

- 2005年2月25日
 - ✓ 業務運用WG
 - ✓ 業務運用サブWG資料
 - ・ 決定事項
 - ・ 検討資料

- ✓ 商品マスタ情報は基本情報項目・関係依存情報項目・個別情報項目と分類する
- ✓ 各項目の定義についてはP9の通りとする
- ✓ 原則的に、基本情報はメーカー・関係依存はベンダー側・個別項目は小売が入力する。
- ✓ データ管理責任も同様とする
- ✓ 基本項目・関係依存項目については実験環境において同期化する
- ✓ 個別項目の実証実験時の取り扱いについては今後 項目内容詳細(項目内容・利用方法)について 今後の検討によって決定する。
 - また項目詳細を検討後にその決定を行う
 - 個別項目の基本/関係依存への昇格も含めた検討を項目検討の場で行う。

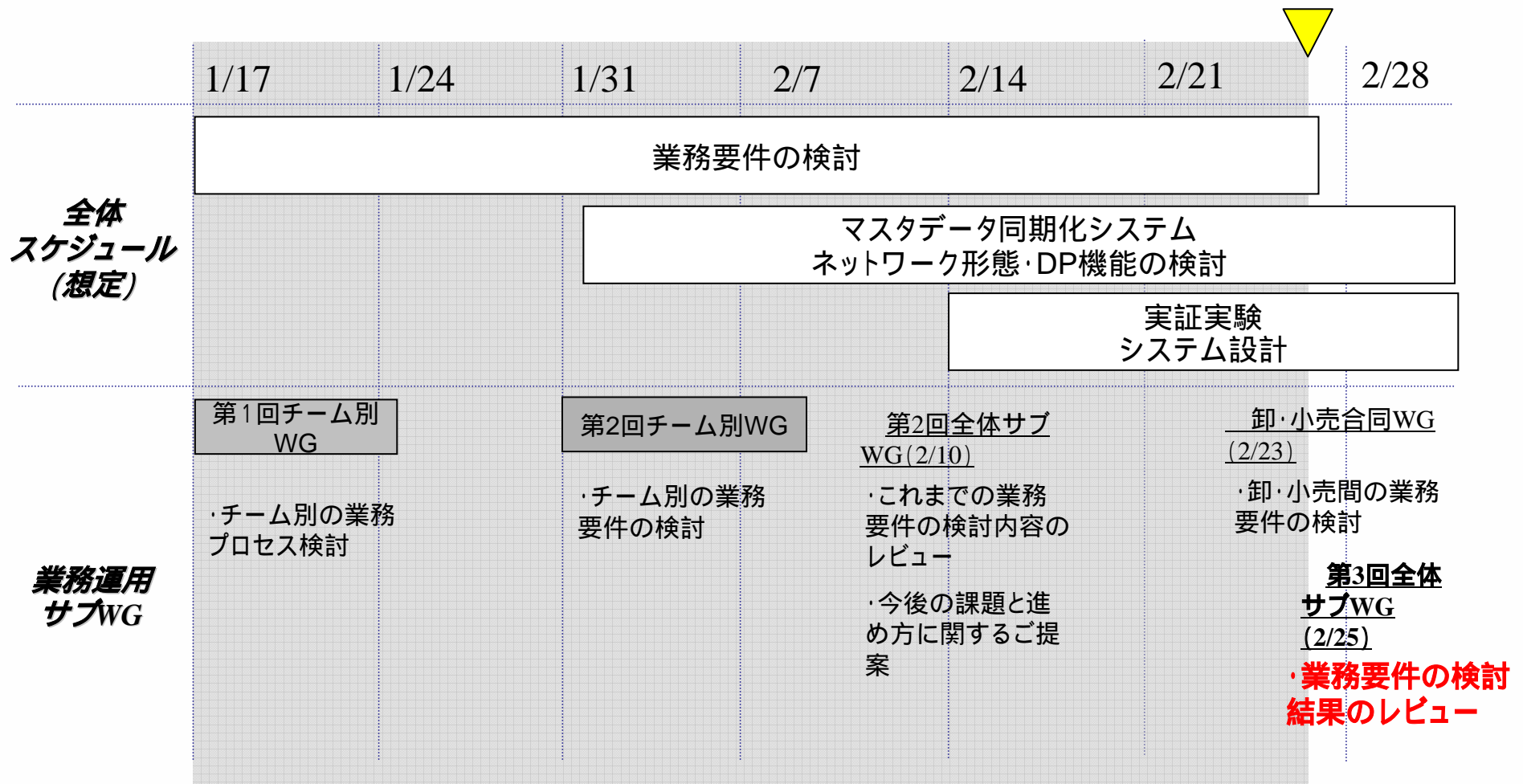


業務運用サブWG

第3回全体WG資料

2005年2月25日

はじめに ～ 業務運用検討の進め方(案)～



1. 第2回業務運用サブWG決定事項のご確認
 - 1) 総括
 - 2) 検討スコープ
 - 3) 商品マスタデータ同期化の対象情報項目
 - 4) 業務プロセス概要
 - 5) 小売の業務要件の概要

2. 2/10以降ご指摘のあった課題の整理結果
 - 1) 課題整理の視点
 - 2) 業務運用サブWGにおける主な検討課題
 - 3) 「商品マスタ登録プロセス」に関する検討結果
 - 4) 「棚割情報収集プロセス」に関する課題検討

3. 今後の課題と進め方(案)

1. 第2回業務運用サブWG決定事項 のご確認

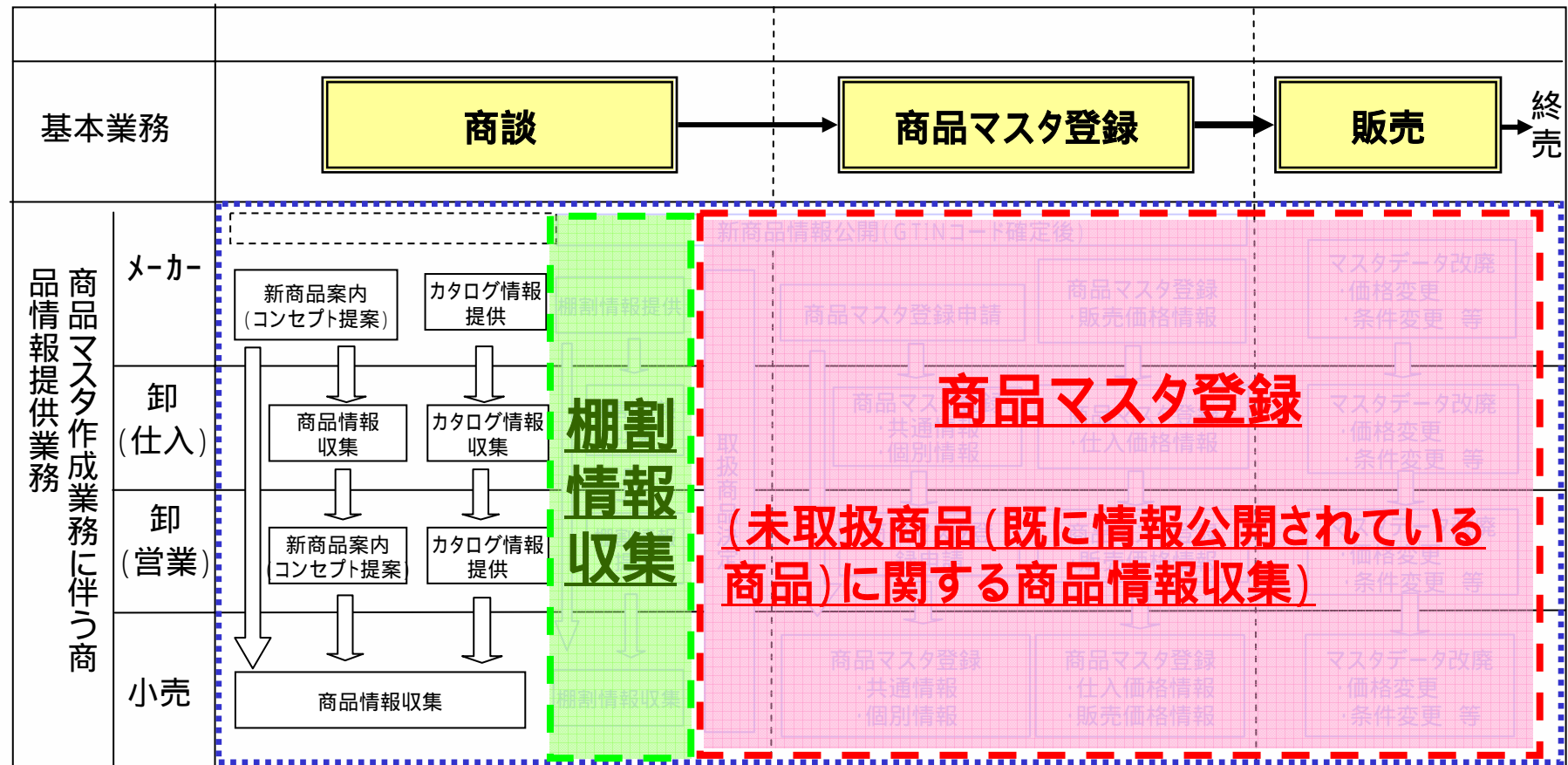
1) 総括

- 第2回全体サブWG(2/10開催)では、以下に関するレビューを行い、合意が得られた。
 - ✓ 検討スコープ:「棚割情報収集」「商品マスタ登録」をメインとすること
 - ✓ 概要業務プロセス:「棚割情報収集」「商品マスタ登録」の基本的な業務の流れ
 - ✓ 小売の業務要件:「棚割情報収集」「商品マスタ登録」に関する小売の業務要件

