

第3回 商品情報連携会議 検討WG状況報告

1. ガイドライン検討について

1. 検討の進め方（スコープ・全体スケジュール）
2. ガイドライン構成
3. 将来的な運用変更について

2. 商品情報の取扱いに関する検討WG（ルールWG）

1. スキームと各ステークホルダーの役割
2. ポイント①データ入力・作成支援サービス
3. ポイント②情報登録期限

3. 商品情報の在り方・商慣習に関する検討WG（GTIN WG）

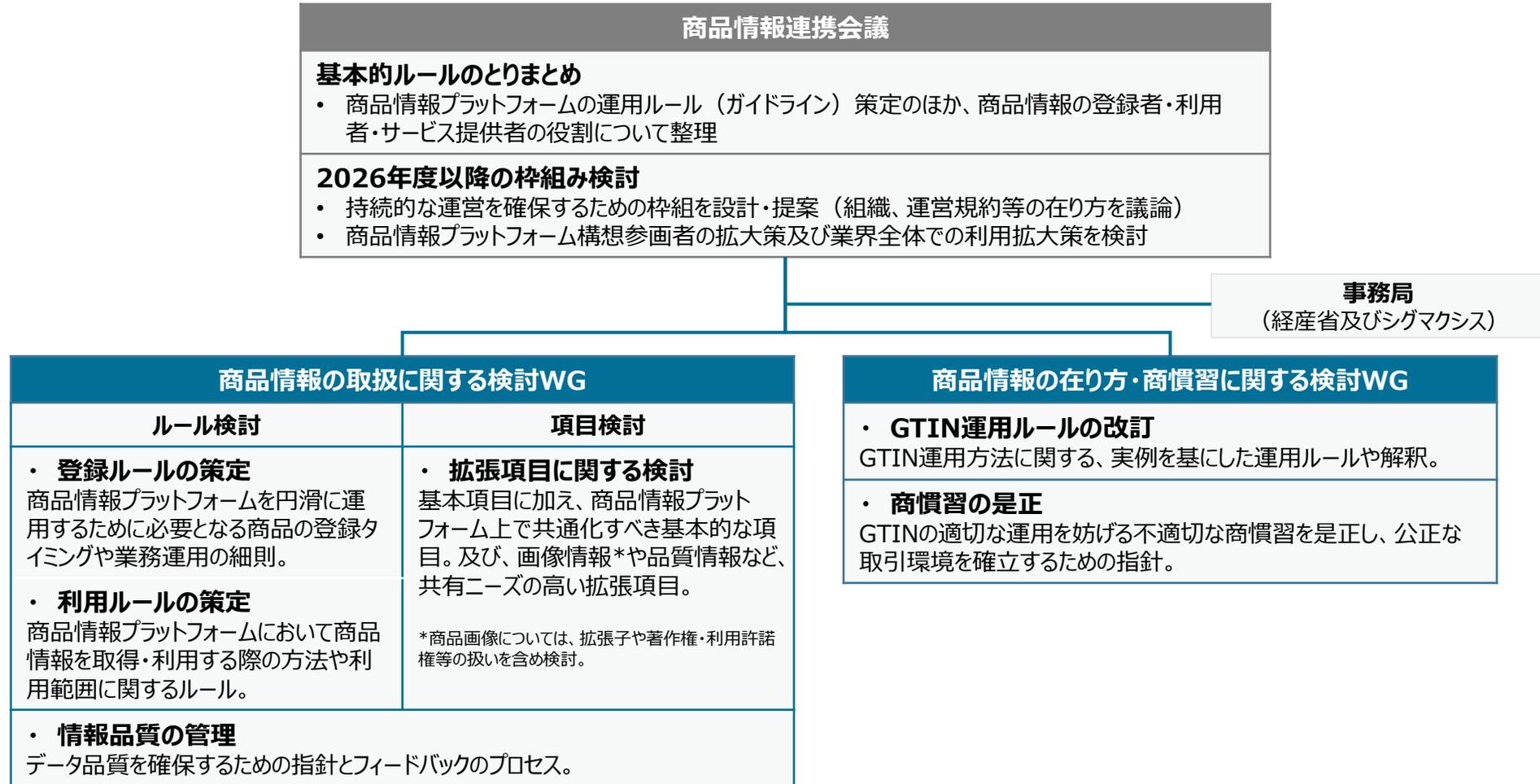
1. スコープ（討議対象としたケースについて）
2. 商慣習の適正化
3. 「10の基準」の解釈・該当例

