

商品情報プラットフォームを活用した 新たな流通DXコンテスト

事例集

～本事例集について～

流通業DXの加速や商品情報プラットフォームの普及を目的としたコンテストを開催しました。
本事例集では、応募のあった18テーマのうち、特に優れた一次審査通過9テーマを紹介します。

掲載事業者一覧

※五十音順

A分野) メーカーによる商品情報の登録支援

No.	事業者名	内容
1	株式会社サイバーリンクス	Mdb 一商品画像・認識データ突合プラットフォーム
2	株式会社Pioneerwork	AIを活用した商品情報一元管理「ZAG」による中小メーカーの登録支援
3	北陸コンピュータ・サービス株式会社	産業横断レジストリーと連携したGTIN起点の商品情報WEBページ自動生成サービス
4	Lazuli株式会社	生成AIで商品情報を“登録負荷”から“流通価値”へ変える商品情報プラットフォーム

B分野) 流通業への新たな付加価値提供

No.	事業者名	内容
5	エイターリンク株式会社	ワイヤレス給電による「フィジカルデータ」の可視化とサプライチェーンエコシステムの構築
6	エクスポート・ジャパン株式会社	誰にでも届く商品情報基盤 一流通DXを起点に、消費者へ届ける拡張モデル
7	株式会社サイバーリンクス	C2Platform®/N-Sikle 商品情報連携サービス
8	株式会社10X	Stailer: 労働生産性の構造的変革を目指した、EC/DX統合プラットフォーム
9	TOPPANデジタル株式会社	商品情報プラットフォーム整備による販促活動の活性化

商品情報プラットフォームを活用した新たな流通DXコンテスト 事例 株式会社サイバーリンクス



一 商品画像・認識データ統合プラットフォーム

20年以上の実績を持つ商品画像DB「Mdb」を商品情報プラットフォームへ連携し、画像品質の統一と登録率向上を実現します。ロボット・AI活用を見据えたデータ基盤整備にも対応。さらに登録代行サービスでメーカーの負担を軽減し、高品質な商品情報活用を加速させます。



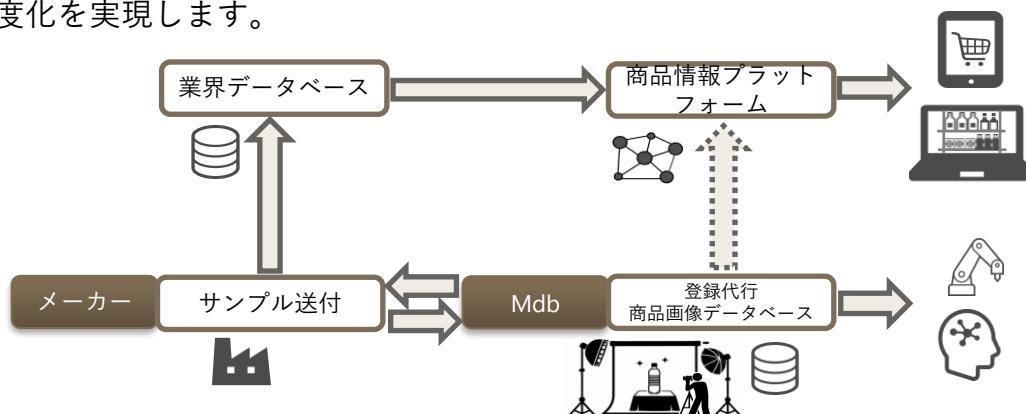
想定顧客・課題

▼想定顧客

小売・卸企業・メーカー、ならびに流通分野でロボット・AI導入を検討している企業です。

▼想定課題

商品画像の品質ばらつきや登録率の低さ、商品マスタ整備にかかる工数負荷、ロボット・AI活用に必要なデータ不足といった課題を商品画像データベース「Mdb」の連携と登録代行サービスにより解決し、商品情報活用の効率化と高度化を実現します。



事業・サービスの提供価値

▼商品情報基盤の中核

商品画像データベース「Mdb」を中核とした統合型サービス

▼高品質な商品画像連携

統一仕様・高品質な商品画像を商品情報プラットフォームへ連携
登録率向上と運用効率化を同時に実現

▼AI・ロボット活用を見据えた設計

認識用画像・付属情報を体系的に整備
流通分野における商品マスタ構築負担を大幅に軽減

▼運用負荷の最小化

登録代行サービスによりメーカーの登録作業を最小限に

▼ユーザーへの価値

高品質な商品データを安定的・効率的に活用可能

事業・サービスの詳細

▼新規性・革新性

「ロボットとAIが“理解できる”商品データ基盤へ」

業界DBで求められる棚割・表示用画像に加え、ロボットやAI向けの画像認識データおよび実商品由来データを一括取得・蓄積するデータ基盤を構築します。多角度撮影（垂直5方向×水平30度）による1商品60枚の高精度画像に加え、把持に必要な硬軟・重量情報も取得し、流通分野におけるロボット・AI活用を加速します。

▼流通業やサプライチェーン全体へのインパクト

本登録支援サービスは、「Mdb」と商品情報プラットフォームの連携により、商品画像と付随情報を標準化し、流通・サプライチェーン全体の業務効率化と高度化を実現します。メーカーは商品サンプル提供のみで高品質な画像データを取得でき、登録負荷軽減と登録率向上を実現。小売業では棚割・EC・販促における画像品質のばらつきを解消します。さらに、ロボット・AI活用を見据えた認識用画像や把持情報を整備することで、検品・品出し・在庫管理の自動化を支えるデータ基盤を構築します。

▼実績と実現性

本サービスは、20年以上にわたり運営してきた商品画像データベース「Mdb」をはじめとする既存資産と豊富な運用実績を基盤としており、高い実現性と即効性を備えています。「Mdb」には、酒類・加工食品・日用雑貨を中心に約40万SKUの商品画像が蓄積されており、棚割用途では約294社、ECサイト用途では約30社で実運用されています。これらの既存データを商品情報プラットフォームと連携することで、新規構築を行うことなく短期間で網羅率の向上が可能です。

