

運用ガイドライン

～ネットスーパーに関わる商品画像データ交換の標準運用について～

2013年 4 月

1. 標準化の背景

近年、チェーンストア業界において、ネットスーパー、ネット通販が普及してきている。

これらの販売形態において、商品画像は、消費者に商品の魅力を伝えて、その選択に資する極めて重要な要素であり、企業間での商品画像データの授受に関する業務の効率化・高度化は不可欠となっている。多くの場合、商品画像はメーカーが宣材として保有しているが、流通の各段階における画像規格もバラバラであるため、それぞれに画像に関する各種の作業が発生している。

このたび、web掲載を目的とした商品画像規格及び授受の業務プロセスの標準を設定することで、上流（メーカー）側が用意した画像を、下流（小売）側がシームレスにweb掲載できる環境を整備し、各所においてメリットを享受できるよう本ガイドラインを策定する。

2. 標準化の目的（実現したいメリット）

■ お客様(消費者)から見て...

- 商品画像の統一により、企業間での商品比較(価格比較)が容易になり、購入に際しての判断材料となる
- 標準化により、画像のアップが容易になり、サイトへの掲載アイテム数の増加につながる
- 画像更新が容易となり、「最新の画像」を確認することができる

■ 卸様・メーカー様から見て...

- 小売別の画像管理・変換作業が軽減され、業務効率化・コスト削減が見込める
- 業界DBが構築されれば、その画像を使用することにより提案が容易になる

■ 小売から見て...

- 取引先各社から送られてくる画像を自社向けに加工し直す作業が軽減され、コスト削減が見込める
- ファイル名の統一などにより、画像管理が容易となり、画像掲載ミスが削減できる

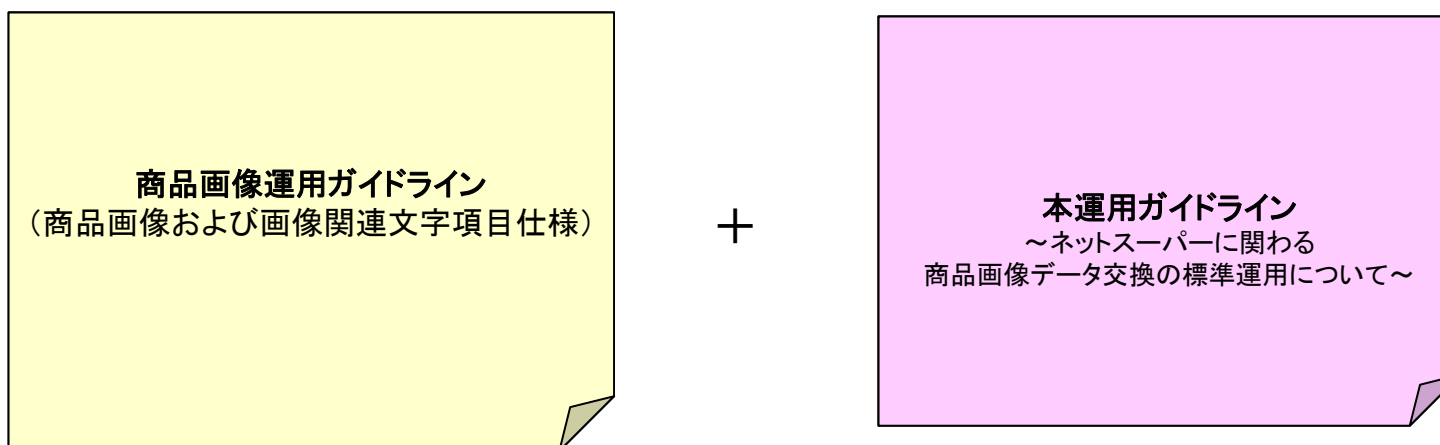
3. 本標準策定の考え方（前提）

本標準は、財団法人流通システム開発センターが平成10年3月に行った「平成9年度通商産業省委託事業『流通業における電子化取引標準化調査研究報告書』」において策定した『商品画像運用ガイドライン（商品画像および画像関連文字項目仕様）』の内容を踏まえて必要な検討を行った。

