

定時総会 資料

日本加工食品卸協会 活動報告

～「加工食品サプライチェーンの現状と課題」～

2026年 6月 19日



一般社団法人 日本加工食品卸協会

一般社団法人 日本加工食品卸協会 概要・沿革

- **沿革**
 - 1905年（明治38年） 大日本缶詰業連合会 設立
 - 1922年（大正11年） 缶詰普及協会 設立
 - 1927年（昭和 2年） 社団法人日本缶詰協会 設立
（現在の「日本缶詰びん詰レトルト食品協会」）
 - 1966年（昭和41年） 日本缶詰協会の内販部会342社が結集分離し
「全国缶詰問屋協会」が発足
 - 1977年（昭和52年） 日本加工食品卸協会 設立
 - 1993年（平成 5年） 農林水産省の社団法人化
 - 2012年（平成24年） 一般社団法人日本加工食品卸協会に組織変更

- **代表理事**

会 長	國分 晃	（国分グループ本社株式会社 代表取締役 社長執行役員COO）
副会長	岡本 均	（伊藤忠食品株式会社 代表取締役 社長執行役員）
副会長	京谷 裕	（三菱食品株式会社 代表取締役社長）
副会長	服部 真也	（株式会社日本アクセス 代表取締役社長 社長執行役員）

- **加盟会員**

正会員	94社
事業所会員	93社
賛助会員	127社
団体賛助会員	3団体（2026年3月末日現在）

本日の報告内容

1. 加工食品サプライチェーンの現状

- ・加工食品流通業界の特徴

2. 「持続可能な物流の構築」に向けた取組み

- ・「物流テーマ」における製配販の連携経緯
- ・「フードサプライチェーン・サステナビリティプロジェクト会議（FSP会議）」
- ・「FSP会議」での議論を通じた成果物
- ・「SM物流研究会」の活動状況
- ・「改正物流効率化法」の施行について

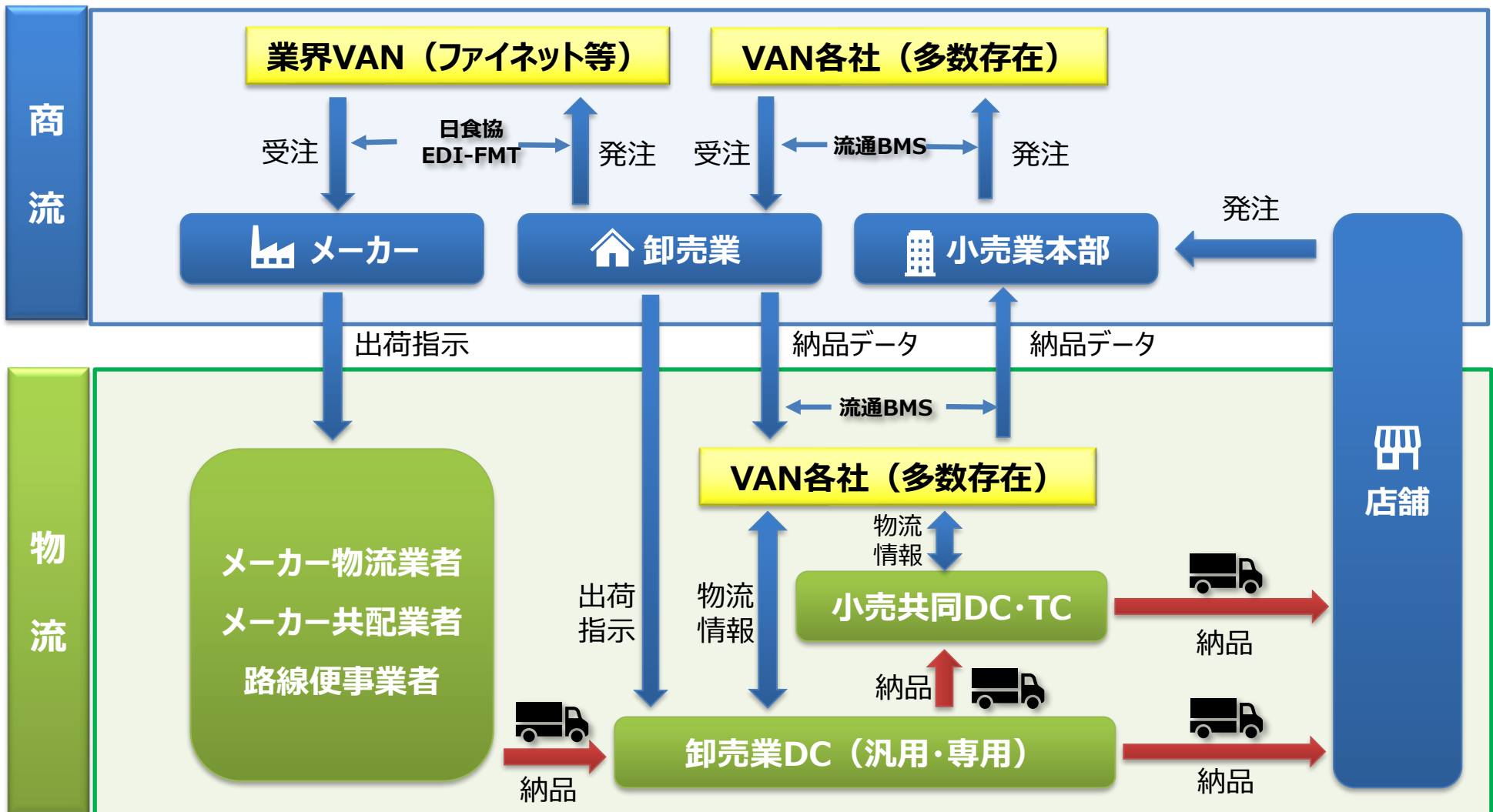
3. サプライチェーンを繋ぐ情報流の現状と課題

- ・加工食品流通業界の情報流の現状
- ・メーカー・卸間の情報流効率化に向けた取組み
- ・商品情報連携におけるサプライチェーン間での課題
- ・「N-Sikle」（日食協 商品情報連携標準化システム）

1. 加工食品流通業界の特徴（商流・物流・情報流 状況）

業界の特徴

- ① 扱い商品が毎日の生活必需品であり、社会的インフラを担っている
- ② メーカー・小売業ともに大小さまざま多数のプレイヤーが存在 ・食品メーカー数 - 2万社以上、食品小売店舗数 - 10万店舗以上
- ③ 卸は各エリアで企業統合を重ね、大手全国卸に集約 ・食品卸企業 - 大手9社で90%強のシェア（売上高12兆円）
- ④ 多品種・多頻度・小ロットで流通し、物流・情報流の負担が大きい
 - ・商品数（ジャパン・インフォレックス社：登録マスタ件数） - 200万件
 - ・小売店舗への納品は毎日配送・バラ納品が一般的 ・小売・卸間の受発注データ・納品データ数は月間20億明細以上



2. メーカー・卸・小売の取組み－「FSP会議」

- (1) 「物流テーマ」における製配販の連携経緯
- (2) 「フードサプライチェーン・サステナビリティプロジェクト会議（FSP会議）」
- (3) 「FSP会議」での議論を通じた成果物
- (4) 「SM物流研究会」の活動状況
- (5) 「改正物流効率化法」の施行について

(1) 「物流テーマ」における製配販3層の連携経緯

- ・2019年7月 全日本トラック協会食料品部会から受注日翌日納品から翌々日納品へのリードタイム延長要望
- ・2019年9月 日食協「リードタイム（LT）延長化について」
- ・2020年6月 製・配・販連携協議会 ロジスティクス最適化WG
LT延長問題「基本的な考え方と取組の方向性」
- ・2020年12月 食品メーカー8社と卸6社の共同ワーク開始
- ・2021年10月 製配販各層が取り組むべき施策を取りまとめ
- ・2022年4月 FSP会議発足－製配販3層の取組み開始
- ・2024年4月 FSP会議に「SM物流研究会」が加入
- ・2025年8月 FSP会議に「チルド物流研究会」が加入

(2) フードサプライチェーン・サステナビリティプロジェクト会議 (FSP会議)

① 目的

- ・フードサプライチェーン全体の使命である「生活者への途切れることのない食品供給」を将来にわたり維持発展させるために、協調して取り組む必要のある「物流」及び「情報流」の課題を発掘し、その解決策を製（製造業）、配（卸売業）、販（小売業）の三層でそれぞれの業界および個社の事情を超えて議論し、社会実装する。

② 構成メンバー

- ・小売業：日本スーパーマーケット協会（JSA）
全国スーパーマーケット協会（NSAJ）
オール日本スーパーマーケット協会（AJS）
SM物流研究会（2024年4月加盟）
- ・卸売業：日本加工食品卸協会（NSK）
- ・製造業：食品物流未来推進会議（SBM）
味の素、カゴメ、キッコーマン食品、キューピー
日清オイリオ、日清製粉ウェルナ、ハウス、ミツカン
チルド物流研究会（2025年8月加盟）
伊藤ハム米久ホールディングス、江崎グリコ、日清食品チルド
日清ヨーク、日本ハム、プリマハム、丸大食品、明治
森永乳業、雪印メグミルク

(3) 「FSP会議」での議論を通じた「成果物」

【「持続可能な物流の構築」のための商慣習の是正】

- ・店舗納品期限「2分の1 残し」への統一化と、それを前提としたメーカー・卸間納品期限のルール化
- ・3層間の最適連携を目指す、小売・卸間、卸・メーカー間の定番発注締めめの時間調整
- ・特売・新商品の確定数量化を可能にする、適正納品リードタイムの確保

【物流の法規制化に向けた「メーカー・卸・小売3層での協調対応】

- ・「物流の適正化・生産性向上に向けたガイドライン」に対応する「加工食品業界製配販行動指針」の共同作成とPDCAの実践
- ・「荷待ち・荷役作業削減に向けた加工食品業界の取組みガイドライン」の共同作成
- ・上記を踏まえた各団体の「物流の適正化・生産性向上に向けた自主行動計画」の共同作成



