

第108号

令和7年6月

生鮮EDI

●令和7年度通常総会の概要

●続・貿易と関税の話

●【新連載】（第1回）

近代食品流通史からみる卸売市場流通の
貢献と今後

～“日本型チェーンストア経営”による
食品流通業の発展～



生鮮取引電子化推進協議会

「生鮮EDI」第108号 目次

	ページ
● 令和7年度通常総会の概要	1
● 続・貿易と関税の話	17
生鮮取引電子化推進協議会 事務局長 佐南谷 英龍	
● 【新連載】（第1回） 近代食品流通史からみる卸売市場流通の貢献と今後 ～ “日本型チェーンストア経営” による食品流通業の発展～	27
株式会社ジャスタコンサルティング 代表取締役 石田 健太 氏	
● 巻末コラム	36
生鮮取引電子化推進協議会 事務局 田中 成児	
● 編集後記	

令和7年度 通常総会の概要

令和7年度通常総会を下記の通り開催しましたので、その概要についてご報告します。

来賓には農林水産省大臣官房新事業・食品産業部 食品流通課の原田課長にご臨席いただき、ご挨拶を賜りました。規約により勇崎会長が議長となり、議事次第に基づき議案審議を行い、各議案とも原案通り承認されました。

なお、今年3月に逝去された鈴木邦之前会長（横浜丸中青果株式会社前会長）と昨年12月に逝去された山口琢磨前理事（一般社団法人全国水産卸協会前専務理事）に対して冒頭で黙祷を捧げました。



■日 時：令和7年6月12日（木）13：00～14：00

■会 場：喜山倶楽部 飛鳥の間（東京都千代田区一ツ橋2-6-2 日本教育会館9階）

■次 第：

1. 開 会
2. 会長挨拶
3. 来賓挨拶
4. 議長の選出
5. 議事録署名人の選出
6. 議 案
 - 第1号議案 令和6年度事業報告及び収支決算報告について
 - 第2号議案 令和6年度繰越金処分について
 - 第3号議案 令和7年度事業計画及び収支予算について
 - 第4号議案 役員の選任について
 - 第5号議案 その他
7. 閉 会

令和7年度 通常総会 会長挨拶

生鮮取引電子化推進協議会

会長 勇 崎 恒 宏

本日は、会員の皆様にはご多忙のところ、生鮮取引電子化推進協議会の令和7年度通常総会にご出席いただき、ありがとうございます。また、公務ご多忙の中、農林水産省食品流通課の原田課長のご臨席を賜り、厚く御礼を申し上げます。

食品等の流通に関しては、昨年改正された食料・農業・農村基本法に基づき基本計画がこの4月に策定され、食料の生産、加工・流通から消費に至る「食料システム」について、合理的な価格形成や食品産業の持続的な発展に向けた事業活動を促進することとされ、このための「食料システム法案」が今国会で昨日（6月11日）成立いたしました。

また、食品流通業界が直面する最大の課題である「物流2024年問題」に関しては、去年の物流効率化法など物流2法の改正に基づき、この4月からは荷主・物流事業者に荷待ち時間や荷役時間の削減の努力義務が課されるなど、その着実な実施が求められています。

このような中、この4月に農林水産省から公表された食品等流通調査ではトラック予約システムの導入が着実に進展し荷待ち時間の短縮が図られた、納品伝票の電子化等が着実に進展している等の報告もなされています。

これまで生鮮食品流通に大きな混乱は生じてはおりませんが、その影響は様々な面に出てきており今後、物流効率化法の本格施行に伴い生鮮食品流通の合理化をさらに推進していくことが重要と考えております。このため、物流DX（デジタルトランスフォーメーション）や物流標準化の推進によるサプライチェーン全体の合理化・効率化など、当協議会の果たすべき役割は今後とも重要性を増すものと考えております。

本日は、令和6年度の事業報告と決算報告、令和7年度の事業計画と予算などについてお諮りいたします。食料システムの持続的発展を図り、また「2024年問題」に対処し物流の効率化に行政・業界が一丸となって取り組む中、令和7年度の生鮮EDI協議会の事業運営にも意欲的に取組んでまいりたいと考えております。

最後になりましたが、今後とも会員の皆様方の御理解・御支援をお願い申し上げ、開会に当たってのご挨拶とさせていただきます。

令和6年度 事業報告（案）

（令和6年4月1日～令和7年3月31日）

1. 全体概要

生鮮取引電子化推進協議会（以下「協議会」という。）の活動につきまして、令和6年度は先進事例見学会を例年通り開催し、生鮮EDIの普及啓発及び協議会会員企業・団体の発展に資するため、生鮮取引電子化セミナーの開催及び会報「生鮮EDI」の発行等を行いました。

まず、生鮮取引電子化セミナーは「物流に関する政策の動向」というテーマを掲げハイブリッド形式で開催し、物流効率化法等の改正や物流効率化に向けてのデジタル化の取組などに関して、農林水産省の藏谷食品流通課長（役職は当時）にご講演いただきました。なお、本セミナーの資料は、協議会のホームページから閲覧できるようになっています。

先進事例見学会は2回開催し、1回目はPFC長野株式会社を、2回目は富山市公設地方卸売市場を見学しました。1回目のPFC長野では、温度・湿度管理が可能な高機能冷蔵庫と「コールドチェーン」を基本とした、方面別の物流手配・配送機能を具備した施設などを学習しました。2回目の富山市公設地方卸売市場では、卸売市場の再整備に関してPPP（Public Private Partnership）手法という新しい整備方法に関して解説していただき、「閉鎖型」の卸売市場として衛生・品質管理の向上が図られている姿を学習しました。

会報「生鮮EDI」については、例年通り季刊で4回発行しました。また、会員相互の勉強会等における講師派遣等については、3件の支援を行いました。

2. 事業内容

（1）生鮮取引電子化セミナーの開催

生鮮取引電子化セミナーについて、以下の講演をハイブリッド形式で行いました。

開催時間	講演内容
第1回 2月4日（火） 13:30～15:00	～物流に関する政策の動向～ 講師：農林水産省 大臣官房新事業・食品産業部 食品流通課長 藏谷 恵大氏 会場で24名、Webで50名の参加がありました。 

(2) 先進事例見学会の開催

先進事例の見学会について、以下の通り行いました。

開催時間	見学先
第 1 回 10 月 2 日 (水) 13:30～15:30	・ PFC 長野株式会社 (長野市市場 3-3) (参加人数 : 13 名) PFC 長野株式会社は、令和 3 年に JA 全農と株式会社ファーマインドで締結された資本提携により令和 4 年 6 月から事業を開始しており、温度・湿度管理が可能な高機能冷蔵庫と「コールドチェーン」を基本とした、方面別の物流手配・配送機能を具備した施設を整えており、事業としては以下の 4 部門の業務で構成している。 ① 物販 (貯蔵販売) : 長野県産を中心とした全国の農産物の仕入販売 ② リパック : 取引先及び産地から受託した青果物の小分け包装 ③ 庫内物流 : 貯蔵保管 取引先から受託した物流センターや店舗 配送等を含む仕分け・入出庫 ④ 熟成加工 : 輸入青果物を中心とする追熟加工 特に、コールドチェーンを途切れなくつなぎ、長期保管を可能とした施設に関しては、非常に勉強になったという声に参加者から大きくあがった (今後は茨城県坂東市にも新たに施設を建設予定)。 

第2回 1月28日(火) 9:30～12:30	・富山市公設地方卸売市場（富山市掛尾町 500） （参加人数：20名） 富山市公設地方卸売市場は、令和3年度からPPP（公民連携）手法による再整備を実施し、令和5年3月に青果棟、関連店舗・事務所棟が、令和6年8月に水産棟が供用開始している。新とやまいちば創生プロジェクトチーム（代表企業：大和ハウス工業株式会社富山支店）が事業者として整備を進め、卸売市場関連部分の整備が現在終了している。 卸売市場の再整備に関して、今回のPPP手法によるものは新しい整備方法として注目されており、市が所有する市場敷地全体に事業用定期借地権を設定し、事業者が市場施設と民間収益施設を一体的に整備した上で引き続き所有し、市場施設を市が賃借し運営を行うものとなっている。卸売場も「閉鎖型」の施設となっており、衛生・品質管理の向上が図られている。 今回の富山市公設地方卸売市場では、全国でも老朽化が進む卸売市場に対し、新しい再整備手法について勉強させていただいた。    
--	---

第1号議案

(3) 会報の発行

機関誌「生鮮 EDI」を季刊で4回発行しました。主な掲載内容は、以下のとおりです。

◆第104号（令和6年7月発行）
・ 令和6年度通常総会の概要 ・ 続・食料安保の話の話（事務局長 佐南谷 英龍） ・ 【連載 第1回】 物流環境変化により求められる生鮮流通（物流）の取組み ～農産物を中心に～ （公益財団法人流通経済研究所 主任研究員 田代 英男 氏）
◆第105号（令和6年9月発行）
・ 続々・食料安保の話（事務局長 佐南谷 英龍） ・ 【連載 第2回】 物流環境変化により求められる生鮮流通（物流）の取組み ～個体識別番号提供システムの開発～ （公益財団法人流通経済研究所 主任研究員 田代 英男 氏） ・ 【特別寄稿】 より身近になってきたオーガニック食品 （流通科学大学 商学部経営学科 教授 白鳥 和生 氏）
◆第106号（令和6年12月発行）
・ 肥料の話（事務局長 佐南谷 英龍） ・ 【連載 第3回】 物流環境変化により求められる生鮮流通（物流）の取組み ～物流省力化技術の開発～ （公益財団法人流通経済研究所 主任研究員 田代 英男 氏） ・ 第1回先進事例見学会の概要（PFC 長野） サプライチェーン強化実証事業に係る先進優良事例のご紹介
◆第107号（令和7年3月発行）
・ 貿易と関税の話（事務局長 佐南谷 英龍） ・ 【連載 第4回】 物流環境変化により求められる生鮮流通（物流）の取組み ～農水産物・食品流通の高度化実証モデルの構築～ （公益財団法人流通経済研究所 主任研究員 田代 英男 氏） ・ 第2回先進事例見学会の概要（富山市公設地方卸売市場）

(4) 講師派遣等協力

生鮮 EDI に関する会員相互の勉強会のほか、会員の業界における関心事項についての講演会に対し、以下のとおり講師派遣費等の支援を行いました。

【講師派遣等実績】

主催者	開催日時	講師
(一社)日本外食品流通協会	令和6年 5月22日(水) 15:00～16:20	株式会社ちゃんこえ 代表取締役 田中 知子 氏
全国青果卸売協同組合連合会	令和6年 7月23日(火) 14:30～15:30	有限会社 プレジャー企画 代表取締役社長 大棟 耕介 氏
(公財)日本食肉市場卸売協会	令和6年 10月3日(木) 13:30～16:00	(公財)日本食肉生産技術開発センター 専務理事 木下 良智 氏

(5) 生鮮標準商品コードの維持管理業務

青果物流通情報処理協議会（青流協）が行ったベジフルコード更新に合わせ、令和6年4月（第41次）及び令和6年10月（第42次）に青果標準商品コードのバージョンアップを行うとともに、関係業界において広く活用できるように、協議会及び流通システム標準普及推進協議会のホームページ上に公開しました。

3. 会議の開催等

(1) 理事会

【第1回】（オンライン併用開催）

■ 開催日時：令和6年6月24日（月）11:30～12:30

■ 議 案：

第1号議案 令和5年度事業報告及び収支決算報告について

第2号議案 令和5年度繰越金処分について

第3号議案 令和6年度事業計画及び収支予算について

第4号議案 役員の補欠選任について

第5号議案 その他

(2) 通常総会（オンライン併用開催）

■ 開催日時：令和6年6月24日（月）13:00～14:00

■ 議 案：

第1号議案

- 第1号議案 令和5年度事業報告及び収支決算報告について
- 第2号議案 令和5年度繰越金処分について
- 第3号議案 令和6年度事業計画及び収支予算について
- 第4号議案 役員の補欠選任について
- 第5号議案 その他

(3) 企画運営委員会

【第1回】(オンライン併用開催)

■ 開催日時：令和6年5月13日(月) 10:30～12:00

■ 議 案：

1. 令和5年度 事業報告(案) および収支決算(案)について
2. 令和5年度繰越金処分(会費の戻入処理)について
3. 令和6年度 事業計画(案) および収支予算(案)について
4. 役員の補欠選任について
5. 令和6年度 第1回理事会・通常総会について
6. その他

