

---

# 商品マスタデータ同期化の現状と これから

(財) 流通システム開発センター

# 目次

---

1. 商品マスタデータ同期化の基本

2. 商品マスタデータ同期化への取組み状況

3. 商品マスタデータ同期化のこれから

# 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、
  - どの業務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？

# 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

商品販売側

商品購入側



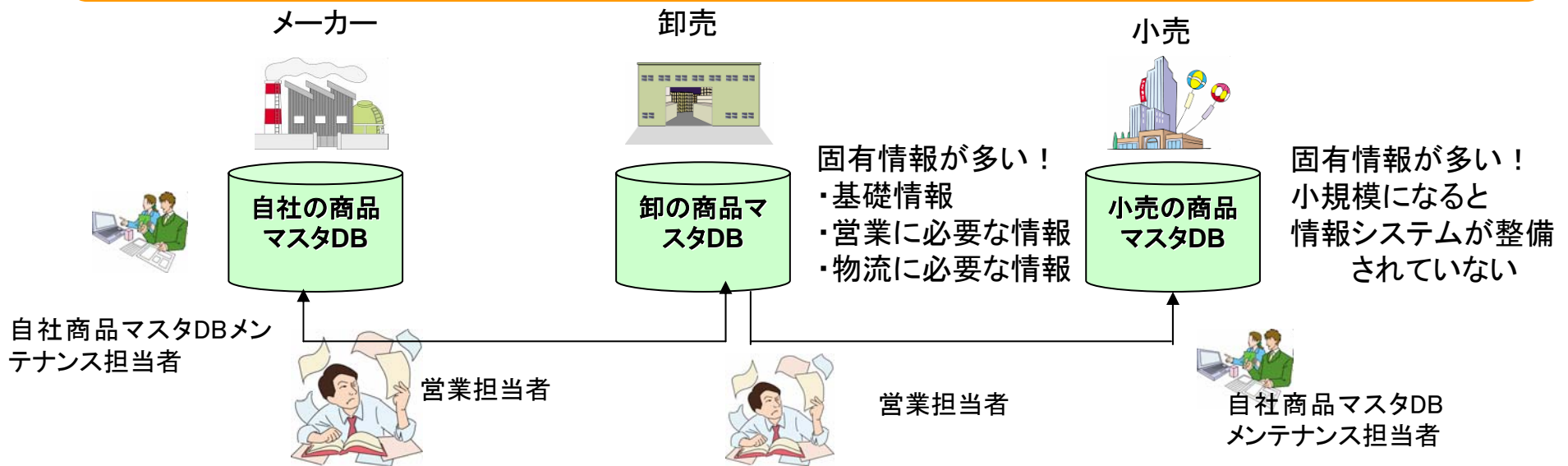
我が社の独自様式  
に併せて情報提供  
してください！

取引先毎に異なっ  
た様式で記入して  
FAXしなければ！

FAXの情報を見なが  
らタイプしたら入力ミ  
スしてしまった！

商品マスタデータ同期化は、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

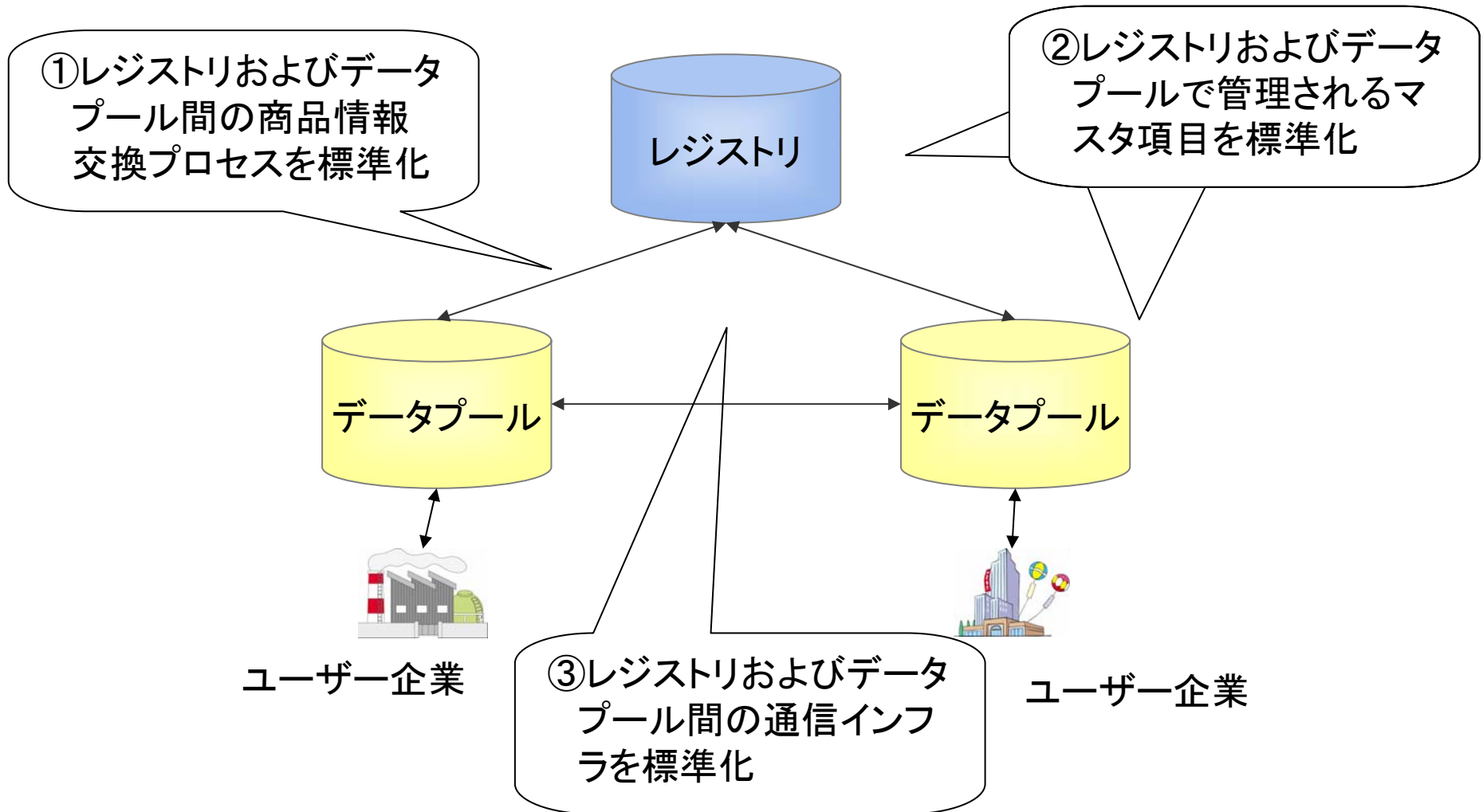


狙い②：情報共有の迅速化、高精度化を通じた新たな付加価値の創出による競争力強化

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



(参考) グローバルレベルでの動向

# 国際標準との整合性の観点からGS1によるGDS (Global Data Synchronization)標準化を手本として検討

流通分野でのグローバル標準の制定、維持管理を実施



