

花き流通標準化ガイドライン検討作業部会（第1回）概要

1. 日時：

令和4年9月8日(木) 14:00～16:00

2. 場所：

農林水産省 第2特別会議室（一部、オンライン参加）

3. 出席者：

<卸売業者>

吉武利秀 株式会社大田花き 執行役常務兼ロジスティック本部長
豊吉伸司 株式会社フラワーオークションジャパン 取締役
矢野新一 大阪フラワーサービス株式会社 社長
竹原 裕 株式会社花満 専務取締役
松丸信男 福岡県花卉農業協同組合 福岡花市場 市場長 ※欠席

<行政>

武田 祐紀 農林水産省 大臣官房新事業・食品産業部食品流通課長
丹菊 直子 農林水産省 大臣官房新事業・食品産業部食品流通課
卸売市場室長

<オブザーバー>

株式会社大田花き 花の生活研究所
豊明花き株式会社 経営企画室
国土交通省総合政策局物流政策課

4. 議事概要：

<行政から、「花き流通の標準化ガイドラインの検討(資料)」について説明後、ガイドラインについて意見交換>

【各構成員からの主な意見】

○以下、構成員からの主な発言。

【I. 台車（ロールボックスパレット）】

1. 台車サイズ

(1) フルとハーフのそれぞれの台車のサイズは鉢物向けでよいか

- ・ フル台車に関しては、鉢物、切り花両方を運用できるので使い勝手が良い。フル台車でも乗らない大きな箱もの、枝物があり、運用により異なる台車を使用している。
- ・ ハーフ台車は鉢物向けであり標準化は問題ない。
- ・ フル台車の標準化は問題ない。
- ・ ハーフ台車は、高さ 1900mm が積めるトラックは全国的に限られてい

るので検討が必要ではないか。

(2) フル台車よりもハーフ台車をより推奨していくべきか

- ・ ハーフは連結してフルの大きさにできて多様性があり、ハーフは2トン車にも載せられ、一気通貫で末端まで車をうまく使える。
- ・ ハーフは花屋さんの小分けのときに使用する。
- ・ 市場としてはフル台車とハーフでもどちらでもいい。
- ・ ハーフ台車はほとんど使っていない。

(3) 一般的なロールボックスパレットについて使用する可能性はないか

- ・ ロールボックスパレットは、輸送会社が産地から集めて市場に配達するときに使用する。
- ・ ロールボックスパレットは片側全部囲われているので、横から取れないので分荷しづらい。
- ・ ロールボックスは、12月と5月に使用することがある。強度が足りないので普段は使用しない。
- ・ 切り花についてはロールボックスに替えているが、牽引できないのが難点。

2. 台車の材質・仕様

(1) 台車の材質はアルミ製を標準とするか

- ・ フル台車はアルミ製を使っているが鉄製の台車が主流。
- ・ ハーフ台車についてはアルミ製だとコストが倍かかる。

(2) 台車の仕様は、折りたたみ式等を標準とするか

- ・ フル台車は、折り畳んで片付けられれば場所を取らないという面でのメリットはある。
- ・ フル台車は折り畳み式のものもあるが、蝶番があって、折り畳むと強度の問題で壊れやすいので折り畳んでいない。

3. 運用

(1) 台車の使用を推奨する状況（鉢物の産地から卸売市場まで）

- ・ 産地からはフル台車で来る。
- ・ 産地からロールボックスパレットで市場に入ってくる。
- ・ 産地から来る荷物が台車で入荷した場合は台車交換或いは積み替えを行う。
- ・ 台車は、場内で使うのが基本であり、場外に持ち出す場合には持ち帰りが基本。

