

Global Information (海外情報 特別編)
東京新風景
 ~日本のゴミ事情~

変貌する秋葉原駅界隈

「マナーからルールへ！」千代田区が打ち出した路上禁煙運動は、ここ秋葉原駅東口から始まりました。以前の駅前横断歩道周辺では、目を覆いたくなるほどの吸殻が捨てられ、信号待ちで込み合う歩道でも紫煙があがっていました。近くには小学校があり、信号待ちの集団には、小さな子供たちも多く含まれています。煙草の火は子供たちの目にはさぞ恐ろしいものに映っていたことでしょう。日本だけでなく、世界中から観光客が集まるこの街を安全で美し



大規模な再開発もほぼ終了し、変貌しつつある秋葉原

い街に。そんな想いが始まりだったのではないのでしょうか。現在、吸殻はほとんど見当たりません。商店街の方たちの努力によって早朝の清掃も功を奏し、ゴミの無い美しい街になりました。

新交通IXが開通し、新しいビルが立ち並び、かつての「電気街秋葉原」は「IT拠点秋葉原」と大きく変貌しつつあります。今、最も新しい街、秋葉原。「ルールからマナーに」。そんな日がもうすぐそこにあるかもしれません。

Topics

鈴木氏の個性がセブン牽引

—第11回 中食・コンビニ容器包装研究会—

「これまでジャーナリストの立場から多くの企業や企業トップ取材してきたが、成功のビジネスモデルとして、セブンイレブン・ジャパンほど面白い会社はない」。第11回の中食・コンビニ容器包装研究会の勉強会の席上、講師を務めたフリージャーナリストの勝見明氏は、冒頭のように語られました。

今回の勉強会では、勝見氏がこれまでの取材を通じて得た知見から、「鈴木敏文とはいかなる人間なのか?」、「市場に蔓延する『本当のようなウソ』を見抜く」、「セブンイレブンの強さを支える『脱常識の仕事術』」、「海外でも実証された『鈴木流経営学』」、「セブンイレブンの本質は『未来主導型』の経営にあり」のテーマで鈴木敏文氏の「経営哲学」をダイジェストで紹介。すでに国内の経済人・経営者の間では「超有名人」クラスの鈴木氏だが、その素顔に実際に触れたジャーナリストの目を通して語られる若い頃のエピソードなどは、改めて聴講者の興味を引いたようです。

また、これまでも多く語られきたであろう鈴木氏がセブンイレブンの経営で実践する「脱常識」の取り組みも、ジャーナリストとしての視点を加えることで、より核心が鮮明に浮き上がってきた。商品開発や消費者志向の把握、従業員教育など、個々の取り組みでは必ずしも特別な手法が採られているわけではないが、なぜセブンイレブンは結果を残せたか。この点に関して勝見氏は「他社に比べ、徹底力が違う」と分析。とりわけ、他チェーンを圧倒する「脱マンネリ」の支援体制や、主観ベースで「未来主導」の経営を進める点に鈴木氏の際立つ個性があり、そこに「経営者として鈴木氏が抱える孤独もあるだろう」と表現。

なお、ジャーナリストから見た鈴木氏は、あらゆるテーマの質問に対し、何を聞いても答えられるだけの「引き出し」を持つ稀有な経営者であるとも語られました。

また、ジャーナリストから見た鈴木氏は、あらゆるテーマの質問に対し、何を聞いても答えられるだけの「引き出し」を持つ稀有な経営者であるとも語られました。



●中食・コンビニ容器包装研究会
 URL: <http://www.foodscore.com/naka-cvs/>



ジーズ
 Vol.18

contents

- 新任挨拶
 会社は誰のもの? 会社は誰のためのもの?
- ハイブリッド研究会レポート
 卸売市場の現状と課題
- 食品の安全性とトレーサビリティ (No.9)
 食品の安全性への配慮
- COLUMN
 『クールビズ』一涼しく快適、9割が支持
- 情報BOX
 海外情報/Topics

新任挨拶

会社は誰のもの?
 会社は誰のためのもの?



株式会社ギンポーバック代表取締役社長 中村忠夫

会社は誰のもの?

