

【資料④】ガイドラインの主な修正事項

アジェンダ

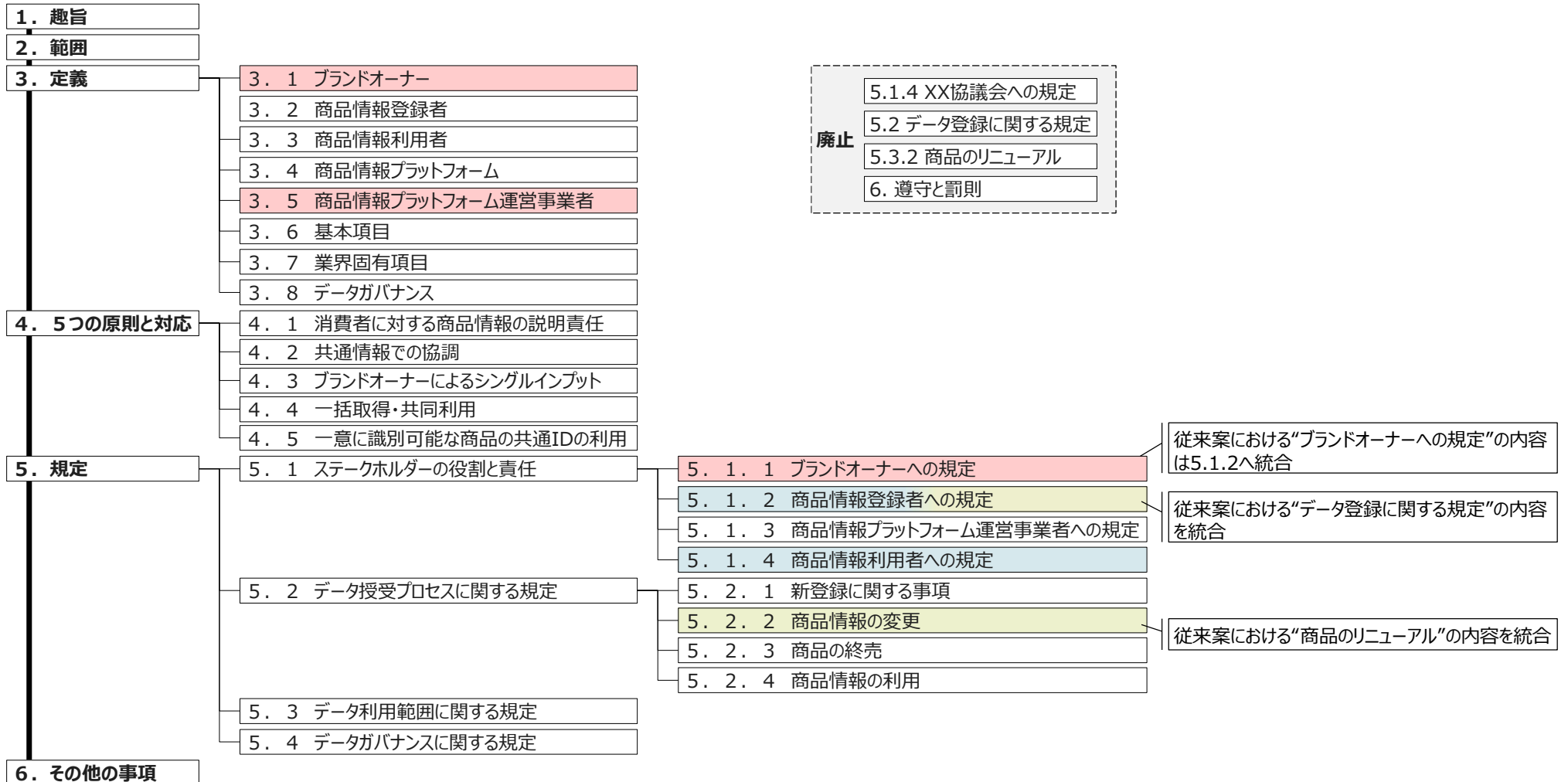
1. 章立て変更
2. ガイドラインの位置付け
3. ブランドオーナーによるシングルインプット
4. データ利用範囲に関する規定
5. 次年度協議会に関する規程

