

食流機構

公益財団法人 食品等流通合理化促進機構

<https://www.ofsi.or.jp/>

2024

4月号

No.340

I N D E X

- 巻頭言 ②
- 令和5年度 優良経営食料品小売店等表彰事業
農林水産大臣賞受賞店の概要（抜粋） ④
- 第45回 食品産業優良企業等表彰 受賞者決定 ⑤
- <中小企業庁>価格交渉促進月間（2024年3月）について ⑥
- <国税庁ほか>インボイス制度に関する周知等について（協力依頼） ⑦
- <デジタル庁等>「マイナンバーカードへの旧氏併記の制度」
について ⑧



第45回食品産業優良企業等表彰 受賞者の皆様（令和6年3月4日表彰式開催 於：如水会館）

巻頭言

本年1月からNHK大河ドラマで源氏物語の作者である紫式部をモデルとした「光る君へ」が放送されている。近年大河ドラマはあまり観なかったが、今回のシリーズについてはおそらくずっと観るだろうと思う。

というのは数年前から荻窪の読売カルチャーセンターで源氏物語を和文と英訳で読むというクラスに参加しており、紫式部のみならず平安時代の事について少々関心があるからである。

このクラスは比較文化の権威である平川祐弘（すけひろ）東大名誉教授が行っているものである。和文の源氏物語は新潮日本古典集成のシリーズを使っている。英文は英国のアーサー・ウェイリーの翻訳を使用している。このアーサー・ウェイリーはその名訳により源氏物語を世界に知らしめたことで有名である。ドナルド・キーンが若い頃ニューヨークの古本屋でこの本を手にし、非常に感動して日本文学への道を進む大きなきっかけとなったということをご存知の方も多いであろう。

平川先生のクラスに通うようになったのはチリから帰ってからのことである。

私自身は古典に特別の興味があるわけでもなく、また文学的素養もないのであるが、知識人として（？）高校の教科書にたくさん出てきた源氏物語ぐらひは読んでおくべきではないかというある意味見栄みたいなものがあって、何度か源氏物語を読み始めては途中で挫折するという経過を繰り返してきたところである。近年ではチリに3年程勤務するということで、岩波文庫の源氏物語を持っていき読み始めたが、桐壺のところを読んで途中で断念するという結果になってしまった。おまけに、チリに行く前に平川先生の「アーサー・ウェイリー源氏物語の翻訳者」という本を書店で見つけこれを買ってチリに携行したのであるが、これもチリ滞在中には読み終えなかった。

だらしないなという自責の念もあり、帰国後先生の源氏物語のクラスに参加して源氏物語を最初から読もうという気持ちになったのである。こういうクラスに出ればいやでも読むことになるからである。

一口に翻訳といってもアーサー・ウェイリーの翻訳を読むにつけ、よくこんな難しい物語を英語にできたものだなと感心する。文化も習慣も、生活様式も住居の建てつけも、自然環境もみんな違う世界の表現を英国人にわかるように翻訳するのは容易なことではない。例えば、ドアやベッドの家屋様式のところに日本の当時の室内のあり様や人の動きをどのようなことばを使い表現するか、大変な工夫が必要になる。また、翻訳当時の英国のヴィクトリア朝時代における人々の意識に照らして、特に男女関係についてどのような表現が一番わかってもらえるか、等々相当苦心したと思われる。実は紫式部の書いた原文は残っておらず何度も人の手で写本が作られてきた。もともとはほぼ全部仮名で書かれており、現在われわれが手にする漢字かな交じり文ではなかったという事実がある。このような源氏物語の伝達過程で想定される記述の変化もあり、和文自身の解釈も日本においても様々に分かれるところである。むしろ逆にそれを利用してウェイリーなりの解釈をしているところも多い。あるいは、和文にない部分を自分なりに補い、英国を中心とした西欧人にわかりやすいストーリーに仕

