

## 「生鮮EDI」第60号 目次

	ページ
● 平成25年度 通常総会 会長挨拶 .....	1
生鮮取引電子化推進協議会 会長 鈴木 邦之	
● 平成25年度 通常総会の概要 .....	3
● 平成25年度 通常総会特別講演会 講演録【抄出版】	
食品トレーサビリティ最新情報 /	
不可能を可能に変える理想の実現法.....	25
サトーホールディングス株式会社	
市場調査・企画室 白石 裕雄 氏	
● 昆虫をたべませんか! .....	32
生鮮取引電子化推進協議会 事務局長 三宅 均	
● 製品差別化に関する2つの考え .....	36
生鮮取引電子化推進協議会 事務局 村上 隆	
● 巻末コラム.....	41
生鮮取引電子化推進協議会 事務局 田中 成児	
● 協議会からのお知らせ.....	44
● 編集後記	

---

---

## 平成 25 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25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 食料産業局 食品製造卸売課から山田食料産業調査官、並びに公益財団法人 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。

さて、近年における食品流通を巡る状況を見ますと、長引く景気低迷や国民のライフスタイルの変化等を反映して、中食や惣菜など利便性の高い食品や、価格の割にお値打ち感のある食品に対する消費者の志向が高まっているように感じます。また、このところのいわゆるアベノミクスによる円安株高で、景気回復への期待や資産効果などから高級品の需要も回復傾向にあるようです。

このように経済・社会ともに激しく変化する時代の中で、その時々消費者ニーズに的確に対応して、低コストで効率的な物流や商取引の円滑化を実現していくとともに、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、これまで以上に効率的な食品流通機能を発揮し得るシステムの構築が求められています。

農林水産省では、昨年3月に「食品産業の将来ビジョン」を公表し、その中で IT 等を活用した合理的なフードチェーンの構築における重要課題として、取引の電子化等による一層のコスト削減や、卸売市場を含むフードチェーンの各段階の事業者間で、IT を活用した情報伝達の円滑化が謳われております。また、現在、日用雑貨、アパレル、医薬品、加工食品など業種横断的に流通 BMS（流通ビジネスメッセージ標準）が EDI のデファクトとなっており、今後、生鮮業界としてもこうした動きに適切に対応していく必要があります、当協議会の果たすべき役割も依然として重要であると考えております。

なお、当協議会の平成24年度の活動について簡単に申し上げますと、生鮮取引電子化セミナーにおいては全国3か所で「食品産業の将来ビジョン」、「EDI による市場流通効率化と今後の課題」及び「卸売市場におけるロジスティクスの先進事例」をテーマとして実施いたしました。また、先進事例見学につきましては愛知県の「名港フラワーブリッジ」を見学させていただきました。このほか、会員相互の勉強会等における講師派遣、会報の発行などの事業を実施

---

---

したところであります。

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、更には農林水産省の公募事業等も活用して、EDIを推進するための諸活動を積極的に推進してまいりたいと考えております。

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いたします。

---

---

## 平成25年度 通常総会の概要

平成25年度通常総会を下記のとおり開催いたしましたので、その概要についてご報告いたします。

通常総会には、来賓として農林水産省 食料産業局 食品製造卸売課から山田食料産業調査官、公益財団法人 食品流通構造改善促進機構から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、各議案とも原案通り承認されました。

なお、総会終了後、同会場において「食品トレーサビリティー最新情報」「不可能を可能に変える理想の実現法」と題して、サトーホールディングス株式会社 市場調査・企画室の白石裕雄氏による特別講演会を開催し、また、その後に簡単な懇親会を開催いたしました。

■日 時：平成25年6月10日（月）14:20～18:00

■会 場：法曹会館 2階「高砂の間」

〒100-0013 東京都千代田区霞が関1-1-1

### ■次 第

#### 第1部 通常総会（14:20～15:00）

1. 開 会

2. 会長挨拶

3. 来賓挨拶

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24年度事業報告及び収支決算報告

第2号議案 平成24年度収支差額の処分（案）

第3号議案 平成25年度事業計画（案）及び収支予算（案）

第4号議案 役員改選（案）

第5号議案 組織・経理規程の一部変更（案）

第6号議案 その他

7. 閉 会

---

---

<休憩 15:00～15:15>

第2部 特別講演会（15:15～16:30）

演 題：「食品トレーサビリティ最新情報」  
「不可能を可能に変える理想の実現法」

講 師：サトーホールディングス株式会社  
市場調査・企画室 白石 裕雄 氏

第3部 懇親会（16:30～18:00）<2階「寿の間」>

**平成24年度 事業報告**  
(平成24年4月1日～平成25年3月31日)

**1. 事業概要**

生鮮取引電子化セミナーを「名古屋会場」及び「東京会場」、「神戸会場」において開催した。今回は「EDIとロジスティクスをめぐる市場流通の将来ビジョン」をテーマとし、卸売市場の情報機能及び物流機能の強化に向け、市場流通におけるEDIに関する現状課題や生鮮ロジスティクスの先進事例をご紹介しますとともに、その将来ビジョンについて広く解説した。また、(株)名港フラワーブリッジ(愛知名港花き地方卸売市場)にご協力いただき、先進事例見学を行った。なお、会員相互の勉強会等における講師派遣等についても、都合7件の支援を行った。

**2. 事業内容**

**(1) 生鮮取引電子化セミナーの開催**

会員、関係団体等の協力を得て、11月に名古屋、東京及び神戸の都合3会場で以下のとおりセミナーを開催した。

◆実施状況

【開催日時・会場】

	開催日時	会場	参加者数
名古屋	平成24年11月15日(木)	名古屋市中央卸売市場北部市場 管理棟2階見学者ホール	43名
東京	平成24年11月27日(火)	築地市場厚生会館 2階洋大会議室	40名
神戸	平成24年11月30日(金)	神戸市中央卸売市場本場 新場大会議室	38名
		計	121名


【講演テーマ・講師：各会場共通】

講演テーマ	講師
食品産業の将来ビジョン (基調講演)	農林水産省 食料産業局 食品小売サービス課 企画調査班 企画係長 高嶋 宏樹 氏
EDIによる市場流通効率化と今後の課題	JFEエンジニアリング(株) 流通システム事業部 流通システム室 企画営業グループ 氏福 誠治 氏
卸売市場におけるロジスティクスの先進事例	東京都水産物卸売業者協会 参与 中 幸雄 氏

(2) 先進事例の見学

生鮮流通における先進事例の見学・勉強会を以下のとおり実施した。

【先進事例見学実績】

見学先	(株)名港フラワーブリッジ (愛知名港花き地方卸売市場)
実施日	平成24年11月16日(金)
参加者	18名
<p>(株)名港フラワーブリッジは、福花園花き地方卸売市場、地方卸売市場ヤマエ生花市場、名古屋正花き地方卸売市場、細野花き地方卸売市場及び花兼花き地方卸売市場の卸売会社5社の合併により、2010年3月31日に開場した中部圏内最大級の生花市場である。名称の「名港フラワーブリッジ」は川上(産地)と川下(小売店・消費者)との架け橋になる、との趣旨から名付けられた。敷地面積は45,881㎡(13,903坪)、延べ床面積は16,933㎡あり、562台(11,625㎡)の駐車場を完備している。また、ロケーションは名古屋高速船見インターが目の前にあり、交通アクセスについても申し分ない。</p> <p>愛知県は長年にわたり花き生産日本一を誇っており、主産地の市場として、新鮮で高品質、個性的で魅力ある花を集めて供給していくという点に当市場の狙いがあった。そこで中部圏の拠点市場として、「商流・物流・情報」を三位一体とし、高度化されたハブ機能を持つ市場を目指している。</p> <p>先進機能を誇る機械セリ等の市場情報システムについては、新市場に移行する際に、市場関係者を集めて約2ヶ月にも及ぶ事前研修を行ったとのことで、開設に当たっては相当苦勞されたようだが、現在は若者から高齢者の買受人まで、オークションルームの専用端末を自由に使いこなしている。</p> <p>なお、市場内が非常に清潔で、整理・整頓が行き届いている点が特に目に付いたが、当市場は2011年1月27日に、MPS※-GPA (Good Practice Auction) の認証を受けているようで、花き流通における環境・鮮度・品質の管理を行い、環境への配慮、従業員教育などに積極的に取り組み、社会的責任を果たすよう努めている。</p> <p>※ MPSとは1994年にオランダで始まった花き産業のための国際認証制度</p>	
	
<p>名港フラワーブリッジの外観</p>	

## (3) 会報の発行

会報「生鮮 EDI」を4回（季刊）発行した。主な掲載内容は以下のとおり。

## ◆第56号（24年6月発行）

- ・平成24年度通常総会の概要
- ・アメリカにおける「コンブチャ」とは
- ・平成23年度生鮮取引電子化セミナー講演録「トレーサビリティの最新情報」
- ・平成24年度通常総会特別講演会講演録「生鮮流通における情報技術の最新事情」

## ◆第57号（24年9月発行）

- ・現代の大名貸
- ・平成23年度生鮮取引電子化セミナー講演録「お客様に分かりやすい食品表示と品質情報のトレーサビリティ」
- ・平成23年度生鮮取引電子化セミナー講演録「クラウドサービスと新ラベリング手段による環境経営」
- ・情報の偏在と取引の不確実性
- ・GS1QRコードの誕生 ～モバイル利用を視野に入れた国際標準化～
- ・食品産業の将来ビジョンの概要
- ・食品表示一元化の検討について

## ◆第58号（24年12月発行）

- ・甘党アメリカ人への警告
- ・平成24年度生鮮取引電子化セミナー講演録「食品産業の将来ビジョンと現在の取組状況について」
- ・平成24年度先進地事例見学会の概要（名港フラワーブリッジ）
- ・小売業態の変遷とチェーンオペレーション
- ・新食品表示制度について
- ・平成24年度セミナー開催状況（名古屋・東京・神戸）

## ◆第59号（25年3月発行）

- ・ニューヨーク市における加糖飲料規制
- ・平成24年度生鮮取引電子化セミナー講演録「EDIによる市場流通効率化と今後の課題」
- ・平成24年度生鮮取引電子化セミナー講演録「卸売市場におけるロジスティクスの先進事例」
- ・価格設定と需要の関係
- ・食品流通の電子商取引等に関する意識・意向調査結果
- ・モバイル環境で利用するGS1標準／「原産地」の地域コードAI（427）の新設について



(4) EDI 普及資料の作成、配布

◆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「食品流通ハンドブック」(2012年版)を会員向けに配布した。

