

第6号
平成11年12月

生鮮EDI

伝えよう! 運ぼう! 鮮度と情報



生鮮取引電子化推進協議会

「生鮮EDI」第6号 目次

ページ

- シリーズ「生鮮EDIは流通を変える」
青果部門の出荷予定情報が「採算割れ出荷」をなくす(その1) …… 1
生鮮取引電子化推進協議会事務局長 白石吉平
- 「生鮮食品等取引電子化基盤開発事業」の中間報告について …… 3
 - 1. 4つの品目ごとの生鮮標準商品コードの開発状況 …… 3
(青果、花き、食肉、水産)
 - 2. 標準物流バーコードの研究 …… 15
 - 3. ロケーションコードの研究 …… 18
 - 4. 本年度の実証試験について …… 20
- EDI取引のための「運用規約」とは …… 22
- お知らせ
 - 1. EDIに関する勉強会を支援します(募集) …… 23
 - 2. 生鮮取引電子化セミナー開催について …… 24

シリーズ

「生鮮EDIは流通を変える」

生鮮取引電子化推進協議会
事務局長 白石吉平

青果部門の出荷予定情報が「採算割れ出荷」をなくす(その1)

生鮮EDIの開発、普及により21世紀の生鮮食品の流通は、様変わりする。その変化は極めて広範多岐に亘り、現時点で見通せない画期的なものも多いのではない。数多くのビジネス・チャンスを生み出すとともに、逆に、次世紀の舞台から抹消されるものも輩出されよう。従って、本システムの内容と機能を出来るだけ速く、詳細に理解し、各自の経営にシステム定着後の流通構造を投影し、サバイバルに必要な改革を進めることが肝要である。今回は、当協議会のパネル・ディスカッションで議論された、青果部門の出荷予定情報の役割と影響について説明したい。

平成11年末は、暖冬のせいも青果物の価格が大暴落した。巨大な青首大根が50円、ほうれん草も小松菜も2束80円、10キロ入りみかん1箱980円など計算するまでもなく、採算割れではないか同情してしまう。何故、これ程暴落しても毎日、毎日、大量の出荷が繰り返されるのか。採算割れ販売の現象は、過剰生産となっている分野において広範に認められるが、生産者自身が本気で採算割れを承知の上、出荷し続けているのであろうか。生鮮食品以外の商品の場合は、生産者自身は採算を割った上で、更に運賃まで上乗せして出荷しないのが一般的ではないか。恐らく、採算割れ商品を専門的に取り扱うディスカウンターが別途存在し、採算割れ商品をただ同然で買い取り、販売しているのではないか。いわゆる専門業者による廃棄に近い処分売りである。これに対し、生鮮食品の場合は、「昨日は採算割れであったが、今日、明日は違うかも知れない」と、価格回復の願望を賭けて本気で出荷し続けている場合が多いようである。

このような生鮮食品とその他の商品との間の出荷行動の違いは何によるものか。生鮮食品の多くが、取引ルールを公的に規制される卸売市場を通じて流通するのに対し、その他の商品は自由なマーケットの下に生産者自身の判断で如何様に処分しても差し支えないことが影響しているのではないか。つまり卸売市場流通は委託・せり取引を原則としており、予約相対取引も含めて、出荷してせりに掛けてみなければ、いくら値がつくのか、神様以外誰も分からないので、性懲

りもなく採算割れ出荷を繰り返しているのではないか。

終戦直後のように、国民全体の生活が苦しく、モノも不足していた時代には、採算割れが喜ばれることもあったが、最近では値が下がっても消費は増えず、更なる暴落の度合いを深めたり、暴落による欠損が次期の再生産の障害になったり、極端な場合は廃棄処分が環境問題の原因になったり、マイナス面が目立つようである。最近のように流通が分業化してくると、暴落による損失は生産者だけでなく、流通関係全業者に及ぶことは言うまでもない。

どうすれば、こうした弊害を除いて流通の適正化が実現できるのでしょうか。ズバリ、卸売市場の取引制度に工夫を凝らし、委託・せり取引に加えて、実現される価格が大方見通せる取引制度を積極的に取り入れるべきではないか。現状においても、卸売会社は生産者に対し、出荷予定情報の提出を求めているが、提出される情報は、僅か10%程度に過ぎず正確な見通しが難しい状況にある。卸売会社は、何故、生産者に出荷情報を求めるのか。集まった出荷情報を出来るだけ速く仲卸業者などへ伝え、後日、出荷される全量を出来るだけ有利に販売してもらえよう十分な営業努力を展開して欲しいからである。自分が出荷した商品が出来るだけ有利に売れることを願わない生産者はいない筈だが、不思議なことにその出発点となる出荷予定情報が最も有力な卸売会社の場合で一割しか集まらないと言うのはどういうことなのか。

モノが不足した時代には委託・せり原則の卸売市場へ出荷しさえすれば、公平、公正に、ガラス張り（公開）で販売された。こうした卸売市場のかつての機能が今日も発揮されると誤解されているのではなかろうか。モノ不足時代にあっては、「乏しきを分かちあえ」の諺通り生活必需物資である生鮮食品について公平、公正、公開を最重視しなければならない。「生産物の豊かさを生産者の豊かさとして成就する」ことが最重視されなければならないのではないか。公平、公正、公開は豊かさを背景として神の見えざる手で自動的に実現されるのではなかろうか。

このように生鮮EDIで出荷予定情報を迅速に、正確に集め、取りまとめ、販売促進情報として戦略的に伝達していくことは極めて重要であるが、どうすれば卸売会社に情報を集積出来るのか。恐らく前述した「機能論」や「メリット論」と言うリップ・サービスだけでは集まるまい。少なくとも当初段階では何某かの情報提供代を出さねばならないのではないか。この情報を下に有利な営業活動が出来るのであるから、それ見合いの卸売手数料の割引ぐらいは財政負担なしに可能なのではないか。そしてこの方式により相当の精度で価格が見通せるならば、次段階では大胆に買い取り方式に発展させてはどうか。このようにして生鮮EDIにより採算割れ出荷は大方姿を消すのではなかろうか。

生鮮食品等取引電子化基盤開発事業の中間報告

—第2回幹事会・第1回総合検討委員会の検討経過—

本年度の「生鮮食品等取引電子化基盤開発事業」は、5月に開催された第1回幹事会で決定された事業計画にもとづき、順調に進められております。

11月にはその中間の検討状況を審議するために、第2回幹事会及び、第1回の総合検討委員会が開催され、両会議において、上半期の「生鮮標準商品コードの開発状況」・「生鮮EDIの開発状況」・「その他の事業・活動」及び、下半期の取り組み状況について、事務局から報告が行われました。

