



月報

4

缶詰

(51. 4. 7 No. 112 VOL 10)

目次

◇ 果実部会	2
◇ 取引コードの報告書成る	3
◇ 昭和51年缶詰全国大会	4
◇ 全缶協・東京木曜会	7
◇ 缶みかん懇話会幹事会	8
◇ みかん缶詰JAS受検数量、ブローコン鑑定、輸出入荷状況	9
◇ 品質対策委員会	11
◇ (第4回) フードウィーク実施結果について	11
会 員 消 息	12
関 係 団 体 報 知	13
業 界 消 息	13
事 務 局 報 知	13

〔特集(第4回)〕

加工食品取引コードについて

〔機)ジェー・エム・エー・システムズ〕

特別寄稿 山本 勲 14

果 実 部 会

3月9日、10時30分から全缶協議室において部会を開催し、新物みかん缶詰の情報交換を行なった。

1 みかん缶詰の生産推移と見通し

単位=千函

51年	輸出	JAS	ブロー	内販計	総合計
2月20日	2,431	5,106	646	5,752	8,183
2月末日	2,663	5,606	763	6,309	8,972
3月5日	2,741	5,977	794	6,771	9,512
3月8日	2,756	6,081	820	6,901	9,657
工組 予測増	10				200
50年 3月以降	72	662	132	794	866
4月以降	-	29	5	34	34

この表から言えることは、①2月末以降にプラスされる数量は前年の方が打ち上げが早かった。

②ことしは昨年の90万函を越え110～120万函程度とみられる。

以上の観点から結論として1,000万函をオーバーすると考えられ、前回討議した上限をさらに上回るとの感触であり、生産状況から2月時点の昨年と本年との相違がポイントとなろうとされた。

2 4号缶の生産状況とセット需要について

4号缶の生産は全生産数量の約半分を占めており、これは従来みられなかった現象である。このことはことしキャリオーバーがなく暮のセット需要によるものか、いずれにしても4号缶の比率が非常に高まっている。セット需要についてはわれわれのセット以外に果実店、デパート、スーパー等で独自に詰めるものやまたフルーツ類だけでな

く、その他複合せせるものもあり予想が困難であるが、セットとして推算出来るものはブランドオーナーものが1,350万セット。その他末端で詰めるもの350万セット、合計年間1,700万セット程度ではなかろうか。これも勿論流動的なもので、その年の価格、数量によって違ってくることは当然である。みかん缶詰の主体は4号缶だが、5号缶、3号缶もあり、これを2缶ずつ詰めるとして120万函、もも缶は1.5缶を想定し110万函、パイン缶を2.5缶として180万函。みつ豆缶1.5缶で80万函。以上4品目で一応1,700万セットに対する数量と推定する。

〔各氏の意見〕

○ ことしの4号缶の生産数量は過去例をみないほど多い。これは採算の問題、あるいはブランドオーナーがセット用として一応もも缶に比べ割安感からみかん缶を使うということ、あるいはこの2要因が絡み4号缶が増加したとみられる。

○ パッカーは4号缶の方が採算よく生産しやすいと思う。

○ ことしの4号、5号缶の生産の流れは12月末5号缶130万函に対して4号缶67万函、1月末230万函に対して122万函となっており、急に2月末になると4号缶の生産が落ちて5号缶の生産が増えている。前半は市況をみながらセット用の4号缶を、後半は年間需要を見通し5号缶の生産が増えたとみられる。一般向けは5号缶主力で、4号缶はセット需要主力といえよう。

○ 2月末受検増は100万～150万函とみられ内販は700万函に近づいている。

○ たくさんできることは結構で、安く売れば消

化は可能だ。

○ パッカーはブランドオーナーに渡してしまえば責任はないとの考えを持っているが、あくまでも最終的なリスクはパッカー、ブランドオーナーともに負うということである。ブランドオーナーとしてはあくまで仮払いとし、本決めは6～7月あるいはもっと先のことである。しかし3月一杯で年度切れとなるのでこの辺が問題だ。

○ 市況は数多くつくれば弱くなる。これは抵抗できない。

3 将来の原料関係状況見通し

日園連発表でみかんの作付面積は17ヘクタール、摘果を行ない16ヘクタールに減り、未成園3万7千ヘクタールある。収穫量は10アール当たり2トン364、年々の増は2トン470で55年には1.3倍の比率になろう。その場合450万トン位になる。国内消費量は380万トン位が大体需給バランスが取れる数量といわれており、従って70万トンが過剰となる。これをなんとかセーブしなければならないが、摘果対策のみでは追いつかない。原料は増加する一方でありわれわれの600万函程度が需給バランスということではなく、この辺は650万函あるいは700万函以上と消費増を図る方策を考える必要がある。

取引コードの報告書成る

農林省の委託により加工食品取引コード普及促進調査をかねてから進めていたが、15回にわたる専門委員会を経て、このほど350頁にのぼる報告書にまとめあげられ、3月31日付にて農林省に提出した。この報告書の概要は次の通りであ

る。

1. 事業の実施状況

(1) 調査事項

① メーカー、小売、卸売業における「統一コード」利用状況について

(i) 採用の経緯

(ii) 利用の現状

「統一コード」の設定範囲、管理体制、「統一コード」利用システムの現状

(iii) 効果

(iv) 問題点

② 加工食品取引コード普及促進について

(i) 統一コード利用の「場」として、いかなるシステムが考えられるか

(ii) 統一コードの形態はいかにあるべきか

(iii) 統一コードの管理体制はいかにあるべきか

(iv) 統一コードの普及方策とその体制はいかにあるべきか

(2) 事業実施期間

昭和50年9月17日から、昭和51年3月31日まで

(3) 担当者

全国缶詰問屋協会専務理事 北田 久雄

(4) 事業の成果

16回の専門委員会を開催し、面接調査、アンケート調査を通じて上記調査事項について調査を進めるとともに、併せて統一コードに関する世界の動向等々について調査研究し、以下のような概略で「加工食品取引コード普及促進調査」報告書を作成した。

① 統一コードの一般的動向

UPC、BAN、WPC etcについて

その動向と本調査の担うべき位置を明らかにした。

② 業界の問題点と統一コード利用システム
総論としてアンケート調査を中心に業界
の問題点の解明と統一コード利用システム
による改善の方向づけをした。

③ 統一コード問題に関連した業界の事例

(i) SDPシステムについて

「統一コード」利用システムの実例と
してその生い立ち、現状、その効果、今
後の課題を明らかにした。

(ii) 「統一コード」利用企業の現状

「統一コード」= 自社コードの場合、
「統一コード」≠ 自社コードの場合、S
AMグループの場合の各々について、
「統一コード」採用の経緯、「統一コー
ド」利用の現状、その効果と問題、今後
の課題を明らかにした。

(iii) 「統一コード」未利用企業の現状

システムの現状と問題点、「統一コー
ド」利用への期待と障害について述べた。

(iv) 酒類食料品店コードセンター

コードセンターの発足、「統一コード」
管理方法、管理体制の現状と問題点につ
いて解明した。

(v) その他

④ 統一コードシステム案

統一コードはいかにあるべきか、それへ
の要件の調査研究を基礎に本専門委員会に
よる統一コード案(取引先コード、商品コ
ードetcについて)、その管理方法、コ
ードセンターの在り方等々について検討を
重ね、本統一コードシステム案を提起した。

⑤ 統一コード普及方策

「統一コード」普及上の隘路を明らかに
し、今後の統一コード普及促進はいかにあ
るべきか、その方向づけをし、本プロジェ
クトの次の課題を明らかにし、又、行政、
業界各々について本専門委員会からの要望
を挙げた。

⑥ その他

巻末資料として、統一コードシステム要
件を聞く第一次面接調査、本専門委員会に
よる統一コードシステム案の評価を聞く第
二次面接調査及びアンケート調査の報告そ
の他参考資料を付けた。

昭和51年 筍缶詰全国大会

本年で第27回目に当る筍缶詰全国大会は3月
10日、徳島市眉山・スカイランド眉山において、
主催は(社)日本缶詰協会、日本農産缶詰工業組
合、徳島県缶詰協会、協賛は全国缶詰問屋協会、
香川県缶詰工業協同組合、愛媛県缶詰協会により
開催。本年は特に前年増産された数量分、少なく
とも80万本位は未消化として生産地と各流通段
階に分散して保有されているとの見方が強いだけ
に、流通業者としての全缶協の立場から新物筍缶
詰生産はいかにあるべきかについて、大橋蔬菜部
会長、北村同副部長からそれぞれの主張を述べ、
強く生産者に対して警告を発するとともに要望を
行なった。なお、協議に先だち全缶協を代表し中
山良助理事が挨拶を行なった。