また、10年以上の稼働実績を持つ撮影センター（Inforex撮影センター／FDB画像データ作成センター）による確立された撮影代行フローにより、追加投資を抑えながらメーカーの登録負荷を軽減します。さらに、これまでに培った撮影・運用ノウハウを活かし、将来的にはロボット・AI向けの商品認識データへ段階的に拡張可能である点も、本サービスの大きな特長です。

連絡先

HP : <https://www.cyber-l.co.jp/>

連絡先：サービスイノベーション部 Mdbセンタ mdb@cyber-l.co.jp

AIを活用した商品情報一元管理「ZAG」による中小メーカーの登録支援

「ZAG」は、PDF・Excel・画像等から商品情報をAIが自動抽出し、産業横断レジストリー、主要小売・EC、海外EC、コマースAIエージェントなど、各チャネルのフォーマットへ自動変換・出力(1箇所入力→多チャネル展開)するクラウドSaaSです。

商品情報の手入力をゼロにし、新たな販売機会創出を支援することを目指しています。

zag



想定顧客・課題

想定顧客:

年間500以上の新商品/更新があり、複数の小売・ECチャネルへ商品情報を提供する中小メーカー・ブランド
(最初はスポーツ/アウトドアカテゴリーに絞って開始)

課題:

- カタログデータがPDF／紙／複雑なExcelに散在し、構造化・チェックに時間と外注費がかかる。
- 取引先（小売・EC）ごとに商品マスターのフォーマットが異なり、内容を転記・作り直す負担が大きい。
- 新規チャネル（レジストリー含む）追加のたびに再作業が発生し、上市リードタイムが延びて販売機会を逃す。

事業・サービスの提供価値

登録・変換の工数/コストを削減:

PDF/Excel等からの自動抽出と、取引先・レジストリー向けフォーマットへの自動変換により、手入力・転記・差分修正の作業を削減（例：某スポーツブランドの事例では外注費用を50%削減、作業期間を2ヶ月から1週間へ短縮）。

チャネル追加の追加コストを最小化:

新規小売・EC・レジストリーなど出力先が増えても、仕様差分への追従を仕組み化し、チャネル追加のリードタイム短縮。

データ品質を担保:

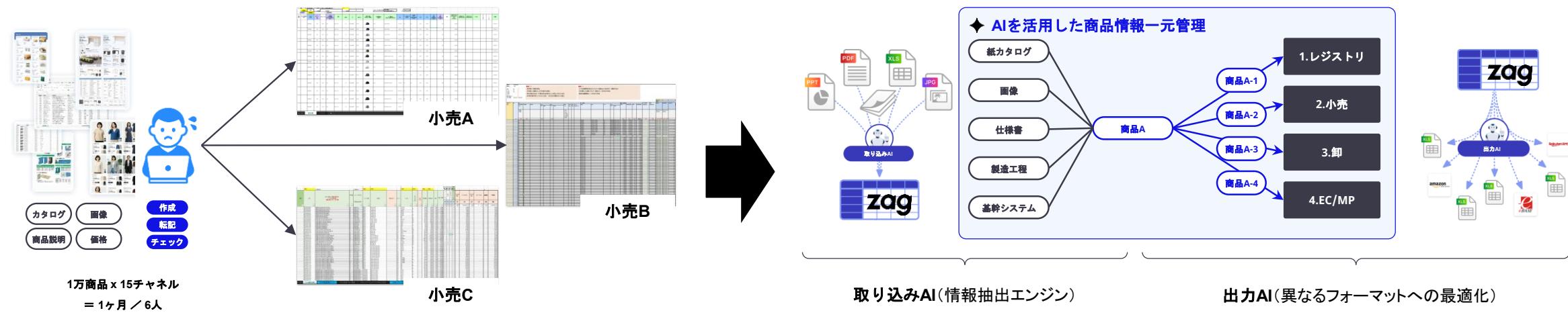
AIと人間によるソースデータとの突合・チェック工程を組み込み、誤入力や表記ゆれを抑制。小売側の確認負荷も下がり、サプライチェーン全体の手戻りを削減。

中小メーカーでも導入しやすい運用:

SaaSとして提供し、アップロード→確認→承認の流れで運用可能。大規模なシステム構築・専任データ整備体制がなくても始められる。

事業・サービスの詳細

- ・ **新規性:** 商品情報を一元管理し、産業横断レジストリー+取引先（小売・EC）に同時展開。チャネル追加・仕様変更のコストを最小化する。
- ・ **流通業へのインパクト:** メーカーの登録負担が下がることでレジストリー登録が進み、網羅性と品質が向上。小売側の照合・差戻し工数も減り、商品情報授受（年間82万人月規模）の非効率を解消出来る。
- ・ **実現性:** クラウド型SaaS（アップロード→確認→出力）の提供に向けて、まずスポーツ/アウトドア×その主要取引先のデータ変換サービスとして運用。その後レジストリー、小売/卸、ECマーケットプレイスなど他チャネル展開を目指す。
- ・ **実績/将来性:** 国内スポーツブランド（年商約30億円規模）と家電量販店のフォーマットで実運用済み（外注費用を半額、作業期間を2ヶ月→1週間）。将来的には海外EC、コマースAIエージェント等の追加チャネルにも展開を目指す。



連絡先

HP : <https://withzag.com/>
連絡先 : info@pioneerwork.co

産業横断レジストリーと連携したGTIN起点の商品情報WEBページ自動生成サービス

GTINをキーに産業横断レジストリーと連携し、商品情報を取得して商品情報WEBページを自動生成するサービスです。生成されたWEBページはQRコードやリンクを通じて、商品パッケージ・店頭・ECなど複数のチャネルから同一情報へアクセスできます。



想定顧客・課題

<想定顧客>

ブランドオーナー（特に中小規模事業者）

<解決する課題>

ECサイトでは消費者が商品を実際に手に取れず、店頭ではパッケージ表示に制約があるため、原材料、アレルギー情報、素材、サイズ、画像などの詳細な商品情報が消費者に十分に伝わらないという課題があります。

