

流通センターニュース

第193号

平成26(2014)年5月

■ contents

GS1スタンダードイベントの概要...P.02~03

2013年度 卸研研究委員会 成果報告...P.04~05

RDS活用状況...P.06~07

「生鮮食品取引における流通BMS導入の手引き」を作成...P.08~09

安積第二中学校生、流通センター見学に来所...P.10

理事会・評議員会開催報告...P.11

入門講座ご案内...P.12

GS1 スタンダードイベントの概要

—GS1 のデジタルの検討が進む—

GSMP の定例会議、スタンダードイベント春季会合が3月24日より28日まで米国のアトランタで開催された。イベントの概要と、関連する当センターのモバイルの取り組みを紹介する。

会議の概要



スタンダードイベント全体会議

GS1 では、GS1 標準の開発と、既存標準の維持管理を GSMP と呼ばれる検討組織で行っている。GSMP は、テーマ別、業界別のワーキンググループで検討を行う。ワーキンググループはメーカー、小売業、ソリューションプロバイダー、GS1 加盟組織のスタッフから構成されている。通常、ワーキンググループ会合は電話会議で行うが、年2回、スタンダードイベントを開催している。今回の会合では、バーコード、eCom (EDI)、GDSN、EPC、デジタルの他、アパレル、トレーサビリティ、防衛産業どのワーキンググループを開催した。今回は、延べ212名が参加した。アジアからは、日本、韓国、台湾が参加している。

全体会議の主な内容

会議の2日目、プレナリー会議と呼ばれる全体会合が開催された。全体会議では、GS1 全体の活動報告、主な標準化事業の報告、ゲスト

スピーカーによる講演を行う。

冒頭、GS1 の CEO のミゲル・ロペラ氏は、GS1 の Web (デジタル) への対応を強調した。GS1 CTO のスティーブ・バロット氏は、B2C 用のデータベースサービス、TSD (Trusted Source of Data) と、昨年10月より検討が始まった GTIN on the web の2事業を、GS1 デジタルの中心事業として挙げた。GS1 デジタルとは、GS1 のモバイル業界向けのワーキンググループである。TSD とは、携帯電話やスマホから、商品パッケージに表示したバーコードを読み取り、端末の画面に商品情報を表示させる仕組みの中で、商品情報を維持管理するデータベースである。現在、基本項目と、EU 規制 1169/2011 (Web における商品情報の公開) の項目の定義を終えた。更に、化粧品の項目を検討する予定である。TSD は、2014 年12月よりサービスを開始する予定である。GTIN on the web とは、Web 環境における情報検索環境の最適化を図る仕組みである。

ゲストスピーカー IMPINJ インク CEO クリス・ディオリオ氏は、EPC タグの GEN2 の仕様について、技術的な特徴と標準の検討状況を発表した。

主な検討テーマ

今回イベントでは、モバイルの標準化団体 OMA (Open Mobile Alliance) と GS1 によるモバイル用バーコードの標準化を検討するセッション、GS1 デジタル・インダストリーエンゲージメント、GTIN on the web の3つのワーキンググループが開催された。OMA とのセッションでは、標準の開発状況が報告さ



イベントではツイッターで情報共有

れ、既にモバイル端末向けバーコードの技術仕様が完成し、2014年6月を目標に、モバイル端末上のアプリケーションと、TSD へのアクセス機能を持つインターフェースの仕様を公開する。GS1 デジタル・インダストリーエンゲージメントでは、米、独、英、日の4か国によるデジタルの現状を紹介するプレゼンテーションと、GS1 の標準化検討状況を共有した。GTIN on the web では、昨年10月のスタンダードイベントで説明があったイギリスのテスコの実証実験が報告されている。技術仕様については、新しい発表は行われなかった。

25日の全体会議では説明がなかったが、NGPI (Next Generation Product Identification) ワーキンググループが、新たにスタートした。このワーキンググループで扱うのは、TCGF (The Consumer Goods Forum) が、情報システムの在り方を検討する過程で出てきた課題であり、商品のバリエーションに対応する今後の環境変化を予測して、商品コードのあり方について検討を行うというものである。今年の末までに、NGPI の提案書を取りまとめる予定である。TCGF とは、世界規模で市場を展開する小売業、メーカーによるコンソーシアムである。

企業コード GLN (Global Loca-

tion Number) のワーキングも、新たにスタートした。会合では、GLN の定義や利用事例を見直し、GLN アロケーションルールの課題抽出を行なった。以上の2グループは、自動認識、識別コードというGS1では基幹となる標準を検討している。

自動認識のワーキンググループでは、GS1標準におけるQRコードの位置づけを見直す変更提案(ワークリクエスト)を検討した。現在、GS1ではデータマトリクス、QRの2種類の2Dシンボルを標準化している。現状のGS1標準では、QRはモバイルのみに用途を限定している。QRの用途の範囲を、データマトリクスと同等に扱おうというのが提案の趣旨である。今回の自動認識のワーキンググループにおいて、日本より提案の概要と背景説明を行った。

最終日、GSMPの組織運営を検討するPOC(Process Oversight Committee)が開催された。POCはGSMPの活動状況の評価や、GSMPの検討組織のあり方などを検討するワーキンググループである。主にGS1組織のスタッフから構成され、小売業、メーカーの代表も参加している。今回の会合では、GSMP参加形態の多様化を図る提案を中心に検討を行った。GSMPも設立から10年余りを経過し、当初はスタンダードイベントに400名近くの参加者が集まった頃もあったが、ここ数年は、参加者の減少が続いている。新たな提案では、既存の利用者企業、GS1加盟組織、ソリューションプロバイダーに加えて、世界各国の業界団体の代表をGSMPのワーキンググループのメンバーに加える提案が説明された。今回の提案を踏まえて、GSMPへの参加者の拡大を図るための検討を継続する予定である。

