

SNSの考え方を応用した 商品情報共有プラットフォーム

ICタグを利用したRFID（無線による個体識別）はユビキタスネットワーク社会のインフラとして期待されている。すでにICタグを用いた商品情報共有の実現に向けた動きが加速しているが、中小サプライヤーにはコストの問題も大きい。本稿では、**SNS**（ソーシャルネットワーキングサービス）の考え方を応用した、低コストのビジネスモデルについて提言する。

商品情報共有化の動き

いつでも、どこでも、誰でもネットワークを通じて必要なサービスを受けられるユビキタスネットワーク社会を実現するためには、人や物をマスでなく個人や個品で識別する個体管理の技術と、情報をリアルタイムに処理するための技術がカギを握る。その意味で、ICタグを用いたRFIDは、個品単位での自動識別とリアルタイムの情報処理を同時に可能にするものであり、ユビキタス社会のインフラ

として大きな期待が寄せられている（図1参照）。たとえばRFIDによって原材料メーカー、加工メーカー、流通業者などが商品情報を共有できれば、サプライチェーンを効率化したり、商品トレーサビリティ（製造・流通経路の追跡）を実現したりすることが容易になると考えられる。

世界的に統一された商品情報ネットワークの構築に向けた作業を進めている団体には、EPCグローバル（日本では財団法人流通システム開発センターが窓口。<http://www.dsri.jp/>

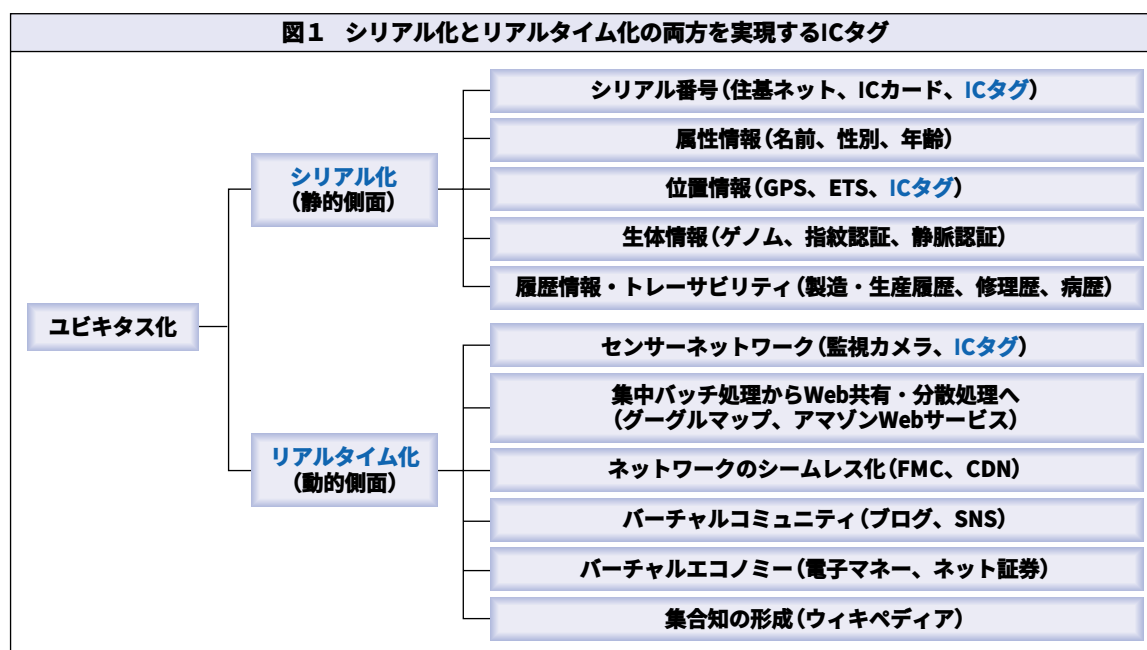
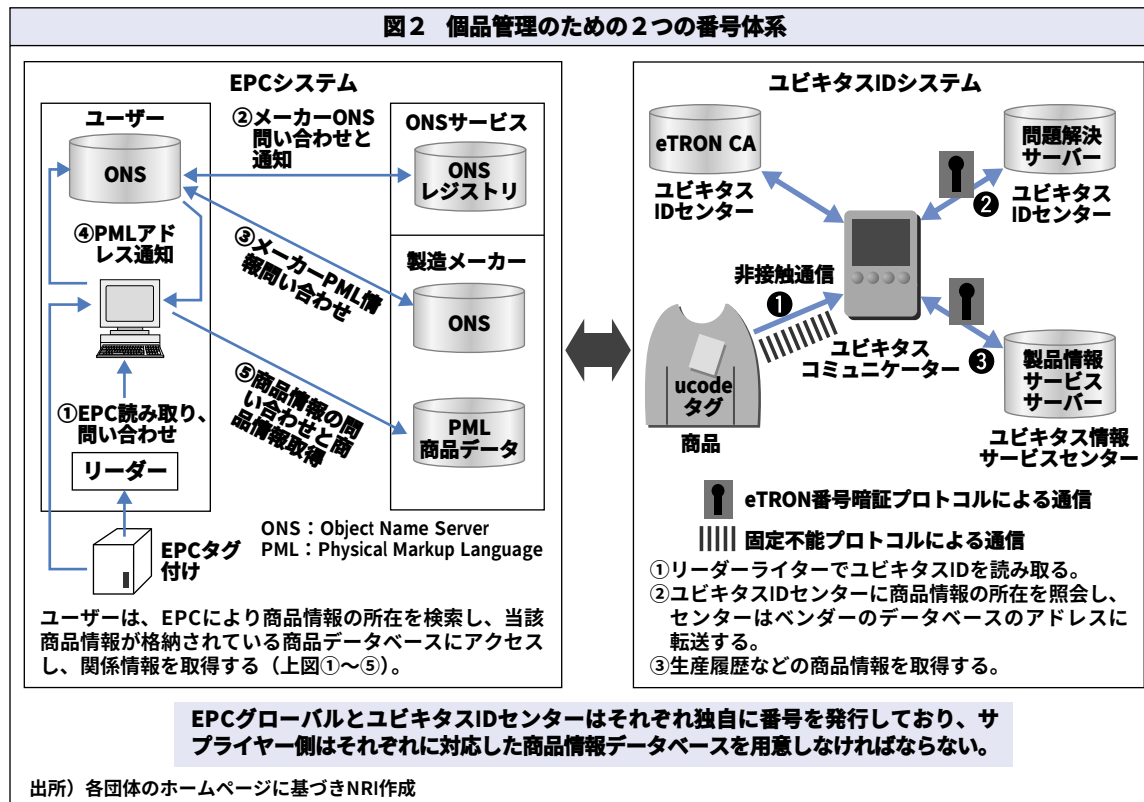