◆全国卸売市場総覧(食流機構作成)の配布

中央・地方卸売市場並びに規模未満市場の基礎的なデータを網羅した「全国卸売市場総覧」(2013年版)を会員向けに配布した。

(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、会員の業界における関心事項の講演会等について、講師派遣費等の支援を行った。

【講師派遣等実績】

主催者	開催日時	開催場所	講師	研修内容 (講演テーマ)
全国魚卸売市場連合会	平成24年 6月22日(金)	東京都 港区	明海大学 教授 山下 東子 氏	水産物消費の急減要因を探る—日本と世界のトレンド—
全国青果卸売協同組合連合会	平成24年 7月24日(火)	横浜市	東京農業大学 教授 藤島 廣二 氏	食品流通2025年ビジョン
全国青果卸売市場協会	平成24年 7月31日(火)	東京都 千代田区	熊果 熊本大同青果(株) 代表取締役社長 月田 求仁敬 氏	卸売業者の経営課題と今後の取組の方向
社団法人 日本食肉市場卸売協会	平成24年 8月24日(金)	東京都 千代田区	東京家政大学 准教授 森田 幸雄 氏	食肉処理過程における衛生管理について
			日本女子大学 名誉教授 時子山 ひろみ 氏	わが国の家族の食生活に何が起きているのか
大阪市水産物商業協同組合	平成24年 8月26日(日)	大阪市	(一社)日本食育者協会 代表理事 藤掛 進 氏	町の魚屋が生き残れるか?
全国魚卸売市場連合会	平成24年 11月2日(金)	東京都 千代田区	日本鰻協会 顧問 吉島 重鐵 氏	鰻は何故高くなっちゃったか
社団法人 日本食肉市場卸売協会	平成25年 2月20日(水)	東京都 千代田区	宮崎大学 名誉教授 六車 三治男 氏	牛肉のおいしさとは
			日本獣医生命科学大学 教授 西村 敏英 氏	肉の熟成及びドライエージングについて
			厚生労働省医薬食品局 食品安全部監視安全課 BSE 対策専門官 今西 保 氏	「特定危険部位の管理及び牛海綿状脳症検査に係る分別管理等のガイドライン」について

(6) 生鮮標準商品コードの維持管理業務

生鮮標準商品コードの維持管理業務について、青果については青果物流通情報処理協議会（青流協）と連携して、ベジフルコード更新と合わせて、第19次（平成24年4月）、第20次（平成24年10月）にバージョンアップした。また、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についても連動して更新し、広く関係業界において活用できるように、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上で公開している。

3. 諸会議の開催

(1) 理事会

■日 時：平成24年6月8日（金）11：30～12：30

■会 場：コートヤード・マリオット銀座東武ホテル 桜の間（B）

■議事次第

1. 開会挨拶：生鮮取引電子化推進協議会 鈴木会長
2. 来賓挨拶：農林水産省食料産業局食品製造卸売課 渡邊課長補佐
3. 議 題
  - 議題1 平成23年度事業報告及び収支決算報告
  - 議題2 平成23年度繰越金の処分（案）
  - 議題3 平成24年度事業計画（案）及び収支予算（案）
  - 議題4 役員の交代
  - 議題5 その他
4. 閉 会：【議題については全て原案どおり承認された。】

(2) 通常総会

■日 時：平成24年6月8日（金）13：00～15：30

■会 場：コートヤード・マリオット銀座東武ホテル 桜の間（A）

第1部 総 会（13:00～13:50）

■議事次第

1. 開会挨拶：生鮮取引電子化推進協議会 鈴木会長
2. 来賓挨拶：農林水産省食料産業局食品製造卸売課 山田食料産業調整官  
（財）食品流通構造改善促進機構 馬場会長
3. 議 案
  - 第1号議案 平成23年度事業報告及び収支決算報告
  - 第2号議案 平成23年度繰越金の処分（案）
  - 第3号議案 平成24年度事業計画（案）及び収支予算（案）

---

---

第1号議案

第4号議案 役員の交代

第5号議案 その他

4. 閉 会：【議案については全て原案どおり承認された。】

**第2部 講演会（14:00～15:30）**

演題：生鮮流通における情報技術の最新事情

講師：独立行政法人 農業・食料産業技術総合研究機構

食品総合研究所・計測情報工学ユニット

ユニット長 杉山 純一 氏

**（3）企画運営委員会**

**【第1回】**

日 時：平成24年5月22日（火）10：30～12：00

会 場：南青山会館 新館1階小会議室

議 題

1. 平成23年度 事業報告（案）および収支決算（案）
2. 平成24年度 事業計画（案）および収支予算（案）
3. その他（報告事項等）

## 平成24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	9,120,000	8,470,000	△ 650,000	正会員 73(79) 賛助会員 7(8)
2. 事業収入	30,000	0	△ 30,000	(セミナー参加費)
3. 補助金収入	0	0	0	
4. 利子収入	2,000	1,829	△ 171	
5. 前年度繰越金	9,777,000	9,776,849	△ 151	
<b>収入合計</b>	<b>18,929,000</b>	<b>18,248,678</b>	<b>△ 680,322</b>	
II 支出の部				
1. セミナー開催費	3,000,000	703,692	△ 2,296,308	3回開催
2. 先進事例視察費	900,000	64,050	△ 835,950	1ヶ所
3. 会報発行費	1,200,000	700,350	△ 499,650	4回発行
4. 資料発送費	500,000	118,243	△ 381,757	
5. EDI普及資料作成費	2,000,000	360,000	△ 1,640,000	PR用パンフ他
6. 講師派遣等協力費	1,500,000	381,212	△ 1,118,788	7件
7. 会議開催費	700,000	657,162	△ 42,838	総会、理事会 企画運営委員会1回
8. コード維持管理費	300,000	0	△ 300,000	(品目別専門委員会 開催なし)
9. 雑役務費	5,500,000	5,392,819	△ 107,181	賃金、消耗品等
10. 補助事業費	0	0	0	加工・調整や地場製品の 流通等に関する事業(未 受注)
11. 予備費	3,329,000	0	△ 3,329,000	
<b>支出合計</b>	<b>18,929,000</b>	<b>8,377,528</b>	<b>△ 10,551,472</b>	
12. 次期繰越額	0	9,871,150	9,871,150	
<b>総 合 計</b>	<b>18,929,000</b>	<b>18,248,678</b>	<b>△ 680,322</b>	

当期収支差額処分

当期処分繰越金 9,871,150円

これを次のとおり処分する。

次期繰越金 9,871,150円

---

---

## 平成25年度 事業計画

### 1. 事業方針

世界的な人口増加や経済成長、地球温暖化等の進展により、我が国における食料を含めた各種資源の調達が将来的に不安定化するリスクが高まっている一方で、我が国の農林水産業は担い手の高齢化、後継者不足等により厳しい状況にあり、農山漁村も限界集落の増加等、維持・存続が困難な地域が多くなっております。

このような状況に対応するためには、農林水産業と2次産業・3次産業とを融合・連携させることにより、農林水産業・農山漁村の有する農林水産物その他の「資源」を、食品産業をはじめとする様々な産業と連携して利活用し、新たな付加価値を生み出す地域ビジネスの展開や新産業を創出する「農山漁村の6次産業化」を推進することが重要となっています。

そのため、農林水産省ではこの「農山漁村の6次産業化」に資する施策を総合的に推進しており、その一環として平成25年度予算において「食料品バリューチェーン構築支援事業」を措置しています。その中の「流過程情報伝達促進事業」では、青果、水産物等の生鮮食料品における電子商取引は、加工食品取引に比べて導入が遅れているため、取引業務の効率化や正確性の向上等の妨げになっていること、産地情報の伝達や食品トレーサビリティの取組を推進していく上でも電子商取引の導入促進が必要であることから、生鮮食料品取引における流通BMS（流通ビジネスメッセージ標準）の導入促進を支援することとしております。

流通BMSについては、120社の小売業及び171社の卸売業・メーカーが導入済として社名を公表しており（平成25年4月1日現在）、潜在的には5,000社以上の卸・メーカーが導入しているものと推定されています。しかしながら、生鮮食料品分野においては上述のとおり電子商取引そのものの導入が遅れている状況にあり、このような外部環境に適合していくことが生鮮流通業界における喫緊の課題となっています。

以上の状況を踏まえ、本年度においても正会員及び賛助会員と連携しながら、以下に掲げる事業計画に基づく諸活動を積極的に推進してまいります。

### 2. 事業計画

#### (1) 生鮮取引電子化セミナー等の開催

生鮮EDIを主とした生鮮流通の効率化に資するテーマによりセミナーを開催し、協議会員を中心とする生鮮流通業界への啓発を推進します。また、開催地区は東京と大阪の他、下表のとおり都合6地区程度での開催を予定しています。

---

---

第3号議案

開催時期	課題テーマ	開催地区候補
平成25年11月（3地区） 平成26年3月（3地区） 【都合6地区程度】	・流通BMS ・物流効率化 ・6次産業化 ・生鮮標準商品コード他	福岡市／広島市／大阪／ 横浜市／東京／仙台市／ 札幌市／他

**(2) 先進事例見学**

生鮮流通の効率化に関する先進事例（卸売市場、物流・配送センター、小売業者等）について、見学・勉強会を開催します（2ヶ所程度）。

**【 見学先候補 】**

- ・湘南藤沢地方卸売市場（開設者：湘南青果株式会社）における場内配送センター
- ・その他

**(3) 会報「生鮮 EDI」の発行（4回）**

協議会の活動連絡、EDI 導入事例の紹介、流通 BMS の導入・普及動向、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「生鮮 EDI」を四半期ごとに発行します。

**(4) EDI 普及資料の作成、配布**

会員に対する情報提供として、生鮮食料品取引における流通 BMS 導入の手引、その他、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等を作成、配布します。

**(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他、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、講師派遣費や会議費等の支援を行います。

**(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については、流通システム標準普及推進協議会（流通 BMS 協議会）と協力して維持管理業務を行い、ユーザーのリクエストに適宜対応していくことで、更なる普及推進に努めてまいります。

**(7) 農林水産省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し、実施することとします。

なお、今年度は、農林水産省の公募事業「食料品バリューチェーン構築支援事業」のうち「流通過程情報伝達促進事業」（予算額 1,600 万円）を協議会が実施すべく、応募中です。

**(8) その他**

協議会ホームページ及びメール等を有効活用して、「流通システム標準普及推進協議会」における決定事項や活動内容、その他有用な情報について、協議会員に対する積極的な情報提供を行います。



## 平成25年度 収支予算

(単位：千円)

