

流通センターニュース



第209号

平成29(2017)年1月

■ contents

年頭のご挨拶...P.02

慶應義塾大学Auto-IDラボ・ジャパンを見学...P.03

流通BMSでEDIを刷新するウジエスーパー...P.04~05

マツモトキヨシ・成田社長が講演...P.06~07

最新の企業の取組みとオムニチャネル環境で利用するGS1標準を紹介...P.08~09

GLNに関するQ&A...P.10

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...P.11

GS1 Japan パートナー会員制度案内...P.12

年頭のご挨拶

「みんなつながる」を支えるGS1 標準

一般財団法人 流通システム開発センター

会長 林 洋 和



2017年の年頭にあたり謹んでお祝い申し上げます。
昨年、英国のEU離脱や米国大統領選におけるトランプ氏勝利など、欧米を中心に政治や経済の流れがグローバルから内向きへ向かうような動きが続き、先行き不透明感が高まっています。

こうした国際環境の中であって、日本経済はデフレ脱却に向けて一進一退ながらも、比較的底堅い状況が続いています。しかし、可処分所得の伸び悩みや将来に対する不安などから消費は低迷しており、物流をはじめ深刻化する人手不足が景気回復の制約にもなっています。

一方、世の中ではITやネットの利用がますます欠かせないものとなってきました。あらゆるモノや情報がつながるIoT（Internet of Things:モノのインターネット）が、私達の生活やビジネスに変革をもたらすものとして脚光を浴びています。

IoTにより収集された大量データ（ビッグデータ）を利用して見える化を進め、また機械が自ら学習するAI（人工知能）やロボットなどの新しい自動化技術も駆使して、業務の効率化、付加価値化、新サービスの実現を図り、人手不足が常態化する我が国の産業構造を転換していくことが期待されています。

IoTのように、あらゆるモノがネットにつながっていくためには、モノや場所などをユニークに識別できる、国際標準の識別コードの利用が不可欠です。これは流通分野では、商品識別コードであるJANコードなどのGTINであり、企業・事業所識別コードであるGLNなどの各種のGS1識別コードです。

GTINは、今ではPOSを通らないネット通販分野においても、世界中の商品をユニークに識別、管理するキーコードとして国や地域を越えて利用が広がっています。またパレットやオリコン、カゴ台車など、企業間で循環的（リターナブル）に利用される物流資産管理では、リターナブル資産識別番号であるGRAIの利用により、回収率や回転率向上などの効果があがっています。

これらのGS1識別コードは、バーコードや電子タグなどのGS1自動認識標準の利用と併せ、流通業界のインフラとして様々な分野で定着化が進んでいます。

例えば近年ヘルスケア分野では、医療安全の確保、物流や事務の効率化、トレーサビリティ確保などを目的として、GS1標準の利用が広がっています。医療機器では、各国におけるUDI（機器固有識別）に対する機運の高まりや規制強化により、個々の医療機器に対してGTINや使用期限、ロット番号のバーコード表示が加速しています。また国内の医療用医薬品では、2021年4月以降、すべての販売包装や元梱包装単位に、GTINに加えて使用期限やロット番号のバーコード表示が求められています。

一方、アパレル分野や、前述の物流資産管理などを含む物流・ロジスティクス分野では、EPC／RFID（電子タグ）の特性を活かした利用が一段と増えてきています。

こうして捉えられたモノの動きは、企業間をつなぐEDIと組み合わせることで、取引や業務の効率化、高度化に役立ちます。小売業とその取引先間では、流通BMSにより受発注から請求・支払に至る日々の取引や事務処理の自動化、省力化が進み、コスト低減や販売計画の精度向上などの効果があがっています。また金融機関など、他業種、他業態との情報連携にも拡がりつつあります。

さらに今後、バーコードや電子タグで捉えた詳細なモノの移動や在庫などの情報を、企業内、企業間に係わらず、ネットを通じて共有、利用可能な情報共有標準であるEPCISが期待されています。EPCISにより、詳細なモノの動きがタイムリーに見える化され、サプライチェーン全体を通じたトレーサビリティの実現やロジスティクスの高度化などに役立ちます。

今年も役職員一同、皆様のお役に立てるよう努力して参りますので、どうぞご支援ご協力を宜しくお願い申し上げます。

慶應義塾大学 Auto-ID ラボ・ジャパンを見学

—GS1 Japan パートナー会員制度 2016 年度見学会—

当センターの会員制度である『GS1 Japan パートナー会員制度』では、2015年4月の活動開始以来、年4回の定例セミナーや特別セミナーなどの活動を行っており、ユーザの導入事例や革新的なシステムの紹介、軽減税率とそれにともなう補助金の最新情報など、多岐にわたる情報を会員に提供している。会員数は現在117を数え、日本を代表する大手ベンダーも多数加入している。

