

第8号  
平成12年6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8号 目次

	ページ
●シリーズ「生鮮EDIは流通を変える」(その3)	
ITブームと生鮮EDI.....	1
生鮮取引電子化推進協議会 事務局長 白石 吉平	
●生鮮標準商品コード開発調査研究の結果報告.....	3
(財)食品流通構造改善促進機構 調査研究部	
●平成12年度事業実施計画について.....	23
(財)食品流通構造改善促進機構 調査研究部	
●用語解説「ソースマーキング」とは.....	26
●システムの維持管理について.....	27
(社)日本加工食品協議会 専務理事 井岸 松根	
●平成12年度事業計画及び収支予算について 事務局.....	30

## シリーズ

### 「生鮮EDIは流通を変える」(その3)

生鮮取引電子化推進協議会  
事務局長 白石 吉平

#### ITブームと生鮮EDI

ITブーム真っ盛りである。新聞にITと言う文字が出ない日は無く、とうとうサミットの議題や衆議院選の争点にもなった。竹中慶大教授と孫ソフトバンク社長が森総理に会い、「ITは人々のライフスタイルを一変させる程の革命的な力を持っている。」と説いた所、メモを取りながら熱心に聞いていた総理は、IT革命に突如目覚め、7党の党首討論会で「IT革命推進のための新たな規制緩和3カ年計画」を作ると表明したと報じられている。こんなに慌ただしくなると、生鮮EDIを5カ年計画で進めている我々は、率直に言って世の中のスピードに遅れを取らないか、不安になる。

だが慌てる必要は無いのではないか。食品流通についても、百貨店、スーパー、コンビニ、専門店など軒並みインターネット販売などに乗り出しているが、果たして、IT化に適した商品・サービスは何かの十分なツメがあるのだろうか。少なくとも食品については、兎も角IT化に乗り遅れては生き残れないと言ったマスコミ報道や、ライバル企業が動き出したのと言うことが契機になっている節がある。日本経済新聞が4月末発表した主な消費者向け電子商取引会社(いわゆるBtoC)とその実績によれば、最大がM不動産の住宅で830億円、次いで家電のSドットコム・ジャパンの100億円、これに食品も扱う仮想商店街のRの60億円が続くが、報道で騒がれるに足るほどの大きな売り上げではない。正にカオス(混沌)の時代で暫く多産多死の状況が続き、これぞIT流通と言う完成図が明らかになるのは先になるだろうが、この番付から見ても、対象商品の多くが買回品であることから最寄品が多い食品の場合はギフト商品や多用な「訳有食品」に限られ、大きなマーケットになるか疑わしい。

IT流通にアクセスする企業は、申し合わせたように、IT化により「効率化と低価格化」が図れると言うが、これが革命と騒がれるIT化の出口なのか。こ



んなにモノが余って食品などでは100円セールが99円、98円と水準を下げ、流通発の「値下げスパイラル」の状況にあるのに、この上効率化、低価格化とは一体どう言う神経なのか。IT化に寄せる国民の期待は、効率性を追求したモノ不足時代の雇用の節約を目指した活動では決してなく、国民のアメニティの増進を目指した雇用、消費を増大させる活動ではないか。私どもが開発しつつある生鮮EDIは、小売店を通じてより良質の生鮮食品と関連のサービスを提供することで、これを個々の小売店が行うことが困難なので、卸売市場流通のIT化により実現しようとする、いわゆるBtoB（企業対企業）のIT化を図るためのインフラ（基盤）を整備しようとするものである。今の卸売市場は量販店業界が改善要望しているようにスケール（零細な取引規模）、スピード（迅速でない配送）、サービス（商品開発の遅れなど）、サニテーション（安全・衛生問題）の4つのSが欠落していると指摘されているが、生鮮EDIによりこうした課題の解決が可能となり、商品・サービスの向上が図られ、中小小売店や中心市街地が活性化され、雇用の拡大などが実現されるのである。勿論一直線でゴールには至らない。今開発中のシステムは今の卸売市場で行われている業務をほぼ丸呑みで電子取引化するもので、これにより効率性と正確性は格段に向上するが、新しい取引の導入には至っていない。恐らく今の取引をそのまま電子化したシステムを動かしてみると、システム利用者はこんなシステムでは商売にならないと気づき、改めて、電子化取引はどのような商品、取引相手、契約、代金決済方法、配送方法などを対象とすればメリットが発揮されるか意識せざるを得なくなり、実践的な競争力ある電子取引の姿が明確になるのではないかと。

IT化の動きは凄まじいが、急がば回れ、大きな理想をもって出口をはっきり見据え着実な展開を図って参りたい。



# 生鮮標準商品コード開発調査研究の結果報告

5ヵ年計画で推進されている「生鮮食品等取引電子化基盤開発事業」は、平成11年度で中間年の3年が経過しました。

これまでの間に、生鮮4品共通の基本構想策定といった基本方向を明かにするとともに、品目ごとに基礎調査などを実施し、標準商品コード・EDIメッセージの試供版の開発、実証試験による検証や改善、標準商品コードの利用方法の研究などを進め、現在、生鮮4品の取引電子化の基盤の姿がいよいよ見え出してきました。

本年度からは計画も後半に入り、より具体的な取り組みや、幅広い取引電子化への普及・啓発活動が期待されています。

ここでは、平成11年度に策定されました「生鮮標準商品コード開発調査研究 報告書」から、その概要を報告します。

## 1. 平成11年度の商品標準コード及びEDI標準開発調査結果の全体概要

生鮮4品のうち、青果については、ベジフルコードを基本とした品名コードを含む青果標準商品コード、および16種類のEDI標準メッセージをいずれも第1次バージョンとして確定しました。

またこれらを普及するために「導入・利用の手引き書」（本年10月発行予定）を取りまとめるとともに、サブセットメッセージ（＝膨大なデータ項目で構成される標準メッセージを実用的で簡易型にしたメッセージ）やロケーションコード体系の研究をすすめました。

花き及び食肉については、標準商品コード（第1次バージョン・試供版）と試供版EDIメッセージ（花きは9種類、食肉は6種類）を開発し、実証試験を実施して改善事項の整理を行ったほか、物流バーコードの標準化の研究、青果と同じく「導入・利用の手引き書」の検討を行いました。

水産物については、取引電子化の対象分野を絞り込みながら、標準商品コード体系の整理、EDI標準メッセージの試作版（4種類）を作成しました。

このほか、当事業が最も進行している青果では、青果標準商品コード・青果EDIメッセージを使用するための、出荷者用・卸業者用・仲卸業者用の3種の標準的な業務アプリケーションソフトウェアを開発し、本年3月から配布を開始しています。



さらに、こうした基盤事業の取り組みをより一層促進していくために、昨年度から新たに「生鮮流通情報化普及促進事業」が実施され、情報化・取引電子化に関する幅広い情報提供に努め、全国での講演会の開催、ホームページの開設、啓発資料の作成・配布などを行いました。

## 2. 品目別の研究結果

ここでは昨年度の調査結果のうち、標準商品コード関連の研究結果について、品目別に紹介します。

### (1) 青果

平成10年度の青果標準商品コード(第1次バージョン案)に対して、広く意見を求め、以下のような変更を加えて、標準品名コード及び商品属性コードに関して第1次バージョンを確定しました。

#### 1) 標準品名コード

##### ①品名コード(案)に追加した品名

これまで検討されてきた品名コード(案)に追加した品名は以下の3種類です。

- (ア) 農林水産省が定める条件付き輸入解禁商品
- (イ) ベジフルコード50,000番台に登録されている加工野菜類・乾燥野菜類
- (ウ) 平成12年度版に新規に追加されたベジフルコード

このうち(ア)は輸入解禁されている商品は、いつ取扱いがあってもおかしくなく、また(イ)は卸売業者などで取扱いがあるためにそれぞれ追加をしました。ただしこれらのコード付番については未定となっています。