区 分	前年度予算額	平成25年度 予 算 額	対前年度 増 △減	備 考
I 収入の部				
1. 会費収入	9,120	8,470	△ 650	正会員 73 賛助会員 7
2. 事業収入	30	0	△ 30	
3. 補助金収入	0	16,000	16,000	H25流通過程情報伝 達促進事業
4. 利子収入	2	2	0	
5. 前年度繰越金	9,777	9,871	94	
<b>収入合計</b>	<b>18,929</b>	<b>34,343</b>	<b>15,414</b>	
II 支出の部				
1. セミナー開催費	3,000	3,000	0	6回開催
2. 先進事例視察費	900	600	△ 300	2カ所
3. 会報発行費	1,200	1,200	0	4回発行
4. 資料発送費	500	500	0	
5. EDI普及資料作成費	2,000	2,000	0	
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	300	300	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	0	16,000	16,000	H25流通過程情報伝 達促進事業
11. 予備費	3,329	3,043	△ 286	
<b>支出合計</b>	<b>18,929</b>	<b>34,343</b>	<b>15,414</b>	

## 平成25年度 役員の改選

### 副会長

(人事異動)

1	(旧)	全国農業協同組合連合会	園芸農産部 次長	金山 秀範 氏
	(新)	同	園芸総合対策部 次長	榎本 庄吾 氏

### 理事

(人事異動)

1	(旧)	公益財団法人 日本食肉流通センター	常務理事	木村 元治 氏
	(新)	同	常務理事	沖 浩幸 氏
2	(旧)	一般社団法人 大日本水産会	常務理事	齋藤 壽典 氏
	(新)	同	常務理事	長岡 英典 氏

### 監事

(人事異動)

1	(旧)	一般社団法人 全国青果卸売市場協会	専務理事	清水 武久 氏
	(新)	同	事務局長	皆川 文雄 氏
(交代)				
2	(退任)	一般財団法人 食品産業センター	専務理事	花澤 達夫 氏
	(就任)	社団法人 日本外食品卸協会	専務理事	椋田 高義 氏

## 平成25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 一般社団法人日本ボランティア・チェーン協会 会長  
榎本 庄吾 全国農業協同組合連合会 園芸総合対策部 次長  
佐々木 成英 東京青果株式会社 情報システム部長  
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

### 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 一般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  
尾崎 健 一般社団法人全国水産卸協会 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  
沖 浩幸 公益財団法人日本食肉流通センター 常務理事  
長岡 英典 一般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  
高浜 彰 全国漁業協同組合連合会 漁政部長  
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 一般社団法人日本花き卸売市場協会 常務理事

### 監 事

皆川 文雄 一般社団法人全国青果卸売市場協会 事務局長  
椋田 高義 社団法人日本外食品卸協会 専務理事

(敬称略)

## 組織・経理規程の一部変更

### 変更の趣旨

本協議会は、平成22年度から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こととし、事業実施体制を確保するため、組織・経理規程の一部変更（第1の4及び5の規定を追加）を行ったところであるが、今回、以下のとおり第1の6とともに、第3の7の（1）のエの規定を追加することとする。

### 第1 組織・体制

- 6 協議会会長は、農林水産省等の公募事業を実施する上で必要がある場合には、機構会長と協議の上、会員に対しその職員を事務局員に兼務されるよう要請することができるものとする。

### 第3 経理関係

#### 7 経費の支出基準

##### （1）賃金

- エ 国等の補助事業を実施する場合において、機構職員以外の者を事務局員として配置する場合には、その者の所属する組織の職員給与規定に準じて支給することとする。

生鮮取引電子化推進協議会組織・経理規程の一部変更 新旧対照表

改正案	現 行
<p>第1 組織・体制</p> <p>1 事務局については、平成10年6月9日に開催された理事会において、「協議会の運営を担当する事務局については、当分の間、財団法人食品流通構造改善促進機構（以下、「機構」）に置くこととする。」とされた。</p> <p>2 事務局長には、機構の役員を理事会の承認を経て配置する。</p> <p>3 事務局員には、専任の職員及び賃金職員を配置して事務を遂行する。</p> <p>ただし、専任職員の配置が困難な場合は、機構職員の給与の一部を負担して事務を遂行することができるものとする。</p> <p>4 農林水産省等の公募事業が採択された場合には、協議会会長は、別に定める事務処理要領に基づき、当該事業を担当させるため、機構会長に対しその職員に事務局員を兼務させるよう要請することができるものとする。</p> <p>5 協議会会長は、前項により事務局員を兼務した機構職員のうちから、次の職務担当者を選命するものとする。</p> <p>(1) プロジェクトリーダー</p> <p>(2) プロジェクトサブリーダー</p> <p>6 <u>協議会会長は、農林水産省等の公募事業を実施する上で必要がある場合には、機構会長と協議の上、会員に対しその職員を事務局員に兼務されるよう要請することができるものとする。</u></p> <p>第2 略</p>	<p>第1 組織・体制</p> <p>1 事務局については、平成10年6月9日に開催された理事会において、「協議会の運営を担当する事務局については、当分の間、財団法人食品流通構造改善促進機構（以下、「機構」）に置くこととする。」とされた。</p> <p>2 事務局長には、機構の役員を理事会の承認を経て配置する。</p> <p>3 事務局員には、専任の職員及び賃金職員を配置して事務を遂行する。</p> <p>ただし、専任職員の配置が困難な場合は、機構職員の給与の一部を負担して事務を遂行することができるものとする。</p> <p>4 農林水産省等の公募事業が採択された場合には、協議会会長は、別に定める事務処理要領に基づき、当該事業を担当させるため、機構会長に対しその職員に事務局員を兼務させるよう要請することができるものとする。</p> <p>5 協議会会長は、前項により事務局員を兼務した機構職員のうちから、次の職務担当者を選命するものとする。</p> <p>(1) プロジェクトリーダー</p> <p>(2) プロジェクトサブリーダー</p> <p>第2 略</p>

改正案	現行
<p>第3 経理関係 1～6 略 7 経費の支出基準 (1) 賃金 ア 協議会の事務を遂行するため、専任の事務局員を配置する場合は、機構の職員給与規定に準じて支給することとする。 イ 賃金職員を配置する場合も同様とする。 ウ 機構職員を配置して対応する場合は、事務局長と機構総務部長は支払条件等に関して覚書を取り交わして実施することとする。 エ 国等の補助事業を実施する場合において、<u>機構職員以外の者を事務局員として配置する場合には、その者の所属する組織の職員給与規定に準じて支給することとする。</u> (2) 旅費 協議会の事務局員及び依頼者が協議会の用務のため旅行する場合は、別紙3の旅費規程により支出するものとする。 (3) 謝金・原稿料等 委員謝金、講師謝金及び原稿料等については、別紙4の謝金・原稿料等単価表により実施する。 ただし、講師がセミナー等のテキストを作成した場合は、講師謝金及び原稿料を併せて支払いをすることが出来ることとする。</p> <p>第4～第6 略</p>	<p>第3 経理関係 1～6 略 7 経費の支出基準 (1) 賃金 ア 協議会の事務を遂行するため、専任の事務局員を配置する場合は、機構の職員給与規定に準じて支給することとする。 イ 賃金職員を配置する場合も同様とする。 ウ 機構職員を配置して対応する場合は、事務局長と機構総務部長は支払条件等に関して覚書を取り交わして実施することとする。 (2) 旅費 協議会の事務局員及び依頼者が協議会の用務のため旅行する場合は、別紙3の旅費規程により支出するものとする。 (3) 謝金・原稿料等 委員謝金、講師謝金及び原稿料等については、別紙4の謝金・原稿料等単価表により実施する。 ただし、講師がセミナー等のテキストを作成した場合は、講師謝金及び原稿料を併せて支払いをすることが出来ることとする。</p> <p>第4～第6 略</p>

附 則

本規程の変更は、平成25年6月10日から施行する。

## 生鮮取引電子化推進協議会 組織・経理規程

生鮮取引電子化推進協議会（以下、協議会）規約第33条第3項の「事務局に関する必要な事項」については、下記のとおり定める。

### 記

#### 第1 組織・体制

- 1 事務局については、平成10年6月9日に開催された理事会において、「協議会の運営を担当する事務局については、当分の間、財団法人食品流通構造改善促進機構（以下、「機構」）に置くこととする。」とされた。
- 2 事務局長には、機構の役員を理事会の承認を経て配置する。
- 3 事務局員には、専任の職員及び賃金職員を配置し事務を遂行する。  
ただし、専任職員の配置が困難な場合は、機構職員の給与の一部を負担して事務を遂行することができるものとする。
- 4 農林水産省等の公募事業が採択された場合には、協議会会長は、別に定める事務処理要領に基づき、当該事業を担当させるため、機構会長に対しその職員に事務局員を兼務させるよう要請することができるものとする。
- 5 協議会会長は、前項により事務局員を兼務した機構職員のうちから、次の職務担当者を選任するものとする。
  - (1) プロジェクトリーダー
  - (2) プロジェクトサブリーダー
- 6 協議会会長は、農林水産省等の公募事業を実施する上で必要がある場合には、機構会長と協議の上、会員に対しその職員を事務局員に兼務されるよう要請することができるものとする。

#### 第2 事業計画等

- 1 事務局は毎年度の収支決算書、収支予算書及び事業計画書を作成し、理事会及び総会の決定を経て事業を実施するものとする。
- 2 協議会の目的を達成するために必要な事業については、外部に委託して実施することが出来るものとする。

#### 第3 経理関係

- 1 会計年度は規約第32条に定める事業年度に従い、毎年4月1日から翌年3月31日までとする。

- 2 収入及び支出の発生は伝票（収納伝票：別紙1「収入調定決議書」、支払伝票：別紙2「支出決議書」）により処理し、会計帳簿は伝票に基づき記帳するものとする。  
ただし、収支明細が明確に処理されている場合は、預金通帳の記帳をもって会計帳簿への記帳に代えることができるものとする。
- 3 伝票は証拠書類に基づいて作成すること。
- 4 会計書類の保存期間は、会計年度の翌年から起算して5年とする。
- 5 支払いは、支払伝票に基づき銀行振込又は現金により行い、振込通知書控又は領収書を徴収し支払伝票に添付するものとする。
- 6 事務局は、会計年度終了後速やかに決算書類を作成し、理事会の審議を受ける前に監事の監査を受けなければならない。
- 7 経費の支出基準
  - (1) 賃金
    - ア 協議会の事務を遂行するため、専任の事務局員を配置する場合は、機構の職員給与規定に準じて支給することとする。
    - イ 賃金職員を配置する場合も同様とする。
    - ウ 機構職員を配置して対応する場合は、事務局長と機構総務部長は支払条件等に関して覚書を取り交わして実施することとする。
    - エ 国等の補助事業を実施する場合において、機構職員以外の者を事務局員として配置する場合には、その者の所属する組織の職員給与規定に準じて支給することとする。
  - (2) 旅費
    - 協議会の事務局員及び依頼者が協議会の用務のため旅行する場合は、別紙3の旅費規程により支出するものとする。
  - (3) 謝金・原稿料等
    - 委員謝金、講師謝金及び原稿料等については、別紙4の謝金・原稿料等単価表により実施する。
    - ただし、講師がセミナー等のテキストを作成した場合は、講師謝金及び原稿料を併せて支払いをすることが出来ることとする。

