

## 第1回 卸売:サプライチェーン作業グループの概要報告

- ・日時 平成 20 年 9 月 17 日 (水) 10:00~12:10
- ・場所 東京海上日動リスクコンサルティング (株) 内会議室
- ・出席者 卸売事業者 6 社、出席人数 8 人

### <議事次第>

1. フード・コミュニケーション・プロジェクト (FCP) の趣旨説明
2. 作業グループの進め方および「協働の着眼点」の説明
3. ファシリテーターおよび参加者の自己紹介
4. フリーディスカッション (取引先への働きかけや取組についてなど)

### <議事>

FCP の趣旨説明および作業グループの進め方の説明を事務局から行った後、ファシリテーターおよび参加者の皆様から自己紹介をしていただきました。

ディスカッションでは、企業の取組を踏まえた「協働の着眼点」を整理していくという観点で、取引先への働きかけや取引先との情報共有等の取組、現在苦労している点などをご紹介いただきました。ディスカッションの中でご紹介いただいた皆様の取組の概要は以下のようなものでした。

#### 【サプライチェーンの中での卸、商社の役割と課題】

- ・ オリジナル商品開発、地域メーカーとの協力、小売提案による商品開発、商品陳列の提案、商品販売実績の分析、ポイント制会員の運営提案、食育提案など幅広い業務がある。
- ・ 卸売は「何でも屋」。メーカー・小売双方の要望を受けて何でも対応する、課題があれば解決法を提案する、という意識を持っている。
- ・ 商品や取引先の選択では、パートナーシップを結ぶ役割に注力したい。
- ・ 海外からの調達も重要な役割。現地政府や民間団体を交えて、日本の食文化や日本の消費者の要請などを伝えたりする。海外への働きかけはコスト的に負担が大きいこともある。
- ・ 「納入業者の責任」が重視されてきている現在は、生産委託先への品質マネジメントの役割もある。
- ・ メーカー、小売の双方に対して信頼を作り出す役割。メーカーからは頼りにされ、消費者からは信頼される、というのが理想。「信頼をつなぐ」という役割。そのための1つの観点として、消費者まで公明正大な情報を伝えることがあると思う。「わからないこと」が信頼性を揺るがしていると考え。そのために情報開示が重要となる。
- ・ 安全・安心のほかに、安定供給についても重要な役割を果たしていると思う。 など

#### 【商品情報の取扱（原産地情報やトレーサビリティなど）について】

- ・ 海外の場合、国名より細かい地域産地の情報入手が難しい製品もある。業界団体や国際機関を通じて、安全性確保を目的とした啓蒙活動を実施（使用農薬の明確化やポスターの作成など）している。
- ・ 原材料情報を入力し履歴をデータベースシステムで管理して消費者まで繋がる仕組みを考えているが、誰もが導入できるか、取り扱えるか、様々な課題がある。また、データベース化しても、安全・安心の問題が解決されるわけではない。監査、商品分析、在庫、経営など複合的な要素で判断して総合的に信頼を高めることをしないといけない。
- ・ 常時、産地や工場を見ていられるわけではない。そのなかで、どこまで卸売として管理すべきかが悩みどころである。書類の検証方法は模索状態である。
- ・ トレーサビリティをきちんと実施する観点からは、今までは購買先調査が中心で販売先には情報をきちんと提供するのが中心であったが、今後は販売先の調査も重要になるのではないか。 など

#### 【消費者に理解を得るための活動について】

- ・ 卸売は産地・メーカーから消費者までをつなぐ黒子の役割であるため、消費者に理解を得るための活動という点あまりできていないように思う。ホームページやパンフレットの広報に頼っており、消費者に伝えることはなかなか難しい。
- ・ 安全・安心を直接消費者に働きかけることは、卸売の立場では難しい課題であるが伝えていくことに意義がある。
- ・ 企業姿勢としては「求められた情報は開示する。嘘はつかない。」ということ徹底する方針でやっている。
- ・ 中間流通の機能を理解してもらうことも大切だが難しい。最終的には、商品を通じて消費者には評価頂くことになると思う。
- ・ 信頼は長い年月をかけて積み上げないといけない。一朝一夕できるものではない。しかし、正確な情報が伝わりにくいと感じている。
- ・ 安全・安心の他に、「安定」は重要である。日本において安定的に食品を供給するための役割である。 など