The global language of business

サプライ・デマンドチェーン全体の効率化と可視化

GS1ソリューション ... POS/在庫管理/資産管理/CPFR/トレーサビリティ

GS1サービス .....【グローバル】GSMP/GEPIR/Global Registry/教育/認定【各国】認証/導入/教育



GS1システム - 流通の国際標準体系



自動認識の  
国際標準

迅速かつ正確な  
商品・資産・事業所の識別



電子取引メッセージ  
の国際標準

迅速かつ効率的な  
ビジネスデータ交換



マスタデータの  
国際同期化

効率的ビジネス取引に  
求められる標準化され  
信頼性の高いデータ



RFID技術を利用した  
識別の国際標準

より正確、リアルタイム、  
費用効果の高いデータ把握

GS1識別キー(GTIN, GLN, SSCC, GRAI, EPCなど)と属性データ(有効期限など)

# 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

- ・複数企業が登録するマスタ情報の内容を標準化された項目に従って管理するサービスを提供する

レジストリ

- ・詳細な商品情報が存在するデータプールの場所などを記録したイエローページの役割を果たす
- ・データプールの数が増えてきた段階で重要性が増す

データプール

データプール



ユーザー企業(売り手:例えばメーカー)

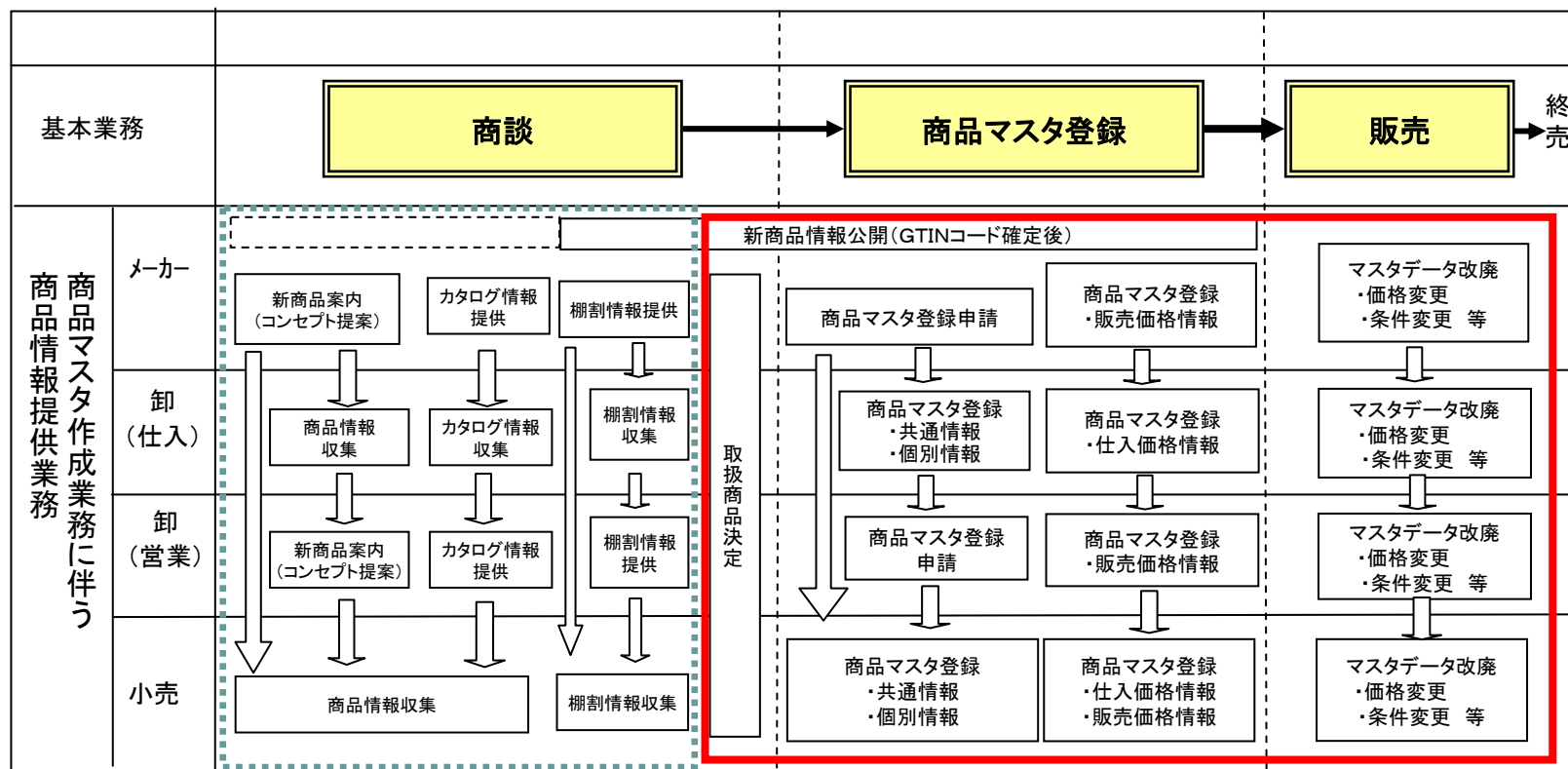


ユーザー企業(買い手:例えば小売)