このほか、防衛産業において、調達合理化を図るためにGDSNの利用を検討するワーキンググループ

も開催されている。GDSN自体は、2016年6月を目標に、モジュラーアイテムと呼ばれる新メッセージ標準への移行を進める。また、GDSNの新たな利用分野として、関税業務への適用なども検討中である。

わが国のモバイル標準化の取組み

スタンダードイベントでは、デジタルを標準化の重要なテーマとして位置付けていた。現在、日本では多くのモバイルのソリューションが提供されている。モバイル機器、電波、デバイスの標準化は、国内の業界団体によって進められているものの、GS1標準を知る関係者は少ない。当センターでは、多くの日本の関係者に対しGS1のモバイル標準化について広報・周知活動を進めてきた。

2012年2月、デンソーウェーブ(株)のご協力により、GS1が規定するモバイル用2次元シンボルであるGS1QRのデモ用読み取りソフトを開発し、国内外の展示会で、GS1QRの機能紹介と、GS1QRの読み取りのデモを行い、来場者に実際に体験して頂いた。

GS1QR自体の導入までには至っていないが、2012年6月から7月にかけて、大阪の化粧品メーカー、マンダム(株)が、GS1QRコードが規定するURL情報と商品コードの情報を既存のQRシンボルで表し、携帯電話、スマホから応募するキャンペーンを実施した。

また、GS1の標準化動向を紹介

するセミナーを、2013年3月及び2014年3月に開催した。2014年3月のセミナーでは、(株)良品計画奥谷様の基調講演に加え、GS1の標準化動向の紹介、1WorldsyncのB2Cの取り組み、製品安全とバーコードの活用といったテーマの講演が行われた。メーカー、小売業、ソリューションプロバイダーなど、110名余りが参加した。

当センターでは、GS1のデジタルの動向をGS1モバイル懇談会で検討している。2013年は、味の素(株)、サンスター(株)、ユニリーバ・ジャパン・ホールディングス(株)、(株)デンソーウェーブ、(株)ファンケル、日本パレットレンタル(株)、1WorldSync Japan、富士通エフ・アイ・ピー(株)、イオンアイビス(株)、(公社)日本通信販売協会、モバイルコンテンツフォーラム(MCF)、(一社)新日本スーパーマーケット協会、(公財)食品流通構造改善機構、モバイルコンピューティングコンソーシアム(MCPC)、(特定非営利法人)日本テクニカルデザイナーズ協会といった企業、組織に参加して頂き、事例の共有等を行ってきた。引き続き、この懇談会も開催しながら、GS1標準の動向を関係者に共有してゆく予定である。

今後の予定

スタンダードイベントの2014年秋季会合は、10月6日より10日まで、ローマで開催される予定である。

(国際部 市原)



GS1 モバイルセミナー会場

2013年度 卸研研究委員会 成果報告

情報志向型卸売業研究会（略称：卸研）において、会員による自主的な研究活動の場である研究委員会は、卸売業の実務担当者が必要とする実務の現場における課題とされるテーマを検討し、卸売業としての意見表明を行う内容としている。2013年度は、研究委員会参加メンバーからの希望をもとに、「社会インフラとしての卸機能の高度化を目指した協同への取り組み」をベースに、「卸売業のBCP／BCM ～メーカーとの連携を中心に研究～」、「流通BMS標準運用の普及 ～提案と啓蒙を中心に研究～」、「スマートデバイスの活用 ～業務活用、情報創造を視野に～」、「ビッグデータ／クラウドの活用」、「情報システムにおけるコスト削減」の5つのサブ・テーマを設定し、5グループに分かれて、検討を行った。

Aグループの検討結果

Aグループは昨年のBグループ「卸売業の物流面でのBCP／BCM」で検討された課題を解消するために「卸売業のBCP／BCM～メーカーとの連携を中心に研究～」をテーマとした。

2011年の災害以降、各卸は単独で実施できるBCP対策（アウトソーシング化、ディザスタリカバリ、自家発電etc）は進めてきたが、災害時のSCM間でのデータチェーンが途切れた場合の対策や運用の取り決め・対応策などは出来ていない状況である。

震災では情報が混乱し「スムーズな商品調達」、「在庫の確保」が困難な状況が発生した。製造業・小売業と検討しないと改善しない項目が多く残っているが、まずは卸側での混

乱の状況を分析し、それを防止するにはどのような情報が必要であったかを洗い出し、上流工程であるメーカーと情報共有を行うことを考えた。

今回の検討においては、卸売業視点且つ情報システム部門視点での検討が中心となったため、実際に運用を開始するに当たって継続検討すべき課題が残っている状況である。

そこで、検討継続に必要な観点をもとに、共有シートのエンハンスと共有の手段として纏めた。次回、継続検討される場合にはこれらを中心に研究を進め、卸売業として実際にメーカーとやり取り可能な共通フォーマットとしてブラッシュアップすることで、業界全体での効率化が図られると考えている。

Bグループの検討結果

2013年度になり、流通BMSが社会的インフラとして本格的に普及期を迎えた。我々卸売業としても、製造業や小売業と一緒に、流通BMSを普及・推進している。

2012年度の卸研活動で『納品明細書の標準レイアウト定義』と『オフライン発注分の出荷メッセージの標準化定義』の2つの提言をまとめた。そして、それら2つの提案を実現する為に、本年度、流通BMS協議会に対してチェンジリクエスト提案書を提出した。

