

第3回 商品情報連携標準に関する検討会

議事要旨

日時：令和7年3月14日（金）10時00分～12時00分

場所：経済産業省 本館 /オンライン会議（Teams）

出席者：

味の素株式会社、株式会社あらた、イオン株式会社、イオン商品調達株式会社、株式会社イトーヨーカ堂、ウエルシアホールディングス株式会社、キューピー株式会社、キリングroupプロジスティクス株式会社、国分group本社株式会社、サミット株式会社、株式会社ジャパン・インフォレックス、株式会社ツルハホールディングス、株式会社日本アクセス、株式会社PALTAC、株式会社プラネット、日清食品株式会社、株式会社Mizkan、三菱食品株式会社、ユニ・チャーム株式会社、ユニリーバ・ジャパン・サービス株式会社、株式会社ライオン株式会社、株式会社ライフコーポレーション、

経済産業省 商務・サービスグループ 消費・流通政策課、株式会社シグマックス
公益財団法人 流通経済研究所、一般財団法人 流通システム開発センター

農林水産省 大臣官房 新事業・食品産業部 食品流通課、
農林水産省 大臣官房 新事業・食品産業部 食品製造課、
国土交通省 物流・自動車局 物流政策課、オール日本スーパーマーケット協会、
一般社団法人 全国スーパーマーケット協会、一般社団法人 日本加工食品卸協会、
一般社団法人 日本スーパーマーケット協会、日本小売業協会

議題：

1. 開会
2. 議事
 - (1) これまでの議論の振り返り（株式会社シグマックス）
 - (2) 今後の進め方について（経済産業省）
 - (3) コミットメント確認
 - (4) 出席者からのコメント
3. 閉会

議事概要：

- 株式会社シグマックスより、資料3に基づき、本事業に係るこれまでの取組について報告。
- 経済産業省より、資料4に基づき、本事業の今後の進め方について報告。
- 経済産業省より、資料5・6に基づき、コミットメント案、政府コメントについてそれぞれ説明。
- 参加者からの意見交換を実施したうえで、商品情報の連携に関する宣言に参加各社とも合意。

【コミットメント確認】

経済産業省

- ・ 今回の取組は、流通サプライチェーンを代表する企業・団体である本検討会参加者による取組原則への合意を以て総括とさせていただきたい。(資料5)
- ・ また、政府としてもこの取組原則に対しての考え方を文章として提示する。(資料6)

【各社・団体コメント】

ライフコーポレーション

- ・ 当社としても本取組に協力をしていき、日本スーパーマーケット協会からもできるだけ多くの参加企業を集められるよう働きかけていきたい。
- ・ 82万人月の製配販の比率について確認したい。内訳はどのようになっているか。
 - 事務局回答：品質・画像情報を除いた基本情報の登録に関しては、メーカー2割、卸7割、小売1割という比率である。これに品質・画像情報及びそれに付随する業務（棚割・EC掲載など）を含めた合計工数が82万人月であり、メーカー2割、卸4割、小売4割という比率となり、特に画像を取り扱う業務に対しては相当の工数が発生していることがわかる。
- ・ また、本構想の実現により「消費者にとってのメリットになること」「経済的なメリットが大きいこと（金額ベースでの提示）」をより強調することで、賛同者をより増やすことができるのではないかと考える。事務局として周知の方法を検討いただきたい。

イトーヨーカ堂

- ・ 本事業による、商品情報授受のデジタル化基盤整備及び標準化を通じたプラットフォーム構想については、当社としてもやるべき課題と認識しており、積極的に今後の議論に参加していきたい。
- ・ 特に人手不足は事業継続の根幹にかかわる課題であり、これに係る課題を一つ一つ解決していくことが業界全体に寄与するものであると認識している。
- ・ 根本的な課題の解決には、システムだけでなく、業務フローや商慣習を含めた包括的な検討が必要である。この機会に、商品情報授受の在り方を、過去の踏襲ではなく今後どうあるべきかという観点で考えていきたい。
- ・ また、小売業の立場では、最終的に消費者にどのようなメリットがあるかが重要な観点。正しい情報の担保はもちろん、例えば費用効率化による価格への反映などどのような形が考えられるかについても議論が必要。2026年スタートに向け、社内でも検討を進めていきたい。

サミット

- ・ 本構想についてはかねてより実現に期待をしており、今回のコミットメントがなされたことは非常に有意義であると考えている。
- ・ 商品情報授受に関して、これまでは代行業務などの存在もあり、そもそも何が問題なのか JSA 内の各社のトップ層で認識がされていなかったのではないかと考えている。これらの課題がわかりやすく周知・説明できるようになるとよいのではないか。

