

流通センターニュース

第198号

平成27(2015)年3月

■ contents

流通システム標準化に向けて
第一歩を踏み出した食品軽包装業界...P.02~03

JICFS/IFDBの現状とトピックス...P.04

流通POSデータベースサービスの現状...P.05

東・名・阪で流通BMS普及推進セミナーを開催...P.06~07

製品安全におけるGS1QRコードの利用...P.08~09

JANコードQ&A...P.10

GS1 Japanパートナー会員制度の設立...P.11

バーコード入門講座ご案内...P.12

流通システム標準化に向けて第一歩を踏み出した食品軽包装業界

—業務用商品のソースマーキングガイドが完成—

はじめに

流通システム開発センターは、今年2月に「食品軽包装業界バーコード（JAN シンボル・ITF シンボル）ソースマーキングガイド」（以下、本ガイド）を発行し、ウェブサイトにて公開した。

食品軽包装とは、スーパーやコンビニエンスストア、百貨店等で販売される惣菜や弁当の包装容器、精肉・鮮魚・青果などの生鮮食品の包装容器・資材のことで、こうした商材を取り扱う企業の間で使われている名称である。

本ガイドは、食品軽包装業界（以下、当業界）で取り扱われる商品を対象とした業界専用のソースマーキングガイドである。

家庭用品・食品軽包装業界のVAN サービスを行っている協同組合ハウネット、および当業界のメーカー、卸売業の協力のもと、当センターに設置した「食品軽包装業界JANコードソースマーキング導入推進委員会」（以降、本委員会）で検討を行い、当センターが取りまとめた。

食品軽包装業界の特徴と現状

本委員会参加企業から寄せられた意見や、2011年に当センターが実施した当業界のソースマーキング状況調査の結果を元に整理すると、当業界には次のような特徴がある。

①取扱商品の種類が非常に多い

トレーやパック、コップのような食品容器の他、袋類（ポリ袋、防曇袋、ごみ袋）、飲食関連品（タレビン、バラン、割りばし）、包装用品（粘着テープ、段ボール、包装紙）、フィルム・シート、シール・ラベル、

衛生用品（手袋、洗剤）など、さまざまな種類の商品が扱われている（図表1）。また、商品の改廃も頻繁で商品の入れ替わりも激しい。

②POSを通らない業務用商品が大半

当業界の商品

は、基本的には小売業や外食企業、食品加工会社などで使用される業務用の商品や資材で、小売業のPOSを通して販売されることはほとんどない（一部、卸売業が販売店舗を有しており、POSを通して販売されている商品もある）。

③ソースマーキング率は、卸売業が扱う商品の5割程度

大手食品容器メーカーの商品を中心にソースマーキングが進んでいるものの、各卸売業が扱う商品のおおむね5割程度にとどまっており、ソースマーキングされたバーコードを流通段階で活用できるほどに普及していない。

④ソースマーキングニーズの高まり

バーコードを活用した商品管理を要望している企業や実際に導入検討中の企業は多く、年々増えてきている。一部の先進的な企業では、ソースマーキングされたバーコードを活用し、バーコードがない商品には自社でバーコードラベルを発行し、管理を行っている。

さらに近年では、小売業などのユーザーからもソースマーキング対応を求める声や、バーコード検品した商品データの提供を卸売業に求める



図表1 食品軽包装業界で取り扱われる主な商品の例

声も出てきている。

⑤商品の受発注には個別コードを使用

メーカー・卸売業・ユーザー間の受発注業務には、JANコードなどの標準商品識別コードは使われておらず、各社が個別コードの照合、変換作業を行っている。標準コードによるスムーズな受発注業務に対する要望はメーカー、卸売業ともに強い。

本委員会の実施概要

上記のような課題を解決するため、2014年2月に、当業界の商品メーカー、卸売業、計11社を委員に、協同組合ハウネットをオブザーバとして本委員会を設置した。当センターが事務局を務め、2015年1月までに計7回委員会を開催した。

委員会の各回では、メーカー委員、卸売業委員ともに各社の現状や業界・商品の特性、ソースマーキングに関する課題、要望などを洗い出し、ガイドの方向性や盛り込むべき内容について討議を行った。さらに、各委員企業の協力を得て商品の製造現場や物流センターを事務局が訪問し、実態調査を行った。

委員会での討議や事務局による調査を通して、次のような状況や要望

が確認された。

①負荷が大きい目視による検品作業

現状では、卸売業の物流センターでは、目視による商品確認作業が一般的である。



図表2 見た目では区別しづらい商品の例

商品の種類が非常に多く、図表2のように見た目も非常に似通っている商品が多いため、検品作業は非常に煩雑で、負荷も大きい。各社で、注意書きPOPの掲示、二重確認など、人的ミスを防止するためのさまざまな工夫がなされている。

②低いソースマーキング率

大手メーカーの食品容器は、ソースマーキングされているが、食品容器でも全くバーコード表示がないメーカーも見受けられる。他の商品群については、同じメーカーの商品でも、商品によって表示の有無にばらつきが見られる。

まずは表示がない商品のソースマーキング率を上げることが最優先課題である。

③商品単位の一部にしかバーコード表示がないものが多い

ソースマーキングされている商品でも、取引が行われる商品単位に表示がない場合がある。例えば、袋単位にはバーコードが表示されているが、ケースにはない、またはその逆も見受けられる。企業間取引が行わ

