

2012年 新春ご挨拶

社団法人 日本加工食品卸協会
会 長 國分 勸兵衛



新年明けましておめでとうございます。

2012年の年頭にあたりご挨拶申し上げます。

全国各地の会員・賛助会員の皆様におかれましては、つつがなく新春をお迎えのことと存じ、心よりお喜び申し上げます。

昨年のスタートは、経済不況からの回復の兆しがようやく見え始め、確実に上向きに転じるような勢いを感じておりましたが、それが1000年に一度の大震災でまさに一変してしまいました。

この大震災以来、生活者の意識変化が起こり、人と人との絆があらためて見直され、また節電や自己防衛意識の高まりで生活スタイルそのものにも大きな変化が表れ、価値観の多様化が加速度的に進んでいると思います。

そういう意味で2011年は、我が国にとって大きな転換点になった年であり、社会システムの変革についての議論も活発化しました。

食品の流通に関してもサプライチェーンの協働体制が再認識され、なかでも卸売業の存在が再評価され、製・配・販がそれぞれ立場を乗り越えてサプライチェーンの改善としての取り組みが積極的に語られるようになってきました。大震災の被害は甚大ではありましたが、この大震災を大きなバネにして新しい流通のステージを生み出していかなければならないと考えております。

こうした卸の地位の向上に関する動きがある一方で、公正取引委員会からは取引の適正化の推進について要請をいただきました。独占禁止法の改正以降、弊協会として食品流通のフェアトレードの推進を呼びかけてきただけに大変残念なことではございますが、この要請に対しましては業界として真摯に受け止め、自戒をこめて今後もサプライチェーンの要として社会的使命を果たしていくよう精進して参ります。

さて本年は、社会的変革が本格的に進展する年と考え、その中で増幅する高齢化への備えとしての買い物環境整備、災害時の商品供給確保に対する社会的要請など食品流通に求められる新しい今日的価値・満足に貢献する流通機能の遂行を目標として、環境変化に対応する自己革新力を持続して、卸の存在価値を主張して食品流通の健全な発展に貢献して参りたいと考えておりますので、本年も変わらず、ご指導、ご鞭撻のほどをお願い申し上げます、新年のご挨拶とさせていただきます。

正・副会長会議、理事会

平成23年度上半期活動状況報告

－11月4日－

平成23年11月8日（火）東京大手町アーバンネットビル レベル21東京會館に於いて午前10時30分より正・副会長会議を開催し、この後行われる理事会の運営内容について確認を行った。引き続き11時30分より理事会が開催された。

今回は特に理事会の前に公正取引委員会企業取引課の幹部の方に、10月19日に公表された「食料品卸売業者と食料品製造業者との取引に関する実態調査結果」についてご講演をいただき、業界における公正取引の適正化についての認識を新たにしました。

上半期の事業活動内容では、公益法人制度改革への対応状況や今夏の節電状況等について報告がなされた。

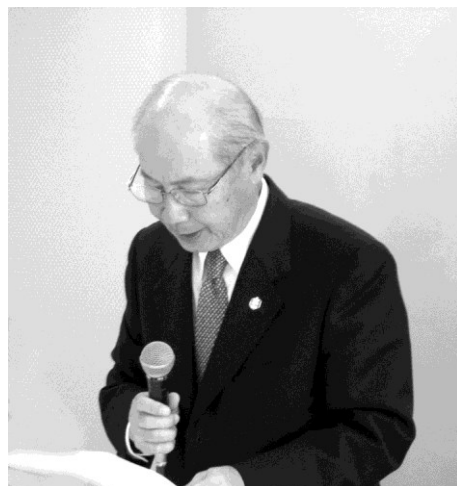
議 案	第1号議案	上半期事業活動報告及び下半期事業活動に関する件
		(1) 上半期事業活動報告及び今後の活動について
		(2) 上半期収支決算報告
		(3) 監査報告
	第2号議案	平成24年度収支予算について
	第3号議案	その他

開 会 定刻になり奥山専務理事の司会により開会。

冒頭に國分勸兵衛会長が次の如く挨拶を行った。

本日はご多用の中、またご遠方からも、ご参集頂き誠に有難うございます。とりわけ、農林水産省からは公務ご多用の中、食品産業局食品製造卸売課から、上河内課長補佐様始め幹部のご来臨を賜り、誠に有難く厚く御礼申し上げます。また本日は特別に公正取引委員会 経済取引局企業取引課から 藤本課長様はじめ幹部の方にもご来臨を賜っております。後ほどよろしく願い申し上げます。

本日もご参集の皆様方におかれましては、日頃は何かとご指導、ご協力を頂戴しておりますことを、重ねて心より御礼申し上げる次第であります。



理事会で挨拶する國分勸兵衛会長

さて、本年は、未曾有の複合災害となった東日本大震災が、各自に意識の変化をもたらし、今までになく多くの国民が、何かしらの情報発信をしたのではないかと考えておりますが、その多くは「我々の暮らしは今後どうなるのか、どうあるべきか」といったことを自己責任の意識を高めながら真剣に考えた内容ではなかったかと認識いたしております。

大方の意見としては、今日の状況は明治維新、第二次大戦後に匹敵する大きな転機であり、経済社会のシステムが大きく変わらなくてはならないし、また大きく変えるチャンスであるということだと思います。

これは復旧・復興需要がもたらす短期的な回復ではなく復興事業を活用して、これまでの低成長トレンドを超える経済成長につなげるチャンスにしていかなければならないということだと思います。そのためには長年先送りされてきた多くの課題、特に「危機的状況にある財政」と「空洞化につながる企業経営環境の悪化」についての国民的取り組みがとりわけ重大であると考えております。もはや先送りできない、という状況に至ったことを逆にチャンスに変えるべきだと思います。

我々食品流通業界も大震災以降、サプライチェーンの協働体制が再認識され、製・配・販が、それぞれの立場を乗り越えてサプライチェーンの改善としての取り組みが積極的に語られようになってきました。そういう意味でこの大震災を大きなバネにして新しい流通のステージを生み出していかなければならないと考えております。

したがいまして後ほど公正取引委員会の方よりご指導があらうかと思いますが、このたびの公正取引委員会からの要請に対しましては我々業界が真摯に受け止め、取引の適正化に向けて今後もサプライチェーンの要として社会的使命を果たしてまいりたいと考えておりますのでどうぞよろしくお願い致します。

お蔭様で当協会の各事業は、当初の計画を着実に実行できているものと考えておりますが、本日はこの報告をお聞き届きの上、下半期に対してのご指導をお願いすることとしております。簡単ではありますが、開会のご挨拶とさせていただきます。



ここで、司会者より、本日特別にご臨席いただいた 公正取引委員会 企業取引課長 藤本哲也氏が紹介され、過日実施した実態調査の結果の報告をお願いする。

(報告後、藤本課長は業務多忙の為、退席)

理事会で実態調査の概要を説明する
公正取引委員会企業取引課長
藤本哲也氏

この報告に関する問合せ等は事務局を通じて応える旨を理事各位に伝える。

続きまして、司会者より本日の来賓者を紹介する。

農林水産省食料産業局製造卸売課

課長補佐 上河内 光秀 様
係 長 中 嶋 勝治 様

引き続き来賓を代表して、農林水産省 食料産業局食品製造卸売課 上河内課長補佐が次のように挨拶された。

平成23年度日本加工食品卸売協会の理事会の開催に当たり御挨拶を申し上げます。

平素は農林水産行政、とりわけ食品流通行政に対し、御理解と御協力を賜り、この場をお借りいたしまして御礼申し上げます。

さて、既に御承知のことと思いますが、去る9月1日に、農林水産省に食料産業局が設置されました。

新しく発足した食料産業局は、従来、総合食料局が担当してきた、加工食品卸売業や食品製造業をはじめとする食品産業の振興が重要な業務を占めることは言うまでもありませんが、「食」や「食を生み出す農山漁村の自然や環境」に関連する事業を幅広く所管し、産業としての育成を図ることが重要な使命であります。

具体的には、農山漁村に存在する豊富な資源を活用した6次産業化、輸出、再生可能エネルギー、バイオマス、知的財産、異分野連携、観光、物流等といった、既存の枠組みを超えた分野の推進が、この新しい組織の任務です。

また、この組織再編により、私ども食品製造卸売課において加工食品卸売業界を食品製造業界と一体的に施策の推進及び業界の発展・振興を行っていくことになりました。

こうした施策の推進に当たっては、皆様方の御理解・御協力が不可欠でありますので、引き続き御支援・御協力のほどよろしくお願い申し上げます。

23年度の予算につきましては、第三次補正予算において、「食料基地をつなぐ物流拠点機能強化等支援事業」により、被災地の岩手県、宮城県及び福島県において、物流拠点の整備について支援をしたいと考えております。物流拠点の整備は、被災した物流拠点を同業他社等が共同・連携して行う場合に支援を行うこととしております。また、24年度においても対象県を拡大して物流拠点の支援を行うこととしております。御不明な点等がありましたら当方にお問い合わせをお願いいたします。

最後になりますが、國分会長のご指導の下、貴協会の益々の御発展と御参集の皆様方の御健勝を祈念申し上げ、私の挨拶といたします。

司会者が手元の資料に基づき出欠状況を報告し、会の成立とともに。

出欠状況	理事総数	23名中	出席理事	21名	委任状	2名	計	23名
	監事総数	2名中	出席監事	2名			計	3名

司会者が資料に基づき出欠状況を報告、会の成立とともに定款に則り、議長に会長を指名し議事の進行をお願いする。

議長が下記の二名を議事録署名人に指名し了承を得て議事に入った。

三菱食品(株) 中嶋 隆夫 理事
伊藤忠食品(株) 足立 誠 理事

第1号議案 上半期事業活動報告及び下半期事業活動に関する件

議長より、第1号議案を報告するよう指示があり専務理事より手元に配布された資料の確認をした後、概況及び事業活動のポイントを資料に則り報告された。

1. 会員動向の件

2. 役員体制について

明治屋商事の磯野・山本両理事から、退任届が提出されましたので、以降理事は23名となる。

3. 農林水産省の組織改編について

4. 公益法人制度改革への対応状況について

(1) 一般社団法人 日本加工食品卸協会 としての定款(案)の検討

(2) 新会計基準による事業別収支制度を導入するにあたり、会費収入を事業別の収入に按分、分割する事について

(3) 内部留保率の適正化のため、今期の決算時に事業費準備資産として相当額を引当金勘定に計上する事について

5. 「環境自主行動計画」の調査票対応について

6. 平成24年度 税制改正等に関する要望書について

7. 物流問題研究会からの報告

8. 情報システム研究会システム専門部会からの報告

9. 「国民生活産業・消費者団体連合会」加入に関して

10. その他

以上の項目が順を追って説明された。

同時に上半期の収支決算の内容を説明し、更に、10月31日に監事各位により監査を受けた経緯を報告した。

議長はここで監事に監査報告を求め、濱口吉右衛門監事は「去る10月31日に実施した監査の結果、業務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ものと認めました」と報告をした。

議長はここで、事業活動の内容ごとにそれぞれ質疑を求めたが、無かったので、承認を求め、拍手で承認された。

続いて、議長は第2号議案の説明を事務局に求めた。

第2号議案 平成24年度暫定収支予算について

平成24年の4月から5月の定時総会までの収支予算で、総会にて平成24年度の予算の承認を得るまでの暫定予算であり、来年1月の執行運営委員会の開催日に在京理事、あるいは代理の方にて臨時理事会を開催して審議していただく。

各理事の皆さまには、事前に予算案を書面にてご提示の上、意見・賛否を仰ぐ予定であり、その結果を追認する段取りであることを説明。

収支暫定予算を決めるにあたって、以上の様な策定方法について承認をお願いする。

議長から複雑だが以上の様な方法で進めるにあたって承認をお願いする。

異議なく全員から承認された。

第3号議案 その他

議長から、用意した議案は以上であるが折角の機会であるので何か意見・質問等が有ればと声を掛けたところ、加藤理事より、公正取引委員会より説明の有った「優越的地位の濫用」の件は、経営者のみならず全社員が内容を理解し、認識を統一することが大前提であり、今後事務局を中心に啓蒙活動を推進するよう要請があった。

議長より、今の意見を踏まえ、政策委員会等も含めてしっかり対処するように事務局に指示をいただく。

また 次回の開催予定は

正・副会長会議及び理事会	平成24年4月19日（木）
理事会・定時総会	平成24年5月24日（木）

であることが事務局より報告され、13時45分に閉会となる。

以 上



理事会 会場

事業活動

第2回 政策委員会兼食品取引改善協議会開催

－10月26日－

平成23年10月26日（水）午前9時半より当協会会議室に於いて開催。主要議案は上半期を終了しての事業活動総括と下半期の活動に向けての事案検討であった。

*主要上半期活動報告

- ① 公正取引委員会からの「食料品卸売業者と食料品製造業者との取引の適正化について」（要請）
- ② 農林水産省の組織再編について
- ③ 枝野経産大臣との流通懇談会の開催について
- ④ 上半期の会員動向について
- ⑤ 役員の異動について
- ⑥ 公益法人制度改革への対応状況について
- ⑦ 2011年度環境自主行動計画に関する調査票の提出について
- ⑧ 節電抑制計画の実施状況について（電力総使用量報告）
- ⑨ 平成24年度税制改正要望について
- ⑩ 食品リサイクル法の業界ヒアリングについて
- ⑪ 酒類卸免許の要件緩和について
- ⑫ 物流問題研究会報告
- ⑬ 異業種交流委員会の今後の運営について
- ⑭ 今後の日程案について

第3回 政策委員会兼食品取引改善協議会開催

－11月15日－

平成23年11月15日（火）午前10時より精養軒日本橋店会議室に於いて開催。

主要な議案は11月8日（火）に行われた正・副会長会議並びに理事会の内容についての報告であったが、特にその中で先般の公正取引委員会からの「食料品卸売業者と食料品製造業者との取引の適正化」についての要請を受けて、今後業界としてどのように対応するかについて検討を行い、会員各位には協会の周知の徹底を優先して行うこととした。

また当日行われる賛助会員幹事店会の運営について確認を行った。

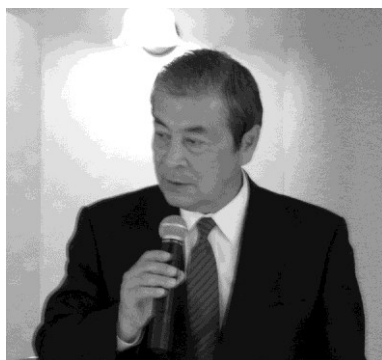
第13回 賛助会員幹事店会開催

－11月15日－

平成23年11月15日（火）午前11時30分より精養軒日本橋店会議室に於いて、第13回賛助会員幹事店会を開催した。

会議は、冒頭に当協会を代表して政策委員長 中嶋隆夫氏（三菱食品(株)）と賛助会員幹事店13社を代表して梅澤忠徳氏（味の素(株)）からご挨拶をいただいた

ついで事務局の司会進行で議事に入り、最初に11月8日（火）に開催した理事会の概要について事務局から報告を行った。



賛助会員幹事店会で挨拶する
政策委員長 中嶋隆夫氏

次に、本日の意見交換テーマに入り、「TPP問題の業界に与える影響について」出席の賛助会員幹事企業全員からご発言

をいただいた。現在我が国はTPP交渉に向けて関係国と協議に入るといふ局面の中で詳しい内容を把握することは難しい状況ではあるが、またメーカーさんの製造するカテゴリーによっても影響力の違いあるものの「TPP問題」に対する業界の本質的課題を理解する上で大変貴重なご意見うかがうことができた。



賛助会員幹事店会で挨拶する
味の素(株) 梅澤忠徳氏

平成23年11月15日 賛助会員幹事店会 出席者名簿

（社名：50音順・敬称：略）

会 社 名	役 職	氏 名
味の素(株)	執行役員東京支社長	梅澤 忠徳
カゴメ(株)	取締役専務執行役員営業管掌兼コンシューマー事業本部長	寺田 直行
カルピス(株)	理事営業推進部長	岩瀬 嘉郎
キッコーマン食品(株)	取締役専務執行役員ナショナル・セールス・マネジャー	福光 正則
キューピー(株)	執行役員家庭用本部本部長	山本 範雄
サントリーフーズ(株)	営業企画部部長	野上 将光
日清オイリオグループ(株)	執行役員東京支店長兼RS営業部長	吉田 伸章
日清食品(株)	東京営業本部東京営業部部長	武田 和実
日清フーズ(株)	常務取締役営業本部長	岩崎 浩一
日本水産(株)	執行役員広域営業本部長	西田 潤一
ネスレ日本(株)	執行役員流通営業部部長	太田 健介
〃	流通営業部部長	銀崎 達己
ハウス食品(株)	営業企画推進室長	田中 千之
(株)桃屋	営業企画室室長	菅原 通之

社 名	役 職	氏 名
伊藤忠食品(株)	取締役・専務執行役員東日本営業本部長	足立 誠
加藤産業(株)	取締役東京本部副本部長	福島 和成
国分(株)	常務取締役経営統括副本部長兼営業本部長	北見 賢
コンタツ(株)	取締役営業統括部長	湯浅 正男
(株)サンヨー堂	取締役営業本部商品部長	小林 由朗
(株)日本アクセス	総合企画本部営業企画部長兼広報部長	尾上 宏
三井食品(株)	顧問	川村 哲夫
三菱食品(株)	取締役専務執行役員加食事業本部長	中嶋 隆夫
日食協	専務理事	奥山 則康