当時と比較してインターネットは急速な普及を遂げ、それに伴って、ネットスーパー、ネット通販という新しい販売形態が大きく成長することとなった。こうした状況を踏まえて、これらの販売形態におけるお客様と事業者の利便性の向上を考慮し、「ネットスーパーにおける商品画像データの運用に関連して、追加が必要と考えられる事項」について標準化を行っている。

なお、チラシ・棚割りの画像データについては、業界向けデータベースとして平成9年度の上記ガイドラインに基づく運用が普及していることから、本ガイドラインはネットスーパーを対象としている【前提】

【追補版】



4. 標準仕様（規格）

標準化項目	標準仕様（規格）	補足事項
画像カット	原則、正面	ただし、商品の判断に悪影響を与えてしまう場合には、この限りではない
画像サイズ	500×500Pix（正方形）	
解像度	72dpi	
保存形式	JPEG	
カラーモード	RGB	
背景色	原則、白	ただし、商品の色彩に悪影響を与えてしまう場合（例 商品自体の色彩が白）には、この限りではない
保存ファイル名	JANコード.jpg	（複数画像の取り扱いの場合には、JANコード_連番.jpgとする） ただし、生鮮品などの場合には、自社コード.jpgを可とする

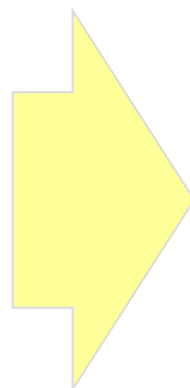
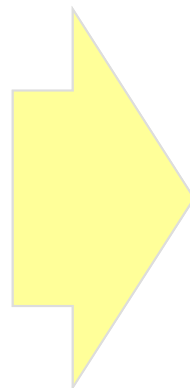
※この規格はグロサリー商品、日用雑貨品を中心に検討しましたが、他の商材への展開も期待しています。