れる全ての商品単位にソースマーキングが必要である。

④読み取れないバーコードや紛らわしいバーコード

赤色のバーコードや透明の袋に背景を確保せずに印刷したバーコードなど、表示されていても読み取れないものが散見される。また誤ったコード設定例や1つの商品単位に複数のバーコード表示など、現場の混乱を招くような事例も見受けられる。

⑤商品によって異なる企業間取引の商品単位のパターン

企業間で取引される商品単位の構成は、袋単位とケース単位の2つのパターンが多い。ただし、商品によっては必ずしも当てはまらない。例えば、シール・ラベル類は、シート・冊単位が唯一の取引の単位であるものが一般的で、物流では複数種類の商品を同梱（混載）するケースが多い。また、ポリ袋のような商品には、袋・冊単位とケース単位との間に小箱・中箱単位が存在する。

各メーカーがソースマーキングに対応する際に、誤ったり迷ったりしないような内容が必要である。

⑥ITFシンボル四面表示の徹底への強い要望

ITFシンボル表示のルールは「原則、四側面に印刷・表示（最低、長手二側面）」であるが、実際には長手二側面表示の商品が多い。

当業界の卸売業ではコンベヤ、自動ソーター等での活用よりも、倉庫での在庫確認作業、棚卸作業におけるバーコード活用が期待されている。

商品を倉庫に格納する際には通常、長手ではなく短手を手前にするため、短手へのITFシンボル表示への強い要望が、複数の卸売業委員から出された。

本ガイドの特徴

本ガイドには、上記のような業界の特性や各委員の意見を踏まえた内容が盛り込まれている。

まず、本ガイドが目指すのは、ソースマーキングされていない商品に正しくバーコードが表示されることである。そして、すでにソースマーキングを行っているメーカーには、企業間取引の商品単位全てにソースマーキングをしているか、また商品識別コードの設定とバーシボルの印刷・表示方法が適切かどうか、本ガイドを使ってチェックすることを勧めている。

本ガイドの最も大きな特徴は、当業界商品の商品単位（企業間取引される商品の荷姿）をパターンに分け（図表3）、各商品単位に設定する商品識別コードと表示するバーシボルを示した点である。

普及に向けた今後の動きと展望

本ガイドは、当業界のメーカー、卸売業を中心に検討し、作成したものであるが、ソースマーキングされたバーコードは、小売業や外食企業、食品加工会社などの食品軽包装商品のユーザーの入荷検品業務等に活用可能である。食品軽包装商品に携わる企業や事業者の方には、ぜひ一度目を通していただきたい。

今後、当業界商品のソースマーキング率が上がり、どの商品にもJANコードや集合包装用商品コードがバーコード表示される状況になれば、メーカー・卸売業、ユーザー間の受発注業務への標準コードの活用の実現も期待される。

（流通コードサービス部 清水）

		商品単位（荷姿）		標準商品識別コード
①	業界基本パターン	2つ	最小取引単位	JANコード
			ケース単位	集合包装用商品コード
②	基本パターン以外の場合	1つ	最小取引単位	JANコード
			最小取引単位	JANコード
		3つ	小箱・中箱単位	JANコード ※最小取引単位とは異なるコード
			ケース単位	集合包装用商品コード

図表3 当業界商品の商品単位のパターンと設定するコードの一覧

JICFS/IFDB の現状とトピックス

JICFS/IFDB（ジクフス／アイエフディービー、JANコード統合商品情報データベース）は、JANコードとこれに付随する商品情報を収集・整備しているデータベースサービスである。JANコードや商品名等、企業規模や業種を問わず共通性のある情報を収集・整備し、データベース化している。2015年1月末現在の登録状況は表の通りである。

業界商品DBとの連携

現在、JICFS/IFDBでは、各業界が中心となって進めている「業界商品DB」との連携を実施している。2015年1月現在、以下の4つの業界商品DBと連携し、商品情報の提供を受けている（順不同）。

- ①ファイネット（酒類・加工食品）
- ②プラネット（日用品・化粧品）
- ③セルフメディケーション・データベース（OTC医薬品）
- ④JD-NET（家庭電気製品）

上記4業界に該当する企業においては、業界商品DBを通じた商品情報の登録を積極的にお願ひしたい。なお、各業界商品DBにおいて、登録についての条件が設定されている場合もある。詳細は各業界商品DBの会員規約等をご確認いただきたい。

商品情報の登録について

前述の通り、JICFS/IFDBでは、連携している業界商品DBへの商品情報登録を積極的にお願ひしているが、業界商品DBが対象としていない商品カテゴリーを提供している事業者や、様々な事情で業界商品DBに対して商品情報を登録することが難しい事業者には、JICFS/IFDBへの直接登録をお願ひしている。

JICFS/IFDBへ商品情報を登録する方法としては、以下の2種類が用意されており、当センターのウェブサイトの、JICFS/IFDBのページからダウンロードが可能となっている。

- ・「JICFS/IFDB登録票」という帳票に商品情報を記載してFAXもしくは郵送で送付する。
- ・「簡単登録シート」というExcelファイルへ、商品情報を記載したものをE-mailで送付する。

登録票が、1商品につき1枚の帳票を作成するのに対して、簡単登録シートは、Excelの1行に1つの商品情報を記載する形をとっており、一度により多くの商品情報を登録するのに適している。また簡単登録シートを商品情報の管理台帳として利用することも可能である。