1. 章立て変更

1. 章立て変更

分科会での議論やWGメンバーの指摘を踏まえ、記載事項の追加や集約を行い、以下の構成へ変更を行った。

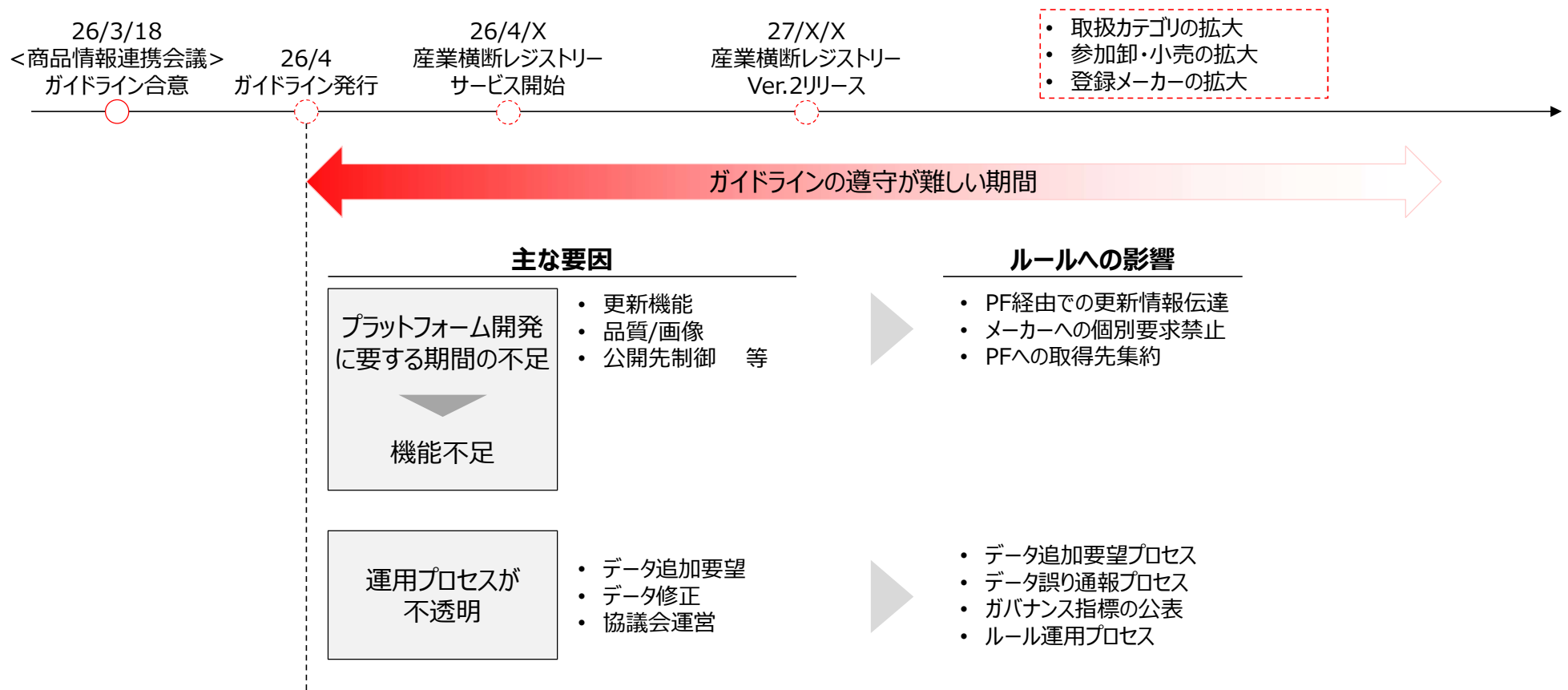
凡例	新設
	名称変更
	統合



2. ガイドラインの位置付け

2. ガイドラインの位置付け

本ガイドラインは第3回商品情報連携会議における合意、発出を想定しているが、全ての規約を即座に履行することは困難であると認識しており、段階的にTobe像の実現が図られると想定している。



2. ガイドラインの位置付け

業務プロセスは段階的に直されるものであることを「1. 趣旨」に明記する。その上で、実際の業務運用においてガイドラインとの整合性に課題が出ることを想定し、事業者間議論にて対応が決定されることを「6. その他事項」に記載する。

【商品情報の授受に関するガイドライン 1. 趣旨（抜粋）】

本ガイドラインは、消費財サプライチェーンに関わる製配販の事業者が、商品情報の授受を円滑に実施するために遵守すべき一般的な事項について策定したものである。

商品情報の登録者・利用者、商品情報プラットフォーム運営事業者はそれぞれ、本ガイドラインに掲げる諸事項に取り組むことを通じて、消費財サプライチェーンの効率化・適正化及び生産性向上を図るものとする。

一方で、商品情報プラットフォームに携わる事業者が本ガイドラインを遵守することに加えて、**消費財サプライチェーンに関わる製配販の全ての事業者がこの趣旨を尊重し、業務プロセスを段階的に見直す**努力を求める。

【商品情報の授受に関するガイドライン 6. その他事項（抜粋）】

・本ガイドラインの運用において、課題又は改善の必要性が認識された場合には、当該事項は広く関係者に共有され、商品情報プラットフォームに携わる製造事業者、卸売事業者及び小売事業者等の関係者間で議論されるものとする。

