

平成20年度 経済産業省委託事業

流通システム標準化事業（百貨店業界における流通システム標準化）

百貨店業界における流通システム標準化事業 調査研究報告書

平成21年2月

百貨店業界流通システム標準化委員会

平成20年度 百貨店業界流通システム標準化委員会名簿

【百貨店委員長】

日本百貨店協会	専務理事	飯岡瀬一
---------	------	------

【百貨店業界委員】

(株)伊勢丹	(株)IMS企画本部システム企画第2部シニアマネジャー	早乙女雅洋
(株)小田急百貨店	企画部IT担当チーフ	海上幸宏
(株)京王百貨店	情報システム部システム開発担当マネジャー	岡本充央
(株)高島屋	IT推進室副室長	山中一利
(株)東急百貨店	情報システム部システム運営営業支援担当マネジャー	青木 聡
(株)東武百貨店	情報システム部システム推進担当プランナー	後藤 靖
(株)松屋	営業企画部IT推進課セクションマネージャー	小林雄二
(株)ミレニアムリテイリング	システム部情報システム担当 担当部長	関口真也
(株)丸広百貨店	システム部プログラム開発担当	関 隆夫
(株)大和	経営戦略本部経理部情報システム課長	吉田 誠
(株)松坂屋	J. フロントリテイリング(株) 経営計画本部 システム推進部 システム企画担当	霜田 裕
(株)近鉄百貨店	営業本部部長	藤田 浩
(株)大丸	J. フロントリテイリング(株) 経営計画本部 システム推進部 システム企画担当	中田秀弘
エイチ・ツー・オーリテイリング(株)	システム企画室百貨店事業担当課長	井上達也
(株)天満屋	MD統括グループ企画TM課長	小原哲夫
(株)井筒屋	情報システム部情報管理担当マネージャー	宮尾智一
(株)丸井グループ	経営企画部経営企画担当チーフリーダー	鳴海浩平

【アパレル業界委員】

(株)インパクト21	取締役管理本部長	矢部勝己
(株)オンワード樫山	情報・ロジスティックス部課長	桵 和秀
(株)サンエー・インターナショナル	事業推進部・情報サービス課	奥脇俊哉
(株)三陽商会	経営統轄本部経営企画室担当課長	稲村 真
(株)ダイドーリミテッド	(株)ニューヨーカー 管理本部長	本間雅弘
トリumpf・インターナショナルジャパン(株)	IT部システム開発1課アシスタントマネージャー	上嶋 勉
(株)ナイガイ	情報システム部システム課課長	川崎紹生
(株)フランドル	経理総務部部長	浅野直之
(株)レナウン	情報システム部システム開発課課長	扇橋政彦
(株)ワコール	情報システム部執行役員部長	尾内啓男
(株)ワールド	情報企画部リーダー	西牟田良次

【婦人靴卸業界委員】

(株)シンエイ	経営部 システム担当	湊 陽一
(株)フィット東日本	システム部システム二課	和田弘幸

【納品代行業界委員】

東京納品代行(株)	営業本部営業企画部部长	渡辺謙二
(株)ワールドサプライ	大阪支店付 マネージャー	住吉竜一

【システム委員】

(株)三越伊勢丹システム・ソリューションズ	統合推進部営業担当主任	折腹明洋
富士通(株)	流通ビジネス本部小売第一営業部	坂井 匡
日本ユニシス(株)	流通事業部営業三部ソリューション企画グループシニアコンサルタント	水口幸夫

【関連団体委員】

(財)流通システム開発センター	研究開発部部长	坂本尚登
(財)流通システム開発センター	研究開発部主任研究員	坂本真人
(財)流通システム開発センター	研究開発部上級研究員	鹿子島晋哉
(財)流通システム開発センター	研究開発部上級研究員	島崎貴志
繊維ファッションSCM推進協議会	事務局長	浅田伸二
繊維ファッションSCM推進協議会	統括研究員	本多正典
繊維ファッションSCM推進協議会	統括研究員	杉本辰二
日本靴卸団体連合会	流通近代化委員会主席委員	加藤義則

【オブザーバ】

経済産業省	商務情報政策局流通政策課長	浜辺哲也
経済産業省	商務情報政策局流通政策課長	高橋直人
経済産業省	商務情報政策局流通・物流政策室係長	下垣広輝
経済産業省	製造産業局繊維課課長補佐	三牧純一郎
経済産業省	製造産業局繊維課	小松尚人
(株)小田急百貨店	企画部IT担当マネジャー	成田 稔
(株)小田急百貨店	企画部IT担当サポートスタッフ	三枝英之
(株)高島屋	IT推進室室長	佐治幹夫
(株)高島屋	IT推進室IT推進担当課長	伊藤幸晴
(株)高島屋	IT推進室IT推進担当課長	細川敏治
(株)アイティフォー	流通システム事業部事業部長	望月 忍
(株)アイティフォー	流通システム事業部次長	相澤明則
(株)アイティフォー	ソフトウェア事業部第3事業部次長	根本 大
(株)アイティフォー	ソフトウェア第3事業部統括	小澤 淳

(株)ランドコンピュータ	高島屋APMセンター担当	鈴切光則
(株)松屋	営業企画部IT推進課専任課長	小林一二三
(株)ミレニアムリテイリング	(株)セゾン情報システムズ流通システム一部二課担当課長	植松健志
(株)丸井グループ	業務企画部SCM課課長	本多和夫
(株)丸井グループ	業務企画部SCM課チーフリーダー	廣瀬和孝
(株)丸井グループ	業務企画部SCM課チーフリーダー	柳瀬明男
(株)丸井グループ	業務企画部SCM課リーダー	加瀬善一
(株)丸井グループ	M&Cシステム商品システム部部长	松崎義隆
(株)丸井グループ	M&CシステムMDシステム2担当課長	平山将敏
(株)丸井グループ	M&CシステムMDシステム2担当リーダー	吉田裕二
(株)オンワード樫山	情報・ロジスティックス部課長代理	戸田圭介
(株)フランドル	経理総務部計数課次長	高田淳子
(株)ワコール	情報システム部係長	大西輝昌
東京納品代行(株)	営業本部営業企画部係長	三ツ村栄太郎
(株)三越伊勢丹システム・ソリューションズ*	統合推進部営業担当 担当長	安池宏文
富士通エフ・アイ・ピー(株)	産業システム統括営業部プロフェッショナル部長	大石郁雄
(株)富士通システムソリューションズ	流通ソリューションサービス本部第一リテイルソリューション部部长	広田 充
(株)富士通システムソリューションズ	流通ソリューションサービス本部第一リテイルソリューション部課長	清水 圭
(株)富士通システムソリューションズ	流通ソリューションサービス本部第二リテイルソリューション部	野宮慎一
(株)富士通セネラルシステムエンジニアリング*	システム事業部第三システム部	村田浩之
(株)沖縄富士通システムエンジニアリング*	システム事業部広域ソリューション部	又吉 礼
(株)日立製作所	産業・流通システム事業部小売ソリューションセンタ長	山本健治
(株)日立製作所	産業・流通システム事業部小売ソリューション	真野敦美
日本ユニシス(株)	関西統括プロジェクト担当課長	関本 博

【事務局補佐】

NTTコミュニケーションズ(株)	第一法人営業本部セールスコンサルティング部部长	二村淳夫
NTTコミュニケーションズ(株)	第一法人営業本部セールスコンサルティング部担当部長	安斎澄男
NTTコミュニケーションズ(株)	第一法人営業本部セールスコンサルティング部担当課長	安藤一彦
NTTコミュニケーションズ(株)	第一法人営業本部セールスコンサルティング部担当課長	小田 稔
NTTコミュニケーションズ(株)	第一法人営業本部セールスコンサルティング部主査	川野一成
NTTコミュニケーションズ(株)	第一法人営業本部セールスコンサルティング部主査	高橋 淳
NTTコミュニケーションズ(株)	第一法人営業本部セールスコンサルティング部	穴井泰史
NTTコミュニケーションズ(株)	第一法人営業本部セールスコンサルティング部	根岸潤一郎
NTTコミュニケーションズ(株)	第一法人営業本部セールスコンサルティング部	森野さゆり
NTTコミュニケーションズ(株)	第四法人営業本部第二営業部担当部長	志村雅之
NTTコミュニケーションズ(株)	第四法人営業本部第二営業部担当課長	尾関 功
NTTコミュニケーションズ(株)	第四法人営業本部第二営業部部長代理	岡村智弘

NTTコミュニケーションズ(株)	システムエンジニアリング部ビジネスソリューション部門主査	細野哲哉
NTTコミュニケーションズ(株)	システムエンジニアリング部ビジネスソリューション部門	金子拓也
NTTコミュニケーションズ(株)	システムエンジニアリング部ビジネスソリューション部門	西山 毅
NTTコミュニケーションズ(株)	システムエンジニアリング部ビジネスソリューション部門	福島美緒
NTTコミュニケーションズ(株)	システムエンジニアリング部ビジネスソリューション部門	山崎拓哉
(株)富士通総研	第二コンサルティング本部 流通・サービスコンサルティング事業部 シニアマネジングコンサルタント	野村昌弘
(株)富士通総研	第二コンサルティング本部 流通・サービスコンサルティング事業部 マネジングコンサルタント	安室洋明
(株)富士通総研	第二コンサルティング本部 流通・サービスコンサルティング事業部 シニアコンサルタント	久万田敦
(株)富士通総研	第二コンサルティング本部 流通・サービスコンサルティング事業部 シニアコンサルタント	菊地洋祐
(株)富士通総研	第二コンサルティング本部 流通・サービスコンサルティング事業部 シニアコンサルタント	福田秀明
(株)富士通総研	第二コンサルティング本部 流通・サービスコンサルティング事業部 コンサルタント	疋田 徹
(株)富士通総研	第二コンサルティング本部 流通・サービスコンサルティング事業部 コンサルタント	富永敬之
(株)富士通総研	第二コンサルティング本部 流通・サービスコンサルティング事業部 コンサルタント	山田顕諭
(株)富士通総研	第二コンサルティング本部 流通・サービスコンサルティング事業部	染谷 学
(株)富士通総研	第二コンサルティング本部 流通・サービスコンサルティング事業部	小川泰幹
(株)富士通総研	第二コンサルティング本部 流通・サービスコンサルティング事業部	川村 綾
(株)エス・エフ・アイ	代表取締役専務	星 太一
(株)エス・エフ・アイ	マーケティングマネージャー	速水 了
(株)エス・エフ・アイ	百貨店システム事業部課長	安藤敏江
(株)エス・エフ・アイ	百貨店システム事業部	木川千穂
(株)エス・エフ・アイ	ビジネスソリューション事業部チーフシステムエンジニア	寺門 栄
(株)エス・エフ・アイ	ビジネスソリューション事業部システムエンジニア	刈間あゆみ

【事務局】

日本百貨店協会	企画開発部部長	西田光宏
日本百貨店協会	企画開発部マネージャー	関 淳弘
(社)日本アパレル産業協会	事務局長	佐竹 孝
(社)日本アパレル産業協会	参事	中野彰一
(社)日本アパレル産業協会		池内千鶴