また、商品情報が媒体ごとに分散し、内容の不整合や更新漏れが発生しやすく、問い合わせや誤認購入、返品、アレルギー事故などのリスクにつながっています。

ブランドオーナー側も、正確で最新の商品情報を広く発信するための人材・ノウハウ・コスト確保が難しいという課題を抱えています。

事業・サービスの提供価値

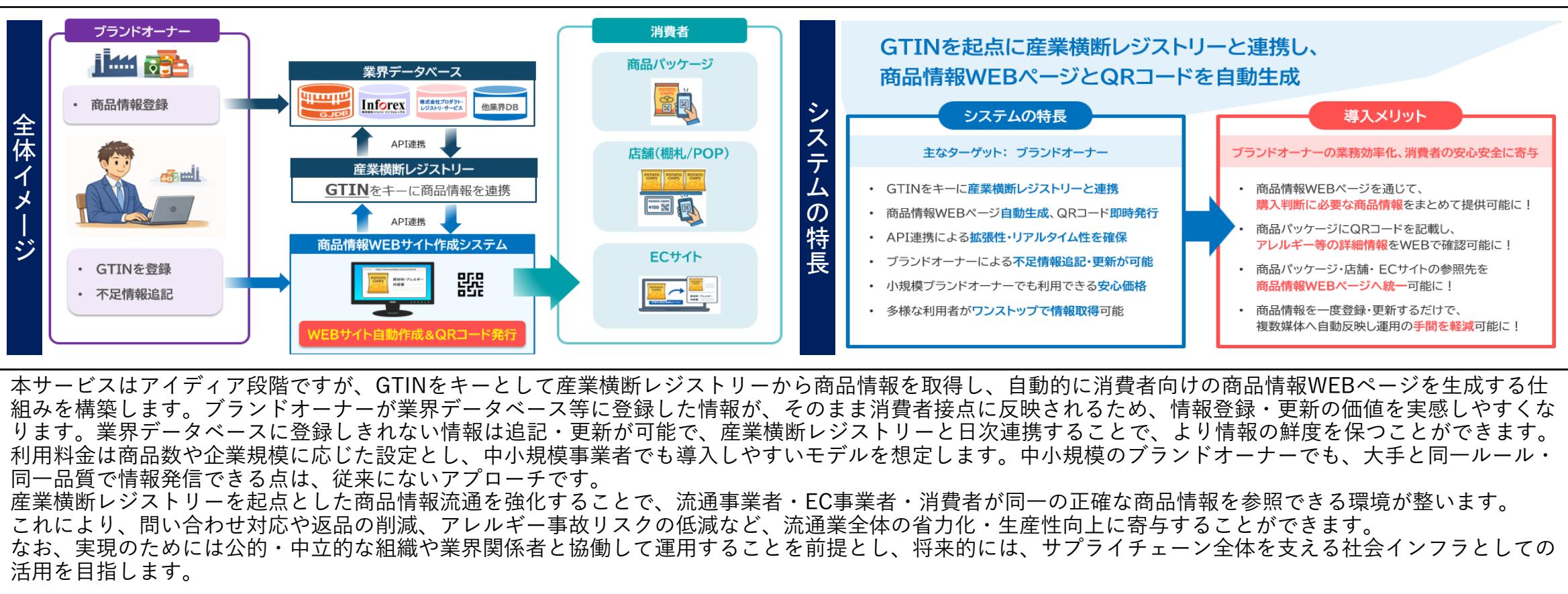
本サービスは、GTINを起点に生成される商品情報WEBページを共通の参照先とすることで、商品情報の不足や媒体ごとの情報不整合を解消します。

商品情報ページのQRコードを店頭の棚札（電子棚札）・POPや商品パッケージに表示し、ECサイトでは同ページへのリンクを設置することで、消費者は、簡単に同一の商品情報へアクセスできます。

ブランドオーナーが登録した商品情報が、そのまま消費者接点で活用されるため、情報登録の重要性を実感しやすくなり、結果として商品情報の正確性・鮮度向上への意識が高まります。

また、商品情報ページはGTINを登録するだけで簡単に作成でき、専門的なIT知識や大規模な投資を必要としないため、小規模事業者でも容易に導入・運用ができます。

事業・サービスの詳細



連絡先

HP : <https://www.hcs.co.jp/>

連絡先：広域ソリューション営業部 佐脇 TEL: 076-495-9824

HP問合せフォーム: (<https://ap.hcs.jp/murakumo/rhca/51cd7294-3ef0-4bdc-bb04-8bb65f01e7b2>)

生成AIで商品情報を“登録負荷”から“流通価値”へ変える商品情報プラットフォーム

Lazuliは、メーカーが保有するカタログPDF・画像・Excel等の既存資料から商品情報をAIで自動抽出・構造化し、流通・小売で即活用可能な商品情報として提供するプラットフォームです。登録と活用を分断せず、商品情報が継続的に価値を生み出す仕組みを実現します。



想定顧客・課題

想定顧客は、消費財メーカーおよび流通・小売事業者です。メーカー側では、商品情報がPDF・画像・Excelなどに分散しており、複数のデータベースや取引先ごとに手入力・再登録が発生することで、大きな業務負荷と情報の不整合が生じています。特に中小メーカーでは、商品情報の整備・更新がボトルネックとなり、流通での活用が進まないという課題があります。

一方、流通・小売側では、メーカーごとに形式や粒度の異なる商品情報を個別に整備する必要があり、EC掲載、販促、分析、消費者向け情報提供に活用できるレベルまで加工するために多大な工数がかかっています。結果として、商品情報を十分に活用したDXや生産性向上が進みにくい状況にあります。

事業・サービスの提供価値

Lazuliは、メーカーがすでに保有している商品資料を起点に、AIが商品情報を自動的に抽出・構造化し、人による確認を組み合わせることで、正確で信頼性の高い商品情報の登録を可能にします。これにより、メーカーは新たな入力作業を行うことなく、商品情報の一元管理と継続的な更新を実現できます。