3. ブランドオーナーによるシングルインプット

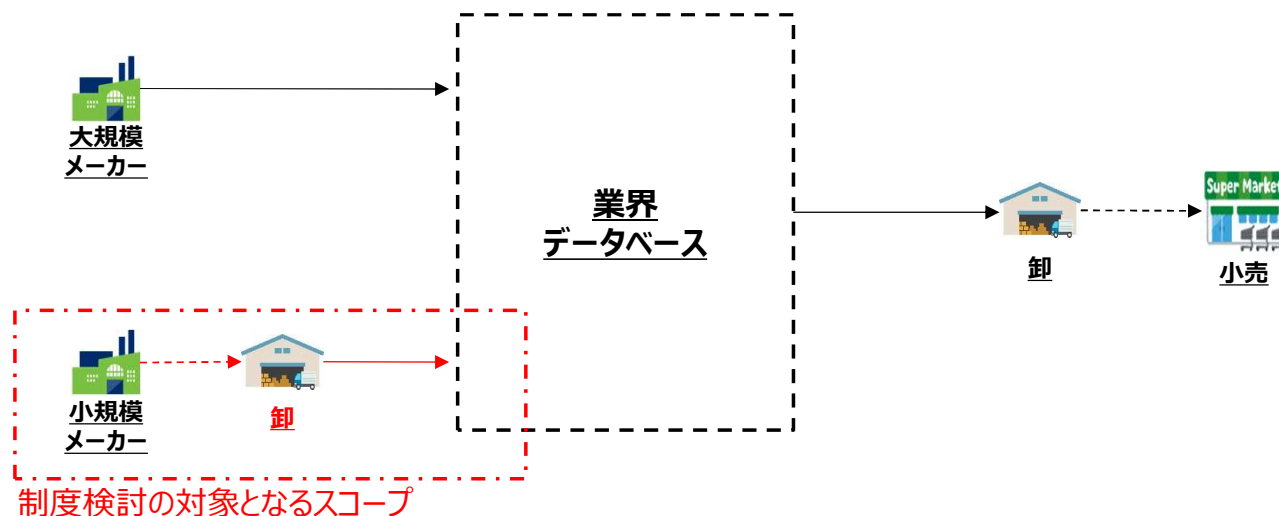
3. ブランドオーナーによるシングルインプット

現行業務において、主に小規模メーカーが卸を介して商品情報提供を行っていることを踏まえ、PFにおける幅広い商品の取り扱いと商品情報品質の維持を両立する制度の検討を想定し、上期にはガイドライン素案にも記載を行っていた。

第2回商品情報連携会議：【資料4】商品情報の授受に関するガイドライン素案（抜粋）

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持つ。ただし、契約に基づき、ブランドオーナーの付託を受けた他の事業者がデータベースへの商品情報登録実務を行うことは妨げない。
※注：下期検討の“代理登録”想定した文言

<現行業務イメージ図>



3. ブランドオーナーによるシングルインプット

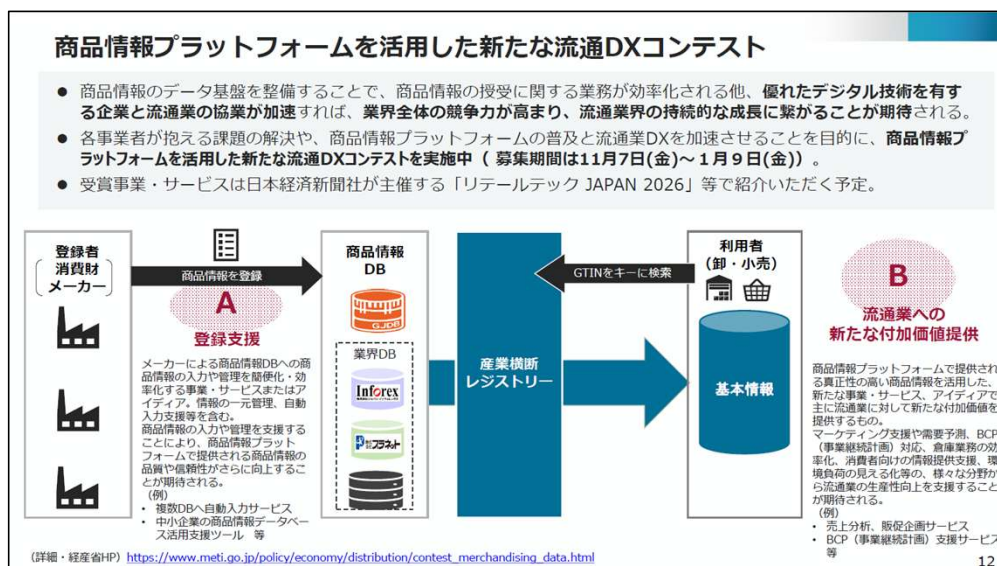
ガイドラインの方針に沿う形で制度を設ける場合、商品情報プラットフォーム運営事業者における業務・システム対応負荷が高く、またその実現には多くの時間を要することが想定されるため、プラットフォームにおいて制度を設けることは適切ではないと判断した。

<制度の実現に求められる対応>

#	カテゴリ	タイトル	詳細
1	業務対応	代行事業者認定	<ul style="list-style-type: none">商品情報PF事業者が、代行事業者を認定する代行事業者はPF利用者に対し公開する
2		代行事業者管理/評価	<ul style="list-style-type: none">代行事業者の登録件数やエラー発生率等を公表し、情報利用者が安心して利用できる環境を整備する作業品質に問題のある事業者に対して指導を行い、改善されない場合は認定を取り消す
3	システム対応	代行登録の識別	<ul style="list-style-type: none">商品情報PFで共有される商品情報の正確性、整合性については全てメーカー責任とするが、情報利用者にも、登録者が誰であるかの情報は共有される仕様が必要登録者の識別のため、メーカーが利用するアカウントとは別のアカウントが必要。当該アカウントにおいて、代行登録可能なメーカーを設定することを想定
4		ワークフロー機能	<ul style="list-style-type: none">商品情報公開の最終責任はメーカーにあるため、商品情報登録時にメーカーの承認が行えるよう、ワークフロー機能が必要