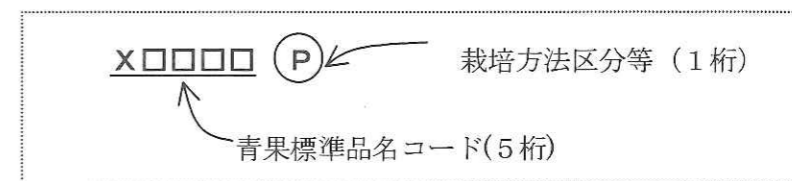
##### ②品名コード(案)から削除した品名

削除した品名としては、ベジフルコードの品名の中で、栽培方法区分などを含んだ以下のような名称の品名です。

- ・ハウス、サンなどがつく品名コード(「ハウスみかん」「サンふじりんご」など)
- ・露地分類の品名コード(「露地びわ」など「露地〇〇」といった品名)
- ・出荷形態を表す「洗い」のつく品名(「洗ごぼう」など「洗〇〇」といった品名)

なお、これらの品名は欠番扱いとなりますが、ベジフルコードとの整合性を確保するために、次頁のように標準品名コード(5桁)以外の1桁(6桁目)で表現することとしました。

### 《6桁目での表現方法》



<例>

ベジフルコード	品名	標準品名コード
42830	ふじ	42830 0
42831	サンふじ	42830 3
42012	ハウスふじりんご	42830 4

\*なお「42831」及び「42012」は標準品名コード上は欠番扱いとなる。

#### ■栽培方法区分等(P)のコード設定

"P":	有機、特別栽培農産物、無袋などの栽培方法区分	(例)
0:	指定なし	にんじん : 30300 0
1:	有機農産物	有機栽培にんじん : 30300 1
2:	特別栽培農産物	白桃 : 44310 0
3:	無袋(サン)	ハウス白桃 : 44310 4
4:	ハウスまたは温室(加温/無加温とも対応)	
5:	マルチ	
6:	リザーブ	
7:	リザーブ	
8:	輸入	
9:	自由使用フラグ	

注) 後述の生鮮JANコードにおける利用を考慮して、「9」を小売業社内で利用する自由使用フラグとした。

また、登録申請が間に合わない場合などに使うために、取引事業者間で任意に設定・利用できる品名コードエリアの要望がありましたが、インスタコードでの範疇ととらえ、暫定コードの設定は行なわないこととしています。

#### ③その他

品名コードのうち、これまで実施した調査(一昨年度の実証試験や昨年度のアンケートなど)に基づき、品名コード表第1次バージョンへの追加の可否を検討すべき品名が現在で、300品目弱あります。

これらの登録などについては、コード維持・管理体制の確立とそこでの審査を待って、決定することとしています。



## 2) 商品属性コード

商品属性コードは、EDIメッセージ上で利用される商品属性情報をコード化したものですが、本年度は、「品位基準」及び「栽培方法区分-1」について見直しを行いました。なおその他の商品属性コードについては一昨年度案通りです。

### ■ 青果の商品属性の一覧

分類	No.	名称	項目説明、例	コード桁数
商品属性	1	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
	2	大小基準	商品の大きさ(サイズ)の程度を表す区分 4L/3L/2L/L/M/S/2S 26玉、28玉などの玉・束表示等	3
	3	原産地	国内は、JIS都道府県コード	2
			海外は、JIS(ISO)国コード(英文字)	3
	4	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 ハウス加温、ハウス無加温、マルチ、温室、無袋	2
	5	栽培方法区分-2	商品の有機肥料施肥およ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	2
	6	バイオ区分	商品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
7	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

### ①品位基準(等級)の見直し事項

品位基準については、その呼称の表現方法を統一するとともに、コード化に関しては将来を見越して、農林水産省基準の呼称に対するコード付番を行うこととしました。

#### (ア)呼称(表示の方法)の統一

EDIメッセージ上の「品位基準」を示すデータ項目で使用するカナおよび漢字の呼称を、下図のように統一しました。

### ■ EDIメッセージ上で使用する「品位基準」の表示方法

データ項目	呼称方法	例
品位基準(カナ)	・半角カナ(8文字以内) ・大文字(小文字は不可) ・呼び名は略さない	赤秀→アカシユ アカシユ、アカシ等は不可
品位基準(漢字)	・全角(4文字以内) ・呼び名は略さない	

## (イ)コード化

農林水産省が定める品位呼称(秀・優・良、A・B・C)のみをコード化することとし、他で検討が進められている簡素化事業の動きを見つつ、当面の利用のため自由使用コードも設けました。

### ■ 品位基準コード

コード	漢字	カナ
110	秀	シユウ
120	優	ユウ
130	良	リョウ
210	A	A
220	B	B
230	C	C
800~850	自由使用	

### ②栽培方法区分-1の見直し事項について

栽培方法区分-1は商品の被覆および加温の有無等の栽培方法を表す区分ですが、これを昨年度案から一部変更・修正し、下の通りとしました。

### ■ 栽培方法区分-1

名称	項目説明
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 0:未適用 1:ハウス加温 2:ハウス無加温 3:マルチ 4:温室(加温/無加温とも対応) 5:無袋 9:その他

## 3) 生鮮JANコードの研究について

生鮮JANコードの研究は、当事業の方針である「生鮮標準商品コードの基本的な考え方」(=「生産[出荷]から小売までのすべての流通段階での生鮮標準商品コードの利用を想定すること」)に基づき、生鮮標準商品コードの大きな活用方法を探るために、一昨年度から取り組まれています。

小売業では、POSシステムの普及により、JANコードおよびインストアコードによる販売管理が基本インフラとなりつつありますが、その一方で、生鮮品関係の商品マスターの管理負担の増大などが指摘されています。

このため、産地段階のコードの新規登録や改廃に伴う負担の軽減、小売段階におけるマスター管理負担の軽減等を期待して、標準商品コードを活用した生鮮JANコードの普及が望まれています。

ここでは昨年度チェーンストア協会会員社などを中心に検討された、青果物のソースマーキング用の生鮮JANコードの研究結果を紹介します。

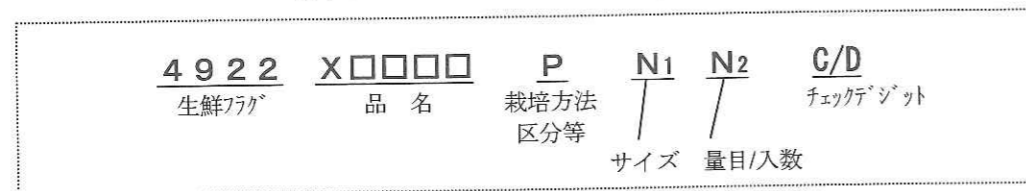


なお、ソースマーキングとは、生産者や出荷者、あるいは仲卸業者などが袋詰め・フィルム包装・ネット詰めなど消費者販売単位でパック・個装する商品（コンシューマパック）にバーコードを印刷またはラベル貼りをすることを言います。（26頁参照）

### ①青果の生鮮JAN（単品）コードの体系

青果ではソースマーキング用を想定し、品名コードと商品属性を示すコードを組み合わせた13桁のコードで、品名より細かい単品レベルの指定を行う場合について検討を行っています。そのコード体系は以下のような構成となっています。

《青果の生鮮JANコードの体系》



### ②P、N1の設定方法について

商品属性を示すコードのうち、上の図のP、およびN1の設定については、以下の表のような区分を検討しています。

■ P、N1の設定方法

P：栽培方法区分等	N1：サイズ
0：指定なし	0：指定なし
1：有機農産物	1：4L
2：特別栽培農産物	2：3L
3：無袋（サン）	3：2L
4：ハウスまたは温室（加温/無加温とも対応）	4：L
5：マルチ	5：M
(6：リザーブ)	6：S
(7：リザーブ)	7：2S
8：輸入	8：(リザーブ)
(9：自由使用フラグ=ソースマーキングでは使用しない)	9：(リザーブ)