加工食品業界製配販行動指針（FSP版）

区分	ガイドライン項目	内容	優先度
物流業務の 効率化・合理化	① 荷待ち時間・荷役作業等にかかる時間の把握	入出荷に係る荷待ち・荷役作業等にかかる時間を把握する	A
	② 荷待ち・荷役作業時間「2時間以内」ルール	・物流事業者に対し、長時間の荷待ちや運送契約にない荷役作業等をさせてはならない。 ・荷待ち荷役作業等にかかる時間が2時間以内となっている荷主は、目標1時間以内としつつ、更なる時間短縮に努める	A
	③ 納品リードタイムの確保	物流事業者の準備時間の確保や輸送手段の選択肢を増やすために、納品リードタイムを十分に確保する	A
	④ 予約受付システムの導入	システムを導入し、荷待ち時間を削減する	A
	⑤ 物流資機材の標準化・利活用	・パレット等の物流資機材の規格等について標準化を推進する。 ・パレットの活用について提案があった場合には協議に応じ、積極的な活用を検討する。	A
	⑥ 物流システムの標準化・利活用	データ・システムの仕様の標準化と共同利活用を推進する	A
	⑦ 検品の効率化・検品水準の適正化	検品の効率化・適正化を推進し、検品のための作業や検品時間を削減する	A
	⑧ 出荷に合わせた生産・荷造り等	出荷時の順序や荷姿を想定した生産・荷造り等を行い、荷役時間を短縮する ・幹線輸送と集荷配送の分離、集荷・配送先の集約等を実施する	A
	⑨ 共同輸配送の推進等による車両の有効活用	・他荷主との連携や積合せ輸送の実施により、積載率を向上する	C
	⑩ 発注の適正化	日内（朝納品の集中）・曜日・月変動の平準化や、繁閑差の平準化、適正量の在庫の保有・納品日の集約・発注の大ロット化等を通じて発注・納品量を適正化する。	C
	⑪ 混雑時を避けた運送	渋滞や混雑を避け、出荷・納品時間を分散させる	C
	⑫ 物流管理統括者の選定	物流業務を統括する者（役員等）を選任し、物流の適正化・生産性向上に向け、社内の関係部門（調達・販売等）との連携を促進する	B
	⑬ 物流の改善提案と協力	・商取引契約において物流に過度な負担をかけているものがないか検討・改善する ・荷待ち時間や附帯作業の合理化要請があった場合は、真摯に協議に応じ自らも積極的に提案する	B
	⑭ 荷主側の施設の改善	物流施設の集約、新增設、レイアウト変更等必要な改善を実施し、パース等の荷捌き場について、貨物の物量に応じて適正に確保する	B
	⑮ 入出荷業務の効率化に資する機材等の配置	適正な数のフォークリフトや作業員等、荷役に必要な機材・人員を配置する	B
	⑯ 物流コストの可視化	荷主間の商取引において、基準となる物流サービス水準を明確化し、サービスの高低に応じてコストを上下させるメニュー・ライティング等の取組みを実施し、物流効率に配慮した発注を促す	B
輸送荷役時の 安全確保	① 運送時の安全対策	・異常気象が発生または発生見込みの場合は無理な運送依頼を行わない。物流事業者が運行中止を判断した場合はこれを尊重する ・運転者が適切に休憩を取れるよう出荷予定時刻を設定する	A
	② 荷役作業時の安全対策	労災の発生を防止するための対策を講じるとともに、事故が発生した場合の賠償責任を明確化する	A
運送契約の 適正化	① 運送契約の書面化	運送契約は書面または電磁的方法を原則	B
	② 荷役作業等にかかる対価	・荷主は運転者が行う荷役作業料等を支払う者を明確化し、物流事業者に適正な料金を支払う ・自ら運送契約を行わない荷主事業者においても同様	B
	③ 運賃と料金の別建て契約	運送の対価である「運賃」と、運送以外の役務等の対価である「料金」は別建てで契約を原則とする	B
	④ 燃料サーチャージの導入・燃料費等の上昇分の価格への反映	物流事業者から燃料サーチャージ、燃料費上昇、高速道路料金実費の料金反映を求められた場合は、適切に転嫁する	B
	⑤ 下請取引の適正化	元請事業者が下請に出す場合、⑤～⑧の対応を求めるとともに、特段の事情なく多重下請が発生しないよう留意する	B
	⑥ 物流事業者との協議	運送契約の条件に関して、積極的に協議の場を設ける	B
	⑦ 高速道路の利用	拘束時間削減のため、高速道路を積極的に利用する	B
	⑧ 運送契約の相手方の選定	物流事業者の選定にあたり、法令遵守状況や、働き方改革・安全性向上への取組みを考慮する	B
業界特性に 応じた取組み	① 賞味期限の年月表示化	商品在庫管理の簡素化と食品ロス削減を図る	A
	② 「1/2ルール」の完全実施	納入期限を統一化し、受注・出荷工程の簡素化を図る	A
	③ E D I の推進	データによる精度向上とシステム開発費低減を図る	A



加工食品業界製配販行動指針（FSP版）ポイント

物流効率化・適正化のための行動指針：優先順位別ガイドライン

本ガイドラインは、物流業界における「2024年問題」等の課題解決に向け、荷主が優先的に取り組むべき事項をまとめたものです。時間の管理、安全の確保、契約の透明性を軸に、即効性の高い「優先度A」から、中長期的な改善を図る「優先度B・C」へと段階的に構成されています。

【優先度A】即時に取り組むべき最重要アクション

荷待ち・荷役時間の
「2時間以内」ルール徹底

輸送・荷役時の
徹底した安全確保

業界標準の導入と
リードタイムの確保



入出荷時間を把握し、
合計2時間以内への延滞
を目指す。

異常気象時の無理な依頼
を避け、労災防止対策と
責任明確化を行う。

EDI推進や賞味期限表示の
変更、十分な納品準備期間
の提供を行う。

【優先度B・C】持続可能な物流のための構造改善

運送契約の適正化と
コストの可視化

物流管理体制の
強化と施設改善

効率的な配送
ネットワークの構築



契約の書面化、燃料サー
チャージの反映、運賃と料金
の別建て契約を推進する。

物流管理統括者の通任と、
荷捌き場の通正確保や機材
・人員の最適配置を行う。

共同輸配送の推進、発注の
平準化、混雑時を避けた
分散出荷を実施する。

「加工食品業界 製配販行動指針」(FSP版)の25年度各層評価

本評価の枠組みと分析アプローチ

評価対象



メーカー（8社）：
食品物流未来推進会議
（SBM会議）加盟企業



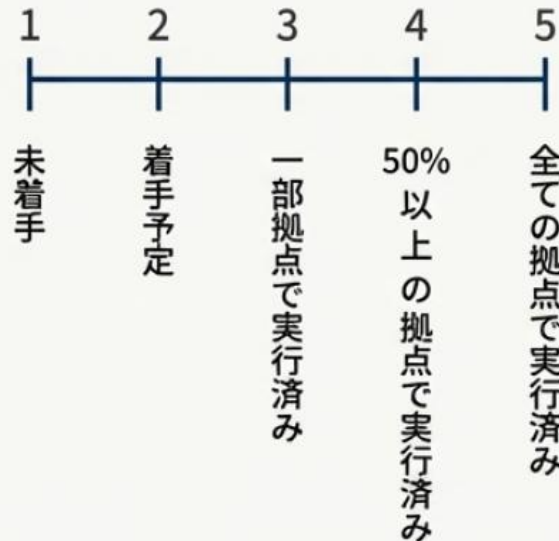
卸売業（8社）：
日本加工食品卸協会
加盟企業



小売業（20社）：
SM物流研究会・
関西SM物流研究会
加盟企業

評価基準

各社の取り組み状況を
5段階で自己評価



分析の視点

製配販各層の平均評価を比較し、
3つのカテゴリーで進捗と課題を検証。

ギャップあり：
層間で評価点に大きな乖離がある項目

共に低評価：
全ての層で評価点が低い項目

共に高評価：
全ての層で評価点が4.0以上の項目

製配販の業務結節点にフォーカスし、一方の独りよがりではなく双方がより良くなる取り組みと結果を確認。課題については双方で共有し解決に向けた活動につなげる、**製配販が一体となった行動指針と評価指標**の位置付け

加工食品業界製配販行動指針（FSP版）製配販平均評価

2024年と2025年の優先度Aガイドライン項目の各層平均値

ギャップあり

共に低評価

共に高評価

2024年

連携パターン	回答企業	優先度 ガイドライン項目	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	全体平均	
			①荷待ち時間・荷役作業等にかかる時間の把握	②荷待ち・荷役作業時間「2時間以内」ルール	③納品リードタイムの確保	④予約受付システムの導入	⑤物流資機材の標準化・利活用	⑥物流システムの標準化・利活用	⑦検品の効率化・検品水準の適正化	⑧出荷に合わせた生産・荷造り等	①運送時の安全対策	②荷役作業時の安全対策	①賞味期限の年月表示化	②「1/2ルール」の完全実施		③ E D I の推進
①製-配連携 (メーカー→卸拠点 (小売DC含む))	卸売業 日食協加盟卸 10社平均		3.8	3.4	3.2	3.2	3.4	3.4	2.9		3.1	4.0	3.0	3.3	3.7	4.3
	メーカー SBM加盟 8社平均		4.0	3.6	3.9	3.8	4.3	2.8	2.3	3.8	4.9	4.8	3.9	3.3	3.9	3.3
②配-販連携 (専用DC→小売店舗)	卸売業 日食協加盟卸 10社平均		3.8	3.4	3.2	3.2	3.4	3.4	2.9		3.1	4.0	3.0	3.3	3.7	4.3
	小売業 SM物流研究会 15社平均		4.9	4.0	5.0	4.7	4.1	3.9	3.1	4.1	4.8	4.6		5.0	5.0	4.0
③配-販連携 (卸拠点→小売TC)	卸売業 日食協加盟卸 10社平均		2.7	2.6	3.0	3.0	2.0	2.0	3.2	3.9	4.1	3.9		3.1	3.7	3.4
	小売業 SM物流研究会 15社平均		4.1	3.9	5.0	2.9	3.4	4.2	3.6	4.1	4.8	4.6		5.0	5.0	3.8

2025年

連携パターン	回答企業	優先度 ガイドライン項目	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	全体平均	
			①荷待ち時間・荷役作業等にかかる時間の把握	②荷待ち・荷役作業時間「2時間以内」ルール	③納品リードタイムの確保	④予約受付システムの導入	⑤物流資機材の標準化・利活用	⑥物流システムの標準化・利活用	⑦検品の効率化・検品水準の適正化	⑧出荷に合わせた生産・荷造り等	①運送時の安全対策	②荷役作業時の安全対策	①賞味期限の年月表示化	②「1/2ルール」の完全実施		③ E D I の推進
①製-配連携 (メーカー→卸拠点 (小売DC含む))	卸売業 日食協加盟卸 8社平均		4.1	4.1	3.1	4.1	3.3	2.7	2.9		4.1	4.4	3.1	3.2	3.7	4.4
	メーカー SBM加盟 8社平均		4.0	4.0	4.1	3.9	4.5	2.9	2.9	3.9	5.0	5.0	3.9	3.3	4.1	3.6
②配-販連携 (専用DC→小売店舗)	卸売業 日食協加盟卸 8社平均		3.2	3.8	3.4				4.1		4.3	4.3		3.3	4.2	4.0
	小売業 SM物流研究会 20社平均		3.5	3.8	4.4	4.3	3.4	4.1	3.8	4.1	4.1	4.3		4.6	4.4	4.1
③配-販連携 (卸拠点→小売TC)	卸売業 日食協加盟卸 8社平均		3.1	3.5	2.9	3.3	3.1	3.6	3.8	3.6	4.2	4.2		3.2	4.0	3.7
	小売業 SM物流研究会 20社平均		4.2	3.7	4.0	4.1	3.8	4.2	3.8	4.1	3.8	4.4		4.4	4.4	3.9

