

～伝えよう！運ぼう！鮮度と情報～

生鮮EDI

第3号
平成11年3月



生鮮取引電子化推進協議会

目 次

平成10年度青果取引電子化実証試験の実施概要	1頁
平成10年度生鮮食品等取引電子化基盤開発事業花きと食肉の検討状況	10頁
「物流バーコード」とは	15頁
先進事例視察の実施について（報告）	16頁
平成10年度生鮮取引電子化推進協議会活動について	17頁

青果取引電子化実証試験の実施概要

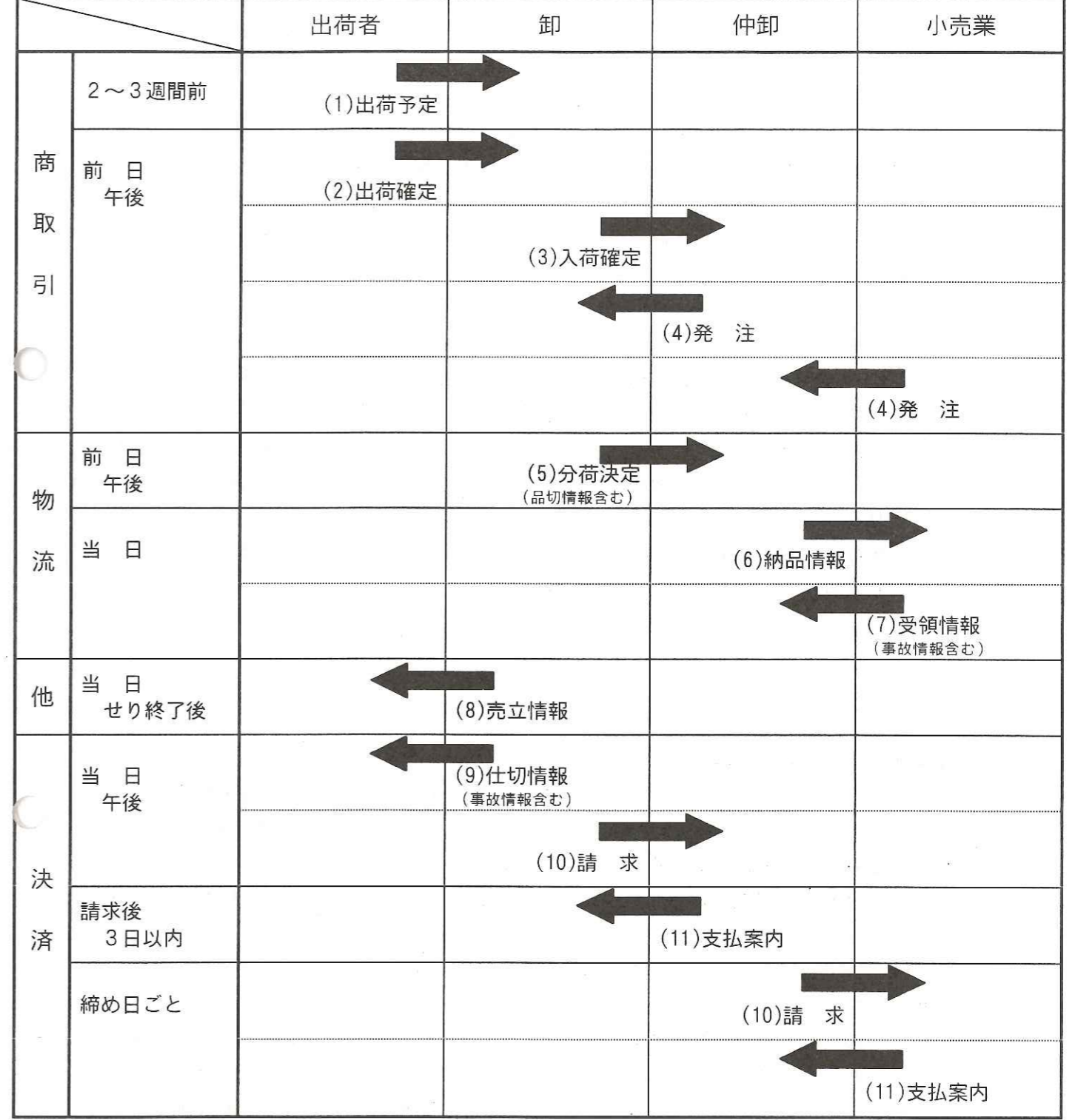
「生鮮EDI」第2号でもお知らせした通り、「生鮮食品等取引電子化基盤開発事業」において検討してきました「青果標準商品コード」及び「青果EDI標準メッセージ」の第1次バージョン（試供版）が開発されたのに伴い、その検証・評価を行うための実証試験が平成10年11月から平成11年1月にかけて次表のとおり全国6ヶ所で実施されました。

