

新役員名簿 ----- 2

総会開催

本部新組織案採択 ----- 5月27日・本部 ----- 3
 返品問題の改善に踏み込んだ解決策を ----- 5月23日・四国 ----- 11
 卸の存在の認識と向上を ----- 6月 7日・関東 ----- 13
 情報の共有化で大きな動きに ----- 6月 8日・東海 ----- 17
 食品卸業界をいい業界にしたい ----- 6月15日・近畿 ----- 18
 本部の大きな組織の活動を受けての支部活動 ----- 6月21日・九州沖縄 ----- 19
 講演録 フードアイランド九州 ー鳥丸 聰ー ----- 21
 会員が一致団結して、協会の場で解決を ----- 6月22日・中国 ----- 42
 時代に合せた日食協活動のあり方 ----- 6月28日・東北 ----- 43
 流通の各段階の関係が変化していく ----- 7月 6日・北陸 ----- 45
 業界全体の存在価値が高まる活動 ----- 7月12日・北海道 ----- 46

業務日誌より

政策委員会 ----- 6月 3日 ----- 49
 執行運営委員会 ----- 6月 9日 ----- 49
 今後の運営方法について ----- 情報システム委員会 ----- 50
 第50回賛助会員世話人会 ----- 5月11日 ----- 51
 SKDBC運営委員会 ----- 6月 2日 ----- 53
 ネットワーク検討会の今後の運営について ----- 6月 9日 ----- 54
 会計年度を変更 ----- 静岡食品卸同業会 ----- 54

情報システム関連情報

GTINについて ----- 55

公正取引関連情報

大規模小売業者による納入業者との取引における新告示 ----- 59

回								
覧								

平成 17 年度 社団法人 日本加工食品卸協会 役員
(平成 17 年 5 月 27 日現在)

(敬称略)

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	代表取締役会長	
副会長(非常勤)	尾崎弘	伊藤忠食品株式会社	代表取締役会長	
副会長(非常勤)	後藤雅治	株式会社菱食	代表取締役社長	
副会長(非常勤)	吉野芳夫	株式会社日本アクセス	代表取締役社長	
専務理事(常勤)	奥山則康	(社)日本加工食品卸協会		
理事(非常勤)	山本佳宏	日本アグリ北海道株式会社	代表取締役社長	
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)	水足眞一	三井食品株式会社	代表取締役社長	
理事(非常勤)	濱口吉右衛門	株式会社廣屋	代表取締役会長	
理事(非常勤)	三枝・祐	株式会社サンヨー堂	代表取締役社長	
理事(非常勤)	上田弘	ユアサ・フナヨク株式会社	代表取締役社長	
理事(非常勤)	磯野謙次	明治屋商事株式会社	代表取締役社長	
理事(非常勤)	鈴木重一	株式会社梅澤	代表取締役社長	
理事(非常勤)	永津邦彦	株式会社トーカン	代表取締役社長	
理事(非常勤)	桑島敏彰	カナカン株式会社	代表取締役社長	
理事(非常勤)	加藤武雄	加藤産業株式会社	代表取締役会長	
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	代表取締役会長	
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)	柳川信	ヤマエ久野株式会社	代表取締役社長	
理事(非常勤)	市ノ瀬竹久	学識経験者		
理事(非常勤)	塩田良英	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)	牧明夫	西野商事株式会社	代表取締役社長	
監事(非常勤)	横山敬一	味の素株式会社	執行役員	
顧問(非常勤)	廣田正	株式会社菱食	代表取締役会長	

議長は議事録署名人に吉野芳夫理事と濱口吉右衛門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変更があれば報告するよう指示がなされた。

事務局は提出資料のうち前回理事会にて修正予定と報告した「会員動向」「予算」に関し、変更のあった部分の内容を報告した。

議長はこれについての質疑を求めたが、無かったので、承認を求め可決された。

続いて

第2号議案 政策委員会他運営体制の件

議長から、本日、成立予定の政策委員会の委員企業について、前回理事会で7社に加えて専務理事の参加を決め、7名の方にご登録を頂きました。委員長は互選して頂きます。

また、執行運営委員会は10社10名の方と専務理事ですが、委員長は政策委員会並びに執行運営委員会で決定したいと考えておりますと説明。

ご異論なければ、直ちに実務に当たって頂くことといたします。

議長は意見を求めたが、無かったので、承認を求め、可決された。

第3号議案 その他

議長は第3号議案 その他について出席者から提起を求めたが、無かったので、政策委員会に対する期待や要望について、各理事に意見を求めた。

- ・全国的組織と地域組織の組み合わせは難しいものがあるが、本部は地域の実情を知るために廻訪されたらどうか。
- ・昨年の返品問題のアンケートの結果、当該地区は圧倒的に返品率が高く、しかも良品の返品が多いという結果が出た。原因まで把握しているが、個別には動けないので、日食協として調査結果から総括して問題提起ができないか。また、一步踏み込んで業態別に小売業から返品問題のアンケート調査をできないか。
- ・最近、労働基準局から中間流通業に的を絞っての調査が多くなってきている。労務提供問題に絡むが、休日出勤するとなかなか代休が取れず苦慮しており、労働基準局からの指摘もあるので、こうした労務提供問題も日食協として検討していただきたい。
- ・環境の問題として共同配送によるCO₂の削減等の方向もあるし、リサイクルも絡めた資源の有効利用の問題もある。こうした問題は、単独企業でやるより地域で対応した方がいいと考

える。

ヨーロッパ（ミグロス等）では環境問題に熱心に取り組んでいる中間流通業もあるので、支部活動として環境問題も取り上げていきたい。

- ・業界としての位置づけをどのように考えるか、また業界の地位を上げるために政策委員会として何をなすべきか討議し、具体的政策を出していただけないか。また、業界全体が不毛な競争にならないために、何をしなくてはならないかを政策委員会で考えて頂きたい。
業界内部の企業レベルは様々であるが、業界全体で給料体系等のベンチマークが必要かどうか将来的に考えていくテーマではないかと考える。直取引問題であるとか、小売の専用センターとか業界全体としてリストラされるような動きが出てきている。
こうした中で日食協は業界団体として食品流通が10年後、20年後の将来、どのような展開になっていくのかを描き、仮説、シナリオを作る必要がある。こうしたビジョンを作るために外部費用がかかれば支部活動予算を振り向けても場合によってはいいのではないか。
- ・本部からの活動報告、情報は地域の親睦団体卸にとってかけがえの無いものになっている。地域活動としては会員のみならず地域の賛助会員含めて業界全体のコラボレーションをこころがけている。速やかな情報伝達にはIT時代でもあるのでHPとかメールとかの活用を考えて欲しい。
- ・県をまたいで広域に展開する食品を販売する新興小売業（ドラッグストア等）が返品問題や労務提供問題等で障害になってきている。最近、労災や就労時間にかかわる労働協定等の問題で労基署から指導を受ける事が多くなってきているが、その最大の障害は労務提供問題である。したがって是非日食協でこの問題を足並みそろえて改善していきたい。
- ・地方問屋が減少する中で支部活動の活性化が難しい局面にあるが、日食協活動は重要であるので本部主導で牽引して欲しい。公正取引委員会がきちんと仕事をするようになり排除勧告等が報じられるようになったが、これを受けてスーパー側の対応が巧妙化してきている状況にあるので、こういった点を問屋の集合の声として反映できるよう検討して欲しい。
- ・会員の構造的変化から一部の支部を統合したり活動が不活発になってきている実情がある。また財政的にも厳しくなっているためW・Gの活動を優先して行っている。
- ・地方と中央の置かれている立場の違いや問題になっている事、困っている問題等に違いがなく同一になってきている。会員も全国展開している事業所会員がほとんどであるので現状支部活動は報告機関となっているが、地方も共通問題意識で取り組んでいるので特に問題はない。これからの活動として期待する事は将来を語る卸としてのビジョンと返品問題のような今直面する問題の両面を検討して欲しい。

議長は各理事からの意見を聞いた後、事務局に連絡事項につき尋ねた。

事務局は

①総会席次の確認

②次回理事会は11月8日（火）の予定

③各支部の事業活動予定表及び支部活動費の確認を報告した。

議長は、本日の総会において退任される方をご紹介しますが、総会で各々ご挨拶をして頂きます。まず、副会長磯野さん、専務理事井岸さん、次に監事進藤さん。

次に新任候補の方として、理事候補磯野謙次さん、専務理事候補奥山さん、監事候補横山さん。と夫々ご紹介した。

以上で討議を終了。

議長は13時45分閉会を宣した。

以上

同日引き続いて14時から定時会員総会が開催された。今回で退任される役付役員の方の挨拶もあり、和やかな雰囲気の中であった。以下に議事録の抜粋を掲載する。

議案	第1号議案	平成16年度事業報告に関する件
	第2号議案	平成16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17年度事業計画案に関する件
	第6号議案	平成17年度収支予算案に関する件
	第7号議案	一部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 179社 出席会員 26社 委任状出席者117社
計143社

出席賛助会員 62名 事業所会員 6名

来賓出席者 農林水産省総合食料局流通課 商業調整官 影山岩夫殿
係長 薄井 剛殿

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

会長の國分でございます。

本日はご多用の中、またご遠方からもかくも多数ご参集を頂きまして、誠にありがとうございます。また多数お出まし頂いております賛助会員の皆様方にはとりわけ、平素大変にお世話になっております事を、重ねて御礼申し上げます。

そして公務ご多用の中から、農林水産省総合食料局流通課からは影山商業調整官様始め幹部の方々にご来臨を賜り、平素のご指導と合わせて厚く御礼申し上げます次第であります。



総会で挨拶する國分会長

さて、前年度を顧みますと、申し上げる迄もない事ですが、消費税の総額表示問題による消費減退の煽りを受けて、続く猛暑から相次ぐ天災続きで思う様な商機も作れぬまま推移した一年間でありました。しかし業界内にあつては構造変化と小売市場の整理が着々と進展し、一部商材の取引制度の変更等があり、大きなインパクトがもたらされました。

この中にあつて、幸いにも当協会は関係各位の暖かいご支援ご協力の下に所期の事業を完遂し、新年度を迎え今日に至っております。

いずれの会社も多事多難、ご担当の一人一人が超繁忙の中にあつて業界の為とはいえ、献身的にご協力頂けた成果物も出来ました。今日は報告すると共に、17年度の計画等についてもお諮りしたいと考えております。

よろしくご審議下さい。

甚だ簡単ですが、開会のご挨拶とさせていただきます。

事務局はここで、来賓2名を紹介した。来賓代表として農林水産総合食料局流通課商業調整官影山岩夫殿が次の如く挨拶した。

影山調整官ご挨拶

ご紹介頂きました農林水産省流通課の影山でございます。平成17年度日本加工食品卸協会定時総会にお招き頂き、誠にありがとうございます。貴協会の皆様方には生産サイドと消費をつなぐ架け橋として、日夜、食料品の安定供給に重要な役割を果たしていただいております。この場をお借りして深く敬意を表する次第です。

さて、昨今の景気については、「一部に弱い動きが続くものの、ゆるやかに回復している。企業収益は改善し、個人消費は持ち直しの動きがみられる」との報告がある一方で、流通業界におかれましては、売上減少が続くなど、なかなか消費回復の実感がつかみづらい状況かと存じます。このような時期こそ業界の一層の発展のために、直面する諸課題に國分会長始め日食協一丸となって取り組んで頂くことをお願いしているところでございます。

特に、協会においては環境問題、返品問題、価格制度問題など業界をめぐる諸課題に対して、迅速かつ的確な対応をするためのワーキンググループを設置され、課題の整理と問題解決の方向を取りまとめられます。こうした統一的な基本方向や考え方に沿って、それぞれの会員企業が事業活動に取り組まれているところであり、大変有益な協会活動を展開されておられる

と承知しております。

農林水産省では、最終消費ベースで 80 兆円にのぼる我が国フードチェーンが、より安定的・効率的なフードシステムとして機能するよう、新たな食料・農業・農村基本計画を踏まえ、食品産業の競争力強化等に取り組んでまいり所存です。

加工食品に関連するものとしては、一つは、物流の効率化の観点から、高速道路の周辺等、交通の要所に立地するトラックターミナルや卸売市場、倉庫等について、保管、荷捌き等の機能を集約し、かつ、情報システムを配備する施設整備を行う事業者に対して、倉庫業の一括許可や資金調達、倉庫や建物の税制特例などの支援を行う「流通業務の総合化及び効率化に関する法律」の制定に取り組んでいるところであります。これは今参議院では通過しておりますが、6 月の中旬には衆議院の方で可決予定と聞いております。



挨拶される農林水産省 影山調整官

また、ユビキタス技術を活用した食品流通の推進については、卸売市場における物流コストの 25%程度の削減を目標に、電子タグ活用の作業体系のモデル実証実験を実施し、成果については、速やかに流通業界への普及を図ることとしております。したがって、加工食品の流通業界においても活用していただけるものと思っております。

二つめは、「産業活力再生特別措置法」による企業の再活性化への支援でございます。これは企業が生産性の向上と健全な財務体質を目指し、計画を樹立し、この計画が一定の基準を満たせば、大臣認定がなされ、商法や税制面での支援が受けられるというものです。これは非常に前向きな制度でございます。企業再構築を図る計画について、農林水産大臣認定を行い、新会社の増資に伴う登録免許税や不動産取得税の軽減等により再生支援を行った経緯があります。

このほか公正取引の確保については、引き続き公正取引委員会と連携を図りつつ、優越的地位の濫用防止について、着実に取り組みが進んでいるところでございます。

こうした各般の施策に対しましては、引き続き皆様方のご理解とご協力をお願いする次第です。

結びに、日本加工食品卸協会の益々のご発展と、会員企業の商売繁盛並びに本日ご参集の皆様方のご健勝を心からお祈りしまして、私の挨拶とさせていただきます。

今日はありがとうございました。

続いて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、事務局より慣例により会長を推薦したいと提議し、拍手で承認された。

國分会長は議長席についた。

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吉見商事株式会社殿を指名し承認を求め、承認の後、議事に入った。

第 1 号議案 平成 16 年度事業報告に関する件

第 2 号議案 平成 16 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こと、さらに年度をまたいで特別委員会の方々の提言を頂いて、4 月 20 日の理事会で審議可決して参りました、今後の本部委員会体制についても、第 1 号議案の関連として一緒に報告するよう指示があった。

事務局は会報 Vol.139 号と別冊レポート「価格制度の現状認識と改善方向」「返品問題の解決に向かって」と「加工食品卸売業における産業廃棄物の処理について」を資料（別添）として次の如く報告を行った。

1. 特別委員会報告

事業活動の運営体制の変更について（変革すべきポイント・本部委員会組織の見直し）

2. 平成 16 年度事業報告

①概要 ②総務関係 ③各委員会活動 ④各支部活動 ⑤事務局活動。

3. 平成 16 年度の収支決算状況

収入合計 42,170,098 円及びその内訳・予算比、支出合計 45,068,385 円、その内訳・予算比、次期繰越収支差額 12,494,711 円、その内訳を貸借対照表と財産目録の如く報告。

議長はここで進藤大二監事に監査報告を求めた。

進藤監事は「平成 17 年 4 月 11 日（月）に萩原弥重監事、牧明夫監事の 3 名により監査を実施した。当日業務内容の報告を受け、財務諸表及び帳票・証憑につき、適法正確に処理され、報告の事実と相違ない事を確認した」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、事務局は資料を元に退会会員 11 社、退会事業所会員 21 社、退会賛助会員 1 社を報告。

議長はこれについての承認を求め、拍手で承認された。

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、事務局は、基本的に前年と同額を同様な方法で納付。即ち、14年度の適用措置を17年度にも適用し、6月末日までに各社一括で、振込手数料各自負担にて、指定口座に振込む事になると説明した。議長はこれについて意見を求めたが無かったので、承認を求め、拍手で承認された。

第5号議案 平成17年度事業計画案に関する件

第6号議案 平成17年度収支予算案に関する件

議長より両案関連あるので、続けて事務局より説明させたい、との指示があり、事務局はVol.139号を資料として、業界背景と当協会の果たすべき使命というスタンスから、調査研究事業、普及・啓発・実践事業、本部活動に分けて事業計画を説明した。

そして、平成17年1月26日（水）開催の理事会議決事項である「平成17年度暫定収支予算」を内包する平成17年度の収支予算案を次の如く説明した。

前期繰越収支差額 12,494,711 円、当期収入合計 41,598,000 円、当期支出合計 48,710,000 円、次期繰越収支差額 5,382,711 円（それぞれの内訳概要と対前年予算比）。

議長はこれについての承認を求めたが、意見もなく拍手で承認された。

第7号議案 一部役員改選に関する件

議長は「本年は改選の年ではないが、一部の役員より辞任の申し出があり、そこで、先に行われた理事会において、その後任としての推薦候補も決定させて頂いておりますので承認を頂きたい」として、次の交代を説明した。

辞任理事、監事

磯野計一 副会長理事

井岸松根 専務理事

進藤大二 監事

議長は退任される理事、監事に対し、永い間のご活躍、ご指導ご協力に敬意を表し、その功労に感謝と御礼を申し述べた。

磯野前副会長理事、井岸松根前専務理事、進藤大二前監事が、辞任に際しそれぞれ謝辞を述べた。

議長は後任者として次の方を推薦した。

後任理事、監事

磯野謙次 理事

奥山則康 理事

横山敬一 監事

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。

議長は新任者の承諾を求め、3名が承諾した。

この後、議長は新任の明治屋商事(株) 代表取締役社長 磯野謙次氏、国分(株) 執行役員 奥山則康氏、味の素(株) 執行役員 横山敬一氏を順次紹介した。

さらに、磯野副会長理事と井岸専務理事の退任に伴い、副会長 1 名減、専務理事 1 名減のため、先の理事会にての討議結果を事務局より説明するよう指示した。

事務局は定款 13 条 4 項に基づき、4 月 20 日の理事会にて事務局案として、過去の選出事例を参考に副会長理事に(株)日本アクセス代表取締役社長吉野芳夫氏、専務理事に国分(株) 執行役員奥山則康氏を推薦。両件とも理事会では満場一致にて了承を得ていることを報告。

議長は続いて承認を求めたが、満場一致の拍手で承認された。

第 8 号議案 その他

議長は、会場の出席者各位から問題提起を求めたが、発言が無かった。

そこで、議長より本日退任しました井岸前専務理事に対する退職慰労金の支給につき、規程に基づき支給したいが、支給額については会長に一任頂きたいと発言、承認を求め満場一致で承認された。

ここで、議事審議の終了を告げた。そして長時間の審議に対する御礼と今年度のご協力をお願いし、閉会の挨拶とすると結んだ。

事務局は、以上で本日の総会が終了した事を告げた。

15 時 15 分であった。

以 上

返品問題の改善に踏み込んだ解決策を

— 四国支部 —

5 月 23 日 (月) 午前 11 時 30 分からオークラホテル高松に於いて四国支部役員会が開催され、この後開催される総会の運営内容について打ち合わせと本年度の事業計画について意見交



