

商業部会長報告

1. 会議名 **商業・専門サービス 合同部会（オープン）**
2. 日時 **2023年8月25日（金） 14：00～15：30**
3. 場所 **秋田商工会議所 7階 ホール80**
4. 出席者 **18名（商業部会5名、専門サービス部会3名）**
5. 懇談 **「流通業におけるDX、物流問題について」**
経済産業省 商務・サービスグループ
消費・流通政策課 課長補佐 相原 翔氏
「ふるさと納税制度の活用について」
秋田市企画財政部 人口減少・移住定住対策課
ふるさと納税推進担当 参事 高橋 秀輝氏

(1-1) 流通業（卸売・小売）の現状と目指すべき方向性

□流通業を取り巻く現状

- ・ **仕入れコスト、エネルギーコスト、物流コスト等の上昇**に加えて、**消費者サイドに根強く残る価格抑制圧力**の存在、**社会全体としての賃上げの要請**により、**三重のプレッシャーに直面し収益構造が圧迫**されている。
- ・ **人手不足が深刻化**し、経営に必要な資源・資本（リソース）の制約が強まり、**リソースへの投資や使い方を根本的に見直し、業務改革が必要**となっている。

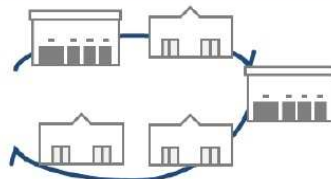
□流通業の今後目指すべき方向性

- ・ **「労働への安易な依存からリソースへの投資・最大限活用」**を基本的な考え方とし、目指すべき方向性は以下の3つ。
 - ① **リソースの刷新**：合理化・付加価値向上に向けたDX
 - ② **リソースのシェア**：サプライチェーンの効率化
 - ③ **リソースの価値創造への活用**：消費者・地域のニーズを踏まえた多様化

リソースの刷新
(DX)



リソースのシェア
(物流協調)



リソースの
価値創造への活用



(1-2) 流通DXの可能性

□流通業におけるシステム老朽化・ビッグデータ活用の可能性

- ・流通業は、業者への丸投げや属人的な管理を背景に、ITシステムが老朽化している割合が高い傾向にある。
- ・他方、消費者との接点として、他産業と比べても圧倒的に多様・大量のビッグデータ活用の可能性がある。

□DXは中小企業の方が有利

- ・**中小企業の方が**大規模な老朽化システムを抱えておらず、**DXによる変革を社内に浸透させやすいという点では有利**と言え、実際に一気呵成に取り組んだ事例も。

◀先進事例▶ 有限会社あびや (三重県伊勢市・飲食業)

- ・創業150年の老舗飲食店が、**事業継承を機に1台のPCに手作業で天気や売上等のデータを入力するところから地道にデータ活用の取組を開始。**
- ・7年間かけてAIによる来客数予測ツールを開発するなどの取組で「**世界一IT化された食堂**」として生まれ変わり、**客単価3.5倍、売上5倍、利益50倍へと増加した。**



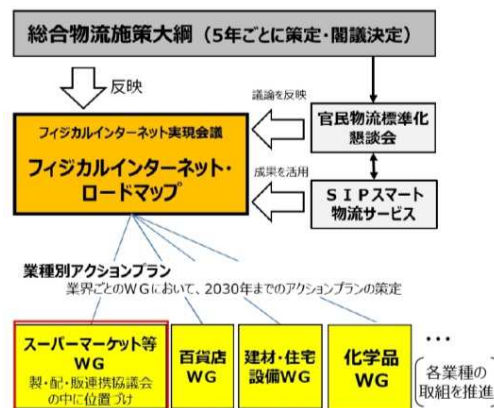
(1-3) 物流危機とフィジカルインターネット

□ 迫る物流危機

- 多品種・小ロット輸送やEC等の増加により**物流需要は拡大**し、人手不足や高齢化により落ち込む**供給を需要が上回る状態が常態化**。需給ひっ迫を受け、**荷主企業から見た売上高物流コスト比率は過去20年で最も高い水準まで上昇**し、現状を放置すると2030年時点で**7.5~10.2兆円の経済損失**が発生する恐れ。

