

# 生協における商品情報標準化の 取り組み報告

---

日本生活協同組合連合会  
事業企画室 IT推進部  
白井 正明

# 本日の報告

---

生協とは、・・・日本生協連とは  
食に関わる社会動向  
生協の食の安全を追求した取り組み  
生協商品情報標準化検討会の取り組み  
商品情報DBの到達点  
今後の課題

# 生協の組織と活動概要

(2006年3月現在)

## 【日本生協連加盟生協】

- 生協数 626生協
- 総事業高 3兆3,316億円(前年比101.2%)
- 出資金6,276億円
- 組合員数2,350万人

## 【地域生協の状況】

生協数161生協

総事業高 2兆6,227億円

組合員数1,653万人

# 生協の組合員のプロフィール

平均年齢51.4歳、70歳以上が10%  
(40代:23%、50代:27%)

男性5%、女性95%

「夫婦と子供」の家族が半数51%、平均家族人数3.32人(全国2.60人)

夫婦だけの家族22%と増加傾向

60歳以上の世帯では「夫婦だけ」40%を超える

地域生協組合員上位30生協の組合員1775万人の中から6000人  
を無作為抽出、アンケート用紙郵送(2006年5月下旬実施)、回収率70.9% 4,253件

# 生協の組合員のプロフィール

夫婦年収(税込)	1997年	2006年	
~ 400万円未満	18%	31%	↗
~ 600万円未満	23%	23%	→
~ 800万円未満	21%	17%	↘
~ 1000万円未満	14%	11%	↘
1000万円以上	16%	10%	↘
無回答	8%	8%	

