

# 流通センターニュース

第184号

平成24(2012)年11月

## ■ contents

### 最近のGTIN利用状況…P.02～03

第15回 卸研フォーラム2012 開催…P.04

中小商業者機能強化フォーラム2012開催…P.05

GS1スタンダード・イベント報告…P.06

ヘルスケア業界のGS1標準の取り組み…P.08

JANコード 質問と回答…P.10

生鮮EDI研究会を発足…P.11

各入門講座案内…P.12

# 最近のGTIN 利用状況

## － GTIN の誤った利用例を中心に－

我が国では2005年移行GTIN導入の対応が段階的に開始された。GTIN導入課題への対応、GTINの認知は順調に進んだものの、現在では、各企業の担当者の変更などから、業界内、企業内でGTINに関する情報が正しく継承されていない状況、誤った使い方が発生している状況が起こっている。

### GTIN 導入の経緯

我が国におけるGTIN (Global Trade Item Number) の導入は、2004年に、GTIN導入に向けた課題対応を検討する研究会を当センターに設置することから始まった。この研究会において、流通業界の各企業、各団体による協力の下にGTINの課題への対応策と導入スケジュールが策定された。

これらにしたがって、2005年から流通各層におけるGTIN導入への対応が段階的に開始された。

2007年には国際標準のアロケーションルール（付番ルール）の徹底及び、不一致型商品コード体系の採用を開始した。さらに2010年を完了期限とする集合包装用商品コードの14桁への移行対応が実施された。

またこれらに並行して、各業種・業界団体では、説明会の開催など各種の広報媒体を使ったGTIN導入に関する情報の周知徹底が図られた。この結果、現在ではGTINという用語自体は流通業界に周知され、ITFシンボルも14桁の表示が一般的と言える状況となっている。

しかし、当時から7年余の時間が経過した現在、流通業界においては各企業のコード関係の担当者が替わった、新規利用企業の参入があったなどから、普及PRの過程では正

しく理解されてきていた事項が、業界内、企業内で必ずしも正しく理解、継承されていないという事象が発生している。

この状況を改善するために、当センターでは、改めてGTINの正しい理解と使用に向けた普及活動を進めている。

### 改めてGTINとは

GTINとは

「GTINは、GS1が制定した国際標準の商品識別コードの総称」である。

国際標準の商品識別コードとは、集合包装用商品コード（14桁）、JAN (EAN) コード（13桁、8桁）、米国で利用されているUPCコード（12桁）である。

GTINの基本ルール

GTINを設定する際の最も基本となるルールは、

- ・全ての取引単位を識別するために固有のGTINを設定
- ・異なる取引単位には異なるGTINを設定
- ・一つの取引単位には一つのGTIN設定

いずれも商品識別コードの基本ルールであり、これは、我が国にJANコードが導入利用された当時からあるJANコード及び集合包装用商品コードの設定ルールと同等である。

GTINの導入により、GTIN独自のルールが新しく出来たわけではない。

### GTINの誤解と誤用の例

**事例1** JANコード、集合包装用商品コードとは別に、GTINとい

う新しい14桁の商品コード体系ができた」と誤った理解

集合包装に対して、GTINを設定、表示するようにと要請している側が「GTIN」イコール「14桁の新しい集合包装用商品コード」と理解して、従来からある「集合包装用商品コード14桁を表記すること」あるいは、「16桁の集合包装用商品コードを14桁の集合包装用商品コードへ移行し表記すること」として捉えていない場合であり、問合せの最も多い事例である。

また、GTINは、商品コードの桁数を14桁に揃えることであると、誤解している事例もみられる。

「GTIN」という用語自体は広く普及、認知されていると判断できるが、このように、用語が正確に理解されていないことも事実である。

#### 正しい理解

正しくは前述のように「GTINは、GS1が制定した国際標準の商品識別コードの総称」であるので、従来より利用されている、集合包装用商品コード（14桁）、JAN (EAN) コード（13桁、8桁）、米国で利用されているUPCコード（12桁）を総括している。このためGTINを設定、表示するようにと要請しても、どの商品コードを指定しているのか正確には解らない。

また、それぞれの商品識別コードは、GTIN導入に伴いGTIN-14、GTIN-13、GTIN-8、GTIN-12とも呼ばれる場合もあるが、独自のコード体系をもつGTINという新しいコードが出来たわけではない。

GS1では、GTINを各種の国際標準の商品コードを総括した商品コードの総称として位置づけて、これに基づき商品コードの桁数を14桁に揃えることにより包括的に扱うこと

を推進している。(14桁に足りない場合は先頭に「0」を付けることにより14桁にする)

具体的な利用例は、GS1-128、GS1 データバーにおいては、アプリケーション識別子の AI (01) で規定される「商品コード (GTIN)」は14桁で表記する。また、企業間のデータ交換 EDI や受発注システムなどにおいて、商品コードをコンピュータ上で扱う時、先頭に「0」を付けて14桁にする場合がある。この場合の14桁はGTIN-13に先頭「0」を付けたGTINである。