数年前の震災の発生時、自社の商品情報が流失してしまったが調べる方法はないか、という問い合わせが

当センターにも多く入ってきた。また、合併や分割といった企業再編によって商品情報の所在が不明確になってしまったというケースでの問い合わせも多い。当センターでは、簡単登録シートをより使いやすく改良すると共に、メーカーに対して商品情報登録の案内を進めてきた。

現在、事業者からの登録件数は増加しており、2015年1月末現在、2013年1月比で1.8倍（事業者数）、2.4倍（商品数）の登録を受けている。

商品情報を業界商品DBやJICFS/IFDBに登録することによって、メーカーにおいて「商品アイテムコードを何番まで設定したか」の情報の確認が可能となるばかりでなく、メーカーから卸・小売業者に対して、正確な商品情報を円滑に伝達が可能になる。商品メーカーの皆様には、業界商品DBやJICFS/IFDBへの商品情報の登録をお願ひしたい。（データベースセンター 小川）

JICFS/IFDB アイテム登録件数

2015年1月末現在

分類		件数
食 品	加工食品	650,812
	生鮮食品	26,732
	菓子	341,983
	飲料・酒類	278,446
	その他食品	58,700
	(食品計)	1,356,673
日 用 品	日用雑貨	106,646
	OTC医薬品類	50,480
	化粧品	162,211
	家庭用品	260,781
	DIY用品	92,705
	ペット用品	73,440
	その他日用品	5,355
(日用品計)	751,618	
	文化用品	488,398
	耐久消費財	278,041
	衣料・身の回り品	266,783
	その他商品	3,230
	合計	3,144,743
	ノンアクトデータ※	3,104,154
	登録データ総合計	6,248,897

※ノンアクトデータ：JICFSでは既に市場に流通していないと推測される商品を、一定の条件のもとに抽出しノンアクトデータとしています。

流通POSデータベースサービスの現状

● RDS とは

流通 POS データベースサービス (Ryutsu POS Database Service : RDS) は、流通情報システム化の基盤の一つである POS データを有効に利用し、流通の効率化と活性化を図ることを目的としたサービスで、当センターが管理・運営をしている (図表「RDS のしくみ」を参照)。

当センターでは食品・日用品を中心に取り扱う全国の小売業から POS データを収集、整備、データベース化した後に、これを提供するデータベースサービス (DBS) 企業を通じ、商品メーカー、卸売業等に提供している。

● 小売業での RDS の利用

RDS に POS データを提供している小売業には、インターネットで

POS データの分析サービスである「比べて店検」(無料)を提供している。「比べて店検」では、自店と地域との POS データをカテゴリー別や商品別に比較をすることができる。

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ものの、中小規模の小売業では、同業他社やマーケティング会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地域の POS データを入手し有効に活用している。

● POS データベースのインフラを目指して

RDS には全国で 93 社 (2015 年 1 月時点) の小売業にご参加を頂いている。地域や規模にかかわらず総合スーパー、食品スーパー、ミニスーパー、コンビニエンスストア、

ドラッグストア、ホームセンター等に該当する業態で、POS データを当センターにオンライン (インターネット等) で定期的に提供することができれば、1 店舗からでもご参加を頂くことができる。

なお、RDS にご参加頂いた小売業の POS データを外部 (DBS) に提供する際には、秘匿性を考慮し、どこの店舗かを特定できない形に編集している。

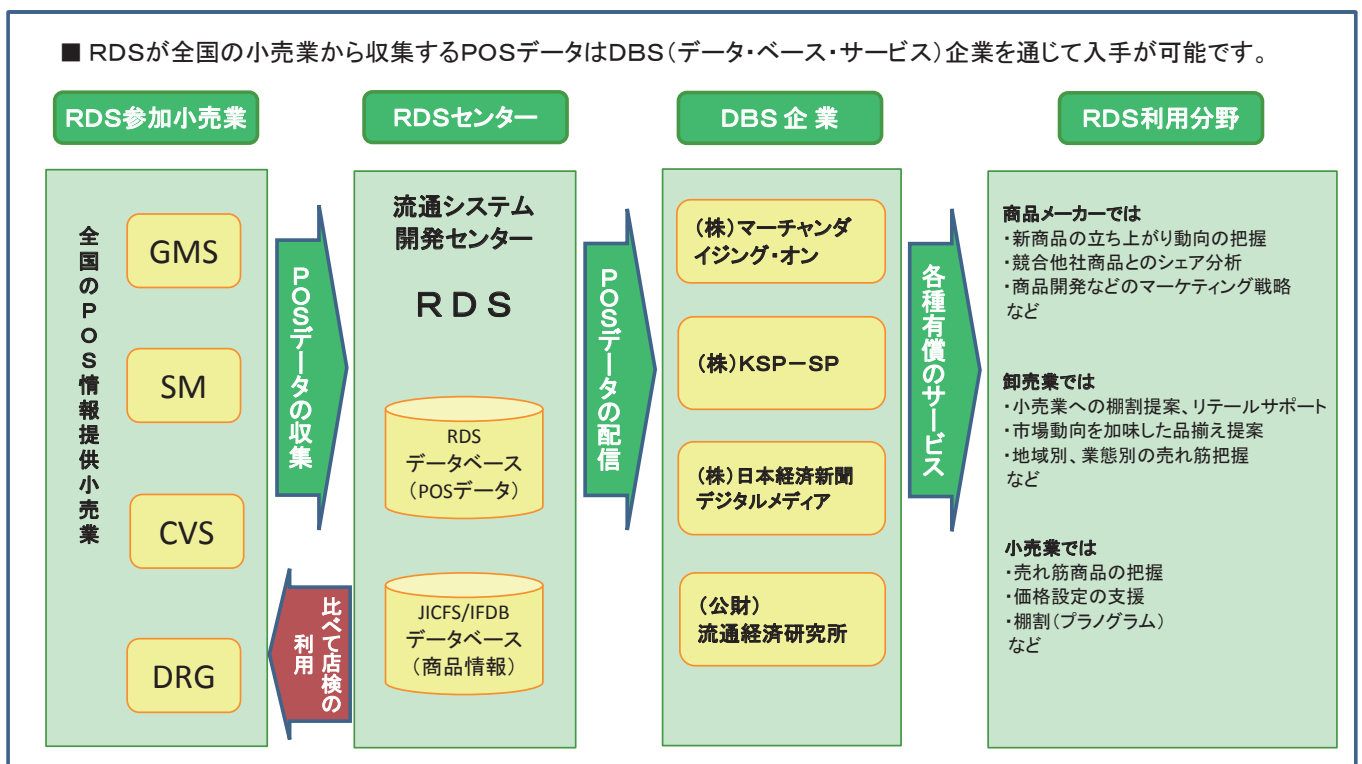
RDS にご参加頂く小売業が増えることで、地域の POS データは精度が向上し比較できる対象も広くなり、利用価値の向上が期待できる。RDS ではより多くの小売業にご参加を頂けるよう普及啓発に努めている。