賛助会員幹事店会 会場

平成23年度情報システム研修会開催 ——災害時の対応課題などを共有化——

—10月28日—

平成23年10月28日（金）午後1時30分より東京日暮里にあるホテルラングウッドにおいて全国卸売酒販組合中央会との共催で平成23年度情報システム研修会を開催した。

今回は特に東日本大震災を踏まえて災害時のシステム対応のあり方など、情報部門の最新の課題と解決の方向を共有すべく専門の講師を招いて開催した。

当日は情報システム研究会の座長である竹腰雅一氏（伊藤忠食品(株)）が冒頭開会の挨拶と本日の研修会のコンセプトについて説明した後、奥山則康専務理事が登壇して東日本大震災以降の活動経過を報告。



開会挨拶をする情報システム研究会座長 竹腰雅一氏

今夏の電力使用制限で会員卸4社の大型冷蔵、冷凍物流センター11拠点が制限義務緩和措置の対象になったことに触れ、「震災を通じて卸のライフラインとしての重要性が行政に伝わった結果だと思う」と述べるとともに、会員卸17社の特定事業者の節電自主行動計画が最盛期の8月に目標以上の削減が図られたことを報告した。

続いて行われたセミナー講演では、(財)流通システム開発センター 研究開発部主任研究員坂本真人氏が「流通標準普及推進協議会」の活動状況について報告、ついで日本アイ・ビー・エム(株)災害復興支援プロジェクト担当執行役員 吉崎敏文氏が「復興に向けて～危機管理・事業継続の考え方とその実践」と題して災害時の事業継続のあり方について最新の視点で解説し、東日本大震災の翌週に同社で在宅勤務制度が有効を訴えた。

ついで独立行政法人 情報処理推進機構 IT人材育成本部ITスキル標準センター 柴崎美奈子氏が「未来指向の波を作れ～今求められる人材イノベーション」と題してIT人材の重要性についてIT人材白書から、より求められる人材の質の高度化等に着いて講演した。

最後にネットイヤーグループ(株)代表取締役社長兼CEO 石黒不二代氏が「クラウド時代のプラットフォーム戦略」について利用者と共有・共感を生むマーケティングプラットフォームであるWebセントリックマーケティングについて講演された。



情報システム研修会 会場



懇親会で中締め挨拶する
弥谷恵太郎氏

終了後懇親会を行い、開会の挨拶を共催者である全国卸売酒販卸組合中央会 専務理事 塩本 昇氏が行い、中締め挨拶を加藤産業(株)常務取締役システム本部長 弥谷恵太郎氏が行って閉会した。



懇親会で挨拶する塩本 昇氏



情報システム研修会
懇親会 会場

平成23年度情報システム研修会 講師・演題

「流通システム標準普及推進協議会」の活動について



(財)流通システム開発センター
研究開発部主任研究員

坂本 真人 氏

「復興に向けて～危機管理・事業継続の考え方とその実践」



日本アイ・ビー・エム(株)
災害復興支援プロジェクト担当執行役員

吉崎 敏文 氏

「未来指向の波を作れ～今求められる人材イノベーション」



独立行政法人 情報処理推進機構
IT人材育成本部ITスキル標準センター

柴崎 美奈子 氏

「クラウド時代のプラットフォーム戦略」について



ネットイヤーグループ(株)
代表取締役社長兼CEO

石黒 不二代 氏

平成22年度情報処理コストの実態調査について

—情報システム研究会システム専門部会—

（調査目的）

“EDP費の妥当性把握、

情報システム研究会システム専門部会は、情報システム部門の経費の妥当性を客観的に評価するため、またEDP費のトレンドを把握し情報システム部恩の将来に向けての基礎情報を蓄積するため平成19年度から実施している情報処理コストの実態調査を今年度も惠贈して行った。

実態調査参加卸企業10社順不同

(株)日本アクセス・(株)トークン・三井食品(株)・伊藤忠食品(株)・国分(株)

(株)菱食・加藤産業(株)・日本酒類販売(株)・明治屋商事(株)・旭食品(株)

（調査手順）

情報システム部門で管理している費用でも各社間においてEDP費目に差異があるため、経済産業省情報処理実態調査における費用分類にマッピングし、ついで各社のEDP費の金額を調査した。調査結果のまとめはEDP費の分類構成毎の売上比率と構成比で実施した。

尚、この実態コストの中には物流に関するシステムの直接コストと得意先とのEDI関連費用は含まれていない。

（調査結果分析）

平成22年度のEDPの情報処理コストは、対売上比率0.288%と過去最低レベルの数値となり情報処理コストの低減化を実現し経営基盤の強化に寄与する。内容的にはハードウェア関連費用は、技術革新の一層の進展から低コストでかつ効率化が進んでいるが、一方ソフトウェア関連費用やサービス関連費用はやや固定化される傾向にある。したがって今後はこれらをより関連付けして総括し、情報処理コストのトータルとしての管理が必要とされる。

（単位：％）

費用区分	項 目	平成20年度		平成21年度		平成22年度	
		総合計	構成比	総合計	構成比	総合計	構成比
ハードウェア関連費用	買取り経費、当期減価償却費、レンタルノリース料、導入諸掛・その他	0.065	22.03	0.057	19.52	0.053	18.4
ソフトウェア関連費用	買取り経費、当期減価償却費、レンタルノリース料、情報システムの企画・設計コンサルタント料、ソフトウェア作成・システム開発料、システムの機能変更・拡張などの改善費用	0.066	22.37	0.069	23.63	0.067	23.26
サービス関連費用	データ作成ノ入力費（データ入力委託料）等、運用・保守委託料、処理・サービス料、一般社員の教育・訓練等費用、情報処理要員の教育・訓練等費用、外部派遣要員人件費、その他サービス料	0.102	34.58	0.099	33.90	0.101	35.07
通信関連費用	電話回線使用料、ネットワーク関連通信回線使用料	0.020	6.78	0.021	7.19	0.021	7.29
人件費	情報システム部門等の社内要員（専従者）人件費	0.035	11.86	0.039	13.36	0.038	13.19
その他費用		0.007	2.38	0.007	2.40	0.008	2.78
EDP費対売上高比率		0.295	100.0	0.292	100.0	0.288	100.0

（情報システム研究会参加会員卸10企業の合計数値）

国産蜜柑缶詰製造の現況について

－商品開発研究会－

10月26日（水）16時より、日食協会議室において日本蜜柑缶詰工業組合の幹部の方と商品開発研究会幹事店企業との国産蜜柑缶詰の今年度の製造状況についての情報交換会を行った。

日本蜜柑缶詰工業組合 理事長 上野幸雄氏からご挨拶をいただいた後、事務局長の川手浩氏からデータ資料に基づき製造状況、原料価格、国内供給量の推移等について説明がなされた。特に、本年は表年なのに原料の集荷状況が芳しくなく、更には空缶や砂糖等の原材料コストが上昇し、新物製造に不安要素が多く2年続けて裏年のような印象。蜜柑原料の作物状況としては、糖度はまずまずも酸度が高くて大玉が多く缶詰原料としてふさわしいM・S級が少ないとの事であった。



商品開発研究会 会場

消費者の意識変化もあり、国産蜜柑缶詰としては、価格面だけではなく国産としての付加価値を追求したような販売を考えていく局面にあるのではないかといった意見も出された。

参考資料

1. 平成22年度みかん缶詰ホール品製造状況

缶型	仙 台	清 水	神 戸	福 岡	実函計	換算計
1／06	10,190	34,670	48,310	72,617	165,787	207,234
2／24		476	20,587	8,695	29,758	40,471
M3／24			10,984	46,039	57,023	32,503
4／24	15,264		16,092	250,732	282,088	205,924
5／24			10,024	77,671	87,695	43,848
5／48			25	9,864	9,889	9,889
その他	383		103	6,196	6,682	1,212
実函計	25,837	35,146	106,125	471,814	638,922	
換算計	23,988	43,985	111,467	361,641		541,081
21年度	28,721	82,127	173,924	627,148		911,920
20年度	13,853	40,881	107,927	409,794		572,455
19年度	262	70,092	162,287	585,103		817,744

工場数(非組合員含む)

仙台 2社 清水 1社 神戸 4社 福岡 5社 6工場

計 12社 13工場

2. みかん缶詰輸入動向

みかん缶詰の輸入状況（H.23年8月）

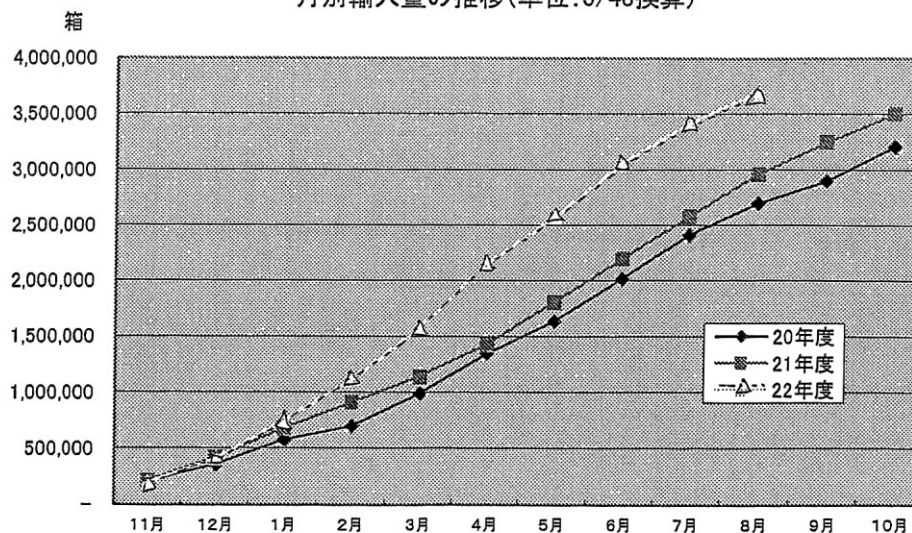
—271千箱（5/48換算、前年比81%）—

平成23年8月の財務省通関統計によるとミカン缶詰の輸入数量は271千箱（前年対比80.9%）となっている。

平成22年度輸入数量（単位：5/48換算）

年 月	中 国	スペイン		前年同時期		
				中 国	スペイン	
22/11	197,904	1,484	199,388	215,652	2,114	217,766
12	209,427	4,606	214,033	198,244	2,978	201,222
23/ 1	332,157	2,381	334,538	259,321	1,609	260,930
2	364,325	6,171	370,496	223,584	5,933	229,517
3	456,373	4,276	460,649	230,419	4,472	234,891
4	573,251	7,236	580,487	282,247	3,985	286,232
5	409,398	9,866	419,264	369,281	7,430	376,711
6	482,490	10,667	493,157	378,670	12,389	391,059
7	349,246	1,685	350,931	420,703	2,107	422,810
8	270,939	4,381	275,320	337,152	2,813	339,965
9			—	283,583	2,783	286,366
10			—	249,035	3,965	253,000
累 計	3,645,510	52,753	3,698,263	3,447,891	52,578	3,500,469
前年対比 %	125.0%	115.1%	124.9%			

月別輸入量の推移（単位：5/48換算）



3. みかん缶詰の国内供給量の推移

みかん缶詰の国内供給量の推移

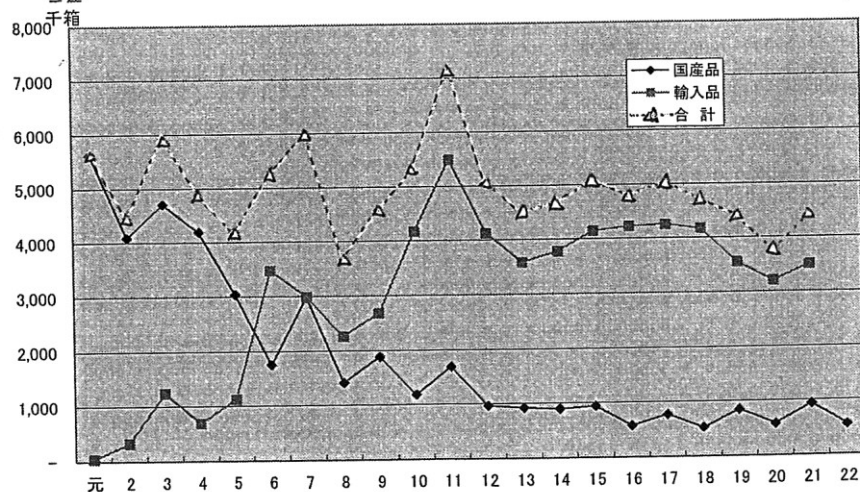
単位: 5号缶×48缶

年度	供給量			供給比率	
	国産品	輸入品	計	国産品	輸入品
	千匁	千匁	千匁	%	%
平成 1	5,632	38	5,670	99.3	0.7
2	4,093	332	4,425	92.5	7.5
3	4,715	1,240	5,955	79.2	20.8
4	4,200	689	4,889	85.9	14.1
5	3,040	1,128	4,168	72.9	27.1
6	1,755	3,474	5,229	33.6	66.4
7	2,984	2,994	5,978	50.0	50.0
8	1,415	2,264	3,679	38.5	61.5
9	1,885	2,679	4,564	41.3	58.7
10	1,184	4,168	5,352	22.1	77.9
11	1,692	5,498	7,190	23.5	76.5
12	967	4,128	5,095	19.0	81.0
13	923	3,592	4,515	20.4	79.6
14	900	3,781	4,681	19.2	80.8
15	943	4,156	5,099	18.5	81.5
16	580	4,235	4,815	12.0	88.0
17	773	4,262	5,035	15.4	84.6
18	530	4,177	4,707	11.3	88.7
19	847	3,556	4,403	19.2	80.8
20	581	3,207	3,788	15.3	84.7
21	938	3,499	4,437	21.1	78.9
22	557	3,698			

注) 数量中にはホール品、ブローケン品等を含む。

輸入品は11月から翌年10月までの累計(財務省通関統計)

平成22年度の輸入品は22年11月から23年8月の累計



4. 平成21年産みかん缶詰在庫状況

平成22年産みかん缶詰在庫状況

(平成23年7月末在庫調査)単位: 千箱

缶型入数	年度	製造数	在庫数	出荷率	在庫率	左のうち 預かり率	未販売率
		千箱	千箱	%	%	%	%
1/06	22	166	94	44	56	36	20
	21	277	129	53	47	28	19
	20	133	50	62	38	27	11
2/24	22	30	17	42	58	46	12
	21	64	48	25	75	48	27
	20	41	14	66	34	24	10
M3/24	22	57	11	81	19	19	—
	21	71	14	80	20	20	—
	20	33	5	86	14	14	—
4/24	22	282	115	61	39	37	2
	21	478	228	53	47	42	5
	20	347	103	70	30	27	3
5/24	22	107	18	84	16	8	8
	21	169	67	60	40	29	11
	20	151	68	55	45	35	10
その他	22	7	4	43	57	32	22
	21	10	5	50	50	25	25
	20	5	5	—	100	87	13
実箱数	22	649	258	60	40	33	7
	21	1,069	490	54	46	35	11
	20	710	245	65	35	28	7
換算計	22	541	240	56	44	34	10
	21	912	437	51	48	35	13
	20	571	195	66	34	27	7

※製造数はホール品(丸缶)数である。

5/48は5/24に含む。

2011年度 (社)日本加工食品卸協会の環境自主行動計画に ついての調査票提出の内容骨子(2010.4~2011.3)

(提出先：農林水産省食品産業環境対策室)

ー環境数値算定標準化協議会・環境問題対応WGー

* 社団法人 日本加工食品卸協会の会員数 正会員 141名
(平成23年3月末現在)

I. 温暖化対策(CO₂排出抑制対策)

① 特定荷主(輸配送部門)

- ・ フォローアップに参加している会員卸数及び売上高(倉出売上高他)
12社 68,090億円
- ・ フォローアップカバー数 正会員の8.5%(12社/141社)
(旭食品・伊藤忠食品・加藤産業・国分・日本アクセス・日本酒類販売・マルイチ産商・三井食品・明治屋商事・ヤマエ久野・菱食・リョーショクリカー)

② 特定事業者(事業場部門)

- ・ フォローアップに参加している会員卸数及び使用面積(延床)
17社 4,342,886㎡
- ・ フォローアップカバー数 正会員の12.1%(17社/141社)
(旭食品・伊藤忠食品・加藤産業・関東国分・国分・佐藤・昭和・トーカン・日本アクセス・菱食・日本酒類販売・藤徳物産・マルイチ産商・三井食品・明治屋商事・ヤマエ久野・ユアサフナショク)

1. 自主行動計画における目標

各企業活動に伴うエネルギー消費量・原単位を基準年度2006年度に対し、2011年度に於いて事業所毎に95%の水準にすることを目標とする。

2. 目標達成のための取り組み

(特定荷主)

