

# 魚と肉の消費動向と市場経由率

生鮮取引電子化推進協議会  
事務局長 柏木 知

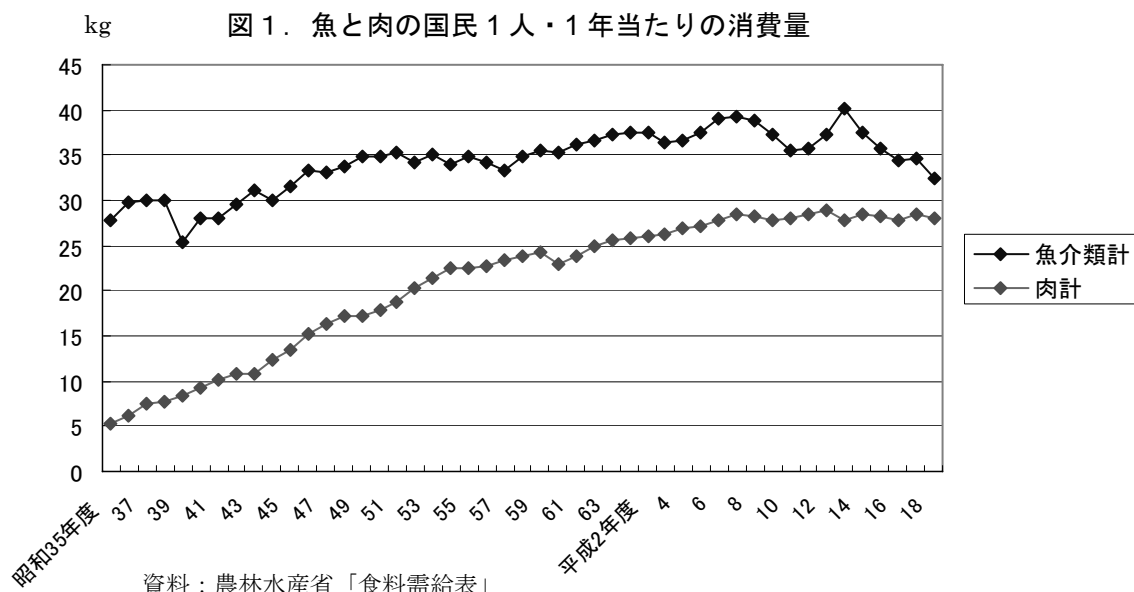
## 1. 日本人の魚消費

日本は周囲を海に囲まれており、また、この海は世界の4大漁場の1つと言われる恵まれた海であるため、伝統的に国民は蛋白源として水産物を食べてきたと言われていいます。

この水産物の国民1人・1年当たりへの供給量(=消費量)を見ると、まだ、高度経済成長を開始したばかりであり、日本人の伝統的な食生活体系を残していると言われる昭和35年度では27.8kg(鯨肉を除く。)であった。また、この時代には水産物は重要な輸出品目で、缶詰を中心に原漁換算で52万トンの水産物を輸出していた。ちなみに、同年度の水産物の輸入は同原漁換算で10万トン。

この水産物のその後の国民1人・1年当たりの供給状況を見ると、水産物で有る故、豊漁、不漁により、若干の変動があるが、傾向的に増加の方向にあり、昭和35年度の27.8kgが43年度には30kgを超え、51年度には35kgを、更には平成13年度には40kgを超える等、順調に増加してきた。

この間、初めのうちは、日本の船が世界の海に出漁して取った魚、国産水産物の増加によって、国民へ魚を供給し、更には一部を輸出して貴重な外貨を稼いできたが、昭和52年以降、主要国が200海里の漁業水域を設定したことから、各国の200海里内へは入漁量を払わなければ入漁できなくなったため、国産の水産物の漁獲は急減することとなり、増加する国内消費を賄うため、水産物の輸入を増大させ、自給率を落とす形で水産物を国内に供給してきた。

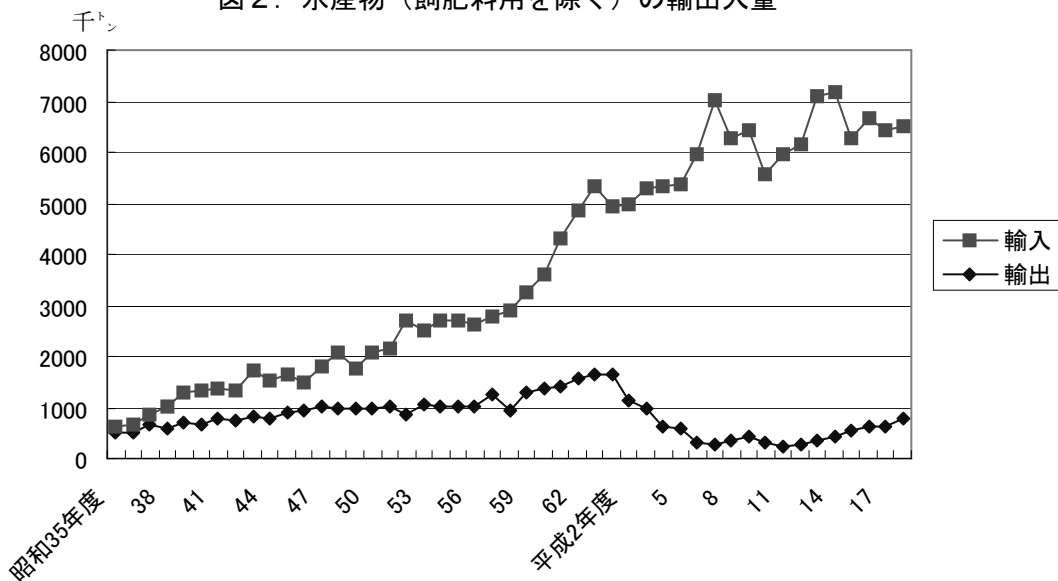


この状況を飼肥料用の水産物を除く食料用水産物の輸出入の状況で見ると、昭和 35 年度から同 50 年度までは輸出が輸入を上回り、日本は世界 1 の水産国として水産物の輸出で外貨を稼いでいたが、51 年度からは輸入が輸出を上回ることとなり、53 年度には輸入量は 100 万トンを超え、61 年度には 200 万トンを、平成 4 年度には 300 万トン、11 年度には 400 万トンを超え、最近では 400 万トン前後の輸入となっている。

この結果、現在では世界最大の水産物輸入国となり、よく言われている話では、世界のマグロ、イカ、タコ（軟体動物は食べない国が多いため、もともと日本に向かう可能性が高い）のほとんどは日本に向かっており、海老も今でこそ米国が最大の輸入国（2007 年の輸入量は 55 万 7 千トン、日本は 21 万 5 千トン）になっているが、一時は日本が最大の輸入国であった。この米国も最近の情報ではドル安から、新たに購買力を付けてきたロシア、中東等の資源国、中国や東欧を含めた欧州に向かっているようで米国の輸入量は減少しているそうであるが、依然、国単位では日本は主要輸入国の 1 つであることは事実である。

一方、輸出は、平成元年度までは 50 万トン以上を維持してきたが、その後は 20～30 万トン台となったが、最近では、農林水産省の輸出振興策もあり、平成 16 年度には 50 万トン台に乗り、18 年度には 72 万トンを輸出することができた。

図 2. 水産物（飼肥料用を除く）の輸出入量



注：いずれも、原魚換算数量である。  
資料：図 1 に同じ。

## 2. 日本人の肉消費

日本人は前述のように、蛋白源を水産物に求めて生きてきたが、経済の高度成長に伴い、食生活も洋風化の道を歩むこととなり、欧米人の食生活の中心となっている肉、乳製品の消費を増大させてきた。ここでは、肉の消費動向について見てみよう。

昭和 35 年度の日本人平均の 1 年間における肉の消費量（＝供給量）は 5.2kg で、最大の

---

---

肉種は鯨肉の 1.6kg、いわゆる陸上動物の肉では牛肉、豚肉がそれぞれ 1.1kg、鶏肉は 0.8kg で、恐らく、一般国民にとっては、肉は晴れの日の食べもので、年に数回口にする程度であったと思われる。

これが、高度経済成長を経て、国民の生活も豊になり、贅沢食品の代表である牛肉を食する機会も増え、昭和 41 年度には肉全体の消費量はこの 6 年間でほぼ倍増し、10.2kg となった。この時点での食肉の種類構成は、豚肉は 4.0kg となり、鶏肉も 2.1kg になったが、最も高級肉と言われる牛肉は 1.2 kg で、この時点でも鯨肉は 2.0kg を占めており、日本が現在も商業捕鯨の再開に向けて努力している状況は、このように日本人にとって鯨が歴史的な食料であることに基づいていると思われる。

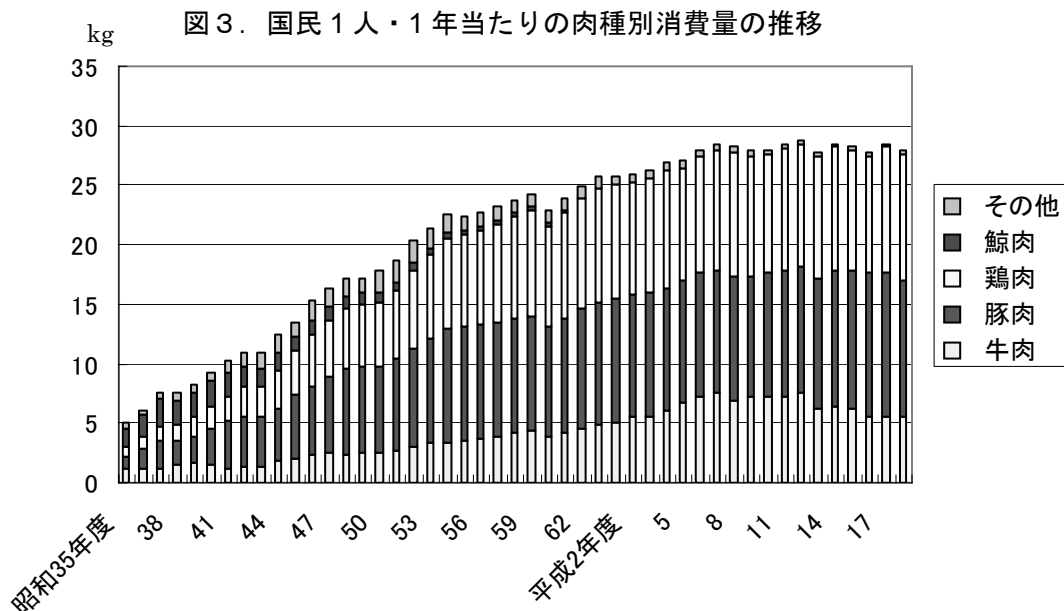
小生がアルゼンチンに滞在していた昭和 50 年ごろ、国際捕鯨委員会で捕鯨のモラトリアムが議論されていたが、たまたま、アルゼンチンの代表が国際捕鯨委員会の科学委員会の委員長をしていたものだから、日本から捕鯨関係者が多数訪れ、捕鯨モラトリアムに賛成しないよう要請することが度々あり、また、委員会が最終段階になると緊急電が入り、大使自ら相手国高官にモラトリアムに賛成しないよう要請ありたい等の命令を受け、大使と外務次官のところへ行ったことを思い起こします。日本がいかにも、捕鯨に拘っていたかを示す事実かと思えます。

話が若干ずれたが、食肉の話に戻すと、日本人 1 人・1 年当たりの食肉消費量が 20kg を超えたのは昭和 52 年度、この頃までは図 3 に見られるごとく、棒グラフの伸びも急激であった。この時の食肉の種類構成では、豚肉が最大の肉種で 8.3kg となったが、11 年前の昭和 41 年度に対する伸び率は 107.5%、次いで鶏肉の 6.5kg で同期間の伸び率は 209.5%と最大の伸びを示した。高級品の牛肉は 3.0kg で伸び率は 150%でかなりな伸びとなった。一方、鯨肉は 65%減少して 0.7kg となり、羊肉等の「その他の肉」はこの時点が最大の消費時でソーセージ等に多用され年間 1.8kg（伸び率は 80%）消費された。

最近年の平成 18 年度の国民 1 人・1 年当たりの食肉消費量は 28.0kg で、平成 7 年度（同年度の消費量は 28.5kg）以降はほぼ横ばいで推移している。これは、日本人の食肉消費水準も一定の水準に達したこと、また、最近では BSE 問題で平成 15 年 12 月から同 18 年 7 月までの間、米国からの牛肉輸入が停止され、輸入再開後も 20 ヶ月歳未満の牛から生産された牛肉しか輸入が認められなくなっていることも影響していると思われる。ちなみに、1 人当たりの食肉消費量が 20kg を超えた昭和 52 年度と平成 18 年度の肉種別の増減を見ると、もっとも大きく増加したのは牛肉の 83.3%増で、5.5kg になり、次いで大きく伸びたのは鶏肉の 63.1%増で 10.6kg に、豚肉は 38.6%増の 11.5kg となった。一方、「その他の肉」は 83.3%減少して 0.3kg に、鯨肉は商業捕鯨が禁止され、調査捕鯨で細々としか捕鯨できなくなったため、昭和 62 年度以降、0.0kg となっている。

なお、以上の動きの中で注目すべきは、牛肉の消費で、ピーク時の平成 14 年度には 11.4kg まで上昇していたが、BSE 問題から平成 18 年度には前述の数値まで減少しているが、もし BSE 問題が無ければ、このようには減少しなかったであろうことと、その結果として食肉全体がもう少し増加していたと見られることである。なお、この見解には、牛肉が減少した分、

豚肉や鶏肉が増加しており、食肉全体の消費水準は余り変わらなかったであろうとの見解もあり、BSE 問題が食肉消費に与えた影響には議論のあるところである。



### 3. 日本人はやはり、魚食国民

以上見てきたとおり、日本人の食肉消費は昭和35年度以降でも最近までに約5倍となったが、魚介類消費の増加率は16.5%であるものの、依然、魚介類の消費量が食肉の消費量を15.7%上回る32.4kgとなっており、日本では依然、蛋白源の中心は魚であることを示している。

ちなみに、小生達の食生活の実感からすると、肉の方が消費は多いような感じがするが、肉にはハムやソーセージのような加工品もあるが、それも肉との実感を示すものであるのに対し、魚は日本の歴史的食料であるため、多様な加工品があり、魚という実感を伴わずに消費されているものが多いため、魚の消費量の方が多くなっているのかも知れない。例えば、蒲鉾や竹輪では魚を食べているという実感が湧かないし、調味料に使われる“いりこ”、色々なものに振り掛ける“かつおぶし”、佃煮等はれっきとした魚製品であるが、魚と認識せずに消費しているため、上述のような実感を持つのではないかと考えられる。

