

生鮮取引電子化セミナーにおける講演の概要

(平成 22 年 11 月 12 日：仙台市中央卸売市場本場管理棟会議室)

「今、市場流通に求められる情報機能

とは何か」

講師：東京都水産物卸売業者協会

参与 中 幸雄 氏



—市場の情報システムは—

市場の情報化をどう考えるかというときに、一つ情報技術の発展ということで、昭和 30 年代ぐらいから研究開発が始まり、大半は昭和 40 年代から大型のコンピュータ、いわゆる汎用機が多く使われるようになったかと思います。その次にオフコンという時代がありました。今は既にパソコン、サーバーということになるんですが、私ども卸売市場から考えると、昭和 46、7 年ぐらいから市場のコンピュータ化というのが始まってきたのかなというふうに考えております。

市場における情報システムのはじまりは、売買代金ですね、お金の処理を主な目的としてコンピュータ化にお取り組みになった企業さんが非常に多いんだろうと思います。昭和 40 年代ですので、大型コンピュータ、いわゆる汎用機でスタートをしてきたということで、非常に大きな投資をされて今まで維持してきているということだろうと思います。ところが、残念なことに、いろいろ各社お話をお聞きすると、他の大きなコンピュータシステムと違うのは、意外と機器が高いものでしたので投資が十分にでききれないで、社内システムを作ったというようなことがあります。社員をコンピュータ会社に派遣をして、教育を受けて、作りなさいということでスタートし、場合によってはメーカーさんの支援を受けながら作ってきたというようなことで、スタートラインが通常の企業さんと考え方が違うのかなと思います。それと、2007 年問題という、コンピュータ要員交代の時代がある中で担当者も交代してきています。そんな結果から見ると、システムの中身がどんな形で動いているかというのも業界としてはわかっていない、会社としてもわかっていないと

ということで、置き換えすらできなくなりつつあるというようなことで、卸売会社等としては非常に今困っているような状況ではないかと思えます。

—情報システムの成長(卸の対応)—

情報システムの進展は、取引の多様化が進む中、競りから相対がどんどん増え、加工品に対応するような処理があり、さらに買い付けが増えてきたということがあります。それから情報を早く出してくれという仲卸さん、買参人等々の要求に対して情報を開示していくか、または情報を渡していくような仕組みというようなことだろうと思うのですが、さらに量販店とのお取引が増えたことによってシステムの連携をしなくては行けないとか、情報を作り直すという作業があり、新たな機能が追加されてきたものと思います。さらに、安全、安心という機能も卸として、市場として求められてきていると思います。最近はこの上に企業会計というのが乗っかってきています。特に私のおります水産の業界では上場している会社もありますので、上場の会社は今国際会計基準に合わせろとかいろんな話が出てきています。企業さんによってはすでに日本基準で出していますと表示をしているところがあります。業界としてもそういったものに合わせざるを得なくなってきており、機能がどんどん追加されてきて非常に苦労しているというのが実態なのかなと思います。

このように取引の多様化や外部要因にその都度、システムを対応させてきましたが、個々に開発して運用してきているということで、それぞれが個別の発想でその場を解決するだけのために作ってきているというようなことがあります。もともと大きな点は競り原点ということでやってきていますけれども、運用としては通常の日常業務をこなしてきているというのが精いっぱいなのかなというふうに考えております。