流通BMSへの切り替えは、単なる基幹システムの置き換えではなく、製造業や小売業を含めたサプライチェーン全体の再構築に繋がり、ひいては流通業界全体の最適化に繋がると確信している。これを踏まえ、以下の目的の為、『流通BMSガイドブック』を作成することにした。

目的1：小売業に対する、流通BMS推進と標準運用の提案を行う

目的2：卸売業の営業担当者に対する啓蒙活動を行う

内容も、現状における流通インフラの問題点、標準化を推進する為の手法や考え方などを、盛り込めたとする。『流通BMSガイドブック』も卸売業で幅広く活用できる事を期待している。

Cグループの検討結果

スマートフォンやタブレット端末などのスマートデバイスを業務活用するケースが社会的に増加傾向にある一方で、卸売業務での利用は計画段階や一部試験的に導入段階という状況であり、まだまだ利用・運用段階ではないのが現状である。

スマートデバイス活用による企業の期待は大きく、企業の競争力を高めるツールとして期待されている。しかし、具体的な活用提案や、スマートデバイス利用のリスク分析、端末管理、情報漏洩対策などのセキュリティ面の問題、今後さらなる端末の進化（多様化）への対応も慎重に検討する必要がある。

今年度、スマートデバイスの3つの利用シーンとして、

- ①『スマートデバイスの特徴を活かしたワークスタイルの変化』
- ②『業務端末として利用』
- ③『あらゆる情報を収集・分析し新たな情報を創造する』

といった業務に焦点を当て、卸売業務としてどのような場面でスマートデバイスが利用・活用できるのかを研究することとした。

「スマートデバイス」を取り巻く環境は、今後もより一層充実してい

くことが予想される。通信速度の向上、メモリの大容量化、処理性能の向上、低価格化、クラウドサービスの充実など「スマートデバイス」の利用シーンは益々増え、それに応じて提供されるアプリやサービスの選択肢も増えることが考えられる。

普及に伴い、情報セキュリティ対策やデバイス管理についても更に重要度が増す。

スマートデバイスの単独機能だけでなく基幹システムや部門システムと連携した『業務活用』および『新たな情報の創造』が求められる。また、全体効率化や生産性向上、コスト削減も考慮した導入検討が必要になる。

時間や場所に関わらず手軽に利用できる「スマートデバイス」を活用するためには、これまでの仕事のやり方にとらわれることの無い、『新たなワークスタイルの構築』が不可欠である。

D グループの検討結果

2011年頃より企業のIT関連で「ビッグデータ」が新たなキーワードとして急速に注目され始めた。最近のメディアや専門誌においても「ビッグデータ」を扱う記事が多く掲載されている。これまでも企業はデータや情報をビジネスに役立てるために様々なITを利用してきた。DWH(データウェアハウス)やBI(ビジネス・インテリジェンス)ツールはその代表的なものである。ではなぜ今「ビッグデータ」が騒がれているのか。そもそも「ビッグデータ」とはどういったものなのか。DWHとはどう違うのか。ビジネスに関わる非常に高度な知見・洞察を導き出すことが可能になると言われているがどう利用すればいいのか。それは我々卸売業にとって有用なのか。それらを検証する為に私たちDグループは「ビッグデータの活用」について研究することにした。

その結果、ビッグデータの活用はサービス業や製造業などには既に数多くの事例があり、適用出来る場面が多くあると感じた。しかし我々卸の立場で考えるとなかなか適用シーンが思いつかなかった。その一方で、「ビッグデータ」は2013年度の流行語にも選ばれた。データを駆使しなければ「負ける」時代へ突入した、とメディアは叫び、データサイエンティストやデータアナリスト養成講座なども数多く開かれている。

これは「人材ありき」を物語っていると思われる。いくら多くのデータを集めても、素晴らしいインフラを構築しても、それを分析する力が無ければ意味がない。まず、人材の育成が必要であると考え。しかし最終的にはアイデアの勝負ではないか。経営課題から如何にビッグデータの利用を結びつけるか、到底出来そうにない、或いは、考え付かないことに気付くか、というところではないだろうか。

現在のところ、卸での有用性は肯定も否定も結論付けることは出来なかった。しかしビッグデータはどこかで利用できるはずである。今後も引き続き研究を重ね、適用シーンの模索をしていかなければならないということは断言できるのではないだろうか。

E グループの検討結果

企業においてコスト削減は永遠のテーマである。またここ数年、流通業界を取り巻く環境が厳しさを増す中で、IT部門に対するコスト削減を求める声も大きくなってきている。

一方で、ITは専門性の高い分野であり、情報部門のコスト削減努力にも拘わらず経営者には理解しにくいということもあって、対応に苦慮している企業も多いのが現実である。

このような中、今回Eグループでは「情報システムにおけるコスト削減」をテーマに研究してきた。

全体的な傾向の把握や取組事例に関する情報を収集するため、正会員22社へのアンケート調査を行い、その整理・分析を中心に活動してきた。

【今回のアンケートで分ったこと】

1. IT部門へのコスト削減要求は強まってきており、各社のIT部門はそれぞれの重要テーマについて削減努力を行っている。
2. IT技術の進歩は目覚しく、10年前では想定できなかった機能が利用できるようになり、その利用手段は、卸売業も例外でなく、各社においてIT技術の活用が進んでいる。その中でも、クラウドなどのサービスが一般化しており、『所有から利用へ』という大きな流れの中でコスト削減に取り組んでいる様子が分かる。
3. 世間一般にはIT技術の進歩としては『持つより使う、しかもオンデマンドで使いたいときに使って、使った分だけを支払う』SaaSのサービスが充実してきている。卸業界は業界としての動き(再編や事業編成)が大きくSaaSのサービスによるコストのスリム化が十分検討できる業界だと考えられる。
4. 人件費に関してはコスト削減ニーズが低く、今までの努力で要員の最適化を進めてきており、ノウハウの継承やスキルアップに注力する方向性が見て取れる。
5. 情報システム投資においては、『効果の見える化や検証・報告』も求められており、各社のルールに則って努力している。
6. ITコスト削減の取組事例も独自のものがあり、今後の参考となる事例も見られる。