- 一方、各委員より、以下の項目に関する業務要件整理の必要性が指摘された。
 - ✓ 卸・メーカー(特に卸)の業務要件の検討
 - 小売の業務要件に対する対応方向性の検討
小売の業務要件を反映した業務プロセスを叩き台とした業務要件の検討が必要
 - ✓ 帳合変更時に求められる業務要件の抽出
 - ✓ データプール業者に求められる機能要件の抽出

2) 検討スコープ

- 本WGにおける検討スコープのメイン部分は“棚割情報収集”および“商品マスタ登録”とする。(未取扱商品に関する商品情報収集も範囲に含める。)



本WGにおける検討スコープのメイン部分

(前回WG確認事項の再掲)

- まず、現状業務(主として、棚割情報収集、商品マスタ登録)が確実に担保されることが大前提である。
 - ✓ 棚割情報とは、ここでは、商品コード、商品名、規格、寸法・重量、棚割画像等を指す。
 - その上で、商品マスタ登録業務の効率化や、コンバートエラー削減による業務精度向上が図られることがポイントとなる。
 - さらに、未取扱商品(既に情報公開されている商品)に関する商品情報を収集することにより、製・配・販の各プレイヤーのビジネスチャンスの拡大が図られることがポイントとなる。
 - ✓ なお、新商品情報の予定情報を先行的に情報収集する業務は、実現に際して各プレイヤーの現状ビジネスモデルを改革する必要があるため、検証は容易ではないと考えられる。
 - 例えば、メーカーは、商品情報確定前時点に商品情報入力求められるため、場合によっては1GTINについて、予定情報と確定情報を複数回入力したり、今よりも早い段階での商品情報確定を行うことが求められる。
 - ✓ そのため、本WGにおいては、新商品情報の予定情報を先行的に情報収集する業務を検討の視野には含めるものの、詳細の検討は行わないものとして位置づける。
- 本WGにおいては、まず、「棚割情報収集」、および「商品マスタ登録」に係る製・配・販間の商品情報提供プロセスをメインとした業務運用の検討を実施する。
 - なお、未取扱商品(既に情報公開されている商品)に関する「商品情報収集」に係る製・配・販間の商品情報提供プロセスについても、検討範囲として含めることとする。

3) 商品マスタデータ同期化の対象情報項目

- “商品マスタデータ同期化”の対象となる情報項目は、以下の四つである。

- ✓ **基本項目**

- 商品の基本情報群(メーカーが有する情報)
- 広く公表される商品情報[メーカー:小売・卸 = 1:N]
- 原則として、メーカーの入力した情報を、卸、小売はそのまま利用する。(卸の書き換えは原則として発生しない。)

- ✓ **関係依存項目**

- 取引内容によって設定される情報群
- 商談等を経て、取扱商品決定後に相対で決められる取引内容・条件等[メーカー・卸:小売 = 1:1]

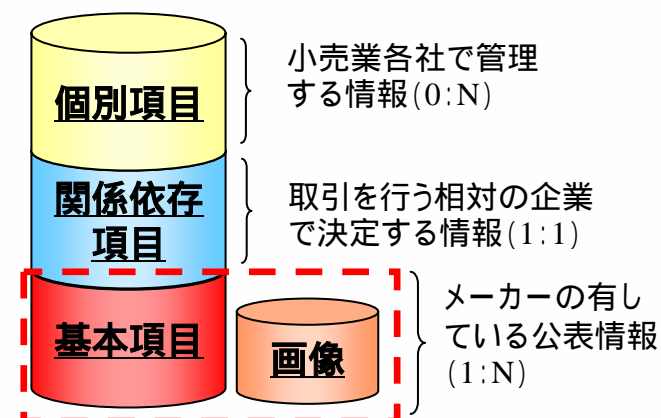
- ✓ **個別項目**

- 小売の事業戦略上必要となる情報群
- 小売業各社で、業務運用や分析のために使用する情報[メーカー・卸:小売 = 0:N]

- ✓ **画像情報**

- 商品の画像情報(棚割商品単品画像)
- 広く公表される商品情報[メーカー:小売・卸 = 1:N]

棚割画像以外の画像情報は当面同期化の対象外とする



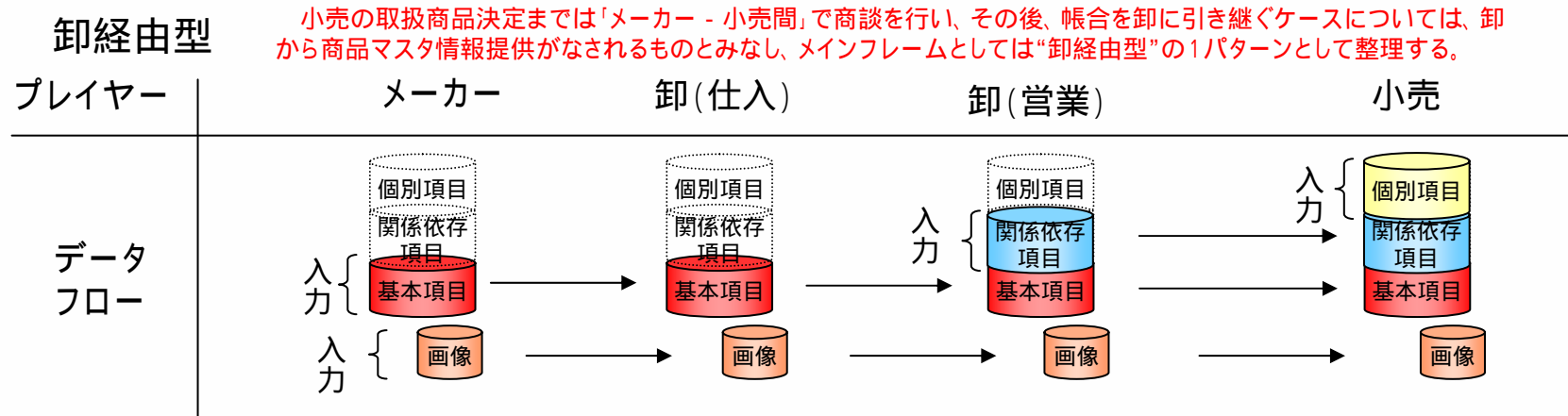
4) 業務プロセス概要

(1) 商品マスタ登録プロセス

- 商品マスタ登録プロセスの基本的な考え方(前回WG確認事項の再掲)
 - ✓ 本WGにおける“商品マスタ登録”とは、以下の5つのプロセスを指す。
 - 新規取扱商品マスタ登録
 - 既存取扱商品のマスタ変更
 - 帳合変更時の対応
 - メーカー製造中止になった場合の商品マスタからの項目削除
 - メーカーによる製造中止
 - 季節商品の停止・再開
 - メーカーのトラブルに起因する商品供給の停止・再開 等
 - 小売側で取扱中止を決定した場合の対応

取引モデルと商品マスタ登録時の情報発信元の整理 (前回WG確認事項の再掲)