立てた部分も頻繁に出てくる。それによって、ウェイリー訳がいわば読むに堪える、読んで面白いものになっている側面もある。

少し偉そうなことを言うと、1つの古典を日本語と外国語訳を並行して読むことにはその辺に少なからぬ利点があるのではないかと感じている。すなわち日本とヨーロッパとの文化、生活様式等の違い、感じ方の違いが明らかとなり、翻訳を通して原作（上記のように原作はないに等しいが）を見つめ直すことによって平安文化や習慣をより明確に認識することができるようになる。

これは文学に限ったことではなく、東アジアの端っこに位置して文明から遠く離れた土地に暮らしてきた日本民族が「自分発見」をしてきた伝統である。最初は中国の文化、文物等を取り入れて自らのものにしてきた長い歴史の上に立って、江戸末期以降は、西洋の文化や制度、文物を取り入れて近代化を遂げてきたという避けることができない日本の宿命的な歴史の反映でもある。

明治の時代多くの日本人が欧米に学んだ。森鷗外や夏目漱石もその代表的な人である。西洋の言葉や文化に通じ、日本の文化や中国の文化にも通じたいわば知の巨人とも言うべき人たちが我が国は輩出してきた。洋の東と西に足をまたいで、いわば二本足で立って我が国の文化の発展を支えてきた。

私のようなものによる源氏物語の和文と英訳による読解の努力は、このような人たちの歩みには比すべくもないが、少なくとも自分の目を違う世界に開かせる効用はあると思っている。

それにしても、大河ドラマはいつも時代設定は昔のままながらドラマの内容は現代に置き換えたものである傾向が強いのでどうも違和感がある。この「光る君へ」もその印象から免れない。こんな口の利き方を当時の女性がするわけがないだろうとか、男女の邂逅がこういう形で起きたはずはない、とか思うことも多い。ただ、当時の天皇を中心とした貴族社会の人的関係、権力闘争、そこで果たす女性の役割などについて知るよすがになるのは事実であり、源氏物語のイメージを壊さないよう自戒しながらもその世界をよりよく理解するためには有意義ではないかと思う。

しかし、本当に当時の様子を実感し、現実感を味わうためには当時の言葉を使うほうがいいのではないか。そこでNHKに提案したい。平安時代なら平安時代といったその時代の言葉にできるだけ忠実なドラマを作ったらどうか。視聴率は下がるだろうが、当時の日本語の発音がどうであったかも最近かなり解明されてきており（「日本語の発音はどう変わってきたか」釘貫亨）、日本語の変遷の度合いを知る上でも文化的価値があるだろう。視聴率を気にしないでいい（？）NHKだからこそできる試みではないか。必要なら洋画のように字幕スーパーを入れればいい。

「光る君へ」を見る際に本当は当時の人はどんな口のきき方をしていたのだろうと思いつつながら見ている。

公益財団法人 食品等流通合理化促進機構
会長 村上秀徳

令和5年度 優良経営食料品小売店等表彰事業 農林水産大臣賞受賞店の概要（抜粋）

■有限会社原田米店 一米穀小売店：鹿児島県薩摩川内市一 く体験イベントと目利き商品で

お米の良さを伝える米穀店>

店内は米穀店には珍しい「スタイリッシュ」な雰囲気
で、米の生産や調理器具の製造をプロジェクター
投写をしたり、店内で竈で炊いたランチを提供した
りと、五感に訴える店作り。

常に商品は30～50種取りそろえられ、知識を
生かして、個人のお客には普段の食生活にあう米を、
業務用購入のお客には事業に生かせる種類と扱い方
をと、スタッフ全員で提案型の接客を行っている。

休日（日曜）以外は店内で炊飯体験を行っており、
釜土による炊飯、薪割りが店内で体験でき、食べる
だけでなく、米の楽しさを伝える教育の場でもある。



■エスマート 一総合食料品小売店：新潟市五泉市一 く地域の伝統食を守り、

上質な商品を豊富に揃える総合食料品店>

友達のような接客、話しかけるようなPOPを作りお
客を迎える。

1500点あるうち、500点がこだわりの商品であり、
価格が高めにも関わらず売れてゆく。こだわり商品は
商品毎に担当するスタッフがいて商品の仕入れ・陳列・
販売促進は担当スタッフ自らが考えている。

