

「電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）」

運用ガイドライン

2011年5月版

社団法人日本雑誌協会

1 ガイドライン案の目的・位置づけ

ガイドライン案は、電子出版コンテンツを制作・提供する出版社（者）において、コードの付番の推奨モデルを示すと共に、管理運用に際し参考となる留意点を示し、適切な運用のガイドとなることを目的としている。また、電子出版コンテンツを流通・配信する配信流通事業者やその他の電子出版に関連事業者において、コードの定義や管理運用の留意点を示し、適切な利活用を促すことを目的としている。

2 電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の効果

電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）を出版社（者）及び流通事業者等を含め、業界全体で使用するることによる効果を整理すると、以下のとおりである。

(1) 出版社（者）

出版社（者）における電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）を利活用する価値効果は、電子出版流通事業者等に対して、共通のコードを用いてコンテンツの提供が可能になることが挙げられる。これまで、流通事業者ごとに必要なコードが異なる場合もあったが、今後は共通対応が可能と思われる。

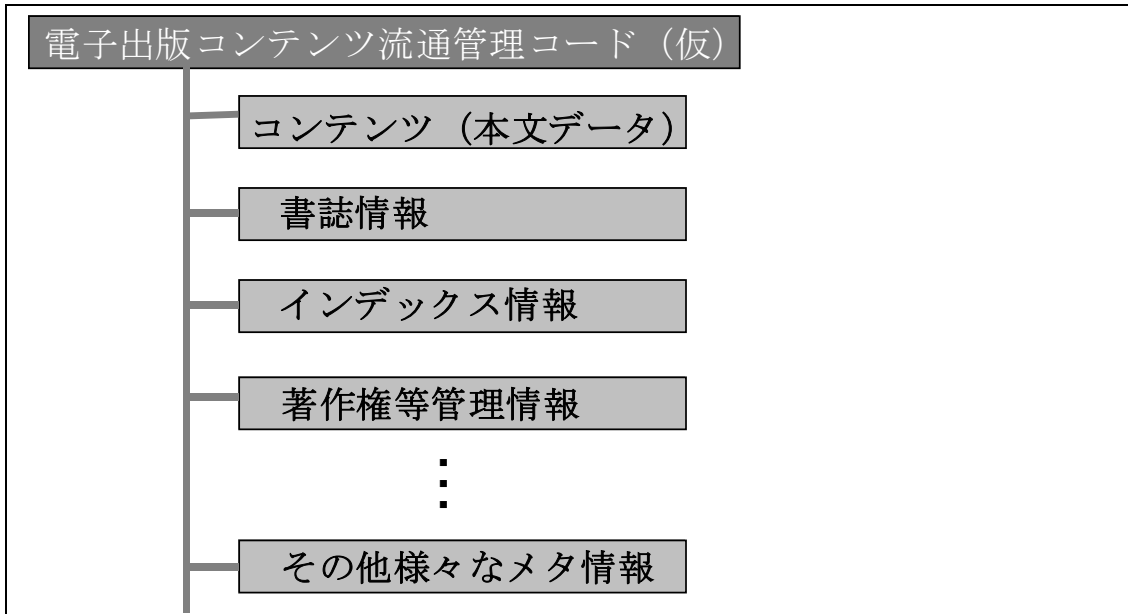
また、コードの頭に出版社（者）記号を使い、出版社（者）が適切にコードを付番することで、出版社（者）間のコードの重複が発生せず、取り違えといった問題が発生しなくなる。仮に出版社（者）の取り違え等が発生した場合、自社の売上が他社の売上として計上されるといった問題が生じる可能性もあることから、適切に売上を管理することにもつながる。

その他、流通事業者等との売上管理や、制作管理にも使用が可能となる。多くの流通事業者から、共通のコンテンツに対しては、共通のコードで売上レポートを受け取ることができる様になり、出版社（者）内での売上管理等の効率化を図ることが可能となる。

また、目次・記事単位で付番することで、電子出版の提供パッケージを柔軟に変えられるようになる。例えば、1冊丸ごとでの販売や、記事・目次単位の販売、あるいはそれらを組み合わせた販売等、自由に行うことができるようになり、様々な読者ニーズへの対応が可能となる。

さらに、この電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）を基本コードとして、様々なメタ情報を結びつけることが可能となり、多様な情報との連携が可能になると考えられる。想定されるメタ情報としては、書誌情報、後述するインデックス情報、著作権等管理情報等が考えられる。その結果、電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）をキーコードとして、電子出版コンテンツに関連する情報を管理することができ