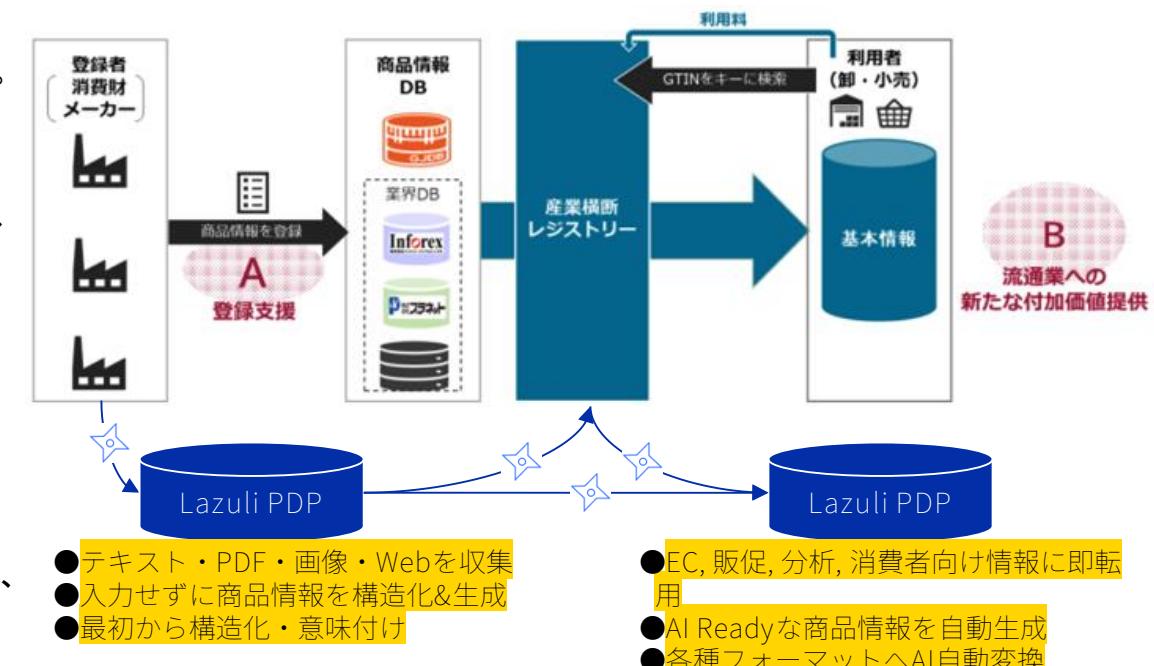
さらに、整備された商品情報は産業横断で活用可能な形で蓄積され、流通・小売向けに用途別に最適化された商品情報として自動生成されます。ECや販促、CRM、分析などにそのまま活用できるため、流通・小売側の業務効率化や顧客体験向上に貢献することができます。

本サービスにより、商品情報は「登録して終わりのデータ」ではなく、「流通全体で使われ続け、価値を生み出す基盤」となり、商品情報プラットフォームを起点とした新たな流通DXを実現することができます。

事業・サービスの詳細

- Lazuliは、メーカーが保有するカタログPDF、商品画像、Excel等の既存資料を起点に、生成AIと画像認識技術を用いて商品情報を自動抽出・構造化し、商品拡張DBとして蓄積・管理するプラットフォームです。従来のように、あらかじめ定義された項目に情報を当てはめて管理するのではなく、メーカーが持つ商品情報を可能な限りすべて保持し、必要なタイミングで必要な形で取り出せる点に大きな特徴があります。
- この商品拡張DBには、基本的な商品マスタ項目に加え、パッケージ表記、仕様、成分、訴求ポイント、画像由来の特徴情報などが蓄積されます。これにより、商品情報は「最初に決めた項目しか持てないデータ」ではなく、「用途や時代の変化に応じ価値を引き出せる情報資産」として管理されます。
- 本サービスは、商品情報登録において新たな入力作業を前提とせず、既存資料からAIが自動抽出・構造化し、人による確認（Human in the Loop）を組み合わせることで、実務で求められる品質と運用性を両立します。これにより、メーカーは商品情報の登録・更新負荷を大幅に削減しながら、将来の活用を見据えた情報蓄積を行うことができます。
- 流通・小売側では、商品拡張DBに蓄積された情報をもとに、EC掲載、販促、CRM、分析、消費者向け情報提供など、用途に応じた商品情報を自動生成・活用できます。必要な情報をその都度加工・作り直すのではなく、同一の商品情報資産を起点に多様な業務へ展開できるため、業務効率化とデータ活用高度化を同時に実現することができます。
- 今後は、商品拡張DBに蓄積される情報を基盤として、需要予測や販促最適化、環境負荷情報の活用などへ展開することで、商品情報を起点とした流通・サプライチェーン全体の生産性向上と持続的な価値創出を目指します。

Lazuliが貢献するポイント



連絡先

HP : <https://lazuli.ninja/>

連絡先 : BDR 宮原 和音, 050-1791-6677, k.miyahara@lazuli.ninja

商品情報プラットフォームを活用した新たな流通DXコンテスト 事例 エイターリンク株式会社

ワイヤレス給電による「フィジカルデータ」の可視化とサプライチェーンエコシステムの構築

「AirPlug™」による完全ワイヤレス給電で、店舗内の顧客行動（フィジカルデータ）を配線・電池交換不要で収集・分析し、店舗課題を解決するソリューション。
真の需要を可視化し、小売・物流・製造をつなぐサプライチェーンエコシステムを実現します。

 AETERLINK



想定顧客・課題

小売業を起点としたサプライチェーン各社の課題



小売業の課題

- ①経験と勘の定性データの属人要素
- ②把握できない機会損失の発生

小売業の課題解決データで
サプライチェーン課題も解決

サプライチェーンの課題

- ①情報の分断による需要予測のズレ
- ②過剰意識（生産・在庫）
- ③物流の低積載率（2024年問題）



事業・サービスの提供価値

「見えなかった」店舗のリアルを、「サプライチェーンの資産」へ。



従来の予測データの違い



予測の根拠	「購入実績」(現在需要)	「実績」+「来店ポтенシャル」(潜在需要)
見落とすもの	機会損失(買わずに帰った客)	なし(離脱客もカウント)
混雑時の判断	「売上げが頭打ち=需要はこの程度」	機会損失の見える化=さらなる売上向上
アクション	実績ベースの事後検討	リアルタイムで値引き・補充・人員配置

サプライチェーンにおける課題を解決し、価値へ転換

メーカー(Manufacturer)

