

第101号

令和5年9月

生鮮EDI

- おコメの話
- 【連載】（第2回）
新たな青果物地域流通システムの展開と
地域コミュニティ
- 青果物流通におけるコード・情報標準化
の取組について（発表3）



生鮮取引電子化推進協議会

「生鮮EDI」第101号 目次

	ページ
● おコメの話.....	1
生鮮取引電子化推進協議会 事務局長 佐南谷 英龍	
● 【連載】（第2回）	
新たな青果物地域流通システムの展開と地域コミュニティ.....	12
株式会社農林中金総合研究所 リサーチ&ソリューション第1部 主任研究員 小針 美和 氏	
● 青果物流通におけるコード・情報標準化の 取組について（発表3）	21
株式会社k i k i t o r i 代表取締役社長 上村 聖季 氏	
● 巻末コラム.....	39
生鮮取引電子化推進協議会 事務局 田中 成児	
● 編集後記	

おコメの話

生鮮取引電子化推進協議会
事務局長 佐南谷 英龍

はじめに

今回は、「おコメの話」と題して我々日本人の主食お米についてご紹介したいと思います。これまで穀物の2大品目である「小麦」、「トウモロコシ」を取上げ、その次に少し寄り道していわゆる穀物ではないものの現代の食料需給上特に重要な品目である「大豆」を取上げてきました。なお、大豆は穀物ではなく、植物油をとる種子として菜種などとともに「油糧種子」に通常は分類されています。

さて「米」は、日本人の食生活ばかりでなく、歴史、文化、社会、環境面でも非常に大きな存在で、他の作物とは別格扱いの大切な農作物です。そのせいでしょうか、稲にみえる種子に「米」と別の名前を付け、食事ではお茶碗の「ご飯」とどまらず食事そのものも「ご飯」と呼ばれます。また単に「米」と呼び捨てではなく、「お米」と「お」を付ける人も多いのではないのでしょうか。その「お米」について「おコメの話」と題しましたが、これはアメリカの漢字表記の国名「米国、米」との混同を避けるための便宜的なものですので、悪しからずご了承のほどを。

それでは、「おコメ」について、まずは世界の穀物のひとつとしての「コメ」について、これまでと同様、その世界需給、貿易、価格の状況など、農林水産省、国連食糧農業機関（FAO）、米国農務省の公表資料などを参照しながら、ご紹介したいと思います。また、コメと一口に言っても日本や北東アジアで主に栽培されるジャポニカ種とインド、東南アジアで広く栽培されるインディカ種（細長いコメ）とは大きな相違がありますが、ここではコメとしてお話いたします。

1. コメの世界生産と消費について

(1) コメの生産状況

ーコメはアジアモンスーン地帯の代表的穀物ー

私たちは、稲作というと水田稲作風景をすぐに思い浮かべますが、世界的にみると稲作のバリエーションは多様です。我が国では水田に用水を引いてきて行う灌漑稲作、水のないところでは畑での陸稲となりますが、世界に目を向けるとこの他に雨に頼った天水田稲作、さらにはバングラデシュなどで雨季の河川氾濫原で行う深水稲作、浮稲作があります。ただ、思い切って大括りしていうと灌漑稲作が約6割、天水田稲作が約3割、陸稲が約1割弱、残りが浮稲などになります。

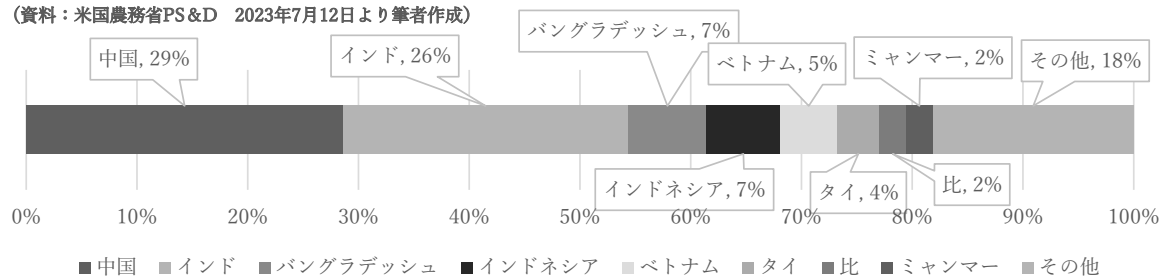
まずは、コメの生産状況からみていきましょう。米国農務省のデータによりますと、図1

のとおり2023/24年度の総生産量（予想）は、約5.2億トンです。

国別では中国、インドの2ヶ国で世界の半分以上、さらにバングラデシュ、インドネシア、ベトナム、タイも加えた上位6か国で世界生産の4分の3を占めています。これらの国々はアジアのモンスーン地帯に位置し、概ね年間1,000ミリ以上の降水量のある温暖又は高温多雨の地域でコメ生産が行われていることを示しています。

図1 世界のコメ生産量 2023/24年度(予想) 5.2億トン

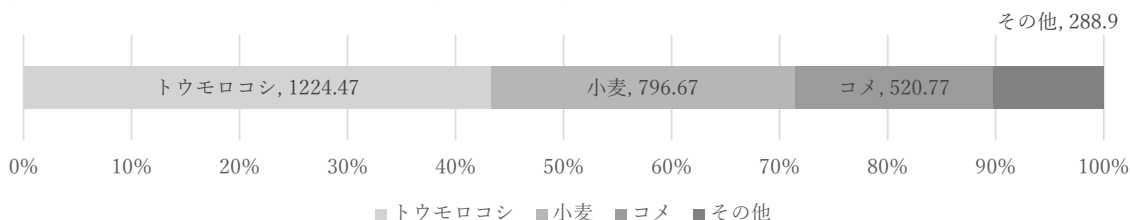
(資料：米国農務省PS&D 2023年7月12日より筆者作成)



コメは、小麦、トウモロコシと並ぶ3大穀物ですが、図2にみるように約28億トンの穀物生産全体のなかでは約5億トンとやや生産量が少ない作物です。小麦、トウモロコシが世界各地で先進国から途上国まで多くの国で生産されるのに対し、コメはモンスーンアジアの途上国中心に生産されているのが特徴です。

図2 世界の穀物生産量 2023/24年度(予想) 28.3億トン

(資料：米国農務省資料2023年7月12日より筆者作成 (単位：百万トン))



(2) コメの消費

ーコメは自給的作物ー

ここで各国のコメの消費量をグラフにしてみますと図3のようになります。図1のコメの生産量とよく似たグラフとなります。そこで主要なコメ生産国の生産量と消費量を重ね合わせてみますと図4のようになります。図4をみると、概ね主要な生産国は自国消費に見合った生産状況となっています。

さらに細かく見ていきますと、中国、バングラデシュ、インドネシア、フィリピンなど自国の国内消費を自国生産で賄えない国も目立ち、輸出余力があるのはインド、ベトナム、タイなどに限られ、しかもインドの輸出余力が突出していることがみてとれます。

この点で、トウモロコシ、小麦、そして大豆で主要輸出国が比較的余裕のある輸出余力を

持つ状況との違いがあるといえます。

図3 世界のコメの消費量 2023/24年度(予想) 5.2億トン

(資料：米国農務省PS&D 2023年7月12日より筆者作成)

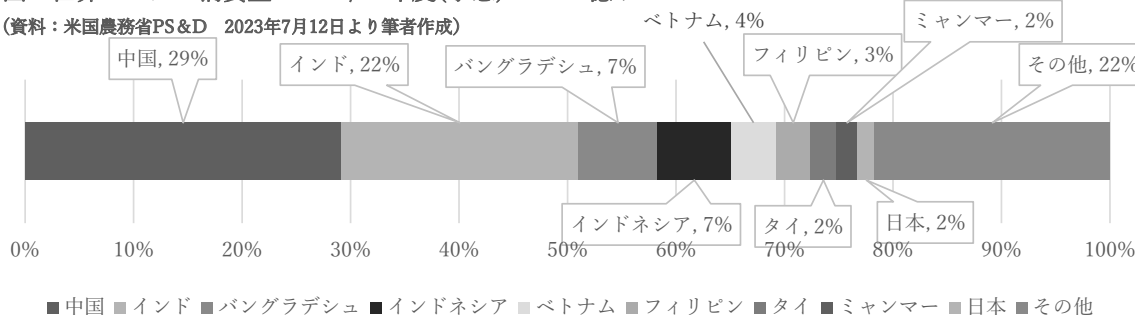
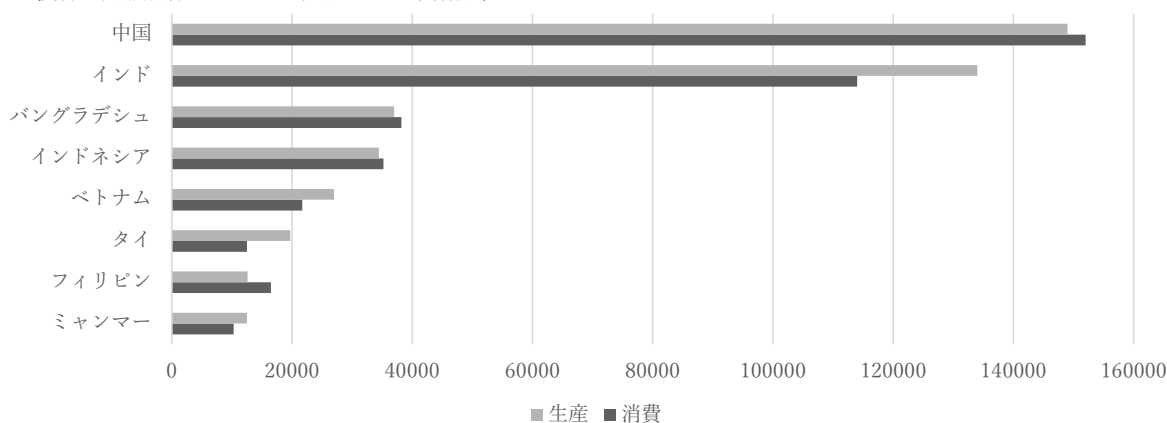


図4 コメの主要生産国の需給状況2023/24年度(予想) (単位：千トン)

(資料：米国農務省PS&D 2023年7月12日より筆者作成)



2. コメの貿易について

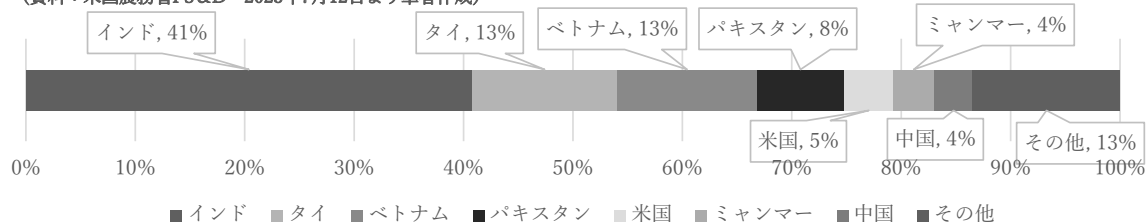
ーコメ貿易のメインプレーヤーはインドー

(1) 世界のコメ輸出国

次に、2023/24年度の世界のコメ輸出国（図5）をみると、世界輸出量56百万トンのうちインド、タイ、ベトナムの3ヶ国で7割弱を占め、輸出量第5位の米国以外は主要な輸出国は途上国です。特に、コメの貿易ではインド、タイ、ベトナム、パキスタンの4ヶ国が主要な輸出国で、後にも触れますがインドが伝統的な輸出国であったタイ、ベトナム、パキスタン

図5 世界のコメ輸出量 2023/24年度(予想) 0.6億トン

(資料：米国農務省PS&D 2023年7月12日より筆者作成)



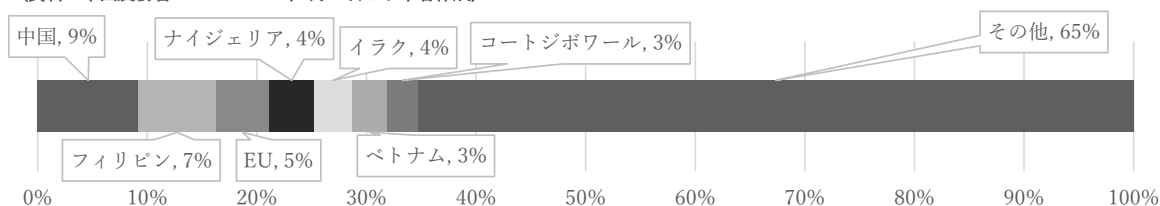
を急速に追い上げ、今や世界の輸出シェアの4割を占める大輸出国になったことが特徴的です。

(2) コメの輸入国

次に、輸入国についてみてみましょう。図6をご覧くださいと、中国、フィリピン、ナイジェリア、イラク、ベトナム、コートジボワールなど、EU以外は途上国中心で、しかも上位7ヶ国の輸入を合わせても35%程度と多くの輸入国に分散していることがみてとれます。

図6 世界のコメ輸入量 2023/24年度(予想) 0.5億トン

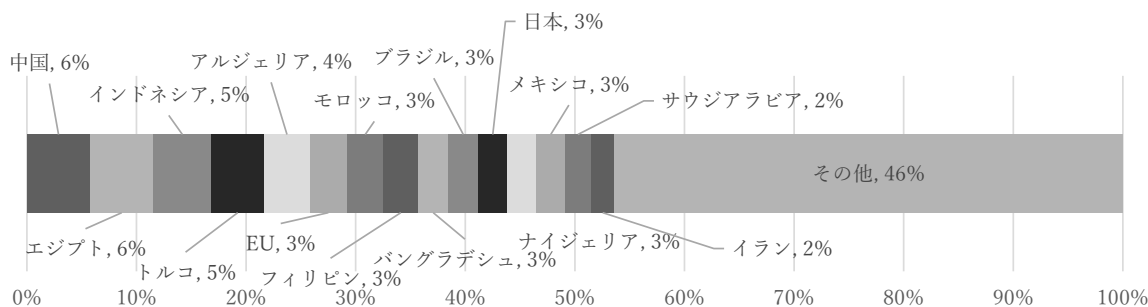
(資料：米国農務省PS&D 2023年7月12日より筆者作成)



参考までに、小麦の輸入国を図7にお示しします。小麦も輸入国が数多くグラフが見にくくなって恐縮ですが、コメと小麦の輸入国はともにアフリカ、中東の途上国が多いことなどよく似た輸入状況がみてとれます。

図7 世界の小麦輸入量 2023/24年度(予想) 2.1億トン

(資料：米国農務省PS&D 2023年7月12日より筆者作成)



(3) 主要なコメ輸入国の推移

次に、主な輸入国の輸入量の推移を見てみますと、図8のように概ね各国とも輸入量を増大させてきましたが、比較的には中国、フィリピンの輸入量増大が目立ちます。

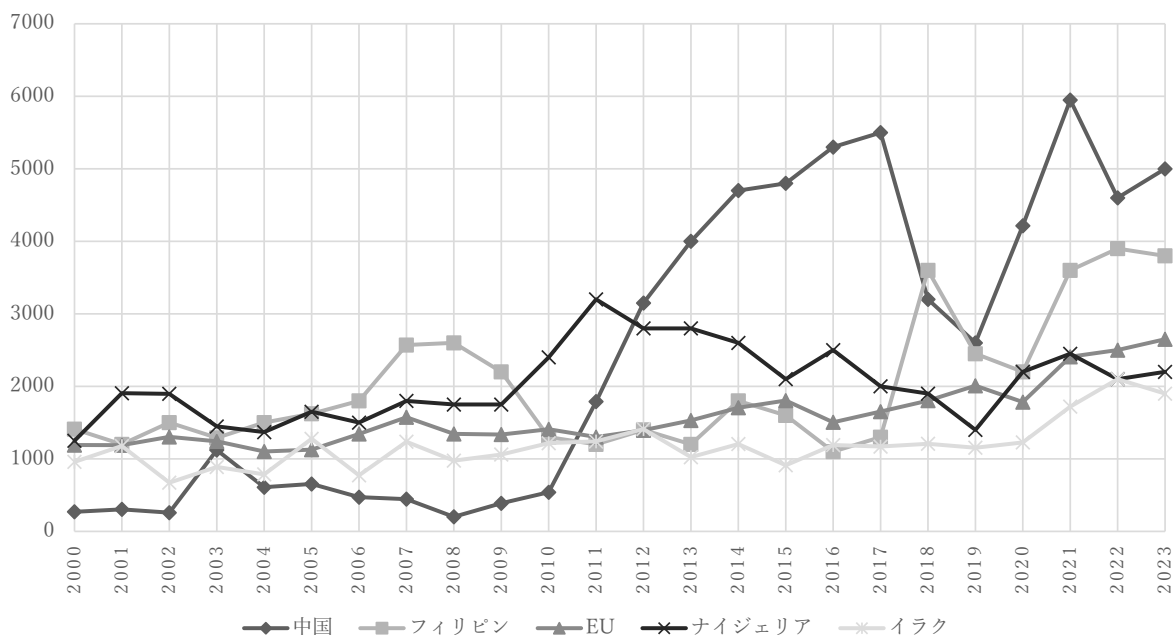
しかし、図4を改めてご覧いただきたいのですが、中国とフィリピンでは国内生産量、消費量の規模が大きく異なります。