るようになり、新たな電子出版サービスを創出する基盤になるものと考えられる。



資料1 電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）と連携するメタ情報

(2) 電子出版流通事業者等

電子出版流通事業者等における価値効果は、個々の出版社（者）の独自管理コードが共通化されることにより、出版社（者）との双方の売上レポート等のコミュニケーションが円滑化することにある。

また、理論上、コードの重複が発生しないため、電子出版コンテンツの取り間違い等のロスがなくなることになる。

その他、後述する新たな電子出版の拡張ビジネス展開等にも共通して利用することができるようになる。デジタルの特性を活かした広告やEC等と連携した新たな効果も期待される。

(3) 読者（国民）

読者（国民）においては、出版社（者）や流通事業者が、目次・記事単位でコンテンツ及びそのメタ情報を管理するようになることで、多様な検索が可能となり、自分の求める情報への到達性が向上すると考えられる。

また、出版社（者）が提供パッケージを柔軟に変えられることにより、より自分の好きな電子出版コンテンツを購入することが可能となる。

複数雑誌の読みたい記事を選択して閲覧することが可能になり、より個人の属性に沿ったパーソナライズされた個人別電子雑誌や書籍等の電子書庫を創ることが可能になる。

その他、関連コンテンツのレコメンド等により、今まで興味を持っていなかったコンテンツへ興味が沸く等の相乗効果と、新しい文化や出版との発見の場が増える。

出版社を横断したマイクロコンテンツを組合せた電子出版の購読等、新たな価値をもったサービスを受できるようになる。

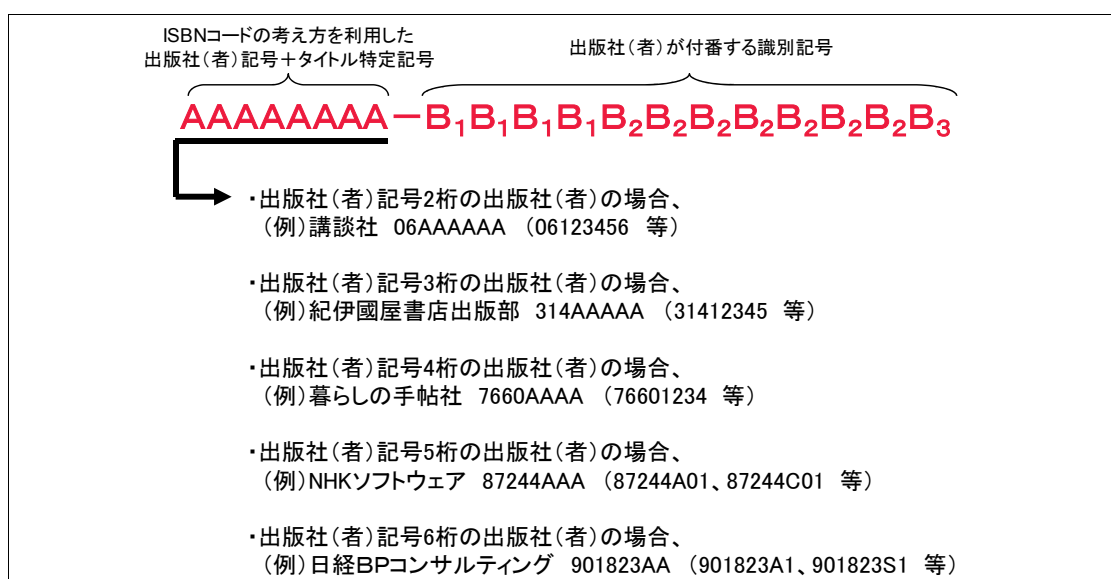
3 コンテンツ別のコード付番推奨モデル

電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）は、出版社（者）記号＋タイトル特定記号（必須項目）及び出版社（者）が付番する識別記号で構成されている。

(1) 出版社（者）記号＋タイトル特定記号（必須項目）

出版社（者）記号＋タイトル特定記号は、出版社（者）によって出版社（者）記号の桁数が違うため、出版社（者）記号に占める桁数の多い出版社（者）にとっては、タイトル特定記号に付番できる桁数に限りがある。