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

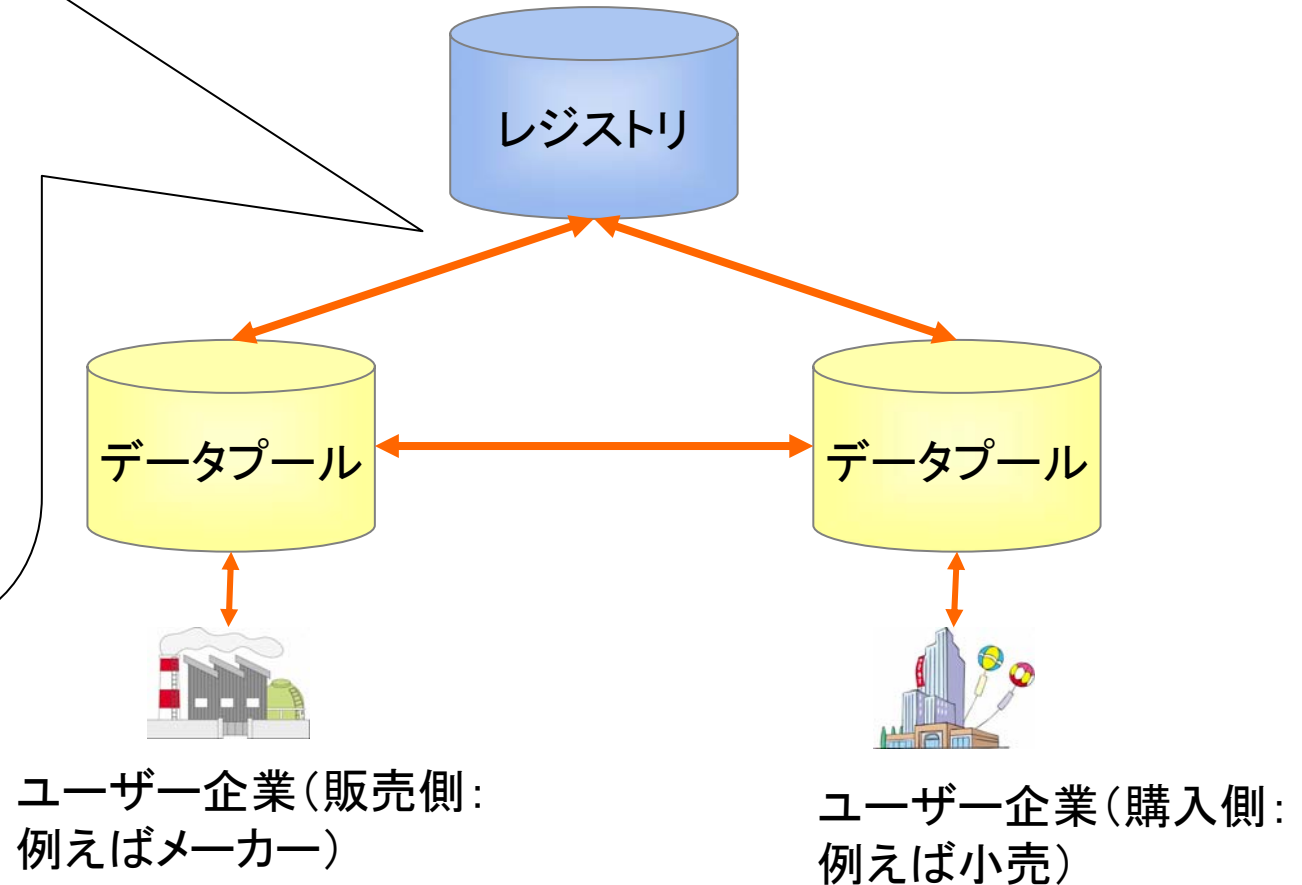
\* 「事前商品情報収集」とは、商品情報が完全には固まっていない状態で公開された情報の収集行為のこととする。  
(例: 新商品の発売前に行われる商談での、最小限の情報交換)

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、商品情報登録に関して「売り手」と「買い手」双方が実施すべき業務内容について標準化

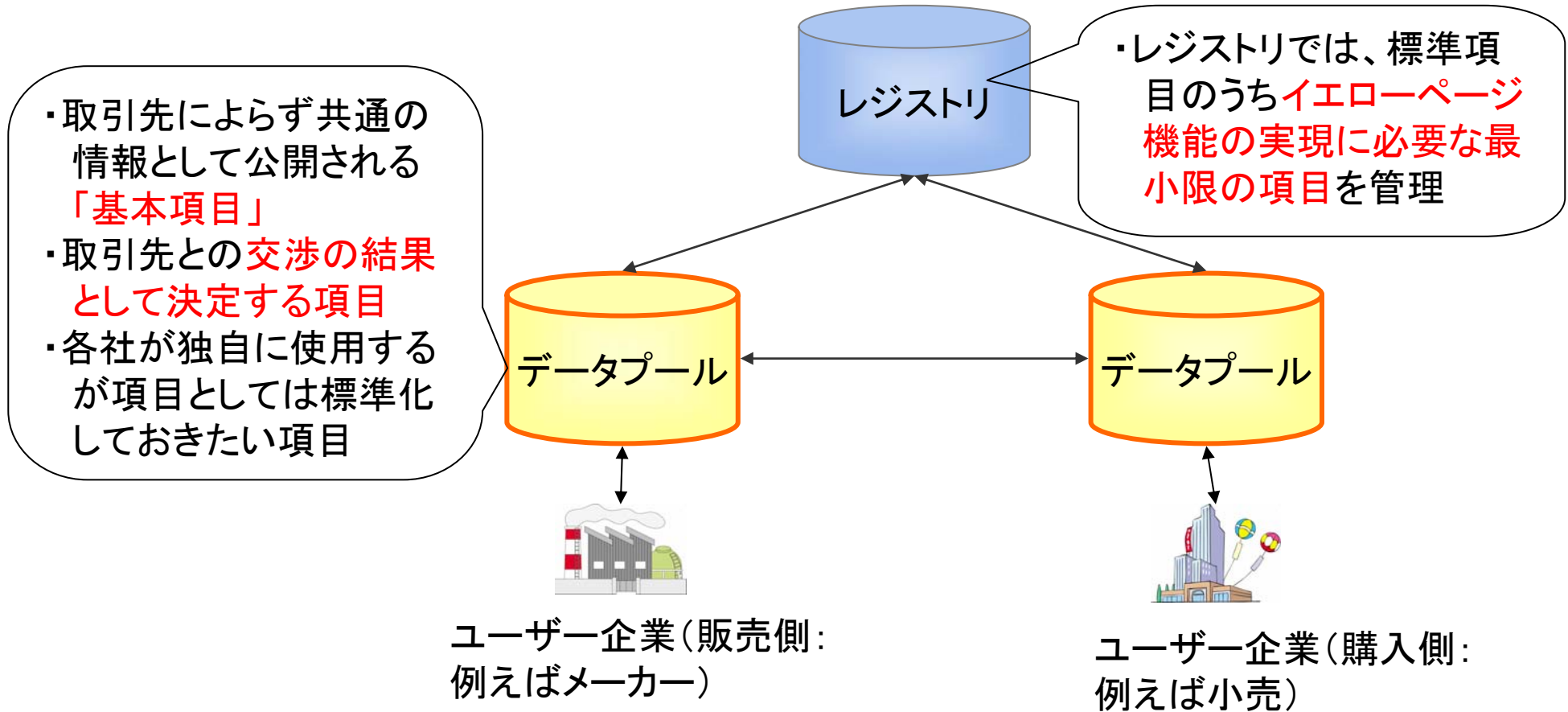
主な標準化の対象プロセス

- ・販売側が商品情報をデータプール、レジストリに登録する手順
- ・購入側が必要とする商品情報の条件を登録する手順
- ・販売側の情報と購入側の条件をマッチングする手順
- ・マッチングした商品情報を購入側に伝える手順



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



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・化粧品と酒類・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