《標準仕様による画像（イメージ）》



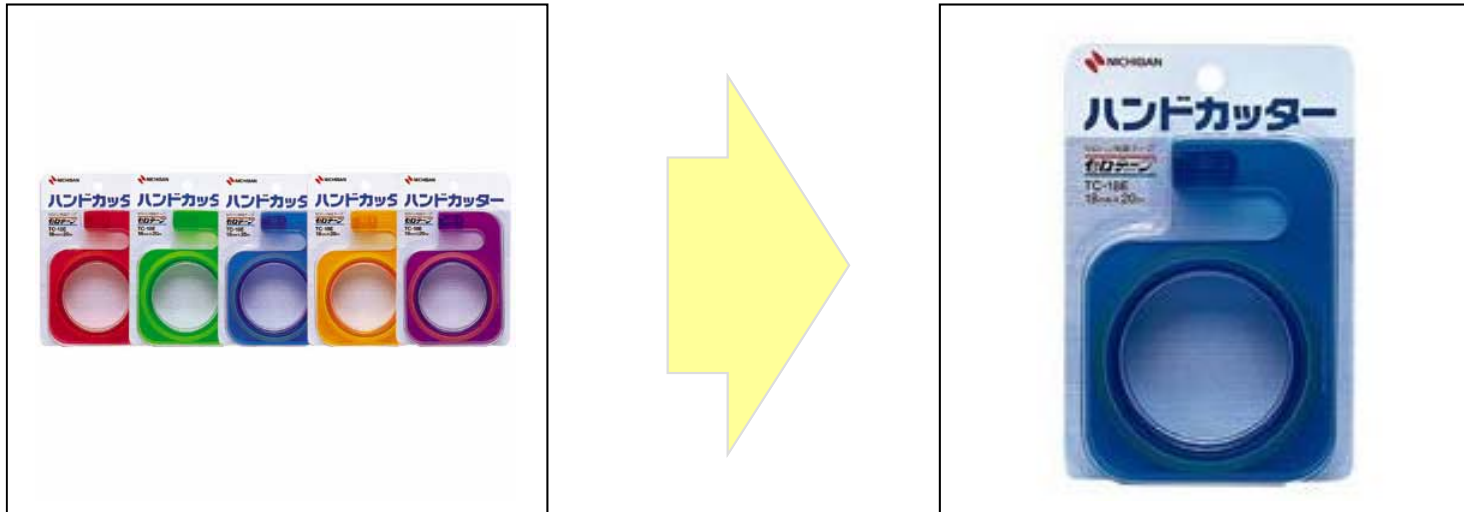
4. 標準仕様（規格） ～画像に関する注意点～

(1) 縦長または横長の商品は斜めに配置する

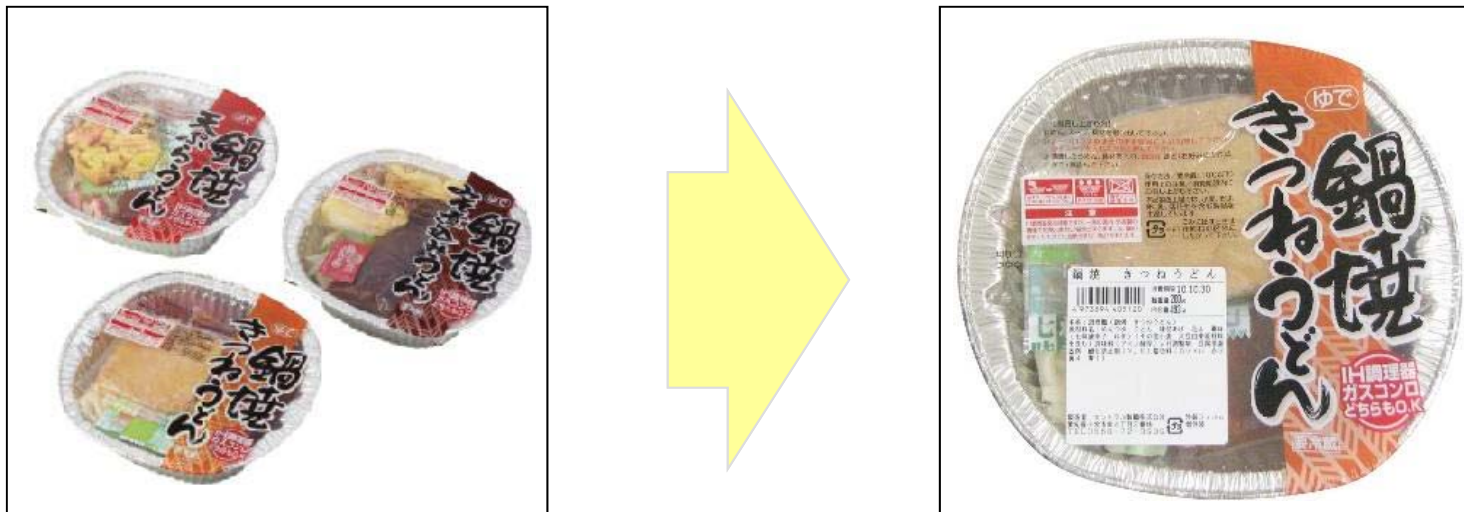


4. 標準仕様（規格） ～画像に関する注意点～

(2) 単品販売の商品にまとめ撮りの画像を使用しない(単品画像を使用する)



