

焦点

商品情報の共同利用に向けた取組み

GS1 Japan 理事 森修子氏に聞く

ー 標準の ID を基盤とした情報共有に向けて ー

近年、当社に対して「商品情報活用」に関する問合せが多く寄せられています。新型コロナウイルス感染症以降、わが国でDXの機運が高まったことが起因していると思われます。また、労働力不足などの新たな社会的課題により、“協調”という点に各社が注目し出したからに違いありません。そこで本号では、以前から「共通の情報はできる限り情報ソースであるブランドオーナーがシングル・インプットをし、それをなるべく広く関係者が利用する環境が必要」と提言されているGS1 Japan（正式名称：一般財団法人流通システム開発センター）の森修子理事にご登場いただき、現在構築を検討している「産業横断レジストリー」についてお話をお聞かせします。

商品情報に関わる流通業界の認識変化

ー現在、GS1 Japanさんで運営されているGJDB（GS1 Japan Data Bank）および構築を検討している産業横断レジストリーについて、そのきっかけはどのようなことだったのでしょうか。

森 GJDB商品情報のローンチも、産業横断レジストリーの構築も、背景にはネット社会の大幅な進展により、商品の情報をデジタルで用意し発信

する、あるいは確認できる体制をつくるのが必須の社会になった、ということが大きいです。

まず、GJDB商品情報DBの構築からお話すると、こちらは、2019年の10月に運用を開始したデータベースです。GS1事業者コードの利用企業が、商品にGTIN（Global Trade Item Number）を設定し、その情報を登録・公開できるものです。なお、以降のお話の中で、ブランドオーナーという言葉を使わせていただきます。商品の仕様を管理し、市場に出す事業者、GTINの設定をする事業者のことです。商品メーカーはもちろんですが、プライベート・ブランドを考慮すれば、卸売業・小売業などもブランドオーナーです。

● 本号のメニュー ●

焦点 商品情報の共同利用に向けた取組み GS1 Japan理事 森修子氏に聞く ー標準のIDを基盤とした情報共有に向けてー	〈1〉
2024年度ジャパン・インフォレックス ユーザー会を開催	〈6/7〉
「日食協 商品画像専門部会」活動報告 JIIからのお知らせ	〈7〉
FDB/Inforex加盟卸企業一覧	〈8〉



森 修子氏 プロフィール

2005年財団法人流通システム開発センター入所。GS1の標準IDやバーコードシンボル等の標準の策定・維持管理、および国内での普及活動に従事。2018年より、GS1 Japanにてデータベース事業部担当。JICFS/IFDBやGJDB商品情報、同ロケーション情報等のDBの運営、および産業横断レジストリー構築に携わる。

当財団では1987年から情報の登録が始まった「JICFS/IFDB（JANコード統合商品情報データベース）」という商品情報データベースも管理運営しています。こちらは、稼働して長いだけに、情報の登録という点では、少し古い面もありました。具体的には①登録方法が紙の登録票のFax送信や郵送、Excelシートのメール送信に限られる、②画像を扱えない、などです。商品の台帳管理に便利に使っていただいている事業者さんも多いのですが、他方、ブランドオーナーの直接登録の比率は高くはないのです。

GJDB商品情報はWeb画面でログインし、商品名、分類、内容量など、ごく基本的な情報を入力すると、簡単にGTINが設定できる仕組みです。また、設定された番号に従ってバーコード(JANシンボル)の画像も生成し、ダウンロードできます。GS1標準の基本であるGTINとそのバーコードを使いやすいものにし情報も発信できる環境を作ることを目指しています。

また、GS1では、グローバルに、GS1 Registry Platformという、GS1の標準コードの基本的な情報を広く集めた登録簿/名簿を構築するという方針を2019年に決定しました。各国のGS1組織がもつ、GS1事業者コード、GTINやGLNの基本情報

を、国をまたいで参照できるようにしよう、というものです。このGTINはどんな商品(品名や分類)に設定されているのか、どの事業者がその番号を作っているのか、はGS1が答えられる状態にすることが、このネット社会で求められているという認識によります。

