

# DS 流通センターニュース DS

平成23年(2011年)11月 第178号 年6回(奇数月)発行

http://www.dsri.jp/

発行所 (財)流通システム開発センター 〒107-0052 東京都港区赤坂7丁目3番37号 プラス・カナダ3階 電話 東京(03)5414-8500 F A X 東京(03)5414-8509

## 流通 BMS の本格導入表明相次ぐ イオンは来年 12 月末までの移行完了を宣言

### イオングループ 全体最適化など3つの理由

流通ビジネスメッセージ標準(流通 BMS)の基本形メッセージを利用するスーパー、ドラッグストア、ホームセンターの大手小売業で、流通 BMS の本格導入の表明が相次いでいるが、このうち、イオングループでは 2012 年 12 月末までに現在の JCA 手順から流通 BMS に置き換えることを表明、移行期限を切るという新たな動きとして注目されている。

イオングループでは、流通 BMS の基本形メッセージの最新版である Ver.1.3 がリリースされた 2009 年 10 月以降、新規取引先を中心に流通 BMS の導入を進めてきたが、ここに来て導入を促進する背景として次の3つの要因を上げている。

- ① 早期のサプライチェーン全体最適化の推進  
今年5月に明治記念館で開催された「製配販連携フォーラム」で、製配販の49社が署名した「流通 BMS 導入宣言」が発表されたが、イオングループは10社が署名しており、その早期実現を図る。
- ② 事業継続リスクへの対応  
モデムなどの JCA 手順対応通信機器は、ほとんどのメーカーが生産を中止している状況の中で、機器の故障による取引先 EDI システムの停止というリスクが現実味を帯び始めており、その回避を図る。
- ③ 大型汎用機のリプレースによる IT コスト低減  
イオングループでは基幹系システムをオープンシステムに移行しているが、取引先 EDI システムが大型汎用機に残っていることが移行のネックとなっていた。それを解消するために EDI システムの切り替えを早めることとなった。

イオングループでは、7月下旬から10月下旬にかけて全国8都市(幕張、札幌、仙台、名古屋、大阪、広島、福岡、那覇)で合計26回の取引先説明会を実施、1,700社の取引先に対して上記の方針を伝えた。

今回の対象となるイオングループの小売業は、GMS、マックスバリュ、スーパーセンターなど18社にのぼる。切り替えはイオンリテール(株)から開始し、グループ内の各社に拡大していく予定。(関連記事2面に)

### (株)ヤオコー 来年9月末までに切り替え

首都圏を中心に100店舗以上の食品スーパーを展開する(株)ヤオコーでは、9月下旬の3日間、川越の本社で70社を対象に「流通 BMS 導入に関する取引先説明会」を開催した。

同社は経産省事業のスーパー業界の検討に参加するなど、早くから流通 BMS 導入の準備を進めてきただけに、発注・仕入・請求・支払関係のメッセージは早ければ11月から並行稼働という異例のスピードで切り替えを開始し、来年9月末までには流通 BMS の全社完全移行を目標としている。

小売側が EDI 方式の移行期限を設定することは、取引先に負担を強いることにならないかといった懸念が小売側にあったが、ヤオコーの場合は逆に取引先側から「いつ流通 BMS に切り替えるのか」といった問い合わせが来ているという。取引先にとっては、移行完了期限が明示されることによって予算化がしやすくなるという事情もあるようだ。

### (株)コメリ 来年3月末までを目処に

新潟県に本社を置き、全国で小型店(ハード&グリーン)約900店を含む1,000店以上のホームセンターを展開する(株)コメリでは、今年の8月に新潟と東京で計3日間、流通 BMS 導入の取引先説明会を開催した。同社は2008年度の経産省事

業の共同実証に参加するなど、ホームセンター業界では流通 BMS に関して先駆的な企業であったが、ここに来て本格展開を表明した背景には、製・配・販連携協議会による導入宣言や大手スーパーの本格展開表明、あるいは取引先からの問合せなどがあり、「環境は整った」と判断したことがある。

導入完了の期限は特に設定していないが、グループ内の IT 企業(株)ビット・エイ)がサポートすることもあって「来年の3月末をひとつの目処」としている。(関連記事2面に)

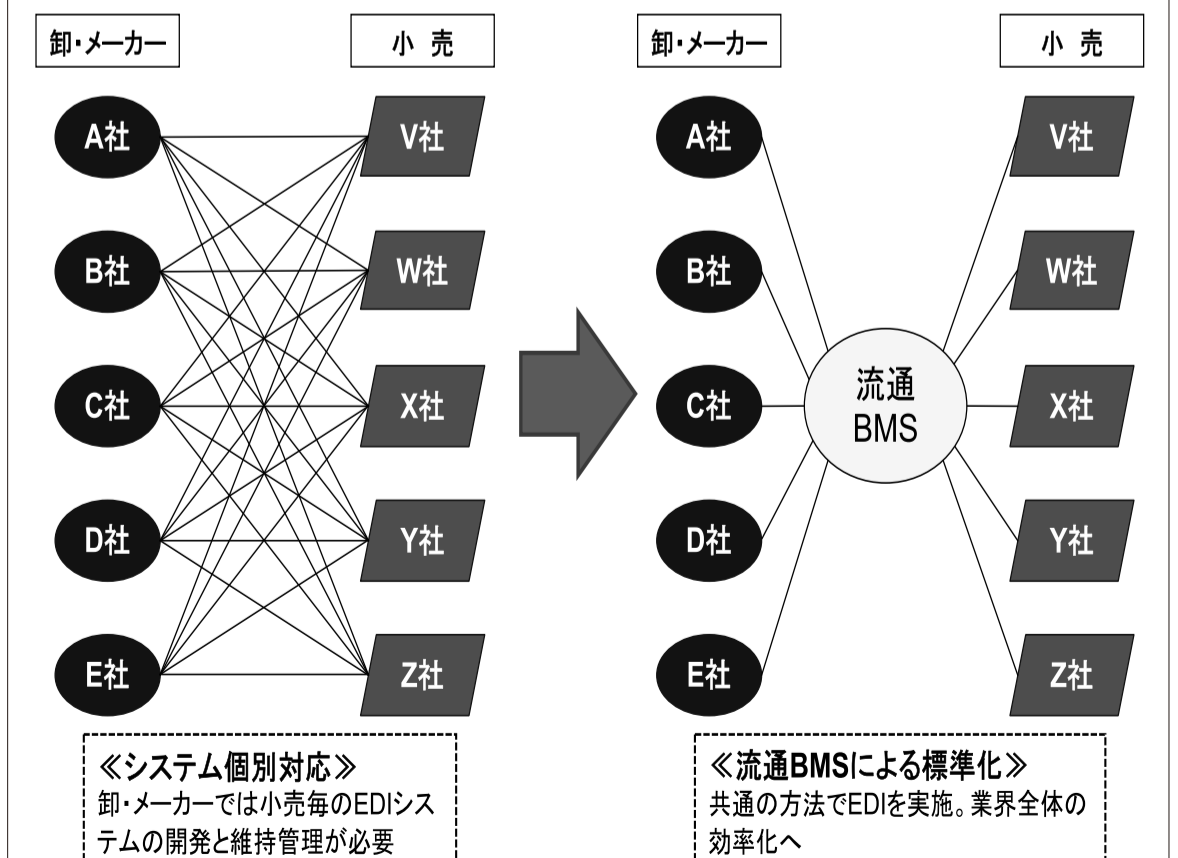
### (株)マツモトキヨシホールディングス 来年7月からの導入を表明

最後に、ドラッグストア業界の共同実証参加企業でありながら、導入を手控えていた(株)マツモトキヨシホールディングスが、9月6日に2回、松戸の本社で「新基幹(新 MD)システム構築 取引先説明会」を開催、インターネットを利用して商談情報を事前に共有する仕組みを柱とする MD システムの稼働に合わせて、流通 BMS の利用開始を発表した。

