

## 特集

## キャッシュレス手段の主役は何？

## 市場動向から紐解く日本のキャッシュレスの見通し

日本ではキャッシュレス決済がますます広がり、一般化してきました。クレジットカードや電子マネー、QRコードなどの決済手段は2022年に111兆円と過去最高を記録しています。

政府は2025年の大阪万博までにキャッシュレス決済比率を40%とするKPI（重要業績評価目標）を掲げていますが、今後、日本のキャッシュレスはどのように発展していくのでしょうか。

この連載では3回に分け、QRコード決済が広まった背景にある大規模なポイント還元キャンペーンや加盟店に対する決済手数料の減免など決済事業者の施策に焦点を当て、QRコード決済の競争が生まれた背景や、垂直統合型プラットフォーム事業者の戦略意図を解説します。

また、今日までの主要事業者の動向やキャッシュレスを巡る変化を取り上げ、具体的な事例をもとに、ID・データ保有者による経済圏競争の半歩先の未来についても考察してまいります。

キャッシュレス周りで  
ここ数年に起きたこと

日本では、2016年頃からQRコード決済サービスが開始され、2018年冬には「PayPay」による「100億円あげちゃうキャンペーン」や2019年秋からの「キャッシュレス・ポイント還元事業」を経て、キャッシュレス決済の普及が確実に進んでいます。

この間、多くの決済事業者が参入し、LINE（LINE Pay）、楽天（楽天ペイ）、PayPay、ドコモ（d払い）、さらには主要な金融機関や航空会社などがQRコード決済サービスの提供を開始しました。

一時は競争が激しく、多くのサービスが乱立しましたが、ここにきて主要なプレーヤーは数社に絞り込まれた状況です。QRコード決済を中心としたキャッシュレス市場は、体力のある大手事業者のみが生き残ることが分かってきました。この状況は、以下の3つの事象から大まかに理解することができます。

■事象1：利用者獲得のため大規模還元が  
必要不可欠だった

QRコード決済を利用するお客さまには、一般的に、利用額200円ごとに1ポイント（0.5%のポイント還元）が付与されます。これに加え、大手の

## ● 本号のメニュー ●

- |                                               |     |
|-----------------------------------------------|-----|
| 特集                                            | 〈1〉 |
| キャッシュレス手段の主役は何？<br>市場動向から紐解く日本のキャッシュレスの見通し    |     |
| 商品情報授受の標準化に向けた業界の取組み<br>商品情報授受標準化会議（PITS）について | 〈6〉 |
| 「商品マスター運営委員会」活動報告<br>JIIからのお知らせ               | 〈7〉 |
| FDB/Inforex加盟卸企業一覧                            | 〈8〉 |

事業者は2019年以降、毎月限定のポイント還元やクーポン配布などのキャンペーンを展開してきました。

QRコード決済自体、他社が提供するサービスと機能的な差異はなく、「指定のお店でQRコード決済をすると20%還元」、「総額●●億円を利用者で山分け」といった還元キャンペーン以外で自社提供サービスの利用を促すことが困難であったことが、ポイントを活用した大規模還元キャンペーンが頻発した理由の一つです。

このように、会員を大量に獲得し、決済回数や決済取扱高を引き上げ、日常利用を定着化させるために実施されてきたポイント還元キャンペーンですが、2022年度から2023年度にかけ、その還元規模や実施頻度は徐々に減少しており、QRコード決済を利用されている方の中には、ポイントの獲得が難しくなったと感じる方もいらっしゃるのではないのでしょうか。

## ■事象2：決済手数料の無償化

QRコード決済の大手事業者の加盟店は400万か所以上(2023年3月時点)となっています。自社QRコード決済サービスの加盟店化を進めるため、決済手数料の無償化(ユーザーがバーコードをスキャンして決済する場合)を打ち出し、中小加盟店の心理的、経済的な負担を軽減させることに成功し、加盟店の数は急速に増加しました。

その後、PayPayは約340万か所の加盟店を獲得した時点で方針を転換し、2021年10月に決済手数料の有償化に踏み切りましたが、その時点で、加盟店化で大きく後れを取っていた楽天、ドコモ、auなどは加盟店向けの決済手数料の無償化や無償化を継続する方針を採りました(1年間無料や新規加盟は無料など)。