☆ ☆ ☆

大会スローガン

I 生産力を合せ販売対策に努力しよう。

II 原料価格急騰による需要減退防止のため原料
対策に力を入れよう。

III 筍缶詰の品質向上を図り J A S 規格を遵守し
よう。

IV 筍缶詰産業発展のため国の助成を要請しよう。

たけのこ缶詰の50年生産実績・51年生産予想

府 県 名	昭和50年 大缶・丸缶合計	昭 和 5 1 年 予 想		
		大 缶	丸 缶	合 計
富 山	2,100	2,400		2,400
福 井	1,500	1,500		1,500
石 川	15,649	16,000		16,000
静 岡	99,280	87,000	12,500	99,500
愛 知	44,000	} 50,000	} 20,000	} 70,000
三 重	15,000			
岐 阜	20,000			
滋 賀 } 京 都 }	392,100	367,700	51,810	419,510
奈 良	14,000	10,000	5,000	15,000
大 阪	77,500	65,000	6,000	71,000
和 歌 山	17,300	15,000	2,500	17,500
兵 庫	35,000	30,000	5,000	35,000
鳥 取 } 島 根 }	137,200	120,000	5,000	125,000
岡 山	79,432	72,000	8,000	80,000
広 島	25,874	20,000	2,100	22,100
山 口	17,224	15,000	500	15,500
徳 島	589,000	495,000	35,000	530,000
香 川	194,967	170,000	30,000	200,000
愛 媛	460,000	350,000	16,000	366,000
高 知	171,500	170,000		170,000
福 岡	610,867	545,000	5,000	550,000
佐 賀	73,010	76,976	2,606	79,582
長 崎	76,419	72,500	300	72,800
熊 本	303,974	300,000		300,000
大 分	126,628	116,000	1,950	117,950
宮 崎	72,336	68,700		68,700
鹿 児 島	225,200	266,000		266,000
全 国 計	3,897,060	3,501,776	209,266	3,711,042

※ 討 議 の 概 要

スローガンの「生販力を合せ販売対策に努力しよう」について、太洋食品・樽崎氏が次のように提案理由を説明した。

「昨年は、過熱を冷却しようとたけのこ缶詰生産にのぞんだが、みかん等、他の缶詰の生販環境が悪かったため、49年まで好調を持続していたたけのこ缶詰の製造にとり組むことになった。結果的に、80万本ともいわれるキャリオーバーを残すことになったわけだが、過熱しすぎが反省される。51年度は、50年度と生販環境は変るところなく、儲るものは何もない。くれぐれも過熱冷却に努め、消費者に見合う価格が設定されるよう努める」……と説明した。

この提案理由に基き、全缶協・大橋蔬菜部会長から次のような意見が述べられた。

「従前は、造るだけ造り、価格もコストアップ分を販売値に転嫁して来それが通ってきた。つまり、過熱警鐘をよそに量産主義をとったものが勝利を納める結果となっていた。

しかし、50年度の販売についてみると、生産増により生じた供給量増加分を高値になりすぎたというネックがこれをばみ需要拡大につなげることができなかった。すなわち60万～80万本ともいわれる在庫を残す結果を生んだのである。

51年度は、このような点を反省し、流通業界から次のような提案をした。

生産について、缶詰は期間の短いシーズンパックであり、天候に左右される事も大きいと思うが、適正生産が流通の円滑化を進める大きな原因である。適正生産量がどの位になるのか、観点により多少の差があると思われるが、量産の原動力

となってきた缶詰については、品質も良くなく、風味にも欠けるので自粛が望まれる。

次に価格について、価格の設定が全農価格、九州価格など一方的に産地サイドで決められる事は問題が多い。そこで51年度の価格を需要拡大を図る意味からも、49年度並にすることが望まれる。特に等級間の格差が固定しており、値上げされる度にスソ物価格が底上げされてきたこととあわせ再検討を望みたい。とくに、生産の相当量を占める太ももの需要拡大を図り、消費者に購買意欲を喚起させるためのPRが重要である。」

また、蔬菜部会副部会長の北村氏はさらにこのスローガンにつき次のような意見をのべた。

缶の需要は、消費者に根強い支持を得ており、需要拡大の余地はまだまがあると前置きして、50年度の販売状況をふりかえて次のように販売経過を説明した。

「50年度当初は前年度の在庫が薄く、50年度に小玉が少なくなるという観測から、仮需要もあって製品の出荷が順調であった。しかし、出来秋の取引が一巡した後では、増産高値から吸い込みが良くなく、価格も300円～400円安となった。更に11月～12月になると500円～700円安にまで下がり、3月には1,000円位安くなっている。

それでも在庫は80万本ぐらいとみられ、その内訳はCL、CLL、割、キズなどの太物、スソ物が多い。また、M以下の小ものについても決して品枯れではなく、在庫があるとみられる。

51年度は、新もの製造分に在庫を加えた販売を考えなければならないが、小ものだけを売って太ものを残すような販売をするようでは、缶詰の存続を考えれば失敗といえる。太もの残さな

い販売をつづける意味でも、太ものスソものの価格体系を再検討されたい。

最後に、今年の販売は当用買になり、市場は売手市場から買手市場に変ってきている点を認識し、悪質なブローカーに引っかからないよう注意して欲しい。」

これに対し、パッカー側から堀永殖産・堀永氏は、「50年度の価格については確かに高値と思われるが、それは決してパッカーだけの責任ではなく、早積早出しを奨励してきた流通サイドの方にも責任の一端がある。49年度並の価格については、原料をそんなに安く買うこともできず、コストアップ要因も多いので、とてもあがらない。」

筍缶詰全国大会出席 追記；

筍缶詰も特に昨年の高値増産・粗製品の混入、売残し繰越し等再三年来幾分の悪乗りの面の反省をしなければならぬ時期に至っているため、この大会に臨むに際し、東京野菜缶詰同業会と当会が要望の形式で別項（3月号8ページ）の趣旨を印刷して大会参加者全員、その他関係者計250名に配布しました。

当会、大橋野菜部会長、北村副部長からこの要望書を更に掘り下げての説明、報告、主張がなされました。

こうした全缶協側の主張にパッカー・生産者方が十分耳を藉して呉れたかどうか、何としても原料の買付規格を忘れ、せりあげられた価格にはまり込み、工場間でも原料争奪をしておいたことは全く生産側の思う壺に陥っているとしか考えられません。こうした事態をパッカーが自己批判しなければなりませんのに、そういった自覚がこうし

た大会で表面に出て来ない点に物足らなさを覚えます。

そんなことから製品を仕入れるわれわれはパッカーに於てこうした点が改められるか、改められているか十分見定めて今後の取引に臨むべきであることを痛感した。（中山）

全缶協・東京木曜会

3月18日、15.30時から全缶協会議室において、①51年度事業計画（案）について、②全缶協10周年記念行事アンケートについて、③会員増員について等を検討した。

1 51年度事業計画（案）について

まず、事務局でたたき台として作成した原案につき各氏から見解が述べられ、次の6項目を柱とすることで合意を見た。

1. 流通基盤の強化と諸施策の推進
2. 部会活動の強化と適正需給の実現
3. 缶詰の啓蒙普及活動と消費者への対応
4. 流通問題に関する調査・研究
5. 情報活動の強化
6. 関連官公庁、関連団体との連携強化

2 全缶協10周年記念行事アンケートについて

先きに木曜会メンバーにハガキにより記念行事の実施についてアンケートで意見を聴取したところ、実施した方がよい、しない方がよい、との意見が相半ばする結果となり、本件については理事会であらためて意見を聞くこととなった。

3 会員増員について

事務局で全缶協会員勧誘リスト表を作成し、合計259社の候補会社をあげ、この勧誘方法につ

いて検討した。今回はその地区の会員から勧誘いただいてはどうかという意見があったら、やはり従来通り、取引関係にある理事会社からお口添え願う方が一番よからうということになった。

伍みかん懇話会幹事会

3月9日、午後1時から丸の内ホテルで同幹事会が開かれ、全缶協から和気会長、野田果実部会長、中山理事、他が出席、新物みかん缶詰生産数量、今後の販売見通し等について意見交換を行なった。

1 昭和50年度みかん缶詰製造状況について

野田顧問より次のような見解が述べられた。

- (1) 今年度のみかん缶詰の大きな問題点は、(イ)輸出向けを300万函に押えたことが内販向けにどのように影響するかということ、(ロ)前年度は内販品が大減産で品枯れ状態で新物の製造に入ったことであった。(ハ)当初は確かに活気があり11月末までの生産数は過去の最高数であった。そのうえ静岡・神奈川県で凍霜害果の発生により安値原料出回りと大量生産予想で、みかん缶詰市況は低迷し、1月中旬に至った。この時点で内販品の生産を押えるべく生販両業界ともに努力し、かなりの効果はあったが、当初予定の600万函の20%の増となった。
- (2) 今年度のみかん缶詰の最終製造数を昨年度の製造実績から予測すると、(イ)昨年の3月以降の輸出検査7万2千函、内販品の受検(ブローコン鑑定を含む)82万8千函、合計90万函あった。(ロ)昨年は原料その他の諸情勢が悪かったが、本年度はその点昨年と異なるので、昨年の