【第2回】(オンライン併用開催)

■ 開催日時：令和7年1月21日(火) 10:30～12:00

■ 議 案：

1. 令和6年度活動状況及び今後の予定
2. 企画運営委員からの報告 (小林委員)
(食肉コマーシャル規格の紹介他)

(4) 監事監査

■ 開催日時：令和6年5月30日(金) 10:30～11:30

■ 会 場：公益財団法人 食品等流通合理化改善促進機構 会議室

(令和6年4月1日～令和7年3月31日)

(単位:円)

区 分	予 算 額	決 算 額	増 減 額	備 考
I 収入の部				
1. 会費収入	5,970,000	6,070,000 [※]	100,000	※正会員:50 賛助会員:10
2. 事業収入		0	0	
3. 補助金収入		0	0	
4. 利子収入		2,567	2,567	
5. 雑収入		252	252	デビットカードポイント還元額、 戻入額
6. 前年度繰越金	3,662,674	3,662,674	0	
収入合計	9,632,674	9,735,493	102,819	
II 支出の部				
1. セミナー開催費	900,000	653,648	△ 246,352	2月開催(ウェビナー形式)
2. 先進事例視察費	900,000	697,302	△ 202,698	10月長野、1月富山 開催
3. 会報発行費	1,200,000	1,174,720	△ 25,280	4回発行
4. 資料発送費	30,000	30,706	706	会報発送等
5. EDI普及資料作成費	50,000	0	△ 50,000	パンフレット作成費等
6. 講師派遣等協力費	150,000	126,650	△ 23,350	3件
7. 会議開催費	1,200,000	1,148,093	△ 51,907	総会・理事会 企画運営委員会2回
8. 雑役務費	2,500,000	2,384,743	△ 115,257	賃金、消耗品等
9. 予備費	2,702,674	0	△ 2,702,674	
支出合計	9,632,674	6,215,862	△ 3,416,812	
12. 次期繰越額	0	3,519,631	3,519,631	
総 合 計	9,632,674	9,735,493	102,819	

監 査 報 告 書

令和6年度の生鮮取引電子化推進協議会事業報告書、決算報告書の提出を受け、監査いたしました。諸帳簿、証拠書類等いずれも適正に処理されており、かつ、次期繰越金額についても妥当と認めるので、ここに報告します。

令和7年5月28日

生鮮取引電子化推進協議会

監事 中 村 祥 典 

監事 廣 川 治 

繰越金処分(案)

当期処分繰越金 3, 519, 631円

これを次のとおり処分する。

次期繰越金 3, 519, 631円

令和7年度事業計画（案） （令和7年4月1日～令和8年3月31日）

1. 基本方針

令和7年度は、ウクライナ戦争の停戦への動きはあるものの、アメリカ合衆国のトランプ政権による関税引上げ、米中間の報復関税の応酬などにより、世界的に貿易や金融分野の不安定な状況が続いており、先行きが不透明な状況が続いています。また、日本国内においても、エネルギー価格をはじめ諸物価が高値で推移し、異常気象も相まって米や青果物等も同様に高値で推移していますが、消費者にとっては「価格の高騰で家計が厳しい」、生産者にとっては「そうはいつでも再生産価格の確保ができない」状況に陥っています。

国内では昨年の食料・農業・農村基本法の改正を受け、「食料安全保障」の取組が強化され、食料システムに重要な役割を担うロジスティクス＝物流への取り組みも注目を集めています。また物流2024年問題に対応し、本年4月から流通業務の総合化及び効率化の促進に関する法律及び貨物自動車運送事業法の一部を改正する法律（物流効率化法）が施行され、荷主・物流業者に対する規制措置・努力義務等が段階的に課せられるようになり、ますます物流・流通の効率化を進める必要性が高まってきております。

このような状況の下、生鮮取引電子化推進協議会（以下「協議会」という。）は、令和7年度も引き続き、生鮮流通業界の事業活動に資する最新の情報提供に努め、取引電子化のみならず物流効率化等を含めた生鮮流通業者の業務改善に寄与していくため、以下の諸活動に取り組みます。

2. 事業計画

（1）生鮮取引電子化セミナー等の開催

生鮮EDIを中心に生鮮流通の効率化に資するテーマによりセミナーを開催し、会員をはじめとする生鮮流通業界への啓発を推進します。本年度も広く参加を募れるよう、オンライン併用によるハイブリッド方式で開催します（1～2回を予定）。

開催時期（予定）	開催地区（方法）	課題テーマ（例）
令和7年9月	全国3地区程度 （ハイブリッド方式）	・流通BMS ・物流の2024年問題
令和8年1月	全国3地区程度 （ハイブリッド方式）	・生鮮標準商品コード ・生鮮物流サプライチェーン 事業の先進事例

(2) 先進事例見学

生鮮流通の効率化に関する先進事例について見学会を開催します。(1～2回を予定)

開催時期(予定)	見学先候補(調整中)
令和7年7月	・再整備した卸売市場 ・物流会社の食品向け配送センター
令和8年1月	・物流生産性向上推進事業等の先進事例先 等

(3) 会報「生鮮 EDI」の発行(4回)

協議会の活動連絡、EDI 導入事例の紹介、流通 BMS の導入・普及動向等、生鮮 EDI の普及・推進に必要な情報を提供するため、会報「生鮮 EDI」を四半期毎に発行します。

(4) EDI 普及資料の作成、配布

先進的な技術・EDI 導入事例など取引電子化等に関する参考資料等を作成し、会員に配布します。

(5) 講師派遣等協力

生鮮 EDI に関する会員相互の勉強会をはじめ、会員の業界における関心事項をテーマとする講演会等に対し、講師派遣費や会議費等の支援を行います。ウェビナーやズームミーティングなどオンラインによる勉強会の支援も積極的に行います。

(6) 生鮮標準商品コードの維持管理業務

生鮮標準商品コードについて、流通システム標準普及推進協議会(流通 BMS 協議会)とも協力して、その維持管理業務を行うこととし、更なる普及推進に努めます。

(7) その他

ホームページやメール等を有効活用し、会員に対する情報発信を積極的に行います。

第3号議案

(令和7年4月1日～令和8年3月31日)

(単位：円)

区 分	前年度 予算額	令和6年度 予 算 額	対前年度 増 減 額	備 考
I 収入の部				
1. 会費収入	5,970,000	※ 5,770,000	△ 200,000	※正会員:49 賛助会員:9
2. 事業収入			0	
3. 補助金収入			0	
4. 利子収入			0	
5. 雑収入			0	
6. 前年度繰越金	3,662,674	3,519,631	△ 143,043	
収入合計	9,632,674	9,289,631	△ 343,043	
II 支出の部				
1. セミナー開催費	900,000	900,000	0	2回開催
2. 先進事例視察費	900,000	900,000	0	2ヶ所
3. 会報発行費	1,200,000	1,200,000	0	4回発行
4. 資料発送費	30,000	30,000	0	会報他
5. EDI普及資料作成費	50,000	50,000	0	パンフレット作成 費等
6. 講師派遣等協力費	150,000	150,000	0	3件
7. 会議開催費	1,200,000	1,200,000	0	理事会、総会 企画運営委員会
8. 雑役務費	2,500,000	2,500,000	0	
9. 予備費	2,702,674	2,359,631	△ 343,043	
支出合計	9,632,674	9,289,631	△ 343,043	

令和7年度 役員名簿（案）

会 長

勇崎 恒宏	札幌みらい中央青果株式会社	代表取締役会長
-------	---------------	---------

副会長

井原 實	一般社団法人日本ボランティアチェーン協会	会長	
半田 潤	全国農業協同組合連合会	園芸部 次長	新任
前田 雄一	東京青果株式会社	情報システム部長	
八木沼 隆	日本生活協同組合連合会	常務執行役員	

理 事

井出 禎久	全国青果卸売協同組合連合会	専務理事	
出田 安利	一般社団法人全国中央市場青果卸売協会	専務理事	
大石 一雄	一般社団法人全国水産卸協会	常務理事	新任
小林 博行	公益財団法人 日本食肉流通センター	専務理事	
城山 将臣	一般社団法人全国スーパーマーケット協会	事業部長	
千葉 和男	全国水産物商業協同組合連合会	専務理事	
三浦 秀樹	全国漁業協同組合連合会	常務理事	
森木 晋也	一般社団法人日本花き卸売市場協会	常務理事	
山口 隆宏	一般社団法人大日本水産会	輸出促進部長	新任
山田 啓二	全国青果物商業協同組合連合会	専務理事	

監 事

中村 祥典	一般社団法人日本外食品流通協会	専務理事
廣川 治	公益社団法人日本食肉市場卸売協会	専務理事

（順不同、敬称略）

第5号議案

正会員(49)			
No.	団体・企業名	No.	団体・企業名
1	全国農業協同組合連合会	26	セントライ青果(株)
2	日本園芸農業協同組合連合会	27	京都青果合同(株)
3	(一社)全国中央市場青果卸売協会	28	広印広島青果(株)
4	(一社)全国青果卸売市場協会	29	北九州青果(株)
5	全国青果卸売協同組合連合会	30	水戸中央青果(株)
6	全国青果物商業協同組合連合会	31	(株)石巻青果
7	(独)農畜産業振興機構	32	静岡VF(株)
8	(一社)日本花き卸売市場協会	33	プリマハム(株)
9	(公社)日本食肉市場卸売協会	34	大都魚類(株)
10	東京食肉市場卸商協同組合	35	築地魚市場(株)
11	全国漁業協同組合連合会	36	第一水産(株)
12	(一社)全国水産卸協会	37	横浜魚類(株)
13	全国魚卸売市場連合会	38	中部水産(株)
14	全国水産物卸組合連合会	39	名北魚市場(株)
15	全国水産物商業協同組合連合会	40	名古屋海産市場(株)
16	(一社)大日本水産会	41	大東魚類(株)
17	(一社)全国スーパーマーケット協会	42	大京魚類(株)
18	(一社)日本ボランタリーチェーン協会	43	(株)うおいち
19	日本生活協同組合連合会	44	マルハニチロ(株)
20	(一社)日本外食品流通協会	45	(株)ニチレイフレッシュ
21	札幌みらい中央青果(株)	46	全日本食品(株)
22	仙台あおば青果(株)	47	ハウス食品グループ本社(株)
23	東京青果(株)	48	(株)JFフラワー&ロジ
24	東京荏原青果(株)	49	(公財)日本食肉流通センター
25	横浜丸中青果(株)		

(順不同)

No.	賛助会員(9)	No.	特別会員(8)
1	(株)イシダ	1	東京農業大学 名誉教授 藤島廣二
2	JFEエンジニアリング(株)	2	卸売市場政策研究所 代表 細川允史
3	(株)寺岡精工	3	フードサプライ研究所 代表 浅沼 進
4	農林中央金庫	4	(株)農経新聞社 代表取締役社長 宮澤信一
5	(一財)流通システム開発センター	5	(株)日本農業新聞 監査室長 岡部泰志
6	(株)サイバーリンクス	6	(一社)米ゲル技術研究所 所長 杉山純一
7	(株)ひむか流通ネットワーク	7	流通科学大学商学部経営学科 教授 白鳥和生
8	イーサポートリンク(株)	8	(株)農経企画情報センター 小林彰一
9	パーソナル情報システム(株)		

(敬称略)

続・貿易と関税の話

生鮮取引電子化推進協議会

事務局長 佐南谷 英龍

はじめに

トランプ大統領による、鉄鋼・アルミニウムへの追加関税、自動車・自動車部品への追加関税、世界各国への相互関税の適用などいわゆるトランプ関税をめぐって、まさに目の回るような状況が続いています。今回は、第2次世界大戦後に構築されたブレトン・ウッズ体制、ガットさらには世界貿易機関（WTO）の下で、関税交渉を継続的にを行い各国が自国の関税率を世界各国に対して譲許した上で、根気強く譲許関税を引き下げ自由な貿易秩序を形成、国際貿易の発展に努めてきたことをご紹介します。

今回は、もう少し時代を遡って第2次世界大戦後の自由貿易体制の前身となる19世紀の英国を中心とした自由貿易体制の下での米国の関税政策を巡る歴史的展開をご紹介します。本稿は、主に「アメリカの通商政策」（佐々木隆雄著：岩波新書）に依拠し、ポイントを整理しとりまとめました。ご関心の方は、本書をご覧くださいけると幸いです。

1. 19世紀の自由貿易体制

産業革命をいち早く達成、重商主義から方向転換、フランス、スペインなどヨーロッパ大陸諸国に先駆けて貿易自由化を進め、貿易国家として覇権的地位を確立したのがイギリスでした。