ところで、EDIの重要な標準化項目としては、EDIで使用されるコードの標準化があります。

中でも、①商品を特定する商品コード、②納品データと納品物の識別を行うための物流コード、③取引先の企業を識別するための企業コードの3つが重要となっています。

上述の会議でも、こうした点が討議のポイントの1つになっておりました。

そこでこの点を踏まえて、両会議での報告内容をご紹介します。

また今年度は花き・食肉については実証試験も行われますので、その他の取り組み活動についても簡単に触れておきます。

1. 4つの品目ごとの生鮮標準商品コードの開発状況

(1) 青果

1) 本年度の目標

生鮮4品のうち、当事業での取り組みが最も進んでいる青果物は、以下のように本年度の目標を設定しています。

- 上半期までに青果標準商品コード（第1次バージョン）の確定を行なうこと
- 物流バーコードの標準化の検討を行なうこと
- 「標準商品コード導入・利用手引書」の作成

2) 品名コードの検討状況

青果における、品名及び商品属性は、次頁の一覧のようにおおむね昨年度の原案通りとなっています。

■ 品名および商品属性項目一覧(青果)

分類	No.	名称	項目説明、例	コード桁数
品名	1	商品種別	野菜、果物の区分 野菜：3、果実：4	1
	2	品名	商品を区別するための名称 大根、みかん 等	4
属性	3	品位基準	商品の格付け（等級）を表す区分 秀/優/良/、A/B/C/ 等	3
	4	大小基準	商品の大きさ（サイズ）の程度を表す区分 3L/2L/L/M/S/2S 26玉、28玉などの玉・束表示 等	3
	5	原産地	国内は、JIS都道府県コード（英文字）	2
			海外は、JIS（ISO）国コード	3
	6	栽培方法区分-1	商品の被覆および加温の有無等の栽培方法 温室加温、温室無加温、マルチ	1
	7	栽培方法区分-2	商品の有機肥料施肥及び農薬散布の有無等、生産管理対象を示す。 有機農産物、特別栽培農産物	1
	8	バイオ区分	商品の栽培時のバイオ技術の適用種別 ウィルスフリー苗を使用、遺伝子組換品種を使用、 遺伝子組換を行ったウィルスフリー苗を使用	1
9	糖度	商品の糖度を表す(%)	(直)	

【コード桁数】 (直)：英数文字を直接表記

さらに今年度は青果標準商品コード（第1次バージョン案）に対して、生鮮取引電子化推進協議会会員の方々や中央卸売市場の開設者などにご協力いただき、コードブックの配布およびアンケート調査を実施し、多くの意見を頂戴いたしました。

■アンケート調査の「品名コードの基本的な考え方について」のご意見の一例

意見	回答者
ベジフルコードを基本としている点で妥当である。	卸、開設者 など
品名が細かすぎないか。簡素化を検討すべき。	ボランティアチェーン など
登録されている野菜の基準が不明確（品種以外の要素が含まれている）。	小売業
輸入品の取扱いはどうなるのか。	ボランティアチェーン
品名（漢字、カナ）ともに省略された表示がある。	卸、ボランティアチェーン など
青果担当にしか分からないような漢字名称は、使わないで欲しい。	ボランティアチェーン
市場関係者以外も利用できるシステムにすべき。	開設者
同じ種類（品目）の中に、産地名、品種名、商品名、状況（態）名とあって、理解しがたい。	

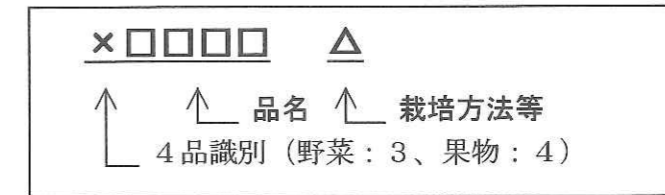
*なお上記以外にも、コード表のコード・品名の訂正意見や、品位基準、大小基準（階級、サイズ）についての追加の要望など、多様な意見を頂戴しております。アンケート調査にご協力いただきました皆様には、貴重なご意見をありがとうございました。

3) 品名コード体系について

前頁のアンケート結果などを踏まえて、「栽培方法に関する属性情報を含む品名」（＝ハウスみかん、サンつがる など）を、標準品名コード表から削除し、品名とは別項目として表示することによって、より分かりやすいコードとする見直し作業が行なわれました。

また、既存のベジフル品名コードとの対応を勘案して、上のような商品に関しては、**5桁品名の後に、1桁の栽培方法区分を付加した6桁で品名を表すこと**によって、ベジフルコードとの対応がとれるようにしたコード体系を検討しています。

■青果物の品名コード体系



■ 6桁目[△桁]の使い方(案)

栽培方法コード	表記法	EDIメッセージ項目
0：指定なし		
1：有機農産物	有機〇〇	栽培方法区分-2
2：特別栽培農産物		栽培方法区分-2
3：サン（無袋）	サン〇〇	栽培方法区分-1
4：ハウス	ハウス〇〇	栽培方法区分-1
5：マルチ	マルチ〇〇	栽培方法区分-1
6：予備		
7：予備		
8：予備		
9：輸入		

(注) 特別栽培農産物は、農林水産省の基準によると「無農薬栽培農作物」「無化学肥料栽培農産物」「減農薬栽培農作物」「減化学肥料栽培農作物」に分けられますが、実際の取引上はここまで細分化する必要はないとの意見が多く、現在は特別栽培農産物のみとしています。

4) 属性コードの検討状況

① 品位基準（等級）

品位基準つまり、等級に関する情報の検討については、これまでの検討経過では、等級も多様であり、等級そのものの呼び方を統一すべきといったことなど、多くの意見が出されていました。

しかし呼び方は、長い歴史があり、かつ現行も使用されていることから、統一してもなかなか守られないということがあります。

そこで、現在のEDIメッセージ上の表現方法（半角などの文字表現）のみを統一し、呼称自体はこれまで通りに使用していくこととしています。

ただし農林水産省が定める品位呼称（秀・優・良、或いはA・B・C）のみはコ

ード化し、また自由使用欄を設けることとしています。

② 大小基準

大小基準は、昨年度原案どおりに、原則、農林水産省基準を使用することとしています。なお先のアンケート調査でも、さまざまな大小基準が指摘されていますが、これらについては、取引上やむなく使用する場合は、自由使用欄を設定して当事者同士で利用することとしています。

③ その他の属性コード

その他の属性コードは、昨年度原案どおりとなっています。

5) 生鮮JANコード体系の研究

標準商品コードの利用方法の一つとして、昨年度に引き続き、主に小売業における発注等のEDIおよびPOSシステムで利用することを目的として、青果用生鮮JANコード体系について研究を行なっています。

実際の利用面からコード体系については、小売業（日本チェーンストア協会）と検討、研究を行っているところです。

■検討中の青果用生鮮JANコード体系

対象業務	コード体系
EDI (発注等) POS { リーマーキング (品名限定) {バンダマーキング	4922 ×□□□□ △ N1N2 C/D 生鮮用フラグ 品名 ↑ 属性 チェックデジット 栽培方法等 [N1N2の使い方 (案)] N1N2は、品名限定において標準案を作成する。また、自由使用の枠を設定する。 指定なしの場合は「0」。