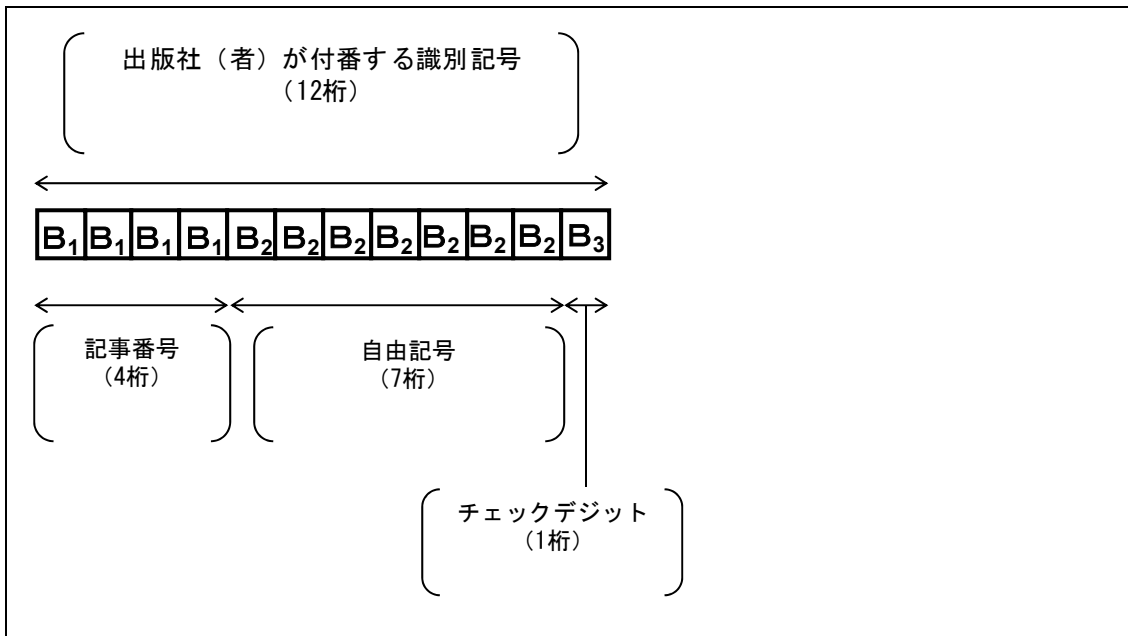
そのため、本コードにおいては、アルファベットと数字の組み合わせを可能とする。



資料2 電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の付番推奨モデルと例

(2) 出版社（者）が付番する識別記号（12桁）の推奨モデル

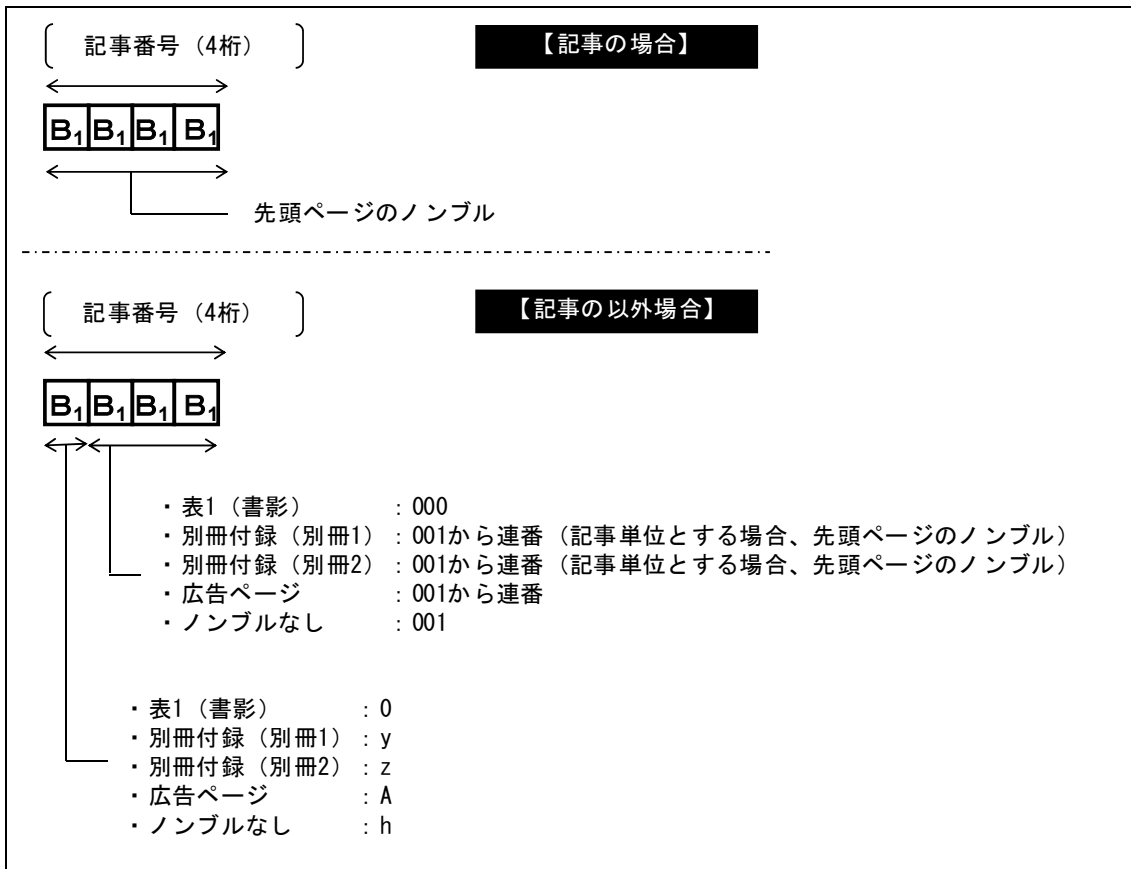
ここでは、出版社（者）が付番する識別記号（12桁）について、「記事番号（4桁）」＋「自由記号（7桁）」＋「チェックデジット（1桁）」から構成する推奨モデルを提案する。但し、これは推奨モデルであり、運用は各出版社（者）に委任する。



