

# 第1回 商品情報の在り方・商慣習に関する検討会

令和7年度産業関係調査等事業  
（消費財サプライチェーンにおける商品情報授受に関する共通コード運用等の検討事業）

# 目次

## 1. 全体概要

1. 事業全体スケジュール
2. 本検討WGの位置付け

## 2. 分科会実施概要

1. 参加企業
2. 運営の流れ
3. 検討ステップ
4. 想定分科会予定

## 3. 依頼事項

# 1. 全体概要

## 1-1. 事業全体スケジュール

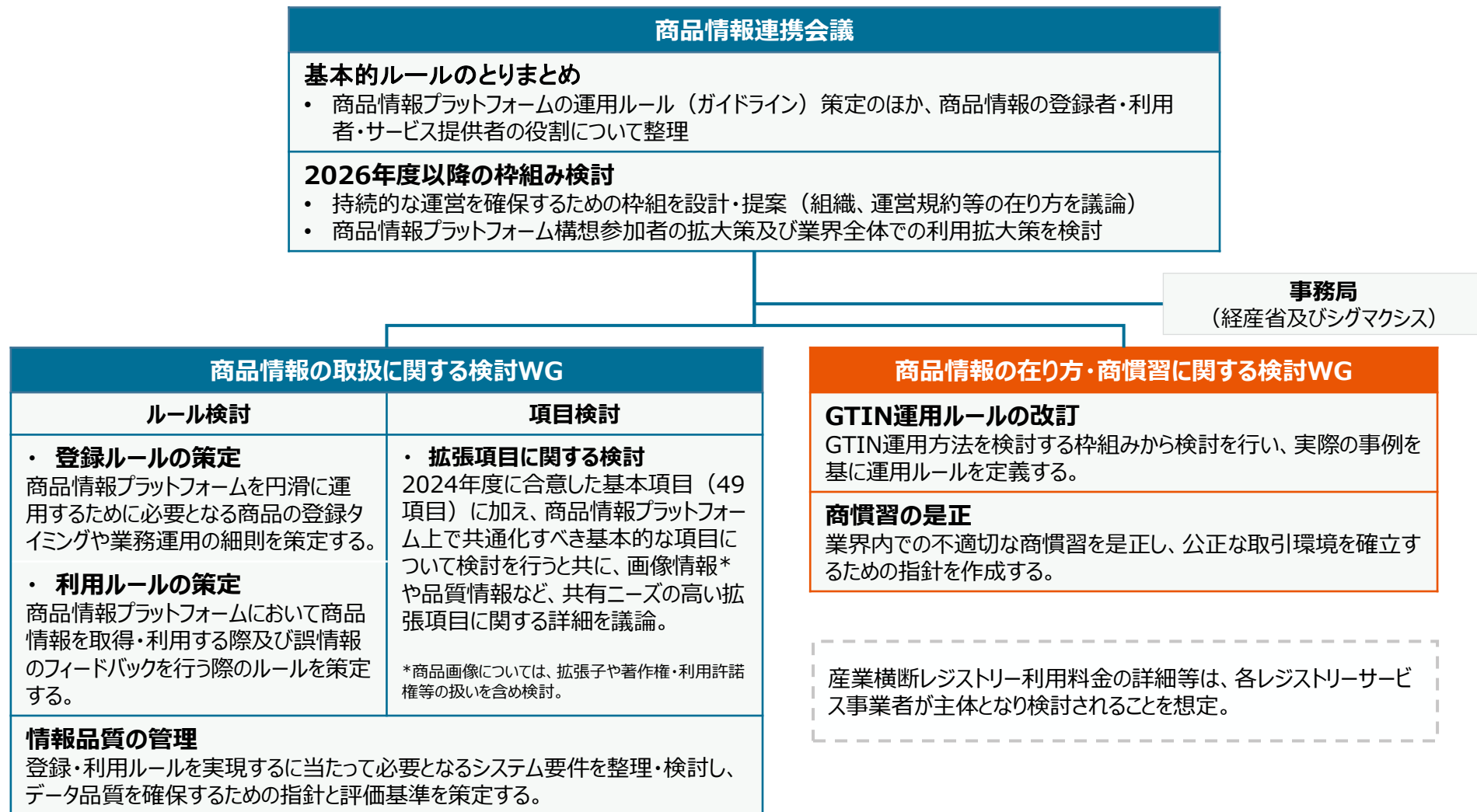
第1回商品情報連携会議で提示のあったように、「商品情報の在り方・商慣習に関する検討WG」では10月に第2回検討会を開催し、上期議論の取りまとめを行い、11月に予定される商品情報連携会議で報告を行う。

