

平成18年度 流通システム標準化事業
成果報告会

商品マスタデータ同期化(GDS)実証報告

2007年3月

経済産業省 流通システム標準化事業
マスタデータ同期化システム実証事務局

アジェンダ

1. 商品マスタデータ同期化(GDS)の
基本的考え方

2. 実証の目的と事業概要

3. 実証の内容と検討状況

4. 実証の参加目的と成果

5. 実証効果報告と今後のGDS展開

商品マスターデータ同期化の狙い

- 製配販3層で生じている商品マスタ管理業務
負荷の軽減
 - ・ コスト削減
 - ・ 本来業務への集中
- 情報共有のスピードアップ、高精度化を通じた
新たな付加価値の創出
 - ・ マーケティング活動の高度化
 - ・ サプライチェーン全体のスピードアップ

商品マスターデータ同期化とは

- ①標準化された項目定義、コード体系に従って、
- ②商品販売者（例えばメーカー）※¹が商品情報を1箇所に登録するだけで、
- ③ネットワークを通じて、その情報を必要とする商品購入者（例えば卸）※²に必要なタイミングで情報提供できる

商品情報共有の仕組み。

※1 商品販売者とは、

メーカー・卸間取引の場合 : メーカー

メーカー・小売間取引の場合 : メーカー

卸・小売間取引の場合 : 卸

※2 商品購入者とは、

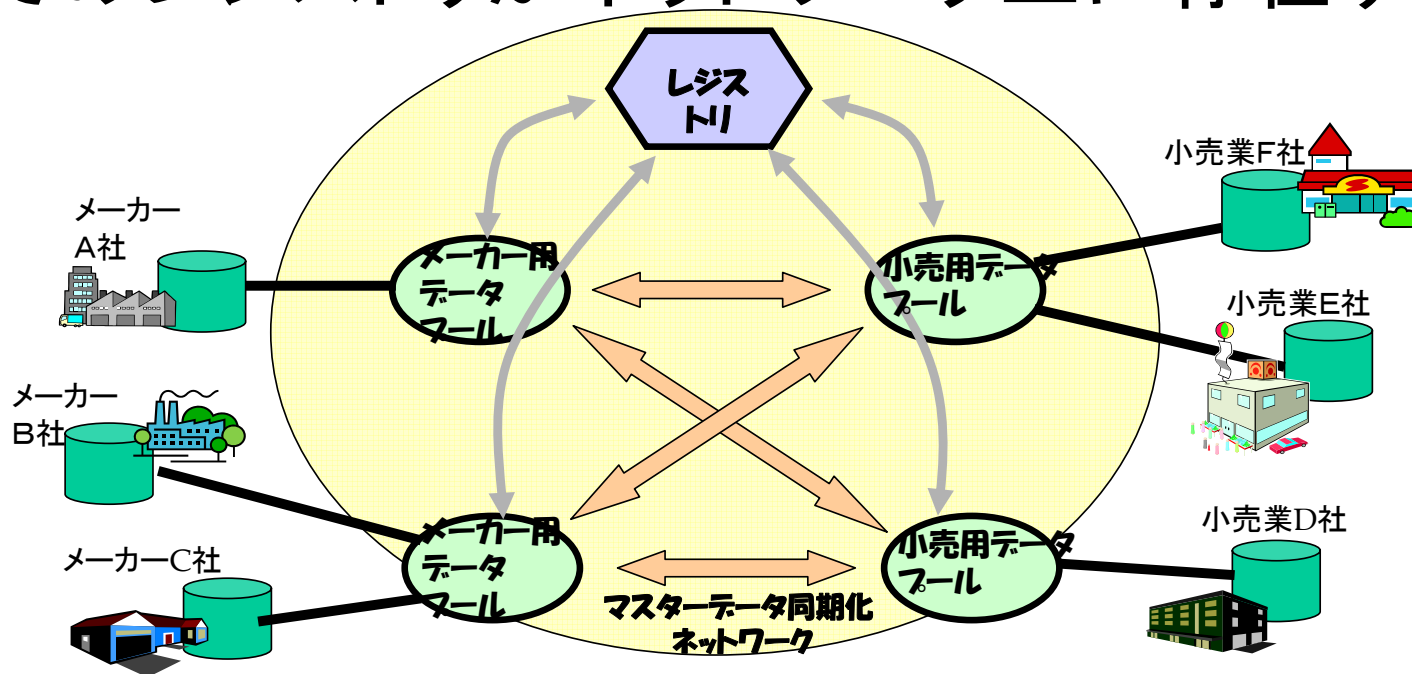
メーカー・卸間の場合 : 卸

メーカー・小売間取引の場合 : 小売

卸・小売間の場合 : 小売

商品マスタデータ同期化の基本コンセプト： ネットワーク形態としての基本コンセプト

- 商品情報を蓄積するデータプールと、交通整理役としてのレジストリがネットワーク上に存在する。



商品販売者をメーカー、商品購入者を小売としたモデルケースで記述

商品マスタデータ同期化の基本コンセプト： データ項目としての基本コンセプト①

- 商品識別番号 (GTIN)、情報提供者情報 (GLN)、販売対象国・地域コード (TM) をキー情報として商品を特定する。

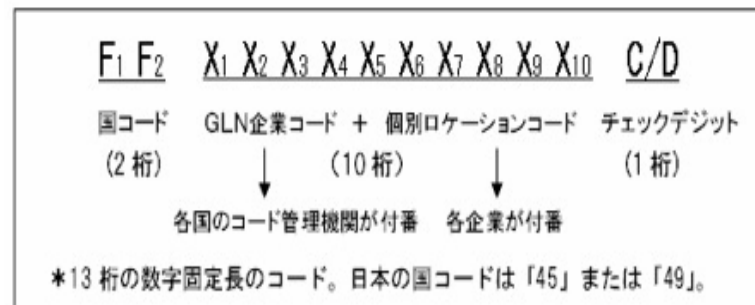
商品識別番号 (GTIN: Global Trade Item Number)

Data Structures	GTIN Format													
	T ₁	T ₂	T ₃	T ₄	T ₅	T ₆	T ₇	T ₈	T ₉	T ₁₀	T ₁₁	T ₁₂	T ₁₃	T ₁₄
EAN/UCC-14(集合包装用商品コード*)	N ₁	N ₂	N ₃	N ₄	N ₅	N ₆	N ₇	N ₈	N ₉	N ₁₀	N ₁₁	N ₁₂	N ₁₃	N ₁₄
EAN(JANコード)/UCC-13	0	N ₁	N ₂	N ₃	N ₄	N ₅	N ₆	N ₇	N ₈	N ₉	N ₁₀	N ₁₁	N ₁₂	N ₁₃
UCC-12(UPCコード)	0	0	N ₁	N ₂	N ₃	N ₄	N ₅	N ₆	N ₇	N ₈	N ₉	N ₁₀	N ₁₁	N ₁₂
EAN(JANコード)/UCC-8	0	0	0	0	0	0	N ₁	N ₂	N ₃	N ₄	N ₅	N ₆	N ₇	N ₈

出所)流通システム開発センター資料より

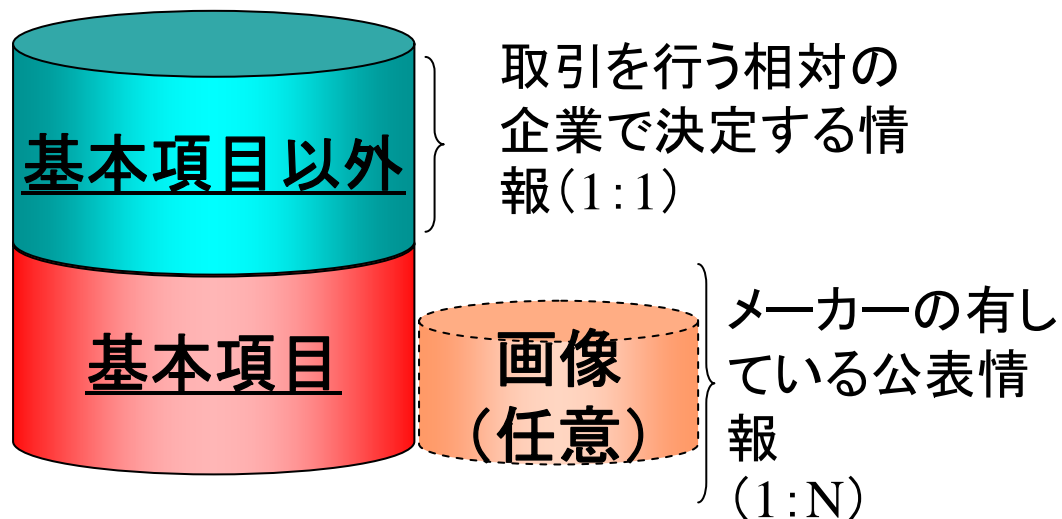
拠点識別番号 (GLN: Global Location Number)

GLN (Global Location Number)のコード体系



商品マスタデータ同期化の基本コンセプト： データ項目としての基本コンセプト②

- キー情報以外についても標準化されたマスタ項目を使用する。



2006年度実証では、
基本＋基本以外の項目で212項目
(GCIジャパン2006年度版)