加工食品業界製配販行動指針（FSP版）製配販平均評価

2025/12/23

2025年自己評価の傾向と対比分析、進捗、課題について

- 各層間で点数ギャップの大きい項目は、昨年（15）に対し本年（9（▲6））へ減少
ギャップ要因は、SBMおよびSM物流研究会以外のメーカー、小売業起因が大きい。
- 両層とも点数が低い項目は、昨年の傾向と変化はない。
- 両層とも点数が4.0以上の高評価項目が、昨年（1）に対し本年（9（+8））へ増加
取り組み事項と目的が明確により、現場運用への反映が進んでいると想定
- チャレンジ項目として以下の実行事例あり
 （卸）メーカー共配DCを設置し、複数メーカー混載にて卸拠点へ納品
 （卸）特定運送会社による入荷集約、発注曜日集約による入荷件数・車両削減
 （小売）同施設内の他チェーンと車両共有と一部で混載配送
 （小売）特売時のセンター分散入荷及び店舗への分散納品
 （小売）家庭用品（雑貨）は、トラックの積載率を考慮し週3回→週2回納品へ変更

連携PT	No・傾向	ガイドライン項目	対比分析
製・配	① 共に高評価	入荷時間把握・入荷滞留2時間以内	取り組み事項と目的の明確化による改善
製・配	② ギャップ	納品LT・パレタイズ化・賞味年月表示化	SBMメーカー以外の課題
製・配	③ 共に低評価	物流システム利活用・検品効率化	ASN&ノ一検品の展開、運用見直しが進んでいない
製・配・販	④ 共に高評価	運送・荷役の安全対策	取り組み事項と目的の明確化による改善
製・配	⑤ 共に低評価	1/2ルール完全実施	SM物流研究会以外の課題
配・販TC	⑥ ギャップ	入荷時間把握・納品LT・予約・什器利活用	SM物流研究会以外の課題
配・販	⑦ ギャップ	1/2ルール完全実施	SM物流研究会以外の課題
配・販	⑧ 共に高評価	EDIの推進	ASN&ノ一検品は定着 今後「商品情報」や「取引条件」のEDI化推進

メーカー・卸間 納品リードタイム・受注締め時間状況 (首都圏エリア：2026年3月現在)

1. 全賛助会員メーカー（120社）を対象とした構成

	LT1日		LT2日以上						合計			
	社数	構成比①	社数	構成比①	LT1日→LT2日		従来からLT2日				従来からLT3日以上	
社数					構成比①	社数	構成比①	社数	構成比①	社数	構成比①	社数
午前締	17	14.2%	56	46.7%	22	18.3%	27	22.5%	7	5.8%	73	60.8%
午後締	0	0.0%	47	39.2%	42	35.0%	1	0.8%	4	3.3%	47	39.2%
合計	17	14.2%	103	85.8%	64	53.3%	28	23.3%	11	9.2%	120	100.0%

2. 賛助会員メーカー中 従来LT1メーカー（81社）を対象とした構成

	現状でもLT1日		LT1日→LT2日		合計	
	社数	構成比②	社数	構成比②	社数	構成比②
午前締	17	21.0%	22	27.2%	39	48.1%
午後締	0	0.0%	42	51.9%	42	51.9%
合計	17	21.0%	64	79.0%	81	100.0%

3. 午後締LT2メーカーの受注締め時間

LT1日→LT2日		
受注締め時間	社数	構成比③
13:00	26	86.7%
14:00	11	36.7%
15:00	5	16.7%
合計	42	140.0%

(4) 「SM物流研究会」の活動状況 ① 概要

名称	SM物流研究会
設立	2023年10月18日
座長	株式会社ライフコーポレーション 執行役員 首都圏PC・物流本部 本部長 渋谷 剛
参加企業数	24社
参加企業 合計売上高	約6.5兆円
会議場所	一般社団法人日本スーパーマーケット協会 会議室
会議回数	3カ月に1回実施 (8月、12月、関西SM物流研究会、首都圏SM物流研究会の開催月を除く)

(4) 「SM物流研究会」の活動状況 ② 目的・沿革

<p>目的</p>	<p>「2024年問題」をはじめとする物流危機を回避し、地域の生活を支える社会インフラとしての責務を継続して果たすため、物流分野を各企業間の「競争領域」ではなく「協力領域」と捉えて、各社の協力による物流効率化策を研究・検討する</p>
<p>活動方針</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「持続可能な食品物流」を構築するため、物流分野を各小売企業間の「競争領域」ではなく「協力領域」と捉えて、各社の協力による物流効率化策を研究・検討する 2. コンプライアンスを重視し、SM物流研究会(団体)として商品原価、取引条件に関する提案、交渉は行わない 3. 製・配・販(メーカー様、卸様、小売)でサプライチェーン全体の効率化を考え、協力する体制を構築する

SM物流研究会 資料より

(4) 「SM物流研究会」の活動状況 ③ 新規参加条件

項目	新規参加条件
「持続可能な食品物流に向けた取り組み宣言」4項目 ※2023年3月に宣言	①加工食品における定番商品の発注時間の見直し ・12時までに卸が発注データを受信できる状態(TCの場合、店舗納品日の前日12時までに卸が発注データを受信できる状態)。最終目標は、店舗納品1日前の12時までに卸が受信できる状態
	②特売品・新商品における発注・納品リードタイムの確保 ・特売・新商品の発注を6営業日前(8日前)までに行い、リードタイムを確保する
	③納品期限の緩和(1/2ルールの採用) ・賞味期間180日以上加工食品は、「1/2ルール」を採用する採用率100%
	④流通BMSによる業務効率化 ・卸売業と小売業間の受発注方式における標準化EDI「流通BMS」を導入・活用
その他の条件	⑤「バース予約システムの導入」※ドライDCを対象
	⑥「パレット納品の推奨」
	⑦「トップコミットメント」

※上記、7つの取り組みを求めています。①～⑥は実施予定があることを最低限の条件としていますが、

⑦「トップコミットメント」は必須となります。

SM物流研究会 資料より

(4) 「SM物流研究会」の活動状況 ④「4社物流協議会」から現在に至るまで

2022年

- 4月 ▶ フードサプライチェーン・サステナビリティプロジェクト(FSP)開始
- ・ 製・配・販の各団体が参画、持続可能な加工食品物流構築に向けて課題や実態を情報共有、**サプライチェーン全体の最適化**に向けた取り組みを検討

8月 ▶ **4社物流協議会 開始**

- ・ 日本スーパーマーケット協会の首都圏で営業している正副会長企業4社が協議

2023年

3月 ▶ **「持続可能な食品物流に向けた取り組みに関する宣言」**

- ・ 「首都圏SM物流研究会」発足(サミット、マルエツ、ヤオコー、ライフコーポレーション)

10月 ▶ **「SM物流研究会」発足(10社体制)**

- ・ 首都圏以外の参加企業もあり、研究会の活動規模を拡大「SM物流研究会」、「首都圏SM物流研究会」の二部制に変更

2024年

4月 ▶ **4つの分科会を発足して、物流課題に取り組む(15社体制)**

- ・ 「パレット納品の拡大」、「共同配送、空きトラックの有効活用」
「生鮮物流における物流課題の解決」、「チルド物流における物流課題の解決」

12月 ▶ **「関西SM物流研究会」発足(オークワ、平和堂、万代、ライフコーポレーション)**

2025年

10月 ▶ **「SM物流研究会」24社体制**

⑤ 首都圏SM物流研究会・関西SM物流研究会の発足



「首都圏SM物流研究会」発足

持続可能な食品物流に向けた取り組みに関する発表

2023年3月16日に記者発表会を開催
(報道関係 約50社)

「関西SM物流研究会」発足

発足目的、当面の議題などを発表

2024年12月20日に記者発表会を開催
(報道関係 約50社) ※オンライン含む

SM物流研究会 資料より

■ SM物流研究会 参加企業(24社)

・2023年 5月 (株)西友と(株)カスミがメンバーに加わり、6社に



・2023年 10月 (株)いなげや、(株)原信、(株)ナルス、(株)東急ストアがメンバーに加わり、10社に



・2024年 3月 (株)平和堂、(株)エコス、(株)たいらや、(株)マスダ、(株)与野フードセンターがメンバーに加わり、15社に



SM物流研究会 作成資料.

■ SM物流研究会 参加企業(24社)

・2024年 5月 (株)イトーヨーカ堂がメンバーに加わり、16社に



・2024年 9月 (株)ベイシアがメンバーに加わり、17社に



・2024年 10月 (株)万代、(株)オークワがメンバーに加わり、19社に



・2025年 3月 (株)マルアイがメンバーに加わり、20社に



・2025年 4月 (株)京成ストアがメンバーに加わり、21社に



・2025年 9月 (株)ウオロク、(株)とりせんがメンバーに加わり、23社に



・2025年 10月 (株)さとうがメンバーに加わり、24社に



(4) 「SM物流研究会」の活動状況 ⑥ 「分科会」の発足

スピード感をもって取り組みを進めるため、取り組み項目別にグループ分けして検討を進め、「**研究会で全体共有→検討・決定→実行**」を行う

取り組み項目	担当企業
パレット納品の拡大	マルエツ、ライフ、原信・ナルス
共同配送、空きトラックの有効活用	カスミ、西友、ベイシア
生鮮物流における物流課題の解決	サミット、東急ストア、イトーヨーカ堂
チルド物流における物流課題の解決	ヤオコー、いなげや、エコスグループ 京成ストア サミット ウオロク とりせん

SM物流研究会 作成資料

■ SM物流研究会「分科会」の取り組み

分科会	取り組み内容
パレット納品の拡大	<p>即席麺、菓子メーカーとの意見交換において各社物流センターの荷役作業実態(バラ積み納品による荷役作業の長時間化)を提示し、危機感を共有</p> <p>メーカーから「パレット納品に向けた卸、小売への要望事項」を提示してもらい、一部メーカーで特売等物量が多い日のパレット納品化までは実現。</p>
共同配送、空きトラックの有効活用	<p>加工肉メーカーの配送ルート、配車車両の積載余力に着目した共同配送の可能性について、発着荷主と運送事業者が連携し仮説案を検証</p> <p>最初の成功事例の実現に向けて、製・配・販の三層連携の知見を積み上げている。</p>
生鮮物流における物流課題の解決	<p>サプライチェーンが複雑な青果をテーマに「市場流通ビジョンを考える会」と「卸売市場・SM物流研究会」を発足し、勉強会を実施</p> <p>市場流通の実態整理・共通理解と課題の洗い出しに取り組み、それぞれの課題の根本原因と解決策について協議。協議を進める中で重要性が強く認識されつつある、LT延長をサミット、東急ストアで開始し、効果を定量、定性の両面から検証。</p> <p>※「市場流通ビジョンを考える会」(代表幹事 磯村 信夫)…2008年に青果・花き・水産市場卸や仲卸等により設立された組織。市場流通の改善方策や長期ビジョンの協議・検討を通じて、卸売市場の機能強化や国民生活と産地の発展・向上に寄与することを目的としている。(2024年12月31日時点で法人会員83社、個人会員10名が加盟)</p>
チルド物流における物流課題の解決	<p>チルド物流研究会(加工肉メーカー、乳業メーカー、チルド麺メーカー)との意見交換</p> <p>チルド物流研究会とチルド版FSP(「物流の適正化・生産性向上に向けた荷主事業者・物流事業者の取組に関するガイドライン」対応の「チルド食品業界 製配販行動指針」)の作成に向けての意見交換。</p> <p>※「チルド物流研究会」…2024年10月7日に発足した、チルド食品を取り扱う加工肉・乳業・チルド麺メーカーなどで結成された研究会。</p>

