
アメリカ・・・もう一つの中国？

生鮮取引電子化推進協議会
事務局長代行 三宅 均

良きにつけ悪しきにつけ、アメリカの動向が、我が国のみならず国際社会に大きな影響を与えるという構造は、依然として続いている。最近におけるアメリカ発のサブプライム・ローン問題の発生、それに続くリーマン・ショックにより世界景気は大きく落ち込み、一時は百年に一度の大不況などと喧伝されたが、このこともその証左の一つと言えるであろう。この金融危機とそれに続く経済の落ち込みは、各国の協調的な対応などにより漸く落ち着きを取り戻し、徐々に回復に向かっていると思われることは、まずまず一安心ということであろう。当初、我が国経済への影響は軽微などといわれていたが、日経平均は大きく下落し、また、急激な円高や世界的な信用収縮などにより需要が落ち込み、特に製造業などが急激な業績不振に陥ったことは、皆様ご承知のとおりである。この10年から20年の間に、国際経済社会のグローバル化、IT化が進み、世界のいずこかで起きた問題が世界全体に瞬く間に波及するという、大変な時代になってきている。最近のドバイ・ショックや、ギリシャのデフォルト懸念などの問題も然りである。

このような中で、やはりアメリカの動向は、今後の国際社会や経済の動向を探る上で、目を離すことができないものと言えよう。

さて、最近話題になった本で、アメリカの最新事情を伝える次のような本がある。それは、町山智浩著「アメリカ人の半分はニューヨークの場所を知らない」(2008年文芸春秋社刊)というセンセーショナルな題の本だ。著者の町山氏は、40代半ばの映画評論家で、現在カリフォルニア州バークレー在住とのことだが、具体的なことは知らない。この本は、アメリカの宗教、戦争、経済社会事情、政治、メディアなどの状況を様々な角度から捉えて解説し、なかなか示唆に富む内容となっている。この中で、特にアメリカの格差社会の実情について、「現在、アメリカ国民の総収入の97%を上位20%の富裕層が独占している。国民全体の平均年収は約450万円で日本と同じくらいだが、賃金格差が200倍近いのに平均しても意味はない。」というくだりがある。えー、ちょっと待ってください。アメリカ国民の総所得の3%を下位80%の人々で分けるとしたら、この人たちの平均年収は、16万9000円？ これってドル換算すると1900ドル程度だよ。これじゃ中国と変わらないじゃないの、いくらなんでも低すぎるんじゃないのかな、と思ってネットで調べてみることにした。この数字の出典が明らかでないのに、なんとも言えないが、ネットで調べてみると、次のような統計があった。

「アメリカ国勢調査局の2008年の調査によると、アメリカの全世帯のうち年間所得5000ド

ル以下の割合が10%、10000ドル以下の割合が20%、25000ドル以下の割合が47%」

ということで、上記引用部分の町山氏の記述は、やはり事実とは異なるようだ。いずれにしても、アメリカ人口3億1500万人の半分近くが既に日本円で220~230万円以下の所得となっており、森永卓郎氏言うところの「年収300万円以下」を生きなければならない状況となっている。

また、同書によれば、「ウォルマート／激安の代償」というウォルマートの元従業員や管理職たちへのインタビューを元に低価格の実態を暴いたドキュメンタリー映画があり、その中で「近くにウォルマートがオープンした町では、代々続いてきた地元の店が客を取られていっきに潰れる。まるで爆撃のようだ。20年ほど前から、アメリカの小さな町のダウントウン（いわゆる下町ではなく、町の中心部の繁華街）はどこもゴーストタウンになっている。

地元の店が潰れて職を失った人々はウォルマートで働くしかない。そして低価格の理由を知る。ウォルマート側の発表した正社員の平均年収は1万9340ドル（175万円程度）なのだ。アメリカ政府は4人家族で年収1万9350ドル以下を「貧困家庭」と規定しているのに！しかも週に34時間以上働かされ、残業手当はつかない。組合はない。これじゃ売り物が安いのは当たり前だ！」とある。

映画の内容の真偽はわからないが、ともかくアメリカではあちこちで大変な格差拡大の力学が働いているのではないかと想像される。

なお、ウォルマートについては、このような負の側面ばかりでなく、商品を中国を始めとする世界中からグローバルに調達し、IT等を駆使して小売業としての新しいビジネスモデルを構築し、1990年代初頭に売上高全米1位になって以降、わずか10数年の間に急激に成長、いまや全米の他の小売業を圧倒するような巨大企業に成長した点も評価しなければ、公平とはいえない点を付け加えておきます。

一方、お隣の中国である。

中国は、言うまでもなく近年高度成長を遂げ、臨海部を中心に富裕層や中間層が育ってきており、春節の際に秋葉原の電気街や各地のショッピングモールで派手な買物をしていること等で、関係者の間で新たなビジネスチャンス到来と注目されていることは、メディアでも種々報じられているところである。

中国の中間層については、2010年2月の中国社会科学院の発表によれば、全人口（13億5千万人）の約23%に当たる3億人程度が中間層に相当するとしている。この中間層の定義は、「安定した収入があり、自宅やマイカーを持ったり、旅行や教育に振り向ける資金のある者」で主に知能労働に従事しているものとされている。中国の1人当たりGDPは約6000ドルで、この中間層の平均的な所得水準がどの程度かはわからないが、毎年1%ずつ拡大しているという。

逆に言うと、残り約10億人は中間層に達しない貧困レベルにあるということで、内陸の農村部のみならず都市部においても依然として膨大な低賃金労働力を有しているということであ

る。

このように、太平洋の両側に低賃金労働力を有する人口大国には含まれている日本は、苦しい。更に、1ドル110円超の居心地の良い水準から現在は90円前後と、わずかの期間に為替レートは20%程度も切り上がっている。ドルベース（中国元もほぼドルにリンクしている。）で、賃金水準が20%も高くなったということで、苦しさは倍加している。

そう言えば、昔学生時代に学んだ経済学に「要素価格均等化定理」とか「要素価格均等化の法則」というのがありましたね。辞書の意味は、「生産技術が同じであれば、生産物が自由貿易されることによって、貿易できない地価や賃金などの生産要素の価格も国際的な価格に均等化していくという仮説」である。最近の賃金水準の低迷や正社員から派遣や非正規雇用の増大などの動向を見ると、いやでもこの定理を思い出させますね。

それでは、今後我が国はどうしたらいいのか。アメリカや中国のような格差社会を容認していくのか、それとも別の道があるのか。やはり、膨大な低賃金労働力を有する中国やアメリカと同じ土俵で戦う産業分野では、独り我が国のみ高賃金を維持するというのは困難で、そうした産業分野は不断の賃金下落圧力がかかり、結果として輸入や海外生産に頼らざるを得ないということになる。

結局、我が国としては、相対的に高賃金の産業分野（財、サービスの提供にかかわらず）を育て、その分野での比較優位を保ちながら、他の産業を引っ張っていくほかなく、産業構造全体をそのように変えていく努力を続けていくことが重要であると、私は思っております。