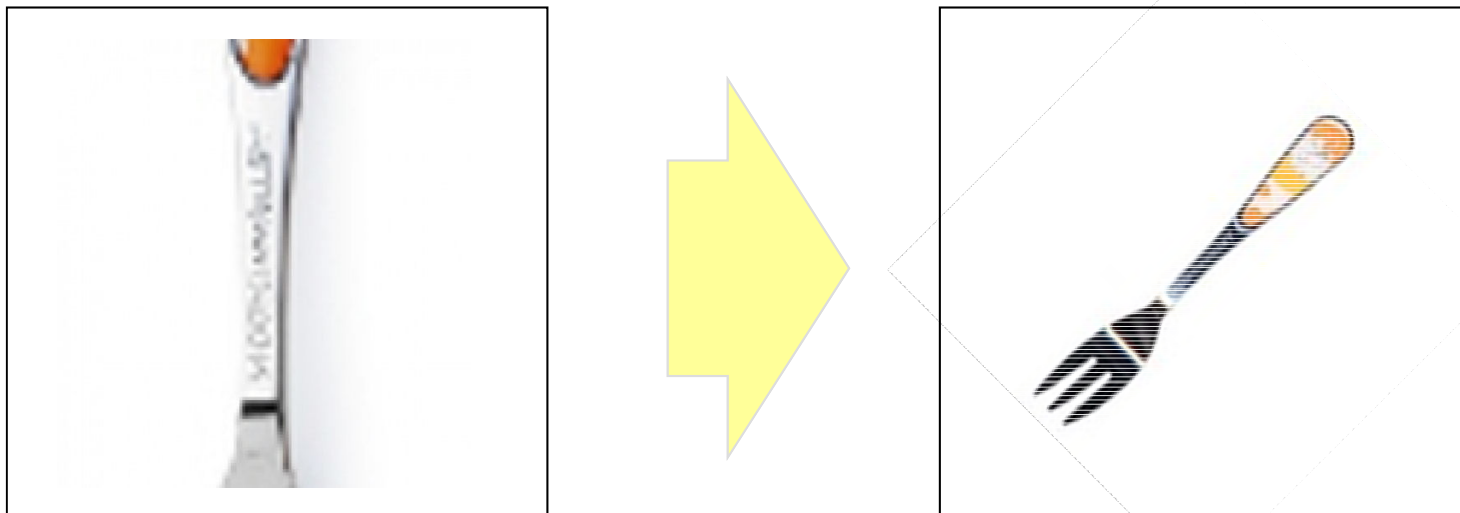
カラーバリエーションがメイン画像に使用されている



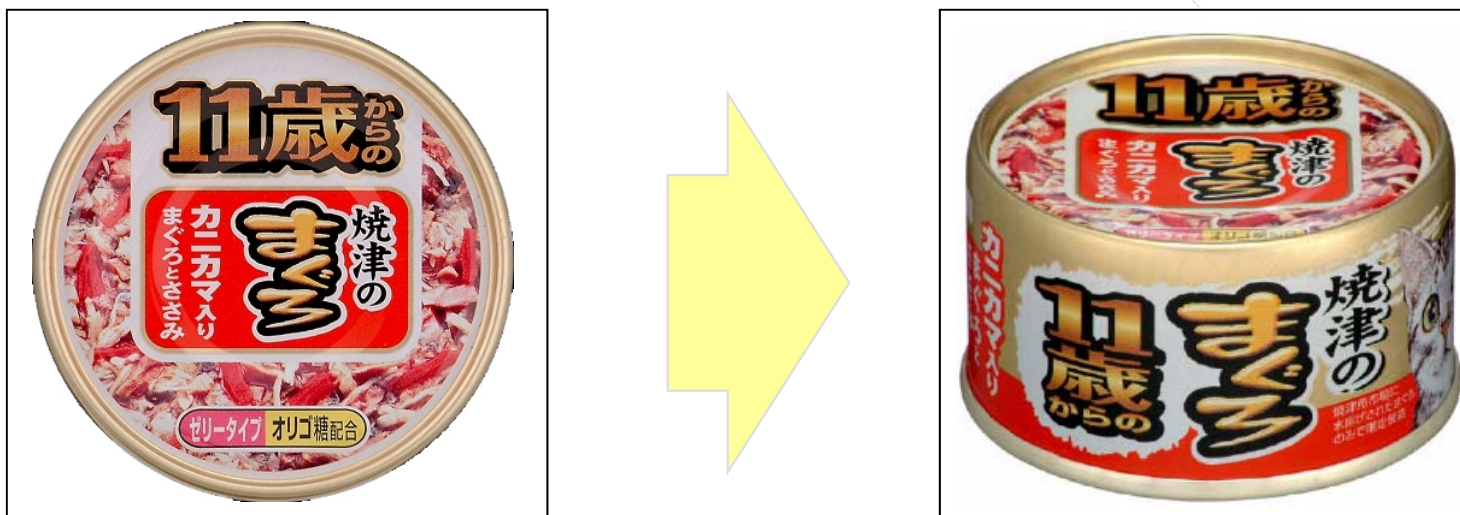
テイストバリエーションがメイン画像に使用されている

4. 標準仕様（規格） ～画像に関する注意点～

(3) 商品の全体がわかる画像を使用する