2022年時点では、PayPay以外の事業者も加盟店化が順調に進行し、中小加盟店向けの優遇措置やキャンペーンは予定通り終了。加盟店からは、決済取扱高に応じて2%～3%程度の決済手数料を収受する形に移行しています。

## ■事象3：相次いだ合従連衡

キャッシュレス領域では、大手事業者同士の

M&Aや提携が相次いでいます。2019年にKDDIとpontaポイント運営会社の資本業務提携が行われ(auのサービスで貯まるポイントがpontaポイントへ)、2021年にZホールディングスとその子会社であるLINEとヤフーの3社の経営統合が発表されました。さらに、2023年に三井住友フィナンシャルグループがVポイントとTポイントの統合(2024年春予定)を発表しています。

QRコード決済市場で競争に勝つためには、利用者と加盟店の獲得が重要であり、各社は大規模な利用者向けの大規模ポイント還元や加盟店向けの手数料無料化などの優遇措置を打ち出すことで、他社を上回る規模での事業基盤構築を目指してきました。

この競争の過程で、QRコード決済事業の主たる収入源である加盟店の決済手数料を無償化し、さらにポイント還元によって発生する赤字を、別の収益事業で補填することができた一部の大手事業者以外は体力的に厳しい状況となり、QRコード決済事業者の撤退を招く等、中小サービスの淘汰が進んだことにより、結果として主要プレーヤーが絞り込まれた状態になっています。

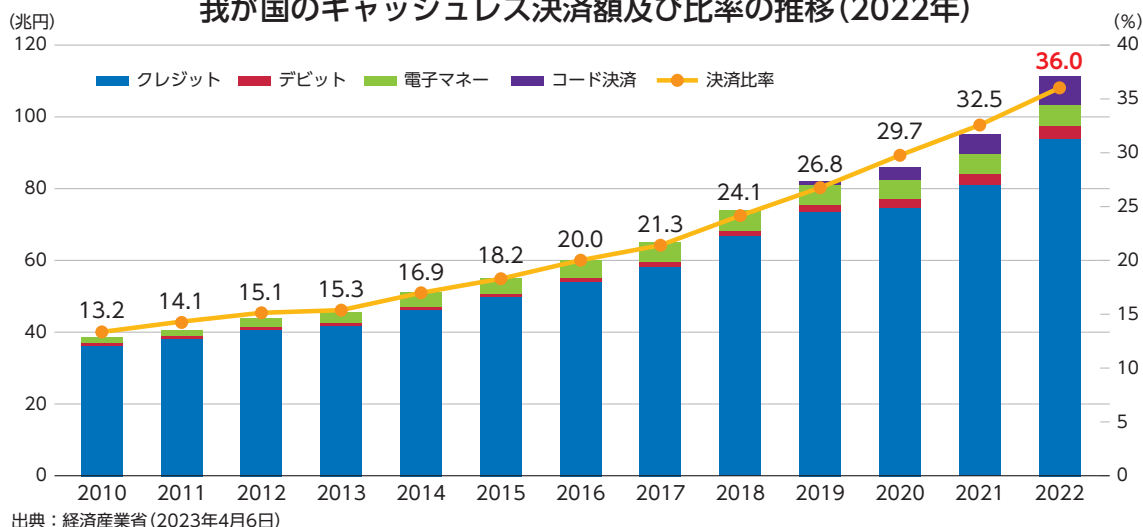
## 大手の寡占化とクレカシフトが進行する キャッシュレス市場の概況

先述した通り、2025年までにキャッシュレス決済比率を40%にする政府の目標に向けて、キャッシュレス決済額は順調に増加しています。ここからは、キャッシュレスの主要手段や主要プレーヤーおよび大手事業者による寡占化の状況を確認していきましょう。

## ■数値1：日本のキャッシュレス市場規模

日本のキャッシュレス決済額は、2018年から2022年までの間に年率9%弱の成長を遂げています。国民経済計算における民間最終消費支出に占めるキャッシュレス比率は、2022年度には36% (111兆円)まで伸長しており、ここまでの成長トレンドが維持されれば、2025年度の政府目標であるキャッシュレス決済比率40% (120兆円)の達成に手が届く距離にまで近づいています。

