

## 第8回IT総合戦略本部新戦略推進専門調査会農業分科会 議事要旨

1 日 時：平成26年9月26日（金） 16：30～18：30

2 場 所：中央合同庁舎第4号館 108会議室

### 3 議 事

(1) 開会

(2) 「世界最先端IT国家創造宣言・工程表」該当施策について

(3) 農業情報創成・流通促進戦略を踏まえた標準化に関する個別ガイドラインについて

(4) その他

(5) 意見交換

(6) 閉会

### 4 配布資料

【資料1】平成27年度「世界最先端IT国家創造宣言・工程表」該当施策一覧表（農業関係部分）※

【資料2-1】平成27年度「世界最先端IT国家創造宣言・工程表」該当施策（総務省資料）※

【資料2-2】平成27年度「世界最先端IT国家創造宣言・工程表」該当施策（農林水産省）※

【資料2-3】平成27年度「農業情報創成・流通促進戦略」関連施策（経済産業省資料）※

【資料3-1】標準化に関する個別ガイドラインに係る基本的な考え方と今後の取組（案）※

【資料3-2】標準化に関する個別ガイドラインに係る基本的な考え方と今後の取組（案） 補足参考資料※

【資料4】農業ICT世界展開に向けたALL JAPANでのブランド形成（古田構成員提出資料）※

【参考資料1】該当施策に係る個別施策資料（登録票）※

※出席者限り

### 5 出席者

澁澤座長、高市構成員、生越構成員、田中構成員、酒井構成員  
総務省情報流通行政局

経済産業省商務情報政策局

農林水産省大臣官房評価改善課情報室

内閣官房 情報通信技術（IT）総合戦略室 遠藤政府CIO

神成政府CIO補佐官、二宮参事官、市川参事官、田雑企画調査官

## 6 概要

資料1については事務局より、資料2-1、2-2、2-3については各省より説明を行い、以下の質疑応答があった。

○経産省のグローバル農商工連携推進事業は、今年は輸出だけだったが、来年は海外での生産、農場展開などは入りそうなのか。

○詳しくは分からないが、おそらくそれはちょっと難しいのではないかと思う。

○グローバル農商工連携推進事業の戦略に、特定の国や地域を想定したものはあるのか。

○担当外のため、詳細については後ほど調べて回答させていただく。

○うまく日本の中で展開しているけれども、いろいろな制約の中でいま一步モデル事業ができないというときに、海外ではそういう制約がない場所があるので、そこでモデルを展開してまた日本に導入といったことをうまくやれないかというアイデアがいくつかある。

○資料2-1の1ページ、総務省のオープンデータの事業に関して。オープンデータはともいいことだと思うが、農業関連情報以外はいかにも公共機関が持っている情報という感じがする。農業関連情報というのは政府が持っている情報のことを指すのか。それとも、それこそ農業情報と言っている生産段階の事業者が持っている情報を指すのか。

○これはオープンデータだけではなくて、オープンデータ・ビッグデータの利活用推進という位置づけで事業を実施しているので、この農業関連情報については必ずしも公共部門が持っている情報だけではなくて、農業に関する情報一般を対象にしている。ただし、それを全てオープンにするということではない。

○プライベートで持っている情報を出してくれというのはなかなか難しい。ほかの分野は、政府や自治体が持っている情報を出すことに関して合意がとれれば事業は進むが、この農業関連情報というのはそこが非常にネックになることが懸念される。

○ビッグデータという文脈で農業関連のさまざまな施策を考えている。ビッグデータはオープンデータとは少し概念が異なり、農業関連情報について、オープンにできるものはオープンにするが、全てをオープンにするということはない。

○IT戦略室はオープンデータも所管しており、公共データとして農業分野でオープンデータにすることが有用ではないかということが議論されているものもある。例えば、農水省が持っている農業資材で、肥料や農薬のデータの他、土壌の関係のデータなどについても、将来的に活用が進められるべきという問題意識は持っている。