### ③N2の設定方法について

N2の属性は、量目/入数を表したコードですが、すべての品名それぞれについてコードを付番することを検討しています。

量目のコード化にあたっては、葉菜類、根菜類などの分類ごとに、小、中（標準）、大、特大、規格外という4～5段階程度のコード設定を検討しています。

■ 量目のコード化（検討中）

1：極少量目、2：少量目、3：標準量目、4：大量目、5：特大量目

## 4) 青果標準商品コード開発の今後の課題

### ①コード管理機関（仮）との連携

コード未確定の品名コード確定およびコード維持管理のため、既存のベジフルコードの管理団体である青果物流通情報処理協議会や、生鮮取引電子化推進協議会と連携をとった体制を確立する必要があります。

### ②生鮮JANコードの研究

生鮮JANコードに関しては、ソースマーキングの対象となる品目の選定作業や量目のコード化の検討が必要となっています。またコード体系が確定した段階で、ソースマーキング用のマニュアルを作成し、説明会を実施するなどの普及活動が必要となっています。

### ③利用モデル・事例の研究

標準業務アプリケーションソフト導入企業（出荷者、卸売業者、仲卸業者）やPOSシステムを活用している小売業者を中心に、EDI、ソースマーキング、物流システム等における青果標準商品コードの利用方法や事例研究を進める必要があります。

## (2) 花き

### 1) 標準品名コード

一昨年度からの基本方針として、日本花き取引コードに定められた品種コード（5桁）を花きの標準品名コードとしています。

■ 品名一覧（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

なお、現状の日本花き取引コードには、主に品種のみが登録されていますが、商取引上は、花束や寄せ植えなどの品種が一意に特定されない商品や、商習慣上品目ベース（=品種を指定せずに）で取引される商品も少なくないため、下のような商品を対象として、品名コードへの登録をコード管理機関に要請しています。

### < 追加を要請している品名コード（案） >

複数の品種が混在する商品（花束など）/品目ベースで取引されることが多い商品（コケなど）/花き加工品（押し花など）/偽花（人工樹木など）/花材/盆・彼岸花材/実・果実として流通する商品/昆虫類/きのこ類



## 2) 商品属性コード

商品属性コードは、ほとんどが昨年度に策定されました。内容は以下のような属性項目です。

### ■ 花きの商品属性の一覧

分類	No	名称	項目説明、例	用途	桁数
商品属性	1	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・アプリコット、緑・黄緑、青・空色、コウショク・紅色、複色、等		1
	2	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
	3	品目	日本花き取引コードの品目コード。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
	4	形態	日本花き取引コードの商品形態コード。例：切花、鉢物、苗物、種子、球根等の識別		2
	5	等級(品質)	特/秀/優/良、上/中/下、2A/A/B/、等	切花	2
	6	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
	7	鉢寸	鉢物における鉢サイズ[号]	鉢物	(直)
	8	土壌区分	栽培時の土壌の種類を表す区分。		2
	9	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
	10	施設区分	施設栽培時における施設種類を表す区分。		2
	11	作型	開花調整の有無を表す区分。季咲き/抑制/促成。		2
	12	開花調整区分	促成あるいは抑制の方法を表す区分。		2
	13	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
	14	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
	15	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
	16	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
	17	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
	18	鉢物寄せ区分	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
	19	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
	20	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
	21	苗物容器区分	苗物の容器の形状を表す区分	苗物	2
	22	鉢物容器区分	鉢物の鉢の形状を表す区分	鉢物	1
	23	格外区分	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
	24	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
	25	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
	26	燻蒸処理区分	燻蒸処理の有無を表す区分		1
	27	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
	28	輪数	1F/2F/3F、等		(直)
	29	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)
	30	樹高	樹木の高さ[m]	樹木	(直)
	31	葉張り	樹木の枝葉の最大直径[cm]	樹木	(直)
	32	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】空欄は、商品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)。

ただし、日本花き取引コードに含まれている、「色」「系統」「品目」「形態」といった下のような商品属性コードは、後述の実証試験での検証結果なども参考に、今後改善方針について検討を行っていきます。

### ■ 商品属性コードの課題

見直し、採番の希望理由	
色	色コードは、0~9の10段階であるが、実取引上Z：ソノタの使用率が高く、細分化などの見直しが求められている。
系統	現在登録されている系統は、雑然として利用しにくい体系となっているため、再整理が求められている。
品目	日本花き取引コードの登録品種に与えられている品目は、現在1,400~1,500にのぼるが、このうちコード化されているものは10%程度にとどまっている。一般の商取引では、品目と色による商品指定が多いため、品目コードが必要。
形態	商取引上の形態識別のため、「家庭用庭木苗」、「家庭用その他苗」の追加を管理組織に要請している。

### 3) 実証試験による評価

花き標準商品コード(第1次バージョン・試供版)の評価のため、3企業グループが参加して花き取引電子化実証試験が行われました。

試供版の商品コード及びEDIメッセージを含め、多様な意見が出されましたが、このうち商品コードに関する主な評価は以下のとおりです。

なお今年度は、こうした改善提案を踏まえた検討を行っていきます。

### ■ 花き実証試験による主な標準商品コード(試供版)上の評価

項目		改善要求事項
品名	品種	・新品種の迅速なコード登録 ・異名、検索名の登録
	等級、階級	区分基準の統一、周知が必要。
商品属性	咲き前指定区分、 燻蒸処理区分	売り手の不利となる情報であるため、使用されない。不要。
	ポストハーベスト区分	コードの詳細化が必要。
	切り日、輸入国、地域、原産国	項目の追加、および原産国と県の分割化。

### 4) 標準物流バーコードの研究

昨年度は「切花」を対象に、出荷者から小売業者までの流通経路において、以下のような利用方法を想定して標準物流バーコード(案)を策定しました。

- ・入荷予定データと実荷の照合による入荷数量の確定
- ・出荷予定データと実荷との照合による出荷数量の確定といった数量確定



切花の標準物流バーコード・ラベル試案を下に示しましたが、2段のバーコードを想定しています。これは当事者の必要に応じて、1段目だけをスキャンしても業務が行えるように考慮したものです。

■ 花きで検討している2段バーコードの内容

- 1段目のバーコード：基礎的なデータ項目（品種、生産者、等級、階級および入り数）  
 2段目のバーコード：その他のデータ項目

■ 切花標準物流バーコードラベルの試案（UCC/EAN-128体系）



5) 花き標準商品コード開発の今後の課題

①標準商品コード（第1次バージョン）の見直し、確定

実証試験における改善要求提案等を参考に、標準商品コードを見直し、第1次バージョンを確定していく必要があります。

②コード管理機関への協力要請

品名（品種）コードの迅速な登録体制の構築および必要なコードの登録申請が必要となっており、既存のコード管理機関に協力依頼を行っていきます。

③標準商品コードの利用モデル・事例研究

POS用の生鮮JANコード体系などの研究を行っていく必要があります。

④標準物流バーコードの研究

昨年度の研究を基礎に、表示するデータ項目などを確定していく必要があります。

(3) 食肉

1) 標準品名コード

食肉の標準品名コードは、「畜種」「部位」「精肉」のコード体系で構成されています。このうち本年度は、部位コードの見直しとそれに伴うコード体系のあり方を中心に、検討を行いました。

■ 品名項目一覧（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	商品形態（枝肉・部分肉の区分）、および、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	4
	3	精肉	精肉カット仕様の区分。例：薄切り、角切り等	2

①部位

昨年度に試作開発を行った「牛」の品名コードの再検討を行うとともに、「豚」および「鶏」の品名コードの開発を行いました。

この部位コードの見直しと整理にあたっては、

- ア) 国内における主要な流通部位のみを登録対象とすること
  - イ) 基本的な部位と規格（部位の分割・整形方法の詳細な仕様）を分けること
  - ウ) 国内の取引で使用する基本部位として、下に示した各規格を基とすること
- の3点を方針として調査研究を進めました。

なお、海外で定める規格に基づく部位、あるいは国毎に名称の異なる部位は、標準部位コードに対応付けして整理をし、参考情報としてコード表に併記することとしました。

■ 標準部位コードの基準とした規格等の一覧

畜種	基準とした規格	コード付番方法
牛	コマーシャル規格 ((財) 日本食肉流通センター)	左記規格のコード番号に準拠
豚	豚部分肉取引規格 ((社) 日本食肉格付協会)	牛のコード付番に準拠
鶏	食鶏取引規格および食鶏小売規格 ((社) 日本食鳥協会)	牛のコード付番に準拠
副生物（牛・豚）	(社) 日本畜産副産物協会の分類基準	左記分類基準の項番に準拠
副生物（鶏）	食鶏取引規格	左記規格の項順に準拠



