# 消費財サプライチェーン協議会の活動について

2026年10月23日（金）

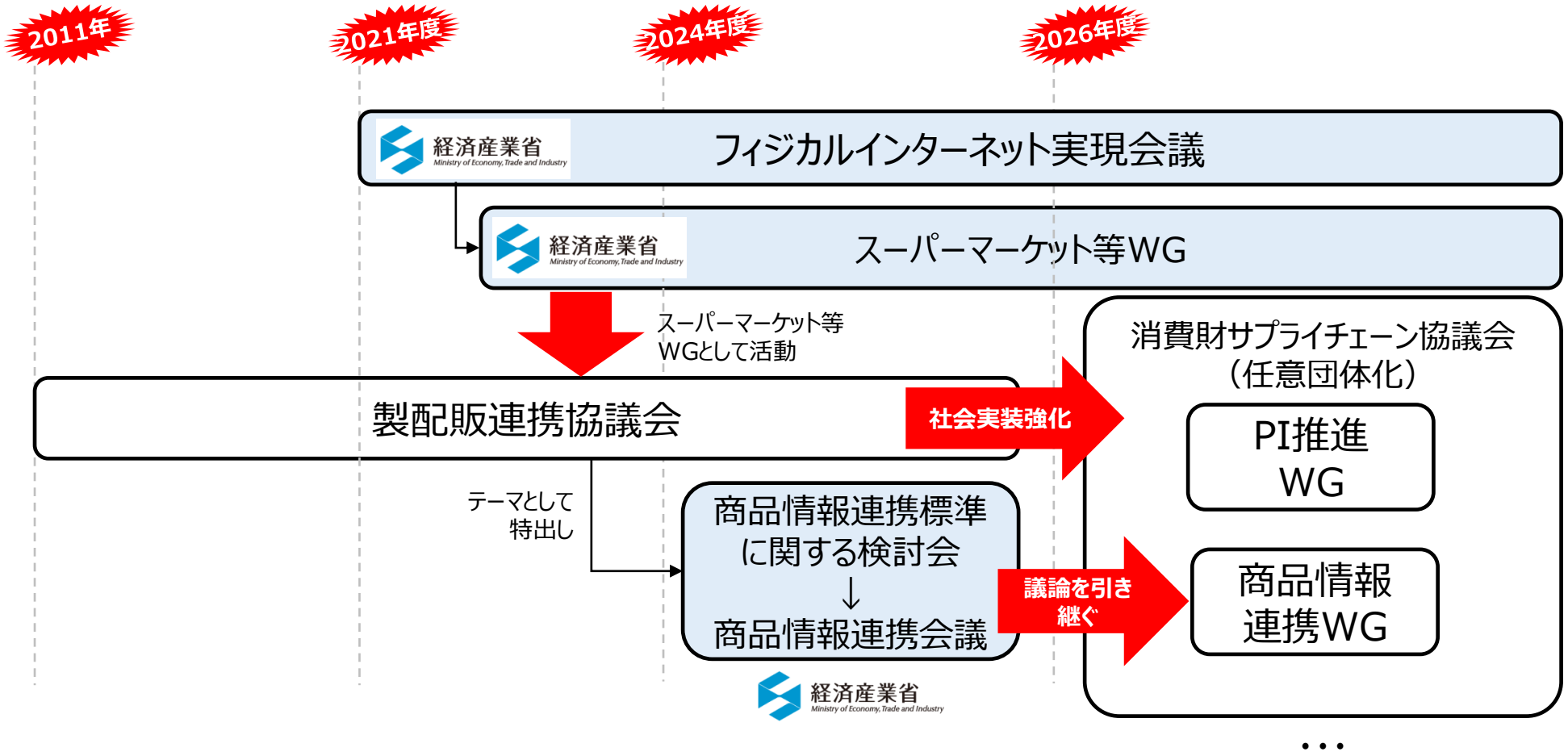
消費財サプライチェーン協議会
資料作成：消費財サプライチェーン協議会　事務局
（公益財団法人流通経済研究所）

# 背景

背景

# これまでの経緯と消費財サプライチェーン協議会とのつながりについて

- ✓ 製配販連携協議会では、2011年設立当時からサプライチェーンの効率化と付加価値向上に向けた各種取り組みを推進してきた。
- ✓ 直近では、2022年度よりフィジカルインターネット実現に向けて4つのＷＧを作り、議論を進めてきた。
- ✓ そのうち、商品情報連携のテーマについては特出しされ、経産省商品情報連携会議にて集中的に議論。今後は本協議会にて双方の議論を引き継ぎ、社会実装を目指す。



背景：2011～2025年

# 【参考】製・配・販連携協議会とは（2011～2025）

【目的】

- ✓ 消費財分野におけるメーカー（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・マネジメント（SCM）の抜本的なイノベーション・改善を図り、もって産業競争力を高め豊かな国民生活への貢献を目指す。
- ✓ 活動の趣旨は、【ビジョン】としてまとめられ、参加各社のトップマネジメントによる賛同とこれに沿った行動を参加の主要要件としていた。

## ■ 参加企業

- ✓ 加工食品・日用品の製・配・販事業者

## ■ 主催・支援

- ✓ 経済産業省
- ✓ 一般財団法人 流通システム開発センター
- ✓ 公益財団法人 流通経済研究所

# 【参考】製・配・販連携協議会参加企業一覧（55社、2025年6月当時）

アース製薬株式会社
アイリスオーヤマ株式会社
アサヒビール株式会社
味の素株式会社
アリナミン製薬株式会社
株式会社伊藤園
大塚製薬株式会社
花王株式会社／花王グループカスタマーマーケティング株式会社
キッコーマン食品株式会社
キユーピー株式会社
キリンビール株式会社
コカ・コーラカスタマーマーケティング株式会社
サッポロビール株式会社
サントリー食品インターナショナル株式会社
資生堂ジャパン株式会社
大正製薬株式会社
第一三共ヘルスケア株式会社
日清食品株式会社
ネスレ日本株式会社
ハウス食品株式会社
プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社
ユニ・チャーム株式会社
ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社
ライオン株式会社
ロート製薬株式会社

株式会社あらた
伊藤忠食品株式会社
株式会社大木
加藤産業株式会社
国分グループ本社株式会社
株式会社日本アクセス
株式会社PALTAC
三井食品株式会社
三菱食品株式会社

株式会社アークス
イオンリテール株式会社
株式会社イズミ
株式会社イトーヨーカ堂
ウエルシア薬局株式会社
株式会社コメリ
サミット株式会社
スギホールディングス株式会社
株式会社西友
株式会社セブン-イレブン・ジャパン
DCMホールディングス株式会社
株式会社バローホールディングス
株式会社ファミリーマート
株式会社フジ
株式会社平和堂
株式会社マツキヨココカラ&カンパニー
株式会社マルエツ
ミニストップ株式会社
株式会社ヤオコー
株式会社ライフコーポレーション
株式会社ローソン

背景：2021年度

# 行政の動き　経済産業省フィジカルインターネット実現会議　スーパーマーケット等WG

- ✓ 経済産業省及び国土交通省の連携により、我が国で2040年までにフィジカルインターネットを実現するべく、フィジカルインターネット実現会議を開催。令和4年3月に「フィジカルインターネット・ロードマップ」を策定・公表。
- ✓ また消費財業界に特化した「スーパーマーケット等WG」も立ち上げ、2030年までのアクションプランを策定。

## フィジカルインターネット実現会議

**<構成委員>** ※敬称略・五十音順

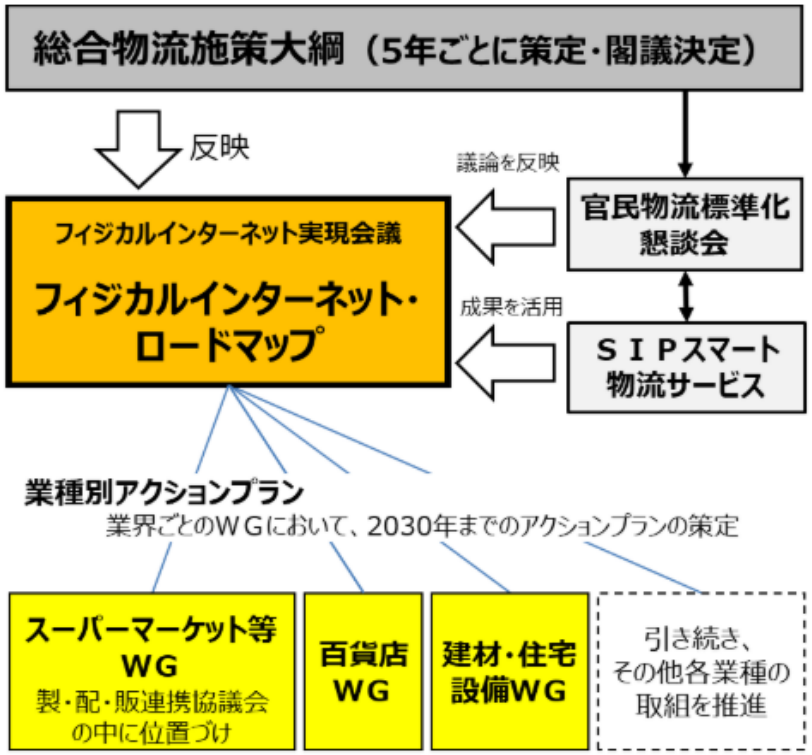
| | |
|---|---|
| 浅野　耕児 | 一般財団法人流通システム開発センター ソリューション第二部　部長 |
| 荒木　勉 | 上智大学　名誉教授 |
| 伊勢川　光 | 一般社団法人日本物流団体連合会　理事・事務局長 |
| 小野塚　征志 | 株式会社ローランド・ベルガー　パートナー |
| 加藤　弘貴 | 公益財団法人流通経済研究所　専務理事 |
| 河合　亜矢子 | 学習院大学　経済学部　教授 |
| 齋藤　弘憲 | 公益社団法人経済同友会　執行役 |
| 嶋﨑　真理 | 一般社団法人日本倉庫協会　常務理事 |
| 土屋　知省 | 一般社団法人日本冷蔵倉庫協会　理事長 |
| 西岡　靖之 | 法政大学　デザイン工学部　教授 |
| 西成　活裕 | 東京大学　先端科学技術研究センター　教授 |
| 橋本　雅隆 | 明治大学　グローバル・ビジネス研究科　専任教授 |
| 原島　藤壽 | 公益社団法人全日本トラック協会　物流政策委員会　副委員長 |
| 藤野　直明 | 株式会社野村総合研究所　産業ＩＴイノベーション事業本部　主席研究員 |
| 北條　英 | 公益社団法人日本ロジスティクスシステム協会　理事 |
| 堀内　保潔 | 一般社団法人日本経済団体連合会　産業政策本部長 |
| 宮澤　伸 | 日本商工会議所　地域振興部長 |
| 村上　富美 | 株式会社日経ＢＰ　日経ビジネス編集部　シニアエディター |
| 吉本　一穂 | 早稲田大学　創造理工学部　教授 |

