[正副会長会議]

理事会に先立ち年3回開催し、当日の議案内容等について意見交換を行った。また専務理事から会長に定期的に業務報告を行いご意見をいただいた。

◆第1回 正副会長会議 平成25年4月25日(木)

4月25日(木)午前10時30分より。理事会に先立ち正・副会長会議が開催された。

当日に行われる理事会の内容確認が主要な議案であるが、特に今回は平成24年度の決算内容や消費税の特別措置法案に関する弊協会の対応方針についての協議及び今夏の電力需要抑制の対策について打ち合わせを行った。

◆第2回 正副会長会議 平成25年11月7日(木)

平成25年11月7日(木)東京アーバンネット大手町ビル東京會舘に於いて午前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。

◆第3回 正副会長会議 平成26年3月26日(水)

当日に開催される理事会の内容の確認が主な議案であるが、特に経営環境の変化を踏まえて平成2 6年度の事業計画(案)の基本方針について意見交換を行った。

本部事業活動

「政策委員会・食品取引改善協議会」

◆第1回 平成25年5月14日(火)

平成25年度第1回目の政策委員会・食品取引改善協議会を5月14日(火)午前10時30分より日本 橋三越本店 本館7階 特別食堂「日本橋」にて開催した。

業務引継ぎのため新旧の政策委員長に出席をいただき、議題にそって意見交換を行った。主要議題は、3月、4月に開催された理事会の報告と当日行われる賛助会員幹事店会の運営内容であったが、特に消費税増税に関する特別措置法案について日食協としての対応方針や平成25年度の夏期電力需要抑制策、「低炭素社会実行計画」(案)について議論を行った。

◆第2回 平成25年10月25日(水)

今年度第2回の政策委員会兼食品取引改善協議会を10月23日(水)午前9時半より日食協会議室に於いて開催した。主要な議題は、上半期を終了しての事業総括と下半期に向けての事案検討であったが、特に11月7日(木)の理事会で機関決定する予定の消費税転嫁特別措置法に関する共同行為(カルテル)の申請について慎重な検討を行った。

*主要上半期活動報告

- ①会員動向について
- ②消費税増税の対応について
- ③定款の一部変更案について

- ④平成26年度税制改正等に関する要望書について
- ⑤2013年度環境自主行動計画提出の内容骨子について
- ⑥食品流通に係る取引の適正化の推進について
- ⑦製造業者との取引の公正化について公正取引委員会からの要請について
- ⑧これからの介護食品をめぐる論点について
- ⑨新型インフルエンザ対策について
- ⑩納品期限の見直しに関する実証事業の開始について

◆第3回 平成25年11月19日(火)

平成25年11月15日(火)午前10時30分よりアーバンネット大手町ビル東京會舘の会議室に於いて本年度第3回目の政策委員会兼食品取引改善協議会を開催した。主な会議内容は、消費税転嫁対策特別措置法に基づき共同行為(カルテル)の申請を公正取引委員会に行い受理されたことの報告や当日行われる賛助会員幹事店会の運営について打ち合わせであった。また食品表示等の問題について政策委員長から賛助会員幹事店会でメーカー各位にお願い事項として申し上げる内容について確認を行った。

◆第4回 平成26年3月19日(水)

午後3時より日食協会議室にて開催。主要な議題は、平成25年度の事業総括と平成26年度の事業 計画案・予算案・組織案についての検討であった。特に環境変化に対応して取組むべき新たな事業計 画について打ち合わせを行った。また消費税転嫁・表示カルテル推進協議会では対象事案はないこと を確認した。

[賛助会員幹事店会]

◆第16回 賛助会員幹事店会 平成25年5月15日(火)

第16回賛助会員幹事店会を5月15日(火)午前11時30分より日本橋三越本店 特別食堂「日本橋」 にて開催した。

会議は、冒頭長年政策委員長をお勤めいただいた中嶋隆夫氏(三菱食品(株))から、退任のご挨拶をいただき、ついで今年度より政策委員長に就任した宮田善康氏と賛助会員幹事店を代表して小原利郎氏(味の素(株))からご挨拶いただいた後、事務局から3月、4月に開催された理事会の報告を行った。ついで意見交換テーマとして、「流通環境の変化の中で優先すべき課題と対応策」について参加賛助会員幹事企業からご発表をいただき意見交換を行った。提起された課題としては、①円安による原料高及び製品安の現状と大手小売業のPB強化策と値頃感の変化について②消費税の増税への対法③商習慣の是正について(食品ロス削減のための納品条件緩和策の方向性について等であった。

次回開催を平成25年11月19日(火)に予定して閉会とした。

◆第17回 賛助会員幹事店会 平成25年11月19日(火)

平成25年11月19日(火)午前11時30分よりアーバンネット大手町ビル東京會舘会議室に於いて第 17回賛助会員幹事店会を開催した。会議は、昼食後奥山専務理事の司会進行で冒頭、弊協会を代表 して政策委員長宮田善康氏(三菱食品(株)が挨拶し、現状の食品表示等の問題にもふれ、メーカー各位に今後もコンプライアンス経営を継続して信頼に基づく加工食品の製造、流通を要請した。続いて賛助会員幹事企業を代表して味の素(株)梅澤忠徳氏からご挨拶をいただいた。ついで事務局から11月7日に開催された日食協理事会の概要報告行い、その中で消費税転嫁対策特別措置法に基づき公正取引委員会に11月18日に共同行為(カルテル)の申請を行い受理されたことを報告した。次いで意見交換テーマに入り、①消費税の増税対応について②賞味期限の「年月」表示への対応について③PB対応戦略について出席メーカー各位からご発表をいただいた。特に消費税増税の対応としては価格転嫁を基本として値頃感維持のための新商品開発、増税前の仮需対策、増税後の需要喚起の販促企画強化等について貴重なご意見を伺うことが出来た。また「年月」表示については賞味期限が1年以上の商品等については前向きな評価だが同時に現行の取引慣行のルール緩和を求める意見が多かった。

[環境数値算定標準化協議会]

- •第1回 平成25年4月19日(金)開催
 - 議題 ①「低炭素社会実行計画」(案)について ②「平成25年度電力需要抑制の対策」について ③ 「食品リサイクル法」の見直しに向けたヒアリング対応について ④環境セミナーのアンケート結果について ⑤カーボンフットプリントを活用した新しい取組みについて ⑥輸配送のグリーン 化を図る「輸配送」契約ガイドラインについて
- •第2回 平成25年9月18日(水)
 - 議題 ①2013年度環境自主行動計画についての調査票提出とその内容について

消費税の転嫁の方法の決定に係る共同行為の実施届出書

平成 25 年 11 月 18 日

公正取引委員会 殿

名称又は氏名 一般社団法人日本加工食品卸協会 住 所 東京都中央区日本橋本町2-3-4 代表者の氏名 國分 勘兵衛

消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法第12条の規定により、平成25年公正取引委員会規則第4号第1条第2項に掲げる書類を添え、下記のとおり届け出ます。

記

1 共同行為の主体に関する事項

1 共同行為の主体に関	する事項
(フリガナ)	イッパンシャダンホウジンニホンカコウショクヒンオロシキョウカイ
(1) 名称又は氏名	一般社団法人日本加工食品卸協会他6団体
(2) 事務上の連絡先	住所 〒103-0023 東京都中央区日本橋本町 2-3-4 江戸ビル 4 階
	電話番号 03-3241-6568
	部署・担当者名 一般社団法人日本加工食品卸協会
	専務理事 奥山 則康
(3) 参加事業者等の概	全国の加工食品卸事業者
要	
(4) 業種	□ 1 製造業 ———— (加工食品卸売 業)
	☑ 2 卸売業 — (業)
	□3 小売業 (業)
	□4 サービス業 —— (業)
	□5 その他 業)
(5) 設立に係る根拠法	一般社団法人に関する法律(平成 18 年法律第 50 号)
(事業者団体の場	
合)	
(6) 参加事業者又は事	① 参加しようとする事業者の数 名
業者団体の数	うち3分の2以上が中小事業者である 口はい
参加事業者・構成	ロいいえ
事業者の3分の2以	
上が中小事業者であ	②)参加しようとする事業者団体(当該事業者団体の直接又は間接の
ることの確認	構成員である事業者団体を含む。)の数 7団体
	全ての参加事業者団体(当該事業者団体の直接又は間接の
	構成員である事業者団体を含む。)において、それぞれの構
	成事業者の3分の2以上が中小事業者である
	☑はい
	口いいえ

2 共同行為の内容に関する事項

2 共同11局の内谷に関	7 0 7 8
(1) 共同行為の対象と	加工食品全般
する商品又は役務	
(2) 共同行為の内容	☑1 各事業者がそれぞれ自主的に定めている本体価格(消費税額分
	を転嫁する前の価格)に消費税額分を上乗せする旨の決定
	(
	☑2 消費税率引上げ後に発売する新製品について各事業者がそれ
	ぞれ自主的に定める本体価格(消費税額分を転嫁する前の価格)
1	に消費税額分を上乗せする旨の決定
	(
	☑3 消費税額分を上乗せした結果、計算上生じる端数の処理方法の
	決定〔切上げ、切 捨て〔四拾五入〕 その他 単位 0-/円 〕 単位 0-00/切
	(整数で求める場合は、小数以下を四捨五入する。小数で求める
	場合は、小数第三位を四捨五入する)
	□ 4 その他〔具体的に]
	(
	T-0.0/C 4 H 4 H 5 T-0.0/C 0 H 0.4 H
(3) 共同行為の実施期	平成26年4月1日~平成29年3月31日
間	
(4) 共同行為の実効を	
確保するための手	□ 2 無
段	

3 その他参考事項

- 4 添付書類
- (II) 一の事業者団体が共同行為をしようとする場合又は二以上のものがする共同行為に事業者団体が参加しようとする場合には、当該事業者団体(当該事業者団体の直接又は間接の構成員である事業者団体を含む。)の名称、設立に係る根拠法、住所、代表者の氏名、構成事業者の数及び構成事業者のうち中小事業者が3分の2以上である旨を記載した書類
- (2) 共同行為に係る協定書等がある場合には、その写し

10(1) 「添付書類」は、届出書に添付した書類について、該当する番号を○で囲むこと。

(2) 「添付書類」(1)の書類は、以下の様式のとおり作成すること。

番号	事業者団 体の名称	設立に係 る根拠法	住所	代表者の 氏名	構成事業 者の数	構成事業者の割合	合(該当する
						口にレ印をノ	
1	(社) 日	一般社団	東京都中	國分勘兵	133 社	☑3 分の 2 以上	□3 分の 2 未満
	本加工食	法人に関	央区日本	衛		₩ <u></u>	不 相叫
	品卸協会	する法律	橋本町 2				
		a a	-3-4			#8007757580016 #7.V0278V5571	043
2	中部食料	-	名古屋市	永津邦彦	30 社(正会	☑3分の2	□3分の2
	品問屋連		北区名駅		員39社中、	以上	未満
	盟		5-18-9		国分(株)	1	
			中部飲食		中部支社	ļ	
			料品新聞		他8社除	j	
			内		<)	}	
3	大阪府食	-	大阪市北	大釜賢一	19 社 (正会	☑3分の2	□3 分の 2
	品卸同業		区菅原町		員27社中、	以上	未満
	숲		8-11 大阪		国分(株)		
			海苔会館	i G	近畿支社		
		l.	内		他7社除		
					()		
4	静岡食品		静岡市葵	山口茂	8 社 (正会	☑3 分の 2	□3分の2
•	卸同業会		区沓谷	1 1 1 1 1	員14社中、	以上	未満
	PIPIALA		5-10-5 777		国分(株)		ď.
			機内		静岡支店		
	ľ		MAYPY		358 555		Ī
			1	ľ	他5社を除く)		ı
5	巨欧坦 森		長野志粛	医田女卒	8社(正会	☑3分の2	口3分の2
о	長野県食		長野市南	原田文彦	Mark Commencer	以上	未満
	品問屋連		県町 1099		員10社中、	ł	
	盟		西智ビル日		(株)日本	1	
			本食糧新		アクセス	ļ	
			聞社長野		長野支店	1	i I
			支局内		他」社除	1	
			T me	4	(<)	☑ 3 分の 2	□3分の
6	神奈川県		横浜市中	高木→夫	10 社(正会	以上	□3分の
	食品卸同		区羽衣町	1	員19社中、		41 7828
	業会	J	2-7-10 関		(株)日本		1
			内駅前マーク		アクセス		1
		l	t*ル9F神奈		神奈川支		
			川国分㈱		店他8社を		
			内		除く)		1
7	新潟県食	-	新潟市西	本問孝之	15 社(正会	☑3 分の 2 以上	□3分の
	品卸協会	Į.	区流通センタ		員 20 社中		未満
			- 3-1-1(株)		加藤産業		100
			新潟リョーショ		(株)新潟	T -	
			9内		支店他4社		
			1		除く)	1	1

消費税についての表示の方法の決定に係る共同行為の実施届出書

平成 25 年 11 月 18 日

公正取引委員会 殿

消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する 特別措置法第12条の規定により、平成25年公正取引委員会規則第4号第2条第2項に掲げる 書類を添え、下記のとおり届け出ます。

記

1 共同行為の主体に関する事項

_ 1	共同行為の土体に関	の事項			
	(フリガナ)	イッパンシャダンホウジンニホンカコウショクヒンオロシキョウ	カイ		
(1)	名称又は氏名	一般社団法人日本加工食品卸協会他6団体			
(2)	事務上の連絡先	住所 〒103-0023 東京都中央区日本橋本町 2-3-4	江戸ビル4階		
		電話番号 03-3241-6568			
		部署・担当者名 一般社団法人日本加工食品卸協会	ï		
		専務理事 奥山 則康			
(3)	参加事業者等の概	全国の主要な加工食品卸事業者			
]	要				
(4)	業種	□1 製造業 ———— (加工食品卸売	業)		
		☑ 2 卸売業 ————— (業)		
		□3 小売業(業)		
		□4 サービス業 (業)		
		□5 その他 ———	業)		
(5)	設立に係る根拠法	一般社団法人に関する法律(平成 18 年法律第 50 号	-)		
	(事業者団体の場				
	合)				

2 共同行為の内容に関する事項

(1) 共同行為の対象と	加工食品全般
する商品又は役務	
(2) 共同行為の内容	□1 「税込価格」と「税抜価格」とを並べて表示することの決定
ed subtract emphasional to some	(
	□2 「税込価格」と「消費税額」とを並べて表示することの決定
	(
	□3 個々の値札に、税抜価格を表示した上、「○○円(税抜価格)」、
	「〇〇円+税」など、消費税が別途課される旨を明示する旨の決
	定(
	□4 個々の値札は税抜価格を表示した上、商品棚等の消費者の見や
	すい場所に、「当店の値札は全て税抜表示となっています」、「消
	費税は別途いただきます」などと表示する旨の決定
	(
	☑ 5 見積書、納品書、請求書、領収書等について、消費税額を別枠
	表示するなど消費税についての表示方法に関する様式を作成し、
	統一的に使用する旨の決定
	(①外税取引の場合:本体価格と消費税額分を別枠で表示
	②内税取引の場合:税込み価格で表示)
ļ	☑ 6 価格交渉を行う際に税抜価格を提示する旨の決定
)
	□7 その他
(3) 共同行為の実施期	平成 26 年 4 月 1 日 ~ 平成 29 年 3 月 31 日
間	
(4) 共同行為の実効を	THE SECOND STATE S
確保するための手	□2 無
段	

