

流通システム開発センターニュース



第203号

平成28(2016)年1月

■ contents

年頭のご挨拶...P.02

バーコード入門講座の出張講座を開催...P.03

卸の商品マスタメンテナンスをサポートするJICFS...P.04~05

RDSの概要と小売業での活用事例...P.06~07

流通BMS導入済み小売業が12.6ポイント増...P.08

日銀・雨宮理事による特別セミナーを開催...P.09

世界の医療機関で進むGS1標準の利用...P.10~11

入門講座ご案内...P.12

流通システム開発センター

年頭のご挨拶

一般財団法人 流通システム開発センター

会長 林 洋 和



2016年の年頭にあたり謹んでお祝い申し上げます。

アベノミクスの取り組みも3年が経過し、昨年4月以降、全国のスーパーや百貨店の売上が連続で前年同月を上回ってきたものの、天候要因もあるとはいえ直近発表の11月では落ち込むなど、本格回復にはまだまだ一進一退の状況が続いています。

こうした中、17年4月の消費税率10%引き上げ時の軽減税率導入が決まりました。家計への負担軽減効果が期待される反面、実施時期が迫っており、特に対象品目が多い流通業ではその対応が急がれます。

一方、昨年、流行語大賞に選ばれた「爆買い」が大きな話題を集めました。また商品販売では、ネット販売の比率がますます高まっており、消費者における店舗との使い分けや併用も進んでいます。流通業界では、こうした購買行動の変化や多様化へ対応していくことが必要となっています。

GS1 事業者コードの新規登録が拡大

ネットの利用拡大と歩調を合わせるように、ここ数年、当センターでは年間のGS1事業者コードの登録件数が増加してきています。15年度の新規登録件数は、11年度に比べて3割以上の増加が見込まれています。

これはJANコード（国際的にはGTINと呼ぶ）が、従来の店頭販売（POS）にとどまらず、ネットで販売、取引される商品やサービスなどにおいても共通の識別コードとして広く利用が進んでいるためです。

GTINの利用自体も、一般消費財以外の分野へ拡がりつつあります。例えば、スーパーやコンビニ、外食などで使用される飲食関連用品を扱う食品軽包装業界では、企業間取引や物流業務の効率化に向けて、昨年、業界特性に対応したソースマーケティングガイドを作成しました。

また加工食品メーカーと原材料メーカーの間でも、原材料の入出荷や在庫管理、生産管理やトレーサビリティなどのために、GTINとロット番号などの属性情報のバーコード化に向けたガイドラインが検討されています。

GS1 事業者コードのネット申請を開始

当センターでは、こうしたネット化やGTINの利用拡大などに対応した取り組みを進めています。

その一つとして、昨秋、GS1事業者コード登録のネット申請を開始しました。これにより、従来よりも簡単かつスピーディにGS1事業者コードの申請と利用が可能となっています。またGS1事業者コード情報の検索サービス（GEPIR）でも、国際的な仕様変更への対応と併せてレイアウトや使い勝手を一新しました。

きめ細かな業界対応に向けて組織を刷新

一方、組織面では昨年4月に体制を刷新し、グロサリー、ヘルスケア、アパレル、物流・ロジスティクス（T&L）の各業界別に、対応窓口となるグループを設置しました。個々の業界特性を踏まえつつ、適宜、GS1標準を組み合せながら、皆様に対するよりきめ細かな課題解決（ソリューション）や支援の強化を進めてまいります。

また従来の会員制度を統合し、新たにパートナー会員制度を立ち上げました。これはソリューションプロバイダーを中心とする会員の皆様へ、GS1標準などの最新動向の提供に加え、会員企業の製品紹介やセミナー、展示会への協力などの活動支援を通じて、流通業界全体のシステム化、標準化を推進することを目的としています。

本年も、役職員一同、皆様のお役に立つべく一丸となって努力して参りますので、ご支援ご協力をどうぞよろしくお願い申し上げます。

バーコード入門講座の出張講座を開催

—長野県の障がい者就業支援団体で—

流通システム開発センターでは、主に JAN コードの登録申請とバーコード表示の方法について説明する「バーコード入門講座」を東京と大阪で定期的に開催しているが、それ以外にも開催要請を受けて全国各地に出向き、出張説明を行っている。

最近、要請が多いのが地方自治体などの公共団体である。地域の農産・海産加工品、特産品などの振興や村おこし・町おこしなどの地域振興を進め、「道の駅」などの新たな販売所への販路の拡大も目指すもので、その際、JAN コード表示が必要であるとして講座の開催を依頼される。

ここでは、2015 年の 12 月に長野県の障がい者就業支援活動を行う NPO 法人の要請で行った事例を紹介する。

百貨店の販売会が契機に

今回の依頼者は、NPO 法人長野県セルフセンター協議会である。同

協議会は障がい者の方々の就業支援の活動などを行っている長野県内にある約 260 ヲ所の事業所を統括し支援する団体である。セルフは Self-Help の造語で「自助自立」を意味する。

協議会としては、各事業所で生産する商品の販路拡大のためにバーコード表示の必要性を以前から認識はしていたが、生産活動する現場の事業所では JAN コードの登録申請にはなかなか踏み切れずにいた。

きっかけとなったのが、百貨店で計画している販売会の開催。協議会では県下を 5 つのブロックに分けているが、そのひとつである北部の北信ブロックで 16 年 2 月に長野市内の百貨店で、事業所で製作した商品の販売会を開催することになっている。