- 例えば肥料や農薬、特に農薬の場合はFAMICという組織から、一応データとしては誰でもパッケージでダウンロードできるような形でオープン化はできている。ただ、それがここで言うオープンデータとして正規化された形かということ、必ずしもそうでもない面があるという理解。
- 政府が持っている情報をオープンにするという取組も、農業に関してあり得るということか。
- その通り。
- 政府だけでなく、地方自治体の試験場なども含めいろいろと対象となる。オープンの対象には、その地域の特産品のノウハウとか個人情報に関わるものもあるので、これは吟味しながらも、公設試験場も含め、各地方で持っているデータをオープンに使っていくという検討はしてもらおうということになる。
- 既に収集されているデータだけではなくて、デジタル化がいろいろなところでどんどん進んでいるので、今までデータとして取れなかったり、レベル的にオープンにはできなかったそのようなデータも考え方の端にでも置いておいてよいのではないか。
- それは今回の標準化の話とか、その後のガイドラインでのセンサー情報の話などが、まさにこれから出てくる中に含まれてくる。
- 農林水産省の事業に関する資料の4ページのところで「A社のシステム」、「B社のシステム」、「C社のシステム」と書いてあり、いろいろな会社からトレーサビリティ情報や眠っている情報を集める際に、多分、会社にとっては、製造技術とか加工技術はほかの会社にはきっと知られたくないと思うが、そのときにどういう秘密の制限をかけて出すかという議論も必要かと思う。開示範囲を含めた情報の収集を考えているか。
- まさに御指摘のようなところも含めて、グランドデザインを今年のこの事業の中で整理していくことを考えている。
- SEIKAシステムや農林水産省のつくばの研究機関でつくられたシステムとのリンクも当然考えているのか。
- そういうふうになると思う。
- SEIKAシステムはまだ運用されているのか。
- SEIKAシステム自体はまだ運用されている。
- 運用して、情報を更新したら前の情報が消えるとか致命的な欠陥があったのだけれども、これは改善されているか。
- それなりに改善していると思う。
- デパートで表示されたりしている。
- クラウドの機能に関して、さまざまなトレーサビリティのシステムなどは当然調査するので、今いただいた意見もふまえてグランドデザインを策定したい。
- クラウドの食品情報システムは全部クラウドに吸い上げるという構想だが、そうではなくて、場合によっては生産者、卸それぞれで独自にストックして、常に発信可能な状態

- で、かつリスクを分散するということは検討していないか。その分は個人情報とかそういう問題にひっかからないで、なおかつ情報をストックできるという面もあると思う。
- グランドデザインということを検討する中で、実際はどのようなスタイルが現実的なのかということ今年検討する予定。
  - 恐らくクラウドというといろいろな意味が含まれてしまうので、結局それがどのレベルの、いわゆるハードウェアレベル、あるいはアプリケーションもSaaS、PaaS、IaaSとあるが、どのレベルのものが必要で、それによっては情報の持ち方とか、その辺の少し丁寧な議論が必要。
  - 成果をこれから出そうという段階。
  - 誰が整理するかというのは結構重要な問題だ。
  - この辺は、逆に総務省事業のほうでも、大田市場を一つの舞台として進める予定で、その辺がまずは一つの具体的な事例として検討に上がるのではないかと思う。
  - この大田市場の事業というのは非常に注目したい。流通過程の出口で、この市場をいかに改善してかに直結するので、非常に興味がある。これは大田市場にも協力してもらおうのか。
  - もちろん。
  - 資料2-3の経済産業省の出された資料は、どれも「事業の概要・目的」と書いてあるが、取組内容が目的であるような書き方になってしまっている。だから、どういう効果を出そうとしているのかも書いておかなければいけない。お金を使ってあることをやるわけだから、今、こういう状態のものをこういうふうにしたいという差分が見えるようにしないと、効果という言い方にはならない。
  - 地域の活性化の担い手となるべき、こういう事業体をこういう規模でできるとか、その中身やKPIをどう設定するかなど議論が詰まるとよい。それでは次の課題、農業情報創成・流通促進戦略を踏まえた標準化に関する個別ガイドラインについて説明をお願いする。

事務局より資料3-1、3-2について説明があり、以下の質疑応答があった。

- 標準化に関する個別ガイドラインの検討について、基本的な考え方と今後の取組について意見交換したい。経済産業省では、語彙については幅広く他分野で通用している用語をチェックして、できれば農業で特殊な用語は、農林水産省とうまく連携して支障のない限り一般で通用しているような用語になるべく移行していただきたい。
- 経済産業省で今検討している語彙基盤の話というのは、いわゆるプラットフォームみたいな話で、農業に限らずいろいろな用語が違う形で使われているので、それを紐づけして変換をしていく。そういったようなシステムというか、データベースを今作ろうと思っている。農業で今複数の意味で使われているもののタグづけなどにも当然使えるので、