- ・ 着荷主との取引慣行の見直し
- ・ 物流センターの統廃合
- ・ 配送委託先ドライバーに対するエコドライブの啓発・推進
- ・ 積載効率良化のための配送頻度の見直し
- ・ 燃費改善取組のための運行指導の継続実施
- ・ 配送効率向上につながる業務改革の継続
- ・ 配送の効率化を目指して同業他社に対する共同配送の提案と実施

(特定事業者)

- ・「管理基準」の運用徹底
- ・使用エネルギーの見える化推進
- ・デマンド管理システムの導入
- ・窓ガラスへの遮光フィルムの導入
- ・OA機器、照明器具等の省エネ機器への変更
- ・パソコンの省電力設定、離席時のノートパソコンの蓋締め
- ・空調の効率運転、設定温度の調整
- ・10年以上経過した空調機器の更新
- ・不要時間照明消灯の徹底やエレベーターの使用削減
- ・クールビズの導入
- ・ボイラーのエネルギー転換（A重油⇒都市ガス）

3. エネルギー消費量・CO₂排出量の実績

* (特定荷主)

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年度
・生産高 (倉出売上高他)	55,546億円	65,355億円	66,385億円	66,079億円	68,090億円
・エネルギー消費量 (原油換算kl)	130,200kl	142,576kl	137,952kl	134,726kl	138,517kl
・エネルギー消費量原単位 (原油換算／億円)	2.34	2.18	2.08	2.04	2.03
・CO ₂ 排出量 (t-co ₂)	345,786	378,371	366,226	357,592	367,240
・CO ₂ 排出原単位 (t-co ₂ ／億円)	6.23	5.79	5.51	5.41	5.39

* (特定事業者)

2008年度は参考数値として以下の10社の環境数値を算定

エネルギー消費量（原油換算kl）138,167kl・CO₂排出量 278,462(t-CO₂)

（旭食品・伊藤忠食品・加藤産業・国分・日本アクセス・日本酒類販売・三井食品・明治屋商事・菱食・リョーショクリカー）

	2008年度	2009年度	2010年度
・使用面積	—	4,400,240m ²	4,342,886m ²
・エネルギー消費量（原油換算kl）	138,167kl	137,347kl	145,547kl
・エネルギー消費量原単位%（原油換算／使用面積）		3.120	3.350
・CO ₂ 排出量（t-CO ₂ ）	278,462	240,827	234,904
・調整後CO ₂ 排出量		205,027	205,179
・CO ₂ 排出原単位（t-CO ₂ ／使用面積）		0.0547	0.0541
・調整後CO ₂ 排出原単位	—	0.0466	0.0472

【2010年度の排出量増減の理由】

(特定荷主)

- ・2010年度における加工食品卸売業界は取扱商品の単価の下落傾向が継続し、取扱高の伸び以上に物量が伸びたため、輸配送の回数と配送距離が増加した。また夏季の猛暑の影響から重

量の重い飲料水の取り扱いが増加し、エアコン稼動時間が大きく伸びて燃料使用量が増えた。更には東日本大震災の影響から移送距離が増加してエネルギー使用量が増加した。こうしたマイナス要素が多い年度ではあったが不採算取引の是正と内部コストの圧縮等により体質改善に取り組み、量から質への転換を加速させ、エネルギー消費量及びCO₂排出量は増加したが、エネルギー消費量原単位及びCO₂排出原単位においては改善値をキープした。

(特定事業者)

- ・ 猛暑の影響もあり2009年度対比で使用面積は減少するもエネルギー消費量、原単位ともに悪化する。

4. クレジット等の活用状況と今後の予定

- ・ 自主行動計画に参画している事業者のうち1社は、2009年～2012年オフセットクレジット制度 J-VERに基づいた温室効果ガス吸収プロジェクトにより1000t強のCO₂クレジットを創出する計画を進めている。

5. 森林吸収に関して

- ・ 自主行動計画に参画している事業者のうち1社は、関係者が保有する三重県松阪市の山林をJ-VERの間伐促進型プロジェクトとして認証を受け手入れを進めています。その山林は、森林吸収の観点だけではなく生物多様性の面も考慮に入れて管理を行っています。

II. 廃棄物対策

1. 自主行動計画における目標

事業所毎に発生する廃棄物の発生量を抑制して、減量化し、一層の再資源化を進めて、排出物の削減に努める。

2. 目標達成のための主要な取り組み

- ・ 事務消耗品の廃棄物（特に書類）の発生を極力抑制
 - ・ コピー紙の両面印刷及び縮小使用による使用量の削減、書類の裏面再活用や社内封筒の複数活用の推進
 - ・ 電子化による紙類の使用減を図る
 - ・ 分別収集による資源リサイクルの推進
 - ・ 過剰梱包材・配送資材の廃止依頼
 - ・ 流通管理による商品の不良化防止と廃棄処分の減量化
 - ・ 「食品リサイクル法」のリサイクル率達成に向けて廃棄物管理の徹底
- ① 電子マニュファスツ化による「見える化」促進
 - ② 廃棄物処理ルートの見直し

3. 2010年度に実施した廃棄物対策の事例、効果

- ・ 2007年度に弊協会が作成した「改正食品リサイクル法への対応ガイドライン」「産業廃棄物の処理について」の改訂版を活用した啓蒙・普及活動

4. 廃棄物・再資源化量の実績

【廃棄物排出量】

① O A用紙使用量数値提出企業 7社 合計

2007年度実績 870.9t

2008年度実績 984.7t

2009年度実績 831.6t

2010年度実績 940.3t

(伊藤忠食品・加藤産業・国分・三井食品・明治屋商事・ヤマエ久野・菱食)

② 食品廃棄物排出量と再資源化量及び再資源化率提出企業 7社 合計

	(排出量)	(再資源量)	(再資源化率)
2009年度実績	1,358t	639t	47.0%
2010年度実績	1,384t	784t	56.6%

(加藤産業・国分・日本アクセス・トークン・藤徳物産・マルイチ産商・菱食)

以 上

第4回 全国事務局会議開催

—11月11日—

平成23年11月11日（金）日暮里にあるホテルラングウッドに於いて第4回目となる全国事務局会議を開催した。

当日は全国9支部の事務局全員が定刻12時30分に集合して、昼食後早速議事に入った。

最初に本部事務局から支部総会における資料の統一化について説明し協力を求めた。また公益法人制度改革に伴う会計制度の変更について支部から本部への資料提出日と内容について確認を行った。

ついで11月8日に行われた理事会の内容について報告。

その後本部活動に対する各支部からの要望事項や各支部の活動報告等を行い閉会とした。終了後は、例年のように当日同会場で行われた関東支部経営実務研修会に合流していただいた。



全国事務局会議 会場

日食協仕様「長期休暇配送体制確認書」ご活用お願いの件

－物流問題研究会－

前略 平素より日食協の活動にご協力をいただき、厚く御礼申し上げます。

さて、かねてより賛助会員各位から、年末・年始やG・W、またお盆休み等、メーカー側の長期にわたる休業時の配送に関して、卸側からの書式の異なった問合せに対して、大変苦慮されているとの申し出を受け、この度、私ども物流問題研究会が検討を重ね添付致しました「長期休暇配送体制確認書」を作成いたしました。

会員卸の物流担当者から状況を聞き取り、汎用度の高い書込み用紙を作成いたしましたので、今後は日食協標準フォーマットとしてご活用いただき、少しでも皆様方の負担の軽減に繋がれば幸甚に存じます。

宜しくご活用のほどをお願い致します。

尚、この標準フォーマットは、日食協のHP (homepage3.nifty.com/nsk-nhk) の資料室からダウンロードできます。

草々

お取引様各位

2011年XX月XX日
〇〇〇〇株式会社

長期休暇配送体制 確認の件

拝啓 貴社益々ご清栄の事とお慶び申し上げます。
平素は格段のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。
さて、表題の件に付き、貴社の営業及び配送予定を確認させていただきたく
下記調査表にご記入の上、FAXにて返信頂きます様お願い申し上げます。

敬具

貴社名

TEL

ご担当部署・ご担当者様

FAX

日付	8月									
	9 火	10 水	11 木	12 金	13 土	14 日	15 月	16 火	17 水	18 木
営業日										
ご発注										
お届け日 特車										
備考										

<記入例>

日付	8月									
	9 火	10 水	11 木	12 金	13 土	14 日	15 月	16 火	17 水	18 木
営業日	○	×	×	×	×	×	×	×	×	
ご発注	○	○	○	×	×	×	×	×	○	○
お届け日 特車	◎	◎	◎	8/17 特車	×	×	×	×	8/19	8/20

- 「営業日」欄には、貴社営業日は「○」休業日は「×」を入力願います。
- 「ご発注」と「お届け日」の関係がわかるように○を矢印で結んで下さい。
- 「お届け日」欄には、受注締めでご発注させていただいた場合の納品日を記入していただいても結構です。
- 「特車」欄には、特車による対応が可能な場合のみ「特車」と備考に数量を入力願います。

★8/1迄にご返信頂きますようお願い申し上げます。

★貴社フォーマットの場合も、右記担当者へ送信願います。

〇〇〇〇株式会社
〇〇支社〇〇部
担当
TEL
FAX

〇〇〇〇
000-0000-0000
000-0000-0000

業界における節電への取り組み

ー環境数値算定標準化協議会・環境問題対応W・Gー

東日本大震災が起きた3月11日以降、原子力エネルギーが充分機能しない状況の中で5月に政府から不測の事態を防ぐため東京電力管内、東北電力管内、そして6月には関西電力管内とまさに日本中でドミノ倒しのように節電を求められ、企業、家庭ともに15%の節電が求められました。

特に契約電力が500KWhの「大口需要家」は「電気事業法27条に基づく使用制限」の対象となり、数値が達成できない場合は、罰則が適用され、事業所名の公表と罰金の対象になります。弊協会の調査によると両管内における対象拠点は4企業24拠点が存在しました。

これらを踏まえて弊協会としては「節電の15%削減の自主行動計画」を策定し、5月から10月までの期間、特定事業者指定された15企業合計の電力使用量の結果をHPで公表することとしました。

また大口契約物流拠点については食のライフライン維持のため、農林水産省、経済産業省と粘り強く交渉を行い、定温・冷蔵設備を持つ4企業11拠点については社会的重要性の高い産業分野と並んで特例措置が講じられ15%節電のところを10%免責され5%の節電目標となりました。卸物流の供給先が広範に渡り国民生活を支えるために極めて重要であると行政が認識した結果でありました。

電力使用量の結果は、表のごとく使用率の高い、8月、9月がいずれも15%削減の目標をクリアしたことから5月から9月までの累計においても目標を達成して着地することができました。業界の底力を感じたところです。省エネ イコール 省コストでもありますので、この夏の節電の成果を活用してより業界の競争力を強化していくことにつなげたいものです。

【社】日本加工食品卸協会 特定事業者 電力総使用量報告書

(対象企業:旭食品・伊藤忠食品・加藤産業・関東国分・国分・佐藤・昭和・トーカン・日本アクセス
・日本酒類販売・マルイチ産商・三井食品・三菱食品・明治屋商事・ユアサフナショク 以上15企業)

電力会社	東京電力電力使用量(Kwh)		実績値	東北電力電力使用量(Kwh)		実績値	合計使用量(Kwh)		実績値
年／月	目標	実績	目標値	目標	実績	目標値	目標	実績	目標値
2011／05	12,440,029	13,754,430	110.6%	2,263,732	2,382,245	105.2%	14,703,761	16,136,675	109.7%
累計	12,440,029	13,754,430	110.6%	2,263,732	2,382,245	105.2%	14,703,761	16,136,675	109.7%
2011／06	14,977,854	15,657,355	104.5%	2,444,584	2,622,521	107.3%	17,422,438	18,279,876	104.9%
累計	27,417,883	29,411,785	107.3%	4,708,316	5,004,766	106.3%	32,126,199	34,416,551	107.1%
2011／07	17,767,216	18,288,558	102.9%	2,828,883	3,079,675	108.9%	20,596,099	21,368,233	103.7%
累計	45,185,099	47,700,343	105.6%	7,537,199	8,084,441	107.3%	52,722,298	55,784,784	105.8%
2011／08	20,166,725	19,415,843	96.3%	3,423,174	3,319,647	97.0%	23,589,899	22,735,490	96.4%
累計	65,351,824	67,116,186	102.7%	10,960,373	11,404,088	104.0%	76,312,197	78,520,274	102.9%
2011／09	21,922,249	18,750,631	85.5%	3,494,218	3,210,001	91.9%	25,416,467	21,960,632	86.4%
累計	87,274,073	85,866,817	98.4%	14,454,591	14,614,089	101.1%	101,728,664	100,480,906	98.8%

※目標値は 前年度使用量の85%に設定致しておりますが、一部の制限緩和拠点は前年度使用量95%にて設定しております。

9月 9日をもって、電力制限令が解除されましたので、この報告書は9月までと致します。

支部活動

東北支部定時総会・経営実務研修会を開催

－10月14日－

10月14日（金）東北支部は、定時総会と経営実務研修会を仙台市青葉区にある勝山館で開催した。

3月11日の東日本大震災の影響から被災地ということもあり今年の総会は開催が危ぶまれたが、例年秋に開催している経営実務研修会と同時に開催することになった。

当日は、15時30分から降幡 進氏（国分(株)）の司会進行で始まり、冒頭、東北支部長の堀内琢夫氏（丸大堀内(株)）が開会の挨拶を行い、東日本大震災についての卸業界の対応等について述べた。

定足数の確認を行った後、早速議案の審議に入り、第1号議案 平成22年度事業報告及び決算報告 第2号議案 平成23年度事業計画及び予算について審議し全て原案通り承認され定時総会は終了した。

その後、賛助会員も合流して経営実務研修会が行われた。

降幡 進氏（国分(株)）の司会進行で、最初に東北支部長の堀内琢夫氏（丸大堀内(株)）が開会の挨拶を行い、ついで奥山専務理事が日食協の事業活動を報告した。

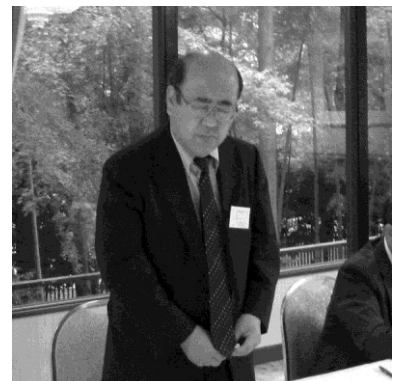
その中で特に、東日本大震災後の被災地の復興についてふれ、堀内支部長が行政に対して直接被災地の現状と適切な復興策について提言され、具体的に実現した内容を述べた。

その後講演会に入り、東洋大学経営学部 教授（財）流通経済研究所 客員主任研究員 菊池宏之氏が「流通環境の変化と中間流通業の戦略課題」と題して講演された。

その中で特に変質し縮小化する食を取り巻く環境として、今後食品市場の縮小金額の予測として毎年年間約4千807億円の売り上げ高が消滅すると予測し、流通業界が取り組むべき対応の方向性について述べられた。

卸売業が担う中間流通機能の整理としては、個別の機能単体での対応から、機能の総合化を前提とした販売先顧客の問題解決型への転換が必要と強調された。

講演終了後、懇親会に移り、開会の挨拶を横尾幸雄氏（山形丸魚(株)）が行い、中締めを小川真二氏（ネスレ日本(株)）が行って閉会とした。



東北支部総会
堀内支部長 開会ご挨拶



東北支部 経営実務研修会

第48回 関東支部商品研修会開催「カップヌードルミュージアム」見学

－10月21日－

平成23年10月21日（金）日本加工食品卸協会関東支部流通業務委員会主催の第48回商品研修会を開催した。

今回は9月17日にオープンし、既に入館者が10万人を突破した話題の日清食品（株）の「カップヌードルミュージアム（正式名称：安藤百福発明記念館）」とビールのおいしさを体感し環境にやさしく省エネ・省資源に取り組むビール工場としてキリンビール横浜工場を見学した。

当日は関東支部会員卸8企業22名、事務局2名が定刻8時半に三越日本橋本店横に集合してバスに乗車し、最初の訪問先「カップヌードルミュージアム」に向かった。



キリン横浜ビアビレッジ研修

交通渋滞もなく到着予定時間よりも早く横浜市中区新港にある「カップヌードルミュージアム」に到着、早速（株）日清食品営業本部東京営業部横浜営業所 山田健二様と安藤百福発明記念館 カップヌードルミュージアム 事務局次長 井上和久様のご挨拶をいただき、ついで館長の筒井之隆様から発明館の概要についてご説明をいただいた。

この発明館は敷地面積4,000㎡、延べ床面積10,000㎡の規模で、総合プロデュースした佐藤可士和氏は、安藤百福氏の卓越した「発想力」「ベンチャーマインド」「クリエイティブシンキング＝創造的思考」をコンセプトに捉え、インスタントラーメンにまつわる様々な展示や体験などを通じ、発明や発見の大切さを楽しみながら学べる体験型の食育施設としてデザインした。全体的に白と赤のシンプルな統一されたデザインで、特に入館すると広い入り口の階段アプローチと高い吹き抜けに圧倒された。

参加者は、童心に返って世界に1つしかない「チキンラーメン」や「カップヌードル」作りを体感し、また「ワールド麺ロード」では安藤百福氏が麺のルーツを探る旅「麺ロード」で出会った8ヶ国の麺を味わうこともでき充実した内容の研修会であった。



