



# 第 5 回公開研究会

日 時：2002 年 9 月 20 日（金）～ 9 月 21 日（土）

会 場：東京「JA ビル 8 階 全中大会議室」

参加者：67 名

テーマ 1：販売量を増やさずに収益を増やす「物流コスト」大幅削減の道

テーマ 2：販売戦略と連動した技術指導で「購買事業」を変える

## 【プログラム】

PART1( 第 1 日目 )

テーマ：「販売量を増やさずに収益を増やす「物流コスト」大幅削減の道」

- ・ 報告 1：「無駄のない物流をどう仕組むか」（株）雪印アクセス取締役流通政策部長 後藤征一
- ・ 報告 2：「ちばコープの共同購入システムと物流のノウハウ」生活協同組合ちばコープ 下野 司
- ・ 全体討論より

PART2( 第 2 日目 )

テーマ：「販売戦略と連動した技術指導で「購買事業」を変える」

- ・ 報告 1：「営農センターの組織・機能と要諦としての指導購買」JA ひまわり営農部長 原田禮史
- ・ 報告 2：「生産基準にもとづく生産の組織化と資材の購買について」JA かつの営農指導部営農企画課長 佐藤義隆
- ・ JA-IT 研究会の活動の展開方向について：JA-IT 研究会代表委員 今村奈良臣

## 報告 1

### 無駄のない物流をどう仕組むか

(株) 雪印アクセス取締役流通政策部長 後藤征一

スーパーマーケットを主体とした集出荷のセンター運営代行業務を行っている。取扱高は、平成 6 年の約 1000 億から、現在 4170 億まで伸びている。

チルド（冷蔵）の商品だけでなく、ドライ（常温）、フローズン（冷凍）の商品も一緒に店舗別に仕分けし、積み合わせて配送するという「共同集出荷システム」によって、配送車両台数を大幅削減することができた。1 店舗に入るトラックを 3 台にまで減らした成功例もある。

また、これまでの配送の仕組みを見ると、いろいろなメーカーがそれぞれ納品するデリバリーの複雑さに加え、様々なポイントで入荷検品、商品の仕分け、車への積み替えという作業が発生していた。それを、お店から発注されたデータをもとに、MD センターのコンピュータで一元管理することで、伝票確認、出荷、納品、検品までの作業を簡略化することができる。

全国に 183 ヶ所の拠点があり、冷蔵庫の延べ床面積は 3 万 7000 坪、冷凍庫は 1 万 8000 坪、常温庫は 6 万 5000 坪。

ハム・ソーセージ、塩乾物を主体とした生鮮品や野菜など、市場外流通の商品については、MD センターをうまく活用してもらっている事例も多い。ただし、冷蔵庫は乾式なので、葉ものの扱いは難しい。



物流のコストを削減するためには、一般的に幹線物流を合理的に行なうことが大きなポイントになるが、行き帰りの荷物が特定できないこと、集荷や着荷の時間が特定できないなどの理由でなかなか合理化できず、コストが合わないのが実情。雪印アクセスでは、全国を視野に入れた幹線物流の合理化に取り組んでおり、現在、宮城、埼玉、愛知、大阪、福岡を結ぶルートは構築できている。

JA が自前で物流を仕組むより、当社の「共同集出荷システム」を利用するほうが低コストなので、活用をご検討いただきたい。

## 報告 2

### ちばコープの共同購入システムと物流のノウハウ

生活協同組合ちばコープ 下野 司

ちばコープの供給高（売上高）は 841 億円。共同購入がその大半をしめる。商品案内で組合員に情報を提供し、OCR

用紙で注文を取り、データ化し、効率よく届ける。組合員に売るという考え方ではなく、組合員の要望をまとめて、企画

し、応える。「モノが確実に届き」、「おいしかったと喜ばれること」が基本理念である。

配達は週に1度。組合員の要望に応え、夕方や夜間、早朝の配達も行っている。商品配達時に、注文のOCR用紙を回収する。

1人あたり利用高は個配が多い。個配は、通常200円の手数料をもらっている。大型班というのは、キーマンに何十人分をまとめて届け、各組合員はそこから受け取るという形態。クリーニング店、ガソリンスタンドとの連携で行うこともある。あずかってもらえるので安心、好きな時間に取りに行くことができると好評だ。

