

---

---

## 平成23年度 通常総会 会長挨拶



生鮮取引電子化推進協議会  
会長 鈴木 邦之  
(横浜丸中青果株式会社 取締役会長)

本日は会員の皆様にはご多忙のところ、生鮮取引電子化推進協議会 平成23年度通常総会にご出席いただき有り難うございます。

また、農林水産省総合食料局流通課から山田商業調整官、並びに財団法人食品流通構造改善促進機構の馬場会長のご臨席を賜り厚く御礼申し上げます。

はじめに、この度の東北地方太平洋沖大地震により被災されました方々には、謹んでお見舞いを申し上げますとともに、被災地における一日も早い復旧・復興を心よりお祈り申し上げます。

さて、近年、消費者の利便性志向や安全・安心志向が強まっています。食品物流においても環境負荷の低減など、新たな課題にも適切に対応していく必要があります、これまで以上の高度の食品物流機能を発揮しうるシステムの構築が求められています。

卸売市場をめぐっては、最近の情勢の変化に的確に対応し、その機能を十分に発揮していく観点から、平成27年度を目標年度とする第9次卸売市場整備基本方針が平成22年10月に策定・公表されました。

この基本方針においては、コールドチェーンシステムの確立、公正かつ効率的な取引の確保、食の安全や環境問題等への対応、卸売市場間の機能・役割分担による効率的な流通の確保、卸・仲卸業者の経営体質の強化、戦略的な視点を持った市場運営の確保などが柱となっております。

また、農林漁業の振興等を図り、食料自給率の向上等に寄与することを目的に、いわゆる、6次産業化法が平成23年3月1日に施行されました。

この農山漁村6次産業化対策事業に係る平成23年度予算では、農林漁業者の加工・販売への取組促進、農山漁村に由来する資源の活用促進および国内市場活性化などが計上されています。

当協議会においては、その予算の中で、「加工・調製や地場製品の流通等に関する調査」事

---

---

業に現在、応募中ですが採択されましたら、会員企業・団体の協力を得て当事業を実施いたします。

生鮮商品の取引の効率化に欠かせない生鮮標準商品コードについては、流通システム標準普及推進協議会と協力して維持管理を行うことを内容とした「覚書」を平成22年7月に締結し、両協議会のホームページで公開して実運用を開始しました。

平成22年度の主な活動としては、農林水産省の補助事業に応募した結果、「次世代流通情報インフラ調査事業」が採択され、関係団体等の協力を得て実施しました。

その他、生鮮取引電子化セミナーは「卸売市場における EDI の推進」をテーマとした講演会を仙台、東京、大阪の3カ所で開催し、全国から多数の方の出席をいただきました。

また、会員の資質向上のための事業として先進事例見学を2カ所で実施し、さらに、会員相互の勉強会等における講師派遣等の支援を6件行っております。

本年度の協議会活動においても、食流機構の事業活動や食品流通業界の動向等を踏まえ、取引の電子化を推進するための諸活動を積極的に推進していきたいと考えています。

以上、本年度も会員の皆様方のご支援・ご協力をお願い申し上げ、簡単ではございますが私の挨拶と致します。



---

---

## 平成23年度通常総会の概要

平成23年度通常総会が下記のとおり開催されましたので、その概要についてご報告します。

総会には来賓として、農林水産省総合食料局流通課 山田商業調整官および財団法人食品流通構造改善促進機構 馬場会長にご臨席いただきご挨拶を賜りました。

規約により鈴木会長が議長となり、議事次第に基づき議案審議を行い、各議案とも原案どおり承認されました。

なお、総会終了後、同会場において「食品流通の構造変革と今後の戦略課題」と題して、一般社団法人日本卸売協会理事長 宮下 正房氏の特別講演を開催しました。

(特別講演の概要については、次号第53号で紹介します。)

- 日 時 平成23年6月16日 (木)
- 場 所 コートヤード・マリOTT銀座東武ホテル 桜の間 (A)
- 出席数 68会員 (委任状による出席を含む)

### ■次 第

#### 第1部 総 会 13:00～13:55

1. 開 会
2. 会長挨拶
3. 来賓挨拶

農林水産省総合食料局流通課 山田 啓二商業調整官  
財団法人食品流通構造改善促進機構 馬場 久萬男会長

4. 議長の選出
5. 議事録署名人の選出
6. 議 案

- 第1号議案 平成22年度事業報告及び収支決算報告
- 第2号議案 平成22年度繰越金の処分 (案)
- 第3号議案 平成23年度事業計画 (案) 及び収支予算 (案)
- 第4号議案 役員の改選 (案)
- 第5号議案 その他

7. 閉 会

#### 第2部 講演会 14:10～15:30

演題：食品流通の構造変革と今後の戦略課題

講師：一般社団法人日本卸売協会 理事長 宮下 正房氏

## 平成 22 年度 事業報告

(平成 22 年 4 月 1 日～平成 23 年 3 月 31 日)

### 1. 事業概要

平成 22 年度において当協議会の活動範囲を広げるため規約の一部改正を行い、農林水産省等の生鮮 EDI 等に関する公募事業に応募することとし、その結果、農林水産省補助事業「次世代流通情報インフラ調査事業」が採択され、関係団体等の協力を得て実施しました。

生鮮商品の取引の効率化に欠かせない商品コードについては、流通システム標準化事業で整備した生鮮標準商品コードを流通システム標準普及推進協議会と協力して維持管理を行うことを内容とした「覚書」を平成 22 年 7 月に締結し、両協議会のホームページで公開して実運用を開始しました。

また、流通ビジネスメッセージ標準（流通 BMS）を導入（導入予定を含む。）している企業数は、平成 23 年 4 月現在、小売業 86 社、卸売業・メーカー 121 社となっており、着実に普及が進んでいるものと思われます。

協議会の主な活動としては、生鮮取引電子化セミナーは「卸売市場における EDI の推進」をテーマとした講演を 3 か所で実施し、先進事例見学は「株式会社ハローズ」および「倉敷青果荷受組合」の 2 か所で実施しました。また、会員相互の勉強会等における講師派遣等の支援を 6 件行いました。

### 2. 事業内容

#### (1) 生鮮取引電子化セミナーの開催

生鮮取引電子化セミナーは、会員、関係団体等の協力を得て仙台、東京および大阪の 3 か所で次のとおり実施しました。

##### 【会場・開催日】

会場	開催日	参加者
【仙台】 仙台市中央卸売市場本場	平成 22 年 11 月 12 日(金)	42 名
【東京】 農林水産省共済組合南青山会館	平成 23 年 3 月 4 日(金)	50 名
【大阪】 大阪市中央卸売市場本場	平成 23 年 3 月 11 日(金)	44 名

##### 【講師・講演テーマ】

講師	講演テーマ
酪農学園大学 酪農学部 食品流通学科 教授 細川 允史 氏	卸売市場における情報システム化の現状と今後の課題
東京都水産物卸売業者協会 参与 中 幸雄 氏	今、市場流通に求められる情報機能とは何か！

\* 講師および講演内容は各会場共通

---

---

## (2) 先進事例の見学

取引電子化等の先進事例の見学・勉強会は、次の2カ所において実施しました。

1) 株式会社 ハローズ（岡山県都窪郡早島町）

・実施日：平成22年11月15日（月）（参加人員：36名）

EDIシステムは、①流通BMS、②富士通の「chain Flow」による独自フォーマットシステム、③CSV（テキストデータを用いたWeb-EDIシステム）の3つの様式で行われており、取引先の事業規模にほぼ対応している。また、生鮮商品については、独自の「Fresh Web」というパッケージで運用している。

（詳細は、会報第50号を参照）

2) 倉敷青果荷受組合（倉敷市西中新田）

・実施日：平成22年11月16日（火）（参加人員：39名）

「洗浄殺菌カット野菜」のブランドで商品化したカット野菜は、組合の全売上高65億円のうち17億円（約26%）を占める。取引の電子化は約4割が流通BMSによるWeb-EDIシステムで、テキストデータのCSV方式を採用している。また、約3割が特定の得意先とのオンライン受注システムで行われている。

（詳細は、会報第51号を参照）

## (3) 会報の発行

会報「生鮮EDI」を季刊（年4回）で発行し、主な内容は以下のとおり。

◆第48号（22年6月発行）

総会の概要、次世代流通情報インフラ調査事業の紹介、スーパー業界における流通BMSへの取組（ユニー（株））、平成21年度「我が国産業界におけるEDI／電子タグ実態調査」の結果報告 等

◆第49号（22年9月発行）

企画運営委員会の概要、SEICAを活用した「顔が見えるPOS端末」情報ニーズの把握、青果物・水産物の流通段階別経費・価格形成の状況 等

◆第50号（22年12月発行）

生鮮取引電子化セミナーにおける講演の概要、先進事例見学会の概要、商品規格情報管理から企業間情報連携を考える、生鮮標準商品コードの公開について 等

◆第51号（23年3月発行）

生鮮取引電子化セミナーにおける講演の概要、生鮮取引電子化セミナー開催状況（アンケート集計結果）、次世代流通情報インフラ調査事業成果報告（サマリー版）、先進事例見学会の概要、 等

以上の他、協議会の諸活動等について紹介しました。

## (4) EDI普及資料の作成、配布

◆協議会PR用パンフレットの作成・配布

各種セミナー・会議等において配布し、協議会の事業内容の紹介とともに新たな会員の加入案内を行いました。（1,000部作成）

◆ 食品流通ハンドブック(食流機構作成)の配布

食品流通に関する総合的な統計資料集 2010年版(食品流通ハンドブック)を会員に配布しました。

◆ 平成 22 年度次世代流通情報インフラ調査事業報告書

農林水産省補助事業で実施した次世代流通情報インフラ調査事業報告書を会員に配布しました。

**(5) 講師派遣等協力**

生鮮 EDI に関する会員相互の勉強会のほか、平成 22 年度からは会員の業界における関心事項の講演会等についても支援対象を拡充して、次のとおり講師派遣費等の支援を行いました。

**【講師派遣等実績】**

主催者	開催日時	開催場所	講師	研修内容
全国青果卸売協同組合連合会	平成22年7月27日	仙台市	(株)農経新聞社 社長 宮澤 信一 氏	「本当にできるか? 青果仲卸の生き残り」
(社)日本食肉市場卸売協会	平成22年8月25日	千代田区	東京大学大学院 准教授 中嶋 康博 氏	ポストモダン型食料消費と食料政策 —これからの流通を考える手掛かりとして—
(社)日本食肉市場卸売協会	平成23年2月9日	千代田区	北里大学獣医学部 教授 吉川 泰弘 氏	BSEの現状と日本の課題について
全国魚卸売市場連合会 (新潟県水産物卸売市場協会)	平成23年2月22日	長岡市	新潟県農林水産部水産課 指導普及係長 河村 智志 氏	新潟県の水産物流通について
(社)全国青果卸売市場協会	平成23年2月22日	福岡市	情報システム(株) 常務取締役 大谷 淳一 氏	EDI取引を含めこれからの地方市場のあり方
全国魚卸売市場連合会	平成23年2月25日	港区	明海大学 教授 山下 東子 氏	魚消費と魚文化について

