

流通センターニュース

第182号

平成24(2012)年7月

■ contents

製・配・販連携協議会 総会/フォーラム開催…P.02～03

平成24年度 理事会・評議会開催報告…P.03

GS1カルタヘナ総会2012開催報告…P.04

RDS協働マーチャンダイジング研究委員会…P.06

流通情報システム化実態調査…P.08

JANコード 質問と回答…P.10

情報志向型卸売業研究会 総会報告…P.11

入門講座案内…P.12

製・配・販連携協議会

総会／フォーラム開催

—ワーキンググループ活動成果報告と経営トップによるパネルディスカッション—

(一財)流通システム開発センターと、(財)流通経済研究所が共同主催する製・配・販連携協議会は、製・配・販連携協議会 総会／フォーラムを、5月25日、東京・千代田区のイイノホールで開催した。

(一財)流通システム開発センターの斎藤理事の司会で開会、来賓挨拶として、経済産業副大臣の柳澤光美様より、ご挨拶を頂いた。

続いて、主催者挨拶と2011年度の製・配・販連携協議会の活動概要報告を兼ねて、(財)流通経済研究所の上原理事長と、加藤専務理事にお話し頂いた。



2012年 製・配・販連携協議会 総会/フォーラム プログラム概要

- 15:00—開会・来賓ご挨拶
経済産業副大臣 柳澤 光美 氏
- 15:05—主催者挨拶、2011年度の製・配・販連携協議会の活動概要報告
(財)流通経済研究所 理事長 上原 征彦 氏
専務理事 加藤 弘貴 氏
- 15:20—返品削減ワーキンググループ活動成果報告
(リーダー社) (株)イトーヨーカ堂 執行役員 物流部長 飯原 正浩 氏
- 15:40—配送最適化ワーキンググループ活動成果報告
(リーダー社) (株)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
- 16:00—デジタル・インフラ検討ワーキンググループ活動成果報告
(リーダー社) ライオン(株) LOCOS 推進部長 平岡 真一郎 氏
- 16:20—災害時・平常時の消費財流通におけるサプライチェーンの確保について
経済産業省 商務流通グループ 商務流通審議官 豊永 厚志 氏
- 16:40—製・配・販経営トップによるパネルディスカッション
「流通の未来と製配販連携について」
パネリスト：
キンピール(株) 代表取締役社長 磯崎 功典 氏
ライオン(株) 代表取締役社長 濱 逸夫 氏
国分(株) 代表取締役会長兼社長 國分勲兵衛 氏
(株)Paltac 代表取締役社長 折目 光司 氏
(株)アークス 代表取締役社長 横山 清 氏
(株)イトーヨーカ堂 代表取締役社長 亀井 淳 氏
モデレータ：
明治大学大学院教授/財団法人流通経済研究所理事長 上原 征彦 氏
- 18:10—写真撮影、閉会挨拶

ワーキンググループ活動成果報告としては、「返品削減ワーキンググループ活動成果報告」を、リーダー社の(株)イトーヨーカ堂、執行役員物流部長の飯原様より頂いた。参加各社の協力のもとで加工食品・日用雑貨の返品実態を把握するとともに、返品削減に向けた具体的方策を検討した成果の報告があった。「配送最適化ワーキンググループ活動成果報告」は、(株)日本アクセス、常務執行役員ロジスティクス本部長中井様より頂いた。配送センターにおける納品トラックの待機時間に着目し、待機時間の実態調査を行うとともに改善方策を検討した成果の報告があった。「デジタル・インフラ検討ワーキンググループ活動成果報告」は、ライオン(株)、LOCOS 推進部長の平岡様より頂いた。製・配・販の効果的情報連携と情報共有基盤としてのデジタル・インフラの方向性について、検討結果をとりまとめた。検討に当たっては、小売 POS データ等を共有する効果に注目し、シミュレーションを行った成果の報告があった。以上の報告について、会員企業代表者より承認を頂いた。

ワーキンググループ活動成果報告後、経済産業省商務

流通グループの豊永商務流通審議官より、「災害時・平常時の消費財流通におけるサプライチェーンの確保について」の報告があった。

休憩後は、「流通の未来と製配販連携について」と題して、明治大学大学院教授であり、(財)流通経済研究所 上原理事長のモデレータのもと、製・配・販の経

営トップによるパネルディスカッションが行われ、キリンビール(株)の磯崎社長、ライオン(株)の濱社長、国分(株)の國分会長、(株)Paltacの折目社長、(株)アークスの横山社長、(株)イトーヨーカ堂の亀井社長から、それぞれ、生々しいご意見を伺うことが出来た。

—流通 BMS 導入・拡大計画の第 2 次公表—



2011 年度の製・配・販連携協議会の活動概要報告の中で、昨年度発表した「流通 BMS 導入宣言書」に賛同した企業の具体的な導入・拡大計画が、2011 年 12 月 27 日に公表された旨の報告があった。

(2012 年 5 月 25 日追加企業)

- | | |
|-------------|---------------|
| ・株式会社葵商事 | ・株式会社スーパーサンエー |
| ・株式会社ウオロク | ・株式会社セレクション |
| ・株式会社エコス | ・株式会社鶴屋 |
| ・株式会社鍛冶商店 | ・株式会社ハローズ |
| ・株式会社ぎゅーとら | ・株式会社フタバヤ |
| ・株式会社サンプラザ | ・株式会社マミーマーケット |
| ・株式会社三和ストアー | ・株式会社丸久 |