イギリスの代表的自由貿易政策

- 穀物条例の廃止 ⇒ 農業保護政策の転換
- 航海条例の廃止 ⇒ 植民地貿易の外国への開放
- 英本国と英植民地の間の貿易への特惠関税制度の廃止

イギリスはこのような自由貿易政策を進め、1860年代から第1次世界大戦まで、財政収入目的以外の保護関税は存在せず、輸入制限なども基本的に廃止された徹底した自由貿易体制といわれています。その背景となったのは、「世界の工場」イギリスは工業製品について競争力が強く外国製品との競合を心配する必要はなく、世界から安価な工業原材料を輸入するとともに、安価な食料を確保することにより労働者の賃金上昇を抑制するという産業構造でした。

このためイギリスは、他国に自由貿易の採用を押し付けるという方針はとりませんでした。このようなイギリスの貿易政策は、「一方的自由貿易政策」と性格づけられます。

ただし、これは例外なく世界各国に適用されたものではありませんでした。イギリスはその

植民地インドに対しては自由貿易を強制し、日本や中国に対しては他の列強と同様、関税自主権の放棄、片務的最恵国待遇、開港、領事裁判権などを認めさせています。江戸幕府は19世紀半ば1853年の米国ペリー提督の浦賀来航に始まる幕末の諸外国との交渉の結果、不平等条約を欧米各国と締結、明治政府はその是正のために塗炭の苦しみをなめることになりました。

以下に幕末の不平等条約締結の流れを図式的に整理してみました。ペリーの浦賀来航から5年ほどの間に我が国の国益を大きく損なう条約が次々に締結されたことが改めて悔やまれます。これらの不平等条約の改正のための明治政府の奮闘努力については、次回ご紹介します。

我が国の開国

- 1853年 ペリー浦賀来航
- 1854年 日米和親条約締結
 - ・片務的最恵国待遇
 - ・下田・函館の開港
 - ・下田に領事設置

欧米各国と同様の条約締結へ

- 1854年 日英和親条約、日露和親条約
- 1855年 日蘭和親条約

安政の5ヶ国条約

- 1858年（安政5年）日米修好通商条約
 - ・領事裁判権（治外法権）
 - ・関税自主権の喪失
 - ・下田・函館に加え横浜・長崎・新潟・兵庫を開港
- 1858年引き続き英・露・蘭・仏と同様の条約締結

さて、本題に戻って19世紀イギリスの貿易は、その植民地や日本、中国のような欧米以外の国は別ですが、欧米列強の中では一方的な自由貿易の展開とされています。

なぜそのような貿易政策をとったのでしょうか。まず、第2次世界大戦後の米国と同様、他国の追随を許さない圧倒的な工業の競争力を有していたことがあります。

さらに、イギリスが島国であり、外国や植民地の経済開発に貿易や資本投資を通じて参画し、自国の経済発展を図ることにその利益を見出したことが挙げられています。イギリスは、「世界の工場」であるとともに、「世界の海運業者」であり「世界の銀行」としても発展していったのです。

海外依存度の高い19世紀イギリス

- 貿易依存度（財とサービスの輸出入合計の国民総生産に対する比率） ⇒ 約60%
- 海外からの利子配当収入 ⇒ 国民総生産の7%
- 海外投資残高 ⇒ 国民総生産の1.5倍

2. 最恵国原則の導入

さて、このようなイギリスの自由貿易政策は、当時の大陸ヨーロッパ諸国の比較的自由な通商政策にも支えられていました。ドイツ、フランス等のヨーロッパ諸国とイギリスは相互に二国間通商条約によって最恵国待遇を相互に認め合うという最恵国原則に基づく通商条約ネットワークを構築していました。

つまり、二国間の通商交渉を行い相互に関税引き下げ等の譲許を行い、さらに最恵国原則を相互に約束するという相互主義的な二国間通商条約による貿易体制が構築されました。しかもこのような二国間通商条約が多角的に結ばれネットワーク化し、ある国に譲許した低率関税が最恵国原則により他の国々にも認められる貿易構造が形成されました。これは、いわば二国間の条約に基づく「ガット協定関税」ともいえるものですが、同時に国内立法による「法定関税」も認められ関税自主権が留保されていました。このようなネットワークが構築された結果、各国の保護主義には一定の抑制効果が働き比較的自由な貿易体制が維持されました。

この二国間通商条約ネットワークにおけるもう一つの重要なポイントが、最恵国待遇を無条件に与えること、すなわち無条件最恵国待遇の供与でした。前号でガット・WTOにおける加盟国間の最恵国待遇をご紹介しました。前号の関係部分を再度掲載します。

(1) 無条件最恵国原則

ガットの基本原則＝無差別原則

このようなガット発足の経緯＝保護主義的なブロック経済下による世界貿易の機能不全が第2次世界大戦を招いたという認識から、ガットの基本原則は差別をしないという無差別原則に集約されます。

この無差別原則は、ガットの議論では最恵国待遇、内外無差別という2つの大原則として適用されています。

最恵国待遇	関税を賦課する場合、輸出国の間で差別をせず最も有利な低い関税率をすべての国に適用する
内国民待遇	自国産品と輸入品の間で差別をしない
数量制限の禁止	輸入数量制限は、関税による国内保護より貿易阻害効果が大きいとの認識による。上記2大原則とともに重要な原則

ガット／WTOの最恵国原則とは、加盟国の間である国（A国）が他国（B国）に有利な低い関税率を約束（＝譲許）した場合に、A国の低い関税率を他のすべての加盟国に無条件に適用するというものです。また、加盟国間で相互に最恵国原則を受け入れれば、ある加盟国がガット／WTO非加盟国に対して、加盟国に対する条件より有利な条件を譲許した場合にも適用され、同様の有利な条件を加盟国に認めなければなりません。筆者の説明が不十分でしたので、補足いたします。もっとも現在WTOの加盟国は166ヶ国を数え、さらに22ヶ国が加盟交渉中です。WTO加盟国により世界貿易の98%が行われているということですので、非加盟国はごくごく例外的な国になります。

この無条件の最恵国原則により、A国やB国の間の交渉の成果であるA国の低関税率を他の加盟国が特段の代償を払うことなく、俗な言い方をすればタダで享受できることとなります。これについて、それはタダ乗りで面白くないと感ずる向きもあるかもしれません。しかし、このような最恵国原則をすべての加盟国が受け入れることにより、各国の関税引き下げのメリットを無条件にすべての加盟国が享受することができ、これにより世界貿易が拡大しすべての国が利益をえることとなります。

- (2) このようにガット・WTOの最恵国待遇原則は、ガット加盟国の間の通商交渉で合意された低率で有利な関税率を無条件にすべての加盟国に適用するという原則でした。19世紀のイギリスを含むヨーロッパ諸国の自由貿易体制は、イギリスをはじめ各国の間に網の目のように張り巡らせられた二国間通商協定のネットワークが無条件の最恵国待遇を規定したため、このネットワークを通じてガット・WTOには及ばないまでもかなり自由な貿易体制を構築することができたとされています。

タテマエは分かるものの、ホンネとして、こういった総合的な大局的見地から行動することは簡単ではありませんでした。このため、最恵国原則を適用すると言いつつ、これに条件をつける、条件付最恵国原則が歴史的には適用されてきました。

3. 特異な米国の通商政策

- (1) 今日の相場観・認識で過去の歴史的推移を評価することは慎重にすべきことですが、今日のガット／WTOの最も重要な原則である最恵国待遇の無差別適用について、19世紀にあって少なくともイギリス、ヨーロッパ大陸諸国では概ね受け入れられていたのに対し、米国はこれを受け入れず、特異な通商政策を続けました。

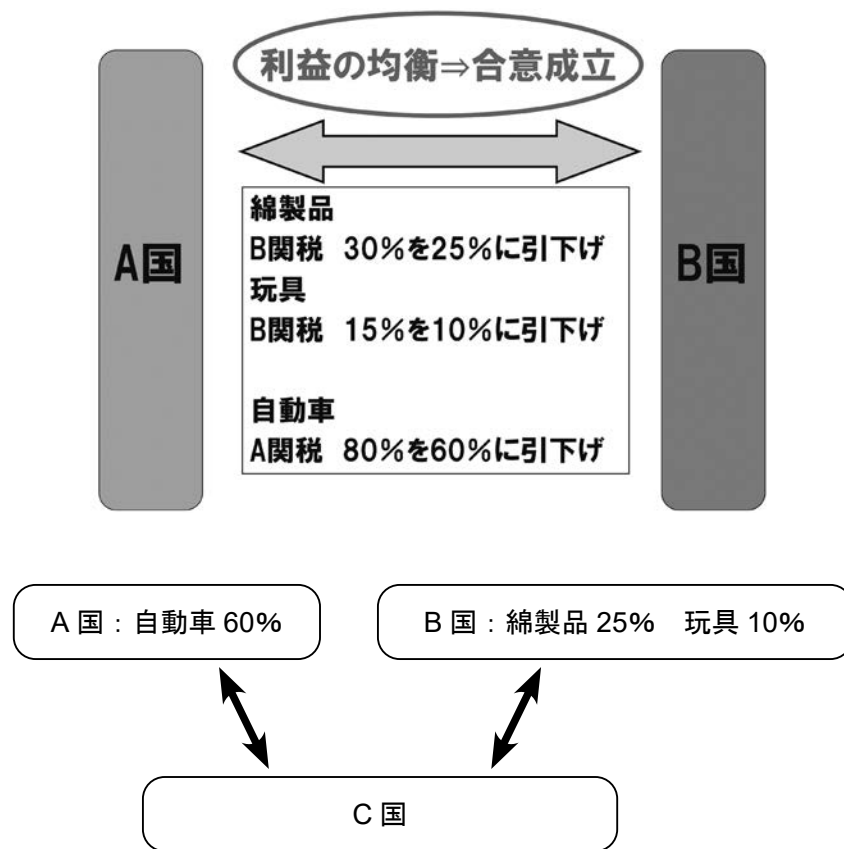
(2) 条件付最恵国原則

前号で使ったイメージ図を使って条件付最恵国原則の考え方をご説明します。

次の図は、WTOの加盟国間の多角的交渉、つまりWTOの全加盟国が参加する大きな全体交渉のなかでの2ヶ国間の個別的利害関心に基づいた交渉のイメージになります。

この二国間の個別交渉結果を加盟国である第三国（C国）に、無条件に認めるということ

がWTOの最恵国原則＝無条件の最恵国原則になります。



このA国、B国のそれぞれの譲許を無条件で、(タダで) 第三国Cに認めるのが無条件最恵国原則です。

これに対し、19世紀に適用された条件付き最恵国原則ではA国は、A国の自動車関税60%に引下げという譲許をC国に与えるためには、A国が自動車60%とした際に見返りとして得たB国の綿製品25%、玩具10%という利益に相当するような譲歩がC国からなされないときには、自動車関税60%をC国に適用しないとするものです。

このような条件付無差別原則は、この例でいえばA国とB国の間の二国間条約（19世紀当時には今日のWTOのような国際的な貿易機関はありませんので、個別の二国間条約のネットワークが前提です。）の結果としての関税引下げという貿易条件の改善を、第三国Cが享受するためには、A国が十分と認める譲歩をC国がする必要があることになります。つまり、最恵国原則とは名ばかりで実体のないものになり、むしろ無差別原則の正反対の差別主義的なものとなります。結局、国際的な関税引下げはお互いに納得するGive&Takeをした個別の二国間条約をクモの巣のように張り巡らすという、手間暇のかかるものになります。

(3) 米国の条件付最恵国原則の活用

このような条件付最恵国原則を縦横無尽に活用したのは米国でした。米国は、1778年に初めての通商条約をフランスと締結しました。そしてこの米仏通商条約に条件付最恵国原則を規定し、以後1922年通商法により1923年に撤廃するまでこの原則を基本的に維持してきました。この米仏通商条約が世界初の条件付最恵国原則の適用例ともいわれます。同時に、自国のことはさておいて米国は相手国には無条件の最恵国原則を適用するように主張しました。

この条件付最恵国原則は、1830年頃から中南米や一部ヨーロッパ諸国にも一時的に拡がりましたが、1860年にイギリスのコブデン、フランスのシュヴァリエが交渉し英仏通商条約が締結され、関税の大幅引き下げ、無条件最恵国原則の適用などが合意されました。この通商条約は、相互主義あるいは互恵主義（reciprocity）に基づくものとされ、これにより無条件最恵国原則が世界の主流となっていきました。

