

「生鮮EDI」第65号 目次

	ページ
● アメリカのニュース記事から……………	1
生鮮取引電子化推進協議会 事務局長 三宅 均	
● 生鮮食品取引における流通BMS導入促進セミナー講演録（東京会場） 「流通BMS導入メリットと将来の活用戦略」……………	6
株式会社ヤオコー 営業企画部 情報システム担当部長 日本スーパーマーケット協会 情報システム委員会 委員長 神藤 信弘 氏	
● 生鮮食品取引における流通BMS導入促進セミナー講演録（札幌会場） 「生鮮分野における流通BMS導入事例」……………	13
マックスバリュ北海道株式会社 情報システム部長 杉田 雅彦 氏	
● 生鮮食品取引における流通BMS導入促進セミナーの開催状況 ……	20
● 巻末コラム……………	24
生鮮取引電子化推進協議会 事務局 田中 成児	
● 協会からのお知らせ……………	27
● 編集後記	

アメリカのニュース記事から

生鮮取引電子化推進協議会

事務局長 三宅 均

アメリカの食品に関するニュース記事をチェックしていると、なかなか興味深い。今回は、私が面白いと思った最近の記事を紹介したい。

まず始めは、食品の賞味期限などの期限表示に関するもので、これによればアメリカ人も期限表示に関する理解は不十分のようで、現場では種々混乱があるようです。

2014年6月24日付 CBS ニュース「食品表示に関する混乱は、無用な廃棄や食あたりを招きかねない。」

“消費者は、往々にして食料品の期限表示について誤解し、ダメになった食品を必要以上に保存したり、全く問題のない食品をその必要がないのに廃棄したりしており、そのコストは数十億ドルに上ると専門家は言う。

公的な健康・安全を守る組織である NSF インターナショナルの最近の調査によれば、消費者は食品表示の一般的な用語である「消費期限 (expiration date)」、「賞味期限 (best if used by date)」、「販売期限 (sell by date)」に対する理解や区別が十分できていないということが分かったとしている。結果的に、ほぼ半数のアメリカ人は、食料品にカビが生えるか変色するまで捨てようと思わず、またアメリカ人の17%は腐敗臭が出始めたら捨てると言っている。

NSF インターナショナルの小売食品サービス部、国際顧客部長のジーナ・ニコルソン氏は、期限通りに食品を廃棄しないと、サルモネラ菌や病原性大腸菌による発症の危険にさらされると CBS ニュースに語っている。それらの病原菌は、5歳以下の子供、老人、更にはがんや HIV などの病気で免疫力が低下している人々には特に危険である。

同時に今週出版された評論誌である「食品科学と食品安全に関する総合評論 (Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety)」の共著者たちは、食品期限表示の差異に対する理解不足は必要以上に早期の食品廃棄をもたらし、結果として食品ゴミを増加させ、これが先進国で既に大問題になっている、と強調している。彼らは、食品製造業者と規制当局間の協力関係を深め、より良い、統一的な食品表示システムを構築すべきとしている。

食品技術者による科学・政策イニシアティブ研究所の副所長ウィリアム・フィッシャー氏は、我々は（世界規模で）食品の3分の1を捨てており、食品表示に関する混乱は一定程度食品ゴミの増大に寄与している、と CBS ニュースに語っている。アメリカ農務省の経済調査部による2010年の数字によれば、アメリカだけで、1330億ポンド（603万トン、小売レベルの金額にして1616億ドルと推定される）の食品——小売及び消費者レベルでの量のほぼ3分の1——が毎年捨てられている。

そこで、消費者は食品の期限表示について知らなければならないことは何か。フィッシャー氏は、その違いを次のように説明している。

「**sell by date**」は、小売業者にとって最も重要で、商品を棚から撤去すべき日付だが、その食品がもはや安全ではないということを意味するものではない（食べられないということではない）。

「**expiration date**」その期限を過ぎたら食べてはいけないということを意味する。即ち直ちに捨てよということだ。

「**best if used by date**」これは商品の品質期限を示すもので、その安全性を示すものではない。つまり、この期限は、その商品がその日まで最高の品質を維持していることを意味するが、その日を過ぎても一定期間（その範囲は商品によるが）食べても安全だということの意味する。”

ということで、期限表示は、ほぼ我が国と同じですが、我が国とは異なり「販売期限」の表示があるようです。

さて、次の記事は、肥満の原因は、運動不足か食べすぎかというものです。アメリカの肥満問題は、折に触れて紹介していますが、国民の3分の1が肥満という国ですので、肥満に関する人々の関心は極めて高いようです。

2014年7月8日付 CBS ニュース「肥満の原因は何か、運動不足か食べすぎか」

“運動不足とカロリーの摂りすぎの両者とも肥満の原因である。しかし、最新の研究では、米国では運動不足が肥満の主因であると示唆する結果が出ている。そして、特に40歳未満の女性について座りきりのライフスタイルの影響が出易いとされている。

この7月に出版された「アメリカ医学ジャーナル」で発表された研究によれば、米国で過去20年間自由時間に全く運動をしないとされている女性の数は、1994年の19%から2010年の52%まで著しく増加している。同様に男性の数は、1994年の11%から2010年の44%へとやはり増加している。他方、BMI（ボディマス指数）平均は、男性・女性の両方で毎年0.37%増加しており、特に18歳から39歳までの女性で劇的に増加しているという。この同じ期間に、カロリー摂取量は変化していないということである。

「私たちの発見は、米国における肥満の増加の原因が、主としてアメリカ人の毎日のカロリー摂取量の増大に起因 するものだとの一般に流布している考え方を支持しないという結果になっている。」と、スタンフォード大学医学部准教授で著者のユリ・ラダバウム博士は書いている。

疾病管理・予防センターによれば、米国の成人の3分の1以上が肥満状態にあるとしている。研究者は、肥満増大の原因を人々の運動習慣やカロリー摂取量を詳細に検査することで見出そうとしており、これまで何年にもわたって、人々が具体的に何を食べ、何を飲むかには焦点をあてず、もっぱらカロリー、脂肪、炭水化物、タンパク質の日常の摂取量を調べてきたが、大

きな変化は見出せなかった。しかし、研究者は、調査の中で平均とは異なる2つのグループに注目した。一つは女性の中で自由時間に運動せず、カロリー摂取量が増加しているグループ、もう一つは自由時間に相当量の運動をしており、カロリー摂取量の少ないグループである。また研究者は、平均的な BMI の人でも寿命に影響する指標である腹部肥満の上昇についても検証した。専門家は、腹部肥満を女性については腹囲が34.65インチ（88cm）以上、男性については40.16インチ（102cm）以上と定義している。検証の結果は、女性の腹囲は毎年0.37%、男性については毎年0.27%上昇していることが分かった。「腹部肥満は、過体重の男性女性のみならず正常体重の女性にも一般化している。オーバー・ウェイトだけで致死リスクが高まるのかどうかは議論のあるところであるが、過体重の人々の間で腹部肥満が増大しているという傾向は、BMI 値にかかわらず腹囲が増大することに起因するリスクに照らし合わせると心配なことだ。」と上述のラダバウム博士は言う。

アメリカ医学ジャーナル誌の編集主幹であるパメラ・パワーズ・ハンリー氏は、社会経済的観点からこの調査結果に関しコメントを書いている。彼女は、多くの人々、特に若いシングルマザーは経済危機の余波で家計の帳尻を合わせるのに忙しく、肥満にまで気が回らないのではないかと、言う。「ラダバウム博士らが、若い女性が自由時間に運動しないケースが劇的に増加していることが分かったというのは、なんら不思議ではないのではないかと。家族の生活を成り立たせるようやり繰りに時間とエネルギーを費やしていれば、運動などしてはもらえないのは驚くことではない。」とハンリー氏は書いている。

彼女は、アメリカにおいて全力で肥満問題に取り組むよう求めており、「コミュニティが体を動かせるような安全な場所を提供し、アメリカ人が健康を維持できるに足る十分なヘルシー・フーズを提供することにより、私たち皆で肥満をコントロールするよう一致協力した、かつ包括的な努力を傾けなければならない」と書いている。”

以上の通りで、アメリカ人の肥満増大の大きな要因が運動不足で、かつリーマンショック後の経済危機で運動する暇がないという分析ですが、景気が悪くなるとジャンクフードに頼り、かつストレスから過食傾向になると言われています。アメリカでは、このところ株価も市場最高値の水準で、景気回復傾向も鮮明になっていますが、他方で貧富の差も激しく、景気回復が低所得層に十分浸透しなければ、肥満傾向が改善するとも思えません。今後どうなるか、引き続きウォッチしたいですね。

さて、次の記事は、カリフォルニアにおける加糖飲料に対する課税の問題です。かつてニューヨーク市の加糖飲料課税を取り上げましたが、こうした動きは全米で見られるようです。

2014年7月12日付 CBS ニュース「加糖飲料課税に関する論議がカリフォルニア州で再燃」

“カリフォルニア州では、課税により加糖のソフトドリンクの消費を抑制するかどうかの論争が最近行われ、今後も続きそうだ。課税の目的は、肥満やその他の慢性病と闘うためということだが、ソフトドリンク業界もまた反対している。以下 CBS ニュース通信員エイドリア