また、当店独自の味である「越後なんばん味噌」、近
年作る家庭が少なくなってしまう「にしんの糍漬け」
の、地域の伝統食の製造も強みである。

ノルマを課さない、お店の定休日を増やすなど、店
と従業員に余裕を持たせる取組もあり、全てが売上増
に繋がっている。



■虹のマーケット 一組合・商店街等共同活動：青森県弘前市一 く地元の味、地元のお店の活躍を

バックアップするお買い物市場>

元は弘前の事業者が集まる協同組合組織であったが、郊
外大型店の出店や売上不振、後継者不足などにより、次第
に組織の運営が難しくなり、組合員の1人が株式会社で
運営をで行う形態に変更した。

株式会社が運営の主体となった後も、店舗同士で協力
しあう共同配送（有料）などの従来の仕組みはそのままに、
衛生面の問題点を改善、新店舗の誘致、商いを初めてみ
たい人に創業の場を与えるチャレンジ出店などを行って
いった。その結果、現在魅力ある店舗の発掘・創出の拠点
となっている。

近隣には現在も大型商業施設があり、共に食品を扱って
いるがすみ分けをしているため受益しあう関係である。



※詳細は当機構ホームページ上に『受賞店の概要』として掲載しています。併せてご覧下さい。

第45回 食品産業優良企業等表彰 受賞者決定

当機構では、一般財団法人食品産業センターとの共催により、農林水産省の後援を得て、毎年食品産業優良企業等表彰を行っています。

この事業は、国民経済の発展及び国民生活の向上に重要な役割を果たしている食品産業に関し、食生活ニーズに対する的確な対応、農商工連携推進等による地域農林水産物の利用増進、生産性の向上、流通の合理化、3Rの推進・省エネ等による地球環境の保全、消費者対応等について、顕著な功績を挙げた者及び食品の製造加工等において高度の技術・技能を有する者に対して、農林水産大臣賞及び農林水産省食料産業局長賞を授与し、広く顕彰するものです。

表彰部門につきましては、食品産業部門、食品流通部門、CSR部門、環境部門、マイスター部門がありますが、当機構は食品流通部門を担当しています。令和6年3月4日(月)に表彰式が如水会館(東京都千代田区)にて開催されました。当機構が担当する食品流通部門の受賞者についてご紹介いたします。