3 その他参考事項

4_添付書類

一の事業者団体が共同行為をしようとする場合又は二以上のものがする共同行為に事業者団体が参加しようとする場合には、当該事業者団体(当該事業者団体の直接又は間接の構成員である事業者団体を含む。)の名称、設立に係る根拠法、住所、代表者の氏名及び構成事業者の数を記載した書類

(2) 共同行為に係る協定書等がある場合には、その写し

番号	事業者団体 の名称	設立に係る 根拠法	住所	代表者の氏名	構成事業者の数
1	(一社)日本	一般社団法	東京都中央区日本	國分勘兵衛	133 社
	加工食品卸	人に関する	橋本町 2-3-4		
	協会	法律			
2	中部食料品	-	名古屋市北区名駅	永津邦彦	30 社
	問屋連盟		5-18-9 中部飲食		
			料新聞社内		
3	大阪府食品	-	大阪府北区菅原町	人釜賢一	19 社
	卸協会		8-11 大阪海苔会館		
			内		
4	静岡食品卸	==	静岡市葵区沓谷	山口茂	8社
	同業会		5-10-5 ヤマキ(株)内		
5	長野県食品		長野市南県町 1099	原田文彦	8 社
	問屋連盟		西智t゙ル日本食糧新	į.	1
			聞社長野支局内		
6	神奈川県食		横浜市中区羽衣町	高木一夫	10 社
	品卸同業会		2 7-10 関内駅前マー		
		j.	クビル9F神奈川国分		
			㈱内		
7	新潟県食品	-	新潟市西区流通センタ	本間孝之	15 社
	卸協会	į.	- 3·1·1(㈱新潟リョーショ		
			7内		

なお、設立に係る根拠法がない場合は、「設立に係る根拠法」欄には「一」と記載すること。

消費税の転嫁方法及び表示方法の決定に係る共同行為協定書

(目的)

第1条 消費税の引き上げに伴い、加工食品の卸売業者(以下事業者という)は、法の定めるところに基づき消費税が円滑かつ適正に転嫁されることを目的にとして次の共同行為を行うものとする。

(転嫁方法の決定)

- 第2条 事業者は、それぞれが自主的に定めている本体価格に(消費税額分を転嫁する前の価格)外税 方式か内税方式により、消費税額分を上乗せする。
 - 2. 事業者は、消費税額引き上げ後に発売する新製品についてそれぞれが自主的に定めている本体価格(消費税額分を転嫁する前の価格)に消費税額を上乗せする。
 - 3. 消費税額分を上乗せした結果、計算上生じる端数の処理方法として、整数で求める場合は、小数以下を四捨五入する。小数で求める場合は、小数第三位を四捨五入する。

(表示方法の決定)

(外税取引の場合)

第3条 事業者は、外税取引の場合、見積書、納品書、請求書、領収書等については本体価格と消費 税額分を別枠で表示する。

(内税取引の場合)

第4条 事業者は、内税取引の場合、価格交渉を行う際は税抜き価格を提示し、見積書、納品書、請求書、領収書等については税込価格とする。

(違反者への措置)

第5条 この協定書の第2条及び第3条、第4条に違反した者に対しては、口頭ないし文書にて厳重に注意し、それに従わない場合は10万円以下の過怠金を課することができる。

(運営の方法)

- 第6条 この協定を円滑かつ適正に運営するため「消費税転嫁・表示カルテル推進協議会」を設置する。
 - 2. 前項の協議会の運営は、同協議会の議長が当たる。

(附則)

この協定は平成26年4月1日から施行し、平成29年3月31日をもって解く。)

平成25年11月18日

消費税転嫁・表示カルテル推進協議会「会 則」

(名 称)

第1条 本会は、消費税転嫁・表示カルテル推進協議会(以下「推進協議会」という。)と称する。

(事務所)

第2条 推進協議会は、事務所を日本加工食品卸協会内に置き、推進協議会の決議を経て必要な地に 地域協議会を置く事ができる。

(目的)

第3条 推進協議会は、法の精神に則り、消費税の転嫁を円滑かつ、適正に推進履行されることを目的にして次のことを行う。

(遵守の徹底と指導)

第4条 推進協議会は、「消費税の転嫁方法及び表示方法の決定に係る協定書」(以下「協定書」という。)に定める共同行為の条項を遵守することを徹底し、その指導に当たる。

(委員の委嘱)

第4条 推進協議会の委員は、推進母体である日本加工食品卸協会の会長が委嘱する。

(議長、副議長)

第5条 推進協議会に議長1人、副議長1人以上を置く。

(議長、副議長の選出)

第7条 議長及び副議長は、推進協議会において委員の中から互選により選出する。

(委員の任期)

第8条 委員の任期は共同行為期間までをその任期とする。

(議長、副議長の職務)

第9条 議長は、推進協議会を代表し、会務を総理する。

2. 副議長は、議長を補佐し、あらかじめ議長の定める順序に従い、議長に事故あるときはその職務を代理し、議長が欠員のときは、その職務を行う。

(推進協議会の招集)

第10条 推進協議会の招集は、議長が招集する。

(違反者の措置)

第11条 推進協議会は、協定書第2条及び第3条、第4条の規定に違反するものに対し、合議により措

置を講ずるものとする。

(推進協議会の議決方法)

- 第12条 推進協議会は、委員の過半数の出席をもって成立する。
 - 2. 推進協議会の議事は、出席者の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(解散)

第13条 推進協議会は、平成29年3月31日をもって解散する。

附 則

1. この会則に定めるもののほか、必要な事項については別に定める。

平成25年11月18日 一般社団法人 日本加工食品卸協会

「消費税転嫁・表示カルテル推進協議会」委員(平成26年4月1日現在)

(議 長)三菱食品株式会社 執行役員営業第二本部長	宮田	善康
(副議長)国分株式会社 常務取締役経営統括本部副本部長兼営業本部長	北見	賢
伊藤忠食品株式会社 執行役員東日本営業本部本部長	青山	裕一
加藤産業株式会社 常務取締役営業本部副本部長兼広域流通担当 東京本部長	破魔	重美
株式会社日本アクセス 常務執行役員東日本営業管掌兼商品統括管掌	宮田	敏晴
三井食品株式会社 取締役副社長執行役員社長補佐	松本	裕之
一般社団法人日本加工食品卸協会 専務理事	奥山	則康

(送付小売業団体様)

日本チェーンストア協会 様

日本百貨店協会 様

日本スーパーマーケット協会 様

一般社団法人新日本スーパーマーケット協会 様

日本チェーンドラッグストア協会 様

- 一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会 様
- 一般社団法人日本ボランタリーチェーン協会 様

東京都中央区日本橋本町2-3-4 江戸ビル4階 一般社団法人 日本加工食品卸協会 会長 國分 勘兵衛

消費税転嫁対策特別措置法に基づく共同行為(カルテル)の申請について

謹啓

貴様におかれましては、ますますのご盛栄のこととお慶び申し上げます。

平素は、貴協会の小売業者様と私ども団体傘下の卸企業とのお取引を通じて、格別のご高配を賜り、誠に有難く厚く御礼申し上げます。

さて弊協会は、消費税転嫁対策特別措置法に基づき、地域食品卸同業会の皆様と連名で「消費税の 転嫁及び表示の方法に係る共同行為(カルテル)」を公正取引委員会に11月18日に申請し受理されま したのでお知らせします。

1. 共同行為(カルテル)申請の目的と経緯

前回(平成元年消費税導入時)も弊協会が代表申請団体となって、地域食品卸同業会の皆様と連携して共同行為(カルテル)の申請を行った経緯もあり、中小事業者が2/3以上を構成し、食品業界で大きな市場規模をもつ弊協会を中心とした加工食品卸業界が、法の定めるところに基づき消費税が公正かつ適正に転嫁されることを目的として消費税増税の運営対応策を統一して表明し、団結することが業界として健全な発展に資すると考え、協定書を策定し共同行為(カルテル)の申請を行うことといたしました。

- 2. 協定書の共同行為(カルテル)の内容
 - 1)消費税の価格転嫁の方法に係る共同行為
 - ①事業者は、それぞれに自主的に定めている本体価格に(消費税額分を転嫁する前の価格)外税

方式か内税方式により、消費税額分を上乗せする。

- ②事業者は、消費税額引き上げ後に発売する新製品について、それぞれが自主的に定めている本体価格(消費税額分を転嫁する前の価格)に消費税額を上乗せする。
- ③消費税額分を上乗せした結果、計算上生じる端数の処理方法として、整数で求める場合は、小数以下を四捨五入する。小数で求める場合は、小数第三位を四捨五入する。
- 2)消費税の表示の方法に係る共同行為
- ①外税取引の場合

事業者は、外税取引の場合、見積書、納品書、請求書、領収書等については本体価格と消費税額 分を別枠で表示する。

②内税取引の場合

事業者は、内税取引の場合、価格交渉を行う際は、税抜き価格を提示し、見積書、納品書、請求書、領収書等については税込価格とする。

3. 違反者への措置

協定に違反したものに対しては、口頭ないし文書にて厳重に注意し、それに従わない場合は10万円以下の過点金を課すことができる。

4. 運営の方法

協定を円滑かつ適正に運営するため協会に「消費税転嫁・表示カルテル推進協議会」を設置する。

5. 弊協会と連名申請団体

中部食料品問屋連盟·大阪府食品卸同業会·長野県食品問屋連盟 神奈川県食品卸同業会·静岡食品卸同業会·新潟県食品卸協会

謹白

■本件に対する問い合わせ先 一般社団法人 日本加工食品卸協会 専務理事 奥山 則康 電話 03-3241-6568

2013年度 I工食品卸協会の環境自主行動計画 ゴの内容骨子(2012.4~2013.3) (提出先:農林水産省食品産業環境対策室) 一般社団法人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(2012.4~2013.3)

環境数值算定標準化協議会·環境問題対応WG

*一般社団法人 日本加工食品卸協会の会員数 正会員133社(平成25年3月末現在)

I. 温暖化対策(CO。排出抑制対策)

①特定荷主(輸配送部門)

・フオ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)

10社 76,524億円(前年比99.8%)

•フオローアップカバー数 正会員の7.5%(10社/133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・三井食品ヤ マエ久野・三菱食品)

②特定事業者(事業場部門)

・フオローアップに参加している会員卸数及び使用面積(延床)

16社 4,561,164㎡(前年比102.9%)

•フオローアップカバー数 正会員の12.0%(16社/133社)

(旭食品・伊藤忠食品・加藤産業・関東国分・国分・昭和・トーカン・日本アクセス・三菱食品・日本酒 類販売・藤徳物産・マルイチ産商・三井食品・山形丸魚・ 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
- ・車両単位の日々の運行実績把握、月次エネルギー使用量自動計算の採用
- ・積載効率良化のための配送頻度の見直し
- ・ASPサービス運行管理システムを委託物流会社に提供
- 共配事業拡大に伴う卸売業界全体のCO。削減

(特定事業者)

- ・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
- ・長時間離席時のパソコンの電源オフ
- ・空調の効率運転、夏季、冬季の室温設定
- ・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、ウォームビズの導入実施と扇風機・サーキュレーターを活用した設定温度の調整
- ・一部物流センターにおいて、継続して太陽パネルの設置と蓄電設備の導入
- ・蛍光管の間引き
- ・省エネ型冷凍機、製氷機への設備更新

3. エネルギー消費量・CO₂排出量の実績

*(特定荷主企業10社合計数值)

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年度	2011年度	2012年度
生産高 (倉出売上高他/億 円)	55, 546	65, 355	66, 385	66, 079	68, 090	76, 645	76, 524
エネルギー消費量 (原油換算kl)	130, 200	142, 576	137, 952	134, 726	138, 517	151, 015	165, 528
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	1. 97	2. 16
CO ₂ 排出量 (t-CO ₂)	345, 786	378, 371	366, 226	357, 592	367, 240	400, 961	439, 341
CO ₂ 排出原単位 (t-CO ₂ /億円)	6. 23	5. 79	5. 51	5. 41	5. 39	5. 23	5. 74

*(特定事業者企業16社合計数值)

	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度
使用面積(㎡)	4, 400, 240	4, 342, 886	4, 433, 135	4, 561, 164
	4, 400, 240	m²	m²	4, 501, 104
エネルギー消費量(原油換算kl)	137, 347	145, 547	138, 528	148, 658
エネルギー消費量原単位%(原油換算/使用面積)	3. 120	3. 350	3. 125	3. 26
CO ₂ 排出量 (t-CO ₂)	240, 827	234, 904	233, 882	294, 411
調整後CO ₂ 排出量	205, 027	205, 179	204, 626	250, 963
CO ₂ 排出原単位(t-CO ₂ /使用面積)	0. 0547	0. 0541	0. 0528	0. 0645
調整後CO ₂ 排出原単位	0. 0466	0. 0472	0. 0462	0. 0550

【2012年度のエネルギー消費量・CO。排出量増減の理由】

(特定荷主)

2012年度における加工食品卸業界は、デフレが継続して商品価格が下落して売り上げは前年割れとなるも、総物量は増加し、必然的に車両台数は増加しエネルギーの削減策を講じるも消費量、原単位の両面で前年より悪化する。またカゴ車納品の小売業が増加し、積載率が低下したことも影響する。

(特定事業者)

加工食品流通は、機能の高度化を目指した、フルライン物流の進展から温度帯管理の物流設備の 増強があり、エネルギーの消費量が増加する。また大規模な流通再編による企業統合もあり、その 影響からエネルギー消費の管理数値はリセットの状況。

4. クレジット等の活用状況と今後の予定

環境自主行動計画に参画している事業者のうち1社は、J-VER物流分野のクレジットを30tCO2 創出(2010年~2012年)。J-VER森林分野クレジットは2012年までに815tのCO2クレジットを 創出する見込み。一部オフセットに使用している。国内クレジットは、物流分野で方法論を作成。J-VER、国内クレジットの統合クレジットJクレジット制度においてもCO2クレジットの創出を検討中。

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-V ERの間伐促進型プロジェクトとして認証を受け、5年計画で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電子マニュフエスト化による「見える化」促進
 - ②廃棄物処理ルートの見直し
- 3. 2012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」及び「産業廃棄物の処理について」の再改訂版を策定し啓蒙・普及活動に取組む
- ・食品廃棄物の発生抑制の目標原単位を設定
- ・食品廃棄物を循環リサイクルできるよう容器と廃棄物を出来るだけ分別した

4. 廃棄物・再資源化量等の実績

- ・フォローアップに参加している会員卸数及び売上高 9社 7,211,963百万円
- •フォローアップカバー数 正会員の6.8% (9社/133社)

(伊藤忠食品・加藤産業・国分・日本アクセス・トーカン・藤徳物産・マルイチ産商三井食品・三菱食品)

* (定期報告事業者の合計数値)

	2009年度実績	2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
	(7社)	(6社)	(8社)	(9社)
食品廃棄物(t)	1, 358	1, 384	3, 512	2, 202. 9
再資源量(t)	639	784	1, 167	1, 187
再資源化率(%)	47. 0	56. 6	33. 2	53. 9
売上高合計(百万円)			5, 831, 223	7, 211, 963
発生原単位(kg/百万円)			0. 60223	0. 30545