資料3 出版社（者）が付番する識別記号（12桁）の推奨モデル

①記事番号（4桁）（＝推奨項目）

- ・マイクロコンテンツの定義は「各出版社（者）が決める取引単位」である。雑誌の場合は基本的に目次・記事単位が望ましい。
- ・雑誌の表1（書影）は、0000とする。
- ・記事ページの先頭ページノンブルを付番する。135ページ～140ページまでなら0135とする。
- ・別冊付録の場合は、別冊1：y000 別冊2：z000とする。
(別冊の中でさらに記事単位にする場合は、yz以降に先頭ノンブルページを付番する)
- ・広告ページはA001～A999としてA（ADの意）を4桁頭につける。
- ・ノンブルがないページはh001（1ページの前に挿入される）とする。



資料4 コード構成 (記事番号)

②自由記号 (7桁) (=自由項目)

- ・各出版社 (者) 自由に付番可能とする。

例1. 各社内の別の管理コードを埋め込む。

例2. コードに視認性をもたせる。(0110203=2011年2月売3月号)

例3. 連載テーマごとに付番ルールを決めて連載がまとまった際のリパッケージビジネスにつなげる。

- ・現状、特に付与する情報がなければ、予備部分として全て0を付与してもよい。

③チェックデジット (1桁) (=推奨項目)

電子出版コンテンツ流通管理コード (仮) で有効な文字列 (0-9, A-Z, a-z) に適応したチェックデジットを以下の方法で算出する。チェックデジットに使用する値は、下記(「資料5 換算表」)の67文字とする。

前述のとおり、タイトル特定記号及び出版社 (者) が付番できる識別記号 (12桁) については、社内管理と出版流通の円滑化に考慮することが望まれる。以下に、コンテンツ別コード付番の項目例を挙げる。

(3) 雑誌の場合の例

1) 出版社（者）記号＋タイトル特定記号（A）

- ・出版社（者）記号とは、ISBN コードの考え方を利用したコードである。
- ・タイトル特定記号とは、商品マスター等の社内管理しているコードを転用したものである。

2) 記事番号（B₁）

- ・表1（書影）の場合は「0000」を付番する。
- ・記事頁の先頭ページのノンブルを付番する場合は、例えば 100 ページ始まりは「0100」と付番する。
- ・別冊付録がある雑誌の場合は、英数字を活用した付番法を採用する。例えば別冊 1 は「y000」、別冊 2 は「z000」となる。
- ・広告（純広）頁の場合は、英数字を活用した付番法を採用する。例えば、「a000」となる。

3) 社内経理管理（B₂）

- ・社内売上等の経理管理コードを付番する。

4) 配信プラットフォーム別（B₂）

- ・コンテンツプロバイダーの配信プラットフォーム別にコードを付番し、社内の売上情報等に活用する。

5) 商品種別（B₂）

- ・有料雑誌か試し読み雑誌かの区分するためにコードを付与する。

6) 連載テーマ別（B₂）

- ・連載テーマ別にコードを付与し、今後のリパッケージに備える。

7) 予備（B₂）

- ・付与する情報がない場合は、予備コードとして「0」を付与してする。

8) チェックデジット（B₃）

- ・チェックデジットのコードを付番する。算出法は「3.13 (7) 参考：チェックデジット」に記述してあるので参照のこと。

(4) 書籍の場合の例

1) 出版社（者）記号＋タイトル特定記号（A）

- ・出版社（者）記号とは、ISBN コードの考え方を利用したコードである。
- ・タイトル特定記号とは、ISBN コードの考え方を利用しており、ISBN の書名記号部分に当たる。

