

# GTIN設定ルール 日本語参考訳

1.0版 2016年6月承認

本文書は、GS1のGTIN Management Standard (Release1.0, Ratified, June2016)の参考日本語訳であり、内容については常に原文（英文）が優先されます。

## 1 はじめに

GTIN (the Global Trade Item Number) は、取引単位を識別し、グローバルなサプライチェーンのソリューションを提供するものです。取引単位とは、サプライチェーンのいずれかの場面において、価格の決定、発注、請求が行われ、かつ、それ自体に関する、事前に定義された情報を検索する必要がある商品のことです。

GTIN management standard (GTIN設定ルール) は、オープンなサプライチェーンの中で、事業者が一貫した原則に従って、商品を一意に識別できるよう定められたルールです。これは、GS1の標準開発の仕組みであるGSMP (Global Standard Management Process) を経て作成された、GS1標準の一部です。全体的にみれば全てのサプライチェーンの関係者がこのルールに従うことで、コストは最小限となります。

取引先との商品情報の交換を常に一貫した方法で行い、取引に関わるオペレーションの効率性の維持し、グローバルなサプライチェーンの円滑な運用を確実なものとするために、商品を一意に識別することが不可欠です。さらに、商品識別は、世界のさまざまな規制に対応する際にも極めて重要です。必要な商品が確実に店頭に並び、ネット通販業者から消費者に正しい商品情報が表示され、確実に届けられるためには、商品の確実な識別および、変更に関わる情報の取引先との共有も不可欠です。

### 1.1 基本指針：GTIN変更の目的

GTIN設定ルールは、特に既存の商品情報に変更があるときや、新商品を販売するときに、実務面や消費者への価値を生むための、産業界の標準です。既存の商品に変更を加える場合や、新商品にGTINを設定する場合には、ブランド・オーナーは、以下の基本指針に沿ってGTINの設定を検討してください。

- 1 消費者・取引先は、新しい商品を、以前のあるいは今ある商品と区別する必要がありますか。
  - 2 消費者・取引先に対する規制や法令上の表示義務内容がありますか。
  - 3 サプライチェーン（商品の出荷、保管、入荷方法等）に大きな影響がありますか。
- 1～3までのうち、1つでも該当する場合は、GTINを変更する必要があります。

### 1.2 新商品と商品の変更の違いとは

商品識別（GTINの設定）について判断を行う際、「新商品」と「商品の変更」の違いを理解することが重要となります。

新商品とは、ブランド・オーナーが現在販売しておらず、新しく市場に出荷されるものをいいます。つまり、新商品とは、現行の商品ラインナップへの「追加」と考えられます。このGTIN設定ルールでは、現在市場に出ている既存の商品と区別するため、新商品には必ず新しいGTINを設定する必要がありますとしています。

一方、商品の変更とは、「商品の置き換え」と理解されるものです（ブランド・オーナーの決定により、置き換える商品が出荷されると、旧バージョンの商品が市場からなくなる）。このGTIN設定ルールでは、GTINの変更が必要となるのは、既存商品の属性に、どのような変更が生じた場合を示しています。

■**新商品**：新商品とは、現在存在しない、または、販売されていない商品であって、商品ラインナップに新しく追加され、新たに市場に出されるものをいいます。

■**商品の変更**：既存の商品（ブランド・オーナーの商品ラインナップに存在し、市場で購入することができる商品）について、その商品の属性が変更されるものをいいます。

### 1.3 GS1標準と法令順守

GTIN設定ルールは、必要最低限のルールを規定したものです。商品を販売する地域において、より厳しい規制がある場合には、その規制に必ず従うようにしてください。

各国・地域の法令および規制は全て、この「GTIN設定ルール」に優先します。

### 1.4 GTIN設定ルールとブランド・オーナーの判断

GTIN設定ルールは、産業界の合意により決定した最低限必要となるGTIN変更を規定しています。ブランド・オーナーは、1.1に規定された基本指針を考慮しつつ、自ら必要と判断する場合はもちろん、消費者・取引先が必要としている場合にも、その必要性に応じて、より頻繁にGTINを変更することができます。