前号でもご紹介しましたが、中国は2016年に主要食糧の自給政策を採用、特にコメと小麦は100%自給を目指しています。中国が2023年度に5百万トン輸入しても、その生産量で

ある1億49百万トンに占める割合はわずかに3%程度とごくわずかなものです。他方、1億人の人口を抱えるフィリピンは国内生産量の1260万トンで不足する分の380万トンの輸入ですので、フィリピンの需給事情が厳しいことが窺えます。

図8 主要輸入国の推移(2000年～2023年)(単位:千トン)

(資料:米国農務省PS&D 2023年7月12日より筆者作成)



3. コメと小麦、トウモロコシ、大豆との違い

—少ないコメの貿易量と貿易比率—

コメと小麦の輸入国の状況は似たようなものでしたが、コメと小麦の一番大きな違いはその輸出量とその割合です。図9にコメ、小麦、トウモロコシの3穀物と大豆の生産量と輸出量をグラフ化してみました。

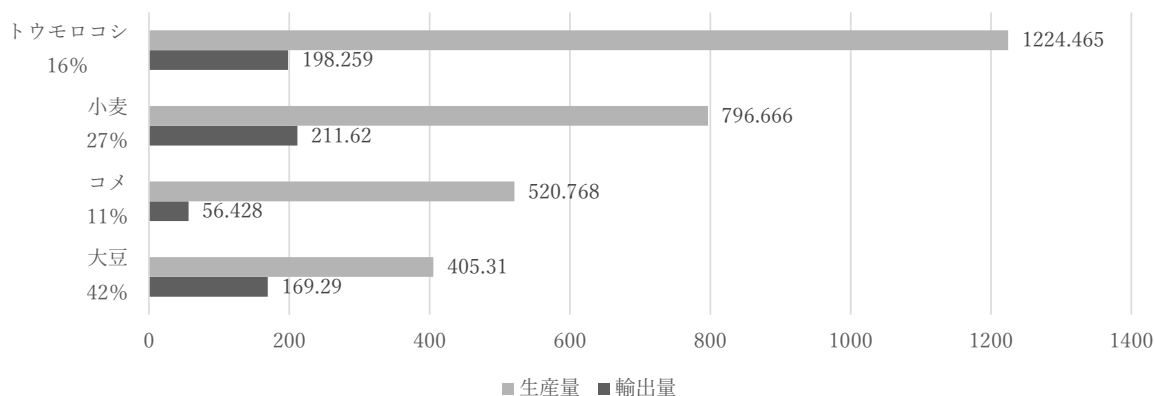
コメの世界生産量5.2億トンに対して輸出量が0.5億トン(56百万トン)と生産量の11%程度です。これを他の穀物等のトウモロコシ16%、小麦27%、大豆42%と比較するとその違いが顕著です。

トウモロコシと大豆は食用以外の飼料用、搾油用、エタノール用等の用途があるので単純比較はできないかもしれませんが、食用中心の小麦が約8億トンの世界生産のうち約2億トン、27%が輸出されることと比較してもコメは量的には約4分の1、割合でも半分以下です。大きさにいえば世界のコメの収穫量が10%減少すれば輸出に出回る量はなくなる計算となります。天候に収穫量が左右される農業生産で1割程度の増減は珍しくありませんので、27%が輸出に回る小麦との違いは大きいと思われます。コメ市場が生産量に対する貿易量の少ない「薄い市場」と呼ばれる所以です。

別の見方をすればコメはアジアモンスーン地帯の途上国を中心に自国消費を賅うための生産がまず行われ、その余剰分が輸出に回されてきたといえます。この点が輸出も前提として大規模な生産が行われている小麦、トウモロコシ、大豆との大きな違いといえるでしょう。

図9 穀物及び大豆の生産量及び輸出量 2023/24年度(予想)(単位：百万トン)

(資料：米国農務省PS&D 2023年7月12日より筆者作成)



4. コメは世界穀物貿易の主要品目になるか

ーコメはマイナーな貿易品目ー

(1) 3穀物と大豆の2000年以降の動向

もう少し詳しく他の穀物との比較をしてみます。資料はFAOのデータとなり、これまで見てきた米国農務省のデータとはベースが違いますが、2000年～2021年のコメ、小麦、トウモロコシの3穀物と大豆の貿易量（輸出）の推移を図10にまとめてみました。図11は、貿

図10 3穀物と大豆の輸出量の推移(2000年～2021年)

(単位：百万トン) (資料：FAOSTATより筆者作成)

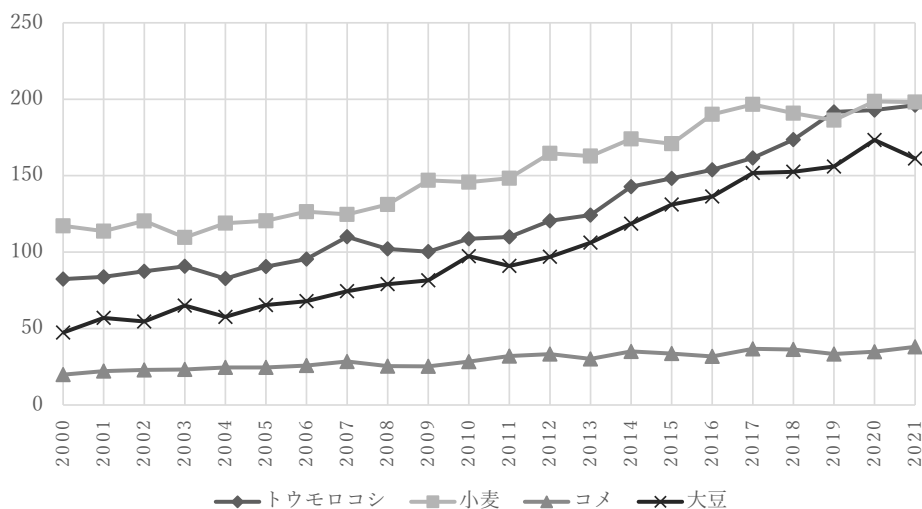
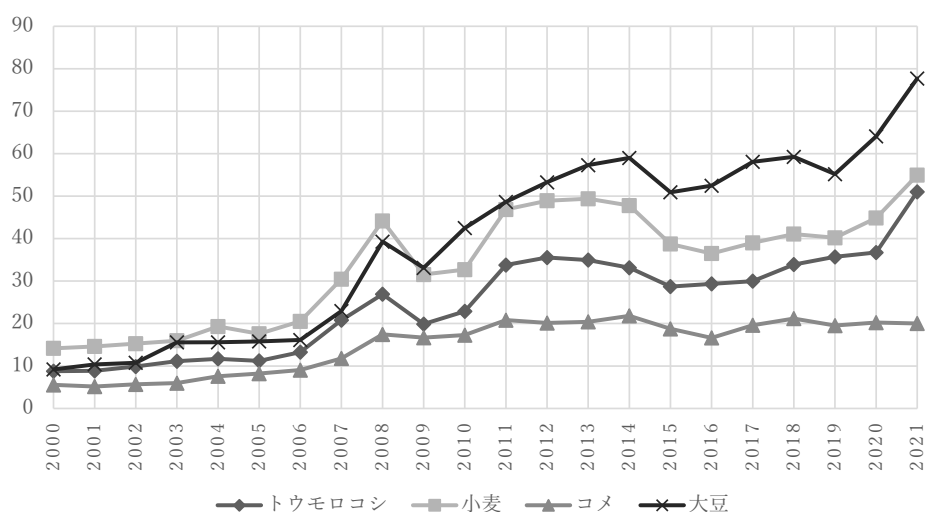


図11 3穀物と大豆の輸出額(2000年～2021年)

(単位：10億ドル) (資料：FAOSTATより筆者作成)



易額について同様の品目、期間を取って整理したものです。

ご覧いただくと、一目瞭然、トウモロコシ、小麦、大豆と比べるとコメが貿易量、貿易額で圧倒的にマイナーな作物であることが分かります。トウモロコシ、小麦、大豆の貿易量は安定的に伸びてきていますし、さらに貿易額は農産物価格の高騰を受け2008年に著しく増大、以後も大きな伸びを記録しています。

このように見えてくるとコメの世界貿易における地位確立は道遠しかもかもしれません。しかし、そのコメについても少しずつではありますがインドのコメ輸出が増大するなど変化の兆しがあります。

(2) インドのコメ輸出は急増

このように小麦等との比較においては立ち遅れているコメ貿易ですが、図12をご覧ください。伝統的なコメ輸出国であるタイ、ベトナムの輸出が伸び悩む中で、インドの輸出が2010年代から急激に伸び、それまで最大の輸出国であったタイを追い抜いています。

インドは、中国を追い抜き世界1の人口を擁する途上国で、中国同様、自国民への食料の安定供給が最大の政策課題となっています。1960年代まで大飢饉を幾度も経験し数多くの犠牲者を出したインドは穀物の自給政策を粘り強く進めコメ自給を達成、1990年代から徐々に輸出国として国際市場に登場してきました。図13は、1960年以降のインドのコメ輸出量をグラフにしたものですが、1990年代に輸出国として登場、2010年代に輸出量を急拡大し、ここ数年でさらに輸出量を伸ばしていることがわかります。

図12 主要輸出国の推移(2000年～2023年)(単位:千トン)

(資料:米農務省PS&D 2023年7月12日より筆者作成)

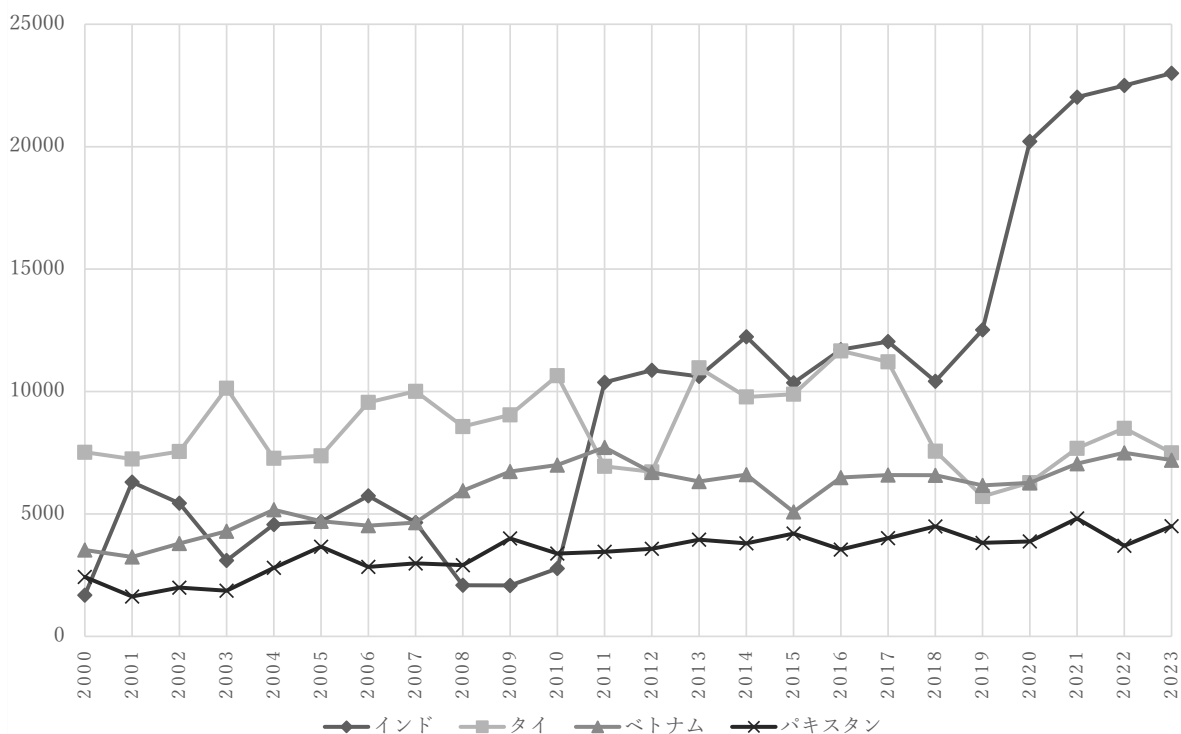
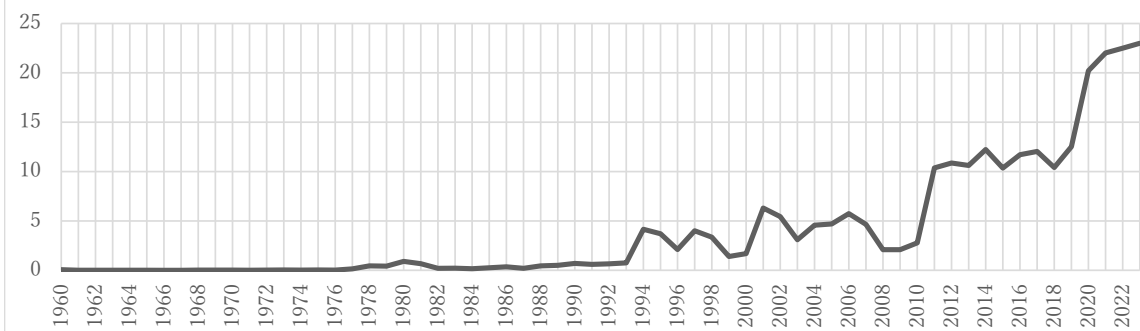


図13 インドのコメ輸出の推移(1960年～2023年)(単位:百万トン)

(資料:米農務省PS&D 2023年7月12日より筆者作成)



(3) インドのコメ輸出先国

さて、コメの分野で急速に台頭してきたインドの輸出状況をもう少し詳しく見てみましょう。

資料はFAOの統計となりますが、図14をご覧くださいと、2000年のインドのコメ輸出量は約150万トンと今日のインドから見れば微々たる量で、輸出先は、旧植民地の英領インドの一部で現在は隣国のバングラデシュ、旧宗主国の英国、さらにはサウジアラビア、クウェート、南アフリカなど英国と縁の深い国々ばかりでした。

しかし、最近2021年の輸出先国をみると図15のとおり、まず輸出量が約17百万トンと20

年前の10倍以上に伸びており、輸出先も2000年の旧宗主国の英国に縁のある国々から実に多角化しました。ご覧のようにバングラデシュ、サウジアラビアに加え、ベナン、コートジボワール、トーゴなどのアフリカ諸国、イラク、イラン等の中東諸国など実に世界中にコメを供給している状況です。

図14 インドのコメ輸出先国(2000年) (1.5百万トン)

(資料：FAOSTATより筆者作成)

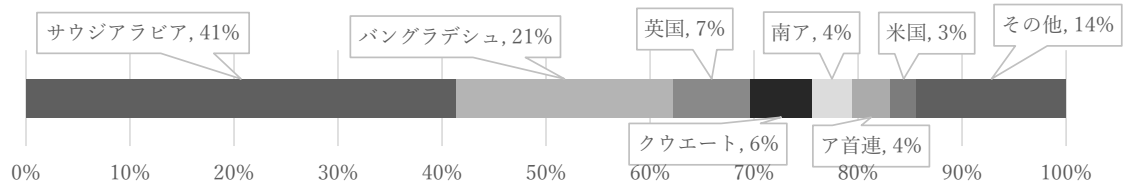


図15 インドのコメ輸出先国(2021年) (17百万トン)

(資料：FAOSTATより筆者作成)

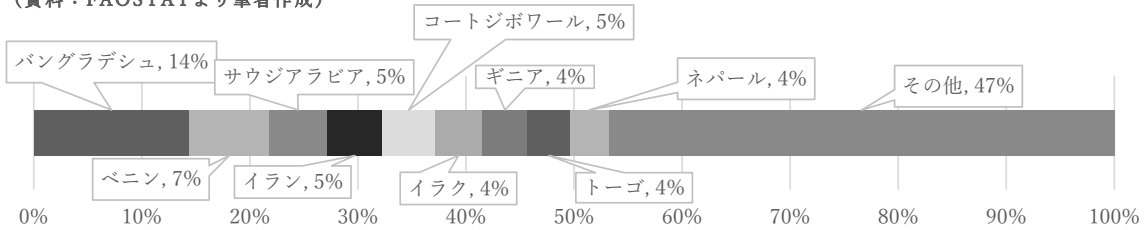


図16にアフリカ地域全体のコメ輸入の推移をグラフ化しましたが、近年のコメ輸入の増加が目立っています。インドのコメ輸出は、自給政策の達成による輸出余力の増大とアフリカ諸国等の需要増が相俟って増大してきたと考えられます。