2) 章番号（B₁）

- ・書籍によっては、マイクロコンテンツ単位で販売可能性があることから、章立てのコード「0001」から付番し始める。
- ・章のほかに「部」構成でまとめられた作品等においては、例えば第1部第1章の場合は「G101」の

ようなアルファベット混在で付番することができる。

3) 社内経理管理 (B₂)

・社内売上等の経理管理コードを付番する。

4) 配信種別 (B₂)

・コンテンツプロバイダーの配信プラットフォーム別にコードを付番し、社内の売上情報等に活用する。

5) ジャンル別 (B₂)

・会社の図書目録を参考に、ジャンル別のコードを付番する。

6) 予備 (B₂)

・付与する情報がない場合、予備コードとして「0」を付与する。

7) チェックデジット (B₃)

・チェックデジットのコードを付番する。算出法は「3.13 (7) 参考：チェックデジット」に記述してあるので参照のこと。

(5) コミックの場合の例

1) 出版社(者)記号+タイトル特定記号 (A)

・出版社(者)記号とは、ISBN コードの考え方を利用したコードである。
・タイトル特定記号とは、ISBN コードの考え方を利用したコードであり、ISBN の書名記号部分に当たる。

2) タイトル記号 (B₁)

・コミックのタイトルを記号化し付番する。タイトルの頭文字アルファベット(大文字表記)を付番する。例えば、「ONEP」となる。

3) 社内経理管理 (B₂)

・社内売上等の経理管理コードを付番する。

4) 配信種別 (B₂)

・コンテンツプロバイダーの配信プラットフォーム別にコードを付番し、社内の売上情報等に活用する。

5) 商品販売種別 (B₂)

・巻数売りや話数売り等と商品販売タイプごとに管理するための種別コードを付番する。

6) 底本巻番号 (B₂)

・底本の巻番号を付番する。例えば、1巻目の場合は「01」となる。

7) 通し話番号 (B₂)

・コミックの通し話の番号を付番する。例えば、13話の場合は「013」となる。

8) 予備 (B₂)

- ・付与する情報がないため、予備コードとして「0」を付与しておく。

9) 商品種別 (B₃)

- ・コミックのジャンル (成人向け等) の区分コードを付番する。

10) チェックデジット (B₃)

- ・チェックデジットのコードを付番する。算出法は別項に記述してあるので参照のこと。

(6) その他

- ・各社で付与したコードを、書誌情報とともにデータベース登録を行うことで、電子取次、電子書籍書店等への情報提供の利便性を高める業界的なシステムがあることが望ましい。

(7) 参考：チェックデジット

■参考：チェックデジットの計算方法 (例)

ここでは、チェックデジットの計算方法について例示する。但し、この運用は各出版社 (者) に委任する。

- ① 第 1 桁から第 19 桁までの各桁をそれぞれ数値に置き換え 1 を加える。

アルファベットは、下記(「資料 6 計算例」)に従い数値に置き換えて計算する。

- ② ①で求めた数値と重み (桁位置) との積をとる。
- ③ ②で求めた値の総和に、10 を掛け、1 を引く。
- ④ ③で求めた値を 67 で割って余りを求める。
- ⑤ ④で求めた余りを換算表に従って文字に置き換えチェックデジットとして使う。

文字	数値	文字	数値	文字	数値	文字	数値	文字	数値	文字	数値	文字	数値
0	0	A	10	K	20	U	30	e	40	o	50	y	60
1	1	B	11	L	21	V	31	f	41	p	51	z	61
2	2	C	12	M	22	W	32	g	42	q	52	-	62
3	3	D	13	N	23	X	33	h	43	r	53	%	63
4	4	E	14	O	24	Y	34	i	44	s	54	\$	64
5	5	F	15	P	25	Z	35	j	45	t	55	/	65
6	6	G	16	Q	26	a	36	k	46	u	56	+	66
7	7	H	17	R	27	b	37	l	47	v	57		
8	8	I	18	S	28	c	38	m	48	w	58		
9	9	J	19	T	29	d	39	n	49	x	59		

資料 5 換算表

例) 「08a9310300500000000」の場合、以下 (「資料 6 計算例」) の手順で計算した結果、「08a9310300500000000A」となる。

(a) 重み (桁位置)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
(b) 元の値	0	8	a	9	3	1	0	3	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0
(c) 数値変換後	0	8	36	9	3	1	0	3	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0
(d) (c) + 1	1	9	37	10	4	2	1	4	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1
(e) (a) × (d)	1	18	111	40	20	12	7	32	9	10	66	12	13	14	15	16	17	18	19
(f) 総和	450																		
(g) (f) × 10 - 1	4499																		
(h) (g) を 67 で割った余り	10																		
(i) 文字変換後	A																		