**<事務局>**

経済産業省　商務・サービスグループ　消費・流通政策課　物流企画室
国土交通省　総合政策局　物流政策課

※構成委員は2022年3月当時のもの

## 検討・実施体制



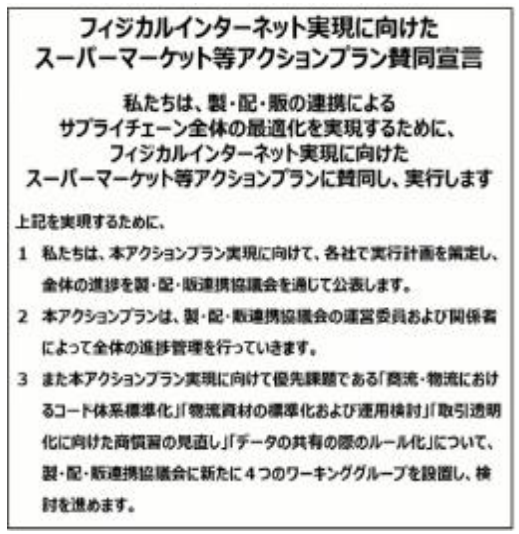

出典：持続可能な物流の実現に向けた検討会第１回 資料2　物流を取り巻く現状と取組状況より抜粋
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/sustainable_logistics/pdf/001_02_00.pdf

背景：2022年7月

# フィジカルインターネット実現に向けたスーパーマーケット等アクションプラン賛同宣言

- ✓ 消費財サプライチェーンの大手企業54社（2022年当時）が加盟している製・配・販連携協議会では、2022年７月８日に開催した「製・配・販連携協議会　総会」において、当協議会加盟企業45社が「フィジカルインターネット実現に向けたスーパーマーケット等アクションプラン」への賛同宣言を実施。

- ✓ 宣言の中で、アクションプラン実現に向けて優先課題である「商流・物流におけるコード体系標準化」「物流資材の標準化および運用検討」「取引透明化に向けた商慣習の見直し」「データの共有の際のルール化」について、製・配・販連携協議会に新たに４つワーキンググループを設置し、検討を進めることとした。

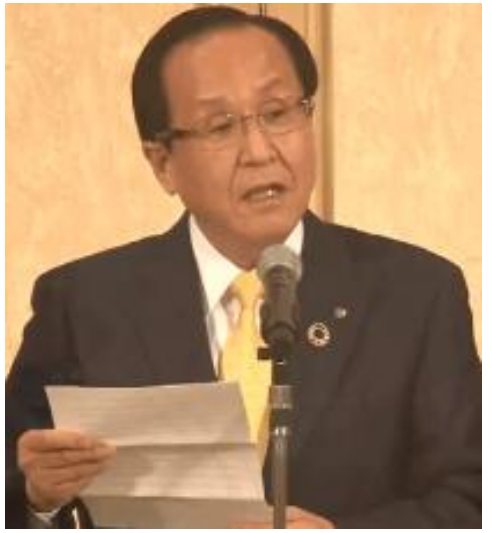


フィジカルインターネット実現に向けた
スーパーマーケット等アクションプラン賛同宣言

私たちは、製・配・販の連携による
サプライチェーン全体の最適化を実現するために、
フィジカルインターネット実現に向けた
スーパーマーケット等アクションプランに賛同し、実行します

上記を実現するために、

1 私たちは、本アクションプラン実現に向けて、各社で実行計画を策定し、全体の進捗を製・配・販連携協議会を通じて公表します。
2 本アクションプランは、製・配・販連携協議会の運営委員および関係者によって全体の進捗管理を行っていきます。
3 また本アクションプラン実現に向けて優先課題である「商流・物流におけるコード体系標準化」「物流資材の標準化および運用検討」「取引透明化に向けた商慣習の見直し」「データの共有の際のルール化」について、製・配・販連携協議会に新たに４つのワーキンググループを設置し、検討を進めます。



45社を代表して賛同宣言を行う㈱イトーヨーカ堂 三枝会長

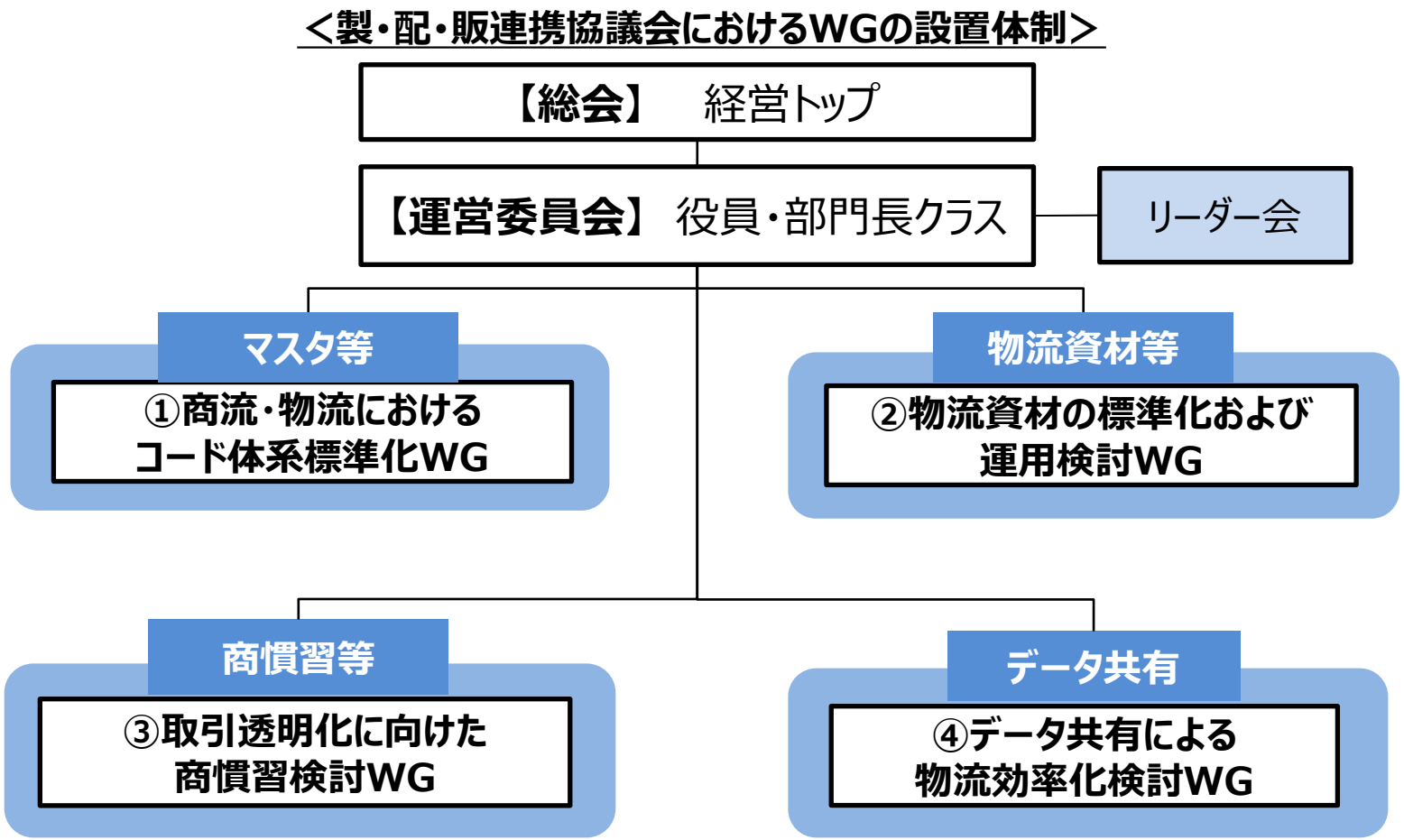
参加した賛同企業による記念撮影

出所：製配販連携協議会 フィジカルインターネット実現に向けたスーパーマーケット等アクションプラン賛同宣言
（https://www.dei.or.jp/seihaihan/pro.html）

背景：2022～2023年度

# 製・配・販連携協議会　組織体制

✓ フィジカルインターネット実現に向けたアクションプランを実行するべく、製・配・販連携協議会に4つのWGを組成し議論を続けてきた。



背景：2022～2023年度

# 製・配・販連携協議会取り組みの成果

WG②

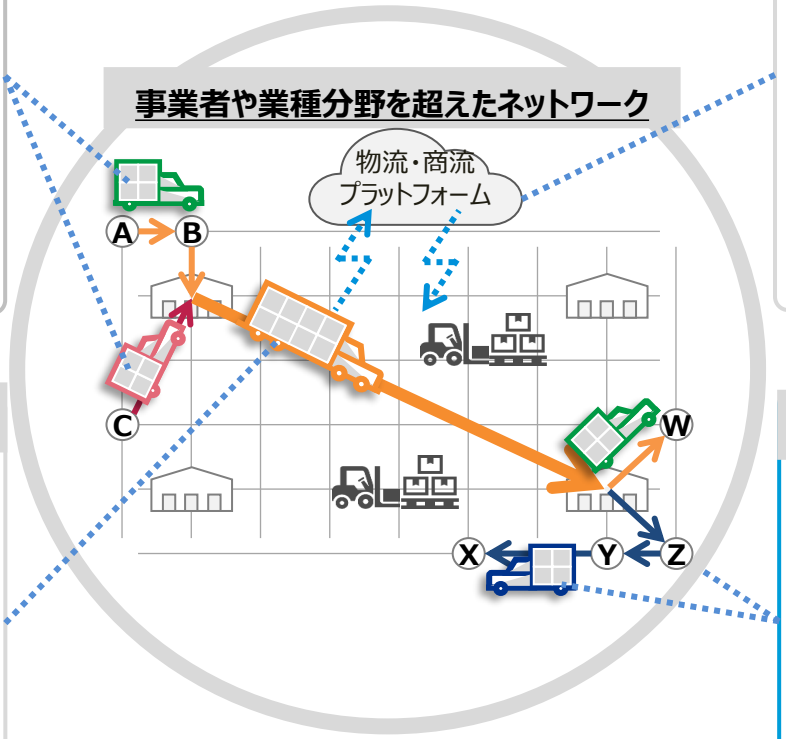
**物理的に運びやすくする**

オリコン（スマートボックス）の標準化に際して、仕様の要件を取りまとめた。
また、スマートボックスを共有（レンタル）する際の前提やルール等を整理。
25年度は国交省予算を活用し、レンタルスキーム検証のための大規模実証を実施。

WG③

**運びやすくするための商慣習見直し**

「消費財サプライチェーンにおける物流効率化に向けた物流サービスの明確化およびメニュープライシング導入ガイドライン」を策定。
「基準となる物流サービスの水準」を規定し、その上でサービスの高低によるメニュー化することで、物流効率化のインセンティブが働く形を想定。




