6. ホームセンター (2.4)
7. ディスカウントストア (1.2)	8. 専門店 (一般店含む) (0.0)	9. 業務用需要者 (外食業等) (3.5)
10. その他 (0.0)	無答 (9.4)	

(2) 1年間に、実際に労務提供を行った延回数・延人数(動員した延人数合計)・延時間(人数×時間の累計)についてご回答下さい。

労務提供の行為類型	1年間に労務提供を行った延べ回数	1年間に、労務提供に要した延人数と延時間
(1) 陳列・販売促進等の手伝い (棚替え、陳列等の作業、バックルームの整理、値札付け作業等)	①延 75.1 回	②延 126.7 人 ③延 690.2 時間
(2) 棚卸時の手伝い	①延 17.9 回	②延 44.1 人 ③延 102.2 時間
(3) 商品マスタの登録作業	①延 55.7 回	②延 62.5 人 ③延 193.1 時間
(4) その他 (具体的にご記入下さい)	①延 41.2 回	②延 89.0 人 ③延 549.5 時間

3. 問題となる取引慣行としての労務提供と、リテールサポート機能としての労務提供はどのようなところに最も大きな違いがあると思われますか。ご回答下さい。(省略)

問6. 押しつけ販売の平均的実態についてお伺いします。

1. ここ1年間で販売先小売業より要請のあった各種の押しつけ販売について、およその件数をご回答下さい。そのうち、営業マン個人で対応せざるを得ない要請は何件であったかご回答下さい。(件数は販売先1社の1店舗毎の要請1回を1件とする。例：背広の要請が50店舗から年2回あった場合、100件となります。)

押しつけ行為	要請件数		
	全体の件数	そのうち、個人 で対応せざるを得ない要請	会社の費用で処理した件数
1. 背広	12.8	9.1	0.7
2. おせち料理	14.8	11.5	6.6
3. クリスマスケーキ	39.8	36.4	13.6
4. 海外旅行	3.5	0.7	3.8
5. 損害保険	0.5	0.6	0.2
6. パーティー券	16.2	6.4	16.7
7. その他 (具体的に)	42.6	49.5	29.9

問7. 返品問題の平均的実態に関してお伺いします。

1. 売上商品の返品に関して、ここ1年間の増減傾向で該当する番号1つに○印をつけて下さい。

業 態	ここ1年間の増減傾向			
	1. 増加 (4.7)	2. 横ばい (43.5)	3. 減少 (8.2)	無答 (43.5)
①百貨店	1. 増加 (9.4)	2. 横ばい (44.7)	3. 減少 (9.4)	無答 (36.5)
②総合スーパー (GMS)	1. 増加 (34.1)	2. 横ばい (50.6)	3. 減少 (7.1)	無答 (8.2)
③食品スーパー (SM)	1. 増加 (9.4)	2. 横ばい (48.2)	3. 減少 (9.4)	無答 (32.9)
④コンビニエンスストア	1. 増加 (15.3)	2. 横ばい (42.4)	3. 減少 (8.2)	無答 (34.1)
⑤その他新業態店 (DS等)	1. 増加 (17.6)	2. 横ばい (49.4)	3. 減少 (16.5)	無答 (16.5)
⑥一般小売店	1. 増加 (10.6)	2. 横ばい (32.9)	3. 減少 (16.5)	無答 (40.0)
⑦業務用ユーザー (卸売業、外食産業等)				

2. 販売先小売業が返品を行う際に提示する理由について、該当する番号に1つずつ○印を記入して下さい。

返 品 理 由	ほとんどの 販売先から	半数近くの 販売先から	一部の販売先 から	無答
1. 季節商品	28.2	22.4	37.6	11.8
2. 賞味期限関連	30.6	18.8	41.2	9.4
3. 売れ行き不振	8.2	16.5	55.3	20.0
4. 商品自体の瑕疵	31.8	9.4	37.6	21.2
5. 店舗改装・棚替え	7.1	18.8	54.1	20.0

3. 返品処理に関して発生するコストが卸売業の負担となっている事が問題となっておりますが、それ以外で問題であると認識できるものを選択し、該当する番号3つに○印をつけて下さい。

1. 消費者が賞味期限に異常に反応しすぎる	(65.9)	
2. 小売業の販売努力が足りない	(67.1)	
3. 返品に伴う精算金額が納得できない	(20.0)	
4. メーカーが返品商品を購入した金額で受け入れてくれない	(51.8)	
5. 廃棄物処理費用がかさむ	(50.6)	
6. その他（具体的に：)	(7.1)	無答 (5.9)

問8. その他の取引慣行の平均的実態についてお伺いします。

1. 以下の取引慣行に関する要請状況について、該当する番号に1つずつ○印をつけてください。

取 引 条 件 ・ 慣 行	多くの販売先から要請されている	半数程度の販売先から要請されている	一部の販売先から要請されている	ほとんど要請はない	無答
1. 取引口座開設料の要請	2.4	0.0	21.2	64.7	11.8
2. 納入者側の支払い金額についての品代との相殺	9.4	4.7	40.0	31.8	14.1
3. EOS利用料	62.4	8.2	16.5	4.7	8.2
4. マテハン機器の利用料、使用料、レンタル料	8.2	7.1	35.3	34.1	15.3
5. 納品シール代・伝票代	41.2	4.7	42.4	4.7	7.1
6. 銀行振込手数料負担	68.2	3.5	14.1	7.1	7.1
7. その他（具体的に：)	1.2	0.0	0.0	0.0	98.8

問9. 日食協発刊の報告書についてお伺いします。

1. 平成12年に日食協より発刊された報告書『公正取引—公正競争をめざして』をご存知でしたか。該当する番号1つに○印をつけて下さい。「1. 知っていた」と回答された方は、その評価について該当する番号1つに○印をつけ、「2. 評価していない」と回答された方は、その理由をご回答下さい。

認知状況	評価状況	評価していない理由
1. 知っていた (69.4) 2. 知らなかった (27.1) 無答 (3.5)	1. 評価している (88.1) 2. 評価していない (0.0) 3. よくわからない (10.2) 無答 (1.7)	理由：

2. 本報告書は、1章において、「現代社会における流通構造の認識」と題し、卸売業の機能や存在意義に関する社会的評価の必要性等についてまとめ、2章において「是正すべき法的ガイドライン」と題し、独禁法ガイドラインや下請振興法に関する是正案について提言しております。

これらに関する認知と評価について、該当する番号1つに〇印をつけて下さい。「2. 1章、2章のどちらかまたは両方を知っていた」とご回答された方は、その評価について該当する番号1つに〇印をつけ、「2. 評価していない」と回答された方は、その理由についてもご回答下さい。

認知			評価	評価していない理由
1. 知らなかった (29.4)	2. 1章、2章のどちらかまたは両方を知っていた (55.3)	無答 (15.3)	1. 評価している (85.1) 2. 評価していない (0.0) 3. よくわからない (14.9) 無答 (0.0)	理由： []

問10. 取引慣行に関する法律整備についてお伺いします。

現在、日本の流通構造が変革の最中にあり、問題として認識されるべき取引慣行が、その量・質ともに増加、悪化する傾向にあると日食協では認識しています。改善の方向性の一つとして法的な整備の必要性を提言しておりますが、仮に「ドイツ競争規約」(添付資料省略)を日本で適用すると想定した場合、賛否や意見等をお聴かせ下さい。(省略)

問11. 日食協の活動等に関するご意見をお伺いします。

日食協の活動に対するご意見・ご要望や、日食協を通して行政へ働きかけて欲しいことなどについて、ご意見をお聴かせ下さい。(省略)

