

第26回 牛乳販売店優良事例発表会

主催：(一社)全国牛乳流通改善協会 後援：(一社)Jミルク



優良事例発表会受賞者と審査員

平成25年度 第26回牛乳販売店優良事例発表会 受賞店

- 最優秀賞**
農林水産大臣賞
新潟県 **森山牛乳販売店** **森山 輝夫**
- 優秀賞**
農林水産省生産局長賞
北海道 **SK乳販株式会社** **中島 一成**
- 優秀賞**
一般社団法人Jミルク会長賞
鹿児島県 **森永星ヶ峯ミルクセンター** **徳山 隆一**
- 優良賞**
一般社団法人全国牛乳流通改善協会会長賞
宮城県 **ともみ宅配みるく** **佐藤 朋海**
茨城県 **中央みるくセンター** **大内 佳治**
栃木県 **乙女販売店** **田中 勝磨**
神奈川県 **ベストミルクセンター湘南原宿** **黒井 廣己**
岡山県 **西江販売** **西江 正祐**
宮崎県 **森永牛乳清武販売店** **川添 正博**

新潟県代表 森山牛乳販売店が 最優秀賞 農林水産大臣賞を受賞

一般社団法人全国牛乳流通改善協会主催の第26回牛乳販売店優良事例発表会が二月七日(金)、東京・市ヶ谷のアルカディア市ヶ谷にて開催されました。全国から選ばれた九店の全改協の加盟店が、地域貢献をはじめとしたすぐれた取り組みを発表しました。

第二十六回牛乳販売店優良事例発表会



〒101-0061 東京都千代田区三崎町3-2-15オリエントビル6階
一般社団法人全国牛乳流通改善協会
TEL.03-6380-8021
FAX.03-6380-8435
e-mail: mail@zenkaikyou.or.jp
U R L : www.zenkaikyou.or.jp
twitter: @zenkaikyou
facebook: 全国牛乳流通改善協会

発表会は、橋本正敏全改協会長の主催者挨拶に引き続き、全国の九店の全改協の加盟店の代表者がご自分の店舗で工夫されている取り組みを発表しました。
取り組み内容についてはあらかじめ経営専門家による入念な調査をもとに審査員による審査が行われているため、発表会での審査で重視される点は発表の説得力です。発表者は七分という限られた発表時間のなかで、パネルを使ったりもしながら真摯に発表を行いました。各加盟店の発表を受けて、別室で審査委員による厳正な審査が行われた結果、最優秀賞、農林水産大臣賞、優秀賞、農林水産省生産局長賞、秀賞、一般社団法人Jミルク会長賞、優良賞、一般社団法人全国牛乳流通

改善協会会長賞の各賞が決まりました。最優秀賞には新潟県代表の「森山牛乳販売店」が選ばれました。そのほかの受賞結果は左記のとおりです。
各受賞者を表彰したのち、橋本審査委員長から審査の経過、佐藤審査委員から講評があり、引き続き来賓を代表して農林水産省生産局畜産部牛乳乳製品課課長補佐 松尾和俊氏と、森永乳業株式会社執行役員市乳事業部長 菊地力夫氏から祝辞をいただきました。最後に受賞者を代表して、最優秀賞、農林水産大臣賞を受賞した森山牛乳販売店 森山業太氏が受賞の謝辞を述べ、村田副会長の閉会の辞をもつて閉会いたしました。ご挨拶や講評、ご祝辞、謝辞のそれぞれ詳しい内容は三面以降をごらんください。

紙面から



優良事例発表会
最優秀賞、各賞
経営専門家の評価意見、お知らせ
来賓祝辞、謝辞
お知らせ
消費税率引き上げとその対応について (中刷り)
四月からの消費税増税にそなえ、前号でお伝えしたお知らせを再度入れましたのでご活用ください。

主催者挨拶

一般社団法人全国牛乳流通改善協会 会長

橋本正敏氏



本日、第二十六回の優良事例発表会を迎えるにあたりまして、主催者を代表して、ご挨拶させていただきます。各地区で代表者となられ、二次審査、二次審査で選び抜かれた九名の方、おめでとうございます。

また本日は、ご多用の折、農林水産省の牛乳乳製品課松尾課長補佐殿はじめご来賓の皆様方にご出席いただきましてありがとうございます。

最近の情勢を述べさせていただきます。現在の円安・株高は私たち酪農乳業界に少なからず影響をもたらしております。さらに、消費税増税、社会保障費の見直しなどの不安材料が重くのしかかり、全国六千を超える加盟店の皆さまや顧客である多くのご高齢の皆さまの所得に大きく影響することが懸念されます。しかしながら、このような厳しい流通業界の中で、今なお全国に二万店を超える牛乳販売店が生き残っている



森永カルダス

消費者庁許可 保健機能食品 (特定保健用食品) ※乳製品乳酸菌飲料

日本人間トック診断協会 推薦



生きたまま腸まで届く ビフィズス菌で お腹の調子を整えます!