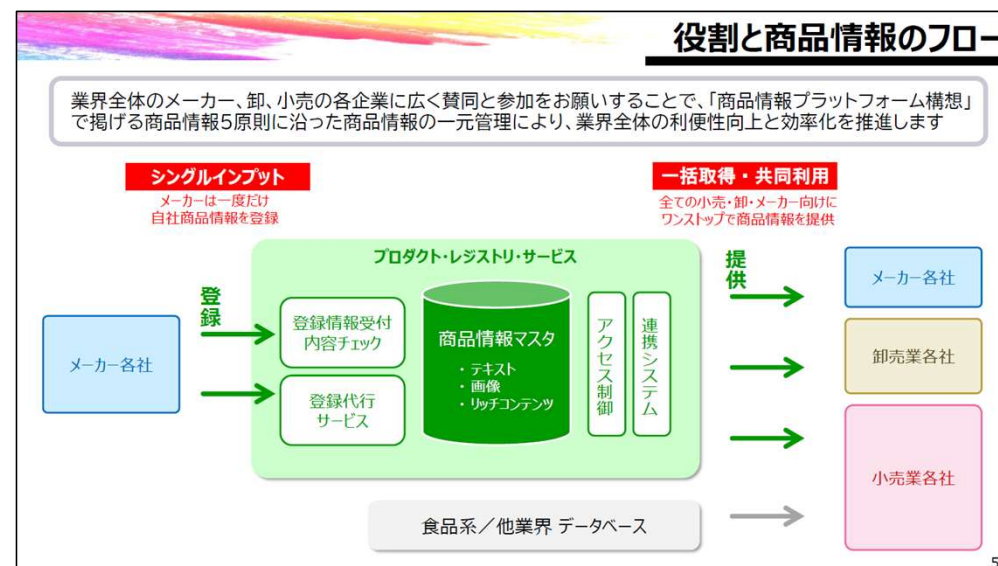
3. ブランドオーナーによるシングルインプット

「商品情報PFへのデータ登録はメーカーが行い、データの正確性・整合性に関する責任はメーカーが負う」という原則が守られる範囲で、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、PF参加企業の増加につながるため推奨される取り組みである。



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

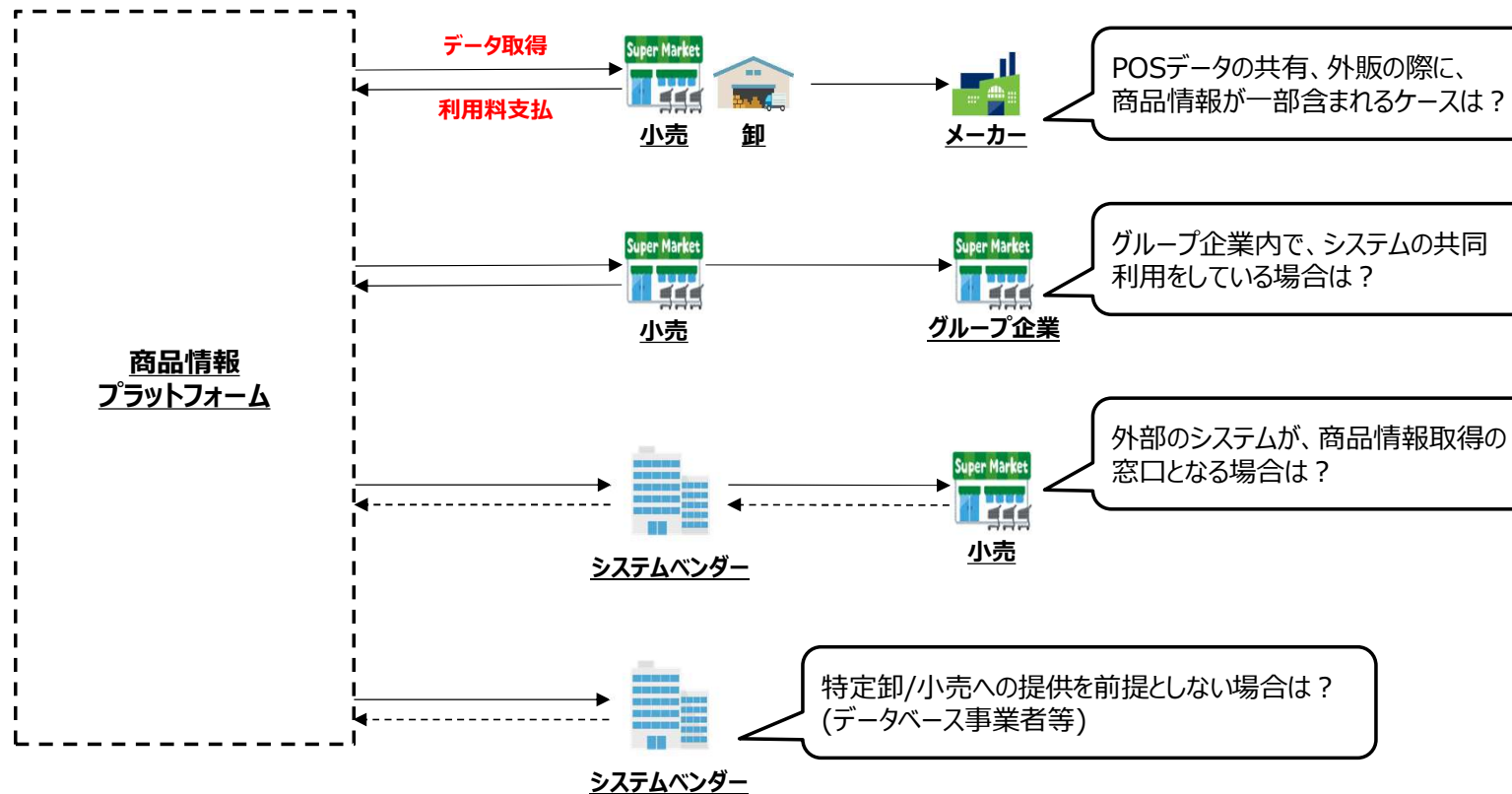
【資料7】「商品情報の一元管理構想」を実現するための新組織について（株式会社プロダクト・レジストリ・サービス）