**(6) 生鮮標準商品コードの維持管理業務**

流通システム標準化事業で整備した、生鮮標準商品コードの維持管理業務については、流通システム標準普及推進協議会と協力して行うための「覚書」を平成 22 年 7 月に締結しました。

現在、生鮮標準商品コードを広く関係業界において活用できるよう、当協議会および流通システム標準普及推進協議会のホームページで公開するとともに商品コードの追加申請等の様式を掲載しています。

**(7) 農林水産省補助事業「次世代流通情報インフラ調査事業」の実施**

本事業では加工食品を対象商材とし、製造業、卸売業、小売業にいたる製・配・販の流通三層における、バーコード技術や電子商取引といった流通情報インフラの利用による商品情報管理について、特に中堅・中小企業の現状把握に努め、業務の効率や最適化に向けた方向性についての提言をまとめました。

---

---

### 3. 諸会議の開催

#### (1) 理事会

日 時 平成 22 年 6 月 10 日（木） 11：30～12：30  
場 所 コートヤード・マリオット銀座東武ホテル「桜の間 B」

#### (2) 通常総会

日 時 平成 22 年 6 月 10 日（木） 13：00～14：00  
場 所 コートヤード・マリオット銀座東武ホテル「桜の間 A」

#### (3) 企画運営委員会

##### 【第 1 回】

日 時 平成 22 年 5 月 10 日（月） 15：00～17：00  
場 所 （社）日本喫煙具協会 会議室

##### 【第 2 回】

日 時 平成 22 年 7 月 21 日（金） 15：30～17：00  
場 所 （社）日本喫煙具協会 会議室

## 平成22年度 収支決算書

(単位：円)

区 分	予 算 額	決 算 額	増△減額	備 考
I 収入の部				
1. 会費収入	10,390,000	9,840,000	△ 550,000	正会員 88→82 賛助会員 9
2. 事業収入	90,000	0	△ 90,000	(セミナー参加費)
3. 補助金収入	35,833,000	33,408,807	△ 2,424,193	次世代流通情報イン フラ調査事業
4. 利子収入	10,000	3,669	△ 6,331	うち、補助金収入に 伴う利子1,454円
5. 前年度繰越金	8,839,000	8,839,714	714	
収入合計	55,162,000	52,092,190	△ 3,069,810	
II 支出の部				
1. セミナー開催費	3,300,000	1,094,477	△ 2,205,523	3回開催
2. 先進事例視察費	900,000	431,038	△ 468,962	2カ所
3. 会報発行費	1,200,000	958,072	△ 241,928	4回発行
4. 資料発送費	640,000	213,548	△ 426,452	
5. EDI普及資料作成費	2,050,000	294,750	△ 1,755,250	PR用パンフ他
6. 講師派遣等協力費	1,500,000	369,820	△ 1,130,180	6件
7. 会議開催費	700,000	654,976	△ 45,024	総会、理事会 企画運営委員会
8. コード維持管理費	500,000	0	△ 500,000	(品目別専門委員会 開催なし)
9. 雑役務費	5,500,000	4,980,772	△ 519,228	賃金、消耗品等
10. 補助事業費	35,833,000	33,440,307	△ 2,392,693	補助金収入との差額 31,500円は会場借料
11. 予備費	3,039,000	0	△ 3,039,000	
支出合計	55,162,000	42,437,760	△ 12,724,240	
12. 次期繰越額	0	9,654,430	9,654,430	
総合計	55,162,000	52,092,190	△ 3,069,810	



## 平成23年度 事業計画

### 1. 事業方針

近年、消費者の利便性志向や安全・安心志向が強まっており、食品物流においても環境負荷の低減等、新たな課題にも適切に対応していく必要があり、これまで以上の高度の食品物流機能を発揮しうるシステムの構築が求められています。

このような中で、農林水産省において、平成27年度を目標年度とする第9次卸売市場整備基本方針が平成22年10月に策定・公表されました。この基本方針においては、ワールドチェーンシステムの確立、公正かつ効率的な取引の確保、食の安全や環境問題等への対応、卸売市場間の機能・役割分担による効率的な流通の確保等が柱となっています。

また、農林漁業等の振興等を図り、食料自給率の向上等に寄与することを目的に、「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」いわゆる6次産業化法が平成23年3月1日に施行されました。

この農山漁村6次産業化対策事業に係る平成23年度予算では、①農林漁業者の加工・販売への取組促進、②農山漁村に由来する資源の活用促進、③国内市場活性化などが計上されています。

当協議会においては、上記の中で生鮮EDI等に関する公募事業に応募し、会員企業・団体の協力を得て実施することとします。

一方、経済産業省が推進してきた流通業界全体の情報共有・交換の共通インフラとなる「流通ビジネスメッセージ標準」（流通BMS）は、本格的な普及段階を迎えており、生鮮標準商品コードについても、流通システム標準普及推進協議会と協力して維持管理し、取引の効率化に向けて商品コードの普及推進に積極的に取り組むこととします。

更に、食流機構の事業活動や流通業界の動向等を踏まえ、平成23年度においても取引の電子化等を推進するため、次の事業計画に基づく諸活動を積極的に推進していくこととします。

### 2. 事業計画

#### (1) 生鮮取引電子化セミナー等の開催

生鮮EDIを推進するに当たっての必要な事項および食品の流通等に関するセミナー等を東京、大阪の他1か所で開催する。

また、平成23年度は総会の開催に合わせて、食品の流通等に関する講演会を実施する。

---

---

## (2) 先進事例見学

生鮮 EDI 等に関する先進事例の見学・勉強会を 2 ヶ所で開催する。

## (3) 会報の発行（4 回）

協議会の活動連絡、EDI 導入事例の紹介、流通ビジネスメッセージ標準（流通 BMS）の動向およびその他生鮮 EDI の普及・推進に必要な情報を提供するため会報を四半期ごとに発行する。

## (4) EDI 普及資料の作成、配布

会員に対する情報提供として、先進的な技術・EDI 導入事例など取引電子化等に関する参考資料を作成、配布する。

## (5) 講師派遣等協力

生鮮 EDI に関する会員相互の勉強会等のほか、会員の業界における関心事項についての講演会等に対して講師派遣等の支援を行う。

## (6) 生鮮標準商品コードの維持管理業務

流通システム標準化事業で整備した、生鮮標準商品コードの維持管理業務については、流通システム標準普及推進協議会と協力して行い、取引の効率化に向けて普及推進に取り組む。

## (7) 農林水産省等の公募事業への応募

農林水産省その他の関係省庁等の生鮮 EDI 等に関する公募事業に応募する。

平成 23 年度は、農林水産省の公募事業「卸売市場の機能高度化に係る調査事業のうち加工・調製や地場産品の流通等に関する調査」について応募し、会員企業・団体の協力を得て実施する。

## (8) その他

- 1) 「流通システム標準普及推進協議会」での決定事項および活動内容等についての情報提供を行う。
- 2) 協議会ホームページの更新を行い、会員への情報提供を充実する。

【第3号議案】

平成23年度 収支予算

(単位：千円)

区 分	前年度予算額	平成23年度 予 算 額	対前年度 増 △減	備 考
I 収入の部				
1. 会費収入	10,390	9,690	△ 700	正会員 88→81 賛助会員 9→8
2. 事業収入	90	30	△ 60	セミナー参加費
3. 補助金収入	35,833	10,000	△ 25,833	加工・調製や地場製品の 流通等に関する事業
4. 利子収入	10	5	△ 5	
5. 前年度繰越金	8,839	9,654	815	
収入合計	55,162	29,379	△ 25,783	
II 支出の部				
1. セミナー開催費	3,300	3,300	0	3回開催
2. 先進事例視察費	900	900	0	2カ所
3. 会報発行費	1,200	1,200	0	4回発行
4. 資料発送費	640	640	0	
5. EDI普及資料作成費	2,050	2,000	△ 50	
6. 講師派遣等協力費	1,500	1,500	0	15件
7. 会議開催費	700	700	0	理事会、総会 企画運営委員会
8. コード維持管理費	500	500	0	品目別専門委員会
9. 雑役務費	5,500	5,500	0	
10. 補助事業費	35,833	10,000	△ 25,833	加工・調製や地場製品の 流通等に関する事業
11. 予備費	3,039	3,139	100	
支出合計	55,162	29,379	△ 25,783	

## 平成23年度 役員の改選

### 副会長

(人事異動)

(新) キューピー 株式会社 取締役広報室長 古舘 正史 氏

(旧) 同 前 常務取締役広報室長 島 家時 氏

(退 任) 社団法人日本食肉加工協会 副理事長 竹内 一三 氏

### 理 事

(人事異動)

(新) 社団法人新日本スーパーマーケット協会 専務理事付 調査役 尾池 稔 氏

(旧) 同 専務理事 三浦 正樹 氏

(退 任) 社団法人日本給食サービス協会 専務理事 堀内 春男 氏

### 監 事

(新) 社団法人全国青果卸売市場協会 専務理事 清水 武久 氏

(旧) 同 前 専務理事 篠埜 賢治 氏

---

---

## 平成23年度 役員名簿

### 会 長

鈴木 邦之 横浜丸中青果株式会社 取締役会長

### 副会長

小川 修司 社団法人日本ボランティア・チェーン協会 会長  
金山 秀範 全国農業協同組合連合会 園芸農産部次長  
島岡 勤 日本生活協同組合連合会 常務理事  
関本 吉成 東都水産株式会社 代表取締役社長  
古舘 正史 キューピー株式会社 取締役広報室長  
三上 敏典 東京青果株式会社 取締役情報システム部長

### 理 事

上村 健二 全国青果物商業協同組合連合会 専務理事  
尾池 稔 社団法人新日本スーパーマーケット協会 専務理事付 調査役  
大森 敏弘 全国漁業協同組合連合会 漁政部長  
尾崎 健 社団法人全国中央市場水産卸協会 専務理事  
茅沼 茂實 社団法人全国中央市場青果卸売協会 専務理事  
木村 元治 財団法人日本食肉流通センター 理事  
齋藤 壽典 社団法人大日本水産会 常務理事  
齋藤 充 日本果物商業協同組合連合会 専務理事  
西岸 芳雄 日本花き取引コード普及促進協議会 企画調査部長  
村井 光治 全国水産物商業協同組合連合会 専務理事  
村瀬 史郎 全国青果卸売協同組合連合会 専務理事  
横田 一利 社団法人日本花き卸売市場協会 常務理事

### 監 事

清水 武久 社団法人全国青果卸売市場協会 専務理事  
花澤 達夫 財団法人食品産業センター 専務理事

---

---

# 生鮮 EDI 等に関する勉強会を支援します

## —趣旨—

会員が EDI を理解し、利用・普及することを目的として開催する会員相互の勉強会や、会員がその取引先関係者を対象に EDI 等に関する会合を開催する場合および会員の業界における関心事項についての講演会等に対して、下記のとおり講師派遣費等を対象に協議会として支援します。

