
商品マスタデータ同期化の現状と 百貨店業界への適用に関して

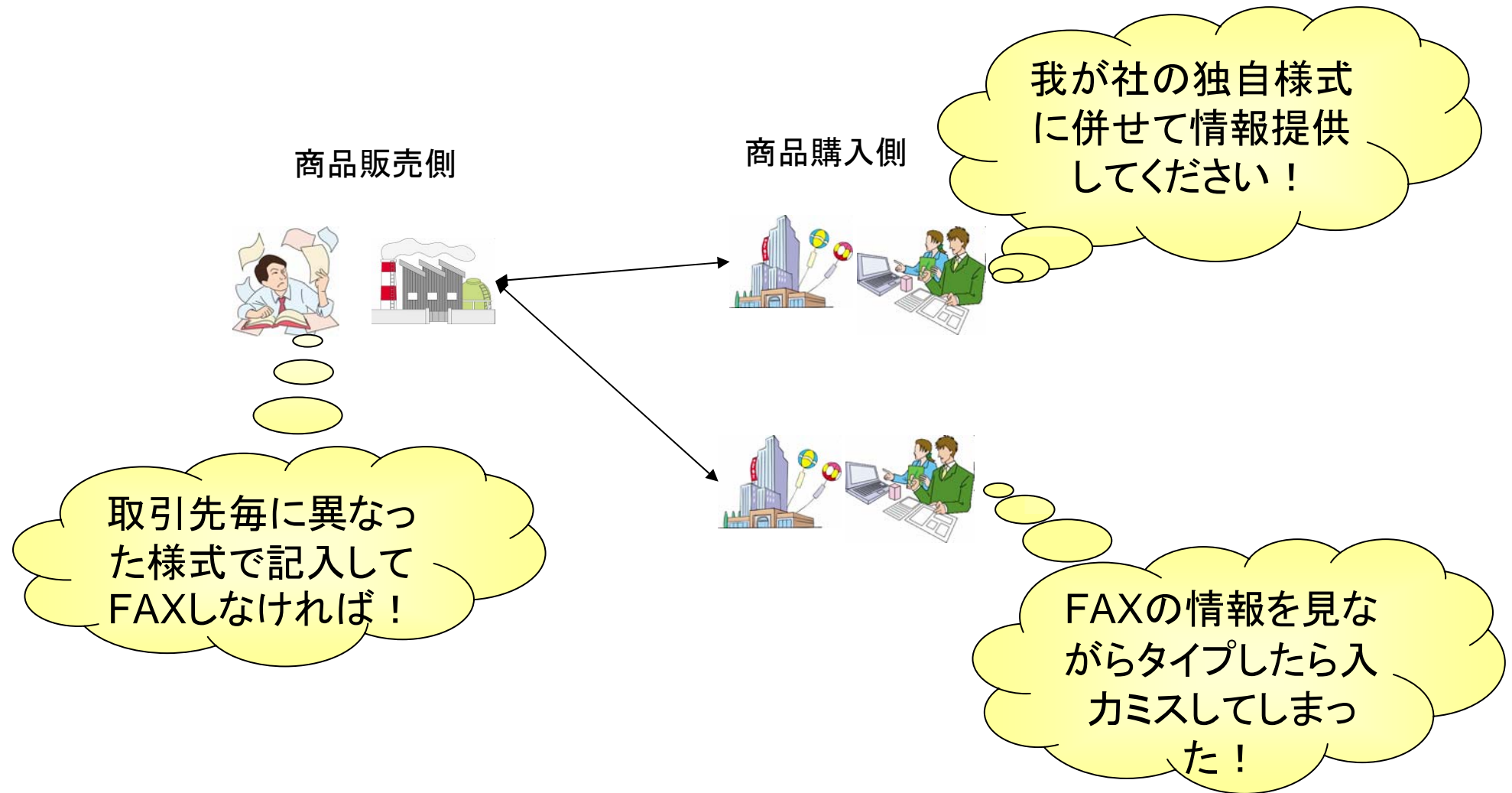
平成20年2月

商品マスターデータ同期化に関する良くある質問

- 商品マスターデータ同期化では、
 - どの部分を標準化しようとしているのか？
 - どんな商品に適しているのか？
 - 実際に使われているのか？
 - どうすれば使えるようになるのか？
 - 百貨店業界に適用する場合にはどうなのか？
-