(卸研事務局 上田)

RDS活用状況

— POS データを活用し経営の改善を支援 —

● RDS とは

RDS (Ryutsu POS Database Service) は、POS データを有効活用し、経営の効率化を図ることを目的とした POS データベースサービスで、当センターが管理・運営している。

RDS では、食品・日用品を中心に取り扱い、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、データベース化している。このデータは RDS 事業に参加するデータベースサービス (DBS) 企業を通じて商品メーカー、卸売業等に販売されている (図表-1 参照)。

一方、RDS に POS データを提供している小売業に対しては、インターネットを利用して、当センターから自店と地域の POS データを比較分析できる「比べて店検」のサービスを提供している。

RDS は従来のメーカーにおけるマーケティングでの活用ばかりでなく、小売業が効率的に品揃えを実現するためのマーチャライジングや、卸売業がリテールサポートをする場合の基礎データとしても利用が進みつつある。

● RDS のしくみ

RDS に参加する小売業数は 2014 年 3 月現在で、約 100 社 (約 400 店舗) で、業態は GMS、食品スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストア等であり中小の食品スーパーの参加が多い。

小売業からの POS データは、基本的には日次で当センターに送信されてくる。

受信した POS データは、その都度、データ内容をチェックしエラー

の有無を確認している。データ内容のチェックでは、例えば、日付が間違っていないか、前日と比べてデータ件数が著しく増減していないか、あるいは販売金額や販売単価の変動が大きくないか等を調べ、必要に応じて小売業に連絡して状況を確認し、より精度の高い POS データを入手するように努めている。

● 「比べて店検」とは

「比べて店検」は、RDS に POS データを提供している小売業に対して、当センターがインターネットで提供している分析サービスである (図表-2 参照)。

RDS に参加している小売業は、インターネットから「比べて店検」にログインしてサービスを利用することができる。

「比べて店検」とは「自店」と「地域」の POS データを比べて、自店の強みや弱みを客観的な数値として点検する (比較検証する) という意味で、自店と地域の POS データを

様々な角度から分析することができ、各種レポートをダウンロードすることができる。

「比べて店検」の各種レポートはエクセル形式であり、ダウンロードして用途に合わせて編集することができる。また CSV 形式のデータをダウンロードすることもできる。

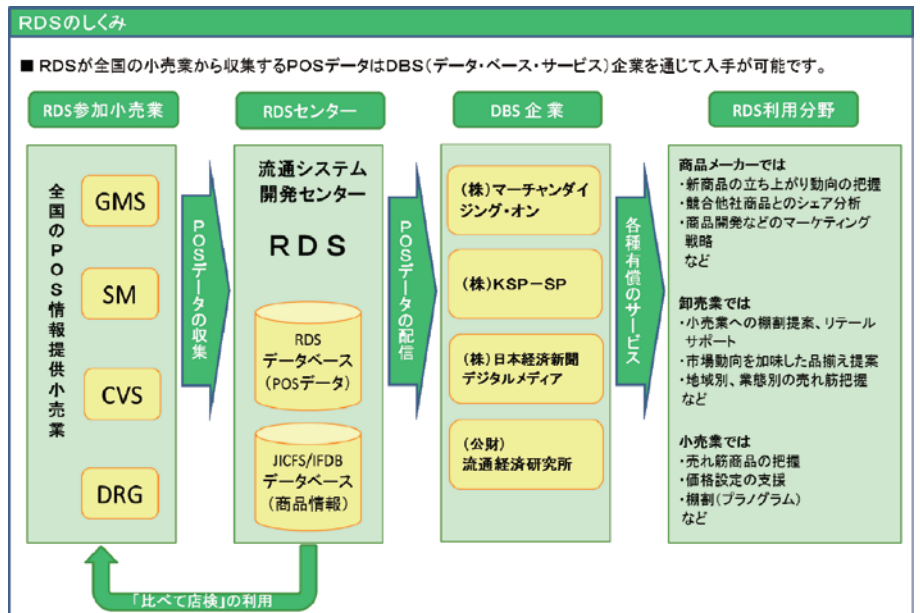
● 参加小売業の活用事例

RDS に参加している小売業の多くは中小規模であり、地域の POS データは自社の状況を客観的に評価するために有効な指標であると認識しているものの、同業他社等から入手することは極めて難しい状況にある。RDS に参加している小売業はこの入手が難しい地域の POS データを RDS から入手し有効に活用している。

● MD 評価レポートの利用事例

A 社は数店舗の食品スーパーを展開する小売業で、「比べて店検」からエクセル形式の MD 評価レポー

図表-1 RDS のしくみ



トをダウンロードして、自社と地域との比較データを作成し業務で活用している。

A社の担当者は店舗、販売、経理に関する情報システム全般と総務部門とを兼務されており、日々の業務が優先されるため、限られた時間の中で、必要な時にRDSのデータを利用している。

