

商品情報連携標準に向けた取組について

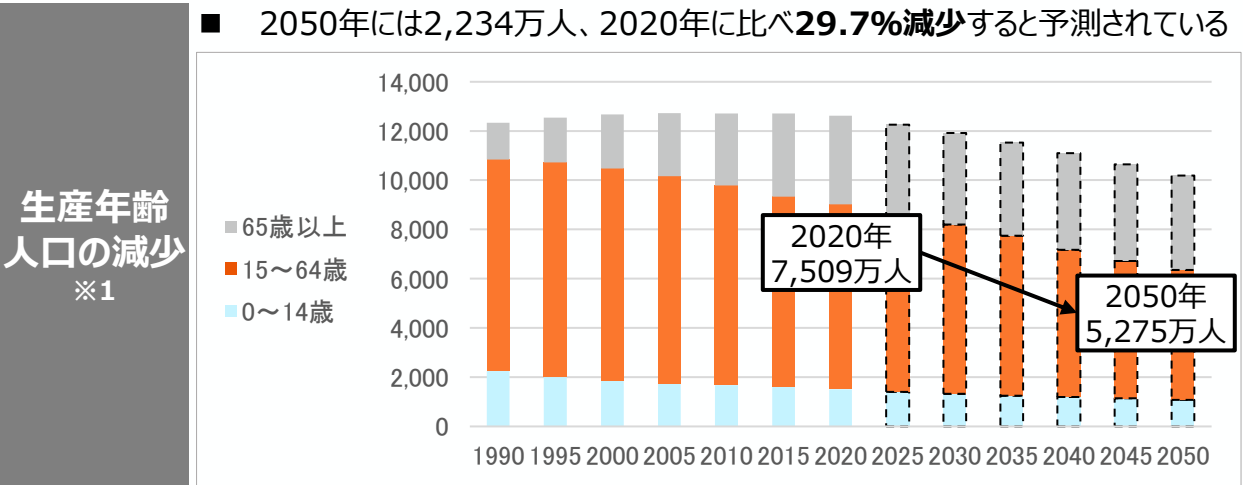
2024年11月

商務・サービスグループ 消費・流通政策課

商品情報授受における現状課題

- 流通業（卸・小売業）は、日々の生活を支える我が国の一大産業だが、労働集約的であり、深刻な人手不足にも直面している。
 - 一方、商品に紐付く情報は、EC向けの画像ニーズや品質表示の義務化などを背景に増加傾向にあり、情報授受の負荷が高まっている。
- ⇒ 業務を大幅に効率化しなければ、現在と同等のサービスレベル維持は困難となり、欲しいものが買えない世の中が到来するおそれがある。

商品情報授受概況



商品情報
項目の増加
※2

画像
情報

品質
情報

- EC販売拡大に伴う画像情報の多様化
 - ✓ 360°画像
 - ✓ 高画質画像
- 販促手法としての製品パッケージの多様化
 - ✓ 季節限定パッケージ
 - ✓ 人気アニメとのコラボ商品
- ✓ 2001年 アレルゲン表示の義務化
- ✓ 2008年 表示対象アレルゲン項目の追加
- ✓ 2015年 栄養成分表示の義務化
- ✓ 2017年 原料原産地表示の義務化

調査結果

関連工数

年間 約30万人月（製・配・販合計）

工数圧迫
要因

【各社独自形式の情報授受】

- 相対する取引先ごとにデータ加工・データ登録・データ送付といった作業が都度発生
- 手入力でのシステム登録も多いことから、人的エラーが発生するリスクが高く、情報品質が低下

【恣意的なGTIN運用】

- GTIN変更ルールが守られておらず、商品を一意に特定できないため、独自コードを用いた商品管理を各社がしており、取引ごとにGTINコード（※3）を読み替えるという作業が発生



【長年の商慣習】

- 商品情報の一般公開前に商談が開始されるため、情報が広く共有されず、コミュニケーションコストが増加
- メーカーからの商品情報収集、小売への商品情報提供を卸が担うことから、卸に業務負荷が集中

※1内閣府令和4年版高齢社会白書を基に作成
※2出典
消費者庁第5回 食物アレルギー表示に関するアドバイザー会議
消費者庁新しい食品表示制度について
消費者庁新しい原料原産地表示制度を知ろう！
※3 GTIN（JANコード）とは

サプライチェーン効率化目標に向けた解決策

- 商品に紐付く基本的な情報は、ブランドオーナーが入力の上、卸や小売に共有できるよう、サプライチェーン上の仕組みを整備。
 - 在庫・販売状況の可視化や取引のデジタル化に向け、商品を一意に識別できるよう、JANコードの付番ルールを徹底。
- ⇒非競争領域における企業間協調により、2050年までに、流通業全体で35%の業務を効率化し、生産性向上を目指す。

