

多言語商品情報の本格運用に向けた  
参加企業募集のご案内

2017年12月  
製・配・販連携協議会  
(経済産業省支援)  
多言語商品情報プロジェクト

## 目次

---

- はじめに
- 1. 事業概要
  - (1) 事業目的
  - (2) 事業内容
  - (3) 利用シーン
  - (4) 取り扱いサービス
  - (5) 商品登録運用
  - (6) それぞれの立場での期待効果
  - (7) 運用体制
  - (8) 普及推進策
- 2. 参加条件
- 3. ロードマップ

## 製・配・販連携協議会とは

### ■ 目的：

- 消費財分野におけるメーカー（製）、中間流通・卸（配）、小売（販）の連携により、サプライチェーン・マネジメントの抜本的なイノベーション・改善を図り、もって産業競争力を高め、豊かな国民生活への貢献を目指す。

### ■ 主催：

- 経済産業省支援のもと、一般財団法人流通システム開発センターと公益財団法人流通経済研究所が共同して運営。

### ■ 参加企業：

- 製造業：22社、卸売業：9社、小売業：22社（参加企業一覧は次頁）

### ■ 主な活動：

- 総会、運営委員会、WG（返品削減、配送最適化、情報連携）
- サプライチェーンイノベーション大賞（昨年度より）など

詳細は、ホームページ参照 <http://www.dsri.jp/forum/>

## 製・配・販連携協議会参加企業一覧

### <製：メーカー>

アイリスオーヤマ株式会社  
大塚製薬株式会社  
キユーピー株式会社  
株式会社資生堂  
武田コンシューマーヘルスケア株式会社  
ネスレ日本株式会社  
ユニ・チャーム株式会社  
ロート製薬株式会社

アサヒビール株式会社  
花王株式会社  
キリンビール株式会社  
第一三共ヘルスケア株式会社  
日清食品株式会社  
ハウス食品株式会社  
エリッパ・ジャパン・ホールディングス株式会社

味の素株式会社  
キッコーマン食品株式会社  
サントリー食品インターナショナル株式会社  
大正製薬株式会社  
日本コカ・コーラ株式会社  
プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社  
ライオン株式会社

### <配：卸売業>

株式会社あらた  
加藤産業株式会社  
株式会社PALTAC

伊藤忠食品株式会社  
国分グループ本社株式会社  
三井食品株式会社

株式会社大木  
株式会社日本アクセス  
三菱食品株式会社

### <販：小売業>

株式会社アークス  
イズミヤ株式会社  
株式会社ココカラファイン  
スギホールディングス株式会社  
株式会社ファミリーマート  
株式会社マツモトキヨシホールディングス  
株式会社ヤオコー  
株式会社 ローソン

イオンリテール株式会社  
株式会社イトーヨーカ堂  
株式会社コメリ  
株式会社セブン-イレブン・ジャパン  
株式会社フジ  
株式会社マルエツ  
ユニー株式会社

株式会社イズミ  
ウエルシア薬局株式会社  
株式会社サンドラッグ  
DCMホールディングス株式会社  
株式会社平和堂  
ミニストップ株式会社  
株式会社ライフコーポレーション

当事業は訪日外国人客の多くが買い物時に不満を感じる商品情報の言語問題を解決しようとするオールジャパンの取り組みです。

JANコードをベースに、多言語商品情報を提供するデータベースを開発、アプリを利用し、大変安いコストで、多言語化の取り組みが推進できます。

取り組みの成否は、参画いただける企業様の多さと、店頭におけるソースマーキングされた商品多言語化情報の蓄積にかかっています。

ぜひ御社のご参画をいただき、2020年の東京オリンピック/パラリンピックに向け、訪日外国人客への買い物支援を、オールジャパンの取り組みとして強力に推進したいと考えます。よろしくごお願い申し上げます。

## 1. 事業概要

### (1) 事業目的

---

#### ■ 背景：

- 訪日外国人客は、2016年には2,400万人に達し、「明日の日本を支える観光ビジョン」において、2020年に4,000万人、2030年に6,000万人の目標が設定されています。
- 訪日外国人客の旅行消費額に占める買い物代の割合は、約34.2%\*を占め、訪日外国人客の増加に伴って、買物消費額も 大幅な増加が見込まれます。  
ところが、訪日外国人客が日本でショッピングをする際には、言語の問題（説明・価格表示）で不満や心配を感じるケースが多くなっています。