目次

I 本事業の概要	1
1 EDI標準化の背景.....	1
1.1 百貨店業界を取り巻く現状.....	1
1.2 EDIの利用目的.....	1
2 EDI化の取組みにおける現状課題.....	3
2.1 EDI普及上の課題.....	3
2.2 既存の標準メッセージの課題.....	5
2.3 EDI標準化の必要性.....	5
3 本事業実施の経緯.....	6
3.1 本報告書でのメッセージの呼び名.....	7
3.2 百貨店業界における流通ビジネスメッセージ標準策定テーマ.....	7
3.3 百貨店業界における策定内容(平成18年度、平成19年度)について.....	8
3.4 平成18年度、平成19年度からの残課題.....	20
4 本年度事業の概要.....	23
4.1 目的.....	23
4.2 本年度事業における検討テーマ.....	23
5 流通システム標準化事業の全体像.....	25
5.1 流通業界全体の取り組み.....	25
5.2 各業界における標準化検討.....	25
6 実施体制.....	27
6.1 推進体制(会議体).....	27
6.2 参加企業.....	28
7 スケジュール.....	29
II メッセージの精度向上	31
1 目的および実施概要.....	31
2 検討の進め方および検討体制.....	32
2.1 検討の進め方.....	32
3 メッセージ精度向上検討概要.....	34
3.1 商品マスタ(カタログ・プロフィール).....	34
3.2 納品提案.....	41
3.3 発注.....	43
3.4 入荷予定(梱包／伝票).....	44
3.5 検品受領(梱包／伝票).....	45
3.6 支払案内.....	47

3.7 POS売上(集計／レシート)	48
3.8 その他各メッセージに関する変更点	49
3.9 商品分類コードの検討状況	58
3.10 変更要求	61
III 共同実証	63
1 目的および実施概要	63
2 共同実証実施計画策定	63
2.1 実施方針	63
2.2 参加企業	63
3 取組み内容	65
3.1 高島屋	65
3.2 小田急百貨店	68
3.3 丸井	72
4 実施スケジュール	76
5 実施結果および評価	76
5.1 定性的な効果 ～実証企業アンケート取りまとめ結果～	77
5.2 定量的な効果 ～効果測定項目シート取りまとめ結果～	89
IV 拡張性の検討	98
1 目的および実施概要	98
2 伝票レス	98
2.1 検討の進め方	98
2.2 スーパー業界における検討状況	98
2.3 百貨店業界における伝票レス実現に向けた要件検討	101
2.4 検討結果	103
3 売上情報共有によるコラボレーション強化	103
3.1 POS売上における業務運用上の課題	103
3.2 検討結果(コラボレーション実現に向けた対応策)	103
4 対象商材の拡大	105
4.1 調査内容	105
4.2 検討内容(アンケート実施結果)	106
4.3 考察	109
4.4 今後の進め方	110
V 今後に向けて	112
1 今後の検討課題	112
1.1 流通ビジネスメッセージ標準各メッセージの精度向上に関する継続検討課題	112
1.2 対象商材の拡大に向けた課題	112

2 来年度以降の検討体制について	113
2.1 検討体制について	113
2.2 次年度以降の実施内容およびスケジュール	113
VI 添付資料(ご参考)	115
1 成果物	115
1.1 百貨店業界流通ビジネスメッセージ標準 (ver.1.0)	115
1.2 メッセージ変更履歴	172
2 参考資料	184
2.1 百貨店流通ビジネスメッセージ標準 メッセージの項目引継ぎ関係	184

I 本事業の概要

1 EDI標準化の背景

1.1 百貨店業界を取り巻く現状

百貨店業界は、需要構造の変化、流通構造の変化、公的制度的変化など、様々な変化／逆風への対応が求められている。需要構造の変化としては、少子高齢化の進展による消費者購買層の変化、消費者ニーズの多様化、その対応のための商品ライフサイクルの短期化、商品の高度化などが挙げられる。流通構造の変化としては、昨今のM&A興隆による企業・店舗の集約化や郊外型ショッピングセンターへの出店や新業態創造などの業態多様化、さらに日本国内小売業間の競争にとどまらず、ブランドショップの路面店出店などにみられる海外外資系小売業の参入が挙げられる。公的制度的変化としては、大規模小売店舗立地法規制状況の変化、トレーサビリティなど消費者に対する安全・安心への対応、さらに企業として適正な会計処理・業務処理を行うための内部統制強化への対応も求められている。

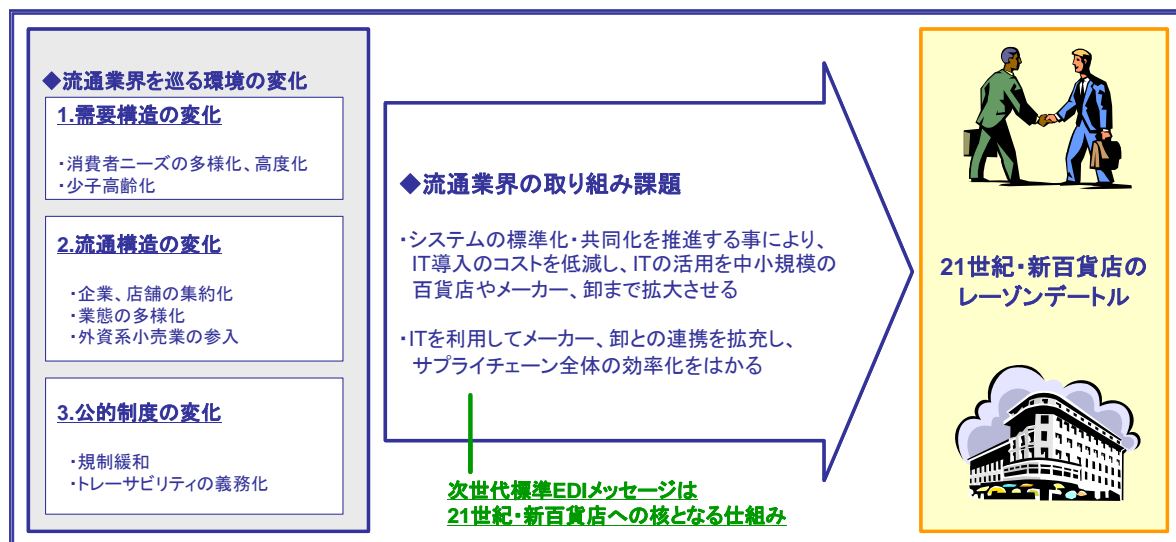


図 I-1 百貨店業界を取り巻く現状

こうした様々な変化への対応に向けて、IT活用によるサプライチェーン全体の効率化が必要であるが、流通ビジネスメッセージ標準は、取引先との情報共有ツールとして21世紀・新百貨店へと変革するための核となる仕組みとして位置付けられる。

1.2 EDIの利用目的

EDI化の本来の目的は、「適品・適量・適時」の商品供給による顧客満足度の向上にある。そのためには、顧客の求める品揃えの実現や取引先と連携したすばやい納品を行えるよう、業務プロセスの効率化／ローコスト化を図る仕組みの構築が必要である。このような仕組みを構築することで、「適品・適量・適時」の商品供給によって機会損失を削減し、結果として顧客満足度の向上につながることが期待される。こうした百貨店－取引先間の協働の取組をサポートするツールがEDIである。

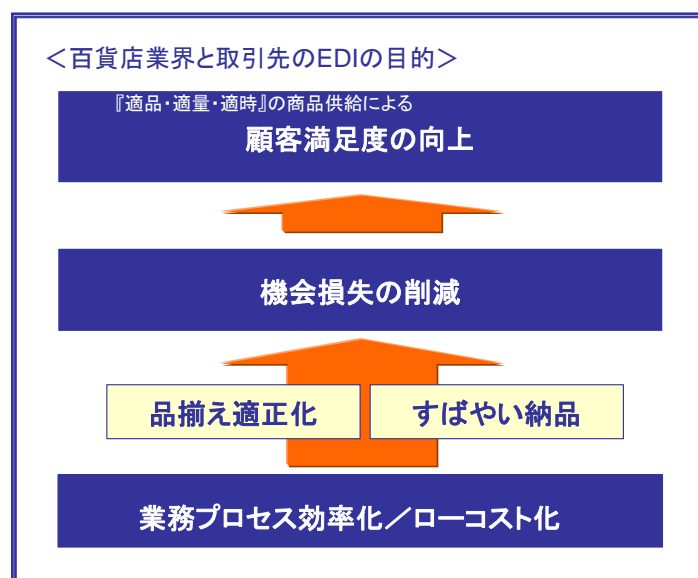


図 1-2 EDIの意味・目的

実現に向けては、以下の取り組みが必要となる。

(1) 単品管理による情報活用

機会損失の削減に向けては、適品・適量・適時の品揃えが重要であり、その実現にむけては単品管理の実施が有効である。単品の売上／在庫状況の把握、特にカラー・サイズ切れを把握することで、お客様の購買意欲に応える品揃えの実現が可能になる。

(2) 百貨店－取引先とのコラボレーション

消化型取引の増加やファッション商品のライフサイクルの短期化により、単に百貨店だけのマーチャンダイジング力だけでは適正な品揃えは実現できない。取引先の協力体制を引き出し、協業(コラボレーション)によって実施していくことが望まれる。

(3) 川上(生産)も含めたサプライチェーンマネジメント

適正な品揃えの実現のためには、百貨店－取引先間の適正化のみならず、川上(生産)も含めた情報共有、サプライチェーンマネジメントの構築が望まれる。店頭的情報を川上に伝え、店頭の販売動向と連動した生産の実現により、真の機会損失削減が可能となる。

(4) 業務プロセス効率化／ローコスト化

百貨店－取引先間におけるマーチャンダイジング業務プロセスのBPR(Business Process Re-Engineering)による効率化、ローコスト化が望まれる。現状の業務プロセスを前提にEDI化を図るのではなく、EDIを前提とした業務プロセスを構築することで、業務簡素化、プロセス上の無駄の排除を行

い、ローコストでの運用を実現することが可能となる。

2 EDI化の取組みにおける現状課題

EDI化の取組みにおける現状課題を、普及上の観点、標準メッセージ上の観点から示す。

2.1 EDI普及上の課題

百貨店業界におけるEDI普及上の課題としては、業界全体でのEDI化の拡大、中小取引先とのEDI普及促進が挙げられる。

(1) 業界全体でのEDI化拡大 ～中小百貨店のEDI化促進～

現状、百貨店におけるEDIでの取引規模は、全体平均で20%前後の取引規模に留まっており、普及道半ばの状況にある。特に中小規模の地方百貨店では、EDI化の取り組みが遅れている状況にある。

商品カテゴリ	平均
衣料品	20.9%
雑貨	21.7%
リビング	19.0%
食料品	22.9%

図 I-3: 百貨店業界におけるEDI実施状況(2006年版百貨店IT白書より抜粋)

中小規模の地方百貨店でEDI化の取り組みが遅れている原因として、単品管理機能および商品マスタの整備が遅れていること、EDI化に対応できていない取引先が多いことが挙げられる。

2006年版百貨店IT白書より、企業の売上規模別商品マスタ整備状況アンケート結果を示す。

【衣料品】

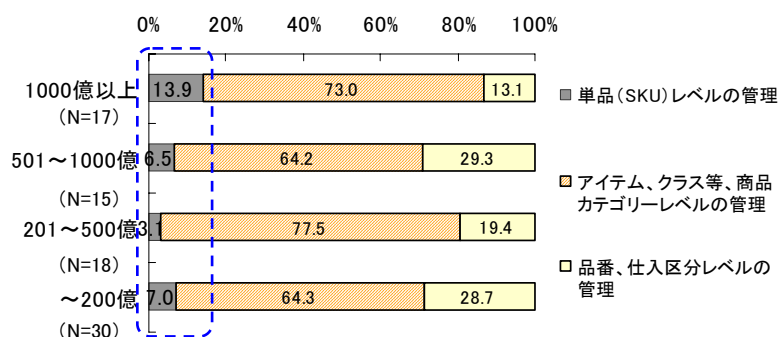


図 I-4: 売上規模別商品マスタ整備状況(衣料品)