## 我が国のキャッシュレス決済額及び比率の推移(2022年)



## キャッシュレス決済額及び比率の内訳の推移

(単位：兆円)

|                        |     | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  |
|------------------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①クレジット                 | 決済額 | 53.9  | 58.4  | 66.7  | 73.4  | 74.5  | 81.0  | 93.8  |
|                        | 比率  | 18.0% | 19.2% | 21.9% | 24.0% | 25.8% | 27.7% | 30.4% |
| ②デビット                  | 決済額 | 0.9   | 1.1   | 1.3   | 1.7   | 2.2   | 2.7   | 3.2   |
|                        | 比率  | 0.3%  | 0.4%  | 0.4%  | 0.6%  | 0.8%  | 0.9%  | 1.0%  |
| ③電子マネー                 | 決済額 | 5.1   | 5.2   | 5.5   | 5.8   | 6.0   | 6.0   | 6.1   |
|                        | 比率  | 1.7%  | 1.7%  | 1.8%  | 1.9%  | 2.1%  | 2.0%  | 2.0%  |
| ④コード決済                 | 決済額 | —     | —     | 0.2   | 1.0   | 3.2   | 5.3   | 7.9   |
|                        | 比率  | —     | —     | 0.1%  | 0.3%  | 1.1%  | 1.8%  | 2.6%  |
| キャッシュレス合計<br>(①+②+③+④) | 決済額 | 60.0  | 64.7  | 73.5  | 81.9  | 85.8  | 95.0  | 111.0 |
|                        | 比率  | 20.0% | 21.3% | 24.1% | 26.8% | 29.7% | 32.5% | 36.0% |
| 民間最終消費支出               |     | 額     | 299.9 | 303.3 | 305.2 | 305.8 | 288.6 | 308.5 |

出典：経済産業省(2023年4月6日)

### ■数値2：キャッシュレス手段の内訳

経済産業省が2023年4月6日に発表したデータによると、2022年度のキャッシュレス金額は約111兆円です。その内訳を見ると、クレジットカード支払いが約84.5% (93.8兆円) を占めています。一方、巷では急速に存在感を増しているように感じるQRコード決済の利用比率は約7.1%程度で、2番手の位置づけとなっています。

さらに、楽天、ドコモ、au、PayPayといった事業者は、QRコード決済だけでなく、クレジットカードのイシュー(発行会社)でもあり、キャッシュレス領域において、通信会社やEC事業者など、多数の契約者を抱える事業者の存在感が急速に高まっています。実際に、これらの大手事業者によるクレジットカード取扱高の合計は約

32兆円にのぼり、クレジットカード市場全体の約1/3を占めています。

### ■数値3：QRコード決済の趨勢

QRコード決済の2022年1月から12月の店舗利用金額は約10.8兆円となり、前年の約7.35兆円から大幅に伸長しました。各社の決算発表によると、QRコード決済取扱高の1位はPayPayで、2022年度(22年4月～23年3月)の取扱高は約7.9兆円、2位のドコモのd払いは約2.1兆円となり、いずれも前年度から事業規模が拡大しています。

QRコード決済市場では、クレジットカードよりもさらに寡占化が進んでいます。特にPayPayはQRコード決済市場のシェア約70%を占め、他の競合事業者を大きく引き離して独走しています。続く2位のドコモや、3位と4位に位置すると

想定される楽天やau（取扱高は非公表）までは一定の取扱高を有するものの、5位以下の事業者の存在感は非常に低い状況にあります。

これらのQRコード決済の取扱高の差は、各事業者が過去の期間に負担したポイント還元やキャンペーン、加盟店に対する優遇措置のために投下したコストに比例していると考えられ、今後5位以下の事業者が追いつくのは困難な状況です。

#### ■数値4：共通ポイント発行規模

国内のポイントサービス市場規模（ポイント発行額ベース）は、2021年度には2.1兆円を超える規模に成長しました。将来的には、年率4%程度で成長し、2026年度には2.5兆円規模まで拡大する見込みです。

また、各社の決算発表から、各社のポイント発行額を確認すると、楽天は年間6,200億円、PayPayは6,000億円、ドコモは約3,400億円（※ドコモは年間利用額）に到達しており、auを含めた大手事業者の共通ポイント発行額は、約2兆円規模（2022年度）に