我が国は、過去の経済成長の結果、既に成熟社会に突入し、社会的インフラの整備、物の充足、などを実現し、成長のポテンシャルはかなり低下しているといわざるを得ません。このような中で、物質的な成長のみならず、安全で安心のできる、世界中の人たちがモデルとして目指すような経済社会を実現していく、そのような方向に進むことが、今後我が国が目指すべき道ではないでしょうか。

平成21年度 生鮮取引電子化セミナー 開催結果

平成21年度の生鮮取引電子化セミナーは、金沢市、東京都、大阪市の3カ所で「流通ビジネスメッセージ標準（流通BMS）Ver1.3」の導入と利用について解説するとともに、スーパー業界における流通BMSへの取組状況を紹介しました。

以下に、セミナー開催の内容および各会場でのアンケート表の集計結果をお知らせします。

【金沢会場】

開催日 平成21年11月13日（金）13:00～16:00

会場 金沢市西念4-8-1

金沢中央市場食育会館スタジオD O

参加者 28名

講演 ◆流通BMS Ver1.3の導入と利用の解説

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

梅本 康生 氏

◆スーパー業界における流通BMSへの取組状況

講師：株式会社近商ストア 情報システム部 部長

安井 直洋 氏

【東京会場】

開催日 平成22年3月5日（金）13:00～16:00

会場 東京都港区南青山5-7-10

南青山会館大会議室

参加者 53名

講演 ◆流通BMS Ver1.3の導入と利用の解説

講師：財団法人流通システム開発センター 研究開発部 主任研究員

坂本 真人 氏

◆スーパー業界における流通BMSへの取組状況

講師：株式会社シジシージャパン ビジネスサポート事業部 係長

吉田 賢司 氏

【大阪会場】

開催日 平成22年3月12日（金）13:00～16:00

会 場 大阪市福島区野田1-1-86

大阪市中央卸売市場本場 業務管理棟大ホール

参加者 40名

講 演 ◆流通BMS Ver1.3の導入と利用の解説

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

新宮 徹也 氏

◆スーパー業界における流通BMSへの取組状況

講師：ユニー株式会社 業務本部システム物流部 執行役員

角田 吉隆 氏

■生鮮取引電子化セミナー 来場者アンケートについて

◆アンケート表の項目

1. セミナーの内容について

- (1) 十分理解できた
- (2) ほぼ理解できた
- (3) あまり理解できなかった

2. 流通BMSについて

- (1) メリットがあるので前向きに対応したい
- (2) メリットはないが対応せざるを得ない
- (3) 対応できない
- (4) わからない

3. 流通BMSについてのご意見（自由記載）

◆セミナー参加者数とアンケート表の回収率

会 場	セミナー参加者数	アンケート回収数	回収率
金 沢	2 8	1 2	4 2. 9 %
東 京	5 3	3 8	7 1. 7 %
大 阪	4 0	2 7	6 7. 5 %
計	1 2 1	7 7	6 3. 6 %

◆アンケート表の集計結果

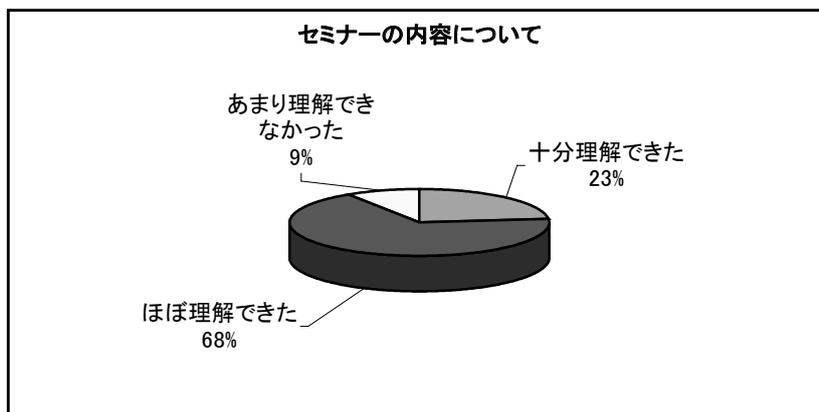
* アンケート表については、回収したうちの62.3%が生鮮業界の卸・仲卸で、小売業関係者は3会場合わせて2名、その他はIT企業および業界団体でした。

* セミナーの内容について、理解できたかどうかの問いには、「十分理解できた」、「ほぼ理解できた」を合わせると、90.9%の回答でした。講演の内容については、ほとんどの参加者にご理解をいただけたものと思われます。

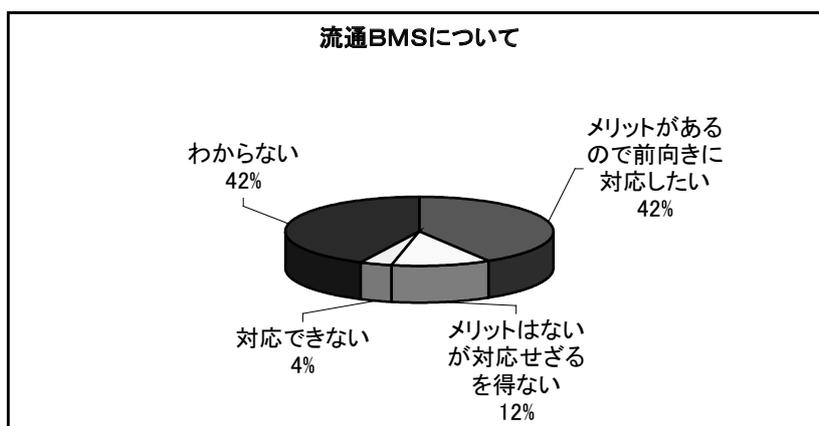
* 流通BMSへの対応の問いには、「前向きに対応したい」、「対応せざるを得ない」を合わせると、53.2%の回答でした。

また、今後の対応については、「わからない」との回答が42.9%あり、さらなる流通BMSについての広報・普及が必要と思われる。

1 セミナーの内容について



2 流通BMSについて



3 流通BMSについてのご意見（自由記載）

- 小売団体の指導力、活性化により強力に推進する必要がある。
- 中小小売の情報に対する意識教育も課題だと思います。（EOS比率UP）
- 生鮮小売の意識を高めるために、消費者の安全・安心とトレーサビリティへの対応（小売の責任と早い対応→EDI、BMSの推進）
- 小売全体が導入できるためには、リプレースコストが最小になることが大切です。
- 生鮮標準商品コードが完成しているのか、分からなかった。
- 現時点でメリットを感じないが、出荷／納品ラベルの統一化等、現業の負荷が軽減されるような仕組みにして欲しい。
- 標準化されても、ユーザーが増えなければ標準にはならない。
- 可変長とするならば、他の方式と何が違い、将来どの方向へ進むのかが全く解らない。
- このようなセミナーを積極的に、今後も開催して欲しい。
- 生鮮EDIの進展について、全く進んでいないとの印象を持つ。
- 費用対効果を知りたい。
- 流通BMSは、サプライチェーンの観点から必要であると考える。
- 中小企業が無理せずに、システム導入できるための戦略をもっと強く打ち出す必要があると思います。
- 具体的な流通BMSのWebの説明が聞きたい。
- 融通が利く仕様なだけに、BMSのフレームワークの中で、各社バラバラの対応になり、実質標準化されていないに等しいという事態を懸念します。
- 過去の生鮮EDIの標準化は、ことごとく失敗していますが、一方で、業界にとっても標準化は悲願です。流通BMSに現実的な期待をしています。
- 取引先（卸）中小に向けての、具体的なシステムパッケージ提案の場をつくって紹介して欲しい。