そこでのレジ精算はバーコードによって行われるが、事業所の商品にはバーコードが表示されていないので、百貨店指定のコードでインスト

マーキングを行い、販売することになる。

ソースマーキングされていない農産加工品や特産品、お土産などを扱う「道の駅」や高速道路サービスエリアの売店などでもインストアマーキングされた商品は多いが、インストアマーキングでは生産者が販路を拡大しようとしても限界がある。

その点、当初から自身の GS1 事業者コードによる JAN コード表示を行うことが効率的であり、販路拡大につなげることができる。

長野県全体の取り組みへ

北信ブロックに属する約 30 の事業所は、今回の販売会への出品を契機に商品へのバーコード表示について急遽検討を始め、当センターへの要請となった。

今回のバーコード入門講座では、JAN コードを表示することは販売会でのレジ精算の効率化に留まらず、販路の拡大や在庫管理などの正確な商品管理に活用できることも説明した。

同協議会は、印刷コストを極力抑えることが JAN コード表示にあたっての課題としているが、全事業所での JAN コード導入を目標に積極的に進めている。また、同協議会の他のブロックでも 1 月以降、バーコード講座開催の予定があり、当センターから出張説明する予定である。

東京、大阪の定期開催だけでなく、このような出張説明の要請にも積極的に応えていきますので、ご利用ください。お問い合わせは流通システム開発センターの広報室へ（電話 03-5414-8502）。

（広報室）



出張講座には関係者 24 名が参加（12 月 15 日、長野市内）

卸の商品マスタメンテナンスをサポートする JICFS

— “食品スーパー総合支援業” アイディックの事例—

富山県を中心に食品スーパーへのフルライン供給を軸に急成長しているアイディック(株)では、流通システム開発センターが提供している JAN コード商品情報データベース「JICFS/IFDB」(以下、JICFS)のサービスを利用して商品マスタのメンテナンスを効率的に行い、得意先支援に活用している。

今回は、同社の種田幸弘取締役営業企画部長、柴田正明販売企画課長に JICFS データ(商品情報)の活用状況についてお話を伺った。

JICFS サービスの仕組み

JICFS は JAN コードと付随する商品情報を一元的に管理し、小売業の POS システムや卸一小売間の EOS の導入・運用を効率化することを目的に 1988 年から当センターが運営している商品情報データベースである。その仕組みは図 1 のように、商品メーカーや業界商品データベースなどから収集した商品情報を人手をかけてクリーン化した後に、民間のデータ提供会社(ディストリビュータ、再販業者)を通じて利用者(小売業、卸売業、商品メーカー)に商品情報を提供している。

アイディックは、ディストリビュータのひとつ、北陸コンピュータ・

サービス(株)から JICFS データの提供を受け、商品マスタ業務などに利用している。

JICFS に登録されているのは、JAN コードがソースメーカーキングされた商品の情報で、2015 年 10 月末現在のアクトデータ(市場に流通していると推測される商品)

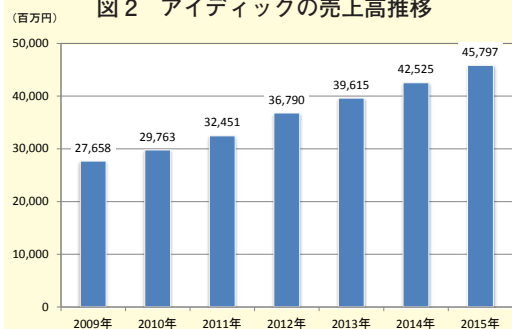
でみると約 333 万件にのぼる。商品分類別の内訳は、食品が約 143 万件(構成比 43%)、日用品が約 79 万件(同 24%)、文具、玩具などの文化用品が約 52 万件(同 16%)などとなっている。

常時 10 万件の商品マスタを維持

アイディックは食品スーパー向けに青果と酒を除くフルラインの商品供給と一括配送を軸に、店舗運営や経営支援などのリテールサポートを提供する“食品スーパー総合支援業”である。富山県を中心に石川県、福井県、岐阜県に 22 社、177 店舗の販売先を持つ。

中でもアイディックの株式の半分近くを持つ大阪屋ショップ向けの売上の割合が大きく、同社の商品部の機能を担っている。大阪屋ショップは富山県内のみのお店であったが、数年前に石川県に進出し、現在では

図 2 アイディックの売上高推移

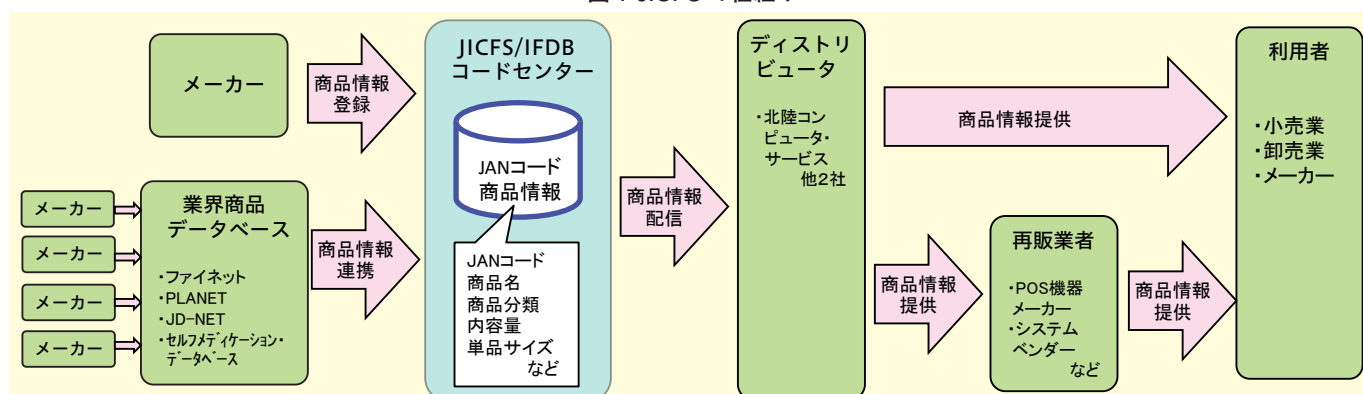


石川県で 5 店舗、約 120 億円の売上規模となっている。大阪屋ショップの店舗数拡大に加え、アイディック独自の新規得意先開拓、取引範囲の拡大などの営業努力もあって、最近の売上高は毎年 10% 近い伸びを示している(図 2)。