その結果、条件付最恵国原則を適用する米国は、世界でも例外的な特異な国として独自の自国のみは条件付最恵国原則という通商政策を展開しました。庶民感覚で、ひと言でいえば自己中心的な国、もっとも人間関係とは別の国益を背景とした国際関係のことですから、一概に善悪は問えないかもしれません。

4. 米国独自の条件付最恵国原則が適用された背景

(1) 米国は突出した貿易保護主義国

まず、「表1 関税率の国際比較」をご覧くださいと、1913年になってしましますが工業製品平均関税率がイギリス0%、ドイツ13%、フランス20%に対し米国44%、ロシア94%と米国、ロシアの高関税が特徴的です。この工業製品平均関税率は、貿易額を加味しない関税率の単純平均ですので、貿易額を考慮して貿易全体に関税がどの程度制限的か評価するため、課税品輸入額とこれに対する関税収入を比較した課税品平均関税率でみると、1913年には、イギリスは関税がないためデータがなく、ドイツ16.7%、フランス23.6%に対し米国40.1%、ロシア72.5%となります。イギリスを筆頭に先進的なヨーロッパ工業国の低関税率に対して自国工業を強く保護する後進的工業国の米国とロシアの高関税率

表1 関税率の国際比較 (%)

	工業製品平均関税率①		課税品平均関税率②		
	1875	1913	1913	1927	1931
ドイツ	4-6	13	16.7	20.4	40.7
フランス	12-15	20	23.6	23.0	38.0
イタリア	8-10	18	24.8	27.8	48.3
ベルギー	9-10	9	14.2	11.0	17.4
スイス	4-6	9	10.5	16.8	26.4
オーストリア	15-20	18	22.8	17.5	36.0
スウェーデン	3-5	20	27.6	20.0	26.8
スペイン	15-20	41	37.0	49.0	68.5
ロシア	15-20	84	72.5		
大陸ヨーロッパ	9-12	19			
イギリス	0	0			
アメリカ		44	40.1	38.8	53.2

注記：①大まかな数字である。

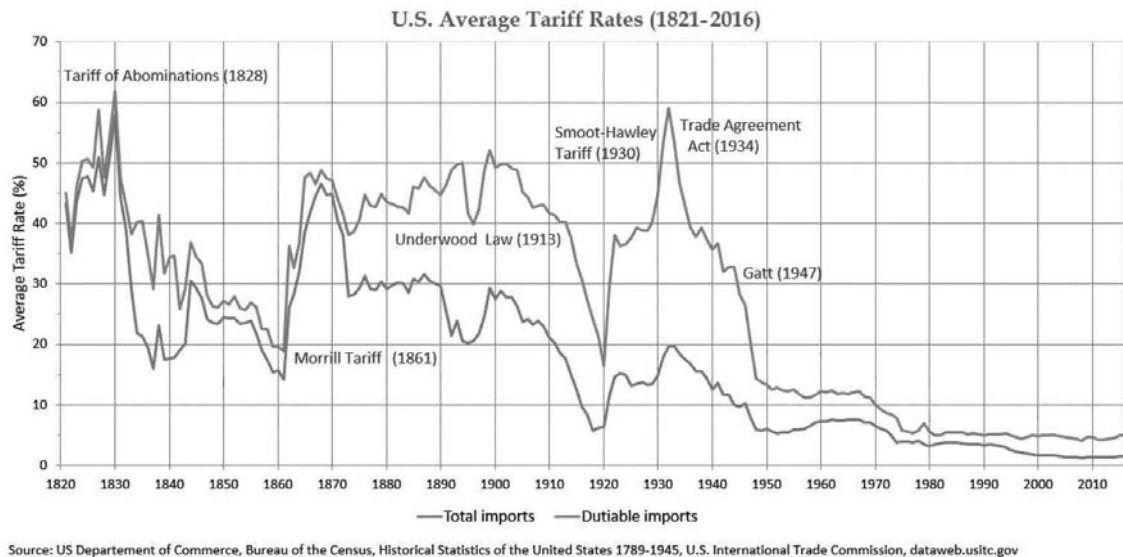
②課税品輸入額に対する関税収入の比率。

出所：Paul Bairoch, "European Trade Policy, 1815-1914", in Peter Mathias and Sidney Pollard eds., *The Cambridge Economic History of Europe*, vol. VIII, 1989; H. Liepman, *Tariff Levels and the Economic Unity of Europe*, Reprint, 1980, Porcupine Press; U. S. Department of Commerce, *Historical Statistics of the United States*, pt. 2, 1975.

出典：「アメリカの通商政策」

が対照的です。

また、図1は前号でもご紹介した1821年～2016年の米国の関税率の推移です。19世紀の米国が極めて保護主義的な関税政策をとってきたことが見て取れます。



(図 1) Average American tariff rates (1821–2016)

(全平均関税率 (下線)、課税品目平均関税率 (上線))

(2) 「公正貿易」への強いこだわり

米国は上記のような高関税の保護主義と差別主義的な条件付最恵国原則（同時に相手国には無条件最恵国原則を要求）に固執する一方で、「公正」な貿易について今日に至るまで続く強いこだわりを持ちます。二律背反的なこのような「公正」観は、しばしば貿易交渉を複雑なものにしてきました。

この公正貿易観に基づき、不公正貿易を是正するために今日のWTO等のアンチ・ダンピング制度、相殺関税制度に結実するアンチ・ダンピング法、相殺関税法等の公正貿易手段が19世紀末から徐々に整備され、活用されました。いずれの制度も貿易相手国・企業の不公正な行動により不当に安価な輸入品があった場合には、これを是正するために関税を上乗せするという制度です。

「不公正」を強く憎む政治文化には、様々な背景があると思いますが、一つには植民地時代にイギリス本国により、植民地側の受け止めとして非合理的な重税を課されたことに対する反発があります。特に、1756年から1763年にわたった7年戦争は、プロイセンとオーストリアの間のシュレジエン地方を巡る領土紛争が直接のきっかけでしたが、英仏間の植民地戦争が連動して世界的な大戦争となりました。

この7年戦争の構図は、大括りすればイギリスとプロイセン、ポルトガル、ハノーバー侯など同盟諸侯に対するフランス、オーストリア、スペイン、ロシア、スウェーデンとバイエ

ルン侯、ザクセン侯など同盟諸侯ということになります。戦場は、ヨーロッパ大陸に加え北米、インド、南米、アフリカと5大陸に及ぶ世界大戦でした。イギリスとフランスに関していえば、フレンチ・インディアン戦争とよばれる北米大陸の戦争、ベンガル地方や南インドなどインド各地での戦争の結果、イギリスが勝利をおさめ世界の覇権国家としての地位を確立するに至りました。

他方、その膨大な戦費を賄うためにイギリス本国は税収の増大を図る必要が生じ、北米植民地への課税が大幅に強化されました。1763年以降、北米の砂糖輸入への関税賦課、印紙税法、北米防衛のためのイギリス軍の費用負担に関する法律、関税徴収体制の強化など、次々と課税強化がなされました。印紙税を例にとると、不動産売買、金銭貸借に留まらず、新聞、トランプ、大学卒業証書、営業許可証など広範に課税され植民地の不満が高まりました。これが「代表なくして課税なし」という有名なスローガンに繋がっていくのですが、本国政府の合法的な課税措置に対して「不公正」という反発が生じ「公正」であることに対する強いこだわりが育まれたという気がします。米国の司法制度の大きな特色である違憲立法審査権もその延長線上にあるかもしれません。筆者の珍説ですが、議会の立法権限をも、時には制約する上位の憲法判断をする権限、違憲立法審査権を最高裁判所に与えたのも立法に対するある種の不信感が背景ではないでしょうか。

もっとも、イギリス本国からすれば、フランスとの世界的な大戦争で勝利し、北米植民地の安全を確保したのでその経費負担をするのは当然という考えだったと思われます。それぞれ言い分はあるのですが、米国サイドではこのような「公正」観が強く貿易政策にも反映されていたのかもしれません。

(3) 権力分立のアメリカの統治構造

北米植民地諸州が独立戦争を経て、連邦政府を組織する経緯に触れる余裕はありませんが、連邦政府の設立は、複雑な利害調整を伴う大きな政治的妥協の産物でした。その取引の結果として、連邦政府と州政府の権力分立、連邦政府内での行政、立法、司法部門の権力分立が図られました。しかも各部門の権限についても細かく規定され、関税政策については大統領の指揮する行政府ではなく、議会上院の権限とされました。議会は、当然各議員の地元の事情を受けて、保護主義的になります。このため通商交渉は行政部門が行うにもかかわらず、例えば交渉の重要な要素である関税引き下げは議会が認めないということが生じて、米国の関税政策は保護主義的にならざるを得ない面がありました。

(4) 米国の通商政策がなぜ国際的に受け入れられのか

以上のような、対外的には公正貿易を強く主張、アンチ・ダンピング関税、補助金関税を多用しつつ、条件付最恵国原則や高率の保護関税で自国産業を保護するという通商政策がなぜ許されたのでしょうか。

まず、米国と英国やヨーロッパ諸国との貿易構造が挙げられています。19世紀の米国は、

現代でいえば開発途上国、工業など製造業が発展途上で主要産業は農業でした。しかも、ヨーロッパとは地理的に隔てられ、先進国であるヨーロッパ諸国との貿易もそれほど多くはなく、貿易依存度という面で低レベルでした。このため、米国では、貿易相手国の関心事項に配慮しなければならないという必要性は強くなく、自国優先の貿易政策をとることが容易でした。

また、米国はヨーロッパ諸国から工業製品を輸入し、綿花や穀物、後には食肉など、工業原材料や食料をヨーロッパに輸出していました。このためヨーロッパ諸国としては、米国の工業製品の関税引下げを引き出すために、自国の原材料や食料の関税を引き上げるという交渉をすることは、自らの利益にならずできませんでした。このため米国の高関税が、許容されてきました。

さらに、米国が広大な国土と資源に恵まれ、しかも西部開拓の進展に伴い国内市場が継続的に拡大していったことがあげられます。国内市場の拡大に対応し、米国の製造業などが急成長していきましたが、そのかなりの部分はヨーロッパ諸国からの直接・間接の資本投資に支えられました。これはイギリスやオランダなどヨーロッパ諸国に大きな利益をもたらしました。米国の製造業は、このような国内需要の拡大、海外からの資本投資と手厚い関税による保護主義により成長をすることができ、海外市場を得るために諸外国と通商交渉をする必要に迫られませんでした。

以上のように、北米地域で輸出余力のある豊富な食料生産力、広大な森林資源、石炭・石油などエネルギー資源を自給し、継続的に拡大する国内需要の下で海外市場をそれ程必要としないという、自律的・自給的な広域経済圏として極めて例外的な恵まれた条件の下でこのような特異な通商政策が展開されたといえるようです。

特異な国 アメリカ

- 米国はロシアと並び、当時の二大高関税保護主義大国
 - 建国当初から無条件最恵国原則ではなく条件付最恵国原則を適用
 - 「公正」を伝統的に重視し、自国が外国から差別されることに強く反発
-
- 自国は、一方的な高関税の保護主義をとり、差別的な最恵国原則（＝条件付最恵国原則）に固執しながら、ヨーロッパ諸国の協定関税の無差別適用（＝無条件最恵国原則）を求める。また、アンチ・ダンピング法、相殺関税法等の公正貿易手段を積極的に活用。

むすび

以上、19世紀の国際貿易と関税について、イギリスと米国を中心にご紹介しました。第2次世界大戦後、ガット／WTOによる開放的な自由貿易体制を構築した米国とは正反対の米国が19世紀の米国でした。非常に長い目で見れば、今日の米国の通商政策も例外的ではないともいえるでしょう。もちろん、当時と国際貿易の状況は大きく異なります。19世紀のイギリスやヨーロッパ諸国に対する米国の位置づけと今日の米国に対する中国の位置づけを短絡的に比

較することはできませんが、一つのヒントになるかとも思います。

最後に、「21世紀をいかに生き抜くか」（岡崎久彦著）より、米国に関する一節をご紹介します。今回は筆をおきたいと思います。

「覇権国というものは、覇権が脅かされると情け容赦ない、ということである。米国の場合は、西半球での覇権は絶対に守るが、他の大陸に覇権国が生まれることを許すこともまた、米国の安全保障上の危険である。ドイツがヨーロッパで覇権をとろうとし、日本が東アジアで覇権国となろうとし、またソ連がユーラシア大陸で覇権を握ろうとしたとき、いずれの場合も米国は反応した。」