\*：「訪日外国人の消費動向 平成29 年7-9 月期 報告書」国土交通省 観光庁 より

#### ■ 目的：

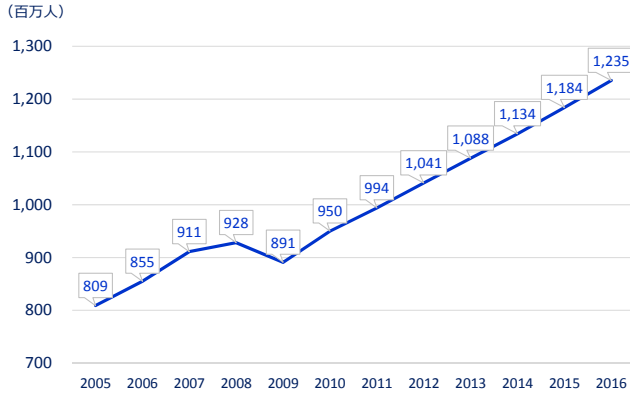
- こうした状況に対し、訪日外国人客向けの商品情報提供による販売促進、メーカー発信の正確な商品情報の収集／提供サイクルの確立をめざします。
- 将来的には東京オリンピック/パラリンピックに訪日する外国人の買い物支援に向けたオールジャパンによる多言語化の取組みの一環としていきます。

## (補足) 背景 (1)

### 訪日外国人客に関するデータ



世界の海外旅行者数の推移

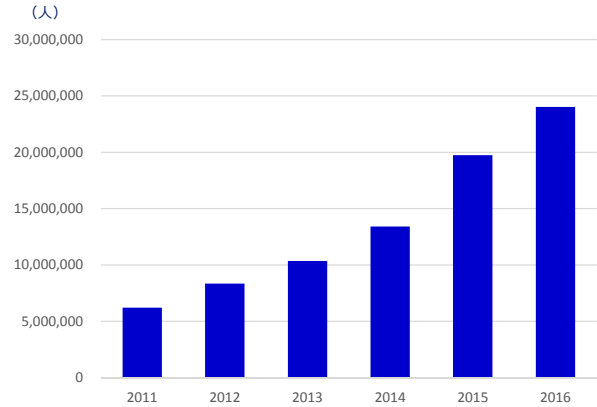


UNWTO「World Tourism Barometer」発表データを元に作成

世界の海外（国際）旅行者数は7年連続の増加。地域別にみると、2016年の成長を牽引したのはアジア・太平洋地域で海外旅行者数は、前年比8%増、3億3,000万人となった。