しかし、一時BSE問題で中断した米国からの牛肉輸入が本格化し、過去の最高水準に達し、豚肉、鶏肉の消費が減少しなければ、肉と魚の消費は同水準になることとなる。

また、両者を合わせた動物性蛋白質の消費量は米国、フランスには及ばないが、ドイツ、英国、スイス、スウェーデン等に並ぶ水準となり、日本ではこれらの国に比べて食肉の消費が少なく、魚の消費が多いことから、蛋白質は十分に供給されるが過剰熱量の供給源と言われる脂肪分は控えめという、健康的な食生活を送っていることとなっている。このことが、

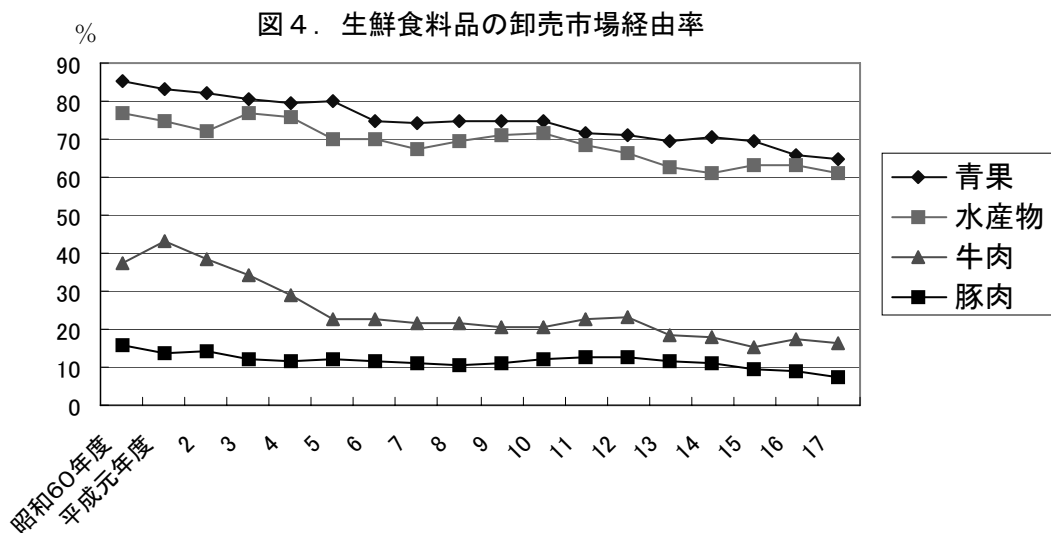
日本を世界1の長寿国にしている要因の1つである。

#### 4. 水産物の市場経由率

水産物の流通は、多くの場合、漁協等によって開設されている産地市場に一旦上場され、セリ、入札等で価格形成され、これを落とした産地出荷業者等の手によって消費地卸売市場に送られて、改めてセリ、入札の形で価格が形成されたり、価格は産地で形成されているのでこれを仕入れた卸売市場の卸売業者によって相対取引の形で販売されたりしているが、このうち、市場経由率の算定に使われるのは消費地卸売市場を経由したものについて行われている。

このため、産地市場に直接買出しに来る近隣の鮮魚商や飲食店に出回るもの、あるいは加工用に向かうものは消費地市場に出回らないため、市場経由率の算定から除外される形となっているため、卸売市場を通る割合が高い鮮魚にあっても市場経由率は青果に比べて低いものとなっている。

すなわち、昭和60年度当時でも青果全体では87.4%の市場経由率を確保していたのに対し、水産物の市場経由率は76.9%で約10ポイント下回るものとなっていた。これが平成5年度には青果物の80.0%に対して水産物は70.2%、最近年の平成16年度には65.8%に対して62.9%にと、共に低下してきているが依然、水産物は青果を下回っている。この低下の程度を見る限りでは青果の方が大きく、水産物の方が緩やかであると言えるが、これには、最近急速に増加している青果物の加工品の輸入が市場経由率の低下に影響していることは前号で述べたとおりである。



資料：農林水産省総合食料局流通課「卸売市場データ集」

## 5. 食肉の卸売市場経由率

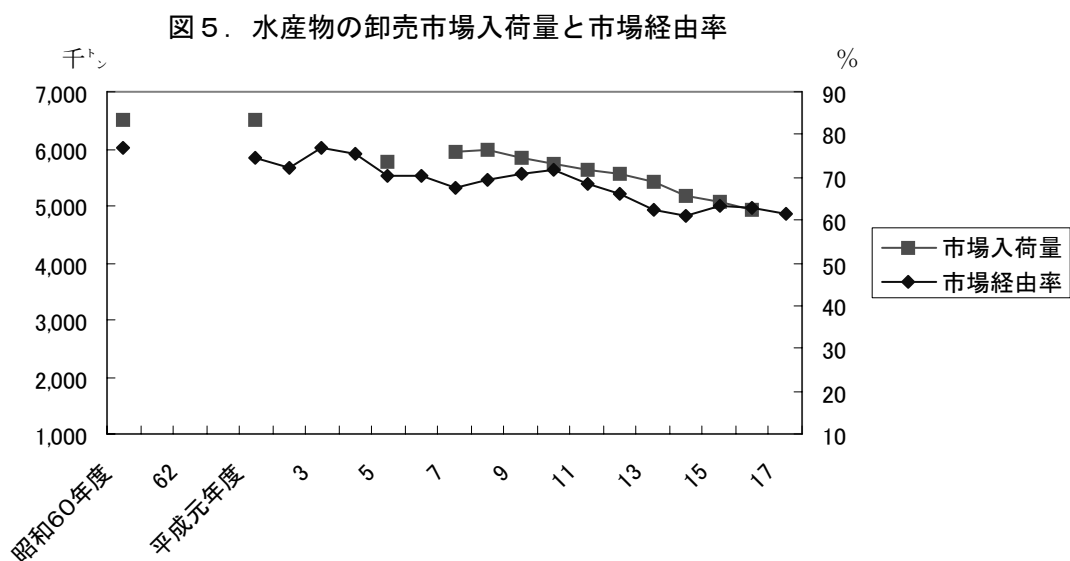
食肉の流通では大手業者のウエイトが高く、大手業者は自己の工場を持ち、と殺から加工までを一貫して行っていたり、公共のと殺場に生きた牛や豚のと殺・解体を依頼しても、枝肉または部分肉を引取り、自らの流通ルートで販売するため、卸売市場を通じる市場経由率は従来から低い状況にある。特に、牛の場合、後者の割合が高いと言われている。

市場経由率を具体的に見ると、高いと言われる牛肉においても昭和 60 年度の市場経由率は 37.6%、平成元年度には 43.4%まで上昇したが、その後は若干の変動はあるが傾向としては低下し続け、平成 16 年度には 17.3%になった。

また、豚肉の場合、前者の割合が高いと言われており、卸売市場経由率は昭和 60 年度に既に 15.6%であり、かなり長い期間ほぼ横ばいで推移してきたが平成 12 年度頃から低下傾向に落ち入り、平成 16 年度には 1 桁の 9.0%となった。豚肉の場合、大手食肉加工業者は、企業グループ内で家畜の飼育から食肉の処理・販売に至るまでのインテグレーションを構築し、従来から市場を通さない取引を行っており、このことが市場経由率を低める一因となっている。

## 6. 水産物の卸売市場入荷量と市場経由率

卸売市場への入荷量と市場経由率の算定には共通の要素を使っているため、そもそも平行移動する傾向があり、水産物についてみると、図 5 に見られるごとく、市場入荷量は昭和 60 年度の 652 万トが平成 16 年度には 492 万 6 千トに 24.4%減少し、市場経由率は同期間に 76.9%から 62.9%に 14 ポイント（比率にすると 18.2%）低下するというように、ほぼ並行して推移している。



資料：図 4 に同じ

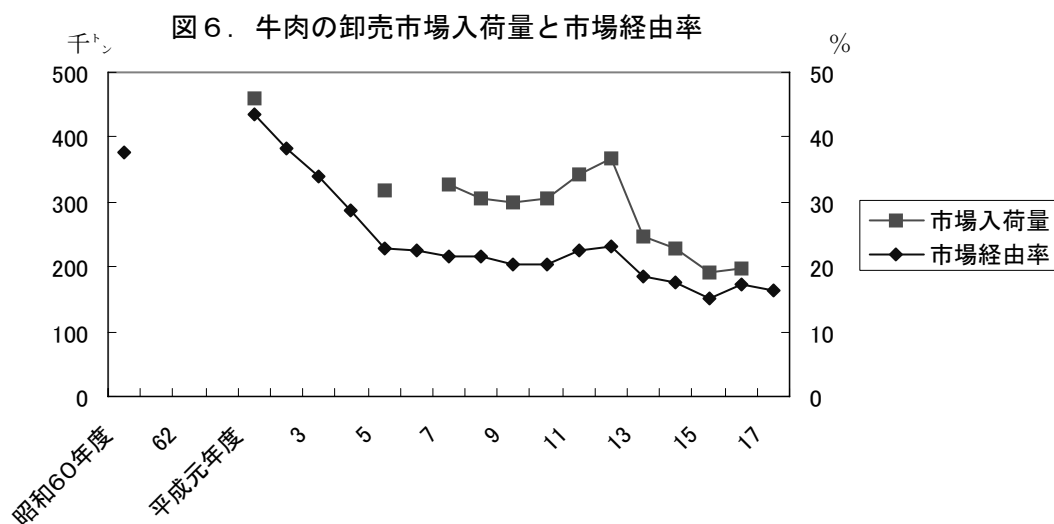
しかし、最終2年度を見る限りでは、市場入荷量が2.0%、3.1%減少しているのに、市場経由率はやや上昇しているのは、分母に当たる魚の総流通量が減少しているためであり、これは消費地卸売市場に入荷せずに流通する魚種、例えば、加工用需要の多い“かたくちいわし”が減少したためではないかと考えられる。

## 7. 食肉の卸売市場入荷量と市場経由率

家畜の場合、毎年の食肉生産量は青果、水産物とは異なり、気象条件、価格動向に影響されるよりも、むしろ、牛、豚のライフサイクルに規定される部分が大きくなっている。しかし、毎年の食肉生産量の変動は青果物ほど大きく無く、食肉の卸売市場への入荷量が増加すれば、市場経由率の上昇につながるという、両者は平行に動く傾向を有している。

### <牛肉>

牛肉の市場経由率はもともと低い水準にあるが、市場入荷量との関係を見ると、市場入荷量は平成元年度から9年度までは減少傾向にあり、これを反映して市場経由率は低下傾向を示してきた。しかし10年度以降は、特に11年度は11.7%、12年度は7.3%市場入荷量が増加したため、市場経由率は2.2ポイント、0.8ポイント上昇したが、13年度は市場入荷量が32.4%減少したため、市場経由率は4.8ポイント低下して18.5%となり、平成15年度までは市場入荷量の減少に伴い、市場経由率は低下傾向を示した。



資料：図4に同じ。

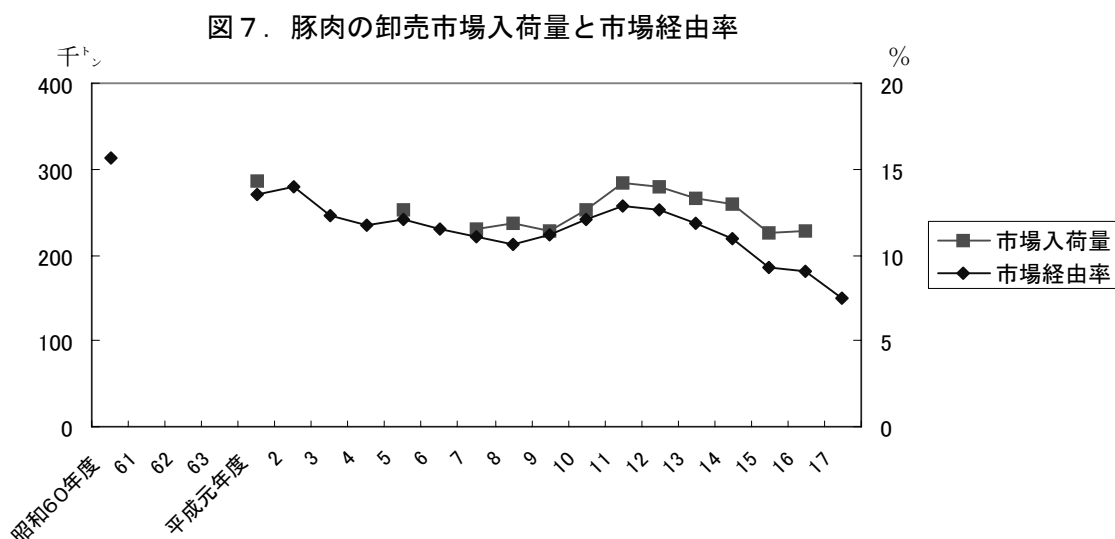
しかし、データの得られる最終年度である平成16年度は市場入荷量が4.7%増加したため、市場経由率も2.1ポイント上昇して17.3%となるように、牛肉に関しては卸売市場入荷量の増減がそのまま市場経由率の上下につながる形となっている。

いずれにしても、牛肉は卸売市場を通じて流通する数量が少なく、また、牛肉自身、流

通量が増加の傾向にあるため、流通量によって市場経由率の変動することとなっている。

### <豚肉>

豚肉は、今回比較の対象とした品目の中で、最も卸売市場経由率の低い品目であるが、卸売市場への入荷量と市場経由率はほぼ平行な形で推移している。まず、卸売市場への入荷量は平成元年度から 11 年度の間は途中減少する時期もあったが、両年度間ではほぼ横ばいで推移したが、豚肉の流通量全体が増加したため、市場経由率は 0.7 ポイント低下して 12.8%となった。以後、16 年度までの間は、市場入荷量が減少傾向となったため、市場経由率は 3.8 ポイント低下して 9.0%となった。これは、豚肉は市場経由率が低いですが、豚肉の総流通量が増加する中、低いなりに分子の市場入荷量の動向に応じて市場経由率が変動することを示している。



資料：図 4 に同じ。

### <参考>

#### 米国からの牛肉の輸入停止期間

- ① 平成 15 年 12 月から平成 17 年 12 月まで
- ② 平成 17 年 12 月から平成 18 年 1 月まで再開されたが、SRM（危険部位）混入で再度停止
- ③ 平成 18 年 7 月から再開



---

---

## 平成20年度「第2回企画運営委員会」の概要

平成20年度の生鮮取引電子化推進協議会の事業計画については、6月に開催された通常総会で承認されましたが、その具体的活動内容については、平成20年度第2回企画運営委員会が開催され、下記のとおり決定されましたので、その概要についてお知らせします。