- 流通DXコンテストの結果をガイドライン補足資料にも掲載予定
- 支援サービスについては、次年度協議会や商品情報PF運営事業者から広く業界に発信されることを想定

4. データ利用範囲に関する規定

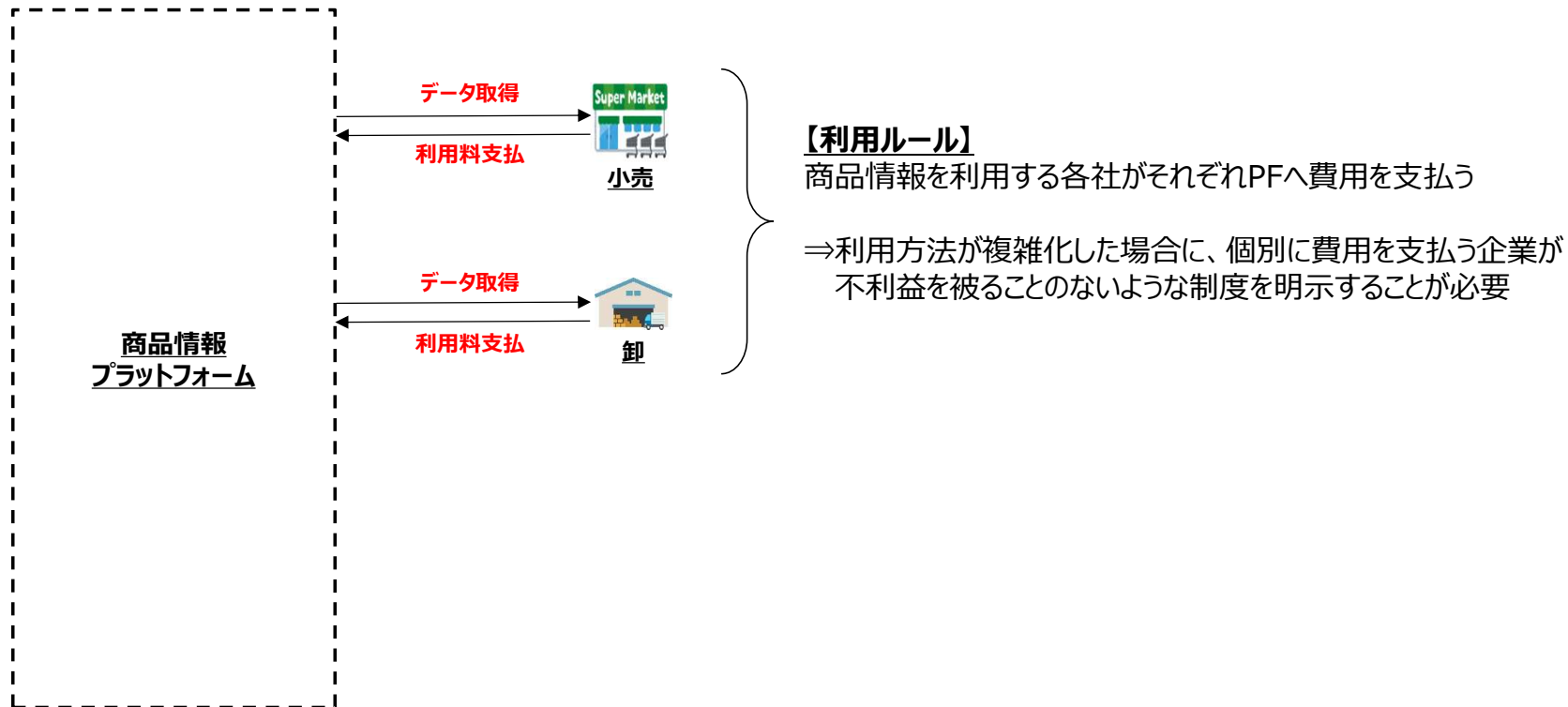
4. データ利用範囲に関する規定

商品情報プラットフォームの商品情報を利用する各社が、それぞれに接続・利用するとは限らず、“接続方法”や“利用方法”は複数のパターンが考えられるため、利用者の負担額に不公平が生じないように制度設計が必要となる。



