

## <資料編>

### 資料1 統一商品コードとソースマーキング

#### 1. 統一商品コードの必要性

コンピューター処理では、コードが情報を識別する手段となっています。取引に際して用いられるコードが、自社のコード体系とは異なる場合、変換する作業が必要となります。特に商品コードは一企業で扱う商品点数（コード数）が多く、かつ取引先が多いようなシステムでのコード変換作業は膨大なものとなります。そこで取引間の連絡においては標準化されたコード体系（統一商品コード）を採用すれば、各企業内ではこの標準コードと自社コードの変換という対応だけで済むことになります。

通常、統一商品コードは「自動読取りと単品識別そしてデータ交換のためのコードである」と位置付けられております。単品識別コードであるために、業種・業態が異なっても、全くカテゴリーの異なる商品が混在しても支障なく自動読取りをしたり、データ交換を行なえます。一方、自社コードを自社の売上管理や商品管理、在庫管理などのためのコードとして制定し、POS システムの中にこの 2 つのコードを持てば、メーカーも流通企業も統一商品コードを共通語としてデータ交換を行いつつ、自社経営管理体制に沿ったシステムを維持することができます。

コードの標準化によって、各企業におけるマスター登録・変更業務が軽減され、企業間の情報精度の向上、情報化の促進、スピード化を図ることが可能となります。

以上の理由により、家電業界では流通企業での POS システム導入の進展に伴い、ソースマーキング、受発注などのデータ交換のための統一商品コードとして、JAN (Japanese Article Number) コードの採用を決定し、現在にいたっています。

JAN は、アメリカの UPC (Universal Product Code)、ヨーロッパの EAN (European Article Number) と互換性を有する国際的なもので、次のような特徴を持っています。

①13桁の JAN コードは、国際的な取決めによって体系化されたコードです。

(但し、UPC は 12 桁なので米国への輸出については調整、検討を必要とします。)

②異なる商品に同一の商品コードが使用されることはありません。国コード（フラッグとかプリフィクスと呼ばれる）は、GS1 (旧国際 EAN 協会) によって管理されています。家電製品などの商品メーカーコードは、各国の流通コードセンターによって管理されます。

#### 2. JAN コードのコード体系

使用するコード体系には、標準タイプと短縮タイプの 2 種類があり、標準タイプのシンボルを印刷するのに十分なスペースがない小物商品などの場合は、短縮タイプのシンボルが使用できます。