

# 産業構造審議会 流通部会 とりまとめ(平成24年7月)について

平成25年2月

商務流通保安グループ流通政策課

# 報告書全体の構成

- 東日本大震災での物資供給の混乱、少子高齢化・人口減少等の構造変化、消費の成熟化に伴う消費行動の変化(安心・安全等の対応)等の中で流通事業者求められる役割は大きく変化。
- 今後、流通が対応すべき以下の論点について検討。
  - ①災害時の流通業のあり方・支援物資の円滑な流通
  - ②国内での流通の高度化、地域社会で果たす役割
  - ③海外に展開する流通業の課題と意義

## 東日本大震災

- ・ 復興に際して流通業が貢献
- ・ 支援物資の流通には大きな課題

## 少子高齢化・人口減少

- ・ 人口減少に伴う市場の頭打ち
- ・ 少子高齢化などに伴う、「買い物弱者」などの新たな課題
- ・ 消費者の安心安全への要望の高まり

## 流通業の構造変化

- ・ 業界の枠を超えて進展する水平統合
- ・ PBなどの垂直連携の動き
- ・ 流通のグローバル化

<災害時の備え>

### 災害に強く、円滑な供給を確保できる流通の在り方

- 流通業の早期回復と支援物資の円滑な流通の取組
  - ・ 流通事業者のBCP策定の促進
  - ・ 自治体と民間事業者の災害時の連携の促進(支援物資流通の民間物流事業者の能力活用等)
  - ・ 支援物資の在庫状況を平時から把握する「デジタル・インフラ」
  - ・ 家庭内備蓄の支援

<国内流通の高度化・地域社会での役割>

### 強くしなやかで、豊かさや安心をもたらす流通業の在り方

- サプライチェーンの垂直連携
  - ・ 業界の枠を超えた「製・配・販連携協議会」
  - ・ 流通BMSの普及促進
  - ・ 在庫・販売情報の収集・共有を進める「デジタル・インフラ」の整備
- 地域と流通の関わり
  - ・ 流通事業者の地域活動への参加促進
- 製品・取引の安心・安全の促進