SM物流研究会 作成資料

(5) 「改正物流効率化法」の施行について



【物流効率化法】荷主・物流事業者に対する規制措置の概要

荷主・物流事業者間の商慣行を見直し、荷待ち・荷役時間の削減や積載率の向上等を図る。

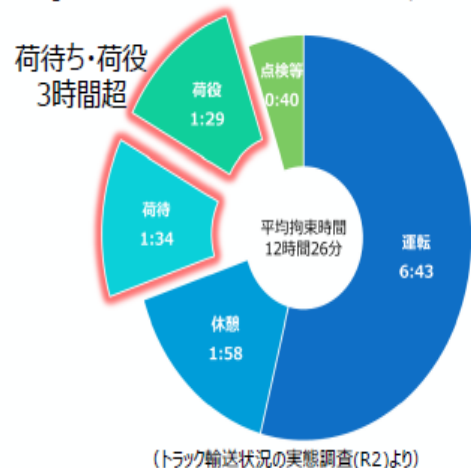
すべての事業者 (2025.4~施行)

- 荷主* (発荷主、着荷主) ・ 物流事業者 (トラック、鉄道、港湾運送、航空運送、倉庫) に対し、物流効率化のために **取り組むべき措置** について努力義務を課し、当該措置について国が **判断基準** を策定。
 - *元請トラック事業者、利用運送事業者には荷主に協力する努力義務を課す。また、フランチャイズチェーンの本部にも荷主に準ずる義務を課す。
- 上記取組状況について、国が当該判断基準に基づき **指導・助言、調査・公表** を実施。

一定規模以上の事業者 (2026.4~施行)

- 上記の事業者のうち一定規模以上のものを特定事業者として指定し、 **中長期計画の作成** や **定期報告** 等を義務付け、中長期計画に基づく取組の実施状況が不十分な場合、 **勧告・命令** を実施。
- 特定事業者のうち荷主には、 **物流統括管理者の選任** を義務付け。
 - ※法律の名称を「物資の流通の効率化に関する法律」に変更。
 - ※鉄道建設・運輸機構の業務に、認定「物流総合効率化事業」の実施に必要な資金の出資を追加。〈予算〉

【荷待ちがある1運行の平均拘束時間と内訳】



【荷主・物流事業者の「取り組むべき措置」「判断基準」】

取り組むべき措置	判断基準 (取組の例)
荷待ち時間の短縮	適切な貨物の受取・引渡日時の指示、予約システムの導入 等
荷役等時間の短縮	パレット等の利用、標準化、入出庫の効率化に資する資機材の配置、荷積み・荷卸し施設の改善 等
積載効率の向上等	余裕を持ったリードタイムの設定、運送先の集約 等

【荷主等が取り組むべき措置の例】



バラ積み・バラ降ろしによる非効率な荷役作業

パレット導入



パレットの利用による荷役時間の短縮

(5) 「改正物流効率化法」の施行について

特定事業者の指定基準等のポイント ※2026年4月1日施行

<特定事業者の指定基準>

- 中長期計画の作成や定期報告等が義務付けられる一定規模以上の事業者（特定事業者）について、全体への寄与度がより高いと認められる大手の事業者が指定されるよう、それぞれ以下の指定基準値を設定。

特定荷主・特定連鎖化事業者

取扱貨物の重量 9万トン以上
(上位3,200社程度)

特定倉庫業者

貨物の保管量 70万トン以上
(上位70社程度)

特定貨物自動車運送事業者等

保有車両台数 150台以上
(上位790社程度)

<中長期計画・定期報告の記載内容>

中長期計画

- 作成期間
 - ・ 毎年度提出することを基本としつつ、計画内容に変更がない限りは5年に1度提出
- 記載内容
 - (1) 実施する措置
 - (2) 実施する措置の具体的な内容・目標等
 - (3) 実施時期 等

定期報告

- 記載内容
 - (1) 事業者の判断基準の遵守状況 (チェックリスト形式)
 - (2) 判断基準と関連した取組に関する状況 (自由記述)
 - (3) 荷待ち時間等の状況【荷主等】
- 荷待ち時間等の状況の計測方法
 - ・ 取組の実効性の確保を前提としてサンプリング等の手法を許容
 - ・ 荷待ち時間等が一定時間以内の場合には報告省略が可能 等

※荷主・物流事業者等の物流改善の評価・公表については、市場や消費者からの評価につながる仕組みの創設に向けて、改正物効法の枠組みと合わせて具体化。

<物流統括管理者（CLO）の業務内容> ※CLO : Chief Logistics Officer

- 物流統括管理者は、ロジスティクスを司るいわゆるCLOとしての経営管理の視点や役割も期待されているため、事業運営上の重要な決定に参画する管理的地位にある役員等の経営幹部から選任し、以下の業務を統括管理する。
 - ・ 中長期計画、定期報告等の作成
 - ・ トラックドライバーの負荷軽減とトラックへの過度な集中を是正するための事業運営方針の作成や事業管理体制の整備
 - ・ トラックドライバーの運送・荷役等の効率化のための設備投資、デジタル化、物流標準化に向けた事業計画の作成・実施・評価
 - ・ 社内の関係部門（開発・調達・生産・販売・在庫・物流等）間の連携体制の構築や社内研修の実施 等

(5) 「改正物流効率化法」の施行について

今後のスケジュール【想定】

- 2024年5月15日 物流改正法 公布
- 2024年6月～11月 第1回～第4回合同会議（規制的措置の施行に向けた検討・取りまとめ）
- **2024年11月27日** **合同会議取りまとめ**を策定・公表
- 2025年1月・2月・3月 法律の施行①に向けた政省令の公布

- **2025年4月1日** **法律の施行①**
 - 基本方針
 - 荷主・物流事業者等の努力義務・判断基準
 - 判断基準に関する調査・公表 等
- **2025年8月** 法律の施行②に向けた政省令の公布
- **2025年秋頃** **判断基準に関する調査等**の実施

- **2026年4月1日** **法律の施行②**
 - 特定事業者の指定
 - 中長期計画の提出・定期報告
 - 物流統括管理者（CLO）の選任 等
- **2026年5月末** **特定事業者の届出～指定手続**
 - 荷主は、指定後速やかに**物流統括管理者の選任届出**

- **2026年10月末** **中長期計画**の提出 ※初年度のみ。2027年度以降は7月末
- **2026年秋頃（想定）** **判断基準に関する調査等**の実施

- **2027年7月末** **定期報告**の提出

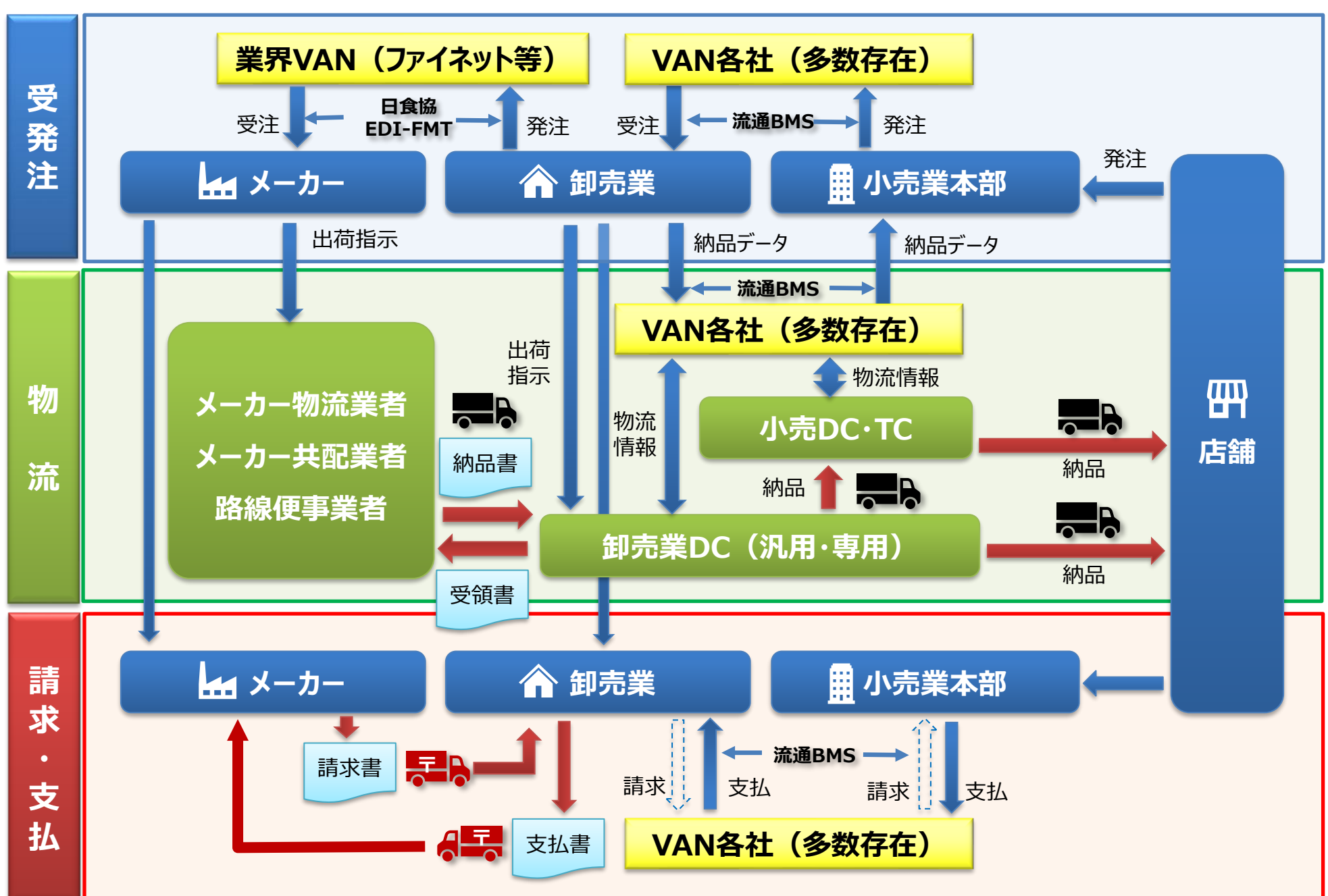
特定事業者の指定に向け
荷主：取扱貨物重量の把握
トラック：車両台数の把握
倉庫：保管量の把握

定期報告に向け
・実施状況把握
・荷待ち時間等の計測

3. サプライチェーンを繋ぐ情報流の現状と課題

- (1) 加工食品流通業界の情報流の現状
- (2) メーカー・卸間の情報流効率化に向けた取組み
- (3) 商品情報連携におけるサプライチェーン間での課題
- (4) 「N-Sikle」(日食協 商品情報連携標準化システム)

(1) 加工食品流通業界の情報流の現状



(2) メーカー・卸間の情報流効率化に向けた取組み

① 【 目的 】

現状の加工食品流通業界の情報流と日食協標準EDIフォーマットの課題等を踏まえ、3月に組成した「メーカー・卸間次世代標準EDI推進協議会」にて、加工食品サプライチェーンにおけるメーカー・卸間の次世代の標準EDIを策定し、先ずは、「持続可能な物流の構築」に関する導入が急がれる事前出荷情報（ASN）等を検討・計画・実施する（伝票・検品レス含む）。