< RDS のホームページ >

<http://www.dsri.jp/dbs/rds/index.htm>

(データベースセンター 山口)

図表 RDS のしくみ



東・名・阪で流通 BMS 普及推進セミナーを開催

— NTT が通信回線移行への早期対応を要請 —

流通 BMS 協議会は、2月13日（金）の大阪を皮切りに、2月20日（金）に名古屋、2月27日（金）に東京で「流通 BMS 普及推進セミナー」を開催した。

当セミナーでは最初に流通 BMS 協議会より、今年度の活動内容と今後の活動計画、そして最新の普及状況について報告した。続いて、2014年度に承認されたチェンジリクエスト（CR）「出荷開始型メッセージと納品明細書の標準化について」の内容を、提案団体の一つである（一社）日本加工食品卸協会からご報告頂いた。さらに、開催各都市を拠点とする小売業から導入事例をご紹介頂いた。

最後に、コアネットワークのマイグレーション（公衆回線網から IP 網への移行）のスケジュールについて東西の NTT から担当者を講師に招いて説明頂いた。

通信インフラについては、回線網の移行に伴い、レガシー手順（JCA 手順や全銀手順、全銀 TCP/IP 手順）の存続が危ぶまれている。そのため、レガシー手順を利用し続けることは事業継続上のリスクとなっており、利用者には早期の対応が望まれている。

以下、大阪での外部講師の講演要旨を報告する。

● CR 報告

・国分（株）情報システム部長

高波 圭介氏

卸売業の情報化を促進し、流通システムの効率化を目的とした情報志向型卸売業研究会（卸研）では毎年、活動の一つとして流通 BMS の検討

を行っている。その中で、流通 BMS をより一層普及させるためには、さらなる標準化が必要であると結論にいたった。

まず、「出荷開始型メッセージ」のガイドラインを改訂し、電話・FAX 発注などの、発注メッセージが存在しないオフライン発注取引の電子化についても標準化した。これは、流通 BMS の適用範囲を広げることで導入の障壁を減らし、普及拡大を促すという取り組みである。

また、納品予定の商品と数量の情報が表記された帳票である「納品明細書」について、「物流ラベル運用ガイドライン」に標準仕様を公開し利用を推奨する。小売独自の仕様が氾濫するのを抑制し、卸・メーカーの不要な負担増を防ぐのが目的である。

以上の提案は、既に流通 BMS を導入している企業の運用を制約するものではなく、これから導入していく企業の標準化指針として、小売業、卸売業・メーカー双方にメリットがあるように考えたものである。標準仕様のさらなる普及拡大による、流通業全体の最適化を今後も目指していく。

●小売業の流通 BMS 導入事例（大阪）

小売企業の立場から、流通 BMS の導入の効果や課題、今後の展望についてご紹介頂いた。

・（株）平和堂 情報管理部長

吉田 勇氏

平和堂は実証実験の段階から流通 BMS に関わり、2013 年から TC 利

用部門（衣料・住居関連事業）で流通 BMS の本格展開を開始した。

流通 BMS 導入の目的は、依然として伝票運用が残っていた衣料品・住宅関連品を伝票レス化すること。また、出荷梱包メッセージなどの利用による検品の効率化、そしてクラウド化による仕入先も含めたデータの一元管理やインターネット回線による決済スピードの高速化があった。導入後、業務の効率化や経費の削減など、いずれの項目においても、効果が上がっている。

導入の進み具合としては、対象となる取引先のうち、申込／テスト中の企業も含めると既に 85% 以上が流通 BMS に移行している。

今後の取り組みとしては、衣料品・住宅関連品以外の分野にまで範囲を拡大すること。まずは 2015 年度中に食品グロスリー（一般加工品・日配・チルド品）に導入することを計画しており、3 月には説明会を開催する。また、2016 年度に開設する DC から、店舗と DC 間も流通 BMS 化し、標準化の促進を図るとともに、ローコスト体制を築いていく。さらに、出荷開始型モデルにも対応し、追加発注時の手書き伝票の削減を目指す。