次に日本での「産業横断レジストリー」の話となります。日本では、商品の業界・カテゴリー別のデータベースがすでに20年以上稼働していますが、その代表的な存在である酒類・加工食品を担われるJIIさん、また日用品業界の(株)プラネットさんと我々も、定期的に情報交換をしておりました。そのなかで、わが国にも業界横断的なGTINのレジストリーが必要である、というJIIさんのご発案もあり三社で検討を重ねた結果、ごく基本の情報を業界DB2社からGJDB商品情報に連携していただき、日本版の「レジストリー」を作りましょう、となったわけです。2022年4月に記者会見を開き産業横断レジストリーの構築について発表させていただきました。現在では、JIIさんとプラネットさんから連携された情報も含め、登録事業者約40,000社、登録商品情報約320万件を保有するデータベースとなっています。

—では、その、産業横断レジストリーの目的

をもう少し具体的に説明していただけますか。

森 まず、商品情報に関する共通・協調領域を定義したいですね。その領域については、ブランドオーナーが登録した正確な情報が、産業横断レジストリーを通じて多くの事業者が届くようにする、登録された情報が広く利用されることにより、情報の品質も上がっていく、というサイクルを実現したいです。サプライチェーン全体の商品情報授受の効率化のための取組みを共同推進し、製・配・販のDXを支える、ということです。

一まさしく設立以来、商品情報の登録精度向上とEDI登録率(ブランドオーナーからの登録率)アップを推進している当社の考えと同じですね。GS1 Japanさんは、国内の「流通」の真ん中の位置におられますが、近年の「商品情報」に対する関心やニーズに変化は感じられますか。

森 ECの進展もあり、消費者の商品情報に対するニーズが高まってきていると感じます。それに伴い、消費者への接点の前線にいる小売さんの正確な商品情報に対する関心が強まっているのではないのでしょうか。また、近年は物価上昇や労働力不足を背景に様々な業務の効率化が求められています。商品情報登録・維持の作業についても、省力化や効率化が注目されているのだと思います。例えば、小売業の中で、今まではマーチャンダイジング部署のみで商品情報の話をしていたが、社内の他の組織でも商品情報を扱っており、往々にして、似たような情報を違うソースから調達している、という状況も明らかになり、その商品マスターの管理を統合していこう、という機運が高まっているというお話を聞きます。情報を受ける側の企業内での「シングル・インプット」の重要性にも光が当たっているかと。

—それは良い気付きだと思いますが、企業内で商品情報を一気通貫で活用しようとする、業務フローを変えないとならない場合もありますよね。

森 そうですね。海外の話になってしまいますが、あるグローバルブランドオーナーは、商品情報の標準的な手段での交換のためには、社内プロセスの変更が一番大変だった、とのこと。最終的には商品を企画して製造し販売までもっていくの

GS1 Japan (一般財団法人流通システム開発センター)概要

所在地	東京都港区南青山1-1-1 新青山ビル東館9階
ホームページ	https://www.gs1.jp.org/
設立	1972年：財団法人流通システム開発センターとして設立(流通業界全体のシステム化、全体最適化を推進する専門研究機関) 1978年：国際的な流通情報システム標準化推進機関である国際EAN協会(現GS1)に加盟
役割	流通の全体最適化に不可欠な標準・ツールの管理、普及推進
標準の例	- GTIN (Global Trade Item Number)：商品・集合包装を識別するコード - GLN (Global Location Number)：事業者・場所識別コード - JANシンボル、ITFシンボルなどバーコードとその表示ルール - RFID／電子タグ - 取引情報の電子データ交換(EDI)標準(流通BMS)

に8プロセスくらいに整理し、どのような情報がいつ決まる、も定義したそうです。小売業でも、商品情報は経営マターとし、商品情報を取り扱う部署やその役割など、社内の部門横断でデータガバナンス体制を作った、というお話もありました。

商品マスター情報の課題

—では、産業横断レジストリー構築にあたって、課題はありますか。

森 まずは「情・物一致」のために、「1物1コード」という原則・ルールをもっと周知していくことです。当財団で発行している「GTIN設定ガイドライン」を説明する機会を多く持ちたいと思っています。わが国は、他のGS1加盟国に比べ、特に消費財については桁違いにアイテムやブランドオーナーが多いこともあり、徹底することが難しいですが、それだけ重要なことだと思います。

次は、課題というより要望ですが、商品情報の登録タイミングをできるだけ早めてほしい、ということです。これはメーカー側にも様々な事情があり、そう簡単にできることではないと思います