6) 今後の検討事項

青果の下期の検討事項としては、先に属性コードの検討状況を示しましたが、一部、現在ベジフルコードの品名に含まれている、「土付」「洗い」などの出荷形態を表す項目が含まれる商品についての検討が行われます。またアンケート等によって追加要望のあった品名については、登録基準と照らして追加の有無等を行います。

「生鮮JANコード体系の研究」や後述の「物流バーコード」についても、研究、検討を進める予定となっています。

さらにEDIの今後の普及を意図した、「標準商品コード導入・利用手引書」を作成していくこととなっています。

(2) 花き

1) 本年度の目標

花きの本年度の目標は、大きくは下の4点です。

- 標準商品コード（第1次バージョン・試供版）の開発
- 実証試験による評価・検証、改善事項の整理
- 物流バーコードの標準化の研究
- 標準商品コード導入・利用手引書の作成

2) 品名コードの検討状況

品名コードの検討については、日本花き取引コードの品種コード（5桁）を使用することになっており、品名についての特段の検討は行なっておりません。

ただし花束のように、「1つの商品に1つ以上の品種が混在するもの」や、リースなどの加工品、しめ飾りなどの花材等もあることから、こうした商品に対する品種コードを追加することとし、日本花き取引コード管理委員会に申請することとしています。

3) 属性コードの検討状況

次頁に花きの品名および商品属性項目の一覧を示しました。

これをご覧いただければわかりますように、属性の情報項目が非常に多いことが花きの特徴となっています。

ただし切花特有の属性や鉢物特有の属性などが含まれており、商品形態によって属性項目は異なります。

属性項目のうち「形態コード」は、日本花き取引コードの中で商品形態コードとして定められていますが、新たに家庭用苗物の項目に「家庭用果樹苗」「家庭用庭木苗」「その他」を追加することとし、日本花き取引コード管理委員会に申請することとしています。

また日本花き取引コードでは、「品種」が一番細かい分類区分ですが、これとは別に、品種を商品分類的にいくつかにつけた「品目」（＝販売上の素材識別に使用される慣習的なグループ名：キク、バラ、カーネーション、チューリップなど）という分類があります。

しかし品目のコード化は全体（約1,400品目）の10%程度に留まっていますので、品名（＝品種）コードとは別体系で、「品目コード」を新規に採番することとしています。

その他の商品属性コードについては、次頁の品名および商品属性項目の一覧に示した通りです。

■品名および商品属性項目一覧(花き)

分類	No	名称	項目説明、例	用途	コード桁数	
品名	1	品種	日本花き取引コードの品種コード		5	
	2	色	日本花き取引コードの色彩記号 白、黄・クリーム、赤、ピンク・サーモンピンク、紫・薄紫、オレンジ・アブリコット、緑・黄緑、青・空色、コウショク・紅色、複色、等		1	
	3	系統	日本花き取引コードの系統記号 スプレー/ミニ/スタンダード、等。品目により異なる。		1	
	4	品目	販売上の素材識別に使用される慣習的なグループ名 例:キク、バラ、カーネーション、チューリップ		4	
	5	形態	切花、鉢物、苗物、種子、球根等の識別 日本花き取引コードの商品形態コード		2	
	6	等級(品質)	特/秀/優/良、上/中/下、2A/A/B/、等	切花	2	
	7	階級(草丈)	草丈(切花、鉢物とも)。鉢寸は別表記する。 100/90/80、大/中/小、XL/2L/L/M/S/2S/XS、等 ツル植物ではツル長さを表す。		2	
	8	鉢寸	鉢物における鉢サイズ[号]	鉢物	(直)	
	9	土壌区分	栽培時の土壌の種類を表す区分。		2	
	10	露地施設区分	栽培時の露地/施設の違いを表す区分。露地/施設。		1	
	11	施設区分	施設栽培時における施設種類を表す区分。		2	
	12	作型	開花調整の有無を表す区分。季咲き/抑制/促成。		2	
	13	開花調整区分	促成あるいは抑制の方法を表す区分。		2	
	14	その他栽培方法	土壌、施設、作型に分類されない栽培方法を表す区分 例:二度切り、アイスド、アーチング、スプレー		2	
	15	給水方法区分	栽培時あるいは販売後における商品への水やり方法を表す区分		2	
	16	切花仕立区分	切花の栽培時における仕立方法を表す区分	切花	2	
	17	切花加工区分	切花の出荷時あるいは販売時における加工方法を表す区分	切花	2	
	18	鉢物仕立区分	鉢物の栽培時における仕立方法を表す区分	鉢物	2	
	19	鉢物寄植え区分	鉢物の出荷時あるいは販売時における加工方法を表す区分	鉢物	2	
	属性	20	咲き前指定区分	開花状況を表す区分。発注者(卸売業者)が受注者(出荷者)に対して出荷条件を指定する際に主に使用する。		2
		21	苗物仕立区分	苗物の栽培時における仕立方法を表す区分	苗物	2
		22	苗物容器区分	苗物の容器の形状を表す区分	苗物	2
		23	鉢物容器区分	鉢物の鉢の形状を表す区分	鉢物	1
		24	格別区分	商品の瑕疵の状況を表す区分。返品時の状況説明等に主に使用される。		2
		25	順化处理区分	出荷時に行われる外気への順化处理の有無、方法を表す区分		1
		26	ポストハーベスト区分	出荷時における前処理剤の使用有無を表す区分		2
		27	燻蒸処理区分	燻蒸処理の有無を表す区分		1
		28	原産地	国内は、JIS都道府県コード 海外は、JIS(ISO)国コード(英文字)		2 3
		29	輪数	1F/2F/3F、等		(直)
		30	立ち数	鉢物1鉢あたりの本数。ツル植物ではツル本数を表す。	鉢物	(直)
		31	樹高	樹木の高さ[m]	樹木	(直)
		32	葉張り	樹木の枝葉の最大直径[cm]	樹木	(直)
		33	目通り	樹木の地上1.2mの高さにおける円周[cm]	樹木	(直)

【用途欄】空欄の品名、属性：形態を問わず利用が想定されるもの。

【コード桁数欄】(直)：数字を直接表記(コード化対象外)

4) 今後の検討事項

花きの下期の検討事項は、前述のように、日本花き取引コード管理委員会に、品名コードおよび形態コードの追加申請を行い、追加コードを確定させることや、品目全てを対象とした、日本花き取引コードに準拠した品目コードの策定を行っていくことが挙げられます。

また花きは、後述のように、来年1月末までに実証試験が実施されますので、この結果をもとに、今回の「試供版」を使用した標準商品コードの検証を行い、2月末までにその結果を踏まえた改良事項の整理を行う予定となっています。