年々所得水準が減少傾向、景気問題と老齡化の現れ

# 日本生協連の事業

---

## 商品事業

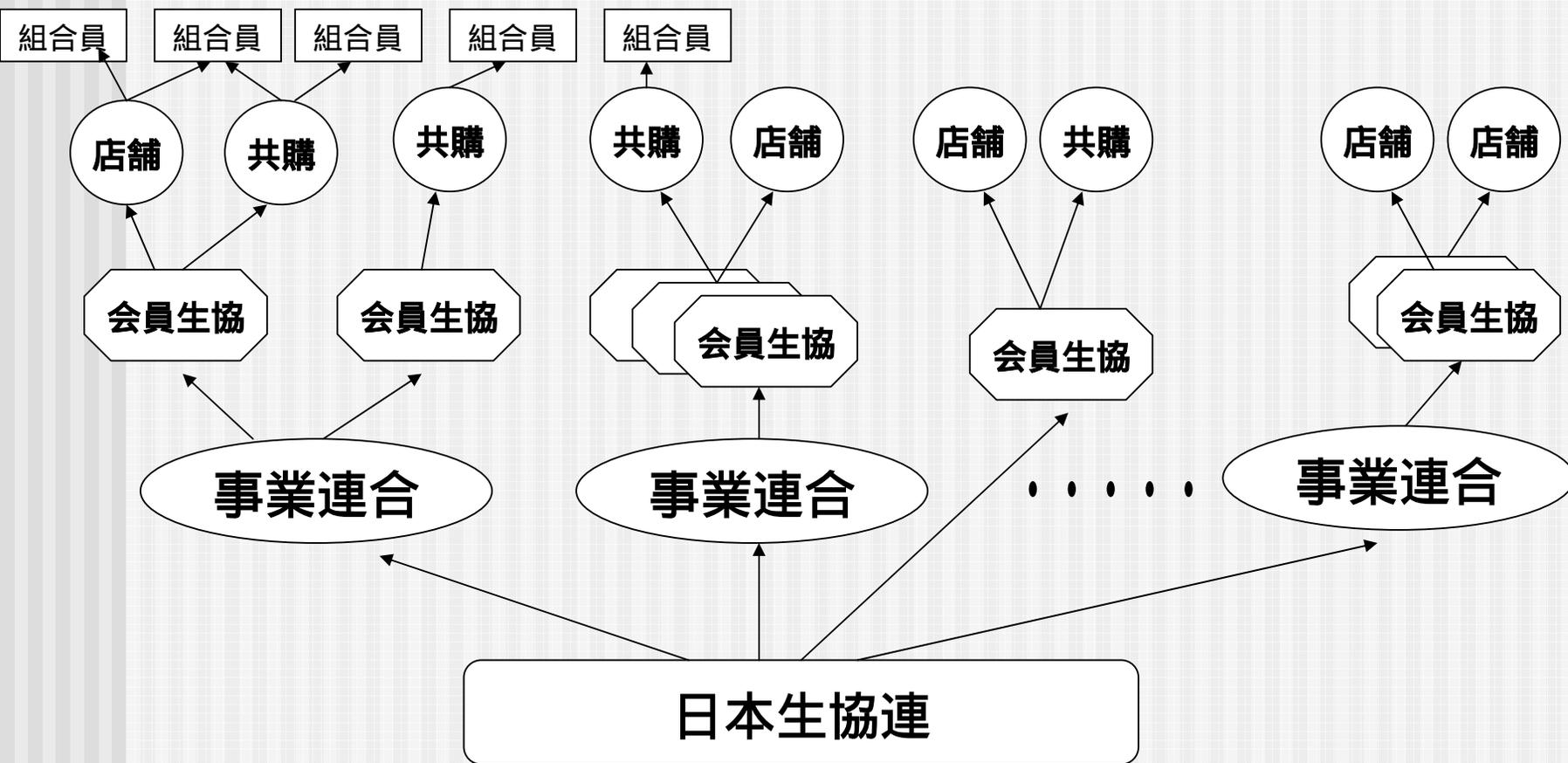
コープ商品事業：生鮮食品、加工食品、家庭用品、衣料品等の開発と供給事業

通販事業：NB商品（家庭用品、衣料品）の供給事業

## 共済事業

その他旅行事業、通信教育、研修会の主催等による指導事業

# 日本生協連と地域生協との関係



## 現在の一般消費者が抱いている生協のイメージ (食の安心・安全イメージ調査【日経B P社】)

生協利用経験がある人には安全・安心イメージは高いが、利用経験の無い人や若年層にはイメージ良くない。『ダサーいいイメージ』  
「トラブル対応に熱心、原材料にこだわる」、「弱者に配慮」、「社会貢献」、「環境配慮」は高評価  
「味」、「使い勝手」、「親しみ」、「価格」は低評価

2005年ブランドイメージ調査では、1位キューピー、2位サントリー、3位アサヒビール……51位COOP、79位トップバリュー（2007年には、トップバリューが上位にくるだろう）

年代	食に関わる社会動向
1950 ~ 1960年代	高度成長期:大量生産・大量消費 食品添加物の過剰使用(着色料、酸化防止剤、甘味料) 異物混入:粉ミルクヒ素混入、米ぬか油にPCB混入
1970年代	食品添加物の発ガン性指摘 人工甘味料(チクロ) 1972年食品衛生法の改正 添加物規制 不当表示、誇大広告
1980年代	女性の社会進出 食生活の変化 (インスタント食品、冷凍食品の普及) 各チェーンでプライベートブランド商品の開発 82年無印良品
1990年代	消費者意識:健康志向の高まり、もはや「安全・安心」は基本 複雑化する食品の安全問題 遺伝子組替、環境ホルモン、 BSE、抗生物質、残留農薬、O-157事件 食品表示に関わる偽造問題

年代	食に関わる社会動向
2000年代	少子高齢化 高齢者向け食品、塩分控えめ、健康食品、 ユニバーサルデザイン(使いやすさ、見易さの追求) 食肉偽造表示事件 無認可香料使用事件 輸入野菜から残留農薬検出 アレルギー表示ミス



事故・事件・消費者心理から学ぶべきこと  
正しい商品カルテの管理は基本中の基本

# 日生協の食品の安全を追求した取り組み

---

## 商品検査センターの拡充

ISO9001規格要求事項に沿った商品開発「品質マニュアル・規程」の整備とその運用

製造工場の定期点検（衛生管理、製造手順、原料は仕様通りかの確認）

## 商品仕様情報の整備

商品情報と発売中商品定期点検（既存品検査）

製造委託メーカーとのパートナーシップの構築

# CO・OP商品情報の整備

コープ商品のデータベースシステム(愛称COMベース)  
2003年に完成。

発売中商品情報(工場別管理)で約6,600商品(含む  
家庭用品約1300品)

毎年家庭用品を除く約4000件を商品と情報を照合

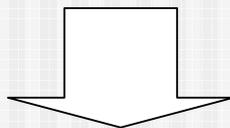
廃番済商品含めると31,000件の商品情報が蓄積  
済 (10年以上前の商品の問い合わせあり)