この言葉が社会で頻りに使われたのは「ホリエモン騒動」が起こった今年春先であった。

結局は株式会社のカラクリを知り尽くした投資家たちの知恵が雇われ社長達をオロオロさせた挙げ句に莫大な自社株を売り抜けた「ホリエモン」氏がその金を「宇宙旅行開発事業」に投じるとか夢のようなお話をしているこの頃には使われなくなった。結局「会社は誰のものだったのか?」買い占められそうになったニッポン放送の社員は「ホリエモンの下では仕事をしたくない!」とか言っていたが、もとの鞘に収まったらもうそんな話題はテレビのネタになりもしない。

その後、日本の株式会社の殆どが「株主総会」の季節を迎え春先の騒動の教訓をもって「敵対的買収に対抗できる措置」を盛り込んだ決議が成されたりした。株主総会に対処した上場会社の経営者の頭には「会社は誰のものか?」等は疑問としてはなく当然に「株主のものである。」に尽きたのである。自社防衛と乗っ取りに乗りられないようにすることが全てみたいであった。上場自社株の所有者名義を他人にしたりして上場基準をクリアしているように見せかけていた大鉄道会社の社長が逮捕されたり話題は尽きぬがここでも「会社は誰のものか?」の答えは得られなかった。この会社に纏わる一連の経過は「銀行のもの」「創業家のもの」の争いとししか見えなかった。

経済理論的には「会社は株主のもの」と言う見方は間違いではない。全く正しい。ただし、この論理は上

場会社であり多数の株主が存在し、経営者も社外重役や監査役に監視され、投資ファンドや株主からは財務価値を重視した経営と増配を求められる会社の場合に顕著である。ここに「コーポレートガバナンス」、即ち「株主のために経営しているか?」を問われるのである。「株主だけのもの」と考える思考方法は現在の日本の法体系上は手続上の瑕疵がなければ株主だけのために経営者を入れ替えて恣意的な経営を行うことは合法的である。しかし、我々非上場中小企業経営者(株主を兼ねる場合が多い)、並びに従業員にとっては単純な経済理論的思考にはなじまないものがある。

そこで「会社は誰のもの?」と考えるより「会社は誰のためのもの?」と置き換えてみれば分かり易い。「お客様や社会に貢献するため」という「創業家の夢のため」「夢を叶えるための資金を出してくれる株主のため」「知恵と労働力を提供してくれる経営者と労働者=従業員のため」である。すなわち、顧客はもちろん、創業家、株主、経営者、従業員、従業員の家族、取引先、地域社会、等々、関係を持つ相手全てのために存在すると言い直せると思う。

結論的にいえば会社というのは単純に株を持っている人の所有物ではなく、設立以来連続と持ち続けている関係者の思いを実現する生き物であると言えるのではない。

この度、多くの人たちのそれぞれの思いを実現しつつある、成長力十分の株式会社ギンポーバックを受け継いだことに重い責任を感じる次第である。

卸売市場の現状と課題

講師 ● 石川 勲

埼玉県中央青果株式会社 代表取締役社長

「やっちゃば」という言葉、ご存じでしたか。江戸弁でいう青物（青果）市場、現在でいうところの卸売市場のことです。徳川家康の江戸開府以来、400年にわたって食材流通の要として我々の食生活を支えてきました。にもかかわらず、その仕事内容などをよく理解している人はどのくらいいるのでしょうか。今回は先祖代々、青果の卸問屋を営んで来られ、御自分もその家業を継がれて青果卸業界の重鎮と言われる石川氏に「やっちゃば」についていろいろお話を伺いました。
(2005年6月21日 第251回ハイブリッド研究会より)

公認卸売市場の開設トップは、京都市

卸売市場の歴史は、徳川家康が江戸に幕府を開いた慶長8年（1603）前後までさかのぼると言われています。魚市場に始まり、時を同じくして青果物の市場も開かれ、以来明治維新、関東大震災や太平洋戦争など幾多の変遷を経て、現在に続いています。

大正12年（1918）「中央卸売市場法」の制定により、現代につながる卸売市場が全国に設置されました。昭和2年の京都市に始まり、以降5年に高知市、6年大阪市・横浜市、7年神戸市と続き、東京には昭和10年築地・神田・江東の3カ所に開かれました。