また部位の分類方法のうち、大分類を表す1桁目のコードは、牛、豚、鶏で共通としました。

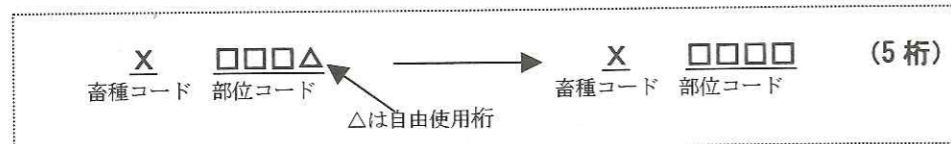
■ 部位コードの分類方法および付番方法

部位コード	分類名	
1000番台	枝肉および骨付き肉／丸どりおよび骨付き肉	
2000番台	セット	
3000番台	骨なし肉 ／正肉類	まえ系
4000番台		ばら系／むね肉
5000番台		ロイン系
6000番台		もも系／もも肉
7000番台		その他の部位／副品目
8000番台		バラエティーミート／副品目
9000番台		(予備)

②コード体系

品名コードのうち、枝肉・部分肉の区分や、一般的に部位といわれる部分肉の区分を示す品名コードは、当初4桁目は自由使用桁としていましたが、「4桁すべてを部位コード」としました。

■ 枝肉・部分肉の品名コード



また精肉については、当初は畜種+部位の5桁に精肉コード2桁を加えた7桁で表現していましたが、「部位コードは上2桁」を使用すること（合計では5桁）としました。

■ 精肉の品名コード



2) 商品属性コード

食肉標準商品コードのうち、商品属性項目は次頁の通りです。

豚および鶏に関する項目を追加したほか、一部修正を行いました。

■ 食肉の商品属性の一覧

分類	No.	名称	項目説明、例	コード桁数
商品属性	1	態様	商品の保存・流通温度帯区分。 例：冷凍（フロズン）、冷蔵（チルド）等	1
	2	品種	一般に、品種と称されている区分。 例：和牛、乳牛等	2
	3	性別	性別の区分。例：経産、未経産、去勢等	2
	4	月齢	月齢の区分。例：18ヶ月～30ヶ月、ラム等	1
	5	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
	6	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
	7	原産地	国内は、JIS都道府県コード	2
			海外は、JIS（ISO）国コード（英文字）	3
	8	ブランド	パッカー等のメーカー名あるいは銘柄を指す。 例：I.B.P.、MONFORT、松阪牛等	直接表記
9	工場番号	パッカーメーカーが付番する工場の番号。 例：245、86M等	直接表記	

見直しを行った属性コードのうち、態様コードについては、取引上一般的に指定される項目のみの登録とし、チルフロ（急速、緩慢を含む）、エージドを削除しました。

また畜種間で名称を統一化し、鶏におけるフレッシュ、フレッシュフロズンの名称をチルド、フロズンに変更しました。

品種コードは、品種の分類名（和種、交雑種等）のみの登録とし、品種の個別名称（黒毛和種、ホルスタイン種等）は削除しました。ただし、国の定める規格等で定義される品種の個別名称は登録対象とすることとし、特定JAS規格で定義される黒豚（パークシャ一種）および地鶏を追加しました。

等級コードは、一般的に取引上では指定されないため削除し、肉質等級のみの登録としました。

飼養コードは、登録商標をはじめとする銘柄に類するものは、登録対象外とすることとし、鶏の飼養は、ブランド（銘柄鶏）に含まれるため、特に設定しないこととしました。

ブランドは、ア) パッカーメーカー名の場合は、グローバル・ロケーション・ナンバー（13桁）の使用を原則として直接表記すること、イ) 銘柄の場合は、銘柄名を直接表記することとしました。

工場番号は、各国の管理機関（USDA等）が認可する工場番号を直接表記することとしました。

その他、加工、規格、サイズについては、商品属性への追加が要望されたため、コード化の方法や登録基準について、今後検討を行ってまいります。



### 3) 実証試験による評価

食肉標準商品コード（第1次バージョン・試供版）の評価のため、4企業グループが参加して食肉取引電子化実証試験が行われました。

主な商品コードに関する評価については、以下のとおりであり、今年度これを踏まえた検討を行っていきます。

#### ■ 食肉実証試験による主な標準商品コード（試供版）上の評価

項目	改善要求事項	
品名	畜種	・牛、豚、鶏以外の畜種についても、畜種別のコード化が必要である。
	部位	・一部に、登録されていない部位、あるいは、分割・整形方法の違いを識別できない部位があり、一部コードの追加が必要である。
商品属性	品種	・卸売業者-小売業者間の部分肉取引で、米国産品のアンガス種等のように、品種が指定される場合があり、輸入牛の品種の追加が必要である。
	等級	・牛（国産）の枝肉の歩留等級の追加が必要である。歩留等級は、（社）日本食肉格付協会より格付結果として各関連業者に提示されているものであり、取引上必要不可欠である。 ・詳細な評価区分を表す格付け明細データ項目が必要である。 ・牛（輸入品）の部分肉について、脂肪交雑等級の追加が必要である。
コード体系	・異なる部位として識別が必要な部位がある。 ・部位コード毎に、分割・整形方法の説明が必要である。 ・骨付き/骨なしの区分は、大分類としては必要ない。 ・付番方法の規則性を明確にした方がよい。	
標準物流バーコード	・標準ラベルプリンタの開発、普及が必要である。 ・ラベル貼付位置の標準化が必要である。 ・ラベルサイズの標準化が必要である。 ・UCC/EAN-128、低温帯対応のバーコードリーダーの普及が必要である。	

### 4) 生鮮JANコード

食肉では、小売業の発注・納品検収業務を想定して、単品識別が可能なタイプを検討しています。

また枝肉・部分肉と、精肉とを区分するために、4品識別フラグを次のように、それぞれ「8」と「7」に設定しました。

#### 《食肉生鮮JANコードの体系》

■ 枝肉・部分肉					
4 9 2 2	8	□□□□□	○○	C/D	
生鮮フラグ	4品識別 (部分肉)	標準品名コード	自由使用桁 (ブランド、等級など)	チェックデジット	
■ 精肉					
4 9 2 2	7	□□□△△	○○	C/D	
生鮮フラグ	4品識別 (精肉)	標準品名コード	自由使用桁 (ブランド、等級など)	チェックデジット	

### 5) 標準物流バーコード

食肉においては、標準物流バーコードの確立が期待されていますが、調査研究にあたっては、

- ア) 海外の物流バーコード標準化の動向に合致した体系とすること
  - イ) 読み取り時の作業負荷軽減のため、1段バーコードとすること
  - ウ) 必須項目を商品コード、重量、製造年月日、カートンIDとすること
  - エ) 品名は食肉標準品名とすること
  - オ) 物流バーコード上に表示する情報以外の必要情報は、EDIと連携して交換可能とすること
  - カ) 世界的動向から、食品の安全性対策として、商品の原産地に関する情報をトレースする必要があり、任意の場所および時点での物流最小単位の識別を可能とすること
- といった点を方針として、検討を進めています。  
なお以下に、バーコード体系の試案を示します。

#### ■ 食肉標準バーコードラベルの試案（UCC/EAN-128体系）

自由使用欄 (仕向先等) →

品名 <b>宮崎牛 リブアイロール (15120)</b>		実重量 12.34 kg
製造年月日 00.4.01	ロット番号 3456789	重量 <b>12.3</b> Kg
品質保持期限 00.6.01	枝番号 01-2345 左	 <small>(10) 3456789 (250) 01 2345 1</small>
保存温度 0°C	カートンID 123456789012	
加工元 <b>〇〇食肉センター</b>		△△県△△郡△△町*-*-*
TEL. *****		⑤ロット番号
 <small>(01) 94956789 15120 9 (3102) 001234 (11) 000401 (21) 123456789012</small>		
①商品コード (メーカーコード+標準品名コード)	②重量	③製造年月日
④カートンID		

