

資 料

製 造 業 共 通 製 品 コ ー ド

— 基 本 枠 組 案 —

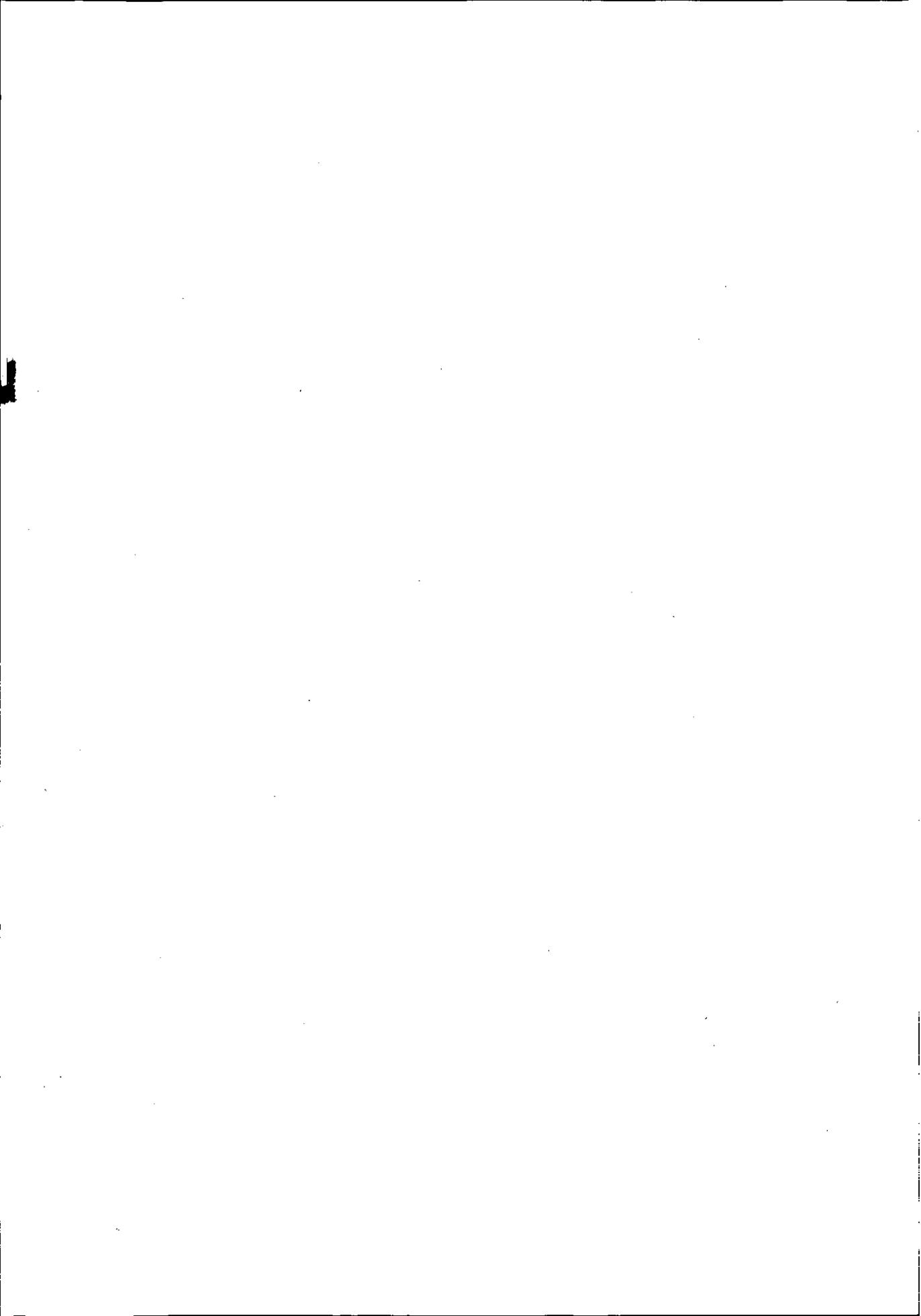
昭 和 62 年 3 月

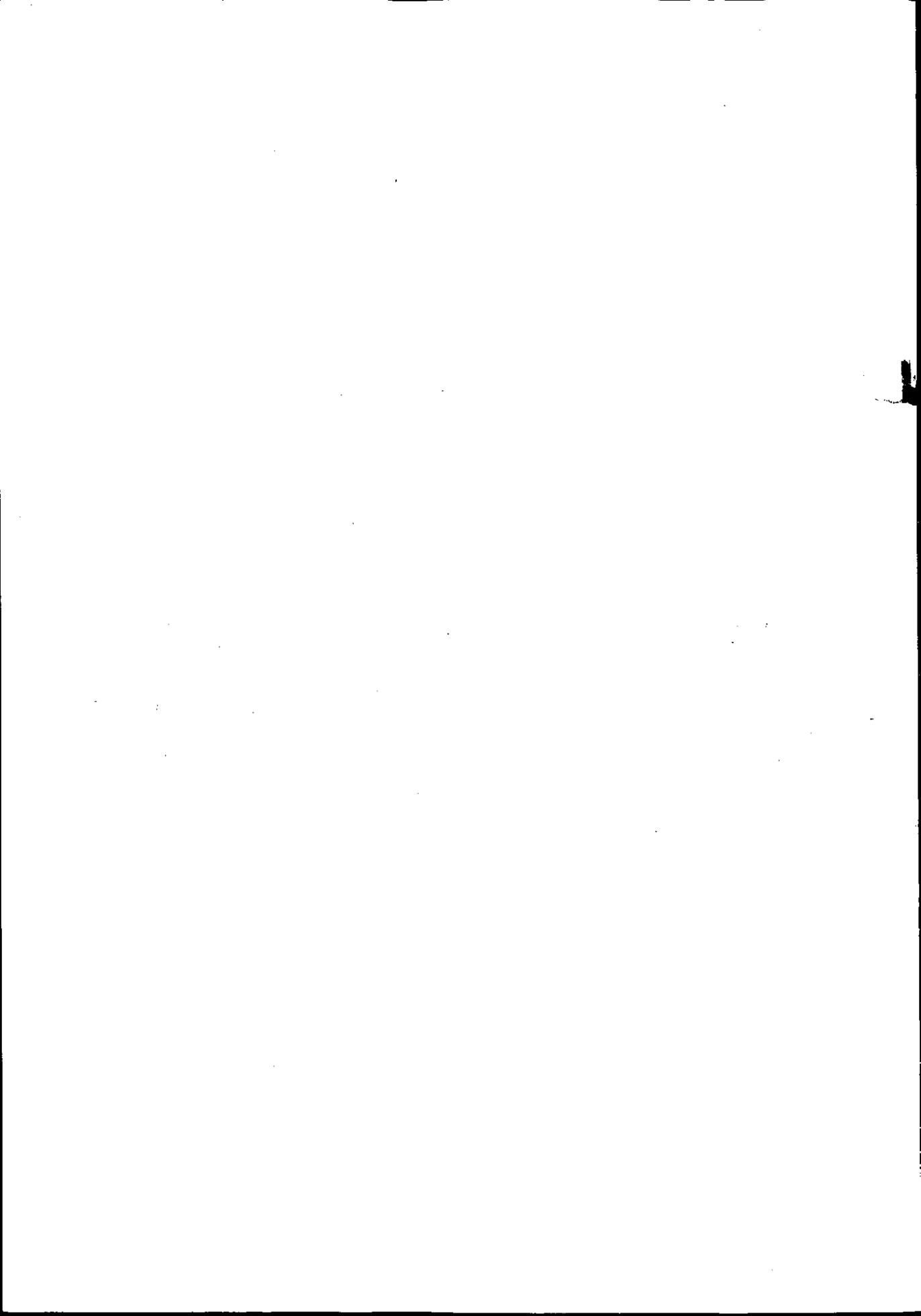
財団法人 日本情報処理開発協会

産業情報化推進センター



この報告書は、日本自転車振興会から競輪収益の一部
である機械工業振興資金の補助を受けて、昭和61年度
に実施した「ビジネス・プロトコル等に関する調査研究」
の一環としてとりまとめたものであります。





は じ め に

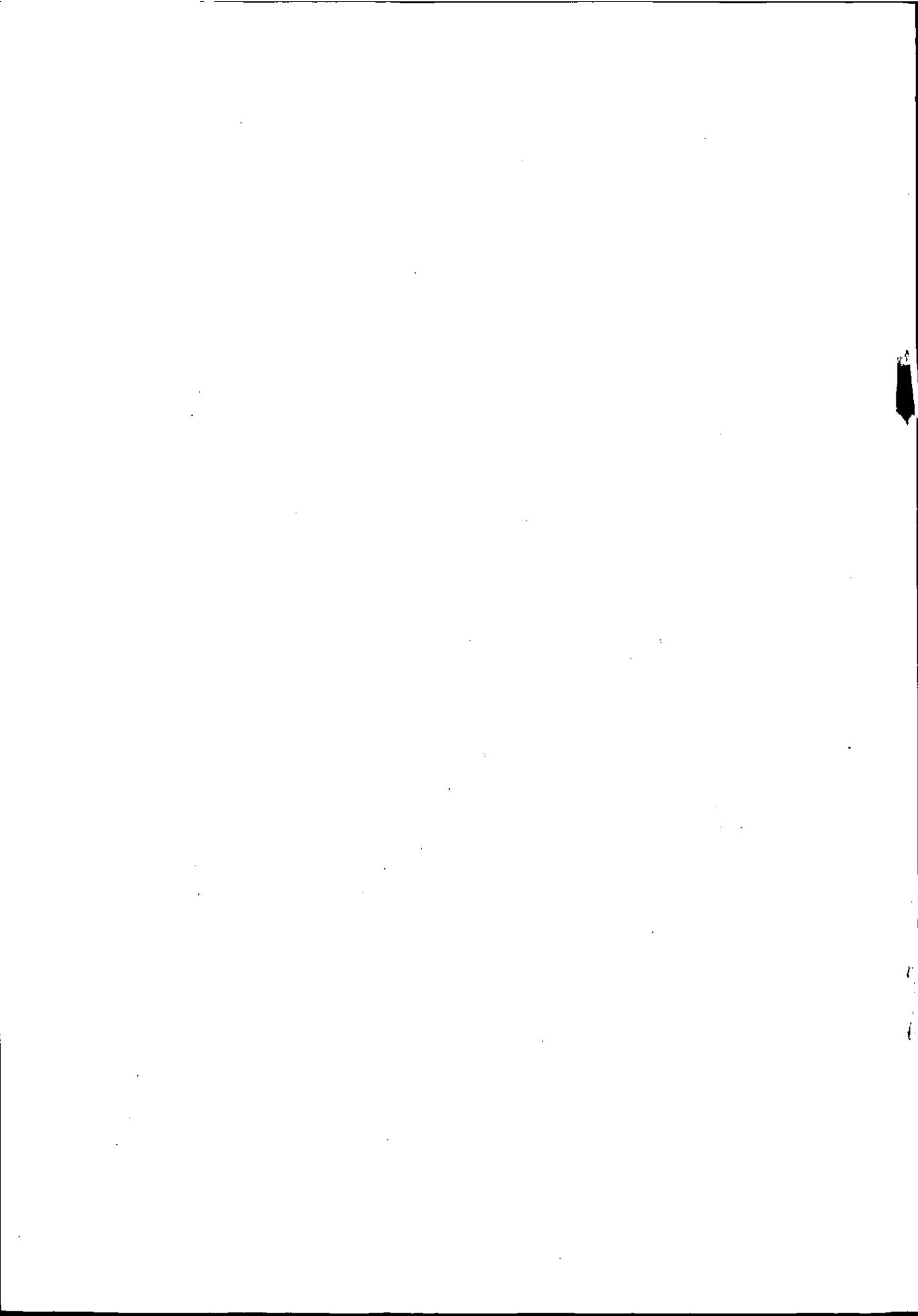
産業界のネットワーク化は、企業内から企業間への拡大の時期を迎え、一つの効果的活用法として、取引データの企業間オンライン交換が多くの業界で検討されている。

このような取引システムでは、単純な個別企業間システムでも、複雑な共同システムでも、コードの共通化が大きな課題となる。特に製品コードは、製品そのものの多様性、進歩性のため、共通化が非常に難しいとされる。しかしながら、多くの困難を乗り越えて共通化に成功した流通業界では、計り知れない多くの効果と情報処理の高度化を達成しつつあり、製造業界でも製品コードの共通化が待ち望まれている。

以下に示す試案は、このような状況を鑑み、製造業界の製品コードの共通化について、一つの解決方法をまとめたものである。

この試案は、多くの業界有識者の支援によりまとめられるものであるが、さらに多くの業界関係者の評価を受け、修正が加えられる必要があると考える。また、本試案は共通製品コードの大枠を示してあり、詳細については、業界関係者の検討により決定される必要がある。これらの作業が速やかに実施され、我が国の製造業界の新しい共通製品コードとして定着し、標準化されることを願うものである。

