

設立40周年を機に一般財団法人へ移行

2012年 年頭ご挨拶



(財)流通システム開発センター
会長 井上 毅

平成24年の年頭に当たり、謹んでお祝い申し上げます。

昨年は、東日本大震災、原子力発電所の事故から欧州の債務危機まで、これまでの経験に基づく判断基準では対処できない多くの困難に遭遇しました。本年は、これらの困難を克服し、復興の年として、辰年にふさわしく昇り龍のごとく、躍進の年としたいものです。

流通業においても、今後の環境変化への対応策として企業の水平統合の動きが続いており、また、昨年5月に発足した製配販連携協議会にみられるように、サプライチェーン全体として共同作業としての効率を追求する動きも始まっています。特に、昨年の大震災は、非常時におけるサプライチェーンの機動的展開の重要性を関係者に強く認識させることになりました。

(財)流通システム開発センターは、世界的視野の下でわが国の流通システムの効率化を目指して、多くの企業や官庁のご協力を得て活動を続け、本年4月で設立40周年を迎えます。また、4月1日に一般財団法人へ移行すべく、必要な準備を行ってまいります。これまでと異なり、法人運営の自由度が広がりますので、より積極的な活動を志向してまいります。

新しいシステムの利用普及に重点

当センターは、流通システム化の中核技術として、商品の個別識別のためのコード体系であるJANコードと、データキャリアであるバーコードシンボルを一体化し、POSシステムとして普及推進してまいりました。このシステムは、今日では我が国の流通活動に不可欠のものとして定着しています。

1990年代以降の情報化社会の進展に伴い、データキャリアも多様化しており、既にITFやGS1-128の利用は浸透していますが、さらに新しいものとして、狭いスペースに消費期限やロット番号など多くの商品情報を管理できる「GS1データバー」の世界的利用拡大が図られようとしています。

また、無線タグを用いたRFID技術の利用分野も、書籍やアパレル等の消費財の在庫管理や、カゴ台車、パレット、高圧ガスボンベ等回収利用される物流機器の管理の面で、効率化に大きく寄与するものとして、拡大中でありま。

もう一つの中核技術として、EDIがあります。すべての取引主体が共通の標準EDIを使うことにより、目覚ましい投資効果が実現します。この標準が、2008年までに当センターが経済産業省の支援と流通業界の協力により集大成した「流通BMS」であります。

本年は、これらの新しいデータキャリアとEDIの利用促進に重点を置きつつ、従来から継続しているバーコードの管理についても、今後の流通BMSの普及とともに登録件数の増大が予想されるGLN(グローバル・ロケーション・ナンバー)の業務の増大に適切に対応するとともに、JICFS/IFDB、RDS、GEPiRの三つのデータベースサービスの充実についても万全を期してまいります。

協議会、研究会等を拠点に活動

これらの今後利用拡大が求められる中核技術については、当センターが事務局となって、関心ある製配販の企業や機器・システムの提供企業によりそれぞれ協議会等を組織し、普及活動や技術の向上に努めています。具体的には、

- ① 病院や医薬品・医療用機器の流通関係企業を中心にGS1-128、GS1データバー、二次元シンボルなどの利用を推進する「GS1ヘルスケアジャパン協議会」
- ② RFIDを利用しているEPCglobal加入日本企業をメンバーとする「EPCglobal JAPAN情報交換会」
- ③ 流通BMSの利用を推進する方針に賛同する消費財流通に係る製配販の業界団体48を正会員とする「流通BMS協議会」
- ④ 流通情報システム化全般をカバーする「流通情報システム研究会(略称:シス研)」
- ⑤ 酒類・加工食品メーカーによる「酒類・加工食品企業間情報システム研究会(略称:F研)」
- ⑥ 消費財卸による「情報志向型卸売業研究会(略称:卸研)」など

タテヨコに多様な民間企業による活動を、本年も事務局として支援してまいります。

これらのうち、流通BMS協議会の活動は、目覚ましいものがあり、その成果として、本協議会設立2年半余の昨年12月1日現在で流通BMSの導入を決定した小売業が84社、計画中が25社(企業名の公表に同意しているものに限る)となっており、これら小売業と取引を行っている卸売業やメーカーを含めるとその数は小売業の数十倍から数百倍に達するものと推定されます。本年は、さらにこの勢いが加速するものと期待されます。

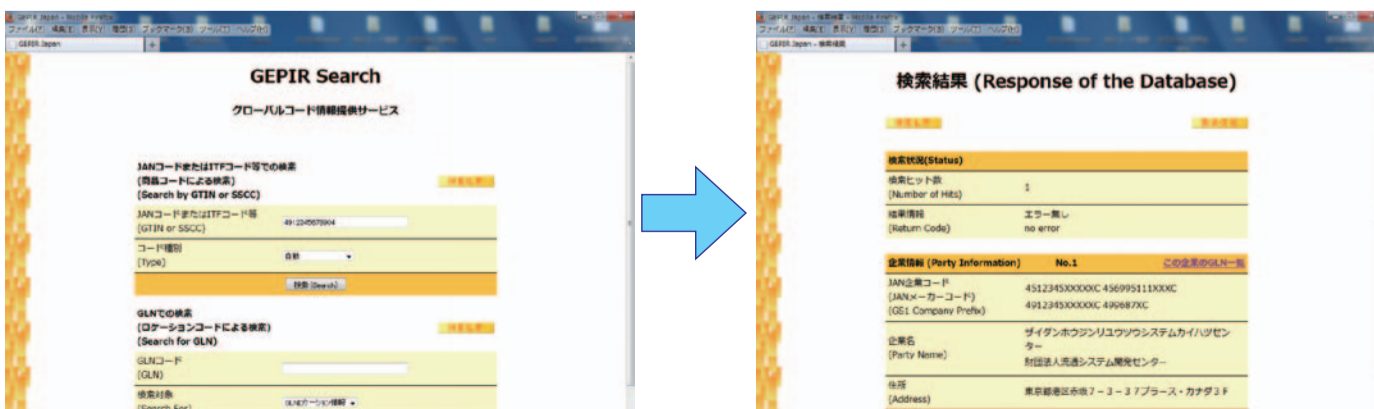
本年も、引き続き、ご支援・ご協力をお願いいたします。

本号の主な内容

- 2面 流通BMSフォーラム&EXPO
- 3面 流通BMS導入実態調査
- 4面 製・配・販連携協議会
- 5面 店検Webで売場の活性化に挑戦
- 6面 GS1アジア太平洋地域フォーラム
- 7面 「GS1 QRコード」の誕生

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専用企業コードの貸与を受けている企業情報をインターネットを通じて閲覧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/ GLNロケーション情報が検索できます。



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

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

流通BMSフォーラム&ソリューションEXPO2011開催 —昨年を超える来場者を迎え、盛況のうちに終了—

2011年11月16日(水)、東京・江東区のTOC有明4階コンベンションホールで「流通BMSフォーラム&ソリューションEXPO2011」を開催した。

同年の7月頃より、小売企業による流通BMS導入に関する取引先説明会が頻繁に開催されている。これに伴い、流通BMSの導入企業数も前年までの緩やかな広がりではなく、一気に拡大傾向にある。この流れを確実にものにするため“拡げる流通BMS”という能動的なテーマを掲げ、流通を担う製・配・販のエンドユーザー企業及び全国のITベンダーの関係者に対し“流通BMS協議会の認知度の向上”“流通BMS導入のさらなる促進”を図ることを目的として開催した。