商品マスタ情報交換業務において顕在化していた課題

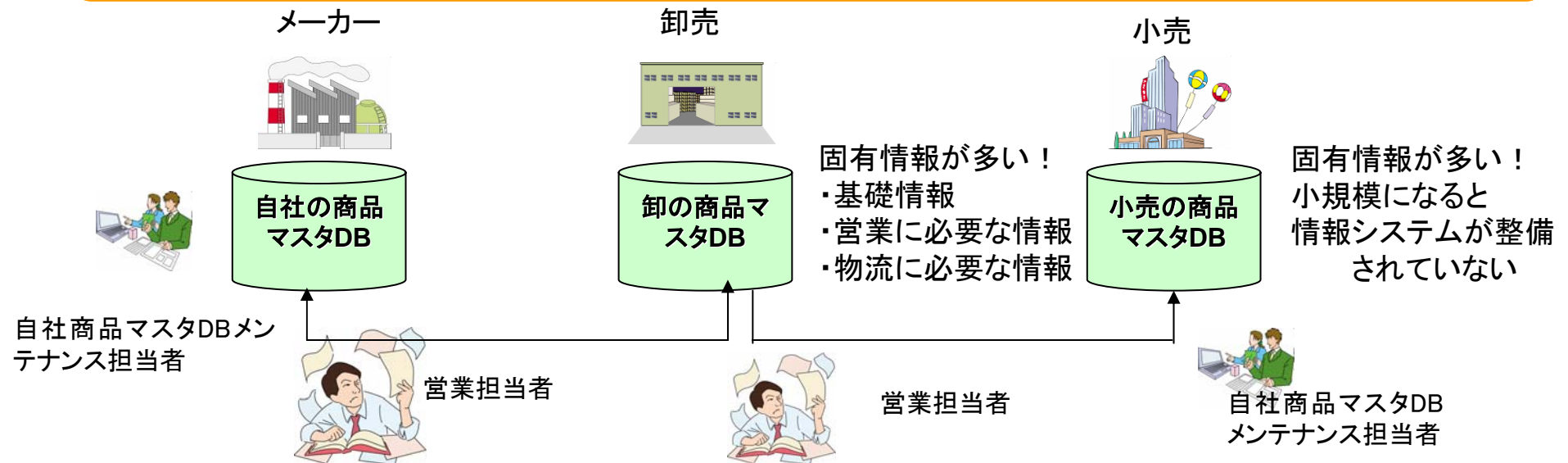
企業間のマスタ情報交換は、個別対応や紙ベースのやり取りという面で非効率さが残っていた