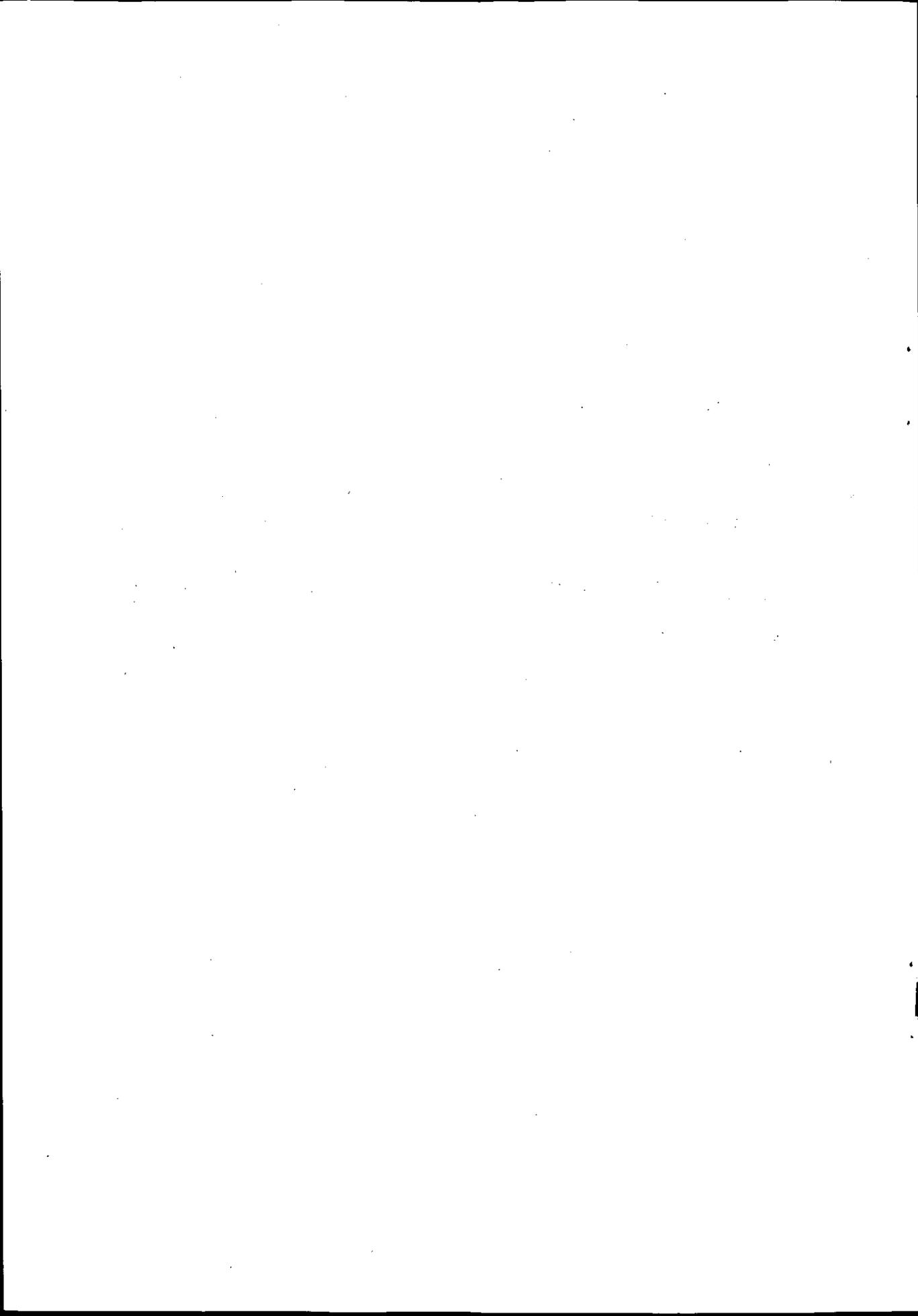
昭和62年3月



目 次

| | |
|-------------------------------|----|
| 1. 定義と使用目的 | 1 |
| 2. 共通化の方法 | 4 |
| 3. コード体系の基本的枠組み（全体規約） | 6 |
| 4. 運 用 | 10 |
| 5. 共通製品コードの維持管理 | 14 |
| 6. 製造業共通製品コードの具体像 | 19 |
| 7. コード体系と運用の具体例 | 26 |
| 8. 補足（標準企業コード） | 34 |
| 9. 新コードへの移行方法 | 37 |
| 10. 製造業共通製品コードの実現過程について | 40 |

— 付 属 資 料 —



1. 定義と使用目的

製造業向け共通製品コード（製造業共通製品コード）を以下のように定義する。

(1) 本製品コードの主な使用目的

本製品コードは主として、オンラインによる企業間のデータ交換に用いる。例えば、発注（受注）、在庫照会などの取引時の製品の特定に用いる。

(2) 対象となる製品

本製品コードの対象となる製品とは、いわゆる生産財である。その中には、素材、部品、中間製品、産業用資材などが含まれる。これらの製品は、スーパー等で個人向けに販売されることはほとんどない。

(3) 製品の識別

通常の出発注取引において支障のないレベルまで識別できる。すなわち、メーカー、ブランド名等は当然のこととして、価格決定に影響を及ぼす範囲の項目、製品グレードは原則的に識別可能とする。

一般的に言うのであれば、現品を特定できることを最低の条件とする。尚、可能であれば、製造番号あるいはロット番号に対応する識別能力も含めることとする。

(4) メーカー型番との関係

本製品コードは、企業間で売買取引をする時に現品を特定できるコードとする。従って、必ずしもメーカー型番ではないが、一致することはあり得る。

(5) 製品分類機能

本製品コードは、現品の特定を第一の目的とする。但し、ある程度の製品分類機能が含まれる場合もある。

(6) 識別能力が有効な範囲

本製品コードは、少なくとも製造業界の範囲で現品を特定することができる（同姓同名が存在しない）ものとする。さらに、産業用資材の販売でも現品を

特定できると考えられる。従って、図-1に示すような範囲が想定される。

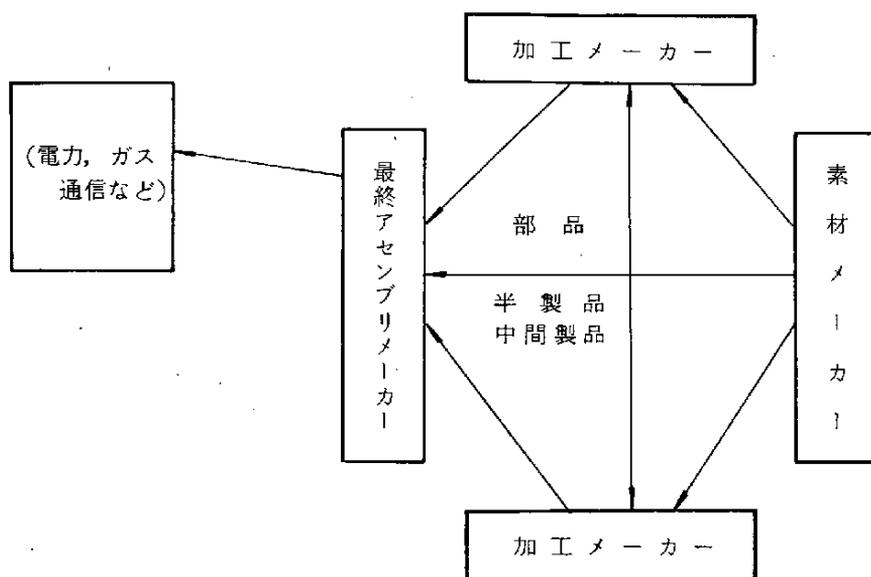


図-1 製造業共通製品コードの識別能力が有効な範囲

(7) 共通化の意味

ここでいう共通化とは、

- ① 製品識別の共通化
- ② 同一製品に対して、あらゆる企業が同一のコードを用いる。(但し企業間の情報交換時、企業内では固有の名を用いることができる。)

という意味とする。

尚、同一製品であっても、製造メーカーが異なる場合、同一製品と呼ばないケースがあることを許容する。

(8) コードの種類とバージョン

本共通製品コードは、多様な製造業界のニーズに対処するため、複数のコード規格、そして各規格に対して複数のバージョンの存在を許容する。それら各規格、各バージョンに基づく多様なコードの集合体が製造業共通製品コードで

ある。多様なコードが混在していても，統一的なシステム（コンピュータ・システム）で処理可能なコード体系とする。

2. 共通化の方法

(1) 共通規約

各企業が、第3項以下に示す共通ルールに従って、第1項で定義した製品コードを作成することにより、製品コードの共通化を達成する。

(2) 全体規約

規約は、製造業界共通の全体規約と、全体規約のサブセットである複数の部分規約から構成される。

部分規約は、全体規約の制限内で、業界ごとあるいは各企業ごとに作成される。すなわち、部分規約は常に全体規約のサブセットである。

(3) 全体規約と部分規約の機能

全体規約は、製造業界の製品コードを包括的に共通化し、あらゆる製品コードについて、製造業界におけるユニーク性の保障と一貫したコンピュータ処理を可能にする。

部分規約は、製品コード体系に柔軟性を与え、個々の業界あるいは各企業のニーズに基づくコード体系の設定を可能にする。

(4) 規約の管理

全体規約の管理は、製造業界共通の特別な管理機構（通常、コードセンター）によって統一的に管理される。規約の変更も、そこで審議することになる。従って、この管理機構は、共通製品コードに関する限り、製造業界を代表していることになる。

部分規約は、それを作成した業界あるいは企業において管理されるのを基本とする。しかしながら、部分規約であっても、全体規約のサブセットであり、製造業界全体管理の制限を受ける。

具体的には、サブセット識別のための記号（後述の第1要素）が、製造業界全体で統一的に管理される。この管理は、前述の特別な管理機構によって実施される。

以下では，製造業界共通の特別な管理機構を，「製造業コードセンター」と呼び，製造業界の中の個々の業界（業界間）で共通の管理機構を「業界コードセンター」と呼ぶことにする。

3. コード体系の基本的枠組み（全体規約）

(1) 総論

本共通製品コードは、可変長可変フォーマットの合成コードとする（図-2を参照）。合成コードは、複数の要素コードにより構成される。各要素はある制限内で可変長であり、その要素が表す意味及び要素並びについても、ある制限内で自由に設定される。

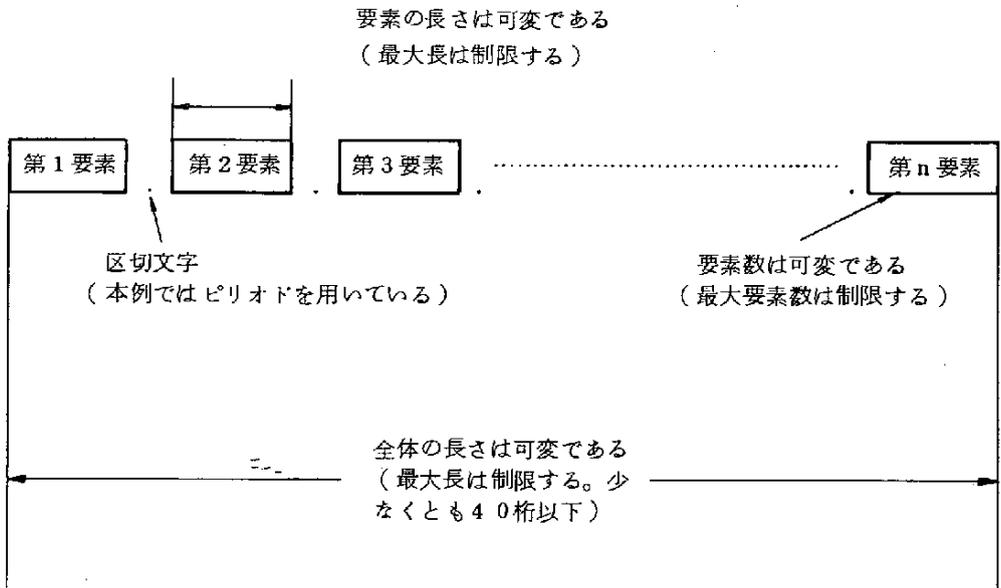
各要素を識別するために、製造業界全体で統一された「区切り文字」を用いる。

又、第1番目の要素は特別な要素であり、製造業界全体で統一的に定義され、コード系の種類やバージョンを表す。このことにより、ある制限内で自由に設定される2番目以降の要素を、コンピュータ処理可能とする。

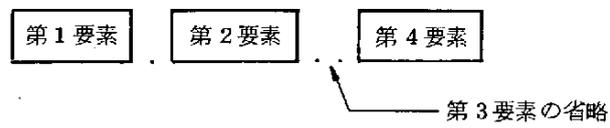
(2) コード系（バージョン）と第1要素

製造業共通製品コードは、複数の異なる構造を持つコードの集合体である。異なる構造のコードを統一的に処理できるように、製造業共通製品コードは階層構造化され、その第一階層は、製造業界共通とする。第一階層とは第1要素である。

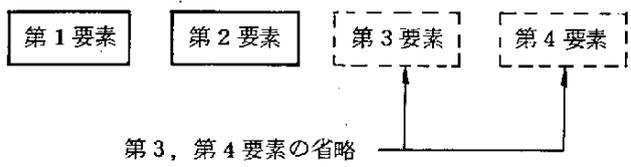
第1要素の一つの識別記号が決定する第2階層以下の一つのコード構造を、コード系と呼ぶ。一つのコード系は、さらにバージョンを持つことができる。このことにより、コード体系そのもののメンテナンスも可能となる（図-3参照）。コード系とバージョンは、第1要素によって識別される。



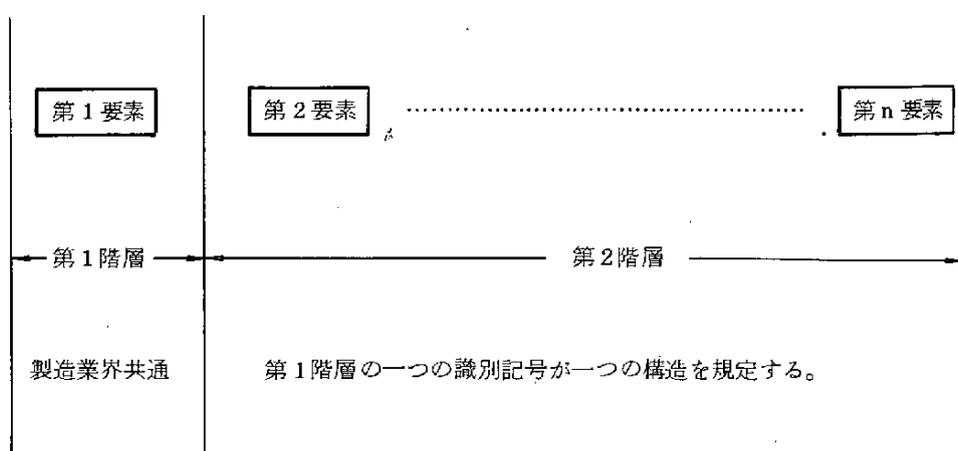
◎途中の要素の省略ができる。但し、省略した場合の意味が部分規約によって、規定されていなければならない。



◎右側の要素の省略ができる。但し、省略した場合の意味が部分規約によって、規定されていなければならない。



図一2 可変長可変フォーマットの合成コードの構造



注) 第2階層をさらに複数の階層に分けることも可能である。

図-3 階層構造と第1要素

(2) 最大長

可変長コードのコンピュータ処理を容易にするため、コードの全長（桁数の最大）を製造業界全体で統一的に制限する。桁数には、区切り文字も含まれる。

最大長の具体的値は、種々の条件を考慮して決定する必要があるが、少なくとも40桁以下に押さえないければ、実用的とは言えない。

製品種によっては、制限桁数内での製品コードの設定が困難な場合も発生する。このような時は、別の方策によって解決を図る。例えば、製品コードは、契約番号か単純識別番号とし、別項目によって、製品の詳細を記述する。このようなことは各業界の状況に応じて部分規約において考慮されるべきである。

(3) 使用文字コードと区切り文字

文字コードは、製品コード全体で8 bit か16 bit に統一する。8 bit と16 bit の混在をさせない。

製品コードを構成する文字コードが8 bit か16 bit かを識別する情報は、メッセージ・フォーマットの規定によって、製品コードとは別個に保持されるべきである。

区切り文字は、製造業界全体で、要素コード構成文字と重ならないよう決定されなければならない。さらに区切り文字は、可視性のある文字（プリント・キャラクターとして存在する文字）を使用すべきである。