## 2 GTIN設定ルール

ここからは、GTIN設定ルールに基づき、新しいGTINを設定しなければならない場合（新商品）やGTINを変更しなければならない場合（商品変更）を、具体的に説明していきます。

GTIN設定ルールは、既存の商品の消費者購入単位（単品）と、物流プロセスで利用される集合包装単位（ケース、パレット）について、それぞれいつGTINの変更が必要となるのかを規定しています。

ある商品のGTINを変更するか否か最終決定を行う際、全てのGTIN設定ルールを考慮する必要があることに注意してください。

### 2.1 新商品の投入

新商品とは、現在存在しない、または、現在販売されていない商品であって、商品ラインナップに新しく追加され、新たに市場へ出されるものをいいます。

**新商品には、新しいGTINの設定が必ず必要となります。**

## 包装単位ごとのGTIN設定

- 消費者購入単位又は単品ごとに、GTINを設定します。
- 全ての集合包装単位ごとに、新しいGTINを設定します。

GTINルール	消費者購入単位・単品に、新しいGTINは必要ですか。	集合包装単位(中箱、外箱、パレット)に、新しいGTINは必要ですか。
新商品の販売	○	○

## GTINの設定が必要となる場合の例

- 携帯電話メーカーが、新しい機能を持つモデルを、商品のラインナップに追加する場合
- 商品のラインナップに、現在はない、新しい味・香りの商品を追加する場合
- 英語表示の商品について、スペイン語表示(単一言語表示)の商品を製造する場合
- 季節限定の商品変更を行う場合で、消費者や取引先がこれを指定して個別に発注を行うことができるようにしたい場合
- WiFi・ストリーミングなどの新しい機能をもつ新型テレビを投入する場合
- 特定のデザイン・色のジーンズを様々なサイズで展開する新しいジーンズウェアラインの場合(30x30, 30x32, 32x30, 32x32など)。それぞれのスタイル、色、サイズのバリエーションごとに、個別の商品と認識され、個別のGTINを設定する。
- 前年のワインとはその品質が違くと消費者に認識されるビンテージワインであり、テーブルワインなどの一般的な商品としてではなく、特別な商品として取り扱われる場合

## 基本指針

GTINルール名	消費者や取引先は、新旧の商品を区別する必要がありますか。	消費者・取引先に対する規制、法令上の表示義務内容がありますか。	サプライチェーン(商品の出荷、保管、入荷方法等)に相当な影響がありますか。
新商品の販売	○	○	○

## 2.2 成分及び機能性表示

「機能性」とは、モノ(商品)の意図された特定の利用法、あるいは、一連の用途と定義されます。

「成分」とは、ある商品を製造するための原材料や構成要素のことをいいます。

法令により表示が義務付けられている成分・機能性を変更し、かつ、消費者や取引先が違いを区別する必要があるとブランド・オーナーが考える場合には、新しいGTINが必要となります。新しいGTINの設定は、この2つの条件両方にあてはまる場合に行います。

## 包装単位ごとのGTIN設定

- 消費者購入単位又は単品ごとに、GTINを変更する必要があります。
- 集合包装の全ての階層ごとに（中箱、外箱、パレット）個別のGTINが必要となります。

GTINルール	消費者購入単位・単品に、新しいGTINは必要ですか。	集合包装単位（中箱、外箱、パレット）に、新しいGTINは必要ですか。
成分・機能性表示	○	○

