

---

---

## 平成 22 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

(（社）全国中央市場青果卸売協会副会長)

(横浜丸中青果株式会社 代表取締役会長)



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 22 年度通常総会にご出席いただき有り難うございます。

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

本協議会は、生鮮食品等の流通の各段階における取引の電子化を推進することなどにより、生鮮食品等の流通の合理化・効率化を図り、もって、流通関係業界の発展に寄与することを目的に平成 10 年度に設立され、今年で 12 年目を迎えることになりました。

近年、我が国の食品流通を取り巻く環境は大きく変化してきております。平成 16 年の卸売市場法の改正後においても、生鮮食料品等の流通をめぐって卸売市場内外ともにその情勢が大きく変化しています。

平成 22 年 3 月の「卸売市場の将来方向に関する研究会」報告の中で、情報受発信機能の強化として需要者のニーズや産地情報、商品情報などについて、出荷者、需要者へ正確かつ迅速に伝達していくためには、卸売業者や仲卸業者においては、生産から消費に至る情報を共有し、また戦略的に収集し、円滑に発信していくことが重要と提起されています。

農林水産省では、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」を推進しております。

その中で流通の効率化・高度化の分野においては、「コールドチェーン体制の整備」、「輸送工程効率化調査事業」、「包装・荷役作業効率化調査事業」、「次世代流通情報インフラ調査事業」

---

などが予定されており、この中で「次世代流通情報インフラ調査事業」は、当協議会が応募し採択されたので、今後、当協議会において事業の推進を図っていくこととします。

また、経済産業省が推進してきた流通業界全体の情報共有・交換の共通インフラとなる「流通ビジネスメッセージ標準」は、昨年、2系統あったメッセージが統合されバージョン1.3が公表されました。このことにより、流通業界における新たな EDI 標準メッセージとして、さらなる普及拡大が期待されるところです。

このような情勢を踏まえ、協議会としては、平成 21 年度は 11 月に金沢で、3 月には東京と大阪で「流通ビジネスメッセージ標準バージョン 1.3 の導入と利用の解説」と「スーパー業界における流通 BMS への取組状況」をテーマとしてセミナーを開催し、全国から多数の方の出席をいただきました。

また、会員の資質向上のための事業として先進事例見学を JA 全農山形、株式会社丸勘山形青果市場で実施いたしました。

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

以上、協議会としては流通 BMS の情報共有基盤を用いて、流通サプライチェーンの全体最適化が図られるよう普及・啓発するとともに、食流機構の事業活動や流通業界の動向等を踏まえ、取引の電子化を推進するための諸活動を積極的に推進していきたいと考えています。

こうした事情にご配慮頂き、本年度も会員の皆様方のご支援・ご協力をお願い申し上げ、簡単ではございますが私の挨拶と致します。



---

---

## 平成 22 年度「通常総会」の概要

平成 22 年度通常総会が下記のとおり開催されましたので、その概要についてご報告します。

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

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

なお、総会前に開催された理事会において、本年 1 月末に前事務局長の食品流通機構 柏木参与の退職より、事務局長代行を務めていた同機構の三宅専務理事が新事務局長に就任されました。

### 記

日 時 平成 22 年 6 月 10 日 (木) 13:00 ~ 13:50  
場 所 コートヤード・マリオット銀座東武ホテル 桜の間 (A)  
出席数 81 会員 (委任状による出席を含む)

### 議 事 次 第

1. 開 会
2. 会長挨拶
3. 来賓挨拶  
農林水産省総合食料局流通課 山田啓二商業調整官  
財団法人食品流通構造改善促進機構 馬場久萬男会長
4. 議長の選出
5. 議事録署名人の選出
6. 議 案  
第 1 号議案 平成 21 年度事業報告及び収支決算報告  
第 2 号議案 平成 21 年度繰越金の処分 (案)  
第 3 号議案 平成 22 年度事業計画 (案) 及び収支予算 (案)  
第 4 号議案 規約の一部変更 (案)  
第 5 号議案 組織・経理規程の一部変更 (案)  
第 6 号議案 生鮮標準商品コードの維持管理に関する「覚書」(案)  
第 7 号議案 その他
7. 閉 会

---

---

【第 1 号議案】

## 平成 21 年度 事業報告

(平成 21 年 4 月 1 日～平成 22 年 3 月 31 日)

### 1. 事業概要

生鮮取引の電子化を推進するために必要なインフラの整備やシステムの開発については、財団法人食品流通構造改善促進機構（以下「食流機構」という。）が実施し、当協議会がその成果の普及および標準商品コード等の維持管理に携わり、生鮮取引電子化の実を挙げるよう取り組んできております。

当協議会は、食流機構の諸事業の活動状況や関係機関における EDI 関連事業などについて迅速な普及を図るため、セミナーの開催、会報の発行および協議会ホームページ（食流機構 HP に掲載）を充実する等により生鮮取引電子化に関する最新の情報を提供してきました。

取引の効率化に向けては、経済産業省が流通業界と連携して平成 18 年度から 20 年度までの 3 年間にわたり、流通ビジネスメッセージ標準（流通 BMS）の策定を始めとする流通サプライチェーン全体の効率化を図ることを目的とした「流通システム標準化事業」を実施してきました。平成 21 年 10 月には基本形メッセージと生鮮版メッセージが統合され、基本形 Ver1.3 がリリースされました。

このような中、平成 21 年度の生鮮取引電子化セミナーは、流通業界の EDI 標準である「流通 BMS Ver1.3 の導入と利用の解説」と「スーパー業界における流通 BMS への取組状況」をテーマとして実施しました。

また、先進事例の見学は「JA 全農山形」（SEICA を活用した安全・安心情報開示システム）、（株）丸勘山形青果市場の 2 カ所で実施しました。

さらに、「講師派遣等協力」事業では、（社）全国青果卸売市場協会が開催した役職員研修会について支援しました。

### 2. 事業内容

#### (1) 生鮮取引電子化セミナーの開催

生鮮取引電子化セミナーは、会員、関係団体等の協力を得て金沢、東京および大阪の 3 カ所で卸売市場関係者、生産者団体、小売業者等を対象として次のとおり実施しました。

なお、各会場において講演の合間に「流通 BMS 最前線レポート」(DVD)を上映しました。

#### 【金沢会場】

開催日 平成 21 年 11 月 13 日（金）13:00～16:00

会 場 金沢市西念 4-8-1

金沢中央市場食育会館スタジオ DO

- 
- 
- 参加者 28名  
講演 ◆流通 BMS Ver1.3 の導入と利用の解説  
講師：財団法人流通システム開発センター 研究開発部 上級研究員  
梅本 康生 氏  
◆スーパー業界における流通 BMS への取組状況  
講師：株式会社近商ストア 情報システム部 部長  
安井 直洋 氏

#### 【東京会場】

- 開催日 平成 22 年 3 月 5 日（金）13:00 ～ 16:00  
会場 東京都港区南青山 5-7-10  
南青山会館大会議室  
参加者 53名  
講演 ◆流通 BMS Ver1.3 の導入と利用の解説  
講師：財団法人流通システム開発センター 研究開発部 主任研究員  
坂本 真人 氏  
◆スーパー業界における流通 BMS への取組状況  
講師：株式会社シジシージャパン ビジネスサポート事業部 係長  
吉田 賢司 氏

#### 【大阪会場】

- 開催日 平成 22 年 3 月 12 日（金）13:00 ～ 16:00  
会場 大阪市福島区野田 1-1-86  
大阪中央卸売市場本場 業務管理棟大ホール  
参加者 40名  
講演 ◆流通 BMS Ver1.3 の導入と利用の解説  
講師：財団法人流通システム開発センター 研究開発部 上級研究員  
新宮 徹也 氏  
◆スーパー業界における流通 BMS への取組状況  
講師：ユニー株式会社 業務本部システム物流部 執行役員 部長  
角田 吉隆 氏

#### (2) 先進事例の見学

取引電子化等の先進事例の見学・勉強会は、次の 2 カ所において実施しました。

#### ■ J A全農山形（山形市大字風間字地藏下 2068）

実施日 平成 21 年 11 月 10 日（火）

参加人員 28 名

---

---

## 内 容

平成 17 年からやまがた農産物安全・安心取組認証制度を創設し、「山形県安全・安心農産物表示規格」の識別番号として、青果ネットカタログ「SEICA」を活用され、消費者や流通業者から高い評価を得ており、「SEICA」の有効活用として全国から注目されています。

### ■株式会社 丸勘山形青果市場（山形市十文字 2160）

実 施 日 平成 21 年 11 月 11 日（水）

参加人員 28 名

## 内 容

卸売市場経由率が低下する中で、独自に生き残りを目指す産地市場として、通常生産者が行う選別作業を市場でお手伝いをし、集荷体制でも生産者の労力軽減のため、各地区に集荷所を設けて集荷体制を強化し、資材コストや労力を削減しています。また、実需者が望む形態に商品化し、地元量販店や全国の市場へ出荷され、さらに新規出荷者の獲得と商品開発、生産支援とトレーサビリティの徹底など産地市場の基本ともいえる機能を強化しています。