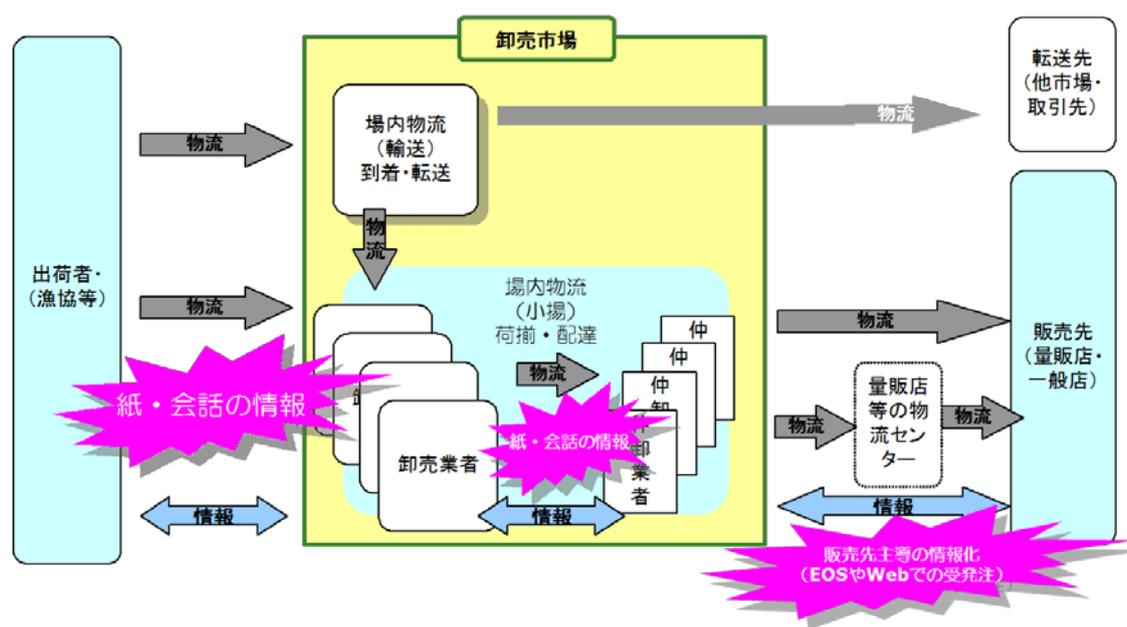
—市場流通と情報化の現状—

築地市場の例を見てみますと、他の市場と違う部分があるんです。物流としての取引をしている分が築地市場の場合は結構あります。今、私ども新市場に向けての取り組みをやっておりますが、最新の公表で取り扱ってる数字でいくと、全体で一日 2900 トン、約 3000 トンあるというふうに想定をされています。競りも何も通さずに物流上だけで仕分けして築地をワンタッチして、築地市場で取り扱いましたというネーミングをつけるような形で出ている部分だけでも約 1000 トンあります。その他に何らかの取引をしている部分というのは、差し引きますと 1900 トン、約 2000 トンぐらいあるという形になっています。

ところが、競りを基準にしたシステムというのは各社、卸などはおもっていますので、どちらかというと、産地からどういうものを送りますよということで、特に水産の場合は紙とか電話の会話で行ってきているというのが実態かなと思います。同じように場内でもこれを情報化していくというのはあり得ないといえますか、やっていないということになるかだと思います。

さらに、量販店に行くとき、量販店主導でこういう仕組みを使いなさいといわれている方々はいらっしゃるんですが、それが市場と連携しているのかなということ、実態的には個別対応となっているのではないのでしょうか。

●市場流通と情報化の現状



—水産物の流通と青果物の流通—

水産の卸、全国の協会の中で、将来の卸売市場のあり方というのを検討しようということで、「あり方研」の中でこのお話をさせていただいたのですが、情報化することは必要だということで皆さんおっしゃるんですけども、情報化するには非常に難しい点があります。青果物の流通は、出荷者さんがいらっしやいまして、多分、JAさんですね、出荷場、集荷場、何かそういう名前のところにはJAさんが絡んでいます。直接出されて、それがどこにいくつ振り分けられるか。上位は経済連さんということになるのでしょうか。

それから出荷品は卸売市場に行きます。卸の市場の中には卸売会社、仲卸さん、買参人と小売という関係ですが、どうも情報化で考えると、青果の場合は、出荷団体から情報を流してくるか、またはきょうのうちに返してということで、卸売会社は出荷者側の要求に近い形で連携をとってきているというのが実態だろうと思います。

ところが、水産は大きく分かれていまして、主に産地市場で一旦取引をして値がついてますので、ある意味値付けをして港などで値がついちゃってるわけですね。産地仲買さんは、自分のところの市場だけでなく他の市場からも買って消費地市場である築地なら築地に出していくということで、一旦、産地市場で値があって、また消費地市場で値があるというような構造ですね。この辺が流通構造の大きな違いかなと思います。

—水産と青果の違い—

出荷者側でいいますと、青果は間に入る方は非常に少なく、流通の構造が簡素(拠点市場化)で関わっている方は少ないというふうに思います。ところが、水産側は産地市場があったり、産地の仲買さんがいたりということで非常に複雑という、逆の面があります。

組織体制はどちらかというとき青果の方が県単位、単協単位、出荷者という構造上は非常にシンプルにできていて、強固な関係といったらよろしいでしょうか、そういうことは体制として整備されているということで、情報の整備も進んでいるというふうに考えていいのかなと思います。反面、水産では流通構造が複雑であって情報化が遅れているというふうなことになるでしょうか。