WG④

**データ利用の際のルール化**

**＜納品データの電子化＞**
実証実験を経て、その有用性の確認と納品データを連携する際のルールを取りまとめた。

**＜共同輸配送データ連携＞**
共同輸配送の類型化とその際に必要な情報と課題について整理。

WG①

**物流インフラ・貨物の見える化の基礎**

**＜物流商品マスタ＞**
フィジカルインターネット実現に向けて、物流現場で必要な商品にまつわる情報（PI基本項目）を取りまとめ、共有のための方針を整備。

**＜物流標準事業所マスタ＞**
物流標準事業所マスタの定義、必要な項目、付番ルールを決定し、運用・メンテナンス等の大枠の方針を確認した。

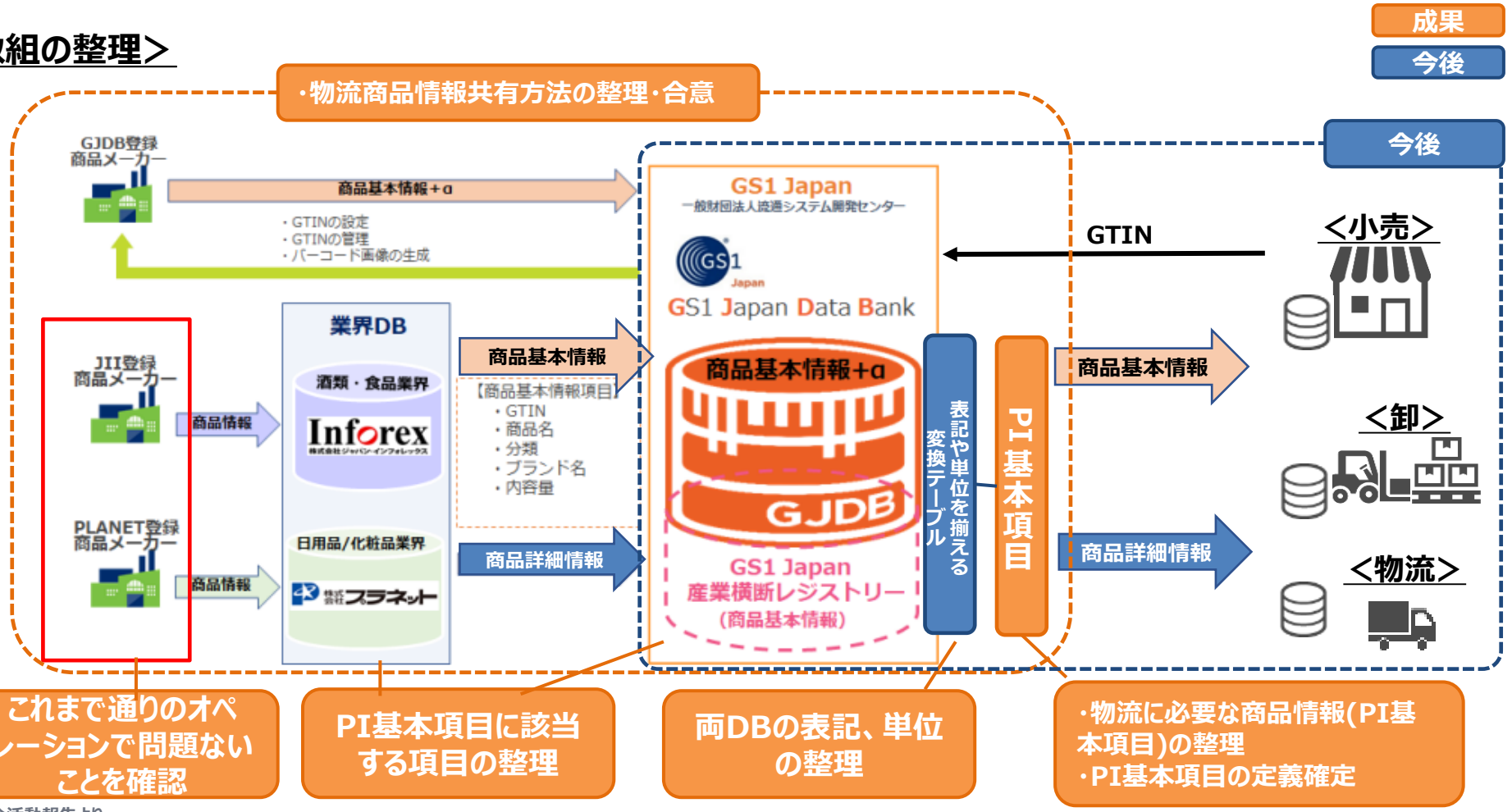
出所：令和３年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業（スーパーマーケット等における流通・物流の諸問題に関する調査）調査報告書より加工

背景：2022～2023年度

# 製・配・販連携協議会　①商流・物流におけるコード体系標準化WG　取り組み成果

- ✓ 物流に必要な情報の整理、定義を確定し、その情報を業界DBから連携できるようにPI基本項目に該当する項目の整理、業界DB間の表記・単位等の整理。上記取組みによって、業界全体として物流に必要な商品の情報を共有する見通しが立った。
- ✓ 2024年11月より別途経産省「商品情報連携標準に関する検討会」にて具体的な議論をすることとなった。

## ＜これまでの取組の整理＞




出所：製配販連携協議会活動報告より

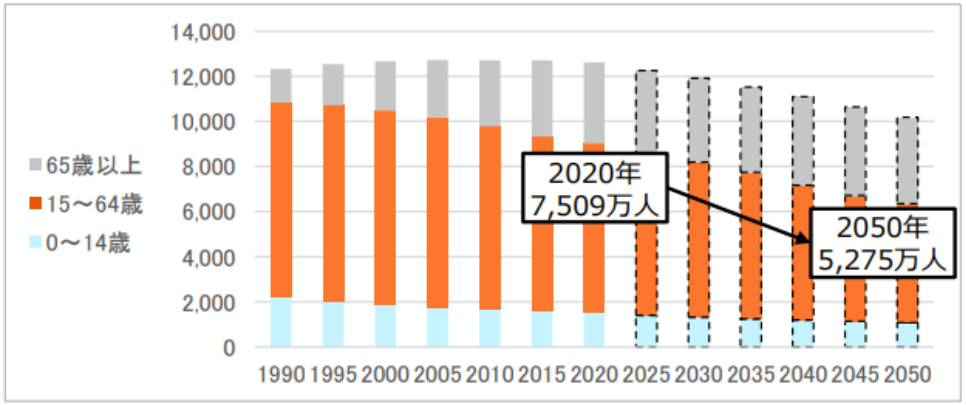
# 改めて商品情報連携について考える背景

✓ 少子・高齢化、人口減少が顕在化する我が国において、人手不足が深刻化。このままでは既存の流通を維持できなくなる恐れ。
✓ 一方で、消費者ニーズは高度化の一途であり、それに対応しなければならない。

## 商品情報授受概況

**生産年齢人口の減少 ※1**

■ 2050年には2,234万人、2020年に比べ**29.7%減少**すると予測されている




**商品情報項目の増加 ※2**

**画像情報**

■ EC販売拡大に伴う画像情報の多様化
- ✓ 360°画像
- ✓ 高画質画像

■ 販促手法としての製品パッケージの多様化
- ✓ 季節限定パッケージ
- ✓ 人気アニメとのコラボ商品

**品質情報**

- ✓ 2001年 アレルゲン表示の義務化
- ✓ 2008年 表示対象アレルゲン項目の追加
- ✓ 2015年 栄養成分表示の義務化
- ✓ 2017年 原料原産地表示の義務化

**このままでは消費財サプライチェーンを維持できなくなる？**

出所：経産省　第１回商品情報連携標準に関する検討会　【資料４】商品情報連携標準について（経済産業省提出資料）より抜粋

背景：2024年度　経産省商品情報連携標準に関する検討会

# 商品情報連携にかかる消費財サプライチェーン全体のコスト

- ✓　消費財サプライチェーン全体で受発注に関わる商品情報連携の工数は約30万人月。
- ✓　消費者のニーズ高度化に伴う品質・画像情報の取り扱いや商談支援システムとの連携まで想定すると82万人月。

| | | 商談 | 商品情報連携 | 受発注・物流管理 | 販売準備 |
|---|---|---|---|---|---|
| 効率化関連工数概算 | 新規概算 | 約30.2万人月 | 約17.7万人月 | 約8.1万人月 | 約26.1万人月 |
| | 第1回検討会提示 | 約14.3万人月 | 約12.1万人月 | 約3.7万人月 | 対象外 |
| 対象業務例 | メーカー | ■ 商談<br>✓ 基本情報伝達<br>✓ 取引情報伝達 | ■ 画像/品質情報伝達 | | |
| | 卸 | ■ 商談<br>✓ 基本情報伝達/取得・確認<br>✓ 取引情報伝達/取得・確認 | ■ 基本情報確認（業界DB）<br>■ 基本情報登録（代行）<br>■ 取引情報登録（代行） | ■ 受発注<br>✓ コード読み替え | ■ 画像/品質情報登録（代行） |
| | 小売 | ■ 商談<br>✓ 基本情報取得・確認<br>✓ 取引情報取得・確認 | ■ 基本情報登録<br>■ 取引情報登録 | ■ 棚割登録<br>✓ 商品サイズ情報取得・確認<br>✓ 商品画像（棚割）取得 | ■ 画像/品質情報登録<br>■ 店舗販促準備<br>✓ 画像制作<br>■ EC掲載準備<br>✓ 画像制作<br>✓ EC掲載用情報入力 |

出所：経産省　第１回商品情報連携標準に関する検討会　【資料４】商品情報連携標準について（経済産業省提出資料）より抜粋

背景：2024年度　経産省商品情報連携標準に関する検討会

# 商品情報連携にかかる消費財サプライチェーン全体のコスト

**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発出。

**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**

出所：経産省　第１回商品情報連携標準に関する検討会　【資料４】商品情報連携標準について（経済産業省提出資料）より抜粋

背景：2024年度　経産省商品情報連携標準に関する検討会

# 商品情報の連携に関する宣言

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しています。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です。我々は、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ます。