(注) バーコード下の数字で、(01),(3102),(11),(21)は、アプリケーション識別子(AI)を表す。



6) 食肉標準商品コード開発の今後の課題

①標準商品コード（第1次バージョン）の見直し、確定

実証試験における改善要求提案等を参考に、標準商品コードを見直し、第1次バージョンを確定していく必要があります。

②標準物流バーコードの研究

開発中の標準物流バーコードを、より実現性、実用性の高いものとしていくための研究や検証を進め、バーコード体系および表示方法などを確定していく必要があります。

③標準商品コードの利用モデル・事例の研究

標準商品コードの利用方法として、小売業の既存のEOS等での発注・納品検収コードへの利用や、EDI標準の利用などを想定して、研究を進めていく必要があります。

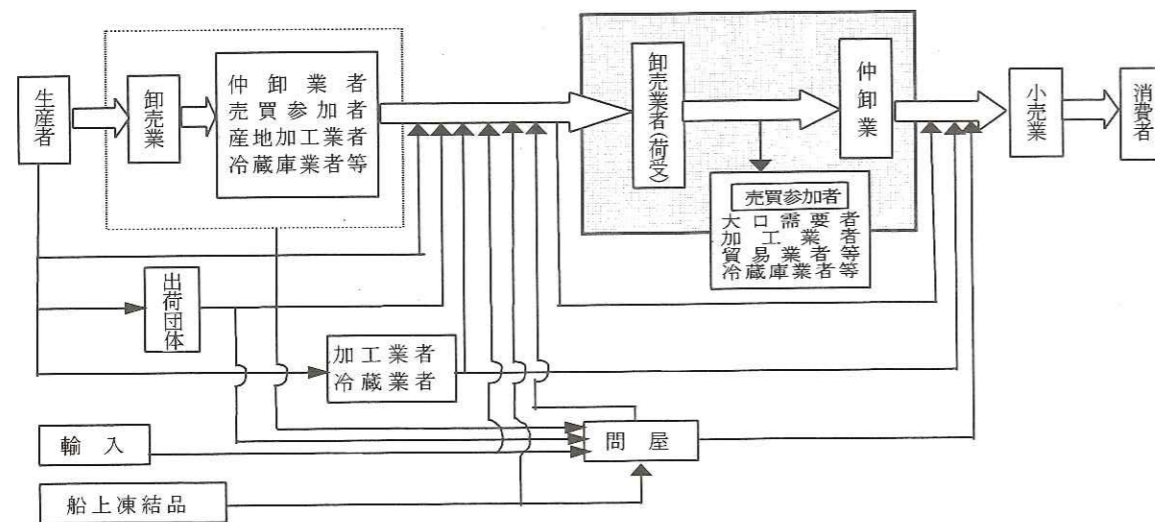
(4) 水産物

1) 対象業務と対象商品

水産物の取引電子化の対象業務は、第一段階として、消費地卸売市場を中心とした取引業務を前提とし、対象商品は、消費地卸売市場で取り扱われている水産物としました。

なおここでいう水産物は、魚類、かに・えび類、いか・たこ類、その他水産動物類、海産哺乳類、淡水魚類、貝類、魚卵、海藻類、すり身等の生鮮品、冷凍品、塩蔵・塩干品等の水産物を指します。ただし標準JANコードの対象となる加工品、缶詰等は対象外です。

■ 水産物の主な流通経路



資料：「水産物流通統計年報」農林水産省統計情報部より作成

2) 標準品名コード（試作版）

消費地卸売市場内の卸売業者が使用している品名や伝票類などに記載されている、取引業務に必要な情報項目を整理し、水産物標準品名コード表（試作版）を作成しました。

■ 品名コードの内容（水産物）

分類	No.	名称	項目説明、例	コード化 検討状況
品名	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：マグロ／キハダ／メバチ 等	検討中

①品名の定義と分類体系

水産物の品名については、「取引で使用されている一般的な水産物の鮮魚の名称で、生物学的種に基づく商品の単位」を基本としました。また品名の分類体系としては、以下のような「水産物流通統計年報」による体系を基本としました。

(ア) 大分類

魚類／えび類・かに類・おきあみ類／いか・たこ類／うに類・なまこ類・海産ほ乳類・その他水産動物類／淡水魚類／貝類／すり身／魚卵／海藻・淡水藻類

(イ) 中分類

まぐろ類、かつお類など、水産物流通統計で記載されている類で整理を行ないましたが、品名整理の段階において「その他」に属する品名が多いため、本年度引き続き検討を行なうこととしました。

②品名の収集と整理

(ア) 収集の対象

品名は、取引で使用されるすべての品名を対象とするため、主な消費地卸売市場（札幌市、仙台市、東京都、名古屋市、大阪市、福岡市の6中央卸売市場）内の卸売業者が実際に取引で利用している品名コード表を収集しました。

また第一段階としてリストアップした品名は、鮮魚、および冷凍品、塩蔵・塩干品などの加工品の原材料となっている鮮魚などを選び出しました。

(イ) 品名の整理

上記のようにリストアップした魚種名等の品名は、基本的には、生物学的な種の分類が対応しますが、流通の現場では例外もあり、次のように整理をしました。

ア) 標準品名

主要消費地卸売市場内の卸売業者が使用している商品マスターに登録されている、魚種等の呼称で、多くの市場で利用されている一般的な品名を標準品名としました。



イ) 標準品名と地方名の紐付け

品名の多くは、生物学的な種の分類に対応していますので、異なる呼称を紐づけるため、参考として生物学的な種の単位である呼称（標準和名）を共通語として整理を行いました。

なお地方名は、標準品名に対応づけて別称として整理し、同じコードで同じ魚種等が特定できるように配慮しました（各企業体の品名コード表では、地方名を登録することも可能）。

例)

コード	標準品名	別称
10107	ヒンガ	トボ

⇒コード10107には、「ヒンガ」「トボ」どちらの登録、使用も可能

ウ) 出世魚などへの対応

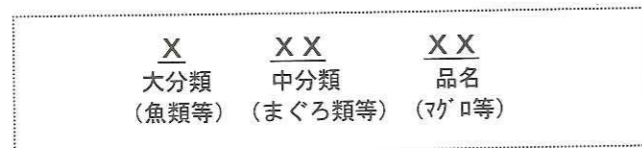
取引現場では、生物学的な種が同じであっても、品名によって品質や価格等の扱いが異なることがあるため、基本的に一般的な消費地卸売市場の品名に対してコード付番をすることにしました。

また地方によって、品名が意味する大きさ等の基準が異なるため、備考欄に標準的な基準と思われる（または地方による）成長段階や大きさ等の定義を記すことにしました。

③コード体系

上記の整理をもとに、品名コード体系（案）を以下のように考えています。

＜水産物の品名コード体系（案）＞



3) 商品属性コード

水産物の商品属性コードにおいて、想定されている属性情報項目は次頁のようなものです。

このうち、これまでの検討結果としては、態様コードの区分は、取り扱う商品の形態を表したのですが、引き続き検討を行っていくこととしています（なお「解凍」については、JAS法の関係から追加しました）。

採捕・生産区分コードは、天然、養殖、蓄養の区分がありますが、JAS法の関係もあり、「蓄養」は削除しました。

採捕方法コードは、一部の消費地卸売市場で、販売先に対して入荷予定情報を提示する際に必要であるため項目を設けました。

原産地コードは、JAS法に従い、商品属性コードの原産地に、水域名、国名、都道府県名、水揚げ港名の項目を設けることとしました。このうち水域は、特に決められた水域名が定義されているわけではなく、産地で自由に表現、使用ができるように、コード化を行わず、直接記載としました。また国名はJIS (ISO) 国コード（英文字3桁）、都道府県名はJIS都道府県コード（2桁）としました。

