

流通業における電子化取引標準化 調査研究報告書

(画像データ交換を伴う電子商談のためのEDI標準化調査研究)

平成10年3月

財団法人 流通システム開発センター

は じ め に

流通業界における商取引の電子化のための基盤整備を目的として、平成6年度から昨年度までの3年間にわたり検討が行われた通商産業省の「流通業における電子化取引標準化調査研究」の成果として、EANCOM (EDIFACT) をもとに、流通標準EDIメッセージ集 (JEDICOS) が開発され、普及の段階に入りつつある。

他方、大手小売業を中心に画像データ交換を伴うEDIによる電子商談などの、商取引業務の合理化を推進し、取引先との情報共有による、企業間商取引の一層の効率化を実現したいという要望が高まっている。

そこで、本年度は通商産業省の委託事業として「流通業における電子化取引標準化調査研究委員会」を設置し、EDIによる画像データ交換を伴う電子商談のための電子化取引標準規約の検討及び標準メッセージの開発の検討を行った。

画像利用技術の標準化研究は、今後も電子商談のみならず棚割提案を始めとした各利用分野においても必要性が高まるものと想定される。本研究が今後の我が国の流通業の発展に資することを期待する。

平成10年3月

財団法人 流通システム開発センター

平成9年度 流通業電子化取引標準化調査研究委員会 委員名簿

(氏名 五十音順)

委員長	原田 保	香川大学	経済学部	教授
副委員長	奥本 晋也	(株)東急ストア	システム開発部	部長
委員	井口 泰夫	国分(株)		
		システム推進担当	システム第二部	部長
	大高 正彦	(株)ダイエー	情報システム	
		通信ネットワーク本部	統括マネージャー	
	大元 光宏	ハウス食品(株)	営業企画推進室	課長
	大森 勝次郎	ライオン(株)		
		家庭品営業本部	営業システム部	主任部員
	加藤 真司	(株)ワコール	情報システムグループ	部長
	川島 孝夫	味の素ゼネラルフーズ(株)		
		理事	情報システムセンター長	
	籠谷 育英	(財)家電製品協会		
		流通EDI標準化推進委員会		委員長
		(株)東芝		
		映像メディア事業本部	情報システム担当参事	
	菊谷 瑞夫	(株)三越	通信販売事業本部	
		営業推進部	システム開発担当部長	
	木村 安博	(株)イトーヨーカ堂		
		情報システム部	マネージャ	
	小坂 徹	サンエス(株)	情報システム部	課長
	小林 忠	プロクター・アンド・ギャンブル・ファー・イースト・インク(P&G)		
		経営システム本部		
		コーポレート/PSシステムズ		
			アソシエイトディレクター	
	駒田 敬志	ジャスコ(株)		
		情報システム部	ECシステム開発グループ	
			総括マネージャー参事	
	財前 和博	(株)マイカル	システムズ	
		取締役	システムサービス部	部長
	品田 裕司	サッポロビール(株)	情報システム部	担当副部长
	鈴木 豊	(株)東武百貨店		
		営業推進部	販売促進課	課長

	高橋 寛治	雪印アクセス(株)	
		取締役	情報システム部 部長
	長澤 文夫	(株)セゾン情報システムズ	
		流通第一営業部	マネージャー
	西部 弘司	貝印(株)	情報システム室 室長
	長谷川喜生	(株)ハセガワ	営業企画部/システム開発部
			取締役部長
	原 正浩	(株)菱食	
		マーケティング本部	
		RS統括部RSチーム	主事
	盤若 義一	(株)プラネット	常務取締役
	森田 和義	(株)大山	取締役 情報システム部 部長
	矢野 隆久	花王インフォネットワーク(株)	
			代表取締役 社長
	渡辺 桂一	(株)長崎屋	
		経営管理室	システム物流部 部長
オブザーバー	石川 一彦	日本電気(株)	
		流通業SI事業部	
		ECビジネス推進部	部長
	伊藤 大挙	富士通(株)	
		第二システム事業部	
		ニュービジネス推進部	部長
	太田 和俊	マイクロソフト(株)	
		ソリューションデベロッパー事業部	
		インダストリーマーケティング部	
		流通グループ	課長
	太田 光憲	日本電信電話(株)	
		法人営業本部 第二営業部	
		システム部	第三システム担当
	大野 仁	凸版印刷(株)	
		商印事業部	
		マルチメディア企画開発本部	本部長
	大西 博久	(株)日立製作所	
		産業第3システム部	部長
	久保田靖夫	大日本印刷(株)	
		C&I総合企画開発本部	本部長

出口 俊樹	共同印刷(株)		
	技術本部 情報技術研究部		次長
中村 能章	日本電信電話(株)		
	法人営業本部 第二営業部		
	システム部 第四システム担当		部長
松浦 邦雄	日本電信電話(株)		
	法人営業本部 第二営業部 流通営業部		部長

【途中退任】
委員

オブザーバー	原田 努	㈱菱食	取締役	システム統括部長
	斎藤 洋	共同印刷(株)		
		技術本部 商品開発部		部長
	林原 俊明	凸版印刷(株)		
		マルチメディア事業部		本部長

平成9年度 流通業電子化取引標準化調査研究委員会

E D I 商談／画像標準化ワーキング委員名簿

(氏名 五十音順)

主 査	大高 正彦	(株)ダイエー情報システム 通信ネットワーク本部	統括マネージャー
副 主 査	財前 和博	(株)マイカルシステムズ 取締役 システムサービス部	部長
委 員	大森 勝次郎	ライオン(株) 家庭品営業本部 営業システム部	主任部員
	籠谷 育英	(財)家電製品協会 流通E D I 標準化推進委員会	委員長
		(株)東芝 映像メディア事業本部 情報システム担当参事	
	北澤 清	ジャスコ(株) 情報システム部 商品システムグループ	マネージャー
	木村 安博	(株)イトーヨーカ堂 情報システム部	マネージャ
	小坂 徹	サンエス(株) 情報システム部	課長
	品田 裕司	サッポロビール(株) 情報システム部 担当副部長	
	島 敏明	国分(株) システム推進担当システム第二部 オープンシステム担当	課長
	鈴木 豊	(株)東武百貨店 営業推進部 販売促進課	課長
	田上 正勝	(株)プラネット ネットワーク推進部	チーフプランナー
	土岐 守	花王インフォネットワーク(株)	取締役
	長澤 文夫	(株)セゾン情報システムズ 流通第一営業部	マネージャー
	中村 隆行	味の素ゼネラルフーズ(株) ロジスティックス部 生販・物流グループ	課長
	西部 弘司	貝印(株) 情報システム室	室長
	原 正浩	(株)菱食 マーケティング本部 R S 統括部 R S チーム	主事

オブザーバー	石川 一彦	日本電気(株) 流通業S I 事業部 E Cビジネス推進部	部長
	伊藤 大挙	富士通(株) 第二システム事業部 ニュービジネス推進部	部長
	太田 和俊	マイクロソフト(株) ソリューションデベロッパー事業部 インダストリーマーケティング部 流通グループ	課長
	太田 光憲	日本電信電話(株) 法人営業本部 第二営業部 システム部	第三システム担当
	大野 仁	凸版印刷(株) 商印事業部 マルチメディア企画開発本部	本部長
	久保田靖夫	大日本印刷(株) C & I 総合企画開発本部	本部長
	春本 昌宏	共同印刷(株) 技術本部 情報技術研究部	技師補
	中村 能章	日本電信電話(株) 法人営業本部 第二営業部 システム部	第四システム担当
	松浦 邦雄	日本電信電話(株) 法人営業本部 第二営業部 流通営業部	部長
	蓑島 新一	(株)日立製作所 産業システム技術部	主任

【途中退任】

委員

オブザーバー	原田 努	(株)菱食	取締役	システム統括部長
	斎藤 洋	共同印刷(株) 技術本部 商品開発部		部長
	林原 俊明	凸版印刷(株) マルチメディア事業部		本部長

事務局

小野	耕三	(財)流通システム開発センター	常務理事
古川	久夫	研究開発部 E C グループ	次長
緑川	正雄	研究開発部 E C グループ	主任研究員
福田	茂利	研究開発部 E C グループ	上級研究員
坂本	真人	研究開発部 E C グループ	研究員
朝野	敦	研究開発部 E C グループ	研究員
西村	啓一	研究開発部 E C グループ	研究員
鈴木	大介	研究開発部 E C グループ	研究員

— 目 次 —

第1章 本研究の目的及び研究体制	1
1. 本年度研究の目的	1
2. 調査研究の内容	2
3. 調査研究の方法	2
4. 調査研究事業推進体制	3
5. 調査研究のとりまとめ方針	3
第2章 商談における商取引標準化研究	5
1. 流通EDI「電子取引標準規約」における 本研究の「商談」の位置づけ	5
2. 本研究における商談のための「電子商談業務規約（案）」	11
第3章 商談におけるEDI標準化研究	15
1. 電子商談のための画像技術の利用方法	19
2. 商品画像利用技術要素の標準化内容及び運用に際してのガイドライン ..	32
2-1. 商品画像利用条件	32
2-2. 商品画像ファイル交換フォーマット	37
2-3. 商品説明文字情報	40
2-4. 商品データ格納方法	50
2-5. 伝送方法	53
2-6. ネットワーク	54
第4章 今後の課題	57
参考資料	
I. 商品画像運用ガイドライン	59
II. 画像センタ運用／利用規約例	89
III. 画像データ交換契約例	97
IV. 画像ファイル交換フォーマット詳細	99
V. 運用画面イメージ及びHTML記述例	105
VI. 画像ファイル入力機器	117
VII. 用語集	119

第 1 章 本研究の目的及び研究体制

第1章 本研究の目的と研究体制

1. 本年度研究の目的

我が国の流通業界は受発注を中心にE D Iが広く普及してきており、業務効率化に大きな効果を発揮している。また、受発注から請求・支払いに至る商取引全般にわたるE D Iの標準化についても、E D I F A C Tをもとに流通標準E D Iメッセージ集（J E D I C O S）が開発され、より高度な商取引情報の交換と活用による効果的な企業連携の実現に向けて、普及の段階を迎えている。

一方、近年の情報技術の進歩は著しく、パソコンの高機能化とインターネット技術の発展の中から、画像やテキストを自由にデータ交換可能にする「W e b技術」が生まれ、広く発展しつつある。O B N（Open Business Network）に代表されるビジネス専用のT C P / I Pネットワークも普及が始まり、画像データ交換を伴うE D Iの実現性を、より現実的なものとしつつある。

近年、流通業界では、商談業務の合理化・省力化を実現するための電子商談及び棚割画像を用いた商品企画提案などの商品画像データ交換を伴うE D Iへの感心が高まり、企業間商取引の一層の効率化を実現するための実用化研究も行われはじめ、利用拡大に向けた標準化が望まれている。

これらの動向を踏まえ、本年度は、昨年度までの3年間にわたる通商産業省の「流通業における電子化取引標準化調査研究」の結果としてとりまとめた「電子取引標準規約」の中で、画像利用の伴う商談業務をテーマとして、電子商談のための標準メッセージの開発の検討を行うとともに、電子商談の中核技術であるE D Iのための画像利用技術の活用の検討を行うこととした。本研究にあたっては従来のバッチ主体のE D I技術のみならず、W e b技術の適用検討を併せて行い、流通業のより一層

の効率化・高度化に寄与することを目的とする。

2. 調査研究の内容

(1) 対 象

平成8年度の調査研究に引き続き、商取引のうち受発注に関し電子化取引が広く取り入れられている補充発注型の商品であるグローサリー（菓子、加工食品、日用雑貨品）の小売業・卸売業・商品メーカー間における商取引を調査研究の対象とする。

(2) 商取引の標準化

平成6年度から平成8年度の調査研究結果を踏まえ、小売業・卸売業・商品メーカー間におけるグローサリーの商取引において、商談段階における以下の調査研究を行う。

- ①電子取引標準規約に基づいた標準メッセージの商取引データの項目の検討
- ②標準メッセージを用いて商取引を行う際の画像データの活用の検討

(3) E D I 標準化

平成6年度から平成8年度の調査研究結果を踏まえ商取引の標準化調査研究との連携を保ちながら、以下の調査研究を行う。

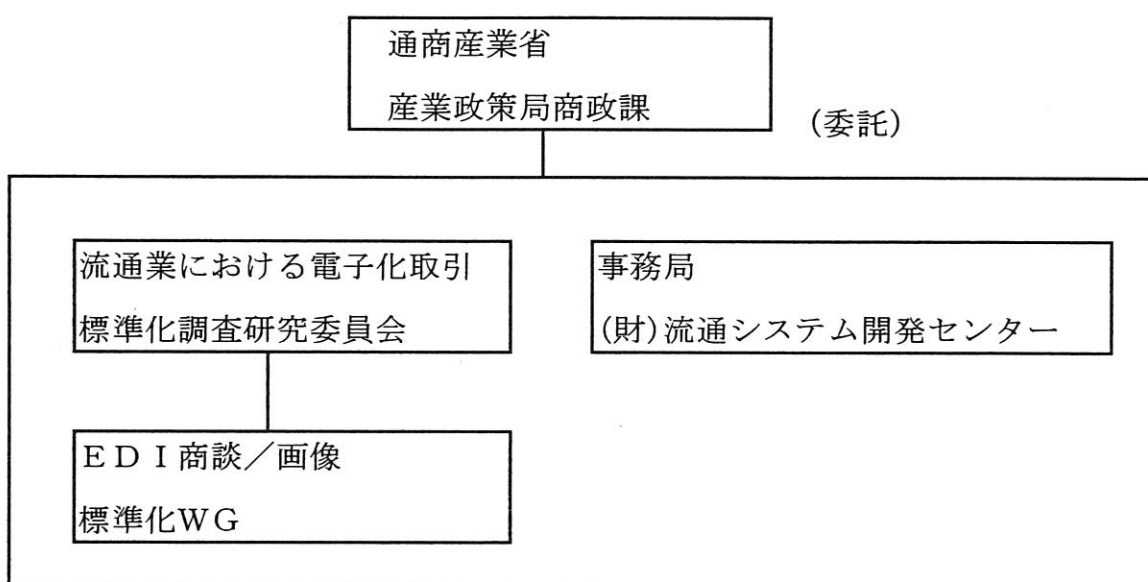
- ①電子商談のためのE D I 標準メッセージの開発の検討

3. 調査研究の方法

流通業及び関連する企業の代表者、有識者、印刷メーカ及びコンピュータメーカなどからなる委員会を設置し、本事業の実施、推進にかかわる課題の検討を行い、画像技術に関する最新動向調査及び流通業における画像

利用技術に関する標準化推進策を取りまとめた。今回の調査研究は「商談」という比較的狭い業務範囲に限定されるため、商取引標準化調査研究及びE D I 標準化調査研究を1つのWGでまとめて行うこととした。具体的検討に際しては、本委員会の下に、E D I 商談／画像標準化WGを設置して、詳細な検討を行った。

4. 調査研究事業推進体制



5. 調査研究のとりまとめ方針

平成8年度までの3年間の電子化取引標準化調査研究では、その対象がデータ量の多い受発注、物流、決済業務を中心に標準メッセージの検討等を行った。

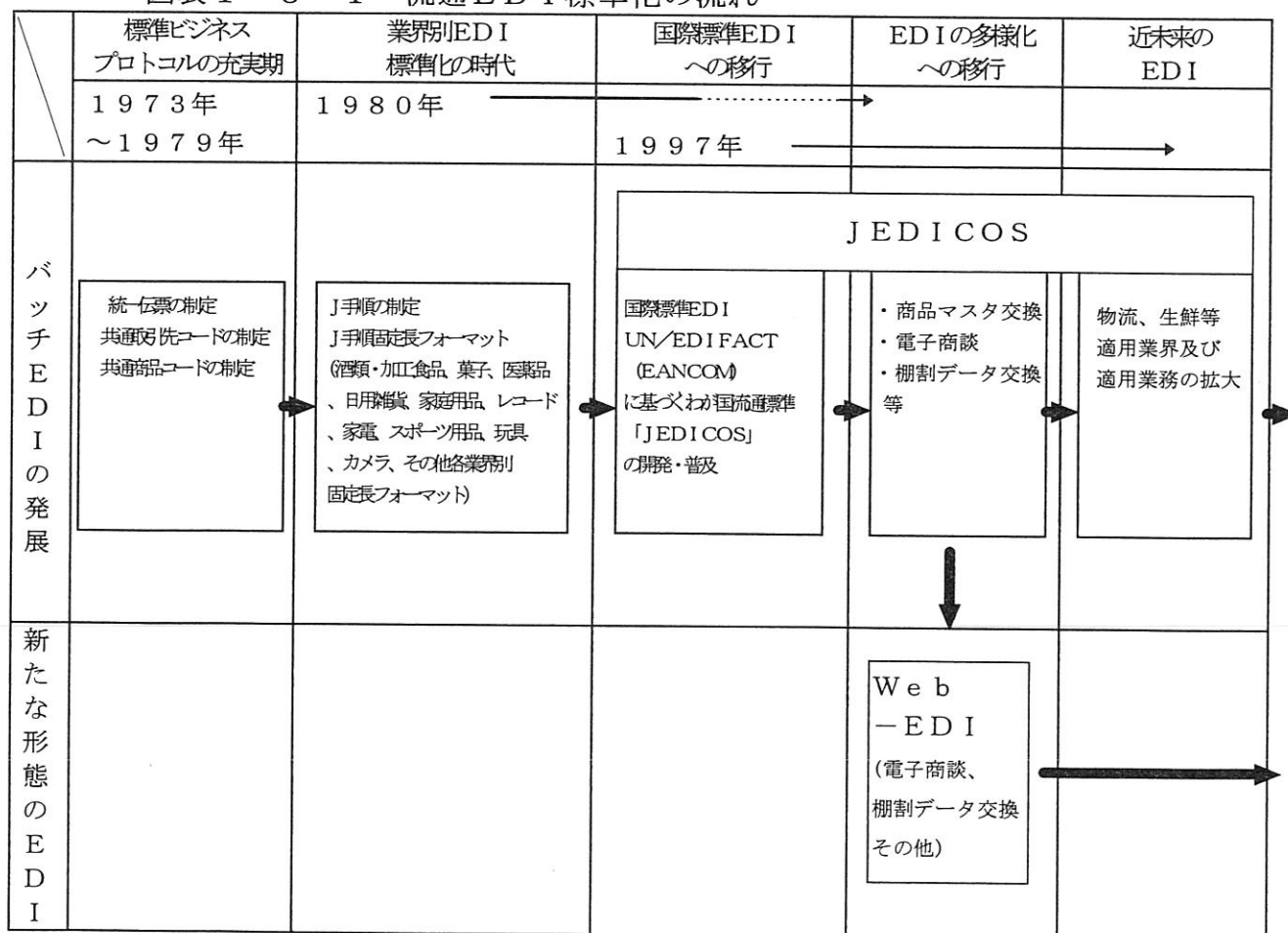
今回の調査研究の対象である「商談」は、データ量は少なく、「その発生頻度が高い」、「文字と画像を同時に送る」などの特徴があり、昨年度までの調査研究とは異なる点がある。

他方、パソコン技術やインターネット技術の高度化が進む中で、画像や文字情報を総合的にデータ交換可能とする技術としてW e b 技術が注目されている。

EDIにおける画像交換技術については、ISOにおいてEDIFACTによる標準化（ISO9735-8）が行われ、従来のバッチ型式によるメッセージの技術規格が規定されたところであるが、Web技術は、低コストで操作性の高いシステム開発が容易であるため、ヨーロッパにおいても国際EAN協会加盟のスペイン、イギリス、フランスのコードセンター等でEDIへの応用も検討されている。わが国の流通業界においても、「商談」の業務特性に配慮し、Web技術のEDIへの導入の期待が高まっている。

そこで、本年度の調査研究は、商談業務におけるEDIの標準化をテーマとしつつ、従来のバッチ型のメッセージ交換を中心としたEDIの検討だけではなく、EDIへの画像利用技術、とりわけWeb技術の活用研究も併せて行うこととした。

図表1-5-1 流通EDI標準化の流れ



第2章 商談における商取引標準化研究

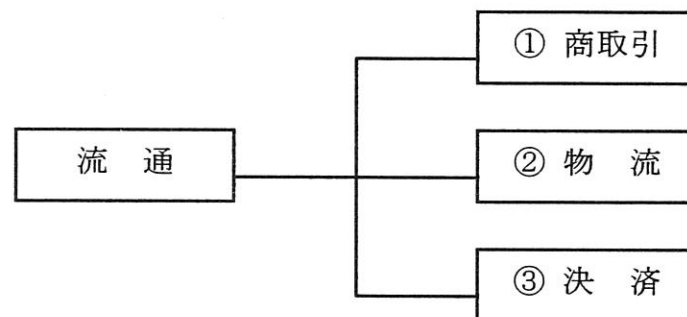
第2章 商談における商取引標準化研究

1. 流通EDI「電子取引標準規約」における商談の位置づけ

(1) 流通の基本構造

流通EDIは流通活動の一環であり、流通活動に伴う全ての情報を含んでいる。従って、流通EDIの構造は、「流通」そのものの構造である。

「流通」を実務に則したかたちで分類すると、商取引（機能）で売買契約を締結する。物流（機能）で売買契約した顧客に商品を納入し、その商品の所有権が移転する。商品所有権の移転に伴って生じる債権・債務とそれを解消するための決済（機能）である。これを考慮して、「流通」の構造は、ここでは以下の通りとする。



① 商取引

売買契約の確定機能。

② 物流

売買契約に基づく、商品の輸送及び受け渡しによる商品の物的流通と所有権移転の機能。

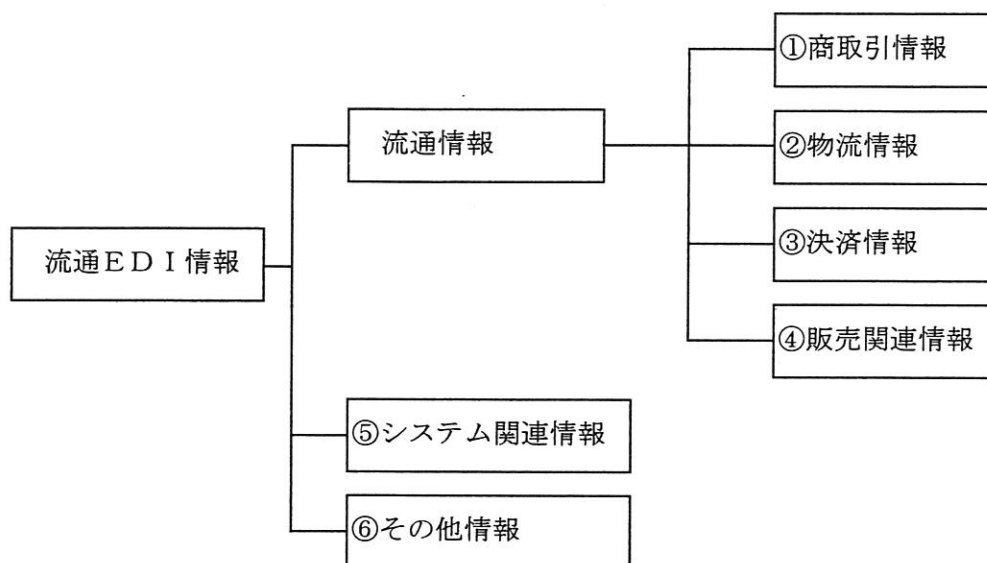
③ 決済

売買契約に基づく、債権・債務の確定と決済の機能。

流通はこのように、商取引、物流、決済という3段階の流通機能に大別される。

(2) 流通EDIの基本構造

流通EDIは、前述の「流通の基本構造」をもとに電子的手段により具現化されたものであり、取り扱う情報を類別すると下図のようになる。



① 商取引情報

売買契約に関する情報。

② 物流情報

売買契約に基づく、商品の輸送、受け渡しの完了、商品所有権の移転等に関する情報。

③ 決済情報

債権・債務と決済に関する情報。

④ 販売関連情報

POS情報、顧客情報などマーケティングに関する情報。

⑤ システム関連情報

JICFS_(注) など、POSマスタメンテナンスに関する情報。

⑥ その他情報

店舗休日案内など。

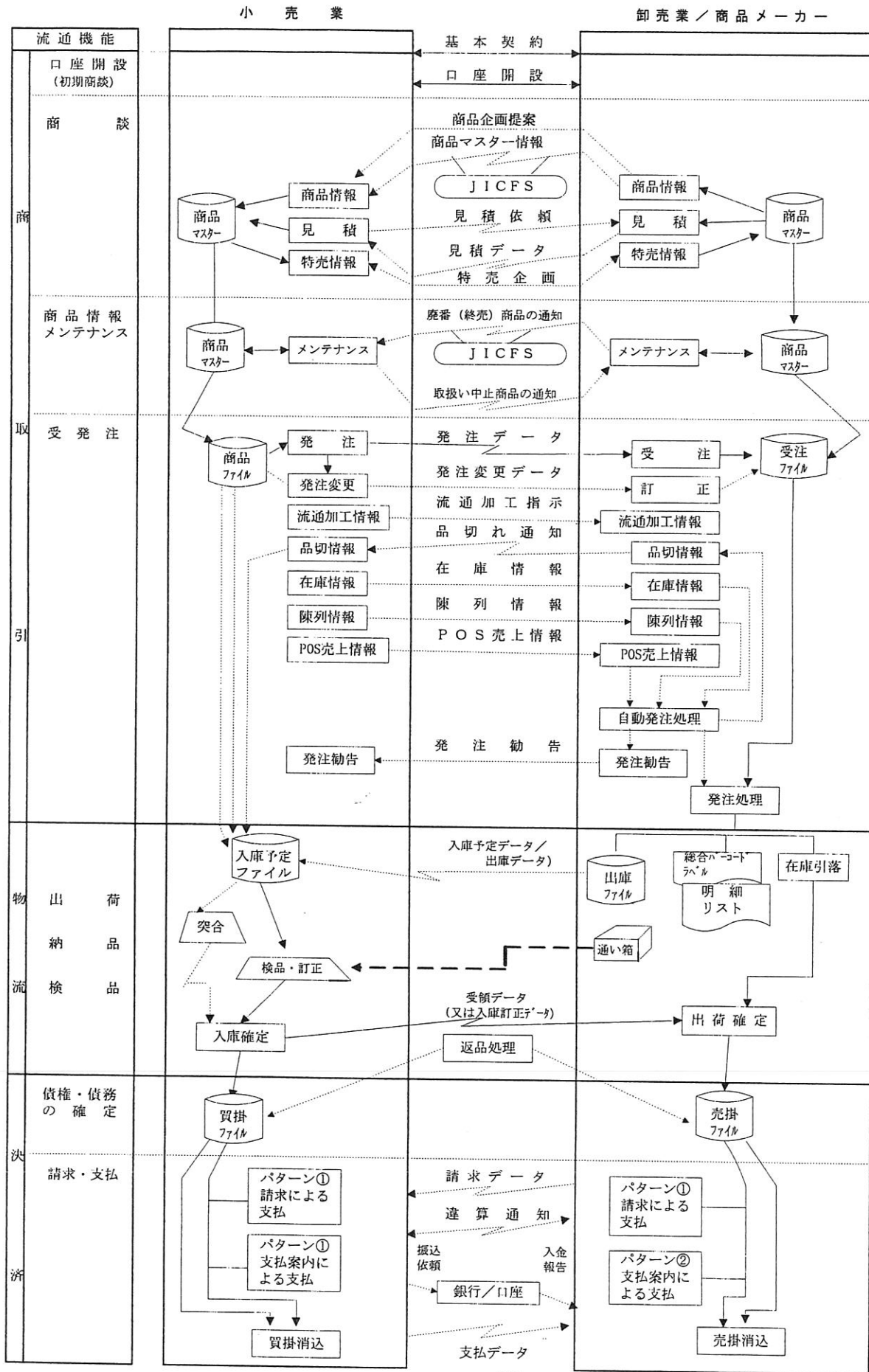
流通EDIにおける電子取引では、これらの①から⑥の情報を小売業と卸売業／商品メーカー間でEDIにより交換し合うことになる。

(注) J I C F S (JAN Item Code File Service) とは、(財)流通システム開発センターが運営する公共的な商品情報データベースのこと。小売業や卸売業の各企業における商品マスタメンテナンスの効率化を支援する目的で、JANコードや商品名、規格(容量、サイズ)、希望小売価格などの商品情報を収集・蓄積して、小売業や卸売業、VAN会社等の流通関連企業に提供するデータベースサービスシステムである。

(3) 流通EDIにおける「電子取引標準規約」システムフロー

流通EDIにおける「電子取引標準規約」システムフローの概要は図表2-1-1の通りであり、「流通の基本構造」を踏まえて、商取引(口座開設(初期商談)、商談、商品情報メンテナンス、受発注)、物流(出荷／納品、検品)、決済(債務／債権の確定、請求／支払)という3つの基本要素と返品から構成されている。

図表 2-1-1 流通EDIによる「電子取引標準規約システムフロー」概要



（４）流通EDI「電子取引標準規約」における商談の位置づけ

本年度の研究は、商取引のうち商談について調査研究を行なうこととした。流通EDIにおける電子取引標準規約で定義された商談の内容は以下の通りである。

・商取引－商談

取引当事者間において取引基本契約、口座開設等の取引の開始に係わる初期商談が成立すると、次に個々の商品単位の商談に入る。商談はまず、販売企業から通常取引商品や特売商品、新商品等の商品情報（JANコード、商品名、価格、規格、用途等）をJICFSや商品見本／カタログにより提供する。これらの商品情報をもとに購入企業は購入予定商品を選定し、購入希望条件（見積条件）とともに見積作成を依頼する。見積条件には値札加工等の流通加工指示の含まれる場合がある。

見積り依頼を受けた販売企業は、売買（取引）条件を設定し、見積りを行う。見積りを受領した購入企業が、購入の意思決定をするまで見積りが繰り返される。

電子取引標準規約の中で、受発注以降の業務は、従来から固定長によるEDIが普及し、流通企業も業務内容に精通しているため、その経験をもとに、業務の内容が検討され、整理された形で調査研究が行われ標準化されている。

しかしながら、商談業務の内容についてはこれまでの調査研究で充分検討されているとはいえない。さらに適用技術に関しても、従来のバッチ型を前提としたEDIの検討だけではなく、Web技術を活用したEDIの検討が有効であると考えられる。

従って、今回は商談についての業務内容の分析と、電子取引標準規約

の商談機能より詳細に整理し、画像データの利用技術要素も併せて整理した。

以上の研究成果については、次節に整理した。

2. 本研究における商談のための「電子商談業務規約（案）」

（１）目的

商取引の一環である商談についての電子化・標準化を図るためには、商談業務そのものの手続きが明確にされなければならない。

そのため、平成６年度から平成８年度の流通業における電子取引標準化調査研究において標準化された電子取引標準規約のうち、商談の部分について再度詳細に検討を行い、商品画像情報の活用を含めて、電子商談の業務手続きを明確にした。これが本「電子商談業務規約（案）」である。

（２）適用範囲

①本規約の適用対象となる商品の取引

補充発注型商品であるグロサリー（日用雑貨、加工食品、菓子等）、医薬品、衣料品、インテリア商品等、広く卸売業及び商品メーカーが扱う商品の取引を対象とする。

②対象取引範囲

小売業と商品供給企業（卸売業／商品メーカー）間の商談を対象とする。

③本規約の適用対象となるメッセージ

商談業務の基本となる全てのメッセージを対象とする。

（３）流通EDIにおける「電子商談業務規約」システムフロー（案）

流通EDIにおける「電子商談業務規約」システムフロー（案）の概要は図表２－２－１の通りである。

(4) 電子商談業務規約（案）

口座開設、取引基本契約等の初期商談が成立した後に、本電子商談業務を行う。

①商品データの提供

卸売業／商品メーカーは、商談の対象となる商品の商品データ（商品画像データ及び商品説明文字情報）を作成し、小売本部に送信する。

②画像センタ経由の商品データの提供

卸売業／商品メーカーは、あらかじめ画像センタに商品データを登録しておく。

卸売業／商品メーカーは、その小売業との商談に必要な商品データ項目を付加して画像センタ経由で、小売本部に対し自社の商品データを送信する。

③商品採用仮決定

小売業の購買担当者は、送られて来た商品データの画像データと商品説明文字情報を見て、商品採用のための面談を行うかどうかを判断し、行うと判断した場合には、採用仮決定の通知を卸売業／商品メーカーに送信する。