また、今回、この 50 社に加えて新たに、小売業 16 社が、「流通 BMS 導入宣言書」に賛同し、具体的な導入・拡大計画を公表した。

(製・配・販連携協議会事務局)

平成 24 年度理事会・評議会開催報告

一般財団法人流通システム開発センターは、平成 24 年 6 月 1 日(金)に平成 24 年度第 1 回通常理事会を午前 10 時 30 分より、平成 24 年 6 月 15 日(金)に平成 24 年度定時評議員会を午後 2 時より、当センター 2 階会議室にて開催した。

●平成 24 年度 第 1 回通常理事会

定款に基づき、当センター井上会長が議長となり、議事が行われた。

第 1 号議題 「一般財団法人への移行について」

一般財団法人への移行経緯及び移行後の手続き、平成 24 年度の体制等について報告を行った。

第 2 号議題 「平成 23 年度事業報告について」

第 3 号議題 「平成 23 年度収支決算について」

第 2 号議題と第 3 号議題については一括して報告及び審議が行われ、監事の監査報告の後、全員異議なく両議題は承認された。(事業報告書及び決算報告書は当センターホームページ参照。)また、内閣府に提出する公益目的財産額の確定及び公益目的支出計画について報告を行った。

第 4 号議題 「理事の職務執行状況について」

平成 24 年度 4 月以降現在までの理事の職務の執行状況について、井上会長をはじめ、各常勤理事が、報告を行った。

第 5 号議題「平成 24 年度定時評議員会の開催について」

定時評議員会の日時及び場所、議題及び議題の概要について承認された。

●平成 24 年度 定時評議員会

上原評議員が議長に選出され、議事が行われた。

第 1 号議題 「一般財団法人への移行について」

理事会と同様の内容を報告した。

第 2 号議題 「平成 23 年度事業報告について」

第 3 号議題 「平成 23 年度収支決算について」

理事会と同様に、一括して報告及び審議が行われ、全員異議なく両議題は承認された。

第 4 号議題 「評議員の選任について」

3 名から辞任の申し出があり、後任の評議員候補者 3 名が推薦され、全員異議なく下記のとおり選任された。

辞任

岩佐英史、濱 逸夫、原田 努

新任

掬川正純、西岡良三、高橋尚登

第 5 号議題 「理事の選任について」

1 名から辞任の申し出があり、後任の理事の候補者 1 名が推薦され、全員異議なく下記のとおり選任された。

辞任 飯岡瀬一

新任 井出陽一郎

(平成 24 年 6 月 15 日現在の役員・評議員名簿は当センターホームページを参照。) (総務部 木下)

GS1 カルタヘナ総会2012 開催報告

—74ヶ国が参加 インターネットでのGS1標準利用を促進—

2012年5月21日から23日まで、コロンビア・カルタヘナでGS1総会が開催され、74のGS1加盟組織と64の企業・組織から合計230名が集まった。日本からは一般財団法人流通システム開発センター（GS1ジャパン）専務理事の上野、国際部長の宮崎、国際部GS1グループの島崎の3名が参加した。

総会はGS1コロンビアのラファエル・フローレスCEOの開会宣言で始まった。ミゲル・ロペラGS1CEOはオープニングセレモニーで、2015年までにGS1が取り組むべき優先事項として以下の5つを挙げた。

- ①自動認識技術・EPCなど既存事業の強化
- ②インターネットの世界でキープレイヤーとなること
- ③自動車や金融など新しい業界でのGS1標準導入に尽力すること
- ④GS1ブランドを告知徹底すること
- ⑤GS1加盟組織が互いに協力しながら発展すること

またロペラCEOは最近の成果として、当センターが策定に深く関わったGS1QRコードがGS1標準として承認されたことにも触れた。GS1QRコードについては当センターのホームページを参照して頂きたい。

続いてホセ・ロペスGS1会長が、今後10年間で消費者市場の主役は欧米からアジアにとってかわる、インターネット普及率の向上に伴い既存のビジネスモデルが一変されるなど、今後のサプライチェーン環境の変化予測を説明した。このように変貌を遂げる世界においては、消費者向けテクノロジーの向上、消費者サ



GS1コロンビアCEOのラファエル・フローレスCEOに記念品を手渡す上野専務理事

ービスの向上、健康と食の安全性の向上が一層重要となるため、GS1としてもこれらに積極的に関わっていくことが必要であると強調した。

総会議事である前年度の運営及び会計報告、新年度の予算と事業計画、GS1の長期戦略、理事の選任などはすべて承認された。

●活動報告と事業計画

GS1理事会付き標準化諮問委員会から、昨年度はGDSN（GS1が推進する企業間の商品情報同期化の仕組み）60件、EDI標準（企業間の電子データ交換）15件、バーコード関係10件、商品分類1件、トレーサビリティ標準1件の変更要求が認められ、GS1標準として批准されたことが報告された。

バーコード関係で批准された標準は、企業が発行する値引きクーポンなどを識別できる新しいGS1識別キーである「グローバル・クーポン・ナンバー」が制定された他、「サービス受益者識別番号」（GSRN：Global Service Relation Number）

の定義の見直しなどがある。GSRNは、今までサービスの受益者（例：図書館の利用者）のみを識別するものであったが、利用シーンによって、サービスの提供者（例：介護士）とサービスの受益者（例：患者）の双方を特定できるコードとなった。