3月以降の数より20%増とみれば、本年度の3月以降の数は100~110万函となり、全生産数は1,000万函以上となる。そのうち輸出が280万函弱とすると内販品が720万函以上ということになる。

- (3) 本年度は4号缶の比率が全体の半分程度となっていることが特徴となっているが、年度初めから贈答用セットものが先行製造された感があり市況もやや重く、価格面でも抵抗がでてきた。
- (4) 明るい面はブローコン品が少ないことで、全体の9%に止まり、ホール品の足を引張る懸念もなくなり裾物相場も強気になった。後はホール品に如何に引継がれるかで、慎重に取組まなければならない。

幸にして昨年、一昨年のような果実缶詰市況の不安感がないので、今後適正な価格でみかん缶詰の拡大販売に努力したい。

このあと各氏から意見が述べられ、工組の立場から廿日出顧問より次のような挨拶があった。

「工業組合の内販対策委員会では消費者が安心して買える良い製品を作ること、需給の均衡を保ち、みかん缶詰の相場下落を防ぐことを目途として、今年の適正生産量は600万函を考えたが、実際の生産は先程説明された通りである。

来年は原料安値は望めないし、公害規制が尚一層厳しくコスト引上げの要因ともなるので、今年度のみかん缶詰がコストに見合って適正価格で販売され、来年のみかん缶詰製造にパッカーが希望を持てるようブランドオーナー各位の力添えをお願いする。」

2 みかん缶詰の日本農林規格一部変更について

みかん缶詰の日本農林規格一部変更(糖度変更)

の件は、昨年日本農林規格調査会の開催が遅れ、改正が50年度のみかん缶詰製造に間に合わなかったため、本年改めてライトシラップ糖度を15%以上18%未満（現行16%以上18%未満）に改正方農林省に申請し、5月に開催される調査会に諮り改正される見通しである。

なお、この変更後に嗜好調査を行ない、消費者の嗜好が14%のものでも適当との調査結果が出れば、将来ライトシラップの糖度を14%以上18%未満に更に改正することもあり得る。その場合

特殊表示は行なわない旨説明し、全員これを了承した。

3 50年度缶みかんキャンペーンについて

昭和50年度缶みかんキャンペーンは1億円でテレビ放映を主体として実施する。テレビ放映は4月1日から関東・関西両地区で行なうので、ブランドオーナーもこれに運動して宣伝すると良いムード作りができる旨が述べられ、具体案については事務局よりブランドオーナー各位に連絡することになった。

内販向けみかん缶詰ホール品JAS受検状況

昭和51年3月19日現在

単位；函数

検査所別	1/06	2/24	3/24	4/24	5/48	5/24	6/48	びん/24	計	換算計	49年度 (50.3.20)	48年度 (49.3.20)
清水	3,292,811	2,799,971	7,381,010	8,601,144	4,608,888	2,990	2,469		2,009,553	1,950,733	7,380,244	1,764,282
神	1,293,334	2,969,233	6,977	1,102,291	5,713,360	10,308,800		2,946	2,206,631	1,995,479	1,247,386	1,907,686
門司 (含長崎)	1,222,221	1,511,844		1,401,660	9,307,144	5,955,500	9,941		2,675,270	2,348,748	1,071,710	2,193,668
仙台	2,189,414	14,337		2,78,700	1,53,790		4,917		843,970	85,884	93,918	1,582,900
実函計	6,027,300	7,424,155	7,450,777	3,391,965	1,978,341	1,656,200	1,732,700	2,946	6,975,851		3,418,770	6,621,483
換算計										6,380,844	3,151,038	6,023,926
前回調 (51.3.15)	5,994,474	7,340,011	7,450,777	3,116,036	1,963,245	1,656,200	1,732,700	2,946	6,933,266	6,338,688		
49年度最終	1,808,100	4,300,005	2,823,300	1,483,446	1,227,248	1,357,070					実3,485,449 換3,214,302	
48年度最終	3,242,130	7,548,720	5,007,200	3,405,884	2,711,652	1,485,220	3,825	3,972				実7,403,012 換6,754,202

内販向けみかん缶詰ブロークン品鑑定状況

昭和51年3月19日現在

単位；函数

検査所別	1/06	2/24	3/24	4/24	5/48	5/24	計	換算計	49年度 (50.3.20)	48年度 (49.3.20)
清 水		4,332.9	4,400		8,168.7		12,941.6	14,457.4	17,076.2	24,519.9
神 戸	1,787	2,332.1 (内JAS品 5,346)			15,782.0 (内JAS品 7,513)	1,991	184,919	192,767	20,955.6	37,101.9
門 司 (含長崎)	4,937	9,328.1	6,234		41,739.8 (内JAS品 13,200)		522,450	556,858	36,821.7	52,342.6
仙 台		3,259			3,158		6,417	7,590	16,380	19,103
実 函 計	6,724	16,379.0	10,634		66,006.3	1,991	843,202		71,973.6	112,222.2
換 算 計								90,178.9	76,491.5	115,874.7
前 回 調 (51.3.15)	6,724	15,769.7	10,634		64,789.0	1,991	824,936	881,329		
49年度最終	992	14,179.5	6,854		61,356.6	2,979			実76,618.6 換81,530.9	
48年度最終	5,956	15,269.3	9,688		1,121,184	2,529.7				実1,314,818 換1,357,664

昭和50年度輸出向けみかん缶詰の出荷状況表

昭和51年3月18日現在

単位；函数

	1/06	2/24	4/24	5/24	5/48	びん/24	換算計	49年度	48年度
横 浜								1,282.2	
清 水	48,100	8,117.4	14,601.4	7,371.09	53,873.4		1,184,400	1,900,260	2,051,860
神 戸	10,397	49,012	3,800.0	22,332.0	205,669	丸みかん 1,200,100	425,471	877,929	823,747
門 司	1,000	15,300	2,688.0	70,429.4	39,651.6		790,343	1,188,371	1,116,660
長 崎		13,900	10,000	330,324	17,753.0		368,896	536,083	517,554
合 計	59,497	159,386	220,894	1,995,047	1,318,449	1,200,100	2,769,110	4,515,465	4,509,821

注：(イ) 当日現在の自由枠承認数量は36社 117,825函

(ロ) 48年度品には、47年度に製造した調整保管品142,349函を含む。

品質対策委員会

3月29日、13:30時から全缶協議室において、①クレーム実態調査（消化曲線、人名チェック）、②缶詰の内容量基準設定（案）について、③添加物問題についてを検討した。

〔色素問題〕

㈱アイゼン食品衛生管理士・後藤力雄氏を講師として招き、現在消費者連盟が問題として提起している色素関係を中心に、各大学教授の実験データの分析結果、世界各国の動向、厚生省の見解等につき詳細な説明、報告等を得た。

特に赤色2号、3号について、安全性についての説明があり、現在のところ厚生省も禁止する考えはないという見解である旨の発言があった。

☆ ☆ ☆

〔クレーム実態表に基づく消化状況〕

クレーム実態集計を基礎として缶詰の消化状況を推定すると、満1年（12カ月）で次のような結果となっている。

種別	件数	総件数	満1年計	消化%
缶・びん詰全		1,295	712	55
果実缶詰全		664	317	47
みかん缶詰		230	116	50
もも缶詰		151	72	47.6
パイ缶詰		108	57	52.7

なお、件別によるクレーム件数は合計1,505件のうち、多い県は下記の通りである。

東京 368 兵庫 88 京都 48
大阪 348 千葉 64 愛知 44
神奈川 108 埼玉 56

（第4回）

フードウィーク実施結果について

（第4回）フードウィークは3月4日（休）～3月17日（休）までの2週間、前回同様10都市において実施、全缶協はその実行委員会のメンバーに参画し、開催地各食品卸団体の連絡役をつとめた。

なお、最終的な実行委員会の席上、主催者側には「実施上の問題点、所見」として次の内容の報告を行なった。

1. 加工食品のメーカーから、スーパー、百貨店の量販店を含めた末端のパイプ役を務める流通業界にあっては、常日頃から消費者ニュースに合致した価格形成に努めて来ており、フードウィーク期間中といっても特に目玉商品的なものはない。
2. 百貨店、スーパー等量販店では期間中、積極的なセールを実施し、広告、チラシ等を配布、特に生鮮3品に重点がおかれ、グロサリー関係にはこれといった目玉がなく、売上げもせいぜい15%程度にとどまった。
3. 一般小売店はグロサリー関係に限って言えばほとんど関心を示さず、ポスター、値札等を飾り付け、積極的な売り方をしている店は見られず、今後、本催しを実施する場合には、いかにして一般小売店の関心を持たせるか、いかにすれば積極的に参加させることができるか大きな課題と思われる。