(4) 要素および要素並び

第1要素は、製造業界全体で共通の意味を持つと同時に、コード系とページ番号を識別し、第2要素以下の要素並びと、意味を規定する。

すなわち、ある特定の第1要素コードについては、その第1要素で規定される要素並び（第2要素以下）以外は許されない。

又、第2要素以下のどれかの要素に原則として企業コードの挿入を義務づける。どの要素が企業コードであるかは、第1要素によって規定される。企業コードの挿入は、第1要素によるユニーク性確保の不完全さを補うために必要なことである。但し、特別な場合は、企業コードの挿入を行わないこともある。

(5) コードの再使用

製造業界の製品（特に業務用途の製品・部品）の生産期間は一般に長く、又、生産中止品の再生産も少なからずある。従って、コードの再使用は当分の間行わない。

4. 運 用

(1) 基本的な共通製品コードの使用法

製造業共通製品コードは、企業内における固有コードの存在を否定するものではない。むしろ、両者の共存による情報処理の高度化を想定している。

製造業共通製品コードは、主として、ネットワーク上における電子的コードであり、帳票上での使用は、従目的である。

このため、各企業からネットワークへ出る時、及びネットワークから各企業へ入る時、多くの場合、変換が実施される（図-4参照）。

この変換を実施するために、変換テーブルが必要であり、この変換テーブルをメンテナンスするために、コード伝達が必須である。

(2) 基本要件

① コード伝達を必要とする時期

新製品を取引する時、初めての取引先と取引する時、及び従来取引していなかった製品を取引する時、コード伝達が必要になる。

② 基本的なコード伝達方法

製造業界の取引は、主として、商談により決定されるので、この時、共通製品コードの伝達が同時に行われるのが最も望ましい。

このために、商談時に、共通製品コードが確定しているか、その場で確定できることが望ましい。

③ 共通製品コードの一元的決定

商談は通常二者間で行われる。この時、両者が同一の製品について、それぞれ異なる二つの共通製品コードを保持しているのが、最も困難な状況である。

このような状況が発生しないように、通常、製品規格の作成者が共通コード決定の主体性を持つべきである。多くの場合、供給者であるが、需要家の場合もあり得る。

④ 取扱い容易性

共通製品コードは、体系が単純であるか、複雑であっても人間の思考能力を考慮した体系であるべきである。共通製品コードは、現在日常的に使っているものと、それ程大きな違いはないようにすべきである。

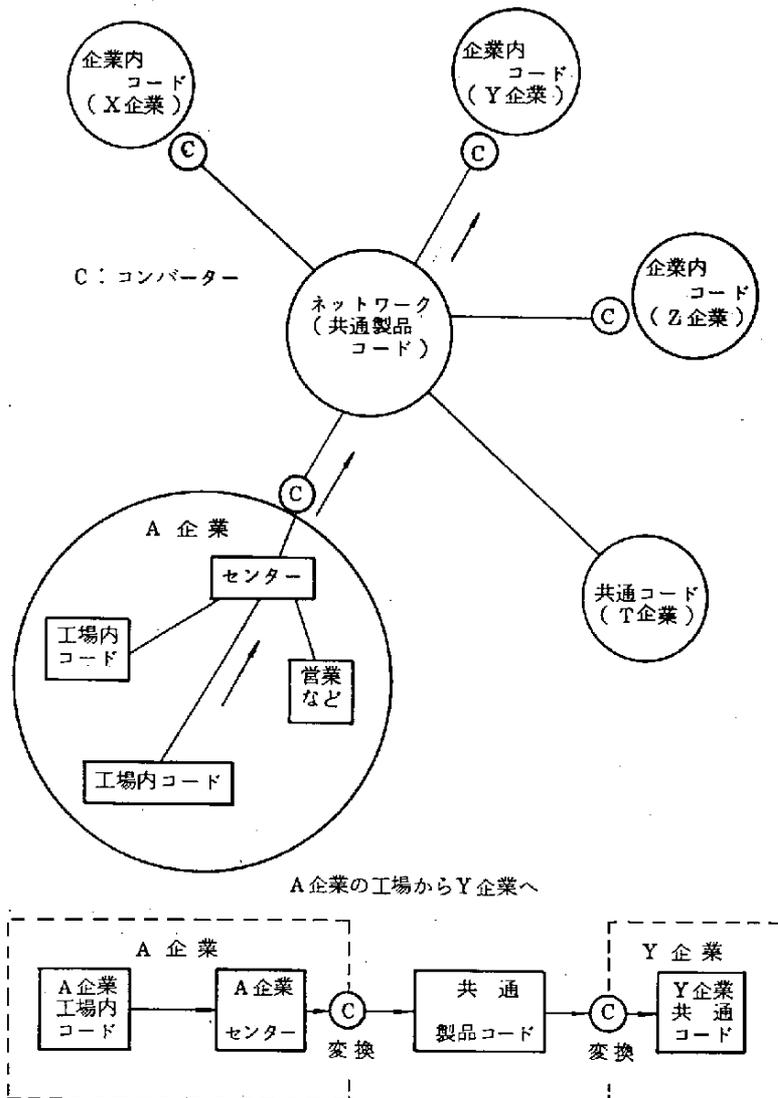


図-4 共通製品コードとコンバージョン

(3) 運用から見た製造業共通製品コードのイメージ

「製造業共通製品コード」のイメージは、図-5のように考えることができる。供給者のシステムには、販売品目リストがあり、そのリストには、社内コードとともに、製造業共通製品コードが記載されている。一方、需要家の方には、購入資材リストがあり、社内コードとともに製造業共通製品コードが記載されている。発注（受注）、納品・請求などの処理では、製造業共通製品コードを用いて伝達されるが、社内では、先程の販売品目リスト又は購入資材リストにより社内コードへ変換されるため、従来と同じコードを使うことになる。

尚、販売品目リスト、購入資材リストともに、それを管理する企業が扱う製品のためのリストであり、製造業界の全品目を網羅したリストではない。従って、

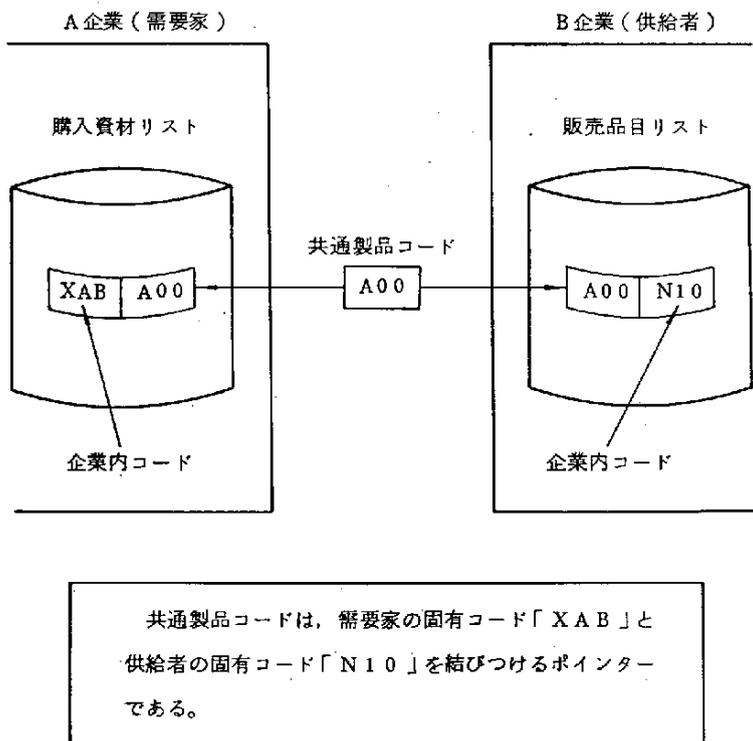


図-5 製造業共通製品コードのイメージ

各企業が個別に、販売品目リスト（資材購入リスト）を管理すること、すなわちコンバージョン・テーブルをメンテナンスすることは十分可能である。

5. 共通製品コードの維持管理

製品コードはダイナミックな変動要素を持っており、これの共通性を維持するためには、適切な管理を必要とする。手段的には、「コードセンター」を設けて統一的な管理を行う方法が、最も現実的であり、コードセンターの機能設定（業務設計）が重要である。

(1) 製品コードの変動面からの課題

現代のような科学技術の進歩が著しい環境においては、次々に新製品が誕生する。既存の製品の改良も休みなく続けられる。消費業界の多様化も影響する。我が国のように、民需中心の経済環境下では、多様化する消費動向の影響がすぐに製造業界に波及する。

一方、輸出立国という側面を見逃せない。海外のニーズに基づく製品も多数あり、海外での様々な変化が、製品を変化させる。

これらの変動が、すべて製品コードに影響する。すなわち、極めてダイナミックに製品コードが変化することになる。これらは動かし難い事実であり、スタティックなコードとは一味違った管理が必要になる。

(2) 製品の種類の面からの課題

製品の種類がどのくらいあるのかは、種類の定義の仕方によっても違ってくるが、少なくとも百万種以上というのは、容易に想像できる。

これだけの種類の製品コードをすべて一元管理するというのは、非現実的である。本構想では、複数のコードセンターを設けてこれを階層的に組み合わせ、多元管理することを提案する（図-6参照）。しかしながら、それでも具体的製品レベルまで管理するのは、製品のダイナミズムから見て、ほとんど絶望的である。

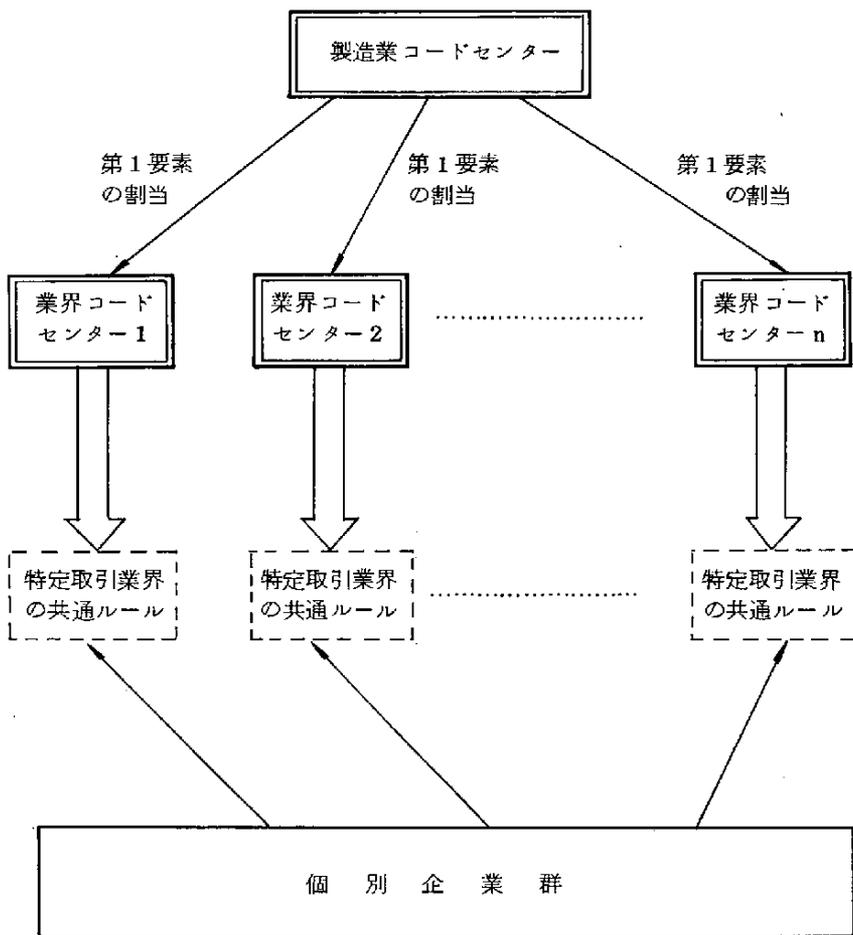


図-6 製造業共通製品コードの階層的管理

本構想で提案している体系の中に、個別企業自由部分（後述）が残されているのは、このための対策である。しかしながら、この部分も管理対象にしなければ、共通コードとしての機能が消失する。この部分は、個別企業が維持管理を行う。すなわち、個別企業内にもコードセンター的なものが必要になる。

(3) 製造業コードセンター

① 管理項目（表-1参照）

製造業コードセンターは、全体的管理を行う機関である（細目の管理は、業界コードセンターおよび個別企業で実施される）。管理項目は、大きく二つに分かれる。それは、

- ・スタティックな全体規約の管理
- ・ダイナミックな第一要素の管理

である。

全体規約の管理とは、むしろ、規約の周知徹底を意味する。具体的には、啓蒙普及活動である。但し、全体規約自体の変更も皆無とは言えない。こういう場合への対応も、重要な管理項目である。

第一要素の管理では、体系の管理と具体的な文字例（コード）の割り当ての二つがある。体系の管理における主な業務処理項目は体系の変更（機能の追加）である。第一要素は特別な要素であり、頻繁に変更を実施すれば混乱を生じることになり、一方、変更を怠れば実態に合わないコードに墮落する恐れがある。そこで、適当なタイミングで変更する必要がある、極めて重要な業務である。

一方、コードの割り当ては、最も製造業コードセンターらしい日常業務であり、一貫性を持った業務処理が完全に実施できるように、ルーチンワーク化しなければならない。その管理目標は、コードの重複と二重登録の防止の一言に尽きる。

② 付帯業務

コード管理とは直接の関係はないものの、日常業務として重要な業務が幾つかある。それらを以下に示す。

表一 全体規約と部分規約

| | 全体規約 | 部分規約 |
|-------------------|-----------------------|------------------------------|
| 基本フォーマット | 製造業界統一 | |
| 最大長の制限 | 〃 | |
| 使用文字種 | 〃 | 業界などでの統一的制限* |
| 区切り文字 | 〃 | |
| 最大要素数 | 製造業界統一最大数 | 業界などでの統一最大数* (≦製造業界統一最大数) |
| 一つの要素の長さ | 製造業界統一最大長 | 業界などでの統一最大長* (≦製造業界統一最大長) |
| 第一要素の フォーマット | 製造業界統一 | |
| 第二要素以下の フォーマット | | 業界などでの統一(個別企業自由 使用部分を含む) |
| 企業コード要素の 挿入 | 製造業界統一 (挿入場所を問わない) | 業界などでの挿入場所の統一 |
| 規約の管理など | 製造業コードセンター | 業界コードセンターなど |

*コンピュータ処理能力限界は、全体規約に合わせる。

- ・コード体系の研究(コード論の研究)
- ・業界におけるコード共通化進捗状況の調査及び把握
- ・国際レベルにおけるコード共通化の調査研究
- ・その他、コード関連項目の調査研究

(4) 業界コードセンター

業界コードセンターの業務は、製造業コードセンターの業務とはかなり異なる。

日常業務としてのコードの登録・管理(具体的文字列の割り当て)は、ほとんどなく、定期的なコードの見直しと、その結果の報告(各企業および製造業コードセンター)及びコード表の整備が主な業務になる。

