

青果ネットカタログ「SEICA」の最近の動向

独立行政法人 農業・食品産業技術総合研究機構
食品総合研究所 杉山 純一

1. インフラとしてのSEICAの活用

青果ネットカタログ(以下、SEICA)が一般公開されて、早や5年になる。その間、トレーサビリティとしても注目を浴び、利用者も順調に増えてきている。図1に、カタログ制作者とカタログ数の変化を示す。カタログ数の伸びにところどころ段差

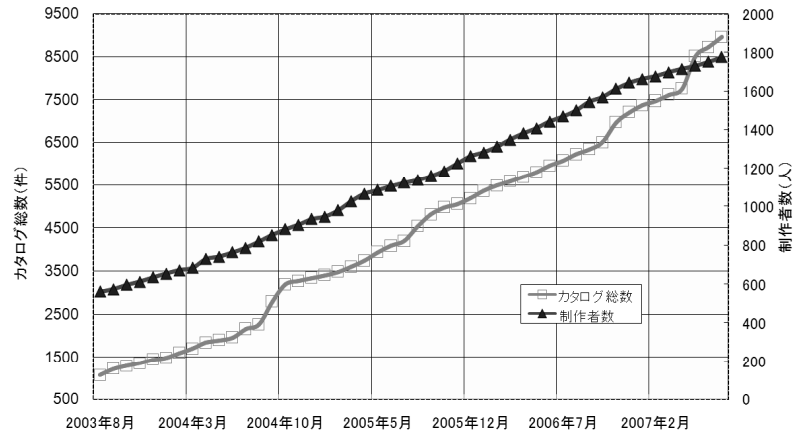


図1 SEICA カタログ数の推移

があるのは、組織的な取り組みが加わったケースと推察される。

このようにデータが増えてくるにつれて、当初のもくろみ通り、様々な使い方が昨今は展開されつつある。たとえば、既に全都道府県での登録があることを利用し、自分の故郷(市町村)でどんなものが出荷されているのかを簡単に調べられる。また、品目検索により、農産物事典としての使い方も可能である。

SEICA の1つの大きな特長は、XML というインターネットでの標準規格で情報が蓄積されており、登録された情報を単にホームページや携帯電話で閲覧するだけでなく、外部のシステムがその情報を取り出し、再活用できることにある。また、このような仕組みの技術資料は SEICA のWebサイト上で公開がなされている。このことにより、基本的なデータは SEICA というデータベースを活用し、付加価値をつける部分(あるいは SEICA に無い機能)は民間のシステムでという連携が可能になっている。従って、例えば店頭での情報開示についても、民間企業がこの技術資料をもとに SEICA の情報を開示できるソフトや端末を競って開発し、市場に送り出すような民間主導の開発が期待できる。既に、このような方式で SEICA を利用したアプリケーションがいくつも実現しており、開発中のものもある。製品となっているものは、http://seica.info/about/technical_service.html を参照頂き、本稿では、現在、研究として取り組んでいる外食産業と給食への活用事例を紹介する。

2. 外食産業・給食におけるSEICAの利用

外食産業においては、食材の情報を把握することは、扱う量と店舗数が多いことから困難を極める。しかし、SEICA の場合は、カタログ番号の受け渡しだけで、それが可能となる。加えて、SEICA に掲載されている情報を店舗で有効に使うことで、新しいマーケティングも可能となる。図2は、サラダバーに、それぞれの品目の生産情報を記したカード（名刺大）をつけた事例である。加えて、テーブルにはQRコード付きの食材紹介のカード（ハガキ大）もあり、料理が運ばれてくる間に携帯電話でアクセスが可能になっている。



図2 外食産業での利用

また、生産情報端末も置いてある。実際にこのような環境でのお客様の評価は良好であり、併せて、この取り組みがどこの店舗でも簡単にできるような情報システムの開発を進めている。

給食への利用に関しては、今回は特に、保育園を念頭にシステムを開発して、実証を行っている。保育園において、給食献立、レシピ、献立に使われる食材情報を SEICA を活用することで閲覧できるタッチパネル型情報端末を開発した。子供達には、その日の給食が一目でわかり、使われている食材にも興味を持ってもらえるように、SEICA からの写真を配置している。親には、子供のお気に入りの献立を家庭で提供できるようにレシピを印刷したり、野菜の豆知識のような情報コンテンツも含め、健康で豊かな食卓づくりに貢献することを狙っている。夕方、子供を迎えに来た親が、情報端末を前に「今日の給食はおしかった」と会話をしている姿は、SEICA の利用が食育にまで拡がりつつあることを実感させられる一場面でもある。



図3 学校給食での利用

加えて、これらの外食産業と給食における活用は、食材供給に地元の農産物を使うことで、地産地消も同時に実現することが可能である。すなわち、トレーサビリティ・食育・地産地消の3つを結びつけたシステムを運用方法も含めて開発を進めることにより、生産情報を活用した新しい食ビジネスモデルの実現が可能ではないかと考えている。