### 記

- 日 時 平成20年8月8日（金）11:00～13:00
- 場 所 馬事畜産会館 会議室
- 議 題
1. 平成20年度事業の進め方
    - (1) 生鮮取引電子化セミナーについて
    - (2) 先進事例見学について
    - (3) ビデオの作製又は EDI 普及資料等の配布
    - (4) 講師派遣について
  2. 商品コードの維持管理について
  3. その他

### 出席者

- (委員)
- 木村元治（財団法人日本食肉流通センター）  
里口 勤（全国水産物卸組合連合会）  
下堀剛一（全国農業協同組合連合会）  
鈴木 剛（日本生活協同組合連合会）  
松野照男（社団法人全国中央市場水産卸協会）  
村瀬史郎（全国青果卸売協同組合連合会）  
横田一利（社団法人日本花き卸売市場協会）  
太田照邦（代理、日本花き取引コード普及促進協議会）  
坂本尚登（代理、財団法人流通開発センター）
- （農林水産省総合食料局流通課）小林清史課長補佐、長嶋 亮流通企画係長  
（事務局）柏木 知（事務局長）、野尻英夫、田中成児

### 〈議事内容〉

#### 1 生鮮取引電子化セミナーの開催について（資料1）

生鮮取引電子化セミナーは、平成19年度経済産業省委託事業・流通システム標準化事業で策定された、「流通ビジネスメッセージ標準（流通 BMS）生鮮 Ver1.0」の導入と利用の解

---

---

説」を中心とした内容で、全国主要4都市（札幌、福岡、東京、大阪）において開催することとなりました。

なお、札幌及び福岡でのセミナーのご案内を本誌43ページに掲載いたしました。また、協議会ホームページにも掲載しております。

## 2 先進事例の見学について（資料2）

先進事例見学は、①国分株式会社様の八潮流通センター、②株式会社サンシャインチェーン本部様のチルド物流センター・グロサリー物流センター及び③株式会社赤岡青果市場様の施設について、先進事例見学として実施することとなりました。

## 3 ビデオ作製又はEDI普及資料等の配布について（資料3）

事務局から①普及用ビデオ「商物分離の低コスト取引（仮称）」～法律改正を受けた新たな取引～についての作製、②流通BMS生鮮Ver1.0の運用ガイドライン解説本・普及啓発用パンフレットの作成及び生鮮標準コードのCD-ROM化についてを提案しましたが、議論の結果、②流通BMS生鮮Ver1.0についての普及啓発などを優先的に行うことが重要であるとの認識で一致しました。その結果、昨年度に続き普及用ビデオの作製は取りやめることとしました。

## 4 講師派遣について（資料4）

会員相互が開催する勉強会、会員がその取引先関係者を対象に生鮮EDIに関する会合を開催する際に、講師派遣費等を対象に支援することとなりました。

具体的申込方法につきましては協議会ホームページに、生鮮EDI研修会講師派遣申込書と生鮮EDI研修実施結果報告書を併せて掲載しております。

なお、詳細については事務局にお問い合わせ下さい。

## 5 商品コードの維持管理について（資料5）

経済産業省委託事業・流通システム標準化事業で作成した商品コードの維持管理については、平成20年度事業計画どおり青果商品コードは「青果物流通情報処理協議会」と連携し、食肉商品コードは「食肉流通標準化システム協議会」と連携して検討を進めることを確認しました。また、水産物商品コードについては、事務局から現在、水産物の標準コードの作成作業を担当している「築地水産物標準コード作成委員会」と連携して標準コードの維持管理に当たってはどうかと、提案しましたが生産者団体をも傘下に持つ（社）大日本水産会を中心とした現状の体制で良いとの意見で一致しました。

## 6 その他

この他、平成20年度事業の進め方全般等について意見交換を行いました。

## 平成20年度 生鮮取引電子化セミナーの開催

経済産業省の委託事業・流通システム標準化事業では、平成 19 年 4 月に「流通ビジネスメッセージ標準 Ver1.0」を公開し、生鮮業界に関しては平成 19 年度にこれをベースに、メッセージ精度の向上と生鮮特有業務のプロセスの追加検討を行い、平成 20 年 4 月「流通ビジネスメッセージ標準（生鮮 Ver1.0）」を策定しました。

更に、平成 20 年度には、スーパー業界では業務に必要な EDI メッセージ等の標準化について更に検討を行い、共同実証を行うことにより、その実運用への移行を図ることとしております。

このため、平成 20 年度生鮮取引電子化セミナーについては、流通ビジネスメッセージ標準（生鮮 Ver1.0）の導入と利用の解説を中心として 4 カ所で開催することとしたい。

なお、平成 21 年 3 月開催予定の東京会場、大阪会場では、本事業の共同実証（青果、水産）の状況により、テーマを変更します。

### プログラム(案)

#### ■テーマ

～流通ビジネスメッセージ標準（流通 BMS）（生鮮 Ver1.0）の導入と利用の解説～

- ① 平成 19 年度事業成果と平成 20 年度の取組方針について  
講師：流通システム開発センター様
- ② 流通 BMS 生鮮 Ver1.0 の導入と利用の概説  
講師：株式会社富士通様
- ③ スーパー業界の流通 BMS への取組状況  
講師：スーパー業界代表企業様

#### ■開催日時・会場

- ① 札幌 日時：平成 20 年 11 月 7 日（金）13:00～16:00  
会場：札幌市中央卸売市場内 会議室
- ② 福岡 日時：平成 20 年 11 月 21 日（金）13:00～16:00  
会場：TKP 博多シティセンター 会議室
- ③ 東京 日時：平成 21 年 3 月 6 日（金）13:00～16:00  
会場：南青山会館 大会議室
- ④ 大阪 日時：平成 21 年 3 月 13 日（金）13:00～16:00  
会場：大阪市中央卸売市場内 会議室

## 平成20年度 先進事例の見学先候補

平成 20 年度の先進事例見学は、下記の 3 カ所を候補として実施してまいりたい。

### 1 国分株式会社

日 時：平成 20 年 10 月 7 日（火）14:00～16:00

場 所：八潮流通センター

埼玉県八潮市新町 39-2

経済産業省では流通業界における情報システムのあり方について、流通サプライチェーン全体最適化促進事業を実施し、平成 18 年度からは流通業界において統一的に利用できる標準 EDI の構築事業である流通システム標準化事業を実施しております。

国分株式会社様におかれましても、上記の流通システム標準化事業に積極的に参画し、平成 19 年度からは grosa リー部門で実運用している現状にあり、更にローコストオペレーションを追求した首都圏最大の大型母船型汎用センター「八潮流通センター」を設置して高機能物流を実現されています。

### 2 株式会社 サンシャインチェーン本部

日 時：平成 20 年 10 月 15 日（水）13:00～15:00

場 所：チルド物流センター、grosa リー物流センター

高知県高知市稲荷町 11-45

大手の総合スーパーが苦況にあえぐなか、サンシャインチェーン本部様は、加盟店への商品供給の高度化・近代化のため、grosa リー物流センター及びチルド物流センターを稼働させ、EDI システムの導入によって伝票レス・検品レスなどを実現するなど経営の効率化を図り、さらに周辺の農家から野菜を調達し、「高質スーパー」を掲げ他店との差別化を図り、地域密着型のオリジナリティのある地場産青果物の流通モデルを構築しています。

### 3 株式会社 赤岡青果市場

日 時：平成 20 年 10 月 16 日（木）5:00～8:00

場 所：赤岡青果市場

高知県香南市赤岡町 1365

最近の青果物産地の現状は、担い手の高齢化などで農協系統出荷についていけない小規模生産者が増えており、経営面積の縮小を余儀なくされていると言われております。

赤岡青果市場様は卸売市場経由率が低下する中で、独自に生き残りを目指す産地市場として、これまで設備投資を積極的に行うと共に、農家の庭先まで集荷に出かけ、少量でも規格外でも、自ら再選別するなどの出荷サービスを行い卸売市場で販売し、更に他市場へも転送を行っているとのことで、地場産青果物の流通モデルとも言われております。

年間取扱高：100 億 4 千万円（平成 19 年度）

## 平成20年度 ビデオ作製又は EDI 普及資料等の配布について

### 1 普及用ビデオ作製

平成 16 年の卸売市場法の改正で「規格性のある物品の場合、開設者の承認を得て行う電子商取引については、市場内に現物を搬入せずに卸を行うことが可能」とされました。これを受けて、卸売市場流通のコスト削減を図ることを目的に、食流機構において平成 18 年度から 3 カ年事業で「商物分離直接流通成果重視事業」が開始されたことを踏まえ、電子商取引の導入による出荷者から小売業者等へのダイレクト物流の仕組みをビデオで紹介することとしたい。

- ・タイトル：「商物分離の低コスト取引（仮称）」～法律改正を受けた新たな取引～
- ・仕様・規格：VHS ビデオテープ又は DVD 15 分もの
- ・数量：200 本

### 2 EDI 普及用解説書及びパンフレットの作成

流通 BMS 生鮮編（暫定版）Ver1.0 の解説及び普及啓発用のパンフレット作成

- (1) 運用ガイドライン解説本：1,000 冊
- (2) 普及啓発用パンフレット：1,000 部

### 3 生鮮標準コードを CD-ROM に入力して配布

平成 19 年度から経済産業省の委託事業で作成が進められている、青果及び食肉の標準商品コード、更に平成 20 年度から開始した水産物標準商品コードは、年度末までには一定の形態が整うと予想されますので、これを CD-ROM に入力して各会員に配布する。

なお、平成 21 年度以降は逐次修正を行い、食流機構のホームページの生鮮取引電子化推進協議会部分に掲載し、会員専用でダウンロードできるようにする。

## 生鮮 EDI に関する勉強会を支援します（募集） （平成20年度事業）

### —趣旨—

生鮮食品等取引電子化基盤開発事業で開発された EDI の成果を、利用・普及していくためには、会員（正会員に限る。以下同じ）自らが EDI をよく理解するとともに、積極的に周囲に働きかけ、理解を求めていく必要があります。このため、会員相互が開催する勉強会や、あるいは会員がその取引先関係者を対象に EDI 等電子化取引に関する会合を開催する場合、下記のように講師派遣費等を対象に協議会として支援しようというものです。

### 記

#### 1 支援対象

- (1) 会員相互が開催する EDI に関する会合への講師派遣費（旅費・謝金）を支援します。
  - (2) 会員が取引関係者に対して行う EDI に関する会合にも講師派遣費（旅費・謝金）を支援します。
  - (3) 上記会合で、講師が必要とするプロジェクター等の備品借料を支援します。
  - (4) 会場借料については、原則として対象としません。
- ただし、特別の事情がある場合は、講師派遣費を含め 100 千円の範囲内で支援できるものとしします。

#### 2 支援の範囲

支援金額の計算は協議会の基準によります。

平成 20 年度予算額は 800 千円を予定しています。

1 件あたり概ね 100 千円を限度とし、同一事業年度における支援措置は、原則として同一会員 1 回とします。

ただし、1 件当たりの支援金額が 100 千円に満たない場合は、100 千円を上限として複数回の開催分について支援します。

#### 3 申込方法

お申し込みに応じて支援していきたいと考えていますので、別紙様式 1（生鮮 EDI 研修会講師派遣申請書）に必要事項を記入の上、事務局へお申込下さい。

#### 4 結果の報告

生鮮 EDI 研修会講師派遣事業の承認を受けた会合の代表者（会員）は、会合の結果を協議会事務局宛に速やかに別紙様式 2（生鮮 EDI 研修実施結果報告書）を提出して下さい。

#### 5 経費の支払い

講師派遣費等は、勉強会を主催する会員が支払うものとしします。

協議会事務局は、「生鮮 EDI 研修実施結果報告書」の提出を受けた後、会員の口座に該当金額を振り込むこととしします。

#### 6 連絡先

生鮮取引電子化推進協議会事務局（担当：野尻）

TEL 03-5543-8014

FAX 03-5543-8027

E-mail noziri@ofsi.or.jp

## 商品コードの維持管理について

### 1 生鮮標準商品コードの維持管理体制

現在、生鮮標準商品コードの維持管理体制は生鮮標準商品コード等の維持管理委員会（以下「維持管理委員会」という。）のもとに、生鮮4品目（青果物、花き、食肉、水産物）別に専門委員会が設置されている。

維持管理委員会（生鮮取引電子化推進協議会企画運営委員会が兼務）		
（専門委員会）	（業界コード管理主体）	（事務局）
青果物専門委員会	青果物流通情報処理協議会	全国農業協同組合連合会
花き専門委員会	日本花き取引コード普及促進協議会	(財)日本花普及センター
食肉専門委員会	食肉流通標準化システム協議会	(財)日本食肉流通センター
水産物専門委員会	水産物標準商品コード維持管理委員会	(社)大日本水産会

〈新規登録、廃番に係る手続き〉

- ① 専門委員会は、新商品コードの付番及び廃番の申請の受付・審査を行う。
- ② 審査結果を「維持管理委員会」に報告し、同委員会の決定を経て申請者に回答する。
- ③ 審査結果は、食流機構のホームページに掲載しているエクセル形式及びPDF形式の商品コードに新規付番・廃番を反映させる。

となっているが、実質的には青果物流通情報処理協議会が決定したベジフルコードを自動的に青果標準商品コードに追加している状況にある。

### 2 経済産業省委託事業「流通システム標準化事業」で作成した商品コードの維持管理

平成20年度の生鮮取引電子化推進協議会総会において承認された、平成20年度事業計画において、同事業で策定された商品コードの維持管理については、企画運営委員会において検討することとされた。このため、青果商品コードについては「青果物流通情報処理協議会」と、食肉商品コードについては「食肉流通標準化システム協議会」とそれぞれ連携しながら維持管理できるかどうか検討する。その際、青果物流通情報処理協議会では原則として国産物を中心としていることから、最近増加している輸入品の商品コードは、下記専門委員会で独自に付番・維持管理する必要がある。また、国産品であっても当然付番すべき品名が抜けていたり、名称が適当でないものは、この際、同協議会と調整のうえ追加・修正してはどうか。

(社)大日本水産会については担当者が転職したため、その機能を引き継がないとしていることから、現在、水産物の標準コードの作成作業を担当している築地水産物標準コード作成委員会に維持・管理機能を移管してはどうか。

### 3 専門委員会委員の委嘱手続き

このため現在、専門委員会は設置されているが、委員の委嘱がされていない現状にあり、今後の品目別商品コードの維持管理体制の整備を図るため、専門委員会別に既存業界コードを管理している団体、業界代表団体及び商品の専門家等数名程度の委員委嘱の手続きを行うこととしてはどうか。