- 商品マスタ登録時の情報発信元は、取引モデルにより、以下の二つに大別できる。



(2) 棚割情報収集プロセス

- 棚割情報収集プロセスの基本的な考え方(前回WG確認事項の再掲)
- 本WGでは、“棚割情報収集プロセス”を、以下のように整理する。

✓ 棚割情報として提供される情報は、主として、商品コード、商品名、規格、寸法・重量、棚割画像とする。

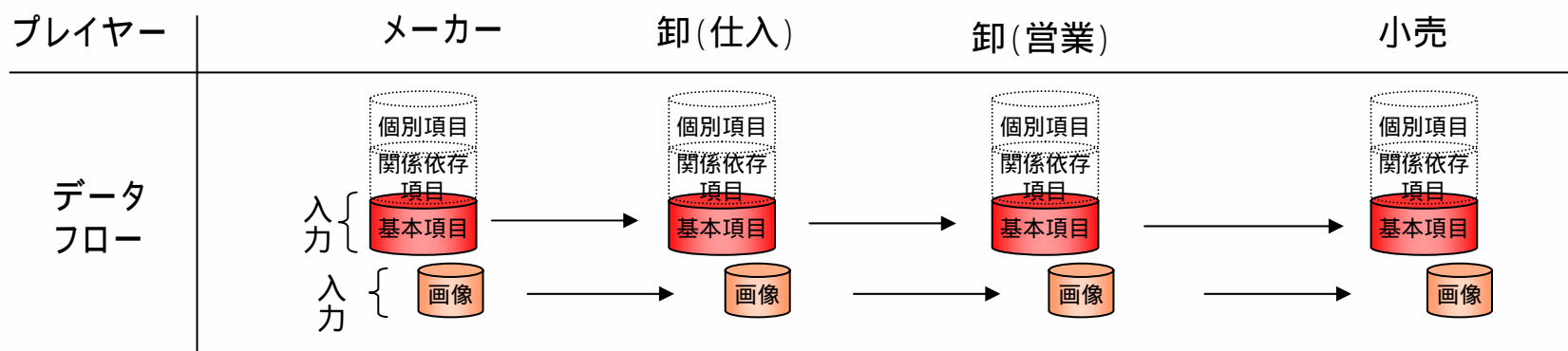
✓ 棚割情報(商品コード、商品名、規格、寸法・重量、棚割画像)は、受領者側が出すSubscriptionに対する、情報提供者側のNotification(CIN)として、情報提供される。

GCI-GDS公開制御分科会における画像情報の提供プロセスの検討結果に準拠(詳細は、参考資料を参照のこと)

取引モデルと棚割情報収集時の情報発信元の整理 (前回WG確認事項の再掲)

- 棚割情報収集時の情報発信元は、取引モデルにより、以下の二つに大別できる。
- なお、ここでの基本項目は、棚割情報(商品コード、商品名、規格、寸法・重量)が対象となる。

卸経由型



卸経由型であっても、小売が棚割情報をメーカーからもらうケースもあると想定される。
小売のニーズに依存する。

メーカー直取引型



5) 小売の業務要件の概要

- 現状業務を超える業務負荷は発生しないことを前提とする。
 - ✓ 例えば、商品マスタ登録時の「Subscription」や「Confirmation」の実施は現実的ではない。
- 小売業における商品マスタ登録は、基本的に、前ページ以降に示す概要プロセスで実施されるものとする。
- 商品情報の更新(追加/変更/削除)時は、“どこが更新されたか(差分)”について、明示される必要がある。
- 小売側が同期化情報として必要とする画像情報は、棚割単品画像と商品外観画像(社内レビュー用)が優先される。(チラシ用画像、販促用画像等は他社との差別化要素となるため、同期化の対象とはならないものとして整理する。)

なお、“ホームDPの商品情報をどのように自社システムに取り込むか”の具体的な実現施策については、ホームDPのサービスレベルに依存することとし、ここでの検討は実施しないものとした。

2.2/10以降ご指摘のあった課題 の整理結果

2.2/10以降ご指摘のあった課題の整理結果

1) 課題整理の視点

- 商品マスタデータ同期化に伴い、検討が必要な事項は以下の四つに大別される。
- そこで、各委員より事前に指摘があった課題について、以下の四つの視点で整理し、業務手順に関する課題に関して対応方針を検討することとした。

- ✓ 同期化したい情報(商品情報)
 - ・ 識別コード(GTIN・GLN)の設定ルール(標準化)
 - ・ 商品マスタ項目の設定ルール(標準化)
- ✓ 商品マスタデータ同期化するための業務手順
 - ・ 各ユーザ(メーカー/卸/小売)の業務プロセス
 - ・ 各ユーザのホームDPに求められる基本機能
- ✓ 商品マスタデータ同期化するための業務手順を支える技術インフラ
 - ・ グローバル標準を基とした技術要件
 - ・ 日本独自要件への対応方策
 - ・ ネットワークトポロジ
 - ・ DP機能
- ✓ 商品マスタデータ同期化するための業務手順を支えるビジネス上の取り決め事項
 - ・ ビジネス上の取引条件設定(マスタ登録時のコスト負担等)

2) 業務運用サブWGにおける主な検討課題

- 第2回全体サブWGにおける各委員の意見、および、事前の課題整理表による意見収集においては、以下の課題に関する検討の必要性が指摘された。

- ✓ 卸・メーカーの業務要件の検討(小売の要件に対する対応方向性の検討)
 - 同期化する情報項目(“何を”) ……検討課題1
 - 「基本項目/関係依存項目/個別項目」の入力は、誰が、どの程度まで行うのか？
 - 商品情報(基本項目/関係依存項目/個別項目)は、誰が、どの単位で送るのか？
 - 商品情報の同期化タイミング(“いつ”) ……検討課題2
 - 小売が商品情報を必要とするタイミングはいつか？
 - メーカー、卸が商品情報提供可能なタイミングはいつか？
 - 運用ルールまたは制約の提示(“どのように”) ……検討課題3
 - 特に、「小売のSubscription」、「商談情報登録」、「Confirmation(CIC)」の具体的な実現方法の検討
- ✓ マスタデータ登録後の更新差分の扱いについて ……検討課題4
 - 差分情報はどこまでのレベルで必要となるか？
- ✓ 帳合変更時の対応 ……検討課題5
 - 帳合変更時の商品マスタ登録プロセスの検討
- ✓ 同期化データ品質の担保方法(内容チェック・クレンジング) ……検討課題6

3)「商品マスタ登録プロセス」に関する検討結果

課題1:同期化する情報項目

(決定事項)

- ✓ 原則的に、基本項目はメーカー、関係依存項目はベンダー(メーカー、卸)、個別項目は小売が
入力する。
- ✓ 各商品情報に関する責任の所在は、上記の入力者に当たるプレイヤーにあることとする。
- ✓ 卸が基本項目、関係依存項目の商品情報を送る際、卸側で1セットにして送る必要はない。
- ✓ 小売DPIは、卸から送られてきた基本項目、関係依存項目を1セットにして、小売に通知、同期化
する。
- ✓ 実験の範囲では、特売マスタに関する商品情報は、商品マスタ同期化の対象外として整理する。

(業務要件を満たすために、別途検討が必要な課題の提示 **提示先:技術仕様WG**)

- ✓ 卸と小売が、入力が必要な関係依存項目を容易に共有できる仕組(関係依存項目まで含んだ
スキーマ、関係依存項目に対応した入力・閲覧のためのコントロール機能等)の構築に関する
検討が必要。
- ✓ なお、卸がメーカーに対して、関係依存項目の入力を依頼する際は、卸・小売間と同じ仕組(関
係依存項目まで含んだスキーマ、関係依存項目に対応した入力・閲覧のためのコントロール機
能等)で情報共有できる必要がある。

(業務要件を満たすために、別途検討が必要な課題の提示 提示先:マスタ項目WG)

- ✓ 商品情報(基本項目/関係依存項目/個別項目)の内容と使用目的の整理が必要。

課題2：商品情報の同期化タイミング

(決定事項)

- ✓ 実証実験時の「商品マスタ登録」に関しては、商品情報提供タイミングは現状維持を前提とする。ただし、さらに早期化を行う場合には、実験参加企業間で取り決めを行うこととする。

課題3:運用ルールまたは制約について 「商品マスタ登録時の小売のSubscription」

(検討結果)

- ✓ 現状業務を超える業務負荷は発生しないことを前提とする。
 - 現状業務を前提とした場合、小売バイヤーの業務は、送られてきた商品マスタ情報の確認を実施する以上の業務は想定できない。
 - － 商品マスタ情報をもらうための「Subscription」の実施は想定できない。
 - 現状業務を前提とした場合、卸・メーカーの業務は、商談で取扱が確定した商品について、基本項目、関係依存項目の登録以上の業務は想定できない。
 - － 商品マスタ情報提供のために、「Subscriptionの代行」や「Publication」を行うことは現状よりも業務負荷が大きくなることに繋がる。