その活動の一環として去る11月25日に『慶應義塾大学 Auto-ID ラボ・ジャパン見学会』を開催した。これは慶應義塾大学環境情報学部の三次仁教授にご協力をいただき、実現したものである。普段、企業からは見ることが難しい、アカデミックな研究内容や空気に触れることができる貴重な機会となった。

見学会は、慶應義塾大学湘南藤沢キャンパスのメディアセンターにおいて、ポスターセッション形式で行われ、Auto-ID ラボ・ジャパンのメンバーがそれぞれの研究内容について説明を行った。

参加者は興味を惹かれたポスターの前で、熱心に説明を聞き質問をぶつけていた。

発表された内容は、GS1 標準や ISO、独自コードのタグが混在していても必要なデータを抜き出すことを可能とする「マルチコード F&C」や、タグの中の限られた領域にタグ自身の内容だけでなく一緒に送る荷物の情報を記述できる「RFID タグの集合自動認識」。また、資産の持ち主やイベントを紐づける「GS1 アーキテクチャによる物品管理システム」や、複数のアンテナで受信した電波の位相のズレなどを用いて、タグがどこにあるか高精度で指し示す安価な方式、トンネル等の天井や壁面にパッシブ型の RFID と加速度センサを設置することで構造物の健康状態を簡便に調べることができる「バッテリーレスワイヤレスセンサデータストリーミング」などであった。

また、ポスターセッション後、希望者は三次研究室を訪問し、普段の研究の様子を見学した。



慶應義塾大学 三次教授

『GS1 Japan パートナー会員制度』では今後も各種イベントを開催する他、今年度は会員ロゴマーク使用許諾制度をスタートした。また、会員 web 検索システムなど、さらなるサービスの提供を検討している。入会は一年を通して受け付けている。詳しい情報・加入方法等は当会員制度 web ページにて公開している。

<http://www.dsri.jp/partnership/>
(GS1 Japan パートナー会員制度事務局)



説明を行う三次教授（右）と聞き入る参加者



学生による説明

流通BMSでEDIを刷新するウジエスーパー

—伝票レスを進めて業務の効率化と高度化を目指す—

ライフラインを支える食品スーパー

宮城県の登米市に本部を置き、県内の北部・中部を中心に29店舗の食品スーパーを展開する(株)ウジエスーパー。2011年の東日本大震災発生直後は、被災地の店舗で多くの人が店頭並び、食料品を購入して大切に持ち帰る光景が見られたという。中でも被害が大きかった南三陸町の志津川駅前店は今でも休業中で、この間、約20Km離れた登米市内の店舗から大型バスを改造した販売車で南三陸町など3つのルートで移動販売を続けている(志津川店は今年、別の場所で大型商業施設として開店予定)。

このように、大震災によってライフラインを支える食品スーパーの社会的な役割を再認識した同社では、商品供給を支えるインフラである受発注や物流などの業務システムを効率化すべく、今年の3月稼働を目標に基幹システムの入れ替えとEDI刷新の準備を進めている。その状況について、情報システム室室長の舟嶋直彦氏にお話を伺った。

3月に「みんシス」に切り替え

現在は自社のサーバ上で基幹システムを稼働させているが、サーバの老朽化対策と軽減税率対応を主目的に、同社が加盟するCGCグループの共同利用型基幹システム「みんなのCGCシステム」(通称、みんシス)に切り替える。

同時に、現在はJCA手順で運用しているEDIも流通BMSに切り替える。EDIの切替えについては昨年10月13日に全取引先を対象に説明会を開催した。説明会では新EDI導入の主な目的として「伝票レスによる業務の効率化」を掲げ、取引先の協力を求めた。

月間平均1万2千枚の仕入伝票

現在は(株)SJC(仙台市)のVANシステムを介して取引先との間で発注データのほかにWeb方式で出荷データを交換しており、出荷データに対応できる取引先の間では伝票レスが実現している。

その一方で「EOSには対応できても出荷データに対応できない企業は伝票納品となっている。また、全



情報システム室 舟嶋直彦室長

店から受注するわけではなく数店舗にしか納めない地場のお取引先では、費用対効果の面からEOSにも対応できないところがある。そういうお取引先は手書き伝票となる」(舟嶋室長)といった事情で伝票が残っている。