訪日外国人客数の推移

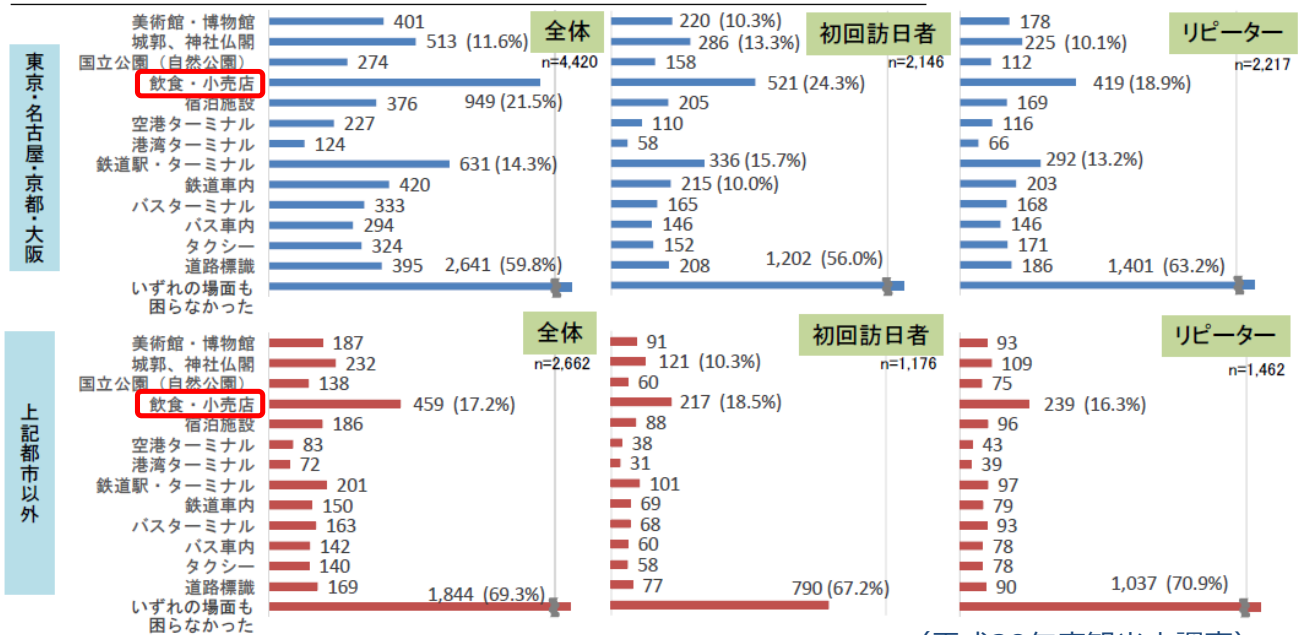


日本政府観光局 (JNTO) 発表統計データを元に作成

2016年は前年比16.2%増の2482万3,000人となり、前年度に続き過去最高を更新した。

## (補足) 背景 (2)

### 多言語表示で特に困った場所 (複数回答)



(平成28年度観光庁調査)

都市、地方に限らず言語で困る場所は飲食・小売店

## (補足) 背景 (3)

### 訪日外国人客のモノ消費推移

項目	2014年1月~6月	2015年1月~6月	2016年1月~6月
香港ドル	4,264	3,588	4,660
シンガポールドル	747	685	495
マレーシアリンギット	1,605	1,237	1,719
タイバーツ	22,231	13,427	15,637
中国人民元	8,434	8,255	8,255

※前年同月比で黄色は増加、青色は減少を表しています。

### 訪日外国人客のコト消費推移

項目	2014年1月~6月	2015年1月~6月	2016年1月~6月
香港ドル	726	597	639
シンガポールドル	90	143	152
マレーシアリンギット	268	330	358
タイバーツ	3,024	3,640	3,647
中国人民元	547	541	651

※前年同月比で黄色は増加、青色は減少を表しています。

(観光庁発表データより (株) イロドリが集計)

モノ消費→コト消費への変化がよく聞かれるが  
モノ消費の意欲が衰えているわけではない

9

## (補足) 背景 (4)

### ■ 費目別購入率及び購入者単価 (主要国籍・地域別)

購入率 (その費目を購入した人の割合) が最も高い費目は「菓子類」であり、66.9%が購入。次いで「その他食料品・飲料・酒・たばこ」の購入率が62.7%と高い。国籍・地域別では、「菓子類」では韓国、「化粧品・香水」では中国、「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」では台湾と中国の購入率が高い。

費目	全国籍・地域		韓国		台湾		香港		中国	
	購入率	購入者単価 (円)	購入率	購入者単価 (円)	購入率	購入者単価 (円)	購入率	購入者単価 (円)	購入率	購入者単価 (円)
菓子類	66.9%	7,507	81.9%	5,503	67.6%	6,399	60.5%	8,644	71.1%	9,220
その他食料品・飲料・酒・たばこ	62.7%	10,618	62.9%	5,436	62.4%	7,899	64.7%	8,027	61.2%	12,317
カメラ・ビデオカメラ・時計	7.8%	40,582	1.8%	10,520	4.3%	21,227	6.0%	33,895	15.0%	49,240
電気製品	16.4%	25,314	2.6%	18,581	23.6%	17,997	11.7%	21,151	28.6%	29,224
化粧品・香水	47.6%	27,318	32.5%	5,914	43.8%	11,788	48.9%	16,921	79.1%	42,783
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	55.6%	15,793	49.3%	5,820	77.4%	13,740	65.8%	10,711	72.4%	24,484
和服(着物)・民芸品	11.1%	10,675	4.9%	4,522	7.6%	11,302	16.5%	12,212	8.3%	9,428
服(和服以外)・かばん・靴	39.0%	23,790	22.3%	12,654	50.2%	15,204	57.9%	23,402	44.8%	34,616
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	16.8%	9,707	16.3%	6,208	14.1%	5,097	16.9%	16,750	18.3%	12,701
書籍・絵葉書・CD・DVD	13.2%	6,954	5.2%	5,568	15.9%	5,224	18.4%	4,399	13.9%	9,731

(「訪日外国人の消費動向 平成29年7-9月期 報告書」国土交通省 観光庁 より)