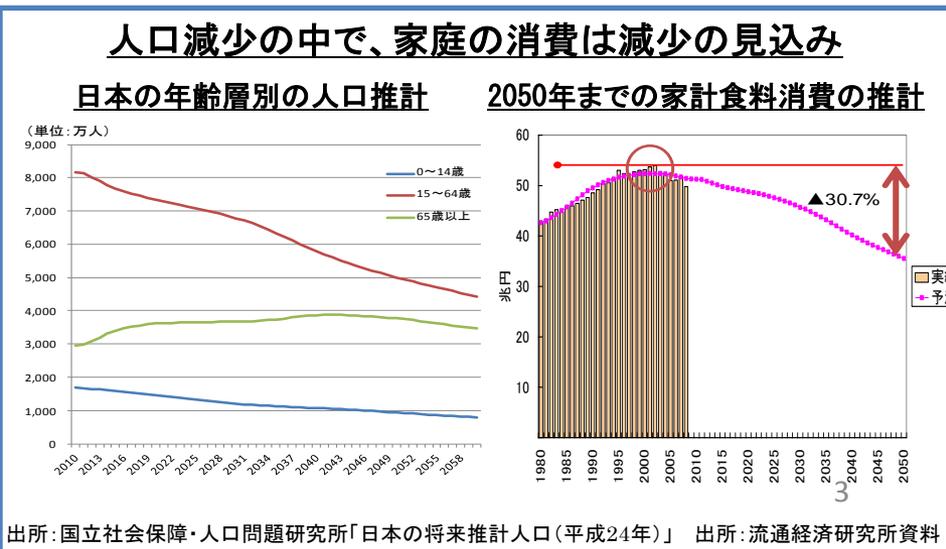
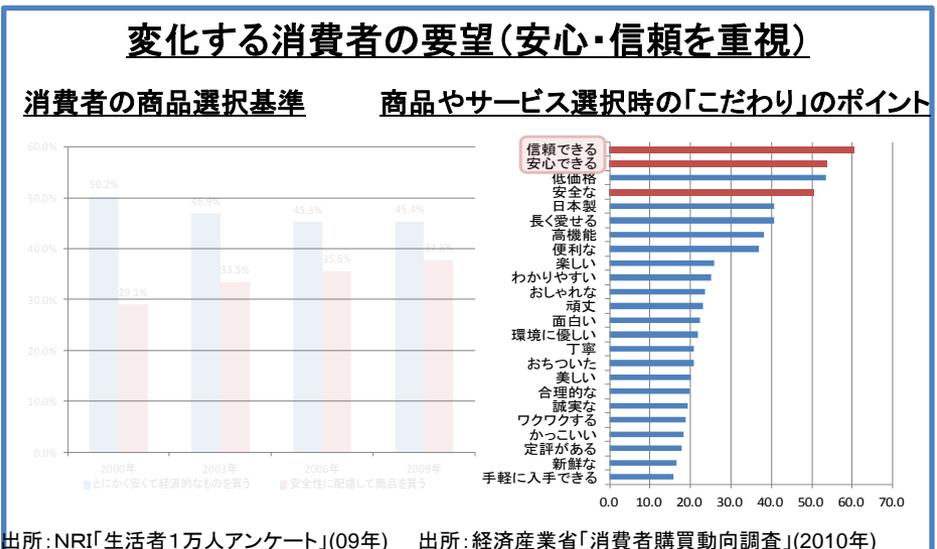
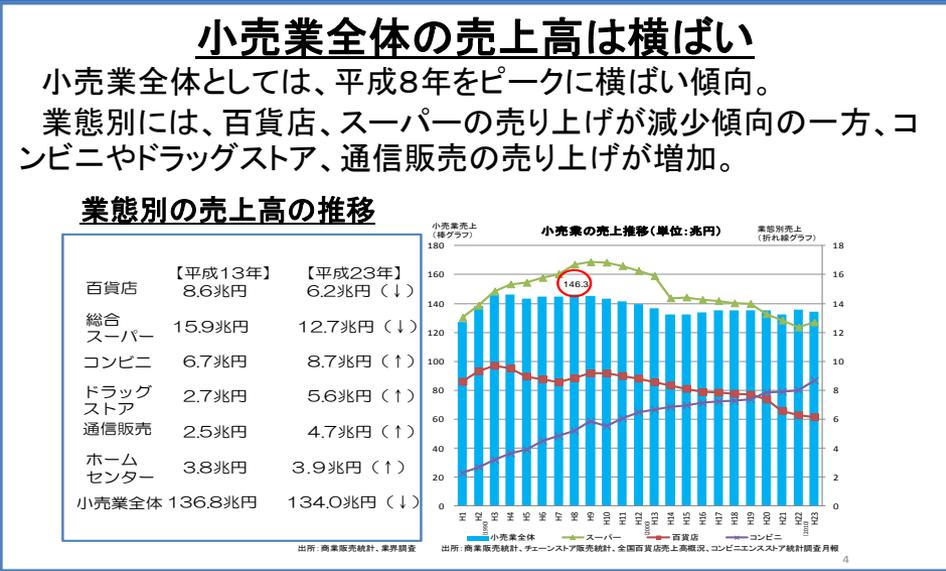
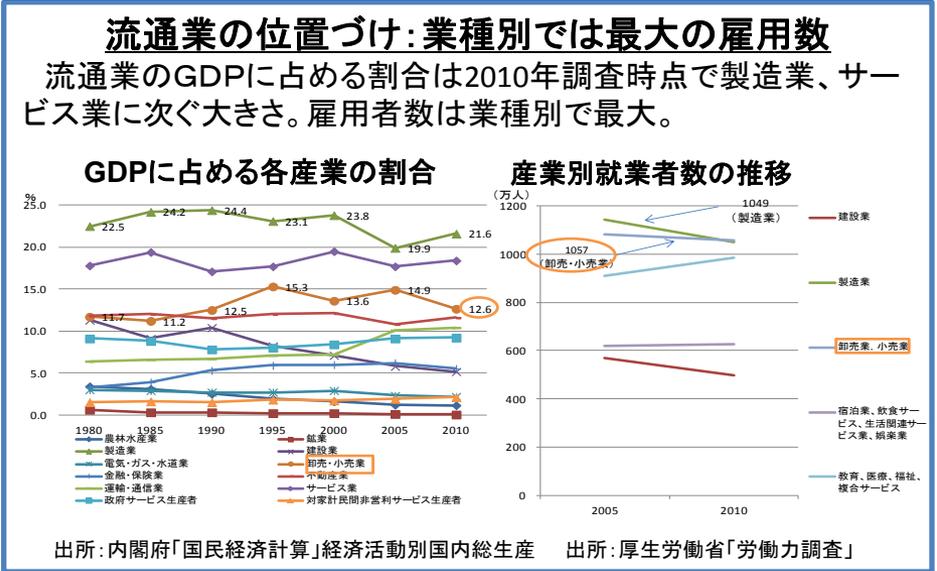
<海外に展開する流通業の課題と意義>