図1 GS1事業者コード利用者によるGTIN設定と公開をシンプルに



が、製配販各層で一緒に検討していきたいと思っています。

—それは当社にとっても非常に重要な点ですね。現在、商品情報を登録いただくメーカーさんには、「新商品の情報は、遅くとも発売日の1.5カ月前までには登録してください」というお願いを業界挙げておこなっておりますが、小売さんとの商談開始時期が以前より早まっているのか、多くの卸さんから同様のご要望があります。

他に当社のユーザー（メーカー・卸売業・小売業）に対する要望等がありますか。

森 そうですね。まずメーカーさんには、自社商品の商品情報は、最終的には消費者に正しい情報を届けるために、業界データベースに正確にそしてタイムリーに登録してください、ということですね。今後は、「デジタル情報なくして商売なし」だと思います。

卸さんには、自社で取り扱う商品情報は、できるだけメーカー側に登録を依頼してください。また、メーカーさんに対し業界データベースに登録する重要性を粘り強く啓発していただけたらと思います。最後に小売さんですが、本誌読者の小売さんは、すでにJIIさんの商品情報ユーザーであり、よくご存じだと思いますが、いきなり自社商品マスター登録作業の100%省力化を目指すのではなく、まず60%なり70%の情報項目をJIIさんから取得し、0から入力する手間がなくなった、と

いう実感を持っていただけたらと思います。

—そうですね。2021年度におこなった小売さんとの実証実験で、小売さんが保有する商品マスターの情報項目の内、約60%の項目は当社の商品情報をお使いいただくと自動登録可能であることが確認されました。

森 「できる部分から始めて改善していく」というアプローチをとる企業も増えていくのではないのでしょうか？

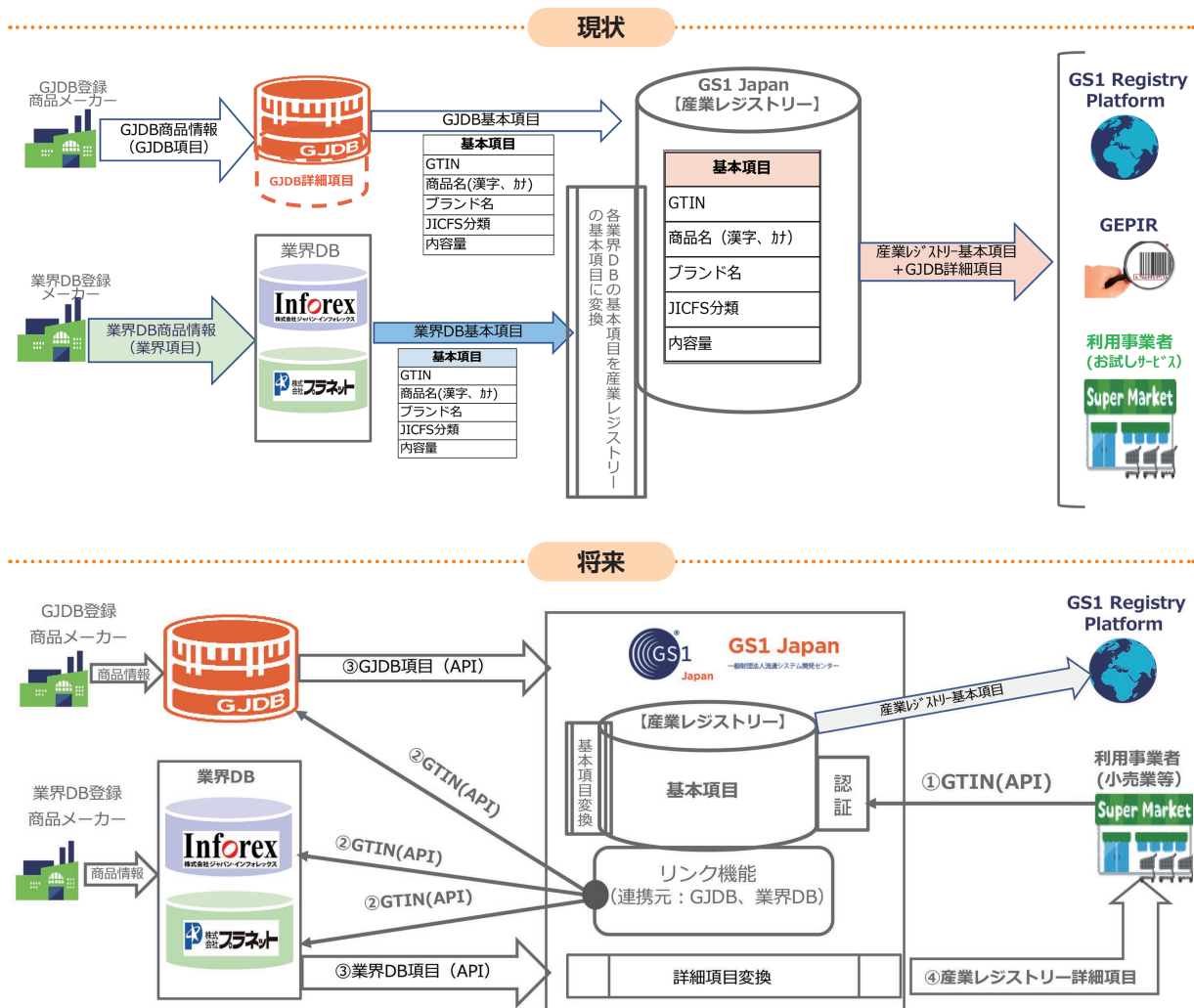
流通業界に限らずだと思いますが、日本の傾向として、「やりすぎる」「限りなく100%近くを求める」という感じがします。また、「サービス＝無償」という意識も他国に比べて一般的にありそうですね。本来人手をかける、あるいはシステムを使う、ということはコストが発生するはずですが、この認識が従来は薄かった気がします。いずれも、過去、日本の豊富で優秀な労働力に支えられてきた部分ですが、生産年齢人口の減少にともなって、変わらざるを得ないのではないかと思います。