## GTINの変更が必要となる場合の例

- ナッツを含んだ商品で、アレルゲンの追加として法令上表示が義務付けられており、消費者が区別できるようにしなければならない場合
- 低糖商品とするために、製造工程において砂糖の使用を50%カットした場合
- アンモニア（潜在的に有害な成分）を加えて製造するようになり、これにより、現在、消費者や取引先の使用・保管の方法に問題が生じる可能性がある場合
- 以前は、冷凍サーモンとして販売していたものを、生鮮サーモンとして販売する場合

## 補足情報

- 以前から有していた機能等で、パッケージにこれまで表示していなかったものの、新しいパッケージでは表示する場合については、新しいGTINの設定は不要です。
- 各国・地域の法令および規制により、より細かいレベルでGTINの変更が求められる場合があります。こうした規制は、「GTIN設定ルール」に優先します。

## 基本指針

GTINルール名	消費者や取引先は、新旧の商品を区別する必要がありますか。	消費者・取引先に対する規制、法令上の表示義務内容がありますか。	サプライチェーン（商品の出荷、保管、入荷方法等）に相当な影響がありますか。
成分・機能性表示	○	○	○

## 2.3 正味量表示

「正味量」とは、商品のパッケージの中の（実際に）消費できる量のこと、商品ラベルに表示される、正味重量、容積、入数（個数）、数量などをいいます。

パッケージに表示されている法令により表示が義務付けられている商品の正味量に変更が生じた場合は、増量・減量問わず、新しいGTINを付番する必要があります。

## 包装単位ごとのGTIN設定

- 消費者購入単位又は単品ごとに、GTINを変更する必要があります。
- 集合包装の全ての階層ごとに（中箱、外箱、パレット）個別のGTINが必要となります。

GTINルール	消費者購入単位・単品に、新しいGTINは必要ですか。	集合包装単位（中箱、外箱、パレット）に、新しいGTINは必要ですか。
正味量表示	○	○

## GTINの変更が必要となる場合の例

- 使い捨て紙おむつ1パックの入数が、14個から12個に変更される場合
- 塩味のスナック菓子の袋の正味重量が、680グラム（24オンス）から794グラム（28オンス）に増量する場合
- カミソリの1パックの入数が、4個から6個に増加する場合
- ボーナスパックとして入数を増加し、消費者に対しボーナスパックであることを表示する場合。例えば、4個パックのリップクリームについて、ボーナスパックとして6個入りとし、追加商品（2個）は消費者に対して表示（現在6個入り）されている場合。

## 補足情報

- 消費者への参考情報や販促に関わる情報など、直接的に、価格、ブランド、政府の規制に関係しない内容の表示は、これに含まれません。例えば、1人前の分量など。
- 正味量情報は、消費者に対して表示する単位当たりの価格・棚のラベルの作成に使用されます。正確な表示が求められるものであり、順守できていないと、罰則が適用される可能性があります。
- 各国・地域の法令および規制により、より細かいレベルでGTINの変更が求められる場合があります。こうした規制は、「GTIN設定ルール」に優先します。

## 基本指針

GTINルール名	消費者や取引先は、新旧の商品を区別する必要がありますか。	消費者・取引先に対する規制、法令上の表示義務内容がありますか。	サプライチェーン（商品の出荷、保管、入荷方法等）に相当な影響がありますか。
正味量表示	○	○	○

## 2.4 寸法・総重量の変更

20パーセント以上の物理的な寸法・総重量の変更には、新しいGTINの設定が必要です。

### 包装単位ごとのGTIN設定

- 消費者購入単位又は単品ごとに、GTINを変更する必要があります。
- 集合包装の全ての階層ごとに（中箱、外箱、パレット）個別のGTINが必要となります。

GTINルール	消費者購入単位・単品に、新しいGTINは必要ですか。	集合包装単位（中箱、外箱、パレット）に、新しいGTINは必要ですか。
寸法・総重量の変更	○	○