図2 個品管理のための2つの番号体系



epcgl/epc/index.htm) とユビキタスIDセンタ
ー (<http://www.uidcenter.org/japanese.html>)
がある (図2 参照)。

EPCグローバルは、商品を個品で管理する
ためにEPCコードという独自の番号を発行し
ており、EPCタグというICタグを商品管理の
世界共通インフラにすることを目標にしてい
る。しかし、解決すべき課題も残っている。
たとえば、メーカー各社や大手小売業、宅配
業者などはそれぞれの企業の管理体系に基づ
いた番号による個品管理をすでに実現してお
り、機能の一部重複は避けられない。また、
業務や商品によってはICタグよりもバーコー

ドや2次元コードのほうが適しているケース
も少なくない。

ユビキタスIDセンターも、①商品を個品管
理する番号を独自に発行すること、②商品情
報を参照する企業ディレクトリを中央データ
ベースが提供すること、③問い合わせに対応
する商品データベースは各企業側で提供す
ることなど、EPCグローバルと類似のコンセ
プトを提案している。

RSSを用いた商品情報共有モデル

日本では、バーコードや2次元コードなど
ICタグ以外の個品識別システムとも整合性が

とれ、より低コストで運用できる商品情報共有基盤に対するニーズが中小のサプライヤーを中心にあって考えている。

特定のテクノロジーに依存した管理システムにすべての商品情報を囲い込むという発想ではなく、SNSの考え方を応用して、各社が社内にもつ既存の商品情報から外部に公開すべきものを容易に参照可能にすることで、草の根的な商品情報共有ネットワークを低コストで構築するというビジネスモデルも考えられる（野村総合研究所より特願2005-377311にて特許出願済）。

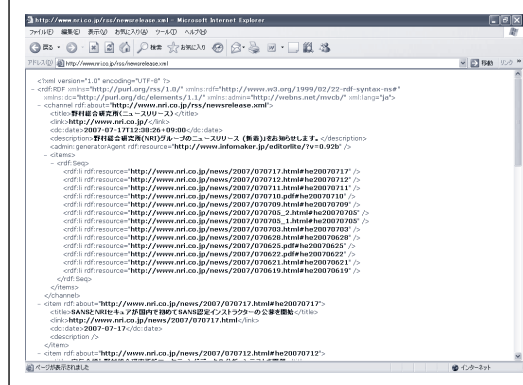
多くのメーカー、小売、物流の各社は、商品を個品で管理する発番体系と管理システムをすでにもっている。これを前提に、ICタグや2次元コードなどの個品識別デバイスとRSS（Really Simple SyndicationまたはRDF Site Summary）を組み合わせれば、ブログ（個人の日記風のWebページ）のように情報を追記・参照できる仕組みを容易に実現できると考えている。

