

## 第2章 日本における商品マスタ同期化 のあるべき姿

## 2．日本における商品マスタ同期化のあるべき姿

### 2．1 日本における商品マスタ情報項目のあるべき姿

#### 2．1．1 日本の業務を考慮した商品マスタ情報項目の基本的な考え方

Global における標準的な商品マスタ同期化プロセスである GDS ( Global Data Synchronisation ) では、商品情報は、

- ・ 商品の基本的な情報
- ・ 商談の結果として、相対の取引内容によって設定される情報
- ・ 小売が保有している情報：小売の事業戦略上必要となる情報

の 3 層に区分される。

ここで、日本における業務運用を考慮した場合、棚割情報の提供・収集が必要不可欠な業務であることを考慮し、商品マスタとして同期化される商品情報として、上記の 3 層に加え、画像情報を含めることが必要となる。

そのため、日本の業務を考慮した商品マスタ情報項目を、以下の 4 層に区分する。各商品情報群の内容については、2．1．2 以降に整理する。

基本項目：商品の基本的な情報

関係依存項目：取引内容によって設定される情報

個別項目：小売の事業戦略上必要となる情報

画像項目：商品の画像情報（棚割のための商品単品画像）

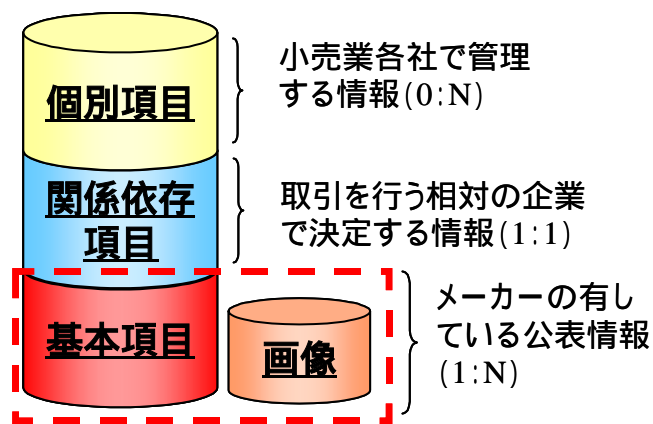


図 2.1-1：日本の業務を考慮した商品情報構成

## 2.1.2 基本項目

基本項目は、当該商品について、どの産業およびどの企業においても共通に利用可能な情報項目である。

基本項目は、原則として当該商品を提供するメーカーが登録を行い、卸・小売は、メーカーの登録した商品情報を書き換えることなく利用することとなる。

Global では、この基本項目が GDS ( Global Data Synchronisation ) の対象として規定されており、情報項目の意味・表記方法・情報内容を特定するために利用するコード群が、産業や企業を問わず、同一のルールの下で設定されている。この、標準化に向けた検討は、BRGs ( Business Requirement Groups ; BRGs は、GDS ( Global Data Synchronisation ) プロセスの標準化推進を、業務プロセスの観点から検討を進めるグループ。 ) において、実施され、推進されている。

BRGs における基本項目の標準化に関する検討内容は、

- ・ ITEM BRD
- ・ Catalogue Item Synchronisation BRD

として整理されている。

ただし、日本での業務を考慮した場合、Global で規定された基本項目だけでは、必ずしも十分に業務運用を実施することができない可能性が示唆される。そのため、日本の商慣行を踏まえた基本項目の検討が必要となる。

### 2 . 1 . 3 関係依存項目

関係依存項目は、項目の名称は各社共通であるが、項目の内容は取引内容によって、それぞれ設定される情報項目である。つまり、当該商品について、受発注、支払い・決済を行う企業間において、相対により、1対1で規定される情報項目となる。同じ企業間・同じ商品であっても、取扱数量、タイミング、配送等の各種条件によって、取引の都度、変更される可能性がある。

関係依存項目は、原則として小売企業に商品を提供するベンダー側（直取引の場合はメーカー企業、卸経由の取引の場合は卸企業）が登録を行う。

#### 2.1.4 個別項目

個別項目は、小売の事業戦略上必要となる情報項目であり、同一商品であっても、その内容は小売ごとに異なる。そのため、取引関係相互で必ずしも共有する必要が無い情報項目である。

対象となる情報としては、以下のような情報が挙げられる。

##### 【小売業の販売戦略および販売活動に関連する情報】

- ・販売対象マーケットエリア・店舗
- ・販売時のカテゴリー分類（商品の基本情報における商品分類とは異なる）
- ・販売時の棚割情報
- ・販売展開時期・期間
- ・販売対象とする消費者情報
- ・販売に係るコスト
- ・販売価格
- ・販売計画に基づく期待粗利率 等

##### 【小売業の在庫戦略および物流管理に関連する情報】

- ・在庫保有計画および倉庫情報
- ・物流拠点から店舗等への輸送指示・受理の条件（オーダー受付頻度、オーダー受付後から輸送指示までの時間等）
- ・物流拠点から店舗等への輸送条件（輸送ロット、輸送頻度、輸送時間、輸送コスト等） 等

個別項目は、企業個別性の強い情報項目であるため、原則として、小売企業の担当者によって登録されるものとする。

なお、日本の商慣行を考慮した基本項目の定義、および、関係依存項目、個別項目の各項目の定義（項目内容、利用目的、利用頻度、利用時期 等）は、2004年度のSCM事業において、マスタ項目分科会の中で検討が実施されたが、現時点では全項目について規定がなされていない状況にある。商品マスタ項目の定義に関する検討は、然るべき検討体制が構築され、2005年4月以降も継続的に検討が行われることが望まれる。

### 2.1.5 画像情報

日本における業務運用を考慮した場合、棚割情報の提供・収集は、必要不可欠な業務であることを考慮し、商品マスタとして同期化される商品情報として、画像情報を含める。なお、ここでの画像情報は、「棚割のための商品単品画像」と定義する。

画像情報の位置づけは、基本項目と同等であるものとし、GDS ( Global Data Synchronisation ) プロセスによって同期化がなされるものとして整理する。

また、画像情報の登録に関しても、基本項目同様、当該商品を供給するメーカーによって登録されるものとする。つまり、画像情報は、当該商品を供給するメーカーによって登録されて以降は、原則として、卸・小売企業が情報を書き換えることなく利用する情報項目となる。

## 2.2. 日本における商品マスタ同期化プロセスのあるべき姿

### 2.2.1 日本における商品マスタ同期化プロセスの基本的な考え方

#### 1) 商品マスタ情報同期化プロセスの検討方針

第1章の1.2に記述したGlobalの動向を考慮すると、日本型の商品マスタ同期化プロセスを検討するに際しては、Global標準として規定されているGDSプロセスに準拠して行うことが効果的であると考えられる。

一方、商品マスタ同期化を実業務として継続的に利用していくためには、日本の商慣行にマッチしたプロセスの検討も求められる。特に、日本の場合は、商品流通における卸の存在が重要な位置づけを果たしているが、GDSにおいては、Seller（メーカー）- Buyer（小売）の二層モデルで商品マスタ同期化プロセスが規定されている。そのため、日本においては、卸を含めた、製・配・販の3層モデルを前提とした商品マスタ同期化プロセスの検討が必須となる。

そのため、日本型の商品マスタ同期化プロセスを検討するに際しては、「日本の商慣行を前提とし、『GDS（Global Data Synchronisation）プロセスをいかに適用していくか』という視点に立った検討を行うこと」が必要である。