(業務要件を満たすために、別途検討が必要な課題の提示 **提示先:技術仕様WG**)

- ✓ 卸が「商品情報登録」を行う際に、「ホームDPにおける小売への自動配信リスト作成」が、自動的になされる仕組の検討が必要。

課題3:運用ルールまたは制約について 「商品マスタ登録時のマスタ情報受領のメッセージ」

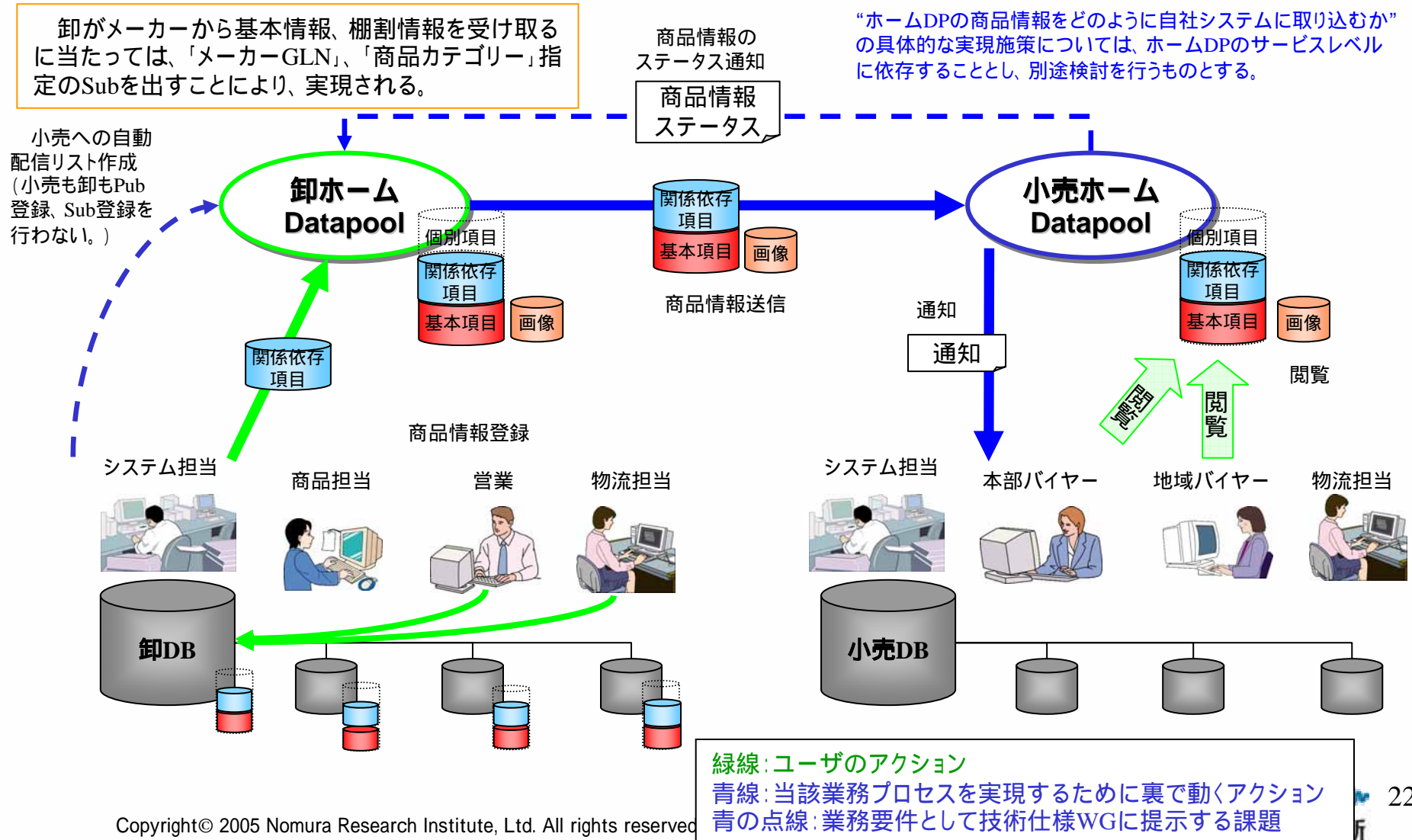
(検討結果)

- ✓ 卸としては、自社ホームDPへの商品情報の登録後、
商品マスタ用に登録した商品情報が、小売ホームDPに届いたかどうか？
取引先小売が商品情報を自社マスタに登録し、取引が開始できる状態になったかどうか？
について、確認できる仕組みが必要。
- ✓ なお、 については、「商品マスタへの取込完了」を通知する際に、登録エラーがあれば、登録修正依頼も同時に通知される必要がある。
- ✓ また、「卸営業マンの誰が商品情報を送信したか？」「小売バイヤーの誰が商品情報を確認したか？」に関するステータスも共有できるようにしたい。

(業務要件を満たすために、別途検討が必要な課題の提示 **提示先:技術仕様WG**)

- 基本項目だけでなく、関係依存項目を含めた、商品情報の取込状況を共有する仕組みの検討が必要。

3)「商品マスタ登録プロセス」に関する検討結果 (1)新規取扱商品マスタ登録



課題4：マスタデータ登録後の更新差分の扱いについて

(検討結果)

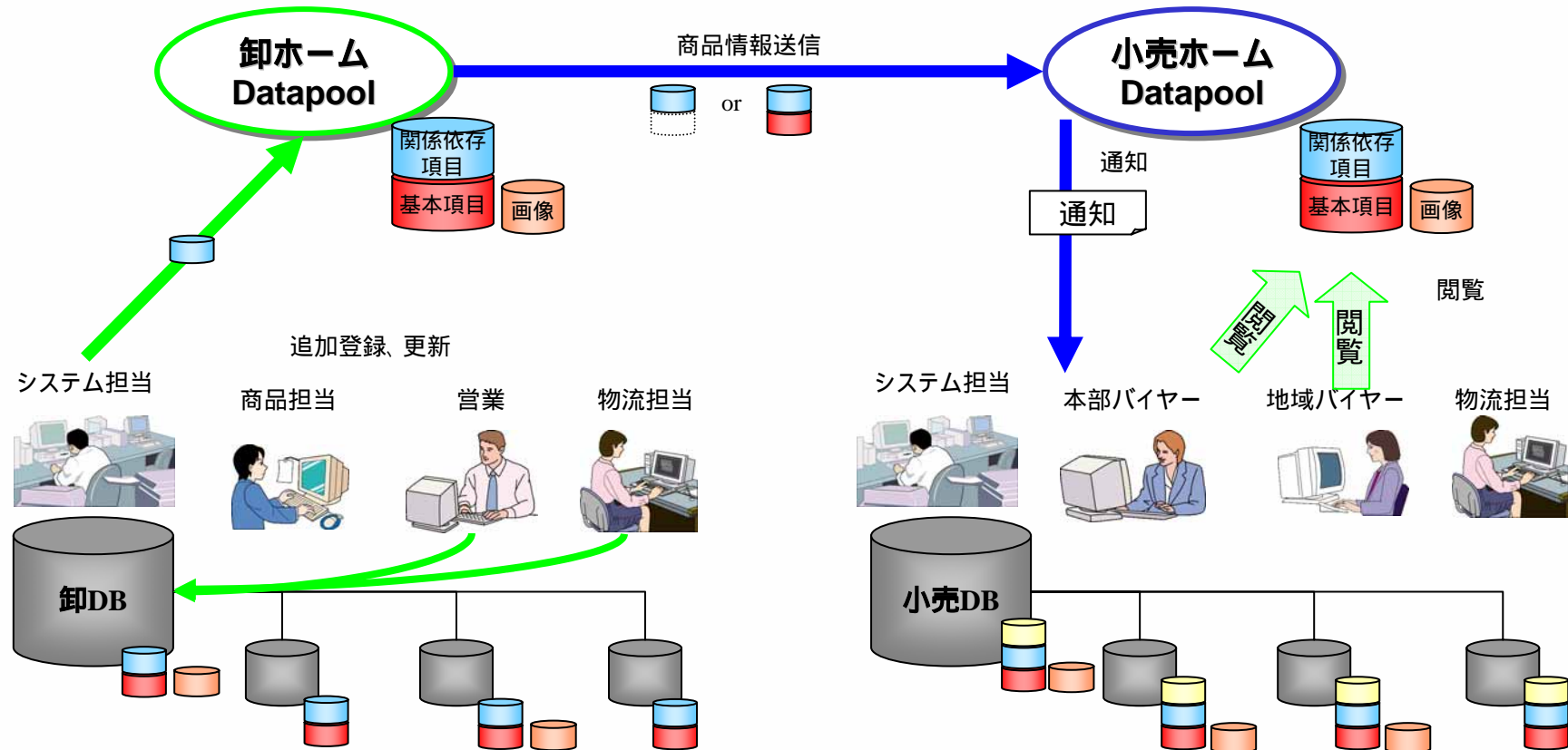
- ✓ 更新があった商品情報項目については、「どこが更新されたか?」「どう更新されたか? (追加、変更、削除等)」に関する差分情報がわかる必要がある。
- ✓ 加えて、変更がなされた商品情報項目に関しては、変更内容に関するコメントを添付できるようになっている必要がある。