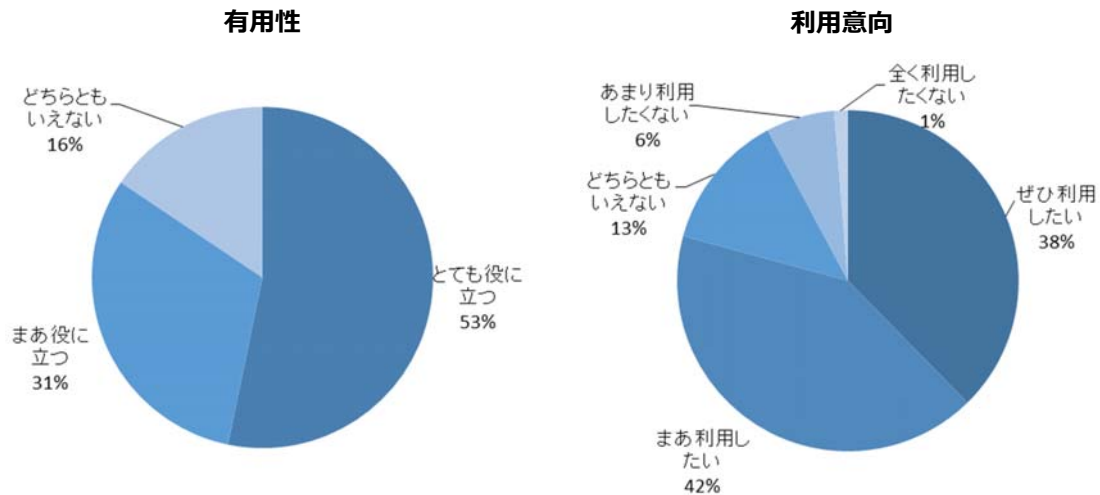
10

(補足) 目的 (1)

ドラッグストアにおけるアンケート調査結果からの抜粋

(N=77)

- 商品情報多言語WGの検討を受けて、2016年11月に商品情報多言語FSPとしてドラッグストア（マツモトキヨシ都内1店舗）で実証実験を実施
- カテゴリー名+写真+商品詳細情報の表示については、8割強が「とても役に立つ」、「まあ役に立つ」と有用性を評価し、8割弱が「ぜひ利用したい」「まあ利用したい」と利用意向を持っている。



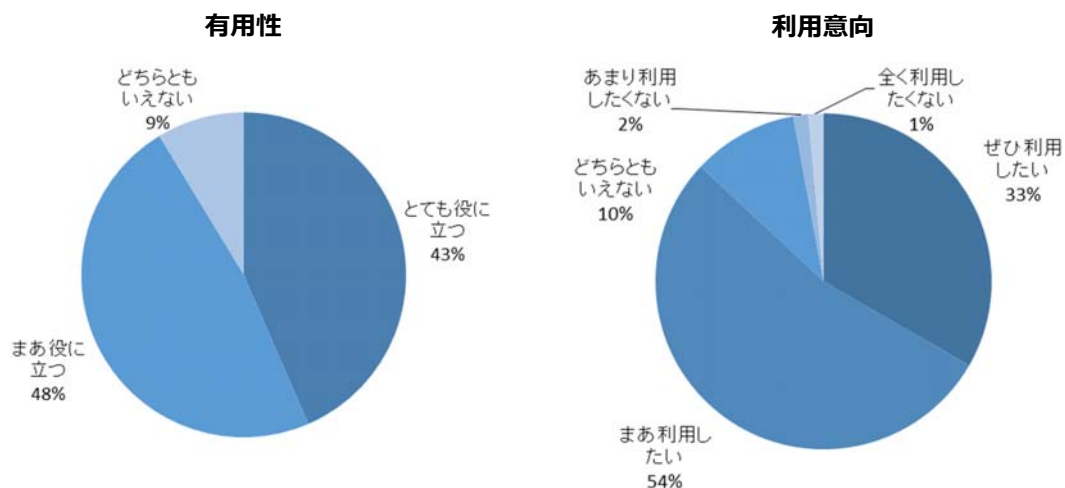
11

(補足) 目的 (2)

コンビニエンスストアにおけるアンケート調査結果から抜粋

(N=69)

- 商品情報多言語WGの検討を受けて、2016年11月に商品情報多言語FSPとしてコンビニエンスストア（ファミリーマート都内1店舗）で実証実験を実施
- カテゴリー名+写真+商品詳細情報の表示については、9割強が「とても役に立つ」、「まあ役に立つ」と有用性を評価し、9割弱が「ぜひ利用したい」「まあ利用したい」と利用意向を持っている。