② 【 課題・あるべき姿 】

日食協標準EDIフォーマット

課 題

技術的老朽化 (制定から39年経過)	新データ種 フォーマットの 要望	現行運用と 仕様書の 老朽化	未利用等 フォーマット の対応	ASNの利活用 (物流問題)	業際間の標準化 (加工食品・菓子等)
-----------------------	------------------------	----------------------	-----------------------	-------------------	-----------------------

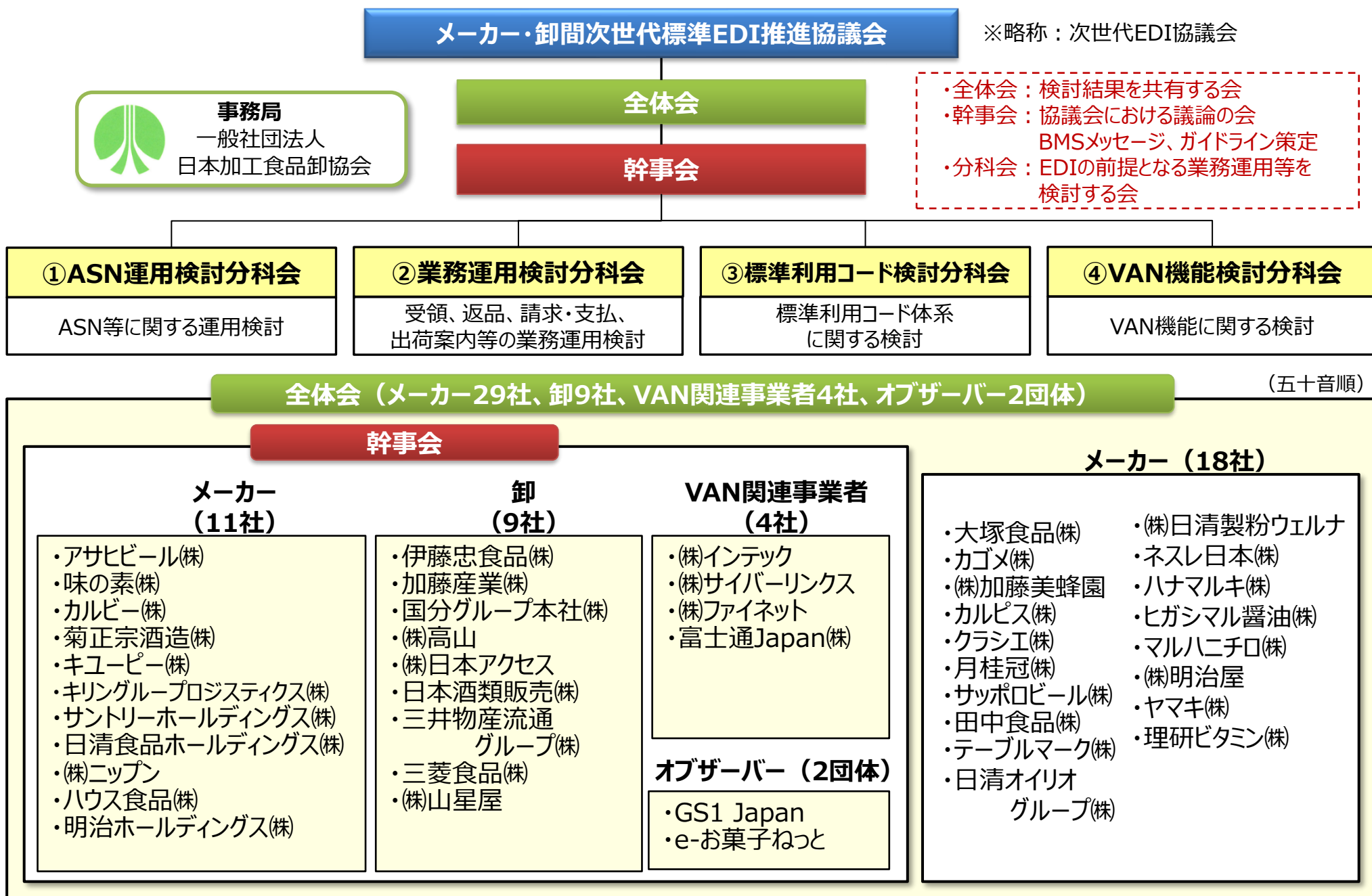
あるべき姿

メーカー・卸間
BMS
(Business Message Standards)

今後は、日食協フォーマットをバージョンアップせず、
新たにメーカー・卸間BMSを構築し
BMSを製・配・販3層の標準化EDIとする

※ 小売⇔メーカー・卸間のEDIは、流通BMSとして利活用が進んでいる。

③ 「メーカー・卸間次世代標準EDI推進協議会」体制図 (2026年4月現在)



④ 検討の進め方

1-1. BMSメッセージの作成検討

Step 1

(本年度継続)

物流（事前出荷情報（ASN）～受領の高度化）

卸・小売間に比べ遅れている卸・メーカー間の事前出荷（ASN）に関する物流の高度化を図る

以下、既存流通BMSメッセージを参考に各業界VANフォーマットを含めて検討を行う。

- **受発注、受注回答(新規)、ASN(見直し)**
※ ASNを実現する上で、必要に応じて受発注データの見直しを行う（新規）
- **受領～請求・支払の業務運用検討**
受領～請求・支払を鑑みてStep1では、受領～請求・支払（出荷案内も含む）までの業務運用を検討し、Step2の実現へ繋げる。また、メーカー・卸間で出荷案内の運用等に差異があるのを是正する。

Step 2

(検討状況次第、本年度一部)

受領、返品、請求・支払のデータ化と出荷案内の見直し

- **他業界では実現している受領、返品・返品受領のデータ化を行う**
- **請求・支払のEDI化を推し進め、効率化と高度化を図る**

以下、既存流通BMSメッセージを参考に各業界VANフォーマットを含めて検討を行う。

- **物流：受領（新規）、返品・返品受領(新規)**
- **出荷案内（見直し）**
- **債権債務：請求（（出荷案内）見直し→新規）、支払（新規）**

④ 検討の進め方

Step3

残りの既存日食協フォーマットからBMSメッセージへの集約

残りの既存日食協フォーマットからBMSメッセージへの集約を推し進め、効率化と高度化を図る

日食協FMTと各業界VANフォーマットを参考にBMSメッセージを検討する。

- 残りの既存フォーマット（在庫、販売実績、販促金、その他）をBMSメッセージに集約し、標準化を図る

1-2. 運用指針の確認・検討

- ① ASN～受領に関しては、「事前出荷情報（ASN）の運用指針（案）」を基に、メーカーと卸で内容を再確認・再検討する。最終、「運用指針」、「ガイドライン」として纏める
- ② ①以外のデータに関しては、各Stepを進める上で、運用指針を再確認・再検討し、次世代標準EDIの「運用指針」、「ガイドライン」として纏める

⑤ 2026年度 スケジュール

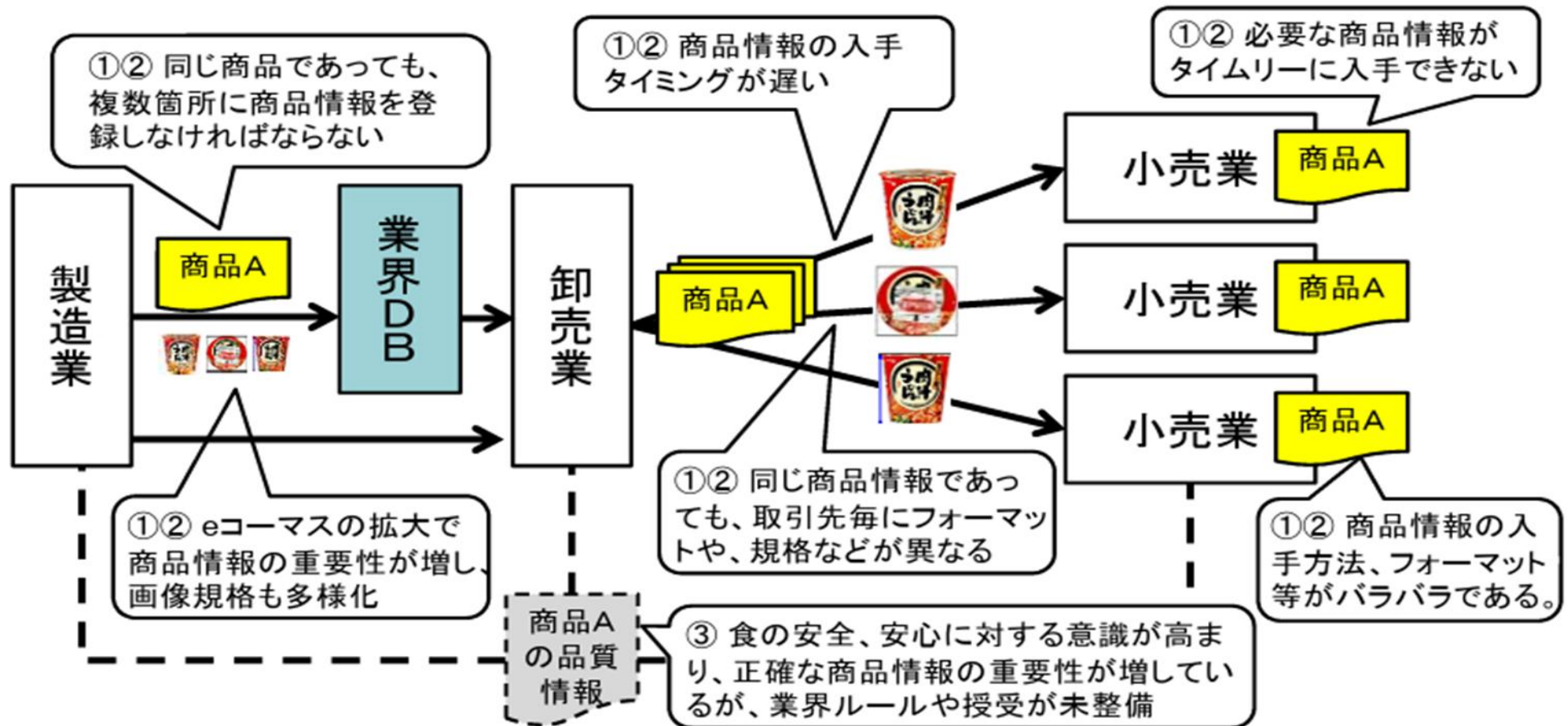
検討項目	2026年										2027年		
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
次世代EDI協議会	幹事会 3/25 ▲	全体会 4/22 ▲	幹事会 5/26 ▲		幹事会 7/29 ▲		幹事会 9/30 ▲		幹事会 11/25 ▲		幹事会 1/27 ▲		幹事会 3/24 ▲
発注～受注回答～事前出荷メッセージ検討													
1. 2025年度実証実験評価	→												
2. VAN機能検討	→												
3. 標準利用コード体系		→											
4. ASN運用検討	→	→											
受領～請求・支払の業務運用検討													
5. 業務運用検討		→											