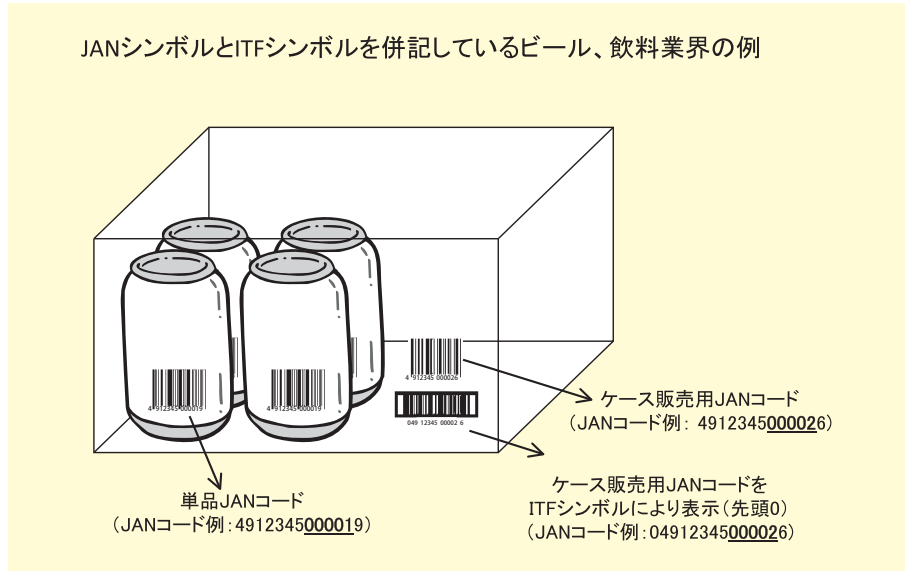
### 事例2 外装に単品 JAN コードが (JAN シンボルにより) 表示されている誤った使い方

一部の商品について、小売業からの要請などによると思われるが、未だに外装に「単品の JAN コード」を JAN シンボルにより表示している場合があるが誤りである。

**正しい理解** GTIN 基本ルールの「異なる取引単位には異なる GTIN」に基づき、外装 (ボール、ケース) には単品 JAN コードではなく、「集合包装用商品コード」かケース (外装) JAN コード (単品 JAN コードとは異なる) を表示する。

2005 年当時に、小売業、業界団体などにより「外装には集合包装用商品コード」かケース (外装) JAN コード (単品 JAN コードとは異なる) を表示する」とことと合意、表明

### JANシンボルとITFシンボルを併記しているビール、飲料業界の例



がなされているが、現在も誤った表記がみられる。

**事例3 集合包装にケース販売用 JAN コードが JAN シンボルにより表示されているが、併記されている ITF シンボルが単品の JAN コードから生成されている誤った使い方**  
 ケース販売される集合包装であるためケース販売用 JAN コード (単品 JAN コードとは異なる) が表示されているが、併記されている ITF シンボル表示が内包されている単品 JAN コードから作成されている (集合包装用商品コードを使用) が誤った表示である。

**正しい理解** GTIN の基本ルール「一つの取引単位には一つの GTIN」により、取引単位である集合包装を識別する商品コードは、ケース JAN コード (GTIN-13) のみである。

この集合包装を識別するために、ITF シンボルによる表示がさらに必要な場合には、既に設定されているケース JAN コードの先頭に「0」を付け14桁とした上で ITF シンボル表示する。この場合の14桁のコードはGTIN-13に先頭「0」を付けたGTINである。

以上が最近目立っている GTIN に関連する誤解、誤用の例である。

流通各層の企業及び業界団体の協力のもと GTIN の普及と課題への対応は着実に普及していると言えるが、まだ十分では無く、誤った認識、誤った利用がみられる。

当センターは、GTIN の誤った利用を正すために、GTIN の正しい理解と利用の普及推進を引き続き強力に進めていく。

(流通コードサービス部 田代)

## 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。



ISBN978-4-7777-123-3  
 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

# 第15回 卸研フォーラム2012 開催される

「社会インフラとしての卸機能の高度化を目指して」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15回「卸研フォーラム2012」を、2012年10月30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、全体テーマ「社会インフラとしての卸機能の高度化を目指して」のもと、少子高齢化社会への対応の取り組みや、ネットビジネスへの取り組み等について、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

まじえてご講演頂いた。（写真2）

また、講演では、国分(株)事業開発部 新規事業担当 Web 統括チーム副課長の黒崎雅人氏より、「～ネットビジネスへの取り組み～」と題して、仕入困難エリア及びロングテ



写真2 (株)大木の松井氏



写真1 熱心に聴講する参加者

があった。（写真1）

本年度の卸研研究委員会は、「社会インフラとしての卸機能の高度化を目指して」を年間テーマに、5つグループに分かれて、研究を進めている。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国分(株)情報システム部部長の高波圭介氏より研究会の進捗を報告して頂いた。

基調講演では、医薬品卸の(株)大木代表取締役会長兼社長執行役員の松井秀夫氏より、「～少子高齢化社会に対応する卸売業～」と題して、高齢化社会の実態、医療制度への影響、それに対応する大木の具体的な取り組みについて、具体的な事例を