そういう観点での協力をしたい。

- 資料3-2の2ページ目のコンテンツ、マトリックスは、「人」がいない生産、出荷、輸送、消費まで、この辺に対して、これにかかわる人、組織をどういうふうに位置づけたらいいか、検討願いたい。ルールも違い、人、組織、ルールをずっとつないでいて、初めて生産から消費になっていくもの。例えば生産では、農家は何者なのだと出てくる。資格があるのか、ないのか。それで、認証だったら認証とか、毒物・劇物のとか、大型特殊の免許を持っていないのに無免許運転しているかどうかとか、こういうような問題が人、組織にまつわっていく。出荷ならば食品衛生法でこれをチェックしているかとか、流通ならばHACCPなりISOなどがここに入ってきて、情報の担い手と、担い手同士の間のコミュニケーションが発生する。それで、もし法制度で問題があったなら、規制緩和なりあるいは許可なりというような話がその後が続くので、このマトリックスに載せるのが妥当かどうかはわからないが、そういう人、組織、あるいはルールにかかわる問題はどうか扱うのか検討を要するのか。これは事務局のほうで検討はしていないのか。
- まだそこまで検討はしていない。ようやくここまで整理したところだが、指摘の通り情報の担い手という観点からもう少し項目を加えるかどうか、一度検討してよいかと思った。また、2の「内容等」の(1)には「すべての段階で」と書いてあるのに、1番の「策定の目的」の4つのポツには生産現場の話しか入っていない。つまり、情報をきちんとつないで流通させる部分でガイドラインの効果のような話がちょっとまだ不足している。1番の4つのポツのうち、5つ目に情報流通に関する効果といった目的も必要だと思うし、2番の「内容等」の(3)の「分類の考え方」のところにもそういった話をちょっと加えて、具体的なものを加えていかなければいけないなと認識したので、加筆していきたいと考えている。情報の担い手の議論も不足しているのではないかなと思うので、担い手という話も一回議論してみたい。増やし始めると際限ないので、一回整理してみたいと思う。
- あまり発散してもしょうがないので、必要な項目でよい。
- ちょうど認証の話があるので、情報の担い手という観点では、私どものIT本部のほうで別の議論も並行してことも多少踏まえて、最終的な形でどういうふうに連携していくかということも考えたい。
- 資料3-2の2ページ、「データ区分」の「作物」のところ、「生産」、「出荷」、「輸送・中間流通」までは作物のことを書いてあって、加工のところはトマトの水煮缶か何かを作ったイメージの「加工前の品質」「加工後の重さ・量」ということになっていて、また「販売」「消費」になると作物に戻っているような印象があり、これは多分、作物と加工品両方を1つの列で書こうとしたからこうなってしまったのかなという感じがするが、そこは分けたりしたほうがいい。あと「加工」になったときに、収穫日が消えてしまうというのもおかしな話。いつ収穫したトマトをいつ加工していつ売るのが

- ということを消費者は知りたいので、途中でデータを消さないというのもポイント。
- 今の話からすると、加工そのものを括弧書きして、ここでさらに情報が付加されるとい  
うイメージで、括弧書きというのは、つまり生鮮でない場合もあるから、そういったも  
のは「加工」のところを括弧に書きして直接行くものもあるし、加工プロセスがあるも  
のはさらにそこで情報がふえるというイメージで考えたほうがよろしいか。
  - そうだ。
  - あわせて、カテゴリーは「作物」ではなくて「食品」だ。
  - 現実には、フィールドで実際に現場を見て流通にも関わっている立場から意見はいかがか。
  - 現場だと一方向に流れているようで流れていないことがある。物は一方向に行くが、情  
報は常に行ったり来たりしており、何となく違和感がある。要するに、生産現場ではス  
テークホルダー同士で何度もやりとりしながら情報が書き加えられていく感じがある。
  - 多分、消費現場からの情報を受けて生産を決定する場合、そのための情報の共有や価値  
だと思うので、資料3-1に情報が色々と連携することの効果をきちんと書き加える形  
にして、その辺のことが物の流れだけでなく情報の流れもあると示せるように考えてみ  
たい。
  - 情報空間が想像できるようにするとよい。
  - 同じページで「作業」のところの「加工」のところで「加工手法・添加成分」とあるが、  
この加工手法のところは、今年農林水産省がつくられた地理的表示法とかなり関係があ  
る。作り方を明細書に書いて登録することにより担保されるものなので、公開できる加  
工手法になるのだと思うが、一方、加工手法は秘密なので言いたくないというやり方も  
あると思う。データをとるときに最初からちゃんと区分をして受けとらないと、間違っ  
て情報公開されてしまうので、そこをぜひ手当てしてもらいたい。全部オープンになる  
のは消費者にとってはウェルカムだが、作り手のほうが言いたくないというケースがあ  
るという感じがする。
  - まさに個人の権利を阻害しない範囲で、どのレベルのものが必須であり、どのレベルの  
ものが任意であるかというのは少し丁寧な議論が必要だと思う。公開し、情報を流通さ  
せることによって、それぞれの情報の提供者、つまり情報を実際に取り扱う人にメリッ  
トがきちんと出るという仕組みがきちんと流れていけば、あとはどの情報を出すかは個  
人の判断、情報の担い手の判断に任せるとというのが本来の意味では正しいと思う。だか  
ら、非常に大事なことは、情報を発信することで、生産者を含めてどのようなメリッ  
トを受けられるかが見えてこない、結局は情報を出さなくなるという話だと思う。それ  
が多分、総務省の事業の中などでそういったことが見えるような形が出てくることを期  
待したい。あと、農水省の異分野融合の中でもそういったものを見据えていくとよいと  
思う。
  - 次の3ページは、生産のラインを再展開するというので、細かくつくられて非常にわ  
かりやすい。その中で、「うち消費者が求めている情報」というところで「鮮度（収穫