開会挨拶する竹内支部長

換が行われた。通常日食協総会の後に支部総会が開催されるが、今回は記念講演に予定している講師の日程から総会より前に開催される事となった。12時より一般会員及び賛助会員が出席して、昼食終了後、第27回通常総会が開催された。

司会進行は事務局担当の渡辺国雄氏（旭食品㈱）。冒頭四国支部長 竹内克之氏（旭食品㈱）は本日の総会出席者に御礼と昨年度の異常な気象、天災等の気になる現象について感想を述べた後、概略次のように挨拶を行った。「流通業界も再編の波が押し寄せ、その影響もあり日食協の本部役員に一部改選が予定されている。昨年度の日食協活動の一つである返品問題のアンケート調査の結果、四国地区は全国一返品率が高く、しかも良品返品率が高いという実態が出た。個別の課題も把握できているが、解決のため単独企業として物申すのは難しいので、日食協としてよくデータを分析して地域別に改善要求を今後踏み込んで検討したい。」

その後議事に入り、事務局から資料に基づき平成16年度の事業報告を行い、次いで会計報告をした後、会計監事の阿波谷健司氏（明治屋商事㈱）が会計監査報告を「正確である。」と述べた。

次いで平成17年度事業計画及び収支予算について審議し拍手で承認された。最後に役員改選が行われ全員再任され支部長 旭食品㈱、副支部長㈱ 四国リョーシヨク、会計監事 明治屋商事㈱、幹事 四国国分㈱が選出された。この後「本部の事業活動報告」を井岸専務理事が行って総会は終了した。

13時30分から講演会を開催し、講師は四国経済産業局局長 江越博昭氏を迎え「四国経済の現況と平成17年度の産業活性化施策」という講演を行った（講演資料から主要な項目を箇条書きで掲載）。

1. (1) 四国の姿（日本の中の四国）

- ・面積は約5% 人口及び経済規模は約3%
- ・経済規模は、オリンピックを開催したギリシャより大きい
- ・第一次産業の従事者及び生産額の比率が高い

(2) 四国の産業構造の特徴

- ・第一次産業のウエイトが高い
- ・第二次産業、第三次産業のウエイトは全国平均とほぼ同じ
- ・基礎素材系産業の比率が高く、波及効果が高い加工組立系産業の比率が低い
- ・IT、デジタル家電、自動車等先端分野の産業集積が少ない
- ・今後、新産業創造戦略が目標とする成長産業分野の育成・成長が課題
- ・四国地域経済は、一部に弱い動きがあるものの緩やかな持ち直しの動き
- ・四国の生産は、横這い傾向へ 徳島、愛媛、香川は堅調で、高知は依然厳しい状況が継続
- ・大型店販売は、弱い動き
- ・今後、製造業は改善の見込み。非製造業は依然厳しい状況が継続
- ・全体では改善の見込み



講演中の四国経済産業局長
江越博昭氏

- ・四国の雇用情勢は、改善の動きが緩やかになっている
 - ・香川では、一倍台で推移。一方、高知では厳しい状況
2. 四国で頑張る企業、元気な地域
 - ・四国には、優れた技術や独創的な製品開発等により日本一・世界一のシェアを獲得している企業 99 社が存在
 - ・四国では、各地域で地域を活性化させるため、各種グループ、各自治体等が活発な取り組みを展開
 3. 四国経済産業局の取り組み
 - ・戦略的な連携と交流による時代を担う産業の創出
 - ・活力に満ちた強靱な地域産業の育成支援
 - ・環境と調和した安全で安心できる地域社会の実現
 - ・積極的な情報発信を通じた四国の魅力 PR
 4. 平成 17 年度 経済産業政策の重点施策
 - ・絶えざる価値創造と世界への発進
 - ・創造的事業活動を支える社会システムの構築
 - ・安定的なマクロ経済運営と活力を生む税制・社会保障制度の構築
 - ・製造現場の中核人材の育成・強化
 - ・人材投資促進税制の創設
 - ・サービス産業創出支援事業
 - ・地域ブランドの確立
 - ・地球温暖化対策の推進

以 上

卸の存在の認識と向上を

－関東支部－

6月7日（火）午前11時30分より鉄道会館ルビーホールに於いて、関東支部幹事会が開催された。昼食後、直ちに議事に入り、冒頭関東支部長 吉野芳夫氏（株日本アクセス）が挨拶。次いで事務局からの幹事総数 25 名中 22 名の出席（含む委任状・代理出席）と定足数を満たしているとの報告があり、恒例により吉野支部長が議長席について議事を進行した。



開会挨拶する吉野支部長

幹事会ではこの後の総会の運営と、一部役員の変更を含む議案内容の確認を行った。その後各県別ブロック代表及び流通業務委員長から各県の状況、支部活動や本部活動についての要望等の意見交換、情報交換が行われた。

- ・地元卸が減少し本格的な活動ができていないが、卸協会のポテンシャルを上げていくためには県ブロックに課題を落

として欲しい。環境変化もあり位置付けも中途半端になっており活動の見直しが必要になってきている。

- ・日食協本部は全体の仕掛けや方向性を考え、地域県ブロックは、現場としてその調査等を受け持つような役割、対応としたい。
- ・市場卸の減少もあり会員加入促進のため菓子、冷食卸も勧誘している。実効の上がるような問題を取り上げてやって欲しい。例えば産業廃棄物問題ではラーメンの PP バンドの減少化対策等に取り組むとか。
- ・卸の活動の評価が受けにくく、パワーの発揮がしにくい環境にあるので、卸機能の研究を含めて日食協のあり方は重要。
- ・単独企業では解決できない問題が多いので、業界団体として改善の方向性を是非見出して欲しい。
- ・県ブロック単位での活動がいいのかどうか、別の単位も考える必要があるのではないか。
- ・ドラッグストア業態からの返品が余りに多く目に余るので、返品問題で実効を上げるためにも日食協本部から申し入れるのも一考か。
- ・賞味期限等の問題で倉庫で廃棄する商品も多く発生するが、廃棄する前に飢餓で困っているところや天災の地域に業界でまとまって支援することも考えたらどうか。
- ・県ブロック単位では卸会員の減少もあり活動自体が無理な状況、活動単位の広域化は避けられない。卸の課題は食品、菓子、酒類というような区別はないので連携が必要。
- ・ギフト商品の外箱と中身の日付け管理に問題があり、メーカーも含めてこういう問題に対応できる商品開発が求められている。
- ・リージョナル、ローカルスーパーでは特に労務提供問題が多い。
- ・卸中間流通業として情報発信を多くして、卸の存在をアピールする必要がある。
- ・今後の活動のあり方について、取り上げるテーマや現在調査事業を行っている事での改善点についてアンケート調査を行った。
- ・本部の委員会や W・G 活動に対して、支部活動は実践をしていく位置づけにある。各企業の流通業務委員会のメンバー委員を盛り立てて意見を集約し、具体的活動につなげていけるようにして欲しい。
- ・本年度の事業計画案にある本部委員会策定成果物の研修については格別注力して実践して欲しい。
- ・流通業界にあつて、現状卸はたくさん抱えていると認識するが、この抱えている問題を討議し解決し、卸の存在をどう認識させ、高めていくかが本部の役割。本部方針を支部に伝え、県ブロックに伝える事をベースに、業界団体としてリティールの団体にもきちんとした対応ができるよう関東支部も重要な役割がある。そういった観点からも支部活動を活発化させる必要がある。

この後 13 時 30 分より同じルビーホールの「鳳凰の間」で定時総会を開催した。出席状況は会員、賛助会員含めて 75 名であった。当日の内容を議事録から抜粋して以下に掲載する。

吉野支部長挨拶

ご紹介頂きました支部長を担当しております日本アクセスの吉野でございます。

本日はお忙しい中を、関東支部会員の皆様そして賛助会員の皆様方多数ご参集賜りまして深く御礼申し上げたいと存じます。去る5月27日、本部の方の総会も無事終わりました、これから関東支部総会が行われる訳ではありますが、支部の活動が今後益々重要になってくるものと思います。この問題は古くて新しい問題ではありますが、昨今の流通業界の状況をみるにつけて、日食協の活動そのものが、問われているということも一面では言えるのではないかと感じております。我々協会、及び会員ともどもこの流通業界において、日食協の存在そのものをどのように高めてゆくのか、それは機能論ということにあるかもしれませんが、そういった面で皆が一致団結して業界の発展並びに賛助会員の皆様に対しても、さらにリテールの業界の皆様にもお役に立てるような協会にしていく必要があるのではないかと、強く思っております。

したがって、今まで以上に協会の活動に皆様方のご支援とご協力を賜れば幸いです。

本日は、関東支部の総会です。関東支部は日食協本体に対して大変重要な支部と位置付けされております。まさに日食協の本部を動かしてゆくベースとなるのが、この関東支部だと思いますし、支部長として皆様方のお役に立てるよう活動を進めてまいります。

従来もいろいろと活動してまいりましたが、本年度は次の3点に注力をし、

- ① 公正取引・商慣行の是正努力
- ② 商品の安全性に関するレベルアップ（安心・安全）
- ③ 環境問題対応の具現化

に取り組んでまいります。

いずれにしても、協会の活動といいますのは、「言うは易し行うは難し」の点がありますが、個々ではなかなか出来ないことがありますので、業界全体の動きを纏めて

いって、他の業界に対しても「言うべき事は言う」このような活動をしてゆく必要があると考えております。ぜひ皆様方の今後のご支援、ご協力をお願い出来ればと思っております。

誠に簡単ではありますが、本年度の総会にあたりまして、一言ご挨拶申し上げます。

有難うございました。

続いて事務局が定足数の報告をし、議長に吉野支部長を推挙し拍手で承認され、吉野支部長が議長席についた。

議長は議事録署名人として、吉見商事株式会社殿と株式会社サンヨー堂殿を指名し、承認され、議事に入った。

第1号議案 平成16年度事業報告に関する件

第2号議案 平成16年度収支決算報告に関する件

議長より事務局に両案続けて説明する様指示があった。これを受けて事務局は、5月27日（金）に開催された本部の定時総会に於ける状況報告を含めて、会報Vol.139号と別冊レポート「価格制度の現状認識と改善方向」「返品問題の解決に向かって」及び資料（別添）により次の報告を行った。

1. 本部

- ・一部役員の変更

- ・特別委員会報告
(事業活動の運営体制の変更について)
- ・本部活動報告
- ・全体の収支状況

2. 関東支部

①概況、②関東支部流通業務委員会活動、③百貨店共同配送委員会活動、④関東支部の収支決算（前期繰越額 1,932,441 円、当期収入合計 1,368,021 円、当期支出合計 668,695 円、次期繰越収支差額 2,631,767 円、各予算費と内容概要）。

議長は会計監事大井徹雄氏（明治屋商事株）に監査報告求め、大井会計監事は「4月14日（木）に監査を行い、正確である事を確認した」旨を報告した。

議長は両案の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。

第3号議案 平成17年度事業計画案に関する件

第4号議案 平成17年度収支予算案に関する件

議長よりこの両案について、事務局よりを続けて説明する様に指示し、事務局はこれを受けて、別添の両案を資料とし、協会の事業計画を演繹して関東支部事業計画とし、担当別予定まで流通業務委員会で討議策定した計画案を説明した。そして前期繰越額 2,631,767 円、当期収入合計 827,020 円、当期支出合計 1,332,000 円の予算案を説明した。

議長はこれについての質疑を求めたが、無かったので承認を求めた所、拍手で承認された。

第5号議案 一部役員変更の件

議長は、事務局に説明を求めた。事務局は今期は任期満了ではないので、改選はしないが、役員企業の人事異動により交代する申し出があった。

退任監事・監事

大井徹雄氏（株明治屋）、西浜元家氏（株梅澤）、箕輪勝朗氏（みのわ商事株）、井岸松根（常任幹事）

新任幹事・監事

会計監事 大井徹雄氏（明治屋商事株）、常任幹事 奥山則康氏（日食協）、幹事 牧野和義氏（株梅澤）・西芳孝氏（みのわ商事株）

と一部役員の変更について、説明した。

議長はこれについての承認を求め、拍手で可決された。

議長はここで日食協本部の専務理事で且つ関東支部の常任幹事を永年にわたって勤められてきた井岸前常任幹事に対し、会員を代表して感謝と御礼を申し述べた。

第6号議案 その他

議長は会場の出席者に問題提起を求めたが、無かったので、本日の総会が終了した事を告げた。

事務局は閉会を告げた。

14時20分であった。

この後、14時40分より経営実務者研修会が行われました。今回は食品流通委員会の2つのワーキンググループの研究成果をそれぞれの座長より発表していただいた。①「価格制度の現状認識と改善の方向」座長 佐藤晃一氏（伊藤忠食品㈱）②「返品問題の解決に向かって」座長 高山 薫氏（三井食品㈱）。

当日の内容は既に成果資料として冊子が配布されているので掲載を省略させていただくが、いずれも卸売業の経営問題として重要なテーマであるので熱気のある研修会となった。

以上



価格制度のあり方について報告する佐藤晃一氏



返品問題について報告する高山 薫氏

情報の共有化で大きな動きに

—東海支部—

6月8日（水）13時30分より名古屋観光ホテルにおいて第27期の定時総会が開催された。司会進行は㈱梅沢の大鹿正樹氏が担当した。冒頭、東海支部長 永津邦彦氏（㈱トーカン）が出席者に平素の協力について謝辞を述べられた後、「日食協の本部活動では、いろいろな課題に対して全国卸店幹部や専門家が検討を重ねて研究成果を出してきている。こうした中央からの情報をどう地域で取り込んでいくか、活用していくか、情報の共有化で地域活動を大きな動きにしていきたい。そのためにも優れた情報を迅速に伝達できる体制作りに取り組みたい。」との方針を述べられた。



開会挨拶する永津支部長

事務局の推薦で永津邦彦氏が議長席につき、議事に入り、①平成 16 年度事業報告、②平成 16 年度収支決算を行った後、会計監事の西山 茂氏（西山商事㈱）が監査報告を行った。議長はここで承認を求め、拍手で承認された。続いて③平成 17 年度事業計画案として中部食料品問屋連盟と協力し、加工食品の消費拡大策の展開等を図る、会員の事業発展、福利増進、親睦、融和を図る④平成 17 年度収支予算案を事務局が報告し、異議なく承認された。続いて役員改選の件が審議され、（第 28～29 期 平成 17 年～平成 19 年の 2 年任期）支部長店（㈱トーカン 永津邦彦氏、副支部長店（㈱梅澤 鈴木重一氏、会計監事店 西山商事㈱）西山茂氏、幹事店 佐竹商事㈱）星川英樹氏、㈱北村商店 北村篤司氏、三重国分㈱）坂本順一氏、伊藤忠食品㈱ 東海事業本部 足立 誠氏、国分㈱）中部支社 花房理仁氏、明治屋商事㈱）中部支社 船橋孝之氏、㈱菱食 中部支社 井村莞爾氏を選出した。また事務局業務を㈱梅澤から中部食料品問屋連盟の事務局を運営している中部飲食料新聞社 山田 聖氏に再度委嘱する事の説明があった。

以上滞りなく議案は終了し、この後奥山専務理事による本部事業活動報告があり、14 時 50 分閉会した。

以上

食品卸業界をいい業界にしたい

— 近畿支部 —

6 月 15 日（水）午後 1 時より大阪太閤園にて近畿支部総会が開催された。司会進行は事務局の野間道康氏（伊藤忠食品㈱）。冒頭近畿支部長 尾崎 弘氏（伊藤忠食品㈱）は、「5 月の日食協総会で役員の一部が変更され新体制でスタートした。卸業界は少しでも儲けて、多少ともいい目を見たいものである。やっているのに報われていないという実感がある。若い社員が、働けばいい給料がもらえるということを感じてもらえるような業界にしたい。流通業も就職人気が高まってきているので食品卸業界も是非いい業界にしていきたい。」と挨拶された。



開会挨拶する尾崎支部長

司会は、この後定足数を確認し、恒例により尾崎支部長が議長につき議事に入る事を案内した。①平成 16 年度事業報告 ②平成 16 年度収支決算報告を事務局が行い、監査報告を会計監事の乾 敏展氏（㈱ニシキ商事㈱）が行った。これを拍手で承認した後、③平成 17 年度事業計画、④平成 17 年度収支予算を事務局が報告し、同様に拍手で承認された。以上で議事は全て終了し、この後井岸前専務理事と奥山新専務理事から本部事業活動報告がなされ、14 時に閉会した。

以上

本部の大きな組織の活動を受けての支部活動

—九州沖縄支部—

6月21日（火）午前11時より博多全日空ホテルにて、九州沖縄支部の第57回幹事会が開催された。司会は事務局担当の大島義明氏（コゲツ産業㈱）で幹事会社の新任者を紹介した後、議事に入った。

主要議題は午後からの定時総会の次第内容についての確認であった。13時から会場を移動して第28回支部定時総会を開催した。

最初に事務局から本日の総会に支部長の本村道生氏（コゲツ産業㈱）が都合で出席できず副支部長の柳川 信氏（ヤマエ久野㈱）が代行する事を報告した。

次いで本日のスケジュールと自己紹介の後、定足数について案内があり会員総数52社中27社の出席、委任状の出席が20社合計47社の出席で定足数を満たしていると報告した。

ついで会計監事の丸尾喜徳氏（三井食品㈱）が開会宣言を行い、次いで副支部長の柳川 信氏が支部長に変わって開会の挨拶を行った。本日の参会者に対するお礼と平素のご理解とご協力について謝辞を述べた後、「日食協本部の平成17年度事業計画の中に、我国の経済の立ち直りの兆しありといわれる中であって、当業界を取り巻く環境の厳しさは従来と変わらず、むしろ事態は深刻の度を加えており取引制度すら変更しつつあると述べている。全くその通りあると認識する。本日出席のたくさんの賛助会員の皆様にもご協力いただきながら厳しい試練、環境に対応して参りたい。支部の活動は基本的に本部の大きな組織の活動を受けて、行っているのが実情であります。今後とも日食協活動にご理解とご協力を願う。」と結ばれた。

この後、柳川副支部長が議長席につき、議事録署名人に亀井通産㈱と国分㈱九州支社を指名した。

議案審議に入り、①平成16年度事業報告書並びに収支決算書承認を事務局が報告し、会計監事の監査報告があつて、議長は承認を求め拍手で可決された。

②平成17年度事業計画並びに予算案承認について事務局が報告し、議長が承認を求めこれも拍手で可決された。



活動報告する柳川副支部長と山口座長



総会会場

③ (イ) 取引慣行改善に係わる地域活動の実態報告を日食協福岡地区協議会当役会の山口春幸氏（ヤマエ久野株）が活動状況を報告した。

「福岡協議会は、昨年から2ヶ月に1回13企業にて協議し、昨年は労務提供問題を検討した。

今年に入って重要な課題であるセンターフィー問題に着手している。労務提供問題ではディスカウントストアとドラッグストアに対して意見交換を行ったが、ディスカウントストアは対象企業が1社あり、申し入れを予定したが、取りやめた。その後対象企業が公正取引委員会から排除勧告を受けることになった。もう少し早く申し入れを行えば良かったと率直に思っている。