水揚げ港名は、水産庁漁港部で登録、管理されている漁港については「漁港一覧」に記載されており、コード付番もされていることから、こうした点を考慮しながら今後、コード化について検討していくこととしています。

■水産物の検討中の商品属性の一覧

分類	No.	名称	項目説明、例	コード化検討状況
商品属性	1	態様	取り扱う商品形態を表す区分 ・活魚、鮮魚、冷凍、解凍、ボイル等	検討中
	2	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 等	未検討
	3	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 等	未検討
	4	形状	加工状態、形状を表す ・ ラウンド、セミドレス、ドレス等	検討中
	5	部位	部位を表す ・ つめ、足、ひも、柱等	検討中
	6	性別等	性別や抱卵の有無を表す ・ メス、子持ち等	検討中
	7	採捕・生産区分	採捕・生産区分を表す ・ 天然、養殖	決定
	8	採捕方法	採捕した方法(漁法)を表す ・ 釣り、刺網、定置網、巻網、底引網	決定
	9	原産地	水域名	直接記載
国名			JIS (ISO) 国コード (英文字3桁)	決定
都道府県名			JIS都道府県コード (2桁)	決定
水揚げ港名		水揚げされた漁港名 全国で2,944港 (10年6月1日現在) 「漁港一覧」(水産庁漁港部により登録、管理されている)	未検討	



#### 4) 水産物標準商品コード開発の今後の課題

##### ①標準商品コード（第1次バージョン・試供版）の作成

昨年度未決定の事項を中心に試作版を作成する必要があります。また商品コード体系の研究として、既存の品名コードとの整合性を検討していく必要があります。

##### ②対象業務範囲の拡大と利用方法の研究

対象業務範囲（対象業者、取引方法）を拡大し、これに則した標準商品コードの開発を行っていく必要があります。

##### ③標準商品コード（第1次バージョン・試供版）の充実と検証

先の①に関連して、幅広く試供版を公開し、充実させていくとともに、実証試験による第1次バージョン・試供版の検証や改良を行っていく必要があります。

##### ④標準商品コードの利用方法の研究

食肉を参考としながら、水産物で用いる標準物流バーコードの研究を行っていく必要があります。

また既存のEOS等での発注・納品検収コードとして、小売業者が標準商品コードを利用する方法などについても検討を加えていきます。

#### (5) おわりに

以上、これまで昨年度の生鮮標準商品コード開発調査研究の結果概要について述べてきました。

ご覧のように品目別に開発内容は異なりますが、着実に取引電子化の基盤づくりは進んでいます。

今後はこれらの研究成果として、品目ごとに「標準商品コードやEDI標準メッセージの導入・利用の手引き書」といった取引電子化の普及ツールも作成予定であり、より幅広い層への普及や啓発に努めていく段階に入ってきています。

また、品目ごとに個別の課題は述べましたが、標準商品コードやEDIメッセージの維持管理のための体制の検討や整備など、4品共通の課題もあり、これらについても本年度以降、より具体的な取り組みが進められていきます。

(財)食品流通構造改善促進機構 調査研究部

#### 生鮮食品等取引電子化基盤開発事業

# 平成12年度 事業実施計画について

(財)食品流通構造改善促進機構  
調査研究部

## 1. はじめに

生鮮食品等取引電子化基盤開発事業は、本年度で事業開始後4年度目を迎え、実験の段階から実用化の段階へと進んで参りました。

今年度は、これまでの成果を踏まえて生鮮4品の取引電子化基盤の開発・整備を一層進めていくと同時に、こうした研究成果を幅広く関係業界へ普及・啓発して参ります。

このため、各事業等については、それぞれ目標を設定して、作業を推進していきます。

当事業の推進体制は、基本的に前年度に準じ、総合検討委員会、同幹事会並びに品目毎に設置する4つの専門委員会及び4つのワーキング・グループの体制で取り組むこととし、生鮮商品コード及び生鮮EDI標準の維持・管理体制の検討については、生鮮取引電子化推進協議会と連携を図りながら、事業を進めて参ります。

以下に、当事業の中心である「生鮮標準商品コード開発事業」及び「生鮮EDI標準開発事業」についての本年度目標を品目別にご紹介いたします。

なお、これらの内容につきましては、(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/>] でも、ご案内しておりますのでご参照下さい。

## 2. 「生鮮標準商品コード開発事業」及び「生鮮EDI標準開発事業」の本年度目標

### (1) 青果

- ①標準商品コードを利用した生鮮JANコードによるソースマーキングについて検討を行い、これを確定化して、ソースマーキングとその利用方法に関するマニュアルを策定していきます。
- ②EDI取引のための標準契約及び運用規約のあり方を検討して、青果業界におけるモデルを策定していきます。
- ③標準商品コード・EDI標準メッセージ導入・利用の手引きを作成します。
- ④標準商品コード及びEDI標準メッセージの維持・管理のあり方の具体的事項について検討し、生鮮取引電子化推進協議会に必要な提言を行っていきます。
- ⑤標準商品コードの利用モデル・事例研究（開発した業務アプリケーションソフト導入企業の標準商品コードの利用方法や事例調査、既存のEOSでの標準商品コードの利用方法の検討、物流バーコードの研究など）を行っていきます。



(2) 花き

- ①物流バーコードの体系と表示方法を確定して、マニュアルを作成します。
- ②標準商品コード及びEDI標準メッセージの第1バージョンの確定を行います。
- ③標準商品コード・EDI標準メッセージ導入・利用の手引きを作成します。
- ④標準商品コード及びEDI標準メッセージの維持・管理のあり方の具体的事項について検討し、生鮮取引電子化推進協議会に必要な提言を行っていきます。
- ⑤標準商品コードの利用モデル・事例研究（生鮮JANコードの研究など）を行っていきます。

(3) 食肉

- ①物流バーコードの体系と表示方法を確定して、マニュアルを作成します。
- ②標準商品コード及びEDI標準メッセージの第1バージョンの確定します。
- ③標準商品コード・EDI標準メッセージの導入・利用の手引きを作成します。
- ④物流バーコードの検証を目的とした実証試験を行っていきます。
- ⑤標準商品コード及びEDI標準メッセージの維持・管理のあり方の具体的事項について検討し、生鮮取引電子化推進協議会に必要な提言を行っていきます。
- ⑥標準商品コードの利用モデル・事例研究（生鮮JANコードの研究など）を行っていきます。

(4) 水産物

- ①標準商品コード及びEDI標準メッセージの第1バージョン・試供版を開発します。
- ②①に関する実証試験を行うとともに、その結果を踏まえ改良を行っていきます。
- ③物流バーコードの標準化、標準商品コードの利用方法の研究（物流バーコードの研究など）を行っていきます。
- ④標準商品コード及びEDI標準メッセージの維持・管理のあり方を検討します。

(5) その他

4品目共通の課題として、生鮮標準商品コード及び生鮮EDI標準の普及のためにはこれを維持・管理する体制を整備することが不可欠となっています。このため、当事業の成果の具体化を背景として、生鮮取引電子化推進協議会を中心に、既存のコード管理機関等とも連携を図りながら、維持・管理体制の確立を目指して行いきます。

また「生鮮流通情報普及促進事業」を中心に、生鮮取引電子化推進協議会の活動と連携を図り、生鮮食品等の取引電子化に関する啓発・普及活動を行っていきます。

3. 事業スケジュール

各事業のおおむねの推進スケジュールを次頁に示しました。事業の進捗状況によっては変更もあり得ますが、基本的にこのスケジュールにそって事業を推進して参ります。

■平成12年度 生鮮食品等取引電子化基盤開発事業スケジュール

	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
総合検討委員会											
幹事会	○					○					○
専門委員会	○○○○	○○○○				○○○○				○○○○	○○○○
青果			維持管理体制・方法のあり方 導入・利用の手引き修正 生鮮JAN/マスキング方法の検討 規約/契約モデルの検討		印刷 マニュアル作成・印刷				第1次バージョン見直し 利用モデル・事例研究		
WG	①	②	③	④							
花き		試供版の改良、新規メッセージ開発 物流バーコード体系・表示方法の検討・確定		導入・利用の手引き作成		印刷			維持管理体制・方法のあり方 利用モデル・事例研究		
WG	①	②	③	④							
食肉		試供版の改良、新規メッセージ開発 物流バーコード体系・表示方法の検討・確定		導入・利用の手引き作成		印刷			維持管理体制・方法のあり方 利用モデル・事例研究		
WG	①	②	③	④							
水産物		試作版の改良、新規メッセージ開発・試供版確定 利用方法の検討(生鮮JANコード、物流バーコード等)							改善事項の整理 維持管理体制・方法のあり方		
WG	①	②	③	④							
物流バーコード技術仕様		技術仕様検討									
実証試験 (対象:水産物、食肉)		公募	委託先決定	計画ヒアリング					実証試験		報告書作成
花きAPPソフト開発		プログラム設計・プログラミング		テスト					実証試験		報告書作成
普及啓蒙活動											品目別説明会等