(3) 食肉

1) 本年度の目標

食肉の本年度の目標は、前出の花きの目標と同様です。

- 標準商品コード(第1次バージョン・試供版)の開発
- 実証試験による評価・検証、改善事項の整理
- 物流バーコードの標準化の研究
- 標準商品コード導入・利用手引書の作成

2) 品名コードの検討状況

下に食肉の品名および商品属性項目の一覧を示しましたが、品名については、「畜種」「部位」「精肉」の大きな3つの構成となっています。

また属性は、前述の花きに比べて情報項目は少ないものです。

■品名および商品属性項目一覧(食肉)

分類	No	名称	項目説明、例	コード桁数
品名	1	畜種	一般に畜種と称されている区分。例:牛、豚、鶏等	1
	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 (一部、4)
	3	精肉	精肉カット仕様の区分。例:薄切り、角切り等	2
属性	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	1
	5	品種	一般に、品種と称されている区分。例:和牛、乳牛等	2
	6	性別	性別の区分。例:経産、未経産、去勢等	2
	7	月齢	月齢の区分。例:18ヶ月~30ヶ月、ラム等	1
	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	1
	9	飼養	飼養方法(飼料の種類や与え方等)。 例:グラスフェッド、ショートグレインフェッド等	2
	10	原産地	国内は、JIS都道府県コード 海外は、JIS(ISO)国コード(英文字)	2 3

食肉の品名コードは、昨年度「牛」については、試作開発を行いました。本年度は再検討を行うとともに、「豚」および「鶏」における品名コードも検討しています。そこで以下に畜種ごとに整理しておきます。

① 牛

牛については、昨年度までの部位コードの見直しを行ない、コマーシャル規格を基本として、特に国内で流通の多い部位のみを追加することとしています。

昨年度までは、海外規格（アメリカ、オーストラリア、ニュージーランド、カナダ）を参考に、これに対応付けながら、コード化の検討を行ってきました。

しかし輸入品は、海外規格そのままをコードとして使えば足りるため、国内で新たにそれらに対応するコードを付番する必要はないという検討結果となりました。

このため国内のコード化については、輸入品を除いた国内流通分をコード化の対象としました。

また、輸入品はカットの仕方により規格は様々ですが、国内の実態取引上の部位は、牛で30分類程度の規格であることから、コードを細分化せず、(財)日本食肉流通センターのコマーシャル規格を基本とすることとしました。

なお海外規格は、コマーシャル規格をベースとした標準商品コードに対応する形で、参考情報としてコード表に表記します。

② 豚

豚は、部位については、(社)日本食肉格付協会の豚部分肉取引規格を基本としながら、特に流通の多い部位を追加しています。

また国内の規格のみを登録することとし、国毎に名称の異なる部位については、別称として扱うことにしています。

③ 鶏

鶏は、日本食鳥協会の食鶏取引規格および食鶏小売規格を基本として、特に流通の多い部位を追加しました。また国内の規格のみを登録することとしています。

④ 副生物（バラエティミート）

(社)日本畜産副生物協会の分類基準に準拠し、畜種毎に部位コードを作成しました。

3) 品名コードの体系

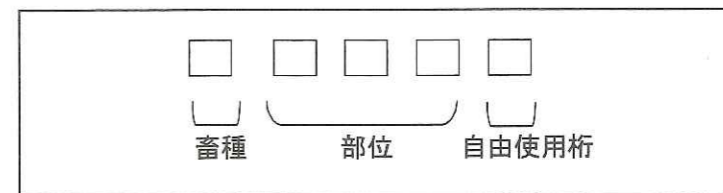
品名コードは昨年度、畜種1桁、部位4桁でした。

しかし部位については、上述のようにコードを細分化する必要はないということになり、次頁のように**部位は3桁に変更し、残り1桁は自由使用桁**としました。

この自由桁は、カットやトリミングの仕方など取引上の都合で、当事者同士で設定して利用してもらうこととしています。

なお、部位コードの大枠の構造は、畜種によって変えるのではなく、牛、豚、鶏で共通としました。

■食肉の品名コード体系



* 部位コードは、昨年度案の4桁から3桁に変更
* 品名コードの5桁目は、原則、自由使用桁とする（使用しない場合は、“0”。一部例外あり。）。

■食肉の部位コードの分類方法および付番方法

100番台	枝肉および骨付き肉／丸どりおよび骨付き肉
200番台	セット
300～899	骨なし肉／正肉類
300番台	まえ系
400番台	ばら系／むね肉
500番台	ロイン系
600番台	もも系／もも肉
700番台	その他の部位／副品目
800番台	バラエティミート／副品目
900番台	(予備)

* 牛、豚、鶏で共通とした。
* 主要な畜種である牛、豚、鶏を畜種コード1桁、部位コード3桁で識別し、その他の畜種は畜種コード2桁、部位コードは2桁とする。

4) 属性コードの検討状況

昨年度は、牛で属性コードは詳しく検討しましたが、本年度は豚および鶏に関する項目を追加したほか、昨年度案の一部修正を行いました。

個別の情報項目としては、「態様コード」（＝商品の保存・流通温度帯区分：チルド、フローズンなど）は、再整理を行ない、細目を削除しています。

「品種コード」は、実際の取引上、あまり細かい品種が必要ではないので、態様コード同様に再整理を行いました。ただし、黒豚（パークシャー種）および地鶏は、国が名称の定義を定めているため、コード化の対象としました。

「等級コード」は、枝肉については、産地側（出荷者や産地食肉センターなど）で細かい等級が定められていますが、(社)日本食肉格付協会が定める基準に基づく数値を直接表示することとし、コード化は行わないこととしました（例：歩留等級の皮下脂肪の厚さなど）。

5) 今後の検討事項

品名コードのうち、「畜種」の分類（牛・豚・鶏など）に、和牛・国産牛・輸入牛などの区分を追加するかどうかについて、小売業の発注業務などを想定して検討を行います。

また「精肉コード」は、「誰がなんのために使うのか」という利用方法を十分に検討した上で、小売業者の社内コード等を参考に、実際の流通に即した整理を行い作成していくことにしています。

さらに、花き同様実証試験が行われますが、ここでは「試供版」を使用した標準商品コードの検証及び、物流バーコードの標準案の検証が行われます。

またその結果を踏まえて、2月末までに改良事項の整理を行っていきます。「標準商品コード導入・利用手引き書」についても、他の品目と同様に作成していきます。

(4) 水産物

1) 本年度の目標

水産物は他の品目より開発スピードが遅れておりますが、本年度の目標を以下のように設定しています。

- 上半期までに取引電子化の対象分野の絞り込みを行うこと
- 下半期を中心に、標準商品コード体系及びEDI標準メッセージのあり方と利用方法の研究を行ない、それらの成果を取りまとめる。