ドラッグストアは、対象企業が他県にまたがるという事で他県の支部会員に意見を求めたが、その調整がうまくいかず、中断、腰折れ状態になっている。引き続き、現在支部会員以外の企業にも参加を求めて協議を再検討したい。地場の大手小売チェーン企業から労務提供及び派遣に関する合意文書を頂いたが、これに関しても協議会で検討した結果、この書面の修正、訂正をお願いという事で合意のもとで再提出している。なにぶんにもあまりに納得のいかない文章であった。

次に、今年に入ってからはセンターフィー問題を検討した。センターフィーは卸売業にとって最大の経費になっている。配送経費より高いという状況にある。3月から協議に入り5月にセンターフィーについてのガイドラインを設定した。スルー型のガイドラインとして卸業界として物申そうという事で現状進めている。実際のかかるセンターフィーとスーパーマーケット、ディスカウントストアやドラッグストアから要請されるセンターフィーが乖離している。それに対して卸売業としてかかるコストから逆算して、3%以内が妥当であると判断し現状進めている。我々が、本当のところのコスト試算をして正しいセンターフィーを物申さない限り、卸売業としての利益改善、存続が不可能になってくると思う。来月からは、DCに係わるセンターフィーの試算を行う予定である。それから年末年始及びGWの物流に関してはメーカーさんの協力でスムーズに推移している事に感謝申し上げる。今後はセンターフィー問題を決着した後、返品問題もしくは環境問題に対応していきたい。」

(ロ) 商品展示特売会の本年度自粛の継続については事務局から主旨の説明があり、議長が意見を求め異議なく拍手で承認された。以上で議案審議は終了し、その後「本部の事業活動報告」を奥山専務理事が行い総会を終了した。このあと14時20分より特別講演として(株)鹿児島地域経済研究所 経済調査部長 鳥丸 聰氏をお招きして「フードアイランド九州」と題する講演会を行った。

以下その内容を掲載する。

フードアイランド九州

株式会社鹿児島地域経済研究所 経済調査部長 鳥丸 聡

皆さんこんにちは、鳥丸でございます。「フードアイランド九州」という、このような九州経済白書というものを、毎年、九経調のほうで出しており、昨年の2月の末頃にこれを出しまして、大変な反響がありました。

従来、食料供給基地を考えるとときには、必ず農林水産省のいろいろな政策を考えるわけです。こちらの白書のほうでは、そうではなくて、消費者のほうから見た「フード」というのはどうあるべきか、フードビジネスというのはどうあるべきか、そして消費者が望むものを作るための産地のあり方は、どうあるべきか、というのを書いたわけでありまして。

この九州経済白書といいますのは、毎年テーマを変えて発表しておりまして、今年の3月に出したのが「新規事業について」というものなのですが、昨年が「フード」、その前が「観光集客」、というような形で毎年テーマを変えているわけです。

この九州経済白書も今年で38回目になったのですが、「食料供給基地」をとらえたのは、昨年初めてということでした。九州は食料供給基地といわれているのですが、意外とその現状と課題及びあるべき姿というのを真剣に議論してきた人は、実はいなかったのです。何故かといいますと、産地のほうは農林水産省の島だ、ところがその原材料としての食べ物というのは、加工業者・流通業者にわたると、そこから先、飲食店、中食産業、外食産業と流通段階になっていくと、経済産業省の島になりますので、そのあたりが、ひとつの産業として振興しようとする意欲を欠くものになっていた、ということであろうと思います。

この“フードアイランド”という言葉の意



講演する鳥丸 聡氏

味なのですが、本当はフードクラスター九州としたかったのですが、クラスター産業を育てたいということが、「食」に関連するあらゆるビジネス、川上から川下に至るまでのあらゆるビジネスが競争しながらも、協力し合うことによって技術革新（イノベーション）を産み出して、構造転換をもたらして行くような食の産業集積、そのことをフードアイランドという言葉に込めているわけです。

なんでこの白書を昨年書いたのか、その辺りの狙いから最初、お話をしたいと思います。

九州といいますのは、温暖な気候と豊かな資源とに恵まれていて、古くから日本の食料供給基地があることを、誇ってきたわけです。ところが食品の国内の最終消費需要というのは、もう既に飽和状態にあり停滞してきている。一方、産地のほうを見てみると、高齢化が進む、後継者が不足してくる、そして耕作放棄地もどんどん増えてくる、ということで、体力が産地のほうで衰えてきている。

加えて日本の食料の自給率もかなり低下してきました。先進国の自給率というのは、見てみますと、アメリカが122%です、フランスが121%、ドイツが99%、イギリスは日本と同じ島国ですが、かつては日本より自給率は低かったのですが、ところが政策を改めて、

自給率 61%にまで持ち直しているわけです。日本の食料自給率は、何年間かほぼ 40%というところで（カロリーベースですが）停滞している状況です。

この自給率の低下にもなんとか歯止めをかけないといけない、ということも喫緊の課題です。世界の経済大国といえますのは、フードビジネス大国でもあるのです。そのあたりが日本の場合には当てはまらない。よその先進国らしく食料供給産業というのを、きちっと産業として育てていくということが、これからの課題であろうと思ったわけです。この産地復権にむけた取組みといえますのは、農林水産省はじめ国、県、市町村、JA さん、さまざまところで、さまざまな取組みがなされているわけですが、生産現場の関係者だけの努力ではどうしようもない状況にあります。何故かという、供給サイドが一生懸命物を作っても、安くていい物を作っても、消費者、即ちもう一方の需要サイドがそれに応えて消費してくれないと、話にならない。ということになるわけです。自動車産業だとか家電産業を見てみると、生産者の一方的なものの論理で作っているわけではないのです。あくまで消費者のニーズを組み入れながら、どんなものが受けるのか、それを産地の方が作るということをやっているということになります。

一次産業と二次産業を一緒にするな、と九州農政局の大変な怒りにふれたところなのですが、だけど、フードを産業として振興しようとするならば、やはり消費者の物の考え方というものを、きちんと、とらまえていくということが、とても大切になってくるのではないかなと思うわけであります。産地が弱体化して、食料の自給率が低下するのに加えて、近年は産地の偽装表示というものが問題になったり、あるいは、BSE が問題になったり、鳥インフルエンザ等が 1 年ほど前にかなり話題になりましたが、食の安全が脅かされるよ

うになってきているわけです。

それに加えて昨年から本格化した FTA（自由貿易協定）というの、日本の農業構造の改革を迫る一つの要因になっています。そこで九州の底力である食料供給基地も食品製造業や流通業、あるいは外食産業、飲食店、中食産業、流通業、などが一体となって、産業振興にむけたさまざまな施策を、ポイント、ポイントで展開するのではなくて、戦略的に展開してゆくべき時を、今、迎えているのだろうと思います。

そこで、昨年の白書では、食に関連するビジネスが競争しながらも協力し合うことによって、技術革新を引き起こして、構造転換をもたらしていくような“フードアイランド九州”を形成するための戦略について考えてみたわけです。

これからのお話は、総論と各論に分かれています。私は総論の方を担当しておりますが、この各論のところにもどのようなことが書かれているのか、簡単にご案内してから、総論に入りたいと思います。

◎各 論

第 1 章

成熟社会で変化する「食」へのニーズ

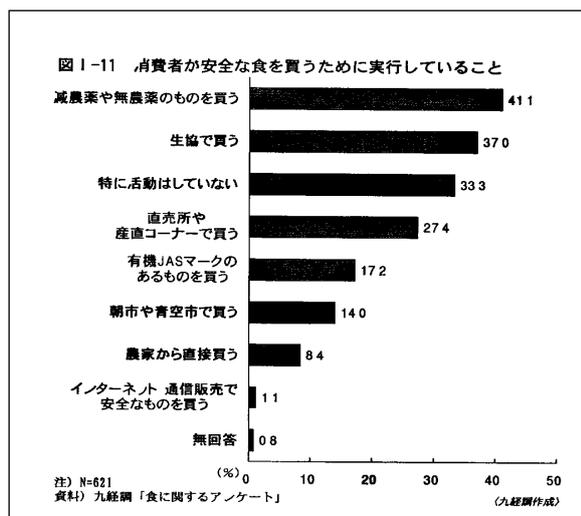
一言でいえば、消費者の動向というものを、分析したわけです。高度成長期以降は「食する」というのは、あるものを食べるではなくて、食べたいものを選んで食べるというスタイルが変わってきました。そして「食」は栄養摂取という目的を離れて、価格とか品質とか手軽さ、などさまざまな観点から評価されるようになりました。

加えて、近年ではデフレの影響もありますので、消費者というのは低価格志向を強めるようになってきました。その一方では「食の安全、安心」志向が高まって、若干値段は高くても、「安心」がものを買うよ、消費者の態度もやや変化しつつあるのかなと、思います。

そのあたりの動向を分析しております。

そこで消費者アンケートを実施したのです。

安心・安全な食材を買う為に何を実施していますか。総論の中でも、捉えています、
(図 I—11) 食に関するアンケートで、“消費者が安全な食を買うために実行していること”九州で無作為に選んだ 621 人の方に答えてもらった。



一番多いのが、減農薬や無農薬のものを買う (41.1%) なのですが、無農薬を買うといっても、そんなに量があるわけでもないし、そう簡単に安定供給できるわけでもない、しかし 41%の方がそう答えている。そこでこのアンケート結果は本当であろうか、ということで、福岡市と鹿児島市で奥様方に集まってもらい、奥様グループインタビューをした。アンケート結果では、安全な食材を買うために、減農薬、無農薬を買うというのが第 1 位なんです、奥様方実際にそうされているんですか、と聞きますと、素直に答えられるのです。

改まってアンケート用紙が送られてきたら、優等生的な答えを選ぶに決まっているじゃないですか、だからそういうのが 1 位になるのは当たり前でしょう。毎日毎日、安全にこだわり続けていられるわけないでしょう、家計が持たないわよ、と答えられるのです。有機無農薬食材というのはスーパーの産直コー

ナーで買う日がある、買う日はあるのだけれども、平気で次の日にはマクドナルドのハンバーガー食べてます、インスタントラーメン食べてます。と堂々と答えられるわけです。その安心・安全の証拠としてこの野菜は私が作りましたと、スーパーさんでは産地の顔写真入で売っている、あれって安心・安全につながるものですか、と聞きますと、あれは絶大な安心感を与えるのだそうです。何故かという、何か事があつたら、この親父さんに文句が言えると、というのが一番の安心・安心ですよ。

トレーサビリティとか難しくてよくわかりませんよ、HACCP とかいわれても何のことかわからない、それよりも、顔写真掲げてもらったほうが、よっぽど安心安全の保障になるという風に、奥様方は答えられているわけです。

第 2 章

高付加価値化のカギを握る「食」の現場

消費者と直接向い合う関係にある小売業、スーパーや外食産業の動向を整理しました。とりわけ、近年の外食産業は、食のエンターテインメント性、見せる食というのをフルに活用するようになりました。キャナルシティ博多の中にあるラーメンスタジアム、あるいはリバーウオーク北九州の中の餃子の小道、メインロード、近いうちにラーメン店を増やされるということですが、昨日の朝刊に載っておりましてけれども、そういったフードテーマパークが人気を博している様子とその理由あたりを第 2 章でまとめております。

第 3 章

生消連携し高付加価値化図る「食」の流通

いわゆる「中抜き」がはたして進むのだろうか、という話題をまいているところですが、食品卸売業界を分析すると同時に、ブランド化に成功したいいくつかの食材を取り上げて、

成功した秘訣みたいなものをピックアップしています。“佐賀の関の関アジ、関サバ”など市場価格の10倍、20倍の価格で取引されている。何故、そんなに高い値段で取引できるのか、“よぶこのイカ”というのも多くの人を集めている。そのあたりの秘密についてアプローチをしたわけです。

第4章

企業戦略の多様化進む「食」の加工

ここでは食品加工業を分析しました。食品製造業の成長率というのは、北部九州よりも南九州の方が成長率は高い。このあたりを分析しつつ、食品メーカーと農業の関係の変化、あるいは多様化する原料調達戦略について、事例を交えて分析を行っているところであります。ここではバイオテクノロジーの最新情報についても一言触れています。

第5章

高度化進む「食」の生産現場

最終章になります第5章では、産地の現状を分析しているわけですが、ゴボウあり、スイカあり、一品一品とりあげてはきりがありません。この各論の最終章で採り上げたのはセイフティガードが2001年に発動されたネギ、シイタケについて、それぞれの産地がどういう苦勞をなさっているのか。あるいは円高と共に輸入量が急増した豚肉、鶏肉、といった産地の事例を通して、九州の食の生産現場がどう対応しようとしているのか、このあたりを分析しています。

この章をみますと、産地の音頭とり、いろいろな人達が出てきます。農林水産省が出てきたかとおもうと、県が出てきて、市町村が出てきて、JAさんが出てきて、“米作れ”

いや米ダメだから、“みかん作れ”みかんダメだから、“牛飼え、豚飼え”ということで産地の人達も、もう勘弁してくれというような様子がよくわかるところです。

各論の流れを見て頂くと分るように、消費者からアプローチして、川下から川上へと、どんどん辿っていくような流れで、この「フードアイランド九州」を書いているところです。

◎総論

これから総論に入っていきますが、総論は二つの章に分かれておりまして

第I章

戦略産業としてのフードビジネスの可能性

第II章

フードアイランド九州の形成に向けて

で構成されております。

第I章は現状分析、第II章は戦略編ということになります。

第1章の現状分析編を一言でいえば、フードビジネスは九州においては、現状では戦略産業にはなっていない、というふうに書いております。戦略産業にはなっていないが、工夫次第では、ものすごく成長性のポテンシャルを秘めた戦略産業となり得るのだ、と総論の第I章ではまとめております。

第I章

戦略産業としてのフードビジネスの可能性

1. 二極化する大企業と中小企業の景況感

これは1991年3月九州のバブル経済は崩壊したのですが、それまでは右肩上がりをするなかで、景気は良くなったり、悪くなったり、を繰り返してきた。ところがバブル崩壊以降というのは、91年3月以降は全体の重心が右肩下がりになり、横這いか、やや右肩下がりする中で、景気は良くなったり、悪くなったりを繰り返すようになった。

だから、重心が右肩上がりではないので、景気は回復しているよと、大本営発表といっても誰も実感を伴わないというのが、当たり前になっている。

それは、上から圧力がかかっているから、

圧力とは何かというと、不良債権の重しであり、リストラの重しであり、デフレの重しである。この三つの重しが、足もと九州でも最近軽くなってきているところもあるのですが、東京はかなり軽くなったということがあるようですが、九州の場合はまだ重しが残っている。

そういう状況にあり、そして景気もたつく間、大企業は景気はいいけれども、中小企業はそうでもないじゃあないかと、製造業はいいが、非製造業はそれほどでもない。そして東京はいいけれども、地方の景気はまだまだ悪いじゃあないか。この景況感の二極化というものが全然縮まらない。そういう状況がずうっと続いている。2002年の1月を底として、もう三年以上景気は緩やかに改善しているということにはなっているのですが、依然として回復感というのとは実感できない。

本格回復するためにはどうしなければいけないかということ、中小企業が頑張らなければということになるわけです。特にフードビジネスの99%というのが、中小企業で構成されておりますから、九州でもウェイトの大きいフードに関連する、食に関連する中小企業が元気を出せば、九州の景況感というの、かなり明るさは出てくるだろうということを、最初に指摘しているわけであります。

2. 九州経済を支える三大産業の特徴

九州の産業構造上の特徴を三つ挙げなさい。という質問が出た場合、一つはIC、半導体に代表される産業が活発である。シリコンアイランド九州、九州の半導体の生産シェアは全国の3割弱を占めております。そのほかに液晶ディスプレイ、プラズマディスプレイパネルのデバイスなどを加えると、もっとシェアは高まることになります。「シリコンアイランド九州」であること。

二つ目はカーアイランド九州である、自動車産業の集積度は最近極めて高まるようにな

ってきた。日産自動車九州工場、トヨタ自動車九州宮田町、それに加えて、大分県ではダイハツさんが、昨年12月から年産15万台、トヨタさんもエンジン工場をつくる、あるいはおとなりの山口県防府市に目を向ければ、40万台生産キャパのマツダさんの工場があるという状況で、北部九州はものすごい勢いで、自動車産業が集積度を高めており、それを「カーアイランド九州」と言ったりするわけです。

もう一つの九州における産業の構造上の特徴は、「食料供給基地九州」ということになります。この食料供給基地という場合には、一般的には一次産業のことをいうわけです。だけど一次産業というのは水産業、農業、林業、になりますが、一次産業といっても、考えようによっては、製造業ととらえることもできるのだらうと思います。ICのことを産業の「こめ」というわけです。素材をつくる部分ですから一次産業というの、フード産業の素材を作る部分だと考えると、それを加工する部門、食品加工部門と合わせて「食料供給産業」というように位置づけられると思います。

農業プラス、漁業プラス食品加工業、それを食料供給産業と位置づけて、機械部品の製造業、輸送用機械部品の製造業と電気機械製造業、それらの三大産業の出荷額の推移をならべたのが、図I-2であります。

これを見てみますと、1980年代中盤以降大きく伸びてきているのが、輸送用機械、自動車産業、自動車部品産業ということになります。また、電気機械というのものも、ウェイトを高めてきております。2001年の電気機械はあまり伸びていないのは、ちょうど、このときはITバブルが崩壊したときですから、伸び率がチョット減っている。いまさらにその幅を大きくしている。

それに対して、食料供給産業の白の部分を見てみますと、あんまり伸びていない。悪く

いえば、伸びていないのですが、見方によっては安定しているともいえます。そして産業としての厚みという点では、依然食料供給産業のウェイトは大きい状態が続いているわけです。この食料供給産業の特徴は何かというのをみたのが、図 I-4 です。

IC 生産数量、乗用車生産台数と食料生産額の推移について、グラフをならべてみています。IC とか自動車というのは、変動幅がものすごく大きい、昨年より生産が 2 割増えました、しかし、次の年は 3 割減りました。このくらい変動幅が大きい。何故かという、IC や自動車というのは、世界市場、グローバル市場の影響を大きく受けるからです。

一方、食料生産額はほとんど横這いで推移している、変動がきわめて小さい産業という特徴があるといえます。ですから、ゆるやかに右肩下がりになっているということが、気になるどころです。ただ食料供給産業というのは非常に安定感がありますし、厚みもありますから、九州の景気変動の緩衝材、バッハの役割を果たしているということも言えるのだらうと思います。世界経済が少しおかしくなったといっても、食料供給産業がちゃんとしていれば、九州はなんとか食べていけるということになります。

表 I-3 フードビジネスの市場規模と就業者数(九州8県)
(単位 兆円、万人)

	1991年		2001年	
	金額	就業者数	金額	就業者数
フードビジネス市場計	22.9	185.7	21.9	174.4
農業	2.1	69.3	1.8	50.0
漁業	0.6	9.3	0.4	6.3
食料品製造業	4.1	18.9	4.2	19.1
飲食料品卸売業	10.7	13.0	9.7	11.4
飲食料品小売業	4.3	36.0	4.7	43.3
飲食店	1.1	39.2	1.0	44.2
W/R比率	2.5	—	2.1	—