☆ ☆ ☆

〔特設会場（フードウィーク中央会場）〕

（第4回）フードウィーク中央会場、品川区西五反田 TOC・東京卸売センター13階催場において、3月9、10、11日の3日間、缶詰業界

(日本缶詰協会、全国缶詰問屋協会)もこれに参加、以下の成果をおさめた。

1) 缶詰コーナー出展社と缶詰料理試食

参加者は17社、使用コマ数は団体参加(3団体)を含めて21コマ、16社(1社は都合により展示のみ)はそれぞれ担当の時間帯において、自社商品を使用してのスナック風料理実演の材料を提供。また啓蒙事業費(日本製缶詰協会、日缶協、全缶協、3団体負担)から1社1万円(96缶以上)で購入した缶詰を抽選券持参者にもれなく1缶ずつ贈呈。料理実演終了後、自社製品のPRを行ない、特別賞として各社3~4点(500円以上)を当選者に手わたした。日本缶詰協会は缶詰料理コーナーを設け、担当時間帯により各社の希望に合わせたスナック風缶詰料理実演を提供した。

初日、2日は1日6回、最終日は4回、計16回の缶詰料理実演を行なった。日本水産工組では、サバ油漬缶の試食を実施した。

山形缶協では山形県産のもも、チェリー缶詰のPRのため、山形県庁、同缶協の職員が常時4~5名、他にアルバイト2~3名にて、ももとチェリーを試食させ、1日3,000名以上に達した。

なお、直接参加は得られなかったが、日本蜜柑缶工組からみかん缶5号4%の提供があり抽選券持参者に贈呈した。

2) 缶詰コーナー動員数ならびに即売結果について

第4回フードウィーク食品セールとシンボルマークを掲げ、「缶詰の即売と試食会」と謳ったチラシ(缶詰業界独自による)4,000枚を印刷、うち3,000枚を3月9日サンケイ新聞

販売所に依頼し朝刊折込みにより会場周辺に配達した。他に東京都食品卸同業会に依頼し、同会城南支部会員を通して300枚、出展参加各社に50枚ずつ、卸売センター内にある60~70社に配布、残りを缶詰コーナーの予備とした。

このチラシの集計は3日間で1,822名となったが、この数はあくまでも缶詰料理実演コーナーにきて、抽選箱に入ったもののみの集計である。

缶詰コーナー参加各社の即売成績も予想を大巾に上回り、コマ位置等の関係もあり、各社の売上げにバラつきがあるが、3日間で最高25万円、最低でも12万円以上を売り上げ、過去3回催したフードウィーク中央会場のなかで、動員、売上げともに最高の成績をおさめた。

会 員 消 息

〔役員人事〕

※北洋商事(株)では3月29日の定時株主総会並びに取締役会において、次の通り新役員を決定した。

取締役会長 和 気 正 夫氏

取締役社長(代表取締役)

角 田 昇氏

専務取締役(営業本部長)

松 本 宏氏(新任)

常務取締役(管理本部長)

土 田 弘氏

常務取締役(名古屋支社長)

依 田 寿 夫氏

常務取締役(管理副本部長)

田 川 博 達氏

常務取締役（営業副本部長）

広田 正氏

常務取締役（ひがさ事業部長・事務取扱）

黒田 起生氏

取締役（営業本部長付）

武衛 穰介氏

取締役（名古屋支社・副社長）

山田 峻市氏

取締役（長野青果[㈱]出向）

山崎 明氏

取締役（管理本部経理部長兼東京支社

EDPS部長）

大村 彰一氏

取締役（東京支社長）

竹中 理七氏

取締役 野田 喜三郎氏

取締役 相沢 徹氏（新任）

監査役 手代木 桂三氏

監査役 岡島 秀博氏（新任）

関係団体報知

※長野県缶詰食品問屋連盟では3月11日13:00時から、松本市浅間温泉ホテル富貴の湯において（第7回）定時総会を開催し、事業報告、役員改選、51年度事業計画等、諸議案を審議可決した。なお、本総会に同連盟顧問の立場から全缶詰和気会長が臨席し挨拶を行なった。

※社食料品流通改善協会（千代田区神田練塀町3-3、会長 大沢常太郎氏）では経営相談部を新設し、経営、販売、店舗、金融、労務、税務、取引、協業化等について専門の相談員により相談に応ずることになった。

この事業は農林省の補助金で運営されており、経費は一切無料、同協会に訪問されるか、また電話による相談も歓迎。TEL 03-255-2027

業界消息

吉次知之氏ご逝去

東洋製缶[㈱]常務取締役大阪工場長・吉次知之氏は3月23日午後1時40分、肝硬変のため入院先の豊中市の緑ヶ丘病院で死去された。享年60。葬儀は3月27日午後2時～3時、告別式は3時～4時、大阪市阿倍野大斎場で執り行なわれた。葬儀委員長 東洋製缶[㈱]社長 高碕芳郎氏
喪主 妻 吉次文子さん
自宅 大阪市泉佐野市鶴原3031-26

熊倉悟氏ご逝去

熊倉悟氏（東洋製缶[㈱]嘱託、元日本缶詰協会常務理事）は3月9日午後10時10分、心不全のため済生会病院で死去された。享年72。葬儀は12日午後1～2時、告別式は2～3時、西国分寺駅前の東福寺で執り行なわれた。喪主は長男誠氏、自宅は東京都小平市花小金井3-16-4-135。

事務局報知

※事務局職員移動

全缶協職員タイピスト・平田富美は3月31日付をもって退職（勤続年数10年）。新たに4月1日付をもって小野隆司（22才）を職員に採用した。

《特集》

加工食品取引コードについて

(株)JMAシステムズ 応用システム部

山 本 勲

前号において加工食品取引コードについてのアンケート調査を中心に受発注業務の現状と問題点が取りあげられたが、これに引き続き本号では直送の問題分析をはじめ売上げ仕入業務について掘り下げていただいた。なお、統一コードシステム利用の問題とか、さらにはそれらに関する技術的な問題等については回を改めてお願いするつもりであるが、一応今回をもって(株)ジェーエムエーシステムズの山本勲氏の特別寄稿は終ることとなる。

ご多忙の中を勞わず積極的にご協力下さったことに対し厚くお礼申しあげたい。

☆

☆

☆

直送の問題点の分析

① システム化以前の問題	コンピュータ 利用企業	未利用企業	合 計
○未着による不突合いが多い	4 1.0 %	4 7.3 %	4 3.5 %
○帳合先の変更による売上処理が大変である	3.6	3.6	3.6

直送の場合、システム化以前の問題については当業界各社が持っている意識について分析を加えることは設問例が少い為、困難であろう。「帳合先の変更による売上処理が大変である」という問題は大きな問題ではないようである。「未着による不突合いが多い」という問題については、当初本加工食品取引コード普及促進調査の専門委員会がこのアンケート調査票を作成した時は、これほど大きな問題であろうと想像していなかったように思うのだが、これは都市における輸送事情の悪化、あるいは東北地方や北陸地方の雪のシーズンの輸送麻痺等々を考えれば十分納得のできることであろう。

② 企業内のシステム化により解決する問題

○仕入処理と売上処理の結果の不一致が起る	3 1.3 %	1 8.2 %	2 6.1 %
○メーカーと卸等から各々納品書が来て重複処理になることがある	2 8.9	2 9.1	2 9.0

「仕入処理と売上処理の結果の不一致が起る」「メーカーと卸等から各々納品書が来て重複処理になることがある」という問題の原因の半分は企業内システム化の未整備にあると考えられるだろう。例えば「仕入処理と売上処理の結果の不一致が起る」という問題について考えれば、これらの処理にタイミングのずれがあるのは致方ないにせよ、直送の場合に限ってダミーの仕入伝票を作成(あるいはインプ

ット)する等すれば、数字的には合わせることは不可能ではないだろう。尚、この問題についてコンピュータ利用企業と未利用企業とでは数値的にかなりの差があるが、これは「直送」というシステムが一般的にメーカーと量販店、そしてこの量販店と取引のあるメーカーの特約店卸という三者より成り立つことから窺えるように、ここでの卸は当業界では売上高の大きい方に属し、コンピュータ利用企業が多いと思われる。(売上高と企業におけるコンピュータ利用の関係については、巻末のアンケート調査結果を参照のこと)

③ 企業内システム化によっては解決しない問題(企業間システム化により解決をはからなければならない問題)

	コンピュータ 利用企業	未利用企業	合計
○出荷案内の入手が遅れる	67.5%	69.1%	68.1%
○出荷案内の入手が月末等に集中する	22.9	10.9	18.1
○仕入処理と売上処理の結果の不一致が起る	31.3	18.2	26.1
○メーカーと卸等から各々納品書が来て重複処理に なることがある	28.9	29.1	29.0

