

会報



日食協

Vol. 125 July. 31. 2002

新役員名簿

2

総会開催

我々の存在意義を	5月29日	3
奥行の深さを感じて	東北支部	10
自ら生き残りの道を見出すべし	近畿支部	11
存在意義を認めさせることこそ	関東支部	13
事業所会員3名増	東海支部	17
協会活動は出席して参加してこそ	九州・沖縄支部	18
まず会員の参加意識を	中国支部	22
小売業界の合従連衡を	北海道支部	23
21世紀のマテハンを学ぶ	四国支部	27
和を以って貴しとす	北陸支部	29

講演録

多様化されているマーケット ここに	関東支部 経営実務研修会	32
-------------------	--------------	----

事業報告

“共同物流”具現化へ	物流委員会	49
個別問題毎に討議を	賛助会員世話人会	51

次

業務日誌より

全国食品缶詰公正取引協議会総会開催		54
自信を持ってなすべき努力を	埼玉県食品卸業協会	56

回

覧

平成 14 年度 社団法人 日本加工食品卸協会 新役員
(平成 14 年 5 月 29 日現在)

役 員	氏 名	社 名 ・ 所 属	役 職	備 考
会 長 (非常勤)	國 分 勘 兵 衛	国 分 株 式 会 社	代表取締役社長	
副 会 長 (非常勤)	磯 野 計 一	株 式 会 社 明 治 屋	代表取締役社長	
副 会 長 (非常勤)	廣 田 正	株 式 会 社 菱 食	代表取締役社長	
副 会 長 (非常勤)	尾 崎 弘	伊 藤 忠 食 品 株 式 会 社	代表取締役社長	
専 務 理 事 (常 勤)	井 岸 松 根	(社)日本加工食品卸協会	運 営 委 員 長	
理 事 (非常勤)	杉 野 恵 二 郎	杉 野 雪 印 ア ケ ス 株 式 会 社	代表取締役会長	
理 事 (非常勤)	村 山 圭 一	株 式 会 社 ス ハ ラ 食 品	代表取締役社長	
理 事 (非常勤)	堀 内 琢 夫	丸 大 堀 内 株 式 会 社	代表取締役社長	
理 事 (非常勤)	津 久 浦 慶 之	コ ン タ ツ 株 式 会 社	代表取締役社長	
理 事 (非常勤)	湯 浅 慎 一 郎	株 式 会 社 雪 印 ア ケ ス	代表取締役社長	
理 事 (非常勤)	平 野 博 史	株 式 会 社 三 友 小 綱	代表取締役社長	
理 事 (非常勤)	濱 口 吉 右 衛 門	株 式 会 社 廣 屋	代表取締役社長	
理 事 (非常勤)	三 枝 啟 祐	株 式 会 社 サ ネ ヨ 一 堂	代表取締役社長	
理 事 (非常勤)	上 田 弘	コ ア サ フ ナ シ オ ク 株 式 会 社	代表取締役社長	
理 事 (非常勤)	幸 村 伸 彦	株 式 会 社 梅 泽	代表取締役社長	
理 事 (非常勤)	永 津 邦 彦	株 式 会 社 ト 一 カ ル	代表取締役社長	
理 事 (非常勤)	桑 島 敏 彰	カ ナ カ ル 株 式 会 社	代表取締役社長	
理 事 (非常勤)	中 井 進	株 式 会 社 祭 原	代表取締役会長	
理 事 (非常勤)	加 藤 武 雄	加 藤 産 業 株 式 会 社	代表取締役社長	
理 事 (非常勤)	中 村 成 朗	中 村 角 株 式 会 社	代表取締役社長	
理 事 (非常勤)	竹 内 克 之	旭 食 品 株 式 会 社	代表取締役社長	
理 事 (非常勤)	本 村 道 生	コ ゲ ツ 産 業 株 式 会 社	代表取締役社長	
理 事 (非常勤)	濱 本 正 人	ヤ マ エ 久 野 株 式 会 社	取 締 役 会 長	
理 事 (非常勤)	市 ノ 瀬 竹 久	学 識 経 験 者		
理 事 (非常勤)	岸 原 稔	学 識 経 験 者		
理 事 (非常勤)	西 村 均	学 識 経 験 者		
監 事 (非常勤)	萩 原 弥 重	株 式 会 社 ヤ グ チ	代表取締役会長	
監 事 (非常勤)	兼 崎 勝 行	西 野 商 事 株 式 会 社	代表取締役社長	
監 事 (非常勤)	池 田 孝 雄	味 の 素 株 式 会 社	常 务 取 締 役	

総会開催

我々の存在意義を

— 5月29日 —

5月29日（水）に平成14年度の定時総会が開催された。

当日はこれにさきがけ運営委員会、そして理事会が開催された。当協会の最高議決機関である会員総会の推移について、その任に当る運営委員にとっては長時間緊張の一日となった。

まず、11時より鉄道会館11階にて開催された運営委員会では、①定時総会・理事会運営及び資料の確認 ②10周年・25周年記念行事企画せず ③事務局職員退職慰労金支出 ④今後の事務局運営体制 ⑤公益法人事業費割合等の行政指導 ⑥その他が討議された。

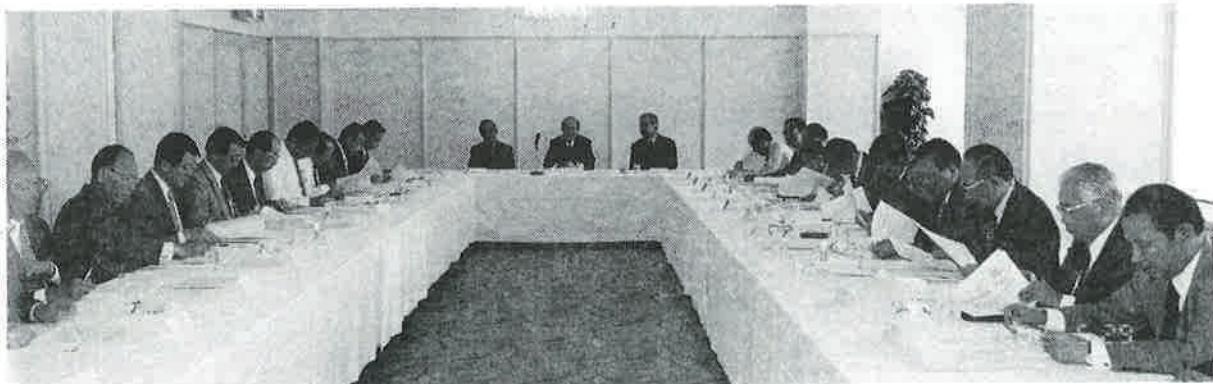
12時30分より同ルビーホール11階の橋の間で定例の理事会が開催された。昼食の後に議事に入ったが、その内容について議事録より抜粋する。併せて第2回の議事録も掲載する。

理事会（第1回及び第2回）議事録（抜粋）

出欠状況 理事総数26名中 出席理事20名 委任状出席6名 計26名
監事総数 3名中 出席監事 3名 計 3名

議案（第1回） 第1号議案 定時総会提出議案の確認の件

第2号議案 その他



理事会における討議

昼食の後、井岸専務理事の司会に依り開会。

冒頭國分会長より簡単に「前回に引き続き、ご多忙の中ご遠方からご参集を頂き誠に有難う存じます。今回は後程の総会でご挨拶をさせて頂くこととして、早速議事に移らせて頂きたい」と挨拶があり、議事に入った。

事務局より上記の出欠状況報告があり、定款の定めに依り会長が議長席に就く事が告げられた。

議長は議事録署名人に三枝皓祐理事と市ノ瀬竹久理事を指名し審議に入った。

第1号議案 定時総会提出議案の確認の件

議長より、事務局に第1号議案の説明の指示があり、重ねて前回説明部分を省略し、その後の動向を含めて報告するよう指示がなされた。

これを受け事務局より、前回理事会以降、提出資料の変更訂正が無い事の報告があった。そして具体的動向として①食品流通委員会のワーキンググループの結成、②物流委員会における新物流コスト算出基準による調査着手、③情報システム委員会によるSKDBCの発展と(株)ファイネットの活用と業界VANの統合、④商品開発研究会の活動開始と本年度のポイント、⑤その後の未収会費の処理、⑥支部総会と支部活動費の活用、⑦その他 の報告を行った。

議長はこれについての質疑を求めた後に承認を求め拍手で承認された。

第2号議案 その他

議長は出席者より提議を求めたが無かったので、事務局に有無を訊ねた。

事務局は次回定例理事会は11月7日(木)であることを告げた。

13時30分議長は理事会(第1回)の閉会を告げた。

当時は役員が全員任期満了につき、その後の総会の第7号議案で役員全員が改選された。その結果をうけて、役付運営体制を決める互選のための理事会開催が必要となった。

第2回理事会は総会の休憩時間中に開催した。

議案(第2回) 第1号議案 理事会運営体制の件

総会で選任された理事により互選という事になった。

出席議員より「斯かる時期なので役付理事は全員留任でお願いしたい」との発言があり、次の如く決定をした。

会長 國分勘兵衛理事

副会長 磯野計一理事、廣田 正理事、尾崎 弘理事(計3名)

専務理事 井岸松根理事

以上

更に続いて14時より予定通り定時総会が開催された。

これも当日の議事録より抜粋し掲載するが、事業報告や事業計画の中で述べられる如く、厳しい業界環境の中で、解決せねばならない難問山積の平成14年度がスタートした。総会終了は15時30分だった。



5月29日 総会会場

総会議事録（抜粋）

議案	第1号議案	平成13年度事業報告に関する件
	第2号議案	平成13年度収支決算報告に関する件
	第3号議案	会員の動向に関する件
	第4号議案	会費の額及び徴収の方法に関する件
	第5号議案	平成14年度事業計画案に関する件
	第6号議案	平成14年度収支予算案に関する件
	第7号議案	役員改選に関する件
	第8号議案	その他

出欠状況	会員総数	200社中
	出席会員	28社
	委任状に依る出席	137社 合計 165社
	出席賛助会員	69名
	事業所会員	5名
	来賓出席者	農林水産省総合食料局流通課 課長 平尾豊徳殿 係長 松嶋喜昭様

定刻 井岸専務理事の司会により開会。自己紹介し進行役兼事務局である事を告げた。

冒頭、國分会長は次の如く挨拶を行った。

國分会長挨拶

ご紹介を頂いた國分でございます。開会に先立ちまして一言ご挨拶申し上げます。
本日はご多用の中、また、遠くからも大勢の皆様方にご参加頂きまして誠に有難うございま

す。また賛助会員の皆様も大勢ご出席を頂きまして誠に有難うございます。

加えて農林水産省総合食料局流通課の平尾課長様、松嶋係長様にはご多用の中、ご出席頂きまして有難うございます。



総会において会長挨拶

平素は、ご出席の皆様方には格段のお力添えとご指導を頂いておりますことを、このような高い席ではございますけれども厚くお礼申し上げる次第でございます。

本日はこれより平成13年度の事業報告以下、平成14年度の事業計画、収支予算、また役員改選等についてご審議を頂くことになっております定時総会でございます。

最後まで充分にご審議を頂きますよう、よろしくお願い申し上げます。

さて、私から申し上げるまでもないことでございますけれども、一部では景気低迷も底を打ったような報告がなされているわけでございますが、巷においては相変わらずの景気低迷、消費不振の連続であり、一向に明るい話題のない我々業界でございます。むしろ逆に流通業の破綻、商品の表示の不正、さらに加えて、卸の中抜き論等、厳しい局面に立たされている上に、商品価格の低落化、そして過当競争による厳しさに歯止めがかかっていないというのが現状かと存じます。

斯かる時に当協会といたしましては、会員と、本日も多数お見えになっております賛助会員の方々のご協力を得て、我が国の流通構造の素晴らしさを社会に、又海外の流通資本に喧伝しなければならない時が来たかというふうに考えているところでございます。

一方では、先輩が築いた流通構造は、時代と共に崩れつつあるのも事実でございます。そして今、新しい国際化の波を受けながら、それも克服しようとしている新しい流通構造に移りつつある時期と認識しております。

いずれに致しましても、社会に必要な機能の担い手として我々は名乗りを挙げ、自信をもってローコストで全体最適をつくりあげる産業であることを訴え、実現させねばならないというふうに思っております。

これを基本に致しまして、平成14年度の当協会の活動を運営して参る所存でございます。本総会では役員も全員任期満了で改選されるということでございますけれども、新しく選ばれた役員は気持ちも新たに、この課題に取り組む必要があると存じます。

斯かる意味から、課題の一つ一つに充分なご審議をお願いするものでございます。

簡単でございますが開会のご挨拶に代えさせて頂きます。

どうも有難うございました。

農林水産省総合食料局流通課 平尾課長挨拶

只今紹介を賜りました農林水産省総合食料局流通課長の平尾でございます。よろしくお願ひ致します。

本日は、社団法人日本加工食品卸協会の定時総会にお招き頂きまして、有難うございます。総会の開催に当たりまして、一言ご挨拶申し上げます。

貴協会の皆様方は、日頃から加工食品を中心とします食品の安定供給を通じ、国民の食生活に重要な役割を果たして頂いているところであります、この場をお借りして皆様方に深く敬意を表する次第であります。

食に携わる私どもといたしまして、昨年を振り返ってみると、BSE問題に端を発しまして、また、偽装表示の問題等が発生する中で、国民の皆様の食に対する信頼を大きく揺るがす事態となり、関係者の皆様方にも多大なご心配をおかけしているところでございます。

正に国民一人一人が食に対する信頼を回復して頂けるように、私どもとしては全力をあげて取り組まなければならないと考えているところであります。

その方向としまして、私ども農林水産省は、先般4月に「食と農の再生プラン」というものを策定致しました。農林水産省のこれまでの行政の在り方を、抜本的に見直して行こうという考え方のもとに、取り組んでいるところでございます。特に、食品の安全、安心の確保という観点からは、ひとつはトレサビリティ・システムの導入による、生産履歴情報システムを、牛肉を中心として導入するという考え方であります。もうひとつは、表示につきましてJAS法を改正し、より弾力的に運営することによって、消費者の方々の表示に対する信頼を高めて行くような取り組みをさせて頂いております。

このJAS法につきましては、只今ちょうど、国会において審議を賜っているところでございます。

いずれにしましても、当然あるべき食の安全、安心につきまして、私どもも適切に対応していきたいと考えております。皆様方は食材の供給という観点から、直接この食の安全、安心に携わって頂いている重要な扱い手の方々でございます。今後とも国民の皆様の信頼を回復できるよう皆様方のご指導ご協力を賜りながら、取り組んでまいる所存であります。

さて、流通全体のことにつきましては、先程会長からお話がありましたが変化のテンポが極めて速いスピードで動いております。

そういう中で、私ども食品の流通に携わる者と致しましては、激しい変革の中でいかに国民の皆様の、或は消費者の皆様のニーズをきちんと捉えて、適格にそのニーズに応えていく、また、より効率化を図っていくことが課題であると思っております。

貴協会の会員の皆様は加工食品の卸ということで、日本の食文化、或は食品流通の長い歴史の中で、ひとつの役割をきちんと果たして来て頂いており、そういう意味から卸業界としての品揃え、或は物流の効率化の観点で、この激しい動きの中でそれぞれ工夫をされて、さらにその機能を充実させて頂ければと思っております。

景気につきましても、まだまだ厳しい状況が続いております。一方全体に厳しいと言われている中で、食品については少しずつではございますが、上向きの動きを示すデータが最近出でおります。このような状況の中で、皆様方がそれぞれのところで、今まで培ってこられた機能



農林水産省 平尾課長ご挨拶

をさらに磨きをかけて頂くことによって、明るい展望を期待出来るのではないかと思っております。

結びに当たりまして、貴協会が國分会長を中心とした団結の中で、業界が益々発展されることを祈念すると共に、会員の皆様方、本日ご参集の皆様のご繁栄、ご健勝を祈念致しまして私の挨拶とさせて頂きます。

事務局はここで出欠状況を報告し定足数を確認した。

引き続き議長の選出に入ったが、定款20条2項により、出席会員の中から選出とあるが、事務局より「前例に慣い議事進行を早めるためにも会長を推薦したき」旨発言があり、満場一致で承認され会長が議長席に着いた。

議長は議事録署名人として、出席者の中から日本酒類販売株式会社殿と株式会社升喜殿を指名し承認の後、議事に入った。

第1号議案 平成13年度事業報告に関する件

第2号議案 平成13年度収支決算報告に関する件

議長より事務局に対し、この両案は関連あるので続けて説明報告するよう指示があった。

事務局は会報Vol.124号と別冊レポート「日本の中間流通業の今日的存在意義について」「返品問題の実態と対応について」を資料として ①概要(調査研究事業、普及啓発・実践事業、本部活動)、②総務関係(定款変更申請、定款変更研究会と法人格についてのアンケート、想定される任意団体)、③各委員会活動(食品流通委員会ワーキンググループがまとめた「日本の中間流通業の今日的存在意義について」、「返品問題の実態と対応について」。物流委員会の新物流コスト算出基準の策定。情報システム委員会委員活動であるSKDBC(酒類加工食品データベースセンターの略)の活動と(株)ファイネット活用への展望。法務研究会及び商品開発研究会の活動)、④農林水産省補助・助成事業、⑤各支部活動、⑥事務局活動の概略を説明した。

続いて平成13年度の収支決算状況として当期収入合計47,682,577円に対し、当期支出合計53,039,575円、差引収支差額▲5,356,998円、次期繰越収支差額22,124,590円。その内訳を貸借対照表と財産目録の如く報告した。

議長はここで池田孝雄監事に監査報告を求めた。

池田監事は「平成14年4月11日(木)に監事3名により監査を行ったが、結果は先の如くであり、適法・正確に処理されていると認めた」と報告した。

議長は第1号、第2号両議案の質疑を求めたが、異議なく拍手をもって承認された。

第3号議案 会員の動向に関する件

議長から説明を求められ、事務局はこれも会報Vol.124号を資料として報告、これも承認された。会員の加入2社、退会8社(共に合併のケースを含む)。事業所会員3社増1社減。

第4号議案 会費の額及び徴収の方法に関する件

議長の指示により、事務局より前年度に改訂した会費制度の概要と本年度の適用措置の説明。並びに前年と同様の徴収方法で6月末日までに各社一括振込（振込手数料各自負担）という説明を行った。本件についても異論なく満場一致で承認された。