ール顧客の支援事業としての法人会員専用ネット卸への取り組みについて、具体的なイメージをまじえて、ご講演頂いた。

（情報志向型卸売業研究会 事務局）

## 第15回 卸研フォーラム2012 開催概要

- ・開催日 2012年10月30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 (一財)流通システム開発センター
- ・協賛 (一社)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 「社会インフラとしての卸機能の高度化を目指して」
- ・内容
  - 14:00 - 14:05 開会の挨拶
  - 14:05 - 14:30 卸研・研究委員会のご紹介  
(座長) 国分株式会社 情報システム部 部長 高波 圭介 氏
  - 14:30 - 15:30 基調講演「社会インフラとしての卸機能の高度化を目指して～少子高齢化社会に対応する卸売業～」  
株式会社大木 代表取締役会長兼社長執行役員 松井 秀夫 氏
  - 15:45 - 16:45 講演「社会インフラとしての卸機能の高度化を目指して～ネットビジネスへの取り組み～」  
国分株式会社 事業開発部  
新規事業担当 Web 統括チーム 副課長 黒崎 雅人 氏
  - 17:00 - 18:30 情報交換／懇親会



# 中小商業者機能強化フォーラム2012 開催

—利便性向上や集客向上に各種 IT を活用した商店街 4 事例を紹介—

2012年10月25日(木)新橋・航空会館で「中小商業者機能強化フォーラム2012」を開催。全国各地から商店街関係者、商店街支援組織、行政担当者、メーカー、コンサルタント等、約100名にご参加いただいた。

## 情報化事業で成果を上げる 商店街事例

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なわれた。各々の事例の概況は以下の通り。

一例目の品川・戸越銀座銀六商店街振興組合(パネラー・亀井哲郎理事長)は、他の組合と連携し、「とごしぎんざ」としてブランド商品の開発やキャラクター活用から戸越銀座コロケ事業や飲食店をはしごするイベント「バル」など幾つもの事業を手がけ、マスコミにも取り上げられている。今回は新たな商店街事業として「都市型観光」に着手した事例を紹介。今回新たに導入した「動画によるまち案内システム」を

はじめ、全国からの集客を高めるための数々の工夫について伺った。

二例目の目黒・自由が丘商店街振興組合(同・中山雄次郎事務長)は、スマートフォンの本格的な普及拡大を念頭に、高速通信網の拡充を目的として商手街全域を網羅する形でWiFiを

導入した事例。ここでは店舗情報や時間限定のクーポンを発行する来街促進と併せて、昨年の大震災で得た教訓から災害発生時に地域の避難所や交通情報も案内する「自由が丘オフィシャルガイド」の運営を開始している。

三例目の杉並・新高円寺通商店街振興組合(同・中澤一也理事)は、ツイッター導入を果たしたわが国初の商店街「高円寺ルック商店街」として知られている。昨年の中日本大震災の際には帰宅難民のために様々な情報をツイートするなどコミュニケーションを重視した独自の支援を展開したことで、それまで以上に注目を集めるようになった。商店主と消費者の親密なコミュニティの構築を目指すと同時に、地域における人々の絆づくりに、ツイッターやフェイスブックといった新たなITを用いることのメリットや好ましい利用方法について伺った。

四例目の渋谷・商店街振興組合原宿表参道櫛会(同・松井誠一理事長)は、わが国を代表するファッションの街であり、海外にもその名を知られることから外国からの来街



パネラー(左から:亀井氏、中山氏、中澤氏、松井氏)

客も多い。この外国人客を新たな重要顧客として位置づける同組合では、彼らに快適な買い物を楽しんでもらうためにハード、ソフト両面で受け入れ体制の整備を行い、既存の国内観光地とは違ったポイントで海外観光客にアピールを行うとともに、海外での浸透力強化を進めている。

それぞれの報告のあと、第2部では発表パネラーに対し、他のパネラーからの質疑応答を行った。

ここでは、商店街が取り組む都市型観光は、地域の人々が誇れるまちづくりに貢献できる手段であること、ツイッターとフェイスブックの特性の違いを認識し、それを踏まえた形で活用することが重要であること、用途を特化した街は支持されなくなっており、今後は「混在するまち」が望まれていることなど、示唆に富むやり取りを伺うことができた。

第3部では質問票により会場来場者から質問を受け付けた。

ここでは、「個店の魅力アップのために取り組んでいることはあるか」、「今後充実させていきたいコンテンツは何か」、「商店街が生き残っていくために選択すべき商店街の形態は何か」といった具体的な質問がさまざま寄せられるなど、熱のこもったやり取りの中でフォーラムは終了した。

(流通情報部 瀧澤)



フォーラム会場の様子

# GS1 スタンダード・イベント報告

## －本会議でグーグルが講演－

GS1のスタンダード・イベントが、10月8日（月）から12日（金）まで、アイルランドのダブリンで開催された。今回は、初めて運輸と物流のワークショップを併催した。イベントの名称は、インダストリー・アンド・スタンダード・イベントとして開催してきたものである。世界各国より250名余りが参加した。本イベントの状況を報告する。