日等)」が○が1個なのだが、多分消費者は◎だろう。あと「農地」についても多分気にしているので◎になるというように、今の段階では多分変わると思うが、消費者が求めている情報を誰に聞くかで◎のつけ方が違ってくるような気がする。

○消費者が求めている情報以外に、小売が提供したい情報としたくない情報というのがある。

○ほかにも「消費者」という言葉はちょっと気をつけたほうがいいのではないか。消費者のニーズはばらばらで、層自体も検討しないとイケないのでは。

○消費者が求めている情報の意味は、マーケットを見据えた形での情報発信とか情報流通をしないと、情報を出す価値が出てこないから、これは最終消費側の意見も踏まえた形で検討しましょうという意味でいいか。

○そういうことだ。

○それを「消費者」という表現にしたから、先の指摘の通り、場合によってはちょっと言葉を変えるということもあるのかもしれない。

○生産者についてもいろいろな方がいるので、当然ここに○をつけているものが全てというわけではなくて、どういう生産者によるのかによっても変わり得るし、消費者だって非常に意識の高い方もいれば、価格オンリーの方もいて、もし価格オンリーの方であればあまり興味がないかもしれないし、それは千差万別だと思う。あくまでもこれは一般論として、一つの例として事務局で用意したと理解した。

○今後、情報をこういう形で整理する中でつくられた誤った情報とか、流通が作り出した誤った情報についても、面倒だが、現状として受け入れなければいけないことは忘れてはいけない。例えば朝どり野菜については、葉物は夕方の方が栄養価が高いが豆やトマトなどは朝が栄養価が高いなど、一律にいけないが面倒なので朝どり野菜が良いということになっている。

○そういう意味では、やはりさっきの表2の2ページ目の「情報を使う（作る）場」というときに「消費」と、販売店の「販売」というのは、例えばスーパーマーケットなのか、店頭なのか。でも「消費」というのは、小売店あたりのニーズが非常に重要なのではないかと思う。だから、販売する組織のほうで、一般の個々の消費者の意見など聞いても仕方がないと思う。

○ただ問題は、販売側が求めている情報と、実際の最終消費者は求めている情報は全く違うということは意識して眺めたほうがいい。やはり両方を見なければいけないと思う。また、情報の粒度というテーマがあって、粒度を細かくすることというのは、逆に明らかに情報を発信する側の負担になるので、例えば何日だったものが何時何分になったりするとか、生産時をより細かくするというのは、それだけ情報を細かく出さなければいけない。それにマーケット側がついてくるとそれが付加価値になるという良いスパイラルになるが、失敗するとコストばかりかかる負のスパイラルになってしまうというのが、今、割と難しい問題だと思う。だから、それはまさに事業の中で見ていかなければいけ

