

第71号

平成28年3月

# 生鮮EDI

- ウォルマートの店舗閉鎖は  
新たなフード・デザートをつくる
- 生鮮食品流通とEDI（第5回）
- 平成27年度 生鮮取引電子化セミナー講演録
- 消費税軽減税率（案）への対応について



生鮮取引電子化推進協議会

## 「生鮮EDI」第71号 目次

- |   | ページ |
|---|-----|
| ● ウォルマートの店舗閉鎖は新たなフード・デザートをつくる…………… 1<br>生鮮取引電子化推進協議会 前事務局長 三宅 均   | 1   |
| ● 【連載】生鮮食品流通とEDI（第5回）<br>「軽減税率制度とEDI」…………… 8<br>一般財団法人 流通システム開発センター 理事<br>坂本 尚登 氏   | 8   |
| ● 平成27年度 生鮮取引電子化セミナー講演録<br>「生鮮EDI取引における<br>生鮮標準商品コード活用事例のご紹介」…………… 18<br>株式会社サイバーリンクス<br>流通クラウドサービス事業部<br>リテイル運用部 部長 三浦 明 氏 | 18  |
| ● 消費税軽減税率（案）への対応について…………… 28  | 28  |
| ● 巻末コラム…………… 36<br>生鮮取引電子化推進協議会 事務局 田中 成児   | 36  |
| ● 編集後記  |     |

---

---

# ウォルマートの店舗閉鎖は新たなフード・デザートをつくる

生鮮取引電子化推進協議会

前事務局長 三宅 均

前回に引き続き、最近のアメリカのニュース記事で興味深いものを紹介します。

まず始めは、ウォルマートの店舗閉鎖が新たなフード・デザート（食の砂漠）を創出するという記事からです。

「ウォルマートの店舗閉鎖は新たなフード・デザートをつくる」（2016年1月27日付 CBS ニュース）

“ウォルマートが全米で154の店舗を閉めるという決定は、次のようなことを意味する。即ちアラバマ州バーミングハム郊外の歴史的なブラック大学（黒人社会に高等教育を提供するものとして設立された教育機関を指す。最近はやりの日本語の「ブラック」のようなネガティブな意味はない）の近隣に住むクルマのない住民は、生鮮食品や食肉を入手するために危険なくつもの道路を徒歩で横断しなければならない。また、この金曜日から、アーカンソー州コール・ヒルの住民は、一番近いスーパーマーケットや薬局に行くために15マイル（24km）クルマを運転しなければならない。カンザス州のウィチタ州立大学付近の低所得者も、近くで生鮮食品を入手することが困難になる。

AP 通信の分析によれば、この世界最大の小売業者による店舗閉鎖は、トータルで約15,000人の住民が暮す3箇所地域に新たなフード・デザートを創出することとなる。

「あなたの住む地域のウォルマートは、閉店しますか？」

そのような店舗の一つは、アラバマ州フェアフィールドにあり、そこはバーミングハム市の西約8マイルのところにある11,000人が住む不運な郊外エリアである。そのウォルマートの店舗は、放棄された商業ビル、ファースト・フードの店、給料日返済の貸金業やガソリンスタンドの並ぶうらさびれた幹線道路沿いにある。先週末には、生鮮食品がなくなり、残り物を選んで買った買物客は、店舗の閉鎖で競争がなくなり価格が上がるのではないかと心配していた。

「ほかに行くところがないので、店舗の閉鎖の結果、残った店舗が商品の値段を上げることになるのではないかと心配だ。」と、66歳のダイアン・ジョーンズさんは古いセダンのトランクに荷物を積みながら言う。

上記3か所の新たなフード・デザートのほかに、15州の35カ所の地区で、2月5日付でウォルマートの店舗の閉鎖が予定され、その灯が消えると、生鮮食品や食肉を販売する場所がなくなることになるという。しかし、連邦政府の定義によれば、それら地区ではフード・デザートと認められるほど貧困が広がっていないということである。

---

---

米国農務省は、少なくとも住民の5分の1が貧困状態にあるか、住民の3分の1が都市部のスーパーマーケットから1マイル以上離れて暮らしているか、あるいは車を持っている場合は10マイル以上離れて暮らしているか、という場合にそのような地域をフード・デザートと考えている。米国農務省の最新の調査によれば、その定義では約9,000の地域がフード・デザートに相当すると考えられている。

これまでウォルマートは、フード・デザートを消滅させようとする全米小売業者の最前線に立って努力してきた。

約5年前、複数の大手食品小売会社は、ミシェル・オバマ大統領夫人の子供の肥満を減らすキャンペーンの一環として、2016年半ばまでにフード・デザートの中、あるいは近傍により多くの店舗を建設、ないし再編設置するという約束を行った。唯一ウォルマートと生協の一つである独立店舗のみが、昨年までのところ、大統領夫人のグループ「Partnership for a Healthier America」の目的を達成した。ウォルマートは、そのような店舗300を建設ないし再編整備すると約束し、昨年までに392店舗（その過半が新店舗）を建設ないし再編設置した。

ウォルマートのスポークスマンは、同社は依然としてフード・デザート消滅を公約としている。スポークスマンのブライアン・ニック氏は、同社は店舗が閉鎖されるコミュニティのフードバンクに寄付を行うこと、フード・デザート近隣地区に立地する店舗の予算を増やすこと、影響を受ける地域に別のスーパーマーケットを誘致するよう閉鎖店舗の所有者と交渉すること、などを実施すると述べている。同社はまた、来年にかけて現在閉鎖している店舗数とほぼ同数の新店舗をオープンする計画を守るとしている。ただし、必ずしも閉鎖店舗の近くということではないという。「私たちが地域のコミュニティにどのようにお役に立てるか、地域とともに活動する。」とニック氏は言う。

昨年 US スティール社の工場が1,100人の労働者をレイオフしたフェアフィールドでは、ウォルマートのスーパーセンターの閉鎖で更に300人分の職が失われることになる、とテリ・スウェル下院議員は言う。同氏は、これはフェアフィールドにとってもう一つの打撃だと言い、いまや同市の最大の民間雇用者は、古いブラック・マイルズ大学になったとしている。車のない住民が、(ウォルマートから)二番目に近い食料品店である Piggy Wiggly や Save-A-Lot に行くためには、6レーンに加えて中央分離帯のある幹線道路(歩道なし)を横断しなければならない。多数の人々がショッピングに利用するバスについては、フェアフィールドを通るバスは、ウィークデーでは1時間に1本程度、土曜日はさらに少なくなり、日曜日には1本もなくなる。近隣の別の店舗を利用するとなれば、車がなければアクセスが困難で、品物も少ない。人によっては、ウォルマートは十分品揃えをしていないというが、そんなものではない。

「もし自身の足となる交通手段(車やバイクなど)を持っていなければ、大きな問題となる。感謝祭が来ると Piggy Wiggly の店は(混雑で)収拾がつかなくなる。近くの店は野菜束くらいしか売っていないからだ。」とバーミングハム地区公共交通局の顧客サービス部で働くロン・フッド氏は言う。

「カンザス州ウィチタの4年前にオープンしたウォルマートの店は、以前にはギャングの撃

---

---

ち合いなどから避難する場所であったショッピング・プラザの中心施設になっている。」と、その店に隣接するデルローズ統合メソジスト協会のケヴァス・ハーディング牧師は言う。その店は、近隣から労働者を雇用しており、多くは高齢者である住民は、数ブロック歩くだけで生鮮食品や食肉とともにウォルマートの薬局でクスリを手に入れることができる。「かつては目障りな場所であったが、その場所に第一級のショッピングセンターを持つことができた。それなのに先週店舗閉鎖のニュースが飛び込んできて、打ちひしがれた。それはお金の問題のためで、住民の生活を考えていないことにむかつく思いだ。」と同牧師は言う。

「アーカンソー州コール・ヒル市では、ウォルマートのベントンビル本部から車で2時間の店舗は、大豆産地にある1,000人以上の従業員を雇用する最大の企業である。ひとたびそのお店が閉鎖されれば、住民は一番近いスーパーマーケットや薬局に行くために15マイルもドライブしなければならない。この店舗閉鎖は町の荒廃を招くもので、ウォルマートの店は私たちの唯一の食料品店であり薬局なのだ。」と、市長のロニー・ガーナー氏は言う。”

アメリカは、日本の約25倍の国土を有する一方、人口は3倍にも満たない317百万人であることから、我が国に比べて人口密度ははるかに疎で、それだけにスーパーマーケットの商圈はかなり広いものと思われます。このような国で、スーパーマーケットの撤退が起こると、近隣住民が非常に難渋することは想像に難くありません。

スーパーマーケットやコンビニは、もはや一種の社会的インフラになっており、日常生活に不可欠な存在となっています。このような中で、人口減少などにより店舗閉鎖が行われると、その店舗に頼っていた地域住民、特にクルマを運転しない高齢者はたちまち買物難民化します。我が国は、狭い国土の平野部に住民が密集しているため、まだましかと思いますが、広大な国土に住民が散らばって居住している車社会のアメリカでは、その困難はより深刻であろうと思います。

とはいえスーパーマーケットの展開も、経済原則を無視するわけにはいかないもので、出店閉鎖が繰り返されることになりませんが、特に我が国では少子高齢化と相俟って、限界集落や廃村が続出するのではないかと懸念されます。このような形でふるさとを喪失する人々が増加するのは悲しい限りですが、これも時代の流れでやむを得ないことなのでしょう。

次は、スパイスの効いた食品の摂取は、寿命を延ばすことになるかという記事です。先般、中国医学院の研究者チームが新研究を発表しましたが、それによればスパイスの効いた食事を習慣的に摂ると、死のリスクを下げる効果があるそうです。具体的には、次のとおりです。

2015年8月15日付 CBS ニュース「スパイスの効いた食品の摂取は、長命の元？」(アシュレー・ウェルチによる)

“食事時に辛いものを求める人には良いニュースだ。即ち、スパイスの効いた食品は長命に

---

---

つながるかもしれない。

中国医学院の国際研究チームによる新研究によれば、定期的なスパイスの効いた食品の摂取は、死のリスクを低減させる効果があるという発見がなされた。この結果は、この火曜日（2015年8月11日と思われる）の **BMJ** メディカル・ジャーナル（イギリスの医学専門誌の一つ、国際的にも権威が高いといわれる）で発表された。

著者たちは、この結果は観察に基づくもので、決定的な要因や因果関係が証明されているわけではないと強調している。しかし、最新の食事指針や機能性食品の開発などをリードする可能性のある研究で更なる検証が必要とされる。

この発見を確固としたものとするためにはより多くのデータが必要であるが、これまでの研究でも、スパイスや生理活性作用を有する成分、カプサイシンは、肥満抑制、抗酸化作用、抗炎症作用や抗癌性を有するとされてきた。

「多くは実験的な研究により集められた成果であるが、それらはスパイスや活性化成分が人間の健康に役立つことを示している。しかし、人口を基にした補強的なデータは少ない。私たちは、初めて多数の人達を対象に調査し、スパイシーな食品の摂取が健康に良く、死のリスクを低減させるとレポートした。このことは、スパイシーな食品の摂取が多くの人々の間で一般的であるため、重要な意味を持っている。」と研究主導者でハーヴァード大学 T.H.Chan 公衆衛生校及びボストン所在の Brigham and Women's 病院に所属する Lu Qi 氏は、CBS ニュースに述べている。

Qi 氏とそのチームは、2004年から2008年までの間、中国 Kadoorie バイオバンクに入会している30歳から79歳までの487,375人の参加者について調査した。各人は、健康全般、体格測定、スパイシーフード、赤肉、野菜、アルコールの摂取を含む食習慣に関する質問事項に回答した。研究者は、7年後再調査し、その間20,224人の参加者が死亡していた。残った人々について、研究者は、その年齢、婚姻状況、教育水準、運動能力の要素を勘案するとともに、がん、心臓病、脳卒中などの病歴のあるものを除外した。

データの分析によれば、週に1~2回スパイシーフードを食べる人は、週1回未満の人に比べて10%死のリスクを減らしているという結果となった。更にほぼ毎日スパイシーフードを摂る人は、14%死のリスクが低くなるということだ。その連関は、男女関係なく同じ比率であり、その効果は、アルコールを飲まない人により強く出ることが分かった。その調査では、1週間にスパイシーフードを食べる人たちの中で一番よく食べられるものは、なま及び乾燥のチリ（とうがらし）であった。更なる調査で、生のチリを消費する人々は、がん、虚血性心疾患、糖尿病による死のリスクが低いことがわかった。この研究の著者らは、この結果は、生のチリがカプサイシン、ビタミン C、その他の栄養素を豊富に含んでいるためだと、説明している。

そこでこの結果によれば、人は健康改善のために夕食時にスパイスを山積みにして食べるのが良いということだろうか。必ずしもそうではない。特に胃腸病などがあって辛いソースを避けたいという場合である。「胃潰瘍などの消化器の不調に悩んでいる人は、スパイシーフードの摂取には慎重になるべきだ。」と Qi 氏は言う。

---

---

「スパイシーフードの摂取が健康に良く、死のリスクを直接低減するかどうか、あるいは単に他の食事やライフスタイルの要因によるものかどうか、については更なる調査が必要である。スパイシーフードの摂取とバランスの良い健康的な食事や健康的なライフスタイルがどの程度健康に寄与するかは、今後の調査課題として残っている。しかし、この調査結果は、対話、議論、更なる調査意欲を刺激することになる。」と彼女は言う。”

スパイシーフードということですぐに思い浮かぶのは、カレーライス、(激)辛ラーメン、キムチなどの韓国料理、エスニック料理(トムヤムクンスープなど)などでしょうか。こういった料理を日常的に食べている人が長命かどうかは、やや怪しい(韓国人やインド人の寿命が抜きん出て長いとも言えないように思います)。

文中にもあるように、バランスの良い食事、健康的なライフスタイルなどの役割のほうが、より大きな要素ではないでしょうか。

私の知人に「ボケ」防止のために1週間に1回はカレーを食べるようにしているという人がいますが、ボケにも効いて、健康のためにも良いということであれば、決まった曜日に食べるのも悪くはないし、キムチを夕飯の友にするのも一つの考え方ですね。

過ぎたるは及ばざるがごとしで、唐辛子を食べすぎれば胃に良くなさそうですし、私としては、やはりバランスの良いほどほどの食事を心掛けるようにしたいと思います。

次は、「自然食品」という表示です。我が国でも、自然食品という触れ込みで多くの商品が販売されていますが、自然食品の定義は明確でなく、何となくナチュラルで体に良いというイメージがあります。他方、「オーガニック」あるいは「有機食品」という場合には、国際的にも明確な定義があり、「有機 JAS」の認証を受ければ、有機 JAS マークの表示ができます。この自然食品について、アメリカでは消費者をミスリードするという報告が **Consumer Reports** という非営利のコンシューマーズ・ユニオンという消費者組織が発行している月刊誌に掲載されています。その内容が CBS ニュースで報道されていますが、次のとおりです。

2016年1月27日付 CBS ニュース「コンシューマーレポート：“ナチュラル”フードという表示は、消費者をミスリードしている」(レベッカ・リーによる)