（以上）

近代食品流通史からみる卸売市場流通の貢献と今後

～ “日本型チェーンストア経営” による食品流通業の発展～

株式会社ジャスタコンサルティング

代表取締役 石田 健太

1. 序論

日本の食品流通は世界的にみても独自の流通構造のもとで発展してきた歴史を持っています。その独自性の象徴が卸売市場流通であり、全国各地に開設された大小様々な生鮮食品流通拠点を核とした流通構造によって食生活は支えられています。一方で、卸売市場の役割は十分に理解されないこともあり、卸売市場経由率といった指標に代表されるように従来の流通構造に捉われない流通も増えてきています。卸売市場関係者の中には道の駅に代表される市場外流通を脅威と感じる方も居られ、より選ばれる卸売市場施設の整備に伴う流通機能の強化を目指されているように感じます。

本稿に併せて是非ご一読頂きたい書籍があります。2020年に発刊された市場流通ビジョンを考える会幹事会による「『適者生存』戦略をどう実行するか：卸売市場の『これから』を考える」（筑波書房）です。本書の第一章「日本の卸売市場の社会的機能・役割」は藤島廣二東京聖栄大学・常勤客員教授（執筆時）により執筆された章（以下、「藤島2020」と表記）ですが、中央卸売市場法成立までの社会背景や目的に加え、2018年卸売市場法改正に係る経緯など、主に制度面から卸売市場の機能・役割について非常に明確に、分かり易く解説されています。卸売市場の今昔を理解するうえで本章を超える文章は目にしたことがありません。

本稿では、そうした卸売市場制度のもとで日本の食品小売業がどう発展してきたか、卸売市場が果たした貢献とは何か、これからの食品流通に何が求められるか、といった点を小売・流通領域で10年以上のコンサルティングを行ってきた視点から論考していきたいと思います。

2. ごあいさつ

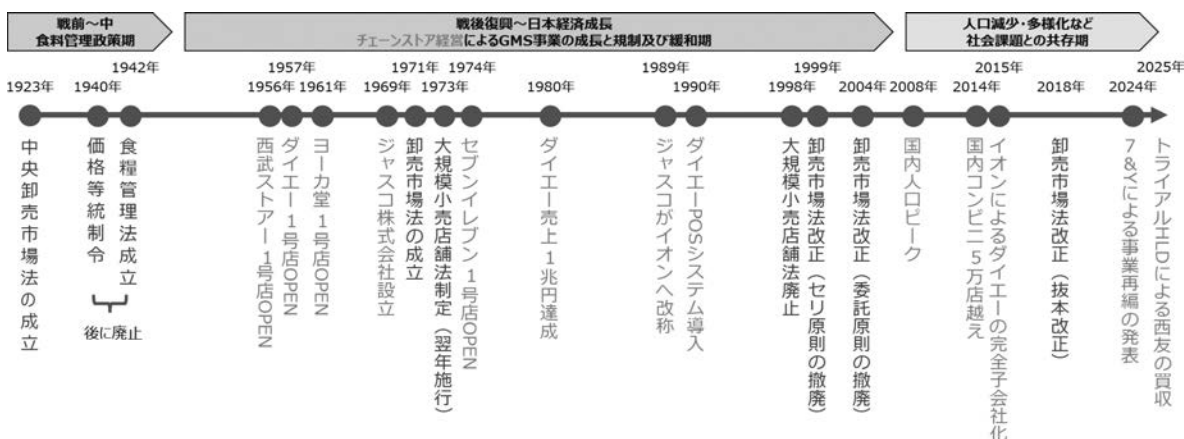
順番が前後いたしました但し簡単にご自己紹介をさせて頂きたく存じます。直前に触れた通り、経営コンサルタント・シンクタンク企業で小売・流通領域を中心に活動してきましたが、食品卸流通・卸売市場に特化したコンサルティング会社を設立いたしました。ただ、それ以前に生後間もない頃の実家は東京都板橋区で青果店を営んでおり、青果店廃業後に父は埼玉県春日部市にある青果市場の仲卸として勤務していたこともあり、幼いころから卸売市場は身近な存在であったと感じています。父の仕事に憧れを持ったことは正直な話殆ど無いのですが、気が付けば、立場は違うものの同じ世界で仕事をしていることを不思議に感じています。本稿は前述

した通り、「藤島2020」に小売・流通領域のコンサルとしての視点から肉付けしていくものですが、アカデミックな立場では無いので、細部を突き詰めたわけではありません。その代わりに流通・小売領域での声や考え方は現場のあるものをお伝えできればと考えています。

3. 近代食品小売業の歴史

さて、今日の食品小売業がどのように発展してきたかを太平洋戦争前後の近代史と共に見ていきましょう。図1の食品小売業を取り巻く大まかな年表をご覧ください。

図1 近代食品小売業の年表



(出所：各社HP沿革等により株式会社ジャスタコンサルティング作成)

太平洋戦争開戦前の1923年に卸売市場法の前身である中央卸売市場法が成立されています(繰り返しになりますが、この辺りの経緯は「藤島2020」に詳しく解説されています)。その後、開戦に伴い食料供給が国の管轄内にあったことで食品流通自体が一度リセットされ、戦後復興と共に様々な食料増産計画やインフラ整備等に伴い食品小売業は成長・発展してきました。1950年代後半に入ると後に広域流通チェーンとなるプレイヤーが誕生し始め、それに伴い社会環境や競争環境も変化してきました。卸売市場法の改正(1999年：セリ原則の撤廃、2004年：委託原則の撤廃)等も広域流通チェーンとの取引実態に合わせて行われてきたように、小売業の動向は、その上位レイヤーに対する環境変化に大きな影響を与えています。また、2008年に国内人口がピークとなり人口減少の時代となった今日は、かつての広域流通チェーンにおいても再編の動きが活発になっていることはご承知の通りかと存じます。

近代の食品小売業史は概ね3つのフェーズに切り分けられるのではないかと考えています。「戦前～戦中における食料管理政策期」、「戦後復興～日本経済成長におけるチェーンストア経営によるGMS事業の成長と規制及び緩和期」、「国内人口ピーク期を過ぎた頃からの社会課題との共存期」の3つです。本編では特に戦後復興～日本経済成長において、とりわけチェーンストア理論による食品小売業の発展について取り上げてみたい。

4. チェーンストア理論とその影響

戦後日本の小売業の発展において多大な影響を与えたのは、米国発祥の経営手法であるチェーンストア理論であると言えます。飲食料品小売業だけでなく外食、アパレル、家具、雑貨などの多店舗展開する多くの企業がこの理論に基づく経営・店舗運営を実践しています。本稿の読者は中間流通に従事される方が多いと想定されますので、チェーンストア理論について概要を簡単に紹介したいと思います。

チェーンストア理論は、単一資本の企業が複数店舗の運営を行う際にあらゆるビジネスフローを合理化・効率化することを目的とした業務統一・標準化を行う手法です。ビジネスフローは商品の販売方法や店舗でのオペレーションといったフロントサイドだけでなく、商品や資材等の調達や物流、システム等のバックオフィスに関する点まで文字通り全体において徹底的な合理化を追求するものです。そうした合理的な経営により安く、安定的なサービスを提供することで店舗数を拡大し、スケールメリットを増幅することによって巨大資本へと成長することを目的としています。

一例として、チェーンストア理論における店舗要件について挙げてみると、「同一商品・同一サービス」、「標準オペレーション」による多店舗展開となります。新規店舗を出店する際には、出店地域の消費者属性や特性をマーケティングし、ニーズに沿った商品やサービス展開を具備していくと考えられるかもしれません。それ自体は決して間違いではないのですが、ことチェーンストア理論においてそれらは重要視されません。むしろ「余計なこと」ですらあります。店舗ごとに商品やサービスを地域の要望に合わせたものにすれば、取扱アイテム数は膨大となり一商品あたりの調達量は単一資本であっても大して増えず、スケールメリットの利を活かせません。一方で、取扱商品を統一することで取扱アイテム数は限定され、その分の調達量が増えることで単位当たり調達コストを安くすることが出来ます。また、そうした方式をとることで出店時のマーケティングに係る時間を圧縮でき、より早期な多店舗展開（＝スケールの増大）が可能となります。「標準オペレーション」についても同様です。それは単に店舗業務を標準にすることで余計な業務を行わないといった意味合いもありますが、店舗運営の際の人材獲得・早期の業務習熟を容易にするといった意味合いも含まれます。多店舗展開をスムーズに行う上ではパートの主婦さんや学生さんを「レジ打ちのプロ」や「品出しのプロ」にしなければいけない為、だれが、いつまでに、なにをすべきかを統一する必要があるのです。

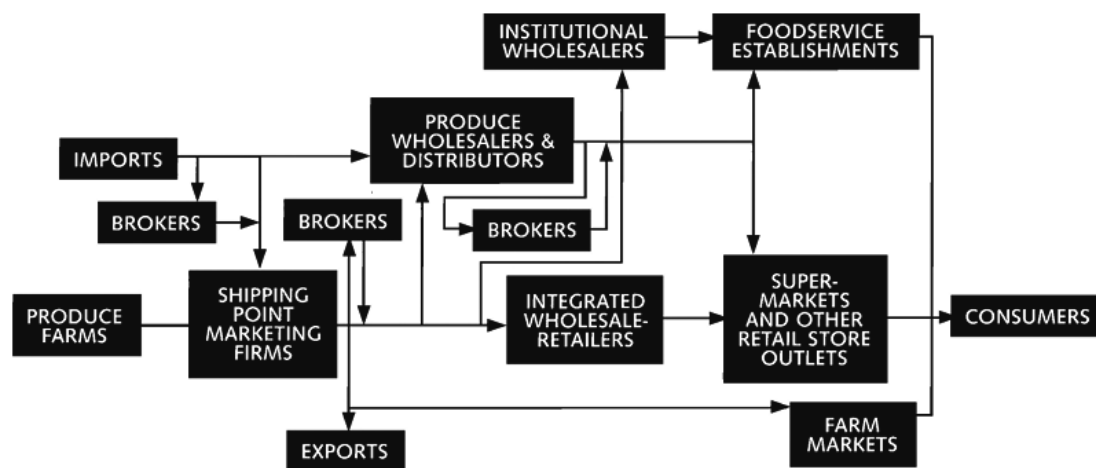
こうしたチェーンストア理論は米国では1880年代頃に徐々に取られ始められたといわれています。日本においては1950～60年代頃に広がりを見せてきたといわれています。先の図1ではちょうど後に広域流通チェーンとなる各社が出てき始めたあたりになります。1960年以降は流通コンサルタントであった渥美俊一氏がチェーンストア理論の展開に大きな貢献をなされたことで、チェーンストア化の流れは確たるものとなりました。渥美氏が主宰したペガサスクラブの会員企業数は1969年に1,000社を超え、名だたる経営者が渥美氏から大きな影響を受けたといわれています。1970～80年代にはチェーンストア全盛を迎え、その時期においてはチェーンストア理論を駆使したダイエー、イトーヨーカ堂、ジャスコ、西友等が日本の飲食料

品流通のチャンピオンとして君臨しておりました。

5. 日米の飲食料品流通構造の違い

戦後日本の飲食料品小売業はチェーンストア理論により発展した経緯を紹介しましたが、日本とチェーンストア理論の元祖である米国には食品流通における構造に大きな違いがあることは流通に関わる方々であればご存じなのではないでしょうか。最大の違いは「卸流通」の重要性となります。米国の生鮮流通においては佐藤（2013）¹に詳しい記載がありますのでご紹介します。米国生鮮流通には「シッパー（Shipper）」と呼ばれる生産者から農産物を集荷し、選別・調製した上で卸売業者や小売業者に出荷販売する出荷業者が存在します。日本におけるJAや集出荷組合のような存在と考えるとイメージしやすいでしょう。ただ、米国のシッパーは生産者（グロワー：Grower）を統合した形態も多く存在しています。日本であればJAや集出荷組合は多くを各地域の卸売市場へ出荷しますが、米国の場合「（スーパーマーケットの調達チャネルは）1994年には既にシッパーからの直接調達が36.1%で最も多かったが、その後シッパーからの直接調達はさらに増加し、2001年には52%と過半数を占め最有力の調達先になった」とあるように調達の集中化・大ロット化が進められています。その後も米国スーパーマーケットのシッパー／グロワーからの調達割合は増え、2015年には全体で65%、大規模スーパーチェーンに限れば71%がシッパー／グロワーからの調達とされています（図3参照）²。