日清食品「CUPNOODLES MUSEUM」研修

午後は、発明館からバスで25分ほどの横浜市鶴見区生麦にあるキリンビール横浜工場に向かった。

到着後、早速見学コースのしたがって、①製麦（麦芽づくり） ②仕込み（ホップの香りと苦味づくり） ③発酵（アルコールと炭酸ガス） ④貯蔵（熟成させる） ⑤ろ過（特有の透明

感をつくる) ⑥缶・びん・樽詰め・印字検査のビール製造の各工程を映像や展示物等を含めて研修した。

最後に、廃棄物ゼロへの取り組みを行っている環境問題について排出されるものと生まれ変わっているものなどについて詳しくご説明をいただいた。その後、ゲストルームにおいて家庭でおいしくいただく注ぎ方等の説明を聞きながら出来たてビールの試飲を楽しんだ。

日清食品「CUPNOODLES
MUSEUM」研修



近畿支部 共催で第7回実務研修会開催

—10月22日 近畿支部・大阪府食品卸同業会—

平成23年11月22日(火)近畿支部は、大阪府食品卸同業会との共催で第7回実務研修会を大阪市の太閤園で開催し200人が参加した。

同会は会員、賛助会員のレベルアップを図るための勉強会。会の冒頭、大阪府食品卸同業会副会長の濱 俊一氏(サンヨー堂(株))は「春の大震災、秋の大雨・台風で日本中が被災し、自然の驚異と人間の無力さを痛感したが、食品は重要なライフラインと再認識されたのではないか。食品に従事するものは基本に忠実で、地に足を着け地道にコツコツ積み重ねることが大切」と挨拶した。

研修会では、辻井啓作氏(ともえ産業情報代表取締役)が「卸売業の営業力強化のポイント“リテールサポート活動の効果的な進め方”」をテーマに講演し、卸売業とは何か、RSのイロハなどについて、懇切丁寧に解説した。



近畿支部 実務研修会 会場

東海支部 共催で第4回セミナー開催

－10月25日 東海支部・中食連－

平成23年10月25日（火）東海支部は、中部食料品問屋連盟と共催で「第4回セミナー」を名古屋市内で開催し、約100名が参加した。開催にあたり中食連常任理事の西山 徹氏（西山商事(株)）が「東日本大震災から7ヶ月が経過、地震被害やその後の放射能問題の対応で多くの労力を必要とした。セミナーは2部構成として、第一部では関心を集める名古屋市の震災対策について、特に液状化現象や水害への備え等を解説。第二部では伊賀のモクモクファームの木村社長理事による貿易自由化を見据えた農業のあり方の講演を行う。いずれも注目を集めているタイムリーな話題である」と挨拶した。

第一部では名古屋市消防局防災部防災室主査の佐藤圭治消防司令を招き「名古屋市の震災対策～“2連動地震と市内の液状化現象について”」のテーマで説明会を行い、阪神大震災の概要を説明、東海・東南海地震での被害予想とその備えなどを解説。特に液状化現象や河川の氾濫については参加者の高い関心を集めた。

第二部は農事組合法人伊賀の里モクモク手作りファーム・木村 修社長理事を講師に「貿易自由化を見据え、生産から加工販売まで稼げる農業を追及」の題目で講演。農業の6次産業化に向けての事業活動やその成果などを解説した。

関東支部 経営実務研修会開催

－11月11日－

11月11日（金）関東支部の経営実務研究会が日暮里のホテルラングウッドで開催された。

当日は山本忠司氏（国分(株)）の司会進行で、最初に関東支部長の田中茂治氏（(株)日本アクセス）が、公正取引委員会が先頃公表したメーカーと卸間の取引実態調査結果に言及し、次のように開会の挨拶を述べ、業界として厳粛に受け止めていくことを関係各位に求めた。「業界の常識が世間の非常識という部分がある。我々卸はコンプライアンス問題をよく認識し、足元を固め直さなければならない」

ついで、奥山則康専務理事が日食協の事業活動報告として、11月8日に開催された理事会で公正取引委員会の幹部が概要説明を行ったことを報告し、法令違反の未然防止に向けて、協会として会員卸へ周知徹底を図るとともに、現場認識の強化に向けた活動を推進する考えを述べた。

続いて、講演の部に入り、日本スーパーマーケット協会 専務理事 大塚 明氏が同協会がスーパーマーケットの近未来像として取りまとめた「シナリオ2020」について紹介し、今後



開会の挨拶をする関東支部長
田中茂治氏

10年間でスーパーマーケットを取り巻く環境がどのように変化するか、それに伴い運営方法や経営がどう変貌していくべきか等について講演された。

その中で今日のスーパーマーケットが抱える課題の1つとして「建値制度に基づく不透明な取引慣行」を揚げ、今年の5月に正式発足した正・配・販連携協議会による透明性の高い取引制度構築に強い期待感を述べられた。



講演する日本スーパーマーケット協会
専務理事 大塚 明氏



関東支部経営実務研修会 会場

終了後懇親会に移り、大澤偉弘氏（伊藤忠食品(株)）の司会で、関東支部流通業務委員長の大河内 茂氏（(株)升喜）が開宴と乾杯の挨拶を行い、中締めを篠倉 猛氏（国分(株)）が行って閉会とした。以下に「シナリオ2020」（要約版）を掲載する。



懇親会で挨拶する
関東支部流通業務委員長
大河内 茂氏

～2020年のスーパーマーケット業界の課題と展望～

シナリオ2020

(要約版)



東日本大震災から9年後の2020年3月11日(水)、スーパーマーケットQ社は、ドミナント地区の旧R店を建て替え、2020年代のプロトタイプストアとなる新R店を開店した。

同店の商圏内では、この10年間で人口減少と高齢化が進行し、小中学校の集約が進むとともに、ケア付きマンションなどが次々に建ち、それら施設に転居したため、全く店に来なくなる高齢者も近年とくに増加した。だが、その一方、高齢者が転居したあとの住居には、働き盛りの子供世帯が移ってきたところもあるし、より若い世代のためのマンションもいくつかできた。

新R店は、そのようなコミュニティの中心的な機能を果たすべく、新たな環境技術、情報通信技術、防災技術などを積極的に取り入れて開発された新店である。

2011年6月



日本スーパーマーケット協会

「シナリオ2020（要約版）」発行にあたって

この度の東日本大震災の被災地の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。
そして災害からの復旧に従事なさっておいでメーカー様、卸売業様、そして小売業各社の方々に敬意を表するとともに、一日も早い被災地の復興をお祈り申し上げます。

私ども日本スーパーマーケット協会は、わが国の食料品流通の近代化・合理化の推進と、より豊かな国民生活の実現に寄与することを目的に、1999年に設立され、一昨年7月に創立10周年を迎えました。これもひとえに通常会員ならびに賛助会員、関係者の皆様のご支援の賜物と厚くお礼申し上げます。

スーパーマーケットが日本で産声をあげて、60年。前半の30年間は、セルフサービスやワンストップショッピングなど、欧米発のチェーンストア理論に基づいて小売流通システムを構築とするという明確な課題があり、進路も十分見えていました。後半の30年についても、POSデータ活用、ミール・ソリューションなど、取り組むべき課題が次々と示されました。しかし、今日、日本のスーパーマーケットには、もはや依拠できる手本や既存の理論はなく、自ら課題や進路を模索し、各社がそれぞれ新たな地平を開くべく邁進しなければならない時代に突入したと考えます。

そこで日本スーパーマーケット協会では、創立10周年を記念して「10年後のスーパーマーケットのあり方研究会」を発足させ、今後10年間でスーパーマーケットを取り巻く環境がどのように変化するか、それに伴い運営方法や経営がどう変貌していくべきかについて、ほぼ1年間を費やして議論を重ね、アンケート調査や企業事例の研究などを実施してまいりました。そしてこの度、一連の検討の成果を「シナリオ2020」としてまとめる運びとなりました。

この「シナリオ2020（要約版）」は、そのポイントを広くご案内するため、図やイラストを多数盛り込み、わかりやすくまとめたものです。スーパーマーケット業界および関連業界の皆さまが、将来を検討するにあたっての一助になれば、このうえない幸いとするところです。

しかしここに示し得たのは、10年後のスーパーマーケットのあり方の一つの可能性、あるいはビジョンに過ぎません。

そこで当協会では、今後、将来のスーパーマーケットのあり方をより具体的に検討するため、「環境技術導入」、「情報通信技術導入」、「新業態・新サービス・新事業開発」などの研究会を新たに設置し、また、常設の委員会を通して各種の法制度などへの対応策を検討し続けてまいりたいと考えております。

最後になりますが、ご多忙にもかかわらず、この度の検討に積極的に参加してくださった上記研究会のメンバー、アンケート調査にご協力頂きました新日本スーパーマーケット協会会員、オール日本スーパーマーケット協会会員、本協会通常会員および賛助会員、そして専門家各位、さらに調査研究を鋭意おすすめて頂いた研究者、流通経済研究所のメンバーに心よりお礼申し上げます次第です。

2011年6月30日

日本スーパーマーケット協会
会 長 川 野 幸 夫

2010年代の総人口、人口構造の変化

今後、人口が本格的に減少し始め、高齢化のレベルもさらに高まる。すでに周知のところだが、スーパーマーケット（以下、SM）業界にとって、最大かつ長期に続く経営環境の変化であるから、その意味合いを繰り返し認識しよう。

35年後の2046年には総人口が1億人を切るという予想であるが、われわれが検討する2010年代に限ってみると、人口の変化は、まず次のように捉えておくのがよいだろう。

- 総人口の減少(率)は▲444万人(▲3.5%)で、まだそれほど大きなものではない。
- 年齢3区分別に見ると、以下のようなことになり、高齢化が大きく進む。
 - －年少人口は、1,648万人から1,320万人へ、▲328万人(▲19.9%)のほぼ2割減。
 - －生産年齢人口は、8,129万人から7,364万人へ、▲765万人(▲9.4%)のほぼ1割減。
 - －老年人口は、2,941万人から3,590万人へ、649万人(22.1%)の2割強の増加。
- また総人口の増減率は、沖縄県2.5%増に対して、秋田県は10.9%減と、地域差がかなり大きい。
- そしてこの2010年代、世帯類型構造の変化も更に進むことになる。
 - －単身世帯の構成比は、2010年の31.2%から2020年の34.2%に上昇。
 - －しかも20代、30代の単身世帯は減少し、高齢の単身世帯が増加する。
 - －他方、「夫婦と子」という典型的なファミリーの構成比は、2010年の27.3%から2020年の24.6%へ、4分の1を切るレベルに低下する。

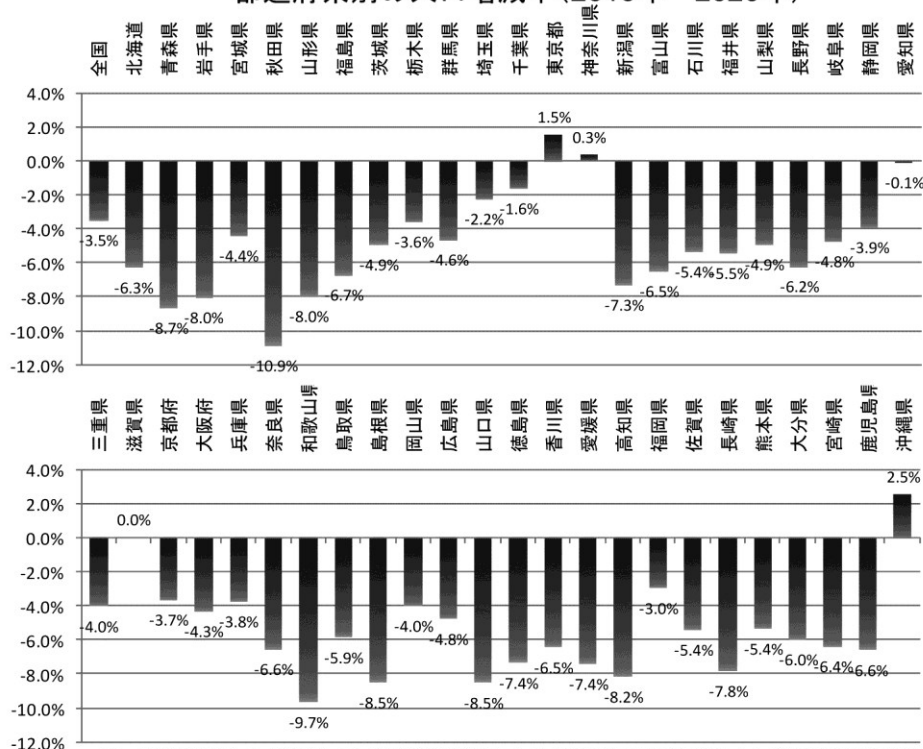
人口減少・高齢化、それに伴う人々の暮らし方の変化にどう対応するかがSM業界のきわめて大きな課題になる。

年齢3区分別の将来推計人口(2010－2020年)

	人口(万人)			構成比			2000年比増減率	
	2010年	2015年	2020年	2010年	2015年	2020年	2015年	2020年
総人口	12,718	12,543	12,273	100.0%	100.0%	100.0%	-1.4%	-3.5%
年少人口(0～14歳)	1,648	1,484	1,320	13.0%	11.8%	10.8%	-9.9%	-19.9%
生産年齢人口(15～64歳)	8,129	7,681	7,364	63.9%	61.2%	60.0%	-5.5%	-9.4%
老年人口(65才以上)	2,941	3,378	3,590	23.1%	26.9%	29.2%	14.9%	22.1%

データ出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来人口推計」(06年12月、出生中位・死亡中位推計)

都道府県別の人口増減率(2010年－2020年)



データ出所：国立社会保障・人口問題研究所『日本の都道府県別将来推計人口』(2007年5月推計)

2010年代の重要な経営環境の変化と展望

しかも2010年代は、前半と後半で、様相がかなり大きく変わると見ておくことが必要である。それを含めてSM業界にとって重要だと考えられる2010年代の環境変化を以下のように捉えておこう。

●2010年代は、前半と後半で様相が変わる

- ー2010年代前半は、後期高齢者も増えるが、2012年から、団塊の世代が65歳を越えることにより前期高齢者が増加する。
 - ・増加する前期高齢者の内食需要を捉え、他方、若年層も逃さないことが重要。
- ー2015年は、日本の総世帯数、また首都圏人口がピークアウトし、制度面でも様々な変化が想定される転換点だと捉えておきたい。
 - ・したがって、前半のうちにこうした変化を見据え、対応の準備を進めることが必要。
- ー2010年代後半は、前期高齢者も減少し始め、後期高齢者だけが增加するディープな高齢社会になる。
 - ・店まで歩いて来られなくなる高齢層が増加。サービスを付加した売り方が必要に。
 - ・買物弱者問題の重要度がより高くなる。

●東日本大震災、福島第一原子力発電所事故からの復旧・復興

- ーすでに悪化している財政問題を抱えつつ、国民の力と知恵を結集し、復旧・復興を果たすことが必要。
- ー災害、有事に対応できる店舗、物流システムを構築することが、SM業界にとって重要な課題になる。

●世界的な経済・需給・貿易構造の変化

- ー発展途上国の経済が成長し、エネルギーや食料への需要が増加し、国際的な商品価格は上昇するが、人口が縮小する国内市場では小売価格を上げにくい状況が続く。
- ー経済連携協定などが各国・地域間で締結され、貿易構造も変化してゆく。
- ー日本の農業、食料の調達過程も大きく変わる。

●環境負荷削減要請

- ー原発事故により、日本は京都議定書による1990年比マイナス6%という目標を達成できなくなるとともに、エネルギー政策の抜本的な見直しが必要になる。
- ーSM業界も、節電に続いて、あらためて環境負荷削減を求められる。

●情報通信技術の進化と普及

- ースマートフォンや多機能端末の普及によって消費者とのコミュニケーションが変わり、流通が変わる。
 - ・多くの人がスマートフォンや多機能端末で新聞を読むようになるのに伴い、紙のチラシは、今以上に販促手段として機能しにくくなってゆく。
 - ・販促情報を、消費者がもつスマートフォンや多機能端末に配信することの重要性が高まる。
 - ・高齢層にも使いやすいタブレット型の多機能端末が普及することにより、無店舗販売事業、宅配事業が成長する。
- ー店舗まで光ファイバーが敷かれ、店内は無線LANという情報環境がSM業界でも標準になる。
 - ・店内のすべての機器、棚札などが無線LANでつながる。
 - ・またその無線LANを通じて、店内で消費者に様々な販促情報や商品情報を提供できるようになる。
- ー情報システムは、クラウドコンピューティング・サービスの利用が標準になる。
 - ・情報システムをいつ、どのように更新するかは、2010年代の重要課題。

2010年代は前半と後半で様相が変わる

東日本大震災・原発事故

世界的な需給・貿易構造の変化

情報通信の高度化

環境負荷削減要請

人口減少・高齢化

2010年代前半

団塊の世代が65歳を越え、前期高齢者が増加する時期

- 増加する前期高齢者の需要を捉える
- 合わせて他の消費者セグメントでも負けない
- 後半のよりディープな高齢社会に向けた準備を進める

転換点としての2015年

- 総世帯数ピークアウト
- 首都圏人口ピークアウト
- 国際会計基準強制適用
- 消費税率上昇の可能性
- 政府IT戦略本格化
 - ー 国民ID制
 - ー デジタル教科書
 - ー 医療情報化