④面談による商品採用決定

小売業の購買担当者と卸売業／商品メーカーの営業担当者で面談による商談を行い、価格、納入予定時期、初回納入予定数量などを確定する。小売業は最終的に商品の採用を決定する。

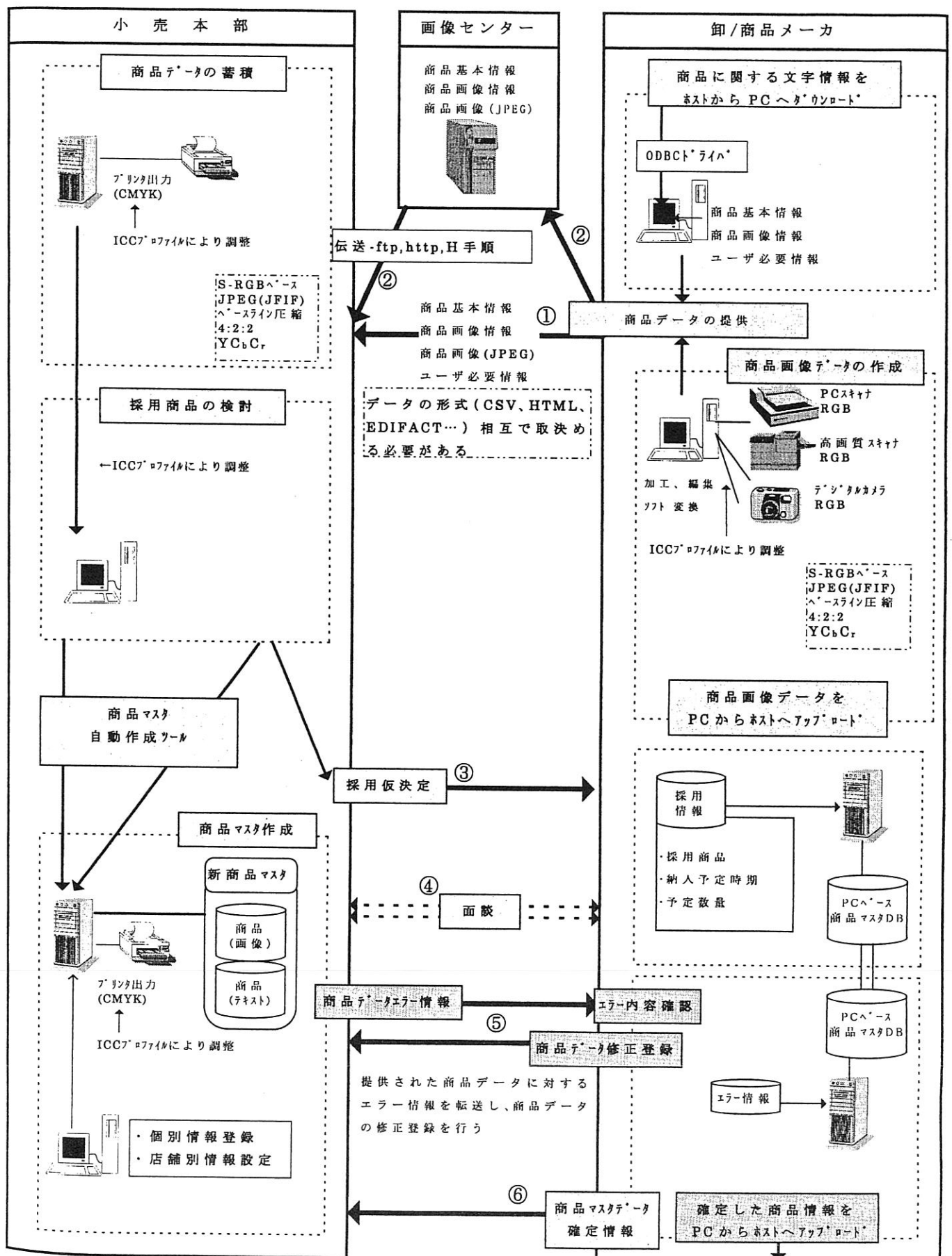
⑤商品データ修正登録

小売業では商品データのエラー情報を卸売業／商品メーカーに通知する。卸売業／商品メーカーはエラー情報を基に修正登録を行い、その結果を小売業に通知する。

⑥商品マスタ登録

小売業及び卸売業／商品メーカーは採用確定した新商品の商品データを自社の商品マスタに登録する。

図表 2 - 2 - 1 電子商談業務規約のシステムフロー（案）



①～⑥は「本章 2. (3) 流通 E D I における「電子商談業務規約」システムフロー（案）」の説明文の番号に対応する。

第3章 商談におけるEDI標準化研究

第3章 商談におけるEDI標準化研究

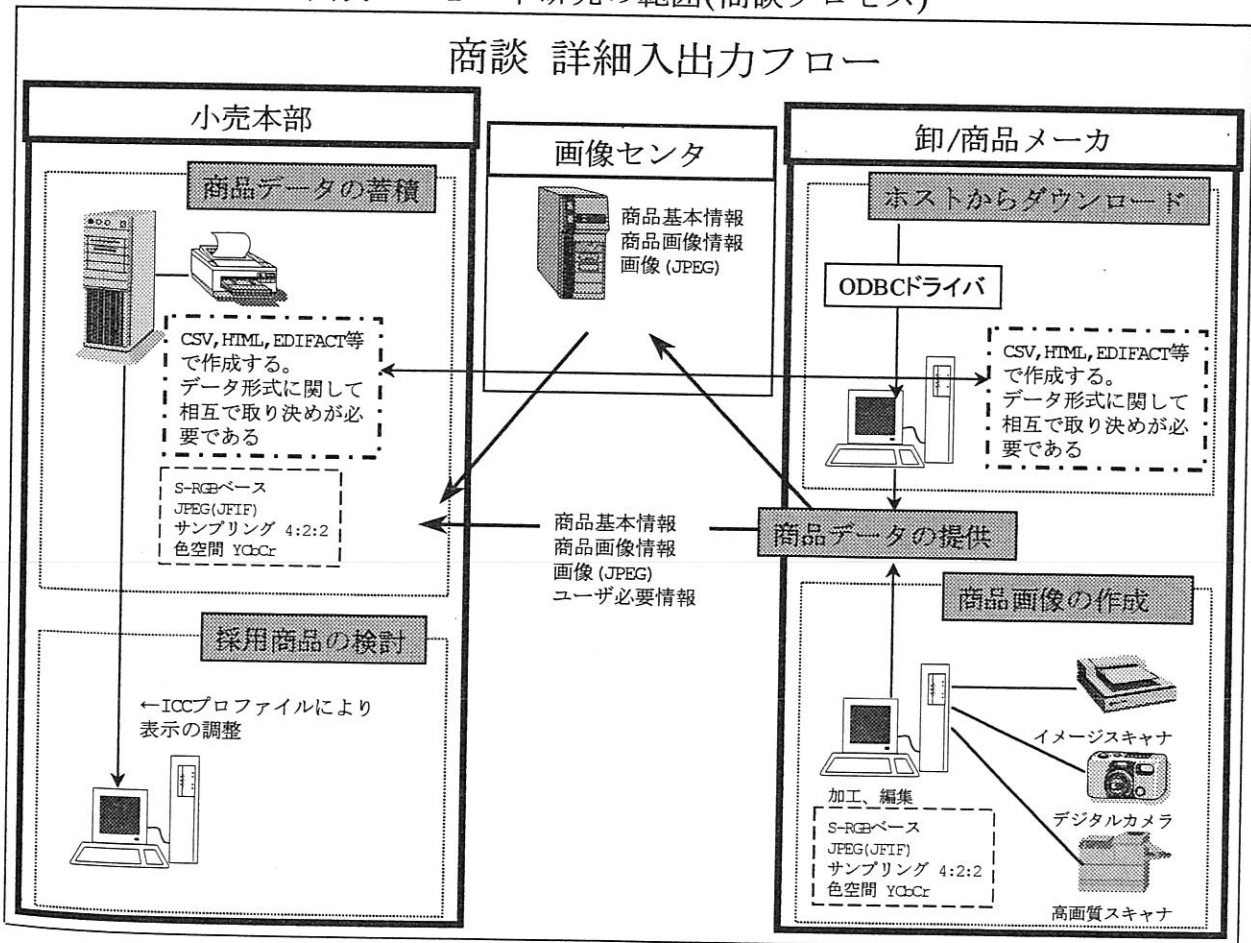
商談は、一般的に商品1アイテムごとに発生する業務である。つまり1つの商品ごと取引当事者間で、新商品情報を提供し、その商取引の可否を協議し、判断する業務である。

この商談が電子化され、電子商談となる場合は、そのシステムの特長は、1回当たりのデータ量は、商品1アイテムに付属するデータで交換されることとなり、そのデータ量は「受発注」のような大量アイテムのデータ交換を前提としたバッチEDIよりもはるかに少ない。しかし「商談」成立までのデータ交換の頻度は多いという業務特性がある。

こうした電子商談がもつ業務特性を考慮したEDIの標準化の方法として今回はWeb技術を主体とした標準化検討を行い取りまとめた。

本研究では、商談におけるEDI標準化の研究として、商品画像を含む商品情報の提供業務(図表3-1)を対象とし、とりわけ中核となる画像

図表3-1 本研究の範囲(商談プロセス)



情報利用技術について、その運用形態別の整理と、E D I 技術要素の標準化を行った。

また、研究を進める上では、システム構築の容易さと将来の技術動向を勘案し、将来性のある業界デファクト技術を優先的に採用するとともに、技術要素に応じ、標準として規定するもの、ガイドラインとして推奨するものに区分してとりまとめを行った。

これらの研究成果は、C S V、H T M L、E D I F A C T等、ユーザーの様々な利用環境に応じて汎用的に利用可能なものであるが、本報告書では、主にW e b技術を用いた運用についてとりまとめた。

以下に本章でとりまとめた本年度の商談におけるE D I 標準化研究の研究概要を説明する。

(電子商談のための画像技術の利用方法)

- ・小売業－卸売業／商品メーカー間の商談フェーズにおける商品画像利用方法について運用形態に応じて4つのパターンに分類し、具体的な運用例を整理した。

(商品画像利用技術要素等の標準化)

引き続き画像利用技術要素についての標準化の内容及び運用に際してのガイドラインを記述した。

- ・商品画像利用条件では、画像センタの運用業者のノウハウを参考にして商品画像データ概要、種類、ピクセルサイズなど商品画像体系について運用上のガイドラインを記述した。さらに、今後電子化によって課題が複雑化すると考えられる著作権・版権について同様のガイドラインを示した。
- ・商品画像ファイル交換フォーマットでは、J P E Gベースの商品画像伝送フォーマットの標準化内容について記述した。
- ・商品説明文字情報では、まず商談のための必須な商品基本情報と取引に関する取引当事者間で個別に取決めるユーザ必要情報について記述した。これらの項目は、本資料では流通標準E D I (J E D I C O S) メッセージから必要と思われる項目を抽出した。次に、これ以外の商品説明文字情報として商品画像の属性や著作権関連情報などの商品画像情報を記述した。

- ・商品データ格納方法では、データをユーザ間でやり取りするためのガイドラインとして商品データの格納方法について記述した。また、商品説明文字情報を伝送するためのファイル形式（C S V，H T M L，E D I F A C T等）と格納パターンについて記述した。さらに商品データの送受信に必要な商品画像と商品説明文字情報の関連についても明らかにした。
- ・伝送方法では、商品画像や商品説明文字情報の伝送に用いる伝送プロトコルを明確にした。これらについては、デファクトとして用いられているH手順、H T T P、F T P等の利用方法について記述した。
- ・ネットワークでは、電子商談のためのセキュアドネットワークとして規格化されたO B Nと、多くのユーザが利用しているインターネットについても検討している。これらのネットワークを前提に利用イメージ及び注意点を整理した。

これらの商品画像利用方法及び画像利用技術要素については、標準として推奨する利用技術要素、指針として推奨する利用技術要素、電子商談を行うにあたって当事者間で取り決めとした利用技術要素の3つに分けて整理した（図表3-2）。

図表3-2 電子商談のための利用技術要素と標準化の関係

電子商談を行う場合に必要とされる利用技術		標準化内容
1. 電子商談のための画像技術の利用方法（運用形態）		△
2-1. 商品画像 利用条件	商品画像体系	○
	商品画像ファイル交換に関わる諸権利の取り扱いについて	△
2-2. 商品画像ファイル交換フォーマット		◎
2-3. 商品説明 文字情報	商品基本情報	◎
	商品画像情報	◎
	ユーザ必要情報	◎
2-4. 商品データ格納方法		○
2-5. 伝送方法		△
2-6. ネットワーク		△

◎：電子商談を行うにあたって標準として推奨する利用技術要素
標準として利用されている利用技術要素。

○：電子商談を行うにあたって指針として推奨する利用技術要素
検討の過程で、掲げた技術が1つだけで、その技術が有用と判断したが、各種利用形態により柔軟な対応が必要な事項であるため、指針として推奨するとした利用技術要素。

△：電子商談を行うにあたって当事者間で取り決めとした利用技術要素
検討の過程で、掲げた技術が複数存在し、それぞれの技術が有用と判断した。1つの技術で標準化することよりも普及・促進を優先して、当事者間の取り決めとした利用技術要素。

1. 電子商談のための画像技術の利用方法

(1) 4つの運用形態

商談フェーズでは、卸売業／商品メーカーが商品情報を作成し、小売本部に情報を提供する。この場合に、実際の運用形態には大別すると4つのパターンが考えられる。この4つのパターンを以下に示す。

パターン1	卸売業／商品メーカーで商品情報データを作成し、小売本部にデータを送信する場合
パターン2	卸売業／商品メーカーで商品情報データを作成した後、小売本部から卸売業・商品メーカーのサーバに接続してデータを受信する場合
パターン3	小売本部が提供する登録インタフェースを利用し、卸売業／商品メーカーが商品データを登録する場合
パターン4	パターン1～3において、商品画像の取得に関しては画像センタを利用する場合

(2) データ管理項目

商品データの送受信には、データの提供者(企業・部署)、データの取得者(企業・部署)、データの作成日時並びにデータの登録時間を表す提供日時、グループ識別、データ種別、データ分類コード等のデータ管理項目を併せて送受信する必要がある。また、それらと商品画像ファイル本体とのリンク方法を規定する必要がある。

- ・「データの提供者(企業・部署)」「データの取得者(企業・部署)」は、セキュリティ対策としてデータの登録や取得に対して、それぞれの場面で相手方の認証を行うために必要になる。
- ・「データ作成日時」「データ提供日時」は、情報の登録・更新に関する基本情報としてだけでなく、商品情報を運用するそれぞれのサイトで送受信データを一意に識別するための情報としても用いられる。
- ・「グループ識別」は、送受信する当該企業間で取り決めたデータ種別とデータ分類コードとの組合せによる識別のために必要となる。

- ・「データ種別」は商品情報（商品マスタ、棚割情報等）データ利用用途等を識別するために必要となる。
- ・「データ分類コード」はグループ内でのデータファイルの構造を理解するために必要になる。

商品画像ファイル本体とのリンク方法は、商品説明文字情報と商品画像を別々に送受信する際、商品説明文字情報と商品画像の間の対応関係を取るために規定する必要がある。

利用分類と商品データの送受信に必要な管理項目を図表 3-1-1 に示す。

図表 3-1-1 運用形態の分類とデータの送受信に必要な管理項目

パターン	データの登録・取得方法	データ提供企業	データ提供部署	データ取得企業	データ取得部署	データ作成日時	データ提供日時	グループ識別	データ種別	データコード	ファイル名称	商品画像とのリンク
1	卸/メーカーのクライアントでファイルを作成した後で小売本部に商品データを転送(HTML)		ログインID	-		HTML作成時	送信時	*1	*1	*1	*2	HTML内でリンク(商品画像の一意性を考慮)
2	卸/メーカーは自社のサイトに商品データを登録し、この後小売本部が登録された商品画面を呼出して必要情報を取得		-	ログインID		HTML作成時	受信時	*1	*1	*1	*2	HTML内でリンク(商品画像の一意性を考慮)
3	個別 卸/メーカーが小売本部の商品データを登録画面を呼出し、データを一商品ごと入力して登録		ログインID	-		-	入力時	基本情報に入力	-	-	-	-
	一括 卸/メーカーが小売本部の商品データを登録画面を呼出し、事前に複数商品について一括作成しておいたデータを登録(CSV)		ログインID	-		CSVファイル作成時	送信時	基本情報に入力 *3	-	*3	*4	企業間で商品画像のフォーマット標準化が必要
4	商品画像の登録取得に関してのみ画像センタを用いる	パターン1~3を組み合わせ構成される。利用場面に応じてパターン1~3の適用が考えられる。										

- *1 相互でファイル名から商品情報、ファイル構成等を認識するために規約が必要となる
 *2 *1よりファイル名称に規約として持たせる方法が考えられる
 *3 商品画像を別途送信する場合に商品説明文字情報とのリンクのために必要となる
 *4 商品画像送信時は考慮が必要
 はデータ管理用項目

以下に、Web技術を用いた商品データ送受信の4つのパターンの運用例を詳細に記述する。

1-1. パターン1

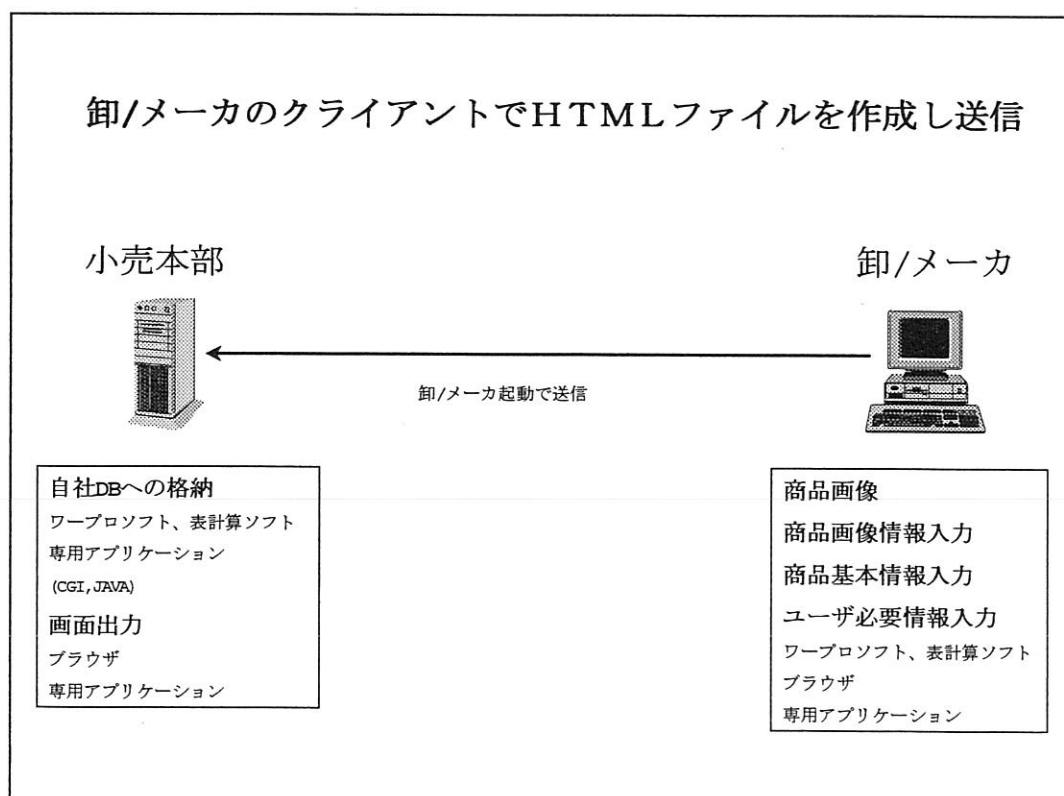
パターン1は、卸売業／商品メーカーで商品データを作成し小売本部に送信する例である。卸売業／商品メーカーではスキャナ、デジタルカメラ等で商品画像を作成するとともに、自社のマスタデータベースから商品データを抽出し、HTMLファイルを専用アプリケーションまたは市販のソフトウェア等で作成する。商品画像情報、商品画像、ユーザ必要情報等の関連付けられた一つの商品のHTMLファイルが作成される。小売本部との間で取り決めたディレクトリに作成した全てのファイルを送信し作業は終了する。

全てのファイルを送信するには専用アプリケーションまたは市販のソフトウェア等を利用することにより一回の操作で送信可能である。

また全てのファイルをディレクトリ構造ごと圧縮して一つのファイルとして送信する方法もある。

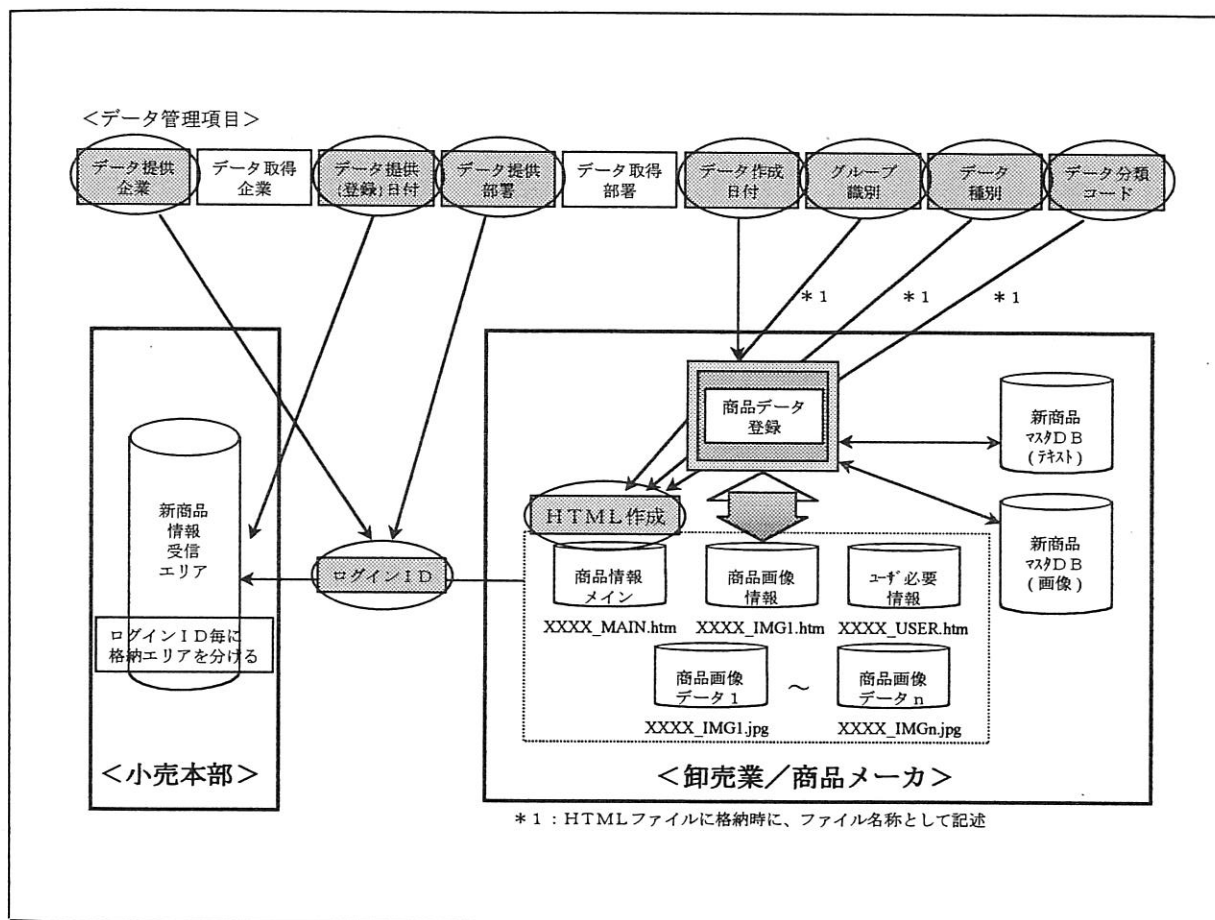
パターン1の運用例を図表3-1-2に示す。

図表3-1-2 パターン1の運用例



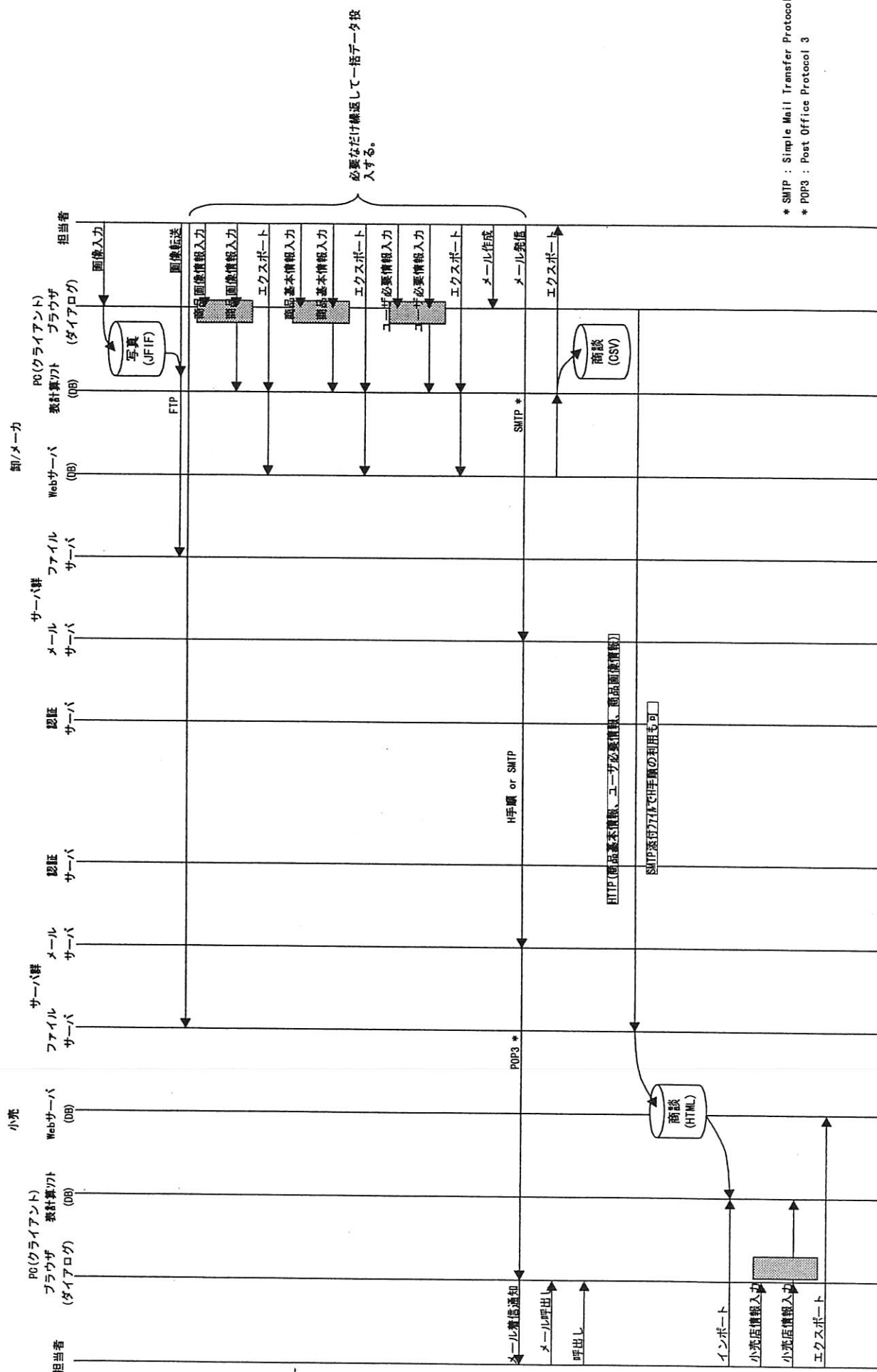
パターン1では、データ管理項目の入力または取得イメージを図表3-1-3に示す。図中で白抜きになっている項目は考慮する必要のない項目である。

図表3-1-3 データ管理項目の入力または取得イメージ



パターン1の、商品データ作成及び商品データ送信に関する、詳細シーケンスを図表3-1-4に示す。

図表 3-1-4 パターン1:卸売業・商品メーカーで商品情報データを作成し、小売本部にデータを送信する場合の通信シーケンス例



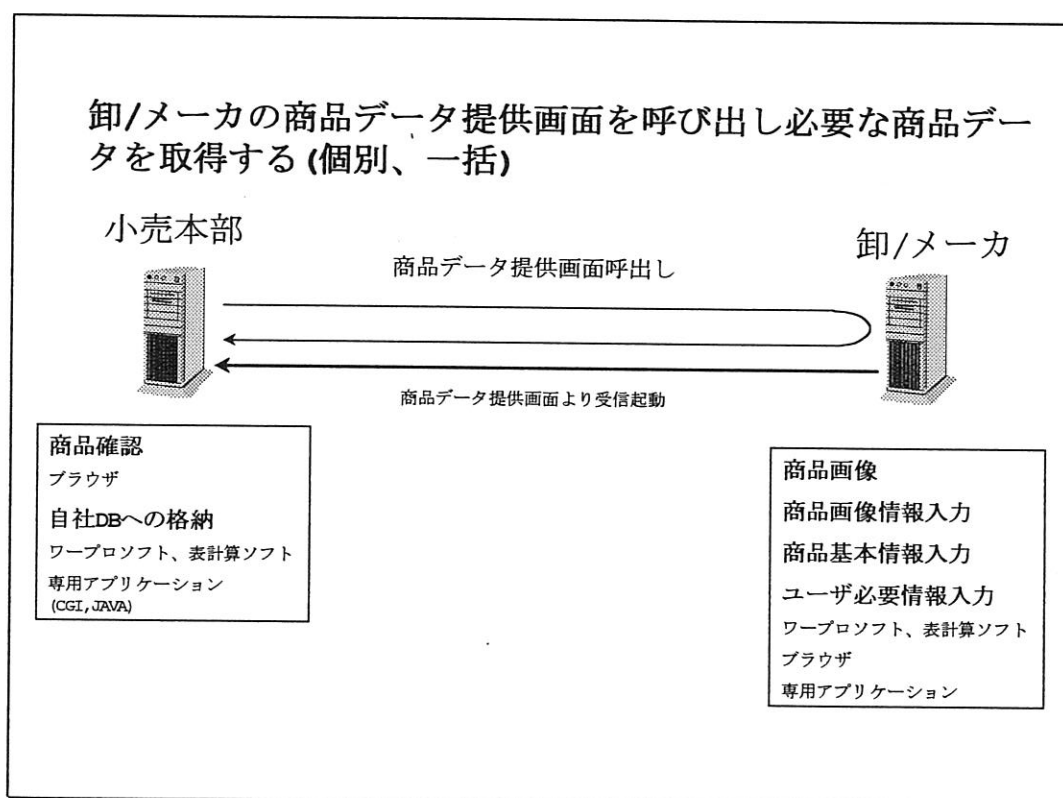
* SMTP : Simple Mail Transfer Protocol
* POP3 : Post Office Protocol 3

1-2. パターン2

パターン2は小売本部から卸売業／商品メーカーの商品データ提供画面を呼び出し必要な商品データを取得するものである。基本的には小売本部が卸売業／商品メーカーのWEBサイトから情報をダウンロードするというイメージである。卸売業／商品メーカーは一商品データのHTMLファイル群または複数商品データのHTMLファイル群を作成し、それらを卸売業／商品メーカーは自社のファイルサーバに蓄積することになる。