【廃棄物排出量増減要因分析】

食り法の改正から食品廃棄物の排出量の定期報告制度ができ、業界の食品廃棄 物排出量が把握できるようになった。この定期報告事業者の数値を集計して業界の食品廃棄物排出量としている。2011年度は東日本大震災の商品廃棄物を多く含んで大幅に増加した。2012年度は新たに定期報告事業者が1社増加するも発生原単位は低位に留める。

一般社団法人 日本加工食品卸協会の「低炭素社会実行計画」

		計画の内容
	目標水準	「地球の温暖化」について、加工食品業界における中間流通機能の担い手である我が業界、特に当協会会員企業は、取引先との協力により、各企業活動に伴うエネルギー消費原単位を基準年度 2011 年度に対し、2020 年度においては事業所毎に 95%の水準にすることを目標とする。(特定荷主の輸配送・特定事業者の事業場の両部門で)
1. 内の業にる2020年減	目設の拠	・物流活動では①多頻度少量配送システムの効率化 ②商品管理システムの見直し ③輸送トラックの大型化や積載率向上による物流効率の改善 ④共同化による車両数と延べ走行距離数の削減 ⑤流通経路の短縮や物流資材の使用量の削減 ⑥調達物流の合理化、配達物流の共同配送化 ⑦鉄道貨物、船舶へのモーダルシフト ⑧低燃費車、ハイブリッド自動車等の導入 ⑨アイドリングストップ、急発進抑制等による低燃費運転の励行・オフィス活動では(事業場において)①省エネ設備の導入 ②OA機器、照明器具等の省エネ機器への変更 ③ガラスへの遮光フィルム貼布 ④空調の効率運転、設定温度の調整 ⑤不在場所の消灯やエレベーターの使用制限 ⑥営業車両の低公害車導入や効率利用
2. 低炭素製品・サービス等による他部門での削減		
3. 国際 推進(海 削減の)	外での	
4. 革新的技術 の開発・導入		
5. その他の取 組・特記事項		・事業所毎に発生する廃棄物の発生を抑制して、減量化し、いっそうの再資源化を進めて、廃棄物の削減に努める。特に、食品廃棄物については、「食品リサイクル法」に定める業種別再生利用等実施率目標(食品卸売業70%)、発生抑制の目標値(業種別基準発生原単位4.78kg/100万円)に向けて取り組む。 ・低炭素社会実行計画に掲げる目標達成のため、各企業内に「環境問題対策」を担当する部署を設置し、また分掌を明示して、計画の策定と進捗管理を恒常的に行う。・全従業員に対する「環境問題対策」の教育を行い、エネルギー消費量の削減と廃棄物対策の「環境問題」についての意識の高揚を図る。

平成26年夏期の電力需要抑制の対策について

平成26年4月吉日 一般社団法人日本加工食品卸協会

省エネ法と「低炭素社会実行計画」の遵守を基本的な考え方として、以下の施策の実行により今夏の電力の需要を抑制する。

施策1. 電力需給対策全般

- ① クールビズの推奨実施期間(5月~10月)
- ② 照明の省エネ化推進
- ③ 不要な照明の消灯徹底、屋外広告・看板の照明消灯
- ④ 自家発電設備の導入
- ⑤ 電力デマンド監視サービスの導入
- ⑥ 扇風機やサーキュレーターの導入
- ⑦ 空調設備の28℃の設定遵守

施策2. 流通SCMの改善

個々の取引内容について、電力需要抑制策に適した流通SCMの再構築

施策3. 省エネ施設の情報収集を行いHPに掲載

以上

平成25年度

食品ロス削減のための商慣習検討WTとりまとめ

1. 基本的考え方

世界の食料生産量の1/3にあたる13 億トンの食料が毎年廃棄され、世界の穀物需給が逼迫する中、2013(平成25)年8月にはアジア・太平洋地域における「SAVEFOOD」キャンペーンが開始され、2014(平成26)年は「ヨーロッパ反食品廃棄物年」とされるなど、世界的に食品ロス削減に向けた取組が進んでいる。

「もったいない」という言葉の発祥の地である我が国においても、その食料の6割を海外からの輸入に依存していながら、食品ロスは年間500~800 万トン(事業系300~400 万トン、家庭系200~400 万トン)発生していると推計されている。この食品ロス発生の実態は、規格外品、返品、売れ残り、食べ残し、過剰除去、直接廃棄などと多様であり、その発生の理由も商品の汚損・破損、商品入れ替え、出荷予測精度の低さ、消費者の過度の鮮度意識等複合的であるため、それぞれの関係者が食品ロス削減に向けた取組を着実に進めていくことが必要である。

このうち、本WT では、個別企業等の取組だけでは解決が難しく、フードチェーン全体で解決していく必要のある課題として、製造業・卸売業・小売業による商慣習を中心に検討を進めているところである。

現在、食品の流通現場で食品ロス発生の原因となりうる返品等の商慣習が存在するが、食品ロス削減という観点からは可能な限りこれを見直し、経済的ロスを経済成長につなげていく必要があり、製・配・販各社の壁を越えつつ、消費者の理解を得ながら、優先順位をつけた取組を引き続き進めていくことが必要である。

平成25 年度は本WT の中間とりまとめに基づき、各般の取組を進めてきたところである。この成果を踏まえ、平成26 年度のWT の活動としては、次の事項に引き続き取り組んでいくとともに、業界団体の協力を得て、業界団体の会員企業に取組の輪を広げ、食品業界全体に普及推進していく。

2. 取組の内容

(1)卸売業・小売業の多くで取引条件として設定されている納品期限の見直し・再検討

平成25年8月からフードチェーンを構成する製・配・販企業35 社により、特定の地域で飲料・菓子の一部品目について小売業の物流センターへの納品期限を現行の「賞味期間の2/3残し」から「賞味期間の1/2残し」に緩和したパイロットプロジェクトを実施し、返品や食品ロス削減効果等を検証した。

この結果、

- ①小売業の物流センター段階では、納品期限切れ発生数量の減少、返品削減により、食品ロス 削減につながる効果が示された。
- ②食品製造業段階でも納品期限緩和により、鮮度対応生産の削減など相当数の余剰在庫を削減できる可能性が確認され、未出荷廃棄の削減により、食品ロス削減につながる効果があるものと考えられた。
- ③小売業の店舗では、飲料及び賞味期間180日以上の菓子について、販売期限切れによる廃

棄増や値引ロス等の問題は発生しなかった。

検証結果を用いて、飲料・賞味期間180日以上の菓子について全ての小売業が納品期限を「賞味期間の1/2残し」に緩和した場合の推計を行ったところ、フードチェーン全体で飲料については39,384 トン(7,081百万円相当)*、賞味期間180日以上の菓子については1,235 トン(1,579百万円相当)の鮮度対応生産および納品期限切れ商品の削減効果が見込まれ、食品ロス削減に相当の効果があるものと考えられる。

このため、飲料及び賞味期間180日以上の菓子については、フードチェーン全体での食品ロス削減に向けて、「賞味期間の2/3残し」をはじめ「賞味期間の1/2残し」を超えて納品期限を設定している場合には、「賞味期間の1/2残し」以下に緩和することを推奨し、各業界団体の協力を得て幅広い関係者に情報を共有し、各自の取組を促す。

また、賞味期間が180日未満の菓子については、納品期限の緩和により小売店舗での廃棄増等が出る場合も見られたが、フードチェーン全体では食品ロス削減効果があるため、納品期限の緩和を検討していく。その際、消費者の8割以上が菓子を購入後1週間以内に食べるとの調査結果も踏まえ、現在多くの小売業で設定されている販売期限の延長についても消費者の理解を得ながら検討を進めることとする。

さらに、飲料・菓子以外のカテゴリーの食品においても同様の効果があるかどうかを検証するとともに、課題や問題点を抽出するため、他のカテゴリーでパイロットプロジェクトを平成26 年度に実施する。詳細な対象カテゴリー、参加企業等については、引き続き関係者で打ち合わせを行い、平成26 年4月以降に実施するための準備を始める。

(2)賞味期限の見直し、賞味期限設定の考え方等の情報提供

近年、食品の製造過程における生産・衛生技術の向上や気密性の高い包装資材の開発など、商品のロングライフ化に向けた技術開発が行われてきた。平成25年6月には日本即席食品工業協会が「即席めんの期限表示設定のためのガイドライン」を改訂し、即席めんの賞味期限の1~2ヶ月延長が予定されている。

引き続き、食品ロス削減の観点から、食品製造業において、既存製品の賞味期限について科学的な知見に基づく再検証(業界団体が作成する期限の設定に関するガイドラインマニュアルや安全係数の見直し等も含む)を行うとともに、得られた結果に基づき、消費者の理解を得つつ賞味期限の延長に取り組む。

また、食品製造業において、賞味期限設定の考え方や食品の保存方法等の情報を消費者に提供することで、消費者の賞味期限に対する理解を促進し、家庭における食品ロス削減に貢献することとする。

なお、その進捗状況は団体毎又は企業毎に積極的に公表していくこととする。

(3)表示方法の見直し

賞味期限の長い品目については、品質劣化のスピードが遅く、消費段階で日付管理する意味が 乏しい反面、日付順に納入される流通段階で食品ロスの発生につながる場合がある。

また、賞味期限が3ヶ月超の品目については、「年月」表示も認められているところである。

※メーカー段階の鮮度対応生産の削減効果と物流センター段階の納品期限切れ商品の削減効果を単純加算したものであり、一部重複する部分もあり得る。

引き続き、賞味期限が長い品目については、「年月」表示へ変更するなど消費者にとってわかりやすい期限表示となるように各社で工夫する。その際、「年月日」表示に比べて賞味期限が最大1ヶ月短くなる等の課題もあることも踏まえ、消費者の理解を得ながら検討を進める。

なお、その進捗状況は団体毎又は企業毎に積極的に公表していくこととする。

(4)日配品のロス削減

チルド食品はじめ日配品は加工食品に比べて賞味期限が短く、流通形態も異なることから、その実態と課題を踏まえたフードチェーンでの効果的なロス削減に向けて、平成26 年度からWTで具体的な取組を検討する。また、消費者の小売店舗での購入行動が食品ロス削減に重要であることから、平成26年度から消費・賞味期限までの残存期間が短いものの売切りを促進するインセンティブ(もったいないポイント)を付与し、食品ロス削減効果を検証するとともに、消費・賞味期限までの残存期間とインセンティブ付与率の関係等を分析する。

(5)食品ロス削減に関する消費者理解の促進

食品ロス削減には消費者の理解と協力が鍵となることから、食品ロス削減の重要性や食品の期限表示(消費期限・賞味期限)、食品ロス削減に向けた事業者の取組について十分理解してもらえるよう、食品ロス削減国民運動(NO-FOODLOSSPROJECT)を推進する関係府省庁(内閣府、消費者庁、農林水産省、経済産業省、環境省、文部科学省)とも連携して、ロゴマーク「ろすのん」を活用した取組、食品の期限表示の意味のわかりやすい説明など、食品ロス削減に関する消費者理解を進める。

(6)その他の食品ロス削減に向けた取組

商慣習の見直しを行ってもなお生じる食品ロスについては、各地のフードバンクを活用し、社会全体で食品ロス削減に努める。食品ロス削減に努めても、なお排出される食品廃棄物については、積極的にリサイクルを行う。

3. 推進体制

NO-FOODLOSS PROJECTを推進する関係省庁と連携を図るとともに、共通課題の解決のため組織された民間企業の取組(製・配・販連携協議会、国民生活産業・消費者団体連合会、日本TC GF)とも連携して、WT の取組との相乗効果を目指す。

特に、2(1)のパイロットプロジェクトについては、製・配・販連携協議会と共同で、より多くの企業の参加を得て実施する。

以上

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム委員(50音順、敬称略)

【食品製造業】

企業名	推薦業界団体
味の素株式会社	風味調味料協議会
江崎グリコ株式会社	全日本菓子協会
キッコーマン食品株式会社	日本醬油協会
コカ・コーラ カスタマーマーケティング株式会社	全国清涼飲料工業会
サントリー食品インターナショナル株式会社	全国清涼飲料工業会
日清食品株式会社	日本即席食品工業協会
ハウス食品株式会社	全日本カレー工業協同組合
株式会社マルハニチロ食品	日本缶詰協会
雪印メグミルク株式会社	日本乳業協会

【食品卸売業】

企業名	推薦業界団体	
国分株式会社	日本加工食品卸協会	
三菱食品株式会社	日本加工食品卸協会	
株式会社山星屋	全国菓子卸商業組合連合会	

【食品小売業】

企業名	推薦業界団体		
イオンリテール株式会社	日本チェーンストア協会		
株式会社イトーヨーカ堂	日本チェーンストア協会		
株式会社東急ストア	日本スーパーマーケット協会		
株式会社ファミリーマート	日本フランチャイズチェーン協会		

【学識経験者】

明治大学専門職大学院	教授	上原 征彦	※座長
東京情報大学	学長	牛久保 明邦	
専修大学商学部	教授	渡辺 達朗	

(オブザーバー)農林水産省食料産業局バイオマス循環資源課食品産業環境対策室、農林水産政策研究所 経済産業省商務流通保安グループ流通政策課

(事務局) 財団法人 流通経済研究所 加藤 弘貴(専務理事)、石川 友博(主任研究員)、 重富 貴子(研究員)

(事業実施者) バイオマス資源総合利用推進協議会 兒玉 徹、今井 伸治、嶋本 浩治

発生抑制の目標値の設定の周知について

事 務 連 絡 平成26年4月1日

関係団体食品リサイクル等担当者 各位

農 林 水 産 省 食料産業局バイオマス循環資源課 食品産業環境対策室食品リサイクル班

発生抑制の目標値の設定の周知について

日頃より、農林水産行政の推進について、格別のご協力を賜り、厚く御礼申 し上げます。

今般、食品リサイクル法における食品廃棄物等の発生抑制を推進する観点から、「発生抑制の目標値」を平成26年4月から別添のとおり26の業種に設定いたしましたので、お知らせいたします。

目標値が設定された業種における食品関連事業者の皆様においては、食品廃棄物等の単位当たりの発生量が目標値以下になるよう御協力をお願いいたします。

なお、今回、目標値が設定されなかった業種については、引き続きデータを 収集し、可能な業種から目標値を設定する方向で検討していく予定です。

このことを、傘下会員の方々へ周知いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。以下の農林水産省ホームページにも別添資料を掲載しておりますので、併せてお知らせいたします。

【農林水産省HP】

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syokuhin/hassei_yokusei.html

【お問い合わせ先】

農林水産省

食料産業局 バイオマス循環資源産課 食品産業環境対策室 食品リサイクル班

担当:大島、横山

代表: 03-3502-8111(内線 4319)

直通: 03-6744-2066

食品廃棄物等の発生抑制の取組

- ・食品リサイクル法では、食品製造等で生じる加工残さや、食品の流通・消費過程等で生じる売れ残り や食べ残し等の「発生抑制」を行い、発生した食品廃棄物等については、飼料や肥料として「再生利 用」に取り組むことで、廃棄処分を減らすとともに、環境負荷の少ない循環型社会の構築を目指して います。
- ・この中で、「食品廃棄物等の発生抑制」は、食品関連事業者の皆さんが取り組むべき最優先事項であり、コスト削減に貢献するとともに、「もったいない」という時代の要請にかなう、環境にもやさしい取組です。
- ・平成24年4月に暫定的に設定をした食品廃棄物等の発生抑制の目標値に関して、本格展開を行うため、業種の追加等を行い、平成26年4月から、26業種について発生抑制の目標値を設定しました。これを契機にフードチェーン全体における「発生抑制」の取組の更なる推進が期待されます。