# 平成18年青果物集出荷機構調査の概要

農林水産省統計部生産流通消費統計課

原 田 香 世

この調査は、農林水産省統計部において実施し、平成20年6月5日に公表した平成18年青果物・花き集出荷機構調査のうち、青果物について以下にその概要を紹介します。

## 1 調査の目的

青果物の生産・流通の起点となっている集出荷団体等について、集出荷状況等の流通機能を明らかにすることにより、産地育成対策、流通改善対策に必要な資料を整備する。

なお、本調査は周期年で調査を実施しており、前回の調査は平成13年である。

## 2 調査の概要

### (1) 調査の対象

全国の青果物の集出荷業務を行う全ての集出荷団体、集出荷業者及び産地集荷市場である。

### (2) 調査対象品目及び調査項目

#### ア 調査対象品目

##### (ア) 野菜

キャベツ、きゅうり、さといも、だいこん、たまねぎ、トマト、なす、にんじん、ねぎ、はくさい、ばれいしょ、ピーマン、ほうれんそう、レタス

##### (イ) 果実

みかん、なつみかん、はっさく、いよかん、ネーブルオレンジ、りんご、ぶどう、日本なし、西洋なし、もも、おうとう、びわ、かき、くり、うめ、すもも、キウイフルーツ、パインアップル

#### イ 調査項目

出荷量、出荷先別出荷割合、出荷形態別割合、情報提供の状況等

### (3) 調査期間

調査期日を平成18年9月1日現在（出荷量、出荷先別出荷割合、出荷形態別割合については、平成17年産）として調査をした。

### (4) 調査方法

調査票を調査客体に郵送し、統計調査員が回収する自計申告の方法又は往復郵送調査により行った。



### 3 調査の結果

— 集出荷団体数は農協の合併等により減少 —

#### (1) 野菜

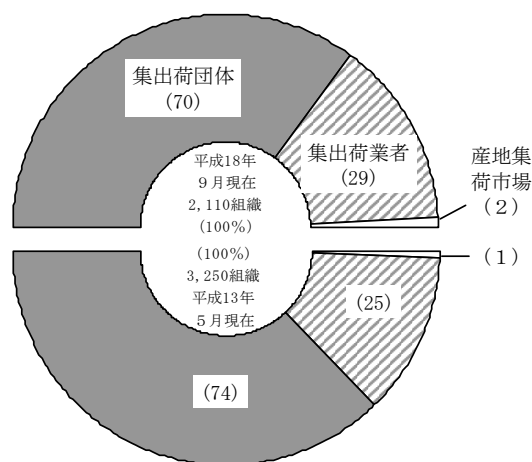
##### ア 組織数

平成18年9月現在において野菜（主要野菜14品目）を取り扱っている集出荷組織数は2,110組織で、前回調査時（平成13年5月現在）に比べて、1,140組織（前回調査比35%）減少した。これは農協の合併等があったためである。

これを集出荷組織別にみると、集出荷団体は1,470組織、集出荷業者は604組織、産地集荷市場は32組織で、前回調査時に比べて集出荷団体は940組織（同39%）、集出荷業者は194組織（同24%）、産地集荷市場は7組織（同18%）減少した。

注：前回調査の野菜は29品目で実施したため、今回調査と同じ14品目で組替集計を行った。

図1 野菜を取り扱っている集出荷組織数割合



##### イ 集出荷組織別出荷割合

集出荷組織の平成17年産の出荷量は、713万6,000tで、これを組織別構成比で見ると、集出荷団体は81%で2ポイント上昇、集出荷業者は14%で3ポイント低下、産地集荷市場は5%で1ポイント上昇した。

表1 野菜の集出荷組織数と出荷量

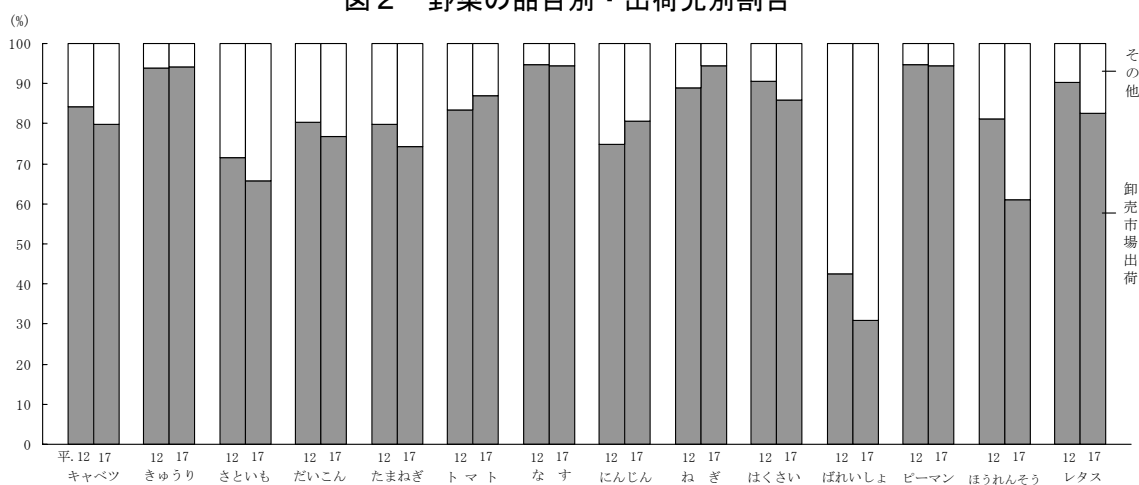
区分	組織数	出荷量	(参考)	
			構成比	前回調査構成比
	組織	t	%	%
集出荷組織計	2,110	7,136,000	100	100
集出荷団体	1,470	5,807,000	81	79
総合農協	1,110	5,603,000	79	74
専門農協	23	87,600	1	2
任意組合	342	115,900	2	3
集出荷業者	604	996,500	14	17
産地集荷市場	32	332,300	5	4

## ウ 出荷先別出荷割合

集出荷組織の出荷先別の出荷割合をみると、野菜計では卸売市場への出荷割合が70%（前回調査76%）となっている。

卸売市場への出荷割合が前回調査時に比べて上昇している品目は、にんじん81%（同75%）、ねぎ94%（同89%）、トマト87%（同83%）となっている。一方、卸売市場への出荷割合が前回調査に比べて低下した品目は、ほうれんそう61%（同81%）、ばれいしょ31%（同43%）、レタス82%（同90%）、はくさい86%（同91%）となっている。

図2 野菜の品目別・出荷先別割合

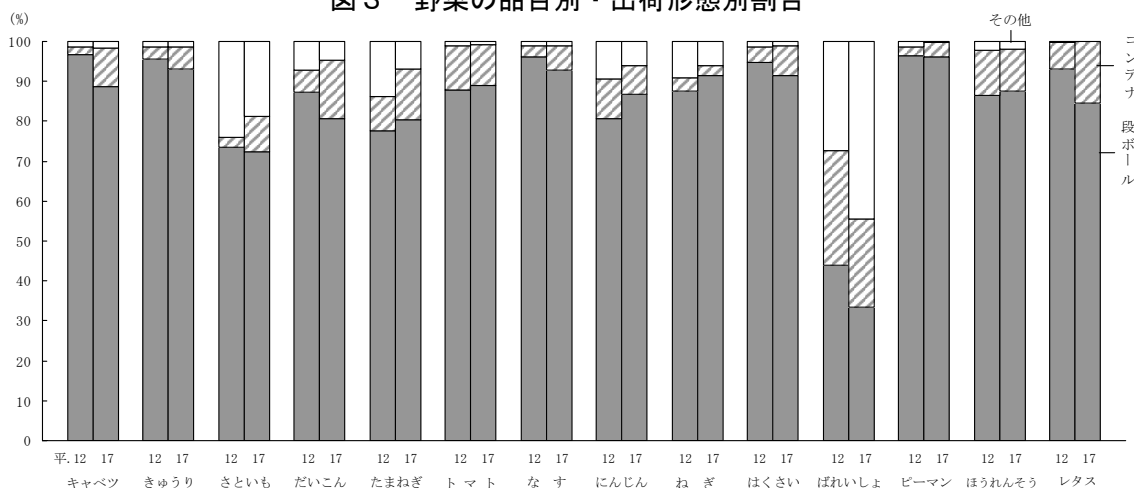


## エ 出荷形態別出荷割合

集出荷組織の出荷形態別の出荷割合をみると、野菜計では段ボールによる出荷が75%、コンテナによる出荷が13%、ネット等のその他による出荷が12%となっている。

段ボールによる出荷割合が前回調査に比べて低下している品目は、キャベツ89%（同97%）、レタス85%（同93%）、だいこん81%（同87%）となっており、出荷コストの削減につながるコンテナでの出荷が進んでいることが伺える。一方、ばれいしょでは段ボール34%（同44%）、コンテナ22%（同29%）に低下し、その他（トラックへの直接積載、注：でん粉用等の加工需要向け）が44%（同27%）と上昇している。

図3 野菜の品目別・出荷形態別割合



オ 情報提供の状況

平成 18 年 9 月現在で、野菜を取り扱っている集出荷組織のうち、情報提供を行っている組織の割合は 61% (1,280 組織) となっている。このうち生産者に情報提供をしている割合は 51% (1,070 組織)、消費者に対しては 23% (481 組織)、業者等実需者に対しては 23% (484 組織) となっている。

また、情報提供方法の割合 (複数回答) をみると、「ファクシミリ」が 30% (630 組織)、「ホームページ」が 20% (430 組織)、「電子メール」が 7% (150 組織) となっている。

表2 野菜を取り扱っている集出荷組織における情報提供状況

単位 { 組織数: 組織  
構成比: %

区 分	集 出 荷 組 織 数	情 報 提 供 行 っ て い る 組 織 数	提 供 先 (複 数 回 答)			情 報 提 供 の 方 法 (複 数 回 答)		
			生 産 者 に 対 し て	消 費 者 に 対 し て	業 者 等 実 需 者 に 対 し て	ホ ー ム ペ ー ジ	電 子 メ ー ル	フ ァ ク シ ミ リ
<b>組 織 数</b>								
集出荷組織計	2 110	1 280	1 070	481	484	430	150	630
集出荷団体	1 470	972	828	391	333	362	111	471
総合農協	1 110	843	738	344	286	331	97	419
専門農協	23	12	8	8	6	6	2	7
任意組合	342	117	82	39	41	25	12	45
集出荷業者	604	295	227	87	143	63	37	150
産地集荷市場	32	17	16	3	8	5	2	9
<b>構 成 比</b>								
集出荷組織計	100	61	51	23	23	20	7	30
集出荷団体	100	66	56	27	23	25	8	32
総合農協	100	76	66	31	26	30	9	38
専門農協	100	52	35	35	26	26	9	30
任意組合	100	34	24	11	12	7	4	13
集出荷業者	100	49	38	14	24	10	6	25
産地集荷市場	100	53	50	9	25	16	6	28

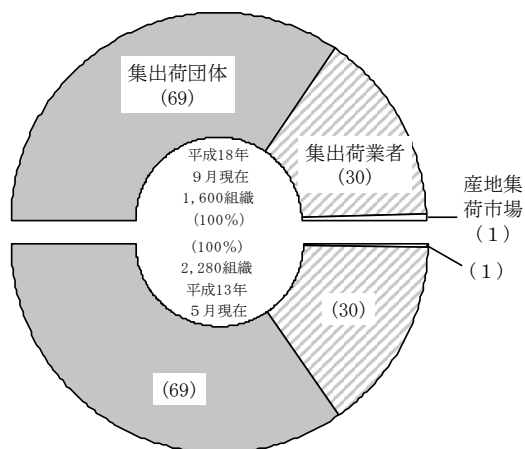
## (2) 果 実

### ア 集出荷組織数

平成 18 年 9 月現在において果実を取り扱っている集出荷組織数は 1,600 組織で、前回調査（平成 13 年 5 月現在）に比べて、680 組織（前回対比 30%）減少した。これは、農協の合併等があったためである。

これを集出荷組織別で見ると、集出荷団体は 1,100 組織、集出荷業者は 484 組織、産地集荷市場は 18 組織で、集出荷団体は 480 組織（同 30%）、集出荷業者は 194 組織（同 29%）減少したが、産地集荷市場は 1 組織（同 6%）増加した。

図 1 野菜を取り扱っている集出荷組織数割合



### イ 集出荷組織別出荷割合

集出荷組織の平成 17 年産の出荷量は、205 万 9,000 t で前回調査に比べて 30 万 6,000 t（前回対比 13%）減少した。これを組織別構成比で見ると、集出荷団体は 79%で前回調査時に比べて 1 ポイント低下、集出荷業者は 19%で 1 ポイント上昇、産地集荷市場は 3%で前回調査並みであった。

表 3 果実の集出荷組織数と出荷量

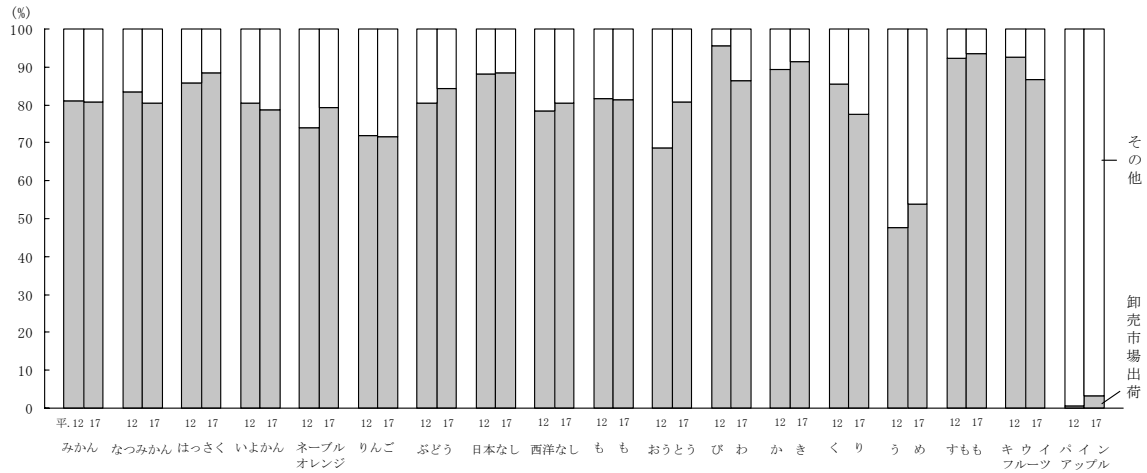
区 分	組 織 数	出 荷 量	(参考)	
			構 成 比	前 回 調 査 構 成 比
	組織	t	%	%
集 出 荷 組 織 計	1 600	2 059 000	100	100
集 出 荷 団 体	1 100	1 622 000	79	80
総合農協	698	1 451 000	70	71
専門農協	45	85 100	4	5
任意組合	355	86 200	4	4
集 出 荷 業 者	484	381 100	19	18
産 地 集 荷 市 場	18	56 100	3	3