#### 第4 会長印の取扱

- 1 会長印の管理者は事務局長とする。
- 2 会長印は決裁済みの文書を施行する時に限り、当該文書に契印を押捺した上使用するものとする。
- 3 会長印の押印は事務局長の指示を受けて行う。
- 4 事務局長が不在の場合は事務局長の指定する者が行うものとする。



## 第5 文書取扱規定

文書の取扱については、機構の文書取扱規定に準じて行う。

## 第6 会費の基準

- 1 会費の基準については、規約第7条第2項において「会費の基準は、総会で定める。」とされている。
- 2 平成10年6月9日に開催された設立総会において、次のとおり定められた。
  - ・入会金 正会員 : 10万円 (10年度入会者については無料)
  - 賛助会員 : 20万円 ( 同上 )
  - ・年会費 (1口5万円) 正会員 : 原則として2口以上
  - 賛助会員 : 原則として6口以上

(注) 平成13年6月4日の理事会において「入会金の取扱について」審議され当分の間入会金は徴収しないこととし、納入済みの会員に対しては払い戻しを行った。

### 附 則

この規程は、平成16年8月3日から施行する。

### 附 則

この変更は、平成22年6月10日から施行する。

### 附 則

この変更は、平成25年6月10日から施行する。

---

---

**生鮮取引電子化推進協議会通常総会 特別講演会 講演録【抄出版】**  
**「食品トレーサビリティー最新情報」**  
**「不可能を可能に変える理想の実現法」**

2013年6月10日(月)

法曹会館「高砂の間」

サトーホールディングス株式会社

市場調査・企画室 白石 裕雄 氏

私はもうかれこれ10年くらい前から食品や生鮮に関するトレーサビリティや EDI に取り組んでおりますが、これがなかなか思うように進みませんでした。しかし、ここにきて漸く動きが出てきました。残念ながらこれは国内の話ではないのですが、米国で911の同時多発テロ以後に食品バイオテロ法が成立し、それに対して日本の食品メーカーが対応を迫られている状況があります。本日の講演の前半部分は、私が今まで取り組んできたトレーサビリティや EDI について振り返ってみて、今年から動きだした米国の食品バイオテロ法に対して、日本の食品メーカーはどのような対応を迫られているのかをご紹介しますと思います。また後半部分では、今年の3月に「サラリーマンの理想的働き方・社内フリーター」という本を出しましたので、こちら内容をご紹介します。最終的にはこの理想の実現方法をご理解いただいて、皆さんが自身の目的を果たすためのご参考になればと思います。

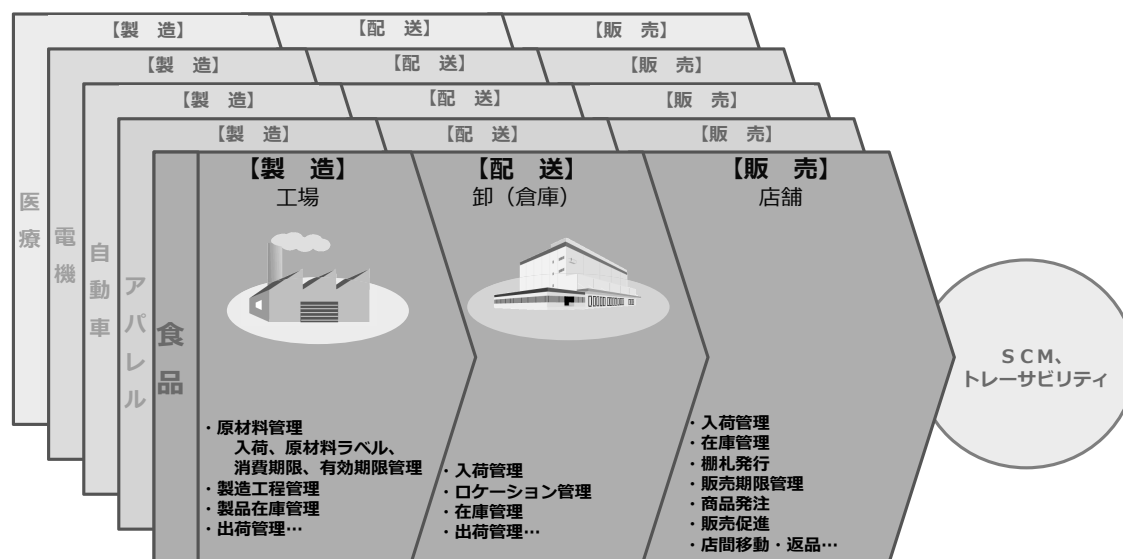
◆食品トレーサビリティー最新事情

まず私が所属しているのはサトーホールディングスという持株会社です。東証一部上場で、従業員数は約4千人です。後程詳しくご説明いたしますが、その中で私は週休4日、つまり週に3日だけ社長直轄の立場で企画・立案といった仕事をしています。

サトーの製品で一番分かり易い例は、スーパーなどで使っているハンドラベラーだと思います。大体このラベラーやプリンターといった機器類の売上が全体の3割から4割程度、あとはサプライ商品、つまりラベル関連商品になります。ラベラーやプリンターを購入するとその後ラベルが必要になるため、売上の6、7割はサプライ関連の消耗品で、消耗品が会社の収入基盤になっています。また、15～20年前からマレーシアやベトナムなど海外にも生産拠点を設けており、現在は23ヶ国でグローバル展開しています。ここまでは非常に順風満帆のように聞こえるかと思いますが、当然、問題も抱えています。例えば、売上比率をみると日本が約75%、海外は約25%になっており、日本がまだまだ主流になっています。一方、従業員数の比較では日本が約42%、海外が約58%で海外の方が高いのに、海外の売上比率は上がっていません。日本がこれから少子高齢化に移行しマーケットが縮小していく中で、海外の売上を日

本並に伸ばすにはどうしたらよいか、という点が我が社の大きな課題であり、その課題に対し市場調査をして企画を立てるのが、現在の私の仕事になります。

さて、トレーサビリティの話に移りますが、医療、電機、自動車、アパレル、食品といった様々な業界における「製・配・販」のサプライチェーンの中で、どのように情報をつないでいくべきか、どうしたら全体の効率を上げられるか、安全を担保できるか、といった課題はトレーサビリティで解決できます。

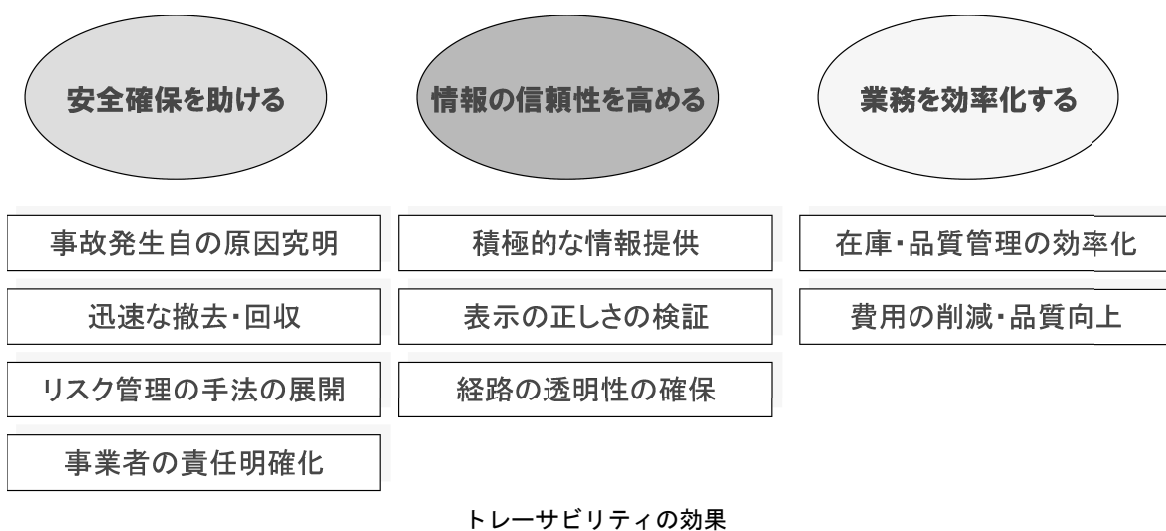


サプライチェーンの各フェーズ

情報をつなげるのはそれほど難しくはありません。原材料メーカーが出荷するとき、その箱にトレーサビリティが可能なマークをつけて、それを流通の各フェーズの入口と出口で読み込み、共通のデータベースで管理すればよいだけです。何か問題が発生したら、データベースをたどれば簡単に原因が解明できます。ただし、現状はどうかといえば、トレーサビリティに投資しても直ぐに売上アップには結びつかないので、今そんなことやっている場合なのか、といった結論になりがちです。

トレーサビリティについては今更説明するまでもありませんが、何か問題が起きた場合に、その製品がどこで作られて、どのような原因でその問題が発生したか、そういった情報をたどる仕組みです。その仕組み自体は簡単で、出荷する製品にトレーサビリティのできる表示をします。例えば、バーコードやRFID（電子タグ）、2次元コードといった、その製品を特定できるマークが表示されていればよいのです。また、トレーサビリティの効果は大きく分けると「安全確保を助ける」、「情報の信頼性を高める」、「業務を効率化する」の3つがあげられます。しかし、サプライチェーンをめぐるトレーサビリティは、一つの企業では実現できないし、業界をまたがっている情報をまとめるインフラを構築するのはやはり難しいということで、実現できずに時間が過ぎてしまったのが現状です。私自身は十数年前にこのようなトレーサビリティ

やサプライチェーンの概念を知って、これは有効だと思いました。そこで、最初はどこから始めたらよいかと考えたところ、まず、薬・医療機器が思い浮かびました。そこから始めて、同じようなやり方で食品、機械といった分野にマーケットを拓げていけばよいのではないかと考えました。