2) 取引電子化対象分野の絞り込み

水産物は、他品目に比べ、流通経路が複雑な上、魚種や態様（鮮魚、冷凍、塩干など）によっては、取引電子化に向くのかどうか不透明な部分もあることから、あらためて取引電子化対象分野の絞り込みを行いました。

取引の流通段階としては、「消費地卸売市場」を中心とした取引業務を前提として、標準化のあり方を検討することとしました。

その理由をいくつか挙げますと

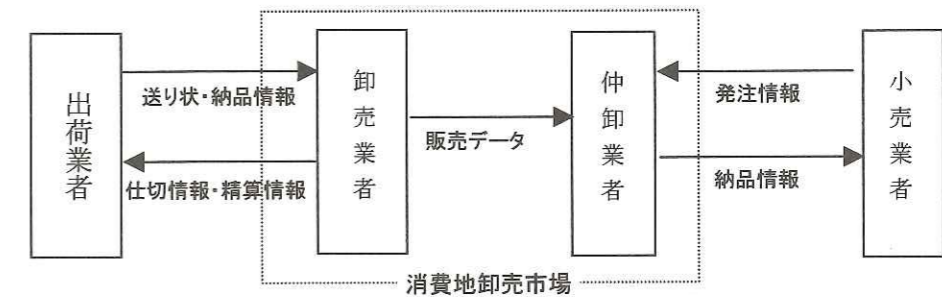
- 消費地卸売市場の値決めおよび集荷、分荷の役割は重要であり、流通の要となっていること
- 取り扱われる商品の範囲が、生鮮、冷凍、塩干品、加工品、輸入品など多様であり、ここでの標準化は他の流通段階への応用が期待できること
- 消費地卸売市場の卸売業者では社内業務の電算化が進んでいるところも多く、取引電子化に取り組みやすい環境にあること
- 数多くの出荷者及び販売先が存在することから、消費地卸売市場を中心とした取引を電子化することによる業務効率化が期待されること
- 昨年度調査においても、消費地卸売市場を中心とした取引電子化のニーズが比較的高いこと

といったことが指摘できます。

標準化の対象とする商品群は、JANコードを取得している加工品、缶詰商品等を除き、あまり限定しないこととしています。

また取引業務としては、昨年度の調査から、消費地卸売業者と出荷業者間の「送り状・納品情報」、「仕切情報・精算情報」、及び仲卸業者との間の「販売データ」交換の取引電子化、仲卸と小売業者間の「発注情報・納品情報」などが期待されています。

■水産物の取引電子化が期待されている業務



3) 標準商品コードの基本的な考え方とコード体系・品名の分類体系の検討

標準商品コードの基本的な考え方としては、多様な呼称を対応付けながら、対象となるべきすべての水産物について名称とコードを設定すること、出世魚については、その定義をコード表の備考欄に記すこと、といったことです。

属性コードは、各々の各流通段階や取引業務、商品群ごとに必要とされる情報の種類と内容が異なりますので、ある程度の絞り込みと再整理を行っていきます。

また海域、漁港、国名などの原産地表示については、改正されるJAS法等の動きを注視しながら、整合性を図っていくものとしています。

標準商品コード体系は、これを構成する品名と属性を次頁の表のように整理しています。

品名は、商品である魚類等の名称をコード化するものであり、属性としては、活魚・鮮魚などの保存形態を区分する「態様」や魚種によって大きく異なる「等階級」、小売段階で細分化される「形状」、またJAS法の改正で議論されている「原産地」などです。

品名の分類については、魚の種類を整理するために、大枠の分類体系を検討していますが、農林水産省統計情報部が作成する「水産物流通統計年報」を基本としています。

その他、品名や属性情報については、主な消費地卸売業者の扱っている品名などを元に、調査、研究を進めています。

■水産物の品名および商品属性項目一覧(水産物)

分類	No.	名称	項目説明、例	コード化
品名 属性	1	品名	商品である魚類等の名称 〈大分類〉魚類、かに類、えび類、いか類、貝類、海藻類 〈中分類〉アジ類、サンマ類、マグロ類… 〈品名〉マグロ類の例：インドマグロ/キハダ/メバチなど	○
	2	態様	商品の保存形態を表す区分 ・活魚、鮮魚、冷凍、塩干等	○
	3	等級	商品の品質を表す区分 ・1級/2級/3級/格外 ・1等/2等/3等/格外 ・特/秀/優/良/可/並/等外 ・A/B/C など	
	4	階級	商品の大きさ(サイズ)の程度を表す区分 ・大/中/小 ・L/M/S ・3号/4号/5号 ・110/120、120/150、120/UP など	
	5	形状	魚類の加工状態を表す区分 ・ラウンド、セミドレス、ドレス、フィーレ、切り身など	○
	6	漁法	漁法を表す ・天然、養殖、蓄養など ・底びき網、一本釣りなど	○
	7	国名 県名	海外は国名あるいは地域名、国内では県名あるいは地域名を指す。国名、県名はJIS規格に準拠する。	○
	8	原産地	漁場または海域を表す ・東シナ海、オホーツク海、北洋漁場など ・天然沖、天然丘など	
	9		漁港 ・全国で2,944港(10年6月1日現在)：漁港一覧(水産庁漁港部)	

【コード化欄】 ○：コード化を検討している項目(品名に含まれる属性)
空欄：コード化を今後検討する項目(品名には含まれないが、取引では必要な属性)

4) 今後の検討事項

今後は、取引の流通段階として「消費地卸売市場」を中心とした取引業務としながらも、その前後の流通段階(産地出荷業者ならびに仲卸業者、小売業者)のニーズを確認し、さらに対象業務の範囲を広げて調査を実施することとしています。

また魚の地方名称の収集整理や輸入魚種の分類や名称の整理を行っていきます。

さらに取引電子化の対象業務の範囲に合わせた、標準商品コードの検討を行い、併せて取引電子化の主な対象業務の中から、2~3の業務を選定し、EDI標準メッセージの試作開発の検討を行っていきます。