会場風景

### 全体会議ではグーグルが講演

本イベントでは、主に標準化のテーマ別ワーキンググループを中心に、プレナリー・セッションと呼ばれる全体会議、昼食を交えた事例発表を行なった。全体会議では、GS1が取り組んできた標準化の成果報告と今後の予定が報告された。事例報告では、アイルランドによる病院の患者IDと電子カルテシステムによる事例や、ドイツの国内商品分類からGPC（GS1の商品分類）への移行計画の発表が行われた。今回の全体会議では、グーグルが基調講演を行なった。前回のブルックリン（米国）では、モバイルの業界団体であるMMA（モバイル・マーケティング・アソシエーション）が講演を行っており、これまでGS1が取り組んできた自動認識技術、EDI、GDSN、EPCに加えて、モバイルも主要テーマのひとつであることが伺える。グーグルの講演では、モバイルマーケット市場の分析を中心に、今後のモバイルのあり方を予測し、最後に、グーグルが実現すると予測するウェアラブル・コンピュータ

ーを利用したサービスのイメージを紹介していた。グーグルも、広告の画像データの標準化を取りあげ、モバイルにおける標準化の必要性を強調している。

以下では、本イベントで検討したテーマの幾つかについて報告する。

### 識別コード SMG では各種日付情報の定義の議論を開始

現在、GS1のアプリケーション識別子（＝AI）では5種類の日付情報データが定義されている。この5種類とは、AI（11）＝製造年月日、AI（12）＝支払期限日、AI（13）＝包装年月日、AI（15）＝品質保持期限日、AI（17）＝有効期限日である。識別コードSMG（スタンダード・メンテナンス・グループ）ではこの日付データの定義の一部を変更したり、新たな日付情報データを新設したいという要望があり、議論が始まっている。

AI（15）は、製品を使用または消費する際に望ましい品質が保持される期日を示す。これは、賞味期限日とも読み替えられており、かつ、販売期限日という解釈も含まれている。欧州では販売期限として利用している企業もある。なお、AI（17）は使用期限、薬効期限など、製品の安全性（リスクなく使用できる状態）を保証できる期間として考えられており、食品では消費期限とも解釈されている。

ここにきて、北米の外食産業関係者から、こうした定義の見直しの要求が出されている。その内容は、AI（15）から、「販売期限」への言及をなくし、品質保持または賞味期限のみとし、さらに、「販売期限」を新しいAIとして定義したい、というものである。現在、北米では、一部生鮮品（肉など）において、ブランドオーナー指定の販売期限日がパック、ケースなどの包装単位に文字表示されており、この日付を過ぎたら製品を小売業の棚から撤去する必要があるという。日付の意味としては、賞味期限・品質保持期限とは異なるので区別したい、というのがこの要求提出の背景である。

一方、一部小売業は、AI（15）を販売期限として使用している。また、ブランドオーナーが販売期限日を指定するのは世界的にはさほど多いとはいえ、一般的には品質または安全を保証できる期限を製造側が設定し、小売りまたは他のサプライチェーン関係者がその日付に基づいて、取引を行う期限限度を決めている。こうした現状から、販売期限日の設定や、AI（15）の見直しには、なお議論が必要とされた。

また、この他にも、商品の熟成などで、製造や収穫日から一定期間を置く必要がある商品の流通を開始できる日付や、何らかの効力が発効する日付などの新設の要求もある。これらの各種日付の意味・定義に関し、なるべく広く一般的な定義で整理するために、今後も検討を継続する。日付情報は各種のアプリケーシ



ョンを組む場合の起点になる重要なことから、日本も積極的に参加し、新しいものができた際は速やかに広報したい。

## 新しい GDD 閲覧・検索ツールの紹介

GDD は Global Data Dictionary の略で、GS1 標準で使用される部品（データエレメント、アトリビュートなどと呼ばれている）を定義した辞書と、用語集、コードリストの3つで構成される。GDD 自体は GS1 標準ではないが、eCom (GS1 の EDI 標準メッセージ)、GDSN など GS1 標準を理解したり開発したりする際に欠かせない要素である。たとえば、GTIN、GLN などの GS1 キーの他、発注数量、受領数量、返品数量などにおける数量、発注日、受領日、請求日などにおける日付など、部品化して再利用するような項目が定義されている。

GDD には 閲覧・検索ツール (<http://gdd.gs1.org/>) が用意されているが、以前からユーザーインターフェースの改善を求める声が多かったため、GS1 本部は以下の整備を行った。

- ①検索機能をパワーアップする。今まではコード値を探すにはそのコード値が属するコードリストの名称がわかっていなければならなかったが、コード値を検索キーとしてすべてのコードリストを対象に検索できるようになる。
- ② GDD の内容をダウンロード可能にする。XML フォーマット、エクセルなど複数のフォーマットで GDD の内容をダウンロードできるようになる。
- ③用語集を充実させる。GS1 には GS1 標準仕様書、eCom ドキュメント、GDSN ドキュメントなど様々な文書毎に用語集があるが、それらを串刺し検索できるようになる。