新 MD システムは来年の4月に稼働する予定で、流通 BMS は4月より随時導入を開始し、7月を目処に切り替えを実施する。同社が実施した事前アンケートの結果によると、流通 BMS に「対応可」と「対応予定」を合わせて47%が意欲を見せており、来年後半には流通 BMS への切り替えが本格化することが期待される。

(流通 BMS 協議会 事務局)

### 流通 EDI の標準化効果は大きい



### 本号の主な内容

- 2面 流通 BMS (続き)
- 3面 JICFS/IFDB の最新事情
- 4・5面 GS1 国際会議、ドイツ、オランダ小売業の最新システム動向
- 6面 中小事業者機能強化フォーラム 2011 開催報告
- 7面 第14回 卸研フォーラム 2011 開催報告



# 流通 BMS 本格導入の背景とねらい イオングループとコメリの IT 部門責任者に聞く

今年の7月以降、相次いで流通 BMS の本格導入を表明した大手小売業の中から、イオングループの IT 部門を支える機能会社、イオンアイビス(株)の北澤清システム開発本部長と、コメリの IT 戦略を担う(株)ビット・エイの小林禎取締役・統括部長に、今回の取組みの背景とねらいなどについてインタビューした。

## イオングループ 事業継続上のリスク回避が大きい

イオングループは早くから流通 BMS に取り組んで来られましたが、今回の説明会では 2012 年末までという期限を切った形での切替えを要請されています。その背景について教えてください。

北澤 一番大きな背景としては 5 月に開催された、製・配・販連携フォーラムでイオングループとして 10 社が流通 BMS 導入宣言を行ったことです。流通 BMS がイオン固有のオンラインシステムではなく、業界統一のオンラインシステムになるということ考えた時に、集中して短期間で移行することのメリットは大きいからです。



イオンアイビス(株)  
北澤清本部長

もう一つは社内的要因として、JCA 手順による従来の取引先オンラインのシステムを安定運用させるということがだんだん難しくなっています。通信モデムといったハードの手配や、システムを維持管理する人的リソースの確保などです。このままですと、事業継続上のリスクが増大します。万が一、イオンの取引先オンラインに障害が発生すると、お客様やお取引先様にも甚大な影響を与えてしまいます。

また、イオンでは基幹系のシステムを移行しているのですが、取引先オンラインの一部が旧来の大型汎用機に残っており、廃止できないという事情もありました。しかし、今年度、明確に旧来の大型汎用機を廃止するという方針を決定しました。それに合わせ、取引先オンラインも流通 BMS に移行し、旧来の大型汎用機からの脱却に取り組んでいます。そういった意味で機が熟したと考えています。

今回はイオングループ全体の小売と、その全ての取引先が対象という、非常に大がかりなものです。スムーズな移行をしてもらうために留意されていることを教えてください。

北澤 一番に留意しているところは、お取引先様のご理解とご協力が不可欠ですので、そこに注意を払っています。これまでにも流通 BMS 導入に向けての説明会は何回も開催していますが、改め

て全国で説明会を実施し、お取引先様にも十分な移行期間の中で、取り組んで頂けるよう注意しています。

次に、導入に向けた組織・体制作りと、役割を明確にしています。どうしても IT 部門だけが実施するということになると、なかなかうまく進みません。そこで、導入の責任者は商品担当の執行役が担当し、具体的な導入に向けた実運営は、グループの IT を担当するイオンアイビスが担当します。お取引先様への説明会のご案内についても、IT 部門からではなく、普段お付き合いのある全国の商品部門からご連絡させていただきました。

導入体制の面では、イオンの流通 BMS は全てを自社で運営しているわけではなく、複数のベンダー様にご協力頂き実施しています。よって、それぞれのベンダー様にも、スムーズに切り替え、移行するための体制作りをお願いしました。

あと、お願い事項になるのですが、移行となるとどうしても期限の最終ぎりぎりに集中しがちになります。そうなりますと、お取引先様に十分なサポート、フォローができませんので、事前にお取引先様の導入計画を把握したうえで、無理のない計画を立てる予定です。一切替えが完了した以降の効果として期待されていることをいくつか教えてください。

北澤 JCA 手順を廃止し、事業継続上のリスクがなくなるということが非常に大きいです。また、旧来の大型汎用機をなくすることができるというのも、IT コストの低減につながります。ただ、そういったもの以上に、流通 BMS を導入することによって、今まで電話回線を利用した JCA 手順では実現できなかった日本語特有の漢字ですとか、あるいは将来的に画像情報ですとか、新しいデータサービスが使用可能になります。それをうまく使うことによって、流通 BMS は新しいビジネスモデルの構築や業務改革にとって不可欠なグループインフラとして拡大していくと思います。

## (株)コメリ 商談のシステム化効果にも期待

コメリさんは経済産業省事業の共同実証に参加されるなど、早くから流通 BMS に取り組んで来られましたが、今回の説明会で改めて本格導入を表明されました。その背景や狙いについてお聞かせください。

小林 もともと、流通 BMS が出る前から、お取引先様から各小売別にシステムを構築することに対して何とかしてほしいとの要望がありました。当然、各小売のためにシステムを作るとその作ったコストは全部原価に乗っかってしまう。イコールそれは社会的コストとなるわけです。

そういった状況の中で、共同実証に参加して早くから流通 BMS に取り組んではいましたが、現状としては、取引先様の準備もありますし、取引の一つの手法として流通 BMS もできるというレベルで、導入済みのお取引先様は数社と少ない状

況でした。

そういう状況の中で今期に入ってから、スーパーが中心ですが、いろいろな動きも出てきました。製・配・販連携協議会で導入宣言を出したこと、大手スーパーが流通 BMS の導入に踏み切ったこと、また、それによりお取引先様からも問い合わせがあったことなどの背景もあり、説明会を行い、正式に流通 BMS への移行を表明しました。一今回のご対応で、取引先にスムーズに導入していただくためのポイントをいくつかお聞かせください。



ビット・エイ  
小林禎取締役・統括部長

小林 通年で取引のある全てのお取引先様を対象としています。システムとして一番のターゲットとしているのは JCA 手順を使用しているお取引先様です。それ以外にも、WEB や独自 EDI など色々ありますが、導入し、動き始めれば、将来追加で投資する必要はなくなるわけですから、それら全てを流通 BMS に集約する予定です。

ただし、対象となるお取引先様には、大手のお取引先様のようにシステムが分かる人がいないところが大半です。そこで、できるだけ簡単に導入できるようにし、どうしてもという場合はエンジニアが行きますが、基本的にはお取引先様自身で導入ができるように工夫をしました。また、コストの面でも、月額利用という料金体系を選択肢の一つとして追加で用意し、最初にかかる費用を抑えることもできるよう工夫しました。