図16 アフリカのコメ輸入の推移(2000年～2021年)

(単位：百万トン)(資料：FAOSTATより筆者作成)

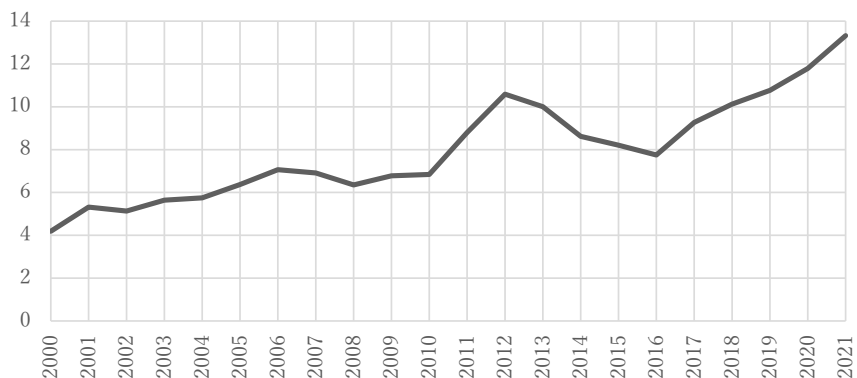
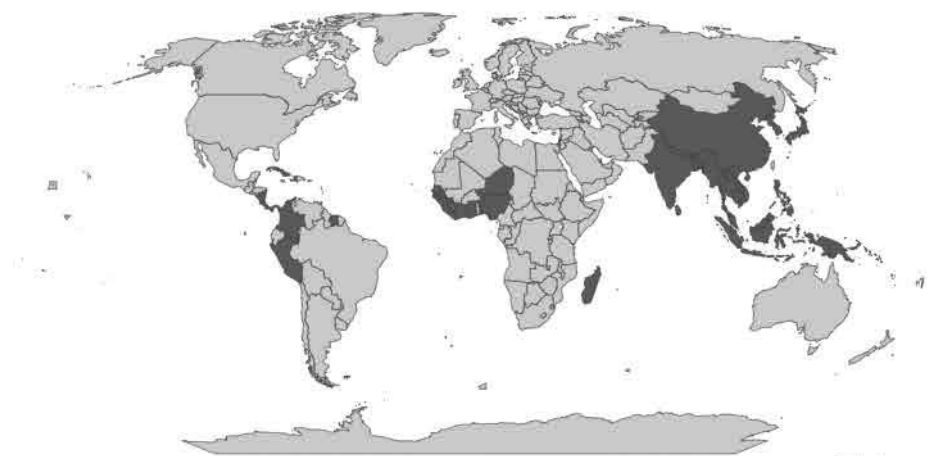


図17は、FAOの資料に基づき、コメ及びコメ加工品、小麦及びその加工品、トウモロコシ及びその加工品の消費量を比較し、コメが大きかった国を世界地図で示したものです。い

わゆる主食としては穀物以外にイモ類がありますので、即断できませんが、コメがインド、東南アジア、日本、中国などアジアのモンスーン地帯で広く消費されているほか、ナイジェリア、コートジボワール、セネガルなどアフリカのギニア湾岸沿いのモンスーン地域、南米大陸の赤道周辺で多く消費されていることが見て取れます。今後、これらの地域でコメの消費が拡大することが期待されます。

図 17 コメ消費量が小麦、トウモロコシ消費量より多い国



提供元: Bing
© Australian Bureau of Statistics, GeoNames, Geospatial Data Edit, Microsoft, Navinfo, OpenStreetMap, TomTom, Zenrin
(資料 : FAOSTATより筆者作成)

(4) インドの農産物輸出規制について

以上、コメ貿易の明るい側面をご紹介してきましたが、今後、需要が伸びるアフリカ地域を中心にコメ貿易が拡大していき主要な貿易品目となるか見通すことは容易ではありません。というのは、インドなどコメの主要輸出国には、いまだ国内への食料供給を最優先するという事情があるからです。

前回の「大豆の話」で今から半世紀前の1973年に、米国が自国の飼料価格の高騰を懸念して大豆の禁輸措置をとったことをご紹介しました。大豆の輸入を米国に大きく依存していた日本はこの措置を受け大混乱した結果、輸入先の多角化を進め今日のブラジル、アルゼンチンといった大豆の大生産国、輸出国の出現に繋がりました。この措置以降、米国は農産物の輸出規制には慎重になりました。

他方、インドは14億人という世界1の人口を擁し、しかも一人当たりGDPが2000ドル前後の開発途上国であることから、まずは国民への食料供給を最優先します。このため国内での不作による供給不足のときは当然、輸出税をかけたたり、輸出そのものを禁止したりと輸出規制を発動します。さらには国際的な穀物価格の高騰時にも、インドから高い国際価格にひかれて大量の穀物輸出が行われ結果的にインド国内での供給不足、価格高騰を招くことがないよう、輸出規制を発動します。この点が今日の米国、豪州、ブラジルなどが中心の小麦、

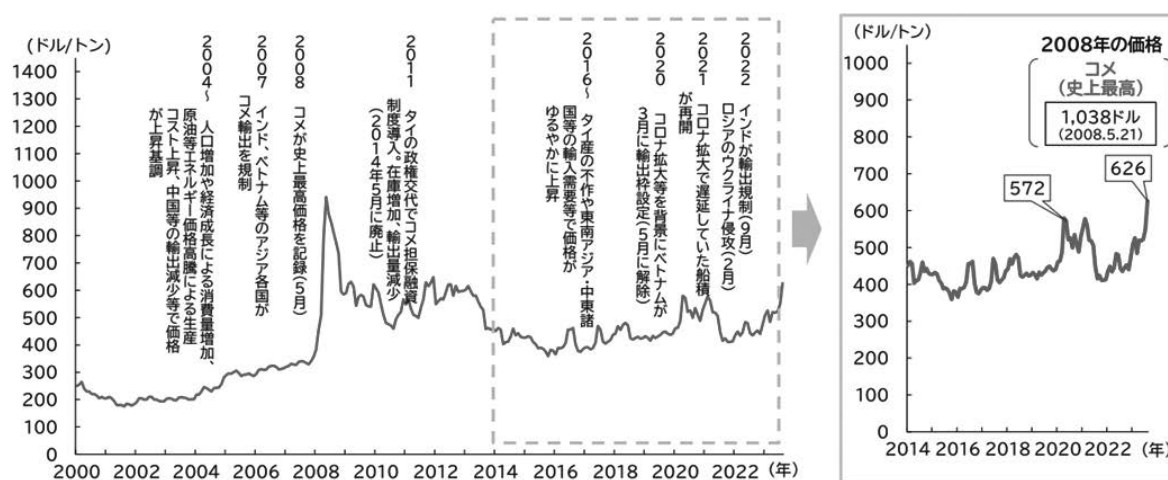
トウモロコシ、大豆の貿易と異なる点になります。

最近の例では、インドは昨年9月から20%の輸出税をコメに賦課、碎米の輸出も禁止しています。したがって、今後のコメ貿易の安定的な拡大にはまだ課題が多いといえそうです。

5. コメの国際価格の推移

最後にコメの国際価格の推移をご紹介します。コメ価格の史上最高値は2008年に記録しています。前年からの輸入需要の増加、インド、ベトナム等主要輸出国の輸出規制が背景となったのですが、コメの「薄い市場」のひとつの側面といえます。

図 18 世界のコメ価格の推移



出典:タイ国家貿易取引委員会公表資料を基に農林水産省作成

注:価格は、各月第1水曜日のタイうるち精米100%2等のFOB価格(ただし、価格が未公表の月は、前月最終週の水曜日の価格)。

(資料:農林水産省 食料安全保障月報2023年8月号より)

6. 結びに

以上、コメを巡る近年の世界の動きをご紹介します。

おコメは、ビーフンのように米粉を麺にしたり、餅米を餅にして食べたりすることもあります。まずは粒で食べるのが中心です。粉にして食べる小麦やトウモロコシとは異なり、少し味を付け加えればそれだけで「うまい」と食べることができます。アフリカでコメの消費が伸びているのは、粉食やイモ類と比べて簡便に保存や調理ができ、「うまい」ことが背景となっているからかもしれません。

我が国の主食であるコメについては、国内のコメ生産、貿易、そしてWTO交渉の経緯などご紹介したいこともありますが、これらについては稿を改めてご紹介することとし、今回はこの辺りで筆をおくことにいたします。

(以上)

【連載】（第2回）

新たな青果物地域流通システムの展開と 地域コミュニティ

株式会社農林中金総合研究所
リサーチ&ソリューション第1部
主任研究員 小針 美和

はじめに

戦後の高度経済成長とともに確立された市場流通を軸とする青果物の広域流通体制は、日本全国での安定的な青果物の安定供給を可能にし、消費者は小売店に出向けばいつでも青果物を購入できるようになった。その半面、広域流通に対応できない生産者・産地の農作物は流通ルートが絶たれ、商品として販売することが難しくなる傾向にある。そのため、地域で獲れた新鮮な野菜を地元で食べる、という一見単純なことが実際には実現しにくくなり、地域内での経済活動が縮小するとともに、生産者と消費者の距離を遠ざける要因のひとつもなっている。

近年、地域を限定した新しいコンパクトな青果物流通システムを確立することで、これらの課題の解決を図る動きがみられる。本稿では、先進的な取組み事例をもとに、新たな発想にもとづく青果物流通システムが農や食の世界にもたらしうる変化について考察してみたい。

1. 青果物流通システムの変化

(1) 広域流通システムの成立過程

青果物は長時間の貯蔵・輸送が難しい。そのため、物流技術・交通網が未整備だった高度経済成長期以前では自給的生産が中心であり、商業的生産は都市部周辺の供給可能なエリアに限られていた。しかし、その後都市への人口集中が急激に進むと、青果物の都市住民への安定供給が政策課題となった。

これを受けて1966年に野菜生産出荷安定法が制定され、単一（少）品目大量生産型の産地形成が促進された。併せて農業協同組合合併助成法（1961年）により農協合併が促進されたことで出荷単位が大型化し、JAの野菜の集出荷組織としての位置づけが一層高まった。

産地の大型化とともに流通の近代化も促進された。1971年には卸売市場法が制定され、大ロットの野菜を荷受可能な中央卸売市場の整備が進んだ。また、高速道路網の整備や冷蔵設備などの物流技術革新も進み、青果物を広域かつ大量に流通できる条件が整った。

80年代には中央卸売市場の全国展開と日本の野菜生産のピークが重なり、大都市だけでなく地方都市の中央卸売市場でも全国各地の産地から直接荷を受け開設区域よりも広い地域へ荷を販売できる状況であった。ところが、90年代に入ると、大規模化した産地は大都市

の中央卸売市場へと出荷先の絞り込みを進めた。複数の市場に出荷するよりも、1つの市場に大量の荷物を降ろす方が販売面でも物流効率としても有利なためである。その動きはロットの大型化により今もさらに強まっている。

その結果、大田市場や大阪市中央卸売市場といった大都市の中央卸売市場の全国シェアが拡大しており、特に大田市場のシェアは、2003年には数量ベースで5.5%であったが年々上昇し2020年には8.0%と、この20年近くで1.5倍になっている。これらの市場はいわゆる集散市場的な性格を強め、地方都市にある一部の中央卸売市場等では大都市からの転送によって荷を調達するようになった。

また、消費者の青果物購入場所は八百屋からスーパーにシフトした。青果物取扱数量が増え、チェーン化が進むなかで、スーパーも多品目を多量に集められる大規模な卸売市場に仕入れ先を集中化させることで調達コストの低減を図るようになってきている。このように、需給双方のニーズが一致する形で、広域流通の進展とともに大都市の市場への集中が進んできた。

(2) 広域流通のメリット・デメリット

広域流通には、適地適作にもとづく地域間分業をしやすくし、各産地の生産性が向上すること、大きなロットと多数の売買関係者が参集することにより需給調整がしやすくなること、全国各地の青果物が集まるので取引品目が拡大すること、周年的な取引が可能になること等のメリットがある。

一方で、デメリットもある。第一に、流通距離が増大し、中間流通が増えることにより生産者価格と消費者価格の格差は拡大する傾向にある。第二に、全国どこでも流通可能とするために規格の厳格化が進み、生産者の包装・調整にかかるコスト負担につながっている。

第三に、市場経由、とりわけ市場間転送がかかると出荷から店頭に並ぶまでのリードタイムが長くなることから、量販店はおいしさよりも見た目、日もち・棚もちのよさを重視しがちとなる。その結果、地元でとれた野菜でも大都市の市場を経由するため鮮度が落ちたり、味がよくても日持ちのしない完熟野菜は流通に乗りづらく輸送コストもかさむなど、地域の野菜を地元で食べる、という一見単純なことが実際には実現しにくくなっている。

また近年では、SDGsの観点から農産物物流に伴う二酸化炭素の排出や食品ロスの削減への注目も高まっており、市場間転送に伴う輸送距離の増大による二酸化炭素排出量増加や鮮度低下による廃棄率上昇の改善も政策課題となっている。

2. 新たな青果物地域流通システム

以下では、このような広域流通の欠点を解消し、新たな価値の創造を目指す新しい地域流通システムの構築に向けた取組みを紹介する。

(1) コンパクト型地域商社—有限会社漂流岡山の取組み—

a. 野菜の地場流通を始めたきっかけ

岡山県の有限会社漂流岡山は、2001年に設立され、岡山のモモ・ブドウをはじめとした高級果物のインターネット販売から事業を開始した。

その後、08年の中国製冷凍餃子問題に端を発した食の安全性に対する意識の高まりを背景に、大手量販店から農業者のネットワークをもつ漂流岡山に、安心・安全が担保された生産者が見える地場野菜を取り扱いたいという相談がもちかけられた。当初、大手量販店は従来型の消化仕入れ（売れた時点で仕入れと見なす取引形態）による直売所の設置を想定していた。しかし、検討を進めるなかで阿部憲三社長はその仕組みに疑問を持つようになったという。消化仕入れの場合、生産者が自ら袋詰め・バーコード貼付・店頭への配送・陳列を行い、売れ残った野菜は生産者が持ち帰るため、リスクや負担は全て生産者もちとなる。また、調整等の付帯業務に時間をとられて最も重要な生産に集中することができず、とりわけ新規就農者など経営基盤が弱い農業者は十分な所得を得ることがさらに難しくなり、生活が成り立たなくなる。そのため、自社の新事業として始めるうえでは、新たな地場野菜の販売システムを構築する必要があると考えた。

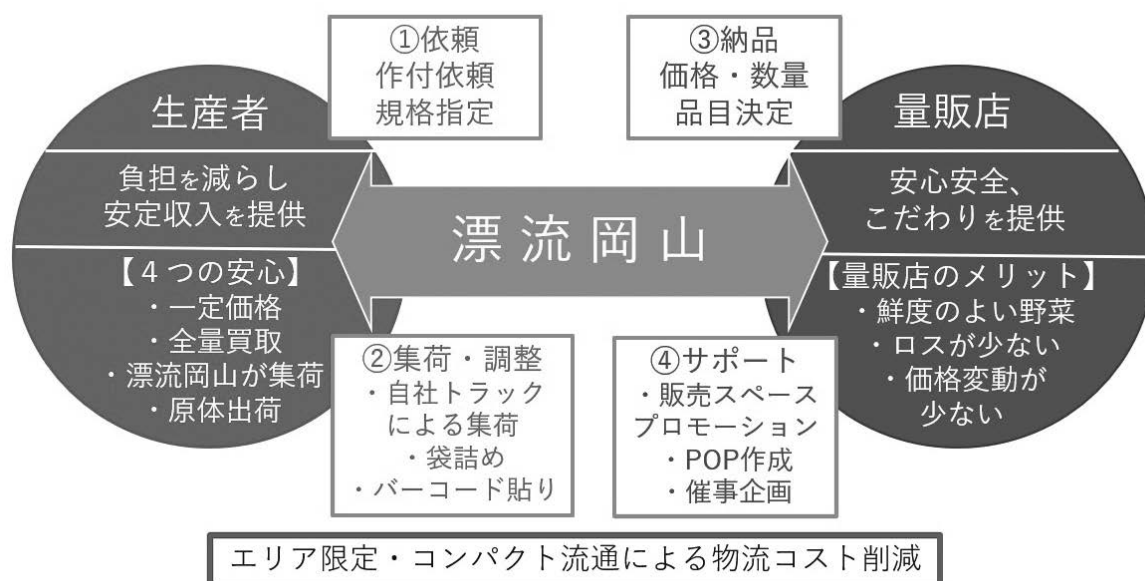
一方で、岡山県においても地域おこし協力隊の隊員数が堅調に推移にしているように、都会の生活が性に合わず田舎に住みたいと考える都市住民が少なくない。しかし、安定した収入を得られる仕事がないことが移住のネックになっている。そこで、「中山間地域の既存の資源である『農業』を衰退し続ける古臭い産業ではなく、安定して継続的な収入を得ることができる魅力ある新産業にできれば、田舎に住みたい若者が抱える問題を解消することができるのではないか」と、漂流岡山がコンパクト型地域商社として生産者と量販店の仲立ちとなり、リスクとコストを3者で分担する「地域内中規模流通」を考案した。

b. 地域内中規模流通モデル

漂流岡山は契約農家に対して①一定価格、②契約にもとづく全量買取、③漂流岡山による集荷、④原体出荷（選別・袋詰め等の調整をせずに収穫した野菜をそのままコンテナ等で出荷すること）を約束している。契約農家には価格と出荷数量があらかじめ提示されるので、経営計画を立てやすくなる。また、漂流岡山が袋詰め、ラベル張り等の商品化を行うことで生産者段階での選別・調整コストも削減される（第1図）。