12

# 1. 事業概要

## (2) 事業内容

### ■ 訪日外国人客向けの多言語での商品情報提供

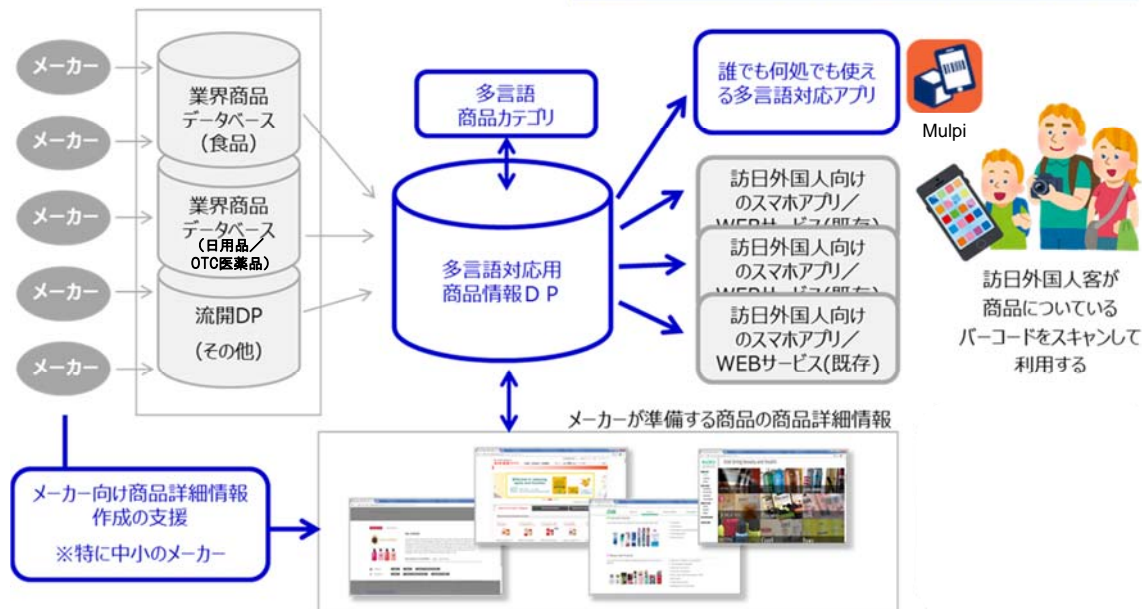
(信頼できるベンダーに商品情報を提供したい) 商品情報を適切に取扱できると認定した業者を「プロジェクト認定アプリベンダー」とし、それ以外のベンダーへの多言語DPからの情報提供はいたしません。

#### 【東京オリンピック・パラリンピックに必要なICT】

お店に並ぶ商品のバーコードをスマートフォンで読み取ると、商品情報が多言語で表示されるアプリ及びデータベースを開発する。

#### 【基本コンセプト】

- ①バーコードがついていればどんな商品でも多言語表示する
- ②メーカーから正確な商品情報を集めるために業界データベースと連携する
- ③店舗にシステムのない中小の小売店を含めどんな店でも利用できる



13

# 1. 事業概要

## (2) 事業内容

### ■ 事業内容詳細：

- ① 商品のバーコードをスキャンする事で、商品基本情報（JANコード、商品名（日本語）、商品画像、および商品カテゴリー名（JICFS（ジクフス）分類（注1）））を多言語（英語、中国語（簡体字・繁体字）、韓国語）で提供。さらに多言語化されたメーカーの商品詳細情報ページ（Webサイト）がある場合は、当該ページにリンクを行う。
- ② 多言語対応商品情報DPは、プラネット（注2）、JSM-DBC（注3）、ジャパン・インフォレックス（注4）の各業界商品DBに加えて、将来的に流通システム開発センター（注5）が商品基本情報を提供していく。  
また、メーカー各社の商品詳細情報ページへのリンク先情報も登録、保持される。
- ③ 多言語対応商品情報DPは、メーカー発信の正確な商品情報伝達インフラとして、既存の関連サービスベンダーなどが展開するアプリにも開放する。また小売業が展開するPB品の登録などにも対応していく。
- ④ メーカーに対する多言語による商品詳細情報ページの作成支援として、翻訳会社を組織化し、サービス紹介なども行って行く予定。

(注1) JICFS（ジクフス）分類は、流通システム開発センターが推進する商品カテゴリー分類

(注2) プラネットは、日用品、化粧品、ペットフード、ペット用品などの各業界商品情報データベース（DB）の運営会社

(注3) JSM-DBCは、OTC医薬品（セルフメディケーションDB）の運営団体

(注4) ジャパン・インフォレックスは、酒類、加工食品業界の商品情報DB（FDB）の運営会社

(注5) 流開DP（仮称）として上記以外の業界など向けに準備中

14

## (補足) メーカー様へのサポート

- ① 商品詳細情報の作成・公開支援
  - ・ 基本情報は業界DBから連携  
⇒ カテゴリ、JANコード、商品名、画像
  - ・ 自社Webサイト等で作成済の多言語された商品詳細情報があれば、そのまま利用可能です。
  - ・ 日本語の商品情報からの多言語（英、簡、繁、韓）への翻訳、DPへの登録をサポート  
⇒ 翻訳のみのご利用も可能です。
- ② 認定アプリベンダー、WEBサービスベンダーによる、商品情報の提供
  - ・ 多言語DPの登録だけで、認定アプリベンダー、WEBサービスベンダーが提供するアプリ・サービスの利用者へ情報提供が可能です。
- ③ 多言語アプリ、WEBサービスで収集されたログのご提供
  - ・ 認定アプリベンダー、WEBサービスベンダーとの提携により、商品ごとのスキャン履歴ログをご提供します。興味を持たれている商品の発見や翻訳リソースの集中等に御利用可能です。