先進事例見学会の概要

安全・安心のブランドづくりの現場

(山形県での取組)

野末 たく二

平成 21 年 11 月 10 日（火）～ 11 日（水）にかけて、山形県で生鮮取引電子化推進協議会の先進地事例の視察が行われた。この時期、山形県は「果物の王様」として人気が高いラ・フランスの出荷が、真っ最中。果実の栽培では適正な農薬使用は、安定した品質を維持するのに最低限必要といわれるなか、農薬や施肥などの栽培情報をいかに管理し、開示していくか。そのことが、山形県の進める「安全・安心ブランド」にどのように役立っているのか。1 日目は、生産から集荷までを取りまとめる JA の現状とその最新の共選センター。2 日目は、出荷する市場での取り組み事例を見てきた。

■ JA 全農山形

～ JA グループ山形の安全・安心ブランドの取り組み～

最初に訪問したのは、山形県天童市にある JA 全農山形の園芸部で、果実や野菜、花きを扱っている。山形県では、JA をはじめ生産者団体や流通関係者らが「安全・安心ブランドやまがた産地協議会」を組織し、県をあげて安全・安心のブランドづくりに取り組んでいる。その発端となったのは、平成 14 年に山形県内のラ・フランスで生じた無登録農薬使用問題だった。問題の発生後、消費者の信用を回復するため、JA 全農山形の園芸部門では、いち早く SEICA（青果ネットカタログ）の活用を決め、栽培履歴の公開などに取り組んできたという。

山形県内の JA に呼びかけて取り組んでいる「JA グループ山形の安全・安心ブランド」は、推進委員会で基準を満たしているブランド産地を認定しているが、その基準となるポイントは以下の 6 点だ。

- ①生産基準を同じくする生産部会の確立
- ②栽培管理・安全防除指導の徹底
- ③農作物生産工程管理表の記帳と協定書提出の義務化
- ④農産物生産工程管理表による安全確認
- ⑤サンプル抽出による農薬残留自主検査の実施
- ⑥品目・生産部会ごとの生産履歴などの情報開示

それでは、JA 全農山形では、具体的にどう進めているのだろうか。園芸部の井上俊美部長から説明をいただいた。

まず①は、国や県の栽培基準をもとに生産部会を単位に地域で栽培基準を決める。そして、②の栽培管理・防除指導は、JAの営農指導員が赴いて行う。生産者を地域でひとつのまとまりとして、効率良く指導を徹底する一方で、現場でひとりひとりが生産管理できるよう、③のポイントでは、使用した農薬や肥料などの記帳とそれを実施することを宣言する協定書の提出を義務化した。園芸部門では、その年の生産が始まる3月から4月にかけて栽培する品目、面積、地番などの一覧を提出してもらっているとのことだ。

現在、園芸部門で「JAグループ山形の安全・安心ブランド」に取り組んでいるJAの生産部会は159団体。県内の生産部会をほぼ網羅している。では、現場ではどのように生産管理を行うのだろうか。

まず④の生産管理表に基づいて実際に計画に沿って栽培が行われているかどうかのチェックを行う。これは、JA単位か共選センター単位で、現場を見ながら行っているとのことだ。さらに、⑤のサンプル抽出では、出荷3～5日前を目途に無作為に選んだサンプルについて、JA全農山形の農産物安全検査室で、残留農薬検査を実施している。JA全農山形では、職員が分析技術の研修を受け、分析機器を導入。農薬全体の約9割は分析可能とのことだ。実際に、農薬分析室を拝見したが、果樹23品目、米1品目の30品目について24時間以内に分析可能だという。そして、分析結果は各JAの「農畜産物安全・安心実践本部」に戻すようにしている。

この残留農薬検査で、問題が見つかった場合は、山形県農業試験場と連携し、さらに詳細な分析を行う。と同時に、危機管理マニュアルに基づき、産地に対応策を求める。対応策については、無登録農薬、適用外農薬、適用農薬の超過などレベルに応じて異なるが、禁止されている無登録農薬の使用が判明した場合は、当事者のみならず同じグループの生産者まで含めて一時的に出荷自粛となる。グループ全体にまで責任が及ぶことで、より高い安全への意識を喚起しようという狙いがある。また、情報公開の立場から、プレスリリースやホームページでの公開までの手順も決めている。ちなみにここで公開するのは、産地と品目と残留農薬の数値で、個人名までは公開の対象にしていない。

こうした①から⑤までの産地側で取り組んでいる通年単位での情報はインターネットを通して情報公開されている。また、共選センターを単位として認定マークとともにSEICAの登録番号がダンボール箱に刷り込まれ、出荷されている。マークは「おいしいやまがた」のイメージキャラクターの「ペロリンマーク」が用いられており、認知度を高めるのに役だっている。



実は、JA全農山形では、平成14年の無登録農薬の使用問題が発生する以前から、残留農薬の分析の準備をしていたという。山形の農産物の約8割が市場流通で占められており、また大手取引先であるスーパーなどの量販店からは生産工程表の提出を求められるなど、産地と

して安全・安心への取り組みは重要なテーマとして上がっていた。こうした背景から、生産者グループの「JA グループ山形の安全・安心ブランド」への関心は高く、問題発生後、短時間で成果を上げることができたという。

実際に、栽培記録の記帳、現場でのチェック、サンプルによる残留農薬の分析を行ってみると年に2～3検体で、農薬の異常値が見られる程度だという。むしろ、作物ごとに発生する問題の時期や傾向などが明らかになり、未然に問題を防ぐことができるようになってきているという。また産地側でも栽培記録を続けることで、農薬や肥料の適正使用量が把握できるなどリスクをあらかじめ回避することに役立っている。

～1個単位で履歴がたどれるラ・フランスセンターの取り組み～

「JA グループ山形の安全・安心ブランド」のなかで、ひととき注目を集めるのが、ラ・フランスの生産量で県内随一というJA てんどうのラ・フランスセンターだ。平成15年に稼働をはじめたラ・フランスセンターは、JA てんどう管内から集荷されるが、1個1個にラベルが貼られ、そのラベルにより生産者、選果日が分かり、さらにそこからどこのほ場で、いつどのように栽培したのかがたどれる仕組みになっている。

鉄骨2階建てのラ・フランスセンターは、1階に保存や追熟のための冷蔵室などがある。冷蔵室は50坪クラスの6室、100坪クラス3室、それぞれ1万箱から2万箱は貯蔵可能という巨大なものだ。