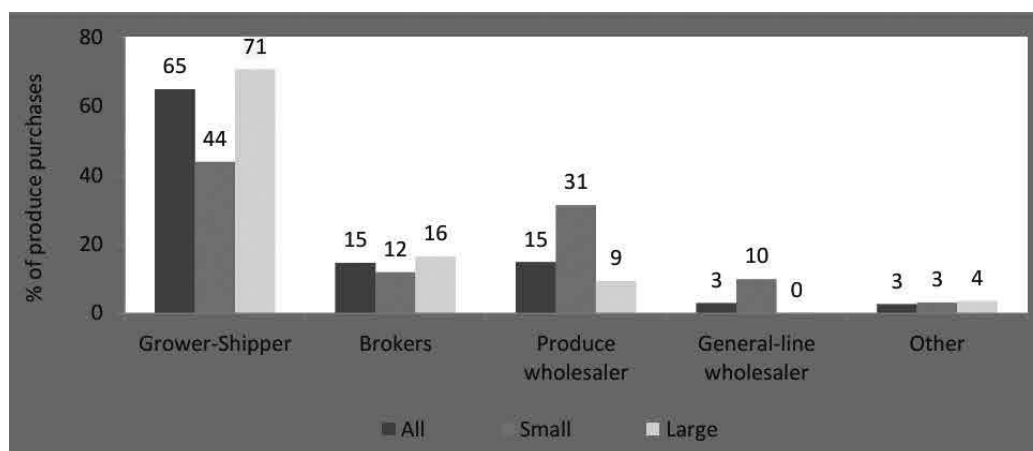
図2 米国における生鮮流通の概略図（1990年代のもの）



（出所：E. McLaughlin, Kristen S. Park, D. Perosio 「Fresh Track 1997: Marketing and Performance Benchmarks for the Fresh Produce Industry」）

- 1 佐藤和憲「アメリカにおける食品小売業の変化と青果産業―産業動向と研究展開―」農業経済研究 第85巻, 第2号, 2013
- 2 Edward W. McLaughlin, Kristen S. Park, and Gerard F. Hawkes 「PRODUCE INDUSTRY PROCUREMENT: Changing Preferences and Practices」

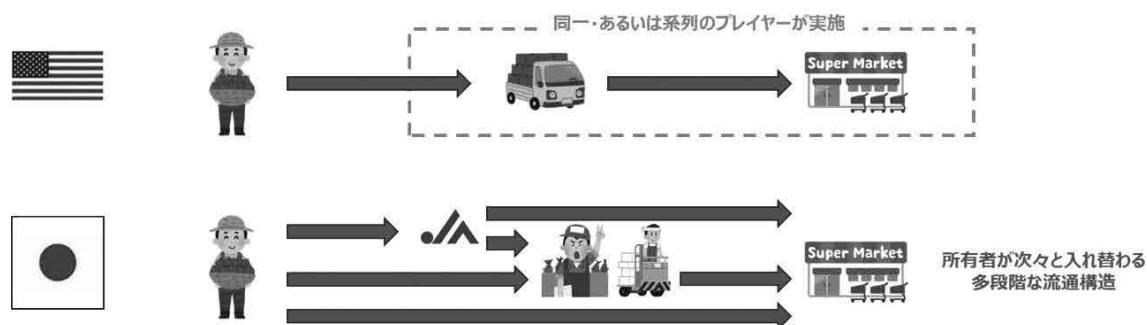
図3 米国の小売業者・小売向け卸売業者の青果物の仕入れ先割合（2015）



（出所：Edward W. McLaughlin, Kristen S. Park, and Gerard F. Hawkes「PRODUCE INDUSTRY PROCUREMENT：Changing Preferences and Practices」）

対して、日本では図1でもある通り戦前の1923年に中央卸売市場法の制定が行われ、戦後は卸売市場流通を骨格とした流通が整備されてきました。その背景は（藤島2020）にも書かれている通り日本の歴史背景が関係しているのですが、国土面積特に農地面積規模等において小規模農家を中心であった日本の食品生産事情等を鑑みた際に非常に相性が良かったものとも考えることができます。米国の場合は農業においてもメジャー企業が存在しており、多産地から集品する機能自体がそこまで重要でなかったこともあるかもしれません。

図4 食品流通における日米の構造の違い



そうした中で既報の通り、戦後日本の飲食料品小売業は米国発祥のチェーンストア理論を基に発展してきたものでありますが、構造としては「卸流通という土台の上にチェーンストア理論を載せた」ものとして、更に独自の発展を見せることとなりました。同じチェーンストア理論の実践であっても実態は異なるというものです。私はこの違いを以て日本の飲食料品小売業が行ってきたチェーンストア理論の実践を「日本型チェーンストア経営」と呼んでいます。そして、この「日本型チェーンストア経営」は日本のチェーンにとって2つの誤算を生むこととなりました。

6. 日本型チェーンストア経営による2つの誤算

2つの誤算としましたが、うちひとつは日本のチェーンにとって嬉しい誤算であった様に感じています。

海外小売流通チェーンにとって参入障壁

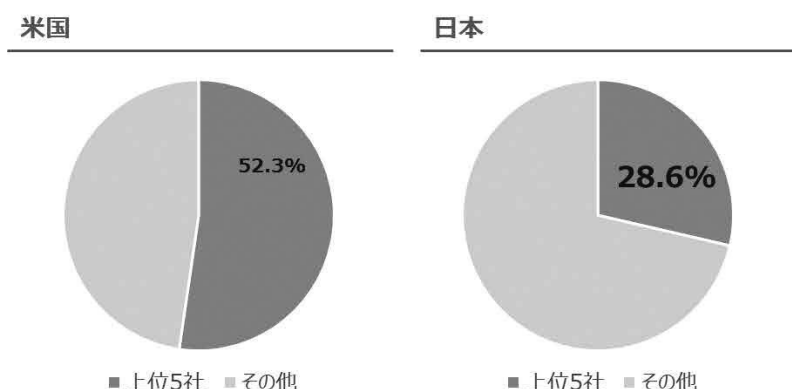
図1近代食品小売業の年表には載せませんでしたが2000年前後になると多くの海外飲食品小売チェーンによる日本市場の参入が始まりました。2000年にはフランス流通大手のカルフル（Carrefour S.A.）、2002年にはウォルマート（Walmart Inc.）による西友との資本業務提携（2008年に完全子会社化）、2003年にイギリスの流通大手テスコ（Tesco plc）等が相次いで参入してきました。そうしたプレイヤーが日本に参入してきた背景として、「日本ではチェーンストア理論を駆使したプレイヤーが市場シェアを増やしている。だとすれば、チェーンストア理論を洗練している我々も日本のシェアを奪えるに違いない。」といった思惑があったのではないかと考えられます。しかし既にご存じの通り、それら海外チェーンの大半は参入からわずかの期間に日本市場から撤退しています。カルフルは2005年、テスコは2011年、ウォルマートについてもつい先日トライアルホールディングスによる買収が決定し日本の市場を去ることとなりました。何故、海外流通大手チェーンは日本で成功できなかったのか様々な考察がなされてきましたが、私はそうしたプレイヤーが駆使していたチェーンストア理論が日本の食品流通構造で機能しなかったからと見ています。「4. チェーンストア理論とその影響」でも紹介した通り、「本場の」チェーンストア理論においてはスケールメリットの利を活かすために、調達量を増やすことで単位当たりの調達コストを安くすることを目的のひとつとしています。しかし日本の流通構造においては、その機能と役割はひとつ上流の卸流通が担っているため、決定的な調達コストの削減に繋がらなかったこと。又は、卸流通を経由しない流通形態を目指そうとしても、米国のシッパー／グロワーにあたる日本のプレイヤーの取扱規模が小さいことから「本場の」チェーンストア理論の実践が困難であると判断したとも考えられます。2025年現在において、日本のマーケットでポジションを確立したと言える海外飲食品小売業のプレイヤーはコストコ（Costco Wholesale Corporation）くらいではないでしょうか。コストコはチェーンストアでなく、ホールセールクラブチェーンのプレイヤーであることを考えると、日本のマーケットにおいて「本場の」チェーンストア理論の実践を目指したことが海外小売流通チェーンの成功に繋がらなかったとの説が信憑性を増すのではないのでしょうか。日本の卸流通制度は図らずも海外プレイヤーによる国内マーケットの破壊（ディスラプター）に対する防壁となっていたと考えています。

広がらないシェア

そんな嬉しい誤算はあったものの、誤算はもうひとつありました。チェーンストア理論の目的はスケールメリットである以上、シェアの拡大が非常に重要となります。しかし、こと日本において飲食料品小売業のシェアはそれほど高まっていません。図5は日米の飲食料品小売上

位5位のシェア比較となります。米国は上位5社で半分以上のシェアを有していますが、日本においては3割に満たない程度に留まっています（図5）。

図5 日米食品小売上位5社のシェア比較（2023年）
日米食品小売上位5社のシェア比較（2023年）



（出所：米国はWalmart (Grocery)³、Kroger (Non Perishable, Fresh)⁴、Costco Wholesale (Food and Sundries, Fresh Food)⁵、Target (Food & Beverage)⁶、Walgreens Boots Alliance (US Retail)⁷における各売上高をU.S. Census Bureau「Estimates of Monthly Retail and Food Services Sales by Kind of Business: 2023」より、「Food and beverage stores」⁸で除算したもの、日本はダイヤモンドチェーンストア「食品小売45兆円市場、寡占化&シェア率ランキング ドラッグ急拡大！」（2023/04/28）より株式会社ジャスタコンサルティング作成）

こちらにおいても卸流通段階において大量集荷・出荷が行われている日本の食品流通構造がシェアの拡大を妨げているように感じます。もっとも日本の場合には、都心部を中心として公共交通インフラの充実が際立っていることもあり、生活動線がほぼ固定されていることから最寄りの小売店舗が日常の来店動機になりやすい等、要因は様々あるとは思いますが、シェアの分散に卸売流通制度が関与していることもまた事実でしょう。

日本型チェーンストア経営による2点の誤算を紹介いたしました。日本の流通小売チェーンは本場のチェーンストア経営を志向してきた経緯がありますので、私はコンサルタントとして度々欧米流通チェーンの最新事例や流通での取組みの調査を依頼される機会があります。但し、流通構造の基盤が大きく異なることからそうした海外事例が国内でも転用されるケースは非常に稀であった、若しくは欧米に倣ってチャレンジは行ったものの、大きな効果は得られなかったように感じます。恐らく、読者の皆様も漠然と日本と海外の流通構造は異なる点はイメージ

3 https://stock.walmart.com/sec-filings/all-sec-filings/content/0000104169-23-000020/wmt-20230131.htm#ic0762e37664541589e0e296d7f31d4ab_16

4 https://s202.q4cdn.com/463742399/files/doc_financials/2023/ar/annual-report-to-security-holders.pdf

5 https://s201.q4cdn.com/287523651/files/doc_financials/2023/ar/cost-annual-report-final-pdf-from-dfin.pdf

6 <https://corporate.target.com/investors/annual/2023-annual-report/10-k-report/10-k-cover>

7 <https://investor.walgreensbootsalliance.com/static-files/43e9965c-4947-4673-aa3f-201a78a3d202>

8 <https://www.census.gov/retail/sales.html>

されていたように感じますが、卸売流通制度により独特の進化・発展を遂げてきた日本の飲食料
品流通について整理をしてまいりました。

7. 人口減少時代の食品流通の在り方

ここまで挙げてきたように、日本の飲食品小売業はチェーンストア理論に大きな影響を受け
ながら、日本独自の卸流通制度構造のもと「日本型チェーンストア経営」を発展させてきました。
いくつかの誤算により諸外国の様な圧倒的なシェアの獲得には至らず、地域チェーンやパパマ
マストアなども健在している状況が続いています。しかし、それは圧倒的に効率化された流通
構造ではないかもしれませんが、食の多様性という観点において諸外国を圧倒するマーケット
を構築することが出来ました。日常の食生活において選択肢の多様化や珍品との思わぬ出会い
等、幅広い食文化の形成が下支えされてきたものであると感じております。

一方で、大手チェーンにおいて卸流通の内製・統合等による「本場の」チェーンストア理論
構築が今後在り得るかどうか、という点は流通関係者であれば非常に気になるのではないで
しょうか。私は過去に某大手チェーンから同様の問い合わせを受けたこともあり、検討したこ
ともあります。そのうえでの結論は「可能性はゼロでは無いものの、その投資規模・投資対効
果から判断すれば、そうした経営判断に踏み切ることは限りなく難しい。」となります。主た
る理由としては2点あります。