流通BMSフォーラム

流通BMSフォーラム会場では計5つのセッションが予定通り行われ、前回(413名)を大幅に上回る561名の方が参加され、盛況だった。

冒頭、流通システム標準普及推進協議会(以下、協議会と略す)の浅野正一郎会長と経済産業省商務流通グループ 流通政策課長 佐合達矢氏より挨拶が行われ、続いて各セッションを実施した。

セッション1では、協議会事務局 坂本尚登より、2011年10月迄の協議会活動状況の報告を行った。その中で、運営体制、正会員一覧、維持管理活動、普及推進活動について報告を行った。また、最新の普及状況として、社名公開企業数や9月に実施したアンケート調査の結果を用いて普及・導入状況を報告した。その後のセッションは、「流通BMSの導入状況と今後の拡大計画」と題して、流通BMSを導入している企業の実例を、導入企業自らが、導入までの課題と導入決定の背景、活用効果、導入成功のポイント、今後の普及拡大予定など、実体験を基にした生の情報を紹介して頂いた。

セッション2では株式会社高島屋 IT推進室室長 津田芳雄氏より「高島屋における流通BMSの導入状況と今後の拡大計画」と題して、

百貨店業界と高島屋における取組みや今後のスケジュール等についてご紹介頂いた。

セッション3ではコメリグループの株式会社ビット・エイ 取締役統括部長 小林禎氏より「コメリにおける流通BMS導入状況と今後の拡大計画」と題して、ホームセンター業界におけるコメリの流通BMS導入経緯や目的、導入に対する取組み、今後の拡大計画等についてご紹介頂いた。

セッション4では流通BMSの導入分野拡大の可能性を模索し日本銀行決済機構局 決済システム課 決済企画グループ長 森毅氏より「企業の商流情報と金融機関の決済情報の連携に向けて」と題して、まず決済分野における日本銀行の役割から、決済システムについてご説明頂き、続いて、商流と決済の情報連携についてのこれまでの銀行界の取組みと最近の動き、流通BMSとの連携像、企業間決済の高度化に向けた論点などご紹介頂いた。

セッション5ではイオンアイビス株式会社 システム開発本部 本部長 北澤清氏より、「イオンにおける流通BMSの導入状況と今後の拡大計画の紹介」と題して、イオンの流通BMSの取組みや経緯、移行方針、スケジュール、導入に関しての詳細情報、課題に対するの対応内容、今後の課題等についてご紹介頂いた。

流通BMSソリューションEXPO

流通BMS協議会の支援会員企業である25社(20ブース)のソリューションベンダーが出展し、流通BMS導入時に必要となる、パッケージやソリューションの紹介・説明のブースが設けられた。会場には前回(461名)を上回る581名が来場し盛況だった。

〈出展されたソリューション〉

- ・流通BMS対応製品(ソフトウェアパッケージ製品、通信機器、ほか)
- ・流通BMS対応サービス(ASPサービス、認証サービス、ほか)
- ・流通BMSに関連する周辺ソリューション(販

No	会社名
1	セイコープレジジョン株式会社
2	株式会社インターコム
3	JBADバンスト・テクノロジー株式会社
4	日本ペリサイン株式会社
5	富士通エフ・アイ・ピー株式会社
6	富士通株式会社/株式会社富士通中部システムズ
7	ユーザックシステム株式会社
8	SCSK株式会社/株式会社リテイルサイエンス
9	株式会社日立製作所/株式会社日立システムズ
10	ノーチラス・テクノロジー株式会社
11	株式会社データ・アプリケーション
12	日本電気株式会社
13	株式会社サイバーリンクス
14	株式会社ビット・エイ
15	株式会社インテック
16	日本情報通信株式会社
17	株式会社寺岡システム
18	株式会社HBA
19	株式会社エス・エフ・アイ/ウィンキュラムジャパン株式会社/株式会社リテイルコム
20	デジタルトランスコムコミュニケーションズ株式会社

出展したソリューションベンダー

売業務パッケージ、ほか)

流通BMSフォーラム会場のセッションの合間などにも、多くの来場者が入場され、各出展社の説明員への質問や相談など、前年以上に関心度が高まっている様子が見えられた。

また、ユーザ企業だけでなく、サポートする立場のIT関連企業も多数来場し、導入経験豊富な出展企業に対して相談や連携の話が多く寄せられた。

会場奥のスペースでは、制作中の普及促進DVDのベータ版を上映し、来場者のみなさまにご覧いただいた。年明けの完成後には正会員・支援会員のみなさまに配布予定となっている。

協議会では、年に1度のイベントである「流通BMSフォーラム&ソリューションEXPO」以外にも、流通BMSの普及拡大に向け、流通BMSに特化した、各種セミナー等を開催している。定期的な普及活動としては、導入の流れや各メッセージへのデータセット方法などを理解してもらうための「流通BMS講座(導入編/システム設計編)」の開催、流通BMSの導入状況を知ってもらうための広報として「流通BMS導入企業一覧(毎月1回、月初に更新)」を流通BMS協議会のホームページでの公開(※)なども行っている。

※ <http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/info/info06.html>

その他、対象の業種・業態に絞ったセミナーや、正会員である業界団体主催の研修会やセミナーへの講師派遣なども随時行っている。本年は、より多くの方に流通業界のEDI標準の存在を認知してもらうために、小売企業からの依頼による小売業主催の取引先説明会への講師派遣も積極的に行っている。既に複数社の取引先説明会において流通BMSが今後の流通業界におけるEDI標準であることをアピールするとともに、多くの企業に採用・導入されることが、より大きな効果をもたらすものであることを説明している。

時間	セッション	内容	講師
10:30~10:40	ご挨拶		
セッション1	流通システム標準普及推進協議会 活動報告	●流通BMS協議会事務局	
10:40~11:00	セッション2	「高島屋における流通BMSの導入状況と今後の拡大計画の紹介」	●株式会社高島屋 IT推進室 室長 津田 芳雄 様
11:10~11:50	セッション3	「コメリにおける流通BMSの導入状況と今後の拡大計画の紹介」	●コメリグループ 株式会社ビット・エイ 取締役統括部長 小林 禎 様
13:10~13:50	セッション4	「企業の商流情報と金融機関の決済情報の連携に向けて」	●日本銀行決済機構局 決済システム課 決済企画グループ長 森 毅 様
14:15~14:55	セッション5	「イオンにおける流通BMSの導入状況と今後の拡大計画の紹介」	●イオンアイビス株式会社 システム開発本部 本部長 北澤 清 様
15:20~16:00			

フォーラムプログラム



大盛況のフォーラム会場



大盛況のEXPO会場

(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

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)