今年度の 10 月に流通 BMS に切替えスタートということですが、完了目標はいつ頃とお考えでしょうか。また、切替えが完了した以降の効果として期待されていることをいくつか教えてください。

小林 完了目標というのは設定してないですが、2012 年 3 月末を一つの目処としています。効果としては、ペーパーレスだとか、新たに取引を開始するときにもコストがかからずにできるだとか、いろいろと非常に大きな効果が出るかと期待しています。

また、インターネットを利用する流通 BMS だからこそ、今回のシステムでは流通 BMS での受発注だけでなく、データ提供サービスや見積もり関連の仕組み、バイヤーとの情報 BOX などの付加サービスをつけ、商談の前段階が全てシステムでできるような仕組みを合わせて提供します。本社が新潟にあるだけに、より効果は大きく発揮されるかと考えています。

(流通 BMS 協議会 事務局)

「流通ビジネスメッセージ標準」「流通 BMS」は(財)流通システム開発センターの登録商標です。

「流通ビジネスメッセージ標準(流通 BMS)」で定める標準の維持ならびに適切な利用促進のため、(財)流通システム開発センターで商標登録をしています。

### 文字商標 (流通ビジネスメッセージ標準、流通 BMS)

すべての個人、団体が使用規約に則り使用できます。  
使用規約はこちら [http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/standard/data/moji\\_kitei.pdf](http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/standard/data/moji_kitei.pdf)

### 図形商標 (右のロゴマーク)

流通システム標準普及推進協議会会員のみが使用できます。  
(財)流通システム開発センターに使用申請をしていただきます。



流通 BMS 図形商標 (モノクロ版)

お問い合わせ先: (財)流通システム開発センター 流通システム標準普及推進協議会 mail:ryutsu-bms@dsri.jp tel:(03)5414-8505



# JICFS/IFDBの最新事情

## —インターネット・ショッピングで利用が定着—

JANコードをキーとした商品情報データベースであるJICFS/IFDB<sup>\*1</sup>(ジクフス/アイエフデービー：JANコード統合商品情報データベース)は、従来から流通情報システム化のインフラとして、POS、EOS用の商品マスター作成、リテールサポート、POSデータと連動した市場分析等で利用されてきた。加えてここ数年では、多種多様な商品が販売され、成長を続けているインターネット・ショッピングにおける商品情報としてJICFS/IFDBの利用が急増してきている。

※1 JICFS：Jan Item Code File Service  
IFDB：Integrated Flexible Data Base

### ●ショッピングサイトの利用状況

経済産業省の平成22年電子取引に関する市場調査では、個人がインターネットなどのネットワークを利用して商品の購入、契約、決済などを行う電子商取引の市場規模は約6.7兆円に達しており、これは百貨店の年間売上高とほぼ同等の金額となっている。

当初、インターネットのショッピングサイトには一般ではなかなか入手ができない商品や個性的な商品が取り扱われる場合も多く、利用者はサイトを次々に閲覧して新しい機能をもったものや独自の価値がある商品を探して購入していた。これは実際のショッピングモールに行きそれぞれ特色のある専門店をまわり買い物を楽しむのと似ている。

その後、インターネットの利用者が増えたことと、いつでも、どこからでも購入でき、決済手段も多様で、かつ購入した商品は届けてもらえるなどの利便性もあって、ショッピングサイトで取り扱われる商品は、いくつかの小売店を見て回り価格や機能、デザインなどを比較して購入する買回り品に加えて、近所の小売店で日常的に購入する食品や日用品などの最寄品まで多種多様な商品が取り扱われるようになってきた。

ショッピングサイトで取り扱われる商品が拡充してくるにつれ、利用者は膨大な商品の中から気に入ったものを探し出しショッピングを楽しんだり、あるいは予め欲しい商品のイメージがあって仕様や価格などを比較して商品を決めたり、購入方法も多様化している。

### ●ショッピングサイトへの商品情報の登録

小売業やメーカーなどの出店者がインターネットのショッピングサイトで商品を販売するためには、それぞれの出店者が販売しようとする商品の情報をショッピングサイトのシステム(商品マスター)に登録する必要がある。

インターネットのショッピングサイトには、利用者が購入しようとする商品を探しやすくするために、カテゴリーごとに商品を検索できたり、探している商品を一覧で並べて表示して比較しやすくしたりするなどの使い勝手を良くするための機能が備わっており、このため出店者は、ショッピ

ングサイトの運営者が指定する方法で商品情報を登録している。

しかしながら、個々の出店者がそれぞれに商品情報を登録するために、出店者が異なれば、例えば商品名やカテゴリーを間違えて登録してしまったり、商品名に販売を促進するような文言を追加したりするなど、登録される商品名やカテゴリーに違いが生じてしまう場合がある。

商品情報の登録が正しく行われていないと、商品を一覧で表示したときに見にくい、正しいカテゴリーで表示できない、更には表示したカテゴリーの中に別のカテゴリーの商品が表示されてしまうなど、利用者が必要としている情報をスムーズ(直感的)かつ的確に表示できないこともある。

ショッピングサイトに登録されている商品は極めて大量であり、もし利用者がその情報の中から欲しい商品を簡単に効率よく見つけることができなければ、折角の商品情報は十分には活用されず、ショッピングサイトの魅力を損なうこともあり得る。

従来の製配販の流通業と同様にインターネットのショッピングサイトにおいても、商品を一意に識別し、その情報を正確に登録して常に最新の情報に保つことは、地道で基本的なことではあるがショッピングサイトの運営において極めて重要な作業となっている。

### ●インターネットでも商品識別はJANコード

そこで、インターネットのショッピングサイトを運営する会社では、既に多くの商品に付番され、流通情報システム化の標準となっているJANコードを商品識別として利用することで、商品を一意に識別し商品情報の効率的な登録管理と登録内容の精度を向上させるための対応が進められている。更に一部のショッピングサイトでは出店者が商品情報を登録する際にJANコードの

JICFS/IFDB登録件数

2011年9月末現在

JICFS 分類	登録件数	構成比(%)
食品	1,087,657	44.21
日用品	606,224	24.64
文化用品	364,341	14.81
耐久消費財	203,777	8.28
衣料・身の回り品	194,819	7.92
その他商品	3,455	0.14
合計	2,460,273	100.00
ノンアクトデータ	3,104,154	—
登録データ総合計	5,564,427	—

付番を義務付けているところもある。

実際に多くのショッピングサイトにおいて、家電製品や日用品、加工食品などで商品の詳細を説明するページで商品コードとしてJANコードが表示されている場合が増えてきている。