流通 BMS は平和堂・取引先・業界全体のすべてにメリットがあり、まさに近江商人の知恵に根差した「三方よし」の精神に合致した仕組みである。

・マツモトキヨシ HD IT・ロジス

ティクス統括部 MD システム課

課長代理 安久澤 隆生氏

流通 BMS で一般に謳われている

メリットのうち、リードタイム短縮や伝票レスによるコスト削減などは、EDI等を既に導入している企業は享受しているケースが多い。しかし、今後想定されるメリットとして、トレーサビリティの標準化対応や、製・配・販3層での多様なデータ共有、金融などの他業界との連携や接続といった点がある。

当社の流通BMSの導入については、2012年6月末までに基幹システムの切り替えがあり新フォーマットへ移行した。その後、2013年1月よりレガシーEDIを順次流通BMSに変更している。2015年4月以降で158社が流通BMSに切り替える予定になっている。

取引先へのアンケート結果では、流通BMS導入済・予定を合わせると93%になり、確実に浸透してきていることが判る。一方、導入への障壁として、費用面とマッピング作業が多く挙げられている。

流通BMSに取り組んで苦労した点としては、導入当時には、ドラッグストア業界では流通BMSがまだ普及しておらずメリットがうまく伝わらなかった。また、出荷始まりメッセージに対応していなかった点も、大きなネックになった。そこで、ITベンダーと協力して、取引先各社への個別訪問などを行い、またWeb型サービスを追加することで、1か月半の活動で100社近い取引先の協力を実現出来た。

今後の展望としては、取引先との相互情報共有を促進する。協業によりムリ・ムダ・ムラを排除し、「在庫の適正化」と「返品削減」によるコスト削減を目指す。

流通BMSの導入拡大に対する課題としては、任意項目の解釈の問題

や、物流センターでの対応の問題などがある。任意項目については、定義設定が必要な部分があり、調整に時間がかかることがある。また、物流センターに関しては、データ量が極端に多くなり、特にアウトソーシングしている場合には対応が遅れるケースが見られる。

●電話網（PSTN）からIP網への円滑な移行について

・NTT西日本 マーケティング部 業務推進部門 ネットワークサービス担当 担当課長 山下健司氏
固定電話を取り巻く現状としては、2013年に、固定電話とIP電話の契約数が逆転した。また、携帯電話への移行も進んでいる。PSTN（公衆交換電話網：Public Switched Telephone Network）回線網は交換機の寿命が差し迫っており、IP網との両立は二重投資にもなる。

そのため、2010年1月に「PSTNのマイグレーションについて～概括的展望～」として、2020年頃か

らコアネットワークの切り替えとともに順次サービスを廃止し、代替サービスの提供に切り替えていく方針を発表した。現在、ブロードバンド普及に向けて、光回線の拡充や、多分野でのICTの活用、ユーザビリティやリテラシーの向上などに取り組んでいる。

JCA手順などで使われているINSネットも、PSTNのマイグレーションに伴い、2020年頃に提供が終了される見込みであり、流通業各社には、早い段階から、通信手段の切り替えを検討していただろうよう、お願いしたい。

交換機の寿命という差し迫った問題がある以上、回線網の移行は避けられない。NTTとしても、ユーザ企業の回線の円滑な移行に向けて、必要なサービスを提供する。また、ITベンダーとも連携して、対応していく体制を整えていくので、ぜひ協力をお願いしたい。

（流通BMS協議会 根岸）



セミナー風景（大阪会場）

製品安全における GS1QR コードの利用

— GS1QR コードの利用に向けた環境整備の進展 —

日常生活において商品パッケージやポスターに表示された QR コードを携帯電話、スマートフォンで読み取り、モバイル用の Web ページにアクセスすることがよく行われている。製品を安全に使用し、誤使用による製品事故を防止するという視点から、製品の取扱説明書をモバイルで表示させて消費者が製品を安全に利用できるような取り組みを NPO 法人日本テクニカルデザイナーズ協会（以下、JTDNA）が進めている。今回はこの仕組みと GS1QR コードの概要を紹介する。

GS1QR コードとは

GS1QR コードは GS1 標準が規定するモバイル用の 2 次元シンボルのひとつである。一般の QR コードとの相違点は、バーシンボルにデータをエンコードする際、最初に GS1 標準であるということを表す識別コード (Func1) を置くことと、アプリケーション識別子 (AI) と呼ばれる GS1 が規定するデータ識別子を利用して、商品コード (GTIN) と URL とのリンクが可能となっていることなどである。GS1 ではデータマトリクスも同じように標準化を行なった。日本では QR コードが普及しているが日本以外ではデータマトリクスの利用も多い。この GS1 のモバイル用 2 次元シンボルを利用することで、消費者は企業のポータルサイトを經由せずに直接商品に関する Web ページにアクセスできるようになる。将来 AI のモバイルにおける利用範囲が拡大したような場合、この 2 次シンボルに商品のロット番号や事業所コードの表示もできるようになる可能性がある。メーカー側にとっては商品のト