需要予測精度向上
実需・在庫の見える化で生産計画のフレを縮小
過剰生産・欠品削減
混雑予測による在庫管理、販売機会と利益を最大化
回収・規格変更対応
対象SKU/ロット特定が早く、信用リスクを低減

物流(Logistics)

積載率/保管効率向上
寸法・重量・入出庫ルートの正確で最適化が進む
誤仕分け・荷物配達低減
回収・規格変更対応
物流問題の解決
正確な荷予測による待機時間削減と、積載率向上によるCO2削減(Gx)

卸売(Wholesale)

照合/差異請求/返品低減
品目・単位のズレが誤り事務コストを圧縮
翻訳業務削減
取り扱いごとのマスタ加工が済りボトルネック解消
代替提案力向上
属性比較が容易になり、欠品時の提案スピードが上がる

小売(Retail)

欠品(機会損失)低減
補充精度が上がり売上を取りこぼさない
廃棄/引き取り抑制
需要と在庫が合致し、ロスが利益に貢献して改善
誤表示/クレーム低減
商品情報(成分・アレルゲン等)の同期で店頭EC品質が上がる

事業・サービスの詳細

あらゆる空間データの いつでも。どこでも。を実現

ワイヤレス給電技術による
マルチセンシングでIoEを加速させる

AirPlug™

AirPlug™の特徴

- 配線、バッテリー不要でデータ取得
- 個人情報に抵触せず非購買者のデータも取得
- ゾーン別混雑度を時系列でGAPを可視化
- メンテナンスフリー
- レイアウト変更などでも死角に対応可能

現在の取組状況-① 日本最大級のホームセンター

MISSION
アナログからの脱却。可視化から始めるDX

GOAL
「販促効果の見える化」と「スタッフ配置の最適化」を実現し、「売上の最適化」を実現

現在の取組状況-② 家電量販店

MISSION
店舗内の「混雑度」を可視化し、経験と勘に頼らないデータドリブンな店舗への変革

GOAL
「接客機会の損失削減」と「スタッフ配置の最適化」を実現し、売上向上とCS向上の相関関係を実証する

店舗内GAPを可視化 店舗特性に基づいたアクションで最適化

混雑度データ活用のコアバリュー

1:機会損失の可視化

POSデータ(売上)には残らない「買わなかった顧客」を把握できます。

2:生産性の適正化

「暇なのにスタッフが多い」「忙しいのに人が足りない」というミスマッチを解消し、人件費率を最適化できます。

3:顧客体験(CX)の向上

混雑緩和や、適切なタイミングでの接客により、顧客満足度を高め、リピート率を向上させます。

インパクト

- 売上改善
- 人件費削減
- ロス削減

STEP1 店舗の可視化(Retail DX)

Action AirPlug™で店内の「混雑」と「機会損失」を可視化
Effect 店員配置の最適化、機会損失の削減
▶「真の需要データ(買わずに帰った客含む)」の生成

STEP2 データの共通化(Data Integrity)

Action 「真の需要データ(買わずに帰った客含む)」と掛け合わせ、GTIN単位の需要予測へ変換
Effect 独自の店舗データを、共通言語(GTIN)で扱える形に規格化・匿名化

STEP3 サプライチェーン連携(Eco System)

Action 商品情報プラットフォーム(共通DB)と需要予測の連携
Effect メーカー、「棚前需要」に合わせた生産調整
物流 : 配送量の精度向上・連携による積載率向上

ライト機能

全事業者の予測精度を底上げし、
『全員参加型エコシステム』を実現する標準機能

ライト機能により、流通DX及び
商品情報プラットフォームの普及を加速

連絡先

HP : <https://aeterlink.com/>

連絡先 : BM事業部 (平林・森)

TEL03-6825-0615

11

誰にでも届く商品情報基盤—流通DXを起点に、消費者へ届ける拡張モデルー

音声・多言語による情報提供が可能な、触って分かるQRコード「アクセシブルコード」を提供しています。商品パッケージ等に印刷された2次元コードを通じて、視覚障害者や高齢者、外国語話者など、誰もが同じ情報にアクセスできる仕組みです。商品情報の“情報バリアフリー化”を通じて、流通DXの成果を消費者までに届けることを目指しています。



想定顧客・課題

対象

- 視覚障害者や識字障害（ディスレクシア）のある人、高齢者など、商品情報を視覚的に確認することが難しい消費者
- 日本語による情報理解が難しい訪日客や外国語話者
- 店頭や購入後に、商品情報を自律的に確認したい消費者

課題

- 商品情報のデジタル化は進んでいる一方で、情報へのアクセスには依然として高いハードルが存在しています。
- 多くの商品では、情報提供が文字表示に依存しており、使用方法、注意事項、安全情報といった重要な内容が十分に伝わらない場合があります。
- 標準化された情報提供の枠組みだけでは、生活者の多様な情報ニーズに十分対応しきりていません。

事業・サービスの提供価値

アクセシブルコード (Accessible Code®)

商品パッケージなどに印刷された二次元コードをスマートフォンで読み取ることで、音声および多言語により商品情報を確認できる仕組みです。用法・用量、成分、安全上の注意などの重要な情報を、利用者の端末設定言語に応じて表示・読み上げることができ、視覚障害者や高齢者、外国語話者など、さまざまな立場の消費者が同じ情報にアクセスできることを目指しています。特別なアプリを必要とせず、既存のQRコード規格を活用している点も特徴の一つです。また、コードの位置が触って分かるよう工夫することで、視覚に頼らず操作できるユニバーサルデザインを実現しています。

本サービスは、新エネルギー産業技術総合開発機構（NEDO）の助成を受け、全国の視覚障害当事者をはじめとする関係団体の協力のもと、約3年にわたる実証実験を通じて得られた知見を基に開発されました。2020年より実用化がスタートしています。



商品情報プラットフォームを活用した新たな流通DXコンテスト 事例 エクスポート・ジャパン株式会社

事業・サービスの詳細

新しい提案

GTIN起点で「誰にでも届く商品情報」を実装する仕組み

The diagram illustrates the 'New Proposal' (新しい提案) for 'Accessible Product Information'. It starts with a GTIN (Global Trade Item Number) box, which points to a 'GS1 Digital LINK' box labeled '全消費者共通の基盤' (Common base for all consumers). This leads to an 'アクセシブル拡張レイヤー' (Accessible Extension Layer) containing three features: '音声読み上げ' (Text-to-speech), '多言語対応' (Multi-language support), and '触知マーク' (Tactile markers). Below this is an 'アクセシブルコード' (Accessible code) box. A speech bubble says '等しく理解できる商品情報' (Accessible product information). To the left is a QR code labeled 'GTIN (QRコード)' and '15言語' (15 languages). A QR code labeled 'アクセシブルコード' (Accessible code) is also shown.