|            | 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              |
| 産業横断レジストリー | 要件定義   | 開発・テスト等 |   |    |   |   |    |    |    |    |   |   | Ver.1.0<br>リリース |

|                                                 |  |               |  |                |  |  |     |         |  |  |     |  |  |
|-------------------------------------------------|--|---------------|--|----------------|--|--|-----|---------|--|--|-----|--|--|
| A)<br>商品情報連携会議<br>(経済産業省主催)                     |  | 第1回<br>(5/30) |  |                |  |  |     | 第2回     |  |  | 第3回 |  |  |
| B)<br>商品情報の取扱<br>に関する検討WG<br>(経済産業省主催)          |  |               |  | 分科会等で議論<br>第1回 |  |  | 第2回 | 分科会等で議論 |  |  | 第3回 |  |  |
| C)<br>商品情報の在り方・<br>商慣習に関する検討<br>WG<br>(経済産業省主催) |  |               |  | 分科会等で議論<br>第1回 |  |  | 第2回 | 分科会等で議論 |  |  | 第3回 |  |  |

## 1-1. 本検討WGの位置付け

「商品情報の取扱に関する検討WG」と「商品情報の在り方・商慣習に関する検討WG」はそれぞれ独立して検討を進めるが、ルール検討で発生したGTINに関する懸念点の吸収や、次年度以降の体制に関する議論での協調は必要となる。