ナ・ディアスがレポートする。

ソーダ缶は、たばこのパッケージと同列に扱われるべきか。これはサンフランシスコとバークレーの投票者がこの年末までに決めなければならないことで、加糖飲料課税論争が再燃している。「これらの飲料は、人々を病気にさせるものだ。」とサンフランシスコ市の監督官のスコット・ウィーナー氏は言う。ウィーナー氏は、サンフランシスコ市で当該措置を提案しており、加糖飲料課税は消費を抑制するとの調査結果を引用している。彼の提案は、ソーダ、スポーツ飲料やジュース類の価格に1オンスあたり2セント賦課し、肥満対策プログラムのために年間約3000万ドルの資金を確保しようとするものである。「もしもこの提案がサンフランシスコ市で通過すれば、全米の市や州のいたるところで同様の提案をパスさせようとするエネルギーが満ち溢れるのを見ることになる」と信じている。」とウィーナー氏は言う。

しかし、そのような試みは、以前にもなされている。過去4年間で、全米の立法機関は、30もの加糖飲料への特別課税の提案を行ってきたが、どれも採択されていない。その理由の一つは食品・飲料業界が反課税キャンペーンに何百万ドルも注ぎ込んできたからに他ならない。

テッド・マンドーフ氏は、認める。彼は、バークレー市における課税に反対を表明してきており、課税は彼の家族やビジネスを害すると主張している。彼は、米国で50以上の映画館を運営している。「これはビジネスに対するもう一つの課税であり、我々はいかにビジネスを振興すべきかを議論すべきで、ビジネスを傷つけるような議論をすべきでない。課税は、肥満問題や糖尿病の問題を解決するものではなく、課税の在り方の問題だ。」と言う。

両サイドは、激しくキャンペーン合戦を行っている。もしこの課税措置が敗北するならば、特にそのようなリベラルな都市において負ければ、このアイディアはこれを最後に消えてなくなるのではないかと予想される。”

ということで、アメリカにおける加糖飲料課税措置の行方を占う重要な決定がこの年末に行われるようです。このコラムで前にも書いたように、やはりアメリカ人は砂糖の摂りすぎだと思います。全体として砂糖摂取量どのように抑制すべきか、食生活全般の見直しなど、総合的なアプローチが必要ではないかと思います。

さて、次は食品の移動販売車の問題です。これは、買物弱者対策の移動販売車ということではなく、大都市の街角でファーストフードなどを売っている移動飲食店がもともと街中に立地しているレストランの営業を妨げており、規制すべきではないかというものです。

2014年8月16日付 CBS ニュース「レストラン側は、食品移動販売車は彼らの利益を食いつぶすと主張（マーク・アルバート記者による）」

“ワシントン発—食品を巡る争いがますます多くのアメリカの街角で生じている。新規の調査によれば、約300の都市で4100以上の食品移動販売トラックが開業している。古くからの、かつ移動することのないレストランのオーナーにしてみれば、その数字は許容しがたいものと

なっている。

テネシー州ノックスビルの中心街では、お客が並んでトラックのオープンを待ちかまえている。移動販売トラックの営業員は、「多くの人が早くオープンしろとトラックの窓をたたくので、準備をする間もないくらいだ」と言う。全米に亘り、食品分野の新参者があまりに成功しているので、伝統的なレストランビジネスがダメになりそうな気配だ。

ギャビン・コールマン氏は、ワシントン DC で「ダブリナー」というレストランを所有している。彼は、「私は、食品トラックを憎んでいるわけではない」としているが、彼らはレストランの存続を脅かしているのも事実と付け加えている。食品トラックが外の通りに並び始める瞬間から、昼食時の彼の大事な顧客から得られるであろう利益が消え去り、2度と戻ってこない、と彼は言う。

コールマン氏は、次のように言う。「私たちは、店のピーク時のサービスに依存しているが、ランチ・アワーはそういった重要な時間だ。そんな時に食品トラックがやってきて、私の店のドアのすぐ外側に陣取り、ピーク時のお客を奪えば、その他の18時間私たちが店をオープンしていても、生き残るのは難しい。」

競争、食の安全及び衛生問題に対する不安から、フード・トラックをどのように規制するのが最も望ましいかに関し、都市の議論は分裂している。

シカゴ市は、レストランから200フィート以内におけるトラックの営業を禁止しており、ピッツバーグ市は、最も厳しく、30分ごとに場所を変えるよう営業者に義務付けている。しかしながら、全米都市連合の調査によれば、コミュニティの3分の1は、フード・トラックに対しなんらの時間規制も課しておらず、またその2分の1は、既存レストランの近くでの営業禁止措置はないか、あるいは緩やかな規制しか存在しない。

こうした傾向に逆らう代わりに、ワシントン市のレストラン **Guapos** は、自身のフード・トラックを立ち上げた。オーナーのベロニカ・サイラー氏は、その移動キッチン新しい顧客を開拓したと言う。「トラックは、私たちに期待以上の成果をもたらした。それらは、実際私たちの立地条件にある種の発見をもたらした。」

しかし、街全体を見れば、コールマン氏は同じことはしていない。彼は、彼の家業であるパブに賭けており、40年間同じ場所でアイルランド料理を出し、依然として空腹のお客の選択に任せている。”

以上のとおりですが、我が国でも一部移動販売のファーストフードのお店を見かけますが、我が国においては移動販売トラックよりは、むしろ街中の津々浦々に展開しているコンビニエンスストアこそが、真のライバルではないでしょうか。

「生鮮食品取引における流通 BMS 導入促進セミナー」講演録【抄出版】
「流通 BMS 導入メリットと将来の活用戦略」
流通 BMS の早期稼働メリットと次世代 EDI 活用による卸・メーカーとの協力体制の深化

2014年7月24日(木)

JJK 会館

株式会社ヤオコー 営業企画部 情報システム担当部長

日本スーパーマーケット協会 情報システム委員会 委員長

神藤 信弘 氏

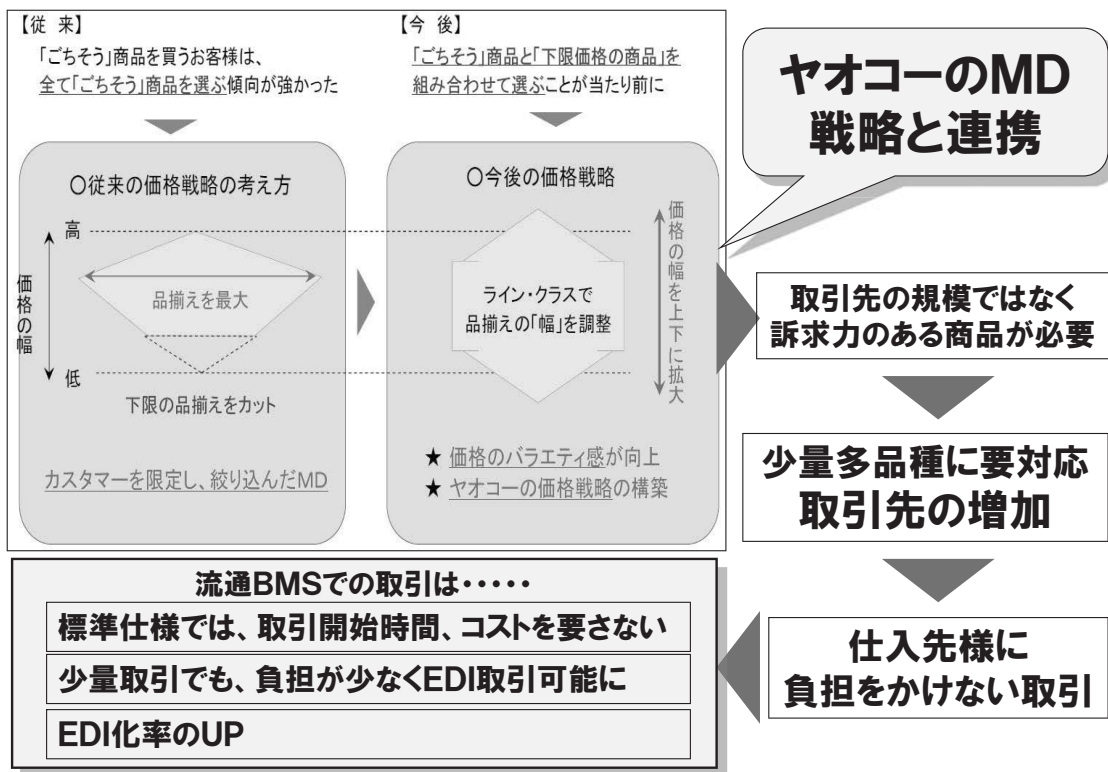
本日は流通 BMS の普及活動のセミナーということで、自社における導入状況の説明と、日本スーパーマーケット協会 (JCA) の情報システム委員会で委員長をやらせていただいておりますので、協会における普及活動についてお話をさせていただき、より多くの皆様に流通 BMS を導入していただけるような内容をお伝えできればと思います。

まず JCA の活動内容をご紹介します。JCA は通常会員が97社で、総売上が8兆円程の規模の業界団体になります。JCA では協議会、専門検討会等の各種活動を行っていますが、その中の1つに「流通 BMS 普及推進活動」があり、流通の標準化を小売業の団体として推進していくために、流通4団体 (日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会、一般社団法人新日本スーパーマーケット協会、一般社団法人日本ボランタリーチェーン協会) と共に活動しています。この活動の中心は流通 BMS の普及で、平成24年から JCA としての普及活動を都合7回程実施しておりますが、お蔭さまで多くの企業に導入を進めていただき、2013年12月1日時点で6,500社以上の卸・メーカーが流通 BMS を導入していると推計されています (流通システム標準普及推進協議会調べ)。この数字は半年前と比べて800社近く増加していることを示しており、急速に流通 BMS の普及が進んでいる様子が窺えます。加えて、消費財流通企業の95社が「製・配・販連携協議会」を通じて「流通 BMS 導入宣言」に署名して活動しています。この活動では流通 BMS 導入企業の数値目標を定めているので、こちらの効果も大きいものと思います。