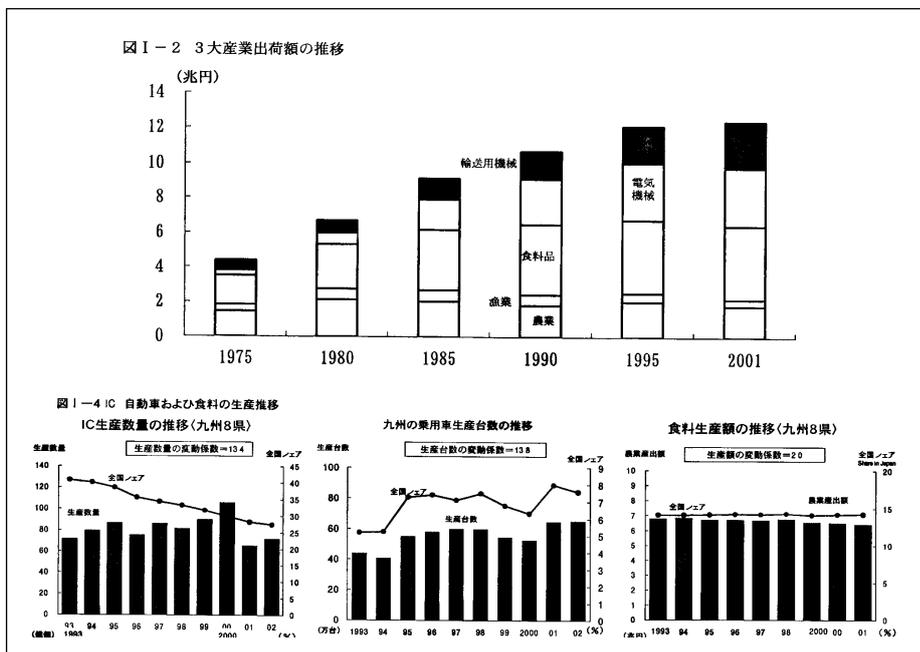
もし、この食料供給産業がどんどん小さくなって、厚みが薄くなっていってしまうと、九州の景気は自動車や半導体に振り回されるというようになりかねない。なんとか食料供給産業の厚みを増してゆくの、九州の景気動向にとっても大切な戦略になるのではと思うわけです。

そこで、フードビジネスの市場規模というのは、九州ではどのくらいあるのかを見たのが、表 I-3 であります。

ここでは、農業、漁業に食料品製造業、卸売業、小売業それに飲食店、外食産業、中食産業、食に関連する川上から川下まで、すべてをまとめたものをフードビジネスと位置づけて、その市場規模を推計しています。この推計によると、九州八県の市場規模は 2001 年 21 兆 9 千億円をもっているということになります。

就業者数は 174 万 4 千人と、たいしたものだと思います。九州で仕事をしている人というのは、687 万人なのです。そうすると 25.4%、四人に一人の方が何らかの形でフードビジネスに関与していることになります。

市場規模が大きくて、その増減が小さ



く、安定しているフードビジネスが厚みを増せば経済社会全体の安定性も高まることとなりますが、その市場規模が昨年より急に2割伸びたり、3割減ったりすることはありません。ですから、一生懸命施策を実施しても、2割、3割市場が伸びるということは、まずありえない。これがフードビジネスの特徴なのです。

何故かという、一つ目の理由は胃袋の数に限界があるということです。非常に単純なことです。二つ目はフードビジネスの場合は高級品と普及品の価格差というのは、きわめて小さいということがあげられます。

自動車や家電製品では、自動車などは1千万円の車から100万円を切る車まである、

この価格差が大きい。高級品と普及品の価格差がものすごく大きい。ところがフードの場合にはそんな価格差というのは存在しないし、なによりも食べ物の場合には、見せびらかしの消費というのに耐えない。

経済学の世界ではコンスティーブコンサンプションという見せびらかしの消費というのが時々、その言葉が出てきます。そしてその見せびらかしの消費に耐えるものが、市場をリードしてゆくというような現象がまま見受けられます。自動車をみたり、アパレル製品をみたり、家電製品をみたりすれば明らかですが、フードの場合は食べると消えてしまうので、そういった顕示欲というのを満たすのは、非常に難しい。そういった特徴があるわけです。それからフードビジネスが激減したり、激増したりしない理由というのは他にもあるわけで、供給サイドの構造面において素材を生産する産地に気象条件だとか地形といった制約がある。また工業製品のように、ジャストイン・タイムとかサプライチェーンマネジメント、こういったことは、国分さんとか菱食さんとかは実践されておりますが、一般的にジップやSCMというのに馴染みにくい商品であるということも、ひとつの理由にはなっているんだろうと思うわけです。

市場規模というのを拡大したいと思うわけですが、困難がつきまとう。それに加えて「胃袋の数」も増えない。摂取する食事エネルギーというのも、ここ30年間というもの、カロリーベースでも飽和しきっている。ようするにゼロサム社会なのです。全体を合計すると、増えていない。ゼロになる、そういう社会です。ですから勝ち組企業がいると何処かに負け組企業がいる、限られたシェアを奪い合うようなビジネス、それが、いまのフードビジネスということになっている。

ですから、小泉内閣が言うところの「改革なくして、成長なし」というのは、まさにこのフードビジネスにぴったりの言葉だということにもなるわけです。ある意味、閉塞感が充満した今の時代の経済社会の縮図というのが、現在のフードビジネスの世界にあるのだらうと思うわけです。

3. 構造改革をせまられる九州のフードビジネス

次に、構造改革をせまられている背景についてみてゆきたいと思えます。これはどういうところから分析したかということ、4つ経済社会の潮流について分析しています。

(1)成熟社会、(2)グローバル化、(3)ハイモビリティ・ハイコミュニケーション社会、(4)循環型社会、この4つの経済社会のメガトレンドが、九州のフードビジネスに改革をせまっている様子というのをみていっています。

(1) 成熟社会

まず最初の成熟社会ですが、これは三つの方向から分析しております。

①人口減少社会の到来です。

厚生労働省の外郭団体で国立社会保障人口問題研究所というところがありますが、その推計によると、日本の人口は2006年をピークとして2007年からどんどん減り始める。ですから来年がピークになるらしい。今、日本の人口は1億2千7百万人ですが、2050

年頃には1億50万人、そのあと1億人を割り込んで、9千万人、8千万人と日本の人口は減ってゆくことになっています。

九州各県の人口というのをみてみると、九州全体の人口は既に減少社会に入っております。九州・沖縄でみますと、福岡県と沖縄県とがまだ人口は増えています。そのほか九州六県は人口減少の社会に突入しております。人口が減るということは、フードビジネスにとってどういう意味があるかという、ずばり、胃袋が減っていく、そういう時代だということです。

人口減少社会というのは少子高齢化をとめないながら、人口が減っていくということですから、カロリーを大量に摂取するのは10代から20代です。このあたりの人口がどんどん減って行って、お年寄りが逆にどんどん増えていくのですが、お年寄りはカロリー控えめ、食事を大量にとったりはしない。ですからますます胃袋が減っていくことになる、そういう時代に直面しているわけです。フードビジネスは、今までの量をめざしたビジネスではなくて、これからの時代は「質」クオリティをめざした産業へと変わっていく必要があるということになるんだろうと思います。

②食事形態の変化

つぎの特徴として、食事形態が変化したということです。1960年代までの日本人一人が、一日あたり摂取する食事エネルギーは急速なテンポで上昇し続けた。ところが1970

年あたりを境目として、一人当たりの食事エネルギーはほぼ横這い状況になっていきます。1970年頃に何かがあった、飽和したということです。食事はそれまでの家の中で食べるという食事の形態から、多様化していきました。外部化、外で食べる、あるいは簡便化、簡単に食べるという風になると、同時に日本人一人当たりの摂取エネルギーも横這いになってきた。これは1970年に変わった。1970年に日本人の食生活が変わったということは、1969年に何かがあったということです。

この年、日本政府は資本の自由化戦略というのを打ち出しました。それまで飲食店というのは、外資系の企業は参入してはいけない、これは国内の資本で保護してやっていくことになっていたのですが、1969年にこれからは海外の資本も入ってきて、飲食業をやってもいいですよ、と市場を開放した。

これが1969年、そして翌1970年大阪万博があった時ですけれども、そのとき、ケンタッキーフライドチキンが万博会場内でデモンショップを出したというのが、外食元年と呼ばれる時です。翌1971年には、ミスタードーナツ、マクドナルドなどというところの出店が相次いできたわけです。九州の企業も黙って見ていたわけではなく、ロイヤルさんがロイヤルホスト1号店を北九州市に1971年にはオープンしておられます。結果1970年というのは、外食元年というように呼ばれて、それまで家の中で作る食事一辺倒、内食一辺倒



研修会会場

だったのが、肉食プラス外食の二本柱に変わっていったということになります。

そして1980年代に入ると、肉食プラス外食に変わってきます。それに中食というのが加わることになるわけです。弁当や惣菜などのテイクアウト部門の調理済み食品を買って食べるという食事形態ですが、九州企業でも、もともとは佐世保出身で福岡に本社がありますけれども、クレラスさんが持ち帰り弁当の売上高、年間1千億円を超えるところまで成長してこられました。業界No.1企業ということになっております。

そして、現在の私たちの食事の形態は、全体を10とすると、肉食が7、外食が2、そして中食が1という、7:2:1の割合になったわけです。独身の男性の場合ですと、外食5割で中食5割という方が中にはおられるようですが、家計調査からみると、7:2:1ぐらいになっております。

外食産業というのがものすごく成長してきたわけですが、ここ足元数年間だけを見てみますと、24時間営業のコンビニ、スーパーといったところに押されて伸び悩みはじめて、外食産業も成長産業から成熟産業へといま変わろうとしているところであります。

③「安心・安全・健康」志向の高まり

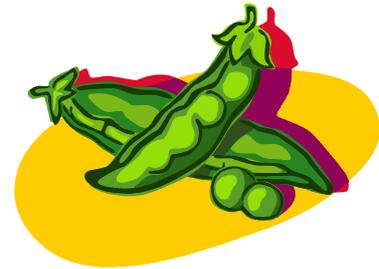
成熟社会を象徴する三つ目の動きが、「安心・安全・健康」志向の高まりというものです。いま大量生産、大量消費が進むなかにあつて、食品の生産流通過程が、多階層化してきたわけですが、かつては当然のことであつた安心・安全、しかも健康な食品というのが、市場価値を高める時代を迎えている。

今の時代というのは、昔、価値を持たなかつたものが、価値を持つようになりました。いまから20年前に各家庭の冷蔵庫の中にミネラルウォーターが入っている時代なんて信じられなかつたわけです。あるいは学校や商店街の中に防犯監視カメラみたいなものが設置されているという、こういう時代は誰も予

測しなかつた。身の回りの安全というのは、みんなで税金を出し合っておまわりさんが面倒みてくれるのだ。それが通用していたのが、セコムさんが急成長されたように、安心・安全というのが脅かされるにつれて、そこにはまたビジネスが育ってくる。このように変わってきているのです。

食べ物の場合も一緒です。安心・安全・健康な食品というのが、市場価値を高める時代を迎えたわけです。そ

ういった安全な食を買うために、消費者が実



行していることの第一というのが、減農薬や無農薬なものを買う41.1%ということになっては、いるのですが、この第二位が非常に興味深いです。生協で買う37.0%、アンケート出すときに、もともと生協で買うという選択肢は入っていなかつた。

パートさんに今度、消費者アンケートやるので、小さい項目入れて、パートさんがハガキに移し変える段階で、鳥丸部長、一項目抜けていますよ、何だと聞きましたら、生協で買うという項目入れなければだめ、その他の前に、一項目、生協で買うという項目を一項目入れておいた方がいい、生協で買うというのをに入れるのだったら、ダイエーで買うとか、サニーで買うとか、一店舗ごとに全部の店の名前を入れなければならない。

と言ったら、私の家の近所には生協は無いですが、主婦のあいだでの生協ブランドは、安心・安全については、相当なものがある。したがって絶対入れておいた方がいい、それでその項目を入れてみたのです。選択肢が10いくつある中の、その他のまえに、生協で買う、を入れた。その結果、(図I-11)37.0%が生協で買う、第二位です。

奥さまグループ・インタビューをやつたと

きに、その事を聞いたのです、生協は、安心・安全という感じがしますか、そうしたら「生協は安心・安全なものを売っているというイメージはあります。」と答えられた。

どうしてですかと聞きましたら、奥さま方が言いますには、生協の入り口に「ハリガミ」がときどきしてある。“何月何日～何月何日まで当店で販売致しましたシイタケは大山町産のものであると表示しておりましたが、実は偽りがありました。申し訳ございません”というようにハリガミがしてあるそうです。内部監査の結果、こういうことが発覚しました、ごめんなさいと。このハリガミを見て、主婦の皆さん方は、ああ、生協は正直だな、そこまで内部監査をして、誰も指摘していないのにもかかわらず、自らあやまりを表示するというのは、よっぽどきちんと安心・安全なものを調達しているのに間違いないわよ。と思うのだそうです。

ですから、安心・安全が「かね」になる時代というのは、同時に正直であることが「お金」になるということです。そういう時代でもあるのであろうと思います。

奥さま方にそれだけではなくて、いま IT 駆使してトレーサビリティシステムというのがいわれておりますが、といいましたら、「だめよ、あんなの信じていたら、」というのです。しかし一方では膨大な設備投資をしてやっているんですから、と言ったら「だって、産地で偽装表示をするような人達だったら、コンピュータの中身、コンテツの中身を偽装表示するんじゃあないの、」と奥さま方はおっしゃるのです。HACCP なんていう、グローバルスタンダードの認証食品はお墨付きがあるから、大丈夫でしょう、と聞いたら、「鳥丸さん、何にも知らないのねえ、HACCP で日本が第一番目に認証されたところ、何処だか、知ってますか、〇〇乳業っていうのよ、」そこで話がぴたっと、とまってしまう。

奥さま方というのは、われわれが普段、生

鮮食品買わないからなんですけれども、本当に色々な知識を、みのもんたさんなどから、吸収しているというのがあるんだなあと、びっくりした次第です。

(2) グローバル化

① 輸入加工品の急増

フードビジネスに変革をせまる二つ目の背景はグローバル化であります。2002 年度の日本の食料自給率は 40%で、1960 年代においては 80%ぐらいあったそうです。それが半分にまで低下してくる。食料自給率を都道府県別にみると、面白いです。

九州が食料供給基地であることを誇ってきたから、100%をいく県がいくつかあるであろうと、思うのですが、カロリーベースでみると、100%をいっている県は、佐賀県しかないのです。カロリーベースで判断すると、米どころでありながら、人口の少ないところ、食料自給率が高まるということで、佐賀県ですけれども、福岡県の食料自給率というのは、22%ぐらいしかない。ですから、「食の安全保障」という意味もありますので、食料自給率を福岡あたりでも高めていく必要があるんであろうと思います。

食料自給率の低いところがありますので、心配する必要はないですが、神奈川県は 3%なのです。大阪府は 2%です、東京都は実に 1%です。

東京都知事がどうして九州の先っぽの無駄ところに新幹線など造ったりするんだ、採算あわんだらう、われわれが稼いだかねを、あんな田舎に回すんだ。今度、都知事がそのような事をいったとき、地方は連携して食料封鎖をする。そうしたら、東京都はもたない。1%しかないわけですから、その分交付税で回せと要求する。

フードビジネスが九州のビジネスで活発になればなるほど、地方交付税が再び増えていく、そういう良い循環をめざすためにも、フ

ードビジネスの振興は必要である。

そういった食料自給率の低下は、一般にいわれているのは、輸入食料品が増えたから、だから食料自給率が減ったのでしょといわれた。事実、統計をみると、1980年代に急速に輸入食料品が増えてきて、どんどん自給率が低下していったわけですがけれども、意外にも1990年代以降というのは、輸入食料品の伸び率というのはちょっと、鈍化するような形になってきている。

しかしながら、問題なのは、1980年代というのは、素材が大量に入ってきている。90年代の特徴というのは、素材はそれほどでもないが、加工食品が大量に入ってくるようになった。これが問題なのでは、ようするに、付加価値の高い分野というのが、国内で作られるのではなくて、もうアジア各国で作って、付加価値が高められた状態で日本に入ってきている。そういうことが問題になると思います。

図I-17に肉類、魚介類関連輸入数量の推移でかかげられています。これを見ますと、1995年を100としたとき、それぞれがほとんど横這いなのに、農産加工品、水産加工品というのは、やはり右肩上がりが増えてきている。これは穀物や果実、野菜とも素材の伸び率はそれほどでもないのに、加工品はどんどん伸びている、というところにその特徴があるんだらうと思います。

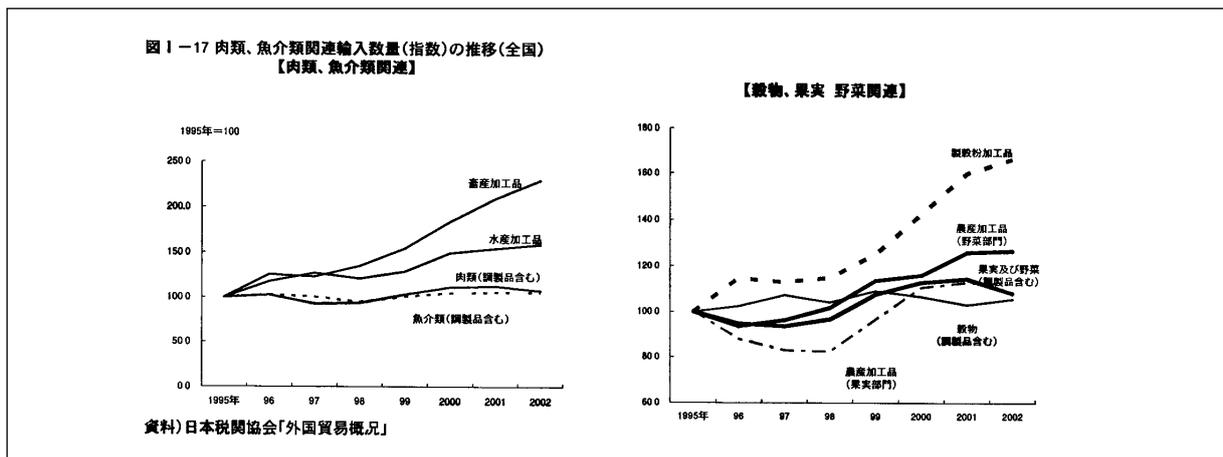
一般に産業空洞化といったとき、ハイテク

産業が九州からアジアにシフトしてゆくということが、心配されているわけです。ところがハイテク産業の分野はサーズの問題があったり、反日運動の問題があったりして、リスク分散をして、日本へ製造業が回帰をしている。ですからハイテク産業の空洞化というのは、あまり心配することはないのですが、一番空洞化が進んでいるのが、食料品加工業の分野で、そしてアジア各国で付加価値を付けて、日本に入ってきている。日本の食品加工業というのが少しずつ、空洞化しているところというのが懸念されるわけです。