アクセシブルコードのバックエンド基盤である QR Translator* を活用することで、既存の仕組みを拡張する形で構築でき、段階的な導入・展開が可能です。

1つのQRコードから、製品情報、使用期限、シリアル管理、トレーサビリティなど、複数の情報へアクセスできるカスタマイズ性を備えています。また、利用者の言語環境に応じた情報切り替えにも対応しており、DPP (デジタル製品パスポート) など、2Dコード活用の国際的な潮流の中でも、標準仕様を補完する形で運用できます。

本提案は、商品情報をデータとして整備・管理する「持つDX」から、消費者に理解される形で届ける「届くDX」へ拡張する視点に立つものです。

*当社の関係会社 PIJIN が開発した多言語対応技術（日本を含む主要国で特許取得）

インパクト

三方よしで実現させる価値提供

The 'Impact' (インパクト) section shows the 'Value Proposition' (三方よしで実現させる価値提供) for three parties: Consumers, Retailers, and Manufacturers.

- 消費者 (Consumers):**
 - 誤購入・誤使用リスク低減
 - 店頭での自立的情報取得
- 小売 (Retailers):**
 - 説明負荷・属人対応の削減
 - 問い合わせ・クレーム抑制
- メーカー (Manufacturers):**
 - 改訂・注意喚起の即時反映
 - 廃棄・リコール対応の効率化
 - アクセス傾向の可視化

ユニークなデザイン: ユニバーサルデザイン (Universal Design) を実現するためのデザイン。 業務改善: 業務効率化による効率化。 SDGs/サステナビリティマーケティング: 環境への配慮と持続可能な開発目標 (SDGs) の達成を目指すマーケティング戦略。

目指すゴール

真正な商品情報へすべての消費者が確実にアクセスできる社会基盤の整備

1. 視覚障がい者をはじめとする多様な消費者が、同等の商品情報をアクセスできる社会を実現すること。
2. 社会的な決めごと(プロトコル)として仕組み化・運用することで、社会全体が負担するコストを最小限に抑えつつ、情報アクセスに課題を抱える人が得られる価値を最大化すること。
3. 情報を発信する側と受け取る側が、それぞれ「しだけ」の工夫を重ねることで、商品情報をめぐるコミュニケーションを大きく改善すること。

アクセシブルコード掲載商品

製品名

新セデス錠、セデス・ハイ、パイロンPL、
リンデロン軟膏、メジコン咳止め、シナール、
パンシロン、リセ目薬、
ハリナックス、サクサ 他

クライアント企業

シオノギヘルスケア株式会社
ロート製薬株式会社
コクヨ株式会社

The 'Accessible Product Codes' (アクセシブルコード掲載商品) section shows examples of various pharmaceutical and healthcare products that have adopted the accessible code system. Examples include '新セデス錠' (New Sedes), 'セデス・ハイ' (Sedes-Hi), 'パイロンPL' (Pilon PL), 'リンデロン軟膏' (Linderon Ointment), 'メジコン咳止め' (Meicon Cough Syrup), 'シナール' (Sinal), 'パンシロン' (Panilon), 'リセ目薬' (Rise Eye Drops), 'ハリナックス' (Hariックス), 'サクサ' (Sakusa), and 'パンシロンコア' (Panilon Core). A smartphone is shown displaying the accessible code for one of these products.

連絡先

HP : <https://jp.accessible-code.com/>

連絡先：エクスポート・ジャパン(株) アクセシビリティ事業部 pvip@export-japan.co.jp

商品情報プラットフォームを活用した新たな流通DXコンテスト 事例 株式会社サイバーリンクス



C2Platform®/N-Sikle 商品情報連携サービス

「商品情報連携サービス」に業界で統一される「商品情報プラットフォーム」の商品情報を連携いただくことにより、製（メーカー）配（卸）販（小売）間で行われる見積や商品情報申請などの企業間商品情報連携業務の効率化を実現し、人手が減少してもこれまで通りに商品情報が連携される環境を提供いたします。



想定顧客・課題

▼想定顧客

食品、日用雑貨を取り扱う小売様・卸様・メーカー様

▼想定課題

流通業界では小売からの要望に応じて、卸・メーカー各社にて小売個別仕様の見積書や商品情報登録資料の作成・伝達・確認などの対応に多くの工数（人手、時間、コスト）をかけており、今後の人手不足により正しい情報の伝達に時間要することや情報の伝達そのものができなくなってしまうことが懸念されます。

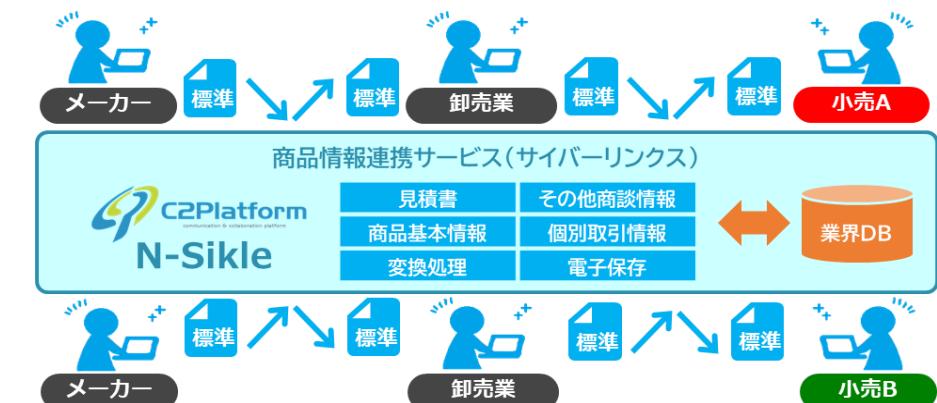
企業規模にともなう情報格差が生じてしまった場合、品揃えの違い、売場や消費者への供給鮮度（スピード）の違い、原価増にともなう提供価格の違いなどにつながり、小規模流通企業の事業継続を脅かす可能性があると考えています。