「登録は1か所で、利用は皆で」

—では、産業横断レジストリーの構築に関して今後の予定をお話いただけますか。

森 まずは、ブランドオーナーが業界データベースに登録した商品情報のうち、「基本となる49項目」を産業横断レジストリー経由で検索された小売業に届ける仕組みを、2026年4月に動かすこと

図2 産業横断レジストリーの概要



を目指して構築していきます。その後は、画像情報や品質情報へ拡大していきたいと思っていますが、「何のために、どの情報が必要か」など、これから関係者とよく検討していく必要があります。

一では最後に、森理事の描く最終型はどのようなものですか。

森 そうですね、商品を世に出すブランドオーナーが、その情報も然るべきデータベースにきちんと登録する、その商品情報が多くの流通にかかわる企業に届くこれにより、製・配・販でこの業務に関係する方々の業務負荷軽減に繋がること、またその商品情報が消費者にも届く、という世界です。

このネット社会で、商品情報はすでに色々なところに存在しますね。但し、出すべき当事者が出した、正確な情報が重要なわけで、やはり、ブランドオーナーが自ら登録したJIIさんのような業界データベースが大切だと思っています。

一食品流通業会全体の合理化と標準化のため、当社もご協力させていただきますので各方面とのご調整など引き続きよろしくお願いいたします。長時間ありがとうございました。

聞き手 ジャパン・インフォレックス
八十島幹夫

2024年度 ジャパン・インフォレックスユーザー会を開催

11月22日(金) 2024年度のジャパン・インフォレックスユーザー会を、東京・新橋の第一ホテル東京にて開催いたしました。当日は60社、150名と数多くのユーザー（卸様・メーカー様など）、関係団体ほかの皆様にご出席いただきました。

第1部は、本年7月より弊社代表取締役社長に就任した 片岡博彰より挨拶ならびに事業概況の報告をいたしました。

またご来賓の一般財団法人 流通システム開発センター (GS1 Japan) 会長 豊永厚志様、株式会社プラネット 代表取締役副社長 松本俊男様よりご挨拶を頂戴いたしました。

特別講演は、東北大学大学院文学研究科教授 坂

井信之様より「食品のおいしさに関する心理学・脳科学からのアプローチ」と題してお話いただきました。日々私たちが感じる「おいしさ」を心理学・脳科学的に読み解いた新しい視点を「心理テスト」を交えながら楽しくご紹介いただき大いに盛り上がりました。