事業の報告や計画ではB2C（Business to Consumer）に重点が置かれた。GS1標準は「企業間で利用する標準」として流通業界で広く利用されてきた。しかし、GS1標準やGS1が蓄積している商品情報を企業がもっと活用できれば、効率的・効果的に消費者に対しても情報やサービスを提供できる、とGS1では考えており、ここ数年、当分野に力を入れている。背景にはスマートフォンやインターネットの急激な普及がある。

実際、本総会でも「GS1加盟組織によるパネル」で、パソコンではなくスマートフォンで初めてインターネットに接続する人が急激に増加していることや、ショッピングのほかSNS（Social Networking

Service) やネットバンキングが盛んなことが伝えられた。同時に、バーコード撮影や、商品コード入力による商品情報提供ウェブサイトやスマートフォンアプリが増えているものの、必ずしも整備された形で商品情報を提供しているとは言えないことも指摘された。

そのため GS1 では今まで企業向けであった GDSN に蓄積されている商品情報を消費者も閲覧できる基盤を構築することとなった。

● GS1 設立国が 35 周年を迎える

総会では毎年、議事の他に GS1 加盟組織による成功事例の紹介や永年加盟表彰などを行っている。

成功事例紹介では以下の 5 カ国の GS1 加盟組織が発表を行った。その中から GS1 ブラジル、GS1 ドイツ、GS1 オランダの事例を紹介する。

GS1 ブラジル(ヘルスケア分野): 5 つの病院と製薬会社 3 社によるプロジェクトの報告。処方単位に GTIN + ロット番号 + 有効期限日を GS1 データマトリックスで表示。

GS1 カルタヘナ総会主なプログラム

5 月 22 日 (火)	<ul style="list-style-type: none"> ・オープニング ・GS1 新理事によるパネル ・B2C 分野のグローバルトレンド ・GS1 加盟組織によるパネル <ul style="list-style-type: none"> ① GS1 インド ② GS1 ブラジル ③ GS1 中国 ④ GS1 南アフリカ ⑤ GS1 コロンビア ・コロンビアの業界代表によるパネル <ul style="list-style-type: none"> ① Grupo Nutresa (チョコレートメーカー) ② エギト (大手スーパーマーケット) ③ ネスレコロンビア
5 月 23 日 (水)	<ul style="list-style-type: none"> ・総会議事 ・GS1 加盟組織の成功事例紹介 <ul style="list-style-type: none"> ① GS1 ブラジル ② GS1 ドイツ ③ GS1 イタリア & GS1 香港 ④ GS1 オランダ ⑤ GS1 ポルトガル ・GS1 永年加盟国表彰 ・メンタープログラム表彰



総会会場

入荷や処方の際にスキャンすることで、作業の効率化と患者安全の向上を図ることができた。今後他の病院へも展開する予定である。

GS1 ドイツ (CashEDI): 2006 年に起きたドイツ最大手 (当時) の現金輸送会社ヘロス社の幹部による 3 億ユーロの横領発覚がきっかけで始まった取り組みの紹介。ドイツ連邦銀行と商業銀行の間の現金輸送情報のデータ交換に GS1 XML を採用した。ドイツにある 2000 の銀行のうち、すでに 500 行が採用している。次のステップは小売業と銀行間の現金のやりとりと、他のヨーロッパ諸国への展開である。

GS1 オランダ (運送効率向上): 「empty kilometers」 「empty miles」と呼ばれる運行効率を上げる取り組み。GS1 オランダが運営するサプライチェーン研究会には世界 & オランダの主要小売業、卸売業、製造業そして物流業が参加している。グループでは各種のバーコード、物流ラベル、EDI 標準など各種の GS1 標準を活用した業務効率化に取り組んできた。結果、最新の販売 & 在庫情報共

有、積載率を上げるためのプランニング、パレット上の積荷の高さやと重さの調整、クロスドッキングなどにより、オーダー量が少なくても一回の配送量を増やし、1 アイテムあたりの在庫を削減することができ、店頭での欠品を削減できた。今回は加工食品に特化した取り組みだが他セクターにも十分適用できると考えている。

永年加盟表彰は、10 年がカザフスタン、15 年がベラルーシ、ヨルダン、20 年がクロアチア、アイルランド、エクアドル、マルタ、25 年がメキシコ、シンガポール、ベネズエラ、30 年がセルビア、南アフリカ、35 年がオーストリア、デンマーク、ベルギー/ルクセンブルグ、ドイツ、フランス、イタリア、オランダ、ノルウェー、スウェーデン、スイス、英国であった。加盟 35 年を迎えたヨーロッパ諸国は GS1 設立時のメンバーである。

次回の総会は 2013 年 5 月 20 日から 23 日までロサンゼルスで行われる予定である。

(国際部 島崎)

RDS サプライチェーンにおける 協働マーチャндаイジング研究委員会

—重点商品の選定と品揃えの改善、これで完璧—

本事業は中小の小売業が、単独ではなかなか難しいとされる POS データを、取引先の卸売業や商品メーカー、システムベンダー、コンサルタント等と協働して、販売戦略をはじめ品揃えや販促活動等へ活用していく方法や手順等について、委員会により研究を実施したものである。