第一に、多くの飲食料品小売チェーンでは部門別採算性を採用しています。食品スーパーに
おいて現在最も成長が見込める部門は惣菜部門であり、投資の優先順位はおのずとそちらが最
優先となります。プロセスセンターを立ち上げる、新たな製法・製造機械導入等、消費者を引
き付ける商品開発や効率化に投資を充当したいと考えるチェーンがまず多いのです。この点が
まず、小売流通チェーンが既存の卸売市場流通を離れた生鮮流通基盤の抜本的な見直しに至ら
ない点であると考えます。

それでも、生鮮領域で差別化をしたいと考えるチェーンも当然存在するわけですから、卸流
通の内製化は可能性としては存在します。そうしたときに十分な投資対効果が存在するか、が
問題となります。昨今の中央卸売市場を中心とする再整備費用は数百億円単位がかかっていま
す。それだけ大規模な投資を自前で行うコストに対して、小売側が得られる金銭的なメリット
と言えば、数%の手数料にすぎないのです。取扱商品の量や品質が劇的に変わるわけではあり
ませんから売上面における効果もほぼ無いように感じます。まあその辺りはやり方にもよるのか
もしれませんが、私は流通のコンサルタントとしてその選択をポジティブに勧めることは非常
に厳しいように感じています。

では、人口減少時代の食品流通、とりわけ飲食料品小売と卸流通はどうあるべきか、という
点ですが、より相互に上手く付き合っていく必要があるように感じます。上手く付き合うとは
決して「使い倒す」というような意味合いではなく、それぞれの立場や状況を相互に理解し、
最終的な消費者に対して提供したい価値を共通理解として共有することで、必要な業務と必要
でない業務の棚卸や必要な業務をサポートし強化するための相互による機能強化が必要である

と感じています。流通の合理化や機能強化が強く求められている昨今ですが、流通の品質とは詰まるところ「ユーザーの流通要件に如何に合わせるか」となります。ユーザーとは川下の流通チェーンだけでなく、最終消費者も含まれます。最終消費者が求める価値を流通間で確認し、業務の取捨選択や強化ポイントを特定することが何よりも必要なのです。

第2章では私の父が青果仲卸を務めていた点に触れました。仕事の話はめったにしない父でしたが、不規則な集荷によって大量の荷余りが発生したときに全て引き受け、捌いていたというエピソードは酒に酔った時の定番話としていました。私自身は幼少時から聞き飽きた話ではありませんが、そうした話からも卸売という立場が単純なものの仲介ではなく、そこには「持ちつ持たれつ」といった共存関係によって成り立っていたと感じています。

デジタル活用や本会報の趣旨である生鮮EDI等は効率化という観点で語られることが多いですが、こうしたアナログならではの良い側面を絶やしてしまうことは非常にもったいないばかりか、人口減少時代においてより共存の価値が求められる時代に逆行してしまうようにも感じています。あくまで人間よりもうまくやれる・ミスなくできる部分はデジタルに代替し、人が介入することで価値を生む業務はデジタルによってより強化していくという必要があるように感じます。

8. おわりに

初回は近代食品小売業の歴史を通じて卸流通制度がチェーンストア理論により発展してきた小売チェーンにどのような役割や影響を与えてきたかを検討してみました。日本の流通チェーンはチェーンストア理論を志向し、欧米型の効率的な流通構築を目指してきたものの、卸流通という基盤のもとで独自の発展を遂げてきました。その流通は圧倒的に効率的な流通ではないかもしれませんが、多様で豊かな食文化の形成に非常に大きな影響を与え、今や世界に通じる日本の強みとなっています。今後はそれらの価値を共存関係の構築によって深化・発展させることが求められるのではないかと感じています。続く連載においては、そのような環境下に置いたデジタル化・EDI化に求められる点や業態間の関係構築に向けた事例などを紹介したいと思います。

寝ながら学ぶEDI

こんにちは。事務局の田中でございます。今回もまたざっくばらんな内容となりますので、どうかお気軽に読み飛ばしてください。

さて、昨年末にiPhone16 Proを購入しました。私のスマホデビューは12年前のiPhone 5S。その後Androidを使っていたため、5年ぶりのiPhone復帰です。久々に使ってみて、スクリーンの解像度やカメラ性能の進化には目を見張るものがあります。バッテリーの持続時間も申し分ありません。しかし、改めて感心したのは、やはりUI（ユーザーインターフェース）の素晴らしさ。すべての操作が直感的で、タップ、スワイプ、ピンチのいずれかで事足りてしまいます。

Face ID（生体認証）も想像以上に便利で、読み取り精度が高く、マスクをしていても認識してくれます。音声入力もすでに実用レベル。人前でやるのは少々ためらわれますが、これを使わない手はありません。

加えて、アクセシビリティのメニューも豊富です。アクセシビリティとは、誰もが情報端末やサービスを円滑に利用できるようにするための機能のこと。例えばテキストの音声読み上げや、視線だけでデバイスを操作する「視線トラッキング」などがあります。私の場合、iPhoneの背面を2回タップするとSiri（バーチャルアシスタント）が起動するように設定しています。明日の天気や帰りの電車時刻を知りたい時に、すぐにSiriに聞けるのは本当に便利です。

また、最新のiOSにはApple Intelligenceという新たなAI機能が追加されました。早速、会議の議事録作成にこの機能を使ってみたところ、やり方はとても簡単。ボイスメモで録音するだけで文字起こしができ、それをApple Intelligenceが要約してくれます。さすがにそのまま議事録に使えるレベルではありませんが、議事録作成の負担はだいぶ軽減されました。

さらに、今年（2025年）の6月から、マイナンバーカードの機能をiPhoneに搭載できるようになりました（Androidはすでに電子証明書を搭載できます）。これにより、マイナンバーカードの読み取りやパスワード入力が必要になり、Face IDだけでマイナポータルにログインできます。つまり、iPhoneさえあれば、近所のコンビニで住民票の写しや印鑑登録証明書を簡単に取得できるようになったということです。政府は、使い勝手が悪いとされていたマイナンバーカードのUIを見直し、利用率の向上を図ったわけです。

現在、マイナンバーカードは健康保険証（マイナ保険証）や運転免許証（マイナ免許証）としても使えますが、iPhoneのマイナ保険証は9月にも準備の整った医療機関で使えるようになるそうです。一方、マイナ免許証については、マイナンバーカードとiPhoneに搭載されたアプリの仕様が異なるため、当面利用できないようです。しかし、政府の方針としてマイナ免許証の搭載についても早期実現を目指しているそうなので、ゆくゆくは病院に通うのも、車を運転するのも、iPhoneさえ持っていればよくなるかもしれません。

ところで、今どきスマホをコミュニケーションツールとしてだけに使っている人は少ないのではないのでしょうか。皆さんもQRコード決済や交通系ICカード、銀行、地図、時刻表、ゲームなど、様々なアプリをインストールしていることと思います。私はここ数年、銀行のATMに並んだこともなければ、買い物で現金で支払うことも極端に減りました。これもスマホがあればこそ。いまでは道に迷うことも少なくなり、「どこへ行ってもスマホがあれば何とかなる」便利な世の中になったものです。さらにスマホとマイナンバーカードとの連携が広がれば、今後、身分証明が必要なときにはスマホが必携になるかもしれません。

このように重要なツールとなったスマホを失くしたらどうなるか。iPhoneに機種変更する少し前、私はスマホを一時紛失したことがあります。ある日、車で買い物から帰宅すると、スマホを入れていたカバンが見当たりません。カバンにはスマホの他に、財布や運転免許証も入っていました。他の電話からスマホにかけてもつながらず、買い物店に引き返してみても手掛かりなし。しばらく探しあぐねて、いよいよクレジット会社に電話してカード停止の手続きを始めようとしたとき、スマホの位置をネットで探せることに気付きました。自分の愚かさを呪いつつすぐに検索すると、自宅の住所からスマホが発信しているではありませんか！そこで大いに希望が湧き、よくよく調べてみると、車のシート脇の隙間にカバンが挟まっているのを発見し、事なきを得たのでした。しかし、この間の精神的ショックは大きく、スマホを失ったときの恐怖をありありと実感しました。この顛末から学んだ教訓は、スマホが見つからないときはすぐに検索すること。そして、もしものときは、デバイスやマイナンバーカードの機能をリモートで停止できることも是非覚えておきたいものです。

それはさておき、便利さをひたすら追い求める我々のリクエストに応えるように、スマホでできることがどんどん増えています。それはよいとして、機能向上にともない操作がより複雑となり、意図に反してUIが損なわれるといったパラドックスが生じているように感じます。例えば、飲食店などで最近増えているスマホオーダー。席に置かれたQRコードをスマホで読み取って注文するパターンが多いようです。デジタルネイティブたちには「何ほざいてけつかんねん！」とディスられそうですが、昭和世代としてはスマホでネチコチするより、ビールなら「とりあえず生」と頼みたいじゃないですか。確かに店側には人件費削減等のメリットがありますが、客側からすればこのシステムを面倒に感じる人が多いのではないのでしょうか。

この状況はデジタル社会全般にも言えそうです。例えばコロナ禍で利用者が急増したZoom（WEB会議システム）。使うたびに新機能が増えているようで、操作に迷うことがしばしばあります。ログインパスワードも頻繁に変更を求められ、使い勝手の悪さを感じることも少なくありません。多くの人が毎日利用しているWordやExcelなどMicrosoft Officeについても然り。とても使いこなせないような機能が年々増加していますが、UIの観点からいえばこれも逆効果になっているように感じます。

今日の技術があれば、開発コストに見合うかどうかは別として、大抵の業務プロセスはシステム化できるはずです。しかし、そのシステムを実際に使いこなせるかとなると話は別。いくら高機能のシステムでもUIがお粗末なら利用されないのは言うまでもありません。長年、多

くの業種でEDI化に取り組んでいるにもかかわらず、いまだ電話やFAXが生き残っている原因もこんなところにあるのではないのでしょうか。いま多くの現場で求められているのは、ITリテラシーなどなくても誰もが直感的に運用できるシステムであり、それゆえに喫緊に望まれるのがUIの改善です。ところが、昨今のシステム環境を観察するところでは、高機能化や多機能化に比べてUIの改善に向けた注力が足りないように感じます。

生鮮流通では従来からASN（Advanced Shipping Notice：事前出荷情報）の発信が待望されています。ASNがあれば着荷主は予め検品や分荷の準備ができるうえ、紙の送り状やFAXで届いた情報のデータ起こしも不要となり、業務の効率化が図れるからです。しかし、生鮮流通ではASNがほとんど発信されていないのが現状です。日用品や加工食品などのグロサリー商材であればほとんど発注された通りに出荷できるため、オーソドックスな商流におけるEDIの情報発信の起点は発注になります。そこからターンアラウンド方式で出荷（ASN）～受領～請求～支払という流れでデータをつないでいけるわけです。一方、青果物や水産物などの生鮮品は、委託出荷はもとより、集荷や水揚げ状況などにより規格や数量がそろわないケースがあり、必ずしも発注された通りに出荷できるとは限りません。そのため、内容が定まる出荷時点でASNを発信する形が望ましいのですが、リードタイムが短い産地等の現場において、この作業にオンタイムで対応するのは困難な状況にあります。

そこで強い味方となってくれそうなのがAIです。例えば、荷姿をスマホで撮れば、品目、等階級、数量などを認識し、自動で出荷情報や出荷ラベルを作成してくれるようなシステムも、AIの力を借りれば不可能ではありません。これなら誰でもASNを発信できるのではないのでしょうか。その他にもAIで業務システムのUIを改善する方法は色々あるはずです。

スマホに話を戻せば、今後、スマホとAIの融合がますます進み、スマホはさらに便利なツールとなっていくに違いありません。一方、これまで述べてきたように、便利さを違ったアングルから眺めれば、必ずどこかに不便が潜んでいるものです。それゆえ、今や不便の最たるものと思われるスマホが使えなくなったときの対策についても、常に考えておく必要があります。いざというとき電波が入らず「身分証明ができなかった」なんて洒落になりませんから。