“アメリカ人の60%以上の人々が「ナチュラル」と表示されている商品を買っているが、彼らはその表示で自分の思い描いている商品を買っているのではないかもしれない。

コンシューマーレポートによれば、「ナチュラル」という表示は、何らの明確な定義がなく、消費者をミスリードしている。——アメリカ人の3分の2以上は、その意味を実態以上に考えている。

「事実、アメリカ人はそれが何ら人工的な成分や着色料、遺伝子組換え食品、例えば食肉では殺菌剤、などを含んでいない、即ちそれは何の薬品類も含んでいないというようなものだ

---

---

思っている。」とコンシューマーレポートの消費者安全・持続性部長のウルバシ・ランガン氏は言う。

水曜日（2016年1月27日と思われる）に発行された最新の記事において、同誌は7品目にこのような誤った内容があり、警戒を要するとしている。そのような品目の中に、「Del Monte Fruit Naturals snacks」があり、それは人工保存料——ソルビン酸カリウム、安息香酸ナトリウムでこれらは工業化学製品として作られている——を含んでいる。

「純粋で100%ナチュラル」と宣伝されている「Wesson Vegetable Oil」は、除草剤耐性として遺伝子組換えされた大豆から作られている。それはまた、ヘキサンという溶媒——EPA（米国環境保護庁）が有害な大気汚染物質に分類している——を使って作られる。

Del Monte Fruit Naturals は、CBS ニュースがコメントを求めたが返答はなかった。しかし、Wesson Vegetable Oil のメーカーである ConAgra Foods は、次のように答えている。

「“natural”と明示されている我々の商品のすべての成分は、その製品が適用される法律およびFDAの規則と整合しており、naturalとして販促されることに問題ないことを確認するため、内部でチェックされている。」

事実、規則等に整合していない（inconsistent）表示は、違法ということではない。なぜなら、FDAの規則上には natural が何を意味するか明確な定義がないからだ、とランガン氏は言う。

もう一つの商品、ナチュラル・ブルー（アメリカの飲料のブランド）のドラフト・ルートビア（アルコールを含まない清涼飲料の一種）は、FDAにより人工のもものとされているカラメル色素を含んでいると、わかった。

「我々が常々主張していることは、政府の基準がないと会社に消費者に誤解を与える表示を許し、消費者の大部分が市場でミスリードされるということを立証できるということだ。」とランガン氏は言う。ランガン氏は、FDA に対し、それらの食品について、連邦規則により裏付けられ、第三者の認証機関により認証されているオーガニック食品の表示と同様に、厳密な基準を設けるべきと要求している。「我々は、FDA に対し、“ナチュラル”を定義するつもりがないならばその表示を禁止するか、さもなければ消費者をミスリードすることがないように意味のある定義を行うか、いずれかを行うべきと求めている。このことは、消費者及び食品会社の双方に有益だ。」と同氏は言う。

コンシューマーレポート誌の調査によれば、「ナチュラル」表示の食品を購入する消費者の87%は、その商品が彼らの期待に添うものであれば、もっと高い価格を支払っても良いとしている。食品会社の中には、その製品から“natural”の表示をなくしたところもある。

ランガン氏は言う。「適正な表示は、双方にとってウィンウィンの関係になる。事実、人はより良い食品、より良い製造プロセスを望んでいるが、表示についても彼らの期待に見合うものを求めている。」

ということですが、ナチュラルや自然という言葉は、ネットで検索すれば食品のみならず、化粧品などでも見られます。アメリカでは「ナチュラル」という表示に定義がないために（食

---

---

肉にはあるようです)、あいまいに使われているようです。これについては、日本でも同様であると思われるので、余り過信しない方がよさそうです。文中にアメリカの食品会社の製品が出てきますが、公表記事の引用なので、そのようにご理解願います。

## 軽減税率制度と EDI

一般財団法人流通システム開発センター  
理事 坂本 尚登

昨年12月に閣議決定された来年度の税制改正大綱で、2017年4月から軽減税率制度を導入することが決まった。軽減税率の対象となるのは、外食と酒類を除く飲食料品と定期購読される週2回以上発行の新聞で、生鮮食品は当然のことながら対象となる。ただ、すべての取引を同じ税率で処理できる企業は稀で、多くの企業では今まで経験したことのない複数税率への対応が必要になる。

今回はこの問題と EDI の関係について考えてみたい。

### 1. さまざまな検討の動き

今回の軽減税率制度は2段階に分けて導入され、来年4月から導入される予定の「区分記載請求書等保存方式」は現行方式の請求書に対して

- ・軽減税率の対象品目がわかるようにする
- ・税率ごとに合計した対価の額（取引額）を記す

の2点を追加することとなっている（図1の中列の太枠線囲み部分）。

続いて2021年4月から導入される予定の「適格請求書等保存方式」は欧州で導入されているインボイス制度に倣った本格的な軽減税率制度で、上記2点に加えてさらに

- ・課税事業者の登録番号
- ・適用税率ごとの消費税額

の追加（図1の右列の太枠線囲み部分）と請求書の交付義務（不正交付の罰則あり）が新たに生じる。

現在、この2段階の導入に対してさまざまところで対応のための検討が行われている。例えば、経済産業省・流通政策課では2月に「流通業における軽減税率システム対応検討スタディグループ」を2回開催し、小売業におけるシステム対応に向けた基本的な考え方を検討した。この検討会には小売業団体など16団体のほか、当センターも共同事務局として参加している。3月中旬に参加団体の認識共有としての考え方をまとめ、各団体の会員に情報提供するほか、今後も定期的開催し、システム対応の状況などについて情報共有していく予定。

また、経済産業省・情報処理振興課では3月4日に「軽減税率対策 IT ベンダー連絡会」を開催し、政府と IT ベンダーとの連絡調整やシステム対応の加速に向けた対策検討を開始した。この会合には電子情報技術産業協会（JEITA）や情報サービス産業協会（JISA）などの主要

な IT 業界団体が参加しており、当センターもその一員として参加している。今後も定期的に開催して情報連携を図っていくことにしている。

図 1 区分経理の方法比較

	【請求書等保存方式】 (現行制度)	【区分記載請求書等保存方式】 (平成29年4月～)	【適格請求書等保存方式】 (平成33年4月～)
請求書等	<ul style="list-style-type: none"> <li>請求書の記載事項               <ul style="list-style-type: none"> <li>請求書発行者の氏名又は名称</li> <li>取引年月日</li> <li>取引の内容</li> <li>対価の額</li> <li>請求書受領者の氏名又は名称</li> </ul> </li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>請求書</p> <p>〇〇製中</p> <p>11月分 21,600円(税込)</p> <p>11/1～30 牛肉2kg 5,400円</p> <p>合計 21,600円</p> <p>△△(株)</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>請求書(控)</p> <p>□□製中</p> <p>11月分 43,200円(税込)</p> <p>11/1～30 牛肉2kg 10,800円</p> <p>合計 43,200円</p> <p>〇〇(株)</p> </div> </div>	<p>同左プラス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>軽減税率の対象品目である旨</li> <li>税率ごとに合計した対価の額</li> </ul> <p>(注) 請求書の交付を受けた事業者による追記も可</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>請求書</p> <p>〇〇製中</p> <p>11月分 21,800円(税込)</p> <p>11/1 牛肉2kg 5,400円</p> <p>11/8 割りばし4箱 5,500円</p> <p>合計 21,800円</p> <p>(10%対象 11,000円) (8%対象 10,800円) ※注中は軽減税率(8%)適用商品</p> <p>△△(株)</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>請求書(控)</p> <p>□□製中</p> <p>11月分 43,600円(税込)</p> <p>11/5 牛肉2kg 10,800円</p> <p>11/9 割りばし4箱 5,600円</p> <p>合計 43,600円</p> <p>(10%対象 22,000円) (8%対象 21,600円) ※注中は軽減税率(8%)適用商品</p> <p>〇〇(株)</p> </div> </div>	<p>同左プラス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>登録番号</li> <li>消費税額</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>請求書</p> <p>〇〇製中</p> <p>11月分 20,000円(本体)</p> <p>11/1 牛肉2kg 5,000円</p> <p>11/8 割りばし4箱 5,000円</p> <p>合計 20,000円</p> <p>消費税 1,800円</p> <p>(10%対象 10,000円) 消費税 1,000円</p> <p>(8%対象 10,000円) 消費税 800円</p> <p>△△(株) (登録番号 XXX-XXX)</p> <p>注) ※中は軽減税率(8%)適用商品</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>請求書(控)</p> <p>□□製中</p> <p>11月分 40,000円(本体)</p> <p>11/5 牛肉2kg 10,000円</p> <p>11/9 割りばし4箱 6,000円</p> <p>合計 40,000円</p> <p>消費税 3,600円</p> <p>(10%対象 20,000円) 消費税 2,000円</p> <p>(8%対象 20,000円) 消費税 1,600円</p> <p>〇〇(株) (登録番号 XXX-XXX)</p> <p>注) ※中は軽減税率(8%)適用商品</p> </div> </div>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>交付義務なし・不正交付の罰則なし</li> </ul>	同左	<ul style="list-style-type: none"> <li>交付義務あり・不正交付の罰則あり</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>免税事業者も交付可 ⇒免税事業者からの仕入税額控除可</li> </ul>	同左	<ul style="list-style-type: none"> <li>課税事業者のみ交付可 ⇒免税事業者からの仕入税額控除不可</li> <li>免税事業者からの仕入れについて、               <ul style="list-style-type: none"> <li>・3年間：80%</li> <li>・その後3年間：50%</li> </ul>               の仕入税額控除可。             </li> </ul>
税額計算	<ul style="list-style-type: none"> <li>取引総額からの「割戻し計算」 (例) 43,200円×8/108=3,200円</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>税率ごとの取引総額からの「割戻し計算」 (例) 10%対象：22,000円×10/110=2,000円 + 8%対象：21,600円×8/108=1,600円 3,600円</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>税率ごとの取引総額からの「割戻し計算」</li> <li>適格請求書の税額の「積上げ計算」 (例) 積上げ計算の場合 2,000円+1,600円=3,600円</li> </ul> <p>(注) 売上税額を「積上げ計算」する場合には、仕入税額も「積上げ計算」</p>
特例	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上税額・仕入税額の計算の特例 (みなし計算・簡易課税の事後選択)</li> </ul>	—
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>せり売りなど媒介・取次業者により代替発行された請求書による仕入税額控除可</li> <li>3万円未満の取引や自動販売機からの購入、中古品販売業者の消費者からの仕入れ等は、帳簿の記載で仕入税額控除可</li> <li>小売業等が発行する請求書は、記載事項を簡略可(受領者の名称の記載不要)</li> </ul>	同左	同左(ただし、3万円未満の取引に係る規定は廃止)

出所) 軽減税率制度の導入(財務省)

一方、農林水産省・食品流通課でも今年度予算で「食品流通事業者による受発注処理等の効率化に向けた調査事業」を実施しており、3月中に2回の検討会を開催して、小売、卸などの食品流通業者が複数税率に対応するための課題や海外における複数税率への対応事例等を調査し、とりまとめることとしている。小売と卸間の取引だけでなく、卸とメーカー間の取引も調査検討の対象としている。

筆者が把握している関係省庁の検討状況は以上のとおりだが、それ以外に当センター関係で2つのプロジェクトが動いている。ひとつは大手の加工食品や日用品・医薬品卸の研究会である情報志向型卸売業研究会(卸研)。今年の1月に通常の研究テーマに加えて軽減税率対応のための臨時的検討グループを立上げ、1～3月に4回の検討会を開催、結果を「消費税軽減税率制度に関する対応について」と題する20数頁のレポートにまとめた。この結果は3月25日に東京・港区で開催する研究成果発表会で他の研究テーマと合わせて発表する予定。卸研では今後公表される制度の詳細に合わせて検討を継続していくこととしている。

もうひとつは当センターの自主研究。昨年の流通BMS導入実態調査に回答していただいた

---

---

企業の中から、小売業約50社、卸・メーカー約100社に対して2月に準備状況と課題に関するアンケート票を発送した。現在はその結果をとりまとめるとともに、回答内容を踏まえていくつかの企業にヒアリング調査を行っている。調査結果は3月末までにとりまとめて、4月以降、流通 BMS を利用した軽減税率対応の手引きをとりまとめるための検討を行っていく予定である。

## 2. 制度の詳細に関するさまざまな質問

財務省から詳細の運用方法が示されていない中で上記の検討に参加している事業者からさまざまな質問が寄せられている。

### (1) 対象品目の範囲

まず多いのが軽減税率対象品目の範囲。外食と酒類を除く飲食料品の販売という原則だけでは判断できないさまざまなケースが寄せられている。

- ① 食品関連商品：漬物用の米ぬか、重曹などの食品添加物など
- ② 一体商品：食品と酒類、飲料と酒類などのセット商品、玩具菓子、催事関連商品など税率が異なる複数の品目を一体化した商品
- ③ 酒類関連商品：ノンアルコール飲料、みりん、みりん風調味料など
- ④ 消耗品：生鮮商品のトレーやラップについて、仕入は10%だが売価は8%で良いか？
- ⑤ 仕入はビン代込み、返品でビン代返却請求時の容器代は？
- ⑥ 店頭に設置する販促物（POP、ディスプレイ等）、什器、マネキン代等の費用は？
- ⑦ 卸売業者が外食サービスで提供される加工食品を販売した場合は？（納品時点で店内飲食用かテイクアウト用かを確定することは困難）
- ⑧ 加工食品メーカーに原材料として納入する食品は？

### (2) 税率の設定

(1) と関連するが、税率判断が難しい商品の税率を製配販のサプライチェーンの中で誰が決定するのかについても質問が出ている。

- ① 製造者から税率を明記し、卸に連絡するのが良いではないか
- ② メーカーが設定した税率のチェック・統制について。商品分類によるチェック（牽制）機能を設けるべきではないか
- ③ 得意先・仕入先と税率が異なった場合はどちらに合わせるべきなのか

### (3) リベート、センターフィー、返品など

卸からは割戻金（リベート）やセンターフィー、返品などの取扱いに関する質問が多く寄せられている。

- ① 商品売上にひも付くりべートは元となる取引（商品）の消費税率適用でよいのか？

- 
- 
- ② 商品売上にひも付かないリベート計算をどうするのか？
  - ③ 商品値引きと異なるリベートはどの範囲が対象になるのか？（物流補填、センターフィー、移動運賃、写真代、カタログ代など）
  - ④ リベートの支払いは小売業が請求書を作成することになるのか？そもそもベンダーが計算して支払うので請求書は必要か？
  - ⑤ 返品時の税額計算について、仕入時点での税率で返品する場合、複数の税率の識別が必要

#### (4) レシート、店頭表示

小売業では仕入先とのやりとりのほかに対消費者への販売に係る POS システムの改修や売場の表示などの課題がある。売場の表示では税率の違いをどう表示するかという問題のほかに、消費税が8%に引き上げられた時に特例として認められている外税表記の時限立法（消費税転嫁対策特別措置法）が2018年9月末に期限を迎えるので、その延長に関する要望も出されている。

① 棚札、POP、チラシ等の表現方法について「軽減税率対象商品」であることをお客に知らせる必要があるか。チラシに税込売価を併記する場合、1枚の紙面に複数税率が混在した状態になり、分かりにくいのでは（同じ税抜売価に対して異なる税込売価が表示される場合がある）