発生抑制の目標値の設定

・食品関連事業者の皆さんは、食品廃棄物等の単位当たりの発生量がこの目標値以下になるよう努力 が必要です。

業種別目標値の一覧

業種	業種区分	発生原単位の 分母の名称	目標値
食品製造業	肉加工品製造業	売上高	113kg/百万円
	牛乳·乳製品製造業	売上高	108kg/百万円
	水産缶詰·瓶詰製造業	売上高	480kg/百万円
	野菜漬物製造業	売上高	668kg/百万円
	味そ製造業	売上高	191kg/百万円
	しょうゆ製造業	売上高	895kg/百万円
	ソース製造業	製造数量	59.8kg/t
	パン製造業	売上高	194kg/百万円
	麺類製造業	売上高	270kg/百万円
	豆腐·油揚製造業	売上高	2,560kg/百万円
	冷凍調理食品製造業	売上高	363kg/百万円
	そう菜製造業	売上高	403kg/百万円
	すし・弁当・調理パン製造業	売上高	224kg/百万円
食品卸売業	食料・飲料卸売業(飲料を中心とするものに限る。)	売上高	14.8kg/百万円
食品小売業	各種食料品小売業	売上高	65.6kg/百万円
	菓子・パン小売業	売上高	106kg/百万円
	コンビニエンスストア	売上高	44.1kg/百万円
外食産業	食堂・レストラン (麺類を中心とするものを除く。)、	売上高	152kg/百万円

居酒屋等		
食堂・レストラン(麺類を中心とするものに限る。)	売上高	175kg/百万円
喫茶店、ファーストフード店、その他の飲食店	売上高	108kg/百万円
持ち帰り・配達飲食サービス業(給食事業を除く。)	売上高	184kg/百万円
結婚式場業	客数	0.826kg/人
旅館業	客数	0.777kg/人

注1:発生抑制の目標値については、有効数字の3桁で表示。

注 2:目標値の「kg/百万円」とは、売上高(百万円)当たりの食品廃棄物等の発生量(kg)

注 3:目標値の「kg/t」とは、製造数量(t) 当たりの食品廃棄物等の発生量(kg)

注 4:目標値の「kg/人」とは、利用者一人当たりの食品廃棄物等の発生量(kg)

発生抑制の取組の評価は、再生利用等実施率目標の達成に向けた取組とあわせて評価します。

・国として「発生抑制の目標値」を評価するにあたっては、別途設定されている再生利用等実施率目標の達成に向けた取組(飼料化、肥料化、メタン化など)とあわせて考える必要があります。 評価の際は、技術的かつ経済的に可能な範囲で最大限取り組んだ事実、努力目標を達成できなかった理由、その他当該事業者を取り巻く事情を勘案しつつ、別途設定されている再生利用等実施率目標の達成に向けた取組の状況も見ながら判断します。

今回発生抑制の目標値を設定しない業種について

目標値の設定に当たっては更なる検討が必要な 25 業種

・データが整った段階で目標値を設定すべきであり、当面は食品廃棄物等の発生の実態を把握すると ともに、自主的な努力により、発生抑制に努める業種

-	
業種	業種区分
食品製造業 (14 業種)	その他の畜産食料品製造業、水産練製品製造業、その他の水産食料品製造業、野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業(野菜漬物製造業を除く。)、食酢製造業、その他の調味料製造業、菓子製造業、食用油脂加工業、あん類製造業、レトルト食品製造業、他に分類されない食料品製造業、清涼飲料製造業(茶、コーヒー、果汁など残さが出るものに限る。)、清涼飲料製造業(その他)、蒸留酒・混成酒製造業(単式蒸留焼酎製造業を除く。)
食品卸売業(3業種)	食肉卸売業、その他の農畜産物・水産物卸売業、食料・飲料卸売業(飲料を中心とするものを除く。)
食品小売業(5業種)	野菜・果実小売業、食肉小売業(卵・鳥肉を除く。)、卵・鳥肉小売業、酒小売業、その他の飲食料品 小売業(コンビニエンスストアを除く。)
外食産業 (3 業種)	給食事業、沿海旅客海運業、内陸水運業

今の段階では目標値の設定は難しい 14 業種

将来的には目標値の設定を行うものの、当面は自主的な努力により、発生抑制に努めるとともに、再生利用の更なる推進に努める業種

業種	業種区分
食品製造業(10業種)	部分肉・冷凍肉製造業、海藻加工業、塩干・塩蔵品製造業、冷凍水産物製造業、冷凍水産食品製造業、甘しや糖製造業、その他の精穀・製粉業、果実酒製造業、製茶業、コーヒー製造業
食品卸売業(3業種)	米麦卸売業・雑穀卸売業、野菜卸売業・果実卸売業、生鮮魚介卸売業
食品小売業 (1業種)	鮮魚小売業

今の段階では目標値の設定は不適切であると考えられる 10 業種

当面は、自主的な努力により、廃棄処分されている部分の抑制に努めるとともに、再生利用の更なる推進に努める業種

業種	業種区分
食品製造業 (10 業種)	てん菜糖製造業、砂糖精製業、ぶどう糖・水あめ・異性化糖製造業、精米・精麦業、小麦粉製造業、動植物油脂製造業(食用油脂加工業を除く。)、でん粉製造業、ビール類製造業、清酒製造業、単式蒸留焼酎製造業

目標値の設定に向けた今後の予定

- ・将来的には、できるだけ多くの業種において、目標値の設定を目指すこととなります。
- ・今後、定期報告のデータ等を検証し、今回、目標値を設定しなかった業種についても段階的に目標値の設定が行われることになりますが、当面は自主的な努力により、廃棄処分されている部分の抑制に努めるとともに、再生利用の更なる推進を図ることが必要です。

一般社団法人 日本加工食品卸協会 御中

農 林 水 産 省 食料産業局バイオマス循環資源課 食 品 産 業 環 境 対 策 室

発生抑制の取組について

日頃より、農林水産行政の推進について、格別のご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

今般、食品リサイクル法における食品廃棄物等の発生抑制を推進する観点から、「発生抑制の目標値」を平成26年4月から別添のとおり26の業種に設定いたしました。

食料・飲料卸売業(飲料を中心とするものを除く。)については、平成24年4月に2年間の暫定目標値が設定されたところでありますが、平成23年度の定期報告者データを用いて相関係数が O. 7以上あること等を条件として精査したところ、条件と合致しなかったため、今回の目標値の設定は見送ることとなりました。

今回目標値が設定されなかった業種については、当面は自主的な努力により発生抑制に努めることとなります。貴協会は、これまでも業界団体として、暫定目標値の達成に向けて傘下会員に対し、働きかけを行っていただいたところであり、今後とも、自主的取組を継続し、発生抑制に向けて取り組んでいただきたいと思います。

このことについて、傘下会員の方々へ周知いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。以下の農林水産省ホームページにも別添資料を掲載しておりますので、併せてお知らせいたします。

【農林水産省HP】

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syokuhin/hassei_yokusei.html

【お問い合わせ先】

農林水産省

食料産業局 バイオマス循環資源産課 食品産業環 境対策室 食品リサイクル班

担当:大島、横山

代表:03-3502-8111(内線 4319)

直通:03-6744-2066



「食品ロス削減国民運動」

NO-FOODLOSS プロジェクト

に御協力ください



食べものに、 もったいないを、 もういちど。 NO-FOODLOSS PROJECT

NO‐FOODLOSS プロジェクト を展開中です

本では、食べられるのに 廃棄される食品、いわゆる 「食品ロス」が年間約500~ 800万トン発生しています。 一方、世界では、約8億人の 人々が栄養不足の状態にあ ります。

(も)ったいない」という言葉 の発祥地は日本です。 国では、事業者と家庭、双方 における食品ロスの削減を 月指し、国民運動「NO-FOODLOSS プロジェクト」 を展開しています。

食 品ロスの約半分は家庭 から発生しています。 食品ロスの問題に関心を持 ち、現状を知っていただくと ともに、プロジェクトへの御 協力をお願いいたします。

詳しくはこちらの ウェブサイトを 御参照ください。

農林水産省 http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/index.html

食品ロスの削減・食品廃棄物の発生抑制

消費者庁 http://www.caa.go.jp/adjustments/index_9.html

食べもののムダを

-人の意識・行動改革が必要です。

NO‐FOODLOSS プロジェクト のロゴマークを作成しました

官民が連携してプロジェクトを進めるに当たり、 ロゴマークを作成しました。



もったいないを、 もういちど、

愛称: 「ろすのん」

ロゴマークの 使用について

▶ 食品ロス削減に取り組む地方公共団体や消費者団体、企業の皆様は是非御利用ください。 ▶ ロゴマーク利用許諾要領、利用許諾申請書等は、下記の農林水産省URLを御確認ください。 http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/index.html

食品ロス削減関係省庁等連絡会議

内閣府(食育推進室)、消費者庁、文部科学省、農林水産省、経済産業省、環境省





食べものに、もったいないを、もういちど。

NO-FOODLOSS PROJECT

NO - FOODLOSS プロジェクト

ロゴマーク「 ろすのん 」について

- 名前: ろすのん (男の子)
 - ▶ 食品ロスをなくす (non) という意味から命名
 - ▶ 280件の応募の中から決定(平成25年12月)
- ろすのんに込めたメッセージ
 - ▶ 真ん中の赤丸「●」は、お皿をイメージ(食品ロス問題を訴える)
 - ▶ 下の二本線「=」は、お箸をイメージ
 - ▶ 右目の涙は「もったいない」感情を表現
- ろすのんのプロフィール
 - ▶ 語尾に「のん」が付く
 - ▶ 好物は刺身のつま・パセリ
 - ▶ 好きな言葉は「残り物には福がある」

るすのんほういてのお問合せ先

農林水産省 食料産業局 バイオマス循環資源課 食品産業環境対策室 食品ロス担当 TEL:03-6744-2066 (直通)

消費者庁 消費者政策課 食品ロス担当

TEL:03-3507-9261(直通)

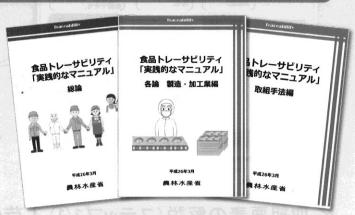
平成26年2月版

食品の足あといただれますか?

食品トレーサビリティ 実践的なマニュアル を作成しました!

食品事故が起きたときの 強い味方!それが

トレーサビリティ



農林水産省ホームページで公開中! (ホーム → 組織・政策 → 消費・安全局トップ → トレーサビリティ)

【実践的なマニュアル の構成】

総論

・・【理論編】取組の意味や効果、用語の解説など

各論

・・【実践編】業種ごとの取組の進め方など

取組手法編

様式集など(各論を補完するもの)

平成25年度は

製造·加工業編

卸売業編

小売業編

を作成

(平成26年度以降も、業種を追加予定)

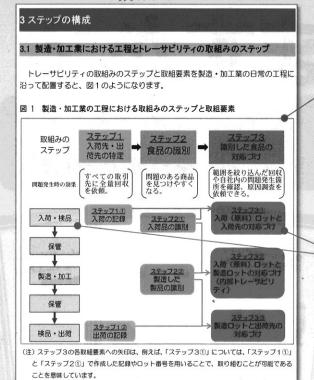
【実践的なマニュアル の特徴】

- ▶ 取組を 徐々にステップアップできるよう、3つのステップに分けて解説
- ▶ 中小事業者を主な対象とし、わかりやすいよう
 図やイラストを多く掲載
- ★業務の手順や記録様式を作成・管理する
 管理者を読者として想定
- ≫ 総論と各論は、どちらから読み進めても構いません

農林水産省

実践的なマニュアル の内容(一部)

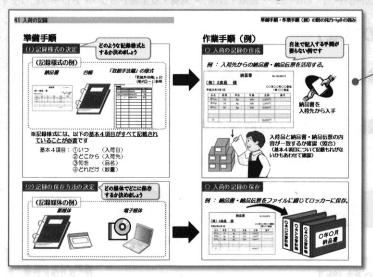
《ステップの構成》 ※ 各論(製造·加工業編)より



取組を徐々にステップアップ できるよう、 3つのステップに整理

各取組要素が、 どの工程で取り組むのか わかるよう図解

≪ 取組要素の解説(ステップ1① 入荷の記録) ≫ ※ 各論(小売業編)より



各取組要素は、 視覚的に理解できるよう 図やイラストで解説

問い合わせ先

問い合わせ先	電話番号	問い合わせ先	電話番号
消費·安全局 表示·規格課	03-3502-5716	東海農政局 消費生活課	052-223-4651
北海道農政事務所 消費生活課	011-642-5474	近畿農政局 消費生活課	075-414-9771
東北農政局 消費生活課	022-221-6095	中国四国農政局 消費生活課	086-224-9428
関東農政局 消費生活課	048-740-0096	九州農政局 消費生活課	096-211-9121
北陸農政局 消費生活課	076-232-4227	沖縄総合事務局消費·安全課	098-866-1672

^{※「}実践的なマニュアル」は、農林水産省ホームページ(http://www.maff.go.jp/j/syouan/seisaku/trace/index.html#4)からダウンロードできます。「実践的なマニュアル」や本リーフレットについて不明な点があれば上記までお問い合わせください。

卸売業(食品・菓子・雑貨等)の人材育成のためのツールができました

卸売業(食品・菓子・雑貨等)の 「キャリアマップ」、「職業能力評価シート」 および「導入・活用マニュアル」のご案内

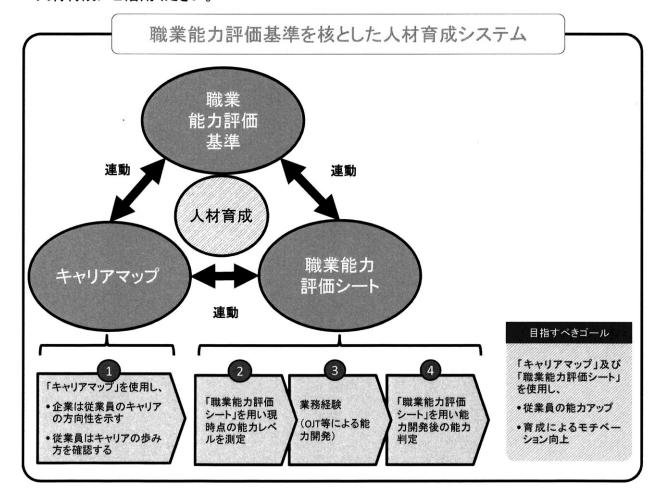
厚生労働省では、我が国の「職業能力評価制度」の中心をなす公的な職業能力の基準として「職業能力評価基準」を整備しています。

この「職業能力評価基準」を核とした人材育成を進めるためのツールとして、「キャリアマップ」と「職業能力評価シート」がこのたび作成され、卸売業(食品・菓子・雑貨等)の「キャリアマップ、職業能力評価シート導入・活用マニュアル」がリリースされることとなりました。