### (3) 会報の発行

会報「生鮮 EDI」を季刊（年 4 回）で発行しました。主な内容は以下のとおり。

#### ◆第 44 号（21 年 6 月発行）

総会の概要、生鮮取引電子化セミナーの概要 等

#### ◆第 45 号（21 年 9 月発行）

企画運営委員会の概要、SEICA の識別子付与の現状と新たな展開、ビジネスインフラとなる EDI 等

#### ◆第 46 号（21 年 12 月発行）

生鮮取引電子化セミナーの概要、水産物の国内流通の状況、流通 BMS 導入実態調査結果 等

#### ◆第 47 号（22 年 3 月発行）

生鮮取引電子化セミナー開催結果、先進事例見学会の概要、商物分離直接成果重視事業後の EDI に関する取組状況 等

以上の他、協議会の諸活動等について紹介しました。

### (4) 資料の作成、配布

EDI 普及資料として、(財) 流通システム開発センターが作製した「流通 BMS 最前線レポート」DVD を複製して会員に配布しました。

---

---

(5) 講師派遣等協力

会員が EDI を理解し、利用・普及することを目的として開催する勉強会、または、会員がその取引先関係者を対象に EDI 等に関する会合を開催する場合、講師派遣等の支援を行うこととしており、次の研修会に対して支援しました。

主 催 者 社団法人 全国青果卸売市場協会  
開催日時 平成 22 年 2 月 23 日（水） 13：00～18：30  
開催場所 ホテルレガロ福岡 会議室  
講 師 株式会社農経新聞社 代表取締役社長 宮澤 信一 氏  
研修内容 役職員研修会：「EDI 取引を含めこれからの地方市場のあり方」  
対 象 者 福岡県青果市場連合会傘下の卸売市場の卸売会社社長・関係者

(6) 先進技術・事例等調査

消費財等の流通サプライチェーンにおける業者・業態を越えた情報共有・交換のインフラとなる「流通ビジネスメッセージ標準」（流通 BMS）Ver 1.3 への取り組み状況とその動向について会員に情報提供を行いました。

また、「商物分離直接流通成果重視事業実施後の EDI に関する取組状況」、「ビジネスインフラとなる EDI」などについて会報で紹介しました。

3. 諸会議の開催

(1) 理事会

日 時 平成 21 年 6 月 9 日（火） 11：30～12：30  
場 所 コートヤード・マリオット銀座東武ホテル「桜の間 B」

(2) 通常総会

日 時 平成 21 年 6 月 9 日（火） 13：00～14：00  
場 所 コートヤード・マリオット銀座東武ホテル「桜の間 A」

(3) 企画運営委員会

【第 1 回】

日 時 平成 21 年 4 月 23 日（木） 11：00～13：00  
場 所 馬事畜産会館 会議室

【第 2 回】

日 時 平成 21 年 8 月 7 日（金） 15：00～17：00  
場 所 （社）日本喫煙具協会 会議室

## 平成22年度 事業計画

### 1. 事業方針

我が国の食品流通を取り巻く環境は大きく変化してきており、平成16年の卸売市場法の改正後においても、生鮮食料品等の流通をめぐって卸売市場内外ともにその情勢が大きく変化しています。生産・消費量の減少や輸入品の増加等により、卸売市場経由率の低下や取扱数量の減少等が続いている状況にあり、卸売業者および仲卸業者の経営は非常に厳しいものとなってきています。

また、近年、我が国の農林水産業の活力は著しく低下し、農山漁村地域の維持・存続も危ぶまれている状況の中で、農林水産省では、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」を推進しております。

具体的には、平成22年度予算における流通の効率化・高度化の分野では、食品流通効率化・高度支援事業として「一貫したコールドチェーン体制の整備事業」、「輸送行程効率化調査事業」、「包装・荷役作業効率化調査事業」、「次世代流通情報インフラ調査事業」、「食品流通効率化・高度推進事業」さらに「地域商店街等活性化支援事業」が予定されています。

一方、経済産業省が推進してきた流通業界全体の情報共有・交換の共通インフラとなる「流通ビジネスメッセージ標準」(流通BMS)は、昨年Ver 1.3が公表されました。2系統あったメッセージが統合され、利用者の負担も軽減されることから、流通業界における新たなEDI標準メッセージとして、さらなる普及拡大が期待されます。

今後、この標準化された情報共有基盤を用いて、流通サプライチェーンの全体最適化を図るとともに、製・配・販の情報連携を密にすることで、消費者にとっての新たな付加価値を生み出す取組が重要となってきます。

このような状況を踏まえ、当協議会といたしましては、食流機構の事業活動や流通業界の動向等を踏まえ、本年度も取引の電子化を推進するため次の事業計画に基づく諸活動を積極的に推進していくことといたします。

### 2. 事業計画

#### (1) 生鮮取引電子化セミナー等の開催

生鮮EDIを推進するに当たっての必要な事項および各品目に合わせた話題提供の出来るセミナー等を開催する。



---

---

(2) 先進事例見学

取引電子化等の先進事例の見学・勉強会を開催する。

(3) 会報の発行（4回）

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

(4) 資料の作成配布

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

(5) 講師派遣等協力

生鮮取引の電子化等について、会員が理解を深めるために開催する勉強会等の支援対象を拡充して講師派遣等の支援を行う。

(6) 生鮮標準商品コードの維持管理業務

平成 20 年度経済産業省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体系ならびに生鮮標準商品コードの維持管理業務については、当協議会と流通システム標準普及推進協議会において協力して行うための「覚書」を締結することとする。

このため、「生鮮標準商品コードの維持管理業務に関する運営要領」（仮称）を制定する。

(7) 農林水産省等の公募事業への応募

農林水産省その他の関係省庁等の生鮮 EDI 等に関する公募事業に応募し、実施することとする。

平成 22 年度は、農林水産省の公募事業「次世代流通情報インフラ調査事業」を協議会が実施主体となって実施する。

(8) その他

「流通システム標準普及推進協議会」での決定事項および活動内容等についての情報提供を行う。

## 【第3号議案】

## 平成22年度 収支予算

(単位：千円)

区 分	前年度 予算額	平成22年度 予 算 額	対前年度 増 △ 減	備 考
I 収入の部				
1. 会費収入				
年会費収入	10,910	10,390	△ 520	正 会 員 88 賛助会員 9
2. 事業収入				
セミナー参加費	120	90	△ 30	3回開催
3. 補助金収入	0	35,833	35,833	・次世代流通情報インフ ラ調査事業
4. 利子収入	13	10	△ 3	
5. 前年度繰越金	6,974	8,839	1,865	
収入合計	18,017	55,162	37,145	
II 支出の部				
1. セミナー開催費	3,300	3,300	0	3回開催
2. 先進事例視察費	900	900	0	3カ所
3. 会報発行費	1,200	1,200	0	4回発行
4. 資料発送費	640	640	0	
5. EDI普及資料作成費 (先進技術等調査費含む)	2,050	2,050	0	
6. 講師派遣等協力費	800	1,500	700	15件
7. 会議開催費	640	700	60	・理事会、総会500千円 ・企画運営委員会200千円
8. コード維持管理費	700	500	△ 200	・品目別専門委員会
9. 雑役務費	5,040	5,500	460	
10. 補助事業費	0	35,833	35,833	・次世代流通情報インフ ラ調査事業
11. 予備費	2,747	3,039	292	
支出合計	18,017	55,162	37,145	

【第 4 号議案】

## 規約の一部変更

### 改正の趣旨

本協議会は、これまで生鮮食品の流通の各段階における取引の電子化を推進してきているが、今後さらに、事業内容を拡大するため農林水産省その他関係省庁等の生鮮 EDI 等に関する公募事業に応募して、実施していきたい。

このため、本規約の目的の中で生鮮食品を中心とするも、加工品も対象として、広範な事業を行うことができるよう以下のように措置する。

第 3 条中、「我が国の生鮮食品等（青果、水産物、食肉及び花きをいう。以下同じ）の流通の各段階における」を「我が国の生鮮食品等の流通の各段階における」に改める。

### 生鮮取引電子化推進協議会規約の一部変更 新旧対照表

改正後	現 行
第 1 条～第 2 条 略  (目的) 第 3 条 本会は、会員の自主的な活動を通じて我が国の生鮮食品等の流通の各段階における取引の電子化を推進すること等により、生鮮食品等の流通の合理化・効率化を図り、もって、流通関係業界の発展に寄与することを目的とする。	第 1 条～第 2 条 略  (目的) 第 3 条 本会は、会員の自主的な活動を通じて我が国の生鮮食品等（ <u>青果、水産物、食肉及び花きをいう。以下同じ。</u> ）の流通の各段階における取引の電子化を推進すること等により、生鮮食品等の流通の合理化・効率化を図り、もって、流通関係業界の発展に寄与することを目的とする。
第 4 条～第 35 条 略	第 4 条～第 35 条 略

### 附 則

本規約の変更は、平成 22 年 6 月 10 日から施行する。

【第 5 号議案】

## 組織・経理規程の一部変更

### 改正の趣旨

平成 22 年度から本協議会は、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た。

このため、公募事業が採択された場合の事業実施体制を確保するため、以下のように措置する。

第 1 の 3 の次に、4、5 を以下のとおり加える。

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、次の職務担当者を任命するものとする。

- (1) プロジェクトリーダー
- (2) プロジェクトサブリーダー

### 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

改正後	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>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。 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 <u>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。</u></p> <p>5 <u>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、次の職務担当者を任命するものとする。</u> <u>(1) プロジェクトリーダー</u> <u>(2) プロジェクトサブリーダー</u></p> <p>第2～第6 略</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。 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>第2～第6 略</p>
--	---

附 則

本規程の変更は、平成22年6月10日から施行する。

---

---

【第6号議案】

生鮮標準商品コードの維持管理業務に関する

## 覚 書

流通システム標準普及推進協議会（以下、「甲」という。）と生鮮取引電子化推進協議会（以下、「乙」という。）は、平成20年度経済産業省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体系ならびに生鮮標準商品コードの維持管理業務に関し次のとおり合意した。

### 第1条（目的）

甲ならびに乙は、生鮮標準商品コード体系ならびに生鮮標準商品コードの普及により利用者の流通業務効率化に資するため、双方の特性、専門性を生かしこれら維持管理業務を協力して行うものとする。