事業・サービスの提供価値

▼課題に対する事業・サービスの提供価値

メールなどで連携されていた商品情報を製配販（メーカー／卸／小売）間で共同利用できるクラウド型の情報連携サービスを提供いたします。個別仕様で行われている見積や商品情報申請などの企業間商品情報は、流通業界団体様（主に小売や卸の団体）と連携し、業界標準仕様の策定を進めます。個別対応が必要な場合でも、個別企業向けの変換システムを「商品情報連携サービス」の利用ユーザー間で共有することにより、各社が個別に実施してきた「システム開発コスト」や「人手による作成・伝達・確認などの作業コスト」を削減し、今後、人手不足となった場合でも企業規模にともなう情報格差を生じさせず、商品情報連携が行われる環境を提供いたします。



事業・サービスの詳細

▼新規性・革新性

これまで、個別企業独自の商品登録や電子商談システムによって行われてきた部分最適ではなく、流通業界団体様（主に小売や卸の団体）と連携し、業界標準仕様の策定を進め、流通業界全体で「仕様の標準化」+「システムの共有化」を行うことで、全体最適をはかり、より大きな効果を得ることができます。

▼流通業やサプライチェーン全体へのインパクト

商品情報連携は、商談業務だけでなく、その後に行われる受発注や物流、販売に直結する業務です。

弊社では、流通企業様に対して「基幹システム」や「棚割サービス」「画像データベースサービス」など様々なソリューションも提供しており、「商品情報連携サービス」でそれらのソリューションと連携する際のインターフェースを標準化することで利用企業様へのシステムコスト負担を更に下げるこができると考えております。

流通企業様だけでなく、流通企業様にシステムの提供を行う弊社のようなITサービス企業や商品の輸送を担当する物流企業様などにとっても安定的にサービス提供がしやすい環境を提供できると考えております。

さらに、これまで多くの企業で人手によって行われてきた商品情報連携に関する情報を仕様統一された状態でデジタル化することで、AIなどを活用したMD業務のDX化などにも活かしやすい環境になるとと考えています。

企業規模にともなう情報格差がなく、安価なコストで生産性を高めることができる仕組みを利用できることで小規模な流通企業様でも事業継続がしやすい環境ができると考えます。小規模流通業様が安定的に事業継続できることで日本が世界に誇る豊かな食文化なども守ることができます。

▼実績と実現性

「商品情報連携サービス」は、弊社独自でサービス展開している「C2Platform®」と一般社団法人日本加工食品卸協会様と協力（日食協様が事業運営者／弊社が事業運用者）してサービス展開している「N-Sikle」の2種類がございます。「N-Sikle」は「C2Platform」をエンジンとして採用していただいており、互いのサービスは共同利用が可能です。

また、「商品情報連携サービス」は「商品情報プラットフォーム」で食品業界の商品DBとして採用されております株式会社ジャパン・インフォレックス様との連携実績もあり、2025年12月時点での導入社数とID数は、小売業様：5社 636利用ID、卸メーカー様：1,754社 4,362利用IDとなります。

弊社では既にクラウドサービスとして、複数の流通企業様（小売、卸、メーカー）に商品情報連携サービスをご利用いただき、「システムの共有化」に取り組んでおります。今後は、業界団体様との取組みを強化し、流通業界全体での「仕様の標準化」を進めることで本サービスを実現することが可能だと考えます。

連絡先

HP : <https://www.cyber-l.co.jp/>

連絡先：流通クラウド事業本部 SCM事業部 scm-sales@ml.cyber-l.co.jp

Stailer: 労働生産性の構造的変革を目指した、EC/DX統合プラットフォーム

Stailerは、「正確な商品情報」の活用を核とし、「ネットスーパー」「AIプライシング」「AI発注」と3つの領域を統合的に改革するための汎用的なプラットフォームです。



想定顧客・課題

スーパーマーケットなどの流通小売業は、人口減・インフレ・円安下という厳しい経営環境においても市井の生活を支える重要なインフラです。こうした環境下では、「労働生産性の改善」は最大の経営課題の1つであると考えています。

労働生産性は「付加価値（粗利）の最大化」と「業務の省人化・自動化」の両立によってはじめて改善がなされます。

私たちが提供するStailer プラットフォームは、商品情報プラットフォームとの連携を通じて、労働生産性の改善に直結するような以下3つの課題にアプローチを行っています。

1. 店舗のEC化による新たな粗利の創出
2. AIによる値付け最適化による逸失粗利の抑制
3. 在庫の最適化、発注や在庫管理など高度業務の省人化

事業・サービスの提供価値

1. Stailer ネットスーパーでは、正確な商品スペックや画像情報が、売り場を彩り、高度な検索性やパーソナライズされた推薦体験を創出する基盤を提供しています
2. Stailer AI発注では、商品属性や賞味期限情報、納品リードタイム等を加味した高精度な需要予測・発注数勧告により、発注業務を自動化し、在庫抑制と業務抑制を両立して達成します。
3. Stailer AIプライシングでは、正確な原価・売価情報の蓄積から価格弾力性を導き出し、棚割ごと、カテゴリーごとなどで粗利を最大化するため、各単品の最適価格決定を支援します。

これら3つの製品が、共通の真正な商品データ基盤を通じて有機的に機能することに加え、データを直感的に扱える高度なUXを備えたアプリケーションを統合的に提供しております。

事業・サービスの詳細

新規性・革新性

従来の小売DXは、EC、発注、棚割等のシステムが分断され、データもUXも個別最適に留まっていました。Stailerの革新性は、これらが「真正な商品情報」を核とした単一のプラットフォームとして統合され、データとUXが有機的に結合している点にあります。