それからもう一つ、共通する仕組みとして青果にはベジフルシステムがありますが、水産にはそういったものを管理する、または情報交換する仕組みが現状はないということで、そのところが大きな違いかなと思います。

市場側のことで考えますと、入荷から情報化されているというのは、どちらかというとき青果の方は入荷の情報をエントリーしているということですね。水産は、大きな市場ほど逆にここのコントロールができなくて、特に築地市場はそうなんです、入荷は紙ベースですので、入荷からは情報化できない。ですから取引が終わった段階から、事後処理のために情報化しているというのが情報化のスタートラインだろうなというふうに思います。

取引と物流の両方の情報があるということは、青果の場合は入荷がありますので、競りでやる前に例えば時間前販売を決めている場合は既に分荷が決まっているか、そういった帳票を出してるとかいうところは結構あります。ところが、水産の場合は一般的に競りを

やっていますので、その辺がない。あるとすれば事前に決まっていれば売り渡し票を作って、それを現場に渡している場合と。それを仕分けに使ったりとか、手で書いた紙の票を使ったりというのが実態かなと思います。

農水省の標準商品コードの管理はベジフルという仕組みの影響もありますけれども、青果ではバージョンを管理され、改廃をきちんとされております。水産も標準商品コードは制定されていますが、当初のバージョン 1.0 のままとなっており平成 10 年代に検討をずっとやってきましたけども、いまだかつて活用された例もなければ改廃された例もありません。

—築地市場の課題—

私のいる築地市場は豊洲市場に移転する計画があり、今、公表されているのは平成 26 年 12 月に開場するという位置づけがされています。

新しい市場では、入荷はドックシェルターに尻からトラックをつける形になり、中は温度管理がされた部屋ということになり、閉鎖型の市場になります。どこの市場でもそうですけど、荷物、入荷のトラックが来て、伝票を見ながらどんどん平場に降ろしていくというふうに市場の中で荷降ろしをされていると思いますが、築地市場が移転する先では閉鎖空間で管理されてしまうわけです。そうすると、現在、出入りしているトラック全体で約 3 万台を超えるトラックが出入りしています。そのうち卸として直接携わる車、関係する車というのはおおよそ 2000 台以上の車、約 1 割の車が関わっているわけです。閉鎖型になりますと、通常、荷降ろしするのが 10 トン車だと 1 時間ぐらいかかります。施設との関係で物理的な数というのは決まってくるわけですね。何台つけられるかということがありますので、そうすると、いつどのトラックが来て、どこで降ろすという作業を人間の手ではとても管理できません。私たちが想定している新市場というのは、約 3 万平方メートルぐらいの平場の面積の建物になります。一階のフロアが卸売場というふうに考えていただければと思います。その周りをぐるっと取り巻くようにトラックがお尻をつけるような形になります。単純にいうと、100 台ぐらいしかつきませんが、1 時間すべてかかるとすれば、仮に 100 台と想定して、3000 台がもし直接卸に関わるとすれば、割り算してのごとく、相当の時間数が必要になるわけで、それを管理していかなければならないわけです。それをどうやって管理するかということで、情報化が最大の目的になっています。情報化なくしてはコントロールもできなくなるということは明らかにわかっているわけです。

(競りまへの情報化)

現状、システムが競り以降しかありませんので、競りの前がない。いわゆる送り状を情報化する仕組みがありません。

築地は現在卸が7社あるんですが、7社の競り後の前に送り状の情報をつぎ足すという考え方になります。ところが、これを作るというのは容易なことではありません。実は市場の入口には、トラック運送業者たちがターミナル機能をしている人たちがいらっしゃるんですね。産地では一台のトラックに仕立てられないので、ぐるぐると一回り回って、トラック一台にまとめてくる荷物は、卸に直接来ないわけです。そうすると、まとまった量の荷物の明細はファックスで行くんですが、そこで振り分けをして、今度、7社に持ってきてもらうという作業になりますので、ここの人たちも情報化に加わってもらわないとできないということになります。

したがって、直接卸に来てくれれば、通常の市場の考え方ですので、送り状をエントリーする仕組みだけ作れば考え方としては非常に楽なわけですね。ところが、ここでは運送行為がまだ残ってます。それから運送上、仕分けするという行為もありますし、そこから今度配達する情報もあります。配達を受け取って、卸売会社の作業部隊、いわゆる小揚げと呼んでいるんですが、その方々がここで受け取って陳列をするという作業になってくるんですね。実はここまで作業をしなきゃいけないということになります。ここもシステムの対象にしないとできないということになるわけです。