① 定期的なコードの見直し

業界コードセンターでは、通常、第二要素に位置付けられる簡易製品分類

(後述)の管理が主体になる。新製品が頻繁に誕生する以上、この分類科目の解釈の変更と追加を避けることはできず、定期的な見直しが必要になる。

この製品分類は、運用上の認識に役立てるのが目的であるから、科学的厳密性は要求されない。従って、現場担当者の意見が最大限に生かされるべきで、そのための検討部会の招集が必要となり、結果を承認するための委員会も必要になる。これらのための事務局としての作業が主たる業務である。

② コード表の整備と配布など

定期的なコードの見直しの結果、第二要素などに位置付けられる製品分類は変化することになる。そこで、それに対応したコード表の整備と配布も重要業務である。

③ その他の業務

企業が日常取引で用いている完全なコード(文字列)を収集し、製品コード表などを整備すれば、かなりの利用価値がある。しかしながら、これは共通製品コード維持のための絶対的条件ではないので、この業務を実施するかどうかは、各業界コードセンターの自主判断に任されることになる。

(5) 個別企業における管理

製品コードを最終的に決定できるのは、各個別企業である。本構想では、コード命名者と呼ぶ。命名者は、製品メーカーの場合が多いが、ユーザーの場合もある。原則的には、製品規格の保持者である。

命名者は、コード利用者全体の承認を省略して単独で共通コードを決定できる。従って、例え命名者がコードの重複というエラーを犯しても、他の企業はなかなかチェックできないこと^注になる。そこで、コード命名者(=個別企業)も、エラーを起こさないよう、かなり厳密なコード管理が必要になる。

注 一つのコードを二種以上の製品に割り当てること。

6. 製造業共通製品コードの具体像

6.1 要素

製造業共通製品コードは、要素の集合として構成される。各要素はそれ自体一つのコードであり、ある意味を持っている。

各要素は、可変長であるが、第1要素で特定される一つのコード系においては、固定長の場合もあり得る。

第1要素は、製造業全体で共通の意味を持つ特別な要素であり、第2要素以下は、限られた範囲で共通の意味を持つ。例えば、図-7の3層構造のコードでは、特定企業間ではコード全体が共通の意味を持ち、製造業全体では、Aの部分のみ共通の意味を持つ。これ以外は、単純な識別子として認識される。

但し、第2要素以下の構造は、第1要素によって規定されている。すなわち、第1要素の特定の文字列によって許される第2要素以下の構造は、ただ1種類のみ許容される。この第2要素による識別によって定まる1種類の構造を、「コード系」と呼ぶこととしている。

コード系は、製品種ごとに存在する可能性があるが、便宜的に業界単位に設定する。一つの業界に2種以上のコード系が存在することは十分ある。

第1要素の特定の文字列と特定のコード系は、1対1に対応する。この対応関係は、製造業コードセンターによって維持管理される。

第2要素以下については、基本的には、業界コードセンターと企業によって維持管理される。

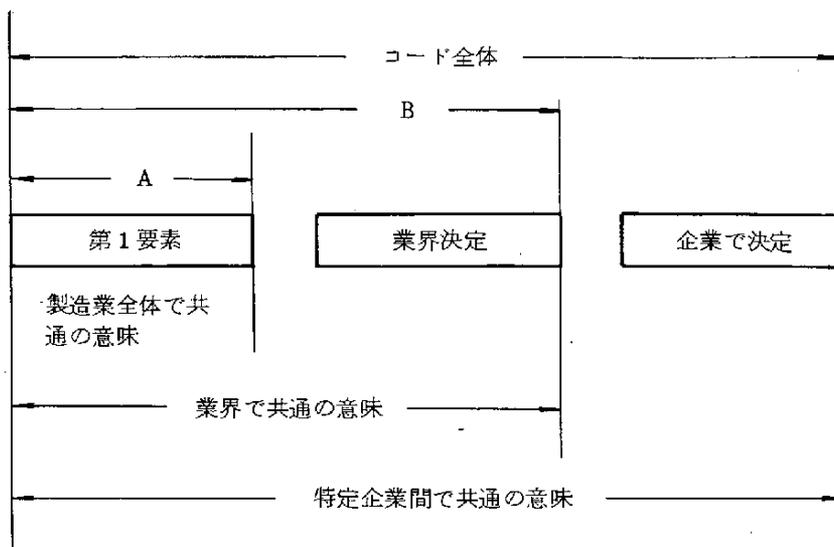


図-7 3層構造のコード

6.2 各要素の詳細

(1) 第1要素

第1要素は、コード系を識別する。コード系の識別は、「コード系名」と「バージョン番号」によって行う。

諸般の事情を考慮すれば、コード系名のために2桁（文字）、バージョン番号に1桁（文字）及び予備を含めた5桁（文字）は、どうしても必要である（図-8参照）。

一つのコード系がこの第1要素によって識別される。この第1要素の特定の文字列によって、特定の構造を持つ製品コードが定義される。この特定の文字列とそれに対応する製品コードの構造は、製造業コードセンターに登録され、統一的に維持管理される。

一つのコード系を設定するために、必ず製造業コードセンターへその構造を登録し、第1要素の特定の文字列を割り当てることにより、全体としての統一性を維持する。

製造業コードセンターへ登録された製品コード構造は、数字的記述によって表現され、コンピュータ・リーダーな形にすることにより、コンバータ

ーなどへの自動組込の道を将来に残すことになる。

第1要素の文字列の割り当ては、一般的には、業界単位に実施される。この場合、業界内の共通化が進んでいけば、業界共通コードの識別子となる。

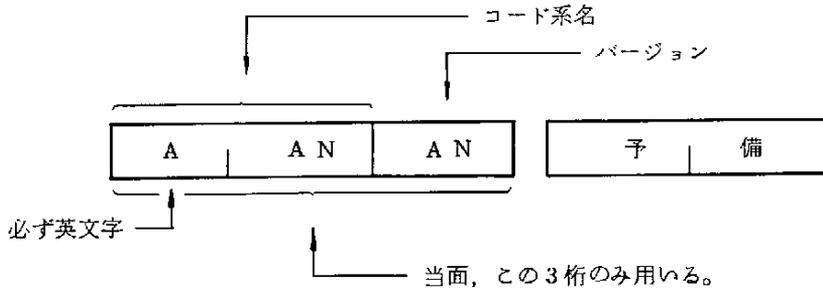


図-8 第1要素の体系例

第1要素は、業界分類ではない。なぜならば、一般的には、業界単位の割り当てになるが、次のような割り当てが多く発生する可能性があるからである。

- ① 特定業界間
- ② 特定製品種

第1要素は、各種の分類に基づいて割り当ててのではなく、運用の最適化を最優先にして割り当ててため、業界分類とは異なる。

(2) 第2要素以下

第2要素以下は、一つのコード系（同一の第1要素識別子をもつコード同士）の中でのみ共通的の意味を持つ。業界（業界間）での検討により、全体規約の制限内で自由に設計し、部分規約として設定できる。

但し、設定後の構造は、製造業コードセンターへ登録することになり、その後の変更は、全体規約で示される手続きを踏まなければならない。

第2要素以下の設計上の制限は、以下のとおりである。

- ① コードの全長
- ② 要素の最大個数と最小個数
- ③ 各要素の最大長（桁数）
- ④ 使用文字種
- ⑤ 企業コード要素の挿入（順番は問わない）

(3) 企業コード要素

本構想では、製品識別のユニーク性を保障するため、第2要素以下の任意の一つの要素を企業コードとする。何番目の要素が企業コードであるかは、第1要素によって識別される。

但し、状況によっては、企業コードを省略することはあり得る。例えば、製品規格の共通化が進んでいる業界で、メーカーの区別を必要としない製品が該当する。この事自体も、第1要素によって識別される。

企業コード要素の詳細は、第8項を参照していただきたい。

(4) 個別企業自由使用部分

第2要素以下の任意の一つの要素あるいは複数の要素は、個別企業自由使用部分となる。どの要素が自由使用部分かは、第1要素によって識別される。

この要素の管理は、個別企業に委ねられる。しかしながら、以下の項目は第1要素によって固定的に規定される。

- ・自由使用部分（要素）の最大長
- ・使用文字（キャラクターセット）

すなわち、「自由」とは、自由な文字列を使うことができるという意味で、使用文字種と最大長は制限される。

この自由使用部分は、実用的な製品コードには必ず必要な要素である。

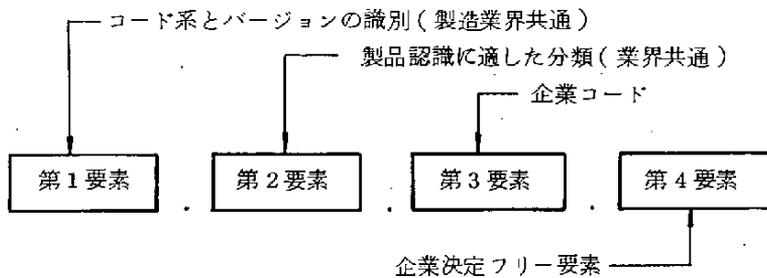
6.3 製造業共通製品コードの標準的な構成

本共通製品コードは、単品識別コードであり、分類コードではない。しかしながら、目安程度の分類でもある方が、実際の運用で有用になる。この分類は、

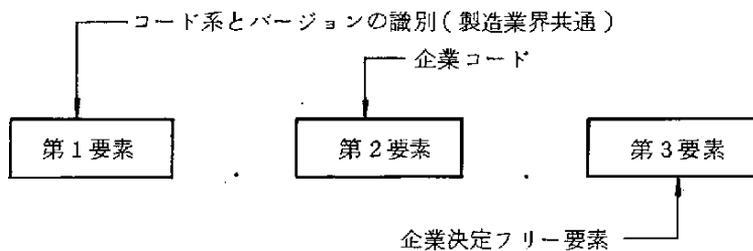
統計資料を作成するための分類処理にはむしろ有害であるが、人間が実際の「物」と対応させてコードを覚えるのに極めてつごうがよいからである。

このような分類では、理論的あるいは科学的な分類よりも、「物」という実体の認識に基づく分類の方が適している。又、あまり欲張った分類にしないことが重要である。

以上のような項目を考慮すると、参考図のような体系が標準的と思われる。この部分は、業界あるいは業界間の話し合いで決定する（部分規約）ことになるので、かなり厳密な分類が作成できる業界と、そうでない業界とがあっても止むを得ないことである。



汎用製品（標準規格品）



特注的製品

図-9 標準的な体系例

図-9における「汎用製品」の標準的構造の第2要素が「製品識別に適した分類」、すなわち簡易分類である。この分類は、業界用語として用いられる一般的製品呼称をコード化したものが最適である。製品コードにこの分類が含まれていることにより、人手で取り扱う場合に、単純文字列よりもはるかに容易になることが期待できる。製品コードがシステムにインプットされるまでは、人手による処理が必要なので、以上のことはかなり重要である。

一方、同じく図-9の「特注的製品」では、その性質上、簡易分類を含めるのは無理と思われ、むしろ実現性を優先して、簡易分類を省略している。

但し、図-9の「汎用製品」の第1要素と「特注的製品」の第1要素にそれぞれ別々の文字列を割り当てることにより、両者を同一の場で用いることが可能である。このように、本構想は元々多様なコード系を許容するようになっており、図-9の標準的な体系を出発点として、業界の状況に応じた多様な展開が図れる。その一部を図-10に示す。図-10のバリエーションもまた、第1要素で識別される。

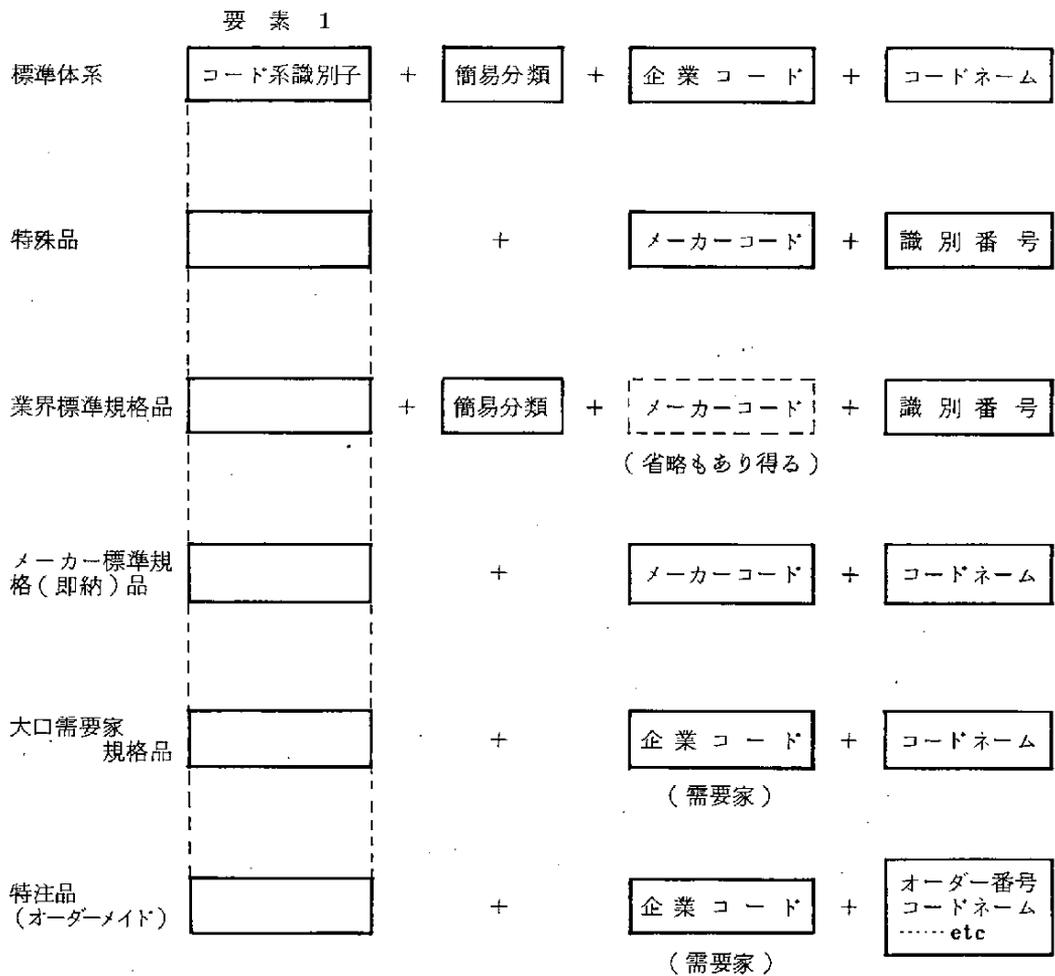


図-10 図-9のバリエーション

7. コード体系と運用の具体例

第1項から第6項までに、本共通製品コードの大枠（全体規約）について記述した。この大枠に沿った共通製品コードの具体例とその管理方法（部分規約になる）について記述する。