流通業やサプライチェーン全体へのインパクト

小売店舗内の改善に留まらず、サプライチェーン全体へ波及効果をもたらします。

1. 業務のデジタル化、AI化によって店舗スタッフのピッキング・パッキングや発注に係る業務時間を大幅に圧縮
2. ネットスーパーや店舗で蓄積される精緻な需要予測データは、将来的にメーカーの商品開発や生産計画へ活用可能
3. 正確な商品サイズ・重量データに基づく積載効率のシミュレーションや、需要予測に基づく配送計画の最適化により、配送トラックの積載率向上と走行距離削減を実現可能

実現性

既に国内の主要なスーパー・マーケット・ドラッグストアで稼働しており、技術基盤の改善を重ねながらと運用実績を積み上げています。

1. ライフコーポレーション様やスギ薬局様などの大手企業から地域のトップ小売企業まで、規模や地域を問わず導入が進んでいます。既存の基幹システムやPOSとのデータ連携ノウハウが確立されており、スムーズな導入が可能であることが証明されています。
2. 全プロダクトの統合活用事例：長野県のデリシア様においては、「ネットスーパー」「AI発注」「AIプライシング」の3プロダクト全てを導入いただき、3つの製品が相互に連携しそれぞれの成果を創出しています。加えてこれらはすべて個別開発ではなく、Stailer プラットフォームとして実稼働しており、複数の小売企業へ横展開可能な基盤となっています。

連絡先

HP : <https://10x.co.jp>

連絡先 : 株式会社10X 広報担当 pr@10x.co.jp, 代表取締役 矢本真丈 yamotty@10x.co.jp

商品情報プラットフォーム整備による販促活動の活性化

高品質な商品データを核に、販促に必要な情報を **PROMO CORE**（販促情報管理システム）で一元管理。AIによる最適な商品選定やワンソースマルチユースの仕組みを備え、メーカーから生活者までをシームレスに繋ぎます。

すべてを突破する。

**TOPPA!!!
TOPPAN**



想定顧客・課題

【想定顧客】

小売業（GMS、スーパー、ドラッグストア等）、
および販促物制作に関わる各事業者

【解決する課題】

- 1 情報のバケツリレーによる
情報管理の複雑化（商品情報/商品画像/販促情報）
- 2 お客様への「伝え方」と「売り方」における
マルチチャネル化への対応
- 3 長年にわたり積み重ねた「経験と勘」への依存による
業務の属人化

流通／社会課題の解決が求められる

流通課題
社会課題

人手不足／生産性向上／デジタル化の遅れ／物価高騰対策

事業・サービスの提供価値

『充実した商品情報を販促活動に最大限活用する』

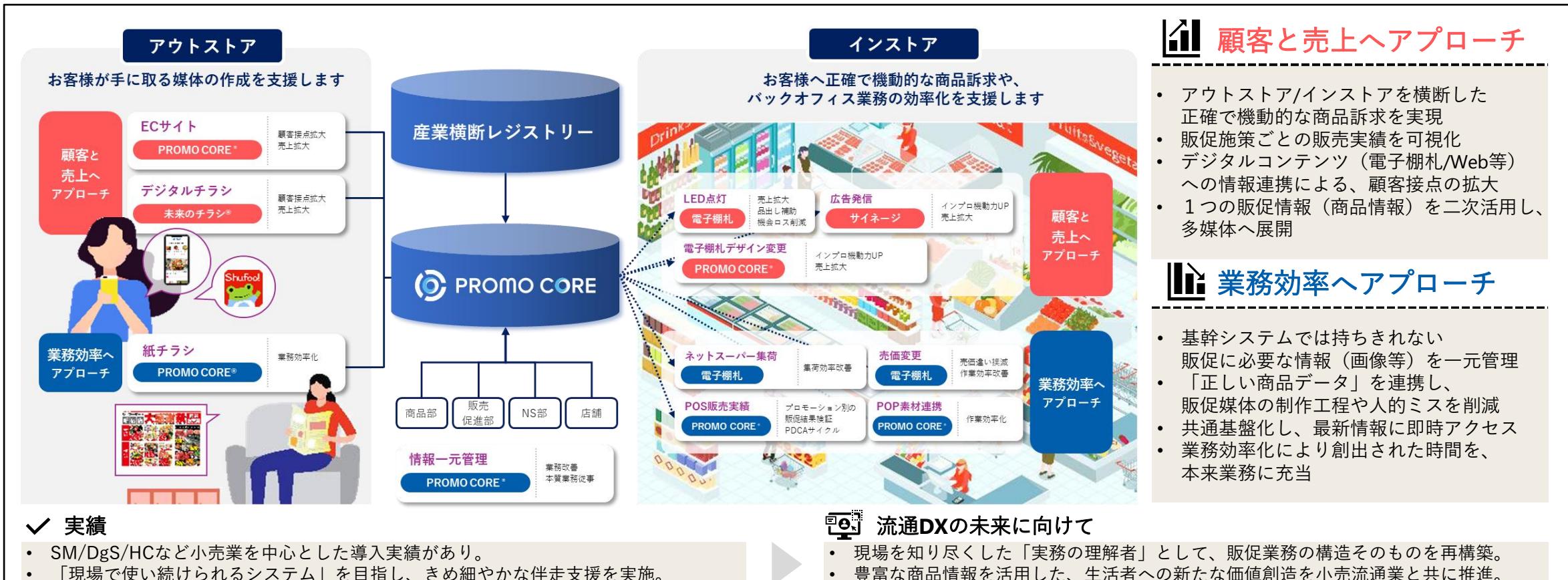
【課題解決の姿】

- 1 誰もが、いつでも、どこからでも、アクセス可能なデータの拠り所
商品情報/販促情報の一元管理
- 2 情報を集める「手間」の解消と、デジタルメディアにも対応する
ワンソースマルチユースのソリューション連携
- 3 生活者の“今のニーズ”や、商品の“詳細情報”/“実績情報”をベースにした
AI活用による販促施策の高度化

業務効率化などの**守りのDX**と

売上拡大などの**攻めのDX**を両立させる

事業・サービスの詳細



連絡先

HP : <https://www.toppan.com/ja/>連絡先：TOPPANデジタル株式会社 リテールソリューション推進部 promocore@toppan.co.jp