特に、地場の取引先は店舗に直接納品するところが多く、その場合は店舗で仕入確定し、その結果を本部で一括入力している。店舗数が増え、店舗の規模も大きくなってきて中で入力が必要な納品伝票の数も増えており、現在では月間平均で1万2千枚にのぼる。この部分の業務の効率化が大きな課題となっていた。

流通BMS対応のWeb-EDIを用意

今年の3月から切り替える予定の新EDIフローを図に示す。CGCグループの情報システムをサポートするエス・ビー・システムズ(株)のVANシステム経由で、新たに受領データ、返品データ、支払データの交換が始まる。

出荷データは納品日の当日までに「みんシス」のサーバに上げてもら

会社概要

名称	株式会社ウジエスーパー
本社所在地	宮城県登米市迫町佐沼字中江 1-7-1
設立	1982年3月(創業は1947年12月)
代表者	代表取締役社長 氏家良典
年商	304億円(2016年2月期)
店舗数	29店舗(2016年12月現在)
従業員数	1947名(パート従業員含む。2016年10月末現在)

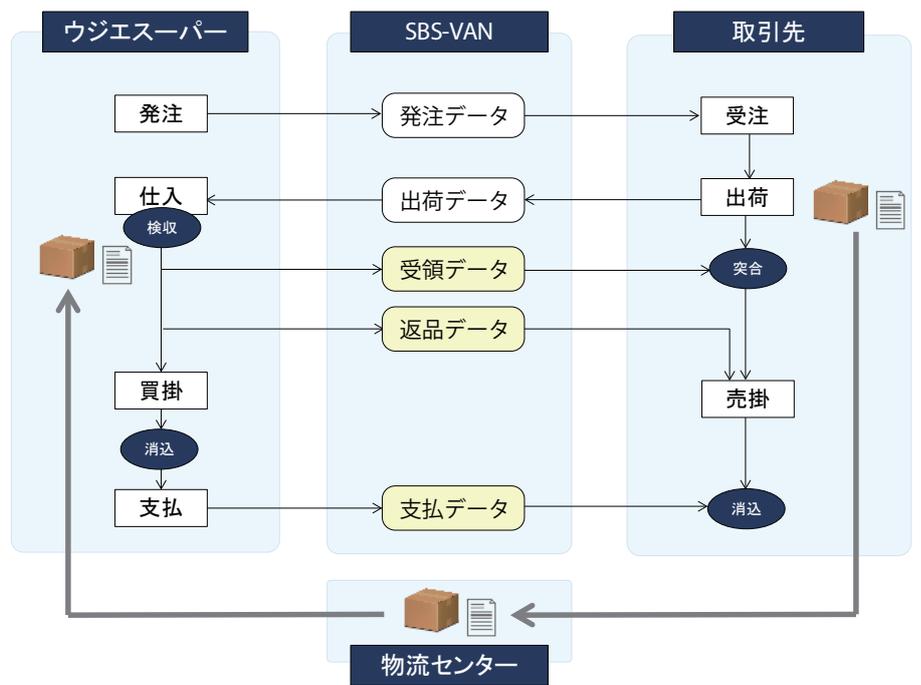
い、夜間の処理が終わって翌日には仕入データの把握ができる。検収時に欠品が分かればその分を訂正してもらったデータを送ってもらい、それを受領として返す。

通信の方式は流通 BMS のサーバ型（通信プロトコルは ebMS）、クライアント型（JX 手順）に加えて、流通 BMS 対応の Web-EDI を用意する。これによって中小の取引先も少ない初期投資で EDI 取引に対応できることになり、伝票レス化が進むと期待している。

通信の方式に関する取引先からの回答はほぼ出そろっており、その内訳は流通 BMS と Web-EDI が約半々の割合で、その他自動 FAX が数社ある。自動 FAX の取引先には個別に Web-EDI を紹介している。

伝票レスに加えて登米と仙台にある物流センターに納品する際の納品明細書もペーパーレス化を進める。現在は A4 の上下 2 段で店舗用と取引先用を切り離す 1 枚 = 1 伝票方式とチェーンストア統一伝票だが、これを A4 カット紙に変えて 1 枚に複数伝票の情報を印刷できるようにする。

切替え後の EDI フロー



(取引先説明会資料を基に作成)