アジェンダ

1. 商品マスタデータ同期化(GDS)の
基本的考え方

2. 実証の目的と事業概要

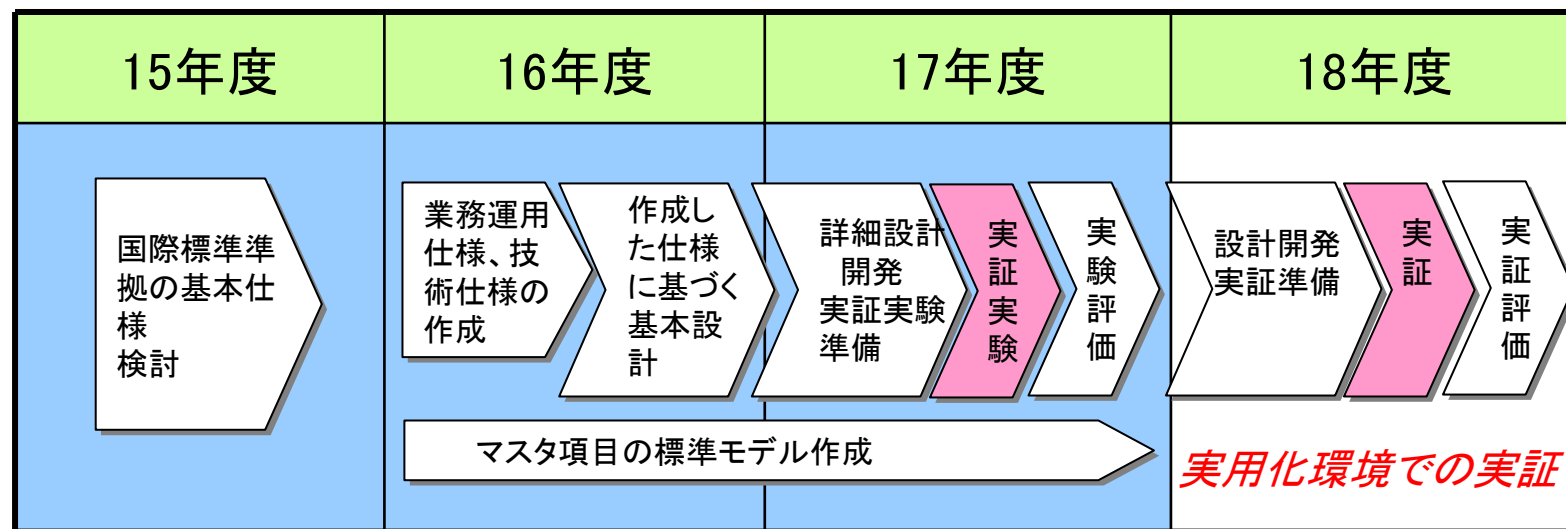
3. 実証の内容と検討状況

4. 実証の参加目的と成果

5. 実証効果報告と今後のGDS展開

本年度実証の目的

- 実用にあたり、実用化環境での同期化を行うと共に日本の流通構造や商慣習を考慮して運営方法や実現可能性を検証する。
- 対象商品カテゴリー：日用品・雑貨品、加工食品

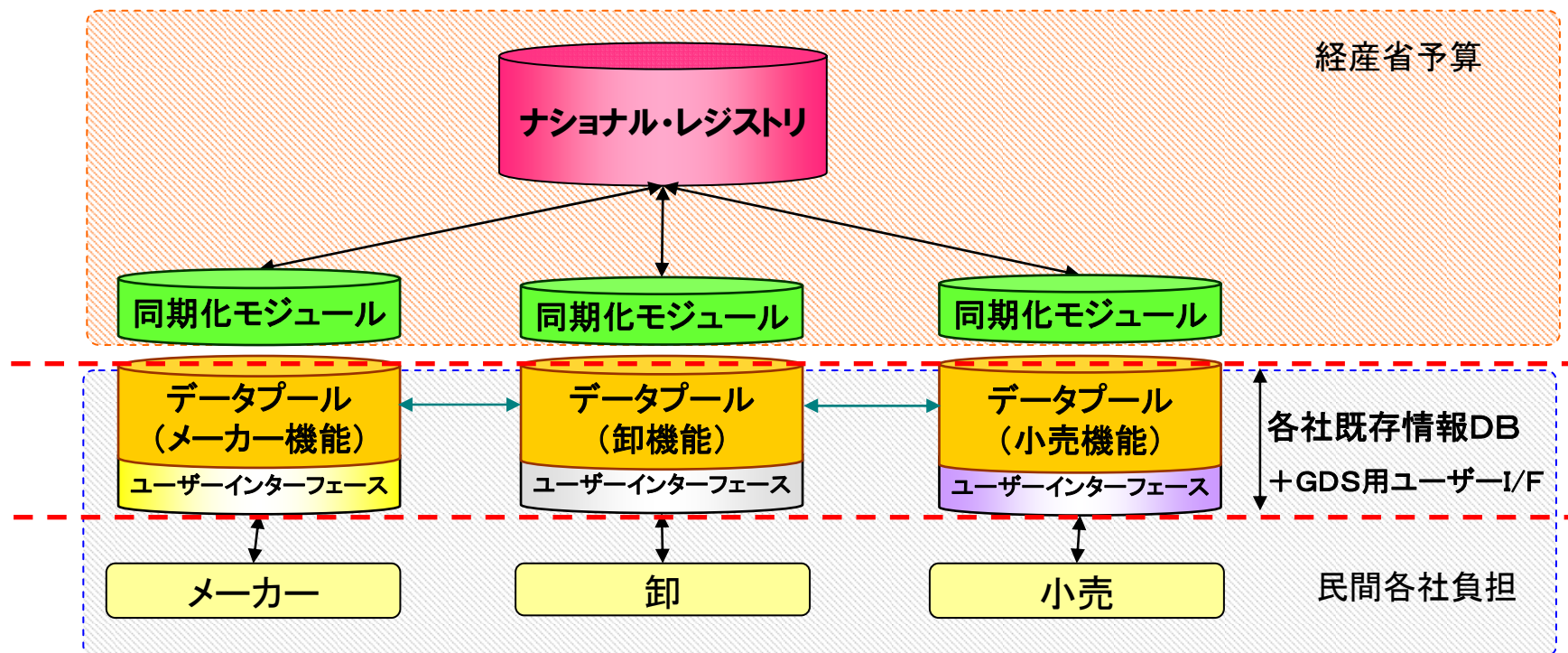


→
実運用
予定

本年度実証において予定している成果物①

仕組みとしての成果物

- ナショナル・レジストリ
- 同期化モジュール



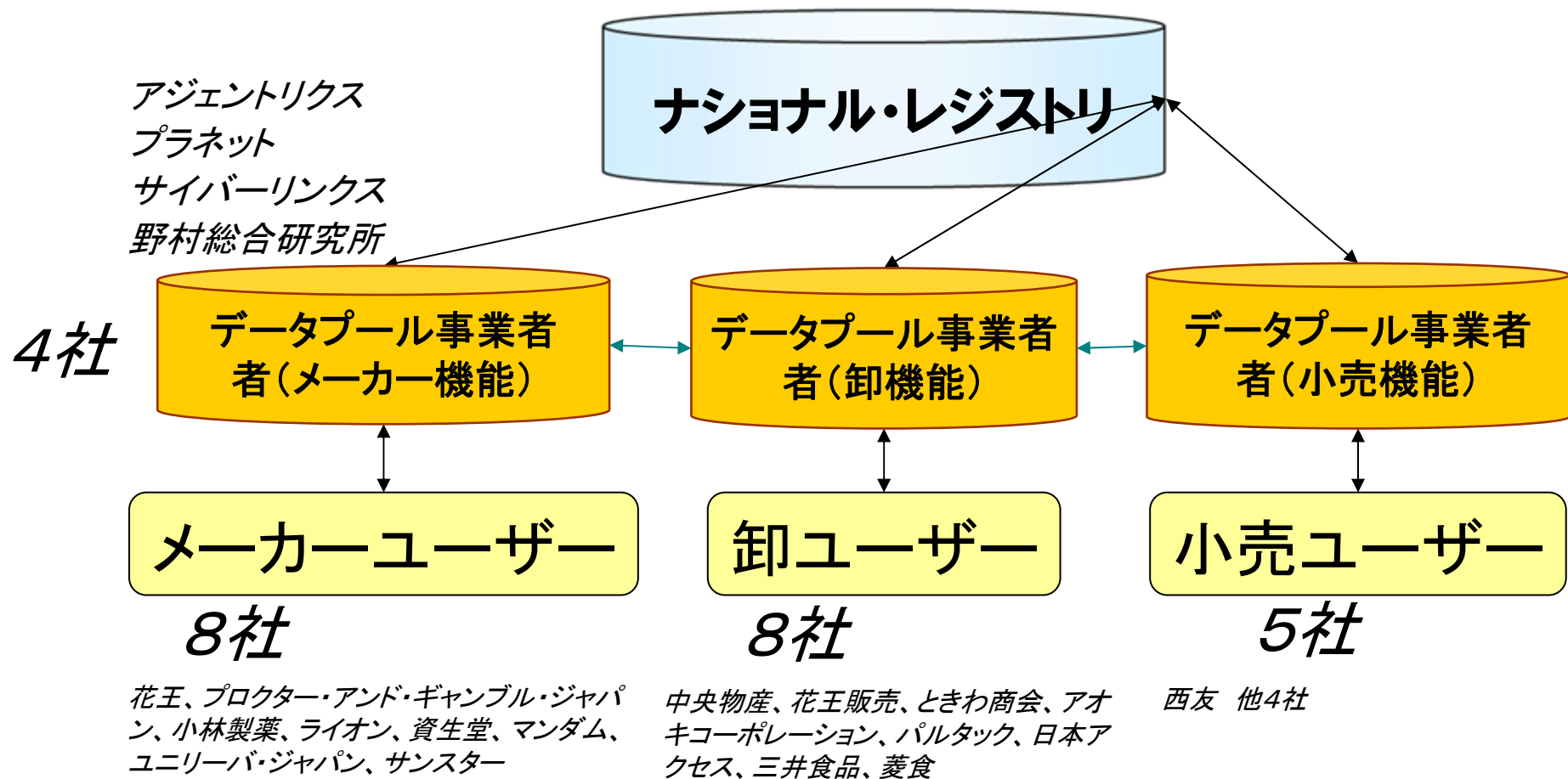
本年度実証において予定している成果物②

今後の普及促進に向けた成果物

予定するアウトプット:

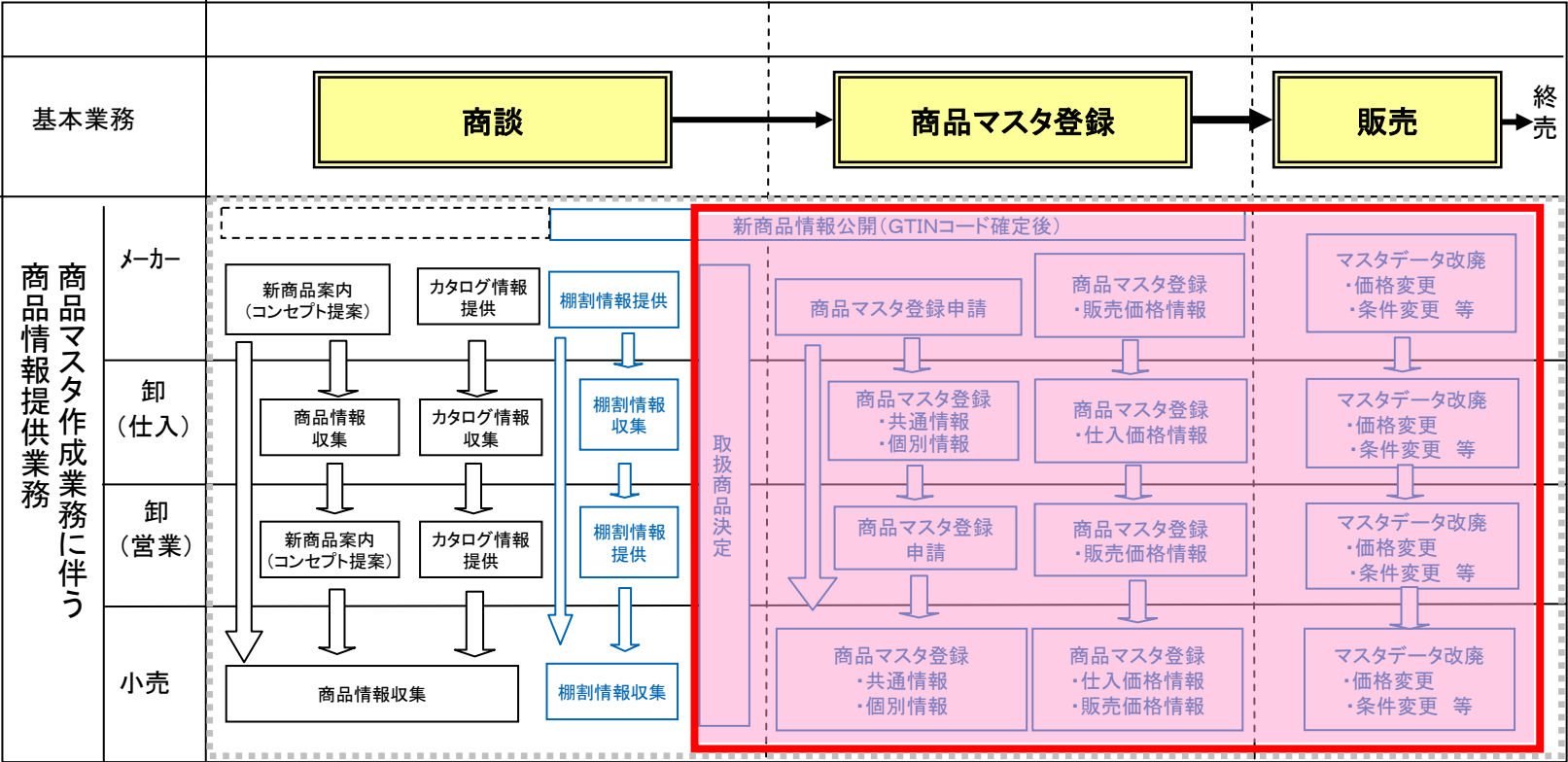
- ①GDS業務プロセス概要
- ②業務運用可能性、導入効果評価
- ③GDS導入ステップの基本形
 - ・ GDS導入ケーススタディ
- ④GDS運営体制のあるべき姿

本年度実証実施の枠組み



本年度実証実施で対象としたプロセス

H18年度実証の対象業務範囲



事前商品情報収集

商品マスタ登録

* 未取扱商品(既に情報公開されている商品)に関する商品情報収集も含める

*「事前商品情報収集」とは、商品情報が完全には固まっていない状態で公開された情報の収集行為のこととする。
(例：新商品の発売前に行われる商談での、最小限の情報交換)

全体スケジュール

- 平成19年3月末に実証事業完了、最終成果公開予定
- 平成19年4月以降、日用品・雑貨品業界では実運用予定

	平成18年					平成19年												
	11月		12月			1月					2月				3月			
	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29	5	12	19	26	5	12	19	26
マイルストーン																		
			実証運用準備期間							★	実証運用実施期間							★
GDS実証推進会議	●																	
実証計画WG		●																
効果検証WG																		
DPミーティング																		
料金体系検討WG																		
運営体制検討WG																		
DP(汎用DPも含む)-ユーザー企業間調整																		
利用DPの確定																		
DPへの接続形態調整(UI利用、MtoM)																		
実証期間中の運用ルールの調整																		
DPへの接続準備																		
DPとの接続試験																		
実証内容説明会																		
DP事業者向け																		
メーカー向け																		
卸向け																		
小売向け																		
汎用DPユーザー向け説明会																		
メーカー向け																		
卸向け																		
小売向け																		
総合テスト																		
総合テスト向けデータのご提供																		
実証運用実施																		
効果検証実施																		
アンケート/ヒアリング																		
実証結果とりまとめ																		
報告書作成																		
概要版作成																		

→
実運用
予定

アジェンダ

1. 商品マスタデータ同期化(GDS)の
基本的考え方

2. 実証の目的と事業概要

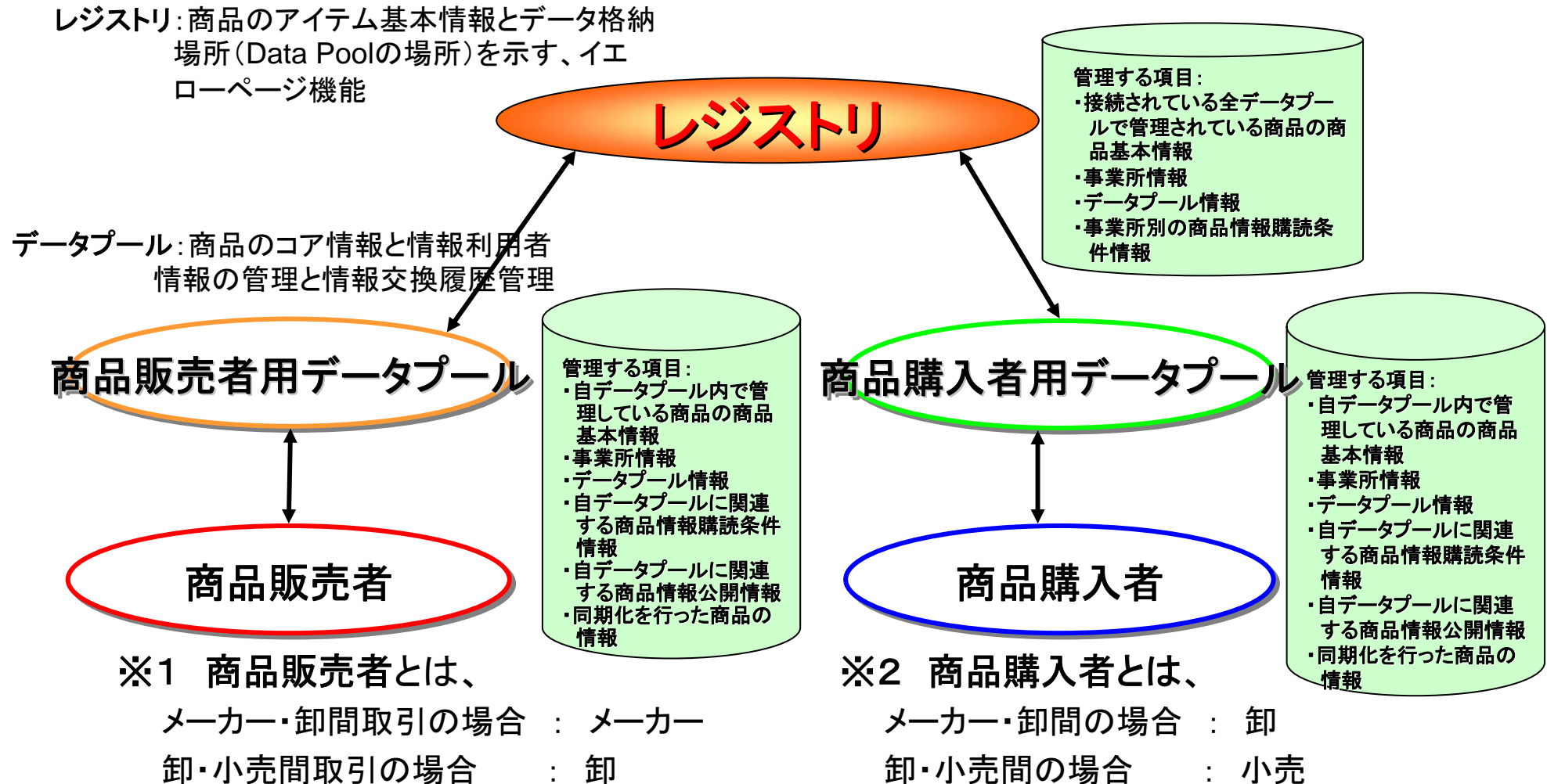
3. 実証の内容と検討状況

4. 実証の参加目的と成果

5. 実証効果報告と今後のGDS展開

商品マスタ同期化プロセスの概要

商品マスタ同期化ネットワークの基本構造



商品マスタ同期化プロセスの概要

同期化プロセスの基本的な流れ(全体像)