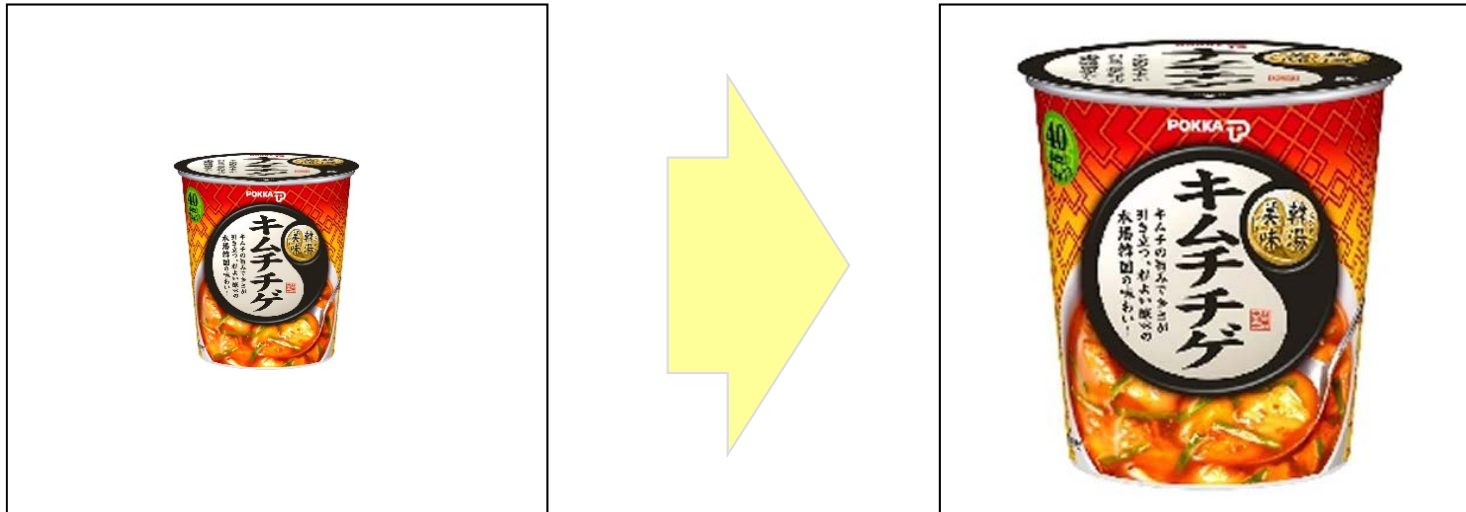
商品の一部(拡大画像)がメイン画像に使用されている



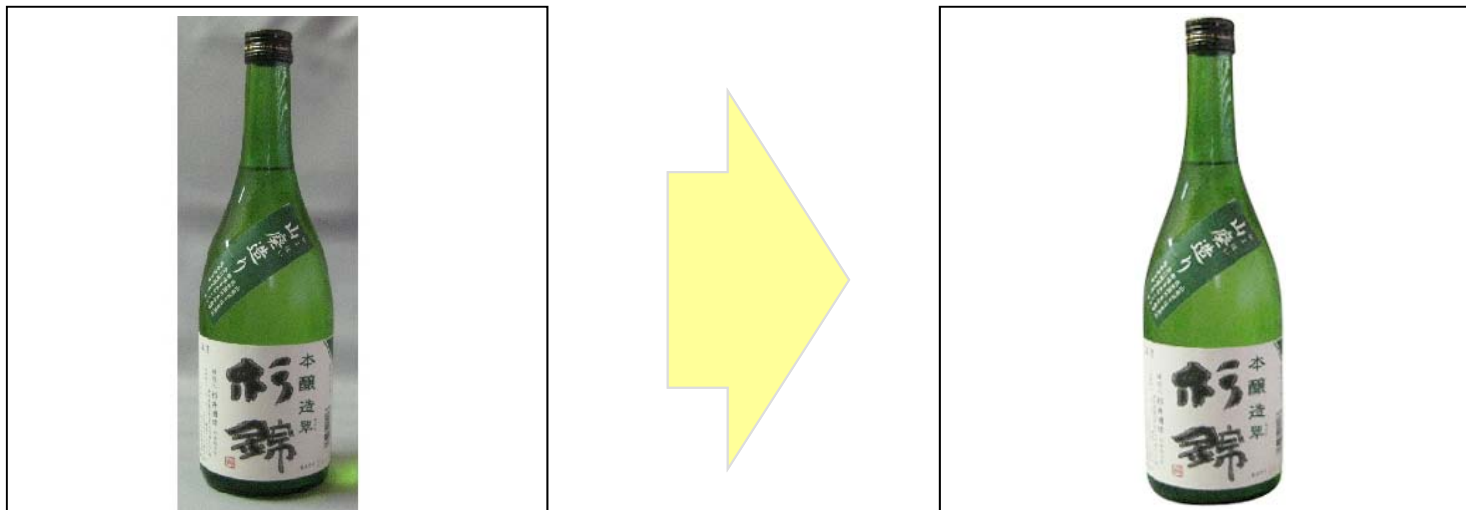
商品全体がわかりにくい角度から撮影されている

4. 標準仕様（規格） ～画像に関する注意点～

(4) 画像の余白は極力小さくする

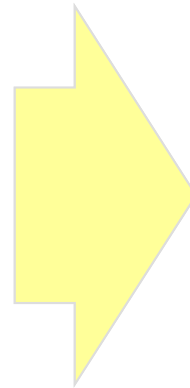


(5) 画像の背景色は「白」を基本とする



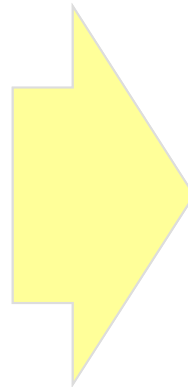
4. 標準仕様（規格） ～画像に関する注意点～

(6) 期間限定パッケージ(キャンペーン、増量など)を使用しない(通常パッケージを使用)