2010年代後半

後期高齢者のみが増加するよりディープな高齢社会の到来

- 宅配事業が成長している
- ケア付きマンションチェーン等も台頭している
- サービスを付加した新たな商品提供方法の開発が必要

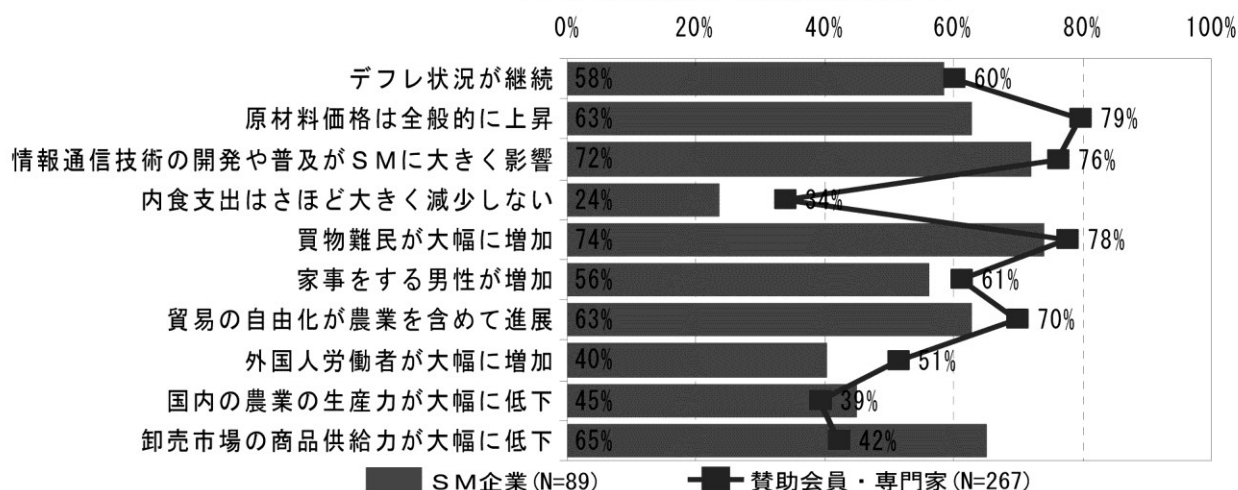
前期高齢者と後期高齢者の将来推計人口(2010-2020年)

		2010年	2015年	2020年
実数 (万人)	前期高齢者(65～74歳)	1,519	1,733	1,716
	後期高齢者(74才以上)	1,422	1,645	1,874
総人口 構成比	前期高齢者(65～74歳)	11.9%	13.8%	14.0%
	後期高齢者(74才以上)	11.2%	13.1%	15.3%
5年前比 増減率	前期高齢者(65～74歳)	8.0%	14.1%	-1.0%
	後期高齢者(74才以上)	22.6%	15.7%	13.9%

データ出所: 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来人口推計」(06年12月、出生中位・死亡中位推計)

2020年の経営環境に関する予想シナリオに対する肯定率

—(「大いにそう思う／そう思う」の回答率)—



注: アンケート調査の概要は裏表紙を参照。

2020年のスーパーマーケット業界の上位集中度はどうか

では、今から10年後の2020年、SM業界の構造はどのようになっているのだろうか。ここでは業界の上位集中化に関するいくつかの予想シナリオに対するSM企業および賛助会員・専門家の肯定率（「大いにそう思う」「そう思う」を合わせた割合）を見てみよう。

●SM企業89社の肯定率は、以下のようになっていた。

- －「SM業界でも上位集中化が大きく進展」は67%とほぼ3分の2に達した。
- －しかし「売上高1兆円超のSM企業が誕生」、「全国展開の広域SMチェーンが誕生」についてはそれぞれ42%、44%と半数にとどかない。
- －そして「ローカルSMが多くの地域で衰退」に対する肯定率はより低い30%。
- －「大手GMSグループのSMが台頭」も35%にとどまっている。
- －他方、「PB共同開発・NB共同仕入れグループが台頭」は71%に達している。

↓

まとめてみると、SM企業は、2020年までに、業界の上位集中度は高まるが、極端な寡占市場になるわけではないと見ていることになる。ローカルSMは地域市場への対応力を持ちつづけ、またPB共同開発・NB共同仕入れグループ等への参画により商品調達面でも競争力を維持・強化できるということだろう。

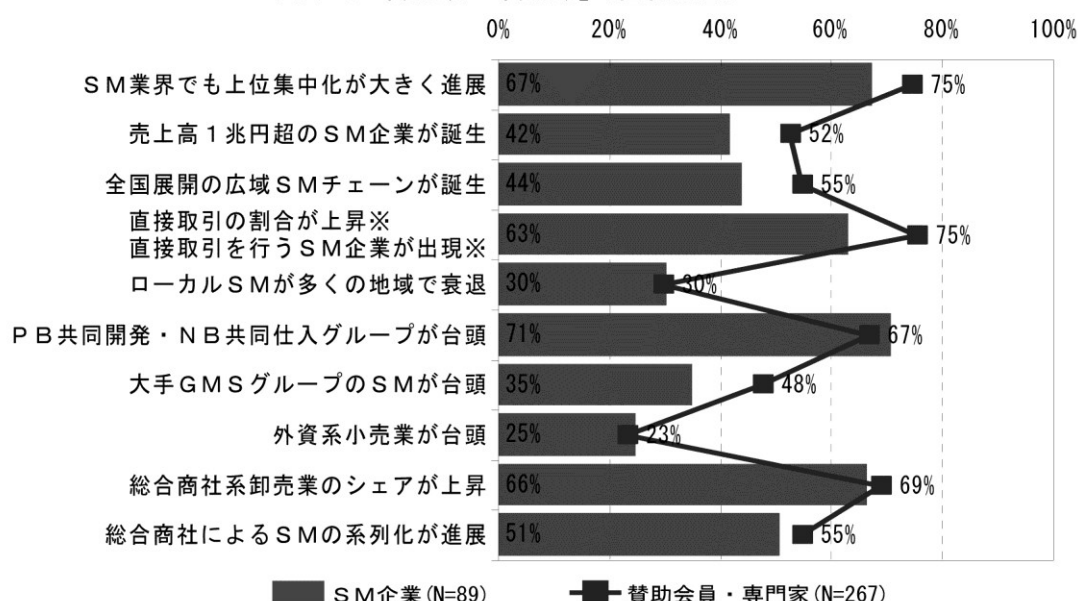
●賛助会員・専門家の肯定率は以下のようになっていた。

- －「SM業界でも上位集中化が大きく進展」は75%とほぼ4分の3に達した。
- －「売上高1兆円超のSM企業が誕生」、「全国展開の広域SMチェーンが誕生」、「大手GMSグループのSMが台頭」に関する肯定率が順に52%、55%、48%となっておりSM企業の同じ率より統計的に有意に高い。
- －しかし「ローカルSMが多くの地域で衰退」に対する肯定率は、SM企業と同率の30%とやはり低い。

↓

賛助会員・専門家は、4分の3がSM業界の上位集中化の進展を予想、半数程度が大手SM企業や大手GMSグループのSM企業のパワーアップを想定しているが、ローカルSMが多くの地域で衰退すると見ている割合は、SM企業同様の3割にとどまる。

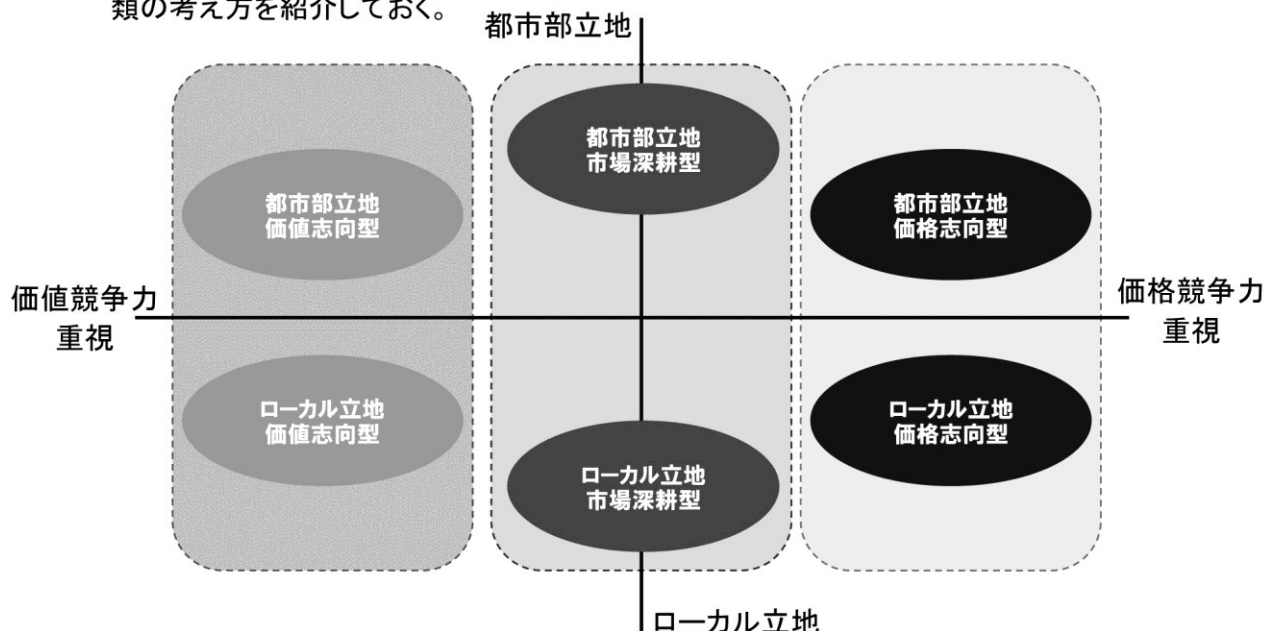
2020年のスーパーマーケット業界の状況に関する予想シナリオに対する肯定率
—（「大いにそう思う／そう思う」の回答割合）—



※「直接取引の割合が上昇」「直接取引を行うSM企業が出現」について
「直接取引の割合が上昇」はSM企業の質問項目、「直接取引を行うSM企業が出現」は賛助会員・専門家の質問項目である。
したがって、両者の回答割合を単純に比較することは適当ではない。

有力なスーパーマーケットの事例研究

すでに厳しさを増す今日の市場において、売上を伸ばし続け、3%を超える営業利益率を確保し続けるなど、相対的に高い経営成果を上げているSM企業が存在する。今回のプロジェクトでは、こうした企業を、下図のように2つの軸で、大きくは3タイプ、計6タイプに分類したうえ、11社の事例研究を行い、今後に向けた示唆抽出を行った。ここでは分類の考え方を紹介しておく。



事例研究の対象とした有力なスーパーマーケットのタイプ分類と概要

タイプ分類		企業 (本社所在地)	概要
価格志向型	ローカル立地 価格志向型	A社(北海道) B社(群馬)	セルフサービス業態においていつの時代も重要な価格競争力を重視するグループだが、ローカル市場立地のものは、坪当たり売上高が低いことを前提にローコスト・オペレーションを徹底する一方、都市部立地のものは、圧倒的に高い坪当たり売上高をとることにより、坪当たり販管費をかけても、結果として販管費率を下げ、強い価格競争力を発揮している。
	都市部立地 価格志向型	O社(東京)	
価値志向型	ローカル立地 価値志向型	Y○社(福島)	低価格路線とは一線を画し、人材教育を重視し、料理やメニューの提案やサービスで消費者の支持を集めるスーパーだが、これについても、高い坪当たり売上高がとれないローカル市場に立地するものと、都市部市場に立地するものでは、異なる損益構造を構築し、それぞれに新たな時代に挑戦しようとしている。
	都市部立地 価値志向型	Ya社(埼玉)	
市場深耕型	ローカル立地 市場深耕型	Sa社(沖縄) Ma社(山口)	とくに価格志向、価値志向を鮮明にするより、それぞれの出店エリアに有力なドミナントを築き、その市場にあった堅実な事業活動を行っている。これについても、ローカル立地型は、その市場を知り抜いた立地選定、MDなどで、全国チェーン等との競争に打ち勝つ力を見せており、都市部立地のものは、競争レベルは高いが、恵まれた市場を背景にオペレーションのレベルを高めている。
	都市部立地 市場深耕型	L社(大阪) S社(東京) M社(東京)	

●タイプを超えて共通する有力なSM企業の特徴は、主要な店舗展開エリアへの他の追随を許さない適応力を持ち、そこでさらに悩みつつも学び、自らを鍛え、成長し続けようとする強い意志をもって革新を続けていること。

2020年代のプロトタイプストアのイメージ

ここからは、今回の研究会での検討、調査結果などを踏まえて作成したSMの2020年代プロトタイプストアの概要を紹介しよう。

プロトタイプ店は、スマートグリッドの拠点になる設備も備えたハイレベルなエコストアであり、あの大きな災害に学ぶかたちで災害リスク回避レベルも高めており、自治体との協定によりまさかの時には住民の避難のための拠点機能も有する。

●建物としての環境負荷削減

- ー太陽光発電装置が付いたLEDのサインポール
- ー屋上は、高断熱塗料を施したうえ、太陽光パネル、一部には屋上緑化も(表紙参照)
- ー外光がふんだんにとれる大きな窓、断熱効果の高いガラスを使っている
- ー壁面は一部に木材を使用、新断熱技術も採用している

●スマートグリッドのコア・コンポーネント機能

- ー屋上の太陽光発電に加え、立地によって風力、地熱なども利用する自家発電機および蓄電設備を装備
- ーEV充電設備がついたパーキングロット
- ースマートグリッド対応のスマートメーター装備
 - ・電力会社以外の電力販売者からの買電、また余剰電力の売電も可能

●リサイクル設備

- ー各種リサイクル機器・・・ペットボトル、ビン、缶などの処理機
- ー生ゴミを堆肥に変えるコンポスト
- ーバイオディーゼル燃料化する食用油の回収施設

●防災性

- ー建物は免震構造
- ー免震機能をもつ商品陳列棚
- ー自治体との契約で設置した防災用品の備蓄庫もある



- ・温室効果ガス排出量、電力料金をはじめとするエネルギーコストとも大幅な削減を実現。
- ・店頭では高度なりサイクルルートの回収拠点として活用される一方、排出抑制が進む。
- ・食品リサイクル率も、業界トップクラスで、コンポストからの堆肥を投入した循環型農業も展開。

情報通信技術の進化・普及によって店舗、マーケティングが大きく変わる

新たな情報通信技術を取り入れることで店舗と小売業のマーケティングが大きく変わる。2020年には、SM企業各社は、電子チラシに加え、スマートフォン、タブレット型端末に販促・催事情報を配信している。SNSなども普通に使うようになっている。

●情報空間化する店舗1・・・まず入口で

- ー来店客はほとんどがスマートフォンを手に来店する。
- ー店までは光ファイバーが来ていて、入口を入ると、公衆無線LAN(Wi-Fi)の圏内となり、来店客は無料でネット接続が可能、購買履歴に応じたクーポンなどを取り込める。
- ー登録会員については、店側では誰が来たか判り、特別な支援が必要な人が来た場合は、担当者に通知も可能。
- ーグリーター・ロボットがいて、スマートフォンを示すと、「〇〇様いらっしゃいませ」といってお辞儀、「今日のお買い得品、お値打ち商品は・・・」といった案内もする。

●情報空間化する店舗2・・・店内の情報環境

- ー大小のデジタルサイネージ、ポスターは電子ペーパーが基本。
- ー棚札も電子ペーパーを使った電子棚札で、会員価格制にも対応。
- ー来店客は店内でもスマートフォンを公衆無線LANにつないで随時販促情報、商品情報などを取得できる。
- ー希望する顧客には、順次商品をスキャンし、価格、合計金額を確認しながら買物ができるセルフスキャン用のターミナルも設置。
- ーカートにICタグ、天井にアンテナが付き、客動線を随時把握できる。
- ー商品のパッケージには、情報量が多くなったバーコードとICチップの両方が付いている。