レーサビリティを実現するための手段のひとつとなり得るであろう。

GS1 のモバイル用 2 次元シンボルでは URL 情報と商品コードを AI 付きで表現する。この 2 つの情報を合成して URL 情報を作成するわけだが、そのためには AI を除いて URL 情報と商品コードを組み合わせる新たな URL 情報を作成しなければならない。2013 年に標準化が公開されたものの、GS1QR の利用には新たにデータの並び替え機能を含むこのシンボル用の読み取りソフトを開発する必要があった。最近この読み取りソフトが開発されている。

GS1QR コードの利用シーン

当センターでは 2014 年 12 月に GS1 のモバイル用 2 次元シンボルの概要と利用想定シーンを纏めたパンフレットの改訂版を発行した。今回の改訂では GS1 データマトリクスの追加と想定利用シーンの見直しと GS1 のモバイルの取組み状況の見直しを行った。利用シーンの見直しでは今回紹介する製品の取扱説明書情報やリコール情報の提供を新たに書き加えた。

現在、相次ぐ製品事故の発生によって消費者の製品安全への関心が高まっている。消費者が製品を正しく取扱っていれば事故が回避できた場合も多いようである。消費者は取扱説明書を通して、正しい使用方法を確認することが基本であるが、ネット販売に代表されるように、現物を実際に手にとって確認することや店員の説明もなく購入することが日常的になった。一方、取扱説明書は引き出しに入れてしまい、製品を買った人はその時だけ終わることが多く、例えば故障や使用方法がわから

なくなった時に見たいと思うが、時間の経過、転売、譲渡などで、取扱説明書は紛失してしまうことが多い。

取扱説明書のガイドラインを発行し、消費者に分かり易い取扱説明書の普及を推進する JTDNA では、このような状況に対応するため GS1QR コードの利用を検討している。具体的には、製品本体に表示した QR コードをモバイル端末で読み取って、多言語対応の取扱説明書の閲覧、製品の利用者情報取得、リコールなどの場合にはリコール対象品かどうかの確認、利用者のモバイルのモバイル端末にプッシングメールなどで告知することができるシステムの事業化に取り組んでいる。手はじめに、2015 年 4 月から生産が開始される「通電火災防止器」（国内販売用で月産 1 万台）に実装される見通しで、年内には GS1QR コードを利用した専用アプリの開発、データベースの構築などを進める。

JTDNA が現在進めている通常の QR コードを利用したシステムでは、JAN コードを含めた所定の商品情報の事前登録とモバイル端末による情報表示の最適化と JTDNA の証明を取得した取扱説明書をこのシステムに 10 年間保管して利用者に情報を配信する。利用者は本体表示の QR コードをモバイル端末で読み取って、このシステムの専用プラットフォームにアクセスすることで、モバイル端末で多言語対応などを前提にした取扱説明書をいつでも閲覧できるようになる。この仕組みが実現すると消費者は必要な時にいつでも製品の QR コードを利用して取扱説明書を閲覧し、正しい使い方やトラブルなどの対応情報を得ることができる。さらにこのシステムでは、リ

コール、修理、点検などが生じた場合、このプラットフォームにそれらの告知のお知らせを表示させて、手元にある製品がリコール対象品かどうか、またその場合の対処方法についてモバイルで確認できる。これは販売者側、メーカーなども、お客様だけでなく店員、社員などが確実に迅速にリコールなどの対象品か否かを確認でき、対応の遅れ、混乱を回避することができる。もうひとつの利用者情報の登録は、製品が重大事故を起こした時に連動するように、取扱説明書に「利用者に情報提供するために利用者メールアドレス登録用の専用フォームにアクセスするQRコードを表示する。」ということである。ブランドオーナーなどから安全点検時期のお知らせや製品寿命の到来、類似商品の事故情報といった情報を消費者の登録したメールアドレスに通知する。この結果、消費者は仮に新聞や雑誌に告知されているリコール情報を見落としても、メールで製品安全や製品寿命について情報を入手ができる。この仕組みは住宅産業、通信販売業界、家電、日用雑貨などで有効であると思われる。今後モバイルアプリが実現すれば、中古市場を含む多くの利用者の情報登録が促進され、GTINに連動した能動的な製品安全の情報をモバイル端末で取得が可能となることが期待される。

最後にGS1のモバイルの取り組みの部分はGTIN+on the webと呼ばれるGTINを利用したWeb検索エンジンの最適化プロジェクトを追加した。商品に表示したGTINを検索エンジンで検索すると、検索したGTINについてWeb上で公開している情報を表示させるものである。

PL 研究学会が設立

製品安全、特に事業者の販売引き渡し後に生じる製造物責任 (Product Liability) を、リコール、教育、

法制などを軸に検討するPL研究学会が任意団体として2014年11月1日発足、大分大学名誉教授大羽宏一氏(経済学)を会長に迎え、4月1日に一般社団法人として発足する予定である。この学会は、製品安全・消費者安全の各方面の専門家(学術研究者、法律家、知的財産関係、設計技術者、デザイナー、各士業関係者、行政官など)が集結し、希望される企業や団体と共に、従来の行政を中心とした機械安全的な製品安全(PS)も含め、消費者安全に関する具体的研究と産業界の活性化に向けた情報の提供、国への提言などを行っていく。GS1QRコードを利用した製品安全の仕組みも本学会で検討を進める予定である。関係者によるとPL法施行後今年は20年を迎えるが、制定当時はこのような学会の発足は想像もできなかったとのことである。ホームページは、「PL研究」で検索もしくはURLは<http://www.aplics.org>となっている。