市場の歴史は江戸に始まったのですが、今流の卸売市場の開設は結構遅かったようです。

卸売市場の仕組み

卸売市場は「出荷者」「卸」「売買人」の三位一体で成り立っています。

市場の役割は価格形成機能（代金は3日目払い）と産地育成資金の提供（品代金の前払い）で、中央卸売市場法によって業務が規制されており、中央卸売市場法は、卸売人に対し、手数料率の規制・受託拒否の禁止・自己の計算での買付け禁止などで、出荷者に対し無条件委託を定めています。

卸売業者が市場で営業するには、農林水産大臣の許可が必要であり、その委託手数料は条例によって卸売金額に対し野菜8.5%、果物7.0%、水産物

5.5%、食肉3.5%などと定められており、この手数料は荷主からのみ受取ります。

出荷者から持ち込まれた商品は、どんなものでも市場は拒むことはできません。その代わり、無条件委託となり、価格について出荷者は「おまかせ」になります。

卸売市場の機能

卸売市場は、大まかに言うと、次のような機能を備えています。

●集荷：国内外から大量・多種類の品物が集められます。

●公正な価格の形成：原則セリで取引を行うことにより、買手の付けた最も高い値段が即時にその品物の価格となります。その日の需要を反映した適正な価格を迅速に付けることができます。

●分荷：品物を買ひ易い量、大きさにして市場に買出しにくる多くの小売業者に販売していきま。

●確実な取引の決済：卸売業者と仲卸業者間等での代金の決済が一定のルールのもとに確実に行われます。

●流通経費の削減：1カ所で大量の品物の取引を行うことで、流通に係る運賃等の経費を削減することができます。

●情報の提供：入荷量や卸売価格等の情報を即日公表することにより、取引の混乱を防いで

います。
●衛生の保持：市場内の衛生検査所における監視・指導や検査等により、衛生面から品物をチェックするほか、施設等の衛生管理に努めています。

卸売市場の今後の課題

戦前・戦後（昭和10～20年代）のモノがない時代の取引、経済成長期（昭和30～50年代）のモノあまり時代の取引、近年の卸売市場（昭和60年代～平成）スーパー等の出現による商店街の崩壊による小売業態の変化、こんな変遷を経て、卸売市場も大きく変貌しようとしています。まず、手数料の自由化、兼業の自由化など規制緩和を含めた制度の改正が平成17～21年にかけて行われます。

「食」の安全、健康志向等、時代の要請に応えるために、それぞれ（生産者、卸売人、買出人）が次に挙げるようなテーマを、法改正と相まってどう解決していくか、ひとつの転機を迎えつつあると言えます。

【生産者の変化】組織の大型化、ハウス栽培&水耕栽培等、機械化、農薬・化学肥料の制限、非破壊センサー利用、高齢化等

【卸売人の変化】農産物の減少・輸入品増加・価格に関する関与の増大等

【買出人の変化】商品の差別化、店舗の大型化・地産地消対策等（産直は成功率が低い＝価格に自主性がない）



食品の安全性への配慮

～食品表示が包装材に表示されるまで～

①原材料名について

調理食品は、原料が単一でなく、水産物あり、畜産物あり、農産物ありの色々な材料が使われる複合材料です。

従って、商品に使用する原材料名は全て列挙し、原料には商品名と一般名があるのでどういふものか確認します。使用する原料の産地情報・品質情報、中間加工情報・品質情報など裏付け資料を入手し、チェックして保管します。原料毎に生産履歴がわかるように調査します。すなわち、原料毎に、仕入先メーカー名、産地名、収穫・採集・漁獲・飼育履歴、添加物名、添加物用途名、アレルギー物質名、遺伝子組換え品の有無、有機認証品の有無、外国産か国内産かなどを記載します。

また、原材料で、水産物では天然か、養殖か、残留抗生物質の有無はどうか、農産品では遺伝子組換え食品か、有機認証品か、残留農薬の有無はどうか、畜産品ではBSEの問題はないか、などを吟味します。