注文用紙はOCRセンターに集められ、本部で集計し、そのデータを、取引先への発注、セット（物流）センター、配達デポへの入出荷情報に利用している。従来は、配送エリア別に拠点をおき、そこでそれぞれ同じものをセットしていたが、今は全エリアの物流を統合し、機能別に「冷凍・冷蔵」「ドライ」「生活用品・パン」の3ヶ所のセットセンターで作業を行っている。このように、機能別にセットセンターを持つことにより、それぞれの拠点で発生していたロス（「予備」）がなくなり、コストダウンをはかることができた

また、これまで配達エリアと業者を一対一でそれぞれ対

応させていたものを、1社のものと他の業者をつけることにより、配車の融通がきくようになり、コスト削減につながった。ただし、機能の向上や設備投資などがあるので、削減効果などを単純比較することはできない。



#### ■質疑（一部抜粋）

**Q. 偽装表示問題の背景に欠品問題があるといわれる。それをどう考えているか。**

A. 「ないものはない」と言うことが大事。何があってもその商品を届けるということより、もっと生産地の情報を組合員に届けることが必要だ。

**Q. 産地に対する要望はあるか？**

A. 12月に農産センターを東金に立ち上げる予定だが、そこには冷凍、冷蔵の他に、10～20℃の中間温度帯を設けることになった。こうして農産物の品質管理の向上、クレーム回避を目指している。細かい温度管理ができるようになったので、モモ、ブドウなどの出荷時の形態を、ピッキング作業に耐えられるようにしてほしい。

## 全体討論より

**1. (株・雪印アクセス 後藤氏)** 運送会社と契約して物流する場合は、希望の温度帯に対応できるなどメリットも多いが、安定出荷がなければコスト高になる。その都度、飛び込みで使う場合は、インターネットを使って求荷・求車して、うまくジョイントさせることもできる。ただし、時間帯や荷の大きさ、品質保証などの要望が合致するか、非常にタイトな問題がある。

**2. (後藤氏)** 現在の流通は段ボールが主流だが、コンテナなど一定のモジュールによる業務の標準化を行ない、物流体系の相互リンクをはかれば、コストダウンは可能になるだろう。



## 報告 1

### 営農センターの組織・機能と要諦としての指導購買

JA ひまわり営農部長 原田禮史

平成4年、1市4町のJAが合併した際に、営農事業をまとめて1つの営農センターを立ち上げた。そこには、指導・購買・販売等々の機能全てを集中させ、予約購買の形も変えた。

部会員を集めて、資材を紹介して終わりという形では、営業のうまい業者に勝てない。そこで、営農指導員の意識を変えた。毎日、農家を訪問して要望を聞いて来る。物売りから営業へ。日報を書いたり、3カ月間の目標管理も行なうようになった。また、JAのホームページには、組合員、消費者からの苦情、要望が入る。それらを1カ月ごとにまとめ、改良を加えてきた。

購買事業では、農家もシビアになっているので、コストを

下げるのが重要。ここ1年半ほどはとにかく値を下げている。今、供給に占めるJAのシェアは約97%。肥料関係では、大口奨励も行なっているが、さらにそれを進めるための組合を作るつもりだ。

購買事業では、農家もシビアになっているので、コストを下げるのが重要。ここ1年半ほどはとにかく値を下げている。今、供給に占めるJAのシェアは約97%。肥料関係では、大口奨励も行なっているが、さらにそれを進めるための組合を作るつもりだ。



仕入については、業者の見積り通りではなく、1つ1つ直接交渉することで値下げを実現している。ハウスの建設資材なども同様だ。そのような努力をせずにペーパーマージンをとるだけでは、組合員の信頼を獲得することはできない。