第5号議案 平成14年度事業計画案に関する件

第6号議案 平成14年度収支予算案に関する件

この両案についても議長より事務局に「関連あるので続けて説明せよ」との指示があった。

事務局は平成14年度に各委員会と各支部が予定した計画を包含し、①調査研究事業、②普及・啓発・実践事業、③本部活動の個々案について説明した。

引き続いて、平成14年1月22日(火)開催の理事会で決定した暫定予算を包含する14年度の収支予算案として、当期収入合計45,471,000円、当期支出合計56,521,000円、前期繰越収支差額22,124,590円、次期繰越収支差額11,074,590円（当期収支差額▲11,050,000円）の予算概要を説明した。

議長はこれについての承認を求めたが、満場一致拍手で承認された。

第7号議案 役員改選の件

議長より「本総会の終了を以て理事・監事全員任期満了となる。定款13条により「総会において選任する」とあるが、如何するか、よろしければ理事会に於ける候補案を提起させて頂きたいが、事務局より説明を」と発言があり、事務局より別添の候補案を説明した。

これについて議長より承認を求めたが、満場一致で承認された。

また、候補者全員に確認を求め、全員が了承した。

そして今回限りで退任される、カナカン株の角間俊夫氏と株三友小網の宇都木政司氏に対し、永年ご協力頂いた労苦に対して謝意が述べられた。

この後ここで休憩に入った。この間に役員の互選のための理事会が開催され、終了後直ちに総会が開催された。

再開後、事務局より只今の理事会により、定款13条に基づく互選の結果、会長國分勘兵衛理事、副会長磯野計一理事、廣田正理事、尾崎弘理事、常勤の専務理事井岸松根、いずれも再任と決定した旨の報告があり、議長に総会の再開続行を促した。

議長は以上の如くであり、改めて役員一同微力であるが、一期2年間協力して運営に当たりたいと会長としての挨拶を行った。

第8号議案 その他

議長より、出席者の中から問題提起があればと声をかけたが、無かったので以上にて総会を終了するとの宣言と、本日の出席と審議の参加に対するお礼と今後の指導とご鞭撻をお願いし、閉会の挨拶とした。

以上

奥行の深さを感じて

—東北支部—

各地の支部総会のトップを切って、6月3日(月)11時30分より、東北支部総会が仙台ホテルにて開催された。これに先立ち11時より幹事会が開催され、幹事企業3社と本部で事前の打合せを行い、役員改選についての提案などが提起され、当日の運営次第の確認を行った。

定刻になり東北支部副支部長 本橋秀夫氏(東北国分株)の司会進行に依り開会。冒頭、支部長 堀内琢夫氏(丸大堀内株)が次の如く挨拶を行った。「本日はご参集を頂きありがとうございます。平素は支部活動にご支援ご協力を頂きありがとうございます。私も支部長を拝命し、2年経過致しました。この間いろいろ勉強して参りましたが、まだまだ課題は巾広く、奥行の深さを感じているのが実感であります。本部においても前年度は引き続き「公正競争・公正取引」に取組んで参りましたが、期央から「卸中抜き論」「与信管理」「商品の安全性」等々の問題が発生し、その対応に追われたのが実態であると報告されております。

本部の動きも活発ですので、支部活動も皆さんと力を合せて頑張って行きたいと考えます。(中略)本部より過日の総会の報告も、午後の賛助会員連絡会にて詳細に行われる予定なのでどうか最後までご協力をお願い致したい」。

この後、本橋副支部長より、会員28社中出席者13社 委任状10社 計23社出席との定足数の報告があり、会の成立を告げ、恒例に従い支部長が議長になる事を宣した。

議事に入り、第1号議案 平成13年度事業報告及び決算報告について本橋副支部長が ①総会 ②研修会 ③収支計算を説明 監事 富澤 清氏(株明治屋)が監査報告を行った。

これを拍手で承認。

第2号議案 平成14年度事業計画及び予算について



司会進行 本橋副支部長
(東北国分株)

これも説明があった後に、研修会企画と併せて当協会発足以来25周年、来年は社団法人化以来10周年という事があるので賛助会員と共に会合を開催するという事で討議がなされた。日時場所は監事に一任という事で議案を承認。

第3号議案 役員改選については、会員からの意見を求めたが無かったので本部からの提案として「現支部長 堀内琢夫氏は総会で理事として改選されておられるし、過去の経緯より考えても未だ1期2年しかご



議案審議中の堀内支部長
(丸大堀内株)

負担されていないので、願わくば再任されたい。また現状堀内氏をおいて他に候補者も見当たらない。」との発言がなされた。受けて堀内氏は「未だ2年といわれたが、2年も勤めたという感じである。しかし、微力であるが、加えて副支部長 監事という現体制で事務局を仙台に置くという条件の下でお応えしたい。ご承認頂けるのであればご協力をお願いしたい」と答えた。全員の大きな拍手で現体制の再任が決まった。

その他は問題提起もなく、総会は閉会した。



東北支部賛助会員連絡会 会場

午後になり13時より賛助会員にもご参集を願い、賛助会員連絡会を開催した。これも本橋副支部長の司会により開会。堀内支部長より、本日参集の御礼に始まる開会挨拶があった。その中で午前中開催した支部総会の報告がなされ、秋に計画する研修会についてのご参画のお願いと、役員改選の結果、全員再任となり引続いてのご支援ご協力のお願いを行った。

続いて賛助会員を代表して角間健夫氏（味の素㈱）より概略次の如きご挨拶を頂戴した。

「全国各地で卸売業にご厄介になって来て居ります。さて、小売業売場面積は10年間に60%増、売上は8%増のオーバーストア。結果低価格競争で製造業は極めて厳しい状況にある。卸売業とともにふん張り時と考える。

ひるがえって、今、日本のリーディングカンパニーと言われるソニー、ホンダ、トヨタ、弊社味の素はいずれも卸を起用している会社である。日本スタイルである。
リージョナルスーパーがあり、地域卸がある。

この日本の切磋琢磨が非常に大切である。トヨタは「日本があつて世界がある」と言っている。日本発の素晴らしい流通構造を大切にしたい。」

この後で総会の結果報告を兼ねて「本部事業活動報告」を井岸専務理事が行い、14時40分閉会となった。



東北支部賛助会員代表 角間健夫氏
(味の素㈱) のご挨拶

自ら生き残りの道を見出すべき

—近畿支部—

6月6日(木) ホテルグランヴィア大阪 20階「鳳凰の間」にて 13時より近畿支部総会が開催された。定刻、司会兼事務局役の高橋雅信氏(伊藤忠食品㈱)が開会を告げ、冒頭、近畿支部長 尾

崎 弘氏(伊藤忠食品株)が概要次の如く挨拶をした。「本日ご多忙の中をご出席頂き誠にありがとうございます。過日の当協会の理事会においても、当近畿支部の活動も2月の研修会を含めて報告がなされた所であるが、本日は近畿支部としての総会であり、日頃のご協力を感謝いたします。業界動向としては、小売業界においては、海外大型流通資本の上陸、提携等の大きな動きのある所であるが、卸業界としてはこれに左右される様な事なく、自ら自分の進むべき道を見出す時であると考えて居ります。来週業界紙の依頼を受けて、証券アナリストの松岡真宏氏と一緒に仕事をする予定でありますが、同氏はその著書でご存知の如く日本の卸業界を高く評価して下さって居られる方であります。同氏は流通業界の卸売業の存在を不可欠とされておられます、我々業界、特に関西業界においては、無駄な競争をする事なくお互いに自分の生き残る道を見出すべきであると考えています。」

この後、事務局より会員49名中委任状含めて38社の出席で、総会が成立する旨の報告があり、議長席に尾崎支部長が着席して議事に入った。

第1号議案 平成13年度事業報告の件 第2号議案 平成13年度収支決算報告の件を事務局が続けて資料を基に報告した。

そして会計監事 乾 敏展氏(カネトミ商事株)より5月15日に実施した監査報告がなされ、議長は質疑を求めた。会員より支部活動費の予算と実績の食い違いについて質問があり、13年度の活動費予算の計上方法の変更が本部サイドにおいて行われた事に起因するものである事の説明がなされ了承された。

第3号議案 任期満了に伴う役員改選の件については議長がまず会場に意見を求めたが、無かったので事務局案として、支部長 伊藤忠食品株(尾崎弘氏)、副支部長 加藤産業株(羽入田武久氏)、会計監事 カネトミ商事株(乾敏展氏)、幹事 株祭原(中井進氏)、株ヒメカン(佐々木満氏)の推薦があり、議長がこれを会場に諮ったが、意義なく全員拍手で承認された。

第4号議案 平成14年度事業計画(案)の件 第5号議案 平成14年度収支予算(案)の件に

ついても事務局より続けて説明があり、議長が質疑を求めた。会員より大阪府食品卸同業会と共に工場見学等の研修をすべきという提案と、予算における支部活動費予算算出基準についての質問があった。前者については議長より、良い企画があれば是非共催という回答があった。後者については「13年度の実績」が基準となる旨の回答に対し、「それでは使い得ではないか」という再度の疑問。これに対し「良識ある使



近畿支部事務局



開会挨拶 尾崎支部長
(伊藤忠食品株)

途であれば結果的にそうなる」と回答され、議案は承認された。

議長より議案の審議の終了が告げられ、引続いて「本部説明」という事で、井岸専務理事の本部事業報告がなされた。

5月29日の総会の結果報告の内容であったが、本題に入る前に直前の会員からの「使い得」発言について、本部運営委員会として「支部活動の活性化が本来の目的であり、適正な事業を行うのであれば、正に望む所であり、意図に適った所である」と説明した。そして総会内容から、①役員改選結果 ②法人格変更に関するアンケートと「想定される任意団体概要」 ③食品流通委員会ワーキンググループのレポート「我国における中間流通業の今日的存在意義」と「返品問題のポイントと対応」 ④新物流コスト算出基準 ⑤その他 について報告した。

14時25分 司会事務局が閉会を宣した。



総会会場

存在意義を認めさせることこそ

—関東支部—

6月12日(水)11時より関東支部幹事会が鉄道会館ルビーホールにて開催された。直後に行われる総会議案内容と運営についての確認が第1号議案であった。

第2号議案 情報交換に関しては、出席者全員により順次発言がなされ、各地域の営業状況、課題等幅広いテーマや話題が提供された。

- ・最近返品量が目立って多いのが、ドラッグストア業態である。
調査対象として考えてみても良いのではないか。
- ・単価下落に歯止めが掛からないのが問題である。
- ・添加物問題で現場は返品の山である。このコストについてメーカーに請求したいし、統一的見解があれば…



情報交換する関東支部幹事会

- ・外食業界の与信管理も課題である。
- ・我々中間流通業の存在意義を社会にいかに知らしめるかが大事である。
- ・場所毎に物流コストが異なるので管理が課題
- ・添加物について国際水準の見解と我国の対応の違いがあるのが問題
- ・物流センターの業務受託に伴う許認可の有無に留意すべきである。

続いて 13 時 30 分より別室にて総会が開催された。

その概要について議事録より抜粋掲載する。

なお、当日は総会終了後、経営実務研修会を開催したが、本誌別稿にてこれを紹介する。

出席状況会員 66 社中 出席 19 社 委任状 33 社 計 52 社

定刻井岸常任幹事の司会に依り開会。

冒頭湯浅支部長より次の如き挨拶がなされた。

湯浅支部長挨拶

ご紹介を頂きました支部長担当しております、雪印アクセスの湯浅でございます。

今年度の総会にお忙しい中を、会員の皆様、また賛助会員の皆様にお集まり頂きまして誠に有難うございました。また、日頃はこの支部の運営につきまして、いろいろご協力を頂いておりますことを、改めて、重ねてお礼申し上げたいと思います。

先月 5 月 29 日に日食協の総会も無事済みました。全ての議案が承認されました。

その承認を受けて、この関東支部を今後どう運営していくかということを、今日皆様にお諮りし、決定して頂きたいと思います。

一般経済情勢等々、このところいろいろな会合がありまして、皆様も挨拶ばかりで多少飽きていると思いますので、その辺につきましては省略させて頂きますが、2 点だけ私の感じておりますことをお話し申し上げたいと思います。

まず第 1 点は、今日の新聞をお開きになって、すぐわかると思うのですが、各メーカーの謝罪広告、回収広告が頻繁に出ております。この問題について我々も非常に苦慮しているわけでありますが、一体これは本当に正しいのだろうか。と最近常々考えております。

それはどういうことかと言いますと、今日安全に対する問題はいくら厳しくても仕様がないということがあります。

例えば表示の問題、日付けの問題、こういったことが規制をすればする程細かくなってくると、これが本当の消費者志向なのかな、ということを感じます。

実は私も各メーカーのトップの方々、量販店のトップの方々と、いろいろお話をしている段階で、いっぺんこの三層が集まって、消費者教育といったら失礼に当たりますけれども、日本の消費者に対して、例えば賞味期間の問題等々については「なんでも新しければ良いという問題ではないんですよ」ということを、やらなければいけないのでないかということをお話を



開会挨拶 湯浅支部長
(株)雪印アクセス)

しています。

スーパーのトップも、メーカーのトップの方々も大賛成なんですが、しかし、あっちがやるからこっちもやると、仕様がないという意見もあるのですが、この辺を今後大きな課題として、先程の幹事会でも厳しい現状の意見を頂きました。

こういった点もふくめて、皆様と検討して行きたいと考えておるわけです。

第2点はご承知の通り、ウォルマートが出てくる等々で、また小売業界の編成が激しくなつてきているわけですが、私もいろいろな所で挨拶をする機会がありますから言っているのですが、騒ぐことはないと言っています。

特に食品につきましては、外資が来たからと恐れることはない。たまたま一昨日、ウォルマートの関係者と話をしたのですが、ウォルマートは食品ではすぐ出てきませんよ。恐らく日用雑貨等、他の商品についてはすぐ出て来るでしょうけれど、食品については日本の方が優れている、よほど研究しないと日本には入っていけないよ。と言うことを、もう彼等は感じているんですね。ですから私は心配することはない。何故かと言うと、我々のお客さんの大多数は日本人だと。日本人の食文化、食生活、購買行動を考えた時に、外資が出て來たからといって、日本のお客さんが飛びつくということは有り得ない、あまり心配する事はないですよ。とそう言うことを話している訳です。

しかし、卸協会としてこれから何をすべきか、何に一番注目すべきかということを考えました時に、私は5年前から言っていますが、やはり日本の人口構造の変動、世帯数の変動、ここを卸として押さえていかなければ、これから我々の機能そのものが發揮出来ないのではないか。一つの例として申し上げますと、もう皆さんもご承知だと思いますが、2000年と2010年の推計がいろいろ出ているわけです。

今、総人口は1億2689万1000人。これが、2010年が一番ピークになる時で、1億2762万3000人、ここから下がってくるわけです。

問題はその時に、今、総世帯数は4640万世帯数あるわけです。これが2010年には、4914万2000世帯まで増える、いわゆる分化してくるという事ですね。

その中の単身世帯が、現在1234万1000世帯、これが1373万4000世帯。つまり、111パーセント単身世帯が増えること、ここまでよく言われることなんですが、その中で65才以上の単身はどうなるのかと言いますと、現在が296万5000世帯なんですね、それが2010年には430万4000世帯になる。つまり145パーセント増える。と言うことです。

要するに、65才以上の単身がそれだけ増えてくるよと。そうすると購買行動はどうなるんですか、全部ピックチェーン店に行くんですかと。それよりも近所のお店に行く回数が食生活では増えて来るのではないかと思います。

そこに卸機能として發揮するところがあると、恐らくメーカーの方々も、そういうところにポイントを合わせた商品開発をやられているだろうと思います。

その中でもうひとつ面白いのは、296万の単身世帯の中で、男の世帯は72万9000世帯女だけは223万4000世帯あるんですね。やっぱり女性は長生きをしているのか、元気なんですね。これが2010年には男性が124万5000世帯で、1.7倍になりますよと。

ところが女性は305万9000世帯で137パーセント、何と言っても今後、益々65才以上の購買というものが重視していかないといけない。その時に全てがピックチェーンに集まるとは私は考えていないんですよ。恐らく毎日の購買は近所に良い店さえあればそこに行くであろうと、

その接点に対してリーズナブルにローコストで適時に商品を配っていくというところに、今日お集まりの会員の皆様方の、今後一番大きなポイントがあると私は考えております。

ですから、外資と言われておりますが、特に食品についてはそう恐れる事はない。

我々のやることをやっておけば、この卸協会としても機能を発揮出来るというふうに、私は考えております。

しかし、グローバル化の中の非常に大きな流れについては、恐らく変わって来るだろうと、その辺の勉強も、今日は皆さんと一緒にやっていきたいと考えております。以上2点だけ申し上げて、開会の前の挨拶とさせて頂きます。

挨拶直後、司会兼事務局より定足数の確認報告があり、続いて議長に湯浅支部長の推薦があり拍手で承認され、支部長が議長席に就いた。

議長は議事録署名人として、正栄食品工業株式会社殿と株式会社リヨーショクリカ一殿を指名し議事に入った。

第1号議案 平成13年度事業報告に関する件

第2号議案 平成13年度収支決算報告に関する件

議長より事務局に両案を続けて説明し、かつ日食協全体の事業活動を含めて報告して欲しいとの指示があった。

これを受け事務局は、5月29日に開催された定時総会の状況報告を含めて、①役員任期満了に伴う改選の結果、②事業報告の中から食品流通委員会の策定した「日本の中間流通業の今日的存在意義について」、③同じく「返品問題の実態と対応について」、④新物流コスト算出基準の紹介、⑤酒類・加工食品データベースセンターの平成14年度における飛躍、⑥関東支部の前年度総会、経営実務研修会、商品研修会、流通業務委員会のその他の事業(物流コスト実態調査・返品実態調査等)、百貨店共同配送委員会、⑦協会の平成13年度収支決算報告、⑧同じく関東支部決算報告(収入合計1,635,141円 支出合計1,228,553円 次期繰越残高817,067円)の説明報告がなされた。

議長は、続いて関東支部収支決算に対する会計監査を、会計幹事長谷部博一氏に求めた。

同氏は、去る4月24日に行った監査結果として「平成13年度財務諸表につき監査の結果、相違ないものと認めた」との報告を行った。

議長は、第1号議案と第2号議案の承認を求め、満場拍手でこれを承認した。

第3号議案 役員改選に関する件



総会会場

議長より議案説明を求められ、事務局は事前に全役員の再任という仮定の下に、再任内諾の意志を確認したが、企業内担当者の変更の申出と、神奈川県水谷商事株式会社の業態変更に伴う辞退以外、全員の内諾を得ているので全員を候補者として推薦した旨の発言があった。