4. 2026年4月以降の運用について

1. 継続して検討が必要な論点
2. 次年度以降の協議体制

ガイドライン検討について：検討の進め方（スコープ）

ガイドラインの策定は、事務局が作成した素案を基礎に、論点ごとに組成したWG・分科会での議論を踏まえて進めた。WGでの検討結果については、再整理の上でガイドラインの補足資料として位置づける。



ガイドライン検討について：検討の進め方（全体スケジュール）

B/Cの検討WGを3回ずつ実施。各論点をテーマとした分科会は、期間中合計26回実施した。

	2025年度												2026年度
	1Q			2Q			3Q			4Q			1Q
	4月	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4月
A) 商品情報連携会議 (経済産業省主催)		第1回 (5/30)						第2回 (12/5)				第3回 (3/18)	
B) 商品情報の取扱 に関する検討WG (経済産業省主催)				第1回 (7/2)	分科会 (13回実施)		第2回 (10/15)	分科会 (5回実施)			第3回 (2/6)		
C) 商品情報の在り方・ 商慣習に関する検討WG (経済産業省主催)				第1回 (7/1)	分科会 (3回実施)		第2回 (10/21)	分科会 (5回実施)			第3回 (2/18)		

参画企業一覧

【ブランドオーナー】

- ・ アサヒビール株式会社
- ・ 味の素株式会社
- ・ 花王グループカスタマーマーケティング株式会社
- ・ 花王株式会社
- ・ カルビー株式会社
- ・ キリングループロジスティクス株式会社
- ・ キリンビール株式会社
- ・ サントリーホールディングス株式会社
- ・ 日清食品株式会社
- ・ ハウス食品グループ本社株式会社
- ・ ハウス食品株式会社
- ・ 株式会社Mizkan Partners

【卸】

- ・ ヤマサ醤油株式会社
- ・ ユニ・チャーム株式会社
- ・ ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社
- ・ ライオン株式会社
- ・ 株式会社あらた
- ・ 加藤産業株式会社
- ・ 国分グループ本社株式会社
- ・ 株式会社日本アクセス
- ・ 株式会社PALTAC
- ・ 三菱食品株式会社

【小売】

- ・ イオン株式会社
- ・ イオン商品調達株式会社
- ・ イオンズスマートテクノロジー株式会社
- ・ 株式会社イトーヨーカ堂
- ・ サミット株式会社
- ・ 株式会社セブン&アイ・ホールディングス
- ・ 株式会社セブン-イレブン・ジャパン
- ・ 株式会社ツルハホールディングス
- ・ 株式会社ツルハグループマーチャンダイジング
- ・ 株式会社パロー
- ・ 株式会社ヤオコー
- ・ ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス株式会社