「職業能力評価基準」は、中央職業能力開発協会のホームページ (https://www.hyouka.javada.or.jp/user/include/pdf_committee/5_2/c5_2.pdf_) や 厚 生 労 働 省 の ホ ー ム ペ ー ジ (http://www.mhlw.go.jp/bunya/nouryoku/syokunou/) で公開されているほか、「キャリアマップ」、「職業能力評価シート」および「導入・活用マニュアル」も順次公開される予定です。自社および関係先卸売業の人材育成にご活用ください。



キャリアマップ、 職業能力評価シート 導入・活用マニュアル



職業能力評価基準とは

「職業能力評価基準」とは、仕事をこなすために必要な「知識」と「技術・技能」に加えて、「成果に繋がる職務 行動例(職務遂行能力)」を、業種別、職種・職務別に整理したものです。

卸売業(食品・菓子・雑貨等)については、平成19年(2007年)にこの「職業能力評価基準」が策定されていま す。策定に当たっては、全国卸商業団地協同組合連合会及び関係企業で検討を行っており、卸売業(食品・菓 子・雑貨等)の「職業能力評価基準」は以下のとおり職種・職務を網羅したものになっています。

一一卸売業(食品·菓子·雑貨等)における職業能力評価基準の全体像ーー

は職業能力評価基準が整備されている職務・レベルです

職種	職務	レベルコ	レベル2	レベル3	レベル4
	メーカー・サービス・マネジメント				
(+ H) :=	商品開発支援				
メーカー・サービス	メーカーの販売支援				
	メーカーの経営支援				
	リテール・サービス・マネジメント				
	商品調達支援				
リテール・サービス	小売業の販売支援				
	小売業の経営支援				
	ロジスティクス・マネジメント				
ロジスティクス	物流				
	センター開設・運営				

「ロジスティクス」職種能力ユニット一覧 卸売業(食品・菓子・雑貨等)「ロジスティクス職種」能カユニット一覧(様式2 職種名 メーカーから仕入れた意見を小売業に結局するまで、実際の物の動きに付続して存在する仕事一般、個別活動で ある「物流」と、それる協議機能がシステム化・統合化された機能(センター関設・運営」及びそれら金機能を統合的 に送近「ジスティンス・マネジメル」に大助される。 定義 く共通能力ユニット> 企業倫理とコンプライアンス 30C001L11 30C0002L22 30C003L33 30C004L44 300006L22 課題の設定と成果の追求 30C008L11 30C009L22 300010L33 300011L44 予算策定とコストのマネジメント 300012133 300013L44 全職務共通 総線と人のマネジメント 30C014L33 300015L44 300018L33 OS(顧客満足)の推進 300016L11 300017L22 300019L44 30C022L33 スク・マネジメント 30C020L11 300021L22 30C023L44 30C026L33 クレーム・トラブル対応 300024L11 30C025L22 30C027L44 く選択能力ユニット> 皇務 能力ユニット名 Li こジスティクス・マネジメント 40134 メーカー物流の代替・支援 305041111 205042129 小売業物流の代替・支援 30S044L22 由計の物語 305045L11 センター開設 305048122 センター運営 30S050L11 30S051L22 30S052L33

「自社の物流(レベル1)」職業能力評価基準 レベル1 ユニット番号30S045L11 選択 自社における物流業務を実施する能力 能力細目 職務遂行のための基準 ○自社にとってどのような物流業務 納品、検品、保管、流通加工、出荷、輸送など、が必要が理解 通 〇納品から出荷に至る一連の物決業務のスケジュール "得意先の受免注降時間や結品・出荷パ ターンなど"を理解している。 ○自社のどのような部署が関係しまた責任者は誰であるかなどを理解している。 ○曖昧な点があれば上司や自社の関係部署、取引先「運送会社、倉庫会社等」に質問し解決して)物流巣株を実施する上で必要となる様々な付随業務を行っている。 Z自社物流の実施 リテール・サービス 〇合後への課務も単角に管験しておくべきノウハウなどを記録している。 **ま次回へのフィー** ロジスティクス

「職業能力評価基準」の詳細 厚生労働省 URLO http://www.mhlw.go.jp/bunya/nouryoku/syokunou/

キャリアマップとは

キャリアマップとは、職業能力評価基準で設定されているレベル1~4をもとに、本業種の代表的な職種における能力開発の標準的な道筋を示したものです。キャリアマップでは、①キャリアの道筋と②各レベルの習熟の目安となる年数が一目で分かるようになっています。

卸売業(食品・菓子・雑貨等)のキャリアマップは、「メーカー・サービス(商品仕入部門)」「リテール・サービス(営業部門、リテールサポート部門)」「ロジスティクス(物流、SCM部門)」の3職種について作成しています。原則として、新入社員は、メーカー・サービス、リテール・サービス、およびロジスティクスのいずれかの職種でスタッフとして職務を経験し、その後異動・昇格します。一般的に、課長級までは3職種のいずれの職務も経験する可能性があります。

キャリアマップ リテール・サービス (営業部門、リテールサポート部門) メーカー・サービス ロジスティクス レベル (物流·SCM部門) (商品仕入部門) <目安年数> レベル4 部長級 部長級 部長級 (シニアマネージャー) (シニアマネージャー) (シニアマネージャー) <7年> メーカー・サービス・マネジメント リテール・サービス・マネジメント ロジスティクス・マネジメント レベル3 課長級 課長級 課長級 (マネージャー) (マネージャー) (マネージャー) <7年> メーカー・サービスマネジメント メーカーの経営支援 リテール・サービス・マネジメント 小売業の経営支援 ロジスティクス・マネジメント センター開設・運営 レベル2 係長級 係長級 係長級 (シニアスタッフ) (シニアスタッフ) (シニアスタッフ) <5年> 商品開発支援 商品調達支援 物流 センター開設・運営 メーカーの販売支援メーカーの経営支援 小売業の販売支援 小売業の経営支援 レベル1 スタッフ スタッフ スタッフ <7年> センター開設・運営 メーカーの販売支援 メーカーの経営支援 小売業の販売支援 小売業の経営支援

注)目支年数は新卒入社の場合。中途採用の場合、どのレベルに設当するかは能力要件に基づいて判断される。

Ⅰ レベル区分の目安

レベル4

●大規模組織の責任者もしくは最高度の専門職・熟練者として、広範かつ統合的な判断および意思決定を行い、企業利益を先導・創造するとともに、当該大規模組織の予算策定とコストのマネジメント、および組織と人のマネジメントを行うために必要な能力水準

ベルアップ

レベル3

●中小規模組織の責任者もしくは高度専門職・熟練者として、上位方針を踏まえて管理 運営、計画作成、業務遂行、問題解決等を行い、企業利益を創出するとともに、当該中 小規模組織の予算策定とコストのマネジメント、および組織と人のマネジメントを行うた めに必要な能力水準

レベル2

●グループやチームの中心メンバーとして、創意工夫を凝らして自主的な判断、改善、 提案を行いながら業務を遂行するために必要な能力水準

レベル1

●担当者として上司の指示・助言を踏まえて定例的業務を確実に遂行するために必要 な能力水準

※ここでは、卸売業固有の職種のキャリアマップを作成しています。管理部門のキャリアマップについては、 事務系職種の職業能力評価基準にある「キャリア形成の例」を参考にして下さい。

中央職業能力開発協会 http://www.hyouka.javada.or.jp/user/dn_standards_a9.html

職業能力評価シートとは

職業能力評価シートとは、「職業能力評価基準」で職種・職務・レベル別に定められている「職務遂行のための 基準」を簡略化したものであり、人材育成に有効な示唆を得ることができるチェック形式の評価シートです。これ を使うと、「自分(または部下)の能力レベルはどの程度なのか」「次のレベルに上がるには何が不足しているの か」を具体的に把握することができます。

卸売業(食品・菓子・雑貨等)における職業能力評価シートは、職種ごとに作成されており、以下の12種類(下記の赤枠単位)が用意されています。

Ⅰ 職業能力評価シートの種類

は職業能力評価基準及び職業能力評価シートが整備されている職務・レベルです。

は職業能力評価シートの作成単位です。

職種	戦 券	レベル1	レベル2	レベル3	レベル4
	メーカー・サービス・マネジメント				
	商品開発支援				
メーカー・サービス	メーカーの販売支援				
	メーカーの経営支援				
	リテール・サービス・マネジメント				
11= 11 H 12=	商品調達支援				
リテール・サービス	小売業の販売支援				
	小売業の経営支援				
	ロジスティクス・マネジメント				
ロジスティクス	物流				
	センター開設・運営				

Ⅰ 職業能力評価シートの構成

職業能力評価シートには、実際に知識やスキルをチェックするための「評価シート(本体)」と、チェックで迷った場合に参照する「サブツール」の2つがあります。



URL ・ 職業能力評価基準、キャリアマップ、職業能力評価シートの詳細については「職業能力評価基準活用のために」を参照下さい **厚生労働省** http://www.mhlw.go.jp/bunya/nouryoku/syokunou/07.html

キャリアマップ、職業能力評価シートの活用方法

人材育成テーマ	活用ツール
1. 企業・職場の人材レベルの把握 企業全体、または部門全体の知識・スキル水準を測定し、 自社の強みと弱みを把握することで、「誰に、どのような教育を行うのか⇒効果的な教育計画の策定」や、「どのよう な知識・スキルを持った人が必要なのか⇒採用計画の立 案」に活用します。	・職業能力評価シート
2. 階層別の人材育成 各階層の従業員について、それぞれの階層に求められる 知識・スキルを身に付けているか確認することで、知識・ス キルの向上に向けた課題を発見します。	キャリアマップ職業能力評価シート
3. 能力チェックの高度化 (能力チェックの精度の向上) 知識・スキルをチェックする際に、評価する人によって目線がバラついていると正しい現状把握ができません。評価の目線合わせをして、統一的な基準でチェックできるようにします。	●職業能力評価シート
4. 中途採用時の知識・スキルレベルの把握採用時に、本業種における汎用的な知識・スキル項目をチェックしてもらうことで、採用対象者のスキルレベルを把握します。	◆キャリアマップ◆職業能力評価シート

詳細は、「キャリアマップ、職業能力評価シート導入・活用マニュアル」をご参照ください。



Japan Tourism Agency Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

平成 25 年 12 月 13 日 観 光 庁

日本でのショッピングの魅力向上と、地域への外国人観光客の誘客に取り組みます。

- 1. 外国人旅行者の買い物において、「全品目」が消費税免税となる ことが決まりました(平成 25 年 12 月 12 日与党税制改正大綱)。
- 2.「ショッピングと言えば日本」、免税店の情報発信を強化します。
- 3.「わが街にも免税店」、日本全国に免税店を拡大させます。

1. 外国人旅行者向け消費税免税制度の改正について

昨日(12月12日)決定した「与党税制改正大綱」により、来年10月(予定)から、以下のとおり外国人旅行者向け消費税免税制度(輸出物品販売場制度)が変わります。

外国人旅行者のショッピングにおける魅力を向上させ、日本における旅行 消費を増加させるため、全ての品目を消費税免税の対象とするとともに、利 便性向上の観点から免税手続を簡素化します。

I. 免税対象品目について

現在免税対象となっている家電、装飾品、衣類、靴、かばん等のほか、 現在免税対象から除外されている食品類、飲料類、たばこ、薬品類及び 化粧品類等も含め、全ての品目が免税対象となります。

- 新規免税対象品目については、これらのみで、1人1日1店舗あたり「5千円超50万円以下の購入」が免税対象となります。
- 新規免税対象品目は、旅行中に消費 されないように、店舗にて定められ た方法で包装していただきます。
- 購入後30日以内の国外への持ち出しを購入誓約書において誓約していただきます。
- 既存の免税対象品目については、1 人1日1店舗あたり「1万円超の購入」が免税対象です。(変更なし)





Japan Tourism Agency Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

Ⅱ. 免税手続の簡素化

店頭での手続時間短縮のため、免税申請書類の様式の弾力化や、小売 現場のIT化にも対応した手続方法等に簡素化します。

Ⅲ. 制度開始時期

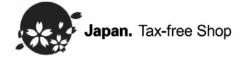
平成 26 年 10 月 1 日 (予定)

2. 免税店の情報発信の強化について

免税店に対する外国人旅行者の認知度を高めるため、免税店シンボルマークを創設し、免税店に関する情報発信を強化します。

I. シンボルマークの創設

免税店のブランド化・認知度向上のため、統一したシンボルマークを 店頭に掲示等することにより、外国人旅行者からの識別性を向上させ、 外国人旅行者の利便性を高めます。準備が整い次第、来年1月にもシン ボルマークの使用を開始します。





Ⅱ. 情報発信の強化

今後、全国の免税店リストを日本政府観光局(JNTO)のHPへ掲載するとともに、日本での免税手続等について、海外発行ガイドブックや日本発着航空路線の機内誌への掲載を働きかけること等により情報発信に積極的に取り組みます。

3. 免税店の拡大について

免税店(輸出物品販売場)は全国に約4000店ありますが、東京や大阪などの都市部に集中しています。今回の制度改正を契機として、地方の免税店を拡大し、地方を訪れる外国人旅行者が地方ならではの特産品を免税店で買い物できるように取り組みます。

国土交通省の各地方運輸局に免税店に関する問い合わせ窓口を設置し(来年1月中めど)、2.のシンボルマーク等について小売店舗からの各種相談を受け付けるとともに、制度改正を踏まえた新たな免税店制度の普及・啓発、免税許可申請の促進、販売場への助言に取り組みます。

《関連プレスリリース:報道発表 12月 11日》

みずほ銀行、三菱東京 UFJ 銀行、三井住友銀行のメガバンク3行による海外発行クレジットカードに対応するATMの設置の取り組みにより、外国人旅行者の利便性が飛躍的に向上します!