議長は、これを会場に諮った処、異議なく候補案全員が承認された。

第4号議案 平成14年度事業計画案に関する件

第5号議案 平成14年度収支予算案に関する件

この両案も関連するので、続けて事務局より説明するよう指示があった。

受けて事務局は事業計画として ①基本活動方針、②流通業務委員会が担当する調査研究事業、③同じく研修事業、④百貨店共同配送委員会が実施する実践事業の各計画と収支予算(収入合計 2,020,100 円支出合計 1,960,000 円翌期繰越収支差額 878,167 円)の報告説明を行った。

議長はこれについての質疑を求め、無かったので承認を求めた。

拍手でこれも承認された。

第6号議案 その他

議長は、会場に問題提起の有無を求めたが、無かったのでここで休憩を宣した。

休憩終了後、この間に幹事に依って互選された、支部長 (株)雪印アクセス(湯浅慎一郎氏)、副支部長 国分(株)(小松崎寿文氏)、(株)廣屋(濱口吉右衛門氏)、(株)三友小網(高崎英二氏)、(株)サンヨー堂(三枝皓祐氏)、(株)菱食(津布久剛雄氏)、会計幹事(監査) (株)明治屋 長谷部博一氏)、常任幹事 井岸松根氏(本部専務理事)、幹事 日本酒類販売(株)(村井俊昭氏)、西野商事(株)(兼崎勝行氏)、(株)ヤグチ(萩原弥重氏)、伊藤忠食品(株)(木村英彦氏)、(株)梅澤(西浜元家氏)、コンタツ(株)(小林勝男氏)、(株)升喜(松井和人氏)、(株)新盛(高島文治氏)、(株)丸水長野県水(小池 守氏)、(株)みのわ(箕輪勝朗氏)、ヤマキ(株)(山口 茂氏)、ユアサ・フナショク(株)(上田 弘氏)、吉見商事(株)(大久保和政氏)、武田食品(株)(白倉喜美雄氏)、常洋水産(株)(大谷 稔氏)、群馬県卸酒販(株)(田口勝彦氏)) の新体制の発表があり、支部長として湯浅慎一郎氏より挨拶があった。

この後、議長が閉会を宣言した。

以上

事業所会員3名増

—東海支部—

土砂降りの首都圏をスタートしたが、名古屋に着いたら晴天になっていた。

6月18日(火) 13時30分より名古屋観光ホテルにおいて、東海支部の総会が開催された。定刻になり同支部事務局の山田将聖氏(中部飲食料新聞社)の司会に依り開会。東海支部長幸村伸彦氏(株)



開会挨拶 幸村支部長
(株)梅澤

梅澤)より、参考の御礼が述べられた後、会員26名、委任状10社含めて全員出席、と定足数の報告があり、事務局の推薦が承認され幸村支部長が議長となった。



報告する事務局 総会会場

議事に入って議長より指示を受け、第1号議案 平成13年度事業報告（総会・会員増減・新年名刺交換会）、第2号議案 平成13年度収支決算書の承認の件を続けて事務局が報告した。更に会計幹事 西山 茂氏(西山商事株)の監査報告がなされ、議長より両案の承認が求められた。全員異議なくこれを承認。

続けて第3号議案 平成14年度事業計画案承認の件、第4号議案 平成14年度収支予算案承認の件も議長の指示に依り事務局が説明報告を行い、同様承認された。第5号議案 その他の件については議長が出席者に諮ったが問題提起もなく議事は終了した。このあと「本部事業活動報告」を井岸専務理事が行って閉会となった。

14時50分であった。この日サッカー日本代表はトルコに惜敗した。

協会活動は出席して参加してこそ

－九州・沖縄支部－



九州・沖縄支部幹事会

梅雨の合い間、首都圏も博多も快晴、むし暑い日であった。

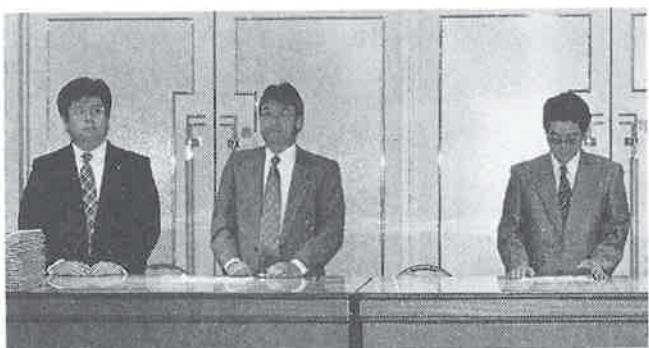
6月19日(水)11時より博多全日空ホテルにて、九州沖縄支部の幹事会が開催され、幹事21名、代理も含めて全員出席。

直後の総会運営に関する確認を行った。議案の中における役員改選の件について、同支部長本村道生氏(コゲツ産業株)より一同に意見を求めたが声もなく、支部事務局が作成した案を提

出した。これについて「支部長留任とあるが、既に10数年来変りないが、不自然ではないか」と支部長より問題提起があった。



総会会場



総会・研修会受付の皆さん

これに対して一出席幹事が「本村氏をおいて他に見当たらないのでご苦労様だがもう一期のお願い」との発言があり、支部長は止むなく「総会で承認されならば」と了承。更に「然らば、自分からもお願いがある。それは名を連ねて、そして私を推挙して頂いたからには、これからこの会議は欠席のない様に心がけて欲しい」と訴えた。出席幹事から「おっしゃる通りである」との発言もあって事務局

案を幹事会案として総会に提出する事となった。12時すぎに幹事会を閉会した。

13時より総会を開催した。司会の松尾 章氏(コゲツ産業株)より会員57名中 委任状併せて51名の出席、依って総会成立と報告があり、開会のことばを副支部長代理 山内宏和氏(ヤマエ久野株)が述べた。

続いて支部長 本村道生氏が概要次の如く挨拶を行った。

支部長の本村でございます。一言ご挨拶を申し上げます。第25回の九州沖縄支部総会でありますが、皆様におかれましては大変ご多用の中をご出席頂きありがとうございます。平素より会の運営にいろいろとご支援頂いております事改めて御礼申し上げます。

昨年の総会よりの一年間、アツという間に過ぎました。この間に大きな変化がございました。一般の日刊紙にも九州の流通が記事として登場し、興味を持たれた方々も多かったですと思われます。変化がスピードを伴って起きた半年間がありました。加えて昨今は食品の安全性がクローズアップされ、問題を惹起しております。製品業の方々のご対応もご苦労されていると思います。この変革期に業界団体は如何に対応するか、本部報告を後刻させて頂きますが、大局から見れば自分たちの存在意義という基本論を進めており



開会挨拶 本村支部長
(コゲツ産業株)

ます。しかし流通は地域性のあるものとして、総括的な事をベースとして、九州において、或いは九州の各地においてそれぞれ業界の者が話合うべきであると、私は以前から毎年申し上げている所であります。特にこのような変革の時には話し合いを重ねる必要があろうと思うのであります。

本日は会員数を上回る賛助会員にご出席頂き誠にありがとうございます。私共中間流通業はやはり製造業の営業の方と協議し問題解決に当る事が有意義だと思います。本日は総会にご協力頂き一緒にご審議頂ければと考えます。

この後、本村支部長が議長席に就き、議事録署名人を指名し議事に入った。第1号議案 平成13年事業報告並びに収支決算書承認の件について事務局が説明。このあと会計監査報告を会計監事 木村 茂氏(株)三友小網)が行った。事業報告は第53回幹事会、第24回支部定時総会、連絡協議会・賛助会員連絡会、新年交礼会、記念講演(平成13年6月26日)、講演会(平成13年11月13日)について詳細に述べられた。

議長はこれについての承認を求めてから、第2号議案 平成14年度事業計画並びに予算案承認の件について事務局の説明を指示し、報告後これの承認を求めた。第3号議案 役員改選の件については出席者からの意見を求めたが、無かったので幹事会で承認された候補案を紹介し、これの承認を求め満場の拍手でこれも承認された。

新役員は次の通り、支部長 本村道生氏(コゲツ産業株)、副支部長 柳川 信氏(ヤマエ久野株)、会計監事 木村 茂氏(株)三友小網九州支社)、幹事(以下同じ) 亀井創太郎氏(亀井通産株)、下田弥吉氏(下田商事株)、保木 勇氏(九州伊藤忠食品株)、荒木 眞氏(南九州国分株)、香西 良二氏(伊藤忠食品株)福岡支店)、林健二郎氏(株)明治屋福岡支店)、築城初實氏(国分株)九州支社)、村上伊佐男氏(加藤産業株)福岡支社)、水島宏次氏(株)雪印アクセス九州支社)、中嶋隆夫氏(株)菱食福岡支社)、立石善平氏(株)立石)、西 猛次氏(佐賀食品株)、隅倉啓造氏(株)隅倉)、黒木美和子氏(黒木食品株)、竹之下勝三氏(株)竹之下)、吉田節哉氏(株)サンフリード)、阪本恒徳氏(株)三久食品)、富村朝保氏(株)富村商事)。

第4号議案 (イ)取引慣行改善に係る地域活動の実態報告については次の如く報告があった。

福岡地区協議会 山内宏和氏 (ヤマエ久野株)

福岡地区協議会座長の山内です。協議会は14社で構成。メンバーは現場責任者の正副担当2名宛登録。1月を除き毎月1回会合を開催。平成2年より回を重ね、12年経過。最近は本音で意見交換がなされている。例年同様13年度も返品問題、労務提供、センターフィーの支払の調査研究を行った。成果を上げて来ているが、一朝一夕で片付く問題ではないので今後も続けていく予定である。特に昨今は小売業主宰の流通センターフィーの料率アップが著しく、我々の経営を圧迫している。九州全体で30ヶ所のセンターがあるので今後大きな課題となる。フィーの料率は調査で把握したもののコストの明示がないのでそれが不当に高いか否かは不明である。

今後は小売業にも協力を仰ぎたいと考えている。年末年始の物流体制については3年前からメーカー各位にお願いして来て、前年末から今年の始めにかけては問題もなく、ほぼ満足できる状態になったと言える。



報告する山内福岡地区協議会座長
(ヤマエ久野株)

一部の地方を除き、大きな改善になったと考えている。今年になってから入荷基準について検討を始めた。メーカー様にもお願ひして入荷商品の日付の調査中である。

卸中抜き論ある中で、卸機能の充実を図り、効率的流通の構築のためのより一層の情報交換を図って行きたいのでこの会の進展を図りたい。

親熊会代表 高濱勝彦氏(亀井通産株)

新熊会メンバーは少人数ですが、活動はそれなりに行っております。しかし従来は2ヶ月に1回の会合を開催していたが、本年度は、回数が減って4月・8月・12月に全体の会合を開催する事にしている。委員会は教育研修委員会(委員長 ヤマエ久野株)、流通問題委員会(委員長 九州伊藤忠食品株)、スポーツリクリエーション委員会(委員長 コゲツ産業株)を常設している。

4月18日には総会を開催し、この折に教育研修委員会は、阿蘇神社より宮司を講師に招き「阿蘇の歴史」についての勉強会を行った。同日スポーツリクリエーション委員会はゴルフ大会を開催した。

流通問題委員会は労務提供、メーカーとのオンライン、与信管理等の諸問題をテーマに毎月1回会合を重ねている。6月13日には株帝国データバンクより講師を招き与信管理に関する講演を頂いている。今後は8月、12月に会合を開催し、併催する行事について目下検討している所である。

第4号議案(口)商品展示特売会の本年度自粛の継続については、幹事会において既に議決していたが、改めて総会に諮ったが異議なくこれも全員が承認した。

(ハ)その他については何も問題提供がなかった。

このあと、「本部事業活動報告」として井岸専務理事より、①総会に置ける役員改選結果 ②食品流通委員会ワーキンググループ報告「日本における中間流通業の今日的存在意義について」③同じく「返品問題の実態と対応について」 ④新物流コスト算出基準について ⑤SKDBCの飛躍について の説明があった。

14時30分に会計監事 木村 茂氏(株)三友小網九州支社の閉会のことばに依り総会を終了した。

引続いて14時45分より特別講演として、講師に中村学園大学流通科学部助教授 吉岡洋一氏を招き、「加工食品卸売業の現状経営構造評価と大変革期の戦略方向を考える一日用品雑貨卸売業と対比してー」と題する講演を頂いた。

流通業界に籍を置いた事の経験を持たれる吉岡氏の体験に基づく理論と研究の成果を、1時間20分に亘り熱っぽく語って頂けた研修会であった。経営指標ROIを軸



報告する高濱親熊会代表
(亀井通産株)



講師 中村学園大学助教授
吉岡洋一氏

に構造評価をされた後、卸売業戦略の基本要因として、「商品構成」「物流力」「販売・労働力」「顧客構成」の4つを挙げ、そのブレークダウン指標として「配送車走行100km当たりの売上高又は粗利益高」の算出活用を説かれた。

そして小売業界を展望し ①大型地域密着デスティネーション型小売業の成長と、②中小地域密着プログラム流通型小売業の成長 を挙げ、この実例を紹介された。結果として取るべき戦略方向として、①灰色卸売業からの脱皮—展開していく方向の明示 ②機能明確化重点戦略の展開—機能特化し、重点サービスを充実 ③重点戦略別システムの整備・強化—販売先を絞り、協業して新しいマーケットを創造する。以上の示唆と激励を頂いた。

予定時間を若干オーバーし講演会を終了した。

まず会員の参加意識を

－中国支部－

6月25日(火)JR広島駅隣接のホテルグランヴィア広島にて、中国支部総会が開催された。12時に全員集合、昼食終了後事務局の中村潤吉氏(中村角株)の司会に依り開会。中国支部長 中村成朗氏(中村角株)より本日の参集の御礼が述べられ、資料の確認がなされた。その後定足数の確認がなされた。会員・事業所会員28社中委任状含めて出席24社であった。



総会会場

第1号議案 平成13年事業報告に関する件、第2号議案 平成13年度決算報告に関する件を続けて事務局より説明があり、会計監事 秋山隆司氏(国分株)が欠席のため、事務局より、監査を受け報告書が作成されている旨の報告があった。中村支部長が全般的補足説明をなされ質疑を求めたが異議なく承認された。

第3号議案 平成14年度事業計画案に関する件、第4号議案 平成14年度収支予算案に関する件も続けて事務局が説明した。趣旨は会員に参加を促し、支部活動の活性化を図る事に主眼をおいた事が強調された。

重ねて中村支部長から支部活動費の有効活用の必要性の説明と、その方途の検討がなされ、いろいろ意見交換がなされた。具体的な内容については「議長一任」の声もあり、その討議を終了した。そして会員の異動の確認と「JAS改正」について資料を元に事務局より報告がなされ、総会の議事を終了した。

13時より賛助会員も参加して合同研修会が開催された。

研修会の開会に当たり、中村支部長より概略次の如く挨拶がなされた。「支部長の中村です。本日はご参集を頂きありがとうございます。お蔭様で先程別室にて総会を開催、無事終了致しました。この支部の運営に関して本日ご出席の皆様に大変お世話になっている事を厚く御礼申し上げる次第であります。私も理事会の都度、出席して当協会の基本的動向を把握しているつもりですが、本日はそれをまとめて報告して頂く機会としました。今食品業界にはいろいろな問題が発生しています。これを解決するには一致団結せねばならないと考えます。またバイングパワーに対応するにも一致団結が必要であります。当協会の理事会には正副会長以下本人出席も多く、こうした事は心強く感じるとともに敬服しております。これからも諸課題に対しては協会を中心にして一致団結して解決したいと考えますのでご出席の皆様のご協力をお願いし開会の挨拶とします。」



開会挨拶 中村支部長
(中村角株)



事務局 中村潤吉氏(中村角株)



合同研修会会場

このあと本部事業報告という事で井岸専務理事より ①役員改選 ②定款変更 ③食品流通委員会ワーキンググループレポート「日本の中間流通業の今日的存在意義について」「返品問題の実態と対応」 ③新物流コスト算出基準 ④飛躍するSKDBCについての説明報告がなされた。

14時30分になり副支部長 河内弘三氏(藤徳物産株)より、賛助会員のご出席に対する謝意と今後の指導ご協力のお願いをして閉会となった。

小売業界の合從連衡が

－北海道支部－

6月26日(水)都心は梅雨、当地札幌は晴れ上りさわやかだった。13時30分より北海道支部役員会が札幌ロイヤルホテル2階で開催された。司会は事務局役 和田靖裕氏(杉野雪印アクセス株)、この役員会が支部長・副支部長・常任幹事・会計監事の他に支部ブロック幹事により構成されている旨を告げた。

北海道支部長 杉野恵二郎氏(杉野雪印アクセス株)が開会のご挨拶と今日一日のスケジュールを説明し議事に入った。①支部総会の運営及び報告事項内容の確認 ②平成15年新年交礼会開催予定 ③その他 の議題が討議された。中でも14年度収支予算案中の地区ブロック活動費助成については、活性化につながる有効活用方法について意見交換がなされた。諸事業計画の具現化については常任委員会に委ねる事として討議は終了した。その後、本部における法人格の変更の時期についての見通し、酒類・加工食品データベースセンター(S K D B C)の移行に関する質問があり、本部から出席していた井岸専務理事が回答した。14時20分役員会を閉会した。



北海道支部 役員会

15時より同ホテル11階に会場を移して定時総会が開催された。

司会は事務局役 和田靖裕氏、会員総数29社中委任状出席含めて28社の出席を報告し、杉野支部長が次の如く開会の挨拶をした。

「全道各地よりご参集頂きありがとうございます。平素は支部活動にご協力頂き重ねて御礼申し上げます。去る5月29日本部総会が開催され、全議案が原案通り可決されました。その中に正会員総数200社、事業所会員数181社という報告があったが、ピーク時の昭和56年時と比較すれば正会員は333社だったので133社減、一方事業所会員135社だったので46社増となっています。合計で87社減です。これを北海道でとらえて見ると正会員21社事業所会員20社、昭和56年時は正会員36社だったので15社減、事業所会員5社だったので15社増、合計すれば増減なしという状態です。これを見ても我々の業界構成が質量共に大きく変化している事が明白です。その変化を外部要因に求めると、小売業界の大きな変遷と密接な相関関係にあると考えます。最近では海外の大手流通資本の上陸や、メーカーと量販店の直取引の発生という問題があり、我々にインパクトを与えて来る事が予想されます。北海道においてもR社とF社の例を始めとする業務提携や事業の共同化、大手量販店の出店計画が相次ぎ、今後北海道の小売業の優勝劣敗が顕著になり、再編が起り、合從連衡が進むと考えられます。我々卸売業が影響を受ける事必至であり対応が迫られるのであります。一方業界の惹起した一連の社会的不祥事が後を絶たず、消費者の信頼を失っています。しかし、これは禍を転じて福となす機会でもあると考えるのであります。それは消費者がより新鮮なもの、より安全なもの、多品種少量を求めることになると物流においてもその対応が必要になって来るの