(2) 台車は拠点となる卸売市場の卸売会社が購入し、導入すべきか

- ・ フルは自社所有とレンタルの両方。
- ・ 産地からレンタル台車が来て、卸からもその台車を使用しており、費

用も折半というような形

- ・ フル台車は約15万円するので管理は十分にする必要があり、盗難防止措置を行っている。

(3) 台車の導入や貸し出し・回収の費用負担をどう考えるか

- ・ 会議では意見なし

(4) その他

- ・ 台車をトラックに積むと、積載率が25%か30%ぐらい落ちる。また、台車は60キロ以上あるので、4トン車の場合は基本的な荷物は2トン800ぐらいしか積めない。

【Ⅱ. パレット（平パレット）】

1. パレットサイズ

- ・ パレットサイズは1,100mm×1,100mmの標準的なパレットでよい。

2. パレットの材質・仕様

(1) パレットの材質は、推奨しているプラスチック製を標準としてよいか

- ・ レンタルパレットは重量があり使いづらいので、強度はなくても軽いプラスチック製のものがよい。

(2) パレットの仕様（片面／両面、二方差し／四方差し）は、花き流通において標準化すべき項目か

- ・ 「四方差し」が使い勝手が良い。

3. 運用

(1) パレットの使用を推奨する状況は、切り花の産地から卸売市場までの輸送又は物日等のパレット単位での取引

- ・ 地方市場からの集荷は小口の出荷が多いので、パレットに積載することはほとんどなく、繁忙期しかパレットは使用しない。
- ・ 産地からパレットが市場経由で小売店等まで行くケースは、ある程度の数量を買う小売店等に限られ、物日で1%程度あるかないか。基本的には産地から市場で一旦パレットを下ろして、それを分荷・小分けして小売店等に行く。
- ・ 大型産地（2カ所）からパレットに乗せて市場まで来ているが、フル台車に積み替えて分荷している。

(2) パレットはレンタルによる導入が適当だが、産地と卸売会社でどのように費用負担すべきか

- ・ レンタルパレットを1枚紛失するとペナルティーで6,000円程度支払うこともあるため、ある程度の枚数は自社所有（購入）であり、それを産地に貸出し、返却も受ける仕組みで現在運用している。今後パレット

輸送が拡大した場合、お互いが持ち合い交換方式にしたい。

(3) その他

- ・ パレット化するだけでトラックの積載効率 15% ぐらい落ちる。産地・運送店の理解を得ながら推進したい。
- ・ 狭い市場だとウイング車のウイングが天井に当たって開けないためパレットを手下ろしで行っている。

【Ⅲ. 外装サイズ】

1. 外装サイズ

(1) 標準の平パレット 1,100mm×1,100mm に合わせた段ボールサイズを標準としてよいか。

- ・ サイズだけではなく、箱の強度、厚みも考慮する必要。パレット積みの場合に下に積んである箱ほど潰れることが多いため。
- ・ 標準サイズ以外にも、箱のサイズはケースバイケースで対応すればいいのではないか。例えば、沖縄では商品の長さを 10 センチ短くすることによって 10 トン車での積載率が 10~15% 効率がアップし、コストを下げる事ができた事例がある。
- ・ 花き市場協会の実証試験で用いた箱は、積んだ時に段がばらばらにならないように箱の厚み・高さを特に重要視したもので、それ以外の箱の長さとは幅はパレットの寸法に合わせた最大値を考慮したものです。
- ・ 崩れないように高さをなるべくフラットにできるようにする必要。長さは 55cm があっても構わない。

(2) 横箱のタイプ A を最も推奨すべきサイズとしてよいか

- ・ 会議では意見なし

(3) プラスチック製通い容器について花き流通において標準化すべき項目か

- ・ 大きな産地で通い箱を導入し、市場から客先までは同じ箱のままで流通すれば中身があまり痛まない。ただし、当該箱が川下に行き、そこから市場に戻ってくることによる管理負担が市場に発生するのであれば検討が必要。
- ・ MPS ジャパンでは、プラスチック製の通い箱の検討をしている。