15

## 1. 事業概要

### (3) 利用シーン

- 商品の情報を多言語で表示し、訪日外国人客のショッピングをお手伝いします



16



## (補足) 検索画面の例



17

## 1. 事業概要

### (4) 取り扱いサービス

#### ■ 対象：

- 利用者 訪日外国人客
- 言語 日本語、英語を基本として、中国語（簡体字・繁体字）、韓国語での提供を優先し、その他の言語については、次の課題とする。
- 商品 ソースマーキングされた全ての消費者購入商品を対象とするが、当面は、日用品、OTC医薬品、菓子、飲食料品を優先する。
- 情報源 基本情報は、メーカーが登録する業界DB、または流開DP  
商品詳細情報は、メーカーのホームページ、または専用ホームページ

#### ■ 強み：

基本情報／商品詳細情報共に、メーカー発信の正しい商品情報が提供されることが、最大の強み。

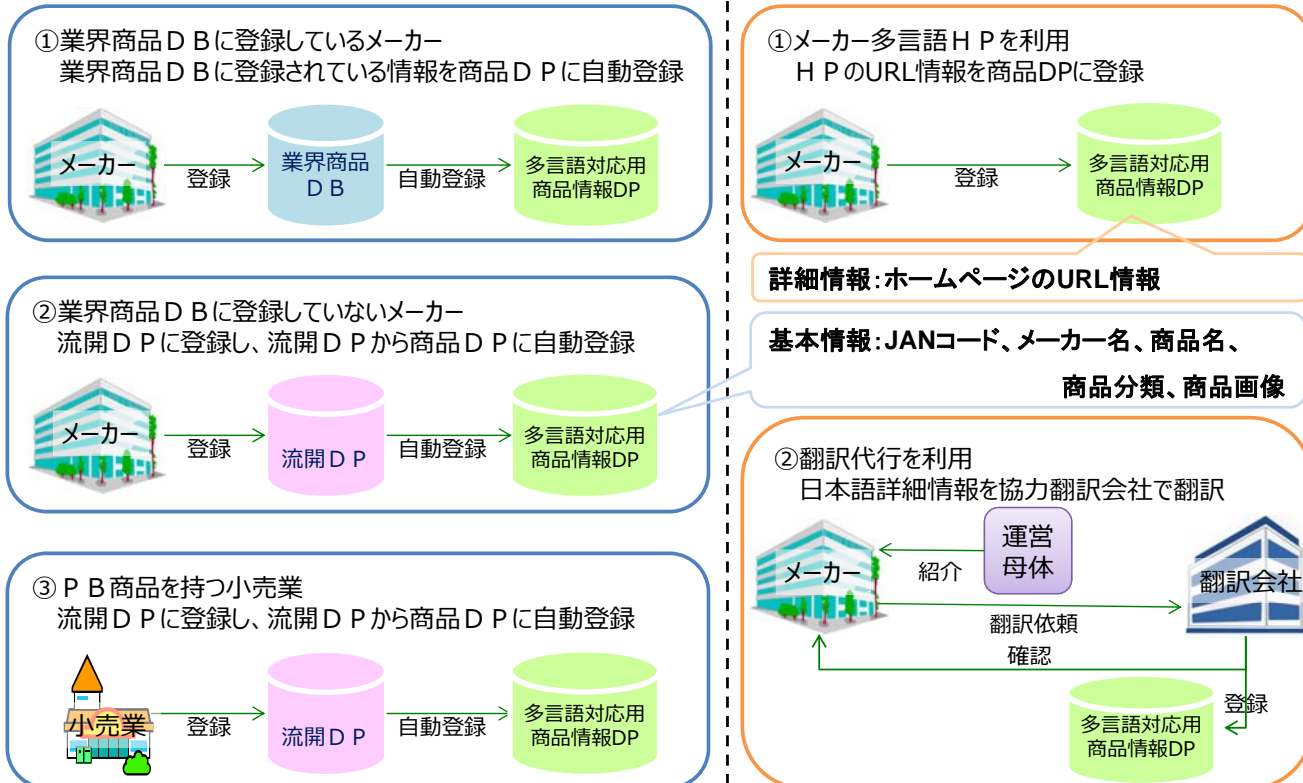
(PLリスク回避、本物志向の中国人に対する安心感の提供)