10月に入り、収穫可能となると、ほ場で収穫されたラ・フランスが一斉に、ここに運びこまれる。収穫したラ・フランスは、生産者のコードを記したコンテナごとに、納められて、収穫日や量、等級などが記録管理される。そして、冷蔵庫で予冷、冷蔵、追熟とラ・フランスが商品として「おいしく」なるための管理をしている。そして、出荷時期になると2階のベルトコンベアーでいよいよ選果が始まる。

選果では、光センサーにより、1個1個の糖度、熟成度、硬度を測定。そして、1個1個にラベルが貼られる。このラベルのコードをたどれば、生産者が分かり、さらにどこのほ場で、どのように栽培されたかが分かるという仕組みだ。



ここで選果されたラ・フランスのなかで、とくに糖度14度以上という最高級品は、「スーパーラフ」というブランド銘で出荷してい

る。黒い箱に入った果実は、まさに王様中の王様だ。消費者にとっては、安心感がある上、品質も保証されていることから、評価が高いという。センターによれば、共選のための経費を1コンテナあたり1000円負担してもらっているとのことだが、こうして一手間も、二手間もかけられるのも、果物の王様といわれ、ブランド化しやすいラ・フランスだからこそ、なのかもしれない。

～消費者が求める安全・安心とプラスアルファ～

JAてんどうのラ・フランス1個1個についたラベルは、安全の印であると同時に完熟度合いを保証したおいしさの印でもある。消費者にはラベルで、安全と品質の双方が提示しているわけだが、食品に関する事故が相次ぐなかで、農産物の安全への取り組みは、行われて当然、いわば必要条件となりつつある。こうした状況では、安全だけでは市場での差別化が難しく、プラスアルファとして品質が十分条件として要求される。

先のJA全農山形では、平成14年に無登録農薬の問題が発生したときに、生産履歴をSEICAに公開するようにした。公開当時は、ホームページを見て、使用している農薬についての質問があるなど、安全への関心は高かったという。温暖湿潤な気候風土で、果実を栽培するためには、着果時期など必要最低限度の農薬は使用しないと、生産性が落ちるばかりでなく、品質も安定しない。農薬の使用履歴を公開する一方で、問い合わせについては、なぜ使うのかを説明をすることで、失いかけた消費者からの信頼回復に努めてきた。ところが、問題が解決し、安全への取り組みは当たり前のこととして広まっていくなかで、消費者の関心は薄くなったのか、最近では、SEICAに公開された情報に対する問い合わせはあまりないとのことだ。



SEICAには、生産履歴の公開だけでなく、生産者の思いを直接消費者に伝えるコミュニケーションツール機能を持たせるという狙いもある。生産者の顔写真とともに、どういう思いで作ったのかというコメントも記入できるようになっているのはそのためだ。また、こうした思いを簡単に、店頭で使えるよう、POP作成ツールなどが用意されている。

JA全農山形では、当初、SEICAのコミュニケーションツールという役割にも着目し、スーパーのバイヤーなどを通して、POPを作成するためのやり方なども説明したが、直接販売にあたる担当者まで、情報が伝わらず、店頭でほとんど活用されなかったという。

JA全農山形のSEICAの情報管理は、生産部会ごとに情報管理者が決められ、そこで登録した情報をJA全農山形の担当者がチェックし、公開して良いかどうかを判断している。ただ、現場担当者が積極的にSEICAを活用するまでに至っておらず、いかに定期的に更新するかが課題となっているという。平成14年の運用から8年目を迎えるSEICAだが、今後、利用者が更新の頻度をあげ、品質の違いを消費者にどう届けるか。たとえば更新切れを自動で知らせ

る機能や、限定した会員同士のソーシャルコミュニティシステムにより機能を高めるなど、消費者の安全安心に応え、生産者の思いを伝えるツールとして使い勝手の良いシステムとしての改善が求められている。

■株式会社丸勘 山形青果市場

～生産者と直接結びつき、産地の開発育成に取り組む市場～

市場外流通や相対取引が増えるなか、卸市場の存在意義や今後の方向性が問われている。とくに、地方の市場の状況は厳しく、その独自性をいかに発揮するかが生き残りをかけてのテーマとなっている。こうしたなか、2日目に訪れた山形市にある株式会社丸勘青果市場（以下、丸勘青果）は、山形という産地特性を活かし、生産者と直接結びつきながら、産地の開発育成に取り組んでいることで知られている。

丸勘青果の果実置き場にも、前日のJAでんどう同様、ラ・フランスが山積みされていた。箱詰めのもののほか、別の一面にはコンテナに入ったラ・フランスがあった。これは、市場内での選果を待っているものだ。

丸勘青果のひとつの特徴は、「優れた農業者を育み、質の良い青果物を消費者に届ける」という理念のもと、生産者の負担を最小限にし、再生産できる利益を目指すという生産者の立場を鮮明に打ち出している点にある。



JAなど中間のとりまとめ団体を介さずに、直接生産者から荷受けしている。もちろんまったくJAを排除するというのではなく、商品によってはJAを通して扱っている。ただ、基本は市場が栽培指導まで含め、直接生産者と結びついている点にある。

生産者の立場からという点では、市場内に関連会社として選果のためのパッケージセンターのほか、農業資材専門店がある。市場が選果を行うことで、生産者の労力軽減につなげ、その分生産者はよりよい作物の栽培に集中してもらおうとの狙いからだ。

佐藤錦をはじめ山形を代表する果実、サクランボの出荷時期は、丸勘青果では朝だけでなく夜通しで荷をさばくほどだという。こうした目玉商品は、集荷場を県内に67か所も設け、集めやすくしている。これも生産者の負担を少なくするための工夫だが、さらに、市場に隣接した地銀に口座を開設してもらえば、振込手数料が無料となるため、生産者に口座開設を薦めるなど「かゆいところに手が届く」細かな配慮がなされている。

また組織的な面から丸勘青果の特徴は、公設市場などのように関連団体からなる市場の協議会がないという点だ。そのため、小売からのニーズを産地に反映させ、商品化できる。たとえ

ば、丸勘青果が商品化し、ヒットとなった商品のひとつに「房付きトマト」がある。フルーティーな味わいで、おやつ感覚で食べられるトマトとして人気だが、もともとは、稲作の種苗ハウスが空く夏場になにか作れないかという生産者側からの要請に応えるかたちでスタートしたものだ。それまで野菜というイメージしかなかったトマトに対し、フルーツ感覚の新たな食べ方として提案。いまでは丸勘青果を代表する人気商品のひとつとなっている。

丸勘青果で商品開発にあたっている橋本昭部長は「1500人近くいる山形県内のサクラノ農家の1000人近くは、顔が分かる。そして年間1000万円以上を売り上げる農家については、その商品が分かる」と胸を張る。多くの商品を市場に集めるためには生産者とのコミュニケーションをいかに密にするか。JAの立場からすれば、市場が新たなライバルとして侵出してきたことになるが、生産者にとってみれば、安定的に供給するためにはJA、より差別化したいときには丸勘青果というように、出荷先が増えたことで、経営面からすれば戦略が立てやすくなったともいえる。