また、商品マスタ同期化の導入により期待される効果として、業務効率化、および、業務精度向上が挙げられていることを考慮すると、「現状業務と比較して過剰な業務負荷が発生することなく、かつ、現状の業務精度を損なわない形で業務プロセスの検討を行うこと」が必要である。

#### 2) 商品マスタ情報同期化プロセスの検討スコープ

日本の商慣行を前提とした、商品マスタ作成業務に伴う商品情報提供業務の概要プロセスを、図2.2-1に整理する。

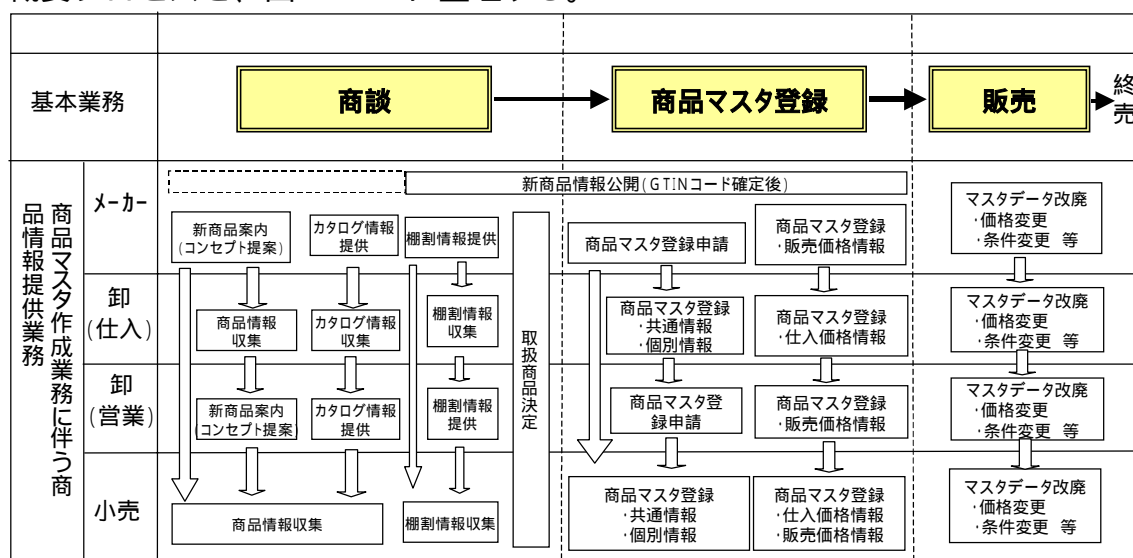


図 2.1-1：商品情報提供業務の概要プロセス

図 2.2-1 の業務プロセスは、図 2.2-2 のように、以下の三つのプロセスに大別することができる。

- 棚割情報収集プロセス
- 商品マスタ登録プロセス
- 商品情報収集プロセス

ここで言う「棚割情報収集プロセス」は、棚割ソフト等を用いて標準棚割、店別棚割を行うための情報を収集するプロセスを指しており、標準 / 店別棚割決定後のメーカー・卸 - 本部 - 店舗間での情報伝達を指してはいない。

なお、「商品情報収集プロセス」については、商談時点における「事前情報収集プロセス」と、商品マスタ登録段階における「未取扱商品の商品情報収集プロセス」の二段階に分けることができる。ただし、Global の標準プロセスを考慮した場合、ユーザの取り得る業務プロセス自体には相違がないことから、ここでは1つのプロセスとして整理する。

2．2 では、上記の3つの業務プロセスについて、それぞれ、概要プロセスを整理する。

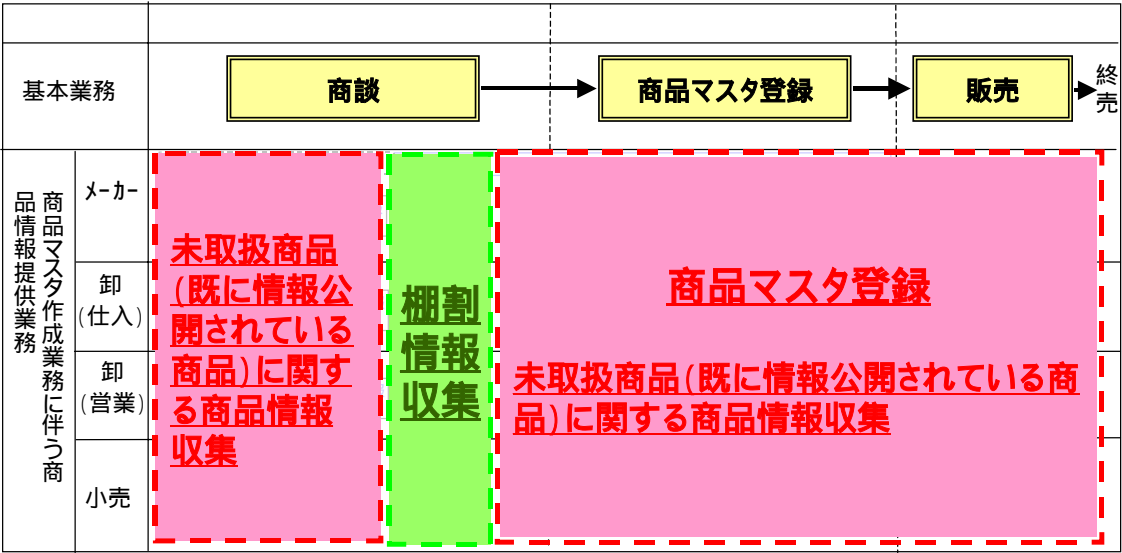


表 2.1-2：商品情報提供業務の概要プロセス



## 2.2.2 新業務プロセス概要

### 1) 棚割情報収集プロセス

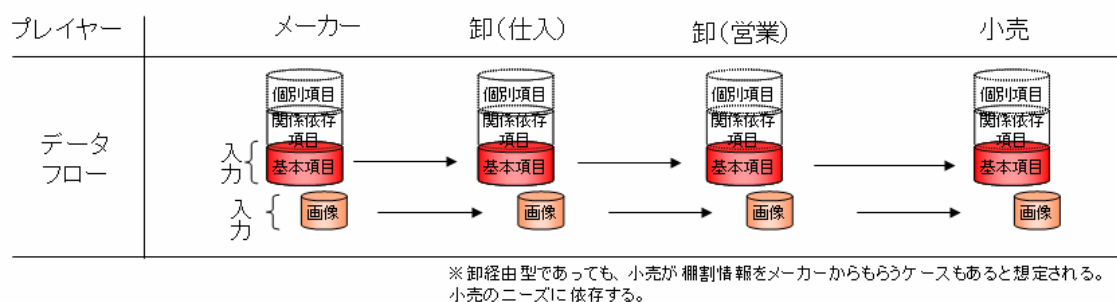
#### (1) 基本的な考え方

棚割情報として提供される情報は、主として、商品コード、商品名、規格、寸法・重量、棚割画像とする。つまり、棚割情報収集プロセスにおいて同期化される商品情報は、一部の基本項目（＝商品コード、商品名、規格、寸法・重量）と、画像情報（棚割のための商品単品画像）が対象となる。

Global 標準の業務プロセスを考慮し、棚割情報の提供は、情報提供者から商品情報提供依頼(Subscription)を出している受領者に対して、ホームデータプールを経由して、実施されるものとする。