### 第2条（定義）

- 1 生鮮標準商品コード体系とは、項目の名称、桁数、並び順、属性、タイプなど、生鮮商品標準コードの構造をいう。
- 2 生鮮標準商品コードとは、生鮮標準商品コード体系で表現される生鮮商品個々の標準コードの内容をいう。

### 第3条（維持管理業務）

- 1 甲は、改変要求の受付、審議、承認など生鮮標準商品コード体系の維持管理に関する一連の業務を行う。
- 2 乙は、商品コード追加申請の受付、審議、承認など生鮮標準商品コードの維持管理に関する一連の業務を行う。
- 3 甲ならびに乙は、相手方からの要求があった場合、各々の維持管理業務に関する手続規定を提示するものとする。

### 第4条（甲の申請）

甲は、乙に対して生鮮標準商品コードに関する追加、変更などの申請を行うことができるものとする。

### 第5条（公開）

生鮮標準商品コードは、甲・乙双方がこれを公開する。

---

---

## 第6条（存続期間）

本覚書の存続期間は、覚書締結日から起算して1年とする。ただし、期間満了の1ヶ月前までに甲または乙のいずれからも書面による解除の申し出がない場合、さらに1年間これを延長するものとし、以降期間満了毎にこの例による。

## 第7条（雑則）

本覚書の各条項に疑義があるとき、または本覚書の条項に定めのない事項については、甲・乙双方が誠意をもって協議のうえ、解決にあたるものとする。

以上を合意した証として、本覚書を2通作成し、甲乙署名捺印の上、各々1通を所持する。

平成〇年〇月〇日

甲

印

乙

印



---

---

# 生鮮 EDI 等に関する勉強会を支援します

## (平成 22 年度事業)

### —趣旨—

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

### 記

#### 1 支援対象

- ◇会員相互が開催する EDI に関する会合への講師派遣費（旅費・謝金、以下同様）
- ◇会員が取引関係者に対して行う EDI に関する会合への講師派遣費
- ◇会員の業界における関心事項についての講演会等への講師派遣費
- ◇上記会合等で、講師が必要とするプロジェクター等の備品借料
- ◇会場借料については、原則として対象外とします。ただし、特別の事情がある場合は、講師派遣費を含め 100 千円の範囲内で支援できるものとします。

#### 2 支援の範囲

- ◇1 件あたり概ね 100 千円を限度とし、同一事業年度における支援措置は、原則として同一会員 1 回とします。
- ◇ただし、1 件当たりの支援金額が 100 千円に満たない場合は、100 千円を上限として複数回の開催分について支援します。
- ◇支援金額（旅費、謝金）の支給方法は、協議会の基準に基づきます。

#### 3 申込方法

- ◇お申し込みに応じて支援していきたいと考えていますので、別紙様式 1（生鮮 EDI 研修会講師派遣申請書）に必要事項を記入の上、事務局へお申込下さい。

#### 4 結果の報告

- ◇生鮮 EDI 研修会講師派遣事業の承認を受けた会合の代表者（会員）は、会合の結果を協議会事務局宛に速やかに別紙様式 2（生鮮 EDI 研修実施結果報告書）を提出して下さい。

#### 5 経費の支払い

- ◇協議会事務局は、「生鮮 EDI 研修実施結果報告書」の提出を受けた後、会員の口座に該当



---

---

金額を振り込みます。

\*今年度から支援対象に「会員の業界における関心事項についての講演会等への講師派遣」を追加しましたので、本事業を幅広くご活用ください。

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

\*申請書、報告書の様式は、協議会ホームページからダウンロードしてください。



---

---

## 次世代流通情報インフラ調査事業について (農山漁村 6 次産業化対策事業)

協議会では平成 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し、実施することとしました。

平成 22 年度は、農林水産省の補助事業「次世代流通情報インフラ調査事業」に応募した結果、採択されましたので以下にその事業内容について紹介します。

### 【事業趣旨・目的】

加工食品の流通については、食品製造業者、卸売業者、小売業者等を介して消費者の食卓まで供給されている。その流通段階をみると、商品管理に必要な情報が具備されていなかったり、情報はあってもその運用の不備で活かされていなかったりするため、せっかく各種の認証を取得してもそれが MD（マーチャндаイジング）に活かせなかったり、賞味期限や製造ロット等の管理に多大な労力をかけるなど、非効率な商品管理を行っている事業者も見受けられる。

このため、食品フードチェーンの各段階の事業者が、流通情報システムを利用して、効率的に商品管理を行うため、流通情報を利用するニーズやロット管理の効率化を図るために必要となる手法および技術について調査・検討を行います。

### 【事業実施方法】

#### ■ 総合調査検討委員会の開催

フードチェーンに携わる各段階（食品製造業者～卸売業者～小売量販店）の事業者が、加工食品の商品管理（デリカ・日配品を含む加工食品の取引が対象）の更なる効率化を図るために、バーコード等の流通情報インフラの利用手法や利用に関するニーズ等について調査を行うにあたり、全体的な調査方法を決定し、各種調査委員会での調査結果についての効果検証、取りまとめを行います。

#### ■ BCD(バーコード) 調査委員会の開催

加工食品の効率的な商品管理については、技術的なブレークスルーより運用面の革新が重要と考え、商品管理のための主な媒体として BCD（バーコード）を想定し、フードチェーンの各段階の運用面（バーコードを利用した商品管理手法等）について現状調査し、商品管理のために必要な情報や効率的な管理手法の検討を行います。

#### ■ EDI（電子商取引）調査委員会の開催

小売量販店～卸売業者・メーカー間における加工食品の EDI については、現在主流で

ある JCA 手順に替わり、今後、流通 BMS（流通ビジネスメッセージ標準）が普及していくものと想定されるため、流通 BMS による加工食品の商品管理について調査・検討を行います。

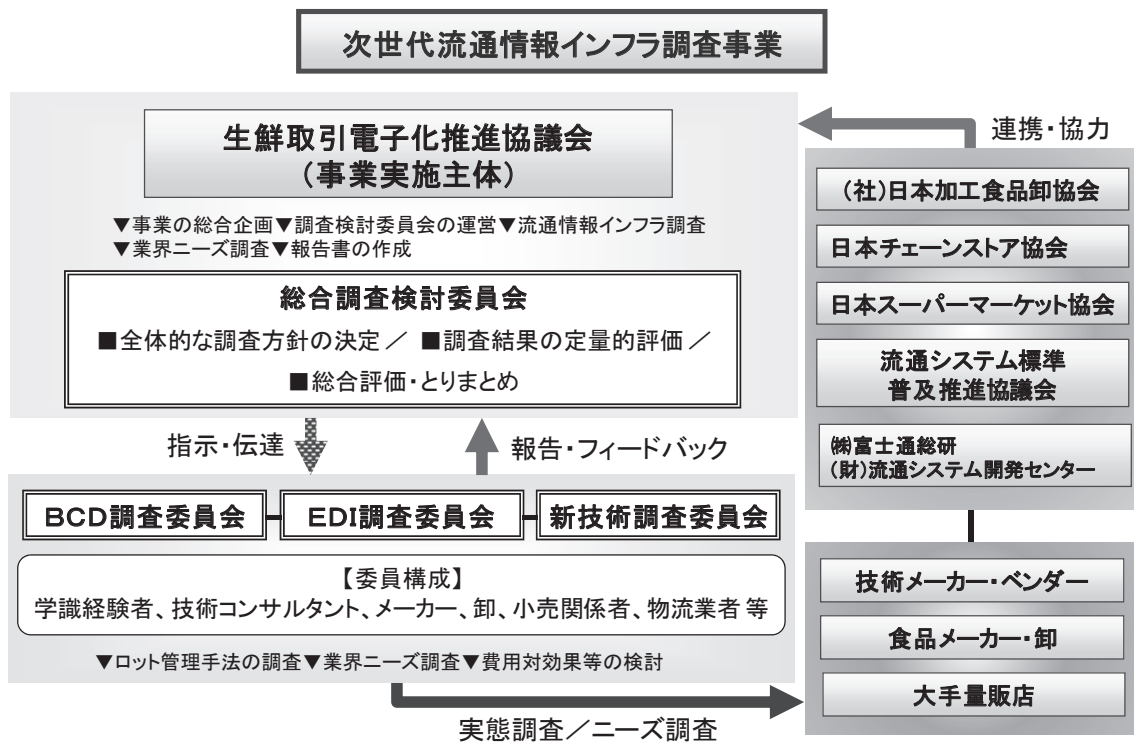
■新技術調査委員会

加工食品の商品管理について、バーコード以外の新媒体（電子タグ等）について技術的な可能性について、また、初期コストおよび運用コスト削減に関してクラウドコンピューティング等の適用にもついて調査・検討を行います。

■現地調査の実施

各種調査委員会等により、フードチェーンの各段階における業者に対し、ヒアリング、アンケート等により現状およびニーズ調査を行います。

(事業実施体制図)



---

---

# 中華料理と油

生鮮取引電子化推進協議会

事務局長 三宅 均

今回は、中華料理（中国料理）について考えてみたい。

中華料理は、なぜあれほど油を使うのか。私が最初に思ったのは、中国では膨大な人口を擁し、近代に至るまで庶民に十分な食料が行き渡らないために、カロリー不足を補うという観点から油を多用する料理が発達したのではないかということである。しかし、どうもそうではないようで、むしろ油は昔は貴重品で、お客をもてなすために高級料理として油で処理した料理を供したようだ。