量販店の地場野菜売り場づくり、POPや包装ラベルの作成などのプロデュースは漂流岡山が担う。品揃えのコンセプトは量販店の顧客ニーズに合わせた、“いつもお母さんが晩御飯のおかずにする定番野菜”を揃えた多量少品種の売り場である。販売量は過去の販売データをもとにした店舗ごとの需要予測にもとづいて決定し、商品は量販店が漂流岡山から買い取る。例えば日本全国といった、不特定多数を対象とした需要予測は困難であるが、経験の積み重ねもあり、岡山県内、そのなかでも限られた店舗であれば、日々の販売計画の活用によって予測が可能となるという。

第1図 漂流岡山の地域内中規模流通モデル



資料（有）漂流岡山作成資料をもとに農中総研作成

ただし、最終的な数量と価格はデータのみにもとづくのではなく、漂流岡山と量販店の担当者が毎週打合せを行って決定する。漂流岡山に出荷する生産者には経験の浅い生産者も多いため、計画通りに栽培できず、当初予定していた規格や数量を揃えられなくなることもある。そのような場合は、漂流岡山が量販店の市場仕入れの状況も加味しつつ、出荷可能数量に余裕のある生産者に出荷量を増やしてもらおうなど、両者が困らないよう調整する。このように、漂流岡山では、生産者及び販売者との距離が近く、双方の顔が見えるという利点を生かしてきめの細かいコントロールを行っている。

また、広域流通ではどこのどのような店で売られるかがわからないため、規格も厳しくなりがちだが、漂流岡山のような地域限定のコンパクト流通であれば、問題があればすぐに生産者に伝えて直してもらえばよいので、規格を厳格にする必要はない。

さらに、輸送距離が短く荷物の積替えの必要がないため、輸送資材である段ボールも広域流通に比べて強度を落とすことができる。販売先が限定されているためコンテナの紛失リスクも少ないなど、物流にかかる諸経費の削減にもつながる。

このように、生産者には収入の安定が見込め、量販店にとっては競合店と差別化できる地場野菜売り場をもてるとして契約農家数、店舗数ともに増加している。現在、登録農家数は100名を超え、その約半数が新規就農者となっており、店舗数も30を超える。

c. 過疎集落における集荷拠点の設置

漂流岡山は生産者を巡回して庭先集荷するため、生産者や取扱数量の増加は集荷にかかる負担増大をもたらす。また、近年は夏場の厳しい暑さで鮮度劣化が早く、特に岡山市内まで

の距離がある中山間地域からの輸送にはコールドチェーンの確保も課題となりつつあった。そこで漂流岡山では、生産者がまとまっているエリアには冷蔵施設のある集荷拠点（ベースキャンプ）を作り、生産者がベースキャンプまで持ち込んだ出荷物を漂流岡山の冷蔵トラックで集荷することとした。2021年には、農林水産省の事業も活用して、備前市と鏡野町の2箇所に3坪のプレハブ冷蔵庫を設置している。

そのひとつ、岡山市内から車で1時間ほどの備前市北西部の山あいにある吉永町笹目地区には、3名の契約生産者がいる。そのうち2人は30代の若者で、地域おこし協力隊として備前市に移住し、地域おこし協力隊活動の一環として農業に従事していたが、任期終了後も農業で生計を立てていきたいとして漂流岡山に相談がもちこまれた。そこで、漂流岡山は需要者からの要望が強いブロッコリーやキャベツなどを中心とした取引を提案した。3名の契約生産者にとって、調整や輸送の手間をかけず、計画的に生産・販売できるメリットは大きく、生産面積の拡大を可能にしている。

笹目地区には15軒ほどの農家があるが、住民の平均年齢は70歳を超え、後継者もおらず、集落の消滅も危惧されていた。地域おこし協力隊時代から一生懸命働く姿を見て住民も地区を挙げて彼らに協力している。農地の斡旋のほか、冷蔵庫を設置する土地も集落の共有地を無償提供している。また、畦畔の除草作業の軽減のため、中山間地域支払いや多面的機能支払いなども原資として活用し、彼らの耕地の畦畔に地区総出で防草シートを設置した。

漂流岡山による冷蔵庫の設置は、物流の質の向上や効率化とともに、笹目地区がこれからさらに野菜の供給基地として継続的に拡大してほしいという地域への期待を込めたメッセージともなっており、生産者のモチベーションアップにもつながっている。

d. 漂流岡山モデルの拡大

このように、漂流岡山は生産者の出荷調整作業と、量販店の売り場づくり、需要予測を肩代わりしつつ両者をつなぐことで、生産者・量販店双方の事業の拡大・効率化を支援しており、地場野菜を通じた新しい価値を生み出している。

また、足もとでは物流の2024年問題が目前に迫っていることに加え、燃料代高騰をはじめ輸送コストが増嵩している。これらを背景に、輸送距離が短く物流コストの抑制が可能といった物流面でのメリットに着目し、漂流岡山モデルによる青果物調達の拡大を検討する量販店も増えている。さらに、コンビニエンスストアチェーンからも、差別化の一環として新鮮な青果物の販売を検討するなかで、特に近隣に農家や畑の少ない店舗での調達方法として、漂流岡山の流通ルートを活用したいと相談が寄せられている。

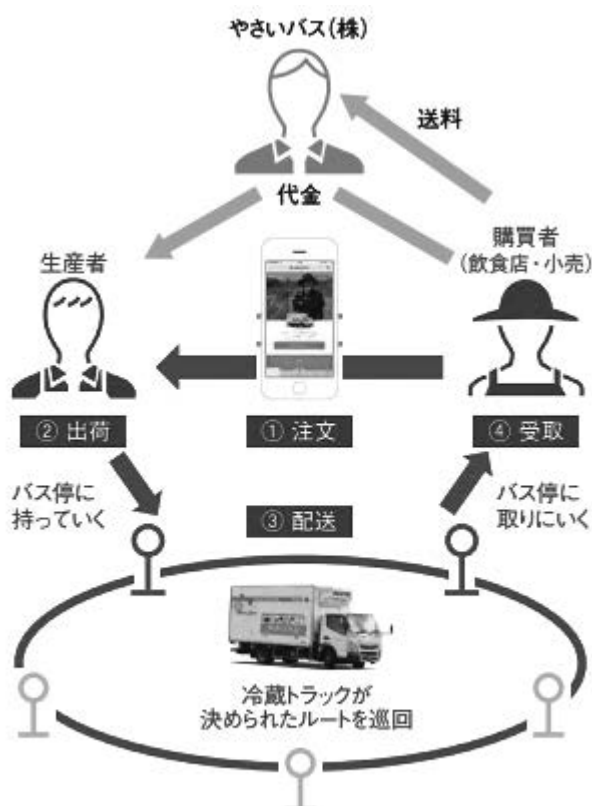
ただし、漂流岡山は岡山県内での事業の深掘りはさらに続けていくものの、いたずらに事業エリアを拡大することはコンパクト流通のメリットをそぐとして、県外に進出して事業を拡大することは考えていない。そのため、他地域で同じ志をもつ起業家へのハンズオン支援により、漂流岡山モデルの普及を図っており、京都、滋賀、香川、兵庫などにおいて漂流岡山からの支援、アドバイスをうけた新しい地域商社が立ち上がっている。

(2) 無理なく、楽しく、おいしく地域をつなぐーやさいバスー

a. やさいバスの概要

やさいバスは、静岡県の農業ベンチャー企業の株式会社エムスクエア・ラボが考案し、やさいバス株式会社が運営する“生産者と購買者が『おいしいを共創する』ための青果流通の仕組み”である。生産者を起点とする農産物EC（電子商取引）は、そのほとんどが既存の宅配便を物流手段としている。それに対し、やさいバスの特徴は、ECとMaaS（Mobility as a Service：従来の交通手段、サービスに自動運転やAIなどのICTを掛け合わせた次世代の交通サービス）の融合で、地域の生産者と消費者をつなぐ新たな流通システムを創出しているところにある。同社が独自に開発したECシステムにより、注文・決済等をデジタル化・データ化して商流を徹底的に効率化するとともに、エリアを限定した共同物流網の構築により高鮮度での配送を実現。具体的には、JAの直売所や道の駅、青果店、卸売業者の倉庫などを「バス停」（出荷場兼受取場）に設定し、生産者は注文数量を決められた時間にバス停まで届ける。冷蔵トラックがバス停を巡回することで、購買者はECサイトで注文した品物を生産者が出荷したその日のうちにバス停で受け取れる。生産者と購買者の双方が最寄りのバス停までのラストワンマイルの輸送を引き受けることで、物流コストを削減している。（第2図）。

第2図 やさいバスの仕組み



資料 やさいバス株式会社HPをもとに作成

2017年の事業開始以来、その取組みは全国から注目を集め、現在は14都道府県（北海道、茨城、千葉、東京、神奈川、長野、静岡、愛知、大阪、兵庫、広島、香川、愛媛、鳥取）で展開されている。登録利用者数は6,349人で、うち2,187人が生産者となっている。

事業開始当初の主要な購買者は飲食店であったが、コロナ禍が地域流通の新たな展開を生み出した。コロナ禍において外食向け取引が減少するなかで、やさいバスの事業も大打撃を受けたが、その一方で、百貨店やショッピングモール、スーパーのなかにやさいバス商品の販売スペースを常設する動きが進展するなど、これまで連携することの少なかった小売業との協業が急速に進んだ。その背景には、コロナ禍での移動制限により生活インフラとしてのスーパーの役割が改めて注目され、小売業界において地域に根差した店舗のあり方を追求する動きが強まり、その過程で地場野菜が見直されたことがある。また、スーパーには、各社が効率化と低価格化に注力して店舗展開を進めてきたものの、その結果としてオーバーストア化し消耗戦となっている現状を打開したいという意向も強い。店の特色を出して顧客をひきつけるためには、差別化の難しい市場仕入れのみでなく、鮮度が高く地域色のある青果物が必要と考える店舗が増えており、やさいバスコーナーを設置している店舗数は130を超える。

また、新たな取組みとして地域内の企業と連携した企業内販売会を開始、静岡県では、地元企業4社のオフィスで月に1回昼休みに旬の野菜や果物を販売している。夏の朝採れとうもろこしなど、やさいバスの特徴を生かした新鮮な野菜の販売は、当該企業の社員にとっておいしい楽しみとなり、地産地消を通じた地域貢献にもつながると好評を得ている。

b. やさいバスの地域チームづくり

やさいバス株式会社の加藤百合子社長は「やさいバス事業の大きな目的は、“野菜を売る”ことの先にある、“新しいコミュニティを作る”ことにある。オープンイノベーション（社外の知見や技術、アイデアなども活用し、新たな価値を生むモノやサービスを創り出すこと）の考え方のもと、生産者、飲食店等の事業者、物流業者、行政、JA、地域金融機関など、地域のステークホルダーが集まり、それぞれの思いや課題を共有し、課題解決に向けてワンチームで取り組むことが不可欠」と語る。

また、ラストワンマイルの利用者負担のように、地域の共益を最大化するためには、参画者それぞれがファーストベストから少し我慢したり、皆で協力しなくてはいけないこともある。「物流会社だけが頑張っている、無理してやっている」といったように、特定の人にしわ寄せがいくようでは持続可能とはいえない。そのため、運用開始までに時間がかかっても皆できちんと話し合い、参画者にそれぞれ役割があり皆が守れるルールを作り、“無理なく、楽しく、おいしい”を実現する「スマートコミュニティ」をデザインしていくことが重要となる。

このように、やさいバスの導入はコミュニティづくりのきっかけを提供するためのものでもある。それを活用して地域をスマートコミュニティに進化させるのは地域の人、チームの

力にかかっている。

c. やさいバス広島取り組み

やさいバス広島では、中山間地域が県土の7割を占める一方、人口は海側に集中するという広島県の地域特性に合わせた独自の取り組みを展開している。2020年夏の活動開始以来、生産者、小売店、飲食店、加工業者等の事業者、行政等とのネットワークづくりを進め、10月には販売拠点として広島市中心部のそごう広島店にやさいバスコーナーを開設した。21年に入り、1月から3月には農村部の道の駅をバス停として、そこから広島市内の提携事業者まで共同配送し、提携事業者の社員に野菜を届ける職域販売実証実験を実施した。職場にしながら新鮮でおいしい地場野菜を購入できることへの参加者の評価は高く、事業化に向けた手ごたえを感じたという。

それをきっかけに冷蔵トラックの巡回によるルートのほか、中山間地域に点在する生産地と、広島市を結ぶ路線高速バスで野菜を運ぶというアイデアが生まれた。広島県をフィールドに新規事業を行う企業を支援する「ひろしまサンドボックス事業」を活用して実証を進め、路線高速バスを運行するバス事業者との連携のもと、3ルートの貨客混載便が実運用された。22年7月には、鳥取県米子市と広島市、島根県益田市と広島市を結ぶ路線高速バスを利用した県境を越える貨客混載ルートも運行されている。これらのルートでは、起点となる県の農産物のほか、途中通過する山口県の生産者の農産物も広島に運ばれるなど、県域を越えた連携の輪も広がっている。

その後、サンドボックスで開発された商品・サービスの県内での実装をサポートする広島県事業「ひろしまサンドボックス実装支援事業」にも採択された。これを契機に広島県内に本社を置く食品卸業者が地域事業者として参画するなど、広島エリアにおける営業推進体制づくりも進められている。

「野菜が新鮮でおいしい」と消費者からも好評で棚持ちもよいとして、青果物の取扱数量は増加している。やさいバス直営のそごう広島店の販売ブースは当初1坪からのスタートだったが、21年8月に2坪、22年4月には4坪に増床された。また、山陽地方を主な商圈とする食品スーパーや全国展開している食料雑貨店など、県内に複数の店舗をもつ小売店との連携が進んでいる。23年8月には4か所の店舗にやさいバス広島の販売コーナーが設置されており、23年内に10店舗を超える見込みである。

おわりに

～地域コンパクト流通の意義～

今回取り上げた2社の事例をもとに、両社に共通する新たな地域コンパクト流通の意義を整理してまとめたい。

第一に、新しい流通ルートの構築により、消費者が鮮度の良い地場野菜を身近な場所で購入し、食べることが容易になった。第二に、関係者の間に生まれる顔の見える関係が、青果物流

通にかかる取引コストを低減させている。広域流通では、最終消費者の顔が見えないことを前提に産地で生産・調整を行うため、誰の手にわたっても問題がないよう規格や選別が厳格になる。対照的に、コンパクト流通では、顔の見える関係のなかで商品の荷姿を決められるため、品質に問題がなければ規格も緩やかで済み、商品化率を高め、生産者の所得向上につなげることができる。

第三に、物流を地域内に限定することによりコストを削減している。輸送距離が短いことによる物流費の削減、包装資材の簡素化などの諸経費の削減に加え、エネルギーや資源の節約、二酸化炭素の排出削減など、環境面の改善にもつながっている。

そして最後に、これらの事業が単に青果物の取引にとどまらず、コミュニティの再生やリデザインにもつながっていることである。漂流岡山では、消滅が危惧された限界集落に新規就農者が定着し、新しい風が吹いている。また、やさいバス広島では、その活動を通じて広島県内外での生産者・事業者間のネットワークが広がっている。

これまで青果物の地域流通は、広域流通を前提とした経済合理性のもとで非効率とみなされ、衰退していた。地域コンパクト流通は、それとは異なる新たな地場流通を実現し、地場野菜の価値を高めている。また、それは青果物流通の枠を超えて、地域の農業やコミュニティの活性化にもつながるなど社会的な役割を果たす可能性を秘めている。