②FTA 交渉が迫る農業開国

さらに、輸入品が一段と増えていくという懸念がもたれているけれども、これはFTAが進捗することによって、不安は高まっています。昨年2004年から自由貿易協定をアジア各国と結ぼうという動きが活発化してきました。タイ・フィリピン・マレーシア・韓国。シンガポールとは既に締結していますけれども、フィリピンとも基本合意に達しているところ。自由貿易協定というのは、本来は、貿易に関する約束事というのは、世界が一つになってやることなのですが、なかなかうまく進まないで、二国間だけで自由貿易協定を結びましょう、ということで話し合いが進められているのです。

アジア各国に日本政府が要求するのは、半導体や自動車、それを低い税率で受け入れ



てください。そうすると、日本は栄えるということを要求するのです。そうすると、アジア各国は当然、見返りを要求してきます。よし、わかった、その代わりに、日本も労働市場を開放しなさい、そして、食料をもっと輸入しなさい。と要求してくるわけです。

農業開国をしなさい、といてきていますのです。日本は農業鎖国をしているわけではなくて、ほとんど輸入出来ない農産物はない状況になっているけれども、しかし関税率を200%、300%かかっていますから、非常に高いから率を下げなさいと要求されているのです。

小泉政権で、もし、経済対策で、うまくやったなあという政策を、ひとつ挙げよとすれば、それは中川さんを経済産業省担当大臣に決めたということです。中川さんというのは、農林・水産ばたで、ずうっときた人です。その人を経済産業省の担当大臣にすえている。この人事だけは、小泉さんのいろいろな政策の中で、たったひとつ成功させた FTA 対策です。農業の実情が分かった人に、経済産業担当大臣をまかせた。農業と製造業とが一体的に発展していけるような人事を行った。これだけは評価できるといえるのではと思います。

こういった FTA がどんどん進展してくるわけですが、この事を、困った問題だと捉えるばかりですと進歩はない。グローバル化というのは、むしろピンチではなくてチャンスなんだというふうに、捉える必要もあると思います。

③海外への農業技術移転

鹿児島県鹿屋市に南九州資材という会社があります、そこの社長さんは 10 年前、中国に出かけて行って、ゴボウの生産を始められたそうです。10 年前、ゴボウを作り始めたときは、日本に輸出できるような物はなかなかできなかったそうです。やはり、土づくりか

ら始めなければいけない、3 年経ち、5 年経ちなんとか日本に出せるけれども、日本では安全・安心志向が強いから、有機無農薬栽培のゴボウをつくらねばならない。それから、もう 5 年間努力をして、いまは、有機無農薬のゴボウを日本に輸出するようになった。今年の秋には有機 JAS の認証を受けて、中国から堂々と、有機無農薬ゴボウを日本に輸出するという計画をたてておられます。

また佐世保市にニューアグリーネットワークというベンチャー企業があります。社長のさんの実家というのが、ケーキ屋さんをしていて、そのケーキ屋の手伝いをしていて、ケーキを売るわけですが、お客さんから苦情がくるのだそうです。お宅のケーキは上に乗っかっている、イチゴはおいしいときは、おいしいのだけど、まずいときは、まずくて食えない、一年中安心しておいしいイチゴ乗せるようにできないの、やたら苦情がきた。社長さん一生懸命考えて、一年中おいしいイチゴをのせるためには、どうしたらいいんだろう、通年でおいしいイチゴをつくるには、南半球でも作る必要がある。オーストラリアに出て行って、現地指導をし、イチゴを作って日本に大量に仕入れる。そして日本中のあらゆるケーキ屋さんに、そのイチゴを販売しておられるということで、成功した事例があります。

グローバル化というものを、ピンチだ、ピンチだと言っている、何も生まれません。グローバル化はビジネスチャンスを生むのだ、と考えることが大切であると思います。



(3) ハイモビリティ・ハイコミュニケーション社会

フードビジネスに改革をせまる、三つ目の潮流は、ハイモビリティ・ハイコミュニケーション社会がやってきた、ということです。

① 高速交通体系の整備で広域化する食品流通

高速交通体系が整備されることを、ハイモビリティ社会というふうにいいます。そして高度情報通信社会がおとづれることをハイコミュニケーション社会、IT 社会というわけです。高速交通体系が整備されることによって、食品流通はきわめて広域化していったわけです。九州で作られた野菜の一番の出荷先は何処かといいますが、誰もが、なんぼ大阪や東京に出荷されているといっても、九州でとれた野菜の一番の消費地は、やはり九州でしょう、と思うのですが、いや、一番の出荷先は関西ということです。その次が九州、三番目が関東です。高速交通体系と高度通信体系の基盤を積極的に活用した物流システムが、急速に高率化、広域化、高度化されたことが、大きく貢献しているのだらうと、思います。

② 食料品水平分業時代到来の可能性

そして、ハイモビリティ社会の到来というのは、保冷技術の向上と相まって、鮮度、品質を一定に保ったまま、広域出荷することを可能としているわけです。

国内で広域流通が可能となる一方、海外から入ってくるばかりではなくて、国境を越えて輸出しようとする動きもここ数年みられるようになりました。特にそれを刺激したのが、

一昨年 11 月 7 日にオープンした、「上海スーパーエクスプレス」というものです。住友商事、日本通運、商船三井、そして上組の 4 社は、合弁で「上海スーパーエクスプレス」名前がかっこいい、略して (SSE) ですが、新しい海運会社を設立されました。博多と上海を 26.5 時間で結ぶ高速 RORO 船 (貨物専用船) の定期航路を就航させておられる。リードタイムを大幅に短縮すると同時に、コス

トも抑制できるということになっているわけで、輸入品としては、衣料品、生鮮食料品を向こうから運んでくるのですが、上海あたりの高額所得者層にむけた九州産の高級安全食材を、いまのところはサンプル出荷 (テストマーケティング) を始め、今後、安定的に出荷できる日もそう遠くではないと思われま

す。
アジアの物流網の整備は、いままで日本に一方的に食品輸出するという、ワンウェイ型であったものを、双方向交流へと変えていく時代をむかえ、フードビジネスも国際水平分業の時代になっていくものと思います。いままでの産業構造の貿易の形態というのは、どちらかというとは水平分業ではなくて、垂直分業で、素材を日本で作ってそれをアジアで加工して、それを最終商品にまた日本で組立てる、これが垂直分業です。これに対して、日本からドイツに自動車が出産される、ドイツから日本に自動車が出産される、同じ自動車と自動車という完成品同士が出産されあう、これを水平分業時代といいますが、

フードの世界でも、アジアとの間で水平分業という時代が近いうちに訪れるのではないかと、その時、安いもので済ませたいというのが、アジアから大量に入ってくる。だけど高級で付加価値の高いものというのは、やはり日本で丁寧に作られたものの方がいいよね、とアジアの人達がそう思うようなものを作っていくというのが、日本農業の生きる道ということになるのではないかと思うわけです。

一方、ハイコミュニケーション社会が訪れたことによって、産地のほうも IT 武装を始めています。日本気象協会九州支社というのがあるのですが、そちらでは、面白いビジネスをされておられます。産地に対して、お宅と同じ作物をつくっている敵地の気象予報をお届けします。

いままで産地が必要とする気象情報というのは、自分とこの気象が短期的に、あるいは

中期的に、長期的にみると、どうなるかの気象情報を必要としていた。いまは、当たり前になっていて、自分のところで作っている作物と同じものを作っているところと、たとえば、鹿児島のお茶の産地と今年の静岡のお茶の産地の出来ぐあいはどうなの、というように天候状況をスパイしてもらって、そしてその情報を買って、というようなビジネスを進めているところもあります。

また、この IT 社会というのは、日本中至る所にいろんな市場、市場がありますが、かつては、あちらの市場に出した方が高値で取引されているよと、そちらのほうへ向かっていきましたが、IT が普及したことによって、そういった情報が全国に瞬時にして伝わるということで、全国の市場間の取引価格が平準化してくるという状況が、最近見られるようになってきています。

(4) 循環型社会

①遅れる食品リサイクルへの対応

循環型社会というもので、2001年5月食品リサイクル法というのが、施行されて、2007年度までにゴミの排出量の20%を再利用する、リサイクルしなくてはなりません、となっているわけです。企業さんにアンケートして、なぜうまくいかないのか、例えば、外食産業は日替わりメニューなのですね、日替わりメニューだと、出てくる残渣も日替わりメニューなのです。そうすると、肥料、飼料というのが安定しにくいということがあって、有機無農薬栽培なさっている農家の皆さんがたも、なかなか使いづらいつころがあるわけです。このあたりをどう改善していくかが、これからの課題ということになるのであろうと思います。

②規制強化で緒についたモーダルシフト

また、循環型社会を広く考えると、地球環境問題ということになるわけですが、トラックの速度規制の問題であったり、首都圏での

ディーゼル規制、廃ガス規制の問題であったりして、トラックから鉄道へのモーダルシフトというのが、最近はややく進展しはじめるようになったわけです。

今後は大量輸送に向けたコンテナ貨物輸送がどこまで発展するのか、大きなカギを握っているわけですが、九州でもランテックさんあたりを見ていると、コンテナを自社開発されて、それに GPS をつけて、そしてコンテナの中の食材を温度管理を遠隔操作できるようにするという技術開発も進められている。このあたりもこれからどんどん普及していくのではないかと思います。

4. フードビジネスからフードアイランドへ

ここでは、第一章のまとめと問題の提起を行っています。

(1)「システム」を欠くフードビジネスと外食産業

・産業とはビジネスの束であり、そしてさまざまな主体が民間主導。行政というのは、支援する側、サポーター役について、民間企業同士が相互に刺激を与え合いながら、技術革新を生んで、多くのサクセスストーリーが生まれていく、それが、産業というものであろう。しかしながら「フード」の場合は、各主体が個別に利益を追求するばかりで、川上から川下まで一体化された「システム」がなかなかできていない、というのが現状ではないか。

・ところが、フードビジネスの中にあっても、産業と呼ばれるようになった分野がある。それは何かというと、「外食産業」です。この外食産業というものと、飲食店とどう違うのか、考えてみることは非常に価値のあることだろうと思います。「外食産業」が飲食店と異なるのは4つあります。ひとつは資本力がある、二つ目が、素材の調達、川上から店舗での販売・サービス、川下まで食材の流れをシステムとして、構築している。三つ目は、

消費者の食の外部化あるいは簡便化、食の個食化、そういった消費者のニーズにタイムリーに外食産業は応えた。四つ目の特徴は自由化というのをピンチではなくて、チャンスなんだと、攻められるばかりでなくて、攻めていくことができるのだと、発想を変えたところが大きな特徴になっているのだらうと思います。

(2)「戦略性」をもったフードアイランドへ

・規制の緩和と外資の導入という圧力がビジネスチャンスをもたらして、そのチャンスに対して、戦略を練って実行した飲食店が、飲食店から外食産業へと脱皮していったのであろうと思うわけです。

・そこで、いまのフードビジネスが学ぶべき点を外食産業は提示していると思いますが、フードビジネスにはもう一つの問題点を抱えております。これも申し上げましたが、フードビジネスを所管するのは、産地のほうは農林水産省であり、ところが食品加工から、川下のほうというのは、経済産業省が所管する。

農林水産省は産地を保護してきたのです、農業保護政策です。経済産業省（旧通産省）は自動車産業や半導体産業を保護してきた。両省とも保護政策をとってきた、しかし保護の中味が違ったのです。通産省がやってきた保護の中味というのは、いつかは国際競争力をつけて打って出ていくために、いまは保護するのだ、だから海外から入ってくる自動車だとか半導体だとかの製品はある程度カットして高い税率かけて、保護をする間に自国の技術力を高めていった。そしていけるとなった段階で、自由化をして、対等にわたりあっていくという状況を作っていた。

ところが、農林水産省の保護政策というのは、守って、守って守りぬく、最後の最後まで守り抜く、というための保護政策だった。それでは技術革新は生まれません。そうすると、川上の保護政策と川下の保護政策と加工から

川下のほうの自由化政策とは、当然ミスマッチが生じてくる。保護されたところでは、高いものしか供給されないわけです。過保護だから、そうすると食品加工業というのは、外資が押し寄せてくるわけで、それに対抗していくためには、安い食材を調達しなければいけない。それにはアジア各国から安いものを仕入れて、国際競争力つけていかないと食べていけない。当然のことをやったのです。そうこうするうちに、川上のほうはいつまでたっても、高いものしか作れない、消費者のニーズに合ったものが作れない。川中から川下はどんどん自由化して行って、外資系とやりあつて行く、競争力をつけてそういう状況が長らく続いたわけです。

川上の保護政策と川下の自由化政策がミスマッチを生じ、重層的なネットワークの経済性を充分発揮出来なくなってしまったわけです。そして消費者により近い立場の川下は、安価で大量調達可能な輸入食料品に頼るようになった。

その結果、なにが起きたかという、BSEや鳥インフルエンザが海外で起きた、対岸の火事と思っていたのが、国内にも入ってくる。これはグローバル社会の怖いところですが、非常に戸惑う状況を招いたわけです。

・産地の方では、イノベーションはいつまで経っても進まない。食ビジネス全体を川上から川下までも束ねる戦略みたいなものが、今の時代どうしても必要なのではないか。農林水産省と経済産業省の政策が整合性を保つまで、待っていたら、話は前に進まない。

九州産業経済局が九州経済全体活性化懇談会を、昨年度末から今年度つい先日まで開催してしまして、私もメンバーのひとりですが、驚いたのです。九州産業経済局長が座長をしているのですが、オブザーバーの席に九州農政局の局長さん、運輸局の局長が座っているんです。そこで発言をしている。マスコミがその風景をみて、日本初の風景だと、国の出

先の局長同士が、同じ場面で議論し合っていることは、日本で初めてだ、そのくらい中央省庁の縦割り行政がものすごく激しいものがあります。

いま少しづつ、九州というのは、九州経済活性化懇談会は自動車産業とか半導体産業の話で、荷役の問題となると、博多港と北九州港の問題になり、私の場合は食料供給基地をなんとかしてくれ、とって、マザー工場、マザー工場というが九州の農場というのは、うまくやることによってマザーファームになって、アジアの農業に技術移転していく母農場になれるのだから、もっと気合をいれてやって欲しい。

港の問題にしても、博多港、北九州港だけでなく、No.3の港というのは、配合飼料を大量に輸入している志布志港というところがあって、そういったところへコンテナ船が入ってきて、空になったコンテナを、どう利用しようかというので、志布志港から北上して宮崎の細島あたりで、旭化成さんの輸出品を詰め込んだり、もっと北上して、大分港でキャノンさんのデジカメを積んだりして、それでアメリカへ帰ってもらう。

そういった港間の接続を一生懸命やっているのだから、博多港、北九州港、福岡空港、北九州空港の問題だけでなく、九州の空の港、海の港、トータルで考えてもらって、シリコン・アイランド、カーアイランド、そしてフードアイランドというように、三つの三本柱で考えていくべきだと、盛んに言ったのです。

九州農政局長は鳥丸さんの言うとおりで、合意していただきましたので、今からの時代、少しずつ中央省庁の取組みも変わってくるのではないかなと思います。

第Ⅱ章

フードアイランド九州の形成に向けて

そこで、戦略を描いてみなければいけないということで、戦略編に入っていくわけです。

ここでは、四つの視点で戦略を描いています。

高度化戦略、需要開拓戦略、他業種参入戦略、観光・集客・余暇産業との一体化戦略

これらについて、各々ふたつの施策で構成されております。この施策も賛否両論もあり、議論のタタキ台にして頂ければいいのですが、・・・

1. 高度化戦略

(1) 産地から消費者までの一貫流通システムの構築

フードビジネスを構成する川上から川下まで、一貫した取組みというものは、あまりなされていない。しかも、川上は川上でよかれと思う事をやって、川中は川中でよかれと思う事、川下は川下でと、それぞれ一生懸命やればやるほど、お互いの連携が弱くなる。こういった状況を「合成の誤謬」といいます。

日本経済がうまくいかないのは、消費者は消費者で正しいことをやる、賃金が増えないので、とにかく消費を抑えて貯蓄に回そうとする。将来が不安だと、年金問題など分からないから、消費を削る。消費を削ると販売額が減っていく、供給サイドに悪い影響を与えることになる。けれども消費者は正しい行動をとっている。

企業のほうは、企業のほうでコストを削減しなければ、明日を生きていけない。というので、人件費をカットして抑制して生きている。そうして人件費を抑えると、消費購買力が低下しますから、最終的には自分のクビを絞めてしまうことになってしまいますが、明日を生きる為には、人件費を抑えなければいけないと、コスト削減をやるわけです。これも正しい行動なのです。

消費者と企業というのか、両方の政策がうまくかみ合わないときは、本来政府が出てくる。これはこのまま放っておくと、とんでもないことになるので、公共事業をばらまいて有効需要を増やしましょうということ、い

ままでずうっとやってきた。その公共事業のばらまきをするだけの財政力がなくなってきた。政府のほうも、公共事業の発注をどんどん減らしていく、これも正しい行動です。

政府と企業と消費者がそれぞれ正しい事をやればやるほど、お互いのクビを絞めあうことになって、閉塞感が高まっていく。

フードビジネスのなかでも、産地は産地でよかれ、川中は川中でよかれ、川下は川下でよかれ、ということ、それなりに一生懸命やればやるほど、全体のフードビジネス市場というのは実は小さくなっていく。

そういった状況にあるとき、どうすればいいか。最新の経営学のテキストは教えます。

「合成の誤謬」が発生しているときは、「サプライチェーン・マネジメント」を実施しなさい。と教えているのです。それは川上から川下にいたるフードシステムを一元的に管理しなさい。川上だけが最適な状況を追求するのではなく、チョット損をしてもいい、川中や川下が最適になるのではなく、チョット損をしてもいい、お互いがチョット損をしてもいい状況を作ってやると、実は全体がうまくいくんだ。部分最適ではなくて、「全体最適」の状況を IT を使ってやりなさいということです。

この IT を使ってサプライチェーン・マネジメントを国分さんとか菱食さんが少しずつシステムを組んでおられるところです。資本力のあるところは、どんどんそれを推し進めていかればいいのかと思うのですが、九州の中小企業でフードビジネスに携わっているところというのは、そのサプライチェーン・マネジメントに、参入するための設備投資を工面するだけでも、大変な部分があります。

そういったところは、どうすればいいのかといいますと、必ずしも IT に頼らない、身の丈に合った一貫流通システムというのを構築する必要があると思います。

何処が、そんなことやっているの、いうの

ですが、あります。熊本市に本社がある「ティア」というところです。有機無農薬の食材を使った家庭料理をビュッフェスタイルで提供している飲食店ですが、「ティア」というところが普通の飲食店と、どう違うかといいますと、ここは契約農家から持ち込まれた有機食材、その日の入荷状況に応じて、メニューを決めるのです。普通の飲食店はまずメニューがあって、メニューに合わせて食材をいれるわけなのですが、「ティア」の場合はその日、持ってこられた食材をみて、今日のメニューはこれで行こうと決める。