2. 標準物流バーコードの研究

(1) 物流バーコード標準化の基本方針

流通業界で標準化されている物流用バーコードには、大きくは2種類があります。

このうち、1つのダンボール箱に同一商品が複数個詰め合わされている場合に使用するバーコードとして、ITFコードがあります。

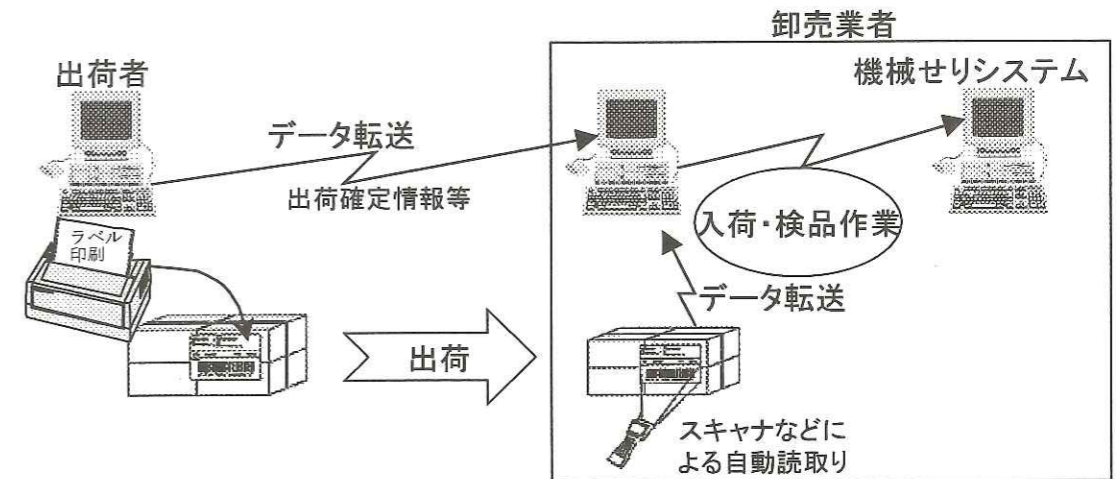
「何が(JANコード)何個入っているか」が判別でき、主に、酒類・加工食品、菓子、日用品、医薬品業界で利用されています。

しかし、情報量が限られ、使い方が限定されてしまう点がマイナスです。

これに対して、「UCC/EAN-128」は、JANコードやITFでは表示できない商品属性や商品管理情報など多くの項目を表示できます。

また、EDIと連動して使用するのに適した国際標準のバーコードでもあるため、生鮮4品の標準物流バーコード体系は、このコードを前提に、4品毎の利用方法と必要な情報項目を検討しています。

■物流バーコード利用イメージ



(2) 食肉における物流バーコード標準化の研究

物流バーコードの利用にあたっては、生鮮品目ごとにその必要ニーズの度合いは異なりますが、食肉において、物流バーコードの利用の要望が高く、検討スケジュールを早めて開発を行っています。

食肉業界の業務では、卸売業者・冷蔵倉庫業者における部分肉の入出庫管理、棚卸し業務や小売業者における入荷検品、棚卸し業務などに効果があるものと期待されています。

本年7月には、米国生鮮取引電子化調査を実施し、米国での食肉物流バーコー

ドラベルの現状を調査するとともに、食肉のワーキング（作業部会）での検討を加えて、以下のような食肉における標準物流バーコード体系案を作成しています。

■食肉物流バーコード(案)の図

品名 松阪牛 リブアイロール		
製造年月日 99.1.23	保存温度 0°C	重量 Kg 12.34
品質保持期限 99.3.23	枝No. 01-2345 左	
シリアルNo. 123412345		
加工元 ○○食肉センター		三重県○○市○町 △-△-△
		
(01)94912345 15120 9 (3102)001234 (11)990123 (21)123412345		

アプリケーション識別子 (AI)

- ①メーカーコード (パッカー)
- ②アイテムコード (標準品名コード)
- ③重量 (Kg)
- ④製造年月日
- ⑤カートンID

①メーカーコード (7桁) …部分肉を箱詰め、出荷する業者

(01) 9 49 12345

↑ JANメーカーコード (7桁)

↑ 梱包インディケータ (1桁)

0	商品を混載した段ボールである場合
1~8	単一商品段ボールで各入り数が同一である場合
9	単一商品段ボールで各入り数が異なる場合

②アイテムコード (5桁)

・標準商品コードの品名コードとする。

③重量 (6桁)

- ・キログラム表示とする (ただし、輸入品ではポンド表示のものがあるが、AI 識別子によりキログラム表示、ポンド表示ともに読み取り可能)。
- ・小数点以下2桁を標準とする。

④製造年月日 (6桁)

・品質保持期限は、表示の義務があるため、ラベル上に文字で表示する。

⑤カートンID (9桁 (国際標準規格は最大20桁))

- ・パッカー (部分肉を箱詰め、出荷する業者) が複数の工場を持つ場合は、工場番号+カートンIDとする。
- ・カートンIDは、12桁まで使用可能 (数字のみの場合)。

<留意事項等>

- ・物流バーコード上に表示しない詳細データ (社内コード、商品属性データ等) については、メーカーコード、製造年月日、カートンIDをキーとして対応付けしたEDIデータを利用する。
- ・上記を踏まえて、物流バーコード上の商品コードは、生産者から小売業者までが共通に使えるものが望ましく、標準品名コードとする。

(3) 青果・花きでの物流バーコード標準化の研究

今年度下半期は、食肉と同様、青果物および花きでも以下のような手順で、物流バーコード標準化の研究を行うこととしています。

- 利用ニーズの高い業務の抽出
- 受け取り側でのデータの利用とそのメリットの整理
- 送り出し側におけるバーコードの作成方法、タイミング、メリットの整理
- 実現可能性の検討
- 標準的な利用モデルの検討
- 物流バーコードに記載すべきデータ項目の検討
- 表示方法の検討

3. ロケーションコードの検討

(1) グローバル・ロケーション・ナンバーについて

EDIメッセージのデータ項目の中で商品コードと並んで普遍的に使用されるロケーションコード（企業・事業所を識別するための標準コード）は、流通業界向けに国際EAN協会が定めた「グローバル・ロケーション・ナンバー（GLN）」の使用を原則としています。

流通業界では従来、EOSやVANを利用した企業間データ交換の企業・事業所コードに、共通取引先コードが標準コードとして利用されていました。

こうした取引では、適応業務の範囲やデータ交換をする相手企業が限られていることが多いため、それぞれの企業間、あるいは業界内で取り決めた専用コードでも十分運用することが可能でした。

しかし近年、コンピュータのネットワーク化が急速に進み、対象業務や取引先あるいは対象商品群が拡大していく中で、業種や業界の枠を越え、多くの企業や事業所間で取引業務に関わる多様なデータが交換されるようになりました。

進みつつある商取引の業際化、国際化の時代にEDIを行なう場合、各企業が取引先の専用コードで取引を行えば、取引先の数だけ多様なコードを設定管理しなければなりません。

そのため、データ処理業務は煩雑化し、システム開発や運用維持に要するコストもアップし、業務処理のスムーズな運用を妨げる原因となります。

流通EDIを正確に、より効率的に実現していくには、低コストで汎用性の高いシステムを構築していくことが重要です。

そのためには、日本国内はもちろん、世界中で企業または事業所を唯一に識別できる標準取引企業（事業所）コードが不可欠であり、その標準取引企業（事業所）コードを商取引に関わる企業が共通して使用することが望まれています。

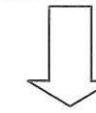
GLNの特徴は次のとおりです。

- 国内だけでなく、国際取引にも使用できる。
- 企業コードと事業所コードで構成される。
- 流通業界で既に普及している既存の企業・事業所コードと整合性がある。

(注) EAN協会: European Article Number Association (流通業界のバーコード体系やEDIメッセージの国際管理機関)