7.1 第1要素（全体規約）

(1) 体系

第1要素の体系例を図-11に示す。この例では、

最大長 …………… 5桁（5文字）

最小長 …………… 3桁（3文字）

であり、当面3桁を用い、2桁は将来の拡張のために残す。文字種は英数字で、先頭の第1文字は必ず英字を用いる。

バージョン番号は、0から始まり9で終るグループとAから始まりZで終る二つのグループを設ける。

0～1のグループは主に汎用製品（標準規格品）とし、A～Zのグループは、特別品（特殊品）とする。

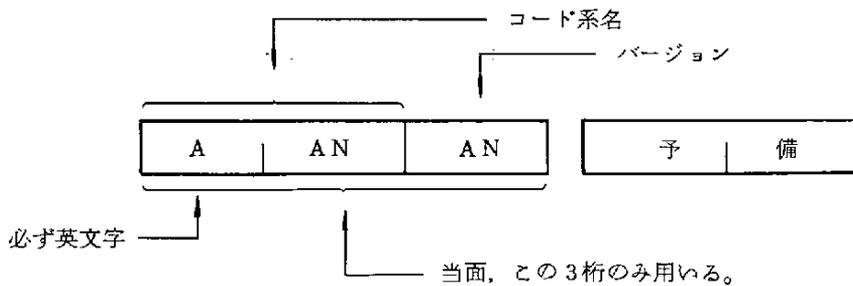


図-11 第1要素の体系

(2) 第1要素の設定

業界あるいは業界間での製品コード共通化作業の結果、本共通製品コード規定に基づくコード体系が作成できた場合、代表者が製造業コードセンターへ申請することにより、製造業コードセンターが、第1要素の特定文字列を割り当てる（図-12参照）。

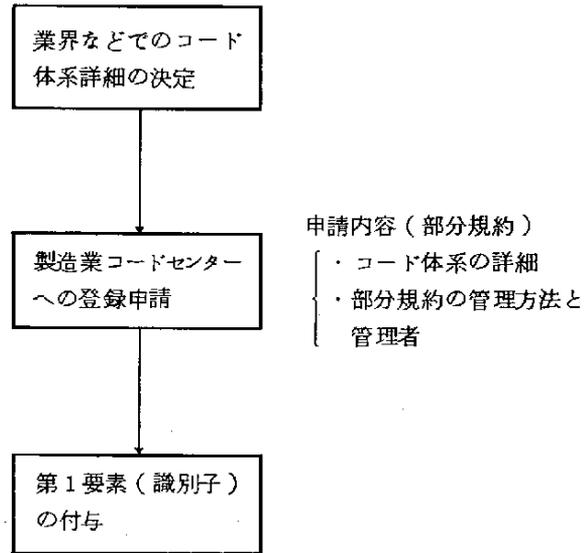


図-12 第1要素の設定

この特定文字列は、申請者のためのコード系の識別子として永久保存される。バージョン番号は、申請者の申告に基づき、初回は例えば0又はAを設定する。バージョン変更のための申請では、種々の条件を考慮して、最適なバージョンを設定する。バージョンのみの変更は、原則として、前回申請時と申請者が同一の場合とする。

代表者（申請者）は、企業名、業界名、業界団体名および連名いずれの場合も可能とする。一般的には、サブセットの管理者である。

尚、申請時に、コード体系（第2要素以下：部分規約）の詳細と運用方法の概略を届けることになる。

製造業コードセンターへ登録された新しいコード系（ある業界の共通製品コード）は、それまでに登録されたコード体系の申請者に、その内容が通知される。

7.2 第2要素以下（部分規約）

(1) 基本原則

第2要素以下は、業界あるいは業界間の検討により自由にコードが設定できるわけであるが、一度共通コードが設定されれば、あらゆる業界がその共通コードを使うことに注意しなければならない。

具体例で説明すると次のようになる（図-13）。

- ① B業界（供給者）とA業界（需要家）の間の検討で、B業界の製品の共通製品コードが作成され、製造業コードセンターに登録されたとする。この情報は他のすべての業界にも伝達される。このコード系をXとする。
- ② A・B業界間の取引は、Xを用いる。
- ③ さらに、他の業界（例えば、C、N）に対しても、B業界の製品の取引は原則として、コード系Xを用いる。すなわち、B・C間、B・N間の取引でも、コードXを用いる。もちろん、これは強制ではないが、基本的に尊重されるべきことである。

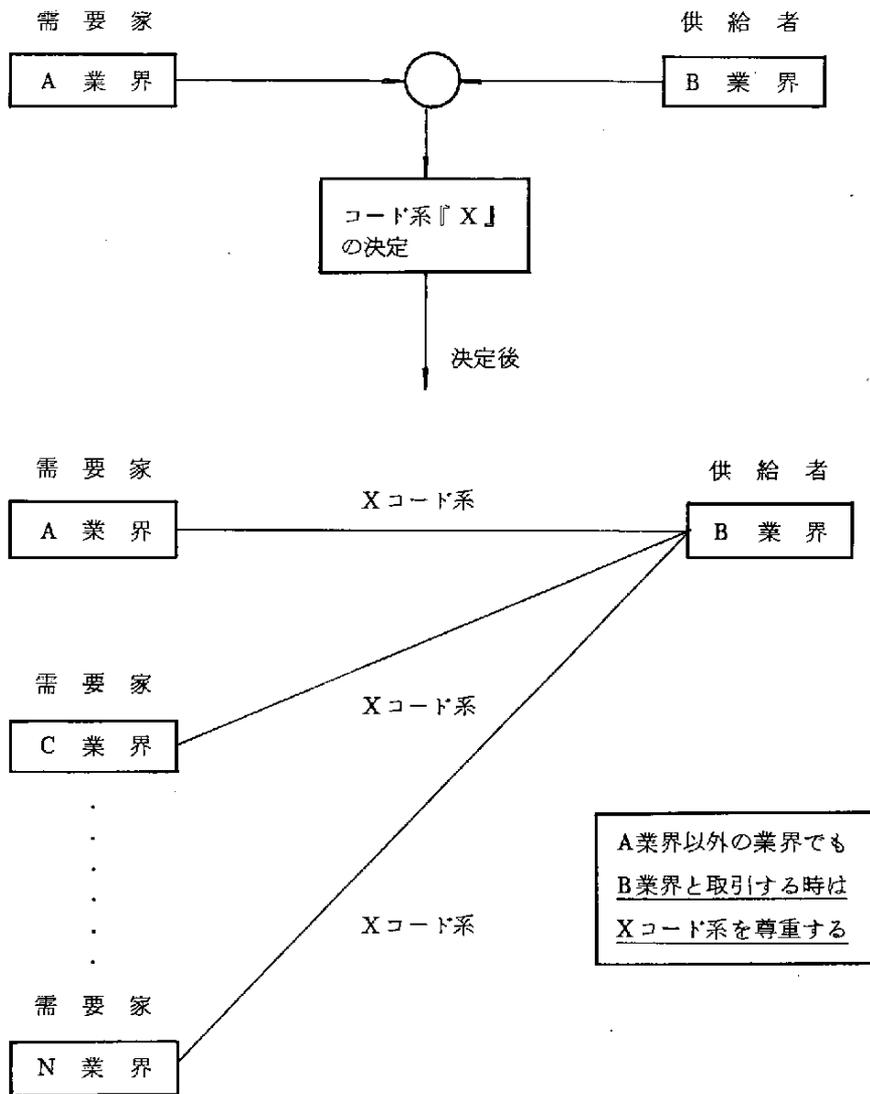


図-13 既に設定されたコード系の尊重

(2) 第1要素と第2要素の関係

前述の基本原則の結果、例えばアセンブリーメーカーなどは、多数のコード系を扱うことになる。これは共通化に反するようであるが、このために、コード系の識別子（第1要素）が付加されている。この第1要素は、一意的

に業界などで決定された第2要素以下の構造（部分規約として規定される）を確定し、一つのコンピュータ処理系による複数のコード系の処理を可能としている。

より具体的には、次のようになる。本共通製品コードは、ネットワーク上での一種の仮想コードであり、ネットワークの入口または出口で、各企業内の固有コードへの変換を前提にしている。これは、部品供給者でもアSEMBリーメーカーでも同じ条件である。

コード系識別子は、膨大な変換テーブルのインデックスとして活用され、変換を効率化するのである。

この場合の変換テーブルとは、実は、各企業の製品コード・マスター・テーブル（供給者の場合）であり、部品コード・マスター・テーブル（需要家の場合）である（図-14参照）。

結果的に、本共通製品コードは、供給者の製品コード・マスター・テーブル内の一つのアイテムと、それに対応する需要家の部品コード・マスター・テーブル内の一つのアイテムを結ぶポインターである。このポインターは両方向性であり、製造業界内で共通である。

理論的には、共通製品コードの体系は一種でよいが、運用性を重視した結果、第1要素を活用した複数のコード系を用いることとしている。

以上のことを十分配慮して、第2要素以下を決定すべきである。

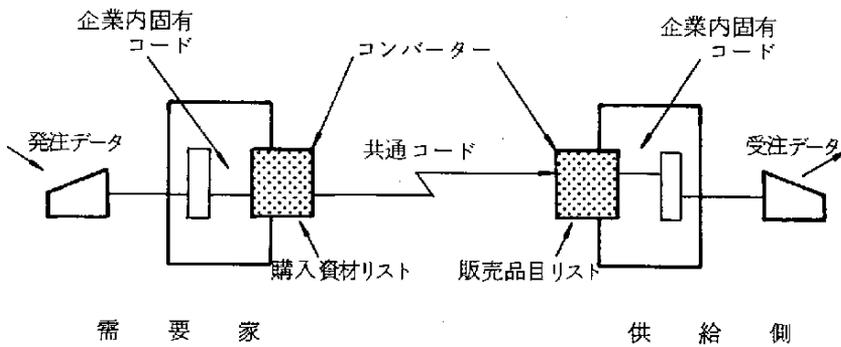
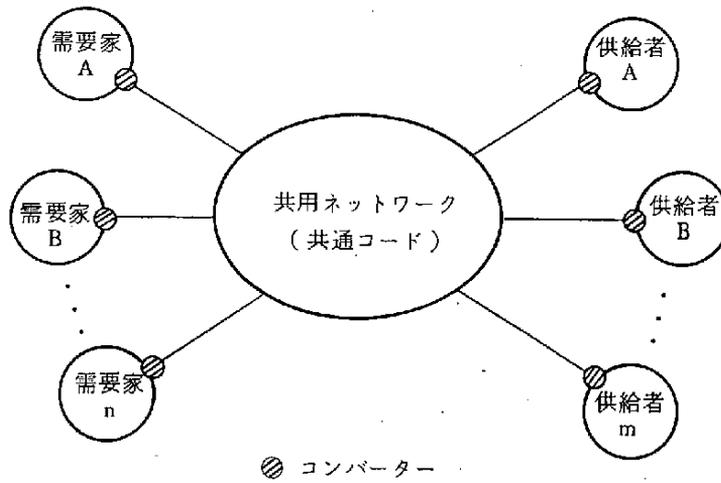


図-14 システム環境

7.3 運用例

具体的なコード体系がすべて設定されれば、実際に運用することが可能となる。ここでのポイントは、コード伝達の方法と、個別企業によるコードの管理である。コード体系の中に個別企業自由使用部分が含まれている限り、必ず必要となる重要項目である。以下に、コード伝達と個別企業による管理の例を示

す。

(1) 汎用品（標準規格品），カタログ製品など

カタログ，パンフレット類に，企業固有コードと共に共通製品コードを同時に表示する方法がある。共通製品コードは，当然のこととして，業界（あるいは業界間）決定する必要がある。

(2) カタログ製品の一部仕様変更

カタログ製品の共通製品コードに枝番を付けるなどの対応が必要になる。このルールを業界（あるいは業界間）決定する必要がある。

このルールを巧妙に設定すれば，商談時に共通製品コードを設定するという理想的状況が得られる。

(3) 特別仕様品

もともと汎用品（標準規格品）でないものに，汎用品と同一のコード体系を運用するのは無理である。このような製品については，それにマッチした別のコード系を適用すべきである。

本共通製品コードでは，特別品のコード系バージョンを設けることにより，このような状況に対応できるように考慮されている。

(4) 各企業レベルにおけるコードのメンテナンス

前述①～③のいずれの場合でも，又，他のいかなる場合でも，コードのメンテナンスが企業レベルで発生する。

各企業が企業内固有のコードを用いていれば変換テーブルの，また固有コードを用いていなくても，コード・マスター・ファイルのメンテナンスが必要である。

商談時に決定された共通製品コードは，速やかに，関係企業の情報処理システムに登録されなければならない。たとえ，商談時に決定されなかった場合にも，その取引に関する最初のデータ交換が実施される前に登録される必要がある。そうでなければ，コード・コンバーターが処理不能になってしまう。

このことは、取引に関する事務処理上のチェック機能となり得る。正しい事務処理が行われなかった取引に関するデータ交換は、コンバーターでの変換過程でエラーになるからである。

