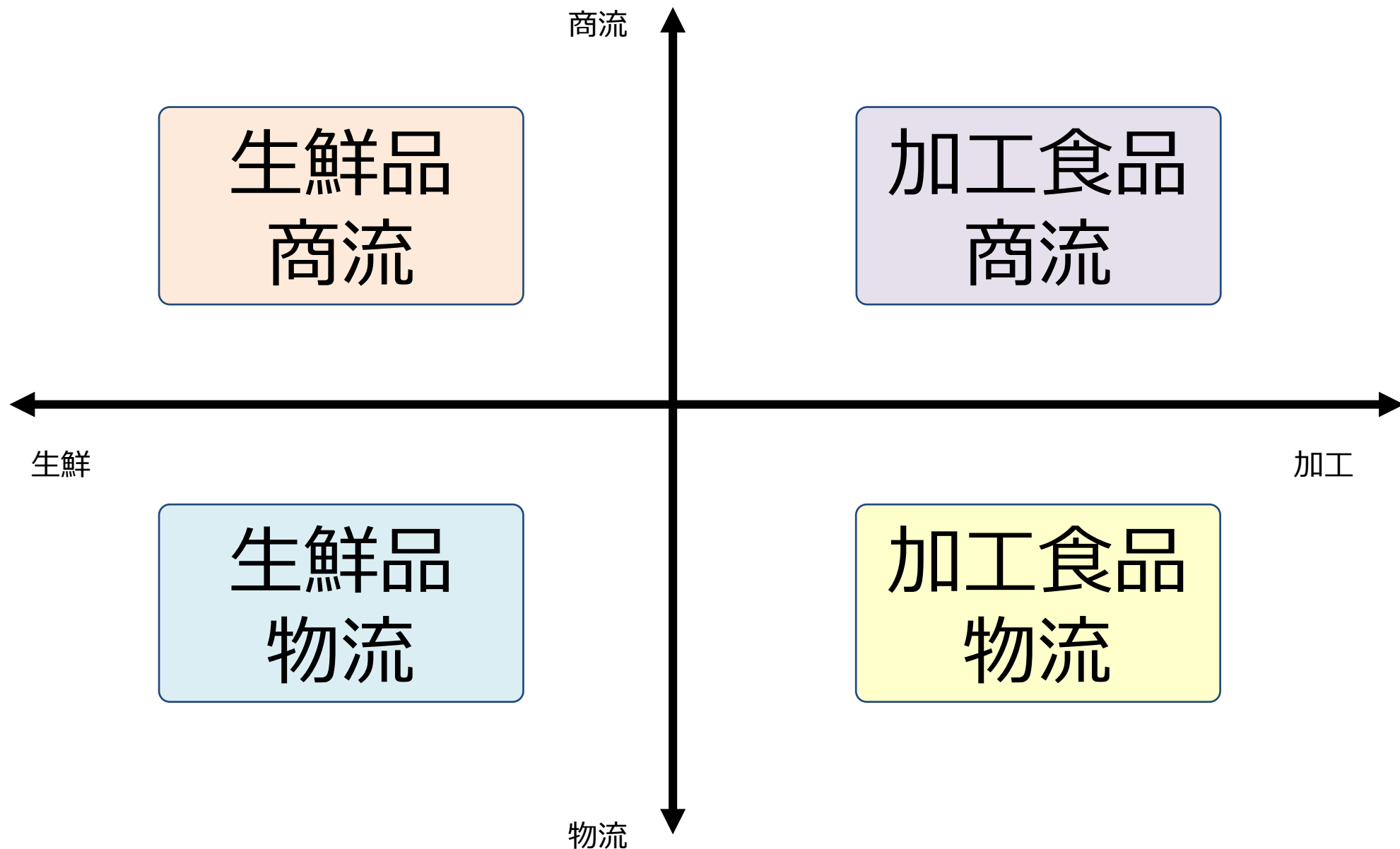


食品流通のデジタル化の検討の視座

2025年 1 月
農林水産省
大臣官房 新事業・食品産業部 食品流通課

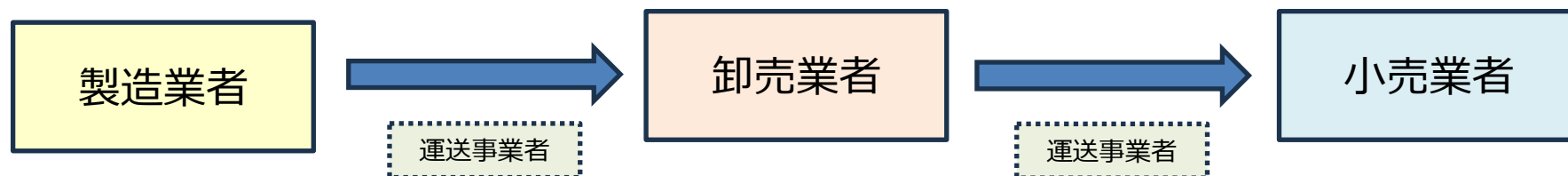
1. 今、どの領域の議論をしているのか



2. 加工食品流通のデジタル化



(1) 代表的な流通経路



(2) 一般的なデジタル化の状況

	製造 - 卸	卸 - 小売
商 流 (受発注等)	○ 日食協EDIフォーマット	○ 流通BMS
物 流 (出荷情報等)	△ 日食協EDIフォーマット	○ 流通BMS

(3) 一般的な管理コード： JANコード (GTIN) が広く活用されている。

※ JANコード (Japanese Article Number) はGTIN (Global Trade Item Number) の日本国内での呼び名。
GTINは国際標準。

- 標準タイプは13桁 (商品についているバーコードでおなじみ)。
- JANコードで示しているのは、「どの事業者の、どの商品か」。