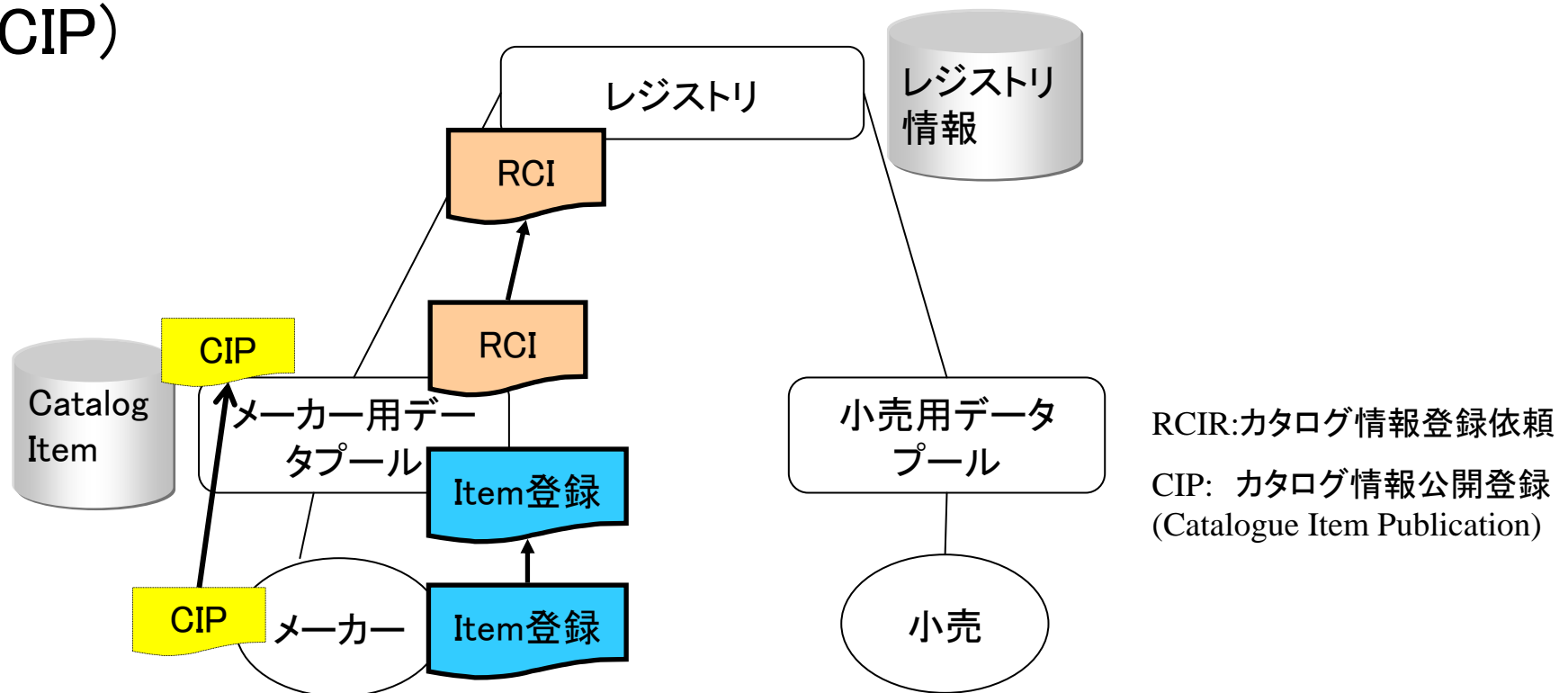
- ①メーカーによる商品マスタ情報の登録
- ②小売による購読条件の登録
- ③公開された商品マスタ情報と、購読条件とのマッチングおよびマッチングした商品情報の小売への通知
- ④小売による情報受入れ可否の判断とメーカーへの判断結果通知

商品販売者をメーカー、商品購入者を小売としたモデルケースで記述

商品マスタ同期化プロセスの概要

①メーカーによる商品マスタ情報の登録

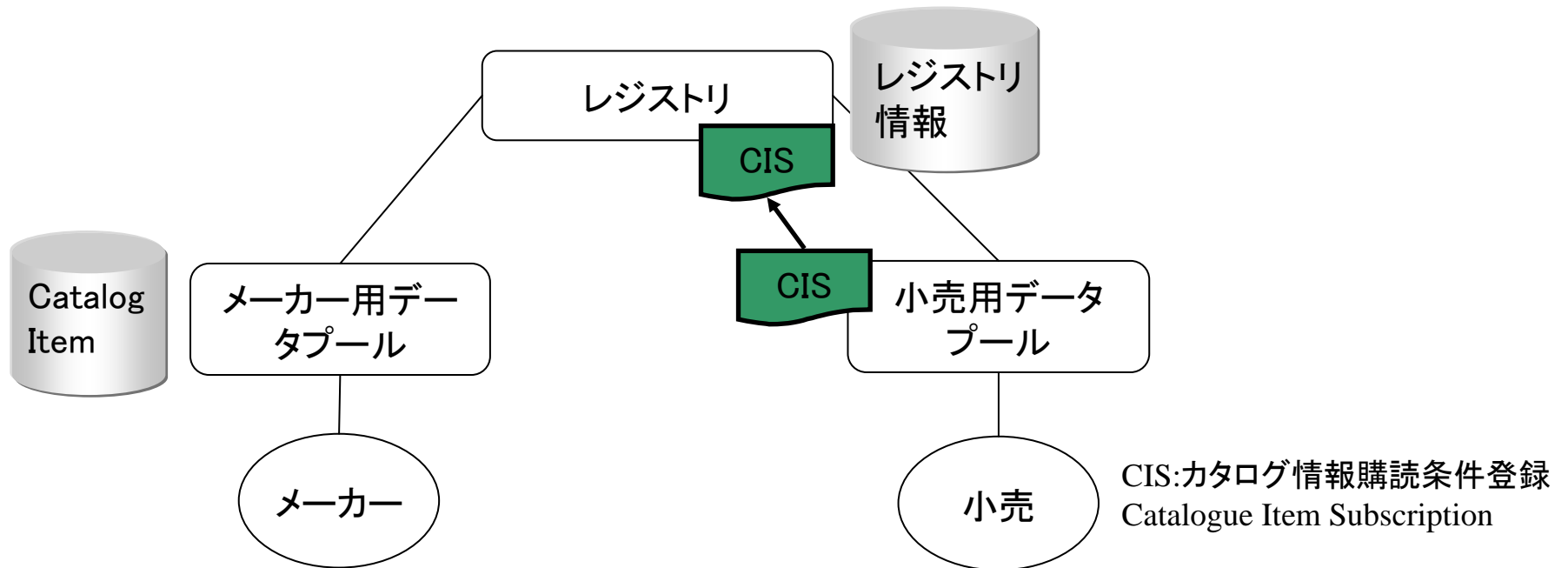
- メーカーは、商品情報を登録する(Item登録)。
- 併せて、その商品情報を誰に、いつ公開するかを登録する(CIP)



商品販売者をメーカー、商品購入者を小売としたモデルケースで記述

②小売による購読条件の登録

- 小売は、どのような商品情報が必要なのかを登録する (CIS)