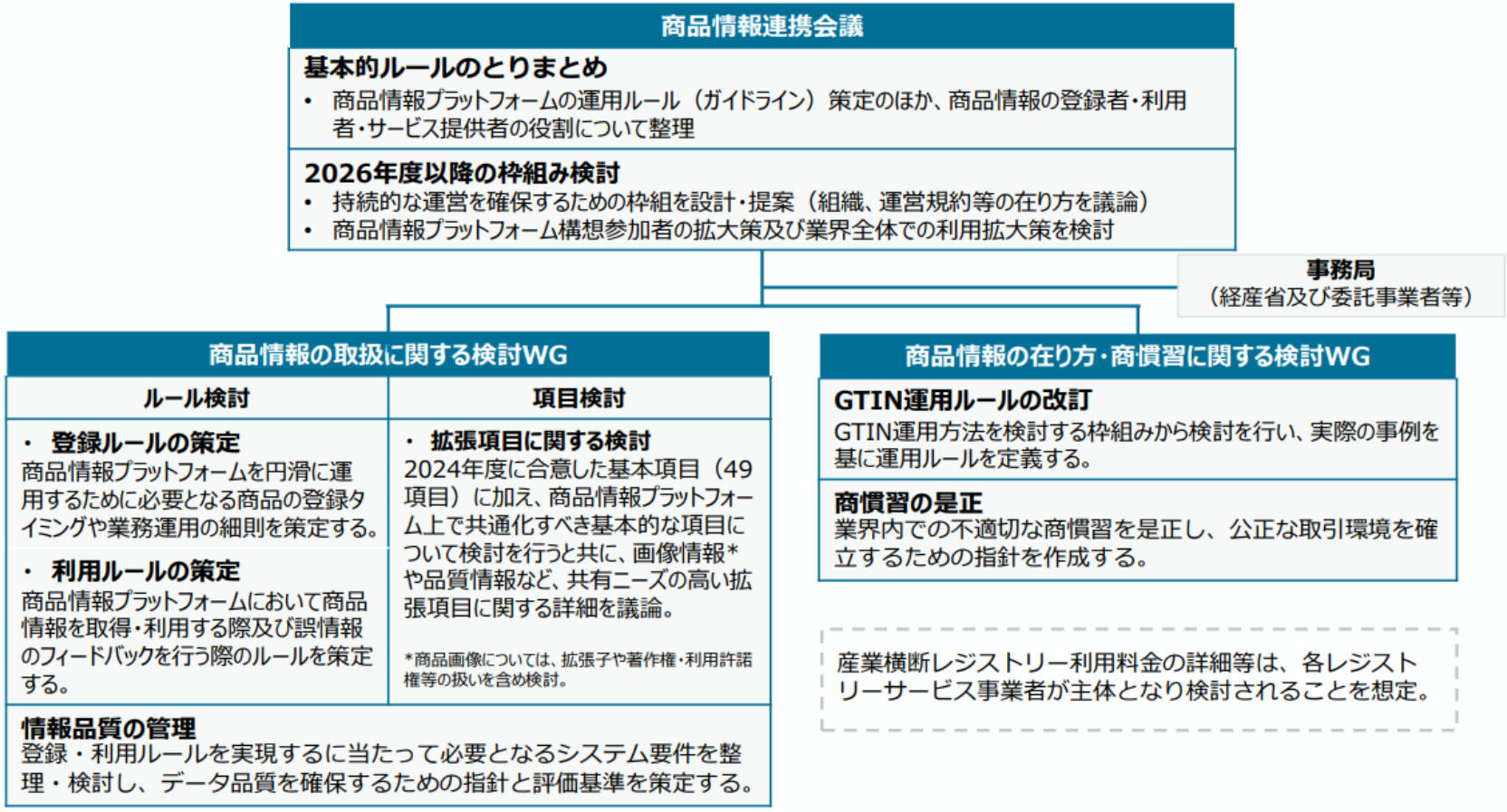
① 消費者に対する商品情報の説明責任
② 共通情報での協調
③ ブランドオーナーによるシングルインプット
④ 一括取得・共同利用
⑤ 一意に識別可能な商品の共通IDの利用

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となります。2025年度に、経済産業省主催で設置される「商品情報連携会議（仮称）」において、実効性の伴うガイドラインを国主導で策定いただくことを求めると共に、我々も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します。

出所：経産省　商品情報連携標準に関する検討会　商品情報の連携に関する宣言より

# 商品情報連携会議　2025年度の取り組みについて

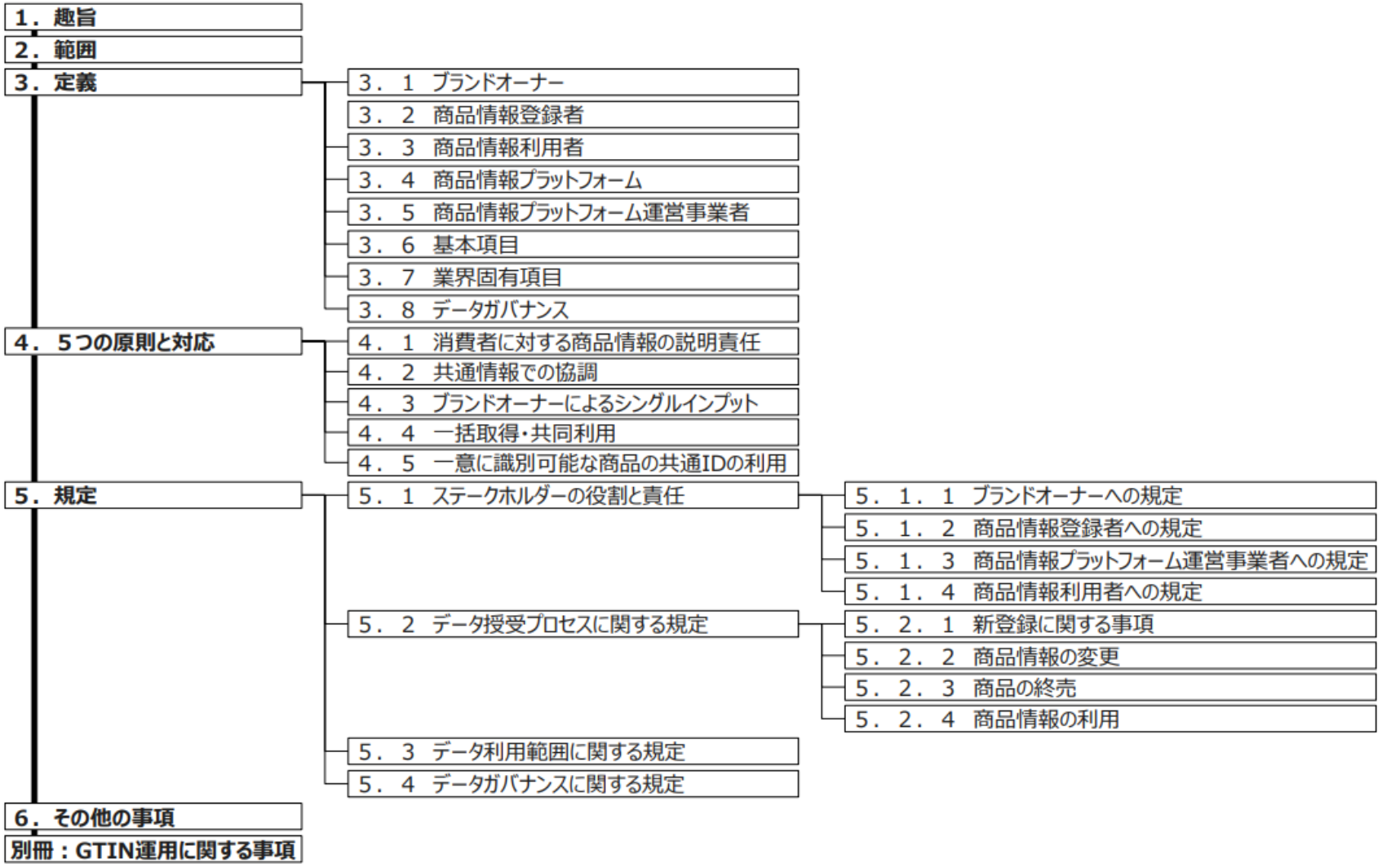
✓　２つのWGを設置し、商品情報連携に関するガイドラインを作成。




出所：経産省　第1回商品情報連携会議 【資料２】商品情報連携に関する取組について（経済産業省）より抜粋

背景：2025年度　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構成




出所：経産省　第3回商品情報連携会議 【資料６】第３回商品情報連携会議　検討WG状況報告（株式会社シグマクシス）より抜粋

背景：2025年度　商品情報連携会議

# 商品情報プラットフォームの実用化に向けた論点　データ連携スキーム

## 想定される論点

### ①商品情報プラットフォーム運営事業者の持つべき機能について

商品情報プラットフォーム運営事業者が担う機能、ユーザーが求める情報（基本情報・画像・品質情報など）を確実に届けられる体制　等

### ②2026年度中のプラットフォーム実用化に向けた対応の整理

2026年度中の実用化に向け、実践的試行、制度設計、普及に向けた周知広報等の具体的進め方の整理　等

### ③商品情報プラットフォーム運営事業者と利用事業者の契約関係

製配販の事業者をつなぐ商品情報プラットフォーム運営事業者との契約内容・関係　等

### ④必要な情報提供方式

利用者が求める基本情報・画像・品質情報を早期に利用できるようにするため必要な提供方式　等

### ⑤外部サービスベンダーへの情報提供

外部サービスベンダーへの情報提供の可否、提供する場合のサービスベンダーの必要な条件（改ざん防止、不正利用防止等）、
データの真正性、信頼性等を確保するプロセス　等

