

旬な情報

No. 979

平成25年 8月6日

「還元セール」は禁止

消費税引き上げ時の表示指針

政府は25日、消費税の引き上げ時に禁止する宣伝・広告、表示方法の具体例を示した指針案を発表した。「消費税はいただきます」や「消費税はおまけします」など、消費税を転嫁してないと思わせるような表示を禁止している。

今年6月に成立した消費税転嫁等対策特別措置法では、中小の納入業者が増税分を価格に転嫁しやすくするため、「消費税還元セール」といった

消費税込還元セール	消費税は当店が負担しています
消費税は転嫁しません	消費税はサービス
消費税8%分還元セール	増税分は勉強させていただきます
消費税はいただきます	春の生活応援セール
新生活応援セール	新生活応援セール
3%値下げ、3%還元	10%値下げ、8%還元セール

の一方で、「春の生活応援セール」など、「消費税」「税率」「増税」といった文言を含まない表示の共同行為協定（消費税転嫁カルテル）を決議した。

公正取引委員会、消費者庁、財務省は、来月23日まで案に対する意見を公募している。

食品市場新聞 7月29日

仲卸業者の社員が事業への「達成感」を得るために

元愛知県立農業大学校講師 斎藤義一氏

近年、卸売市場流通を取り巻く環境の変化から仲卸業者の利益率が低下しており、特にスーパー対応の仲卸は厳しい経営環境にある。元愛知県立農業大学校講師の斎藤義一氏は、仲卸の従業員に事業への達成感が少ないことを指摘する。では、その対応策はあるのか。同氏は持論を本紙に寄せた。夏季特別寄稿の第1弾として「仲卸業者の社員が事業への『達成感』を得るために」と題し、本日より連載する。

仕入・販売先から圧力

極めて少ない仕事への達成感

1、仲卸業者の社員が、は東北地方の中央卸売市場で「達成感」を得るには、水産物卸組合に招かれて講演を行った。その講演のあと、会場に残られたが、平成18年2月、私たある仲卸の社長（当時）

時）O氏から大変な質問をいただいた。

その質問の要旨は、「S市を拠点とした東北地方の生鮮品流通では、仕入先の卸売業者、販売先スーパーなどの規模、営業力は、当社など仲卸業者者比べて圧倒的に強く、極端な言い方をすれば、仕入先、販売先の言うがままに近い状態である」という。

強大な産地と卸売業者の狭間に立つ仲卸業者の社員は、両方から一方的な要求を受けるケースも多く、日常的に「社員が仕事で達成感を感じることとは極めて少ない」という。

トップの理解が重要

将来につながるテーマ

まず、達成感を感じるケースでは、どうか。人によって、感じ方が異なるので一概には言えないが、次に代表的な事例を2点ほど紹介したいと思います。

①会社のトップ層は、「社員が、自分たちの将来を会社に託する気持ちを持ち続けているかどうかわかる」ことが一番重要だと思ふ。

社員が、そうした気持ちをもっているかどうか、いちいち聞かなくても、日常的にコミュニケーションをしっかりとって、自然と理解しあえるのではないだろうか。ところが、筆者の経験では、仲卸のトップ層は、一般社員とのコミュニケーション不足しているように思えてならない。

こうした状況では、社員が、担当業務について「達成感」を感じることが少ないのではないかと。②卸売市場制度流通と関係事業者の機能、役割の変化

卸売市場経由で集・分散、価格形成など市場流通の形態は従来のままで、卸、仲卸業者など市場関係事業者の機能、役割に大きな変化がおきているのではないだろうか。

市場事業者の役割に変化

川上、川下の一方的な要求で

従って、集荷力、販売力が十分でない卸売業者や仲卸業者は、出荷側、購入側の一方的要求、指値に従わざるを得なくなるとして、損失を重ね、販売力を消耗し続けることになる。



【斎藤義一(さいとうぎいち)氏】
知県出身、58年岐阜大学農学部卒、愛知県経済農協連
参事、岐阜大学農学部非常勤講師を経て96年愛知県立
農業大学校講師など歴任。
また、06年から09年まで神
戸市中央市場機能等検討委
員会委員長を務めた。著書
「青果物流通とマーケティング活動」

情報発信によって 機能・役割の強化を

この代払い制度は、
数々の卸売市場機能のな
かで最も効果的な機能
で、この制度により、仲
卸業者に対する卸売業者
の、卸売業者に対する出
荷者の債権が担保されて
いるとみてよい。