## 2. 分科会实施概要

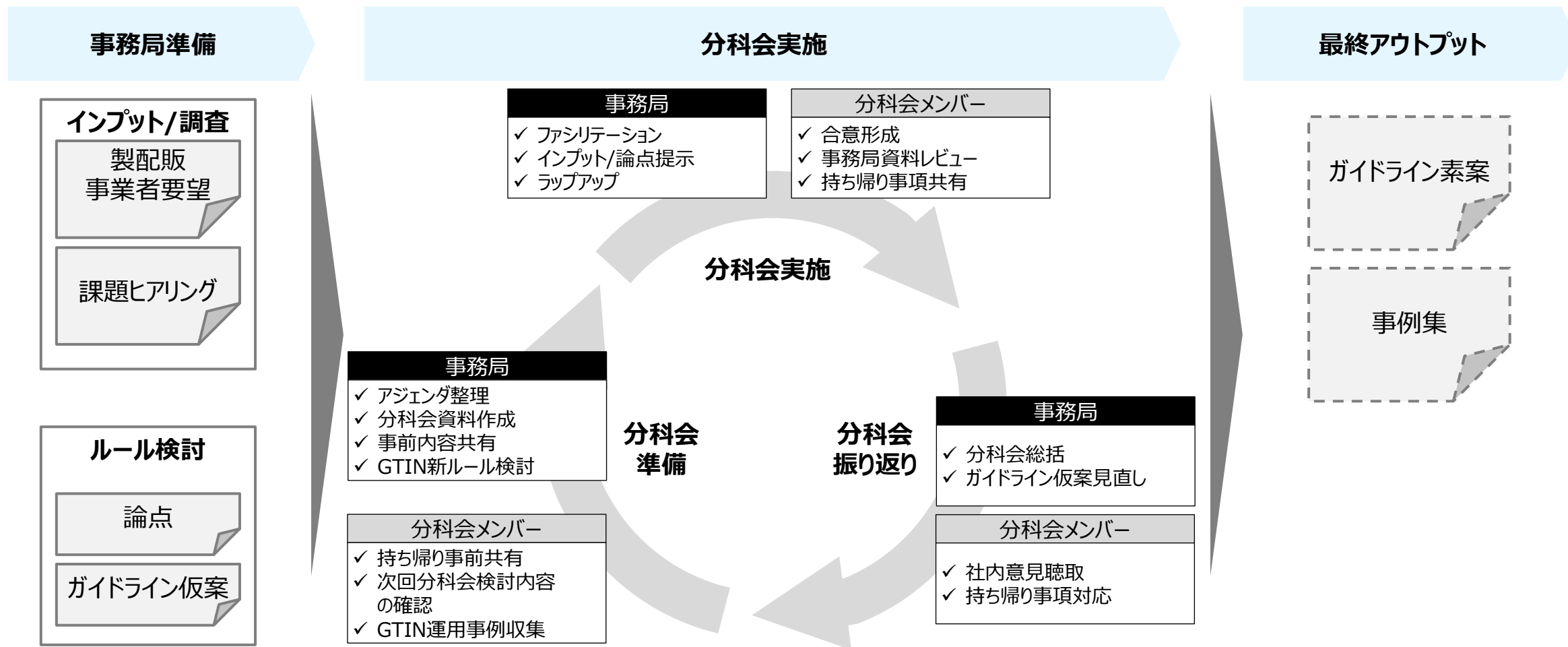
## 2-1. 参加企業

全18社での協議を想定。分科会での議論内容により、卸売企業へのヒアリング等も検討する。

| #  | カテゴリ | 企業名                           |
|----|------|-------------------------------|
| 1  | メーカー | 味の素株式会社                       |
| 2  |      | カルビー株式会社                      |
| 3  |      | キリングループロジスティクス株式会社            |
| 4  |      | サントリーホールディングス株式会社             |
| 5  |      | 日清食品株式会社                      |
| 6  |      | 株式会社Mizkan Partners           |
| 7  |      | ユニ・チャーム株式会社                   |
| 8  |      | 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   |
| 9  |      | ライオン株式会社                      |
| 10 | 小売   | イオン株式会社                       |
| 11 |      | イオン商品調達株式会社                   |
| 12 |      | イオンスマートテクノロジー株式会社             |
| 13 |      | サミット株式会社                      |
| 14 |      | 株式会社ツルハホールディングス               |
| 15 |      | 株式会社ツルハグループマーチャンダイジング         |
| 16 |      | 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 |
| 17 | 業界DB | 株式会社プラネット                     |
| 18 | 団体   | 日本加工食品卸協会                     |

## 2-2. 運営の流れ

各分科会では、事務局が提示するガイドライン素案、論点について議論を進めることを想定。GTIN運用については、多くの事例を積み上げることが重要であり、分科会メンバーの皆様には継続的なGTIN運用事例の収集をお願いしたいと考えております。



2-3. 検討ステップ：昨年度調査結果を踏まえたGTINの現状

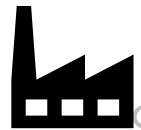
昨年度の調査結果では、GTINの「10の変更基準」が守られていないケースが挙げられた一方で、変更ルールに則ている場合でも、商品を一意に特定できず、物流や販促業務において苦慮している状況も明らかになった。

「10の変更基準」が遵守されていないケースが存在

GTINが変更になる10の基準※

|   |                            | 最小取引単位 | 集合包装 |
|---|----------------------------|--------|------|
| 1 | 新商品を発売した場合                 | 新規設定   | 新規設定 |
| 2 | 商品表示の変更を伴う成分/機能を変更した場合     | 新規設定   | 新規設定 |
| 3 | 商品表示の変更を伴う<br>正味内容量を変更した場合 | 新規設定   | 新規設定 |
| 4 | 包装の外寸/総重量の変更程度が20%を超える場合   | 新規設定   | 新規設定 |
|   | ⋮                          |        |      |