以下に中小規模の地方百貨店における普及阻害要因を挙げる。

- 取引規模(売上規模)が相対的に小さいため、マーチャンダイジング業務のIT化推進によるリターン(メリット)が少ない
- 取引先企業に中小企業が多く、取引先がEDI化に対応していない
- 大手取引先であっても地方支店ではEDIへの対応が出来ない

(2) 中小取引先のEDI普及促進

業界全体でのEDI化拡大でも述べたように、中小取引先とのEDI実施は大手取引先と比べて進展していない状況となっている。そのため、大手百貨店においても中小取引先への拡大がEDI普及の壁となっており、中小取引先におけるEDI化実現が課題として認識されている。

中小取引先におけるEDI化が進まない原因として考えられるのが、小規模な取引に対し、EDI化コストが相対的にかかりすぎるといったEDIシステム装備に関する課題である。そのため、中小取引先のEDI化促進に向けては、EDI実施に係るコスト負担をいかに低く抑えるかがポイントとなっている。

参考として、2006年版百貨店IT白書より、マーチャンダイジング業務に対するIT化推進上の阻害要因アンケート結果(抜粋)を掲載する。

IT化推進における阻害要因(アンケート抜粋)

《システム装備上の課題》

- システム導入に対するメリットと投資コストが合わない
 - － 規模の効果が図れない
 - － 取引先側システム装備状況が低い

《取組みスタンス／体制上の課題》

- 取引先と交渉するための要員および時間の不足
- 納品物流業者との個別対応が必要となる
- 一部の商品／取引先との実施では効果が限定的
- 商品担当、販売担当の人的制約(スキル／ノウハウ)から実施効果が限定的
 - － 商品計画を立案し発注する能力が不足(単品管理、コラボレーション取引推進)

《取引先に起因する課題》

- 取引先の地方支店のシステムが対応していない(ASN／SCM実施に関して)
- 取組みが可能な取引先や納品代行業者が限定される
 - － 地方では指定納品代行業者制などの取引集中化が図れない
- 中小取引先が多く、取引先側のシステム投資、体制確立が出来ない

(次ページに続く)

(続き)

《標準化／業界全体の取組みにおける課題》

- 百貨店、取引先双方が利益享受できるビジネスモデルが確立していない（特に地方百貨店）

図 1-5: IT化推進における阻害要因(アンケート抜粋) : 出典2006年版百貨店IT白書

2.2 既存の標準メッセージの課題

EDI標準メッセージが存在しているにも関わらずEDI標準利用、普及が一部に留まっている理由、さらに百貨店業界全体でのEDI化が普及道半ばとなっている理由を示す。

(1) 複数の標準メッセージの存在

業界内に複数の標準メッセージが存在しているため、利用する際の混乱の原因となっている。複数の標準メッセージが存在することにより、全ての取引先とEDIを実施するためには、複数のEDI標準に対応しなければならないため、EDI実施上の阻害要因となっている。

(2) 膨大に膨れ上がったメッセージ項目

既存の標準メッセージは、膨大な数のメッセージ項目が定義されているため、利用各社間でのメッセージ項目マッピング作業に手間がかかるものとなっている。また、標準メッセージを利用している企業毎に異なる項目を同じ意味で利用していたり、また、同一項目を異なる意味で利用しているといった運用上の乱れも存在しており、使い勝手の悪い状況にある。

(3) ビジネスモデルとのズレの発生

既存の標準メッセージは、策定から10年ほど経過していることもあり、現状のビジネスモデルとの乖離が存在している。標準メッセージが検討された当時は、買取型取引が主流であり、標準メッセージも受発注を主体とするメッセージ項目の策定が行われた。しかし現在では、消化型取引、さらにコラボレーション取引といったビジネスモデルも存在しており、こうした現状のビジネスモデルへの対応が必要な状況にある。

以上のように、既存のEDI標準は使い勝手が悪く、さらに現状のビジネスモデルとの乖離も存在している状況にある。課題解決を図り、EDI普及拡大を行っていくためには、EDI標準の刷新が求められている。

2.3 EDI標準化の必要性

百貨店業界を取り巻く現状で述べたように、流通ビジネスメッセージ標準への取り組みは様々な変化への対応において重要な活動となる。しかし、先述したように小規模な取引に対し、EDI化コストが相対的にかかりすぎるなどEDIの普及上の課題があり、また、現状のビジネスモデルとの乖離も存在するなど

既存の標準メッセージの課題が存在している。したがって、流通ビジネスメッセージ標準への取り組みにあたっては、これらの課題の解決を意識して標準化を推進していくことが必要である。

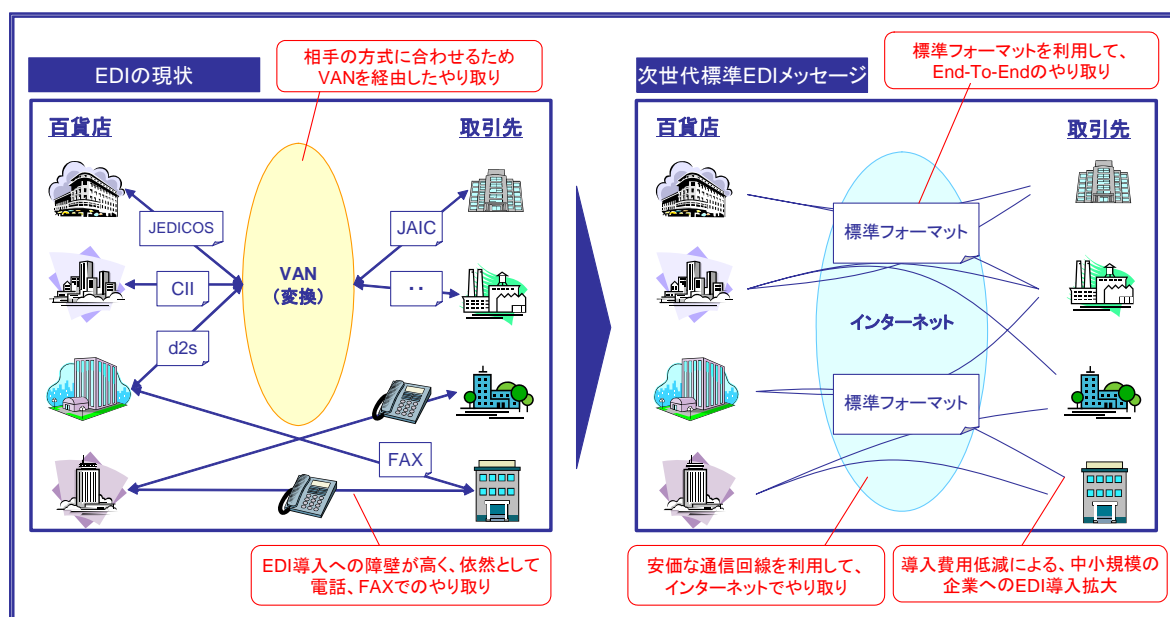


図 1-6 EDIの現状と流通ビジネスメッセージ標準

3 本事業実施の経緯

経済産業省では、流通業界における企業間情報システムのあり方について平成15年から17年にかけて、基礎研究として「流通サプライチェーン全体最適化促進事業」を実施し、その成果を本事業「流通システム標準化事業」へと引き継ぎ、国内唯一の新たな標準EDIを策定し、普及を促進することで国内流通業全体の効率化を目指している。

本事業は平成18年度から平成20年度までの3カ年計画で実施されており、幅広く流通業界において利用される唯一の標準EDIである「流通ビジネスメッセージ標準」および商品マスタに関する標準化、同期化に関する「商品マスタデータ同期化」について制定、公開しているところである。

スーパー業界においては、平成15年～17年の研究成果を引き継ぎ、平成18年度より本年度事業に参画し、流通ビジネスメッセージ標準（基本形）の策定、精度向上、共同実証を行っている。

百貨店業界では、平成18年度より本事業に参画し、流通業全体における国内唯一の標準EDI策定および百貨店業界におけるEDI普及促進に向けた課題解決のための検討を行っている。

各年度における事業名称を以下に示す。

- ・「平成18年度流通システム標準化事業（百貨店における次世代標準EDIへの対応）」
- ・「平成19年度流通システム標準化事業（百貨店業界における次世代標準EDIメッセージの標準化等）」

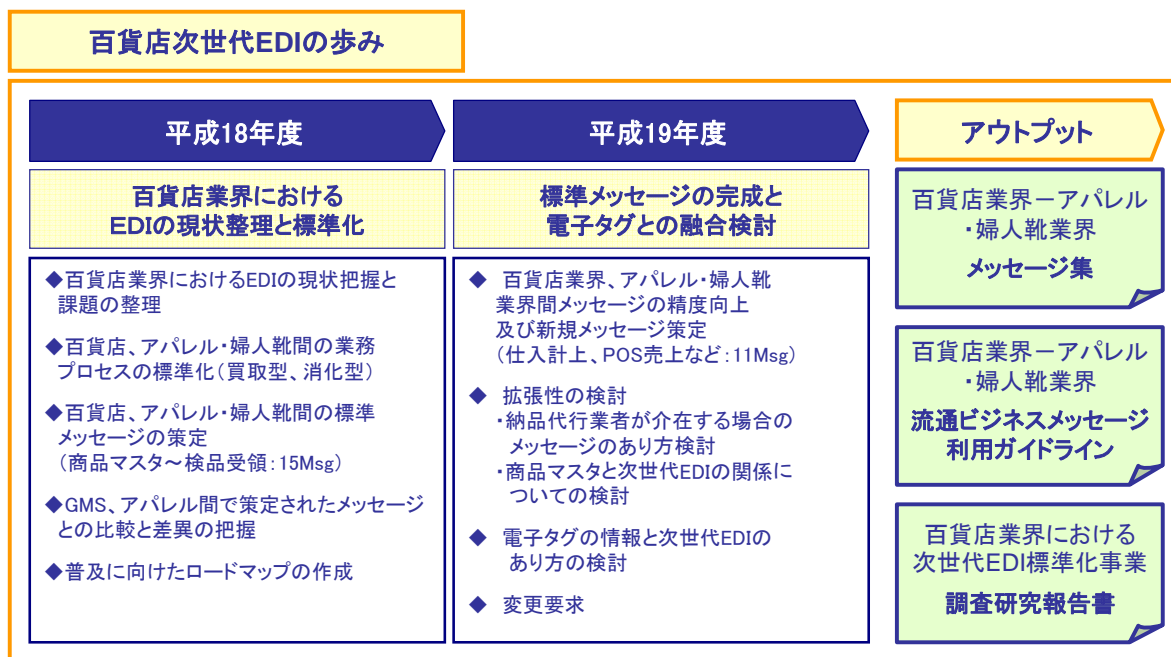


図 1-7:百貨店業界における流通ビジネスメッセージ標準策定の経緯(平成18年度～平成19年度)

平成20年度「流通システム標準化事業(百貨店業界における流通システム標準化)」は3カ年で実施される「流通システム標準化事業」の最終年度にあたる。

3.1 本報告書でのメッセージの呼び名

流通システム標準化事業全体を通して、策定される標準EDIメッセージは、正式に『流通ビジネスメッセージ標準』と呼ばれており、本報告書においてもその呼称を踏襲し、記述する。また本年度事業以降、百貨店業界においても「百貨店業界流通ビジネスメッセージ標準(略称、流通BMS)」と呼称する。