食品スーパー業界で売上の伸長が著しい惣菜については本社に隣接して自社工場を持っており、2015 年 11 月には立山に 2 ヶ所目の惣菜工場を開設した。メーカー機能を持つ惣菜に加えて、店頭の販売指導を含めた取引を行う精肉・海産と、小回りの利く物流サービスを売りにするグロス・日配品が同社の強みとなっており、フルライン得意先以外にこれらの部分的なカテゴリの取引先も同数程度ある。

このような幅広い商品ラインを持つ同社の商品マスタの登録アイテム数は約 16 万件にのぼり、その約 3

図 1 JICFS の仕組み



分の2の10万件ほどが常時稼働している。したがって、商品改廃に伴うマスタメンテの数も通常で100～200アイテム/週、春夏と秋冬の商品入れ替え時には300～400アイテム/週にのぼるといふ。この業務の効率化にJICFSが大きな役割を果たしている。

商品名の加工修正に利用

まず、商品マスタに新商品を登録する際にJANコードをキーにJICFSを参照してそこにあるメーカー名称と商品名称を取り込み、一覧表に打ち出す。そのリストをバイヤーが次の2つの視点で修正する。

- ・メーカー名、商品名は得意先の棚札にリンクするので、一般の客が見て分かること。
- ・バイヤーがさまざまな業務に使用するので、バイヤーが管理しやすいこと。

商品部は日配・惣菜・精肉・海産、グロサリーの各課に分かれており、それぞれのバイヤーが修正したリストを基に各課の営業事務担当が登録画面に向かって修正入力していく。同社の商品名称は20桁でJICFSの25桁より短いので、その限られた



桁数の中で何が重要な判断にバイヤーは最も時間をかけている。また、メーカー名は一般の客にとってはブランド名の方が分かりや

すい場合が多く、その修正にも気を配っている。

商品名は商品マスタ登録業務でも負荷がかかる作業であるが、「最初から入力するのではなく既にあるものを加工すればよい。これは全く違う」（種田取締役）。しかもJICFSの商品名は人手をかけてクリーン化（一定の品質になるよう加工すること）しているので、切ったり貼り付けたりという単純な作業で済むという。

ヒット率は格段に上昇

メーカー名、商品名の他にJICFS分類を変換して自社の商品分類を自動生成している。JICFS分類の方が細かいので、一部の取引関係を反映した分類以外は自動的に変換できているという。

残りの商品情報は仕入先からExcelなどで入手しており、それを見て入力していく。

商品マスタは受発注用と棚札作成支援が主な利用目的だが、主得意先



左から種田氏、柴田氏

の大阪屋ショップを始め数社のPOSデータ分析を請け負っており、その基データとしての利用もある。

JICFSのヒット率については「かなり高い。地場商品の一部以外はほぼ入っている」（柴田課長）という。JICFSは2001年から図1の業界商品データベースなどと連携し、登録内容の充実を図っており、その効果が出ているようだ。1990年代からJICFSを利用している種田氏は「以前から比べるとJICFSのヒット率は格段に上がっている」と評価している。

業容拡大に向けて

消費者の変化に対応して日々進化する食品スーパーを支えるために、バイヤーも惣菜などの新商品の開発や新たな仕入先の発掘に時間を割きたいところであり、商品マスタ登録などのバックオフィス業務はなるべく効率化したい。その一翼をJICFSが担っている現状を聞くことができた。

同社は2015年に新たにカット野菜の工場を新設して青果の分野に進出した。また、2ヵ所目となる物流センターを石川県内に設置し、大阪屋ショップを始めとする得意先の出店拡大に備える計画だ。

同社のような成長企業を支える情報インフラとしてのJICFSの役割もますます重要なものとなる。

（広報室）

会社概要

会社名	アイディック株式会社
本社所在地	富山県射水市戸破53-20
設立	1989年6月 サポートシステム(株)として設立 (2006年9月 現社名に商号変更)
代表者	澤田悦守会長、尾崎弘明社長
売上高	457億97百万円(2015年8月期)
従業員数	251名(2015年8月末現在)
商品部門別売上構成比	加工食品28.8%、日配品26.7%、精肉・加工品16.7%、惣菜11.4%、菓子・ノンフーズ8.3%、鮮魚・塩干8.1%

RDS の概要と小売業での活用事例

—「比べて店検」で自店と地域とを比較する—

RDSとは

RDS (Ryutsu POS Database Service) は、POS データを有効活用し、経営の効率化を図ることを目的とした POS データベースサービスで、1987 年から当センターが管理、運営している (図 1)。

RDS では、食品・日用品を中心に扱う全国の小売業から POS データを収集、整備、データベース化している。このデータは RDS 事業に参加するデータベースサービス (DBS) 企業を通じて商品メーカーおよび卸売業等に販売されている。

2015 年 12 月時点で RDS に参加している小売業数は、89 社 (約 370 店舗) であり、業態は総合スーパー、食品スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア等で、中堅および中小規模の食品スーパーの参加が多い。RDS では参加してい