(3) 商品情報連携におけるサプライチェーン間での課題

積年の課題：10年前の資料

■ 商品情報は、以下に区分でき、それぞれの主な課題は、以下の通り。

商品 情報	①商品マスタ情報	商品コード、名称、規格、店着原価、各種分類コードなどの商品の基本的な情報
	②商品画像情報	棚割用画像、説明用画像、高精細画像などの画像情報
	③商品品質系情報	品質項目、アレルギー情報、栄養成分などの商品の品質系情報



(C)2014一般財団法人流通システム開発センター

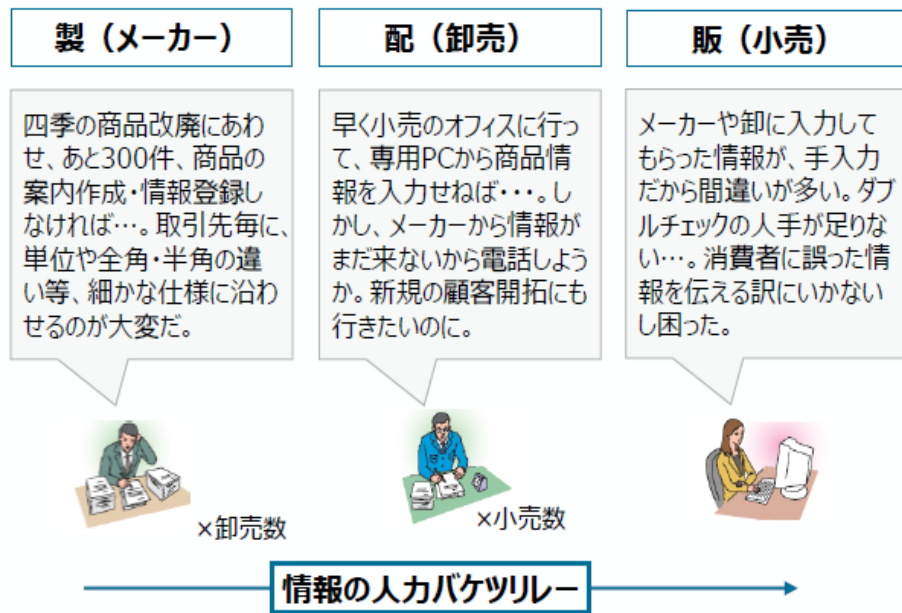
(3) 商品情報連携におけるサプライチェーン間での課題

10年後の今も同じ課題

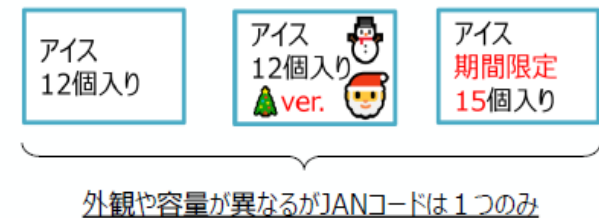
商品情報の重要性と積年の課題について

- 消費財サプライチェーンに携わる製・配・販の事業者は、現状、取り扱う商品の情報について、登録・管理に当たり各社専用フォームに個別入力する等、「手作業によるバケツリレ」に依存している。
- 加えて、商品を特定するJANコード（GTIN）も、商慣習によりルールが徹底されておらず、必ずしも一意に対応しないため、個別処理が必要となっている。
- ⇒人手不足が深刻化する中、個別最適による非効率・不正確な商品情報授受の在り方を業界横断で協調して改めることで、生産性向上につなげる必要がある。

消費財サプライチェーンにおける商品データ授受の実態



JANコードの一意性の問題



- ✓ 我が国は諸外国より、期間限定の新商品や特売が非常に多く、JANコードを変えない運用・古いコードを使いまわす等の実態がある。
- ✓ 重量や画像等が重要な、物流・ECの業務のため、各社独自の内部コード用意をはじめ、多くの個別対応が必要となる。

(画像等出所) GS1Japan 概説流通SCM

経産省主催「商品情報連携標準に関する検討会」（2025年3月14日）

現状の課題

- メーカー・卸・小売それぞれによる、各社都合での管理が常態化 ⇒デジタル化の取組を阻害
- 商品の情報を一意に識別できず、確認・修正等の現場コストが肥大化 ⇒人手不足に直面

実態調査（2024年7月～2025年1月）の結果

- 商品情報授受には年間30万人月（棚割・EC掲載等の実務まで加味すれば年間82万人月）の工数を要している。
- 米欧等でも同様の課題に対し、各企業トップ層の後押しを梃子に商品情報を共有化。各GS1組織を介した各国間での情報連携も進展。

流通サプライチェーンを代表する企業・団体による、取組原則への合意（2025年3月14日）

コミットメント（宣言）

- ✓ 我が国に流通する商品の情報は、複雑なサプライチェーンを経る中で都度管理されており、一意性が確保できないことによる管理コストが現場の人手不足を増幅させ、デジタル化の取組を阻害。
- ✓ これらの課題を乗り越え、次世代の商品情報授受を実現させるためには、協調領域における製配販の各層・各社の協力が不可欠。
- ✓ 消費財サプライチェーンの効率化・付加価値向上に向け、その基本となる商品情報について、以下の5原則に沿って共有を進める。

5つの原則

- ①消費者に対する商品情報の説明責任 ②共通情報での協調
③ブランドオーナーによるシングルインプット④一括取得・共同利用 ⑤一意に識別可能な商品の共通IDの利用

- ✓ 商品情報の共有に当たっては、対象となる項目や連携の時期、GTIN設定の在り方などについて、サプライチェーンを構成する企業間での合意形成が必要。2025年度に、実効性の伴うガイドラインを国主導で策定することを求めると共に、その議論に積極的に参加することを約し、商品情報連携の実現を目指す。

※政府からも、商品情報授受に関するガイドライン策定及び2026年度以降のプラットフォーム稼働に向けた議論の主導等についてコミットメントを发出。

目指すべき世界 （ビジョン）

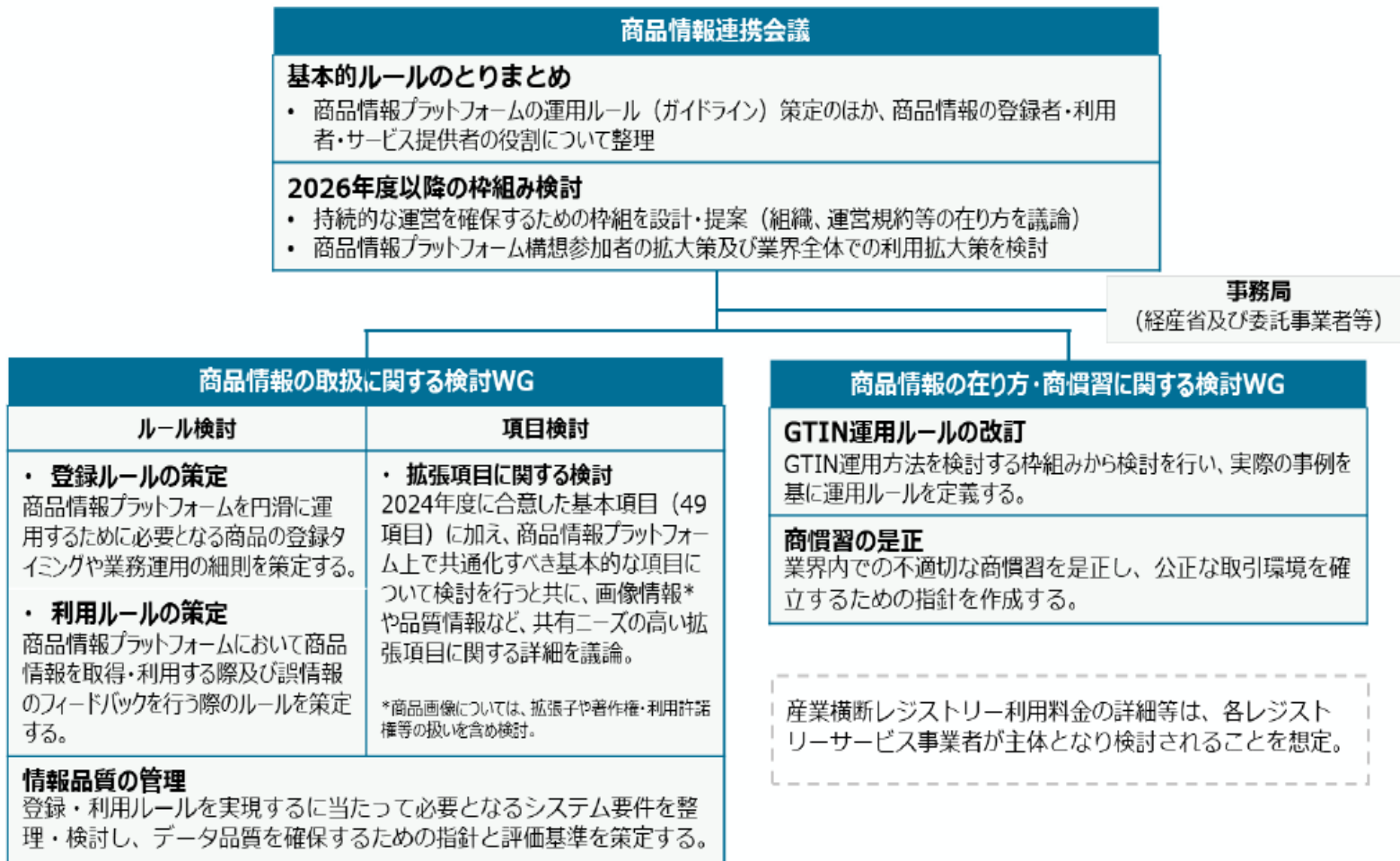
- サプライチェーン上の各社が、共通ルールに則り、ブランドオーナーの入力した商品情報を共有
- 管理業務を省力化し本業の生産性を向上、消費者に対する正確かつ必要な情報の伝達、DXを通じた新たなマーケティングへの挑戦を実現

経産省商品情報連携会議検討体制

商品情報連携標準に向けた検討（2025年度）

「商品情報連携標準に関する検討会」
（第3回）資料4より

- 2025年5月を目処に、商品情報連携会議を設置（主催：経済産業省）。
- 2つのWGにおける議論を経て、12月にガイドライン素案をとりまとめ、2月に最終決定を予定。



出展：経産省商品情報連携会議資料より

経産省商品情報連携会議

商品情報の授受に関するガイドラインの策定について

- 消費財サプライチェーンに関わる製配販の事業者の皆様と今年度議論してきた、**商品情報の授受を円滑に実施するために遵守すべき一般的な事項**について「商品情報の授受に関するガイドライン」として策定する。
- 消費財サプライチェーン全体での商品情報の授受を目指すため、**消費財サプライチェーンに関わる製配販の全ての事業者**がこのガイドラインの趣旨を尊重し、**業務プロセスを段階的に見直す努力**を求めていく。
- 製配販の全ての事業者が直ちに全ての内容に対応することは容易ではないが、**実務状況を踏まえつつ、段階的にガイドラインに沿った運用の実現が図られるものと想定**している。