新しい GDD 閲覧・検索ツールは 11 月中旬に公開される。

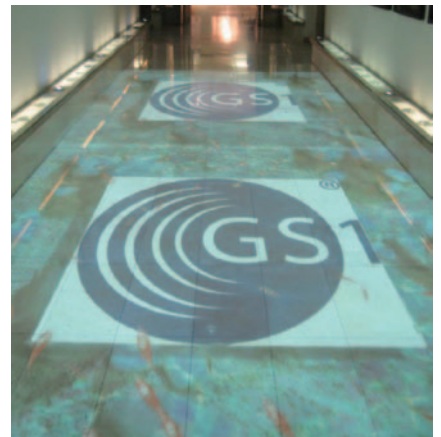
## モバイル

モバイルでは、モバイルの商品情報交換のインフラとなる TSD (トラステッド・ソース・オブ・データ) のワーキングと、TCGF (ザ・コンシューマー・グッズ・フォーラム) によるワーキングの2つが行われた。TSD とは、GDSN のデータと、第三者が提供する付加情報を組み合わせて、消費者に商品情報を提供するインフラである。今年 10 月末にパイロット実験で利用する技術仕様を固めて、11 月にパイロットを実施する。今回の会議では、TSD の技術的な課題解決を行った。TSD の技術仕様は、今年の 12 月末までにワーキンググループで最終案を固める予定である。一方、GS1 では TSD のデモプログラムと、モバイルで利用する GS1QR コード、GS1 データマトリクスコードのデモ用読み取りプログラムの開発も行う予定である。

## GDSN

GDSN は、この 8 月、GTIN の登録件数が 1000 万件の大台を突破した。この 12 月、GDSN の運営会社 GDSN インクの社長が、長年 GDSN 事業に携わってきたサリー・ハーバート氏から、マルコム・ブラウン氏への交代が発表された。マルコム氏は、B2C を含めた GDSN の新たな普及に向けて貢献したいと抱負を述べている。

GDSN では、XML の新しいメッセージであるモジュラー・アイテムについて検討を進めた。モジュラー・アイテムのメッセージ・アーキテクチャを始め、先ほど紹介した GDD の紹介、コンテキストと呼ばれるモジュラー・アイテムの中心となる項目の集合体の定義と、メッセージ上の関係などを確認した。



会場に繋がる廊下に投影された GS1 ロゴ

## まとめ

GS1 の標準化イベントは、2003 年より年 2 回のペースで開催してきた。EPC の標準化組織との統合もあり、標準化の検討テーマは大幅に広がった。しかし、ワーキングのメンバー確保という意味では、課題を抱えている。2004 年ごろでは、圧倒的に企業関係者が多く参加していた。ここ数年、企業関係者が退職する時期に差し掛り、企業関係者の参加が減少し続けている。GS1 では、企業関係者が容易に標準化活動に参加できる仕組み検討をしている。今回は、会議予定の前後に、B2C の画像処理会社であるブランド・バンク社、GDSN のデータ精度の検証と評価を行う会社、クラビス・テクノロジー、GS1UK では EPC、ソリューションプロバイダーの組織化、B2C の取り組み、アイルランドの鶏肉加工工場におけるバーコードの取り組みなど、様々な企業、現場のヒヤリングも行なうことができた。会議の他に、実務関係者と接点を持った点は、大きな成果である。なお、次回開催予定は、来年 3 月 18 日(月)から 22 日(金)まで、米国ダラスと発表されている。わが国の関係者も、是非、この標準化活動に関心を持ち、グローバルな標準化動向を把握してほしい。

(国際部 GS1グループ)

# ヘルスケア業界のGS1標準の取り組み

—医薬品は製品データ認証制度を、医療機器はユニークデバイス識別データベースを構築—

## 世界の規制当局の動向

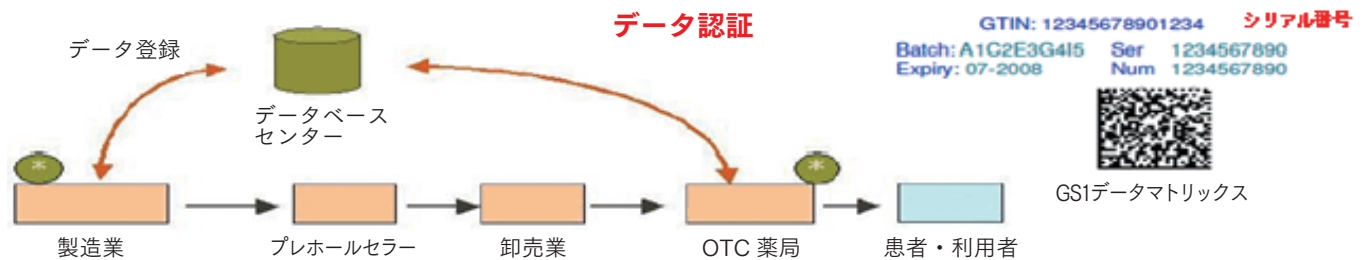
世界のヘルスケア業界でこの2、3年注目すべきことは、先進国の規制当局が医薬品や医療機器に対して製品識別の標準化、データマトリックス表示、中央データベースセンター登録、追跡管理の義務化を推進していることである。さらに規制当局はデータベースセンターを設立して医薬品包装の二次元シンボルで表示された「シリアル番号」で卸売業、調剤薬局、病院の「製品データ認証制度」を計画している。(図表1)

## 医薬品にシリアル番号を義務化

世界の規制当局は上記の目的を果たすべく製品個別識別のために、医薬品中箱(=販売包装単位)に製品コード、日付、ロット番号に追加して「シリアル番号」を二次元シンボルのGS1データマトリックスで表示することを義務化し始めている。(図表2) また、欧州製薬団体連合会は2009~10年にシリアル番号を含む4項目のデータをGS1データマトリックスで販売包装に表示し、販売時点でデータ認証する大規