### 海外需要を取り込み、我が国の魅力売り込む流通の在り方

- 流通業の海外展開の支援
  - ・ 流通業の進出先であるアジア各国との「流通政策対話」の実施
  - ・ 日本流の流通人材育成を支援する「人材育成支援」
  - ・ JETRO、大使館等との連携強化

# 0. 流通業の現状と取り巻く環境の変化

- 人口構造変化、消費者の嗜好の変化により流通業を取り巻く環境は年々変化している。
- 東日本大震災は、流通事業者にも多くの被害を与えるとともに、支援物資の流通にも大きな課題を残した。



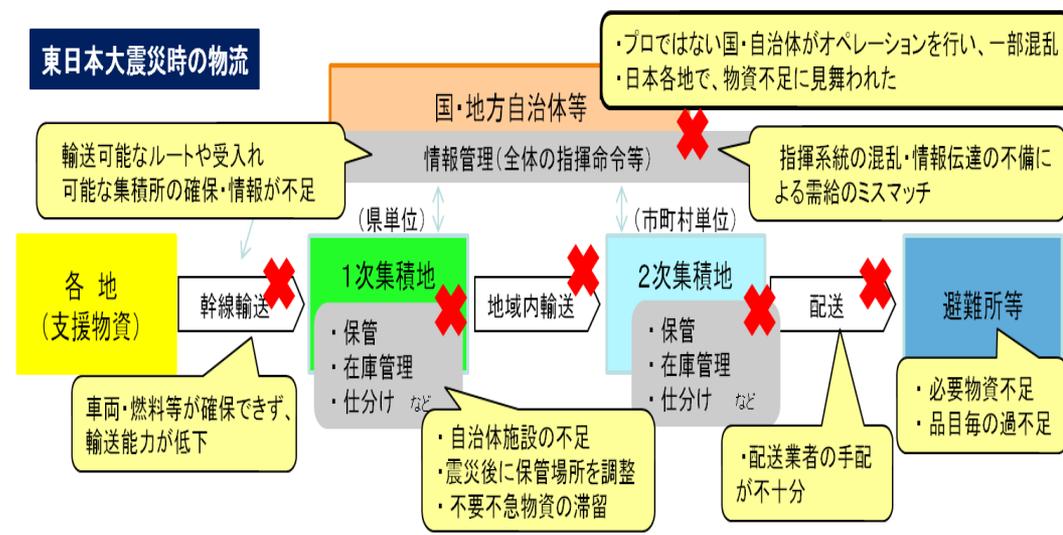
# 1-1. 災害に強く、円滑な供給を確保できる流通の在り方

- 東日本大震災では、被災地に立地していた多くの小売店も被災。
- 流通事業者の中には、仮設店舗の設営などにより被災地での生活再建に貢献するものも一部にあった。
- 一方で、支援物資の輸送に関しては、必要物資の所在地の確認や避難所までの物流に大きな課題を残した。