(業務要件を満たすために、別途検討が必要な課題の提示 **提示先:技術仕様WG**)

- ✓ 上記要件を実現するための技術仕様(更新差分の明示、コメント欄の項目追加)の検討が必要。

(2) 既存取扱商品マスタの変更

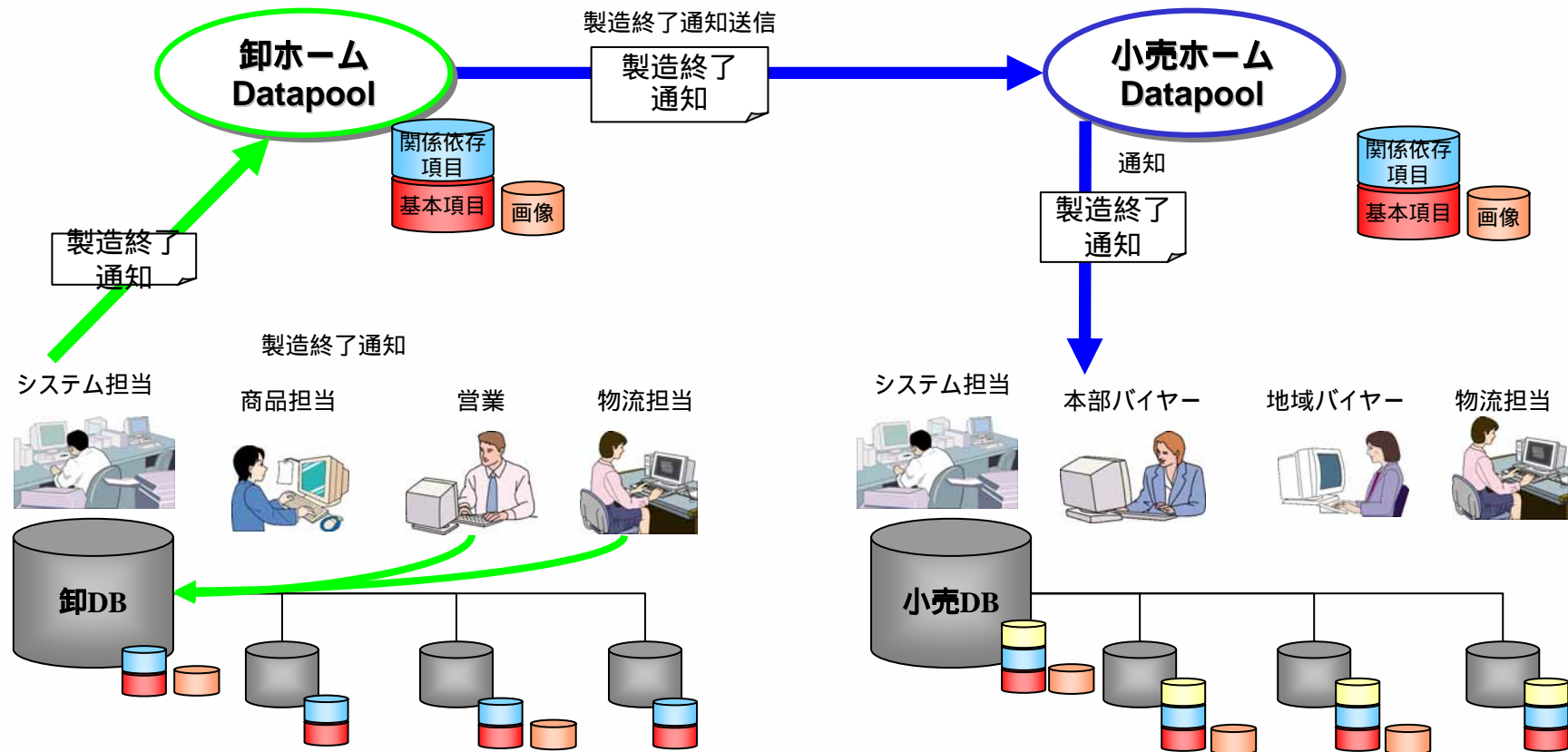
“ホームDPの商品情報をどのように自社システムに取り込むか”
の具体的な実現施策については、ホームDPのサービスレベル
に依存することとし、別途検討を行うものとする。



緑線: ユーザのアクション
青線: 当該業務プロセスを実現するために裏で動くアクション
青の点線: 業務要件として技術仕様WGに提示する課題

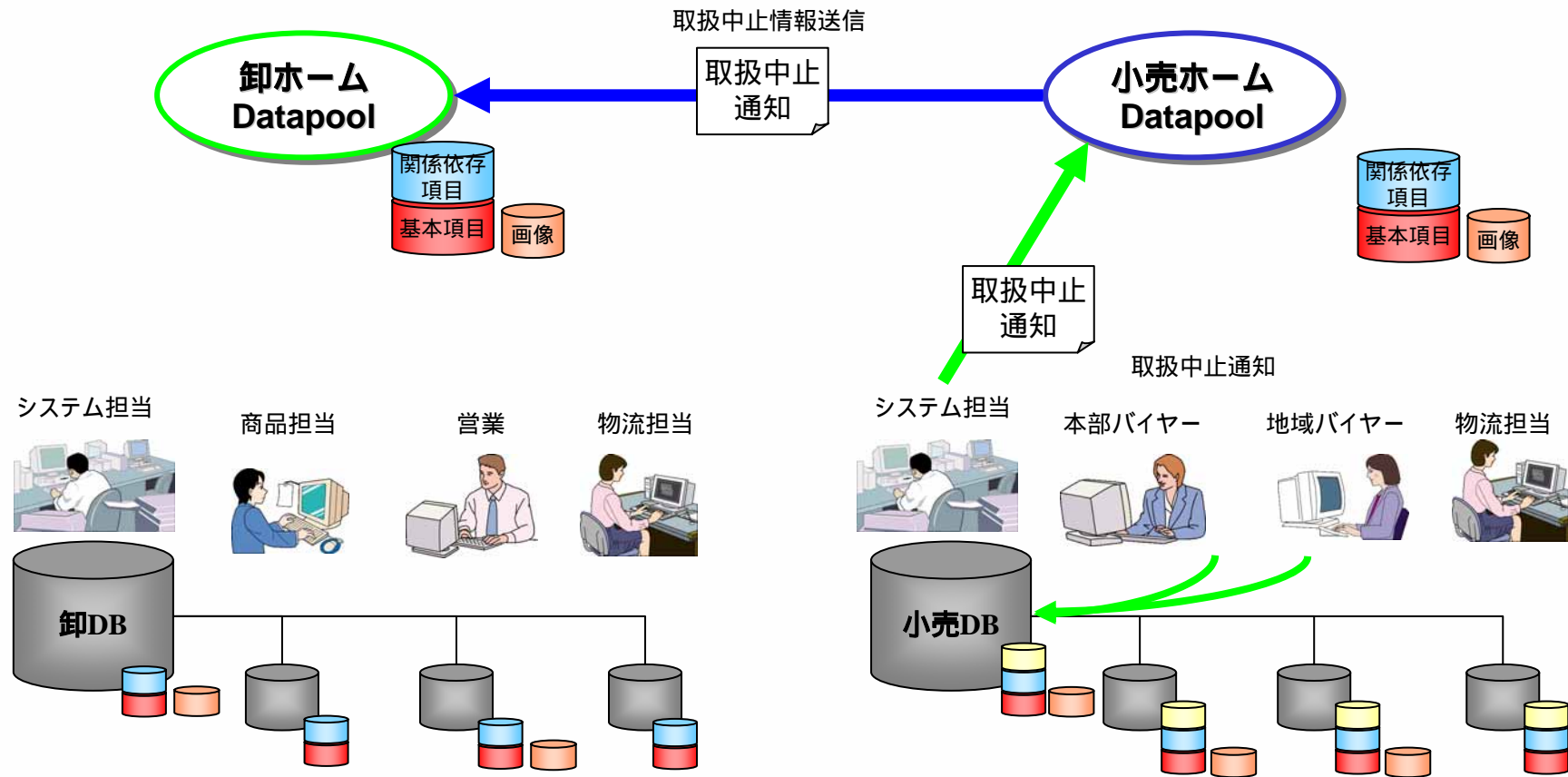
(3) メーカー製造中止になった場合の商品マスタからの項目削除

“ホームDPの商品情報をどのように自社システムに取り込むか”
の具体的な実現施策については、ホームDPのサービスレベル
に依存することとし、別途検討を行うものとする。