## 記

### 1 支援対象

- ◇ 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、以下同様）
- ◇ 会員が取引関係者に対して行う EDI に関する会合への講師派遣費
- ◇ 会員の業界における関心事項についての講演会等への講師派遣費
- ◇ 上記会合等で、講師が必要とするプロジェクター等の備品借料
- ◇ 会場借料については、原則として対象外とします。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ます。

### 2 支援の範囲

- ◇ 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。
- ◇ 支援金額（旅費、謝金）の支給方法は、協議会の基準に基づきます。

### 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

- ◇ 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、会員の指定する口座に該当金額を振り込みます。

\* 個別企業または単協等で勉強会を計画する場合は、所属の協議会会員である全国団体を通じてお申し込みください。所属が不明の場合は、協議会事務局までお問い合わせください。

\* 申請書、報告書の様式は、協議会ホームページからダウンロードしてください。  
<http://www.ofsi.or.jp/kyougikai/member/haken/haken-index.htm>

---

---

## アメリカにおける食品の原産国表示

生鮮取引電子化推進協議会

事務局長 三宅 均

食品の原産地表示義務化の歴史は、浅い。我が国では、1996年に青果物5品目についてはじめて原産地表示の義務化が行われて以降、その範囲は逐次拡大し、2000年にはすべての生鮮食品が原産地表示の対象となり、次いで2006年10月以降20食品群の加工食品の原料原産地表示が義務付けられ、更に2010年10月には緑茶飲料とあげ落花生が追加されてきたのは、皆様ご案内のとおりである。また、今後も加工食品の原料原産地表示の義務化は、拡大していく方向にあると思われる。

それでは、アメリカは一体どうなっているのだろうか。アメリカでは、つい最近まで原産地表示の義務化は行われていなかった。この辺の事情を CBS ニュースの報道記事でみていきたい。

まず、原産国表示ルール（COOL ルールと呼ばれている。）が導入された2008年9月30日以前の記事に次のようなものがある。

“2007年7月18日付け記事「ディナーはどこから来るか——アメリカ人は、自分たちの食品はどこから来るのかもっと関心を持つべきだ」

CBS ニュースの輸送及び消費安全担当通信員ナンシー・コーデスによれば、食品チェーン店 Wegman's は、最近中国等から来る食料品に不安を持つ買物客から洪水のような質問が寄せられているという。

「私の好きな客は、豚がポークの切り身になる前に何を食べていたかを知りたいという女性だ。」と Wegman's フードマーケットの消費者問題担当副社長メアリー・エレン・バーリスは言う。

食品安全センターのジョー・メンデルソンのような専門家でも、自分の食べる食品がどこで作られたのかをはっきりさせることは必ずしも容易でないという。メンデルソンは、スーパー・マーケットで食品のパックを取りながら、「このスイカの産地がどこかは、これにステッカーが付いていないので、わからない。経験則からすれば、ペンシルベニアはマッシュルームの産地だし、たいていの野菜はカリフォルニア産だ。それにバナナは、アメリカでは生産しておらず、ほとんどは中央アメリカ産か、南アメリカ産だ。」と言う。

中国は、アメリカにほとんど果物も生鮮野菜も輸出していない。我々が輸入する野菜のうち64%はメキシコ産で、21%がカナダ産だということだ。

メンデルソンは、「理屈では、食品安全庁や輸出国政府がきちんと仕事をして、安全性を確

---

---

保していると期待されるが、現実には産地を確認しているわけではなくわからない。」という。

更に、農産物売場を離れて加工品となると、物事はもっと複雑になる。「この缶入りの緑豆を例にとると、この緑豆がどこで生産されたのか何の情報もない。私たちは、その缶入り緑豆がパックされた場所で、その緑豆が実際に生産されたと期待するだけだ。」と売場の通路を歩きながら同氏は言う。

シーフードは、法律で原産国表示を義務付けられている唯一の商品である。エクアドル産の養殖エビはあるが、南アメリカ産の養殖エビは別物で、そういう表示は注意を要すると同氏は言う。

ペットフードや歯磨き粉に対する不安が掻き立てられて以来、Wegman'sの店は商品納入業者に内容物に関する詳細情報の提供を求めたり、海外の産地の検査計画を出させたりしている。「中国やベトナムに限らず世界中に、良い業者もいれば、悪質な業者もいる。その業者を選別するのは、我々の責任だ。アメリカ人が生鮮食品を年間を通じて安く手に入れたいと望めば、海外からの輸入はどうしても必要だ。」と前述のバーリス氏は言う。”

この記事を読んでいて、そう言えばアメリカでペットの病気が中国からの原料を使ったペットフードが原因だということで大問題になったこと、また同じ時期にアメリカFDA（食品医薬品局）が中国製歯磨き粉に毒性物質が混入しているとして使用禁止警告を出したというニュースがあったことを思い出しました。

このようなこともあって、次のCBSニュースの記事にみるような食品の原産国表示制度の導入が行われるに至ったと考えられます。

“2008年9月30日付け記事「原産国表示を必要とする食品——食料品店は、牛肉、鶏肉、豚肉、果物、野菜その他の品目に原産国表示をしなければならない。」

本日から、米国農務省は、小売業者に対し次に掲げる様々な食品に原産国表示を義務付けることとした。それら食品は、次のとおり。

牛肉 (beef)、子牛肉 (veal)、羊肉 (lamb)、鶏肉 (chicken)、豚肉 (pork)、山羊肉 (goat)、天然及び養殖の魚介類 (wild and farm-raised fish and shellfish)、生鮮又は冷凍の果物及び野菜 (fresh and frozen fruit and vegetables)、ピーナッツ (peanuts)、ペカン (pecans)、高麗人参 (ginseng)、マカダミアナッツ (macadamia nuts)

魚介類を食べる人であれば、シーフードのカウンターですでに原産国表示ラベル見ているかもしれない。今後、同様の原産国表示ラベルが他の食品にも貼付されることとなる。

なお、これにはいくつかの例外がある。加工食品（ミートボール、ソーセージ、トマトソースなど）は新ルールでカバーされない。また、数品目を混合した食品（数種類の果物を使ったフルーツカップ、レタスやドレッシングのパックを入れたサラダミックス、袋入りのニンジン



---

---

や豆を混合した冷凍食品など) やロースト・ピーナツも含まれない。

新しい原産国表示規則 (COOL—country-of-origin-labeling) は、レストランや本日より前の日付で生産ないしパックされた食品には適用されない。また、原産国の表示は、その食品が生産された国の単位で表示するものとし、その国の州や地方ではない。(原産地ではなく原産国と訳した理由の一つ。米国内産の表示については、国産でも州産でも良いようだ。)

米国農務省は、今後6か月間小売事業者に対し COOL 規則の普及・教育を行うこととしている。”

さて、アメリカ人は、この原産国表示規則の導入をどのように感じ、あるいは評価しているのであろうか、その辺のところが窺われる次のような記事 (CBS ニュース) があるので、併せて紹介したい。

“2008年10月10日付け「原産国表示は消費者保護のため」

あなたは食料品店に行き、その野菜はどこで採れたのか、その肉の原産国はどこかなどと、何回くらい疑問に思ったことがあるだろうか。そう、もうそういう疑問を持つ必要はない。

買物客は、今後多くの食品がどこで生産されたのか分かるようになる。新しい法律は、生鮮及び冷凍野菜、ほとんどの肉やナッツに原産国表示をするよう求めていると、CBS ニュース通信員のミシェル・ミラーがレポートする。

新表示ルールは良いアイデアか？

「情報量が多いことは、常によいことだ。」とニュージャージー州ブルームフィールドのある買物客は言う。法律は、本来米国製品の振興を企図しているが、同時に消費者の利益にもかなうと、消費者ユニオンの食品政策専門家ジーン・ハロランは言う。

「消費者は、食品の原産国がどこなのか気に掛けている。消費者ユニオンが1年前に実施した調査によると、92%の消費者が彼らの購入する食品の原産国を知りたいとしていることが分かった。

食品事故が発生してスーパーマーケットがその食品を引き上げるような場合でも、新しい原産国表示ルールは、消費者を賢明に振る舞わせることになる。例えば、昨夏メキシコ産の唐辛子にサルモニア菌汚染の問題が生じたケースである。その後では、私たちはメキシコ産の唐辛子の購入を避け、別の国で生産された唐辛子を買うことができる。消費者は、必ず問題の生じた食品を避けたいと思うものだ。」と彼女は言う。(中略)

食肉については、2か国以上の表示のある製品を目にするかもしれない。例えば、メキシコで育成され、アメリカに輸出されてから加工処理されたものである。場合によっては、同じ食肉に異なる3か国もの表示があることもあり、これは混乱のもととなる。「やはり、原産国は一つのほうが良い。私が心配するのは、米国と同様の基準を持っていない国で生産された食肉かもしれないということである。」と言う買物客もある。

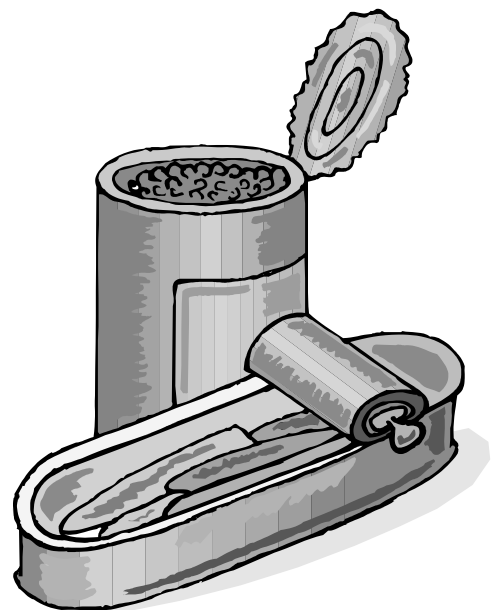
---

---

また、ソーセージのような加工食肉など多くの食品が、原産国表示を求められていない。例外があることは、少し混乱させる。例えば、生のカシューナッツには原産国表示が必要だが、ローストされたものには必要ない。冷凍野菜も原産国表示義務があるが、冷凍のミックスされた野菜は例外となっている。更に Spam(アメリカのホームル食品会社の販売するランチョン・ミート等の缶詰肉製品) は、時折ミステリー・ミートと呼ばれることがあるが、ミステリーのままでいることが許されている。即ち、例外扱いとなっている。

食料品店は、新表示規則に対応するために最長6か月間の猶予を与えられている。”

以上のとおり、アメリカにおける食品の原産国表示の状況をお分かりいただけたでしょうか。今後とも、原産国表示の動向がどのようなものになるか、引き続きウォッチしていきたいと思えます。



# 「平成 22 年度 EDI 実態調査」の結果報告

次世代 EDI 推進協議会  
事務局 水流 正英

## 1. EDI 実態調査の概要

### (1) 調査の目的

一般財団法人日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）及び次世代 EDI 推進協議会（JEDIC）では、国内企業の EDI の利用状況等を把握するとともに、EDI の普及拡大に資するため、平成8年度以降「EDI 実態調査」を実施している。「平成22年度 EDI 実態調査」（以下「EDI 実態調査」）では、従来の EDI に関する質問のほか、ビジネスインフラとしての業界標準 EDI に関わる状況なども調査対象とし、現在の EDI の利活用の状況や EDI を実施している取引先の業種や国・地域などを調査した。