次回以降、第1回でご紹介いただいた取組も踏まえ、「協働の着眼点」の策定に向けて、サプライチェーンという観点で中小企業の取組も含めて具体的な企業の取組に関して意見交換を実施していくこととなっています。

## 第2回 卸売:サプライチェーン作業グループの概要報告

- ・日時 平成 20 年 10 月 14 日（火） 10:00～12:10
- ・場所 東京海上日動リスクコンサルティング（株）内会議室
- ・出席者 卸売事業者 6 社、出席人数 8 人

### <議事次第>

1. 第 1 回作業グループでの議論およびヒアリングのまとめ
2. フリーディスカッション（協働の着眼点で取り上げたい取り組み）

### <議事>

冒頭において、作業グループ参加企業への取組についてのヒアリング結果および第 1 回作業グループの議論内容が、ファシリテーターから総括して紹介されました。

ディスカッションでは、企業の取組を踏まえた「協働の着眼点」を整理していくという観点で、以下のような論点において、問題意識、実際に取り組んでいる内容や問題意識、取引先への働きかけや取引先との情報共有等の取組、現在苦勞している点などをご紹介いただきました。ディスカッションの中でご紹介いただいた皆様の取組の概要は以下のようなものでした。

#### 【協働の着眼点の項目全般についての意見】

- ・ 項目としては必要な内容が網羅されている印象を受けた。
- ・ 現在、「サプライチェーン」「衛生管理」「消費者コミュニケーション」の 3 つの観点に分かれているが、内容が重なり合っていることもある。観点間の整理も必要である。
- ・ サプライチェーンにおける重点をどこに置くのかが見えない。範囲も広い。全体を通して分かりやすいコンセプトや合言葉が必要である。
- ・ 個人事業主や小規模企業の場合にもあてはまる内容とする必要がある。
- ・ 法令遵守が前提としてあって、その上でサプライチェーンのなかでの情報共有や、取引上の課題などがある、と整理して議論を深めたほうが分かりやすいのではないか。
- ・ 項目のそれぞれに多様な実行例があれば、参考となる選択肢が増えてよいと思う。
- ・ 消費者に評価されるためにはどうするか、という面からの考え方も必要である。 など

#### 【大項目「体制整備」についての意見】

- ・ 「企業理念」を「協働の着眼点」として取り上げることは重要である。食以外も含めて、企業不祥事と関係する重要な項目と思われる。企業が行動すべき基本方針を策定し、事例集を作っている。
- ・ 「体制整備」では、仕組みだけではなく会社全体への浸透を重視すべきである。仕組みだけではなく、実践状況を定期的にチェックすることが大切である。



- ・ 企業同士で取引相手先との信頼構築ができると、サプライチェーンの最後まで（最終消費者まで）無理なく安全・安心のサプライチェーンが出来るのではないかと思う。取引相手先で「あの会社が大丈夫か分からない」という状況があっては、信頼のチェーンは繋がらない。消費者を基点に考えると、サプライチェーンでは信頼をどのようにつないでいくかが重要な論点になるだろう。卸売はその信頼をどうつなぐかということなのだと思う。

など

今回は協働の着眼点たたき台を発表する、中間とりまとめにむけての会合となります。これらの議論頂いた内容を踏まえ、サプライチェーンという観点で、他業態で議論されている内容・消費者グループインタビュー・中小企業の取組も考慮に入れ、具体的に「協働の着眼点」としてのたたき台を事務局が作成し、それらについて意見交換を実施していくこととなっています。

## 第3回 卸売：サプライチェーン作業グループの概要報告

- ・日時 平成 20 年 10 月 28 日（火） 10:00～12:10
- ・場所 東京海上日動リスクコンサルティング（株）内会議室
- ・出席者 卸売事業者 6 社、出席人数 8 人

### <議事次第>

1. これまでの議論を踏まえて事務局がまとめた「協働の着眼点たたき台」について

### <議事>

冒頭において、今までの作業グループでの議論内容と、「協働の着眼点たたき台」で取り上げるべき項目についてファシリテーターから総括がありました。

ディスカッションでは、「協働の着眼点たたき台」として公開するにあたり、さらに検討を深めるべき点や表現上の工夫など、幅広く議論いただきました。それらの概要は以下のとおりです。