⇒正味内容量記載が変更となる期間限定増量商品での  
“未変更”事例が多く挙げられた

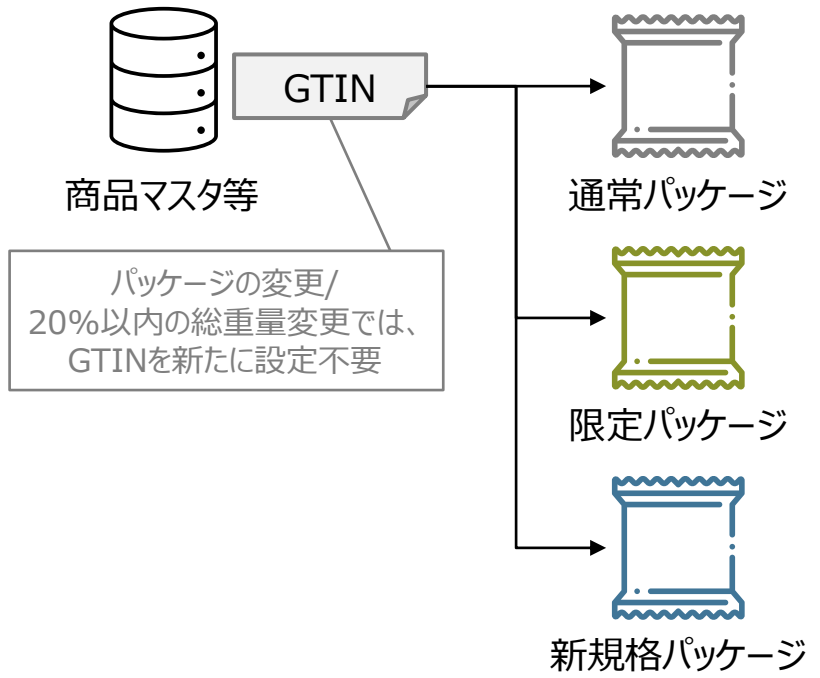


メーカー

- ✓ 新商品扱いとなると価格交渉が発生してしまう
- ✓ リニューアル時など、旧商品の返品を受けるリスクがある
- ✓ 小売側の販売実績データが分断され、棚落ちリスクを防ぎたい

GTINのみでは商品の特定が困難

例：限定パッケージの情報を取得したい



⇒ GTINのみで検索する場合、複数商品がヒットする等、  
商品情報の一意特定が難しい

## 2-3. 検討ステップ：GTIN運用適正化に向けたアプローチ

GTIN変更基準に当たるが変更しないケースの抽出から始め、背景を掘り下げることで、運用適正化のハードルとなる商慣習等を洗い出し、是正策を検討する。また、GTINだけでは商品特定に不十分なケースも調査し、データ保持方法検討のインプットとする。

### 目指す姿

- **2026年10月発売以降の商品について、「GTINが変更になる10の基準」を遵守されている状態**

### 本年度 ゴール

- a. 「GTINが変更になる10の基準」を遵守するため、ハードルとなっている商慣習の是正策立案
- b. 今後の画像等の取り扱いも見据え、GTIN以外での管理方法についての方向性立案

a.

**GTIN変更基準に当たるが、  
変更しないケースを収集**

#### 【新商品扱いのルール定義】

GTINを変更した場合でも、メーカー/小売双方合意の下で、新商品として扱わない基準を定義

#### 【小売側マスタ上の販売実績の分断】

GTINの変更により販売実績が分断されてしまうことについて、改修方向性（親子紐づけ等）や具体的な要件を検討

#### 【GTIN変更後の返品処理】

商品リニューアル等に伴うGTIN変更後において、旧GTIN商品の返品可否およびその条件について、個別の事例を踏まえ検討

： 「10の基準」遵守後に生まれる個別課題は適宜洗い出し

：

b.