## ソースマーキングとは

小売業に広く普及しているPOSシステムは、商品に表示されたバーコードをレジの精算段階で自動読み取りする仕組みが基本です。そのために、商品を製造（あるいは出荷）する段階でバーコードを商品に表示することを「ソースマーキング」(Source Marking)と呼んでいます。Sourceは「ニュース・ソース」といった言葉と同じように「源」というような意味で使われています。商品が製造・出荷される時点（源）でマーキングするのが最も効率的であり、また、POSシステムだけでなく、卸売業の出荷検品システム等、流通の全段階で共通利用できるというのが、ソースマーキングを推進する大きな理由です。

ソースマーキングのためには、バーコードの体系が標準化されていることが必要です。それが「共通商品コード」(通称：JANコード)と呼ばれる13桁のコードです。JANコードは今日、あらゆる商品にソースマーキングされ、POSシステムを始め、受発注システムや物流システム等の基盤となっています。

生鮮品でも産地パックされる野菜や水産加工品のように、JANコードのソースマーキングが普及している品目もあります。

しかし、小売業で販売されるすべての商品にJANコードがソースマーキングされているわけではありません。そのような商品には、個々の小売業が設定したコードが、納入業者（ベンダーマーキング）や小売業（インスタマーキング）でマーキングされます。

では、どのような商品がベンダーマーキングやインスタマーキングされているのでしょうか。それは次の2種類に分けることができます。

### ① 小売業の商品管理レベルがJANコードと異なるもの

工業製品でも、ファッションアパレルに代表されるように、単品当たりの製造量が少なく、商品サイクルの短い商品は、小売業も「クラス」と呼ばれる分類単位で管理するのが一般的です。また、青果物の中でも、大型産地で安定的に供給されるものはJANコードによる管理に適していますが、供給量や供給の期間が短い産地の商品は、JANコードよりも今回検討している生鮮JANコードのように、品名と量目による管理が向いていると言われています。

### ② 納入業者や小売業で加工されて販売されるもの

精肉、鮮魚、惣菜などがその代表です。これらの商品は、そもそもソースマーキングの範疇外と言えます。特に、精肉のような不定貫商品（重量単価×重量で価格が決まるもの）はJANコードが適用できない代表的な商品です。

今回の生鮮食品等取引電子化基盤開発事業では、生鮮品の商品特性を考慮して、品目別に生鮮JANコード体系によるPOSシステムや受発注システムの検討を行っています。

## システムの維持管理について

社団法人 日本加工食品卸協会  
専務理事 井岸 松根

情報システムに関する産業界の共同利用目的のシステムが開発されている。中には、国家の支援を受けているプロジェクトも多いのだが、見落とされがちであるのが、開発後の実践段階における管理とメンテナンスの担当者の問題についての対応である。いわゆるその後の受け皿のあり方が問題となるのである。以下その問題点と解決へのポイントについて次のごとくに整理した。

### 1. 担当する機構組織

業界のインフラ、なかんづく情報システム関連業務を担当するに相応しい機構を考えると、当初より可能性のある既存業者が見当たらないのが普通である。それは次の理由による。

- ・最後まで採算性に乏しい業務である
- ・公正中立が要求される。特定企業との関連がないこと
- ・卓越した専門知識が要求される
- ・反面、業界の事情に通暁してなければならない

そこで考えられるのが通常次のごとき機構組織である。

- (1) 業界団体の委員会委員による運営
- (2) 業界団体と専門業者の組み合わせ（部分業務の委託）
- (3) 任意団体の結成（場合によっては新会社設立）
- (4) 任意団体と専門業者の組み合わせ（部分業務の委託）
- (5) 業界に別目的のために設立されていた情報処理専門業者による運営（業務委託そして営利事業）
- (6) 上記のバリエーション

いずれにせよ、一つの業界の窓口として機能でき得る体制構築が最初に必要になる。

「酒類・加工食品データベースセンター」(以下SKDBCと略す)の場合には、(4)を選択し、任意団体「酒類・加工食品データベースセンター」を設立させ、データベースの管理運用業務は運営委員会を設置し、会員の会費と利用料で経費を捻出し、ハードの運営管理を専門業者に委託、事務局に業界から一人専担者を出向させて、スタートしたのである。その後財政的理由により、業界団体である財団法人日本加工食品卸協会も、出向者に代わり事務局業務の委託を受けて、構成員の一員になった。

### 2. 運営の人的構成について

全体の運営をする機構には人材が必要である。名称はともあれ、具体的指示を出し、結果の責任を取り、合目的にすべての活動を統括していく機能を発揮せねばならない。株式会



社でいえば取締役会の存在である。突き詰めれば、取締役の選任である。

ここで避けねばならないいくつかの過ちがある。

- ・選任されたポストは名誉職ではない。業界で功なり名を遂げた人を起用する場面でもない。名を連ねることしか考えない人もふさわしくない。つまり、これから泥にまみれて新しいものを作り出す場面である。時間、体力、先見性ある良識を持つ人が求められている。
- ・専門的見識が求められる会議と、全体バランス感覚で柔軟な発想が求められる会議が存在する。経営と専門業務執行の切り分けが可能な人か、もしくは会議の出席者の切り分けが必要である。
- ・自我と過去経験が不要の場面であるが、理解と判断が必要な場面でもある。業界協調と社会との調和を心がけねばならない事をわきまえた発言のできる人が望まれる。

SKDBC の場合、運営委員会という名称の最高議決機関があり、その下に、システム小委員会、取引先コード小委員会を設置した。特に運営委員会のメンバーの選出については、先にメンバー企業を選定した上で、その企業内から委員を任命するについては、設立発起人準備会の段階から次のごとき条件をあらかじめ明確にしておいた。

まず、運営委員会の業務内容を明確にした。

1. 総会に付議すべき事項の原案の作成
  - (1) 規約、諸規定の制定、改定、廃止
2. 業務の執行に関する事項
  - (1) 商品コード (JAN コード) の付番ルール、および ITF 付番についての諸事項の管理
    - ・商品コード登録ルールの管理
    - ・登録項目の管理
    - ・登録検索方法の管理
    - ・商品コードとこれらの諸ルールの普及
  - (2) 商品画像情報、取引先コードの標準化管理
  - (3) 会員の情報化に関する標準化の促進とソフトウェアの研究
  - (4) 情報化に関する国内外関係機関との提携
  - (5) 会報の作成、配布に関する事業
  - (6) 国などから補助または委託などを受けて行う事業の決定
  - (7) 会員の入退会の管理と勧誘
3. 加工食品商品データベース小委員会、酒類商品データベース小委員会の総括
4. データベース業務委託先の総括
5. 事務局の管理
  - (1) 会員管理
  - (2) 収支及び入出金の管理
  - (3) 総会および各委員会の企画、実施

#### (4) 庶務事務

こうして先に運営委員会の職務を、データベースセンターの発起人会のその準備会の段階から既に明確にした上で、委員の選考基準を次のように決めたのである。

1. 運営委員は「企業」を対象に選出する。

選出された企業は、その業務に適した人材を担当者として任命する。
2. 運営委員企業は次の要件に最も近いと思われる企業を、順次交代で選出する。
  - ・情報システムの開発力や、その運営規模が優れていると目される企業
  - ・異業種情報・国際情報・情報システム業界の諸情報の収集が可能な企業
  - ・その企業の属するカテゴリーや業態の情報を吸い上げたり、情報の浸透をリーダーシップを持って実行できる企業
  - ・委員会業務の実行に当たって、自ら実践し行動できる担当者を有する企業