—農林水産大臣賞(食品流通部門) 受賞者4件—

業種	受賞者名	所属・役職名	所在地
水産物卸売業	網野 裕美 氏	大都魚類株式会社・会長 一般社団法人全国水産卸協会・会長	東京都江東区
<p>○氏は昭和54年4月、世界的な水産企業である大洋漁業(株)(現：マルハニチロ(株))に入社。キューバ産のロプスターの開発輸入に長く携わるなど水産物の国際流通分野で活躍。その後、グループ会社である神港魚類(株)の代表取締役社長や大都魚類(株)の代表取締役社長、会長を務めるなど44年の長きに亘って水産流通業で活躍。</p> <p>○平成30年3月より食料・農業・農村政策審議会 食料産業部会臨時委員に就任し、「卸売市場法」や「食品流通構造改善促進法」等に係る審議に参画、水産物卸業界の代表としてわが国の農林水産業及び食品産業の健全な発展に尽力。</p> <p>○平成22年5月に(社)全国中央市場水産卸協会(「全水卸」)の常任理事に就任、通算10年間に亘り、常任理事、理事、副会長、会長の要職を歴任。特に、改正卸売市場法、改正食品衛生法によるHACCPの導入、改正消費税法及び水産物流通適正化法などの制度改正等に当たり、改正内容の普及・啓発に努めその円滑な実施に尽力。</p>			
業種	受賞者名	所属・役職名	所在地
水産物卸売業	佐々木 六郎 氏	境港魚市場株式会社・代表取締役会長	鳥取市境港市
<p>○卸売事業者の氏は、特定第三種漁港として水揚量全国4位、水揚金額全国5位(令和4年実績)を誇り、日本海側で最大、全国有数の漁港である境漁港において、質実剛健の性格を大いに発揮し、地域の水産業界の中心的存在として活躍している。</p> <p>○氏は卸売事業者として、境漁港の発展、流通の円滑化に寄与するとともに、「境港水産まつり」、「境港まぐろ感謝祭」の実行委員長を務め、県内外からの観光客の集客や全国への情報発信にも大きく寄与している。</p> <p>○高度衛生管理型市場として境漁港の施設整備を進め、災害に強く、消費者の「安全・安心」のニーズに応え、さらなる流通拡大に貢献できるものとするため、卸売市場の指定管理者としての氏の円熟した手腕に大きな期待が寄せられている。</p>			
業種	受賞者名	所属・役職名	所在地
青果物卸売業	齊藤 良紀 氏	高松青果株式会社・代表取締役社長 一般社団法人中央市場青果卸売協会・理事	香川県高松市
<p>○高松市中央卸売市場の高松青果は県内の流通量の約半分を一社で担っている。同社のイニシアチブの下、県内の香川県中部青果・観音寺地方卸売市場と高松青果の3社で協議会を設立、3カ所の卸売市場の3社が連携して、全国でも先進的な市場間の共同配送を展開するほか冷蔵車両やカゴ台車の導入等を推進し「2024年問題」に取り組んでいる。</p> <p>○同社は、ITの活用、48パターンのシフト制、長期休暇取得の促進など全国の青果卸売会社の中でも極めて先駆的な「働き方改革」を推進、全国初の女性営業部長の誕生など女性の活躍に結実した取組は同業他社のモデルとなっている。</p> <p>○平成25～28年及び令和4年5月から(一社)全国中央市場青果卸売協会(全中青協)の理事を務め、幅広い人脈と深い知見、先見の明で青果業界が抱える諸問題について、適切な対応を強く主張する等、全中青協の活動をリードし同協会の発展に大きく寄与している。</p>			

業種	受賞者名	所属・役職名	所在地
ボランティアチェーンを組織する協同組合	竹田 健介 氏	株式会社たけだ・代表取締役社長 全日食チェーン九州協同組合・監事	長崎県平戸市
<p>○平戸市という条件不利地域にあって物流効率化に精力的に取り組み、全日食チェーン加盟店の拡大、食品流通の合理化を進め地域経済・社会の発展に貢献した。</p> <p>○昭和 56 年に食品スーパーに転換、全日食チェーンに加盟し週 3 回、往復 7 時間かけて久留米物流センターで商品引き取りを行う。物流拠点を長崎県内に設置するため、共同事業の拡大に尽力し、昭和 60 年に長崎県内の加盟店 33 店への商品供給を行う長崎物流センターを実現。</p> <p>○さらに、店頭競争力を強化するため、熊本市場との連携強化に取組み、平戸地区、伊万里・松浦地区の青果販売の有力加盟店を募って、片道 230 キロにも及び熊本田崎市場からの青果物の直接配送ルートを確立。</p> <p>○平成 25 年当時、九州の 5 か所の物流拠点は非効率的で課題が多かったため、チルド物流施設の新設・集約化、生鮮センターの新設、3 か所のドライセンターの新ドライセンターへの集約化など、抜本的な物流効率化・高品質化に尽力。</p>			

紹介内容は全て抜粋となります。

詳細については冊子にまとめていますので、お問い合わせ下さい。

<中小企業庁> 価格交渉促進月間 (2024年3月) について

エネルギー価格や原材料費、労務費などが上昇する中、中小企業が適切に価格転嫁をしやすい環境を作るため、2021年9月より、毎年9月と3月を「価格交渉促進月間」と設定。この「月間」において、価格交渉・価格転嫁を促進するため、広報や講習会、業界団体を通じた価格転嫁の要請等を実施しています。