【その他】

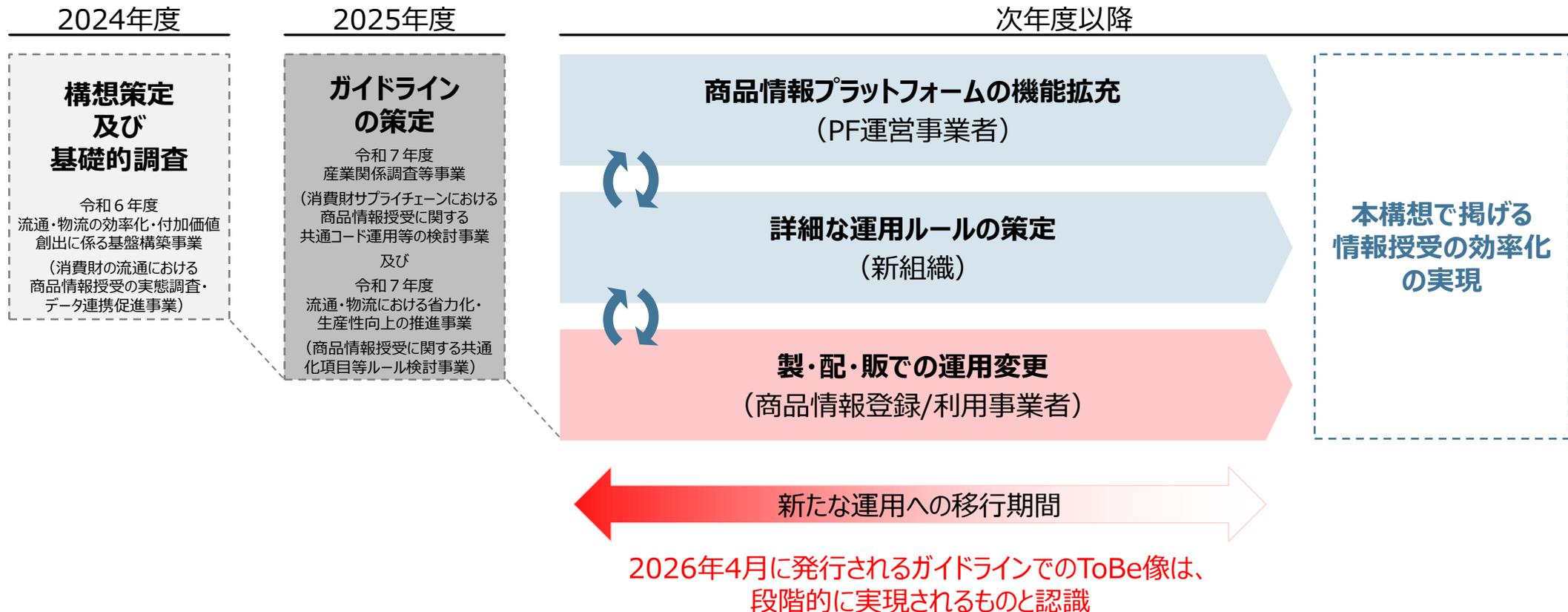
- ・ 株式会社ライフコーポレーション
- ・ 株式会社ローソン
- ・ 株式会社ジャパン・インフォレックス
- ・ 株式会社プラネット
- ・ 日本スーパーマーケット協会
- ・ 日本加工食品卸協会

「商品情報の授受に関するガイドライン」の構成は、以下の通り。



将来的な運用変更について

2025年度は商品情報授受に関するガイドラインを策定。次年度以降は、商品情報プラットフォームの利活用・普及と並行し、製・配・販において段階的な運用変更が行われることを想定している。



アジェンダ

1. ガイドライン検討について

1. 検討の進め方（スコープ・全体スケジュール）
2. ガイドライン構成
3. 将来的な運用変更について

2. 商品情報の取扱いに関する検討WG（ルールWG）

1. スキームと各ステークホルダーの役割
2. ポイント①データ入力・作成支援サービス
3. ポイント②情報登録期限

3. 商品情報の在り方・商慣習に関する検討WG（GTIN WG）

1. スコープ（討議対象としたケースについて）
2. 商慣習の適正化
3. 「10の基準」の解釈・該当例

4. 2026年4月以降の運用について

1. 継続して検討が必要な論点
2. 次年度以降の協議体制

ルールWG：スキームと各ステークホルダーの役割

ブランドオーナーと卸・小売事業者の間で必要な商品情報の授受を行う商品情報プラットフォームを実現するため、参画するステークホルダーに対し、それぞれに役割を定義した。



ブランドオーナーの役割

- ✓ 商品の仕様と情報に関する正確性・整合性を維持する
- ✓ 商品情報に変更が生じた際は、速やかに更新を行い、常に正しい情報を提供する

商品情報プラットフォーム運営事業者の役割

- ✓ データ項目の標準化を進め、シングルインプットに実現に向けデータベースを整備する
- ✓ 情報に誤りがあった場合の対応プロセスを定め、ユーザーが正確な情報を速やかに取得できる仕組みを構築する

卸・小売事業者の役割

- ✓ 商品情報プラットフォームから取得した商品情報を適切に利用する
- ✓ データの誤りを発見した場合は、商品情報プラットフォーム運営事業者の定めるルールに従い訂正対応を行う