- ミルクカルシウムが2倍(当社普通牛乳比)
- 森永独自のビフィズス菌(BB536)
- 鉄分1mg
- カルシウムの吸収を助けるビタミンD



カラダ強くするヨーグルト ラクトフェリンと ビフィズス菌BB536

宅配専用 1個 100g



ヨーグルトの可能性は ここまで進化した。

カラダを守る話題の成分ラクトフェリンとビフィズス菌BB536、モラック乳酸菌を配合。3つの力でカラダ強く。

3つの成分

ラクトフェリン

ビフィズス菌BB536

モラック乳酸菌

森永乳業

のもまた事実です。そして現在、社会的に安心・安全や、社会貢献のニーズが大きくなっており、牛乳販売店はこれらのニーズに関わるものとも近い位置にあります。全改協の加盟店の皆さまが、全国でよく自然にそれらの対応をなさっていることに敬意を表します。今回の審査でも、単に売り上げだけを見るのではなく、安心・安全、社会貢献への真剣な取り組みに重点を置いて審査に臨みます。

この機会に、わたしたちの牛乳販売店の特性を五つご紹介させていただきます。まず、昔から低温物流を得意とする業態であること。二つめに、週に二回、三回と同じお宅に配達する、少量多品種という特性を持つこと。三つめに、毎月の集金については、お客様の自宅に直接伺う手集金がまだ多数であること。四つめに、酪農乳業界の生処販の二翼を担う立場であり、各加盟店が深い絆で結ばれている業界であること。五つめに、全国あらゆるところに牛乳販売店と

いうものが存在している。これがわたしたちの一番の利点だと思います。このような特性は他の業界にはなく、これからも活かしていかなければなりません。今の厳しい社会環境下で全改協の加盟店の

皆さまは素晴らしい実績を伸ばされていらっしゃると思います。それは、職業として誇りをお持ちだからにほかなりません。誇りを持っているから、仕事にさらに真剣に取り組んでいる。真剣に取り組んでいるから業績を伸ばしている、ということだと思います。



発表会会場風景

皆様の発表は素晴らしい実績を伸ばされていらっしゃると思います。それは、職業として誇りをお持ちだからにほかなりません。誇りを持っているから、仕事にさらに真剣に取り組んでいる。真剣に取り組んでいるから業績を伸ばしている、ということだと思います。

先ほども申しましたが、私たちは業界の二翼を担うという大変な重責を担っております。今後も販売店が全国規模で二枚岩となり、そのスケールメリットを活かした事業を通じて全改協の社会貢献をさらに展開する所存であり、皆さまにもぜひご協力いただきたく存じます。

なお本日の発表会とは直接関係ありませんが、全改協として加盟店の皆さまのお仕事のサポートを一点報告いたします。本年四月からの消費税増税に対応し、カルテルをいち早く申請いたしました。これは各流改協にすでにご案内済みですが、この仕組みを加盟店の皆さまが有効に使われますよう本日も集

まりの全国の流改協の会長さんから改めてお伝え願います。さらに、今回の消費税増税で全改協の加盟店様が疑問に思われたり、色々悩みを持った場合に、ぜひご相談に乗っていただきたくお願い申し上げます。また、全改協までお問い合わせをいただければ、丁寧にご説明させていただきます。本日はいづれ劣らぬ九店舗の中から

発表者の発表内容

に対する評価

優良事例発表会は、事前に提出された資料を基に審査委員が各地区代表の加盟店の取り組み内容を審査した結果と、発表会当日の発表内容について審査した結果を総合して評価されます。

この紙面では、当日の各地区代表の加盟店の発表内容に対する審査委員の評価意見をご紹介します。

なお各受賞店の取り組みについての詳しい内容は、三月末に発行される優良事例集の冊子をお読みください。

北海道代表

代表者 中島一成氏



320 kmも離れたところに支店を持ちますか？ふつうならあり得ませんね。でも実際に支店を持ちました。北海道は販売店のなり手がなくなるといふ切実な問題を抱える地域がたくさんあります。地域のお客様のために事務コストを削減しつつそういう困った地域の販売店をなんとか引き受けるしくみを作りあげました。また、多く取ってくださるお客様をロイヤルユーザーとして大切にするという手法は参考になると思います。

茨城県代表

中央みるくセンター

代表者 大内佳治氏



受け箱にナメクジがつかないように塩水スプレーを使うというアイデアが面白い。

また、中止客対策が優れています。

「このお客様は何月に再開する」という情報を確実に役立てています。普通は中止客の復活にどうしても手が回らないのですが、そこを確実にフォローしている。この大切さを教えてくれました。

宮城県代表

ともみ宅配みるく

代表者 佐藤朋海氏



独立開業し、新規に牛乳販売店という業種を選んで入ったこと、感謝を申しあげます。そして、スタッフである主婦の皆さん、スタッフを引っ張ってリードしてくださるマネージャーとリーダーの方。皆さんが、牛乳販売店を始めるときに最初から「これから企業として伸びるんだ」という意気込みでしくみを作られたことに、私も発表を聴きながら感謝しております。

神奈川県代表

ベストミルクセンター湘南原宿

代表者 黒井廣己氏



東京都内や神奈川県は宅配が大変な地域ですが、ご自分でテレアポもされている。特にうまくやっていらっしゃると思ったのは、都市部の契約は短期間契約が多い傾向にあり、それをいやるお店が多いのですが、あえて短期契約をとるようにしていることです。そしてそのお客様を継続客にする。そのノウハウをもっと詳しく聞きたいところです。企業秘密かもしれないですが。