自社のPOSデータに関する処理は外部のソフト会社に委託し、翌日には店舗別やカテゴリー別で詳細に実績を把握できる。

「比べて店検」は前月データであるため、商品の入れ替りが早い日々の店舗業務や商品管理で利用するには適していないが、季節ごとの棚替えや品揃えを検討したり、前年の同時期のデータと比較して全体の傾向を見たり、前年に地域で売っていた商品が何かを確認したりするためには有効なデータとのことで、年に2～3回程度の割合で利用している。

また、地域の他店では取り扱っていない「特色のある商品」を探すのにも使っている。

ただし、MD評価レポートを使った社内資料の作成は、商品分類をRDSのJICFS分類から自社分類に変換したり、分析しやすいデータ順に並べ替えたり、各店舗のデータを集計し全社のデータを作成したりす

るため、手間の掛かる作業となっているとのことであった。

● CSVデータの利用事例

B社は十数店舗の食品スーパーを展開している小売業で、RDS参加小売業の中では規模が大きい。

B社は顧客1人1人の購入履歴が把握できるID付POSシステムを導入しており、ポイントカードを発行して販売促進に利用するとともに、顧客属性を使ったFSP (Frequent Shoppers Program) の取り組みにも参加している。POSデータの処理は情報処理の専門会社に委託しており、翌日には各種の販売実績を見ることができるようになっている。

RDSの利用に関しては、ほぼ2ヶ月に1度の割合でRDSの「比べて店検」からCSVデータをダウンロードし、自社の基幹システムに取り込んで使っている。

ダウンロードデータで使っている項目は、地域の「平均単価」と「扱い店率」で、「平均単価」は自社で設定している単価と地域の単価とを比較するために利用し、「扱い店率」は自店で取り扱いが無いが地域で扱い率が高い商品をチェックするために使っている。

自社の取扱商品のうちRDSから

入手できる地域のデータは約90%で、実用には十分なカバー率であるとのことであった。

B社ではRDSのデータについて「マーケティング会社ではPOSデータを購入してくれるところもあるが、RDSのように中小の小売業では入手しにくい地域の情報を提供してくれる仕組みは他に代替がないので貴重な情報だ」と評価して頂いている。

RDSへの要望として、B社ではいろいろな取り組みを通じて様々なデータを入手することができるが、情報システム部門でも業務部門でもそれを十分に検証している時間が無く使いこなせていない場合もあるので「他社がどうやってRDSのデータを分析して自分たちの業務に活用しているのかを教えてください」とのことであった。

● RDSの課題

RDSに参加している小売業の担当者の中には情報システム部門と他の部門とを兼務している場合もあり、RDSが提供するPOSデータの有効性は分かっているにもかかわらず時間的な制約からなかなか利用できないこともある。RDSでは更にデータを使いやすくするための工夫を検討する必要がある。

またRDSだけではそれぞれの小売業のニーズに合ったデータの利用方法を提供することはできないので、ソフト会社やPOS機器メーカー等と協力して小売業をサポートする体制を構築する必要があると考えられる。

更に、RDSでは参加小売業に地域のPOSデータをフィードバックしているが、これに加えて、POSデータをどうやって分析し自社の業務に活用しているかの事例を共有したり、相互に情報交換をしたりしてノウハウを蓄積できるような仕組み作りを進めてゆく必要もある。

(データベースセンター 山口)

図表-2「比べて店検」レポートサンプル

自店-全店の差はプラスは強い、マイナスは弱い!

分析期間: 〇〇年△月
RDS SKU数: 487
自店 SKU数: 127

スナック(MD評価レポートサンプル)

JANコード	商品名称	単位	客数PI	PI金額		PI数量		自店実数		平均売価					
				自-R	自店	自-R	自店	金額	数量	自-R	自店	RDS	最高		
480130010001	カクレ餅 餅(特)チョコブラウゼ 160g	1	10.4	95	302.4	346.8	4.98	3.83	3.98	12,846	137	17	34.5	92.8	131.3
480130010002	海老焼 Mボテチップス(特)あじ白	2	50.4	97	324.7	237.4	1.18	4.03	2.95	11,557	144	14	33.9	86.0	128.6
480130010003	海老焼 Mボテチップス(特)あじ黒 M9	3	51.3	118	280.5	162.3	1.36	3.33	1.97	10,834	119	8	34.3	88.0	131.3
480130010004	カクレ餅 餅(特)チョコブラウゼ 80g	4	100.8	98	250.2	150.2	1.33	2.07	3.43	8,940	74	8	31	120.8	112.7
480130010005	カクレ餅 チップスター(特)あじ白	5	52.5	96	216.9	202.7	1.86	2.83	3.45	8,816	101	10	37.3	92.6	111.6
480130010006	カクレ餅 餅(特)チョコブラウゼ 30g	6	18.4	75	288.3	133.2	1.16	2.24	1.54	7,440	80	42	33.9	93.2	128.6
480130010007	カクレ餅 餅(特)チョコブラウゼ(特)	7	100.8	97	191.2	219.3	1.38	2.16	2.53	7,046	77	12	31.5	92.7	131.3
480130010008	海老焼 Mボテチップス(特)あじ白	8	50.4	43	196.9	150.2	1.62	2.35	1.84	7,035	84	17	33.9	87.5	119.6
480130010009	海老焼 Mボテチップス(特)あじ黒	9	51.6	47	193.3	141.7	1.69	2.13	1.53	6,806	76	16	30.9	101.4	134.3
480130010010	カクレ餅 チップスター(特)あじ白	10	52.5	77	155.4	84.4	1.53	1.81	0.63	5,553	36	16	15.4	168.9	201.1
480130010011	カクレ餅 餅(特)チョコブラウゼ	11	56.7	77	155.4	84.4	1.53	1.81	0.63	5,553	36	16	15.4	168.9	201.1