趣旨

- ▶ 我が国に流通する商品の情報は、複雑な消費財サプライチェーンを経る中で都度管理されており、一意性が確保できないことによる管理コストが現場の人手不足を増幅させ、デジタル化の取組を阻害しているのが実態である。これらの課題を乗り越え、次世代の商品情報授受を実現させるためには、**協調領域における製配販の各層・各社及び商品情報プラットフォーム運営事業者の協力が不可欠**である。
- ▶ 本ガイドラインは、**消費財サプライチェーンに関わる製配販の全ての事業者及び商品情報プラットフォーム運営事業者が、商品情報の授受を円滑に実施するために遵守すべき一般的な事項について策定**したものである。
- ▶ 商品情報の登録者・利用者、商品情報プラットフォーム運営事業者はそれぞれ、本ガイドラインに掲げる諸事項に取り組むことを通じて、**消費財サプライチェーンの効率化・適正化及び生産性向上を図る**ものとする。
- ▶ 一方で、商品情報プラットフォームに携わる事業者が本ガイドラインを遵守することに加えて、**消費財サプライチェーンに関わる製配販の全ての事業者がこの趣旨を尊重し、業務プロセスを段階的に見直す努力を求め**る。
- ▶ 本ガイドラインの適切な運用を通じ、製配販の各層・各社が連携して消費財サプライチェーン全体の効率化・適正化及び生産性向上を実現し、日本経済の持続的成長に寄与することを期待する。

「商品情報の授受に関するガイドライン」（案）より抜粋
出展：経産省商品情報連携会議資料より

経産省商品情報連携会議

主体別に求められる役割と規定（1/2）

- 商品情報の授受に関わる各主体に求められる役割と責任について、整理する。

ブランドオーナー

- ▶ ブランドオーナーは、**商品の仕様について責任を持ち、その商品についてGTINの設定・変更を行う。**
- ▶ 商品の識別性向上による円滑な商品情報授受を実現するため、GTINを設定・変更する際は、GS1 Japanが発行する最新の「GTIN設定ガイドライン」及び同ガイドライン内の「10の基準」、本ガイドラインの「別冊GTIN運用に関する事項」に準拠すること。

商品情報登録者

- ▶ 商品情報登録者は、商品情報プラットフォームに登録する**商品情報を正確かつ最新の状態に保ち、商品の仕様と情報に関する正確性・整合性（例:商品名、サイズ、内容量）を維持する責任を負う。**
- ▶ 登録が必要となる事項の単位や定義については、商品情報プラットフォーム運営事業者の定める規定に従うことを原則とする。
- ▶ データの一貫性と標準化を維持するための**社内登録ならびに承認プロセスを整備**する。
- ▶ 商品情報に変更があった場合、**速やかにそれを商品情報プラットフォームにおいて更新**する。
- ▶ 商品情報利用者から誤りの指摘又は照会を受けた場合には、当該指摘を検証のうえ、その結果を商品情報利用者が認知できるよう、**必要に応じて情報の修正・補完を行う。**
- ▶ 商品情報の管理は本ガイドライン上の規定やGS1 Japanが発行する「GTIN設定ガイドライン」に準拠して行うとともに、**非競争領域の情報共有を阻害する行為を行ってはならない。**
- ▶ 商品情報プラットフォームを通じて商品情報を取得し、利用する場合には、商品情報利用者として、本ガイドラインに定める商品情報利用に関する各規定を遵守するものとする。

「商品情報の授受に関するガイドライン」（案）より抜粋

出展：経産省商品情報連携会議資料より

経産省商品情報連携会議

主体別に求められる役割と規定 (2/2)

商品情報プラットフォーム運営事業者

- 商品情報プラットフォーム運営事業者は、基本項目及び業界固有項目、また画像・品質情報などの拡張データ項目について標準化を推進し、消費財サプライチェーンの効率化・適正化及び生産性向上の実現に向けて商品情報プラットフォームを整備する。
- 登録項目に関してバリデーションチェック等によりデータの一貫性を保つための措置を講じ、適切なデータ更新とエラーデータの修正を商品情報登録者に促す。
- 正確な情報提供を維持するため、提供される情報に誤りがあった場合に、当該情報を直ちに訂正するための対応プロセスを定め、商品情報利用者が訂正された情報を速やかに取得できる仕組みを構築する。
- 利便性の向上を目的とし、商品情報プラットフォームに携わる事業者からの要望を収集・整理し、これを自らの責任において機能改善に反映することを継続的に行うものとする。
- 商品情報プラットフォームに携わる事業者からの要望のうち、業界横断的な検討を要する事項については、製配販の事業者と協議し、対応状況や負荷を考慮した上で、改善を図るものとする。

商品情報利用者

- 商品情報利用者は、商品情報プラットフォームから取得した商品情報を適切に利用する。
- 取得したデータに誤りを発見した場合は、商品情報プラットフォーム運営事業者の定めるルールに則り、データの訂正のために対応を行う。
- 商品情報プラットフォームを通じて利用する商品情報は、別紙1,2,3に記載された範囲とする。別紙1,2,3の掲載事項を超えた商品情報の取り扱いを商品情報プラットフォームに要求する際には、商品情報プラットフォーム運営事業者が定めた所定の手続きを経るものとする。自社の都合に基づき、ブランドオーナーまたは商品情報登録者に対し商品情報プラットフォームを介さずに非競争領域の商品情報を紹介することは、原則として行わない。
- 自社独自コードとの紐付け、実際の商品との紐付けについては自社システム内で行うこととし、商品情報プラットフォームを通じて得られたデータとの整合性の維持に努める。

「商品情報の授受に関するガイドライン」(案)より抜粋

出展：経産省商品情報連携会議資料より

ガイドラインの拡充・見直しの必要性

- 今年度のガイドラインは、基本的な商品情報の授受に係る事項について一定の方向性を示すことが目的。
- 一方、我が国の豊かな消費生活を支える多種多様な消費財のサプライチェーンを維持・効率化していくためには、さらなる多様な商品情報の項目、商流形態、商品カテゴリ等について、ルールを拡充していくことが必要である。
- 加えて、より詳細な議論をする中で必要に応じて見直しを行うことも必要である。

想定される論点

1. 新たな情報項目、商流形態、商品カテゴリ等に係る事項

画像情報や品質情報等の実務ニーズが高い項目に関する運用方法や規定をはじめ、登録情報の必須／任意に関する規定、PB商品等の取扱いを踏まえた規定の見直し、新たな商品カテゴリ（OTC医薬品、家電等）の追加を見据えた検討

2. 商品情報授受のタイミングに係る事項

商品情報の登録期限である6週間前よりも早期に行う商談での情報授受など、製・配・販の全体を見渡しての業務効率化を目的とした、登録期限や情報公開制御の運用方法等に関するルールの見直し要否の検討

3. GTINの取扱いに係る事項

GTIN「10の基準」の解釈（継続議論）、GTINが変更とならない仕様変更の管理方法（識別の必要性やCPV活用の是非）

4. 商品情報プラットフォーム運営事業者のガイドライン上の定義の整理・見直し

商品情報PFの機能拡充や活用場面の拡大が進むにつれて変化が見込まれる、商品情報PF運営事業者が担う役割に関する検討（例：物流プラットフォームや他の商品カテゴリDBの運営事業者等との連携にあたっての）

出展：経産省商品情報連携会議資料より

商品情報プラットフォームの周知・利用拡大

- 今後は、さらなる商品情報の標準化と情報授受プロセスの一元化に向けて、ガイドラインや商品情報プラットフォームそのものの普及啓発、さらなる拡充策に取り組んでいくことが必要。

「商品情報連携会議」
(第2回) 資料3より

➤ ガイドライン・商品情報プラットフォームの普及啓発

ガイドラインのルールを遵守し、これに則った運用を広く定着させるため、各関係事業者に対してガイドラインの周知啓発を行うことが必要。特に、サプライチェーン全体の効率化の実現のためには、商品情報プラットフォームを介さず個別に商品情報の授受が継続されることを防いでいくことが重要であり、関係事業者に対し商品情報PFの利用を促していくことも必要。

➤ 画像や品質情報等の対象項目の拡充、対象DBの拡充

さらなる商品情報プラットフォームの普及拡大に向けては、画像や品質情報等の対象項目の拡充、対象DBの拡充等の技術開発・ルール整備も進めていくことが必要。

➤ 商品情報PFの発展的活用

- ・ 商品情報の入力支援や真正性の高い商品情報を活用した新たなソリューションの発展
- ・ フィジカルインターネット実現に向けた情報連携
- ・ 高精細の商品画像を活用した省人化やロボティクス技術との連携可能性の検討 等

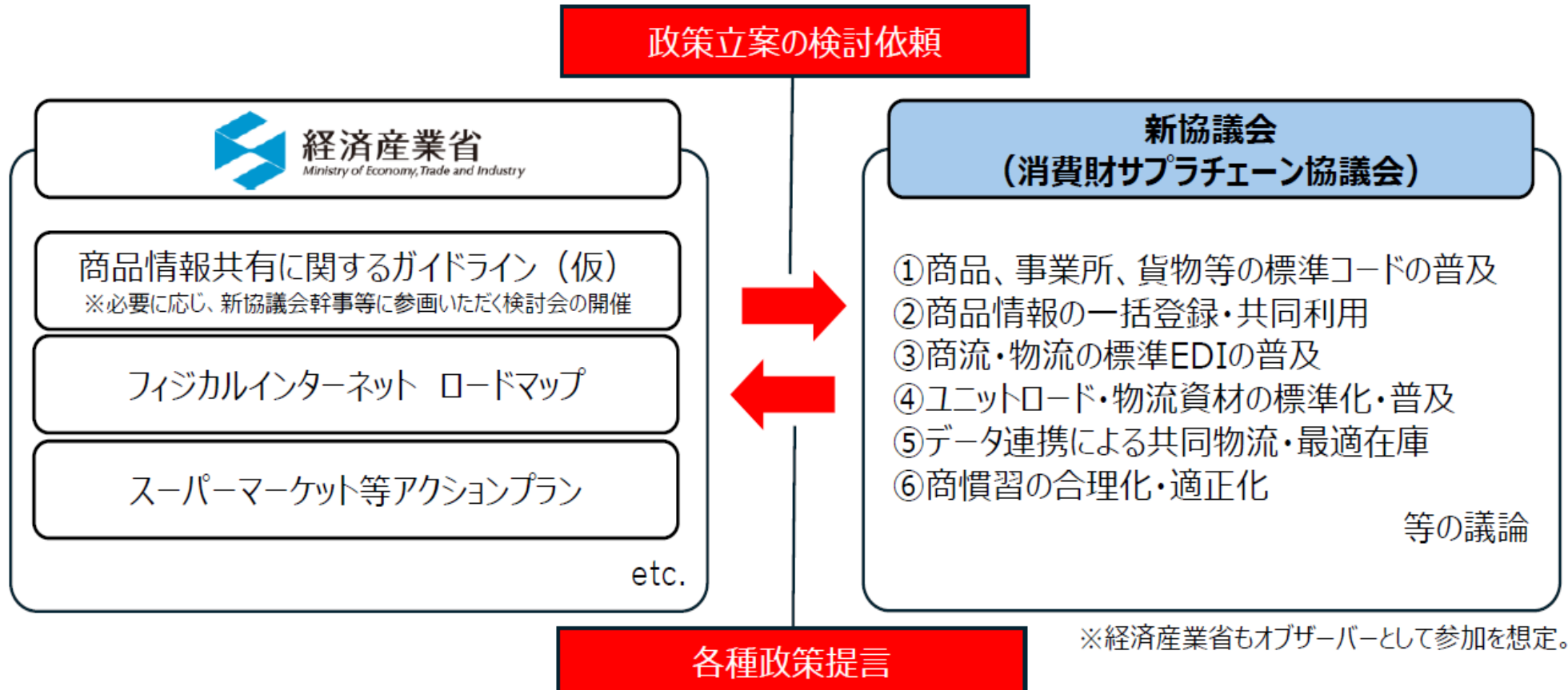
出展：経産省商品情報連携会議資料より

経産省商品情報連携会議 - 今後の検討体制 -

第二回
商品情報連携会
議資料より抜粋

商品情報連携に関する今後の検討体制

- ✓ 商流・物流・情報流のあり方を抜本的に改善・改革する取組を進める。
- ✓ 国等に対して政策提言等を行う新協議会において、商品情報連携にかかる議論を継続する。
- ✓ 新協議会では、政策立案の際の検討依頼、案内、解説等を受ける一方、各種政策提言等を行い、双方向の連携を強化する。