URL: http://www.mlit.go.jp/kankocho/news03_000095.html

【お問い合わせ先】

免税制度改革チーム

担当:森(内線:27-211)、富田(内線:27-402) TEL 03-5253-8111(代表) 03-5253-8322(直通)

外国人旅行者向け消費税免税制度の 改正について、詳細が決まりました。

最終更新日:2014年3月31日

外国人旅行者向け消費税免税制度は、本年10月1日から、従来免税販売の対象となっていなかった消耗品(※)が新たに免税販売対象となり、外国人旅行者の増加や各地域の飲料、食品といった特産品の販売増加への貢献が期待されます。

こうした新たな免税制度に関して、

- 1. 新しく免税対象となる消耗品を販売する際の包装の方法を決定いたしました。
- 2. 4月以降、地方運輸局及び地方経済産業局において、免税制度の手続き等に関する相談を受け付けます。

※消耗品:食品類、飲料類、薬品類、化粧品類その他の消耗品

1. 消耗品の包装の方法について

外国人旅行者向け消費税免税制度では、本年 10 月 1 日より新たに免税販売の対象となる消耗品について、免税販売する際には、国土交通大臣及び経済産業大臣が指定する方法により包装を行うこととされております。

本日、国土交通省及び経済産業省は、消耗品の包装方法を定める告示を制定し、公布致しました。

具体的には、袋と箱による包装を認め、開封した場合に開封したことがわかるシールで封 印することなどを指定しております。 (詳細は別紙1参照)

2. 地方運輸局及び地方経済産業局での相談受付及び説明会の実施について

外国人旅行者向け消費税免税制度の改正について、4月1日より、全国の地方運輸局及び 地方経済産業局において、消費税免税制度に関する相談を受け付けます。(各地域の窓口 は別紙2参照)

また、4月以降に、各地域において地方自治体や民間事業者の方を対象とした消費税免税制度に関する相談会を開催する予定です。

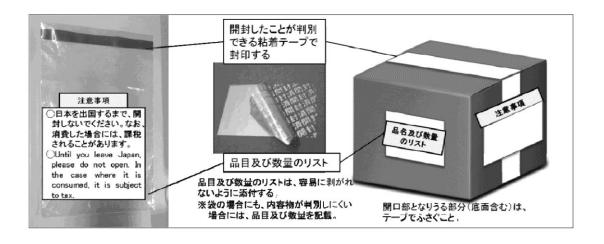
別紙1. 包装の方法に関する詳細

〇袋による包装

- ・プラスチック製であり、出国までに破損しない十分な強度を有すること ※農産物の鮮度維持のために必要な大きさの穴を開けることは可。
- ・無色透明又はほとんど無色透明であり、内容物の品名や個数が確認できること (確認出来ない場合は内容物の品名及び品名ごとの数量を記載又は記載した書面を添付)
- ・開封した場合に開封したことが分かるシールで封印すること
- ・出国まで開封しないこと等を日本語及び外国語で注意喚起すること

O箱による包装

- ・段ボール製、発泡スチロール製等であり、出国までに破損しない十分な強 度を有すること
- ※農産物の鮮度維持のために必要な大きさの穴を開けることは可。
- ・内容物の品名及び品名ごとの数量を記載すること
- ・開封した場合に開封したことが分かるシールで封印すること
- ・出国まで開封しないこと等を日本語及び外国語で注意喚起すること



別紙2. 各地域における免税店相談窓口

地域	観光庁・地方運輸局	経済産業省・地方経済産業局			
本省	観光庁 国際観光課	商務流通保安グループ 流通政策課			
本 省	(TEL) 03-5253-8324	(TEL) 03-3501-1708			
北海道	北海道運輸局 観光地域振興課	北海道経済産業局 流通産業課			
11/再坦	(TEL) 011-290-2722	(TEL) 011-738-3231			
東北	東北運輸局 国際観光課	東北経済産業局 商業・流通サービス産業課			
米化	(TEL) 022-791-7510	(TEL) 022-221-4914			
関東	関東運輸局 国際観光課	 関東経済産業局 流通・サービス産業課			
月米	(TEL) 045-211-7273				
北陸信越	北陸信越運輸局 観光地域振興課	(TEE) 040 000 0343			
10座16座	(TEL) 025-285-9181	中部経済産業局 流通・サービス産業課			
中部	中部運輸局 観光地域振興課	(TEL) 052-951-0597			
T 10	(TEL) 052-952-8009	(TEE) 002 901 0097			
 近畿	近畿運輸局 観光地域振興課	近畿経済産業局 流通・サービス産業課			
と一般	(TEL) 06-6949-6411	(TEL) 06-6966-6025			
中国	中国運輸局 国際観光課	中国経済産業局 流通・サービス産業課			
十四	(TEL) 082-228-8702	(TEL) 082-224-5655			
四国	四国運輸局 観光地域振興課	四国経済産業局 商業・流通・サービス産業課			
	(TEL) 087-835-6357	(TEL) 087-811-8524			
九州	九州運輸局 観光地域振興課	九州経済産業局 流通・サービス産業課			
76711	(TEL) 092-472-2920	(TEL) 092-482-5455			
沖縄	沖縄総合事務局 運輸部企画室	沖縄総合事務局 経済産業部 商務通商課			
/ 中神	(TEL) 098-866-1812	(TEL) 098-866-1731			

[執行運営委員会]

◆第1回 4月12日(金)

15時30分より開催。議案は、①平成25年度事業計画(案)・収支予算案・運営組織について ②「食品ロス削減のための商慣習検討WT」について ③消費税増税に関して ④「低炭素社会実行計画」について ⑤5月開催賛助会員幹事店会の意見交換テーマについて ⑥平成24年度加工食品卸売統計調査について ⑦一般社団法人日本卸売協会の解散について

◆第2回 7月26日(金)

15時30分より開催。議案は、①平成24年度食品産業における取引慣行の実態調査報告書について(食品産業センター)②納品期限の見直しに関する実証事業の開始について ③日本のTPP交渉参加に関する意見について(食品産業センター)④これからの介護食品をめぐる論点について ⑤新型インフルエンザ対策について

◆第3回 8月29日(木)

15時30分より開催。議案は、①製造業者との取引の公正化について公正取引委員会からの要請(物流センターを利用して行われる取引に関する実態調査報告書) ②流通経済研究所主催「物流センターフィ問題」のまとめ ③税務問題対応WGの検討内容について(消費税転嫁対策特別措置法への対応について)

◆第4回 9月30日(月)

14時より開催。議案は、①消費税増税に伴う共同行為(カルテル)の実施届出書について ②平成26年度の税制改正等に関する要望書について ③定款の一部変更案について ④2013年度環境自主行動計画についての調査票提出の骨子について ⑤平成24年度新物流コスト実態調査について ⑥平成25年度情報システム研修会の内容について ⑦11月開催賛助会員幹事店会の意見交換テーマについて

◆第5回 10月29日(火)

15時より開催。議案は、①第5次「食品の流通部門の構造改善を図るための基本方針について」の意見交換(農林水産省食品製造卸売課との)②「介護食品のあり方に関する検討会議」について

◆第6回 12月11日(水)

13時より開催。議案は、①消費税の転嫁及び表示カルテルの申請及び受理について ②賛助会員幹事店の意見交換の内容について ③燃料サーチャージ制導入について ③栄養表示に関する調査会の懸念事項について

◆第7回 1月30日(木)

15時30分より開催。議案は、①2014年の食品業界の課題について ②消費税転嫁対策の取り組みについて ③納品期限の見直しに関する実証事業の中間報告資料の公表について ④食品ロス削減国民運動のロゴマーク利用について ⑤食品表示基準の検討について ⑥ハラール食品輸出モデルの策定事業について ⑦経済連携協定(EPA)に係る原産地規則の概要について ⑧P研との意見交換会開催について

◆第8回 3月5日(水)

16時より開催。議案は、①成長戦略に向けた制度変更への対応について ②食品廃棄物等の発生 抑制の目標値について ③平成26年度の事業計画案・実施計画案・組織図案及び収支予算案 ④定 款の一部変更案について ⑤経理規定の変更について

⑥食品取引環境改善への取組みについて

平成25年度加工食品卸売統計調查

一般社団法人 日本加工食品卸協協会

単位=百万円・%

25年1~12月	前年比	24年1~12月
9,887,398	102.82%	9,616,626
3,835,932 (38.8%)	101.54%	3,777,610 (39.3%)
2,751,369 (27.8%)	101.50%	2,710,670 (28.2%)
361,306(3.7%)	105.80%	341,515(3.6%)
998,181 (10.1%)	107.84%	925,649(9.6%)
1,368,642 (13.8%)	105.91%	1,292,282 (13.4%)
571,968 (5.8%)	100.54%	568,900(5.9%)
1,744,951 (17.6%)	99.95%	1,745,872 (18.1%)
7,788,043 (78.8%)	103.49%	7,525,767 (78.3%)
354,405(3.6%)	102.73%	344,987 (3.6%)
	9,887,398 3,835,932 (38.8%) 2,751,369 (27.8%) 361,306 (3.7%) 998,181 (10.1%) 1,368,642 (13.8%) 571,968 (5.8%) 1,744,951 (17.6%) 7,788,043 (78.8%)	9,887,398 102.82% 3,835,932 (38.8%) 101.54% 2,751,369 (27.8%) 101.50% 361,306 (3.7%) 105.80% 998,181 (10.1%) 107.84% 1,368,642 (13.8%) 105.91% 571,968 (5.8%) 100.54% 1,744,951 (17.6%) 99.95% 7,788,043 (78.8%) 103.49%

※()内の数字は構成比

- ◆会員卸企業数 131社
- ◆統計調査参加企業数 74社(内連結対象企業下記に掲載 28企業)

[参加企業内訳]

[北海道支部] 6企業

・岩田醸造㈱・日本アクセス北海道㈱・北海道酒販㈱・㈱スハラ食品・シュレン国分㈱・㈱北海道リョーショク

「東北支部」 5企業

・㈱山形丸魚・丸大堀内㈱・東北国分㈱・㈱福島リョーショク・佐藤㈱

[関東支部] 22企業

- ・三菱食品㈱・三井食品㈱・日本酒類販売㈱・㈱日本アクセス・国分㈱・川商フーズ㈱・首都圏国分㈱
- ・㈱平喜・㈱大昌貿易行・コンタツ㈱・㈱サンヨー堂・㈱中村屋・常洋水産㈱・ヤマキ㈱・新潟国分㈱
- ・国分フート、クリエイト東京㈱・関東国分㈱・㈱関東リョーショク・㈱新潟リョーショク・㈱千葉リョーショク・ユアサ・フナショク㈱・㈱升喜

[東海支部] 5企業

・㈱トーカン・㈱昭和・㈱岐阜リョーショク・東海国分㈱・㈱イズミック

[北陸支部] 6企業

・カナカン㈱・北陸中央食品㈱・石川中央食品㈱・マルコク㈱・㈱北陸リョーショク・北陸国分㈱

[近畿支部] 9企業

- ・加藤産業㈱・伊藤忠食品㈱・ヤタニ酒販㈱・㈱飯田・カネド商事㈱・㈱飯田リョーショク・三陽物産㈱
- ・関西国分㈱・㈱ヒメカン

[中国支部] 6企業

・藤徳物産㈱・中村角㈱・西中国国分㈱・東中国国分㈱・山陰国分㈱・サンリック国分㈱

[四国支部] 3企業

・旭食品㈱・㈱四国リョーショク・四国国分㈱

[九州・沖縄支部] 12企業

- ・コゲツ産業㈱・ヤマエ久野㈱・亀井通産㈱・九州国分㈱・大分国分㈱・㈱大分リョーショク・南九州国分㈱
- ·平林食品㈱·㈱竹之下·九州加藤㈱·㈱青木·㈱中九食品
- ※尚 国分㈱・三菱食品㈱の売上高は、今年度から連結売上高としています。理由としては両社のグループ卸の統合再編の動きが加速化されており、次年度以降も含めて連結数値の売上高の方がより客観性が有ると判断したことによる。

連結売上高を構成する両社の日食協会員卸は以下の通りです。

- ●三菱グループ・北海道・福島・関東・新潟・千葉・岐阜・北陸・飯田・四国・大分の各リョーショク(10企業)
- ●国分グループ。・シュレン・東北・首都圏・新潟・フートブリェイト東京・関東・東海・北陸・ヒメカン・関西
 - ・西中国・山陰・東中国・サンリック・四国・九州・大分・南九州の各国分(18企業)

第34回 異業種交流委員会開催

第34回の異業種交流委員会が、平成25年10月9日(水)午後3時より今回の当番幹事である全国 菓子卸商業組合連合会の事務所がある東京菓子会館会議室にて開催された。幹事団体の酒井専務 の司会進行で議事が開始され、最初に全国菓子卸商業組合連合会副理事長(流通委員会委員長) の田島 力氏が、菓子卸業界の流通問題を含めて開会のご挨拶を行った。ついで流通経済研究所主 任研究員の石川友博氏が「消費財流通の商慣習改善の取り組み」と題して、製・配・販連携協議会の 返品削減ワーキンググループが取り組んでいる返品削減に向けた取り組みの進捗状況と農林水産省 が主宰する食品ロス削減のための商慣習検討WTの検討結果、中間取りまとめ、パイロットプロジェクト の取組内容を報告した。続いて日本医薬品卸売業連合会から大衆薬卸部門経営効率調査結果報 告、全国米穀販売事業共済協同組合から取引実態調査結果報告、日本加工食品卸協会から物流セ ンターを利用して行われる取引に関する実態調査報告がなされた。次に、流通業界の最大の関心事 である消費税の増税対応についての議題となり全国中小企業団体中央会政策推進副部長の小林 学氏から「消費税転嫁対策特別措置法案」の転嫁カルテル・表示カルテルについて説明がなされ、そ れを受けて各団体から対応策の現状について報告と異見交換を行った。その中で医薬品卸や医療用 品卸は構成事業者が既に中小事業者ではなくなっておりカルテル申請の資格がない事業者団体にな っているといった実情も窺えた。次回は平成26年2月6日(木)日本医薬品卸売業連合会の当番幹事 で行う予定。

第35回 異業種交流委員会開催

第35回異業種交流委員会が、平成26年2月6日(木)午後2時30分より今回の当番幹事団体である (一社)日本医薬品卸売業連合会の会議室に於いて開催された。弊協会からは奥山専務理事と小竹事 業部長が出席した。幹事団体事務局の吉田省吾氏の司会進行で議事が開始され、参加団体がそれぞ れ提出議題について報告し、質疑応答を行った。今回の議事内容は時節柄圧倒的に消費税増税に伴 う各業界の対応についてであった。各団体からの報告事項は以下のとおり。

①(一社)日本加工食品卸協会	・「2014年食品業界の課題」 ・「平成25年における消費税転嫁対策の取組について」
②全国医療品卸商連合会 (東京医療用品卸商協同組合)	・「長期休暇時(お盆、年末年始等)におけるメーカーへの納品対応」について ・「3月駆け込み需要」について
③全国米穀販売事業共済協同組合	・「消費税転嫁・表示カルテルの届出」について ・「消費税と米の購入動向」について
④全国化粧品日用品卸連合会	・「消費税率引き上げへの対応(転嫁・表示カルテル)」について
⑤全国菓子卸商商業組合連合会	・「食品ロス削減の商慣習検討概要」
⑥(一社)日本医薬品卸売業連合会	・「消費税で損税は発生していません」について

ワーキング・グループ活動報告

[食育に関するワーキング・グループ]

前年に引き続き平成24年3月に作成した「食育と食品選択のためのハンドブック(加工食品に関するわかりやすい法律知識 改訂第2版)を活用して協会の食育活動を推進した。また平成25年6月に食品表示法が改定され、具体的な表示項目や表示方法は今後「食品表示基準」で規定されるが、今後ハンドブックの改訂作業も必要となるため消費者委員会食品表示部会の検討部会の推移を注視した。

「環境問題対応ワーキング・グループ」

「食品リサイクル法」に対応する課題に取り組むAチームは、昨年作成した「食品リサイクル法」への対応ガイドラインの改訂版を活用して普及啓発活動につとめた。また食料・農業政策審議会食料産業部会食品リサイクル小委員会・中央環境審議会循環型社会部会食品リサイクル専門委員会の合同会議で食品リサイクル法の関係者からヒアリングを受け、加工食品卸売業における食品廃棄等の発生への取組みについてプレゼンテーションを行った。その内容は①食品リサイクル法の現状と課題②食品リサイクル法の見直しに向けた意見などであった。尚平成24年3月から暫定的に設定された発生抑制の目標値4.78Kg/百万円は定期報告書等のデータから基準値である相関係数0.7以上の相関がないことから弊協会の業種区分である食料・飲料卸売業(飲料を中心とするものを除く)は行政として目標値を設定せず、今後は業界として発生の実態の把握と自主的な努力により発生抑制に努めることになった。(業界の自主管理目標として現状の目標値は継続)