- ① 値札の付け替え、税率の付け間違いチェック及びその返金方法の検討
- ② レシート、プライスカード、伝票などでどのようにして軽減税率対象かどうか、税率、税額を表現するのか。また、事業者ごとの判断、自由度がどの程度許されるのか
- ③ レシートの表記ルールは存在するのか。8%、10%の2段階で表記するのか。トータルで表記するのか
- ④ 対消費者対応について、レシート表示方法は事業者任せられるのか。何か規制やルールはあるのか
- ⑤ 外税表記の特例措置の延長、恒久化を。今回の軽減税率の導入を踏まえて外税のシステムを基本とすることが合理的

### 3. 来年4月からの区分記載請求書等保存方式への対応

#### (1) 流通業界における基本的な考え方

上記のようなさまざまな疑問が出されている中で、今分かっている範囲で流通事業者のシステム改修負担をできるだけ軽減するための方向性を検討しているのが経産省流通政策課の検討会である。ここに参加しているのは小売団体であるが、並行して行われている卸研の検討状況も踏まえつつ、現時点で最低限共有できる以下のような基本的な考え方をまとめようとしている。

---

---

### ① 税率ごとに発注を分ける

来年4月から導入される「区分記載請求書等保存方式」では、現行方式の請求書に対して、「軽減税率の対象品目がわかるようにすること」と「税率ごとに合計した取引金額」を追記することが求められている。実施までの準備期間が限られていることから、準備にかかる負担を極力減らすために、既存業務をなるべく変えない仕組みとする方向で検討している。

我が国の企業間取引では一般に、日々の受発注・納品・受領の結果は売掛と買掛として積算され、売り手は一定期間（通常は1ヵ月）の売掛金額を合計して買い手に請求する。請求の明細は図1の請求書に例示されている品目ごとではなく、日々の取引の伝票番号（EDIでは取引番号と呼ぶ）ごとの合計金額となるので、伝票番号（取引番号）の中に異なる税率の品目が混在すると、それを単純に足し合わせるができなくなる。ということは、受発注段階から税率ごとに発注を分ける（伝票番号（取引番号）を分ける）ことが必要となる。

生鮮食品は軽減税率対象なので、その取引のほとんどは同じ税率となるが、同じ伝票の中に送料などの経費や販促資材などを含んでいる場合は伝票を分けるなどの調整が必要になる。

### ② 税率ごとの発注の違いをどう識別するか

税率ごとに発注を分けるとして、その伝票番号（取引番号）がどちらの税率かを判別する方法が次の課題になる。「既存業務をなるべく変えない仕組みとする」という前提に立てば、システム改修ができるだけ軽微に済む方法が望ましい。

これについて経産省流通政策課の検討会では

- ・取引先コードを税率ごとに分ける
- ・伝票やJCA手順フォーマットの分類コードについて、あらかじめ標準税率と軽減税率に区分けしておく

といった方法を上げ、より適切な方法を取引企業間で取り決める方向で検討している。

なお「伝票やJCA手順フォーマットの自由使用欄を使用し、税率を記載する」方法もあるが、小売個別の仕様にならざるを得ず、なるべく避けたいところ。

### ③ 個別商品の税率をサプライチェーンでどのように共有するか

前述の質問でも判断の難しい商品の税率設定が上がっていたが、これについては同一商品が店舗や企業によって異なる税率で消費者に販売される事態を避ける観点から、個々の商品の税率はその商品を製造した企業が判断したものを流通の各社が適用する仕組みが望ましいという方向で検討されている。

## (2) 卸売市場の委託手数料の取扱い

生鮮食品の出荷者と卸売市場の卸売業者との間で行われる委託取引の税率計算はやや複雑になる。卸売業者の委託手数料は物品販売ではなく役務の提供に対する対価であり、軽減税

---

---

率の対象にならない。したがって、来年4月以降の卸売業者から出荷者への仕切りは、野菜（委託手数料8.5%）の場合、下記例のような計算になると想定される。

A) 現状の計算方法

① 仕切金（税別）	10,000円	
② 仕切金（税込）	10,800円	(①×1.08)
③ 委託手数料	918円	(②×0.085)
④ 差引仕切金額	9,882円	(②－③)

B) 来年4月からの計算方法（想定）

① 仕切金（税別）	10,000円	
② 仕切金（税込）	10,800円	(①×1.08（軽減税率）)
③ 委託手数料（税込）	935円	(①×0.085×0.1（標準税率）)
④ 差引仕切金額	9,865円	(②－③)

A) では税込仕切金額に手数料率を乗じているが、B) では物品とサービスで税率が異なるため、税抜仕切金額に乘じることになると思われる。この結果、この例では出荷者側の手取りが17円減る計算になる。このような方針が決まれば、卸売業者では来年4月までに出荷者との受託契約の見直しやシステムの改修を行う必要がある。

#### 4. 2021年4月からの適格請求書等保存方式への対応

2021年4月から導入される「適格請求書等保存方式」（以下、インボイス方式と略す）では、来年4月からの方式に加えて、「課税事業者の登録番号」と「適用税率ごとの消費税額」の記載が追記される。また、現在は任意とされている請求書の交付が義務化され、不正交付には罰則が科される。

財務省によると、現在の単一税率の下では、請求書等に税額が記載されていなくても仕入税額の計算に支障はないが、複数税率の場合、請求書等に適用税率・税額の記載を義務付けたもの（インボイス）がなければ適正な仕入税額の計算は困難というのがインボイス制度導入の理由とされている。準備に時間がかかるため、来年4月の制度開始からさらに4年の猶予が取られている。

そうは言ってもシステム改修のタイミングは企業によってさまざまであり、来年4月からの対応に合わせてインボイス方式にも対応できるようにしたい企業にとっては、詳細を早く示してほしいところ。前述の検討の中では追加される3つの要件に対してさまざまな質問が出ている。

① 課税事業者の登録番号について

・インボイス方式の際の登録事業者番号は法人番号（いわゆる企業版マイナンバー）では

---

---

ないのか。インボイス方式に向けての課税対象事業者の登録はいつ、どのように（申請方法等）、どんな登録番号（文字種？桁数？）で行う予定なのか

- ・リベート支払明細に事業者番号を入れて通知が必要か

## ② 消費税額について

- ・インボイスが始まって請求書単位で消費税の計算をしても良いか
- ・伝票明細単位あるいは伝票単位で消費税の計算をする必要がある場合、円未満の端数処理方法を統一してほしい（消費税額アンマッチ防止のため）

## ③ 請求書の発行義務について

- ・現状の契約により月々の請求書なしに支払が継続される取引をどう扱うかは企業間の調整が必要になる
- ・多くの企業において取引先との合意の下、EDI 計算を行った結果を支払通知書で送付（請求レス）しているが、今後は請求書を受領する必要があるのか？請求書発行後の突合では膨大な事務作業の増加に加え、月次締め処理の遅延が発生するため、請求レスでも認める特例措置等の検討を強く要望する
- ・不動産賃貸借取引の月々の家賃支払いやフランチャイズチェーンの本部から加盟者へのロイヤリティ請求では請求書を発行しない

なお、請求レスの問題は生鮮品の出荷者と卸売業者間の取引でも同様である。委託取引は不特定多数からのオークション方式なので、特例適用の可能性が言われているが、買付取引は2021年3月までは経過措置として請求書発行義務は免除されるが、それ以降は売手である出荷者の請求書発行義務が生じる。現在、出荷者と卸売業者間の約款でも卸が発行する仕切書をこれに充てる旨が謳ってあるケースが多いが、今回は罰則規定もあり、税務当局の判断が待たれるところ。請求書が必要となれば、卸売業者と各産地との契約見直しにつながる事が懸念されている。

## 5. EDI 対応

当センターが事務局を務めている流通 BMS 協議会が昨年9月に実施したアンケート調査によると、小売業（回答127社）が取引先との EDI で使用している通信手順には JCA 手順がまだ多く利用されている（図2）。

軽減税率制度が始まる予定の来年4月まで準備期間が短いことから、JCA 手順を残さざるを得ない事業者も多いと思われるが、現在の JCA 手順フォーマットには税率の項目がないことから、何らかの方法で各伝票における税率を判別する方法を定めておくことが必要となる（JCA 手順そのものの改訂は行わない方針）。

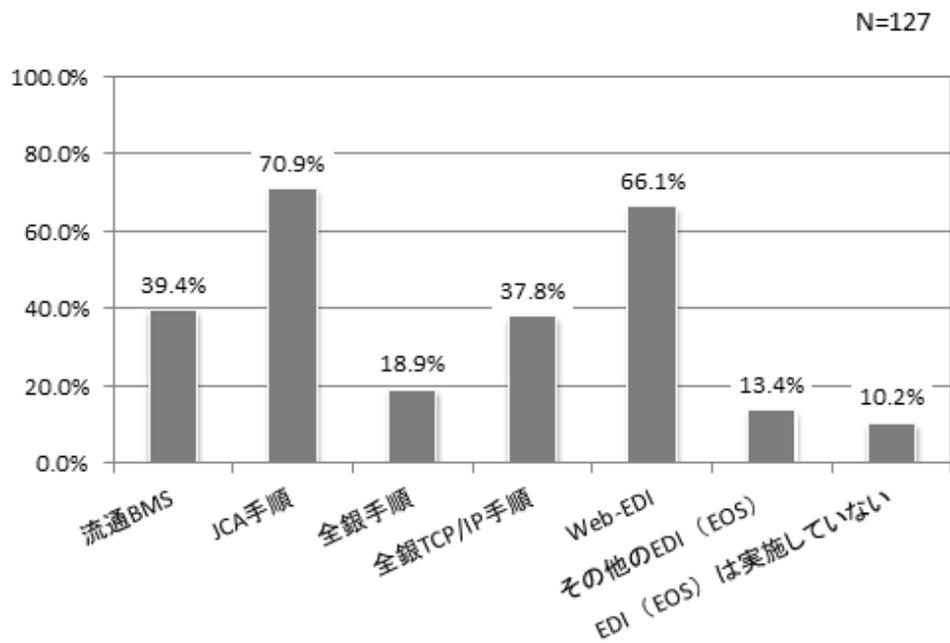
その場合、各伝票における税率を判別する方法としては、システム改修の負担を極力減らす観点から、取引先コードを税率ごとに分ける方法や、分類コードにより標準税率と軽減税率に区分けしておくことが望ましい。

一方、流通 BMS のメッセージでは2006年頃の開発当初から税に関するさまざまな可能性を

考慮して以下のような税関係の項目に対応している（『』は取引のキーとなる項目）。

- ① 発注、出荷、受領、返品メッセージ
  - ・伝票単位で『取引番号』『税区分』『税率』『税額合計』
  - ・伝票明細単位で「税額」
- ② 請求メッセージ

図2 小売業の EDI で使用されている通信手順



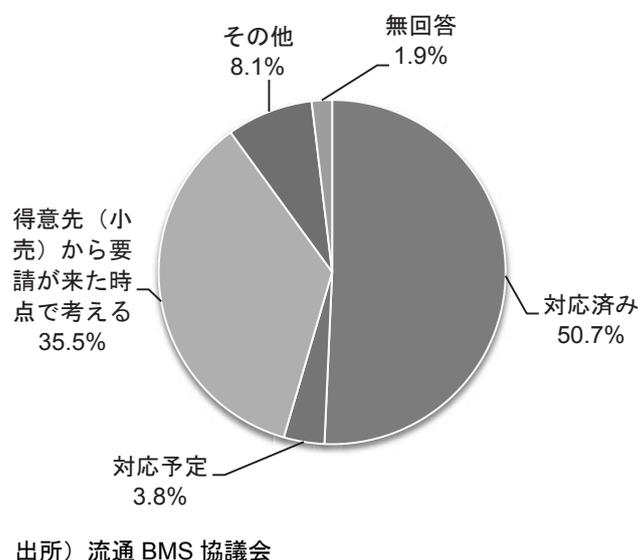
出所) 流通 BMS 協議会

- ・請求書単位で『請求書番号』
- ・請求明細単位で『取引番号』『税額合計金額』『税区分』『税率』

流通 BMS の普及率は小売段階で約40%となっているが（図2）、生鮮食品を含む食品関係の卸・メーカー（回答211社）でも約半数の企業が対応済となっている（図3）。

図3 食品関係の卸・メーカーの流通 BMS 対応状況

N=211



ここで注意しなければならないのは、流通 BMS のメッセージに項目が用意してあるからと言って、小売や卸がすぐに対応できるわけではない。すべて<任意項目>であり、単一税率の現在はほぼ使われていないと見るべきである。各社の社内システムの対応も含めて2021年4月の開始に向けて準備を進めていくことになる。

## 6. 通信インフラの変更

2021年のインボイス方式に対応する EDI で考慮しておかなければいけないのは、NTT の通信インフラの変更の動きである。東西の NTT では2020年から2025年にかけて PSTN (Public Switched Telephone Network。公衆交換電話網)を順次 IP 網に移行する計画を発表している。

PSTN は交換機を経由して遠隔地と接続されるが、世界的に見ても交換機の需要が減少しており、メーカーから保守部品の供給が細ってきたことが理由として上げられる。現在使われている交換機の寿命が到来するのが2025年頃ということである。

PSTN のうち、ISDN のデジタル通信網は最も早く2020年度後半には完全廃止する予定である(図4)。ISDN はレガシー通信手順と言われる JCA 手順や全銀手順、全銀 TCP/IP 手順で多く使われており、これらの通信手順を使用している企業は2020年までには流通 BMS などのインターネット EDI に切り替える必要がある。2020年度後半までに移行することを考えると、遅くとも2018年末頃までには移行準備を終える必要がある。

図4 INS ネット「デジタル通信モード」終了のスケジュール



出所) NTT 東日本、NTT 西日本

情報サービス産業協会によると、今後数年間はマイナンバー、通信インフラ変更、決済業務の高度化、人手不足に対応するための IT 投資などのシステム対応に加え、メインフレーム系ベテラン IT 従事者の退職問題が重なって、システムエンジニアが不足する状況が続くと言われている。そのような事情からも今回の軽減税率についてはなるべくシンプルな形でシステム改修ができるよう、業界全体の統一方針策定が強く望まれている。

---

---

平成 27 年度 生鮮取引電子化セミナー 講演録【抄出版】  
「生鮮 EDI 取引における  
生鮮標準商品コード活用事例のご紹介」

株式会社サイバーリンクス  
流通クラウドサービス事業部  
リテイル運用部  
部長 三浦 明 氏



## 1. はじめに

本日は生鮮 EDI 取引における生鮮標準商品コード活用事例についてご紹介させていただきます。生鮮標準商品コードには実際どのようなメリットがあるのか疑問視されている方の声もよく耳にしますが、私共がサービスを提供している食品スーパーでは、この標準コードを利用している事例がたくさんあります。なぜ標準コードを使うのかといえば、当然メリットがあるからです。そのメリットについて、生鮮標準商品コードで可能になった業務改善事例等を交えてお話しさせていただくことで、この話が皆様方の今後の経営判断のお役に立てばと思います。

