

焦点

流通とサステナビリティ

日本加工食品卸協会 専務理事 時岡肯平氏に聞く
研究会設立の背景と活動方針

電通が全国の生活者を対象に今年1月に行った調査で、日本におけるSDGsの認知率が5割を上回ってきた(54.2%)ことが分かりました。生活者への浸透と並行し、食品製造・流通業界でもサステナビリティ経営を標榜する企業が急増しています。こうした中、食品卸の全国団体である日本加工食品卸協会(日食協)はサステナビリティ研究会を立ち上げ、プラスチック廃棄物の抑制などいくつかのテーマで具体的な取組みを開始しました。協会専務理事の時岡肯平氏に会の発足経緯と活動方針をうかがいました。

受け身の活動姿勢を改め
サステナ問題に自ら関与

——今年5月に新たな協会内組織となるサステナビリティ研究会を設置されました。

時岡 私ども日食協は以前から環境問題ワーキンググループ(WG)を通じてサステナビリティ関連の様々なテーマに取り組んできましたが、どちらかというと、新たな法規制にどう対処すべきかという受け身の活動が中心でした。食品リサイクル法や省エネ法、廃棄物処理法などの改正に合わせて業界向けの対応ガイドラインを作成するといった動き方です。それはそれで大切なことですが、これからは卸業界も持続可能な社会の実現という大きな課題に自ら関与していく必要

があります。活動をより主体的で発信力のあるものに切り替えていくためにも、環境問題WGなど2つの環境関連組織を発展的に解消し、サステナビリティ研究会を立ち上げることにしました。

——食品卸の中でもサステナビリティの追求を中長期戦略に組み込む動きが活発です。

時岡 ここ数年でSDGsの重要性が産業界に浸透し、このテーマとの関わりを抜きに企業戦略を組み立てるのが難しくなっています。統合報告書の中でSDGsへの貢献をアピールし、投資家の評価につなげていくのも一つの潮流です。このように社会的課題の解決力が個々の企業価値に直結す

● 本号のメニュー ●

- | | |
|---|-----|
| 焦点 流通とサステナビリティ
日本加工食品卸協会専務理事 時岡肯平氏に聞く
研究会設立の背景と活動方針 | 〈1〉 |
| JIIからのお知らせ
FDBとBtoBプラットフォーム規格書が連携 | 〈5〉 |
| 行政と業界
小売・外食にプラ削減義務づけ スプーンなど12品目で
2020年度自給率は過去最低 平成の米騒動に並ぶ
完全義務化へ遂に秒読み 加工食品の原料原産地表示 | 〈6〉 |
| FDB/Inforex登録データ分析
原料高騰で価格改定は進んだか | 〈7〉 |
| FDB/Inforex加盟卸企業一覧 | 〈8〉 |



時岡肯平氏 プロフィール

1955年10月生まれ。1978年国分入社。同社執行役員営業本部副本部長、国分首都圏副社長執行役員、国分グループ本社経営統括本部部長などを歴任。2020年1月日本加工食品卸協会事務局長、同年5月専務理事に就任(現職)。

るわけですから、サステナビリティは競争領域のテーマだということができます。われわれ協会は企業の枠を超えた協調を推進する立場ですから、この競争に介入することはできません。ただ、最終的に競争であるにしても、食品卸全体がサステナブルな業界であるための課題を共有したり、課題解決の方向性を共同で導き出すことは可能です。サステナビリティ研究会でそうした協調領域の活動を推し進めることで、業界としての社会的要請への対応姿勢を世の中にアピールできればと考えています。

重要な梱包材の循環促進 廃プラ削減宣言で意識づけ

——研究会の具体的な活動内容は。

時岡 SDGs分科会と環境問題分科会に分かれて活動しており、SDGs分科会では非競争領域の範疇で広く情報共有を進めていきます。環境問題分科会では①省エネルギー推進・CO2排出量削減②プラスチック廃棄物削減③食品ロス削減に関する調査・研究を実施します。発足直後から活発に動いており、初年度の成果物として当協会としての廃プラ削減宣言を発出する予定です。削減のためのサプライチェーン関係者との協業、リユース・リサイクルの促進、プラ使用量そのものの抑