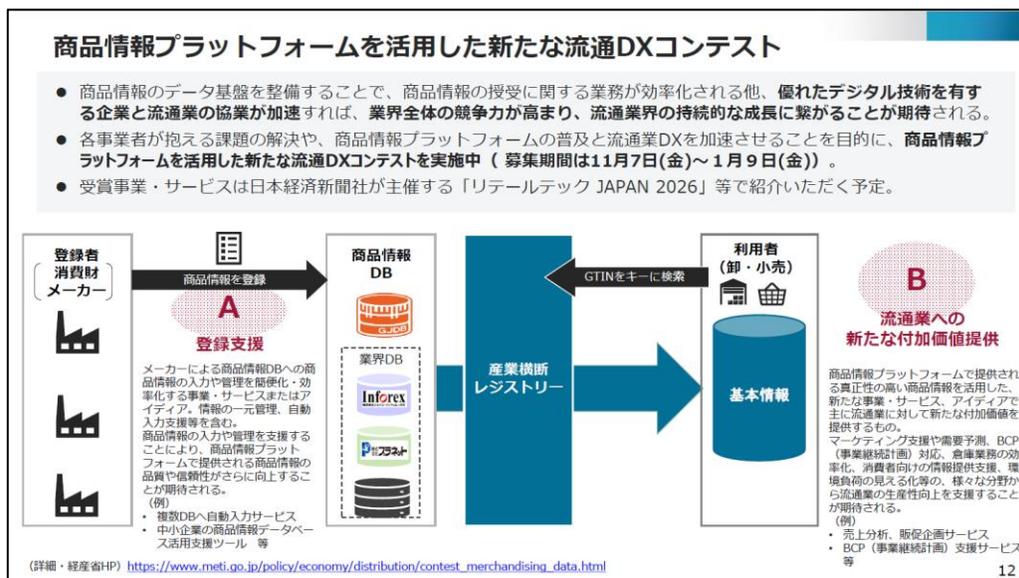
ルールWG：ポイント①データ入力・作成支援サービス

ブランドオーナーによるシングルインプットを原則とするが、原則に従った上で、データ入力やデータ作成等を支援するサービスについては、プラットフォーム参画企業の増加につながるため推奨される取り組みである。

4. 3 ブランドオーナーによるシングルインプット

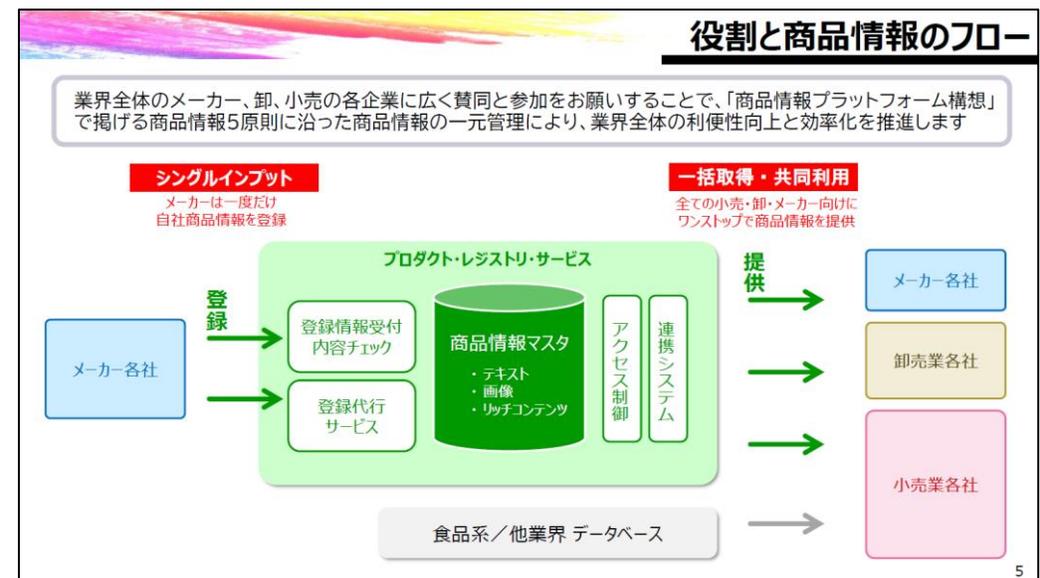
- 商品情報は、ブランドオーナーのみが提供する権限を有し、登録された情報の内容に関する最終的な責任もブランドオーナーに帰属する。

ブランドオーナーの入力・作成を支援するサービス



第2回商品情報連携会議

【資料3】これまでの議論と今後の進め方（経済産業省）.pdf



第2回商品情報連携会議

【資料7】「商品情報の一元管理構想」を実現するための新組織について
(株式会社プロダクト・レジストリ・サービス)