ただし、地域コンパクト流通はエリアが限定されていることもあり、そのみでは日本全体の青果物需要に応じた供給は困難であり、安定した青果物流通を確保する上で広域流通は不可欠である。これまで構築されてきた広域流通と、ここで紹介した地域コンパクト流通をはじめとする新たな青果物流通が共存し、それぞれのメリットを生かしつつ足りない部分を補いあうことで、食の世界がさらに豊かになることを期待したい。

<参考文献>

- ・野見山敏雄（2012）「地産地消と広域流通のベストミックスによる地域農業の再生」『農業市場研究』21（3）p13-21
- ・小針美和（2021）「持続可能な地域の野菜流通を目指してーやさいバスの取組みー」『農中総研情報』2021年7月号
- ・小針美和（2022）「新たな青果物地域流通システムの展開」『農村と都市をむすぶ』2022年8・9月合併号（第72巻8号）p56-65

青果物流通におけるコード・情報標準化の 取組について

(令和5年2月2日「青果物流通標準化検討会 第2回コード・情報分科会」発表より)

【発表3】株式会社k i k i t o r i

株式会社k i k i t o r i
代表取締役社長 上村 聖季

1. 株式会社k i k i t o r iについて

当社は農業分野に特化して、業界のデジタル化や事業者間のデータ連携を目指してシステムを開発している。個社のシステムではなく、JAや市場を中心とした青果流通向けに全国で汎用的に利用が可能なクラウドの仕組みを構築している。JAグループからの出資、県域JAとの連携によって、足元は特にJA含む基幹物流のDXに取り組んでいる。現在は北海道から九州地方まで、全国60のJA、30の市場（卸売会社）でシステムの導入が進んでおり、特に1年前からスタートしているJA向けの取り組みについては生産者や出荷先を巻き込みながら流通現場をDXする仕組みとして、現場の方にも評価をいただきながら、全国に広げている。

2. 青果流通分野におけるデータ連携の課題とnimaruのアプローチ方法

青果物流通におけるデータ連携の課題は、事業者間における出荷情報の連絡手段が未だにFAXと電話が中心ということ。出荷情報がタイムリーに伝わらず、有利（事前）販売の弊害となっている。また、出荷情報を受け取る流通事業者は日々大量の紙の情報を人力でシステムへ入力している。こうした課題の原因を当社では4つにまとめている。①農産物は工業製品と異なり全国的な基準の統一が不可能に近い（業界標準コードが存在せず、各事業者のシステムが持つマスタがそれぞれ異なる）、②各地域、事業者、品目ごとに様々な処理方法が存在するため、独自仕様のシステムとなりやすい（SIerによる外部連携を前提としない個別システムの乱立）、③需給が天候により変動するため、業界内のパワーバランスが常に不安定（システム連携を主導する事業者が不在）、④年配の生産者（流通事業者の担当者も高齢化）が多く、ITツールが苦手な人が多い。今回は特に前半の2つについて当社のアプローチを3つ紹介させていただく。

1点目は、各事業者が持つ独自のマスタ（コード）をそのまま使いながら、受け手の事業者にて自社マスタへの変換が容易に可能な仕組みの提供である。後述する当社のnimaruが翻訳機の働きを果たす。業界標準マスタの整備については、その次のステージの取り組みとして考えている。

2点目は出荷者側（特に産地）からデータを出す仕組み、インセンティブ作りである。例え

ばJAと市場間での出荷データの連携については、出荷する側の整備が先か受ける側の整備が先かといった鶏と卵の議論となりやすい。当社はこの議論に対して、出荷側（特に産地）からデータを出す仕組みを構築できるかが重要となると考えている。一方、JAにとってのデジタル化の課題としては出荷先へのデータ送信よりも、生産者から毎日大量の紙を受け取って処理しているアナログな荷受業務の改善だ。生産者からの出荷データの連携によりJAにシステム導入のインセンティブを提供し、同じ仕組みの中で出荷先へのデータ送信が可能な仕組みを提供するアプローチを実施している。

3点目は業界で汎用的に利用が可能なシステム（SaaS）の徹底である。現場及び業界の高い解像度と複雑な業界オペレーションを共通化してモデリングする技術の両方が必要である。当社では個社の仕組みにのみ合わせたシステムにならないように気をつけ、かつ現場に入り込んで情報を得ることで精度を高めている。これを当社の新しい技術を使ってモデリングしている。

3. JA京都やましろ及び取引事業者とのデータ連携の取り組み

農林水産省からサポートを受け、JA京都やましろへ生産者や出荷先を巻き込みながら、流通現場のペーパーレス化や手書き、手入力といったアナログな業務をなくす「nimaruJA」という仕組みを提供している。産地にて出荷明細データ化し、受け手側（特に市場）に対しては産地から受け取ったマスタを必要な形に簡単に変換できるnimaruというシステムを提供している。

nimaruJAから送信された出荷データを市場（受け手側）はnimaruを使って手軽に受け取りが可能。nimaruには卸売会社の個社ごとの販売システムコードを入れておくことができるので、JAから入ってきたデータを自分たちの販売システムのコードに変換できる。1回変換すると、次回からは自動で変換され販売システムへnimaruを連携すると自動で荷受けデータの取り込みが可能だ。ただ気を付けなくてはならないのが、販売時に営業担当者に対しては変換前のJAからのオリジナルの出荷情報を確認できるようにすることだ。自社のマスタに変換された後の情報だけでなく、スイッチ1つでJAの元データも見られるような仕組みを提供している。nimaruで変換したデータは様々な形で変換して連携できるようになっており、生産者から市場まで紙の帳票の使用やFAXによる連絡、手入力作業なしで出荷情報をデータで一気通貫でつないでいける仕組みになっている。nimaruJAで作ったデータは、JAが使用している電算システムにも取り組める仕組みもあり、紙や手入力が一切必要なく出荷情報をやり取りしていくものになっている。

変換するポイントはやはり商品、等階級、荷姿のデータだ。全国の各JAごとに異なるコードを市場側で、自社で使用しているものに変換できる。

今回の事業でいうと中央市場を中心に逆ベジフル（＝逆ドレスシステム）の仕組みを持たれていることが多いので、逆ベジフルと同じフォーマットでデータを取り込める仕組みを提供している。最近アップデートされた新ベジフルも対応できるように作っている。受け手である市場では特に何もせずに、データを受け取れる仕組みを提供している。

これができることで、情報を紙に起こしたり、FAXを1件1件入れていくのではなく、分荷したタイミングでボタン1つで出荷データを飛ばすことができる。受け手の市場に通知を入れて、そこですぐに見られるような有利販売の仕組みを作っていくことができる。

よくある議論として紙の送り状のフォーマットをそろえるという話も上がるが流通現場のDXという意味では本質的ではないと思っている。当社の仕組みはデータでそれぞれをつなぐこと。荷受けの入力、確認は必要だが入力作業自体がなくなっていく。

最後に、目指すところは外部のシステムから同じようにデータ設定していただいたり、つないでいただいたものをまた同じように吐き出せるようなことを考えており、できるだけ汎用的な仕組みとして取り組んでいけたらと思う。

JA京都やましろにおける 送り状の電子化の取り組み

第2回コード・情報分科会
2023年2月2日（木）15:00-17:30

株式会社kikitori



本日はお話しすること

1. 会社及び弊社事業のご紹介
2. 青果流通分野におけるデータ連携の課題とnimaruのアプローチ方法
3. JA京都やましろ及び取引先事業者とのデータ連携の取り組み



本日もお話しすること

1. 会社及び弊社事業のご紹介

2. 青果流通分野におけるデータ連携の課題とnimaruのアプローチ方法

3. JA京都やましろ及び取引先事業者とのデータ連携の取り組み



運営会社① ～会社概要～

会社名	株式会社kikitōri
所在地	〒113-0022 東京都文京区千駄木2丁目30-1
代表者	代表取締役 上村聖季
設立日	2015年3月27日
決算期	2月
資本金	89,250,000円（資本準備金を含む）
従業員数	26名（パート・アルバイトを含む）
電話番号	03-3783-1315
事業内容	農業分野向けアプリケーションシステムの開発・運営 農業現場のシステムコンサルティング 果実小売・加工店舗の運営（都内2店舗） （※ 東京豊島中央卸売市場の買参権を有する）
取引先	全国の卸売事業者、農業協同組合、産地商社 他

会計監査人	SBCパートナーズ税理法人
弁護士事務所	プロコミットパートナーズ法律事務所
ウェブサイト	https://kikitōri.jp
所属団体	一般社団法人全国青果卸売市場協会（参考会員） 市場流通ビジョンを考える会（役員幹事）

ミッション

農とテクノロジーを通じて世界中の人々を笑顔にする

農業の持つ可能性をテクノロジーの力で最大限に引き出し、活かすことで世界中の人々が笑顔で幸せな社会を実現したい。そんな想いを胸に、私たちは新しい農業の形にチャレンジしています。



運営会社② ～JAグループ様との取り組み～

JAグループからの出資及び事業連携により、JAを含む基幹流通のDXに取り組んでいます



2020/11/20 日本経済新聞 印刷版 記事利用について

JAグループ、指名型で農業企業支援
2020/11/27 18:12 | 日本経済新聞 電子版

JAグループの一般社団法人「AgVenture Lab（アグベンチャーラボ）」（東京・千代田）は11月から、食や農業分野のスタートアップを支援する指名型「アクセラレータープログラム」を始めた。ラボでは公募型プログラムを2回実施しているが、指名型は初めて。

新プログラムは「Plant&Grow」。JAが抱える課題を解決してくれそうなスタートアップを指名。JAが持つ農家との関係を生かしながら、約4カ月間実証実験し実用化を目指す。金融面でも支援する。

第1弾は生産・流通現場の「見える化・データ化」をテーマに、営農データの管理システムを手掛けるテラスマイル（宮崎県新富町）と、青果の入出荷連絡などができるアプリを提供するkikitori（キキトリ、東京・文京）を選んだ。

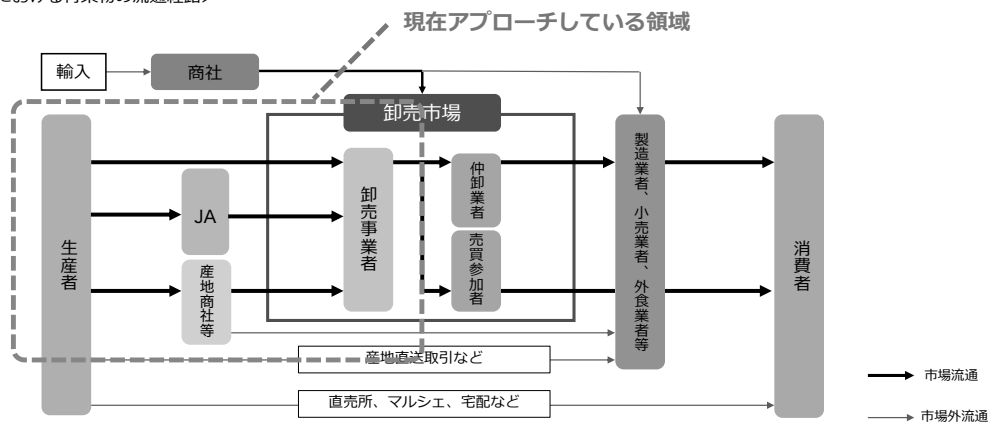
テラスマイルは全国農業協同組合連合会（JA全農）の営農指導員向けに、先端技術を使ったスマート農業のシステムを導入してもらい効果を検証する。キキトリは青果の流通実態を把握したうえでデジタル化できる領域を検討する。1社につきJA全農や農林中央金庫の担当者が支援に入る。



アプローチしている領域

デジタル化が遅れている川上・川中領域における流通現場のデジタル化、流通のデータ化に取り組んでいます

<国内における青果物の流通経路>



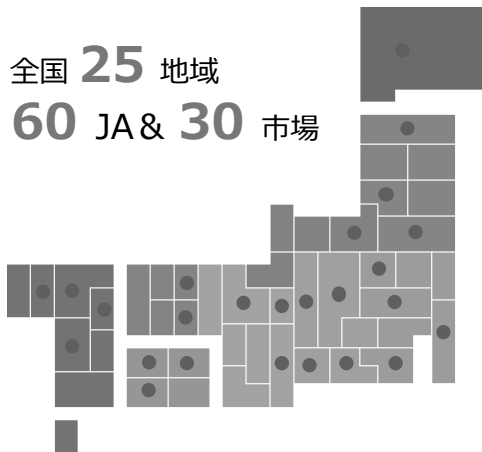


nimaru（にまる）とは

nimaruは、電話やFAXなど農業流通分野のアナログなインフラをアップデートするプラットフォームです



全国 25 地域
60 JA & 30 市場



Copyright © kikitoni Co.,Ltd. All rights reserved.

6

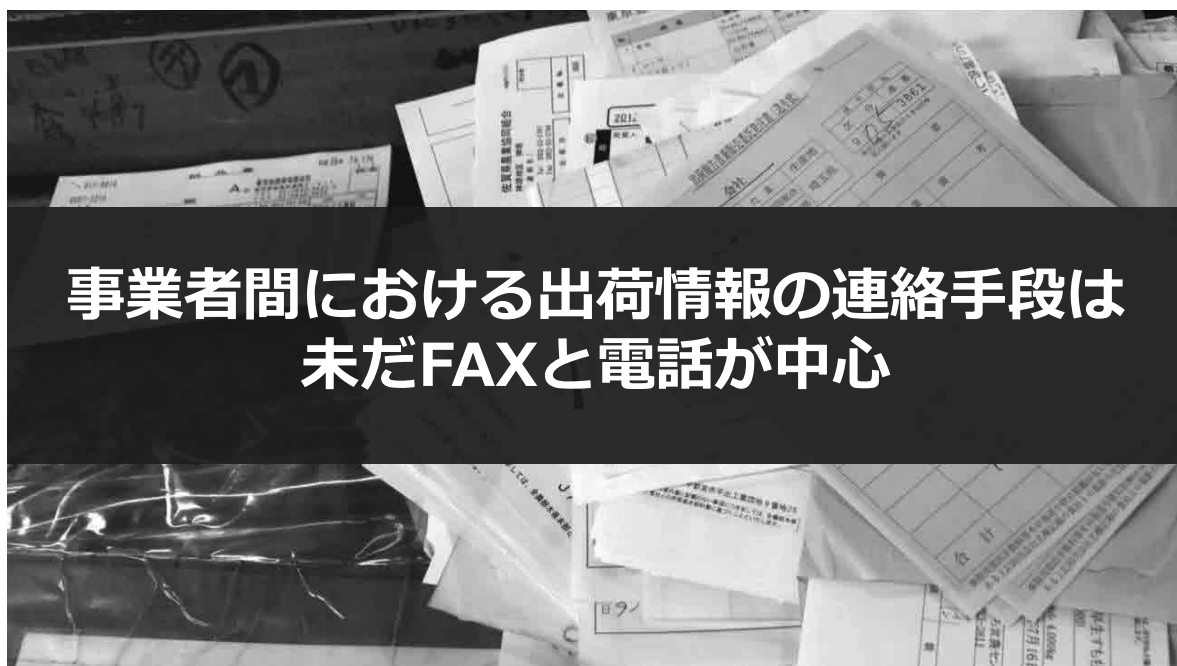


本日も話すること

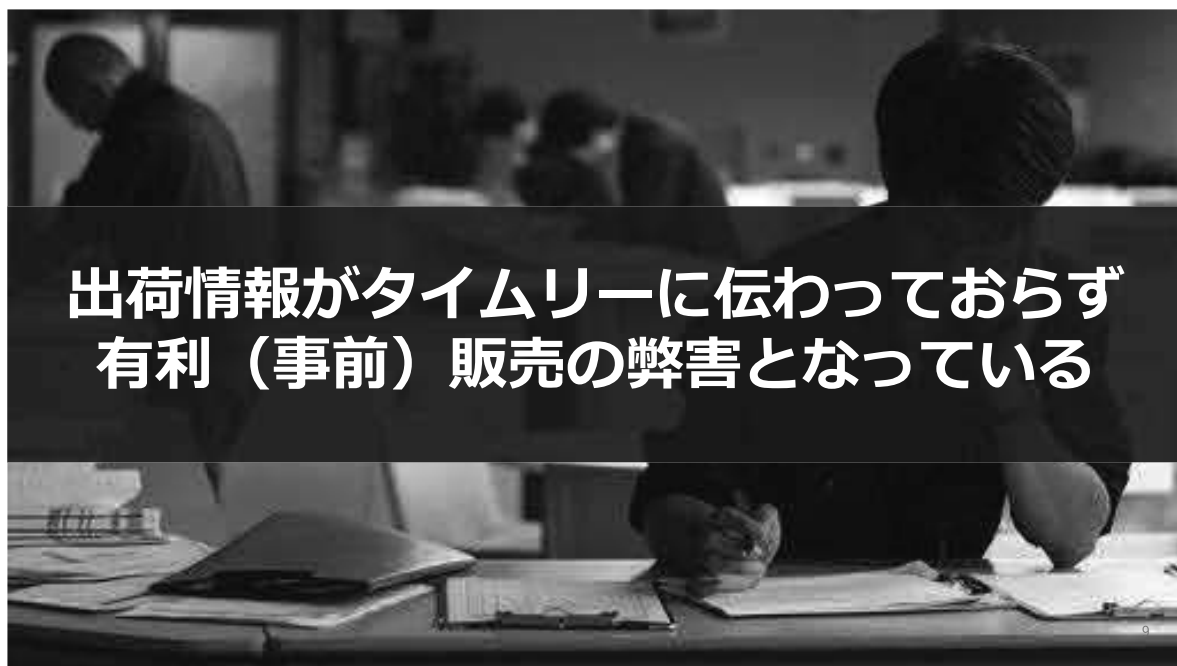
1. 会社及び弊社事業のご紹介
2. 青果流通分野におけるデータ連携の課題とnimaruのアプローチ方法
3. JA京都やましろ及び取引先事業者とのデータ連携の取り組み

Copyright © kikitoni Co.,Ltd. All rights reserved.