直送の場合、企業間システム化により解決をはからなければならない問題について、当業界各社が持っている意識について考えてみれば、次のような特徴が見られる。

- ・出荷案内を迅速に入手したい。これについてはコンピュータ利用企業と未利用企業との間にそれほど問題意識の差がみられないこと。

「出荷案内の入手が遅れる」「出荷案内の入手が月末等に集中する」「仕入処理と売上処理の結果の不一致が起る」という問題は結局のところ、直送の出荷案内が即時的に入手されていないという事実を集約されるが、第Ⅳ章の各論で企業間システムの一例として挙げられるSDPシステム(酒類食品データ・プールシステム)は、これらの問題についても5日単位で処理することにより、かなりの効果をおいているようである。

加工食品卸売業における直送の問題と統一コード利用システム

直送の問題については、次のことが言えるだろう。

- ・直送の問題とは、企業間システムにより解決されなければならない問題である。これについては当業界に企業間システムとしてのモデルケースも存在しているが、それだけで十分問題を解決したとは言えず、例えば処理のタイミングをいかに速めていくか、今後の課題と言えよう。

売上仕入業務について

(1) 売上仕入業務の問題点について

	コンピュータ 利用企業	未利用企業	合計
① 仕入れる立場として			
1. 確実な納品書あるいは出荷案内書が来ない ……………	28.9%	20.0%	25.4%
2. 伝票一行毎の金額算出がめんどうである ……………	7.2	10.9	8.7
3. 単価が不統一であるため仕入金額の計算が大変である ……	27.7	36.4	31.2
4. 伝票量が多いため仕入金額の計算が大変である ……………	27.7	23.6	26.1
5. 品種が多いため仕入金額の計算が大変である ……………	24.1	41.8	31.2
6. 荷為替手形の処理が煩雑である ……………	2.4	5.5	3.6
7. その他 ……………	4.8	1.8	3.6
② 売る立場として			
1. 伝票一行毎の金額計算に手間がかかり過ぎる ……………	13.3	12.7	13.0
2. 単価の不統一で売上金額の計算が大変である ……………	31.3	40.0	34.8
3. 伝票の量が多く “ ……………	44.6	23.6	36.2
4. 品種が多いため “ ……………	30.1	40.0	34.1
5. 売上計上の基にするべき納品書が確実に捉えられない ……	3.6	3.6	3.6
6. その他 ……………	1.2	7.3	3.6

さて、ここで例によって、これらを三つの設問群に仕分けるわけだがシステム化以前の問題は「荷為替手形の処理が煩雑である」という問題だけなので、先ず、これについて考えておこう。荷為替手形処理の問題は上のアンケート調査からすれば、コンピュータ利用、未利用企業を問わず、大きな問題とはなっていないようである。加工食品卸売業の仕入れの際に荷為替手形によって処理しなければならぬ商品そのものがそれほど多くないためであろう。

(2) 売上仕入業務の問題点の分析

① 企業内のシステム化により解決する問題

	コンピュータ 利用企業	未利用企業	合計
i) 仕入れの場合			
○伝票一行毎の金額算出がめんどうである ……………	7.2%	10.9%	8.7%
○単価が不統一であるため仕入金額の計算が大変である ……	27.7	36.4	31.2
○伝票量が多いため仕入金額の計算が大変である ……………	27.7	23.6	26.1
○品種が多いため仕入金額の計算が大変である ……………	24.1	41.8	31.2
ii) 売上の場合			
○伝票一行毎の金額計算に手間がかかり過ぎる ……………	13.3	12.7	13.0
○単価の不統一で売上金額の計算が大変である ……………	31.3	40.0	34.8
○伝票の量が多く “ ……………	44.6	23.6	36.2

○品種が多いため売上金額の計算が大変である ……………	30.1 %	40.0 %	34.1 %
○売上計上の基にするべき納品書が確実に捉えられない ……	3.6	3.6	3.6

売上仕入業務の場合、企業間のシステム化により解決する問題について当業界各社が持っている意識について考えてみれば、次のような特徴が窺えるように思われる。

- ・計算が大変であるという原因が単価の不統一と品種が多いことと考えているのは、コンピュータ利用企業より未利用企業の割合の方が多いこと。
- ・伝票量が多いため計算が大変であると考えているのは、コンピュータ利用企業の割合が多いこと。

つまり、コンピュータ利用企業では伝票量の多さを、また、コンピュータ未利用企業では、単価の不統一と品種の多さを売上仕入業務処理上の問題であると考えているのである。言い換えればコンピュータ未利用企業では計算それ自体に、また、コンピュータ利用企業では計算それ自体というよりはその量に事務処理上のネックを求めているのである。

コンピュータ利用企業の場合、単価や品種は予め商品コードとの対応で、所謂テーブル上にデータと与えられるのが一般的であろう。例えば計算式が一定の処理では商品コードをインプットすれば、テーブル上のそれに対応するデータが読み出され、計算式の定数項として扱われよう。あるいは、或る種の商品に限って全く別の計算式を使う必要があれば、その商品コードがインプットされれば、その計算式そのものを読み出すようにしておけばよい。いずれにしろ、このように計算式や単価その他諸々の条件をデータとして予め与えて記憶させておくことができるため、計算式そのもの、つまりそれ自体の複雑さや諸々の条件の下での使い分けの難しさは全く問題にならないと考えてよい。問題なのはそのボリュームである。

言うまでもなく、コンピュータはそれの持つ能力の範囲でのみ稼動する。無理がきかない点では人間よりかなりシビアである。そこで、計算の量が問題となってくるのである。しかしながら、今回の調査では当業界各社のコンピュータは十分余裕をもって使われており、寧ろ計算量に比して大き過ぎると思われた例が少なかった。だとすれば、伝票量が多いため計算が大変であるというのは、伝票を見ながらデータをインプットする作業が大変であるという意味と理解されよう。そしてこのインプット作業が大変であるということは、企業内のシステム化によっては解消されないのである。

これに対して、コンピュータ未利用企業では計算を実行することそれ自体が大変な作業となっていると考えられる。

③ 企業内システム化によっては解決しない問題（企業間システム化により解決をはからなければならない問題）

i) 仕入れの場合	コンピュータ 利用企業	未利用企業	合計
○確実な納品書あるいは出荷案内書が来ない ……………	28.9 %	20.0 %	25.4 %
○伝票一行毎の金額算出がめんどうである ……………	7.2	10.9	8.7

	コンピュータ 利用企業	未利用企業	合計
○単価が不統一であるため仕入金額の計算が大変である ……	27.7%	36.4%	31.2%
○伝票量が多いため仕入金額の計算が大変である ……	27.7	23.6	26.1
○品種が多いため仕入金額の計算が大変である ……	24.1	41.8	31.2
ii) 売上の場合			
○伝票一行毎の金額計算に手間がかかり過ぎる ……	13.3	12.7	13.0
○単価の不統一で売上金額の計算が大変である ……	31.3	40.0	34.8
○伝票の量が多く ……	44.6	23.6	36.2
○品種が多いため ……	30.1	40.0	34.1

売上仕入業務に関して、企業間システム化により解決をはからなければならない問題は、先に企業内のシステム化により解決する問題として挙げられたものとほぼ同じである。と言うのは、企業が個別に企業内のシステム化をはかること、例えばそのためにコンピュータを導入することは、これらの問題を決定的に解決することには繋がらず、個別の企業内システムを結びつける企業間システムの輪の中に位置づけることによって、はじめてより効果的なシステム化が可能となると思われるからである。

(3) 加工食品卸売業における売上仕入業務の問題と統一コード利用システム

売上仕入業務の問題については、次のことが言えるだろう。

- ・売上仕入業務の問題については、システム化以前の問題は少くなっており、かなりの部分は企業内システム化をされているが、企業内システム化には限界があり、それが企業間システムと連結されていないため、多くの解決されざる問題が残されていること。

売上仕入業務を企業間システム化するとすれば、受発注業務の場合に述べた磁気テープ交換システムのようなものが考えられよう。しかしながら相手企業の売上データも倉入りに関しては、自社内のデータより「センター」処理時間だけ遅れるので、そのまま仕入データとして使えないことの方が多いようである。直送データについては先述したように、「センター」処理が大いに役立っていると言われる。

請求支払業務について

(1) 請求支払業務の問題点について

① 支払う立場として	コンピュータ 利用企業	未利用企業	合計
1. 請求伝票量が多くて支払の為の照合が大変である ……	34.9%	38.2%	36.2%
2. 照合する項目が複雑であり照合が大変である ……	26.5	29.1	27.5
3. 請求書の様式が不統一で取扱いに難点がある ……	66.3	52.7	60.9
4. 請求条件に合致しないものが請求に含まれる ……	37.3	36.4	37.0

(例えば、出荷先の出荷時と受け手の受取時のタイミングのずれによるもの)