### GTINの変更が必要となる場合の例

- 商品のパッケージの材質がプラスチックからガラスに変更され、総重量が0.34kg（0.75ポンド）から0.68kg（1.5ポンド）に変更され、総重量が50%増加する場合
- 洗濯用洗剤の箱の高さが7.6センチ（3インチ）から10.64センチ（4.2インチ）に変更され、高さが40%高くなる場合
- 収容している商品自体に変更がない外箱やパレットについて、その寸法などの変更により、GTINの変更が必要となる場合

### 補足情報

- 2.4の規定は、寸法と総重量の変更にも適用されます。正味量の変更は、2.3の正味量のルールが適用されます。
- GTINを変更せずに、20パーセントルールに抵触しない範囲内で頻繁に変更を行うことは、認められません。いかなる寸法の変更であっても、取引先に周知されるべきです。頻繁なパッケージ変更は、取引先との間で問題を発生させ、商品の流通に影響を生じさせる可能性があります。
- 所定のパッケージを管理するための持続的・継続的な方法については、GS1 GDSN パッケージ管理ルールを参照してください。
- 各国・地域の法令および規制により、より細かいレベルでGTINの変更が求められる場合があります。こうした規制は、「GTIN設定ルール」に優先します。

### 基本指針

GTINルール名	消費者や取引先は、新旧の商品を区別する必要がありますか。	消費者・取引先に対する規制、法令上の表示義務内容がありますか。	サプライチェーン（商品の出荷、保管、入荷方法等）に相当な影響がありますか。
寸法・総重量の変更	○	×	○

## 2.5 認証マークの追加又は削除

商品パッケージに、規制当局、取引先、消費者に重要な意味を持つ認証マーク（例えば *kosher*, *UL*, *OE* など）を新しく加えたり、削除したりする場合は、新しいGTINを設定する必要があります。

### 包装単位ごとのGTIN設定

- 消費者購入単位又は単品ごとに、GTINを変更する必要があります。
- 集合包装の全ての階層ごとに（中箱、外箱、パレット）個別のGTINが必要となります。

GTINルール	消費者購入単位・単品に、新しいGTINは必要ですか。	集合包装単位（中箱、外箱、パレット）に、新しいGTINは必要ですか。
認証マークの追加・削除	○	○

### GTINの変更が必要となる場合の例

- ハラルやKosher認証マークを、商品のパッケージから取り除く場合
- 公的な認証機関から提供された（与えられた）「Energy Efficiency」ロゴを加える場合
- 認証マークを取り除く場合（オーガニック）

### 補足情報

- このルールの解釈に当たって、認証マークとは、製品が収穫、加工、製造についての特別な基準や規格にのっとっていることを証明する製品につけるシンボル、ロゴ、又は文言であり、マーク（例：European Certification Mark）で、外部の公的あるいは民間の認証機関によって証明されるものをいいます。
- 各国・地域の法令および規制により、より細かいレベルでGTINの変更が求められる場合があります。こうした規制は、「GTIN設定ルール」に優先します。

### 基本指針

GTINルール名	消費者や取引先は、新旧の商品を区別する必要がありますか。	消費者・取引先に対する規制、法令上の表示義務内容がありますか。	サプライチェーン（商品の出荷、保管、入荷方法等）に相当な影響がありますか。
認証マークの追加・削除	○	○	○

## 2.6 プライマリーブランド

「プライマリーブランド」とは、消費者に最も認知されているブランドで、ブランド・オーナーによって定められ、ロゴや文言によって表現されるものです。

商品に表示されているプライマリーブランドの変更については、新しいGTINの設定が必要です。

### 包装単位ごとのGTIN設定

- 消費者購入単位又は単品ごとに、GTINを変更する必要があります。
- 集合包装の全ての階層ごとに（中箱、外箱、パレット）個別のGTINが必要となります。

GTINルール	消費者購入単位・単品に、新しいGTINは必要ですか。	集合包装単位（中箱、外箱、パレット）に、新しいGTINは必要ですか。
プライマリーブランド	○	○