商品識別としてのJANコードの利用が広がるとともに、JANコードをキーとして商品情報を収集整備しているJICFS/IFDBの利用分野も拡大してきている。

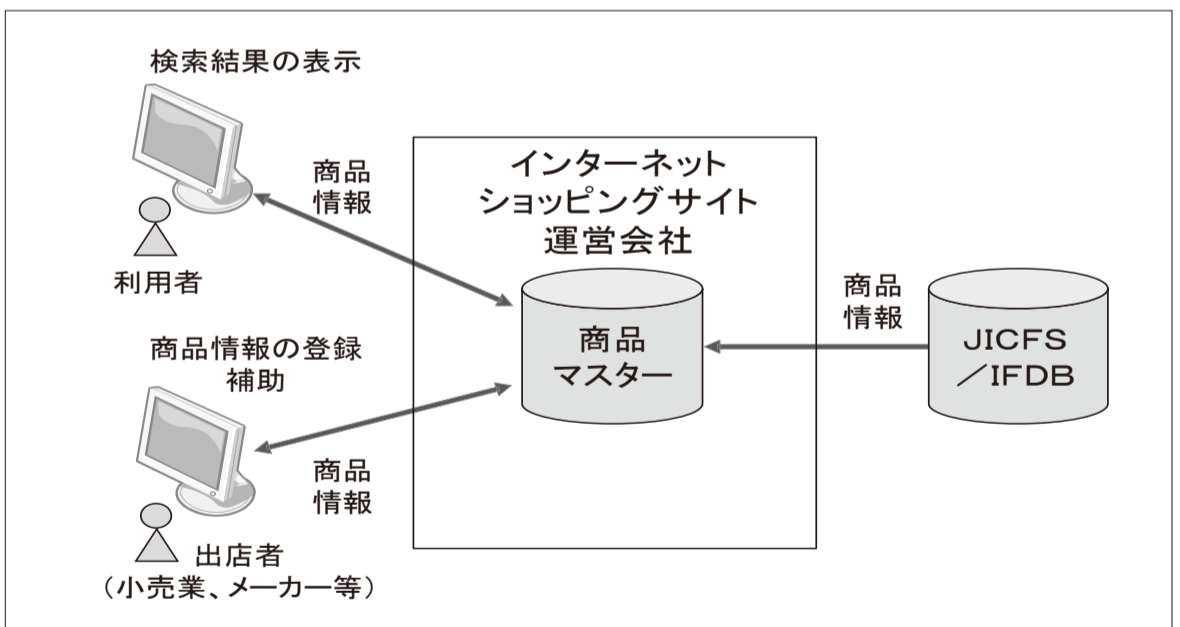
### ●JICFS/IFDBの登録と利用状況

JICFS/IFDBの商品情報の総登録件数は、2011年9月時点で、約556万アイテムであり、そのうちJICFS/IFDBの独自基準により市場で流通していると推測される商品情報は約246万アイテムである。

また、JICFS/IFDB利用者は2011年3月時点での5,315社で、内訳は、小売業：4,538社、卸売業：357社、商品メーカー等：420社である。

(流通コードサービス部 山口)

ショッピングサイトでのJICFS/IFDB利用イメージ



## 2007年1月書籍コードの改定に対応済みです

あらゆるバーコードを作成し、検証・納品致します。  
JAN, GS1-128, STマーク, 書籍, 雑誌, ITF (2007年3月からのGTIN対応済みです)

**納期**

フィルムマスターは当日発送いたします。  
バーコードは当日E-mail送信いたします。



978477771233

ISBN978-4-7777-123-3  
C2000 ¥1234E



192200012342



**YAMAZAKI 山崎情報産業株式会社**

(ISO9001, ISO14001, プライバシーマーク取得済み)

〒101-0032 東京都千代田区岩本町1-12-3 URL: http://www.yamajo.co.jp

TEL 03-3866-1156 FAX 03-3851-1529 E-mail: barcode@yamajo.co.jp 担当: 山中, 木谷, 橋本



# GS1 Industry & Standards Event 開催



経済産業省 流通・物流政策室 春名雅樹 係長

2011年9月26日(月)から9月30日(金)、ドイツ、ケルンにてGS1 Industry & Standards Eventが開催された。同会議はGS1標準の開発・維持に係る各国の加盟組織や民間企業の実務担当者が一堂に会して議論、検討を行う会議であり、年2回、春に北米で秋に欧州で開催されている。今回のケルン会議は主催者発表によると、参加登録人数は275名であり、30以上の会議が開催された。本稿では、全体概要、B2Cモバイル/QRコード標準化動向、経済産業省の取り組みの3点を紹介する。

## 《プレナリー》

プレナリーは会議全体を統括するプレゼンテーションであり、GS1の全体的な方向性が主に紹介された。GS1では2020年に向けた4つの重点取り組み課題

- GS1システムの更なる維持・促進
- データクオリティ向上
- サプライチェーンの可視化、効率化促進
- B2Cモバイル事業

を定めている。冒頭、GS1 CEO ミゲル・ロペラ氏より、GS1として引き続き上記4分野に関わる標準化活動を積極的に推進していく旨が紹介された。また2011/12年度の重点取り組み事項として、

- 既存3分野(リテール、ヘルスケア、物流分野)でのGS1システム導入促進
- B2Cモバイル分野への参入及び、EPCglobalの

活動を見直し/立て直しサプライチェーンの可視化、効率化への取り組みを行う

- GS1にとって新しい分野である、自動車産業と金融産業へのGS1システム導入働きかけを行う
- GS1モバイル、GDSN、EPCglobal等乱立していたブランドを再編し、GS1として統一したブランド戦略を実施する
- 他団体と協同しつつ、グローバルな組織活動を継続する

## 《B2Cモバイル/QRコード標準化動向》

現在GS1では、伝統的なB2B(企業間)に関わる標準化にとどまらず、B2C(消費者向け)分野、特に携帯電話に関わる分野での標準化も積極的に推進している。日本では商品パッケージや広告に印刷されたQRコード(に書き込まれた/エンコードされたURL)を携帯電話で読み取り、メーカーのウェブサイトを参照するということが日常的に行われている。一方、高機能携帯電話がコモディティ化していなかった海外では、日本の様に、携帯電話を活用して追加情報を得る事は一般的ではなかった。しかし、近年スマートフォンが普及段階に入り、消費者行動が変化したことにより、携帯電話と1次元もしくは2次元のバーコードを活用して消費者に情報を直接提供することが容易となった。あらかじめアプリケーションをダウンロードしておくことにより、JANコードなどの商品コードを読むだけでその商品に関する有益な情報、例えば食品であればアレルギー物質の有無や含まれる栄養素などを、信頼できる情報源から入手できるようなシステムの標準化が検討されている。

このような消費者行動の変化と市場ニーズを踏まえて、今回のケルン会議ではQRコードにURLを表示する(エンコードする)標準化策定も議論された。QRコードに関しては、GS1標準とすべく、手続きが進行している。

## 《経済産業省の取り組み》

GS1 Industry & Standards Eventでは、各標準化グループが議論をする会議の他に、情報共

有を目的とした、Lunch & Learnという昼食を食べながら講演を聞くセッションがある。9月28日の同セッションにおいて経済産業省春名氏より、日本がAPECの場で提唱している、国際物流における貨物動静情報の可視化基盤構築構想が紹介された。

経済産業省では国際物流における問題点として、外部委託範囲が広く、様々な企業が関わる為、荷主が配送品をコントロールする事が難しく、結果

- 情報授受の手段が複雑となる
- 不確実性を見越して過剰在庫が発生する
- 需要の変化があっても、輸送工程の間で調整することが難しく、売れ残り・機会損失が発生すると仮定している。そこで、貨物の階層(例:輸送機器、コンテナ、パレット等)や物流施設・環境(例:生産工場、湾口ターミナル、倉庫/配送センター等)ごとに異なるデータセット、コード体系を統合し、相互運用出来る様にする事を提唱している。経済産業省では、この相互運用を確保する事により、サプライチェーン上での貨物動静情報の共有が可能となり、以下のような効果が得られると期待している。