変わる売場 1 :ミール・ソリューション対応、省エネ対応

高齢化、単身世帯の増加などとともに、それに伴う人々の暮らしの変化に合わせ、また環境負荷削減のため、2020年のSMの売場はかなり大きく変わっている。

●高齡化、単身世帯の増加などにより、需要が素材から調理食品に一層シフトするのに合わせて売場が変わる

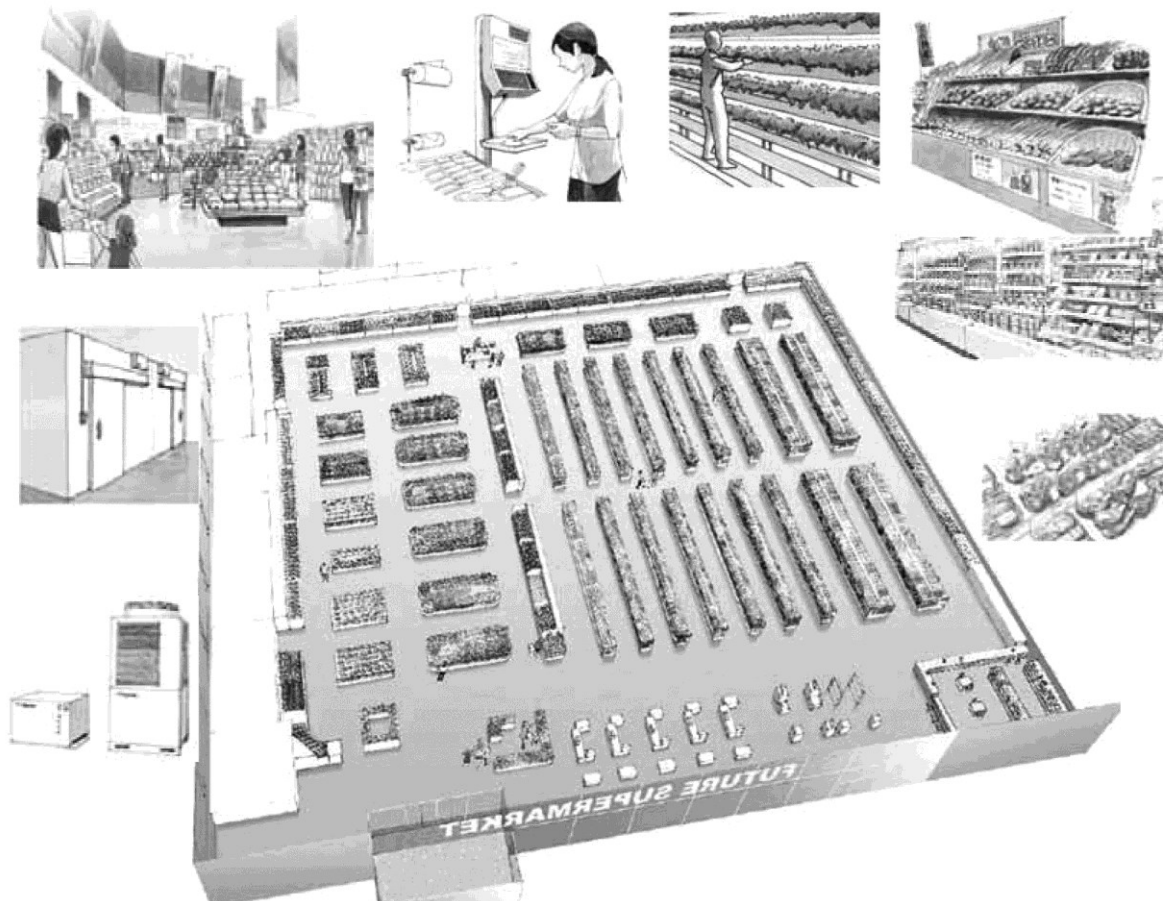
- ミール・ソリューション系の売場が拡大、動線のはじめの方に来ている。
- 単身世帯、二世帯で総世帯の5割を超える状況に対応し、1人向け、2人向けの品揃えが豊富に。
- ばら売り、スマートスケールなどを使った量り売りなども積極展開。

●とくに野菜売場が大きく変わる

- ―循環型農業による地元産、作り手の顔が見える野菜コーナー。
- ―植物工場ブースがあって、店産店売の野菜を作って売っている。
- ―カットされた野菜や料理キットなどの品揃えも充実。
- ―高齢化、世帯規模の縮小に合わせ、野菜の小型化も進行。
- ―海外の契約農園などからの野菜も並ぶ。

●環境負荷削減レベルを高めた店作り、売場作り

- －冷凍、冷蔵ケースはすべて省エネ仕様、現在よりも電力消費量が大幅低下。
- －照明、スポットライトとも、LEDが基本。
- －床は光の反射率が高く、掃除が簡単な新素材。
- －スマートセンサーが空調、電力使用機器を管理、電力利用状況が見える化。
- －トレーを省略した商品が主流になり、容器包装の大幅削減、SMIによる排出抑制が進む。



変わる売場 2 : 広範な顧客セグメントへの対応

食品を扱うSM企業が、縮小する市場での競争を勝ち抜くためには、特定セグメント特化戦略ではなく、全セグメント・全方位戦略を展開する必要がある。増加する高齢層を捉えることはもちろんなのだが、若年層、男性客などのニーズも捉え、新たな顧客層を開拓したい。そのために、購買履歴データなども活用し、消費者研究を進めたい。

●高齢層＝組織票維持戦略

―繰り返し来店してくれる高齢層は、組織票だと捉え、確実な品揃えと追加コストの小さいサービスと適切な販促によって効率的にその支持を維持する。

- ・ 高齢層向けの基本商品を確実に揃え、見やすい位置に陳列
- ・ ロイヤル顧客に相応しい心のこもった接客
- ・ 偶数月15日の年金支給日を含む週などに適切な販促展開



●若年層＝浮動票獲得戦略

―モビリティの高い若年層向けには、その層に合った品揃えと適切な販促展開が必要になる。

- ―団塊ジュニアなど、メインユーザーのための売場展開
 - ・ 積極的なレシピ提案やクッキングサポート
 - ・ 育ち盛りの子供をもつ世帯のニーズにも十分対応
- ―より若い女性向けの売場展開
 - ・ あまり料理をせず、ややもすればコンビニでOKとする層の取り込み
 - ・ 食に関する初歩的情報の提供、キャーカワイー型のプレゼンも



●増加する男性客(ショッピングマン)獲得戦略

―団塊の世代の退職、結婚しない男性の増加、離・死別、ワークスタイルの変化など、様々な理由で増加する男性客を品揃え、接客、プロモーション、買物支援、料理支援などで取りこむ

- ・ 2010年前には10%程度であった男性客の構成比3割が目標
- ・ 男のためのクッキングサポートも実施
- ・ メタボ対策、健康などは重要なテーマであり続ける



●カテゴリー拡張

- ―食品と医薬品のワンストップ・ショッピングを進める
 - ・ OTC売場では、サプリメントもよく売れている
 - ・ 調剤コーナーは、医療機関とネットでつながっていて処方箋データを事前に受信、高齢層を中心に支持を集めている
 - ・ 管理栄養士の資格を持つスタッフがいて、医と食、健康を支援
- ―増加する外国人のための売場(中国、韓国、ブラジル系など)もある



標準システムの採用などによるサプライチェーンの効率化

マーチャндаイジングやプロモーションは、各社が独自性を出して競争すべきだが、EDIや物流モジュールは、サプライチェーン全体で標準化し、共有してゆかないと生産・流通の各段階で非効率と無駄なコストを発生させる。2020年までには、流通BMS、物流標準クレートの採用を業界をあげた課題とし、そのうえで、取引とオペレーションの効率化、生産性向上を進めたい。

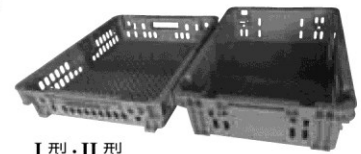
●EDIには、新たな標準である流通BMSを採用

- ー30年前に作られた、あまりに古すぎるJCA手順から、インターネット時代の新標準である流通BMSへの移行。
- ーそれによるハード費用および通信時間・コストの削減、ペーパーレス化、また売り手・買い手双方の業務効率化メリットを享受。



●物流標準クレートの採用

- ーゴミの発生抑制とリサイクル費用の削減。
- ー物流センターおよび店舗での仕分け・保管作業の効率化。
- ー日配品は標準クレートで納入され、そのまま陳列されるようになっている商品もある。



I型・II型

●合理的な発注、商品管理の実現

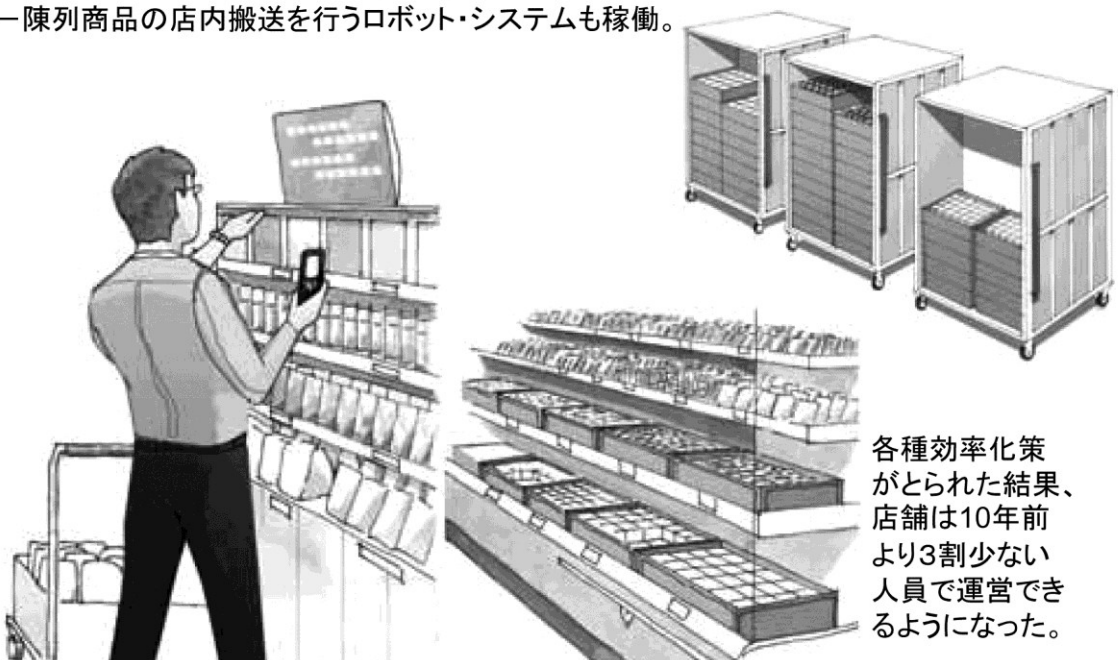
- ー発注は、各部門とも原則自動発注、ただし災害時等の対応力を強化。
- ー発注頻度、発注単位、リードタイムなどの合理化、適正化。
- ー取引先の協力も得て、売り切る仕組みを作り、返品も大幅減少。
- ー各種の取り組みにより、多くのカテゴリーで商品の仕入原価引き下げを実現。

●従業員

- ー全員がLANにつながるスマート端末をもち、情報を共有し、活用しながら仕事をするようになり、生産性が大幅に上昇。

●ロボットの利用開始

- ーフロアーを掃除するお掃除ロボットが数台。
- ー調理機器にもロボット技術を本格導入。
- ー陳列商品の店内搬送を行うロボット・システムも稼働。



各種効率化策
がとられた結果、
店舗は10年前
より3割少ない
人員で運営でき
るようになった。

進化したチェックアウト／機能を高めたサービスカウンターとその周辺

レジも新たなシステムを取り入れ、また電子マネーに対応することなどにより、顧客の満足度を高めつつ、効率化を実現。サービスカウンター(コーナー)は、顧客の利便性、コミュニティ拠点機能を高めている。

●チェックアウト・・・新たな情報技術を活用して大きく進化

ー複数パターンのレジ・システム

- ・伝統的なフルサービス
- ・セミセルフ・・・スキャニングと会計の分離
- ・完全セルフ・・・ICチップ付の商品は、一括読み取り可能

ー決済の進化

- ・各種電子マネーに対応(クレジットはいうまでもなく)
- ・ペーパーレス・レシート・・・スマートフォンにレシートを配信

●サービスカウンターの機能も充実、コミュニティの拠点機能

ー顧客が購入した商品の配送サービスの受付

ーコミュニティ／生活支援機能・・・行政との連携

ー金融サービスコーナー

- ・記帳機能があるATM・・・高齢者の年金引出し、通帳記帳に対応
- ・ただしスマートフォンなどのデジタル通帳の利用者も増えている
- ・電子マネーの入金にも対応

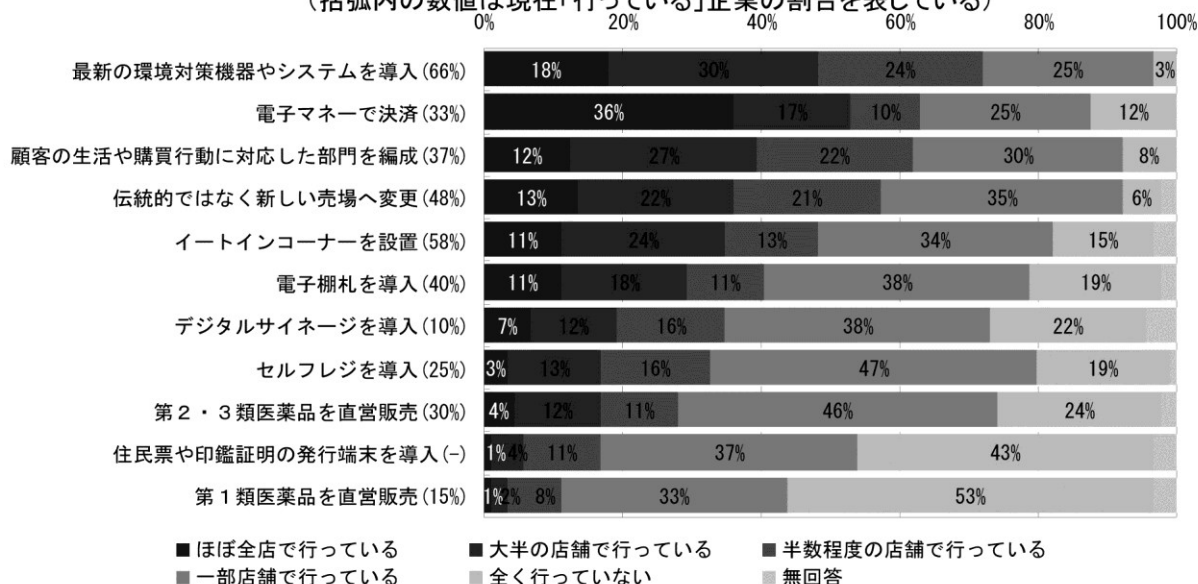
ーマルチコピー機・・・自治体と提携し、住民票、印鑑証明を発行

●イートイン・コーナー

●子育て世代支援施設



SM企業全体(N=89)の2020年の店舗の状況の予想
(括弧内の数値は現在「行っている」企業の割合を表している)



新業態・新サービス・新事業

高齢者の増加などを背景に、SMには、買物弱者支援機能の発揮が求められることになる。それは事業上也チャレンジングな課題だが、こちらから消費者に近づくためには、より条件が厳しい市場に出店したり、追加コストが発生する配送サービスなどを提供することになるから、慎重に事業モデルを組み上げる必要がある。

そして収益を確保できる事業モデルを組み上げるため、消費者を対象とする買物弱者支援とともに、各店舗が、比較的ロットをまとめやすい卸売事業を新事業として行うことでその事業規模を拡大し、収益化してゆくというシナリオも想定したい。

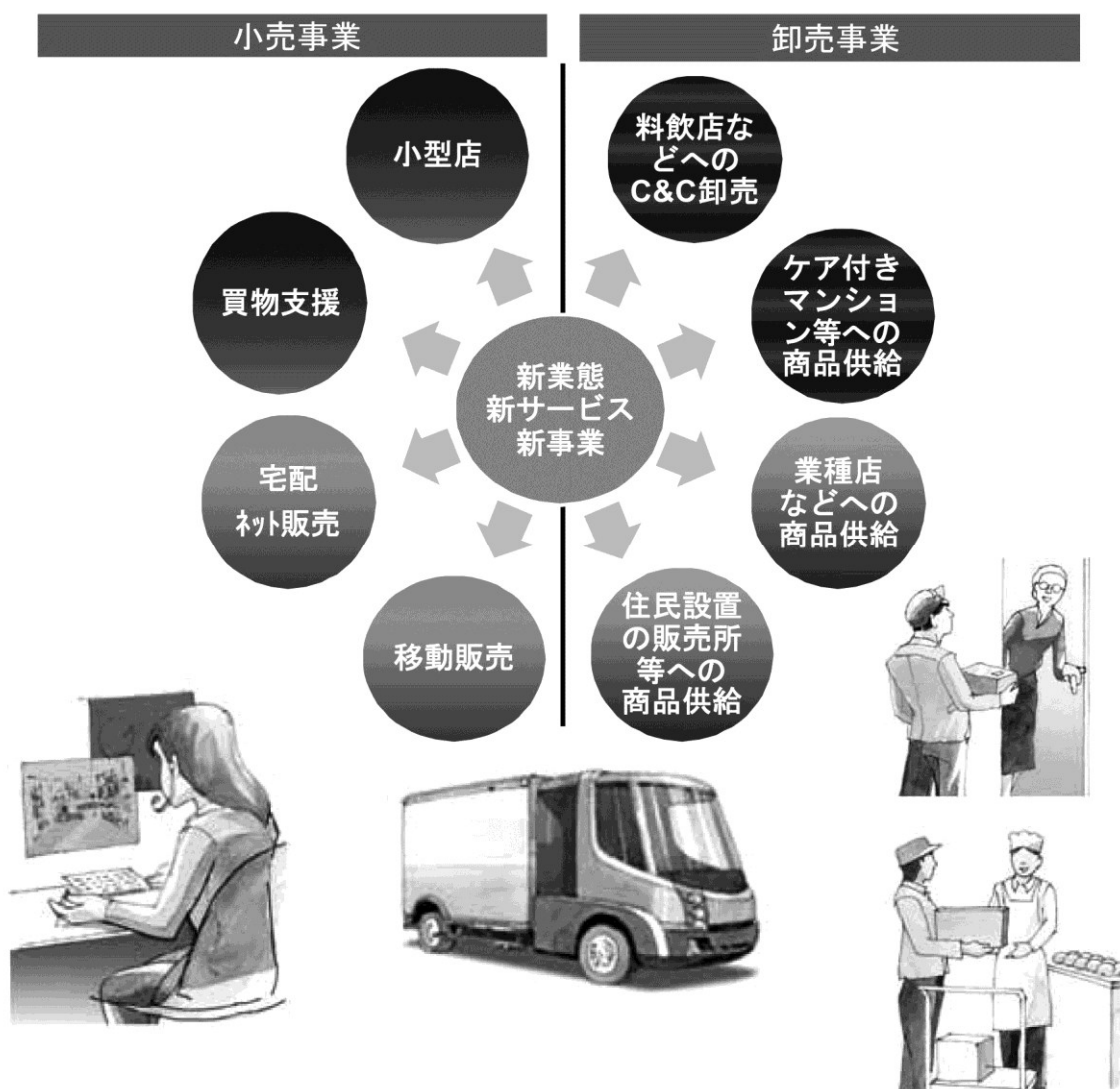
●新たな小売事業・・・収益がとれるモデルを慎重に構築

- －小型店の出店
- －買物支援・・・購入した商品の配送、買物バスの運行など
- －宅配・ネット販売・・・ネットスーパーおよび予約制で弁当を届ける配食サービス
- －移動販売