制といった協会方針の整理も進んでいます。これらを記載したミニポスターを会員各社に配布し、廃プラに対する意識を内側から醸成するとともに、サプライチェーンに対しても卸の姿勢を訴えて参ります。

——来春のプラスチック資源循環促進法の施行を睨んだ動きですね。

時岡 ええ。われわれ食品卸は促進法の規制対象となる特定プラスチック製品12品目(使い捨てのスプーン、フォーク、ストロー、ヘアブラシ、ハンガー等)の取扱事業者からは外れますが、物流拠点でストレッチフィルムやPPバンドなどのプラ製品を大量に扱っています。特にストレッチフィルムはリサイクル率が低く、これをいかに循環させていくかは、われわれにとって非常に重要な課題です。このタイミングで廃プラ削減宣言を出す意味は大きいと思います。

——廃プラ削減以外の環境問題分科会のテーマについてはどんな活動を。

時岡 省エネ推進・CO2排出量削減というところでは、業界としての低炭素社会実行計画の見直しを進めています。食品卸はこの計画の対象業種ですので、私ども協会でも温暖化対策や廃棄物対策の目標を策定し、所管の農林水産省に業界数値を毎年報告しています。もともとこの計画は2011

年度から2015年度までの目標を定めたものだったのですが、最終年度が2020年度に延ばされ、さらに2030年度まで延長されることになりました。こうして実行期間が5カ年から20カ年に延ばされたにも関わらず、目標の更新が行われてこなかったため、計画自体が現実味を欠くものになってしまっています。当協会が提出した温暖化対策目標は「エネルギー消費原単位を2011年度対比で5%削減」というものですが、そもそもこれは毎年1%ずつの削減によって5カ年で達成することを目指したものであって、20カ年を想定したものではありません。こういう齟齬がありますので、農水省に数値報告を行う食品20業種のうち、われわれ食品卸を含む11業種は既に形の上で2030年度目標を達成してしまっている状況です。その一方で今年春には小泉進次郎環境大臣(当時)から2030年までに温室効果ガス46%削減という発言もありましたので、私どもとしても目標値の妥当性などをここでしっかりと検証したいと考えています。

また、環境問題分科会のもう一つのテーマである食品ロス削減については、政府の基本方針の中に納品期限緩和などの食品卸売・小売業者の具体的課題が示されていますので、これをサプライチェーン全体で共有しながら主体的に推し進めていく方向になります。

リードタイム延長問題を整理 メーカー組織と業界提言作成

——冒頭で受け身の活動が多かったというお話でしたが、ここ10年余を振り返ってみると、貴団体がサステナビリティの向上に自ら寄与する場面も少なくなかったのではないのでしょうか。近年、3分の1ルールに代表される厳しい納品期限は、事業者系食品ロスの一因とみなされていますが、そうした認識を広める一つの契機になったのは、2000年代に貴団体が実施した返品実態調査であったと記憶しています。

時岡 確かに様々な形でサステナビリティに関わってきましたし、今も関わっています。特に2010年代以降はトラックドライバーの不足が深刻化し、持続可能な物流の構築ということが私どもの最も重要な活動テーマになっています。そ

一般社団法人 日本加工食品卸協会概要

所在地	東京都中央区日本橋本町2-3-4 江戸ビル4階
電話	03-3241-6568
ホームページ	http://nsk.c.ooco.jp/
設立	1977年 1993年 社団法人化 2012年 一般社団法人に移行
会長	國分 晃
会員数	正会員 93社 事業所会員 101社 賛助会員 126社 団体賛助会員 3団体
事業内容	(1)加工食品流通の近代化・効率化に関する調査研究及びその成果の普及 (2)加工食品卸売業の構造改善に関する事業の実施及び指導 (3)加工食品に関する知識の普及啓発及び業界の課題に関する見解の提示 (4)加工食品卸売業の経営者及び従業員の教育研修 (5)その他協会の目的を達成するために必要な事業

