隔日刊
食品新聞
発行所 食品新聞社
http://www.shokuhin.net/
大阪市北区西天満5－10－17
郵便番号 530－0047
電話 06（6361）4972㈹
東京都中央区入船1－9－8
郵便番号 104－0042
電話 03（3552）3756･4031
名古屋市中区丸の内2－10－11
リブラ丸の内6 305号
郵便番号 460－0002
電話 052（221）5391㈹
（支局）広島・福岡
© 食品新聞社 2019
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料 半年33,346円

40年ぶり登録制度改定

GS1事業者コード

背景にネット取引の増大

一般財団法人流通システム開発センターは、2021年5月からGS1事業者コードの登録更新制度を改定する。制度改定は1978年の制度開始以来41年ぶり。

登録更新1年ごとに「10桁コード」新設

GS1（ジーエスワン）は、国際的な流通システムを推進する機関で、本部はベルギーのブリュッセルにあり、世界110以上の国が加盟。日本で流通システム開発センターがGS1 Japanとして GS1標準の普及推進に当たっている。

GS1は商品識別コード（GTIN）とロケーションコード（GLN）を設定する際に必要な番号で、流通システム開発センターが事業所ごとに重複しないよう貸与している。

日本国内で使われ、事業者と商品を表す国際的な商品識別番号のJANコードについては、ブランド事業者が貸与を受けたGS1事業者コードを用いて商品ごとに設定しており、GS1事業者コードと商品アイテムコード、チェックデジットの3つの要素で構成されるGS1事業者コードの登録更新手続きのサイクルを、3年ごとから1年ごとに変更②10桁GS1事業者コードを新設など。

登録更新手続きは2021年5月以降、各国の情報管理水準に合わせて1年ごとに必要となり、事業者コードは9桁、7桁、短縮タイプ（6桁）に加えて、10桁を新設。ネット販売の普及で商品アイテム数が少ない小規模事業者でも、より適切な桁数によるGS1事業者コードの貸与が可能になる。

改定の背景について同センターでは「近年、社会のデジタル化、IT化が急速に進展し、ビジネスの形態を問わずインターネットを活用した取引が大きく広がっている。それに比例して、企業間や企業・消費者間でやりとりされる情報量も飛躍的に増加しており、従来よりも正確な情報の必然性とその価値が増大している」と指摘。

ネット販売が広がることにより、膨大な種類の商品が国や地域の枠を越えて流通される中で、商品を正しく識別する商品識別コード（GTIN）の利用が不可欠となっており、GTINを付けた事業者や商品の属性を確認するための、正確で信頼性の高い情報が求められている。

また、同センターでは10月から「GS1 Japan Data Bank」（略称GJDB）のサービスも開始。日本でGS1事業者コードを利用しGTINを付番する商品メーカーなど事業者に対して、GTINの付番と番号に紐づく商品情報の管理を、より簡易に正確に行い、商品情報を内外に発信するための仕組みを提供する（詳細は一般財団法人流通システム開発センター・コード管理部、電話03－5414－8502、FAX03－5414－8504）。

過去最高の5千186億円

18年度アイス市場

天候の割には伸びきれず

日本アイスクリーム協会はこのほど、18年度（4～3月）の販売実績などを発表した。販売金額は5千186億円となり7年連続の市場拡大となったものの、伸長率は1・4％増で一時の勢いは見られない。販売物量は92万9千31kℓの4・3％増、こちらは猛暑からあっさり系の氷菓やラクトアイスが伸びたため。上期の構成比は63％、下期は37％だった。

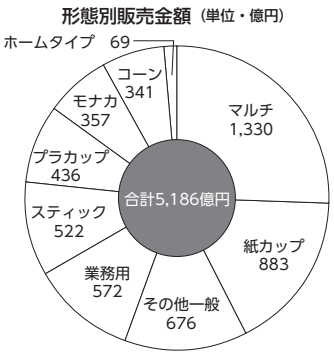
アイスの動向は、天候要因抜きには語れない。18年度は春から夏にかけ東・西日本中心に記録的な高温となり、日照時間も多かった。特に梅雨明けが平年と比べ2～3週間早まり、関東甲信では6月下旬に明けた後は厳しい猛暑が続き、東日本では春・夏の平均気温が46年の統計開始以来最も高くなった。これを受けて上期は3千273億円の4・3％増と好調に推移した。特に氷菓は709億円の14・2％増、ラクトアイスは1千110億円の8・9％増。