●卸売事業・・・ロットをまとめやすいことを前提に収益モデルを構築

- －商圏内のケア付きマンション、グループホーム、住民設置の販売所、十分な品揃えができない業種店などへの商品供給
- －料飲店などの業務用のユーザーには店舗を通じた卸売事業を積極化

人口減少・高齢化を踏まえたSMの新業態、新サービス、新事業開拓の方向



おわりに

最後に、これまでの検討結果を2020年に向けたSM業界の5つのミッションと7つの課題として整理したうえ、日本スーパーマーケット協会としての今後の取り組みの方向性を提示させていただきます。

<SM業界の5つのミッションと7つの課題>

●2020年に向けたスーパーマーケットの5つのミッション

- ー多様なライフスタイルをもつ生活者の食を中心とする日常生活の充実に貢献すること。
- ーリスクも含め、適切な情報を提供しつつ、食の安全・安心の確保に貢献すること。
- ーコミュニティのコアとしての機能を強化し、地域社会の活性化、そこにおける人と人との結びつきの維持・強化に貢献すること。
- ー食料問題、農業問題への関わりを深め、日本の食を守り、新たな時代に向けて発展させることに貢献すること。
- ー自然と共生しうる循環型の社会を実現するための活動を積極的に展開すること。

●2020年に向けたスーパーマーケットの7つの課題

- ー人口構造の変化、人々の暮らしの変化を十分捉え、出店立地、店作り、商品、その提供の仕方など、すべての面で新たな時代の広範な消費者ニーズに応え続けること。
- ー新たな情報通信技術を積極的に取り入れることで、消費者とのコミュニケーション能力を高めるとともに、オペレーションの効率化、コスト削減を進めること。
- ー新たな環境技術を導入し、環境負荷削減とコスト削減の同時実現を図ること。
- ーEDIや物流モジュール等については業界標準を積極的に採用するとともに、合理的な取引をすることにより、サプライチェーンのコストを下げ、その結果として商品原価と販売費を引き下げ、また生産性を高めること。
- ー高齢化などに伴って発生する新たな事業機会を適切に捉え、収益的な新事業を堅実に展開すること。
- ー以上を通じて企業としての競争力、収益性、生産性を高めることで、従業員の処遇レベルを引き上げ、働きやすく、また働きがいのある企業になること。
- ー最後になるが、災害リスクへの対応力も高めること。

<日本スーパーマーケット協会の今後の取り組みについて>

●常設の委員会活動の強化

- ー今後、人事・労務、環境、食品の安全性確保など、様々な分野で、法制度の改正が進むものと考えられるが、それらの適正なあり方について、常設の社会・環境委員会、総務・消費者委員会、人事委員会、開発委員会等において検討するとともに、他の小売業界団体等との連携・協力関係を強化し、積極的な広報戦略を展開する。
- ー情報システム委員会、物流システム委員会等において、流通BMS、物流標準クレート等の普及をより一層推進する。

●新たな研究会の設置と研究の推進

- ー今回のプロジェクトによって将来に向けた重要性を確認した課題をより具体的に検討するため、下記のような新研究会を立ち上げ、関連する常設委員会とも連携しつつ、情報収集、研究を推進する。
 - ・新業態・新事業開発研究会(仮称)
 - ・新情報通信技術導入研究会(仮称)
 - ・環境・防災技術導入研究会(仮称)

北陸支部 経営実務研修会開催

－11月22日－

平成23年11月22日（火）北陸支部主催の経営実務研修会が金沢市のホテル日航金沢で開催された。

当日は、会員卸と賛助会員合わせて約100名が出席して16時から北陸支部長の荒木 章氏(カナカン(株))が「11月22日はいい夫婦の日になんで、非常時に見直しされた流通の信頼を今一度取り戻し、原点に返って日々の営業活動に精進したい」と開会の挨拶を述べて開始された。

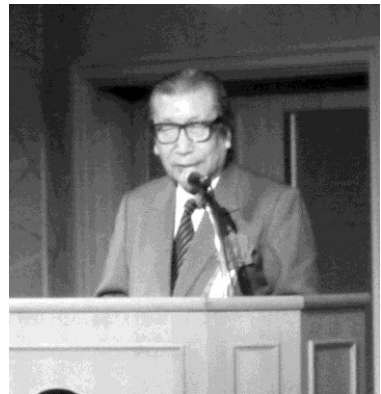
ついで奥山専務理事が、日食協の事業活動について報告し、講演の部に入った。

講師は、一般社団法人日本卸売協会 理事長、財団法人流通経済研究所名誉会長、東京経済大学名誉教授 宮下正房氏にお願いし、「大震災からの流通の再生―卸売業への期待―」という演題でご講演いただいた。

その中で、大震災に対応する流通商業の再生方向と卸売業への期待として、日本の消費者が流通に求める3つの新しい今日的価値・満足は、①安心・安全な生活の維持（平常時、震災時におけるライフラインの保証、新たなライフスタイル・新たな平常への生活保証）②伝統的・文化的生活の維持（日本人の伝統的食文化、伝統的購買慣習の維持などの保証）③現代的・合理的生活の維持（低価格購買、ワンストップショッピング購買、ネット購買などの保証）であると強調し、流通チャネルの再構築を図り、大動脈型チャネルと毛細血管型チャネルのバランスへの再編成、再構築することが重要と述べた。



開会の挨拶をする北陸支部長
荒木 章氏



講演する宮下正房氏



開宴の挨拶をする
澤田悦守氏

終了後懇親会に移り、北陸支部副支部長の澤田悦守氏（北陸中央食品(株)）が開宴の挨拶と乾杯の発声を行い、中締めを塩田則國氏（(株)田中興商店）が行って閉会となった。



中締めの挨拶をする
塩田則國氏

九州沖縄支部連絡協議会・賛助会員連絡会報告

－12月1日－

平成23年12月1日（木） 九州沖縄支部は、博多ANAクラウンプラザホテルにおいて17時より連絡協議会を開催した。

当日は、事務局の白土（コゲツ産業）の司会進行で始まり、冒頭に九州沖縄支部長の本村道生（コゲツ産業）が開会の挨拶を行い、ついで議事に入り、①平成24年度九州沖縄支部及び各県同業界主催新年交礼会について ②年末年始配送について（要請文書の内容確認） ③各県同業界の活動内容についてを審議検討し、最後に奥山専務理事が欠席の為、支部長が「公益法人制度改革の対応についての検討事項」及び公正取引委員会からの「食料品卸売業者と食料品製造業者との取引の適正化」について先般の本部理事会出席時の内容を踏まえて報告を行った。

終了後、会場を移して賛助会員連絡会を行った。連絡協議会に引き続き事務局の司会進行で始まり、最初に本村支部長が開会の挨拶を行い、ついで議事に入り事務局から連絡協議会と同様の議案内容について報告し、最後に支部長より平成25年度（再来年）の賀詞交換会の日程について賛助会員と調整を行った（再来年は1月5日が土曜日に当る為）。また、連絡協議会と同様に支部長より日食協本部からの資料を基に、活動状況の説明を行った。

終了後、懇親会を行い、開宴のご挨拶を賛助会員を代表して竹内秀樹氏（味の素㈱）が、また、中締めを副支部長の出森義人氏（ヤマエ久野㈱）が行ない閉会とした。



中部食料品問屋連盟 正会員・賛助会員合同懇談会開催

－ 11月17日 中部食料品問屋連盟 －

中部食料品問屋連盟は11月17日、正会員・賛助会員合同懇談会を名古屋観光ホテルで開催、正会員賛助会員など230名が出席した。

合同懇談会は永津邦彦会長の挨拶に始まり、第一部の研修会では日本加工食品卸協会の奥山則康専務理事が「震災を機に卸の重要性が政府、国民から再認識された。」

夏の電力節電に際しては大型物流センターが病院や交通システム同様に社会に必要なものと免責を受け、また枝野大臣と流通団体の懇談会に卸を代表して当協会の國分会長が出席し意見を述べた。



永津邦彦会長 開会のご挨拶

これらは卸の存在なくして流通なしを象徴する出来事であった」と挨拶した後に日食協重点活動を報告し、中でも公正取引委員会から食品卸売業者と食料品製造業者との取引適正化の要望については調査結果を交え詳細に解説した。



講演する高倉麻子氏

第二部の講演の部ではサッカー女子元日本代表・なでしこチャレンジプロジェクトコーチ、U-16女子代表コーチの高倉麻子氏を招き、「なでしこジャパン 継続力～続けることでみえてきたもの～」の演題で講演を行い、諦めないこと、向上心を持つことを説き、聴衆から共感を得た。

懇親会は青木昌博副会長が開会挨拶を行い、続いてカゴメ・川村修名古屋支店長が「今年は地震や台風など天災に明け暮れた年であったが、なでしこのW杯優勝は明るいニュースであった。食品業界では価格競争の再燃が懸念されているが、価格に頼らず価値ある商品を価値ある売り方をしていきたい」と述べて乾杯の音頭をとった。

会場の各所で歓談が行われた後、味の素・米田充名古屋支社長が「講演を聞いてチームワークと信頼が改めて大事であると感じた。来年に向けてメーカー、卸が一体となって商品を大事に販売していきたい」と中締めの発声を行い散会となった。



合同懇親会 会場

関連省庁・団体等からのお知らせ

食料品卸売業者と食料品製造業者との取引の適正化について(要請)

公 取 企 7 7 号

平成23年10月24日

社団法人日本加工食品卸協会
会長 國分 勸兵衛 殿

公正取引委員会事務総局

経済取引局取引部長 野口 文雄



食料品卸売業者と食料品製造業者との取引の適正化について（要請）

公正取引委員会は、大規模小売業者による優越的地位の濫用行為に関して積極的かつ厳正な法執行を行うとともに、実態調査を実施するなどしてその未然防止に努めているところです。また、平成22年に「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（以下「優越ガイドライン」といいます。）を策定し、どのような行為が独占禁止法上問題となるかについて具体的に明らかにするとともに、その普及・啓発に取り組んできたところです。

今般、公正取引委員会は、特に食料品の取引において優越的地位の濫用として問題になり得る事例が見受けられることを踏まえ、優越ガイドラインで例示されている行為類型に焦点を当てて、食料品製造業者と食料品卸売業者との取引に関する実態調査を実施し、その結果を平成23年10月19日に「食料品製造業者と卸売業者との取引に関する実態調査報告書」（<http://www.jftc.go.jp/pressrelease/11.october/111019hontai.pdf>）として公表しました。

本調査の結果、食料品卸売業者の取引上の地位が食料品製造業者に対して優越しているなど、取引の実態によっては、優越的地位の濫用になり得る行為を行っている食料品卸売業者の存在がうかがわれました。

このような状況を踏まえ、貴協会におかれましては、前記報告書及び優越ガイドラインの内容について傘下会員に対する周知徹底を図るとともに、取引適正化に向けてより積極的な取組が行われるよう、傘下会員を指導することを要請します。

公正取引委員会

食料品製造業者と卸売業者との取引に関する実態調査について（概要）

平成23年10月19日
公正取引委員会

第1 調査の趣旨

不公正な取引方法として独占禁止法で禁止する優越的地位の濫用行為については、依然として違反事例が繰り返し生じている。こうした違反事例の中にあっては、大規模小売業者¹による納入業者に対する濫用行為が多く認められる。このため、公正取引委員会は、大規模小売業者による優越的地位の濫用行為に関して積極的かつ厳正な法執行を行うとともに、実態調査を実施するなどしてその未然防止に努めているところである。

しかし、優越的地位の濫用として問題となり得る行為については、卸売業者が取引先納入業者である製造業者に対して行っている事例もみられるところであり、また、こうした行為の背景として卸売業者が取引先の大規模小売業者から種々の要請を受け、それに応えるためにこうした行為を行うなど、大規模小売業者の行為に起因している可能性もある。

このため、今般、卸売業者と大規模小売業者の取引にも着目しつつ、製造業者と卸売業者の取引実態を把握するため、調査を行うこととした。

また、調査の対象分野としては、過去の調査事例などを踏まえると、特に、食料品の取引において優越的地位の濫用として問題になり得る事例が見受けられることから、食料品製造業者（以下「メーカー」という。）と食料品卸売業者²の間及び食料品卸売業者と大規模小売業者の間の取引実態について調査することとした。

第2 調査方法・内容等

1 調査方法

メーカー（資本金1000万円以上）10,752社及び食料品卸売業者（資本金1億円超）495社に対し、平成20年1月から平成22年12月までを調査対象期間とする書面調査を行うとともに、書面調査に回答したメーカーのうち20社に対してヒアリングを実施した。

	発送数	回答数	回答率
メーカー	10,752社	3,270社	30.4%
食料品卸売業者	495社	217社	43.8%

¹ 大規模小売業者とは、「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取引方法」（平成17年5月13日公正取引委員会告示第11号）で定義する「大規模小売業者」であり、一般消費者に日常使用される商品の小売業を行う者で、次の①又は②のいずれかに該当するものをいう。

① 前事業年度の売上高が100億円以上の者

② 次のいずれかの店舗を有する者

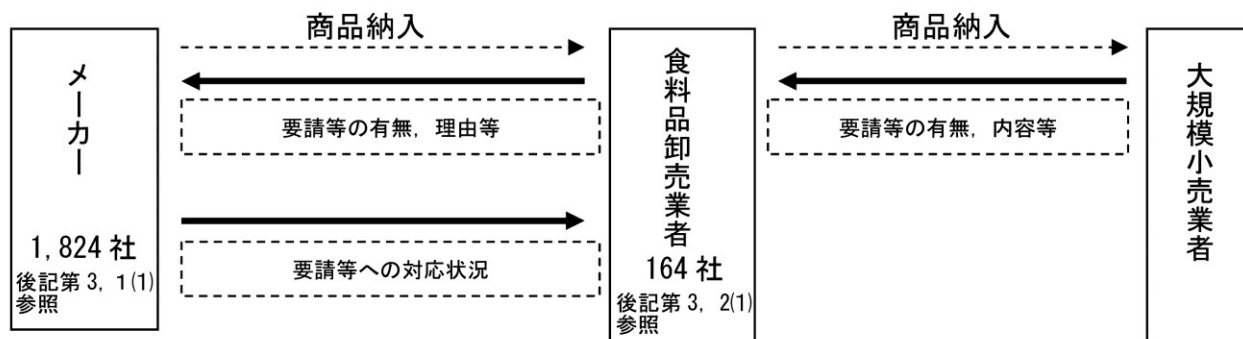
・東京都特別区及び政令指定都市：店舗面積3,000㎡以上

・その他の市町村：店舗面積1,500㎡以上

² 食料品を製造又は加工する事業者と取引する者。

2 主な調査内容

「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（以下「優越ガイドライン」という。）において、優越的地位の濫用となる行為類型として例示されている各行為（「購入・利用強制」、「協賛金等の負担の要請」、「従業員等の派遣の要請」、「受領拒否」、「返品」、「支払遅延」、「減額」及び「取引の対価の一方的決定」）に焦点を当てて調査を行った。