問12. 貴社の概要についてお伺いします。

貴社の概要について、加工食品の卸売部門を想定し、それぞれ該当する項目にご回答下さい。

F1. 貴社の最新年度の年間売上高 (加工食品部門のみ)	約 544.8 億
F2. 貴社の対前年からの年間平均売上増加率 (加工食品部門のみ)	0.2 %の伸び
F3. 貴社の商圈	1. 全国 (17.6) 2. 複数都道府県 (5 県以上) (15.3) 3. 複数都道府県 (5 県以内) (25.9) 4. 都道府県内全域 (21.2) 5. 都道府県内の一部 (17.6) 無答 (2.4)
F4. 貴社の経常利益率の最近の傾向	1. 上がっている (35.3) 2. 横ばい (31.8) 3. 下がっている (29.4) 無答 (3.5)
F5. 貴社の従業員数 (長期のパート・アルバイト含む)	1. 10 人未満 (1.2) 2. 10~29 人 (8.2) 3. 30~49 人 (9.4) 4. 50~99 人 (20.0) 5. 100~299 人 (24.7) 6. 300 人以上 (32.9) 無答 (3.5)

F6. 業態別売上 構成比	販売先業態	販売構成比
	①百貨店	3.4 %
	②スーパー（総合スーパー、食品スーパー含む）	49.0 %
	③コンビニエンス・ストア	12.9 %
	④業務用需要者	12.1 %
	⑤その他	22.7 %
	計	100.0 %



Ⅱ. メーカーにおける取引制度に関するアンケート調査 (集計結果)

I. 日食協発刊の報告書『新しい商慣行・取引条件のあり方について』に関してお伺い
します。

1. 平成12年に日食協より発刊された報告書『新しい商慣行・取引条件のあり方について』
の認知状況について、該当する番号1つに○印をつけて下さい。「2. 知っていた」と回答
された方は、その評価について該当する番号1つに○印をつけ、「2. 評価していない」と
回答された方は、その理由をご回答下さい。

認 知 状 況		評 価 状 況		理 由
1. 知らなかった (41.9)	2. 知っていた (58.1)	1. 評価している (100.0)	2. 評価していない (0.0)	理由： →

2. 本報告書には、中間流通業としての新しい機能を、「新取引制度」と「建値制度」におけ
る場合とにわけて言及していますが、認知状況について該当する番号1つに○印をつけて
下さい。「2. 知っていた」と回答された方は、その評価について該当する番号1つに○印
をつけ、「2. 評価していない」と回答された方は、その理由についてご回答下さい。

認 知 状 況		評 価 状 況		理 由
1. 知らなかった (34.9)	2. 知っていた (60.5)	1. 評価している (96.2)	2. 評価していない (3.8)	理由： →

II. 貴社の価格制度に関する認識についてお伺いします。

1. 自社の販売価格制度を「建値制度」と「新取引制度」のどちらと認識していますか。該当する番号 1 つに○印をつけて下さい。「3. 建値制度と新取引制度を併用している」と回答された方は、SQにご回答下さい。

1. 建値制度 (67.4)	2. 新取引制度 (9.3)
3. 建値制度と新取引制度を併用している (23.3)	

SQ. 併用の具体的な内容について該当する番号 1 つに○印をつけて下さい。

1. 業務用のみ建値制度 (0.0)	2. 家庭用のみ建値制度 (30.0)
3. その他 (具体的に：) (40.0)	

2. 貴社は現状の価格制度を当面継続する予定ですか。該当する番号 1 つに○印をつけて下さい。

1. 当面継続する (65.1)	2. 場合によっては変えたい (34.9)
3. すぐにも変えたい (0.0)	

3. 加工食品業界では、オープンプライス制ないしは取引制度が必ずしも定着しないという説と、反対に、簡素化を歓迎する向きもあります。貴社ではどのように予測されていますか。該当する番号 1 つに○印をつけて下さい。

1. 定着する (9.3)	2. 一部で定着していると考えべき (72.1)
3. 将来も定着しない (16.3) 無答 (2.3)	

設問Ⅱ-1において、貴社の販売価格制度を「1. 建値制度」と回答された方は、設問ⅢとⅤ以降をご回答下さい。「2. 新取引制度」と回答された方は、設問Ⅳ以降を、「3. 建値制度と新取引制度を併用している」と回答された方はⅢ以降をすべてご回答下さい。

III. 「建値制度」についてお伺いします。(設問Ⅱ-1で「1. 建値制度」「3. 建値制度と新取引制度を併用している」と回答された方のみご回答下さい)

1. 日食協では卸売業のマーヅンのあり方に関して以下 ((1) ~ (3)) の様に考えておりますが、それぞれの考えについて賛成できるかどうかご回答下さい。

(1) 建値制度下における卸売業のマーヅン算定は、取引金額 (個別商品単価) に定率を乗じて算出する部分と、取引金額 (個別商品単価) にかかわらず定額で計上する部分から構成される必要があると考えております。これに対する賛否について、該当する

番号1つに○印をつけて下さい。そのうえで、「2. 賛成できない」とご回答された方はSQにもご回答下さい。

1. 賛成できる (67.4)	2. 賛成できない (18.6)
-----------------	------------------

SQ. 賛成できない理由についてご自由にご回答下さい。(省略)

- (2) メーカーの営業部門として卸売業が機能する販売業務報酬は、定率にしてかつ、応量累増する定率制の必要性があるという考えに対し、どうお考えですか。該当する番号1つに○印をつけて下さい。「2. 賛成できない」とご回答された方はSQにもご回答下さい。

1. 賛成できる (48.8)	2. 賛成できない (37.2)	無答 (14.0)
-----------------	------------------	-----------

SQ. 賛成できない理由について、ご自由にご回答下さい。(省略)

- (3) メーカーの物流部門として卸売業が機能する物流業務報酬は、物流トータルコスト（配送、荷役、保管、情報）を算出し、1ユニット当りの定額であるべきであるとの考えに対する賛否について、該当する番号1つに○印をつけて下さい。「1. 賛成できない」とご回答された方はSQにもご回答下さい。

1. 賛成できる (51.2)	2. 賛成できない (34.9)	無答 (14.0)
-----------------	------------------	-----------

SQ. 賛成できない理由について、ご自由にご回答下さい。(省略)

2. 取引先卸売業が貴社に対して提供する機能への支払いについてお伺いします。卸売業が提供する機能に対する支払いは、建値制におけるマージンに含まれるべきか、別途支払うべきか（リポートや手数料、事後補填等）、支払う価値が認められないかを、以下に示す卸機能毎にそれぞれ1つずつ○印をつけて下さい。