■グローバル・ロケーション・ナンバー(GLN)の体系

F 1 F 2	X 1 X 2 X 3 X 4 X 5 X 6 X 7 X 8 X 9 X 10	C/D
国コード	各国のコードセンターが設定・付番する ロケーション・ナンバー (10桁)	チェック・ディジット



■日本におけるGLNの運用ルール

4 9	1	K 1 K 2 K 3 K 4 K 5 K 6	L 1 L 2 L 3	C/D
国コード	固定	共通取引先コード	事業所コード	チェック・ディジット
または				
4 9 (または 4 5)	M 1 M 2 M 3 M 4 M 5	L 1 L 2 L 3 L 4 L 5	C/D	チェック・ディジット
JAN商品メーカーコード		事業所コード		

※事業所コードは各社が事業所単位で設定し、企業コードと併せて取引先に通知する。

・わが国におけるGLNは、流通業界で既に普及している既存の企業コード（共通取引先コード、またはJANメーカーコード）を使用した体系を採用しています。

(2) 「生鮮業界利用型コード」の取扱いについて

昨年度までは、青果において、上記のGLN体系を原則としながらも、ベジフルシステム等で広く使われてきた全国統一の企業・事業所コード（経済連コードや卸売業者コード等）も利用できるような、「生鮮業界利用型」のロケーションコードを検討してきました。

しかし、コード管理者が不明であったり、桁数が足りないなどの指摘もあり、現在、新しいコード体系案として、EDIメッセージ上の「修飾子」を用いた、ロケーションコードの検討を行っています。

■「生鮮業界利用型コード」の新案(コードの管理者を表す「修飾子」で識別)

ロケーションコード	修飾子 (コードの管理者)
GLNコード F 1 F 2 X 1 X 2 X 3 X 4 X 5 X 6 X 7 X 8 X 9 X 10 C/D	9 : EAN
社内や市場内で使用しているコード (13桁以内)	90 : 製造者が付番 91 : 販売者が付番 92 : 購入者が付番
経済連コード (4桁) X 1 X 2 X 3 X 4 県 県連区分	JA : 青果物流通情報処理協議会 (経済連コード)
卸売業者コード (6桁) X 1 X 2 X 3 X 4 X 5 X 6 県 市場 会社 分場	JW : 青果物流通情報処理協議会 (卸売業者コード)

4. 本年度の実証試験について

(1) 本年度の実証試験

本年度は、花き・食肉について、実証試験が行われます。

8月の企画提案募集説明会に続き、書類審査やヒアリング審査を経て、花きについては3社3提案、食肉は4社4提案が採用され、現在、実証試験に向けて各種取り組みが進められています。

実証試験内容の概要は、

- 花き及び食肉標準商品コード第1次バージョン（試供版）の検証・評価
- 花き及び食肉EDI標準メッセージ第1次バージョン（試供版）の検証・評価
- システムの開発・運用・評価

といった点を中心に作業を進め、今後の標準商品コード及びEDI標準の改善に努めていくことになっています。

ところで実証試験は、前提として、ある程度既存の取引インフラの整備が進んでいるところでまず実験を行ない、ここでの検証結果をもとに、部分から全体へ普及を図っていくことが重要となっています。

今回の実証試験先も、卸売市場を中心として、取引電子化への取り組みに積極的な企業が参画して実施されます。

また実証試験は、できるだけ多くの流通段階、できるだけ多くの取引業務を対象に、開発中のコードやEDIメッセージの有効性を検証していくことが望まれます。

このため今回の実証試験でも、出荷者から、卸、仲卸、小売までを結ぶ実験例や遠隔の産地と都市部の卸売市場を結ぶ例などもみられます。

さらに、昨年行われました青果とは流通経路が異なりますので、花きについては運送事業者、食肉については冷蔵倉庫事業者を含めた取引が含まれており、これらについても検証が行われます。

食肉については、調査研究を前倒しで進めております、物流バーコードの実用性などについても考察されることになっています。

なお、次頁に今回実証試験の対象となる花き、食肉についての各EDI標準メッセージをまとめて整理しておきます。

■実証試験の対象となる花き・食肉のEDI標準メッセージの概要

花きEDI標準メッセージ(試供版)		食肉EDI標準メッセージ(試供版)	
メッセージ名称	メッセージの方向	メッセージ名称	メッセージの方向
出荷確定情報	出荷者⇒卸売業者等	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
入荷確定情報	卸売業者等⇒仲卸業者等⇒小売業者	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
発注情報	小売業者⇒仲卸業者等⇒卸売業者等	受領情報	【国内取引】 小売業者⇒卸売業者・出荷者 【輸入取引】 小売業者⇒仲卸業者⇒輸入商社
仕切情報	卸売業者等⇒出荷者	仕切情報	卸売業者・産地食肉センター⇒出荷者
請求情報	卸売業者等⇒仲卸業者等	出庫報告情報	冷蔵倉庫事業者⇒寄託者
集荷依頼情報	出荷者・卸売業者等⇒運送事業者	出切重量報告情報	冷蔵倉庫事業者⇒寄託者
集荷運賃請求情報	運送事業者⇒出荷者・卸売業者等		
出荷予定情報	出荷者⇒卸売業者等		
入荷予定情報	卸売業者等⇒仲卸業者等⇒小売業者		
配送運賃請求情報	運送事業者⇒仲卸業者等・小売業者		

(2) 今後の予定

実証試験については、来年1月末までに試験を実施し、「試供版」を使用したEDI標準メッセージの検証を行ない、結果を踏まえた改良事項を整理していきます。

また実証試験と並行して、下半期には、EDI標準メッセージの利用方法・利用システムの研究を行なうとともに、今後の標準商品コード及びEDI標準メッセージの導入と利用方法について、これを分かりやすく解説したマニュアル書を作成していきます。

同マニュアル書は、青果編、花き編、食肉編の3分冊とし、それぞれ標準商品コードとEDIについて、利用方法や導入手順などについて触れていく予定です。

これらによって、次年度以降の生鮮取引電子化の普及・啓発活動に一層の弾みがつくことが期待されています。

EDI取引のための「運用規約」とは

生鮮食品等取引電子化基盤開発事業では、EDI標準規約を4つのレベルに分けて順次標準化の検討を行っています。

最も下位の第1層が「情報伝達規約」、いわゆる通信手順の標準化で、今回の事業では流通業界の標準である「H手順(TCP/IP対応版)」を推奨しています。

第2層は「情報表現規約」と呼ばれるもので、EDIメッセージとコードの標準化です。いわば今回の事業の根幹部分であり、最もエネルギーを注いで検討しているのが第2層です。すでに、青果物、花き、食肉ではかなりの部分の作業を終えております。