一方、ヤオコーは埼玉県川越市に本社を構え、2014年3月末現在133店舗を展開しており、連結売上高は2,740億円規模の食品小売業となります。「生活者の日常の消費生活をより豊かにすることによって、地域文化の向上・発展に寄与する」というのが当社の経営理念で、どちらかといえば「品揃え中心型」、「サービス中心型」の店舗展開をしています。また、最近の営業テーマとしては「豊かで楽しい食生活提案型スーパーマーケットの充実」を標榜しており、その中で生鮮の強化、特に鮮魚に力を入れています。裏を返せば食品スーパーは鮮魚が弱いということなので、食品スーパーの鮮魚をもっと盛り上げていくような仕掛けを作りたいと考えています。

流通 BMS の導入目的はいくつかありますが、まず「流通業界全体の効率化へ貢献」があげられます。標準化を進めるには誰かが先鞭をつけなければならないので、たとえ拙速であっても積極的に取り組んでいく必要があります。次に「取引先の負担軽減」も重要です。EDI 化により新たな費用負担が生じるので、この負担をできるだけ軽減するような対策が必要です。さらに「MD 業務のサポート」が考えられます。導入時にすぐではないかもしれませんが、あとになって流通 BMS は必ず MD 業務の武器になります。「システム変更に対する可変性の担保」など、その他にも流通 BMS 導入によるメリットは多々あります。

ここで、ヤオコーの商品管理について述べると、従来は高価格帯の商品を中心に、下限の品揃えをカットしていましたが、シーンによって商品を使い分けるお客様が増えたので、最近では必然的に品揃えの幅が広がっています。品揃えの幅が増えると発注単位が細かくなって、アイテム数が増えることにより商品管理が煩雑になるので、これに対応する仕掛けが必要になります。当然 EDI が前提となりますが、細かな取引に対応するとなると仕入先の数が増えるので、仕入先の負担も出来るだけ少なくなるようなシステム運用を考慮して、結果的に流通 BMS を選択することになりました。



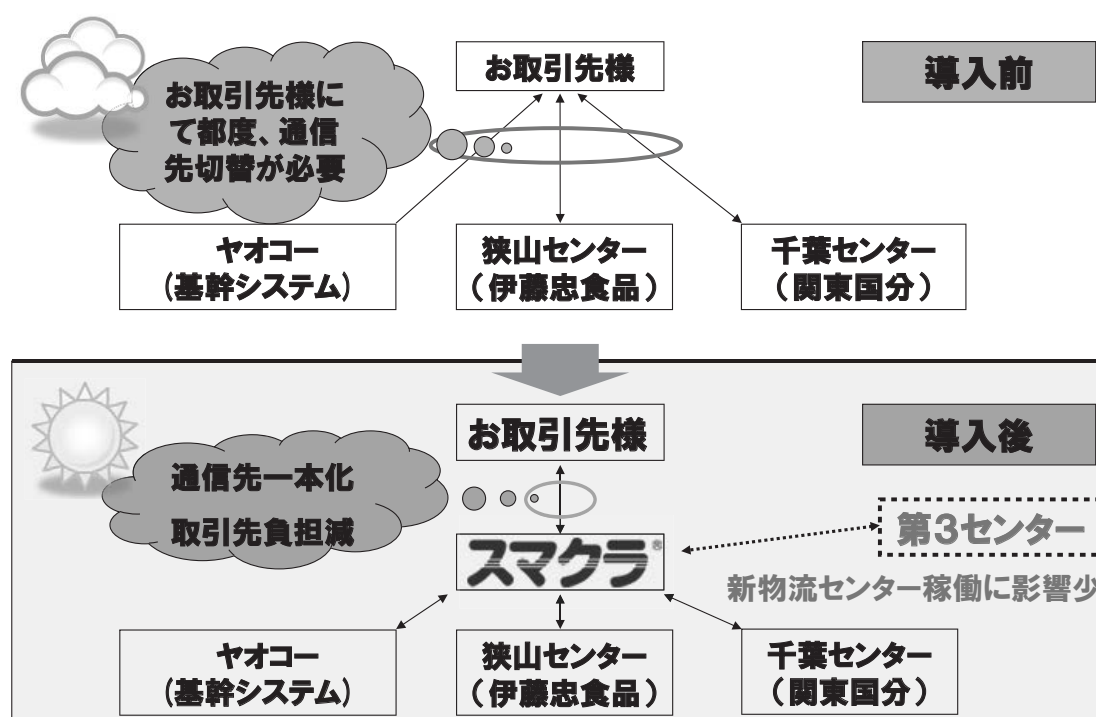
流通 BMS 導入目的例

ヤオコーでは流通 BMS 導入の際、SCSK 社が提供する「スマクラ」というスーパーマーケット向けの流通 BMS の EDI サービスを利用しています。先の流通4団体もこのスマクラを推奨しています。このスマクラはクラウドシステムなので、自社でシステムを用意しなくて

も、短期間に多くの取引先との間で流通 BMS に移行できます。また、流通 BMS に準拠した WEB-EDI も用意されているので、現在 EDI を利用していない企業でも、流通 BMS 導入はそれほど難しくありません。

ヤオコーが利用しているスマクラのサービス内容ですが、当社には通過型物流センター（T / C）と加工食品を中心とした在庫型物流センター（D / C）があるので、センターとの間のメッセージを含めて全て流通 BMS 化しています。なお、基幹システムとスマクラとの間は従来通りにデータ交換しています。

ヤオコーがグロッサリーで流通 BMS を始めたのは2012年ですが、当時のデータ交換はスター型だったため個々の対応が必要となり、取引先の負担になっていました。このやり方では物流センターが増える毎に送受信先も増えてしまうので、ハブ的な役目をする通信センターを設けて一元化することで、できるだけ取引先に負担が掛からないような対応を進めていきました。



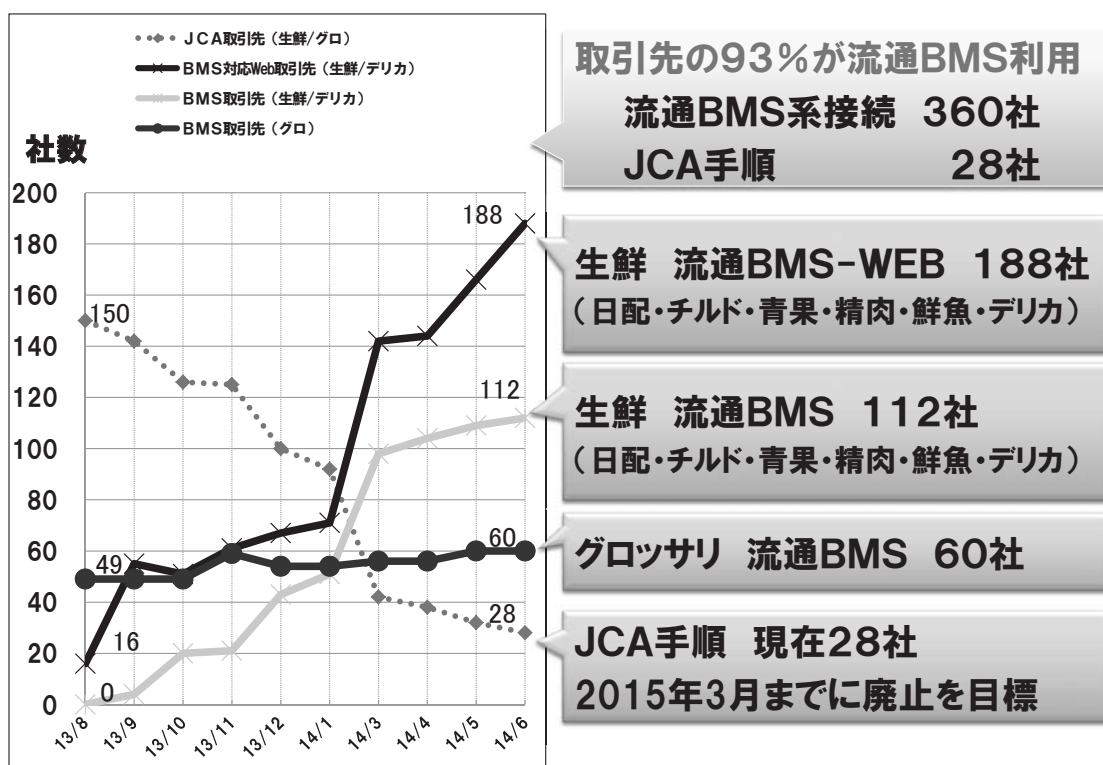
導入メリット：通信の一元化（グロッサリー 2012年～）

また、流通 BMS のメリットとして「通信時間の短縮」がよくいわれますが、ヤオコーの標準的な1日の取引件数の送受信時間を合計すると、1時間くらいの短縮になりました。その結果、取引先の作業負担（通信待ち時間等）も減って、物流センターの荷受けにも余裕ができ、全体の作業効率化が図られるといった相乗的効果も生まれました。

流通 BMS の活用方法について一般的に述べれば、流通 BMS には大手小売の業務用素が殆ど全て組み込まれているので、事業規模に関係なく流通 BMS を導入すれば、物流センターを設けることや、EDI 化に合わせて他の業務を効率化することも可能です。また、すぐに使え