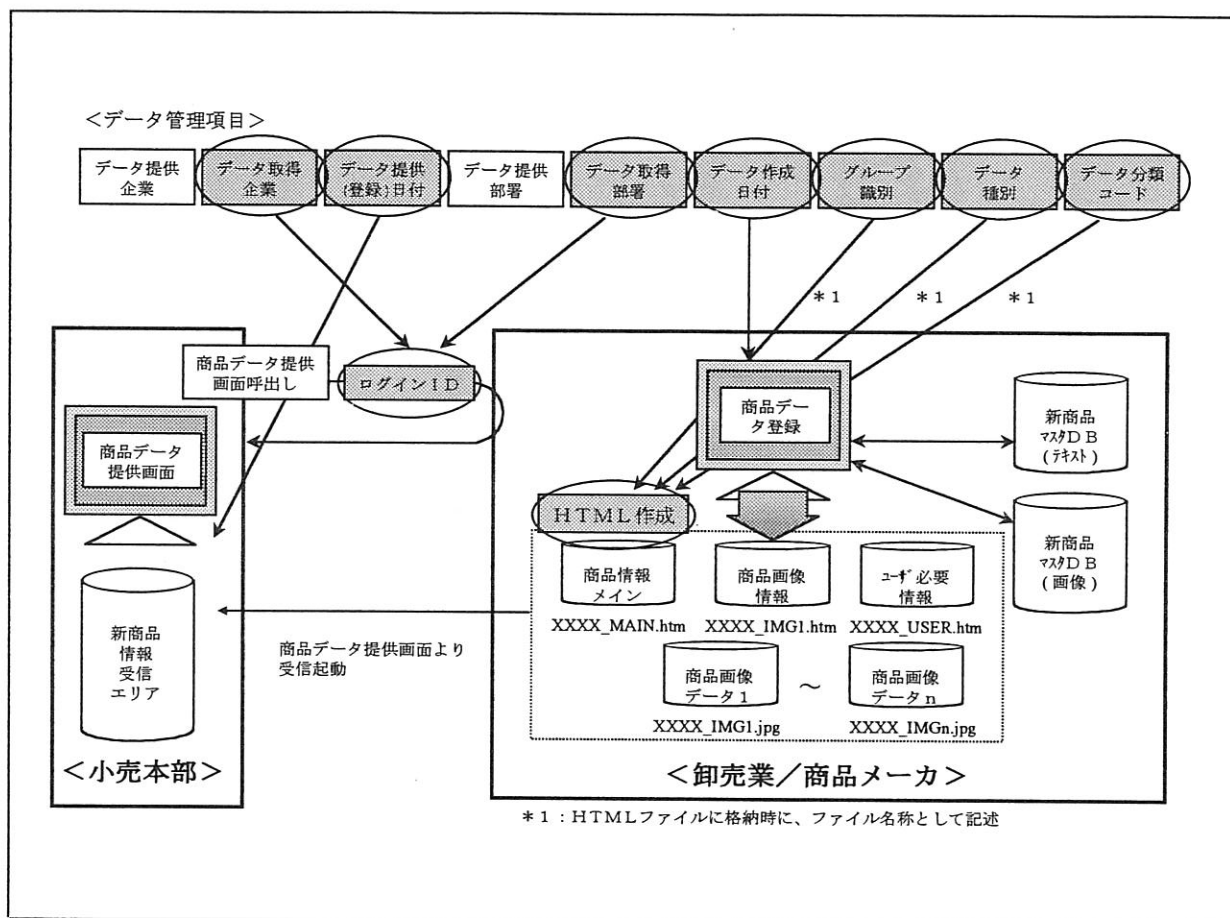
パターン2の運用例を図表3-1-5に示す。

図表3-1-5 パターン2の運用例



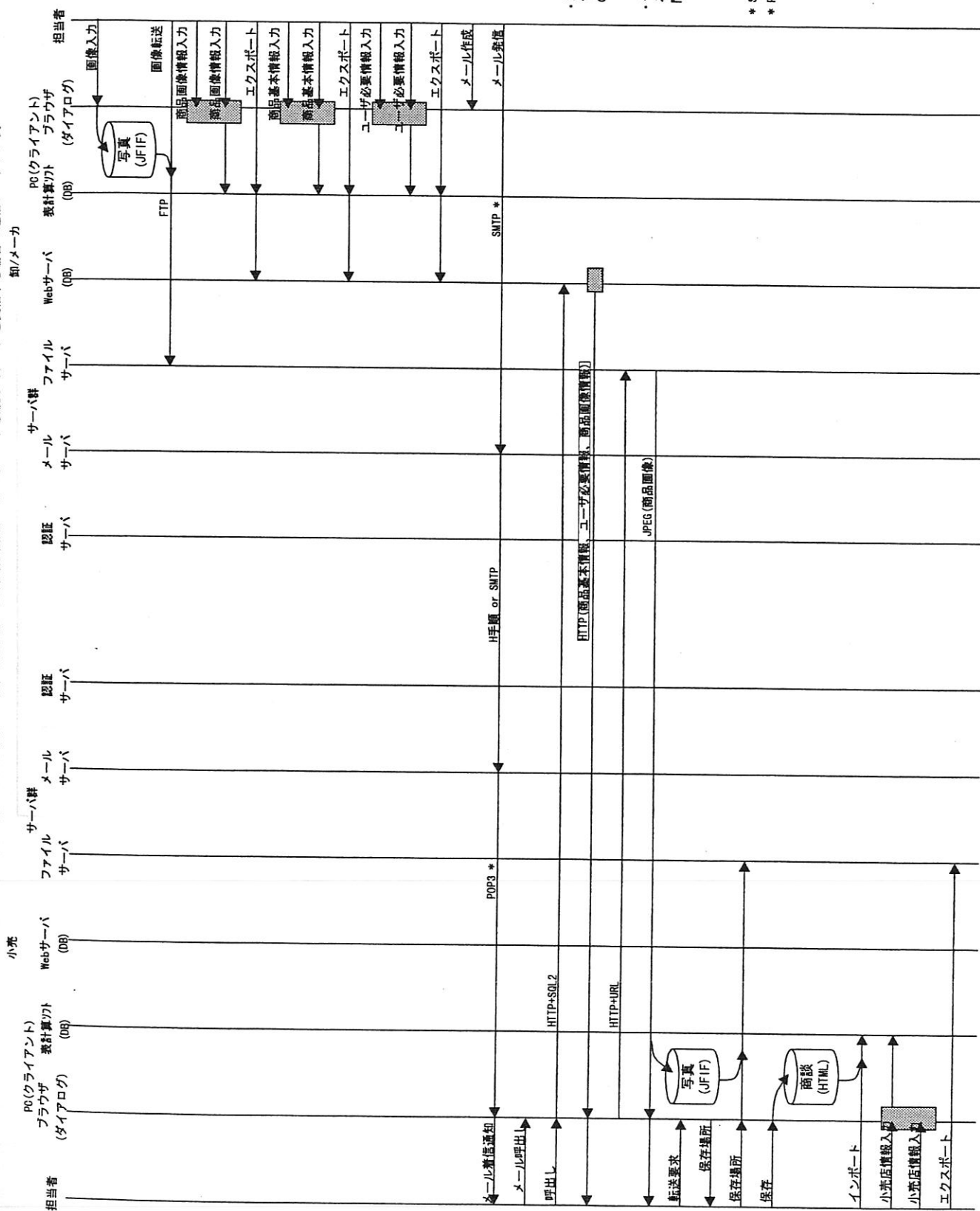
パターン2では、データ管理項目の入力または取得イメージを図表3-1-6に示す。図中で白抜きになっている項目は考慮する必要のない項目である。

図表3-1-6 データ管理項目の入力または取得イメージ



パターン2の、商品データ作成及び商品データ送信に関する、詳細シーケンスを図表3-1-7に示す。

図表3-1-7 パターン2:卸売業・商品メーカーで商品情報データを作成した後、小売本部から卸売業・商品メーカーのサーバに接続してデータを受信する場合の通信シーケンス例



HTMLの表形式を利用して伝送、市販ソフトのHTML変換機能を利用してDBへのインタフェースをとる。

データ投入と検索側が非同期で動けるため、個別の商品投入と一括投入が
同手順でできる。

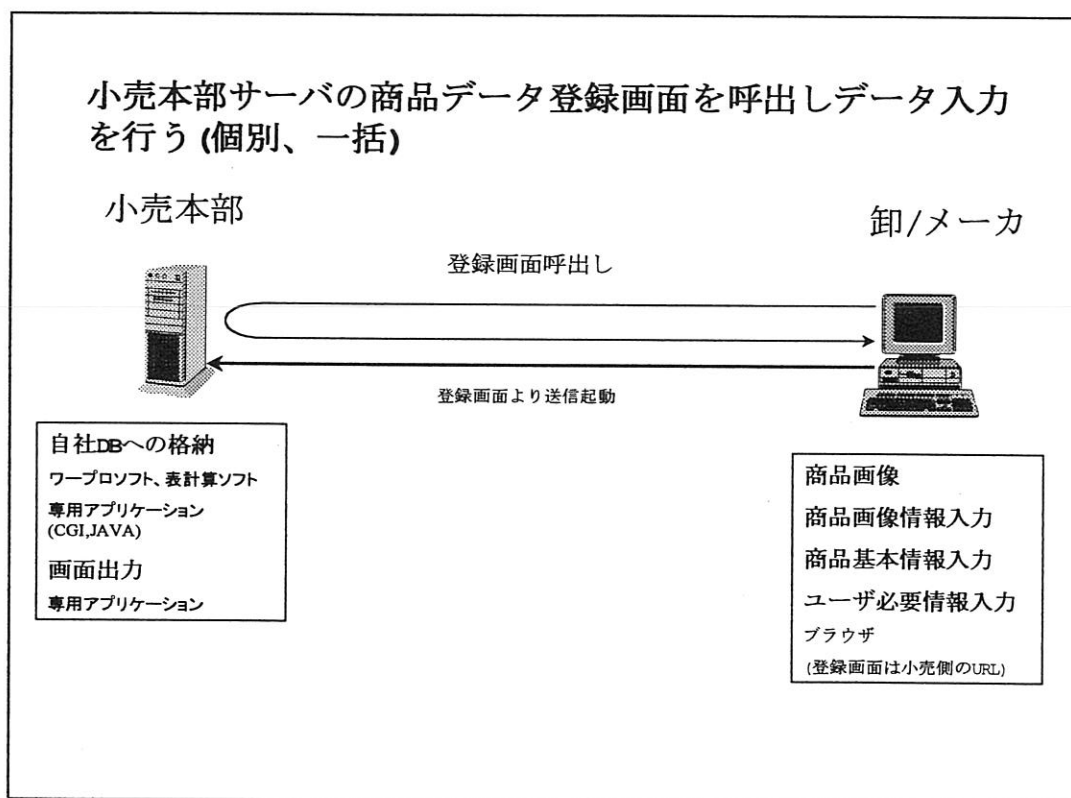
* SMTP : Simple Mail Transfer Protocol

* POP3 : Post Office Protocol 3

1 - 3 . パターン 3

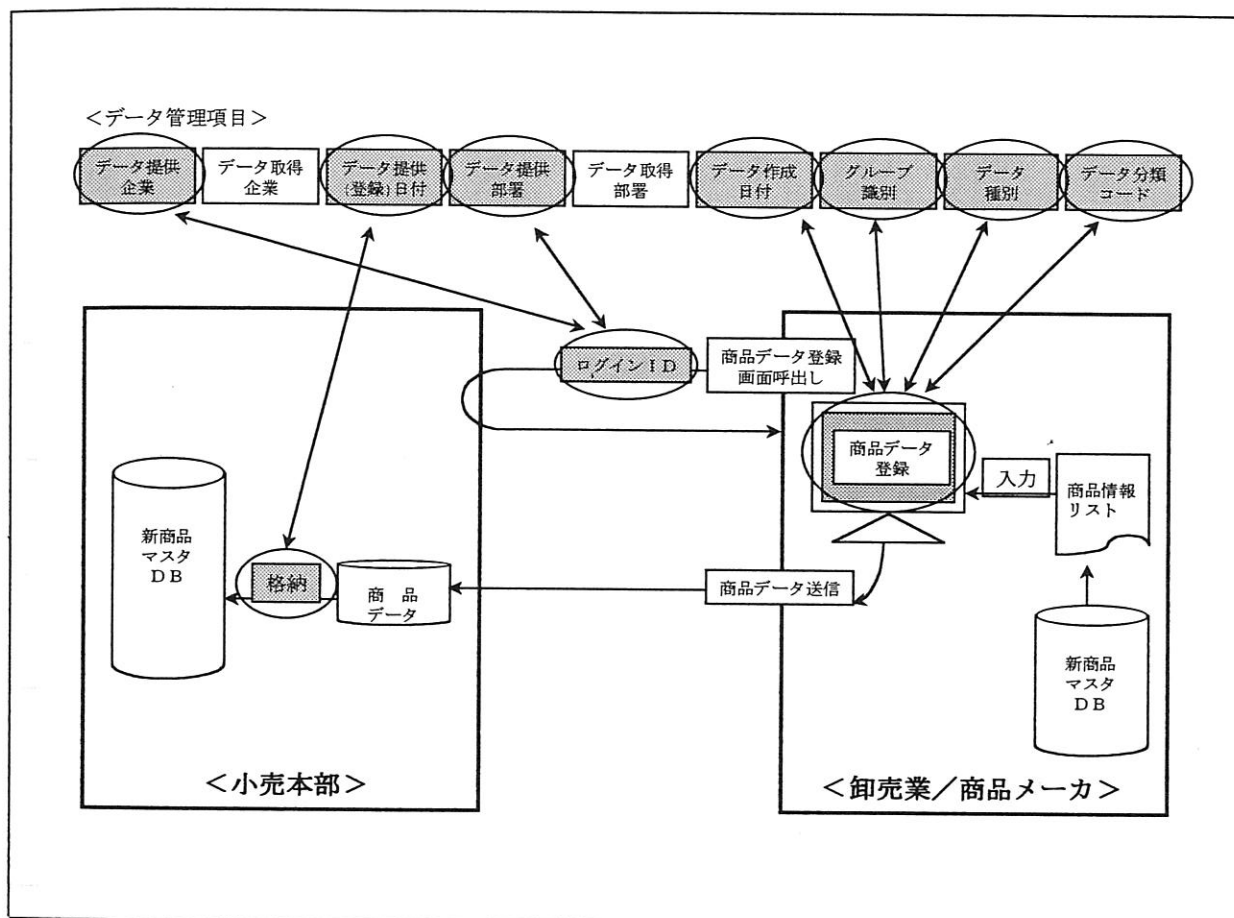
パターン3は小売本部で提供する入力のインターフェイスを使用し卸売業／商品メーカーがWebから商品データを入力するものである。ユーザID、パスワード等で認証を行い商品データを登録する卸売業／商品メーカーに入力画面を提供する。商品画像、商品画像情報、商品基本情報、ユーザ必要情報を個々に入力する個別入力と、HTMLファイル、CSVファイル等で一括送信する方法がある。一括送信する場合はファイル名等で商品説明文字情報と商品画像とのリンクを考慮する必要がある。パターン3の運用例を図表3-1-8に示す。

図表 3 - 1 - 8 パターン 3 の運用例



パターン3では、データ管理項目の入力または取得イメージを図3-1-9に示す。図中で白抜きになっている項目は考慮する必要のない項目である。

図表3-1-9 データ管理項目の入力または取得イメージ



パターン3の、商品データ作成及び商品データ送信に関する、詳細シーケンスを図表3-1-10に示す。

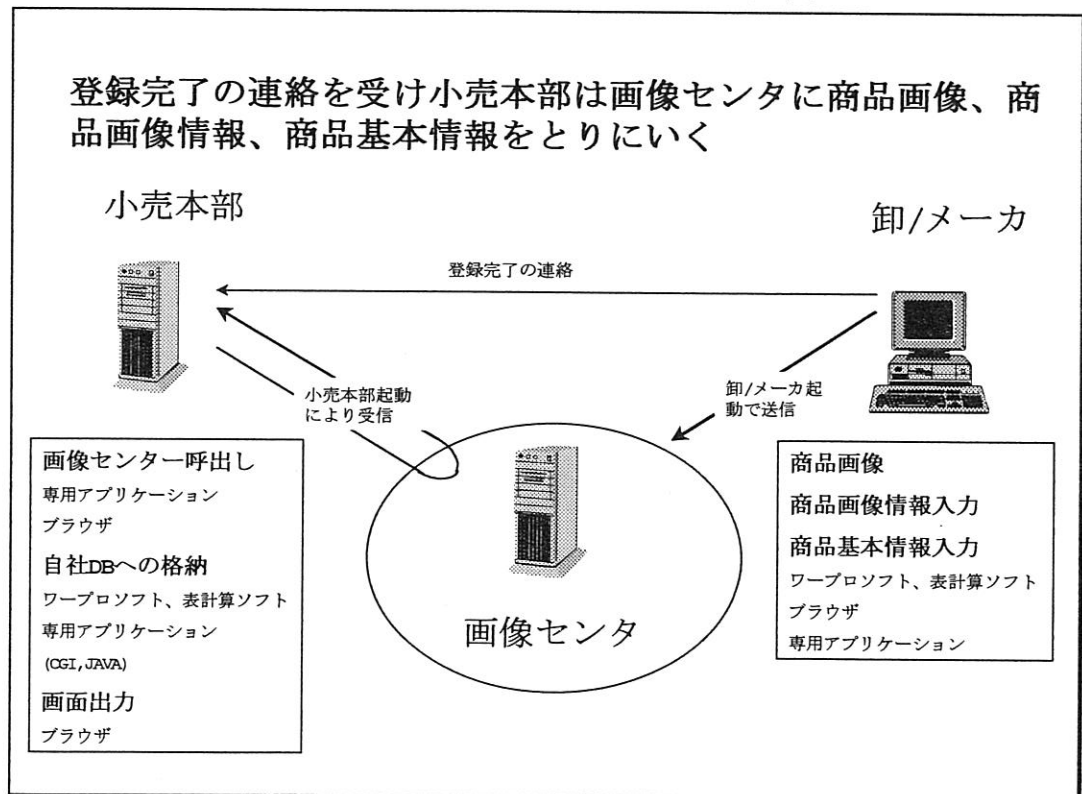
また、入力画面イメージを参考資料Vで「Webブラウザ入力画面例」として示す。

1-4. パターン4

パターン4は卸売業／商品メーカーが商品基本情報、商品画像、商品画像情報を画像センタに登録し、必要な情報を小売本部が画像センタに取得にいくパターンである。これまで説明してきたパターン1から3までの要素の組み合わせで構成される。そのためパターン4ではデータ管理項目に関する説明は省略する。

情報の登録、取得は専用のアプリケーションで行う。画像センタを利用するには、予め承認されたアクセス権が必要である。パターン4の運用例を図表3-1-11に示す。

図表3-1-11 パターン4の運用例



2. 商品画像利用技術要素の標準化内容および運用に際してのガイドライン

本節では、商品画像利用技術要素毎に項を分けて、検討した結果を記述する。各利用技術要素の専門的な詳細事項や、関連事例などは参考資料として本報告書の末尾に記載した。

2-1. 商品画像利用条件

商品画像を利用するにあたり、商品画像そのものに関して取引当事者間で、取り決める必要がある商品画像の体系（呼称）と商品画像データに関わる諸権利の取扱いについて本項で記述した。

2-1-1. 商品画像体系

商品画像ファイルを作成し送受信する際に、取引当事者間で商品画像ファイルの内容について、同一の認識で利用するためには、商品画像の呼称及び体系を明確にする必要がある。

以下のように、商品画像体系をまとめた。

尚、各商品画像の詳細仕様については、参考資料Ⅰを参照のこと。

商品画像

基本画像……全ての商品に対して最低限登録されている代表となる画像

外観画像……商品を単独で最もアピール、認識できる画像

大……………(解像度640ピクセル×480ピクセル)

中……………(解像度320ピクセル×240ピクセル)

小……………(解像度160ピクセル×120ピクセル)

極小……………(解像度80ピクセル×60ピクセル)

拡張画像……商品画像のうち、基本画像を補足する画像や、特定の用途に応じた画像

説明用画像……外観画像の補足として、商品の販促PR、補足説明をする画像

……………(解像度は640ピクセル×480ピクセル
あるいは320ピクセル×240ピクセル)

内容物画像……パッケージから出された商品中身の画像

利用シーン画像……商品を実際に使用している場面の画像

調理例画像……調理の例の画像

関連商品画像……同じ場面で利用される商品の組合せ画像

ラインナップ画像……シリーズ商品を並べた画像

CMカット画像……TVやチラシのCMのワンカット画像

単品複数画像……同じ商品を複数個並べた画像

サイズ表示画像……商品の大きさがわかるように比較対象を並べて撮られた画像

その他……………上記説明用画像以外で補足するための画像

棚割用画像……棚割システムで使う画像で、商品を平面でとらえた画像
……………(解像度は長い辺が400ピクセルあるいは
200ピクセルに合わせた商品に密接する
矩形画像)

正面

上面

右面

背面

底面

左面

高精細画像……簡易印刷物にも使用可能な程度の高精細な画像
……………(解像度1280ピクセル×960ピクセル)

2-1-2. 画像データ交換に関わる諸権利の取扱いについて

商品情報における画像情報を利用（作成を含む）する場合、その画像の創作者、著作者に発生する諸権利、または被写体そのものがもっている元々の諸権利を考慮する必要がある。

商品画像のファイル交換にあたり、作成者、送信者（または、サーバへの登録者）、受信者、利用者のそれぞれの立場においてファイル交換を行う前に諸々の取り決めを行っておかなければならない。

諸権利の取り決めについては、参考資料Ⅱ及びⅢに参考例を提示した。

（１）作成者、送信者（または、サーバへの登録者）から見た諸権利の考え方
画像に関わる諸権利には、次のようなものがある。

- （a）著作権（複製権、放送・有線送信権）
- （b）著作者人格権（同一性保持権）
- （c）著作隣接権（実演録音／録画権・複製権、放送録音／録画権・複製権、有線放送録音／録画権・複製権）
- （d）肖像権（パブリシティ権／プライバシー権）
- （e）商品化権
- （f）工業所有権（商標権）

また、画像内容（商品以外に商標、肖像が写っているか）とその素材が新規創作か既存利用かの観点から、ファイル交換する際に考慮すべき点についてまとめてみると、大きく次の二つに分類できる。

- イ．作成者、送信者（または、サーバへの登録者）が全ての権利を保有してデータ送信する場合……パターン①
- ロ．作成者、送信者（または、サーバへの登録者）が他の権利者の許諾を得てデータ送信する場合……パターン②，パターン③

上記二つの分類を考慮して、送信する画像の内容とその画像の発生源、権利保有者の関連整理し図表 3-2-1 に示す。

図表 3-2-1 作成者、送信者から見た商品画像利用条件

画像内容		当該商品のみ		当該商品以外のもの有り		
		人物・キャラクタ・ ブランド〆無	人物・キャラクタ・ ブランド〆有	人物・キャラクタ・ ブランド〆無	人物・キャラクタ・ ブランド〆有	
新規 創作	権利保有が <u>送信者</u> （または、 <u>サーバへの登録者</u> ）	パターン①				パターン②
	権利保有が <u>他者</u>	パターン②				
既存 利用	権利保有が <u>送信者</u> （または、 <u>サーバへの登録者</u> ）	パターン①				パターン③
	権利保有が <u>他者</u>	パターン③				

パターン①：送信者（または、サーバへの登録者）が全ての権利を保有しているため、制限なしで送信可能。

パターン②：送信にあたっての制限がある。

他者が権利を保有しているため、新規創作時に権利保有者との取り決めが必要になる。

その場合、許諾条件によって利用が限定される。

パターン③：送信にあたっての制限がある。

他者が権利を保有しているため、既存利用時に、権利保有者との取り決めが遡って必要となる。

その場合、許諾条件によって利用が限定される。

つまり、送信者（または、サーバへの登録者）は画像を送信する際に、画像の内容、画像(素材)の発生源、権利保有者の関連(権利の所在)を明確にした上で送信する必要がある。

(2) 受信者、利用者から見た諸権利の考え方

受信者／利用者は送信者（または、サーバへの登録者）との間で、取り決めごと（契約）が必要になる。

基本的には諸権利の主張権は、送信者（作成者）側にあり、受信者、利用者はそれを遵守しなければならない。

< 取り決め事項（例） >

- ・複製および送信を行うことができる。
- ・商品画像を利用する際、元の商品画像を逸脱しない範囲で利用できる。

（逸脱しない範囲には、画像圧縮形式を変換することと、外観および棚割画像に関して登録されている背景を削除することが含まれる。）

- ・商品画像を編集著作物の素材として利用できる。

編集著作物とは、棚割システムへの利用やチラシ・POP印刷物、各種プレゼンテーション資料（画面表示も含む）などをいう。

- ・同一性の非保持は使用機器の性能上またはセキュリティ保持上の技術的制約を限度とする。
- ・商品画像をもとに二次著作物として他に開示する場合には、出所を表示すること。
- ・送信者（サーバへの登録者）が画像の利用条件に制限を必要とし意思表示した場合には、意思表示された条件で当該画像を利用すること。

（３）関連するその他の諸権利の考え方

諸権利に関しては、商品画像以外に文字情報にも発生している場合がある。商品コメント、販促メッセージ等の文字情報に著作権（キャッチコピー、創作文等）、商標権（サービスマーク、トレードキャラクター、プライベートブランド等）等の保護が必要な場合は、別途当事者間で取り決めなければならない。

2-2. 商品画像ファイル交換フォーマット

本節では、受発注の見本やチラシ等の印刷素材のような主に表示や素材としての利用を目的とした商品画像の伝送・交換を可能にするプロトコルとして、商品画像ファイルによる伝送・交換フォーマットについて記述する。

本規定は、多種多様なプラットフォームとアプリケーション間でのデータ交換を可能とするため、画像形式として広く普及している国際標準の J P E G B i t ストリーム (ISO 10918-1) によるデータ交換を推奨する。J P E G は、表示や素材伝送のデータ交換に用いられる最も基本的な画像の圧縮・伸長方式であり、他の画像フォーマット形式との互換性も高い (図表 3-2-4)。

このため、本仕様では、商品画像ファイル交換フォーマットとして ISO 10918-2 で規定されている J P E G ファイル交換フォーマット (J F I F) 第 1. 0 2 版に準拠したファイル形式を標準として規定する。

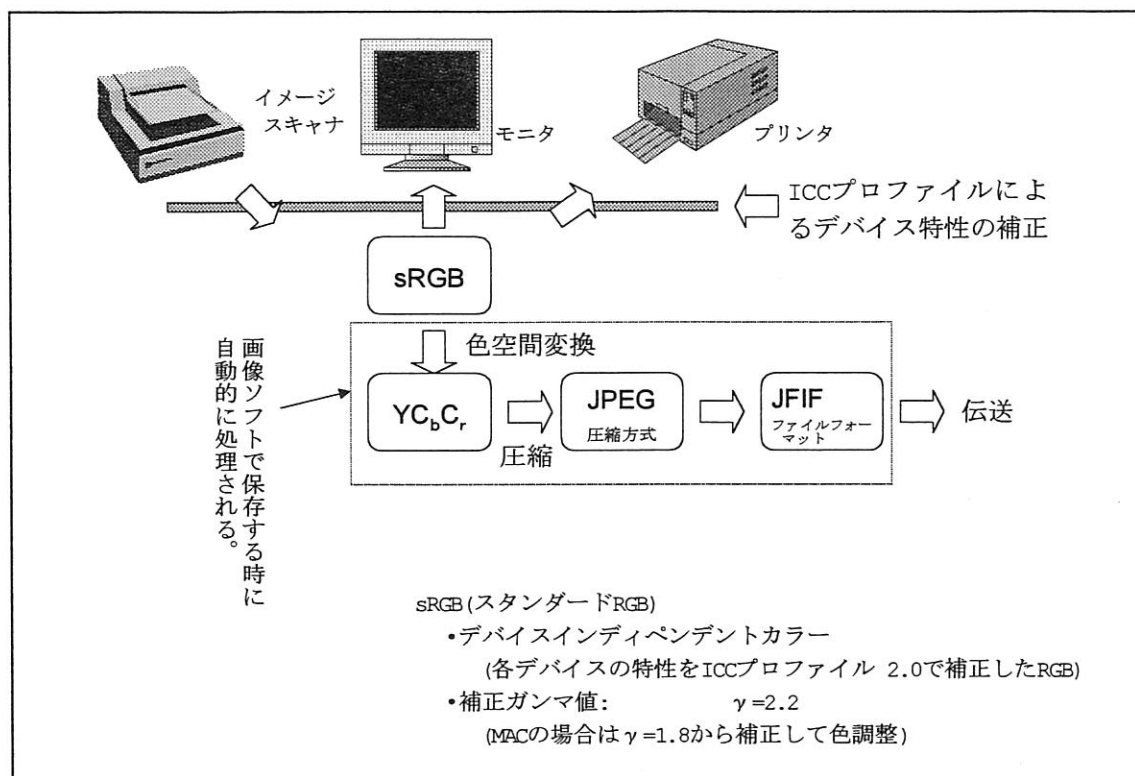
J F I F は、J P E G 圧縮イメージだけを交換できるため、汎用性が高く、あらゆるアプリケーションでのデータ交換が可能になる。例えば、T I F F 等の各種の画像ファイルフォーマットは、出版編集用アプリケーションや画像作成アプリケーションなどのアプリケーションプログラム毎に固有なファイルフォーマットで規定されるため、画像データ交換の場合にはアプリケーション間の互換性を考慮する必要がある。

コンピュータでは、スキャナ、モニタ、プリンタ等の周辺機器とのデータ交換は、光の三原色である赤緑青 (R G B) をデータの間接表現形式に利用して交換されているが、色の表現は機器により微妙に異なっているため、その補正が必要である。スキャナ、電子カメラ、プリンタの入出力データの表現形式を参考資料 VI に示す。本仕様では、特定の入力デバイス、ディスプレイ、出力デバイスの色再現能力に関する情報を格納した I C C プロファイルを用い、デバイスに固有の癖を除いたデバイスインディペンデントカラーの一つで、R G B を用いたスタンダード R G B (S R G B) をコンピュータのデータの間接表現形式に用いる。

商品画像ファイルの交換に当たっては、R G B からテレビ信号と同様の形式の $Y C_b C_r$ に色表現を変換した上で J P E G を用いてデータ符号化・圧縮する。これに J F I F に準拠したパラメータを付加した J F I F 準拠のファイルにして伝送・交換する。受信側は、本ファイルを逆の手順で J P E G を利用して復号化・伸長した後、 $Y C_b C_r$ から R G B に戻す。これらの手順は市販の画像処理ソフトにより自動的に処理することができる。画像のファイル交換の考え方を図表 3-2-2 に示す。

J F I Fの詳細な仕様は、参考資料IVを参照されたい。本節では、本仕様のアウトラインを明示するパラメータのみを図表3-2-3に提示する。

図表3-2-2 異機種間での商品画像ファイル交換の考え方



図表3-2-3 商品画像ファイル交換標準フォーマット

パラメータ	規定値
ファイル交換フォーマット	JFIF 1.02に準拠
イメージ圧縮	JPEG (ISO 10918-1) ベースライン圧縮
色空間(圧縮)	YCbCr (CCIR 601勧告-256レベル)
色空間(表示)	RGB(スタンダードRGBを推奨)
サブサンプリング	4:2:2
補正ガンマ値	$\gamma = 1.0$

図表3-2-4 画像フォーマットの互換性 (A社画像処理ソフトによるテスト)