まず当社サイバーリンクスですが、本社は和歌山県にあります。流通業界におけるクラウドサービスの提供を本業としており、食品スーパーやメーカー、卸売業者にインターネットを使った様々なサービスをご利用いただいております。特に全国188社の食品スーパーに基幹システムや生鮮 EDI システムに関するサービスを提供しており、中でも生鮮 EDI システムは2009年にクラウドサービスを開始して以来、現在36社の小売業で稼働しています。

生鮮部門といっても、パック野菜や塩干物、かまぼこ等、JAN コードがついている商品はグロッサリーの EDI と何ら変わりありません。今回お話しするのは生鮮相場品、つまり商品コードが付いていないものが対象です。これは生鮮部門に特化した EDI ですが、もちろん商品コードがついているグロッサリーの EDI もできます。相場品といえば日々相場が変動する青果物や水産物が主な対象となりますが、当社のサービスは色々な年商規模の小売業にご利用いただいております。そういった相場品の EDI を普通に行っています。ここで、年商規模が色々あるのが重要なポイントです。つまり、事業規模の大きな大企業が EDI をやってもそれほど驚きませんが、取引量が少ない中小の食品スーパーが、しかも相場品で EDI をやっています。そのためには取引先にも体系的な負担が掛かってくるので、これは大変難しいことなのですが、これができています。

生鮮 EDI をするのがなぜ難しいかといえば、ずばり商品コードが原因です。グロッサリーのように JAN コードが付いていて、小売業も取引先も1つの商品をしっかり特定できるので

---

---

あれば EDI はそれほど難しくはありません。ところが生鮮の場合は1つの商品を特定できません。同じトマトでも小売業からすれば何種類も扱っていますし、日によって品質も変わります。また、場合によっては特売の条件がその日にだけ付くこともあり、そのような事前商談した商品ばかりでなく買付品もあるので、取り扱う商品の種類は膨大になります。その際、小売業と取引先の商品コードが一致していないと同じ商品を示せないのが、事前商談でこの商品のコードは100にしましょう、この商品は A としましょう、もしくはコードではなく品名だけで人が判断する、そんなことをやっているのが実情です。そのため生鮮 EDI を行うには、まず商品コードの問題を解決する必要があるのです。

## 2. 生鮮標準商品コードとは

「生鮮食品取引における流通 BMS 導入の手引き」（平成26年度食料品バリューチェーン構築支援事業により作成）によると「今後拡大することが予想される EDI 取引において、小売業の自社コードで発注が行われた場合、多くの小売業と取引する仲卸や卸では、小売商品コード⇄自社コードの変換地獄に陥ることが想定できます。」とありますが、これは容易に想像できる話かと思えます。しかし、皆が同じ商品コードを使うというのも非現実的な話ではないでしょうか。

EDI をやらないのであれば、小売業は取引先から届いた商品を見て、たとえばトマトの L で産地はどこ、といった具合に事前商談の内容により判断することになります。しかし、EDI ではデータを返す必要があるため、小売業は単にデータを受け取るだけではなく、自社システムと受け取ったデータを連携させる変換マスタが必要となります。一方、生鮮は取引先各社にそれぞれ得意な品目があるため、取引先の数が非常に多いのが特徴ですが、その中の1社だけと EDI ができて小売業に何もメリットはありません。EDI をする取引先の数を増やさなければ全体効率が上がらないからです。そのため、EDI が可能な数社の取引先に絞れば EDI 化が進み、ひいては全体効率も上がってくるのではないかと考えがちですが、これでは取り扱う商品まで絞られてしまい、特色ある生鮮品の品揃えができなくなりかねずサービスとして疑問が残ります。つまり、できるだけ相手の負担を減らして、多くの取引先が EDI に参加できるようにしないと、本当の意味での生鮮 EDI とはいえないと思うのです。

そこで生鮮 EDI のハードルとなっている商品コードの問題に移ります。まず、生鮮標準商品コードですが、青果物では4922（生鮮フラグ）の次に5桁の標準品名コードがきます。標準品名コードは先頭の1桁が「3」なら野菜、「4」なら果実、「5」なら青果加工品を意味します。そして、栽培方法区分コード1桁と規格コードが2桁続き、最後にチェックデジット1桁を加えて都合13桁のコード体系になっています。水産物も同様に、まず4922があり、水産物を意味する「6」の次に4桁の標準品名コードが続きます。ここから「生鮮品」と「塩蔵・塩干・加工品」でコード体系が異なってくるのですが、それぞれ1桁の態様コードと2桁の形状・部位コードまたは加工方法コードがあり、最後に1桁のチェックデジットを加えた13桁のコード体系になっています。

これが生鮮標準商品コードの基本的な考え方なのですが、このコードを使ってどのような世界を実現しなければいけないかといえば、生鮮標準商品コードのルールに則り、事前に申し合わせることなく EDI で取引できる世界です。

4922 (生鮮ワガ)	+	<u>標準品名コード</u> ①	+	P ②	+	<u>規格 (XX)</u> ③	+	C/D (フィゲジット)
----------------	---	---------------------	---	--------	---	---------------------	---	-----------------

(コード体系の説明)

- ① 標準品名コード (5桁)  
 青果物の品目、品種を表すコード  
 3XXXX: 野菜のコード体系  
 4XXXX: 果実のコード体系  
 5XXXX: 青果加工品のコード体系
- ② 栽培方法区分 (P) (1桁)  
 0: 指定なし      1: 有機農産物      2: 特別栽培農産物      3: 無袋 (サン)  
 4: ハウスまたは温室 (加温、無加温)      5: マルチ      6: 輸入  
 7~9: 共通販売規格等コードエリア (リザーブコードを含む)
- ③ 規格 (2桁)  
 商品形態、階級を表すコード

**青果物の標準商品コード体系**

<b>【生鮮品のコード体系】</b>										
4922 (生鮮ワガ)	+	6 (水産物)	+	<u>標準品名コード</u> ①	+	<u>態様 (T)</u> ②	+	<u>形状・部位 (S1S2)</u> ③	+	C/D (フィゲジット)
<b>【塩蔵・塩干・加工品のコード体系】</b>										
4922 (生鮮ワガ)	+	6 (水産物)	+	<u>標準品名コード</u> ①	+	<u>態様 (T)</u> ②	+	<u>加工方法 (P1P2)</u> ④	+	C/D (フィゲジット)

(コード体系の説明)

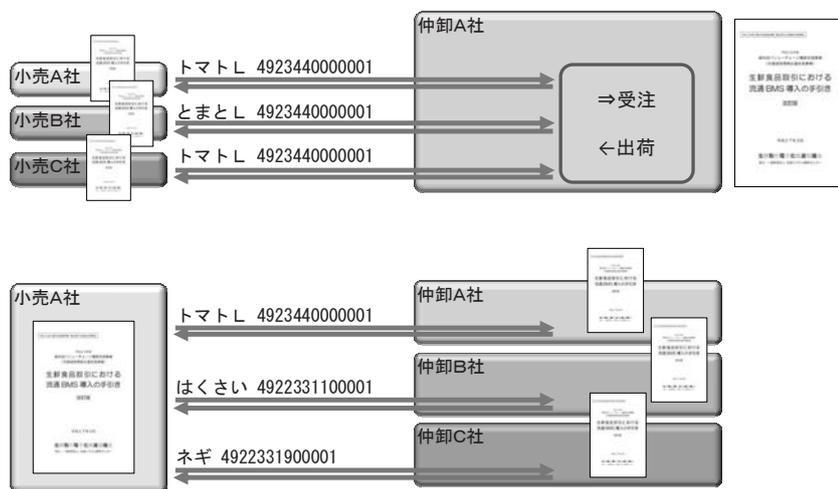
- ① 標準品名コード (4桁)  
 水産物の品目、品種を表すコード
- ② 態様 (T) (1桁)  
 【生鮮品】      1: 活      2: 生鮮 (チルド)      3: 冷凍      4: 解凍  
 【塩蔵・塩干・加工品】      5: 常温      6: 冷蔵      7: 冷凍      8: 解凍  
 9: リザーブ (生鮮品、塩蔵・塩干・加工品共通)
- ③ 形状・部位 (S1S2) (2桁)      【生鮮品】  
 商品の形状および部位を表す。
- ④ 加工方法 (P1P2) (2桁) 【塩蔵・塩干・加工品】  
 商品の加工方法を表す。

**水産物の標準商品コード体系**

生鮮標準商品コードの世界では、小売A社がトマトLを4923440000001というコードを付ければ、取引先の仲卸はどのトマトなのかが分かります。しかし、産地や等階級、ブランドまで考えるとトマトは何種類もあるので、標準コードだけでは示せません。当然、これらの内容も示す必要がありますが、何種類も扱っているとそう簡単には決められないので、生鮮標準商品コードの利用を考えると、多くの方はここで躓くのかもしれません。

一方、トマトL、はくさい、ネギを（たとえば30店舗ある）小売A社が仲卸A社・B社・C社に発注した場合を考えてみましょう。30店舗もあるスーパーだと色々なエリアから仕入れるものと思われるので、トマトLといってもまず同じものは揃いません。つまり、30店舗のうち10店舗は仲卸A社、残りの店舗はそれぞれB社・C社から仕入れるといった具合になります。この際、小売A社は同じ商品としてトマトLを識別していますが、コード上でこれ以上細かい分類ができるかといえば、現実的には難しいと思います。

### もし、小売も仲卸もJANコードの様に、同じ商品コードを使えたら



#### ・取引先がみんな、生鮮標準商品コードが使えるら

「生鮮標準商品コード」が普及しなければ実現しない世界

ここで具体的に生鮮標準商品コードを眺めてみましょう。たとえば「だいこん」の標準コードは492230100ですが、原体と原体（ハーフ）のS・M・Lにそれぞれの規格コードが付番されます。そして1/2本で売る場合のコード、さらに1/3本のコードもあり、この時点でもう分類が細か過ぎると感じます。しかし、これだけ分類を細かくしても、13桁の標準コードだけでは産地やブランドまでは識別できません。逆に識別できたとしても、細か過ぎてとても人間には使いこなせません。加えて、「だいこん」の後には「土付きだいこん」、「守口だいこん」、「赤大根」と続き、だいこん類のコードの種類だけでも170以上に及びます。やっとだいこんが終わると次に「かぶ」が来るのですが、かぶも同じことの繰り返しで、野菜だけでも標準コードの数たるや13,000以上に上ります。その他、生鮮標準商品コードの課題を整理すると以下のようになります。

- 
- 
- ① こんな膨大な商品コードの種類、覚えきれない
  - ② 新しい品種が出たら、すぐ登録されるの？
  - ③ 小売は本当に使っているの？
  - ④ 使うとどんなメリットがあるの？

このように課題の多い生鮮標準商品コードですが、現在、当社が生鮮 EDI サービスを提供している小売36社のうち33社がこの標準コードを使っています。標準コードを使えばグロッサリーと同様に、相場品でも商品提案から請求・支払いまで全て含めた100%の EDI が可能となるからです。なお、標準コードを使っていない残りの3社についても、取引先との取り決めにより、自社コードで標準コードを使った場合と同様の効果が実現できています。

### 3. なぜ食品スーパーは生鮮標準商品コードを使うのか？

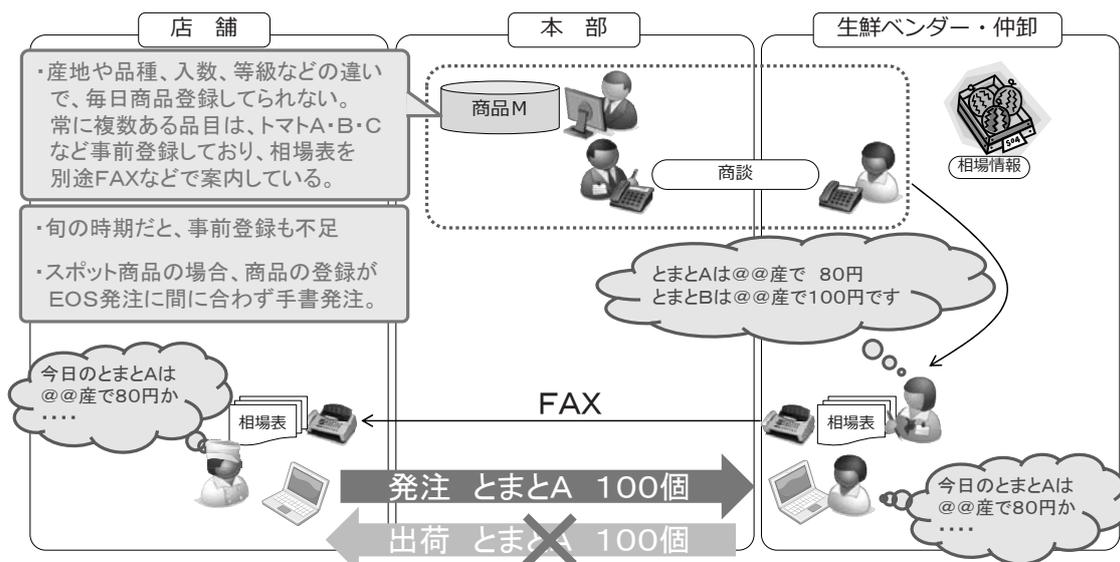
食品スーパーの経営は非常に厳しい状況が続いており、少子高齢化や競合他社の増加、食文化の変化、消費税増税や TPP などの外部環境の変化により、この状況はさらに続くものと思われます。また、今まで生鮮品は差別化が図られてきたので、たとえ人件費が高くても、値入コントロール等により利益が確保できていましたが、今日ではその状況も変わってきています。

一方、IT により業務効率が上がっています。生鮮相場品以外の食料品取引では EDI 化が進み、単品レベルで当日の仕入管理が可能となり、日々の損益も把握できるようになって、業務改善が進んできました。さらに最近では自動発注も珍しくなくなってきています。そこで今後、食品スーパーが生き残るためには、属人化していることが多い生鮮分野の業務改善が大変重要であり、EDI 化や人員マネジメント、物流効率の改善などにも着手せざるをえなくなっています。

ここで、多くの食品スーパーがどのように生鮮相場品を取り引きしているかといえば、日々その都度、取引先から送られた相場表で発注しています。その際、EDI 化されていないか、もしくは暫定的な EDI になっているため、当然、発注に対する変更は電話・FAX を使うことになります。これではずっと手作業から解放されず、生鮮 EDI からは程遠い状態が続くことになります。

そのため、これは多くの小売業でやっていることですが、たとえばトマトであれば、トマト A、トマト B、トマト C と商品マスタに事前登録します。このとき原価はわからないので取りあえず0円にして、売価も原体なので必要ありません。つまり商品コードだけマスタに登録するのです。これならグロッサリーと同じように EDI で仲卸に発注できますが、これでは産地や品種、入数、等階級などの情報は全くわからないので、やはり相場表から判断して発注することになります。これでも一応発注データは作れますが、仲卸は小売業から出荷データの作成を求められるので、発注データに足りない情報をさらに補わなければならない、大変な状況になるわけです。

このような話をよく耳にしますが、これが本当に業務改善につながっているかといえば、仲卸はもちろん小売業の業務改善にもなっていません。生鮮品の商品化（品揃え）を見直して適正発注できるように改善するためには、生鮮品の発注精度の向上、つまり EOS 化を進めて、発注ミスや発注漏れを防ぎ、販売計画に適した発注ができるところまでもっていく必要があります。これには当然 EDI が前提となりますが、前述のとおり現実には程遠い状況なのです。