### ウ 出荷先別出荷割合

集出荷組織の出荷先別出荷割合をみると、果実計では卸売市場への出荷割合が 80%と高くなっている。

卸売市場への出荷割合が前回調査時に比べて上昇している品目は、おうとう 81% (前回調査 69%)、ネーブルオレンジ 79% (74%)、ぶどう 84% (同 80%) で、卸売市場への出荷割合が低下している品目は、びわ 87% (同 96%)、くり 78% (同 86%)、キウイフルーツ 87% (同 93%) となっている。

図5 果実の品目別・出荷先別出荷割合



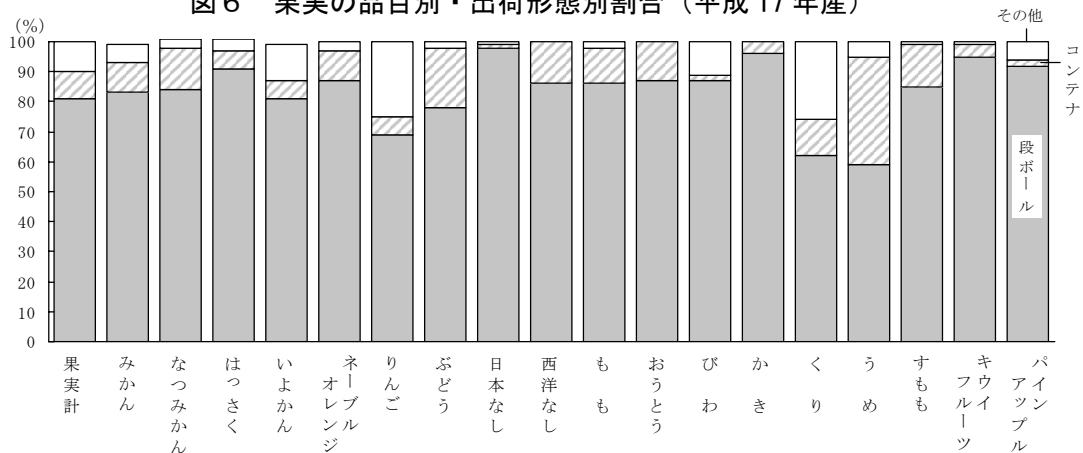
## エ 出荷形態別割合

集出荷組織の出荷形態別の出荷割合をみると、果実計では段ボールによる出荷が 81%、コンテナによる出荷が 9%、ネット等のその他による出荷が 10%となっている。

品目別にみると、段ボールによる出荷割合が高いのは、日本なし 98%、かき 96%、キウイフルーツ 95%、パイナップル 92%、はっさく 91%となっている。一方、コンテナによる出荷割合が高いのは、うめ 36%となっている。

注：前回調査では、出荷形態別出荷割合の調査を行っていないため前回比較は行っていない。

図6 果実の品目別・出荷形態別割合（平成 17 年産）



## オ 情報提供の状況

平成 18 年 9 月現在で、果実を取り扱っている集出荷組織のうち、情報提供を行っている組織の割合は 59% (941 組織) となっている。このうち、生産者に対して情報提供をしている割合は 48% (760 組織)、消費者に対しては 26% (423 組織)、業者等実需者に対しては 22% (348 組織) となっている。

また、情報提供方法の割合 (複数回答) をみると、「ファクシミリ」が 29% (457 組織)、「ホームページ」が 20% (321 組織)、「電子メール」が 6% (95 組織) となっている。

表 4 果実を取り扱っている集出荷組織における情報提供の状況

区 分	集 出 荷 組 織 数	情 報 提 供 行 っ て い る 組 織 数	提 供 先 (複 数 回 答)			情 報 提 供 の 方 法 (複 数 回 答)		
			生 産 者 に 対 し て	消 費 者 に 対 し て	業 者 等 実 需 者 に 対 し て	ホ ー ム ペ ー ジ	電 子 メ ー ル	フ ァ ク シ ミ リ
組 織 数								
集 出 荷 組 織 計	1 600	941	760	423	348	321	95	457
集 出 荷 団 体	1 100	717	588	330	245	261	72	331
総 合 農 協	698	528	469	245	185	221	61	261
専 門 農 協	45	29	19	21	9	14	2	11
任 意 組 合	355	160	100	64	51	26	9	59
集 出 荷 業 者	484	214	162	90	96	58	23	120
産 地 集 荷 市 場	18	10	10	3	7	2	-	6
構 成 比								
集 出 荷 組 織 計	100	59	48	26	22	20	6	29
集 出 荷 団 体	100	65	53	30	22	24	7	30
総 合 農 協	100	76	67	35	27	32	9	37
専 門 農 協	100	64	42	47	20	31	4	24
任 意 組 合	100	45	28	18	14	7	3	17
集 出 荷 業 者	100	44	33	19	20	12	5	25
産 地 集 荷 市 場	100	56	56	17	39	11	-	33

単位 { 組織数：組 織  
構成比： %

---

---

# 平成20年度流通システム標準化事業

## 生鮮業界における流通 BMS の検討状況

経済産業省委託事業・流通システム標準化事業は、平成 20 年度が最終年度になりますが、生鮮分野における流通ビジネスメッセージ標準（流通 BMS）は、平成 19 年度に策定された「流通 BMS 生鮮 Ver1.0」を基に、平成 20 年度は残課題を中心に EDI メッセージ等の標準化について更に検討を行い、その実運用への移行を図ることとしています。

本誌では本年度のこれまでの生鮮業界 WG（青果分科会・食肉分科会・水産物分科会）における検討状況についてお知らせいたします。

### 1. 発注予定メッセージについて

#### ■メッセージの名称の変更

昨年度まで「週間発注メッセージ」として検討してきたが、生鮮業界 WG からスーパー業界商材拡大タスクにメッセージの正式名称を「発注予定メッセージ」とすることを提案し合意された。

#### ■メッセージの定義の修正

- ・発注予定メッセージは、事前に手配が必要な商品（年末・年始等イベント、フェア商品等）について発注予定数量を連絡する際や、小売本部の計画情報を卸・メーカーと共有する際に使用する。
- ・卸・メーカー側は発注予定メッセージを商品調達のための参考情報として活用する。
- ・発注予定メッセージは、オプション（必要に応じて送信）のメッセージであり、メッセージを使用するかどうかについては、取引当事者間で取り決める。
- ・正式な発注ではなく目安の情報の伝達であるため、正式な発注には別途「発注メッセージ」の送信が必要となる。なお、発注予定メッセージの訂正は行わない。

#### ■メッセージ構造等の検討

メッセージ構造、項目の検討（項目名称）は、次のとおり合意された。

- ・期間区分：予定データを取り扱う期間（週、月、任意期間）及び発注数量は日別と合計に区分する。

1 桁目：期間を表す → 0：週、 1：月、 2：任意期間

2 桁目：発注数量が日別か期間合計かを表す → 1：日別、 2：合計

0 1：週	日別	0 2：週	合計	1 1：月	日別
1 2：月	合計	2 1：任意期間	日別	2 2：任意期間	合計

- ・店集計区分：納品先単位を表す区分

0 1：発注者別 0 2：直接納品先別 0 3：最終納品先別

- ・納品予定開始日、納品予定終了日：発注予定期間が任意期間の場合に任意期間の開始日、終了日を表す区分。予定期間が週合計及び月合計の場合は、予定開始日・予定終了日は使用せず、納品日に納品開始日を設定する。
- ・管理番号：取引附属番号を使用する。

発注予定メッセージ「週、日別、最終納品先別」のセット例

発注予定メッセージ セット例(1)													経済産業省 平成20年度 流通システム標準化事業		
週 日別 — 最終納品先別															
発注者 コード	取引番号 〔必須〕	取引附属 番号 〔任意〕 管理番号 をセット	期間区分 〔必須〕	店業計区分 〔必須〕	納品予定 開始日 〔任意〕	納品予定 終了日 〔任意〕	直接納品先 コード 〔任意〕	最終納品先 コード 〔必須〕	取引先 コード 〔必須〕	直接納品先 納品日 〔任意〕	最終納品先 納品日 〔必須〕	⑤取引明細			
												取引明細 番号	商品コード	発注数量 (バラ)	
99999 (A社)	0 ※必須のため ゼロをセット	1	01 (週 日別)	03 (最終納品 先別)	【セット無】	【セット無】	a)店(センター経由)			日別					
							11111 (○△セン ター)	21111 (a店)	33333 (X社)	20080831	20080901	1	4912345678904 (トマト)	50	
	2	01 (週 日別)	03 (最終納品 先別)	【セット無】	【セット無】	11111 (○△セン ター)	21111 (a店)	33333 (X社)	20080901	20080902	2	4912345678913 (キャベツ)	40		
	1	01 (週 日別)	03 (最終納品 先別)	【セット無】	【セット無】	11111 (○△セン ター)	21111 (a店)	33333 (X社)	20080901	20080902	2	4912345678913 (キャベツ)	40		
	0 ※必須のため ゼロをセット	7	01 (週 日別)	03 (最終納品 先別)	【セット無】	【セット無】	b)店(直接店舗納品)			日別					
							11111 (○△セン ター)	21111 (a店)	33333 (X社)	20080906	20080907	1	4912345678904 (トマト)	60	
	2	01 (週 日別)	03 (最終納品 先別)	【セット無】	【セット無】	11111 (○△セン ター)	21111 (a店)	33333 (X社)	20080906	20080907	2	4912345678913 (キャベツ)	50		
	0	01 (週 日別)	03 (最終納品 先別)	【セット無】	【セット無】	21112 (b店)	21112 (b店)	33333 (X社)	20080901	20080901	1	4912345678904 (トマト)	55		
2	01 (週 日別)	03 (最終納品 先別)	【セット無】	【セット無】	21112 (b店)	21112 (b店)	33333 (X社)	20080901	20080901	2	4912345678913 (キャベツ)	45			

A社がX社に対して、9/1~9/7(1週間)日別の予定情報としてa店(センター経由)、b店(店舗直接納品)の店舗別に送る場合

## 2. 商品提案メッセージについて

商品提案は、流通BMSとしてメッセージを作成するか検討を行う必要がある。スーパー業界商材拡大タスクで検討中の「商品マスタ項目検討」と商品提案メッセージは類似しているが、商品提案に関しては、メッセージとビジネスプロセス定義を生鮮分科会において検討していくことで合意。

### (検討の進め方)

プロセスの再確認 → ベースとするメッセージの確認 → アンケートによる必要項目の抽出 → 結果の取りまとめ・整理 → メッセージ案作成

## 3. 水産物検討課題について

### ■水産物商品コードの検討状況

- ・体系の見直し→水産物共通商品コード体系をベースに検討
- ・各社で発注に使用している発注品名の整理→不足品名の扱いについて検討



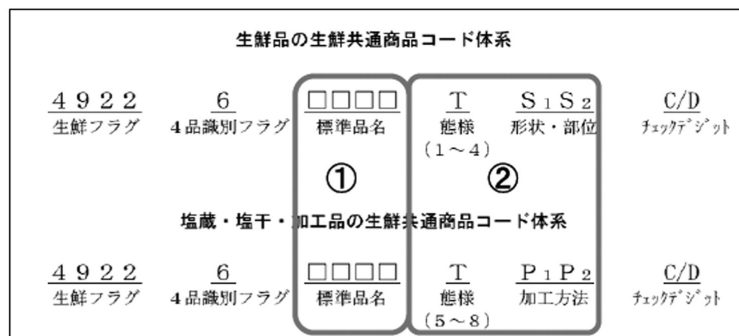
- ・標準品名以外の属性項目の整理→3桁での表現方法を検討
- ・属性抽出方法→大分類ごとに代表魚種を数種類ピックアップして分析し、その結果から傾向を把握した上で、商品コード3桁での属性の表現方法を検討
- ・JANの付番されていない加工品の扱い→コードの検討とは別の問題として検討

## 1. 検討の方針について

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

### ■ コード検討方針について

- ・生鮮共通商品コード体系をベースに、体系見直しを検討する。
- ・標準品名(下図①)の部分については不足する品名の扱いについて検討を行う。
- ・T, S1S2, P1P2(下図②)の部分(3桁)についての体系検討を行う。



## 4. 食肉検討課題について

### ■ 食肉個体識別番号の管理（トレーサビリティ情報）

トレーサビリティ関連情報の対応については、生鮮業界WGからスーパー業界商材拡大タスクに次のとおり提案し、小売側と検討・調整することとしている。

#### 〈トレーサビリティ関連情報の対応〉

- ・原則
  - 牛肉について対応し、現状を踏襲する形態での対応とする。(豚肉等の対応可能)
  - 納入側に現状以上のシステム対応を要請しない。
- ・ペーパー対応（電子帳票可）
  - 量目票兼個体識別一覧表を納品時に添付する。
- ・電子データ対応
  - 新規にスキーマは作成せず、食肉業界の標準フォーマットにより、添付ファイル形式を活用する。

なお、昨年度の食肉タスクの結論としては、「ノンスタンダードのメッセージとして添付ファイルでの送信を行う。（紙媒体での運用は残る）」としていた。

## 5. 青果検討課題について

### ■青果物商品コード

- ・標準コードの基本的な過不足を整理→青果標準商品コードをベースに一覧表（青果商品コード展開）を見直し、現在、加工品扱いの「もやし」等も追加する。
- ・輸入品コードの扱いについては、輸入専用品については輸入品標準品名コード（5桁）を独自に採番する方法で検討を進め、国産との併用品については国産品コードの栽培方法等区分に6を付番することで対応する。

P栽培方法等区分1桁

0：指定なし 1：有機 2：特別栽培 3：無袋（サン） 4：ハウス  
5：マルチ 6：輸入品

- ・商品名・規格（VS）のコード展開例→表示方法、階級表現（SML（大中小）表現が一般的か、または、玉数表現が一般的かなど）について小売側と調整・検討

### 【参考】輸入品コードの扱いについて（検討案）

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

6/26青果分科会  
資料抜粋

#### ■対応案2：輸入品標準品名を独自に採番する

- ・13桁の商品コードとして見た場合、P=6の時にはこれまでに存在していないコードとなる  
→この場合、標準品名コード（5桁）部分は、独自に採番した番号でも問題ないと考えられる