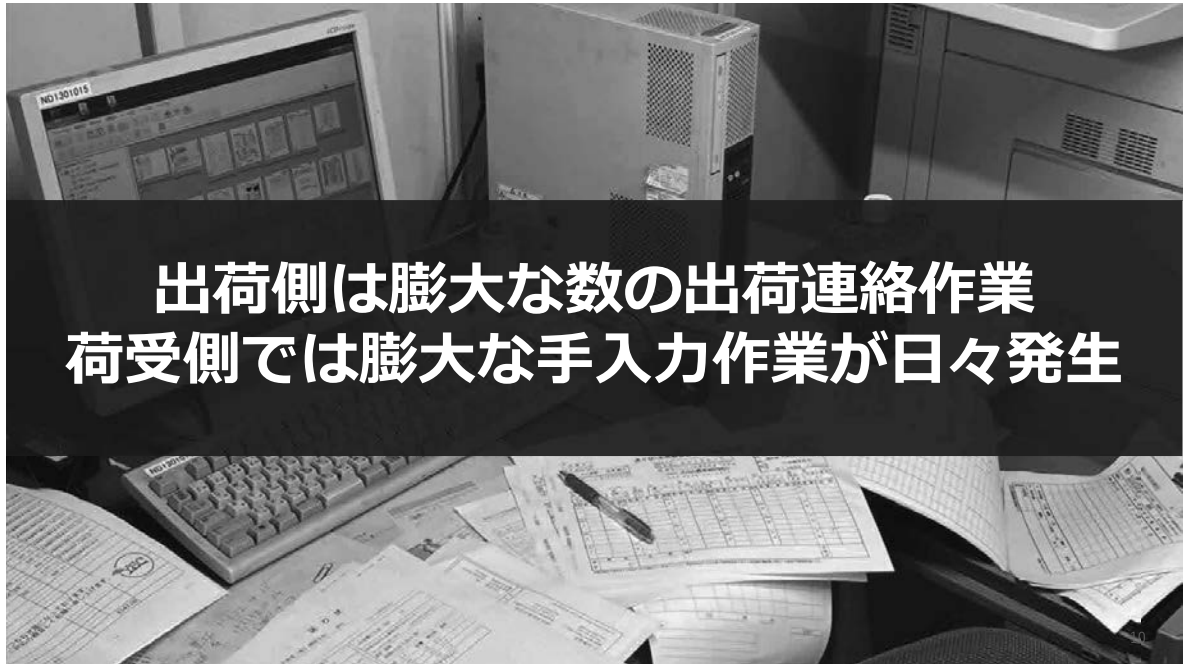
7



**事業者間における出荷情報の連絡手段は
未だFAXと電話が中心**



**出荷情報がタイムリーに伝わっておらず
有利（事前）販売の弊害となっている**



出荷側は膨大な数の出荷連絡作業 荷受側では膨大な手入力作業が日々発生



青果業界で出荷情報のデータ連携がおこなわれていない理由

- 工業製品と異なり農産物は全国的な基準の統一が原理上不可能に近い（業界標準コードが実質上存在しておらず、各事業者のシステムが持つマスタがそれぞれ異なる）
- 各地域、事業者、品目ごとに現場で様々な処理方法が存在するため、独自仕様のシステムとなりやすい（SIerによる外部連携を前提としない個別システムの乱立）
- 需給が天候により変動するため、業界内のパワーバランスが常に不安定（システム連携を主導する事業者が不在）
- 年配の生産者（流通事業者の担当者も高齢化）が多く、ITツールの利用が苦手な人が多い



青果業界の出荷データ連携に対するnimaruのアプローチ

- 事業者のシステムを全て標準コードに統一させることは現実的ではないため、第1ステップとして各事業者が持つ**マスタの変換**が可能な仕組みを提供（第2ステップとして業界共通のマスタから順次標準コードを導入）

- 出荷側が先か荷受側が先かという観点においては『**出荷側**』が先。出荷者側（特に産地）からデータを出す仕組み/**インセンティブづくり**。

具体的には、JAなど産地の事業者の課題は生産者からの荷受処理。荷受の効率化が可能な仕組み（システム）の延長線上に、出荷先へのデータ送信が可能な仕組みを提供。

- 業界で**汎用的**に利用が可能なシステム（SaaS）の**徹底**（高い現場及び業界の解像度と複雑な業界のオペレーションを共通化してモデリングする技術力の両方が必要）



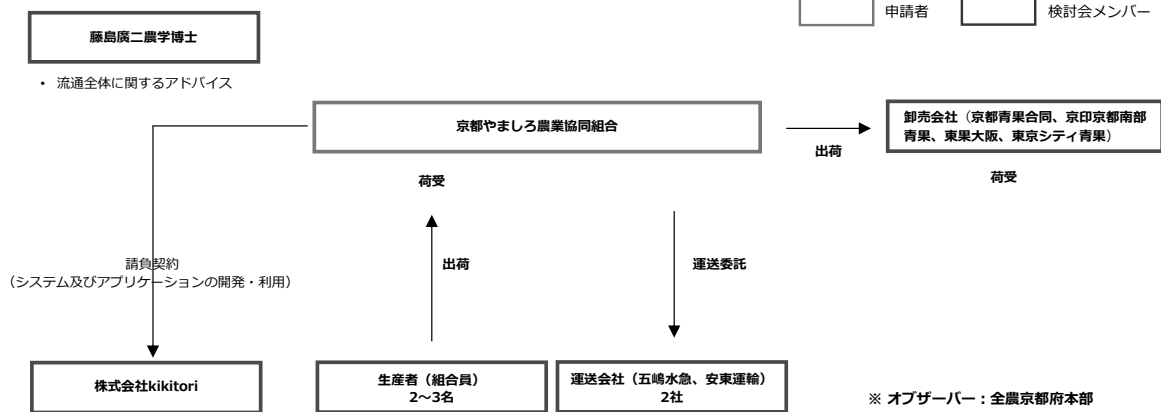
本日お話しすること

1. 会社及び弊社事業のご紹介
2. 青果流通分野におけるデータ連携の課題とnimaruのアプローチ方法
3. JA京都やましろ及び取引先事業者とのデータ連携の取り組み



検討会メンバー

令和4年度食品等流通持続化モデル総合対策事業のうち デジタル化・データ連携による効率的食品流通モデル構築事業（調査・実証事業）



Copyright © kikitori Co., Ltd. All rights reserved.

14



JA京都やましろの販売現場における課題

各事業者間において出荷情報は全てFAX（紙）及び電話でやり取りされており
非効率な荷受及び販売業務のベース要因となっている

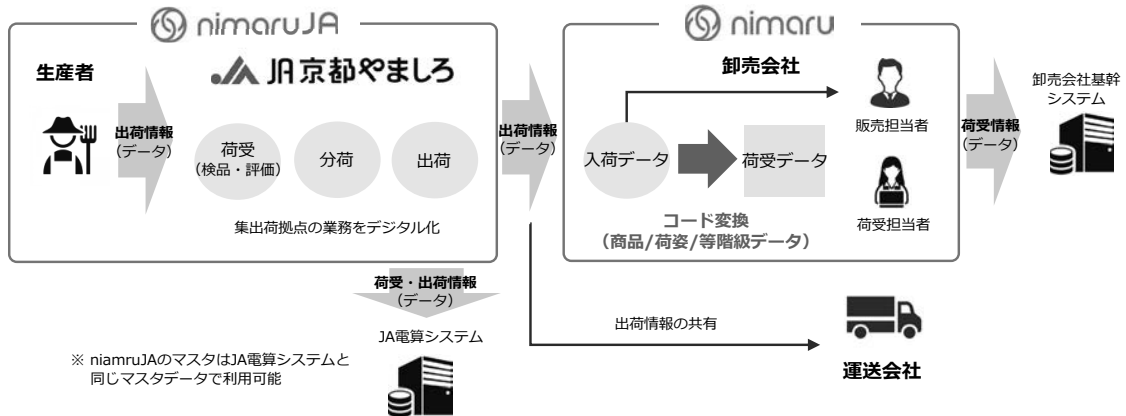


Copyright © kikitori Co., Ltd. All rights reserved.

15

事業者間における出荷データ連携の仕組み

事業者間で出荷情報をデータ共有。同一データをコードマッピングを通して各事業者の基幹システムへ取り込みが可能なプラットフォームを提供



『nimiruJA』及び『nimiru』は、クラウドの仕組みにより情報の共有や全ての処理がスマホやタブレット、PCで可能

出荷・荷受データ項目とデータの流れ

nimiruJA

出荷データ (JA)

- 出荷日
- 支店
- 共計プール
- 商品
- 等級
- 階級
- 荷姿
- 量目
- 出荷先
- 送り状番号
- 運送事業者
- 運賃単価
- 市場手数料
- 系統手数料
- 農協手数料
- 備考

- 商品 (袋詰め胡瓜 → 胡瓜)
- 等級 (○ → B)
- 階級 (L → L)
- 荷姿 (中袋 → 袋)

nimiru

荷受データ (卸売会社)

- 出荷日
- 支店
- 共計プール
- 商品
- 等級
- 階級
- 荷姿
- 量目
- 出荷先
- 送り状番号
- 運送事業者
- 運賃単価
- 市場手数料
- 系統手数料
- 農協手数料
- 備考

nimiru形式

逆ベジフル形式

csv連携形式

卸売会社基幹システム

卸売事業者様は自社の販売システムに合わせてnimiruとの柔軟なシステム連携が可能です



出荷データのマスタマッピング①

卸売会社は『nimaru』のカスタムフィールド機能を使ってマスタ情報に様々な情報の紐付けが可能です

商品名	商品コード	商品名ナ	ペジナルコード
にんじん	104560	ニンジン	30300
青豆大粒	100833	アズキ	30100
青豆	101100	アズキ	31401
キャベツ	300836	キャベツ	31700
かぼ	220045	カボ	30200
小松菜	133673	コノネ	31500
胡麻	400222	ゴマ	45230
ゴボウ	400244	ゴボウ	45220
いちご	400101	イチゴ	46000

基幹システムとの連携の際にキーとなる情報を柔軟にマスタに紐付けすることが可能です



出荷データのマスタマッピング②

卸売会社の荷受担当者はnimaru上で自社システムの商品、等級、階級、荷姿への紐付けが可能です

2022/10/25
JAやさい

入荷情報の詳細

入荷情報 (商品別)

等級	階級	荷姿	数量	入数	数量
秀	2L	DB	10kg	8	30
秀	L	DB	10kg	10	25
秀	M	DB	10kg	12	12
合計					67

nimaru コネクト

JAやさい 1023445

商品	等級	階級	荷姿	数量	入数	数量
青豆大粒	秀	2L	DB	8	30kg	30
青豆大粒	秀	L	DB	10	25kg	25
青豆大粒	秀	M	DB	12	12kg	12

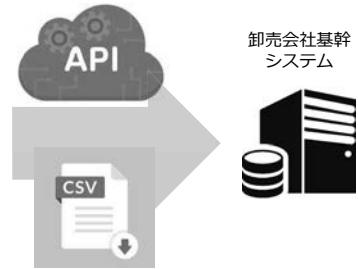
JAかじつ 1023486

商品	等級	階級	荷姿	数量	入数	数量
青豆	秀	2L	DB	10	30kg	30
青豆	秀	L	DB	12	25kg	25
青豆	秀	M	DB	10	12kg	12

卸売会社の販売担当者は、JAから受け取ったオリジナルの荷受情報（販売業務用）を確認することが可能です

荷受データの販売システムへの取り込み

マッピング後のデータを逆ベジブル、nimaruフォーマット、csvの形式で出力、データ連携が可能です



荷受事業者側 nimaru

外部システムとの連携推進

専用サイトにて各種API及び連携フォーマットの情報などを公開しています



No.	タイトル	データ型	詳細
1	データ区分	文字列 (1)	※
2	受付日付	整数 (4)	画面上で選択した日付 (YYYY)
3	時間	整数 (4)	出力された時刻 (HHMM)
4	販売ID	整数 (4)	※
5	販売連携	整数 (4)	※
6	連携コード	整数 (4)	※※※ (この値を用いて nimaru の出荷情報であることも判断できます)
7	データ種別	整数 (1)	※ (出荷情報)
8	変更フラグ	整数 (3)	※
9	出荷番号	整数 (5)	※
10	累計アイテム数	整数 (8)	※
11	最終日渡し No.	整数 (4)	※
12	最終日アイテム数	整数 (4)	※

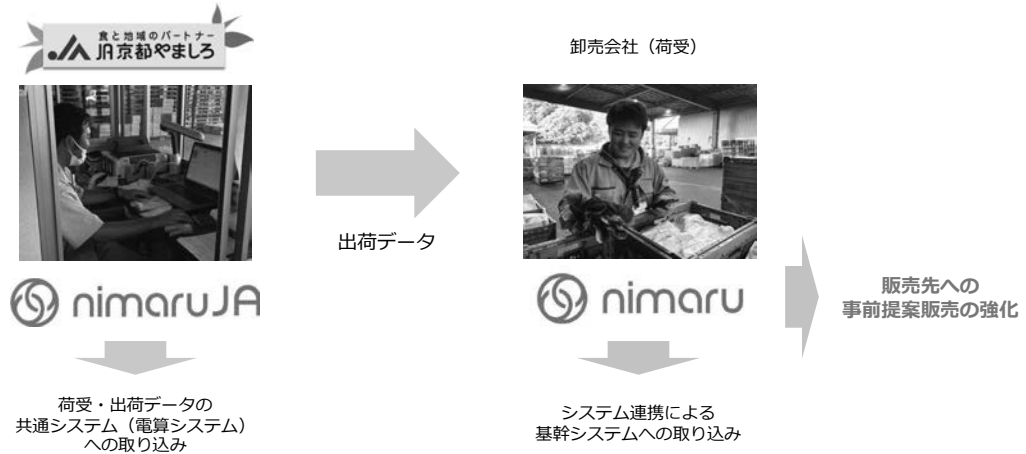
< nimaru連携ドキュメント > <https://docs.nimaru.jp/>