新潟県代表

森山牛乳販売店

代表者 森山輝夫氏



発表で触れられなかったのですが、報告書に書かれていることに、ご本人が体格の良さを強調して「ふとちよ店長日記」というツールを発行しておられます。確かガセリ菌はやせるはずで、なぜふとちよなのか、成果のほどは直接ご本人に訊いていただくとして(笑)「ふとちよ」を武器にしました。これは、販売店ならびにご自身をブランド化して、これから先も地域で社会貢献をしなければならぬ状況に自らを追い込んでしまったとい

岡山県代表

西江販売

代表者 西江正祐氏



非常に印象に残っているのはクリスマスへの対応です。発表時にはあまり触れられませんが、クリスマスマスターキにはお店の皆さん全員がたずさわります。またお店の飾り付けも、全員で一生懸命行なう。この二つのことだけでも地域の方がたいへん喜んでいらっしゃるそうです。地元でこのような販売店がある、と示してくれるひとつの生き方です。またこのお店もナメクジ対策をされています。このように、これからは色々な工夫をされるのではないかと期待しています。

宮崎県代表

森永牛乳清武販売店

代表者 川添正博氏



発表を聴きながら、ありがたいと思ったことがあります。それは、「取り忘れ」の情報です。通り一遍に扱っているのではなく、本気になって取り

忘れ情報を活かした結果、社会のため世の中のために、これほど役に立っているというのを改めて認識した発表です。「全改協の加盟店の牛乳屋さん」といふことを安心に安心して生活できるんだよ」とお客様が思える社会貢献を行っていただいた結果、地域認識が出てくるようになる、もともと全改協の加盟店の地位が向上するということを確信した発表です。

●鹿児島県代表
森永ケネックスミルクセンター
代表者 徳山隆一氏



今回の発表店の中で最年長です。五十八歳という、ふつうならば後継に譲られる年齢で牛乳販売店を始められた。徳山さんも牛乳販売に魅せられた一人だと思えます。この歳からでもまだまだやれることがあるんだという、牛乳販売店の可能性の大きさを気付かせていただき、感銘を受けました。

自販機に貼り付けたホワイトボードでお客様と会話をするという「ホワイトボード」による双方向コミュニケーションも優れた方法で、お客様と接するためのひとつの心遣いだと感じます。五ヶ年計画の策定、実行も、会社を皆で伸ばしていこうという取り組みの表れだと思えます。

審査経過の概要

審査委員長
一般社団法人全国牛乳流通改善協会
会長
橋本正敏氏



皆さん発表おつかれさまでございました。本日は本当におめでとうございませぬ。

審査経過をご説明いたします。審査は、二次審査、二次審査を経て今回の最終審査に至りました。当初は各地区からノミネートされた代表店から八店を選出する予定でしたが絞りきれず、前回の第二十五回と同様、九店が最終審査に残り、本日の発表となりました。本日の最終審査も点数で順位付けするのが非常に悩ましい審査でした。発表者の皆さまは、発表に臨む態度、姿勢が堂々とされ、資料等も巧みに活用され、実に見事な発表でありました。同時に、聴いておられる皆さまが非常に真剣な態度で聴き入っていたことに感銘を受けました。

本日発表を聴きまして、次の三つの点を感じました。一つは、開会の挨拶でも申しあげましたように、私たちの宅配の特性は、少量多頻度配達であり、さらには、訪問集金という、今の時代にまさにこんなことをやっているのかと言われそうなのぐらいの、まったくオーソドックスな販売スタイルです。このオーソドックスに徹しているという点が、社会貢献につながり、今なお全国に全改協の加盟店が

地位をカバーして存在しているということの所以ではないかということです。

二つめは、経営陣の皆さんが、従業員に対する思いやりをもって取り組んでいらつしやる。お客様を大切にすることと同じぐらい従業員とのコミュニケーションを心がけ、従業員を育成することに心を砕いている。まさに経営の原点だと思えます。

三つめは、やはり社会貢献、それから「安心・安全」です。まさに、地域密着型の販売スタイルです。

実は、本日お配りしました資料「発表店の概要」は、前回までと少し内容を変え、各発表店の財務に関する数字は一切載せておりません。審査の過程では売り上げや伸び率等を重視し、最終審査の候補としたわけですが、「事例集」を作成するにあたっては財務を載せて発表するのはよろしくないのではないか、店舗の規模や経営努力というものは、経営に携わる皆さまはこの内容を読めばおわかりになるのではないかと、という議論があり、今後は最終の「事例集」に財務に関する数字は掲載しないことといたしました。

今回審査の段階で工夫されていたことがあります。毎回大変ご後援をいただいております農林水産省様、審査員に加わっていただいております「ミルク様」に加えて、今回初めて、公益財団法人食品流通構造改善促進機構―本日は三宅専務にお越しいただきました―にも審査に加わっていただきました。これは「私たちは食品流通のサービス業である」という観点からです。酪農の発展、牛乳の普及拡大は私たちの大前提ですが、さ



発表会会場風景

らに加えて、食品流通のサービス業であるという点をわたしたち全改協はこれから強調してまいりたいと思っております。本日の審査にも加わっていただいた次第です。審査の段階でも、その「食品流通のサービス業」という視点をもっと重視した審査にすべきというお声もいただきました。次回以降もその点を強調してまいります。