の一環として2017年には共同配送推進の手引きを公開し、2019年にはドライバーの荷待ち時間の削減を目的とする標準トラック入荷受付・予約システム「N-Torus」をリリースしました。N-Torusは私どもの会員卸だけでなく、メーカーや小売業の物流拠点にも採用されており、稼働拠点数は93拠点(2021年10月1日現在)にまで広がっています。

——さらに昨年から今年にかけては、メーカーが要望する納品リードタイムの延長について活発な議論が続けていますね。

時岡 ええ。この問題が浮上してきた背景には、人手不足によってメーカー側でも物流委託先の業務負荷を抑える必要性が高まってきたことが挙げられます。その一つの解決策として、仕分けや配送の効率化につながる納品リードタイムの延長を卸に求めるケースが増えてきたということです。ところが、サプライチェーン全体のオペレーションを何ら調整せずにメーカー—卸間のリードタイムだけをLT1(発注翌日納品)からLT2(発注翌々日納品)に切り替えると、中間に位置する卸に欠品リスク上昇等の様々な障害

■ 食のサステナビリティを巡る主な動き ■

2007	穀物先物取引への投機マネーの流入に端を発し、世界食料価格危機が勃発。食料自給率や食品ロスへの関心高まる。
2008	農林水産省「食品ロスの削減に向けた検討会」を開催。全日本菓子協会、日本加工食品卸協会の実態調査に基づき、事業者系食品ロスの発生要因などを産官学合同で初めて検証した。
2011	消費財製配販有力企業による全体最適推進組織、製・配・販連携協議会が発足。活動目的に環境対応の推進を掲げ、返品・納品期限等の商慣行の見直しによる事業者系食品ロス削減に取り組む。
2012	農林水産省、食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチームを発足。
2013	総合スーパーとコンビニで飲料・菓子の納品期限緩和(賞味期限の2/3残し→1/2残し)始まる。飲料メーカーが賞味期限の大括り表示(年月日表示→年月表示)を開始。納品期限管理の簡素化による食品ロス抑制、横持ち払拭によるCO2削減などに期待。
2013	運送需要の拡大と長距離トラックドライバーの不足・高齢化により、買い手優位の物流需給構造が一変。物流の持続可能性に対する懸念強まる。
2014	ドライバーの有効求人倍率が2倍を突破。
2015	政府、3月31日閣議決定の食料・農業・農村基本計画で2030年度食料自給率45%達成を掲げる。国連、9月25日の総会でSDGs(持続可能な開発目標)を採択。
2016	物流総合効率化法が改正。目的に労働力不足への対応を追加。共同配送など複数事業者による物流効率化を支援。
2019	日本加工食品卸協会、標準トラック入荷受付・予約システム「N-Torus」をリリース。ドライバーの荷待ち時間削減を目指し、会員卸各社の拠点に導入。国土交通省などホワイト物流推進運動をスタート。荷主・物流事業者の相互協力による生産性の向上、産業活動に必要な物流の安定的確保を目指す。食品ロス削減推進法が制定・施行。同基本方針において消費者及びサプライチェーン各層に求められる役割を明記。
2020	農林水産省、納品期限緩和、賞味期限の大括り表示に取り組む事業者を公表。
2021	プラスチック資源循環促進法が成立。2022年4月以降、プラ製使い捨てスプーンなどを大量に使う小売・飲食店に削減義務づけ。