ない話だと思うが、最初から全部やると破滅するので、全体論としてはきれいな方向性は見たい。少なくとも、情報が一方向に流れるのではなくて、それぞれが連携してやっていくことでどう効果を生み出すかという話はちょっと見たほうが良いということと、もう一つ、情報が流れることで具体的にどういうメリットを生んでいくかという紙を一枚つくったほうが良いかなと。つまり、こういったことに関わる人が元気になるためには、それぞれの情報の担い手が情報を自由発信する、あるいは流通させることで、具体的なメリットはこういうものがあるのだということが目で見えてくるのが多分重要なのではないかなと思う。

○いい考えだ。

○例えば自分たちはそれぞれの立場から何をするとおっしゃっていただきそれを整理することによって、それぞれのプレイヤーの話になってくると思っていて、情報の担いごとくに情報を自由に発信し、あるいは受けとることによって、連携することのメリットを整理することでプレイヤーが乗ってくると思うので、それをきちんとやるのが一番良い。

○時間のパラメーター（粒度）について、加えたら手がかかることはもちろん分かるが、正確な情報を売りにするようなマーケットもやり方としてはあり得ると思う。だから、基礎的なデータだけでいいのか、将来的にそういうところをマーケットに使いたい人にも使えるような精緻なデータをとるのか。あと、外国に持っていくときに、持っていく期間が何日と言うために取っておくのかといった観点から最初から排除する必要はないかなという感じもする。

○そういった意味では、少しそういったことに関わっている売り手に、何をメリットとして売っていくのかヒアリングをするのも良い。

○その中の大きな前提として、どうしても各ポジションで利害関係が生まれてくるので、食産業を強くするという意味で、大前提として、人をよくする食という産業のベースだけは何か軸があるとうれしいと思う。要するに、売らんがためのといった議論は特にこういう情報を扱う分科会などで起こることがあり、産業がどんどん惨めになってくることにならないようなベースに立って議論ができるといいのかなと思う。

○個々の課題解決とかをやっていくと、割とだんだん袋小路に行ってしまうところがあるので、そういうことではなくて、こういうような分野をつくっていくのだという方向性は共有しておきたいねという話ですね。

○2ページ目から3ページ目のさらに中分類なのか、あるいは解説や要約集と言えるかどうか分からないが、今まで一般的にこういったデータ管理をするときに、トレーサビリティなどという言葉が使われてきたし、フードマイレージとか、あるいは行政的な観点からLCAとかカーボンフットプリントといったものがある。そういったものとこれとの関連が分かりやすいように、例えばどこかに「トレーサビリティシステムはこういうものが望ましい」などといった内容がこの項目の中に入っていると、何か既存のそ



うという概念のようなものがあるといいと感じた。このように要素ごとに分解をしてしまったり、マトリックスになると難しいのかもしれないので、あまり無理は言わないが、何かその辺で、別の解説メモやコラムみたいなものがあるって、そこでちょっとトレーサビリティだとかといった項目があるっていいのかなと思った。表だけだとやはり要素分解的な感じがするという印象。

○先ほどのご指摘ばかり、もう少し具体的に、この辺が気になるという既存の取組をちょっと挙げていただくと、その辺の情報の整理ができる。今でなくても結構ですので、後日事務局にメールなどしてもらい、一回整理してみたいと思う。

○情報の利活用によって進めたいと今まで言われてきた、トレーサビリティとかフードマイレージとかLCA、カーボンフットプリントといった感じのイメージの言葉との関連をどう見せるかといったところがあるってほしい。

○この表のタイトルの「その他」を、「その他」のままずっと行くのか、それとも、どこかで「その他」についてももう少し具体的な言葉に置きかえるのかは検討する必要があるのではないか。例えば、市況とか卸売価格については経営情報の項目になっているが、これはいかななものか。ここの「その他」について具体的に何か項目が入れば、その中身がもう少し議論できるが「その他」になってしまっていて議論の対象にならないと思う。

○何か入れたら、またもう一個「その他」ができそうな気がする。

○では「その他」のまま置いておくか。

○例えば経営情報と言われる情報には、作業時間や労賃のようなものも入ってくるが、複数のもので分解されてしまうということもあって、ちょっとこれは経営情報に入れにくいなと思い、他に良いアイデアがなかった。

○本当は、これは多分「加工」、「販売」、「消費」が「情報を使う（つくる）つくる場」ではないか。マーケット情報も本当はこの場が、情報を使う場という意味では「販売」として一くくりになっているが、これは実際に小売と市場、マーケット全体があって、そこが実際には情報を生み出している。それがうまく位置づけられないから「その他」に全部入れてしまったというのが本音だが、本当は縦に情報が流通する場というのがどこにある。