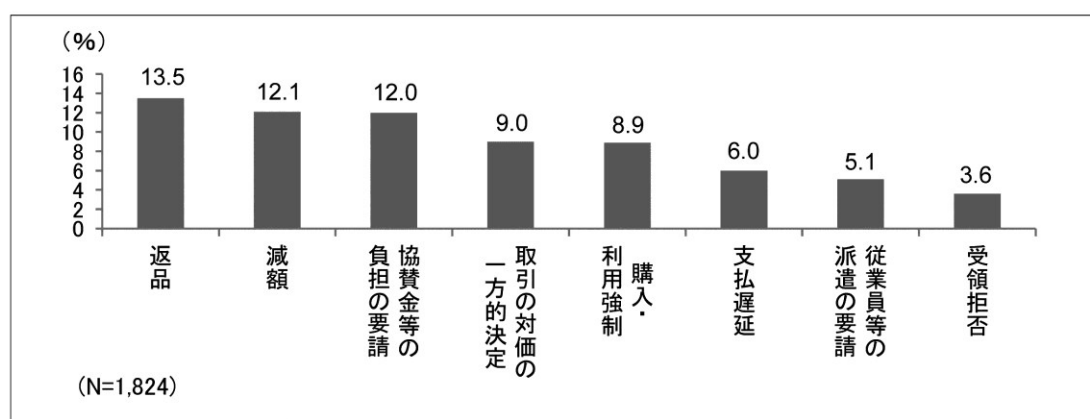


第3 調査結果の概要

1 メーカーに対する調査

(1) 回答のあったメーカー3,270社のうち、食料品卸売業者（以下「卸売業者」という。）と取引しており、本件調査の対象となるメーカー（以下「調査対象メーカー」という。）1,824社に対する調査結果をみると、優越ガイドラインで例示する8つの行為類型いずれについても、卸売業者から優越的地位の濫用につながり得る行為³を受けていたメーカーが一定程度存在する（図1）。

図1 優越的地位の濫用行為につながり得る行為を受けていた者の行為類型ごとの割合（複数回答）



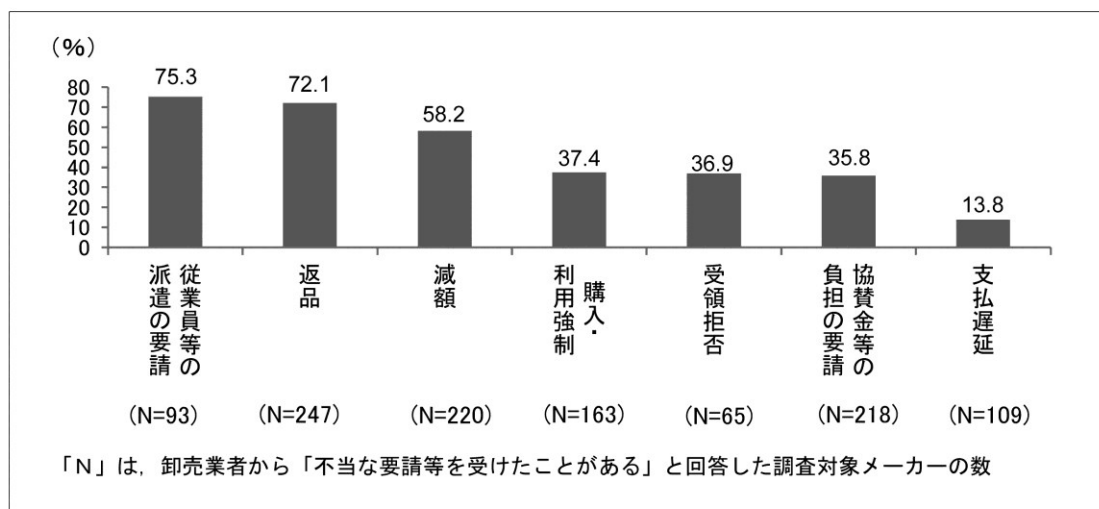
(2) 調査対象メーカーのうち、卸売業者から不当な要請等を受けたことがあると回答した者に対し、その理由について卸売業者からどのような説明を受けているのかについて質問したところ、卸売業者の取引先小売業者に原因がある旨説明を受けたとの回答が7つの項目⁴においてみられ（図2）、また、具体的な回答事例においても、小売業

³ 卸売業者がメーカーに対し、取引上優越する地位にあること等を前提とする。後記2及び3における「優越的地位の濫用になり得る行為」等の考え方について同じ。

⁴ 「取引の対価の一方的決定」については、卸売業者とメーカーの間で取引の対価が決まり、次に、卸売業者と小売業者との間の取引の対価が決まると考えられ、通常、卸売業者とメーカーの間の取引の対価の決定に小売業者が関与することは考えられないため、小売業者の関与についての質問を行っていない。

者の関与を示唆するものがみられた。

図2 取引先小売業者から要請等を受けたことが、不当な要請等を行った理由であると卸売業者から聞いていると回答した調査対象メーカーの割合（複数回答）



2 卸売業者に対する調査

- (1) 回答のあった卸売業者217社のうち、メーカーと取引しており、本件調査の対象となる卸売業者（以下「調査対象卸売業者」という。）164社に対する調査結果をみても、優越ガイドラインで例示する8つの行為類型いずれについても、優越的地位の濫用になり得る行為を行っている卸売業者の存在がうかがわれる。

優越ガイドラインで例示する行為類型ごとに、メーカーに対し優越的地位の濫用になり得る行為を行っていると考えられる者の調査対象卸売業者164社に占める割合をみると、割合の高い行為タイプの順に、①返品（15.2%）、②協賛金等の負担の要請（11.0%）、取引の対価の一方的決定（11.0%）、④従業員等の派遣の要請（8.5%）、⑤購入・利用強制（7.3%）、⑥減額（6.1%）、⑦受領拒否（3.7%）、支払遅延（3.7%）であった。

- (2) また、優越的地位の濫用になり得る行為を行っていると考えられる卸売業者の中には、取引先大規模小売業者から、各行為類型に係る要請等を受けて、問題となり得る行為をメーカーに対して行っていると考えられる例がみられる。調査対象卸売業者が優越的地位の濫用になり得る行為を行っていると考えられる事例のうち、取引先大規模小売業者からの要請等を理由としているものの割合⁵を行為類型ごとにみると、割合の高い順に、①従業員等の派遣の要請（78.6%）、②減額（50.0%）、③返品（44.0%）、④協賛金等の負担の要請（38.9%）、⑤購入・利用強制（33.3%）、受領拒否（33.3%）となっている。

さらに、卸売業者が取引先大規模小売業者から受けている行為についても、優越ガイドラインに照らして、優越的地位の濫用として問題となり得る場合があると考えら

⁵ この割合については、メーカーに対して問題となり得る行為を行ったことがあると回答した卸売業者の数（分母）の絶対数が小さいため、メーカーに対する調査結果と比較する場合は留意する必要がある。

れる。

3 総括

- (1) 調査結果をみると、卸売業者とメーカーの取引においても優越的地位の濫用になり得る行為が行われている可能性がある。特に「返品」、「協賛金等の負担の要請」といった行為類型では、メーカー及び卸売業者のいずれの側の調査においても、こうした事例の割合が高くなっている。
- (2) また、これら卸売業者による行為の原因には、卸売業者が自己の利益確保等のために行っているもののほか、卸売業者が取引先小売業者から要請等を受けてメーカーに不当な要請等を行っている場合があることが明らかになった。特に、「従業員等の派遣の要請」、「返品」及び「減額」について、取引先小売業者からの要請等に起因するとの回答の割合が、メーカー及び卸売業者のいずれの側の調査においても高いものとなっており、さらに、取引先小売業者からの要請等であることを伏せてメーカーに要請している卸売業者がいる可能性もあるということを考慮すると、取引先小売業者からの要請等に起因するものの割合は更に高くなることも考えられる。これらの事例においては、卸売業者が、取引先大規模小売業者から求められる負担をメーカーに転嫁しているのではないかと考えられる。あるいは、取引先大規模小売業者が卸売業者を介してメーカーに負担を要請しているのではないかと考えられる。このように、卸売業者とその取引の相手方（小売業者又はメーカー）との間で、不当な要請等による不利益や負担の転嫁が複層的に行われ、大規模小売業者が問題行為のいわば発生源となっている構造が存在するものと思われる。
- (3) 今後は、こうした複層的な構造に留意しつつ、メーカーと卸売業者の間で行われる問題行為に対しても監視を強めていく必要がある。また、卸売業者によるメーカーに対する濫用行為の要因ともなっている大規模小売業者による不当な要請等については、問題行為の根本的な解消を図る観点から引き続き注意深く監視していく必要があると考えられる。

第4 公正取引委員会の対応

- 1 卸売業者及び大規模小売業者を対象とする業種別講習会等を実施し、メーカーと卸売業者の取引及び卸売業者と大規模小売業者の取引の公正化を推進し、違反行為の未然防止に努める。
- 2 メーカーから小売業者までの一連の取引において、違反行為が行われることのないようにするため、関係事業者団体に対して、本調査結果を報告するとともに、改めて優越ガイドラインの内容を傘下会員に周知徹底するなど、業界における取引の公正化に向けた自主的な取組を要請する。
- 3 違反行為の未然防止を目的とする前記1及び2の普及啓発活動を推進するとともに、引き続き業界の取引実態を注視し、独占禁止法に違反する疑いのある行為が認められる場合には、厳正に対処する。



23食産第1034号

平成23年10月21日

社団法人日本加工食品卸協会

会長 國分 勘兵衛 殿

農林水産省食料産業局食品小売サービス課長

農林水産省食料産業局食品製造卸売課長

食品流通に係る取引の適正化の推進について

貴会及び傘下会員の皆様方におかれましては、日頃から食品の円滑かつ効率的な流通の確保について、特段の御尽力を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、10月19日、公正取引委員会において「食料品製造業者と卸売業者との取引に関する実態調査」が公表されました。（別紙1）

本調査は、食料品の取引において優越的地位の濫用として問題となり得る事例が見受けられることなどを踏まえ、卸売業者と大規模小売業者との取引にも着目しつつ、製造業者と卸売業者との取引実態を把握するため、実施されたものです。

調査結果によると、卸売業者と製造業者の取引においても優越的地位の濫用になり得る行為が行われている可能性があり、その背景として、卸売業者が自己の利益確保等のために行っている場合のほか、卸売業者が取引先小売業者から要請等を受けて製造業者に不当な要請等を行っている場合があることが指摘されています。

農林水産省としては、従来から、食料品の流通に係る取引の適正化を推進す

るため、「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（平成２２年１１月３０日 公正取引委員会公表、以下「ガイドライン」という。）を周知し、独占禁止法令の遵守を関係業界にお願いしてきたところであります。（別紙２）

しかしながら、今回の調査で指摘された状況は、食料品の取引の信頼を損ねるもので遺憾であります。

つきましては、貴会におかれては、法令違反行為の未然防止を図る観点から、傘下会員に対し、ガイドライン及び関係法令を改めて周知するとともに、コンプライアンスの徹底を図るなど、消費者から信頼される食料品の取引がなされるよう、指導の徹底をよろしくお願いいたします。

なお、公正取引委員会は、関係事業者団体に対して本調査結果を報告するとともに、改めてガイドラインの内容を傘下会員に周知徹底するなど、業界における取引の公正化に向けた自主的な取組を要請すると承知しており、貴会におかれても適切に対処するよう併せてお願いいたします。

なお、ガイドラインについては、お手数ですが同委員会のホームページにおいて閲覧・取得していただきますようお願いいたします。

（問い合わせ先）

農林水産省 食料産業局 食品小売サービス課

食品サービス第２班 齋藤、吉田

電話：０３－３５０２－８１１１（内線４３２３）

０３－３５０２－７６５９（直通）

農林水産省 食料産業局 食品製造卸売課

総務班 三瓶、山段

電話：０３－３５０２－８１１１（内線４１０１）

０３－３５０２－８２３７（直通）

事務局発 第357号

平成23年10月25日

会員・賛助会員 各位

社団法人 日本加工食品卸協会
会長 國分 勘兵衛

取引の適正化についての公正取引委員会からの要請について

拝啓 仲秋の候 貴社ますますご隆昌の段、お慶び申し上げます。平素は格別のご協力を賜り、誠に有難く厚く御礼申し上げます。

さて、今般公正取引委員会は、特に食料品取引において優越的地位の濫用として問題となり得る事例が見受けられることを踏まえ、卸売業者と大規模小売業者との取引にも着目しつつ、優越ガイドラインで例示されている行為類型に焦点を当てて、食料品製造業者と食料品卸売業者との取引に関する実態調査を実施し、その結果を平成23年10月19日に「食料品製造業者と卸売業者との取引に関する実態調査報告書」として公表されました。

この調査の結果によれば、食料品卸売業者の取引の地位が、食料品製造業者に対して優越しているなど、取引の実態によっては優越的地位の濫用にもなり得る行為を行っている可能性があり、その背景として、卸売業者が自己の利益確保等のために行っている場合のほか、卸売業者が取引先小売業者から要請等を受けて製造業者に不当な要請等を行っている場合があることを指摘されています。

このようなことから公正取引委員会より弊協会に別紙の文書（要請）が出されました。弊協会としては、この事実を真摯に受けとめ、法令違反行為の未然防止を図る観点から、会員の皆様に周知徹底を図るとともに、取引の適正化に向けてより積極的な取り組みをお願いするしだいであります。

尚、11月8日に弊協会の理事会が開催されますが、この会に公正取引委員会の幹部にもご臨席いただき今回の調査結果についての概要についてご報告をいただくよう準備をいたしております。

敬具

* 実態報告書については、お手数ですが公正取引委員会のホームページ（下記）において閲覧・取得していただきますようお願いいたします。

(<http://www.jftc.go.jp/pressrelease/11.october/111019hontai.pdf>)

環境配慮の物流、食品卸が強化

－伊藤忠食品・国分－

食品卸各社が環境に配慮した物流体制の構築に乗り出した。伊藤忠食品は相模原市の物流センターに太陽光発電と蓄電池を相次いで導入。国分は子会社を通じ、輸送トラックが排出する二酸化炭素（CO₂）を削減する取り組みを本格化する。電力や燃料の使用量削減につなげるとともに環境に優しい物流体制を消費者や取引先に広くアピールする。

伊藤忠食品はイトーヨーカ堂向けの商品を専門に扱う相模原加食共配センター（相模原市）にこのほど太陽光発電装置を導入。日中の消費電力の約20%、年間の電力使用量の約6%を賄う。初年度は年間約100万円、2年目からは年間約170万円の電気料金の削減につながるという。11月中に蓄電池も配備。受注や在庫引き当てなどのデータを管理するシステムのサーバーやパソコンなどの電源を蓄電池で確保する。停電などで電力会社からの電力供給が停止した場合も業務の継続を可能にすることで取引先との関係強化にもつなげる。

国分は子会社の長崎国分（長崎市）が保有する輸送トラックに「デジタルタコグラフ」と呼ぶ車載器を装着。トラックの運行速度や運転時間を記録し、ドライバーにエネルギー効率の高い運転方法を音声などで指示することでCO₂の排出量を削減する取り組みを本格的に始めた。この取り組みで長崎国分は環境省の「オフセット・クレジット」（J-VER）制度に基づく温暖化ガス排出枠の認証を取得。今後は取引先の運送事業者に対し、デジタルタコグラフの導入を働きかける方針。J-VER制度に基づく温暖化ガス排出枠の認証は森林管理活動に多く、CO₂排出量抑制を目的とした運転支援システム「エコドライブ」での取得は初めてという。



「国民生活産業・消費者団体連合会」が設立総会

－12月2日－

国民生活産業・消費者団体連合会は、12月2日（金）ホテルニューオータニで設立総会を開催し、会長に清水信次氏（日本チェーンストア協会会長）を選出したほか、副会長12名、理事44名が決定した。

同日の設立記念パーティには政財界などから約1千人が参集し新団体の門出を盛大に祝った。会員には団体会員24、企業会員454、特別会員3の計481会員が名を連ねる。

同連合会は衣食住の生活必需品に関わる生産、製造、流通、サービス、輸送その他業種と生活者の代表である消費者団体が一堂に参加する初の団体。

同連合会の最大の特徴は、各種事業者と消費者が一体になり、国家的な問題を検討し、政治や行政に提言していく点にある。

喫緊の課題としては、まずは事業者と消費者団体が一体的に取り組むことができる東日本大震災からの復興貢献策の検討を進めるとともに、産業別の協議会を設置し、中長期的な課題の検討、成熟国家としての生活と産業のためのビジョンの策定などを進めていく。

記念パーティの冒頭、清水会長は「製造、生産、流通、消費者が一体となり連合会を立ち上げた。これは歴史上初めてのこと。連合会の使命は、国民の生活、生命を守ること。その使命を達成するには、政府、行政の政策運営に対し、事業者と消費者団体が一致団結し、われわれの考えを十二分に反映させるだけの発言力、提案力、実行力を持つことが必要。東日本大震災の復興をはじめ課題が山積しているが、国民の生活の安全、安定の確保と質の向上に寄与すべく頑張っていく」と述べた。



訂 正

『会報 日食協』Vol. 171(2011年10月28日発行)において、下記のごとく表現に誤りがありましたので、ここにお詫び申し上げ、訂正させていただきます。

敬具

訂正内容

「推進部会企業におけるGTINシステム整備状況」10ページ9段目

誤

サントリービジネスエキスパート株式会社 システム整備状況
データ種01（受発注）・・・○（システムGTIN対応済み 着手可能）
データ種04（出荷案内）・・・○（システムGTIN対応済み 着手可能）

正

サントリービジネスエキスパート株式会社 システム整備状況
データ種01（受発注）・・・×（未着手）
データ種04（出荷案内）・・・×（未着手）

以上