<標準品目がないもの(例)>

オロブロンコ (スウィーティー)	ゴールドキウイ
メロゴールド	キワノ
クレメンタイン	タマリロ
ミネオラ	ホワイトサポテ
モラードバナナ	ランブータン
ラカタン	ココナッツ
セニヨリータ	フェイジョア
オリート	アテモヤ
ベビーキウイ	やしの実
	ブラックベリー

例)『ゴールドキウイ』の場合

商品名 : ゴールドキウイ  
商品コード : 4922493096005

→ 標準品名コード（5桁）を独自に採番

※現状標準品名に存在しない品名(中分類)に対する輸入品追加対応の考え方としてはどうか

## 6. その他

### ■発注書型発注の運用変更

小売側からの生鮮の発注型発注における運用方法の修正提案

- ・発注書型の取引番号セット方法

「相対での取り決めによる取引先採番」を「小売発番の発注書番号(取引付属番号)を、出荷時に取引番号としてセットする」に変更するなどガイドラインのブラッシュアップを図ることで合意

### ■コードリストの拡張

拡張の範囲はMAXで確保することで検討

- ・養殖区分 00～09
- ・解凍区分 00～09
- ・商品状態区分 00～99

## 平成20年度生鮮検討ワーキンググループメンバー

### 【青果分科会】

(社)全国中央市場青果卸売協会	井上 浩	調査役
全国農業協同組合連合会	下堀 剛一	園芸農産部園芸流通課
日本園芸農業協同組合連合会	岸本 喜裕	総務部企画総務課 課長
東京大田市場青果卸売協同組合	金井 茂	副理事長(株澤一 代表取締役社長)
全国青果卸売協同組合連合会	村瀬 史郎	専務理事
株式会社船昌	田山 勝也	総務部総務課 課長代理
東京豊島青果株式会社	富岡 重次	管理部情報システム担当 部長
東京青果株式会社	三上 敏典	取締役 情報システム部 部長
有限会社三秀	稲垣 憲一	取締役 営業部長

(敬称略)

### 【食肉分科会】

JA 全農ミートフーズ株式会社	保坂 健児	管理本部情報システム部
伊藤ハム株式会社	田代 俊文	食肉事業本部管理統括部 業務改革課長
日本ハムビジネスエキスパート(株)	米山 俊雄	東京システム開発部副部長
株式会社ジーコス	小泉 達哉	システム部開発グループ
プリマシステム開発株式会社	武田 泰三	第2事業部 課長
財団法人日本食肉流通センター	石橋 仁	情報部 企画課長

(敬称略)

---

---

【水産物分科会】

総合食品株式会社	鯉渕 邦男	総務部 得意先課 課長
大都魚類株式会社	関口 実	経理部 情報システム課 課長
社団法人大日本水産会	田口 博人	品質管理部 次長
中央魚類株式会社	永澤 龍平	電算部 ゼネラルマネージャー
築地市場株式会社	安東 晃	情報システム部 情報システムグループ 課長
第一水産株式会社	河野 正雄	総務部 電算課 課長代理
東京都水産物卸売業者協会	中 幸雄	参与
東都水産株式会社	本橋 由光	電算部 部長
千代田水産株式会社	英 円	企画開発部 情報システム課 課長

(敬称略)



# 札幌市場青果商物分離事業協議会における 商物分離直接流通成果重視事業への取り組み

丸果札幌青果株式会社

道念 進

JFEエンジニアリング株式会社

渡邊 敏康

## 1. 商物分離直接流通成果重視事業に関して

「商物分離直接流通成果重視事業」とは、平成16年の卸売市場法の改正を受けて、卸売市場に電子商取引の導入を行うことにより出荷者から小売業者などへのダイレクト物流（商物分離物流）の仕組みを開発し、取引業務や市場内の仕分け・搬送業務等に係る経費削減効果の実証し、卸売市場流通のコスト削減を図ることを目的に、平成18年度より公募された農林水産省総合食料局の補助事業である。

初年度である平成18度は、青果・水産・花きからそれぞれ1団体ずつ採択されており、今回報告する札幌市場青果商物分離事業協議会においては、バナナを対象品目に、場外中継所としてバナナ加工所を活用した商物分離の実証試験を行った。



(写真1) 場外中継所であるバナナ加工所

## 2. システム導入の背景と目的

近年、スーパーマーケット等、量販小売店の青果物販売シェアが高まると同時に、配送センターを中心にした多店舗配送網の整理集約が進み、卸売市場から量販小売店の配送センターに一括納品する大口配送が増加してきている。一見、商物分離が進む条件が整ってきているようではあるが、商物一致規制が緩和されたからといって直ちに卸売市場経由の物流形態が変化するのではなく、産地から大口のまま直行で納品するといった商物分離は進んでいないのが現状である。

品質が比較的安定している品目であったとしても一旦混雑する卸売市場に搬入されており、その結果、卸売場と仲卸店舗でそれぞれ荷さばきの労務と、場合によっては品傷みが発生しているのが実態である。

直行納品が進まない原因は、第一に、配送が量販店向けに大口になったとはいえ、産地からの出荷ロットには達しないため（荷口の不一致）、配送車輛の運送効率上、複数の産地の物品を積み合わせるなど、消費地近辺で積替えた方が有利なことが挙げられる。現状においては、結果的に卸売市場が「消費地近辺での積替えの場」として活用されているため、「商物一

致」の流通形態が主流となっている。

第二に、物品を場外に置いたまま取引しようにも、品質と量に対する情報が不足しがちのため、タイムリーに需給のマッチングができないことにより、なかなか商物分離による取引が行われない状況にある（取引情報不足）。

これらの問題点を解決した上で商物分離が実現できれば、市場流通の物流効率化の余地は大きい。

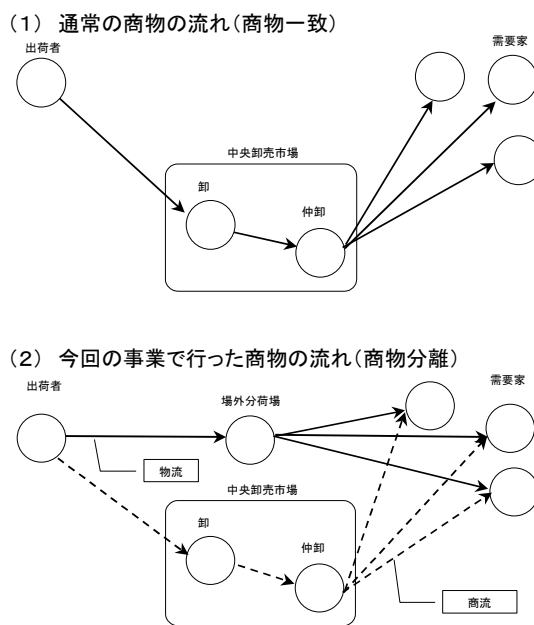
解決策として考えられるのは、一つには、積替えを前提に、近郊の場外に中継所を設け、卸売市場内より効率的かつ品質管理しやすい環境で積替えることができるようにすることであり（場外中継所）、もう一つは、場外中継所に集まる物品の品質と量の情報を、取引当事者である卸と仲卸・売買参加者が電子的に共有しながら取引することである（電子商取引）。

今回の事業では、卸会社が既に市場外に保有する倉庫とバナナ加工所を場外中継所として活用し、商物分離電子商取引システムを活用した直行納品を実現して、市場流通の物流効率化を図ることを目的に行われた。

実験では、主に量販店向けのバナナを、場外中継所においてシステム上で取引された結果に基づきすぐさま分荷し、直接客先に向けて発送することとした。これにより、卸売市場が持つ物流中継機能と同等の機能を持ちながら、卸売市場の混雑を避けて、荷降ろし、分荷、荷積みができるようになり、作業効率の向上が図れる。また荷さばき時間の短縮、荷さばき回数の削減、コールドチェーンの完備により荷傷みが減少することも想定され、一貫した物流管理の元、トレーサビリティも向上する。

場外中継所所集める商品の情報は、出荷者による出荷案内入力だけでなく、場外中継所における荷受検品入力を通じてシステムに逐一投入されるため、卸と仲卸・売買参加者は、商品から離れた場所にあっても、その品質と量について即時性のある充実した情報を得ることができる。電子商取引の過程では、客先の受け渡し場所が個別に指定され、その指示に従って直行納品が行われる。

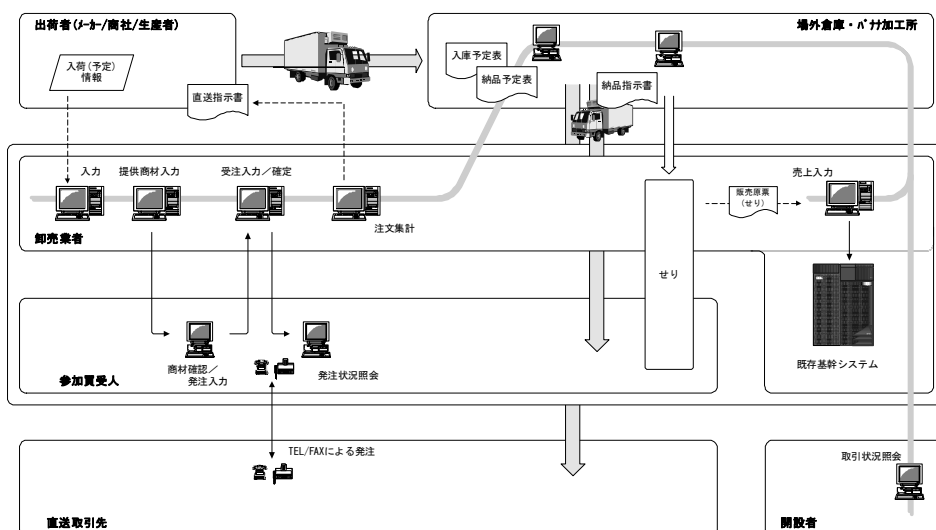
なお、場外中継所として活用した倉庫及びバナナ加工所は、既に場外指定倉庫として指定されていたため、市場内の手続きもスムーズに進み、実験も恙無く遂行された。



(図1) 商物分離の概念図

### 3. システムの概要及び運用状況

本事業で開発したシステムの概要を図2に示す。



(図2)開発したシステムの概要

出荷者からの連絡を受けて出荷予定情報として登録し、卸売会社はこれに基づいた提案商材の販売数量及び単価の設定を行なう。

仲卸業者等の参加買受人はこの提案商材を照会して発注を入力する。卸売会社はこの受注を確認／確定してその集計を行なう。

この集計結果にしたがって、場外倉庫・加工所へ搬入する商品・数量を決定し、その輸送を指示する。この輸送においては、基本的には受注した商品をその受注数量に応じて輸送する。

熟成加工を終えた商品は受注時に指定された日に出荷される。このとき、納品先が指定されているものは市場を経由することなく直接納品される（商物分離）。また、売り先が決まらなかったものに関しては一部市場に搬入され、せりかけられる。

また、売上結果に関しては、せり販売分も含め上位基幹システムへデータとして転送できる仕組みとなっている。



(図3) システム画面の一例(受注入力画面)

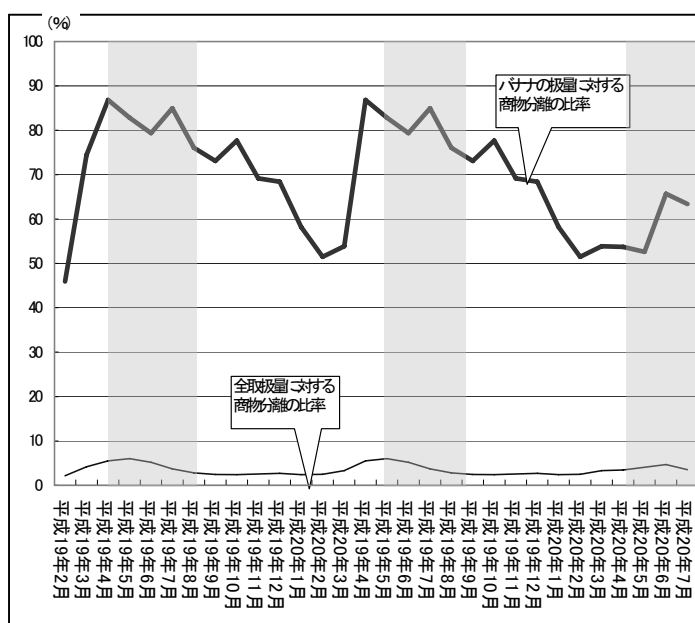
なお、今回の実証事業で開発した主な機能に関しては、次頁に示す。

流通段階	対象システム	システムの内容	機能名称
産地と卸売市場間	出荷案内システム	産地から場外倉庫・バナナ加工所に出荷する予定情報等を提供する。	浜入庫入力
			浜発送指示入力
			帳票・発送指示案内
			浜在庫照会
荷受検品システム	場外倉庫・バナナ加工所に商品が到着した際、必要であればその状態を入力する。	倉庫入庫入力	
		帳票・加工指示書	
卸売業者と参加買受人間	場外倉庫商品案内システム	場外倉庫にある（または入荷することが確実な）商品の詳細情報を提供する。	倉庫在庫照会
	加工所商品案内システム	バナナ加工所にあり加工中あるいは加工完了の商品の詳細情報を提供する。	
	受発注システム	場外倉庫・バナナ加工所の商品について受発注を行う。 また、受け渡し場所を指定する。	受注入力（買受人別・アイテム別）
			買受人注文確認
			納品追加変更入力
			提案商材表示
	分荷発送指示システム	取引の結果を受け、場外倉庫・バナナ加工所の商品の分荷と発送の指示を出す。	帳票・納品指示書
			帳票・出荷予定状況表
			出荷実績入力
	取引結果伝送システム	既存の取引管理システムに接続し、取引の結果を伝送する。	仕入入力
売上入力			
仕入／売上データ作成・送信			

本システムに関しては、平成19年1月の実証試験時から現在に至るまで、札幌市場青果商物分離事業協議会の構成卸会社である丸果札幌青果において活用し続けている。

丸果札幌青果における全商品の扱い高から見ると、本システムを活用したことによる電子商取引の割合は数量ベースで2%程度であるが、実証試験の対象品目であるバナナに限定して考察すると、数量ベースで60%以上が本システムで運用されている。

バナナの取扱い全数量の増減があるので一概には言えないところもあるが、過去の商物分



(図4) 商物分離比率の推移 (平成19年2月～平成20年7月)



---

---

離取引割合の推移を見ると、年度初頭から夏場にかけての比率が高くなっており、品質管理を必要とする時期に商物分離が積極的に活用されていることが伺える。

#### 4. システムの導入による効果

実証試験を行ったことにより、

- ①卸／仲卸・売買参加者における受発注業務
- ②在庫その他の管理業務
- ③出荷業務なども含めた物流業務
- ④熟成加工業務

といった業務において改善が見られた。

受発注業務においては、商材に関する情報の提示、事前の受注入力などにより受注締切時間を厳守することが可能となった。その結果以降の作業を円滑に進めることが可能となり、電話やFAXによる連絡も削減されたことにより、対象品目の商談時間の短縮・合理化が図れた。