### GTINの変更が必要となる場合の例

- 会社のプライマリーブランドが「オールドエッジコンピューター」から「リーディングエッジコンピューター」へ変更される場合

### 補足情報

- 各国・地域の法令および規制により、より細かいレベルでGTINの変更が求められる場合があります。こうした規制は、「GTIN設定ルール」に優先します。

### 基本指針

GTINルール名	消費者や取引先は、新旧の商品を区別する必要がありますか。	消費者・取引先に対する規制、法令上の表示義務内容がありますか。	サプライチェーン（商品の出荷、保管、入荷方法等）に相当な影響がありますか。
プライマリーブランド	○	×	×

## 2.7 期間限定品・販促商品

特定のイベントや日付をターゲットとして、販促を行うための商品変更（パッケージの変更を含む）は、その商品が特定の期間にのみ販売可能であることから、サプライチェーン上での取扱いに影響が生じるため、新しいGTINを設定する必要があります。

### 包装単位ごとのGTIN設定

- 消費者購入単位又は単品ごとの、GTINの変更は不要です。



- 集合包装の全ての階層ごとに（中箱、外箱、パレット）個別のGTINが必要となります。

GTINルール	消費者購入単位・単品に、新しいGTINは必要ですか。	集合包装単位（中箱、外箱、パレット）に、新しいGTINは必要ですか。
期間限定品・販促商品	×	○

#### 集合包装（パック、ケース、パレット）について個別のGTINの設定が必要となる場合の例

- 販促期間において、試供品（それ自体はGTINにより識別されない）を付けて販売する場合で、もともとの商品の正味量に変更がなく、パッケージの寸法又は総重量について20%以上の変更がなされない場合
- 2か月限定で、ボーナスシーズンパッケージに変更される場合。例えば、クリスマスツリーが印刷されたティッシュの箱。
- 新学期シーズンのための特別なパッケージの商品を販売する場合
- 期間限定でワールドカップのロゴを、商品に添付する場合
- 洗濯用洗剤の大容量ボトルに期間限定で、1ドル割引のクーポンを付ける場合。そのクーポンは、購入時の割引に使用される。
- パッケージに「特別割引価格」と印刷された、販促商品を販売する場合

#### 補足情報

- 期間限定の販促品のために、消費者購入単位又は単品ごとのGTINは変更する必要はありませんが、サプライチェーンで記録するため、外箱とパレットについては、個別に識別できるようにする必要があります。
- 各国・地域の法令および規制により、より細かいレベルでGTINの変更が求められる場合があります。こうした規制は、「GTIN設定ルール」に優先します。

#### 基本指針

GTINルール名	消費者や取引先は、新旧の商品を区別する必要がありますか。	消費者・取引先に対する規制、法令上の表示義務内容がありますか。	サプライチェーン（商品の出荷、保管、入荷方法等）に相当な影響がありますか。
期間限定品・販促商品	○	×	○

## 2.8 集合包装の入数

ケース内の商品の入数の変更や、パレットに積みつけられるケースの数量に変更がある場合は、新しいGTINを設定する必要があります。

#### 包装単位ごとのGTIN設定

- 集合包装の全ての階層ごとに（中箱、外箱、パレット）個別のGTINが必要となります。

GTINルール	消費者購入単位・単品に、新しいGTINは必要ですか。	集合包装単位（中箱、外箱、パレット）に、新しいGTINは必要ですか。
集合包装の入り数		○

#### GTINの変更が必要となる場合の例

- ケース内の商品の入り数が8個から12個に変更となり、そのケースを個別に識別する必要がある場合
- パレットに積みつけられるケース数が12ケースから16ケースに変更となる場合であり、そのパレットを個別に識別する必要がある場合