のぼると推定されます。

なお、2022年度にはマイナポイントや地方自治体のキャッシュレス推進用途のポイント負担額も含まれていますが、それらの特殊要因を除いても、大手事業者は毎年数千億円単位でポイント販促費を投下しています。

このように、大手事業者のポイント販促費の投下規模とキャッシュレス市場におけるプレゼンスは密接な関係を持ち、その多寡が市場のトレンドや趨勢に影響を与えていることが分かります。

#### 今後のキャッシュレス市場の短期的な見通し

大手事業者が長期間にわたり展開してきたQRコード決済のキャンペーンやポイント還元ですが、最近では規模が縮小する傾向が見受けられます。キャッシュレス市場では、今後どのような変化が予想されるのでしょうか？3つの事例に基づいて短期的な見通しについて考察します。

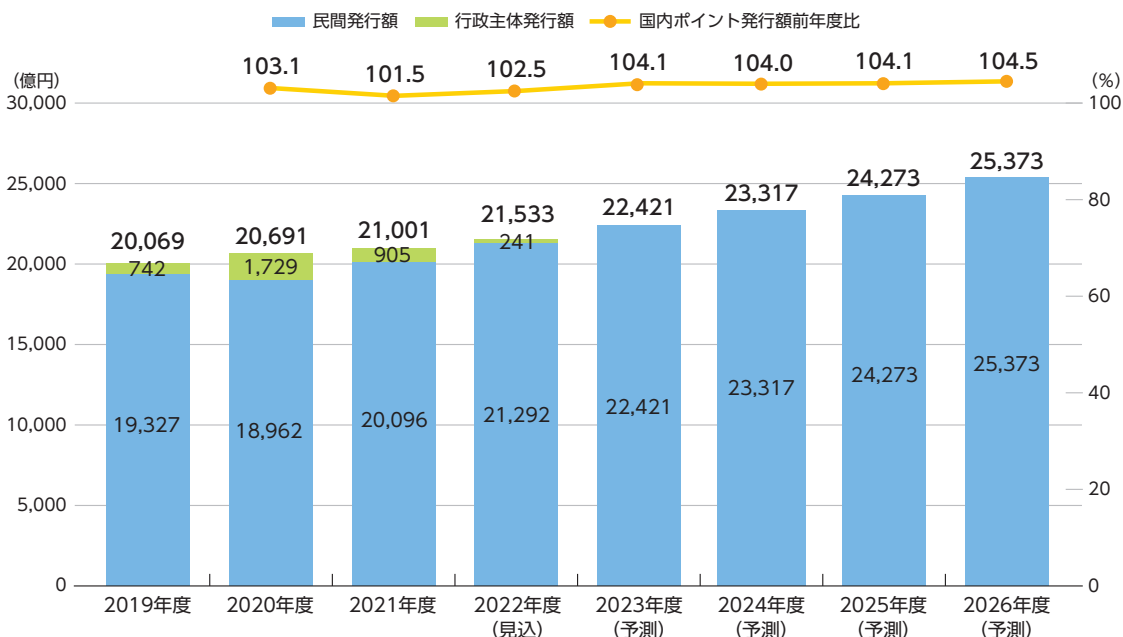
#### コード決済利用動向推移

（単位：百万円、千ユーザー）

|        | 2018    | 2019      | 2020      | 2021      | 2022       |
|--------|---------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 店舗利用金額 | 165,040 | 1,120,598 | 4,200,301 | 7,348,701 | 10,798,607 |
| MAU※   | 3,548   | 18,546    | 36,363    | 48,733    | 60,629     |

※ MAU（Monthly Active Users）：特定の月に1回以上利用や活動があったユーザーの数  
出典：一般社団法人キャッシュレス推進協議会「コード決済利用動向調査」

#### 民間・行政主体別国内ポイントサービス市場規模推移と予測



出典：矢野経済研究所「ポイントサービス市場に関する調査を実施(2022年)」



## ■事例1：主たる決済手段の予測

矢野経済研究所の調査によれば、クレジットカード市場規模(カード会社の自社発行カードのショッピング取扱高ベース)は拡大基調で推移し、2025年度の取扱高は、政府のキャッシュレス決済の目標額である約120兆円と同規模まで伸長する見込みです。