商品マスターデータ同期化の狙い

商品マスターデータ同期化は、非効率さの改善だけでなく、企業間協業活動の高度化を目指して検討が開始された

狙い①：個別対応からの解放、紙からの解放、自動化などによる効率と精度の更なる向上

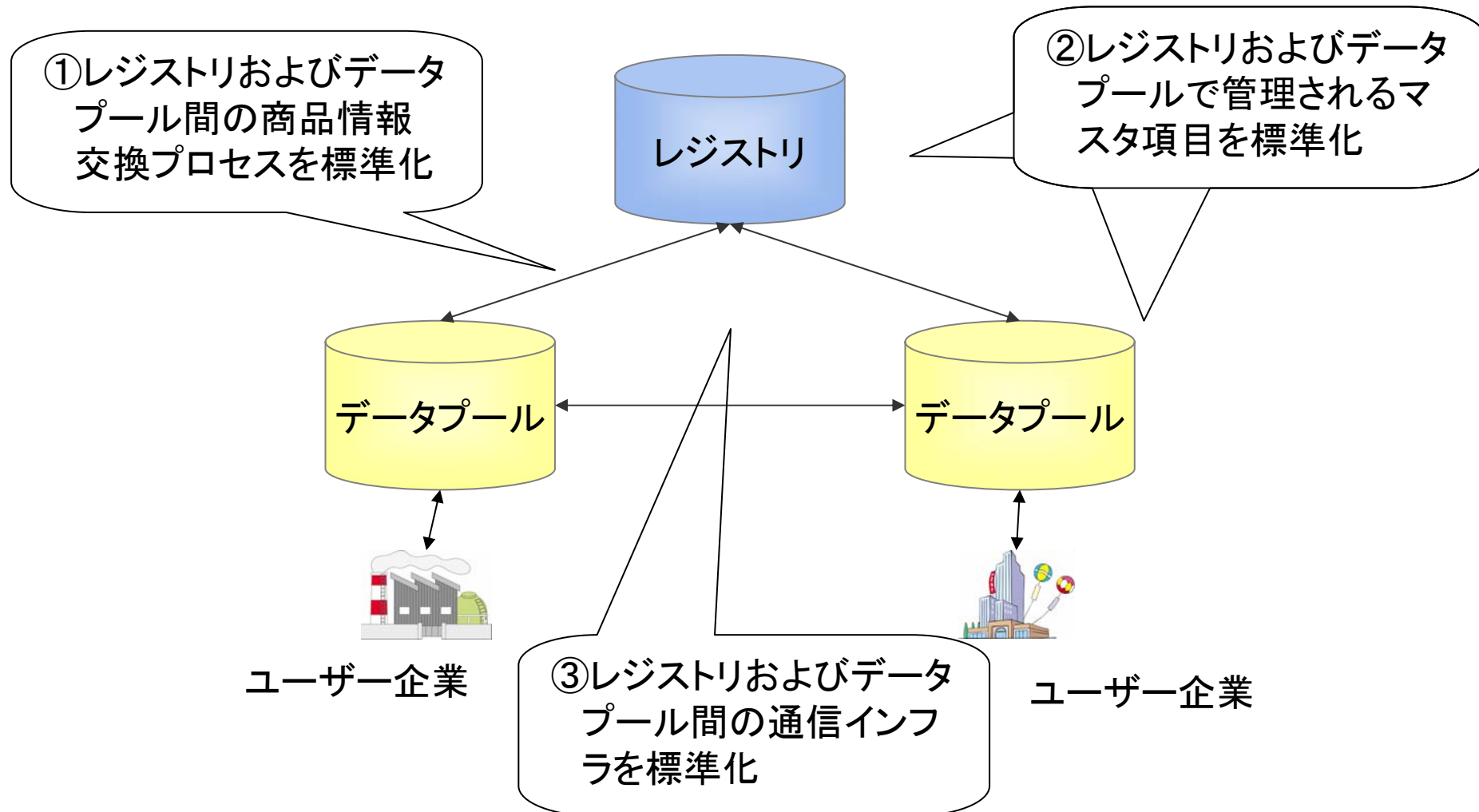


狙い②：情報共有の迅速化、高精度化を通じた新たな付加価値の創出による競争力強化

最終像は製配販3層の全体最適の実現

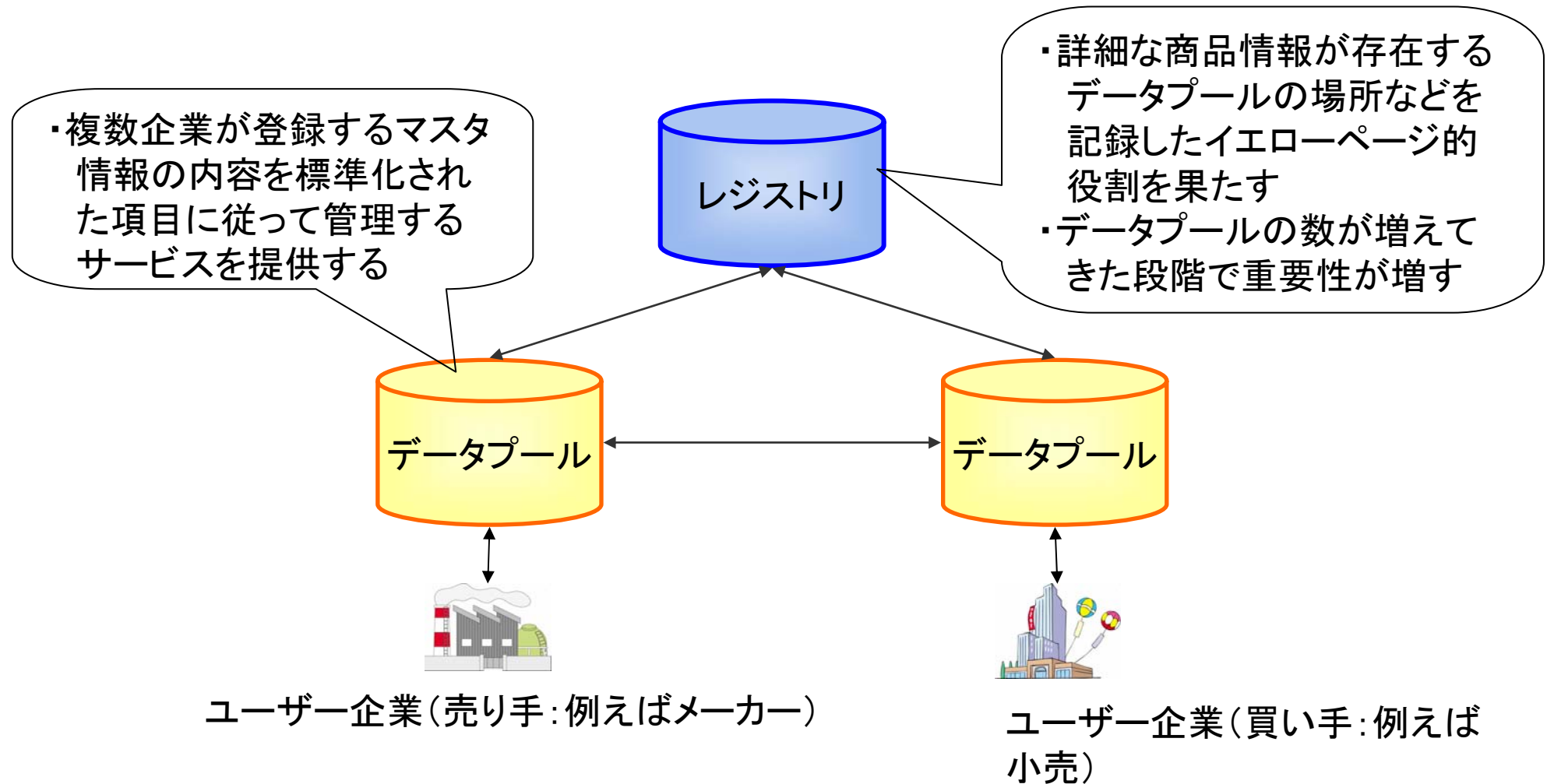
商品マスタデータ同期化の対象 : 3つの視点での標準化

商品マスタデータ同期化では、①商品情報交換プロセス、②商品マスタ項目、③通信インフラの標準化を推進している