イオン

- ・ 当社もバイヤーが商品情報授受に非常に多くの工数がかかり、商談に工数を割けないという逆転現象が起こっている。本事業による無駄な業務の削減・効率化に期待する。
- ・ 生産者が熱心に製造した商品について、その想いを情報として消費者に伝えることができる、という点も本構想のメリットとして大きいと考えている。
- ・ 今後各社で協力して事業を推進するにあたり、課題に対してどのように乗り越えてきたか等の海外の成功事例があると検討の助けになるのではないか。

イオン商品到達

- ・ 本構想の導入によりどのようなメリットがあるのか、という点は取引先から必ず問われる質問である。業界全体でスピードを上げて連携を進めていくためには、課題・メリットをより明確にしていく必要がある。
- ・ 商品情報連携により、中間流通のコストが圧倒的に下がることは目に見えている。この構想をより拡大していくために引き続き協力していきたい。

日本小売業協会

- ・ 本構想に関して、当初は商品マスタの登録にかかる業務工数が注視されていたが、製配販の様々なニーズを取り込み、社内の業務効率化、企業間の取引効率化、物流業務の効率化と視点が多面的になったと感じる。この中で、情報感度の高い現代の消費者ニーズへの対応というような形で、消費者への価値提供がテーマとして表れたことは、小売業の視点から見ると非常に良いことだと考えている。
- ・ 従来よりも正確な情報がより迅速に届く、ということがどれだけの価値を生むかは今後議論が必要な点。本構想の実現に加え、EDI や取引手続きの標準化、共通プラットフォームの実現などを通じ、より取引コストの効率化・スピードアップを図ることが、消費者に対しより早く正確な情報を提供するという価値拡大につながるのではと考えており、より早期の実現が必要である。

ツルハホールディングス

- ・ 商品マスタが正しく、スピード感を以て構築されることは事業運営における要である。いかに社内のシステムをうまく構築したとしても、これが実現されていないと店舗・ECでの販売業務に支障が出る。
- ・ 製配販それぞれの立場による認識の違いがあることは承知しているが、本構想の実現による業界全体のメリットは非常に大きく、生産性向上も期待できる。これまでのように停滞することなく、温度感が高い状態を保って継続していきたいと考えている。ツルハグループとしても宣言に賛同し、協力していきたい。

ウエルシアホールディングス

- ・ 人月効率を高めることは、消費者へのサービス向上が最重要である小売業として非常に重要。本構想が実現すれば、これを活用し社内業務の効率化を進めることができ、消費者に還元することができる。
- ・ 最終的に消費者に対するメリットが生じるような仕組みを構築するために、引き続き本事業に協力していきたい。

あらた

- ・ 卸事業者の立場として、商品マスタへの登録作業は非常に多くの工数を費やしていると認識していることから、この取組は非常に有意義なものであるととらえている。
- ・ 日用品業界において、カバー領域をどこまで広げるかは非常に重要な要素。日用品のみでなく、医薬品・ペット用品・家庭用品まで対象を広げていくのかは、引き続き議論の対象とする必要がある。

PALTAC

- ・ 商品マスタの課題については、非食品業界として解決のために何ができるかをプラネット・あらたと協議しており、本構想へも協力をしていきたい。
- ・ 本構想実現のための大前提として、「情報は無料ではない」ことを全てのプレイヤーが認識する必要がある。これには相当の労力・時間を要すると思われるが、全てのプレイヤーに参加いただかないと構想の価値を生み出すことは難しい。
- ・ カバー領域の幅や情報項目の充実など、マスタに課金する価値をいかにもたせるか、及び運営・組織維持のための課金体制の構築が最も重要。これらの担保のためには、後ろ盾として経済産業省が参画することが必須であり、引き続きの協力をお願いしたい。

国分グループ本社

- ・ 登録の負荷が大きいことは事実であり、個社毎のフォーマットや項目を標準化していくことは非常に重要な課題であると認識している。
- ・ プラットフォームの中での登録の仕組みが課題であると説明があったが、これはAI エージェントを活用した登録負荷の削減など、システム機能の向上も図っていくべきだと考える。
- ・ また、今後日本製品の質の高さを海外に発信していく際にも、商品マスタの標準化はなくてはならない武器である。
- ・ 20年近く議論されてきた商品情報の共通化が、実際の形となって前進する意義を感じている。経済産業省を中心とし、関係各社と協力してこの取組を推進させていくために、今後も積極的に関与していきたい。