○販売なり消費で、ここで価格というのもある。

○本当はここで今の卸価格というもので、それがもとに戻っていくというイメージがあると、でも、どのみち何をやっても最後には「その他」ができる。でも、本当はここは情報がどこで生み出されるかという、生産で情報をつくる場ではない。今、ここで「使う（つくる）場」だけれども、正しいのはここが情報の担い手というところで整理すること、ちょっと考え方を変えたほうがいい。

○あと、データ区分の見出しで、2ページでは「環境」となっているところが、3ページでは「栽培環境」となっている、これはどちらが正しいのか。

- 各省とも相談をした結果の整理であるが、1段階上の「環境」というのは、生産だったから生産段階の環境を示しているけれども、輸送とか中間流通の場合はトラックの中で運ばれている状況下の環境になり、加工では加工段階の環境ということになるため、「何とかの環境」と書くことができなかつたのであるが、次のページでは生産段階を取り出しているので、生産段階の環境は基本的には栽培の環境だろうということで「栽培」ということをつけたということです。
- 混乱するという意味では「環境」のほうがいい。統一しておくか。
- 構わない。
- 全部流通で、具体的にやるときに「生産環境」とか何かを入れればいい。
- 豚肉とか牛肉が合わないなと思いながら見ていた。「栽培」ではない。
- 畜産を入れてもね。
- あと、データベースの設計からしても大項目がずれるのはおかしいから、やはりこれは「環境」にしておく。
- 「作業」は「作業」ですね。
- 先ほどのトレーサビリティとの関係で、今回の大分類とか見るときのチェックとして使えると思った。例えば松阪牛とかを考えると、宮崎県で生まれて、松阪市に引っ越しして、何月何日に殺されて、東京都のどこかに売られたというトレーサビリティがシステムで追いかけられる。これがこの大分類のどこに入るかなというのを見ると、チェックシステムとしても使えるかなと思う。
- ウナギもそうですね。シラスで来て、浜松なら、そこに1カ月いると浜松産になってしまう。
- 鹿児島にいと鹿児島産です。
- もし、その履歴を記録するためのデータということを見ると、品名とか場所。そういった情報も当然必要なと思う。それから、仕入れ先、販売先のような取引先の事業者ですね。それから、ちょっと別の視点なのですけども、カバーしようとしているデータの対象が、履歴なのか。例えば一日、こういう作業をした、これをここに売ったといった単位の情報を扱おうとしているのか。あるいはうちの商品というのはこういう商品ですよみたいな、商品を単位とした企画書、仕様書のような情報もカバーしようとしているのか。例えば産地といった場合に、もし一日一日の産地ということであれば、この畑でとれたものということになるかもしれないし、仕様書の中では、仕様上こういう産地の条件を満たしたものであるという性格の情報になってくる。なので、それは今回扱う情報システムの対象が、例えば受発注システムとか履歴情報システムというように限定されているとそこは考えられやすいけれども、多分いろいろなものを対象にしようという構想なので、ちょっとそこが考えづらい。
- 散漫になっている。
- 今の段階では、ガイドラインの策定対象は、何かを排除するということは今のところ考

えてはいない。

○いろいろな情報といろいろなシステムを扱いたいわけですね。

○はい。排除はしていない。

○だから、メタなレベルでタブをつけ、指摘の項目もきちんと入れられるようにしてやっていく。さらに、これが一方通行でなくて、こういうふうに流れるという話があればいい。生産して出荷していってもう一回生産に戻るといふ、さっきの例えばウナギとか牛の話。あるところで育てられて、次のところに出荷されて、また生産してもいいわけではないですかという話。というふうに、これが行ったり来たりしながら行くと考えていくと、多少はいろいろな状況にも対応してもいいのかと思った。

○受発注というのは流通におけるもの。商売して、受発注の中で物が動き、お金が流れ、情報が流れる。生産というのは、工場の中で物が生産されるときの、そのための生産管理と情報管理。これは似ているようだけれども違う。だから、これが工場生産しているときの生産ライン管理、労務管理、在庫管理が始まって、ここにあるいろいろな情報管理というのは生産の場で様々な、生産管理や工場管理や農場管理のために使われる、そういう情報。それと、受発注の場合は、商売なので、そこでお互いの信用取引するためのさまざまな情報などが出てくる。そうすると、問題の立て方なり目的が違う。そうすると、そういう目的が違う者同士、なおかつ生産現場の情報がうまく流れるというふうにするにはどうしたらいいかということが問題ではないかということか。