取引モデル別の情報提供者と情報受領者の関係を、図 2.2-1 に整理する。ここでは、取引モデルを、卸経由型とメーカー直取引型の大きく二つに大別して整理を行う。

#### ・卸経由型



#### ・メーカー直取引型



図 2.2-1：棚割情報収集プロセスにおける情報提供者、情報受領者の関係

## ( 2 ) 業務プロセス概要

棚割情報収集プロセスにおける、情報提供者と情報受領者の関係は、図 2.2-1 に示すように、以下の 3 パターンに区別される。

- ・ メーカー                      卸（仕入）
- ・ 卸（営業）                    小売
- ・ メーカー                      小売

そのため、製・配・販の 3 層モデルと言えども、棚割情報の提供プロセス自体は、2 層間の情報提供プロセスの組み合わせで規定できるものと考えられる。

そこで、以降では、メーカーと卸（小売）の 2 層間の情報提供プロセスとして、棚割情報収集プロセスを整理する。なお、卸・小売間における棚割情報収集プロセスについても、基本的にはメーカー・卸（小売）間の“メーカー”の役割を卸が、“卸（小売）”の役割を小売が担うことで実現される。

( ) 業務プロセスの全体像

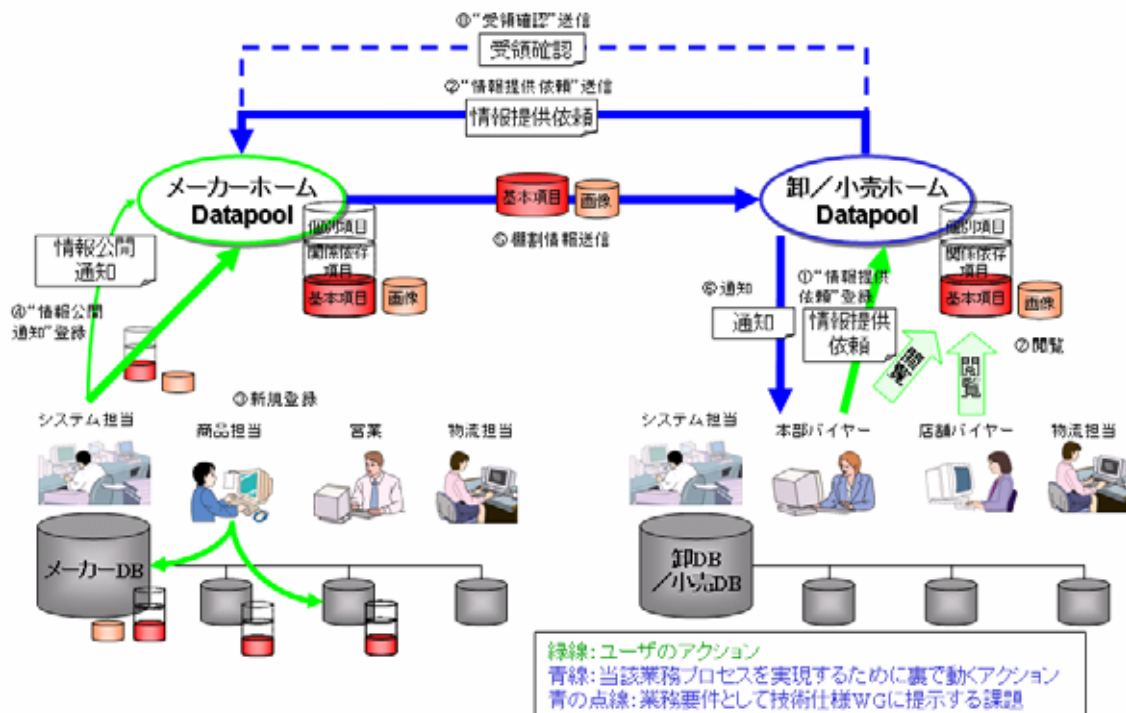


図 2.2-2 : 棚割情報収集プロセス全体像

アクション	誰から	どこへ	何を	いつ
"情報提供依頼"登録	卸(小売)	卸DP(小売DP)	情報提供依頼	棚割情報提供前
"情報提供依頼"送信	卸DP(小売DP)	メーカーDP	情報提供依頼	情報提供依頼を受け取った後
新規登録	メーカー	メーカーDP	棚割情報 ・商品コード ・商品名 ・規格 ・寸法、重量 ・棚割画像	卸(小売)の指定する期日まで
"情報公開通知"登録	メーカー	メーカーDP	情報公開通知 ・GTIN ・GLN ・TM	卸(小売)の指定する期日まで
棚割情報送信	メーカーDP	卸DP(小売DP)	棚割情報 ・商品コード ・商品名 ・規格 ・寸法、重量 ・棚割画像	卸(小売)の指定する期日まで
通知	卸DP(小売DP)	卸(小売)	通知	棚割情報(CIN)受信時
閲覧	卸(小売)	卸DP(小売DP)	棚割情報 ・商品コード ・商品名 ・規格 ・寸法、重量 ・棚割画像	通知受信以降
"受領確認"送信	卸(卸DP) (小売(小売DP))	メーカーDP	受領確認	情報閲覧時

表 2.2-1 : 棚割情報収集プロセスの各アクション

## ( ) 詳細プロセス

### “ 情報提供依頼 ”( Subscription ) 登録

卸（もしくは小売）は、棚割単品情報を必要とする場合、対象メーカーに対して、情報提供して欲しい単位（本社一本/営業担当者単位 等）で情報提供依頼（Subscription）を行う。

ここでの情報提供依頼は、主として「対象メーカーGLN」と「対象商品カテゴリー」を指定して実施することを想定する。基本的に、情報提供依頼は、1 回出してしまえば、取り下げを行うまで有効となるため、情報提供が必要となる度に毎回実施する必要は無い。

### “ 情報提供依頼 ”( Subscription ) 送信

卸ホームデータプール（もしくは小売ホームデータプール）が、卸（もしくは小売）が送信してきた情報提供依頼を、対象となるメーカーのホームデータプールに送信する。

### 新規登録

メーカーは、メーカーホームデータプールに、棚割情報（商品コード、商品名、規格、寸法、重量、棚割画像等）を登録する。

### “ 情報公開通知 ”( Publication ) 登録

メーカーは、メーカーホームデータプールに棚割情報を登録した後、情報公開通知（Publication）を実施する。

## ( 技術的な検討課題 )

メーカーが棚割情報を公開する場合、全ての卸、小売企業に一斉に公開する場合と、小売企業毎に個別に公開する場合の 2 通りが想定される。

小売企業毎に個別に公開する場合、情報提供のタイミング自体は個別企業毎に異なるが、提供する情報の内容自体は同一であることを考慮すると、メーカーの棚割情報登録は一度だけ実施される形とし、情報公開通知実施時において、公開先・公開日を指定できる仕組の構築が必要となると考えられる。

現在、情報公開通知実施時における、公開先・公開日の指定は、GDS ( Global Data Synchronisation ) プロセスにおいては規定されていないため、技術的な検討が必要となる。

対応案の一つを、『 §2 システム設計編「第 8 章 アプリケーション処理概要 ( Publication 実行 ) 』にて記述している。

### 棚割情報送信

メーカーホームデータプールにおいて、卸、小売が提示する情報提供依頼と、メーカーが提示する情報公開通知の内容がマッチした卸（小売）のホームデータプールに対して、メーカーホームデータプールが棚割情報を送信する。