- 最初の9桁 (または10桁or 7桁) が事業者コードを、残りの3桁 (2桁or 5桁) が商品 (アイテムコード) を表す。
 - ※ 最後の13桁目は、事業者名や商品名ではなく、そのコードが正しいものであるかの確認に使用するチェック・ディジット (C/D)。
- 日本の製造業者の場合、最初の2桁は「49」か「45」で始まる。
- 事業者は、一般財団法人流通システム開発センター (GS1 Japan) から事業者コード (最初の9桁) を取得。
商品名の番号 (続く3桁) は各事業者が決める。



3. 生鮮品流通のデジタル化



(1) 代表的な流通経路



(2) 一般的なデジタル化の状況（青果物の例）

	生産者－集出荷団体	集出荷団体－卸	卸 － 仲卸	仲卸 － 小売
商 流 (受発注・決済情報等)	－	・ 受発注は紙や電子メール。 ・ 決済についてはベジフルネットが広く活用されている。	・ 紙や電子メール	・ 各社EDIシステム
物 流 (出荷情報等)	・ 紙ベースが多い。 ・ デジタル化の取組は限定的。	・ FAXや電子メール ・ 逆ベジシステムは情報伝達速度の点で課題あり。	－	・ 各社EDIシステムが基本だが、FAXを使用する場合も。