小売業の7割以上が流通BMSを「導入済・予定・したい」

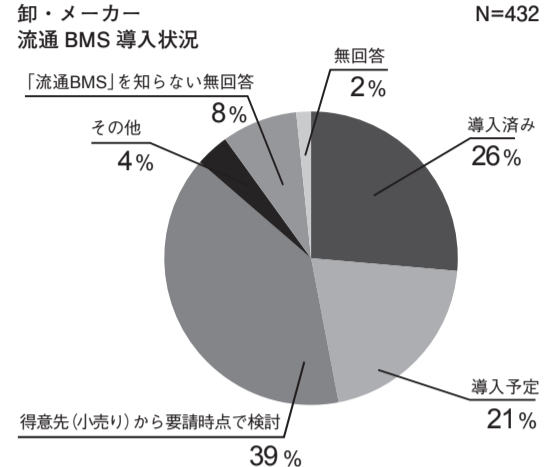
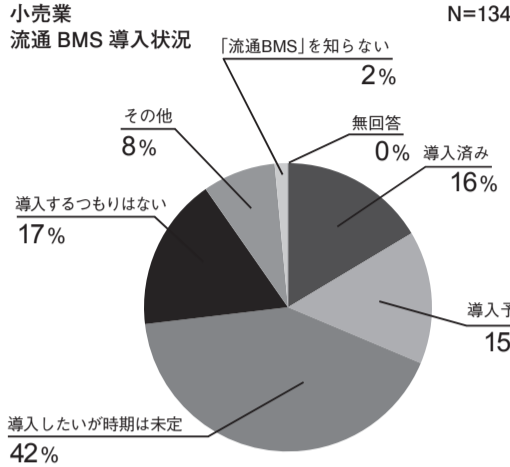
流通BMS導入実態調査結果まとまる

流通BMSの導入状況や導入予定時期、導入上の課題等の実態を把握するため、流通BMS協議会が2011年の9月から10月にかけて小売業7団体782社、卸・メーカー16団体1,329社を対象に実施していた「流通BMS導入実態調査」の結果がまとまった。対象社数に対して小売業17%、卸・メーカー33%の企業から回答を頂いた。本調査結果は、同協議会の運営委、普及推進部会の検討を経て今後の普及推進活動に利用していく。

小売業の流通BMSを「導入済、導入予定、導入したい」が前回調査の48%から73%に増加

以下、主な結果を抜粋して報告する。

小売については流通BMSを「導入済み、導入予定、導入したい」が前回(2010年)調査の48%から73%に増加している。「導入したいが時期は未定」を含めて導入する意欲があると捉えると、導入を主導する小売の4分の3が流通BMS導入に向けて意欲的であり、前回と比べても導入機運が高まってきていることがデータから読み取れる。



小売、卸・メーカーともに「通信時間の短縮」、「伝票レス」などの効果を感じ(期待し)ている

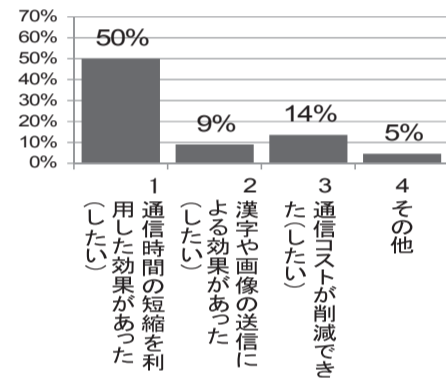
インターネットを利用することによる導入効果については、「通信時間の短縮」が小売、卸・メーカーともに多く上げられている。

標準メッセージの利用効果としては、「伝票レス」が同じく小売、卸・メーカーともに最も多く上げられている。

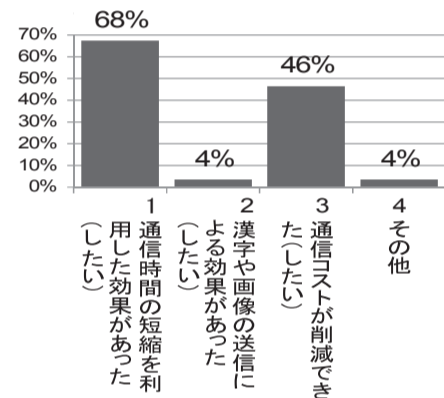
これらはいずれも導入後に短期間で判明する、即効性のある効果と言える。

また、卸・メーカーでは、メッセージの標準化の効果として「得意先毎のシステム対応が一部共通化できた」が35%にのぼっている。これについては、この先、得意先にどんどん広がってくればさらに効果を発揮する部分であり、今後に期待できる結果となった。

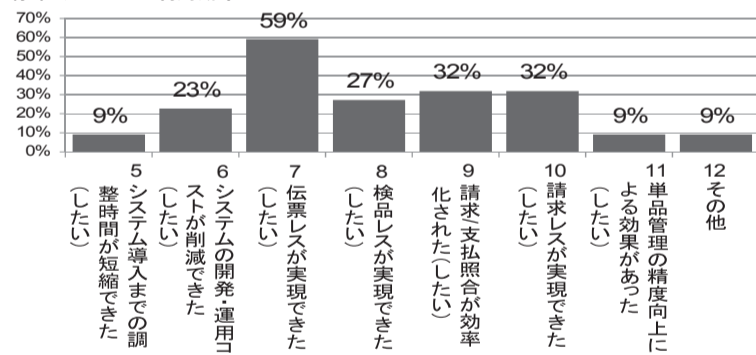
小売業 流通BMSの導入効果(期待効果含む)インターネット利用効果 N=22



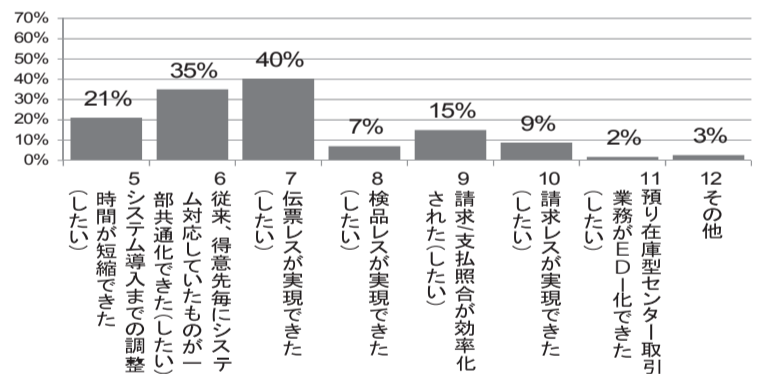
卸・メーカー 流通BMSの導入効果(期待効果含む)インターネット利用効果 N=114



小売業 流通BMSの導入効果(期待効果含む)標準メッセージ利用効果 N=22



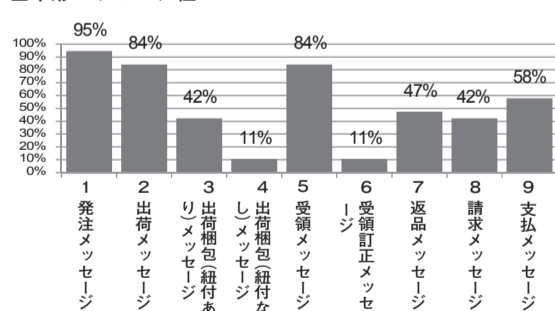
卸・メーカー 流通BMSの導入効果(期待効果含む)標準メッセージ利用効果 N=114