が発生してしまいます。そこでまず、この問題を私どもの賛助会員幹事店会(メーカー代表会員組織)の方々と十分に共有し、そのうえで小売業も参加する製・配・販連携協議会(消費財製配販有力企業で構成される全体最適推進組織)に対応のあり方を検討していただきました。これによってリードタイムの延長と安定的な物流の両立に向けて製配販がそれぞれどんなことに取り組むべきかが明確になってきました。たとえば、定番商品の発注締め時間をメーカー―卸間では少し後ろに、卸―小売間では少し前にずらすなど、大きく5つの方向性が示されています。これらが実際に運用可能かどうかを検証すべく、今年6～7月にかけてメーカー2社と私どもの会員卸6社で実証実験を行いました。この2社は味の素さんとキューピーさんで、両社にはSBM(食品物流未来推進会議、大手食品メーカー8社で構成される物流問題解決のための会議体)のメンバー企業としてご参加いただきました。その成果を踏まえ、「製配販各層に対する提言―持続可能な物流の構築のためおアクションプラン」を取りまとめたところです。10月28日に物流展示会・フードディストリビューション(於・東京ビッグサイト)の会場内で行われたパネルディスカッションでは、この提言の一端を披露させていただきました。

「2024年問題」を念頭に
持続可能な物流構築に傾注

——積極的に手を打たれていますが、物流に関しては今後も難題が目白押しです。

時間 2024年にはドライバーの時間外労働の上限を年960時間とする新たな規制が始まります。労働環境の是正に向けた重要な動きではあるものの、ドライバー不足が一段と深刻化し、物流が回らなくなるのではないかとの見方もあり、2024年問題として取り沙汰されています。リードタイムの延長もこの環境変化を見据えて出てきた動きであり、今後はドライバーの拘束時間の抑制や生産性の向上を今まで以上に真剣に考えていかなければなりません。メーカーの方々からも卸物流拠点における荷待ち時間と付帯作業の見直しを強く求められているところです。

——ここでいう付帯作業とは、荷卸し・検品に代表される納品時の荷役業務のことですね。

時岡 仰る通りです。荷待ち時間はN-Torusの活用や入荷時間帯の調整である程度改善できるでしょうし、検品作業もASN（事前出荷情報）の活用などで省力化が期待できるのですが、荷卸し作業の見直しはなかなか難しそうです。長年の商慣習で確立された役割分担みたいところにメスを入れ、この業務を誰が担い、誰がコストを担うのかということまで再定義する必要があるの

かなと感じています。物流業者の方々に食品業界の仕事を続けていただくためにも、覚悟をもって臨んでいかなければなりません。

——リードタイムの取組みと同様に、持続可能な物流の構築に向けて貴団体が良き調整機能を発揮されることを期待しています。長時間ありがとうございました。

聞き手 ジャパン・インフォレックス

横田弘毅

お知らせ

ジャパン・
インフォレックス

FDB

インフォマート

**BtoB
プラットフォーム
規格書**

データ連携強化へパートナー契約

品質系情報授受の効率化・標準化を推進します！

- ジャパン・インフォレックスはこのほど外食企業向けクラウドサービス「BtoBプラットフォーム規格書」を展開するインフォマートとパートナー契約を締結しました。
- これにより当社が運営する商品情報データベース「FDB」と「BtoBプラットフォーム規格書」の連携が強化されます。
- 今後、FDBに品質系情報を登録するメーカー様は、当該情報をBtoBプラットフォーム規格書を利用する取引先にも効率的に提供できるようになります。
※メーカーが連携を許可した場合に限ります。
- 本連携を通じて両社は食品業界における品質系情報授受業務の削減をサポートします。
- 併せて食品製配販大手企業など41社・4団体加盟の商品情報授受標準化会議（通称・PITS）が定めた重要品質系情報項目群「PITS標準項目」の普及と利用拡大に共同で取り組み、企業ごとに対応の異なる品質系情報授受の標準化を推進します。
- 両社の今後の協業にどうぞご期待ください。1日も早い業務効率化の実現に向け、ユーザー様におかれましては、引き続きご協力よろしくお願いいたします。