今後、皆さま加盟店のチャレンジを期待しております。工夫を重ねて、農林水産大臣賞を目指していただきたいと思えます。最後に、各メーカーさんの代表の皆さまに大変お世話になりました。お礼を申しあげて、審査経過の概要といたします。ありがとうございます。

審査委員長
中小企業診断士
佐藤卓氏
受賞された皆さま、おめでとうございませぬ。本当にすばらしい発表をありがとうございました。また関係者の皆さま

もありがとうございます。皆さまの応援のおかげで、発表者の方もよい発表ができたのではないかと思います。

先ほど終わりました審査の場で、審査委員長から「永年の発表会が継続されております、実はもうノウハウは限界で、新たなものは出てこないのではないか」と密かに思っております。今日の日発表された九店の全改協の加盟店の皆さまは可能性をさらに拡大してくださったのではないかと思います。

本日の発表の全体を通じて感じましたことを、先ほど橋本会長がおっしゃった点に四か所ほど追加させていただきました。第一、これは今回だけの傾向で、次回どうなるかわからないのですが、「西高東低」でした。ペタランの加盟店の方は西日本からが多く、対して、これから宅配牛乳業界を引っ張って行かれる若手の方が東日本に多かったです。これはいいバランスがとれており、「西高東低」は冬型の気圧配置ですので、これから春を迎えてあたたかい天気をもたらしてくれる縁起のいい組み合わせだと思えます。ペタランの方々をお手本として若い加盟店が伸びてゆく好循環の芽が生まれたことをうれしく感じました。

二点目として、この業界の特徴である「袋集金」というものの集金形態、これは不安が多い方法ですが、今回の発表で、全改協の加盟店の皆さまが安全上の工夫をいろいろチャレン

ジなされているということが伺われました。これならば事故が起きずに安全だ、と安心いたしました。三点目として、「牛乳販売店」という業種に「魅入られてしまった」という方がずいぶんいらつしやるのだなということ。審査の場で、まったくの異業種から三十歳で独立された例に対して、よくぞ牛乳販売店を見つけてくださった、感謝したい、という声が上がりました。ほかの事例からも、「牛乳販売店」という業種が、若い方にとってもまだまだ魅力がある業種だということが伺われました。

四点目は、潜在的な現場からのアイデアというのがこれからまだまだたくさん出てくるのではないかと、ということ。例えば、受け箱の衛生管理に関するナメクジ対策です。審査の席でも、「実はうちもだよ」という声が出ました。今後も現場の潜在的なアイデアが出現することの期待を感じさせられた事例でした。

この優良事例発表会の形式も、少しずつ改良を重ねています。今回変更し

今回も色々な可能性を発表者の皆さんに見せていただき、お礼を申し上げます。ありがとうございます。

お知らせ

*前号(第68号)でお伝えいたしました、「全改協加盟店のアピール」ステッカーが刷り上がり、各都道府県の流改協を通じてお配りいたしました。

配達車や店頭へ貼っていただき、全改協の加盟店であることをアピールするためにお使いください。

追加が必要な場合は、各都道府県の流改協にお尋ねください。



*公益財団法人食品流通改善促進機構主催「第23回優良食品小売店等表彰事業」の表彰式が開催されました

独自の経営技術を駆使し、優れた経営成績を上げている全国の中小の食品小売店等を発掘し表彰することにより、食品小売事業者等の意欲の向上と食品小売業界の発展に寄与する「優良経営食品小売店等表彰事業」(主催(公財)食品流通構造改善促進機構、後援 農林水産省、日本経済新聞社、日本政策金融公庫)の表彰式が、2月27日(木)に東京都千代田区の法曹会館で開催されました。

全改協から推薦された愛知県のフーズブリッジ株式会社さんが日本経済新聞社長賞を受賞され、表彰式の場で表彰されました。

*次号(第70号)は、「牛乳月間」である6月に発行する予定です。第37回通常総会の模様を中心にお伝えする予定です。

来賓の祝辞

農林水産省 生産局畜産部
牛乳製品課 課長補佐

松尾 和俊氏



本日は一般社団法人全国牛乳流通改善協会の優良事例発表会にお招きいただきありがとうございます。

第二十六回牛乳販売店優良事例発表会の優良販売店の荣誉に浴された皆さま方、全国多数の全改協の加盟店の中から選ばれ受賞され、心からお祝い申し上げます。どの受賞店も、地域とのコミュニケーションの中で牛乳販売店のプレゼンスを上げながら創意工夫をされている。また、地域のみならず販売店の中でもコミュニケーションをとっておられる。なかなか身につけられる話で、私も今回の報告をもう一度勉強させていただきたいと思っております。

さて、農林水産省は、酪農・乳業の状況を監督・管理しておりますので、現状をご説明いたします。

現在は都市圏を中心に酪農生産基盤が弱体化しています。生乳生産は、昨年の七月以降は前年割れです。農水省においては、畜産物価格の価格関連対策を昨年十二月に決定して以降、こうした酪農生産基盤の弱体化に後継者の確保、需給飼料利用の拡大で対応しております。

一方、少子高齢化、消費者の選択の多様化により牛乳等の消費量は年々減少傾向にあります。農水省としても、需要対策として牛乳乳製品の安定した需要先を確保したいと考えて

おります。

本日の発表で優良販売店の皆さまの色々な創意工夫を伺いました。また、同様の取り組みを行っている、本日は選ばれなかった全改協の加盟店の皆さま、また、次回に向けて新しい取り組みを考えて始められる皆さまも引き続きご貢献いただきますようよろしくお願い申し上げます。