- 連結在庫の削減
    - ⇒リードタイム 平均で1.1日削減
    - ⇒連結在庫 平均で1.6日分削減
  - 業務量の削減
    - ⇒問合せ件数と可視化基盤の構築による業務量の削減見込み(輸出業務 9%~30%の業務削減、輸入業務 10%~25%の業務削減)
    - ⇒現在自動化されていない業務のうち、30%~60%程度のプロセスを、自動化・効率化
- 経済産業省ではその貨物動静情報を共有する仕組みとしてEPCglobalが開発したEPCIS標準仕様の採用を提案している。

今後流通システム開発センターとしても経済産業省と共に、国際物流における貨物動静情報の可視化の取り組みにおいて、EPCISを利用した可視化基盤の構築とGS1コード体系の利用が図られるよう関係者に対し積極的に働きかけていくこととしている。(国際部 岩崎)

## 海外の動向

# 独メトロ・フューチャーストアの取り組み

ドイツ最大の小売業グループであるメトログループは、「フューチャーストア」という未来型の実験店舗において、新技術の導入や新しいサービスの提供など、さまざまな試みを行っている。

メトログループのハイパーマーケット業態リアル(real)の店舗を使ったこの実験店は、ドイツ北西部デュッセルドルフ郊外のTönisvorstにある。食品売場、キッチン用品・家電売場、自転車・スポーツ用品売場、CD・DVD売場を備えた標準的な広さの郊外型店舗(店舗面積:約8,600㎡)である。



フューチャーストア外観

フューチャーストアの中では、新しい技術やコンセプトを用いたサービスが顧客に受け入れられるかどうか、またオペレーションの効率化や店舗の売上増等の投資対効果があるかどうかについて検証を行っている。その結果、効果が見込めると判断したものについては、他の店舗にも拡大展開するという戦略をとっている。ここでは、実際に

行われている試みの中から、自動認識技術に関するものをいくつか紹介する。

## 《画像認識による青果値札ラベル発行システム》

欧米では、量り売りの生鮮品は顧客が自分でバーコードを発行する方法が多く採用されているが、顧客による発行ミス等も多いため、この店舗では画像認識によるラベル発行の仕組みが取り入れられている。

量りにはカメラが付いており、リンゴやバナナなどの商品を置くと撮影し、その画像とすでに登録済みの画像をマッチさせて、商品の候補をいくつか表示する。顧客がその中から該当する商品を選ぶと販売価格を計算し、ラベルが発行される仕組みになっている。

## 《電子タグの活用》

店舗のバックヤードと精肉売場では、一部電子タグの活用も行われている。トラックから荷降ろしされるバックヤードの搬入口には、電子タグの読み取りゲートが設置されており、パレット単位の商品に添付された電子タグが商品納入時に読み



青果値札のラベル発行システム

こまれている。物流の可視化、検品作業の軽減、実在庫と帳簿在庫の一致を狙った試みだが、リアル型の店舗にはパレット単位で商品が納入されることはほとんどなく、いったん配送センターにて荷物がばらされるため、全体の10%程度にしか電子タグはついていない。ホールセール業態のメトロキャッシュアンドキャリーでは、取扱う商品単位が大きく、電子タグのついていない割合も30%~40%と高いため、メトログループとしては、より効果の見込めるこちらの業態への拡大展開を見込んでいる。

また、精肉売場では店内で加工した精肉パックに電子タグが取り付けられている。陳列用の冷蔵ケースの下には、RFIDアンテナとリーダが取り付けられており、いわゆるスマートシェルフのように自動的に読み取ってケース内の在庫を確認し、欠品の防止や追加加工の判断、販売期限切れの商品チェック等に活用されている。水分が大量



精肉パックに付けられた電子タグ



に含まれている精肉パックが縦積みされている状態は、電子タグの読取り環境としては決して良くないが、電子タグの貼付位置の工夫と読取り機器の調整により、高い読取り精度が保たれている。ただメリットに対して、電子タグと読取り機器のコストが高額なため、他店に展開するのは難しいということである。今後は、同様の仕組みをGS1 データバー拡張型で試行し、検証を行う

予定である。

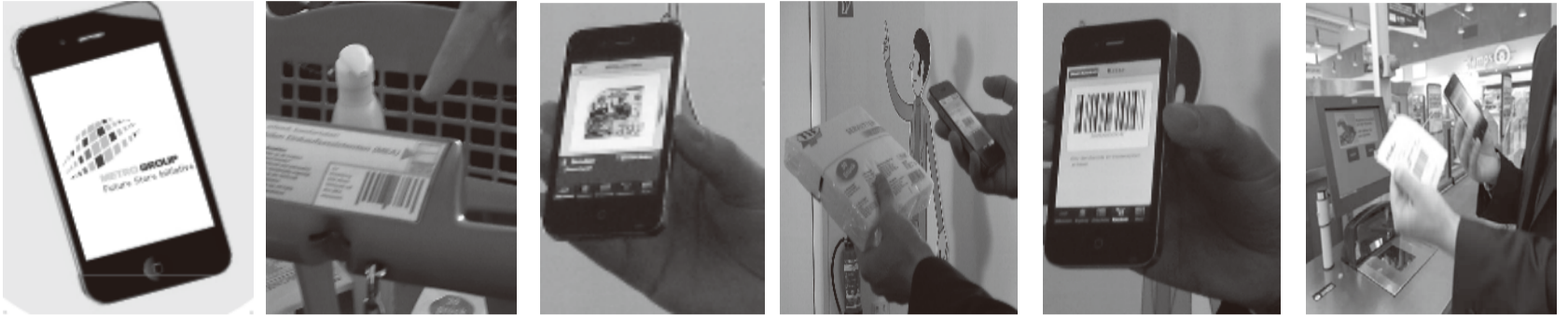
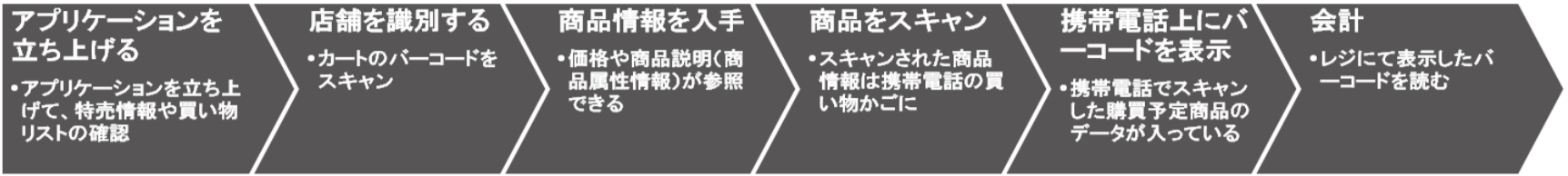
《携帯電話の活用》

購買に関わるさまざまなシーンで、携帯電話の活用が試みられている。例えば、商品のバーコードを携帯電話のカメラで読み取るとその商品の詳細情報を入手することができたり、購入予定商品として買い物かごに登録したりできる。また、オンラインショッピングへの対応やクーポン配信、

NFC を活用した携帯電子マネー等の新サービスも計画している。

店舗の隣には、見学者用のビジターセンターが設けられており、フューチャーストアのウェブサイト (www.future-store.org) から申し込みを行えば、説明ガイド付きのツアーを体験できる。

(国際部 清水裕)