資料 6 計算例

■参考：チェックデジットを使ったコンテンツ管理コードの整合性確認手順

- ① 第 1 桁から第 20 桁までの各桁をそれぞれ数値に置き換え 1 を加える。
アルファベットや記号は、上記(「資料 5 換算表」)に従い数値に置き換えて計算する。
- ② ①で求めた数値と重み (桁位置) との積をとる。
- ③ ②で求めた値を 67 で割って余りを求める。
- ④ ③で求めた余りが 0 であれば、正常である。

例) 「08a9310300500000000」でチェックデジットが「A」もしくは「t」の場合で検証すると以下(「資料 7 整合性確認例」)のとおり計算すると「A」は正常、「t」はエラーという結果が得られる。

「08a9310300500000000A」の場合																				
(a) 重み (桁位置)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
(b) 元の値	0	8	a	9	3	1	0	3	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	A
(c) 数値変換後	0	8	36	9	3	1	0	3	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	10
(d) (c) + 1	1	9	37	10	4	2	1	4	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	11
(e) (a) × (d)	1	18	111	40	20	12	7	32	9	10	66	12	13	14	15	16	17	18	19	220
(f) 総和	670																			
(h) (f) を 67 で割った余り	0																			
「08a9310300500000000t」の場合																				
(a) 重み (桁位置)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
(b) 元の値	0	8	a	9	3	1	0	3	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	t
(c) 数値変換後	0	8	36	9	3	1	0	3	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	55
(d) (c) + 1	1	9	37	10	4	2	1	4	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	56
(e) (a) × (d)	1	18	111	40	20	12	7	32	9	10	66	12	13	14	15	16	17	18	19	1120
(f) 総和	1570																			
(h) (f) を 67 で割った余り	29																			

資料 7 整合性確認例

■参考：エラー検出率

各種エラーに対して以下のような検出率となる。ただし利用する値の桁数が 67 桁を超える場合は、この限りではない。

※なお、運用において発生する判読ミスや人的な誤り (読み違い、聞き取り間違い等) につい

ては再確認が必要である。

①トランスクリプションエラー ⇒ 100%

ある特定の桁における誤り

例)12345→12845

②トランスポジションエラー ⇒ 100%

左右の数字を入れ替えた誤り

例)12345→13245

③ダブルトランスポジションエラー ⇒ 100%

1桁置いた左右の数字を入れ替えた誤り

例)12345→14325

④ランダムエラー ⇒ 98.5%

上記3種類のエラーが重なった場合やそれ以外のエラー

例)12345→14325

4 継続的な制度における管理運用の留意点

(1) 出版社（者）電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の管理運用の留意点

既存の ISBN コードにおいても今日まで誤植等によるエラーコードはもとより、各出版社（者）における運用管理上の間違いが絶えない状況である。

そこで、電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）導入時の管理運用については、以下のような点に留意していく必要がある。

1) 電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）のオーソライズ化の必要性

- ・出版社（者）が電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）を管理運用していくにあたり、そのコードそのものが国際機関や国の関係機関等によりオーソライズされたものであることが前提条件に踏まえておく必要がある。
- ・出版・流通業や書店等小売業界、図書館等関係機関において、電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）がオーソライズされたものであるとの合意を得た上で、出版・流通業や書店等小売業界等の関係団体が集う中立的な第三者機関等の下で、出版社（者）は電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）を管理運用していく必要がある。

2) 電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の出版団体または第三者機関等への登録の必要性

- ・電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）は別途検討中の書誌情報等の共通化と連携していく重要なキーコードとして考えられる。出版社（者）そのため、本コードは出版団体または第三者機関等において集中管理していく必要があると思われる。
- ・また、出版社（者）においては電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の付与に対する責任を持つ意味合いから、出版団体または第三者機関等への電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の管理登録制を設け、出版社（者）のエラーチェック等を実施・運用していくことが望まれる。

3) 電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）管理の徹底に向けた出版社（者）内での所管部門の設置・特定化の必要性

- ・電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の管理運用を徹底していく上では、制作管理部門等において編集部門及び取次販売部門と相互連携し指揮系統に当たる部門による「専任制」の管理運用が必要である。
- ・前述のようなコードエラー等の対応に対して、例えば第三者機関等からの確認・修正指示等を受けた際の対応能力として、指揮系統に当たる制作管理部門が望まれる。
- ・ただし、制作管理部門とした組織がない出版社（者）は、資材調達等の制作工程管理する窓口担当者が電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の専任者になる等の工夫が必要である。