	コンピュータ 利用企業	未利用企業	合計
5. その他	1.2 %	5.5 %	2.9 %
② 請求する立場として			
1. 請求書作成にピークがあり大変である	38.6 %	45.5 %	41.3 %
2. 請求書作成に人手がかかり過ぎる	8.4	10.9	9.4
3. 請求書作成条件が複雑である	21.7	9.1	16.7
4. 日が多様であり請求書作成が大変である	27.7	45.1	34.8
5. 専用請求書を要求される	38.6	32.7	36.2
6. 伝票量が多く入金の照合(請求消込み)が大変である	22.9	10.9	18.1
7. 照合する項目が複雑で入金照合が大変である	8.4	0	5.1
8. 請求先と入金先が異なる	7.2	5.5	6.5
9. 単価条件が複雑である為売上金額と請求金額のくい違 いが発生する	19.3	14.5	17.4
10. 割り戻、値引等の条件が複雑で請求入金作業が大変で ある	45.8	27.3	38.4
11. その他	0	1.8	0.7

納入業務の場合に当業界では特に問題となっていた伝票様式が、請求支払業務の場合にも特別大きな問題となっている。

(2) 請求支払業務の問題点の分析

① システム化以前の問題

	コンピュータ 利用企業	未利用企業	合計
i) 支払いの場合			
○請求書の様式が不統一で取扱いに難点がある	66.3 %	52.7 %	60.9 %
○請求条件に合致しないものが請求に含まれる	37.3	36.4	37.0
ii) 請求の場合			
○請求書作成条件が複雑である	21.7	9.1	16.7
○専用請求書を要求される	38.6	32.7	36.2
○請求先と入金先が異なる	7.2	5.5	6.5
○単価条件が複雑である為売上金額と請求金額のくい違 いが発生する	19.3	14.5	17.4
○割り戻、値引等の条件が複雑で請求入金作業が大変で ある	45.8	27.3	38.4

請求支払業務の場合、システム化以前の問題について、加工食品卸売業の持っている意識について考えてみれば、次のような特徴が窺えるように思われる。

- ・請求支払業務についてもシステム化以前の問題が大きな問題となっていること。

- ・コンピュータ未利用企業よりもコンピュータ利用企業において問題とされる率が高いこと。

受発注業務の問題の所で述べたように、企業内にしろ企業間にしろ、システム化の第一歩は標準化である。コンピュータを活用しようとすればこの標準化が前提となる。請求支払業務にコンピュータを適用するためには、例えば請求書作成条件を幾つかの場合にまとめる必要がある。1日についても必ずしも一本化する必要はないが、5日、15日、25日の三本にするというような工夫が必要であろう。このような条件が全くバラバラであれば、請求業務をコンピュータに乗せることはほとんど不可能に近い。乗せえたとしてもその効率化など願うべくもないだろう。

さて、標準化にも様々なレベルがあり、標準化がなされる場合、それがどのレベルでなされるかも重要な問題となる。請求業務にコンピュータが適用されていれば、そこには既に何らかのレベルでの標準化がなされたと考えてよい。しかし、システム化を更に推進して行こうとすれば、そこには別のレベルの標準化が必要となってくることが多い。そしてそれは多くの場合、一企業内の問題であるより、企業間あるいは業界全体の問題であろう。ここでの請求支払業務についてシステム化以前の問題がコンピュータ未利用よりもコンピュータ利用企業において問題とされる比率が高いのはそれに当たる。

② 企業内のシステム化により解決する問題	コンピュータ 利用企業	未利用企業	合計
○請求書作成にピークがあり大変である	38.6%	45.5%	41.3%
○請求書作成に人手がかかり過ぎる	8.6	10.9	9.4
○1日が多種多様であり請求書作成が大変である	27.7	45.1	34.8
○伝票量が多く入金の照合(請求消込み)が大変である	22.9	10.9	18.1

請求業務の企業内のシステム化により解決する問題について次のような特徴が見える。

- ・コンピュータ利用企業の方が問題としている割合が小さい。
- ・伝票量が多いため処理が大変であるというのはコンピュータ利用企業の方である。

コンピュータ利用企業の方が伝票量が多いため処理が大変であると主張する理由については先に述べた。また、請求業務の企業内のシステム化により解決する問題についてコンピュータ未利用企業よりコンピュータ利用企業の方が、問題としている割合が小さいのは、コンピュータ利用によって企業内のシステム化が或る程度効果を上げていているという意味であろう。特に1日の問題について、コンピュータ利用企業と未利用企業の間にこれほどの差が出るのは、コンピュータ利用企業ではマシスケジュール上否応なしに統一しているからだと思われる。

③ 企業内システム化によっては解決しない問題(企業間システム化により解決をはからなければならない問題)

	コンピュータ 利用企業	未利用企業	合計
i) 支払いの場合			
○請求伝票量が多くて支払の為の照合が大変である ……………	34.9 %	38.2 %	36.2 %
○照合する項目が複雑であり照合が大変である ……………	26.5	29.1	27.5
○請求書の様式が不統一で取扱いに難点がある ……………	66.3	52.7	60.9
○請求条件に合致しないものが請求に含まれる ……………	37.3	36.4	37.0
(例えば、出荷先の出荷時と受け手の受取時のタイミング のずれによるもの)			
ii) 請求の場合			
○請求書作成にピークがあり大変である ……………	38.6	45.5	41.3
○日が多様多様であり請求書作成が大変である ……………	27.7	45.1	34.8
○専用請求書を要求される ……………	38.6	32.7	36.2
○伝票量が多く入金照合(請求消込み)が大変である ……………	22.9	10.9	18.1
○照合する項目が複雑で入金照合が大変である ……………	8.4	0	5.1
○単価条件が複雑である為売上金額と請求金額のくい違 いが発生する ……………	19.3	14.5	17.4

請求支払業務の場合の企業間システム化により解決をはからなければならない問題について、次のものが特徴として挙げうるだろう。

- ・請求支払業務の場合の企業間システム化により解決をはからなければならない問題は、その他の受発注、納入、売上仕入業務に比して問題とされる割合が高いこと。

(3) 加工食品卸売業における請求支払業務の問題と統一コード利用システム

こうして見てくると加工食品卸売業における請求支払問題としては次のことが言えるだろう。

- ・請求支払業務については企業内のコンピュータ利用がある程度効果をあげているが、システム化をこれ以上推進しようとするると障害となる。システム化以前の問題や企業間システム化を俟たなければならない問題が多いこと。そしてそれは他の業務との比較においても最も大きな問題として認識されていること。
- ・換言すれば、請求支払業務に関する取引条件、取引慣行の適正化と企業間システム化が当業界の当面の課題であること。

実際、企業間システム化するとすれば、タイミングがそれほどシビアでないのは請求支払業務と次の情報交換であろう。その意味でも大変な労力を必要とする請求書チェックや入金照合(消込み)作業を削減する請求支払業務の企業間システム化がまず実行されるべきであろう。

情報交換について

今回のアンケート調査では、情報交換について5つの質問を設け、「貴社ではどんな統計的情報をご希望

なさいますか。特に重要と思われるものの番号に○印を付けて下さい（重複選択可）」という方法により次のような結果を得た。

(1) 情報交換の問題点について	コンピュータ		合 計
	利 用 企 業	未 利 用 企 業	
1. メーカー又は上位卸から全体的な又は他社の情報がほしい …	77.1 %	80.0 %	78.3 %
2. メーカー又は上位卸から自分のところの仕入情報がほしい …	19.3	40.0	27.5
3. 下位卸又は小売からそこの売上情報がほしい ……………	36.1	41.8	38.4
4. メーカー又は上位卸に自社圏の情報を与えたい ……………	14.5	20.0	16.7
5. 下位卸又は小売に自社圏の情報を与えたい ……………	26.5	30.9	28.3
6. その他 ……………	1.2	0	0.7

(2) 情報交換の問題点の分析

情報交換についてはシステム化以前の問題として解決をはからなければならない問題は存在していない。上のアンケート調査の結果の数値に見られるように、当業界各社では情報交換の必要性がかなり認識されているようである。逆に言えば、これまでこの種の情報交換がほとんどなされてこなかったということである。従って、ここにはシステム化以前の問題が設問として挙げられなかったが、これは情報交換の必要性に対して何がその障害となるか、未だ自ら明らかになる段階に到っていないという現状によるもので、決して問題がないというわけではなからう。

① 企業内のシステム化により解決する問題	コンピュータ		合 計
	利 用 企 業	未 利 用 企 業	
○メーカー又は上位卸から自分のところの仕入情報がほしい …	19.3 %	40.0 %	27.5 %

このアンケート結果は当業界の実状をよく反映していると思われる。

- ・「メーカー又は上位卸から自分のところの仕入情報がほしい」と回答したコンピュータ未利用企業は利用企業の2倍以上であること。

自社の仕入情報はその方法の難度は問わなければ、自社内で作成可能な情報である。ところが実際は、日々の仕入「データ」に何らかの加工を加えて経済的付加価値を持つような仕入「情報」にする上で、コスト／ベネフィットの問題、時間の問題や技術的問題が特にコンピュータ未利用企業では大きな障害になっていると考えられる。