考えてみれば、我が国でも、油を使った料理は比較的古くからあるようだが、一般庶民の料理となるのはずっと時代が下ってからのようだ。油を使った日本料理の代表的なものは、言うまでもなく「てんぷら」だが、ウィキペディアによれば、戦国末期にポルトガル人宣教師等が持ち込んだのが起源のようだ。そもそも「てんぷら」の語源は、諸説があるようで、①ポルトガル語の「調理」を意味する *temperar* あるいは *tempero* ②南蛮寺院でポルトガル人宣教師が食したことからポルトガル語の寺院を意味する *templo* から転じたというのが代表的なところである。

今でこそ油は極めて安価で豊富に存在するが、昔は貴重品で、中国では主として動物の脂によるラードのようなものや胡麻油を使ったようで、我が国では食用というよりもむしろ灯火用に使われたようである。

司馬遼太郎の小説に「菜の花の沖」があるが、ご承知のとおり江戸時代後期に廻船業で財を成した高田屋嘉兵衛の一代記である。この小説の一節に、高田屋嘉兵衛が生まれる少し前に「六甲山麓の住吉川、芦屋川などの急流ぞいに水車工場がうまれ、水流を大水車にうけ、軸を工場内に入れ、軸には木製の歯車をつけ、昼夜となく回転させて（菜種から）搾油しはじめたのである。それまでは菜種油は高価なものであったが、この大量生産によって安くなり、さらにはこの油を諸国に配るために兵庫や西宮あたりの海運業が栄えた。」とあり、また別の箇所「この（高田屋嘉兵衛を含む）若者たちの祖父の時代までは油がたかく、これだけの数の灯明皿を配置することなど考えられなかったが、この時代の商品経済の隆盛が、油をやすいものにしていった。」とある。このように、技術、産業の発展によりこの時代になって漸く油が庶民の食用に供される条件が整ってきたということである。

さて、我が国と中国は、一衣帯水の関係で文化も共有するところ多々あるが、どちらかというところと淡白な日本料理に対し、かの国で油を多用した料理が発達したのは、いかなる理由なのだ

---

---

ろうか。想像するに、内陸部の気候は厳しく、冬の寒さをしのぐためには高カロリーの油料理が適しているということが一つ、全般に食材の調達ルートが長く、食あたりを防ぐために油で処理したというのがもう一つ、更に加えれば食材によっては油で料理したほうが一層美味しくなることから料理手法として確立した、というのが私の仮説であるがどうであろうか。

さて、アメリカ人は中華料理をどう思っているだろうか。ちょっと古いが、2007年3月のCBSニュースに次のような記事がある。

「Food Police」という消費者グループの報告で、中華料理は、概して高カロリー、塩分過多で取りすぎに注意しなければならない。ただ、野菜の使用量が多いことで救われる面もあるという評価だ。同報告によれば、政府のガイドラインでは、アメリカ人は1日当たり2000kカロリーと2.3グラムの塩分（これはティースプーン1杯分に相当）を摂ることが推奨されているようだが、中華料理は油断するとこれを大幅に超える摂取量となることだ。ただ、イタリア料理やメキシコ料理のレストランよりはまして、これらは油をより多く使っており、心臓病のリスクがさらに高いということである。中華料理の良いところは、野菜を豊富に使っていることだが、野菜が低カロリーと違ってたくさん摂取すると、油で炒めてあつたりして意外と高カロリーで塩分も多く、取り過ぎになるということである。

最後に同グループは、中華レストランで中華料理をより健康的に食するための提言を行っている。それは次のとおりである。

- ・ 肉や麺類ではなく野菜料理を中心に注文すること。追加のブロッコリ、えんどう豆、野菜類を頼むこと。
- ・ 油で揚げた肉類、魚、豆腐を避け、蒸したものを注文すること。
- ・ ソース（あんかけ料理のあんを指す）の使用を控え、フォークや箸でソースをよけるようにして食べること。
- ・ 塩分の摂取を控えること。特に duck sauce、hot mustard、hoisin sauce（海鮮醬）、醤油を使わないようにすること。
- ・ 料理を分けて、半分は家に持ち帰ること。
- ・ 白米ではなく玄米を注文すること。

健康志向のアメリカ人の感覚がにじみ出ていますね。まあ、日本人はここまでやらないと思いますが。

次に日本人として中華料理に学ぶべきこと。それは、油が最も低価格で高カロリーな食品であることではないでしょうか。これは、ある意味で常識とも言えますが、このことについて改めて考えてみたい。

まず、食用油の価格については、メーカー、成分等いろいろ種類はあるが大体スーパーマーケットで1000グラム当たり300円から500円程度と思われる。油の熱量は1グラム当たり9.2kカロリーであるので、まあほぼ100kカロリーで3.3円から5.5円程度ですね。

---

---

これに対し、お米の熱量は、五訂増補食品成分表によれば精白米 100 グラム当たり 356 k カロリー、お米 10 キログラムの小売価格が 5000 円程度とすれば 100 グラムで 50 円、従って 100 k カロリーでは 14 円ですか。安いほうの 3.3 円の食用油と比較すれば、カロリー当たりコストは食用油の 4.2 倍となる。

なぜこんな計算をしているかということ、食糧安全保障の観点から油料理を考えてみたいということである。現時点で、直ちに食糧不足になるということは考えにくい、先般のアイスランドの火山噴火による噴煙の影響で世界的な不作が生じたり、地域紛争などにより輸送航路が制約される、等々まあ可能性はなくはないですね。

このような時にどうしたら必要なカロリーを確保するか、その一つの答えとして油料理を多用するという方策があるのではないかとということである。食用油脂類のソース（原料）としては、油糧種子類等植物性のもの、動物の脂・乳脂肪、魚油等多岐に亘っており、ある程度代替がきくので全部が全部不足する事態は考えにくい。しかしながら、現在の我が国の油脂原料は、大豆、なたね、パーム（やし）が 7 割程度を占めており、自給率はわずか 13% 程度であるので、いざという時に十分な油脂が確保できるのかという問題はある。まあ、それほど長期間でなければ、流通在庫もあるだろうし、油脂原料としてしか使えないものもあるので、何とか確保できるのではないだろうか。また、大豆などは、油を絞るよりそのまま食料として消費する方が効率的かもしれない。

いずれにしても、突発的な事態の発生によりある程度の期間にわたって食料が不足するときは、チャーハンやてんぷら、油いためなどの食品を摂ってカロリーを補うことは、一つの方策ではないでしょうか。油の過剰な摂取は、健康に悪いというのは、平時にはそのとおりだと思いますが、食糧不足時には背に腹は代えられない。それほど長期間でなければやむを得ないのではないかと思います。

---

---

## スーパー業界における流通 BMS への取組

ユニー株式会社 業務本部 システム物流部  
執行役員部長 角田 吉隆 氏

日時 平成 22 年 3 月 12 日 (金)

場所 大阪市中央卸売市場本場 大ホール



### －会社の概要－

ユニー株式会社は、中京エリアを中心とした総合スーパーマーケットです。現在、1都19県下に235店舗出店しており、関係会社はコンビニのサークルKサンクスやさが美などのアパレル系の専門店を中心とした小売業の企業集団です。

店舗形態は、大きく3つのタイプがあります。1つはモール業態を主体とした大型ショッピングセンター、2つ目は総合スーパーのGMS業態、3つ目は食品中心のスーパーマーケット業態です。

弊社は、昨年、総合スーパー業態の営業本部とスーパーマーケットの業態の営業本部に再編をしました。店舗ブランドは、「アピタ」と「ピアゴ」という2つに集約し、ユニーは社名のみとなりました。一つの会社で2つの業態運営を行うことは、物流システムから見るとやっかいですが、このSCMの効率アップを目的に流通BMSを導入しました。

また食育の取組みにも力を入れており、ユニーと愛知県にあるメーカー様と一緒に、店舗を中心にしていろいろな食に関するPRをさせて頂いており、この取組みは一昨年の農林水産大臣賞を頂戴致しました。

### －コスト構造の改革－

小売業界全体の売上げが大きく落ち込み、コスト構造改革が大きな課題です。このため、生鮮分野では難しいことですが、商品開発や海外調達を積極的に進めております。

また、地産地消といわれるように、地域商材の品揃え充実することも重要になっており、こうした取組みも進めていかなければお客様のご期待にお応えできません。

コスト構造の改革は、サプライチェーンといわれる物流を含めた商品調達改革と店舗オペレーションをローコストに、かつ安心安全を担保しながら行なうことが重要です。こうした取組みを支援するためにコンピュータ技術を活用し効率を上げることが私の取組み課題です。

中期経営課題として、1つはシナジー効果をあげる、2つ目はグループ再編、3つ目は海外

戦略の取組みをあげております。シナジー効果は、グループや同業他社も含めた商品開発の取組みを進めており、伊藤忠商事様やイズミヤ様・フジ様とも提携を進めております。海外商品調達や商品開発を含めた物流や商流のあり方を見直すためにグループ内の統合・再編を進めております。

また、日本のマーケットは縮小しており、海外出店の道を見出していくことも課題です。

### －マーチャндаイジング（MD）の大きな改革－

マーチャндаイジングの改革として大きく4つの柱を掲げました。1つ目は商品調達の改革、2つ目にサプライチェーンの改革、3つ目にストアオペレーションの運営改革、4つ目に BtoB の改革です。

まずはじめに、サプライチェーン改革ですが、これは物流改革です。利益を上げるためには、商品調達コストや物流コストの削減、また単品のロスが減らすことが必要です。従来、物流課題は、物流センターから店舗に商品を運ぶことが主な取組みでしたが、現在では、商品開発・調達を含めた川上の領域までも課題になっております。