今後の課題

GS1QRコードのモバイルも利用方法の一つとして取扱説明書閲覧のための利用者情報の登録での利用が間もなく始まる。また、食の安全が強調されている現在、GS1の2次元シンボルを利用したモバイル端末への情報提供が図られれば安心安全の確保は図りやすくなる。加工食品業界でも導入効果が高い仕組みと思われる。

この仕組みを含めたモバイルにおける業務効率化を図るためには商品マスターの整備が重要な要素となる。日本では企業同士が差別化について力を注ぐことが多いため標準化への賛同を得ることが難しい。一方、海外ではB2Cについて共通な商品マスターの整備を進め情報検索の容易化を図っている。日本も関係者がモバイルにおける標準化について、GS1ソースといった商品マスターの在り方を検討する必要があると思われる。

(GS1グループ 市原)



写真1 GS1 2次元シンボルのパンフレット



写真2 QRコードをつけた「通電火災防止器」

JANコード Q&A

－ 輸出入に関する問い合わせ －

Q-1: 原産地（国）が中国の商品に日本の国コードである“45”や“49”で始まる JAN コードが付いていることがあります。誤表示ではありませんか？

A-1: 誤表示ではありません。JAN コードは原産地（国）を表すものではなく、ブランドオーナーがどこの事業者かを表すものです。JAN コードの先頭 2 桁はブランドオーナーがどの国の事業者かを表しています。したがって、商品の製造（原産国）が海外であっても、ブランドオーナーが日本の事業者であれば、“45”や“49”で始まる JAN コードが表示されています。逆に、日本で製造している商品であっても、その商品のブランドオーナーが海外の事業者の場合には海外の国コードで始まるコードが表示されています。

Q-2: 自社の商品に既に JAN コードを表示していますが、海外へ輸出を始めるにあたり取引先から EAN コードを表示するように依頼されました。当社は、改めて EAN コードの登録申請をする必要がありますか？

A-2: 改めて登録申請する必要はありません。ただし、アメリカ・カナダへの輸出については Q-4 をご覧ください。JAN（Japanese Article Number の略称）コードは、EAN（European Article Number の略称）コードという国際的な呼称の European

の部分 Japanese に置き換えたものであり、同一の国際規格のコードです。したがって海外へ輸出する商品の商品コードも JAN コードをそのまま利用することができます。

Q-3: 海外へ輸出するときの印刷表示をする際、特に注意することはありますか？

A-3: JAN コードを印刷表示する際は、JIS 規格（JIS-X-0507）に準拠して印刷をしてください。バーの高さを削るトランケーションは、日本国内の流通では認められていますが、国際規格では認められていませんので海外に輸出する際には、輸出先に確認をすることが必要です。

Q-4: アメリカ・カナダに商品を輸出する際に取引先から UPC（Universal Product Code の略称）が必要だと言われました。JAN コードは使えないのでしょうか？

A-4: アメリカ・カナダの流通業においても、原則 JAN（海外では「EAN」と呼ばれる）コードがそのまま利用できます。しかし、アメリカ・カナダの小売業のなかには JAN コードの読み取りに対応出来ていない小売業があ

るため、UPC が必要になる場合があります。取引先に JAN コードの読み取りが可能かどうかを再度、ご確認ください。UPC が必要となった場合は、UPC の登録申請手続きをご案内しますので、当センターまでお問い合わせください（お問合せ先 <http://www.dsri.jp/code/upc.htm>）。

Q-5: アメリカ・カナダから輸入した商品に 12 桁の UPC が表示されていました。日本国内でも利用することは出来ますか？

A-5: UPC は日本国内の POS 等においても、そのまま利用することができます。

Q-6: 日本には主たる拠点が無く、海外にのみ本社がある企業です。JAN コードを付けて商品を販売したいと考えていますが、日本の GS1 事業者コードを登録申請できますか？

A-6: 日本の GS1 事業者コードの登録申請対象となる事業者は、日本に主たる拠点をを持つ事業者に限ります。日本以外に主たる事業拠点を持つ事業者は、それぞれ所在する各国にある GS1 組織にお問い合わせください。（流通コードサービス 高岡）



GS1 Japan パートナー会員制度の設立

— 2015年4月より活動開始 —

2015年4月の新年度より、当センターにおけるソリューションプロバイダーなどを中心とした各種会員組織である流通情報システム研究会（シス研）会員、EPCglobal 会員、センター会員、流通 BMS 支援会員を統合し、新たな会員制度として「GS1 Japan パートナー会員制度」を発足致します。（図1）

設立の目的

国際的な流通業界の標準であるGS1標準は、標準コードの利用だけではなく、自動認識技術、情報連携・共有と流通活動の全般のソリューションとして利用される場面が拡大しています。

当制度は、流通業における情報システム化に関わるキーワード“EPC”、“EDI”、“GS1標準”などを

中心として、最新のシステム技術、情報システム化事例、業界動向、国際動向などの情報共有し、流通業全体の情報システム化、標準化を推進することを目的とします。

サービス概要

既存会員制度にて提供していた各種サービスを統合し、セミナー、見学会などを実施する予定です。

・定例セミナー（1回／2～3ヶ月）

・特別セミナー（1回／半期）

業界キーマンの講演など

・見学会の開催（1～2回／年）

国内外の各種施設の視察など

・資料提供及び各種イベント案内

これに加え、会員企業が主催する各種セミナーへの特別協力や、当センター主催の展示会への優待料金設定などの新たなサービスを実施する予

定です。“GS1標準をはじめ、流通業界における各種標準を普及推進する”ための企業活動の支援を今まで以上に厚くご提供する予定です。

個々のテーマに関する情報提供だけではなく、異なるテーマの基に組織された会員制度を統合することにより、情報連携・共有をさらに深めた、GS1標準等の普及拡大、会員の企業活動支援の為に必要と考える様々なサービスを順次提供する予定です。