「3. 別途支払うべきである」と「4. 今後支払う予定である」とご回答された方は、対価支払いを実施する条件を具体的にご記入下さい。

		卸機能に対する対価支払い意向	対価支払いを実施する条件を具体的に記入して下さい
ロジステイクス機能	EOSの活用	1. マージンに含まれるべきである (51.2) 2. 支払う価値が認められない (30.2) 3. 別途支払うべきである (4.7) 4. 今後支払う予定である (0.0)	「EOSの活用」に関する対価支払いを実施する条件を具体的に記入して下さい。 無答 (14.0)
	パレチゼーション	1. マージンに含まれるべきである (41.9) 2. 支払う価値が認められない (39.5) 3. 別途支払うべきである (0.0) 4. 今後支払う予定である (0.0)	「パレチゼーション」に関する対価支払いを実施する条件を具体的に記入して下さい。 無答 (18.6)
	パレット返戻協力	1. マージンに含まれるべきである (37.2) 2. 支払う価値が認められない (41.9) 3. 別途支払うべきである (2.3) 4. 今後支払う予定である (0.0)	「パレット返戻協力」に関する対価支払いを実施する条件を具体的に記入して下さい。 無答 (18.6)
	ロット条件充足	1. マージンに含まれるべきである (34.9) 2. 支払う価値が認められない (14.0) 3. 別途支払うべきである (34.9) 4. 今後支払う予定である (0.0)	「ロット条件充足」に関する対価支払いを実施する条件を具体的に記入して下さい。 無答 (16.3)
ファイナンス機能	早期支払い	1. マージンに含まれるべきである (25.6) 2. 支払う価値が認められない (39.5) 3. 別途支払うべきである (11.6) 4. 今後支払う予定である (2.3)	「早期支払い」に関する対価支払いを実施する条件を具体的に記入して下さい。 無答 (20.9)
	債権保全	1. マージンに含まれるべきである (46.5) 2. 支払う価値が認められない (27.9) 3. 別途支払うべきである (4.7) 4. 今後支払う予定である (0.0)	「債権保全」に関する対価支払いを実施する条件を具体的に記入して下さい。 無答 (20.9)
マーケティング機能	販売目標達成	1. マージンに含まれるべきである (18.6) 2. 支払う価値が認められない (9.3) 3. 別途支払うべきである (53.5) 4. 今後支払う予定である (2.3)	「販売目標達成」に関する対価支払いを実施する条件を具体的に記入して下さい。 無答 (16.3)
	取引規模達成	1. マージンに含まれるべきである (34.9) 2. 支払う価値が認められない (18.6) 3. 別途支払うべきである (27.9) 4. 今後支払う予定である (2.3)	「取引規模達成」に関する対価支払いを実施する条件を具体的に記入して下さい。 無答 (16.3)
	販路開拓	1. マージンに含まれるべきである (39.5) 2. 支払う価値が認められない (30.2) 3. 別途支払うべきである (11.6) 4. 今後支払う予定である (2.3)	「販路開拓」に関する対価支払いを実施する条件を具体的に記入して下さい。 無答 (16.3)
	定番確保	1. マージンに含まれるべきである (48.8) 2. 支払う価値が認められない (23.3) 3. 別途支払うべきである (9.3) 4. 今後支払う予定である (2.3)	「定番確保」に関する対価支払いを実施する条件を具体的に記入して下さい。 無答 (16.3)

	販売促進企画補助	1. マージンに含まれるべきである (34.9) 2. 支払う価値が認められない (16.3) 3. 別途支払うべきである (27.9) 4. 今後支払う予定である (2.3)	「販売促進企画補助」に関する対価支払いを実施する条件を具体的に記入して下さい。 無答 (18.6)
トータルマネジメント機能	E D I 化推進	1. マージンに含まれるべきである (41.9) 2. 支払う価値が認められない (23.3) 3. 別途支払うべきである (11.6) 4. 今後支払う予定である (2.3)	「E D I 化推進」に関する対価支払いを実施する条件を具体的に記入して下さい。 無答 (20.9)

IV. 「新取引制度」についてお伺いします。(設問Ⅱ-1で「2. 新取引制度」「3. 建値制度と新取引制度を併用している」と回答された方のみご回答下さい)

1. 日食協では、新取引制度の中で考えられる販売価格は、全卸売業に対して最後まで同一の取引条件であるのかないのか、重大なことだと考えています。貴社ではどうお考えですか。該当する番号1つに○印をつけて下さい。「1. 同一ではない」とご回答された方は、SQにお進み下さい。「2. 同一である」とご回答された方は、同一で良いとされた理由についてご回答下さい。

卸売業に対する販売価格は全卸売業に対して同一の取引条ですか	同一で良いとされた理由
1. 同一ではない (27.9) 2. 同一である (11.6)	無答 (60.5)

SQ. 貴社では何に基づいて卸売業に差をつけますか。該当する番号にいくつでも○印をつけて下さい。

1. 情報システムに対する協力度 (41.7)	2. 配荷条件に対する協力度 (66.7)
3. 支払い条件に対する協力度 (41.7)	4. 自社の販売政策に対する協力度 (83.3)
5. 卸売業のロジスティクス機能 (33.3)	6. 卸売業のマーケティング機能 (50.0)
7. 卸売業のファイナンス機能 (8.3)	8. 卸売業のトータルマネジメント機能
9. その他 (具体的に: (16.7)	(58.3)

2. 上記以外にも取引条件として卸売業毎に差をつけても良いと思われるファクターについて、該当する番号にいくつでも○印をつけて下さい。

1. 過去からの協力度合い (9.3)	2. 将来性 (16.3)
3. 現状の総合的機能 (20.9)	4. その他 (具体的に:) (2.3)
5. 評価できるファクターはない (0.0)	無答 (67.4)

V. 「特約店制度」についてお伺いします。

1. 貴社が運用する特約店制度上の問題点として、最も該当する番号 1つに○印をつけて下さい。

1. 販売力が低下している (23.3)	2. 特約店の販売力格差が拡大している (25.6)
3. 特約店がメーカーの販売戦略に非協力的である (2.3)	
4. 特約店の有する機能が不十分なため、メーカーのチャンネルコントロールが思うように進まない (7.0)	
5. 多段階の流通経路であり、小売店からの排除の対象となる (2.3)	
6. 中小小売店の経営を支援する力がない (7.0)	
7. 特約店の支援にお金がかかり過ぎる (11.6)	
8. 小売店に対する販売企画力がない (7.0)	
9. 小売業に対する拮抗力がない (14.0)	
10. 問題点はない (4.7)	
11. その他 (具体的に:) (2.3)	無答 (11.6)

2. 今後、特約店制度を継続させるかどうかについて、貴社の考えで該当する番号 1つに○印をつけて下さい。「1. 当面継続させたい」とご回答された方は、SQにもご回答下さい。

1. 当面継続させたい (76.7)	2. 特約店制度は廃止したい (11.6)	無答 (11.6)
--------------------	-----------------------	-----------

SQ. 貴社ではどのような方法で特約店を継続させたいとお考えですか。該当する番号 1つに○印をつけてください。

1. 現状のまま (商品別・地域別の設定) 継続させたい (45.5)	
2. 特約店を選別して絞り込みたい (33.3)	
3. 商品別から全商品一律特約へと変更したい (0.0)	
4. 地域別から全国一律特約へと変更したい (6.1)	
5. 全商品一律からカテゴリ別特約に変更したい (3.0)	
6. 全国一律を地域別特約に変更したい (3.0)	
7. その他 (具体的に:) (9.1)	無答 (0.0)

VI. 他のご意見をお伺いします。

1. IT革命や外資系小売業の参入が進む中での特約店に求められる機能について、貴社のお考えをお伺いします。
- (1) IT技術の進化の中で既存特約店に何を求めますか、ご自由にご回答下さい。(省略)
- (2) 外資系小売業が参入し、そことの直取引が要求される中で、特約店はどうあるべきか、与信や物流についての活用があるのか、についてご自由にご回答下さい。(省略)