EDI で進む業務の効率化と高度化

EDI 化によって支払・請求業務の効率化が進むことを期待している。まず、今までになかった受領データを送るようになるので、ウジェスパーの買掛データを取引先が日々確認できるようになり、違算があれば

その都度訂正（赤黒）処理を行うことができる。

支払データについては現在でも月末に CSV データを取引先に送っているが、今回は流通 BMS の一連のやりとりの中で送るので、業務の簡略化につながる。

単品管理精度の向上によって今までできなかった業務ができるようになることへの期待も大きい。「今までは基幹上で単品の在庫は把握できていなかった。発注している数はわかるが、実際に今在庫はどれくらいあるかが棚卸しするまで分からない。これからは単品での入庫が分かるので POS 売上との関係で単品在庫数が正確に出る。この結果、発注の精度も上がることに期待している」（舟嶋室長）。

今でも発注用のハンディ端末に売上実績と発注実績を表示してある程度予測しながら発注しているが、7 月からは大型店と小型店の 2 店舗で自動発注のテスト運用を計画している。

(広報室)



2015 年 10 月に開店したウジェスパー小田原店（仙台市宮城野区）。ダンロップスポーツクラブが入居するビルの 1 階にあり、近隣にマンションの建設が進むなど今後の売上拡大が期待されている。

マツモトキヨシ・成田社長が講演

—流通システム開発センター情報交換会 2016 を開催—

●情報交換会を開催

当センターは12月6日、明治記念館において特別講演と懇親会で構成する「第3回流通システム開発センター情報交換会」を開催し、様々な団体・企業から300名超の方々が参加された。

まず当センター会長の林洋和が主催者挨拶を行った後に特別講演として、(株)マツモトキヨシ代表取締役社長の成田一夫氏に「マツモトキヨシにおける経営環境の変化と今後～美と健康を通じて、信頼され支持される企業を目指す～」をテーマにご講演いただいた。



(株)マツモトキヨシ・成田社長

成田社長のご講演の概要は以下の通り。

●膨大な顧客データを活用し「売れる仕組みづくり」に

マツモトキヨシは優良な場所を探して出店し、店舗に商品を並べて販促を行い、店舗運営全体のローコストオペレーションを目指す、この繰り返ししが基本で現在も変わっていない。

ここ3年くらい、特に新しい商品・サービスに注力してきた。中期戦略では2020年度グループ売上高8千億円、ROE10%を目指す。そ



会場風景

れに向けて、ますます厳しくなる経営環境の中で従来の枠にとらわれない戦略を打っていかねばならない。いかに差別化した商品・サービスを提供できるかが求められていると考えている。

新たなビジネスモデルの構築

今さらと思われるかもしれないがインバウンドは国内需要と異なる新たなビジネスと捉えている。

マツモトキヨシはドラッグストアの中でも外国人対応は早かった。

札幌、福岡、大阪の店で中国人が非常に多いというデータを把握していたことから2008年に銀聯カードを導入、これが中国人観光客の間で広まった。また2014年10月にドラッグストアの商品が免税対象になった際、他社に先駆けフルシステムを入れて対応した。現在は外国人専用の店舗も開発している。

我々の対応の特徴は、「来日する前」、「来日してから」、「帰国してから」の三本立てで考えていること。

「来日前」は買い物リストの作成

支援をWebやSNSで行う。「来日してから」はオペレーションを工夫し、買い物処理の時間を自社比較で1.4倍の速さにした。「帰国してから」については越境ECへの出店で、早くからインバウンドに取り組んでいて知名度があったことから、ネットも浸透している。

インバウンドは常に売上高10%を確保していきたいと考えている。

オムニチャネル化の推進

環境変化で今後は買い物の仕方が変わる。お店に来て、よく選んで買うだけではなく、店の外で「あれが欲しい」と思った時にPCやスマホで調べて発注もできる形になっていることを考慮しなければいけない。その回答の1つがオムニチャネル。360度どこを見てもマツモトキヨシに触れられ、色々な形で購買してもらうようにする発想である。1つはグループのポイントカードを統一し、店とネットの情報を全て融合したこと。これにより4200万人の顧客ができ、そのうちの100万人が

あらゆるものをマツモトキヨシで買ってきているオムニの会員である。他の会員と比べ来店回数1.4倍、購買金額1.6倍、買い上げ点数1.2倍である。女性74%に対し男性26%、年代別には20～30代53%、40～50代40%で計93%と我々のターゲットを概ね網羅している。