他方、コンピュータ利用企業にとっては数値が示しているように、仕入「データ」が確実に捉えられておりさえすれば、「情報」作成は単純な処理（計算、判断、分類、結合 etc）過程に置き換えられるため、仕入情報は比較的入手しやすいと言えよう。もとより、ここでも作成された情報の持つ価値とそれを作るに要した費用の比較考慮、コスト／ベネフィットの問題は避けて通ることはできないが……。

② 企業内システム化によっては解決しない問題（企業間システム化により解決をはからなければならない問題）

	コンピュータ 利用企業	未利用企業	合計
○メーカー又は上位卸から全体的な又は他社の情報がほしい …	7.71%	80.0%	78.3%
○メーカー又は上位卸から自分のところの仕入情報がほしい …	19.3	40.0	27.5
○下位卸又は小売からそこの売上情報がほしい ……………	36.1	41.8	38.4
○メーカー又は上位卸に自社圏の情報を与えたい ……………	14.5	20.0	16.7
○下位卸又は小売に自社圏の情報を与えたい ……………	26.5	30.9	28.3

ここでは、次のような特徴を挙げる事ができよう。

- ・情報交換が望まれていること。特にコンピュータ未利用企業がそれを望んでいること。
- ・「交換」とはいても相手企業の情報が一方的に与えられることを望んでいること。
- ・「情報」については、全体的な又は他社の情報が望まれること。

コンピュータ未利用企業が情報交換を希望しているのは、現在の所、その必要性を感じつつ、先に述べたように、それを自社内のシステム化により作り出すことの難しさから、できることなら企業間の情報交換システム化により肩代りさせたいと考えていることの表われであろう。このことについては先に述べた。新しい卸売業はマーチャンダイザーたなければならない。

(3) 加工食品卸売業における情報交換の問題と統一コード利用システム

このようにしてみると、加工食品卸売業における情報交換の問題としては次のことが言えるだろう。

- ・現在の所、一部の例を除いては企業間の情報交換はその必要性は認められつつも、各社それなりの思惑もありほとんどなされていないこと。
- ・これに対し、業界各社が必要とする時、必要とする情報を入手しうるようなシステム（これにはマーチャンダイジング情報センターのようなものも含めて考えたい）の開発が望まれること。そして、これはトータルな意味での流通コスト削減のために流通合理化の一環として考えられるべきものであること。

当業界の問題点の整理と統一コード利用システムのイメージについて

ここでは、加工食品卸売業の抱えている問題と、これらの解決策の一つである統一コード利用システムがどのように関わるか、つまり、統一コード利用システムを確立すれば、当業界の如何なる諸問題が解決されるか、そのメリットの大きさはどれほどかを考えてみたい。

(1) 問題の分類

① 問題無

問題無というアンケート調査の集計結果には二つの原因を求めることができる。つまり、実際に加工食品卸売業にとってそれが問題となっていないか、あるいは本当はそれが問題であるにもかかわらず

ならず、意識（認識）されていないかのいずれかであろう。

本アンケート調査票の設問は、巻末資料のアンケート調査報告の「調査票と調査の方法」で述べられているように、本専門委員会つまり業界各社の実務担当者が、各々日頃問題と感じていることや、又は問題であると聞き及んでいることを挙げたものである。その意味では程度の差はあれ、問題が皆無という筈はなく、寧ろその場合は意識されていないという可能性の方が大であるといえよう。

i) 問題が少いもの

さて、今回の調査で、問題が少いという例にあてはまるのは、例えば、請求支払業務の場合の「請求先と入金先が異なる」、売上仕入業務の「荷為替手形の処理が煩雑である」、直送の場合の「帳合先の変更による売上処理が大変である」、納品業務（在庫配送業務を含む）の「入庫報告が確実にタイムリーに扱えられない」等であり、問題と意識する企業数が少いことではコンピュータの利用企業、未利用企業を問わず該当する。

ii) 問題であることが意識されていないもの

この例にあてはまる設問での特徴は、相対的に見るシステム化指向の強いコンピュータ利用企業の方が、コンピュータ未利用企業よりも問題であると意識する率が高いことである。例えば、受発注業務の「先方のコード記入を指示される」、納入業務の「納品伝票と物が違う」「入庫報告が確実にタイムリーに扱えられない」「納品伝票の内容が不正確あいまいでこまる」「持ち戻りが多い」「配送エリアが広過ぎる」等の問題を挙げることができるだろう。

今回、本専門委員会によるコードシステム案について意見聴取をするために行った第二次面接調査では、各社に利益管理への強いニーズが窺われた。減速経済時代に突入してから、これまで通りの売上拡大方針を採ることが難しくなっており、昨今、改めて内部管理へ目が向けられ始めたということであろうが、利益管理を実施するには、まず以て各部門の正確な資料が要求されるものである。ところが、当業界では、ここに挙げられた設問の多くが関係しているようなデータの正確さということについてはかなり意識が低いのである。もとより、正確なデータを欠いた利益管理など「気休め」以上にはなるまい。言い換えれば、高度成長時代においては正確なデータを準備しなければならぬような利益管理の必要性そのものが、それほど緊急ではなかったと言えるのである。しかし、企業経営が外部拡張から内部収縮への方向転換を否応なしに迫られる今日、利益管理の必要性は極めて大きいものとなってくるだろう。

このようにして見てくると、正確さに対する意識の低さは、これまでの経済環境における企業の意識の在り方の反映として理解されよう。しかしながら、先に述べたような状況の変化は、これらの設問に対する問題意識にも変化を強いることになるであろうから、これらの「問題であることが意識されていない」問題も問題として認識され、いずれ次の問題有へと分類されるようになると思われるのである。

また、請求支払業務の「請求書作成条件が複雑である」「単価条件が複雑であるため売上金額と請求金額のくい違いが発生する」等の問題もこれに当てはまるものである。

② 問題有

今回のアンケート調査の集計結果で問題有りとされたものには、次の三つのパターンがあると思われる。即ち、コンピュータ未利用企業が問題であると考えているもの、コンピュータ利用企業が問題であると考えているもの、この両方が問題であると考えているものである。

i) コンピュータ未利用企業にのみ問題であるもの

受発注業務の場合の「発注伝達に時間がかかる」「発注品切れが多い」「品揃えが不十分である（従って発注先が多くなる）」「受注処理をする人に商品及び取引先の知識が不足している」、納入業務の「発注通りの物が来ない」「入庫予定がつかめない（連絡不十分）」、売上仕入業務の「伝票一行毎の金額計算に手間がかかり過ぎる」、情報交換の場合の「メーカー又は上位卸から自分のところの仕入情報がほしい」等の問題が、この例にあてはまるだろう。

こうして問題を並べてみると、コンピュータ未利用企業にとっての問題とは、ほとんどが企業内のシステム化により解決あるいは少くとも改善されうる種の問題であることが解るだろう。

ii) コンピュータ利用企業にのみ問題であるもの

この例にあてはまるのは、受発注業務の「先方指定の発注方式によらなければならない」「割当て、抱き合せ制がある」「専用発注書で発注される」、納入業務の「配送エリアが広過ぎる」「納品伝票に金額が入っていない」、直送の場合の「仕入処理と売上処理の結果の不一致が起る」、請求支払業務の「請求書作成条件が複雑である」「単価条件が複雑であるため売上金額と請求金額のくい違いが発生する」「伝票量が多く入金の照合（請求消込み）が大変である」等の問題であろう。

このように問題をピックアップしてみると、特にコンピュータ利用企業にとっての問題とはシステム化以前の問題と企業内システム化によっては解決しない問題（企業間システム化により解決をはからなければならない問題）であることが一目瞭然であろう。

iii) コンピュータの利用・未利用を問わず問題であるもの

本アンケート調査の対象となっている加工食品卸売業のコンピュータの利用企業、未利用企業を問わず、業務上問題となっていることがらには二つのパターンがあると思われる。つまり、コンピュータ未利用企業の方がより重大な問題とと考えているものとコンピュータ利用企業の方がより重大な問題とと考えているものである。

a) 問題：コンピュータ未利用企業>コンピュータ利用企業

納入業務の場合の「入庫時間が不正確である」「相手先が多いため入庫回数が多くなる」「納品の際に指定伝票（専用伝票）を使用させられる」、直送の場合の「出荷案内の入手が遅れる」「メーカーと卸等から各々納品書が来て重複処理になることがある」、売上仕入業務の

「単価が不統一であるため仕入金額の計算が大変である」「品種が多いため仕入金額の計算が大変である」「単価の不統一で売上金額の計算が大変である」「品種が多いため売上金額の計算が大変である」、請求支払業務の「請求書作成にピークがあり大変である」「日が多様であり請求書作成が大変である」「請求伝票量が多くて支払のための照合が大変である」