## <震災経験を踏まえた商業流通に関連する課題>

- ①情報の取得・共有  
(在庫所在情報、安否確認等に必要な通信手段)
- ②燃料の安定調達
- ③緊急車両通行許可証の円滑な発給
- ④被災を免れた物流センターの共同活用等
- ⑤仮設店舗設営に関する連携  
(用地確保や電力復旧等)
- ⑥関連規制の柔軟な運用  
(移動販売車に関する衛生規制)

## <緊急支援物資の提供における主な問題点>

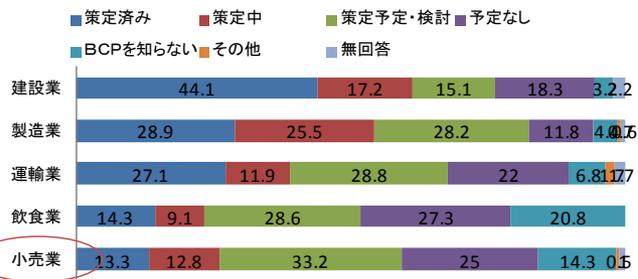


(出所)ヒアリング等を元に経済産業省作成

(出所)オブザーバー(国土交通省)資料より抜粋

# 1-2. 災害に強く、円滑な供給を確保できる流通の在り方

## 流通業はBCP作成率が低い



(出所) 内閣府「企業の事業継続の取組に関する実態調査」(平成24年3月)

## ①流通業のBCPの策定及び見直し

- ・ 流通業のBCPの策定
- ・ シミュレーション等を踏まえた見直し
- ・ サプライチェーン効率化とのバランスの検討

「物資調達・人的支援の多くが、相互応援協定先への連絡から始められており、災害対応においては相互応援協定の締結が重要であることが明らかになった。なかでも、物資提供に関する協定(食料品、飲料医薬品、生活用品、葬祭用品)及び物資の輸送に関する協定は不可欠なものであった。」

(出所) 「東日本大震災一宮城県の6か月間の災害対応とその検証ー」(概要版)から抜粋

## ②自治体と民間事業者の災害時の連携の促進

- ・ 災害時の支援物資の流通でも、民間事業者の配送設備、人材、ノウハウなどは非常に有効であった。
- ・ 阪神大震災を契機として結ばれた「災害支援協定」は、今回の震災で一定の効果
- ・ 自主的な災害支援協定の締結、改訂時の行動内容の具体化などを期待



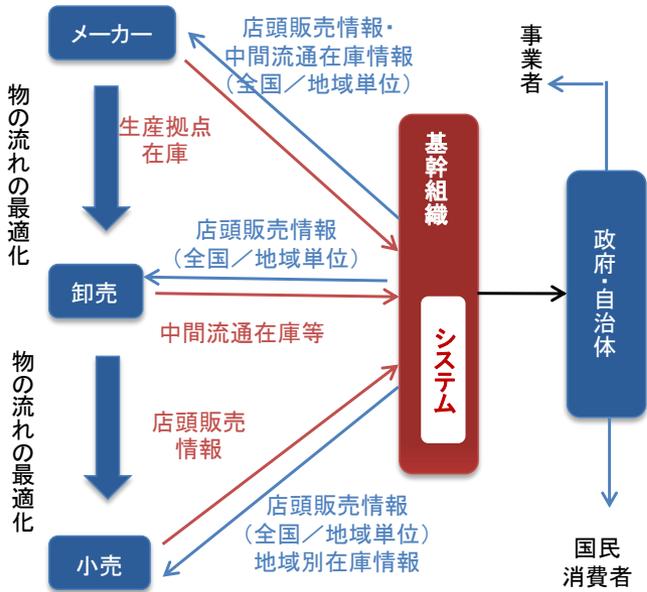
- ・ 専門設備(倉庫、パレット)が無い
- ・ 専門職員・部署 (商品知識、物流ノウハウ)が無い