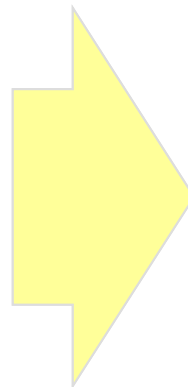


4. 標準仕様（規格） ～画像に関する注意点～

(7) 使用シーン(イメージ)をメイン画像に使用しない



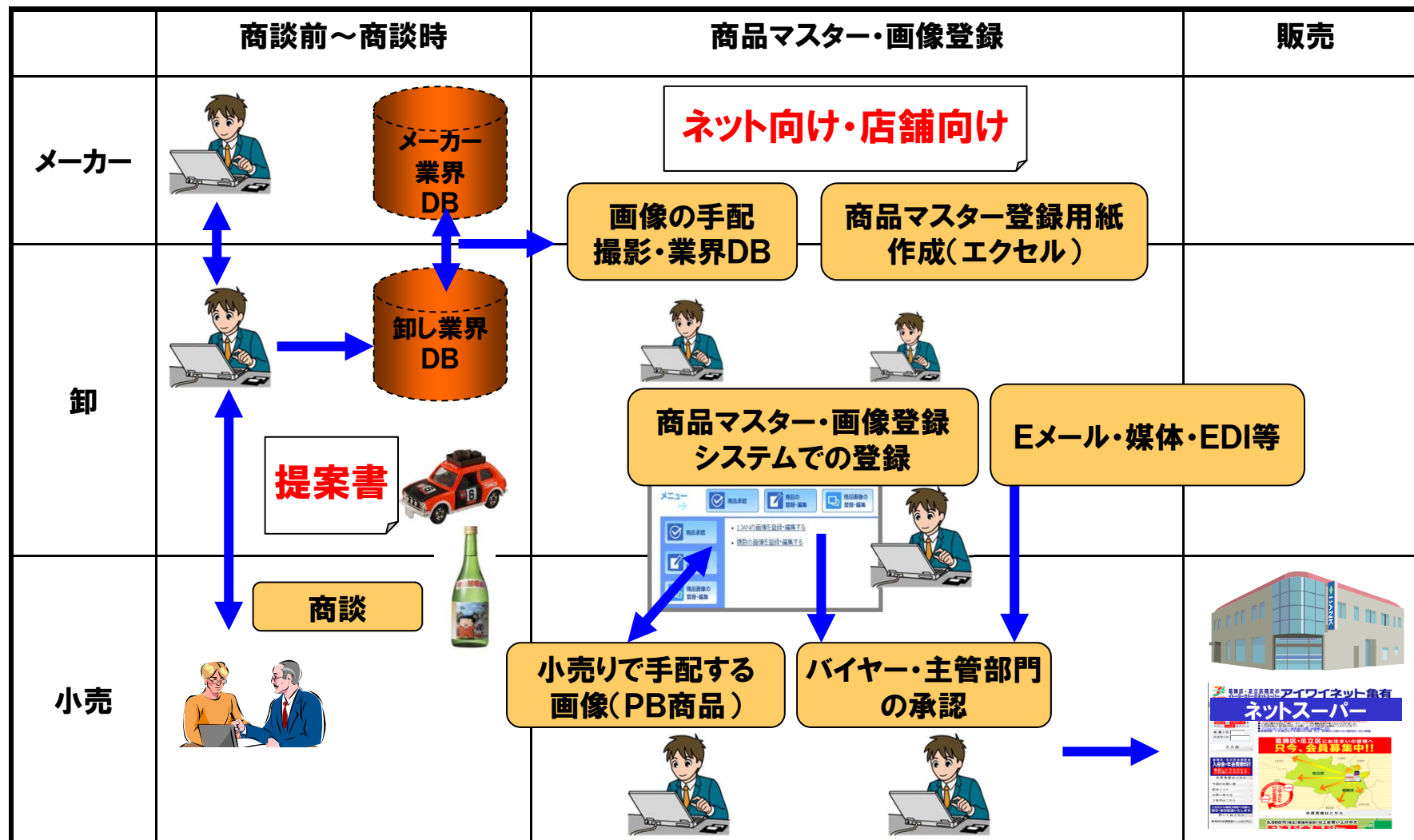
(8) 反射光や影等の映り込んだ画像は使用しない



5. 標準業務プロセス

新規商品の販売やパッケージのについても、以下同様のプロセスとする。

なお、既存商品のパッケージ変更による画像の変更については、取引先から担当バイヤーへの事前の連絡を基本とする。





「流通ビジネスメッセージ標準」ならびに「流通BMS」は一般財団法人流通システム開発センターの登録商標です。