第2部の懇親会では、ユーザーを代表して味の素株式会社 食品事業本部 物流企画部スタッフグループ長の長濱賢治様に乾杯のご挨拶を頂戴いたしました。和やかにご交歓の輪が広がり、最後は弊社 専務取締役 八十島幹夫より中締めのご挨拶を申し上げ、盛会のうちに無事お開きとなりました。



東北大学大学院文学研究科教授
坂井 信之様



一般財団法人 流通システム
開発センター (GS1 Japan) 会長
豊永 厚志様



株式会社プラネット
代表取締役副社長
松本 俊男様



味の素株式会社 食品事業本部
物流企画部スタッフグループ長
長濱 賢治様

● 片岡社長挨拶



代表取締役社長

片岡 博彰

カー様や小売業様など食品業界の中でお客様の幅を広げた第二段階を経て、現在は公的なデータサプライソースとしての第三段階に差

本日はご来場を賜り、また平素から弊社社業に大変なご支援をいただき、厚く御礼申し上げます。

さてジャパン・インフォレックスは2006年の設立以降、卸売業様向けデータサービスプロバイダーとしての第一段階、FDB事業の継承を以ってメーカー様や小売業様など食品業界の中でお客様の幅を広げた第二段階を経て、現在は公的なデータサプライソースとしての第三段階に差

し掛かっているところです。具体的には昨年10月に稼働した「EDI共通プラットフォーム事業」の拡大、またGSI Japan様主催の「産業横断レジストリープロジェクト」への参画が挙げられます。

また今後弊社が取り組む課題は①加盟メーカーの増加とメーカーによるマスター入力率の向上②データ登録タイミングの早期化③データ品質の向上④デジタル活用を通じた生産性向上、という4つを軸に、非競争領域での標準化と共同利用を進めることでコストを削減し広く食品業界、ならびは日本の食生活全般へ貢献して参りたいと思っております。

「日食協 商品画像専門部会」活動報告

当社は2009年に日本加工食品卸協会の情報システム研究会の下部組織に設置された「商品画像専門部会(以下、専門部会)」の事務局を拝命し活動しています。

1 目的

当部会を通じ「日食協画像標準仕様ガイドブック Ver2.1」の定着化と維持管理、卸売業の効率的な画像活用のための登録率向上、画像利用コストを削減する流通基盤を目指す。(推進メーカーの年間画像登録率は80%以上を目標)

2 参加企業/会の構成

- ①参加卸売業:伊藤忠食品(株)、加藤産業(株)、国分グループ本社(株)★、(株)日本アクセス★、三井物産流通グループ(株)、三菱食品(株)★、カナカン(株)、(株)トーカン、(株)パルネットコーポレーション、丸大堀内(株)、ヤマエ久野(株) 計11社
- ②当社の役割:推進メーカー 220社(2025年1月時点)の外観画像や棚割画像のチェック&未登録メーカーのフォロー、月次の画像登録実績の作成を行い、事務局会に報告及び問題を提起する。

- ③事務局活動:画像に関する課題解決のため、事務局で方向性を検討・整理し、参加企業へ意見を求めた結果をまとめ、専門部会で報告及び問題を提起する。特に登録率が低下した推進メーカーには担当卸売業を交えての三社面談を実施し、登録率向上に資する推進活動も実施する。

※事務局:上記★企業、及び(株)サイバーリンクス、(株)ジャパン・インフォレックス

- ④専門部会:年間の活動報告及び事務局からの問題提起事項に対し、検討・決議をする。(年1回)

3 第50回専門部会会議内容(2024/12/13開催)

①棚割画像登録についての共有

- ・推進メーカーのEDI画像登録率(2024年1～10月時点の登録率)
- ・画像登録推進活動(推進メーカー4社との面談結果)

②2025年活動計画の共有

- ・継続テーマ(①推進メーカーへの未登録リスト配信、②推進メーカーとの三社面談)
- ・新規テーマ(①標準仕様ガイドブック改定の是非に関する検討、②画像加工勉強会資料のアーカイブ化)