VII. 貴社の概要についてお伺いします。

貴社の概要についてお伺いします。それぞれ該当する項目にご回答下さい。

F 1. 貴社の最新年度の年間売上高をご回答下さい。	平均	809.5	億円
F 2. 貴社の主要取扱商品分類1つに○印をつけて下さい。	1. 酒類 (0.0)	2. 清涼飲料 (9.3)	
	3. 缶詰・レトルト (7.0)	4. 調味料 (34.9)	
	5. 水産加工製品 (4.7)	6. 畜産加工製品 (0.0)	
	7. 農産加工製品 (23.3)	8. 冷凍食品 (0.0)	
	9. その他加工食品 (14.0)	無答 (7.0)	
F 3. 上記の主要取扱商品分野における業界地位をご回答下さい。	1. 上位5位以内 (74.4)	2. 6位以下 (18.6)	
	無答 (7.0)		

【Ⅲ. アンケート結果総括概要】

I. 会員に対するアンケートのまとめ

今回のアンケートの回収割合は41%(有効回答のみ)と、かなりの高率を挙げる事が出来た。

これは事務局として流通政策研究所が専心回収努力に励んだ結果であるが、同時に会員の関心も高かったことに依ると推測される。

また、多数事業所を保有する会員の中には、各事業所にこのアンケートをコピー配布し、まとめて回答して頂けたところもあるので、こうした調査の中では精度の高い核心を衝いた結果を把握できた。依って各項目毎に、次の如くに概要評価を行った。

1. 流通業界の取引慣行の問題認識

従来から問題があり、是正を必要として来た取引慣行の中より6パターンを抽出し、最近時における問題認識の度合を測ってみた。

この中では、それほど問題がないと考えているのが「押付け販売」で、約半数近くの間答。これを除いては、他は8割近くの企業が問題ありと指摘している。また、押付け販売にしても、約半数が相不変問題ありと答えている。これを前提として、取引慣行毎に内容を調査した。

2. センターフィーの支払い

運営の種類別に不満発生度合を見ると、センターフィーの徴収に小売業が介在する場合に、不満発生がより多いが、それも次の3点に絞られている。

① 自社配送よりフィーが高額である

「自社配送よりフィーが高額である。」という回答の背景には、自社センターに於ける合理化メリットに比較して、より高額なセンターフィーの支払をさせられることに対する不満である。つまり、それを自らの売価に上乗せできない事のイラ立ちでもある。

②センターフィー算定に交渉の余地がない

「センターフィー算定に交渉の余地がない。」も同様な事が言える。加えて、帳合を失わない事が最大の前提条件になっている。

③センターフィー算定根拠が不明である

「センターフィー算定根拠が不明である。」というのは、十分な説明がないことと、カテゴリー別にフィーの料率が異なるため複雑な計算であったり、納入用器具備品の賃料が加算されたりしているために、結果としてチェックが不可能な上に、売掛金より相殺されることに対する不満が含まれている。

しかし、こうした全体の基調の中にも、回答企業の約2/3が、自ら専用センター運営を受諾しているという大きな変化が現れている。しかも全業態に亘っており、かつ自らセンターフィーの徴収を行っている事実も明らかとなった。

その中で、卸売業間のセンターフィー料率についての不満も発生していることも明らかである。

これらの解決としては、業界団体において、料率の妥当性の追求等を行なうことに期待がかけられているが、多数の実例把握がない今日としては、まずは事前のセンターフィー支払に関する取引条件の明文化、かつその対等な話合いの場を求め、売価への反映をスムーズにさせる努力が必要であるという意見に帰着せざるを得ない。

問題を惹起しているのは殆どの業態であるが、最も多いと指摘されたのは食品スーパー(SM)であり、小売業が運営している通過型センターに問題含みのケースが多い事が見受けられる。そしてそれはフィーが高額であるとする理由が多いのである。

3. 帳合変更

全体の傾向として8割が帳合変更の憂き目に会い、その約1/3が過去のそのための投資をムダにしてしまっている。

帳合変更の際の実際の予告期間は、3ヵ月未満が比較的多く、卸サイドの企業規模が大きくなるにつれ、予告期間も長くなる傾向がみられる。逆に、帳合変更に最低限必要な期間として回答されたものは、3ヶ月～6ヵ月が多数を占めている。小規模、中規模卸売業においては、1年以上必要であるとの回答も見られるが、これは非現実的である。

帳合変更の理由説明に関しては、「一方的通知」が多数占めているが、百貨店に関しては明確な理由説明があるとの回答が目立っている。

さらに、既存売上に占める帳合変更の割合が高い業態は、百貨店、総合スーパーであった。

4. 協賛金の支払い

諸々の名目で協賛金の支払いを要請されている。支払いを全面否定する卸売業も1割強存在するが、自社にとって直接的な利益が明らかに見込める場合に限れば、7割強の企業が支

払う事は止むを得ないとも考えている。その背景には、その負担の 44.2%がメーカーから補填されているからという事もある。

これから小売店間の競争がますます熾烈になる事が予測される今日では、小売店ともども一体となつての競争も当然過激なものとなるので、何らかのガイドラインの提示が必要になる。つまり「差別対価の禁止」「後追い条件要請の禁止」等が望まれていることになる。

5. 労務提供

強要される労務提供と、自発的リテールサポートが混在する。作業形態としては、陳列作業の手伝いが多い事になる。しかし棚卸しの手伝い、バックルームの整理、値札付け作業に強要されるケースも多く、新規開店時や販売促進の場合にはリテールサポートの比率も比較的高いことになる。フリーアンサーの中から労務提供の許容される範囲が浮上して来る。

6. 押付け販売について

問1で約半数がそれほど問題なしと回答し、改善したかに見える反面、相不変それを上回る企業が問題ありとしている。押付けられる内容は実に多岐に亘っており、その半数は、担当者が個人的に処理せざるを得ない実態が明らかになっている。しかも小規模卸売業にそれが多い。社会的に規制せねば弱者は救済されない。

7. 返品問題

返品についての問題は、今回の調査対象たる小売業のみならず、対メーカーの場合にも存在する。

対小売業の返品問題に限れば次の如き傾向が明らかにされた。

最近時における返品の増加傾向に関しては、他の業態で横ばいの傾向となった中で、ただSMに関しては、増加しているとの回答が目立っている。

企業規模別でみると、企業規模が大きくなるにつれ、僅か減少している。

返品時に提示する理由として多くあげられたものは、商品全体の瑕疵、賞味期限関連、季節商品である。

また、返品に伴うコスト以外の問題として多かった回答は、小売業者の販売努力が足りない、消費者が賞味期限に異常に反応し過ぎるというものである。

メーカー側の事情による返品については、今回のアンケートでは対象外とした。しかし、大量に発生するケースもあるので問題があると認識している。

8. その他の取引慣行

今日ではEOS利用料の徴収、納品用シール代・伝票代の負担、銀行振込手数料負担が業界慣行として常態となって来たと言える。こうしたものはいずれも卸売業の販管費であり、

小売業に対する売価に上乘せしなければならない性格の経費である。これが実践されねば、卸売業は自滅の道をたどることになる。改めて売価の意味を認識させる必要がある。

9. 日食協発刊の過去の報告書・法整備について

会員の2/3はこれを読み、88.1%が評価してくれている。そして法整備については実に多数のフリーアンサーを寄せて頂いた。勿論、殆どが法整備に賛成であり、ご指摘やアイデアと共に、励ましもあった。

結論としてこれ等を踏まえ、最近時の公正取引委員会の酒類業界の指針を参考とし、当協会として考える「公正取引・公正競争」の概念を整理することにした。

II. 賛助会員に対するアンケートのまとめ

今回のアンケートの回収割合は、有効回答で40.4%という高率を挙げることが出来た。これは賛助会員の方々が日頃のご協力もさることながら、今回のこのアンケート事業についても熱心にご協力下さった賜物と考えねばならない。