商品取扱い情報(11)  
＜販売区分など＞

商品分類情報(9)  
＜小売の社内分類など＞

その他(15)

- ・温度帯(4)
- ・棚割用情報(3)
- ・取引先識別情報(3)
- ・商品識別情報(3) など



発注情報(24)  
＜最低発注数量など＞

価格情報(13)  
＜定番売価など＞

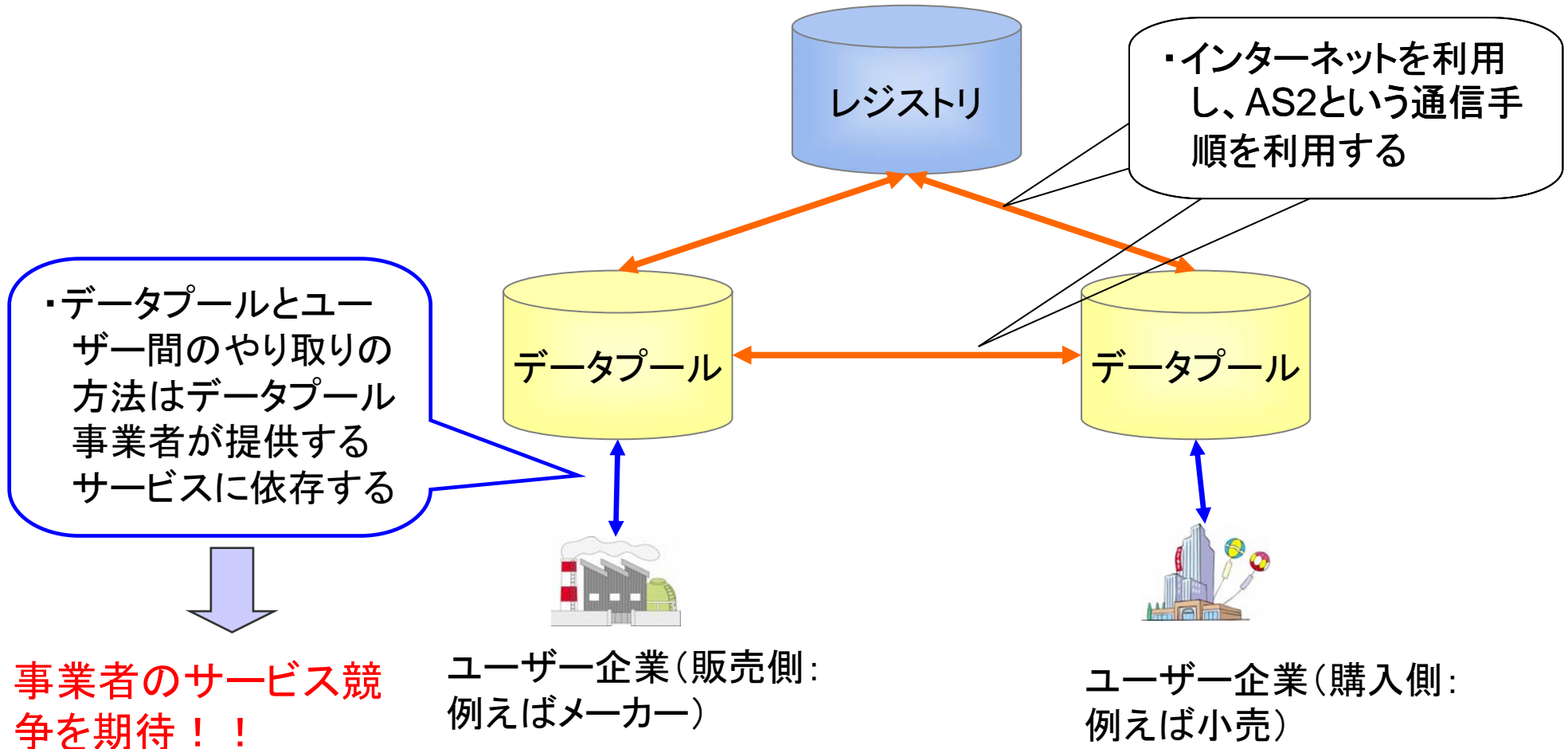
日付情報(11)  
＜発注可能日など＞

## 基本以外83項目

(注)カッコ内の数字は標準項目数

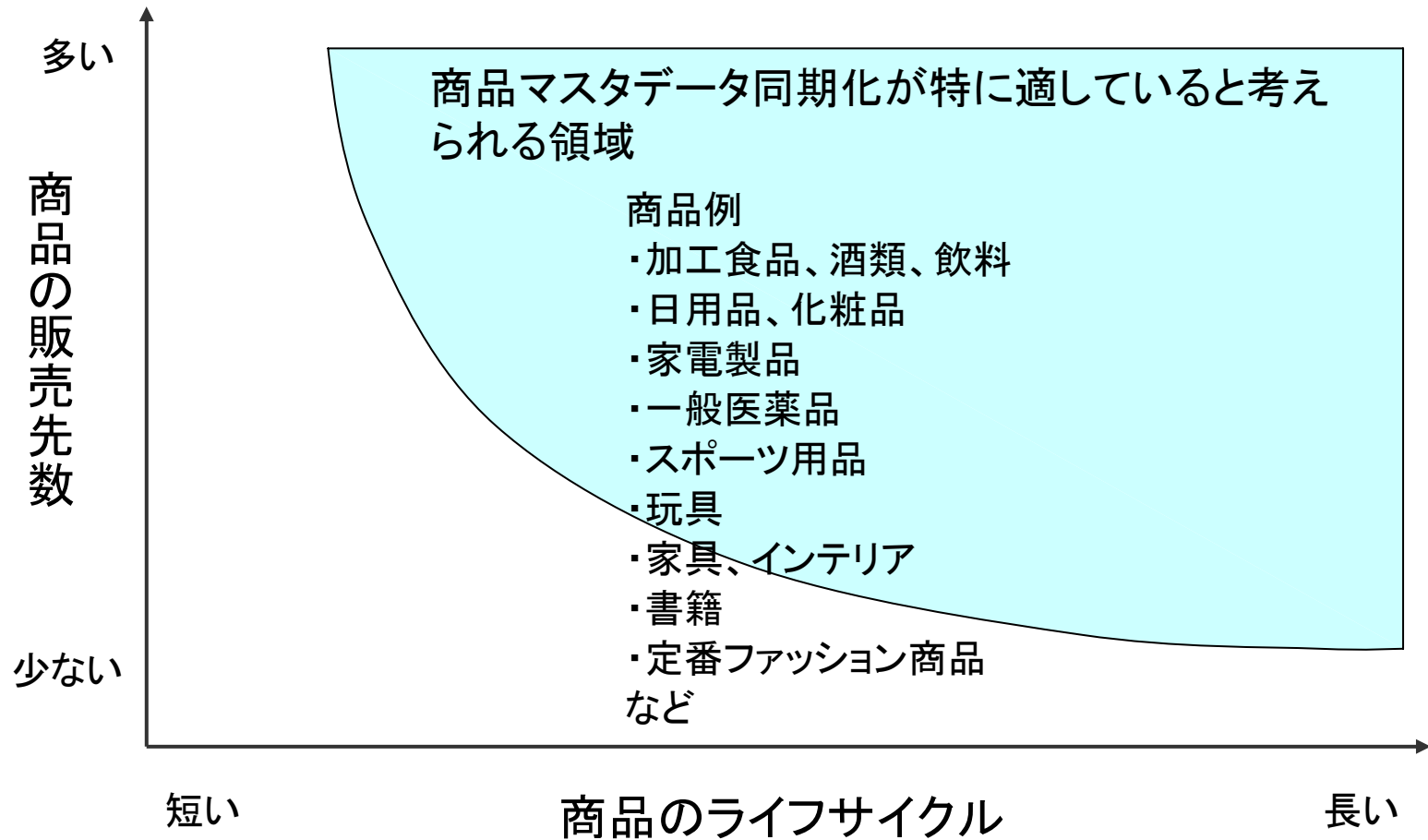
商品マスタデータ同期化の対象 : 通信インフラの標準化

# 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



商品マスタデータ同期化が適している商品属性

ライフサイクルが比較的長く、かつ、販売先数が比較的多い特性を持つ商品は、特に、商品マスタデータ同期化に適している



# 目次

---

1. 商品マスタデータ同期化の基本

2. 商品マスタデータ同期化への取組み状況

3. 商品マスタデータ同期化のこれから



日用品・化粧品分野では大手を中心に実用が始まっており  
データプール事業者がサービスを提供している

---

■まずは日用品分野について実稼働

18年度実証に参加した日用品企業の多くが実用段階へ

製造業 : 花王、P&G、ライオンなど

卸売業 : パルタック、中央物産、あらた など

小売業 : 数社

データプール事業者 :

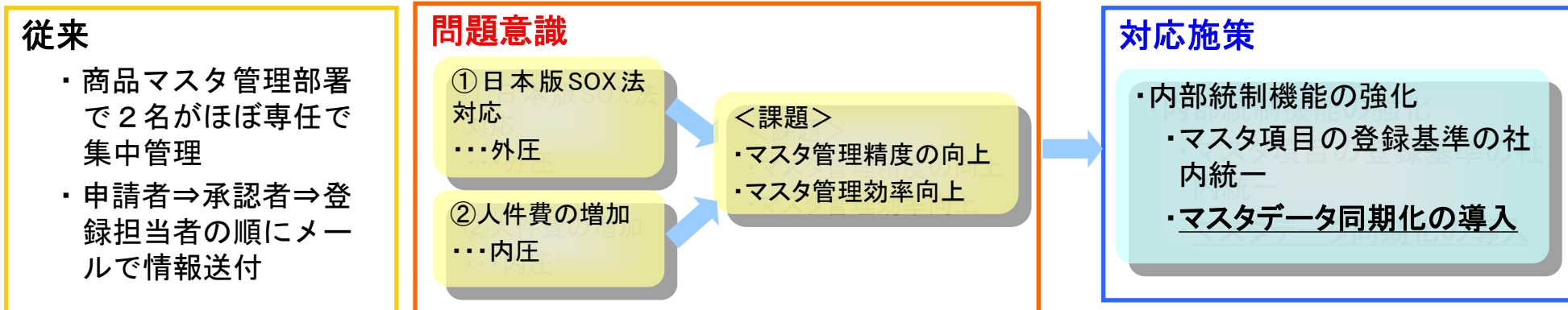
プラネット、アジェントリクス、野村総合研究所

(敬称略)

■本年度中を目処に酒類・加工食品分野で項目対応を準備中。

現在、アレルギー情報等の「品質項目」について集中的に検討中。

# 内部統制機能強化と業務効率化の両面から 商品マスタデータ同期化を導入



## ■ 導入の進め方

- 「内部統制強化の必要性」の一環として、従来バラバラであった社内および取引先とのマスタ項目登録基準の統一および一元管理の必要性を関係各部署にアピール。