1. 事業の背景

前年度の研究委員会は、小売業と卸売業が協働で RDS データ（地域 POS データ）を活用して、地域売れ筋商品の確認と品揃えの見直しを行い、さらに、POS データ活用の効果を上げるために、小売業の商品の補充、発注や商品改廃にともなう棚札のメンテ等の問題点の整理を実施しながら、欠品の削減、商品改廃にともなう正確な棚札管理の実現のための「売場維持の対応策」を検討した。

今年度は、小売業とコンサルタントが協働で RDS データを活用して、魅力的な売場や品揃えを実現するための手順、方法などを確認しながら、この内容に基づいて、店頭での品揃え改善作業を行い、活用効果、課題を整理した。

(注1) RDS（流通 POS データベースサービス）：当センターが運営している POS

データベースサービスで、RDS に参加した小売業には、無償で地域 POS データ(店検Web II)を提供している。

2. 事業の成果

中小小売業が地域 POS データを活用して、魅力ある売場づくりができるように、本研究委員会の中で、“重点商品の選定”と“品揃え改善”にすぐに役立つ『MD 評価レポート』を作成し、本レポートを中心に活用研究を実施した。

なお、『MD 評価レポート』は、店検 Web のバージョンアップ版の店検 Web II から利用可能となっている。

● MD 評価レポートの特徴

MD 評価レポートは PI 金額 = PI 数量 × 平均単価の指標が基本となっており、自店の商品と RDS（地域）の商品を、それぞれの指標ごとに比較して表示している。

最初に自店と RDS の PI 金額を比

較するために、その差を自-R（自店データ-RDS データ）として示している。この数字がプラスになれば自店のマーチャндаイジング（販売金額）が強い商品、マイナスになれば弱い商品と判断できる。

例えば弱い商品の場合、平均単価が高すぎて売れていないのか、または、販売数量が思わしくないかが、具体的な数字で確認できるよう工夫されている。

以下に、委員会で MD 評価レポートを活用して、売場を見直した事例を紹介する（図1参照）。

(注2) PI 金額、PI 数量：顧客千人当たりの販売金額、販売数量

● スナック売場の MD 評価レポート活用事例

東北地区の中小食品スーパー A 店で、従来、別々で展開されていた袋スナックと箱スナックを融合し、一ヶ所で集中販売した場合、箱スナ

図1 MD 評価レポート例

自店-全店の差=プラスは強い、マイナスは弱い！

スナック(MD評価レポートサンプル)

分析期間：〇〇年△月

RDS SKU数： 487

自店 SKU数 127

JANコード	商品名称	順位	客数PI	PI金額			PI数量			自店実数		平均売価			
				自-R	自店	RDS	自-R	自店	RDS	金額	数量	自-R	自店	RDS	最高
合計				-1.019	7,324.6	8,344.3	-10.90	80.05	90.96	261,679	2,860	-0.2	91.5	91.7	1,097.7
4901330502881	カルビー ポテトチップスうすしお味	1	100.0	16.4	362.4	346.0	-0.14	3.83	3.98	12,946	137	1.7	94.5	92.8	131.3
4901335110050	湖池屋 Mポテトチップスうすしお西日	2	90.4	97.7	334.7	237.4	1.18	4.03	2.85	11,957	144	-3.0	83.0	86.0	120.0
4901335110012	湖池屋 ポテトチップスのり塩 Mサイズ	3	61.5	118.2	280.9	162.7	1.36	3.33	1.97	10,034	119	-3.7	84.3	88.0	131.3
4901330573041	カルビー ジャがりサラダ 60g	4	100.0	-104.4	250.2	355.0	-1.33	2.07	3.40	8,940	74	8.1	120.8	112.7	152.3
4903015522658	ナビスコ チップスターうすしお 50g	5	93.5	-36.6	246.8	282.7	-0.62	2.83	3.45	8,816	101	-5.3	87.3	92.6	113.0
4901330512361	カルビー ポテトチップスのりしお 60g	6	88.4	75.7	208.3	133.2	0.70	2.24	1.54	7,440	80	-0.2	93.0	93.2	126.0
4901330522810	カルビー ポテトチップスコンソメ風味	7	100.0	-21.1	197.2	218.3	-0.34	2.16	2.50	7,046	77	-1.2	91.5	92.7	131.3
4901335110036	湖池屋 ポテトチップスリッチコンソメ	8	90.4	43.7	196.9	153.2	0.52	2.35	1.84	7,035	84	-3.7	83.8	87.5	119.0
4901940016891	東ハト キャラメルコーン 袋 91g	9	91.6	51.1	193.3	141.7	0.60	2.13	1.53	6,906	76	-10.6	90.9	101.4	134.3
4902775039628	ベビースター コクうすまき 162g	10	35.7	70.4	155.4	84.6	0.50	1.01	0.50	5,553	36	-14.6	154.3	168.9	203.1
4901330532871	カルビー ポテトチップス関西だしじょう												92.1	97.7	131.4

自店PI金額順に並んでいる。

ベスト10は黒くなっている。

ックがどのくらい数字改善ができ、それがスナック全体にどのような影響を与えるかを MD 評価レポートで検証した。

A 店では従来、箱スナックと袋スナックとはマーチャライジング戦略を分けて展開しており、袋スナックは主にエンド展開で販売し、箱スナックは定番売場での展開が主であった。

改善前の箱スナックの重点商品（上位 10 商品）の PI 金額は地域と比較すると弱くなっていた。自店の平均単価も RDS の平均と比べてかなり高めの設定であり、しかも定番売場であったため、商品管理も行き届きにくく、時々、品切れをおこすこともあった。