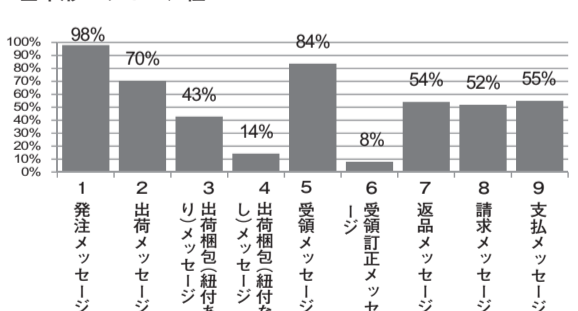
発注・出荷・受領メッセージの利用が多い

流通BMSの取引で使用している基本メッセージの種類については、上記の標準メッセージの利用効果でも多く上げられている、伝票レスに必要な発注・出荷・受領メッセージの利用割合が高い結果となった。

小売業 流通BMSの取引で使用している基本形メッセージ種 N=19



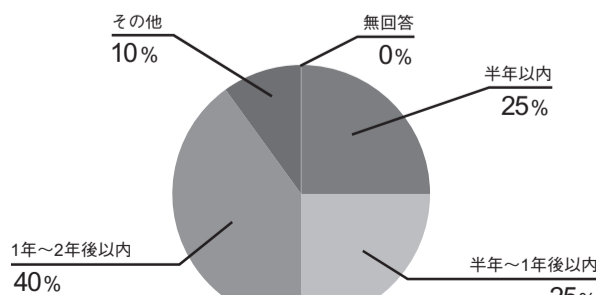
卸・メーカー 流通BMSの取引で使用している基本形メッセージ種 N=114



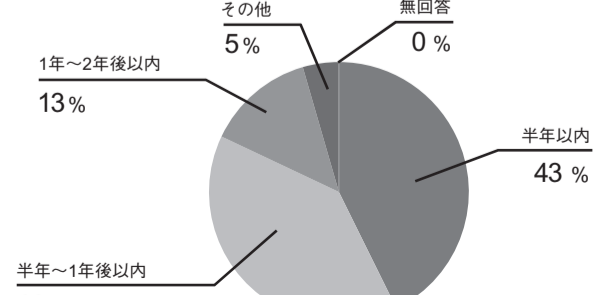
導入を予定している企業の内、小売業では半数が1年以内の導入を予定している

流通BMSの導入を予定していると回答した企業に導入を予定しているおおよその時期を聞いた。その結果、小売では半数が、卸・メーカーでは80%以上が1年以内の導入を予定していると回答した。この結果から、1年後にはさらに導入数は増えることが期待される。

小売業 流通BMSの導入を予定しているおおよその時期 N=20



卸・メーカー 流通BMSの導入を予定しているおおよその時期 N=89



消費財流通企業50社の「流通BMS導入・拡大計画」発表

製・配・販連携協議会

財団法人流通システム開発センターと財団法人流通経済研究所が共同事務局を務める「製・配・販連携協議会」は、2011年5月19日に開催した「製・配・販連携フォーラム」にて発表した「流通BMS導入宣言書」に基づき、賛同企業各社の今後の具体的な取組方針をまとめた「流通BMS導入・拡大計画」を公表した。

「製・配・販連携協議会」では、「流通BMS協議会」と連携し、こうした各企業の導入・拡大計画を公表することにより、流通BMSの普及を推進していく予定である。

●「流通BMS」とは

我が国における、消費財流通に係る企業間取引の電子化(EDI化)及びその標準化については、2006年度から3年間、経済産業省の支援を受ける形で官民共同の実証・検討が進められ、第一段階としてサプライヤー(メーカー・卸)と小売間の取引用メッセージの新しい標準プロトコルである「流通BMS(Business Message Standards)」が策定された。2009年度よりその成果が流通BMS協議会に引き継がれ、活発な普及推進活動が行われている。

※標準化されたメッセージとして発注、POS売上など26種類がある。

※なお、スーパー4団体(日本スーパーマーケット協会、新日本スーパーマーケット協会、日本ボランティアチェーン協会、オール日本スーパーマーケット協会)では、共同で流通BMSの導入促進を積極的に行っている。

●「流通BMS導入宣言書」・「流通BMS導入・拡大計画」について

(1)「流通BMS導入宣言書」とは

企業間取引における流通BMSの普及を加速させるため、「製・配・販連携協議会」(参考1)の前身となる「製・配・販連携協議会準備会合」において「流通BMS導入宣言書」が策定され、2011年5月19日の「製・配・販連携フォーラム」にて49社の賛同を得て宣言がなされた。

〈参考1:「製・配・販連携協議会」とは〉

消費財分野におけるメーカー(製)、中間流通・卸(配)、小売(販)の連携により、サプライチェーン・マネジメントの抜本的なイノベーション・改善を図り、もって産業競争力を高め、豊かな国民生活への貢献を図ることを目標としている。2010年5月から「製・配・販連携協議会準備会合」として15社が参加し、2011年5月19日には43社にて正式発足している。活動の趣旨は、『ビジョン』としてまとめられ、参加各社のトップマネジメントによる賛同とこれに沿った行動を参加の主要要件としている。

製・配・販連携協議会 URL <http://www.dsri.jp/forum/index.html>

[jp/forum/index.html](http://www.dsri.jp/forum/index.html)

〈参考2:流通BMS導入宣言企業(2011年5月19日時点で49社)〉

(内訳) 製造業日用雑貨メーカー6社

加工食品メーカー6社

卸売業日用雑貨卸4社

加工食品卸6社

小売業GMS/SM(※)21社

コンビニエンスストア4社

ドラッグストア1社

ホームセンター1社

(※)GMS:総合スーパー、SM:食品スーパー

〈参考3:流通BMS導入宣言企業名一覧〉

○製造業(12社):

アサヒビール株式会社、味の素株式会社、花王株式会社、株式会社カネボウ化粧品、キュービー株式会社、キリンビール株式会社、サントリー食品インターナショナル株式会社、株式会社資生堂、日清食品株式会社、プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社、ユニリーバ・ジャパン・ホールディングス株式会社、ライオン株式会社

○卸売業(10社):

株式会社あらた、伊藤忠食品株式会社、加藤産業株式会社、国分株式会社、資生堂販売株式会社、ジャベル株式会社、株式会社日本アクセス、株式会社Paltac、三井食品株式会社、株式会社菱食(現:三菱食品株式会社)

○小売業:(27社)

株式会社アークス、イオン九州株式会社、イオン北海道株式会社、イオンリテール株式会社、イオン琉球株式会社、株式会社イズミ、イズミヤ株式会社、株式会社イトーヨーカ堂、株式会社光洋、株式会社コメリ、株式会社サークルKサンクス、株式会社セブン-イレブン・ジャパン、株式会社ダイエー、株式会社フジ、株式会社平和堂、マックスバリュ九州株式会社、マックスバリュ東北株式会社、マックスバリュ西日本株式会社、マックスバリュ北海道株式会社、株式会社マツモトキヨシホールディングス、株式会社マルエツ、ミニストップ株式会社、株式会社ヤオコー、ユニー株式会社、株式会社ヨークマート、株式会社ライフコーポレーション、株式会社ローソン