ここで、トレーサビリティを取り巻く状況について何が変わったかといえば、市場環境の変化があげられます。グローバル化が進み、物・人の交流が増加する中で、危険性も非常に高まっています。本当の悪人が世の中には大勢おり、グローバル化は良いようでいて悪い面も多く見受けられます。そのような中でITが格段に進化しており、いよいよトレーサビリティに取り組まなければいけないといった気運が高まってきました。

今年の4月に掲載されたドイツのディ・ヴェルト紙の記事によると、中国の耕地の7割が深刻な土壌汚染にさらされており、過去30年間で穀物生産量は2倍に増えてきましたが、収穫量を増やすために化学肥料が多用され、その65%が不適切に使用されているそうです。また、農地や河川が汚染され、土壌には重金属や使用が禁止されている除草剤といった有害物質が残留しているようです。日本の週刊誌等でも、そういった中国産の原材料を使っているファミリーレストランや居酒屋チェーン店が取り上げられているのをご存知かと思います。このように、今まで人々に知られていなかった情報がメディアに登場することで、問題が顕在化されるようになったため、ITを活用したトレーサビリティの必要性がますます高まっています。

また、偽造薬についても問題が次々と明らかになっています。このため、私が最初に戦略を立てたように、まずはメディカル分野で活発な動きが出てきました。今年4月8日の読売新聞の夕刊記事によると、2005年から2010年にかけて、世界で少なくとも1,337人が偽造薬による健康被害を受け、そのうち424人が死亡しているそうです(厚生労働省研究班調査より)。また、5月20日のネットニュース(国連発)によると、世界で年間2億人以上の患者が発生しているマラリアの原因は、粗悪な偽造薬の急増にあるようです。良かれと思って服用した薬で、かえ

って病気になったり、死亡に至るケースまであり、非常に問題になっているのが現状です。そこで、これだけは覚えておいてほしいのですが、これから日本でも、99%以上の医薬品がインターネット上で取引ができるようになるというニュースが流れていますが、これはプラス面ばかりではありません。今までのように薬屋さんや調剤薬局で購入していれば偽造薬の心配は殆どありませんが、インターネット取引が増えていくと、取引の中で偽造薬が紛れ込む危険性が高まります。そのため、医薬品メーカーがこの問題にどう対処していくのが非常に注目されているのです。

なぜ偽造薬がこんなに増えるのかというと、要するに儲かるからです。例えば1,000ドルを投資した場合、偽造クレジットカードの儲けは7千ドル、また偽造ソフトウェアでも10万ドル程度の儲けということです。ところが偽造薬になると50万ドル儲かるといわれています（英アストラゼネカ社 GS1国際会議発表資料より）。また、偽造クレジットカードや偽造ソフトウェアの製造には高い技術が必要で大変手間が掛かるのに対して、偽造薬は原材料が安価で、簡単に作ることができて製造にお金が掛かからないので、わりのよい商売になっています。そういう理由で、偽造薬は2010年には世界で8兆円を売り上げているといわれています。

偽造薬はすべての種類の製品とすべての地域に影響を及ぼすので、各メーカーはこの偽造薬の流通を防止するのに必死です。しかし、これを防ぐのは簡単で、やはり商品にマークをつけて、その中に「商品コード」の他に「ロット番号」や「使用期限」、「シリアルナンバー」等の情報を加えて、流通段階においてデータベースで管理すればよいだけです。トルコでは、データベースに医薬品のシリアル番号を登録しておき、販売時でその商品のシリアル番号とデータベースの番号を突き合わせることで、偽造薬の流通を防いでいます。これは医薬品だけの話ではなく、食品についても同じやり方で偽造防止ができるし、トレーサビリティも可能になります。



トルコの医薬品表示

ここからは米国の食品バイオテロ法のお話です。2001年9月11の米国同時多発テロを受けて、2002年6月に食品バイオテロ法が米国で成立し、2003年12月から施行されました。また、2011年1月に食品安全強化法が制定され、食品バイオテロ法の一部改正が行われました。FDA

---

---

(米食品医薬品局)の規則の多くは公表されておらず、詳細は必ずしも明らかではありませんが、これは、輸入業者に対して輸入食品が安全であることを検証する義務を課すための法律です。具体的には、輸入食品に問題が発生した場合は24時間以内にその報告をFDAに提出する必要があり、また、製造から2年間は製造記録を所持している義務があります。そのため、これから米国へ食品を輸出する場合には、トレーサビリティシステムの導入が必須となります。

なお、トレーサビリティのためのシステム投資は、その規模にもよりますが、数千万円程度でも可能です。その効果として、製造管理の強化や物流品質の向上による「最適在庫化」、原材料管理強化や現場事故防止・作業品質向上による「生産コスト削減」等があげられます。このように具体的なメリットが十分に出世れば、トレーサビリティは進んでいくと思いますし、実際、多くの食品メーカーに同様のシステムが導入され始めています。トレーサビリティやEDIについては、お金が掛かる、手間が掛かるだけといったマイナスイメージが今まで多かったかもしれませんが、きちんとした目的と付加価値を考え、社会が必要としていることを明確にすることで、これからどんどん広がっていくものと思います。

#### ◆不可能を可能に変える理想の実現法

ここから話はがらりと変わり、サラリーマンの理想的な働き方についてご紹介したいと思います。私はサラリーマンとしてかれこれ35年間勤めてきて、自分の目的をある程度達成できたかなと考えております。しかし、周りを見渡すと、中高年になって段々と萎んでいってしまう人が多いように感じられます。一方、若い人の中では、サラリーマンなどならず起業したほうがよいとか、社長にならないとダメだとか、金持ちになりたいとか、そんなことが当たり前のようになっているようですが、私自身はやりたいことをやりながら、サラリーマン生活の中で自分の理想を実現してまいりました。

ところで、サラリーマンは気楽だと思いませんか。自分が会社を経営しているわけじゃないし、リスクを背負っているわけでもない。ただ地位が上がればよいかといえばそうでもなく、責任ばかりが増えてきて、お金は沢山あるけれど使う暇がなかったり、自由に休みが取れなかったりして、それほど幸せそうにみえない人が大勢います。今現在取り組んでいる仕事が面白く、健康で幸福感さえあればそれで十分であり、自分の現状をそれに照らし合わせると非常に理想的です。私は営業職でありながら予算を持たず、管理職でありながら部下を持たない、顧客を担当しないのでルーティンワークがなく、残業もない、というやり方で、45歳から55歳までの間やりたい仕事を勝手にやってまいりました。さらに56歳からは週休4日を会社側に提案して、創業73年の会社において、4千人の社員の中でただ一人だけこの待遇で勤務しています。もちろん仕事だけでなく、遊びや家庭についても、その理想の実現のために取り組んでいます。本日はその実現方法を少しでも皆さんにお伝えできればと思います。

まず、世界の平均寿命をみると日本は男女平均で80歳を超えており、世界1位になっていますが、これは会社を定年後も20年程度の時間があるということを意味します。つまり、生まれてから大学受験をするくらいまでの時間が、定年度にもまだ残されているということになり

---

---

ます。この決して短くはない時間をより充実させるにはどうすればよいのか、その理想を実現させるには3つのポイントがあります。心・技・体ではありませんが、①「考え方・心」、それから②「体」、そして③「目標の明確化」の3つで、このバランスが非常に重要となります。

まず、「心」の持ちようについてですが、よく有効だといわれるのが楽天主義ではないでしょうか。楽天主義っていいよね、とよくいわれますが、楽天的になるための具体的な方法は余り語られていません。そこで、ここに2つのヒントを提供したいと思います。これは「マールフィー100の成功法則」からの引用となりますが、その2つとは「潜在意識の活用」と「目に見えない力（縁）の活用」です。潜在意識とは何かというと、目に見えない力が自分の中に確実に存在していて、良いことを考えると良いことが起き、悪いことを考えると悪いことが起きる、といった働き掛けをする力のことです。潜在意識は決して曖昧なものではなく、物理的に明確に働きます。悩みや苦しみを抱えている場合は、自分の中の潜在意識にポンッと預けてしまえばよいのです。そうすることで、どんなに困ったことでも必ず問題は解決できます。布団の中でモンモンと考えながら中々寝付けない、といった経験をされたことがある方もいらっしゃると思いますが、ただモンモンとしていても答えは出ません。何だか分からないけど不思議な力が自分の中であって、自然に物事を解決してしまうんだ、と単純に割り切って潜在意識に渡してしまえば、意外とスッキリ目覚められ、物事も良い方向へ向かうものです。このように考えれば楽天主義になれるのではないのでしょうか。

次に「体」です。充実した生活には運動が大切であり、最近ではサラリーマンでも日常的に運動しなければと考える人が多いようですが、健康で長寿の人をみても、積極的に人生を楽しむためには定期的な運動が不可欠です。運動をやり過ぎると良くないといった意見もたまに聞きますが、運動を全くやらないよりましです。何となく去年よりも体力が落ちたとか、若い頃簡単にできたことが今はできないとか、肉体的な衰えを感じている中高年も多いことかと思いますが、定期的に運動を実行すればわりと体力は戻ってくるものなので、日常生活の中に簡単な運動を取り入れてみたら如何でしょうか。また、私は30年前に禁煙を実現したのですが、タバコを止めるという何かマイナスイメージがありますので、積極的に禁煙するんだとプラスイメージに変える、このように考えるようにしています。そして、マラソンや水泳をしたり、定期的にジムに行ってトレーニングもしています。

最後に「目標の明確化」ですが、人生の目標や長期的な計画を立てているという人は意外と少ないようです。仕事上のスケジュールは立てても、人生目標として来年の計画を具体的に立てている人は全体の約3%しかいないそうです（「ブライアン・トレーシー 100万ドルの法則」きこ書房）。日々の生活に忙しくて、人生計画を立てるなんて面倒に感じるのかもしれませんが、単純にリストに書き出してしまえば、目標を明確化することはそれほど難しくはありません。私は35歳の時に、やりたい理想の仕事や、やりたい趣味・遊び、その他の実現したいことについてのリストを作ってみました。そして、それらを潜在意識にさっと渡してしまうと、結果的に何でも実現できてしまったように感じています。まずは項目毎にリストに書き出して、その項目の中できちんと整理して目標を明確化する。そして、理想を実現したときの具

---

体的なイメージを持つ、このことが非常に重要になります。

理想の実現法をまとめると、定期的な運動を生活に取り入れて、自分のやりたいことを明確にする。そして、やるべきことをやって潜在意識へ渡す。それができれば、実現することを期待して人生が楽しくなります。目標は達成した時点で終わってしまいますが、その目標に向かっていくプロセスがとても幸福なのです。