自店 PI 金額順に並んでいる。 ベスト10は黒くなっている。

<データ項目説明>
 ◆自-R = 自店データ - RDSデータ
 ◆PI数量 = 販売数量 ÷ 客数 × 1,000
 ◆PI金額 = 販売金額 ÷ 客数 × 1,000
 ◆客数PI = 当該アイテム扱店客数 ÷ 地域合計客数

「生鮮食品取引における流通 BMS 導入の手引き」を作成

— 2013 年度農林水産省事業に協力して —

流通システム開発センターでは 2013 年度の農林水産省事業に協力して「生鮮食品取引における流通 BMS 導入の手引き」を作成した。

この事業は、同省の農山漁村 6 次産業化の一環として行われた「流通過程情報伝達促進事業」。下記のように生鮮食品取引の EDI 化促進を目的とするものだが、その手段として流通 BMS の普及推進を行うこととなった。

流通過程情報伝達促進事業の目的

青果物、水産物等の生鮮食料品取引における電子商取引は、加工食品取引に比べて導入が遅れているため、取引業務の効率化や正確性の向上等の妨げになっているほか、産地情報の伝達や食品トレーサビリティの取組みを推進していく上でも電子商取引の導入促進が必要となっている。

このため、生鮮食料品（青果・水産物）取引における流通 BMS の導入促進方策等に関する検討会を開催するとともに、導入効果等を検証す

るための実証事業を実施し、流通 BMS 導入の手引きを作成・配布する。

● 2つの自主検討会を設置

事業実施者の選定は公募で行われ、(公財)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が採択された。

同協議会は実施体制図に見るとおり、実証事業を富士通エフ・アイ・ピー(株)とイズミヤ(株)他に委託するとともに、事務局運営を会員団体である当センターの協力の下に実施した。

当センターに期待された主な役割は「生鮮食品取引における流通 BMS 導入の手引き」の作成である。そこで、当センターでは手引き作成のための自主研究として以下の2つの検討会議体をセンター内に設置し、検討を行った。

①生鮮手引き検討委員会

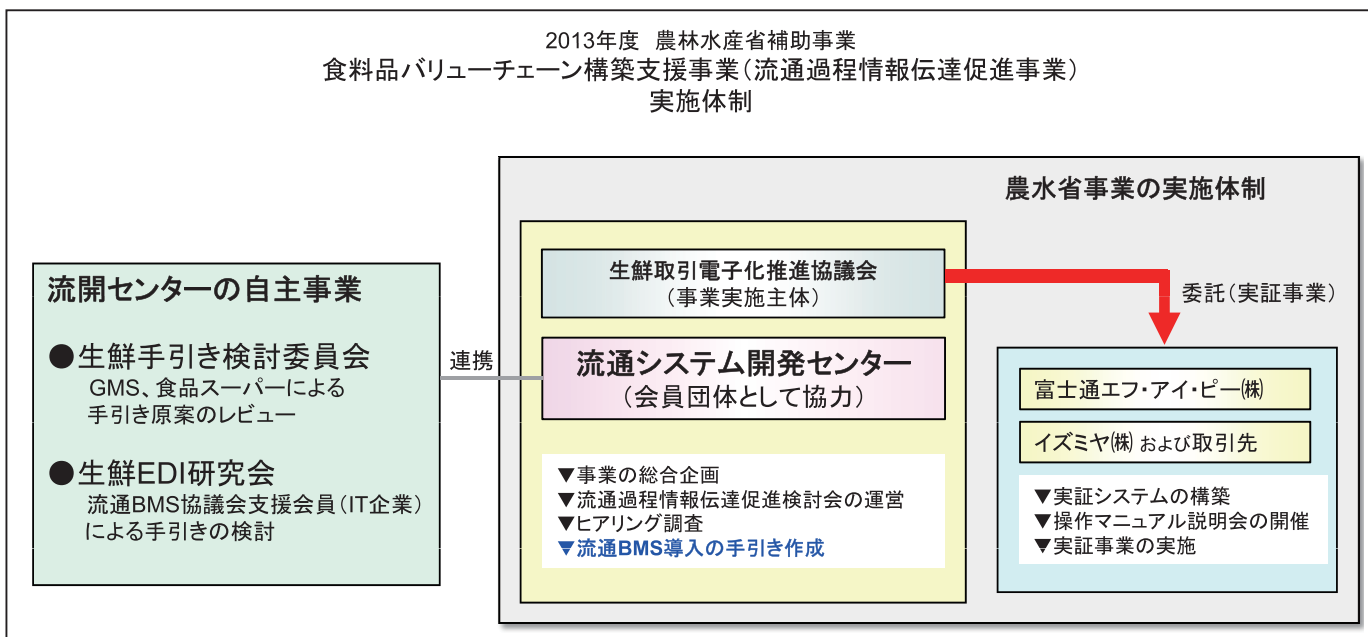
生鮮食品取引への流通 BMS 適用については、2006 年度～2008 年度の経済産業省事業（流通システム標準化事業）で生鮮流通業界も参加して検討が行われ、その内容が「流