本実証試験の成果を受けて、平成11年度中に生鮮食品等取引電子化基盤開発事業において「青果標準商品コード」及び「青果EDI標準メッセージ」の第1次バージョンの確定をする予定となっております。

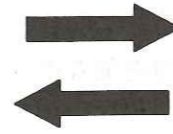
1. 青果取引電子化実証試験実施概要について

No.	対象取引段階	対象品目数	対象メッセージ数	対象メッセージ	実施期間
A社	出荷者(2経済連) 卸 (東京都中央卸売市場 大田市場：4社)	23品目	4種類	出荷予定情報 出荷確定情報 売立情報 仕切情報	平成11年 1月18日 平成11年 1月30日
B社	出荷者(2経済連) 卸 (大阪市中央卸売市場 東部市場：1社) 仲卸 (大阪市中央卸売市場 東部市場：2社)	8品目	6種類	出荷予定情報 出荷確定情報 入荷確定情報 売立情報 仕切情報 請求情報	平成11年 1月18日 平成11年 1月29日
C社	卸 (新潟市中央卸売市場：1社) 仲卸(新潟市中央卸売市場：2社) 小売(量販：1社、専門：1社)	6品目	10種類	入荷確定情報 発注情報(2段階) 分荷決定情報 納品情報 受領情報 請求情報(2段階) 支払案内情報(2段階)	平成10年11月30日 平成10年12月11日
D社	卸 (仙台市中央卸売市場 本場：2社) 仲卸(仙台市中央卸売市場 本場：4社(仲卸組合)) 小売(小売商組合：2団体)	7品目	9種類	入荷確定情報 発注情報 分荷決定情報 納品情報 受領情報 請求情報(2段階) 支払案内情報(2段階)	平成11年 1月18日 平成11年 1月30日
E社	仲卸(大阪市中央卸売市場 本場：3社) 小売(量販：1社)	9品目	5種類	発注情報 納品情報 受領情報 請求情報 支払案内情報	平成11年 1月10日 平成11年 1月25日
F社	集配センター(生鮮食品集配センター) 小売 (量販：2社)	5品目	6種類	発注情報(2段階) 納品情報 受領情報 請求情報(2段階)	平成11年 1月18日 平成11年 1月29日

青果EDI標準メッセージフロー (第1次バージョン)



今回の実証試験対象メッセージ



2. 実証試験の内容等について

(1) A社

①実証試験の目的・内容

日常、「出荷予定情報」、「出荷確定情報」、「売立情報」及び「仕切情報」の各業務で使用されているデータを用いて擬似的に本システムを運用した。出荷予定情報に関しては、出荷者でデータを作成した。出荷確定情報については、既存の出荷情報（逆ベジフルデータ）を活用し、売立情報、仕切情報については、既存の仕切情報（ベジフルデータ）を利用した。

②期待される効果

出荷予定情報や出荷確定情報のように情報の発信基地である出荷者からデータが送られることにより、卸売業者、仲卸業者及び小売業者等においてデータ再入力作業削減、ペーパーレス化及び処理の自動化が促進されることが期待される。出荷者もまた売立情報、仕切情報を卸売業者からデータ受信することで、同様な効果が得られる。

また、FAXや電話による通信費用の削減やこれに伴う作業量の軽減にも繋がると考えられる。

(2) B社

①実証試験の目的・内容

本システムは、卸売業者が、出荷業者より通知される出荷予定情報・出荷確定情報をもとにせり・予約相対取引を行い、出荷業者に売立情報・仕切情報を通知するとともに、仲卸業者に入荷確定・請求通知を行うシステムである。

システム運用の基盤として、「青果標準商品コード」・「青果EDI標準メッセージ」を用い、各取引での適応性をチェックする。

②期待される効果

一般的に、「出荷情報」のデータは、各単位農協から経済連に集まり、経済連から各卸売業者に送信しているが、今回のシステムソフトを活用すれば、どのような形態の出荷業者も送信可能であり、他方、卸売業者からの「売立情報」・「仕切情報」も、同様に送信可能となる。今後、本システムのネットワークが構築できれば、より多くの出荷業者・卸売業者の参画が見込めると考えられる。

また、市場内においても、コスト面で普及しにくい市場内LANを整備しなくても、インターネットの手法を使った市場内イントラネットを構築し、卸売業者用シ

ステムと仲卸業者用システムを安価に運用することが可能となる。

現状のベジフルシステムは、出荷業者と卸売業者間が主体のネットワークシステムであるが、出荷業者から小売業者までの一貫したネットワークシステムが今回の実証試験を機に構築されれば、青果業界全体の流通の効率化に大きく貢献できると考えられる。