### (2) 調査対象

EDI 実態調査の調査対象は、JEDIC の業界団体会員に所属する国内企業で、発送数2,943社、回収数533社、回収率18.1%であった。

### (3) 調査の方法

EDI 実態調査では、(株)三菱総合研究所（以下「委託先」）への委託の下、JEDIC 業界団体会員から調査対象企業にアンケート協力を依頼し、回収率の向上を図るという方法をとった。調査票の送付は、①電子ファイル（MS-EXCEL 形式）の調査票を電子メールにより送付する方式、②電子ファイルの調査票を回答者に Web サイトよりダウンロードしてもらう方式、③紙の調査票を郵送する方式のうち、各業界団体会員が要望する方式を選択した。一方調査票の回収は、委託先が FAX またはメールで回収する方式、JEDIC 業界団体会員が FAX またはメールで回収する方式のいずれかの方法で行った。

JEDIC 業界団体会員への調査協力依頼は平成22年11月から平成23年1月にかけて行った。調査票の発送及び回収は平成23年1月から2月にかけて行い、順次調査票の発送・回収を行った。

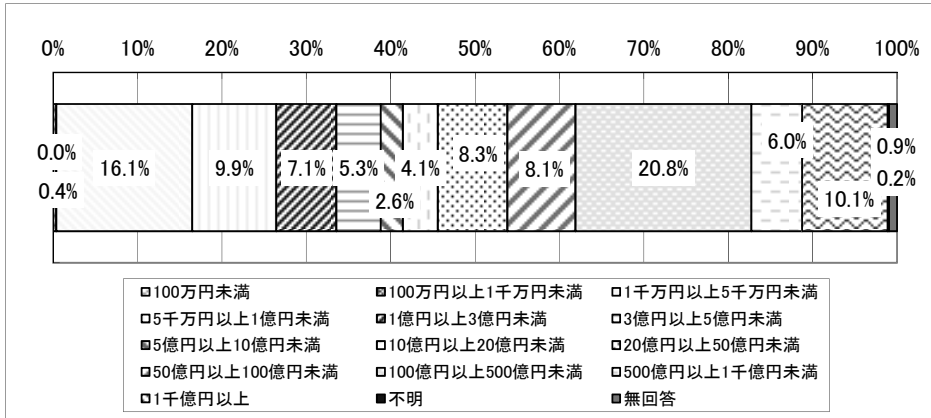
なお調査は回収率向上のため、全て選択式とし、回答企業から企業名や所属名などの情報をいただかないものとした。

### (4) 回答企業のプロフィール

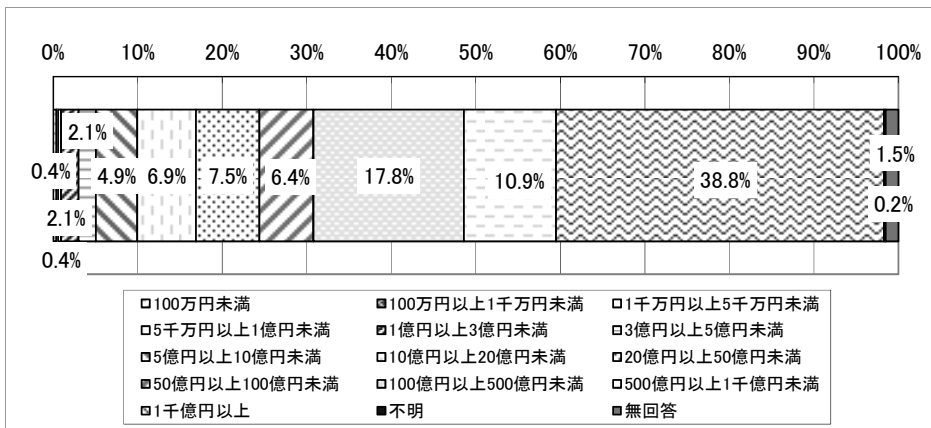
EDI 実態調査の回答企業の主要なプロフィールをみると、売上高では1,000億円以上の企業

が38.8%と最も多く、規模の大きい企業が回答企業の中心であった。また主たる事業としては、卸売業、電気機械器具製造業、電子部品・デバイス・情報通信機械器具製造業が多かった(図1)。

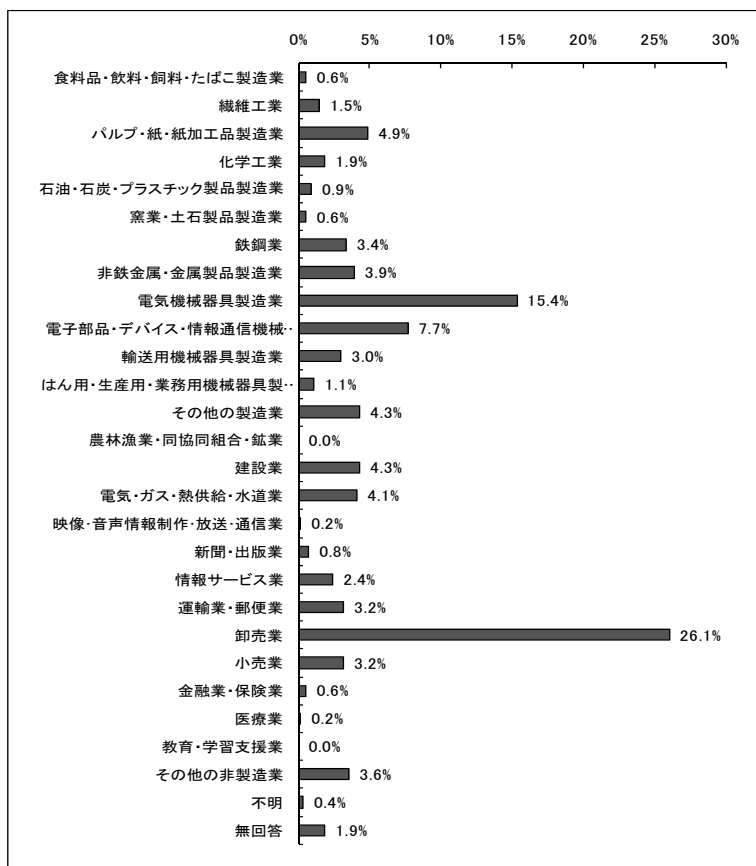
(1) 資本金



(2) 売上高



### (3) 主たる事業



(注)

1. 資本金、売上高、主たる事業にかかる設問の回答状況。
2. 資本金及び売上高は平成22年3月末の値。
3. 主たる事業とは売上に占める割合が最も高い事業。

図1 平成22年度 EDI 実態調査の回答企業の主なプロフィール

## 2. EDI 活用の実態

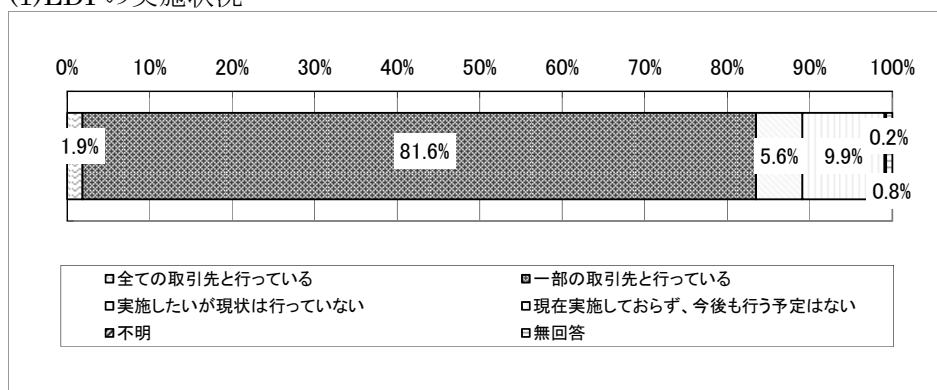
EDI 実態調査結果のうち主要なものをここでは紹介する。その他の調査結果については、JEDIC のホームページ<sup>1</sup>より公開されている報告書を参照していただきたい。

### (1) 業務面

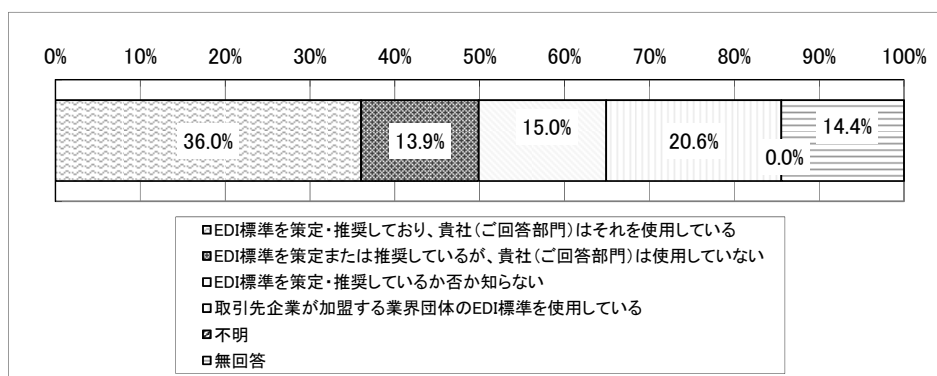
#### ① EDI の実施状況

国内企業との取引における EDI の実施状況は、「全ての取引先と行っている」と回答した企業が全体の1.9%、「一部の取引先と行っている」が同81.6%で、両者を合わせた割合は83.5%と80%を超えた。また回答企業が所属する業界の EDI 標準の状況をみると、「EDI 標準を策定・推奨しており、貴社（ご回答部門）はそれを使用している」が36.0%、「取引先企業が加盟する業界団体の EDI 標準を使用している」が20.6%で、両者の合計は56.6%と、当設問の調査開始（平成18年度）以降最も高い値となった（図2）。このようにほとんどの企業が EDI を利用しており、何らかの業界標準 EDI を利用している企業の方が多いという結果となった。

### (1) EDI の実施状況



### (2) 所属する業界の EDI 標準



(注) 国内企業との EDI の実施状況、所属する業界の EDI 標準にかかる設問の回答状況。

図 2 EDI の実施状況及び標準化状況

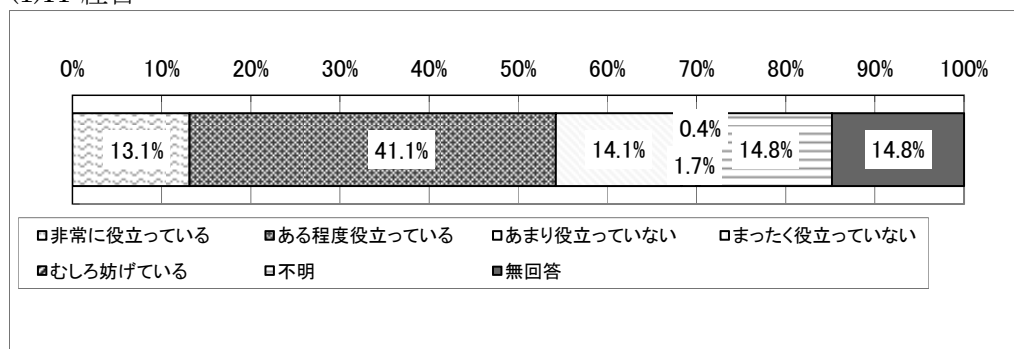
## ② EDI の導入効果

EDI の導入が「IT 経営」、「業務改革」、「売上げの拡大」に与える影響をみると、「IT 経営」に関する導入効果については、「非常に役立っている」が13.1%、「ある程度役立っている」が41.1%で、両者の合計が54.2%となった。また「業務改革」については、「非常に役立っている」が25.5%、「ある程度役立っている」が45.6%、両者の合計が71.1%となった。「売上げの拡大」については、「非常に役立っている」が7.9%、「ある程度役立っている」が35.8%、両者の合計が43.7%となった。このように、IT による全体最適化や業務効率化については EDI が役立っていると回答した企業が多かったが、収益改善まで導入効果が現れていると感じた企業は少なかった。