る小売業に対して、インターネットを利用して POS データを分析できるサービス「比べて店検」を無償で提供している。

RDS は従来からのメーカーにおけるマーケティングでの活用ばかりでなく、小売業が効率的に品揃えを実現するためのマーチャダイジングや卸売業がリテールサポートをする場合の基礎データとしても利用されている。

更に消費動向に関連するビッグデータとしての利用も研究されている。

POS データ活用の現状

現状、大手の小売業では自社の POS データを取引先と共有し、販売状況を分析して売場の活性化につながる商品提案を貰ったり、自社の店舗を使って取引先と協働して仮説検証による店頭プロモーションの評価をしたりしている。

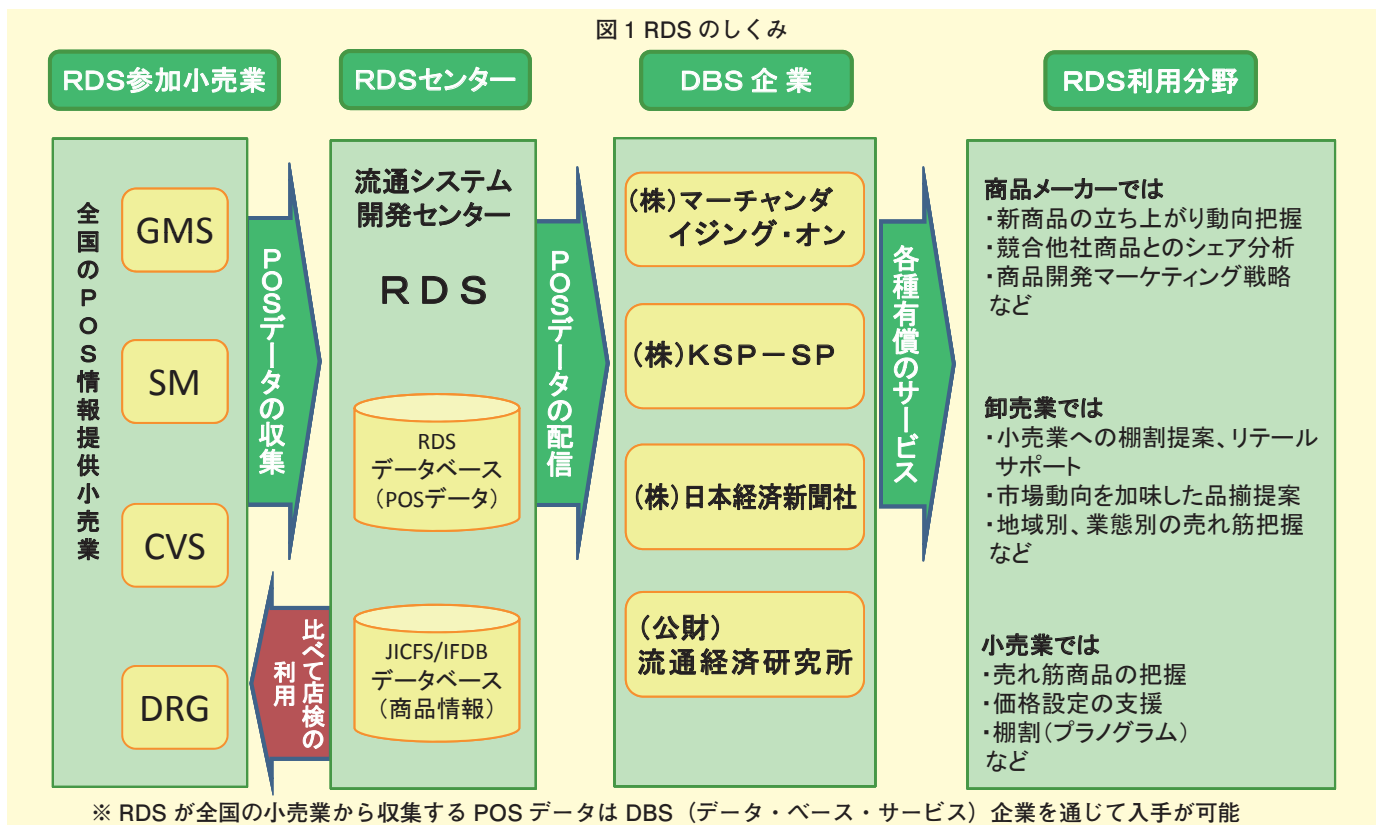
これに対して中小の小売業では、一人の担当者が情報システム部門と他の部門とを兼務している場合も多くあり、POS データ活用の有効性は分かっているにもかかわらずなかなか利用できていないこともある。

中小企業白書 (2013 年版) の「規模別の IT 人材に関する充足度」調査によると、IT 人材について、小規模事業者、中規模企業とも「十分に確保されている」、「概ね確保されている」と回答している企業は全体の 2 割程度にとどまっている。とりわけ、中規模企業では、「とても不足している」、「やや不足している」と回答している企業は 6 割を越えており、IT 人材の不足を感じている。

「比べて店検」とは

RDS が参加小売業に提供してい

図 1 RDS のしくみ



「比べて店検」では、自店のPOSデータとRDSが各地の小売業から収集した地域のPOSデータを使って、販売状況をカテゴリー別や商品別で確認できるレポート(Excel形式)と、自店の全ての商品について地域のPOSデータと比較したCSVデータを利用することができる。

「比べて店検」のレポートには、品揃えの検討に役立つ「MD評価レポート」、地域の売れ筋商品について自店での取り扱い状況を確認できる「重点レポート」、地域のベスト30商品を確認できる「ベスト30レポート」がある。