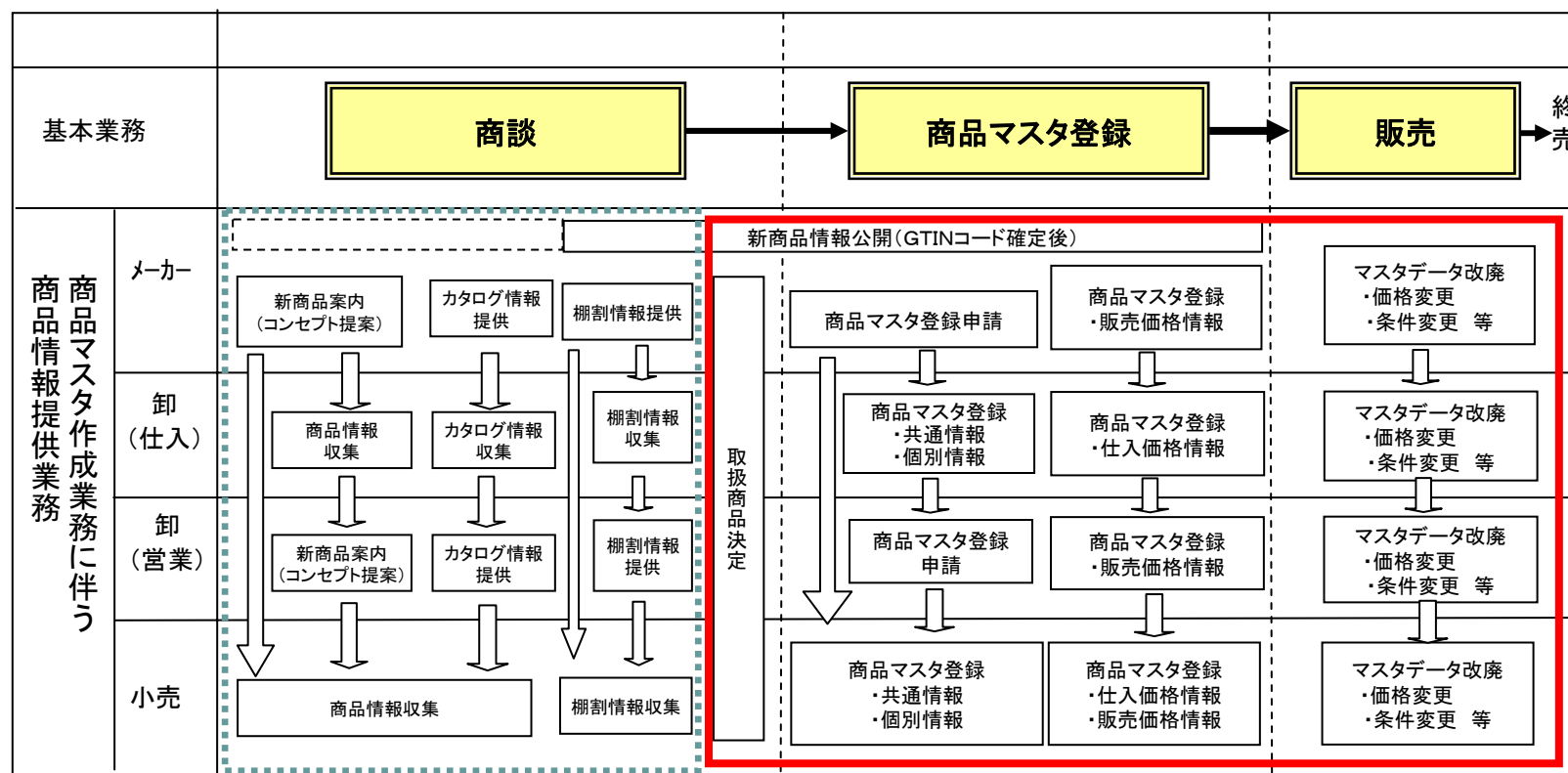
商品マスタデータ同期化の対象 : 商品情報交換プロセスの標準化

商品情報交換プロセスは、レジストリとデータプールの存在を前提として検討



商品マスタデータ同期化の対象：商品情報交換プロセスの標準化

商品情報交換業務のうち、商談成立後の商品マスタ登録プロセスについて標準化、商談時のプロセスの標準化は今後の検討課題



事前商品情報収集

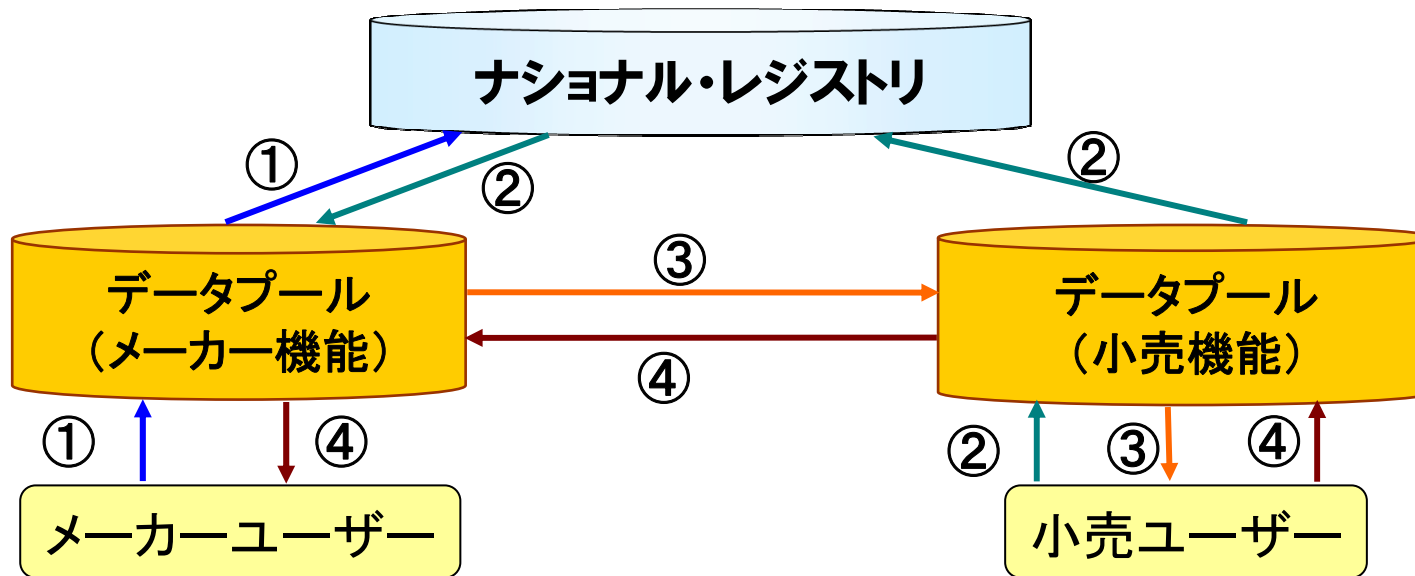
商品マスタ登録

* 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)