# 1-2. 災害に強く、円滑な供給を確保できる流通の在り方

## ③支援物資在庫情報の常時把握:「デジタル・インフラ」の構築

- 災害時に商品の生産在庫・中間流通在庫・販売情報が的確に把握できないことにより、被災地のみならず全国的に商品不足が発生するのではないかなど社会不安が増大する恐れ。
- また、支援物資に係る生産在庫・中間流通在庫等の把握できないことにより、支援物資の調達や被災地への輸送にも大きな課題。

### 製・配・販の事業者が連携した支援物資等の在庫情報の登録システム



(出所)経済産業省作成

- 製造事業者、卸事業者、小売り事業者が、平時から在庫情報を登録するシステムの構築。
- 有事に円滑に稼働させるために、平時から在庫情報の収集を実施。

デジタル・インフラ

「住宅の耐震補強、家具の固定等の被害軽減策の実施、非常持ち出し品の用意、最低限3日分の食料や水の備蓄、……(中略)……等の適切な行動の実施等の個人や家庭における「自助」……(中略)……により防災対策を推進すべきである」

(出所)中央防災会議「首都直下地震対策大綱」(平成22年修正)

## ④家庭内備蓄の支援

- 震災後外部からの支援物資が到着するまでに一定の時間が必要。一般消費者も家庭内で必要物資の一定量の備蓄の必要性が指摘されている。
- 流通業からも、備蓄すべき品目や消費期限などの情報提供が望まれる。

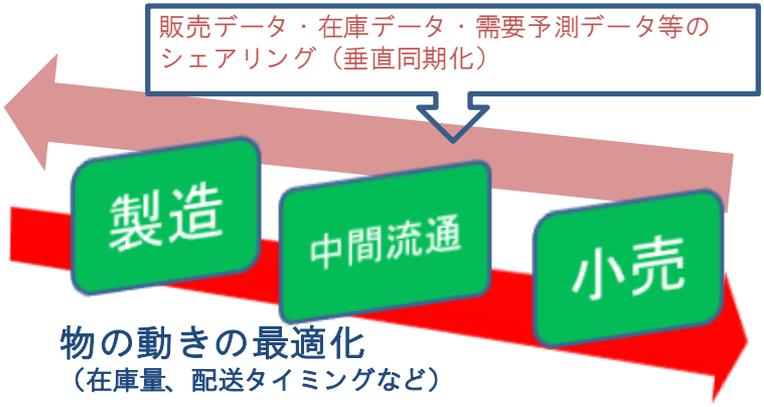
# 2-1. 強くしなやかで、豊かさと安心をもたらす流通業の在り方

～業態を超えた垂直連携によるサプライチェーンの効率化～

○ 製・配・販が有する販売動向や在庫量等の情報の適切な共有を行うことで、一社単独では困難な、サプライチェーン全体での無理・無駄を低減することが可能。

## サプライチェーン全体の強靱化の効果

製造から販売までの事業を総合的に掌握した上、ITシステムを活用することにより、店頭における情報を製造計画に迅速に反映できることから、需要の変化に柔軟に対応することが可能。



## ①企業・業態の枠を超え取り組む「製・配・販協議会」

- 製・配・販43社が参加しサプライチェーン全体の効率化を行うための、「製・配・販連携協議会」が昨年5月発足。
- 返品削減のための商習慣見直しに向けた分析、配送効率化のための積載率向上などのための分析を実施。

## ②製・配・販の情報交換を円滑化する「流通BMS」

- 現在の発注などの取引情報の通信手段は、80年代の技術をもとに各社独自に構築。
- これをインターネットを用いて受発注メッセージを効率的に伝送する「流通BMS」を更に普及。

## ③デジタルインフラの整備(再掲)

- 災害時の在庫情報確認システムである「デジタルインフラ」に蓄積された在庫や販売情報を活用し、平常時のサプライチェーン効率化に利用。
- メーカーは、卸・小売り等の在庫情報や販売情報を把握できることで、過剰生産の回避などに効果が期待される。