まず自社できっちりと情報を把握して有効なデータにし、それを統計解析してさらに先を予測できるものにしていきたい。これを蓄積して将来的には販促の他、メーカーの販促支援や商品開発への活用、例えば自社の専用品を開発してもらった場合にも、このデータを活用していくことを考えている。

垂直連携体制の構築

以前、「製配販が企業間で需要予測情報や計画情報、最新の販売情報、在庫情報を共有し、SCM全体の中でコスト削減を図れば、経費を7%削減できる」という話に感銘を受け、積極的に連携に取り組んできた。

今年、サプライチェーン・イノベーション大賞の優秀賞を受賞したのは返品削減と配送最適化への取り組みが評価されたものだが、この点に加えて独自にメーカーと卸売業とともにサプライチェーンマネジメントの対応をしてきたとのご高評をいただいたことは、この4年間ずっとやってきたことが報われた思いである。

今後の方向性

前述のように現在4200万人のデータがあり、毎月のように増えている。消費者に一番近く、しかも一番商品を知っている我々がITを用いることで色々なことができる。既に実行しているが、例えば広告代理店

機能を持ってないか社内で検討している。通常の広告とは異なり、我々ならば推奨や再購入によるロイヤリティの拡大を目的にブランドを深掘りしていきける。

IT技術を駆使して、この3年間販促を強化してきた。今後はオムニチャンネルを小売りのオペレーションの中に取り込んでいくこと、インバウンドではパスポート分析で属性分析をしながら嗜好を探っていくこと、その一方で初めて来る人に対しても多言語化を含めて色々な対応をすること、さらには越境ECを強化すること等、今後とも「来る前」、「来てから」、「帰ってから」の販促につなげていきたい。

●日本出版インフラセンターへ感謝状を贈呈

懇親会では当センター専務理事の上野裕の挨拶のあと、流通システム化貢献者表彰を行った。本年は長年にわたって出版物のバーコード普及に貢献された(一社)日本出版インフラセンターを団体表彰することとし、同センターの柳本重民運営委員長(株)集英社常務取締役)に林会長から感謝状と記念品を贈呈した。



日本出版インフラセンター柳本氏(右)

表彰理由は以下の通り。

- ・一般社団法人 日本出版インフラセンター(代表理事 相賀 昌宏氏) 出版業界5団体により2002年に設立されて以来、出版流通の改

善と出版業界の情報システムの共同化、標準化等の推進に取り組んでいる。特に2004年に別組織であった日本図書コード管理センターを統合、2012年には日本雑誌協会から共通雑誌コード管理センターが移管され、名実ともに出版業界における一元的なコード管理組織として、当センターとの連携のもと、「書籍JANコード」と「定期行物コード(雑誌)」の管理と利用促進に取り組み、普及に貢献している。また、書籍・雑誌に装着する電子タグ(EPCタグ)の利用研究については、2003年度より経済産業省の実証実験事業に積極的に参加。2007年には「出版RFIDコード管理研究委員会」を設置するなど、出版業界全体で利用可能な電子タグの標準コード(SGTIN)等の取りまとめに精力的に取り組んだ。

次に来賓の経済産業省商務情報政策局 商務流通保安グループ 流通政策課長の林揚哲氏から、ご祝辞と乾杯のご発声を頂いた。



経済産業省・林課長

懇親会は終始、和やかな雰囲気の中で行われ、当センター専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。

(広報室)

最新の企業の取組みとオムニチャネル環境で利用するGS1標準を紹介

—GS1 モバイルセミナー 2016 報告—

当センターでは2016年11月22日（火）、東京・港区の明治記念館において『GS1標準によるオムニチャネル環境の業務革新セミナー』を開催した。本セミナーではオムニチャネル環境で利用するGS1標準の動向を紹介することを目的に、国内の先進企業の事例や海外の動向を紹介、120名余りが参加した。

●カメラのキタムラにおける取組み

基調講演は、(株)キタムラ執行役員（当時）逸見光次郎氏より、カメラのキタムラのオムニチャネルの取組みを中心に国内外の動向も併せて紹介して頂いた。カメラのキタムラは第16回ネット販売白書（月刊ネット販売）の販売実績ランキングで第10位、PC・家電部門に絞ると第4位となっている。逸見氏は書店、ソフトバンク、Amazon、イオンを経て、キタムラでオムニチャネルの取組みを推進している。

カメラのキタムラではオムニをあらゆるチャネル、顧客接点と捉え、その接点を全て連携させることを狙っている。オムニチャネルを単なる仕組みではなく企業戦略として位置づけ、経営トップの決断事項としている。しかし、その実務の実行は