出展：経産省商品情報連携会議資料より



経産省商品情報連携会議 - 今後の検討体制 -

消費財サプライチェーン協議会 概略

名称	消費財サプライチェーン協議会
設立	2026年5月（予定）
目的	消費財業界におけるメーカー（製）、中間流通・卸売（配）、小売（販）の連携により、サプライチェーン全体でデジタル化による生産性向上を真に実現するため、商流・物流・情報流のあり方を抜本的に改善・改革する取組を進めるとともに、国等に対する政策提言を行う。
主な事業内容	デジタル化による生産性向上を実現するための、製・配・販連携の標準・データ連携の社会実装を行う 情報流 ① 商品、事業所、貨物等の標準コードの普及 ② 商品情報の一括登録・共同利用 ③ 商流・物流の標準EDIの普及 物流 ④ ユニットロード・物流資材の標準化・普及 ⑤ データ連携による共同物流・最適在庫の実現 商流 ⑥（上記を実現するための）商慣習の合理化・適正化
構成員	<正会員（議決権あり）> 消費財サプライチェーンを構成する製・配・販の各企業 <準会員> 製・配・販の業界団体（総会・運営委員会・WGへオブザーバ参加） <賛助会員> 標準化団体、業界標準システム運営企業等 物流事業者、情報システム事業者（総会・必要に応じてWGオブザーバ参加）
会費	50万円/1社・年（正会員、賛助会員のみ） 協議会の継続的な運営事務に充当

出展：経産省商品情報連携会議資料より

(4) 「N-Sikle」(日食協 商品情報連携標準化システム)

① 「N-Sikle」(日食協 商品情報連携標準化システム) とは

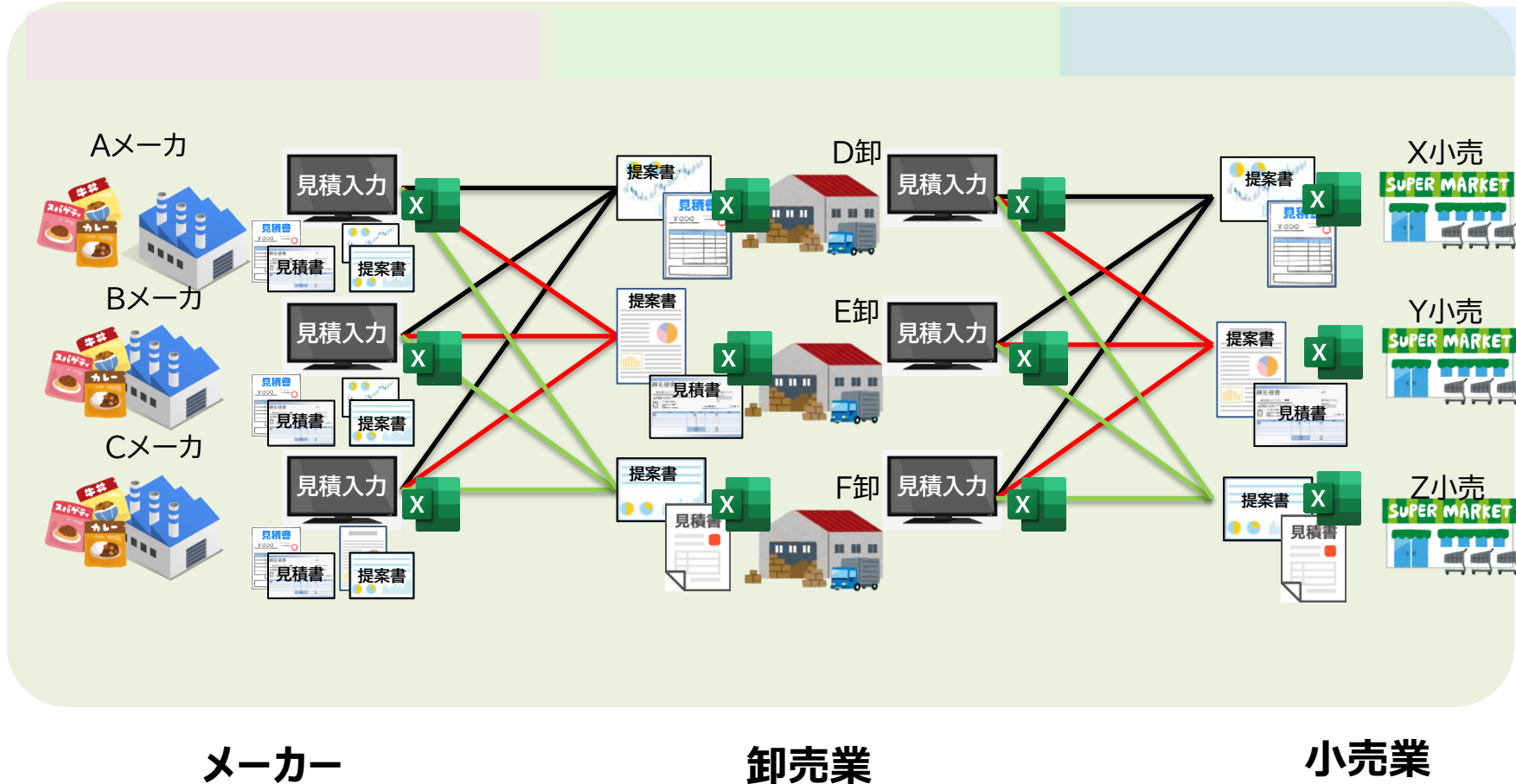
Nisshokukyo Sales Information Key Link Enhance network

「メーカー・卸・小売間」で見積情報・商品マスタ情報の授受をデジタル化し、フォーマットの共通化や自動変換・出力を行うことで、小売業ごとの個別対応、メーカー・卸担当者ごとの重複作業を削減し、サプライチェーン間の全体最適を目指す仕組み」

(4) 「N-Sikle」(日食協 商品情報連携標準化システム)

② 商談業務・商品情報連携の現状

現状では メーカー・卸は小売毎の専用フォーマットで見積書や商品情報を提案してきました。その為、同じ情報を異なるフォーマットで作成するという重複作業が発生しています。

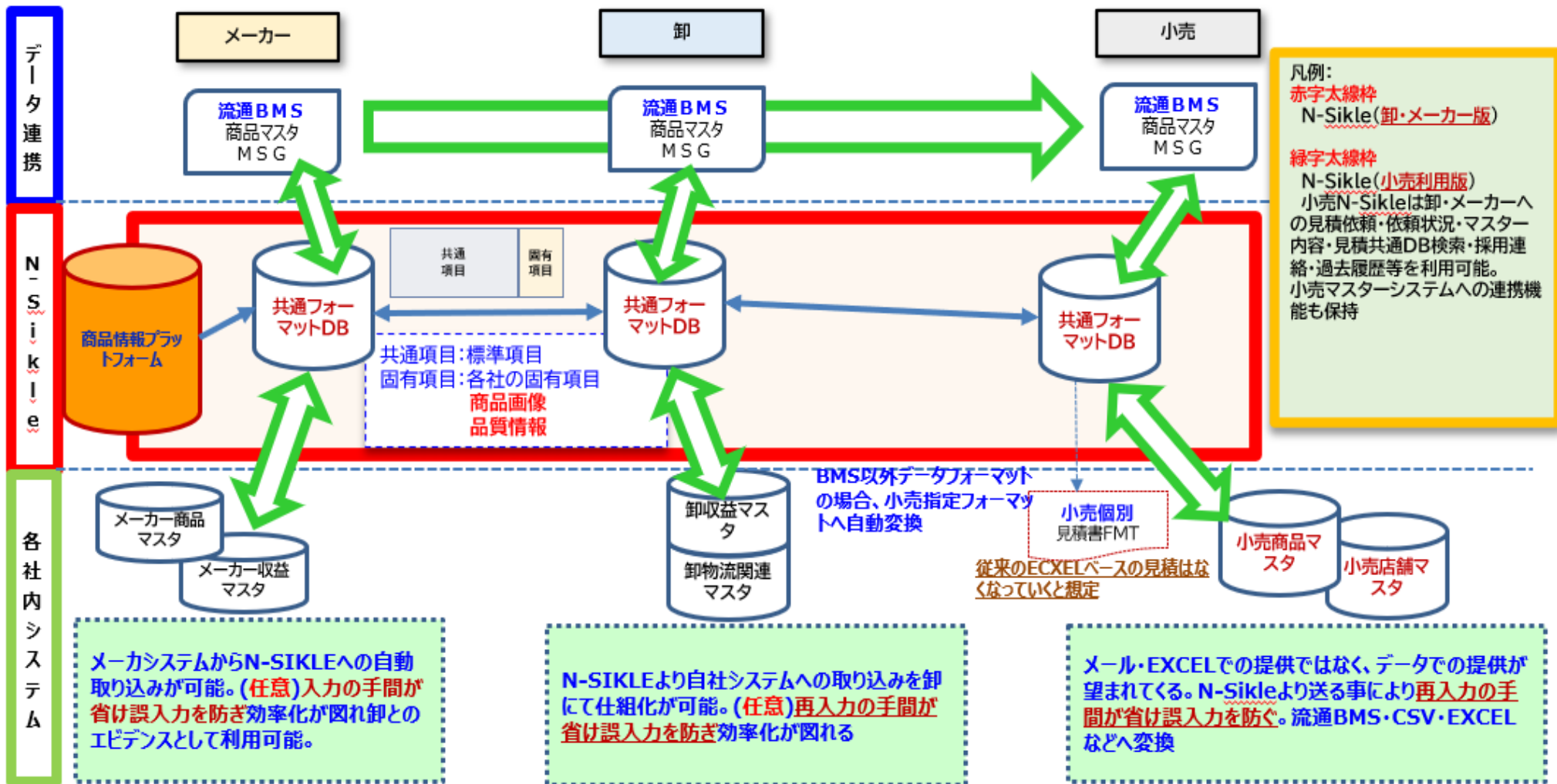


③ N-Sikle サプライチェーンデータ連携構想について

N-Sikle対応範囲

N-Sikleの全体像 ~商品情報 製配販での共通プラットフォーム利用(セキュリティは担保)~

将来想定されるデータ連携





 一般社団法人 **日本加工食品卸協会**