- 本格的なシステム開発を行ったため準備には1年程度を要した。

## ■ 導入時の課題

- 将来的なマスタ項目標準の変更に柔軟に対応できる仕組みとすることが必要
- 自社マスタとデータプール間のEDIメッセージ授受に関する取り決めが必要（標準では定義されていなかったため）

## サプライチェーン全体のコストを削減することで 消費者により良い商品をより安く提供する

### 従来

- ・商品カテゴリー単位で兼任で管理
- ・FAXあるいはメールで取引先から情報入手し自社として必要な情報を追加して登録

### 問題意識

- ① 社内の非効率性  
FAX主体のため手入力やミスの発生
- ② 取引先の非効率性  
小売の個別仕様に対応させている

#### <課題>

社内業務の効率化とサプライチェーン全体の効率化を同時に実現する

### 対応施策

- ・業界としてのマスタデータ同期化標準化への協力
- ・自社としてマスタデータ同期化の導入

### ■ 導入の進め方

- 商品マスタデータ同期化の標準化の研究への参加などにより情報収集を行い自社としての適合可能性について検討を進めた。
- 仕入担当者への説明会の順次開催などにより準備には1年程度を要した。

### ■ 導入時の課題

- マスタ情報登録担当者は業務の急激な変化には抵抗があるため、従来とほぼ同じ画面で登録業務ができるようにする必要がある。
- 全体最適という観点から、商品マスタデータ同期化の標準で定義されている中の中のどの部分までを取り込むべきかを見極める必要がある。

# 導入に向けては社内外の調整が必要であり これまでの事例では約1年程度を要している

検討段階：約0.5年～1年

準備段階：0.5年～1年

## 自社での検討/準備

- ・商品マスターデータ同期化に関する情報収集
- ・商品マスターデータ同期化の自社への適用の意思決定とアクションプランの立案
- ・商品マスターデータ同期化に関する自社の業務プロセスの策定
- ・社内商品マスターの見直し作業遂行
- ・実装に向けた技術仕様の検討
- ・実施に向けた社内への理解促進
- ・商品マスター登録に関連する各種社内業務の見直し