基調講演を行ったカメラのキタムラ 逸見氏



セミナー会場の様子

ITを駆使して現場に任せている。この枠組みはネット販売と実店舗販売を連携させて、ネット注文、店頭注文、宅配による商品の受取りと、専門店の店舗スタッフによるサポート・アドバイスによって実現する。講演では多くの事例を交えてカメラのキタムラの取組みを紹介した。

逸見氏は私見と断ったうえで、オムニチャネルにおけるマスターデータの重要性についても強調した。ネット販売が拡大すると業務に対応する商品マスターの整備が必要となる。商品データベース、顧客データベース、受注データベースといった基幹データを組み合わせる。その組み合わせから様々な業務改善が図られる。商品マスターは必須項目であると強調した。

今後のオムニチャネルにおける変化については、事業規模に見合ったネット活用やより顧客に寄り添うビジネスが進むとしている。企業はネットでも店舗でも同じサービスが利用できるようになり、ネットと店舗の棲み分けが進み、店舗では接客ス

キルが重要となる、必要な情報が必要なタイミングで利用できるようになるであろう、ITの進化で今なら実現できる、と述べて講演を締めくくった。

●オムニチャネル環境におけるGS1標準

第2講では当センター研究員の市原よりGS1標準の動向と事例を説明した。

GS1ではオムニチャネル、B2Cの環境で利用するGS1標準の整備を進めてきた。特にGS1では、eコマース事業者にインターネットにおいて共通商品コードGTINの利用を強く働きかけてきた。現在、大手のAmazon、Google、eBayの他、中国のAlibaba、日本の楽天ではGTINの利用が広がってきている。GTINの利用が広がると、実店舗、ネット店舗と連携した在庫精度の向上、販売戦略の連携が期待される。

さらに、インターネット上の情報検索を容易にするためにGS1スマートサーチと称してGTINを検索キ

ーに利用する効率的な商品情報検索の仕組みの普及を図っている。この仕組みによって、消費者はGTINをキーとしてネット上で公開されているGTINに紐づけられた情報を収集することが可能となる。このためには、Google、yahooといった検索エンジンサービスにおいて商品情報が容易に検索されるよう情報を提供する企業がGS1スマートサーチに対応したwebを整備することが必要となる。イギリスの小売業のTescoがネスレと共同でGS1スマートサーチのパイロットに取り組んでいる。アジア・太平洋地域でもニュージーランド、香港が実験を進めている。

この他の標準化としては、B2C向けの商品情報提供サービスであるGS1クラウドやスマホで利用するデジタルクーポンコードも挙げられる。デジタルクーポンの取組みは、昨年よりGS1イギリス、GS1ベルギーで行われてきたが、実験の域を出ていない。

● GS1QRコードの実用化と商品情報交換インフラの構築

第3講では1Worldsync Japan 合同会社代表執行役員社長の朴水石氏と、TDN インターナショナル(株)社長の渡辺吉明氏の2名による講演が行われた。2社は新潟県三条市におけるGS1QRコードとスマートフォンを活用した消費者向けの情報提供システムで連携している。

1Worldsync Japanからは同社が取り組むB2BとB2Cのマスターデータ交換サービスについて説明があった。同社はGS1USとGS1ドイツが共同で運営する会社であり、GS1の子会社として位置付けられている。企業合併を繰り返しながら現在の体制となった。アメリカのニュージャージーとドイツのケルンに主要拠点があり、アメリカ、ヨーロッパ、オセアニア・アジアにサービスを行っている。主な利用企業には

メーカーではP&G、コカコーラ、ペプシコ、ネスレ、クラフト、ジョンソン・アンド・ジョンソン、小売業ではウォルマート、ターゲット、クローガー、Tesco、アホールド、メトロなどが名を連ね、日本企業ではイオン、日清食品、SONYの名前がある。

同社は、B2B用の商品マスター同期化サービスであるGDSN(Global Data Synchronization Network)のデータプールサービス事業者の1つとして活動してきた。現在GDSNに登録されている80%以上のデータをカバーしている。新たにB2C向けのサービスを開始している。Product Cloudと呼ばれるサービスである。このクラウドサービスでは、マスター登録管理、カタログサービス、コンテンツサービス、商品情報ガバナンス、データ品質、商品情報分析といったソリューションを提供する。