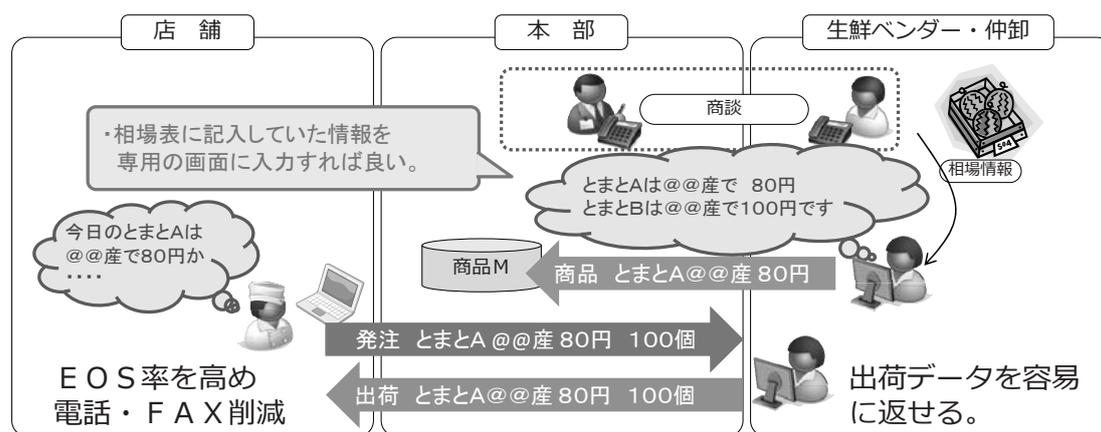
**これでは、電子化し発注しているだけで、取引先の作業は軽減されていない  
出荷データを要求すれば、単に取引先の作業負荷が増加するだけ。  
日々相場変動する「相場品」の発注には向かない。**

商品マスタ登録し EOS 化を図っている企業の例

そこで Web-EDI の利用を考えました。流通 BMS も確かに重要ではありますが、流通 BMS はすでに EDI が実現できている世界にあっての次のステップであり、生鮮はまだそこまですり着けていないのが現状です。これから本当の意味の EDI に近づけていくためには、Web-EDI は1つの重要なステップだと考えます。Web-EDI の登場により、小売業は今までより取引先と密接に連携できるようになったと思います。まず商談の際、商品マスタには前もってその商品が登録され、仲卸は相場表と同様のデータをインターネットの専用画面から登録できます。そして小売業はデータでもらった相場表に発注数量を入力するだけで、それを発注データとして、原価情報、産地情報等を伴った状態で仲卸に送信できるのです。しかし、このとき電話や FAX をなくさなければ、仲卸の手間は何も変わりません。生鮮品なので全ての取引というわけにもいきませんが、発注データをできるだけ活かして出荷データまでつなげていかないと業務改善にはなりません。

ここで生鮮標準商品コードが必要になります。今までのように、事前に申し合わせて小売業が作った商品コードを仲卸が使っていたら、後処理の段階で変換マスタが必要となり、大変手

間が掛かって EDI 化は進みません。スポット品などの新商品も小売業に頼まないと商品コードが追加できないので、時間的にマスタ登録が間に合わず、必ず伝票が残ってしまいます。そのため商品情報を持っている仲卸が自ら直接マスタ登録できるようにしたのです。どのようにしたかといえば、小売業の商品マスタを仲卸側に全部開放したわけです。これはちょっと極端な話かと思われるかもしれませんが、そうすれば商品マスタの管理が小売業から仲卸に移るため、仲卸の都合通りに商品コードが登録できて EDI がやり易くなるのです。そして、これを実現するのが生鮮標準商品コードというわけです。



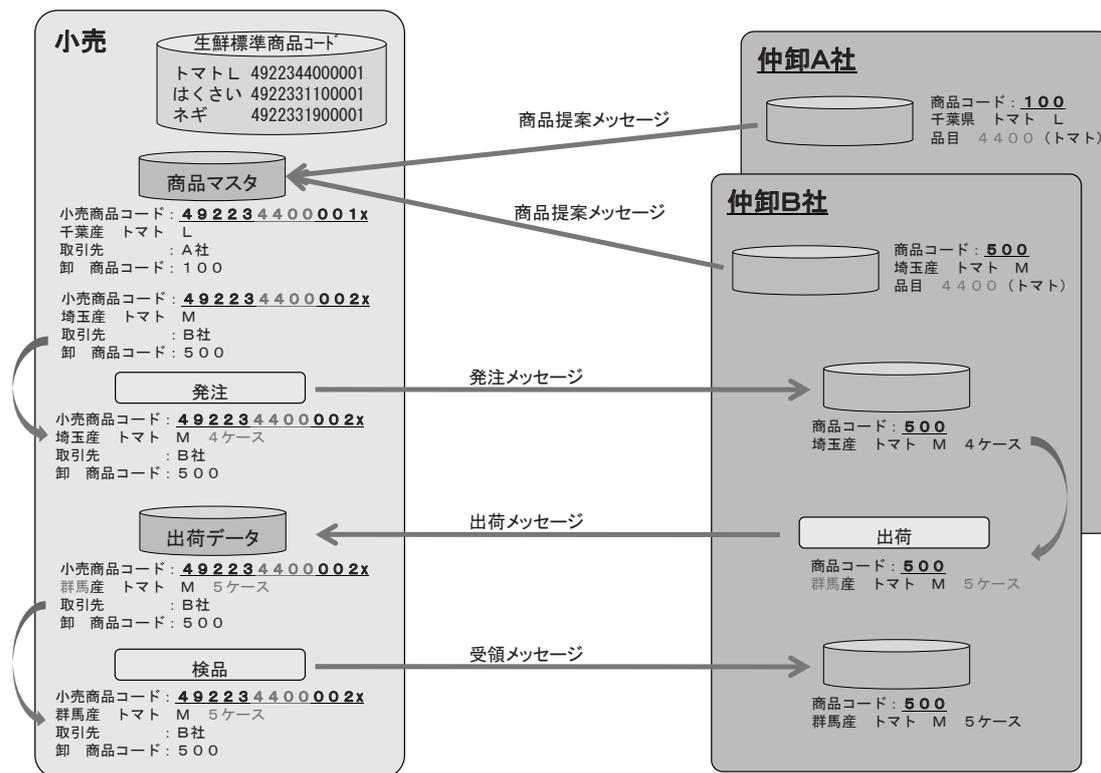
**相場表に記入する労力で、最新の商品情報で発注が出来る。  
 最新の産地や原価が入っているから、取引先は出荷データを返しやすい。  
 仲卸に負担を掛けずEDI化(EOS率UP+電話・FAX削減⇒EDI率UP)**

Web-EDIによる小売業と取引先の密接な連携

情報発信元の仲卸が商品管理、つまり商品コードの新規登録や修正、削除ができれば EDI 化における諸課題が解決できるので、そのためのルールとして「生鮮標準商品コード」を採用しました。その際のポイントが以下の4点です。

- ① 主要な品目コードに絞った。  
 仲卸が選び易いように主要な品目に絞り、商品コードを大幅に減らしました。
- ② 品目名を選んだら、自動的に採番する仕組みを採用  
 たとえばトマトを選んだら、トマトの標準コードが自動的に入るようにしました。
- ③ 仲卸に専用機能を提供するため、Web-EDI を用いた  
 マスタ登録に専用機能が必要だったため、Web-EDI を採用しました。
- ④ 仲卸側に変換マスタを持たせずに、小売側でコード変換した  
 従来は仲卸側のシステムに変換マスタを持たせていましたが、仲卸の負担軽減のため小売側でコード変換を行い、発注データが仲卸の商品コードで飛んでくるように対応しました。

このシステムで仲卸は生鮮標準商品コードを全く意識していません。選んでいるのは品目だけで、標準コードは自動的に紐付けられているからです。仲卸が直接入力しているのは自社の商品コードだけで、その自社コードで発注データが飛んでくるというわけです。たとえば仲卸A社とB社があったとします。A社は自社コード100の千葉県産トマトLをマスタ登録します。その際、トマトを選択すると4400というコードが自動的に紐付けられます。この4400はトマトの標準品名コードで、492234400001xという生鮮標準商品コードが生成されます。仲卸B社も埼玉県産トマトMを500という自社コードで登録すると、商品マスタには同様に生鮮標準商品コード(492234400002x)が生成されます。ここで、小売業が仲卸B社のトマトを4ケース発注し、出荷段階で産地が埼玉県から群馬県に変わったとしましょう。この場合、産地名を修正して出荷メッセージを送るだけで済んでしまいます。出荷数何らかの理由で5ケースに増えても同様です。小売業は出荷メッセージで検品を行い、問題がなければ出荷メッセージをそのまま受領メッセージとして仲卸B社に返すだけです。



生鮮標準商品コードを利用した受発注

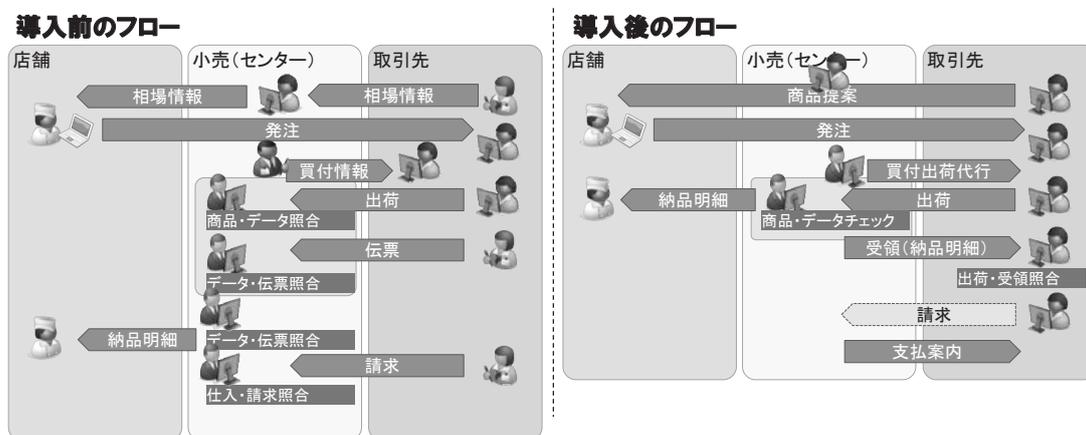
商品提案しているのは相場品ですが、事前商談で取引条件さえ決まっていれば、一度マスタ登録するだけであとの取引が続けられます。また、たとえ買付商品や普段は扱っていない商品の場合でも考え方は同じです。事前に商品情報が登録されていなくても、出荷メッセージ始まりで仲卸がデータを送ることができるからです。その出荷メッセージから小売側は商品マスタ

が作れます。つまり、この生鮮標準商品コードで自動採番する仕組みにすれば、買付品や送り込み商品のように事前の商品登録が難しい場合にも簡単に応用できるのです。

なお、取引先が対応できなければ小売側の EDI 化も進まないのです、小売業は取引先の負担をできるだけ軽減する必要があります。生鮮標準商品コードを利用することでそれが可能となり、その結果、当社の生鮮 EDI を利用している食品スーパーの生鮮部門では着実に業務改善を実現しています。

#### 4. 生鮮相場品の EDI 化による業務改善事例\*

アルビス株式会社は、富山県、石川県、福井県の北陸三県で56店舗を展開する食品スーパーです。アルビスでは、もともと生鮮 EDI は実施していましたが、EOS を行っているだけで取引先からは出荷データがもらえず、EDI 率は頭打ちになっていました。このままでは業務改善が進まないのです、3年前に生鮮標準商品コードを使ったシステムに切り替えた結果、EDI 率が100%になりました。これは全ての取引が EDI 化されたわけではなく、商品発注～出荷～受領～請求・支払という一連の流れが全て EDI 化できたという意味です。稼働してから3年になりますが、手書き伝票は1年に数回発生する程度で、返品伝票や赤伝はありません。なぜそれが可能になったかといえば、生鮮標準商品コードを使うことで商品マスタがタイムリーに登録されて発注が簡単になり、また商品マスタがなくても出荷データが送れるようになったためです。



- ・商品⇒発注⇒出荷⇒受領⇒請求⇒支払 として完全 EDI にする事で、照合の事務処理が不要
- ・赤伝(訂正)も EDI 化する事で、計上遅れがなくなる。(※ EDI 率 100%)
- ・取引先は、納品当日の受領情報が確認できる為、計上漏れが日々確認できる。
- ・受領共有している為、支払案内(請求レス)が実現。

※ EDI 率 100%  
1 取引先において 100% 実現 (訂正伝票も含め伝票 0 枚)

#### 生鮮 EDI による業務改善事例

※ (編集注) 詳しくは生鮮 EDI 第67号をご参照ください。

---

---

## 5. 最後に

当社は2007年から生鮮標準商品コードが業界標準であるという有効性に着眼し、生鮮標準商品コードを利用した生鮮 EDI サービスを展開してきました。現在、全国36社（822店舗）にこのサービスが導入され、これにより同一の品目コードで全国の仕入データが統計的に利用できるボリュームとなって、商品属性（入数・産地・等級）やブランドの細分化も行えるようになったので、今後このデータの活用が期待されています。

ただし、まだ課題も残っています。たとえば、流通 BMS への移行はまだ厳しい状況です。それは取引先同士で同じ仕組みが必要となるからです。EDI に触れないことには何が課題か分からず、改善の糸口も見つからないので、比較的簡易な Web-EDI は1つのステップになると思いますが、一方で急激に普及した Web-EDI が乱発状態となり、仲卸の業務負担が増加傾向にあることも事実です。そこで当社では、できるだけ仲卸の負担を軽減するため、Web-ED の自動化とともに、流通 BMS への移行にも取り組んでいます。これらの取組により成功事例をどんどん増やし、またそれに興味を持っていただいた企業と連携していくことで、これからも生鮮業界の発展に寄与できればと考えております。

# 消費税軽減税率（案）への対応について

## 軽減税率制度の概要

○軽減税率制度を、消費税率引上げ(10%)に伴う低所得者対策として、平成29年4月に導入。

- 軽減税率の対象品目
  - ・ 飲食料品の譲渡（飲食店営業等を営む事業者が、一定の飲食設備のある場所等において行う食事の提供を除く）  
※ 飲食料品は、食品表示法に規定する食品（酒税法に規定する酒類を除くものとする）
  - ・ 週2回以上発行される新聞の購読料
- 軽減税率 8%（国分：6.24%、地方分：1.76%） 標準税率 10%（国分：7.8%、地方分：2.2%）

### ○ 平成29年4月から平成33年3月までの経理方式

- ・ 現行の請求書等保存方式を維持しつつ、区分経理に対応するための措置を講ずる。具体的には、請求書等の記載事項に、①軽減税率の対象品目である旨と、②税率ごとに合計した対価の額、を加える（区分記載請求書等保存方式）。  
なお、上記①・②については、区分記載請求書の交付を受けた事業者が、事実に基づき追記することを認める。
- ・ 売上げ又は仕入れを税率ごとに区分することが困難な事業者に対し、売上税額又は仕入税額の計算の特例を設ける。