下期に入ると、10月は秋晴れが続き11月も穏やかな天候に恵まれ、冬本番となっても平均気温がかなり高く降水量も少なかった。アイスにとっては好条件に恵まれたが、下期は3・2％減の1千913億円で着地した。

〝冬アイス〟に勢いが見られなかったことが要因として考えられる。以前なら下期の3％減は通年にさほどの影響を与えなかったが、上期・下期の構成比が6対4に近づいて来た今となっては影響も大きく、下期のマイナスに足を引っ張られ通年では1・4％増の着地。

形態別の販売実績は、▽紙カップ883億円（1・8％増）▽プラカップ436億円（7・8％減）▽スティック522億円（2・8％増）▽コーン341億円（1・7％減）▽モナカ357億円（12・6％増）▽マルチパック1千330億円（0・3％増）▽ホームタイプ69億円（16・9％増）▽その他一般676億円（4・6％増）▽業務用572億円（0・2％増）。

伸びの高かったモナカは、森永製菓の「ジャンボ」シリーズ、ロッテの「モナ王」が牽引している。その他一般は、森永乳業のひと口タイプの「ピノ」、ロッテの飲むアイス「クーリッシュ」など、カップやスティックなど従来の形態にとらわれないアイスが好調なため高い伸びとなった。



従業員派遣要請は減少傾向

不当な値引き「応じない」が増加

2月の調査結果を公表（下）

【従業員派遣の要請について】「大規模小売業告示」において、従業員派遣に関しては「納入業者の従業員等の不当使用等」が規定されており、この中で「大規模事業業者が、（中略）自己等の業務に従事させるため、納入業者にその従業員等を派遣させ、又はこれに代えて自己等が雇用する従業員等の人件費を納入業者に負担させること」を禁止している。

今回の調査では、「従業員派遣を要請されたことがある」との回答は、全体では22％と前回より、「原料高の製品安」わずかに増加した。

事前協議については、「十分な事前協議はなかった」「ほぼ一方的に決められた」の合計割合は、全体では32・2％とかなり減少した。12年間の推移についてみても減少傾向にある。

【不当な値引き・特売商品等の買いたき等について】昨今の食品の価格動向は、為替変動、消費者の低価格志向等によが懸念される状況にある。こうした中で「不当な値引き」や「特売商品等の買いたき」等が行われていないか等について調査。

その結果によれば、不当な値引き・特売商品等の買いたきは「ない」との回答が多数であった。

前回調査と比較すると、全体では「全て応じている」が26・3％、「全く応じない」取引を大きく上回る値引き。返却や訂正を申し出るが、聞いてもらえない「しつこくいうと商品をカットされる場合もある」「特売で買価を20％下げたいから、値引きを20％しろ」など、値引き一方的な納入価格の設定、値引きなどの事例が寄せられた。

【プライベート・ブランド（PB）商品に関する要請について】国内のPB食品市場は節約志向の高まりを背景に大きく拡大してきた。その後、高付加価値型PB食品も増えており、最近では節約志向を取り込んだ低価格のPB食品と高機能化や健康ブームを取り込んだ高価格のPB商品の二極化が進んでいるのが現状。

こうした中で小売業者のPB商品の製造受託が「あった」と回答した企業に対し、その受託に関して、その小売業者から不当であると感じる要請等の有無を聞いたところ、「あった」との回答は12・4％で、前回とほぼ同じだった。

平成24年以降については、PB商品の製造受託が「あった」と回答した企業に対し、その受託に関して、その小売業者から不当であると感じる要請等の有無について減少傾向がみられているのが・8％だった。

「事後の値引きや条件取引を大きく上回る値引き。返却や訂正を申し出るが、聞いてもらえない「しつこくいうと商品をカットされる場合もある」「特売で買価を20％下げたいから、値引きを20％しろ」など、値引き一方的な納入価格の設定、値引きなどの事例が寄せられた。