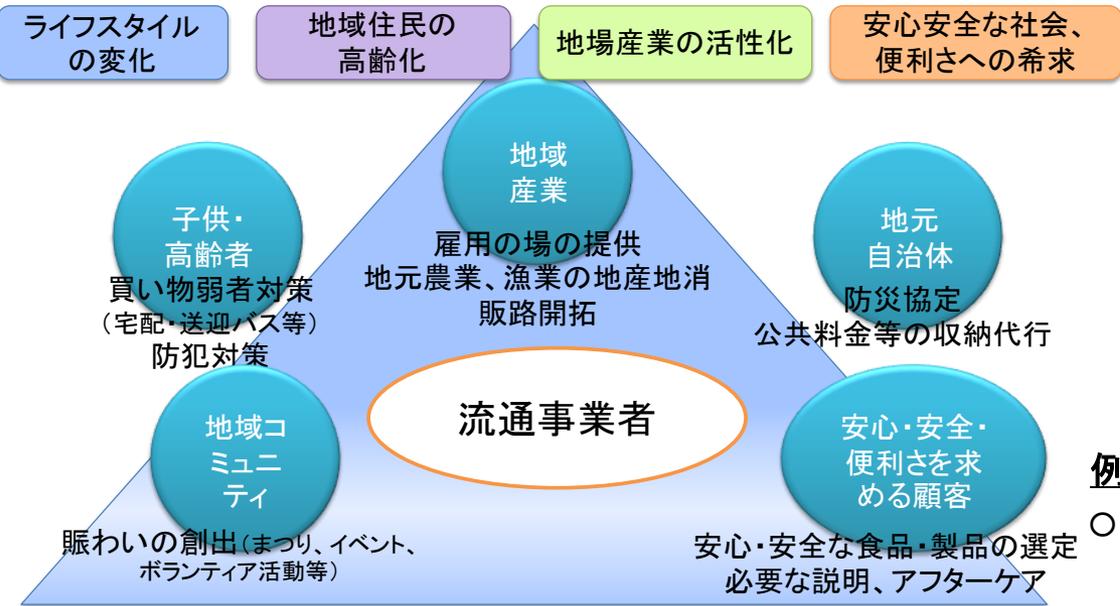
# 2-2. 強くしなやかで、豊かさと安心をもたらす流通業の在り方

## ～地域社会における流通業①～

○ 地域住民の高齢化、地場産業の活性化、安全・安心な社会への要望の高まりといった社会的背景の変化により、流通業は、従来の雇用の場や商品提供の場に加え、様々な役割を果たすことが期待されている。

### 社会の変化と流通業が地域社会で期待される役割

<変化する社会の要請>



### 流通業が近年地域の中で果たしている機能の例

- ① 行政機関等の公的機関の機能の補完
- ② 地域の防災・防犯対策
- ③ 600万人とも言われる買い物弱者への商品・サービス提供機能の補完
- ④ 災害時における被災地への移動販売、仮設店舗の運営、募金活動等の取組。
- ⑤ 災害時の情報ステーション機能

### 例：流通業の地域貢献の例：地域産品の掘り起こし

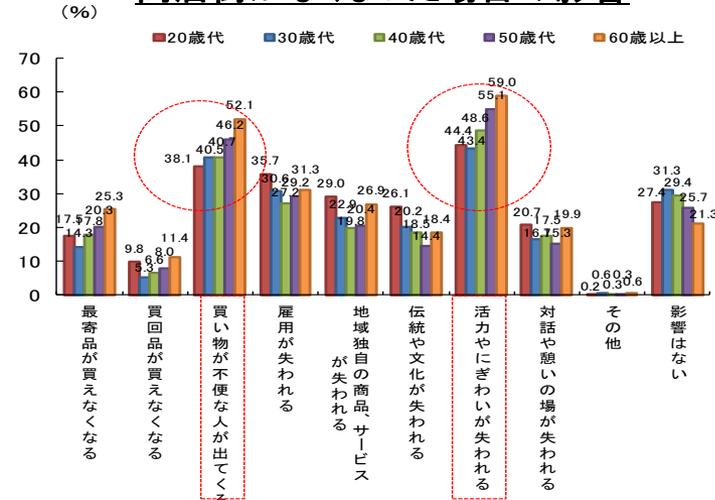
- 流通事業者が地域産業と協力している事例として、百貨店が地元商店街と連携することにより、商店街を含めた地域全体の活性化につながっている事例あり。
- また、流通事業者が、地場の産品を扱い、地場の農林水産業者等だけでは対応できない課題の解決に積極的に関与している事例あり。