こうして確かな商品を求めて県内外、東北一円から買い手がやってくる。丸勘青果では、加入金1万円、年会費2000円を支払えば、だれもが買参権を得ることができる。実際に個人経営の飲食店主などが買いにやってくる。ただ、買い手の9割は、スーパーなどの量販店だが、特売商品などのために値段を崩すことはいっさいやっていないという。丸勘青果では、生産者からの委託料は8.5%と決め、市場で慣例となっている奨励金などは一切行わないこととしている。運送費についても基本は買い手側の直接引き取りが原則で、丸勘青果が行う場合は、別途運送費をもらうなど、取引高だけでなく利益率を高めるための工夫をしている。買い手の多くが量販店という事情からすると、こうした市場からの要求は一見難しいように思えるが、丸勘青果の「商品の確かさ」がそれを可能にしているようだ。

このほかにも市場で直接、買い手と交渉する担当者全員がパソコンからデータを入力し、毎朝その数字をチェックし、問題があるとすぐに呼び出しがかかるなど、企業として利益を上げるための仕組みが徹底している。

他市場に負けない商品の差別化を前面に打ち出している丸勘青果だが、安全・安心への取り組みはどうか。丸勘青果も、「安全・安心ブランドやまがた産地協議会」の認定を得ている。丸勘青果の生産履歴の管理の仕方は

- ①誓約書に基づいて生産者グループに登録

-
-
- ②誓約書を出した生産者は栽培防除記録を記帳し、出荷前に提出
 - ③同時にサンプリングで残留農薬検査を丸勘青果が実施
 - ④出荷の際は、「安全栽培責任票」を添付

という仕組みになっている。そして、出荷品目ごとに講習会を実施するほか、既に述べたように各農家への訪問などコミュニケーションを密にすることで、問題発生を未然に防いでいる。

以前、丸勘青果でも生産履歴が携帯電話で分かる2次元バーコードの導入を検討したことがあるという。その際、ラベル代、情報を登録するためのコストなどを考えると1枚あたり10円かかることが分かり、見送った。現状での安全管理で十分であること、コストを消費者に求めることができず、結局は生産者にしわ寄せがくる可能性があることなどがその理由だった。

安全・安心についての情報管理は、「あまり出しゃばらず、遅れをとらず、そこそこに」というのが、丸勘青果の基本スタンスだ。そして、まずより良い農産物をいかに生産者に育ててもらうかを基本にしている。



商物分離直接流通成果重視事業実施後の EDI に関する取組み状況

兵庫県生花株式会社
事業推進部 部長 得津 久嗣

我社の EDI への取組みは昭和 49 年の神戸市中央卸売市場東部市場花き部への入場から始まり、早いもので 35 年を経過しようとしている。

当初は、伝票（売渡伝票、請求書、仕切等）の作成のための機器（コンピュータ）であり利用と言えた状況ではなかった。昭和 55 年に“ドレスシステム”が青果市場での運用が開始され、それに遅れること 3 年で花きシステム“フローラ I、II”の運用が開始され産地と卸売市場間のデータ交換が始まり、情報が電子化されるようになった。まだフロッピーでの運用が主でありインターネットなど無かった。我社も、このころからやっと EDI に対応すべく情報管理に動き出したのである。

然しながら取扱品目の中心である生花は、生鮮品であり他の一般の商品とは異なり流通形態・方式・管理での差が大きくある事もあり遅々として情報化が進まなかった。

このため、EDI 化の時流からは大きく遅れてしまった業種である。そのような状況のなかでも EDI 化の流れは確実にやって来た。

1990 年に“せり時計”を導入し、せりを機械化したことにより、これを期に、生花の卸売市場業界は市場統合が進み“機械せり”化が進んできた。平成 9 年に兵庫県生花㈱大阪営業所でも、機械せりを導入することになった。従来の機械せりではなくパソコンの画面をスクリーンに投影し、機械せりを実現させるという当時としては画期的なものであった。兵庫県生花㈱も順次 EDI 化されてきた。情報管理、運用とはなかなか言えたものではなかったが確実に進んでいった。

さらに、インターネットを利用した“ネット販売”が開始されるようになり、情報管理および運用の必要性から EDI 化はさらに進んできた。また、この“ネット販売”と呼ばれる販売が取扱を伸ばしていった。これを利用することにより、電子データが双方向にリアルタイムで動作し、社員が“情報を使い始める”こととなり、パソコンが営業担当の机上に並び営業のツールとして不可欠になった。

兵庫県生花㈱ではさらに EDI 化を進める次の三事業を同時平行して実施してきた。

- ① 神戸市中央卸売市場東部市場花き部の荷受会社である、神戸生花卸売株式会社との合併
- ② 平成 20 年度 商物分離直接流通成果重視事業（電子商取引実証事業）の実施

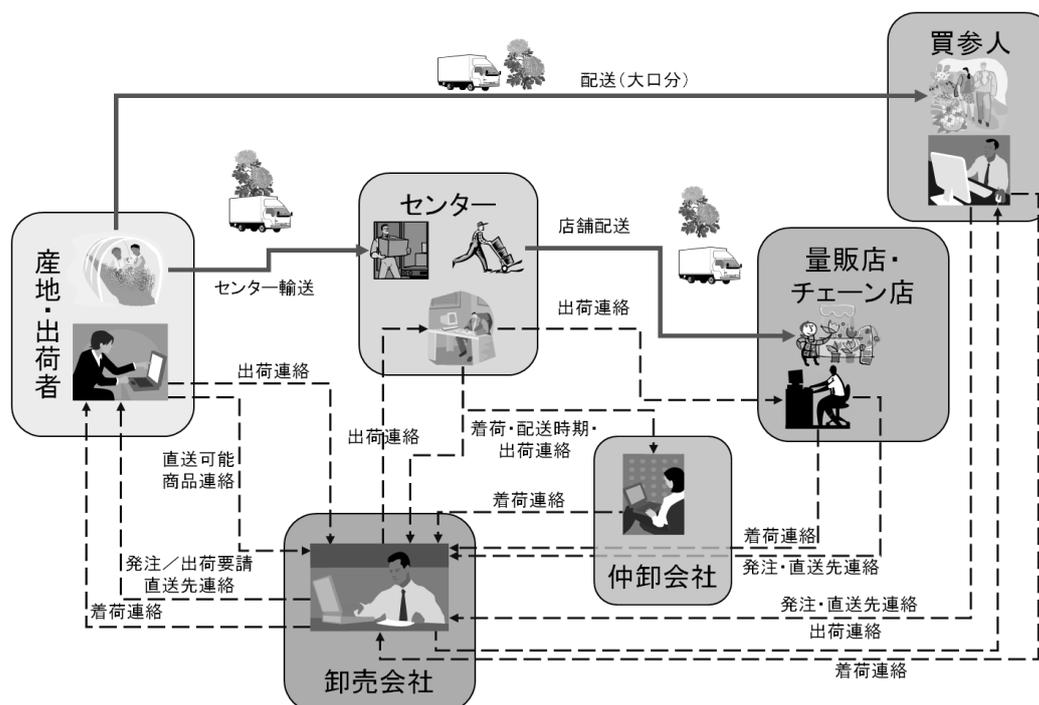
③ 花き産業総合認証プログラム MPS - GPA の認証

これらの三事業の実施こそが EDI 化の推進であった。

特に、財団法人食品流通構造改善促進機構様からの商物分離直接流通成果重視事業の実施にあたっては、生花卸売市場としての将来の“販売計画をたてる”ということの重要性を再確認させて頂き、情報管理、運用の必要性を実感した。出荷団体様（生産者様を含む）と事業実施の打合せをさせて頂くにあたり、生産計画から育成状況、出荷計画から出荷に至るまでの工程と情報管理を見せて頂き、卸売市場の責任を再認識させて頂いた。