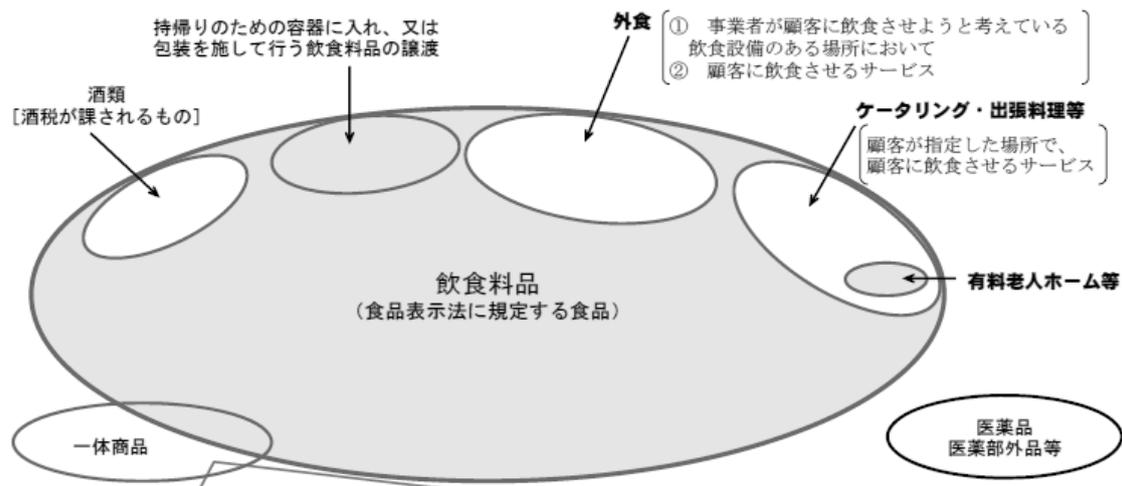
### ○ 平成33年4月からの経理方式（適格請求書等保存方式の導入）

- ・ 平成33年4月から、適格請求書等保存方式を導入する。
- ・ 登録を受けた課税事業者が交付する適格請求書及び帳簿の保存を、仕入税額控除の要件とする。
- ※ 適格請求書の記載事項は、発行者の氏名又は名称及び登録番号、取引年月日、取引の内容（軽減税率対象である旨の記載を含む）、税率ごとに合計した対価の額及び適用税率、消費税額等、交付を受ける事業者の氏名又は名称とする。
- ・ 税額計算の方法は、適格請求書の税額の積上げ計算と、取引総額からの割戻し計算の選択制とする。
- ・ 適格請求書等保存方式の導入後6年間、免税事業者からの仕入れについて、一定割合の仕入税額控除を認める。

1

## 対象品目関係(飲食料品の対象品目)

○飲食料品の譲渡(食品表示法に規定する食品(酒税法に規定する酒類を除く)の譲渡をいい、外食サービスを除く。)



#### 【一体商品の取扱い】

- 例えば、おもちゃ付のおかしや紅茶とティーカップの詰め合わせ等、軽減税率の対象である飲食料品が、他の商品と一体として販売される場合は、一定金額以下の少額のもので、飲食料品が主たる要素を占めているときに限り、全体が軽減税率の対象となる。

➡ 現在詳細な整理を政府内において検討中。

2

## 対象品目関係(外食の定義)

○取引の①場所と②態様(「サービスの提供」と言えるか)に着目して定義。

「食品衛生法上の飲食店営業その他のその場で飲食させるサービスの提供(「食事の提供)」を行う事業を営む者が、テーブル、椅子その他の①その場で飲食させるための設備(「飲食設備)」を設置した場所で行う②「食事の提供」その他これに類するもの」

(注)「その他これに類するもの」：相手方の注文に応じて指定された場所で調理等を行うこと(「ケータリング・出張料理」)

### 軽減税率(「外食」に当たらない)

<p>牛丼屋・ハンバーガー店のテイクアウト</p> <p>そば屋の出前</p> <p>ピザの宅配</p> <p>屋台での軽食 (テーブル、椅子等の飲食設備がない場合)</p> <p>寿司屋の「お土産」</p> <p>コンビニの弁当・惣菜 (イートイン・コーナーのある場合であっても、持帰りのための容器に入れられて販売される場合は「軽減」)</p> <p>有料老人ホーム等での食事の提供</p>
--

### 標準税率(「外食」に当たる)

<p>1. 外食</p> <p>牛丼屋・ハンバーガー店での「店内飲食」</p> <p>そば屋の「店内飲食」</p> <p>ピザ屋の「店内飲食」</p> <p>フードコートでの飲食</p> <p>寿司屋での「店内飲食」</p> <p>コンビニのイートインコーナーでの飲食を前提に提供される飲食料品 (例:トレイに載せて座席まで運ばれる、返却の必要がある食器に盛られた食品)</p> <p>2. ケータリング・出張料理等</p>
--

➡ 現在詳細な整理を政府内において検討中。

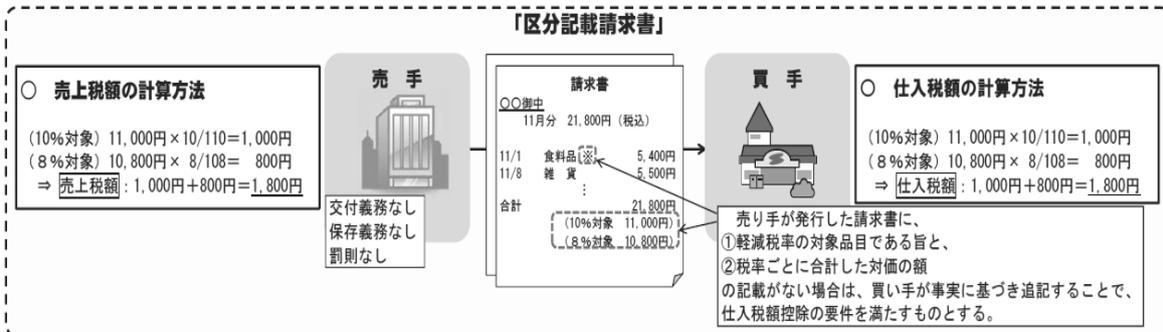
3

## 適格請求書等保存方式の導入

	【請求書等保存方式】 (現行制度)	【区分記載請求書等保存方式】 (平成29年4月~)	【適格請求書等保存方式】 (平成33年4月~)
請求書等	<p>○ 請求書の記載事項</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>請求書発行者の氏名又は名称</li> <li>取引年月日</li> <li>取引の内容</li> <li>対価の額</li> <li>請求書受領者の氏名又は名称</li> </ul> <p>請求書 ○○期中 11月分 21,600円(税込) 11/1~30 食料品等 5,400円 合計 21,600円</p> <p>請求書(控) □□期中 11月分 43,200円(税込) 11/1~30 食料品等 11,800円 合計 43,200円</p> <p>仕入 売上</p>	<p>同左プラス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>軽減税率の対象品目である旨</li> <li>税率ごとに合計した対価の額</li> </ul> <p>(注) 請求書の交付を受けた事業者による追記も可</p> <p>請求書 ○○期中 11月分 21,800円(税込) 11/1 食料品 5,400円 11/8 雑貨 5,900円 合計 21,800円</p> <p>請求書(控) □□期中 11月分 43,600円(税込) 11/5 食料品 10,800円 11/9 雑貨 11,200円 合計 43,600円</p> <p>仕入 売上</p> <p>(10%対象 11,000円) (8%対象 10,800円) 注)※中は軽減税率(8%)適用商品</p>	<p>同左プラス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>登録番号</li> <li>消費税額</li> </ul> <p>請求書 ○○期中 11月分 20,000円(本体) 11/1 食料品 5,000円 11/8 雑貨 5,000円 合計 20,000円 消費税 1,800円 消費税 10,000円 (10%対象 10,000円) (8%対象 10,000円) 消費税 800円</p> <p>請求書(控) □□期中 11月分 40,000円(本体) 11/5 食料品 10,000円 11/9 雑貨 10,000円 合計 40,000円 消費税 3,600円 消費税 20,000円 (10%対象 20,000円) (8%対象 20,000円) 消費税 1,600円</p> <p>仕入 売上</p> <p>注)※中は軽減税率(8%)適用商品</p>
	○ 交付義務なし・不正交付の罰則なし	同左	○ 交付義務あり・不正交付の罰則あり
	○ 免税事業者も交付可 ⇒ 免税事業者からの仕入税額控除可	同左	○ 課税事業者のみ交付可 ⇒ 免税事業者からの仕入税額控除不可 ○ 免税事業者からの仕入れについて、 ・3年間：80% ・その後3年間：50% の仕入税額控除可。
税額計算	○ 取引総額からの「割戻し計算」 (例) 43,200円 × 8/108 = 3,200円	○ 税率ごとの取引総額からの「割戻し計算」 (例) 10%対象：22,000円 × 10/110 = 2,000円 + 8%対象：21,600円 × 8/108 = 1,600円 3,600円	○ 税率ごとの取引総額からの「割戻し計算」 ○ 適格請求書の税額の「積上げ計算」 (例) 積上げ計算の場合 2,000円 + 1,600円 = 3,600円
特例	—	○ 売上税額・仕入税額の計算の特例 (みなし計算・簡易課税の事後選択)	—
その他	○ せり売りなど媒介・取次業者により代替発行された請求書による仕入税額控除可 ○ 3万円未満の取引や自動販売機からの購入、中古品販売業者の消費者からの仕入れ等は、帳簿の記載で仕入税額控除可 ○ 小売業等が発行する請求書は、記載事項を簡略可(受領者の名称の記載不要)	同左	同左(ただし、3万円未満の取引に係る規定は廃止)

## 区分記載請求書等保存方式(平成29年4月～)

○ 現行の請求書等保存方式を維持しつつ、区分経理に対応するための措置を講ずる。



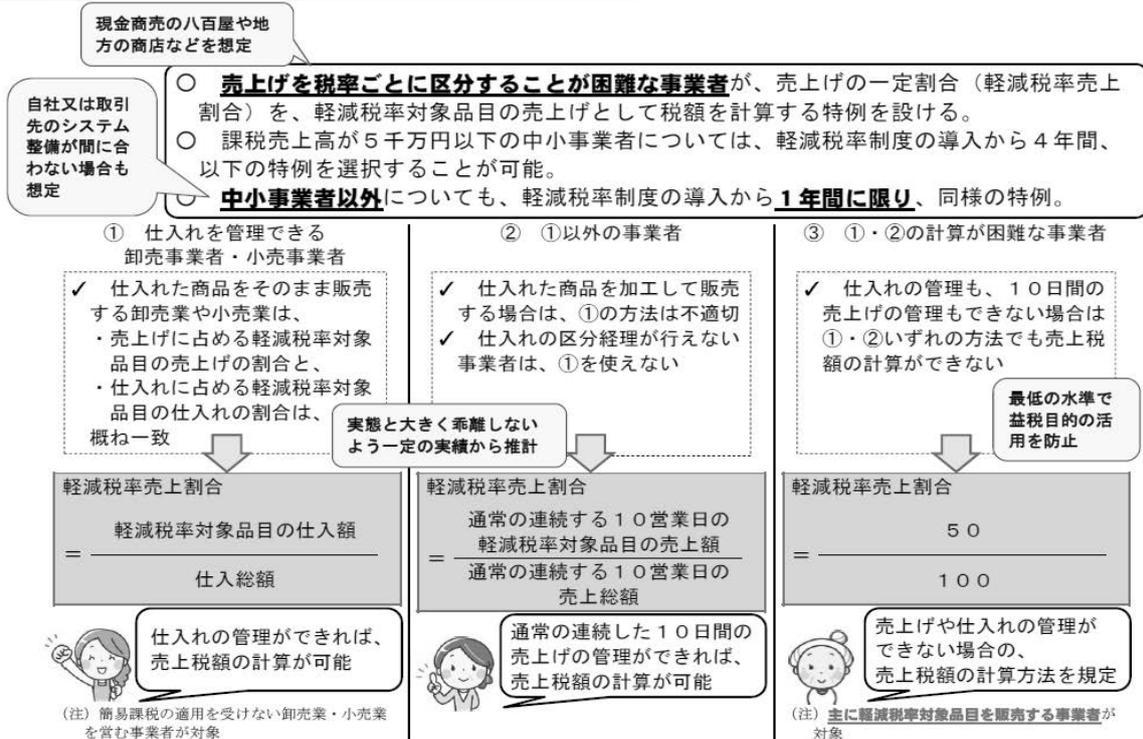
(経過措置)

- 売上税額の計算の特例: 売上げを税率ごとに区分することが困難な事業者が、売上げの一定割合(軽減税率売上割合)を、軽減税率対象品目の売上げとして計算する特例を設ける。  
 ※ 課税売上高が5千万円以下の中小事業者については、軽減税率制度の導入から4年間、特例を選択することが可能。  
 中小事業者以外についても、軽減税率制度の導入から1年間に限り、同様の特例。
- 仕入税額の計算の特例: 仕入れを税率ごとに区分することが困難な事業者が、仕入れの一定割合(軽減税率仕入割合)を、軽減税率対象品目の仕入れとして計算する特例を設けるほか、簡易課税の事後選択(中小事業者以外については簡易課税の準用・事後選択)を可能とする。  
 ※ 軽減税率制度の導入から1年間の特例。

- ※ 支払対価が3万円未満の場合や自動販売機から購入する場合、入場券など証拠書類が回収される場合、中古品販売業者が消費者から仕入れる場合など、請求書等の交付を受けることが困難な場合は、現行どおり、帳簿への記載により仕入税額控除が可能(請求書等の保存は不要)。
- ※ 現行どおり、せり売りや無条件委託販売・共同計算方式による媒介・取次により販売される場合は、媒介・取次業者が作成した請求書等の保存により仕入税額控除が可能。

5

## 売上税額の計算の特例(区分記載請求書等保存方式段階における税額計算の特例)



6

## 仕入れ税額の計算の特例(区分記載請求書等保存方式段階における税額計算の特例)

現金商売の八百屋や地方の商店など、また自社又は取引先のシステム整備が間に合わない場合も想定

- **仕入れを税率ごとに区分することが困難な事業者**が、仕入れの一定割合（軽減税率仕入割合）を、軽減税率対象品目の仕入れとして税額を計算する特例等を設ける。
- 軽減税率制度の**導入から1年間**、以下の特例を選択することが可能。

### ① 売上げを管理できる卸売事業者・小売事業者

- ✓ 仕入れた商品をそのまま販売する卸売業や小売業は、  
・売上げに占める軽減税率対象品目の売上げの割合と  
・仕入れに占める軽減税率対象品目の仕入れの割合は概ね一致

実態と大きく乖離しないよう一定の実績から推計

$$\text{軽減税率仕入割合} = \frac{\text{軽減税率対象品目の売上額}}{\text{売上総額}}$$



売上げの管理ができれば、仕入れ税額の計算が可能

(注) 簡易課税の適用を受けない卸売業・小売業を営む事業者が対象

### ② ①の計算が困難な事業者

- ✓ ①の方法では仕入れ税額の計算ができない事業者であっても、

- 課税売上高が5千万円以下の中小事業者について、事後選択により、簡易課税制度の適用を受けられることとする。  
※ 現在は、課税期間の開始前に選択  
※ **中小事業者以外についても、同様の特例**