設問毎にまとめると以下の如き概要となる。

1. 日食協報告書「新しい商慣行・取引条件のあり方」についての認知度について

58.1%の企業が認知し、かつ評価を頂いている事がわかった。また、「新取引制度」と「建値制度」に分別している内容についても、ほぼ同様の認知と評価を頂いている。

しかし、いずれにしても、認知されなかった企業が40%を超える比率であって見れば、この事から何によらず当協会の主張を周知徹底させる事の難しさを思い知らされた。

同時に、「評価しない」部分についての更なる研究が必要ということになる。

2. 自社の「価格制度」について

約2/3の企業が建値制度を採用している中で、一部業務用商材を新取引制度に切替えた企業が23.3%、完全に新取引制度に切替えたと自ら認識している企業が9.3%となった。そして、場合に依っては変更したいと考えている企業が34.9%であるが、全体傾向としては過半数の企業が建値制度を維持していこうとしている結果が出た。しかし新取引制度も一部では定着したという見方も72.1%と高率なので、どちらかと言えば我国の現状においては、建値制度を採用する企業の方が若干上回る程度と考えるべきなのであろう。

3. 建値制度下のマージンのあり方について

定率であるべきものと、定額であるべきものとの双方からマージンが考えられて然るべきではないか、という説に、2/3が賛成している。しかし、販売業務報酬に対しての応

量かつ累増して然るべきかという説に対しては、賛成者は48.8%と半数に満たず、37.2%はむしろはっきり反対を表明している。その反対理由の中では応量はともかく、累増の部分についての意見を多く頂いている。

物流業務報酬についての定額制については、漸く半数の賛成を得ているが、34.9%が反対とされている。

かくしてアンケート集計では、総論として、建値制度下のマージンのあり方は定率及び定額、ないしはそのいずれかとする事に異論はないものの、卸の機能に結び付けたり、コストに基づいての対価を表現するという考え方には至っていないという事になる。この事に加えて卸売業間の過当競争が価格制度を破壊し、単なる安売り競争にごく必然的に発展させている、と言えるので極めて重要な事項である。

この事実は、更に次の設問の回答でよりはっきりとして来る。つまり、要素別の機能対価に対する支払について、更にマージンとして支払うべきか、別途にリベート等で支払うべきか、はたまた、全く支払う価値を認めないと考えるべきかを調査した訳だが、前述の如く、卸売業の機能に対する理解の不足も手伝ってか、機能対価のあり方についての最大公約数を見出すまでには至らない。残念なことだが、この状態では、当協会の主張する機能対価の前提となる「機能」そのものの認識を迫るべく、周知の徹底がまず先決という事になる。

4. 新取引制度について

新取引制度のあり方については、まだ回答できないのか、無回答企業が60.5%もあり、ここから全体方向を推進する事は避けるべきと判断した。

5. 特約店制度について

約3/4が特約店制度維持を指向しているが、問題点を抱えている事から変更を考えている企業もあり、現状維持の回答は45.5%に留まっている。

また、自由記述からは、日本独特の地理的要因や流通システムにおいては、外資系小売業の進出に伴う直取引の展開は左程考えられず、特約店の物流機能は、メーカーにとっては不可欠なものであるとされている。

また、メーカーは商品情報や販促情報などといった、有益なデータベースを構築し、製・配・販3層で共有し活用する必要性を認識しているが、特約店は様々な業態の小売業の店頭情報を有している筈なので、その推進者としての役割が求められている。

その他の記述では、特約店の販売力の低下や小売業へのリテールサポート力の不足、非効率性、複雑性が指摘されている。

特約店の存在意義としてアピールできる機能は、これらの改善に加え、物流機能のさらなる高度化推進と、製・配・販の商流、情報流のコーディネーターとしての役割を担うことであると、メーカーは認識しているのが多い。

以上

暫定予算と構造改善計画

—理事会—

1月30日（火）13時30分より理事会が当協会会議室にて開催された。当日は運営委員会も同時進行で開催されたが、理事会に於ける議事内容とそれぞれの議案について以下に説明する事とした。

1. 議事内容

日 時	平成13年1月30日（火）	13時30分～14:00
場 所	社団法人 日本加工食品卸協会	会議室
出欠状況	理事総数 26名中 出席理事 10名	委任状出席者 16名計 26名
	監事総数 3名	委任状出席者 3名 計 3名
	出席理事氏名	
	國分勘兵衛（代理 生田 征弘）、磯野 計一（代理 大竹一太郎）	
	尾崎 弘（代理 浅井 久生）、宇都木政司（代理 越智 昭）	
	三枝 皓祐（代理 柴田 俊宏）、濱口吉右衛門（代理 瀧澤健三）	
	湯浅慎一郎（代理 村井 敏夫）、井岸松根、市ノ瀬竹久、岸原 稔	
議 案	第1号議案	平成13年度暫定予算に関する件
	第2号議案	食品販売業近代化事業に係る構造計画策定に関する件

定刻、専務理事井岸松根より開会の案内と本日の出欠状況を報告。理事会の成立を確認。

正・副会長いずれも代理出席なので、定款第14条3項に基づき議長として、専務理事の就任の是非について諮ったところ、満場一致で承認されたので井岸松根専務理事が着席した。

議長は直ちに議事録署名人として、市ノ瀬竹久理事と岸原稔理事を氏名し、了承を得たので議事に入った。

第1号議案 平成13年度暫定予算に関する件

議長より別添資料の予算案と経緯について説明あり。

質疑を求めたが異論なく、原案通り承認された。

第2号議案 食品販売業近代化事業に係る構造計画策定に関する件

議長より別添資料の計画案と経緯について説明あり。

意見を求めたが異論なく、原案通り承認された。

以上で、予定の議題の審議を終了したので議長は閉会を告げた。

2. 暫定予算について

一連の行政指導の中で社団法人は「暫定予算」を編成する事が義務づけられた。従来は旧

定款にあった様に、4月からの新年度の収支については、総会にて当該年度の予算が議決されるまでの間は、前年度の収支予算に準じて収入支出を行う事ができた。それが「暫定予算」として策定し、理事会の議決を得る事を明文化させられた。それが今回の変更の中にある第39条2項の変更である。従って新年度の前にこの議決をする理事会の開催を実施する事としたものである。

この策定に当たっては、当局と相談の上、約2ヶ月分の会費収入他を算定し収入予算とし、一方固定費用の同じく2ヶ月分に、4月5月に予定される支出を支出予算として計上する事とした。

可決された暫定予算は以下の通り。なおこの案については、事前に全役員にアンケートを行い全員から「承認する」との回答を頂き別段の意見は皆無であった。

平成13年度暫定予算

(自平成13年4月1日～平成13年5月26日)

1. 収入の部

大科目	中科目	金額
会費収入	会員会費収入	7,000,000円
雑収入	雑収入	50,000円
当期収入合計		7,050,000円
前期繰越収支差額		24,496,071円
収入合計		31,546,071円

2. 支出の部

大科目	中科目	金額
事業費	調査研究事業費	500,000円
	知識啓発事業費	1,200,000円
管理費	人件費	3,200,000円
	会議費	1,000,000円
	事務諸費	1,400,000円
当期収入合計		7,300,000円
当期収支差額		▲250,000円
次期繰越収支差額		24,246,071円