総会受付

で、多様性などの対応を考えると、一小売業ではなし得ないものであります。メーカーが行ってもコストアップにつながります。社会全体の最適を目指すものの必要性が明確になると考
えるのであります。

我々が現在担っている機能の必要性が益々高まつてくると考えます。

そこで我々の存在意義を再認識して、機能の充実とローコスト化に専念すべきであると考えます。同席の皆様は同じ北海道内の同業者であります。切磋琢磨して新しいビジョンに努力して行くべきだと考えます。」

議事に入って、①平成13年度支部事業報告 ②支部収支決算報告及び会計監事 小河内薰氏(株明治屋)による監査報告 ③平成14年度支部事業計画 ④支部事業予算 ⑤一部支部役員の改選 ⑥その他が事務局より説明の後に各議案毎に承認された。支部役員は改選期ではなかつたが、副支部長 井本幸吉氏に代り宮崎克海氏(共に国分株)、常任幹事 後藤武俊氏(北海道酒類販売株)が共に企業の人事都合で交代就任。会計監事は今井醸造株退会のため、新たに株明治屋(小河内薰氏)が就任。室蘭・苫小牧ブロック監事に井本幸吉氏(道南国分株)が就任した。



総会会場

総会終了後16時より賛助会員連絡会となり、世話人会代表 大風寛二氏(味の素株)より概要次の如きご挨拶があつた。

「日食協会員・賛助会員の皆様にはご多用の中ご参集いただきありがとうございます。又日頃会員の皆様には、賛助会員一同大変お世話になっております事を厚く御礼申し上げます。さて戦後一貫して食品業界は不況に強いと言われて来ましたが、昨今はその様な事ではなく、非常に厳しい環境に立たされております。その原因の一つは消費構造の変化です。具体的には少子高齢化、女性の社会進出、核家族化でありライフサイクルの変化の中で、少しでもより豊かさを求める消費者意識の変化であります。食品企業はこれに対応せざるを得ません。これらは頭でわかっている事であります
が、真に我々の活動がそれに対応するべく改っているかの問題であります。

存在価値は消費者が決めます。我々の存在価値を示すには小売、卸、メーカーが連携して消費者ニーズを汲み取って行く事が、今後益々必要となって来ます。汲み取ったニーズをいち早く商品開発につなげて行く事が、我々メーカーにとっては重要な事と考えています。そのためには会員の皆様のアドバイスが益々必要であると考えます。今や食品業界も先の見え難い厳しい時代となつたが、日々の活動の中で明日の緑を信じ努力する業界でありたいと考えます。」



挨拶する賛助会員連絡会代表
大風寛二氏(味の素株)

このあと事務局より報告連絡事項として、平成13年度の連絡会・懇談会・懇親会・新年交歓会等の報告・説明がなされた。

このあと続いて日食協懇談会の場となり、ここで杉野支部長が開会挨拶を行い、賛助会員に対する平素の御礼を申し述べた。そして流通の環境変化と今問題となっている、一連の不祥事に依って失ってしまった消費者の信頼を取り戻す対応について触れ、今後のメーカーのご支援ご指導をお願いした。



開会挨拶 杉野支部長（杉野雪印アクセス株）と役員

支部ワーキンググループの事業活動報告として、賛助会員連絡会との共催による事業活動も含めてワーキンググループ代表 森田有恒氏(株)スハラ食品)が報告を行った。

「ワーキンググループは4つの事業計画を立て実施した。今回は年12回（通算第208回～第219回）毎回グループ企業8社で定例会を行った。

講演会は5月22日、講師に星澤幸子氏を迎えて「食べて味出す健康と人生」という講演を頂き、賛助会員含め25社31名の参加を得た。6月28日には支部総会の手伝いと懇談会に於ける活動報告を行った。

8月の第212回から第219回の会合においては賛助会員10社と価格下落防止対策について話し合った。その中で小売業界のEDLP(エブリディロープライス)政策に起因する販促金が原因の一つ。他はドラッグストア、ホームセンター、ワンプライスショップ等の新業態の出現で二次卸の価格競争が原因という話があった。対応としてメーカーと小売業が直接取引条件を決定する事を避け、必ず卸とメーカーと同道する事の重要性が確認された。また特売価格と定番価格があいまいになって来ているので、これを峻別する事の必要性をお願いする事にした。いずれにせよ売上げ追求か利益追求かの選択になっている。商品開発に当っては販売価格帯に合った開発をする必要があるようにメーカーにお願いしたい。徹底したコストオント方式への切替えを小売業にお願いする事も重要である。価格維持、価格是正についてはメーカーも自社ブランドを大切にして欲しい。等の結論を得た。

14年度活動方針として一つは賛助会員との情報交換である。価格下落の防止については前年度より更に突っ込んだ打合せをしたい。県ブロックとの情報交換については幹事にワーキンググループの定例会に出席して頂きたいと考える。皆様のご指導ご支援をお願いしたい。」



報告するWG代表 森田有恒氏
(スハラ食品株)

このあとで本部事務局報告という事で井岸専務理事より、①食品流通委員会ワーキンググループ「日本の中間流通業の今日的存在意義について」と「返品問題の実態と対応について」②新物流コスト算出基準 ③酒類・加工食品データベースセンターの飛躍 ④その他 についての解説が行われ、17時25分に副支部長 村山圭一氏(株)スハラ食品より「今日のキーワードは3つあった。価格下落とその防止、卸中抜き論対応、食の安全性と信頼の回復である。」という挨拶があり閉会となった。

このあとは17時45分より支部賛助会員連絡会共催の懇親会が開催され、半日の行事が終了した。



日食協懇談会会場

21世紀のマテハンを学ぶ

—四国支部—

7月3日(水)11時より香川厚生年金会館にて四国支部幹事会が開催された。議案は総会の運営と内容の確認と今年度の事業活動についての討議であった。特に他支部の事業活動を参考に必要あれば幹事会で打合せして具現化するという事になったが、目下、地域として問題視すべきは特に「センターフィ問題」と「ビール(発泡酒)の正常取引」ではないかとの声もあった。

昼食をはさんで12時より総会が開催された。進行役兼事務局役の渡辺国雄氏(旭食品株)の司会で開会。冒頭四国支部長 竹内克之氏(旭食品株)が概略次の如く開会挨拶を行った。



四国支部 幹事会



開会挨拶 竹内支部長（旭食品株）と幹事・事務局

「月初ご多忙の中を多数お集まり頂いてありがとうございます。6月は子会社株主総会等あり7月開催となってしまった。6月にはW杯があった。4年前に私用でパリに行って、クロアチアに日本が、1-0で負けた試合を見た。マスコミは1-0というスコアから「惜敗」と報じたが、格段の差があり世界との差の大きさを感じさせられた経験があった。それ故に今年はベスト16に残るとは考えていなかったが、一次予選を勝ち抜いたのは意外だった。景気低迷の中で明るい話題であり、日韓の溝がわずかでも埋まればプラスになったと考えたい。

4月からの新年度では6月の商戦が今一つ盛り上がらなかつた所に、商品の安全性についての信頼を覆す様な事が続発して業界全体の不信につながってしまった。

6月にアメリカに行って各地を廻って、農業生産のスケールの大きさを見学したが、中国の農業が残留する野菜と同様に、その危険を感じざるを得なかつた。トマトの例でみれば確かにコストは安くなっていたが。その反動でアメリカでオーガニック野菜の協会ができて30年になる。来月その30周年の式典に臨む予定である。年々その支持者は増加しているが、全体のシェアは未だ、アメリカでは1%で少ない。コストが高いという事もあって「ナチュラル」という考え方が出て来ている。コンベンショナルよりナチュラル志向ということか。アメリカでその売り場を見て來た。日本においてもこれから出現するのではないか。不況に強い食品も色々なトラブルに見舞われた。しかしいずれ収束するであろう。

当協会は農林水産省所管であるが、9支部、会員事業所、賛助会員合計487社。うち会員は200社、スタート直後333社から減少した。更に四国は現在会員5社、事業所会員9社になっている。

活動としては総会の折に研修会を開催するに留まっている。今日は(株)ダイフク常任顧問 大西忠氏を講師にお招きした。我々には日常業務の中で同社と取組んでロジステック展開をしている拠点があるが、メーカー各位の中にも利用社は少なくない。今日の話を業務に役立てて頂きたい。

現況厳しい我々の業界であるが、まだまだ異業種に比べれば対応反応がない訳ではない業界だと考えている。我々業界のために皆様のお力添えを頂きたい。」



総会会場

このあと直ちに事務局より平成13年度事業活動の報告があった。続けて会計幹事 前川恭康氏(株明治屋)より収支決算書の内容報告と監査報告がなされた。事務局より質疑を求めたが無かったので承認を求め、拍手で承認された。更にその他の問題提起を求めたが、これも無かつたので総会審議を終了とし、このあと本部事業活動を井岸専務理事より行って総会を閉会した。

なお、会員事業所会員総数14社中出席は8社であった。

13時25分より講演会となり、「21世紀に向けたMHS(マテリアルハンドリングシステム)&LOGISTICS」と題して(株)ダイフク常任顧問 大西 忠氏より講演を頂いた。

同氏は多彩な資料を元に、パソコンをスクリーンに投影し、①日本のマテハンの歴史と自動倉庫の普及 ②市場規模推移 ③物流システム投資の内訳 ④マテハン機能の進行 ⑤実例 ⑥これから取り組み—物流環境変化、新総合物流施策大綱 ⑦サプライチェーンにおける各課題 ⑧物流メーカーとしての対応 等について1時間余に亘り、熱弁を振るわれた。改めて卸売業界として意識改革の必要性を考えさせられる研修会となった。



講演会 講師 大西 忠氏 (株)ダイフク

和を以って貴しとす

—北陸支部—

7月5日(金)小松行きの早朝便の座席に座ろうとした時、偶然に北陸支部長 角間俊夫氏(カナカン株)の姿を発見した。到着後にご挨拶申し上げた所、昨日午後東京に会合があり、その帰途であるとの事であった。この角間支部長が今回を以って北陸支部長を退任する最後の総会開催の朝だった。繁忙の中一日を割いておられる事が良くわかった。

総会の第3号議案 役員改選の審議が終り、後任の新支部長 桑島敏彰氏(カナカン株)にバトンタッチが承認された直後次の如きご挨拶があった。

「18年間北陸支部長を勤めさせて頂きました。長い様であり、短い様でもあるこの間でしたが幸いにも皆様のご協力を頂きましたのでここまで参りました。厚く御礼申し上げます。



退任挨拶される角間前支部長
(カナカン株)

先程も申し上げましたが、同業会員が減少するのは非常に残念であります。非常に厳しい環境であり、競争も激しいので止むを得ない事と考えるのであります。

経団連の奥田氏が「人間の顔をした市場経済」という事を唱えられるが、ヒューマニズムが欠けた单なる市場経済の結果だけが、まかり通るのは非常に寂しいものであります。お互いに住み分けができる業界でありたいと思います。日本は604年に発布された聖徳太子の11条の憲法以来、「和」を大切にして来た国家民族であります。「和を以て貴しとす」1400年もの精神が続いて来たのです。東洋思想の根幹をなす「和」を今後も大切にしていくべきと考えます。北京の紫禁城内で最大の建物の名が「太和殿」とありました。この「太和」を辞書で引いて見たら ①最も良い事 ②偉大なる調和 とありました。世の中で一方だけが良いという事はないのであってバランスをとって、調和を求めて行く事が望ましいと考えるべきだと思います。物事には両面があって、そのバランスが大切です。皆様それぞれの立場はあろうと思いますが、仲良くして行って欲しいと考えます。競争の結果、一方に偏って、卸の存在意義を失ったり、他産業から軽視される事のない様にして行って頂きたい。崩れる時には内部から崩壊するものであります。

支部長職から去りますが、まだ業界にはおりますので、今後もよろしくお願いします。永い間ありがとうございました。



総会会場

7月5日(金)11時30分よりホテル日航金沢5階にて北陸支部役員会が開催された。議題は総会・研修会の運営と総会議案の内容確認であった。北陸支部長 角間俊夫氏(カナカン株)よりご挨拶があり、本日のスケジュールと事業報告説明があった。収支決算報告は会計幹事丸岡信一氏(代理)(株)マルシン)、監査報告は幹事(監査)比和源一氏(株)明治屋)が行った。いずれも承認された後、役員改選の件で話し合いが行われた。総会に提出する役員会案として前任を全員留任という事にしたが、会員・事業所会員総数が17名という事でもあるので、役員数を減員とする案が提起され、「1社より1名を上限とする」役員選出の原則が改めて確認された。今年の運営について話し合いなどを行って役員会を開会した。

昼食をとってから、12時30分より総会の場となった。総員17社中14社出席、3社委任状提出という事であった。開会に当り角間支部長は次の如く挨拶をした。

「月初ご多用の中、ご参集頂き誠にありがとうございます。また平素ご支援を頂いてありが

とうございます。当協会発足以来25年を経過したわけであります。この間本部としては業界の司令塔としていろいろと我々に対して発信してくれました。毎年申し上げる事ですが、本部役員企業の皆様は役員として、委員として人材提供をし、本当に業界のためにご尽力頂いております。改めて感謝申し上げるものであります。いろいろ問題が発生したが、その都度時宜に合った解決対応をして下さっております。

この一年間食品業界は我々が予想もしてなかつた問題が発生し、いろいろと指摘を受けております。「雪印問題」を始めとして日付・表示・添加物と予想しない方向に問題が頻発しております。その結果我々を含めて食品業界全体に対する不信につながっているのは誠に残念であります。卸のステータスが下がるのは残念でありますが、昨今の当協会は存在感のある卸売業を目指しております。

ところで私は18年間支部長役を勤めさせて頂きました。18年前支部総会は30名を超すメンバー構成でしたが、今や17名になっております。

業界発展は組合員数増に現れるとも考えられますので残念な状態であります。後程支部長を退任させて頂く訳であります、この事が残念であります。

今日は役員改選を含む総会のあと研修会が開催されます。よろしくご協力下さい。」

続いて議事に入って第1号議案 平成13年度事業報告並びに収支決算報告に関する件については事業報告を角間支部長 収支決算報告を会計幹事 丸岡信一氏(代理)(株)マルシン 同監査報告を幹事(監査)比和源一氏(株明治屋)が行った。

角間支部長が収支の補足説明を行い、質疑を求めたが別に無く、承認された。

第2号議案 平成14年度事業計画並びに収支予算案に関する件については角間支部長がこれを説明し、計画の具現化については役員会又は支部長に一任という事で承認された。

第3号議案 役員改選については、角間支部長より意見を求めたが無かったので役員会案として次の如く紹介がなされた。支部長 カナカン(株)(桑島敏彰氏)、副支部長 北陸中央食品(澤田悦守氏)、会計幹事 (株)マルシン(丸岡信一氏) 幹事(監査)(株)田中興商店(田中義一氏)・(株)明治屋北陸支店(木戸邦雄氏) 幹事北新商事(酒井一夫氏)。

会員より「異議なし」との発言があり承認された。そしてカナカン(株)として、2年前に角間俊夫氏は会長に就任、桑島敏彰氏が社長に就任されている事から、今回支部長職に桑島敏彰氏が当るとの説明がなされ、協会理事も既に総会にて交替就任の承認を頂いている旨の報告がなされた。

以上で総会の審議が終了し、角間俊夫氏の退任挨拶が述べられたのであった。

そしてその後本部事業報告を井岸専務理事が行い、13時50分に総会を閉会した。

14時より、同ホテル4階の広間にて北陸支部主催の日食協経営実務研修会が開催された。講師に早稲田大学社会科学部教授 野口智雄氏を招き、「21世紀における日本の流通業の行方—食品卸売業のこれからのあるべき姿—」と題する講演を頂いた。野口先生は ①商業統計における卸売業の動向 ②多段階性の解消 ③外資の進出(ウォルマート)



研修会講師 早稲田大学教授
野口智雄氏

ト、カルフル等) ④規制緩和の現状 ⑤地価下落 ⑥IT革命インターネット ⑦I型流通革命 ⑧上位集中化対応 ⑨アップスケール戦略対応 ⑩ハイグレードロジスティクス ⑪ソリューション・ビジネス(惣菜・外食) ⑫ブランド志向とオリジナル商品開発 等巾広い内容と奥行きのある話を予定の15時30分まで熱っぽく語って下さった。



研修会 会場

講 演 録

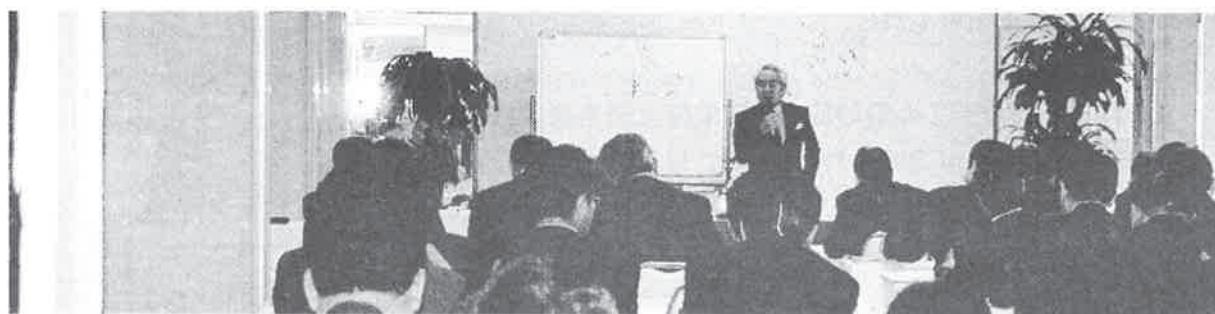
多様化されているマーケットここに

－関東支部 経営実務研修会－

6月12日(水)14時45分より関東支部の経営実務研修会が総会の終了後、鉄道会館ルビーホールにて開催された。

今回は講師に緒方知行氏(株)オフィス2020代表取締役)をお招きして、「21世紀に於ける日本の流通業の行方—食品卸売業のこれからのあるべき姿—」と題して1時間30分を超す講演をして頂いた。

かつて株商業界に在籍し、雑誌「販売革新」の編集長として活躍した緒方氏は、業界にとって心強い「卸有用論」の有力なオピニオンリーダーでもある。氏の永年に亘る持論を交え、将来を見据えた提言を熱っぽく説かれたので、聴く者として勇気を振るい立たせられる様な研修会となった。当日の講演の一部を以下に掲載する。