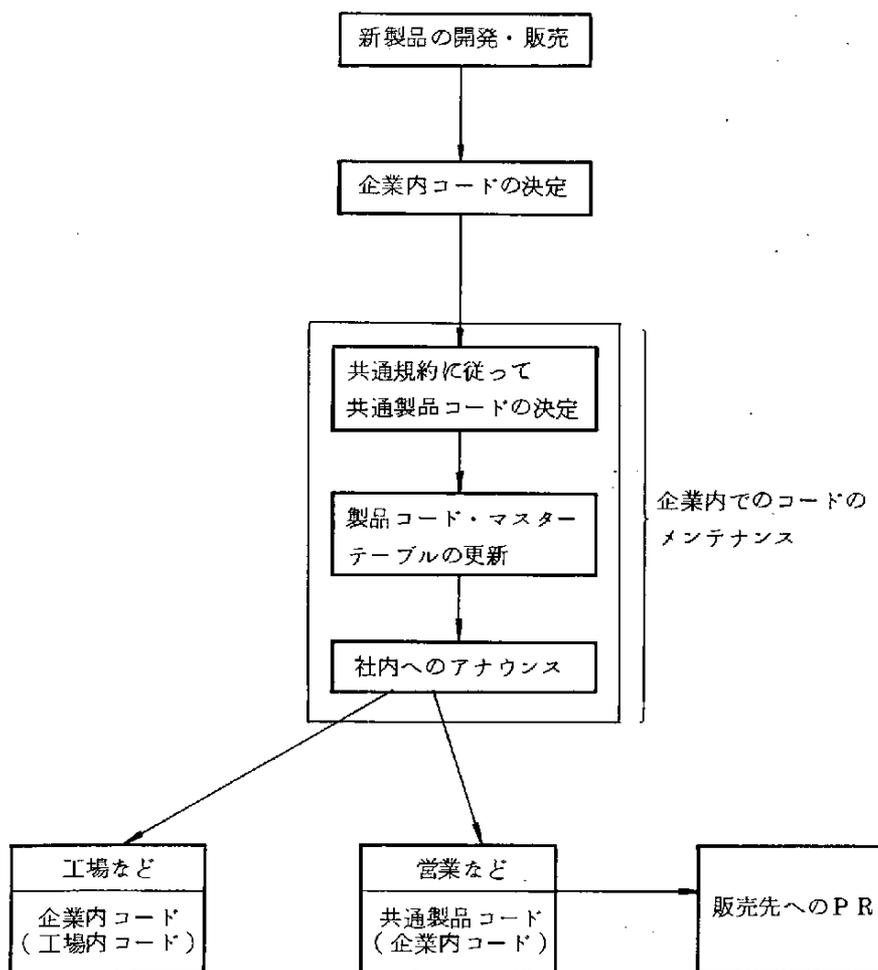


図-15 企業レベルのコードのメンテナンス例

8. 補足（標準企業コード）

8.1 使用目的

共通製品コードの企業要素コード

8.2 基本運用方式

適用範囲を製造業全体とし、又、統一的管理を実施するため、体系、コード（文字列）とも標準化を行う。従って、すべて登録制とする。

登録と管理は、法人に対して割り当てるコード（文字列）の決定も含めて、すべて、製造業コードセンターで行う。

8.3 法人の定義

原則として、一法人に対して一つのコード（文字列）を割り当てる。この場合の法人とは、常識的な法人とする。従って、登記上の一法人に対して、二種以上のコードが割り当てられる可能性は、ゼロではない。逆に、未登記の企業に対しても、必要であれば企業コードを付与することが可能である。

8.4 コード体系

① 長さ（桁数）

最小3桁、最大5桁の可変長とする。

② 使用文字

英数字とする。但し、第1文字は必ず英字とし、かつ、文字列内に必ず1文字以上の数字を含むものとする。

(例)

| | | | | |
|---|---|---|--|--|
| S | 4 | A | | |
|---|---|---|--|--|

8.5 登録商標について

5文字以内の英字による登録商標を保持している企業に対しては、その商標を企業コードとして登録することを認める。

6文字以上の英字による登録商標については、5文字以下に圧縮したものについてのみ、登録を認める。この場合、既登録済の他の企業のコードと同一にならないことが条件である。

尚、企業コードとして登録商標を用いた企業は、常に登録商標を更新維持しなければならない。他の企業がその商標を登録商標として取得した場合、元の企業コードを抹消する。

8.6 登録、抹消

(1) 企業コードの登録

登録はすべて、各個別企業による登録申請に基づき、製造業コードセンターで実施する。

申請は、正式企業名で行う。製造業コードセンターは、申請された正式企業名を用いて二重登録をチェックする。正式企業名そのもののチェックは実施しない。従って、正式企業名を工夫すれば、一法人で多数の企業コードを取得できることになるが、それについてのチェックは特に行わない。故意にこのようなことが行われるかどうかは、申請者のモラルの問題である。

企業コード（文字列）は、登録商標の場合を除いて、製造業コードセンターが決定する。

(2) 企業コードの継続登録

登録された企業コードは3年に1度、登録の継続処理を行う。

(3) 企業コードの抹消

企業コードの抹消は下記の場合に行う。

- ① 抹消申請が提出された時
- ② 継続登録手続きがなされなかった時

- ③ 製造業コードセンターで調査した結果、明らかに存在しない法人であることが判明した時
- (4) 抹消されたコード列は、新しい企業に割り当てるコード列が不促する時点まで再使用しないこととする。
- 将来、再使用の必要性が発生した時点で、再使用の問題点を改めて検討する。

9. 新コードへの移行方法

(1) 移行時期

業界（業界間）でネットワーク化を実施する時が最適である。この時、個別対応により既にオンライン化している部分まで含めて行うかどうかは、個々の状況による。また、手作業の部分については、通常、後回しになるか除外することになる。

(2) 並行処理

通常、一度に新コードへ全面的に移行するのは無理であり、過渡期の処置として、従来のコードと新しいコードを同時に使用することは避けられない。

但し、このような状態は、なるべく早く解消すべきであり、順次新コードへの切り換えを進めるべきである。本共通製品コードの効果が大きくなるためには、各企業の取扱製品（資材も含めて）の60%程度が新コードで取引される必要がある。

(3) 移行方法

① 第1段階

前述したように、業界（業界間）のネットワーク化に合わせて、そのネットワークを用いて取引を行う製品から、新コードを用いるが最適である。

また、各企業個別対応のオンライン化であっても、これから構築するものについては、新コードを適用すべきである。

② 第2段階

各企業個別対応により、既にオンライン化している取引に関する製品コードを新コードに切り換える段階である。この時、個別のオンラインから共同のネットワークへ移行することもある。

いずれにしても、この段階で特別なケースを除き、オンラインによる取引

を行っている製品については、新コードへ移行する必要がある。

③ 第3段階

この段階では、手作業で処理を行っている取引についての新コードへの移行を検討しなければならない。

手作業分の取引についての製品コードを全面的に新コードへ移行することは難しいと考えられるが、なるべく多くの取引について新コードを適用すべきである。

この場合に、共通製品コードの体系が大きなポイントになる。本共通製品コードの枠組みでは、第2要素以下について表意コードとするか、単純識別コードとするかは、特に規定せず業界決定に委ねている。

一方、手作業には表意コードの方が適しているのは明白である。そこで、業界（業界間）で、第2要素以下を決定する時、このような運用を最優先することが重要である。手作業による運用が考慮されていれば、当然の結果として、手作業分の新コードへの移行もスムーズに進めることができる。

この段階を終えて初めて、60%以上の製品を新コードで取引できると考えられる。

(4) 移行期間

製品コードの共通化は、製品業界の取引の革命である。移行が3段階に分けて実施されたととしても、各段階が明確に区別されるものではなく、連続的に実施されることが予想される。

その作業は極めて膨大であり、短期間で達成されるものではない。むしろ無理な移行計画は無用な歪みを発生し、新コード化への熱意を失わせることだけに作用するだけである。従って、少しずつ期が熟した部分から、着実に実行することが重要である。

数年以内に、最初の製品コードの共通化が実施されたとして、一つの区切りが来るまでに少なくとも5年、全体がほぼ新コードへ切り換わるのに10年程

度は必要と思われる。そのため、本共通製品コードは、少なくとも西暦 2000 年までは使えるように配慮すべきであり、本枠組みは、それを十分考慮してある。

1 0. 製造業共通製品コードの実現過程について

本製品コードの共通化の原理は、各企業が共通規約に従って新しい製品のコードを決定するところにある。従って、第一に重要なことは、製造業界に属する各企業が納得のいく共通規格を作成することであり、そのためには、規格の妥当性も必要であるが、規格を設定する手続きも非常に重要である。

例えば、ISO（国際標準化機構）などで日常的に実施されている郵便投票による意見収集などは有力な方法となろう。

規格が設定された後も、様々な状況の変化により修正が必要になることはよくあることである。従って、規格のメンテナンスが必要になってくる。また、本共通製品コードの枠組みでも示されているが、一般的に製品コードは、新技術・新製品の出現のため、コード体系自体のメンテナンスも必要になってくる。これらを担当する機構（コード管理センター）も非常に重要な要素である。

以上に示すような様々な条件が整っていることが、共通製品コードの存在に不可欠である。

以下に、本共通製品コード案を詳細化し実現するプロセスについて示す。

1 0. 1 第1要素

第1要素は、本共通製品コードの要となる部分である。第1要素は、全体枠組と密接に関係しており、コード全体の構造と第1要素は同時に設定しなければならない。

この部分は、製造業界共通であるから、製造業界全体の合意を得る必要がある。実際的には、製造業界の各業種の代表による意志決定の場で討議を行う必要がある。

以上のような合意に基づいて、第1要素の具体的なコードを設定しなければならない。このコードの設定（割り当て）の実業務は、製造業コードセンターで実施することになる。前述の合意項目の中には、当然のこととして、この製

造業コードセンターの設立が含まれていることになる。

1 0.2 第2要素以下

(1) 基本的アプローチ

一つの製品を取り上げた時に、その流通範囲が限定されていれば、その流通範囲における関係者が集まり、共通製品コードを設定することで実質的にコード共通化の目標が達成される。

上記の概念に厳密に当てはまる製品は、実際にはほとんどない。しかし、少し解釈を拡大し、一つの製品（製品種）が主として流通する範囲を区切ることができる。通常、自動車業界、電機業界などと言われる。

例えば、電子部品などは、厳密には様々な業界（業種）に納入されているが、大量に納入される納入先は、電機の組立メーカーであり、これらの部品の流通している主要な範囲をまとめることができる。

従って、電子部品の製品コード共通化は、この範囲に属する企業の連携により、推進することが現実的である。

このように本構想では、等定業界ごと（より具体的には製品種ごと）の共通化を推進し、結果として、製造業全体の製品コードを一つの緩い枠組みの中に収れんさせるというのが、基本的目標である。

(2) 業界ごとの共通化

基本的な共通化の単位は、前述のような業界である。この業界とは、既存の業界団体の枠組みとは必ずしも一致しない。従来の業界団体は主として同業者の集まりであるのに対し、ここで言う業界とは、一つの製品における供給者と需要家の集まりだからである。多くの場合、複数の業界団体に対応する。

従って、従来の枠組みを越えた検討組織が必要となり、これを有効に機能させることが大きな課題となる。

組織形態の面から見れば、

- a. 1業種対1業種（図-16，図-17）

- b. 1業種（需要家）対 n業種（供給者）（図-18）
- c. n業種（需要家）対 1業種（供給者）（図-19）
- d. n業種対 n業種

というように、四つの型が考えられる。最近の製造業界のように、各企業とも業種の特徴が薄まりつつある状況を考慮すれば、dのn業種対n業種の検討が理想的である。

しかしながら現実的には、d方式は、物理的に不可能であり、運用も困難である。そこで、a、b、cの中から実際に可能な検討体制を選択しなければならない。aよりはb、cの方がよりベターな結果を生ずるのは当然であるが、それだけ、組織化と検討は難しくなる。従って、ケース・バイ・ケースで検討体制を確立する必要があるが、組織化・検討の難易度と結果の有効度を総合的に判断して、方向を定める必要がある。

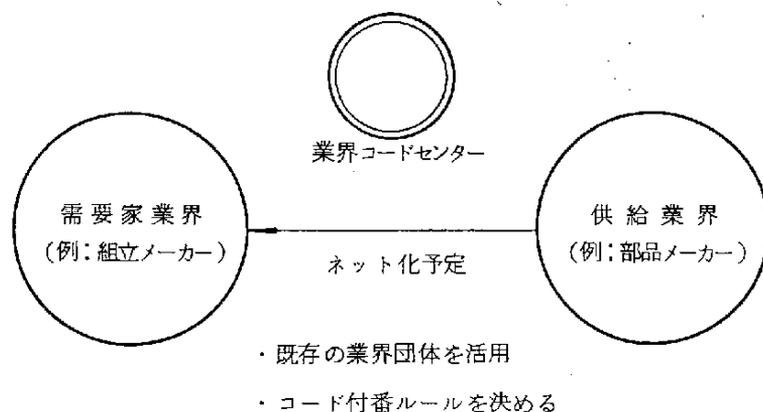
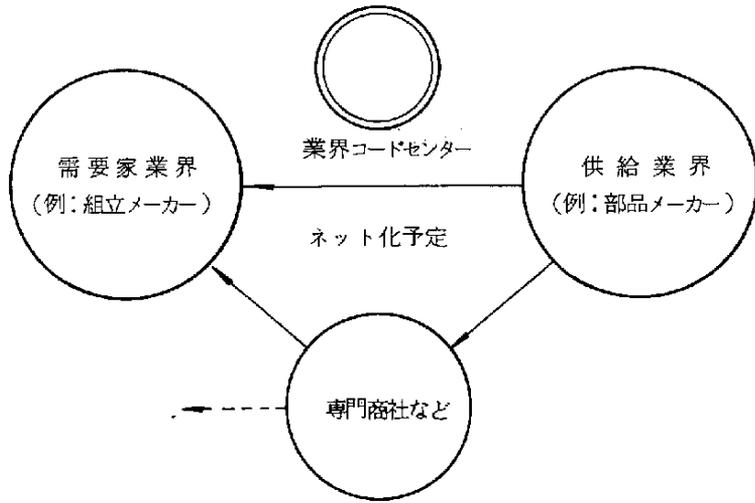
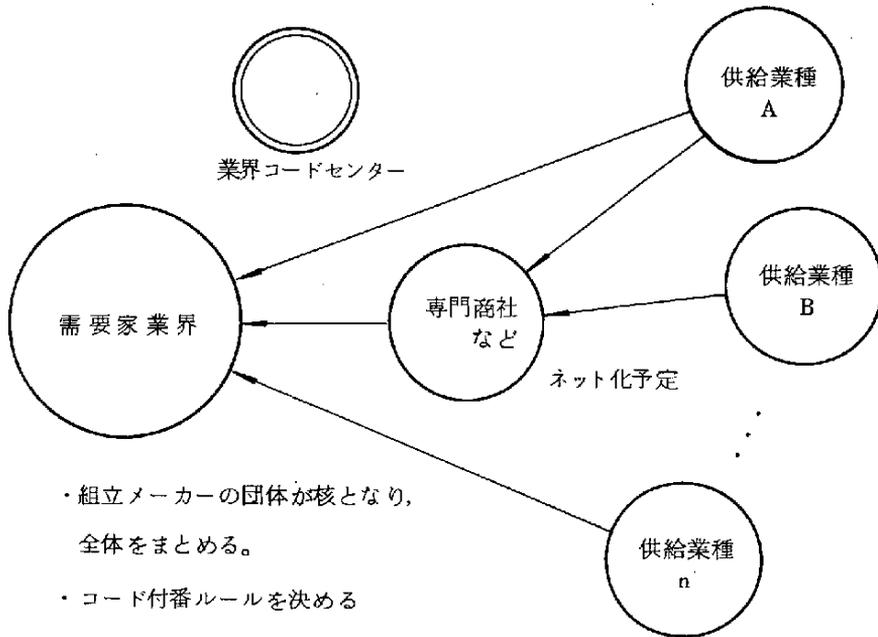


図-16 1対1方式（基本方式）



基本方式に商社が参加

図-17 1対1方式 (バリエーション)



- ・組立メーカーの団体が核となり、全体をまとめる。
- ・コード付番ルールを決める

図-18 1対n方式 (需要家業界中心)