携帯電話活用の流れ

# オランダ小売業の最新システム動向

《アルバートハインにおける取り組み》

オランダ最大の小売業であるロイヤル・アホールド NV が展開する、食品スーパーのアルバートハイン (Albert Heijn) では、現在、鶏肉商品の賞味期限管理とそれによる自動値引きなどに取り組んでいる。

●賞味期限管理と自動値引き

本システムを導入するにあたり、同社では、賞味期限日 (原則、商品陳列から1週間以内) が分かりやすいように、一週間の各曜日を色別にした新ラベルシールを開発した。

具体的な使用方法は、商品が納品された段階で、あらかじめ賞味期限日の該当曜日以外をプリンタで黒く塗りつぶし、顧客がラベルに表示されている色を見ただけで、すぐに賞味期限の曜日が分かるようにしている (図-1)。



図-1 賞味期限日(曜日)を分かりやすく示した新ラベル

現在、本ラベルは、納品時にバックヤードで、POS用バーコードラベルと併せて印刷されている。賞味期限日に商品が販売されると、バーコードの賞味期限日より自動的に35%の値引き処理が行われる仕組みである。今のところ、バーコードにはGS1-128が使用されており、GTINと賞味期限日をアプリケーション識別子 (AI) により表示している (図-2)。

本システムにより、顧客に商品の鮮度を分かりやすくアピールすることができるようになり、また自動値引きによりコストを掛けずに廃棄ロス削減と売上アップが可能になるなどの効果が上がっている。

なお、現在はセルフスキャンシステムがGS1 データバーに未対応のため、バーコード表示はGS1-128であるが、今後、機器の対応や対



図-2 賞味期限日が入ったバーコードラベル

象カテゴリーの拡大を進めつつ、GS1 データバーへの切り替えを進めていく予定とのことである。

●セルフスキャンシステム

同社では、ハンディスキャナタイプのセルフスキャンシステムにも取り組んでいる。

顧客は、最初に会員カードを読ませてハンディスキャナを取り出し、店内を回りながら自分で商品をスキャン。買い物終了時に、セルフスキャン用レジにスキャナを返却し、会員カードを読ませることにより精算が終了する。出口 (ゲート) から出る際には、レシートのバーコードを読ませることにより精算確認が行われ、ゲートが開く。

なお、不正防止への対応として、一定の割合で、顧客に対してサンプリングチェックを実施している。サンプルとなった顧客一人あたり5品目を確認し、未スキャンのものがいないかどうか確認しているという (図-3、-4)。

《データのGS1データバーによる日付管理》

オランダの中堅食品スーパーであるデー (DEEN) では、切り花にGS1 データバー (拡張多層型) を利用している。

商品コードに加えて、切り花に加工した日付 (製造日) をAIで表示し、現在は加工管理などに役立っている。将来的には自動値引きなどへの利用のほか、対象商品分野も精肉などの不定買商品へ拡大していくことを目指している (図-5)。

(流通コードサービス部 西山)



図-3 セルフスキャン用のハンディスキャナ



図-4 セルフスキャン用精算レジ



図-5 切り花の管理に利用されるGS1データバー



# 「中小商業者機能強化フォーラム 2011」 ～情報化事業で元気な商店街 4 事例を紹介～

2011年10月27日(木)航空会館(東京都港区)で「中小商業者機能強化フォーラム 2011」を開催した。北は岩手から南は沖縄まで、全国から商店街関係者、商店街支援組織、行政担当者、ハード・ソフトメーカー、コンサルタント等、約120名が参加した。

流通システム開発センターでは、これまで「全国商店街情報化フォーラム」を継続的に実施してきた。近年は商店街共同事業の役割が変化し、販売促進に代表される商店街内部だけの事業ではなく、地域全体を包含したより広範な問題に対応していくために、「中小商業者の機能強化」が重要なポイントとなっている。

また、3月11日に発生した東日本大震災以降、これまでの商店街事業の見直す機運が高まっていることも考慮した形で本年の取り上げる事例を選定した。

## 情報化事業で成果を上げる商店街事例

事例報告に先立ち、流開センター井上毅会長からの主催者挨拶があり、引き続き全国商店街振興組合連合会(全振連)桑島俊彦最高顧問よりご挨拶を頂戴した。



井上 毅 会長      桑島俊彦 氏

今回は全国の活発な事業運営によって商店街と中小商業者が元気である事例の中から4事例を選定。各々の事例に携わる実務者をお招きし、パネラーとしてご登壇いただいた。

フォーラム前半、第1部の事例報告では、①自己紹介、地域や商店街の概要、②事業の概要、③今後の課題の順で各パネラーから簡潔な報告が行われた。各々の事例の概況は以下の通りである。



小山桂一 講師

輪島市商店連盟協同組合(石川)は、輪島でスタンプとポイントカード事業を運営し、全国でも屈指の運用実績を持つ存在である。同組合は、のと線の廃止、観光客の減少、景気後退などによる中心市街地の衰退を契機にまちづくりに積極的に参画してきた。2007年に発生した能登半島地震の際にはスタンプとポイントカード事業やまちづくりで構築した人脈をフルに活用し、早期の復興に貢献した事例である。

二例目の荻窪・教会通り新栄会(東京)は、商店街の店舗を紹介するTVCMづくり事業を契機に、商業者自らがユーチューブやツイッターなど、さまざまな最新ITの手法を駆使した商店街事業を展開するに到っている。ここでは、特に若手経営者が中心となって事業が進められていることから、若手経営者



中山 弘 講師

の主体性や責任感が養われ、商店街事業への参画意識の向上や家業の継承意欲向上に結びついている事例である。



渡辺 努 講師

三例目の新潟・古町サテライト(新潟)は、まちの情報を総合的に発信することを目的に開設された施設。

市内で屈指の商店街である古町は1番町から10番町までの街区で形成され、その全長は2kmにも及ぶ。近年、新潟市駅前や他の商業エリアの伸張により、苦戦を強いられる状況になったことから、それまで各街区が個別に実施していた販促や広報等の事業を共同して行うことで「古町エリア」を一体的にアピールしていこうというのが狙いである。このうちの1つであるスマートフォンを利用した「古町ヌーボーAR」は、TV報道でも取り上げられたことから、狙い通り若者や観光客に古町を知ってもらい、関心を持ってもらうことに成功している。



菊池 恒 講師

四例目の札幌狸小路商店街振興組合(北海道)は、札幌を代表する中心商店街。近年、客引きやキャッチセールスが増加傾向にあったことから、来街客が安心してショッピングが楽しめるまちを取り戻すための取組みとして、防犯カメラや自主的な警備体制の導入・運営を行い、まちの治安回復を実現している事例である。