(4) 小売側で取扱中止になった場合の商品マスタからの項目削除

“ホームDPの商品情報をどのように自社システムに取り込むか”
の具体的な実現施策については、ホームDPのサービスレベル
に依存することとし、別途検討を行うものとする。



(検討結果)

- 帳合変更時の対応は、小売各社によって異なり、標準化することが難しいため、現段階では以下の対応を図ることとする。

(実験に向けた対応)

- ✓ 下記プロセスをガイドラインとして定める。
 - 取引を終了する卸の商品マスタ削除処理のトリガーは、小売が引く形の運用とする。(「(4)小売側で取扱中止になった場合の商品マスタからの項目削除」におけるプロセスと同様のプロセスを想定。)
 - 新規帳合先卸の商品マスタ登録は、「新規取扱商品マスタ登録」と同様のプロセスで実施する。
- ✓ 詳細の実施プロセスについては、別途、個別検討にて対応する。(本WGにおいては、将来的に検討が必要な課題として提起する。)

課題6：同期化データ品質の担保方法

(検討結果)

- ✓ 原則的に、基本項目はメーカー、関係依存項目はベンダー側(メーカー・卸)、個別項目は小売が入力する。
- ✓ 各商品情報に関する責任の所在は、上記の入力者に当たるプレイヤーにあることとする。

(業務要件を満たすために、別途検討が必要な課題の提示 **提示先:技術仕様WG**)

- ✓ 標準的なパターンに関して、商品情報に関するバリデーションルールの定義や、誤りがあった場合の責任主体への通知方法に関する検討が必要。
 - バリデーションルールについては、Globalのアロケーションルールと、日本として必要なアロケーションルールの折り合いのつけ方を含め、検討する必要がある。
 - 日本として必要なアロケーションルールを検討するに当たっては、マスタ項目WGとの共同検討が必要。

(業務要件を満たすために、別途検討が必要な課題の提示 **提示先:マスタ項目WG**)

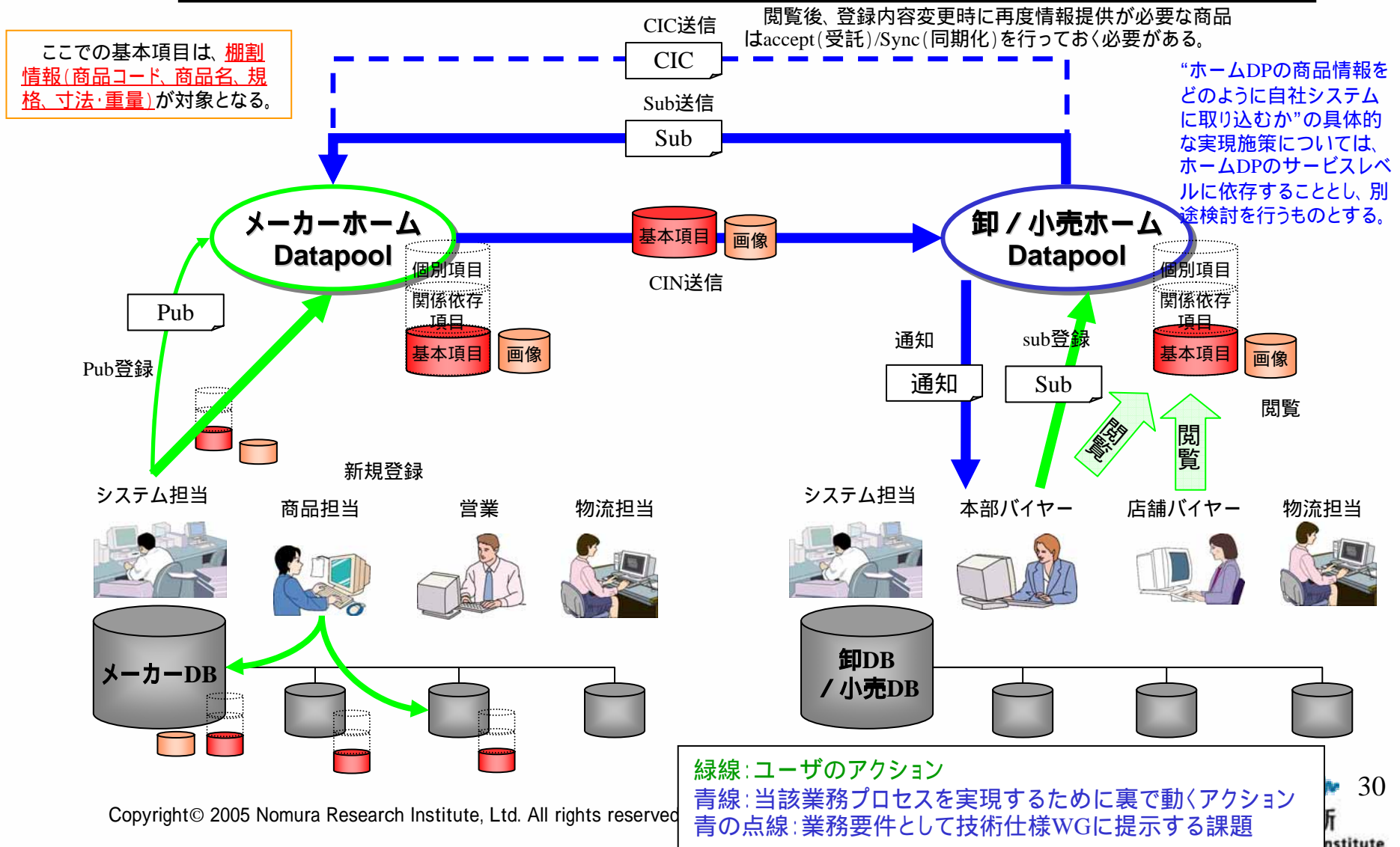
- ✓ 商品情報(基本項目/関係依存項目/個別項目)の内容と使用目的の整理が必要。

4)「棚割情報収集プロセス」に関する課題検討

- 「棚割情報収集プロセス」に関する主な検討課題は、以下の4点である。
- 「商品マスタ登録プロセス」における検討結果を基とし、各課題に関する対応方針を下表に整理する。

	課題内容	対応方針	業務用件を満たすために、他の検討主体(マスタ項目WG、技術仕様WG)における検討が必要な課題の提示
1	「アクション： Sub登録」の実現方法 ・どのような形であれば、運用可能な範囲でSubscriptionを行うことができるか？	・卸(小売)は、棚割情報を提供して欲しいメーカーに対してSubscriptionを行う。 ・このときのSubscriptionの単位は、「対象メーカーGLN」と「対象商品カテゴリ」を指定するパターンを想定。(1回出してしまえば、Subの取り下げを行うまで有効。商談の度ごとにSubを行う必要は無い。)	
2	商品情報の同期化タイミング ・卸(小売)が棚割情報を必要とするタイミングはいつか？ ・メーカーが棚割情報提供可能なタイミングはいつか？	・実証実験時の「棚割情報収集」に関しては、棚割情報提供タイミングは現状維持を前提とする。ただし、さらに早期化を行う場合には、実験参加企業間で取り決めを行うこととする。	
3	「アクション： Pub登録」の実現方法 ・どのような形であれば、運用可能な範囲でPublicationを行うことができるか？	・ホームDPに一度棚割情報を登録していれば、特定卸・小売へ公開日指定で情報提供することも、続けて、全卸・小売への一斉公開で提供することも可能とする。	(提示先: 技術仕様WG) ・左記要件(『公開先、および、公開日指定によるPubの実施』)を実現するための技術仕様の検討が必要。
4	「アクション： CIC送信」の実現方法 ・卸(小売)がCICを実施するのは実業務として現実的か？	・実験を想定した場合、卸(小売)の要件としては、『受け取った棚割情報は全てsyncでCICを返す』というサービスが提供される形とする。(仮にRejectするものがあった場合のみ、卸(小売)担当者が自ら指定する形となる)	(提示先: 技術仕様WG) ・左記要件(『受け取った棚割情報は全てsyncでCICを返す』)を実現するための技術仕様の検討が必要。