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)



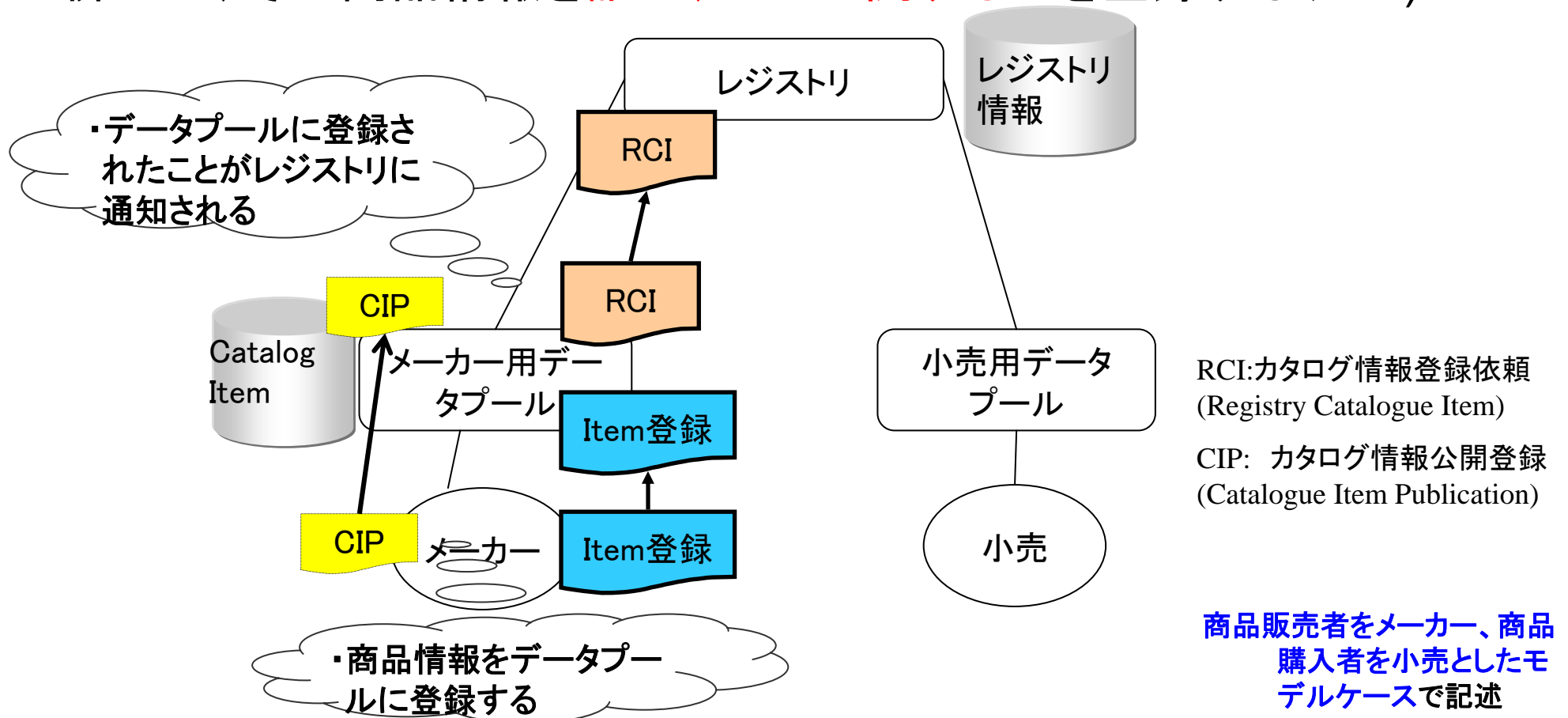
- ①メーカーによる商品マスタ情報の登録
- ②小売による購読条件の登録
- ③公開された商品マスタ情報と、購読条件とのマッチングおよびマッチングした商品情報の小売への通知
- ④小売による情報受入れ可否の判断とメーカーへの判断結果通知