それぞれの報告のあとに、第2部では他のパネ

## 「中小商業者機能強化フォーラム2011」開催概要

開催日：2011年10月27日(木) 13:30~16:45

会場：航空会館

プログラム：

13:30 開会

13:30~13:35 井上毅 流開センター会長 挨拶

13:35~13:50 桑島俊彦 全振連最高顧問 ご挨拶

13:50~15:50 第1部 事例報告

① 消費者から高い支持を集めるスタンプやポイントカードを起点に地域活性化を推進

—能登半島地震からの「街」復興に尽力—

輪島市商店連盟協同組合 理事長 小山桂一氏

② 千客万来!「教会通り物語」

—自分たちが主役 仲間の魅力発掘作業—

東京荻窪・教会通り新栄会ウェブ委員 中山 弘氏

③ スマートフォンを活用し商店街店舗の情報を映像付で無料配信

—若者客の取り込み強化に向けて多機能携帯電話を活用—

新潟・古町サテライト 渡辺 努氏

④ 防犯カメラ導入で商店街における街頭犯罪の減少を実現

—狸小路自主巡回活動と防犯カメラ・民間交番—

札幌狸小路商店街振興組合 理事長 菊池 恒氏

14:10~15:50 第2部 パネラー間の質疑応答

16:00~16:45 第3部 会場からの質疑応答

16:45 閉会

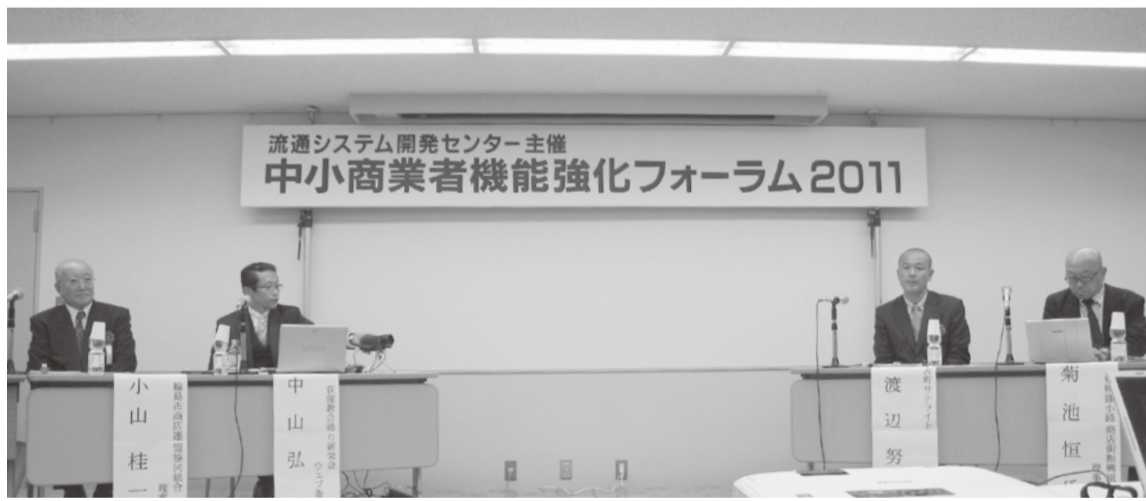
ラーから発表者のパネラーに対する質疑応答を行った。

ここでは、高齢者顧客に対する販促に活かせる携帯電話の活用方法や、防犯カメラ導入に際しての注意点、情報通信インフラ敷設に関するアドバイス、連携で事業を進める組織体制を如何に確保するのか、など、具体的な質問が出された。

第3部では会場の来場者から直接質問を受けた。

ここでは、各々の事業の取組みについて集客効果や事業成果への自己評価、あるいは望ましい行政のかかわり方について、などのさまざまな質問が寄せられ、盛況のうちに幕を閉じた。

(流通情報部 瀧澤)



左から：小山氏、中山氏、渡辺氏、菊池氏

**SAPO** DCS & Labeling Worldwide

ノンセバ® ハンドラベラー  
30年以上前から、ノンセバラベルを搭載していました。

Since1978

あっ! 台紙がない。

ノンセバ・シール・ラベル

「ノンセバ®」はサトーの登録商標です。

2010

ラベルの表・裏面に同時印字を実現!  
2枚のラベルを貼合わせたノンセバ®コンビラベルで台紙なし、ラベルのムダなし。

剥がして2枚に 広げて貼る

株式会社 サトー フリーダイヤル ☎0120-090310

株式会社サトーは、環境に配慮した「エコマッチ」製品を通して3R (Reduce 削減、Reuse 再利用、Recycle 再資源化) を推進します。

www.sato.co.jp



# 第14回 卸研フォーラム 2011 開催される 災害時の事業継続～卸売業の果たす役割～をテーマに

当センターが事務局をしている情報志向型卸売業研究会(略称:卸研、会長 井上毅・当センター会長)は、第14回「卸研フォーラム 2011」を、2011年11月1日、ホテルフロラシオン青山(東京・港区)において開催した。

今年の卸研フォーラムは、3月11日に発生した東日本大震災以降、流通業界が、生活必需品等の安定供給に向けて行った様々な取り組みを振り返ると共に、今後の災害時の事業継続計画の見直しに向けた取り組みについて、共に認識を持ち、議論する場として開催した。

毎年開催されている卸研フォーラムは、卸研の事業活動のなかでも、会員各社のトップから実務者、会員以外の卸売業、流通関係者の方々が一堂に会する情報交換、交流の場でもあり、本年も、約130名の参加があった。(写真1)

基調講演では、総合食品卸の株式会社日本アクセス 常務執行役員 ロジスティクス本部長中井忍氏より、今回の震災発生後の特に物流面での対応事例について、生々しい現場写真を交えてご講演頂いた。(写真2)



写真2 日本アクセスの中井氏

また、講演では、エス・ビー・システムズ株式会社 常務取締役 稲垣登志男氏より、今回の震災発生後の特に情報システム面での対応のご経験を踏まえ、大手消費財卸売業へのアンケート結果なども交えて、こうした災害時の危機管理の考え方について、ご講演頂いた。(写真3)



写真3 エス・ビー・システムズの稲垣氏



写真1 熱心に聴講する参加者

本年度の卸研 研究委員会は、「環境問題への取り組み」を年間テーマに研究を進めているが、この研究の中間報告として、本年度の研究委員会座長である株式会社日本アクセス 情報システム本部システム開発部長 八十島幹夫氏から、研究会の進捗を報告して頂いた。

特に、本年度は、研究委員会の緊急テーマとして、「災害時等の卸のBCM/BCP(事業継続計画)」について検討している研究委員会Dグループを代表して、株式会社山星屋 情報システム部情報企画課課長代理 古田健太郎氏から、中間報

告をして頂いた。

卸研は、異業種の卸売業が互いに共通する情報化に関する課題を研究し、卸売業の情報化を推進し、卸売業の合理化及び近代化を目的に、1985年8月に当時の通商産業省(現:経済産業省)の支援により設立された。卸売業を中心にした正会員とこれを支援する賛助会員により組織されている研究会として、これまで20年以上にわたり、会員による調査、研究活動が行われ、様々な研究報告提言などの数多くの実績がある。

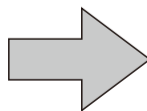
(流通コードサービス部 上田)

### 第14回 卸研フォーラム 2011 開催概要

- ・開催日 2011年11月1日(火)
- ・会場 ホテル フロラシオン青山
- ・主催 情報志向型卸売業研究会
- ・後援 (財)流通システム開発センター
- ・協賛 (社)日本加工食品卸協会  
全国菓子卸商業組合連合会  
全国化粧品日用品卸連合会  
(社)日本医薬品卸業連合会  
(財)生活用品振興センター  
ベンサムネットワーク協同組合
- ・参加対象 卸研会員、外部一般、招待者、マスコミ
- ・テーマ 「災害時の事業継続 ～卸売業の果たす役割～」
- ・内容
  - 14:00 - 14:05 開会の挨拶
  - 14:05 - 15:00 基調講演「東日本大震災で卸売業の果たした役割」  
株式会社日本アクセス 常務執行役員  
ロジスティクス管掌補佐 兼 ロジスティクス本部長 中井 忍 氏
  - 15:10 - 16:00 講演「消費財流通における情報システム化と危機管理」  
エス・ビー・システムズ株式会社 常務取締役 稲垣登志男 氏
  - 16:10 - 16:50 「研究委員会」中間報告(全体 研究委員会 座長)  
株式会社日本アクセス システム開発部長 八十島幹夫 氏  
「研究委員会」中間報告(BCP事例 Dグループ 代表)  
株式会社山星屋 情報企画課 課長代理 古田健太郎 氏
  - 17:00 - 18:30 情報交換/懇親会