(2)「流通BMS導入・拡大計画」とは

今般の「流通BMS導入・拡大計画」は「宣言書」に基づき、各社の具体的な導入・拡大計画を明らかにするため、とりまとめた。5月以降、「宣言書」参加各社において検討が進められ、この度株

式会社ファミリーマートを加えた計50社で発表することになった。各社の発表内容詳細は、下記ホームページにて掲載している。

賛同企業の導入・拡大計画一覧URL <http://www.dsri.jp/forum/plan.html>

(3)導入・拡大計画の全体のポイント

○今回宣言した小売業28社の合計売上高は約12兆円で、同カテゴリーの小売業において約25%のシェアになる。

○小売業28社の拡大計画においては、本年12月現在、流通BMSを導入した取引先数が累計約900件ある。

○各社において順次流通BMSによる取引の拡大を行い、小売企業の取引先数の累計で2012年末に約6,600件、2013年末に約7,300件、2014年末までに約8,700件の取引において流通BMSを導入する予定。

※小売企業が取引するメーカー、卸売企業は小売企業間で重複するため、流通BMSを導入する実際の企業数は上記の取引先数と異なる。

○メーカーにおいては、小売業との直接的な取引を行っていないケースが多いことから、現時点で流通BMSを導入していない企業が存在するが、今後、小売企業からの要請等、必要に応じて検討するという企業が5社ある。

○導入検討を進めるとした企業においても、具体的な課題検討を進めることとしており、今後、さらに流通BMSの導入・拡大が期待される。

(流通コードサービス部 上田)

〈賛同企業の導入・拡大計画一覧の一部掲載例〉

企業名	イオンリテール株式会社	業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容	時期
現状	④	291社(生鮮以外の流通BMS稼働数)	2011年8月末
目標	⑤	2200社(全カテゴリをJCA等から流通BMSへ切替え完了)	2012年12月末を目途

代表者名: 代表取締役社長 村井 正平

企業名	株式会社イトーヨーカ堂	業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容	時期
現状	③	71社(衣料・住居・加工食品から順次拡大中)	2011年9月
目標(1)	④	400社(取引先対応状況にて順次)	2013年6月を目途
目標(2)	④	700社(生鮮取引先対応状況にて順次)	2014年8月を目途

代表者名: 代表取締役社長 兼 COO 亀井 淳

企業名	ユニー株式会社	業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容	時期
現状	④	80社(衣・住・食で拡大中)	2011年8月
目標(1)	④	150社	2012年2月を目途
目標(2)	⑤	800社	2014年2月を目途

代表者名: 代表取締役社長 前村 哲路

企業名	株式会社ダイエー	業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容	時期
現状	④	17社導入実施済み * 加工食品、日雑から順次導入・拡大中 * 非冷カテゴリー仕入の約30%を流通BMS化	2011年8月
目標	④	非冷カテゴリーについて流通BMSによる仕入比率を50%とする * お取引様等の物流協業、共同倉庫型流通BMS化を推進していく	2012年12月を目途

代表者名: 代表取締役社長 桑原 道夫

書籍 JANコードの改定に対応しています

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。



ISBN978-4-77777-123-3
C2000 ¥1234E



1922000012342



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

店検 Web で売場の活性化に挑戦

～ RDS 協働マーチャライジング研究委員会の概要～

RDS(流通 POS データベースサービス)とは、POS データの有効活用による流通効率化などの実現を目的として、当センターが運営する POS データベースサービスシステムである。

具体的には、POS システムを導入している全国の小売業から POS データを収集、整備、一元化し、データベースサービス(DBS)企業を通じて、マーケット情報として、商品メーカー、卸売業、小売業などへ継続的にフィードバックする仕組みである。

RDSに参加して POS データを提供する小売業(RDS参加小売業)は、インターネットを通じて、無償で RDS の地域 POS データ(「店検 Web」)を利用することが可能となっている。

店検 Web は RDS 参加小売業向けのサービスで、最大の特徴は自店と他店の POS データ(地域 POS データ)を誰でも簡単に比較分析できる点にある。

店検 Web により自店の品揃えや販売方法などにおける問題点等が簡単にわかることから、RDS 参加小売業における利用が広がってきている。

●研究委員会の背景

前述の通り、RDS 参加小売業における利用が進む一方で、地域の中小売業からは取引先の卸売業等との協働利用の要望が上がってきた。卸売業やシステムベンダー等と協力して店検 Web を利用することで、より高い効果が期待されるためである。

こうしたことから、当センターでは地域の中小小売業とその取引先の卸売業等が店検 Web を利用して、協働で販売戦略の立案から品揃えや棚割等の強化を進めていくための手順や方法等を2006年度から委員会を設立して検討している。

今回は、小売業と卸売業で店検 Web を協働活用しながら、弱い売場の品揃えを見直し、売場活性化に取り組んだ事例を紹介する。

●小売、卸売業の店検 Web 協働活用事例

近畿圏を中心に約 10 店舗を構える地域の中小食品スーパー A 社(a 店)と、取引先の中小加工食品卸売業 B 社が協働で店検 Web を活用して、地域と比較して弱くなっている「インスタントスープ売場(カテゴリー)」の見直しをすることにした。

(1) 売れ筋商品の導入と販売不振商品のカット

最初にインスタントスープカテゴリーの課題を明確にするために、当該カテゴリーをさらに7つのサブ分類に細分化した(図表1参照)。

a 店と地域の金額構成比を確認し、構成比の差が大きいサブ分類の品揃えを、RDS の近畿地区の構成比に近づけることを目標とした。

金額構成比が少ないサブ分類については、取扱

図表1 インスタントスープカテゴリーのサブ分類による金額構成比の差

分類	定義	RDS (近畿)	a 店	近畿との差
洋風ワンサーブスープ	洋風スープで、お湯で戻すタイプ	33%	49%	16%
ウイズライススープ	和風・中華風スープで、お湯で戻すタイプ(ご飯と食す)	16%	11%	-5%
クッキング洋風	鍋を使って料理するタイプの洋風スープ	2%	2%	0%
クッキングウイズライス	鍋を使って料理するタイプのウイズライススープ	12%	5%	-7%
スナックスープ洋風	スープパスタなど、軽食代わりにする洋風スープ	11%	0%	-11%
スナックスープウイズライス	スープ春雨、スープでおこげなど、軽食代わりにするウイズライススープ	23%	33%	10%
ストレートスープ	レトルトに入っていて、湯せんやレンジで温めるだけで食すタイプのスープ	3%	0%	-3%

いアイテム数を増やすために、店検 Web で「自店で取扱いのない地域売れ筋商品リスト」を出力して、これらのサブ分類に該当する売れ筋商品を抽出して、新規で取扱うべき商品を決めていった。