3.2 百貨店業界における流通ビジネスメッセージ標準策定テーマ

前述のように、百貨店業界を取り巻く環境は以下の4点にまとめられる。

- 複数の業界標準EDIの存在
- EDIの利用目的の変化
- 中小百貨店・取引先への普及拡大
- 経済産業省主導による流通業界全体におけるEDI標準化および他業界(主にスーパー業界)における検討／実導入の推進

これらの流れを受け、百貨店業界における流通システム標準化事業では、「将来的な利用を前提とした“実際に使える”EDI標準を作り上げる」ことを念頭に検討が行われている。また検討にあたり、以下の点について留意しつつ、検討を進める。

- ユーザの声を反映すること

- ・百貨店業界における標準EDIの統合化・一本化
- ・新たな標準EDIへの移行に伴う課題の解決

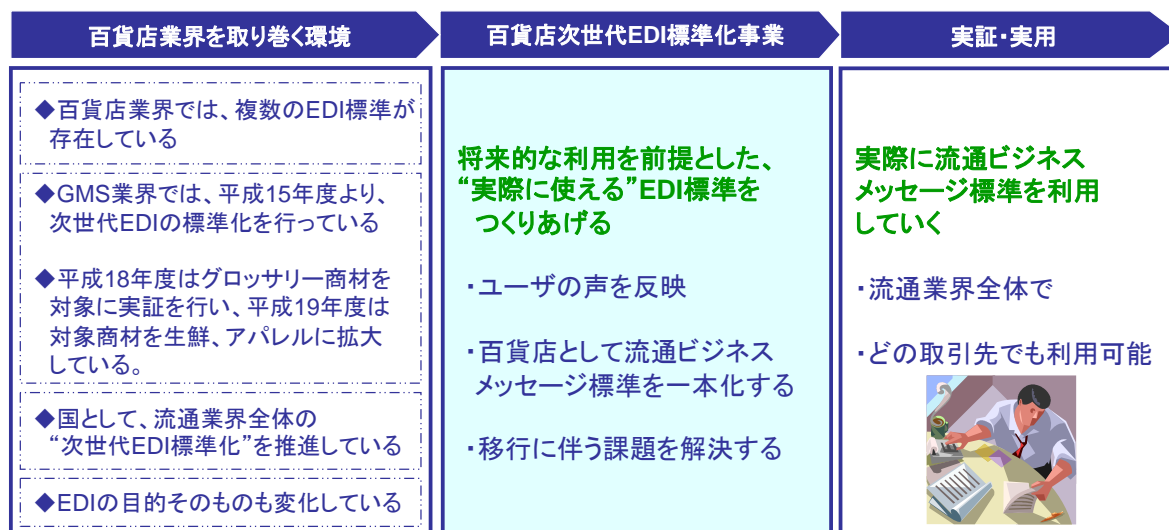


図 1-8: 百貨店業界における本事業の位置付け

また、百貨店業界における流通ビジネスメッセージ標準への取組みにおいては、上記「百貨店業界を取り巻く環境」および「事業において解決すべき課題」をふまえ、参加委員全体で議論をした結果、以下のテーマにて取り組む。

百貨店業界流通ビジネスメッセージ標準策定のテーマ

- ・付加価値（マーチャンダイジングITツールとしての活用）がでる取組み
- ・標準とは、最小公倍数ではなく、最大公約数にまとめる =大同小異

図 1-9: 百貨店業界における次世代標準EDI策定テーマ

3.3 百貨店業界における策定内容（平成18年度、平成19年度）について

ここでは各年度事業における実施内容および策定内容を示す。

3.3.1 平成18年度「百貨店業界における次世代標準EDI策定事業」の実施内容

平成18年度「百貨店業界における次世代標準EDI策定事業」においては、現状百貨店—アパレル／婦人靴間の取引業務プロセスの整理と各業務プロセスにおいて必要となるEDIメッセージの策定に取り組んでいる。

(1) 業務プロセスの整理

現状実施されている百貨店・アパレル・婦人靴企業との間のビジネスプロセスの整理を行い、買取型ビジネスプロセスと消化型ビジネスプロセスとして定義している。

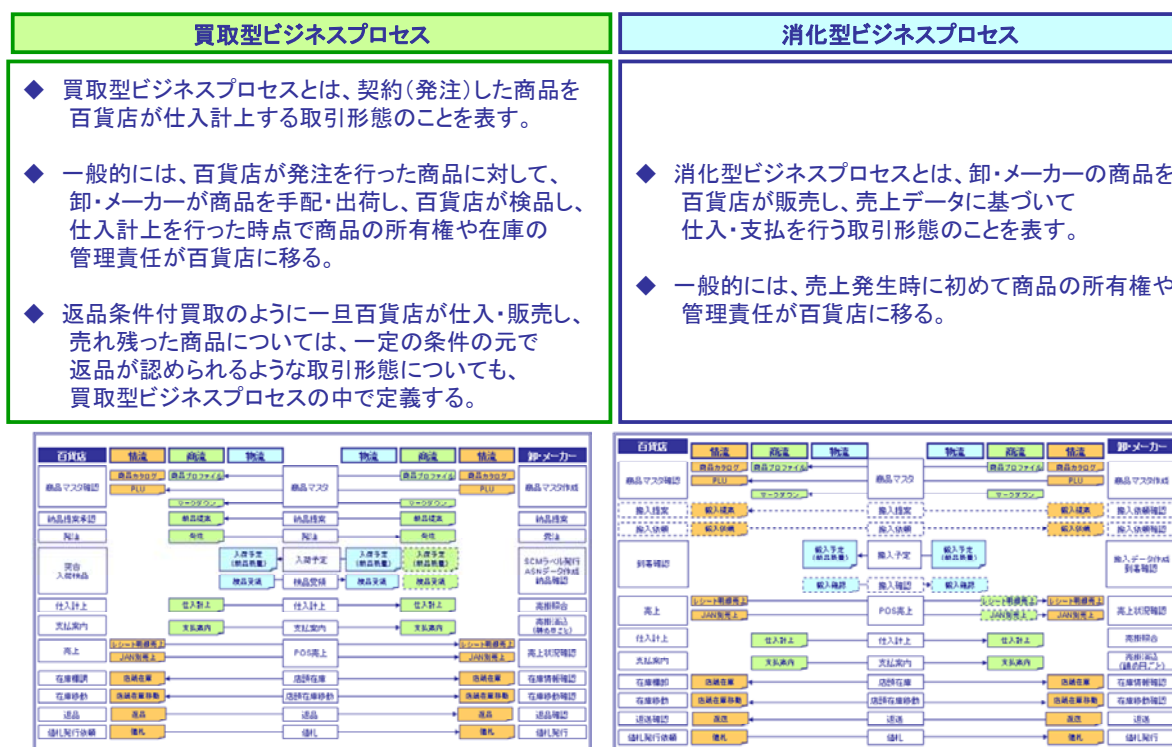


図 I-10: 平成18年度策定内容(業務プロセスモデル: 買取および消化)

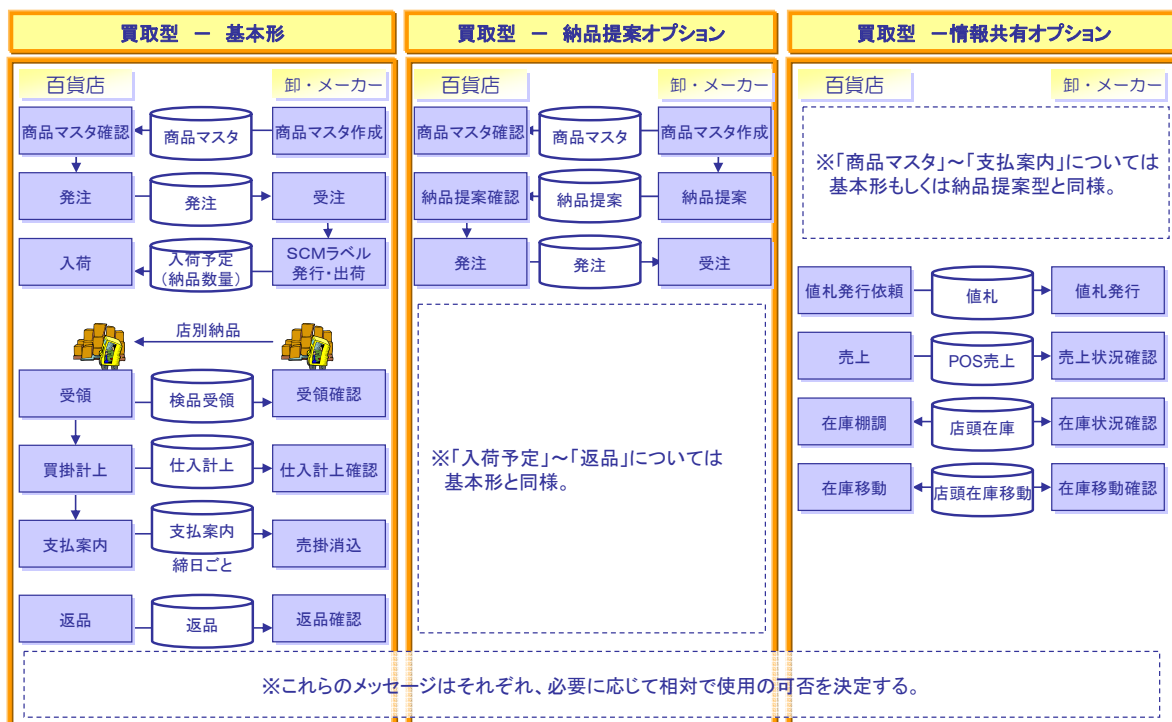


図 I-11:平成18年度策定内容(買取型ビジネスプロセスモデル)

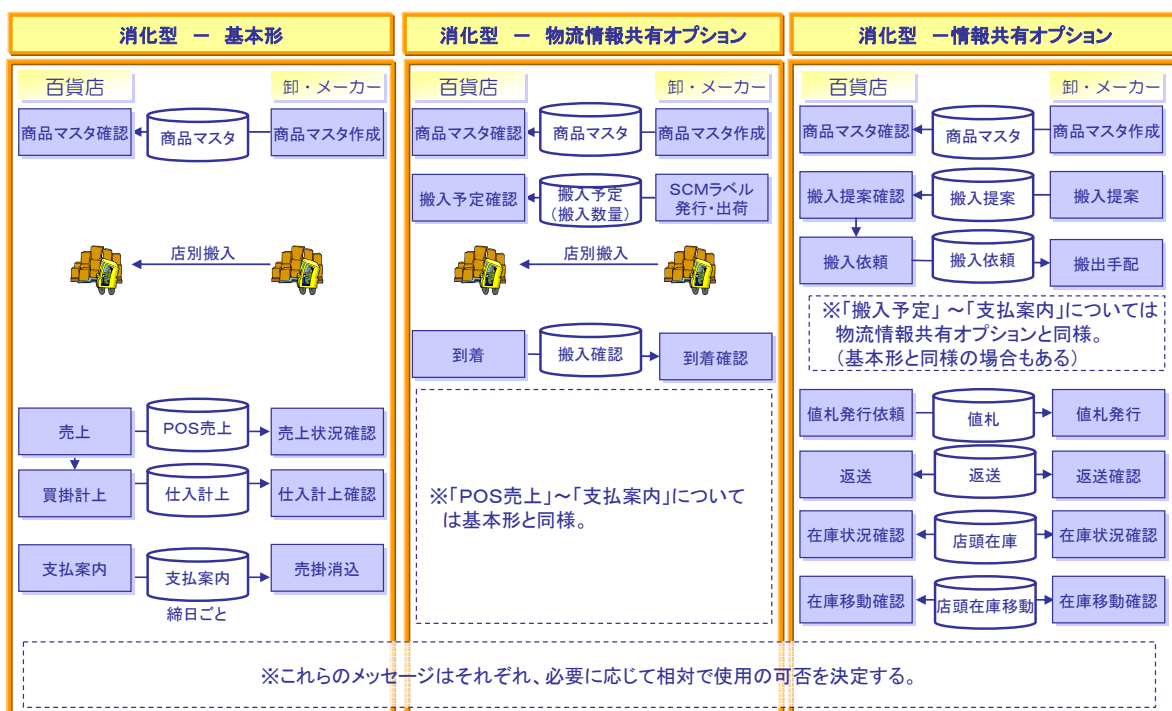


図 I-12:平成18年度策定内容(消化型ビジネスプロセスモデル)