#### 補足情報

- 各国・地域の法令および規制により、より細かいレベルでGTINの変更が求められる場合があります。こうした規制は、「GTIN設定ルール」に優先します。

#### 基本指針

GTINルール名	消費者や取引先は、新旧の商品を区別する必要がありますか。	消費者・取引先に対する規制、法令上の表示義務内容がありますか。	サプライチェーン（商品の出荷、保管、入荷方法等）に相当な影響がありますか。
パック・ケースの入り数	×	○	○

## 2.9 あらかじめ決められた詰め合わせ商品

あらかじめ決められた詰め合わせ商品とは、2つ以上の商品を組み合わせて1つの商品として売られるパック（バンドル販売）のことです。

詰め合わせ商品の中の、1つ以上の商品が変更、追加、置き換えられる場合は、新しいGTINの設定が必要です。

#### 包装単位ごとのGTIN設定

- 消費者購入単位又は単品ごとの、GTINを変更する必要があります。
- 集合包装の全ての階層ごとに（中箱、外箱、パレット）個別のGTINが必要となります。

GTINルール	消費者購入単位・単品に、新しいGTINは必要ですか。	集合包装単位（中箱、外箱、パレット）に、新しいGTINは必要ですか。
既定の詰め合わせ商品	○	○

### GTINの変更が必要となる場合の例

- 3本セットの香水のうちの1本が、別の香水に置き換えられる場合
- シャンプーとコンディショナーのセット商品が、シャンプーとヘアマスクのセットに変更される場合
- 複数の青いシャツの組み合わせ商品のうち、1枚が黄色のシャツに置き換えられる場合

### 補足情報

- 詰め合わせ商品の中の個別の商品は、取引先に個別の商品として確実に識別される必要があり、詰め合わせ商品とは異なる個別のGTINを設定する必要があります。
- 各国・地域の法令および規制により、より細かいレベルでGTINの変更が求められる場合があります。こうした規制は、「GTIN設定ルール」に優先します。

### 基本指針

GTINルール名	消費者や取引先は、新旧の商品を区別する必要がありますか。	消費者・取引先に対する規制、法令上の表示義務内容がありますか。	サプライチェーン（商品の出荷、保管、入荷方法等）に相当な影響がありますか。
既定の詰め合わせ商品	○	○	○

## 2.10 本体表示価格

本体価格表示とは、ブランド・オーナーが、パッケージ上にその商品価格を表示しているものをいいます。これには、価格表示シール、タグ、そのほかパッケージや商品から取り外せるものは含みません。

本体表示価格を変更し、または削除する場合は、新しいGTINの設定が必要です。

### 包装単位ごとのGTIN設定

- 消費者購入単位又は単品ごとの、GTINを変更する必要があります。
- 集合包装の全ての階層ごとに（中箱、外箱、パレット）個別のGTINが必要となります。

GTINルール	消費者購入単位・単品に、新しいGTINは必要ですか。	集合包装単位（中箱、外箱、パレット）に、新しいGTINは必要ですか。
価格表示パッケージ	○	○

### GTINの変更が必要となる場合の例

- パッケージに印字された価格を、3ユーロから2ユーロに変更する場合

- パッケージに、販売価格として8ユーロを追加する場合
- 希望小売価格として2.19ドルが設定され、商品パッケージにその価格を記載する場合

### 補足情報

- 消費者に対して表示された本体表示価格と、小売店で実際に販売される価格が異なるおそれがあります。本体表示価格は、消費者に対する請求額と同じ（またはそれより高い）必要があります。このようなことを避けるため、パッケージへの価格表示は推奨しません。
- 各国・地域の法令および規制により、より細かいレベルでGTINの変更が求められる場合があります。こうした規制は、「GTIN設定ルール」に優先します。

### 基本指針

GTINルール名	消費者や取引先は、新旧の商品を区別する必要がありますか。	消費者・取引先に対する規制、法令上の表示義務内容がありますか。	サプライチェーン（商品の出荷、保管、入荷方法等）に相当な影響がありますか。
価格表示パッケージ	○	○	○