そうすると、ここまで入れて作るとなると、7社の分をそれぞれがこの部分を作るのは相当な投資をしないと作れない、複雑ですので。こういう建物の中を共同で物流作業を運用するための仕組みをつくるには、その要素として、やっぱり共通化をしなければならないということになります。そんな意味合いも含めながら、流通 BMS のような考え方が必要であろうということで取り組みを始めました。

(水産物標準商品コード)

農水省で策定した水産物標準商品コードがありますが、それは使えないと。使えないのはどういうことなのか、それは属性が複数ダブっていたりとかで、販売側に対しての指示と情報を渡せないということがわかってきましたので、流通 BMS はどちらかという買い手側の論理で始まっていますので、買い手側でこういうコード体系にしたら使えるんじ

やないのということを念頭に全体の見直しをしようということで流通 BMS の検討に参加した経緯があります。

というのは、標準化がなければ、新市場に行ったときにA社とB社の違うコード体系をどうやってお互いに情報交換して物流作業をするんですかと。それから発注をどうやって受けるのか、受けたものを共通の組織に出していただけますか、というようなことがありますので、何とか項目をそろえたいということで基本的には農水省の水産物標準商品コードをベースに検討してきたということです。

特に流通 BMS に参加したということで、そういう標準の考え方を卸のコンピュータの担当者にも入っていただいて、競り前の標準化のルールをどう決めていくかという重要性というものを頭の中に入れてもらい、それから経営トップの方々にも、やっぱり標準化しないとやっていけないという認識をもってもらい、場合によっては各社が持っている仕組みも将来標準化しないとだめだということを理解してもらうためにも流通 BMS、標準商品コードに取り組んできたところです。

—まとめ—

EDI を推進していく必要性というのは十分にわかっていますし、卸だけでなく特に仲卸さんのレベルを上げていかなければいけないということだろうと思いますので、EDI に取り組み、コンピュータ化の取り組み、それから意識を上げていただくという必要性もあるのかなと思います。ここ何年、ともかく議論ばかりしててもなかなか前に進まないの、とにかくやってみせましょうよということが流通 BMS に取り組んで理由でもありますし、卸から情報をいただいて項目をチェックするというようなことも大変ですけど、やっぱりやってみると何か見えてくるものがあるので、議論している場合ではなくて、こういったことに取り組みましょうよというような位置づけといたしますか、意義づけが非常に必要なのかなというふうに思います。

これからは個別で作ることは難しいということで、個別最適ではなくて、全体最適ですね。自社ではなくて、市場そのもの全体で連携して市場全体の最適化を図りましょうということが非常に必要ではないかと思います。

それから、情報の標準化ということで、その標準化のルールですね、会社個別のものを今更直してくださいとはなかなか言えませんが、標準語的なルールをきちんと作りましょうよ。これは多分、築地だからということではなくて、私は個別最適より全体最

適で言えば、全国の市場に通じるような考え方も一つ入れながら、標準的なルールを考えていく。築地がリーダーならリーダーとして考えていくというようなことが必要なのかなというふうに考えています。

これは会社の考え方にもなりますが、情報化すれば何とかなるよということではなくて、今、なければいけないものとあったらいいものをきちんと選別する必要性があるのかなと。情報化投資は非常に大きいと思います。事業規模の認識をもつこと、こういった意識というのが必要なのかなと思います。

それと、個別と共同の仕分けということで、競りベース以降は各社がもっている仕組みですが、その前を作るとすると、また個別でやるんですかと。内容はまったく一緒のことをやるのであれば共同で作ればいいじゃないですかというような仕分けをきちんとすべきで、情報化においてはコスト見合いが重要になってくるんじゃないでしょうか。場合によっては、卸の仕組み、全体の仕組みの共同化ということも一つ視野に入れることも必要かなと私は思いますけれども、なかなか今持つてる資源を捨ててくださいというのはこれは難しい話だと思いますので、個社でやる分と、共同で物流なり入荷なりというような情報整理をするところというのはきちんと分けておくという考え方を入れる必要があると思っています。

情報化って非常に重要なお話ですし、実は取引と対等でもあるというふうに思っています。取引の他には物流ですとか、物流を支えてる、それから営業の取引を支えているのは情報という関係でもありますので、十分に整理をしながら、仕分けをしながら新しいものを作っていきたいと考えております。個別と共同と、それから個別最適と全体最適ということをよく考えながらやっていく必要があるのかなというふうに思います。