地域のPOSデータは、市場データとして自社の状況を客観的に評価するための有効な指標であるものの、中小の小売業では、同業他社やマーケティング会社等から入手することは極めて難しい。RDSに参加している小売業は、この利用価値のある地域のPOSデータを「比べて店検」で入手し有効に活用している。

「MD評価レポート」を使って自店を評価する

「MD評価レポート」では、自店と地域の売上数量、売上金額および各PI値をExcel形式で入手することができる(図2)。

RDSに参加している小売業で、東北地方で食品スーパーを展開するA社は、自社のシステムから出力される販売実績と、RDSの「比べて店検」から入手できる地域の販売実績を比較し、継続して品揃えの充実と売上の向上に取り組んでいる。

中小の小売業でも、POSデータを元に品揃えの改善に取り組んでいるものの、継続した取り組みができているところは必ずしも多くない。

そうした状況の中で、A社はPOSデータを使った品揃えの改善を継続するために、小売業を専門にするコンサルタントを定期的に招

図2 MD評価レポート(アイテム別)の説明

分析時期: 〇〇年〇月
店舗数: 400
店舗名: SKL 数: 127

スナック(MD評価レポートサンプル)

データの並び順

店舗コード	商品名称	順位	価格	数量PI	PI金額	客数PI	自店売上	地域売上	自店客数	地域客数	PI差	客数差	PI率	客数率
4001	ポテトチップス	1	100.0	15	1500.0	150	15000	15000	100	100	0.0	0.0	1.0	1.0
4002	チョコレート	2	80.0	30	2400.0	240	24000	24000	200	200	0.0	0.0	1.0	1.0
4003	クッキー	3	50.0	60	3000.0	300	30000	30000	300	300	0.0	0.0	1.0	1.0
4004	ビスケット	4	30.0	100	3000.0	300	30000	30000	300	300	0.0	0.0	1.0	1.0
4005	アイスクリーム	5	100.0	10	1000.0	100	10000	10000	100	100	0.0	0.0	1.0	1.0

客数PIのベスト10は「黒」

PI金額のベスト10は「黒」
・自店のPI金額ベスト10
・RDSのPI金額ベスト10

<データ項目の説明>

- ・自-R = 自店データ-RDSデータ
- ・PI数量 = 販売数量 ÷ 客数 × 1000
- ・PI金額 = 販売金額 ÷ 客数 × 1000
- ・客数PI = 当該アイテム取扱店の客数 ÷ 地域の合計客数

※「MD評価レポート」には、アイテム別の他に、カテゴリー別の全カテゴリーランキングがある

き、勉強会を開催している。

この勉強会は、商品部と営業部のマネージャーが中心となり、店長や店舗の担当者が参加し、コンサルタントと一緒に自店の状況を分析して、品揃えの改善に取り組んでいる。

勉強会では、注目するカテゴリーについて、自社の基幹システムから出力できる資料と、自店を客観的に評価するための指標の一つとして店検の「MD評価レポート」を比較しながら、

- ・重点カテゴリーについて販売状況の確認
- ・自店で取り扱いが無く地域で売れている商品のチェックと、売れていなくてカットするべき商品の確認等を行っている。

POSデータベースのインフラを目指して

RDSでは小売業の置かれている現状を十分に認識し、小売業が使いやすいPOSデータを提供する工夫を継続するとともに、POSデータを利用するための環境についても配慮が必要である。しかしながら、RDSだけではそれぞれの小売業と一緒に、POSデータについて

P：計画

利用方法を考え

D：実施

実業務での利用に取り組み

C：評価

利用結果を評価し

A：改善

改善して次のステップにつなげるの「PDCAサイクル」を継続して支援することはできない。

小売業でPOSデータの利用を定着させるためには、小売業に協力する卸売業、商品メーカー、POS機器メーカー、ソフト会社等による支援の枠組みが不可欠である。

更に、POSデータをどうやって分析し自社の業務に活用しているかの事例を共有したり、相互に情報交換をしたり、ノウハウを蓄積できるような場を作る取り組みも必要である。

RDSでは、今後もPOSデータの整備と利用促進に努めますのでご協力を頂きたい。

なお、RDSの概要については、当センターのホームページを参照。
<http://www.dsri.jp/dbs/rds/index.htm>

(データベースセンター 山口)

流通BMS導入済み小売業が12.6ポイント増

— 2015年度 流通BMS導入実態調査 結果速報 —

流通BMS協議会では2009年より隔年で、各正会員団体の協力の下「流通BMS導入実態調査」を実施している。4回目となる2015年は小売127社、卸・メーカー463社より回答があった。以下、結果概要の速報を紹介する。

導入状況

流通BMSの小売業への導入済み企業は、2年前の調査より12.6ポイント増えて38.6%、卸・メーカーも49.2%(前回比7.7p増)となり、順調に普及が進んでいることが判る(図1、図2)。また、「導入予定」「導入したいが時期は未定」を加えると88.2%(同10.2p増)に達する一方、「導入するつもりはない」と回答した小売は7.9%(同5.2p減)となり、流通BMS導入が今後必須となると広く認識されていることが窺える。

使用している通信手順

各社が利用している通信手順については、前述の通り流通BMSは大きく上昇しているものの、JCA手順は小売が70.1%(同0.9p増)、卸・メーカーは71.9%(同0.7p減)と、ともに高い水準で横ばいとなっている。全銀手順・全銀TCP/IP手順も含めたレガシー手順については、NTTのアナログ回線網移行が控えており継続性に疑問が生じているた