4) 電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の理解への周知徹底の必要性

- ・電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の適正な運用には、出版業界全体で電子出版コンテンツ流

通管理コード（仮）そのものの理解を高めていく必要があり、出版団体または第三者機関等を通して行う説明会やパンフレット配布等の普及促進活動が求められる。

- ・また、出版社（者）においては、社内教育の一環として、制作管理部門の電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の専任者はもとより、その管理監督する制作管理部門長向け研修を図るほか、制作管理部門に配属する新任・転任者や編集・取次販売部門の配属者にとっても電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の学びの機会を見出すことが電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の普及につながるとともに、エラーコード等誤りの未然防止につながることから社内啓蒙・教育機会づくりが望まれる。

5) 「出版社（者）が付番する識別番号」の出版社（者）内での付番の規則化の徹底

- ・既存の ISBN コードでは、出版社（者）の担当者の主観のもと、誤った番号（国番号等）を付与することで流通上のトラブルが生じている。
- ・そのため、電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の中で、特に「出版社（者）が付与する識別番号」（12桁）においては出版社（者）各社で付与の規則化を徹底していく必要がある。

6) 出版社（者）が付番する識別番号の規則情報の開示

- ・電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）が流通業界で円滑に管理運用していくには、出版社（者）各社は「出版社（者）が付番する識別番号」（12桁）の規則化した情報を流通業界や図書館等関係機関に向けて、第三者機関等を通じて情報開示、または通知していく必要がある。

7) 国番号付与のルール化の徹底

- ・ISBN コードにおいては、国番号の表記誤りにより、流通上等で国同士のトラブルが起き損害賠償問題に発展するケースがある。
- ・電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）においては国番号の付番ルールは明示していないため、各出版物で国際流通するべきものかどうかのオーソライズが必要であり、別途付番する際には付番の定義付けを行う必要がある。

(2) 参考：ISBN コードの管理運用とエラーコードについて

日本国内の ISBN コード及び図書コードの管理・運営基準は、マネジメント委員会¹の協議決定に基づき、日本図書コード管理センター²が出版社（者）記号の申請受付と発行管理と書籍 JAN コードの申請受付と管理事務、申請者及び登録者からの相談対応、各種啓蒙実務を行っている。

申請や相談等の窓口事務局は、主に日本図書コード管理センターのホームページ内の問い合わせページ（サイトメール）、または電話で対応している。

問い合わせ内容は、登録申請に関する質問をはじめ、登録後の運用方法や手順、ISBN を付与できる対象出版物の照会、その他一般からの質問等が多岐にわたり、1日に数十件に及ぶこともある(件数統計は

¹マネジメント委員会とは、社団法人日本書籍出版協会、社団法人日本雑誌協会、社団法人日本出版取次協会、日本書店商業組合連合会、国立国会図書館、社団法人日本図書館協会の6団体からの選出者と学識経験者で構成される委員会を言う。

²日本図書コード管理センター：<http://www.isbn-center.jp/>

なし)。

ISBN コードの正しい運用・表記については ISBN コード導入当初より指導が行われてきたが、ISBN コードの利用の普及とともに、エラーコードによる流通上の支障も目立つようになってきている。

さらに 2007 年の国際基準の規格改定³⁾に伴い、10 桁から 13 桁の移行時期 (2007 年) 以降に発生した主なエラーコードの内容は、次のとおりである。

【誤植による】	【運用上の間違い】
・ 接頭記号 978 の単純脱落 (奥付)	・ チェック数字不正
・ 書名記号間違い	・ コード重複 (改訂版に同一コードの使い回し)
・ 出版社 (者) 記号間違い	
・ 国記号間違い	
・ ハイフンの脱落	

資料 8 エラーコードの実情

前述のとおり、既存の ISBN コードにおいても今日まで誤植等によるエラーコードはもとより、各出版者における運用管理上の間違いが絶えない状況であるため、電子出版コンテンツ流通管理コード (仮) の導入以降において、コード誤りが発生・発見した場合は以下のような対処が望まれる。

1. 出版団体または第三者機関等では、電子出版コンテンツ流通管理コード (仮) と書誌情報等との融合管理が必要
2. エラーコード発見時において、出版団体または第三者機関等は、当該出版社 (者) へ連絡 (メールまたは電話) し、エラーコード内容を知らせ、コード訂正依頼・指導することが必要
3. 出版団体または第三者機関等は、正しい電子出版コンテンツ流通管理コード (仮) を書誌情報管理団体及び事業者等の関係機関へ連絡することが必要