これらのサービスは、既存のB2Bのプラットフォームの他にB2Cのプラットフォームを追加して実現する。このプラットフォームと利用者との間ではアプリ機能を利用する。アプリには個別企業向け、規制対応、企業支援といった機能を持たせている。利用者企業はプラットフォームとアプリケーションによって、商品情報の登録管理とその情報提供が行える。同社では、米国の業界団体GMAが推進するスマートラベル事業に参加しており、メーカーから消費者にデジタル情報を提供するサービスを行っている。さらに、中国のAlibabaグループと戦略的パートナーシップを結び、商品のブランド価値を高め、物流効率化を図ると同時に商品分析情報を取得できるような仕組みを構築する予定である。

同社のB2C向けサービスは、新潟県三条市の地場産業で生産される刃物商品の商品マスターにも利用される

予定であり、地域産品を海外にアピールすることが期待される。

TDN インターナショナル(株)は、製品本体に表示したGS1QRコードをスマートフォンで読み取り、商品の取扱説明書をスマートフォンの画面に表示するシステムを運営している。表示する取扱説明書は英語、中国語(繁体・簡体)に対応している。

GS1QRバーコードとは、広く利用されているQRコードにGS1の技術仕様への対応機能を持たせたバーコードである。このGS1QRコードを読み取るためには、新たに読み取りソフトを開発する必要があった。TDN インターナショナルでは、2016年6月、AndroidとiPhoneに対応する読み取りソフトを公開した。『GS1QR』で検索すると無料の読み取りソフトをダウンロードできる。

これまで、商品には紙の取扱説明書が添付されてきたが、うっかり紛失することも多かった。この仕組みでは、紙の取扱説明書と同じ内容をスマートフォンに表示させること、さらに、製品のリコール情報が発表された場合にはリコール情報、製品寿命に達した商品には使用中止の警告をGS1QRコードをスマホでスキャンすることで画面に表示ができる。

2016年11月、新潟県燕市の栄工業がGS1QRバーコードを付けた商品の販売が始めた。今後GS1QRバーコードを利用した仕組みは、新潟県三条市、燕市のメーカーを中心に利用が広がることが予想される。

● 今後の予定

今回のセミナー参加者にアンケートを取ったところ、回答者の20%が国際的な情報システムの標準化を当センターが推進していることを知らないと回答している。当センターでは普及活動を通じて、多くの関係者に標準を利用して頂けるよう働きかけていきたい。

(新規事業グループ 市原)

GLN に関する Q & A

Q-1 : GLN とは何ですか？

A-1 : GLN (ジーエルエヌ) は、Global Location Number の略称で、国内および国際的な企業間取引において、相互に企業や事業所などを唯一に識別できるコードです。GLN を流通業界全体で EDI (企業間電子データ交換) 等に利用することにより、取引先ごとにコードの変換や切り替えの必要がなくなり、コストの削減と正確、効率的な商取引が期待できます。

GLN は「GS1 事業者コード」+「ロケーションコード」+「チェックデジット」の 13 桁で構成されます。13 桁の GLN で企業や事業所などを識別します (図 1)。

Q-2 : 取引先から当社の GLN を問われています。どのように調べたらよいですか？

A-2 : GS1 事業者コードを登録している企業は、当センターホームページの GEPIR (ゲピア: GS1 登録事業者情報検索サービス) にて自社の「基本 GLN」の確認ができます (図 2)。

Q-3 : GEPIR で表示される「基本 GLN」とは何ですか？

A-3 : GS1 事業者コードを登録した企業自身を表す GLN を「基本 GLN」と呼びます。企業の組織そのものを識別するための 13 桁のコードです (図 3)。

GS1 事業者コード 9 桁の場合は、ロケーションコード「000」、7 桁の場合は「00000」が設定されています。

既に「000」「00000」以外のロケーションコードを使用して設定した GLN を、企業自身を表す代表のコードとして利用している場合は、引き続きその GLN を代表のコードとして利用できます。

図 1 GLN のコード体系

GS1 事業者コード(9桁)を使用したGLN



GS1 事業者コード(7桁)を使用したGLN



図 2 GEPIR で表示される GLN



図 3 基本 GLN の例

【例】 一般財団法人流通システム開発センターの「基本 GLN」

4 5 6 9 9 5 1 1 1 0 0 0 9



Q-4 : ロケーションコードはどのように設定するのですか？

A-4 : ロケーションコードは、企業間取引において、業務上、識別する必要のある単位で別々のロケーションコードを設定します。ロケーションコードの設定に当たっては、GLN を要請された取引先と「GLN を何に使用するのか」、「どのようなロケーションの GLN が必要か」などを確認しながら順次、ロケーションコードを設定します。