### 通知

ホームデータプールが棚割情報を受信した段階で、卸（小売）は自社のホームデータプールから棚割情報受信の通知を受ける。卸（小売）は、自社のホームデータプールとの間で事前に取り決めた受け取り方に基づいて、通知を受けることとなる。通知の受け取り方として想定される主なパターンを、以下に示す。

- ・ 情報提供依頼で依頼した棚割情報が全て揃った時点で通知を受ける。
- ・ 全て揃っていないくても、棚割情報が届いた時点で毎回通知を受ける。

### 閲覧

卸（小売）は自社のホームデータプールが受信した棚割情報を閲覧し、必要に応じて、自社の商品マスタに取り込みを行う。

### “受領確認”(Confirmation)送信

卸（もしくは小売）は、メーカー側で登録内容を更新した際、更新情報をタイムリーに提供して欲しい商品について、受領確認（Confirmation）を実施する。受領確認は、卸（もしくは小売）のホームデータプールを経由して、メーカーのホームデータプールに送信される。

### （技術的な検討課題）

ホームデータプールが受信した全ての棚割情報について、担当者が1つ1つ受領確認（Confirmation）を実施することは、現状業務と比較して、過剰な業務負荷となることが想定される。

そのため、受領確認が容易に実現されるための技術的な検討が必要となる。

対応案の一つを、『§2 システム設計編「A-5 技術課題（課題 No.2）」』にて記述している。

## 2) 商品マスタ登録プロセス

### (1) 基本的な考え方

商品マスタ登録に関するビジネスプロセスは、当該商品のライフサイクル全体（新商品としてマスタ登録されてから、終売によりマスタから削除されるまで）を対象とすると、以下の5つに大別して考えることができる。

- ）新規取扱商品マスタ登録
- ）既存取扱商品のマスタ変更
- ）メーカー製造中止になった場合の商品マスタからの項目削除
- ）小売側で取扱中止を決定した場合の商品マスタからの項目削除
- ）帳合変更に伴うマスタ変更

商品マスタ登録プロセスにおいて同期化される情報は、基本項目と関係依存項目が対象となる。具体的には、商談により、取扱商品が確定した段階で、商品を提供するベンダー企業（メーカー、または卸）が情報提供元となり、ホームデータプールを経由して、情報受領者（小売）に、基本項目、関係依存項目を提供する。

取引モデル別の情報提供者と情報受領者の関係を、図 2.2-3 に整理する。ここでは、取引モデルを、卸経由型とメーカー直取引型の大きく二つに大別して整理する。

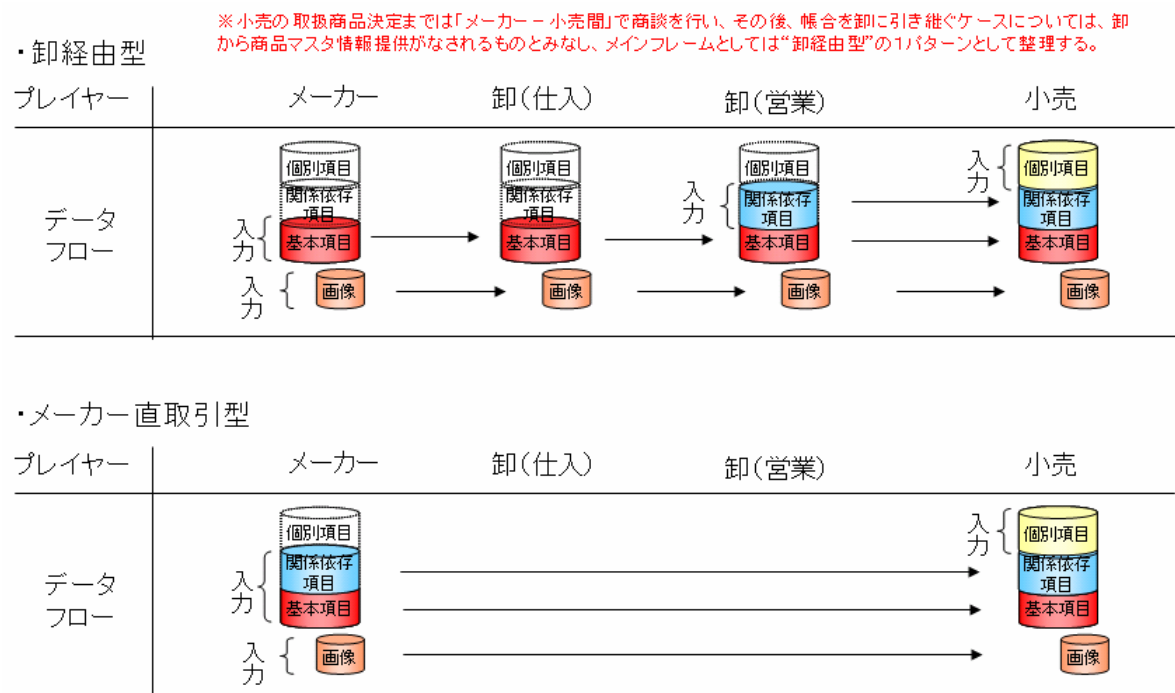


図 2.2-3：商品マスタ登録プロセスにおける情報提供者、情報受領者の関係

## ( 2 ) 概要プロセス

商品マスタ登録プロセスにおける、情報提供者と情報受領者の関係は、図 2.2-3 に示すように、以下の 2 パターンに区別される。

- ・ 卸（営業）                      小売（事前にメーカー・卸間の基本項目の共有を伴う）
- ・ メーカー                      小売

そのため、製・配・販の 3 層モデルと言えども、商品マスタ情報の提供プロセス自体は、2 層間の情報提供プロセスとして規定できるものと考えられる。

そこで、以降では、卸と小売の 2 層間の情報提供プロセスとして、商品マスタ登録プロセスを整理する。なお、メーカー・小売間における商品マスタ登録プロセスについても、基本的には、卸・小売間の“卸”の役割をメーカーが担うことで実現される。