# 会員生協のNB、LB商品情報管理

---

2002年頃まで、一部の生協を除く会員生協では、紙ベースの仕様書管理が中心

最新の商品情報が分からない、膨大な紙のファイル、原材料の検索ができない。(取引先に電話で聞くのが早い)



データベース化が課題

# N B、L B 商品情報管理

---

2004年コープネットと日生協の事業統合化に向けてシステムの共同利用の検討に着手

eBASEが費用対効果で優れているとの判断

コープネットでeBASE採用

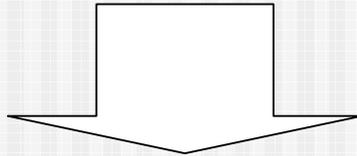
他の事業連合(きんき、サンネット)も評価

2005年各事業連合でeBASEの導入始る

# NB、LB商品情報管理

事業連合内部のシステムは合理化・効率化される。が、しかし、取引先含めると??

生協陣営全体として合理化・効率化を目指すべき。



2006年春「商品情報標準化検討会」を日生協、サンネット、コープネット、コープきんきでスタート

# 商品情報標準化検討会

事業連バラバラであった商品情報(含む仕様情報)の管理基準、入力方法の統一を目指す。

(商品名・規格から商品サイズ、商品画像のサイズ・解像度、原材料情報、添加物の入力基準の統一)



取引先の作業効率化に繋がる

# NB・LBシステム概要図

メーカー1

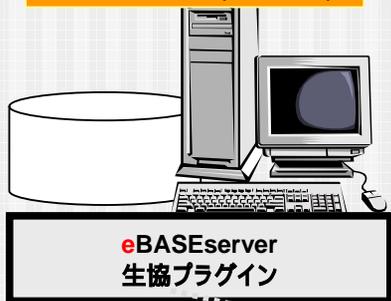


メーカー2

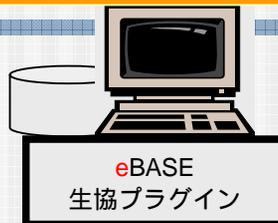


【仕入先】

帳合先A(卸業)



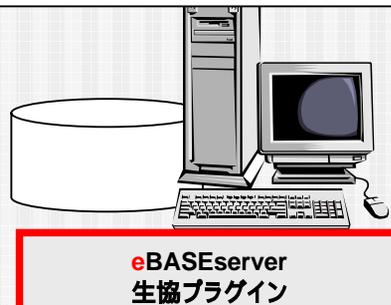
仕入先B



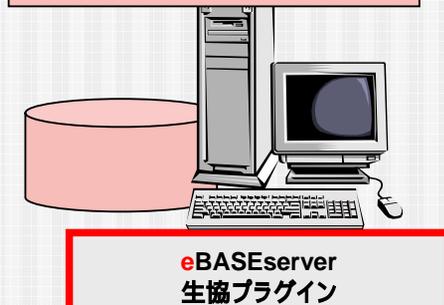
仕入先C



A事業連合



B事業連合



仕様書情報提供可能  
(EXCEL、紙)