また、札幌市場では場内に商品を搬入した場合、取卸料として輸送費の1割程度の負担が別途発生していたが、場外中継所にて商物分離を行ったことによりその負担が減少した。加えて、卸売市場の混雑の時では8～9時間にも及ぶ待時間があったが、待機時間によるロスも解消された。

そして今回のシステムの導入により、最も効果があったのは、品質面での改善である。コールドチェーンの完備した場外中継所で、短時間に荷さばきし直行納品することに加え、システムによる商品管理を行うことにより、受注に応じた適切な量の熟成加工、正確な在庫管理の実現などにより廃棄／減耗量の削減が可能となった。システム導入以前と以後でバナナの荷痛みロスを比較すると4割近くも削減しており、品質及び鮮度保持に対する効果が如実に出ていることがわかる。



(写真2) 定温管理された場外中継所における荷捌き作業

#### 5. 今後の課題

今後、更なる物流の効率化・合理化を追求するためには、電子商取引による商物分離の扱い量の増大が必要である。

そのためには、扱い品目の拡大に向けて取り組む必要があるが、この点においては、いくつかの困難な点が存在する。

第一には、市場取引委員会による合意を得なければならない点である。商物分離により、一部の商品が市場に入らないことになると、市場で商品を見極めて購入している買参人の目に触れない商品が出てきてしまうことになる。今後は特に、商物分離の効果を供与できない方々への説明と理解が必要になってくる。

---

---

第二には、卸会社は数多くの種類の青果物を扱っているが、長い歴史の中で個々の青果物でそれぞれに独自の運用方法が形成されてきており、同じ仕組みで運用できる商品を見つけたことがなかなか難しいことである。今回のバナナに関しては、「加工」という工程があるため在庫的な概念が存在する商品であり、商物分離及び電子商取引で取り組むには非常に有意義な商品であったが、同じような運用の商品を見出すことがなかなか出来ないでいるのが現状である。

また、別の運用で商物分離が行える商品が見出せた場合、効率的な運用を図るためにはその商品に対応したシステムの変更を図る必要も生じてしまう。

第三には、扱い商品を拡大し、個々に商物分離が実現できたとしても、配送の集約が行われないと効果が出ない点である。市場を介さない物流ルートで積載効率を上げ、効率的な流通系を構築していく検討が今後必要である。

札幌市場の取り組みとしては、現状、商物分離且つ電子商取引を行って効率的になる対象品目を見出す検討を行う一方で、札幌市の市場取引委員会において商物分離取引の対象品目増加の提言を行っている。また、この取引形態の利便性を高め、より多くの仲卸・売買参加者の利用を促し、利用者を増やすことによる量の拡大も目指している。

## 6. 電子商取引による商物分離取引の拡大に向けて

卸売市場法の改正により、電子商取引による商物分離取引が認められたが、法の定めるところと現場での運用におけるギャップも存在している。

第一に、法により指定されている対象品目に関してである。卸売市場法施行規則第 26 条で定められている商品は、比較的品質が安定している品目が選定されているが、実際の商物分離のニーズを聞いてみると逆に鮮度管理が必要なもの（ぶどうやイチゴなど）を商物分離により鮮度管理を強化したいというものが多く、法で定める指定品目との間にギャップがある。確かに、施行規則第 26 条では第 4 項イ（7）で例外規定を設けてはいるが、現実に活用するにはハードルがあるようである。

第二に、商物分離取引を電子商取引することの非効率性である。商物分離のニーズと電子商取引のニーズは必ずしも一致しない。商物分離により効率的になる商品は、「同じ産地から大量に同じ仲卸もしくは買参人に向かう」ものであり、そのような商品は事前の定量的な契約がなされている場合が多く、電子商取引をわざわざ用いなくても運用が行える。情報の透明性を担保することなどにより、今までの取引の延長線上で商物分離を行うことが可能になれば、商物分離により物流効率化を図れる商品が増えていくことが想定できる。

このように、今後商物分離を飛躍的に拡大していくためには、商物分離が可能となる要件の緩和に関して検討を加えていく必要があると思われる。

物流の効率化を目的とした商物分離への取り組みは、いまだその緒についたばかりである。今後も前述の問題点に取り組みながら、官民のコミュニケーションを密にし、今後も粘り強く検討を継続していくことが重要である。

## 農業をめぐる国際情勢と我が国の対応(9)

生鮮取引電子化推進協議会  
事務局長 柏木 知

### 15. ウルグアイ・ラウンド農業交渉の経緯（続）

<GATT 以外の国際機関の動き：OECD（経済協力開発機構）>

先進国の経済協力機関であり、最近ではサミットの事務局の動きを強めている OECD では、1982 年以降「各国が国内政策を調整し、農産物貿易を多角的な貿易体制により一層組み入れる」ための農業政策及び農産物貿易について検討を行ってきた。このため、ウルグアイ・ラウンド開始後はじめて開催された 1987 年 5 月の第 26 回閣僚理事会では、農業問題が主要議題として取上げられ、

- ① 長期的には各国が協調して漸進的な農業助成の削減及びその他の適切な手段を通じ、できるだけ市場原理に即した農業生産を実現していくこと、
- ② その際、食料安全保障、環境保全等の純経済的でない、社会的及びその他の要請に配慮することができること、
- ③ 農業政策の調整の多くはウルグアイ・ラウンドの交渉を通じて達成されること

等に合意した。

また、1988 年 5 月の第 27 回閣僚理事会では、同年 12 月に予定されているウルグアイ・ラウンドの中間レビューを控えて、ウルグアイ・ラウンド農業交渉の取り進め方につき、米国と EC・日本等との間で意見が対立した。しかし、中間レビューでは、短期及び長期の要素を含む大枠の取組みについての合意を求めて行くとの線で各国が合意した。

1990 年 5 月の第 28 回閣僚理事会では、中間レビューでの合意に沿ってウルグアイ・ラウンド交渉を進展させることを合意した。

1989 年 5 月の第 29 回閣僚理事会では、7 月の GATT 貿易交渉委員会までに交渉の大枠を作るため、あらゆる努力を傾注するとの決意と約束を表明した。また、非貿易的関心事項への配慮も明記した。一方、輸出補助金をめぐる米国と EC が激しく対立し、両者の主張がコミュニケに併記された。

また、1992 年、ウルグアイ・ラウンド交渉が山場を迎える中で、その交渉の促進という観点から OECD 農業大臣会合が開催された。この大臣会合では、1987 年閣僚理事会コミュニケの農政改革の原則、すなわち、① 市場メカニズムの重視と比較優位の追求、② 保護助成の漸進的削減と保護の相手方を特定化する助成手法の導入、③ それらを通じた資源の最

---

---

適配分の実現、を再確認した。そして、より市場志向的な農業システムの構築と貿易自由化への貢献を謳いあげた。また、このコンセンサスで国内支持の削減と市場歪曲性の除去を通じた構造調整の必要性を指摘した。しかし、注目すべきは、農業依存度の高い地域や特定階層が困難に直面する場合には、調整のための適切な助成の必要性にも言及するという、米国の利害と EC の伝統的な主張を玉虫色的に反映したものであった。

#### <GATT 以外の国際機関の動き：サミット（先進国首脳会議）>

世界的な農産物市場の混乱を背景に、1986 年 6 月の東京サミットでは、農業問題が議題の 1 つとして討議され、世界的な農産物の構造的過剰状態の存在に憂慮が示されるとともに、農業政策を再編成し、農業生産構造を調整するための行動が必要であること等に合意した。

また、1987 年 6 月のヴェネチア・サミットでは、農業問題が重要課題の 1 つとして検討され、先の第 26 回 OECD 閣僚理事会での合意を首脳レベルで再確認し、政治的な支援を表明した。

更に、1988 年 6 月のトロント・サミットでは、同年 12 月に予定されている中間レビューの取組みと農業支持の計量手段を中心に議論した。

1989 年 7 月のアルシュ・サミットでは、同年 4 月の中間レビューの完了を極めて重要な成果であるとし、1999 年末までにウルグアイ・ラウンドを完了するため、一層の実質的な進展を図ることにつき合意が得られた。

1990 年 7 月のヒューストン・サミットでは、経済宣言において、首脳自らが農業交渉の成功のため政治的リーダーシップを発揮していくことが表明されるとともに、我が国の主張により、農業交渉は食料安全保障を考慮する枠組みの中で行われることが明記された。また、GATT 農業交渉グループ議長提案を「交渉を強化する手段」として押すことに合意した。

以上のように、OECD 閣僚理事会及びサミットでは、農業改革の多くはウルグアイ・ラウンドの交渉を通じて達成されるとの認識の下、ウルグアイ・ラウンドの進展への弾みや農業改革に向けての基本的な方向付けを与えることがなされた。

#### <米・EC の合意>

ダンケル合意案提示後も、米・EC 間の農業問題に関する激しい対立から、交渉全体が停滞することとなったが、米・EC 間では準閣僚級協議や 1992 年 4 月 22 日のブッシュ大統領とドロール EC 委員長の首脳会談を挟んだ閣僚協議を通じて、1992 年 11 月 20 日に至り、米・EC 間の農業合意（いわゆるブレア・ハウス合意）が成立した旨の発表があり、年内妥結に向け、ジュネーブにおける多国間交渉が再開された。

---

---

米・EC 合意の要点は、

- ① 国内支持：(ア) 削減約束は品目ごとではなく、農業全体の総合計値について行う。  
(イ) 直接所得補償のうち、固定された面積及び単収（畜産の場合は頭数）に基づくものについては、削減約束の対象から除外する。
- ② 輸出補助金：対象数量の削減率をダンケル合意案の 24%から 21%に修正する。
- ③ 平和条項：「緑」（削減対象外）の政策、「黄」（削減対象）、輸出補助金のそれぞれについて、一定の要件の下、実施期間中は紛争手続に訴えない。

しかし、米・EC 間では、農業についても依然として国境措置に関する意見の相違が残されていたことに加え、多角的貿易機関（MTO）、サービス、知的所有権など農業以外の分野について米国によるダンケル合意案への修正案が提出されるなど、各国間の対立が明らかとなり、交渉は越年し、米国の政権交替（1月20日）もあって、一時的に交渉は停滞した状況となった。

このような中、米国新政権は、米国議会の一括承認手続き（ファースト・トラック）期限の再延長を求め、各国との具体的交渉を精力的に行い、日本も最後まで拘っていた米（コメ）の関税化に関し、1993年12月8日にジュネーブで開催される農業主要28カ国非公式会議でドゥニ農業交渉グループ議長から示された調停案（下記参照）を12月14日、細川総理がギリギリの決断として受け入れると表明し、12月15日に交渉が終結。1994年4月、モロッコのマラケシュでウルグアイ・ラウンドの各協定の署名が行われた。ウルグアイ・ラウンドは当初、4年間の交渉期限を予定したが、実質的にも予定を3年上回る7年を要して、ようやく交渉を終えることとなった。この間、GATT事務局長はダンケルから元EC委員のサザーランドに交替していた。

#### <ドゥニ農業交渉グループ議長の調停案>

GATT 第 11 条第 2 項 (c) (i) (輸入数量制限) の明確化は拒否するが、一定の要件を満たす農産物は、ミニマム・アクセスの量を関税化品目よりも拡大することを条件に、包括的関税化の例外の途を開く、というもので、関税化の特例措置は次のとおりとする。

- a. 効果的な生産制限が行われ、輸出補助金が付与されておらず、かつ、1986 - 88 年の基準期間中の輸入量が国内消費の 3%未満である産品に限り、ミニマム・アクセスを一定率引上げること（3→5%を 4→8%に増加）を条件に、今後 6 年間、関税化の例外を認める。
- b. 特例措置を 7 年目以降も継続するか否かは、6 年目に交渉して決定され、7 年目以降、特例措置を継続する場合は、交渉により決められる追加的譲許が必要であり、逆に特定措置を継続しない場合は、関税化、ミニマム・アクセス 8%を維持し、かつ、関税相当量は合意初年度に設定したと仮定する水準から 15%カットしたものとする。

---

---

### <農業交渉中の穀物の国際需給と各国の農業政策>

ウルグアイ・ラウンド交渉が開始された 1980 年代半ばの世界の穀物需給は過剰在庫が深刻化し、主要輸出国間の輸出競争が激化する状況にあり、これがウルグアイ・ラウンド農業交渉開始の一因となったが、1988 年になると北米地域での早魃により、需給は一転して引き締まりの方向を見せた。しかし、1990 年には世界の穀物生産は史上最高を記録し、92 年も豊作で生産が順調に回復したため、需給は緩み、1992/93 年度の期末在庫率は 20%と、FAO（国連食糧農業機関）の「安全在庫水準」をされている 17~18%を上回る水準に達した。

また、この間の各国、地域の農業予算の状況を見ると、米国の農業予算は 1988 年までは減少してきたが、1989 年以降は増加傾向にあり、特に価格・所得支持費は 1990 年の 65 億ドルが 1992 年には 120 億ドルと倍増近い伸びをみせた。また、EC も 1986 年以降も価格・所得支持費を中心に増加させ、1990 年には 264 億 Ec、1992 年には 360 億 Ec へと 1986 年比でそれぞれ 20%、63%も増大させた。一方、日本の農業関係予算は、1986 年以降ほぼ横ばいで推移しており、価格・所得支持費を減少させ、農業・農村整備費等の構造政策費を増大させた。

### <日米交渉>

日本の農産物市場開放は、ウルグアイ・ラウンドに代表される多国間交渉に加え、米国との 2 国間交渉で、輸入制限品目の自由化、関税の引下げ等、多くの農産物市場が開放されてきた。

この背景には、日米間では大きな貿易不均衡があり、その解消のための強い圧力があり、当時、米国側が圧倒的な競争力を持っていたのが農林水産物分野であり、また、日本側においても、少しでも日本製品を輸出したい日本の企業サイドからも農林水産物市場の開放キャンペーンが張られ、農林水産団体や農林水産省が国内で孤立するような形で、牛肉、オレンジをはじめ、多くの農産物の市場開放が行われ、また、水産物、林産物においても、米国が得意とする品目の関税が引下げられて行った。