るフォーマットが揃っているため、新規導入の際、各社毎に交渉してフォーマットを取り決めるといった従来のステップが不要になります。加えて、事業規模が大きくなると物流センターの運用が特に重要となりますが、この部分についても標準化ができていますので、「データをどんな形で作るか」からではなく、「データをいつ渡せるか」という話から交渉が始められます。なお、標準化によりパッケージ化やクラウド化が進むことで、従来なかったような共同化のサービスがいよいよ始まりそうです。流通 BMS は SCM 上の業務ですが、流通 BMS の普及を早く進めて、次の段階である MD 上や店舗運営上の標準化にも早く取り組むことができると思います。

ここからは、ヤオコーにおける生鮮の展開について述べたいと思います。流通 BMS の導入は前述のとおり2012年のグロッサリーから始まり、2013年11月から生鮮・チルドの全取引先への導入が始まりました。その結果、グロッサリーを含めて、流通 BMS 系接続は約360社となり、JCA 手順の取引先は28社のみというのが現状です。この28社についても今年度末までに流通 BMS に切り替えたいと考えています。なお、結果的に一番多かったのが流通 BMS-WEB (WEB-EDI) で、青果、精肉、鮮魚、デリカ等の取引では、この流通 BMS の WEB 版が多用されています。また、データ交換型の流通 BMS は112社で、一般食品のメーカーや卸との間で使われています。



ヤオコーにおける流通 BMS の展開推移

生鮮関連の取引先の移行状況については、データ交換型の流通 BMS だけでは対応できない

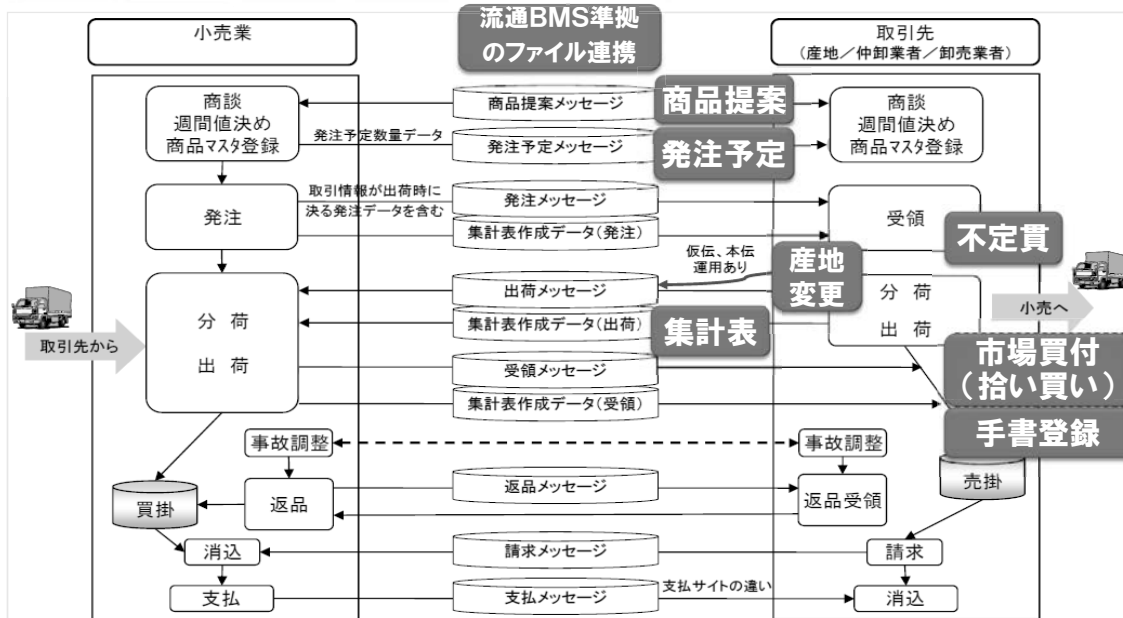
部分があり、簡易な WEB 版がないと取引先の導入が増えないだろうということで、共同利用型かつ流通 BMS 準拠型であるスマクラの WEB 版(流通 BMS-WEB)を選択肢に設けました。なお、流通 BMS-WEB への切り替えはそれほど難しくなく、色々なパターンがありますが、3ヶ月程度の準備期間があれば切り替え可能ということがわかりました。

生鮮食品取引における EDI の課題ですが、グロッサリーと比較すると色々な問題が複合的に発生するので、やりにくい部分は確かにあります。その日に原価や産地が変わるとか、発注した商品が減ったり増えたりすることが日常茶飯事で、電話や FAX が多用されるので情報が混乱し、結果的にやりにくさが倍増している状況があります。しかし、流通 BMS にスムーズに移行するためには、もともとの取引形態や社内の情報管理をどのようにするかといった点を事前に整理しておく必要があります。

スマクラは全ての生鮮取引に対応できるように、「発注」「出荷」「返品」「受領」「請求」「支払」といった通常の取引パターンに加え、「商品提案」「発注予定」「不定貫」「集計表」「産地変更」「市場買付(拾い買い)」「手書登録」といった生鮮特有のパターンにも対応しています。生鮮取引はグロッサリーとは異なり、これらの機能がないと業務の途中で手書きや電話・FAX のやり取りが必要となり、効率的にデータ交換ができないケースが多々あるためです。

流通BMSのWEB-EDIの基準に準拠した生鮮WEB機能

発注 **出荷** **返品** **受領** **請求** **支払** に加え、全ての生鮮業務に対応



生鮮の流通 BMS が順調に稼働するための必要機能

なお、流通 BMS に対する課題や要望については、不足している取引パターンや運用ルール、相対で行っている取引の標準化等を業界内において常時検討しています。たとえば小売業界に

おける流通 BMS の次のステップを考えると、2点ほど課題があります。1つは「オフライン発注」で、一般的には電話や FAX による発注です。発注は本来、小売からデータスタートするべきなのですが、実際はそのようにできないケースも少なくありません。その場合、商品と伝票やデータの一致が怪しくなり、取引の状態が正確には把握できません。そこで、オフライン発注のデータ化について「出荷始まりメッセージ」が検討されており、チェンジリクエストを経て今年度中にも新たなメッセージができる予定です。

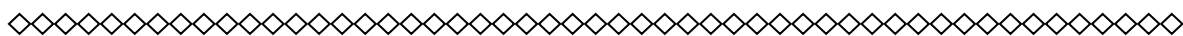
もう1つの課題は主に物流センターで使用される「納品明細書」の標準化です。現在、納品明細書は小売により仕様がバラバラですが、これを個別に発行するのは非効率なので、今年度中にも納品明細書の標準化が行われる予定です。

最後にコスト面についてですが、ヤオコーの場合は EDI に関連する費用全体を下げ、サービス利用料を下げることなどにより、できるだけ取引先にメリットを還元しました。また、流通 BMS により取引先自身の運用コストも安定的に下がったと思います。なお、ヤオコーが流通 BMS を導入した際のコスト比較ですが、「個別プログラム削減」は卸側にメリットがありました。「通信時間の削減」は1回あたり25分程度下がったので、この点は相当メリットがありました。そして「伝票レスの効果」ですが、ヤオコーの場合は流通 BMS 導入前に伝票レスが終わっていたので変化はありませんでした。しかし、一般的な小売業ではかなりメリットがあると思います。「取引先追加時の負荷軽減」の点では、卸が既に流通 BMS を導入しているのであれば、ヤオコー向けの対応は短期間に済んだものと思います。従って卸・メーカー側からみれば、初期導入の際の対応がポイントになります。「物流業務の効率化」については、商品が到着するタイミングが早くなり、最終的に店頭におけるメリットにもつながりました。

流通BMS導入メリット	内容	小売 業界	ヤオコー	卸 業界	ヤオコー卸
1. 個別プログラム削減	小売毎に異なるEDIデータに対応しなくて良い	-	-	○	○
2. 通信時間の削減	卸のデータ受信時間が1/20、通信費削減	-	-	○	○ 最大削減 25分/回
3. 伝票レスの効果	納品~請求~支払の紙使用がなくなり印刷・保管の作業とコストが削減	○	変化なし 実施済	○	変化なし 実施済
4. 取引先追加時の負荷軽減	新規の取引先が増えても、納品開始までの対応が早くできる	△	△ データ項目 説明の削減	○	○ 導入拡大 =メリット大
5. 物流業務の効率化	通信時間が短縮化された分、早く出荷作業可。店舗納品の早期化実現。	○	△ TCベンダー 分でメリット	○	△ TCベンダー 分のメリット

<参考> 流通 BMS の導入メリット比較

ヤオコーではこのような形で流通 BMS に取り組んで参りました。JSA でも熱心に流通 BMS の普及活動を行っているところですが、売上が300～500億円規模の小売業における普及度合いが低い傾向にあります。コスト面や切り替えの容易さという点では前述のスマクラがお勧めですが、流通 BMS をうまく運用するためには社内システムの整理が大前提になります。たとえば商品マスタをしっかりと管理していないと流通 BMS はうまく運用できません。しかし、特売がいつ始まるか、原価がいつ変わるか、商品の取扱いがいつ始まるか、といった諸条件に合わせて商品マスタをメンテナンスするのは容易ではありません。そこで、さらに流通 BMS の普及を図るためには、マスタ管理の重要性も啓発していく必要があるのではないかと考えます。今回のような活動をとおして、1社でも多くの企業に流通 BMS の導入をご検討いただければと思います。



◆神藤 信弘 氏 略歴

経 歴

- 1982年 東京農業大学 農学部 卒
株式会社 ヤオコー入社
- 現在 営業企画部 情報システム担当部長
日本スーパーマーケット協会
情報システム委員会 委員長



「生鮮食品取引における流通 BMS 導入促進セミナー」講演録【抄出版】
「生鮮分野における流通 BMS の導入について」

2014 年 8 月 29 日 (金)