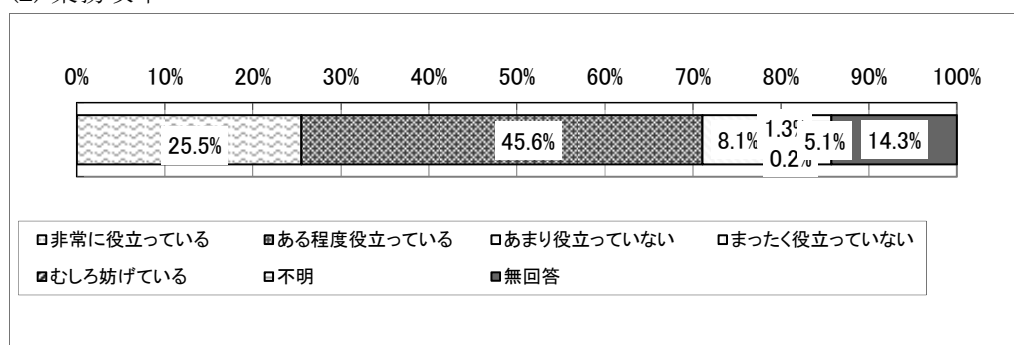
「売上げの拡大」について売上高規模別にみると<sup>ii</sup>、売上高50億円以上企業では「非常に役立っている」が11.2%、「ある程度役立っている」が46.7%、両者の合計が57.9%と、何らかの効果を感じている企業が半数を超えたのに対し、同50億円未満企業では「非常に役立っている」が1.3%、「ある程度役立っている」が21.8%、両者の合計が23.1%と、何らかの効果

を感じている企業の割合は3割に達していなかった。このため、規模の小さい企業において「売  
り上げの拡大」を享受できない企業が多かったことがうかがわれる（図3）。

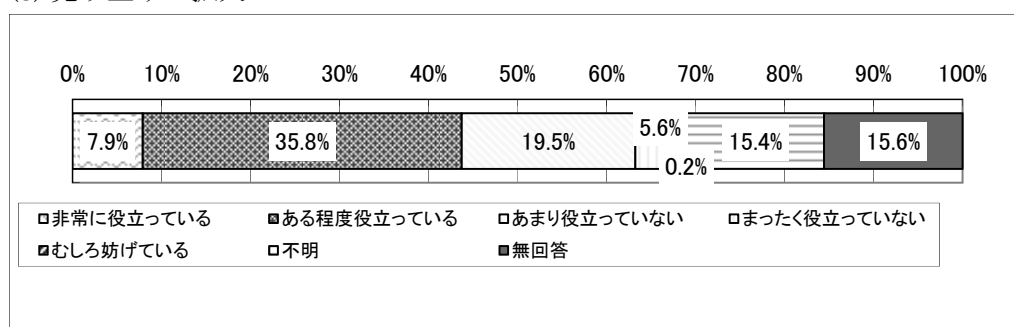
### (1) IT 経営



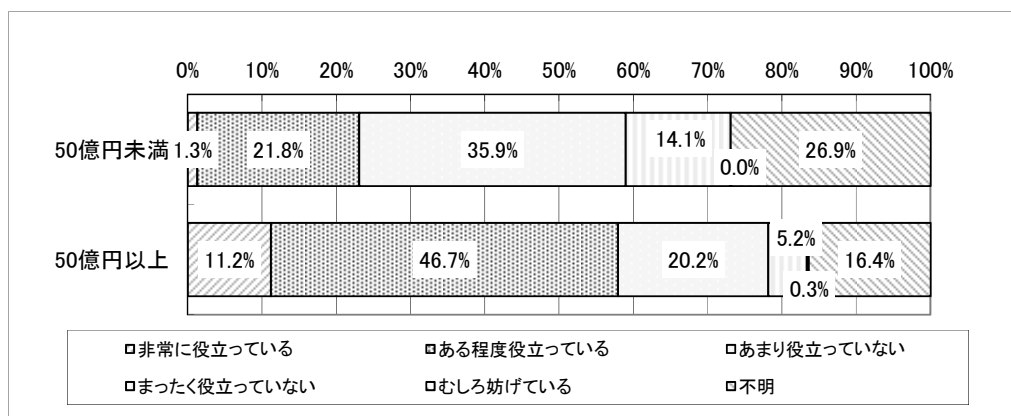
### (2) 業務改革



### (3) 売り上げの拡大



(4) 規模間比較（売り上げの拡大）



(注)

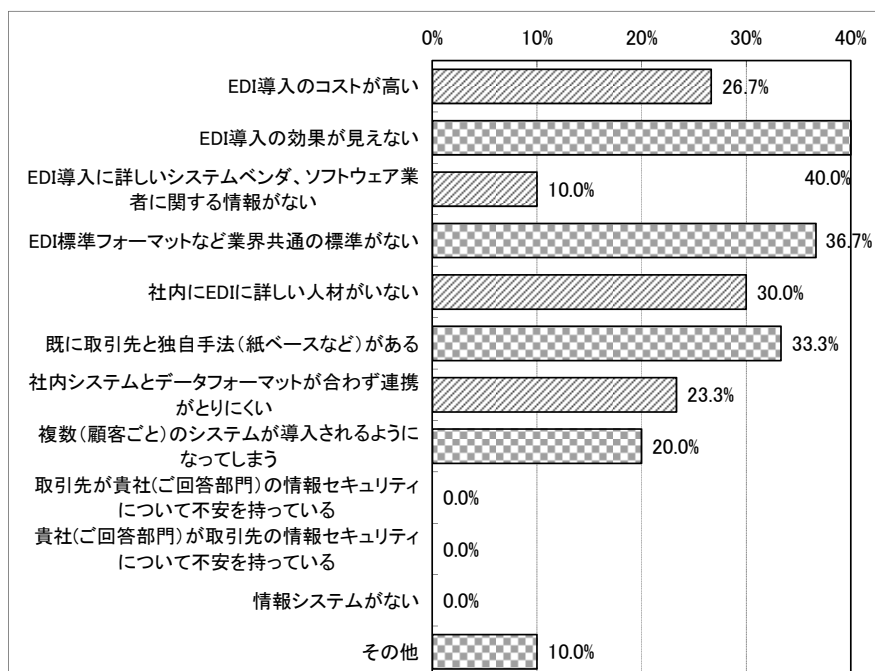
1. EDI 導入による各効果項目にかかる設問の回答状況。
2. 規模間比較では両者の差異を見やすくするため、分母から無回答を除いた割合を示している。

図 3 EDI の導入効果の状況

③ EDI の課題

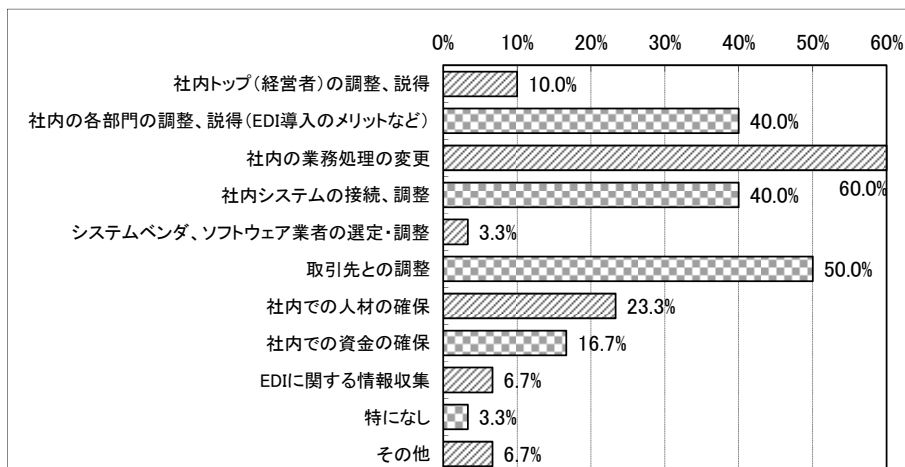
EDI の課題をみるため、EDI を導入しない理由をみると、「EDI 導入の効果が見えない」が 40.0%と最も高く、「EDI 標準フォーマットなど業界共通の標準がない」(36.7%)、「既に取り先と独自手法（紙ベース）がある」(33.3%)が続いた。またこれらか EDI を始めるに際しての障害をみると、「社内の業務処理の変更」(60.0%)、「取引先との調整」(50.0%)が多かった（図 4）。このことから、導入効果が見えないなか、標準化の遅れに伴う各種調整コストが存在することが EDI の課題と考えられる。

(1) EDI を導入していない理由





## (2) EDI を始める際の障害



(注)

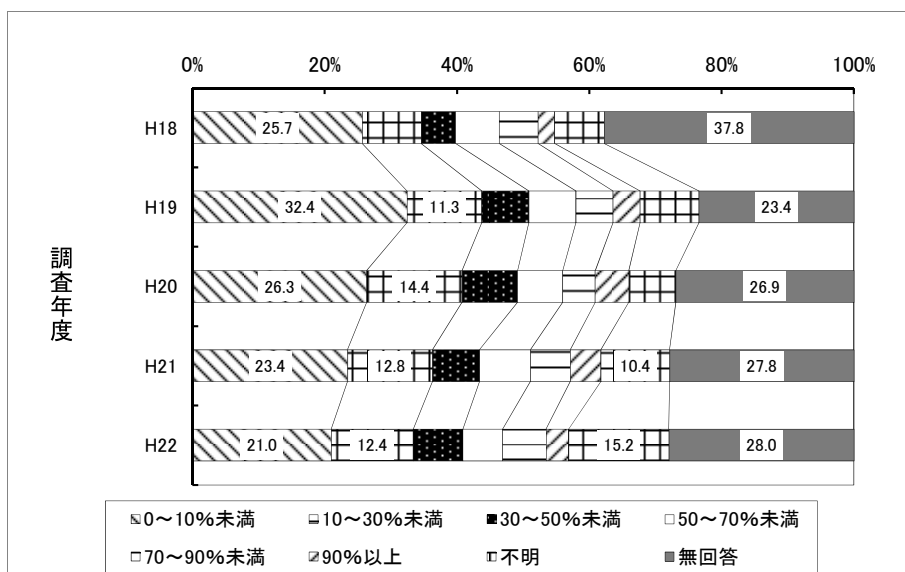
1. EDIを導入しない理由、及びこれからEDIを始める際の障害にかかる設問の回答状況。
2. いずれも国内企業とのEDIの実施状況にかかる設問において、「実施したいが現状は行っていない」と回答した企業を対象にした設問で、3つまで回答可。