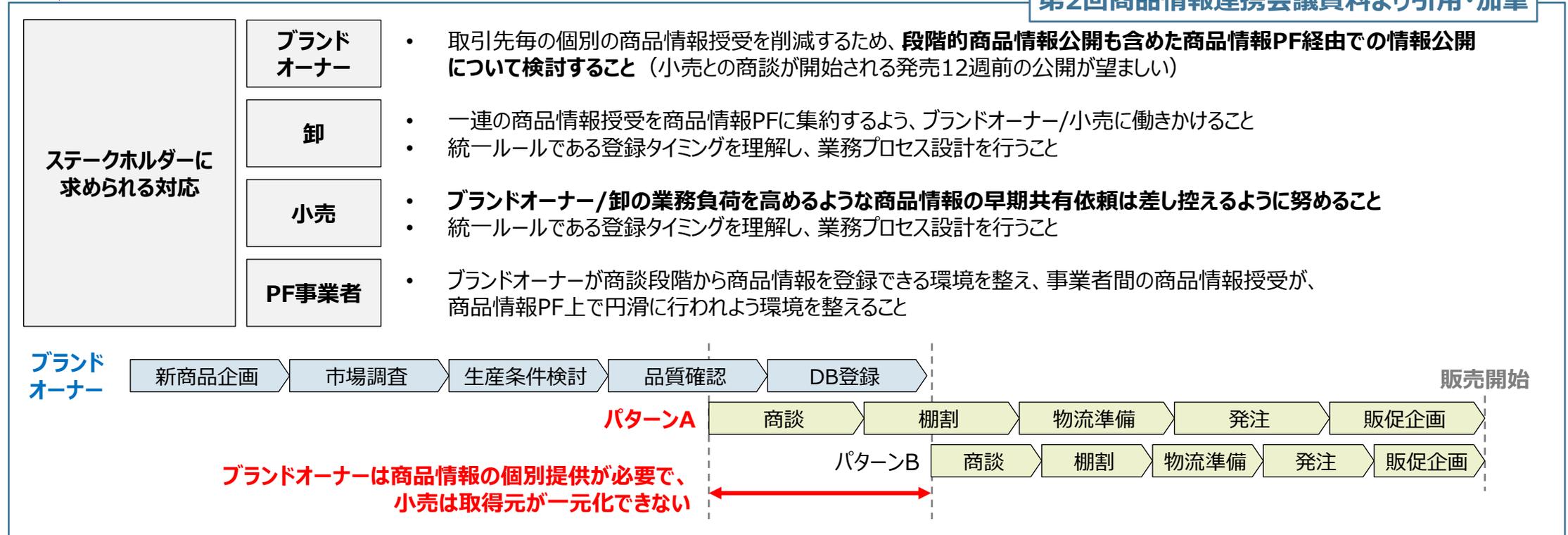
円滑な情報授受に向けたプロセス策定の必要性を踏まえ、商品情報登録の期日は6週前と規定した。取引先毎の個別の情報授受をさらに効率化するためには、登録は早期化されることが望ましい。

5. 2. 1 新規登録に関する事項

- 新商品の情報のうち、別紙1で定める基本項目、別紙2, 3で定める業界固有項目についてはブランドオーナーの規定する発売週の6週間前までに商品情報プラットフォームへ登録を完了させることを目標とする。