だからどうしても、イキングスタイル、ビュッフェスタイルでしか提供しにくいという特徴がある。それから、いままでは流通側の論理で廃棄されていた不揃いの野菜も積極的に利用しておられます。

また、家庭料理の味力というのを、なるべく提供しようとして、熊本は熊本、長崎は長崎、福岡は福岡、広島は広島とそれぞれ味覚が違う。その地域の味覚に合う味付けをしている、という特徴があります。その結果、安く安全な旬の食材を加工することが可能となって、消費者の支持を得ることに成功したのです。

農家にとっては、買取りを保障してくれますから、安心して有機無農薬栽培ができるということで、産地の生産意欲を高めるのにも、成功しているという実例があります。非常にコンパクトなそれぞれの地域での地産地消のモデルを展開していくというビジネスをなさっておられます。



(2) 異能集団とのR&Dで付加価値倍増

高度化戦略の二つ目の施策は、異能集団との研究開発で付加価値を倍増させようというものです。フードビジネスのなかにも、研究開発(R&D)を一生懸命なさっておられるところが、たくさんあります。鹿児島県福山町に坂元醸造という天然黒酢を作っているところがありますが、私の高校のときの同級生が社長をやっていますが、自社で裏庭に研究室を作って、そこで産学連携で自社製品を徹底分析している、天然黒酢が血液サラサラになる効果があるということ、九大の医学部からお墨付きをもらって、発掘あるある大辞典でみのもんたさんから褒められているのは、わかっているのですが、何で天然黒酢ができるのか、わからないというのです。薩摩焼のツボの壁の中で微生物が行ったり来たりして、発酵しているが、何故発酵して、ちょっと場所を変えただけで天然黒酢ができない、日照時間や気温とか気象状況によって出来るのでしょうか、よくわからないから研究開発

やっているのだ。

あるいは、福岡県にある「はっちゃん堂」、冷凍たこ焼き製造機、日本一ですけれども、冷凍たこ焼き製造機械というのを、大量生産する機械どこかで作ってくれといっても、作ってくれるプラント屋さんはないですね、ですから自社内で研究開発部門を設けて、製造装置を自社開発しておられます。あるいは、大分市に「ファインドニューズ」というベンチャー企業がありますが、バジルペーストを年間1億円以上売上げている企業です。ハーブ専門の食材製造会社ですけれども、そのあたりも、公設研究機関との共同研究開発というのを、一生懸命なさっておられます。ラーメン店で知られる「一風堂」の力のもとカンパニーなども、テストキッチンで製麺技術の研究をなさっておられる。

九州のフードビジネスのなかにも、研究開発に熱心な企業さんが存在するわけですが、一般論としてフードビジネスの研究投資額というのは、少ないのが現状です。(表II-1)

産 業	産業別研究費 (億円)	研究費 /売上高 (%)	性格別研究費の構成比			研究者数 (100人)	研究者 1人当たり 研究費 (万円)
			基礎研究 (%)	応用研究 (%)	開発研究 (%)		
全 産 業	114,510	3.29	5.8	20.4	73.9	4,307	2,659
農 林 水 産 業	86	0.54	3.5	29.2	67.3	2	3,910
製 造 業	98,849	4.03	5.7	20.0	74.3	3,826	2,584
食 品 工 業	2,227	0.96	9.8	31.7	58.5	127	1,756
電 気 機 械 工 業	38,524	6.83	3.8	19.2	77.0	1,596	2,414
輸 送 用 機 械 工 業	16,755	4.25	2.4	14.3	83.2	428	3,911
	1社当り営業費用						
	うち広告 宣伝費	広告宣伝費 /営業費用	広告宣伝市場 に占める割合				
全産業	10,783	85	0.8	100.0			
電気機械器具製造業	16,519	17	0.1	1.5			
輸送用機械器具製造業	13,713	1	0.0	0.1			
フードビジネス	12,014	107	0.9	28.6			
飲食料品等製造業	7,132	82	1.1	9.8			
飲食料品卸売業	14,622	10	0.1	0.7			
飲食料品小売業	20,671	273	1.3	15.3			
飲食店	6,581	123	1.9	2.3			
	研究開発を既に実施			研究開発に関心あり			
	合計	増収増益	減収減益	合計	増収増益	減収減益	
自社内での研究開発	42.5	38.5	46.7	6.3	7.7	3.3	
取引先との共同研究開発	25.0	38.5	26.7	22.5	7.7	30.0	
他業態や異業種の他社との共同研究開発	7.5	15.4	6.7	18.8	30.8	16.7	
食品関連の大学・試験研究機関との共同開発	3.8	7.7	0.0	20.0	30.8	20.0	

に産業別研究費の内訳がのっております。このなかで、売上高に対する研究費の割合をみると、全産業で3.29%、製造業4.03%、食品工業0.96%、であり研究費が非常に少ないのが現状です。

フードビジネスの研究費が少ない、では何処にお金を掛けているかといいますと、(表II-2)広告宣伝費をみてみると、営業費用に占める広告宣伝費、全産業は0.8%、フードビジネスは0.9%を広告宣伝費に回している。なかでも、飲食店は1.9%を広告宣伝費にまわしているということですから、将来よりもとりあえず、明日の売上高のほうが気になってしょうがない、ということだろうと思います。皆様方のなかにはテレビ

でスポットCMを打たれるところがあると思いますが、東京で日曜日にCMを出しはじめると、火曜日あたりから、急に入店者数が増えてくる。そしてその状態が土曜日まで続いて、そのCMをやめた瞬間、客足がぴたっと止まる。CM効果というのが、フードビジネスの中で、非常に大きな割合を占めますので、広告代理店にとっては、最優良クライアントがフードビジネス業界ということになっているわけです。

しかしながら、いままでの量ではなく、これからは質を目指さなければいけない。こういう時代にあっては、研究開発を行うことで、付加価値を高めてやるという戦略がどうしても必要になってきます。この研究開発、誰と一緒にしたらいいの、(表Ⅱ-3)これを見たのが、研究開発への取組み状況である。増収増益企業と減収減益企業にわけてみると、研究開発を既に実施している企業のなかで、増収増益企業は、自社内での研究開発、取引先との共同研究開発がともに38.5%、一方減収減益企業は自社内での研究開発が46.7%、どちらかという、増収増益企業は外との共同研究開発をやっている。

つぎに、研究開発に関心ありのなかで、増収増益企業は30.8%が異業種の他社との共同研究開発、あるいは食品関連の大学・試験研究機関との共同研究開発に関心があり、としているのに対し、減収減益企業は30.0%が取引先企業との共同研究開発に意欲を示している。

勝ち組企業というのは、よその異なった能力をもった企業、集団との共同研究したい、他流試合をしたい、と思っているわけです。他業態や異業種や大学、試験研究機関といった異能能力をもった組織や経営体と共同研究できる仕組みづくりというのが、高度化戦略になっていくのだろうと思います。

資金、人材面で劣る中小企業にとっては、各県の公設研究機関やTLO(技術移転機関)

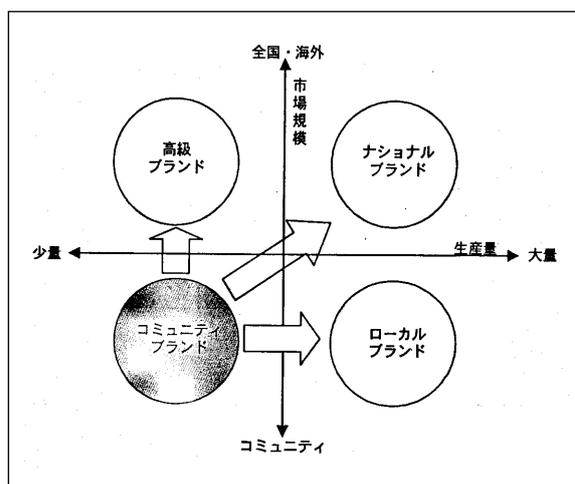
このあたりと一体となった研究をやっていく必要があるのではないかなと思うわけです。

2. 需要開拓戦略

(1) ビジネスモデルとしての地産地消の移輸出

その地域でとれたものを、その地域で消費する、地産地消のスローガンであります。非常に美しい響きを持っているわけです。理念を示すだけでなく、古くて新しいビジネスモデルも提供しているのだろうと思います。

各地域でできた技術、あるいは肥料、飼料そしてその地域の労働力、資金を用いて地産地消されるならば、豊かな地域社会というのが、循環型でできてゆくことになるわけで、従来は地産地消でコンパクトに成功すると、如何にして広域的に販売しようか、大量に売っていかうか、こういう戦略を一生懸命考えていたわけです。それでやっつけける体力のあるところはいいいのですが、大量に売っていかうとすると、ライバルが沢山いるわけです。国内のライバルだけでなく、海外のライバルもいるのです。であるならば、地産地消というビジネスモデルを各地にチェーン展開していく。例えば、ティアがやったように、その地域でしか通用しないビジネスモデル、それをマイナーチェンジして別の地域で地産地消を展開していくというビジネスモデルというものもあっていいのではないか、ということを提言しているのです。



(2) 産地と消費者のパートナーシップ構築

地産地消ということばは、非常に心地良い響きなのですが、見方を変えると、これは産地のエゴです。何故かといいますと、その地域でできたものをその地域で買いなさいといっているわけですから、プロダクトアウトの考え方です。昔の家電製品のカタログを開くと、メーカー希望小売価格 79,800 円と書いてある、メーカーとしてはこの価格で売りたいのだ、小売業が勝手にディスカウントしようがかまわないけれども、メーカー側としては 79,800 円の 6 割は必ず貰うからと、メーカー希望小売価格と 20 年ぐらい前は、はっきり書いてあった。今はそんなパンフレットは少なくなりました。家電製品のパンフレットを開けると、オープン価格となっている。ヤマダ電器さん、とりあえずうちの商品を買ってください。そして売ってくれたお金のうちの 6 割はメーカーに戻して下さい。

お客に近いところが、価格を決定するようにならってきた。物づくり中心社会からサービス中心社会へと、時代はこの 10 年間で劇的に変わったのです。そういう時代にあっては、地産地消でなくて、むしろ地消地産、その地域で消費されるものは、すこしでも多くその地域で生産しましょう、と発想を変えていくことも、大切なことではないかと思うわけです。

そして地消地産を推進するためには生産者になるべく消費者に擦り寄って行って、消費者が何を望んでいるのかを知らなくてはいけない。流通業者さんが、消費者がこんなものを望んでいるのだから、こういうものを作ってよ、といっても産地の人達はピンとこない。というところがあるわけです。セールスファーマーとかセールスフィッシャーマンとかを育てて、産直コーナーには産地の人に立ってもらおう。そして、自分が作ったものをセールスして貰う。そして消費者が何を望んでいるのかを、きちんと知ってもらおう、プロダクト

アウトからマーケティングインへと発想を変えていく必要があるのではないかと思います。

マーケティングインをやっていると、どうしてもマーケティングが必要になってきます。マーケティングをする上では、九州の中の福岡市という都市機能を活用する必要があります。それは何故かという、福岡市は支店経済なんです。東京本社に勤めている人達が沢山福岡支店や九州支社に勤めているわけです。大消費地東京に「舌」味覚を持った人達が単身赴任してきていますから、この人達をテストマーケットすることはとても大切なことです。6 対 4 の割合で全国デビューをはたした薩摩白波がありますが、あれは、博多でテストマーケティングしてから東京デビューをしています。それ以外でも、辛し明太子というのも 30 年前に岡山から博多駅まで新幹線が延伸してきたときに、博多で働いていた人達が、味覚を東京の方へどんどん伝えていったというのがあります。長崎ちゃんぽんのリンガーハットとか、博多ら一めんの一風堂、関アジ、関サバなどいずれも福岡を踏み台として、東京デビューをはたした。福岡の都市機能、支店経済機能をフルに活用する必要があるのだらうと思います。

3. 他業種参入戦略

業際を越えた相互参入と規制緩和

企業が農業へもっと積極的に進めましょうということをおっしゃいます。

農地法なども改正されて、株式会社の農業への参入は認められてきたわけですが、まだまだ規制や垣根が高いというところがあります。株式を勝手に転売してはいけないとか、経営者の中に半分以上は実際に農業をやっていないといけないとか、いろんな制約が大きいのですが、規制を少しずつ撤廃してゆく必要があると思います。

鹿児島県大口市というところでは、大口酒

造というところが、芋焼酎を造っているのですが、一昨年から昨年にかけて芋が足りなかった。

困っている、農家の方は、後継者はいないし、高齢化して行って、芋を作る担い手がなくなって、耕作放棄地がどんどん増えてきてしまう。建設業は建設業で地元の大口市の公共事業がどんどん減って困っている。だったら、建設業者が耕作放棄地でサツマイモを作って、「こがねせんがん」を作って、大口酒造に納品すれば、うまいくくのではないかということで、「からいも特区」というのを利用して、特区でやってみた。生産したところ、大口酒造さんの半日分の生産量しか作れなかったそうですが、それでも三者困っているところを、同時に解決するということが出来ているということです。

他業種参入戦略というものを、もっと進めていく必要があるかと思います。

4. 観光・集客・余暇産業との一体化戦略

最後には、「食のエンターテイメント性」を生かした観光・集客・余暇産業との一体化戦略というものです。このあたりも、ラーメンスタジアムの成功事例を見てみますと、ラーメンスタジアムに並んでいる人達というのは、食事をする為に並んでいるのではなく、食というもののエンターテイメント性、見せる食というものを味わいたい。そういうふうを感じているのだらうと、思います。

九州の観光産業とフード産業というのは実

に一体化して、展開していく必要がある。いままでは、「行った」・「見た」だけで、よそからきたお客さんに満足して帰ってもらっていた。しかし、いまは物見遊山的な観光地は流行らない。いま流行っている観光スポットは、よぶこのイカ、たらまちのタケサケガニ、平戸のヒラメ、うすきのフグに、下関のフグ、柳川ウナギ、佐伯のスシ、天草の車エビ等にもものすごい行列ができています。「行った」「見た」だけでなく、「食った」を加えて九州はアルコールアイランド、焼酎、日本酒、地ビール、地ワインがあつて、4大ビール工場も既に立地しており、アルコールアイランド、「行った」「見た」「食った」「飲んだ」これをセットにして、売込んでいく必要があるんだらうと思います。

奥様グループインタビューの対象者の中に一人、7年前に東京から来ましたという方がおられました。日本中の食材は東京にいたら、全部食べられるものと思ってました。ところが初めて九州へ赴任してきて、驚きました。こんなにおいしくて、新鮮なものが、豊富にしかも安く、九州にあったなんて知りませんでした。

東京生まれの東京育ちは九州のフードビジネスの実力を、まだ知らないのです。

このフードビジネスが更に発展していくことによって、九州経済がその底力をさらに増していくのではないかなと思います。

以上



会員が一致団結して、協会の場で問題の解決を

—中国支部—

6月22日(水)15時30分よりホテルグランヴィア広島において中国支部の定時総会が開催された。司会進行役は事務局の中村潤吉氏(中村角株)が務めた。定足数の確認の後、中国支部長の中村成朗氏(中村角株)が開会にあたり挨拶を行った。

本日の総会、合同研修会の全体内容を紹介の後、支部長が議長となり議案の審議を行った。①平成16年度事業報告に関する件②平成16年度決算報告に関する件を一括して事務局が報告説明し、会計監査報告を森 泰憲氏(国分株)が行った。決算報告について議長が補足説明を行った。



総 会 会 場

議長が意見、質問等を促したが特になく拍手で可決承認された。

次に③役員改選に関する件を審議。議長は現状の役員体制の説明と役員選任についての規約上の確認を行った後、互選に入り意見を募ったが、現役員体制全員留任の意見でまとまり、議長が拍手で承認を求め可決された。支部長 中村成朗氏(中村角株)、副支部長兼幹事 大岡滋太郎氏(藤徳物産株)、副支部長兼幹事 豊田直之氏(株桑宗)、副支部長兼幹事 村上 尚氏(西中国国分株)、会計監事 秋山隆司氏(国分株中国支社)、幹事 小野雅彦氏(伊藤忠食品株)、前川恭廣氏(明治屋商事株)。④平成17年度事業計画案に関する件と⑤平成17年度収支予算案については関連議案として一括して説明し拍手で承認された。

以上全ての議案が原案通り承認されて総会は閉会となり、続いて16時10分より賛助会員の参加を得て合同研修会を開催した。

開会にあたり、中村支部長は挨拶し、賛助会員に対し日頃のご協力に対し感謝すると述べた後次のように述べた。「私共の食品卸業界の置かれている立場は、ますます厳しい状況の中にあると考える。そうした中で公益法人としての日食協が担う事柄はますます重要になると認識している。公益法人としてやるべき問題はたくさんあると思う。課題としては、例えば小売業界はチェーン店の台頭により寡占化が進み、巷間言われるのはいわゆる優越的地位の濫用問題等々がある。こうした問題は協会に対処し、協会が皆が力を合せて対処していく事が必要。他方、環境問題等につきましても協会に期待されるところが大きい。ゴミ問題や京都議定書のCO₂の削減問題とか業界に対する国の要請もこれからますます強まってくるものと思われるの

で、こうした中で当協会がどのように対処した方が個々の会員にとって良い事か、本部でよく協議してそれを個々の会員企業が努力目標としてやっていく時代になるだろうと思う。いずれにしても業界が、会員が一致団結して協会という場において解決を目指していく、業界のために我々のこの協会が役に立っていくという時代を迎えていきたい。そのためにも支部活動に今後とも益々のご支援を願う。」



合同研修会場

研修会の第1部は奥山専務理事による「本部事業活動報告」、第2部は㈱ファイネット取締役 小松 進氏から「㈱ファイネットの現況 酒類・食品業界における企業間データ交換の現状と課題」と題する講演を頂いた。17時30分に研修会は終了し、続いて懇親会を行い開宴挨拶を大岡法太郎氏（藤徳物産㈱）が行い、乾杯を豊田直之氏（㈱桑宗）、中締めを森 泰憲氏（国分㈱中国支社）が行って19時に閉会となった。

時代に合せた日食協活動のあり方

—東北支部—



開会挨拶する堀内支部長

6月28日（火）11時30分より、ホテル仙台プラザにおいて東北支部の総会が開催された。

事務局担当で副支部長である北見 賢氏（東北国分㈱）の司会進行で開会し、最初に支部長の堀内琢夫氏（丸大堀内㈱）が次のように挨拶した。本日の参集に御礼を述べ、副支部長が北見氏に変わった事を報告し、「相変わらず我々の取り巻く環境は厳しく難問題が山積している。今年も本部でいろいろ活発に議論しているが、私もその中に参加してできる限り情報として会員の皆さんにお伝えしたい。日食協活動も20年以上が経過し今後どうあるべきか、どういう組織にするか地方の編成も含めて、時代に合せた、業界に合せた方向にしていこうと、現在懸命に議論しているところで日食協として極めて重

要な時期を迎えている。」と挨拶された。

次いで、事務局から本日の定足数について報告があり、堀内支部長が議長となって議案審議を行い①第1号議案 平成16年度事業報告を北見副支部長が報告のあと会計監事の阿部吉伸氏（明治屋商事㈱）が決算監査報告を行った。議長が承認を求め、拍手で可決された。