さらに、使用する原料、調味料を含む原材料全てにアレルギー物質は含まれていないか調査し、確認作業を行います。これら調査した結果を記載します。

②食品添加物について

食品添加物については、消費者が一番気にかける項目なので、添加物名、添加物用途名、添加物配合比を記載します。

食品添加物は、一般的に食品の品質を改善・維持向上させるものとして使われています。「食品添加物は、経験的に、また、科学的に安全性の評価が行われ、総合的に安全と評価されたもの」であり、科学的安全性の評価は、最近、国際的に統一され、ラットやマウスによる毒性試験、発ガン性試験などが行われて評価されます。従って、添加物には添加物の安全な量を使用基準として使用できる限量量を決めているものが多く、添加物の安全性は使用基準が守られることが前提です。なお、国際的という点で、外国で許可されている添加物が、日本で許可されていないものがあり、専門家のチェックが必要であり、使用に当たっては注意が必要です。

添加物については、調理冷凍食品にはどんなものが使われているかという情報を提供しなければいけません。消費者は「添加物」といってもどんなものなのか容易に理解できないでしょう。また、添加物がどこに表示してあるか知らないことが多いでしょう。

添加物の表示については、JAS法では、原材料名表示欄で、原材料の最後に記載することになっています。記載方法は、物質名による表示が原則となっています。第10表に添加物の表示方法について示します。

メーカーは、「添加物は何なのか」「原材料にはどんな添加物が入っているか」「使用基準が守られているか」など添加物業者や仕入先から資料を入手し、確認作業を行います。安全性の点から注目される代表的な添加物としては第11表に示すようなものがあります。

第10表 食品添加物の表示方法

表示の必要度	表示方法
高いもの	(1)用途名併記 例：酸化防止剤(ビタミンE) 保存料(ソルビン酸)
	(2)物質名 例：ビタミンE ソルビン酸
低いもの	(3)一括名 例：調味料(アミノ酸等) 香料
	(4)免除 ①加工助剤 ②キャリーオーバー ③栄養強化目的の添加物

第11表 注目される代表的な添加物

用途名	添加物名	概要	用途の目的
保存料	ソルビン酸	チーズ：3.0g/kg 魚肉ねり製品、食肉製品：2.0g/kg いかん製品、たこくん製品：1.5g/kg 煮豆、佃煮、漬物、ジャムなど：1.0g/kg スープ、たれ、つゆ、酢漬の漬物：0.5g/kg	食品の腐敗を抑え、保存性をよくするもの

(次号につづく)

『クールビズ』一涼しく快適、9割が支持

朝日新聞の土曜版『be』（7月9日号）に掲載された調査結果を抜粋して掲載します。今回のテーマは、『クールビズ』beモニター（現在、全国で約8400人が登録しているbeの旗手）の方々の約9割は、クールビズを支持しているようです。

3086人が答えました→クールビズを好ましいと思いませんか？

「はい」の人が答えました→なぜですか？

- 日本の気候にあっている…724人
- 暑熱環境化防止など環境によい…570人
- 暑人が快適…546人
- 冷房費が節約できる…388人
- 女性の暑熱による冷え防止…288人
- 社車がはかどる…55人
- ファッションが個性的…25人
- 消費を削減する…16人
- その他…74人

はい 87%
いいえ 13%

全員が答えました→首相や大臣ら政治家たちのノーネクタイ姿を評価しますか？

「はい」の人が答えました→最も近い理由は？

- 民間企業にも広まりやすい…1074人
- 省エネの取り組みの証しだから…262人
- 個性がみえて楽しい…150人
- 政治に親近感がわく…82人

いいえ 24%
どちらでもない 23%
はい 53%

「いいえ」の人が答えました→なぜですか？

- 政府主導への違和感がある…170人
- 服装は自由であるべきだ…65人
- 場面に応じた使い分けが面倒…34人
- 気持ちもルーズになる…24人
- 相手に対し非礼…23人
- 関係業界の商魂がみえる…13人
- 信用を失いかねない…9人
- 新しいシャツなど出費がかさむ…8人
- その他…49人

全員が答えました→あなたやあなたの身近で、クールビズで出費する（した）人はいますか？

いる 36%
わからない 12%
いない 53%

※上記の解答は、いずれも上位4つ。