関東支部 経営実務研修会 会場



熱弁を振る講師 緒方知行氏

〔未来は選択するもの〕

ご紹介いただきました緒方でございます。これは私が好きなことばなのですが「未来というのは予測するものではなく選択するものである。」ということばがございます。よくこういう勉強会等で、これからどうなるだろうかという予測を求める勉強会は多いのですが、むしろ自分達はこれからどういう時代をつくっていくのかということを、その選択の方がもっと大事なのではないかと、その意味できょう私は皆さんが、自分達がこれからどんな時代を自分達の手でつくりあげていくのかということについて、若干なりとも参考になる話ができればと考えているわけでございます。

〔雑誌の中で〕

先程ご紹介いただきましたが、私は昭和39年、オリンピックの年に、実は新聞記者からこの流通業の世界に入って参りました。イトーヨーカ堂グループのリーダーの鈴木さんが38年ですから1年違いくらいです。年令は鈴木さんの方が遙かに上です。「販売革新」という雑誌の編集を17年間やりまして、そのうち14年間編集長をやっていました。更には「商業界」の編集長、「商業界」が出しております5つの雑誌の統括の編集局長、それから私は独立しました。去年秋に創刊しました「店長会議」と「2020ビジネスデザイン」という

名前に変っておりますが、これは創刊してから来年で20年、200号を超えております、月刊誌です。この雑誌の創刊は私が「商業界」を辞めてから行いました。考えてみるとこの雑誌の上でいろいろなことをやってきました。

「セブンイレブン流通情報戦略」という単行本を書きました。セブンイレブンが情報システムについて大変なイノベイティブな仕事に取組み始め、その中で、今日皆さんよく存じていますような物流ロジスティクスシステムを追求し始める。またそのベースの上から鈴木さんが親会社のイトーヨーカ堂が業績不振になったのを再建していくという業革に取組みました。私はこのレポートをずっと出し続けました。「2020」という雑誌は毎号その記事ばかり載せていました、イトーヨーカ堂の鈴木敏文のPR係などと悪口を言わされました。イトーヨーカ堂の連中は、自分達がやっていることですから読んでくれないのでですが、私は世の中の多くの人達に、この時代が大きく変って行くということについて認識してほしいという気持ちで、このイトーヨーカ堂の業革、そしてそのベースにあるセブンイレブンのイノベーションを単行本も何冊か書き、ずっと取り上げ続けました。

〔地動説へ〕

その中で物の流れで言えばメーカーは川上、小売業は川下だと。しかし、情報の流れで言えば、小売業のフィールド、顧客接点が川上であり、生産者メーカーは川下なのだと、そういう論理も展開しました。私自身はメーカーさんや卸売業さん一部の人からは憎まれていると思います。何故かと申しますと非常に厳しいことを言い続けました。それは何か、顧客基点、或いは私は天動説から地動説へと言っておりますが、川下のお客のニーズが生産やデリバリーを主導するのだと、或いは小売の品揃えも主導していくのだと、180度、天動説から地動説に原理転換が要るのだ

と、こういうことを言い続けました。従来のように生産や供給の都合で、売られる、作られる、品揃えされるという商売はもう終ったのではないかと、こういうようなことでいつも論陣を張って参りました。本も書きました。雑誌もずっとそうでした。そういう中で古い守旧的な人達からは随分恨まれもしております。

〔かつて林周二先生は〕

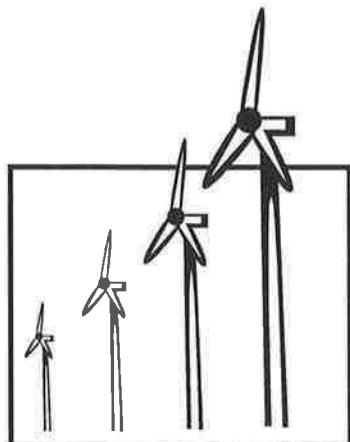
しかし、考えてみると昭和39年から今日、かれこれ40年近い歳月を、私は流通の第一線のジャーナリストとして仕事をし続けてきました。凄い時代だったと、今になって思います。そして更に、今まで凄い時代が目の前で動いているなとこんな感じもします。その中で唯一、私が皆さん方にお話したいことのベースは、皆さん方自身がよく知っておられる。それは何かというと、昭和39年、どんな年であったかと言いますと、林周二先生が中央公論の中公新書で「流通革命論」という本を出した年です。林先生はその中で大量生産に見合う大量消費の時代が来ている、ところが大量生産と大量消費を結んでいく流通に非常に遅れがあるんだと、ここに革命が起こらないといけない。つまり太く短いパイプがここにつくられていかなければいけない。そこで出てきたのが問屋無用論でございます。以来30数年ずっと問屋無用論です。日本のジャーナリズム、学者、問屋、卸自身ですら卸無用論を地で行くような仕事をしているところもあります。そして今、IT革命によって中抜きだと、中間排除だとまた出て来ています。もう、ずっとそうなんです。現実にもちろん消えていく中間流通がたくさん出てきています。淘汰されています。

〔工場を持たない商人は〕

ところが、私が尊敬する水口健次先生がおもしろいことをおしゃっています。勝ち残っ

た卸は再びマーケットに対してチャネルキャプテンになる。と言っています。私も同感です。卸の源流は何かというと、私は冒険商人の時代から続いております、商人の源流が卸そのものだと。もともと商人というものは物的生産手段によらない、情報と冒険心によってのみ成り立つ、知恵と冒険心をベースにした、これが商業の源流である。シルクロードの商人は工場を持っていません。蚕を飼っていません。織物工場を持っていません。それをヨーロッパに運ぶ隊商もラクダも自分では持っていない。それをヨーロッパで売る店舗も持っていない、しかし、見事にヨーロッパの人達に黄金のようなシルクを提供することができる。或いはそのヨーロッパの市場をベースにした生産を中国に興すことができる。これはシルクロードの商人が冒険商人の始まりですが、中世の大航海時代の冒険商人も一緒なんです。

卸の本来の仕事は商業活動の根幹をなす仕事なんだと、もともとチャネルキャプテンなんです。それがいつのまにか卸は無用論と言われるような存在になったんです。多分、卸有用論を30数年一貫して言い続けているのは、ジャーナリストや学者コンサルタントの中では、私くらいしかいないのではないでしょうか。私は商業界の時代から卸ゼミをずっとバックアップしてきました。辞めてからも卸ゼミ、これは消えましたが、卸は有用だと言い続けています。



[台湾では]

これは菱食さんがバックアップする形で、台湾の「統一」というメーカーがセブンイレブンをやっていた、500店か600店で行き詰った、私はスタディに行きました。これを菱食さんのバックアップで見事に2000店まで持っていった人物がいるんです。慶應大学を卒業した方ですが「統一」のコウさんが、この台湾の行き詰ったセブンイレブンをして、再び店舗展開を可能にするためにやったことは、リテールサポートインターナショナル、つまり卸を作ったんです。台湾に卸がなかったためにメーカー直取引だったのです。出店舗展開がどんどん進んで行く中で完全に行き詰ってしまいました。どうしても卸を作らなければ店舗展開ができないということで卸を作りました。あの小さな島に2000店です。今中国で起こって来るのは何かというと、私はヤオハンが中国に出て行って以来ずっとフォローしていました。中国の一番の問題は卸がないことだと、ヤオハンは苦労していました。今、ローソンは菱食さん、三菱商事さんのバックアップで卸作りが始まっています。卸機能が必要なんです。ですから卸無用論は非常に観念的な話です。現実に、この30何年40年近く続いた卸無用論の中で、何と食品の卸の中で1兆円を超える卸ができました、12期連続增收増益の大規模卸売業がこの不況の中にあるわけです。食品だけです。家庭用品は私はこの前北海道のダイカに取材に行きました。来週はパルタックの山岸さんに会います。家庭用品でも革命的な動きが起こってきています。もう卸無用論の時代なんて現実にはないんです。卸があるから日本の流通業も製造業も消費者もわがままです。世界一わがままな消費者であり得るのだということが現実に実証されつつあるということなんです。

[カルフールが]

…昨年暮れにカルフール、コストコが出て

きました。私の古巣の商業界は、日本全国を席巻するのではないかというほど持ち上げて大騒ぎしていました。外資恐い、メーカー直をやると言っていました。現実は皆さんご存じの通り、いつ撤退するのかと話題が出るくらいです。お客様はあそこに行っても買いたい物はないと言っています。つい先日、イオングループの岡田卓也さん、お父さんの方です、にお会いしたんですが、あのままじゃ引き下がらんだろう。というのが岡田さんの考え方ですが、それはどうかわかりません。

[ウォルマート脅威論]

そして今、ウォルマートが大騒ぎになっています。つい先月、ウォルマート研究のセミナーをやりました。ほとんどファクスだけで案内を流したら、僅かの期間に百人。メーカー、卸の方を中心にお集まりいただきました。第二段を今計画しています。すごい関心があるのだなと、ひとつはマスコミが今大騒ぎして煽っています。ウォルマート脅威論、黒船は日本にとって脅威ではなかったんですよ。旧体制徳川幕藩体制にとっては脅威だったんです。これは崩壊したわけですから。しかし、日本の近代化においてはプラスに働いているわけですね。今、ウォルマート脅威論と言っているけれども、ウォルマートに脅威を受ける店や企業が必ず出てきます。しかし、ウォルマートの進出効果でむしろ日本の商業、流通が新しい時代の可能性を開く事だってあり得るんです。商業を進化させる方向に動くことは、私は非常にプラスだと思っています。徒に脅威論が言われ過ぎています。そのベースになっているのは30兆円という規模です。日本の流通業のトップのイトーヨーカ堂グループの約10倍だというわけですね。これだけのものが出て来たら踏みつぶされるぞと言うわけです。これは製造業の論理をそのまま流通、商業に持ち込もうとした人達の論なんです。

〔スケルメリットの働く限界〕

去年の3月に学習院大学の田島義博先生が教授を退任するということで一年間続いた最後の授業を聞きに行きました。その時に田島先生はこうおっしゃいました。学者が過ちを犯したことが一つある。それは製造業の規模の利益論をつまり、スケルメリット論を商業の中に持ち込んだことであると。スケルメリット論は流通業、商業においては限定的にしか働かないとおっしゃっていました。その通りです。もしスケルメリット論が圧倒的に機能するならば、世界最大の小売業が何故崩壊して行くのですか。1960年代、世界最大の小売業はA&Pです。これは崩壊しました。今はかつての面影はなく、細々とした会社です。次いで世界最大になったのがA&Pです。凋落してそのままです。そしてシェアーズが凋落した後、世界最大になったKマートは実は今年、日本でいう会社更生法、チャプターイレブンを申請しました。つまり瓦解しました。これはトップの話だけですよ。ウォルマートは今世界最大と言われています。10年前はKマートの後塵を拝していた企業です。30年前は名のない企業です。40年前はなかったんです。30年前、ほとんど誰も知らないアーカンソーの田舎のドサ回りの雑貨店です。30年はそんなに長い期間ではないです。会社の寿命30年説。セブンイレブンジャパンはダイエー、イオン、親会社のイトーヨーカ堂を凌いで売上は2兆何千億円でトップです。経常利益1500億円。イトーヨーカ堂グループとイオングループの比較セミナーを今月末にやります。私はどちらが上か下かやるつもりではないです。戦略の違い、政策の違い、そのベースになっている理念、哲学の違い、そこから生まれて来ているシステムや仕組みの違い、物流体制、情報システム全部違います。イオングループが追求しているものとイトーヨーカ堂グループが追求しているものは月とスッポンほどの違いがあります。

〔サプライチェーンとディマンドチェーン〕

たまたま私が書いた「单品管理」という単行本がアメリカで評価されまして、その中のアメリカにとって必要だと思われるところだけを抜き刷りで翻訳されて、本がアメリカで出ています。このベースになっているのはアメリカでニーズがあるから売れているんです。どこが買っているのかというとユークロップのようなミールソリューションのビジネスだけでなく、ウォルマートなんかが買っているんです。日本ではサプライチェーンマネジメントと大騒ぎしています。サプライチェーンマネジメントというのは、読んで字の如く、サプライサイドから、どうして効率の良い、ロスのない、トータルな生産流通のシステムをつくるのかということです。これは川上の論理です。アメリカはそう言っています。その最も先鋭的なものがウォルマートのリティルリンクです。考えてみて下さい。POSのデータをメーカーとベンダーに公開して渡す。売れた分だけ補充して来い。こういう話でしょ。補充なんです。店頭で売れた分を補充の体制をトータルで作れです。これがサプライチェーンです。その最も先鋭的やり方がリティルリンクです。ところが私の本はディマンドチェーンマネジメントなんです。これはどこにベースがあるかというと、イトーヨーカ堂グループ、特にセブンイレブンです。ディマンドサイドから、どんどんわがままに変化するお客様のニーズに従って、品揃え、それを支えるデリバリー、もっと支えている生産、これはどうリンクされるかということなんです。ディマンドサイドから川上、川中にどんな仕組みが作られて行くかということなんです。POSデータで売れたデータは顧客のニーズを示しているというならば、リティルリンクもディマンドチェーンのはずなんです。ところがPOSデータ、イコール客のニーズではないんです。これは少なくとも日本では、勘違いです。

〔アメリカの商品のライフサイクル〕

私は、10年程前に日本で最初に、ウォルマートとP&G、P&GとKマート、或いはターゲットとの間に展開されている、いわゆる戦略的同盟、生販同盟ですね。向こうは卸機能は大チェーンが持っていますから、厳密には生配販なんでしょうが、小売業の中に卸がありますから生販同盟なんですね。日本人で最初に本格的にスタディさせてもらったのは私なんです。この時にいくつかカルチャーショックを受けたことがあるんです。やっていく仕事の中に、当時セブンイレブンのシステムを徹底的に勉強して本も何冊か出している。どうも違う。こういう条件に対してどうだと出していくと、アメリカでは商品のライフサイクルという概念はありません。と言ふんですね。同じ物をずっと売り続けるのだと。それからたまたま一昨年か前の年、キッコーマン主催の日米食品小売業のトップミーティングに私は参加しました。非常に勉強になりました。一番おもしろかったのは、イトヨーハカ堂グループの創業者の伊藤さんと、アメリカでミールソリューションで最も注目されているユーカロップの商品担当、マーチャンダイジング担当の女性副社長とディスカッションをやったんです。そうするとアメリカでも今、主婦が家にいなくなった、材料を大量に買ってきて貯蔵しておいて毎日献立を考えて家族のために料理する専業主婦が、共稼ぎが増えていなくなってしまった。そういうスキルを持った女性がだんだんいなくなってきた。出来合いのものをスーパーマーケット等で買うようになってきたと、これがミールソリューションという話になってくるわけですね。毎日来る人が増えて来た。昔は、材料を買いに行くのですから、スーパーマーケットに肉のブロックや野菜を大量に買ってきて家の貯蔵庫に置いて、1週間に1回、買い物すればよかったです。今は、毎日、自分のため、家族のための食を買いに来るようになったわけです。

から、毎日同じ物では当然お客様は嫌がるようになる。そこで品揃えを変えなきやいけなくなった。1シーズンを通して同じ品揃えでやることはできなくなつた。「どのくらいの頻度で変えているんですか。」と聞くと「1週間に1回。」と言う。横にいた伊藤さんが「うちのセブンイレブンは1日に3回、品揃えが変わっている。」と言ったら、その副社長は「オー、信じられない。」と驚いていました。これがアメリカじゃないですか。商品のライフサイクルも長いんですね。売れ筋商品が3年も5年も定番商品なんですね。セブンイレブンは夏にちょっと温度が下がると品揃えが変わりますよね。土日と普通の日で、夏休みに入つて給食がなくなる、地域に祭事があり、なしで変わる。朝昼晩と品揃えが変わる。スーパーでマーケットに行くと、時間帯別マーチャンダイジングで品揃えが変わっている。日替わりのメニューで惣菜の品揃えが変わっている。これが日本じゃないですか。それは日本のお客さんがうるさく要求しているからです。誰かがそのニーズに従つてそれをやつたら、そっちへ行つてしまつますから、お客様が来なくなる。デパ地下のいろいろな店の主役が代わっていますよ。昨日の強者が明日の強者である保証はないです。天下のダイエーが揺らぐ。マイカルが崩壊する。お客様がうるさいのです。このお客様に対して一生懸命にディマンドサイドで価値の高い商売をすることについて、顧客接点で毎日お客様に相対している人は、そこをベースに考えざるを得ないでしょう。補充なんかで商売やれますか。昨日天気が良かった、地域に祭事がなかった時に売れた直近のデータで、今日売れるという保証はどこにもないですよ。明日の保証はどこにもないですよ。あの出来の悪い小学生の夏休みの絵日記のように、「きのうと同じ」「きのうと同じ」と、商売はやれますかということです。

〔日本の品揃え〕

コンビニエンスストアで言うと、東京湾ベイエリアにサンクスの別動隊があります。地域フランチャイズ、独立系ですね。この前取材して来ました。そのお店は桜の名所の近くにある。花見の期間、酒がメチャメチャ売れている。何故か。大量に店頭に積んでいるんです。酒を持って来た人と酒を持って来ない人がいる。全部飲んじゃってない。どこかにないかと、あの店に酒をいっぱい積んで売っている。わーと行く。他のコンビニはやっていない。花見が終った後はやれません。これが川下商売です。昨日の続きはないのです。エリア、商圈とか時々刻々と変わる客のニーズに対応して発注がある。それに対応したデリバリー、生産がある。この構造をどう作っていくかということがディマンドチェーンマネジメントです。これは誰が要求したか。セブンイレブンの納入業者である食品卸で欠品率0.3パーセント。これはリンクシステムがいいと、欠品について非常にうるさいと言われているウォルマートの10分の1だと言われています。これが日本ではないですか。その卸売業はコストをかけてこの高度の納品率を趣味でやってるんですか。イギリスのテスコが日本に出て来ると言っている。皆、戦々恐々としている。全英最大ですから。流通会社の大きいのが来る。しかも、イギリスで食品においては上位5社で60パーセントのシェアを持っている。上位集中度が非常に高いそういう流通をつくりあげたテスコが日本の市場の調査をして、日本の流通業、それを支えているベンダーも含めてオーバークオリティだという結論です。0.3パーセントの欠品率を追求している。1日3回納品をやっている。店は時間差マーチャンダイジングをやっている。小分け少ロット多頻度納品をやっている。メチャメチャ鮮度管理にうるさい。オーバークオリティだと。そうでしょう。イギリスからみれば。だいたい、5社で60パーセントシェアを