情報授受の効率化に向け、第2回商品情報連携会議で言及

第2回商品情報連携会議資料より引用・加筆



アジェンダ

1. ガイドライン検討について

1. 検討の進め方（スコープ・全体スケジュール）
2. ガイドライン構成
3. 将来的な運用変更について

2. 商品情報の取扱いに関する検討WG（ルールWG）

1. スキームと各ステークホルダーの役割
2. ポイント①データ入力・作成支援サービス
3. ポイント②情報登録期限

3. 商品情報の在り方・商慣習に関する検討WG（GTIN WG）

1. スコープ（討議対象としたケースについて）
2. 商慣習の適正化
3. 「10の基準」の解釈・該当例

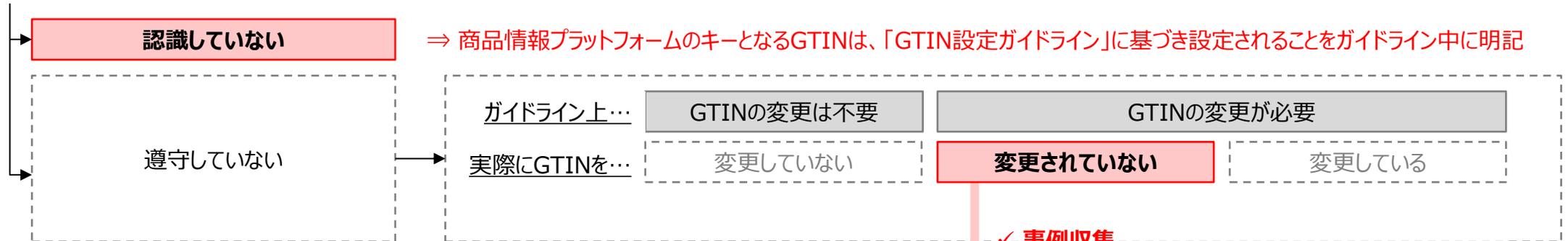
4. 2026年4月以降の運用について

1. 継続して検討が必要な論点
2. 次年度以降の協議体制

GTIN WG : スコープ (討議対象としたケースについて)

「10の基準」遵守を前提に、現段階で遵守されていない事例に関して、不遵守の要因整理や扱い方のルールを整理・検討を行う。

GS1 JapanのGTIN設定ガイドラインについて…



- ✓ 事例収集
- ✓ 適切な運用を妨げる商慣習についての是正策検討

事例収集 (昨年度・今年度)

「変更されていない」ケースはどのようなものがあるか	「変更されていない」のはなぜか
<ul style="list-style-type: none">✓ 成分や機能に大きな変更がない場合✓ 期間限定の増量で自然切替とする場合 (小売センターからの返品や自社センターでの在庫消化処理を回避するため)✓ 小売が新規設定を求めない場合✓ 定番品の場合	<ul style="list-style-type: none">✓ 小売側からシステムへの商品登録料や商品情報入力を求められる✓ 取引条件の交渉が発生する✓ 旧商品の返品やそれに係る在庫の引き取りコストが発生する✓ (期間限定品でGTINを変更する場合) 通常品へ戻す際の棚割りや販売実績が分断されるリスクがあり、 通常品への「先祖返り」が確約されるか不明

GTINの適正な運用を妨げうる取引慣行として新商品登録料や納入価格等の交渉、返品を求める事例を挙げ、これらの行為が独禁法に該当する可能性がある旨を示し、GTINの適切な運用を求める。



GTIN運用に関する基本的な考え方記載方針（1.1～1.4部分）

消費者庁と確認を実施

- 商品情報を一意に識別する基盤となるGTIN(JAN/ITF)は、GS1 Japanが発行する「GTIN設定ガイドライン（10の基準）」に従い運用される
- 一方で、小売・卸の事業者が、ブランドオーナーによるGTINの新規設定に伴い不適切な取引条件を課すケース（右記）が確認されている。これらがGTINの適正な運用を妨げる要因となっており、適切な運用が求められる

独占禁止法上の「優越的地位の濫用」に該当する可能性があるケース

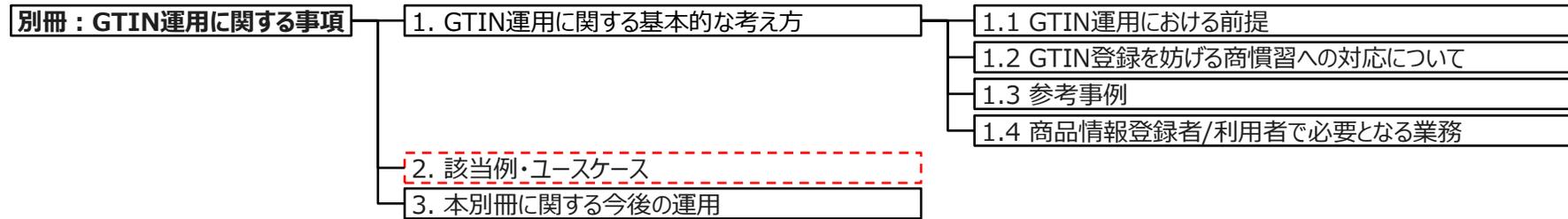
①GTIN変更に伴う不利益な取引条件の要求

- ✓ 小売事業者や卸売り事業者のシステムへ新たなGTINに対応する商品情報を登録することに伴い、費用負担を求める
- ✓ 従来よりも低い価格での納入を求める
- ✓ ブランドオーナーの販売促進に直接寄与しない催事や、売り場の改装、広告等のための協賛金等を要請し、これを負担させる