通 BMS 導入と検討のためのガイドライン」に反映されている。

そこで、当時の検討に参加した小売業と事務局を務めた日立製作所と富士通総研に呼びかけて「生鮮手引き検討委員会」を設置し、当センターが作成した手引き原案をレビューしてもらった。

生鮮手引き検討委員会委員 参加企業

イオンアイビス(株)
イズミヤ(株)
サミット(株)
(株)シジシー・ジャパン
合同会社 西友
(株)セブン&アイ・ホールディングス
全日本食品(株)
(株)東急ストア
(株)ベイシア
(株)ヤオコー
ユニー(株)
(株)与野フードセンター
(株)日立製作所
(株)富士通総研



②生鮮 EDI 研究会

当センターでは2012年度から自主事業として「生鮮 EDI 研究会」を開催している。この研究会は小売業の生鮮 EDI の現状と課題を把握することを目的に、流通 BMS 協議会の支援会員に参加を呼びかけて設置したもので、2012年度は事例調査と討議に基づく研究報告書をまとめて終了した。

2013年度は農水省事業の手引き作成のうち、前述の「導入と検討のためのガイドライン」の編集（生鮮部分の抜粋）と、生鮮標準商品コードの利用方法に絞り、活動した。その成果は手引きの【資料編】に反映されている。

生鮮 EDI 研究会参加企業 (2013年度)

(株)インターコム
SCSK (株)
(株)HBA
(株)大塚商会
(株)サイバーリンクス
(株)シイエスシイ
(株)トータルシステムデザイン
日本電気(株)
(株)ニュートラル
(株)ネクステージコンサルティング
(株)日立システムズ
富士通エフ・アイ・ピー(株)
(株)富士通システムズ・ウエスト
ユーザックシステム(株)
(株)リテイルコム
(株)リテイルサイエンス

●小売業の青果と水産の取引 を対象に作成

手引きは、小売業と取引先間の青果物と水産物の取引を対象に、EDI の効果や導入手順などを解説した本編と、標準メッセージの利用の仕方などを解説した資料編で構成した。

【本編】

- 第1章 生鮮食品と電子取引
- 第2章 生鮮標準 EDI (流通 BMS)
- 第3章 EDI の導入手順
 - 3-1 小売業における導入手順
 - 3-2 取引先における導入手順

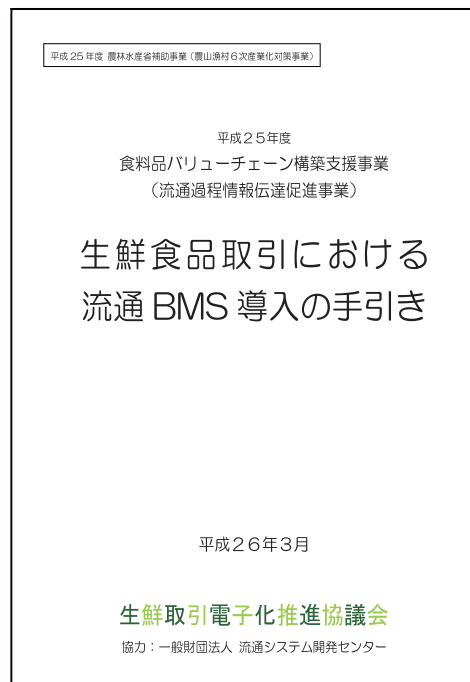
【資料編】

- 資料1 生鮮 EDI 運用ガイドライン
 - 資料2 流通 BMS における Web-EDI ガイドライン
 - 資料3 生鮮標準商品コードの利用
- 本事業は2014年度も継続され、手引きを利用した生鮮 EDI セミナーの開催と鮮魚の取引を対象とした実証実験が予定されている。

当センターは、事業実施主体の生鮮取引電子化推進協議会に協力して、引き続きこれらの事業に取り組んでいく予定である。

(研究開発部 坂本尚)

今年度、手引きを活用した生鮮 EDI セミナーを開催



安積第二中学校生、流開センター見学に来所

—訪問学習活動の一環として—

4月11日（金）、郡山市立安積第二中学校の3年生の皆さんが来所されました。

安積第二中学校では、生徒一人一人に望ましい職業観や豊かな人生観を育んでもらいたいという考えの下、キャリア教育の一環として、自分の将来について考え、働くことの大切さを学ぶ進路学習に取り組んでいます。その学習のまとめとして実施しているのが、修学旅行の機会を利用し、さまざまな公共機関、行政機関等を訪れる「訪問学習活動」です。

今回、同校3年生の磯部凌さんを班長とした、郡司蒼大さん、小林冬弥さん、佐藤京輔さん、板橋杏奈さん、大和田歩未さん、黒津優香さん、西山由花さんの8名で当センターを訪問されました。

始めに当センターの西山部長が歓迎の挨拶と、中学校の授業科目にはない「流通」とは一体どのようなものかという基礎的な話を聞いていただいた上で、流通における当センターの役割について説明しました。

その後、当センターの飯田課長代理が日本の流通業界で最も一般的なバーコードである「JANコード」を中心に説明を行いました。

JANコードやバーシボルの仕組み、どのように管理しているのか等といったことから始まり、JANコード（EANコード）は社会の共通インフラであり、さらに国内だけではなく世界共通で利用できるグローバルスタンダードの仕組みであり、当センターはこのコード付番を一元的に管理する機関であること、海外にも同様な機関が存在し、流通コードの管理と流通標準の普及を推進していること等、詳しく説明しま