）新規取扱商品マスタ登録  
（ ）業務プロセスの全体像

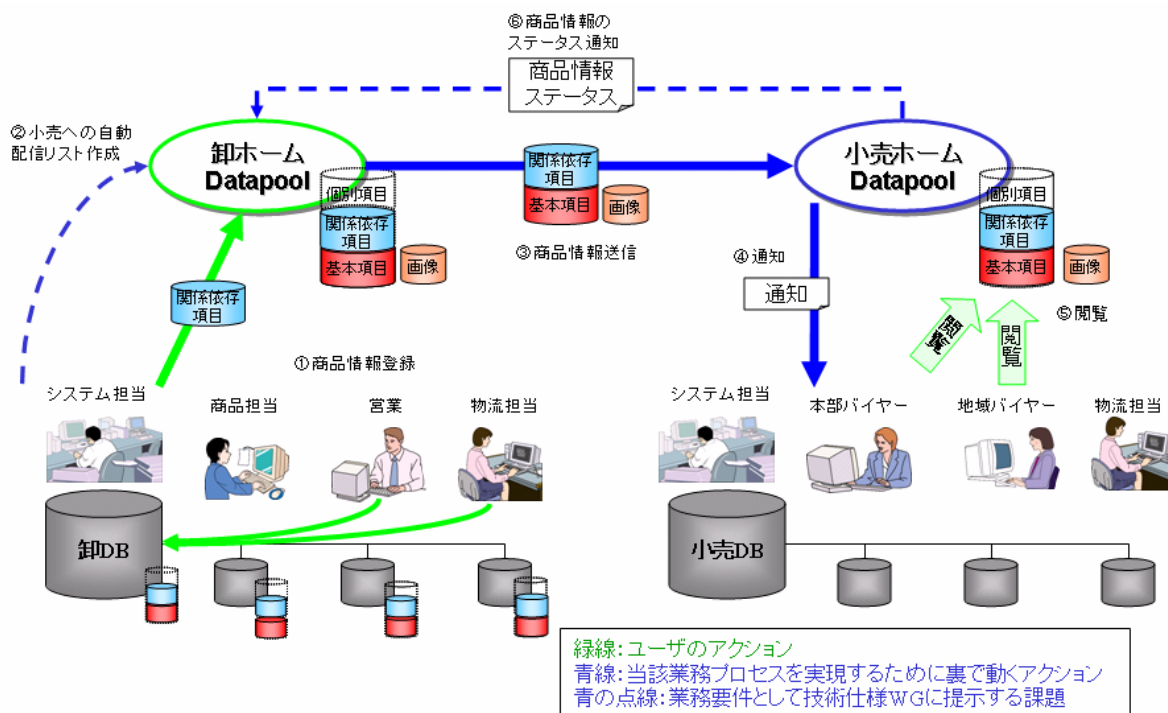


図 2.2-4：新規取扱商品マスタ登録プロセス全体像

アクション	誰から	どこへ	何を	いつ
商品情報登録	卸	卸DP	関係依存項目 (原則的に基本項目はメーカーの入力したものをそのまま使う)	商談後
メーカーからの基本項目提供	メーカー	メーカーDP	基本項目	自社新商品正式発表時
メーカーからの関係依存項目提供	メーカー	メーカーDP	関係依存項目	
小売への自動配信リスト作成	卸DP	-	自動配信リスト	商談情報登録後
商品情報送信	卸DP	小売DP	基本項目 関係依存項目	小売の指定する期日まで
通知	小売DP	小売	通知	商品情報受信時
閲覧	小売	小売DP	基本項目 関係依存項目	通知受信以降
商品情報のステータス通知	小売DP	卸DP	受領確認 もしくは「商品情報のステータス通知」	商品マスタ取り込み後

表 2.2-2：新規取扱商品マスタ登録プロセスの各アクション



## ( ) 詳細プロセス

### 商品情報登録

卸は、商談で取扱が決定した商品の商品情報を、GTIN 単位でホームデータベースに登録する。このとき、商品の基本項目については、メーカーによって登録された情報を利用することになるため、卸は事前にメーカーから商品の基本項目を受け取っておく必要がある。

そのため、卸は、商品情報提供を依頼するメーカーに対し、事前に情報提供依頼を実施する。なお、ここでの情報提供依頼は、主として「対象メーカーGLN」と「対象商品カテゴリー」を指定して実施することを想定する。基本的に、情報提供依頼は、1 回出してしまえば、取り下げを行うまで有効となるため、情報提供が必要となる度に毎回実施する必要は無い。(なお、メーカー・小売間の商品マスタ登録プロセスの場合は、メーカーが“商品情報公開”時に自社のホームデータベースに登録している基本項目を利用して情報提供することとなる。)

ここで、小売の業務要件として、『新規取扱商品マスタ登録時は、商品マスタに登録する全商品の商品情報(基本項目、関係依存項目)が、1 セットで手元に届くこと』が挙げられている。

この業務要件については、小売のホームデータベースが、小売に商品マスタ情報を渡す際に、卸から送られてきた基本項目、関係依存項目を 1 セットにして、通知、同期化することで対応することとする。そのため、卸が商品情報を登録・送信する際、基本項目、関係依存項目を 1 セットにして送る必要はないものとして整理する。

## ( 技術的な検討課題 )

卸が小売に情報提供する関係依存項目は、小売毎に異なることが想定される。そのため、円滑な情報提供を実現するには、卸と小売の双方が情報提供が必要な関係依存項目について、容易に共有できる仕組(関係依存項目まで含んだスキーマ、関係依存項目に対応した入力・閲覧のためのコントロール機能等)の構築が必要となる。

また、卸がメーカーに対して、関係依存項目の提供を依頼する際は、卸・小売間と同じ仕組(関係依存項目まで含んだスキーマ、関係依存項目に対応した入力・閲覧のためのコントロール機能等)で情報共有できる必要がある。

対応案の一つを、『§2 システム設計編「A-5 技術課題(課題 No.4,5)」』にて記述している。

### 小売への自動配信リスト作成

卸が登録した商品情報を小売のホームデータプールに送信するために、卸ホームデータプールは、該当する小売ホームデータプールに対する自動配信リストを作成する。

### （技術的な検討課題）

Global の標準プロセスでは、本来、データ受領者による情報提供依頼とデータ提供者による情報公開通知のマッチングが図られた上で、自動配信リストの作成が行われる。

上記のプロセスを実現するためには、GTIN 単位での情報提供依頼の登録や、情報公開通知登録の実施が必要となるが、現状の商品マスタ同期化プロセスを考慮した場合、過剰な業務負荷となることが懸念される。

そのため、卸が「商品情報登録」を行う際、現状業務と比較して、過剰な業務不可が発生しないような「ホームデータプールにおける小売への自動配信リスト作成」がなされるような仕組みに関する技術的な検討が必要となる。

対応案の一つを、『システム設計編「A-5 技術課題（課題 No.1）」』にて記述している。

### 商品情報送信

において作成された、自動配信リストに従い、商品情報（基本項目、関係依存項目、画像情報）が、卸ホームデータプールから小売ホームデータプールに送信される。

### 通知

ホームデータプールが商品情報を受信した段階で、小売は自社のホームデータプールから商品情報受信の通知を受ける。小売は、自社のホームデータプールとの間で事前に取り決めた受け取り方に基づいて、通知を受けることとなる。通知の受け取り方として想定される主なパターンを、以下に示す。

- ・ 商談で取扱が決定した商品の商品情報（基本項目/関係依存項目）が全て届いた時点で通知。
- ・ 商談で取扱が決定した商品の商品情報（基本項目/関係依存項目）が個別に届いた時点で、その都度、通知。

## 閲覧

小売は自社のホームデータプールが受信した商品情報を閲覧し、必要に応じて、自社の商品マスタに取り込みを行う。

## 商品情報のステータス通知

小売は、卸から送信された商品情報の自社マスタへの取り込み状況について、卸に通知を行う。通知される取り込み状況の内容として、以下を想定する。

- ・ 商品マスタ用に登録した商品情報が、小売ホームデータプールに届いたか？  
また、登録エラーはないか？（登録エラーがあるのであれば、登録修正依頼も同時に通知される必要がある。）
- ・ 取引先小売が商品情報を自社マスタに登録し、取引が開始できる状態になったか？

通知は、卸（もしくは小売）のホームデータプールを経由して、メーカーのホームデータプールに送信される。

## （技術的な検討課題）

商品情報の受領確認に関して、Global で定められている内容は、基本項目に関する通知のみである。そのため、関係依存項目も含めた、受領確認に関しては、技術的な実現方法について、別途検討することが必要となる。

また、卸、小売より、「卸営業マンの誰が商品情報を送信したか？」「小売バイヤーの誰が商品情報を確認したか？」に関するステータスも共有できるようにしたい、という要件が挙げられている。この要件への対応もあわせて、技術的な検討課題として提示する。