こうして 19 社の運営委員企業を選出しスタートした「酒類加工食品データベースセンター」であるが、おおむね当初の目的は達成したかと思われるものの、討議のテーマによっては、出席者に経験のないものも多いがため、思い付きで発言する者の意見と、高度な配慮の上の意見が、対等な議論になることがあり、時間の無駄を考えさせられることもある。

言わずもがな当事者の自覚不足である。しかし社会に必要なインフラ機構を、バランス良く運営しようとしても、そこに当初からの練達者がいないのも道理である。

#### 3. 財政的運営について

任意団体の財政的運営は、参加する任意の企業からの醸金によるものしかないのが通常である。運が良ければ、国家的支援に与かる場合もあるが、国家予算の使途は、開発援助は有り得るが、運営援助が無いのが原則ということである。従って会費制度を確定させておく必要がある。

この場合社会的インフラ機構ということになると、業界におけるリーディングカンパニー群の善意に頼らざるを得なくなる。これにも一長一短があるものの、具現化することが先決になってくるのでむしろ正解なのであろう。

SKDBC の場合には、大企業がこれを支え、中小企業にも広くこれを活用させようという目的・基本方針が確定していたため、ごくスムーズに大企業により負担する会費の額が決まった。しかし、当初の読みと異なり、大企業の数があまりにも少ないことがすぐに判明した。残念ながら皮肉というよりも、あまりにも大きな誤算であったとしか言いようが無いことになった。つまり 3 年目にして会費の額の改定に踏み切らざるを得なかったのである。

こうして考えると、最後の詰めが甘かったということである。やはり何事によらず、先駆者はどうしてもリスクと、考えていたよりも多めの金銭の負担を、余儀なくすると考えることが妥当なのであろう。

以上



## 平成12年度事業計画について

6月8日の通常総会において以下のとおり、承認されました。

### 1. 事業方針

本推進協議会は、生鮮食品等取引電子化基盤開発事業が3年目を終え、既に青果物では基盤開発である標準商品コード、業務標準メッセージの設定、並びに業務標準アプリケーションソフトの開発を終え、ソフトの配布が行われている。本年度は花き、食肉についても同様の成果が続き、水産の作業も本格的に進む予定である。このような状況を踏まえ、従来に引き続き全般的な普及とともに、本年度は各品目の状況に合わせた情報の提供、並びに情報交換の場を設けることを重点に活動する。また、今後のコード等の維持管理についても取り組むこととする。

### 2. 事業計画

#### (1) セミナーの開催（6カ所程度）

①生鮮EDIを導入していくに当たっての必要な事項、及び②各品目にあわせた話題提供の出来るセミナーを開催する。

#### (2) 先進事例視察（2カ所程度）

取引電子化の先進事例の視察を行う。

#### (3) 会報の発行（4回程度）

協議会の活動、生鮮食品等取引電子化基盤開発事業の進捗状況、普及啓発活動等の紹介、並びに必要な情報提供として会報を発行する。

#### (4) 資料の作成配布

会員に対する情報提供として、取引電子化に関する参考資料を作成、配布する。

#### (5) ビデオの作成

青果について標準商品コード、EDI標準メッセージ、標準業務アプリケーションソフトが出来たことから、青果をモデルに取引電子化の実際が理解できるビデオを作成、配布する。

#### (6) 講師派遣等協力（小規模懇談会の開催を改称）

会員が取引電子化を推進するため開催する勉強会等に必要な講師派遣等に協力する。  
(本誌の32頁に申請様式を載せています。)

#### (7) コード等の維持管理に関する検討

コード等の維持管理のあり方及び品目別の管理団体等の連携等、今後の維持管理に関し取り進む。

## 平成12年度収支予算

(単位：千円)

区 分	平成11年度 予算額	平成12年度 予算額	比較増減		備 考
			増	減	
I 収入の部					
1. 会費収入					正会員 139 賛助会員 23
年会費収入	18,950	19,740	790		
2. 事業収入					
セミナー参加費	250	300	50		
3. 利子収入	17	10		7	
4. 前年度繰越金	9,774	6,893		2,881	
収入合計	28,991	26,943	840	2,888	
II 支出の部					
1. セミナー開催費	5,760	5,000		760	6回程度
2. 先進事例視察費	800	600		200	2回程度
3. 会報発行費	2,000	2,000			年4回
4. 資料発行費	3,000	2,500		500	
5. ビデオ作成費	7,500	6,500		1,000	
6. 講師派遣等協力費	900	1,000	100		小規模懇談会を改称
7. 会議開催費	2,300	2,700	400		総会、理事会 企画運営委員会 維持管理委員会
8. 雑役務費	4,800	5,400	600		
9. 予備費	1,000	1,243	243		
支出合計	28,060	26,943	1,343	2,460	
10. 次期繰越額	931	0		931	
総 合 計	28,991	26,943	1,343	3,391	



E D I 研修会講師派遣申請書

生鮮取引電子化推進協議会事務局 殿

TEL : 03-3505-6118、 FAX : 03-3505-2254

平成 年 月 日

1. 会合名 (又はテーマ)	
2. 申請者名	会員団体・企業名… 担当者名… 印 TEL… FAX…
3. 会合の目的	①勉強会 ②取引先に対する説明会 ③その他 ( )
4. 開催日時	年 月 日 ( ) : ~ :
5. 開催場所	会場名… 住所… TEL…
6. 予定人数	人
7. 希望講師名	(謝礼予定額 : ) (旅 費 : )
8. 必要機器 (該当するものに○)	・OHP ・マイク 本 ・その他 ・スクリーン
9. 上記(項目7, 8) の予定額費用	円
10. その他 連絡欄	振込先:

うごき

平成12年度 生鮮食品等取引電子化基盤開発事業

平成12年5月18日 13:30 幹事会  
6月2日 10:00 青果専門委員会  
" 14:00 花き "  
6月14日 10:00 水産 "  
" 13:30 食肉 "

上記委員会では平成12年度の事業計画(23頁参照)について検討されました。

編集後記

- ITの重要性は九州・沖縄サミットの議題にもなり、また今回の内閣ではIT担当相もできるとか。ますます生鮮EDIの重要性を意識するこの頃です。
- 協議会では、基盤開発事業で開発された成果の維持・管理も行うことになり、今回の総会で規約の改正が行われました。まず、システムの維持管理について、どういう点に留意していく必要があるか、一歩先行の加工食品のケースで(社)日本加工食品卸協会の井岸専務にご寄稿をお願いしました。
- 本年度の総会は、昨年度と比べ、早く開催され、業務のスケジュールに余裕があると思われたのですが、7月初めに事務所の移転が入ったために、暑い夏場に全て持ち越しとなりました。
- 協議会の活動も3年目、これまでずっと生鮮EDI基盤開発事業を中心に、その進捗状況をフォローしてきましたが、本年度は各品目の特徴を持った開発成果の姿がはっきりしてくることから、各品目にあわせた情報提供をしなければと考えています。
- それには、各会員の皆様のご要望、ご意見を頂きたいと思っています。ご遠慮なく事務局にご連絡下さるようお願いしています



## 事務所移転のお知らせ

平成12年7月10日から下記に移転しますのでお知らせします。

住所 〒107-0052

東京都港区赤坂1-9-13 三会堂ビル 3階

(財)食品流通構造改善促進機構内

TEL: 03-3505-6118

FAX: 03-3505-2254

## 生鮮取引電子化推進協議会会報

第8号 平成12年6月発行

発行所 生鮮取引電子化推進協議会

〒107-0052 東京都港区赤坂1-9-13

三会堂ビル 3階

(財)食品流通構造改善促進機構内

TEL: 03-3505-6118

FAX: 03-3505-2254

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