□ 物流効率化に向けた対策

- 物流を「協調領域」とし、企業間の連携により、パレット、外装、コード体系等の標準化、データ連携、商慣行改革、共同配送等を実現し物流効率化を徹底する。**
- インターネット通信の考え方を物流（フィジカル）に適用した新しい物流システム（フィジカルインターネット）の実現に向けて、関係省庁の連携によりロードマップや業種別アクションプランを策定し、実現会議等を通じ**着実に推進する。****



物価高における流通業のあり方検討会報告書（抜粋）

物流課題に地域差・業種差があることも踏まえ、課題がより顕著であると考えられる地域（例えば人口密度が最も低く運送効率を向上させにくい北海道等）を対象とした具体的な社会実装も進めていくことが急務である。

国は、地域レベルで、オペレーションの改革や新たなテクノロジーの導入を進め、地域の物流課題を克服していくための、地域フィジカルインターネットの実現を積極的にサポートしていくべきである。

(2) ふるさと納税制度

□参加メリット

- ・ **手数料無料・業務負担なしで商品やサービスを全国にPR可能!**

サイト出店料、販売手数料、送料は自治体が負担し、店舗立ち上げから問合せなどは中間事業者（株）JTB、（株）さとふる）が対応する。

- ・ **販路拡大やリピーター獲得の機会を創出!**

自社ECサイトや楽天市場ショップ内に「ふるさと納税」への誘導バナーを設置できるほか、販売実績を市場調査に活用でき新規通販事業のきっかけとなる。

※寄附者情報をもとにDM送付やメルマガ配信は厳禁

□参加要件

- ・ **登録商品は、地場産品基準を満たすことが条件。**今年から「熟成肉」と「精米」は秋田県産のものに限るという条件が追加となり注意が必要。

□秋田市の寄附実績

- ・ 令和3年度は約5億9千万だったが、令和4年度は自治体間競争の激化などの要因から約3億4千万円の実績。
- ・ 寄附額の平均単価は23,582円、昨年度の総寄附件数14,411件のうち約5割が11月と12月の2か月に集中する。寄附者は関東地方が多い。

(3) 質疑応答

- Q. 国の政策は投資が先行する。過去20年以上にわたりデフレが続き総需要不足の状態が未だに続くなか、先行投資を求められても無理がある。供給サイドではなく需要サイドを盛り上げる施策が必要なのではないか。
- A. 供給を立て直すための新たな投資が設備等の需要を新たに生み出すことにもなる。この機会に国内への投資をしてもらうことが新たな経済の好循環へと繋がることから、各種補助金を積極的に活用いただきたい。【相原氏】
- Q. 県トラック協会では、物流問題への対応策として首都圏市場に向けた野菜の物流を効率化する実証実験をスタートした。その中で積載効率の改善や生産性の向上が課題となっており、協業化・共同化を推し進めるにあたり指導を仰ぎたい。
- A. 共同輸配送は全国的な課題で、旗振り役が全く見えていない。九州や四国、首都圏では危機感が高まっているものの、ケースバイケースでの対応となり最適な方法が見えていないのが現状だが、関係省庁と連携のうえ対応したい。【相原氏】
- Q. 寄附者を増やす取組として、各高校の同窓会を通じて広く呼びかけたり、県外から秋田に赴任してきた方々にアプローチしてはどうか。
- A. 秋田市は県内でも寄附額が伸びず返礼品に対する意見も様々あるが、本市の強みは人の縁であり、ご指摘のとおり学校や仕事関係の繋がりなど様々な機会を活かしてPRに努めたい。【高橋氏】