<商品マスターご登録企業様へ>

■平素は当社の商品マスター登録にご尽力をいただきありがとうございます。

「サプライチェーン全体の最適化」「持続可能な食品物流に向けた取り組み」に伴い、商品マスターをご利用の卸売業様、小売業様から「正確な商品情報を早期にご登録いただきたい※」とのご要望が多く寄せられています。ご登録企業様には、今一層の正確な情報を早期にご登録いただきますようお願いいたします。

※具体的には、

- ・ブランドオーナーであるメーカー様ご自身による正確な情報登録
- ・正確な物流項目情報(重量・サイズなど)の登録
- ・発売日45日前までの情報登録
- ・画像情報の積極登録 など

JII

からの
お知らせ

FDB/Inforex 加盟卸企業一覧

2025年2月1日現在、FDB/Inforexにご加盟いただいている卸企業様です(社名公開企業のみ)。メーカー様にご登録いただいた商品情報は、リスト記載の各社様に確実に届いています。日々の商談や商品情報授受の改善にお役立てください。

社名	本社	FDB	Inforex	社名	本社	FDB	Inforex
(株)アキタ	愛媛	○		(株)タジマヤ	東京		○
旭食品(株)	高知	○		天長食品工業(株)	愛知		○
(株)飯田	大阪	○	○	東亜商事(株)	東京	○	
伊賀越(株)	三重		○	トウシヨク(株)	広島		○
(株)イズミック	愛知		○	(株)トーカン	愛知	○	○
伊藤忠食品(株)	大阪	○	○	(株)トーホー	兵庫	○	
(株)エスサーフ	滋賀	○	○	(株)徳田商店	鳥取	○	
エンド商事(株)	大阪		○	(有)仲村商店	東京		○
尾家産業(株)	大阪	○		(株)ナシオ	北海道		○
(株)大楠屋	大阪		○	(株)ニーズ	埼玉		○
(株)小倉	東京		○	(株)NIGITA	神奈川	○	
加藤産業(株)	兵庫	○	○	(株)日本アクセス	東京	○	○
カナカン(株)	石川	○	○	日本アクセス北海道(株)	北海道		○
カメイ(株)	宮城	○		日本酒類販売(株)	東京	○	○
亀井通産(株)	熊本	○	○	服部コーヒーフーズ(株)	宮城	○	
(株)共栄	和歌山		○	広川(株)	広島	○	
(株)久世	東京	○		福島県南酒販(株)	福島	○	
(株)グローリージャパン	大阪		○	(株)藤澤	兵庫		○
群馬県卸酒販(株)	群馬		○	藤徳物産(株)	岡山	○	○
国分グループ本社(株)	東京	○	○	北陸中央食品(株)	富山	○	○
コゲツ産業(株)	福岡	○	○	(株)升喜	東京		○
五大物産(株)	大阪		○	(株)マスダ増	東京		○
コンタツ(株)	東京		○	(株)マルイチ産商	長野	○	
(株)サツキエンフーズ	埼玉		○	丸栄商事(株)	大阪		○
佐藤(株)	福島	○	○	(株)丸正高木商店	京都		○
(株)三協乾物店	岐阜		○	丸大堀内(株)	青森	○	○
サン・パシフィック・エンタープライズ(株)	東京		○	三井物産流通グループ(株)	東京	○	○
(株)サンヨー堂	東京	○		三菱食品(株)	東京	○	○
三陽物産(株)	大阪	○	○	南九州酒販(株)	鹿児島	○	○
(株)ジェイアール東日本商事	東京	○		(株)名給	愛知	○	
下田商事(株)	長崎	○		(株)ヤグチ	東京	○	
(株)神酒連	神奈川	○		(株)ヤスノ	東京		○
進和珈琲(株)	愛媛	○		ヤマエ久野(株)	福岡	○	○
(株)大物	大阪	○	○	(株)山形丸魚	山形		○
ダイショージャパン(株)	東京		○	ユアサ・フナシヨク(株)	千葉	○	
大昇貿易(有)	兵庫		○	ユーシーシーフーズ(株)	兵庫	○	
高瀬物産(株)	東京	○		ワルツ(株)	愛知	○	
武田食品(株)	山梨	○					



ご意見・ご感想をお寄せください report@jii-inforex.jp

本誌に関して、皆様のご意見・ご感想をお待ちしています。

【編集・発行責任者】 八十島 幹夫