生鮮については、こうした論点だけではなかなかうまくいかないというのは承知をしておりますが、今後は各市場の皆様との連携した取組みが課題になります。

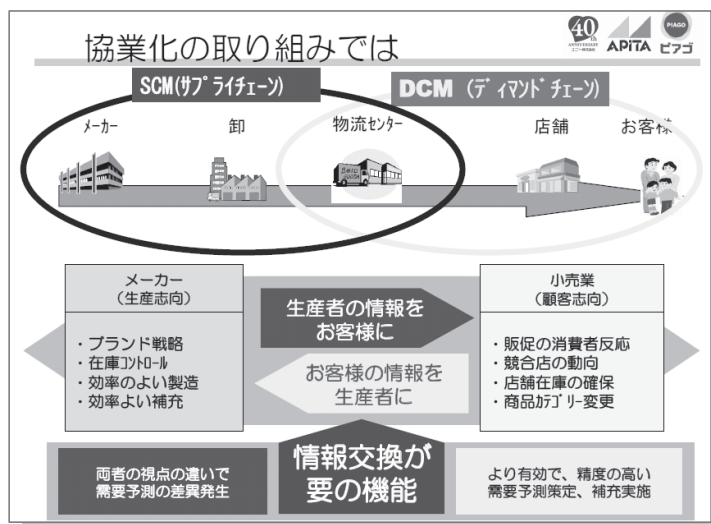
### －協業型の商取引－

これからは小売単独のメリットだけを考えてもなかなか進みません。協業化が重要です。そのために小売が持っている販売情報や新しいメニュー提案や関連販売の取組み等の販売情報を、メーカー様や産地に情報を流し、品揃えを変えていく様な取組みが大切です。

その取組みとして、まずは基本的な業務を整備・標準化し、さらにグループ内で情報の共有を図り、その上で共同プロモーションなどの取組みを進めております。シナジー効果をあげるために、グループでの共同購買をスタートし、最終的にはグループ外の企業にも拡大することを志向し、イズミヤ様フジ様との共通 PB 開発に繋がりました。

川上から川下へという、サプライチェーン領域と、お客様の購買行動の情報を活用したデマンドチェーン領域の情報を川上与共有することが非常に今重要になっております。

新しいメニューや新しい提案のような動機づけをしないと、なかなか買っていただけません。生産者の情報をお客様に、





---

---

お客様の情報を生産者に伝えるような取組みを行うためには、情報交換の仕組みが非常に重要です。

### －流通 BMS のスタート－

情報交換をスムーズに行うためには、EDI システムが大きな課題になっています。現在普及している情報交換は、1980 年頃に日本チェーンストア協会が仕入伝票を統一し、このデータ交換を行なうために標準化（JCA 手順）を行い、これが普及してきました。

JCA 手順は、30 年以上前の技術でありコストが高く、使用する機器の継続提供が難しくなっております。また一番の問題は各社のフォーマットがばらばらということです。更に最近では、トレーサビリティ等の食の安全の問題とか、アレルギー情報、生産者の情報交換を、発注～納品に関わる商取引の領域のみならず消費者への情報提供も課題になっており、新しい情報交換の標準化策定に迫られておりました。

新しい情報交換は、データ量が大きくなるので、従来の JCA 手順では、30 分、40 分もデータのやりとりの時間がかかります。この課題を解消するために、インターネットの新しい技術を使った EDI 標準化として、流通 BMS を検討しました。

標準化策定には、小売各社が同じテーブルに着く必要がありました。このために受発注データ交換処理は、競争領域でなく標準化の対象であることを各社で確認しました。

標準化を進めるにあたり、各社で合意したことが 2 つあります。1 つ目は、今動いている各社の業務は必ず動くことを担保すること。2 つ目は、自社のシステムを主張するのではなく、各社が標準化を活用するため自社のシステムを直して使うことを合意しました。

当初、12 社の小売が集まり、各社が行なっている内容を全て公開し、約 2300 の項目のデータ種類が出てきました。これを約 1 年かけて、171 項目まで絞り込みました。流通 BMS は、データ項目とオンライン手順の 2 つを標準化したものと理解をされている人が多く、JCA 手順をインターネットに変え、自社のデータ項目を変更しないとイケないということをよく聞きます。このため自社のデータ項目の変更要求を持ち出す企業もあるようです。

流通 BMS は、業務のプロセスの標準化を図り、これに対応したデータ項目やデータの内容を規定し、オンライン手順も規定しました。

### －流通 BMS の特徴－

流通 BMS の最大の特徴は、ビジネスモデルに対応した標準策定であり、この内容が運用ガイドラインに具体的にまとめられております。採用しようとする企業は、このメッセージをどのように使えばよいかということが分かるようにまとめてあります。ところが、導入を検討する企業は、システム化を図るためメッセージを中心に検討し、メッセージの変更の話になりがちです。大切なのは、自社の業務がどの業務プロセスに適用できるかを検討することです。運用ガイドラインは、業務モデルに対応して各データのセット方法等を全部書いてありますので、よくごらんになっていただければと思います。

---

---

### （生鮮品の特徴）

2005年の時から課題になったのは、生鮮品の取り扱いです。というのは独特な領域です。商品コードはJANコードのように標準化されていませんし、取引も原単価が後から決定したり、ドライグロッサリーとは異なる取引です。標準化策定にあたり、1つのメッセージで全てのカテゴリーで使える標準化を行なうことを目標にしました。ただ、商売のやり方も違うので、JANコード系の商材と生鮮商材を、それぞれ一旦別々で動かして検証することとし、当面分けてスタートし、検証が完了したら将来統合する方向で進めました。

### －流通BMS Ver1.3－

生鮮までの検証を終えた昨年の秋に、JANコード系のメッセージと生鮮のメッセージを流通BMSのバージョン1.3で一本化し、全ての商材ができるメッセージが完成しました。

我々スーパー業界では2008年、2009年の2年間、現行のJCA手順からの完全移行できる環境づくりを行うために、流通BMS環境を整備し完成しました。

とは言えコンピュータはお金がかかります。専門的な知識がないと普及することは難しいので、いわゆる中規模の企業でも導入できるような、安価で、なおかつ簡単なシステムを開発することが必要です。そのためにメッセージを標準化することと、簡単に乗せられるローコストな仕組みづくりという、この2つを大きく柱に掲げて取り組みました。

スーパー業界の中でもメッセージの統合にはいろんな異論が出たのは事実です。ところが、生野菜の取引ではJANコードがないので生鮮メッセージを使い、カット野菜になると、袋詰めしてJANコードがつくので基本メッセージを使います。そうすると卸様は、2つのメッセージでやりとりしなければいけません。1つのメッセージに統合すればこうした課題も払拭でき、流通BMSで全ての取引が行なえることができるようになります。

まだまだ流通BMSが広がっていないというのが現状ですが、実は小売各社は流通BMSバージョン1.3によるメッセージの統合完成を待っておりました。もう、ほとんど触るところはないと思っています。

弊社もこの流通BMSバージョン1.3で全面的に導入拡大する準備をしております。

### －業務モデルの効率化－

通常の業務モデルでは、請求があって支払いがあります。小売によっては請求の不要なモデルもあります。日々の納品受領データを返し、そのままお支払いするモデルです。弊社では、生鮮品については請求をいただいております。弊社が仕入計上したデータを全部公開させていただき、そのままお支払いします。生鮮品は月に2回、3回締めてお支払いを行うために、請求をいただいているお支払いが間に合いません。受領データの通りにお支払いしますので、当然違算は発生しません。また伝票レスによる費用削減も可能になります。

ところが、生鮮の場合一番の問題は発注EOSで、弊社でもまだまだFAXが非常に多いので、

---

---

これをいかに EDI に変えるかというのが大きな課題になっております。

#### －中小企業への普及－

中小企業への普及には、どこでも使いやすいものを作る必要があります。今、各小売では独自の WEB - EDI の導入が進んでおりますが、あまり評判がよくありません。理由は 2 つあります。1 つ目は、メッセージがばらばらです。2 つ目に、もともと EDI は機械から機械への自動化したシステムなのに、ウェブになった瞬間、人が介在しなければならないということです。この 2 つが非常に問題だということで、スーパー業界の検討会の中で、卸さんから厳しく指摘を受けました。ウェブはパソコン一台あれば稼動するので、ローコストで簡単です。そういう意味では非常にメリットがあります。その特長を生かしながら、既に普及しているものを否定するのではなくて、問題点を解決するために標準化を決めました。1 つ目は、流通 BMS のメッセージ、プロセス、項目を同じものを使うことです。2 つ目に、ウェブだけを提供されるから、せっかく機械と機械でやれるようにできたものができなくなってしまうので、ウェブ型流通 BMS を導入する小売業は必ず機械と機械でもできるサービスも行なうことを決めました。

#### －当社のメリット－

弊社では、モール事業や総合スーパー、スーパーマーケット、それからホームセンターもあり、業態の違う店舗を出店しています。発注データが店舗からリアルに來ていますので、商材ごとに時間を決めて EDI センターにデータを渡し、卸様には商材ごとに締め時間で受け渡します。この仕組みは業態が違っても同じインフラ（基盤）が使えますので、非常にローコストになっています。

2 つ目に、リアル処理です。店舗からの発注データは即時に上がってきており、同じ商材でも一便、二便と分けて受け渡しができます。これにより、卸様の納品体制に合わせて受け渡すので運用しやすくなると思います。さらに、卸様が納品データを送信するとともに EDI センターでは即時にチェックし、クリーンデータはそのまま物流センターに受け渡します。物流センターで一番やっかいなのは、商品は來たけどデータが間違っているということです。こういうことが 100% なくなりました。