(2) 標準EDIメッセージの策定

平成18年度事業では、策定したビジネスプロセス(買取型・消化型)に対応した以下の15メッセージを

策定している。

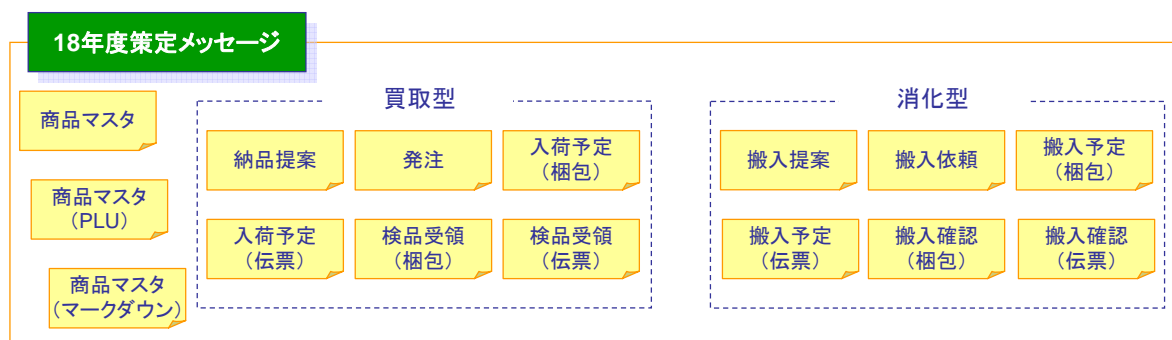


図 I-13: 平成18年度策定内容(15メッセージ)

(3) 次世代EDIを支える要素技術についての検討

平成18年度事業では、業務プロセスとEDIメッセージに加え、XMLスキーマやプロトコル、認証など、次世代EDI実現のために必要な技術的要素についての情報共有および検討を行っている。具体的な内容として「XMLスキーマやメッセージに関する検討」および「通信プロトコルに関する検討」を行った。

技術検討で抽出したXML-EDI実現のために必要となる技術要素について、以下に示す。

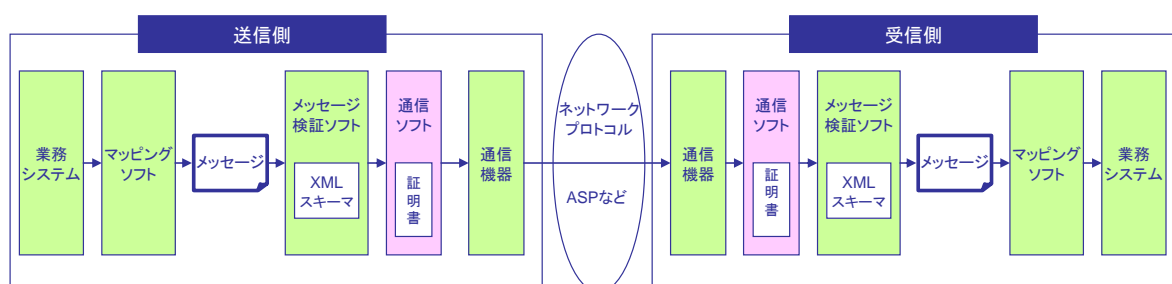


図 I-14: 流通ビジネスメッセージ標準を支える要素技術

以上の平成18年度事業における検討内容の詳細は「平成18年度 百貨店業界における次世代EDI標準化事業調査報告書 (平成19年3月)」をご参照頂きたい。

3.3.2 平成19年度の策定内容

平成19年事業は、平成18年度における策定内容および残課題に関する検討と他業界における検討内容との整合性を確保することを目的として、以下の4つのテーマを検討している。

- メッセージの精度向上および新規メッセージの策定
- 流通ビジネスメッセージ標準の拡張性の検討
- 電子タグの情報と次世代EDIメッセージの連携に関する検討
- 流通業界全体としての整合性の検討

以下、検討内容について示す。

(1) メッセージ精度の向上および新規メッセージの策定

平成19年度事業では、平成18年度に策定した各メッセージの精度向上に取り組むとともに、情報共有系業務等に対応した以下の11メッセージを新たに策定した。

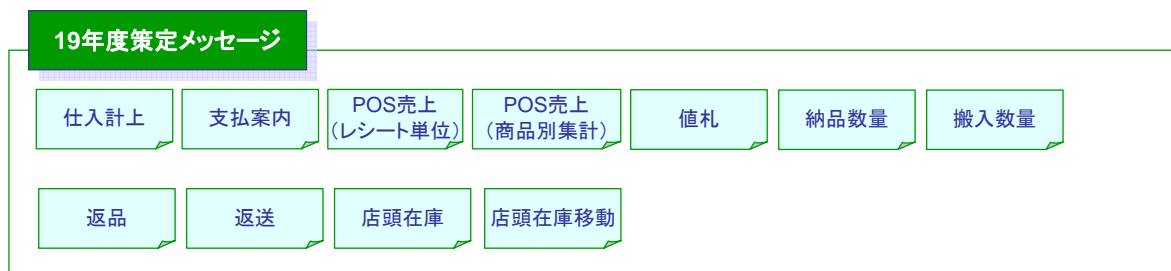


図 I-15: 平成19年度策定内容(11メッセージ)

これにより、百貨店業界流通ビジネスメッセージ標準として受発注、情報共有、会計関係の合計26のEDIメッセージ全てが策定された。

メ ッ セ ー ジ	分類	買取型	消化型
	商品 マスタ	商品 マスタ(カタログ・プロフィール)	
		商品 マスタ(PLU)	
		商品 マスタ(マークダウン)	
	納品 提案	納品 提案	搬入 提案
	発 注	発 注	搬入 依頼
	入荷 予定	入荷 予定(梱包)	搬入 予定(梱包)
		入荷 予定(伝票)	搬入 予定(伝票)
		納品 数量	搬入 数量
	検品 受領	検品 受領(梱包)	搬入 確認(梱包)
		検品 受領(伝票)	搬入 確認(伝票)
	返品	返品	返送
	仕入 計上	仕入 計上	
	支払 案内	支払 案内	
	POS 売上	POS 売上(レシート単位)	
		POS 売上(商品別集計)	
	店頭 在庫	店頭 在庫	
	店頭 在庫 移動	店頭 在庫 移動	
	値 札	値 札	

図 I-16: 百貨店流通ビジネスメッセージ標準メッセージ一覧(26メッセージ)
(『百貨店流通ビジネスメッセージ標準メッセージ利用ガイドライン』より抜粋)

また次年度以降の共同実証および実導入をふまえ、『百貨店流通ビジネスメッセージ標準メッセージ利用ガイドライン』を策定している。以下に利用ガイドラインのイメージを示す。

- ◆ メッセージ利用ガイドラインは、百貨店及び卸・メーカー企業の情報システム部門担当者や、実際にEDIメッセージをセットする担当者が、標準メッセージを利用する際に、以下の点について理解を深めることを目的に作成している。
 - ・ 標準メッセージが対象としている**業務プロセス**
 - ・ 各業務プロセスで利用される**メッセージとその位置付け**
 - ・ 各メッセージの**メッセージ項目の意味および利用方法**

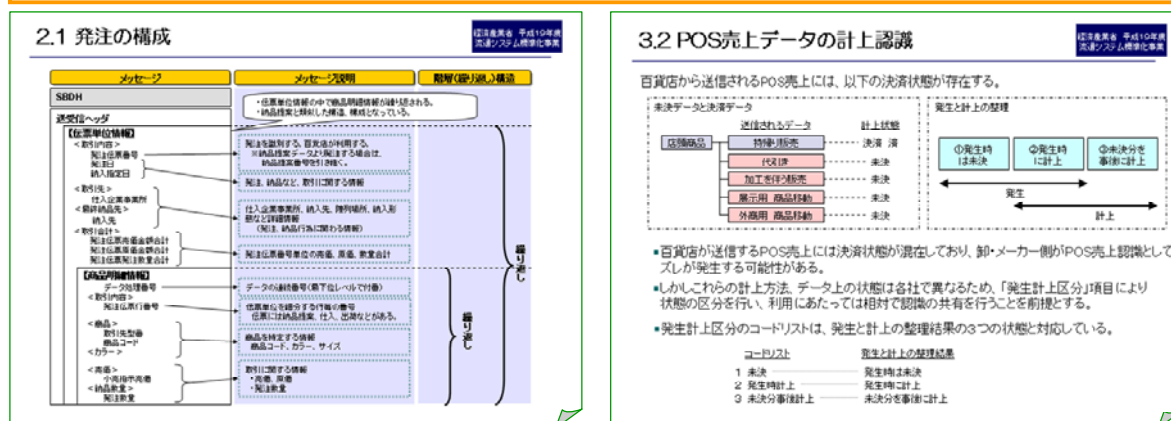


図 1-17: 平成19年度策定内容(百貨店業界流通ビジネスメッセージ標準利用ガイドライン(抜粋))

(2) 流通ビジネスメッセージ標準の拡張性の検討

本検討では、百貨店・アパレル・婦人靴企業との間のビジネスプロセスおよびEDIメッセージの検討だけでなく、関連するプレイヤーにおける標準EDIメッセージの利用に関する検討やその他の標準的技術との連携・関係についての検討を行うため、以下の2点について検討を行う。

- ・ 納品代行業者が介在する場合の業務プロセスの整理と流通ビジネスメッセージ標準各EDIメッセージ等の検討
- ・ 商品マスタ同期化(GDS)と流通ビジネスメッセージ標準の関係についての検討

① 納品代行業者が介在する場合の業務プロセスの整理と流通ビジネスメッセージ標準等の検討

平成18年度の検討では、納品代行業者は百貨店、またはメーカー・卸のいずれかの業務を代行しているという前提であったため、EDI実施におけるプレイヤーとしては意識せずにメッセージの整理を行っている。平成19年度事業では、納品代行業者が介在する場合の業務プロセスの実態を把握し、必要に応じて次世代標準EDIの業務プロセスとメッセージを見直すことを目的として検討を行っている。

納品代行企業が介在する業務プロセスへの流通ビジネスメッセージ標準の適用について検討し、検討から「EDIに関わる現状の課題」と「流通ビジネスメッセージ標準の追加／変更の必要性」という2つのテーマが抽出された。

「EDIにかかわる現状の課題」については、納品代行業者が介在するプロセスにおいてデータのやり取りをEDIで実施している割合が小さいことなどの「EDIの利用」自体に関する課題と、検品業務や伝票フォーマットなどの「委託業務の手順と伝票フォーマット」に関する課題が挙げられた。これらのことから、納品代行業者が介在するプロセスにおける現状の課題は、標準化されたEDIの利用自体にあることが分かった。