3. 構造改善計画

11月中旬、(財)食品流通構造改善促進機構より当協会に対しIT投資助成を受ける事についての打診がなされた。事務局では早速全会員に対し、年度内のIT関連のハード物件投資計画の有無について、速達郵便にてアンケートをした所、36社に計画のある事が判明した。その後、正式に平成12年度補正予算における「IT投資助成」の事案についての説明会がなされ、諸々の条件が確定した。助成内容は団体の共同計画の下に、各企業が行うIT投資のうち、ハード物件のリース代に限り、かつ平成13年3月末までに導入検証を済ます事を条件に、そのリース代の1/4を助成額として、リース会社に預託する内容と判明した。但し、生鮮食品販売者が優先、次いで中小企業優先という事であったので、当協会の応募者中の大企業については1/40助成に留まる事が後日確定した。

最終的に22社が条件適合という事で、事務局が立案した共同計画、正式には「食品販売業近代化事業による構造改善計画」を策定し、農林水産大臣の認可を得る事が必要となった。その添付書類に理事会の議決を得た事を証明できる議事録が必要となったので、急遽理事会の審議を頂く事にしたものである。以下に全文を掲載する。

なおこの案についても事前に全役員にアンケートを行った。

理事監事29名より承認するとの回答があり、理事1名より内容がどうしても難しく理解できないので無回答とする旨の回答を頂いた他、意見はなかった。

食品販売業近代化事業に係る構造改善計画認定申請書

平成13年1月19日

農林水産大臣 谷津義男殿

東京都中央区日本橋室町2-5-11
江戸ビル4階
社団法人 日本加工食品卸協会
会 長 國分勘兵衛

食品流通構造改善促進法第4条第3項の規定により、下記の構造改善計画について認定を受けたいので申請します。

記

1. 社団法人 日本加工食品卸協会の概要

- ① 平成5年8月5日設立
- ② 会員210名 賛助会員105名
- ③ 年間予算額 86,465千円
- ④ 事業の内容

加工食品流通全般の近代化・効率化に関する調査研究、加工食品卸売業の構造改善促進、流通構造変革に伴う見識・技術の習得と普及啓発等である。

この結果が会員の企業経営の健全化に資すると共に、我国の加工食品流通の安定向上、生活者の利便に益することを目的としている。

2. 食品卸売業の現状と課題

規制緩和、国際化、景気低迷の中で流通構造の変革は進展し、外国流通資本の上陸、IT革命は既存の商慣行取引条件を根底から見直す事の必要性を惹起した。

わけても、IT革命はその対応に遅れた企業の存続を否定するものであり、各企業間のEDI化の促進はまさに焦眉の急を告げている。

業界に於いてWebEDIの開発活用が進み、中小零細企業をまきこんで流通段階に於ける情報システム化が、一段と進展中である。

斯かる時、インフラ機構として、酒類・加工食品データベースセンターが構築された。各企業に於いてはこれを活用し、併せて中小零細小売業と連携したEDIのより普及を期さねばならない現状にある。

これらのテーマと共に環境対策、IT革命に伴う業務の変革対応が当面の課題といえる。

3. 構造改善事業の目標

業界インフラ機構（例えば酒類・加工食品データベースセンター）の運営の安定化とその活用を目標とし、まず各社の社内体制の整備を図る。次により一段と高度な活用を求めて、各企業毎に端末機器を導入し、中小零細企業（卸売業及び小売業）に対してもEDI化の恩恵を配分し得る企業努力をする。

最終的に集大成し、業界全体の流通トータルコストの低下を具現化させる。

かくして社会の要望に応え、他産業に劣らず情報革新の実を挙げることが成し得る。

4. 構造改善事業の内容

(1) 食品の販売に係る業務の一部の共同化

項目	期間	共同化の形態	実施者	共同化の内容
受発注処理 データ交換 商品マスター整備 入出荷業務等	13年1月 ～ 13年3月	一部共同	87社	データベースの活用 WebEDI参加 情報交換

(2) 業務の共同化を実施するために必要な施設の整備

組合等名	年度	施設等名称	整備する施設等の規模 能力等 (㎡、台等)	事業費 (千円)
(社)日本加工 食品卸協会	平成11年以降	加工食品EDI データベース活用 情報交換施設	IBM PC Server325 2台 12GB×2	設置済

(3) 食品の品質管理施設、荷さばき業務用施設の整備その他食品の販売に係る業務用施設の近代化を図るための措置

組合等名	年度	施設等名称	整備する施設等の規模 能力等 (㎡、台等)	事業費 (千円)
(社)日本加工 食品卸協会		なし		

(4) 経営管理の合理化、取引関係の改善その他食品の販売の事業の経営の改善を図るための措置

組合等名	施設等			取引関係の改善等		
	年度	施設等名称	整備する施設等の規模 能力等 (㎡、台等)	事業費 (千円)	取引関係の改善、後継者の育成等の内容	事業費 (千円)
㈱日本加工 食品卸協会	平成12年度	コンピュータ	73台	917,260	なし	
		サーバー	88台			
		ハンディターミナル	386台			
		その他	963台			

5. 構造改善事業の実施時期

平成13年1月～平成13年3月

6. 構造改善事業を実施するのに必要な資金の額及び調達方法

年度	組合等名	施設等名称	用途	金融機関	自己資金	食流機構	計 (千円)
12年	㈱日本加工食品卸協会	パソコン	情報機器	0	854,767	62,493	917,260
		サーバー	運転資金	0	0	0	0
		ハンディターミナル プリンター等					
			計	0	854,767	62,493	917,260

7. 一般消費者の利益の増進に寄与する事項

生活者が加工食品を小売店で購入するに当たって、より廉価に、そして豊富な品揃えの中からの選択を可能にするためには、ニーズ情報の把握から、迅速かつ正確、かつ安全衛生に信頼のおける供給を安定化させねばならない。

EDI化はこれを可能にする方法である。

8. 農林漁業の振興に寄与する事項

農林水産を原料とする加工食品の製造段階に対し、まず直接的に流通営業コストの削減効果をもたらし、間接的に原料生産段階に余剰効果が波及する。

添付資料

- ・ 会員名簿
- ・ 定款
- ・ 理事会議事録
- ・ 事業計画書及び収支予算書

この計画の認定申請に対して平成13年2月2日付、谷津義男農林水産大臣より「申請のとおり認定する」との通知を受けた。

現状は、その後(財)食品流通構造改善促進機構が各企業別精査を行い、2月8日に事業額の決定通知があった。各企業においては企業毎の計画遂行中という事である。今後は各社の計画がすべて予定通りに遂行され、完成する事を祈願するものである。

さざえ・ほたて等の表示問題

—全国食品缶詰公正取引協議会—

年明け早々の1月11日に、公正取引委員会より全国食品缶詰公正取引協議会（日食協はこの構成員の有力団体、日食協専務理事はこの協議会の常任理事を兼務する）に出頭連絡があった。

協議会側から常任理事兼務の㈸日本缶詰協会の稲垣部長と日本製缶協会の木原専務理事が出向いた所、要望書を手交され、その文中にもあるように、会員に周知徹底することを強く要望されたのでここに全文を掲載する。

またこうした類似の問題を惹起させないために、協議会では2月2日（金）13時30分よりサンケイ会館にて打合研修会を開催した。そこでほたて貝製品で、ほたて貝と同属の「いたや貝科」のほかの貝（いたや貝、あづまにしき等）を原材料にしている製品があれば、至急対応をするべく警告をした。

当日は約100名の出席者があり、「表示問題・表示方法」についての真剣な勉強が行われた。

公取監第2号
平成13年1月11日

全国食品缶詰公正取引協議会
会長 久井 恵之助 殿

公正取引委員会事務総局
経済取引局取引部長 榑崎 憲安

要 望 書

当委員会が、サザエ類似の貝を使用した缶詰等の表示について調査したところ、貴協議会会員が、外国から輸入されたアカニシを使用しているにもかかわらず、商品名として「焼さざえ」と記載し、殻付きのサザエの絵表示を行なうとともに、「品名／焼さざえ」及び「原材料名／さざえ（南米産）」と表示することにより、あたかも、当該商品がサザエを原材料として製造されたものであるかのように表示していることが認められました。