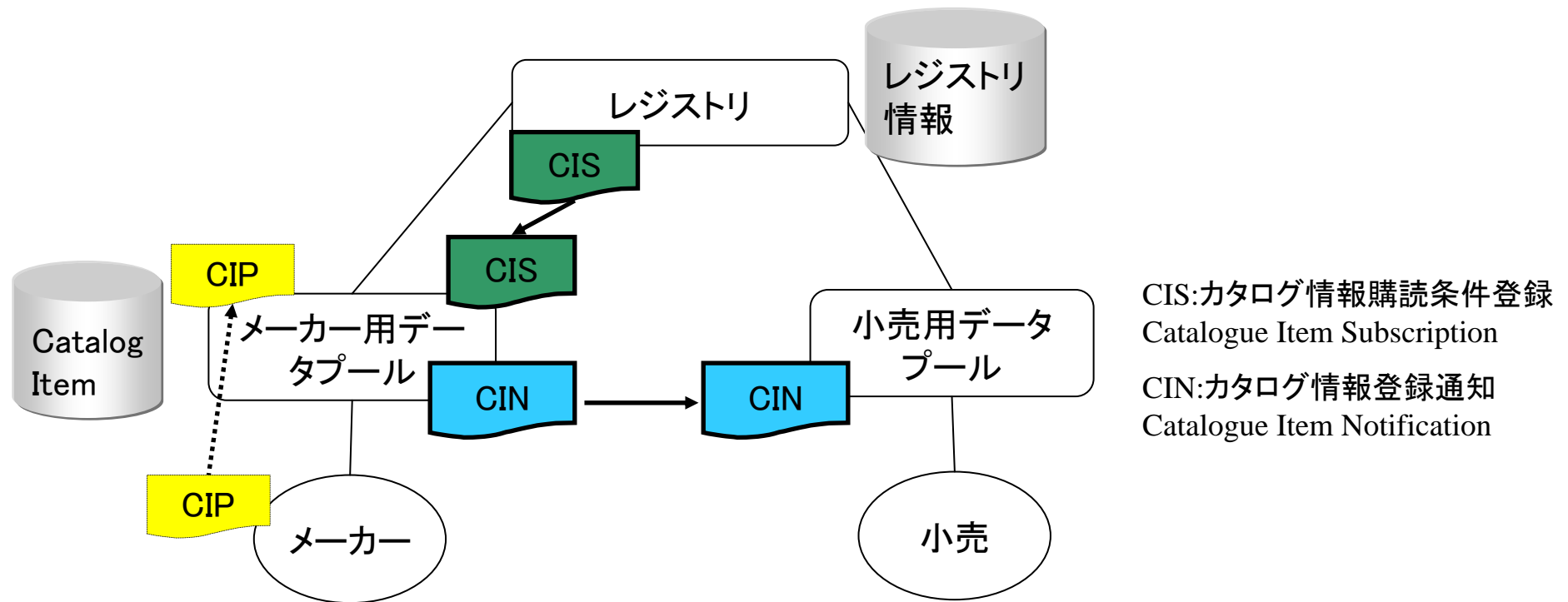


商品販売者をメーカー、商品購入者を小売としたモデルケースで記述

商品マスタ同期化プロセスの概要

③公開された商品マスタ情報と、購読条件とのマッチング

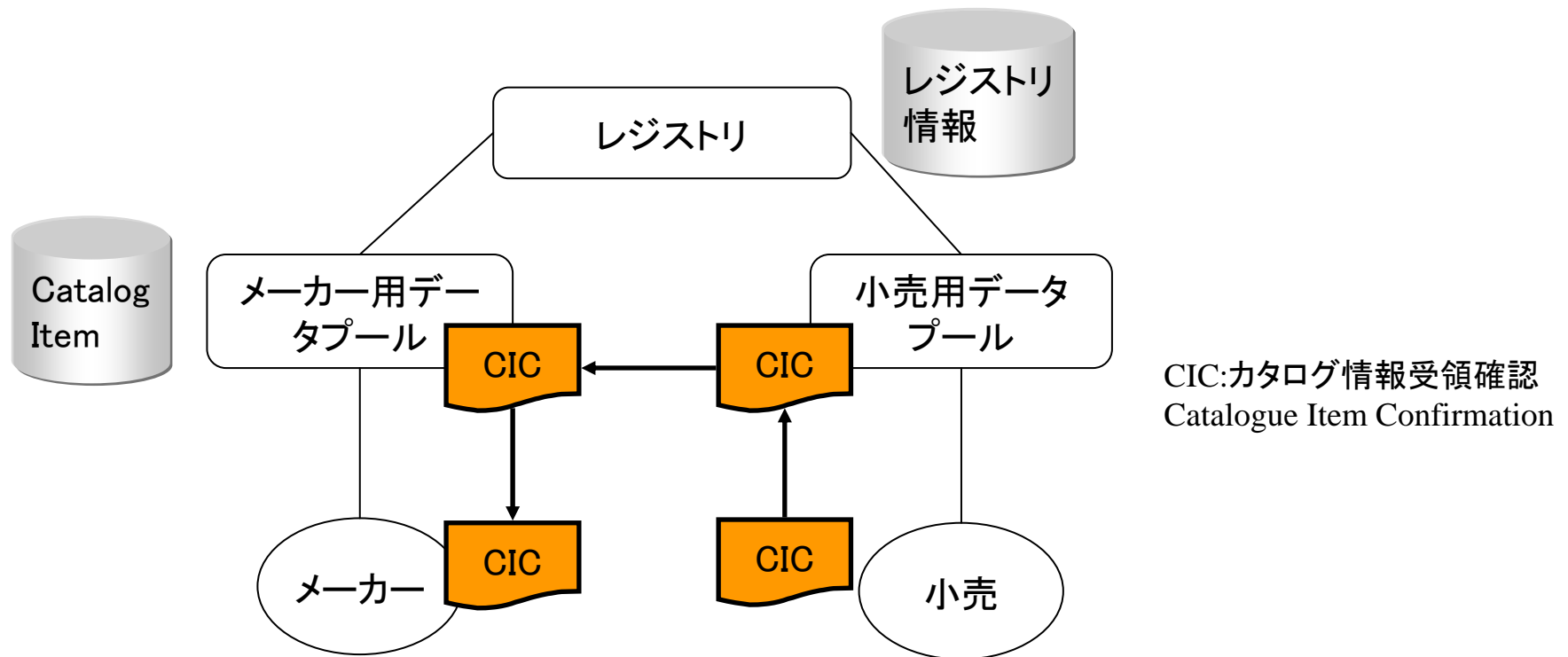
- メーカーの公開情報(CIP)と、小売の購読条件(CIS)とが合致した場合には、マスタ情報が小売に通知される(CIN)。



商品販売者をメーカー、商品購入者を小売としたモデルケースで記述

④小売によるマスタ情報受入れ可否の判断と判断結果通知

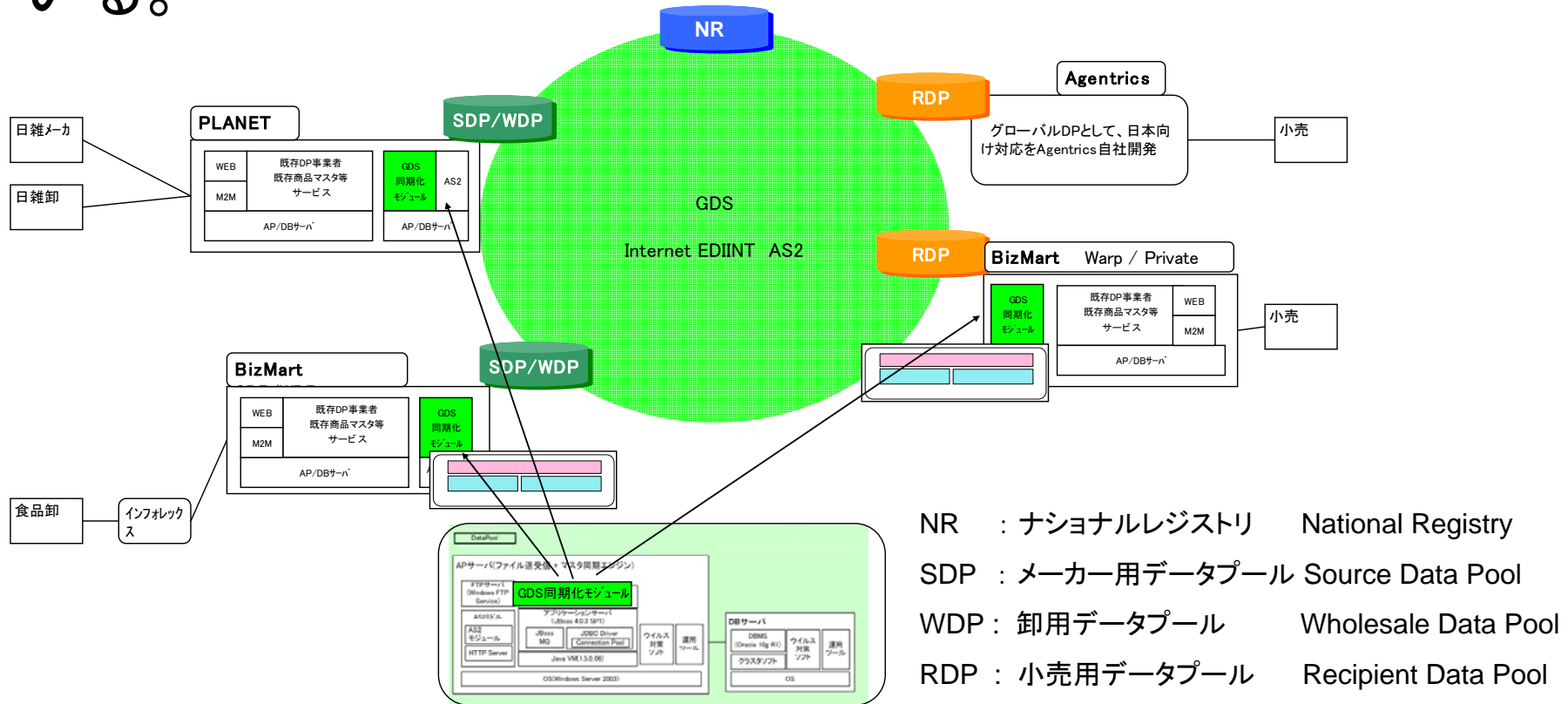
- 小売は受領した商品マスタ情報を受け入れるか、拒否するかを判断してメーカーに通知する(CIC)



商品販売者をメーカー、商品購入者を小売としたモデルケースで記述

実証システムの概要

- 各データプール事業者のシステムとナショナルレジストリが同期化モジュールとインターネットを介して接続されている。



技術面での実証 検証の対象としたメッセージ

- 昨年度検証したメッセージの機能強化と新規のメッセージを追加を実施

メッセージ種類	機能	備考
商品情報登録 (CatalogueItem)	登録	
	更新	
	停止	
	訂正	本年度追加
	キャンセル	本年度追加
商品情報公開 (Publication)	実行	
	停止	
商品情報購読条件登録 (Subscription)	実行	本年度追加
	停止	本年度追加
商品情報確認結果通知 (Confirmation)	実行	本年度追加