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

(参考)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

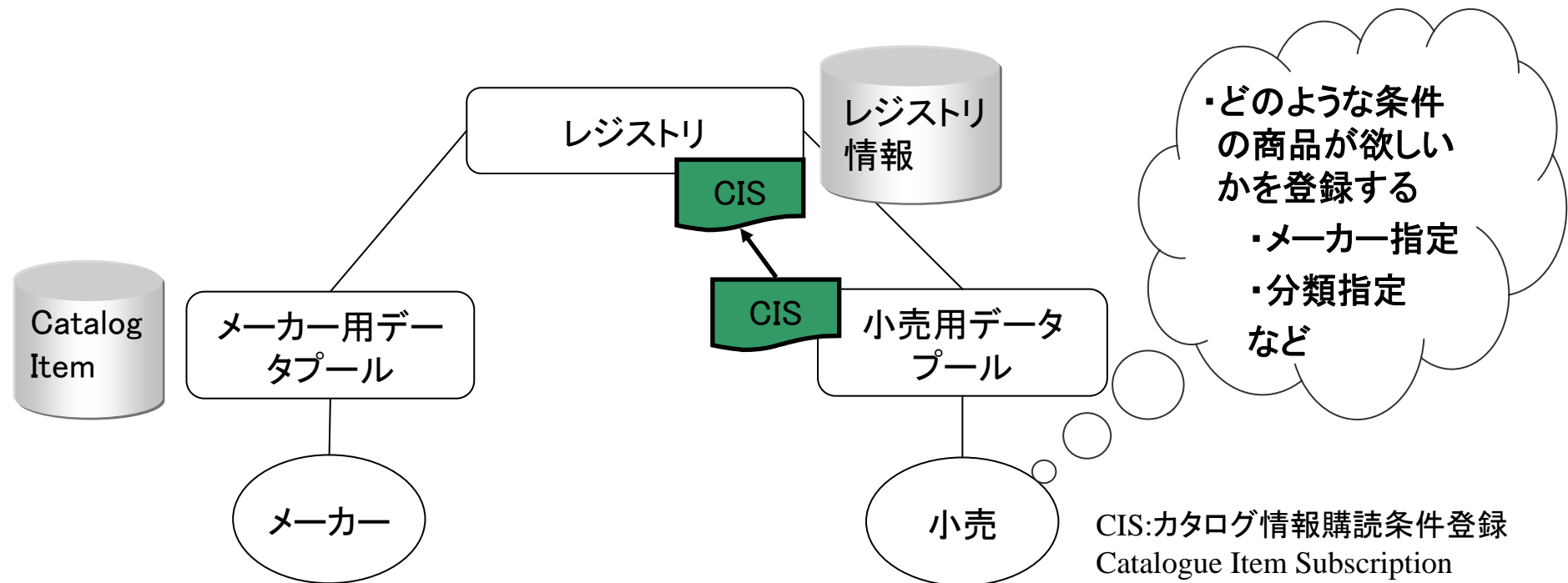
- メーカーは、商品情報をメーカー用データプールに登録する(Item登録)。
- 併せて、その商品情報を誰に、いつ公開するかを登録する(CIP)



(参考)商品マスタ同期化プロセスの概要

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という条件を小売用データプールに登録する(CIS)