このような表示は、一般消費者に対し、サザエを用いた缶詰等との誤認を与えるものであり、不当景品類及び不当表示防止法第4条第1号の規定に違反することから、当委員会は、このような表示を行っていた事業者に対して警告を行いました。

については、貴協議会において、傘下会員に対し、上記警告の趣旨・内容を周知徹底させ、今後、貴協議会会員が不当景品類及び不当表示防止法違反行為を行なうことのないよう指導されるとともに、公正競争規約違反行為に対する処理体制を抜本的に改め、強化することを強く要望します。

商品画像情報調査研究報告書まとまる

—事務局—

平成 12 年度の当協会の受託事業の一つである「商品画像情報標準化に関する調査研究」については、約 8 ヶ月間に亘り、酒類・加工食品データベースセンターの運営委員会とシステム小委員会の委員の方々に討議をして頂いた。この間、当事務局の業務補佐を依頼した(株)社会調査研究所の永松淳、武田隆夫、楽谷博司、三氏の絶大なご協力を頂いて、異業種の状況等も調査研究した。これ等の集大成である「報告書」の原本がこの程漸く完成し目下印刷中である。

情報システム委員会で数年懸案となっていた、我々の業界標準がかくして誕生した訳であり、ご同慶に堪えない。そして改めてこの関係各位と、対応されたり支援して下さいました各位に感謝の念を捧げるものである。

なお報告書の第 4 章においては、この「標準」を実用化するために提言を行っている。つまり次のステップを明示させて頂いたので、報告書の第 4 章についてのみ以下にご紹介する。

「報告書」は 4 月開催の理事会にて内容報告の後、会員・賛助会員に配布の予定であるので「商品画像の標準仕様・情報送信方法」等についてはそちらを参照して頂きたい。

なお、「酒類・加工食品データベースセンター」（略称：SKDBC）と「(株)社会調査研究所」に対してはそれぞれ所定の謝金を調査研究費で年度末までに支払う事とした。

第 4 章 登録機構と方法

商品画像情報の標準化を踏まえ、それを具現化させるためにどのように利用しやすいシステムを構築すべきかの観点から、SKDBCとして取組み方のあり方、課題を整理し、業界全体としてのあるべき方向性について検討した。

1 商品画像情報の利用動向

先進企業を中心に商品画像情報の利用拡大の動きが活発化している。小売業、卸売業、製造業における今後の利用動向を確認し、今後のSKDBCにおける標準化に向けた取組みの前提条件とした。

(1) 小売業における利用状況

- ・小売業自ら棚割システムを導入し、メーカー、卸売業から提供されるものと併せて、棚割業務の効率化、高度化を図り始めている。
- ・商品画像情報を利用した新製品案内の版下自動編集を活用し、ネットワークを介して店舗へ配信し、業務効率化を推進する取組みが見られる。
- ・商品画像情報を利用した折り込みチラシの版下原稿作成システムを導入し、ネットワークで版下原稿を店舗責任者などに伝達し、特売準備の効率化や「特売」に対する店舗ニーズの反映などを目指す動きがある。
- ・商品画像情報を利用して、発注端末や検品端末に画像を表示し、現場責任者が早く確実

な販売戦略を可能とするシステムや、商品画像付きPOP・POSカスタマーディスプレイでのレジ待ち顧客向け商品PR・店内配布用チラシ・棚札など幅広い面での商品画像情報の活用がみられつつある。

(2) 卸売業における利用状況

- ・小売業に対する新製品案内において、今まで以上に商品情報の伝達のスピードアップ、情報精度、情報の豊富性が求められ、商品画像情報の充実が不可欠になっている。
- ・商談時において、レベルの高い説得力のある提案が求められ、その支援ツールとして商品画像情報の活用が見られつつある。
- ・棚割提案や陳列提案において、今まで以上の効率アップと木目細かいサポートが求められ、かつ、画像情報を付加した棚札作成・オーダーブック作成等の代行サービス機能のニーズが増えつつある。
- ・画像付きの折り込みチラシデータや、店内チラシ用データ提供等による支援代行サービスが求められている。
- ・発注・仕入・検品作業において、作業のミス削減・作業の簡素化・パート活用等の為に商品画像情報の利用がみられつつある。
- ・その他、プレゼンテーション用のツールや自社のオリジナル商品開発上で、画像情報を参考として利用することも考えられる。

(3) 製造業における利用状況

現状での商品画像情報の利用状況は以下のとおり。

- ・カタログ・パンフレット作成、取引先小売業への棚割作成、モバイルパソコンを活用した営業支援システム、お客様相談室向け商品情報検索データベースシステムなど、個別システムごとに別々に商品画像を作成、利用している場合が多い。
- ・一部の先進的企業では、業界標準仕様をもとに自社仕様も追加して、商品画像情報の体系化を行い、組織的に画像情報を一元管理する動きがある。その目的は以下のとおり。

取引先小売業、卸売業へのタイムリーな商品画像提供

商品画像の重複作成の防止による商品画像作成コスト削減の納期短縮

商品画像活用による業務改善

2 登録機構としてのSKDBC

登録機構としてのSKDBCの今後のあり方、課題について整理、分析した。今後の取り組みのあり方について、選択肢として次の3通りが考えられる。

(1) SKDBCとしては商品画像情報については標準化案の策定を行った上で、当面は登録を行わない。

課題は、SKDBCの会員は画像情報の登録、利用は従来どおり、個別対応となる。したがって業界全体としての画像情報の標準化を目指すものの、その進展は望めず、活用面での制約、コスト負担が解消されず、標準仕様の普及促進が進まない。業界全体としてのニーズに対する業務効率化が十分に達成できない。

前述1の商品画像情報に対する利用ニーズは、昨今のIT技術の急速な進展、普及により、更に高まることは明らかである。その観点から考えると「標準化案の策定」だけをするということは、何らかの形で具体的に推進しなければ、業界全体にとって、むしろ、マイナスである。

(2) SKDBCとしては従来の文字情報に加えて、独自に画像情報を持つ方向で取組む。

課題は、SKDBC会員の画像情報の登録、小売業、卸売業における活用が促進される。標準化により、会員企業間での業務効率化に寄与もする。更に業界全体への広がりが期待できる。しかし費用負担は会費で吸収するか、従量制による利用者負担が考えられる。加えて画像提供者は登録面での負担がかかる。広く登録を推進するためには登録代行業者を設ける必要がある。一方、商品画像情報のデータベース維持、運用の為の費用がかかり、SKDBCの収支面での課題が新たに発生する。

SKDBCの現状の収支面から言っても、文字情報に加えて画像情報を独自に持つことは現実的に考えられない。資金面の問題に加えて、恒常的な担当者の確保等の人材面や任意団体としての組織面の課題が大きく、現状ではクリアしなければならない課題が多く、現時点で結論を出すのは極めて困難と言える。

(1) と (2) の併合案として、SKDBCが画像のインデックスを持ち、実際のフォーマットは画像提供者が独自に標準化されたものを保有していて、自動的にリンクする形も考えられる。しかし、大手企業はこれに対応できるだろうが、中小の企業のこととも考慮すると、画像保有会社や登録代行会社等の協力が必要であり、連携関係等の課題が発生する。