「流通ビジネスメッセージ標準の追加／変更の必要性」については、納品代行業者は百貨店またはメーカー卸いずれかの業務を代行しており、EDI実施におけるプレイヤーとしての特殊性はなく、特有の業務プロセスが存在していないことや、特有のEDIメッセージが存在していないことなどが分かった。これらのことから、流通ビジネスメッセージ標準は、納品代行業者が介在する場合にも適用可能であり、新規メッセージの追加や既存メッセージの変更の必要性はない、との結論に達している。但し、百貨店業界事業では平成19年度より納品代行業者2社にもメッセージ検討に参画頂いており、メッセージ精度向上および納品代行業業務の効率化に向け、ご意見を反映していくこととしている。

② 商品マスタ同期化(GDS)と流通ビジネスメッセージ標準の関係についての検討

平成19年度事業では、平成18年度事業において策定した商品マスタメッセージの項目と百貨店業界の商品マスタ同期化事業における商品マスタ項目との関係の整理および百貨店とアパレル・婦人靴間の業務プロセスにおける商品マスタ同期化の適用性の検討を行った。

マスタ項目の比較から、「階層構造の違い」や「マッピングできない項目」、「必須／任意の違い」などについて必要と思われる事項の抽出を行った。

商品マスタ同期化は、前提としている交換プロセスや特性から、取引相手が多く、ライフサイクルが長い商品(定番商品)に適用する際にメリットを享受できる。しかし、アパレル・婦人靴商材はライフサイクルが短い商品(ファッション商品)が多いため、対象商材の観点からは、商品マスタ同期化により享受できるメリットは大きくないと考えられる。

以上のような考察を行った結果、商品マスタ同期化を実際に導入するためには、さらなる具体的なメリットの明確化、定番商品やPLUマスタに限定した導入の検討、メッセージ構造や項目の精査についての検討などが必要だという認識にいたった。

(3) 電子タグの情報と流通ビジネスメッセージ標準の連携

百貨店業界は、業務プロセスの改革ツールとして早くから電子タグに着目し、他業界に先がけて積極的な導入を行ってきた。特に婦人靴などの商材では電子タグの普及が進み、平成19年7月時点で百貨店7社での実運用が行われるまでに至っている。

しかしEDIとの関係で見ると、電子タグとEDIでは情報が分断されたままになっているため、電子タグでの入出荷処理とEDIの入出荷処理を二重で行う必要があるなど、非効率な運用が発生している。

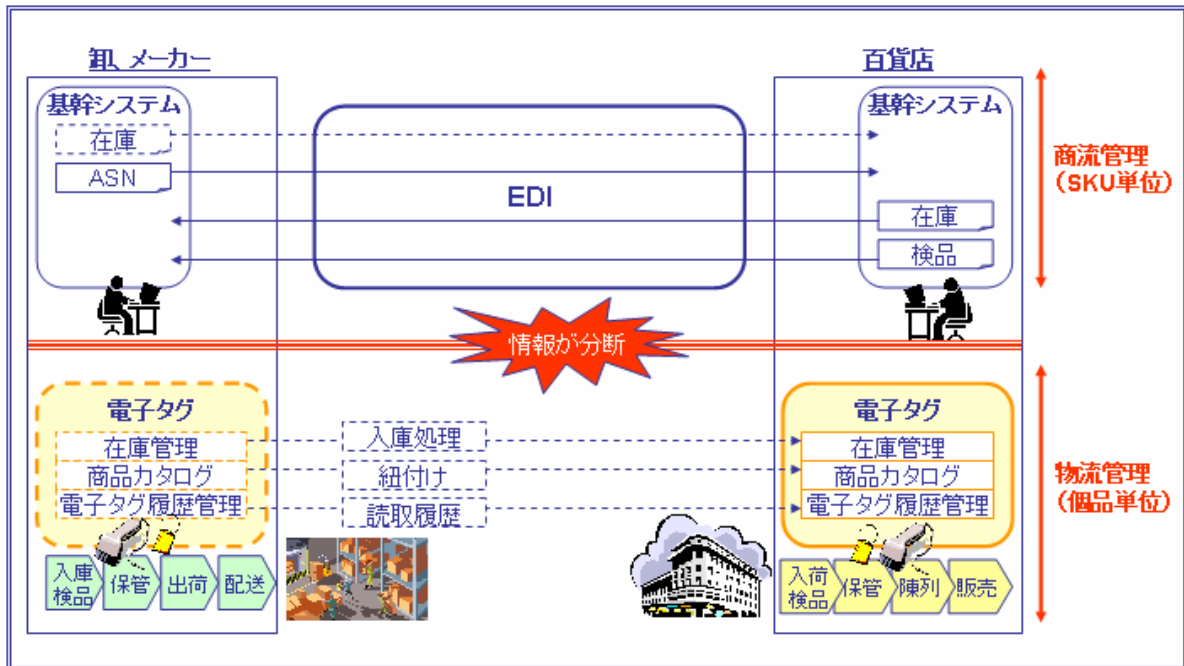


図 I-18: 電子タグ情報と次世代標準EDIとの連携の検討における問題点(イメージ)

① 検討の目的および進め方

本検討では、流通ビジネスメッセージ標準との連携を図ることで、非効率な運用を改善することを目的とした連携の検討を行う。

検討の進め方を以下に示す。

(1) 現状調査

- ① 電子タグの実運用をしている百貨店および婦人靴卸企業にヒアリングを実施
- ② 各社の業務フローを取りまとめて報告

(2) 課題抽出

- ① 電子タグ関連業務を中心に課題を整理
- ② EDIとの連携により解決されそうな課題を抽出

(3) EDI連携モデルの策定

EDIとの連携による、業務効率化のモデルを策定

(4) 方式検討

策定されたモデルに対する実現方式を検討

図 I-19: 電子タグと次世代標準EDIの連携検討の進め方

② 検討結果

現状、電子タグでは個品単位でデータを扱うが、情報活用は単品単位に留まっていることが明確

になった。そのため、電子タグと次世代標準EDIの連携において、「単品管理モデル」および「個品融合モデル」の2つのモデルを策定し、それぞれのモデルについて方式の検討を行った。

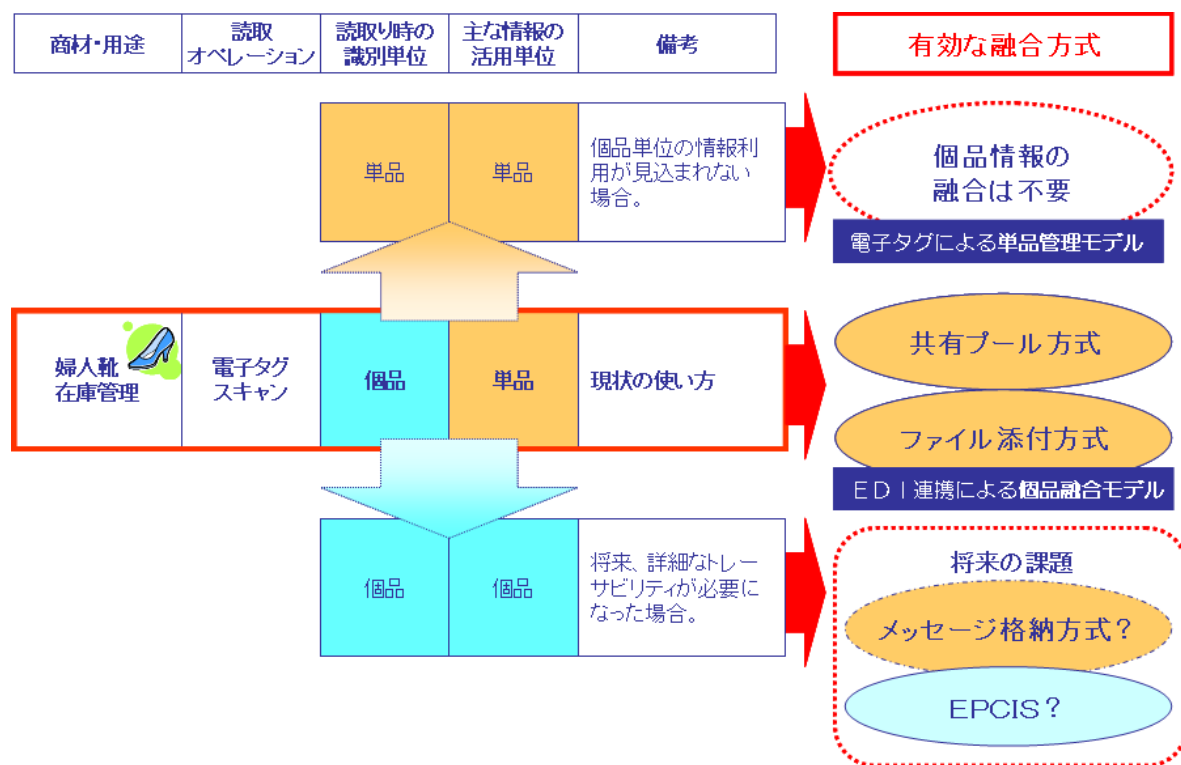


図 1-20: 電子タグと流通ビジネスメッセージ標準の連携モデル

今後の商品管理が個品単位とするか単品管理とするかは、各社の運用に関わる点でもあり、結論には至らなかったが、どちらになっても採用可能な連携モデル策定と方式検討まで行うことができた。また、商品管理体系の議論を通じては、個品・単品という単純な分類だけではなく商材に応じた様々な管理体系があることを認識することができた。単品、個品といった体系だけに限らずその商材にあった管理方法で上手に運用することで、電子タグのさらなる利用拡大にもつながるものと考えられる。

但し、電子タグシステムの導入で、商品を個品識別ができる仕組みまで導入ができているにも関わらず、個品情報をどのように活用していくかは明確になっていない。「安心・安全」をキーワードに「個品トレーサビリティ」が期待されているのも事実であり、どのように個品情報を活用できるのかは、今後も検討が必要な点として認識されている。

(4) 流通業界全体としての整合性の検討

本検討は、流通業界全体としての標準メッセージの整合性確保に向けて、百貨店・アパレル・婦人靴卸業界としての意見を集約し、業界横断的な標準化検討を行う会議体に既存メッセージとの調整を依頼することを目的としている。

本検討では、メッセージメンテナンス部会にて確認された業界横断的なメッセージ統合指針に従い、以

下の流れでメッセージ項目の比較・調整、変更要求を行っている。

(Step1) 統合化方針の確認

(Step2) 統合化に向けたメッセージの精査

(Step3) 変更要求方法の確認と実施

図 I-21:流通業界全体としての整合性検討の進め方

① 統合化方針の確認

(a) 統合化に向けた業務プロセスの調整

- ・ 業務プロセスについては、名称が重ならないように命名する。
- ・ 同一の業務プロセス名称であれば、使用されるメッセージも同一である。

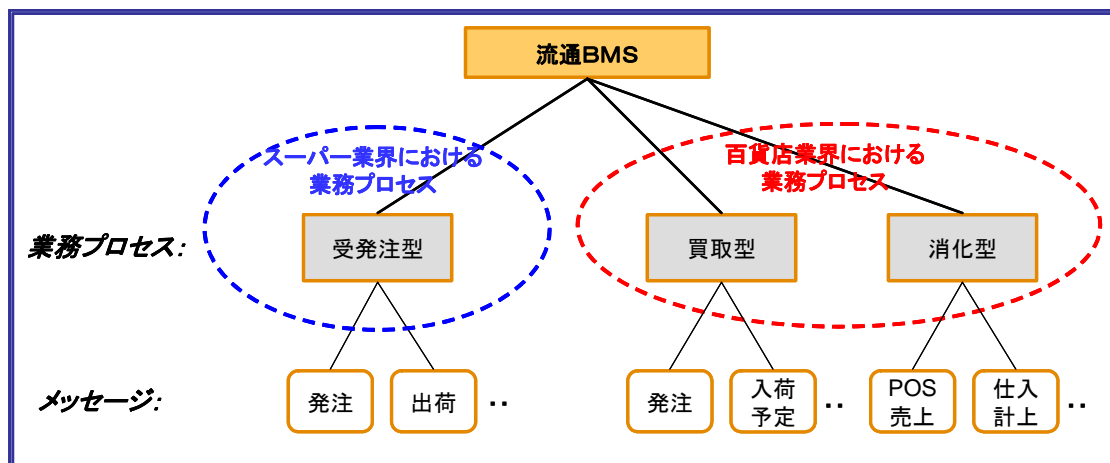


図 I-22: 統合化に向けた業務プロセスの調整

(b) 統合化に向けたメッセージ名称の調整

- ・ メッセージについては、名称が重ならないように命名する。
- ・ 同一のメッセージ名称であれば、同一のスキーマ(メッセージ項目、データ属性、階層などの構造)となる。
- ・ 同じスキーマを使用しても、メッセージ名称が業界によって異なることは容認する。
(業界で使用されている名称を容認する。)