## トルコの規制動向

トルコでは国立医薬品医療機器データベースセンター(TITUBB)に医薬品メーカーが事前にWeb経由で製品データを登録する。製品の国内流通の後、調剤薬局では受渡しカウンターにあるスキャナ付きPOSレジで、処方薬に表示されたデータマトリックス(4項目)を読み取る。この4項目が国立データベースセンターでシリアル番号を元に照合される。シリアル番号がデータ認証できれば、調剤薬局側は処方薬を患者



図表1 欧州製薬団体連合会の製品データ認証実験の概念図

医薬品も医療機器も、世界各地の工場で作られ、世界規模で使用されるグローバルな商品である。一国単位の個別の規制はメーカーから見れば製造や流通や販売を分断させ、卸売業の流通や病院での使用を混乱させてしまうことになり、社会全体では不経済である。メーカーとしても一国を超えた世界共通の標準化された製品表示ルールを要求している。規制当局側も医療事故の削減、偽造品の排除、不正な保険償還請求の防止、製品回収、代替品適応等、社会的要請に対応するため、製品識別の標準化、バーコード表示、データベース登録、追跡管理の実施、そして製品データ認証の規制化を進めている状況にある。

模実験を行った。欧米大手企業は2010年夏からこれら4項目のデータをGS1データマトリックスで販売包装に表示している。世界でもっとも早く規制化したトルコの事例を紹介する。

に手渡す。仮に照合が不一致または該当無しの場合は、手渡さない(販売しない)仕組みとなっている。薬局でデータ照合しない場合、薬剤師免許の停止もあるという強制法規である。

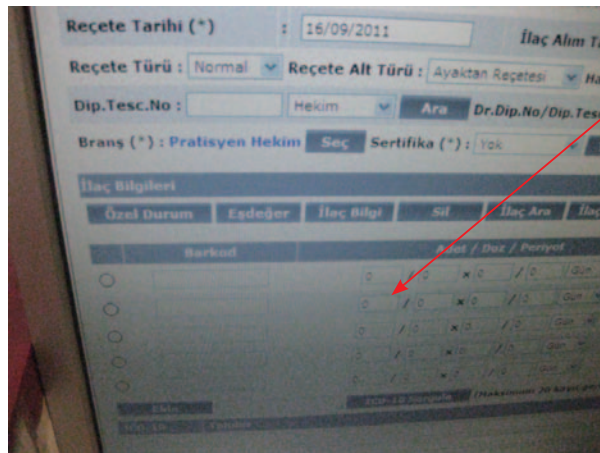


図表2 シリアル番号付GS1データマトリックス表示の医薬品包装





図表3 トルコ国内の調剤薬局にはシリアル番号を含む4項目のデータが表示されたGS1データマトリックス医薬品が配置されている(イズミール市内薬局で)



GS1データマトリックスを読取ると個品毎のシリアル番号も自動入力される

図表4 調剤薬局のPOSレジ操作画面。スキャナでGS1データマトリックスを読取る。個品ごとにシリアル番号を含む4項目が収集される。

## ヨーロッパ連合の規制動向

ヨーロッパ連合(EU)は2011年3月議会承認をへて、EU域内に2011年7月EU指令「偽造医薬品対策規制」を公表した。この指令案は2013年1月から域内各国に対して、国内法規の策定義務を課すものである。2014年には「運用細則法」が制定され、各国に対して2016年夏までに医家向け医薬品へのバーコード表示とデータベース登録を義務付ける国内法規成立と発効が求められる。「運用細則法」に医薬品中箱へどのような項目のバーコード表示の義務化が盛り込まれるのかが注目点である。

## 医療機器の規制について

医療機器も医薬品同様の義務化が世界的に進められている。医療機器の規制を世界で整合共通化する標準化機関である「世界医療機器規制整合会議」は、2011年9月に「医療機器ユニークデバイス識別ガイダンス」を発表した。これは様々な医療機器を唯一にデータ識別し製品追跡や回収や病院内トレーサビリティ

に利用するという規制である。このガイダンスを元に米国の規制当局FDAは2012年7月にバーコード表示と製品情報の登録を二本柱とする規制案を公開した。この規制は医療機器本体とその包装に製品コード、有効期限、ロット番号をバーコード表示し、さらに洗浄滅菌して繰り返し使用する器材も同様の表示を義務化するものであり、2013年5月から施行予定である。FDAの医療機器データベースは互換性を確保して、将来構築される欧州データベースと整合性が確保できる仕様にしたとしている。

## 欧米との整合性が必要

このような世界動向の中、日本では医薬品でも医療機器でもシリアル番号確認や製品データ認証のためのデータベース整備は行われていないからである。厚生労働省通知で規定されていないからである。医薬品ではGTIN製品コード、有効期限、ロット番号またはシリアル番号の3項目のバーコード表示の対象は生物由来製品と特定生物由来製品のみであり、それ以外の注射剤、内用薬、外用薬は、

2012年6月の改訂通知でもGTIN表示だけが必須表示である。生物由来製品と特定生物由来製品の流通量は処方医薬品全体のわずか5%程度であり、それ以外の医薬品はGTINだけの表示である。ロット番号や有効期限がバーコード表示されず手作業に頼るのであれば、製品流通使用段階でのトレーサビリティ管理は難しいといえよう。