対応案の一つを、『§2 システム設計編「A-5 技術課題（課題 No.3）」』にて記述している。

- ）既存取扱商品のマスタ変更  
 ( ) 業務プロセスの全体像

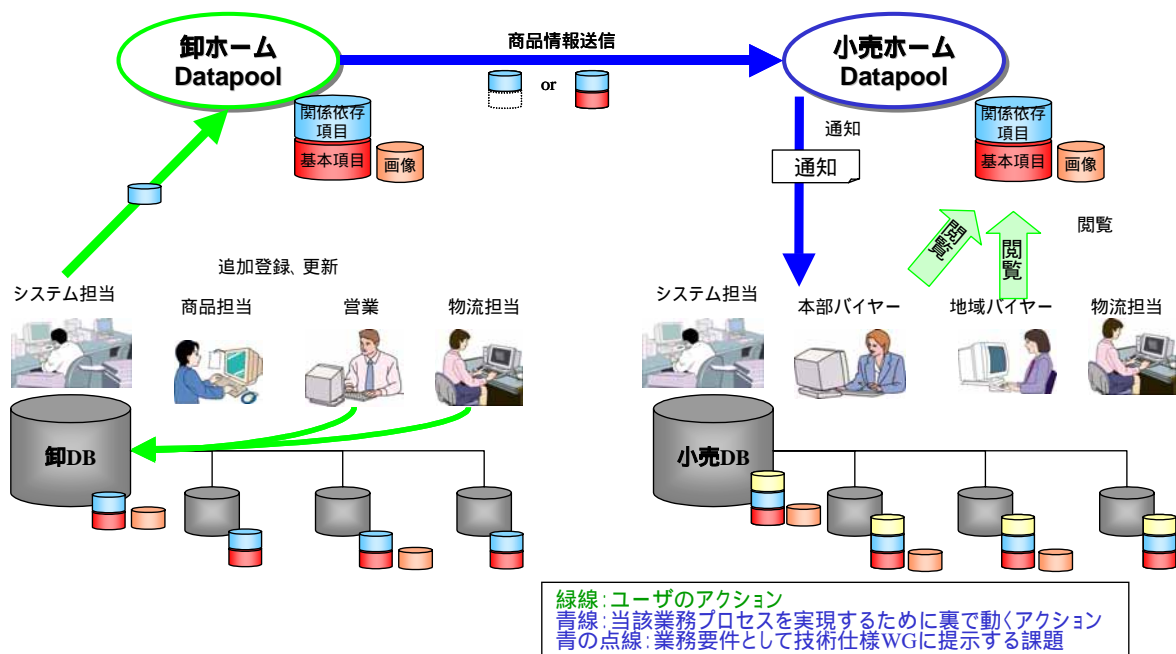


図 2.2-5：既存取扱商品のマスタ変更プロセス全体像

アクション	誰から	どこへ	何を	いつ
更新(追加、変更、削除)	卸	卸DP	基本項目 関係依存項目	マスタ更新発生時
商品情報送信	卸DP	小売DP	基本項目 関係依存項目	更新情報受信後
通知	小売DP	小売	通知	商品情報受信時
閲覧	小売	小売DP	基本項目 関係依存項目 更新差分情報	通知受信以降

表 2.2-3：既存取扱商品のマスタ変更プロセスのアクション

## ( ) 詳細プロセス

### 更新（追加、変更、削除）

すでに情報公開を行っている商品情報に関する更新が必要となった場合、メーカー（もしくは卸）は、自社のホームデータプールに対して、商品情報の更新を行う。このとき、基本項目に関する更新はメーカーが、関係依存項目に関する更新はベンダー（卸経由型の場合は卸、メーカー直取引型の場合はメーカー）が、それぞれ実施することとなる。

### 商品情報送信

「新規取扱商品マスタ登録」の において作成された、自動配信リストに従い、更新があった商品の商品情報（基本項目、関係依存項目、画像情報）が、卸ホームデータプールから小売ホームデータプールに送信される。

### 通知

ホームデータプールが商品情報を受信した段階で、小売は自社のホームデータプールから商品情報受信の通知を受ける。小売は、自社のホームデータプールとの間で事前に取り決めた受け取り方に基づいて、通知を受けることとなる。

### 閲覧

小売は自社のホームデータプールが受信した商品情報を閲覧し、必要に応じて、自社の商品マスタに取り込みを行う。

## ( 技術的な検討課題 )

更新がなされた商品情報項目については、「どこが更新されたか?」「どのように更新されたか?（追加、変更、削除等）」に関する差分情報が共有される必要がある。また、現状業務の業務レベルを担保する前提に立つ場合、変更がなされた商品情報項目に関し、変更内容に関するコメントを添付できる必要がある。そのため、更新差分の明示、および、コメント欄の項目追加に関する技術的な検討が必要となる。

対応案の一つを、『§2 システム設計編「第8章 アプリケーション処理概要（更新差分管理処理概要）」』にて記述している。

- ) メーカー製造中止になった場合の商品マスタからの項目削除  
 ( ) 業務プロセスの全体像

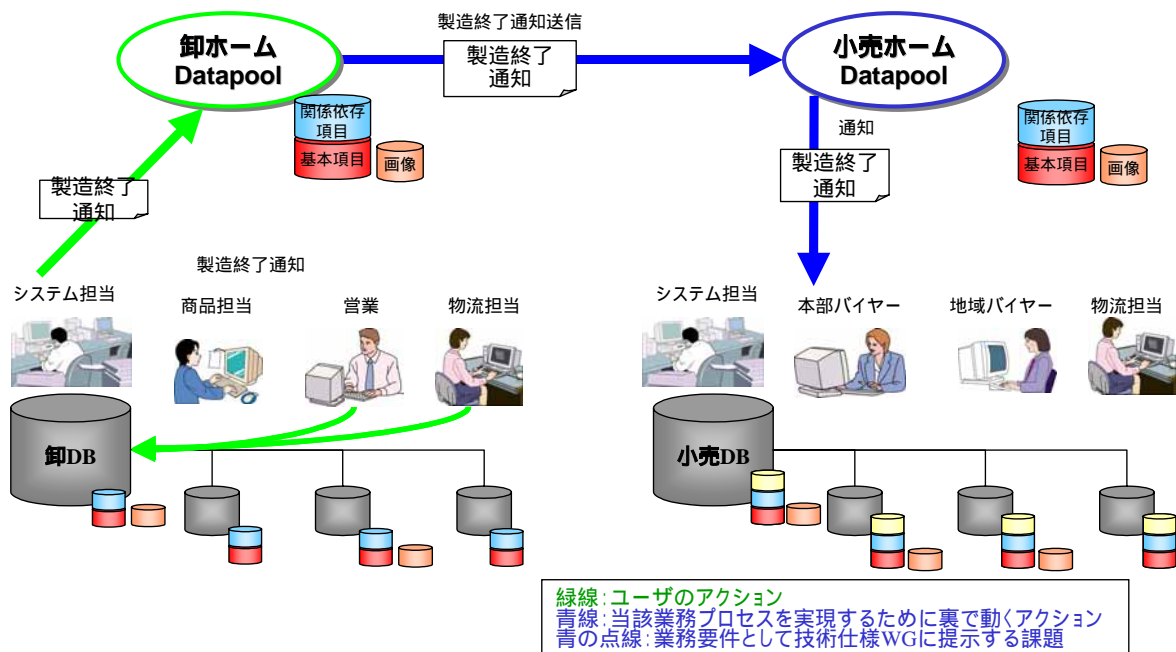


図 2.2-6：メーカー製造中止になった場合の商品マスタからの項目削除プロセス全体像

アクション	誰から	どこへ	何を	いつ
製造終了通知	卸(メーカー)	卸DP(メーカーDP)	製造終了通知	製造終了時
製造終了通知送信	卸DP	小売DP	製造終了通知	製造終了通知受信後
通知	小売DP	小売	製造終了通知	製造終了通知受信時