ファイルフォーマット	BMP			EPS※2			EPS-JPEG※2			JPEG		PCX		PDF		PICT			TIFF		
	カラーモード	RGB	CMYK	Lab	RGB	CMYK	Lab	RGB	CMYK	RGB	CMYK	RGB	CMYK	RGB	CMYK	RGB	CMYK	Lab	RGB	CMYK	Lab
BMP	RGB	RGB	B	D	B	D	D	B	D	B	D	C	C	B	D	B	D	D	B	D	D
EPS※2	RGB	B			A	C		A	C	A	C	B	A	A	C	B	A	C	A	C	C
	CMYK	D			C	A		C	A	C	A	D	C	C	A	D	C	A	C	A	C
	Lab	D			C	C		C	C	C	C	D	C	C	C	D	C	C	C	C	A
EPS-JPEG※2	RGB	B	A	C	A	C	C			A	C	B	A	A	C	B	A	C	A	C	C
	CMYK	D	C	A	C	C	C			C	A	D	C	C	A	D	C	A	C	A	C
JPEG	RGB	B	A	C	A	C	C	A	C			D	A	A	C	D	A	C	A	C	C
	CMYK	D	C	A	C	C	C	C	A			D	C	C	A	C	C	A	C	A	C
PCX	RGB	B	B	D	B	D	D	B	D	B	D			B	D	B	B	D	D	D	D
	RGB	B	A	C	A	C	C	A	C	A	C	B	A			B	A	C	C	C	C
PDF	CMYK	D	C	A	C	C	C	C	A	C	A	D	C			D	C	A	C	A	C
	RGB	B	B	D	B	D	D	B	D	B	D										
PICT	RGB	B	B	D	B	D	D	B	D	B	D	D	D	B	D	B	D	D	B	D	D
TIFF	RGB	B	A	C	A	C	C	A	C	A	C	B	A	A	C	B	A				
	CMYK	D	C	A	C	C	C	C	A	C	A	D	C	C	A	D	C				
	Lab	D	C	C	A	C	A	C	C	C	C	D	C	C	C	D	C				

A : カラーモード=OK、パス=OK ※1

B : カラーモード=OK、パス=NG

C : カラーモード=NG、パス=OK ※1

D : カラーモード=NG、パス=NG

※1 : パス情報は、EPSの場合は明示的に保存するが、他のフォーマットは一般的にコメントとして書き込まれているため、使用するアプリケーションによってEPS以外のフォーマットでは、パス情報の互換性がない場合がある。

※2 : 切り抜きパスとしてPostScript RIPが解釈できるのは、EPS及びEPS-JPEGだけである。

2-3. 商品説明文字情報

商品データの送受信を行なう際には、商品に関する説明を文字情報として同時に送受信する必要がある。

商品説明に関する文字情報は基本的かつ共通的なデータ項目であることから、流通標準EDI（JEDICOS）メッセージを基に、商品基本情報、商品画像情報、ユーザ必要情報の3つに分け項目の標準化を行なった。

商品基本情報、商品画像情報、ユーザ必要情報の利用方法は、商品データの利用形態により、3つの文字情報と商品画像を別々に送信する場合や、商品基本情報と商品画像情報を一つにまとめて送信し、商品画像、ユーザ必要情報を別途送信する場合など、様々な組み合わせが考えられる。

(1) 商品基本情報（必須項目）

各企業で共通に設定できる項目で、商品データを限定するために必要な項目とする。

商品データを限定するための項目及び初期商談を行うにあたり必要となる項目を、流通標準EDI（JEDICOS）メッセージ集の商品マスタ<小売業-卸売業/商品メーカー、グロサリー>から抽出し、標準化検討を行い、以下の項目に決定した。

- ① JANコード
- ② ITFコード
- ③ 商品区分
- ④ 商品名称（カナ）
- ⑤ 商品名称（漢字）
- ⑥ 賞味期間
- ⑦ 情報提供可能日
- ⑧ 店頭発売開始日
- ⑨ メーカー希望小売価格
- ⑩ 商品コメント
- ⑪ 画像データ区分

上記11項目について、項目説明、最大桁数を図表3-2-5にまとめた。

図表 3-2-5 <商品基本情報>

項番	項目名称	項目説明	最大行数	備考
1	JANコード	商品のJANコード (JAN, UPC, EANなど)	X (13)	
2	ITFコード	同左	X (16)	
3	商品区分	例→ 1:基本 2:選択 3:シズン 4:エリア 5:重要 6:個店 7:極物	X (1)	
4	商品名称 (カナ)	商品のカナ名称 (記述方法はJICFSに準拠)	X (60)	
5	商品名称 (漢字)	商品の漢字名称 (記述方法はJICFSに準拠)	N (60)	
6	賞味期間	同左 (日数)	9 (3)	
7	情報提供可能日	メーカーが、対外的に新製品情報を公開してよい日	X (8)	
8	店頭販売開始日	消費者が購入可能になる日	X (8)	
9	メーカー希望小売価格	同左	9 (9)	
10	商品コメント	型、形式、温度区分、登録企業内の商品分類等	X (110)	商品概要など
11	画像データ区分	画像データの有無を「アリ」「ナシ」で区分する	X (2)	

(2) 商品画像情報（商品画像データ送受信時は必須項目）

商品画像の属性など、商品画像の識別コード、著作権関連情報、商品画像の補足説明等に関する項目。

商品画像ファイルに格納された商品を限定するための項目及び商品画像により商品PRを行うための補足説明や、商品画像に関する著作権関連事項など、標準化検討を行い、以下の項目に決定した。

- ① J A Nコード
- ②商品名称（漢字）
- ③画像種別コード（外観画像、説明用画像、棚割画像、高精細画像の区別をおこなうためのコード）
- ④画像補足説明
- ⑤著作権関係
- ⑥データ有効期限
- ⑦説明用画像種別
- ⑧商品サイズ（幅）……………棚割画像利用時のみ使用
- ⑨商品サイズ（高さ）……………棚割画像利用時のみ使用
- ⑩商品サイズ（奥行）……………棚割画像利用時のみ使用
- ⑪フック穴位置（X）……………棚割画像利用時のみ使用
- ⑫フック穴位置（Y）……………棚割画像利用時のみ使用
- ⑬上商品重なりサイズ……………棚割画像利用時のみ使用
- ⑭下商品重なりサイズ……………棚割画像利用時のみ使用

上記14項目について、項目説明、最大桁数、各種画像種別毎に必須・オプション項目等の入力条件、備考欄には画像種別コードと説明用画像種別の入力コード例を記載し、図表3-2-6にまとめた。

また、本年度の研究範囲外の棚割画像、高精細画像についても記載した。

図表3-2-6<商品画像情報>

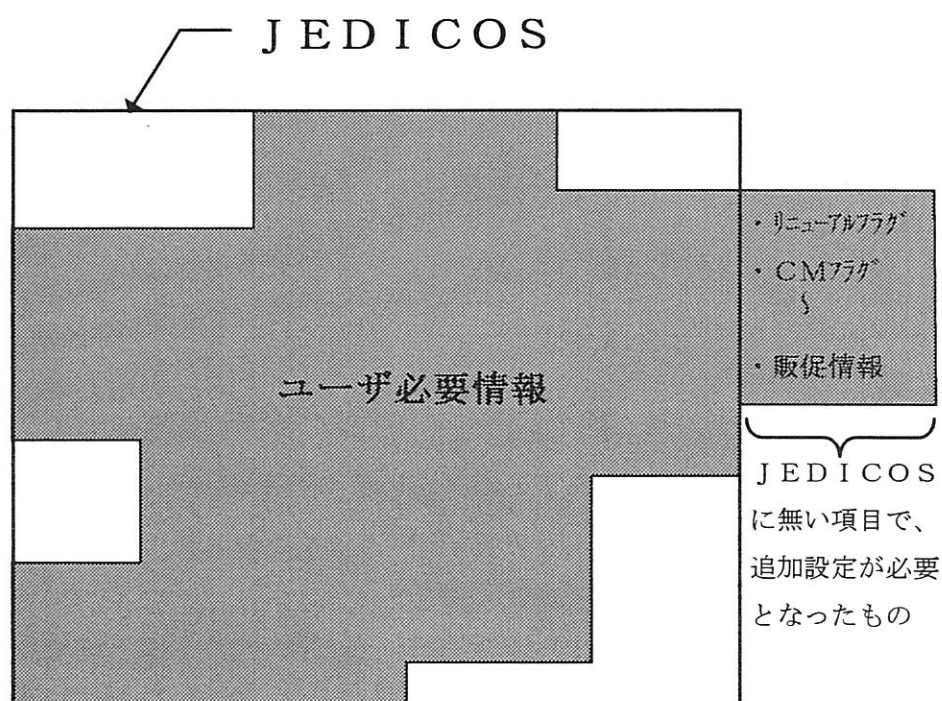
項番	項目名称	項 目 説 明	最大桁数	外観	説明	棚割	高精細	備考
1	JANコード	商品のJANコード(JAN、UPC、EAN等)	X(13)	◎	◎	◎	◎	商品基本情報に同じ
2	商品名称(漢字)	漢字、ひらがなの商品名称	N(60)	◎	◎	◎	◎	商品基本情報に同じ
3	画像種別コード	外観画像(大,中,小,極小)、説明用画像、棚割用画像(正面,上面,右面,左面,背面,底面)、高精細画像を区別する	X(3)	○	○	○	○	外観大:G01 外観中:G02 外観小:G04 外観極小:G08 説明用1:S01~説明用10:S10 棚割正面:T01 棚割上面:T02 棚割右面:T03 棚割背面:T04 棚割底面:T05 棚割左面:T06 高精細:P02
4	画像補足説明	商品の特長、アピールポイントなど訴求ポイントを登録	X(500)	○	○	○	○	
5	著作権関係	タレント、キャラクターなどの権利関係による画像、文書などの利用上の制限事項をフリーテキストにて登録する。	X(500)	—	○	—	○	
6	データ有効期限	タレント、キャラクターなどとの契約上の、画像・文書などの利用期限年月日YYYYMMDD	X(8)	—	○	—	○	
7	説明用画像種別	説明用画像の種別をコード入力	X(2)	—	○	—	—	01:内容物画像、02:調理例画像、03:利用シーン画像、04:関連商品画像、05:ラインナップ画像、06:単品複数画像、07:サイズ表示画像、08:CMカット画像、09:その他の画像
8	商品サイズ	商品幅方向の棚割用サイズ (単位mm)	9(4)	—	—	●	—	
9		商品高さ方向の棚割用サイズ (単位mm)	9(4)	—	—	●	—	
10		商品奥行方向の棚割用サイズ (単位mm)	9(4)	—	—	●	—	
11	フック穴位置(X)	パッケージを含んだ商品の最左端とフック穴の中心位置の水平方向の長さ (単位mm)	9(4)	—	—	●	—	●フック商品の場合
12	フック穴位置(Y)	パッケージを含んだ商品の最上端とフック穴の中心位置の垂直方向の長さ (単位mm)	9(4)	—	—	●	—	●フック商品の場合
13	上商品重なりサイズ	重ねて陳列する場合の上商品に隠れる範囲(単位mm)	9(4)	—	—	●	—	●重なり陳列が考えられる商品の場合
14	下商品重なりサイズ	重ねて陳列する場合の下商品に隠れる範囲(単位mm)	9(4)	—	—	●	—	●重なり陳列が考えられる商品の場合

◎:必須 ○:オプション ●:状況により必須

(3) ユーザ必要情報 (任意項目)

商品基本情報及び商品画像情報以外に、送受信をおこなう企業間で必要とする項目。

流通標準 (JEDICOS) メッセージの商品マスタ<小売業-卸売業/商品メーカー、グローサリー>の項目を基準とする。



ユーザ必要情報を、EDIFACTにて格納する方法以外で送受信を行う場合は、送受信者間で設定項目を決めると同時に、設定項目の格納順も取り決める必要がある。

次ページより、図表3-2-7でユーザ必要情報項目として、流通標準 (JEDICOS) メッセージの商品マスタ<小売業-卸売業/商品メーカー、グローサリー>の項目一覧を記載する。

図表 3-2-7 <ユーザが必要情報> 1/5

項番	項目名称	項目説明	最大桁数	備考
1	アクション要求コード	新規、追加、削除、変更、売価変更	X (1)	
2	発注企業コード	発注側企業コード	X (13)	
3	受注企業コード	受注側企業コード	X (13)	
4	受注企業名称 (カナ)	受注企業のカナ名称	X (60)	
5	受注企業名称 (漢字)	受注企業の漢字名称	N (60)	
6	JANコード	商品の JANコード	X (13)	
7	ITFコード	同左	X (16)	
8	発注企業の商品コード	同左	X (30)	
9	受注企業の商品コード	同左	X (30)	
10	商品区分	1:基本 2:選択 3:シーズン 4:エリア 5:重要 6:個店 7:極物	X (1)	
11	商品名称 (カナ)	商品のカナ名称	X (60)	
12	商品名称 (漢字)	商品の漢字名称	N (60)	
13	レシート品名 (カナ)	同左	X (24)	
14	レシート品名 (漢字)	同左	N (24)	
15	商品の規格・単位	商品の規格を識別するコード (例えば 001=g 002=Kg)	X (3)	
16	商品規格名称 (カナ)	商品の規格名称 (カナ)	X (20)	
17	商品規格名称 (漢字)	商品の規格名称 (漢字)	N (20)	
18	発注企業の商品コード	商品の分類コード、クラス・ライン売場コード等	X (15)	
19	バイヤーコード	当該商品の責任バイヤーのコード	X (13)	
20	メーカーコード	同左	X (13)	

図表 3-2-7 <ユーザーが必要情報> 2/5

項番	項目名称	項目説明	最大桁数	備考
21	色コード	同左	X (12)	
22	色名称 (カナ)	同左	X (20)	
23	色名称 (漢字)	同左	N (24)	
24	サイズコード	同左	X (16)	
25	サイズ名称 (カナ)	同左	X (20)	
26	サイズ名称 (漢字)	同左	N (24)	
27	シーズンコード	同左	X (2)	
28	在庫場所区分	1:バックヤード在庫なし 2:バックヤード在庫あり	X (1)	
29	原産国	商品の原産国を表す	X (2)	
30	国産・輸入区分 (JICFS)	国産品, 輸入品を識別する 国産:「1」, 輸入:「2」	X (1)	
31	原価算出区分	円以下の単位を切上げ・切下げの端数処理方法を判別する区分	X (1)	
32	マスター区分	商品情報、キャンペーン、更新結果	X (1)	
33	J I C F S 分類コード	同左	X (16)	
34	セット区分	単品・セット商品の区分	X (1)	
35	画像データ区分	画像データの有無	X (2)	
36	賞味期間	同左 (日数)	9 (3)	
37	企画開始年月日	同 左	X (8)	
38	企画終了年月日	同 左	X (8)	
39	情報提供可能日	メーカーが、対外的に新製品情報を公開してよい日【JICFS使用 項目】 (Y Y Y M M D D)	X (8)	
40	店頭販売開始日	消費者が購入可能になる日 (Y Y Y M M D D)	X (8)	

図表 3-2-7<ユーザーザ必要情報> 3/5

項番	項目名称	項目説明	最大桁数	備考
41	店頭販売終了日	消費者が購入不可能になる日 (YYYYMMDD)	X (8)	
42	商品サイズ (奥行)	商品のフェイスに対して商品の縦 (奥行) のサイズを規定	9 (4) V 9 (1)	
43	商品サイズ (幅)	商品のフェイスに対して商品の 横 (幅) サイズを規定	9 (4) V 9 (1)	
44	商品サイズ (高さ)	商品のフェイスに対して商品の高さを規定	9 (4) V 9 (1)	
45	商品重量 (g)	商品の単品重量	9 (5)	
46	容器形態	ビン、フクロ、カンなどの商品の容器形態の特定容器形態コード表に基づき該当するコードを記入	X (2)	
47	フック穴位置 X 方向	つり下げ商品のフック位置、または穴位置	9 (5) V 9 (2)	
48	フック穴位置 Y 方向	つり下げ商品のフック位置、または穴位置	9 (5) V 9 (2)	
49	梱入数	同左	9 (4)	
50	内箱内単品数	内箱一つに入っている単品総数量	9 (4)	
51	外箱内単品数	外箱一つに入っている単品総数量	9 (4)	
52	外箱内内箱数	外箱一つに入っている内箱の数量	9 (4)	
53	内箱奥行サイズ	同左	9 (4)	
54	内箱横サイズ	同左	9 (4)	
55	内箱高さサイズ	同左	9 (4)	
56	内箱重量 (kg)	同左	9 (3) V 9 (3)	
57	外箱重量 (kg)	同左	9 (3) V 9 (3)	
58	梱包ケースサイズ (縦)	梱包ケースの縦方向の長さ (単位mm)	9 (4)	
59	梱包ケースサイズ (横)	梱包ケースの横方向の長さ (単位mm)	9 (4)	
60	梱包ケースサイズ (高さ)	梱包ケースの高方向の長さ (単位mm)	9 (4)	

図表 3-2-7<ユーザーザ必要情報> 4/5

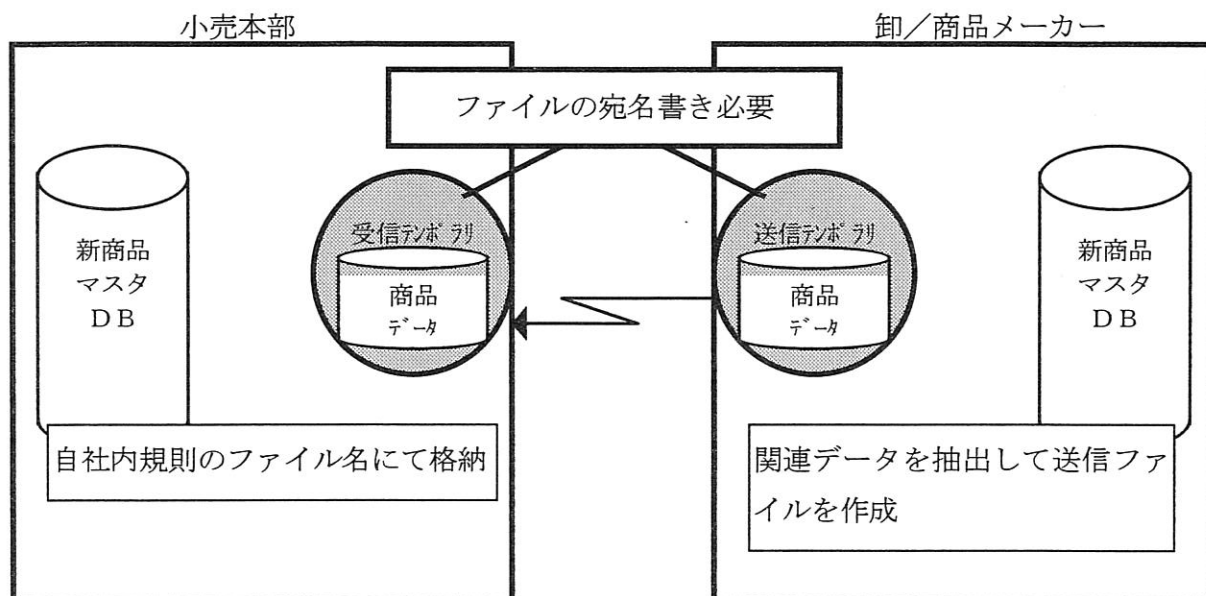
項番	項目名称	項目説明	最大桁数	備考
61	仕入区分	買取、委託、消化 等の区分 (含む返品 of 承認)	X (2)	
62	定番スポット区分	1: 定番商品 2: スポット商品	X (1)	
63	特売区分	特売か否かの区分	X (1)	
64	自動発注区分	1: 自動発注なし 2: 自動発注有り	X (1)	
65	最小発注数量	発注できる最小の数量	9 (6) V 9 (2)	
66	最大発注数量	発注できる最大の数量	9 (6) V 9 (2)	
67	初回発注予定数量 1	同左 (分割納入 1 回目)	9 (6) V 9 (2)	
68	初回発注予定数量 2	同左 (分割納入 2 回目)	9 (6) V 9 (2)	
69	初回発注予定数量 3	同左 (分割納入 3 回目)	9 (6) V 9 (2)	
70	発注単位数	同左	9 (4) V 9 (2)	
71	発注単位入数	同左	9 (4) V 9 (1)	
72	発注終了日	発注終了日 (YYYYMMDD)	X (8)	
73	リードタイム	商品調達までの期間 (日数)	9 (1)	
74	発注点	発注点数量	9 (6)	
75	基準在庫	基準在庫数量	9 (5)	
76	契約数量	同左	9 (10)	
77	受入期限	発注企業が許容する, 納品日における商品期限までの日数の最小値 【発注企業が使用】	9 (3)	
78	納品区分	店直、セクター納品の区分	X (3)	
79	運搬手段 (納品方法)	納入先への納品方法 [自社便直接納品、運送会社便納品、集荷による納品 等]	X (2)	
80	納品予定期間開始日	同 左	X (8)	

図表3-2-7<ユーザ必要情報> 5/5

項番	項目名称	項目説明	最大行数	備考
81	納品予定期間終了日	同 左	X (8)	
82	納品形態	ケース・混載・ハンガーなどの識別	X (1)	
83	原価率 (1)	同左・プロパー (小数点付き)	9 (9) V 9 (2)	
84	原価率 (2)	同左・特売原価 (小数点付き)	9 (9) V 9 (2)	
85	原価率 (3)	同左 (小数点付き)	9 (9) V 9 (2)	
86	売価率 (1)	同左・プロパー (小数点付き)	9 (9)	
87	売価率 (2)	同左・特売原価 (小数点付き)	9 (9)	
88	売価率 (3)	同左 (小数点付き)	9 (9)	
89	原価率 (1)	プロパー商品の値入れ率もしくは原価率 (%)	9 (3) V 9 (6)	
90	原価率 (2)	特売商品の値入れ率もしくは原価率 (%)	9 (7) V 9 (5)	
91	原価率 (3)	値入れ率もしくは原価率 (%)	9 (7) V 9 (5)	
92	値引額	同左	9 (7)	
93	割引率	同左 (%)	9 (3) V 9 (2)	
94	割引率	同左 (%)	9 (3) V 9 (2)	
95	メーカー希望小売価格	同左	9 (9)	
96	ユニットプライス	同左	9 (9)	
97	表示単位	ユニットプライスの表示単位	X (6)	
98	税区分	消費税の区分 1 : 外税 2 : 内税 3 : 非課税 4 : 不課税	X (1)	
99	税率	消費税率 (%)	9 (2) V 9 (2)	
100	商品コメント	型、形式、温度区分、登録企業内の商品分類等	X (110)	
101	マスタ有効開始日	適用される日付 (YYYYMMDD)	X (8)	
102	マスタ削除予定日	当該商品のマスタ削除予定日 (YYYYMMDD)	X (8)	

2-4. 商品データ格納方法

商品説明文字情報を転送する方法としては、EDIFACT、CSV、HTMLなどがある。いずれの方法に関しても商品画像と商品説明文字情報をリンクさせるための仕組みが必要になる。



(1) EDIFACTに関しては、H手順で商品基本情報、商品画像情報、ユーザ必要情報などの商品説明文字情報を伝送する場合に用いる。この場合は、JEDICOSに準拠してメッセージをコーディングする。商品画像も同一メッセージ内で、オブジェクトを格納するサービスセグメント内に格納して伝送する。

(2) CSV形式に関しては、データ項目の並びや商品画像とのリンク等を取引当事者間で取り決める必要がある。推奨手順を以下に示す。

- (a) データ項目をカンマ区切りで並べることとする。
- (b) データ項目及びデータ項目の並びについては、当事者間で取り決めた順序とする。
- (c) データ項目名称を先頭行で指定するか否かは当事者間で取り決める。
- (d) データ項目名称については、JEDICOSのデータ項目名称を使用する。
- (e) タブ、改行等の制御記号、カンマ等の予約語は「¥」の後にこれらのキーワードを挿入することとする。

(f) 商品画像の識別は、下記のファイル名称をデータ項目に設定することで対応付けることとする。

・ I M G n →商品画像ファイル

(3) HTML形式で商品データを伝送する場合、受け側で処理する際にファイル名でファイル構成が認識できなければならない。そのため伝送上で必要となるファイル名称の取り決めをする。

(a) 名称記述要素項目

①グループ種別

1つの商品情報データファイルのグループ、又は複数商品を提供する場合は提供元の企業を限定するコード

- ・ 商品コード (J A Nコード)
- ・ ロケーションナンバー (センターコード)

②データ種別

データ概要をあらわすコード

- ・ P R I →商品情報 (商品マスタ) 他 棚割情報 等

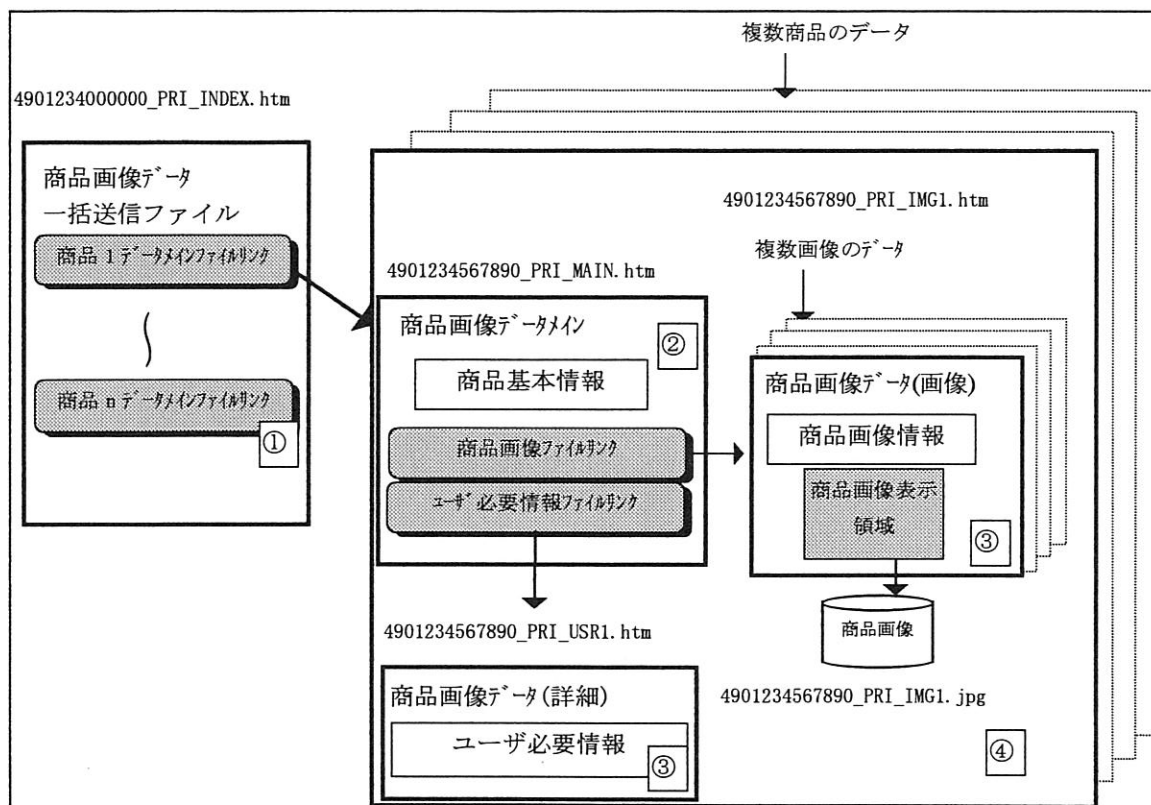
③データ分類コード

グループ内でのデータファイル構造をあらわすコード

- ・ I N D E X →複数商品を表現まとめて送信する場合の最上位に位置する送付データ内の商品リスト
- ・ M A I N →1つの商品情報データファイルグループの最上位に位置するファイル。商品基本情報が表示される。
- ・ I M G n →商品画像情報と商品画像を含んだファイル。
- ・ U S E R →ユーザ必要情報を記述したファイル。

(b) 格納されるHTMLファイルの構造の例

図表 3-2-8 HTMLファイル構造例



① INDEXページ：複数商品情報をリンクするファイル(html)

ファイル名称→ロケーションナンバー(センターコード)+_PRI_INDEX.htm

②メインページ：一商品の商品基本情報を持ち、商品画像情報、ユーザ必要情報をリンクするファイル(html)

ファイル名称→JANコード+_PRI_MAIN.htm

③詳細ページ：商品画像情報、ユーザ必要情報を格納するファイル(html)

ファイル名称→JANコード+_PRI_IMG1.htm

ファイル名称→JANコード+_PRI_USR1.htm

④画像ファイル：画像ファイル(jpg)

ファイル名称→JANコード+_PRI_IMG1.JPG

①～④の様な名称を基本としてファイルを作成する。各HTMLファイルイメージを参考資料V「HTMLファイル構成例」に示した。

2-5. 伝送方法

本研究の中で標準化した、商品基本情報、商品画像、商品画像情報、ユーザ必要情報を送受信する場合、利用するネットワークに応じて様々な伝送方式が想定される。本節では、伝送方法として、OSI (Open System Interconnection) の下位レイヤ(レイヤ4以下)とアプリケーションレイヤの手順について推奨手順を明確にする。

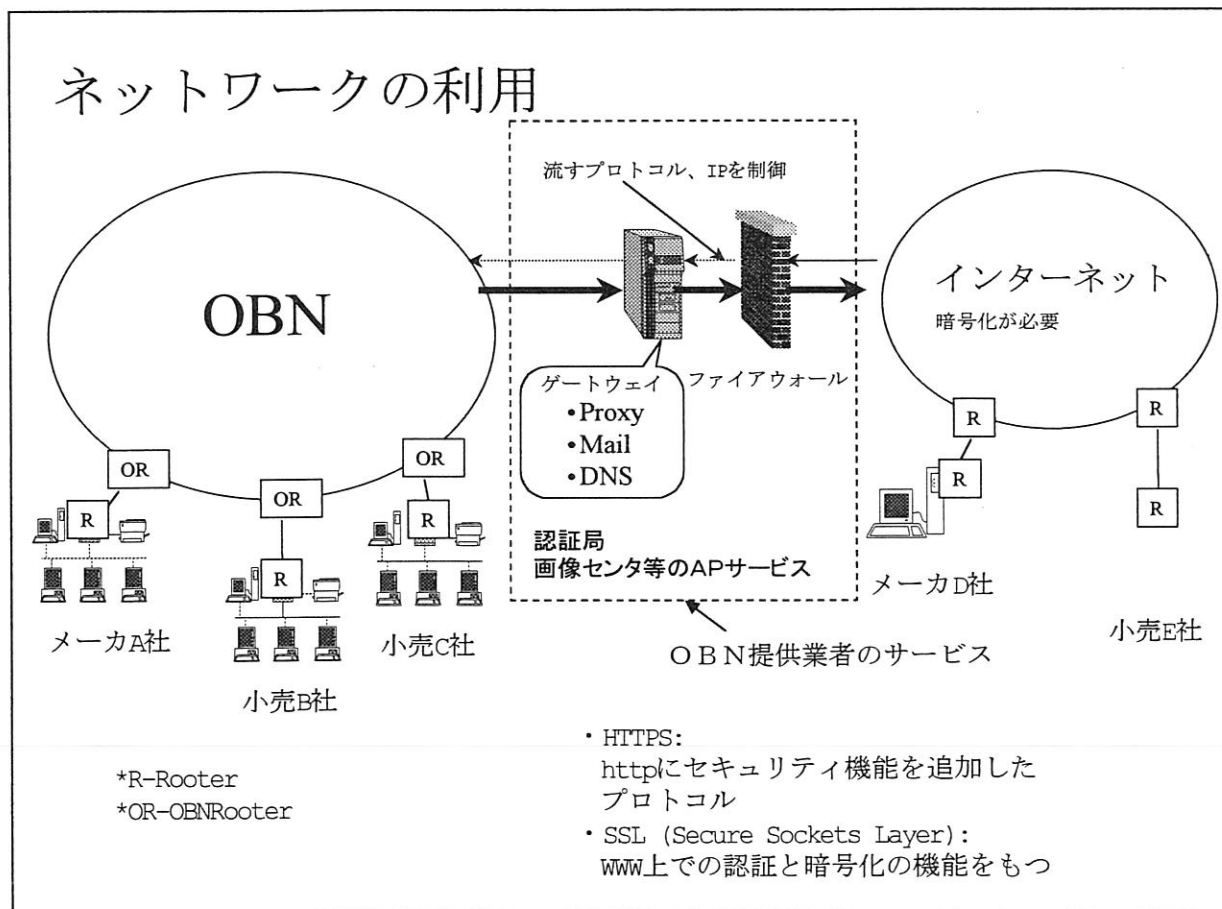
下位レイヤは、TCP/IPによるパケット通信を基本とする。クライアント・サーバ間での通信プロトコルは、電子商談に最適なセキュアドネットワークであるOBNとインターネットのデファクト標準がTCP/IPであり、スタンダードなものである。これらのプロトコルの中でIPルーティングに関わるパラメータについては、OBN仕様に準拠した値を用いることとする。