3. 今後のSEICAの方向性

インターネットの発展と同様に、システムも周りの環境変化に合わせて常に進化し続けなければ陳腐化してしまう。今後の SEICA のあるべき姿を述べてみたい。大きく5つの機能アップを検討中である。

まず、SEICA の次なる STEP として、そこに蓄えられた情報が単なる情報公開にとどまらず、農産物流通において積極的に使えるようになることが望まれる。そうすることにより、既存流通を越えた流通のマルチチャンネル化を促進することができる。現在の SEICA には、そのために必要な情報が未だ登録できない。具体的には、掲載された農産物を売る気があるのか無いのかということである。中には説明責任（アカウントビリティ）を主目的として登録されている物も多い。もちろん、そのような使い方も大歓迎であるが、

SEICA で新規取引先を探索しようとするバイヤー等には、閲覧したカタログが新規の取引対象になるのかどうかの判断が現状では難しい。（きちんと、それをアピールした記述があれば判断できるが、それを検索で見つけることはできない。）そこで、業務用（大口ロット）、あるいは消費者用（小ロット）で出荷可能か等を出荷情報に追加したいと考えている。もちろん、これらの情報は必須でなく、オプションの詳細項目として、販売できる場合のみ記載できるようにし、それを図4のような複合検索にて、検索できれば、バイヤー等には隠れた産地を探し出し、新商品開拓の一助になると思われる。ちなみに、図4の画面上部は既存の複合検索部分であり、末尾の「取引」部分のみが新しい追加項目である。但し、SEICA は、公的データベースであるので、具体的な金額等は入れられないようにし、もし、これを実際の取引としてシステム化したい場合は、これらの情報を取り込んで民間企業が自由に構築できるようなモデルを想定している。

2つ目の機能には、地図情報との連携が考えられる。Google Map (<http://maps.google.co.jp/>) に代表されるように地図データベースの整備が進み、それが他のソフトとも連携可能にな

The screenshot shows a search interface with the following sections:

- 検索条件 (Search Conditions):**
 - 栽培方法 (Cultivation Method):** Includes checkboxes for 普通栽培 (General), 有機栽培 (Organic), 慣行栽培 (Conventional), 転換期間中有機栽培 (Organic during transition), 農薬不使用栽培 (No pesticides), 化学肥料不使用栽培 (No chemical fertilizers), 農薬節約栽培 (Reduced pesticides), 化学肥料節約栽培 (Reduced chemical fertilizers), and 特別栽培 (Special).
 - 組織 (Organization):** Includes checkboxes for 農業協同組合 (Agricultural cooperative), 第3セクター (Third sector), 農業生産法人 (Agricultural producer), 株式会社 (Company), 有限会社 (Limited company), and 個人 (Individual), and 任意団体 (Arbitrary organization).
 - 認証 (Certification):** A dropdown menu set to "選択しない" (Do not select).
- 品目 (Item):**
 - 大分類 (Major Category):** A list including 指定しない (Do not specify), 根菜類 (Root vegetables), 葉菜類 (Leafy vegetables), 果菜類 (Fruiting vegetables), 豆科野菜 (Legume vegetables), 土物類 (Soil products), 畜産・つま物類 (Livestock/Preserved food), きのこと・山菜類 (Mushrooms/Mountain vegetables), and かつ野菜 (Edible mushrooms).
 - 中分類 (Sub-category):** A field labeled "指定できません" (Cannot specify).
 - 品目 (Item):** A field labeled "指定できません" (Cannot specify).
- 産地 (Origin):**
 - 都道府県 (Prefecture):** A list including 指定しない (Do not specify), 北海道 (Hokkaido), 青森県 (Aomori), 岩手県 (Iwate), 宮城県 (Miyagi), 秋田県 (Akita), 山形県 (Yamagata), 福島県 (Fukushima), 茨城県 (Ibaraki), and 栃木県 (Tochigi).
 - 市区町村 (City/Town/Village):** A field labeled "指定できません" (Cannot specify).
- 取引 (Transaction):**
 - Business sale options: 業務用販売可能 (Business sale possible), サンプル出荷可能 (Sample shipping possible).
 - Personal sale options: 個人向販売可能 (Personal sale possible).
 - Price and shipping: 無償 (Free), 有償 (Paid), 送料: ● 無料 (Shipping: Free), ● 有料 (Shipping: Paid).
 - Additional options: 販売時期 (Sales period), 品代 (Price), 送料 (Shipping).