クレジットカードが今後もキャッシュレスの主たる手段であり続ける一方、QRコード決済は、クレジットカード利用者に対して提供される決済認証手段の一つと位置付けられ、その取扱高の規模は限定的になりそうです。

QRコード決済はサーバー型のサービスのため、加盟店は紙に印字した専用のQRコードを掲出するだけで決済に対応することができ(※ユーザーがバーコードをスキャンする場合)、高額な決済端末の設置が必要なクレジットカードと比べ、その加盟店が多くなっています。

また、利用者は、QRコード決済の残高を、クレジットカードからチャージすることで、実質的にクレジットカードを利用した後払い決済として利用することが可能です。

したがって、QRコード決済は、クレジットカード非加盟店にとって簡便なキャッシュレス手段であり、また、クレジットカード利用者に、副次的に利用される決済認証方式の一つとして一定の役割を果たすものと考えられます。

## ■事例2：クレカに主軸を置いた事業展開

PayPayは、2023年5月1日にPayPayカード以外の他社クレジットカードの支払いを停止する方針を発表しました(その後、6月22日に同方針を撤回、2025年1月まで適用開始時期を延期すると発表)。

この方針は、他社クレジットカードから残高へチャージされる際に、PayPayがクレジットカード会社へ支払う加盟店手数料の流出額を抑制すると同時に、PayPay利用者を自社クレジットカード(PayPayカード)へ誘導し、収益化を図るための動きだと考えられます。

今後も、大手事業者は、キャッシュレスの主戦場である自グループが提供するクレジットカード

を事業の中心に据え、決済周辺サービスのラインナップの最適化を図り、利用者、取扱高、収益を最大化するためのフォーメーションを敷くものと想定されます。

## ■事例3：競合の水準を横目で見ながら販促費を絞る

23年度に入り、ここまで長期間にわたり行われてきた大規模なポイント還元キャンペーンの規模が縮小し、QRコード決済を利用する顧客向けのサービスやインセンティブが改悪に向かっている傾向が見受けられます。

楽天市場やYahoo!ショッピングなどでは、ポイント付与額が「税込価格」から「税抜価格」へ変更され、ドコモやauなどではクレジットカードとQRコード決済を紐づけてチャージする際のポイントの二重取りを終了させる等、各社一様にポイント還元の総額を絞り込んでおり、一度の決済で顧客に還元されるポイントの総量は今後も減少していきそうです。

ここまでみてきたように、キャッシュレス決済、特にQRコード決済は大きな過渡期を迎えています。一部の通信事業者やEC事業者など、先行投資の赤字に耐える体力を備えていた事業者は、コストを負担しながら基盤整備に取り組み、数千万人単位の顧客IDや数百万か所の加盟店を開拓してきました。

2023年以降は、これまでに獲得した顧客IDやオフラインの加盟店ネットワークを活用したビジネスを開発し、収益化を図るために努力する時期になるでしょう。事業者は効率的な事業運営を追求し、採算性を高めることで収益化や収支均衡の時期を早めようとする動きが活発化すると予想されます。

近い将来、QRコード決済の大規模なキャンペーンは減少し、各社は資金を自社のクレジットカード事業の強化に振り向けることでしょう。その結果、当面の間、クレジットカードが日本のキャッシュレス化を牽引する役割を果たすと考えられます。

文責 経産省大臣登録中小企業診断士  
森 雄一郎

# 商品情報授受の標準化に向けた業界の取組み

## 商品情報授受標準化会議(PITS)について

食の安心・安全に対する関心の高まりを背景に、商品規格書作成・商品情報データ入力など、商品情報授受にかかるメーカー・卸の業務負荷は年々増えており、その効率化・標準化は業界全体の課題となっています。当社は商品情報授受標準化会議(PITS)の事務局として、商品情報授受の効率化・標準化を支援しています。

### 1 商品情報授受標準化会議(通称：PITS)とは？

2013年5月に設立された、PITS (ピッツ、Product Information Transfer Standard の略称)は、食品業界における商品情報に関する標準的な項目と授受方法の策定・普及を目的とした、製・配・販三層＋業界団体・データベース事業者など、有志の企業・団体による会議体です。