皆さんにも是非この方法を身に付けていただいて、ご自身の理想の実現に是非取り組んでいただければと思います。





# 昆虫を食べませんか！

生鮮取引電子化推進協議会

事務局長 三宅 均

先頃（5月13日）、国連食糧農業機関（FAO）が昆虫食を推奨する報告書を発表したことは、我が国の主要紙でも報じられていることから、ご存知の方も多いものと思います。地球上には、摂取可能な昆虫が1,900種以上存在し、アジア、アフリカ等の諸外国で広く食されており、我が国でも一部地域の伝統食として、あるいは珍味として食されていることは、皆様ご承知の通りです。

これについて、CNN等でどのように報じられているか、興味もありますので、紹介したいと思います。

2013年5月14日付け CNN ニュース「国連：昆虫を食べて、世界を救おう」（ニコラ・ルオトロのレポート）

“国連食糧農業機関のレポートによれば、昆虫は未来の理想的な食料であるという。月曜日にローマで開催された記者会見で発表された「可食昆虫：食料及び飼料の安全保障に関する将来展望」において、国連の昆虫食の専門家グループは、昆虫食を増加すれば、世界中の農村や都市部の住民の健康や富の増進、より清潔な環境をもたらすとの注目すべき認識で一致している。イナゴ、コオロギ、虫の幼虫などの昆虫食は、その栄養価の高さの故にアジア、南アメリカ、メキシコやアフリカなどの一部地域で極めて一般的となっている。昆虫は、たんぱく質含有量及びその質で肉及び魚の双方を凌駕しており、かつ、繊維分や銅、鉄、マグネシウム、リン、セレンや亜鉛などの微量栄養素を豊富に含む健康に良い食品だという。

昆虫は、気候変動に非常に素早く適応するので、地球上のどんな緯度、経度の場所であっても、自然界からの採集も、養殖も、バリアーとなるものはほとんどない。このため、昆虫は安くエコフレンドリーな食料資源である。また昆虫は、家畜であるビーフ、ポーク、チキンに比べて人間に病気を伝染させるリスクが非常に小さい。

多くの人々にとって、昆虫食は全く奇妙 (odd) で、あるいは多少ましな表現でも珍奇 (novel) ということになると思われるが、世界中で20億人の人々が珍味として、あるいは主要な食物として食べている。コオロギ、甲虫、幼虫その他200種以上が、毎日のタイ人の食事の一部であり、スーパーマーケットの棚にあるクッキー、フリーズドライのヌードル、電子レンジ用パック、冷凍食品や缶詰の中に紛れている。

カンボジアでは、毒蜘蛛タランチュラのフライが昔からのご馳走であり、オーストラリアの原住民の一部では、蜜アリ (honeypot ants) が甘くておいしいデザートとされている。モパネワーム (南アフリカに生息するヤママユガ科の蛾の幼虫) は、アフリカ南部の数百万人の人々

---

---

の蛋白源として重要であり、chapulines (チャプリン — 焼いてスパイスを利かせたバッタ) は、メキシコのような地域でスポーツイベントなどのスナックとしてマーケットで普通に売られている。

私は、ユバ・ハンブソン博士の話聞くまでは、昆虫を食べることなど考えもしなかった。彼は、タイ国コンケン大学の昆虫学教授であり、記者会見で昆虫食習慣と世界の食料システムにおける潜在的な利益について熱心に語った。ハンブソン博士によれば、タイ国にいる昆虫の中で最もおいしいものは、バンブー・キャタピラー (竹芋虫) で、特にある種のハーブと一緒によくフライされたものが良いとのこと。

興味をそそられて、記者会見の後で私はヴァーゲンヘン大学 (オランダにある大学) 昆虫学教授のアーノルド・ヴァン・ヒュイス博士に従って、FAO の彼のオフィスを訪ねた。そこで、彼は私にオランダで飼育された食用の昆虫が入っている様々なプラスチックの箱を見せてくれた。

西洋の文化的、心理的バリアーはこのことに関する私の好奇心に比べればどうということはない。そこで私は、昆虫の一つを味わってみることにした。ヴァン・ヒュイス博士は、イナゴを食べるように勧めたので、一つとって翅をちぎって噛んでみた。驚いたことに、それはシャリシャリとした繊維質で、クリーミーでナッツのようなフレーバーがあり、エビと変わりがなく、とてもおいしかった。以前に食べたものと比べればエビのようだと思う。オランダの昆虫学者のマルセル・ディッケは、昆虫を「陸のエビ」と思うべきと言っており、食べた人は皆その味をほめると言う。

昆虫料理がヨーロッパ人やアメリカ人の食卓やレストランに上るのは、多分時間がかかると思われる。しかし、考えてみれば、数十年前寿司が西洋に紹介されたときも、生の魚を食べることが人々の味覚にマッチするのにある程度の時間を要している。更に、ひとたび人々が、この非伝統的食物がこの地球を救うことになるかもしれないと思いつき、昆虫食が人々を悩ませる (bug) ことはあまりないのではないかと思う。”

以上ですが、読んでいて多少気分の悪くなる人がいるかもしれませんが、西洋人の好奇心の強さやチャレンジ精神が窺えます。昆虫食と生寿司が比較対象になっていますが、食べたことのないものを食べるという意味では、同じようなものかもしれませんね。更に、この国連レポートを受けて、CNN のスタッフが昆虫食のガイドをするために東南アジアに出かけます。つぎは、そのレポートについての報道がありますので、紹介します。

#### 2013年5月17日付け「昆虫食への旅行者ガイド」

“最近の国連レポートによれば、昆虫は世界の食料及び健康問題への解決策になり得るということである。それらは、栄養豊富で、エコフレンドリーで、かつ豊富に存在する。多くの国々では、既に昆虫をその食事の主要な部分と考えている。

そこでイナゴやサソリを食べ始めようとするならば、まず東南アジアガイドからスタートす

---

---

る。

昆虫食は、バンコクでは見慣れた光景である。

夕暮れ時の屋外市場や混雑した道路では、昆虫のスナックを積んだ手押し車で商売をする行商人が少なくとも一人はいる。多くの観光客はそれを見て気持ち悪がったり、舌なめずりしたりする。

あなたは、ひょっとして揚げコオロギを食べたい気分かもしれない。あるいはあなたのよだれを誘うのは、バンブー・ワーム（竹芋虫）の山かもしれない。この虫の行商人は、数十種の昆虫を扱っており、通常植物油でフライにし、ジャーという音をさせてソースをふりかけて販売する。

地元民や滞在者にはこれらの食品は見慣れたもので、それらは多くの食品の一つに過ぎないかもしれない。しかし、大抵の観光客にしてみれば、驚きで虫を食べてみたい、あるいは変わったものに挑戦してみたいという気にさせる。私はおかしいですか？フェイスブック／インスタグラムでチェックしてみてください。地元民はその香り（フレーバー）を楽しんでいる。

行商人の一人は、「お客はビールを飲むときに、ポップコーンやピーナッツの代わりにヘルシーでエキゾチックなつまみとして揚げた昆虫を好むようだ。」と言う。

タイ国の揚げ昆虫について更に知りたければ「タイの可食昆虫ガイド」をどうぞ。

同様のマーケットやカートは、アジアや世界のどこにでもある。例えば北京を例にとれば、サソリ、ムカデ、イナゴのフライがある...”

以上の通りです。私がもう30年近くも前にバンコクに住んだ経験からすれば、昆虫食が記事に書かれているほど一般的だったかということ、そうでもないと思います。確かに、メンダーという芳香のあるタガメの1種が粉末にされて（丸のままの場合もある）調味料として利用されていたのは覚えています。それ以外の昆虫については知りません。記事の中にバンブーワームあるいはバンブーキャタピラーというものが出てきますが、ネットで調べると竹につく蛾の幼虫で、なかなか美味であるとのこと。外見は蚕の幼虫に似ており、油で揚げたり、煮て食べるようです。残念ながら？私のタイ国滞在中にはこの虫のことを知らず、トライできませんでした。

昆虫からの連想でカエルのことを思い出しましたが、タイの中華レストランではカエルの足（田鶏と表示されていた）がメニューにありよく食べました。カエルの足のから揚げ等は、日本の居酒屋でもそう珍しいともいえないと思います。ただ、カエルと言えば、タイの田舎でトノサマガエルのような模様のある皮のフライが山ほど出て、辟易した記憶があります。それも1回限りで、タイ人が一般的に食べているのかどうかはよくわかりません。

さて、昆虫食ですが、我が国でも珍味として利用されているのは、皆様ご承知の通りです。インターネットで検索すると、信州名物「ざざむし」、「蜂の子」、「いなご」などがヒットして、楽天市場などで売られています。いずれも珍味等の扱いで、一般的な食材とは言えないと思います。

---

---

ところで、昆虫は、特に甲虫類など成虫になると堅い外骨格を持ち食用には向かなくなるので、むしろやわらかい幼虫類の方が食用に向くのではないのでしょうか。しかし、幼虫は芋虫、毛虫の類でいかにもグロテスクであり、そのまま食するには抵抗があります。

昆虫食は、国連レポートのようなメリットがあるとは思いますが、一般に人間はその食習慣や食文化等から食についてはなかなか保守的で、とくに昆虫食については虫の姿かたちから蛋白源として利用するには抵抗も多いと思います。私としては、やはり家畜や魚類の飼料としての利用や、将来の食料難などからやむを得ず人間の食として利用するとしても、原形をとどめないように粉砕して増量材にする等工夫が必要であると思います。

我が国では、古くから養蚕が行われてきたので、食用や飼料用としての昆虫の養殖は今後大いに可能性があるかもしれません。

地球上でもっとも繁栄している生物は、人間以外では昆虫であると言われていますが、これを養殖して人間が食べるような時代が近い将来くるかもしれませんね。

## 製品差別化に関する2つの考え

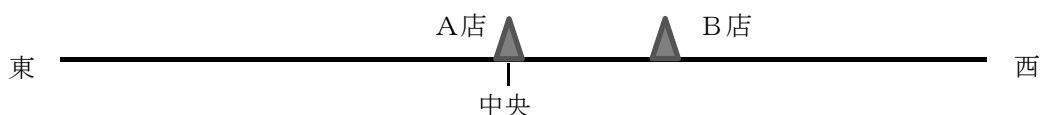
生鮮取引電子化推進協議会  
事務局 村上 隆

### 1. 店舗の立地の問題

まず、店舗の立地問題を考えてみます。東西に走っている1kmの道路があり、その道路沿いに均等に消費者が分布しているとします。いま、A店、B店の2店の競合するスーパーマーケットがこの道路沿いのどこに出店をするか検討しているという問題を考えます。各スーパーは同じ製品を同じ価格で販売する予定であるとし、この道路に沿って自由に出店できるものとします。この2店の違いは立地だけで、消費者は特別どのスーパーが好きかというストアロイヤリティも持っておらず、自分の住居から近い店に行くという前提を置きます。