例えば、「クッキングウイズライススープ」、「スナックスープ洋風」のサブ分類の構成比が少ないので、この分類に該当する「カップじっくりこんがりパンクラムチャウダー R」(スナックスープ洋風)や、「ニチレイ 広東風かきのスープ 200g」(クッキングウイズライススープ)等の商品を新規導入した。

逆に構成比の多いサブ分類は、取扱アイテム数を減らすために、自店でも地域でも売れていない販売不振商品を売場からカット(外して)いった。

上記で決定した新規導入商品とカット商品に基づき卸売業 B 社が棚割表を作成して、小売業と最終確認後、売場変更を実施した。

(2) 効果検証 & 今後の対応

インスタントスープカテゴリーの自店と地域の

販売金額の推移を棚割変更前と変更後について、「RDS52 週トレンド分析リスト」(図表2参照)を活用して確認した。

これまで、季節に応じた棚替えは実施していたものの、あまり成果が出ていなかった。

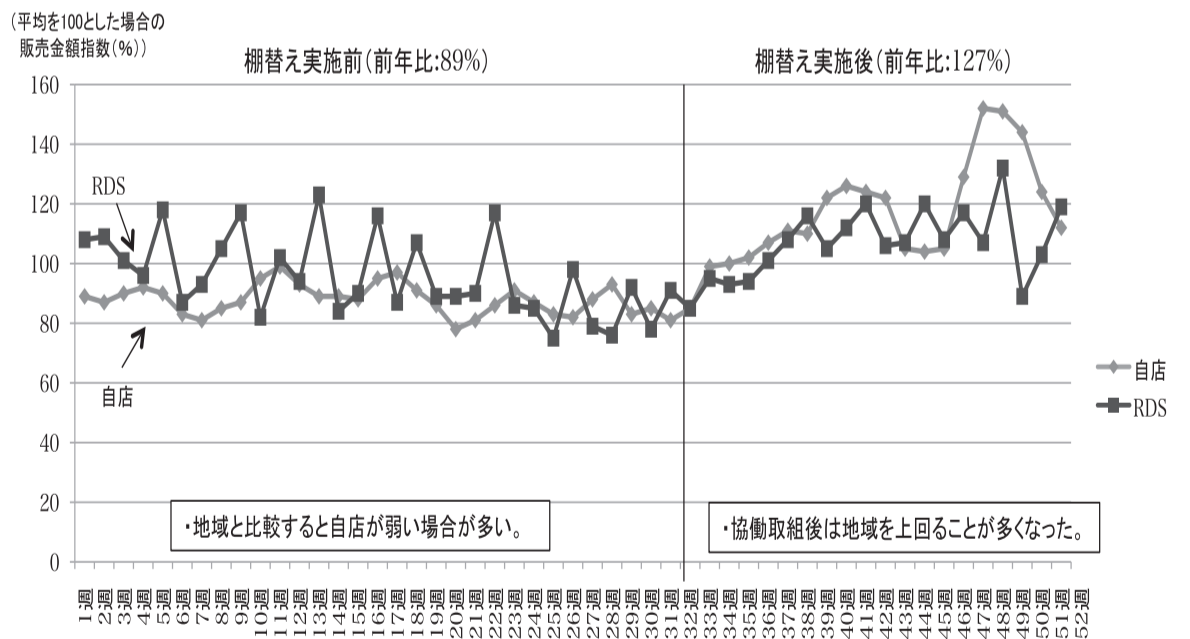
今回卸売業との協働取組による棚替えを実施後、前年を上回る結果となった。

今後は、定期的に卸売業との商談時に店検 Web を活用して、売場の問題点や問題商品等を確認することにした。

「本委員会報告書」をご希望される方は、RDS グループまでお問合せ下さい。

RDS ホームページ <http://www.dsri.jp/dbs/rds/index.htm>
メール: rds@dsri.jp
店検 Web 無料体験コーナー
<https://www.rdstenken.dsri.jp/rdsweb/trial/>
(流通コードサービス部 銅直)

図表2 RDS『52週トレンド分析リスト』効果検証(インスタントスープ)



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。

環境に配慮したサトーの精神は、今も受け継がれています。

Since 1978

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。

ノンセバ。対応プリンタ

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。

L'Esprit V シリーズ

SG400R シリーズ

Icomatch

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。

株式会社 サトー フリーダイヤル ☎0120-090310

www.sato.co.jp

GS1 アジア・太平洋地域フォーラム 2011 開催報告



GS1 アジア・太平洋地域フォーラム会議 2011 会場

アジア・太平洋地域フォーラム 2011 の概要

2011年11月2日および3日に中国の北京においてGS1アジア・太平洋地域フォーラム2011が開催され、20の国と地域(オーストラリア・中国・韓国・香港・インド・インドネシア・イラン・北朝鮮・マカオ・マレーシア・モンゴル・ニュージーランド・フィリピン・ロシア・シンガポール・ベトナム・台湾・タイ・ブルネイ・日本)のGS1加盟組織およびGS1本部から総勢約70名が集まった。今回は5月のパリ総会で新規加盟の承認を受けたブルネイをはじめ、北朝鮮・マカオ・モンゴルの4ヶ国が昨年より増えた。日本からは(財)流通システム開発センター(GS1ジャパン)上野専務理事、国際部の宮崎、市原、森の4名が参加した。

当フォーラムは主にアジア・太平洋地域におけるGS1加盟組織同士の情報交換や、GS1本部の重点分野に関する情報の共有化を目的とし、毎年1回秋に開催されている。

2012年に向けたGS1重点取り組み

フォーラムは議長国であるGS1中国のZhang Chenghai会長の開会宣言で始まった。

1日目は最初にGS1本部のMiguel Lopera CEOよりこれまでの活動報告がされ、それに引き続き2011年から2012年にかけて取り組む重要項目が以下のとおり示された。

- ① GS1ではリテール・ヘルスケア・国際物流(T&L)をGS1標準にかかわる3大重要セクター(業界)と捉え、今後も市場に強くアピールをし続けるためにGLN、GTIN、eCom、GDSNを活用したより良いサービスの提供に努めていく。
- ② GS1がインターネットの世界での重要な役割

を担うために、エンドユーザーへ価値ある情報提供(B2C)を行う枠組みの構築および可視化におけるEPCglobal戦略の見直しを図る。

このことにより消費者が必要とする情報の発信を実施したり、逆に必要な情報を得たりする、その更なる可能性を模索する。

- ③ 今までGS1が深く関わってこなかった新たな業界(金融業界や自動車業界)への戦略的な取り組みを図る。

その後、GS1本部が業界別に取り組んでいる現状の説明が行われた。業界別ではTCGF(The Consumer Goods Forum)との協調関係をはじめ、ヘルスケア、国際物流(T&L)における具体的な取り組み活動および、自動車、金融など新しい業界との結びつきを深めていることも伝えられた。

またNFC(Near Field Communication)についても報告が行われており、GS1もモバイル環境におけるNFCのインパクトに注目していることが窺えた。

各国からGS1標準の活用事例の発表

2日目にフォーラムに参加したGS1加盟組織がそれぞれの会員数や会員サービスの内容、現在積極的に取り組んでいる分野や成功事例などを発表した。ヘルスケア、トレーサビリティ、国際物流(T&L)、GDSNなど様々なトピックスが取り上げられたので、その一部をここに紹介する。