①顧客の購買行動調査

最初にスナックの顧客の購買行動を詳細に調査した結果、常連の顧客が箱スナックと袋スナックをよく購入しているケースが多々あることがわかった。

そこで、従来の袋菓子と箱菓子を分離して売場展開を行う手法を再検討し、この 2 つのスナックをエンド展開にて融合し、顧客にとって、一ヶ所で両方が手に取れるような売場づくりを目指すことにした。

② MD 評価レポートの活用

次に、MD 評価レポートを確認すると、箱スナックの平均単価が RDS の平均単価と比べて約 20% 高く、特に客数 PI（地域扱い店舗率）

が 100% の商品でこのような価格差があることが判明した。

至急これらの商品の売価を、RDS の平均単価まで近づけることを目標に、以前より価格を引き下げる努力をした。

さらに、A 店で未導入であった新商品を MD 評価レポートで確認した。未導入の新商品のなかで客数 PI が約 70% 以上、PI 金額が 200 円を超える、菓子としては極めて高い数字の重点商品もあったため、これらの商品を新規で導入することに決定した。

③改善効果検証

このようにスナック売場の改善をした結果、1 ヶ月後の数字で、箱スナックの重点商品の PI 金額が 492 円から、1,840 円と、約 4 倍と大幅なアップにつながった。

また、スナック全体の PI 金額で、10,980 円が 16,345 円と、約 1.5 倍近い上昇となった（図 2 参照）。

3. 今後の課題

中小小売業の現場担当者（バイヤー等）の仕事は本来業務以外に、「各店の応援業務（休日フォロー、作業応援）で大変」、「販促や事務処理等のスタッフ業務も自分で処理」等ととても多いため、RDS データを見て分析する時間がなかなかとれない

図 2 A 店の改善後のスナック売場



のが現状である。

RDS データは小売業の本部が活用することはもちろんであるが、それ以上に、1 店舗 1 店舗の現場担当者が継続して活用できる体制作りが、今後の課題と言える。

今後も RDS では、上記の諸課題を克服するために、RDS データの見方、仕組み、活用方法の研究を進めていく予定である。

（データベースセンター 銅直）

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。



ISBN978-4-77777-123-3
C2000 ¥1234E



1922000012342



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

2011年度

流通情報システム化実態調査

—わが国小売業における情報化の現状—

1. はじめに

「流通情報システム化実態調査」は、わが国の広範な小売業種を対象に毎年、継続的に実施している調査である。小売業におけるPOSシステムやEOSを中心とする流通情報システムの普及状況を可能な限り定量的に把握すると共に、流通情報システム化の基盤としてのJANコード、取引先コード、統一伝票等、主要なビジネスプロトコルの利用状況を把握することを目的に実施している。

2. 調査概要

本調査は2001年度までは「店舗調査」と「企業調査」を、それ以降は企業単位を対象としており、本年度は2010年度調査台帳をベースに各小売業団体名簿、市販名鑑の最新版等による加除修正をした台帳により調査を実施した。

調査方法はアンケート票を郵送配布し、回答は郵送、メール、WEBの3つの形式で回収した。

2012年1月上旬～1月下旬に実施。有効発送数3,003、回収総数387、有効回答数364で、有効回答率は12.1%という状況であった。

主要な調査項目は以下の通り。

- ① 企業概要（法人名・所在地、総店舗数、年商区分、業態区分）
- ② GTIN、GLN、GS1 データバーの認知状況
- ③ 商品コード、取引先コード、伝票、JANコードの状況
- ④ POSシステムについて
- ⑤ オンラインデータ交換について
- ⑥ ITFコード、その他技術の導入
このうち、商品コード、JANコ

ード、およびPOSシステムに関する調査結果について抜粋して報告する。

3. 商品コード、JANコード利用状況

(1) 利用している商品コード

各種業務に利用する商品コードについて尋ねた結果は、全体でみると「主にJANコード」74.5%、次いで「主に自社コード」29.1%、となっている。

業態別にみると、「主にJANコード」としたものはドラッグストア100%、ホームセンター94.1%、食品スーパー90.5%等で比率が高い。また、「主に自社コード」は百貨店87.5%、専門店32.7%で相対的に比率が高い。

(2) JANコードの利用業務

JANコードの利用業務について、全体でみると「POSレジでの売上登録」が93.4%で最も多く、以下「商品マスター整備」79.3%、「売価変更」78.6%、「棚卸」77.1%、「オンライン発注（EOS）」75.6%、「仕入情報の入力」48.7%、「商品の移動（他店へ）」48.7%、「廃棄」45.0%、「マーケティング、マリーチャヤンダイジング分析」44.3%、「棚割り作成」40.2%、「入荷時の検品」38.7%、「出荷時の検品レジでの売上登録」21.4%、「その他」2.2%、「無回答」0.4%と高い。

オンライン発注（EOS）」75.6%と続く。（図表1）

業態別では、「POSレジでの売上登録」については、総合スーパー100%、生協店舗100%、食品スーパー98.9%、ドラッグストア97.1%等、全般的に利用率が高い。