## 自社+取引先での検討/準備

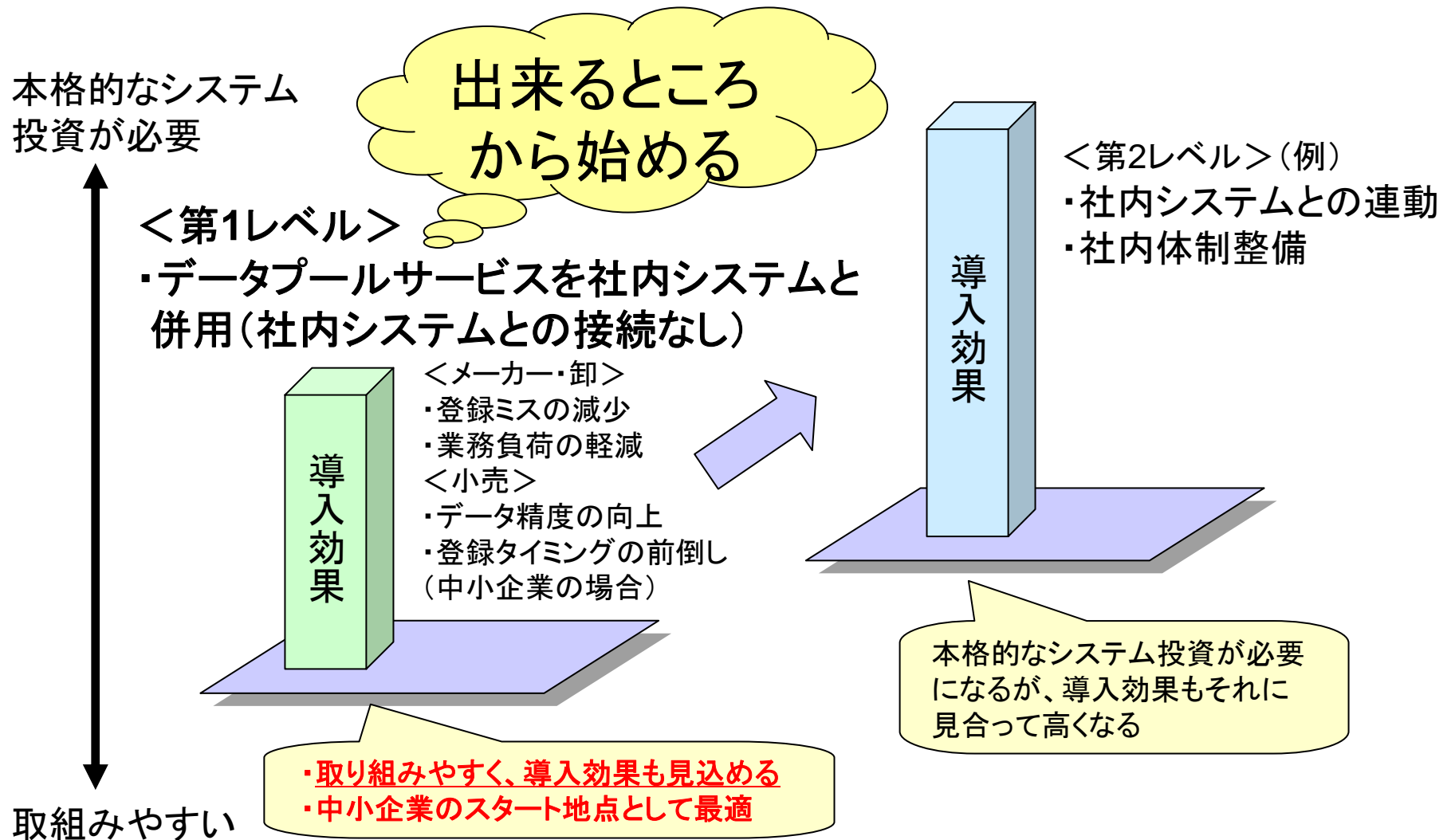
- ・商品マスターデータ同期化の適用可能性検討の実施
- ・取引先への理解促進と調整