#### （卸様のメリット）

また卸様では、流通 BMS は店舗マスター等の管理が要りません。発注データの中に漢字の名前も入っていますので、SCM ラベル等にそのままセットすればいいわけです。それから、スピードが速いので、業務を早くスタートできます。非常に大きなメリットだと思います。さらにシステム開発・変更のコストが下がります。

## 一最後に

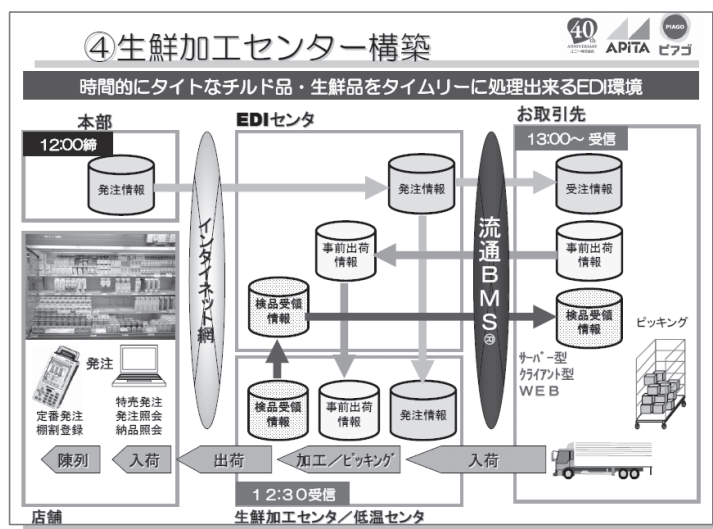
基本的にユニーにとっては、サプライチェーン改革を実現するためには、流通 BMS を戦略的に活用し、川上との連携を強化したいと考えております。そのためには販売データの標準化も進めました。我々のためにシステムを作ってもらうのではなくて、どこでもやれるというものを持ってもらった方がいいと思います。

そして運用コストの削減の取組みです。店舗ごとに、総合スーパーとスーパーマーケットでは売れる量や持ち量が違いますので、発注単位も変える必要があります。流通 BMS を使うことにより効率がよくなります。例えば、総合スーパーは約 20 カテゴリーの納品パターンを作っています。ところが小さいスーパーはそれほど物量がないので、同じカテゴリーでは空気を運ぶことになります。このため約 10 の納品カテゴリーにしています。流通 BMS では全てメッセージに入るので、店別に異なるカテゴリーでの仕分けが可能で、非常にコストの削減につながっています。

業界標準を全面的に使えばさらに十分効果があると思います。

## (生鮮分野への取組)

生鮮分野では、静岡エリアで生肉の加工センターを立ち上げて、流通 BMS で既に 20 社以上がウェブを使って行っています。青果についてもこれからぜひやっていきたいと思っています。青果は、やりやすいカット野菜、フルーツを乗せ、その後皆さんと取り組みやすい運営を研究しながら、コストが上がらないようにやっていきたいと思っています。4月からウェブ型流通 BMS を本格的に導入しました。今年はユニー誕生 40 周年ですので、これを機に、流通 BMS についても拡大をぜひ図ってまいりたいと思っています。



---

---

# 平成 21 年度 「我が国産業界における EDI/ 電子タグ実態調査」の結果報告

次世代 EDI 推進協議会  
事務局 若泉 和彦

## 1. 調査の目的

財団法人日本情報処理開発協会と次世代 EDI 推進協議会（以下、JEDIC と略す）とは、国内企業の EDI の利用状況を把握するとともに、さらなる EDI の普及拡大のための方策を検討するための材料として平成 8 年度から継続的に本調査事業を実施している。

## 2. 調査の概要

アンケート調査票は、JEDIC の EDI 普及部会において検討を行い、従来の質問に加えて、今後の JEDIC の主要なテーマとなるビジネスインフラに関連して「素形材産業取引ガイドライン」の認知度に関する質問を二問追加した。また、中小企業などの負担増加の一因となっている Web-EDI に関して、どのような利用方法がなされているのかを詳しく尋ねる質問を設定した。

調査実施に際しては、JEDIC の会員 62 団体に対して協力依頼を行ったところ、40 団体が快諾され、会員団体から各団体に加盟している会員企業に今回のアンケートへの回答をお願いした。

◆アンケート調査票の発送数、回収数、回収率は以下のとおりとなった。

- ・ 発送数 : 2,945 件
- ・ 回収数 : 547 件
- ・ 回収率 : 18.6%

◆アンケート調査票は、以下のような内容により構成されている。

- ・ 回答企業のプロフィール  
回答企業の資本金、売上高、従業員数
- ・ EDI の業務面に関する質問  
EDI の導入状況および活用の実態、その効果等について
- ・ EDI の技術面に関する質問  
現在利用している、もしくは今後の利用を検討している EDI の技術的内容（通信ネットワーク、通信プロトコル、シンタックスルール等について）
- ・ 電子タグに関する質問

- 電子タグについての認知度や業務での適用状況、将来の適用意向について
- ・ 素形材産業取引ガイドラインに関する質問
    - 当該ガイドラインを知っているか、ガイドに沿った取引を実施しているかについて

また、アンケート調査票は回答のしやすさを考慮し、全て選択式とし、かつ回答企業の企業名や部門名などの情報は収集しないこととした。

なお、本調査は、無作為抽出した企業に対するアンケートではなく、EDI に対して前向きな取り組みをしている、JEDIC の会員団体に加盟しており、なおかつ、アンケート調査に協力して下さった企業からの回答をまとめたものであることをご了解頂いた上で、参考にして頂くようお願いする。

### 3. 調査結果

#### 3-1. EDI が実施できない最大の理由は既存の取引手法からの乗り換えが困難なこと

「EDI を実施したいが現状は行っていない。」と回答された企業に対して、EDI を導入していない理由は何かを尋ねた。その結果を図-1 に示す。

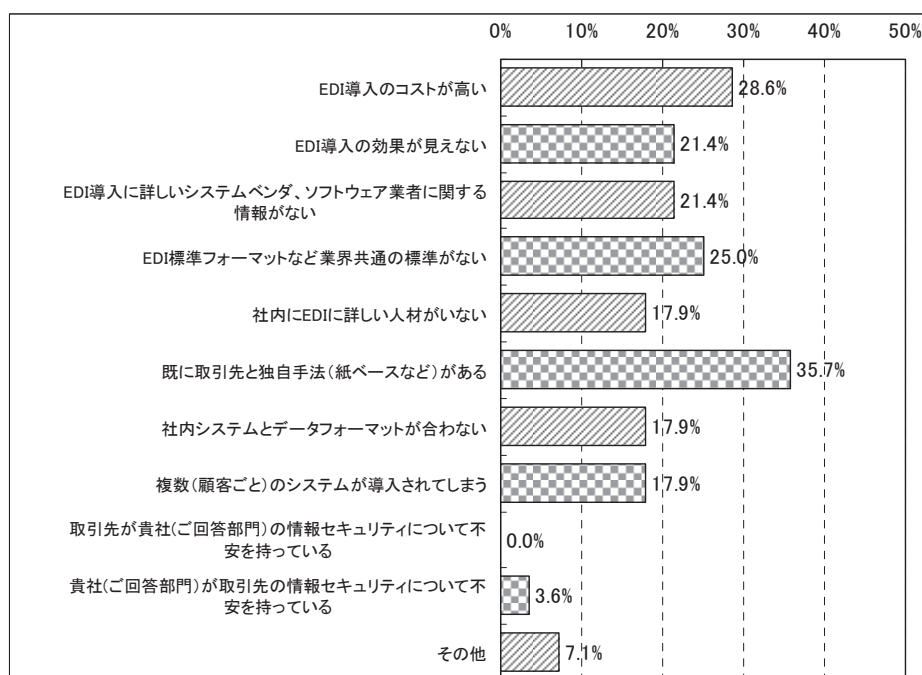


図-1 EDI を導入していない理由

### 3-2. EDI 導入の際の三大障害

3-1 と同じ対象に、今 EDI を始める際に障害となる事項を尋ねた結果を図-2 に示す。

EDI が実施できない理由については、セキュリティへの不安を除いて、どの選択肢もほぼまんべんなく選択されている。企業の個々の事情により EDI の導入に踏み切れないことが分かる。その中でも最大の理由は、紙伝票での取引手続きなど既存の方式からの変更が容易ではないことであった。

一方で、EDI を始める際の障害は、取引先との調整、社内の業務処理の変更、社内システムとの接続・調整の3つが突出して多く選択されている。これらはすべて既存の取引手続きからの変更に伴って苦勞しなければならぬ事項である。

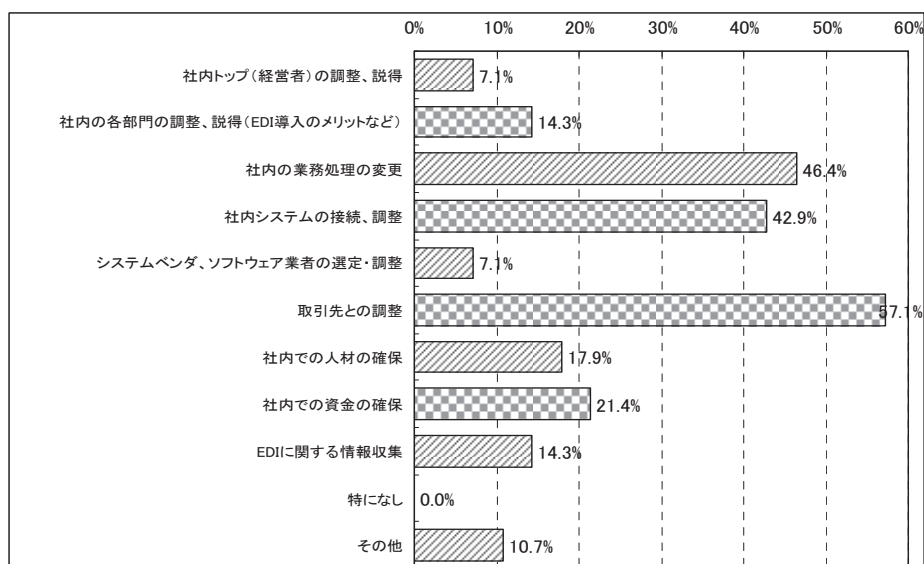


図-2 EDI を始める際に障害となる事項

以上の調査結果から、EDI 導入の阻害要因の主たる部分は、EDI 固有の技術的な問題よりも、従来から慣れ親しんだ取引先とのやり取りの方法および、社内での仕事のやり方を変えることへの抵抗および、それに伴う投資の困難さに起因していることが推察できる。