## グローバルコード情報提供サービス 提供中! (GEPIR)

当センターでは JAN 企業コード / GLN 専用企業コードの付与を受けている企業情報をインターネットを通じて提供する検索サービスを提供しています。当センターのホームページにアクセスし、必要事項を入力すると、登録企業情報 / 登録 GLN 情報が検索できます。



GEPIR (ゲピア) とは  
Global Electronic  
Party Information  
Registry の略

財団法人 流通システム開発センター

URL: <http://www.dsri.jp/> TEL (03) 5414-8511 GEPIR担当: 小川、上田、田代

基礎からはじめる

# 入門講座 開催中

参加費無料

当センターでは、バーコード、電子タグ (EPC/RFID)、の入門講座を開催中です。初心者の方にも分かりやすく説明します。是非、ご参加ください。



## バーコード入門講座

### プログラム

#### 第1部 JANコード・集合包装用商品コード・GTINの基礎

13:30 ~ 15:00	① JANコード コード体系、利用方法、JANシンボルなど ② 集合包装用商品コード コード体系、利用方法、ITFシンボルなど ③ GTIN(Global Trade Item Number)とは ④ その他関連事項
---------------	---

#### 第2部 GS1-128 GS1 データバー・電子タグ (EPCglobal) の基礎

15:10 ~ 16:30	① GS1-128 コード体系、利用方法、業界動向など ② GS1データバー シンボルの種類、利用方法、今後の動向など ③ 電子タグとEPC 電子タグとは、電子タグの特徴、電子タグの国際標準コードであるEPCの基礎
---------------	--

※プログラム内容につきましては、当センター迄お問い合わせ下さい。

受講対象者：流通情報システムに関心のある方。これからバーコードを導入する事業者。小売業・卸売業・商品メーカー・IT企業・物流業など。

### 参加方法

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

### 開催日・場所

東京会場：2011年11月17日(木)・12月13日(火)  
2012年1月18日(水)

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

大阪会場：2011年12月7日(水)  
2012年2月14日(火)

● 大阪商工会議所 4階または5階会議室 (大阪市中央区本町橋 2-8)  
Tel : 06-6944-6268  
地下鉄「堺筋本町」12番出口 徒歩10分 地下鉄「谷町4丁目」4番出口 徒歩10分

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



## 電子タグ (EPC/RFID) 入門講座

### 電子タグ (EPC/RFID) 入門講座について

海外や国内のさまざまな業界・分野において、電子タグを本格導入する動きが広がっています。この講座では、電子タグの特徴や国際標準、活用事例について、動画やデモンストレーションをまじえながら、初めての方にもわかりやすく解説します。



### 開催日・場所

2011年1月25日(水)

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

受講対象者：電子タグシステムに関心のある企業の皆様、特に自社業務での電子タグの利用をお考えの方。

### プログラム (14:00 ~ 17:00)

- 電子タグとは
- 電子タグの活用シーンと導入事例
- EPCglobal標準の紹介
- 電子タグシステムの導入に向けて

### 参加方法

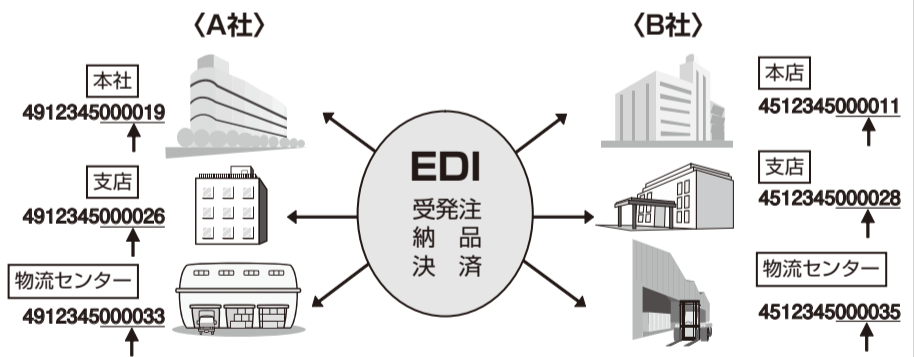
ウェブサイト上のお申し込みフォームよりお申し込みください。  
URL : [http://www.dsri.jp/semsal/seminar/epc\\_seminar.htm](http://www.dsri.jp/semsal/seminar/epc_seminar.htm)

お問い合わせ：(財)流通システム開発センター 国際部 EPCグループ (EPCglobal Japan)  
Tel : 03-5414-8570 E-mail : [epcdesk@dsri.jp](mailto:epcdesk@dsri.jp)

# GLNを利用するには「JAN企業コード」を使用してください

## GLN (Global Location Number の略) とは

- ◆ GLNはEDI (企業間電子データ交換) 等に利用できる国際標準の事業所コードです。
- ◆ GLNは国内および国際間の企業間取引で、企業や事業所等を唯一に識別できるコードです。
- ◆ GLNの情報は、GLNデータベースに登録することにより、世界中から検索できます。



## GLNのコード体系

- ◆ GLNは、JAN企業コード、ロケーションコード、チェックデジット (C/D) で構成される13桁のコードです。
- ◆ 「JAN企業コード」の利用にあたっては、流通システム開発センターへ貸与の申請 (有料) が必要です。
- ◆ すでに「JAN企業コード」の貸与を受けている企業は、そのままGLNに転用できます。改めて申請の必要はありません。

### JAN企業コード(7桁)を使用したGLN

J1	J2	J3	J4	J5	J6	J7	L1	L2	L3	L4	L5	C/D
JAN企業コード (7桁) (当センターが貸与)							ロケーションコード (5桁) (登録事業者が設定)					チェックデジット (1桁)

### JAN企業コード(9桁)を使用したGLN

J1	J2	J3	J4	J5	J6	J7	J8	J9	L1	L2	L3	C/D
JAN企業コード (9桁) (当センターが貸与)									ロケーションコード (3桁) (登録事業者が設定)			チェックデジット (1桁)

— GLNにのみ使用できる「GLN専用企業コード」の新規付番貸与は2012年3月末で終了します —

- GS1が定める国際流通標準のルールに対応するためです。
- 2012年4月より、新規にGLNを利用するには、「JAN企業コード」を申請してください。  
なお、既に「JAN企業コード」の貸与を受けている事業者は、新たな申請は不要です。「JAN企業コード」の後にロケーションコードを設定し、GLNとしてご利用ください。
- 2012年3月までに貸与された「GLN専用企業コード」は、2012年4月以降もGLNにのみ利用できます。また、その場合は、更新手続きが必要となります。

GLNに関するお問い合わせ・資料請求先 (財)流通システム開発センターGLN係 TEL : 03-5414-8512 FAX : 03-5414-8503 URL : <http://www.dsri.jp/>