札幌市中央卸売市場 水産棟 4 階 会議室 A・B

マックスバリュ北海道株式会社

情報システム部長 杉田 雅彦 氏

本日お話しするのは、イオングループで広く共通して利用されている生鮮取引システムの内容となりますが、効果ばかりでなく課題も含めてご紹介したいと思います。

1. 会社概要とシステム構成

マックスバリュ北海道は1961年に設立され、本社はこの札幌市中央卸売市場のすぐ隣にあります。資本金1,176百万円、営業収益904億39百万円の小売業で、札幌市を含む道央圏を中心にグループで74店舗（2014年2月末現在）を展開しています。もともとは札幌フードセンターという地元のスーパーマーケットだったのですが、イオングループの各マックスバリュという業態は、基本的にこのような形で地元スーパーに、イオンが出資するケースが多いと聞いています。

システム構成については、現在運用している流通 BMS も生鮮流通 BMS (生鮮 MD システム) もイオングループの標準仕様となっています。ただし、グロッサリー商材向けの流通 BMS は JCA から肅々とシステムが切り替えられたのですが、生鮮流通 BMS については、システム導入はされているものの、私個人としては、運用に多くの課題を残していると認識しています。

2. 生鮮流通 BMS の課題

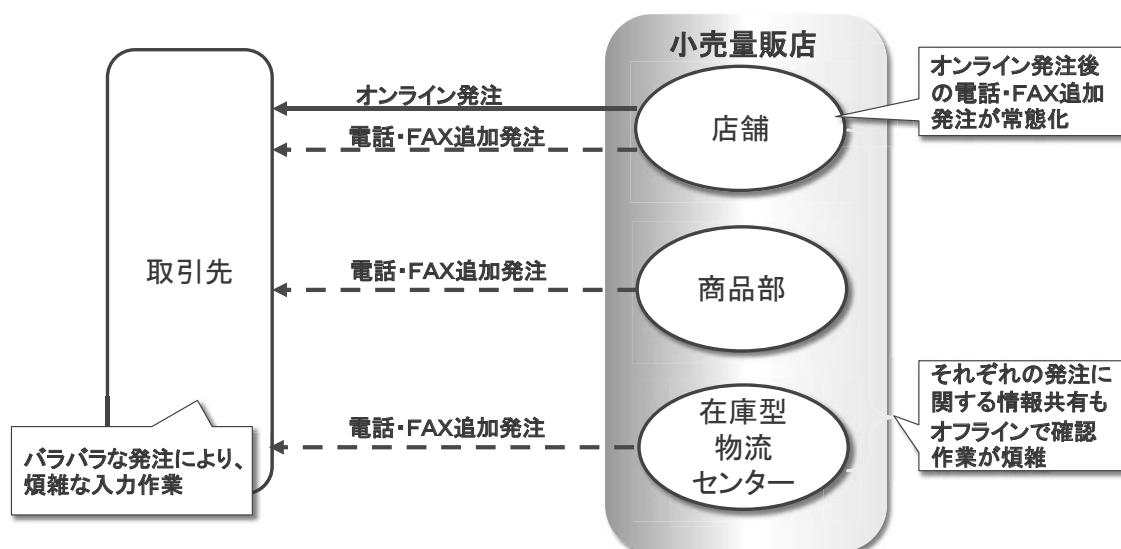
生鮮取引では、小売業と卸・メーカーとの間に卸売市場や多くの関連業者が介在します。また、同じ弊社が事業を展開する北海道内、この札幌市場と函館市場や釧路市場でも、市場毎に取引方法にも違いがあります。このような取引にシステムを適用する場合、従来通りの運用に一律でシステムを当てはめようとしても無理があります。従って、ある部分は捨てる、別の部分はシステムに合わせるというように運用しなければなりません。その際、生鮮取引では、小売の発注データに対して、取引先から返ってくる出荷データに色々な情報が追加されたり、変更されるといった課題があります。例えば、グロッサリーであれば商談通りの価格で納品され、変更があったとしても数量が少し変わる程度ですが、水産物や農産物に関しては産地やサイズ、規格が日々変わってきます。生鮮取引はこのような付帯情報が多く、それが年々増えています。昔は表貼り1枚のラベルに収まっていた情報が、今では1枚に情報が入り切らないた

め裏貼りを付けている状況で、さらにその裏貼りの情報も増えてきています。そこに載せる情報は小売側では分からない情報が多く、受発注の中で出荷情報として取引先から取得しなければなりません。

また、生鮮取引では、不定貫取引と呼ばれる重量の決まっていない商品の受発注があります。この取引は小売業毎に運用が異なっているため、取引先の卸・メーカーはそれぞれの取引先小売に合わせた運用しなければならない状況になっています。さらに、生鮮には JAN コードのような日本全国で通用する商品コードがなく、独自の商品コードが乱立しています。

加えて、店舗担当者や商品部による本部買い付け、在庫を持つ物流センターといった複数の発注者が存在し、電話・FAX・メールによる追加発注も多く、オンライン発注率が低いため、仮にシステムを導入できたとしても半分以上はイレギュラーな取引になってしまうといった傾向があります。

もう1つ、そのシステムを運用する人間にも問題があります。人が悪いということではありませんが、私の経験上、生鮮取引に関わっている人は、職人気質、現場主義的で、パソコンなどに触りたくないような方が多く、また、システム部門も多忙なため現場までフォローできず、結果として生鮮部門の EDI 化が遅れているのが現状となっています。



生鮮流通システムの難しさ — “EDI 化の遅れ” —

3. 生鮮流通 BMS への取り組み

イオングループでは、2006年に生鮮流通 BMS 導入プロジェクトが発足し、その際、重点課題として「お客様の求める安全安心な農産物の安定供給」を掲げ、その中で方針を「美味しい・新鮮」、「安く」、「安全安心の提供」、「利益率の向上」と決めました。そして、これをより具体化するべくプロジェクトを推進し、まずマックスバリュ東北からシステム導入をスタートして、全国のイオングループに展開をしていきました。

このプロジェクトの目的を要約すれば、新鮮で美味しい生鮮物を、お値打ち価格で安定的にお客さまに提供し続ける仕組みを作るために生鮮 MD システム（イーサポートリンク社提供）を活用し、グループ仕入を「ナショナル」、「リージョナル」、「ローカル」の3段階に集約し、ローカル SM との戦いにおいて優位に立てる仕入組織を作ることになります。そのための具体的な方策として、①調達の最適化、②加工の最適化、③情報流の変革、④物流の変革、⑤商流の整理統合にポイントを置き、産地から売場に至る全工程に及ぶ業務プロセスや流通の仕組みを変えていきました。

新しいシステムを導入する際、この業務プロセスを変えるという手続きは欠かせません。現状の業務プロセスにシステムを合わせようとしても不可能です。要は7～8割は現状運用に合わせますが、残りの2～3割についてはシステムの方に運用を合わせないと絶対にうまくいきません。

生鮮 MD システムの導入により期待される効果については、イオングループでは①トレーサビリティ（産地～店舗までの流通履歴）情報の確保、②仕入情報の見える化（グループ各社の単品実績の把握）、③データベースの MD への活用（産地別生産情報など）、④生産者及び生産者情報の囲い込みを想定しました。一方、取引先については、①インターネット環境、パソコンを活用した低コスト導入、②事務作業負荷の軽減、③伝票レス化によるコスト削減、といったメリットが挙げられました。

マックスバリュ北海道では、2009年から取引先の受注からはじまる「生鮮 EDI システム」の導入を農産、水産、畜産、花卉の4部門で実施し、現在ほぼ完了しています。また、生鮮 MD システムではその次のステップとして、商品提案／店舗発注システムの導入展開（「生鮮 EDI システム」の上位オペレーション「商品提案／店舗発注システム」の導入展開をイオングループ各社の店舗、商品部へ農産部門から開始）があるのですが、当社ではまだ実施できていません。今後、取引先に相談させていただくことになると思いますが、取引先との情報共有を強化した形のなかで進めていきたいと考えています。

前述の生鮮 MD システム導入により期待される効果に対して、生鮮 MD システム導入後の効果は以下のとおりとなります。

イオングループ各社

◆伝票入力（データパンチ）費用の削減

伝票をパンチする費用がなくなり、8～9行の手書きのチェーンストア統一伝票を処理するのに掛かるコスト（間接費を含め1枚80～100円程度）が削減できます。それが何千枚、何万枚とあるので、数字という意味でそれなりのインパクトがあります。

◆伝票データによる仕入計上処理時間の短縮

伝票を起票入力してコンピュータの中に反映させる時間が短縮できます。要するに今日までの仕入確定データを「明日」確認できるのか、「明後日」なのかという問題で、日々の利益を数値化することで今後の施策が変わってくるので、そこに早めに対応できるとい