め、早急な対策が必要とされる。今後いかに流通BMSへの移行を進めていくかが喫緊の課題となる。

NTTのIP網への移行計画の認知度

NTTより発表されている、PSTN網からIP網への移行計画については、「聞いたことがあり、内容も理解している」と回答した企業は小売60.6%、卸・メーカーでは28.7%に留まった。回線網移行については、EDIのみならず、POSレジやCAT端末(クレジットカード)、警備端末など流通業にとって影響範囲が大きい問題であるため、今後さらなる周知が必要である。

導入した理由・導入しない理由

流通BMSの導入に関わる理由を小売企業に訊いたところ、導入した(する)理由としては、「伝票レス化を実現するため」(46.4%)、「機器(JCA手順など)の更新が出来ない」

(36.2%)、「同業他社の導入が進んでいるから」(33.3%)といった回答が上位に並んだ(図3)。

「伝票レス」と「機器更新が出来ない」については、2年前の調査でも1,2位を占めていたが、「同業他社」は前回8位からのジャンプアップであり、業界全体として導入が進んでいることが窺える。

反対に、導入しない理由については「投資対効果が見えないから」(54.7%)、「既存機器(JCA手順)が動いているから」(37.7%)、「取引先から要請がないから」(34.0%)となっている。

こちらは前回3位だった「基幹システムの更新時期が未定だから」という回答が38%から18.9%と大幅に減少しており、システムの更新時期を迎えた企業が順次対応を始めていることが窺える。

(流通BMS協議会)

図3 流通BMS 導入理由(上位5つ)

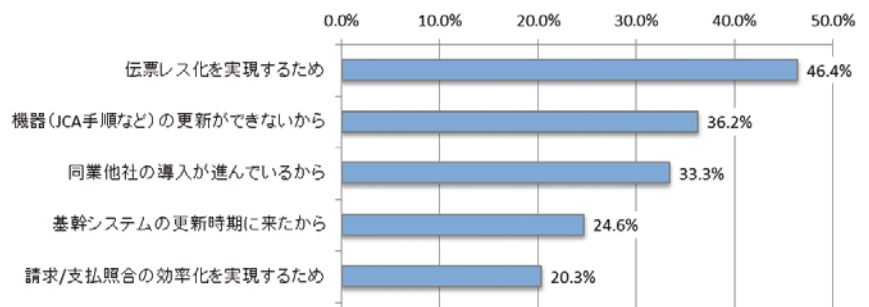


図1 流通BMS 小売導入状況

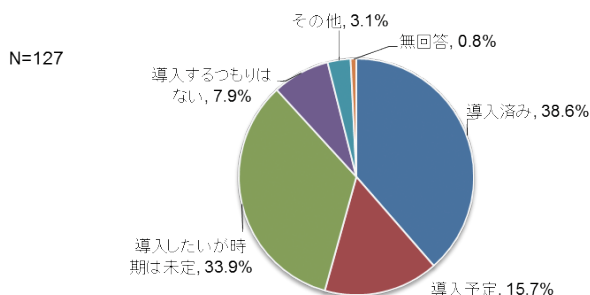
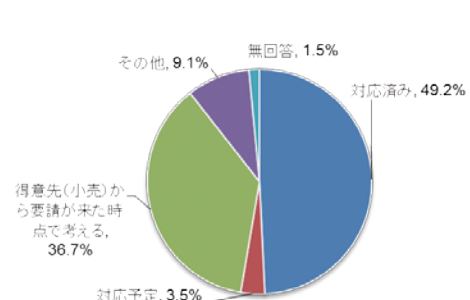


図2 流通BMS 卸・メーカー導入状況



日銀・雨宮理事による特別セミナーを開催

—第2回 流通システム開発センター情報交換会—

当センターでは12月2日（水）に明治記念館において「第2回流通システム開発センター情報交換会」を開催した。それまでの新春トップセミナー&懇親会に代えて、昨年から12月開催の懇親会スタイルでスタートした情報交換会であるが、参加者からの要望で今回セミナーを復活させた。当日は様々な団体・企業から約230名の方々が参加された。

特別セミナー

始めに当センター会長の林 洋和が主催者挨拶を行った後、特別セミナーとして、日本銀行理事の雨宮正佳氏に「内外経済の展望と金融政策運営」をテーマにご講演いただいた。

講演は「世界経済の構図」、「日本経済の展望」、「金融政策運営」の3部構成で、世界と日本の経済についての客観的分析を踏まえて、日本の金融政策について過去から現在までの変遷と将来の展望について解説いただいた。



特別セミナー講師：日銀・雨宮理事

流通システム化貢献者表彰

懇親会では当センター専務の上野裕の挨拶のあと、流通システム化貢献者表彰を行い、個人2名に感謝状を贈呈した。表彰された方々のお



貢献者のお2人（左より尾内氏、牧内氏）

名前、ご功績は以下の通り。

・尾内 啓男氏（株）ワコール 情報システム部 執行役員部長

最新ITを利用したEDI標準である流通BMSの策定に際し、アパレル業界【一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会（JAFIC）】の流通BMS検討母体である“SCM推進委員会・情報システム小委員会”の委員長として、対スーパー、対百貨店業界との検討・調整に貢献

した。また、実運用に向けた問題・課題抽出の共同実証にも積極的に参加し、複数の小売業との間で検証を行った。

現在、多数の小売業との間で流通BMSを導入し、流通システム標準普及推進協議会の標準仕

様の維持と普及拡大活動を、継続的に支援している。

さらなる流通BMSの拡大に向けた適用範囲拡大【金融連携】の検討にも、アパレル業界の代表として積極的に参加している。

・牧内 孝文氏（株）トークン シニアディレクター

当センターが事務局を務める情報志向型卸売業研究会の研究委員会において座長として委員をリードしていただいたほか、卸研の運営に関しても、企画委員として様々な改善案などをご提示いただいている。