技術面での実証 検証項目

- グローバル標準に準拠した商品マスタ同期化プロセス機能の検証
 - データプールにおいて各メッセージが設計通りに処理されること
 - レジストリにおいて各メッセージが設計通りに処理されること

- 主な検証ポイント
 - 同期化データの公開制御
 - 商品階層データ同期化
 - 同期化マスタデータの更新差分管理機能（一部DPで実装）
 - 登録された情報の一意性、適切性の確認による同期化データの不正登録/二重登録防止機能

技術面での実証 検証結果

■ グローバル標準に準拠した商品マスタ同期化プロセス 機能の検証

- データプールにおいて各メッセージが設計通りに処理されること
- レジストリにおいて各メッセージが設計通りに処理されること

■ 主な検証ポイント

- 同期化データの公開制御
- 商品階層データ同期化
- 同期化マスタデータの更新差分管理機能
- 登録された情報の一意性、適切性の確認による同期化データの不正登録/二重登録防止機能

各検証項目について設計通りの動作が検証できた

データプール事業者における商品マスタデータ同期化導入ステップ

- ステップ1 : 社内検討
 - ・ ユーザーニーズの確認
 - ・ 事業計画の立案
 - ・ システム設計
- ステップ2 : 企業間調整
 - ・ ナショナルレジストリおよび他のデータプール事業者間の調整
 - 技術仕様調整、確認
 - 疎通テスト準備、実施 など

データプール事業者から見た実運用に向けた課題、留意点

- 実運用に向けた運用面での課題
- 実運用に向けた留意点
- 今後の改善テーマ

アジェンダ

1. 商品マスタデータ同期化(GDS)の基本的考え方

2. 実証の目的と事業概要

3. 実証の内容と検討状況

4. 実証の参加目的と成果

5. 実証効果報告と今後のGDS展開

実証の参加目的

- 本番運用に向けた製配販3層を通じた最終確認を行う。
 - ・ 実担当者が本番運用と同等の環境で業務を行うことによる業務運用可能性の確認。
 - ・ マスタデータ同期化の仕組みを導入することで、自社と共に取引先である卸・小売レベルでも業務負荷が削減されることの確認。

業務運用可能性の検証状況

検証項目

- マスタ項目の妥当性検証
- 業務プロセスの妥当性検証
- 同期化システムの操作性の確認
(操作性はデータプール事業者が提供する画面の構成などのサービスレベルに依存し、業界を通じた課題とは言えない部分もあるため参考として確認)

検証項目に対するユーザー企業としての評価

- 実運用を前提とする場合の運用可能性に関する評価
- 実運用を前提とする場合の期待できる導入効果に関する評価
- 実運用面での今後の改善テーマ
 - ・ 業界全体として改善すべきテーマ
 - ・ データプール、あるいは、レジストリ側で改善すべきテーマ
 - ・ 自社内で改善可能なテーマ
- これから参加を検討する企業および業界へのメッセージ

アジェンダ

1. 商品マスタデータ同期化(GDS)の
基本的考え方

2. 実証の目的と事業概要

3. 実証の内容と検討状況

4. 実証の参加目的と成果

5. 実証効果報告と今後のGDS展開

実証の進捗状況報告

- テストデータによる確認から実運用データを用いた確認に移行している段階である。
- ユーザーは、自社内での業務運用プロセスや導入時の影響については、見通しが立ってきている。
- むしろ、導入が取引先（販売先や仕入れ元）にとっての効率化につながっているかに着目している。

マスタ項目の妥当性検証

●マスタ項目の充足性に関するアンケート

【設問 2. 2006年度標準マスタ項目の必要性について】

2006年度の標準マスタ項目について、自社に該当する項目が存在するか？および、各項目が自社の業務を遂行する上で必要と考えられるか？について回答欄にご記入ください

				回答欄	
通番	カテゴリ	項目名	項目内容（定義）	自社の商品マスタに対応する項目が存在するか？	自社の業務を遂行するという立場から見て必須か？
1	グローバルキー	G T I N	国際標準の商品識別コード	存在する	必須
2	グローバルキー	情報提供者 G L N	商品マスタ情報の提供者を表す（G L N）。 情報提供者となりえる事業者（メーカー、卸など） あるいはその事業所・支店・拠点		
3	グローバルキー	販売対象国コード	情報提供者により、その商品（GTIN）が展開される 対象の市場を国レベルで表現する。 ISOに定めるところの国コードを用いる。		
4	グローバルキー	販売対象地域コード	商品の展開対象市場を国より小さい単位で示す。 行政単位。日本の場合には、都道府県を表す。		
5	グローバルキー	P T I H （商品階層）	荷姿を表記。 その外装が、商品階層のどのレベルかを表示する。		

copyright GCIジャパン GDSWG

指摘された課題の集約と分析

●ユーザー企業からの問合せを事務局で集約

画面名	カテゴリ	項目名	不明点	提案	回答
商品マスター 一覧表示	検索結果一覧		ステータスの意味は？何をしたら 「登録中」になったり、「登録済」に なったりするのか？「キャンセル」、 「停止」は？		登録中…全ての公開先に対して公開予 約をしていない。もしくは全ての公開予約 日を迎えていない(但し、1つでも予約日 を迎えると「登録済」となる。また、公開先 が1つだけの場合で公開可能日＝公開予 約日なら、迎えていなくても「登録済」とな る。) 登録済…公開可能日と全ての公開予約 日を迎えたもの。 キャンセル…公開前に「商品キャンセル 日」を入力したもの。 停止…公開後に「商品停止日」を入力し たもの。
			整理イメージ		
商品マスター 一覧表示	検索結果一覧		一覧の中で、ステータスが「登録中」 で【商品修正】ボタン等が表示されな い商品がある。例： GTIN=00000049843125 (閲覧しようとダブルクリックすると 「データ処理中のため参照できない」 というメッセージが表示された。)		
商品マスター 一覧表示	検索条件			マスタ有効日でも情報公開可能日で もなく、商品データを登録した入力日 で検索できるようにしては？	
商品マスタ登録			外部データ取込時、必須項目以外で 初期表示された項目はクリアしても 構わないのか？		各卸にて判断する。クリアしても構わな い。

(参考)平成17年度実証実験における想定効果

業界(食品・日雑)全体における経済効果

酒類・加工食品業界全体では、年間で22.9億円、日用品・化粧品業界全体では年間で10.8億円の経済効果を見込むことができる。

■ 業界全体の経済効果(年間)

業界	メーカーの 経済効果(年間) (単位:億円)	卸の 経済効果(年間) (単位:億円)	小売の 経済効果(年間) (単位:億円)	業界全体の 経済効果(年間) (単位:億円)
酒類・ 加工食品	17.2	5.2	0.5	22.9
日用品・ 化粧品	1.4	8.8	0.6	10.8

定性的評価(メーカー)

項目		評価概要
		メーカー
品質向上	自動化による効果	<ul style="list-style-type: none"> 社内マスタとのマッピングができれば自動化が進むことで品質向上も期待できる。 自社のマスタに無い項目もあるので、その部分の対応は手動となるため、従来どおりの品質となる。
	標準化による効果	<ul style="list-style-type: none"> 入力項目が標準化されることで、登録エラーの削減が期待できる。逆に、1回間違えると、それが全てに波及するために、より慎重さが求められる。
業務負荷の軽減		<ul style="list-style-type: none"> 取引先の一部が同期化ネットワークに参加するだけの現状では、既存のマスタ登録業務との並存となるため、直ぐには業務負荷は軽減しないと考えられる。より多くの取引先の参加を促進された暁には大きな効果が期待できる。 社内のマスタ管理システムと連動しない場合は二重登録となり、かえって業務負荷が増えてしまうので、社内システムとの連動が必須。 単価など取引先との関係に依存する部分は個別の入力となるため、その部分の負荷は残る。
商品マスタ登録リードタイム短縮		<ul style="list-style-type: none"> 従来の商慣習との兼ね合いがあり、商品マスタデータ同期化の仕組みに参加するといつて、その部分だけ従来よりも早くすることは難しい。商慣習から見直すことが必要。
上記に伴うその他の業務効率化		<ul style="list-style-type: none"> 従来の商慣習との兼ね合いがあり、商品マスタデータ同期化の仕組みに参加するといつて、その部分だけ従来よりも早くすることは難しい。商慣習から見直すことが必要。
付加価値増大		<ul style="list-style-type: none"> 中長期的には、GDSの項目を使ったPOSデータを用いた商品開発などの用途が考えられる。

定性的評価(卸)

項目		評価概要
		卸売
品質向上	自動化による効果	・メーカーからのマスタデータの入力精度に依存するが、ミスがほとんど無ければ、ほぼ自動的に取り入れることで品質の向上も期待できる。
	標準化による効果	・メーカーが入力する部分についてはメーカーの入力精度に依存する。卸売が入力する項目については、入力項目が標準化されることで、登録エラーの削減が期待できる。
業務負荷の軽減		<ul style="list-style-type: none"> ・メーカーによる登録のカバー率と質による。カバー率が上がれば業務負荷の軽減が期待できる。商品マスタデータ同期化ネットワークに参加しないメーカーに関する商品登録を卸が代行する部分が残るとなると、この部分の業務負荷軽減には限界がある。 ・これまで取引先毎にまちまちであった容量、サイズなどの単位が統一されると、取引先毎に卸が単位を変換していた業務が不要となり負荷軽減が期待できる。 ・取引先ごとの個別項目については業務が残るので、この部分はあまり軽減されないと考えられる。
商品マスタ登録リードタイム短縮		<ul style="list-style-type: none"> ・メーカーの登録タイミングに依存する部分大きい。 ・取引先各社との関係もあるので、商品マスタデータ同期化に参加している企業だけにいち早く公開というわけには行かない。
上記に伴うその他の業務効率化		
付加価値増大		<ul style="list-style-type: none"> ・バイヤーが仕入れ商品マスタ管理業務から、ある程度開放されることで、バイヤーはより適切な仕入れを実現でき、売り上げ増加につながることが期待できる。 ・営業が取引先向けの商品マスタ管理業務から、ある程度開放されることで、営業は、商品提案やその他のリテールサポート業務に注力できて、売上げの増加につながることが期待できる。