図 4 EDI の課題の状況

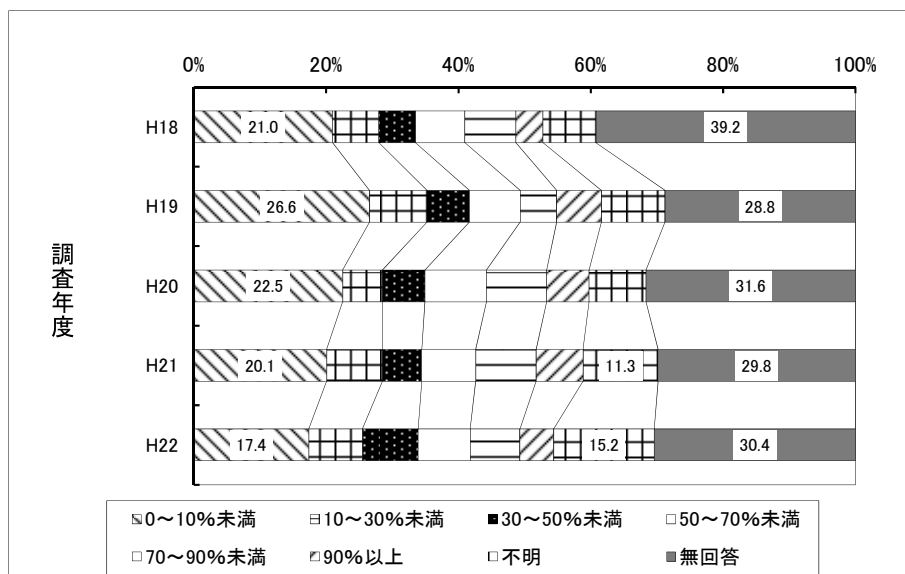
## ④ EDI 取引割合

全取引件数に占める EDI 取引を実施している取引件数の割合をみると、いずれも「無回答」を除くと、EDI 取引割合が「0～10%未満」と回答した企業の割合が最も高く、受注が21.0%、発注が17.4%となった。またこれまでの推移をみると、「0～10%未満」は平成19年度以降低下傾向をたどったのに対し、「90%以上」は平成20年度以降上昇傾向をたどった(図5)。このため、EDI 取引割合が上昇傾向をたどった可能性が高く、EDI の利用範囲が広がっていることがうかがわれる。

### (1) 受注件数



## (2) 発注件数



(注)

1. 受注件数の EDI 取引割合と発注件数の EDI 取引割合にかかる設問の回答状況。
2. 煩雑さを避けるため、10%未満の項目については数値ラベルを表示していない。
3. 各年度の EDI 実態調査報告書に基づき、事務局が作成。

図 5 EDI 取引先割合の推移

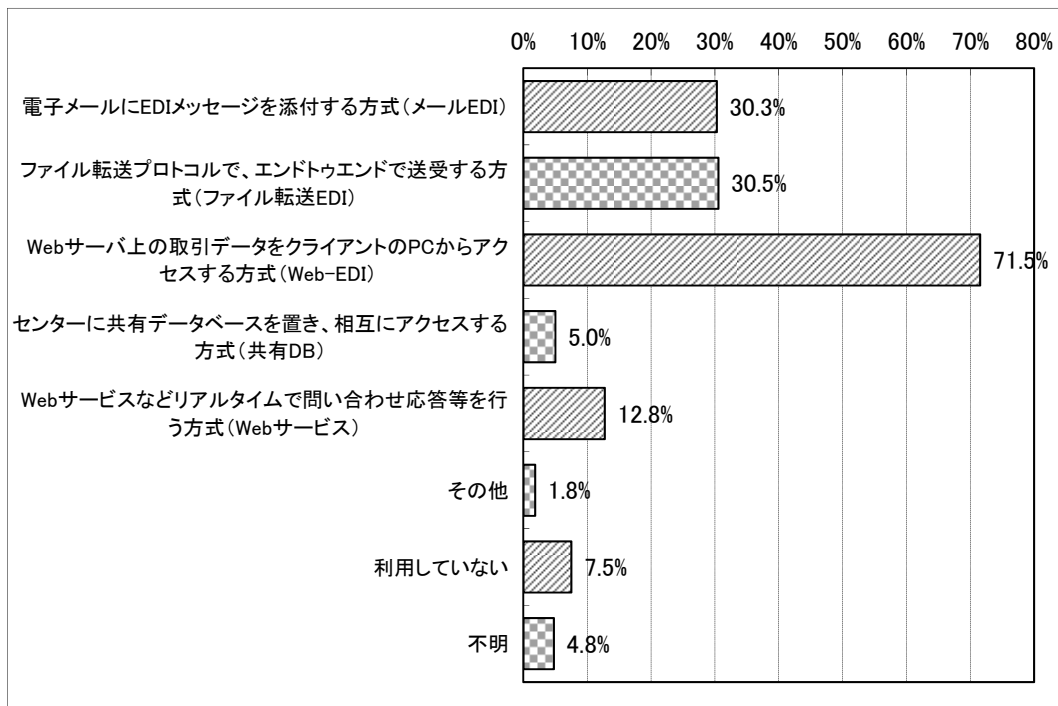
## (2) 技術面

### ①インターネット EDI の方式

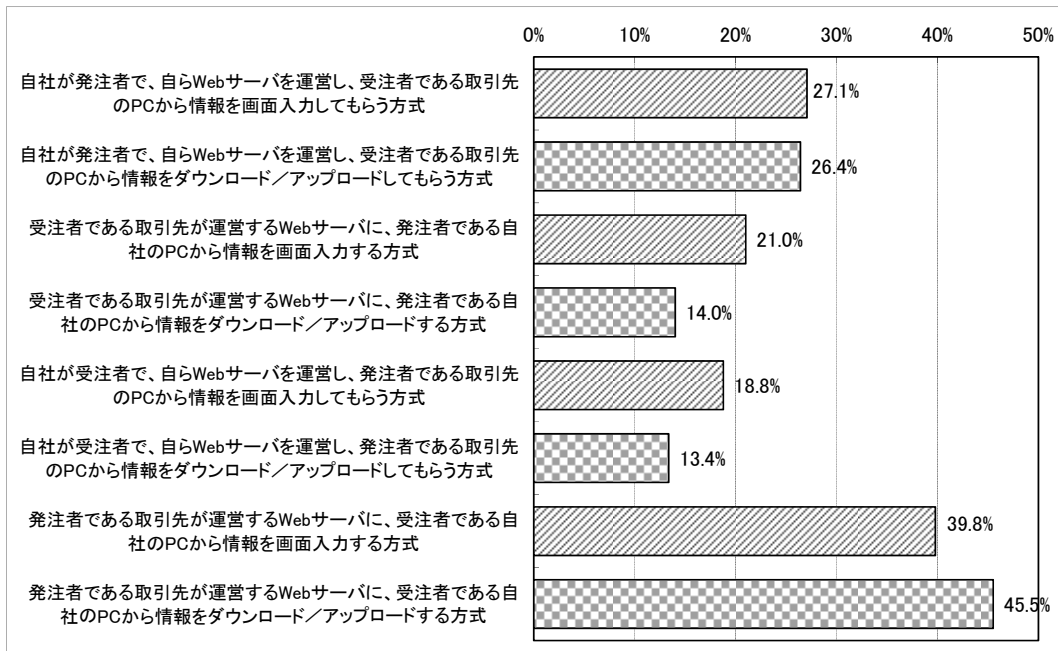
インターネットを使用した EDI の方式の状況をみると、「Web-EDI」が71.5%と最も高く、次に「ファイル転送型 EDI」(30.5%)、「メール EDI」(30.3%)が続いた。

Web-EDI の利用企業における具体的な方式の状況をみると、「発注者である取引先が運営する Web サーバに、受注者である自社の PC から情報をダウンロード/アップロードする方式」が45.5%と最も多く、次に「発注者である取引先が運営する Web サーバに、受注者である自社の PC から情報を画面入力する方式」(39.8%)が続いた(図 6)。このことから、インターネット EDI の中心は発注者が運営する Web サーバにアクセスする方式の Web-EDI であり、発注者ごとのデータ入出力項目や操作方法などが異なる多画面処理に直面している企業が少なくない可能性があると思われる。

(1) インターネット EDI の方式



(2) Web-EDI の方式



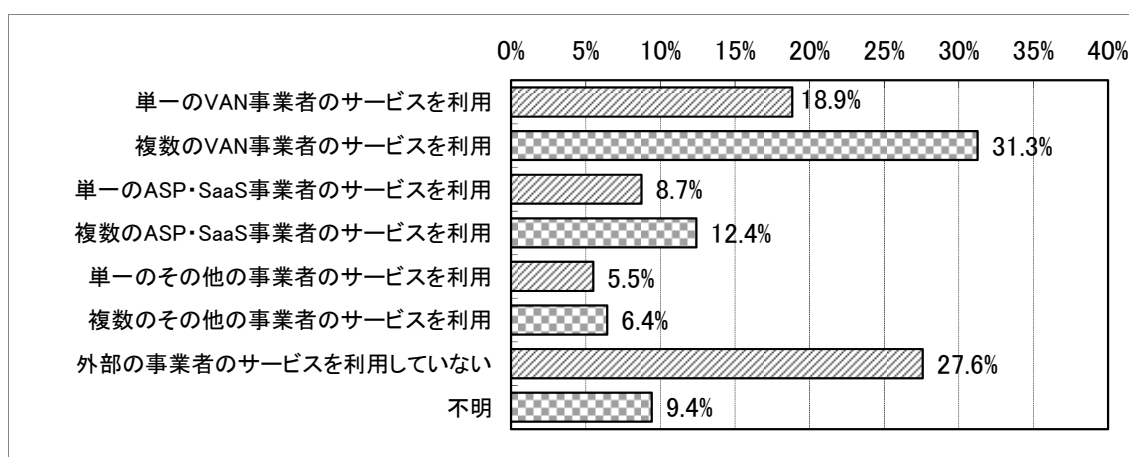
(注)

1. インターネット EDI の方式、及び Web-EDI の方式にかかる設問の回答状況。
2. インターネット EDI の方式にかかる設問は3つまで回答可。
3. Web-EDI の方式にかかる設問は、インターネット EDI の方式にかかる設問で「Web-EDI」と回答した企業が対象とした設問で、8つまで(すべて)回答可。