このとき、各スーパーはこの1kmの道路のどこに出店したらよいでしょうか。各店とも道路の中央に出店するというのが自然の答えです。道路の中央に出店すれば、最も東側もしくは最も西側に居住している消費者からでも店までの距離は500mになるからです。もし、A店が道路の中央に出店し、B店が中央より西側に出店したとすれば、B店はA店よりシェアを落とすこととなります。なぜなら図1のようにA店は中央より東側に居住する消費者をすべて獲得し、さらにA店とB店間の距離の1/2の消費者を引き付けることができるからです。

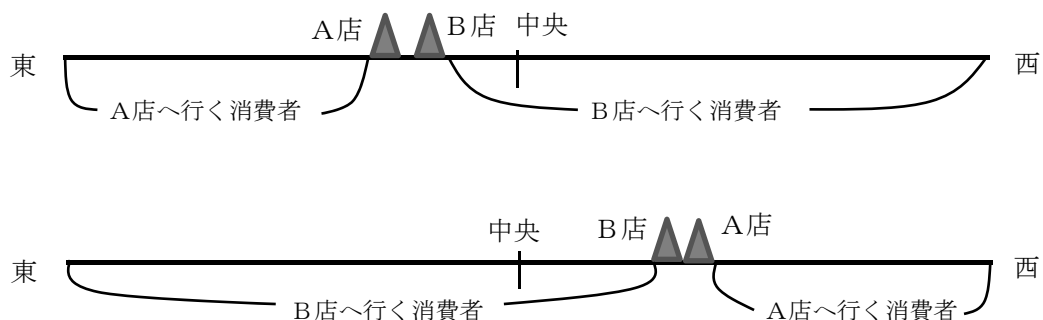
図1



したがって、先にA店が道路の中央に出店し、後からB店が出店しようとする場合も、B店にとっては道路の中央、つまりA店の隣に出店するのが最善の立地になります。

そして、消費者は自分の住居から近い店に行くという前提があるので、最初に出店するA店は、必ず道路の中央に出店してきます。図2のように道路の中央以外に出店すれば、道路に沿って居住している消費者の半分未満しか吸引できなくなるからです。

図2



---

---

このように、2店舗の立地の問題は、ともに道路の中央に立地することになり、これは最少差別化の原理とよばれています。

## 2. 製品特性と製品差別化

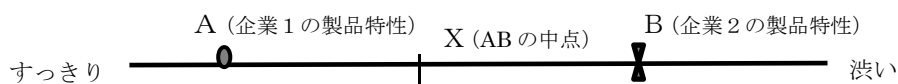
上記の説明は地理的な立地問題を取り扱っていますが、経済学ではこれを製品の差別化に関する製品選択モデルに応用した研究があります。

製品は機能や耐久性、デザイン、色、使いやすさ、味など様々な特性を持っています。ここで製品特性による差別化を次の2つに区分します。一つは製品の耐久性やパソコンの処理速度、燃費など製品間の選好順位がすべての消費者間で同一の評価をするような製品間の差異を表す垂直的差別化です。もう一つは、デザインや色、味など消費者によって好みが変わる特性に基づく差別化で、これを水平的差別化と呼びます。以下では、上述した立地問題を水平的差別化に応用します。

いま、同種の製品を販売する2つの企業を想定します。この種の製品について消費者が希望する製品特性がある区間に一様に分布しているものとします。つまり、消費者の好みが変わるデザインや味などの特性をもった製品について問題にしています。企業はこの製品特性区間上の任意の製品特性を持った製品を生産します。各企業の生産コストをゼロとし、かつ各企業が製品に設定する価格は同一であると仮定します。消費者はただ自分が望む製品特性に近い製品を選択するものとします。

例えば緑茶を例にとってみましょう。いま図3のように、企業1が販売している緑茶の製品特性は、すっきりした味に近いA点にあり、企業2の緑茶が渋味のある味に寄ったB点にあるとすると、消費者の製品選択はどうなるのでしょうか。

図 3



製品特性Aよりも左側の特性を選好する消費者は製品特性Aの製品を選択します。同様に、製品特性Bの右側の特性を選好する消費者は製品特性Bの製品を選択します。消費者は自分が望む製品特性に近いものを選択するので、図3のABの中点Xよりも左側の製品特性を好む消費者は、Aの方が近い製品特性を持っているので企業1の製品を選択し、Xより右側の製品特性を好む消費者は企業2の製品を選択することになります。

さて企業1が、企業2の製品特性がBであることを知り、図4のように自身の製品の製品特性をAからA'に変更すると、これまでより多くの消費者から選好されることになります。

図4

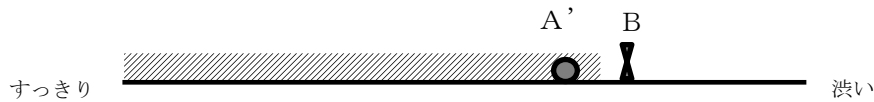


図4の線分上の斜線の部分の消費者は製品特性 A' のものを選好し、それ以外の渋めの味を好む消費者は製品特性 B の製品を選好します。このとき企業2は、企業1の製品特性が以前より渋い味の A' になったことを知り、図5のように自社製品の製品特性をすっきりさを増した味 B' に変更します。そうすると、企業1の製品の製品特性 A' は図5の斜線部分（製品特性 A' を好む消費者）に示すように以前より消費者から選択されなくなるため、さらに製品特性を変更して反撃に出ます。企業1と企業2がこの行為を繰り返すことで、結局、2企業の製品の製品特性は近づいていき、共に線分の中間地点に落ち着くという結論になります。

図5



このように、経済学では各企業は同じような中庸を得た製品特性を持った製品を販売することになると説明されています。寡占市場である自動車メーカーが同傾向の車種を販売したり、通信会社が提供するスマートフォンもどこも大差のない機種であること、また、どのテレビ局も類似した番組を流しているのもこのためと言えるでしょう。製品特性で差がなくなれば、あとは価格で勝負するしかありません。

ただし、既存企業が支配的でないニッチ市場を狙う戦略をとる企業もあります。例えば、1974年にセブン・イレブンの第1号店が東京都江東区の豊洲に開店しました。現在では社会インフラとなったコンビニエンスストアですが、当時のコンビニエンスストアの出店は、まさにニッチ市場を狙ったものでしょう。また、荷物の小口配送を行っている宅配便も当初はニッチ戦略を行ったものでした。この様に、ニッチ市場というものを考えると経済学の製品差別化とは異なった市場の見方があるようです。次節ではこの点について触れてみます。

### 3. マーケティングの文脈での差別化

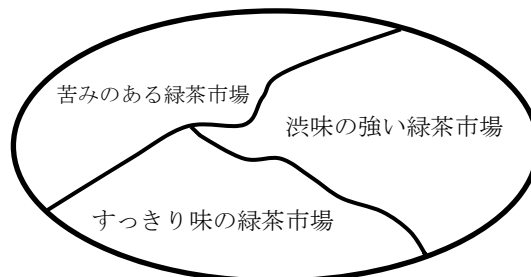
垂直的差別化と水平的差別化はマイクロ経済学の分析で用いられる用語ですが、これらの差別化について、マーケティングの文脈とどのような関係にあるのか考察してみます。経済学とマーケティングで根本的に異なるのは市場に対する見方です。経済学は市場を売り手と買い手の集合と考えていますが、マーケティングは市場を買い手の集合と見なしています。したがって、マーケティングでは買い手の集合である市場を収入や年齢、嗜好、家族構成などのカテゴリーによって複数のセグメントに分割して考えることが可能になります。これにより、マーケティングにおける差別化は、競合相手と同一のセグメントで品質や価格などで差別化を図り正面攻撃を行う製品差別化と、競争を回避し競合相手とは異なるセグメントに製品を投入する市場細

分化による差別化があります。

製品にはいくつかの製品属性がありますが、競合相手と同一セグメントで戦うには、製品属性の属性要素の値について圧倒的な差別化を行うか、あるいは属性要素そのものの差別化を行うこととなります。属性要素の値による差別化とは、例えばこれまでにない燃費の良さを誇る車を開発するとか、パソコンの処理速度を市場にある従来製品より圧倒的に速くするために、新しく処理速度の速いCPUと大容量のメインメモリーを搭載したパソコンを市場に投入するといったことが例となります。また、属性要素そのものの差別化とは競合製品が持たない新しい属性要素を当該製品に組み込むことになるので、今では当たり前の製品属性要素となりましたが、他社に先駆けて携帯電話にカメラを搭載するといった例や、もし自動操縦で公道を走行する自動車が開発されたとしたら、自動操縦という新しい属性要素を装備して差別化を行う例となります。

マーケティングの分野では、市場に投入した製品が激しい競争にさらされる結果、製品属性の属性要素の値にしても、また属性要素そのものにしても、当初は差異があったにもかかわらず絶えず平準化されて行き、やがて製品の基本属性の一部を構成すると考えています。製品間での競争の結果、製品差異は絶えず平準化されるため、各製品は類似の機能や性能を持つということになります。ですから、経済学が考える垂直的差別化については、その差別化は維持されるものではないとマーケティングでは考えます。一方、前節で見たように、立地問題を応用した水平的差別化の例では、消費者の嗜好が異なる製品特性において、各企業が投入する製品の製品特性が徐々に近づいて行きどの製品も中庸を得た特性になるという経済学の主張がありました。マーケティングはこれとは異なる考えを示します。経済学では、緑茶の事例のように、すっきりした味の緑茶や渋味の強い緑茶など異なる特性をもつ製品が緑茶という一つの市場に存在し、多くの消費者を獲得するには、どの様な製品特性を持たせれば良いのかという発想ですが、マーケティングは異なる特性をもつ製品を一つの市場ではなく、図6のように細分化することで異質の市場と見なします。同一セグメント内では消費者ニーズの類似性は非常に高いのですが、異なるセグメント間では消費者ニーズの類似性は低くなります。

図 6





---

---

2つの製品差別化について、経済学とマーケティングにおける考え方をまとめると、以下の表のようになります。

	経済学	マーケティング
垂直的差別化	差別化は維持される	差別化は徐々に平準化する
水平的差別化	ある製品特性に平準化する	市場細分化による異質市場の創造

学問分野によって市場というものをどう捉えるかという点が異なっているので、それが差別化についてもこれだけ考え方の違いの生み出したものだと言えます。

<参考文献>

石原武政 (1982), 『マーケティング競争の構造』, 千倉書房.