日本アクセス

- ・ 本構想及びコミットメントに対しては賛同し、ぜひ進めていきたい。
- ・ 本構想については、データの内容及び維持・管理の体制が重要。関係各社での議論を進めていきたい。
- ・ また、新旧の体制が並列する期間を短くすることも拡大にあたっては重要である。シングルインプットの原則にのっとっていない商品を取り扱わない、といった強い姿勢も必要ではないか。
- ・ 自社システムとの連携は各社の課題となる。これを個社任せの課題とせず、できるだけ効率よく、コストのかからない導入の方法・アイデアを検討いただきたい。

三菱食品

- ・ 情報授受のあり方を見直すことは非常にタイムリーな課題であり、その裏には人手不足等の社会的な要請がある。特に人手不足は今後ますます我が国において重要なキーワードとなっていくと認識している。
- ・ 本構想により、情報授受のあり方及びそれに付随する商慣習・受益者等のルールについて、製配販の各課題に向けてフラットな状態で推進していくことについては異存なく、引き続き協力していきたい。

プラネット

- ・ 製配販の内、受発注や請求、物流においては既に EDI や BMS による生産性向上が実現している。この背景として、各業界事業者がそれぞれの立場を理解し、議

論を進めてきた経緯がある。次年度以降、本領域においてもそのような協調が重要である。

- ・ 既に GS1 Japan とジャパン・インフォレックスと産業レジストリー構想について協議しており、引き続き協調してこれを推進していきたい。
- ・ 日用品業界のデータベースとして、あらた・PALTAC と協議している。日用品メーカーの皆様にもご理解をいただきつつ、こちらの生産性向上も推進していく。
- ・ OTC・ペット用品についても当社でデータベースの運営を受託している。今後のカバー領域拡張の検討にあたり、日用品以外の他業界に関しては今後ご理解を求めていくと認識しているが、非食品領域は引き続き当社で担っていきたいと考えている。

ジャパン・インフォレックス

- ・ 各社に要請しているシングルインプットや情報の早期入力、精度向上、画像・品質情報の負荷などについて、一定のコンセンサスがとれたことは非常に心強く感じている。
- ・ 今後は賛同する仲間を増やし、社会的現象としてこの取組を広げていく必要がある。そのためにソフトロー的なガイドラインの制定が必要であると認識している。
- ・ 26年4月の初期実装に向けては、まず GS1 Japan ・プラネットと産業横断レジストリーの構築にしっかりと取り組んでいく。

ユニ・チャーム

- ・ メーカーとしても新製品の発売にあたり、商品情報の入力には大きな工数がかかっている。その背景として、メーカーが商品情報を競争領域と認識しており、この提供に手間をかけ、各バイヤーとコミュニケーションをとることが1つの価値だと考えている部分もあるのではないかと感じた。
- ・ 標準化による時短・コスト削減に早期に取り組むことと、より多くのプレイヤーの参加が必要であることは同意であり、メーカー間での共有など引き続き協力していきたい。

ユニリーバ・ジャパン・サービス

- ・ 今回の取組は、今後の事業運営において非常に重要な取組であり、国民の生活にも大きくかわるものであると考えている。
- ・ 最も重要なのは、いかにこの取組をフェアに進めていけるかという点にある。より日本の市場環境に適合したビジネスモデルの構築のために、ベンチマーク等の調査を推進する必要がある。

- ・ 当社はグローバル企業であることから、海外での知見についてもアクセスできる立ち位置であり、そういった観点からの協力もしていきたい。

ライオン

- ・ 商品情報連携の標準化への取組は、業界全体の効率化、最終的には消費者へのより良いサービス提供につながるものとして、当社としての考え方に賛同し、前向きに取り組んでいきたいと考えている。
- ・ 商品マスタ整理と標準化については、消費者に対して正しく流通、販売するための必要不可欠な要素と認識している。この商品マスタ整備と卸・小売事業者への情報提供には、メーカーとしても多大な工数をかけているのが実情であり、これにかかる効率化の意義は少なくないと認識している。
- ・ 今後は、シングルインプット、一括取得、共同利用の徹底や各種ルールの協議、設計等、多くの課題があるが、業界全体の効率化視点でこのような課題を1つ1つ解決し、この取組を前進させていくために、経済産業省には全体の旗振りと普及拡大に向けた支援をいただきつつ、製配販各事業者と分科会を通じて議論をしてきたいと考えている。
- ・ 産業全体の労働生産性を高めつつ、スタミナやコストの負担が偏ることがないような持続可能な仕組みやルール作りに向けて、各事業者と協力して取り組んでいきたい。