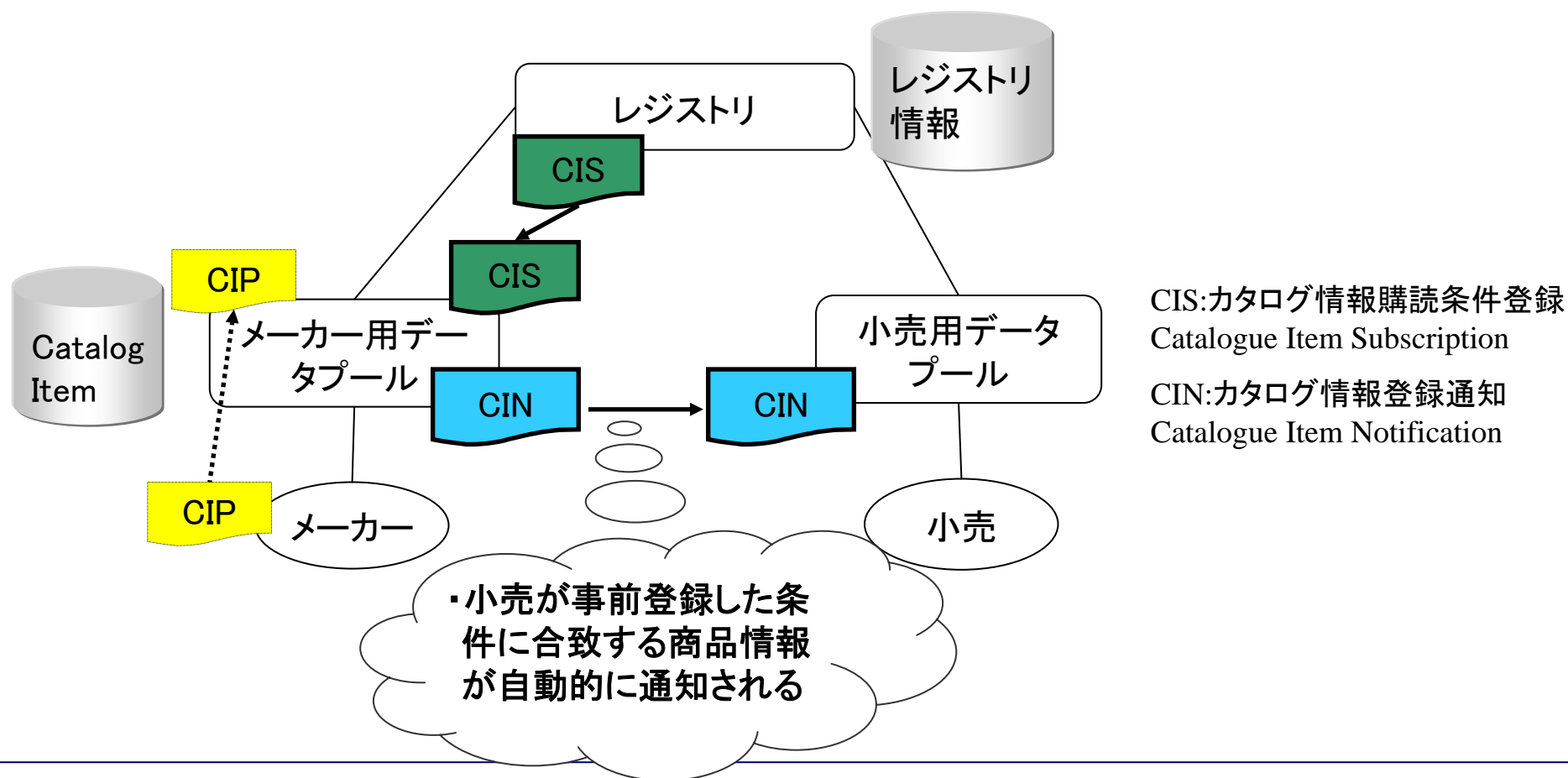


商品販売者をメーカー、商品購入者を小売としたモデルケースで記述

(参考)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

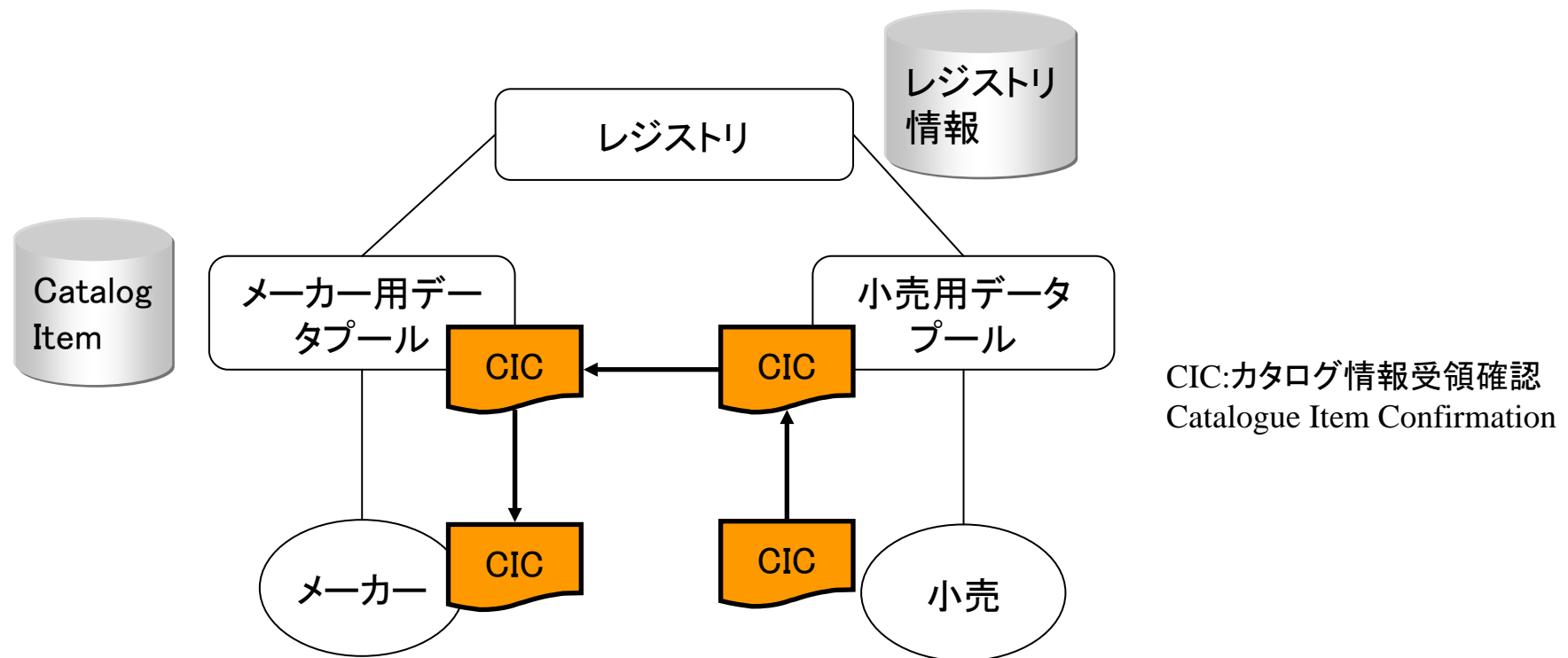
- メーカーの公開情報(CIP)と、小売の購読条件(CIS)とが合致した場合には、マスタ情報が小売に通知される(CIN)。