(3) C社

①実証試験の目的・内容

本実証試験は、平均的な規模の中央卸売市場を中心とした取引を対象に、青果標準商品コード及び青果EDI標準メッセージの検証を行うものである。特に、卸売会社・仲卸会社・量販店（含む一般小売店）間の一連の取引を対象に検証することで、各取引段階間の青果標準商品コードや青果EDI標準メッセージの実用性を総合的に評価する。

②期待される効果

受発注業務に係わる電子化の期待は、各業者共に大きい。特に、発注の前段階で必要となる入荷確定情報については、最新の情報をリアルタイムに得たいというニーズが強く、双方向性の情報の授受に対応するシステム上の工夫が求められる。

省力化・効率化の点で効果が期待され、最も取り組みやすい部分として、決済情報が挙げられた。社内には電子化している、または一部EDIを導入している等、何らかの形で電子化に取り組んでいる業者が多く、基盤整備が進んだ場合、多数の業者の取組が期待される。

納品・受領情報等の物流業務については、仲卸業者・小売業者間において、効率化の点で期待が大きい。

(4) D社

①実証試験の目的・内容

青果の取引の電子化について実証試験を行い、青果標準商品コード及び青果EDI標準の開発に資することを目的とする。

卸一仲卸、仲卸一小売間の2つの取引段階を対象として、卸会社2社、仲卸組合1団体、仲卸会社4社及び小売商組合2団体の参加による実証試験を行う。

②期待される効果

今回の標準は、普及すればメリットがあると多くの参加者が理解しているが、個

別企業として取り組むにはスタートのハードルが高い。例えば、標準コードの追加に対して継続的なメンテナンス作業が求められるし、E D I F A C T トランスレータも、現状では、専門的な技術や知識が必要である。従って、市場内のE D I センター的なものがデータ通信の窓口となり、導入の技術指導やメンテナンスを行えば、参加企業の拡大を推進できるのではないかと考えられる。データ通信量が一番多い同一市場内において標準を使ったE D I 化が普及すれば、標準コード導入のメリットが享受されやすくなり、外部へつながるE D I の推進についても、大きな原動力になるのではないかと考えられる。

(5) E社

①実証試験の目的・内容

青果物を対象とした仲卸業者－小売業者（量販）間の取引に関する電子化については、小売業者独自のシステムで運用を確立していることが多い。仲卸業者は、各小売業者のシステムに合わせて、システムの開発及び運用を行っている。小売業者ごとに端末を導入している場合もある。システム及び導入した端末を効率よく活用するためには、取引に関する情報の標準化を行い、各企業で利用する必要がある。

そこで、青果E D I 標準である青果標準商品コード及び青果E D I 標準メッセージを使用して開発したシステムの実証試験を行い、青果E D I 標準の有効性と課題を把握し、改善と普及に資する。

②期待される効果

青果E D I 標準を導入することにより、システムの効率化等のメリットが期待できる。

- ・標準通信プロトコルを使用することにより、通信時間の短縮、通信コストの削減が可能となる。
- ・標準メッセージ、トランスレータ、標準コードを使用することにより、システムの開発、運用コストの削減が可能となる。
- ・ペーパーレス化の実現により、帳票作成、印刷及び保管等に係わるコストの削減が可能となる。

(6) F社

①実証試験の目的・内容

小売業者－生鮮食品集配センター間の青果取引について、「青果標準商品コード」及び「青果E D I 標準メッセージ」を使用した実証試験用モデルシステムを構築した。

実証試験は、実証試験モデルシステムについて試験運用し、「青果標準商品コード」、「青果E D I 標準メッセージ」に関する検証、評価を行い、取引電子化における有効性、課題、改善事項の抽出と整理を目的に実施した。

②期待される効果

- ・小売業者（A）：「青果E D I 標準メッセージ」及び「青果標準商品コード」が普及すれば、複数相手先との取引及び新規取引において有効であると考察する。また、取引電子化の効果として、内部処理である仕入情報、販売情報の突合処理（受払管理など）への情報の活用が図れると考察する。
- ・小売業者（B）：生鮮食品集配センター内で受入検品（現場渡し）し、各店舗への納品書を検品表と目検照合するといった現状を踏まえると、取引電子化する事による各事務処理への有効性が考察される。
- ・生鮮食品集配センター：予約受注を行っている取引業者は、事前商談で品目が定まり注文を受けることが多く、現在のE O S では、品目の詳細情報（品種等）を特定していないため、商品確定には多々の確認作業を行っている。これに対し「青果E D I 標準メッセージ」及び「青果標準商品コード」が普及し、卸サイドの品揃え（入荷確定）を事前にデータとして小売業者に渡すことができれば、小売業者毎の独自コードからの変換を伴わずに、小売業者からの発注が品目の詳細情報（品種等）の特定に結びつくこととなり、入荷品の分荷・引き当て業務の効率化に効果があると考察する。