# 2-2. 強くしなやかで、豊かさと安心をもたらす流通業の在り方

## ～地域社会における流通業②～

- 地域商業の集積である商店街は、生活用品の購入の場だけではなく、地域の賑わいの元としても期待されている。その機能の低下は、高齢者を始めとした地域住民に不安に思われている事例も生じている。
- 小売業も地域社会や自治体との関係を適切に認識し、地域の中で自らができる役割を担うことが期待される。

商店街がなくなった場合の影響



資料：中小企業庁委託「全国商店街調査」(2010年11月、㈱三菱総合研究所)(注)複数回答であるため、合計は必ずしも100にならない。

- 近年、総合スーパーやコンビニエンスチェーンでは、地方自治体との包括連携協定締結が行われている。
- こうした包括連携協定には、災害時支援や安全・安心なまちづくりへの協力などに加え、地域産品を自らの店舗で取り扱い、独自商品として売り出すことで継続的な関係を構築することを志向しているものもあり、評価できる。

- 銀行主催の商談会の積極活用
- テストマーケティング機能の店舗での提供
- お中元・お歳暮用ギフトカタログの活用
- 県の物産振興協会との連携



- 効率的な取引先・商材発掘が可能に
- 生産能力に限界があっても商品化が可能に
- 流通業のブランドカ・施設を活用し、販売活動が可能に



【テストマーケティング機能提供の例】  
(セレクトコーナーの設置)  
(出所) ㈱藤崎HPより引用

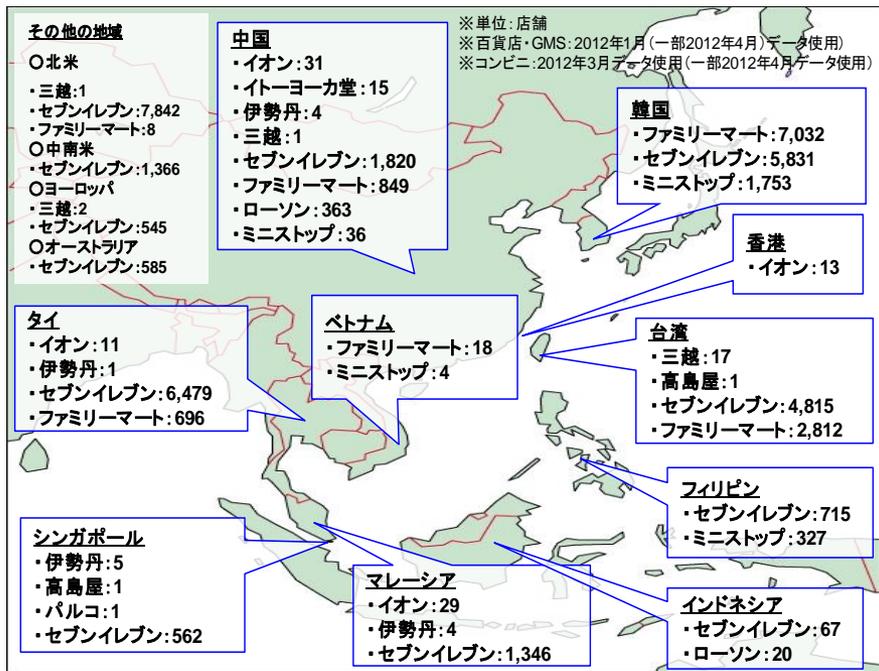
# 3. 海外需要を取り込み、我が国の魅力を売り込む流通の在り方①

- 国内需要の頭打ち等を背景に、新たな成長機会を求め、近年流通業の海外展開が加速。
- 現地の雇用創出とともに、我が国の優れたシステムの展開は、現地流通業の近代化への貢献も期待される。
- 海外の小売店舗は、日本文化・日本製品の販売チャネルとしても機能する等、国内経済への波及効果も期待される。

## 1. 国際展開の現状

- 我が国流通業は、これまで百貨店、コンビニ、総合スーパー(GMS)等がアジア諸国を中心に海外進出。
- 近年、大手コンビニ4社のアジア地区への進出は、2007年の約2万件から2012年約3万件に急激に拡大。

### 【日系GMS・百貨店・コンビニ等の主な進出状況】



(出所) 各社HP・公表資料および新聞報道より経済産業省作成

## 2. 流通業の国際展開の意義

- ① 旺盛な海外需要を取り込むことによる成長機会の獲得のみならず、
- ② 日本製品・文化等の国際発信
- ③ 現地への貢献(流通システムの近代化、雇用創出等)等、様々な副次的効果が期待される。