行政と業界

小売・外食にプラ削減義務づけ 使い捨てスプーンなど12品目

コンビニや飲食店で提供されるプラスチック製の使い捨てスプーンなどへの規制が始まります。今年6月のプラスチック資源循環促進法の成立を受け、政府は8月までに規制対象とする特定プラスチック製品12品目を指定。これらを年5トン以上使う事業者に対し、2022年4月にも削減を義務づける方針です。対象品目には小売・飲食店のフォーク・スプーン・ナイフ・マドラー・ストローのほか、ホテルのヘアブラシや歯ブラシ、クリーニング店のハンガーなどが含まれます。

海洋プラスチック汚染の深刻化を背景に、今までもカフェチェーンなどがストローを紙製に切り替える動きはありましたが、今後は法の下でより厳格な対策が求められることになります。これを受け、ローソンは8月17日から都内ナチュラルローソン8店舗でスプーンを木製に切り替える実験を実施。すかいらくグループも10月、持ち帰り・宅配用のスプーン・フォーク・ナイフを2022年1月から木製に順次変更すると発表しました。なお、EUでは2022年に食品容器への使い捨てプラスチックの使用が全面的に禁止されるため、日本の規制も段階的に厳しくなっていくことが予想されます。

2020 年度自給率は過去最低 平成の米騒動の年に並ぶ

農林水産省が発表した2020年度のカロリーベースの食料自給率は、前の年度に比べ1ポイント低い37%となりました。主食の多様化によ

って国産比率の高い米の需要が長期的に減っていることに加え、昨年はコロナ禍での外食店の休業による業務用米の落ち込みなども大きく影響したようです。

自給率が37%にまで落ち込むのは、1993年、2018年に続き3回目。このうち1993年は80年ぶりの冷害による国内米の不足を海外米の緊急輸入で補った「平成の米騒動」の発生年に当たります。ウルグアイラウンド合意前の当時と今では関税率等の貿易環境が異なるとはいえ、食料危機が叫ばれた1993年並みの低自給率が常態化しつつあることに驚きを禁じ得ません。政府は自給率を2030年度に45%に引き上げる目標を掲げていますが、むしろ減少に歯止めがかからない状況となっています。

完全義務化へ遂に秒読み 加工食品の原料原産地表示

加工食品の原料原産地表示制度が2022年4月1日に完全施行を迎えます。同日以降、輸入品を除くすべての加工食品に対し、重量割合の最も大きな原材料の原産地表示が義務づけられます。製造時期によって原料産地が異なる場合の表示方法なども詳細に定められており、適正な運用が求められます。

この制度は食品表示基準が改正された2017年9月1日付で施行されていますが、従前の原料原産地表示に比べて対象範囲が大幅に広がることから、義務化までに4年7カ月という異例に長い経過措置期間が設けられていました。このため、表示対応済みの商品が既に多数流通している状況ですが、カテゴリーごとに温度差があり、改廃の激しい日配品等では切り替えがやや遅れているようです。義務化まで半年を切り、速やかな対応が求められるところです。

FDB/Inforex
登録データ分析

原料高騰で価格改定は進んだか

食料の高騰が止まりません。最大の指標であるシカゴ相場は、大豆・小麦・とうもろこしともに2020年半ばから上昇に転じており、大豆は今年4月に1ブッシェル16ドルに迫る8年ぶりの高値を記録しました。国連食糧農業機関(FAO)が発表した9月の世界食料価格指数は130.0で、前年同月に比べ実に33%の上昇となっています。