4. データ利用範囲に関する規定

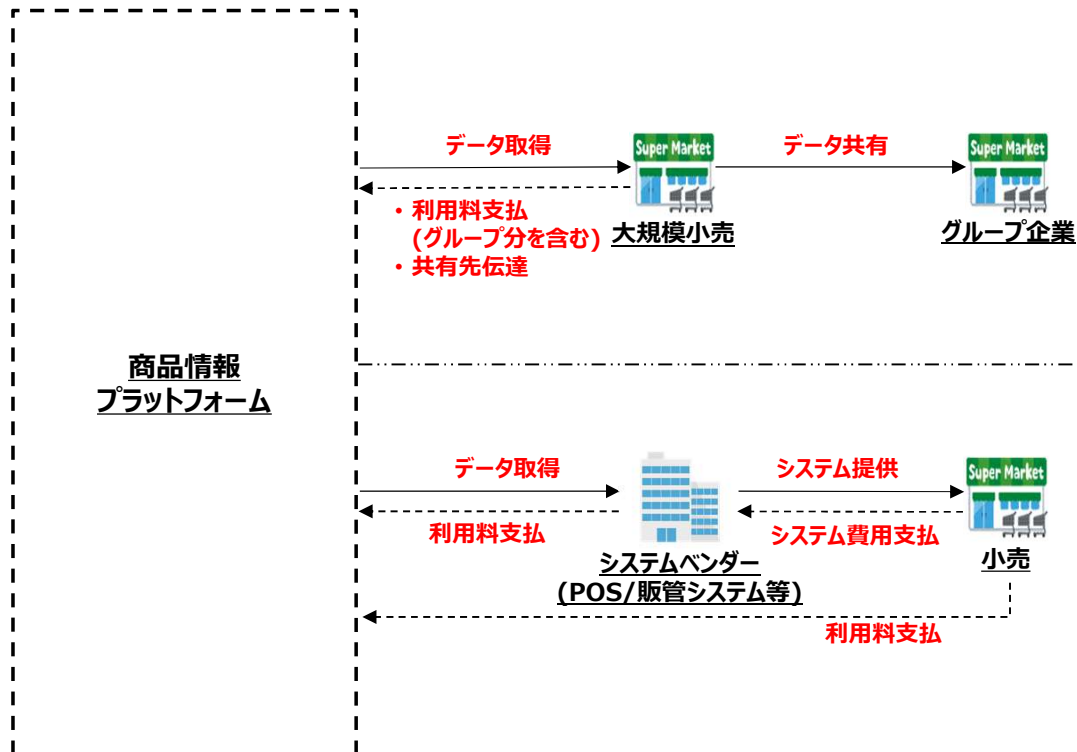
2025年商品情報連携標準に関する検討会でも示されたように、商品情報プラットフォーム運営事業者が、企業規模や利用内容等を加味した料金プランを示し、全ての利用企業が提示されている料金プランに従って費用負担することを原則とする。



4. データ利用範囲に関する規定

ケース①：共同利用ケース

ケース②：システムベンダー経由



【ケース①：共同利用】

複数の屋号/独立した複数企業を有する企業(大規模小売等)において、システムの共同利用等により、商品情報も一元的に管理されるケース

<対応>

- グループ企業間での商品情報共有は可能とする
- 利用する企業数に相当する利用料を負担しなければならない
- 利用する企業について、PF運営事業者に開示しなければならない