### 3-3. 多様な形態の Web-EDI が使用されている実態が明らかに

Web-EDI の実態を把握するために、発注側か受注側か、サーバ側かクライアント側か、画面入力方式かダウンロード/アップロード方式かの8通りの組み合わせについて、使用している Web-EDI の方式を尋ねた結果を図-3 に示す。

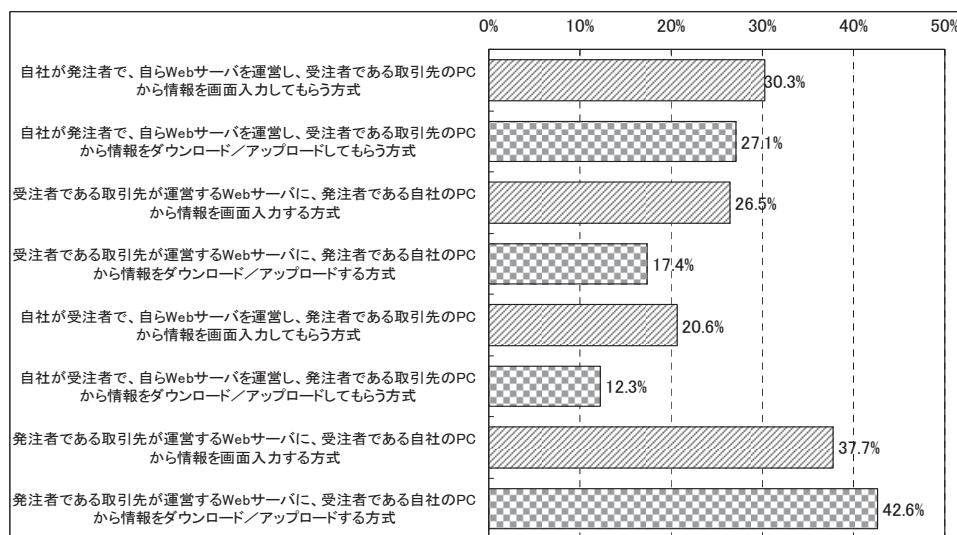


図-3 使用している Web-EDI の方式（複数回答可）

本調査を実施する以前は、大手の発注者が Web を開設し中小の受注者に対して画面入力を求める（図-3 の一番上および下から 2 番目の選択肢）方式に回答が集中するものと予想していたが、予想に反して多様な方式が使用されていることが明らかになった。特に

- ① 受注側企業が Web を開設する方式が 12.3% ~ 26.5% も使われていること。
- ② 発注者の Web に受注者がアクセスする方式では画面入力よりもダウンロード/アップロードの方がわずかながら多数であること。

以上の 2 点は、Web-EDI サーバ側企業が自社の都合をクライアント側企業に一方向的に押し付けている事例ばかりではないことを示す証拠として、注目に値する結果である。

さらに、上記のデータを、売上高 50 億円を境界として集計したものを表-1 に示す

表-1 売上高 50 億円を境にした、採用 Web-EDI 方式の違い

Web-EDI の具体的な方式	50 億円未満	50 億円以上	不明
自社が発注者で、自らWebサーバを運営し、受注者である取引先のPCから情報を画面入力してもらう方式	4	89	1
自社が発注者で、自らWebサーバを運営し、受注者である取引先のPCから情報をダウンロード/アップロードしてもらう方式	4	79	1
受注者である取引先が運営するWebサーバに、発注者である自社のPCから情報を画面入力する方式	21	61	0
受注者である取引先が運営するWebサーバに、発注者である自社のPCから情報をダウンロード/アップロードする方式	6	48	0
自社が受注者で、自らWebサーバを運営し、発注者である取引先のPCから情報を画面入力してもらう方式	6	58	0
自社が受注者で、自らWebサーバを運営し、発注者である取引先のPCから情報をダウンロード/アップロードしてもらう方式	4	34	0
発注者である取引先が運営するWebサーバに、受注者である自社のPCから情報を画面入力する方式	27	88	2
発注者である取引先が運営するWebサーバに、受注者である自社のPCから情報をダウンロード/アップロードする方式	23	108	1
計	95	565	5



この結果、売上高 50 億円未満の企業は、受注者・発注者いずれの立場であっても、Web サーバを運営するケースが少ないことが改めて確認された。

一方、売上高 50 億円以上の企業では、自ら Web サーバを運営するケースのおよそ 6 割程度の割合で、クライアント側として取引先の Web を参照する EDI を実施しているということが分かった。このことは、トランザクション量の少ない大企業～中小企業の取引は Web-EDI で、トランザクション量の多い大企業～大企業の取引はファイル交換等の本格的な EDI で行うという使い分けが実際には行われておらず、大企業～大企業の取引であっても、Web-EDI が使われている実態を表している。せっかく EDI 化により自動化された取引が、Web の登場で手作業の時代に戻ってしまったと指摘する業界有識者の分析を裏付ける調査結果が得られたとすることができる。

### 3-4. 普及が著しい流通 BMS

EDI で現在使用している、または、使用を検討しているシンタックスとして XML を挙げた企業に対して、XML メッセージ方式を尋ねた結果を図-4 に示す。

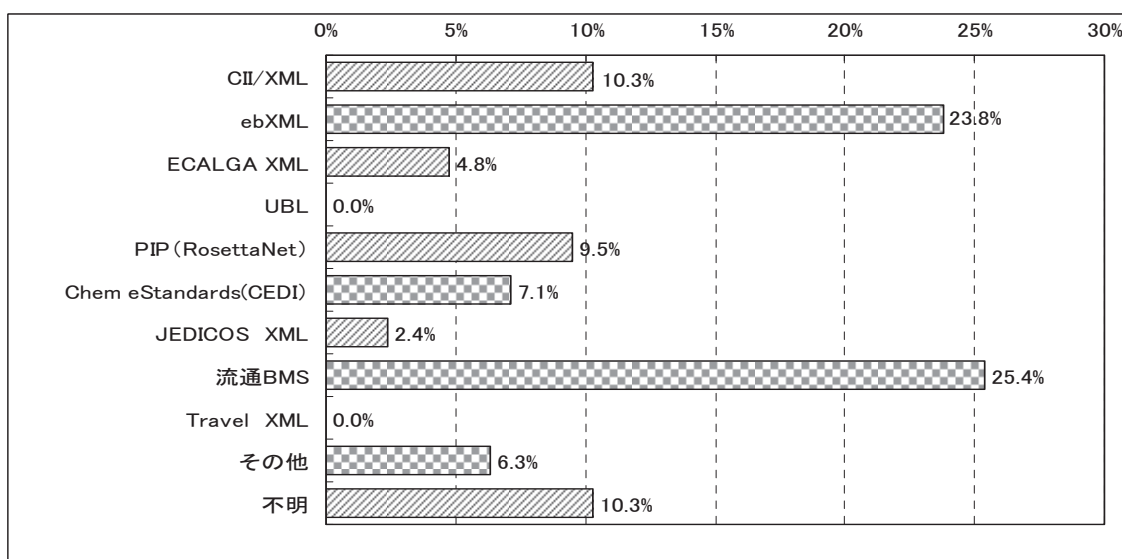


図-4 使用あるいは使用が検討されている XML メッセージ方式

今回のアンケート調査に回答を寄せていただいた企業は、流通業よりも製造業の方が多かったにもかかわらず、XML-EDI のメッセージ方式では流通 BMS がトップとなった。原料・部品の調達 EDI が従来型を継続使用しているのに対して、メーカー～卸～小売の EDI においては極めて円滑に流通 BMS への転換が進んでいるものと見る事ができる。