②平成17年度事業活動計画及び予算の説明を事務局に求め、北見副支部長が報告し、議長は活動費繰越金の有効活用を問題提起したが、具体的議論までは至らず今後の課題とした。議長は拍手で承認を求め可決された。

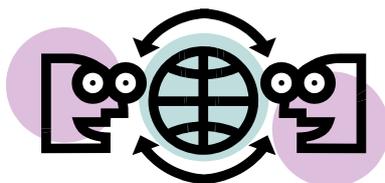
第3号議案 その他 については、今後の日食協の活動のあり方、変化の方向性について質問があり、奥山専務理事、堀内支部長から報告説明を行ったが、特に、支部の実情に合わせた活動、現場密着の議論、実態にあった活動内容、現実の問題を議論する活動等が強く求められている事を認識する問題提起であった。

総会は以上で終了し、続いて13時より賛助会員55名の参加を頂いて賛助会員連絡会を開催した。司会は引き続き北見副支部長が担当した。最初に、堀内支部長が開会の挨拶を次のように行った。「ご多用の中ご参集いただき、また日頃は日食協活動に深いご理解とご協力をいただいております事に感謝申し上げます。先ほど当ホテルにて支部総会が滞りなく終了した事を報告します。

今年も東北支部は皆様のご協力をいただきしっかりした活動を行っていきますが、合せて支部の声が本部に届くように役員会等で申し上げていきますので、ご意見、ご希望がございましたら、どうぞ遠慮なく東北支部に申し出てください。」

続いて賛助会員を代表して久住喜代晴氏（ハウス食品㈱）より次のようなご挨拶を頂いた。「我が国の経済は、全体的には回復の基調ありといわれておりますが、私共加工食品業界は未だ回復の兆候を見せないばかりか、景気の低迷は価格をますます押し下げ、生き残りをかけた激しい競争を繰り返しております。一部ではありますが優越的立場を利用して大変厳しい要求をされるという話も聞いております。今後も減損会計の強制適用でありますとか、消費税のアップとか1つの企業の努力ではどうしようも無い、非常に困難な問題が山積みであります。大変危惧されております。今こそ日食協を中心として、あるべき公正な競争、本来の果たすべき機能を強化する事によって食品業界発展に努力するときではないかと考えます。特に東北6県においては地域に密着した卸店の機能が無ければ商品を消費者に届ける事はできません。付加価値を高める提案営業を推進し、前向きな取り組みを強化する事で皆様の発展のお役に立ちたい。」

このあと奥山専務理事より、約1時間にわたり事業活動報告があり、賛助会員連絡会を閉会した。



流通の各段階の関係が変化していく

—北陸支部—

7月6日（水）11時30分よりホテル日航金沢において、北陸支部役員会が開催された。最初に桑島支部長（カナカン㈱）より日食協新旧専務理事の紹介があった後、会員動向を報告し、本で行われる総会の内容についての確認をし、また、今秋に予定している経営実務者研修会についても意見交換を行った。



開会挨拶する桑島支部長

続いて12時30分より会員15名の出席により総会を開催した。

開会にあたり桑島支部長は次のように挨拶を述べた。「お忙しいなかご参集いただき有難うございます。日頃は会の運営にご協力いただき本当に有難うございます。このところ北陸の流通業界が揺れており、新聞紙上でもにぎわせております。早く落ち着いた形でやらないと県外というか全国資本の草刈場になってしまう。最近、卸は小売間の競争に巻き込まれる傾向にあり、その傾向がどんどん強まっている。商社による小売の縦系列支配がいろんな方に広まっています。一昔前であれば小売の流通の競争に卸が巻き込まれる事はあまりなかったように思うが、それが広まっています。小売業界が変わって、直取引等いろんな形が出てくるとメーカーとの特約関係も少しずつ変化して、流通の各段階の関係も変わってくるものと思われる。我々としては情報交換しながらどんな形で世の中が進んでいくのか見通しながら業界として生き伸びていかねばならない。」

この後、井岸専務が退任の挨拶をし、議案審議に入った。

桑島支部長自ら①平成16年度事業報告を行い、収支報告を会計幹事の丸岡信一氏（㈱マルシン）が行った後、監査報告として中塚賢一氏（明治屋商事㈱）が適正な処理であることを述べた。これについて質疑を求めたが、異議なく拍手で承認された。

②平成17年度事業計画、役員会で検討した経営実務者研修会の企画案と収支予算案について桑島支部長が説明し、事務費と総会費の区別について質問があったが原案通り、これも拍手で承認された。

この後、出席者全員が自己紹介を行ったが、その中で日食協設立の経緯についての貴重なお話も頂くなど和気あいあいの雰囲気で行った。最後に新旧専務理事兩名から本部事業活動報告を行って総会は閉会した。

以上

業界全体の存在価値が高まる活動

—北海道支部—

7月12日（火）札幌京王プラザホテルにおいて、15時より北海道支部の定時総会が開催された。

司会は事務局の斉藤 諭氏（㈱スハラ食品）が担当し、定足数の確認をした後、支部長 村山圭一氏（㈱スハラ食品）が議長席につき、早速議案審議に入った。

①第1号議案 平成16年度支部事業報告と
②第2号議案 支部決算報告及び監査報告（会計監事 小山内 薫氏（明治屋商事㈱）を関連議案として一括して事務局から報告し、監査報告の後、議長が拍手で承認を求め可決された。

続いて③第3号議案 平成17年度支部事業計画案と④第4号議案平成17年度支部事業予算案を関連議案として同様に一括して事務局より説明し承認された。

⑤第5号議案 支部役員の変動と支部ブロックの変更について事務局より変更部分のみ説明し拍手で承認された。

⑥第6号議案 その他については特になく総会は終了した。16時からは同会場で賛助会員95名が参加して、日食協懇談会が開催された。

冒頭村山支部長から概要、次のような挨拶があった。「先程日食協の総会も無事終了いたしました。本年度も昨年同様の役員で運営させていただきますのでよろしくご支援お願い申し上げます。さて、日本の経済環境は、一部産業におきましては明るい兆しもありましたが、全体的に見ればいまだ完全な回復基調にあるとは言えないのではないかと感じております。特に食品流通業界におきましては、メーカーサイドでは原材料のアップがあり、末端の小売業ではデフレ基調が相変わらず変わらない状況となっております。このような中、中間に位置する卸売業は益々厳しい状況になっているのではないかと感じております。また、従来からの問題点として、小売業さんとの間ではセンターファイ・労務提供・返品・協賛金問題があり、メーカーさ



議事進行する村山支部長



日食協懇談会 会場

んとの間ではオープン価格・条件立替・返品・連休時の配送問題があり、そして業界全体としては環境・消費税総額表示問題・優越的地位の濫用が解決されずに残っております。先日、本州の卸四団体でも商取引の問題を集約し業界紙に発表されておりましたが、日食協におきましても東京の大手卸中心に今後もこれらの問題点について検討していくのではないかと思います。現在日食協は昭和 55 年と比べ会員数が半減となっておりますが、益々複雑化する流通業の中で卸の役割は重要なものになっていくと考えられます。その機能を認めてもらうためにも加工食品の全国唯一の団体としての日食協はますます重要になってくるものと思っております。但し、自分達だけがよくなる為に活動するのではなく、業界全体の存在価値が高まるよう活動していかなければならないと思っております。道内は業界の間では良くも悪くも食品流通業界の未来の縮図のようだという声が聞かれますので、本州の食品流通業界の手本となれるよう、努力してまいりたいと思っておりますので、今後ともより一層のご鞭撻の程よろしく願います。」

続いて新しく賛助会員世話人代表になられた今井良輔氏（北海道味の素㈱）から、ユーモア溢れる挨拶を頂いた。

この後事務局から報告と連絡事項を述べた後、支部活動状況報告を W・G メンバーを代表して飛谷和行氏（㈱菱食）が次の如く報告した。

平成 16 年度日食協北海道支部ワーキンググループ活動報告



支部活動状況を報告する
W・Gメンバー代表 飛谷和行氏

ワーキンググループ8社によって司会を当番制で持ちまわる形式をとって毎月1回打ち合わせを実施しました。

平成16年度のワーキンググループの取組課題は
①長期休暇時のメーカー配送について
②賛助会員世話人会との情報交換
③日食協北海道支部 各ブロックとの情報交換の3点とし、活動してまいりました。

①については9月に賛助会員世話人会のメーカー様に『年末年始の物流体制』についてアンケートを送付させて頂き、メーカー様の年末年始物流対応を確認させて頂きました。

今回は元旦が土曜日であったため、曜日廻りからすると長期休みの問題が最も生じない年でありました。アンケート集計の結果は、メーカー様の正月休みは12月30日から1月3日迄が最も多く、休み前日12月29日発注分の納品が1月4日となるパターンが標準でした。

しかしながら、12月29日発注分を12月30日に届けて戴けるメーカー様が回答中30%を占めるまでになっておりますので、本年末においても年末最終納品を12月30日でご検討戴きたくこの場をお借りしてメーカーの皆様をお願い申し上げます。

ちなみに本年12月30日は金曜日となっております、十分対応可能と思われまますので社内において早めにご調整に取り組んで戴きたく重ねてお願い申し上げます。

又、年始についても1月4日迄休みとしているメーカー様が同様にまだ30%ございます。

この点につきましても来年度は1月4日から注文を受けて戴けるよう特段のご配慮をお

願い申しあげます。

尚、この長期休暇問題に関しましては日食協本部物流委員会において検討を重ねております。その基本骨子は卸売業の物流センターの中で365日対応のセンターを『特定拠点センター』と名づけ、そのセンターに限り、賛同を得られたメーカー様とは元旦及び日曜日以外は平常営業日として対応して戴くという内容です。

この案はまだ結論に至っておりませんがその間にあつては各支部単位でメーカーの皆様へ長期休暇の都度ご協力を仰ぐしか方法がありません。

小売業に長期休暇はありません。消費者起点の観点からもメーカー様各位におかれましてはこの問題を真摯に捉え、前向きに検討して戴きますようご期待申しあげます。

続きまして②、③につきましては10月22日に支部懇談会を札幌ロイヤルホテルにて開催致しました。

賛助会世話人会様から18名のご出席を戴き、本部から井岸専務理事を招き、支部各地区ブロック幹事3名、ワーキンググループ8名に事務局を加え、総勢31名での開催となりました。内容は各地区ブロックの活動状況報告と情報交換、賛助会世話人会様との年末年始物流体制に対する意見交換、そして井岸専務理事から日食協が抱える問題と今後の展望について講演をいただきました。

又、流通拠点の変化に伴い地区ブロックの統合再編に着手し、新年度から4ブロックで活動を推進する体制としました。その4ブロックは札幌・室蘭・苫小牧を統合し道央ブロック、函館を道南ブロック、旭川を道北ブロック、そして帯広・北見・釧路を統合して道東ブロックとしました。

この新しい体制の基、平成17年度のワーキンググループ活動方針は、①優越的地位の濫用を重点課題として取り上げ不当な返品、不当な値引き、押し付け販売、従業員の不当使用等の問題に取り組んで参ります。

更に②賛助会員世話人会との情報交換、③日食協北海道支部 各ブロックとの情報交換を継続方針とし活動してまいりますので賛助会員皆様のご支援ご協力をお願い致します。

続いて、本部事業活動報告を奥山専務理事が行い、この懇談会の閉会挨拶を副支部長の山本佳宏氏（日本アクセス北海道(株)）が行って閉会した。この後会場を移して支部、賛助会共催の懇親会が開催され、開会挨拶を高橋 稔氏（サントリフーズ(株)）が行い開宴し、中締めを副支部長の宗像 修氏（国分(株)）が行って 19時に閉会した。



閉会挨拶する山本副支部長

政策委員会

－ 6月3日－

議題

1. 今後の政策委員会のあり方について

井岸前専務理事より今回の組織改正に至るまでの経過と政策委員会の組織機能について説明いただき各委員が認識を共有化する。

各企業からの登録政策委員、及び執行運営委員を確認する。

2. 運営組織とその内容確認

想定される組織案を事務局から説明。労務提供問題対応 W・G は公正取引委員会からの新告示もあり、幅広く公正取引問題を検討するためにも名称を公正取引問題 W・G と変更、その他の常設 W・G は消費税の事業所間取引の外税化と端数処理の四捨五入の法制化を要望している消費税 W・G、食品リサイクル法や京都議定書に関する省エネ問題を検討する環境問題対応 W・G、更には卸、メーカー間の EDI を検討し日食協標準フォーマットを維持管理する EDI W・G の 4 つを今後常設の W・G とする。

その他ボランティア的自主運営で連絡や情報交換が主体の研究会組織である、情報システム研究会、物流問題研究会、商品開発研究会、法務研究会、労務管理研究会、ネットワーク検討会について説明。

今後政策委員会の委員の方に参画いただく賛助会員世話人は賛助会員幹事店会と名称変更する。各支部組織は現状のまま継続する。

W・G と研究会の違いは組織ミッションをもって成果物を具体的に求められるのが W・G でボランティア的自主運営で、連絡や情報交換主体で研究するのが研究会という考え。執行運営委員会は政策委員会の決定事項の意を汲んで W・G と研究会の活動の助成・調整を行い、また事務局アシスタントとしてサポートする役割。

3. 委員長選出

互選により政策委員長 中島 保（菱食）、副委員長 大野志郎（伊藤忠食品）、副委員長 成田 健（国分）を選出する。

執行運営委員会

－ 6月9日－

議題

1. 本部組織改正と執行運営委員会の役割について

奥山専務理事より今回の組織改正内容と執行運営委員会の役割について、政策委員会の議事

内容、理事会における各支部から要請事項も含めて説明する。

特に政策委員会で確認された W・G の内容について状況認識を共有化して各委員企業に W・G のメンバー登録の要請を行う。今回は公正取引問題対応 W・G と環境問題対応 W・G の 2 つの登録要請を行うが、他の W・G と研究会登録メンバーのリストを各委員に送付する事とする。

2. 委員長選出

委員の互選により奥山専務理事を執行運営委員長に選出。

3. その他

① 会費制度の改正を検討。

- ・会員減少と団体会員からの固定収入減に対応するため。
- ・政策委員会に改正案を答申（10月14日開催）する予定。
- ・改正の方向性としてはランクの上限再検討と、カテゴリーの排除等。

② 賛助会員の加入促進について

③ 農林水産省食品循環資源の再生利用等の実態調査について

- ・調査対象事業所（食品製造業、食品卸売業、食品小売業、外食産業）

無作為抽出の 2,517 事業所

- ・食品廃棄物の発生状況
- ・発生の抑制、減量及び再生利用の取り組み状況
- ・再生利用に要する経費の状況及び再生利用に取り組むに当たっての課題

④ 公正取引委員会からの新告示についての概略説明

今後の運営方法について

—情報システム委員会—

5月10日（火）情報システム委員会が開催された。最初に加藤和弥委員長（加藤産業㈱）から「最近起こった事で最も驚いた事は、メデイセオ HD とパルタックの経営統合である。2兆円企業を目指す異業種の組み合わせであり、高いレベルを目指しての経営統合であり、敬意を表す。何が起きるかわからない時代とはいえ、卸売業に求められているものを1つ1つ着実に作り上げていく事が大事である。パルタックの持つシステム、物流力を最大評価し、最大限機能できると判断した結果ではないかと判断される。」と挨拶された。

当日の議事内容としては、新組織体制化では当委員会は情報システム研究会として活動していく事から、今後どのような研究テーマが考えられるか意見交換を行った。

具体的には、①最近小売業から WEB-EDI の発注が多くなってきており問題が発生している事 ②GTIN、GLN に関して ③個人情報保護法に関する事 ④トレーサビリティに関して等が検討された。

以 上

第50回 賛助会員世話人会

－ 5月11日 －

5月11日（水）日本橋精養軒で第50回賛助会員世話人会が開催された。
冒頭、副会長 磯野計一氏（㈱明治屋）がご挨拶された。



開会挨拶する磯野副会長

磯野副会長は、4月20日に開催された理事会において承認された、今後の日食協活動の方向付け、新しい方針について説明し、賛助会員世話会の名称も次回から賛助会員幹事店会として新たにスタートする事、また今回から政策委員会のメンバーが、賛助会員幹事店会に出席して内容の充実を図る考えである事を報告した。最後に総会にて議案となる一部役員の改選について報告し、賛助会員メーカー企業各位の今後のご指導ご協力をお願いした。

これを受けて、進藤大二氏（味の素㈱）に変わって新しく賛助会世話人代表になられた横山敬一氏（味の素㈱）は、日頃の卸売業の協力に対する謝辞を述べられた後で、「今朝、クアラランプールの出張から帰国したが、久しぶりの訪問で感じた事として、マレーシアはGNPが一人当たり4,000ドルを超え車も建物も新しくなって大変な発展ぶりで驚いた。中国は反日デモがあったりしたが、東アジア、東南アジアは近い国であるし、成長、発展が著しいものがあるので大きなビジネスチャンスがあることを感じてきた。国内的には懸案事項であったカルフル、あるいはダイエーの問題が一つの方向性が見えてきた。また、ライブドアとフジテレビ



世話人代表挨拶される横山敬一氏

の問題は企業防衛の問題として本格的に検討される契機となった。基本はいかに企業価値を上げていくかにあるが、小売業の決算を見ると、特に、GMS 業態中心に厳しいものがある。その中でスーパーマーケットの業態で拡大展開していこうとする動きがある。全国各地の有力小売業の経営者は大変危機意識をもっており、この打開策を大きな新店計画に求めている。この計画数値を全部立ち上げれば、大変な数値となり市場との格差は驚くものになる。このまま実施されれば今まで以上に過当競争になり、メーカー、卸の経営に悪い影響が出てくる恐れがあると懸念している。また、先日ウォルマートの CEO が来社され懇談したが、私どもから日本の卸売業の素晴らしい機能をきちんと認識し活用すべきであると述べた。現状まだまだ課題の多い業界であるので、今後ともこの会を活用して解決し業界発展を図りたい。」と結ばれた。

会はこの後、井岸専務より、4月20日（水）に開催された理事会の中から概略報告がなされた後、テーマにそって意見交換を行った。最初のテーマは、(1)価格制度の現状認識と改善方向についてであった。

- ・ 建値制度でリベートをなくしていきたいが、競合が激しく一社だけではどうする事もできない現状である。ケース単価が低いため定率マージン確保を主体に考えている。
- ・ 小売の力によって価格が影響されているが、率を主体にマージンを確保していただいている。物流の方から定額という考えもあるが、なかなか難しい現状である。
- ・ 売上高の1/3が流通コストで、そのうち70%が販促金が占めている。建値と実勢価格をいかに近づけていくかが当面注力すべき課題。
- ・ 原材料の高騰というピンチをチャンスに変えるべく適正利益が取れるよう、商品リニューアルしながら価格制度を変えていきたい。
- ・ オールの収益が上がる事が前提であり、店頭商品が並ぶまでに必要なコストがかかるが、その基準がないと困るので価格制度の基準としてまとめたものとして評価されたい。