### ⑥ 費用負担の考え方

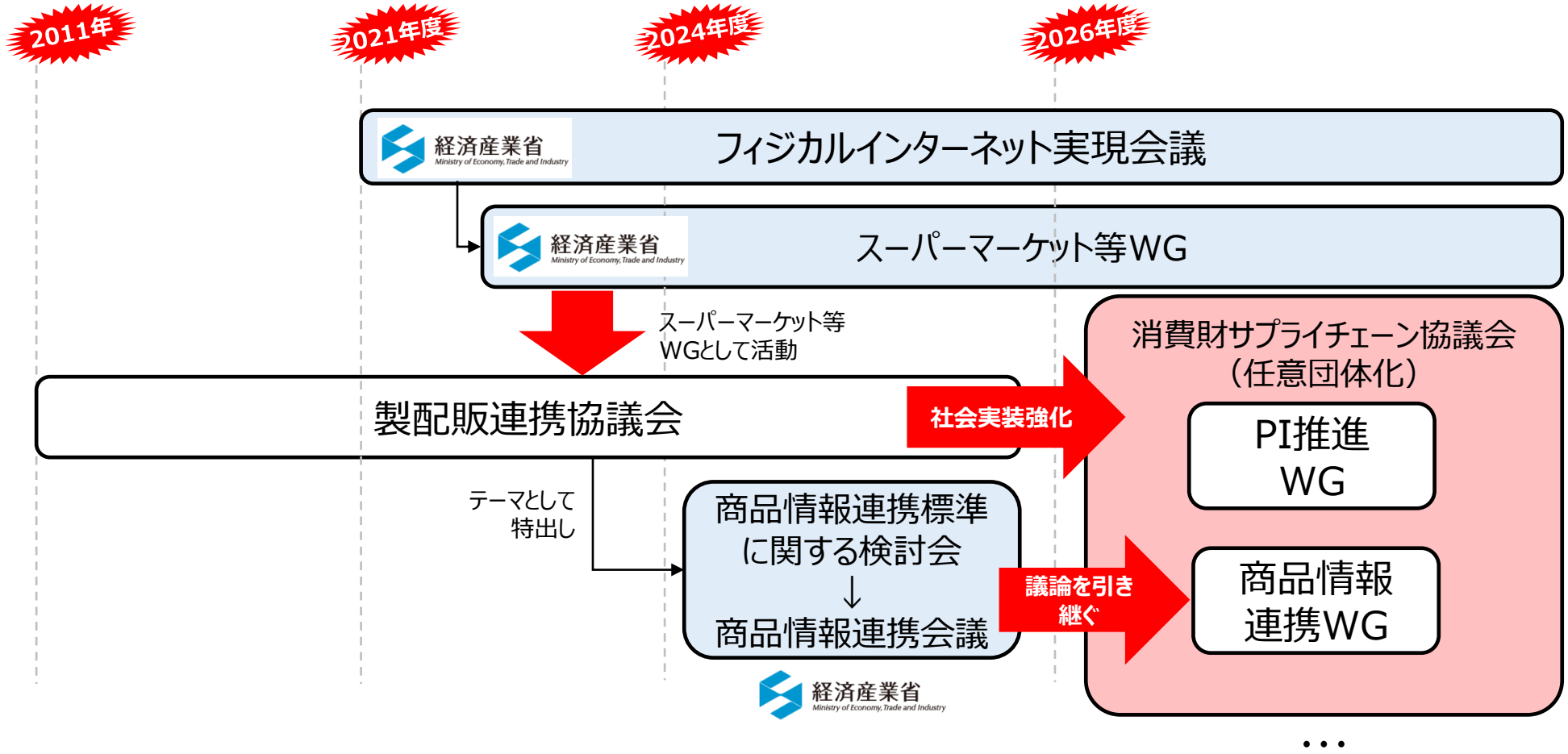
費用負担や料金体系の考え方　等

出所：経産省　第3回商品情報連携会議【資料６】第３回商品情報連携会議　検討WG状況報告より抜粋

# 消費財サプライチェーン協議会

# 消費財サプライチェーン協議会　設立（2026年5月27日）

- ✓ 製・配・販連携協議会の目的を踏襲し、各種テーマの社会実装を促進する。
- ✓ また別途経産省商品情報連携会議にて議論されてきたことを引き継ぎ、社会実装を目指す。



# 消費財サプライチェーン協議会　設立趣意書

これまで**製・配・販連携協議会では**、2011年立ち上げ当初より、「消費財分野におけるメーカー（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・マネジメント（SCM）の抜本的なイノベーション・改善を図り、もって産業競争力を高め豊かな国民生活への貢献を目指す」ことを目的として、流通BMSの導入推進、返品削減、配送効率化、納品期限の緩和等の商慣習の見直し、**フィジカルインターネット実現に向けた各種方針の打ち出し、意見集約**等を進めてきた。

一方、消費財サプライチェーンをとりまく環境は大きく変化しており、国内市場の量的縮小、原材料調達リスクの増大、脱炭素・資源循環への転換要請、流通・物流現場の人手不足への対応等の多様な課題が生じている。こうした課題は、**メーカー（製）、中間流通・卸売（配）、小売（販）の三層がより一層連携を強化していくことが必要であり**、加えて、三層間の意見調整を促す**行政との連携がますます重要**になっている。

そこで、我が国消費財サプライチェーンを主導する製・配・販の企業及び各業界を代表する業界団体が一堂に会し、行政との連携も強化しながら、協調領域と競争領域を再定義し、**商流・物流・情報流の在り方を根本から見直し、必要な標準とデータ連携を社会実装**することで、日本型消費財サプライチェーンの特徴である多様性と効率性の両立を実現し、消費者の豊かなライフスタイル実現に貢献していくために**本協議会を設立**することとした。

消費財サプライチェーンを構成するプレイヤーが「共存共栄」の精神のもと、上記目的を実現するために、全体最適の視点から公正で率直な議論と実行を期待するところである。

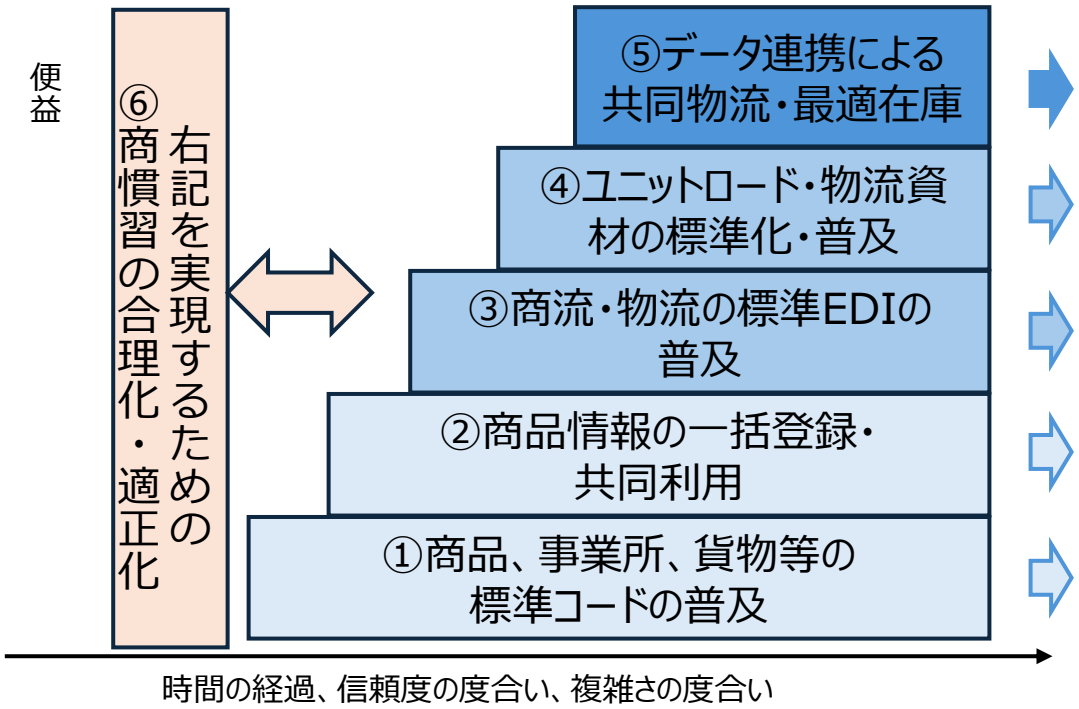
# 消費財サプライチェーン協議会　概略

| | |
|---|---|
| **名称** | **消費財サプライチェーン協議会** |
| **設立** | 2026年5月27日 |
| **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<br><br>情報流　①　商品、事業所、貨物等の標準コードの普及<br>②　商品情報の一括登録・共同利用<br>③　商流・物流の標準EDIの普及<br>物流　④　ユニットロード・物流資材の標準化・普及<br>⑤　データ連携による共同物流・最適在庫の実現<br>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<br>＜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）<br>＜賛助会員＞標準化団体、業界標準システム運営企業等<br>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） |

# 消費財サプライチェーン協議会において実現すべきテーマ

- ✓ 新協議会では、製・配・販連携のベースとなる標準化やデータ連携等を進め、フィジカルインターネットの実現を図る。
- ✓ 具体的には、まず、①～⑥の議論を行っていく。

## ＜製・配・販連携の標準・データ連携の社会実装＞




## ＜項目ごとの実現すべき姿＞

製・配・販＋物流事業者の各種データ連携を実現、
共同輸配送・共同拠点利用、在庫管理の最適化を行う

ユニットロード（貨物の取扱単位）や物流資材の標準化・普及を図り、
荷役・輸配送の省力化・効率化をはかる

受発注・納品・決済の一連の取引業務に必要な、
商流EDI・物流EDIの標準を一体的に整備し普及させる

商品　：ブランドオーナーによる業界DBへの登録、利用者によるデータ取得の実現

商品　：GTIN設定10原則の徹底
事業所：物流標準事業所コードのルール整備、データベース化
貨物　：貨物を識別する標準コード（SSCC,GRAI）等の利活用と利用の際のルールの整備

# 【参考】消費財サプライチェーン協議会　正会員一覧（2026年5月27日現在）

| メーカー |
|---|
| アース製薬株式会社 |
| アサヒグループジャパン株式会社 |
| 味の素株式会社 |
| 大塚製薬株式会社 |
| 花王株式会社 |
| カルビー株式会社 |
| キッコーマン食品株式会社 |
| キユーピー株式会社 |
| キリンビール株式会社 |
| コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社 |
| サッポロビール株式会社 |
| サントリービバレッジ＆フード株式会社 |
| 日清食品株式会社 |
| ハウス食品株式会社 |
| P＆G ジャパン合同会社 |
| 株式会社Mizkan |
| ユニ・チャーム株式会社 |
| ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社 |
| ライオン株式会社 |
| ロート製薬株式会社 |

| 卸売業 |
|---|
| 株式会社あらた |
| 伊藤忠食品株式会社 |
| 大木ヘルスケアホールディングス株式会社 |
| 加藤産業株式会社 |
| 国分グループ本社株式会社 |
| 株式会社日本アクセス |
| 株式会社PALTAC |
| 三井物産流通グループ株式会社 |
| 三菱食品株式会社 |