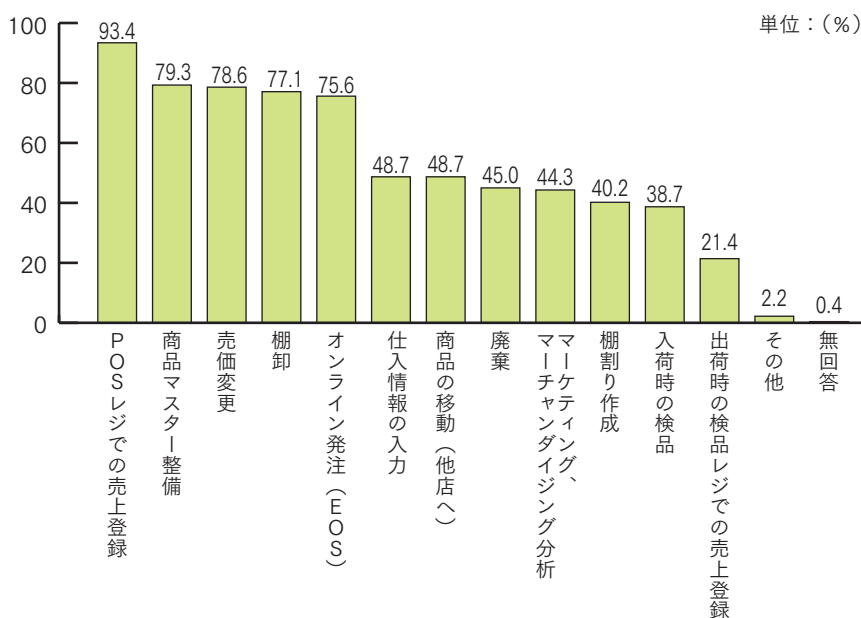
「商品マスター整備」では、生協店舗100%、総合スーパー91.7%、ドラッグストア91.2%、ホームセンター87.5%、食品スーパー84.2%で比率が高い。

「売価変更」は、食品スーパー95.8%、ドラッグストア91.2%、総合スーパーと生協店舗がともに83.3%で高い。

「棚卸」は、ドラッグストア97.1%、ホームセンター81.3%、食品スーパー80.0%等で高い。

「オンライン発注（EOS）」は「オンライン発注（EOS）」は、生協店舗100%、ドラッグストア91.2%、食品スーパー86.3%、総合スーパー83.3%で高い。

（図表1）JANコードの利用状況



4. POSシステムについて

(1) POSレジの導入状況

POSレジの導入については回答企業の82.4%が導入済みで、業態別では総合スーパー100%、ドラッグストア97.1%、食品スーパー96.2%、生協店舗93.8%等で比率が高い。多くの業態が80%を超える中、その他については「導入していない」が58.3%と6割近くが導入していない。

(2) POSデータの活用状況

POSデータをどのような業務に利用しているか尋ねたところ、「売価の設定、見直し」34.6%が最も高く、次いで「発注や在庫量の管理」33.2%、「品揃えの見直し」29.9%、「販売促進の効果を測定」29.9%、「利益管理」17.0%、「顧客と商品の相関関係（ひもづけ）」11.0%、「継続的補充システム」7.7%等であった。（図表2）

これらを業態別にみると、「売価の設定、見直し」に活用しているのは、食品スーパー57.1%、ホーム

センター41.2%で高い。

「発注や在庫量の管理」については、百貨店45.8%、専門店45.5%、ドラッグストア41.2%で高い。

「品揃えの見直し」については、百貨店62.5%、総合スーパー57.1%、食品スーパー36.2%、生協店舗31.3%の順となっている。

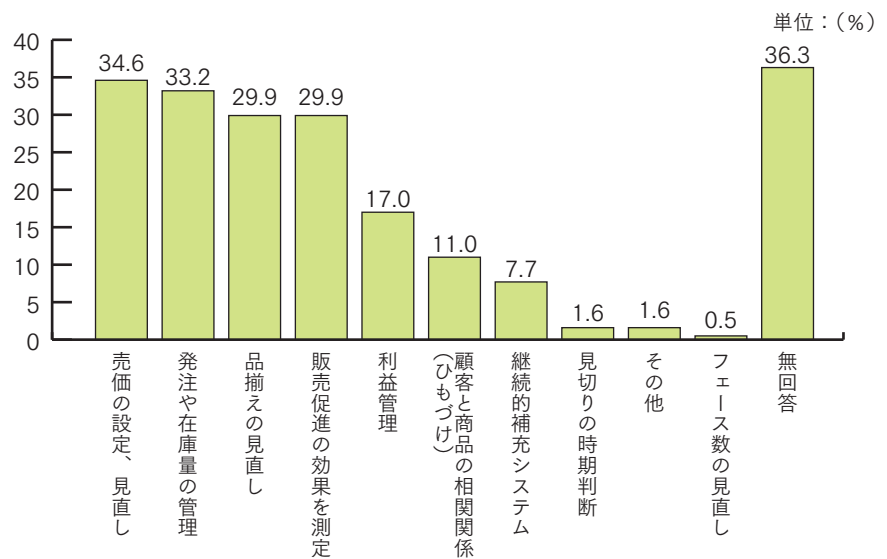
「販売促進の効果を測定」は「販売促進の効果を測定」については、

生協店舗50.0%、百貨店41.7%、ドラッグストア38.2%、食品スーパー38.1%、総合スーパー35.7%等で高い。

詳細については、当センターホームページ、「2011年度流通情報システム化実態調査報告書」(<http://www.dsri.jp/invres/jittai.htm>)をご参照いただきたい。