### ○ 海外展開した小売店が日本製品の発信基地となった事例 (三越伊勢丹)

- 昨年実施した北海道物産展は上海で1週間1500万円の売上。
- 東南アジア3カ国でも定期的に北海道物産展を実施、シンガポールでは1週間に1億円の売上を作る。

### ○ 日本のクリエイター・優良産品を海外に紹介する事例(パルコ)

- 日本の有カクリエイターや優良産品を発掘・育成し、日本だけでなく海外へも展開していく取組を積極的に展開。
- また、海外現地において有力なクリエイターを発掘する試みも取り組んでいる。

### 新人デザイナー披露イベント シンガポールデザイナー東京研修ツアー



# 4. 海外需要を取り込み、我が国の魅力を売り込む流通の在り方②

- アジアをはじめとする新興国市場の成長が今後も見込まれる中、我が国流通業はその成長を取り込むべく、国際展開を戦略的に行っていくことが必要。
- 相手国における制度上の障壁のみならず、人材や物流、商品調達等、事業展開を妨げる様々な課題を官民が連携して解消し、事業環境の整備を進めていく必要がある。

## 1. 国際展開における主な課題

- ①制度面の課題:
- ②人材面の課題:
- ③物流面の課題: コールドチェーンの未発達等

【制度的課題の例】

	中国	ベトナム	インドネシア
出店規制	○FC展開の際には、2店舗以上の直営店と1年以上の経営実績が必要	○2店目以降の出店ENT(Economic Needs Test)の認可が必要	○店舗の立地規制あり(出店可能な場所が限定)
外資規制	○2004年以降、卸・小売業の独資での参入が可能に	○2009年1月より100%外資による企業設立が可能に	○百貨店、ショッピングセンター、スーパーマーケットは面積基準を満たせば独資での参入が可能 ○ただしコンビニエンスストアは不可

## 2. 今後の具体的な対応

- (1)人材育成事業への取組  
流通政策研修等、人材育成支援を介し現地のビジネス環境を整備。
- (2)政府間対話の実施  
現在設置済の「日中流通対話」、「日越流通・物流政策対話」をモデルに、今後はインドネシア等、事業者からの要望の多い国を中心に、政府間対話を推進。
- (3)投資協定(EPA・FTA)やマルチ交渉の活用  
EPA及び投資協定を積極的に推進する。  
マルチ交渉の場を随時活用し、規制撤廃やビジネス環境整備を新興国との間で効率的に進める。
- (4)他産業との協働支援・関係機関との連携強化  
大使館やJETRO等との連携を強化するほか、「クール・ジャパン戦略」等、他産業との連携も積極的に取り組んでいく。