持つ国の生活のレベルを私は信じません。少なくとも食品においては、私は評価できないです。多分、食べ物なんかどうでもいいと思っているのでしょうか。或いは、鮮度の違い、味の違いがわからない人達だろうと。よその国の悪口は言えませんが。

〔日本のクオリティ〕

シャディという、皆さんの同業ではありませんが、ギフトカタログ業者として日本でトップの東京店頭1部上場企業です。このシャディが何年か前に、そのプロジェクトで7億くらいのマイナスを出したんです。何をやったかと言うとイギリス最大の衣料品中心のカタログ販売業者と提携して、日本でカタログの商売を始めたんです。見切りが早かったのですが1年くらいで7億くらいマイナスを出したんです。お客様から返品の山です。縫製が悪い。洗ったらすぐ色落ちする。商品のクオリティ感が乏しい。欠陥商品だと返品が来るんです。ところが東南アジアでもイギリスでもヨーロッパでも大成功しているんです。日本は全部これはダメです。日本人のクオリティ感が特別違うということなんです。

〔遅れているのか〕

これを遅れと見るか、特性と見るかがこの見方の分かれ目です。遅れと見るのは渥美俊一先生を始めとして中内さんや岡田さんたちのあの戦後、流通革命の主導をした人達なんです。この人達は日本の流通の遅れ、マーケットの遅れと見るんです。欧米のようになることが豊かであり、欧米のようになっていないのが日本の遅れである。

この視点に立った時には、遅れているのだから日本の消費を変えねばよい。変えるべきで、変わるべきである。この考え方には違いますよね。テスコが日本の流通がオーバークオリティである。そこまで何やるの。コストをかけてや

り過ぎだよ。とおっしゃるなら、日本でもイギリス流をやればいいじゃないですか。多分、日本人はあのカルフールのように横を向きますよ。日本人の客は、あんな魚、誰が食うかと言っているじゃないですか。笑い話です。この前、カルフールに行った人が、パンの売場に行ったら、アンパンとジャムパンしかもうなかったよ。と、こんな売場、客は買いませんよね。客が決めるんです。流通業者やベンダーさんの趣味で、テスコから見たらオーバークオリティのようなデリバリーや物流や情報システムや売り方をやっているんじゃないです。お客様が求めているんです。

[システムの違い]

今、鈴木敏文さんがアメリカのセブンイレブンの再建に立っておりまます。もともとアメリカのセブンイレブンは、今から30年近く前に、日本にセブンイレブンを作ろうとして行った、その時に鈴木さんは「しまった。」と思った、と今でも言っています。自分の人生を振り返って、自分の意志決定でこれほど大きくしまったと思ったことはない。と、それは自分が言いだしちゃで、アメリカからノウハウを入れて日本でセブンイレブンを展開しようと出かけて行った。ノウハウをもらいに、勉強しに、行った。初日からしまったと思ったと。このまま日本に持って来れない。こんなことをやっても日本の客は動かない。もう皆さんご存じだと思いますが、アメリカのセブンイレブンがやっていた、或いはセブンイレブンを始めとしたアメリカのコンビニのやり方と、日本で鈴木さんが展開した日本のセブンイレブンのやり方は全く違うんですね。私の本に全部紹介しています。先ずフランチャイズのシステムが違う。日本は既存の中小小売業を加盟店にするフランチャイズシステム。向こうは本部が店を作って、そこに脱サラなんかを募集して任せていくフランチャイズのやり方ですね。それから商品の納品につ

いても、向こうは自社物流です。これは日本のイトーヨーカ堂グループが、アメリカのセブンイレブンの再建にあたってからやめさせました。自社物流体制はやめてマクレーンというウォルマートの子会社を使っています。卸売業を使っています。しかし、日本では、鈴木さんは、全部ベンダー物流ですね。アウトソーシングです。今流行っているからではなく、1号店からずっとアウトソーシングです。情報システムも、向こうはサプライチェーン。こちらはディマンドチェーンです。もちろんアメリカと日本のセブンイレブンでは品揃えは全く違います。

[ドメスティックという発想]

なぜなら、彼はよく言います。アメリカ流も日本流もない。お客様流があるだけだと。我々は、日本で日本人のお客さんに対して商売しているのだと、その客のニーズから考えてすべては組み立てるべきである。アメリカはアメリカのお客さんなんです。日本でいくら160円、170円のこだわりおにぎりが売れても、アメリカに持つて行って売れませんよ。売れっこないもの。だから、商業はドメスティックだと言っているのです。ドメスティックというのは国毎というだけでなく、もっと発展させれば地域ということになるんです。つまり、インディビジュアル、それぞれに個性、固有性を持ったマーケットに対して、商売は全部フィットしなくてはいけないよというのが今のドメスティックという発想です。当然、地域が違えば商売を変わらなければいけない。セブンイレブンは全国62ヶ所か63ヶ所の弁当米飯工場があります。全国10ヶ所の、そこに原料を供給している工場、プロセスセンターがあります。その10ヶ所の地域に分散している大きなプロセスセンターを軸にして、地域毎にダシが違う、それを追求すると言っています。私は九州出身です。東京の天丼やうどんは味が合わないです。家では私の

郷里の醤油を送ってもらっています。消費が進んでくればそうなるんですよ。貧乏な時代、とにかく腹いっぱい食えればいい時代、私はこの時代ならば一人一人の味の好みとか、地域の文化とか言いませんよ。取り敢えず安くて間に合う醤油が一番いいんです。ところが、豊かになって胃袋が満たされると、人々は胃袋で食べることがすべてではなくなります。犬猫ペットだってもう胃袋では食べません。

[商品と販路]

東北、北海道でチェーンを展開しているサンワ堂というホームセンターが青森にあるんです。ここでメーカーさん、ベンダーさんを集めた勉強会をやった。私はそのサンワ会で講演してきました。よせばいいにある企業の悪口をそこで言いました。アイリス大山のあのムツゴロウと提携してやっている、皆さんよくご存知のペットフーズ、あれを失敗だと言ったんです。商品ではなく、チャネル政策を失敗したと言ったんです。何故かと言うと、あれは思い入れのある商品です。可愛いペット、すくすくと病気しないで育って行く、飼い主にとって家族のような思いです。人間だって温めて食べさせるだろうと、そういうペットフーズを作ろうとすごく思い入れのある会社が、そういう商品を売るチャネルとして、ホームセンターに卸したのは間違いだと言ったんです。従来、アイリス大山はホームセンターチャネルでずっと商売してきたんです。営業の人間は慣れています。商品が間違いだと言ってないんです。ホームセンターは「大量に安く」なんですよ。一番ウォルマートに対して弱い、量の商売です。ペットフーズは餌なんです。お父さんが土日休みの日に行って、トランクの中に徳用安売りの大袋を買って積んで帰っていくんです。そういう商品を売る場所なんです。バイヤーの商談も、大量に買うからもっと下げるよ。と条件交渉

も経済交渉だけです。そういう商品は売ってはいけないですよ。どこで売るんだと。高齢社会になってペットはファミリーです。



自分の大事な家族の食事を餌と思う人いますか。うちの息子の餌を買いに行くから、安くて大量にと思いますか。思いっこないです。食事を提供しよう。食事の材料を買いに行こうということです。ホームセンターに食事の材料を買いに行きませんよ。売る場所が違っているよと。ヤオコーに行きなさい。ミールソリューション、食事の問題解決に一生懸命になっているじゃないですか。ヤオコーにそういうペットフーズは持って行って、お母さんが買いに行くのではなく、価値訴求がそこで行われるでしょう。売り先を間違ったよ。ミスマッチだよ。と言ったんです。終った後に、アイリス大山の幹部が来て、「社長と同じ事を言っている。示し合わせたんですか。」と言うから、「いや、大山さんに最近会っていないよ。」と言いましたが。何とヨークベニマルがうちで売らせませんかと来ている。というからヨークベニマルも偉いですね。こういう場合、私は卸が悪いと思います。つまり、メーカーベンダーと言っている大山にとって営業が悪いと思う。この商品はホームセンターじゃありません。と営業が言うべきですよ。社長が言って怒っているんじゃしょうがないですね。

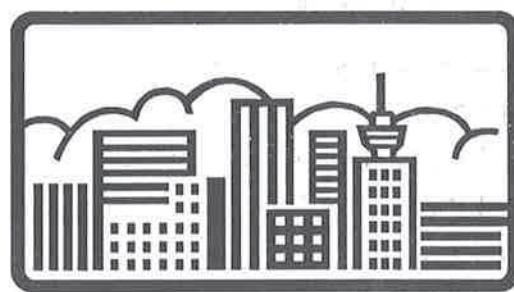
〔ハートで食べる〕

つまり、何が起こっているかということです。もう我々は腹がいっぱいになればいいとは誰も言っていないです。舌で食い、目で食い、脳味噌で食い、最近ハートで食うと心理で食べると。だから安心、安全、信頼、信用。すごく敏感に、神経質になっているじゃないですか。脳味噌で理解してもハートで理解しなければ駄目なんですよ。もう理屈を超えているんですよ。仙台のローソンが、工場で女人の人がケガをして指の肉が取れた。それがおにぎりに混入していた。この時に、この工場でもローソンの人でも誰でもいいけれども、その日の生産の朝からのものを全部撤去すべきだったと思います。売ってはならなかつたんですよ。この部分は大丈夫だろうと思って出したから、漏れたのが行っちゃったんですよ。気持ち悪いじゃないですか。心理で食うというのは。まだこんな事例はなんぼでもありますよ。そこまで我々の消費に対してのわがままさ、要求度が高くなっているんです。その要求の高さは、良い悪いは別として、多分、日本が世界でトップだろうと思います。この前、サンデープロジェクトを見ていたら、伊藤忠商事の社長が、「何で中国を怖がるんだ。中国はむしろ日本を脅威に感じていますよ。」といふことを言っているなと思いました。日本は豊かな国ですよ。中国は達成していない豊かさを持っている国です。非常に客はうるさいですよ。既に中国での沿岸の部分で豊かになった所は、中国の商品より日本のブランドがいいと言っている。多分そういう所の民度が上がって豊かになって行けば行くほど客はもっとわがままになる。胃袋で食べばいい時は十人一色ですが、舌で食い、目で食い、ハートで食い、脳味噌で食うというのは十人十色、一人十色でしょう。豊かになったその時に、私はその先進国である日本の商品や提供方法や、そのベースになっているインフラとしての物流・ロジスティクスは、

中国に輸出できると思います。チャンスじゃないですか。豊かさというのは、豊かさを経験しない国には提供できません。

〔欧米との違い〕

今度、「2020」の次の号のために今仕事をしています。そのためにたくさんのメーカーや卸のトップの人、流通業の人にもずっと会っております。その大きなテーマのひとつは、日本の流通業における上位集中度はどこまで進むか。というテーマです。食品はどこまで行くか。これがひとつです。もうひとつは、どういう店や企業、この企業はメーカーべンダーも入れます、がウォルマートによって、テスコによって打撃を受けるか。受けないものはどういうものか。これを徹底的に特集をやろうとしています。これで動いています。その第一回の先生方が集まった会合で、水口健次先生がいいことを言ったなと思ったのは、「世界一うるさい日本のお客は宝だよ。」と言いました。



私はこの流通の世界に入って来た時に、渥美先生に育てられた。私の恩師です。悪口を言うつもりはないです。「販売革新」という雑誌を先生のバックアップで作っていました。この時に、先生は欧米の文明先進国の価値観は、物作りにしても商売にしてもそれはトレードオフだと言いました。トレードオフというのは、AとBがあって、Aを取ればBが成り立たない、Bを取ればAが成り立たないという時に二者択一、どちらかを切って捨

ることがトレードオフ。欧米の物作り、システム作りは全部そうなんだと。両者並び立たない、どちらかを捨てなきゃいけないドライ商法だと言いました。Kマートの衣料品を事例に出しました。パリのオートクチュールのハイセンスな最先端のハイファッショーン、ものすごい高い、何十万もする、これを庶民、Kマートのお客ですから庶民以下ですが、庶民が楽しめるようにするにはどうしたらよいか。パリオートクチュールの何十分の一の価格にするにはどうしたらよいか。価格を取るか技術を取るかですから、価格を実現するために割り切らなくてはいけない。1シーズン楽しむだけのハイファッショーンなのだから、縫製は1シーズン持てばいい。商品の材質そのものも長く着られる必要はない。1シーズンだけでいいと。見るからにチャチで着て歩いていたらKマートだとわかるような商品。これがあるべきチェーンストアの商品開発だと言ったんです。私も若かったからそうかなと思ったんです。

〔トレードオフせず〕

ところが、日本の自動車メーカーを始め家電メーカーはトレードオフをしなかったんです。それは日本人が許してくれない、特別にわがままなんです。50万円の軽自動車ですよ。アメリカやヨーロッパでは高級車に付いている物を全部要求しているんです。私は、マツダの元顧問やっていたし、ポルシェクラブの副会長をやっていましたから。今は目が悪いので車に乗らないけれども、車のことはよくわかっているんです。安い軽自動車に、ヨーロッパの高級車、ツインターボ、インタークーラー、ディスクブレーキ、オートマティック、フルオートマティック、パワーステ、それからエアコン、オーディオセットが付いている、こんな車を作るんです。日本の客は貧乏なのにうるさいんです。AもBも両方成り立たせることをやった。矛盾を取り込んでし

まった。矛盾はイノベーションの母です。これがイノベーションを育てるんです。

つい最近、一番新しい「2020」の中でイトヨーク堂グループの鈴木さんが言っています。合理化についての考え方は、今までの考え方は間違っている。供給サイド、売り手サイドの立場に立った合理化では駄目で、お客様の立場に立った合理化でないといけないのだと。お客様にとって価値あるものでなければいけない。これはヤマトの小倉さんがよく言っています。**効率ではなく効果だと**同じです。トレードオフというのは供給サイドに立った合理化なんです。ところが、両方を、軽自動車に高級車のクオリティを持ち込むというのは矛盾です。しかしこの矛盾が日本の自動車産業のものすごいイノベーションを作り上げたんです。

〔自信をもって〕

同じ事が、日本のうるさい消費者が日本の流通システムを作っているんです。これを一番作っているのは、小売業ではなく皆さん方です。これを作れなかった卸はもう既に淘汰されています。しかし、皆さん方は勝ち残っている卸です。もっと胸を張って自信を持ったらどうですか。そういう卸の存在があって日本の流通業はうるさいお客様に応えられているんじゃないですか。それをここまでイノベーションをやってきた卸をほったらかしてボイコットして、自社物流をやる？メーカー直？どこか勘違いだと私は思います。こういうことを書くから、岡田さんにお前のところの雑誌はと言われるんですが、これは私の本当の思いです。うるさい客に育てられた、世界に冠たる卸売業がもっと自信を持って、もっと磨き上げれば、ウォルマートもテスコも、日本のこのうるさいお客様に応えていくためには皆さん方を使わざるを得ないだろうと言っているのです。

問題は中途半端な流通も卸も駄目だという

ことです。日用雑貨家庭用品ではものすごく大きな再編が起こっています。食品の卸売業も皆さん方がうるさいお客様に支持されるような価値あるイノベーティブな商売をしていかなければ、ダイエーだってどうなるかわからないような厳しい流通の状況の中で、業績を上げて行くためには、皆さんと一緒にになってイノベーションをやっていこうという流通業が出て来ざるを得ないです。現実にそういう流通業は今、非常に業績がいいじゃないですか。この不況の中で、例えば埼玉県のヤオコーさんは何期連続増収増益ですか。沖縄ではサンエイは十何期連続増収増益でしょう。コンビニはファミリーマート、ローソンは悪いけれども、セブンイレブンジャパンは増収増益じゃないですか。不況のせい、競争のせいで売れないのではなく、売っていないから売れないのです。売っている店はちゃんと売っているじゃありませんか。売るとはどういうことかというと、買ってもらえることがあって始めて売れるんです。お客様にとって価値がある商品の品揃え、その提供方法が客に支持されるような商売をしているということです。

〔ターゲットは〕

私が話しているのは庶民レベルの話です。アメリカにも胃袋がいっぱいの人達、ディマンディングな客はいるんですよ。人口全体の中でそういう人達は半分ですよ。アメリカが一つの国だと考えてはいけない、あれは二つの国なんです。ウォルマートはどこで大きな制覇を取っているかというともうひとつの国で取っているんです。フィリピンや中国とあまり変わらないような生活のレベルの人達が人口の半分いるんです。一方でこだわっている人達がいるけれども日本人ほど味覚のうるさいアングロサクソンは少ないです。これは育てられたてきた長い期間の文化ですから仕様がないのです。それでも片方いるのだけれど

どこっちの人達は違う選択をしている。ウォルマートなんか相手にしていないんです。ところが日本はそういう人達が、1億何千人のほとんどがそうなんです。きょうはコジマ電機、ダイソーで買っている人達が明日は三越デパ地下に行っているんです。クインズ伊勢丹で買っている人が明日はダイソーに行っている。これが日本人なんです。ドブ板を踏んで家を出て来た女の子がルイヴィトンのバッグを持っている。これは世界中でいないんです。私はいい悪いを言っていません。現実ですから。それが一般的なマーケットです。かつてなかったマーケットの中でこの中でもっと自分を磨けばいいんですよ。

〔グローバルとローカル〕

ちょっと話の視点を変えましょう。私はこれやるから嫌われるんだけれども敢えて言います。岡田卓也さんは「俺はグローバルと言っていない。グローカルだ。」と言っています。小売業はグローカルビジネスだと言っている。イトーヨーカ堂グループのリーダーの鈴木さんは、小売商業は、サービス業という言い方をしますが「ドメスティック」だと言います。これはどう違うんですか。グローカルであるのは間違いないですよ。何故かと言うと、いかなるビジネスも、製造業の場合、ローカルという余地はありませんが、食品はあります。家電製品はあまりないけれども食品はあります。あらゆるビジネスはローカルなんです。ローカルに支持されなければ駄目なんです。だからグローバルだと言っているジャスコ、イオンも1店舗1店舗「お客様何とか声承り」と言って、地域を大事にしています。そして一方地域、国、民族、週、シーズンを問わず普遍的であるというのがグローバルです。カルの方はローカル、インディビジュアル、個別です。市場が違えば違うという個別性なんです。普遍性とインディビジュアルの両方を内臓しているのが我々の生