RSSとは、Webサイトの更新情報を配信するXML（拡張可能なマークアップ言語）形式の標準フォーマットである。RSSフィードと呼ばれるURLを外部に公開することで、関係者に最新の情報を配信することができる（図3参照）。

このビジネスモデルでは、商品情報を公開・追記するためのRSSフィードを個品ごとにあらかじめ用意し、このURLをICタグや2

図3 RSSとは何か

- 実体はXML構文によるテキストデータ。更新情報のタイトル、URL、要約、著者、更新時間などが記載されている。
- 広く更新情報の配信に対応したRSS2.0仕様と、RDF形式のメタデータ配信に特化したRSS1.0仕様の2系列がある。



次元コードに書き込んでおく。入出荷などの際にこのコードを読み、それを基に「〇月〇日に〇〇倉庫から出荷」といった情報がRSSフィードに追記される（図4参照）。

RSSフィードはユーザー企業側の発番体系に基づいているので、ユーザー企業はEPCグローバルのように世界共通の発番体系に基づいた商品データベースを新たに構築・維持する必要がない。農家のような規模の小さいサプライヤーでも容易に発番管理ができ、すでに個品管理システムをもつ大手企業も、大きな追加・修正なしに商品情報を外部に公開できる。

ブログなどと同様の安価なシステムで情報を追記・更新できるので、たとえば特定の商品についてサプライヤーとバイヤー、ユーザ

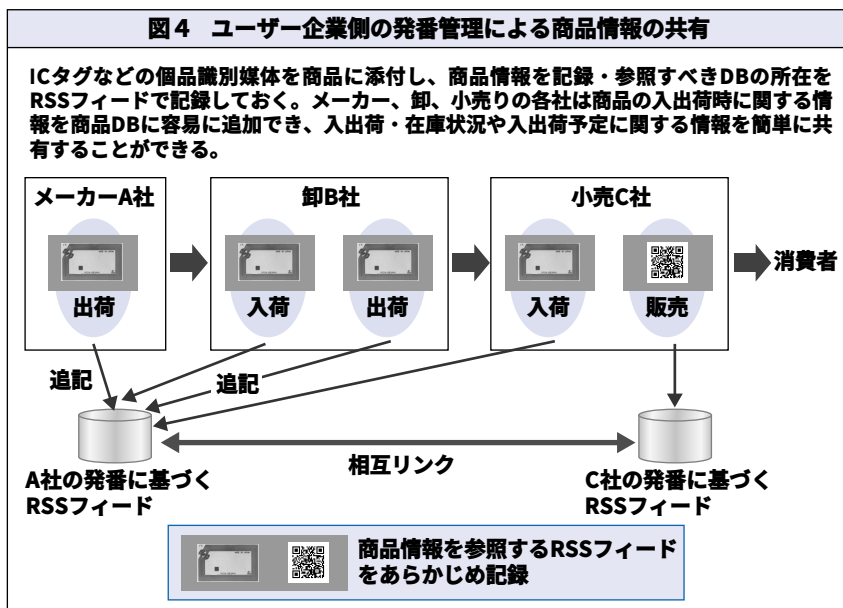
一間で情報を共有するSNSのような場を提供することも容易になる。

さまざまな分野で活用が可能

ポッドキャストやビデオキャスト（インターネットでそれぞれ音声データ、動画データを公開する方式）、写真共有や動画共有（写真・動画をインターネ

ットで一般にまたは限定された範囲で公開できるサービス）、ブックマーク共有（個人のブックマークの内容を公開し共有する仕組み）など、インターネットを通じて情報を共有する、ブログやSNSと類似のサービスが急速な広がりを見せている。これらはいずれも、ユーザー主導でコンテンツを作成・管理できる、システム自体はシンプルな構成で低コストで運用できるという共通の特徴がある。米国のアップル社がポッドキャストを開始した際も、ブログなどで用いられているRSSの仕様に、曲目情報に関するいくつかのタグ（iTunesタグ）を追加しただけのシンプルな構成で音楽配信プラットフォームを実現している。

RSSを用いた商品情報共有プラットフォームの仮説も、既存のRSSの仕様に「生産者」「出荷日」「販売者」「販売日」といった基本的



な項目を追記するタグを拡張するだけで容易に実現できると考えられる。

さらに、近い将来ICタグがあらゆる物品に貼付されれば、物自体が発生した情報を自動で検知し、その情報をリアルタイムに情報ネットワークに反映させることが容易になる。そうすると、ICタグの目的はサプライチェーンの効率化や商品トレーサビリティの実現にとどまらず、防災、防犯、福祉、教育、生活習慣改善など、さまざまな利用シーンへと広がっていくであろう。

本稿で述べた商品情報共有モデルの仮説がシステム化された場合、特定の技術に依存せず、かつ各企業の独自の発番管理体系に基づいた情報を安価に共有できるので、さまざまな分野のニーズに応えることができると考えられる。