した。

次にデモ機器を利用して、実際のGS1標準シンボルであるバーコードの読み取り作業を体験して頂きました。

さらには今後、導入が期待されている電子タグについても、併せて見て頂きました。

説明に立った当センターの浅野上級研究員が、商品に付けられているバーコードをスキャナで一つずつ読んでいく必要がなくなることで、たくさんの商品を検品しなければならない棚卸業務などで作業効率が格段に向上することといった利便性と同時に、電波の特性によってデータを読み込む際に生じる問題点があることについても触れ、現状では環境に応じて利用されていることを解説しました。

続いて、事前に受けていた質問を含めた質疑応答を行いました。皆さんが疑問を感じていたのは、「バーコードはどのような仕組みで管理しているの?」、「バーコードができた背景は?」、「コードの数字が限界になったらどうするの?」といったような点でした。初めて聞く専門用語も多いにも拘らず、商品コードの説明や質問への回答に対し



て、真剣に耳を傾けながら熱心にメモを取っていました。

最後に当センターの事務所内を見学しました。ここでは実際のGS1事業者コード登録業務を行う現場で作業の様子をご覧いただきました。

多岐に渡る当センターの業務を説明するには1時間半という限られた時間であったため、予定を少々オーバーしてしまいましたが、最後まで集中して学習していました。

これまで知らなかったバーコードの仕組みや登録管理の現場など当センター業務を直接ご覧いただいた今回の訪問を機に、バーコードや流通システムについて、より一層の関心を持ち、理解を深めて頂ければと思います。

（編集部）



理事会・評議員会開催報告

一般財団法人 流通システム開発センターは、平成 26 年 3 月 12 日（水）に平成 25 年度第 2 回通常理事会、平成 26 年 3 月 17 日（月）に平成 25 年度第 2 回評議員会を、いずれも午前 10 時 30 分より当センター 2 階会議室にて開催した。

平成 25 年度第 2 回通常理事会

定款第 44 条の規定に基づき林会長が議長となり議事が行われた。

第 1 号議題「平成 26 年度事業計画について」

第 2 号議題「平成 26 年度収支予算について」

第 3 号議題「事業安定積立金の取り崩しについて」

第 4 号議題「登録事業積立金の取り崩しについて」

第 1 号議題から第 4 号議題までについては相互に密接な関係があるため、一括して審議が行われる旨の提案が了承されたのち、上野専務理事から各議題の内容について説明があり、議長が 4 議題について諮ったところ、全員異議なく原案のとおり承認した。

第 5 号議題「理事の職務執行状況について」

平成 25 年度第 1 回通常理事会終結後から現在までの理事の職務の執行状況について、林会長、上野専務理事、濱野常務理事、齋藤理事及び鈴木理事の常勤理事 5 名が、自己の職務の執行の状況について報告を行った。

第 6 号議題「平成 25 年度第 2 回評議員会の開催について」

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した。

議長は、以上をもって閉会を宣した。

平成 25 年度 第 2 回評議員会

上原評議員が議長となり、議事が行われた。

第 1 号議題「平成 26 年度事業計画について」

第 2 号議題「平成 26 年度収支予算について」

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した。

第 3 号議題「評議員の選任について」

議長から、平成 25 年 7 月 1 日付で辞任された西岡評議員の後任の評議員の選任について提案説明があり、議長がこれを諮ったところ、全員異議なく次の者を評議員に選任した。

なお、任期は定款第 16 条第 2 項の規定により、前任者の残任期間である平成 28 年度定時評議員会終結の時までとなる。

新任 中井 忍
平成 26 年 3 月 17 日付就任

（平成 26 年 3 月 17 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。）

議長は、以上をもって閉会を宣した。

（平成 26 年度事業計画書及び収支予算書は当センターホームページ参照）

（総務部 木下）



議長の林会長（右）と上野専務理事（左）



評議員会開催風景

基礎からはじめる

入門講座ご案内

参加費無料

当センターでは、2014年度バーコード、電子タグ (EPC/RFID)、流通BMS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とは ④その他関連情報
第2部 GS1-128バーコード 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バーコード GS1-128バーコードとは、シンボルの特徴など ③GS1データバー GS1データバーとは、シンボルの種類と特徴など ④電子タグとEPC 電子タグとは、電子タグの特徴、EPCとは など

※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：これからバーコードを導入する事業者の皆様。

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：2014年 5月28日(水)
6月18日(水)
7月10日(木)
7月30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：2014年 6月11日(水)

● 大阪商工会議所 502 (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 「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



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：2014年 9月11日(木)

● 大阪商工会議所予定 (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 「谷町4丁目」4番出口 徒歩10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 (14:00~16:30)

- (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

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：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 BMS 入門講座

流通 BMS 入門講座について

本講座は流通業界や流通EDIにあまり知識をお持ちでない方から流通BMSの導入を検討されている方まで幅広く且つ分かりやすく解説することを目的としています。

開催日・場所

東京会場：2014年 6月13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：2014年 7月18日(金)

● 場所：新大阪丸ビル別館 5-2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する方、流通 BMS の導入を検討しているユーザー企業の現場・システム部門の方、ユーザー企業をサポートするSI企業の方等

プログラム (13:30~16:30)

第1部	流通EDIの基礎知識 流通、流通システム、流通EDIの基礎など
第2部	流通BMSの基礎知識 制定のねらい、標準化の内容、導入手順、導入効果、最新の状況など
第3部	流通BMSの利用方法 運用ガイドライン※のポイントと見方など

※運用ガイドラインとは、流通BMSの業務プロセスと各メッセージおよびデータ項目について解説したものです。

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/event/edi.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