医療機器の厚生労働省通知は医療機器や材料の個装、中箱、外箱に製品コードGTIN、有効期限、ロット番号をGS1-128バーコードで表示するものである。あくまで箱やパッケージへの表示規制であって、FDAのように機器本体や手術器具に対する表示を求めてはいない。日米間で販売される医療機器・材料という流通構造から見ると国内医療機器にも同等の表示対応が必要であろう。医療機器・材料にバーコード表示上の日米間差異があれば、特に医療機関の使用場面での不都合の発生が想定され、業界および行政による同等の法制化が急務といえよう。

(国際部 黒澤)

# 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** : POS レジで、商品名や価格が表示される仕組みを教えてください。

**A-1** : バーコードには、JAN コード 13 桁の数字の情報のみが入っています。商品名や価格などの情報は含まれていません。

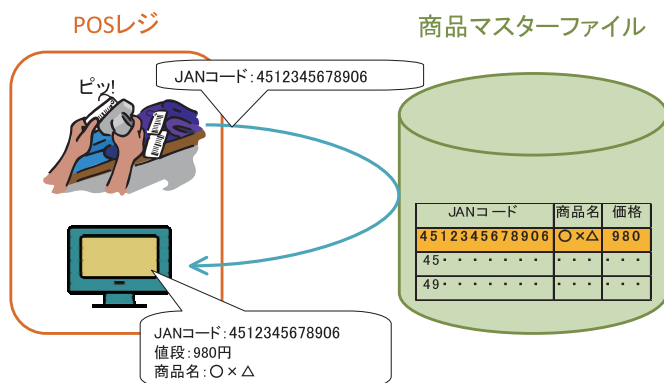
そのため小売店では、あらかじめ JAN コード、商品名や価格などの商品情報を自社の商品マスターファイルに登録をしておきます。POS レジは、バーコードをスキャンした瞬間に、読み取った JAN コードをキーにして商品マスターファイルを検索することで、商品名や価格などを取得し表示しています。(図表 1)

**Q-2** : バーコードを商品に表示したら、それだけでお店の POS レジなどで扱えるのですか？

**A-2** : いいえ。A-1 の通り、POS レジ等の POS システムでバーコードを扱うためには、各事業者が自社の商品マスターファイルに商品情報を登録しなくてはなりません。商品情報は、商品メーカーから卸売業者、さらに小売業者へ伝言ゲームのように伝えられます。(図表 2)

ただし、これでは全ての取引先に対し個別に商品情報を連絡する必要があり、非効率な方法です。これを改善するため、当センターでは JICFS/IFDB(JAN コード統合商品情報データベース) サービスを行っています。商品メ

図表 1 POS レジの仕組み



メーカーから収集した商品情報を一元的に管理することで、卸業者、小売業者などが低コストで正確な商品情報を得られます。ご利用に関しては当センター JICFS/IFDB 担当までお問い合わせ下さい。

**Q-3** : バーコードの数字の先頭が、02 や 20 ~ 29 で始まるものがありますが、これはどのようなものですか？

**A-3** : 先頭が 02 もしくは 20 ~ 29 で始まるコードは、「インスタ・マーキング」と呼ばれる手法でバーコード表示するためのコード (インスタコード) です。

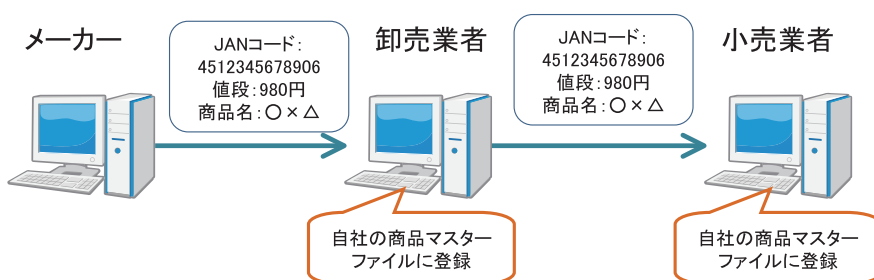
これに対し、45 や 49 など各国に割り当てられた国コードから始まるコードは、主に商品メーカーが商品製造段階で商品包装にバーコード表示をする「ソース・マーキン

グ」と呼ばれる手法で利用されています。

インスタコードは、1つの店舗内、1つの企業内などといった限定された範囲のみで使用することが出来ます。例えば、量り売り商品などのように、製造段階でバーコード表示ができないような商品は、POS システムで管理するために、小売現場でインスタコードが利用されています。

インスタコードは、先頭 2 桁以外の数字は、利用者が任意に決めることが出来、当センターへの申請・登録なども不要で、誰でも利用できます。ただし、コードが重複する可能性があるため、店舗の外 (他店舗や他企業など) へ流通させることは出来ません。(流通コードサービス部 田村)

図表 2 商品マスターファイル登録の流れ



# 生鮮 EDI 研究会を発足

－導入実態と課題の整理を目的に－

## 26社から37名が参加

当センターでは今年度の自主研究事業として「生鮮 EDI 研究会」を開催している。

現在、標準 EDI「流通 BMS」を普及推進しており、生鮮食品も利用可能な仕様としているが、もともと EDI 取引が難しいうえに標準化はなおさら困難という特性故に、流通 BMS の利用は進んでいないと推測している。そこで、食品スーパーにおける生鮮 EDI の導入実態と課題をとりまとめることを目標に研究会を発足させた。