3. 改善提案事項

(各社の意見等を分類した段階のもの)

(1) 青果標準商品コード関係

①3桁のリザーブについて

- ・出荷者および卸では特に必要ないと判断し「000」を固定値として導入した。ただし、仲卸および小売からの要請があって、ベジフルおよび逆ベジフルに存在する項目の値を導入する場合には、システム構築上対応可能と考える。他方、ベジフルおよび逆ベジフルに存在しない項目の値を導入する場合は、出荷者および卸売会社の既存システムの変更を伴うため、負担が生じると考えられる。
- ・小売および仲卸の社内コードに含まれていた属性情報を表現するために利用した。
- ・枝番号として仲卸コードとの関連付けに使用。
- ・取引相手分類および小売品コード分類として使用。

②その他

- ・大小基準について、実証試験参加企業の既存システムの採番コードは、玉数が前でLMSが後（試供版とは逆）であった。
- ・基本的に等級の規格が多すぎる。出荷者側での標準化が必要。
- ・個々の商品に対して品位基準のパターンを統一することが必要。
- ・まずは、同一出荷者内での品位基準の呼称を統一する。次に、同一商品に対する品位基準の呼称を統一することが必要。
- ・品位基準の呼称が統一されていない現時点では、実際の情報交換の内容をカナ表示（ABC等）で交換する方法がよい。
- ・選別基準が、出荷者によって異なる商品がある。また、呼称については、営業戦略として独自の呼称を使っていることが多い。現段階で標準化するのは難しいが、将来的には、共通の基準を設け、すべての出荷者で活用されることが望まれる。
- ・現在、集配センターの内部事務処理（仕切、販売、統計）で使用していることから、業界での普及が実現すれば、有効性が高まると考察する。また「産地-卸間」のコード化による基準統一が図られれば、産地間の品位誤差縮小等にも有効である。

(2) 青果EDI標準関係

①青果EDI標準メッセージフロー

- ・卸-仲卸間では、分荷決定と請求が同一の情報伝達となっているため、「請求情報」を使用せず「分荷決定情報」を使用した。

- ・卸-仲卸間での支払は仲卸組合による代払いで行っており、仲卸組合からの支払い案内は不要という理由で、「支払案内情報」を使用しなかった。
- ・小売からの「受領情報」を事故情報の送信のために使用した。

②青果EDI標準メッセージ

- ・店舗情報を意識した階層「明細項目2（明細項目”M”の更に下位に位置する明細項目の階層）」で使用する「納品先コード」や「発注数量」等の項目の追加。
- ・品位基準名称については、コードを使用し、マスタ化したため、品位基準名称（カナ）は”必須”項目でありながら使用しなかった。ステータスの変更が必要。
- ・週間発注への対応のため、明細項目に曜日単位の数量が必要。

③今後の課題

- ・メッセージおよびコードを継続して管理、運用する体制整備の必要性。
- ・ネットワーク形態（ピアツーピア接続型、VAN利用型、インターネット利用型）の統一された形態の取り決めの必要性。
- ・運用の時間帯や業界内インフラの現状を踏まえた関連業者間での業界標準運用方法（ルール）の必要性。
- ・マッピングテーブルは、EDIシステムにおいて重要な役割を占めるため、普及のためには、一般に公開する際に分かりやすい資料の提示が必要となる。

④トランスレータ

- ・トランスレータに制限が多く、トランスレータの入出力ファイル設計に時間がとられた。
- ・トランスレータ入出力ファイル設計には、標準メッセージ及びEDIFACTのシンタクスルールに関するノウハウが必要とされる。
- ・EDIFACTのトランスレータは、CIIのそれと比較して、一般に価格が高い。

⑤その他

- ・実際の運用としては、運用の煩雑さを避けるために、センター運営方式やセキュリティを考慮した広域ネットワークの採用を検討する必要がある。
- ・送受信の回数や業務の時間帯を考慮し、自動送受信機能が必要。
- ・既存システムとのインターフェース及び連携に伴う技術面、運用面での検討が必要。