異常気象によるアメリカ・カナダ・ブラジルの不作と中国の旺盛な買付けで需給バランスが崩れ、コロナ禍での労働力不足や海上運賃の高騰が追い打ちをかけている状況です。

基幹原料の高騰と原油高による資材・エネルギーコストの上昇が並行的に進む中、国内食品メーカーは最終製品価格の引き上げに動いています。しかしながら、11月時点での値上げ実施品目は▽食用油▽油脂加工品の一部(マーガリン、マヨネーズ等)▽小麦加工品の一部(小麦粉、プレミックス、パスタ、パン等)▽レギュラーコーヒー

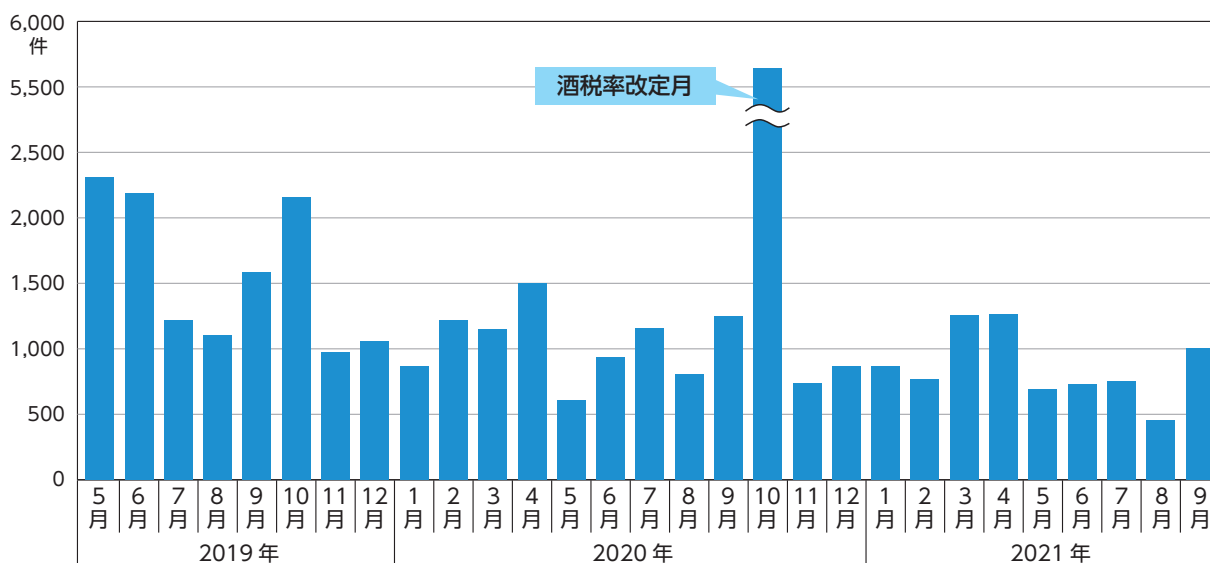
にはほぼ限定されており、業界全体を巻き込む大きな動きには至っていないように思われます。

そこでFDB/Inforexに登録された家庭用全商品を対象に、希望小売価格項目の変更が行われた件数を月単位で集計してみたところ、下のグラフのような推移を確認することができました。希望小売価格を設定しないオープン価格商品の登録割合が増加傾向にある(※)ことから、必ずしも業界全体の価格改定状況を正確に読み取れるデータではありませんが、おおよその傾向が把握できるのではないのでしょうか。

特筆すべきは、2021年は3月、4月、9月にそれぞれ1,000件超の価格変更が発生しているものの、物流費等の高騰に起因する値上げが相次いだ2019年半ば～2020年初頭ほどの活発さはないということです。このことから、現時点では多くのメーカーが足もとの原料高への対応に慎重な態度であることがうかがえます。2007年や2013年の原料高騰期と同様に、価格改定に先行して販促費の抑制や量目調整(いわゆる減量実質値上げ)に取り組んでいる可能性もありそうです。値上げが幅広いカテゴリーに波及してくるのは、来春辺りかもしれません。次号でも引き続きこの動きを追跡していきます。