#### 【「協働の着眼点たたき台」卸売：サプライチェーンの全体のまとめ方】

- ・ サプライチェーンの「協働の着眼点」は、食が最終消費者に渡るまでのそれぞれの段階で、安全・安心にまつわることを見える化して伝えていくことにポイントがあると思う。
- ・ 「協働の着眼点」は分かりやすく、見やすいものであるべき。中味の言葉の難しさ、内容の重複の整理などはまだ改善余地がある。文字数などの形式の工夫も必要。
- ・ 項目それぞれは「自社での取組事項」、「他社との実施事項」と分かれるが、その前提として「お客様（消費者）のための」という言葉が隠れている。「消費者のために行っていること」を大きく取り上げる方がよいのではないか。
- ・ 全体全てが、お客様のためにしていることだが、消費者の立場にたてば、お客様のために何をしているのか具体的な項目でまとめる方が分かりやすいのではないか。
- ・ 現在は、コンプライアンス的な内容が項目の中心であるが、食への信頼を得るための創造力（クリエイティブ）な項目が欲しい。信頼回復はルール作りだけではなく、いいものを届けるのも信頼回復だと思うので、営業的な強化も今後大きく取り上げられるべきではないか。例えば、「お客様ニーズの具現化」「お問い合わせ応答」などがあるだろう。
- ・ 「取引相手先」を調達元と販売先に分けるのは一方的に渡すイメージにもなる。今後は、お客様のニーズから循環型であることを前提に議論を深められればよいと思う。
- ・ 現時点では各業態の特徴が出た「協働の着眼点のたたき台」をまとめるという認識である。「卸売：サプライチェーン」でまとめるべきポイントとしては、1つは「卸売自身が行うこと」。特に安全・安心、物流・流通の取組である。2つめは「次の人への商品や情報の伝達と理解の醸成」である。これも一方向ではなく、双方向性が重要であると思う。
- ・ 「教育」においては、自社の社員に求める内容と、取引相手先がこちらに求める内容それぞれに触れられればよいと考える。 など

#### 【項目の整理および表現について】

- いくつかの項目で抽象的な表現があり、分かりづらいと思う。しかし、具体的過ぎると様々な場合を想定した表現ができなくなる。結論としては、項目を読んでどういうことかイメージがわく表現のレベルまでは必要と考える。
- 「コンプライアンス」などは分かりやすく説明すべきである。
- 中小規模の企業にもあてはまる表現とするべきである。
- 「環境配慮、地域貢献」を項目として取り入れることに異論はないが、中小規模の会社において取り組める具体例の紹介が必要と考える。
- 「緊急時の協力」は、お客様の関心からみて大項目レベルの重要性がある。緊急時の協力で重要なことは取引相手先と日頃のコミュニケーションであるため、そのことに触れておく必要がある。
- 企業理念や基本方針は取引先だけのことをうたっているわけではなく、取引相手先を踏まえて創っている。取引相手先に理念や基本方針を伝えることがポイントである。 など

#### 【お客様（消費者）にとって分かりやすい「協働の着眼点たたき台」とは】

- 「協働の着眼点」のポリシーやサプライチェーンの位置づけなどをまとめて、文章で示す必要がある。また、事業者都合ではなくお客様のために頑張っていることが見えるものとしてまとめることは重要である。
- 「取引相手先との関係構築」もお客様の食への信頼向上を目的として取り組んでいることであるが、関係性が分かりづらい。今後、伝わりやすい表現を工夫していく必要がある。
- 「たたき台」の表現は、まずは事業者同士で誤解せずイメージできるまとめ方を目標とすることとする。
- 今後、「たたき台」をお客様を含む様々な関係者に見て頂く。その段階で、お客様にとって分かりやすいものを議論する必要がある。 など

#### 【「食への信頼向上」に果たす卸売の役割】

- 取引相手先とのフェアでオープンな関係、持続できる関係、消費者への信頼向上のために信頼の連鎖を作る、各プレイヤーが自らの役割を認識して、会社として開かれた体制を作っていく、などが挙げられる。
- 卸売には、製造と販売の中でコーディネーターとしての役割がある。中小規模の事業者も含めた多様な取引先をまとめ、きちんと働きかけていく役割がある。事業者の育成、まとめ、商品と情報の伝達などを通じて、お客様の多様性に応えるということがある。製造から受け取り小売に伝えていくこと、情報の連鎖を繋げていく役割がある。 など

この回で、「協働の着眼点たたき台」の策定に関する作業グループとしては一区切りとなります。今後は、それぞれの作業グループの成果として公開された「協働の着眼点たたき台」のご意見を広く伺い、それらのご意見を取り入れて「協働の着眼点第1版」にむけて、さらなる議論を深めてまいります。