○そのとおり。

○それを区別しながらうまくすり合わせをするという作業が必要と思う。

○生鮮のものをそのままずっと流していくときのデータの話と、加工品にしてやるときは明らかに違う。加工品はある種のスペックを表示することができると思う。だから、生鮮品のほうはどんどん変化していくから、これはすごく難しい話になるのだろうと思うので、それを一緒にたに述べないほうがいい。だから、その辺はちょっと分けたほうがいいのではないですか。

○そうですね。全部やるとエレガントだけれども、やはり無理がある。あと、さっきの牛みたいに移動しながら育てるものも含めて。

○だから、皆さんの意見がそういう、少し違うものを同じにまとめるなということだ。

○これはこれでいいのだけれども、これにできないパターンもあるということは認識しておいて、きちんとそれで分けていこうという話。

○こういうメタ的な整理とあわせて、例えばキュウリとか松阪牛とか、何か具体的なものをちょっと追ってみて、その整合性をとる作業が必要。

○サンマの水煮の缶詰とサンマそのものとは違うのか。

○違います。例えば野菜でも果物でも同じであるが、もともと青果・生鮮として消費するのと、加工用として最初からつくるのとは、栽培自体も違いますし、流通経路もまるきり違う。ただ、一方で生鮮用・青果用としてつくったものをやむを得ず加工に回す場

合もあるので、そこは非常に複雑。だから、ここで事務局から示していただいているのは、実際は千差万別だろうけれども、おおむねこんなことかなというイメージとして整理したというふうに私は理解している。

○むりやり1つにしないで、いくつかには分けると。

○これが出てきたから今のような質問も出るのであり、そういう意味では、たたき台として非常に重要な役割を果たしていると思う。

○いろいろな議論が出やすいたたき台として、すごくよかったと思う。

○ありがとうございます。いろいろ、その辺も踏まえて整理をし直したい。

○この表2については、精細にというよりは、枠組みとしてこのままこれから展開させていく。ただ、具体的に詰めていくときに、いくつかの具体的な事例なり、情報の流れなり、あるいは生産というものと受発注の流通といったあたりの区別をした事例、ケーススタディーに相当するのか。そういうことを進めるほうがいいのではないかと思う。この表自体を完全なものに仕上げるというよりは、今回出された問題の具体的なケーススタディーをしながら進めていくという方向が本日の議論の方向性かなと思う。

○既にある程度標準化が進んでいる世界もあるの。例えば、加工食品の受発注であるとか、加工食品の商品の規格の情報のやりとりというのは、ある程度標準化が進んでいる世界なので、そこは改めてガイドラインを示さなくてもいいのかもしれない。

○だからそのまま参照データとして持ってくればいい。それと矛盾するようなことを書いたらまずいので。

○そうですね。そういうある程度標準化が進んでいるところもあるので、そこはそれを取り入れるなりしたほうがよい。

○そのまま利用させてもらうというスタンスか。

○何かすごく風呂敷が広いので、じっくりここでよく考えたほうがよいところをもう少し絞ってやれるといいなと思う。

○生の物は消費者に売るときに約束したスペックがない。加工したものは大体のものがスペックをつけられる。だから、工業製品や何かとの最大の違いはそこ。要するに、買う側が自分の目で見て、リスクを負わなければいけない。この問題をどれだけ差を小さくするかというのが、日本らしさを訴えるときの一つの大きなポイントになりそうな気がする。

○そうですね。最後に重要な御指摘をいただいた

○これはちゃんと議事録に残しておいて、次の議論に、作業につなげていきたいと思う。

#### 資料4について

それでは、最後の議題は、本日欠席されている古田構成員から提出された「農業ICT世界展開に向けたALL JAPANでのブランド形成について」という資料4について説明をしていたき、若干の議論をしたいと思う。