(c) 統合化に向けたメッセージ項目の調整

メッセージ項目の名称は、業界特有の表現などにより以下のように同じ意味でも業界により異

なる名称になる場合も存在する。内容が同じであってもその日本語での表現は業界の特性が出ることはやむをえないため、メッセージ項目の名称について日本語は別でも、内容的に同じ意味を指すものはスキーマ上の英語名称では統一化を図っていく方針である。

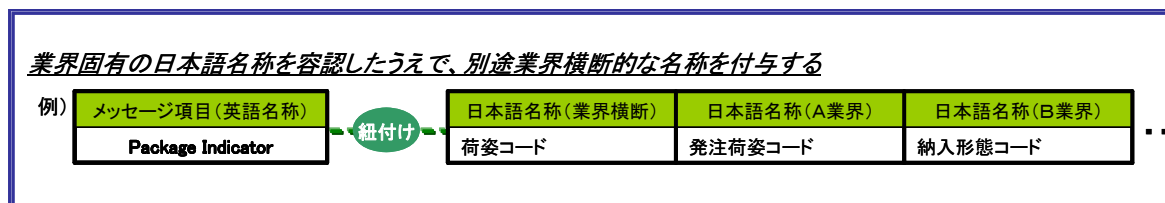


図 I-23: 統合化に向けたメッセージ項目の調整

② 統合化作業の方向性

統合化に向けた作業にあたっては、先述した方針に基づき、百貨店業界で検討しているメッセージ項目について、可能な範囲でスーパー業界と整合性を図る必要がある。その際、「メッセージ項目の任意／必須について」、「桁数・データ型の違い」に留意する必要がある。

③ 流通ビジネスメッセージ標準のCR受付・検討プロセス

変更要求の概念について、情報共有・議論を行い、策定された「百貨店流通ビジネスメッセージ標準」や「利用ガイドライン」の位置付けと対応方針を検討した。

以下に、平成19年度業界横断事業において確認されたCR受付・検討プロセスを示す。

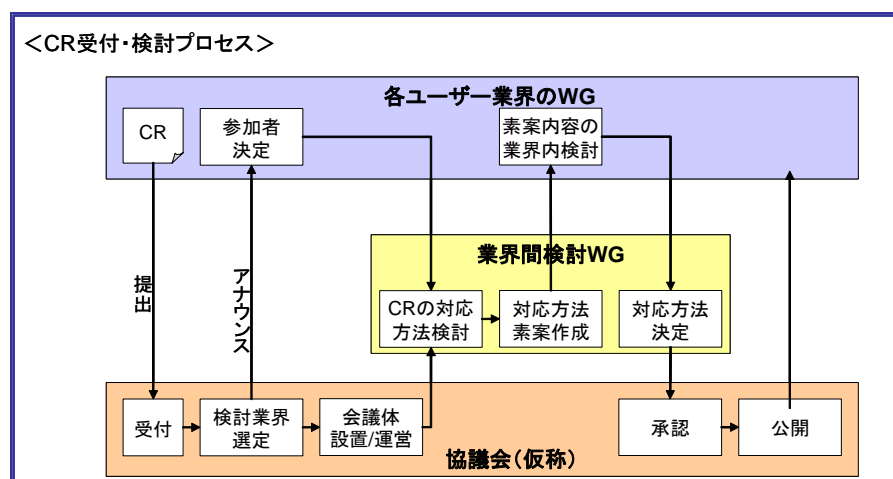


図 I-24: 流通ビジネスメッセージ標準のCR受付・検討プロセス

④ スーパー業界メッセージとの整合性確認検討の概要

スーパー業界メッセージとの整合性確認検討では、先述した業界横断的なメッセージ統合化指針に従い、以下の流れで比較・調整を行った。

(a) 作業方針

作業方針を以下に示す。

- 各メッセージ項目の日本語名称については、統合しない。
- スーパー業界メッセージと百貨店メッセージにおいて、同じ意味を表す項目については、「データ型(タイプ)」「桁数」「コードリスト」をスーパー業界メッセージに合わせる。
- 合わせられない場合は、対応方針(チェンジリクエスト(変更要求)、別項目とするなど)を検討する。

(b) 作業ステップ

スーパー業界メッセージとの整合性確認検討の作業ステップを以下に示す。

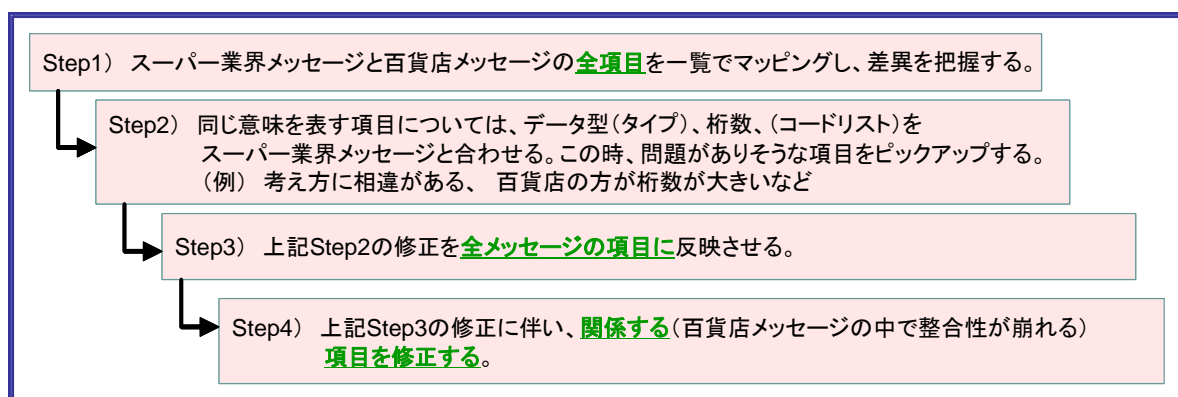


図 1-25: 百貨店流通ビジネスメッセージ標準とスーパー業界流通ビジネスメッセージ標準の整合性確認検討

桁数およびコードリストについて百貨店ースーパー両業界のメッセージの比較・整理を行った。以下に比較・整理において「桁数」および「コードリスト」の整合性が取れなかった項目を示す。

- 桁数の整合性が取れなかった項目
 - ✓ GLN
 - ✓ 企業、場所を表す名称関連の項目
 - ✓ 商品数量、数量の合計
- コードリストの整合性が取れなかった項目
 - ✓ 商品管理区分 (スーパー業界の対応項目: 発注区分)
 - ✓ 納入形態 (スーパー業界の対応項目: 出荷荷姿コード)

以上の平成19年度事業の検討内容の詳細については「平成19年度 百貨店業界における次世代EDI標準化事業調査研究報告書(平成20年2月)」をご参照頂きたい。

3.4 平成18年度、平成19年度からの残課題

平成18年度、19年度事業を通じて把握している課題、およびアンケート調査により抽出された今後の課題は「1. 次世代標準EDIの実用化、運用に向けた課題」と「2. 次世代標準EDIの普及、拡大に向けた課題」に分けて整理される。

(1) 流通ビジネスメッセージ標準の実用化、運用に向けた課題

流通ビジネスメッセージ標準の実用化、運用に向けた課題として、以下の4点が挙げられている。

- ①次世代標準EDIの有効性の検証
- ②メッセージ精度の向上
- ③技術的課題の解決
- ④導入コスト、運用コストの明確化

以下、各課題の内容と対応策について示す。

流通ビジネスメッセージ標準の実用化、運用に向けた課題	
① 流通ビジネスメッセージ標準の有効性の検証	<p>◆ 流通ビジネスメッセージ標準の実用化にあたっては、策定したビジネスモデルやメッセージが 実用に耐えるかの検証</p> <ul style="list-style-type: none">・ 具体的な導入方法、メッセージの利用方法や項目のセット方法の確認とガイド・ 送受信のタイミングやファイルサイズなど、実運用における問題点の洗い出しと改善策の検討・ 流通ビジネスメッセージ標準の利用による導入効果の測定
② メッセージの精度向上	<p>◆ 18年度、19年度の活動の中で、ペンディングとなっている内容についての確定</p> <ul style="list-style-type: none">・ 商品分類コードの決定
③ 技術的課題の解決	<p>◆ 流通ビジネスメッセージ標準導入における技術的課題の解決</p> <ul style="list-style-type: none">・ XMLの有効性やメリットに関する調査、研究・ 通信プロトコルや証明書に関する詳細の把握
④ 導入コスト、運用コストの明確化	<p>◆ 流通ビジネスメッセージ標準の導入にあたって、必要な費用の明確化</p> <ul style="list-style-type: none">・ ASPのサービス内容や料金体系の明確化・ 流通ビジネスメッセージ標準対応業務パッケージの機能や料金の明確化・ 移行に伴う作業やコストの把握・ 実運用に伴う作業やコストの把握

図 I-26: 次世代標準EDIの実用化、運用に向けた課題

課題①「次世代標準EDIの有効性の検証」および課題③「技術的課題の解決」、課題④「導入コスト、運用コストの明確化」については、平成20年度事業において実施されるメッセージの精度向上および共同実証にて検証を行う。

共同実証を行うことにより、課題①については共同実証を行う百貨店ーアパレル・婦人靴企業が流通ビジネスメッセージ標準の各メッセージを利用することにより実業務上の有効性の検証を行う。課題③については各社のシステム導入や改修により通信プロトコルや各種証明書等の有効性を検証する。また課題④については、各社が実際にシステム導入や運用に必要とするコストを把握することができる。

課題②「メッセージの精度向上」では、平成18年度、平成19年度よりペンディングとなっている「標準商品分類コード」の検討内容を把握し、流通ビジネスメッセージ標準における位置付けや利用方法を検討することで解決する。

(2) 次世代標準EDIの普及、拡大に向けた課題

次世代標準EDIの普及、拡大に向けた課題として以下の5点が挙げられている。

- ①対象商材の拡大
- ②導入効果の拡大と投資対効果の拡大
- ③中小企業への拡大
- ④業界横断的な統合化
- ⑤制度の整備

以下、各課題の内容と対応策について示す。

流通ビジネスメッセージ標準の普及、拡大に向けた課題

① 対象商材の拡大

◆ 流通ビジネスメッセージ標準をより広く利用してもらうために、アパレル・婦人靴以外の商材への対応の検討

- ・ グロサリーや食品など、スーパー業界で先行して検討した商材への対応
- ・ その他、百貨店業界で取り扱っている商材への対応

② 導入効果の拡大と投資対効果の明確化

◆ 流通ビジネスメッセージ標準導入によるメリットを拡大するための継続検討の実施と、投資対効果の明確化

- ・ 現業担保の視点にとらわれない、あるべき姿の検討
- ・ POS売上に顧客情報を入れ込むなど、導入メリットの拡大に向けた検討
- ・ 営業や会計の担当者を含めた検討など、業務のニーズを取り込むための活動
- ・ 流通ビジネスメッセージ標準を有効利用するための、新たな利用シーンやビジネスモデルの検討
- ・ 実証の結果を踏まえた、投資対効果の定量化