【ケース②：システムベンダー経由】

商品情報PFと接続するシステム(POSシステム/販管システム等)を利用することで、商品情報も取得可能なケース

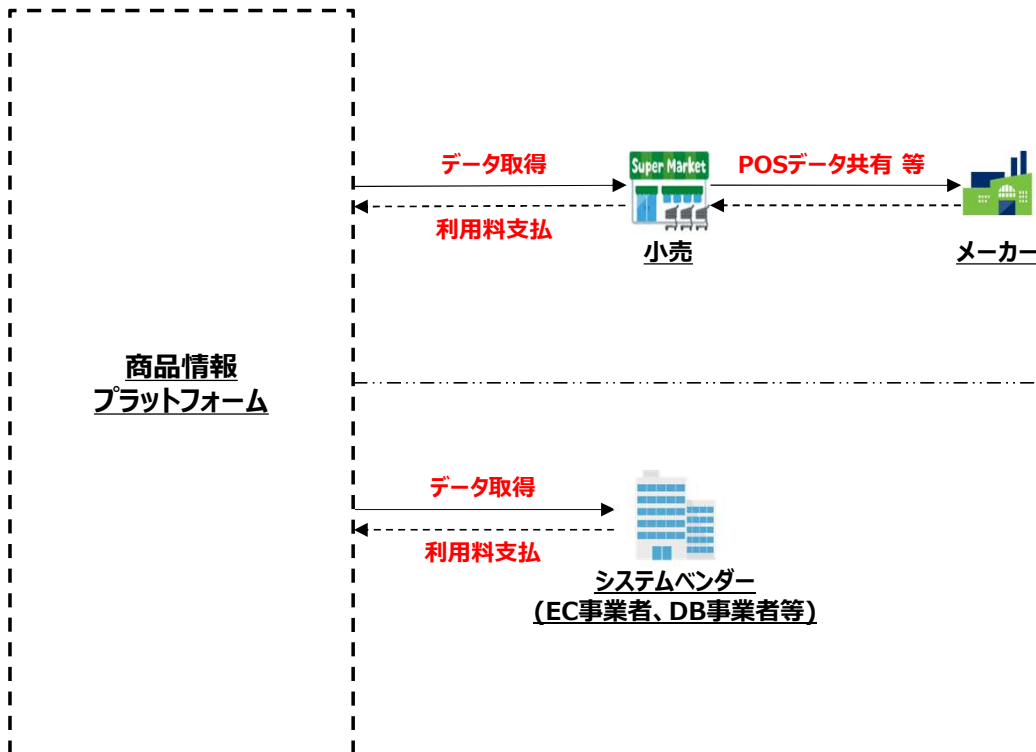
<対応>

- 一つのシステムベンダーが複数の小売企業に対し、システム提供と併せて商品情報を提供することは可能とする
- 独自のマーケティングデータを付与する等の対応を行い、商品情報をシステムベンダーが個別に販売することは禁止される
- 当該システムを利用する各企業が、商品情報PF運営事業者に利用料を支払わなければならない
- システムベンダーは、利用企業について商品情報PF運営事業者の開示しなければならない

4. データ利用範囲に関する規定

ケース③：取得した商品情報の提供

ケース④：商品情報利用のみを目的とした取得



【ケース③：取得した商品情報の提供】

取引先へのPOSデータ提供、販売等、PFから取得した商品情報が含まれる形で、PF料金を支払わない企業へデータが共有されるケース

<対応>

- PF情報は自己の業務のみに使用することができ、商品情報の販売等の他事業者への提供は原則として禁止される
(POSデータやCRMデータの販売・共有は自己の業務の範囲内として扱われる)
- 商品情報利用者は、提供可能範囲についてPF運営事業者を確認を取らなければならない

【ケース④：商品情報利用のみを目的とした取得】

ケース②のように業務システムに付随するケースでなく、商品情報の利用のみを目的としてPFからデータ取得するケース

<対応>

- 商品情報の取得自体は認められる
- 商品情報利用者は、その利用目的について商品情報PF運営事業者の説明しなければならない
- 取り扱う商品のみを取得対象とする卸/小売とは異なる利用方法が想定されるため、PF運営事業者は卸/小売の料金プランとは異なるプランを設定しなければならない

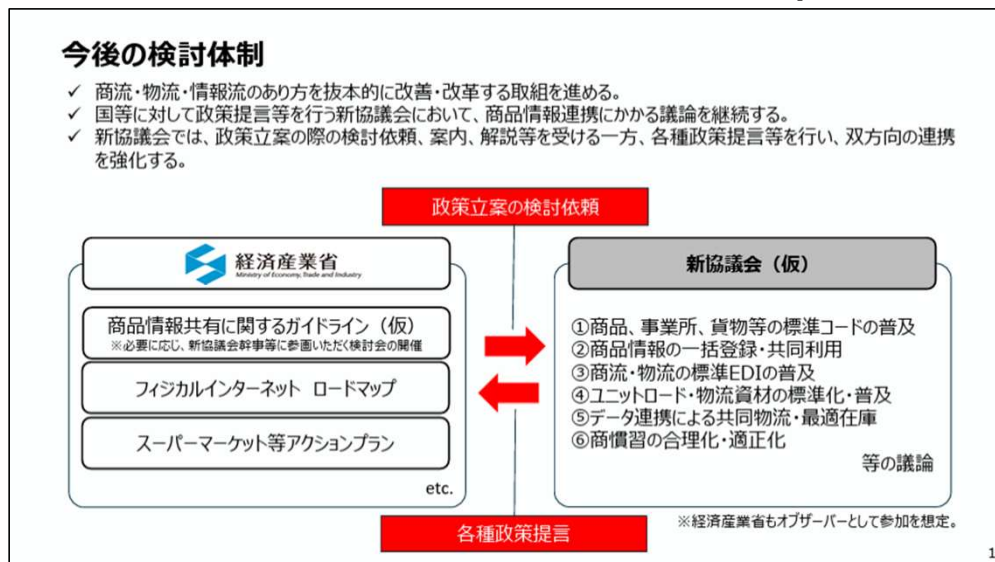
5. 次年度協議会に関する規定

5. 次年度協議会に関する規定

第2回商品情報連携会議において言及のあった通り、次年度検討体制の準備は進められているが、“新協議会”は経産省の管理する組織団体ではないことから、ガイドラインにおいて“新協議会”に関する規定は記載しない方針とする。