(※) 2021年1～9月にFDB/Inforexに新規登録された商品のオープン価格比率は39%となっています。

FDB/Inforex 登録商品(家庭用)の価格変更件数推移



FDB/Inforex 加盟卸企業一覧

2021年11月1日現在、FDB/Inforexにご加盟いただいている卸企業様です(社名公開企業のみ)。メーカー様にご登録いただいた商品情報は、リスト記載の各社様に確実に届いています。日々の商談や商品情報授受の改善にお役立てください。

社名	本社	FDB	Inforex	社名	本社	FDB	Inforex
(株)アキタ	愛媛	○		(株)タジマヤ	東京		○
旭食品(株)	高知	○		東亜商事(株)	東京	○	
(株)飯田	大阪	○	○	(株)トーカン	愛知	○	○
伊賀越(株)	三重		○	(株)トーホー	兵庫	○	
(株)イズミック	愛知		○	(株)徳田商店	鳥取	○	
伊藤忠食品(株)	大阪	○	○	(有)仲村商店	東京	○	
岩田産業(株)	福岡	○		(株)ニース	埼玉		○
(株)エスサーフ	滋賀	○	○	(株)饒田(にぎ田)	神奈川	○	
エンド商事(株)	大阪		○	(株)日本アクセス	東京	○	○
尾家産業(株)	大阪	○		日本アクセス北海道(株)	北海道		○
沖縄ユーシーシーコーヒー(株)	沖縄	○		ニノミヤ物産(株)	福岡	○	
加藤産業(株)	兵庫	○	○	日本酒類販売(株)	東京	○	○
カナカン(株)	石川	○	○	服部コーヒーフーズ(株)	宮城	○	
カメイ(株)	宮城	○		(株)平喜	静岡	○	
亀井通産(株)	熊本	○	○	広川(株)	広島	○	
(株)共栄	和歌山		○	福島県南酒販(株)	福島	○	
極東ファディ(株)	福岡	○		(株)フジサニーフーズ	大阪	○	
(株)久世	東京	○		(株)藤澤	兵庫		○
(株)グローリージャパン	大阪		○	藤徳物産(株)	岡山	○	○
群馬県卸酒販(株)	群馬		○	北陸中央食品(株)	富山	○	○
国分グループ本社(株)	東京	○	○	(株)升喜	東京		○
コゲツ産業(株)	福岡	○	○	(株)マスダ増	東京		○
コンタツ(株)	東京		○	(株)マルイチ産商	長野	○	
佐藤(株)	福島	○	○	(株)丸正高木商店	京都		○
サン・パシフィック・エンタープライズ(株)	東京		○	丸大堀内(株)	青森	○	○
(株)サンヨー堂	東京	○		三井食品(株)	東京	○	○
三陽物産(株)	大阪	○	○	三菱食品(株)	東京	○	○
(株)ジェイアール東日本商事	東京	○		南九州酒販(株)	鹿児島	○	○
JFCジャパン(株)	東京	○		(株)名給	愛知	○	
下田商事(株)	長崎	○		(株)ヤグチ	東京	○	
(株)神酒連	神奈川	○		(株)ヤスノ	東京		○
進和珈琲(株)	愛媛	○		ヤマエ久野(株)	福岡	○	○
(株)大物	大阪	○	○	(株)山形丸魚	山形		○
ダイショージャパン(株)	東京		○	ヤマキ(株)	静岡	○	
大昇貿易(有)	兵庫		○	ユアサ・フナショク(株)	千葉	○	
高瀬物産(株)	東京	○		ユーシーシーフーズ(株)	兵庫	○	
武田食品(株)	山梨	○		ワルツ(株)	愛知	○	



ご意見・ご感想をお寄せください report@jii-inforex.jp

本誌では食のビジネスと関係の深い行政・業界動向やデジタル技術の動きをお伝えして参ります。当面は年2回(5月・11月)の発行となります。皆様のご意見・ご感想をお待ちしています。