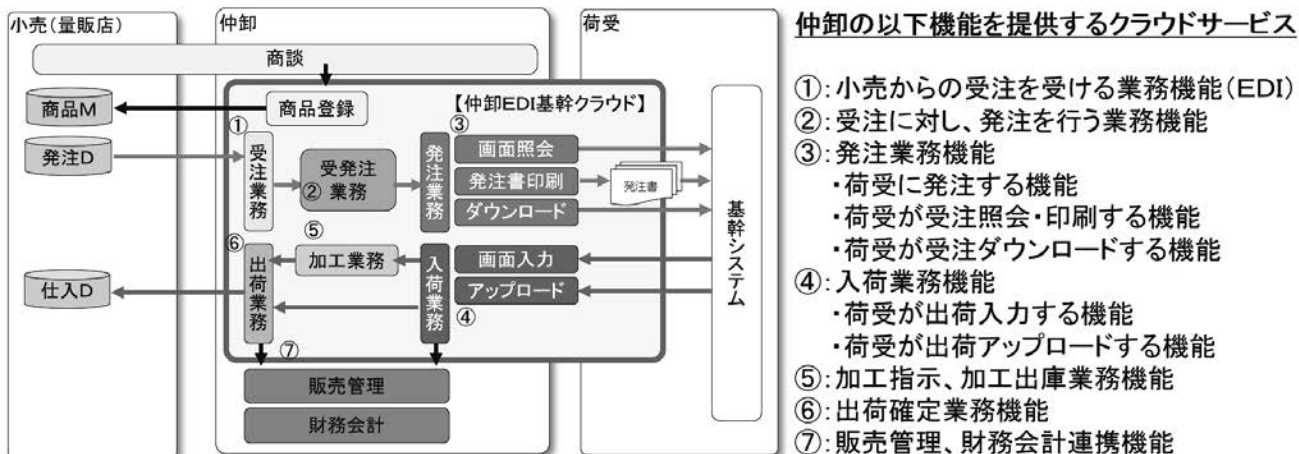
生鮮取引電子化推進協議会 事務局

田中 成児

サイバーリンクスは、生鮮流通に必要なシステムをクラウドサービスでご提案します。

＜仲卸EDI基幹クラウドサービス＞

量販店との生鮮EDIを実現する為には、各社フォーマットに合わせたシステム開発が必要でした。仲卸EDI基幹クラウドサービスは、取引先（量販店や専門店）からのEDI受注を容易に実現します。また、受発注機能だけでなく「基幹業務機能」も備えており、必要な機能だけをご利用頂くことが可能な為、システム投資コストや維持コストを軽減します。



売上入力画面 (Sales Input Screen) showing a table with columns for 商品名 (Product Name), 数量 (Quantity), 単価 (Unit Price), 金額 (Amount), and 単位 (Unit). The table lists various products and their corresponding sales data.

在庫照会画面 (Inventory Inquiry Screen) showing a table with columns for 商品名 (Product Name), 数量 (Quantity), 単価 (Unit Price), 金額 (Amount), and 単位 (Unit). The table lists various products and their corresponding inventory data.

＜食品スーパー向け生鮮EDIサービス @rms(アームズ)生鮮＞

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。



導入実績 **66** 社以上
(2023年1月時点)

取引先 **2,000** 社以上

【お問い合わせ先】

株式会社サイバーリンクス 流通クラウド事業本部 営業1課 TEL:03-3453-2000 FAX:03-3453-2000

新規会員募集中！



流通業における情報システム化に関わる各種キーワード（GS1 標準、EPC、EDI など）を中心として、最新のシステム技術、システム化事例、業界動向、国際動向などの情報を共有し、流通業界全体のシステム化、標準化を推進することを目的とします。

2024年度イベント実績

GS1 Japan
パートナー会員制度の
詳細はウェブで



開催日	イベント名	主なテーマ・議題
2024 /4/25	見学会	イオンネット専用スーパー「グリーンビーンズ」自動倉庫 イオンネクスト(株)・菅田顧客フルフィルメントセンター（千葉市緑区）
2024 /5/14	第1回セミナー	・現在の日本における小売業の環境について ・海外リテール業界との28年 ・GS1の動向ー明日を変革し続けて50年ー
2024 /7/9	第2回セミナー	・製配販協議会における物流効率化の検討状況について ・ヘルスケア分野で利用が進む様々なGS1標準ー国際動向と海外の医療機関での取り組みー
2024 /10/22	第3回セミナー	・GS1事業者コード最新動向 ・GTINと商品情報を簡単に登録・管理・PR！～GS1 Japan Data Bank -商品情報-の紹介～ ・Verified by GS1と新サービスGS1事業者コード情報確認サービスのご紹介 ・GLNデータベースの刷新～GS1 Japan Data Bank -事業者・ロケーション情報-のご紹介～
2024 /11/12	第4回セミナー	・すべての人々に安全な食品を～GFSIの概要とその活動～ ・GS1標準を活用した物流可視化・効率化～持続可能な加工食品物流の構築にむけて～
2025 /2/19	<一般公開セミナー> GS1 標準によるオムニチャネル環境の業務革新 2024	・將軍珈琲ものがたり ～コーヒー文化を広げるサザコーヒーの店舗ネット戦略～ ・世界のネット販売で利用拡大するGS1標準 ・LazuliのPDPの取り組みと流通システムの未来像

QRコードは(株)デンソーウェーブの登録商標です。

- ☑ 講師派遣
- ☑ ネットワーク
- ☑ 営業研修
- ☑ 事業承継
- ☑ 労務管理

青果流通業界を トータルサポートする 農経新聞社



青果物流通の週刊専門紙「農経新聞」の発行をベースに
様々なサービスの提供で青果流通業界に貢献します！



講師派遣

全国で講演実績が豊富な代表取締役社長・宮澤信一が、最新事例紹介や経営者の意識改善など、現場に即した話題を提供。
「学識経験者の講演では満足できない」「現場の社員にも聞かせたい」というニーズにお応えします。専門分野を持つ提携コンサルタントの派遣も承ります。



ネットワーク

2008年から参加者限定の会員制ネットワーク「青果流通業者交流会」を主催。年4〜5回の市場や産地等の視察研修により最新事例を学ぶとともに、会員同士の交流を促し、発展に寄与します。



営業研修

大手青果流通業で20年近い営業経験を持つ当社提携・青果流通コンサルタントの本田茂氏が、営業社員へのスキルアップ研修、さらには人材を育成できる体質に会社組織を変革するまでの工程を提案します。



事業承継

事業承継の専門家集団「CRC企業再建・承継コンサルタント協同組合」が、次世代への承継に悩んでいる青果流通業者に様々な事業承継手法をアドバイスするとともに、再建が必要な場合は親身にサポート。
大手コンビニエンスストア本部での経験が豊富で、青果仲卸とも接点が多い当社提携コンサルタント・吉田雅巳氏（中小企業診断士）も連携します。



労務管理

当社提携の特定社会保険労務士・内川真彩美氏（いづどり社会保険労務士事務所代表）が、中小青果流通業者がおるそかにしがちな雇用・就労など労務管理の基本をアドバイスするとともに、労働基準局からの指摘が多いポイントなども指南します。

■お問い合わせは

株式会社 農経新聞社

〒141-0031 東京都品川区西五反田 1-27-6 市原ビル 9F

TEL 03-3491-0360 <https://www.nokei.jp>



セミセルフ、フルセルフを自在に。

HappySelf ハッピーセルフ (Web3800J/Web3800T)

セミセルフレジ・フルセルフレジ・対面セルフレジの3つの機能を搭載した、マルチセルフレジです。状況に応じて「セミ」・「フル」の機能を変えることにより、人手不足への対応やチェックアウトのさらなるスピードアップを実現。時間とスペースを効率的に使いたい店舗の抱える課題を解決します。

※「HappySelf」は株式会社寺岡精工の登録商標です。

新しい常識を創造する

株式会社 寺岡精工

お客さま窓口 平日 9:30~17:30
0120-37-5270
www.teraokaseiko.com

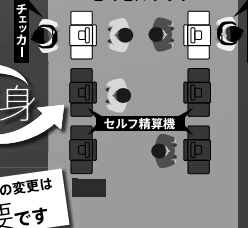


ハッピーセルフの
変身運用例

通常時
フルセルフレジ



混雑時
セミセルフレジ



変身

レイアウトの変更は
不要です

生鮮WMS(倉庫管理)システム

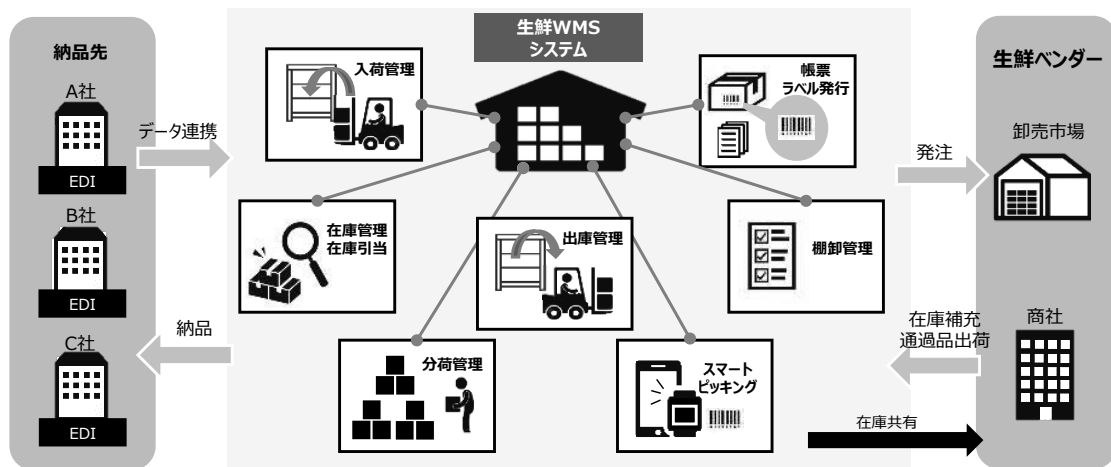
ペーパーレス化に取り組む生鮮業界の皆様をITの力で支えます。

分荷支援機能

複数の発注EDIインターフェースに対応

物流器材マテハンに合わせた出荷検品

生鮮品特有の在庫引当発注計算ロジック



パーソナル情報システム株式会社

〒105-0001

東京都港区虎ノ門1-21-19

パーソナル情報システム

www.pjs.co.jp/

検索

▼お問い合わせは

03-6880-7211

marketing@pjs.co.jp



編集後記

- ▶ 6月12日に開催した令和7年度 第1回理事会及び通常総会においては、すべての議案についてご承認いただきました。会員の皆様のご協力にこの場を借りて改めて御礼申し上げます。
- ▶ 本号から㈱ジャスタコンサルティングの石田代表による新連載が始まりました。石田代表は卸売市場を中心とした生鮮流通に造詣が深く、食品小売・加工食品卸の経営・DX戦略、物流基盤再構築等にも精通しています。本連載では、生鮮流通に関する様々なヒントやトピックをご紹介しますので、是非ご期待ください。
- ▶ 鈴木邦之前会長（横浜丸中青果株式会社前会長）が今年の3月2日に逝去されました（享年91歳）。鈴木前会長には平成17年（2005年）から平成29年（2017年）まで12年もの長きにわたり当協議会の会長をお務めいただきました。この間、その温かいお人柄に接する機会が多々あり、事務局として大いに励まされたことが懐かしく思い出されます。ここに改めて鈴木前会長に感謝を捧げるとともに、心よりご冥福を祈りいたします。

（トンボ）

JA集出荷システム

JA と生産者をつなぐ情報発信ツールとしても利用いただけます

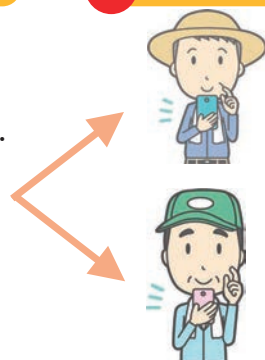
伝えるを効率化！人件費と経費を削減する、スマートな JA コミュニケーション

1 JA 担当者がお知らせを作成 → 2 生産者へ配信

市況
講習会のお知らせ
収穫時の注意についてなど・・・



既読状況の確認や
アンケートの実施も可能！



普段お使いの LINE から
確認可能です



資料請求・お問い合わせ >> contact@agripoint.jp

まずはお気軽に
お問い合わせください。

詳しくはこちら



JFE エンジニアリング 株式会社

集出荷業務効率化クラウドシステム

JA集出荷システム
www.agripoint.jp



生鮮取引電子化推進協議会会報

第108号 令和7年6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)食品等流通合理化促進機構内

TEL：03-5809-2867

FAX：03-5809-2183

発行責任者 事務局長 佐南谷英龍

印刷所 株式会社 キタジマ