資料4について事務局から説明があり、以下の質疑応答があった。

- ALL JAPAN、日本ブランドの統一性という問題であり、ジャパブランドの統一性という事は非常に大事なことで、ぜひこれはやったほうがいいと思う。
- 何を売るのかということがはっきりしないと、名前が多分つけられないと思う。売り込むときに、ここで名前をつけようとする対象は何なのか。
- 農業ICTについてである。
- 農業ICTの別名をつけようということか。
- 仕組みに統一ブランドを持たせようということだ。
- 世間一般で植物工場イコール農業ITというイメージがすごく強い。海外で日本でも農業ITというと、ああ、植物工場ね。とてもエクスペンシブね、以上、みたいな話をされてしまうのはもったいない。それ以外に、別の事業はまさに屋外の果樹もあるし、もう一つは流通だし、そういったものも含めて、いろいろな課題があるということを含めてという意味では、やはりブランドイメージを変えたいなという話があるということだと思う。
- 農業というだけではなく、トータルフードバリューチェーンとしての食産業のブランディングができて、その中の一部に農業があるとよいのでは。フランスなどはやはり世界戦略が上手だと思う。ニュージーランドなども非常に上手だと思う。ああいうようなイメージの中で、日本の食産業として農業と一体となってやっていく。多分、このICTというのは、それを支える一つのプラットフォームであり手法なので、そこはあまり前面に出ないほうがいいかなと思う。食産業としての、日本の食産業のブランディングをぜひやってもらいたいと思う。その中の農業が一部なので、農業だけ出ていくわけではないと思う。
- ミラノ博のホームページでは「Food」、「Regional」、「Global」、「Traditional」という4つの単語が出て、食はそういう観点で売ってくるのだなとみていた。それで、日本はどういうふうにするかをいい言葉で押し出せたらいいなと思いながら提案を聞いていた。あと「おいしい」という標語があったりとか、地方畜産会さんが和牛の標語をつくったりとか商標登録したりとかをしている。だから、そういったものも全部含める大きな、日本のこういう食産業というもののイメージをあらわすような、そういうブランドができたらいいなと思う。方向性についてはもちろん賛成。
- とにかく全体のそういうものは必要。とにかく食品産業という観点でうまく言葉ができたならなと思う。
- ブランドをつくるということはとてもいいことだと思うが、何に対してかはよく考えておく必要がある。食べ物に対してなのか、食べ方に対してなのか。産業を生み出すものみたいなものに対してなのか、などである。やはり外国の消費者にそのブランドを訴え

るということであれば、やはり食べ物とか食べ方に対するブランドでなければいけないのではないかなと思った。

- 古田さんから提案されて、ここでは反対はなかったということと、ここで農業だけではなく、食農産業というか、全体をうまく海外に展開、プレゼンスしていくと。それについてはどういう切り口があるのか、何をブランドにするのか。それについては宿題があるという。
- こういうことを通じて、何かみんなが、この分野の全体が元気になるようにしたい。そのための取組、提案だと思う。
- これは各省庁で展開されているプロジェクトも含めて、一緒になってオールジャパンで進めていくスローガンのようなものをここで提案すること。そういうことを検討したらどうかということについてはよろしいのではないかということであり、これでこの作業を具体的に前へ進めるといふことにしたいと思う。
- こういうことをブランド化とかマークを使ったりするということは、やはりそれを認証していくシステム、組織をつくっていくということになるという理解でよろしいか。
- 認証はまた別だと思う。
- ちょっと先の話ですけれども、自由に誰でも使っていいわけにはいかないのではないか。
- それはそうだ。当然、ALL JAPANでやっているのだったら、抜け駆けして産地間競争をあおっているような業者は許してはいけないということはあると思う。この程度でよいか。変に規制を張って何かというのではなくて、あくまでも前向きな感じで。
- 食品輸出の全体では、農林水産省が有識者を巻き込んでいろいろな、統一的な活動とかマークとかを決めてやっているが、この農業ICT技術を海外に持っていくということは今まで誰もやっていたわけではないので、そこはまたいろいろなやり方があるのかと思う。
- 一応、ここで次回あるいは次々回以降、前向きに検討するということで確認させていただく。
- 各省庁の動きがかなり一元化されてきたというか、要するに、今までどちらかと言うと独立独歩でやってきたのが、だんだんお互いよく理解して、では、これは頼むよとか、うちが受け取ったとか、そういう形になり出したということを受けて、統一ブランドというか、そういうものがあるとよりいいのではないか。みんな、そのコンセプトの下で動いているという意味で非常にいいのではないかと。要するに、オリパラに向けていろいろなことを考えている中で、日本の特徴は何だろうというと、やはり人に優しいとか、自然に優しいとか、そういうことが随分ありますね。これは、食物というのは間違いなくそうでなければいけないので、オリパラ向けにも使える用語というか、スローガンかなという感じがした。