表 2.2-4：メーカー製造中止になった場合の商品マスタからの項目削除プロセスのアクション

## ( ) 詳細プロセス

### 製造終了通知

メーカーが取扱商品の製造中止を行う場合、当該商品に関する製造終了通知を自社のホームデータプールに登録する。

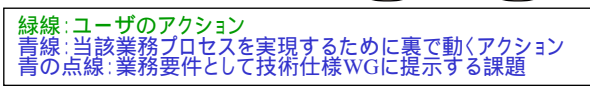
### 製造終了通知送信

メーカーホームデータプールは、「新規取扱商品マスタ登録」の において作成された、自動配信リストに従い、製造終了通知が、小売ホームデータプールに対して送信される。

### 通知

ホームデータプールが商品情報を受信した段階で、小売は自社のホームデータプールから製造終了通知受信の通知を受ける。小売は、自社のホームデータプールとの間で事前に取り決めた受け取り方に基づいて、通知を受けることとなる。

- ( )業務プロセスの全体像



## からの項目削除プロセス全体像

アクション	誰から	どこへ	何を	いつ
取扱中止通知	小売	小売DP	取扱中止通知	取扱中止決定時
取扱中止情報送信	小売DP	卸DP	取扱中止通知	取扱中止通知受信後

## からの項目削除プロセスのアクション



## ( ) 詳細プロセス

### 取扱中止通知

小売が当該商品の取扱を中止し、商品マスタから削除する場合（以降、当該商品に関する更新情報の配信を取りやめにしたい場合）、当該商品に関する取扱中止通知を自社のホームデータプールに登録する。

### 取扱中止情報送信

小売ホームデータプールは、当該卸ホームデータプールに対し、取扱中止通知を送信する。

### ) 帳合変更に伴うマスタ変更

帳合変更時の対応は、小売各社によって異なり、標準化することが難しいため、現段階では以下のプロセスをガイドラインとして定め、詳細の実施プロセスについては、今後の検討課題として提示するものとする。

## ( ガイドライン )

まず、取引を終了する卸の商品マスタ削除処理のトリガーは、小売が引く形の運用とする。具体的には、「小売側で取扱中止になった場合の商品マスタからの項目削除」におけるプロセスと同様のプロセスで、小売が取引を終了する卸に対する取引終了通知を配信する。

新規帳合先卸による商品マスタ登録は、「新規取扱商品マスタ登録」と同様のプロセスで実施されるものとする。

### 3) 商品情報収集プロセス

#### (1) 基本的な考え方

GDS プロセスを踏まえ、商品情報収集プロセスの対象となる情報項目は、基本項目を想定する。関係依存項目は、商品の取扱いが決定した後の過程で、内容が規定される情報項目であるため、商品情報収集プロセスにおいては、同期化対象外として整理する。

GDS ( Global Data Synchronisation ) プロセスで規定される商品情報収集プロセスを踏まえると、ここでの業務プロセスは、以下の二つに大別される。

- ・ “ 商品情報提供依頼 ” を活用するケース

商品情報収集の対象として、具体的な情報項目（特定の企業（GLN）、特定のカテゴリー等。）が決定している場合に相当する。（例；「“ 清涼飲料 ” について、“ × 飲料 ” の取扱商品情報を収集したい」等）

- ・ “ 検索条件 ” を活用するケース

商品情報収集の対象として、検索条件（コンセプトレベル）のみが決定している場合に相当する。（例；「“ 清涼飲料 ” について、メーカー問わず、“ 柑橘系 ” の “ すっきり ” した商品の情報を収集したい」等）

なお、Global で規定されている範囲では、検索条件として有効な項目は、グローバルレジストリの保有する項目、つまり、GTIN、GLN、TM、商品カテゴリーが該当する。上記検索条件を超える範囲での商品情報収集については、ホームデータプールのサービス内容に依存することとなる。