うメリットがあります。

- ◆伝票データによる仕入計上処理の精度向上
- ◆オンライン請求による事務処理費用の削減

取引先

- ◆伝票代の削減
- ◆伝票記入、発行時間による事務処理費用の削減
- ◆リアルタイムでの売掛照合による伝票処理費用の削減
- ◆請求漏れ、入金差額の解消

なお、他の同様のセミナーに行かれても、EDI化や流通BMSについてこのような効果が必ず謳われると思いますが、多かれ少なかれ間違いなく効果はあると思います。

4. 生鮮MDシステム（生鮮版流通BMS）

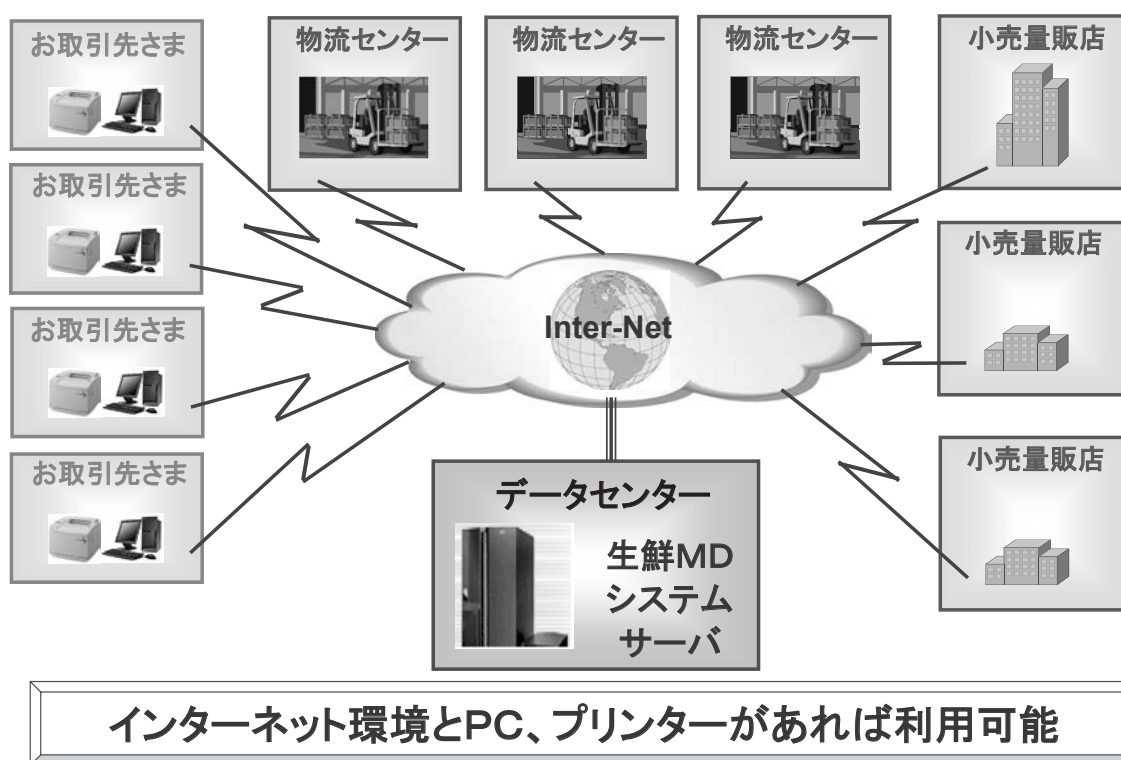
（1）しくみと運用

生鮮MDシステムはEDI化が難しかった生鮮分野の受発注決済システムで、次のような特徴があります。

- ① インターネット環境（ブロードバンド）とパソコン、プリンターがあれば利用できるクラウドサービス
- ② 取引先はシステム導入の初期投資が少額（レガシーと呼ばれているJCAのシステムを新規導入しようとする、100～200万の設備投資が必要だったが、生鮮MDシステムなら20万円以下でも導入が可能）
- ③ さまざまな小売各社の流通BMSに対応しており、共通の画面操作で処理を実施
- ④ 小売ユーザへの導入サポートとして、システム導入スケジュール調整、インターフェース対応、各種説明会参加、取引先への各種案内を代行、導入申請受付、現地サポート、利用状況モニタリング等充実した導入フォロー体制を準備
- ⑤ 取引先へのサポートはカスタマーセンターが窓口となり、流通BMSの煩雑な申込手続き、テストの代行からシステム操作説明、導入後の運用までをサポート（他社のシステムでも同様のサポートがあると思いますが、地元の零細な取引先にどこまで対応してもらえるかといった点が比較のポイントになります。）
- ⑥ 伝票レスに対応、納品帳票・作業用帳票が充実し、チェーンストア伝票の出力も可能
- ⑦ 生鮮標準商品コード、JANコード、各社コードの3つの商品コードで運用可能
- ⑧ 産地、サイズ、等級、入り数、数量等が出荷時に変わるといった生鮮品特有の運用に対応し、不定貫商品にも対応

多くの取引先は、生鮮MDシステムとは別に自前の基幹システムを運用しているかと思えます。そのため、生鮮MDシステムによる情報処理業務は全体の1割でしかなく、残りの9割は仕入れデータの基幹システムへの計上や、請求データの処理等になります。その際、基幹システムとの連携をいかにスムーズに行えるかが、他社システムとの比較のポイントになりますので、小売業者にはそういった点を考慮して、取引先の負担ができるだけ軽くなるようなシステムを選択してもらえればと思います。

なお、インターネット環境とパソコン、プリンターがあれば利用可能とっていますが、利用できるだけではダメで、運用ができなければ使い物にならないので、ITベンダーの方には是非運用に耐えられる仕組みをサポートしていただきたいと思えます。



生鮮MDシステムのネットワークイメージ図

(2) 導入効果

2014年4月の当社の生鮮MDシステムの運用実績は、月間トランザクション件数が約3,800万件、月間システム通過金額は約290億円（原価ベース）となっています。また、生鮮MDシステムの導入、運用については以下の声が寄せられています。

小売／店舗さまからの声

■ 実績データによる分析ができるようになった

→発注から納品までのデータを1つのデータとして管理。いつ、どこから、何を、いくらで、どれだけ仕入れたかが把握できるようになった。

■ 入荷予定情報の把握ができるようになった

→取引先からの出荷データにより、店舗は数量変更や産地変更等の情報が事前にわかるようになった。その結果、これまで負担の大きかった店頭での産地表示変更など代替商品の対応作業が軽減されるようになった。

■ 伝票入力作業の負荷が軽減された

→伝票レスにより、伝票入力作業が激減し、人件費の削減ができた。

お取引先さまからの声

● 照合業務が軽減された

→以前は、請求金額と入金額の差異が発生し、照合作業に手間がかかっていたが、データ交換による自動照合により、差異はほとんどなくなり、請求モレも激減。何より事務作業時間が大幅に短縮された。

● 伝票費用が激減しコスト削減につながった

→伝票レスになったことにより、伝票費用がほとんどなくなった。また、伝票を納品先に届ける必要がなくなったので、産地からの直送時は自社からの伝票データ送信で、仮伝票が不要となった。

● 初期投資費用の負担が少ない

→インターネット環境があれば使えるため、導入しやすかった。
(EDIシステム購入・開発の必要がなくなった)

お客さまの声（イーサポートリンク社提供情報）

なお、当社における生鮮 MD システムの導入実績については、導入社数（取引社数）と取引金額（2014年6月取引額）が、農産：53社（70社）・788,508千円、水産：8社（18社）・318,473千円、畜産：35社（35社）・582,134千円になっています。

以上が導入効果となりますが、実態としてシステムは導入したが、相変わらず電話・FAXでの追加発注が発生しており、取引先に迷惑をかけているのが現状です。確かにメリットはあるのですが、発注担当者、もしくは本部の担当者の意識が完全に変わっていません。生鮮取引の9割以上をこのシステムで運用している取引先もありますが、半分以上が電話・FAXの取引先もまだあります。電話・FAXはとても便利でいつでも追加注文できますが、折角システムを導入したのにイレギュラーな対応が必要となる取引先には大変迷惑を掛けることとなります。これははっきりいって小売の担当者の認識の問題で、結局、システムがあっても運用している人間のレベルが上がらないとうまく回りませんので、この点は早急に改善していきたいと思えます。

5. まとめ

最後にまとめとして今後の課題についてですが、生鮮 MD システム未導入の取引先への導入アプローチを早急に行うとともに、生鮮 MD システムを「運用」から「活用」のフェーズへ移行していきたいと考えております。その際は当社だけでなく、関連する取引先・業者のすべてがメリットを享受できるような仕組みにしたいと思えます。

◆杉田 雅彦 氏 略歴

経 歴

- 1981年 (株)キミサワ 入社
(現マックスバリュ東海)
- 1993年 (株)ハックインダと合併、
(株)ハックキミサワとなる。
- 1998年 (株)ハックキミサワ 情報システム部長
- 2000年 イオン(株)と業務提携
- 2003年 (株)CFS コーポレーションに社名変更
- 2003年 (株)CFS コーポレーション IT 推進部長
- 2010年 イオン(株)との提携強化 (子会社化)

- 現在 マックスバリュ北海道(株) 情報システム部長



生鮮食品取引における流通BMS導入促進セミナーの開催状況

平成26年度農林水産省補助事業「食料品バリューチェーン構築支援事業（流通過程情報伝達促進事業）」に係る「生鮮食品取引における流通BMS導入促進セミナー」につきましては、「東京会場」及び「札幌会場」で開催し、今後も全国で順次開催を予定しております。本号では東京会場と札幌会場の開催状況を報告いたします。

1. 実施状況

(1) 会場

開催日時	会場
平成26年7月24日(木) 13:00～15:30	【東京会場】 JJK会館 2階AB
平成26年8月29日(金) 13:00～15:30	【札幌会場】 札幌市中央卸売市場 水産棟4階 会議室A・B

(2) 講演内容

講演テーマ	講師
食料品バリューチェーン構築支援事業の概要	生鮮取引電子化推進協議会 事務局
生鮮食品取引における流通BMSの導入について	流通BMS協議会 事務局
流通BMS導入メリットと将来の活用戦略 【東京会場】	株式会社ヤオコー 営業企画部 情報システム担当部長 日本スーパーマーケット協会 情報システム委員会 委員長 神藤 信弘 氏
生鮮分野における流通BMSの導入について 【札幌会場】	マックスバリュ北海道株式会社 情報システム部長 杉田 雅彦 氏
相談・展示コーナーでの相談および見学	