そもそも牛乳乳製品は、単なるたんぱく質やカルシウムの供給源というものではありません。流通に関わる方々、地域に根ざしていらっしゃる方々、いろいろな方々が関わって、雇用を生み出す一大産業になっているのが酪農乳業です。私も、このような大産業を今後も継続できますよう努力してまいりますので、皆さま方にも引き続きよろしくお願いたします。

最後に、我が国酪農乳業の発展のため、さらなるご尽力を賜るようお願いいたします。皆さま方の一層のご発展、ご健勝を祈念してご挨拶とさせていただきます。本日はありがとうございます。

森永乳業株式会社
執行役員 市乳事業部長

菊地 力夫氏



時代が前進し「二十一世紀」という響きに違和感を持つこともなくなりました。本日は、二十一世紀にふさわしい私たちのあり方を見据えるため、全国から特に選抜された優秀な全改協の加盟店さんの優良事

例の発表に対して、そのためまぬご尽力と優れた功績を顕彰するとともに、共に学び合うために、全国からお集まりいただきありがとうございます。

思えば私たちは激動の時代をくぐり抜けてまいりました。この激動の時代を生き残るためには、市場を見なければならぬ。私たちの市場はどこにあるのか。お客様は誰か。どこにいるのか、ということ。成長していた事業が伸び悩むことがあります。「マック(コンピュータ)のマップドのマクドナルド(マック)と賞賛された原田泳幸さんの例も、激動する変化への対応は努力や才能だけでは難しかったことを示していると言えましよう。

販売店さんが生き残れるかどうかは、お客様に発信を続けられるかどうか分かれ目だと思います。優れていても、あるいはコンセプトが明確であっても、発信が続けられなければパイプが途切れてしまいます。基本的には、販売店さんは、そこに住み、ご家族もそのエリアで生活し、その地域社会で育ってきたというケースがほとんどだと思います。それは、地域に発信する大きな強みであります。

私たちは、乳製品という非常に敏感で微妙な商品を主体とした商売をしております。受け箱も蓄冷剤をしつかり装備し、お届けの時間とお客様が取り込む時間を勘案した蓄冷剤の数をご用意したりする気配りをしております。

エリアのみなさんにとって必要なのをお届けし、その存在は地域に欠かすことができない。そこが私たちのレゾナント(フランス語「raisond'être」。「存在価値」、「存在意義」等と訳される。)であると認識します。ですから、皆さんは、勝利する。負けたくないわけです。最後の勝利をつかむためのヒントを、今日、多くの方に発表していただきました。

そして、この事業を支えていらっしゃるの、ここにご参加の皆さん全員であります。全国の全改協の加盟店の一人一人が、全国津々浦々、都市部でも地方でも、お客様の命綱なのです。皆さん、全員が、この困難な時代のヒーローになり得る、と思えます。

都市部でも過疎があり、地方でも、局地的には過密があります。それをくまなくカバーするのは地域に生活する皆さんしかありません。さらに工夫を重ね、努力を重ねて未来を私たちの手に引き寄せたいと思えます。

そして、何よりも、皆さんと共に、お客様が主人公でなくてはなりません。その気持ちを二つにして、今日からの新しい出発に、本日は発表していただいた皆さんを先頭に、橋本会長のもとに全国牛乳流通改善協会傘下の全員が団結し、思いを込めてお客様と共に、お互いにbon voyage!(ボン・ヴォヤージュ「よい旅を!」)という意味のフランス語を出発したいと思います。本日はどうもありがとうございます。

本日はどうもありがとうございます。佐藤先生からコメントいただきましたとおり、見た目は関取並みに大きいのですが、心臓はノミのように小さいのですから、お聞き苦しい点が多々あったかと思えます。

受賞者の謝辞

最優秀賞 農林水産大臣賞 受賞
森山牛乳販売店

森山 輝夫氏



本日このような素晴らしい賞をいただきまして、大変ありがとうございます。

本日の受賞も、ひとえに、発表でも触れましたが、勉強させていただいた先輩方、応援していただいた皆さまのおかげだと思っております。

また、従業員の皆さまにも大変応援をいただきました。新潟に帰ったら両手を挙げて、みんなで祝杯を挙げたいと思っております。

これからも、慢心することなく日々精進していきたいと思えます。本日はどうもありがとうございます。



受賞の風景



雪印メグミルク

一歩進んだ

カルシウム習慣

宅配専用



カルシウム

カルシウム

カルシウム



カルシウム

カルシウム

カルシウム

ミルク由来の機能素材

MBP

ラクトビオン酸

ビタミンD

MBPは、雪印メグミルク(株)の登録商標です。

雪印メグミルク宅配フリーダイヤル

商品に関するお問い合わせ

なごやかミルク

0120-758-369

(受付時間:日・祝除く9:00~17:00)

http://www.meg-snow.com/takuhai/

消費税率の引き上げとその対応について

保存版

2段階で最終10%まで税率が引き上げられます

本年4月より消費税率が8%に、来年10月からは10%に引き上げられます。

このため、全改協加盟店の皆様が販売活動をするうえで法律を守っていただくなくてはならない点、また販売活動を行ううえで変更が必要となる点などが発生しますので、ここでご説明いたします。**このページは抜き取って、保存してください。**