一般に大企業ほど課税仕入れ率は高く、中小企業の平均水準の簡易課税制度は大企業には厳しい

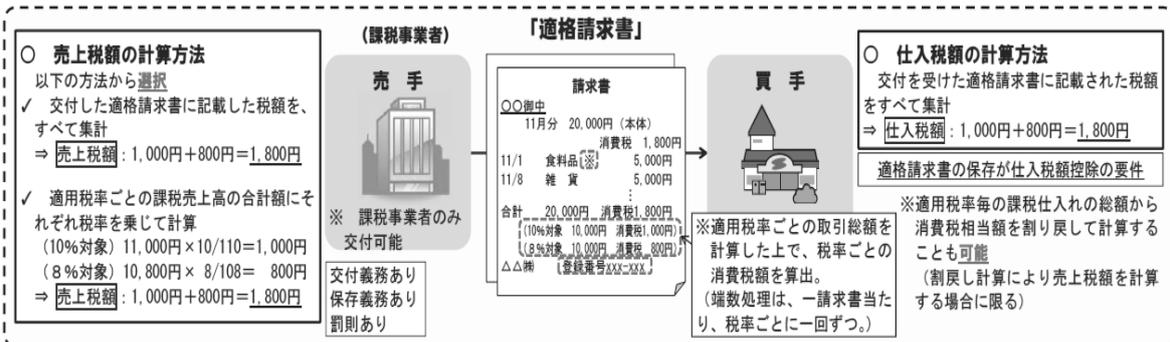


売上げや仕入れの管理ができない場合は、簡易課税制度の方法により仕入れ税額を計算

7

## 適格請求書等保存方式(平成33年4月～)

○平成33年4月1日から導入(登録は平成31年4月1日から)。



- (経過措置)
- 免税事業者からの仕入れに係る控除の特例: 免税事業者からの課税仕入れについては、適格請求書等保存方式の導入後3年間は、仕入れ相当額の80%、その後の3年間は同50%の控除ができる。
  - ※ 自動販売機から購入する場合や入場券など証拠書類が回収される場合、中古品販売業者が消費者から仕入れる場合など、適格請求書の交付を受けることが困難な場合は、現行制度を基本的に維持し、帳簿への記載により仕入れ税額控除が可能(適格請求書等の保存は不要)。ただし、3万円未満の課税仕入れについて、請求書等の保存を不要とする規定等は廃止。
  - ※ 現行どおり、せり売りや無条件委託販売・共同計算方式による媒介・取次により販売される場合は、媒介・取次業者が作成した請求書等の保存により仕入れ税額控除が可能。
  - ※ 不特定多数の者に対して販売を行う小売業、飲食業、タクシー業については、適格請求書の記載事項を簡易なものとする事ができる(適格簡易請求書)。
    - ・ 「適用税率」及び「適用税率毎の消費税額等」 → 「適用税率」又は「適用税率毎の消費税額等」
    - ・ 「交付を受ける事業者の氏名又は名称」 → 省略

8

## 適格請求書等保存方式の要点

### ○現行制度からの変更点

1. 税額計算は「適格請求書」の記載どおりに行う仕組みとする
2. 売り手に「適格請求書」の発行を義務化
3. 偽りの請求書を発行した場合に罰則を適用
4. 課税事業者登録制度を創設（課税事業者のみが「適格請求書」を発行できる仕組み）
5. 「適格請求書」に消費税額と登録番号の記載を義務化

### ○現行制度との接続

1. 税額計算は、消費税額を積み上げて計算する方式と、税込み価格を税率で割り戻して計算する現行方式のいずれかの方法による
2. 経過措置として、免税事業者からの仕入れについて、本制度導入から3年間は80%、その後3年間は50%の控除を可能とする
3. 現行制度と同様、小売事業者等について、販売先の氏名・名称の記載を不要とする
4. せり売りの場合の特例（取次事業者発行の請求書による代替）等現行の取扱いを存続

9

## 税額計算の方法及び特例の施行スケジュール

		平29.4 (導入)	平33.4	平36.4	平39.4
		【現行制度】	【区分記載請求書等保存方式】 (平成29年4月～)	【適格請求書等保存方式】 (平成33年4月～)	
税額計算の方法		税込価格からの割戻し計算	現行どおり	・適格請求書の税額の積上げ計算 ・取引総額からの割戻し計算 } のいずれかの方法によることができる <sup>(注3)</sup>	
請求書等の発行義務		請求書等の交付義務なし ※免税事業者も発行可	現行どおり	適格請求書の交付義務あり ※免税事業者は発行不可	
仕入税額控除の要件		請求書等の保存が要件 ※免税事業者からの仕入税額控除可	現行どおり	適格請求書の保存が要件 ※免税事業者からの仕入税額控除不可	
		せり売りなど代替発行された請求書による仕入税額控除可	買手が追記した区分記載請求書による仕入税額控除可	免税事業者からの仕入税額控除の特例 (80%控除)	
		中古品販売業者の消費者からの仕入れ等の仕入税額控除可		免税事業者からの仕入税額控除の特例 (50%控除)	
税額計算の特例	売上税額の計算の特例		軽減税率対象売上のみなし計算(4年間) <sup>(注1)</sup>		
	仕入税額の計算の特例	簡易課税	軽減税率対象仕入のみなし計算(1年間) 現行どおり — 見直し 簡易課税の事後選択(1年間) <sup>(注2)</sup>		
検証		検証	検証		

(注1) 中小事業者以外の事業者は、1年間の措置。

(注2) 中小事業者以外の事業者は、1年間の措置として、簡易課税の準用及び事後選択・適用が可能。

(注3) 売上税額を「積上げ計算」する場合には、仕入税額も「積上げ計算」。

10

## 軽減税率制度の円滑な導入・運用に向けて

軽減税率制度の導入は、多くの事業者の業務実務や経営に影響を与えるものであることを踏まえ、軽減税率制度の導入・運用に当たり混乱が生じないように、以下のとおり、政府・与党が一体となって万全の準備を進めることとし、平成 28 年度税制改正法案にその旨を明記する。

- ① 政府・与党に必要な体制を整備するとともに、事業者の準備状況等を検証しつつ、必要に応じて、軽減税率制度の円滑な導入・運用に資するための必要な措置を講ずる。
- ② 軽減税率制度の円滑な運用及び適正な課税の確保の観点から、中小・小規模事業者の経営の高度化を促進しつつ、軽減税率制度の導入後 3 年以内を目途に、適格請求書等保存方式（インボイス制度）導入に係る事業者の準備状況及び事業者取引への影響の可能性、軽減税率制度導入による簡易課税制度への影響、経過措置の適用状況などを検証し、必要と認められるときは、その結果に基づいて法制上の措置その他必要な措置を講ずる。

11

## 消費税軽減税率対策予算

消費税軽減税率への対応が必要な事業者の準備が円滑に進むよう以下の支援を行うための予算を計上。

### 1. 中小の小売事業者等に対するレジの導入・システム改修等支援（予備費996億円）

#### 【小売段階の支援】

複数税率対応レジの導入等支援

対象者：

複数税率に対応して区分経理等を行う必要がある中小の小売事業者等  
(複数税率対応レジを持たない者に限る)

補助率：原則 2 / 3

※ 3 万円未満のレジ購入の場合 3 / 4 補助

補助上限：1 台あたり 20 万円

※ 商品マスタの設定が必要な場合には上記にプラス 20 万円で上限 40 万円

#### 【流通段階の支援】

受発注システムの改修等支援

対象者：

軽減税率制度の導入に伴い電子的に受発注を行うシステムの改修等を行う必要がある中小の小売事業者、卸売事業者等

補助率：2 / 3

補助上限：1000 万円（小売事業者）  
150 万円（卸売事業者等）

※ 補助事業を超える分について、日本政策金融公庫等の低利融資が利用可能(特別利率③(基準金利 - 0.9%))

#### スキーム



### 2. 中小企業団体等の小売事業者への周知や対応サポート体制の整備（補正予算170億円）

制度の周知及び対応の促進、相談窓口の設置、講習会の実施、巡回指導・専門家派遣等

13

## 中小企業者等の少額減価償却資産の取得価額の損金算入の特例

平成28年度延長

(所得税、法人税、個人住民税、法人住民税、事業税)

○消費税軽減税率やマイナンバー対応で事務負担増が集中する中小企業を支援するため、適用対象者を見直した上で、適用期限を2年延長する。

### 改正概要

【適用期間：2年間(平成29年度末まで)】

- 中小企業者が30万円未満の減価償却資産を取得した場合、当該減価償却資産の合計額300万円を限度として、全額損金算入(即時償却)することを認める措置。
- 適用対象者から従業員1,000人超の法人を除外し、適用期限を2年延長する。

	取得価額	償却方法	
中小企業者のみ	30万円未満	全額損金算入 (即時償却)	合計300万円 まで  本則
全ての企業	20万円未満	3年間で均等償却 <sup>(注)</sup> (残存価額なし)	
	10万円未満	全額損金算入 (即時償却)	

(注)20万円未満の減価償却資産であれば、3年間で毎年1/3ずつ損金算入することが可能。

14

## 商業・サービス業・農林水産業活性化税制

平成27年度延長

○消費税軽減税率対応等のために経営改善設備を取得した場合に、取得価額の30%特別償却又は7%税額控除を受けることができる措置。平成27年度改正において、適用期限を2年延長。

### 概要

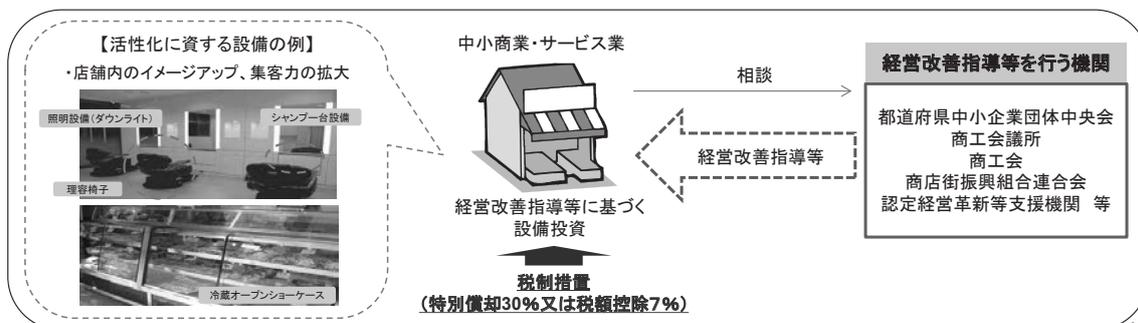
【適用期間：2年間(平成28年度末まで)】

○商業・サービス業者等が経営改善設備<sup>(※)</sup>を取得した場合に、取得価額の30%特別償却又は7%税額控除ができる措置。

(※) 認定経営革新等支援機関等(商工会議所等)による、経営改善に関する指導に伴って取得する下記の設備をいう。

- ・1台30万円以上の**器具・備品**  
(事務機器、通信機器、電気機器、ガス機器、家具、家庭用品、試験機器、測定機器、看板、理容・美容機器等)
- ・1台60万円以上の**建物附属設備**  
(電気設備、給排水設備、衛生設備、冷暖房設備、ボイラー設備、ドア自動開閉設備、アーケード、間仕切り等)

### 【本税制のイメージ図】



15

## 中小企業投資促進税制 (法人税・所得税・法人住民税・事業税)

平成26年度拡充・延長

- 機械装置、ソフトウェア等を取得した場合、特別償却又は税額控除を受けることができる措置。
- 平成26年度改正において、最新モデルであるなどの生産性向上の要件を満たすものについて、即時償却又は取得価額の10%を税額控除できる上乗せ措置を創設。

### 通常措置の対象業種・設備

対象業種	ほぼ全業種 (娯楽業、風俗営業等を除く)
対象事業者	中小企業者等 (資本金1億円以下)
対象設備	すべて(1台160万円以上)
機械・装置	電子計算機(複数合計120万円以上) デジタル複合機(1台120万円以上)
器具・備品	試験又は測定機器(複数合計120万円以上)
工具	測定工具及び検査工具(複数合計120万円以上)
ソフトウェア	複数合計70万円以上
貨物自動車	車両総重量3.5t以上
内航船舶	取得価額の75%

通常措置の対象設備のうち、一定の要件を満たす設備については上乗せ措置がある。

概要 【適用期間：3年間(平成28年度末まで)】

### 税制措置の内容

	特別償却	税額控除
・個人事業主 ・資本金3,000万以下の中小企業等	30%	7%
資本金3,000万超の中小企業	30%	措置無し

### 上乗せ措置の要件・適用対象設備

先端設備 (通称:A類型)
最新モデルであること、旧モデルと比べて年平均1%以上生産性が向上するなど一定の要件に該当する以下の設備
・機械・装置(ソフトウェア組込型機械・装置は、一代前モデルも対象)
・サーバー、試験・測定機器
・稼働状況等の情報を収集・分析・指示するソフトウェア(生産性向上要件なし)
→工業会等がメーカーから申請をうけて確認
生産ライン等の改善に資する設備 (通称:B類型)
投資利益率が5%以上となる投資計画に記載された設備(貨物自動車・内航船舶は除く)
→申請者が作成する簡素な設備投資計画を、税理士等がチェックし、経済産業局が確認。

### 税制措置の内容

	特別償却	税額控除
・個人事業主 ・資本金3,000万以下の中小企業等	即時償却	10%
資本金3,000万超の中小企業	即時償却	7%

16

## 消費税軽減税率対応のためのソフトウェア・システム改修の取扱いについて

OPOSのレジシステムや受発注システム・経理システム等について、制度改正に対応するために行うソフトウェアの改修は、一般的にソフトウェアの効用を維持するために行われる支出に該当すると考えられ、費用として処理できる(下記参照)。

参考

### 消費税法改正に伴う会計ソフト修正費用の取扱いについて (平成15年9月)

**【問】**  
消費税法改正により、平成16年4月から取引価格の総額表示が義務付けられることから、消費税に係る会計処理をコンピュータで行っているA社は、会計処理プログラムを修正する必要があり、当該修正を外部に委託することとしています。

当該修正は、消費税法改正による総額表示義務付けに対してなされるものであり、新たな機能の追加、機能の向上等には該当しないことから、当該修正に要する費用は修繕費(損金算入)として取り扱うこととして差し支えありませんか。

**【答】**  
プログラムの修正が、消費税法改正による総額表示の義務付けに対してなされるものに限定されていることにつき、作業指図書等で明確にされている場合には、照会のとおりに取り扱って差し支えありません。

**【解説】**  
プログラムの修正が、ソフトウェアの機能の追加、向上等に該当する場合には、新たなソフトウェアの取得と認められ、こうした修正に要する費用は資本的支出として取り扱われることとなりますが、照会の会計処理プログラムの修正は、消費税法改正による総額表示義務付けに対して、現在使用しているソフトウェアの効用を維持するために行われるものであり、新たなソフトウェアの取得とは認められないことから、本事実における修正に要する費用は、修繕費に該当します。

(注) プログラムの修正の中に、新たな機能の追加、機能の向上等に該当する部分が含まれている場合には、この部分に関しては資本的支出として取り扱うこととなります。

17

### <ソフトウェアの取扱い>

- ソフトウェアの取得  
取得価額を資産計上  
(5年で減価償却)
- プログラムの修正
  - ①新たな機能の追加、機能の向上等に該当するときは、その修正等に要した費用は、資本的支出に該当  
(5年で減価償却)
  - ②ソフトウェアの効用を維持するために行われる支出は修繕費