18

# 1. 事業概要

## (5) 商品登録運用

### ■ 商品基本情報と商品画像の登録



19

# 1. 事業概要

## (6) それぞれの立場での期待効果

国内消費が低迷する中、増加し続ける訪日外国人客の買物環境に対する当取り組みにより、買い物需要をさらに喚起することになり、下記のような関係各機関での効果が期待される。

### ■ メーカー

- 訪日外国人客が、自社の商品情報（ウェブサイト）にアクセスし易くなる。
- 訪日外国人客に対して、メーカー発信の正しい商品詳細情報を、極めて低コストで提供可能となる（改廃時にも一括対応が可能）。
- 訪日外国人客に対する自社商品の購買促進につながる。
- 訪日外国人客へ、商品の正しい摂取・服用・使用方法などの情報提供ができる。
- 得意先などからの個別の多言語化対応要請への対応が不要となる
- 自社の商品詳細情報に対するアクセスログ（参照情報）をマーケティング活動へ活用できる。

### ■ 卸売業

- 得意先などに対する個別の多言語情報提供業務が軽減される。
- 卸企画製造商品に関しては、メーカーと同様の効果が期待される。
- メーカーによる自社商品の情報登録が進むことにより卸における商品登録業務が軽減される。

### ■ 小売業

- 本取り組みによる共通インフラを利用することにより、極めて低コストで訪日外国人客への買物支援が可能となる。
- 訪日外国人客の購買を店頭で促進し易くなる。
- 自社独自の仕組みによる店頭商品の多言語化対応や管理が不要となる。

20

## 1. 事業概要

### (6) それぞれの立場での期待効果

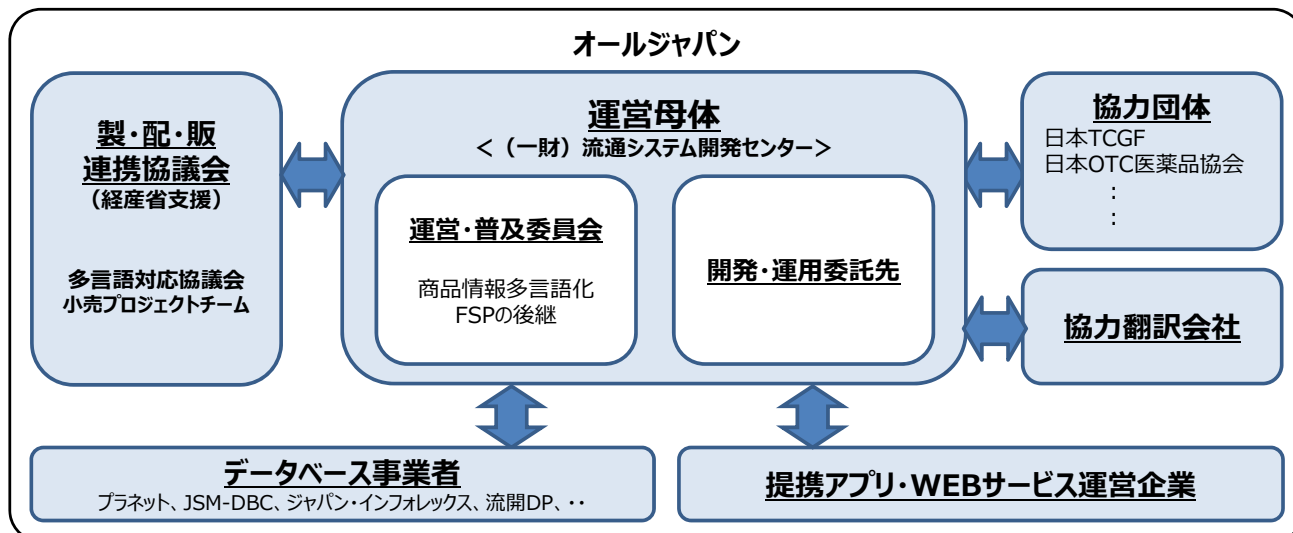
- 訪日外国人客
  - 店頭で日本製品の理解が進み、手に取った商品を購入しやすくなる。
  - 本取り組みと連携するアプリであれば、どこでもメーカー提供の正確な商品情報を母国語で簡単に確認できる。
  - 帰国後も商品情報の確認が出来る。
- サービスベンダー
  - 個別での商品情報収集、メンテナンスが不要
  - アプリ機能や付加サービスの充実に専念できる
- 業界DB事業者
  - メーカーの登録促進
  - 登録メーカーの多言語化を支援できる（翻訳サービス提供・多言語DP連携）
- 国・東京都（東京オリンピック・パラリンピック大会）
  - 小売の多言語対応におけるICTツールとして活用  
（東京オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会）