消費税率の引き上げを円滑に行うため、政府は、特別に法律「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法」(長い名称ですね、一般に「消費税転嫁対策特別措置法」、さらに「特別措置法」と略します)を平成25年10月1日から施行しました。時限の法律であり、平成29年3月31日で効力が切れます。この特別措置法は、

I. 消費税の転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置

II. 消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置

III. 価格の表示に関する特別措置

IV. 消費税の転嫁および表示の方法の決定に係る共同行為に関する特別措置

の4つの内容を含んでいます。

皆様のお店が販売活動を行ううえでぜひ留意していただきたいと全改協が考えている点が上記のII. です。また、全改協として皆様の販売活動のために対応していることが、上記のIII. およびIV. に基づいた対応です。ですから、この内容をぜひ皆様にご存知いただきたく思います。

以下にそれぞれをくわしくご説明します。➤

※説明中、「買い手」として「特定事業者」、「売り手」として「特定供給事業者」という言葉が出ますので、ここでご説明します。

特定事業者(買い手)	特定供給事業者(売り手)
大規模小売事業者 「一般消費者が日常使用する商品の小売業者であって、前事業年度における売上高が100億円以上である事業者、または一定の面積の店舗を有する事業者(コンビニエンスストア等、フランチャイズチェーンの形態をとる事業者を含む)」とされています。	大規模小売業者に継続して商品またはサービスを供給する事業者
右の①から③の事業者から継続して商品またはサービスの供給を受ける事業者	①個人事業者 ②資本金等の額が3億円以下である事業者 ③人格のない社団等 皆様の場合、ここに該当する可能性が高いです

買ったとき、報復行為などは禁止されています ——— 転嫁拒否等の行為の是正

これは上の「I. 消費税の転嫁拒否等の行為の是正に関する特別措置」です。

特定事業者(買い手)と、そこに商品やサービスを納入する供給事業者(売り手)の間で消費税転嫁を拒否する行為、たとえば供給事業者に対して特定事業者が消費税率引き上げ分の対価を支払わなかったり、消費税率引き上げ分の上乗せを認める代わりに、供給事業者の従業員を特定事業者の労働力として提供させたり、供給事業者に特定事業者がディナーショーのチケットの購入を強要する行為など、納入先が消費税上乗せ分を受け入れずに拒否すること、または受け入れる代わりに別の行為で代償させることは禁じられています。また、供給事業者が特定事業者に対して、本体価格(=消費税を含まない価格)での価格

交渉を申し出た場合にその申し出を拒否したり、税込み価格での見積もりにしか応じないことも禁じられています。

また、万が一そのような行為があり、行政の指導があった場合に、そのことを理由に特定事業者が供給事業者に対して報復行為(取引を停止したり取引数量を減じたり、不利益な取扱)を行うことも禁じられています。

これらの違法な行為については、公正取引委員会ははじめ政府の関連部署が徹底して監視・取り締まりを行います。被害にあった場合は、公正取引委員会取引企画課(電話03-3581-5471)までご相談ください。

チラシ等の表現に気を付けましょう ——— 転嫁を阻害する表示の是正

これは上の「II. 消費税の転嫁を阻害する表示の是正に関する特別措置」です。

昨年、新聞やテレビの『『消費税還元セール』などの表示をお店がしてはダメ』という報道があったことを覚えていらっしゃるかと思います。これは、「消費税は消費者が負担するもの」という考えに反するものだからです。

この項目は、特に皆様の営業活動に密接にかかわるもののひとつです。くわしくご説明いたします。

「事業者は、平成26年4月1日以降における自己の供給する商品等の取引について、以下の表示をしてはいけません。」

●表示をしてはいけない例 その①

取引の相手方に消費税を転嫁していない旨の表示

～消費者が消費税を負担していないように誤認させる表示はいけません～

【例】「消費税はいただきません」
 「消費税はサービス」
 「消費税は当店が負担しています」
 「消費税は一部の商品にしか転嫁していません」
 「消費税還元」
 「消費税還元セール」
 「当店は消費税増税分を据え置いています」

このような表現は、消費者が消費税を負担していないと誤認させる表示であり、法律で禁止されています。

●表示をしてはいけない例 その②

取引の相手方が負担すべき消費税を対価の額から減ずるとする表示で、値引きと消費税との関係を明示しているもの

～消費者が実質的には消費税を負担していないように誤認させる表示はいけません～

【例】「消費税上昇分値引きします」「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」「消費税率の引き上げ分をレジにて値引きします」
 このような表現も、消費者が実質的に消費税を負担していないと誤認させる表示であり、法律で禁止されています。

●表示をしてはいけない例 その③

取引の相手方に経済上の利益を提供する旨の表示

～ポイントサービスなどの「経済上の利益」を、消費税と関連させる表示はいけません～

【例】「消費税相当分、次回の購入に利用できるポイントを付与します」
 「消費税相当分の商品券を提供します」
 「消費税相当分のお好きな商品一つを提供します」
 「消費税率の引き上げ分を後でキャッシュバックします」