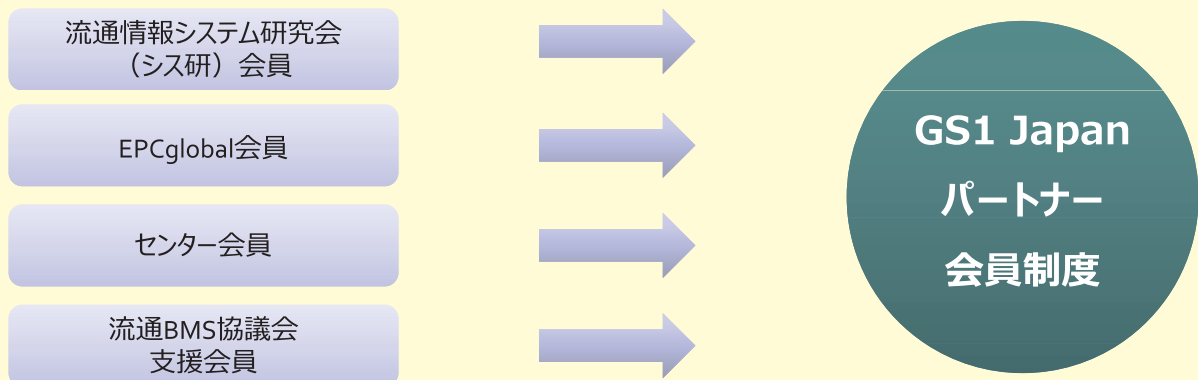
GS1 Japan パートナー会員制度の詳細につきましては当センターホームページから参照願います。

<http://www.dsri.jp/society/partnership.htm>

（GS1 Japan パートナー会員制度
設立準備委員会）

● 新しく、『GS1 Japan パートナー会員制度』が、2015年4月に発足します。

- ✓ 流通情報システム研究会（シス研）・EPCglobalなど4組織を統合し、新しい会員制度となります。
- ✓ GTINやEPC、EDIなど、GS1標準や流通システム全般の情報をご提供します。
- ✓ 広告掲載や展示会への出展料割引など、会員の企業活動をご支援します。



詳しい情報・加入方法等は、webページにて公開中！

<http://www.dsri.jp/society/partnership.htm>

図1 統合の図



バーコード入門講座ご案内

基礎からはじめる

当センターでは、2015年（平成27年）バーコード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。

参加費無料

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 今後期待されるGS1標準のバーコードなど

15:10 ~ 16:30	①アプリケーション識別子 (AI) AIとは AIのメリットなど
	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：2015年 3月13日(金)
3月26日(木)
4月15日(水)
5月13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：2015年 4月22日(水)

●大阪商工会議所 402（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

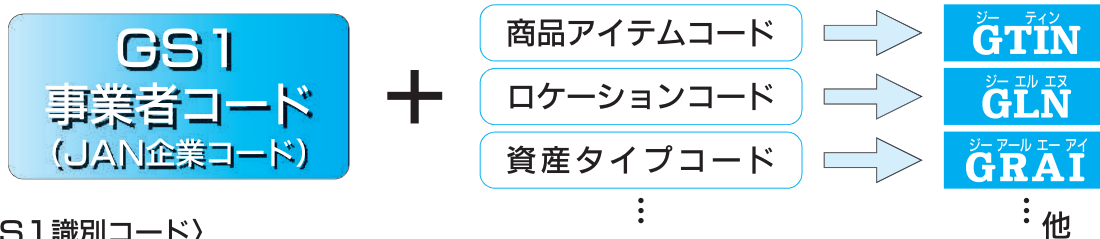
参加方法

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

ジー エス ワン 利用が広がるGS1事業者コード

- ◆2012年4月より『JAN企業コード』の名称が『GS1事業者コード』へ変わりました。
- ◆GS1事業者コードは、GTIN（JANコード等）をはじめとする10種類のGS1識別コード作成のベースとなるコードです。



〈主なGS1 識別コード〉

これらのコードは、GS1標準の各種バーコードや電子タグ（EPC）などに利用できます。

GS1識別コード【名称】	識別対象の例
GTIN 【Global Trade Item Number】 (商品識別コード)	商品（単品、中箱、外箱等）
GLN 【Global Location Number】 (企業・事業所識別コード)	企業、事業所等
GRAI 【Global Returnable Asset Identifier】 (リターナブル資産識別番号)	パレット、オリコン、カゴ車等
GIAI 【Global Individual Asset Identifier】 (個別資産識別番号)	固定資産、備品、ヘルスケア機器等
SSCC 【Serial Shipping Container Code】 (輸送用梱包識別番号)	物流単位

GS1事業者コードの詳細は<http://www.dsri.jp/>をご覧ください



一般財団法人
流通システム開発センター

〒107-0052 東京都港区赤坂7-3-37 3階
Tel:03-5414-8511