

発表者氏名

市原栄樹

テーマ

『我が国の商品マスターサービスの問題点とその課題』

—商品マスターサービスの現状と位置づけ—

発表要旨

日本のダイレクトマーケティングでは、カタログやインターネットといった媒体を通じて消費者に商品を販売している。ダイレクトマーケティングの成長に伴い、環境の変化等から、物流業務や物流情報の統制は、必要不可欠である。その一環として、商品コードは、重要な役割を担っている。しかし、ダイレクトマーケティングでは GTIN を採用されているケースは少なく、商品コードを構成する商品マスターも個々のダイレクトマーケティング事業者単位で管理しているのが実態である。

今後ダイレクトマーケティングで必要となる共通商品コードを見越し、そこで検討が必要となる商品マスターサービスに注目した。現在、AI を利用した商品マスターサービスの利用も始まっている。本発表では、国内で先行してサービスを行っている商品マスター事業者のうち数社から、商品マスター事業者の事業概要、問題点と課題について調査し、商品マスターが解決すべき課題をまとめたものを発表する。

キーワード

商品マスター、標準化、AI、GTIN、帳合

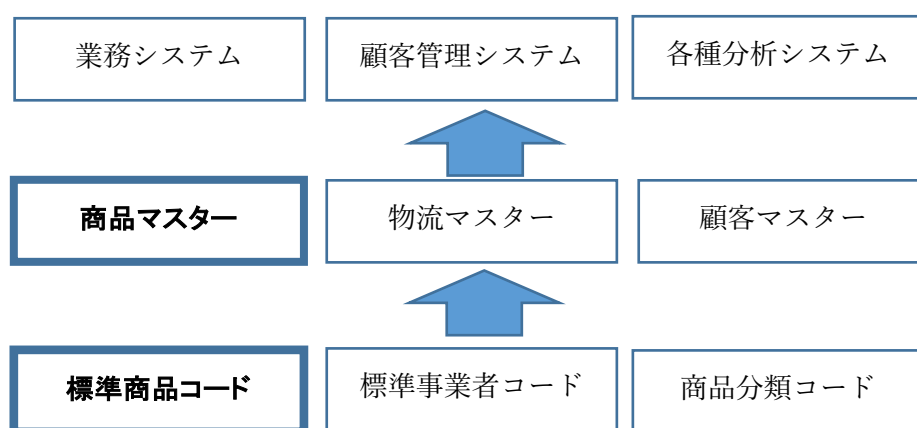


図 標準商品コードと商品マスターの位置づけ