## 自社+取引先+データプール事業者での検討/準備

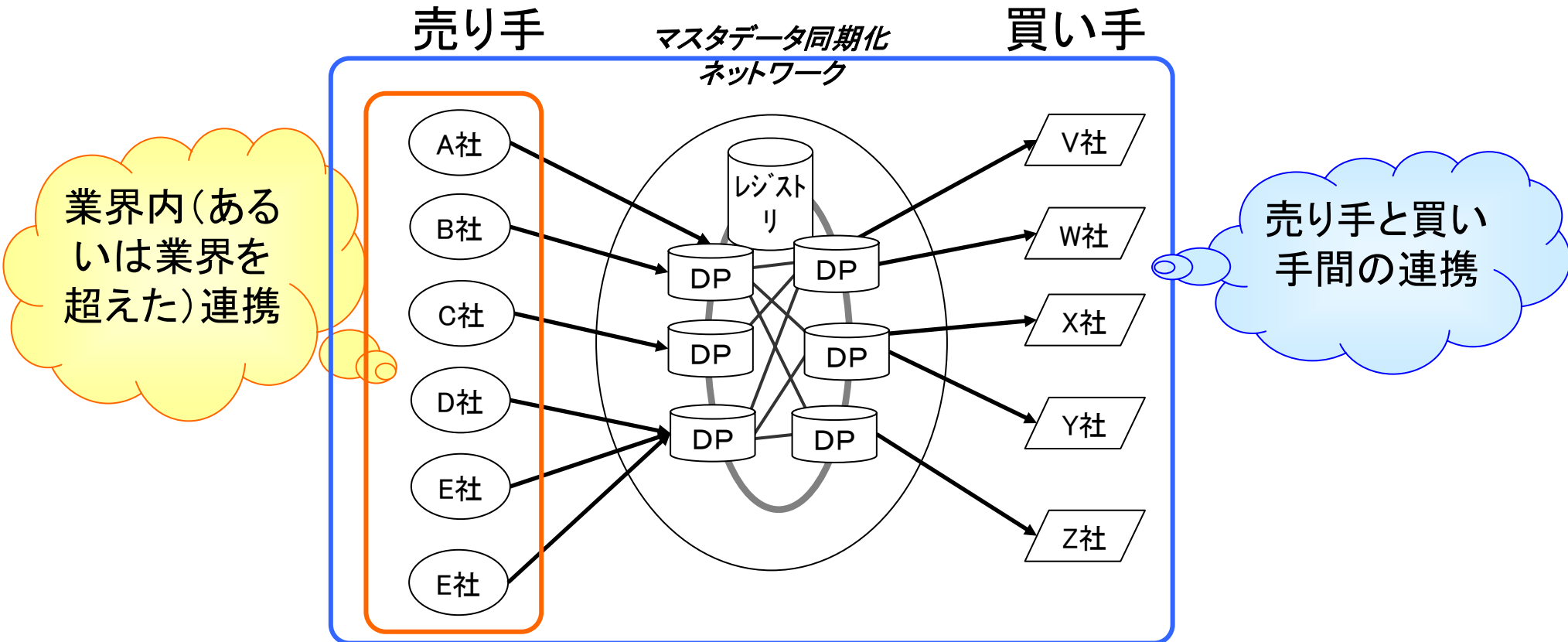
- ・パイロットプロジェクトの実施、参加

業界としてノウハウ  
が蓄積されることで、  
より短期間での導  
入が可能となる

# 導入に当たっては「標準化は時代の潮流」と捉えて 「まず出来るところからはじめる」ことが重要である



多くの取引先に参加して頂くために  
同じ業界内で連携して取り組むことが重要になる



全体最適の実現という目的意識の  
共有が重要

# 目次

---

1. 商品マスタデータ同期化の基本

2. 商品マスタデータ同期化への取組み状況

3. 商品マスタデータ同期化のこれから

「適用が始まっている業界が限られている点」、「中小企業からはやや敷居が高いと受け取られる傾向にある点」が大きな課題

主要課題：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

課題1：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

課題2：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

課題3：グローバルに取引を行う企業では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

課題4：自社に商品マスターデータ同期化の仕組みを適用した際に期待できる効果を定量的、定性的に検討するための、わかりやすいツールが必要



# 平成21年度の改正薬事法施行を見据えて チェーンドラッグストア業界における検討を開始している

	A：リスクの高い 医薬品	B：リスクが比較 的高い医薬品	C：リスクが比較 的低い医薬品
主な成分	<ul style="list-style-type: none"> <li>・シメチジン</li> <li>・塩酸ラニチジン</li> <li>・ファモチジン</li> <li>・ミノキシジル</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アセトアミノフェン</li> <li>・イソプロピルアンチピリン</li> <li>・イブプロフェン</li> <li>・塩酸ジフェンヒドラミン</li> <li>・テオフィリン</li> <li>・スクラルファート</li> <li>・アクリノール</li> <li>・アミノ安息香酸エチル</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビタミンB1</li> <li>・ビタミンB2</li> <li>・ビタミンB6</li> <li>・ビタミンB12</li> <li>・ビタミンC</li> <li>・ビタミンE</li> <li>・塩化セチルピリジニウム</li> <li>・ポピドンヨード</li> <li>・塩化リゾチーム</li> </ul>
主な製品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ガスター10</li> <li>・パンシロンH2ベスト</li> <li>・三共Z胃腸薬</li> <li>・リアップ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バファリンA</li> <li>・イヴ</li> <li>・ナロンA</li> <li>・イノセアプラス錠</li> <li>・パンテリンコーワ</li> <li>・パテックスID</li> <li>・キューピーコーワゴールドA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アリナミンA</li> <li>・ハイシー1000</li> <li>・ワムナールプラスローション</li> <li>・オイラックス潤乳液</li> </ul>
情報提供	<b>薬剤師 (義務)</b> <small>説明文書</small>	<b>薬剤師 登録販売者 (努力義務)</b> <small>説明文書</small>	<b>薬剤師 登録販売者 (不要)</b>
相談応需	(義務)	(義務)	(義務)

- 一般医薬品のリスク分類に従って情報提供義務が生じる
- 医薬品に含まれる成分により医薬品のリスクを分類
- 成分のリスクランクは見直しが適時行われ、それに従って医薬品の分類も見直しが発生

## 課題解決に向けて①

商品情報提供に関しては、①販促物等への記載内容の正確性向上、②薬剤師等による店頭販売時の支援情報提供、③チェックアウト時に提供する説明文書情報提供の面で課題が存在している

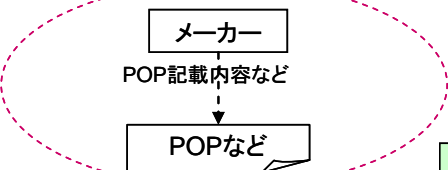
### 現状

- 情報内容が薬事法に抵触しないことが必要
- メーカーが情報内容を精査
- 小売でも店頭で点検

### 課題

- 小売はメーカーからの正確で規制に合致した情報の迅速な提供を求めている

### ①POP、販促情報



セルフ

商品選択

対面

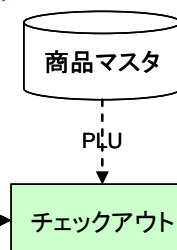
相談

相談

効能、副作用など

商品選択

### ③チェックアウト時の情報



### 現状

- 商品コードはJANを採用し、主にPLU、レシート印字のために利用
- POSレジは零細小売でも利用が進んでいる

### 課題

- 単品管理可能だが、有効期限などの個体管理はできない

### 現状

- 薬剤師の個人的スキルが中心
- 薬剤師を支援する情報・研修は図に示したものがある

### 課題

- 大学教育だけでは一般用医薬品の特性を踏まえた相談対応が難しい
- 支援情報はいずれの情報源も網羅性、最新性、即時性が揃っていないわけではない

効能、副作用など

薬剤師

書籍(設置義務)