き方だとこう言っています。その通りです。これは私は認めるんです。ところが、問題は「グロ」により比重がかかっているか、「カル」に比重がかかっているかで商売は全然違うんです。イトーヨーカ堂グループは徹底ドメスティックで行っています。「グロ」はついていない、ドメスティックというのは国内という意味ですが、この国内はどんどん概念拡張すると地域です。さらには個店です。個々の店が立脚している市場特性は全部違うんです。同じ店でも365日、週、シーズン、その日の朝晩、天候温度、競争状況、祭事の有無、全部含めて個別なんです。インディビジュアルなんです。ドメスティックと言った瞬間そうなんです。これは100パーセント、ローカルの方に比重がかかっている。イオンはグローバルに比重がかかっている、だからウォルマートが出てきたら恐いと言っているのはイオンです。ドメスティックは恐いとは全く言つていません。それは普遍性を追求していないからです。普遍的なものにあまり価値を置いていないからです。

〔個別性の追求〕

9000店の店があるセブンイレブンは1店1店違うじゃないですか。日本全国一律のダシを使っていないという方向に向かっている。62も工場を持っている。朝晩と変わっている。徹底した個別性の追求なんです。それが理想だと考えているんです。



反対にこちらはそれ、地域も大事だけれど

も必然的に競争は「グロ」の方だと言っている、普遍性を追いかけているんです。普遍性が何を生むかと言ったら、個別価値よりマスなんです。十人一色のところに目が向くんですよ。国際的にも普遍性ですからアメリカ、東南アジアで成功し、ヨーロッパでも成功した物は日本でも成功すると考えるんです。これは画一性なんです。或いは、最大公約数の考え方です。女性が1万人いても女性一般ですから。コンシューマーマーケティングと言ってもいいです。だとするならばこれは規模の利益が働く世界です。インディビジュアルなら規模の利益は消えていきますが、普遍性はひとくくり大きくくくれます。だから規模の大きいのが出てくると恐いんですよ。当たり前です。脅威ですよ。そして自分自身も規模を追求しようと言う考えになるんです。だから買収合併なんです。もうひとつは価格訴求型になるんです。価格は価値なんです。デフレ悪論ではなく、いいことなんです。物価が下がることはいいことなんです。中内さんが、かつて渥美俊一先生もそうですが、新聞に物価半分宣言という全面広告を出した。物価が半分になることは日本人が豊かになることだ。宣言したんです。我々はそれをやるんだと。最近どうなってますか。物価が下がることは悪になっている。2、3日前も消費者物価が下げ止まった、やれやれ不況を脱しそうだといっているじゃないですか。物価が下がることはグローバル、先進国と同じように世界標準価格、こういう考えです。価格が価値なのだから、そのためには中国に行かざるを得ないでしょう。

〔量と質〕

ところが、イトーヨーカ堂グループの方はドメスティックと言っているから個別市場性ということになれば、量の世界ではなく質だと言っている。「量は絶対に質を凌駕できない。」鈴木さんの持論ですが、「量的規模拡

大によって質が悪くなるならいつでも量的規模拡大を止めよ、」といっている。だから買収合併しない。経営的に質が悪くなるなら1000億を売っているダイクマを売却したではないですか。連結ベースで売上が1000億円消えるわけでしょう。今どんどん買っていくのに、これは捨てているでしょう。伊藤忠商事はファミリーマートがたいへん苦しいんですよね。伊藤忠商事が西武から買った時にセブンイレブンにくつければ一番よかったんですが、鈴木さんは要らないといったんですよ。量を足して何が生まれるんだというのが鈴木理論です。これはドメスティックの発想に立つとそうなんです。更に効率で言うならば、全国に2、3ヶ所の工場を作つてそこから生産し、デリバリーしていく方が遙かに量が纏まって効率がいいのに、何で60何か所の工場を作るのですか。一日一回作つてデリバリーすれば効率がいいのに何で3便にするのですか。何でこれだけPOSが普及させているのだから、ウォルマートのようなリティルリンクをつくれば簡単にできるのに、何で個店発注するのですか。

〔組織的に見ると〕

マニラでNHKの衛生放送を見ていました。NHKスペシャル「世界の巨大組織の変貌」というドキュメントで、アメリカの研究グループが徹底的に調査をしている。その中に日本の企業でセブンイレブンジャパンとトヨタが上がっていました。出て来た事例はフォードとアメリカの陸軍の組織が上がっていました。昔のプロイセンの軍隊以来、近代的な組織はピラミッドですね。一元的集中ですよ。情報は全部ピラミッドを通してここに集中する。指示命令はこれを通して末端に伝えられる。ここが勝手に行動することはできない。全部ここに指示だと。これが中央集権体制です。我々が習つたチェーンストア理論もそうです。ここにいる人達は上の指示命令で

動くだけのロボットでいいと、マニュアルだけで動くロボットでいいと。考える人はクリエイティブブレインで本部の人間だと。ここはワーカーで省脳化だと、習つたんです。これはあるべき理論だと。私はウォルマートもこれに近いと思います。ウォルマートは、ここで発生した顧客データはPOSを通して川上に行く。川上はこのデータを活用してこれに対応して補充する。これがサプライチェーンです。ところがドメスティックと言い出したイトーヨーカ堂、セブンイレブンは、意思決定は何とパートのおばさんです。だから、巨大組織が今変革し始めたと、アメリカ陸軍も一兵卒が意思決定するようになってきた。状況を見ながら現場が判断をするのが一番いいのだと、マーケティングもそうなんです。顧客設定の客のニーズの細かな変化。ワンストアワンマーケティング、一人一人の顧客にどう対応するか。雨が降ってきたら傘が出るとか、本部が決める話ではないです。

〔観念論ではない〕

おにぎりを3個にするか5個にするか、これはそろそろ発注をやめるか、という意思決定をやっているんですが、そのためにものすごい情報提供が行われていることを皆さんご存知でしょう。メッシュの天気予報から、地域の祭事、過去何週間のデータ、周辺のセブンイレブンの単品についての動きのデータ、テレビCMの動画まで全部入っている、ここに来ている。これがインディビジュアル。個店対応、個々の市場の状況対応、そしてそれに支援する形で川上があるんだと。理屈ではなく現実です。しかも価格でなく価値訴求と言つてはいるでしょう。価格は普遍性を持っています。価値は価値観の問題ですから普遍性ではありません。120円から130円でおにぎりを売つていた。1昨年の暮れにおにぎりを100円で出した。これは世の中全体が低単価化の時代に入った時に、セブンイレブンだけが便

利さを売っているからこの値段で、というわけにはいかないだろうと、リーズナブルでなくなるから100円のおにぎりを出せ。と出したら、安売り攻勢をセブンイレブンが仕掛けてきたと他のコンビニが考えて、とうとう70円まで出るという低価格攻防戦になった。加盟店の人達はライバルのコンビニが70円で出してきている、100円じゃだめだ、安いのを出せ。と言って、バイヤーもそのつもりでいたら、突然鈴木さんが200円のおにぎりを出せ。と言ってきた。というんです。彼は、お金がないから買わない時代ではない。ほとんどの人達は、心を動かすような価値が提供されていないから買わないだけじゃないかと。金を払っても欲しくなるような物を200円で作れと言った。広島のイズミもそうです。50円のコロッケの攻防戦を北九州でやっている時に150円のコロッケを出して大成功した。デフレだから安いものしか売っていないだろうと思っている時に、そうじゃないよ、価値だよと160円、170円のこだわりおにぎりで爆発的に売れました。皆さんご存じの通りです。個別具体的な、常にお客と向かい合うということがドメスティックなんです。人の育て方も商品の姿勢も物流体制も情報システムも、或いは、合併するかしないかという問題も、業態革新か業態内革新かという価値判断、戦略選択も全部その時点できちんにウエイトがかかるかによってガラッと変わるんですよ。とそのベースは何かと言ったら、ドメスティックつまり、日本の市場がどういう市場なのかということを常に見続けているということです。観念論ではないのです。

〔多層マーケット〕

拓大の根本先生がこの前のディスカッションでおもしろいことを言っていました。カルフールとコストコが出てきた効果があると。それは何かと言うと、水を攪拌したんだと、時間がしばらく経って、かき回された水がだ

んだん落ち着いて重いものが下に下がり、中間のものは真ん中に、沈殿してきて日本のマーケットの実態が見えてきた。日本のマーケットは多層、重層である。決して一律ではない。とこれはすごく大事なことです。デバ地下の食品を買う客は、時にはマクドナルドで済ませている客もあるのです。ダイソーの100円の物を買っている人は三越でも買い物をしているということです。多層なんです。もし、マーケットがペラッとした平面ならばシェア争い、奪い合いなんです。しかも価値は一定ですから、同質的な価値ですから、規模と価格競争しかないです。もちろんこういうマーケットもあるんです。層になっているというのはこのマーケットだけではないのです。このマーケットは、テスコが来る、ウォルマートが来る。価格訴求が来る。これは恐いですよ。これはデフレをつくるマーケットです。同質類似、画一ですから。マーケットは縮んで行っている。ここにしのぎを削る商売をしていたら、繁栄はどこにもないんです。ところが幸せなことに層になっている。しかも、この層化したマーケットは、地底のマグマのように表面に出ないでエネルギーをもって閉じ込められている。ここにデフレのマーケットがある。ここにメーカーも流通業も皆、更にデフレを加速させている。不況をつくっている。ところが、この下にクインズ伊勢丹を支持する客、デバ地下を支持する客、ヤオコーの日替わり惣菜を支持する客、アイリス大山のペットフーズを欲しいと言っている客、いっぱいある。何でこれに掘り起こしをやらないんですか。それは何によってできるかというと、この日本のうるさい客によって磨き上げられてきたイノベーションを武器にすればいいじゃないですか。私はそういう考え方をずっと今でも持っています。そして、もしこのウォルマートの世界が、日本のマーケットの今後あるべき方向であり、日本の流通や小売業の進化の方向であるとするならば

卸は要りません。卸無用になります。メーカー一直でやれます。アメリカのようにフォワードバイイングと言って1年1回、メーカーと交渉して1年分どーんと注文しておいて、後は補充システム、リンクシステムで店にどんどん持ってくるやり方で安く売る。エブリディロープライスでできます。

〔変化を求めて〕

しかし今、日本のうるさくなっているお客様、ダイソーの矢野社長も、お客様の飽きとの戦いと言っていますよ。100円の道路マップを売り出したらあっという間に売れたけれどもうリピートがなくなる。セブンイレブンの鈴木さんは言っていますよ。1年に70パーセントの商品を新商品に変えないと売れないと去年の「冷やし中華」は今年そのままでは売れない。160円、170円のおにぎりも爆発的に売れた、ほっとくともう売れなくなる。



豊かになればなるほど膨れていく市場なんです。この市場に合わず時にメーカー直取引の商売でやれるんですか。何故セブンイレブンは9000店であれだけの物流を動かしながら、何で自社物流をやらないか、自社工場を作らないか、考えればわかることじゃないですか。ということは、その機能を専門的に担う存在がいるんです。少なくともこういうマーケットが大きく膨れている社会、アメリカだってこういう社会は今ふくれていってますよ。ウォルマートが出てきてもびくともしないミールソリューション型のスーパーマーケットはつぶれていないじゃないですか。中国だって豊かになってきたらこういうマーケッ

トが生まれてきますよ。納品率、欠品にうるさい。小分けして、欲しい時だけしか買わない。鮮度や味をうるさく言う、更に、曰く因縁故事来歴どこで作った、何を使ったかうるさく言い出す。こういう客が増えていくこと、これは実は私は、日本の宝だと思います。国内外の外資の防波堤だけではないのです。これから先、日本が世界的に新しい事業機会を求めて出ていくことにおいても大きな力を持つんです。日本の車のメーカーと一緒にします。

〔卸有用論を自信をもって〕

そういう視点から、私は卸無用論ではなくて、卸有用論の世界を自分達の手で作るのだと。我々がいなければ日本のこの豊かなうるさいわがままなお客さんの生活は支えられないのだと。ウォルマートだって我々を使わなければ日本で商売できない。そういうような卸を作るのだと自負して頂きたい。だから、最初に私は、「未来は予測するのではなく選択するのだ。」と言いました。卸を無用にするか有用にするかは皆さんの選択にかかっているのだと。

〔商業の進化〕

最後にひとつだけ私の持論を述べて終わります。商業というものが、どういう方向へ進化していくのだろうかということです。生物の世界の進化論は、今地球上にある生命の種類は3000万種類です。もともと地球上に生命が出現した時には僅かな種類しかなかったんです。一個かもしれないです。それが今3000万まで多様に増えています。この多様化、これが進化です。進化とは、様々な環境に適応して様々な個性を持った種が存在している状況を進化というんです。その進化は何が促進させているかというと生命の世界では環境の激変なんです。いん石が落ちたとか、氷河時代が来たとか、地球環境の激変が進化を促進させて多様な種を作っているのです。

我々が営んでいる社会も生命の活動のベースですから、同じなんです。私は商業の進化、進化しない商業なんてこの世の中に要りませんから、社会のために進化していく商業、その進化の方向とは種の多様性だと。今から10年ほど前に日経流通新聞がダイエーの中内さんの持論を取り上げて特集を組んだんです。記録に残っています。日本の流通業界は少なくとも5つか6つの流通グループによって整理統合されるだろうと、ダイエーグループ、西武セゾングループ、イトーヨーカ堂グループ、イオンジャスコグループ、マイカル、それにあとユニーがくるかどこかがくるか。今どうなっていますか。この中で元気がいいのは、イオンとイトーヨーカ堂だけじゃないですか。あとはどうですか。西友は元気がないからウォルマートと不平等条約じゃないですか。いかにこれが時代逆行の考え方だったかがよくわかるじゃないですか。現実に大手は業績不振、大手百貨店も業績不振、ところがローカルの企業で元気のいいのが群雄割拠でしょう。ウォルマートが出て来たら、日本の流通グループは、西友ウォルマートとイオンとイトーヨーカ堂の3つのグループに再編統合?バカの言っていることですよ。多様化と逆行じゃないですか。世の中の進化と相反する退化の方向、こんなものを世の中が許すはずがないじゃないですか。

〔多様化の時代〕

進化とは種の多様化です。大中小、規模を問わず、それぞれの環境にそれぞれ個性を持って光り輝く満天下を彩る星々のような、そういう商業世界が我々生活選択の自由さを作るのです。それぞれが情報を持って、それぞれの個性のある商業を自分の価値観においてT P Oによって選択して組み合わせて自分達の生活を豊かに作り上げていくのです。多様化社会とは選択肢の多様化なんです。それが商業の進化なんです。その進化という方向で

考えた時に卸は何をすべきか。この商業の進化に貢献する卸になる事です。3大流通グループしか成り立たない、それが全部席巻され統合されるような世界で皆さん卸として仕事ができますか。こんなものは大規模流通企業グループの奴隸になるだけじゃないですか。それは日本人の豊かさではないです。地方にそういう状況があることを私は非常に悲しく思います。日本の商業者が間違っているのです。卸も間違っています。商業者は大規模に席巻されてしまう。と勝手に迷信で思い込んで負け犬になっているのです。そのような独立独歩で流通を元気よく生きられるようなインフラとして、卸は仕事をしていないじゃないですか。しかし、いい卸がありますよ。うちと取引すれば楽しいペットのお店の展開を可能にします。と言う卸。私は、卸が次の時代に皆さん方がこのイノベーションで培ったチャネルキャプテンになるとするならば、この商業の進化に対してどんな戦略や政策や、どんな志や思いを皆さん方が持っていくことになるのか、そのためには卸はもう一段高い次元のイノベーションが要ります。食品の卸で言うならば乾燥商品ばかり、或いは乾燥に近い冷凍食品ばかり売っているのでは卸の進化はそれで終ります。もうひとつ踏み込んでいくならば、今、生活者が求めている商品はどこにありますか。乾燥商品のナショナルブランドにお客さんはノーと言っているでしょう。デパ地下、オリジン東秀に行って見て下さい。セブンイレブンの店頭に行って見てください。チルド体系です。これに対して皆さん方がどこまでイノベーションによって踏み込めるか、この時代に入ってきています。卸にとってまだまだロマンはいくらでもあります。卸有用論の世界を皆さん方が創造していくためのチャレンジを期待して、私の勝手な論理でございますが、話を終らせていただきます。ご静聴感謝します。有難うございました。

“共同物流”具現化へ

－物流委員会－

7月9日（火）15時より物流委員会が開催された。席上かねてより検討中の共同物流構想について、原案作成担当委員の増井亮物流委員会副委員長（国分株）より、「ここ1年近くの間、（株）菱食との間で原案を煮詰めて来たが、漸くそれが纏り、具現化の為の新会社設立構想も固つて来つつあるのでなるべく早い機会に公式に発表したい」との報告があった。

振返れば業界には10年以前より、メーカー・卸間の共同物流に依る全体最適構想があり、当時の物流担当部長間で定期的な会合を持たれていたが、当時の背景では仲々理解も得られず「理論」として棚上げされ続けて来た。

平成11年8月5日、当物流委員会は国分株の提案を討議した結果、「部分最適」から「全体最適」をめざすのが卸売産業の社会的使命である事からこれに果敢にもチャレンジする事を決定し、ワーキンググループを結成し研究に入った。

ワーキンググループは短期間に内に研究を重ね翌12年前半に中間報告を行ったが、開発リスク即ち費用と労力に多大の金額を必要とする事と、活用者の有無の見通しがたたない事等が判明した。

加えて、当初から多数企業相乗りで具体的な作業に入る事も事実上不可能となり、実現性ある構想を国分株が中心となり構築し再提案することとなっていた。そして（株）菱食との間で話し合いが進んだ結果纏ったものである。

物流委員会の後、一部情報が他ルートから洩れ始め憶測を呼んでいたので国分株と（株）菱食の2社による共同記者会見を7月19日12時15分より、中央区のロイヤルパークホテルで行った。

