

# SEICAによる農産物のブランド化

## - 多様なカスタマイズと店頭における情報開示ツール -

### 技術の内容

青果ネットカタログ(以下、SEICA)は、外部システムとデータ交信ができるWebサービスのインターフェースを有している。このWebサービスを使って、必要な情報を外部システムがSEICAからダウンロードし、情報を再利用するアプリケーションが次々と実用化されており、今後も様々な製品が出現するものと期待される。

一方、このWebサービスと特許(出願中)を組み合わせることで、現在、米等で問題になっている偽証に関しても有効なソリューションが提供可能である。

### 技術の特徴

#### SEICAの機能拡張ASPサービス [VIPS v.2]

SEICAと連携することで、独自の情報公開システムを実現。システム利用を短期間で可能にするだけでなく、初期投資費用を低減し、システム運用管理の負担も軽減される。また、掲示板、アンケート機能などを駆使して、産地のブランド化を推進することが可能。

#### PUSH型店頭端末 [フラッシュポップ]

SEICAから必要な情報を自動的に取得し、モニタ上に効果的に表示するシステム。画面のハードコピーを印刷し、売場にPOPの様に掲示することも出来る。初期設定をすれば、お店では、パソコンの電源を「入・切」するだけで運用が可能。Windows/パソコンをシステム運用費が不要な店頭端末に変えるソフトウェア。

#### POP作成ソフト [EASY POP for SEICA]

SEICAに登録されている生産者情報、生産物情報、出荷情報をそのまま利用してPOPの印刷を行うソフトウェア。カタログ番号を入力するだけで簡単に印刷が行え、産地からの宣伝チラシやラベル作成、店頭でのPOPや外食産業におけるメニュー表など、工夫により様々な使い方ができる。

### 活用事例

#### 全農山形

<http://jaym.jp>



#### JA白根市

<http://460.jp>



#### 西友



代表研究者: 杉山 純一

所 属: 食品工学部 電磁波情報工学研究室

問い合わせ先: 研究交流科 関谷 修三

e-mail: atunisi@nfri.affrc.go.jp

独立行政法人  
食品総合研究所