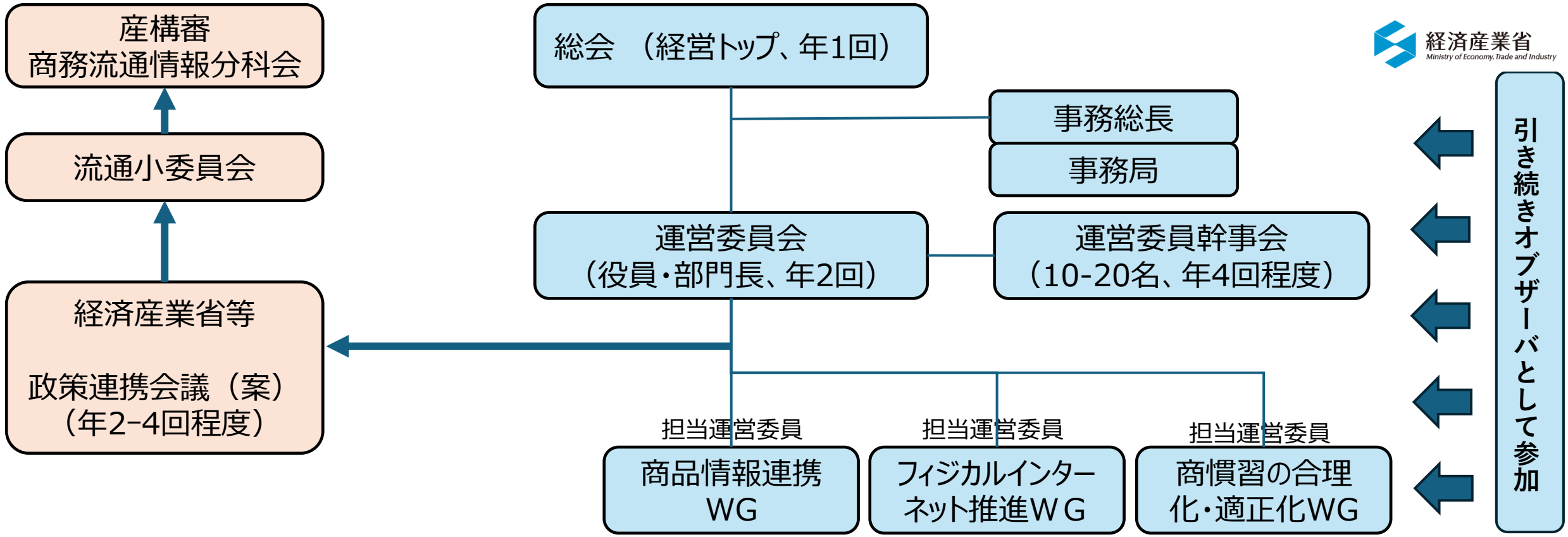
| 小売業 |
|---|
| 株式会社イズミ |
| イオン株式会社 |
| 株式会社イトーヨーカ堂 |
| サミット株式会社 |
| 株式会社スギ薬局 |
| 株式会社セブン－イレブン・ジャパン |
| 株式会社ツルハホールディングス |
| 株式会社東急ストア |
| 株式会社ファミリーマート |
| 株式会社マツキヨココカラ＆カンパニー |
| 株式会社マルエツ |
| 株式会社ヤオコー |
| 株式会社ライフコーポレーション |
| 株式会社ローソン |

# 【参考】消費財サプライチェーン協議会　準会員一覧（2026年5月27日現在）

| 準会員 |
| --- |
| 日用品サプライチェーン協議会 |
| 一般財団法人食品産業センター |
| 一般社団法人日本加工食品卸協会 |
| オール日本スーパーマーケット協会 |
| 一般社団法人全国スーパーマーケット協会 |
| 一般社団法人日本スーパーマーケット協会 |
| 日本チェーンストア協会 |
| 一般社団法人日本チェーンドラッグストア協会 |
| 一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会 |

# 消費財サプライチェーン協議会　組織

- ✓ 中立的な立場で事務局の運営を行う「事務総長」を設置する。
- ✓ 各種の標準、データ連携の社会実装に向けて、特に優先度の高い「商品情報の連携」と「フィジカルインターネット推進」、これらを実現するための「商慣習の合理化・適正化」についてWGを立ち上げ、議論をすすめる。
- ✓ 経産省をはじめ、行政との連携をさらに強化するため「政策連携会議（案）」において、政策立案等に積極的に関与する。



# 商品情報連携WG　進捗状況共有

# 商品情報連携会議を受けての対応の方向性

## ＜3/18会議で小売業委員から提示された意見＞

- GS1JP産業横断レジストリv1.0によるデータ連携は、小売業のニーズに必ずしも合致していない

✓ 問題1：対象情報項目が限定されており、品質・画像等の商品詳細情報が含まれていない

✓ 問題2：APIのみのデータ連携方式は既存のシステム・オペレーション要件に合わない

✓ 問題3：費用負担が大きい

このため、商品情報PFとして上記の問題をクリアする必要がある

## ＜商品情報PFとしての問題解決の方向性＞

- 小売業から指摘された問題について、最小のコストで合理的な連携方法を大前提として以下のように解決する

✓ 業界DB（JII、PRS）が保有する情報項目は、品質・画像情報等も含めて、連携対象とする

✓ 小売業等ユーザーが求めるデータ連携方式に対応する（ファイル連携方式など）

✓ 商品情報PFに必要なコストは最小化する。そのために既存のインフラを最大限活用する

上記を実現するため、産業横断レジストリに加え、業界DBと直接データを連携する方法を追加する

## ＜社会実装にむけたスケジュール＞

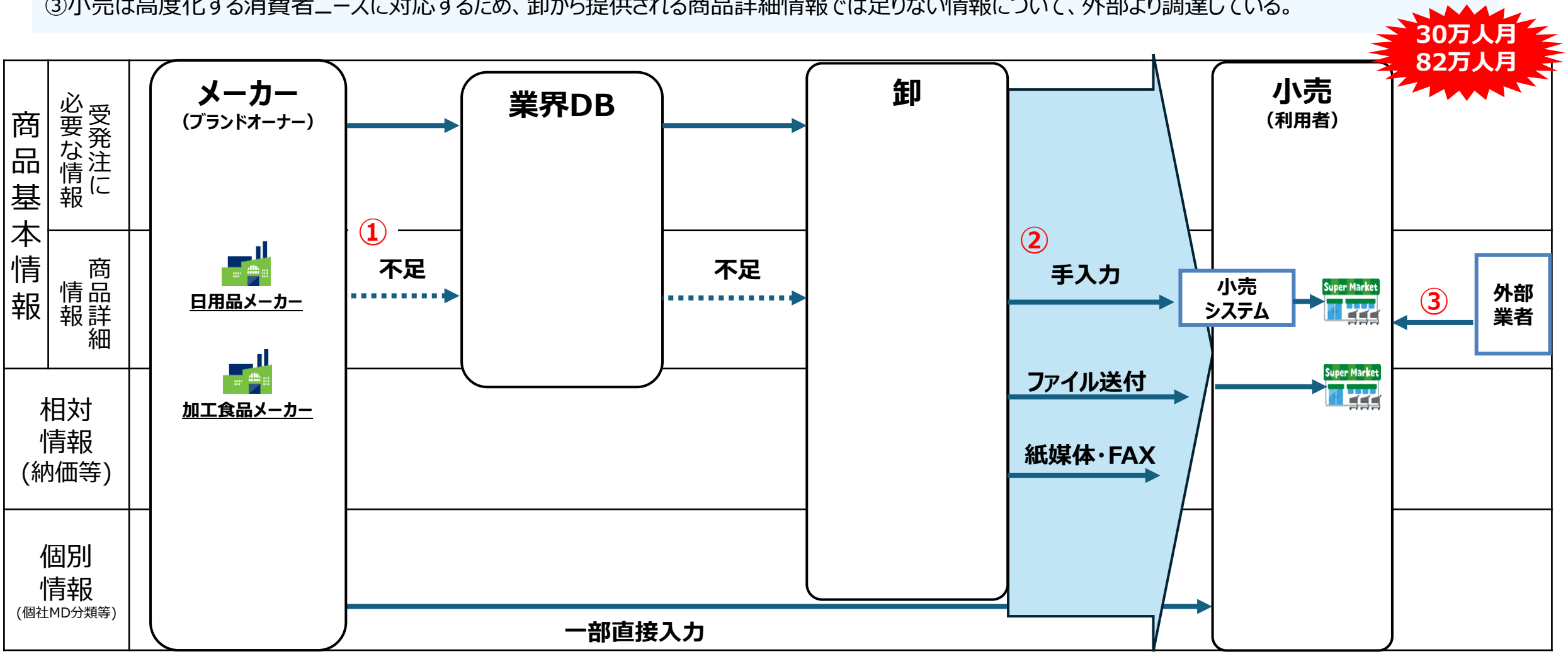
これまで議論してきたスケジュールは遅らせず、早期に社会実装を目指す

2026年度のテスト

2027年度の本稼働

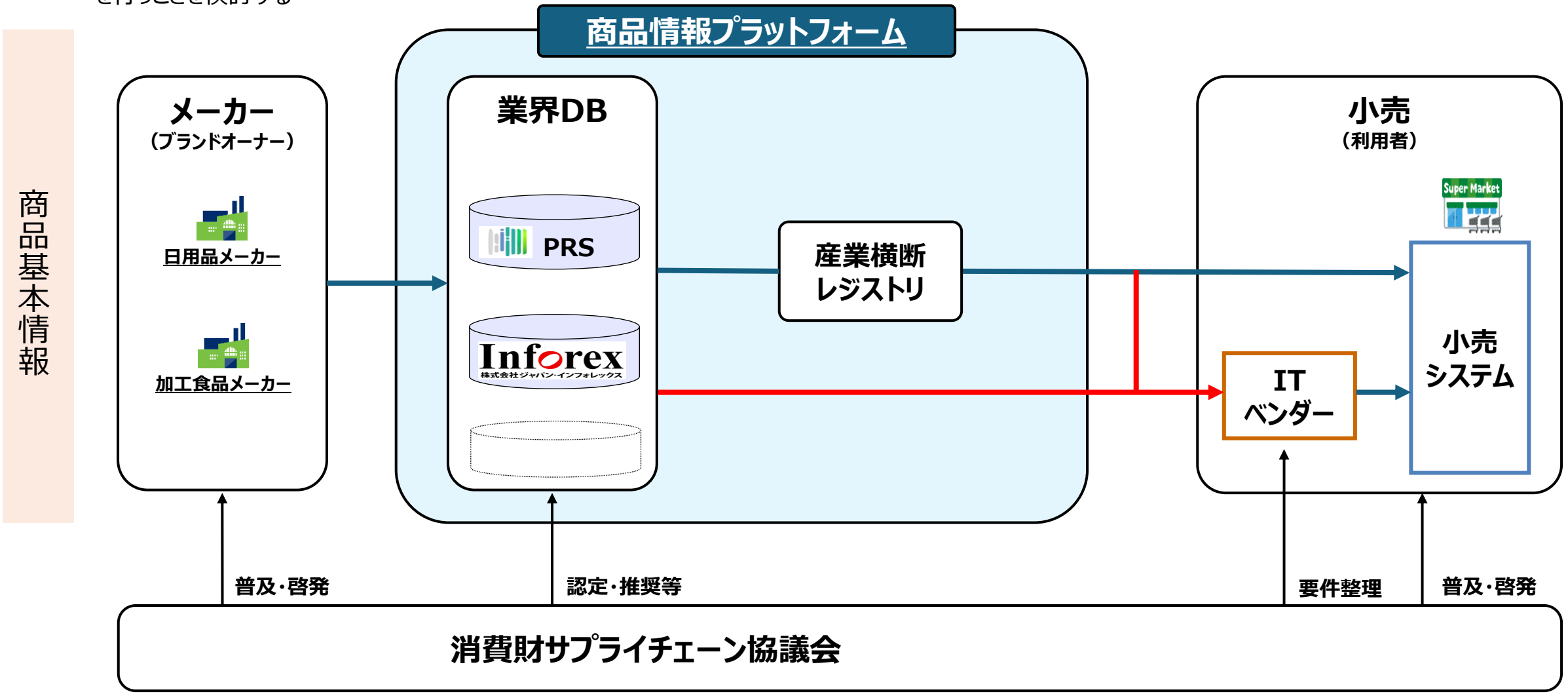
# 【再掲】現状の整理

商品情報は基本情報、相対情報、個別情報に分かれており、それぞれ異なるフォーマット、形式に合わせて人手を介して情報が伝達されている。
①メーカーは受発注に必要な情報は業界DBへ入力しているが、その他の詳細情報については受発注に必ずしも必要としないため情報が不足している。
②卸は取引先小売ごとに取り扱う商品を取りまとめ、多種多様なフォーマットに合わせて商品基本情報、相対情報、個別情報を提供している。
③小売は高度化する消費者ニーズに対応するため、卸から提供される商品詳細情報では足りない情報について、外部より調達している。