これも消費者が実質的に消費税を負担していないかのように誤認させるとして、法律で禁止されています。

例 **その②、その③** は特に皆様のお店でこのような表現をチラシや新聞、店頭でしないよう、くれぐれもご注意ください。お願いいたします。

なお、つぎのような表示は禁止されません。

「春の新生活応援セール」
 「3%値下げ」「3%還元」(たまたま、消費税率の引き上げ幅と一致するだけとみなされます)
 「10%値下げ」「8%還元セール」(たまたま、消費税率と一致するだけとみなされます)

「税込み価格」を表示しなくてもよい場合があります ——— 総額表示義務の特例

消費税は二段階で税率が上げられます。そのたびに価格表示を変更することは、皆様販売業者の方々の大きな事務負担になるおそれがあります。

このため、このたびの特別措置法では、「表示する価格が税込み価格であると誤認されないための措置を講じていれば税込み価格を表示しなくてもよい」とされました。

この点を以下に詳しくご説明します。

現在、商品の価格は「総額表示」を義務付けられています。

「総額表示」とは、値札やチラシなどの価格表示のうち、消費税額が含まれた価格表示のことです。次のような例があります。

10,290円	10,290円(税込)
10,290円(税抜価格9,800円)	10,290円(うち消費税額等490円)
10,290円(税抜価格9,800円、消費税額等490円)	

この表示方式では、税率が変更になるたびに表示を変更する必要が生じ、業務の負担になります。

このため、今回の特別措置法では、「本体価格+消費税額」ということがはっきりとわかる表示であれば、総額表示でなくてもよいことになりました。

ポイント

支払総額である「10,290円」さえ表示されればよく、「消費税額等」や「税抜価格」が表示されていても構いません。

例えば、「9,800円(税込10,290円)」とされた表示も、消費税額を含んだ価格が明瞭に表示されていれば、「総額表示」に該当します。

【認められる表示の例】

A 税抜き価格のみを表示する場合

★ **その①** 値札 チラシ 看板 ポスター 商品カタログ インターネットのウェブページ 等において、
 ○○○円(税抜き) ○○○円(税抜き価格)
 ○○○円(本体) ○○○円(本体価格)
 ○○○円+税 ○○○円+消費税
 のように、税抜き価格であることを明示する場合

★ **その②** チラシ 店内の掲示 等における表示により、一括して税抜き価格であることを明示する場合
 本チラシの価格はすべて税抜き表示となっています。
 当店の価格はすべて税抜き表示となっています。

B 引き上げ前の税率に基づく税込み価格等で価格表示がされている場合

その① 値札等に、引き上げ前の税率(平成26年4月1日以降に「5%」、平成27年10月1日以降に「5%」、「8%」)に基づく税込み価格の表示が残る場合
 個々の値札等においては引き上げ前の税率に基づく税込み価格を表示し、別途お客様の目につきやすいところに、

旧税率(5%)に基づく税込み価格を表示している商品については、レジにて改めて新税率(8%)に基づき精算させていただきます。
 というような表示を行う場合

その② 税率引き上げの期日の前から、引き上げ後の税率に基づく税込み価格の表示を行う場合
 個々の値札等においては引き上げ後の税率に基づく税込み価格を表示し、別途お客様の目につきやすいところに、

すでに新税率(8%)に基づく税込み価格を表示している商品については、3月31日まではレジにて5%の税率により精算させていただきます。
 というような表示を行う場合

「税込み価格」の表示として、良い例 悪い例

特別措置法では、税込み価格の表示方法を規定しています。

「税込み価格」と「税抜き価格」が併記される場合に、消費者に価格について誤認を与えないようにするため、「税込み価格」を明瞭に表示することとしています。

右の図表を参考にしてください。

税込価格と税抜価格を併記する場合の具体例

〈明瞭に表示されているといえる例〉

9,800 円 (税込 10,584 円)

9,800 円 (税込 10,584 円)

9,800 円 (税込 10,584 円)

9,800 円 (税込 10,584 円)

〈明瞭に表示されていない例〉

(1) 税込価格表示の文字の大きさに問題がある例

9,800 円 (税込 10,584 円)

(2) 文字間余白、行間余白に問題がある例

9,800 円 (税込 10,584 円)

(3) 背景の色との対照性に問題がある例

9,800 円 (税込 10,584 円)

加盟店の皆様は消費税転嫁について次のようにしてください —— 全改協としてカルテルを締結しました ——

これは前のページの「III. 価格の表示に関する特別措置」です。

「カルテル」とは、企業や事業者の間で協定を結び、価格や販売数量などについて共同行為をとり、競争を避ける行為です。通常、カルテルは、独占禁止法第三条で、不当な取引制限として禁止されています。

今回の特別措置法では、事前に公正取引委員会に届け出ることにより、消費税の転嫁の方法と、消費税の表示方法について共同行為を取ってもよいとされました。

全改協では、消費税価格転嫁について、担当省庁(財務省、公正取引委員会、消費者庁)の担当者から、昨年11月9日の会長会議の場で説明を受けました。その後、公正取引委員会に届け出を行い、転嫁の方法と表示の方法についてカルテルを結ぶことが認められました。以下にそれぞれの説明をいたします。