そのような折、米国のアトランタで日米の官民合同会議が開催され、米国サイドから、米国人は、朝起きると日本製のテレビを見、食後は日本製の自動車で会社に出かけ、会社では日本製のパソコンを使って仕事をしているのに、日本は米国製品をほとんど輸入しないとしたので、小生の方から、日本人は朝食には米国から輸入された小麦から作られたパンにデンマークから輸入されたハムと米国から輸入された飼料で育てられた鶏の卵でハムエッグを、飲み物は米国から輸入されたオレンジ・ジュースとブラジルから輸入されたコーヒーで喉を潤し、昼食は職場の近くの蕎麦屋で、カナダから輸入された蕎麦から作られた蕎麦に、インドネシアやタイから輸入された海老から作られた海老天を載せて中国から輸入された箸を使って食べ、ようやく、夕食に米飯に魚と野菜を添えて食べて、初めて国産品にあり付くのが普通の日本人で、日本の農産物市場は決して開放されていないなどとは言えないと反論すると、会場から大きな拍手があり、夜のパーティーではある総領事から、君の話ほど説得力の

---

---

ある話を聞いたことが無いので、これからは日米貿易問題が話題をなったら、君の話を使わせてもらおうと激励されたことがあった。

## 16. ウルグアイ・ラウンド農業合意の概要

### 1. 目的

農業分野における貿易改革の過程を開始するため、食料安全保障及び環境保護の必要性を含め非貿易的関心事項等に留意しつつ、各国が国内支持、市場アクセス、輸出競争の3分野における具体的かつ拘束力のある約束を作成し、6年間の実施期間において、これを実施することを定めるとともに、これらの約束の実施に関する規律を定める。

### 2. 各分野の約束及び規律

#### (1) 国内支持

- ① 国内支持を削減対象（「黄」）と削減対象外（「緑」）の政策に分類する。
- ② 次のような政策は、一定の条件を満たした場合には、「緑」の政策とする。
  - ・研究、普及、教育、検査等の一般サービス
  - ・農業、農村基盤、市場等の整備
  - ・食料安全保障目的の備蓄
  - ・国内食料援助
  - ・生産と直接結び付かない（デカップリング）所得支持
  - ・所得の大幅減少に対する補償
  - ・自然災害に関連する補償
  - ・生産者引退、農地転用及び投資補助による構造調整
  - ・環境対策
  - ・地域援助対策
- ③ 削減対象から除外される「緑」の政策を除くすべての政策について、総合的計量手段（AMS）により支持の総額を計算し、6年間に渡って、その総額の20%の削減を毎年同じ比率で実施する。
- ④ 基準年は1986年から88年とする。
- ⑤ 1986年以降に実施された自主的な削減については、クレジットが与えられる。
- ⑥ 削減対象の支持額（AMS）が全生産額の5%（開発途上国については10%）以下の製品については削減の必要はない。

#### (2) 市場アクセス

- ① 全ての非関税国境措置は関税相当量を用いて関税に置き替える（関税化）とともに、これらを譲許（バインド）する。

転換後の関税（関税相当量）は、原則として国内卸売価格と輸入価格の差とする。

---

---

(注) 関税化の特別措置については、別紙参照。

- ② 関税相当量を含め、通常関税は6年間に渡って農産物全体で36%、各関税ラインで最低15%の削減を毎年同じ比率で行う。
- ③ 基準年は1986年～88年とする。
- ④ 関税化対象品目についての現行アクセス機会は維持する。輸入がほとんど無い場合を除き、原則としてミニマム・アクセス機会（特例措置が適用される場合を除き、原則として関税割当による低税率の適用枠）として、実施期間の1年目については国内消費量の3%に設定し、実施期間満了までの間に、これを5%に拡大する。
- ⑤ さらに、関税化対象品目についても特別緊急輸入制限措置（特別セーフガード）を設ける。

### (3) 輸出競争

#### ① 輸出補助金の削減等

(ア) 直接的な輸出補助金を対象として、6年間に渡って輸出補助金支出額を36%及び輸出補助金付き輸出数量を21%削減する。削減の方法については柔軟性が認められる。

(イ) 基準年は1986年～90年とする。

(ウ) 新たな産品、新たな市場に対する輸出補助金の供与は禁止する。

#### ② 輸出禁止、制限に対する規律

農産物について輸出の禁止又は制限を行う国は、輸入国の食料安全保障に与える影響に対し十分な考慮を行うとともに（MTOの）農業委員会に通報し、実質的な利害関係を有する輸入国と協議を行う。

### (4) 検疫・衛生

検疫・衛生措置が偽装された貿易制限となることを制止し、国際基準に基づいて各国の検疫・衛生措置の調和を図ること等を目的として、次に合意する。

① 国際基準が存在する場合は、自国の検疫・衛生措置を国際基準に基づかせることを原則とするが、科学的正当性等がある場合には、国際基準よりも厳しい措置を採用し、維持することができる。

② 各国の検疫・衛生措置を通報することにより、透明性を確保する。

## 3. その他

(1) 農業委員会を設置し、同委員会は約束の実施状況を検討する。

(2) 農業合意に関するいかなる紛争の処理も、多角的貿易機関（MTO）の下における紛争処理手続きに従う。

(3) 途上国に対する特別かつ異なる待遇として、削減率は先進国の3分の2、実施期間は10年間とすることを認めるとともに改革の過程が食料純輸入開発途上国に与える影響



---

---

を考慮して、先進国は必要な措置を取る。

(4) 改革が進行中であるとの認識の下に、実施期間終了の 1 年前からプロセスを継続するための交渉を行う。

(別紙) 関税化の特例措置

1. 非貿易的関心事項の重要性に鑑み、以下の 3 つの基準を満たす農産物については、ミニマム・アクセスを一定率引き上げる (3%→5%を 4%→8%に増加) ことを条件に、関税化の特例措置 (6 年間、関税化を実施しないことができる) が認められる。

(1) 基準期間 (1986 年～88 年) において、当該農産物の輸入量が国内消費の 3%未満であること。

(2) 輸出補助金が付与されていないこと。

(3) 効果的な生産制限措置が取られていること。

2. 6 年間の途中で特例措置をやめた場合、その年からのミニマム・アクセスの増加は毎年 0.4%と半減される。関税相当量については、5 の (2) に準ずる。

3. 上記特例措置を 7 年目以降も継続するか否かについては、6 年目のレビューにおいて交渉され、その交渉は 6 年目の終わりまでに完了しなければならない。

4. 6 年目の交渉で 7 年目以降も特例措置を継続する場合には、交渉で定められた追加的かつ受入れ可能な譲許を与えなければならない。

5. 7 年目以降、特例措置の継続を行わない場合

(1) 関税化し、ミニマム・アクセスは 8%を維持する。

(2) 関税相当量は、適用期間の当初に設定したと仮定して 15%の削減を行った結果と同じものとする。

(注) 途上国に対する特別扱いも、別途規定されている。

歴史年表 8. 我が国の対外農業交渉の推移 ⑧ <1990年代>

主な動き：ようやく GATT ウルグアイ・ラウンド交渉妥結

年・月	国際的動き	国内の動き	農業政策の動き	自由化品目
1992 (平成 4)	11.20. 米・EU の農業合意 (いわゆるブレア・ハウズ合意) ・青の政策の創設 ・輸出補助金の削減率引下げ		6. 「新しい食料・農業・農村政策の方向 (新政策)」策定	4.1 オレンジジュース
1993 (平成 5)	12.8 ドウニ農業交渉議長の調停案提示 12.15 GATT ウルグアイ・ラウンド合意	12.14 細川総理、ギリギリの決断としてドウニ調停案受入れを発表	コメ 200 万トンの緊急輸入決定	コメの部分開放決定 (注2)
1994 (平成 6)	4. モロッコのマラケシュでウルグアイ・ラウンド交渉終結会議	10. 「UR 対策大綱」を決定	米国産りんごの輸入解禁 (植物検疫上の措置)	
1995 (平成 7)	UR 合意の実施 (WTO 体制の発足)	11. 食糧管理法を廃止し、食糧管理法を制定	ミルク・クリーム (生鮮)、無糖練乳等、乾燥した豆、でん粉等、落花生、穀粉・ミール等 (コメのものを除く)、こんにやく芋、調製食料品 (麦類、穀粉・ミール (コメのものを除く)、でん粉又は乳製品のもの) (コメ加工品が国家貿易品目に移行したため残存輸入制限品目数は 2 減となった。) この結果、7 年度末の農林水産物の残存輸入制限品目数は水産物の 5 品目 (注 3) のみとなった。	
1998 (平成 10)				コメの関税化受入れ決定
1999 (平成 11)			7. 食料・農業・農村基本法を制定 WTO 日本提案まとまる	4. コメを関税措置へ切替え (注2)

注 2：コメは、当初、関税化の例外とし、拡大ミニマム・アクセスを受入れ、1996 年には国内消費量の 4%、2000 年には 8%まで拡大すると約束していたが、1999 年 4 月に関税化したことから 7.2%で固定している。

注 3：水産物の残存輸入制限品目は CCCN4 桁ベースで活・生鮮・冷蔵又は冷凍したさば等及びそれらのフイレ等の魚肉、乾燥・塩蔵のさば等、帆立貝・貝柱及びびいか (もんごういかを除く)、食用海藻 (のり等)、その他の調製食料品 (海草) の 5 品目である。

会員各位

生鮮取引電子化推進協議会  
事務局長 柏木 知

## 「平成20年度 生鮮取引電子化セミナー」のご案内

生鮮取引電子化推進協議会では、「生鮮 EDI」普及啓発活動の一環といたしまして、平成 19 年度経済産業省委託事業・流通システム標準化事業で策定された「流通ビジネスメッセージ標準（流通 BMS）生鮮 Ver1.0」の導入と利用についての解説と流通 BMS への関係者の取り組み状況をテーマとして下記のとおりセミナーを開催しますのでお知らせします。

なお、会員の皆様には別途開催案内パンフレットをご送付させていただきます。

記

### ◆会場・日程

開催地	日 時	会 場	定 員
札 幌	平成 20 年 11 月 7 日（金） 13:00～16:00	札幌市中央卸売市場内 会議室	100 名
福 岡	平成 20 年 11 月 21 日（金） 13:00～16:00	TKP 博多シティセンター 阿蘇①	100 名

なお、本セミナーは東京及び大阪においても下記の日程で開催する予定です。

東 京	平成 21 年 3 月 6 日（金）	南青山会館	100 名
大 阪	平成 21 年 3 月 13 日（金）	大阪市中央卸売市場内 会議室	100 名

### ◆プログラム（札幌・福岡）※講師、講演内容は都合により変更になることがあります。

札幌会場	福岡会場
■平成 19 年度事業成果と平成 20 年度の取組方針について	
講師：財団法人流通システム開発センター 研究開発部・OBN 情報センター 上級研究員 坂本 真人 氏	講師：財団法人流通システム開発センター 研究開発部 上級研究員 島崎 貴志 氏
■流通 BMS 生鮮 Ver1.0 の導入と利用の概説	
講師：株式会社富士通アドバンストソリューションズ 第一ソリューション事業部 吉沢 浩二 氏	
■スーパー業界の流通 BMS への取組みについて	
講師：イオンリテール株式会社 システム本部 SCM 推進タスク リーダー 畔蒜 多恵子 氏	講師：株式会社西鉄ストア 執行役員 情報システム部長 高橋 雄一 氏

### ◆問い合わせ先

生鮮取引電子化推進協議会 事務局

〒104-0033 東京都中央区新川 2-16-10 アーバンステージ新川 3F

TEL: 03-5543-8014 FAX: 03-5543-8027

## 【生鮮 EDI 関係の会議等の開催状況】

(平成20年7月～9月)

流通システム標準化事業 スーパー業界商材拡大タスク 第2回生鮮業界分科会

日 時：平成20年7月3日(木) 14:00～17:00

場 所：流通システム開発センター 会議室

商物分離直接流通成果重視事業 電子商取引導入推進検討委員会

日 時：平成20年7月10日(木) 13:30～17:00

場 所：ダイヤビル 会議室

流通システム標準化事業 生鮮業界WG 第1回水産物分科会

日 時：平成20年7月16日(木) 14:00～17:00

場 所：東京都水産物卸売業者協会 会議室

流通システム標準化事業 生鮮業界WG 第2回食肉分科会

日 時：平成20年7月22日(木) 14:00～17:00

場 所：富士通(世界貿易センタービル内会議室)

流通システム標準化事業 生鮮業界WG 第3回青果分科会

日 時：平成20年7月24日(木) 14:00～17:00

場 所：富士通(世界貿易センタービル内会議室)

流通システム標準化事業 スーパー業界商材拡大タスク 第3回生鮮業界分科会

日 時：平成20年8月7日(木) 14:00～17:00

場 所：流通システム開発センター 会議室

生鮮取引電子化推進協議会 第2回企画運営委員会

日 時：平成20年8月8日(金) 11:00～13:00

場 所：馬事畜産会館 会議室

流通システム標準化事業 生鮮業界WG 第2回水産物分科会

日 時：平成20年8月19日(火) 10:00～12:00

場 所：東京都水産物卸売業者協会 会議室

流通システム標準化事業 第2回維持管理組織検討部会

日 時：平成20年8月28日(木) 14:00～17:00

場 所：JJK会館 会議室

流通システム標準化事業 生鮮業界WG 第4回青果分科会

日 時：平成20年8月29日(金) 10:00～12:00

場 所：富士通(世界貿易センタービル内会議室)

流通システム標準化事業 スーパー業界商材拡大タスク 第4回生鮮業界分科会

日 時：平成20年9月4日（木）14:00～17:00

場 所：流通システム開発センター 会議室

流通システム標準化事業 生鮮業界WG 第5回青果分科会

日 時：平成20年9月24日（金）14:00～17:00

場 所：富士通（世界貿易センタービル内会議室）

流通システム標準化事業 生鮮業界WG 第3回水産物分科会

日 時：平成20年9月26日（金）14:00～17:00

場 所：東京都水産物卸売業者協会 会議室

## 編集後記

- 食料自給率の向上に役立てたいとして、農林水産省は国産の食料品を買うと、お得なポイントがもらえ、地域の特産物などに交換できる仕組みを検討していると報じられましたが、さて消費者の反応はいかかなものか。
- 長野県佐久市の菓子店が「平成19年度食品流通高付加価値モデル推進事業」を活用した「農作物で巡る佐久逍遥菓」を実施した事業がこのほど、経済産業省の農商工連携事業の優良事例として紹介されました。この事業は、食流機構との共同事業で地元農業とのネットワークを構築し、地元・佐久平の農作物を素材に毎月、新商品を創作して安心・安全な地産地消を消費者にアピールしています。
- 本誌で報告のとおり第2回企画運営委員会において、先進事例見学、生鮮取引電子化セミナーの日時・開催場所が決定いたしました。会員の皆様方におかれましては、ご多忙な毎日と存じますが、是非この機会にご参加頂きたくお願いいたします。

(H・N)