平成10年度 生鮮取引電子化基盤開発事業
花きと食肉の検討状況

花き

1. 流通実態のとりまとめ

上半期に実施したヒアリング調査結果を元に、流通チャネル、流通・商品特性をとりまとめ、取引電子化を進める上での留意点を考察した [図表1]。

他の3品と比較した花きの最大の商品特性は、年間3,000種とも言われる新品種の多さである。これは、標準商品コードのメンテナンス体制が重要であることを示唆しているほか、今後、EDIを使った取引情報交換が他の品目よりも必要であることをうかがわせるものである。

また、切り花と鉢物では、流通チャネルを始めとする流通の態様が大きく異なることも確認された。典型的な違いは、切り花が共選共販を軸とする系統出荷が中心であるのに対して、鉢物は個人出荷中心であり、品質および価格も生産者によって大きく異なるという点である。これは、取引電子化の標準化作業を進める上で留意しなければならない点だろう。

2. EDI標準メッセージ(試作版)の開発

花きEDI標準メッセージ開発は、下記の3種について試作版の開発を行った。

- ①出荷予定情報 (出荷者→卸売業者等→仲卸業者等→小売業者)
- ②発注情報 (小売業者→仲卸業者等→卸売業者等)
- ③集荷依頼情報 (出荷者/卸売業者等→運送事業者)

平成11年度の上半期には、残りのメッセージを含む検討を行い、第1次バージョンの案を作成し、その後、実証試験などの方法で内容の検証を行う必要がある。また、膨大なデータ項目から構成される標準メッセージの実用化研究や、情報と物の一致を効率的に行うための物流用バーコードの標準化研究も併せて行う必要がある。

3. 花き標準商品コードの開発

標準商品コードは、自社コードに置き換わる(置き換える)ものではなく、企業間取り引き時のみに利用するコードである。商品を発注する場合、自社コードと発注数量を入力するとコンピュータで自動的に標準コードに変換されて、仕入先に発注内容が伝送される。受注した企業でもコンピュータで標準コードから自社コードに変換され、社内は自社コードで業務処理を行うというイメージである。

生鮮商品は加工食品のように商品を一義的に1つのコードで表すことが難しい。このため、品名(品種)を表すメインのコードと商品を特定する細かな属性情報(コード)に分け、検討を進めている。企業間EDIでは、品名コードと必要に応じて属性コードを組み合わせる利用するわけである。

花きの品名コードについては、すでに業界の一部で使用されている「日本花き取引コード」(5桁)とすることが決められた。これは品種レベル(バラではローテローゼ、パープルプリンスなど)で設定されたコードで、現在3万以上の品種が登録されている。

なお、品名コードを小売業との取引で使う場合は、JANコード(13桁)との整合性を考慮し、次のように使用する。先頭の49221は花き標準コードを示すためのもの、C/Dはチェックデジットである。

49221□□□□□00C/D

日本花き取引コード

また、商品属性コードとして、商品形態(切り花、鉢物等)、等級(品質)、階級(草丈)、栽培方法、給水方法、容器形態などの標準コード原案を作成した。花きでは、切り花と鉢物による違いはもとより、品種によっても必要とされる属性が異なり、属性情報が他の品目に比べて多いのも特徴である。例えば、ランやカトレアでは立ち数、輪数などが指定されることもある。

今後は、コード原案の実用性を検証する実証試験による見直しとともに、標準コードの利用研究が必要とされる。前述の物流用バーコードでは、入出荷の検品作業や自動仕分けなど物流の効率化、あるいは最近導入が進んできている電子せり機とどう連動を図っていくかといった研究が必要となろう。

食肉

1. 流通実態のとりまとめ

花きと同じように、上半期に実施したヒアリング調査結果を元に流通チャネル、流通・商品特性をとりまとめた。食肉は①輸入品の割合が多い、②市場外流通が多い、③大手食肉加工メーカーによる流通段階の寡占度が高い、といった流通特性や、①商品形態が変化する、②商品規格が多様化している、③不定貫商品である、④セット商品の販売がある、といった、他の生鮮3品にはあまり見られない特徴があり、取引電子化を進める上での留意点となっている。

2. EDI標準メッセージ(試作版)の開発

食肉EDI標準メッセージ開発は、下記の3種について試作版の開発を行った。

- ①発注情報 (小売業者→仲卸業者/卸売会社→卸売業者/産地食肉センター)
- ②納品情報 (卸売業者/産地食肉センター→仲卸業者/卸売会社→小売業者)
(輸入商社→卸売会社→小売業者)
- ③出庫報告情報 (冷蔵倉庫事業者→寄託者)