スーパー

# 取引先の更なる効率化のために

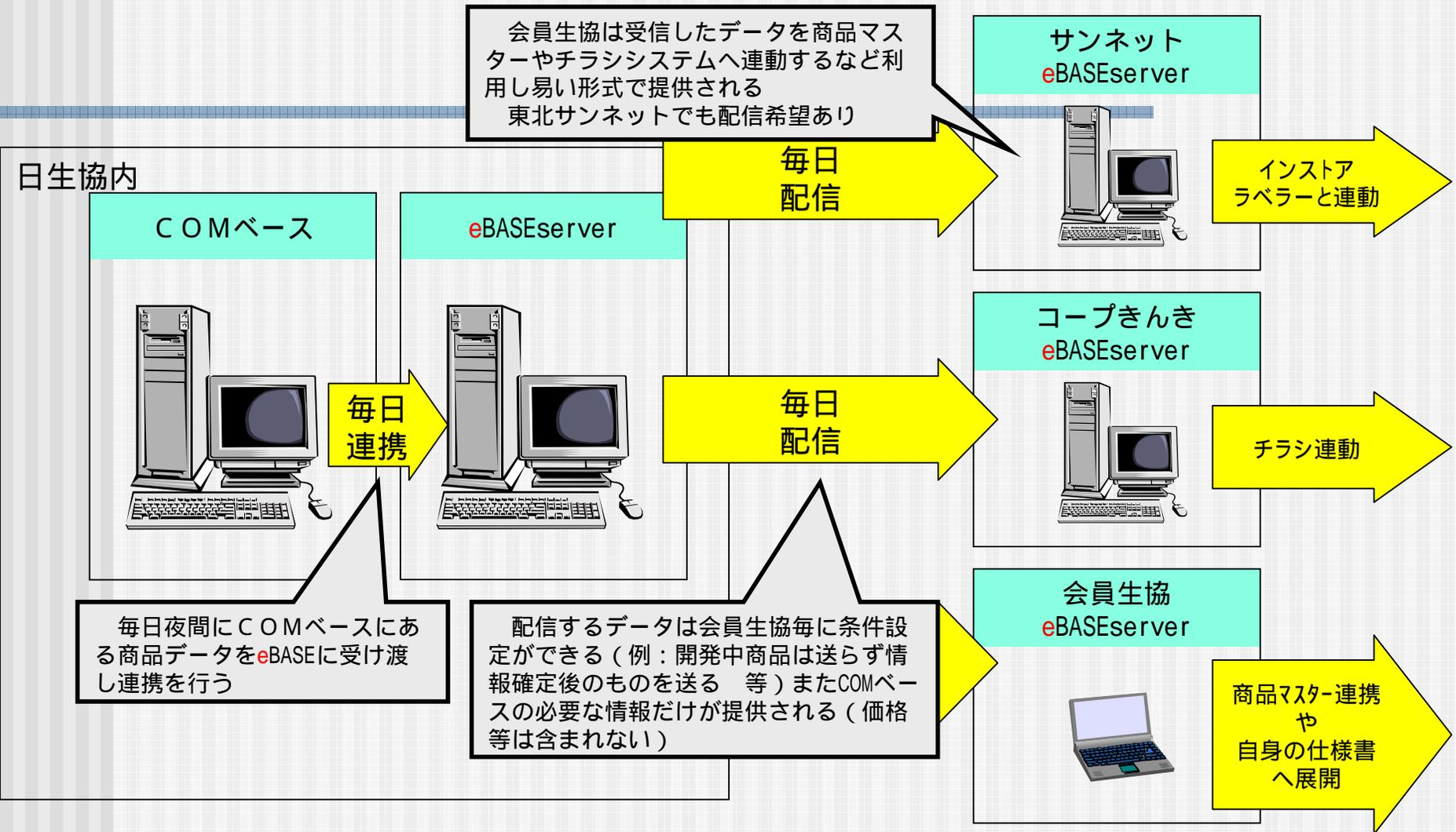
---

エリア毎、営業所毎での商品情報登録から、全国一箇所で登録・管理、その情報をすべての営業マンが利用。  
(取引先の仕事)

登録された情報を小売が要求するフォームに変換できる仕組みを開発( eBASEの仕事)

小売は、できるだけフォームを統一する。(生協陣営は、日生協の仕事) イオンさんとの協力も！

# CO・OP商品情報の流れ図



# 生協陣営における商品情報データベースの利用状況

2006/10現在

サンネット eBASE稼動 弁当惣菜の情報管理

コープネット eBASE稼動 日配、グロッサリーの情報管理

コープきんき eBASE稼動 食品全般の情報管理、チラシシステムと連動

CSネット eBASE導入 登録作業開始

コープ九州 eBASE導入

コープさっぽろ 独自データベース開発07年稼動予定

パルシステム 独自データベース構築運用

東海コープ 独自データベース構築運用

ユーコープ、こうべデータベース化を検討

## 今後の課題(1)

---

商品基本情報の中で商品マスタに関わる情報を整理し、独立した管理体系を持たせて管理できる仕組みをeBASEで実現する。

非食品や農産・畜産・水産などの生鮮品の商品情報管理を進めます。

原材料情報の産地、栽培方法、農薬管理方法など情報の精度を上げます。

## 今後の課題(2)

---

組合員、一般消費者に「食の安全システム」としてアレルギー物質、添加物、栄養成分、原産地などの情報公開システムを開発します。

事業連合や会員生協単位に管理している商品情報データベースを一元化し一層の合理化・効率化を研究します。

---

**ご清聴ありがとうございました**

**日本生協連 事業企画室**

**IT推進部**

**白井 正明**