（流通情報部 瀧澤）

（図表2）POSデータの活用状況



AUTOID & COMMUNICATION EXPO 2012

第14回自動認識総合展

9.12^W - 14^F 10:00-17:00
東京ビッグサイト 東1ホール

主催：一般社団法人日本自動認識システム協会
後援：総務省・外務省・経済産業省（一部申請中）
特別協力：フジサンケイビジネスアイ
協賛：一般財団法人流通システム開発センター 他29団体
同時開催：国際物流総合展2012（会期：9.11（火）～14（金）東2・3・5・6ホール 相互入場）

公式ホームページにて入場料が無料になる来場事前登録実施中！

www.autoid-expo.com 自動認識総合展 検索

展示会事務局：株式会社シー・エヌ・ティ TEL. 03-5297-8855 FAX. 03-5294-0909 E-mail: info@autoid-expo.com

テーマコーナー「きて・みて・さわって“自動認識”」

ユーザ業界で導入が進む自動認識。
本テーマコーナーでは医療業界とアパレル業界での自動認識最新導入事例と導入方針をご紹介し、ユーザ業界が抱える課題を自動認識がどう解決するか提案いたします。

医療業界

協力団体 日本医療機器産業連合会

展示概要 病院内資産管理の仕組みを展示し、何がどう、どの程度効率化になったのかをご紹介します。病院内の資産管理は、部署が複数あり、管理が難しくなっており、今後病院の資産管理のあり方を提案いたします。

アパレル業界

協力団体 一般社団法人日本アパレルファッション産業協会 (JAFIC)

展示概要 JAFICでは、舞浜のエコセンターに「JAFIC デモセンター」を設置し会員企業によるRFID（無線自動認識）タグの導入を後押ししています。本展テーマコーナーでは、上記「JAFICデモセンター」を期間限定で自動認識総合展へ移設し、無線タグの導入に伴う店頭販売員の一連の作業を実演いたします。

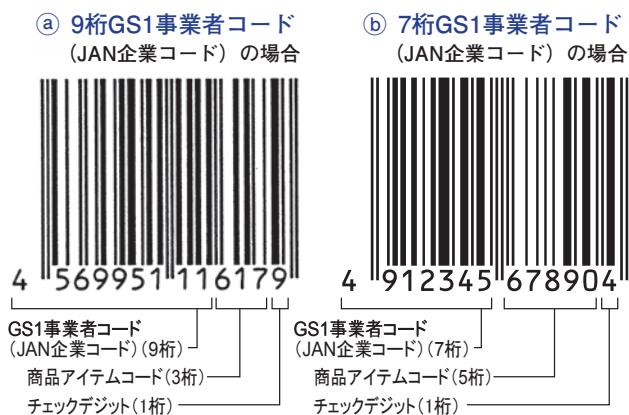
JANコード 質問と回答

—最近 JAN コードの利用者から寄せられた よくある質問—

Q-1 : GS1 事業者コード^{*}には7桁と9桁の2種類あるのはなぜですか？

A-1 : 標準タイプの JAN コード(13桁)に用いる GS1 事業者コード(前 JAN 企業コード)に7桁と9桁の2種類があるのは、GS1 事業者コードが貸与された時期の違いによるものです(図表1)。

図表1 : 標準タイプの JAN コード(13桁)



2001年1月以前に貸与された事業者には7桁コードが、2001年1月以降は9桁コードが割り当てられています。桁数が7桁から9桁に切り替わったのは、より多くの事業者にGS1事業者コードを有効にご利用いただくためです。

GS1事業者コードが7桁の場合、商品アイテムコードは5桁となり、最大10万アイテムまで利用することができます。

しかし、多くの事業者では保有する商品アイテムコードの種類は1,000件以下のため、

3桁あればカバー可能です。

そこで、限られたコード資源を有効利用するために、9桁単位のコードに変更しました。

なお、9桁GS1事業者コードが1つ貸与されている事業者のアイテム

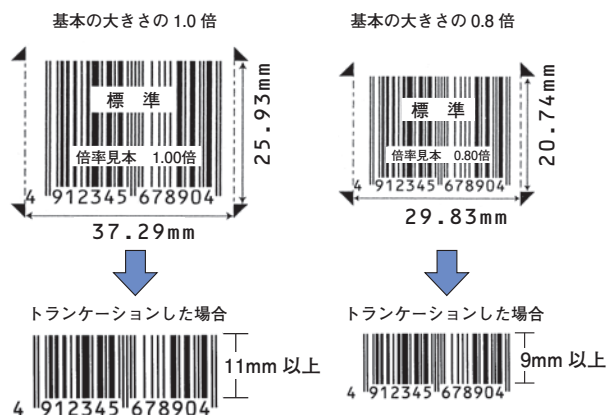
数が1,000件を超える場合には、GS1事業者コードが追加貸与されます。

Q-2 : バーコードのサイズを小さくしたいのですが？

A-2 : まずバーコード(JANシンボル)の大きさですが、基本は左右の余白を含め、横37.29mm、縦25.93mmです。これの0.8倍から2.0倍の大きさまで縮小・拡大が可能です。