### 3-5. 電子タグへの産業界の関心は薄れていく傾向に

電子タグへの取り組み状況について JEDIC 会員団体にうかがった結果を図 5 に示す。

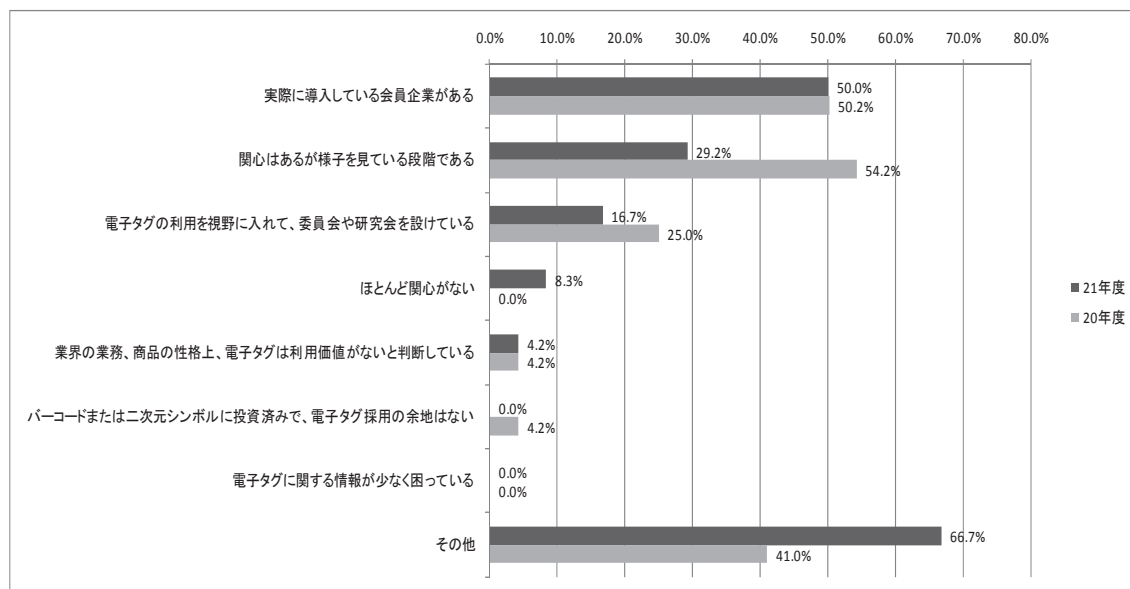


図-5 JEDIC 会員団体が把握している電子タグへの取り組み状況（複数回答可）

結果をみると、導入している企業がある団体の率は昨年と同数であったが、「関心があるが様子を見ている」団体の率はおよそ半減し、「関心がない」の率が増加している。業界内の動向を把握していない団体や、電子タグの利用を検討する WG を作ったが休眠中の団体もあり、全体として、電子タグへの関心は低下している傾向にある。

### 3-6. やはり根強い固有フォーマット

平成 22 年度以降 JEDIC は健全性・業際性・国際性を兼ね備えた望ましい EDI 標準をビジネスのインフラと位置付け、事業展開の中心に据える。そこで、EDI 取引における健全性に対する議論の発端となった、改定素形材産業取引ガイドラインについての設問を今回の調査から新たに追加した。

当該改訂ガイドラインの骨子は、「取引先に業界標準に準拠しない固有の EDI 導入を強いることは、下請法が禁止している『自己の指定する物や役務を強制して利用させる行為に該当する』おそれがある。」及び「例え業界標準の EDI メッセージに準拠していても、取引先に固有のシステム導入や人手による作業負荷を強制する仕組みの要求は『自己の指定するものや役務を強制して利用させる行為に該当する』おそれがある。」というもので、他産業においても同様のガイドラインの展開も考えられることから、広く意識、状況を調査する目的で調査項目に加えたものである。

改定素形材産業取引ガイドラインの認知度を調査した結果を表-2 に示す。

表-2 素形材産業取引ガイドラインに対する認知度

素形材産業取引ガイドラインについての認知度	回答数	構成比
よく知っている	21	3.8%
国のプレスリリースや報告書等で読んだ程度の知識はある	61	11.2%
ガイドラインの名称を知っている程度で、内容については知らなかった	70	12.8%
全く知らない	331	60.6%
不明	34	6.2%
無回答	29	5.3%
計	546	100.0%

認知度については、「よく知っている」「国のプレスリリースや報告書等で読んだ程度の知識はある」「ガイドラインの名称を知っている程度で、内容については知らなかった」の3つの回答を合わせると、約28%が现阶段で何らか知っているとの回答であり、素形材とは無関係な業界が対象となっているアンケートであることを考えると、想像以上に知られていると考えてよいと思われる。

さらに当該ガイドラインの趣旨に沿って EDI を実施しているか否かについて調べるために、

- ① 業界標準 EDI に準拠しない独自 EDI の使用を取引先に強制しない。
- ② 取引先に固有の（特定の）システムの導入を強制しない。

等を遵守しているかを尋ねた結果を表-3 に示す。

表-3 素形材産業取引ガイドラインの順守状況

素形材産業取引ガイドライン等の趣旨を踏まえて対応しているか	回答数	構成比
当該ガイドライン等の趣旨を踏まえ、業界標準EDI を導入している	61	11.2%
部分的には当該ガイドライン等の趣旨を踏まえ、業界標準EDI を導入している	28	5.1%
当該ガイドライン等の趣旨を踏まえているか否か不安がある	29	5.3%
当該ガイドライン等の趣旨を踏まえていない	10	1.8%
下請け取引に該当しない	117	21.4%
不明	195	35.6%
無回答	107	19.6%
計	547	100.0%

---

---

当該ガイドラインの趣旨は、他業界でも同様に展開される可能性のあるものであり、それを現時点で踏まえた形で対応しているかとの意識については、「下請法に該当しない」「不明」「無回答」を除いた部分、つまり該当すると認識している企業の回答だけを見れば「ガイドラインを踏まえていない」とするのは1.8%と低く、産業界がガイドラインを遵守しようとする意識の高さが表れているといえる。

#### 4. おわりに

以上、平成21年度「我が国産業界におけるEDI/電子タグ実態調査」について、特徴的な結果および、新たに設けた調査項目の結果を紹介した。

調査に協力いただいたJEDIC会員団体並びに回答を寄せていただいた企業に改めて感謝を申し上げたい。

なお、本調査の報告書は今年度3月に発行しており、全文をJEDICのWebサイト

[http://www.jipdec.or.jp/dupc/jedic/activity/report/Report\\_h21.pdf](http://www.jipdec.or.jp/dupc/jedic/activity/report/Report_h21.pdf)

から無償でダウンロード可能となっている。広く活用して頂ければ幸いである。

以上



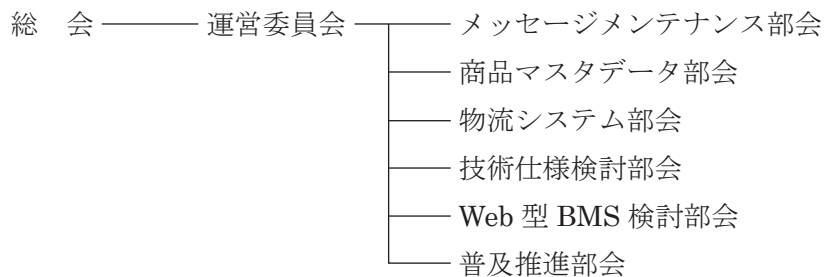
## ◇流通システム標準普及推進協議会からのお知らせ◇

■平成 22 年度定期総会が 4 月 26 日に開催され、平成 21 年度事業報告のあと平成 22 年度事業計画は、普及推進を中心に次の四つの活動を重点的に行うこととされました。

[基本方針]

- ・ 導入予定企業への支援
- ・ 中小流通業への普及推進
- ・ 経営トップ層向けの施策
- ・ 標準仕様の徹底のための活動

また、平成 22 年度の事業実施体制についても次のとおり決定しました。  
(新たに Web 型 BMS 検討部会が新設されました。)



■平成 22 年度第 1 回運営委員会において、流通 BMS 協議会と生鮮取引電子化推進協議会における生鮮標準商品コードの維持管理業務に関する「覚書」について、原案どおり承認されました。(本誌 14 ページ参照)

■会員数 (平成 22 年 6 月 11 日 現在)

正会員 48 団体  
支援会員 133 社

## 【生鮮 EDI 関係の会議等の開催状況】

(平成 22 年 4 月～6 月)

流通システム標準普及推進協議会 第 7 回運営委員会 (平成 21 年度)

日 時：平成 22 年 4 月 13 日 (火) 14:30～17:00

場 所：流通システム開発センター 会議室

次世代 EDI 推進協議会 平成 22 年度総会

日 時：平成 22 年 4 月 23 日 (金) 15:00～17:00

場 所：メルパルク東京

流通システム標準普及推進協議会 平成 22 年度通常総会

日 時：平成 22 年 4 月 26 日 (月) 15:00～18:30

場 所：ホテルフロラシオン青山

生鮮取引電子化推進協議会 第 1 回企画運営委員会

日 時：平成 22 年 5 月 10 日 (月) 15:00～17:00

場 所：(社) 日本喫煙具協会 会議室

食肉流通標準化システム協議会 平成 22 年度総会

日 時：平成 22 年 5 月 19 日 (水)

場 所：流通システム開発センター 会議室

生鮮取引電子化推進協議会 平成 22 年度理事会・総会

理事会

日 時：平成 22 年 6 月 10 日 (木) 11:30～12:30

場 所：コートヤード・マリオット銀座東武ホテル

総 会

日 時：平成 22 年 6 月 10 日 (木) 13:00～14:00

場 所：コートヤード・マリオット銀座東武ホテル

流通システム標準普及推進協議会 第 1 回運営委員会 (平成 22 年度)

日 時：平成 22 年 6 月 15 日 (火) 15:00～17:00

場 所：流通システム開発センター 会議室

## 編集後記

- 前柏木事務局長の退職に伴い、その間事務局長代行を務めてきました食品流通機構の三宅専務理事が平成22年度第1回理事会において、新事務局長に就任されました。
- 今年度から協議会の事業内容を拡大するため、規約等の一部変更を行い農林水産省等の生鮮EDI等に関する公募事業に応募することとしました。  
その結果、本誌でも紹介しましたように「次世代流通情報インフラ調査事業」が採択されましたので、会員企業等のご協力を得ながら本事業を実施してまいります。
- ワケあり野菜！大きさ、形、色などが規格外の野菜が低価格で味は変わらないとして、大手量販店でも出回るようになっている。消費者からは人気だが、生産者側からは規格外品は低価格で輸送コストが高いため、ほとんど利益は出ないという。産地の実情に合った安定的な地域流通システムを生産者・流通業者等が一体となって構築することが望まれる。

(H・N)