(3) 一般的な管理コード： 生鮮標準コードが存在するが、活用状況は限定的。

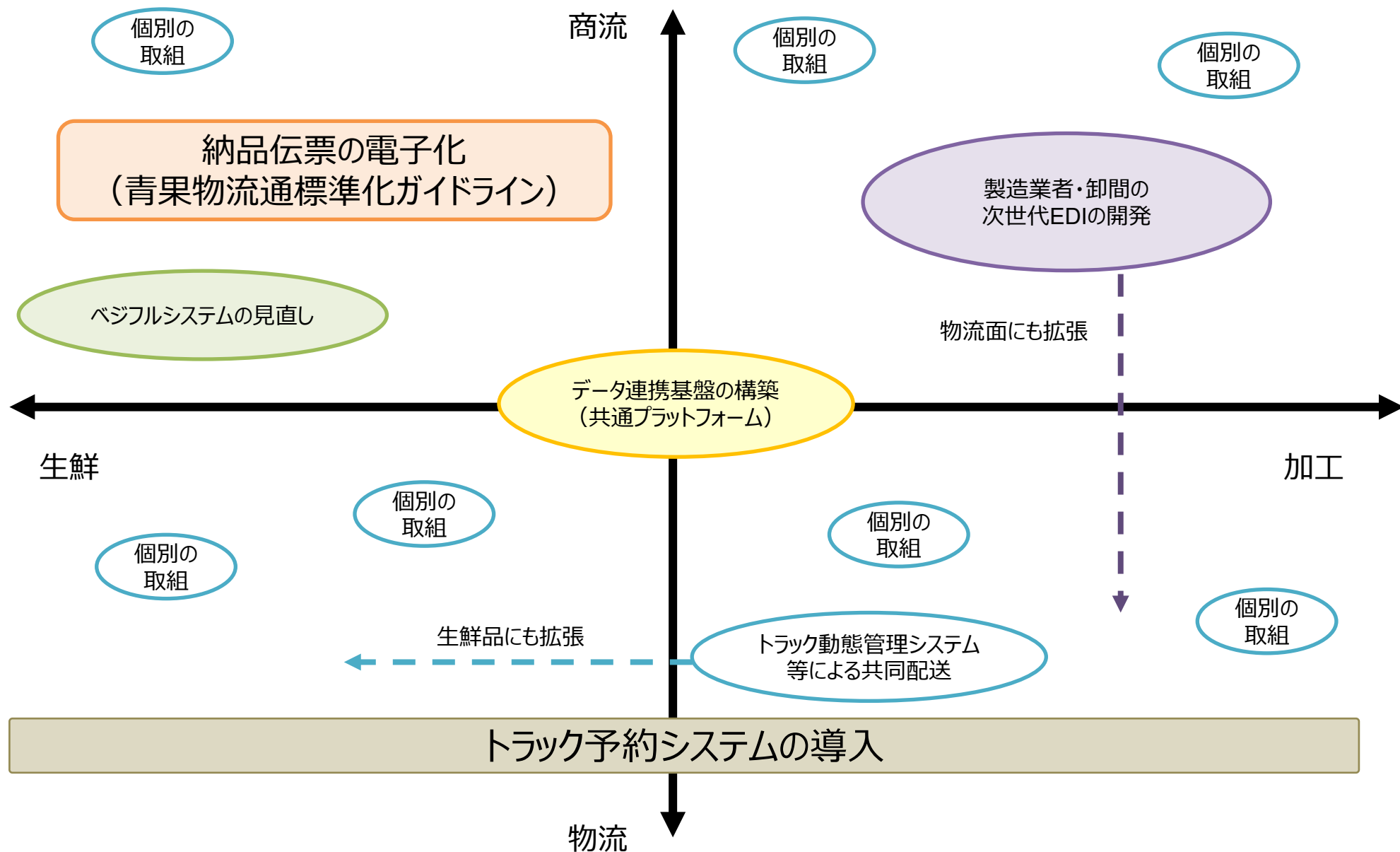
- ・ JANコードと同じ13桁（バーコード化は可能）。
- ・ 生鮮標準商品コードで示しているのは、品目名＋αの情報。生産者や産地は示せない点が大きく異なる。
- ・ 最初の4桁は「4922」で固定。「4922」は、「日本で流通している生鮮品」ということを示している。
- ・ 続く5桁で品目名を示す。青果物の場合、この5桁は「ベジフルシステム」で使用されている「青果物標準品名コード（ベジフルコード）」に準拠。
- ・ 残りの4桁は、栽培方法区分、商品形態、階級、C/D（チェック・ディジット）として使用される。

4. 加工食品と生鮮品の違い



	商品特性	商品と管理コードの関係
加工食品	・ 多くの場合、製造から小売までの流通段階で商品形態は変わらない。 ・ 製品として規格が統一されている。	・ 13桁のJANコードで製造業者・商品が特定される。 ・ マスター登録をしておけば、バーコードを読みこむだけで、商品名、内容量、価格等を全て把握可能。 ※ 例外として、季節販促等により1つのJANに複数アイテムが紐づくこともあり、その場合は、JANコードと個社の商品コードを紐づける必要が生じる。
生鮮品	・ 多くの場合、産地から小売までの流通段階で商品形態が変わる。 － 仲卸や小売の段階で袋詰め － 加工が行われる場合もある (魚の切り身、野菜の1/2カット等) ・ 1つ1つの商品の重量や大きさが様々。	・ 13桁の生鮮標準商品コードで品目は特定できる。 ・ 他方、生産者（出荷者）、重量等については別途把握する必要がある。

5. どのような検討や取組が進められているのか



6. 何のためにデジタル化するのか



目指すもの	そのために取り組むこと（例）
業務の効率化	- システム連携 （流通の川上でデータ入力し、川下までデジタル情報としてつなげ、手入力の回数を減らす。） - クラウド型システムの活用 （サーバー上に置かれたシステムにインターネットを介して接続し、活用。）
物流の効率化	- トラック予約システムの導入（トラックの荷待ち時間の削減） - トラック動態管理システムの導入（新たな共同配送の実現、積載効率の向上） - 事前出荷情報（ASN）の活用（検品レスによる荷役の削減） ※ASN = Advanced Shipping Noticeの略
高付加価値化	- データ連携基盤（各種情報を組み合わせ、新たなサービスを開発・提供。） - 消費者への商品情報提供 （2次元コード（QRコード等）を活用、生鮮品においても消費者に提供できる情報を充実化。）  QRコード