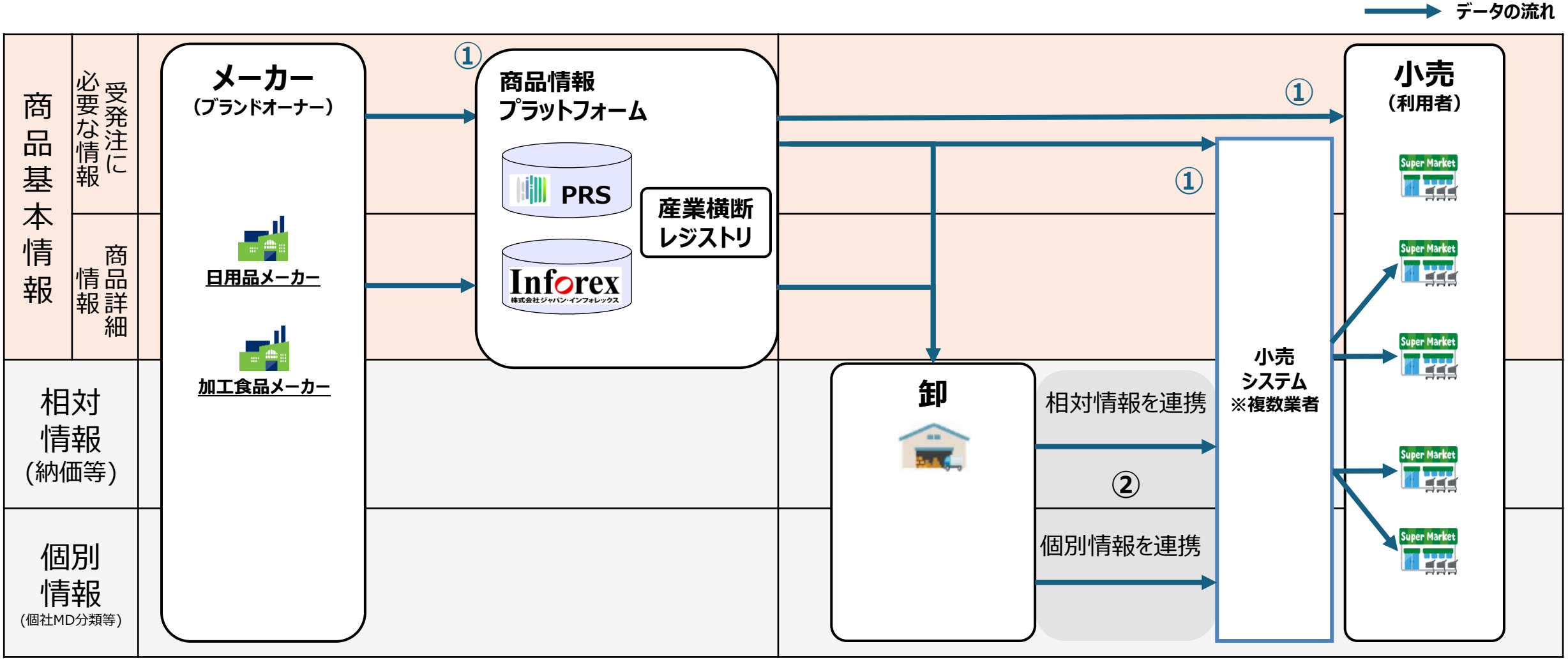
# 商品情報PFの目指すべき姿と協議会との関係

- ✓ 目指すべき姿：**ブランドオーナーによるシングルインプット、共同利用**
- ✓ 最小のコストで合理的な連携を実現するために、業界DBから小売業者へ基本情報に加え、品質・画像情報等も含めて直接データ連携する方法を追加
- ✓ 消費財サプライチェーン協議会にて、商品情報連携のルール設定、業界全体への普及啓発、業界DBの認定・推奨等、ITベンダーに求める要件整理等を行うことを検討する



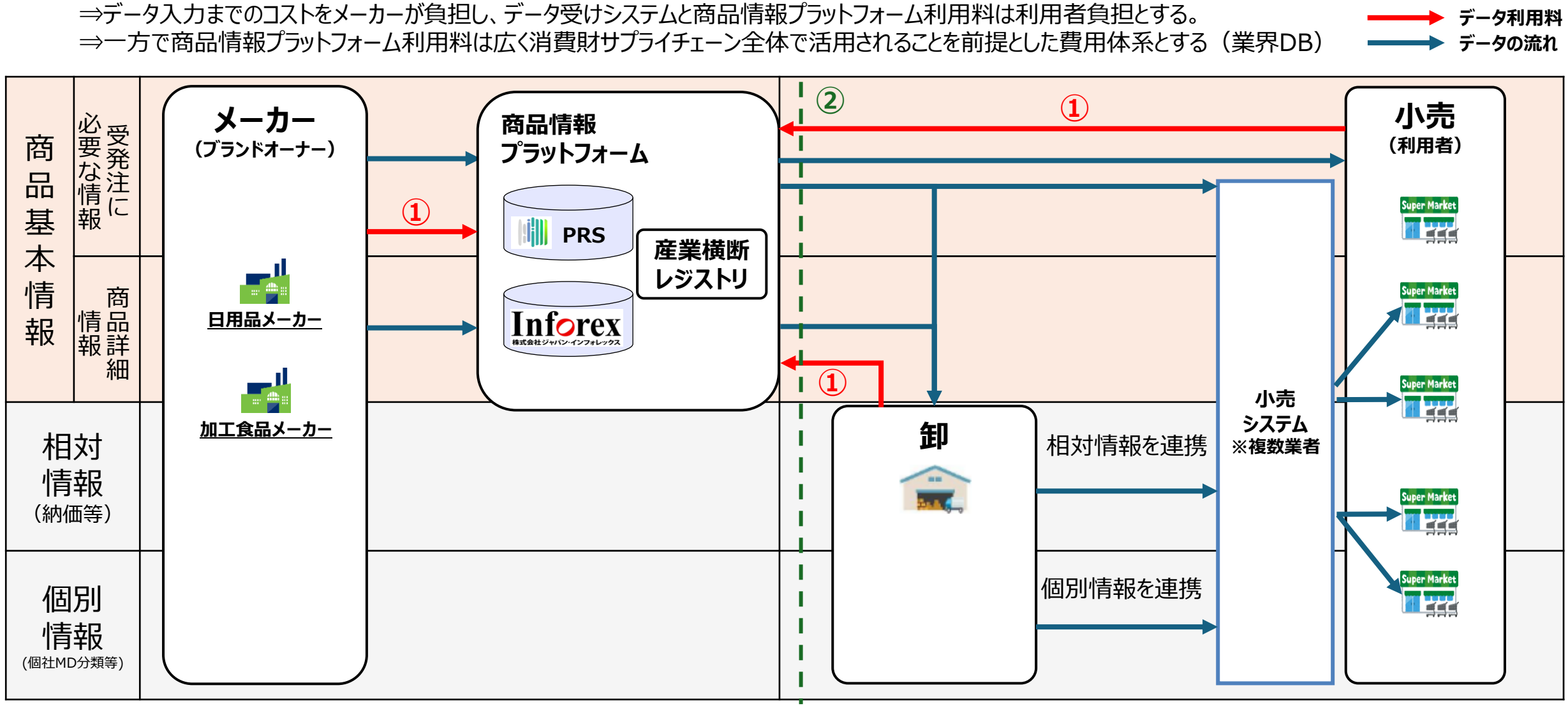
# 商品情報連携の議論のフォーカスと前提の確認

商品情報連携の議論のフォーカスは商品基本情報とし、相対情報や個別情報を引き続き卸が提供する。
①商品基本情報については、商品情報プラットフォームより連携する。
②相対情報や個別情報についてもデジタル連携を目指す。



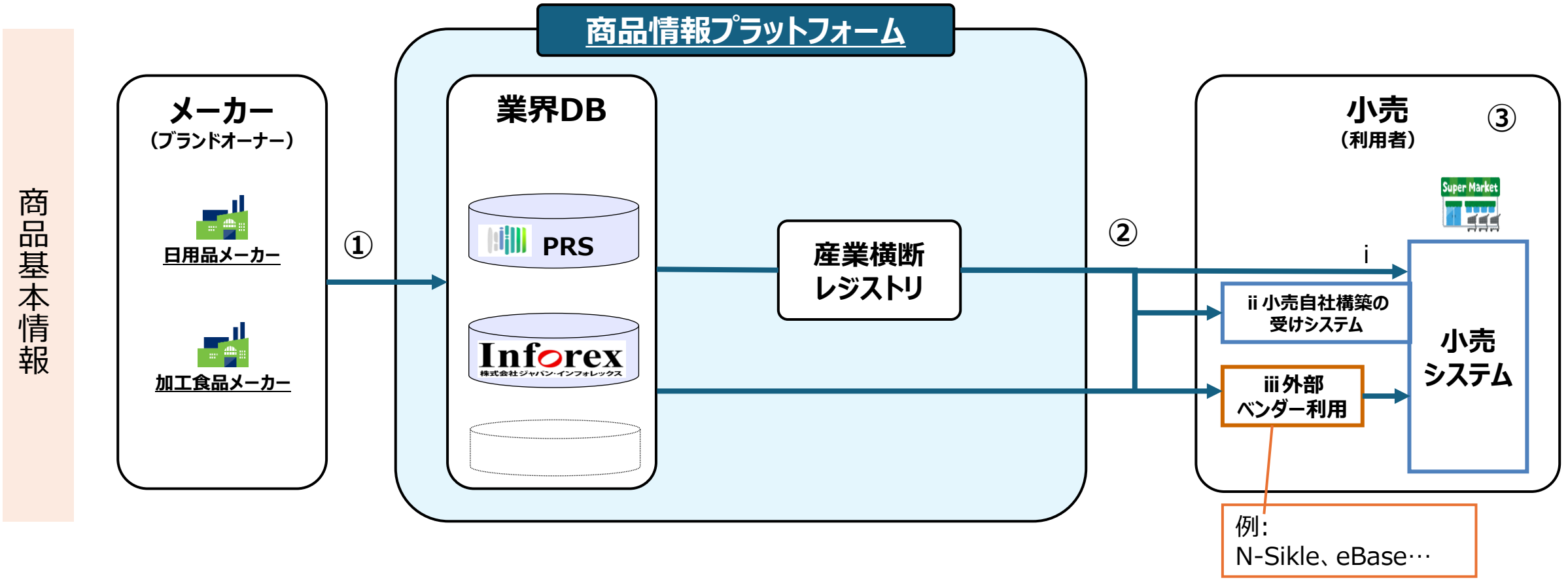
# 商品情報プラットフォーム　費用負担の考え方

①商品情報プラットフォームについては、製・配・販全体で負担する（メーカーは業界DBシステム利用料、卸・小売は商品情報PF利用料）
②責任範囲：メーカー　⇒業界DB（商品情報プラットフォーム）にデータを登録、更新する。
　　卸・小売　⇒商品情報PFからデータを取得する（サービスベンダー等を活用して連携することも想定）
⇒データ入力までのコストをメーカーが負担し、データ受けシステムと商品情報プラットフォーム利用料は利用者負担とする。
⇒一方で商品情報プラットフォーム利用料は広く消費財サプライチェーン全体で活用されることを前提とした費用体系とする（業界DB）