また、各「月間」終了後には、多数の中小企業に対して、主な取引先との価格交渉・価格転嫁の状況についてのフォローアップ調査を実施し、価格転嫁率や業界ごとの結果、順位付け等の結果をとりまとめるとともに、状況の芳しくない親事業者に対しては下請中小企業振興法に基づき、大臣名での指導・助言を実施しています。

詳細は、以下のHPをご覧ください。

<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/follow-up/index.html>

この度、「価格交渉促進月間」の実施に関し経済産業大臣より概要以下の周知依頼がありましたのでお知らせいたします。

<要請のポイント（抜粋）>

価格転嫁の現状をみると、昨年9月時点での「発注企業の方から価格交渉を呼びかけて頂いた」受注側中小企業の割合は、約2割まで増えている一方で、受注企業が、「コスト上昇額のうち価格転嫁できた額」の割合は、5割を下回っており、一層の転嫁率の向上が課題です。政府としては、毎年3月と9月を「価格交渉促進月間」（以下、「月間」という）と位置づけ、「月間」終了後には、受注側中小企業の皆様を対象に、実際に価格交渉及び価格転嫁ができたかについてのアンケート調査等を実施し、その結果を公表しています。また、取組状況が芳しくない発注企業トップに対しては、下請中小企業振興法に基づき、事業所管大臣名での指導・助言を行い、自発的な改善を促しております。

昨年11月には、内閣官房及び公正取引委員会において、「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針（以下、「指針」）」を公表しました。この指針は、特に価格転嫁が難しいとされる、労務費の適切な価格転嫁について、発注企業、受注企業双方が採るべき行動を示しています。この指針の活用促進も図りながら、一層の価格交渉・価格転嫁をしやすい環境の整備に取り組んでまいります。

<具体的な対応依頼（抜粋）>

1. 価格交渉及び価格転嫁への積極的な対応

発注企業におかれては、下請中小企業振興法に基づく「振興基準」に則り、受注側中小企業からの価格交渉の申し出には遅滞なく応じ、価格転嫁に積極的に応じる等、サプライチェーン全体の競争力向上や、共存共栄の関係の構築に向けて、適切に対応すること。

受注側中小企業におかれては、発注企業に対し、積極的に価格交渉を申し出るとともに、「下請かけこみ寺」や、よろず支援拠点「価格転嫁サポート窓口」といった相談窓口を活用すること。

2. 労務費に関する「指針」の周知、及び積極的な活用

労務費に関する「指針」に内容について、価格交渉の場において積極的に活用すること。
具体的には、

(1) 発注企業におかれては、「指針」に基づいて、受注側中小企業との価格交渉に応じるとともに、当該受注側中小企業に対して、さらにその受注企業に対しても、価格交渉・価格転嫁を行うよう促すこと。

(2) 受注側中小企業におかれては、「指針」を価格交渉の材料として活用すること。

3. フォローアップ調査に対する御協力（受注側中小企業の皆様）

4月以降、受注側中小企業の皆様を対象に実施を予定している、下記内容の調査の依頼があった場合、対象となった方におかれては、積極的に回答すること。

(1) アンケート調査(受注側中小企業 30 万社が対象。対象者は、主要な発注企業(最大3社)との価格交渉や価格転嫁の状況について回答)

(2) 下請 G メンによる重点的なヒアリング

(受注側中小企業 2000 社程度へのヒアリング。価格交渉や価格転嫁の実態を聴取。)

なお、本調査の結果に基づき、発注企業ごとの価格交渉・価格転嫁の取組状況を公表するとともに、かつ、その結果が芳しくない発注企業に対しては、下請中企業振興法に基づく、事業所管大臣名での指導・助言を実施する等、発注企業における自発的な取引方針の改善を促す上での重要な情報となるため、調査の対象となった方におかれては、可能な限り正確、かつ、詳細に本調査に回答すること。