資料 9 エラーコード発生時の対応

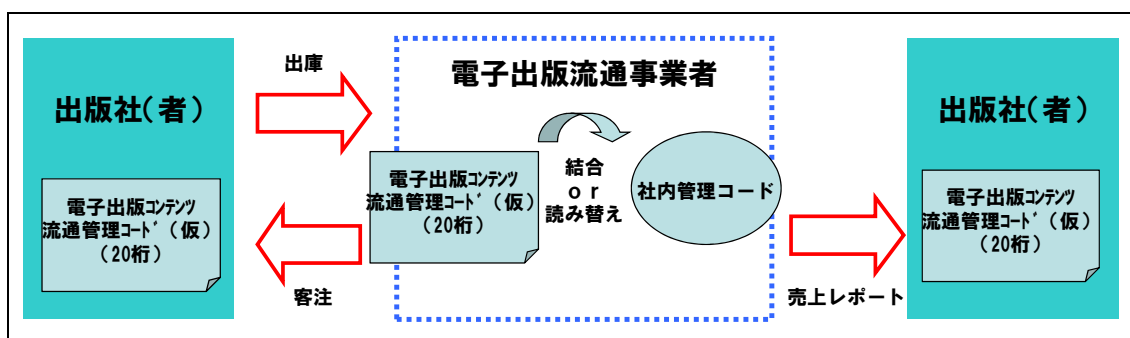
³⁾2007 年国際基準の規格改定とは、2006 年までの 10 桁から 13 桁の表記に規格が改定したことを指す。接頭記号に BOOK LAND を表す 978 コードを冠することになる。

(3) 流通事業者等における電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の運用の留意点

電子出版流通事業者が電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）を運用していくにあたり、留意する点は以下のとおりである。

1) 電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）と社内メタ情報との互換性の構築の必要性

電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の導入に伴い、出版物の入在庫データを管理するためにはこれまで管理運用してきた社内管理用メタ情報（商品マスター）にある管理コードとの読み替え機能（変換ツール）等のシステム改善や、管理コードの前後に電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）を追加付番する等の改善策が必要である。



資料 10 電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）と社内メタ情報との互換

2) マイクロコンテンツによるワンソース・マルチユース対応の社内管理システムの構築の必要性

今日の電子出版物の市場では、電子出版物の読み取り端末の多様化に伴い、キャリア毎やデバイス毎にコード管理している。そのような中、マイクロコンテンツ単位で付番できる電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の導入に伴い、電子出版流通事業者にとっては新たな提供パッケージ化（巻数セット売りや話割セレクト売り等）等の商品点数がこれまで以上に多様化する可能性があり、売上レポート等の管理していく上ではコード識別がしやすいよう、各出版社（者）が開示したコード規則情報を共有していく必要がある。

3) リアル出版物とデジタル出版物との電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の整合の必要性

電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の導入に伴い、マイクロコンテンツによる販売が可能となり、合わせてリアル出版物（紙の出版物）からデジタル出版物に展開した商品、またはデジタル出版物からリアル出版物に転用した商品等の多種多様な商品が生み出される可能性がある中、消費者から同一タイトルによるリアル出版物とデジタル出版物の客注等の照会が寄せられるケースが想定される。

その際、たとえ電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）が別コードであっても同一商品であるというマッチング確認が求められるため、同一タイトル商品と紐付ける商品管理の仕組みが必要である。

4) 国内外流通における電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の識別改善の必要性

電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）は仕様上、国別記号は付与されていないため、マイクロコンテンツ単位で海外向けに流通展開していく上では、国番号の付番が必要ととともに、海外向け電子出版コ

ンテツ流通管理コード（仮）の付番定義づけの検討が別途必要である。

しかしながら、国内向けの商品扱いで付番された出版物に対して、海外から客注が入った場合は流通管理上、国番号を追加付番したうえで別コードとして取り扱わざる得ない可能性がある。また消費者からの商品照会の際にも同一商品に当たるのか判別がつきにくい懸念がある。

そのため、電子出版流通事業者では各出版社（者）と情報共有を図り、電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）にひも付いた社内管理用メタ情報で国内向け海外向けといった識別できるよう配慮しておく必要がある。

5) 海外販売における売上げレポートのグローバル対応

電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）の導入にあたり、海外販売の国単位で売上レポートを上げていく必要がある際は、社内管理コードから電子出版コンテンツ流通管理コード（仮）に変換できるどうか検討を図る必要があるため、電子出版流通事業者にとっては早期に対処策を講じる必要がある。