残る第3層と第4層は「EDI運用規約」および「EDI標準契約」です。「契約」で基本的な取り決めを行い、それらの条項について技術面、運用面での詳細な取り決めをしたのが「規約」という関係になります。いずれもEDI取引をスムーズに運用するために欠かせない、取引当事者同士の約束事を記載したものです。既に流通業界の標準的なモデルがありますので、今回の事業では生鮮業界の取引慣習や法制度面からの見直し検討を行っています。

このうち「EDI運用規約」は普遍的な取り決め事項ですので、流通業界の標準モデルが参考になるでしょう。流通標準では以下の内容について規定すべきだとしています。

EDI運用規約の内容

- | | |
|---------------------------------|---------|
| 1. EDIシステムの内容
適用範囲、実施手順、運用体制 | 2. 安全対策 |
| | 3. 障害対策 |
| | 4. 費用負担 |

1. 【EDIシステムの内容】では、EDI取引の対象となる業務の範囲や、伝送の方法(通信回線、通信手順、データフォーマット)、運用日と時間帯、データの書き込み終了時刻と読み出し開始時刻、読み出し不能データの取扱い、データの保存、運用体制(連絡窓口)等についての取り決め内容を示したものです。

2. 【安全対策】はデータ交換の安全性および信頼性確保のための手順を示したもので、発信者の同一性の確認(パスワード等)、発信者の作成権限の確認(電子署名等)、データ入力の際の誤りの有無確認(上限値・下限値の設定による異常性の排除等)、伝送途上におけるデータ変質の確認(暗号化等)で構成されます。このような何段階にもわたるチェックにより、無権限者によるデータの侵入やデータのエラーを未然に防止することができます。

3. 【障害対策】はデータ伝送に付きものの障害が発生した場合の連絡方法と対処方法について事前に取り決めたものです。障害対策で万全を期すとするならば、通信回線の二重化を図ることですが、費用対効果で難しい面があります。したがって、最悪の場合はFAX等の代替手段をお互いが確認しておく必要があります。

4. 【費用負担】については取引当事者双方の境界線を明示することによる自己負担の原則、あるいはデータの種類によって受益者が負担する等の考え方があります。

上記の規定は取引当事者が直接データ交換する場合を想定したものです。VAN事業者が介在する場合は、VAN事業者との契約事項にうたわれることとなります。

お知らせ

EDIに関する勉強会を支援します(募集)

1. 趣旨

生鮮食品等取引電子化基盤開発事業で開発されたEDIの成果を、利用・普及していくためには、会員(正会員に限る。以下同じ)自らがEDIをよく理解するとともに、積極的に周囲に働きかけ、理解を求めていく必要があります。このため、会員相互が開催する勉強会や、あるいは会員がその取引先関係者を対象にEDIに関する会合を開催する場合、下記のように講師派遣費を対象に協議会として支援しようというものです。

記

1. 支援対象

- 1) 会員相互が開催するEDIに関する会合の講師派遣費(旅費・謝金)を支援します。
- 2) 会員が取引関係者に対して行うEDIに関する会合に対する講師派遣費(旅費・謝金)を支援します。
- 3) 上記会合で、講師が必要とするOHP等の備品借料を負担します。

2. 支援の範囲

支援金額の計算は協議会の基準によります。
また、予算総額は900千円の範囲で予定しています。

3. 申し込み方法

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、下記事務局へご連絡下さい。

4. 連絡先

生鮮取引電子化推進協議会事務局(担当:藤田)

TEL 03-3255-2028

FAX 03-3255-2050

生鮮取引電子化セミナー開催について

昨年11月、12月に開催の講演会及びセミナーは多数のご参加をえて、お陰様で好評で終わりました。

今回のセミナーの内容は、青果物のアプリケーションソフトが出来上がりましたので、画面を見ながらのデモンストレーションを行い、より実践的な研修を考えています。デモンストレーション設備の関係で、人数を絞って次の各地で開催しますので、お早めにお申し込み下さい。

1. セミナーの内容

- 1) EDI導入に伴う業務フローの変化
講師 (財)流通システム開発センター 坂本尚登氏
- 2) 青果物アプリケーションソフトのデモンストレーション
説明者 富士通株式会社、株式会社三菱総合研究所

2. 開催日時及び開催地

- 1) 平成12年1月20日(木) 13:00~16:30
場所: KKR HOTEL SENDAI 2階 蔵王の間
仙台市青葉区錦町1-8-17 TEL: 022-225-5201
- 2) 平成12年1月28日(金) 13:00~16:30
場所: KKR HOTEL OSAKA 14階 オリオンの間
大阪市中央区馬場町2-24 TEL: 06-6941-1122
- 3) 平成12年2月3日(木) 13:00~16:30
場所: コープビル 6階 第3会議室
東京都千代田区内神田1-1-12
TEL: 03-3294-3821
- 4) 平成12年2月9日(水) 13:00~16:30
場所: 福岡朝日ビル 地下1階 会議室16号
福岡市博多区博多駅前2-1-1 TEL: 092-431-1228

3. お申し込みは協議会事務局までご連絡下さい。

生鮮EDIに関するホームページ

生鮮食品等取引電子化基盤開発事業に関する事業実施計画、スケジュール及び資料、報告書等のお知らせは、(財)食品流通構造改善促進機構のホームページ (<http://www.ofsi.or.jp/>) に掲載されています。

掲載内容の一部

- 取引電子化に関する基礎的な用語の解説
- 生鮮取引電子化Q&A集
- 青果標準商品コード(第一次バージョン)

編集後記

- この会報がお手元に届くのは、皆様が新年をお迎えになってからだと思っておりますので、まずは本年もよろしくとお願い申し上げます。平成11年11月から12月にかけて、毎週、取引電子化の講演会やセミナーを開催しました。その関係で会報の準備が出来ず、発行が新年にかかりましたので、新たな気持ちということで、今回から表紙を一新し、またEDI導入に関する意見、議論をシリーズとして連続掲載することにしました。トップバッターとして白石事務局長から始めますが、どうぞ皆様からのご意見もお待ちしています。
- 講演会及びセミナーの講演等は大変好評で、事務方としても大変参考になるものでした。生鮮4品、即ち青果、花き、食肉、水産の代表によるパネルディスカッションは4品目の現状と課題が具体的に出され、各業界ともEDIの導入を真剣に検討しておられることが分かりました。これらの話の内容をお伝えすべく、講演会資料として配付することにしています。
- お知らせで、先進事例の見学会のご案内をしたかったのですが、現在交渉中で間にあいませんでした。予定では2月頃になろうと思っておりますので、決まり次第、別途、ご案内することにしたいと思います。

生鮮取引電子化推進協議会会報

第6号 平成11年12月発行

発行所 生鮮取引電子化推進協議会
〒101-0022 東京都千代田区神田練塀町3-3
(財)食品流通構造改善促進機構内
TEL：03-3255-2028
FAX：03-3255-2050

発行責任者 事務局長 白石吉平

印刷所 有限会社 三和プリント