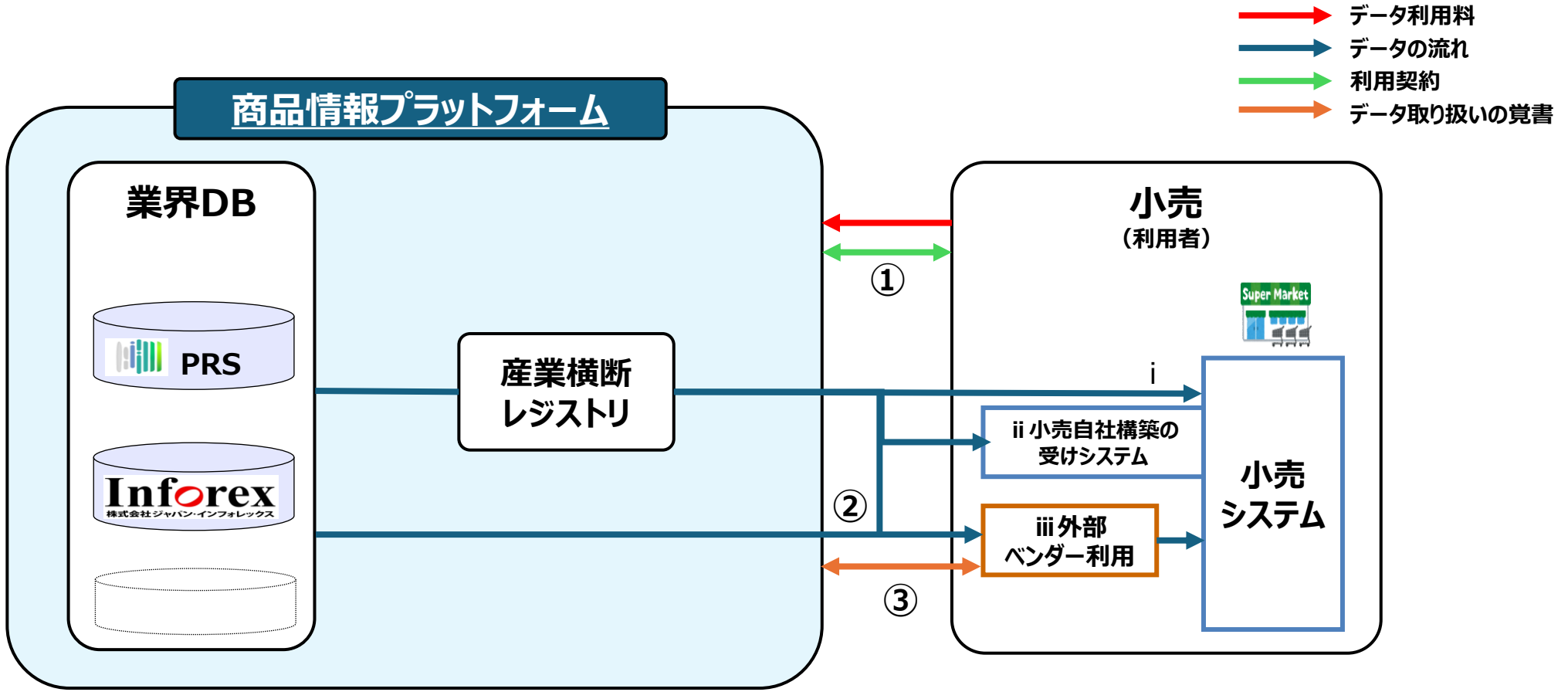
# 商品情報PF　システム連携の在り方

①商品情報連携に際して、5原則の「ブランドオーナーによるシングルインプット」を実現するために、メーカーは各業界ごとに業界DBへインプットを行う。
②商品情報プラットフォームから利用者への情報の提供方法は、API連携、業界DBからの直接連携含め、利用者側の要望に応じて柔軟に対応する。
③利用者側のデータの受け方としては、ⅰ小売基幹システムへ直接連携、ⅱ自社構築の受けシステム、ⅲ外部サービスベンダー利用の3パターンが考えられる。



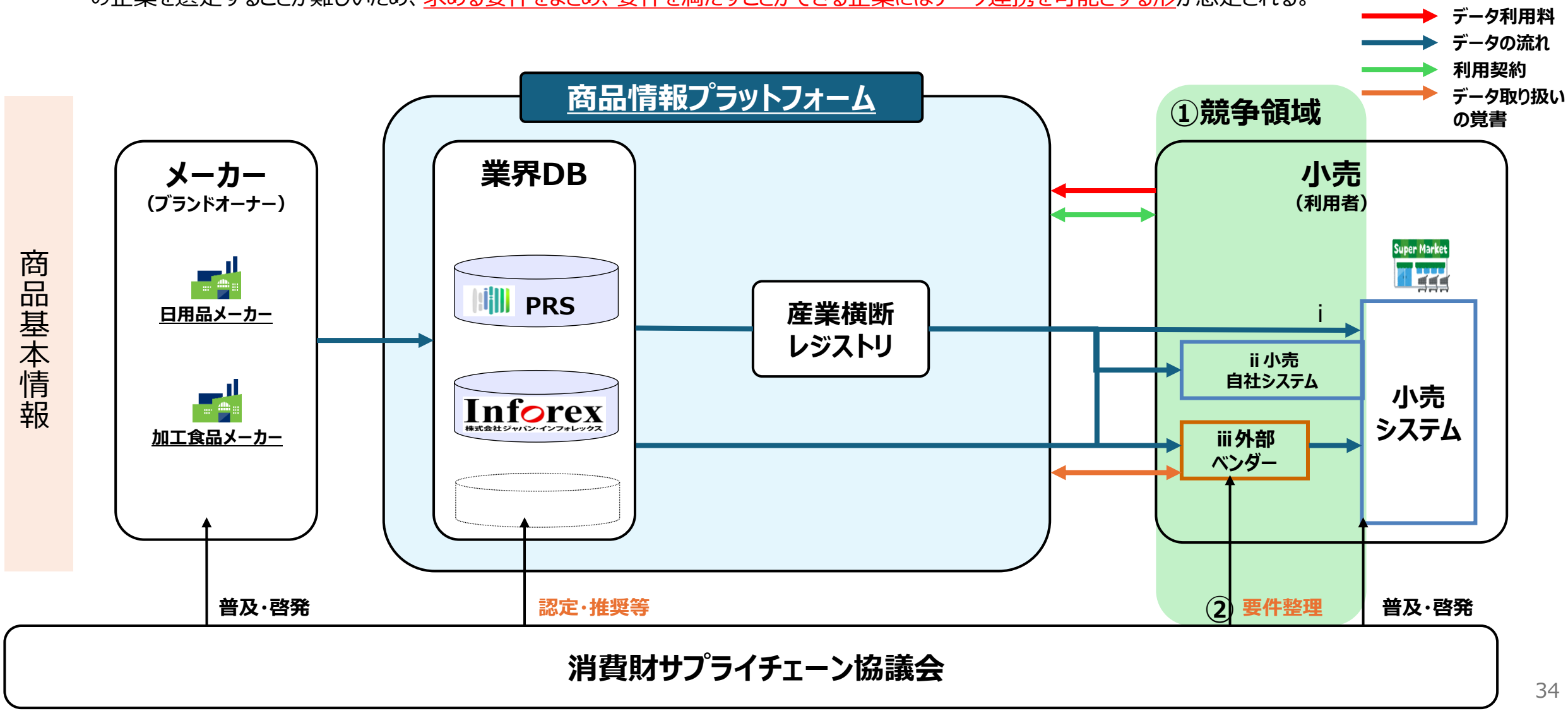
# システム連携の際の外部サービスベンダー利用時のルールメイキング

① 商品情報プラットフォーム利用のための契約については、ⅰ～ⅲのどの受け方であってもPF事業者⇔利用者間で結ぶものとする。
② 外部ベンダーは、経済産業省ガイドラインに則って、「商品情報プラットフォームから連携されたデータは利用者へのデータ連携のみに活用する」ものとする。
③ なお、本件は経済産業省「商品情報の授受に関するガイドライン」によって業界のルールとするとともに、商品情報プラットフォーム事業者との間で、データ連携のための覚書等によって②を明確にすることを想定。（なお、具体的な契約内容については、商品情報プラットフォーム事業者が検討することを想定）



# システム連携の際の外部サービスベンダー利用時のルールメイキング

① 受け側のシステムについては、あくまで競争領域であり、複数の外部ベンダーが競い合うことで、より良いサービスが展開されることが期待される。
② 一方でどのベンダーでも良いかというと、利用者側として必要最低限の機能等が担保される必要がある。独占禁止法に抵触する恐れから、協議会として特定の企業を選定することが難しいため、求める要件をまとめ、要件を満たすことができる企業にはデータ連携を可能とする形が想定される。



# システム連携の際の外部サービスベンダー利用時のルールメイキング　外部ベンダーの要件整理（案）

1. 利用者（ないしは利用意向者）が存在すること
2. 経済産業省『**商品情報の授受に関するガイドライン**』の内容を遵守すること
3. 特にガイドラインに記載されている右記内容を遵守すること
4. なお、詳細なデータ取り扱いの覚書の内容については、別途商品情報プラットフォーム事業者が検討するものとし、データ連携は商品情報プラットフォーム事業者の了解を前提とする

**商品情報の授受に関するガイドライン**

**５．３ データ利用範囲に関する規定**

・商品情報プラットフォームと連携するシステムの提供事業者は、当該連携により取得又は参照可能となる商品情報について、自らの裁量で商品情報そのものを商業的に利用又は販売することのないよう、利用目的及び役割を明確にした運用を行うことが求められる。

・商品情報を利用する事業者は従業員に対し、本ガイドラインを含む法令遵守のための教育とトレーニングを実施し、適切にデータを利用できるようにしなければならない。