(参考)商品マスタ同期化プロセスの概要

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

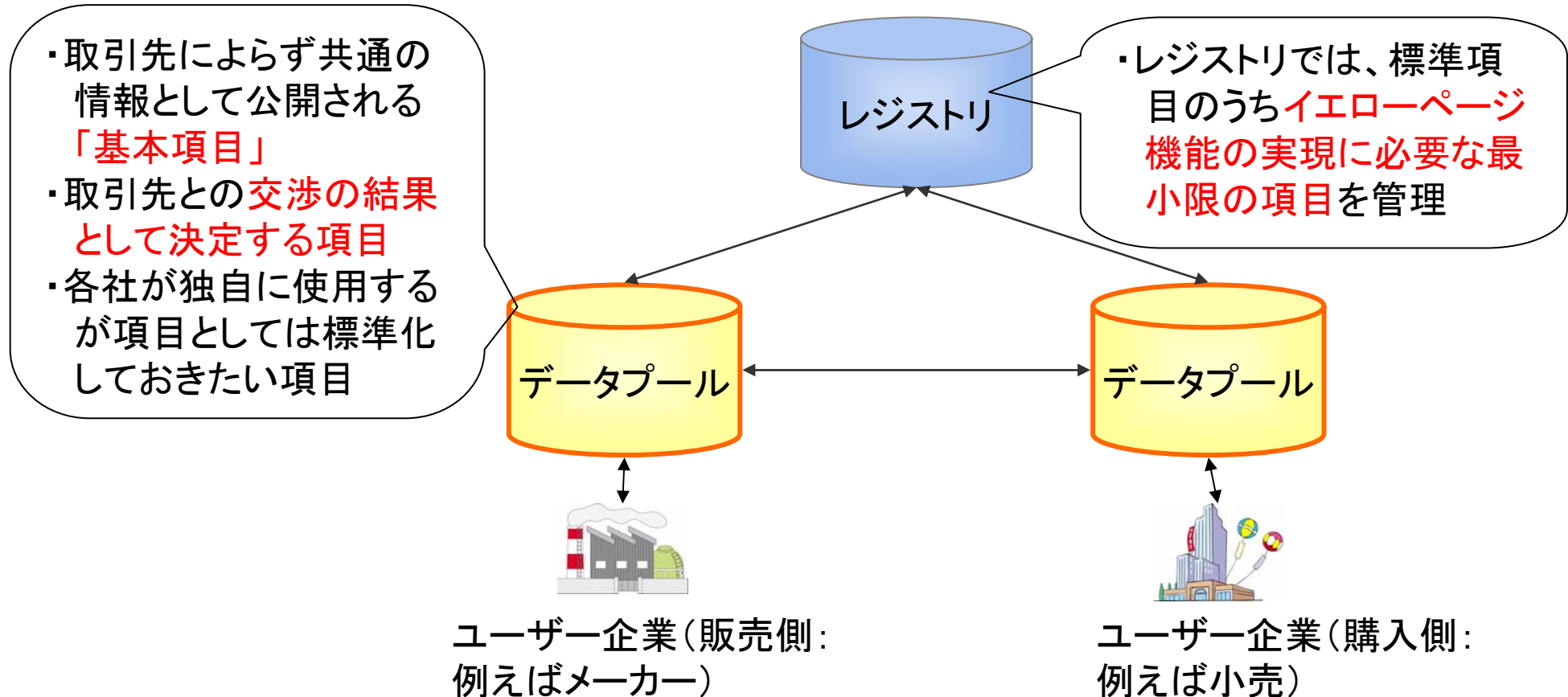
- 小売は受領した商品マスタ情報を受け入れるか、不要なのかを判断してメーカーに通知する(CIC)



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

商品マスタデータ同期化の対象 : マスタ項目の標準化

マスタ項目は、日用品・化粧品、酒類・加工食品分野を対象とし
マスタ項目リストおよびコードリストの標準化



ユーザー企業内のマスタ項目については、①標準から自社独自項目に変換、②標準項目準拠のいずれの方式も考えられる

商品マスタデータ同期化の基本コンセプト： データ項目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。

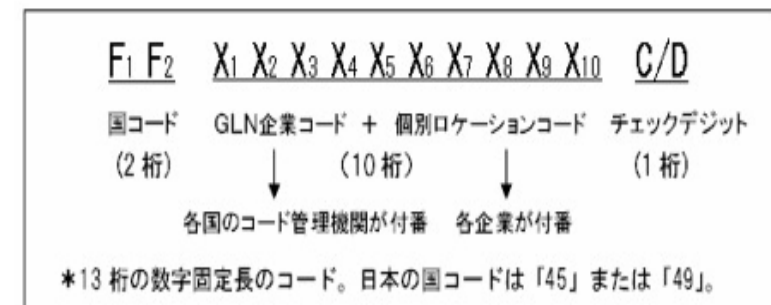
商品識別番号(GTIN: Global Trade Item Number)

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

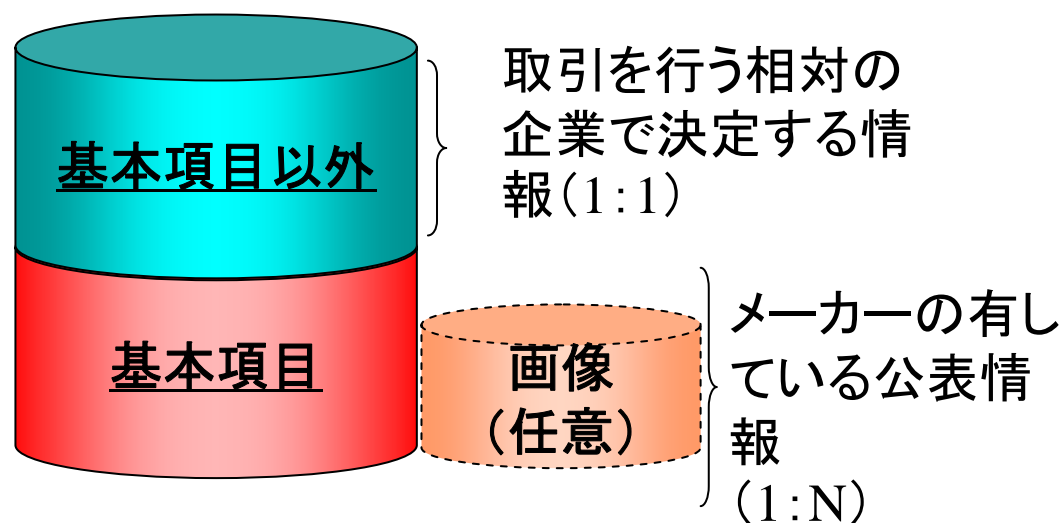
拠点識別番号(GLN: Global Location Number)

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)

商品マスタデータ同期化の対象 : マスタ項目の標準化

「基本項目」は製配販三層間で検討され、日用品・化粧品、酒類・加工食品を対象として129項目について標準化



商品マスタデータ同期化の対象 : マスタ項目の標準化

基本以外の項目は、取引を行う相対の企業間で決定する取引条件に関する情報など83項目を対象として標準化



(注)カッコ内の数字は標準項目数

商品マスタデータ同期化の対象 : 通信インフラの標準化

インフラとしては、データプールとレジストリを前提として、通信手順について標準化