なお当センターからは午前中にGS1QRコードの標準策定に至る経過報告とGS1総合仕様書に掲載される使用方法についての説明を行い、午後は経済産業省が取り組んでいる国際物流における貨物動静情報の可視化基盤(EPCIS)の実証実験とAPECにおける取り組みについて発表をした。

ヘルスケア：GS1インドでは2020年までにヘルスケア業界において市場規模で約8倍の伸びを予想している。今後はリコール時におけるトレーサビリティに備え、2011年10月より輸出する薬剤については監督官庁の指示により、GS1バーコードの印刷を義務付けることになった。

トレーサビリティ：香港がアジアにおけるワイン物流のハブとなりつつあること

からも、ワイン農場から小売店までのサプライチェーン全体の可視化が求められている。またワインの品質保証を求める声もあり、GS1香港では温度センサとEPCISを活用した実証実験をおこない、その結果、在庫不足の改善と顧客サービスの向上に繋がることを示した。

国際物流(T&L)：マレーシアでは2011年6月～8月の3ヶ月、国際物流業者(DHL・FedEx・日通等)とマレーシア税関当局との共同作業によるRFID/EPCISを活用した実証実験を行った。その内容はコンテナにRFIDを活用したシール(eシール)を取り付け、コンテナの開閉および貨物の保税状況を自動的に検知・確認するものである。最終的には通関の簡素化に伴う人的コスト、ペーパーレス化等の経費削減および業務効率性の向上を目指している。今後はマレーシア国内にとどまらずアジア各国との連携を図り、まずタイやシンガポール税関当局との情報交換を始める予定である。

GDSN：アジアでは積極的に導入する国は少ないが、オーストラリアよりGDSNに登録したデータの品質改善活動(データ・クオリティー・チャレンジ)に関する取り組み、中国より米国のデータプールサービスISYNCへの取り組みと、国内の商品マスターサービスの概要が報告された。

B2C：アジア地域より個別報告は行われなかったものの、GS1本部よりB2Cプロジェクトボードの共同議長に小売業のテスコ、メーカーのコカ・コーラが決まったことと、B2Cの情報インフラであるTSD(Trusted Source of Data)の状況が報告された。TSDについては昨年米国をはじめ8ヶ国で実証実験が行われ、2月のGS1フォーラムでその結果が報告される予定である。

最後にGS1フィリピンのJose Albert CEOが2012年10月末に開催される次回フォーラムの紹介をして、本フォーラムを閉会した。

(国際部 宮崎・市原)



GS1中国 Zhang Chenghai CEO に記念品を贈呈する上野専務理事



電子タグ (EPC/RFID) 入門講座

参加費無料

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。



プログラム (14:00 ~ 17:00)

- (1) はじめに
- (2) 電子タグとは
- (3) 電子タグの活用シーンと導入事例
- (4) 電子タグシステムの導入に向けて
- (5) EPCglobal標準の紹介

開催日・場所

2012年1月25日(水)・2月29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ご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。

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

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

「GS1 QRコード」の誕生

～GS1のB2Cモバイルの標準シンボルに～

2011年10月、GS1では、モバイルにおける商品情報取得のアプリケーションにおいて、新たにGS1QRコードおよびGS1データマトリックスを使用する方法を標準化した。これまでQRコードは日本をはじめとする東アジア諸国を中心に、ことモバイル分野に関しては「デファクト標準」として利用されてきたがGS1標準としての位置づけはなかった。今回の標準化により、「GS1の標準として、QRコードのこのような使い方ができます」という仕様が固まったことになる。

B2Cモバイル分野でのGS1標準の検討

GS1では、2008年頃から、携帯電話を利用したB2CのソリューションへのGS1標準の利用について検討してきた。商品の追加情報の取得に関しては、商品の包装に表示されている以上の情報を得る、という考えから、「Extended Packaging」(包装の拡張)というキーワードで標準化を進めてきた。この他にも、携帯電話に表示するクーポン情報あり方も検討が進んでいる。また、商品の真贋判定、電子コンテンツの購入なども今後の検討テーマとして挙がっている。

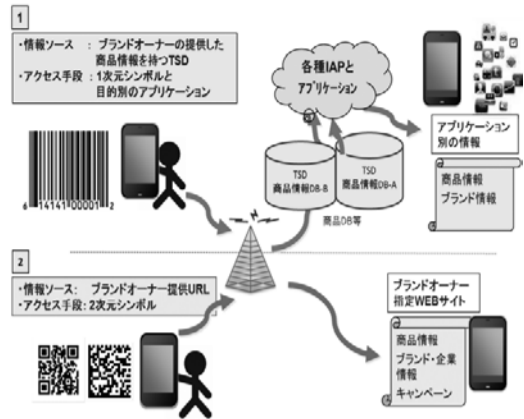
2種の商品情報のソースとアクセス方法を想定

GS1が考える商品情報取得方式およびその商品情報のソースには、大きく2つある。

一つめは、すでに商品に表示されている商品コードを表すJANシンボル(EANシンボル、また北米ではUPCシンボル)を読み、ブランドオーナーが取引先向けに商品の関連情報を公開しているデータベース等にアクセスして商品情報を取得する、というものである。各地のGDSのネットワークや、商品情報カタログなど、すでにメーカーと小売業の間で展開している商品情報を交換するための仕組みを、更に消費者向けに拡大利用する前提で考えられているソリューションである。既存のB2Bの商品情報交換の仕組みに、消費者が求める情報もプラスして収集・蓄積しておく、そこからインターネットサービスプロバイダ等が提供する何らかのアプリケーションを介して、消費者が目的の情報を得る、ということが想定されている。この方式は、商品の仕様に責任を持つブランドオーナーが保証した情報を集めたデータソースを活用するという考えから、「TSD(Trusted Source of Data)」を介した情報アクセスとらえている。この方式については、現在、各国で実験を行っている最中である。

いまひとつは、ブランドオーナーが自らの商品に関して提供したい情報を、その内容やデザイン

図1 GS1のB2Cモバイルソリューション：商品情報取得の2つの方法



等を含め、直接コントロールし発信することをサポートするものである。商品情報はブランドオーナー自ら指定するURLから提供される。この方式においては、2次元シンボルに、商品識別コード(GTIN)と、その商品に関する情報を提供するURLを対で表現して使うこととし、ここで使用するシンボルにQRコードが選択肢として採用された。

商品情報用のURLと2次元シンボルの利用

二つめの方式の標準化の内容の概略は以下のとおりである。

- (1) 商品に関する情報を提供するためにブランドオーナーが定めるURLを、新たにGS1の標準データとして認定し、アプリケーション識別子(AI)の番号を8200とする。このURLのデータ列は可変長で70桁まで。
- (2) 商品の関連情報を示すURLは、当該商品の商品識別コード(GTIN)とともに2次元シンボルに表現する。この際の2次元シンボルは、GS1QRコードもしくはGS1データマトリックスから選択。