出荷データ連携のメリット① 事前提案による有利販売

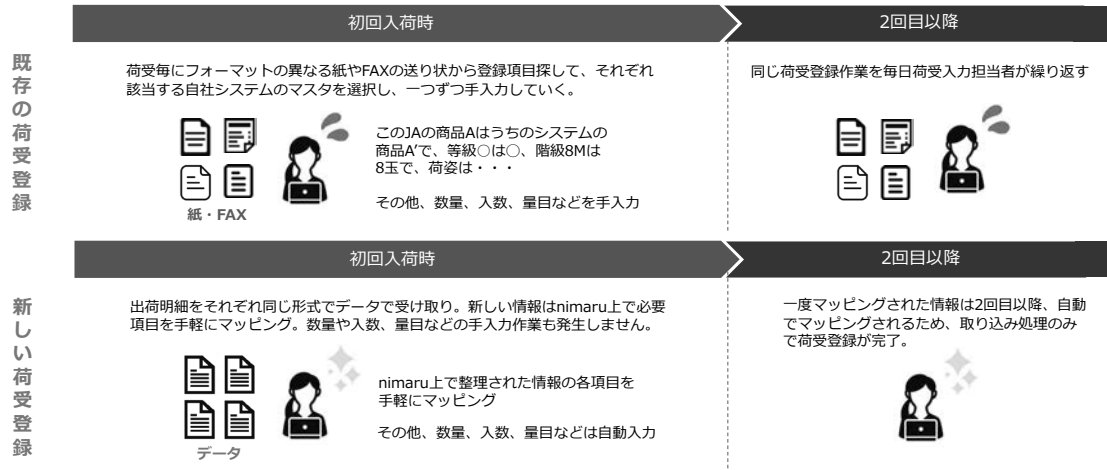


JAの出荷情報をより早く、より手軽（データ）に出荷先事業者へ共有することで最適な販売、流通を実現



出荷データ連携のメリット② 荷受業務のDX

産地との連携により、荷受事業者における荷受登録業務の省力化、及び標準化が実現できます





デモをご覧ください

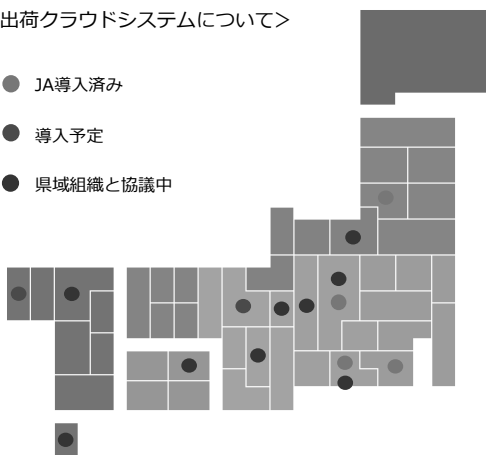


今後のプラットフォーム普及に向けた戦略 ~nimaruJAの導入推進~

昨年度からシステムリリース後、主要産地における県域単位での導入についてもお検討をいただいております

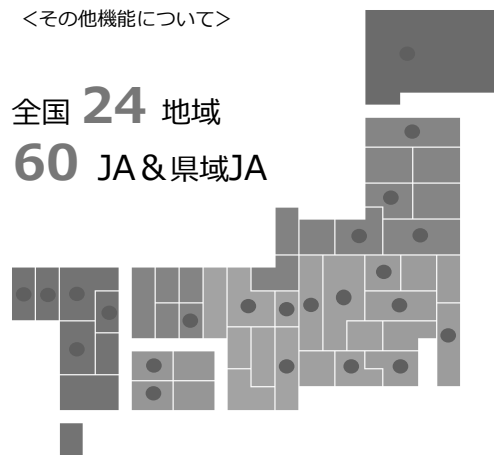
<集出荷クラウドシステムについて>

- JA導入済み
- 導入予定
- 県域組織と協議中



<その他機能について>

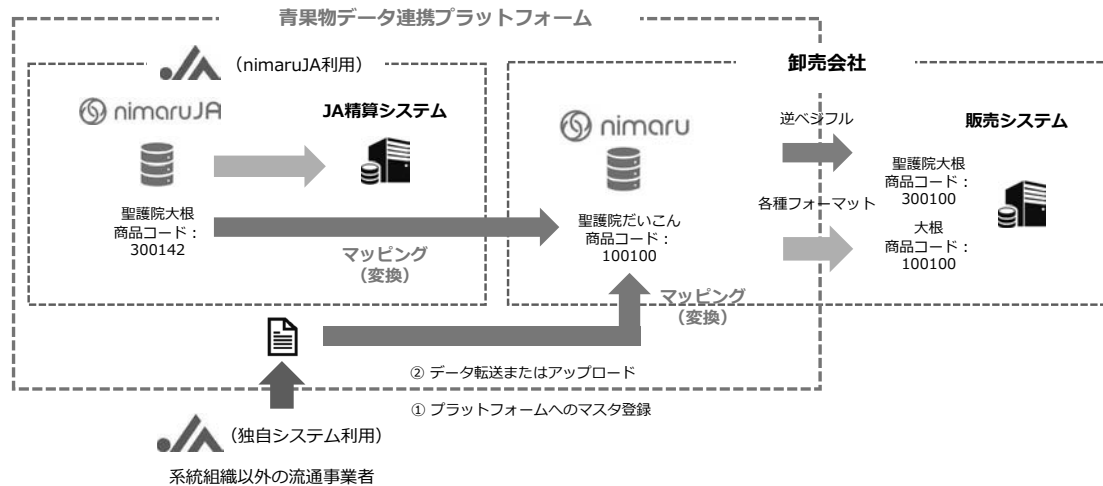
全国 **24** 地域
60 JA & 県域JA





今後のプラットフォーム普及に向けた戦略② ～外部システムとの連携～

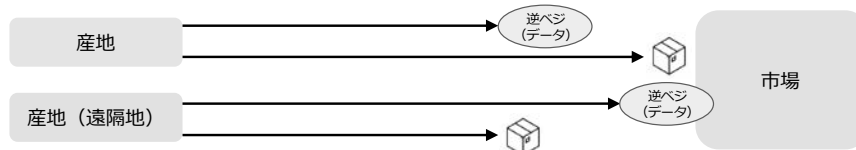
外部システムからのデータ転送（またはアップロード）によるマッピングの機能提供



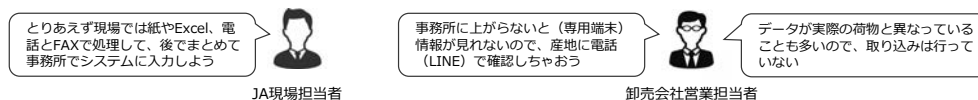
参考 ～逆ドレスシステム（逆ベジ）の課題～

系統出荷の出荷データ連携手段の一つである逆ベジの利用率は全国で1-2割程度にとどまる

- 遠隔地を除くJAについては、逆ベジの情報が荷物の到着よりも遅い



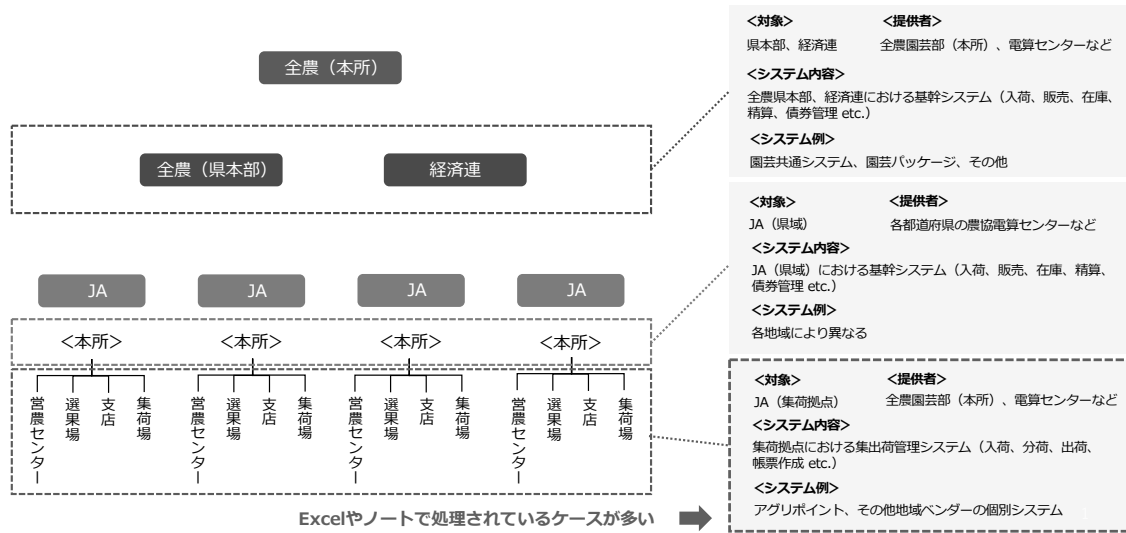
- 産地および市場の双方で専用端末による入力が必要なケースが多く、現場の担当者が利用していない（または実際の出荷のタイミングと入力のタイミングに時間差があることが）場合も多い



➡ そもそもベジフルネットは精算情報のやり取りをベースに40年以上前に構築されたネットワークであり情報の性質が異なる出荷の情報を同じネットワークで行うことに限界がある？



参考 ～JAグループにおけるシステムの整理と課題～



皆様からのご意見・ご質問などございましたら
 お願いします

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、かつて「私の血はワインでできている」と豪語した女優がいましたが、近い将来「俺の筋肉はWAGYUでできている」などと嘯（うそぶ）くマッチョな海外セレブが現れるかもしれません。

というのも、牛肉をはじめ、農林水産物の海外輸出が好調だからです。農水省の公表資料（2023年1-6月 農林水産物・食品の輸出額）によると、今年上半期の農林水産物・食品の輸出額は7,144億円（前年同期比9.6%増）となり、3年連続で過去最高を更新したそうです。品目別でみると、牛肉の輸出額は262億円（22.4%増）で大幅に増加しています。輸出額のトップはホタテ貝（生鮮・冷蔵・冷凍等）が定番ですが、こちらは383億円（1.1%減）でやや減少気味。ただし、調整品（干物など）のホタテ貝は80億円（93.7%増）で倍増しています。

輸出額が大きく増えた品目に注目すると、香港での見本市開催で需要が喚起された真珠（ちなみに真珠は水産物）がトップで、輸出額が126億円増えて223億円（129.3%増）。次に清涼飲料水が52億円増の273億円（23.5%増）と続きます。反対に輸出額が一番減った品目は、漁獲量の減少でアフリカや東南アジア向けの輸出が大きく影響を受けたさばで、55億円減の57億円（48.7%減）とほぼ半減しています。日本酒も振るわず34億円減の200億円（14.4%減）といった具合です。

上半期の主な輸出先は中国（輸出額1,394億円、前年同期比16.2%増）を筆頭に、香港（1,154億円、25.8%増）、米国（964億円、7.9%減）、台湾（674億円、10.9%増）と続き、中国・香港向けだけで輸出額全体の4割近くを占めています。

近年の輸出増加の要因は、コロナ禍に伴う規制が解除され、外食向けの需要が回復したことに加え、円安効果も手伝っていますが、農水省が推進しているGFP（農林水産物・食品輸出プロジェクト）に取り組む生産者や流通業者をはじめ、関係者の方々の地道な努力が実ってきたのではないかと思います。国は2025年に2兆円、2030年には5兆円の輸出額を目標に掲げています。この調子が続けば、今年も過去最高だった昨年の輸出額（1兆4,140億円）を更新できそうな勢いでした。しかし、ここに福島原発で発生した処理水の海洋放出問題が影を落としています。

2011年の事故以来、福島第一原発では放射能を帯びた大量の「汚染水」が途切れることなく発生しています。その汚染水はアルプスと呼ばれる浄化装置を通して放射性物質を取り除いた「処理水」として溜まり続けていますが、この処理水の中には最後まで取り除くことのできない放射性物質（トリチウム）が残存しています。原発敷地内には1基千ト（百万ℓ）以上の容量のある貯蔵タンクがすでに千基以上も設置されており、これ以上はタンクを増やすことが

できません。そのため、物理的にも経済面からも限界が近づいてきたことが、今回の海洋放出に至った経緯です。

この海洋放出の方針に中国政府は敏感に反応し、7月から日本産水産物の輸入制限（全品検査）を実施し、実際に海洋放出が始まった8月24日からは全面禁輸に踏み切りました。この動きに合わせて、香港政府も10都県（福島、宮城、東京、茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、新潟、長野）の水産物を禁輸しています。前述のとおり輸出額の4割近くを占める中国・香港向けの輸出が停滞することは、輸出拡大を図ってきた我が国にとって大打撃です。すべての処理水を放出するには30年もの期間を要するとのことなので（まさかこの間ずっと全面禁輸を続けるとは思えません）、長期的な影響が懸念されます。

中国とは対照的に、EU（欧州連合）やEFTA（欧州自由貿易連合）に加盟する4か国（ノルウェー、アイスランド、スイス、リヒテンシュタイン）は、日本産食品に対する放射性物質に関する輸入規制を8月に撤廃しています（現在も何らかの規制を続けているのは、中国、香港、台湾、韓国、ロシア、マカオ、シンガポールの7か国・地域を残すのみ）。しかし、EU向けの上半期の輸出額は364億円に留まっており、規制撤廃によりどれほど増加が見込めるかは不明ですが、EFTAの分を足し合わせても、中国・香港の減少分をカバーできるとは到底思えません。

放射性物質と聞くと発がん性が連想されますが、トリチウムから発生する放射線のエネルギーは非常に弱く、規制基準を守っていれば科学的には問題ないようです（喫煙や大気汚染のほうがよほど我々の健康を害しているのではないのでしょうか）。今回の海洋放出についてもIAEA（国際原子力機関）の承認を得ています。現に海外の原発でも同様の措置を講じており、51基（2021年末時点）もの原発を抱える中国も例外ではありません。ただ海洋放出については日本国内にも反対意見が根強くあり、これを外交カードに利用する意図が明白な中国政府を説得するのは容易ではありません。WTO（世界貿易機関）に提訴するという手段も考えられますが、日中関係のさらなる悪化を覚悟する必要があるでしょう。

当事者の気持ちをよく汲み取り、同時に道理に適うようにすることを「情理を尽くす」といいますが、一方的にロジック（道理）の正しさを訴えても、相手から信頼が得られなければ物事は前に進みません。本件についても、国内はもちろんのこと、中国政府に対しても、情理を尽くして信頼を得られるよう努めることが重要ではないかと思います

その意味で、少し明るい兆しもなくはありません。新型コロナの感染拡大を受けて制限してきた日本への団体旅行を、中国政府は8月10日から解禁しています。JNTO（日本政府観光局）によると、コロナ前の2019年に日本を訪れた中国人旅行者はおよそ959万人で、訪日外国人全体の3割を占めていたそうです。迂遠なようですが、この解禁により来日した中国人と我々との交流が増えることが、おのずと信頼関係の構築にもつながってくるのではないかと思います。また、どこの観光地も似たような状況かと思いますが、当方の事務所がある秋葉原は今インバウンドが急増し、コロナ禍前の賑わいが戻りつつあります。海洋放出は訪日中国人旅行者にも影響しているようですが、海外旅行ができるような中国人は正確な情報にアクセスできる者が大半かと思われるので、こちらの影響は限定的ではないのでしょうか。新たにオーバーツーリズム

ム（観光公害）が危惧されますが、こうしてインバウンドが増えれば国内経済はさらに盛り上がるはずです。

外国人旅行者の訪日目的の第1位は「食」だそうなので、彼らには美味しい日本食を大いに堪能してもらい、よい思い出をたくさん残してもらえればと思います。ついでに願わくば、帰国後も日本食を最良（ひいき）にしてもらえれば、日本産食品の輸出増加にもつながるのではないのでしょうか。

日本食はマンガやアニメ、ゲームなどと並び称される日本が誇るコンテンツです。「食は文化なり」といわれるとおり、日本食が多くの人々に膾炙（かいしゃ）することは、日本文化のPRにも大きく貢献しているはずです。食料自給率（カロリーベース）が40%を割り込んでいる我が国が、高い輸送コストをかけてまで敢えて食品輸出に取り組む意義も、外貨獲得はもとより、日本に対する海外からの理解の促進と、その延長線上にある信頼醸成にあるのかと思います。

なお、これから農林水産物・食品の輸出を検討されている事業者の方は食流機構にご相談ください。食流機構が昨年度から実施している「農林水産物・食品輸出関連信用保証支援事業」に申請すれば、輸出事業の実施に必要な資金について、民間金融機関から債務保証付き借入れをする場合に支払った保証料の2分の1相当額を軽減することができます。申請には、輸出促進法に基づく計画（輸出事業計画）を作成して事前に国から認定を受ける必要がありますが、人口減少で国内市場がシュリンクしていくなか、海外市場に活路を求める意欲的な事業者の方々の一助になればと思います。

最後に余談ながら、私は毎日欠かさずバナナを食べているので、体の一部がバナナでできているといっても過言ではありません。栄養素がバランスよく含まれているため「完全栄養食」ともいわれるバナナですが、英語のスラングで「バナナヘッド (banana-head)」は「ばか」「まぬけ」を意味するそうです。インバウンドが増えて、我々の立ち居振る舞いにもおのずと外国人旅行者たちの注目が集まるなか、彼らからバナナヘッドなどと後ろ指をさされることのないよう、くれぐれも気を付けたいものです。

生鮮取引電子化推進協議会
事務局 田中 成児

輸出事業計画を作れば 保証料を支援します！

(輸出重点品目の取組に係る借入当初5年間分の1/2相当額を助成)

目標を立てて
農林水産物・食品の輸出に
取り組んでみませんか



現在、輸出に取り組んでいる方も輸出事業計画を作ってみよう！

📄 輸出には計画作りが重要です

- 農林水産物・食品輸出関連信用保証支援事業で保証料の支援を受けるためには、当事業を活用することを記載した輸出事業計画を作成して認定を受けて下さい。

🏢 身近な金融機関にも相談してみよう

- 農林水産物・食品輸出関連信用保証支援事業では、民間金融機関からの債務保証付き借入れに係る保証料を助成します。(ただし、輸出重点品目の取組に限定)
 - 構想段階でもいいので、一度相談してみよう。
 - 金融機関によっては資金面の相談だけでなく、輸出事業計画の作成の支援や支援メニューの紹介も行っています。