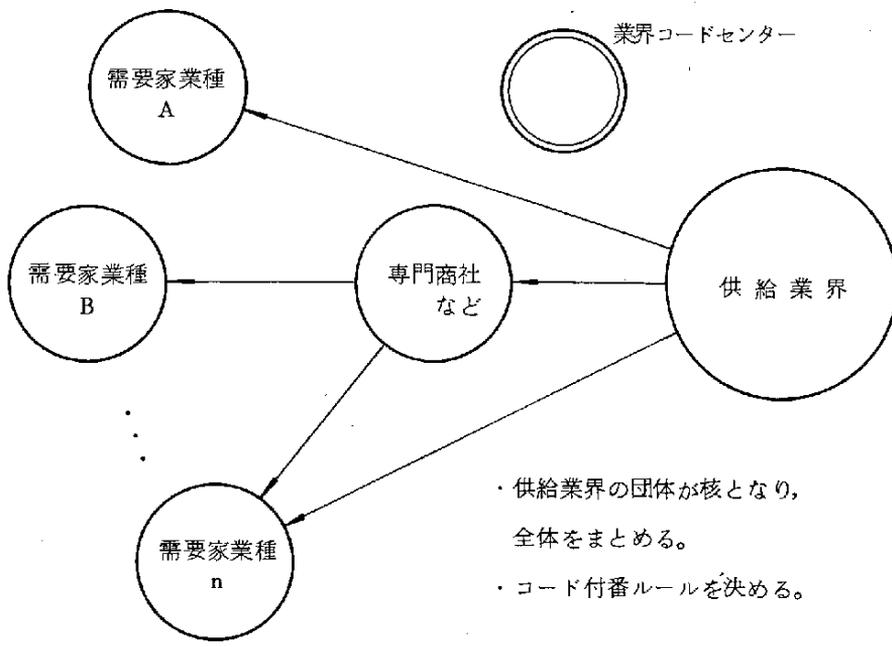


図-19 n対1方式（供給業界中心）

(3) 業界コードセンターとの関係

本構想における業界コードセンターとは、適当な検討体制のもとで検討された製品コード共通化の結果であると考えてよい。

製品コード共通化のために設置された組織は永続的である。共通製品コードは一度決定した後もメンテナンスが必要なため、何らかの組織を残さなければならない。最初の共通化検討のための組織が、メンテナンス用に改変されて残されるのが、本構想における業界コードセンターである。

業界コードセンターとコード系は一致しており、コード系ごとに第1要素の識別子が割り当てられる。すなわち、第1要素は、業界コードセンターの識別子になっている。

1 0.3 共通製品コード開発承認手順

(1) 基本体系の規格化（イニシャル・ステージ）

基本体系は、前述したように、製造業界全体で合意を得る必要がある。そのために、次の二つの作業が必要になる。

- ① 完全な全体規格の作成
- ② 作成された規格の承認

この二つの作業を実施するための体制として、図-20を提案する。以下に、図-20の説明を加える。

a. 有識者グループによる提案

これは本構想の提案を示している。

b. （製造業）共通製品コード委員会（仮称）

共通製品コードの検討を推進し、作成された規格の合意を得る最も重要な組織である。

従来企業、業界団体の枠を越えて、製造業全体が結集するのが理想的である。それだけに問題点も多い。これについては後述する。

c. 共通製品コード原案作成グループ

共通製品コード委員会から諮問を受けて、完全な規格を作成する専門家グループである。検討の出発点は、本構想である。諮問案件の性格上、多くのメンバーは製造業（個別企業）から参加することになる。

d. 一般企業からの意見収集

共通製品コード委員会に、すべての製造業（個別企業）の代表が参加するのは物理的に不可能であり、代表制になる。従って、アンケート調査・郵便投票などによる一般企業からの意見収集が不可欠になる。

e. 製造業コードセンター設立準備委員会

共通製品コード規格の合意が成立すれば、実運用に備えて、コードセンター設立準備をしなければならない。これに関する検討項目も数多くあるが、中でも大きな問題は、コードセンターの運営費用である。製造業コー

ドセンター設立準備委員会は、この問題を中心にした検討を行う。

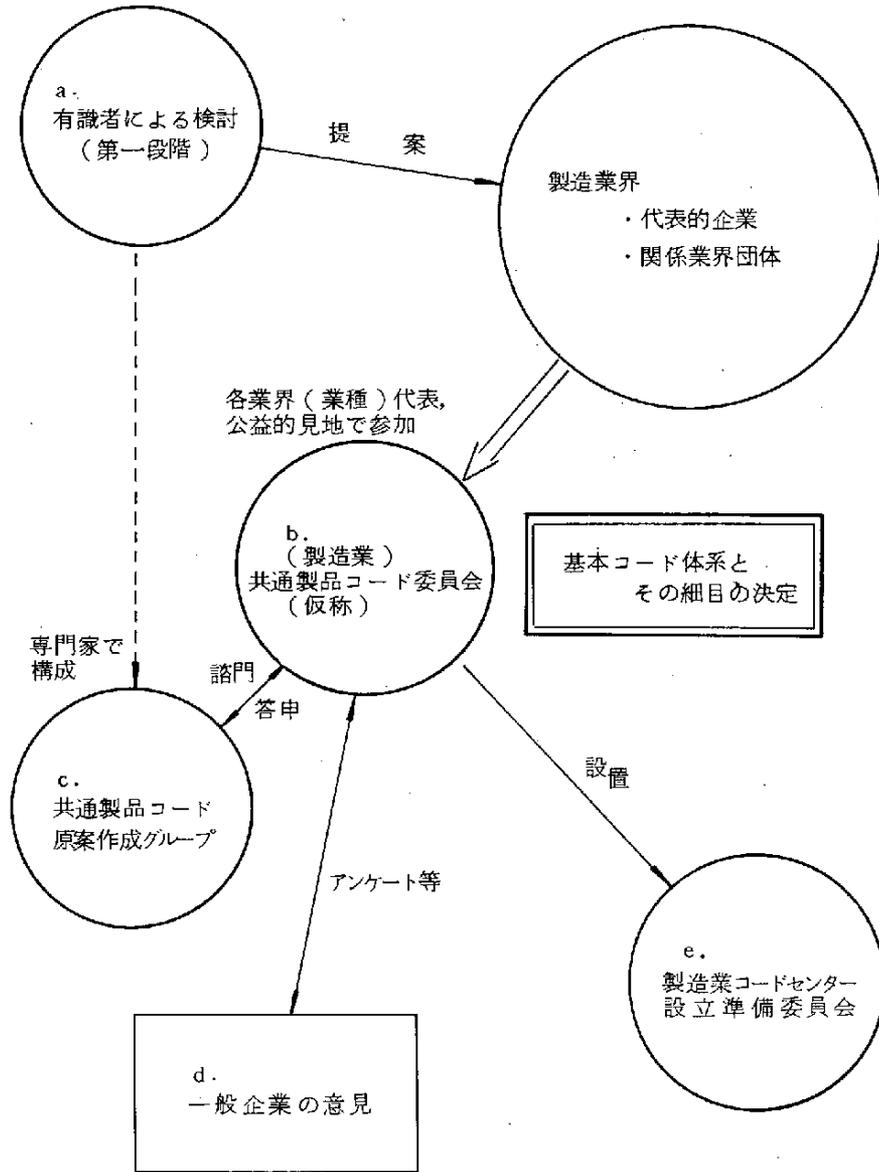


図-20 共通製品コードの開発承認手順(試案)

(2) 業界などによる実運用を含むルールの策定

基本体系の規格化が合意されれば、これに基づき、業界ごとの製品コードの共通化が可能になる。このための検討組織には、三つの形態があることを既に述べた。どれか一つの形態を選択し、検討場を作ることから作業が始まる。

① 検討会の設置

検討会は当事者の代表により組織される。この検討会には、関係企業がなるべく多く参加すべきである。この検討会を組織する現実的な方法の一つは、既存の業界団体が核となることである。但し、多くの場合、業界団体は前述したように業種ごとに組織されている。

製品コード共通化の影響範囲が複数の業種にまたがることを考慮すると、多くの場合、複数の業界団体の連携が必要になってくる。

ここでいう連携とは、業界団体を窓口として、複数の業種の企業が連携するという意味である。

② 共通化の検討

検討は様々な形で行われる。実務者レベル、決裁レベル、時にはトップ会談も実施されるだろう。その場に応じた最適なスタイルで進めることになる。

どのような進め方をしても、製造業における基本体系の枠内であれば、どのような合意に達してもよい。重要なのは、合意（コンセンサスともいう）に達することである。

③ 合意後の作業

合意に達すれば、業界コードセンターの設立と、各企業が自社内の対応作業を実施することで、「共通製品コード」の運用が開始できる。

1 0. 4 現実的アプローチ

(1) 理想と現実

これまでに示した手順は、原則である。実際に、その手順に従って製品コ

ードの共通化を実行しようとするれば、様々な課題を解決しなければならない。

例えば、「共通製品コード委員会」という一つの場の設置を考えただけでも、主たる製造業の代表が集まるというのは、非常に難しい。アンケート調査や郵便投票を実施しても、すべての意見が集められるわけではない。

さらに、集まった意見をすべて吸収した共通製品コードを設計できるかどうかは、はなはだ疑わしい。共通製品コードとは、技術的産物であり、期待されるほどの柔軟性はない。人間の言葉よりは、はるかに硬直している。

こういう条件下で、現場での使用に耐え得る共通製品コードを開発しなければならない。そのためには、多少原則を曲げるようなことがあるとしても、ケース・バイ・ケースで、便法を使う必要がある。

(2) 業界代表

共通化のために、業界代表の集まり（場）を、多数設置しなければならない。原則にこだわれば、半ば公的な選挙を実施して代表を決定するのが最も民主的かつ公平であるが、理論的には可能であっても、あまり現実的とは言えない。

製品コードの共通化がどうしても必要な企業（団体）及びその主旨に賛同した企業（団体）が集合連携して一つの場を設け、それを業界代表の場の代わりとして機能させるという柔軟な対応が実際的である。

(3) 推進者

当事者による検討の場ができれば、当事者間相互の話し合いにより内容を詰め、合意に達するというのが基本的段取りである。

しかし、目的とする共通化は、2者間の共通化ではなく、多数間の一括共通化である。そこで、多数行われる当事者間の話し合いの結果を集約し、全体として一つのベクトルにまとめていく推進者の存在が重要である。

推進者は、全体を集約するために、一部の当事者に対して、かなりの妥協を要求することもあり得る。検討対象となる問題が、当事者の利害関係と直結しているため、推進者は当事者と直接の利害関係を持たない第三者、例え

ば、公益機関などが適当であろう。

(4) 全員一致と多数決

共通製品コードの体系と運用ルールは、全員一致を持って最終決定するのが原則である。しかしながら、全員一致に至るまでいつまでも検討を続けるというのでは、結果として共通化ができないということになりかねない。

時には、全員一致に至らなくても、合意した企業（団体）だけで、共通化を実施する局面があり得る。そのような便法は、真の共通化、あるいは真のコンセンサスを得たということにはならないかもしれないが、実質的な共通化を達成するためには必要な場合もある。

(5) より現実を重視したアプローチ

以上のような簡便法を用いても、検討が進まない状況も予想される。より原則に近いアプローチをしなければならないことは当然であるが、実業務における必要性が緊迫していれば、状況にもよるが、原則を越えたアプローチが求められる。

図-20の手順に従った検討は、とにかく実施しなければならないが、並行して、図-20の逆のプロセスで検討する方法も効果的な場合がある。

例えば、コードセンターの業務が既に始まっていると仮定し、第1要素識別子を仮決定し、実際にコードを運用する方法である。やや独断専行的な色彩が強いが、真正面からの検討が難行している場合、このような強引なアプローチが事態を打開することがある。

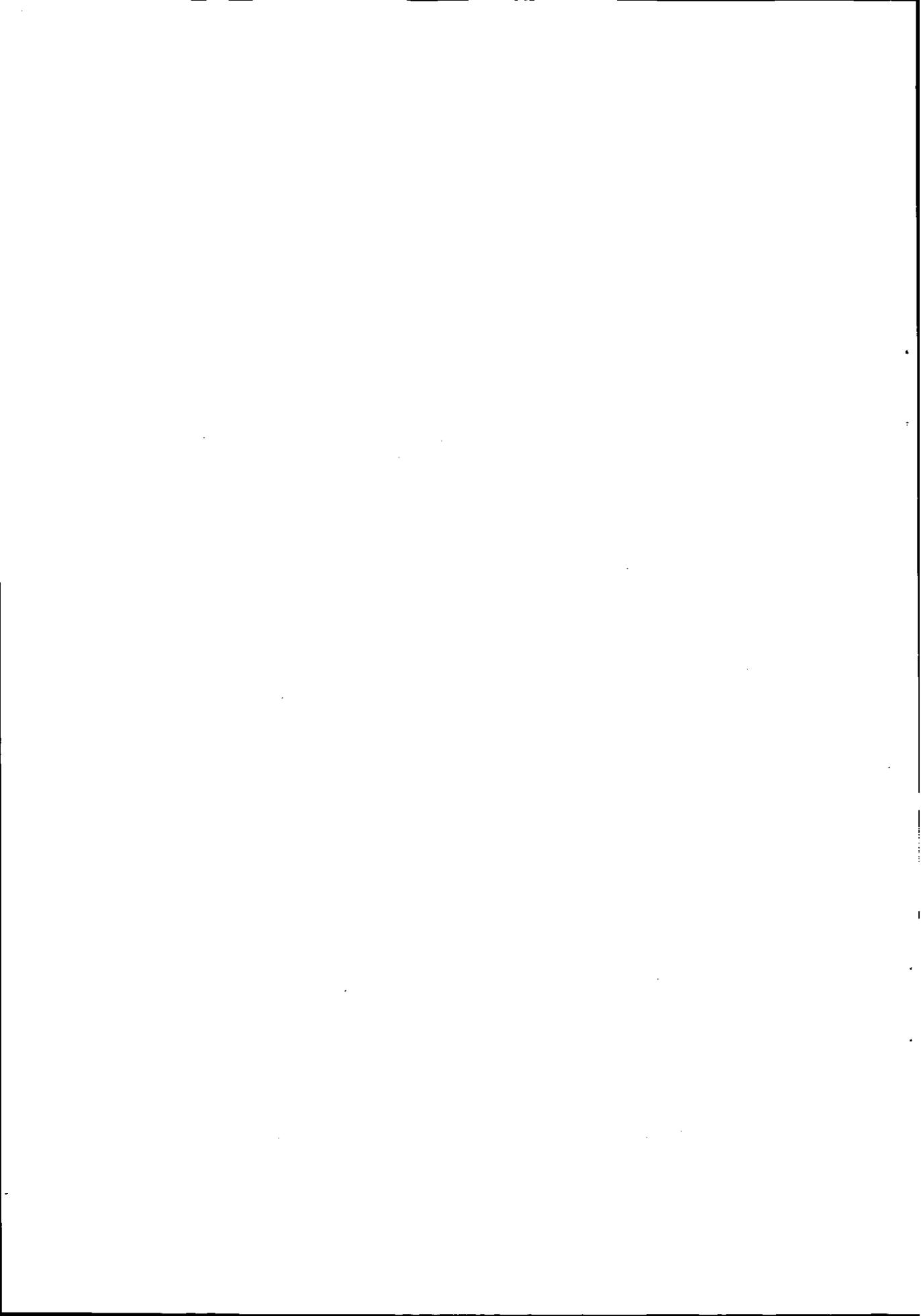
当然のこととして、独断専行による不協和音が大きくなった時は、見直しを行う。このような謙虚さが欠けていれば、強引な方法は、かえって状況を悪化させるので、十分注意しなければならない。