アプリケーションレイヤはH手順、HTTP、FTPなどの手順が考えられる。これらの手順を推奨しどの手順を用いるかは取引当事者間で取り決める必要がある。またセキュアドネットワークであるOBNかインターネットかで商品データを伝送する場合はセキュリティ上のガードをかける必要がある。このセキュリティを考慮した手順については、2-6. ネットワークの項で詳細を述べる。

2-6. ネットワーク

小売本部と卸売業／商品メーカーのクライアントやサーバが接続されるネットワークとしては、電子商談に最適なセキュアドネットワークであるOBNを推奨する。ただし、OBNのアクセスポイントや各社のネットワークの事情を考慮し、インターネットでの接続も認めることとする。OBNとインターネットの接続は、セキュリティを考慮し、ファイアウォールやIPアドレスなどで認証やガードがかけられるOBNゲートウェイを介して接続することを前提とする。OBNとインターネットを利用した電子商談のためのネットワークの構成を図表3-2-9に示す。

図表3-2-9 電子商談のためのネットワークの構成



ネットワーク環境に応じてインターネット接続する場合には（HTTPS、SSL等の）暗号化によるセキュリティを考慮する必要がある。これには、アプリケーションレイヤのH手順、HTTP、FTP

の3つの手順に応じたコンテンツの暗号化が必要になる。暗号化によるセキュリティ確保の考え方を図表3-2-10に示す。

図表3-2-10 セキュリティ確保の考え方

	OBN	インターネット
H手順	特に暗号化の必要はなし	CMCを用いて暗号化すること
HTTP	特に暗号化の必要はなし	SSLを用いて暗号化すること
FTP	特に暗号化の必要はなし	CMCまたはSSLを用いて暗号化すること

CMC（CMCモジュール）及びSSLについては、参考資料Ⅶを参照のこと。

第4章 今後の課題

第4章 今後の課題

1. 棚割業務へのE D I技術の適用

今回調査研究の対象とした「商談」は新商品の商談であり、単品の商品情報が基本となっている。

しかし、商品は陳列棚におかれて販売されるものであり、どの陳列棚のどの位置に、どの商品と組み合わせて販売するかが売上向上に重要な要素となる。つまり棚割である。単品ごとの商品情報の提案だけでなく、陳列棚の棚位置を他の商品と組合せを提案することが重要である。従って、棚割業務への画像データ交換を伴うE D IやW e b技術の適用研究も重要である。

2. 商品画像に伴う肖像権、著作権

商品画像情報の利用に際しては、その肖像権、著作権についての利用上の注意が必要である。こうしたE D Iに伴う商品画像利用に対する肖像権、著作権の法的問題の検討が必要である。

3. 効果的な運用のための画像センタについての検討

第3章 1. 電子商談のための画像技術の利用方法

のパターン4.において、卸売業／商品メーカーから小売本部への商品データ提供を画像センタ経由で行う場合の説明を行った。今回の調査研究では、画像センタ及び卸売業／商品メーカーの役割分担についての詳細な検討をおこなってはいない。

今後、商品画像データ交換を伴うE D Iが普及するに連れて、画像センタの必要性が高まるものと思われる。

効果的に運用するための画像センタについての検討が必要である。

参考資料Ⅰ 「商品画像運用ガイドライン（商品画像および画像関連文字項目仕様）」

商品画像運用ガイドライン (商品画像および画像関連文字項目仕様)

はじめに

本資料は、卸売業／商品メーカーから小売業に対して商品情報を提供するために、業界共通とすることが望ましい商品画像と画像関連文字項目(画像に添付する文字項目)を、運用ガイドラインとして仕様化したものである。本資料の運用ガイドラインは、「SP²」(「EC商品画像情報システム協議会」策定)及び「全国化粧品日用品卸連合会 商品画像データベース」(「全国化粧品日用品卸連合会」策定)の画像と画像関連文字項目の仕様を参考に、取りまとめたものである。

なお、卸売業／商品メーカーから小売業に対して提供される商品情報の内、基本文字項目(希望小売価格、賞味期間など)やメッセージフォーマットは、JEDICOSの商品カタログメッセージなどを基に検討した。

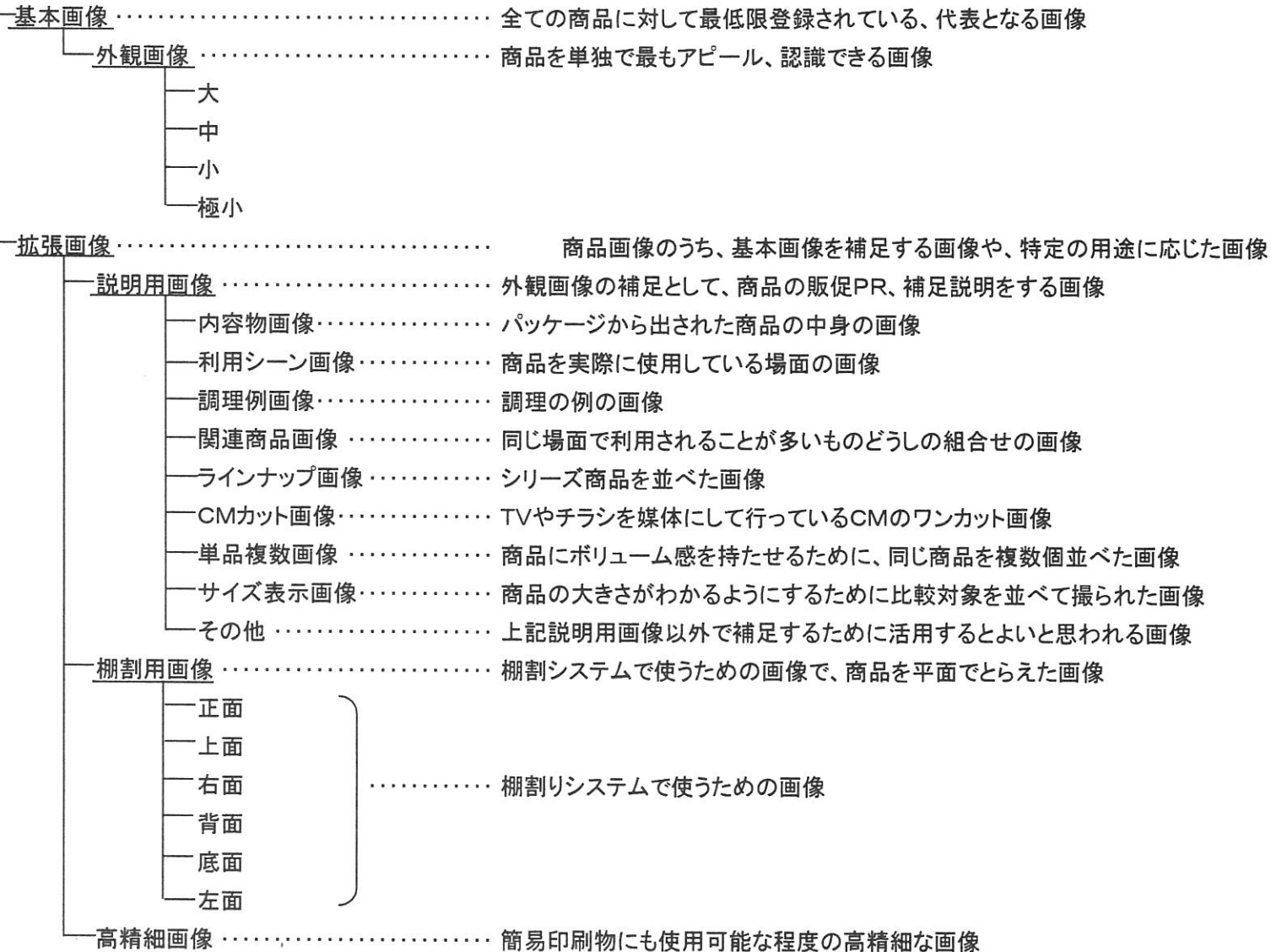
目 次

1. 商品画像の体系	61
1. 1 外観画像の仕様	63
1. 2 説明用画像の仕様	64
1. 3 棚割用画像の仕様	65
1. 4 高精細画像の仕様	66
1. 5 画像内容に関するガイドライン	67
2. 商品画像に添付する文字情報(画像関連文字項目)	77
2. 1 文字情報まとめ	77
2. 2 文字情報項目詳細定義	78

1. 商品画像の体系

(1) 画像情報は以下の体系にて整理する。

商品画像



(2)各画像の仕様は以下の通りとする。

商品画像の仕様は以下の通りです。

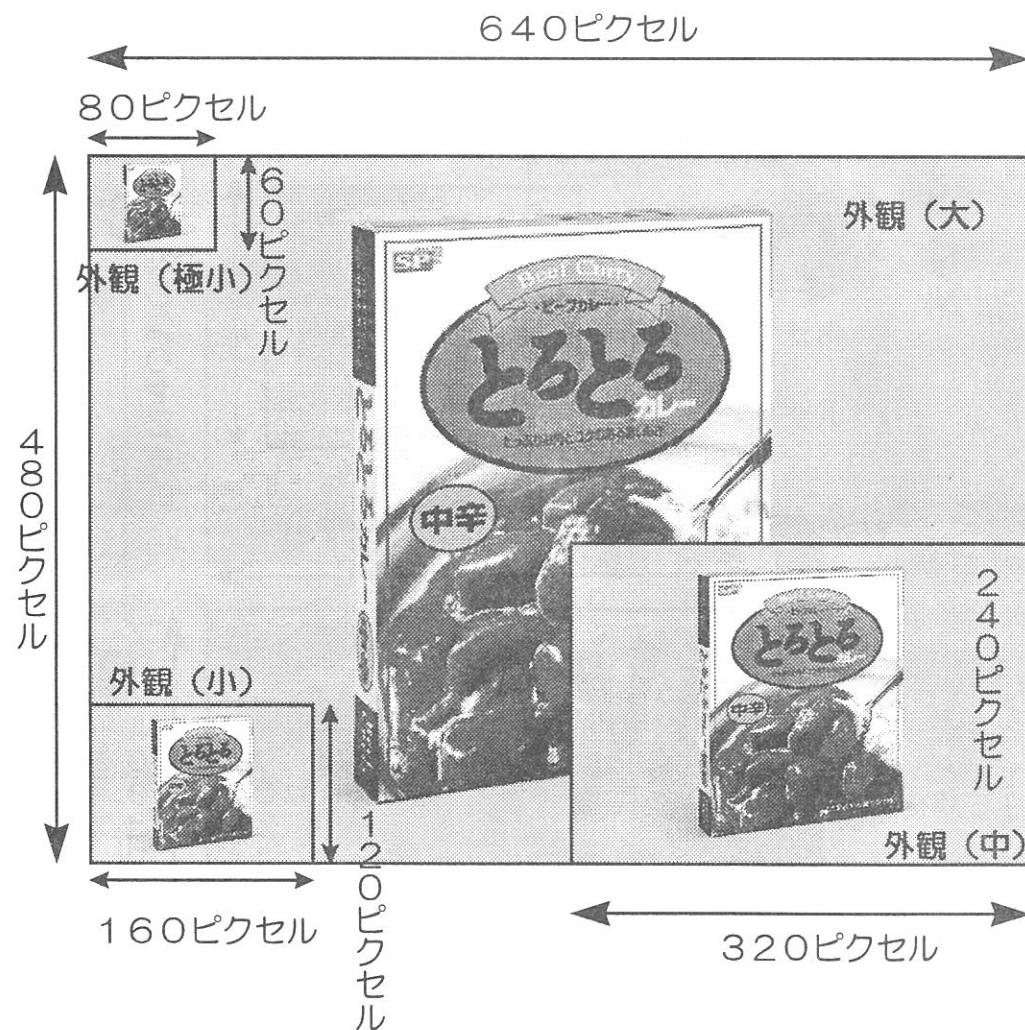
画像の大きさ		JPEG圧縮率※1	データ量(KB)		画像	登録必須	商品画像の内容
ピクセルサイズ (横×縦)	面積比	ガイドライン	圧縮前	圧縮後	枚数		
基本画像							
全ての商品に対し、最低限登録されている画像でこれを基本画像と呼ぶ。							
外観画像							商品を最もアピール、認識しやすい画像で、外観画像と呼ぶ。
大							単一商品を基本とする。
中							(詳細は説明用画像のガイド参照)
小							
極小							
拡張画像							
商品画像のうち、基本画像を補足する画像や、それぞれの用途に応じた画像を拡張画像と呼ぶ。							
説明用画像							外観画像の補足として、商品の販促PR,補足説明をする画像で、説明用画像と呼ぶ。
							内容物、利用シーン、調理例、関連商品、ラインナップ、CMカット画像、単品複数画像、サイズ表示画像など (詳細は説明用画像のガイド参照)
棚割用画像							棚割システムで使うための画像で、商品を平面でとらえた画像で、棚割用画像と呼ぶ。
							商品を正面、上面、右面、左面、背面、底面の6面を平面でとらえた画像。 (詳細は棚割用画像のガイド参照)
正面							
上面							
右面							
左面							
背面							
底面							
高精細画像							簡易印刷物にも使用可能な程度の高精細な画像で、高精細画像と呼ぶ。
							画像の内容は、特に限定しないが、登録の簡易化のため、外観画像と同一内容でも可。

※1 圧縮は画像の内容によりはつくが、上記圧縮率をガイド値として圧縮を行う。

※2 商品の長い辺を 200 もしくは 400 ピクセルとした大きさを基準とするが、商品サイズに比例した大きさで取り込んでもよい。

※3 棚割を行う商品が対象で、棚割用画像の登録は、棚割用画像のガイドを参照。

1. 1 外観画像の仕様



外観 (大)

大きさ : 640ピクセル×480ピクセル

圧縮率 : 1/20程度 (JPEG)

圧縮時データ量 : 900KB→約45KB

外観 (中)

大きさ : 320ピクセル×240ピクセル

圧縮率 : 1/10程度 (JPEG)

圧縮時データ量 : 225KB→約23KB

外観 (小)

大きさ : 160ピクセル×120ピクセル

圧縮率 : 1/10程度 (JPEG)

圧縮時データ量 : 56KB→約6KB

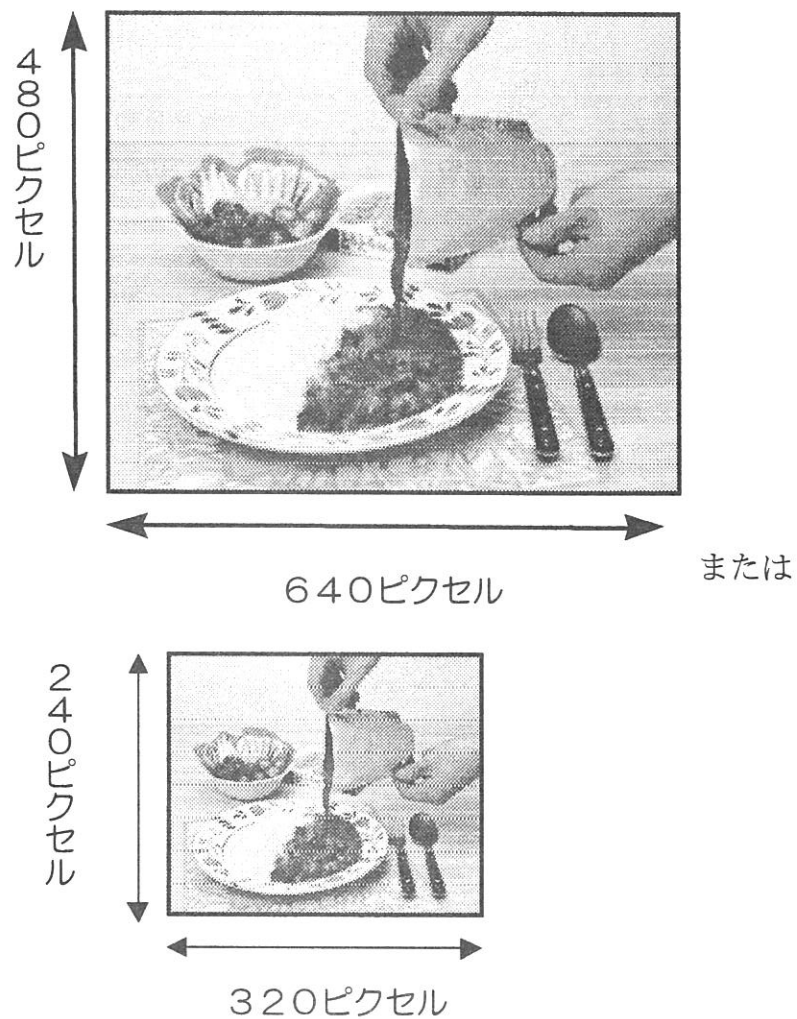
外観 (極小)

大きさ : 80ピクセル×60ピクセル

圧縮率 : 1/5程度 (JPEG)

圧縮時データ量 : 14KB→約3KB

1.2 説明用画像の仕様



大きさ : 640ピクセル×480ピクセル
または320ピクセル×240ピクセル

圧縮率 : 1/10程度 (JPEG)

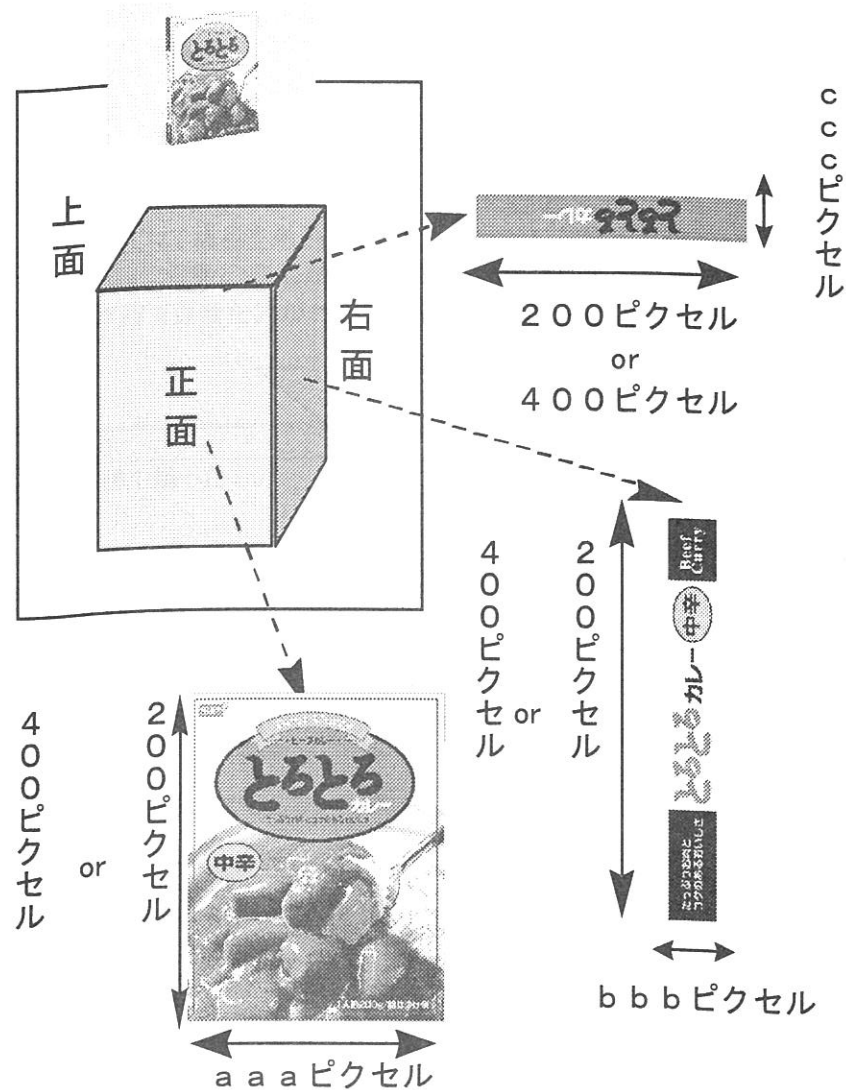
圧縮時データ量 : 225KB→約23KB

補足説明

外観画像の補足として、

- ・内容物
- ・調理例
- ・利用シーン
- ・関連商品
- ・ラインナップ
- ・CMカット画像
- ・単品複数
- ・サイズ表示画像
- ・その他の画像

1.3 棚割用画像の仕様



棚割用画像

大きさ：商品の長い辺を200または
400ピクセルとした矩形

圧縮率：1／10程度（J P E G）

データ量： 117KB→約12KB*1

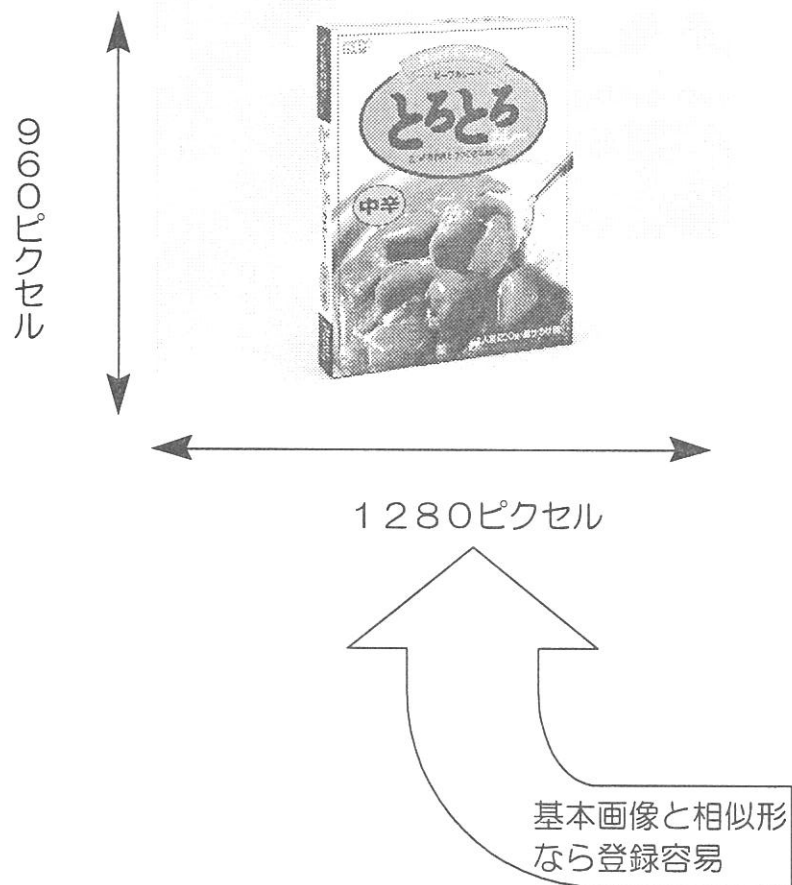
*1 200×200ピクセル時

補足説明

正面、上面、右面、背面、底面、左面
を最大登録可能面とする。

どの面登録を推奨するかは、ガイド参照

1.4 高精細画像の仕様



高精細画像

大きさ : 1280ピクセル×960ピクセル

圧縮率 : 1/30~1/40程度
(JPEG)

データ量 : 3600KB→約100KB

補足説明

必要条件：
元画像として
1050ピクセル
×1050ピクセル
以上が必要

350
DPI
で逆算

印刷物（カタログ、チラシ）
での大きさ



印刷物の画像は9割が
3インチ×3インチ以内の大きさ

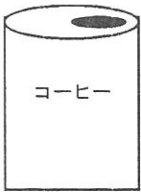
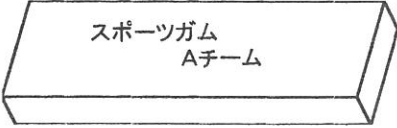
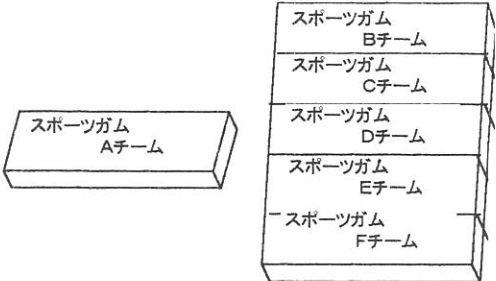
1. 5 画像内容に関するガイドライン

(1) 外観画像のガイドライン

① 商品数に関するガイドライン

外観画像として登録するものの代表的なパターンは以下の通りである。

- a) 基本としては、単品を単独で撮ったものとする（単品画像1）
- b) 同一JANに複数の商品がある場合も、代表的な商品を単独撮影したものとする（単品画像2）
- c) 但し、複数で見た方がわかりやすいものについてはこの限りとはしない（複数で並べた商品）

a) 単品画像1	b) 単品画像2	c) 複数で並べた商品
単品を単独で撮ったもの	同一JANの組合せ(代表商品単品) 同一JANに対して複数の商品が存在する場合、その商品を代表する商品単独	同一JANの組合せ(代表商品単品) 非常に小型の商品や、デザイン等が異なり 複数で見た方がわかりやすいもの
		

<補足説明>

外観画像以外として登録する画像

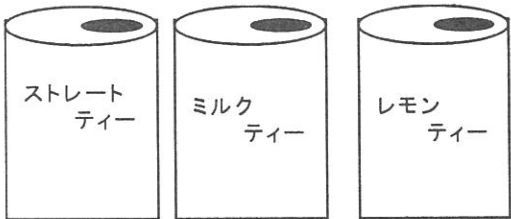
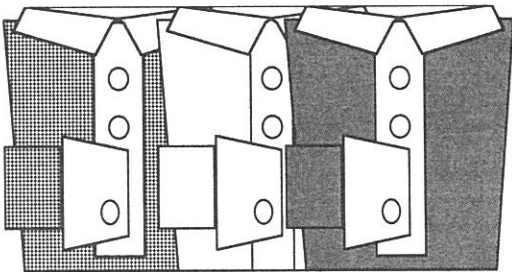
複数で並べて見せた方がわかりやすい商品群であっても、

a) シリーズ商品・味違い商品

b) 色違い・組合せ(衣料)商品

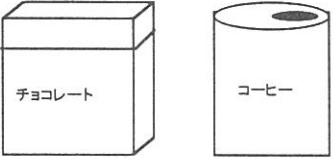
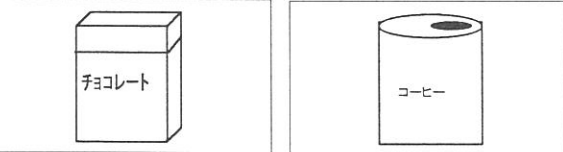
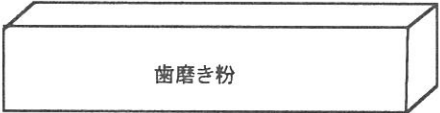

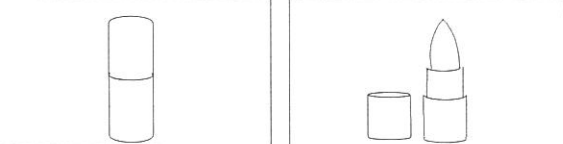
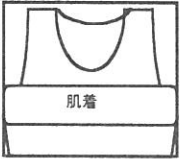
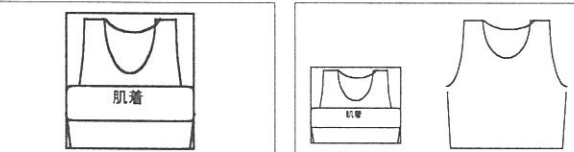
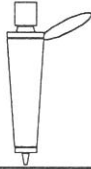
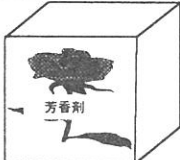
等のように、JANが違うものどうしの組合せの場合には、説明用画像として登録とする。

(登録例)

a) 複数で並べた商品 シリーズ商品・味違い商品	b) 複数で並べた商品 衣料(色違い・組合せで並べたいもの)
	

→ 説明用画像として登録

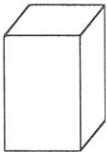
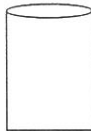


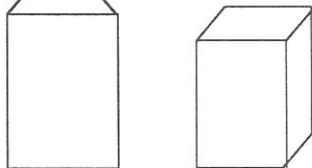

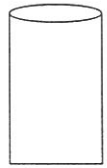

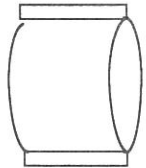
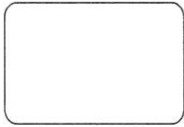

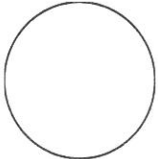
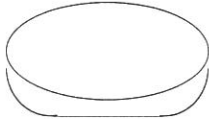
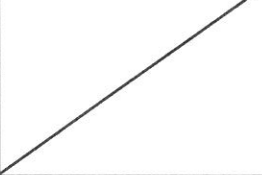
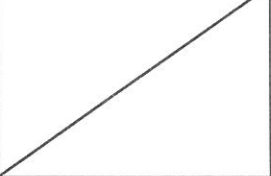
② 状態に関するガイドライン

店舗に置かれる時の画像	説 明	画像パターン(どれでも可)
 <p>チョコレート コーヒー</p>	<p>外観＝陳列形状 ＝販売形状であり、 外見の画像を使用すれば問題のない商品</p>	 <p>チョコレート コーヒー</p>
 <p>歯磨き粉</p>	<p>プラスチック容器等に入っている商品で、 容器がさらに外箱に入っているもの。 例) 歯磨き粉・化粧水・乳液</p>	 <p>歯磨き粉 歯磨き粉</p>
	<p>容器と中身が一体化しており、容器と中身を 併せてみせたいもの。 例) 口紅</p>	
 <p>肌着</p>	<p>パッケージングされている商品。 パッケージから取り出して広げる ことが必要な商品 例) 実用衣料</p>	 <p>肌着 肌着</p>
	<p>店舗で陳列されているときの形状と 利用する時の形状が全く異なる商品 (利用時には組み立てる商品含) 例) 傘・簡易フロア掃除機</p>	
 <p>芳香剤</p>	<p>商品形状からくる陳列の問題、 もしくは取扱説明書が入っている などの理由で箱に入って売られている商品。 例) 芳香剤・電子蚊取り器</p>	 <p>芳香剤 芳香剤</p>

③撮影上の角度に関するガイドライン

登録商品の外観画像撮影上の角度に関するガイドラインは、「商品名称が明瞭に見える角度で撮影されていること」を最も基本的なガイドラインとする。

商品撮影に関しては、以下の表の角度をガイドラインとするが、登録企業の考え方・商品特性によっては、この限りではない。

基本形状	名称	四角柱		円柱		袋	
	代表形状						
	面数	・明確にその範囲を指定できる面が6面ある。		・明確に範囲を定義できる側面がない		・明確にその範囲を指定できる上、底面がない	
	顔	・どの面も顔になりえるため、商品によって違う。		・正面にある場合(主に高さのある商品)と上面にある場合(主に高さのない商品もしくは、上面が広い商品)がある。		・基本的に正面1面	
商品の高さ	角度	正面	俯瞰	正面	俯瞰	正面	俯瞰
	高い						
	低い						
備考		商品の顔が見える(商品に厚みがない、もしくは形状のアピールの必要がない場合)	商品の顔が2面以上ある。もしくは立体感を見せる。立体感を見せるためであれば正面と上面のみをみせる場合もあるが、顔の数によっては3面同時に見せることもある。	商品の顔が見える	商品の顔が見え、さらに立体感がわかる	商品の顔が見える	商品の顔が見え、さらに立体感がわかる。

※商品の顔: 商品の名称が表示されている広い面

④ 背景に関するガイドライン

背景色に関するガイドライン

a) 現状の画像利用状況

業務	背景色	理由
新商品案内	無	写真の背景が様々であるため、統一するために商品写真を切抜き、台紙に貼りつけて使用しているため。
カタログ	無	切り抜いて使用することを前提に写真撮影を行っている(切抜き撮影)
リーフレット	効果的な背景・色	切抜き撮影でEDP処理の上、効果的な色・背景に貼りつける。