テーマの2は「返品問題」であったが時間の関係上事務局からの報告のみとなった。

- ・ 冊子「返品問題の解決に向かって」をまとめる上で、33のメーカー企業にアンケートの協力をいただき、第3章の加工食品メーカーにおける返品実態 アンケート調査結果報告書としてまとめた。その中に返品における発生要因や必要な対策が指摘されている。
- ・ 今回卸は地域別にアンケートを実施したのが特徴で、各支部活動で返品撲滅を行う指針とする。

テーマの3は「中間流通に於ける業務の標準化による合理化について」

(特定拠点対応による商慣行ルールの確認)

- ・ 現状近い形で対応しているが、特定拠点の設定が拡大し全ての拠点が対象となる事も危惧されるので、特定拠点の定義付けを明確にして欲しい。
- ・ 現状個別対応としているが、特定拠点は全国でどの程度の数になるのか、コストもかかる事なので、相談した上で考えたい。
- ・ 特定拠点が增多するとコストも増えるのでトータルコストとしてどうしたらベストなのか研究すべき、一社だけの対応問題ではなくメーカー間、卸間で研究すべきテーマ。
- ・ サービスレベルとコストという矛盾を解決したところが生き残れる。時代の不整合は生販三層で解決しなくてはならない。

最後に、今後の賛助会員幹事店会の会議体を効率的に課題処理できる運営にすべく意見交換を行った。

- ・問題解決をスピーディにやっつけようとする事は大変評価できる。
- ・卸店との営業改革ができていない。何故か、全部コストの問題で、製配販いずれにとってもメリットのあるやり方が中身として見出せていない。分配をどうするか、何とか克服していきたい。
- ・販促金の支払いが問題になっている。同じ土俵に登れるようにまず EOS 化をすすめていきたい。

SKDBC 運営委員会

－ 6 月 2 日 －

鎌田委員長挨拶

SKDBC のミッション、すなわち各種標準化検討や業界のスキームに入っていない中小の声を無き声の掘り起こしを念頭に議論を深めたい。

議事内容

1. GTIN 導入の期限確定に関する影響度について

前回の運営委員会で、GTIN 導入の期限が確定された影響度について、各団体に調査依頼があり、この件についてそれぞれが意見を述べた。

- ・松岡委員より、全国卸売酒販組合中央会で、会員向けに ITF-16、JAN、取引先コードの利用実態アンケートを実施した結果を報告。
 - ・NRI としては中小企業に関する影響度は測りかねている。GTIN が階層構造になり、処理が複雑になる可能性を感じていると報告。
 - ・ファイネットとしては GTIN を EDI で使用する商品コードとするよう推進していく事になっていると報告。
 - ・卸としては桁数はあまり問題にならない。内包、非内包コードが問題となると報告。
 - ・SKDBC としては、その設立趣旨を鑑み、容認・協力するスタンスを共有する。しかし 2010 年までに対応すればよいという誤解を払拭したり、アロケーションルールなどを 3 層への更なる理解促進はこれからのテーマである。他の標準化スキームとの作業重複を避けるため、タイミングを見て導入の意義目的や課題の啓蒙を行う。
 - ・日食協としては、7 月の会報で GTIN に関する情報を掲載する予定。
- #### 2. 榎野村総合研究所から SSZCC (酒類食品全国コードセンター) の現状報告
- ・GLN の現状と課題、並びに SSZCC 総会における討議内容について報告。
 - ・GLN に関しては、本夏に予定されている流通システム開発センターの発表を踏まえて、GTIN と同様の対応とする。
- #### 3. 日食協標準システムに関する(株)ファイネットの調査内容について
- ・宗弘委員より報告

設定議案の日食協標準システムに限定したユーザーアンケートではない事を断って上で EDI 並びに共通コード利用状況に関するファイネットユーザーアンケートの抜粋を報告。

4. SRC 松岡委員からの提言内容を再提起

(SKDBC、中小企業での利用促進について)

- ・特に SRC の提供する酒販店向けの POS システム運用の利便性向上に向けて SKDBC からの DB 提供について提起いただくが、SKDBC の活動実態からして既に役割分担が異なる事から、JICFS に対する働きかけが限界と認識した。

5. 日食協フォーマットの今後について

- ・情報システム委員会の討議がなされなかったため、テーマの確認に留めた。

6. その他

- ・5月27日に日食協総会が開催され、執行体制変更を奥山委員より説明があった。

次回開催はテーマ発生の状況によって開催を決定する事とする。

以 上

ネットワーク検討会の今後の運営について

－ 6月9日－

当日の議事内容は奥山専務理事より、日食協の体制及び組織変更について説明した後、ネットワーク検討会の運営方法について意見交換を行い以下の如く決定した。

- ・開催は不定期とし、参加企業は、卸は情報システム研究会参加企業、メーカーはF研幹事企業とする。
- ・運営組織は卸、メーカー双方で運営窓口企業を選出し（それぞれ正・副）役割としてメンバーからの開催依頼受託、開催の必要性の検討、開催日調整等を行う。座長は卸側が担当する。
- ・定例会は年1回として、次期窓口企業の選出と名簿の確認、情報交換を行う。
- ・運営窓口企業については卸側は持ち回り、メーカー側はF研正・副代表幹事が務める。
- ・次回定例会 2006年6月8日（毎年 6月第2木曜日）

この後、個人情報の取り扱いについて各企業の実情について情報交換を行い閉会した。

以 上

会計年度を変更

－ 静岡食品卸同業会－

6月3日（金）15時40分より静岡グランドホテル中島屋に於いて宮野哲男氏（菱食㈱ 静岡支店）の司会進行で、会員14社、賛助会員42社の出席のもと平成17年度の静岡食品卸同業

会の総会が開催された。

会長 山口 茂氏（ヤマキ㈱）の挨拶に続いて、事業報告、会計報告、監査報告がなされ、その中で本部との事業整合性もあり会計年度を 12 月末から 3 月末に変更する案が出され承認された。

また、平成 17 年度の事業方針案として恒例の事業になっている「新製品合同説明会」等の事業計画案を採択した。

その後新会員の紹介があり、それぞれが元気よく新任地での抱負を語った。

会は続いて井岸前専務理事と奥山新専務理事から今後の日食協活動のあり方及び事業活動の成果についての基調報告を行なわれた。

懇親会は河千田幸彦氏（㈱静岡メイカン）の司会で終始和やかに進められ中締めを安藤健蔵氏（カゴメ㈱）が行い閉会した。

以 上

情報システム関連情報

GTINについて

国際化により、流通サプライチェーンを取巻く商環境も変化し続けています。海外から多くの商品が輸入され家庭の食卓に上るようになったのと同様に、多くの日本の商品が海外へ輸出されています。しかしその一方で、商品が国際化したのと相反して、商品に印字されているバーコードはこれまで国際化(国際標準化)が余り進んでいませんでした。つまり、グローバルな共通のルールがないため日本で流通されているそのままのバーコードでは海外に出荷した際、読取り認識ができない状況にあったのです。この状況を改善する目的から、国際流通標準化機関である*GSIが世界規模でコードの標準化を促進しています。これを受けて、2005年4月GSIの日本代表機関である*流通システム開発センターが、「GTIN」の導入方針を発表しました。今回はこの「GTIN」を取上げていきます。

* GSI(旧国際 EAN 協会)とは

1977年に欧州12ヶ国で発足した共通商品コードの標準化及び管理機関。本部はブリュッセル(ベルギー)。日本は1978年に13番目の国として加盟。2002年3月現在、98の国と地域が加盟。最近の活動は、バーコード関係の標準化のほか、EANCOM(流通業用国際標準 EDI)の開発や、生鮮食品のトレーサビリティシステムの研究など幅広く行っている。

* 流通システム開発センターとは

流通のシステム化を推進する専門機関として官民の協力を得て1972年に設立。以来、我が国流通の効率化を推進するため、JANコード、共通取引先コードなどの流通関係コードの登録管理及び導入促進、統一伝票、POSシステム、総合POSカードシステムなどの開発普及及び流通に係る各種調査研究を行ってきた。国際的に流通標準化を推進しているGSIの日本における代表機関としてグローバルな視点から日本の流通のシステム化を推進。

1. 商品コード

「GTIN」の前提として現在世界で使用されている商品コードの現状を整理。

小売されている商品に印字されているバーコードは世界で統一化・標準化を目指して動いて

いるが、現在のところ、欧州系の「EAN (European Article Number) コード」と米国系の「UPC (Universal Product Code) コード」に分類される。「EAN コード」はこれまでベルギーに本部を置く旧国際 EAN 協会に加盟する国で使用されており、「UPC コード」は、米国・オハイオ州に本部を置く UCC (Uniform Code Council, Inc) が発行し使用されているもの。

日本は旧国際 EAN 協会に加盟しており、「EAN コード」体系を使用し、それを日本では「JAN (Japanese Article Number)」と称している。(EAN コードと JAN コードは同じ)。また商品コードとは類を画するが、日本では物流の仕組み上「ITF コード」も併用しており、14 桁と 16 桁のものが存在している。

① EAN コード(JAN コード) のコード体系 (13 桁、8 桁)

◆EAN-13

・「国コード(2 桁 or 3 桁)」+「メーカーコード」「アイテムコード(10 桁 or 9 桁)」+「*チェックデジット(1 桁)」

◆JAN

13 桁

・「国コード(2 桁)」+「メーカーコード(5 桁)」+「アイテムコード(5 桁)」+「チェックデジット(1 桁)」

・「国コード(2 桁)」+「メーカーコード(7 桁)」+「アイテムコード(3 桁)」+「チェックデジット(1 桁)」

8 桁

・「国コード(2 桁)」+「メーカーコード(4 桁)」+「アイテムコード(1 桁)」+「チェックデジット(1 桁)」

◆ITF コード

14 桁 or 16 桁

ITF コードは物流システムに読取らせるための外箱用包装用商品コード。現在日本では JAN コードが内含された 14 or 16 桁のコードが使われている。

物流効率化の仕組み上では、集合包装用商品コードが必要になってくるが、現在その表示方法のシンボルとしてこの ITF が導入されているもの。

② UPC コードのコード体系(12 桁)

◆UPC

・「*ナンバーシステムキャラクター(1 桁)」+「メーカーコード(5 桁)」+「アイテムコード(5 桁)」+「チェックデジット(1 桁)」

・「ナンバーシステムキャラクター(1 桁)」+「メーカーコード(6 桁)」+「アイテムコード(4 桁)」+「チェックデジット(1 桁)」

・「ナンバーシステムキャラクター(1 桁)」+「メーカーコード(7 桁)」+「アイテムコード(3 桁)」+「チェックデジット(1 桁)」

・「ナンバーシステムキャラクター(1 桁)」+「メーカーコード(8 桁)」+「アイテムコード(2 桁)」+「チェックデジット(1 桁)」

* **チェックデジットとは**

EANコードの最後の1桁で偽造防止や誤読防止のためのガードの役割を担う。バーコードの場合、印刷過程でのミス(太りや欠けなど)による誤読を防止するためのもの。チェックデジットの前桁とチェックデジットがマッチしない場合には、コンピューターからはじかれることになり、偽造や誤読を拒否する仕組み。

* **ナンバーシステムキャラクターとは**

UPCコード最初の1桁で業界別、用途別に管理するもの。具体的には商品メーカーコードのほか、計量商品(肉、魚、生鮮食品など)用やクーポン用などの読み込みを指示する。

2. GTIN とは

① GTIN の定義

「GTIN とは」、Global Trade Item Number の略で、数字 14 桁で構成する商品識別コードのこと。

商品識別コードは、企業間の受発注、販売、仕入などの取引活動に利用される。

◆世界標準の情報インフラ基盤

1999 年に当時の国際 EAN 協会（現 GSI）が「GTIN」一本化を決定以来、グローバル規模における流通の効率化のための情報インフラ基盤として期待されている。

◆物理的構造

「GTIN」は国際標準の商品コード。現行「JAN コード」は 8 桁および 13 桁、「UPC コード」は 12 桁、「ITF コード」は 14 桁および 16 桁など、桁数が混在している現状から、「GTIN」の 14 桁に標準化するもの。

以下は「GTIN」14 桁フォーマットにその他の現行コードがどの様に既 かのコードを合わせていくか図表化したもの。

それぞれ 14 桁以下のコードの場合は頭にゼロ(○)を挿入することで 14 桁にする。

データ構造	GTIN フォーマット													
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14
JAN コード (EAN コード)	0 (ゼロ)	NI	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10	N11	N12	N13
UPC コード	0 (ゼロ)	0 (ゼロ)	NI	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10	N11	N12
JAN コード (8 桁)	0 (ゼロ)	0 (ゼロ)	0 (ゼロ)	0 (ゼロ)	0 (ゼロ)	0 (ゼロ)	NI	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8
ITF コード (集合包装用 商品コード)	NI	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10	N11	N12	N13	N14

② 経緯

◆誕生までの経緯

「GTIN」の導入が求められている最大の理由は、流通のグローバル化が挙げられる。これまでグローバル規模で商品の提供を行っているメーカーは、出荷先により EAN 体系のバーコードと、UPC 体系のバーコード双方に対応が必要だった。大手メーカーになると、2 つの体系のバーコードを登録するためのコストが 1 アイテム 100 万円前後にもなり、コスト的に大きな負担となるほか、2 つの団体にコードを登録するという手間がかかっていた。そのため、世界中どこの国でも 1 つのコードで商品を流通することができる、世界標準のコード体系の導入が求められた。

「GTIN」誕生の経緯としては、商品および集合包装に印字されるコードとして、世界には 8 桁、12 桁、13 桁、14 桁、16 桁が混在していたが、日本の酒類・食品業界が主に ITF コードとして使用している内の 16 桁コードは 1990 年代中盤には既に国際的に認められなくなり、1999 年に当時の国際 EAN 協会（現 GSI）が、コード混在の非合理性・非効率性を解決することを目的に「GTIN」への一本化を決定した。2005 年 1 月には UPC 配下にある米国とカナダが「GTIN」への移行のワンステップとして、12 桁の「UPC コード」だけでなく、13 桁の「EAN コード（JAN コード）」を読取することを企業に義務付けている。

◆今後の展開

「GTIN」が世界標準となると、現在テクノロジーとして注目されている IC の「RFID」や、

「*RSS (Reduced Space Symbology)」に記載される商品識別として利用されることになり、「RFID」「RSS」のグローバル規模での促進を迅速化させることになるもの。つまり、「RFID」や「RSS」はコードの容であり、中身であるコード自体が世界で統一化された「GTIN」の体系がないと、世界各国で認識することができないことになる。

***RSS (Reduced Space Symbology)とは**

直訳すれば省スペースシンボルの意。1996年にUCCと国際EAN協会が開発した省スペース型の一元コードのこと。

消費財商品の小物商品には一般的なJAN(EAN)コードを表示する面積がない場合やバーコードを貼付できない場合がある。例えばこれまで自動認識ができなかったバラ売り果実、小さな文具や化粧品、貴金属などにもRSSをつければ自動認識が可能となる。

RSSではGTINを表示。

3. GTINの導入

① 導入の予定

2005年4月12日に財団法人流通システム開発センターは、以下の声明を発表。

財団法人流通システム開発センターは、加盟している国際流通標準化機関であるGSIが国際標準の商品識別コードとして定めたGTINをわが国における標準的な商品識別コードとして普及するため、流通関連業界等に対し本格的な普及活動を推進する。

この声明を受け、14桁に納まる「JANコード」と併せ、懸案の16桁「ITFコード」については以下のスケジュールでの推進が予定されている。

◆2007年3月より

「商品アイテムコード不一致型（JANをITFに内包しない）」を使用。ITFにある16桁のコードを14桁へと構造変更を行う。これにより、14桁で多くの荷姿に対応していくもの。

◆2010年3月まで

2007年3月からスタートさせたITFの14桁化を完了。

これにより「GTIN」に当てはまらない商品コードは存在しないことになる。

「GTIN」の導入は、*消費財商品（CPG=Consumer Packaged Goods）全体が対象となっている。

***消費財商品(CPG=Consumer Packaged Goods)とは**

消費者向けに生産される個包されている商品のこと。医薬品、化粧品、食品、雑貨など。

② 導入への課題

財団法人流通システム開発センターの出した「GTIN」推進の声明に従い、「GTIN」の導入を進めるには幾つか問題点が浮かび上がっている。

最大の課題は、2010年3月までに完了するという予定になっている16桁の「ITFコード」の対応。

◆ITFコードの変更

現行各物流拠点は入庫時に「ITFコード」に内包されている「JANコード」を読み取り、発注データと照合している。

2007年3月より14桁の商品アイテムコード不一致型を使用するには、使用開始までに「JANコード」を内包しない14桁となった新たな「ITFコード」で発注データを照合できる環境の整備が必要。

現在、酒類・加工食品業界では約90%が「JANコード」を内包する16桁の「ITFコード」を使用

しており、企業規模の大小に関わらず対応が迫られることになる。

これまで16桁の「ITFコード」を使用してきた企業は16桁に内包されている「JANコード」を読み取り商品を読み取っていたが、「ITFコード」を「JANコード」を内包しない14桁化するということは、「JANコード」が表記されない14桁の「ITFコード」から商品特定できるような仕組みを作り直さなければならない。かつハード、ソフト、現場のプロセス変更、マスターの変更など業務周りでの対応も迫られることになるもの。

◆ 製配販の足並み

現在酒類・加工食品業界のメーカーおよび卸34社による標準化推進会議（事務局・ファインネット）で、商品アイテムコード不一致型導入の準備を推進中。メーカー、卸は足並みが揃っているが、サプライチェーンの中の小売業での対応は今後課題として残っている。

レポートにある通り課題点も残るGTINの導入ですが、商取引のグローバル化、およびグローバル市場における商取引の最新テクノロジー採用に日本が遅れることなく対応していくには、この「GTIN」導入を製配販が協力して積極的に取り組んでいく必要があるのではないだろうか。

（国分ビジネスサポート㈱のビジネスレポートより転載）

このレポートにあるように卸の課題としては

従来のJANや標準ITFはそのまま使用可能なので大きな課題はないが、唯一問題は16桁の拡張ITFが14桁との混在期間を経て2010年3月から認められなくなることで、更にこれにともなって、JAN非内包（商品アイテムコード不一致型）が発生することがある。一部（JAN内包読み取りをしていない企業）を除く卸や小売は、物流システムやPOSシステムの修正が発生するが、この対応を2007年3月までに完了せねばならない事である。

以上

公正取引関連情報

大規模小売業による納入業者との取引における新告示

大規模小売業者の納入業者に対する優越的地位の濫用行為を規制するルールが約50年ぶりに変更されます。今年5月に公正取引委員会は納入取引実態に即した新たなルールとして「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不正な取引方法（以下「告示」）を指定、本年11月1日より施行されます。そのガイドラインとなる「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不正な取引方法」の運用基準（以下「運用基準」）が6月29日に公表されました。この内容は永年当協会が優越的地位の濫用の問題として取り組んできた研究成果が大幅に採用され、ようやく結実したものと評価されます。今後はこの内容を「公正取引問題対応WG」で具体的に検討して参りますが、全文をここに掲載します。