1. 転嫁カルテル

消費税を転嫁する際の方法について、次のことを行うことについて、全改協として共同行為をとることを届け出ました。

全改協の加盟店の皆様が販売する牛乳、乳製品、清涼飲料、健康食品、食品に対して、

- ①各事業者がそれぞれ自主的に定めている本体価格(=消費税額分を転嫁する前の価格)に、消費税額分を上乗せすること
- ②消費税引き上げ後に発売する新製品について、各事業者がそれぞれ自主的に定める本体価格(=消費税額分を転嫁する前の価格)に、消費税額分を上乗せすること
- ③自動販売機で販売する商品について消費税額分を上乗せした結果、計算上端数が生じる場合があります。この端数の処理については、1円単位の切り上げとしました。1円の位をすべて切り上げて表示します。

注:自動販売機の価格設定について

自動販売機は10円単位の価格設定しかできませんので、自動販売機で販売する牛乳、乳製品、清涼飲料については、1円単位ではなく10円単位で行うことになります。

ただし、すべての商品を10円単位で上げると、消費増税率よりも高くなりますので、すべての商品を10円単位で値上げするのではなく、各社(各加盟店)ごとに、売り上げ全体として消費税額の引き上げ幅以内となるように、一部の商品は据え置く等の対応をしてください。

以上①から③までの対応は、平成26年4月1日から平成29年3月31日までの実施とします。

また、以上①から③までの対応を行わない場合でも、罰則はありません。

2. 表示カルテル

消費税の表示の方法について、次のことを行うことについて、全改協として共同行為をとることを届け出ました。

全改協の加盟店の皆様が販売する牛乳、乳製品、清涼飲料、健康食品、食品に対して、

- ①チラシ、パンフレット、個々の値札に、税抜き価格を表示したうえで、「〇〇円(税抜き価格)」、「〇〇円+税」など、消費税が別途課されることを明示すること(表面中央より下「税込み価格」を表示しなくてもよい場合があります)のA. 税抜き価格のみを表示する場合の★「その①」の記載例をご参照ください
- ②チラシ、パンフレット、個々の値札は税抜き価格を表示したうえで、商品棚などの消費者の見やすい場所に、「チラシの価格、またはパンフレットの価格、当店の値札 はすべて税抜き表示となっています」、「消費税は別途いただきます」などと表示すること(表面中央より下「税込み価格」を表示しなくてもよい場合があります)のA. 税抜き価格のみを表示する場合の★「その②」の記載例をご参照ください

以上①から②までの対応は、平成26年4月1日から平成29年3月31日までの実施とします。

また、以上①から②までの対応を行わない場合でも、罰則はありません。

そもそも、なぜ消費税を上げるの? ~納税者としての義務は、税金を納めるだけではありません~

ところで、これだけ様々な準備が必要で、一方、家計を圧迫する可能性もあり、このため家計を切り詰めるお得意様の私たちからの客離れにもつながりかねない消費税の引き上げをなぜ行うのでしょうか。今回の消費税引き上げの趣旨は、「幅広く国民各層に社会保障の確保のための負担を求めることにより、社会保障の充実・安定化と財政健全化の同時達成を目指す」とされています。

- なぜ社会保障の確保の財源を消費税とするのか、については、
 - 税収が安定している
 - 負担が世代間で公平である
 - 経済活動に中立的である
 - 高い財源調達率がある

ことが理由とされています。

加盟店の皆様(小売業者)は納税義務者です。納めた消費税が正しく社会保障のために使われるかについて、納税義務者として税の用途をしっかり監視していきましょう。

以上、消費税税率引き上げに伴う価格転嫁についてご説明いたしました。これらに対するお問い合わせ、ご相談は、政府が相談窓口を開設しています。

—— 内閣府「消費税価格転嫁等総合相談センター」 ——

専用ダイヤル

0570-200-123

【受付時間】平日 9:00~17:00

(平成26年3月、4月は土曜日も受付)

通話料金はお住まいの地域に応じて、
固定電話 3分 8.5円~80円
携帯電話 3分 90円
公衆電話 3分 30円~220円 それぞれかかります。

URL

<http://www.tenkasoudan.go.jp> (24時間受付)

相談センターでは、●転嫁に対する問い合わせ ●広告・宣伝に対する問い合わせ ●消費税の総額表示に関する問い合わせ ●便乗値上げに対する問い合わせ などの相談を受け付けております。これら相談に対して、法令等の考え方を回答するほか、転嫁拒否など、消費税転嫁対策特別措置法に違反する疑いのある行為について、センターから担当省庁への通知の依頼も受けています。

—— もよりの消費税転嫁対策室 リスト ——

- 経済産業省消費税転嫁対策室
(経済産業省所管業種相談窓口) 電話: 03-3501-5683
[中小企業庁相談窓口] 電話: 03-3501-1502
03-3501-1503
- 北海道経済産業局
消費税転嫁対策室 電話: 011-728-4361
- 東北経済産業局
消費税転嫁対策室 電話: 022-217-0411
- 関東経済産業局
消費税転嫁対策室 電話: 048-783-3570
048-600-0288
- 中部経済産業局
消費税転嫁対策室 電話: 052-589-0170

- 近畿経済産業局
消費税転嫁対策室 電話: 06-6966-6038
- 中国経済産業局
消費税転嫁対策室 電話: 082-205-5337
- 四国経済産業局
消費税転嫁対策室 電話: 087-811-8564
- 九州経済産業局
消費税転嫁対策室 電話: 092-482-5590
- 沖縄総合事務局 経済産業部
消費税転嫁対策室 電話: 098-866-0035