「省エネ法」に対応するBチームは、昨年まとめた「環境自主行動計画」の後継となる「低炭素社会実行計画」の普及啓発につとめた。また平成25年度の電力需要抑制策をまとめクールビズ期間の前倒しを行った。(5月⇒10月の期間実施)

[EDIワーキング・グループ]

流通BMSが本格的に普及拡大する中で、各企業の対応状況や課題について情報の共有化を進めた。対メーカーのEDI化を一層推進するため非EDIメーカーの状況について意見交換行った。また消費税増税への対応としてシステム部門が共通して対応すべきテーマについても検討し「消費税増税に関するお取引先様対応について」をまとめた。

[税務問題対応ワーキング・グループ]

消費税転嫁対策特別措置法に基づき弊協会の消費税増税の対応策を検討し、政策委員会、執行運営委員会、法務研究会と連動して共同行為(カルテル)の実施届出書を提出し受理された。また平成26年度の税制改正等に関する要望書をまとめ農林水産省食料産業局食品製造卸売課に提出した。特に消費税の引き上げにあたっての課題として①価格表示に関する特別措置の恒久化②消費税の仕入税額控除制度における95%ルールの復活③複数税率・インボイスの導入には反対という意見を提出した。

[ワーキング・グループ資料]

消費税増税に関するお取引先様対応について

一般社団法人日本加工食品卸協会 EDI ワーキング・グループ

- 1. 消費税増税に対応してお取引先様にヒアリングもしくはアンケートを行うかどうか
- 2. ヒアリングもしくはアンケートを行う際の主な内容事項
 - 1)EOS/EDIで仕様変更が必要となるかどうか
- 2)取引単価の変更が発生するかどうか
 - □本体(税抜き 外税方式)
 - □総額(税込み 内税方式)
- 3)納品伝票、請求書類で仕様変更が必要となるか
- 4) 端数処理方法の確認 税込み価格単価の求め方の確認、(四捨五入が最もフェアで公平)
- 5)切り替え日を跨ぐデータ処理の運用基準をどうするか入出荷日基準、着荷日基準、伝票日付基準等
- 6)切り替え日を跨ぐ先付けデータの単価・金額が旧金額できた場合の対応
- 7)返品の取り扱い対応

国税庁経過措置に基づいた対応(4月中に返品を受けた商品は、旧消費税法の規定に基づき売上げに係る対価の返還に係る消費税額の計算)

- 8)締め日と切り替え日が異なる場合の対応 (末日締め以外のお取引先様への請求方法)
 - ①末日で一回締めて残り分は別途請求(2回請求)
 - ②末日で一回締めるが請求は残り分とともに請求(1回請求)
- 3. その他

平成26年度 税制改正等に関する要望書

平成25年9月

一 一般社団法人 日本加工食品卸協会 会長 國分 勘兵衛 一

1. 企業の経営基盤強化を促す税制措置について

(1)企業会計上費用とみなされる貸倒引当金等の損金算入を

企業においては、税制と会計の調和は極めて重要であることから、企業会計上費用とみなされている貸倒引当金や退職給付引当金等について、損金算入を認めるべきである。

(2)流通BMSの普及を促す投資減税を

現在流通BMSは大手小売業を中心に普及が進んでいるが、EDI実施企業のうち10%程度の普及率となっており、大半は従前のJCA手順で運用が行われている。業務の合理化を行いたいがシステム改修費用・BMS導入コストが高いため躊躇している。またWEBーEDIなど導入コストが安価なEDIシステムを導入しているのが現状である。流通BMSの導入を加速するには、中小企業での流通BMSの導入に対し投資減税策を実施する必要がある。JCA手順のように流通業界に流通BMSが普及すれば、製・配・販における業務の標準化・効率化が計られ、日本の流通業界の基盤整理・強化が推進されると考える。

2. 企業の成長を阻害する税の廃止について

(1)事業所税は廃止すべき

事業所税は、都市計画税が徴収される中にあって、すでにその目的を達成している。また、都市間の公平性の観点から問題であるとともに、新規開業や事業所の立地等を阻害する追い出し税になっている。さらに、赤字企業にも課税される事業に対する外形課税であり、固定資産税との二重負担との指摘もある。課税算出根拠が「事業所面積」「従業員給与」となっていることから、企業の成長に向けた前向きな活動を阻害している。企業の成長を阻害している事業所税は、早急に廃止すべきである。

(2)法人事業税の外形標準課税の廃止について

法人事業税の外形標準課税は、企業に固定的な負担を強いることから産業空洞化を招くとともに「従業員給与」 に課税することから雇用の維持を困難にし、「賃金引上げ」を抑制している。企業の競争力強化や地域活性化を 阻害しているため、早急に廃止すべきである。

3. 消費税の引き上げ時に当たっての課題

(1)価格表示に関する特別措置の恒久化について

消費増税を円滑化する特別措置法案で総額表示が緩和される時限的な措置に対して恒久的に外税表示を求める。

(2)消費税の仕入税額控除制度における95%ルールの復活を

平成24年度より、売上高5億円超の事業者において、いわゆる95%ルールが廃止されたことに伴い、仕入税額 控除ができない非課税取引については価格転嫁を行うことが困難であるため、損税が発生している。また、多大 な経理事務負担の増加につながっている。消費税引き上げ時には、非課税取引における損税が拡大することが 想定されることから、円滑な価格転嫁を実現するため、仕入税額控除における95%ルールを復活すべきである。

(3)複数税率・インボイスの導入は反対

複数税率の導入は、社会保障財源が大きく失われ、国民に別の形で負担を強いることになるので反対。平成25年度与党税制改正大綱において、「消費税率の10%引き上げ時に、軽減税率を導入することをめざす。与党税制協議会で、本年12月予定の2014年度与党税制改正決定時までに、関係者の理解を得た上で、結論を得るものとする。」とされているが、複数税率は問題点が多く、国民や事業者に別の形で負担を強いることから、導入に反対する。

研究会活動報告

[情報システム研究会]

定期的に研究会を開催し、業界の情報システムに関連する各団体の活動内容について情報の共有化を図り、情報システムの標準化や効率化に向けて意見交換を行った。また昨年から稼動した情報システムを活用して業務の合理化を目指す「販売促進金請求書のPDF転換サービス」の普及拡大につとめ成果を得た。継続して研究会の下部組織として「システム専門部会」「商品画像専門部会」を設置して活動し、それぞれ専門的分野において成果を得た。本年も情報システム研修会を継続して開催し、情報システムに関る業界の課題について認識を共有した。

[物流問題研究会]

継続して協働体制(製・配・販連携協議会等)で行っている実証事業や検討事項について情報の共有化を進めた。また物流センターで使用する消耗品の購入についての実態調査やMHS機器標準化を進める検討会のアンケート調査に協力し、マテハン機器の使用実態等について情報を得た。メーカー物流との接点に物流合理化策を求めてP研との意見交換会も実施した。

[商品開発研究会]

毎年恒例となっている日本蜜柑缶詰工業組合との国産蜜柑缶詰に関する情報交換会を実施した。日本農林規格(JAS)における食品添加物に係る改正に伴う運用体制について協会としての体制を確認した。また現在検討されている「食品表示法」における栄養表示について幹事企業より農林水産省に意見を提出した。団体賛助会員である(一社)日本パインアップル缶詰協会の開缶テストに参加した。

[法務研究会]

基本的に2ヶ月に1回の定期開催を行い、座長は持ち廻り制で運営し、会の前半は債権管理に関するテーマ、後半は流通に関する法務問題を取り上げ意見交換を行った。

本年は初めて公正取引員会が物流センターを利用して行われる取引に焦点を当てて実態調査が行い、その中で小売業者と納入業者との間の取引だけでなく、一部の卸売業者と製造業者との間の取引においても、優越的地位の濫用につながり得る行為が行われている実態が見受けられているとして公正取引委員会より弊協会に優越的地位の濫用を行うことのないよう会員に対し指導の方を要請されたので、この内容について検討し理解を深めた。

消費税転嫁特別措置法に基づき業界としてどのように消費税増税に対応すべきか法務的立場から検討し、地域卸同業会の6団体とも連携して共同行為(カルテル)の実施届出書を提出した。

[労務管理研究会]

今年度も継続して2ヶ月に1回の定期開催を行い、座長は持ち廻り制で運営し、事前に意見交換する テーマを決めて行った。主に流通産業における労務管理の課題についてや制度変更等に対する対応 策等も含めて意見交換を行った。

[ネットワーク検討会]

第150回のネットワーク検討会を6月13日に開催した。当日は、報告事項として、①日食協事業活動報告 ②EDI W・Gの活動報告 ③F研活動報告を行い、業界の情報システムの課題について情報を共有化した。最後に検討事項としてネットワーク検討会の今後について議論したが、特にメーカー側から日食協活動の状況報告を聞くことは有意義であり継続して開催して欲しいとの要望が出され継続して行うことになった。

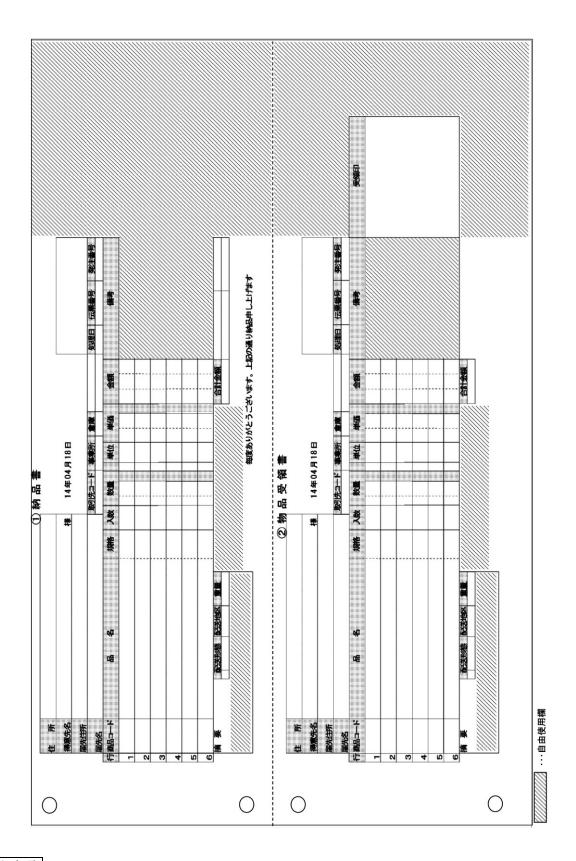
[研究会資料]

酒類食品統一伝票(単票) 改訂版

2014年4月25日 - 情報システム研究会 -

改訂履歴

バージョン	項番	改定内容	改訂日
1.0	1	新規作成	2012/12/14
2.0	2	・伝票サンプルを一部変更 -各種タイトル行を反転 -明細ヘッダ表題変更 "事務所"→"事業所" "納品日"→"処理日" -数量単価の少数点以下反転 ・印字仕様を一部変更 No6 "計上日"→"納品日"へ記載変更 No20~21 "出荷日"→"処理日"へ記載変更 ※納品日を伝票の最も目立つ位置へ変更する。 ※変わりに当初納品日としていた箇所は処理日とし、当該伝票を 処理した日付とする。	2014/4/19
	3		
	4		
	5		
	6		
	7		
	8		
	9		
	10		



特記事項

用紙はA4横のカット紙を使用し、ファイル用の穴や、納品書と受領書の境にミシン目が入ったものが望ましい。 印字内容は酒類食品統一伝票を基本とする。

但し、A4汎用紙に印字するため、罫線及び各項目のタイトルも自社システムで印字することとする。 用紙余白については、お得意先様と協議の上、各社自由に使用できるものとする。 代行先への伝票が必要な場合などは、本伝の次頁に差込印刷することも可とする。

印字仕様

No	項目名	印字仕様	特記事項
1	帳票タイトル(納品書)	"①納品書"を固定印字	全角倍角で印字し強調
	得意先住所タイトル	が住所"を固定印字	
	得意先住所 1 行目	『〒"は固定印字し、得意先住所の郵便番号を″ー″付で印字。任意で電話番号などを印写	
	得意先住所 2 行目	得意先住所を印字	自社帳合先
4	得意先名タイトル	"得意先名"を固定印字	
_	得意先名1行目	得意先名を印字	
0			
•	得意先名 2 行目	得意先名を印字	
6	納品日(年)	西暦下2桁を印字。合わせて全角で"年"を固定印字	H 18 - 2- 4 1
	納品日(月)	月を2桁印字。合わせて″月″を固定印字	前ゼロ印字のこと
	納品日(日)	日を2桁印字。合わせて″日″を固定印字	前ゼロ印字のこと
	伝票コメント	入出荷の形態を印字	
8	取引先名 1 行目	自社情報を印字(郵便番号・住所・名称・電話番号・FAX番号など)	
	取引先名2行目	自社情報を印字(郵便番号・住所・名称・電話番号・FAX番号など)	
	取引先名3行目	自社情報を印字(郵便番号・住所・名称・電話番号・FAX番号など)	
	取引先名 4 行目	自社情報を印字(郵便番号・住所・名称・電話番号・FAX番号など)	
9	届先住所タイトル	"届先住所"を固定印字	
	届先住所 1 行目	"〒"は固定印字し、届先住所の郵便番号を"ー"付で印字。任意で電話番号などを印字	請求先と届先が違う場合に印字
	届先住所 2 行目	届先住所を印字	請求先と届先が違う場合に印字
11	届先名タイトル	"届先名"を固定印字	IR 17 10 C IE 10 10 ZE 7 19 E T C IF 1
	届先名 1 行目	届先名を印字	請求先と届先が違う場合に印字
12	届先名2行目	届先名を印字	請求先と届先が違う場合に印字
13	取引先コードタイトル	御元石を印子 『取引先コード』を固定印字	pin-1000 円元 1000 円 100
	取引先コードメイトル取引先コード	取引先を表す自社コードを印字	左詰9桁までとする
	事業所コードタイトル	『事業所』を固定印字	1444411 6 C C 3 40
	事業所コートタイトル 事業所コード	争未所 で回足印子 自社の商流元事業所を表すコード印字	例)事業所3桁+"-"+帳数2桁etc
	争来所コート 倉庫コードタイトル		アスカン们」ナ ・ 下阪数2桁Jelc
		「倉庫」を固定印字 「まの字	
	倉庫コード	自社の出荷元倉庫コードを印字	4.3 4.3 EDB+4-8 (1484.4-1)
	納品伝票番号	得意先より伝票番号の指定がある場合などに印字	仕入·仕入返品時は送り状Noなど
	処理日タイトル	<u> </u>	-
	処理日	当該伝票を処理した日をYYMMDD形式で印字	
	伝票番号タイトル	″伝票番号″を固定印字	
	伝票番号	自社伝票番号を印字	
	発注番号タイトル	"発注番号"を固定印字	
25	発注番号	得意先より発注番号の指定がある場合などに印字	仕入·仕入返品時は発注No
26	商品コードタイトル	『商品コード』を固定印字	
27	品名タイトル	"品名"を固定印字	
28	規格タイトル	″規格″を固定印字	
29	入数タイトル	"入数"を固定印字	
	数量タイトル	″数量″を固定印字	
	行タイトル	"行 "を固定印字	
	単位タイトル	"単位"を固定印字	
	単価タイトル	『単価"を固定印字	
	金額タイトル	『金額"を固定印字	
	備考タイトル	"備考"を固定印字	
	商品コード1行目		具体的な印字内容は得意先要件や
30	商品コード2行目	自社商品コード、先方商品コード、ロケーションなどを印字	自社内ルールによって決定のこと
27			
31	商品名1行目	商品名漢字、種級名称、JANコードなどを印字	具体的な印字内容は得意先要件や
20	商品名2行目	本日报收 4 (2) 中	自社内ルールによって決定のこと
	規格	商品規格を印字	
	入数	荷姿に合わせて、ケース入数、ボール入数を印字	
	数量	整数5桁、小数点以下第2位まで印字	単位数量を印字
41	行	"1"~"6"までを固定印字	
	単位	出荷単位に合わせて"ケース"、"ボール"、"バラ"、"kg"、"グラム"を印字	
	単価	整数6桁、小数点以下第2位まで右詰印字	
	金額	原価金額を整数値9桁まで右詰印字	
45	備考1行目	自由使用欄。得意先の要望に合わせて、明細に対する備考を印字	具体的な印字内容は得意先要件や
	備考2行目	例えば、景品表記、税率税額、酒類容量、売価、値引情報など	自社内ルールによって決定のこと
	合計金額タイトル	"合計金額"を固定印字	
	合計金額	原価金額の合計値を整数値9桁まで右詰印字	
	摘要タイトル	『摘要』を固定印字	
49	摘要1行目		
	摘要 2 行目	自由使用欄。得意先の要望に合わせて、伝票に対する摘要を印字	具体的な印字内容は得意先要件や
	摘要3行目	例えば、取引条件、伝票コメントなど	自社内ルールによって決定のこと
	摘要4行目		
50	配送形態タイトル	"配送形態"を固定印字	
51	配送形態区分	自社で管理している配送形態区分を印字	任意項目
	配送形態区分名	配送形態区分が表す配送形態名を漢字で印字 例)ご来店、緊急 etc	任意項目
52	配送地区タイトル	"配送地区"を固定印字	
	配送地区	自社で管理している配送地区、バッチ、配送コースなどを印字	任意項目
	重量タイトル	"重量"を固定印字	
	重量	一伝票内明細の合計重量を右詰で印字。"kg"は固定印字。	
	余白 1	消費税コメントを印字 例)※税抜き価格、※税込み価格	任意項目
	余白2	挨拶コメント印字	納品書のみ印字し、受領書と区別
,		「毎度ありがとうございます。上記の通り納品申し上げます。」	できるようにしておく。
F 90	 以外の余白は自由使用欄		
- 40	再印刷サイン・品切れコメ		
∯a ⊏		ントはこ は納品書と同一内容を印字。相違部分のみ以下に記載	1
		は朝命者と同一内谷を印子。相逢即ガのみ以下に記載 『②物品受領書』を固定印字	全角倍角で印字し強調
	帳票ダイトル(受視者) 受領印コメント		王州旧州で印ナし独調
29		″受領印″を固定印字 納品書とは違い、挨拶コメントは印字しない	
	余白2	柳川田吉には连い、趺汐コクノドは中ナしない	1

