別紙C｜「10の基準」における解釈・該当例					
GTINルール（10の基準）	**JAN**	**ITF**	**解釈・判断基準**	**基準に該当する例**	**基準に該当しない例**
【基準1】新商品を発売した場合	新規設定	新規設定	新商品/非新商品の判別はブランドオーナーが行う。	・過去商品がない、新たな商品/ブランドを発売した ・海外向けに販売するため、国内で流通する商品を英語表記としたものを発売した ・洗剤において、新たな香りを追加した	-
【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	新規設定	新規設定	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。 *1：商品の成分とは、その商品を作成するために使用される原材料または構成要素を指す。商品の機能とは、商品が設計された特定の用途または一連の用途と定義される。 加工食品における一括表示（様式1）の内、成分・機能に相当するものは参考表1の通り。尚、相当するいずれの項目においても、成分・機能の変更が行われず、記載のみ変更される場合は本基準の対象とはならない。 *2：商品表示とは、法令上義務項目とされている表示（様式1/様式2/アレルゲン）に加え、任意項目（様式3/様式4）やパッケージで表現されているもの全てを指す。（店頭POPやWebサイト等で、パッケージに記載されていない文言はこれに当てはまらない）	・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 ・スポーツ飲料において、様式2（栄養成分表示）内の熱量値を変更した ・洗剤において、成分の配合を変更し、パッケージに「新成分配合」と記載した	・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ゲン表示が増加した ・菓子において、原材料の調達状況の変化から、様式1（一括表示）内の原産国を変更した ・洗剤において、成分や機能に変更がなく、従来からあった機能を強調表示した（例：パッケージ表面に「抗ウイルス機能配合」を追加）
【基準3】商品表示の変更をともなう正味内容量を変更した場合	新規設定	新規設定	商品に表示されている内容量が変更された場合、本基準に該当する。 尚、計量法上の量目公差内に収まる範囲の変更はこれに該当しない。 補足：実体的な内容量が変わるが表示上の内容量が変わらないケースは、本基準に該当しない。	・歯磨き粉において、プロモーションの一環で期間限定で増量を行い、正味内容量が10%増加した ・飲料において、リニューアルに伴い正味内容量が20ml増加した ・袋詰め菓子（ナッツ、せんべい等）において、内容量は欄外表示とした上で、原料の価格変更に応じて手打ちする内容量を変更した	・菓子において、製造ロットの都合で内容量が2g増加し社内マスタ上の正味内容量が変更となるが、表示する内容量は変更しない（計量法の量目公差において、表示変更が不要なレベルの内容量変更のため） ・菓子において１個当たりの重量を変更したが、商品の内容量欄には個数が表示されている
【基準4】包装の外寸、または総重量の変更程度が 20%を超える場合	新規設定	新規設定	補足①：外寸・総重量の変更程度が20%を超えない場合、他の基準に該当しなければ、明らかに見た目・材質が変わっていてもGTIN新規設定の必要はない。 補足②：外寸・総重量の変更程度が20%を超えない場合においても、GTIN(JAN/ITF) を新規に設定することができる。	・歯磨き粉において、容器の高さを15cm→20cmに変更した（33%増） ・食品調味料において、容器の変更により総重量を244g→140gへ削減した（43%減）	・石鹸において、容器の外寸を30cm×30cm×30cm→35cm×35cm×30cmに変更した（容積は36%増だが、外寸は夫々17%の増加） ・食品調味料において、容器を瓶からペットボトルへ変更したことにより、総重量を230g→190gへ削減した（17%減）
【基準5】認証マークを追加、または削除した場合	新規設定	新規設定	認証とは、原規則に従い「公的または民間の認証機関によって外部的に検証」されるものを指す。	・加工食品において、ハラル認証マークを追加/削除した ・食品調味料において、有機JASマークを追加/削除した	・加工食品において、自社独自の品質基準マークを追加/削除した
【基準6】ブランドを変更した場合	新規設定	新規設定	ブランドの変更有無は、ブランドオーナーによって判断される。（消費者や取引相手は判断主体とならない。）	・歯ブラシにおいて、ブランドオーナーがブランドの変更に当たると判断した上で、商品名を改称した	・飲料において、ロゴデザインのフォントや配色をユニバーサルデザインになるよう変更するが、ブランドオーナーがブランド変更に当たらないと判断した
【基準7】販促のために期間限定で包装を変更、または景品・試供品を	変更なし	新規設定	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：特定のイベントや期間に合わせたキャンペーン/販促を目的として、包装の変更や景品・試供品の追加等を含む製品の変更が行われた。 条件2：ブランドオーナーとその取引先の間で、サプライチェーン上での区別（ハンドリングの変更）が必要。 なお、条件1および条件2にともに該当しない場合は本基準は適用されない。 補足：本基準に該当しなくとも、下記基準に該当する場合があることに留意。 ・従来品と区別して行われる場合[基準1] ・販促によって商品の正味内容量が変更になる場合[基準3] ・包装の外寸、または総重量の変更程度が20%を超える場合[基準4]	・保湿クリームにおいて、流通事業者（卸/小売）によって管理される必要がある形で、クリスマスパッケージに変更した ・菓子において、流通事業者（卸/小売）によって管理される必要がある形で、地域限定のスポーツチーム優勝パッケージを展開した	・洗剤において、期間を定めずにパッケージを変更した ・飲料において、ブランドオーナー単独で出荷期間等を管理する形で、キャンペーンパッケージに変更した ・歯ブラシにおいて、全体的なカラー・フォントを軽微に変更した
【基準8】集合包装の入数を変更した場合	変更なし	新規設定	補足：システムや倉庫設計の都合で、ITFに併せてJANを新規に設定することは可能。	・加工食品において、12個入りの外装を2つ合わせバンドで巻くことで、24個入りとした ・飲料において、出荷先業態へ対応するために、従来の24本入りパッケージではなく12本入りパッケージの包装で販売した ・商品リニューアルによる増量に伴い、集合包装の入数/パレットの積み付ける数を36個から30個に変更した	・12個入りケースをバンドで巻き24個入りとしていたが（バンドに新たなITFを付番）、12個入りに戻し販売した（元の12個入りケースのITFは変更不要）
【基準9】あらかじめ決められた組み合わせ商品の中身を変更した場合	新規設定	新規設定	-	・ギフトセットにおいて、味を「イチゴ＋ブルーベリー＋オレンジ」から「イチゴ＋マンゴー＋オレンジ」に変更した	・ECにおいて組み合わせ商品として紹介・販売されるが、個々の商品は別々に保管され、注文後に組み合わせを梱包した
【基準10】商品本体に直接表示された価格の追加、変更、削除を行う	新規設定	新規設定	-	・本体表面に記載の価格を変更した	・オープン価格で、売価を小売側で変更した ・価格はシールで貼付した

加工食品の義務表示項目の内、 【基準2】の成分・機能に該当するもの	加工食品の義務表示項目の内、 【基準2】の成分・機能に該当しないもの
原材料名	名称 ※基準1又は6に該当するケースあり
添加物	内容量 ※基準3に該当する
保存方法	消費期限又は賞味期限
アレルギー表示	食品関連事業者の氏名又は名称及び住所
栄養成分表示	製造所等の所在地及び製造者等の名称等
遺伝子組換え	原産国名
	原料原産地名