味の素

- ・ コミットメントに賛同する。
- ・ 商品の情報を生活者に正しく理解いただくためにこの取組は重要であり、そのために情報を業界で統一していただきたい。情報も含め、製品を磨きこみ製品価値を高めていくことがメーカーの役割である。
- ・ 今後議論を進めていくうえで、全体で乗り越えるべき課題がある。解決のためには経済産業省・事務局を含め、強い協力関係をもって解決していくことが重要。
- ・ 今後この取組を成功させるためにはより多くの事業者の理解を得ることが不可欠である。そのために当社も業界内での発信をしていきたいと考えている。
- ・ 複数の枠組みで同じような議論がされるようなことなく、効率的に議論を進めるためにも、既存の取組との横の連携をうまくとっていくよう事務局には要望したい。

キリンググループロジスティクス

- ・ コミットメントに賛同する。
- ・ ガバナンスの維持について、今後継続的に商品情報連携をコントロールする組織を作っていく必要がある。各団体の連携・機能集約については引き続き検討いただきたい。
- ・ 商慣習については製配販全体で見えていく必要がある。より多くの事業者に参加いただかないと十分な効果が得られないため、これを促すためにもできる限り簡素化した商慣習を協力して検討していかなければならないと考えている。今後の議論に一体となって参加していきたい。

キューピー

- ・ メーカーとして、消費者に正確な情報を届ける義務がある。その中で情報の登録には相当な負荷があることも事実である。今回の宣言への賛同とともに、当社としてもこれらの課題解決に取り組んでいきたい。
- ・ シングルインプットの実現のためには、各種データベースについても踏み込んだ議論が必要ではないかと考えている。データベースが並列すると、それぞれに対するインプットの工数が相当に発生することから、これの集約・共通化まで行えると情報の整流化がより一層進むと考えているため、検討いただきたい。

日清食品

- ・ 営業が商品情報の登録などの営業外活動に多くの工数を割いている現状がある。本構想による商品情報の標準化が実現できれば、これらの業務効率化はもちろん、働き方改革をはじめ、様々な社会課題の解決につながると考える。
- ・ また、効率化によりコストを削減できれば、消費者への価値還元も可能になるため、スピーディーな実現が求められる。そのために当社も宣言への賛同及び積極的な協力をしていきたい。

Mizkan

- ・ 本構想について、どれだけ多くの事業者をカバーできるかが最も重要なポイントであると考えている。
- ・ 実現によるメリットが大きいのは間違いないが、製配販それぞれで生じるメリットの量は均一でないという点に難しさがあるのではと感じている。コスト等のデメリットも含め、それぞれの立場から本音ベースで意見を出し合い、その上で全体としての検討を進めていくことが重要ではないか。
- ・ コミットメントへの賛同とともに、高い志のもと、皆で知恵を出し合えるような議論の場を作っていくことに期待したい。

流通経済研究所

- ・ 今回の取組は、食品・日用品流通における産業レベルのサプライチェーンマネジメントの取組であるという風に考えている。
- ・ 開放的な業界での SCM 推進にあっては、各事業者による協力が不可欠である。
- ・ SCM 推進の手順として、まず情報の整流化に取り組むことが重要。この整流化においてはマスタ情報が最重要であり、ベースとなる。
- ・ 登録作業に多くの工数がかかっていることは事実であるが、情報の整流化は単体での効果は少ない。これが物流などの周辺領域に及ぶとより大きな効果が生じるものであり、本事業は産業レベルの SCM 推進におけるはじめの一步の部分へのアプローチと理解いただきたい。
- ・ また、SCM 推進では、トップマネジメントの継続的な関与も重要である。部門横断での取組が長く続くことになるため、情報の整流化が完了した後についても関与を続けていただきたい。

GS1 Japan

- ・ GS1 の活動を見ても、世界各国でコードからデータベースの時代に入っていることがわかる。各国が情報の流通をいかにスマートにしていくかの競争が行われている。このような観点から、日本においても一刻も早く商品情報連携の標準化を実現することが国際競争力を高めることにつながり、また消費者の利便性・満足度向上にも寄与するものと考えている。
- ・ 正確な商品情報の迅速な収集、及び商品マスタを預かる組織として、サステナブルに存続し、信頼を持ち続けていくことが求められていると理解している。その中で今回、製配販を牽引する各企業からのコミットメント、及び政府からの商品情報事業に関するガイドラインの策定を含めた環境整備を指導する方針が示されたことは非常にありがたいことだととらえている。
- ・ 産業界および政府から期待が寄せられている次世代の商品情報授受を実現するにあたっては、ジャパン・インフォレックス、プラネットと GS1 Japan がコアとなって、産業横断レジストリーがその中核的な機能を担えるものと確信している。
- ・ 2026 年 4 月より、49 の共通基本項目について産業横断レジストリーを通じて共有すると共に、順次、共有するカテゴリー・商品情報項目の拡張を目指していく。