平成25年度情報システム研修会開催 ―システムの標準化推進を共有化―

平成25年10月25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於いて会員卸、賛助 会員の情報システム担当者らを対象とした平成25年度情報システム研修会を全国卸売酒販中央会との共 催で開催した。当日は会員卸21社、賛助会員13社、システムベンダー他7社等総勢で110名が参加した。 日食協情報システム研究会副座長の高波圭介氏(国分(株))の司会進行で、冒頭情報システム研究会座 長の竹腰雅一氏(伊藤忠食品(株))が「情報システム部門として当面取組む課題として、消費税増税への 対応とWINDOWS-XPのマイクロソフトのサポート終了の対応がある。また日食協EDIW・Gと情報志向型 卸売研究会での検討結果から流通BMSのチェンジリクエストを挙げるべく検討を行っている。」と開会の挨 拶を述べた。ついで奥山専務理事が、「日食協事業活動報告」として①消費税増税対応策として、消費税 転嫁対策措置法に基づくカルテルの申請を、11月7日開催の理事会で機関決定する予定。地域卸同業会 と連携し、11月中に申請に向けて準備する。②8月に公正取引委員会から製造業者との取引公正化につ いて要請受けた。課題として、センターフィーの実態把握、センターフィーの負担要請の際の行動プロセス のあり方、物流センターを利用している取引価格の実態の把握と是正、製・配・販によるセンターフィー負担 のあり方の検討等があると述べた。続いて講演に入り、最初に、一般財団法人流通開発システムセンター 研究開発部 主任研究員 坂本真人氏が「流通システム標準普及推進協議会」の活動について講演、つい で公益財団法人流通経済研究所 専務理事 加藤弘貴氏が「製・配・販連携協議会」の活動状況につい て、続いて(株)ジャパン・インフォレックス 代表取締役社長 西田邦生氏が「卸向け商品DBのWEB検索 システム "Inforex TREASURE" 」について初期投資不要、容易な操作性、多様な用途等を報告、最 後に富士通(株)流通ビジネス推進統括部シニアマネージャー 宮澤哲也氏が「食品業界におけるビッグデ ータテクノロジー活用の方向性について」を講演した。その後懇親会に行い、開会挨拶を全国卸売酒販組 合中央会専務理事塩本 昇氏が行い、中締め挨拶をヤマエ久野(株)草場信之氏が行って閉会した。

平成24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、加工食品卸の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門の将来に向けての基礎情報を蓄積するため平成 19 年度から継続して情報システム処理コストの実態調査を行っているが今年度も会員卸企業 8 社が参加して実態調査を行った。

【実態調査参加会員卸企業8社名(順不同)】

伊藤忠食品 (株)・加藤産業(株)・国分 (株)・(株) トーカン・(株) 日本アクセス 日本酒類販売(株)・三井食品 (株)・三菱食品(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で 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(各企業ともに売 上高は連結数値)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24年度のEDPの情報処理コストは、前年から0.003%増加した対売上比率0.276%となる。構造的には流通の大型再編統合から売上高が大きく2桁台の増加を示すも、EDPの情報処理費用は、構成比の高いソフトウエア関連費用やサービス関連費用を効果的に駆使して処理コスト全体の伸びを極力抑え、技術革新の進むハードウェア関連費用の低減化も大きく寄与する内容となっている。流通の再編統合が進展し、規模が拡大する中で情報システム部門がよりシステム全体の効率的運用を目指して情報処理コストをマネジメントしていることがうかがえる。

情報処理費用調査票(平成21年度~24年度)

(単位:%)

** 田豆 八	15 D	平成21年度 平成22年度 平成23年度						平成23年度		平成23年度		平成24年度	
費用区分	項目	総合計	構成比	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/リー ス料、導入諸掛・その他	0. 057	19. 52	0. 053	18. 4	0. 047	17. 22	0. 042	15. 2				
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/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. 069	23. 63	0. 067	23. 26	0. 060	21. 98	0. 063	22. 8				
サービス関連費用	データ作成/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. 099	33. 90	0. 101	35. 07	0. 101	36. 99	0. 105	38. 1				
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. 021	7. 19	0. 021	7. 29	0. 020	7, 33	0. 020	7.3				
人件費	情報システム部門等の社内要員(専従者)人件 費	0. 039	13. 36	0. 038	13. 19	0. 038	13. 92	0. 039	14. 1				
その他費用		0.007	2. 40	0. 008	2. 78	0.007	2. 56	0.007	2. 5				
Е	DP費対売上高比率	0. 292	100.0	0. 288	100.0	0. 273	100.0	0. 276	100. 0				

(情報システム研究会参加会員卸の合計数値 H21~22年=9企業:H23~24年=8企業)

2013年度情報システム研究会画像専門部会活動の概要

画像専門部会は例年通り日食協画像標準Ver2.0の普及啓蒙、メーカー様による自発的画像登録推進を目標とし卸売業全体のテーマとして活動を進めてきた。具体的な取組として、昨年同様登録タイミングの早期化を掲げ、商品画像利用ニーズの高い春夏、秋冬の新商品発売シーズンに各卸売業の営業担当者が得意先提案の際に、「多くの新商品が登録されていて利用できる」ことなどを目指して活動を進めた。また、これらの活動にあわせて、部会開催を年4回としてより実務的な検討を進めた。

画像専門部会推進対象メーカー222社の中で、100%近く登録いただけるメーカー様と登録が進まないメーカー様がはっきり分かれてきていることから、登録の少ないメーカー様に対する個別のアプローチを行い改善依頼した。

これらの活動結果、新商品発売シーズンにおける登録率は2013年秋冬商品で70.2%(前年より1.9 ポイントダウン)、2014年春夏商品で71.6%(前年より2.3ポイントアップ)となり一定の成果が出てきており、より一層の画像登録を目指して活動を進めている。また年間の画像登録率(2013年1月~12月)も66.7%(前年より1.2ポイントアップ)となり、棚割シーズンにおける部会参加卸売業とファイネット、ジャパン・インフォレックスの画像登録推進活動が年間登録率押上の結果につながっている。

画像データ規格 標準仕様ガイドブックの内、棚割画像について撮影面の定義や計測ルールが曖昧でメーカー様に理解しにくい点があったので、12月13日にVer. 2.1として改訂した。(別紙の通り) 2014年度は年間登録率80%、登録タイミング早期化の目標として、卸の棚割提案開始時点(春夏:1月15日、秋冬:7月15日)での画像登録率73%を掲げ活動を行う。その為の施策として、登録の少ないメーカー様を対象に部会参加卸とファイネット、ジャパン・インフォレックスが連携しての登録依頼などを中心に活動を進めていく。

以上

日食協 画像専門部会開催履歴

開催日	部会名	検 討 内 容
2013年5月9日	第33回画像専門部会	①2013年度目標達成のための活動について
		②2013年秋冬商品画像登録活動について
		③通販用画像の動向について(報告)
8月22日	第34回画像専門部会	①2013年秋冬商品画像登録状況確認
11月7日	第35回画像専門部会	①2013年度活動方針検討
		②2013年度春夏棚割シーズン登録推進活動検討
		③共同推進対象メーカー見直し検討
		④画像データ規格 標準仕様ガイドブック改訂(Ve
		r. 2. 1) 改訂は2013年12月13日付
2014年2月13日	第36回画像専門部会	①2014年度活動方針、目標登録率報告
		②2014年春夏画像専門部会登録状況(報告)
		③共同推進メーカー追加(計224社に)

画像データ規格 標準仕様ガイドブック(Ver. 2.1)

作成日:2007年 4月3日 改定日:2013年12月13日

一般社団法人日本加工食品卸協会

1. 目的

- ・流通業界で使用する、商品画像データについて標準的な仕様を策定する。
- ・ 利用シーンにあわせ、最低限必要な仕様を標準ルールとすることで、データ作成者の負担を軽減し、円滑な画像データ流通を促進させる。

2. 対象

(1) 棚割用画像

一般的にメーカー・卸・小売りの棚割業務にて使用する棚割システムで使用される画像データ

- (2) 商品案内用画像
 - ①一般的にメーカー・卸での得意先向け商品紹介書等の資料に使用する画像データ (Excel、PowerPointなどで作成し、紙媒体への印刷を主目的とする。)
 - ②一般的にメーカー・卸・小売業等がWEBサイトでの表示に使用する画像データ (WEBサイトへの掲載等、PCモニタに表示を主目的とする。)
- (3) 高精細画像
 - 一般的に小売業のチラシ印刷に使用する画像データ (印刷会社がDTPソフト等で扱うことを主に想定する。)

※注意事項

業務用商品画像および品質管理用画像(一括表示・栄養成分表示等)については今後検討を 行なうものとする。

3. 画像の格納・管理

標準ルールにて作成された画像データは一カ所で集中的に保管・流通することが望ましい。

4. 画像データの詳細スペック

(1) 棚割用画像 (必須)

画像名称	画像サイズ	解像度	保存形式	カラーモード	背景色
棚割 正面	E VII				
棚割 上面	長辺 200pixel	300dpi	JPG	RGB	白
棚割 右側面	200pixei				

※注意事項

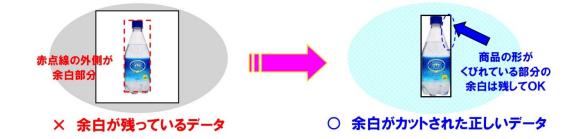
- ①売り場陳列時にお客様から見て正面となる可能性がある面を撮影必要面とする。
- ②売り場陳列時にお客様から見て正面となる可能性が最も高い面を「正面」とする。





③余白(背景部分)は出来る限りカットする。

余白を残したまま棚割ソフトに画像を取込むと画像が歪んで表示されるため、商品サイズの幅、 高さを超える部分の余白をカットする。



④棚割サイズは商品形状毎に定められた計測ルールに従った値を登録する。袋型など陳列時に商品形状が変わる商品の棚割サイズは商品サイズと異なる。

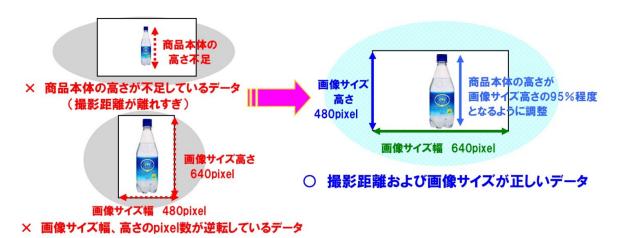


(2) 商品案内用画像(必須)

画像名称	画像サイズ	解像度	保存形式	カラーモード	背景色
外観画像 俯瞰外観面	幅640× 高さ480 pixel	300dpi	JPG	RGB	白

※注意事項

- ①商品案内用外観画像は俯瞰外観面1面のみとする。
- ②商品形状により、俯瞰外観面の定義(撮影アングル)を別途定める。
- ③幅640×高さ480pixelの枠内中心に配置する商品本体の画像サイズはおおむね枠の短辺の95% 程度(450pixel程度)とする。



(3) 高精細画像(任意)

画像名称	画像サイズ	解像度	保存形式	カラーモード	背景色
外観画像 俯瞰外観面	幅1280× 高さ960 pixel	350dpi	EPS もしくは JPG	CMYK (EPS) もしくは RGB(JPG)	切り抜き パス付き

※注意事項

- ①高精細外観画像は俯瞰外観面1面のみとする。
- ②商品形状により、俯瞰外観面の定義(撮影アングル)を別途定める。
- ③幅1280×高さ960pixelの枠内中心に配置する商品本体の画像サイズはおおむね枠の短辺の95%程度(900pixel程度)とする。

(4) 共通ルール ファイル名称

ファイル名
メーカーCD [^] 共通商品CD [^] メーカーPVCD [^] 画像区分

※注意事項

- ①ファイル名称は各画像規格で共通。ただし、画像区分(下記参照)によって各規格を識別する。
- ②棚割システムに取り込む際、棚割システムによっては変換が必要な場合がある。

*** 画像区分一覧 ***

画像区分	画像区分名
G01	外観画像
G02	棚割画像(正面)
G03	棚割画像(上面)
G04	棚割画像(右側面)
G06	棚割画像(背面•裏面)
G 0 8	高精細画像