<国税庁ほか>インボイス制度に関する 周知等について（協力依頼）

2月21日付で、農林水産省、財務省及び国税庁から、消費税のインボイス制度に関する周知等の協力依頼がありましたのでお知らせいたします。

<協力依頼のポイント（抜粋）>

インボイス制度開始後に寄せられたご質問等を踏まえ、国税庁において以下の資料等を作成・更新しております。特に、新規作成の①・②に関しては、これまでインボイス制度に馴染みが薄かった方にもできるだけ分かりやすいように作成しており、インボイスを発行・経理処理する方々のみならず、取引先からインボイスを受領する営業担当の方などが基礎的なチェック等をする際の資料としても活用いただけるようになっておりますので、ぜひご活用ください。

また、インボイス制度開始後初めての消費税の確定申告を迎えるにあたって、消費税の確定申告に関するコンテンツをまとめております。

■インボイス制度について

① インボイス記載事項チェックシート

(記載不備のインボイスを受け取った場合の対応についても記載しています)【新規作成】

② マンガでわかる インボイス記載事項【新規作成】

③ 動画「3分でわかる インボイス〇〇〇〇」シリーズ【新規作成】

④ お問合せの多いご質問（令和6年2月19日更新）

■消費税の確定申告に関する情報

⑤ インボイス発行事業者の登録を受けた方の確定申告について

⑥ 2割特例 特設ページ（2割特例の概要や動画による申告書作成の解説など）

■中小企業・小規模事業者向け支援策

⑦ インボイス制度への対応に取り組むみなさまへ 各種支援策のご案内

⑧ 中小企業・小規模事業者インボイス相談受付窓口 オンライン税理士相談

詳細は、下記のHPをご覧ください。

・国税庁 インボイス制度特設サイト

<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/zeimokubetsu/shohi/keigenzeiritsu/invoice.htm>

① https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/zeimokubetsu/shohi/keigenzeiritsu/pdf/0024002-057_a.pdf

② https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/zeimokubetsu/shohi/keigenzeiritsu/pdf/0024002-057_b.pdf

③ https://www.youtube.com/playlist?list=PLu9kixYOfBRIQFM6xcSFzcGmx_jc031qc

④ <https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/zeimokubetsu/shohi/keigenzeiritsu/pdf/0521-1334-faq.pdf>

⑤ https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/zeimokubetsu/shohi/keigenzeiritsu/invoice_kakushin.htm

⑥ https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/zeimokubetsu/shohi/keigenzeiritsu/invoice_2tokurei.htm

⑦ https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/yosan/r4/r4_invoice.pdf

⑧ https://www.chusho.meti.go.jp/zaimu/zeisei/pamphlet/invoice_madoguchi.pdf

<デジタル庁等>「マイナンバーカードへの旧氏併記の制度」について

2019年11月より住民票とマイナンバーカードに旧姓（旧氏）が併記できるようになっています。

マイナンバーカードに旧姓（旧氏）が併記されることで、旧姓が各種証明に使えます。

例えば、旧姓（旧氏）併記はこのようときに役立ちます。

- ・各種の契約や銀行口座の名義に旧姓が使われる場面で、その証明に使えます。
- ・就職・転職時など、仕事の場面でも旧姓で本人確認ができます。

詳細は、以下のHPをご覧ください。

（旧氏併記に関するリーフレット）

https://www.soumu.go.jp/main_content/000625549.pdf

https://www.soumu.go.jp/main_content/000625550.pdf

編集後記

▶ 当機関誌のお届けは毎月初めを想定しておりますが、郵送の諸事情により従来に比べお届けが遅くなる可能性があります。ご了承願います。

▶ 宛先変更、メール配信変更等は下記までご連絡下さい。

▶ 今月号では2月に開催した小売店表彰のうち大臣賞受賞店のご紹介をしました。今回は偶然にも製造小売以外から3件の受賞で、いかに商品の良さを伝えるか、地域の食文化を守るかにおいて店舗活用方法や従業員の方々の意識の高さが際立ちました。（A）