11年度の上半期には、花きと同様、当面必要性の高いメッセージについて第1次バージョンの案を作成し、その後、実証試験などの方法で内容の検証を行う必要がある。また、膨大なデータ項目から構成される標準メッセージの実用化研究や、情報と物の一致を効率的に行うための部分肉を中心とした物流用バーコードの標準化研究も併せて行う必要がある。

3. 食肉標準商品コードの開発

今年度は、牛肉を中心に検討を行った。前述のように牛肉は輸入品の割合が多いため、米国、オーストラリアなど主要輸入国の商品コード化の現状を調査した。

米国には農務省の定めるNAMP規格、オーストラリアには食肉公社のAUS-MEAT規格という標準化された品名(部位)コードがあり、わが国でも受発注など一部の実務で使われている。一方、わが国にも(社)日本食肉格付協会の定める牛部分肉取引規格、(財)日本食肉流通センターの商業規格があるが、統計資料などに使われているものの、主要な部位のコード化に留まっていることもあって実際の取引に使用されるまでには至っていない。これらの規格は、肉のカットの仕方が国によって若干異なるため部位名称が違うこともあるが、いずれも商品分類に基づいたコードである。

こうした現状のもとで品名コードを委員会で検討した結果、同一(または同一と見なせる)部位を横並びで共通化したものに、日本のコード分類を基本として独自に食肉標準商品コードとして付番した。

例えば、日本の商業規格で「かたばらA」は331番、同一部位を米国では「チャック、ショートリップ」と呼んで130番、オーストラリアでは「チャック、リブミート」呼んで2640番であるが、食肉標準商品コードでは3310番とした。

また、精肉(用途やポーション)についても、パッカーや専門業者による加工が増えつつある現状を考慮し、精肉を含め品名(コード)とした。

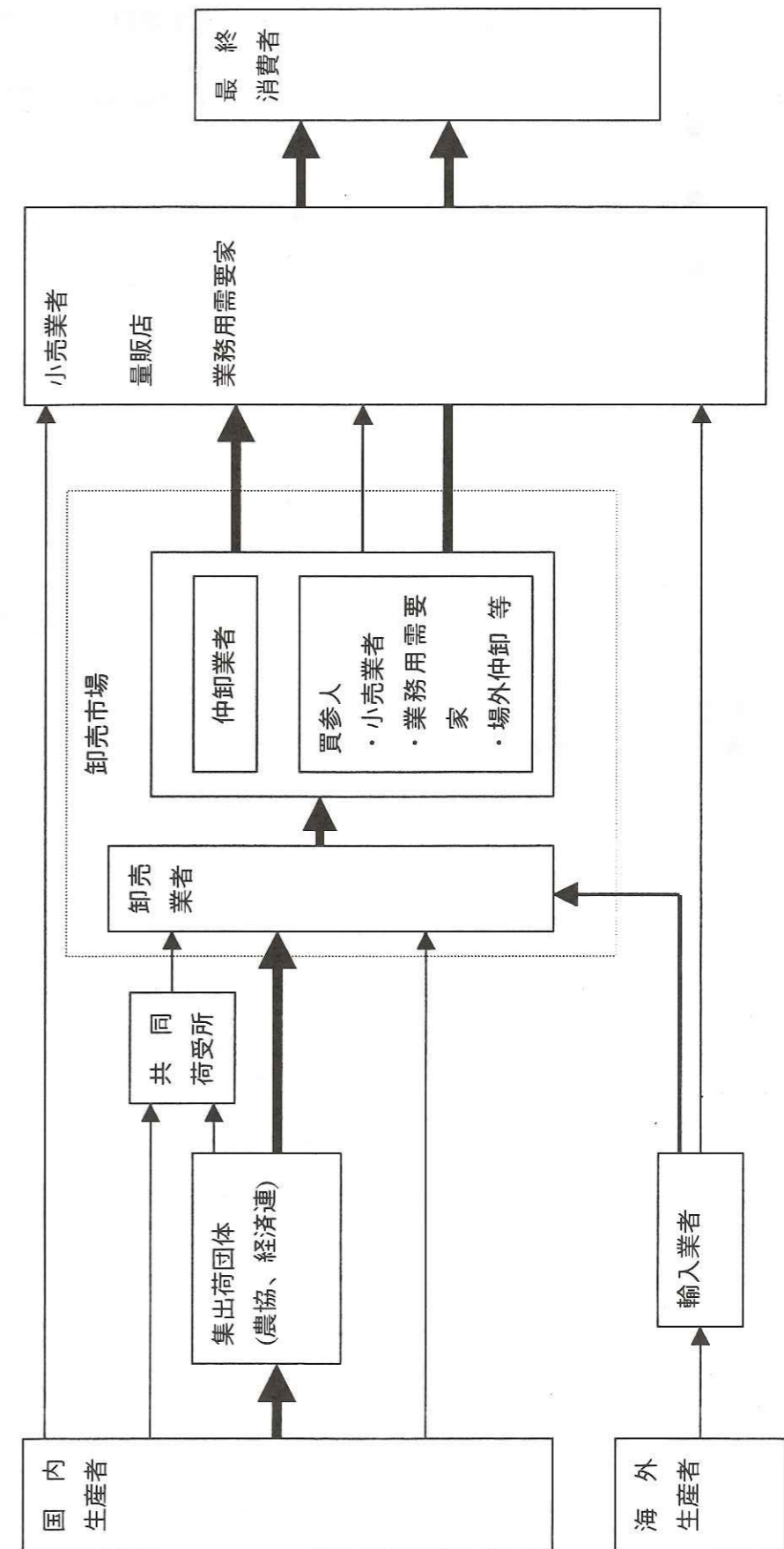
品名コードは、畜種(1桁)+部位(4桁)+精肉(2桁)の7桁である。花きと同じく小売業との取引では、次のように13桁として利用する。49228は食肉の標準コードであることを示す。