定性的評価(小売)

項目		評価概要
		小売
品質向上	自動化による効果	・ メーカー、卸からの入力精度に依存する。高い精度の登録を期待しているし、お願いもして行きたい。
	標準化による効果	・ 入力項目が標準化されることで、登録エラーの削減が期待できる。
業務負荷の軽減		<ul style="list-style-type: none"> ・ 卸による入力精度が高ければ、入力内容チェックの業務負荷が削減される。 ・ これまで取引先毎にまちまちであった容量、サイズなどの単位が統一されると、取引先毎に卸が単位を変換していた業務が不要となり負荷軽減が期待できる。 ・ 取引先ごとの個別項目については業務が残るので、この部分はあまり軽減されないと考えられる。
商品マスタ登録リードタイム短縮		<ul style="list-style-type: none"> ・ メーカーの登録タイミングに依存する部分大きい。 ・ 取引先各社との関係もあるので、商品マスタデータ同期化に参加している企業だけにいち早く公開というわけには行かない。
上記に伴うその他の業務効率化		・ メーカー、卸、小売を通じたサプライチェーン全体としての効率化が実現することで、消費者により良い商品を捌りやすく提供できる可能性がある。
付加価値増大		<ul style="list-style-type: none"> ・ 商品マスタ登録業務を担当しているバイヤーの業務負荷が削減されれば、バイヤーが本来果たすべき商品選別などの業務に集中し、より適切な商品仕入れを実現することで、販売機会損失や不要な商品仕入れの削減を通じた利益増大が期待できる。 ・ 標準化されたデータ項目を用いたPOS情報のメーカー・卸への提供により、メーカー・卸で、効率的な計画立案、商品開発が可能となる。

全体としての課題

■商品マスターデータ同期化ネットワークで扱われる商品のカバー率を上げることが必要

■商品マスターデータ同期化ネットワークに参加する企業の拡大が必要

■ より容易に商品マスターデータ同期化ネットワークを利用できるサービス(ASPサービスなど)の整備が必要

■ グローバルレベルでの商品マスターデータの同期化の実現が必要

■ 先行業界で蓄積した導入ノウハウを他業界にも横展開することが必要

個別課題(例)

■ メーカー、卸、小売共通

- 社内システムとの連動の自動化が必要

■ メーカー視点

- 自社のマスタでは存在しないが、商品マスタデータ同期化ネットワークのマスタには存在する項目の管理について検討が必要(自社マスタへの採用の可能性)

■ 卸視点

- 商品マスタデータ同期化ネットワークに参加しないメーカーに関するマスタデータ入力に関するルール決めが必要
- 必須以外の項目に関するメーカーでの入力率の向上が必要
- 自社のマスタでは存在しないが、商品マスタデータ同期化ネットワークのマスタには存在する項目の管理について検討が必要(自社マスタへの採用の可能性)

■ 小売視点

- 業界による商品マスタ情報公開タイミングの違い
- 自社の商品マスタには存在するが、商品マスタデータ同期化ネットワークのマスタには採用されていない項目の処理の効率化についての検討が必要

これから参入する企業、業界の意思決定に資するアウトプットの検討状況

＜予定するアウトプット一覧＞

必要なアウトプット項目	とりまとめ方式
・標準的な導入ステップ	・GDS導入標準ステップ ・GDS導入標準ステップ毎に想定される主要課題と対応 ・GDS導入ケーススタディ
・業務の流れと関係各者に発生する業務	・GDS業務プロセス概要
・GDS導入に当たって発生する投資項目、費用項目（できれば金額水準） ・GDS導入による直接効果、間接効果	・業務運用可能性、導入効果評価 ・GDS導入ケーススタディ ・今後の展望

導入ステップの取りまとめ状況

■対象範囲

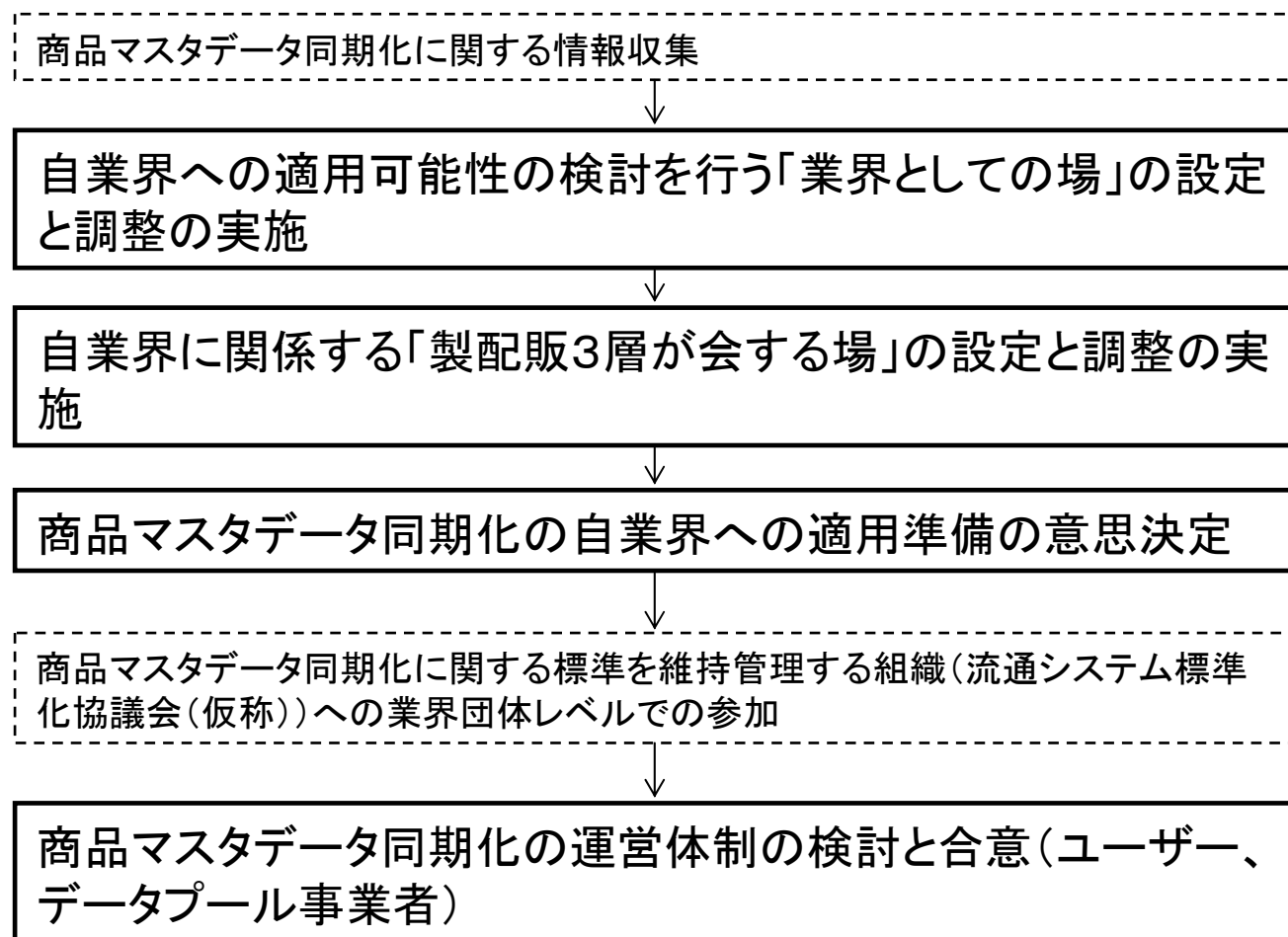
- 業界レベルでの導入ステップ/企業レベルでの導入ステップ
 - ・検討段階：商品マスタデータ同期化導入の是非を検討し意思決定する段階
 - ・準備段階：実運用に向けた準備を進める段階

■取りまとめ項目

- 導入により期待できる効果
- 導入するに当たっての留意点
- 基本的な導入ステップ
- 導入するに当たって想定される課題と解決指針
- 導入適性チェックシート