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4】商品情報の授受に関するガイドライン素案（抜粋）

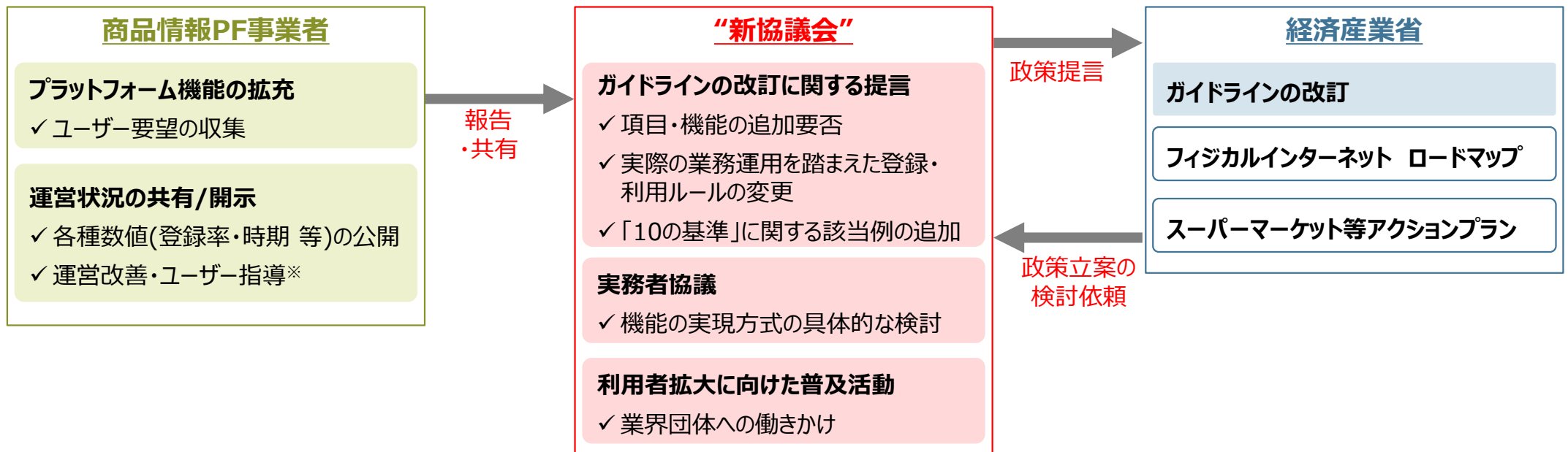
5. 1. 4 協議会への規定

- ・協議会は、消費財サプライチェーンに携わる製配販の各事業者が、商品情報授受を円滑かつ効率的に行うこと目的とし、商品情報授受ルール策定及び本ガイドラインの改訂に関する提言を行う。
- ・協議会は、XXXXXをもって構成する。
- ・協議会は、商品情報プラットフォーム機能の実現方式に関する具体的検討を商品情報プラットフォーム運営事業者と共同で行い、技術的・運用的観点から改善提案を行うものとする。
- ・協議会は、商品情報プラットフォームの利用者拡大に向けた普及啓発活動を企画・実施し、業界全体のデータ活用促進を図る。
- ・協議会は、協調領域に属すると見込まれる新たな共通項目について、合理的な追加基準及び評価プロセスを定める。必要性及び有用性が確認された場合には、商品情報プラットフォーム運営事業者に対し正式導入に向けた働きかけを行うものとする。

ガイドラインから記載を削除する

5. 次年度協議会に関する規定

分科会において議論を行った経産省・新協議会・商品情報PF運営事業者の役割定義については、本WGの検討結果として、第3回商品情報連携会議において報告を行う。



5. 次年度協議会に関する規定

ガイドラインの改訂や、ガイドラインに基づく業務運用の検討は、事業者間での協議を行うことを前提としており、その旨は「6. その他事項」にて記載を行う形とした。

【商品情報の授受に関するガイドライン 6. その他事項】

6. その他事項

- ・経済産業省は、本ガイドラインの定期的な見直しと必要に応じた更新をし、ガイドラインの内容を継続的に改善する。その際は透明性を確保するため、原則として広く関係者が参画する会議において議論し、議事録を公表する。
- ・本ガイドラインの運用において、課題又は改善の必要性が認識された場合には、当該事項は広く関係者に共有され、商品情報プラットフォームに携わる製造事業者、卸売事業者及び小売事業者等の関係者間で議論されるものとする。
- ・関係者間における議論にあたっては、商品情報プラットフォームの運用状況や利用実態を踏まえつつ、実務上の観点から課題の整理及び対応の方向性について検討を行い、商品情報授受の円滑化及び業界全体の運用水準の向上に資する取組につなげていくものとする。