(3) 参加者人数（実数）及びアンケート回答数

会場	参加者人数	アンケート回答数	アンケート回答率
東京	82名	31	37.7%
札幌	57名	21	36.8%

(4) アンケート結果

本セミナーでは、より具体的なお意見をいただくため、セミナー内容等について記述式のアンケートを実施しました。そのため、アンケート回答率は低い傾向がみられましたが、賛否を含め大変参考となる有意なお意見をいただくことができました。主なご意見を以下のとおりご紹介いたします。

東京会場

◆セミナーの感想・改善要望等

- ・ヤオコーの事例は、生鮮 EDI の BMS 化など大変興味深い内容だった。生鮮は EDI 化（流通 BMS）が難しいと思っていたが、実際に取り組んでおり、実現できるはずだと感じた。（IT ベンダー）
- ・非常に勉強になった。全体的に従来のグロッサリーを含めた特徴・メリットが多いように感じた。生鮮特有の運用やグロッサリーと比較して変える必要のなる点などの説明をもう少し増やしてもよい。（IT ベンダー）
- ・生鮮 BMS 導入企業数の多さは意外だった。生鮮に関しては事例紹介にもあったように、産地変更や購入方法の問題によってシステム化が難しい印象があった。グループ会社の仲卸のシステム化の参考にしたい。（卸売業）
- ・導入メリットがあまり見えてこなかった。ヤオコーで成功しているのは何となくわかったが、成功の要因が知りたかった。（卸売業）
- ・水産、青果の部分について、もう少し知りたい。具体例があるとよい。（卸売業）
- ・大変説明がわかりやすく、今後の業界の活用の一助になればと期待が膨らんだ。（小売業）
- ・生鮮品（特に鮮魚や青果）について課題が多いとの印象を受けた。当社はコンテンツクリエーションや文書管理をメイン事業にしているが、どのように関わっていけるか検討するよい機会になった。（IT ベンダー）

◆手引きの改善点

- ・流通 BMS に対応できる仲卸リストがほしい。小売にメリットが少なく、まずは仲卸のことを知りたい。（IT ベンダー）
- ・グロッサリーで BMS を導入済なので、これから生鮮で BMS を始めるにあたって、グロッサリーと生鮮の違いを比較しながら説明してもらえると助かる。（小売業）
- ・現状の課題をより明確にすべき。（卸売業）
- ・実業務に沿った内容にブラッシュアップしてほしい。（業界団体）
- ・卸サイドの運用事例等、具体的な事例をもう少し紹介してほしい。（IT ベンダー）

◆協議会へのご意見・ご感想

- ・コストダウンの話が中心だが、生鮮食品のマーチャンダイジングのメリットである、安くて、安全で、美味しい、についてのツールになる事も話すべき。JCA ではできな

い MD を差別化して話す必要がある。(IT ベンダー)

- 小売～仲卸間に関しては、EDI を導入することにより、ある程度効率化すると思うが、仲卸～卸、卸～生産者間の EDI 化も並行して進めていかなければ、EDI により鮮度を高めることにはならない。(卸売業)
- 今回は導入編のセミナーだったが、生鮮 BMS の実践編のセミナーも開催してほしい。(小売業)
- 生鮮の難しさがあると思うが、普及のために努力してほしい。(業界団体)
- 具体的な導入事例を交えた講演を今後も定期的で開催してほしい。(IT ベンダー)
- 生鮮 BMS (EDI) を導入するうえで、小売業の内部システムでどこの整備に苦労したか具体的にわかると、中小小売業も導入を検討しやすくなると思う。(IT ベンダー)

札幌会場

◆セミナーの感想・改善要望等

- 流通 BMS 全般に関する説明であり、もう少し生鮮食料品に特化した内容にしてほしい。(小売業)
- 業務プロセスを変えることが必要という考え方には納得した。(小売業)
- 小売側、取引先側とも、流通 BMS 導入に向けて課題となった事、その解決方法について事例発表してほしい。(小売業)
- 事務レベルの話が入った内容で、非常に参考になった。(IT ベンダー)
- 流通業のシステムとして同じ問題を抱えていることが分かった。(IT ベンダー)

◆協議会へのご意見・ご感想

- それぞれ時間が短く、理解する前に進んでいってしまい、質問もしづらい(分からないことが多いため)。事前にある程度の理解がある事が話が進んでいくので、初めての人には難しく、分からない点が多い(時間を増やして、細かいくらいに教えてほしい)。(卸売業)
- 流通 BMS 導入のための具体的な問題点や解決方法を情報共有し、普及させるような体制にしてほしい。(小売業)
- もっとリテイラー各社の参加があるとよい。(IT ベンダー)
- 各社それぞれの流通 BMS の課題は、どのサイトで確認できるのか? 課題解決に向けた卸側の事例や取組内容を知りたい。(卸売業)

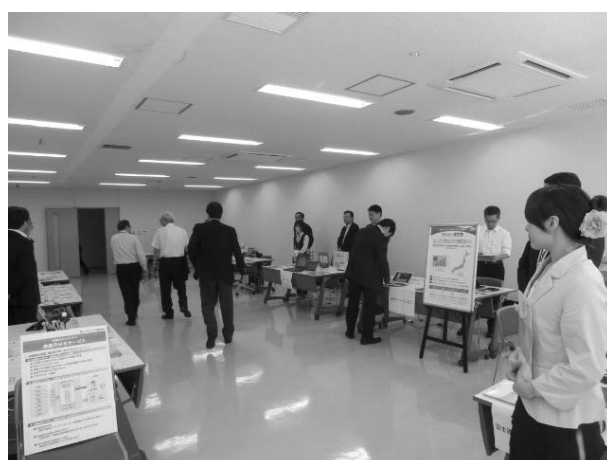
(5) その他

セミナー参加者に「生鮮食品取引における流通BMS導入の手引き」（本編・資料編）の利用希望の有無をアンケートで確認し、本編（51部）及び資料編（58部）を追加で配布※しています。

※ 会員の皆様で「手引き」をご希望の方は事務局までお問い合わせください。



セミナー会場風景及び相談展示ブース（東京会場）



セミナー会場風景及び相談展示ブース（札幌会場）

寝ながら学ぶ EDI

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

さて、皆さんも仕事やプライベートで名簿や住所録を作成する機会があるかと思いますが、2005年（平成17年）に施行された個人情報保護法および同施行令によって、5,000件以上の個人情報を個人情報データベース等として所持し、事業に用いている事業者は「個人情報取扱事業者」と見なされるようになりました。個人情報取扱事業者になると、主務大臣への報告やそれに伴う改善措置に従わない等の適切な対処を行わなかった場合は、事業者に対して刑事罰が科されます。5,000件以上というかなりの件数かと思われるかもしれませんが、電子データであればその何十倍、何百倍の情報がUSBメモリー1本に簡単に収まってしまいますので、個人情報の取扱いには厳重な注意が必要です。

各種メディア報道でご存知かと思いますが、先般、通信教育会社のベネッセホールディングスによる膨大な個人情報の漏洩事件が発生しました。個人情報の流出件数としては過去最大で（その数は最終的に2,895万件にも上っています）、進研ゼミなどのサービスで扱っている、子供や保護者の氏名、住所、電話番号、性別、生年月日などの顧客情報が流出してしまいました。この事件はベネッセの子会社に派遣されていた1人のSE（システムエンジニア）による犯行で、会社の大切な情報を抜き取っていたとして、不正競争防止法違反の容疑で逮捕されています。

この事件によりベネッセは、補償として1件当たり500円分の金券を送るため、200億円を充当することとなり、大きな代償を支払うこととなりました。この犯行に及んだSEも、複数の名簿業者から受け取った数百万円と引き換えに人生を棒に振る結果になったわけですが、200億円と数百万円ではとても釣り合いません。ベネッセは定期的な外部監査を受けて、個人情報を適切に管理する企業としてプライバシーマークを取得していましたが、それでも事件を防げませんでした。

この事件を受けて、ベネッセでは次のような再発防止策を公表しました。

- ① アクセス権限の見直し、必要最小限の担当者への付与、パスワード管理強化
- ② 端末へのダウンロード監督者の設置
- ③ 大量データをダウンロードする際のアラート機能の設置
- ④ 業務端末における外部記録媒体との接続禁止措置
- ⑤ アクセスログの監視設定の強化（定期チェック）
- ⑥ 執務スペースへの私物である電子機器、記録媒体の持ち込み禁止、監視カメラの導入

これらの防止策により不正を働くインセンティブはかなり低くなると思いますが、アクセス権限を持った人間に悪意があれば、色々な抜け道があるのではないかと思います（今回の事件も顧客情報へのアクセス権限のある SE による犯行でした）。それならアクセス権限を持つ人間には、不正を働かせないような相応のサラリーで遇すれば良いかといえば、ことはそう簡単ではありません。

情報流出事件について海外に目を転じると、昨年のエドワード・スノーデン事件を思い出す方も多いのではないのでしょうか。エドワード・ジョセフ・スノーデンは1983年生まれ（現在31歳）のアメリカ人で、中央情報局（CIA）及び国家安全保障局（NSA）の局員として、アメリカ政府による情報収集活動に関わっていました。当時、NSA では年間20万ドル以上の給与で厚遇され、システム管理者として個人情報に関する機密文書にも常時接触できる立場にありました。