〈システム概要〉

卸売市場法の改正に伴い、商物分離直接流通取引の実現が可能となった現状において、実需者からの価格低減要請に対応するため、出荷者から実需者までのトータル物流コストの削減を図ることを目的として、インターネットを活用した商物分離直接流通システムを構築し、卸売会社のみでなく、出荷者、買参人、仲卸会社、小売店・量販店を含めた花き流通全体でのコスト削減を図るとともに、コールドチェーンを切らない直接流通による商品のより高度な鮮度維持を実現するためシステムです。



システム概要図

〈包含している主要機能〉

1. ネット販売機能は、

Web 上に公開された入荷予定情報に対し、注文の申込を実施し、配送区分により直接配送を選択し直送扱いとします。

2. メール機能は、

出荷者、卸売会社、実需者間の情報交換を Web 上で実施。過去履歴の参照や卸売会社との情報共有を可能としています。



3. 取引情報参照機能は、

実需者他の購入実績や出荷者の出荷実績、市況情報をWEB画面上に実現し提供しています。

4. 情報公開機能は、

参加された出荷者が、自己PRを行なえる簡易HP作成機能を提供しています。



〈運用状況〉

本システムは、平成20年12月の実証試験時から現在に至るまで、兵庫県生花(株)において活用し続けている。

兵庫県生花(株)における全商品の取扱高から見ると、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0.06%程度であるが、実証試験の対象品目である小菊に限定して考察すると、数量ベースで1.0%以上が本システムで運用されている。

平成21年度においては、対象品目を小菊のみからフリージア等と季節商品に拡大しつつある。仲卸様、買参人様および量販店のバイヤー様等々からも物量の多い商品、また、物量の多い時期に関しては産地からの直接物流の要望も高まりつつあるため、今後さらに対象品目を拡大していくつもりである。

〈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ひ量の増大が必要である。

平成20年度の実績では、産地>買参人への大口物流の直送分のみの実績となっており、このパターンのみでは、生産者、買参人ともに大口の取引のみを取り扱えるところに限定されてしまい、システム概要に示しているセンター経由の取引を増大させることが必要となる。

兵庫県生花としては、システム面でより多くの生産者、買参人からの需要・供給数量の把握が可能となるように、仕組みの変更を行いこの取引形態の利便性を高め、より多くの生産者、買参人に利用していただくことを目指す必要がある。

〈事業実施に対する所感〉

事業実施によりEDIの取組みは、以前の人海戦術から効率的な物流システムに変化しようとしている。また、今回の商物分離直接流通成果重視事業システムと兵庫県生花(株)システムを連動させたことで弊社ネットワークへの産地(生産者様、出荷団体様)、仲卸様、買参人様および量販店のバイヤー様等々からのアクセスが増大しています。このことは取りも直さずコミュニケーションが活発になり、情報交換が活発になってきている証です。卸売市場のもつ情報に対する関心度があがってきている事につながっている。また、この結果が卸売市場の活性化にもつながっています。

〈MPS-GPAについて〉

MPS-GPA(Good Practice Auction)は市場工程管理認証を訳され、花き卸売市場としての社会的責任を果たす為の認証となっている。

この認証を受けるために、『鮮度管理、受入れ検査、保管管理、品質規格、物流、プロセスマネジメント、顧客への情報提供、中間品質検査、加工と処理、出荷、輸送、サプライチェーンにおける協力体制、在庫管理、トレーサビリティ、製品の品質管理事項、生産者との情報交換、

苦情処理、顧客満足度調査、社会組織、倫理、環境、従業員規定、トレーニング、衛生、安全管理、雇用の職務責任、権限と条件、改善マネジメント、文書管理保管』以上のことが遵守すべき要求事項です。

認証を受ける為に、『→各作業の洗い出し→見直し→基準化→文書化→記録→教育→監査→』といったプロセスを経る事になります。これらの過程が品質管理等の向上、コスト削減、業務の効率化へつながります。また、これらを継続することにより、より良い効果を上げることになります。

最後に、合併、MPS-GPA の取得、商物分離直接流通成果重視事業の実施が一気に EDI 化への取組みを進展させました。また、業界を取り巻く環境も取扱量、金額の減少傾向が続き、経費削減を進めるなか、非常に良い機会であり、チャンスを頂いたと感謝しております。

また、これらの相乗効果で川上（生産者様、出荷団体様）から川中（市場等の卸業者、仲卸業者様、買参人様、量販店様）、川下（小売店様、消費者の方々）へ情報提供が可能になり、まさしく担当者が情報を使えるようになってきたと思えます。



生鮮標準商品コードの維持管理等について

流通システム標準化事業（経済産業省委託事業：平成 18 年度～平成 20 年度）で策定された、流通システム標準のうち生鮮標準商品コードの維持管理について、本年 2 月より本格的に流通システム標準普及推進協議会（以下、流通 BMS 協議会）と生鮮取引電子化推進協議会（以下、生鮮 EDI 協議会）との事務局間協議を開始しました。

以下にその検討内容を紹介します。

■これまでの議論における課題の認識

- ◇ 流通システム標準化事業における成果物の著作権については、第一義的には全て経済産業に帰属する。
 - ◇ 生鮮標準商品コードについても、農林水産省の補助事業で策定したコードをベースにしているものの、改変後の完成したコードそのものについては、著作権者は経済産業省となる。→生鮮 EDI 協議会は、「生鮮標準商品コード」に対し、原作者として二次的著作物利用権を有する。
 - ◇ ただし、経済産業省は全ての著作権を行使しない（国有財産として管理しない）方針としていることから、その成果物については、特に経済産業省と流通 BMS 協議会との間で覚書等の書面による確認は行わずに、流通 BMS 協議会においてメンテナンス・改変を行うことになる。（不適切使用の抑止は商標登録により行う。）
 - ◇ 生鮮標準商品コードについても、流通 BMS 協議会において管理する他の成果物と同様の扱いとなるのが原則だが、その専門性・特殊性、また、精度向上の課題がまだ残っている等の理由から、生鮮 EDI 協議会において一括して管理することが望ましいとの結論で、青果・食肉・水産の各業界ともほぼまとまっている。
 - ◇ これは本来、流通 BMS 協議会において行うべきことを、生鮮 EDI 協議会の方にいわば「外注」していることになると言え、受ける側の生鮮 EDI 協議会としても、何らかのオーソライズされたものがなければ、管理する大義名分がないことになり、今後とも適切に管理・メンテナンスを行っていく上で、生鮮 EDI 協議会に対する求心力が働かないことになってしまうことにもなりかねない。
 - ◇ そこで、流通システム標準化事業の成果物である生鮮標準商品コードの管理に当たっては、生鮮 EDI 協議会において行うことを明確にするとともに、それをオーソライズすることを目的として、以下の手続きをとることとする。
- ◆ 上記課題に対して、流通 BMS 協議会と生鮮 EDI 協議会は事務局レベルでの折衝を実施し、商品コードの維持管理のみならず、今後の普及推進についても相互の役割を明確にした上で、