#### ●加盟企業・団体

|      |                                                      |
|------|------------------------------------------------------|
| 議長企業 | 味の素(株)、(株)ニチレイフーズ                                    |
| 幹事企業 | 味の素(株)、(株)イオン、国分グループ本社(株)、(株)トーホー、(株)ニチレイフーズ、三菱食品(株) |
| 参加企業 | 製造業18社、卸売業11社、小売業3社、賛同団体7団体、賛同企業9社                   |
| 事務局  | (株)ジャパン・インフォレックス                                     |

#### ●活動経緯

|              |                                                    |
|--------------|----------------------------------------------------|
| 2013年<br>5月  | PITS設立、【品質230】維持管理の受入れ                             |
| 2013年<br>12月 | 「PITS標準項目」「PITS標準フォーム」策定                           |
| 2014年<br>5月  | 「PITS標準項目」「PITS標準フォーム」改定(アレルギー物質：カシューナッツ、ごまの追加)    |
| 2015年<br>11月 | 「PITS標準項目 第1版」「PITS標準フォーム 第1版」策定(農林水産省補助事業成果物への準拠) |
| 2017年<br>11月 | 「PITS標準項目 第2版」策定(製造所名・住所・加工所名・住所の追加)               |
| 2019年<br>11月 | 「PITS標準フォーム 第2版」策定                                 |
| 2020年<br>11月 | 「PITS標準項目 第3版」「PITS標準フォーム 第3版」策定(落花生の項目名を変更)       |



2023年6月20日 第17回総会(会場参加者のみ)

### 2 「PITS標準項目」「PITS標準フォーム」とは？

PITSでは、「PITS標準項目」および「PITS標準フォーム」を策定し、その普及推進による食品業界における商品情報授受の効率化・標準化を目指しています。これらは平成26年度農林水産省補助事業「標準商品規格書とそのガイドラインの検討会」で策定された内容に準拠しています。

「PITS標準項目」「PITS標準フォーム」は使用権フリーなので、どなたでもご利用いただけます。是非ご活用ください。当社ホームページから閲覧・ダウンロードいただけます。

<https://jii-infoforex.co.jp/pits.html>

また当社では、「PITS標準項目」「PITS標準フォーム」に準拠した「Q-PITSサービス」をご用意しています。詳しくは、下記の「FDB品質系サービス(Q-PITS)」資料をご覧ください。

<https://jii-infoforex.co.jp/download.html>

その他、商品規格書授受に関してお困りの方やPITSに関するご質問は、以下までお願いいたします。

#### ◆PITSに関するお問い合わせ先◆

##### PITS事務局

(株)ジャパン・インフォレックス 総合企画部  
TEL：03-5542-1572 (平日9:00～17:00)  
Mail：kikaku@jii-infoforex.jp

## 「商品マスター運営委員会」活動報告

当社は2006年の設立当初から、当社の出資卸各社の商品マスター登録部署の責任者を委員とした「商品マスター運営委員会」を事務局として運営しています。商品情報登録の効率化を図るため、登録状況を共有し、課題の検討をおこなっています。

### 1 目的

本委員会では、商品情報登録の状況を共有し、メーカー様からの商品情報登録の推進(EDI化率向上)を図り、卸各社の業務効率化に寄与することを目的とする。

### 2 参加企業/会の構成

- ①参加企業：国分グループ本社(株)、(株)日本アセス、三菱食品(株)、加藤産業(株)、三井食品(株)、伊藤忠食品(株)、日本酒類販売(株)、
- ②事務局：(株)ジャパン・インフォレックス

- ③個別テーマや専門的なテーマに関しては、専門検討部会を設置し、別途打合せをおこなう。
- ④当社設立の2006年から開催しており2023年5月で第120回を数えた。現在は隔月開催。

### 3 会議内容

- ①商品情報登録実績の共有
  - ・登録ルート別/カテゴリー別の件数とEDI化率
  - ・カテゴリー別/卸代行登録件数の多いメーカーなど
- ②卸各社における商品情報登録での課題の共有とその改善に向けた検討
- ③外部講師による講演
  - ・会議を2部構成とし、1部は上記の検討会、2部は食品/流通/IT/マーケティングなど幅広い分野から外部講師を招き、各委員に役立つ内容の講演会を開催。