縮小しても印刷スペースが確保できない場合は、トランケーション(バーの高さを削ること)ができます。この方法はJIS規格には定められて

図表2 : JAN シンボルの大きさ



いませんが、図表2に示す以上の高さを確保すれば国内では充分読み取り可能です*。

* : 海外に輸出する商品にはトランケーションはできませんので、必ず規格通りのサイズで印刷して下さい。

Q-3 : バーコードはどの位置に付けるのがよいですか？

A-3 : JANシンボルの印刷位置は、商品に印刷しやすく、バーコードスキャナが読み取りやすい位置に印刷して下さい。

Q-4 : バーコードに黒以外の色を使えますか？

A-4 : JANシンボルの刷り色はコントラストが大きいほど読み取りやすいため、白地に黒のバーが最も望ましい組み合わせとなります。

バーに黒以外の色を使うこともできますが、スキャナは赤い光を使うため、赤色のバーは読み取れません。赤系でバーを印刷することは避けて下さい。

(流通コードサービス部 大島)

※ 2012年4月からJANにおける事業者コード(企業コード)は、従来の「JAN企業コード」から「GS1事業者コード」に名称を変更しました

情報志向型卸売業研究会（卸研）

—第28回 通常総会 報告—



情報志向型卸売業研究会（略称：卸研、会長：井上毅（一財）流通システム開発センター会長）は、「通常総会」を、さる5月31日（木）東京港区の明治記念館にて開催し、今年度の事業が本格的に始動した。

卸研は、各業種の卸売業に共通する情報化の課題を中心として研究し、情報志向型卸売業への発展を図ることにより、卸売業の合理化及び近代化を促進することを目的として、1985年8月に設立された。

これまでの30年に及ぶ歴史の中では、会員による様々な調査、研究が行われ、その成果は研究報告書、活用マニュアル、外部への提言などの実績として残されている。

● 2011年度事業報告

今回の第28回通常総会では、昨年度の報告として、「ペーパーレス、作業効率化を目的としたスマートデバイスの活用」、「卸売業の返品問題」、「共同輸配送による配送効率化

や、物流センターにおける省エネ」「災害時等の卸のBCM/BCP」を扱った研究委員会の活動内容や「災害時の事業継続～卸売業の果たす役割～」をテーマにした卸研フォーラムの開催実績などを中心とした事業についてと、収支決算についての報告がなされ、承認された。



● 2012年度の事業計画

卸研は、最近の卸売業を取り巻く環境の大きな変化や卸研自体の状況の変化に対応すべく、事業内容、運営方法について継続して見直し改善を行い、より効果的、効率的な事業を目指している。この基本方針に基づき、主な事業の計画を提案した。

卸研事業の中核をなす「研究委員会」での2012年度の希望テーマに関しては、比較的多かった意見としては、BCP/BCM、スマートデバイスの活用を継続したいという意見や、流通BMS、IFRS（国際財務報告基準）、ビックデータの活用、ソーシャルネットワークの活用などの最近のテーマを取り上げたいとするなど様々な意見が出された。

今後、新年度の体制等を踏まえて、最終決定する予定としている。

その他、卸研の役員交代などもあったが、全ての議事議案が異議無く、承認され、総会は閉会した。

● 研究委員会報告と記念講演

総会の終了後には、本年度の座長代行として、Bグループ・リーダーのピップ（株）執行役員オペレーション本部長の松本寿一氏より昨年度の研究委員会の成果報告があった。

続いて、総会を記念しての講演では、全日本食品(株)顧問の根岸邦彦氏から、「食品スーパーチェーンが作った食品放射能独自検査のノウハウ」と題して、ご講演を頂いた。

また、当日の夕刻に開催された懇親会には、卸研相互の意見交換、懇親の場として、卸研の役員をはじめとする多くの会員が参加した。

（情報志向型卸売業研究会 事務局）

基礎からはじめる

2012年度

入門講座ご案内

参加費無料

当センターでは、2012年度バーコード、電子タグ (EPC/RFID)、流通EDIの各入門講座を開催しています。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	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 7月25日(水)・8月22日(水)
9月5日(水)・9月25日(火)

● 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 9月12日(水)

● 大阪商工会議所 6階 白鳳の間 (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

札幌会場：2012年 9月11日(火)

● 札幌商工会議所 8階 第三会議室 (札幌市中央区北1条西2丁目 北海道経済センタービル)
TEL : 011-231-1076
JR 札幌駅南口より徒歩10分 地下鉄南北線・東西線大通駅より徒歩5分、東豊線大通駅より徒歩2分

広島会場：2012年 9月27日(木)

● 共催 広島商工会議所 3階 306会議室 (広島市中区基町 5-44) TEL : 082-222-6610
JR 広島駅より路面電車 2宮島口・6江波行き原爆ドーム前下車約20分、
バス 22 紙園大橋・三滝観音行き市民球場前下車約20分

お問い合わせ：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



電子タグ (EPC/RFID) 入門講座

電子タグ (EPC/RFID) 入門講座について

本講座は、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

2012年 9月6日(木)

● 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

プログラム (14:00~16:30)

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

お問い合わせ：流通システム開発センター 国際部 EPC グループ
Tel : 03-5414-8570 E-mail : epcdesk@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 8月24日(金)、9月28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

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

プログラム (13:30 ~ 16:30)

第1部	流通の基礎知識 流通の役割と構造、業種と業態、商流、物流など
第2部	流通EDIの基礎知識 EDI標準化の歴史、標準識別コードとバーコードなど
第3部	流通BMSの基礎知識 制定のねらい、標準化の内容、導入効果、最新の状況など

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。

お問い合わせ 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