両協議会で「覚書」を締結し、連携を図っていくこととする。

■両協議会の検討内容

- ・ 生鮮標準商品コードの維持管理と普及推進に向けたタスクと役割分担（案）

2. 維持管理と普及推進に向けたタスクと役割分担(案)		役割分担	
		流通BMS協議会	生鮮協議会
1	生鮮標準商品コード体系の維持・管理 (桁数の決定 など)	○(*1)	△(*2)
2	生鮮標準商品コード(個々)の維持・管理 (新規商品の登録 など)		○
3	生鮮標準商品コードの公開	○	○
4	会員への周知	○	○
5	普及推進策の検討	継続検討(*3)	
6	課題・情報の共有	○(*4)	○(*4)

○:主体者として実施 △:検討参画、一部役割分担にて実施

タスクの概要

1 標準化事業 成果物の維持管理として、「生鮮標準商品コード体系」の維持管理を行う。
・CRの受付
・CRの審査、承認
・成果物の改変
・バージョン管理と公開

2 ペジブルコード等 従来の生鮮コードとの一意性確保のため、専門性を生かし生鮮標準商品コード(個々)の維持管理を行う。
・商品コードの新規登録等申請の受付
・申請の審査、承認
・商品コードの改変
・バージョン管理

3 最新の生鮮標準商品コードをホームページなどで公開する。

4 生鮮標準商品コードの存在、新たな運用制度などについて会員への周知を図る。

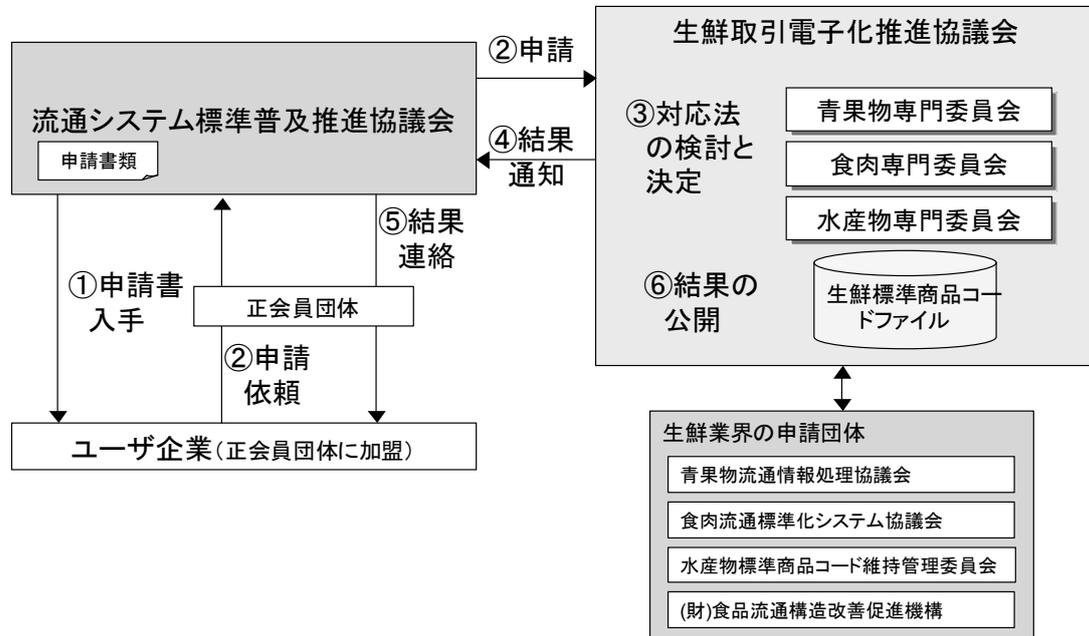
5 生鮮標準商品コード普及推進のための施策を検討する。
・使用事例調査
・容易に検索できる手法・ツール提供の検討
・ガイドラインほかツールの整備 など