図 6 インターネット EDI の方式の状況

## ②外部サービスの利用状況

EDIの実施時におけるVAN事業者やASP・SaaS事業者などの外部サービスの利用状況をみると、「複数のVAN事業者のサービスを利用」が31.3%と最も多かった。またVAN事業者、ASP・SaaS事業者、その他事業者のそれぞれについて単一のサービス利用よりも複数のサービス利用が多かった。このため、外部サービスを利用してWeb-EDIを利用している場合、多画面処理に直面している企業が多い可能性が示唆される（図7）。



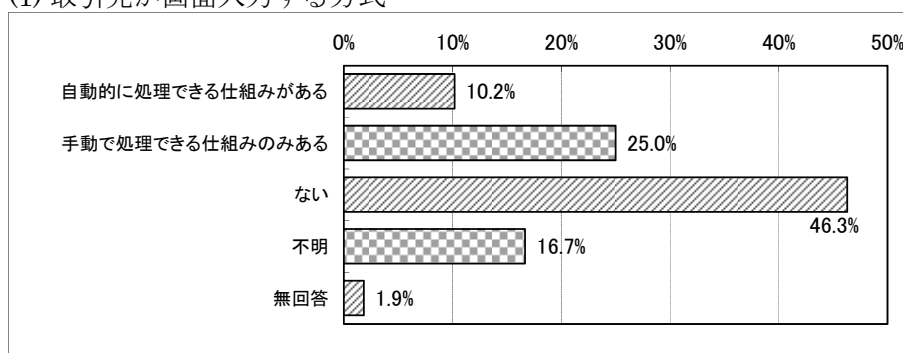
（注）EDIで利用する外部サービスに関する設問の回答状況（8つまで回答可）。

図7 外部サービスの利用状況

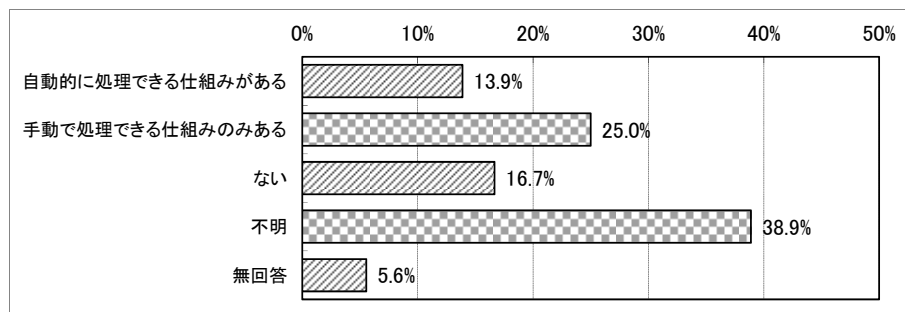
## ③画面入力方式のWeb-EDIにおけるダウンロード/アップロードの状況

画面入力方式のWeb-EDIの利用企業において、業界標準EDIメッセージのダウンロード/アップロードの状況をみると、まず取引先に画面入力してもらう方式では、「（取引先でアップロード、ダウンロードできる仕組みがない）」が最も多く、46.3%となった。「自動的に処理できる仕組みがある」は10.2%であった。一方自社が画面入力方式では、「手動で処理できる仕組みのみある」が最も多く（25.0%）、「自動的に処理できる仕組みがある」は13.9%であった（図8）。このことから、画面入力方式のWeb-EDIでは入力企業のシステムにデータを自動的に取り込む仕組みを設けているものは少なく、入力企業における運用負荷が大きくなっている可能性が懸念される。

### (1) 取引先が画面入力する方式



## (2) 自社が画面入力する方式



(注)

1. 画面入力方式の Web-EDI における業界標準 EDI メッセージのダウンロード/アップロードにかかる設問の回答状況。
2. 取引先に画面入力してもらう方式にかかる設問は、Web-EDI の方式にかかる設問で「自社が発注者で、自ら Web サーバを運営し、受注者である取引先の PC から情報を画面入力してもらう方式」または「自社が受注者で、自ら Web サーバを運営し、発注者である取引先の PC から情報を画面入力してもらう方式」を回答した企業が対象。
3. 自社が画面入力する方式にかかる設問は、Web-EDI の方式にかかる設問で「受注者である取引先が運営する Web サーバに、発注者である自社の PC から情報を画面入力する方式」または「発注者である取引先が運営する Web サーバに、受注者である自社の PC から情報を画面入力する方式」を回答した企業が対象。

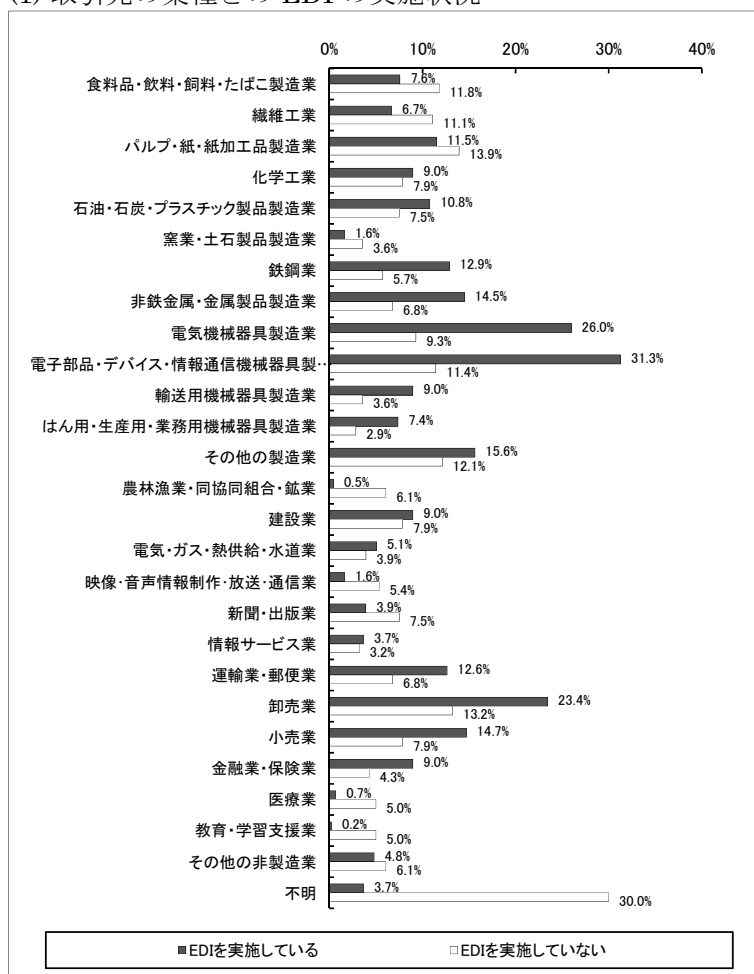
図 8 画面入力方式の Web-EDI におけるダウンロード/アップロードの状況

## 3. 異業種、海外との EDI の実施状況

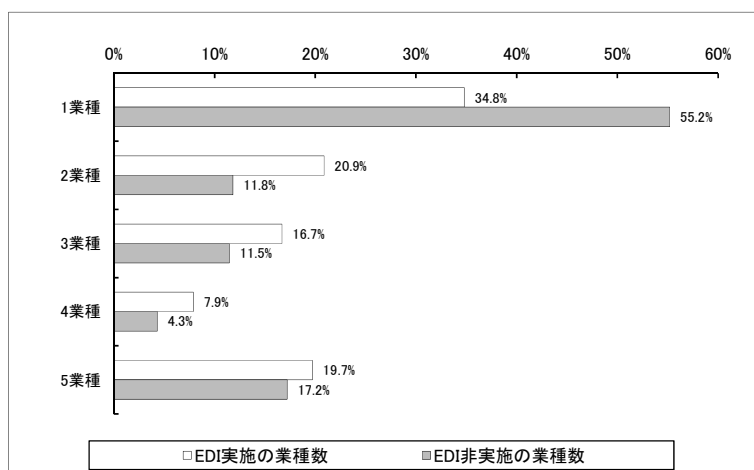
### (1) 取引先の業種との EDI 実施状況

回答企業の取引先の業種との EDI 実施状況をみると、EDI を実施している取引先の業種として「電子部品・デバイス・情報通信機械器具製造業」を回答した企業の割合が31.3%と最も多く、「電気機械器具製造業」(26.0%)、「卸売業」(23.4%)が続いた。また EDI の実施先として回答した業種数の分布状況をみると、「1業種」が34.8%と最も多いものの、半数以上の企業において複数の業種と EDI を実施しており、3業種以上の取引先と EDI を実施している企業(2業種以上の異業種の取引先と EDI を実施している企業)は44.3%となった(図 9)。

(1) 取引先の業種との EDI の実施状況



(2) EDI 実施 / 非実施の業種数



(注)

1. EDI を実施している取引先の業種に関する設問と、EDI を実施していない取引先の業種に関する設問の回答状況（いずれも5つまで回答可）。
2. 「(2)EDI 実施 / 非実施の業種数」は、1. の各設問において回答した業種の数、個票データを用いて事務局が独自集計作成。

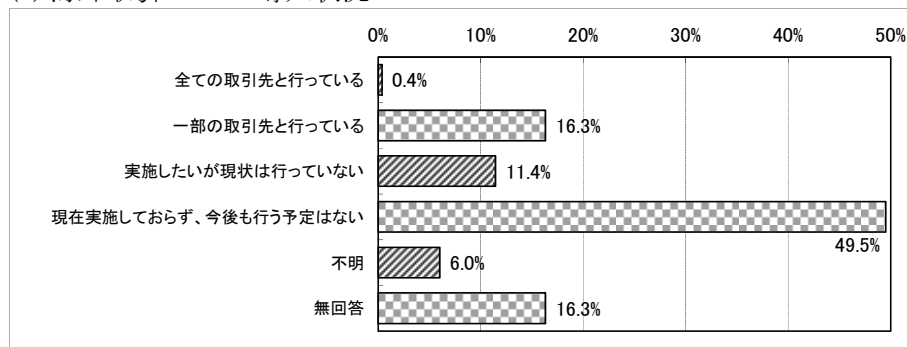
図 9 取引先の業種との EDI 実施状況

## (2) 国際性にかかる状況

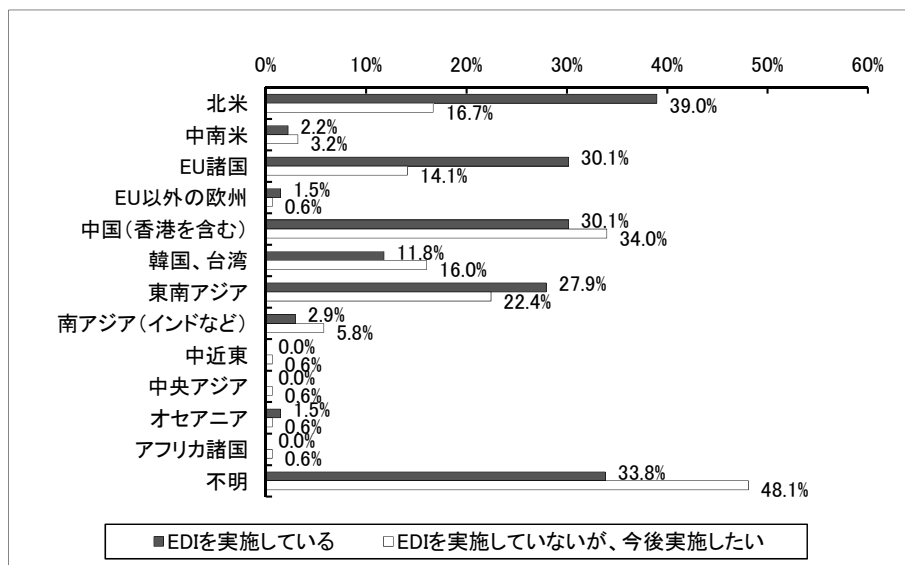
海外の国・地域の企業との取引における EDI の導入状況をみると、「全ての取引先と行っている」と回答した企業の割合が0.4%、「一部の取引先と行っている」が16.3%となり、両者を合わせた海外の企業と EDI を導入している企業は16.7%と、「実施したいが現状は行っていない」（11.4%）または「現在実施しておらず、今後行う予定はない」（49.5%）のいずれかを回答した企業の割合（60.9%）を大きく下回った。このため、海外の国・地域の企業との取引で EDI を導入している企業は、一部にとどまっていることがうかがわれる。