49228□□□□□□□C/D
食肉標準商品コード

また、商品属性コードは、図表2のように態様、品種、等級などについて標準コード原案を作成した。

今後は、EDIとともに実証試験によるコード原案の見直しを行う。さらに、物流用バーコードについては、不定貫商品という特徴から導入効果が極めて大きいと考えられ、多くの情報を自由に表示でき国際標準ともなっているEAN-128という比較的新しいバーコードを前提に、カートンに表示すべき項目の検討が進められることとなる。

図表1 切り花の主な流通経路



図表2 食肉の品名および属性項目

番号	分類	名称	項目説明、例
1	●	畜種	一般に畜種と称されている区分。例：牛、豚、鶏等
2	●	部位	一般に部位と称されている部分肉の区分。 例：ロース、ヒレ等 ※本コード設定事業では、商品形態（枝肉、部分肉の区分）を含むこととしている。
3	●	精肉	精肉カット仕様の区分。例：薄切り、角切り等
4	○	態様	商品の保存・流通温度帯区分。 例：冷凍（フローズン）、冷蔵（チルド）等
5	○	品種	一般に、品種と称されている区分。例：和牛、乳牛等
6	○	性別	性別の区分。例：経産、未経産、去勢等
7	○	月齢	月齢の区分。例：18ヶ月～30ヶ月、ラム等
8	○	等級	肉質等級、歩留等級等の品質区分。 例：A-5、プライム等
9	○	飼養（作型）	飼養方法（飼料の種類や与え方等）。 例：グラスフェッド、シヨートグレインフェッド等
10	○	産地	国内の場合は県名、海外の場合は国名を指す。
11	○	ブランド	バッカー等のメーカー名。例：I.B.P.、MONFORT等
12	(直)	工場番号	バッカーメーカー毎の工場番号。例：245、86M等
13	(直)	キリング	と畜日からの日数。
14	(直)	階級（サイズ）	重量範囲あるいは重量範囲の区分。

【分類欄】

- ：品名の構成要素（コード化対象）
- ：属性コード化対象
- (直)：英数文字を直接表記

「物流バーコード」とは

商品の入出荷時の検品、仕分け作業あるいは商品管理（棚卸し）など主に物流業務のために表示するバーコードのこと。したがって、表示する対象は集合包装（段ボール）あるいはパレット、コンテナ単位である。

代表的なものは、JANコードが付けられた商品の段ボールに表示するITF（Inter-leaved Two of Fiveの略）である。ITFはJANコードの前に1桁の入数識別コードを付加した14桁のバーコードで、何がいくつ入った段ボールかを示している。加工食品や菓子、日用品業界ではかなり普及しており、卸や小売業の物流センターでの検品、仕分けの自動化に活用され大きな効果を上げている。いま話題のノー検品・ペーパーレス物流もITFなどを活用したシステムである。

一方、生鮮食品のように商品（品名）コードの他に、重量や入数、等級、サイズ、品質保持期限など多くの情報を表示する場合は、EAN-128が使われる（EANとは国際コード協会のこと）。これは記録密度が高くバーコードが小さくできる、英文字も表示できる（128種類の文字・符号が表示できるためEAN-128という）、読み取りの信頼性が非常に高い、といった特徴を持つ比較的新しいバーコードである。

EAN-128は、ITF同様、国際標準となっており、表示項目とそれに対応した識別子（2～4桁の数値）が決められている。例図のように(01)は品名、(30)は入数、(3103)は重量/Kg、(240)は商品の属性/品位などを示している。