データベース

大学教育

メーカー研修

社内研修

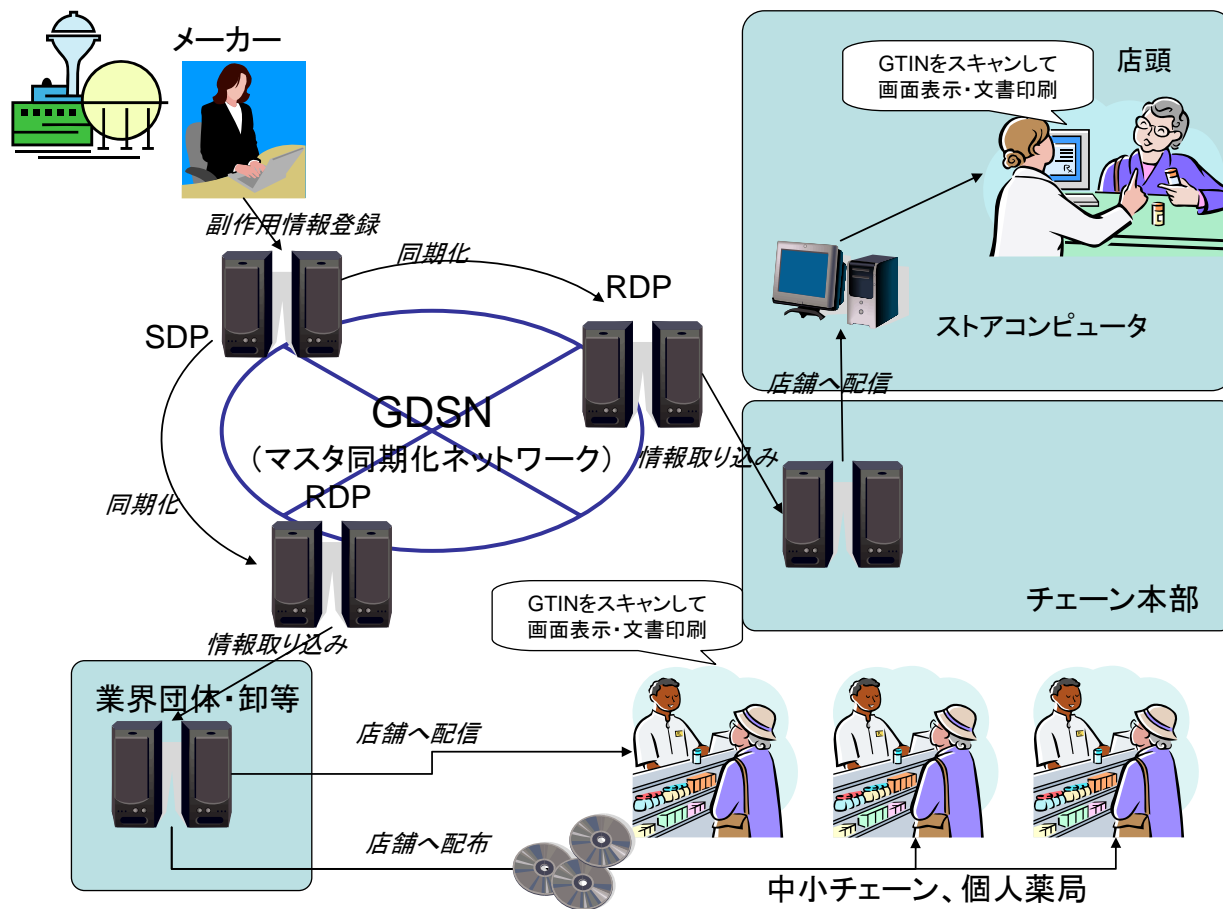
メーカー情報

### ②薬剤師による相談対応

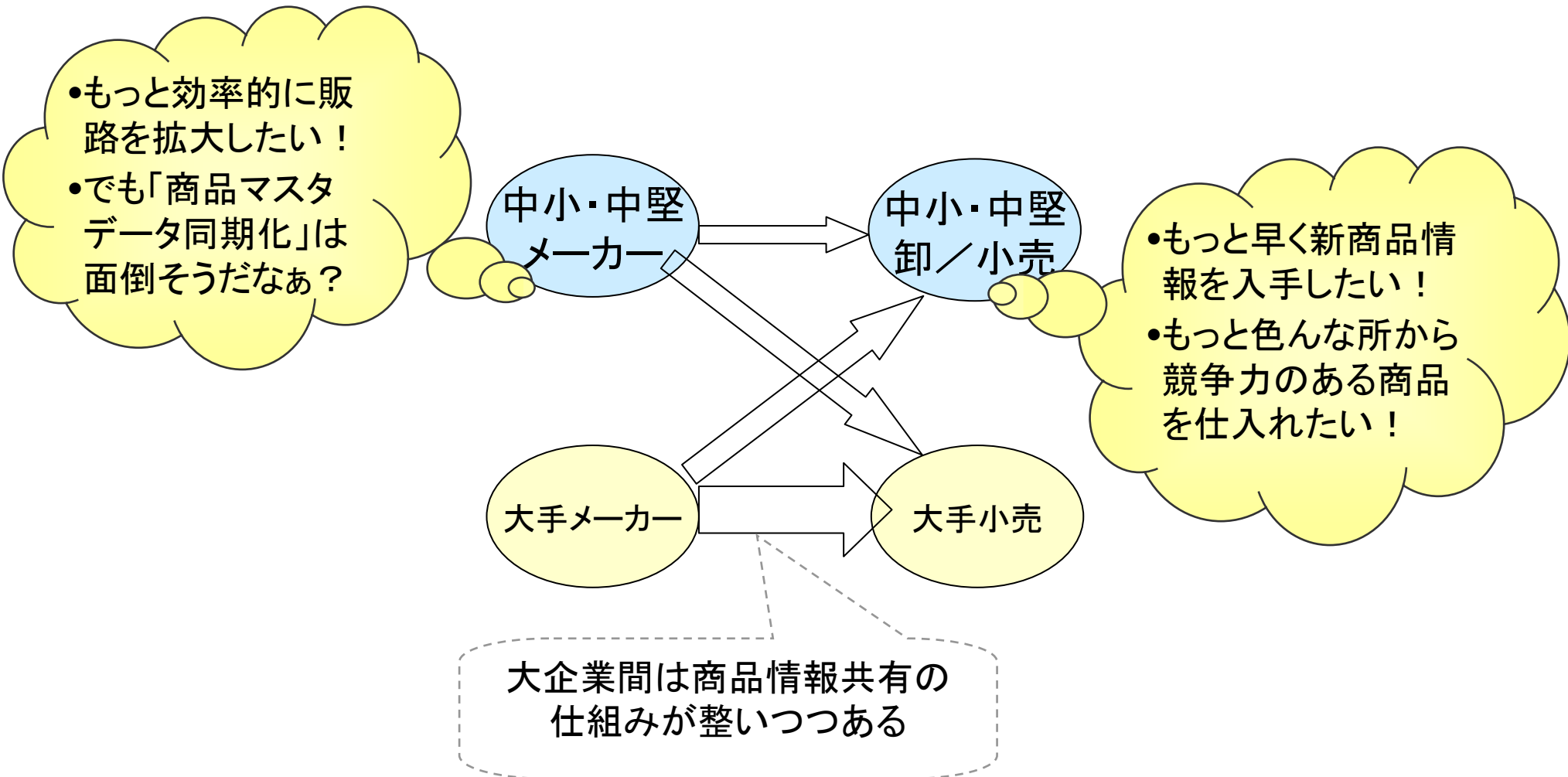
- JAPIC(添付文書)
- セルフメディケーションDBセンター(大衆薬工業会)
- OTCハンドブックDB

- 商品カタログ
- 添付文書集
- その他サーキュラー類

# 商品マスタデータ同期化の考え方を適用することで 消費者への情報提供に関する課題の解決が期待できる



中小メーカーはより効率的な販路拡大、中小卸/小売はメーカーからより迅速な新商品情報入手に関するニーズが存在している



## 中小企業を主な対象とするニーズ調査及び 使い易い仕組みの検討を開始

---

### ■ 中小企業が商品マスタデータ同期化を適用する場合の課題は？

#### <仮説>

- 中小でもメリットが出ることが実感できていない？
  - ✖ 商談に向けた商品情報収集段階で情報入手できると良いのでは
- 現在の標準マスタ項目は大企業向け？
  - ✖ 基本情報を事前にもらえるだけでも充分効果的なのではないか
- もっと使いやすい仕組みが必要？

⇒ ユーザーへのデモンストレーションや実証実験を含むニーズ調査、研究事業を実施

# おわりに

---

- より使いやすい商品マスターデータ同期化の進展に期待してください！
- 商品マスターデータ同期化導入に向けた検討をお願いいたします。