手数料は、生産資材で7%。温湿の暖房機などは約2%。購買品全体では10～13%である。

配送については、重油・灯油、肥料、卵・米など、業務委

託方式をとっている。車は持ち込み。年間契約で、委託先の業者は600万円程度は確保でき、今のところ喜んでもらっている。

組合員への配送は基本的に予約制。緊急のものは、前の晩までに入れば、翌日の午前中に配送している。どうしてもすぐ欲しいという場合は、取りに来てもらっている。

## 報告 2

## 生産基準にもとづく生産の組織化と資材の購買について

JA かつの営農指導部営農企画課長 佐藤義隆

JA かつのは、昭和37年に11の農協が合併して以来、来年40周年を迎える。秋田県は米への依存度が非常に強く、JA かつのでは、当時、全農産物取扱量の70%を占めていた。そこで、長期基本計画を立て、米依存からの脱却と、畜産・野菜を導入して複合経営をめざしてきた。

水田地帯で、キュウリやトマトの面積拡大をするとすると、初期投資がかさむ。そこで、JA がパイプ資材を無償貸与したり、ハウスには融資をして利子を補給するという形で進めている。

また、生産指導も徹底している。指導担当が農家を回って栽培の相談を受けたり、その場で作付けの推進などを行なう。現在、キュウリは36.5町歩、トマトは10町歩強。戦略作物については、生産資材の購入はほぼ100%。農協が直接普及した作物については利用率は高いが、水稻については若干離れ気味である。

畜産事業は、養豚主体で、出荷頭数は年間約12万t。その約半分を出荷する養豚農場では、1日あたり50t以上の糞尿が出る。これを、BMW技術で再資源化している(BMW技術とは、



バクテリアを活用して、ミネラルいっぱいの水を作る技術)。

ここから出てくるBM活性水・BM堆肥を使って、農薬などの使用頻度を抑えた健全な農作物の栽培を行なっている。秋田県では、昨年からの特別栽培農産物の認証制度をはじめたが、JA かつのでは、BMを活用したトマト、キュウリ、水稲、アスパラの4品目について認証を得た。これを「エコにこかつの」というブランドで、販促に活用、農家の手取りアップを実現している。

## JA-IT 研究会の活動の展開方向について

JA-IT 研究会代表委員 今村奈良臣

JA-IT 研究会が発足して1年。これから、活動の真価が問われる。偽装表示事件、未登録農薬問題、輸入野菜の農薬問題などが起こる一方で、消費者の食の安全・安心への関心は高まっている。農協への逆風をいかに順風に変えるか。今がチャンスだ。JA-IT 研究会をすすめるながら、地域農業、農村社会、農協を変えていかなければならない。

新しい農業基本法では、生産・流通・消費、農村地域、消費者など、広い視野からの農業経営改革が指摘されている。地域に農協は必要だ。ダメな農協をつぶすのではなく、ボトムアップをする。それぞれが責任を明確にしながら、地域社会にどう貢献するかということまでを含めた地域農業のビジョンをつくる必要がある。

JA-IT 研究会では、農協改革を進めるための具体的な活動として、販売・購買・営農事業の3つの専門研究会を設け、先進事例を報告し、それぞれを一般化して、本にまとめることにした。もうひとつ特別枠で、危機管理の専門研究会を加

え、年度内に4冊を作成する予定だ。JA職員がいつでも携帯でき、かつ、かゆいところに手が届くような内容にしたい。

私は、「共益」の追求を通して「私益」と「公益」の極大化をはかる、という考え方を持っている。その手段は農協でもいいし、法人でも、家族経営、集落農業でもいい。また、次の世代の生きる力を伸ばすため、グリーンツーリズム、食農教育もおおいにやってもらいたい。

また、『農村文化運動』のJA-IT 研究会の記録や全中でつくったビデオなどは、トップダウンで広めるべきだ。儲けようということではない。それによって運動を広げるのだ。

の量販店でも販売している。そのとき、ITを活用したパッケージセンターで、最終商品を産地でつくってしまうことが大きな意味を持った。ITの特徴を全面的に活かして、営農活動を発展させていきたい。