すでに米国やオーストラリアでは食肉メーカーでのEAN-128による表示はかなり進んでおり、最近では水産物や花きの輸入品にもこの表示が見かけられるようになってきている。しかし、現状は標準コードでの表示ではなく自社コードによる社内での利用に留まっている。このため、オーストラリアでは食肉業界あげて商品コードと表示項目の標準化に取り組み、サプライチェーン全体で活用し、効率化を図っていこうというプロジェクトが進んでいる。

わが国の生鮮業界でもEDIの普及とならんで、物流の効率化が大きな課題であり、本誌でも説明しているようにコード標準化の次のステップとして、標準コードを利用した物流バーコードの研究開発を進めることとしている。

ITF



EAN-128



先進事例視察の実施について

生鮮食品等の物流・商流、情報交換の現場の状況を見聞し、理解を深めることにより、取引電子化推進の円滑化に資する目的で実施しましたが、その概要は次のとおり。

・株式会社関西スーパーマーケット

実施日 平成11年2月9日(火)

参加人員 65名

内 容 中央市場オフィス：受発注等情報交換・情報処理の現状と課題
物流センター：JANコードによる荷受け・仕訳の状況
店舗：商品管理の情報化の現状と課題

・JAさがみ綾瀬営農経済センター及び全農大和集配センター

実施日 平成11年2月12日(金)

参加人員 35名

内 容 JAさがみ綾瀬営農経済センター：集荷、選別、包装、検品、積み込み等
集出荷業務の現状及び出荷先との取引
に関する情報交換・情報処理の現状と
課題

全農大和集配センター：荷受、検品、分荷、配送等集配送業務
の現状及び産地・小売等との取引に関
する情報交換・情報処理の現状と課題

視察をさせて頂きました(株)関西スーパーマーケット、JAさがみ、全農大和集配センターの関係の皆様には、ご多忙のところ、長時間ご説明をいただきましてありがとうございました。紙面をお借りしまして感謝申し上げます。

また、借り上げバスの関係で、参加申し込みをされた方々全員ご参加いただけなかったことについてお詫び申し上げます。

平成10年度生鮮取引電子化推進協議会 活動について

1. 生鮮取引電子化セミナーの開催

① 札幌-北農会館-

開催日 平成10年9月25日(金) 13:00~16:00

参加人員 59名

② 東京-家の光会館-

開催日 平成10年10月9日(金) 13:00~16:00

参加人員 133名

③ 大阪-KKRホテルオオサカ-

開催日 平成10年10月19日(月) 13:00~16:00

参加人員 90名

2. 先進事例の視察

① (株)関西スーパーマーケット(中央市場オフィス、物流センター、店舗)

実施日 平成11年2月9日(火)

参加人員 65名

② JAさがみ綾瀬営農経済センター及び全農大和集配センター

実施日 平成11年2月12日(金)

参加人員 35名

3. 会報の発行

会報「生鮮EDI」を第1号から第3号までを発行し、会員に配布した。

4. 資料の作成配布

次のとおり啓発資料を作成配布した。

平成10年 8月 ・学習院大学経済学部 田島義博教授講演録

「取引電子化と食品流通」

・農林水産省食品流通局企画課 上原勝美課長講演録

「食品流通における情報化の現状と課題」

平成10年12月 ・生鮮取引電子化セミナー集

平成11年 3月 ・生鮮流通取引電子化講演会講演録

・生鮮品取引電子化 「Q&A集」

・生鮮食品へのECRの適用

「ECR APPLIED TO Perishables」

の翻訳版

～企画運営委員会委員の交替がありました～

会報第1号でお知らせしました企画運営委員会委員のうち、次の方が、人事異動に伴い交替されました。

(新) 南里 義信 全国農業協同組合連合会・園芸販売部総合課審査役

(旧) 佐原 利英 全国農業協同組合連合会・園芸販売部総合課審査役

編集後記

・平成10年度最後の会報となりました。

初年度ということで、企画運営委員会委員の皆様のお知恵をいただきながら協議会事務局運営を行ってきましたが、次年度は、もっと充実していきたいと考えています。

・関西、関東の2ヶ所で実施しました先進事例視察には、多数の会員のご参加をいただきました。

このうち、関西につきましては、希望者全員にご参加していただけませんでしたことをお詫び申し上げます。

また、関東については、金曜日ということで、交通大渋滞に巻き込まれてしまい、予定の説明時間を短縮せざるを得なかったことを併せてお詫び申し上げます。

次年度は、もう少し余裕のある計画を考えたいと思います。