②GTIN変更に伴う返品対応

- ✓ 仕様変更前の既存商品の返品を要求した

現状、各社が独自にGTINを運用するケースが存在することも踏まえ、「10の基準」における各基準の解釈、及び該当例/非該当例について整理する。



別紙C 「10の基準」における解釈・該当例（抜粋）			
10の基準	解釈	GTIN新規設定が必要な例	GTIN新規設定が必要でない例
<p>【基準2】 商品表示の変更をともなう成分や機能を変更した場合</p>	<p>新商品以外において、下記2つの条件を共に満たす場合、本基準に該当する。 条件1：商品の成分・機能*1の変更を実施した 条件2：条件1の変更を理由として商品表示*2を変更した</p> <p style="text-align: center;">⋮</p>	<p>✓ 加工食品において、原材料の調達状況の変化から、様式1（一括表示）内の原材料が変更、あるいはその記載順を変更した</p> <p style="text-align: center;">⋮</p>	<p>✓ 加工食品において、従来と原材料や成分は変わらないものの、法改正によってアレルギー表示が増加した</p> <p style="text-align: center;">⋮</p>



分科会で収集したご意見や運用の際に迷いやすいポイント等について、GS1グローバルの原文や分科会での討議を踏まえ、国内運用における**現段階の解釈・留意点を整理**



解釈に照らし、GTINの新規設定が**必要となるケース/必要とならないケース**について、具体的事例で整理

アジェンダ

1. ガイドライン検討について

1. 検討の進め方（スコープ・全体スケジュール）
2. ガイドライン構成
3. 将来的な運用変更について

2. 商品情報の取扱に関する検討WG（ルールWG）

1. スキームと各ステークホルダーの役割
2. ポイント①データ入力・作成支援サービス
3. ポイント②情報登録期限

3. 商品情報の在り方・商慣習に関する検討WG（GTIN WG）

1. スコープ（討議対象としたケースについて）
2. 商慣習の適正化
3. 「10の基準」の解釈・該当例

4. 2026年4月以降の運用について

1. 継続して検討が必要な論点
2. 次年度以降の協議体制

2026年4月以降の運用について：継続して検討が必要な論点

今年度のルール/GTIN WGを踏まえ、次年度で継続検討が必要な論点は以下の通り。

全体	過渡期/ 移行期間	システム実装時期を踏まえ、いつまでに製・配・販の運用変更が必要か
		マイルストーンはどうあるべきか
	普及/拡大	ガイドライン及びPFの普及をどう促すか（大手小売/中小事業者含む）
ルール	恒久的な 運営体制	具体的な運用方法（協議プロセス、ガイドライン改訂プロセス）はどうするか
		具体的に、データの精度・ボリュームをどう改善していくか
GTIN	「10の基準」	原材料を軽微に変更するケースで、ブランドオーナーからの要望を踏まえ、GTIN設定ルールはどうあるべきか
		原産国・製造国を変更するケースで、小売からの要望を踏まえ、GTIN設定ルールはどうあるべきか
		期間限定で仕様が変わるケースで、識別は必要か ※フィジカルインターネット等を見据えた検討
		期間限定で仕様が変わるケースで、識別を行う場合、実現にどのような課題があるか （登録者/利用者側でのどのような対応が必要か）
	JAN未満の 識別・管理	JANが新規設定とならないが仕様が変わるケースで、識別は必要か （消費者/利用者ニーズを踏まえ、必要か）
	どのような識別方法を用いるか（ITF・CPV等）	

2026年4月以降の運用について：次年度以降の協議体制

WGに参画いただいた製配販企業を中心とした組織を組成し、実運用を踏まえたガイドラインの改訂や、機能の実現・普及に向けた検討が行われることが望ましい。経済産業省には業界全体の巻き込みのため、次年度以降も積極的な関与が求められる。