また、流通コード委員会など、当センターが進める各種の標準化活動に関し、その重要性を認識され、永年、卸売業の有識者として積極的に検討に参画され、普及推進に努めるなど多大なる貢献をしている。

特に流通BMSに関しては、共同実証に参加するなど、標準の制定時から今日の普及推進活動へのご協力に至るまで、その普及推進に大きな役割を果たしている。

表彰式のあと、来賓の経済産業省商務流通保安審議官 住田孝之氏から、ご祝辞と乾杯のご発声をいただき、懇親会へと移行した。懇親会は終始、和やかな雰囲気の中で行われ、最後に当センター常務理事の濱野径雄が中締め挨拶を行い、盛況のうちに終了した。

（編集部）

世界の医療機関で進む GS1 標準の利用

— GS1 ヘルスケア国際会議 2015 秋開催報告—

2015年10月20日から22日まで、ハンガリーのブダペストにおいてGS1 ヘルスケア国際会議が開催され、40カ国から308人が参加した。

本国際会議は、毎年春と秋の2回開催され、各国のGS1加盟組織、行政機関、規制当局、医薬品・医療機器のメーカー・卸、医療従事者などが一堂に集まり、各国のGS1標準導入の状況やそれに関わる規制状況の発表と情報共有が行われる。

世界の医療現場に広がる 様々なGS1標準

会議では毎回、各国の医療現場へのGS1標準の導入事例が発表される。今回の会議では、商品識別コードであるGTIN (Global Trade Item Number) はもちろんのこと、企業・事業所識別コードであるGLN (Global Location Number)、患者および医療従事者の識別を行うためのGSRN (Global Service Relation Number)、文書管理に利用できるGDTI (Global Document Type Identifiers) など、様々なGS1標準の導入事例が発表された。そのなかから、ここでは、日本、イギリス、オランダ、スロバキアの発表を紹介する。

医療機器ダイレクトマーキング - 日本から世界へ向けて -

医療用医薬品や医療機器に関して、厳重な管理のもと適正な使用が求められることは当然である。そのため、世界では製品の識別とトレーサビリティへの取り組みが進められている。

医療機器へのダイレクトマーキングとは、殺菌や滅菌処理により繰り返し利用される医療機器、例えば手

術機材や内視鏡などの本体に、レーザー方式またはドットピン方式などの恒久的な方法でバーコード等を表示することを指す(写真参照)。

ダイレクトマーキングにより、医療機器一つ一つの識別と追跡管理が可能となる。例えば滅菌・未滅菌、手術での使用・未使用といった区別その他、具体的にどの手術にどの医療機器が使われたのかの追跡も行うことができる。

今回、一般社団法人日本医療機器工業会ダイレクトパーツマーキング委員会委員長の村田昭夫氏より、同工業会で作成された「鋼製器具2次元シンボルダイレクトマーキング技術指針」と、指針に従ってGS1標準の2次元シンボルであるGS1データマトリックスでマーキングされた手術機材の臨床現場への導入事例が発表された。臨床現場での繰り返し利用を想定した具体的な指針は海外ではまだ準備されておらず、大きな注目を浴びた。今後この指針が世界で利



日本医療機器工業会村田氏による講演

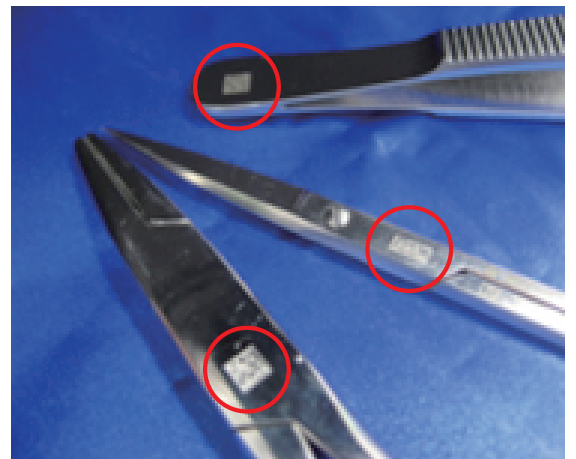
用されることが期待される。

NHSがGS1標準の導入を決定

イギリスNHS (National Health Service) トラストとGS1イギリスは、病院業務の多くの部分におけるGS1標準の利用(GTIN、GLNおよびGSRN)に関して合意した。今後NHS傘下の約700病院に順次GS1標準が導入される予定である。

ワンユニット単位でのバーコード表示を推進

オランダ病院薬剤師協会(NVZA)は、ワンユニット(1錠単位)での



医療機器へのダイレクトマーキングの例

バーコード表示に関する方針説明書を
を発表した。

GS1 オランダはこの方針に沿って、PTP シートなどでも 1 錠単位ごとに GS1 データマトリックスによる GTIN、有効期限、ロット番号の表示を推進している。ある病院の調査結果では、現在この要求に従ってバーコード表示が行われている医薬品は、2012 種類中 1164 種類 (57.9%) とのことである。

GS1 標準が不正請求防止に大きく貢献

スロバキアでは処方箋の偽造などによる不正請求が問題となっていた。そこで、“Dovera” (ドベラ) と呼ばれる EHR (Electronic Health Record: 電子健康記録) システムを導入した。医師がオンラインで患者診療記録と患者の利用医薬品 (服薬) リストを確認できるようにし、処方箋には、健康保険会社のシリアル番号が入った GDTI を処方箋ごとに GS1-128 バーコードで印刷することとした。病院での処方箋の偽造発行による二重請求の防止ができる