2. 梱包

(1) 産地から出荷する際の 1 箱あたりの入り数を 100 本で標準化

- ・ 生産者は運賃が浮くのでメリットはあるかもしれないが、買参人が買うとき 100 本単位のロットは買えない。昔 100 本だった頃もあったが、現在は 50 本にしてくれとなっている。だから、販売ロットがだんだん細かくなっていることから、生産者が 50 本で出荷しない場合には卸売業者の仕分け作業が発生するので、その分課金しようということになっ

た。

- (2) 推奨すべき緩衝材やその使用方法について記載すべき事項は何か
 - ・ 箱の中で花が動かないように満杯に入れている。小さい花は動くのでしっかりと動かないように留めが必要。
- (3) 段ボールのコストと緩衝材のコスト、卸売市場での分荷のコスト等を勘案してシミュレーションをするべきではないか
 - ・ 会議では意見なし

3. パレットへの積み付け

- (1) 物流効率化の観点から、改めて整理することでよいか
 - ・ 積付けは、その後の作業が効率的になる必要。
 - ・ パレットの T11 サイズに収まるようにする必要。少しでもはみ出た場合、調整しようと手で押しても動かないのでばらす手間になる。積付けというのは結構きれいに端を合わせ、高さを合わせる必要がある。
 - ・ 4万ケース入荷したら4万枚シールを貼る必要があり、作業時間は大変なもの。作業効率が良くなるように箱の表示部分の向きを揃えるなどの気配りが必要。

【IV. 帳票・コード等】

1. 帳票

- (1) 帳票の標準化は様式の標準化ではなく、帳票の項目の標準化でよいか。
 - ・ どのような項目にするか、また、行の何番目に何という情報を入れるかの検討については、各卸売会社の電算の専門の者の意見を取り入れる必要。
- (2) 標準化すべき帳票は、送り状、売買仕切書でよいか
 - ・ 地方卸売市場では、花と青果を扱っている卸売業者もあり、8%のもの、10%のものということをやっているので、インボイス対応の観点からも検討することが必要

2. ソースマーキング

- (1) 産地でのソースマーキングの仕組みを検討するべきではないか
 - ・ ソースマーキングは、生産者に手間だが、産地から情報をスタートさせることで、注文に対して非常に素早くマッチングができる。注文の成約率を上昇させるので生産者にもメリットがある。そういったメリットの部分を強調してお願いして回っている。
- (2) 卸売市場で商品化されるのであればソースマーキングは不要か。
 - ・ ソースマーキングは作業が迅速になるので必要。

3. コード

(1) 出荷者マスタ、商品マスタの作成を検討するべきではないか

- ・ 卸売会社の6桁のコードは、当初は全農が作り、その後、全農の関連会社の方である程度フォローしていた。卸売会社のうちコードが見つからなかったのは青果と一緒にやっているところ。全農に問い合わせたけれども分からなかった。
- ・ 花き卸売り会社では、情報のE D I化を進めており、卸売市場協会の標準E D Iと今回の情報化の整理というところが少しつながっていないかなというのがあり、そのことについて検討することが必要。
- ・ 花の方は品目があまりに多過ぎてコードの数が青果とは違う。卸売市場協会のホームページで共通E D Iを載せているが、改正や廃止についてフォローができていない。最後に更新したのが平成27年頃。市場協会としては別途J Fコードセンターを設けているので、今後どうするか議論は出てくる可能性がある。
- ・ 標準E D Iというのはフォーマットであり、コード一個一個を決めておらず、どういう情報をやり取りしたらいいかということを決めている。
- ・ 出荷者からすると、品目、品種、コードが各市場毎に違っており、作業負担が増加しているのが現状。全てのコードが統一して使用できれば作業効率が上がる。
- ・ J Fコードはあるがほぼ使用していない。卸売会社が独自に作っている品目コードを全部一元化できればよい。

(2) 商品コードとJ Fコードを紐付け

- ・ 会議では意見なし

(以上)