#### 【GTIN変更が不要な場合でも、特定できるようにすべき要素の洗い出し】

例：【物流】外寸や重量の変更が20%未満でも、積載効率や重量制限、店頭での陳列に支障がある

例：【画像】パッケージが複数ある場合に、チラシやECサイトに掲載すべき画像が判別できない

#### 2-4. 想定分科会予定

第2回検討会までに、全メンバーが参加する形式での分科会開催を3回予定しているが、事務局側と一部メンバーでの個別の会議体設定も想定する。

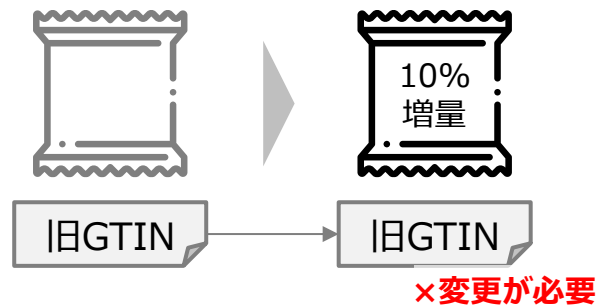
| # | 日時      | アジェンダ                                                                                                                                                           |
|---|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 8/1(金)  | <ul style="list-style-type: none"><li>• 収集した「GTIN変更基準に当たるが変更しない事例」の共有</li><li>• 新商品定義討議</li><li>• GTINが商品特定に不十分なケースの共有</li></ul>                                |
| 2 | 8/29(金) | <ul style="list-style-type: none"><li>• 収集した「GTIN変更基準に当たるが変更しない事例」の共有</li><li>• 新商品基準の各社検討結果共有</li><li>• GTINが商品特定に不十分なケースの共有</li></ul>                         |
| 3 | 9/30(火) | <ul style="list-style-type: none"><li>• 収集した「GTIN変更基準に当たるが変更しない事例」の共有</li><li>• 新商品基準の深堀</li><li>• GTINが商品特定に不十分なケースの共有</li><li>• 第2回商品情報連携会議への報告内容確認</li></ul> |

### 3. WGメンバーへの依頼事項

WG初回開催に当たり、①GTIN変更基準に当たるが変更しない事例、②新商品定義の要望、③GTINの一意性が不十分なケースについて、収集いただきたい。

#### ①GTIN変更基準に当たるが変更しない事例

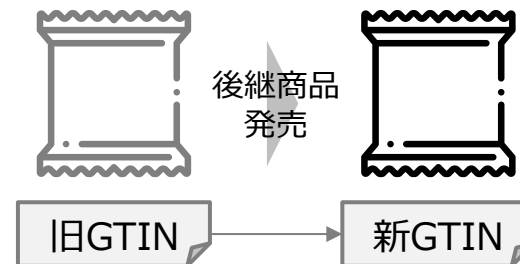
従来の商慣習や不文律への配慮等を背景に、GTINの変更基準に則らず、適切な運用が行われていないケースを収集



事例から背景を踏まえ、  
改善されるべき商慣習事例を特定ため

#### ②新商品定義の要望

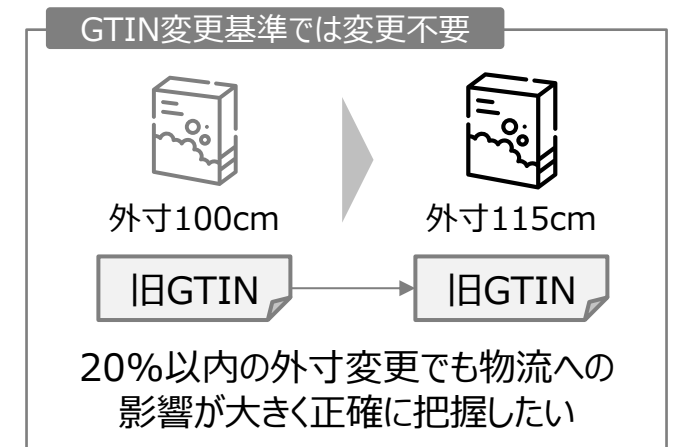
GTINが変更される場合においても、価格交渉等の対象となる新商品/対象とならない非新商品の定義に関し、要望を収集



昨年度調査により、GTINを変更しない  
背景の一つと認識しており、事業者間での  
基準合意のインプットとするため

#### ③GTINの一意性が不十分なケース

GTINだけでは商品を一意に特定できず、商品情報授受に支障が出るケースを収集



「10の変更基準」を満たさなくとも、  
特定できるようにすべき要素の抽出や、  
一意に特定するための運用ルール検討のため