ようになり、薬局では GDTI が表示された GS1-128 バーコードを読み取ることによって、オンラインで患者識別と健康保険の確認が可能となった。

Dovera システムは、2014 年 10 月から医療機関での使用が開始され、2015 年現在 40% の医療機関 (3700 医療機関、1 万 3000 ユーザー) で使用されている。現在までに 350 万件の処方箋がオンラインで発行され、計 750 万点の医薬品が患者に渡った。

GS1 ヘルスケア国際会議には世界各国からの参加がある。GS1 標準の導入程度もまちまちで、商品識別コード (GTIN) と GS1 標準のバーコードの導入の検討を開始したばかりの国から、イギリスのように、



GS1 ヘルスケア国際会議の様相

GTIN に加え GLN、GSRN の導入を標準仕様として業界全体で進めている国までである。

しかし、いずれも GS1 標準による医療の安全性向上という目的は共通であり、GS1 ヘルスケア国際会議は、世界の製品識別の規制状況に加え、多くの具体的事例や生の声を聴くことができる機会となっている。

今回の GS1 ヘルスケア国際会議は、2016 年 4 月 18 日から 20 日まで、アラブ首長国連邦ドバイで開催される予定である。

(ヘルスケア業界グループ 植村)

GS1 ヘルスケアジャパン協議会オープンセミナーのお知らせ

昨年 7 月より、医療用医薬品の PTP シートを含むすべての調剤包装単位に GS1 データバーが表示されるようになりました。これを受け、GS1 ヘルスケアジャパン協議会では、調剤、病棟での GS1 データバーの利用状況、病院での先進的な取組、トレーサビリティの現状と課題などについて、実際の現場で活躍される先生方の講演を中心に、行政の方も交えたオープンセミナーを開催します。

ご興味のある方は是非ご参加ください。参加者募集は当センターホームページで行います。

GS1 ヘルスケアジャパン協議会オープンセミナー 「医療用医薬品の識別：トレーサビリティの現状とその課題 —GS1 データバーの利活用とその将来像—」

日 時：2016 年 3 月 10 日 (木) 13:30 ~ 16:30
場 所：JJK 会館 (全国情報サービス産業厚生年金基金)
2F 多目的ホール (最寄駅：東銀座)
参加費：無料

参加申し込み開始：1 月中旬より
詳しくは当センターホームページをご確認ください。 www.dsri.jp
定員 150 名 (定員になり次第締め切ります)

基礎からはじめる

入門講座ご案内

参加費無料

当センターでは、2016（平成28）年バーコード入門講座を開催しています。
初めての方にも分かりやすく説明いたしますので、是非ご参加ください。



バーコード入門講座

プログラム (13:30~16:30)

第1部 JANコード・集合包装用商品コード・GTINの基礎

13:30 ~ 15:00	①JANコード コード体系、利用方法、JANシンボルなど ②集合包装用商品コード コード体系、利用方法、ITFシンボルなど ③GTINとは ④その他関連情報
---------------	---

第2部 今後期待されるGS1標準の新しいバーコードなど

15:10 ~ 16:30	①アプリケーション識別子 (AI) AIとは メリットなど ②GS1データバー GS1データバーとは、シンボルの種類と特徴など ③GS1-128バーコード GS1-128バーコードとは、シンボルの種類と特徴など ④電子タグとEPC 電子タグとは、電子タグの特徴、EPCとは など
---------------	--

*プログラム内容につきましては、当センター迄お問い合わせ下さい。
受講対象者：これからバーコードを導入する事業者の皆様。
小売業・卸売業・商品メーカー・IT企業・物流業など。

開催日・場所

東京会場：2016年2月16日(火)
3月3日(木)
3月24日(木)

●当センター会議室（東京都港区赤坂7-3-37 プラース・カナダ2F）
地下鉄 銀座線・半蔵門線・大江戸線「青山一丁目」4番出口 徒歩約3分

大阪会場：2016年2月10日(水)

●大阪商工会議所 402（大阪市中央区本町橋2-8）
Tel：06-6944-6268
地下鉄「堺筋本町」12番出口 徒歩10分 「谷町4丁目」4番出口 徒歩10分

参加方法

ウェブサイト上のお申し込みフォームよりお申し込みください。
URL：<http://www.dsri.jp/semsal/seminar/barcode.htm>

お問い合わせ：流通システム開発センター バーコード入門講座担当
Tel：03-5414-8515 E-mail：c-takahashi@dsri.jp

第32回 流通情報システム総合展

リテールテック JAPAN 2016

特別企画展 リテール・デジタルサイネージ&POP 2016

2016年3月8日(火) ▶ 11日(金)
東京ビッグサイト 東1・2ホール

主催：日本経済新聞社
特別協力：(一財)流通システム開発センター
入場料：2,000円(ウェブサイトの事前登録で無料)

同時開催展
JAPAN SHOP 建築・建材展 LED NEXT STAGE
SECURITY SHOW フランチャイズ+ショー
街づくり・店づくり
未来提案EXPO

流通BMSロゴ使用許諾企業等が展示とステージで製品やサービスの紹介を行う
「流通BMSソリューションゾーン&ステージ(ブース番号RT1409)」も開催します。

事前登録で **入場無料**
3月11日より開始

ご来場お問い合わせ：ハローダイヤル
03-5777-8600 (3月末まで)

<http://www.retailtech.jp/>

リテールテック 検索

NIKKEI
MESSE
街づくり・店づくり総合展