図2 GS1QRコードの使用ルール

- ①商品識別コード(GTIN)と、そのGTINを持つ商品の追加情報やサービスを提供するウェブサイトのURL(AIとして新設)を表示
- ②GS1のAI(01)+(8200)を使用
- ③読取後のデータ展開にも一定ルールあり。

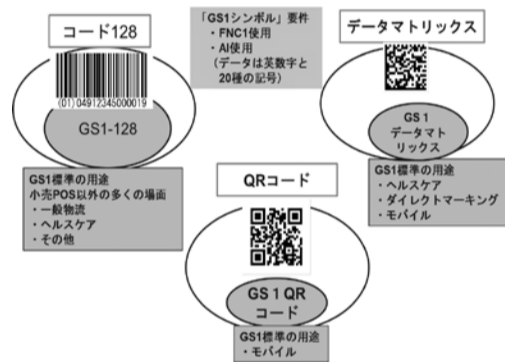


また、このデータ列は、「AI(01)商品識別コード+AI(8200)商品URL」の順番で2次元シンボルに表現する。ただし、読み取ったあとはいったん、「URL/GTIN」として変換され、このデータ列をブランドオーナーが指定する任意のIPアドレスに紐づけてウェブサイトを表示する(図2の使用ルールを参照)。

「GS1QRコード」とは?

GS1が標準シンボルとして採用するバーコードシンボルは、いずれもISO規格となっているシンボルである。図3に示したように、それぞれGS1の標準シンボルとして使う場合、GS1のデータ記述方法およびアプリケーション使用ルールに沿って利用することが必要である。シンボル名も、GS1標準としてGS1方式で使う場合に、「GS1-128」、「GS1データマトリックス」という呼び方をする。QRコードの場合も同様で、「GS1QRコード」となる。

図3 ISO規格の各種バーコードシンボルと「GS1シンボル」の関係



今後の課題：標準の実装の働きかけ

図2に示した「モバイルにおけるGS1QRコード(およびGS1データマトリックス)」のアプリケーションは、これから実装を呼びかける段階である。今後、GS1および流通システム開発センターとして、モバイルにおける2次元シンボル利用についてのGS1標準の誕生と、具体的な利用方法について、ソリューションプロバイダやブランドオーナーにPRし、利用を働きかけていく予定である。また、現在のGS1QRコードの用途は今回新設されたモバイルアプリケーションに限られているが、日本発のシンボルであるQRコードのより広いGS1標準(ソリューション)への採用も働きかけていきたい。

(国際部 森)

第28回流通情報システム総合展

リテールテック JAPAN 2012

詳細はこちら ▶ <http://www.retailtech.jp/>



流通業向けIT機器・システムを総合的に紹介する日本最大の専門展示会

POSから本部システム、EDI、急速に普及が進むスマートフォンの業務活用など、流通・小売業のサプライチェーンとマーケティングを進化させる、最新のIT機器・システム・サービスを総合的に紹介します。

リテールテック JAPAN 特別企画展

リテール・デジタルサイネージ 2012

特別協力：デジタルサイネージコンソーシアム
デジタルサイネージの効果的な活用方法を提案する専門展。ハード、ソフト、コンテンツ支援、ネットワーク構築など、関連機器・システム、サービスを紹介しします。



同時開催

第20回 セキュリティ・安全管理総合展 SECURITY SHOW 2012

映像監視や入退管理など各種の防犯設備から、震災で重要性が高まっているさまざまな防災用品まで、社会全体の「安全・安心」を実現する製品・サービスが一堂に会する日本最大級のセキュリティ展示会。



近距離無線通信規格「NFC」に関する展示会を初開催

スマートフォン搭載で注目を集めるNFCやスマートフォン関連技術の最新動向と、電子決済やマーケティング、認証・セキュリティ、デジタルヘルス、M2Mなどのソリューション・テクノロジーを紹介する国内唯一の展示会です。



第1回 NFC & Smart WORLD 2012

詳細はこちら ▶ <http://www.nfc-smart.jp/>

2012年3月6日[火]—9日[金] 10:00—17:00 (最終日は16:30まで)
東京ビッグサイト[東ホール] 主催：日本経済新聞社 特別協力：流通システム開発センター

入場料：1,500円(税込み) 団体(20名様以上)1,000円(税込み)
来場お問い合わせ NTTハローダイヤル 03-5777-8600 (2012年1月~3月末)

事前登録で
入場無料
2012年1月上旬
3月上旬

2012年 基礎からはじめる

入門講座

参加費無料

当センターでは、2012年バーコード、流通EDIの各入門講座を開催します。
初心者の方にも分かりやすく説明いたしますので、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	①JAN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 ③GTIN(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	①GS1-128 コード体系、利用方法、業界動向など ②GS1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ご関心のある方。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：2012年 1月18日(水)・2月16日(木)
3月15日(木)・3月28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：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



流通EDI入門講座

流通EDI入門講座について

本講座は、流通EDIに関する基礎的な内容を扱っています。
流通BMS講座は流通の基礎的な知識があることを前提として開催しますので、流通BMS講座を受講する人が本講座を受講されれば、より理解が深まるものと思われます。
流通BMSの概要についても紹介していますので、本講座のみの受講でもその概略を把握することができます。

開催日・場所

東京会場：2012年 3月2日(金)

●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：2012年 2月14日(火)

●AP 大阪(大阪市中央区北浜3-2-25 京阪淀屋橋ビル4F)
Tel: 06-6204-0109
地下鉄 御堂筋線「淀屋橋」徒歩約3分

プログラム (13:30 ~ 16:30)

第1部	流通の基礎知識 業種と業態、商流、物流、流通サプライチェーンなど
第2部	流通システム標準の歴史 データ交換、標準識別コード、メーカー・卸の現状など
第3部	流通BMS策定の背景 流通BMSとは、最新状況、標準維持の重要性など

受講対象者：これから流通業のシステムを担当される皆様。
小売業、卸売業、商品メーカー、システムベンダーなど。

参加方法

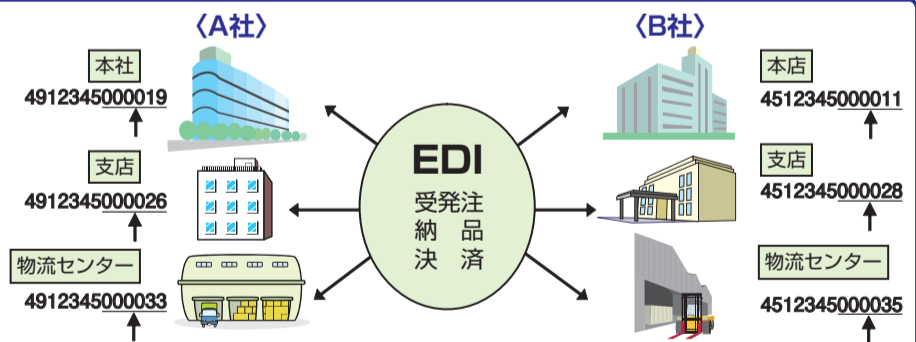
ウェブサイト上のお申し込みフォームよりお申し込みください。
URL：http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/edi_form.html

お問い合わせ (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
Tel: 03-5414-8505 E-mail: ryutsu-bms@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。