(3) SKDBCとしては画像情報は持たないが、既存ないしは新規の画像情報保有会社等と連携して、従来の文字情報に加えて画像情報が活用できるようにする。

課題は、SKDBCと画像情報保有会社の協力、連携関係ができれば、(2)案に比べ、SKDBCとしては全体として安い費用で商品画像情報の活用ができ、スムーズに運営できる。但し、画像提供者の登録上の負担は(2)案と基本的には変わらない。費用負担は利用者負担とすれば、合理的と思える。しかし、利用料金の額の問題と画像情報保有会社における商品画像情報の、安定的で継続的なデータの登録・更新が可能であるかが課題である。

加えて現実的に連携できる画像情報保有会社が存在するか、という問題がある。商品画像情報のサービス継続が安定的で、利用料金・サービスが適性なところが求められるが、現状では妥当な連携先は考えられない。既存の会社に画像情報データベースを保有してもらうことや、新たに商品画像を扱う事業会社を独自に設立するということが検討できる。しかし、経済的責任を任意団体であるSKDBCが負えないということで、その実現性は難しい。

3 トータルシステム管理機構のあり方

SKDBCにおける「画像情報の標準化」については上述してきたごとく、「標準」については規定し得たとしても、実際にデータベースとして画像を保有することは勿論の事、登録・検索・運営の当事者たることについては、それぞれ、課題を保有することが判明し

た。

SKDBCの運営委員会としては再三に亘り、これらを議題とした結果、(社)日本加工食品卸協会とともに、次のごとき一提言を試みる事とした。

提言ー業界システムセンター法人設立ー

社会の諸々のインフラ機構が全てそうであるように「標準」・「規定」等を作り出す事までは、かなり紆余曲折があつたとしても実現は可能である。しかし、その具現化となるとそこには、資金・人材を必要とするがために、挫折してしまう例が後を断たない。行政の支援も「開発支援はしても、運営支援はしない」というスタンスが変わらない限り、依存することはできない。

本件についても、登録が普及徹底し、利用者が一元的にこれを活用し、運営費を支出する者にとって、結果がプラスとなって帰納するまでには永い時間がかかる話である。と同時に、広く業界内外の関係者の情報を蒐集し得る体制の中で、最高度のジャッジを下し、最終的にはトータルコストのミニマム化を実現させる体制が必須条件になる。

以上の用件を整理すると、現行のSKDBCに今後もこれを求めて行く事には、資金的にも、恒常的な担当者を用意することにも、限界があることはいうまでもない。加えて、当業界内には「取引先コード管理機構」「食品系卸・メーカー間VAN事業」「酒類系卸・メーカー間VAN事業」そして「各地域のVAN事業」が併存している。そして、これらの統合の要望が出ている。因みに他業界の例として、日用品雑貨業界のプラネット、菓子業界の統一VANのようなものが見受けられる中で、日常消費財の中でウェイトが高いといわれる酒類食品業界が複数の核に分裂した状態にあるのが、むしろ時代にマッチしていない、否、遅れているといわれている所以である。

となると、(仮称)「酒類・加工食品業界システムセンター」という法人企業を設立、もしくは既存の関連団体・企業のいずれかを改組し、統合化をめざすべきであると考えてるのである。

当然のごとく、業界有志の出資を仰ぎ、取締役会を構成する。極く少数の常勤役員の下に、各出資企業または業務担当企業からの出向者を集め、英知を結集する。業界有志の出資者が本来の目的を見失う事のない限り、当業界の現行ポテンシャルを併せ考えると、前述してきた幾多の課題は乗り切れると確信する。現在までのSKDBCの存在自体がそれ証明するものである。

日食協経営実務研修会

ー近畿支部ー

2月14日(水)13時より当協会近畿支部と大阪府食品卸同業会共催による日食協経営実務研修会がホテルグランヴィア大阪20階名庭の間にて開催された。

これは農林水産省「平成12年度食品販売業ブロック組織企画検討推進事業」の一端として

開催されたものであるが、当日は当協会会員・賛助会員及び同業会会員で併せて約 140 名出席という盛況であった。



満員の研修会場

当日は定刻 13 時、大阪府食品卸同業会の山下明氏（五大物産㈱）の司会に依り開会。冒頭当協会を代表し近畿支部長尾崎弘氏より次の如くご挨拶があった。

本日は多数ご参画を頂きありがとうございます。とりわけ賛助会員の方々にはご多忙中にもかかわらず多数ご参集を頂き重ねて御礼申し上げます。

さて、大阪府食品卸同業会は毎年恒例の如く研修会を重ねて参りましたが、(社)日本加工食品卸協会近畿支部は、この所計画を樹てても実施に至らずじまいでありました。

そこで本年は初めての試みとして合同の研修会を挙行しようではないか、については賛助会員の皆様にもこれにご参画頂いて共通の研修の場を作りたいとの案があり、本日の企画に至った次第であります。双方の役員で検討した結果、旭堂先生には皆様共通の研修の場となるテーマのご講演を願い、良い機会であるので日食協本部の事業活動報告を併せて行うこととしたものであります。

私のご挨拶としては特段の事は用意もございませんが、日頃感じる事を申述させていただきます。

一つは特に最近流通環境厳しく、末端小売業段階における信用不安がしきりに取沙汰されます。換言すれば卸売業は社会的に大きな与信リスクを背負っているということなのであります。このウエイトが増大しております。

賛助会員各位におかれましては、卸は特約店として起用しているので当然というお考えもあるかと存じますが、この時期に改めてこの再認識をして頂くと共に、ご支援ご指導を重ねてお願いするものであります。

もう一つは、当社の事情で最近証券会社のアナリストに数多く面談を重ねております。30社、1対1で1社当り1時間 15分づつの質問を受けて参りました。その中でアナリストの関



開会挨拶：尾崎弘支部長

心は、「利益」であり、「売上」には一切関心を示していない事がはっきり致しました。しかし卸売業は「売上」があつて初めて「利益」が生れるのであつて、そういう意味では「利益」が生まれる売上を求めねばなりません。昔の如く売れば利益が伴ってくることを求めるものではありませんが、「売れば利益が伴う」ものである様に、賛助会員各位にご支援をお願いすると共に、自分達の姿勢を律していかねばならないと考えております。

大阪府食品卸同業会と日食協の会員は、共に生残りを図り努力すべきであると考えております。

今日とはかような局面で賛助会員の方々と共に研修の場を得ましたので、後刻の懇親の場まで有意義な時間をお過ごし下さる様お願い申し上げます。

経営実務研修会

共催 社団法人 日本加工食品卸協会・大阪府食品卸同業会



講師：旭堂小南陵氏

この後、講談界の旭堂小南陵氏より、戦国武将の生き様と成功の哲学に見る、～名将の人の使い方、使い方～について、1時間 30分に亘る講演を頂いた。

同氏は豊富な資料を元にして得た史実の幾つかについて、後世に伝えられている人物観を通して解説したり、又その人物観の誤りを指摘しながら、有意義な話に熱弁を振るわれた。

この後、井岸専務理事が「日食協本部の事業活動報告」を行った。主な内容は①日食協の考える公正取引・公正競争について ②IT革新に対する昨今の周辺の対応活動 ③日食協の今後のあり方について。

第一部講演研修会は 15時 45分、大阪府食品卸同業会の米谷副会長（株大トウ）の閉会挨拶で一旦幕を閉じ、別室にて 16時より懇親の場へ続いたが、久しぶりに一堂に会した研修会という事で、懇親の場においても余韻の残った会話が続いた。



会場受付