## JII からの お知らせ

### 1

平素は当社の商品マスター登録にご支援いただきありがとうございます。  
このたび、JII REPORTの紙面をリニューアルいたしました。今までの食品流通に特化した内容から、今後はより幅広いテーマで皆さまのお役に立つ情報を提供してまいります。  
どうぞ、ご期待ください。

### 2

当社が提供する「Web型商品検索サービス」(Inforex TREASURE)をリニューアルいたしました。  
主な変更点は以下の通りです。

- システム安定運用のため、サーバーをリプレースしました。
- 利用可能なブラウザを拡大しました。  
今後、更に機能拡充を進めてまいります。まだ、ご利用になられていない卸売業様・小売業様は、この機会にぜひご検討ください。

# FDB/Inforex 加盟卸企業一覧

2023年9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  | ○   |         | 武田食品(株)      | 山梨  | ○   |         |
| 旭食品(株)                | 高知  | ○   |         | (株)タジマヤ      | 東京  |     | ○       |
| (株)飯田                 | 大阪  | ○   | ○       | 天長食品工業(株)    | 愛知  |     | ○       |
| 伊賀越(株)                | 三重  |     | ○       | 東亜商事(株)      | 東京  | ○   |         |
| (株)イズミック              | 愛知  |     | ○       | (株)トーカン      | 愛知  | ○   | ○       |
| 伊藤忠食品(株)              | 大阪  | ○   | ○       | (株)トーホー      | 兵庫  | ○   |         |
| (株)エスサーフ              | 滋賀  | ○   | ○       | (株)徳田商店      | 鳥取  | ○   |         |
| エンド商事(株)              | 大阪  |     | ○       | (有)仲村商店      | 東京  |     | ○       |
| 尾家産業(株)               | 大阪  | ○   |         | (株)ニーズ       | 埼玉  |     | ○       |
| (株)大楠屋                | 大阪  |     | ○       | (株)饒田(にぎ田)   | 神奈川 | ○   |         |
| (株)カームビジョン            | 神奈川 | ○   |         | (株)日本アクセス    | 東京  | ○   | ○       |
| 加藤産業(株)               | 兵庫  | ○   | ○       | 日本アクセス北海道(株) | 北海道 |     | ○       |
| カナカン(株)               | 石川  | ○   | ○       | 日本酒類販売(株)    | 東京  | ○   | ○       |
| カメイ(株)                | 宮城  | ○   |         | 服部コーヒーフーズ(株) | 宮城  | ○   |         |
| 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  | ○   |         |
| (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  |     | ○       |
| 五大物産(株)               | 大阪  |     | ○       | (株)マルイチ産商    | 長野  | ○   |         |
| コンタツ(株)               | 東京  |     | ○       | 丸栄商事(株)      | 大阪  |     | ○       |
| 佐藤(株)                 | 福島  | ○   | ○       | (株)丸正高木商店    | 京都  |     | ○       |
| (株)三協乾物店              | 岐阜  |     | ○       | 丸大堀内(株)      | 青森  | ○   | ○       |
| サン・パシフィック・エンタープライズ(株) | 東京  |     | ○       | 三井食品(株)      | 東京  | ○   | ○       |
| (株)サンヨー堂              | 東京  | ○   |         | 三菱食品(株)      | 東京  | ○   | ○       |
| 三陽物産(株)               | 大阪  | ○   | ○       | 南九州酒販(株)     | 鹿児島 | ○   | ○       |
| (株)ジェイアール東日本商事        | 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  |     | ○       | ユアサ・フナシヨク(株) | 千葉  | ○   |         |
| 大昇貿易(有)               | 兵庫  |     | ○       | ユーシーシーフーズ(株) | 兵庫  | ○   |         |
| 高瀬物産(株)               | 東京  | ○   |         | ワルツ(株)       | 愛知  | ○   |         |



ご意見・ご感想をお寄せください [report@jii-inforex.jp](mailto:report@jii-inforex.jp)

本誌に関して、皆様のご意見・ご感想をお待ちしています。