図4. 取引情報追加による複合検索

ってきた。SEICA には、郵便番号等が必須項目として必ず登録されており、郵便番号辞書から緯度経度情報を参照し、それをもとに地図を表示することが技術的に可能になって

いる。問題は、この地図機能を実際にどのように使うのが便利かを想定して実装する必要がある。ひとつの案として、図5のような利用を想定している。すなわち、起点の位置は任意の住所を入力し、そこから一定距離内に登録されているカタログを抽出するという使い方である。この機能により、



図5. SEICA マップ機能

スーパーのバイヤー等が地産地消に基づいた農産物の取り引きへの足がかりになるものと期待している。

3つ目は、コミュニケーション機能の強化である。今の SEICA は、どちらかというとな産地からの一方的な情報発信に留まっている。これを閲覧した人が、容易に産地側にコンタクトできるような機能を付加して、双方向化したいと考えている。(図6)

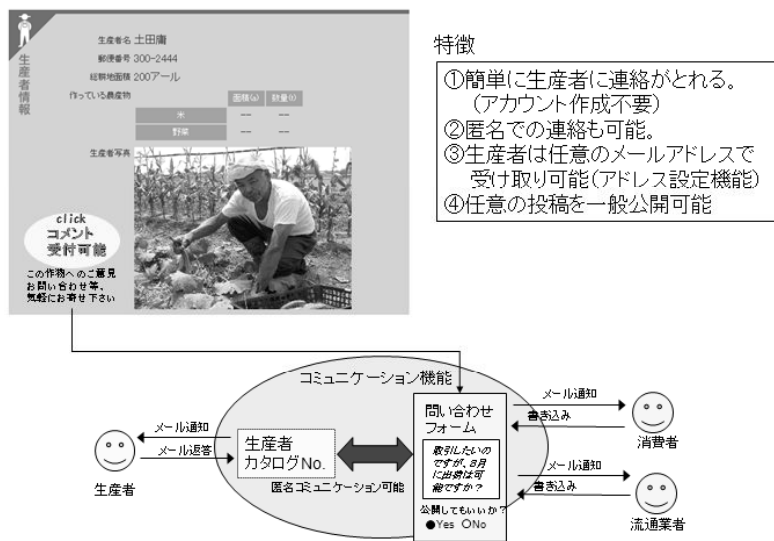


図6. コミュニケーション機能

4つ目は、リンク機能に任意のバナー付与ができるようにすることを予定している。既に生産物情報、生産者情報、出荷情報のそれぞれにホームページアドレスを入れると自動リンクされる機能がある。しかし、これだけだと、リンク先の内容が実際にクリックしないとわからず、アピール度が弱い。そこで、自由なデザインのパナーを併せてアップできるようにすることで、他のホームページで公開している農産物の散布履歴、生産者のブログ、お薦めレシピ等の内容がひとめでわかるよう表示できるようにしたい。

最後は、どちらかというとシステム開発ベンダー向けの機能追加である。これまで、SEICA に登録された情報は SOAP というインターフェースを介して、情報を別のシステムで再利用できるようにしてきたが、最近、もっと簡単に利用できる REST (REpresentational State Transfer) というインターフェースが普及しつつある。これは、例えば `http://seica.info/xml/?#####` という書式の#####の部分に SEICA のカタログ番号を入力して SEICA サーバーにアクセスすることにより、外部システムが該当カタログの情報を XML というインターネット上の標準形式で取り込むことができる技術である。XML 形式で受け取ることにより、システムが内容を理解できるため、プログラミングにより自由に再利用が可能になる。図 7 は、その一例で、同じ情報を全く異なるデザインで表示することができるようになる。

- 従来: SOAPインターフェース(高機能、但し実装の敷居が高い)
- 新機能追加: RESTインターフェース(URLのリンクだけで、自分のホームページにSEICAカタログを独自デザインで表示可能)

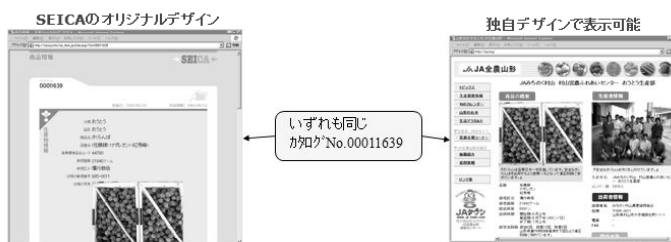


図 7. REST 機能

4. 終わりに

以上、近い将来の SEICA のバージョンアップについて具体的な内容を紹介したが、あくまで SEICA はツールであるという立場には変わりはない。時々、誤解を受けるが、SEICA に登録するだけで、その農産物に権威づけや認証まで期待することには無理がある。なぜなら、無料で人手をかけない運用と、内容のチェックまですることは、現実的には相反するからである。このようなニーズに対しては、SEICA の情報にチェック機能を加えた民間との連携システムにより、認証まで実現した例が数多くある。従って、SEICA 自体は、基本的に内容は玉石混交という前提で、あくまで登録された内容の責任はカタログ制作者が最後まで負う姿勢が貫かれており、そういった意味で、情報を伝えるための無料の場所貸しシステム (ツール) と捉えて頂いた方が間違いはない。しかし、その場所は、オープンで誰にも開かれており、全国からの情報が一元的に管理されていることに大きな特徴がある。その情報をどのように使うかは、情報発信側の産地だけでなく、利用する立場の流通・消費者側の工夫次第であり、登録数が多くなるほど、さまざまな可能性が広がってくる。SEICA が農産物流通の変革に寄与することを願いながら、今後とも、あらゆる可能性を探ってみたい。