以降では、Global で規定されている範囲における “ 検索条件 ” を活用するケースの商品情報収集プロセスを整理する。

## ( 2 ) 概要プロセス

) “ 商品情報提供依頼 ” を活用するケース

( ) 業務プロセスの全体像

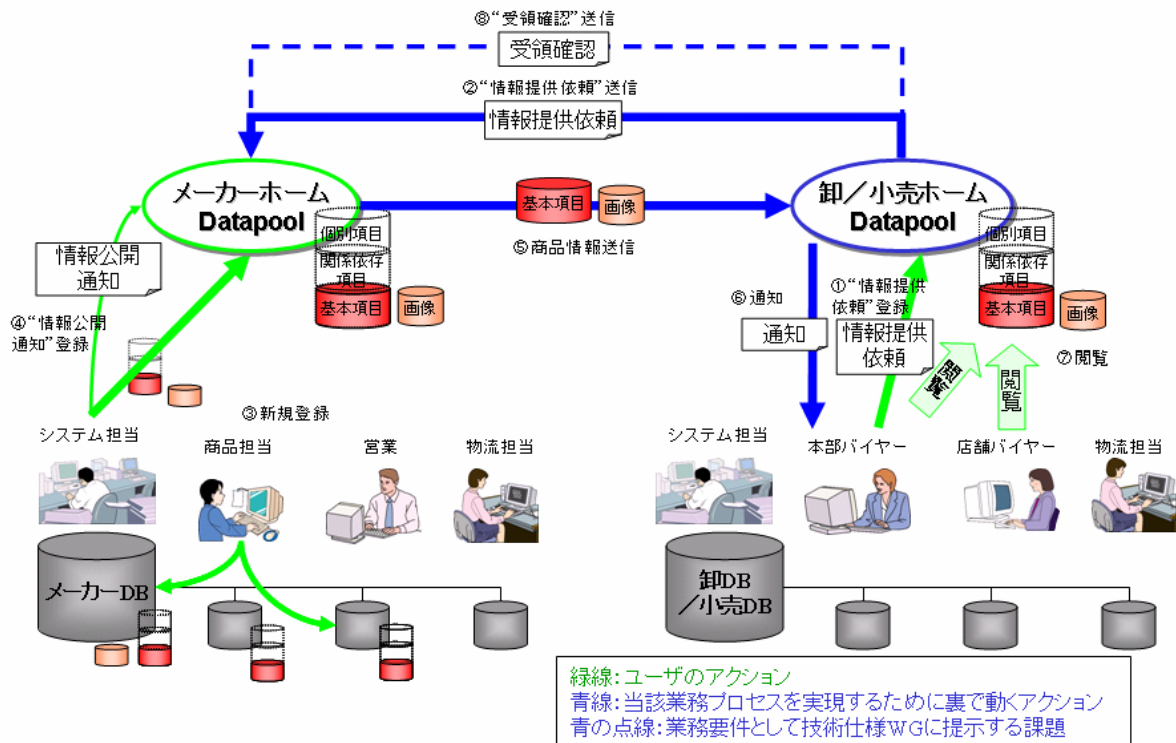


図 2.2-8: “ 商品情報提供依頼 ” を活用するケースの商品情報収集プロセス全体像

アクション	誰から	どこへ	何を	いつ
“ 情報提供依頼 ” 登録	卸 (小売)	卸DP (小売DP)	情報提供依頼	商品情報収集時
“ 情報提供依頼 ” 送信	卸DP (小売DP)	メーカーDP	情報提供依頼	情報提供依頼を受け取った後
新規登録	メーカー	メーカーDP	基本項目	メーカーの商品公開時
“ 情報公開通知 ” 登録	メーカー	メーカーDP	情報公開通知 ・ GTIN ・ GLN ・ TM	メーカーの商品公開時
商品情報送信	メーカーDP	卸DP (小売DP)	基本項目	マッチング成功後
通知	卸DP (小売DP)	卸 (小売)	通知	商品情報 (CIN) 受信時
閲覧	卸 (小売)	卸DP (小売DP)	基本項目	通知受信以降
“ 受領確認 ” 送信	卸 (卸DP) (小売 (小売DP))	メーカーDP	受領確認	情報閲覧時

表 2.2-6: “ 商品情報提供依頼 ” を活用するケースの商品情報収集プロセスのアクション

## ( ) 詳細プロセス

### 情報提供依頼 (Subscription) 登録

小売が商品情報を収集する際、情報収集したい単位で情報提供依頼を実施する。

### 情報提供依頼 (Subscription) 送信

卸ホームデータプール (もしくは小売ホームデータプール) が、卸 (もしくは小売) が送信してきた情報提供依頼を、対象となるメーカーホームデータプールに送信する。

### 新規登録

メーカーは、メーカーホームデータプールに、商品の基本情報を登録する。

### 情報公開通知 (Publication) 登録

メーカーは、メーカーホームデータプールに商品の基本情報を登録した後、情報公開通知を実施する。

### 商品情報送信

メーカーホームデータプールにおいて、情報提供依頼と情報公開通知の間でマッチングが成立した卸 (小売) のホームデータプールに対し、メーカーホームデータプールが商品情報 (基本項目) を送信する。

### 通知

ホームデータプールが商品情報を受信した段階で、小売は自社のホームデータプールから商品情報受信の通知を受ける。小売は、自社のホームデータプールとの間で事前に取り決めた受け取り方に基づいて、通知を受けることとなる。

### 閲覧

小売は自社のホームデータプールが受信した商品情報を閲覧し、必要に応じて、自社の商品マスタに取り込みを行う。

### 受領確認 (Confirmation) 送信

閲覧した商品情報の内、メーカー側で登録内容を変更した際に、新鮮な商品情報をタイムリーに提供して欲しい商品については、メーカーホームデータプールに対して受領確認 (Confirmation) を行う。

- ) “ 検索条件 ” を活用するケース  
 ( ) 業務プロセスの全体像

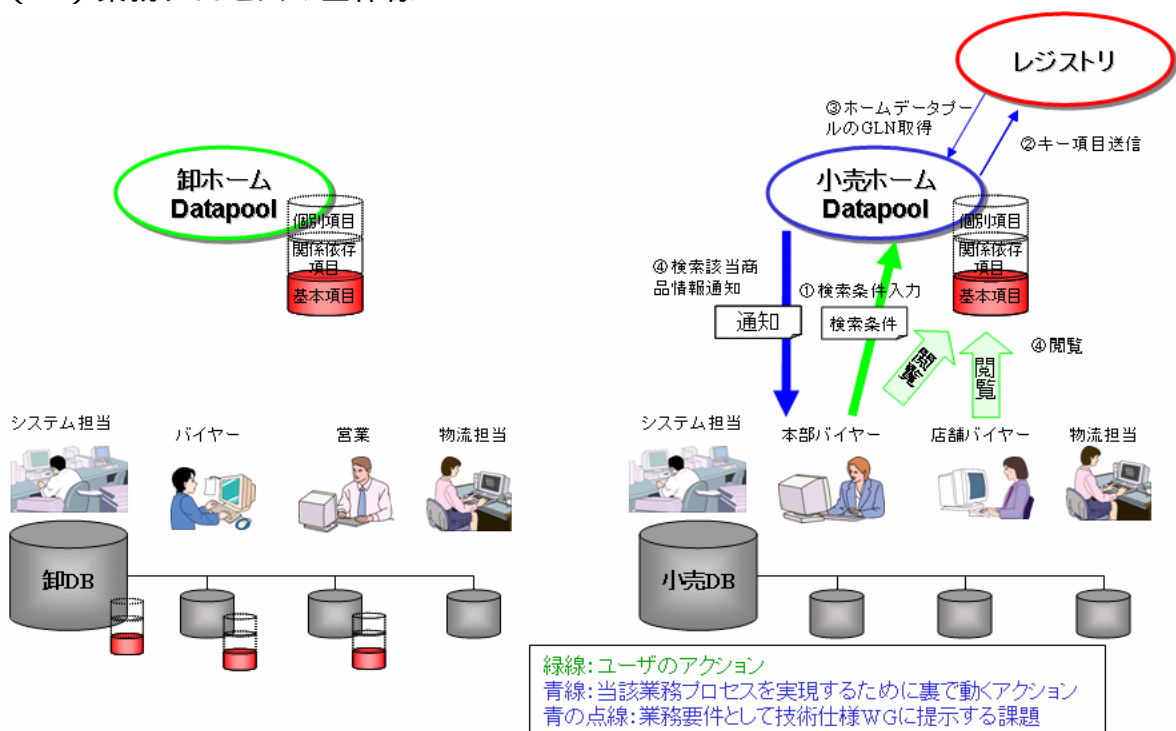


図 2.2-9 : “ 検索条件 ” を活用するケースの商品情報収集プロセス全体像

アクション	誰から	どこへ	何を	いつ
検索条件入力	小売	小売DP	検索条件 ・GTIN ・GLN ・TM ・商品カテゴリ	商品情報収集時
キー項目送信	小売DP	レジストリ	検索条件 ・GTIN ・GLN ・TM ・商品カテゴリ	検索条件を受け取った後
ホームデータプールのGLN取得	レジストリ	小売DP	基本項目	メーカーの商品公開時
検索該当商品情報通知	小売DP	小売	通知	商品情報 (CIN) 受信時
閲覧	小売	小売DP	基本項目	通知受信以降

図 2.2-7 : “ 検索条件 ” を活用するケースの商品情報収集プロセスのアクション

## ( ) 詳細プロセス

### 検索条件入力

小売が情報収集したい商品に関して、自社のホームデータプールに対して、検索条件を登録する。

### キー項目送信

小売ホームデータプールは、登録された商品情報の検索条件をレジストリに送信する。

### ホームデータプールの GLN 取得

レジストリは小売ホームデータプールから送信された検索条件に該当する商品情報を保有するホームデータプールを検索し、当該ホームデータプールの GLN 情報を小売ホームデータプールに送信する。

### 検索該当商品情報通知

小売ホームデータプールは、レジストリから提供を受けた GLN 情報を基に、小売の必要とする検索条件に該当する商品情報を収集し、小売に通知を行う。

小売は、自社のホームデータプールとの間で事前に取り決めた受け取り方に基づいて、通知を受けることとなる。

### 閲覧

小売は自社のホームデータプールが受信した商品情報を閲覧し、必要に応じて、自社の商品マスタに取り込みを行う。