

第2版

生鮮食品流通の効率化と企業経営基盤の強化を目指して

青果物の 生鮮JANコード 導入・利用マニュアル

財団法人 食品流通構造改善促進機構



はじめに

青果物は、消費者が健康を維持し、豊かな生活を続けていくために欠かせない、極めて重要な食品です。生産者が丹精込めて栽培し、出荷した新鮮な野菜や果物を、全国の消費者の手元に一刻も早く、しかも低コストで届けるためには、流通段階の取引に要する無駄な時間やコストをできるだけ削減する必要があります。

流通の時間とコストを削減するためには、今まで人手に頼っていた情報のやりとりや情報の入力を、全国統一のコードを使ってコンピュータ処理に置き換えることが最も有効です。そのために今回の「食品流通情報化基盤開発事業」（12年度までは「生鮮食品等取引電子化基盤開発事業」）では、野菜や果物の品種を表す全国統一の「標準品名コード」と、等級・階級・産地などの規格を表す「標準商品属性コード」を定めました。

統一の商品コードは、商品やダンボール箱に表記されて初めて利用が可能になります。しかも、バーコードで表記されてPOSシステムや物流システムで自動読み取りされる必要があります。そのような目的から、一般の消費財は、商品の製造段階で統一のバーコードを商品の1個1個に表記しています。これが、「ソースマーキング」と呼ばれるものです。

青果物は欧米を見ても、一般の消費財（工業製品）とは違ったコードの考え方を採用しています。普通は『AメーカーのBという商品で g入り』という情報がバーコードに入っていますが、青果物の場合は『 品種のLサイズ、 g入り』というように、統一の品名コードをキーに商品が共通認識されています。

日本でも、今回の「食品流通情報化基盤開発事業」で青果物の標準品名コードが制定されましたので、このコードをキーに、青果物用のソースマーキング用コード体系を定めました。それが、このマニュアルで紹介する『生鮮JANコード』です。

生鮮JANコードは、出荷者が違っても、同じ品種の同じ規格であれば、同じコードで表現します。生鮮JANコードのソースマーキングが普及することによって、小売業ではいろいろな品種の青果物を売り易くなり、生産者や出荷者にとって販売機会の拡大につながるほか、全国レベルでのマーケット情報分析も可能になります。

青果業界にマーケティングが始まります。

目 次

第1章 青果の取引電子化と生鮮JANコード	1
1. 食品流通情報化基盤開発事業の目的	1
2. 消費者起点の青果物流通取引へ	2
3. 生鮮標準商品コードの開発方針	3
4. 品名コードと商品属性コード	4
5. なぜ生鮮JANコードなのか	5
6. 生鮮JANコードとは	6
補足：生鮮JANコードと生鮮共通商品コード	7
第2章 POSシステムにおける利用	9
1. POSシステムと入力方式	9
2. ソースマーキングとインスタマーキング	10
3. POSシステム運用上の問題点	11
4. 生鮮JANコードの体系	13
5. 生鮮JANソースマーキングの対象商品	15
6. 標準JANから生鮮JANへの移行方法	17
補足1：果実への生鮮JAN適用について	18
補足2：標準JANコードの運用ルールについて	19
第3章 EOSにおける利用	21
1. POSシステムとEOS	21
2. EOS運用の現状と生鮮JANコード	24
3. 自社システムとの対応方法	25
4. EOSへの生鮮JANコード利用のメリット	27
巻末資料	
生鮮JANソースマーキング対象商品とコード一覧	29
巻末表 - 1 野菜の生鮮JANコード ソースマーキング・コード表	31
巻末表 - 2 果実の生鮮JANコード ソースマーキング・コード表	37
巻末表 - 3 生鮮JANコード実用版作成イメージ	42
巻末表 - 4 青果標準品名コード一覧	46
アメリカの青果標準品名コード『PEIBコード』	58
基本用語集	60
関連資料紹介	61