👤 資金を借入れて保証料を支払うことになったら 支援を申込もう

- 令和5年度農林水産物・食品輸出関連信用保証支援事業では、令和5年度(1年間)の保証期間分における保証料の1/2相当額を助成します。

【助成金の交付シミュレーション】

民間金融機関から信用保証付き融資で1億2800万円借り入れた時の保証料が520万円だった場合



融資の実行日から5年間で…
約260万円※1
の助成金が交付されます！

※1 保証料率を1.35%、保証期間を5年とした場合

※2 実際の助成金交付では、借入額が元金均等分割方式で毎月返済されるものとみなして、保証料総額から月割の負担すべき保証料相当額を算出し、助成対象期間(融資実行から5年以内)の年度毎に整理します。

【対象者】食品等の製造・流通・販売を行う事業者(中小企業者)、農林水産事業者

お問合せ

【申請窓口】公益財団法人 食品等流通合理化促進機構(食流機構)
03-5809-2176

【総合窓口】農林水産省 輸出・国際局 輸出支援課 輸出産地形成室
03-6738-7897

▽助成金の申請はこちらから



※ 令和5年度事業の内容であり予算の状況によっては今後変更があり得ることをあらかじめご承知おきください。

詳しくは裏面をご覧ください

【1 制度全般】

問1 輸出事業計画とは何ですか。

農林水産物・食品の輸出に関して今後取り組む内容について作成するもので、「課題と取組内容」「輸出先国・目標額」「資金計画」等について記載することになります。計画を作成して認定を受けると補助金・金融・税制などの支援の対象になりますので、利用予定の支援メニューも記載してください。

農林水産物・食品輸出関連信用保証支援事業で保証料の支援を受けるためには、当事業を活用することを記載した輸出事業計画を地方農政局等に提出して認定を受けてください。（他の支援メニューも利用するときは提出先が都道府県になる場合がありますので、詳細は各制度の担当者にご確認ください。）

問2 他の補助事業等と組み合わせて利用できますか。

本事業で支援を受ける保証料について、他の補助事業等からも補助・助成等を重複して受けることはできません。ただし、保証料以外であれば他の補助事業等と組み合わせて、輸出事業に必要な経費（例えば施設整備費等）の支援を受けることは可能です。また、公庫融資や税制の支援との組合せも可能です。

問3 どのような資金が対象になりますか。

認定を受けた輸出事業計画を実施するための資金のうち、民間金融機関からの借入れが対象です。ただし、輸出重点品目の取組に限定されます。

問4 運転資金も対象になりますか。

認定を受けた輸出事業計画を実施するための資金の民間金融機関からの借入れであれば、設備資金だけでなく運転資金も対象になります。

【2 対象期間】

問5 助成対象となるのはいつからの借入れに係る保証料ですか。

令和4年4月1日以降に民間金融機関から借入れた輸出事業の実施に必要な資金に係る保証料が助成対象となります。なお、民間金融機関から資金を借入れる前に輸出事業計画の認定を受けてください。

問6 助成対象となる期間はいつからいつまでですか。

助成対象期間は資金の借入当初から5年間ですが、助成金の申請及び支払いは単年度に区切って行います。令和5年度事業であれば助成金を申請できるのは、令和5年4月1日～令和6年3月31日の間の保証料の1/2相当額です。翌年度以降の助成金申請の詳細につきましては食流機構までお問合せください。

【3 既に資金を借入れている場合】

問7 輸出事業計画の認定を受けて令和5年3月31日までに既に資金を借入れている場合、令和5年4月1日以降の保証料は助成の対象になりますか。

当該資金に係る保証料は令和5年4月1日以降の保証料であっても助成の対象になりませんのでご注意ください。

問8 資金を借入れた後に、輸出事業計画の認定を受けて保証料助成を受けることはできますか。

令和5年4月1日以降に借入れた資金に係る保証料であれば、資金を借入れた後であっても輸出事業計画の認定を受ければ助成の対象になります。ただし、保証料の助成対象期間は、融資の実行日から5年間に限られます。

【4 その他】

問9 資金の借り換えをした場合、保証料助成を受けることはできますか。

令和5年3月31日までに民間金融機関から借入れた資金については令和5年4月1日以降に借り換えをしても助成の対象になりません。

一方、令和5年4月1日以降に民間金融機関から借入れた資金については、助成対象期間内であれば借り換えをした場合でも引き続き助成の対象となりますが、助成期間や助成額が変わりますので詳細につきましては食流機構までお問合せください。

問10 繰上償還等を検討している場合、どうしたらいいですか。

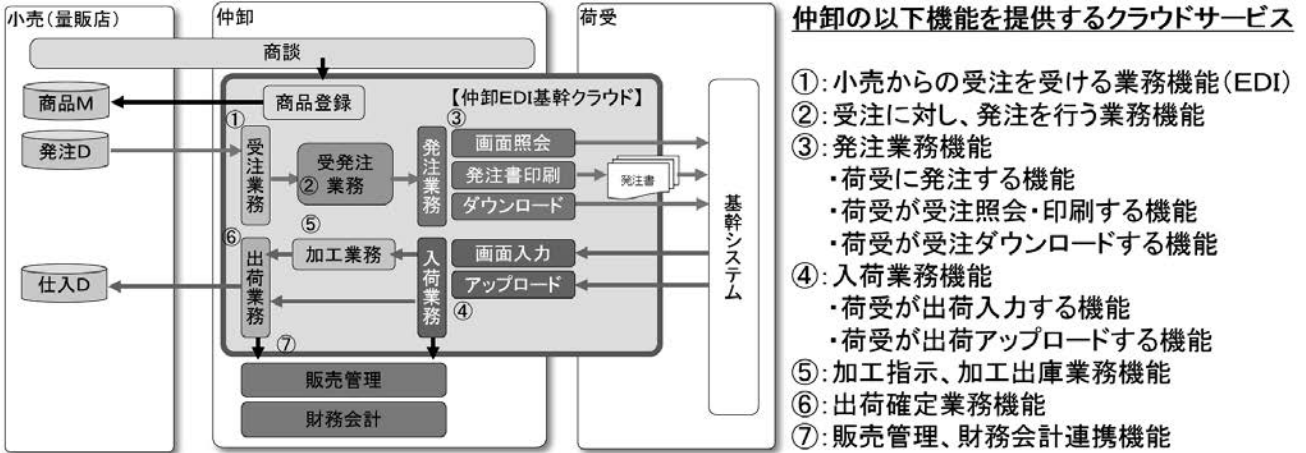
民間金融機関に繰上償還等の申し出をする前の検討段階で、お早めに食流機構までご相談ください。（助成金をお支払いする前に所要の調整を行います。）

○ 助成金をご利用いただくに当たっては、提出期限までに必要な関係書類を揃えて提出いただく必要があります。申請されたい場合は、早めに準備いただきますようお願いいたします。

サイバーリンクスは、生鮮流通に必要なシステムをクラウドサービスでご提案します。

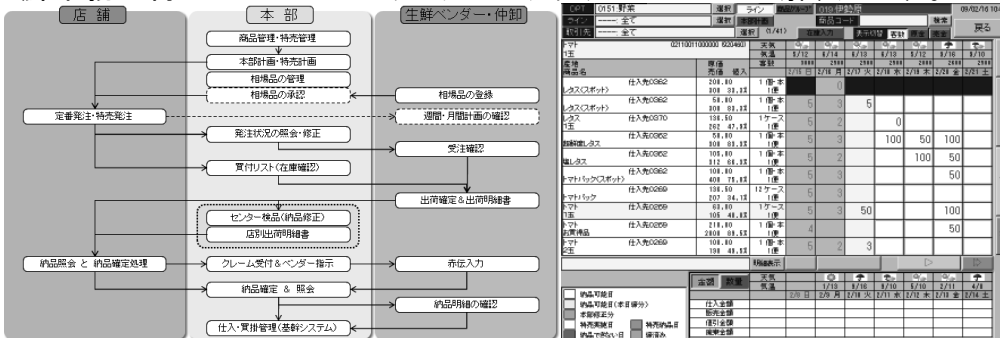
＜仲卸EDI基幹クラウドサービス＞

量販店との生鮮EDIを実現する為には、各社フォーマットに合わせたシステム開発が必要でした。仲卸EDI基幹クラウドサービスは、取引先(量販店や専門店)からのEDI受注を容易に実現します。また、受発注機能だけでなく「基幹業務機能」も備えており、必要な機能だけをご利用頂くことが可能な為、システム投資コストや維持コストを軽減します。



＜食品スーパー向け生鮮EDIサービス @rms(アームズ)生鮮＞

当社の生鮮EDIは、生鮮標準コードを活用し生鮮部門のEDI化を実現します。発注業務だけではなく、日々の利益管理が出来るシステムです。中小から大手小売業様まで抱えている問題点を生鮮業務に特化したサイバーリンクスのクラウドサービスが解決します。



導入実績 **60** 社以上
(2021年5月時点)

取引先 **2,000** 社以上

【お問い合わせ先】

株式会社サイバーリンクス 流通クラウド事業本部 営業1課 TEL:03-3453-2000 FAX:03-3453-2000



流通BMS協議会
(流通システム標準普及推進協議会)

・2023年10月から導入される適格請求書等保存方式（インボイス制度）では、課税事業者が発行する適格請求書等に登録番号が必要になります。

☆☆ 流通BMSインボイス対応版「基本形Ver2.1」を公開しました。☆☆

適格請求書を交付するための登録については、以下国税庁の案内をご覧ください。

事業者のみなさまへ

令和5年10月1日から
消費税の仕入税額控除の方式として
「適格請求書等保存方式」
(いわゆるインボイス制度)が導入されます。

適格請求書を交付するためには登録が必要です!
(インボイス)※

【登録申請受付開始:令和3年10月1日~】

登録申請は、**e-Tax**をご利用いただくと
手続きがスムーズです。

※適格請求書とは、登録番号のほか、一定の事項が記載された請求書や納品書その他これらに類するものをいいます。

インボイス制度について

◆お問合せ先 消費税軽減税率【フリーダイヤル】0120-205-553
電話相談センター【受付時間】9:00~17:00(土日祝除く)

詳しくお知りになりたい方は | 国税庁ホームページ (<https://www.nta.go.jp>) の
「インボイス制度特設サイト」をご覧ください。

特設サイトへ

流通BMSの
お問い合わせ

流通BMS協議会 事務局
GS1 Japan (一般財団法人流通システム開発センター)
E ryutsu-bms@gs1jp.org
<https://www.gs1jp.org/ryutsu-bms>

青果市場求人サイト

経営者
人事担当者
の皆様へ

求人広告

出稿のご案内

✔
いろいろな手段で人材募集をしているが、イマイチ...

✔
求人広告を使っても応募が来ない...

✔
求人広告の費用対効果に疑問がある...



農経新聞社が
みなさまの求人活動を応援!

青果市場業界で初の
求人サイト を開設します



やっちゃんばジョブ

青果市場専門の求人サイト

これまでなかった「青果市場専門」の求人サイトです。青果市場の卸売業者、仲卸業者を中心に、産地集出荷業者などの求人情報を掲載します。

専門紙が運営する安心感

運営は青果物流通の専門紙を発行する農経新聞社。社員とともに成長し、企業を将来にわたって継続させようという前向きな会社を中心に掲載していきます。

充実したコラム、トピック

求人情報のほかに、人材育成や働き方改革の事例など求人出稿会社に役立つ情報や、市場で働くために必須の知識など応募者に役立つ情報も提供します。

やっちゃんばジョブとは?



専門紙が運営する安心感
運営は青果物流通の専門紙を発行する農経新聞社。青果市場の発展を助ける専門紙として、社員とともに成長し、企業を将来にわたって継続させようという前向きな会社を中心に掲載していきます。



充実したコラム、トピック
求人掲載だけでなく、人材育成や働き方改革の事例など求人出稿会社に役立つ情報や、市場で働くために必須の知識など応募者に役立つ情報も提供します。専門紙ならではのサービスです。

お問合せは

株式会社 農経新聞社
「やっちゃんばジョブ」係
受付: 平日10:00~16:00

☎ 03-3491-0360

✉ info@nokei.jp

やっちゃんばジョブ
Webサイトはこちら



2023年
4月18日(火)
オープン

<https://yacchaba-job.com>

新着の求人



特集コンテンツ



セミセルフ、フルセルフを自在に。

MappySelf ハッピーセルフ (Web3800)/Web3800T

セミセルフレジ・フルセルフレジ・対面セルフレジの3つの機能を搭載した、マルチセルフレジです。状況に応じて「セミ」・「フル」の機能を変えることにより、人手不足への対応やチェックアウトのさらなるスピードアップを実現。時間とスペースを効率的に使いたい店舗の抱える課題を解決します。 ※「HappySelf」は株式会社寺岡精工の登録商標です。

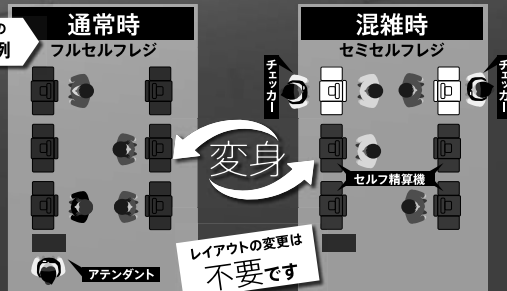
新しい常識を創造する

株式会社 寺岡精工

お客さま窓口 平日 9:30~17:30
0120-37-5270
www.teraokaseiko.com



ハッピーセルフの
変身運用例



編集後記

- ▶ 今回の連載は「新たな青果物地域流通システムの展開と地域コミュニティ」というテーマで㈱農林中金総合研究所の小針主任研究員にご寄稿いただきました。市場を介した広域流通のデメリットを補う新たな地域流通の事例が紹介されておりますので、是非ご一読ください。
- ▶ 事例発表は㈱kikitōriの開発したシステム (nimaru) の事例をご紹介させていただきました。いまだアナログ手段 (TEL/FAX) が幅を利かせている生鮮流通分野において大きな課題であるデータ連携。その課題解決のためのDXによる取組は、大いに参考になるのではないのでしょうか。
- ▶ 中国の禁輸措置はとりわけ日本の水産業にとって大打撃です。一方、急速な円安が進むいまの状況は、新たな海外販路拡大のチャンスでもあります。輸出に取り組まれている事業者の皆様には、意気消沈することなく輸出拡大の機運を盛り上げていただければと思います。

(トンボ)

集出荷業務で、こんなお悩みありませんか？



数量確認のために荷捌きしている



数量のダブリや漏れが発生してしまう



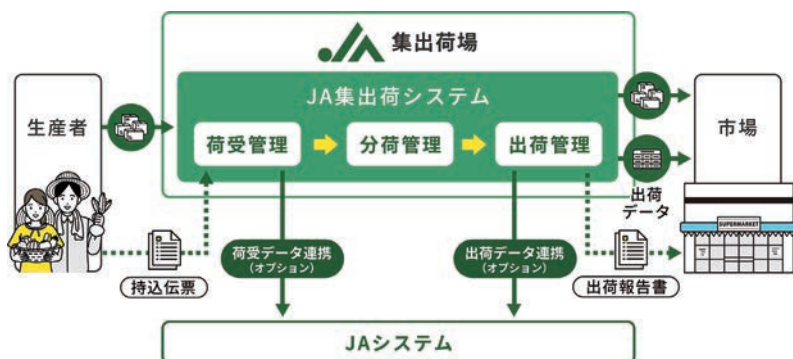
伝票入力などの手作業が大変



人手不足だが商品知識がないと難しい

JA集出荷システムで、そのお悩みを解決！

JA全農
推奨



- 1 荷受から集計まで
素早く正確な計数管理
- 2 様々な荷受方式・
分荷方式に対応
- 3 多重入力・繰り返し
入力が不要

資料請求・お問い合わせ >> contact@agripoint.jp

まずはお気軽に
お問い合わせください。

詳しくはこちらから



JFE エンジニアリング 株式会社

集出荷業務効率化クラウドシステム

JA集出荷システム
www.agripoint.jp



生鮮取引電子化推進協議会会報

第101号 令和5年9月発行

発行所 生鮮取引電子化推進協議会

〒101-0032 東京都千代田区岩本町
3丁目4番5号 第1東ビル6F

(公財)食品等流通合理化促進機構内

TEL：03-5809-2867

FAX：03-5809-2183

発行責任者 事務局長 佐南谷英龍

印刷所 株式会社 キタジマ