「照合する項目が複雑であり照合が大変である」、情報交換については「メーカー又は上位卸から自分のところの仕入情報がほしい」「下位卸又は小売からそこの売上情報がほしい」

「メーカー又は上位卸に自社圏の情報を与えたい」「下位卸又は小売に自社圏の情報を与えたい」というような問題がこれに当たるだろう。

これらの問題は企業内のシステム化により解決されるものと、企業内システム化によっては解決しない問題（企業間システム化により解決をはからなければならない問題）に限られている。

b) 問題：コンピュータ未利用企業<コンピュータ利用企業

この例に当てはまるのは、受発注業務の「受注相手の切時間が早すぎる」「発注ロットを指定される」「小口発注が多い」「在庫把握が不正確である。又は困難である」「在庫把握に手間がかかる」「受注受付にピークがある」、納入業務の「荷姿包装形態、パレットサイズ等が多種多様で入庫作業が大変である」「納品伝票がバラバラで取扱い判断に困る」「積み下しの際の駐車に困る」「先方の商品の格納陳列等の手伝いをさせられる」「小口配送が多い」、売上仕入業務の「伝票量が多いため仕入金額の計算が大変である」「伝票の量が多く売上金額の計算が大変である」、請求支払業務の「請求書の様式が不統一で取扱いに難点がある」「請求条件に合致しないものが請求に含まれる」「専用請求書を要求される」「割引戻、値引等の条件が複雑で請求入金作業が大変である」等の問題であろう。

さて、これらの問題を更に、先の三つの軸で、つまりシステム化以前の問題、企業内のシステム化により解決する問題、企業内システム化によっては解決しない問題（企業間システム化により解決をはからなければならない問題）に仕分けてみると、ここで最も多いのがシステム化以前の問題であることが理解されよう。

(2) システム化の方向と統一コード利用システム

ここで、加工食品卸売業が抱えている問題の三つの軸をシステム化の進行と関連付けて整理すれば次の図（図1）のようになるようである。

図では、システム化には幾つかのレベルがあると思われるが、それらの境界は必ずしも明確ではないこと、そしてシステム化というものは果てしなく続けられなければならない、それは一つ登れば、又そこに新しいステージがあるという無限階梯であることを表現しようとしている。

では、このようなシステム化の進行において、今日の加工食品卸売業はどの辺に位置付けられるであろうか。これを明らかにするために、先に、業務上に「問題有」とされたものの、さらに細分化

したブロックについて、その問題の性質とその大きさを考えれば、それらの関係は次の図（図2）のようになる。

このように図化してみると、加工食品卸売業のシステム化進行プロセスでの位置、つまり現在加工食品卸売業は実際問題としてどのような問題を抱えているか、そして、その問題の量はどれほどか、又、コンピュータ利用企業と未利用企業とではどのように違うか等がかなり鮮明になるように思われる。

さて、本章の劈頭で述べたところの「加工食品卸売業の抱えている問題の解決策の一つとしての統一コード利用システム」が、このシステム化進行プロセスの何処に位置するかと言え、言うまでもなくその中心は企業間システム化により解決をはからなければならない問題群の上ということになる。しかしながら、既に触れてきたように、システム化は波及効果を及ぼすものである。逆に言えば、外に対して波及効果を及ぼすことなくしては収束、つまりシステムはシステムとして確立することはないと言えるのである。その意味では企業間システムが確立されれば、「企業間システム化により解決をはからなければならない問題」はもとより、「企業内システム化により解決する問題」「システム化以前の問

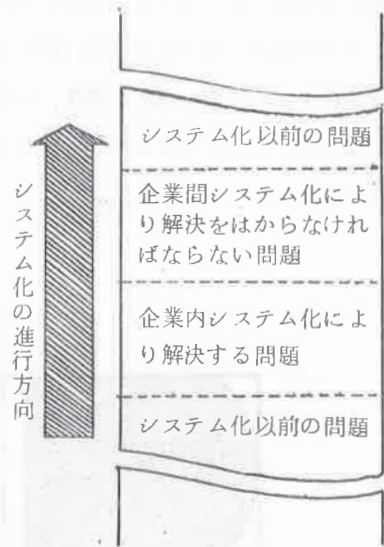


図 1.

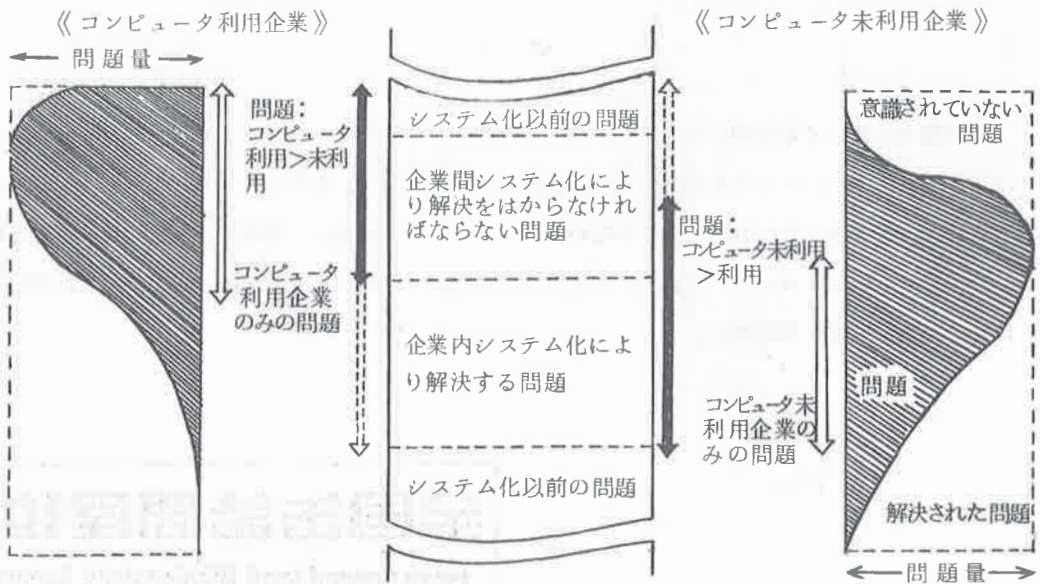


図 2.

題」の改善をも否応なしにもたらすだろう。企業間システム化には、その前提としてある種の企業内システム化が不可欠であるが、逆にまた、この企業内システム化によっては決して乗り越えることができなかつた障壁を越えるのは、この企業間システムなのである。

従って、このような企業間システムを加工食品卸売業の抱えている問題の位置付けると、次の図のようになるだろう（図3）。

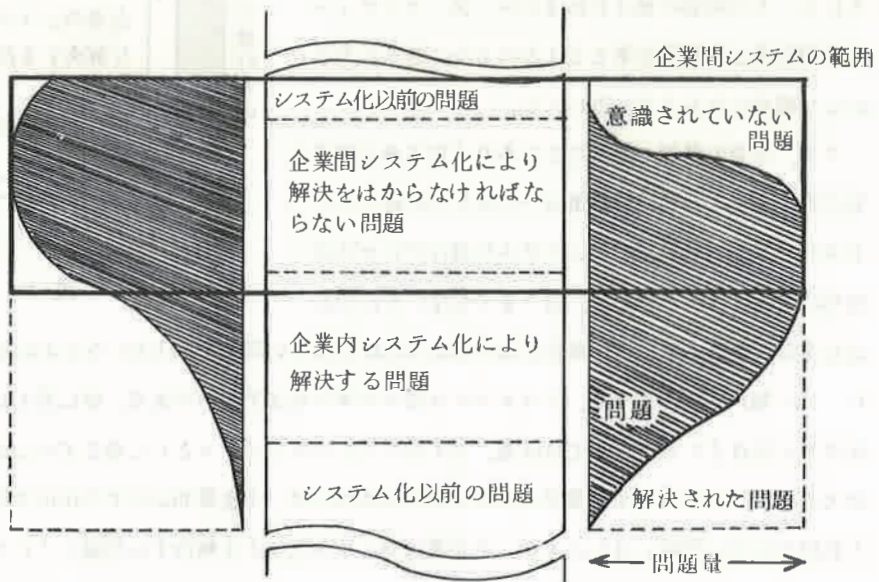


図 3.

この図3によって企業間システム化することの個別企業ベースでのメリット、あるいは社会的ベースでのメリットがいかに大きいかが、容易に想像されうるだろう。企業間システムの開発、その基礎となる統一コード及びその管理をするためのコードセンターの設計・開発設立が急がれる所以である。

尚、コンピュータセンターを利用した場合の企業間システムのイメージについての図表は前号巻末に掲げたので参考とされたい。

全国缶詰問屋協会

Japan Canned Food Wholesalers Association

〒103 東京都中央区日本橋室町2丁目6番地 江戸ビル4階
電話 東京03(241) 6568・6569番