同様なことは、コード体系そのものにも言える。本提案では、コード体系に簡易分類を導入することを目標にしているが、分類方式をめぐる話合いが難行するのであれば、とりあえず分類は棚上げし、第2要素以下は単なる識別子としてスタートさせるのも一法である。

そうして、とにかく共通化を達成し、次の段階で分類を導入したより洗練された共通製品コードへ切り換えることができれば、結果的に大成功といえよう。

以上のように、現実を重視した柔軟なアプローチは非常に大切である。但し、どのようなアプローチを行ったとしても、いずれかの後には、形式を整えておく必要があることを忘れてはならないだろう。

付 属 資 料



〔 具 体 例 〕

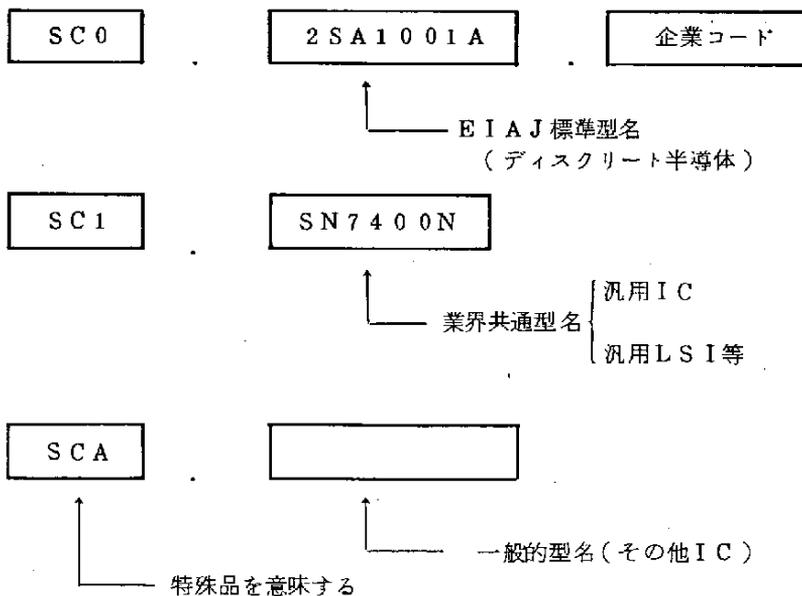
本共通製品コードの枠組みに沿ったコードの具体化例を以下に示す。以下の例は、本共通製品コードの可能性を示すために作成したもので、特定業界に対するガイドラインではないことを、あらかじめお断りしておく。（本例では、区切り文字として「・」を用いている。）

(1) 汎用製品（標準規格品）

① 半導体

半導体はマーケットが大きく、それだけで一つの世界を形成しているので、一つのコード系を割り当てる。又、一部で型名の標準化が進んでいるので、第2要素以下では、それをそのまま用いるのが適当と思われる。

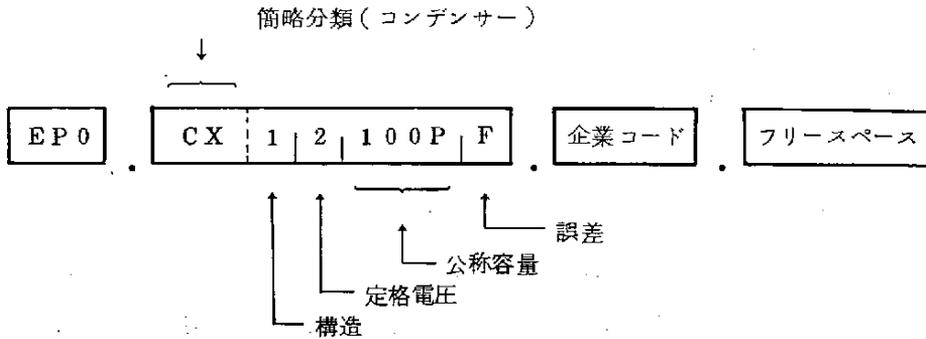
又、現在の半導体型名の多くは、企業コードを含んでいるので、そういうものについては、あえて企業コードを含めないことにする。



参考図-1

② 電子部品

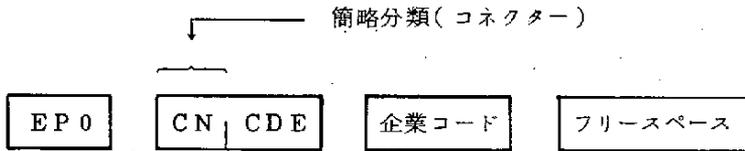
電子部品は非常に種類が多い。そこで、ごく簡略な分類を行い、企業フリースペースを多くする。



参考図-2

参考図-2は、コンデンサーの場合である。構造、定格電圧、公称容量と誤差を認識の手助けとしている。

参考図-3は、コネクタである。コネクタは規格化が難しいので、一般的通称による分類にとどめ、企業のフリースペースを多くしている。



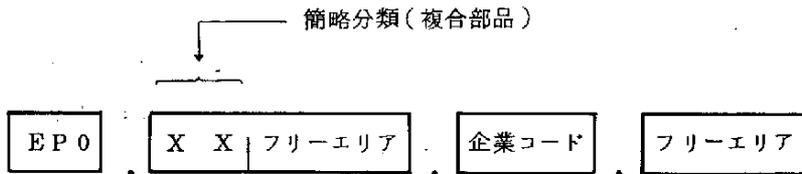
- CDE..... カードエッジ・コネクタ
- FCC..... フラットケーブル・コネクタ
- SBC..... サブコネクタ
- CAN..... キャノン・プラグ

参考図-3

③ 複合電子部分

電子部品には複合部分が多い。例えば、コイルとコンデンサーと半導体を組合わせたアクティブ・ディレイ・ライン、コンデンサーと抵抗を組合わせたスパーク・キラーなど多種類の製品が存在する。

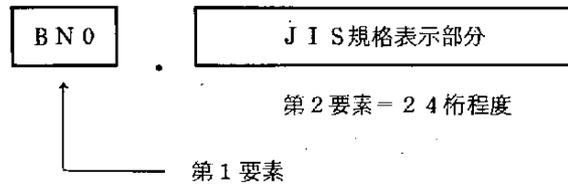
このような製品は業界統一分類が難しいので、企業レベルのフリーエリアを多くするのが得策である。



参考図-4

④ J I S規格ネジ

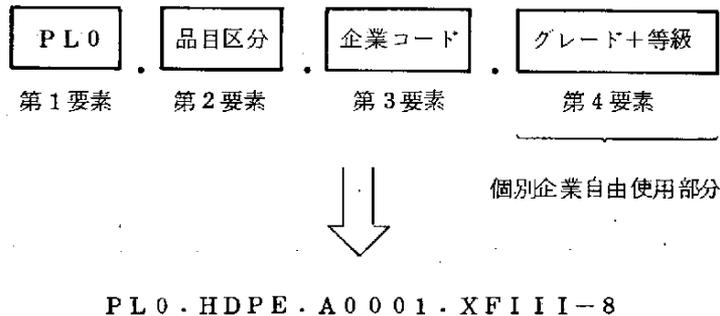
J I S規格ネジは、製造メーカーの違いによる製品の違いがないので、企業コード要素は省略し、第2要素に製品規格をすべて吸収し、個別企業自由使用部分も用いない。



参考図-5

⑤ 汎用合成樹脂など

第2要素を一般的製品呼称に対応させ、グレード等級など、個別企業による差が大きい部分を、個別企業自由使用部分に收容し、企業コード要素と共に用いる。



参考図-6

(2) オーダー製品

オーダー・モードにも、様々なタイプがある。標準品の一部の規格を変更するものから、完全な需要家の規格による製品までである。

① 標準品の規格の一部変更

このようなケースでは、基本となる製品の製品コードに枝番を追加する方法で対応できると考えられる。

運用上は、商談時にコード決定可能なことが望ましいので、枝番の付け方にかなり工夫が必要になる。

② 完全なオーダー製品

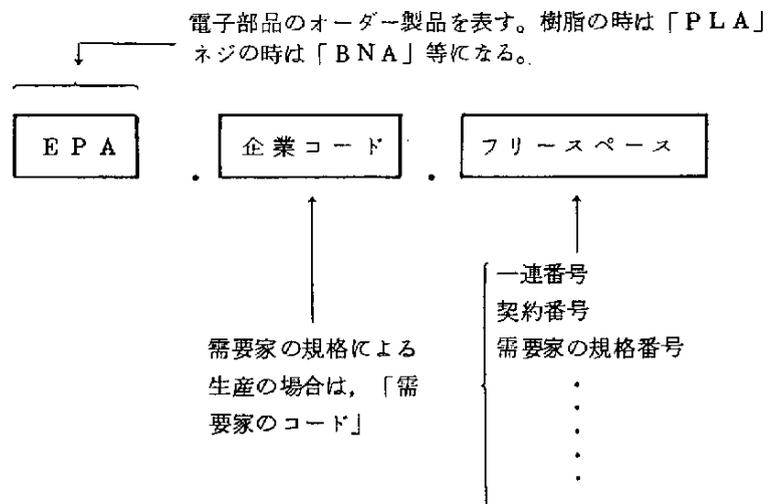
完全なオーダー製品は通常分類困難である。無理をすると、分類が不明なため、コードを決定できず運用上支障をきたすことになる。

そこで製品コードとしては、識別の機能だけとし、一連番号あるいは契約番号など運用上の便利さを目的としたコード化が考えられる。

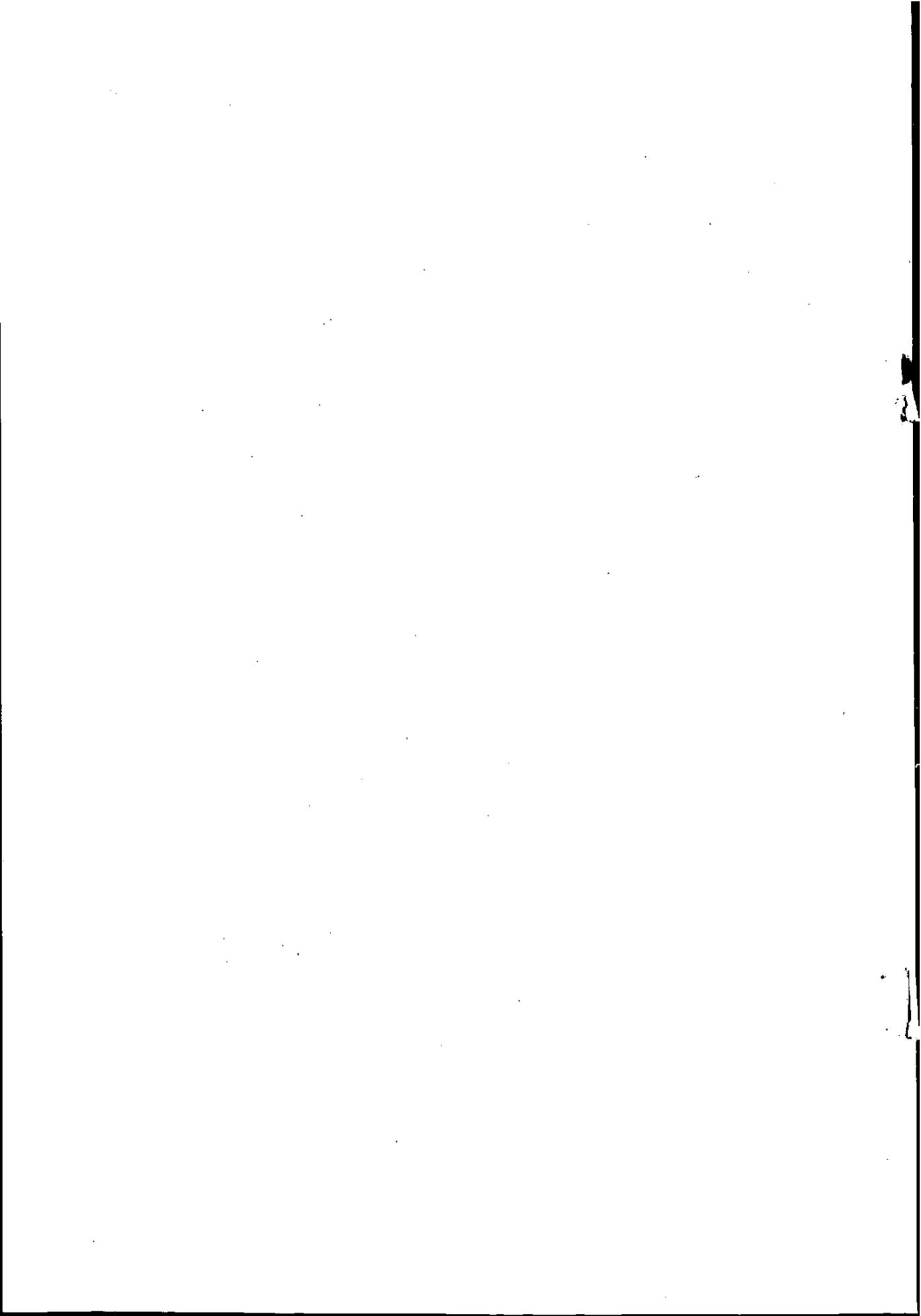
例えば、電子部品のオーダー製品では、「EPA」というオーダー製品用のコード・バージョンを設定し、参考図-7のような体系が考えられる。

同様に樹脂であれば「PLA」、ネジであれば「BNA」のようにオーダー製品用のコード・バージョンを設定すれば、参考図と同様な体系が可能になる。

企業コードは、その製品が、どこの企業の規格であることを示している。本共通製品コードはおおむねこの原理が働いている。



参考図-7



—— 禁無断転載 ——

昭和 62 年 3 月 発行

発行所 財団法人 日本情報処理開発協会
東京都港区芝公園3丁目5番8号
機械振興会館内
Tel (434) 8211 (代表)

印刷所 株式会社 タケミ印刷
東京都千代田区神田司町2-16
Tel (254) 5840 (代表)

資料