研究会は生鮮 EDI 関連の IT 関連企業に、農水省の生鮮取引電子化を推進してきた(財)食品流通構造改善促進機構を加えたメンバーで構成している。IT 関連企業は、流通 BMS 協議会の支援会員の中で、小売業の生鮮 EDI ソリューションを提供して

いる企業を募集した結果、表にあるように 26 社から参加している。1 社複数参加もあり、メンバーは総勢で 37 名を数える。

研究会は 2 回開催した。第 1 回を 7 月 23 日に開催、メンバーの生鮮 EDI 関連製品・サービスの紹介と進め方の確認を行った。当面の進め方としては、事務局がメンバーから生鮮 EDI 導入ユーザの紹介を受け、紹介された小売業、卸・メーカーに訪問ヒアリングを行うことで、導入事例と課題の整理を行うこととした。現在、紹介された企業にヒアリング調査を行っている。

続いて 9 月 24 日に開催した第 2 回では、下記 3 名の外部講師による勉強会を開催した。

①農林水産省食料産業局食品小売サービス課・池淵課長  
テーマ：「食品産業の将来ビジョン」と今後の施策について

②(有)三秀（東京・大田市場の大手青果仲卸）・稲垣副社長  
テーマ：青果流通の取引電子化の現状と課題

③東都水産(株)（東京・築地市場の大手水産卸）・本橋執行役員  
テーマ：水産物流通の取引電子化の現状と課題

この勉強会によって、生鮮取引は国の施策や川上・川中との連携が重要であることがメンバーの間で改めて認識された。

## 事例集の作成やセミナー開催を予定

現在、事務局がユーザ訪問ヒアリ



第 2 回目の勉強会の模様

ングを精力的に行っている。10 月 24 日現在、小売業 13 社の紹介が来ており、卸やメーカーへの取材結果も合わせて生鮮 EDI 事例集としてとりまとめる予定である。また、ヒアリングの過程で把握した課題について、次回の研究会（12 月 14 日開催）でその対応策について検討する予定である。

なお、第 2 回の研究会で農林水産省から紹介があったが、来年度の予算要求に流通 BMS を利用した生鮮サプライチェーンの情報共有や業務効率化に関する事業が含まれており、本研究会の研究結果が来年度の農水省事業につながることも期待される。

また、(財)食品流通構造改善促進機構が事務局を務める生鮮取引電子化推進協議会では毎年、生鮮取引の電子化に関するセミナーを開催しており、それと連携するなどして生鮮 EDI の先進事例を紹介するセミナーの開催も予定している。

すでに訪問した小売業の中には、生鮮標準商品コードを利用した EDI に期待を寄せているところもあり、当センターとしては生鮮分野の EDI において何らかの標準モデルの提示ができることを期待している。

(研究開発部 梶田)

生鮮 EDI 研究会参加企業  
(社名 50 音順)

No	企業・団体名
1	(株)イーネット
2	(株)インターコム
3	(株)インテック
4	エイジテック・アンド・ブレインズ(株)
5	(株)HBA
6	SCSK(株)
7	エス・ビー・システムズ(株)
8	大阪市中央卸売市場
9	(株)大塚商会
10	けいしんシステムリサーチ(株)
11	(株)サイバーリンクス
12	(株)シイエスシイ
13	(株)ジェイ・エス・エス
14	JB アドバンスト・テクノロジー(株)
15	デジタルトランス コミュニケーションズ(株)
16	(株)トータルシステムデザイン
17	日本電気(株)
18	日本ユニシス(株)
19	(株)ニュートラル
20	(株)ネクステージコンサルティング
21	富士通(株)
22	富士通エフ・アイ・ビー(株)
23	(株)富士通システムズ・ウエスト
24	ユーザックシステム(株)
25	(株)リテイルコム
26	(株)リテイルサイエンス
27	(財)食品流通構造改善促進機構



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。初めて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 (13:30~16:30)

#### 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	①アプリケーション識別子 (AI) AIとは AIの必要性・メリットなど ②GS1-128 コード体系、利用方法、業界動向など ③GS1データバー シンボルの種類、利用方法、今後の動向など ④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。

### 開催日・場所

東京会場：2012年11月20日(火)  
12月12日(水)  
2013年1月22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12月6日(木)

●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

### 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>

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](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

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

大阪会場：2012年11月15日(木)

●大阪商工会議所 5F 502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

東京会場：2013年1月24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。

### プログラム (14:00~16:00) (東京：14:00~16:30)

- 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

### 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：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](mailto: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11月22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

大阪会場：2013年1月18日(金)

●場所：新大阪丸ビル別館 3-1号室 (大阪市東淀川区東中島 1-18-22 丸ビル別館)  
Tel: 06-6325-1302  
JR「新大阪駅」東口 徒歩2分  
地下鉄御堂筋線「新大阪駅」5.6番出口 徒歩8分

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。

### 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

### 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](http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/edi_form.html)

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](mailto:ryutsu-bms@dsri.jp)