21

## 1. 事業概要

### (7) 運用体制

- 運営・運用体制
  - 運営母体、開発・運用委託先、データベース事業者、提携アプリ運営企業
- 普及推進体制
  - 運営・普及委員会、製・配・販連携協議会、協力団体、データベース事業者
- 協力体制
  - データベース事業者、提携アプリ運営企業、協力翻訳会社



22

## 2. 参加条件

### (1) 入会条件（メーカー等）

- 入会条件
  - : 業界DBまたは流開DPに自社商品情報を登録している  
(業界DBからの情報連携は無料)
  - : 自社Webサイトに多言語による商品別商品情報を保有し  
リンクを希望 (リンクは、入会が前提)
- 多言語ページの作成条件
  - : 英語、中国語（簡体字、繁体字）、韓国語、日本語  
(いずれか、1つ以上)
- 提携候補の既存アプリベンダー（現在交渉中）
- 入会に伴うメリット
  - : \* 自社商品情報を掲載しているWebサイトへのリンク
  - : \* アクセス・ログデータの提供  
(フォーマット、閲覧方法については検討中)
- 会費
  - : 入会費（20万円）、年会費（10万円）  
但し、中小企業基本法の定義による中小企業は、  
入会費（4万円）、年会費（2万円）  
システム開発費、運用費、諸経費などに充当

23

## 3. ロードマップ

### 年次レベル概略スケジュール表

	2017年	2018年	2019年	2020年
<b>普及 推進</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「参加企業募集のご案内」作成</li> <li>・規約・契約書作成</li> <li>・関係各所へのPR</li> <li>・会員募集</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・会員拡大</li> </ul>	ラグビーワールドカップ日本大会	東京オリンピック・パラリンピック競技大会
<b>開発</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実験環境の維持（～10月）</li> <li>・本番環境の開発（～11月）</li> <li>・既存アプリベンダーとの連携</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・機能拡充</li> </ul>		
<b>運用</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実験環境の運用（～10月）</li> <li>・公開テスト運用（11月・12月）</li> <li>・本格運用の開始（年明け）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本格運用</li> </ul>		

【問い合わせ先】 製・配・販連携協議会 多言語商品情報プロジェクト事務局 上田 e-mail : scic@dsri.jp

ホームページ : <http://www.dsri.jp/forum/pro.html>

24

## (補足) 目的 (3)



### 2016年の世界渡航先ランキング上位10都市

世界渡航先ランキング2016 (渡航者数) 上位10都市		
順位	都市	2016年渡航者数 (予測)
1	バンコク	2,147万人
2	ロンドン	1,988万人
3	パリ	1,803万人
4	ドバイ	1,527万人
5	ニューヨーク	1,275万人
6	シンガポール	1,211万人
7	クアランブール	1,202万人
8	イスタンブール	1,195万人
9	東京	1,170万人
10	ソウル	1,020万人

急成長渡航先ランキング 上位10都市		
順位	都市	成長率 (2009年~2016年)
1	大阪	24.15 %
2	成都	20.14 %
3	アブダビ	19.81 %
4	コロンボ	19.57 %
5	東京	18.48 %
6	リヤド	16.45 %
7	台北	14.53 %
8	西安	14.20 %
9	テヘラン	12.98 %
10	廈門	12.93 %

Mastercard調査

アジア太平洋地域は2005年以来、世界の観光産業において最も急成長してきた地域。その背景にある成長の勢いは、特に同地域で新しい旅行体験を求める東南アジア、中国、インドの中流階級の拡大によるもので、今後も継続すると予想される。

25

## (補足) 目的 (4)



### デービット・アトキンソン氏の最近のコメント

「2030年には世界の旅行者は18億人になると予想されており、観光は最も成長が期待できる産業」と述べ、そのなかで「日本は観光先進国になりうる」と強調した。

- 日本は文化、自然、食の基本条件をすべて満たしている  
観光資源国10カ国のうちのひとつ
- 2020年までの訪日外国人数4000万人は心配なく到達するだろう
- 2030年には世界トップ5の観光大国になるだろう



2017年3月16日 UNWTO記念講演にて

26