次に、取引先の国・地域との EDI 実施状況をみると、EDI を実施している国・地域としては、「不明」を除くと、「北米」を挙げる企業の割合が39.0%と最も高く、次に「EU 諸国」（30.1%）、「中国（香港を含む）」（30.1%）が続いた。一方、EDI を実施していない国・地域としては、「不明」を除くと、「中国（香港を含む）」が最も多かった。なお EDI を実施していない国・地域の中で、今後 EDI を実施したいと考えられている国・地域として「中国（香港を含む）」を挙げる企業が34.0%と、「不明」を除くと最も多かった。このことから、EDI の実施先としては北米や EU 諸国などの先進諸国が多いが、今後中国との EDI が広がる可能性があると思われる（図 10）。

(1) 海外取引の EDI 導入状況



(2) 取引先の国・地域との EDI 実施状況



(注)

1. 海外の国・地域の企業との取引における EDI の導入状況、及び EDI を実施している国・地域、EDI を実施していないが今後実施したい国・地域にかかる設問の回答状況。
2. EDI を実施している国・地域及び EDI を実施していないが今後実施したい国・地域にかかる設問は3つまで回答可。

図 10 海外の取引先との EDI 実施状況

4. おわりに

今回の調査からわかったことは、以下の通りである。

- ・ほとんどの企業が EDI を導入しており、何らかの業界標準 EDI を利用している企業の方が多い。
- ・EDI 取引割合は上昇傾向にあり、EDI 利用が広がっている。
- ・発注者の運営する Web サーバを利用した画面入力方式の Web-EDI の利用が多いことや、複数の ASP・SaaS 事業者のサービスの利用が多いことから、Web-EDI において多画面処理に直面している企業が少なくない。
- ・画面入力方式の Web-EDI では、EDI メッセージの自動ダウンロード/アップロード機能を提供しているものは少なく、この面でも Web-EDI の運用負荷が重くなっている。
- ・複数の異業種と EDI を利用する企業が半数以上ある。
- ・海外との EDI 利用は少ないが、対中国を中心に、今後海外との EDI の拡大する可能性が示唆される。

このように、EDI 利用の広がりを示唆する調査結果が得られる一方、Web-EDI における運用負荷の重嵩を示す結果も得られている。このため、JEDIC や各業界における業界標準 EDI の推進機関の役割は依然として重要であり、今後におけるこれらの活動及びその成果が注目される。

以上

<sup>i</sup> URL は、<http://www.jipdec.or.jp/dupe/jedic/index.html>。

<sup>ii</sup> 見やすくするため、ここでは分母から無回答を除いた割合で比較している。



---

---

2011年 3月 8日

流通システム標準普及推進協議会  
Web-EDI検討部会

## 「流通BMSにおけるWeb-EDI基本方針」について

Web-EDI検討部会は、Web-EDIに関するガイドライン策定を目的に2010年度に流通BMS協議会に設置された部会である。

2010年度に3回の部会を開催、「流通BMSにおけるWeb-EDIガイドライン（仮称）」の内容を検討してきた結果、

- ①Web-EDIの位置づけ
- ②Web-EDIの適応要件
- ③Web-EDIでの機能要件

について基本方針を策定した。

ただし、「ガイドライン」として成果物を公開するには、上記基本方針に基づき、要件、仕様の詳細規定を確定することが不可欠である。

特に

- ・Web-EDIの利用局面や運用を考慮した、順守すべき項目定義の詳細  
必須／任意区分の扱い、項目名称、ほか
- ・CSVファイル展開の詳細方法  
未使用項目省略の可否、項目並び順規定の要否、ほか

について、部会内部にとどまらず、実際の利用者、アプリケーションを開発・提供するITベンダー等多方面の意見を収集する必要があり、ガイドラインの完成・公開には更なる検討が必要と判断した。

については、個社仕様のWeb-EDI蔓延の抑制を図るべく、ここに「流通BMSにおけるWeb-EDI基本方針」を策定し公開する。

---

---

# 「流通BMSにおけるWeb-EDI基本方針」

流通システム標準普及推進協議会  
Web-EDI検討部会

## 1. 流通BMSにおけるWeb-EDIの位置づけ

### Web-EDIは流通BMS S-S型およびC-S型の補完手段である

1. Web-EDIは、中小流通業でS-S型、C-S型では流通BMS導入が困難な相対企業へEDIを普及させるための手段として位置づける。
2. 流通BMSは標準XMLスキーマを使用したS-S型およびC-S型を主とし、WEB-EDIはこれらの導入が困難な中小流通業に対し併用して提供する補完手段である。

よって補完手段であるWeb-EDIのみでEDIを提供してはならない。  
(相対企業におけるEDI選択肢を狭めてはならない)

## 2. 流通BMSにおけるWeb-EDIの適応要件

### Web-EDIを提供する場合は、標準XMLスキーマを使用した流通BMSのC-S型手順(JXサーバ)を同時に提供する。

1. 相対企業の選択肢を確保する意図から、Web-EDIのみを提供することを規制する。
2. 中堅以上の卸/メーカー側の要望の強い標準仕様の提供、送受信の自動化は、C-S型(またはC-S型ならびにS-S型)も同時に提供されることにより担保される。

## 3. 流通BMSにおけるWeb-EDIの機能要件

### Web-EDIでは流通BMSの各メッセージ内で使用されているデータ項目のみを使用する。

1. Web-EDIに流通BMSの枠組みを適用する。
2. 流通BMSのC-S型手順が提供されていることを前提に、Web-EDIの自由度、運用も尊重し、標準機能要件としてデータ項目は流通BMSの各メッセージ内で使用されているデータ項目のみとして、個別データ項目を追加して使用しない。

以上

## ◇流通システム標準普及推進協議会からのお知らせ◇

■平成23年度通常総会が4月26日に開催され、平成22年度事業報告および平成23年度事業計画が承認されました。

本年度においても正会員、支援会員と連携しながら、5月19日に設立した、「製・配・販連携協議会」との役割分担を明確にし、標準の適切な維持管理と機能の拡充、標準の導入推進に関わる活動に積極的に取り組むこととされています。

### 「製・配・販連携協議会」について

目的：消費財分野におけるメーカー（製）、中間流通・卸（配）、小売（販）の連携により、サプライチェーン・マネジメントの抜本的なイノベーション・改善を図り、もって産業競争力を高め、豊かな国民生活への貢献を目指す。

主催：（財）流通システム開発センターと（財）流通経済研究所が共同して実施する。

組織：総会（加盟企業の社長・会長・CEOなどトップマネジメント（代表者本人）、運営委員会、ワーキンググループ

■流通 BMS 導入社名公開企業数（平成23年6月1日現在）

#### 【小売業】

業態	計	導入済	導入予定
1. スーパー	71	57	14
2. 百貨店	9	3	6
3. ドラッグストア	4	1	3
4. ホームセンター	4	3	1
5. 生協事業連合	3	3	
合計	91	67	24

#### 【卸売業・メーカー】

業態	計	導入済	導入予定
1. 食品卸・飲料卸	48	48	
2. 菓子卸	17	12	5
3. 日用品化粧品卸	14	9	5
4. 医療品卸	6	4	2
5. アパレル・靴・卸・メーカー	12	11	1
6. 食品メーカー	18	16	2
7. 家庭用品 卸・メーカー	5	3	2
8. 包装資材 卸・メーカー	9	4	5
合計	129	107	22

■流通 BMS 協議会会員数（平成23年6月15日現在）

正会員 48団体

支援会員 158社

## 【生鮮 EDI 関係の会議等の開催状況】

(平成23年 4月～ 6月)

### 流通システム標準普及推進協議会 第4回運営委員会(平成22年度)

日 時：平成 23 年 4 月 12 日 (金) 15:00 ～ 17:00

場 所：流通システム開発センター 会議室

### 流通システム標準普及推進協議会 通常総会

日 時：平成 23 年 4 月 26 日 (木) 16:15 ～ 17:00

場 所：フロラシオン青山 会議室

### 食肉流通標準化システム普及推進協議会 総会

日 時：平成 23 年 5 月 17 日 (金) 15:00 ～ 17:00

場 所：流通システム開発センター 会議室

### 生鮮取引電子推進協議会 第1回企画運営委員会

日 時：平成 23 年 5 月 24 日 (火) 15:00 ～ 17:00

場 所：(社)日本喫煙具協会 会議室

### 次世代 EDI 推進協議会 総会

日 時：平成 23 年 5 月 27 日 (金) 14:00 ～ 17:00

場 所：TEPIA ホール 会議室

### 生鮮取引電子推進協議会 監事監査

日 時：平成 23 年 6 月 7 日 (火) 16:00 ～ 17:30

場 所：協議会事務局 会議室

### 流通システム標準普及推進協議会 第1回運営委員会(平成23年度)

日 時：平成 23 年 6 月 14 日 (火) 15:00 ～ 17:00

場 所：JJK 会館 会議室

### 生鮮取引電子推進協議会 理事会・通常総会

#### 理事会

日 時：平成 23 年 6 月 16 日 (金) 11:30 ～ 12:10

場 所：コートヤード・マリオット銀座東武ホテル

#### 通常総会

日 時：平成 23 年 6 月 16 日 (金) 13:00 ～ 14:00

場 所：コートヤード・マリオット銀座東武ホテル

## 編集後記

- 食流機構がホームページ内に開設した「食品の放射性物質検査データ」の検索サービスが注目を集めている。新聞報道においても読売、朝日の他日本農業新聞、農経新聞にも取り上げられ紹介されています。単に紙ベースでの情報を横流しするのではなく、消費者や流通業者等に正確に分かりやすく、安心・安全を伝えることが求められています。
- 東京スカイツリーの全ての照明器具に **LED** を採用するとの発表があった。特にライトアップに使用する2色の照明は、江戸紫を表現した雅（みやび）色、隅田川をイメージした淡い水色の粋（いき）色の2色を日替わりでライトアップするそうです。来年5月開業ですが、当協議会の事務室からの眺めが今から楽しみです。

(H・N)