軽減税率対応の改修は、②の取扱いとなる旨の明確化を国税庁に要請(税法の成立後)



## 寝ながら学ぶ EDI

こんにちは。事務局の田中でございます。東日本大震災発生から今月でちょうど5年になるので、今回はその話題について少し触れさせていただきたいと思います。

2011年3月11日に皆さんはどこで何をされていたでしょうか。あの日、私がどこにいたかといえば、大阪市中央卸売市場本場で生鮮取引電子化セミナーを開催していました。会場は業務管理棟16階の大ホールだったのですが、その会場が揺れ始めたのは2本目の講演の最中でした（当日の講演は2本ありました）。会場が高層階だったこともあり大阪でもかなり揺れたのですが、揺れの大きさよりもしつこく揺れ続ける時間の長さ（長周期地震動）が何より不気味でした。暫しの中断はあったものの、それでもなんとか最後まで講演をやり切り、早急に片付けを始めました。講演中も携帯からは深刻な被害状況が続々と伝わってきていたので、すぐに東京へ戻りたかったからです。ところが新幹線は全てストップしており、これでは東京に戻れないので取り急ぎホテルを探し始めると、考えることは皆同じでどこのホテルもすでに満室状態でした。その頃は携帯もつながりにくくなっていたので、インターネットカフェでなんとかホテルが予約できたのですが、ホテルに到着するとロビーはオーバーブッキングの客で溢れかえっており、二進も三進もいきません。そのようにして小一時間程探し回っても泊まる場所は見つからず、最後は東京の職場に応援を仰ぎ（東京でも職員が足止めされていました）、大阪市郊外にある一泊2千円の簡易宿泊所をやっとのことで探し出してもらいました。そこは畳敷きの六畳一間にせんべい布団一枚といった趣でしたが、さんざん歩き回った後だけに横になれただけで大変有り難く感じました。ただ体はとても疲れていたはずなのですが、その夜は気が立っていてまんじりともできず、一晩中小さなテレビのニュースに見入っていたことを覚えています。

翌日はどうにか新幹線も動きだし、やっとのことで帰京できたのですが、それからがまた大変でした。まず、近くのスーパーやコンビニから食品や飲料がほとんど消えていました。また、ガソリンスタンドはどこも長蛇の列で給油もままならず、さらに追い打ちをかけたのが計画停電です。しまいには、どれだけ節電効果があるのか不明ですが電車の中の蛍光灯まで間引かれて（この状態は最近まで続いていました）、薄暗い車内で疲れ目になった人も多かったのではないかと推察します。直接被災した現場はこれとは比べものにならない厳しい状況だったかと思いますが、このように東京でも暫くは不便な生活を余儀なくされました。

関西地方にお住まいの方は、21年前の阪神・淡路大震災のほうがよりインパクトが強かったかもしれませんが、大きく異なるのが東日本大震災では津波被害があり、原発事故が発生した点です。福島第一原子力発電所の1～3号機には溶け落ちた燃料デブリが今も大量に残っています。強い放射線を発生し続けるこのデブリを除去する技術はまだ確立しておらず、そのため廃炉に向けての筋道も判然としません。そのような状況にあるにもかかわらず、福島原発は

---

アンダーコントロールにあると早々に宣言され、昨年は鹿児島県の川内原発が再稼働し、今年に入って福井県の高浜原発も動き始めている状況はとても正常とは思えません。加えて、原発で発生する放射性廃棄物の処理コストを考えると（この最終的な処理方法もまだ決まっていません）、原発が他の発電手段より経済性があるのかについても大いに疑問が残ります。

このような議論になると必ず、お前は電気を使わないのかとか、高い電気使用料の負担で日本の産業競争力が低下し、ひいては多くの国内企業が海外に転出しかねない、といった反論が起きますが、理路を冷静に考えるにつけ、前述のとおり原発は経済合理性にも疑問があるし、何より気の遠くなるような長期間の負担を子々孫々に残してよいはずがありません。現象に対して一切の断定を留保することを古代ギリシャの哲学用語でエポケーと言うそうですが、まさにこの状態言い表しているようにさえ思えます。

さらに私が暗澹とさせられるのが、福島原発の周囲に広がるあの汚染水貯蔵タンク群です。福島原発では1日あたり約300トンもの地下水が原子炉建屋に流れ込み、それが新たな汚染水になっているそうです。その大量の汚染水を留め込んでおくためにこの設備が必要不可欠なのは理解できるのですが、林立する夥しい数（その数はすでに千基を超えています）の貯蔵タンクのニュース映像を見るにつけ、異様に思わざるをえません。ただし、敷地は限られているので、設置するタンクの数にもそろそろ物理的な限界があるようで、これ以上汚染水を増やし続けることは不可能といわれています。そこで建屋に流入する地下水を防ぐ切り札として、遮水凍土壁の準備が進められています。この遮水凍土壁を作るためには、地中に通したパイプに零下30度の液体（冷却材）を循環させ、周りの土壌を地下水とともに少しずつ凍らせるのですが、それには最大で約1万3千軒分の家庭用電力（年間約10億円分）を費やすそうです。なお、大枚（約345億円）を叩いて造ったこの施設は先頃完成し、これから部分運用が始まるそうですが（凍土壁ができるまでに数か月を要するそうです）、その効果の程は定かではありません。

ところで、食流機構が事務局を務める食料品地域物流円滑化等推進協議会において、今年度から農林水産省補助事業「食品サプライチェーン強靱化総合対策事業」を実施しています。本事業では、東日本大震災発生時の反省を受けて、首都直下地震や南海トラフ巨大地震の被災が想定される地域で、震災時にも円滑な食料供給の維持又は速やかな回復ができるよう、食品サプライチェーンを構成する食品産業事業者間の連携を推進しています。

南海トラフとは、日本列島が位置する大陸プレートの下に、海洋プレートのフィリピン海プレートが南側から年間数センチの割合で沈み込んでいる場所のことで、この沈み込みに伴い2つのプレートの境界にはひずみが蓄積されており、南海トラフでは100～200年間隔で蓄積されたひずみを解放する大地震が発生しています。近年では昭和東南海地震（1944年）と昭和南海地震（1946年）がこれに当たるそうです。いつどこで地震が発生するのかを正確に予測するのは、最新の科学をもってしても至難の業なのですが、直近の昭和東南海地震と昭和南海地震が起きてからすでに70年が経過しているので、マグニチュード8～9クラスの巨大地震が30年以内に70%程度の確率で発生するともいわれています。

震災時に連携するためには、平時から取引先との協力関係を築いておく必要があることは言う

---

---

までもありません。震災が起きてから「すわ連携しましょう！」といってもそう簡単にできるものではありません。そこで本事業では、マッチングセミナーを開催し、普段は直接顔を合わせることの少ない食品産業事業者を集め、テーマに沿った率直な意見交換を通して新たな連携・協力関係の構築を促しました。また、食品産業事業者の立地状況の危険度を見える化したハザードマップを作成し、ウェブサイトでも公開しています（ご興味のある方は以下のウェブサイトをご参照ください：<http://www.ofsi.or.jp/ailf/hojojigyoku/index.htm>）。

なお、マッチングセミナーでは「震災時における食品サプライチェーンの強靱化について」というテーマで学識経験者による基調講演を行い、その中で、東日本大震災発生時の物流に関する問題点が紹介されました。たとえば、仙台市のある物流倉庫では棚の位置がずれてしまい、自動倉庫になっていたのが仇となり、復旧まで数か月を要したそうです。棚の位置に誤差が生じると自動倉庫は全く稼働できないので、高所を修復するためにとび職の手を借りるなどして、やっと再稼働まで漕ぎつけたそうです。また、停電によりWMS（倉庫管理システム）が使用不能となり、多くの倉庫で出荷作業が滞ったという話もありました。生鮮取引の電子化を推進している当方にとってはいささか逆説的な話ですが、効率最優先できっちりと固め過ぎたシステムは、いざというとき（多くはルーティンから外れたとき）脆いものです。ですから、平時は無駄に思えるかもしれませんが、もしものときのリダンダンシー（冗長性）がシステムには必要だといわれています。そしてこのことは、あらゆる組織、ひいては人生にも言えるのかもしれない。

あれから5年が経ち、一見、以前と変わらない日常生活を取り戻しているようにも思えますが、福島には当分人が住めない帰還困難区域や居住制限区域がまだ広く残っています。簡単には正解が見つからない原発問題やいつ発生するか分からない大地震を前にして、つつい考えるのも億劫になりがちですが、福島の現状にも常に思いを馳せて、エポケーに陥らないよう自戒したいと思います。

生鮮取引電子化推進協議会 事務局  
田中 成児



# 仲卸様に最適！クラウドで業務を快適に！

受発注クラウドサービス

## らくうけーる

インターネット接続のパソコンがあれば導入可能です！

- ✓ 受発注業務のスピードアップ
- ✓ 受注ミス・トラブルの削減
- ✓ 顧客満足度の向上
- ✓ コスト削減

お問い合わせ

快適社会創造本部 流通システム事業部

TEL: 045-505-8981 HP: [www.rakuuke.com](http://www.rakuuke.com)



生鮮品流通のインフラを支える

JFE エンジニアリング 株式会社

システム構築から加工・配送センター整備まで、あらゆるニーズに対応いたします。

## 電子取引の共通言語 流通 BMS<sup>®</sup>

### EDI の切り替えや導入の際には 流通 BMS の採用をご検討ください



● 流通ビジネスメッセージ標準（略称・流通 BMS）は流通業界の EDI（電子データ交換）の標準仕様です。

- ー 大量データを高速で交換できるインターネットを利用。
- ー どの小売業でも同じデータの形式・内容となるように標準化。

● NTT 電話網の IP 化が計画されています。

- ー 2020 年度後半から INS ネット（デジタル通信モード）が停止される見込みです。
- ー レガシー手順から早めの移行をご検討ください。

詳しくは、下記協議会 web ページをご確認ください。

一般財団法人 流通システム開発センター内 流通システム標準普及推進協議会（略称：流通 BMS 協議会）  
TEL：(03) 5414-8505 <http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/index.htm>

- 「流通ビジネスメッセージ標準」ならびに「流通 BMS」は一般財団法人流通システム開発センターの登録商標です。
- ロゴマーク「みんなつながる流通 BMS」は一般財団法人流通システム開発センターの登録商標です。



# スピードセルフでレジ待ち解消!

speedself



※「スピードセルフ/speedself」は株式会社寺岡精工の登録商標です。

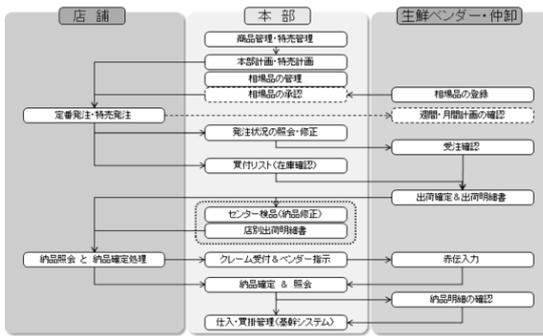
**寺岡精工** お客様窓口 ☎ **0120-37-5270** (土・日・祝日を除く 9:30~17:30)   <http://www.teraokaseiko.com>

## 株式会社サイバーリンクス

サイバーリンクスは、基幹業務から分析まで、流通小売業の業務フローに必要なシステムをクラウドでご提案し、最適な流通 SCM(Supply Chain Management)をサポートします。

### <@rms(アームズ)生鮮 EDI>

今回ご紹介させて頂く当社の生鮮 EDI は、生鮮標準コードを活用し生鮮部門の EDI 化を実現します。発注業務だけではなく、日々の利益管理が出来るシステムです。中小から大手小売業様まで抱えている問題点を生鮮業務に特化したサイバーリンクスのクラウドサービスが解決します。



品名	仕入先	仕入単価	仕入数量	仕入金額	仕入日	仕入月	仕入年	仕入累計	仕入残高
しょうゆ	仕入先0001	100.00	100	10000.00	2015/10/1	10	10	10000.00	0.00
しょうゆ	仕入先0002	100.00	100	10000.00	2015/10/1	10	10	10000.00	0.00
しょうゆ	仕入先0003	100.00	100	10000.00	2015/10/1	10	10	10000.00	0.00
しょうゆ	仕入先0004	100.00	100	10000.00	2015/10/1	10	10	10000.00	0.00
しょうゆ	仕入先0005	100.00	100	10000.00	2015/10/1	10	10	10000.00	0.00
しょうゆ	仕入先0006	100.00	100	10000.00	2015/10/1	10	10	10000.00	0.00
しょうゆ	仕入先0007	100.00	100	10000.00	2015/10/1	10	10	10000.00	0.00
しょうゆ	仕入先0008	100.00	100	10000.00	2015/10/1	10	10	10000.00	0.00
しょうゆ	仕入先0009	100.00	100	10000.00	2015/10/1	10	10	10000.00	0.00
しょうゆ	仕入先0010	100.00	100	10000.00	2015/10/1	10	10	10000.00	0.00

導入実績 **43** 社  
(2015年12月時点)  
取引先 **1,000** 社以上

## 編集後記

- ▶ 昨年3月(第67号)から都合5回にわたり連載してご好評をいただいております「生鮮食品流通と EDI」は今号で一旦終了いたします。お忙しい合間を縫ってご執筆いただいた流通システム開発センターの坂本理事に大変感謝申し上げます。なお、次号から、卸売市場政策研究所代表の細川允史氏による新連載「生鮮市場流通の今後のゆくえ(仮題)」が始まりますので、どうかご期待ください。
- ▶ 来年4月の消費税率の引き上げ時に導入する軽減税率制度について、軽減税率の対象は「酒類と外食を除く飲食料品全般」と「宅配の新聞」になりそうです。特に食品は対象外である外食との線引きに曖昧な点があり混乱が予想されますので、本件については当協議会でも適切な情報発信を続けていきたいと思っております。
- ▶ 今月で東日本大震災から5年が経ちますが、その影響はまだ収まっていません。何より深刻なのが原発問題です。福島第一原発では廃炉に向けての方向性も未だ定まっていない中、なし崩し的に各地の原発の再稼働が始まっています。原発に関しては想定外は許されないのです、ここは今一度、冷静に対応を考えるべきかと思っております。
- ▶ 平成28年度の第1回理事会および通常総会を、6月2日(木)にコートヤード・マリオット銀座東武ホテル(東京都中央区)で開催いたします。また、今回は通常総会終了後に農経新聞代表取締役社長の宮澤信一氏による特別講演を企画しております。会員の皆様方には追って詳しい開催案内をお送り差し上げますので、万障お繰り合わせの上ご出席くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。

(トンボ)

## 生鮮取引電子化推進協議会会報

第71号 平成28年3月発行

発行所 生鮮取引電子化推進協議会

〒101-0032 東京都千代田区岩本町  
3丁目4番5号 第1東ビル6F

(公財)食品流通構造改善促進機構内

TEL：03-5809-2867

FAX：03-5809-2183

発行責任者 事務局長 新木雅之

印刷所 株式会社 キタジマ