現状の利用状況から判断すると背景色は、考慮されていないが、画像利用の際の切抜き作業をなくし、工数軽減のためにはできる限り統一したい。

b) 背景色に関する基本的な考え方

- ・商品の色彩には悪影響を与えない色 → 無彩色(白～グレー～黒)
- ・商品の色は濃いものから薄いものまで様々である → 商品を引き立てる明るいグレーが無難
- ・商品の影は、使う立場からみると、商品自体に影響のない程度であればあってもなくても問題なし。
ただし、撮影の際に影を「なし」にするにはライティングの設定が難しい。もし統一してつける場合には、商品に対し光を左からあて、影を右側に出す。(人間の心理面から)

以上の点を考慮して行った撮影サンプルによる比較評価の結果、明るいグレー系を基本とするのがよい。

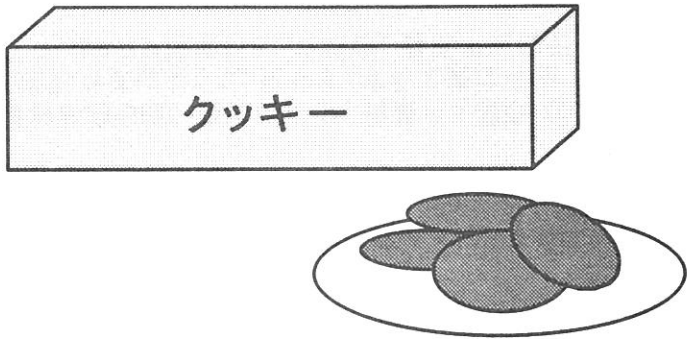
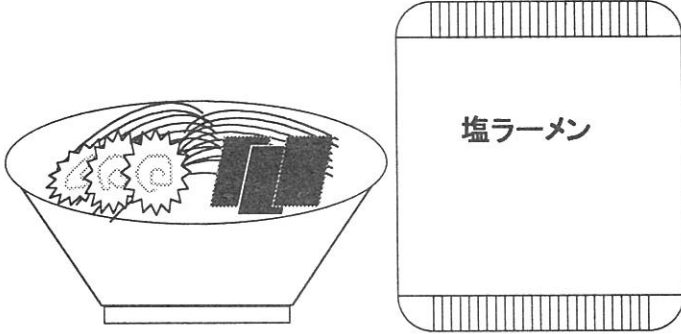
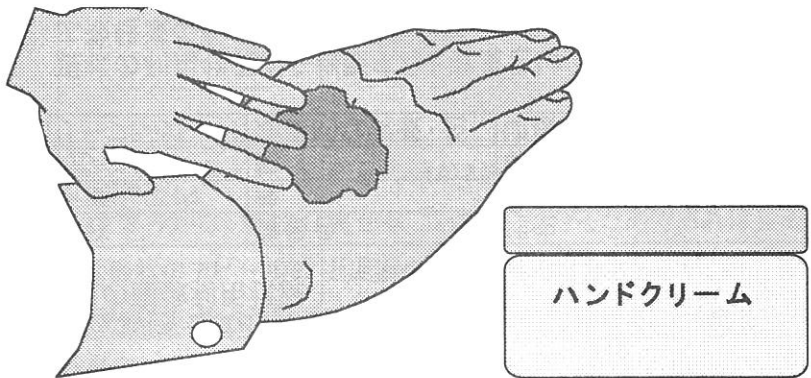
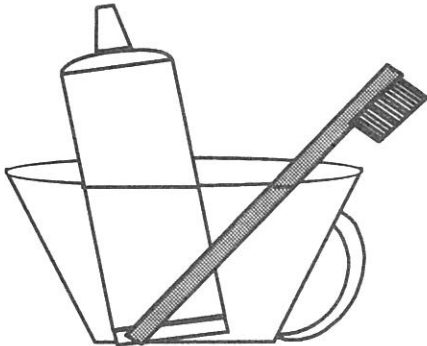
c) 画像作成作業の状況

- ・素材が白っぽい商品の場合、背景色を濃くしないと商品が見づらい。
(撮影方法によって、見やすくする工夫は可能 → 「 」参照)
- ・ポジ・カタログを素材とした場合、登録用画像データの背景色は素材の背景色によって決定される。

以上a)～c)の3点より、登録画像データ作成のために、新たに撮影を行うなど、背景色をコントロールすることが可能な場合は、ライトグレーを基本とする。しかし、入力素材・商品の色によっては、この限りではない。

(2) 説明用画像に関するガイドライン

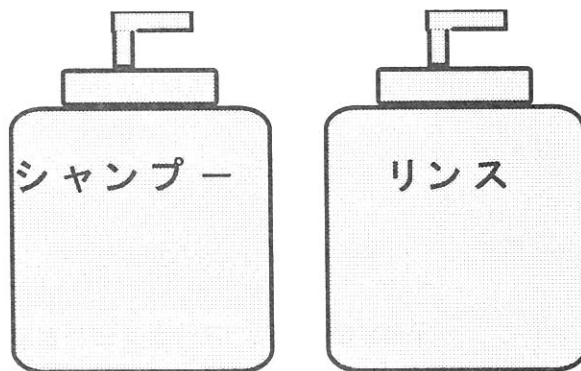
商品説明用画像については、以下の通りとする。

<p>内容物</p> <p>パッケージから出された商品の中身。消費者が使用する単位での形がわかるようにするための画像</p> <p>例) 箱から出したクッキー。コップにあけたジュース等</p>  <p>クッキー</p>	<p>調理例</p> <p>調理の例</p>  <p>塩ラーメン</p>
<p>利用シーン</p> <p>商品を実際に使用している場面。商品の活用イメージを伝える画像</p> <p>例) ハンドクリームを手に塗っているシーン</p>  <p>ハンドクリーム</p>	<p>関連商品</p> <p>同じ場面で利用されることが多いものどうしの組合せ画像</p> <p>例) 歯ブラシと歯磨き粉、あるメニューを作る際同時に使用する材料等</p> 

ラインナップ

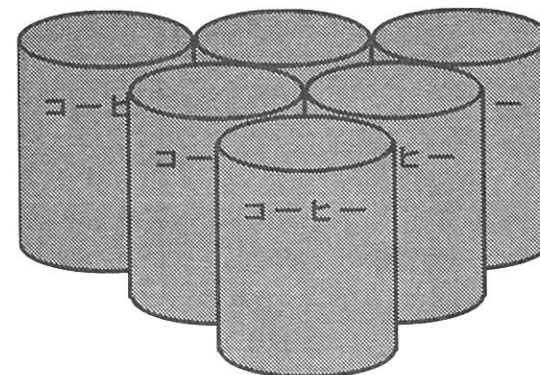
同系統の商品同士を並べた画像、もしくは規格の一部が違うものの同士を並べた画像。

例) シャンプーとリンス。味違い・色違い等。



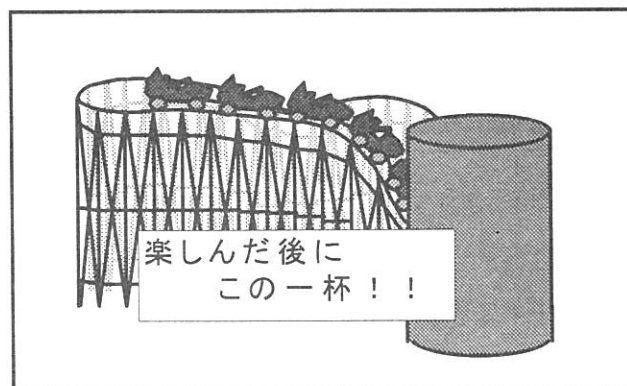
単品複数

商品にボリューム感を持たせるために、同じ商品を複数個並べた画像。



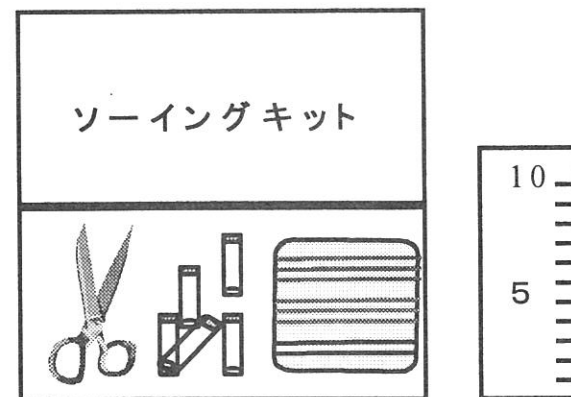
CMカット

TVやチラシを媒体にして行っているCMのワンカット。どういうイメージで消費者に訴えられているかを伝える画像。



サイズ表示

商品の大きさがわかるようにするために比較対象を並べて撮られた画像、もしくは地図の縮尺様のものを表示した画像

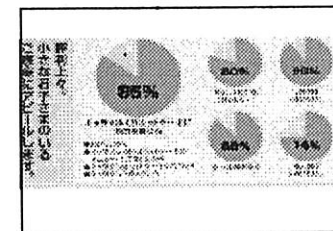
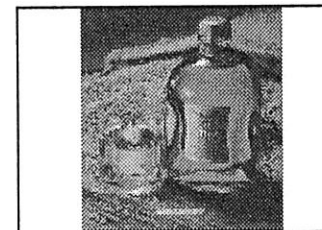
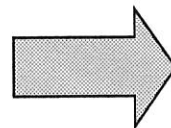
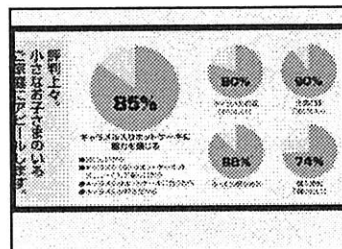


② 説明用画像作成方法に関するガイドライン

データ仕様では、640(横)×480(縦)ピクセルまたは320(横)×240(縦)ピクセル、すなわち横:縦=4:3となっているが、入力素材によっては、横縦比が4:3ではない画像もある。この時発生する、仕様に合わせるための画像補正工数を削減するためにも、「横もしくは縦のいずれか一方の長さが、仕様にあっていればよい。」としたいが、フェーズ2における仕様変更の基本的な考え方より、画像サイズに関する仕様変更がされるまでの移行措置として「横320ピクセル、または縦240ピクセルの画像を320×240ピクセルの無色の背景にはるだけでよい」(説明用画像が横640×縦480ピクセルの場合は320を640、240を480にのみかえる)こととする。



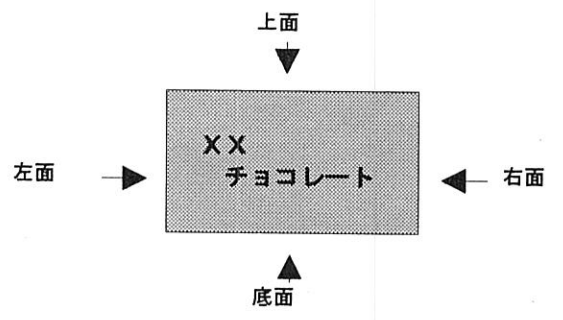
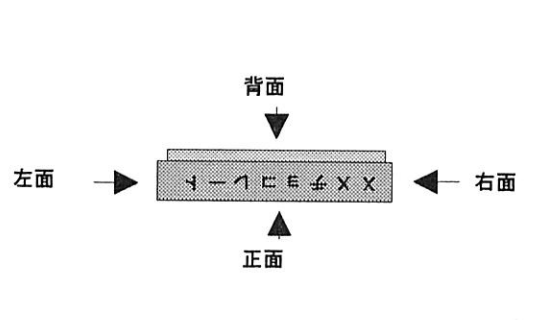
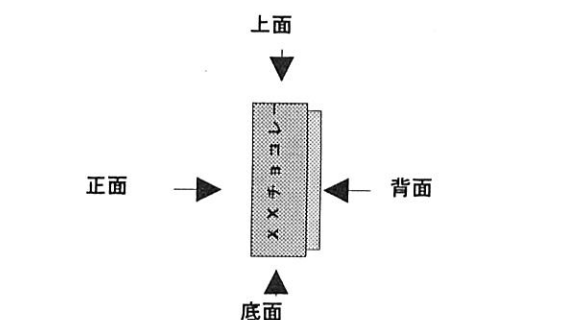
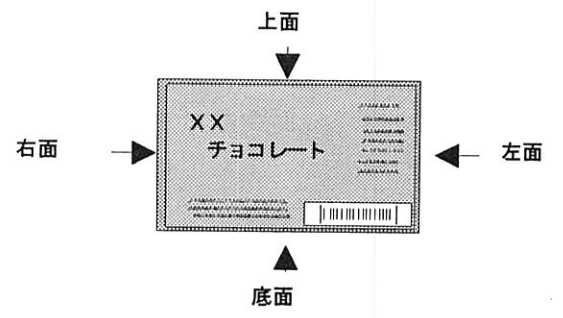
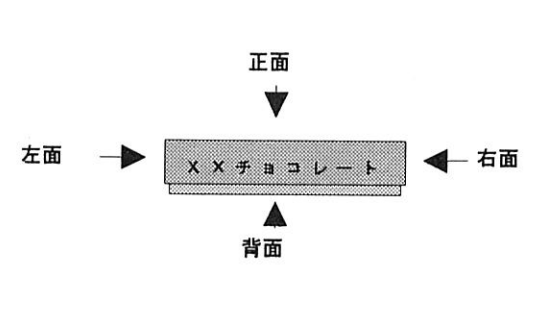
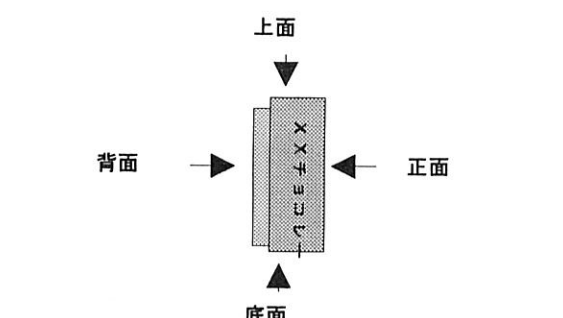
太線黒枠内が素材とした画像の大きさ。



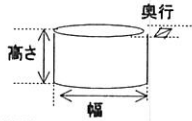
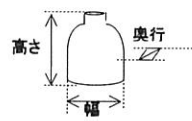
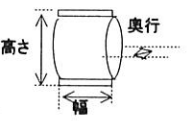
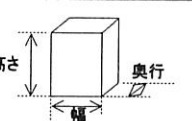
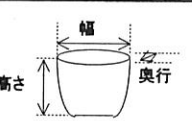
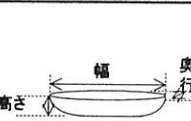
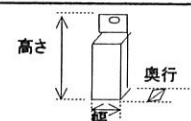












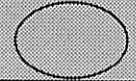

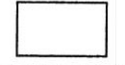




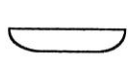

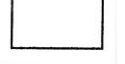




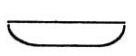








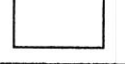




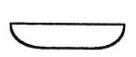

縦・横いずれかの長さが仕様にそっていれば背景色はついていなくても可


(3) 棚割用画像に関するガイドライン

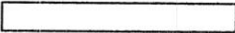
① 棚割用画像の面の呼び方については、以下の様を考える。

<p>正面</p> <p>商品を表す代表面を正面とした画像</p>	<p>上面</p> <p>正面を前に倒した時の画像</p>	<p>右面</p> <p>正面を右に向きを変えた時の画像</p>
		
<p>背面</p> <p>正面の裏側の面の画像</p>	<p>底面</p> <p>正面を後ろに倒した時の画像</p>	<p>左面</p> <p>正面を左に向きを変えた時の画像</p>
		

② 商品の形状による正面の定義と登録面

	缶型	瓶型	袋型	箱型	カップ型		フック型
							
正面							
上面							
右面							
背面							
底面							
左面							

 : 商品を最もアピール（陳列）する面として必ず登録する

 : 陳列が考えられる面を登録する *

*) 陳列が考えられる面とは、商品名の印刷されている面および、その他の陳列が考えられる面とする

2. 商品画像に添付する文字情報(画像関連文字項目)

2.1 文字情報まとめ

文 字 項 目	属性	最大桁数	項 目 定 義	外観画像	説明画像	棚割画像	高精細画像	備 考
JANコード	X	13	商品のJANコード(JAN、UPC、EANなど)	◎	◎	◎	◎	商品基本情報に同じ
商品名称(漢字)	N	60	漢字、ひらがなの商品名称	◎	◎	◎	◎	商品基本情報に同じ
画像種別コード	X	3	外観画像(大、中、小、極小)、説明用画像、棚割用画像(正面、上面、右面、左面、背面、底面)、高精細画像を区別する	○	○	○	○	外観大:G01 外観中:G02 外観小:G04 外観極小:G08 説明用1:S01 ~説明用10:S10 棚割正面:T01 棚割上面:T02 棚割右面:T03 棚割背面:T04 棚割底面:T05 棚割左面:T06 高精細:P02
画像補足説明	X	500	商品の特長、アピールポイントなど訴求ポイントを登録	○	○	○	○	
著作権関係	X	500	タレント、キャラクタなどの権利関係による画像、文書などの利用上の制限事項をフリーテキストにて登録する。	—	○	—	○	
データ有効期限	X	8	タレント、キャラクタなどとの契約上の、画像・文書などの利用期限年月日YYYYMMDD	—	○	—	○	
説明用画像種別	X	2	説明用画像の種別をコード入力	—	○	—	—	01:内容物画像、02:調理例画像、03:利用シーン画像、04:関連商品画像、05:ラインナップ画像、06:単品複数画像、07:サイズ表示画像、08:CMカット画像、09:その他の画像
商品サイズ	9	4	商品幅方向の棚割用サイズ(単位mm)	—	—	●	—	
	9	4	商品高さ方向の棚割用サイズ(単位mm)	—	—	●	—	
	9	4	商品奥行方向の棚割用サイズ(単位mm)	—	—	●	—	
フック穴位置(X)	9	4	パッケージを含んだ商品の最左端とフック穴の中心位置の水平方向の長さ(単位mm)	—	—	●	—	● フック商品の場合
フック穴位置(Y)	9	4	パッケージを含んだ商品の最上端とフック穴の中心位置の垂直方向の長さ(単位mm)	—	—	●	—	● フック商品の場合
上商品重なりサイズ	9	4	重ねて陳列する場合の上商品に隠れる範囲(単位mm)	—	—	●	—	● 重なり陳列が考えられる商品の場合
下商品重なりサイズ	9	4	重ねて陳列する場合の下商品に隠れる範囲(単位mm)	—	—	●	—	● 重なり陳列が考えられる商品の場合

◎:必須 ○:オプション ●:状況により必須

2. 2文字情報項目詳細定義

2. 2. 1 画像補足説明

(1) 外観画像補足説明

①本項目には、商品の特長、アピールポイントなど商品を顧客に訴求するポイントなどを登録する。

登録サンプル

【サンプル①】(吉原製油株式会社「一番しぼりサラダ油」カタログより 144文字)

サラダにすればサラッと切れよく、揚げ物にすればカラッと軽く…。圧縮製法「一番しぼりサラダ油」の特長です。加熱時の安定性に優れた菜種油(キャノーラ油)。さらに一番しぼりだから加熱時の臭いが気になりません。菜種油(キャノーラ油)は、リノール酸、リノレン酸、特にオレイン酸がたっぷり含まれています。

【サンプル②】(ユニ・チャーム株式会社「ムーニーナイト」カタログより 221文字)

うつぶせ寝でも、たった1枚で朝までおなかモレしない夜用紙おむつ。おなか部分に超吸収ポリマーを集中的にプラスしたすやすや吸収体が、夜間のおなかモレを防ぎます。新採用のパワフルうんちストッパーが大量のオシッコもモラさずストップ。うつぶせ寝や寝返りの多い赤ちゃんでも、おなかにピットリフィットするウエストギャザーでおなか・背中モレも安心。ウルトラ通気性シートが、オシッコや汗の水蒸気を全面でオムツの外に逃がします。カラフルなつけ直しラクラクゾーン。

(2) 説明用画像補足説明

(a) 説明用画像種別コード

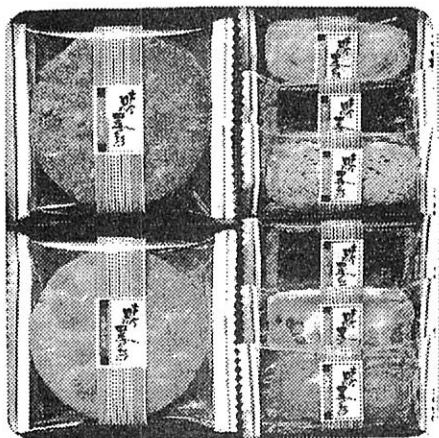
画像種別	コード
内容物画像	01
調理例画像	02
利用シーン画像	03
関連商品画像	04
ラインナップ画像	05
単品複数画像	06
サイズ表示画像	07
CMカット画像	08
その他の画像	99

(b) 内容物情報

- ①本文字項目にはパッケージを開け商品の並んでいる(詰められている)様子、パッケージから取り出した商品の様子、商品の一部を切り取るなどした商品内部の様子などを登録する。

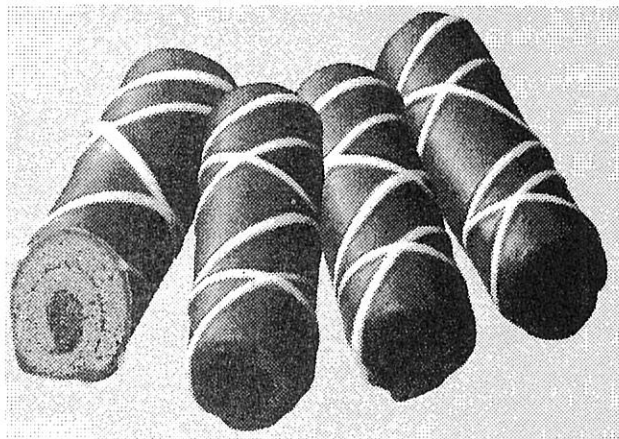
登録サンプル

【サンプル①】(亀田製菓株式会社「味の四季彩30」カタログより 72文字)



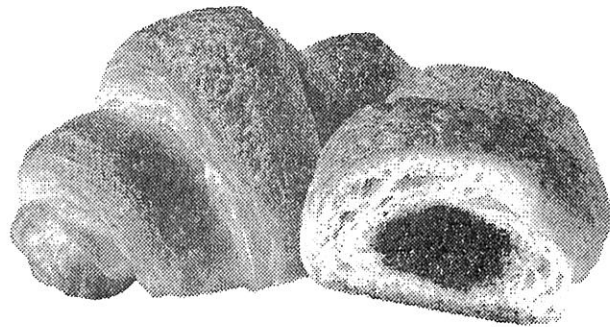
たまり堅焼:12枚 生醤油堅焼:12枚 青海苔かきもち:9枚 海老かきもち:9枚 醤油かきもち:9枚 豆かきもち:9枚 鰹だし海苔巻:18枚

【サンプル②】(株式会社 ブルボン「カフェアルル」カタログより 141文字)



ひろがる香りクリーミーな味わい！ミニロールケーキ。クルクルッと巻きあげたミニロールケーキにマイルドなココアクリームを詰め、香り豊かなコーヒークリームでやさしく包みました。香り立つコーヒークリームとほんのり甘いココアクリーム……。2つのクリームのかなでるハーモニーをお楽しみください。

【サンプル③】(株式会社 ブルボン 「クロワッサン チョコクリーム」カタログより 64文字)



こんがりソフトに焼き上げたクロワッサンのセンターにチョコレートクリームを詰めました。ふっくらソフトなおいしさをお楽しみください。

(c)調理例情報

①本文字項目には調理材料、調理方法などを登録する。

登録サンプル

【サンプル】(宝幸水産株式会社 「ロルフ デンマークチーズ」カタログ中「星型チーズ」調理例より 247文字)

星型チーズのレーズン・ピラフ 材料:米(3カップ)、玉ネギ(小1個)、レーズン(100g)、油(大さじ1)、バター(大さじ1)、スープ(3カップ)、コンソメスープの素(1個)パセリ(1わ)、星型チーズ(80g) Cooking:①米は炊く1時間前に洗い、ザルに上げる。②玉ネギはみじん切り、レーズンはざっと洗いを切る。③油とバターで玉ネギをよく炒め、しんなりしたら、①を加えて透き通る位に炒める。スープとスープの素にレーズンを加え、普通に炊く。パセリのみじん切りを混ぜ、星型チーズを散らす。

(d) 利用シーン情報

本文字項目には利用シーンのタイミングや場所の説明などを登録する。

登録サンプル

【サンプル】(アサヒビール株式会社「食彩麦酒」カタログより 134文字)



「うちの料理にあうよね！これっ」きっと、そう言っていたける生ビールの誕生です。テーブルに似合う手作り感のあるラベル。料理に合わせて楽しんだり、ご夫婦やお友達同士で飲み比べてみたり、選べる2つの味が、食卓のおいしさ楽しさをいっそう引き立てます。2つの味をお楽しみください。

(e) 関連商品情報

本文字項目には関連商品情報などを登録する。

【サンプル】(株式会社 ブルボン「ルナール」カタログを脚色 97文字)

フルーティなバナナのスポンジケーキには、ほろ苦いココア、香ばしいアーモンドがよくあいます。ふっくらと焼き上げたスポンジケーキに口どけのよいクリームをサンドした軽い口当たりをお楽しみください。

(f) ラインナップ情報

本文字項目にはラインナップ商品の説明などを登録する。

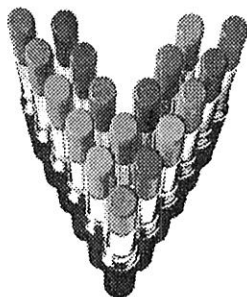
【サンプル】(アサヒビール株式会社「食彩麦酒」カタログより 93文字)

「食卓を彩り、食事と一緒に楽しむビール」をテーマに2タイプの味をご用意いたしました。料理の味や気分、様々な食卓シーンなどに合わせて気軽に選び楽しんでいただける新しい提案をまいります。

(g) 単品複数情報

本文字項目には画像の構図などを登録する。

【サンプル】(画像は株式会社 資生堂 ホームページよりカタログやチラシ用の画像例として引用 49文字)

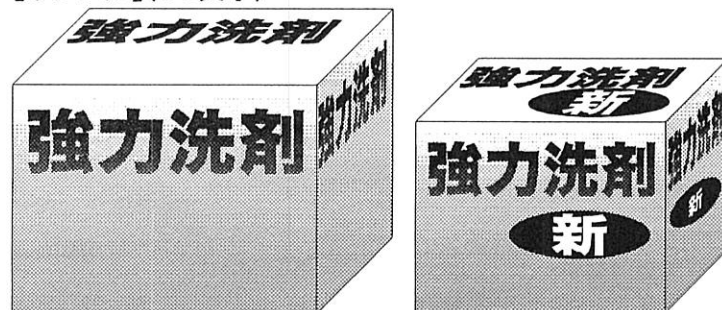


V字型に商品を配置した画像でボリューム感を持たせました。カタログやチラシにご使用いただけます。

(h) サイズ表示情報

本文字項目にはサイズ表示するための対象物、サイズ比較の基準(大きさ、小ささ、同じ回数使用可能など)などを登録する。

【サンプル】(88文字)



新商品は従来品(当社製)に比較し、幅、奥行、高さとも75%のサイズに押さえています。コンパクト粒子の開発と、容器への充填方法の改良により、標準的な使用可能回数は変わりません。

(i) CMカット情報

本文字項目にはCMカット画像のイメージのわかる説明などを登録する。

【サンプル】(東洋水産株式会社 新商品紹介資料「ホットヌードル“夏の特別”登場」より(166文字)

「ホットちゃん」と商品ロゴでもある「ホットおじさん」の掛け合いで展開するコミックタッチの新コマーシャルです。ホットちゃんには、不思議なチャーミングさで人気上昇の鈴木蘭々を、そしてホットおじさんの声には「ヒロミ」を起用しました。ボクサー役で元世界チャンピオンの薬師寺保栄もゲスト登場。パワフルなコマーシャルで新製品の登場を訴求します。

(3) 棚割画像補足説明

①本文字項目には棚割画像の内容や画像作成時の撮影・デジタル化環境などを登録する。

②【サンプル】(12文字)

外観画像と同じ画像です。

(4) 高精細画像情報

①本文字項目には高精細画像の内容や画像作成時の撮影・デジタル化環境などを登録する。

③【サンプル】(12文字)

外観画像と同じ画像です。

2. 2. 2 権利関係項目(著作権等権利関係及びデータ有効期限)

タレント、キャラクタ、カメラマン、コピーライターなどとの契約条件やその他の理由により、商品画像情報の利用に条件を設定する場合は、「著作権等権利関係」や「データ有効期限」に条件を添付する。

対象となる情報は、説明用画像説明用画像文字項目、高精細画像、高精細画像文字項目。

尚、画像内の商品そのものは、商品上のタレントやキャラクタ部分を切り出して使用することを除き、権利関係上特別な配慮の必要はない。

従って、説明用画像と高精細画像について、画像中の商品以外の部分(例:画像中にタレントやキャラクタそのものあるいは、書やイラストなどがある場合)、画像そのもの(例:著名人が撮影した画像や描いたイラストなどの場合)、文字項目に権利関係上特別な配慮が必要なものは配慮すべき内容をフリーテキストで登録する。

【登録例】

①“〇〇〇〇年〇〇月〇〇日以降は、画像及び文章を引用した資料・画面などの使用・掲示は出来ません。”(46文字 文書中の年月日は「データ有効期限」の翌日)

②“画像の著作権者は〇〇〇〇氏です。文章の著作権者は△△△△氏です。資料・画面などに引用の場合は、著作権者名を必ず明記してください。”(64文字)

③ ①と②を併記する場合(110文字)

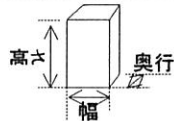

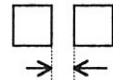
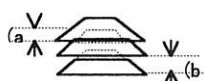

【属性と桁数】

X(500)=日本語で250文字とする。

2. 2. 3 棚割用画像文字項目

(1) 棚割用サイズ情報について

棚割システムにおいて、商品を陳列するために必要なサイズ情報と主要棚割ソフトとの関連は以下になる。

	必要度		StoreManager	apollo	Spaceman	イーゼーシェルフ	棚POWER
棚割りサイズ	◎		マスタで指定 ・商品サイズ	マスタで指定 ・商品サイズ	マスタで指定 ・商品サイズ	マスタで指定 ・商品サイズ	マスタで指定 ・商品サイズ
変動値	×		マスタで指定 ・圧縮率		マスタ項目なし	マスタ項目なし	マスタ項目なし
商品の間隔	×		陳列時指定 ・間隔	陳列時指定	陳列時指定 ・間隔	陳列時指定 ・未陳列機能	陳列時指定 ・仕切り機能
上商品の重なり	○		マスタで指定 ・重なり値 (a)		マスタで指定 ・見える部分 の値 (b)	マスタ項目なし	マスタ項目なし
下商品の重なり	○ *1)		マスタで指定 ・重なり値 (a)		マスタで指定 ・見える部分 の値 (b)	マスタ項目なし	マスタで指定 ・積上高 (b)

*1) 商品の高さとお商品の重なりから算出

◎ 必須入力

○ 任意入力(項目として用意しておく)

×

(2) 棚割用サイズ(吊下げ式陳列以外)として扱う項目

棚割用サイズ(吊下げ式陳列以外)は、以下の2種類を共通データとして採用する。

① 棚割サイズ

商品のサイズには、規格サイズと棚割サイズがあるが、実際の棚割や棚割ソフト利用においては、棚割サイズが使用されているまた、変動値(圧縮率)を用いて棚割用商品サイズを算出するソフトもあるが、当該ソフトも棚割サイズでの利用も可能であるため、棚割サイズを棚割用共通サイズとして、採用する。