棚割情報収集プロセス



3. 今後の課題と進め方(案)



各検討事項に関するこれまでの検討内容(決定事項)と検討主体

検討事項		これまでの検討内容 (決定事項)	実験実施までに決定する 必要のある内容	検討主体
同期化したい情報 (商品情報)	識別コード(GTIN・GLN)の設定 ルール(標準化)	・実験時は、参加企業同士で同 期化する商品カテゴリを決定し、 対象商品については、GTIN、G LNコードで実験運用する。	・取扱商品に対するGTINの付番 ルール及び集合包装に関する 実験段階での考え方の整理が 必要 ・GLNはどのように暫定的に設 定するか。	・流通システム開発センター (流通コード委員会)
	商品マスタ項目の設定ルール (標準化)	・商品情報は、基本項目、関係 依存項目、個別項目、画像項目 からなる。 ・棚割画像情報は、基本項目と 位置づける。	・何を基本項目とするか？ ・何を、関係依存項目、個別項 目の標準項目とするか？ ・同期化項目に関するSchema 決定	・マスタ項目WG ・技術仕様WG
商品マスタデータ同 期化するための業務 手順	・各ユーザ(メーカー/卸/小売) の業務プロセス ・各ユーザのホームDPに求めら れる外部要件	・「棚割情報収集」、「商品マスタ 登録」をメインスコップとする。 ・「棚割情報収集」、「商品マスタ 登録」の概要プロセス ・卸・小売の業務要件	・メーカーの業務要件 ・実験計画・参加企業確定	・業務運用WG ・DataPoolの個別サービス内容 については各DataPool事業者と ユーザーとで詳細検討が必要
商品マスタデータ同 期化するための業務 手順を支える技術イ ンフラ	・グローバル標準を基とした技 術要件 ・日本独自要件への対応方策 インフラ	・グローバル標準機能は可能な 限り準拠する。(その上で、日本 独自要件についても検討)	・Global標準をベースにしなが らも、日本独自拡張が必要なプロ セス・項目があれば、抽出し対 応策検討要	・技術仕様WG
	・DP機能 ・ネットワークポロジ 等々	・グローバル標準機能は可能な 限り準拠する。(その上で、日本 独自要件についても検討)	・実験時点でのDP機能、ネット ワークポロジの構成	・DataPoolに必要な業務要件： 業務運用WG ・技術的対応に関するガイドライ ン検討・技術仕様WG
商品マスタデータ同 期化するための業務 手順を支えるビジネ ス上の取り決め事項	ビジネス上の取引条件設定(マ スタ登録時のコスト負担等)	・本WGでは検討を行わない 将来的な課題とする	・本WGでは検討を行わない 将来的な課題とする	??

実験開始までに検討が必要な内容

- 同期化する情報に関して
 - ✓ 識別コード (GTIN、GLN) の運用ルール策定
 - ✓ 商品マスタ項目の標準化検討
- 業務面
 - ✓ 実験計画・参加企業確定
- 技術面
 - ✓ 業務要件に対する概要設計
 - DP機能ガイドライン設定
 - 実験時のネットワークポロジ
 - ✓ 技術要件検討、方式設計、詳細設計
 - ✓ 開発・テスト
- ビジネス取り決め面
 - ✓ 将来的な課題の抽出
 - 料金体系等に関するビジネスインフラに関するガイドライン策定 等

想定スケジュール

検討事項	実験開始までに検討が必要な内容	検討主体	想定スケジュール									
			3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
同期化したい情報 (商品情報)	識別コード (GTIN・GLN) のルール設計	・流通コード委員会										
	商品マスタ項目の標準化検討 - 商品マスタ項目の標準化 - 項目のValidationルールの標準化	不明										
商品マスタデータ同期化するための業務手順	・実験計画案	不明										
	・参加企業の募集	不明										
	・実験計画確定	不明										
商品マスタデータ同期化するための業務手順を支える技術インフラ	・業務要件に対する概要設計	不明										
	・技術要件検討、方式設計、詳細設計	不明										
	・開発・テスト	不明										実験開始
商品マスタデータ同期化するための業務手順を支えるビジネス上の取り決め事項	・将来的な課題の抽出	不明										

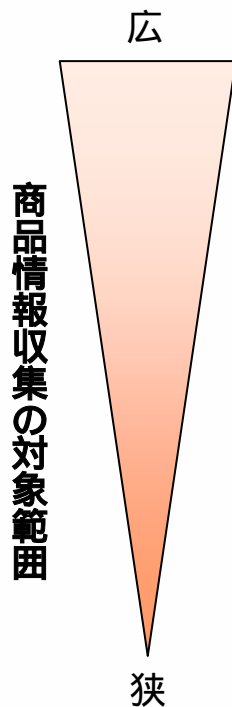
各ユーザ毎の個別対応は、並行して別途進められることとする。

参考資料

- HomeDataPool: 利用者(企業)が利用するDataPool。原則として複数のDataPoolを利用することはできない(Single Point of Entryの原則)
- Sub: 商品情報の購読依頼。商品情報の受け手側が発信するメッセージ。
Subscriptionの略
- Pub: 商品情報の公開依頼。商品情報の出し手側が発信するメッセージ。
Publicationの略
- CIN: Pub/Subを行った後、Sub個所に商品情報を送信する際のメッセージ。商品情報そのものが含まれる。Catlogue_Item_Notificationの略
- CIC: CINが送信されてきた際、受け手側が回答を行うメッセージ。
以下の4つのステータスが存在する。Catlogue_Item_Confirmationの略
 - Accept: 今回の情報は受領。次回以降もCIN毎に回答(CIC)を返す。
 - Sync: 今回以降の情報も含め、自動的に商品情報の更新を受け付ける
 - Review: 参照中
 - Reject: 今後この商品情報は不要

Subscriptionのパターンと商品情報収集の対象範囲(前回WG確認事項の再掲)

- Subscriptionにより商品情報を収集できる範囲は、Subscriptionの内容(GTIN、商品属性、TM(日本を例として)、GLNの組み合わせ)によって規定される。
 - ✓ 受け手側は、自身がコントロール可能な範囲の組み合わせでSubscriptionを出すことが要求される。



商品(GTIN/商品属性/指定なし)	対象市場(TM/指定なし)	取扱先(GLN/指定なし)	ホームデータプールに届く商品情報内容(Viewとして閲覧可能な商品情報)
商品属性	-	-	当該カテゴリーに該当する全商品の商品情報
-	TM	-	日本向けに展開されている全商品の商品情報
-	-	GLN	ある特定の得意先(メーカー、卸)が扱う全商品の商品情報
GTIN	-	-	特定商品の商品情報(日本向けに限定しない)
-	TM	GLN	ある特定の得意先(メーカー、卸)が扱う日本向けに展開されている全商品の商品情報
商品属性	TM	-	当該カテゴリーに該当する日本向けに展開されている全商品の商品情報
商品属性	-	GLN	ある特定の得意先が扱う当該カテゴリーに該当する全商品の商品情報
商品属性	TM	GLN	ある特定の得意先が扱う当該カテゴリーに該当する日本向けに展開されている全商品の商品情報
GTIN	TM	-	日本向けに展開されている、特定商品の商品情報
GTIN	-	GLN	ある特定の得意先(メーカー、卸)の特定商品に関する商品情報(日本向け以外も含む)
GTIN	TM	GLN	ある特定の得意先(メーカー、卸)が扱う特定商品の日本向け商品情報

実運用上 あまり現実的ではないと考えられるSubの出し方

相手先と商品カテゴリーが決まっている場合

(参考) 商品情報収集プロセス(前回WG確認事項の再掲)

(1) 商品情報収集プロセスの基本的な考え方

- 商品情報収集プロセスの対象となる情報項目は、基本項目(広く公表される情報)を想定する。
- 本WGで検討を行う商品情報収集プロセスは、以下の二つに大別される。

- ✓ 情報収集の対象として、具体的な情報項目(特定の企業(GLN)、特定のカテゴリー等。)が決定している場合

(例;「“清涼飲料”について、“ × 飲料”の取扱商品情報を収集したい」等)