今日、この代払い制度
は、確実に軌道に乗って
いると評価できるので、
卸売市場機能を強化する
ため、「次の手立て」を
組合事業として考えるよ
う提案したい。

市場取引委員会が、市
場取引の実態に迫れば、
取引要求等を議論する場
にした。

この情報発信によっ
て、仲卸業者名、担当社
員名を産地、消費地双方
に広め、仲卸業者の機
能・役割を広めるように
したい。

こうした広報活動は、
仲卸業者1社だけで行う
のは無理だから、友好的
な何社かが共同で行うよ
うにすれば、産地・消費地
情報の収集、発信先が広
域化し、これらの情報活動
を行う仲卸業者は、情報
に強い仲卸業者として、
広域的に評価され、社員
も達成感を感じるように
なると思う。

卸、仲卸業者の従業員
モラルは、確実にレベル
アップし、卸売市場全体
の活性化と機能強化につ
ながるに違いない。

③産地側から見ると、仲
卸業者とその機能
率直に言って、出荷物
が広域流通すればするほ
ど、大型産地と強大な卸
の狭間に立つ仲卸の社員
と機能は産地・消費地か
らも見えづらく、それだ
けに社員は達成感を感じ
ることが少ないと思う。

しかし、委員会制度が
発足したものの、各委員
が市場取引の実態に迫る
調査を行っている様子は
なく、市場関係者に取引
委員会の活動実態を聞い
ても、期待する声は大変
少ない。そこで、取引委
員会の役割を「市場にお
ける公正、効率的な売買
取引の確保」としている
とおり、卸、仲卸の担当
者が対応に苦慮している
有力な出荷者、買い手の
一方的で不当と思われる
取引要求等を議論する場
にした。

この情報発信によっ
て、仲卸業者名、担当社
員名を産地、消費地双方
に広め、仲卸業者の機
能・役割を広めるように
したい。

全国的に気温が高く、
晴れの日も多かったこと
から客足が伸びたことや
日曜日が前年比べて1
日多かったことなどが売
り上げの増加につながっ
た。

業態別にみると、ファ
ーストフード業態はすべ
ての業種で売上高が前年
を上回り、全体では、

ファミリーレストラン
は、天候がよかったこと
や休日が多かったこと
で、売上高は5.8%増
と好調。居酒屋は売上高
4.6%減と厳しい状況
が続いている。

日本フードサービス協
会(JFSA、安部修(会長)
)が取りまとめた6月の外
食産業市場動向調査によ
ると、全業態トータルの
売上高は前年同期比3.
6%増加し、2か月連続
で前年を上回った。

「指定管理者制度」導入など
関西市場(大阪・神戸・京都)
新たな取組み着々と推進

大阪神戸・京都の関西
3市場でも、新たな取り
組みが着々と進行中だ。
市場活性化への機運も高
大阪本場・大阪東部市
場では、平成27年度を
め、平成27年度を
め、「指定管理者制度」
初となる「指定管理者制
度の導入を進めている。す
で「導入の2年目を迎え
で大阪府市場(大阪北
部市場)では昨年4月に
を導く。卸・仲卸で設立
同制度が導入され、成果
を挙げている。本場・東
部両市場の同制度導入が
実現すれば、大阪府市の
3市場が同制度のもとで
運営されることとなり、
さらなる運営の効率化が
期待される。

また、大阪本場内では
各種取組を推進する
「指定管理者制度」の
導入を進めている。さら
に10月1日のオープ
ン予定。その相乗
効果を図るため、同市場
再整備が完了し、市場機
能の飛躍的な向上が図ら
れることが期待される。

食品市場新聞

7月26日

7月29日・30日・31日

日刊水産経済新聞

8月5日

日刊水産経済新聞

8月1日

「指定管理者制度」導入など

新たな取組み着々と推進

関西市場(大阪・神戸・京都)

大阪神戸・京都の関西
3市場でも、新たな取り
組みが着々と進行中だ。
市場活性化への機運も高
大阪本場・大阪東部市
場では、平成27年度を
め、平成27年度を
め、「指定管理者制度」
初となる「指定管理者制
度の導入を進めている。す
で「導入の2年目を迎え
で大阪府市場(大阪北
部市場)では昨年4月に
を導く。卸・仲卸で設立
同制度が導入され、成果
を挙げている。本場・東
部両市場の同制度導入が
実現すれば、大阪府市の
3市場が同制度のもとで
運営されることとなり、
さらなる運営の効率化が
期待される。



西日本の流通拠点、大阪本場

また、大阪本場内では
各種取組を推進する
「指定管理者制度」の
導入を進めている。さら
に10月1日のオープ
ン予定。その相乗
効果を図るため、同市場
再整備が完了し、市場機
能の飛躍的な向上が図ら
れることが期待される。