尚、棚割りサイズは画像パターンでの「商品の形状による正面のガイドと面の対応」に基づき、陳列用の実寸で登録する。

② 上(下)商品の重なり

商品固有の項目であり、多くの主要ソフトで使用されているため、棚割用の共通データとして採用する。

指定は重なり値とする(見える部分を採用しているソフトに重なりサイズを登録する際は、「棚割りサイズの高さ」-「重なり値」で算出)。

(3) 標準システムとして扱わない項目

① 変動値

圧縮率として、採用しているソフトもあるが、棚割りサイズとして実寸を登録することにより必要ないとする。

② 商品の間隔

商品の陳列時に、棚割り利用者の判断により指定が異なるため必要ないとする。

(4) 棚割商品サイズ計測について

① 計測の基本

- ・商品を自然な状態に伸ばして置き、商品が含まれる矩形でとらえ、その辺の間の長さを計測する。
- ・画像登録で商品部分を矩形に切り取る際の大きさを計測する

② 形が変わらない商品(箱、ビン、缶、プラスチック容器等)

- ・そのままの状態、計測する。

③ 袋に入った商品

ア. 中身の形状が安定しているもの(マヨネーズ、インスタント麺、トレイに入っている商品等)

- ・中に入っている固形物の大きさを計測する
- ・または、複数の商品を並べ全体の寸法を計測し個数で割った値とする

イ. 中身が安定していない商品(菓子類)

- ・自然に平らな面に置き、四角く伸ばした状態で計測する。
- ・仕切り版等を用い商品をはさみ、端が触れる点で計測する。
- ・または、複数の商品を並べ全体の寸法を計測し個数で割った値とする(特に奥行き:厚みの計測)

④ パッケージの柔らかい商品(紙おむつ等)

- ・複数の商品を並べ全体の寸法を計測し個数で割った値とする

参考資料Ⅱ 「画像センタサービス運用／利用規約例」

画像センタサービス
運用／利用規約例

画像センタサービス運用／利用規約 例

第1章 総 則

第1条（適用の範囲）

1. 本規約は、画像センタ運営者が開発した商品画像情報データベースシステム（以下本システムという）において、「商品画像情報（商品の画像情報と文字情報）の提供者ならびに利用者」（以下会員という）と「画像センタ運営者」との間で、商品画像情報の登録および利用を目的とした本システムの運用／利用に係わる一切の關係に適用します。
2. 本規約は、書面又はその他の手段により会員に随時提示します。
3. 本規約は、画像センタ運営者の指定する手続きに基づき、会員となったときから会員を終了するまでの期間適用します。

第2章 会員制度

第2条（会員の対象と範囲）

会員は、本システムの主旨に賛同し、画像センタ運営者所定の書類に必要事項を記入し、手続きをとった企業および団体（以下企業という）を対象とします。但し、会員となりうる範囲は、国内企業と海外企業の日本国内現地企業に限定します。

第3条（会員の資格）

会員となりうる資格は、第2条（会員の対象と範囲）の企業のうち、以下の条件を満たす企業とします。

- ① 主として登録商品を取り扱っている者（製造業、卸売業、小売業、輸入卸販売業、その他サービス業）。
- ② 商品および商品情報の管理の主体者（主に製造業や輸入卸販売業）に代わり、画像センタに商品情報の登録を行うことが出来る環境を有する者、または商品情報の登録を正規に依頼された者（主に商品情報作成業、印刷業）。
- ③ 二次利用者（会員以外の第三者）への商品画像情報を提供する際に、規約事項を遵守させ且つ責任をとれる者。且つ、二次利用者（会員以外の第三者）に対して商品画像情報の提供を行う場合には、画像センタ運営者に提供する理由（利用用途）を報告する者。
- ④ 商品画像情報のデータそのものの売買を行わない者。

第4条（手続き）

1. 企業は、画像センタ運営者所定の書類によって手続きを行い、画像センタ運営者が書面にて通知することによって、会員となることができます。
2. 会員は、画像センタ運営者所定の書類によって手続きを行い、画像センタ運営者が書面にて

通知することによって、会員を終了することができます。

第5条（会員コード）

1. 画像センタ運営者は、会員に対して会員コードを付与します。
 - ① 本システム固有の会員企業コード
 - ② 申込責任者用の会員利用者ID（S）
 - ③ 希望数に応じた会員利用者ID
 - ④ パスワード
2. 付与された会員利用者IDの割り当て方法は、個人単位、部署単位、端末単位など、いずれの方法でも可能とします。また、パスワードについては、会員は自由に変更し使用することができます。
3. 会員は、会員コードを第三者に譲渡し又は担保に供することはできません。
4. 会員は、会員コードの使用・管理について一切の責任を持つものとし、会員コードが不正に利用されたことにより会員が損害を被った場合であっても、画像センタ運営者は責任を負わないものとします。

第6条（変更の届け出）

1. 会員は、入会申込時に画像センタ運営者より通知される会員受付票に記載されている内容に変更が生じた場合には、画像センタ運営者に必ず記載内容変更の届け出を行うものとします。
2. 会員利用者IDの追加や削除の届け出は、申込責任者が、画像センタ運営者所定の手続きをすることによって出来るものとします。
3. 変更の届出を行なわなかったことにより会員が損害を被った場合は、画像センタ運営者はその責任を負わないものとします。

第7条（会員が利用できるサービス）

1. 会員は本システム上で提供される以下のサービスを利用することが出来るものとします。
 - ① 商品画像情報の登録または更新・削除および検索／出力
 - ② 画像センタ運営者が本システム上で提供する運用支援機能
2. 前項①商品画像情報の登録または更新・削除については、商品および商品情報の管理の主体者（主に商品メーカーや輸入業者）もしくは所定の手続きを行った代行登録企業に限定します。

第8条（禁止行為）

本システムの円滑な運用／利用を保つために、会員は以下の行為を禁止します。また、画像センタ運営者は、会員による本システムの利用が以下の行為に該当した場合または該当の恐れがあると判断した場合には、当該会員に事前に承諾を得ることなく、本システム上での取り扱いまたは会員の資格を止めることができます。

- ① 本システムの運営を妨げるような行為
- ② 商品画像情報を改竄する
- ③ 有害プログラムの送信・書き込みをする
- ④ 虚偽あるいは無意味な情報の書き込みをする
- ⑤ 他の会員や第三者の誹謗・中傷をする
- ⑥ 公序良俗に反する情報の書き込みをする
- ⑦ 他の会員や第三者の権利を侵害する
- ⑧ 他の会員の権利を不正に使用する
- ⑨ 会員としてもつ権利を他の会員や第三者に不正に譲渡、貸与、転売をする
- ⑩ その他画像センタ運営者が不相当と判断する行為

第9条（秘密保持）

会員および画像センタ運営者は本システムを利用および運営するにあたり、知り得た相手方の業務上その他の秘密事項を、本規約の有効期間中のみならず、その終了後も他の会員や第三者に開示または漏洩してはならないものとします。なお、会員および画像センタ運営者は、秘密情報を相手方に開示する場合には、秘密である旨の表示を行うものとします。

但し、次の各項の何れかに該当する情報は秘密情報から除くものとします。

- ① 開示の時点で既に公知のもの、または開示後情報を受領した当事者の責によらずして公知となったもの
- ② 会員または画像センタ運営者が開示を行った時点ですでに相手方が保有しているもの
- ③ 第三者から秘密保持義務を負うことなく正当に入手したもの
- ④ 相手方からの開示以降に開発されたもので、相手方からの情報によらないもの

第3章 商品画像情報の登録および利用

第10条（商品画像情報の登録）

1. 本システムに商品画像情報を登録する会員は、画像センタ運営者および商品画像情報を利用する会員に、複製する権利および送信する権利を許諾（利用許諾）するものとします。
2. 本システムに商品画像情報を登録する会員は、商品画像情報の提供および利用に際して以下の限定および制限が必要な場合はその旨意思表示を行うこととします。ただし、登録後変更が生じた場合には、速やかに再度意思表示を行うものとします。
 - ① 公開期日（商品画像情報の公開を開始する日）を設定したい場合には、本システム上の「情報提供可能日」欄に公開期日を登録します。
 - ② 有効期限（画像情報の公開と利用が不可となる日）を設定したい場合には、本システム上の「データ有効期限」欄に有効期限を登録します。
 - ③ 画像の利用条件（権利保有者との利用許諾条件などの制限）を利用者に対して意思表示する場合は、本システム上の「著作権等権利関係」欄にその旨を登録します。

3. 利用許諾とは、商品画像情報を本システムに登録する会員または第三者が有する著作権その他無体財産権を、画像センタ運営者および商品画像情報を利用する会員に譲渡するものではありません。

第11条（商品画像情報の利用）

本システム上の商品画像情報を利用できる範囲および条件は以下の通りといたします。

- ① 複製および送信を行うことができます。
- ② 商品画像情報のデータそのものの売買を行うことはできません。
- ③ 商品画像情報を利用する際、元の商品画像情報を逸脱しない範囲で利用できます。逸脱しない範囲には、画像圧縮形式を変換することと、外観および棚割画像に関して登録されている背景を削除することが含まれます。
- ④ 商品画像情報を編集著作物の素材として利用できます。編集著作物とは、棚割システムへの利用やチラシ・POP印刷物、各種プレゼンテーション資料（画面表示も含む）などをいいます。
- ⑤ 同一性の非保持は使用機器の性能上またはセキュリティ保持上の技術的制約を限度とします。
- ⑥ 商品画像情報をもとに二次著作物として他に開示する場合には、本システムからの出所を表示することとします。
- ⑦ 本システム上の商品画像情報を利用する会員が、二次利用者へ商品画像情報を提供するには、会員は二次利用者に対して本規約を遵守させることとします。
- ⑧ 商品画像情報を登録した会員が、画像の利用条件に制限を必要とし意思表示した場合には、意思表示された条件で当該画像を利用することとします。
- ⑨ 一旦登録されている商品画像情報が、登録した会員によって何らかの理由でその登録を取りやめたり変更した場合、それらを利用しようとする会員は、理由の如何を問わず、異議を申し立てることはできないこととします。また、登録されない場合であっても同じとします。

第12条（画像センタ運営者による商品画像情報の二次利用）

本システム上に登録された商品画像情報は、画像センタ運営者が会員に事前に通知することなく、本システム以外の各種のメディアへの利用、および画像センタ運営者が行うデモンストレーション、操作指導教育、本システムのテスト・改善および運用管理等において、複製、送信およびその他利用ができるものとします。但し、第11条の範囲も含まれるものとします。

第13条（会員終了時の商品画像情報の取り扱い）

1. 画像センタ運営者は、商品画像情報を登録した会員が会員を終了した場合、会員を終了するまでに登録されていた商品画像情報は本システム上から全て削除するものとします。
2. 商品画像情報を登録する会員は、会員を終了する場合、会員を終了するまでに本システム上

に登録していた商品画像情報を既に保有し利用している会員およびその二次利用者に対して、会員終了後も継続して利用許諾するものとします。

3. 商品画像情報を利用する会員は、会員を終了する場合、会員を終了するまでに本システムから取得して保存する全ての商品画像情報を廃棄するものとします。また、二次利用者へ提供した商品画像情報についても、終了する会員は同様の義務を負うものとします。

第4章 本システムの運営

第14条（本システムの運営）

1. 画像センタ運営者は、本システムの設置および運営を責任を持って行います。また、運用スケジュール（本システム稼働時間）は、××：00～××：00とします。但し、本システムの稼働日は、土・日・祝日および画像センタ運営者が定めた日を除いた平日とします。
2. 前項の運用スケジュールにおいて、設備等の保守点検等により本システム稼働時間内においても、やむを得ず設備等を一時的に停止する場合がありますが、緊急の場合を除き、会員に対して事前に通知を行うものとします。
3. 画像センタ運営者は、運用スケジュールにおける本システム稼働時間帯を変更する場合がありますが、緊急の場合を除き、会員に対して事前に通知を行うものとします。

第15条（本システムの変更）

画像センタ運営者は、特段の事情により必要と認めた場合に限り、会員に事前に通知することなく、本システムの一部又は全部を変更することがあります。

第16条（本システムの中断）

画像センタ運営者は、次の何れかに該当する場合には、会員に事前に通知することなく、一時的に本システムの提供の一部又は全部を中断する場合があります。

- ① 本システムの保守点検を緊急に行う場合
- ② 火災、停電などにより本システムの提供ができなくなった場合
- ③ 天災地変などにより本システムの提供ができなくなった場合
- ④ その他運用上、画像センタ運営者が一時的な中断を必要と判断した場合

第17条（J I C F Sとの連携）

画像センタ運営者は、会員によって登録された商品画像情報の一部を、J I C F S（財団法人流通システム開発センターが運営している JAN Item Code File Service）に情報の提供を行います。

第18条（苦情処理）

画像センタ運営者は、会員からの本システムの運営に関する問い合わせおよびクレームのみ受付

けることとします。その場合、画像センタ運営者は、誠意を持って対応することとします。

第5章 損害賠償

第19条（責任範囲）

本システム上に登録されている商品画像情報の内容については、画像センタ運営者は責任を負いません。したがって、商品画像情報を利用する会員は、情報内容に疑義が生じた場合、当該情報を登録した会員との当事者間で解決することとします。

第20条（損害賠償責任）

1. 本システムの運用／利用上で、会員が他の会員との間あるいは第三者との間で、疑義または紛争が発生した場合には、双方が誠意を持って当該紛争を解決するものとし、画像センタ運営者に対して損害を与えないようにします。ただし、画像センタ運営者は、当該紛争の解決に協力するものとしします。
2. 本システムの運用／利用上で、予期せぬシステムトラブル等が発生した場合、画像センタ運営者は速やかに対応しますが、一時的に本システムで提供されるサービスが利用できなかったり、何らかの原因により登録されている情報が削除されたり変更されて、当該情報を登録した会員に損害が生じたとしても、画像センタ運営者は賠償責任を負いません。

第6章 その他

第21条（本システムの著作権）

1. 画像センタ運営者により開発し提供するソフトウェアを含む本システム全体の著作権その他の知的財産権は、画像センタ運営者に帰属します。
2. 会員は、画像センタ運営者から提供されたソフトウェアは、会員期間中または会員終了後も適正に管理し、違法なコピー等を行わないこととします。

第22条（会員の義務）

会員は、画像センタ運営者からの依頼事項（アンケート・利用状況報告・調査依頼等）については、誠意を持って対応することとします。

第23条（本規約の有効期間）

本規約は、付則に定める実施日から有効とします。

第24条（規約の変更）

1. 画像センタ運営者および会員の代表者で組織される画像センタ運営推進委員会は、すべての会員に事前の承諾を得ることなく本規約を変更することがあります。すべての会員は変更後の規約の適用を受けることとします。

2. 本規約の変更は、書面又はその他の手段により会員に随時提示します。

第25条（接続設備および通信費等の負担）

1. 画像センタ運営者は、会員に対して、本システムを利用するために必要なコンピュータ、通信機器その他の機器（基本ソフトウェアなどを含む）の提供は行いません。
2. 画像センタ運営者は、会員が本システムの利用に係る通信費・消耗品費その他諸経費などは負担しません。

第26条（所轄裁判所）

本規約の履行に際し、会員と画像センタ運営者との間で訴訟の必要が生じた場合には、東京地方裁判所を第一審の専属的合意管轄裁判所とします。

第27条（準拠法）

本規約の成立、効力、履行及び解釈に関しては日本法が適用されるものとします。

第28条（協議事項）

本規約に定めのない事項及び本規約の各条項の解釈について疑義が生じた事項について会員及び画像センタ運営者は、誠意をもって協議し解決するものとします。

付則：実施日 年 月 日

参考資料Ⅲ 「画像データ交換契約例」

画像データ交換契約 例

(本契約書は、データ交換を行う当事者間での画像データの取扱いを中心にとりまとめたものであり、EDI全般にわたるものではない。)

画像データ交換契約 (例)

_____ (以下「甲」という。) と _____ (以下「乙」という。) とは、甲乙間で画像データ交換を行うことにあたり、次のとおり画像データ交換契約 (以下「本契約」という。) を締結する。

第1条 (契約の目的)

本契約は、甲および乙が画像データ交換システム (以下「本システム」という) を利用することにより、甲乙間の取引を円滑かつ合理的に推進することを目的とする。

第2条 (適用範囲)

本契約は、本システムを利用して行う甲乙間の取引のための商品関連情報の伝達およびその付帯業務について適用する。

第3条 (画像データの送信 (サーバへの登録))

1. 本システムの利用によって画像データを送信またはサーバへの登録を行うことは、画像データを受信または利用する際の複製する権利および送信する権利を許諾 (利用許諾) するものである。
2. 本システムの利用によって画像データを送信またはサーバへの登録を行う際に、画像データの提供および利用に際して以下の限定および制限が必要な場合はその旨意思表示を行うこととする。ただし、登録後変更が生じた場合には、速やかに再度意思表示を行うものとする。
 - ① 有効期限 (画像情報の公開と利用が不可となる日) を設定する場合には、本システム上の「データ有効期限」欄に有効期限を表記する。
 - ② 画像の利用条件 (権利保有者との利用許諾条件などの制限) を利用者に対して意思表示する場合は、本システム上の「著作権等権利関係」欄にその旨を表記する。
3. 利用許諾とは、画像データの作成者、送信者または第三者が有する著作権その他無体財産権を、画像データを利用する者に譲渡するものではない。

第4条 (画像データの受信、利用)

本システムによる画像データの利用できる範囲および条件は以下の通りとする。

- ① 複製および送信を行うことができる。
- ② 画像データを利用する際、元の画像データを逸脱しない範囲で利用できる。
逸脱しない範囲には、画像圧縮形式を変換することと、外観および棚割画像に関して被写背景を削除することが含む。
- ③ 画像データを編集著作物の素材として利用できる。
編集著作物とは、棚割システムへの利用やチラシ・POP印刷物、各種プレゼンテーション資料 (画面表示も含む) などを含む。

- ④ 同一性の非保持は使用機器の性能上またはセキュリティ保持上の技術的制約を限度とする。
- ⑤ 画像データをもとに二次著作物として他に開示する場合には、出所表示すること。
- ⑥ 画像データの利用条件に制限を必要とし意思表示した場合には、意思表示された条件で当該画像を利用すること。
- ⑦ 一旦送信した画像データが、何らかの理由でその利用を取りやめたり変更した場合、それらを利用しようとする、受信者、利用者は理由の如何を問わず、異議を申し立てることはできないこととする。

第5条（契約破棄時の画像データの取り扱い）

画像データを受信、利用する者は、本契約が破棄になった場合、その時点までに本システムによって取得して保存する全ての画像データを廃棄するものとします。

第6条（損害賠償（責任範囲））

本システムによって取得した画像データの内容について疑義が生じた場合、当該情報を送信または作成した者と受信または利用した者との当事者間で解決することとする。

第7条（費用負担）

本システムに係わる導入費用、運用費用、変更費用等の諸費用については、甲乙間で別途協議のうえ決定する。

第8条（本契約の有効期限）

本契約の有効期間は、成立日から有効とします。

第9条（準拠法）

本契約の成立、効力、履行及び解釈に関しては日本法が適用されるものとします。

本契約の成立を証するため、本書2通を作成し、甲乙記名捺印のうえ、各1通を保有する。

_____年____月____日

甲：名 称
所 在 地
代表者氏名

印

乙：名 称
所 在 地
代表者氏名

印

参考資料Ⅳ 「画像ファイル交換フォーマット詳細」

画像ファイル交換フォーマット詳細

画像ファイル交換フォーマット

まえがき

本ファイル交換フォーマット仕様は、JPEGファイル交換フォーマット(JFIF) バージョン1.02に準拠した最大公約数的なファイル形式である。本規定では、多種多様なプラットフォームとアプリケーション間でJPEG Bitストリームの交換を可能にするため、TIFF JPEG仕様やどのアプリケーション固有ファイルフォーマットに規定されるような優れた機能のどれも含まれていない。このファイル交換フォーマットは、JFIFによってJPEGによる圧縮イメージの交換をだけを目的に構成する。

JPEGファイル交換フォーマットの特徴

JPEGベースライン圧縮を使用

JFIF 1.02に準拠したファイル交換フォーマットを使用

PC, Mac, UNIXワークステーションで互換

標準色空間: 3つのコンポーネント信号YCbCr (CCIR 601勧告-256のレベル) の中、1または3つのコンポーネント信号

サブサンプルリングは、4:2:2を使用

APP0マーカはX方向の画素密度、Y方向の画素密度、サムネイルの単位指定に使用

APP0マーカはJFIFの拡張機能の指定に使用

APP0マーカはアプリケーション固有の情報の指定に使用

JPEG圧縮

JPEGファイル交換フォーマット(JFIF)の構文規則ではどのJPEGプロセスもサポートされているが、ファイル交換を目的としてJPEGベースラインプロセスが特に推奨されている。これはアプリケーションがすべてJPEGをサポートする状態で最大の互換性を保証する。JFIFはJPEGの国際規格(ISO IS10918-1)に準拠する。

JPEGファイル交換フォーマットは標準的なJPEG交換フォーマットと完全に互換性がある。唯一の追加された必要条件はSOIマーカのすぐ後にAPP0マーカが必須となっていることである。JPEG交換フォーマットは、(JFIFも同様であるが)符号化プロセスで使用されるテーブルがそれを使用するBitストリームの中にコーディングすることを求めていることは注記しておく。

プラットフォームに依存しない互換性

JPEGファイル交換フォーマットはプラットフォームを超えた互換性を有する: 例えば、それはPCやワークステーションでサポートしないマッキントッシュ(Macintosh)のリソースのフォークを使わない。

標準的な色空間

色空間は、CCIR601(256のレベル)によって定義されたYCBCRを用いる。RGBコンポーネントは、YCBCRからの線形変換で求められるが、補正ガンマ値($\gamma=1.0$)ではない。もしコンポーネント信号を1つ使用する場合は、Y信号を使用する。

JPEG FIFの識別に使用されるAPP0マーカ

APP0マーカはJPEG FIFファイルの識別に用いられる。JPEG FIF APP0マーカはSOIマーカのすぐ後に必須である。

JFIF APP0マーカはNULLをターミネータにした文字列「JFIF」によって識別できる。APP0は、それがJFIF APP0と区別できるなら、アプリケーションによって他のいかなる目的のためにでも使うことができる。

JFIF APP0マーカはJPEGストリームに欠けている情報、バージョン番号、X方向とY方向の画素密度(dot/inchまたはdot/cm)、(X方向とY方向の画素密度を計算するための)画素アスペクト比、サムネイルを提供する。

JFIF拡張機能を指定するAPP0マーカ

APP0マーカの追加部分はオプションとしてJFIF拡張機能を指定するために用いられる。使う場合は、JFIF

APP0マーカのすぐ後に配置する。デコーダは、未サポートのJFIFの拡張機能を見捨ててデコードする。

拡張JFIF APP0マーカは、NULLをターミネータにした文字列「JFXX」によって識別できる。拡張JFIF APP0マーカは、拡張を識別する1BYTEのコードを含んでいる。このバージョン、1.02ではただ1つだけの拡張として24-Bit RGB以外のフォーマットで格納するサムネイルのための拡張機能が定義されている。

アプリケーション固有の情報に用いられるAPP0マーカ

拡張APP0マーカはアプリケーション固有の情報の伝達に用いられる。これは、JFIFファイルの復号性能や表示性能に影響しない。アプリケーション固有のAPP0マーカは、JFIF APP0やJFXX APP0の後に続けてコーディングする。デコーダは、未サポートのJFIFの拡張機能を見捨ててデコードする。

アプリケーション固有のAPP0マーカは、NULLをターミネータにしたアプリケーションを識別する(「JFIF」と「JFXX」以外の)文字列によって識別できる。この文字列は、犬、猫、木のような一般名称は避けて組織名あるいは会社のトレードマークのようなものを用いたほうがいい。

RGBとの変換

Y、CbとCrは、CCIR 601勧告で定義されるように、RGBと可換である。これらはまた、8Bitの値域をフルに使用した256レベルに正規化される。:

$$Y = 256 * E'y$$

$$Cb = 256 * [E'Cb] + 128$$

$$Cr = 256 * [E'Cr] + 128$$

E'y、E'Cb、E'Crは、CCIR 601勧告に規定されたものを使用する。E'yは、0から1.0を値域としてもち、E'CbとE'Crのそれは+0.5から-0.5である。Y、CbとCrは、最大値を255固定とする。

YCbCr変換へのRGB

YCbCr(256のレベル)は、8-Bit RGBから次のように直接計算できる:

$$Y = 0.299 R + 0.587 G + 0.114 B$$

$$Cb = -0.1687 R - 0.3313 G + 0.5 B + 128$$

$$Cr = 0.5 R - 0.4187 G - 0.0813 B + 128$$

注記:すべてのイメージファイルフォーマットがイメージサンプルをR0、G0、B0、...Rn、Gn、Bnの順序に格納するわけではない。RGBファイルをJFIFに変換する前にサンプルオーダーを確認することを進める。

RGB変換へのYCbCr

RGBは次のようにYCbCr(256のレベル)から次のように直接計算できる:

$$R = Y + 1.402 (Cr-128)$$

$$G = Y - 0.34414 (Cb-128) - 0.71414 (Cr-128)$$

$$B = Y + 1.772 (Cb-128) \quad Y = 0.299R + 0.587G + 0.114B$$

イメージ格納順序

JFIFファイルでは、イメージの格納順序は常にトップダウンである。これはJFIFファイルでは最初のイメージサンプルがイメージの左上角に位置し、これを起点に左から右へ、上から下へ順次符号化される。

トップダウンの格納順序は、フルイメージとサムネイルの双方に用いられる。

格納順序がボトムアップのイメージファイルをJFIFに変換するプロセスでは、JPEGコーディングの前にすべてのイメージの格納順序を裏返す必要がある。

コンポーネントの空間関係

他のコンポーネントとの互換性を考えると、コンポーネント中の画素サンプルの空間配置仕様は、適切なイメージ処理と正確なイメージ表現に必要である。JFIFは、画素ポジションは最も有為なコンポーネントに関して規定する。コンポーネントは、(行列に沿って)所定のサブサンプリングされたコンポーネント信号のサンプルの空間ポジションをYコンポーネントに対して決定する。先頭のサンプル、すなわち左上角のサンプルを始点に水平方向、垂直方向の順に引き算によって決定する。

サブサンプルされたコンポーネントでの最初のサンプルの水平方向Xオフセット $i[0,0]$ と垂直方向Yオフセット $i[0,0]$ の引き算、

Xオフセット $i[0,0] = (N_{\text{サンプルREF}} / N_{\text{サンプル}i}) / 2 - 0.5$

Yオフセット $i[0,0] = (N_{\text{ラインREF}} / N_{\text{ライン}i}) / 2 - N_{\text{サンプルREF}}$

これらの式は、ライン毎のコンポーネント信号の値域を $0.5 - -0.5$ に設定する。 $N_{\text{サンプル}i}$ は、 i 番目のコンポーネントでライン毎にサンプルの数である。 $N_{\text{ラインREF}}$ は、最もライン数の大きいコンポーネント信号のライン数である。 $N_{\text{ライン}i}$ は、 i 番目のコンポーネントでラインの数である。

コンポーネントの適切なサブサンプリングは、アンチ・エイリアシングフィルタによってフル解像度のコンポーネント信号の周波数域のバンド幅を減らす。サブサンプリングは、対称なデジタル(係数)のフィルタで容易に構成できる。サブサンプリングには、一般に古くから用いられているクロマ信号が半分($1/2, 1/2$)の $4:2:2$ を利用する。

重要性—この規定は、PostScriptレベル2とQuickTimeのようなデファクト規格と併存できる。この規定は、CCIR 601-1勧告や他のデジタルビデオフォーマットの会議と併存できない。これらのフォーマットのために、クロマ信号のコンポーネントの前処理はイメージの圧縮・再生に必須である。

拡張データフィールドはISODIS10918-1の付則Bで定義された交換フォーマットのための構文規則に沿って格納される。しかし、「JFIF」と「JFXX」のどちらのマークも混在は許されない。JFIFファイルのフル解像度イメージでは、拡張データの構文規則では、以下のようにフレームヘッダのパラメータ、 $X'FF'$ 、 SOI 、 $X'FF'$ のAPP0データ長、識別子、バージョン、単位、X密度、Y密度、Xサムネイル、Yサムネイル、(RGB)nの値が制限される。

長さ	(2BYTE)	APP0マーカ自身を除いたAPP0フィールドの総BYTE数。
識別子	(5BYTE)	$=X'4A', X'46', X'49', X'46', '00'$ NULLをターミネータにした文字列(JFIF)はAPP0マーカを一意に識別する。この文字列はゼロパリティ(Bit7=0)でコーディングされる。
バージョン	(2BYTE)	$=X'0102'$ 上位BYTEが主要な改定、下位BYTEがマイナーな改定を示す。 現在のリビジョン番号はバージョン1.02である。
単位	(1BYTE)	X方向とY方向の密度単位 単位=0: 単位なし, XとYで計算された画素アスペクト比 単位=1: XとY方向のdot/inch 単位=2: XとY方向のdot/cm
X密度	(2BYTEs)	水平方向の画素密度
Y密度	(2BYTEs)	垂直方向の画素密度
Xサムネイル	(1BYTE)	サムネイルの水平方向画素数
Yサムネイル	(1BYTE)	サムネイルの垂直方向画素数
(RGB)n	(3nBYTEs)	パックされた(24-Bit)のサムネイルの画素数 $n = X_{\text{サムネイル}} * Y_{\text{サムネイル}}$

[追加のJFIF拡張APP0マーカ部については下を参照]

○
○
○

$X'FF'$, $SOFn$, データ長, フレームパラメータ

コンポーネント数	$Nf=1 \text{ or } 3$
1stコンポーネント	$C1=1=Y$ コンポーネント
2ndコンポーネント	$C2=2=Cb$ コンポーネント
3rdコンポーネント	$C3=3=Cr$ コンポーネント

○
○
○

$X'FF'$, EOI

JFIF拡張APP0マーカ

JFIF拡張APP0マーカは、JFIF APP0マーカのすぐ後に続けてコーディングされる。このJFIF拡張APP0マーカは、JFIF版1.02のためある。JFIF拡張APP0マーカのパラメータ、X'FF'のAPP0、データ長、識別子、拡張コード、拡張データの構文規則は以下の通りである。

長さ	(2BYTE)	APP0フィールドの総BYTE数 (APP0マーカそれ自身は含まない)
識別子	(5BYTE)	=X'4A', X'46', X'58', X'58', X'00' NULLをターミネータにした文字列 (JFXX) はAPP0マーカを一意に識別する。この文字列はゼロパリティ (Bit7=0) でコーディングされる。
拡張コード	(1BYTE)	=拡張機能を識別するコード。このバージョンでは下記のものが規定済: =X'10' JPEで符号化されたサムネイル =X'11' 256色のサムネイル =X'13' 3BYTE/画素のサムネイル
拡張データ	(可変長)	3BYTE/画素のサムネイル。詳細については、JFIF拡張APP0マーカの拡張機能の項を参照のこと。

JFIF拡張機能: JPEGで圧縮されたサムネイル

サムネイルが圧縮したこの拡張がサポートするJPEGが圧縮されたサムネイルは拡張データフィールドですぐに拡張コード (X'10) の後に続く、そして圧縮されたデータの長さはJFIF拡張APP0マーカ長さフィールドに含められなくてはならない。

拡張データフィールドはISODIS10918-1の付則Bで定義された交換フォーマットのための構文規則に沿って格納される。しかし、「JFIF」と「JFXX」のどちらのマーカも混在は許されない。JFIFファイルのフル解像度イメージでは、拡張データの構文規則では、以下のようにフレームヘッダのパラメータ値が制限される:

X'FF、SOI

○
○
○

X'FF、SOFn、データ長、フレームパラメータ

コンポーネント数 Nf =1あるいは3
1つ目のコンポーネント信号 C1=1=Yコンポーネント信号
2つ目のコンポーネント信号 C2=2=Cbコンポーネント信号
3つ目のコンポーネント信号 C3=2=Crコンポーネント信号
○
○
○