【プライベート・ブランド（PB）商品に関する要請について】国内のPB食品市場は節約志向の高まりを背景に大きく拡大してきた。その後、高付加価値型PB食品も増えており、最近では節約志向を取り込んだ低価格のPB食品と高機能化や健康ブームを取り込んだ高価格のPB商品の二極化が進んでいるのが現状。

こうした中で小売業者のPB商品の製造受託が「あった」と回答した企業に対し、その受託に関して、その小売業者から不当であると感じる要請等の有無を聞いたところ、「あった」との回答は12・4％で、前回とほぼ同じだった。

平成24年以降については、PB商品の製造受託が「あった」と回答した企業に対し、その受託に関して、その小売業者から不当であると感じる要請等の有無について減少傾向がみられているのが・8％だった。

本体価格（税抜き価格）での交渉を拒否できないとする規定の恒久処置については、必要と感じますかと聞いたところ、「どちらともいえない」が52・8％と最も多く、「必要であると感じる」が39・4％、「必要であると感じない」が7・8％だった。

（おわり）

【消費税率引上げに係る要請について】消費税引き上げに関して不当であると感じる要請が「あった」との回答は全体で0・2％だったが、消費税を引き上げる10月1日に向けて動向を注視する必要がある。

逆光線

時の流れは速い。気が付けば、2019年のスタートから半年、令和のスタートから2か月が経った。先の話だと思っていた参議院選挙も事実上のスタートを切り、一日一日が慌ただしく過ぎ去っていく。そう感じられる▼天候も何か変だ。九州北部、中国、四国、近畿はようやく梅雨に入ったばかり。沖縄・奄美は夏本番だが、多くの地域では、夏本番は遠く、ようやく梅雨本番を迎えたところだ。7月は多雨、夏の暑さはほぼ全国的に平年並みの予想だが、これもどうなるか。モヤモヤ感が漂う▼食品業界では、6月後半から秋冬期に向けた商品施策やコミュニケーション施策の話を耳にする機会が増えてきた。速いもので、7月に入りメーカーによる新商品発表も本番を迎えつつある▼商品力テゴリーにもよるが、成熟化に伴い新商品が育ちにくい環境になっている市場は多い。こうした市場では、既存の主要商品を軸に、いかに守るかが焦点にならざるを得ない。しかし、守りだけでは先が見えない。攻めも必要だ。市場の構造を変えるような新商品の登場が待たれるところだ。

創立100年記念祝賀会

日本甜菜製糖

糖業会館で9月10日開催

日本甜菜製糖（本社・東京都港区三田、惠本司社長）は9月10日、糖業会館で創立100年記念祝賀会を開催する。同社前身の北海道製糖が大正8年に創立されてから今年の6月11日で100年を迎えた。北海道のてん菜農家と歩んできた道のりや事業発展の100年を振り返る。

〈開催概要〉▽日本甜菜製糖㈱ 創立100年記念祝賀会▽場所＝糖業会館2階ホール▽日時＝9月10日（火）午後3時受付、午後3時30分開式。

世界の海苔を…世界の人々に
国際海苔問屋、技術と信頼の
株式会社 ヤマコ
本社 〒461-0001
愛知県名古屋市東区泉1-11-19 桝屋ビル
TEL (052)961-7611 FAX (052)961-7762
山口工場
山口県周南市新南陽有限公司
TEL 0834-72-0517 FAX 0834-72-0517

きょうの業界天気図
甘味料・オリゴ糖
くもりのちはれ
ブームから4年目。食品メーカーならではの食事提案がカギ
きょうの主な内容
6～8 甘味料・オリゴ糖特集

カレーの流れを変える！
ハイグレード21 カレールウ
テーオー食品株式会社TT
本社 東京都豊島区南長崎1-2-4
NET 1kg

愛は食卓にある。kewpie
今夜のメインは、ディナーサラダ。

シャキシャキとした玉ねぎの甘みに
芳醇な黒酢が香り立つドレッシング。
旬の野菜やお肉、魚介にかけると、一皿で
満足できるディナーサラダが完成です。
キューピー テイスティドレッシング
黒酢たまねぎ
野菜にドレスを着せましょう。
www.kewpie.co.jp/dressing