Subscriptionによる商品情報収集

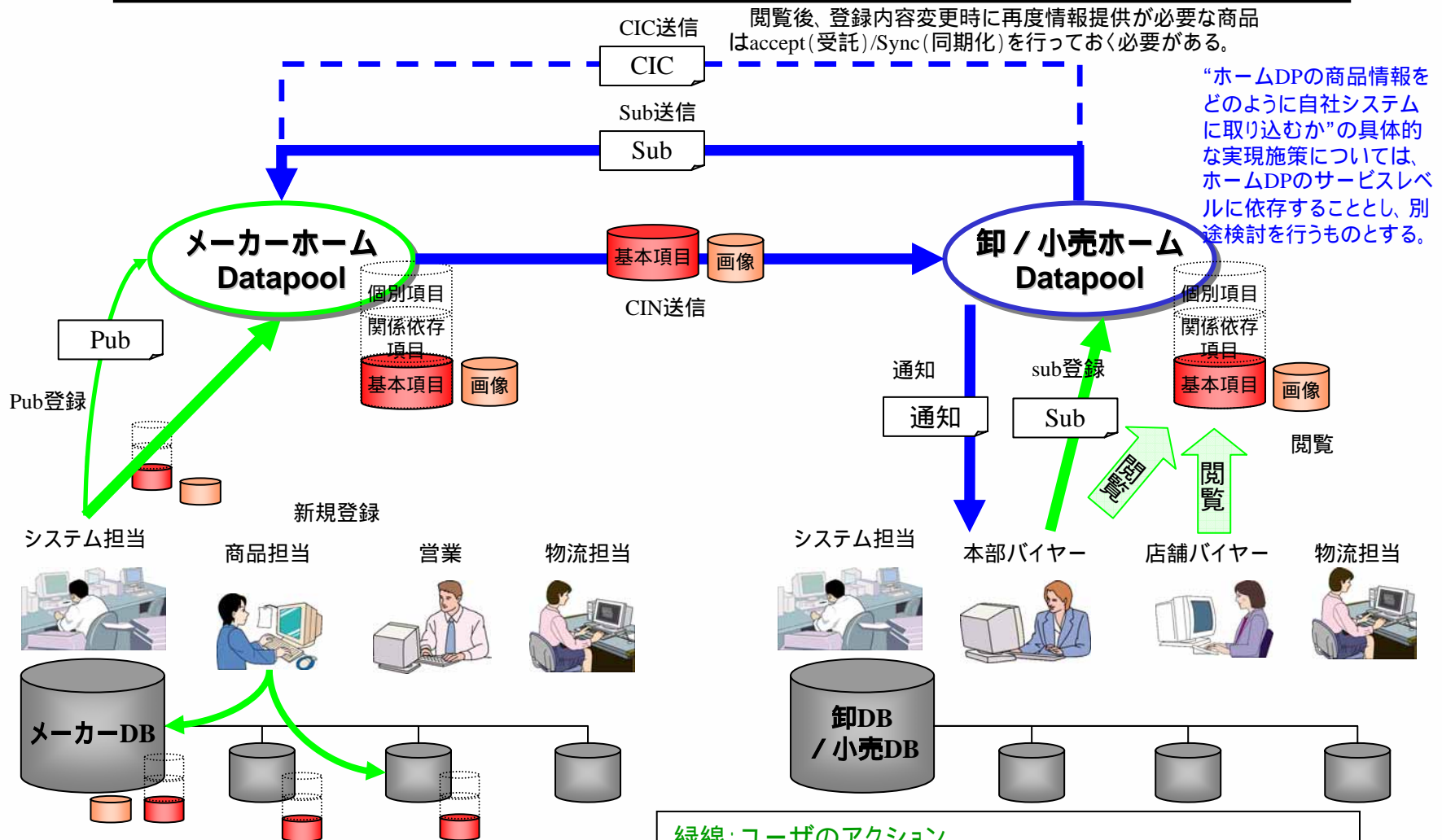
“棚割情報収集”と同様のプロセス。

- ✓ 情報収集の対象として、検索条件(コンセプトレベル)のみが決定している場合
(例;「“清涼飲料”について、メーカー問わず、“柑橘系”の“すっきり”した商品の情報を収集したい」等)

検索条件の入力による商品情報収集

- なお、本WGにおける“商品情報収集”は、“未取扱商品(既に情報公開されている商品)に関する商品情報の収集”を指し、“新商品に関する先行的な予定情報の収集”は含まないものとする。

Subscriptionによる商品情報収集 (“棚割情報収集”プロセスの再掲)



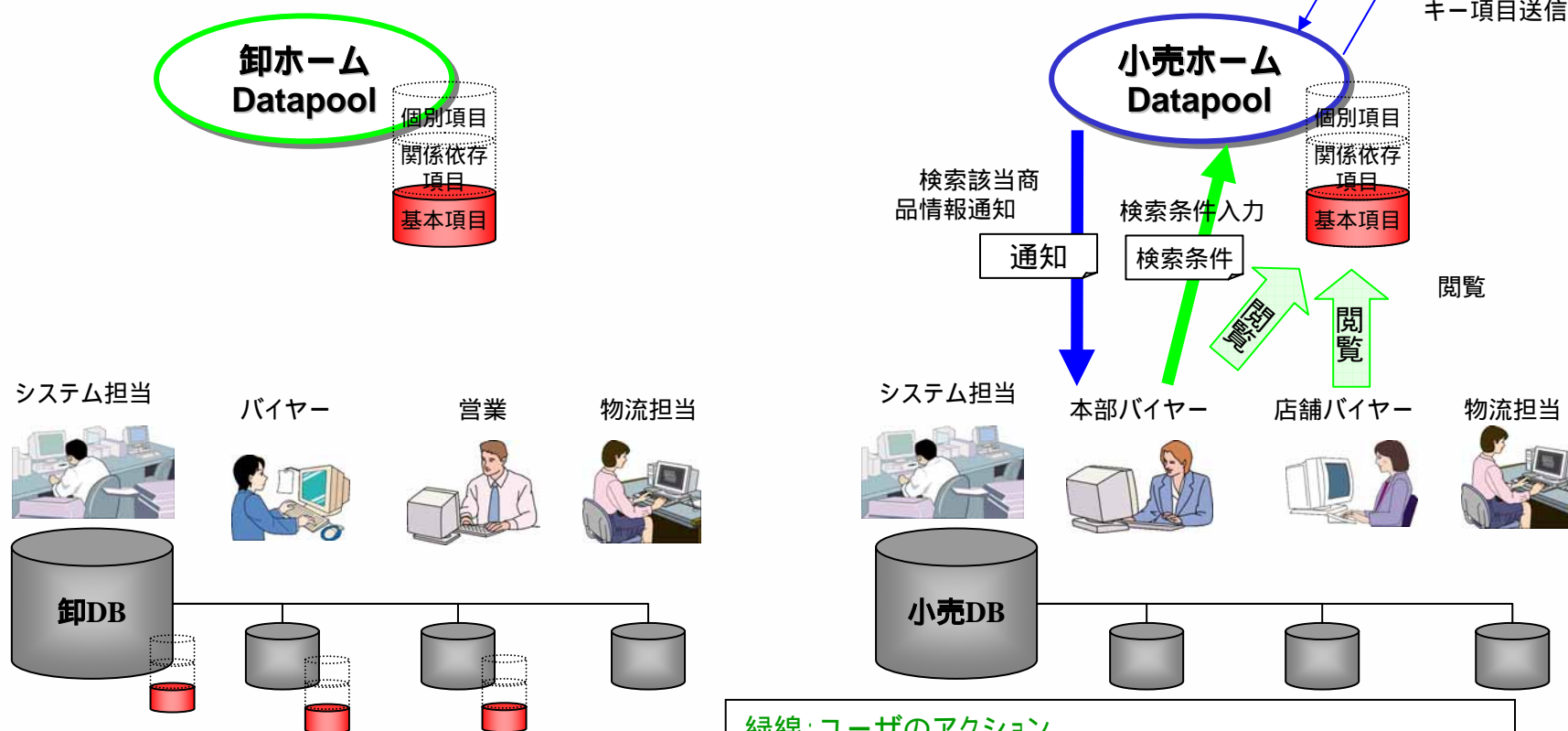
検索条件の入力による商品情報収集 (前回WG確認事項の再掲)

今回はGlobal Searchをベースとしたイメージとなっています。
“検索”の詳細については、本WGでは決定せずガイドライン程度とします。

第2回小売WGにおける確認内容

GTIN、GLN、TM、カテゴリーからなる検索条件で抽出できる商品情報
:GDSプロセス

小売ホームDPの所有する商品情報に対する(あいまい検索):DPサービス
実験時はDP業者のサービスの範囲内で実施。



緑線: ユーザのアクション

青線:当該業務プロセスを実現するために裏で動くアクション

青の点線：業務要件として技術仕様WGに提示する課題