導入ステップの取りまとめ状況

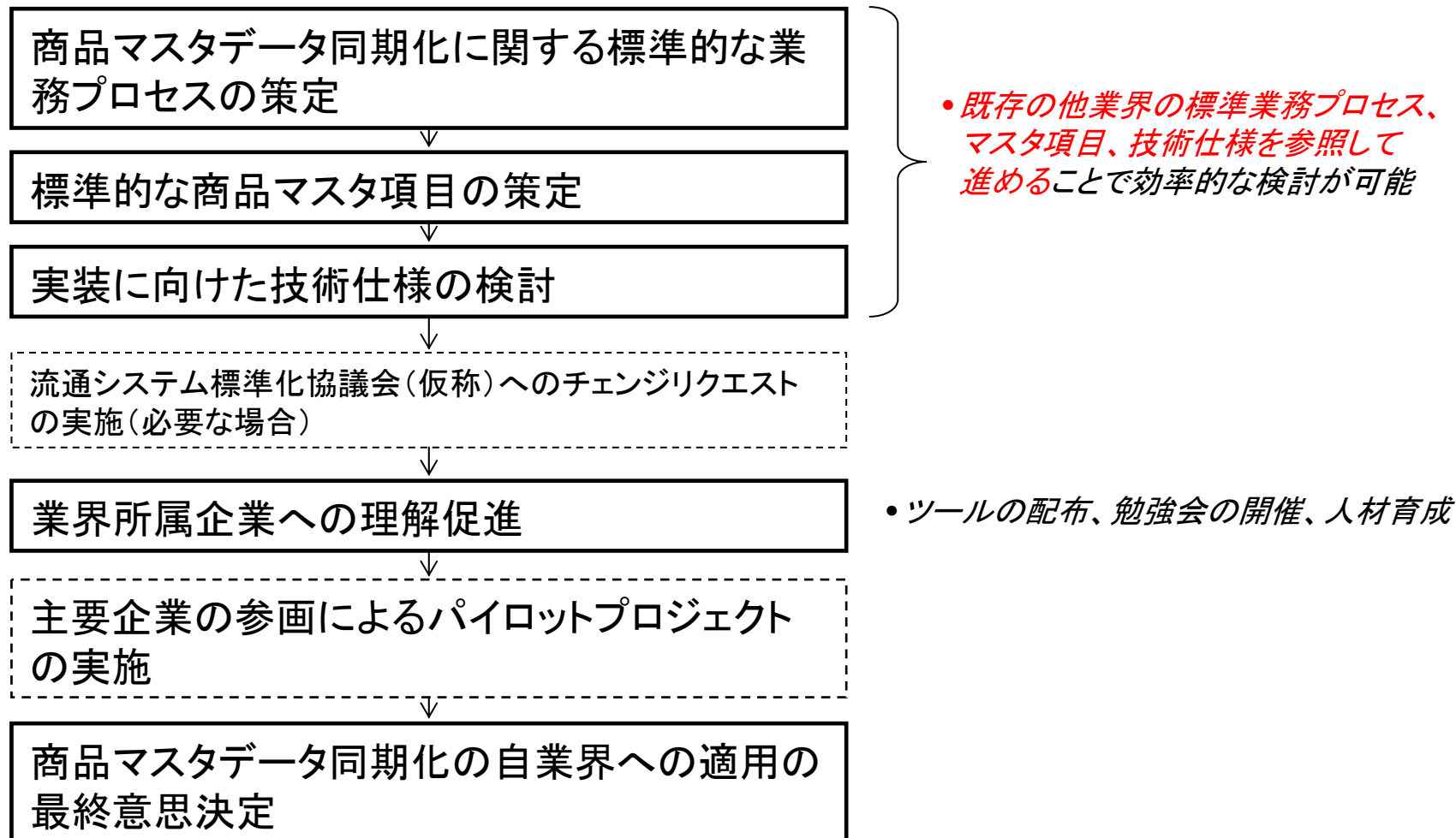
1) 検討段階のステップ



- 製配販が揃って調整する前の段階で、**業界としての意思統一を図っておく**ことで調整が円滑に進む
- 製配販が揃った場での議論は、**Win-Win-Winの関係構築を意識して議論**することが重要

導入ステップの取りまとめ状況

2) 準備段階のステップ



導入ステップの取りまとめ状況

■GDS導入時のポイント

- GDS導入は、業務プロセスの革新という認識の共有が必要
 - ・業界内での認識共有
 - ・関連する製配販3層での認識共有
- 中長期の視野に立って導入を進めることが必要
- 中小企業が参加できる仕組みの確立が必要

導入ステップの取りまとめ状況

商品マスタデータ同期化導入適性チェックリスト

	分類	項目	重要度	自社の状況
検討段階	商品適性	■規格品、あるいは、NB(ナショナルブランド)主体の商品構成であるか？	高	
		■国際的に流通する商品が多いか？	中	
	現在のインフラ	■業界の共通の商品コード体系は整備されているか？	高	
		■JANコードを採番しているか？	高	
		■業界の共通商品マスタが整備されているか？	中	
		■その商品マスタのカバー率は業界全体のアイテム数の概ね90%以上をカバーしているか？	中	
		■大手企業を中心として電子商取引(EDI)が定着しているか？(業界における取引量の全取引の50%以上を目処)	高	
		■商品マスタデータの同期化に関する標準管理を行う組織(流通システム標準化協議会(仮称))に業界として参加しているか？	中	
準備段階	準備状況	■商品マスタデータ同期化の仕組みの整備について、製配販3層(または製販)が共通の枠組みで議論する場が用意されているか？	高	
		■共通基盤部分の費用負担のあり方が整理され、関係業界レベルで認識が共有されているか？	高	
		■共通基盤部分に関する情報システムの整備が進んでいるか		

商品マスターデータ同期化の運営体制に関する整理状況

実運用時の機能分担の考え方

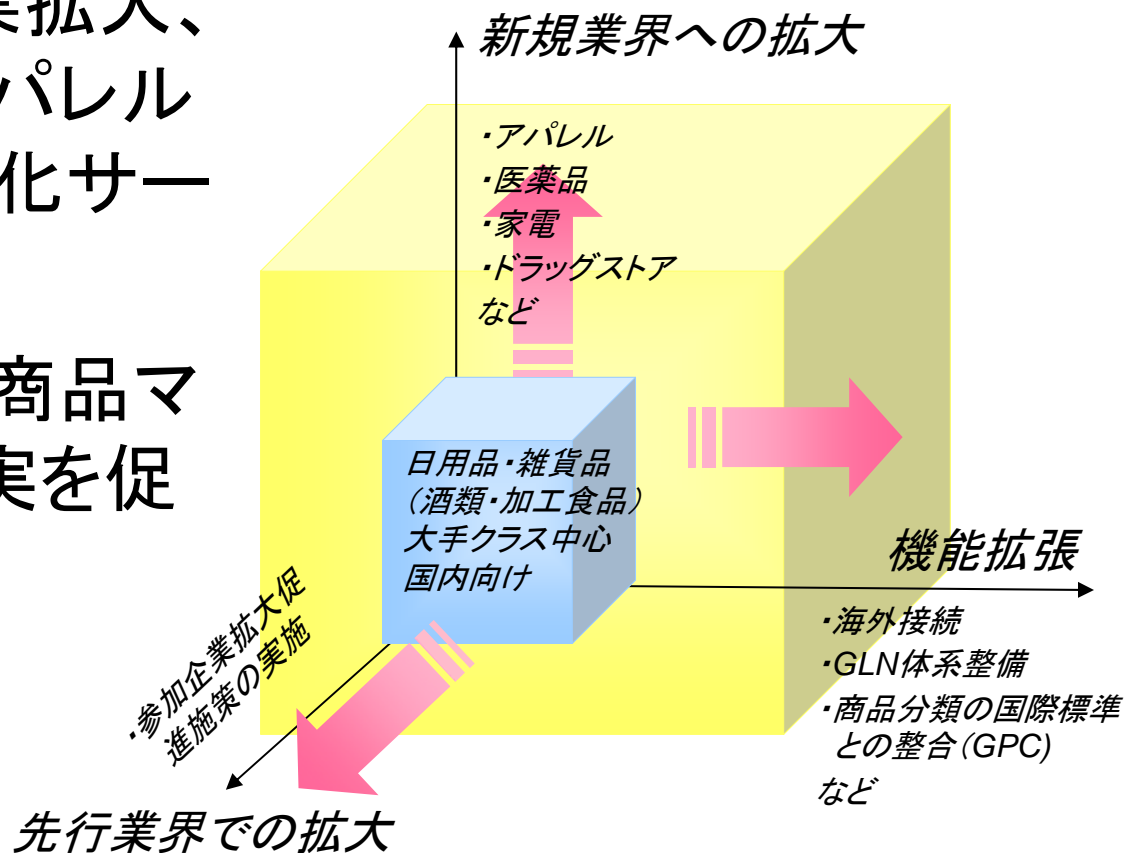
- 4月以降の実運用を考えると、商品マスターデータ同期化の維持、管理、拡大に向けた運営体制が確立し、稼動していることが必要である。
- 本実証事業では、この運営体制のあるべき姿を検討している。

検討領域	内容
標準の維持管理	マスタ項目のメンテナンス (キー項目以外)
	マスタ項目のメンテナンス (キー項目:GTIN,GLN,GPC, 一部コードリスト)
	スキーマのメンテナンス
	業務プロセスのメンテナンス
	共通課題のメンテナンス
	サービスレベル確保
普及啓蒙	普及・広報活動
	問い合わせ対応
技術面での維持管理	レジストリの維持管理
	データプール認証
	GS1標準との整合性確保

今後の展望

- ①先行業界での参加企業拡大、
- ②新規業界への拡大(アパレルなど)、③商品マスタ同期化サービスの機能拡張、

の3軸で我が国における商品マスタ同期化の質・量の充実を促進する。



まとめ

- 本年度事業で開発を行ったナショナルレジストリと同期化モジュールを用いた実証（技術実証、業務運用可能性実証）を通じて、マスターデータ同期化の本番運用への見通しが立ってきている。
- 先行業界におけるこれまでのマスターデータ同期化の導入プロセスを取りまとめて、後続の企業・業界における意思決定や取り組みの効率化に寄与したい。
- 次年度以降は、先行業界における参加者拡大、および導入適性が高い他業界への拡大、技術面での補強を図りたい。