6 生鮮標準商品コードならびにコード体系の現状、課題等についての情報を相互に共有する。

© 2010 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved 2

2. 維持管理と普及推進に向けたタスクと役割分担(案)																																																																																																																																																																																																																																																																																		
<p>タスクに関する補足</p> <p>※タスク1とタスク2の相違（青果標準商品コードでの例）</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>＜青果標準商品コード<13桁コード展開(抜粋)＞</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>標準品名</th> <th>規格(単位)</th> <th>4922</th> <th>30100</th> <th>0</th> <th>0</th> <th>0</th> <th>0</th> <th>0</th> <th>0</th> <th>0</th> <th>0</th> <th>0</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>りんご</td><td>標準(ハーフ) S</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr> <tr><td>りんご</td><td>標準(ハーフ) M</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>0</td><td>3</td><td>8</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>標準(ハーフ) L</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>0</td><td>4</td><td>5</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>標準(ハーフ) 2L</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>0</td><td>5</td><td>2</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>標準(ハーフ) 3L</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>0</td><td>6</td><td>9</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>標準(ハーフ) 4L以上</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>0</td><td>7</td><td>6</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>標準(ハーフ) その他</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>0</td><td>9</td><td>0</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>標準(ハーフ) S</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>1</td><td>0</td><td>0</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>標準(ハーフ) M</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>1</td><td>3</td><td>7</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>標準(ハーフ) L</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>1</td><td>4</td><td>4</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>標準(ハーフ) 2L</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>1</td><td>5</td><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>標準(ハーフ) 3L</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>1</td><td>6</td><td>8</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>標準(ハーフ) 4L以上</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>1</td><td>7</td><td>5</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>標準(ハーフ) その他</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>1</td><td>9</td><td>0</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>1/2本</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>2</td><td>0</td><td>5</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>1/2本 S</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>2</td><td>2</td><td>9</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>1/2本 M</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>2</td><td>3</td><td>6</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>1/2本 L</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>2</td><td>4</td><td>3</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>1/2本 2L</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>2</td><td>5</td><td>0</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>りんご</td><td>1/2本 3L</td><td>4922</td><td>30100</td><td>0</td><td>2</td><td>6</td><td>7</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> </div> <div style="width: 45%;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>「生鮮標準商品コード体系」として流通BMS協議会が主体的に維持・管理を実施する領域 (タスク1)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・桁数の決定 ・項目属性、タイプなどの決定 ・新規項目の追加 など </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>「生鮮標準商品コード」として生鮮協議会が主体的に維持・管理を実施する領域 (タスク2)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・個々の商品コードの追加 ・ペジブルコードとの整合性の確保 ・未使用コードの削除 など </div> </div> </div> <p>© 2010 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved 3</p>		標準品名	規格(単位)	4922	30100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	りんご	標準(ハーフ) S	4922	30100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	りんご	標準(ハーフ) M	4922	30100	0	0	3	8						りんご	標準(ハーフ) L	4922	30100	0	0	4	5						りんご	標準(ハーフ) 2L	4922	30100	0	0	5	2						りんご	標準(ハーフ) 3L	4922	30100	0	0	6	9						りんご	標準(ハーフ) 4L以上	4922	30100	0	0	7	6						りんご	標準(ハーフ) その他	4922	30100	0	0	9	0						りんご	標準(ハーフ) S	4922	30100	0	1	0	0						りんご	標準(ハーフ) M	4922	30100	0	1	3	7						りんご	標準(ハーフ) L	4922	30100	0	1	4	4						りんご	標準(ハーフ) 2L	4922	30100	0	1	5	1						りんご	標準(ハーフ) 3L	4922	30100	0	1	6	8						りんご	標準(ハーフ) 4L以上	4922	30100	0	1	7	5						りんご	標準(ハーフ) その他	4922	30100	0	1	9	0						りんご	1/2本	4922	30100	0	2	0	5						りんご	1/2本 S	4922	30100	0	2	2	9						りんご	1/2本 M	4922	30100	0	2	3	6						りんご	1/2本 L	4922	30100	0	2	4	3						りんご	1/2本 2L	4922	30100	0	2	5	0						りんご	1/2本 3L	4922	30100	0	2	6	7					
標準品名	規格(単位)	4922	30100	0	0	0	0	0	0	0	0	0																																																																																																																																																																																																																																																																						
りんご	標準(ハーフ) S	4922	30100	0	0	0	0	0	0	0	0	0																																																																																																																																																																																																																																																																						
りんご	標準(ハーフ) M	4922	30100	0	0	3	8																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	標準(ハーフ) L	4922	30100	0	0	4	5																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	標準(ハーフ) 2L	4922	30100	0	0	5	2																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	標準(ハーフ) 3L	4922	30100	0	0	6	9																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	標準(ハーフ) 4L以上	4922	30100	0	0	7	6																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	標準(ハーフ) その他	4922	30100	0	0	9	0																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	標準(ハーフ) S	4922	30100	0	1	0	0																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	標準(ハーフ) M	4922	30100	0	1	3	7																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	標準(ハーフ) L	4922	30100	0	1	4	4																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	標準(ハーフ) 2L	4922	30100	0	1	5	1																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	標準(ハーフ) 3L	4922	30100	0	1	6	8																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	標準(ハーフ) 4L以上	4922	30100	0	1	7	5																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	標準(ハーフ) その他	4922	30100	0	1	9	0																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	1/2本	4922	30100	0	2	0	5																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	1/2本 S	4922	30100	0	2	2	9																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	1/2本 M	4922	30100	0	2	3	6																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	1/2本 L	4922	30100	0	2	4	3																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	1/2本 2L	4922	30100	0	2	5	0																																																																																																																																																																																																																																																																											
りんご	1/2本 3L	4922	30100	0	2	6	7																																																																																																																																																																																																																																																																											

・生鮮標準商品コードの追加申請等のフロー（案）



■流通システム標準普及推進協議会 第6回運営委員会

平成 22 年 3 月 2 日に開催された運営委員会の審議事項として、「生鮮標準商品コードの維持管理について」が議論され、上記の内容で覚書に向けて流通BMS協議会と生鮮EDI協議会で協議していくことが了承されました。

【今後の予定】

覚書の締結は、生鮮EDI協議会の総会が開催される6月を予定

◇流通システム標準普及推進協議会からのお知らせ◇

■流通BMS ロゴマークについては、使用許諾制度が流通BMS協議会で承認され、(財)流通システム開発センターにて2010年2月1日より正式運用が開始されました。

*流通BMS ロゴマークとは

流通BMS ロゴマークは、流通BMSの法的・制度的な整備活動の一環として商標登録された標章である。ロゴマークは、その使用を許諾されたIT関連製品・サービスが流通BMSに適合していることを示す識別子として効力を発揮する。併せて、流通BMSで定めて標準を維持した適切な利用を促進すること、違反事例など不適切な利用を抑制していくことを目的としている。

商標は、法人格を持たない流通BMS協議会に代わり、(財)流通システム開発センターが登録と管理にあたっている。

(流開センターニュース 第168号から引用)

■生鮮標準商品コードの維持管理について、今後、流通BMS協議会と生鮮取引電子化推進協議会で「覚書」の制定に向けて協議することが第6回運営委員会です承されました。

■運営委員会委員の交代

(財)食品流通構造改善促進機構からの委員について、柏木参与の退職により2月1日から三宅専務理事が委員となりました。

【生鮮 EDI 関係の会議等の開催状況】

(平成 22 年 1 月～3 月)

流通システム標準普及推進協議会 第 5 回運営委員会

日 時：平成 22 年 1 月 20 日 (水) 15:00 ～ 17:00

場 所：流通システム開発センター 会議室

食肉流通標準化システム協議会 第 2 回専門部会

日 時：平成 22 年 2 月 22 日 (月)

場 所：流通システム開発センター 会議室

流通システム標準普及推進協議会 第 6 回運営委員会

日 時：平成 22 年 3 月 2 日 (火) 14:30 ～ 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 生鮮取引電子化セミナー

日 時：平成 22 年 3 月 5 日 (金) 13:00 ～ 16:00

場 所：東京会場 南青山会館 大会議

生鮮取引電子化推進協議会 生鮮取引電子化セミナー

日 時：平成 22 年 3 月 12 日 (金) 13:00 ～ 16:00

場 所：大阪会場 大阪市中央卸売市場本場 大ホール

次世代 EDI 推進協議会 普及研修会

日 時：平成 22 年 3 月 24 日 (水) 13:30 ～ 17:00

場 所：機械振興会館 会議室

編集後記

○ 料理人を対象とした新たな顕彰制度が平成22年度から創設されます。農林水産省では、日本の「食」や「食材」、「食文化」の素晴らしさや奥深さ、その魅力に誇りとこだわりを持ち続け、生産者や食品産業と「協働」した様々な取組を通じ、これらの伝承、発展、利用、普及に関わってきた各界の料理人等を顕彰する、「食の名匠」授与制度を創設するとしています。

○ 当協議会の平成22年度の理事会、総会は、6月10日（木）に銀座東武ホテルにおいて開催します。会員の皆様方には追って、開催案内を送付させていただきますので、万障繰り合わせの上ご出席下さるようお願いいたします。

○ 当協議会の柏木事務局長が本年1月末をもって、定年退職となりました。本年6月の定例理事会および総会まで食流機構の三宅 均専務理事に事務局長代行をお願いし、引き続き協議会活動を推進して参ります。

(H・N)