X'FF、EOI

JFIF拡張機能: 256色サムネイル

この拡張機能は、1BYTE/画素のサムネイルとカラーパレットを拡張データフィールドに格納する。拡張データの構文規則を以下に示す:

Xサムネイル	(1BYTE)	サムネイルの水平方向画素数
Yサムネイル	(1BYTE)	サムネイルの垂直方向画素数
パレット	(768BYTE)	カラーパレット用の24BitのRGB画素値。 RGB値は8Bitバイナリ値 (0-255) でコーディングする。
(画素) n	(nBYTE)	8Bit値のサムネイル画素 n=Xサムネイル*Yサムネイル

JFIF拡張機能: 3BYTE/画素のサムネイル

この拡張機能は、3BYTE/画素のサムネイルを拡張データフィールドに格納する。拡張データの構文規則を以下に示す:

Xサムネイル	(1BYTE)	サムネイルの水平方向の画素
Yサムネイル	(1BYTE)	サムネイルの垂直方向の画素数
(RGB)n	(3nBYTE)	パックした(24Bit)RGBのサムネイル画素
$n = X\text{サムネイル} * Y\text{サムネイル}$		

参考資料Ⅴ 「運用画面イメージ及びHTML記述例」

運用画面イメージ及び
HTML記述例

W e b ブラウザ入力画面例

商品基本情報入力ウィザード

__今日は3月30日です

__JANコード(JAN,UPC,EAN etc)(13): 4901234567890

__ITFコード(16): 4909876543210123

__商品区分(1): 基本

__商品名称-カナ(60):

SP2 トマトカレーチュウ 200g

__商品名称-漢字(60文字):

SP2 とろとろカレー 中辛 200g

__賞味期間(3): 365

__情報提供可能日(8): 19980310

__店頭販売開始日(8): 19980401

__メーカー希望小売価格(9): 200

__画像データ区分(2): 画像データ有り

__商品コメント(110):

商品コメントを入力してください。

__商品基本情報データクリア

画像ファイルの選択

画像の確認

C:\demo\Image2.jpg

商品画像情報入力ウィザード

__画像種別コード(1): 説明用1

商品情報登録画面

__画像補足説明(500):	<div style="border: 1px solid black; height: 120px; width: 420px;"></div>
__著作権関係__(500):	<div style="border: 1px solid black; height: 120px; width: 420px;"></div>
__データ有効期限(8):	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">19991224</div>
__説明用画像種別(1):	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">内容物画像 ▼</div>
__商品サイズ棚割用ー幅(4):	<div style="border: 1px solid black; width: 90px; height: 20px;"></div>
__商品サイズ棚割用ー高さ(4):	<div style="border: 1px solid black; width: 90px; height: 20px;"></div>
__商品サイズ棚割用ー奥行(4):	<div style="border: 1px solid black; width: 90px; height: 20px;"></div>
__フック穴位置ー水平方向(4):	<div style="border: 1px solid black; width: 90px; height: 20px;"></div>
__フック穴位置ー垂直方向(4):	<div style="border: 1px solid black; width: 90px; height: 20px;"></div>
__上商品重なりサイズ(4):	<div style="border: 1px solid black; width: 90px; height: 20px;"></div>
__下商品重なりサイズ(4):	<div style="border: 1px solid black; width: 90px; height: 20px;"></div>

商品画像情報データクリア

*****送信*****

HTMLファイル構成例



SP2とろとろカレー 中辛

商品基本情報

JANコード	4901234567890
ITFコード	4909876543210123
商品区分	1
商品名称(カナ)	SP2 トマトカレーチュウカラ 200g
商品名称(漢字)	SP2 とろとろカレー 中辛 200g
賞味期間	365
情報提供可能日	19980310
店頭販売開始日	19980401
メーカー希望小売価格	200
商品コメント	コメント
画像データ区分	アリ
ユーザ必要情報	4901234567890_PRI_USR1.htm
正面画像情報	4901234567890_PRI_IMG1.htm
関連商品画像情報	4901234567890_PRI_IMG2.htm

更新日 98/03/25

エスピー株式会社 98/03/25


```

<HTML>
<HEAD>
<TITLE>4901234567890_PRI_MAIN.htm</TITLE>

</HEAD>
<BODY LINK="#0000ff" VLINK="#800080" BACKGROUND="#FFFFFF">

<H1 ALIGN="CENTER"><IMG SRC="Image2.jpg" WIDTH=166 HEIGHT=120></H1>
<H1 ALIGN="CENTER">S P 2 とろとろカレー 中辛</H1>
<P ALIGN="CENTER"></FONT>
<H2>商品基本情報</H2>
<TABLE BORDER CELLSPACING=0 WIDTH=510>
<TR><TD>
<H4>J A N コード</H4></TD>
<TD>
<H4>4901234567890</H4></TD>
</TR>
<TR><TD>
<H4>I T F コード</H4></TD>
<TD>
<H4>4909876543210123</H4></TD>
</TR>
<TR><TD>
<H4>商品区分</H4></TD>
<TD>
<H4>1</H4></TD>
</TR>
<TR><TD>
<H4>商品名称 (カナ) </H4></TD>
<TD>
<H4>SP2 トロトロカレーチュウカ 200g</H4></TD>
</TR>
<TR><TD>
<H4>商品名称 (漢字) </H4></TD>
<TD>
<H4>S P 2 とろとろカレー 中辛 200g</H4></TD>
</TR>
<TR><TD>
<H4>賞味期間</H4></TD>
<TD>
<H4>365</H4></TD>
</TR>
<TR><TD>
<H4>情報提供可能日</H4></TD>
<TD>
<H4>19980310</H4></TD>
</TR>
<TR><TD>
<H4>店頭販売開始日</H4></TD>
<TD>
<H4>19980401</H4></TD>
</TR>
<TR><TD>
<H4>メーカー希望小売価格</H4></TD>
<TD>
<H4>200</H4></TD>

```

```
</TR>
<TR><TD>
<H4>商品コメント</H4></TD>
<TD>
<H4>コメント</H4></TD>
</TR>
<TR><TD>
<H4>画像データ区分</H4></TD>
<TD>
<H4>アリ</H4></TD>
</TR>

<TR><TD>
<H4>ユーザ必要情報</H4></TD>
<TD>
<A HREF="4901234567890_PRI_USR1.htm"><H4>4901234567890_PRI_USR1.htm</H4></A><
/
TD>
</TR>
<TR><TD>
<H4>正面画像情報</H4></TD>
<TD>
<A HREF="4901234567890_PRI_IMG1.htm"><H4>4901234567890_PRI_IMG1.htm</H4></A><
/
TD>
</TR>
<TR><TD>
<H4>関連商品画像情報</H4></TD>
<TD>
<A HREF="4901234567890_PRI_IMG2.htm"><H4>4901234567890_PRI_IMG2.htm</H4></A><
/
TD>
</TR>
</TABLE>
<BR>

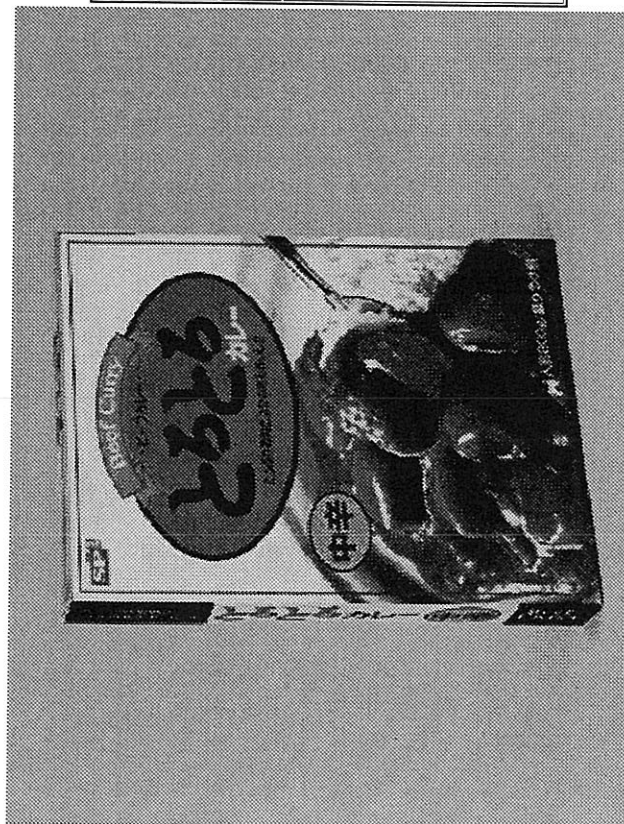
<H4>更新日 98/03/25</H4><BR>
<H4>エスピー株式会社 98/03/25</H4><BR>
</BODY>
</HTML>
```

ユーザ必要情報

メカコード	0123456789012
色コード	012345678901
色名称(カナ)	キイロ
色名称(漢字)	黄色
サイズコード	0987654321012345
サイズ名称(カナ)	B6ハコサイズ
サイズ名称(漢字)	B6箱サイズ
シーズンコード	12
在庫場所区分	1
国産・輸入区分(JICFS)	JP
原価算出区分	1
マスター区分	1
JICFS分類コード	5432101234567890
セット区分	1
企画開始年月日	19980101
企画終了年月日	19981231

更新日 98/03/05
エスピー株式会社

外観画像



共通商品コード	4901234567894
商品アイテム名称	SP2 とろとろカレー 中辛 200g
画像種別	G01
商品説明	本場インドのカレーパウダー（ボルツ）を使用した本格的な味と香り。但し、とろみは日本人好みのとろとろ感充分です。また、ビーフ好きも、ポーク好きも、チキン好きも、シーフード好きも満足させられる完璧なカレーです。姉妹品、インド風「さらさらカレー」もどうぞ！！



説明画像

共通商品コード	4901234567894
商品アイデム名称	S P 2 とろとろカレー 中辛 200g
画像種別	S 0 1
説明用画像種別	0 5
ライセンスップ情報	“とろとろ” 感たっぷりの「とろとろカレー」と本場インド風「さらさらカレー」 お好みに合わせて召し上がりください。
著作権等権利関係	画像右下のカメラマン名 (並木 昇太郎氏) を必ず表示してください。本画像は、1999年12月25日以降は使用しないでください。
データ有効期限	19991224

画像ファイル入力機器

※ 本参考資料に記載した画像ファイル入力機器は、EDI商談／画像標準化WGにおいて、商品画像の利用技術を検討するにあたり、各社商品カタログ等より、98年1月初旬に資料入手した時点のスペックを転記させていただきました。

尚、画像ファイル入力機器を供給している、全社／全機種 of 資料入手は行えませんでしたので、本参考資料に記載したものが、市場に供給されている画像ファイル入力機器の全てではありません。

(1) デジタルカメラ

↓※出力時は、各8ビットで出力

メーカー	機種	色管理	入力階調	画素 (万)	dot	dot	媒体	ソフト	ファイル	TWAIN
APPLE	QuickTake150/100	RGB	各8bit		640	480		有		
CANON	EOS/DCS1	RGB	各12bit	600	2036	3060	PCMCIA	有	特殊TIFF	対応
"	EOS/DCS3	RGB	各12bit	130	1268	1012	PCMCIA	有	特殊TIFF	対応
"	EOS/DCS5	RGB	各12bit	150	1524	1012	PCMCIA	有	特殊TIFF	対応
"	PowerShot600	RGB	各8bit	57			PCMCIA	有	JPEG	対応
CASIO	QV-10A			25				有	BMP, TIFF, JPEG, PICT	
"	QV-30			25				有	BMP, TIFF, JPEG, PICT	
CHINON	ES-3000			41	640	480	PCMCIA	有		
FUJIFILM	CLIP-IT	RGB		35	640	480			JPEG, EXIF	
"	DIJE			35	640	480	PCMCIA	有	JPEG	
"	DS-300			140	1280	1000	PCMCIA	有	JPEG, EXIF	
"	DS-505A	RGB		130	1280	1000	PCMCIA	有	JPEG	
"	DS-515A	RGB		130	1280	1000	PCMCIA	有	JPEG・TIFF-YC	
"	HC-2000D	RGB	各10bit	390	1280	1000		有	JPEG, TIFF	
KODAK	DC20	RGB	各8bit	27	493	240		有		対応
"	DC40	RGB	各8bit	38	756	504	PCMCIA			
"	DC50	RGB	各8bit	38	756	504	PCMCIA			
"	DCS410	RGB	各12bit	150	1524	1012	PCMCIA	有		対応
"	DCS420	RGB	各12bit	150	1524	1012	PCMCIA	有		対応
"	DCS460	RGB	各12bit	600	3060	2036	PCMCIA	有		対応
KYOCERA	DA-1	RGB	各8bit	27	640	480		有	BMP, TIFF, JPEG, PICT	
MINOLTA	RD-175	G, G, R/B	各8bit	175	1528	1146	PCMCIA	有		対応
NEC	PC-DC401			41			PCMCIA	有	BMP, TIFF, JPEG, PICT	
"	Picon			35	640	480		有	JPEG, BMP	
OLIMPUS	VC-1000 2			38				有	JPEG	
RHYTHM	VISIMO			41	736	480		有	BMP, TIFF, JPEG, PICT	
RICOH	DC-1S			41	768	480	PCMCIA	有	JPEG	
"	DC-2			41		420	PCMCIA	有	JPEG	
"	DC-2E			41	768	576	PCMCIA	有	BMP, TIFF, JPEG, PICT	
"	DC-2V			41	768	576	PCMCIA	有	BMP, TIFF, JPEG, PICT	
TOSHIBA	PDR-100			41	768	494	PCMCIA	有	JPEG	
ニコン	COOLPIX100			33	512	480	PCカード/TYPE 2		JPEG	
"	E2Ns	RGB		130	1280	1000	PCMCIA	有	JPEG	
"	E3N	RGB		130	1280	1000	PCMCIA	有	JPEG	

(2) イメージスキャナ

↓※出力時は、各8ビットで出力

メーカー	機種	色管理	入力階調	dot	dot	dpi	ソフト	ファイル	TWAIN
Nikon	SCANTOUCH210	RGB	各8bit			600	有		対応
"	SCANTOUCH110	RGB	各8bit			300	有		対応
"	SCANTOUCH	RGB	各10bit			565	有		対応
SHARP	JX-250N	RGB	各8bit			400	有	TIFF/EPS/BMP/PCX/TGA	対応
"	JX-330NP	RGB	各8bit			600	有	TIFF/EPS/BMP/PCX/TGA	対応
EPSON	Colario	RGB	各8bit	2550	3510	300	有		
"	GT-9000WIN	RGB	各10bit	5096	7016	600	有		対応
"	GT-8500WIN	RGB	各10bit	3400	4680	400	有		対応
"	GT-9000ART	RGB	各10bit	5096	7016	600	有		対応
"	GT-8500ART	RGB	各10bit	3400	4680	400	有		対応
AGFA	STUDIOSCAN 2 SI	RGB	各10bit			400	有	TIFF/PICT/EPS/BMP	対応
"	ARCUS 2	RGB	各12bit			600	有	TIFF/PICT/EPS	
"	DuoScan	RGB	各12bit			1000	有	TIFF/PICT/EPS	
SCITEX	SMART342	RGB/CMYK	各12bit			300	有	TIFF/PICT/EPS	
"	SMART340	RGB/CMYK	各12bit			300	有	TIFF/PICT/EPS	
"	MONOSCAN	RGB/CMYK	各12bit			300	有	TIFF/PICT/EPS	
NEC	MultiReader300s	RGB	各10bit			300	有		
"	MultiReader400	RGB	各10bit			400	有		対応
"	MultiReader600	RGB	各10bit			600	有		対応
"	MultiReader600s	RGB	各10bit			600	有		対応
HP	ScanJet4c	RGB	各10bit			600		TIFF/PICT/EPS/BMP	

(3) フィルムスキャナ

↓※出力時は、各8ビットで出力

メーカー	機種	色管理	入力階調	dot	dot	dpi	ソフト	ファイル	TWAIN
Nikon	LS-4500AF	RGB/CMYK	各12bit			1000	有		
"	COOLSCAN 2	RGB	各8bit	2592	3888		有		対応
"	LS-1000	RGB	各12bit	2592	3888		有		対応
FUJIFILM	FV-8D	RGB		640	480		有		対応
"	FV-10	RGB		640	480		有		対応
"	FV-10D			640	480		有		対応
KODAK	RFS2035Plus	RGB	各12bit	2048	3072		有		対応
"	RFS3570	RGB	各12bit	2048	3072		有		

参考資料Ⅶ 「用語集」

用語集

商品画像情報に関する用語解説

□イメージスキャナ□

写真やイラストなどキーボードからは入力できない画像情報をコンピュータ上で利用するためにデジタル信号化して取り込む入力装置のこと。原稿に光をあてて、その濃淡を読みとりデジタル化する。立体の画像を直接に取り込むデジタルカメラと異なり、読み取りのためにワンクッション(原稿)が必要になる。

大きく分けて、写真やイラストを原稿から読み込むスキャナーと、写真をフィルムから直接に読み込むフィルムスキャナーの2種類ある。

□インターネット□

コンピュータネットワークの集合体。ここ数年で世界的に利用者が急増している。TCP/IPを標準プロトコルとして採用している。今日では商業利用が増加しており暗号化、認証を行いセキュリティを強化して商取引での利用も活発化している。

□カラーマネジメント□

パソコン上で利用される画像は、スキャナーやデジタルカメラなどの入力機器、モニターやプリンターなどの出力機器によって独自の変換がなされる。そのため、周辺機器の機種、又は使用年数によって色が変化する。そこで、その変換を独立したシステムで行い色の補正をおこなう技術をカラーマネジメントという。色補正をおこなうためには、各デバイス固有の色補正情報を格納したICCプロファイルが必要となる。

□クリッピングサービス□

DB化された商品画像情報の利用者が、あらかじめ必要とする商品画像の条件(メーカー、カテゴリー等)をDBの管理センターに登録して、必要な情報についてのみ随時、提供してもらうサービスのこと。

□ゲートウェイ□

異なるプロトコルのシステム/ネットワークを相互接続する装置。OSIの物理層からアプリケーション層までをサポートする。異なるネットワークを接続する装置の意味にも用いられる。

□スタンダードRGB□

ヒューレット・パッカーとマイクロソフトが定めたマイクロソフトOSの標準的な色表現形式。この色表現形式はデバイスに依存しないため互換性に優れている。

□デジタルカメラ□

デジタル画像の入力装置で、撮影した静止画像を半導体素子を利用して電子保存するカメラのこと。従来のカメラと異なり画像をデジタル化して記録するため、コンピュータに取り込む際のインターフェースが容易となった。

□デバイスインディペンデントカラー□

デバイスの色特性によらない色表現。

色の表現はデバイスにより微妙に異なっているため、補正が必要である。そのために特定の入力デバイス、ディスプレイ、出力デバイスの色再現能力に関する情報を格納したICCプロファイルを用い、デバイスに固有の癖を除く。

□トリミング□

画像の必要な部分を特定して、それ以外の部分を削除する処理のこと。

□ファイアウォール□

LANなどの閉じたネットワークを外部からの不正侵入から守る仕組み。通常はインターネットとLANの間に設置する。ファイアウォールには様々な方式がある。

□プライマリーカラー□

混色によって作成できない色のことで、加法混色のRGB（赤、緑、青）と、減法混色のCMYK（シアン、マゼンダ、イエロー、ブラック）がある。コンピュータのモニターでは、RGBの3原色の組み合わせで色を表現している。これを印刷する際にはCMYKで表現するため、モニターの色と印刷の色を完全に一致させることは、カラーマネジメントを用いても事実上不可能となる。

□マルチメディア□

文字、音声、画像など複数の情報をデジタル化して統合し、それぞれに補完しあうことで、より高度な形で情報の受け手に対して提供されるメディアのこと。コンピュータの性能向上、通信や記憶媒体など情報の伝達・記憶技術の革新により、その意味するところも変化しており、最近では情報の双方

向性もマルチメディアの条件とする場合もある。一般家庭へのパソコンの普及で、ますます注目を浴びると思われる。

□レタッチ□

画像に、明暗の調整や傷の消去などの修正を施すこと。従来の写真では専門的な知識と機材が必要だったレタッチの作業が、デジタル画像ではパソコン上で誰でも簡単にできるようになった。

□圧縮□

デジタル画像データの冗長な部分を符号化または特定のアルゴリズムを利用して削り、ファイルを小さくすること。画像データは情報量が膨大になるためデータの保存や通信を効率よく行うためにデータを圧縮する必要がある。

例えば、背景が空の風景写真をデジタル化すると、背景の部分は同じデータの羅列になっている。これを符号化して保存することでデータ量を縮小できる。このように、冗長部分を単純に符号化した単純符号化方式のほかに符号化と特定のアルゴリズムを応用して圧縮する方式、図形の相似形の追跡によって冗長性を検出し圧縮するフラクタル圧縮などがある。

また、伸長によって完全にオリジナルに復元可能だが圧縮率の低い可逆方式。オリジナルに復元不可能で圧縮する度に画質の劣化が進むが、圧縮率の高い非可逆方式の区別もある。

□暗号化□

第三者が盗み見ても解読出来ないように、データのある体系で改変すること。インターネットの普及に伴い個人情報や社内の機密情報などが同じIPネットワーク上を流れるようになっている。そのためデータを第三者に解読されないために様々な方法の暗号化が現在普及している。大きく分けて共通鍵暗号方式と公開鍵暗号方式がある。

□画素（ピクセル）□

コンピュータ上で処理される画像は通常、細かい点の集合体によって構成されている。その点の一つを画素、またはピクセルとも呼ぶ。同じ大きさの画像情報であれば、画素の密度が高いほど高画質である。

□画像パターン□

流通業で利用される画像情報は棚割用、POP用など活用場面によって、様々なパターンが要求される。例えば棚割支援のソフトで利用するには商品の陳列方法によって複数の撮影面（上面、正面、側面等）が必要となる。ま

たCM用に利用する場合は、高画質で訴求効果の高い画像が要求される。

□画像ファイルフォーマット□

画像データの保存形式のこと。2次元の情報であるデジタル画像を数値情報として保存する際には、データの始点、横一列のデータ数、縦一列のデータ数、階調、圧縮のアルゴリズムなどの保存形式によって様々なフォーマットがある。主に国際標準のJ P E G（ジェイベグ）や、B M P（ビットマップ）、G I F（ジフ）、T I F F（ティフ）、マッキントッシュの標準形式P I C Tなどのフォーマットがある。

□解像度□

モニターやプリンターに出力されたデジタル画像の明瞭さ、きめ細かさのこと。同じ大きさのデジタル画像であれば、1枚の絵を構成する画素の数が多いほど高解像度の画像になる。通常モニターの解像度は縦・横の画素（ドット）数で表し、プリンターやスキャナーの解像度はd p i（ドット・パー・インチ）で表す。

現在の標準的なパソコンでは縦 480 画素・横 640 画素から縦 1024 画素・横 1280 画素までの表示ができる。

□階調□

画像データの濃淡と色彩を表現、または見分ける分解能の単位。

画像データをスキャナー等で読み込んでデジタル信号に変換するA/Dコンバータには、8ビット、10ビット、12ビット、16ビットなどの種類がある。例えば8ビットの、A/Dコンバータでは $2^8=256$ 段階の濃淡データとなる。これを階調という。階調は数値が小さいほど暗い。

□色数□

パソコンで表現できる色数は、16色、256色、ハイカラー（3万2000色、6万5000色）、1670万色（フルカラー）などの種類がある。色数は多いほど実際の色に近くなるが、データ量も多くなる。

パソコン上の色は、256段階の濃淡情報（階調）に3原色を一点、一点の画素に重ね合わせて表現している。つまり256の3乗が約1677色のフルカラーの由縁である。ハイカラー、フルカラーは階調情報を有し混色により色を表現しているのに対して、256色は階調情報は持たず任意の配色によって色を表現しているため画像として色情報の正確性は低い。

商品画像情報として応用する色数は、商品が識別できれば良く繊細な画像が要求されない棚割へ限定した利用の場合には、データ量を軽くするため256色が利用される事も多い。

□伸長□

圧縮した画像情報を、元データに近い状態に戻す作業のこと。解凍ともいう。非可逆圧縮の場合は、データが完全に元に戻らないため復元という言葉は、通常使わない。

□B i t ストリーム□

J P E G、M P E Gなどの符号化されたデータ列で、ひとまとまりの画像を表す。

□B M P □

画像フォーマットのひとつ。ウインドウズの標準フォーマットとして汎用性は高いが、データ構造は単純でデータ量は膨大になり、通信には不向きである。

□C M C モジュール□

CMC : Common Messaging Call の略

電子商取引の関連技術を開発するためには通信技術や暗号技術の開発が重要であるが、こうした電子商取引関連技術を自由に開発するためにはパソコンのOS (Operating System) 内部の通信モジュールが、アプリケーションソフトウェア側からOSの制約を受けることなく自由に構成でき、かつアクセス出来ること必要かつ重要である。しかし、現状はアプリケーションソフトウェアから通信モジュールへのアクセスについては、OSの制約があり、自由な構成やアクセスが可能であるとは言い難い。また、暗号技術開発にも制約が生じることも考えられる。今後の電子商取引関連技術の発展のためには、OSに制約されない通信モジュールの速やかな開発が望まれている。平成9年度「エレクトロニック・コマース推進事業」において、当センターでは、安価なネットワークを実現可能とするために、近年、発展が著しいインターネットにおけるネットワーク通信プロトコルであるTCP/IPをベースとした機器で構築されたネットワーク上で、TCP/IPを利用する上での問題点であるセキュリティを考慮し、ユーザ業務アプリケーション等の上位アプリケーションから自由にリンク可能で各種通信プロトコルを実装可能にすることで各種形態での情報交換が可能なフリーゲートウェイを実現する通信モジュールがCMCモジュールである。

□D N S □

Domain Name System の略

ホスト名とIPアドレスの対応表をもったTCP/IP ネットワークで用いら

れるネームサービスの仕組み。ドメインと呼ぶ論理的グループを階層的に設定できる。

□dpi□

ドット・パー・インチの略で、デジタル画像1インチ中に存在する画素の数を表す単位のこと。数が大きいほど、高解像度であることを意味する。

□EANCOM□

流通業向けEDIメッセージ集の国際標準。国際EAN協会が1996年までにUN/EDIFACTをもとに、流通業向けの標準メッセージとして42種類（発注、発注応答、送り状等）開発している。

□HTML□

Hyper Text Markup Language の略

WWWのページの記述に用いられる言語。画像や音声、ビデオなどを含むページを表現できる。SGMLをもとにつくられた。

□HTTP□

Hyper Text Transfer Protocol の略

WWWブラウザとWWWサーバがファイルなどの情報を送受するのに使うプロトコル。今日のインターネット環境ではもっとも広く用いられているプロトコルである。

□HTTPS□

HTTPプロトコルにセキュリティ機能を持たせたプロトコル。

□H手順□

通信手順の一種であり、通商産業省より流通業におけるEDIのための標準通信手順として位置づけられている。また、流通標準EDI（JEDICOS）の標準通信手順に指定されている。以下の特長がある。

- ①基本通信手順として、国際標準通信手順であるOSIの一種であるMHS（X.400）を採用した。
- ②下位プロトコルとして、TCP/IPを追加採用し、LAPB（ISDN回線のBチャンネルに対応）、LAPD（ISDN回線のDチャンネルに対応）とともに正式仕様とした。

□ICCプロファイル□

電子カラー出版の規格を制定するために、コダック、マイクロソフト、

ヒューレットパッカー、ライノタイプが中心となって1993年に結成された色表現に関するデファクト標準機関であるICC (International Color Consortium) が色管理のためのプロファイルを複数のプラットフォームで使えるように制定した規格。特定の入力デバイス、ディスプレイ、出力デバイスの色再現能力に関する情報を格納するファイル。

□ ISO □

International Organization for Standardization の略

国際標準化機構。工業関連分野の規格統一や標準化を行う機関。ISO は分野別に専門委員会を持ちその下に分科委員会、作業グループがある。

□ JEDICOS □

Japan EDI for Commerce Systems の略

通商産業省が制定した流通標準EDIのこと。「流通標準EDIメッセージ (JEDICOSメッセージ)」、「EDI標準契約」と「EDI運用規約案」から構成される。「JEDICOSメッセージ」は、国際EDI標準であるUN/EDIFACTに基づき国際EAN協会が開発した流通業向けサブセットであるEANCOMに準拠して開発されている。97年までに12種類の正式版と6種類の試作版を開発した。「EDI標準契約」と「EDI運用規約案」は、EDI契約の流通業界版モデルである。

□ JFIF □

JPEG File Interchange Format の略

JPEGを基本としたカラー静止画像のファイルフォーマット。詳細に関しては参考資料IVに記載する。

□ JPEG □

Joint still Picture coding Expert Group の略

ISOとITU-Tが提示したカラー静止画像の国際標準である圧縮方式。ADCT (適応離散コサイン変換) という符号化アルゴリズムを用い5分の1から250分の1程度まで圧縮が可能。

画像情報を濃淡情報 (色の明るさ) と色情報 (色合い) に分けると、肉眼は明暗の変化には敏感だが、色合いの変化には鈍感である。JPEGではこの肉眼の特性を利用して、色合いの情報を削っており20分の1程度の圧縮では肉眼では、オリジナルとの差は感じられない。

また、圧縮率が高いため通信向きの方式としてインターネットのホームページの画像圧縮によく利用されている。ただし、輪郭線がぼやけるため地図や設計図、など線画の圧縮には不向き。

□MPEG□

Moving Picture coding Expert Group の略

カラー動画像の圧縮方式の名称で、ISO（国際標準化機構）とIEC（国際電気標準会議）で提示された国際標準である。今後、商品画像情報においては、特にCM用画像として動画が広く扱われると予想される。その場合に、標準圧縮方式としてMPEGが利用されると考えられる。

□OBN□

Open Business Network の略

（財）流通システム開発センターが流通関連企業 8 社と芝浦工業大学 工学部 宮口庄司教授の技術協力を得て開発をしたビジネス専用のIPネットワークシステムである。以下の特長がある。

- ①セキュリティの高いビジネス専用のイントラネットのためのIPネットワークシステムである。
- ②ユーザーが共同で利用するIPネットワークシステムであり、単独でIPネットワークシステムを構築するよりも、低コストである
- ③通信帯域や通信速度、信頼性、障害対応などのネットワークの信頼性が確保されている。その他各種の特長がある。

□PROXY（プロキシ）□

PROXYは代理という意味。インターネットへの各種サービスへのアクセスを中継するためのソフトウェア、またはサーバマシン。

□RGB□

加法混色系の色で、赤、緑、青の3色。光の3原色。全部混合すると白になる。カラーディスプレイで用いられる。

□SGML□

Standard Generalized Markup Language の略

タグ付け（マークアップ）された文書を管理し、マークアップのしかた自体を記述する言語（マークアップ言語）の国際標準。

SGMLをWebページの記述のために応用した言語がHTMLである。

□SSL□

Secure Sockets Layer の略

ブラウザ、WEBサーバ間でデータを安全にやり取りするための標準プロトコル。SSLには認証、暗号化の機能がある。WWWだけでなくFTPなどその他のTCP/IPアプリケーションにも適用することもできる。

□T I F F□

Tag Image File Format の略

画像ファイルの標準フォーマットのひとつ。特徴は画像データの属性をTAG情報として規定している点である。データ形式を規定しているわけではない。加工にはT I F Fに対応した特殊なソフトが必要となる。

□T I F F J P E G□

T I F Fの中に画像データ形式としてJ P E Gを埋め込んでいるもの。

□UN/ED I F A C T□

ED Iの国際標準。1987年に国連欧州経済委員会の中の貿易手続簡易化作業部会が開発した行政、商業及び運輸のための電子データ交換国連規則集（シンタックスルール、実施規則集等10種類）である。

平成9年度 通商産業省委託事業

流通業における電子化取引標準化
調査研究報告書

平成10年3月

(財)流通システム開発センター

〒107-0052 東京都港区赤坂7-3-37 プラース・カナダ3F

TEL (直通: ECグループ) 03-5414-8510

FAX (直通: ECグループ) 03-5414-8507