効率化目標

年	生産年齢人口	2025年比	効率化目標
2020年	7,509万人	—	—
2025年 (推計値)	7,170万人	—	—
2035年	6,494万人	△9.5%	△15%
2050年	5,275万人	△26.4%	△35%

1995年－2020年の労働生産性上昇率
年率平均0.4%を加味

解決施策

産業横断 レジストリー の活用

【商品情報の共有】

- ・ 各業界DBとも連携しつつ、非競争領域の商品情報を産業横断レジストリーで共有
- ・ 製配販の各プレイヤーは産業横断レジストリーを参照し、個別の情報授受の廃止を実現

【情報品質向上】

- ・ 製配販で商品情報データカバランスのありかたに合意、各プレイヤーが遵守し、データ品質向上に取り組む
- ・ 同一情報を多数のプレイヤーが利用することによって、情報エラーの早期発見、発見率の向上を実現

業務変革

【GTIN運用適正化】

- ・ ルールを順守し、GTIN-13（JANコード）をキー項目とし、商品を一意に特定できる状態を実現

【早期情報公開】

- ・ 商談・受発注・販売と、業務プロセスの中で必要な商品情報の範囲と共有タイミングに合意し、一連の情報授受の自動化を実現

商品情報連携標準に向けた対応方針

現状の課題

- メーカー・卸・小売それぞれによる、各社都合での管理が常態化 ⇒ **デジタル化の取組を阻害**
- 商品の情報を一意に識別できず、確認・修正等の現場コストが肥大化 ⇒ **人手不足に直面**

海外比較を含む調査、官民を交えた検討会（2024年11月～）を通じて、
現状の非効率性による損失の把握、協調を妨げてきた要因の分析、共通化に適する項目の検討を実施

流通サプライチェーンを代表する企業・団体による、取組原則への合意（2025年3月目処）

コミットメント（宣言）

- ✓ 次世代の商品情報授受には、産業横断レジストリ構想を核に据えた、協調領域における製配販の各層・各社の協力が不可欠。
- ✓ 一度で完全な変化は困難。まずは出来るところから取組をはじめ、利用者の拡大が更なる利用者呼び込むエコシステム(好循環)を回し、分野や範囲を拡げ協調メリットを拡大する。
- ✓ 「5つの原則」と「ロードマップ」を踏まえて、産業横断レジストリを通じた情報連携を進めていくと共に、必要なルール整備や商慣習の是正を行う。

5つの原則

- ① 消費者に対する商品情報の説明責任
- ② 共通情報での協調
- ③ ブランドオーナーによるシングルインプット
- ④ 一括取得・共同利用
- ⑤ 一意に識別可能な商品の共通IDの利用

ロードマップ

- 産業横断レジストリの開発・実装スケジュール
- 製配販の各ユーザーに求められる対応と段取り
- 実証・導入・普及時期目標
- 協調領域の拡張の見通し（画像・品質） 等

目指すべき世界 （ビジョン）

- サプライチェーン上の各社が、共通ルールに則り、ブランドオーナーの入力した商品情報を共有
- 管理業務を省力化し本業の生産性を向上、消費者に対する正確かつ必要な情報の伝達、DXを通じた新たなマーケティングへの挑戦を実現

(参考) 商品情報連携標準に向けた今後の動き

- 2026年度の運用開始時には、商品情報のうち基本項目（誰が見ても変わらない商品そのものの固有の情報）から共有の開始を目指す。

分類		項目例
大分類	小分類	
基本項目 ⇒誰が見ても変わらない、商品そのものの固有の情報	単品	GTIN-13、商品名称、サイズ、内容量 等
	物流	GTIN-14、集合包装（ボール、ケース）の入数、サイズ、重量 等
拡張基本項目 ⇒今後の商取引拡大に伴い、協調領域として整備されるべき情報	棚割画像	2D商品画像（棚割画像）
	品質	原材料名、アレルギー物質、製造所/加工所、栄養成分 等
	EC画像	高解像度画像、3D画像 等
関係依存項目 ⇒同じ商品で同じ項目だが、相対で情報が異なる項目	取引	販促売価、見積り価格、原単価、売単価、最低発注数量、発注可能日/最終発注日 等
個別項目 ⇒各社が事業戦略上必要となる情報	詳細品質	(表示法推奨レベルより詳細な情報)
	その他	商品特徴、レシピ情報、MD分類 等