上原征彦 (1999), 『マーケティング戦略論』, 有斐閣.

小田切宏之 (2000), 『企業経済学』, 東洋経済新報社.

丸山雅祥・成生竜彦 (1997), 『現代のミクロ経済学 情報とゲームの応用ミクロ』, 創文社.

Hotelling, Harold (1929), "Stability in Competition" *The Economic Journal*, Vol. 39, No.153, pp41-57

## 寝ながら学ぶ EDI

こんにちは。事務局の田中でございます。今回もまたざっくりばらんな内容となりますので、お気軽に読み飛ばしてください。

さて、皆さんは電子書籍をご利用でしょうか。電子書籍の開発はもうかれこれ20年程前から始まっているようですが、巷でスマートフォンやタブレット端末の売れ行きが急速に伸びており、ここにきて漸く普及期に入ってきたのではないかと実感しています。

電子書籍は紙とインクを利用した旧来の印刷物とは異なり、文字や記号、図画に加えて、紙の書籍では不可能な、ハイパーリンク・動画・音声・バイブレーションなどに対応したコンテンツ（リッチコンテンツ）を電子的に記録した情報のことで、再生にはディスプレイやスピーカーのついた表示端末が必要となります。また、電子書籍の他にも、電子ブック、デジタル書籍、デジタルブック、Eブック、オンライン書籍といった呼称があります。学生の間では既に紙の辞書に取って代わっている感がある電子辞書も電子書籍の典型例かと思えます。

電子書籍は既出版された印刷書籍等の情報を、デジタルな文字情報に変換して電子ファイルにすることで、印刷、製本、流通の経費削減や省スペース化が図れます。しかし、電子書籍のコンテンツの多くは紙媒体での出版を前提とした契約下で関係者が製作に携わったものなので、その電子化と公開にはそれら関係者の利権が絡み合い、新たな契約が対象とする配布媒体やデータ形態の範囲が分かりにくく、コンテンツの電子化には技術面以外にもさまざまなハードルが存在します。また、データを「自ら吸い込む」ことから「自炊」といわれ、自ら所有する書籍を自分で利用するためにデジタル化（PDF化）する行為は、現時点では著作権法上の問題はないとされていますが、自炊の増加に伴って登場した「スキャン代行ビジネス」は、著作権との関連で法律的な議論が発生しています。

電子書籍は読者がインターネットに接続さえすれば即時に書籍が購入できて、何かとかさ張る本の類に部屋を占領される心配もありません。また、出版社に相当するコンテンツ・プロバイダー側にとっても、在庫の確保と資産コストの削減が図られ、絶版による販売機会ロスも避けられます。一方、世界的に日刊新聞の発行部数は下降傾向にあるようですが、これは戸別宅配率が95%（2011年10月 日本新聞協会業務担当調べ）を誇る我が国の新聞業界においても例外ではなく、2000年に53,709千部だった新聞の年間発行部数が、昨年は47,778千部と約11%も落ち込んでいます（新聞協会経營業務部調べ）。そこで大手新聞社もこぞって電子版新聞の発行を競っている状況にあり、こうした動きが電子書籍の普及にますます拍車を掛けているものと思われます。

また、コンテンツの利用形態としては、ダウンロード型やストリーミング型があります。ダウンロード型はインターネット上のコンテンツ・プロバイダーから、必要なデータを全て端末にダウンロードして読む形態です。この形態は、インターネットに常時接続しているデスクトップPCではあまり利便性は感じられませんが、通信量に応じて課金が発生する携帯電話や、

常時接続していないポータブルなノート PC や携帯情報端末等ではメリットがあります。その反面、データとして完結している必要性があることから、データの複製をどのように防ぐかが課題になっています。一方、携帯電話の場合は通信キャリア毎に端末機の仕様があるため、実際には KDDI (au) とソフトバンクモバイルがダウンロード方式で、NTT ドコモはストリーミング方式になっています。この際、著作権保護を優先し認証を必要とする電子書籍のデータを、端末に一部またはすべてダウンロードすることになりますが、このデータを閲覧するためには、インターネット上のサーバに常時接続している必要があります。また、サーバからダウンロードした情報はキャッシュ（一時情報）として記憶されますが、基本的には端末にこの情報は保存できません。この形態は、データ提供側からすれば確実に著作権を保護できますが、ユーザー側の利便性はかなり損なわれることとなります。

電子書籍はファイル形式やデータ形式もさまざまで、世界的に使われている PDF や EPUB の他、シャープの XMDF など20種類以上のファイルフォーマットが存在しています。このようにフォーマットの種類が多いのは、縦横のレイアウトやルビ振りなどがある日本語書籍の特殊事情や、強力な著作権保護技術が求められて参入業者が複数存在している、といった事情によるところのものと思われます。

PDF	Portable Document Format。国際標準化機構 (ISO) によって管理されている電子文書のオープンスタンダード。文書、フォーム、グラフィック、Web ページを変換して作成した PDF は、元のファイルを印刷したときと同じ体裁になる。
EPUB	Electronic PUblication。米国の電子書籍標準化団体 IDPF が推進する XML ベースのオープン規格。北米のデファクトスタンダード。
XMDF	ever-eXtending Mobile Document Format。日本のシャープ(株)が開発した電子書籍コンテンツのフォーマット。大手出版社21社が参加する日本電子書籍出版社協会運営の「電子文庫パブリ」などで利用されている。
.book (ドットブック)	日本のボイジャーによって開発された電子書籍フォーマット。縦書きやルビをサポートしており、文芸作品などの電子化に利用されている。
AZW	Amazon Kindle 用の電子書籍フォーマット。

#### 主な電子書籍フォーマット

なお、電子書籍を閲覧するための専用端末は電子ブックリーダーとも呼ばれ、閲覧し易い画面表示や長い動作時間、コンテンツの購入が容易（インターネット接続）といった特徴があります。特に、電子書籍専用端末に向けた最新技術として電子ペーパーがあり、電子ペーパーは省電力かつ高コントラストの表示を実現しています。代表的な電子書籍の専用端末には、Amazon Kindle や電子ペーパーを使用している SONY Reader、カナダの Kobo 社が開発し、昨年より楽天が発売している楽天 kobo Touch などがあります。

週末や休日に配達される大量の新聞折り込みチラシを目にするにつけ、恐らくその大半があ

---

まり必要のない情報であり、これが各家庭に配られている状況を考えると、多くの方が何とかならないものかと思っているのではないのでしょうか。電子版新聞が普及すれば、当然このようなチラシも電子化されるでしょうし、環境負荷の低減や生産性の向上が大いに期待できます。さらに幼少期から電子機器に接している若い年代は紙の書籍にノスタルジーなどなく、電子書籍に抵抗を感じることも少ないと思いますので、書籍や雑誌、日刊新聞のデジタル化がさらに進み、学校の教科書や電化製品等の取扱説明書（オンライン化はすでにかなり進みますが）が電子書籍に置き換わっていくことで、かつてフィルムカメラがデジタルカメラの出現により急速に淘汰され、また、レコードがCDに、そして現在オンラインダウンロードによるデジタル音源に置き換わりつつあるように、紙の書籍が電子書籍に取って代わられる日もそう遠くないように思う次第であります。

生鮮取引電子化推進協議会 事務局  
田中 成児



◇協議会からのお知らせ◇

平成25年度 先進事例見学のご案内

市場流通の先進事例として、「湘南藤沢地方卸売市場」を対象とした見学先を開催することといたしましたので、ご案内いたします。

見学日時：平成25年7月25日（木）14:00～16:00

見学先：湘南藤沢地方卸売市場（開設者：湘南青果株式会社）



今回の見学先である湘南藤沢地方卸売市場は、もともと藤沢市中央卸売市場が2007年4月に藤沢市地方卸売市場に転換し、昨年4月には民営化され現在に至っております。この民営化に伴い、青果の市場機能は維持したまま敷地内に配送棟を新設し、湘南地域における市場機能の中核を担っています。なお、配送棟には国内最大の食品卸売会社である国分株がテナントに入っており、コールドチェーンを備えた先進的な総合食品卸売市場になっています。

◆見学日程（予定）

時間	内容
13:30～	【受付開始】現地集合（湘南藤沢地方卸売市場）
14:00～14:30	【概要説明】市場概要についての説明
14:30～15:30	【施設見学】卸売棟・配送棟見学
15:30～16:00	【質疑応答】見学内容についての質疑応答
16:00	【見学終了】現地解散

◆お問い合わせ先

生鮮取引電子化推進協議会 事務局 担当：田中  
TEL：03-5809-2867 FAX：03-5809-2183

## 編集後記

- ▶ 6月10日に第1回理事会及び通常総会を開催し、無事に終了することができました。皆様方のご協力に改めて感謝申し上げます。また、通常総会終了後に、サトーホールディングス㈱の白石氏による特別講演会（「食品トレーサビリティー最新事情」・「不可能を可能に変える理想の実現法」）を開催いたしました。
- ▶ 皆さんは今年、New Year resolution（新年の決意）をされたでしょうか。斯く言う私は、ついぞそのような決意などしたことがなく、まして人生設計など考えたことがありませんでした。しかし、目標のないところに理想を実現すべくありません。その意味でも白石氏のご講演は大変参考になりました。その講演内容（抄録）を本号に掲載しておりますので、ご参照いただければと思います。
- ▶ 今年度の事業計画にもありますとおり、農林水産省補助事業「流通過程情報伝達促進事業」の公募に当協議会が応募中です。本事業では、生鮮食料品取引における流通 BMS の導入促進方策等に関する検討会を開催するとともに、導入効果等を検証するための実証事業を実施し、流通 BMS 導入の手引き等を作成・配布することとなっております。応募結果等につきましては、また本誌の次号でご報告させていただきたいと思っております。
- ▶ 当協議会も今年の6月で設立15年目を迎えました。これも常日頃ご支援をいただいている会員の皆様方のお蔭であり、ここに改めて御礼申し上げます。鈴木会長からいただいた通常総会のご挨拶にもありますとおり、消費者ニーズに的確に対応し、効率的な物流や商取引の円滑化を実現していくとともに、環境負荷の低減など新たな課題に適切に対応していくためにも、これまで以上に有効なシステムの構築が求められている状況がまだあります。そのために今後も尽力してまいる所存でありますので、引き続きよろしく願いいたします。

(トンボ)