そこでスノーデンが関与していたのが、NSA が2007年から運営している PRISM（プリズム）というコードネームで呼ばれる極秘の通信監視プログラムです。プリズムはマイクロソフトの「So.cl」（ソーシャル）、Google、Yahoo、Facebook、Apple、AOL、Skype、YouTube、PalTalk といった9つのメジャーなウェブサービスを対象に、ユーザーの電子メールや文書、写真、利用記録など多岐にわたる情報を極秘に収集していました。スノーデンの暴露によって、2013年6月、英ガーディアン、米ワシントン・ポスト両紙の報道でその極秘情報の存在が明らかになりました。また、米国政府筋もこの機密計画の存在を渋々認めています。

開示されたドキュメントの1つは、NSA がどのようにして米国人の膨大な通話記録を収集し、通話記録を分析しているのかを詳細に伝えています。それは情報に制限を加えるのではなく、ほとんど見落とすことなく情報を検索し分析することが可能であることを示していました。このような無軌道な情報収集が始まったのは、2001年の同時多発テロ事件により、NSA の活動が拡大路線に転じたためだとされています。テロを防ぐには、国内外、全ての通信を監視する必要があり、そこでNSA が目を付けたのが「メタデータ」と呼ばれるデータでした。例えば、あるテロリストが電話をかけた場合、その通話の中身ではなく「何時に、どこから、どの番号に電話をかけたのか」といった関係性に注目し、その関連するデータがメタデータになります。メールを送った場合には、その時刻や相手先のアドレスを、ATM から現金を引き出した場合には、時刻や場所など、通信の中身よりもメタデータを集めて分析することで、被疑者の交信相手や行動範囲が瞬時に明らかになり、テロ組織の発見につながり易いといわれています。

インターネットの通信データの80%以上が光ファイバーケーブルを通過して米国を経由しているといわれています。NSA は米国全土の約20か所に傍受を行う拠点を設け、そのデータを収集しているそうですが、それでもカバーし切れないデータを入手するため、前述のようにIT企業から直接メタデータを入手するようになりました。これがスノーデンの暴露した極秘の監視プログラム「プリズム」で、NSA のアナリストは規制なしに、その情報を集めたデータベースに存在する全記録にいつでもアクセスが可能だったそうです。

そこで、当時、高給で優遇されていたにもかかわらず、なぜスノーデンが極秘情報を暴露するに至ったかといえば、信条面において NSA の活動が許せなかったためだと語っています。スノーデンはもともと政治的には個人の自由を最も重視するリバタリアンに属しており、自由を基本理念とするアメリカ合衆国憲法を信奉していました。一方、NSA 等の監視活動に関わるなかで、テロ活動防止という大義は理解しつつも、隠れて個人の自由を侵害し、さらにその活動を強めている米政権への失望感が高まっていき、それがついに臨界点を越えて今回の暴露に至ったというのが真相のようです。

このように、人間が介在している以上、情報管理は完璧とはなりませんので、巷間「ビッグデータ」が話題になっておりますが、企業は不必要な情報（特に個人情報）を闇雲に集めないようにするとともに、仮にトラブルが発生しても、できるだけ被害が小さくなるような体制を事前に構築しておくべきだと思います。また、個人についても、ウィルス対策ソフトの効果は我々が考えているほど高くはなく（現実的に日々発生し続けている全てのコンピュータウィルスに対応できません）、少なくともパスワードの使い回しは避けるなど、個人情報の防衛を心掛けるべきでしょう。会社のメールアドレスを私用の通信に利用されているケースがあるかもしれませんが、ネットワーク管理者であれば（モラルが欠如していれば）他人のメールも恣意的に閲覧できるということも認識しておくべきだと思います。

少し説教じみてしまいましたが、IT を利用すれば大量の個人情報を簡単に扱える一方、そのリスクも大きいと理解することが、今回の事件から汲み取れる重要な教訓ではないでしょうか。

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◇

【先進事例見学会のご案内】

平成26年度 先進事例見学のご案内

見学日時：平成26年10月17日（金）13:00～15:00

見学先：ハウスイ市川物流センター及び流通センター



今回の見学先である「ハウスイ市川物流センター・流通センター」は、環境、BCP（事業継続計画）、食の安全・安心対応を考慮して造成された最新鋭の施設で、冷蔵倉庫機能と流通加工・配送機能を併せ持ち、流通・物流ノウハウを結集して、リテール事業を中心とした首都圏の顧客ニーズに的確に対応したサービスを提供しています。

この度、株式会社水産流通様にご協力をいただき、両センターを見学させていただけることとなりましたので、ここにご案内します。

◆見学日程

時間	内容
12:30	【集合受付】西船橋駅（直接、現地集合も可能）
13:00～13:30	【概要説明】施設概要についての説明
13:30～14:30	【施設見学】物流センター・流通センター見学
14:30～15:00	【質疑応答】見学内容についての質疑応答
15:00	【見学終了】現地解散

◆参加申込方法

次頁の参加申込フォームをコピーして必要事項をご記入の上、FAXでお申込み下さい。

◆お問合わせ先

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

FAX:03-5809-2183 生鮮取引電子化推進協議会 事務局 行

先進事例見学会参加申込フォーム【申込締切:10月9日(木)】

■見学先(日時): ホウスイ市川物流センター・流通センター(平成26年10月17日(金) 13:00 ~ 15:00)	
■団体・会社名:	
■参加者氏名(ふりがな):	
■部課・役職名:	
■TEL:	■FAX:
■E-mail:	
同行者	■参加者氏名(ふりがな):
	■部課・役職名:
	■参加者氏名(ふりがな):
	■部課・役職名:
■お車でお越し場合は事前に車種及びナンバーをお知らせください。 ・車種: ・ナンバー: ※ 駐車台数に制限があるためご希望に沿いかねる場合がありますので、予めご了承ください。	

申込方法

- 上記の参加申込フォームに必要事項をご記入の上、申込締切日までに FAX でご送信ください。
- 詳細事項につきましては、参加確認書を E-mail または FAX により後日返信いたしますので、**10月15日までに参加確認書がお手元に届かない場合は、事務局までお問い合わせください。**
- お申し込みは先着順で登録させていただきます。また、参加希望者が定員を超えた場合は人数調整をさせていただきます場合がありますので、予めご了承ください。

留意事項

- 参加対象者は生鮮取引電子化推進協議会の会員に限ります(上部団体が会員を含む)。
- 参加費は無料です(事前登録制)。
- 当日は JR 総武線/東京メトロ東西線「西船橋駅」改札口前に 12:30 までにご集合ください。そこから現地までの移動は事務局の手配によるタクシーを利用する予定です。

お問い合わせ先

生鮮取引電子化推進協議会 事務局

〒101-0032 東京都千代田区岩本町 3-4-5 第1東ビル 6F

TEL:03-5809-2867 FAX:03-5809-2183

【セミナー開催のご案内】

農林水産省補助事業

平成26年度 食料品バリューチェーン構築支援事業（流通過程情報伝達促進事業）

生鮮食品取引における流通 BMS 導入促進セミナー

当協議会が昨年度に引き続き実施しております食料品バリューチェーン構築支援事業（流通過程情報伝達促進事業）において、「生鮮食品取引における流通 BMS 導入促進セミナー」を全国で開催しております。本セミナーでは、生鮮食品取引における流通 BMS の導入について分かり易く解説するとともに、生鮮分野における流通 BMS の具体的な導入事例をご紹介します。また、同会場において流通 BMS の製品・サービスを提供する IT 企業による“相談・展示コーナー”を併設し、より具体的なご相談にもお応えするご用意をしておりますので、この機会に多くの皆様のご参加をお待ちしております。

◆開催スケジュール

開催日程	会場（予定）	講演内容	備考
7月24日（木）	東京会場 （JJK 会館 2階 AB）	<ul style="list-style-type: none"> ・生鮮食品取引における流通 BMS 導入の導入について ・生鮮分野における流通 BMS の導入事例の紹介等 	実施済
8月29日（金）	札幌市中央卸売市場 水産棟4階 会議室 A・B		実施済
9月19日（金）	仙台市中央卸売市場本場 管理棟3階 会議室		実施済
9月26日（金）	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		実施済
10月10日（金）	大阪市中央卸売市場本場 業務管理棟16階 大ホール		申込 受付中
10月24日（金）	福岡市中央卸売市場鮮魚市場 市場会館2階 第1・2会議室		申込 受付中
11月14日（金）	熊本地方卸売市場 市場会館4階 大会議室		準備中
11月21日（金）	岡山市中央卸売市場 管理棟3階 大会議室		準備中
11月28日（金）	金沢中央市場 食育会館 スタジオ DO		準備中

編集後記

- ▶ 農林水産省補助事業「食料品バリューチェーン構築支援事業（流通過程情報伝達促進事業）」に係る「生鮮食品取引における流通 BMS 導入促進セミナー」を、東京会場を皮切りに全国で開催中です。東京会場ならびに札幌会場の講演録を本紙に掲載しておりますので、ご一読いただければと思います。なお、本セミナーは今後も大阪、福岡、熊本、岡山、金沢と会場を移して順次開催する予定なので、お近くの会場に是非ご参加ください。
- ▶ ㈱水産流通様のご協力で「ハウスイ市川物流センター・流通センター」の先進事例見学をさせていただけることとなりました。当センターは今年竣工したばかりの最新鋭の施設となりますので、この機会にセミナーと併せてご参加いただければと思います。
- ▶ 変化する食品流通の現状とそれを取り巻く社会的経済的環境を客観的に把握するため、最新の統計資料を中心にデータを取りまとめた「食品流通ハンドブック」の2014年最新版を同封させていただきましたので、皆様の業務にご活用ください。

(トンボ)