設定した GLN は、相互に運用できるように取引先に連絡を行います。

併せて、当センターが運営している GLN データベースに登録することにより、GEPIR の「GLN 一覧」で公

開され、取引先が GLN 情報の確認などに利用します。(図 2 緑の○印)

Q-5 : 取引先から当社の工場を識別するために、GLN が必要と要請がありました。「基本 GLN」を工場の GLN として使用できますか？

A-5 : 工場には「基本 GLN」とは別のロケーションコードの設定が必要になります。GS1 事業者コード 9 桁の場合は、工場を表すロケーションコードを 3 桁 (001 ~ 999) の範囲で設定します。

但し、工場と本社を別々に識別する必要がないような場合は、「基本 GLN」で全て (工場と本社など) を表すことも可能です。

(コード登録管理グループ)

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

現在、医療の安全と質の向上、流通の効率化を目指して、国内はもとより世界各国で医療用医薬品や医療機器等の識別とトレーサビリティへの取り組みが行われています。製品識別のためのバーコードとしては、商品識別コード(GTIN)に加えて有効期限やロット番号なども表示できる、GS1 データバー合成シンボル、GS1-128 シンボルあるいはGS1 データマトリックスの利用が進められています。これらのバーコード表示は、医療機関内における医療製品の管理を行う上で欠かせない基盤となるものであり、まさに医療機関でのトレーサビリティを行う環境が整いつつあるといえます。

GS1 ヘルスケアジャパン協議会では、この状況を広く皆様にご理解いただくとともに、GS1 標準のバーコードを利用している医療機関での活用事例の紹介や GS1 標準を導入するにあたっての議論を深めるため、本オープンセミナーを企画いたしました。

ご興味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 「いよいよ現実味をおびてきた医療製品のトレーサビリティ —GS1 標準のバーコードを医療機関でどう使う—」

日時：2017年3月14日(火) 13:30~17:00 予定

場所：品川フロントビル会議室 (JR 品川駅徒歩3分)

参加費：無料

参加申し込み開始：1月下旬より当センターホームページにて

定員300名(定員になり次第締め切ります)

第33回 流通情報システム総合展

リテールテック JAPAN 2017

特別企画展

リテール・デジタルサイネージ&POP 2017

2017年 3月7日(火) ▶ 10日(金) 10:00-17:00
(最終日は16:30まで)

東京ビッグサイト 東1・2・3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(税込み、同時開催の展示会と共通)※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 SECURITY SHOW LIGHTING FAIR

【特別企画】最新・空間演出EXPO ⊕ GOOD DESIGN BizEXPO ヘルスケア&スポーツ街づくりEXPO
(3月8日-10日)

流通BMS協議会の支援会員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RT1303)」も開催します。

事前登録で **入場無料**
3月10日まで

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



新規会員募集中!



流通業における情報システム化に関わる各種キーワード(GS1 標準、EPC、EDI など)を中心として、最新のシステム技術、システム化事例、業界動向、国際動向などの情報を共有し、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ます。

2016 年度イベント実績

開催日	イベント名	主なテーマ・講演
2016/7/1	EPC 技術セミナー	GS1 EPC/RFID 標準の概要 EPCIS EPC Tag Data Standard ALE/LLRP
2016/8/4	第 1 回定例セミナー	軽減税率制度について 軽減税率対策補助金について 画像識別レジについて
2016/10/25	第 2 回定例セミナー	卸売業界における情報の利活用の方向性 中間流通の情報化最新動向 卸のマーケティング情報化
2016/11/24	第 3 回定例セミナー	IT を利用した物流の効率化と展望 物流業界を中心とした GS1 識別コードの普及に関する動向 など
2016/11/25	見学会	慶応大学 Auto-ID ラボ・ジャパン
2016/12/9	EPC 技術講座	EPC/TDS LLRP/ALE
2017/1/27	特別セミナー	「原材料識別のためのバーコードガイドライン」のご紹介 GS1 標準による医療機器等へのバーコード表示
2017/3/22	第 4 回定例セミナー	オムニチャネル戦略など

★会員制度に関する詳しい情報はWEBでご確認ください
www.dsri.jp/partnership/

一般財団法人流通システム開発センター
 GS1 Japan パートナー会員制度 事務局

〒107-0052
 東京都港区赤坂7-3-37 プラース・カナダ 3階

TEL : 03-5414-8505
 FAX : 03-5414-8529
 Email : partnership@dsri.jp