発表は、共同物流事業を目的とする両者折半出資の合弁会社「フーズ・ロジスティクス・ネットワーク株（略称 F L N）の設立というニュース発表形式で行われた。

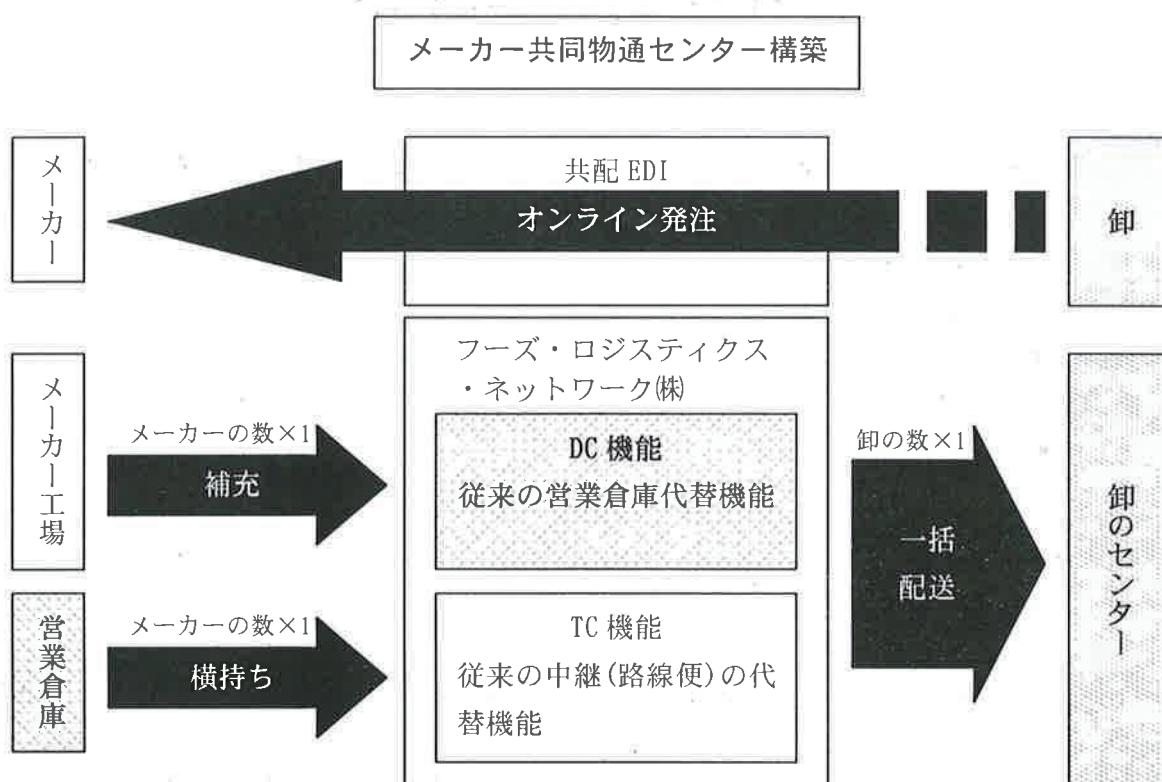
F L Nは本社を東京日本橋に置き8月2日に設立。来年2月から業務を群馬県太田市のセンター（6000坪の貸借物件）で開始するが、物流委員会委員企業を中心に資本参加してもらい、業界共通のプラットホーム実現を目指す。当面加工食品中心となり、酒類の取扱いは次のステップになる。

現状では、メーカー・卸間の営業日数不一致、発注ロットと基準配送ロットのギャップ、実需と供給量のギャップ、全体的鮮度管理、鮮度管理のアンバランス等の課題がある。特に小売業の365日営業体制から発生する卸売業の対メーカー要望は切実なものがあり、これに対応するメーカーのコスト増嵩は避けられないものになりつつある。

これ等に対応するべくF L Nはセンターを構築するものであるが、①共配E D I（各種V A Nの実質的統合化）の促進 ②D C・T C両機能保有によるメーカー活用ニーズの広範な選択 ③複数メーカーの一括配送による配送コスト削減 ④業界統一フォーマットの採用による合理化

⑤製造日別単品管理 ⑥将来的に無伝票・無検品の納品実施 等々の念願の課題を次々に可能にして行く事になる。

配送エリアは関東周辺7都県が中心となり、小売業の専用センターも納品対象となる。



当面、利用料金を勘案し、コストダウンにつながるメーカーと自社のロジスティクス戦略に適合するメーカーの利用を期待するところである。

本質的に小売業の専用センターとは異なり、飽くまでも全体最適を目指し、多数企業の活用によりコストダウンを目指し、公平性・透明性を持つ卸主導の業界の共同物流である。

またサードパーティロジスティクスが、サプライチェーンマネジメントとして構想を掲げるものと表面的に酷似するものもあるが、本質的に複数卸が業界共通のプラットホームを用意するものであり、ビジネスとしてサードパーティロジスティクスが考えるものと、相互の利便を図り、複数の利用者にメリットが還元できる公益性を持つが故に異なるものである。

物流委員会は当日、この構想具現会社を同委員会の正式プロジェクトとする事を確認すると共に、2社以外の委員企業が挙げて全面的に側面より支援し、推移を見守る事となった。



個別問題毎に討議を

— 賛助会員世話人会 —

5月13日(月)12時より日本橋精養軒において第44回賛助会員世話人会が開催された。毎回直前に開催される当協会の理事会報告が中心となるが、開会前の雑談の時から昨今の業界環境の情報交換が行われる会合である。当日は開会に当たり、当協会を代表して副会長廣田正氏(株菱食)と世話人代表池田孝雄氏(味の素株)よりそれぞれ次の如くご挨拶があった。

廣田副会長(株菱食)挨拶

廣田でございます。本日は大変ご多用中のところお繰り合わせご出席を頂戴いたしまして誠に有難うございます。5月というのは行事の多い月でございまして、皆様連日そのようなスケジュールをお持ちかと思いますが、ご出席を頂戴いたしまして誠に有難うございます。また、常日頃は日食協の活動に対しまして暖かいご支援を頂戴いたしておりまして重ねて御礼を申し上げる次第でございます。きょうは日食協の近況をいろいろとお聞き取りを願いたい、ということで後ほど種々ご報告をさせていただくわけでございます。

昨今私もいろいろとこの業界、或いは社会の秩序等につきまして感ずるところがありますけれども、西友さんとウォルマートさんとのご提携ができて以来、この件についてのご質問が非常に多いわけでございまして、きょうもこちらに参ります前にある新聞記者の方からそのようなご質問があったのですが、前にも申し上げましたように、私はそこらへんの考え方はいい加減でございまして、外資が上陸したら必ず成功するという話はおかしいのではないか、外資であろうとなかろうと、ちゃんとやった人がうまく行って、やらない人がうまく行かないという結論になるのではないか、というふうに申している訳でございます。この事例から見ると、どうも今回はかなり適切なアプローチをしてきたような感じがしているわけでございます。先般も木内社長様にお目にかかるさせていただき、いろいろな情報交換をさせていただいたわけでございますが、先ずもってしばらくの間、西友さんのマーケティングを後方からバックアップなさるという形で、日本に上陸されることは間違いないというふうに私は確信いたしております。

一方におきまして食品の安全性に関するところのいろいろな議論が起きてきているわけでございますが、いろいろな形で表示その他において正確性、或いは安全性の問題が重要なことは当然のことです。しかし、ある意味で神経過敏になっているところがみられます。その点、皆様方もご配慮の多いところかと思いますが、私は翻って考えてみると日本の消費者のシビアさなるが故に、日本の食品業界は守られているというふうにも言えるわけでもございまして、このシビアさはとうてい海外において理解できるシビアさではございません。はるかに過敏といったほうが、適切な状況があるわけでございますが、海外からある程度の量を背景にした、いわゆる安さだけでは克服できない領域というものを、日本マーケットが持っているというところでございます。そういう意味で今いろいろやかましいことを言われるのはたいへんだけれど、逆に言うとこれによって守られている、という場面も多いと納得していただくような方向にいかなければいけない。のではないのかなと感じておるわけであります。実は日本食糧新聞社主催によりまして、そのような緊急講演会なるものがあることになっていまして、私もこれが終りましたら駆け付けなくてはならないことになっているのですが、いくらウォル

マートが大きいと申しましても、141兆円の日本の小売総額からしますと、あまり日本人も過敏ないわゆる被害者意識を持つことなく、冷静に受け止めて我々の良さというものを發揮したら、私は今回もりっぱに対応できるのではないかと思っております。どうぞ皆様方の暖かいご支援を頂戴いたしますようお願い申し上げます。冒頭に当たりまして挨拶といたします。有難うございました。



賛助会員世話人会会場

池田賛助会員世話人会代表(味の素株)ご挨拶

只今ご紹介いただきました味の素の池田でございます。誠に僭越でございますがひとことご挨拶させていただきたいと存じます。先程は廣田社長様から大変貴重なお話をいただきまして有難うございます。また我々賛助会員は日食協の皆様方には日頃から大変お世話になっておりまして厚く御礼申し上げる次第でございます。

廣田社長様からお話がありましたように、正に我々の業界は外資を巻き込んでの大変な流通大再編の時代に入ったというふうに言われております。また、我々の食品業界も今までどちらかというと静かな業界でしたが、大変な戦国時代に突入したということでございます。こんな中で私なりに日本の流通小売というものを見てみると、ご案内の通り、日本の小売は大変なオーバーストアでございまして、どこかが閉店するとどこかが良くなるというようなことで、大変な仁義なき戦いをやっておる訳でございます。更にまた、先程も社長様からお話がありましたように、日本の消費者は日付問題然り、また多様性ということにつきましても厳しい目を持っておられる消費者でございます。これに対しまして日本の小売業は品揃えにしろ、売場にしろ、こういう厳しい競争の中、且つまた厳しい選択の目を持った消費者に対して、きちんとした売場なり、品揃えをしているわけでございまして、この背景は何かと考えてみると、やはり私は問屋さん卸売業さんがしつかりとした鮮度管理、小分けという機能だけではなく物流・情報、その他いろいろな機能をきちんと発揮をされているから、こういうことができているのではないかというふうに思うわけでございます。これからはもっと本来の機能をもっとローコストでやっていくことが大事なことではないか、というふうに思っているところでございます。片や、我々メーカーにとってみると、どこにも負けない強い商品をローコストで作って行くということが大事なことではないかというふうに思っております。

こんな中で小売、卸、メーカーという流通の中で昨今いろいろな課題があるわけでございます。例えば取引の問題、返品の問題、安全性の問題につきまして、現在日食協さんといろいろ検討させていただいているわけでございます。私はこの検討のところで一番大事なことは、どれだけ全体最適視点に立って議論ができるかということではないかと思っております。やはり自らのルートとかそのことだけを考えての部分最適の議論では、どうしても限界が出てくる

と思うわけでございまして、全体最適の視点にたった議論がこれから大事なことではないかと思つておるところでございます。是非日食協さんと一緒になりましていろいろ努力をさせていただきたいと思う次第でございます。本日はよろしくお願ひいたします。どうも有難うございました。

議事に入って、井岸専務理事より理事会の概況報告とその中から ①食品流通委員会のワーキンググループ作成のレポート「日本の中間流通業の今日的存在意義について」と「返品問題の実態と対応について」の内容説明 ②物流委員会の策定した「新物流コスト算出基準」と当面する諸問題 ③各地の同業界との連絡協議会でテーマとなった価格差金の立替金問題 ④酒類・加工食品データベースセンターの問題解決と(株)ファイネットの事業拡大 ⑤その他 について特に詳細説明を行つた。その後いろいろ意見交換が行われたが池田世話人会代表から「全体として理事会で討議された事に問題はないが、具体的に例えれば「返品問題」については現実的にどう解決して行かなければならぬのか、基本的に討議すべき問題である」とのご指摘があった。一方、食品流通委員会委員長 市ノ瀬竹久氏(株)菱食からは「返品問題については、返品のルールが存在しないのでこのルール作りから賛助会員メンバーの参加を待つて作りたいと考えているのでご協力願いたい」との発言もあった。

また過年度に開催した物流問題に関する賛助会員企業の物流部長と物流委員会との対談の結果から見ても、返品問題も然りであるが、「地道な討議から始めて、有志企業間の合意がやがて業界全体に好影響を及ぼす事を期待しつつ、努力すべき」との意見の一一致を見る事ができた。

また「返品商品の再販や一部他に原料として活用等する事が問題となっている。こうした事にも論を及ぼし討議すべき」、「廃棄処分商品の追跡の困難性と環境問題上のコスト増」或いは、具体的テーマとその討議の仕方についての質疑がなされ、熱心な情報交換が行われた会議となった。

なお当日の出席者は次ぎの如くであった。

第44回賛助会員世話人会ご出席者

社名	役職	氏名
味の素(株)	常務取締役	池田孝雄 殿
力ゴメ(株)	営業推進部長	今井新吾 殿
カルピス(株)	営業統括部長	小林巧治 殿
キッコーマン(株)	執行役員首都圏支社長	茂木健三郎 殿
キューピー(株)	営業推進室長	大谷一男 殿
日清製油(株)	常務取締役	田村由人 殿
日清フーズ(株)	常温営業部家庭用課課長	伊藤裕雄 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)	広域流通営業部長	福谷純一 殿
ハウス食品(株)	取締役営業本部長	徳満巳代志 殿
明星食品(株)	執行役員東京支店長	関幸二 殿
(株)桃屋	常務取締役営業本部長	茂木庸也 殿

日食協役職	会社名	役職	氏名
副会長	(株) 菱食	代表取締役社長	廣田正
運営委員会副委員長	(株) 菱食	代表取締役専務	市ノ瀬竹久
運営委員会副委員長	(株) 明治屋	常務取締役本社営業本部副本部長	岸原稔
運営委員	(株) 雪印アクセス	専務取締役管理本部長	村井敏夫
運営委員	(株) 廣屋	取締役営業本部長	折本重則
運営委員	(株) サンヨー堂	取締役商品部長	小林由朗
運営委員	伊藤忠食品(株)	常勤監査役	浅井久生
運営副委員	(株) 三友小網	取締役商品本部長副本部長	川村哲夫
運営副委員	(株) 明治屋	本社営業本部流通総括部 CVS チーフ・オブ・オペレーション	菰田義壽
食品流通副委員長(代)	国分(株)	食品統括本部部長	江口競一
運営委員長	日食協	専務理事	井岸松根
事務局	日食協	事務長	片岡次之

業務日誌より

全国食品缶詰公正取引協議会総会開催

去る5月21日(火)16時より全国食品缶詰公正取引協議会の総会が経団連会館にて開催された。日食協及び商品開発研究会缶詰ブランドオーナー会会員が同協議会の会員となっている性格上、総会議事録を日食協会報に掲載、告知する事とされている。従って今回も以下にその議事録を掲載するものである。

定時総会議事録

日 時：平成14年5月21日 午後4時～午後4時45分

場 所：東京都千代田区大手町1-9-4 経団連会館ダイアモンド・ルーム

出席者：会員総数398社中 委任状とも311社

監 事 3名中2名

臨席官：公正取引委員会事務総局取引部 消費者取引課課長補佐 岩堀吉一

定刻、会長理事久井恵之助議長席につき、会員総数398名中、出席会員は委任状とも311名で、3分の1以上の出席があり、適法に成立している旨を報告し定時総会の開会を宣した。

議事録署名人の選出は慣例に従い議長より指名することになり、次の両氏を指名し、それぞれ本人の承諾があり、議案の審議に入った。

議事録署名人 丸菱食品株式会社 中村俊光
株式会社サスナ 服部順市

議案第1号 平成13度事業報告に関する件

事務局より、別紙事業報告書に基づき報告あり、異議なく可決決定した。

議案第2号 平成13年度収支決算に関する件

事務局より、別紙決算資料に基づき報告し、伊藤監事より「5月10日、会計監査を実施したところ、帳簿及び証拠書類等照合し、また決算書類の各残高について照合の結果正確であった」と報告あり、異議なく可決決定した。

議案第3号 平成14年度事業計画に関する件

事務局より、別紙事業計画書(案)に基づき説明があった。特に昨今の食品表示をめぐる不祥事に対し、本協議会はさらなる「食品表示の公正競争規約」の周知徹底を図っていき、表示審査の機能向上並びに食品缶詰の表示に関する研修会を開催する旨説明の後、議場に諮ったところ異議なく可決決定した。

議案第4号 平成14年度収支予算、会費の額並びに徴収方法に関する件

事務局より、別紙収支予算書(案)に基づき説明があり、会費の額は、日本缶詰協会年額40万円、日本加工食品卸協会、日本製缶協会夫々年額20万円、日本パインアップル缶詰協会年額10万円で前年度と同額とし、徴収方法は原則として年1回としたい、と提案があり異議なく可決決定した。

なお、款・項目の流用は会長一任となった。

議案第5号役員補欠選任の件

議長より、役員の方々のうちで、団体及び会社の都合で担当を変わられた方がおられます。従って、その補欠役員を選任したいと提案あり、満場の賛成を得て、次のとおり選任し、満場異議なくこれを承認した。

●辞任した役員

理 事 久井恵之助(社団法人日本缶詰協会)
" 木原弘二(日本製缶協会)
" 山之内久義(北海道缶詰協会)
" 今村洋一(マルハ株式会社)
" 小峯恒二(宝幸水産株式会社)
" 清水優(日本ジャム工業組合)
" 稲葉由蔵(社団法人静岡缶詰協会)
監 事 久家和昭(雪印食品株式会社)

●補欠選任された役員

理 事 岡啓治(日本製缶協会)
" 片岡邦夫(北海道缶詰協会)
" 大野洋(株式会社ニチロ)
" 野沢三郎(マルハ株式会社)
" 多智花宏治(日本ジャム工業組合)

監 事 石川元昭(アルプス食品工業株式会社)

以上のとおり決定した。

議長より、続いて会長並びに常任理事辞任に伴い会長並びに常任理事を互選することになっているが、本協議会の母体が日本缶詰協会、日本加工食品卸協会、ならびに日本製缶協会であり、その役員が選任されるのが前例となっているので、それを踏襲して、議長より指名させていただきたい旨提案したところ、出席者多数の賛成があり、議長より次の通り指名し、満場異議なくこれを承認した。

会 長 後藤康雄(社団法人日本缶詰協会会长)

常任理事 岡啓治(日本製缶協会事務局長)

以上をもって、本定時総会の一切の審議を終了した。

平成14年5月21日

全国食品缶詰公正取引協議会定時総会

議 長 会長理事 久井恵之助

議事録署名人 会 員 丸菱食品株式会社 中村俊光

議事録署名人 会 員 株式会社サスナ 服部順市

なお、定時総会に先立ち、公正取引委員会事務総局取引部消費者取引課岩堀課長補佐より挨拶が行われた。

自信をもって、なすべき努力を

-埼玉県食品卸業協会-

7月10日(水)大宮サンパレスにて14時より埼玉県食品卸業協会の総会が開催された。議事終了後講演会となり、井岸専務理事が「日食協の最近の課題ー中間流通業の存在意義と返品問題ー」と題して講演を行った。特に「存在意義」に関して ①卸機能を必要とする産業構造・社会背景 ②必要とされる機能 ③そのために必要なマーケティングの見直し ④経営者を始めとする意識改革 を強調し、賛助会員を含めて80名からの参加者に訴えた。