③ 中小企業への拡大

◆ 中小規模の百貨店、取引先が導入を容易にするための対応策の検討

- ・ インフラ面のハードルを下げるため、安価なパッケージの検討
- ・ ASPの対応拡大やサービス拡張
- ・ 導入が簡易になるような手順書の作成と配布

④ 業界横断的な統合化

◆ メッセージの統合化や維持、管理の方法についての業界横断的な検討推進

- ・ スーパー業界との将来的な統合化に向けた活動
- ・ 専門店、スポーツ、ドラッグストアなど、今後メッセージを策定する可能性のある業界との統合化に向けた活動
- ・ 流通ビジネスメッセージ標準の維持・管理、メンテナンスに関する方法や体制の明確化

⑤ 制度の整備

◆ 流通ビジネスメッセージ標準普及の起爆剤となるような、制度の整備や検討

- ・ 将来的に流通ビジネスメッセージ標準が唯一の標準となるような、業界としての宣言と働きかけ
- ・ 伝票レスに関する検討
- ・ JCA手順やWeb-EDIの扱いに関する指針

図 1-27: 流通ビジネスメッセージ標準の普及、拡大に向けた課題

課題①「対象商材の拡大」は、流通ビジネスメッセージ標準の拡張性の検討における「対象商材の拡大」にて検討を行い、解決を目指す。

課題②「導入効果の拡大と投資対効果の明確化」のうち、「現業担保の視点にとらわれない、あるべき姿の検討」「POS売上に顧客情報を入れ込むなど、導入メリットの拡大に向けた検討」、「営業や会計の担当者を含めた検討など、業務のニーズを取り込むための活動」、「次世代標準EDIを有効利用するた

めの、新たな利用シーンやビジネスモデルの検討」については、流通ビジネスメッセージ標準の「拡張性の検討」において解決を目指す。また「実証の結果を踏まえた、投資対効果の定量化」については、共同実証における各社の取り組み実態をもとに検討を行う。

課題③「中小企業への拡大」のうち、「インフラ面のハードルを下げるため、安価なパッケージの検討」と「ASPの対応拡大やサービス拡張」については、共同実証の実施に合わせたITベンダーによるパッケージソフトやASPサービスの提供など、標準の実利用に伴う波及効果による解決が期待される。また「導入が簡易になるような手順書の作成と配布」については、業界横断的事業における検討成果である「導入ガイドライン」や百貨店業界の「利用ガイドライン」を共同実証等により、その有効性を検証する。

課題④「業界横断的な統合化」については、業界横断事業における検討内容をもとに百貨店業界における今後の標準EDIメッセージの維持管理体制の検討を行う。

課題⑤「制度の整備」については、百貨店流通BMSの拡張性の検討や業界横断的検討における検討内容をもとに今後の対応策の検討を行う。

4 本年度事業の概要

4.1 目的

これまで百貨店業界では、アパレル商材および婦人靴商材について、平成18年度において業務プロセスと一部のメッセージの標準化を、平成19年度においてPOS売上データ等の情報共有型メッセージの標準化を実施してきたところである。その結果、平成19年度までに「買取型」および「消化型」のEDIビジネスプロセスを整理し、流通ビジネスメッセージ標準に準じた合計26メッセージの策定を行ってきた。

しかし、流通ビジネスメッセージ標準の完成には、共同実証を行うことにより実運用への移行を図る必要がある。そのためには、複数のユーザ企業が流通ビジネスメッセージ標準の仕様の妥当性と運用ルールの有効性を検証し、実用に値する精度向上を図ることと、流通ビジネスメッセージ標準が将来広く普及することの確信と普及促進のための課題を把握するために、メッセージとその運用ルールの導入効果を確認する必要がある。また、業界内で広く使われ、唯一の標準として根付いていくように、中小流通業での適用に関する検討や、アパレル商材、婦人靴商材以外の商材での適用するための検討をする必要がある。

本事業では、平成18年度から19年度までの活動成果を踏まえ、これらの課題を解決することを目的とする。

4.2 本年度事業における検討テーマ

平成19年度までに「買取型」および「消化型」のEDIビジネスプロセスを整理し、百貨店業界流通ビジネスメッセージ標準として合計26メッセージの策定を実施した。本年度は、そのビジネスプロセスとメッセージの実運用性について検証を行う必要があるため、共同実証を行うことにより、実運用への移行を図ることを目的とする。さらに、流通ビジネスメッセージ標準が業界内で広く使われ、唯一の標準として根付いていくように、中小企業への適用や、アパレル商材、婦人靴商材以外の商材への適用などの検討も合わせて行うこととする。以上より、本年度は以下の3つのテーマに取り組む。

(1)共同実証	
① 共同実証のための準備 共同実証に向けた実施計画を行うなど、事前に行うべき様々な事項の調整、決定を行う。 ② 共同実証の実施 共同実証の実施と、発生した課題の管理検討を行う。 ③ 成果の把握 共同実証の結果を踏まえ、導入効果、及び課題について整理し、報告書に取りまとめる。	目標： 流通ビジネスメッセージ標準および利用ガイドラインの妥当性・有効性の確認と、実用化に向けた課題の整理・検討を行ない、実運用につなげていく。
(2)変更要求	
共同実証の結果や、WGでの検討結果を踏まえ、百貨店、アパレル・婦人靴業界の意見を集約し、必要に応じて標準メッセージ等の変更要求まで行う。	目標： 変更要求の業界内検討と、CR提案書の作成・提出を行うことで、メッセージの精度向上を図る。
(3)拡張性の検討	
百貨店業界における、流通ビジネスメッセージ標準の拡張性の検討や、業界横断的な取り組みに関する情報共有を行う。	目標： 流通ビジネスメッセージ標準が、業界内で広く使われ、唯一の標準として根付いていくように、メッセージの構成、中身、使われ方をブラッシュアップするとともに、適用領域の拡大を目指す。

図 I-28 検討テーマ

(1) 共同実証の実施

本検討テーマでは、流通ビジネスメッセージ標準および利用ガイドラインの妥当性・有効性の確認と、実用化に向けた課題の整理・検討を行い、実運用につなげていくことを目標とする。そのために、共同実証のための準備として、実施計画の策定やテスト計画・評価計画の策定を行い、共同実証を実施する。さらには、共同実証の結果を踏まえ、導入効果および課題を整理する。

(2) 変更要求

本検討テーマでは、共同実証やその準備作業であるメッセージ精度向上を通して各標準メッセージへの変更の必要性が発生した場合、業界横断事業に対して変更要求の検討や提出を行う。

(3) 拡張性の検討

本検討テーマでは、流通ビジネスメッセージ標準が業界内で広く利用され、唯一の標準として根付いていくように、メッセージの構成、中身、使い方をブラッシュアップするとともに、適用領域の拡大を目指す。そのために、実用化、運用に向けた検討として、共同実証結果から生じた課題などをもとに、業界内でビジネスモデルやメッセージ見直しを行い、変更要求の検討やメッセージ利用ガイドラインの改定を行う。また、他事業（商品分類コードなど）の動向も踏まえた見直しを行う。拡張性の検討として、流通ビジネスメッセージ標準をより広く利用してもらうための検討や導入メリットを拡大するための検討を行う。

5 流通システム標準化事業の全体像

5.1 流通業界全体の取り組み

本事業は、経済産業省事業である流通システム標準化事業の一環として実施している。流通システム標準化事業には(1)各業界における標準化検討と(2)業界横断的な標準化検討の2つの検討があり、本事業は(1)の一翼を担うものである。流通システム標準化事業の全体像と各検討の概要を以下に示す。

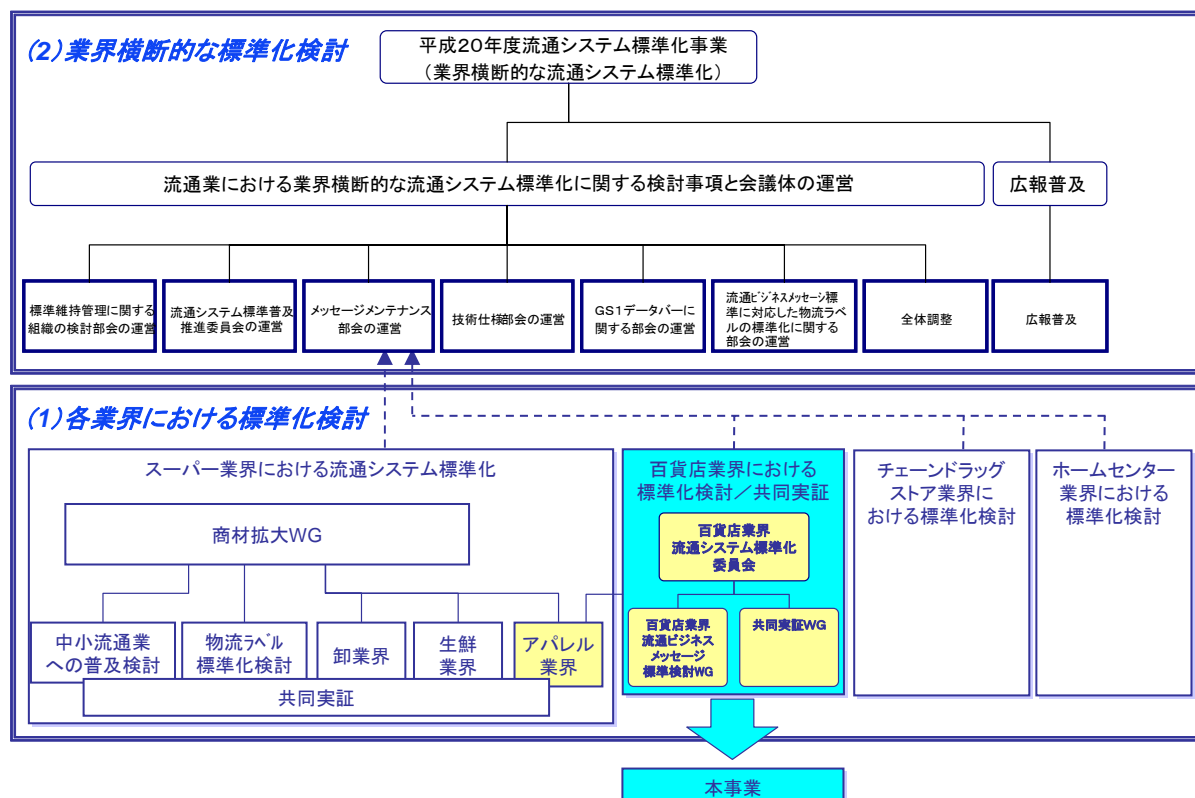


図 I-29 平成20年度流通システム標準化事業の全体像

5.2 各業界における標準化検討

特定の業界内で流通ビジネスメッセージ標準について検討する事業であり、以下の4つの事業で構成される。

(1) 百貨店業界における標準化事業

平成19年度までの活動成果を踏まえ、百貨店業界におけるアパレル・婦人靴商材にかかる流通ビジネスメッセージ標準の検討を実施する。

(2) スーパー業界における標準化事業

平成19年度までの活動成果を踏まえ、スーパー業界における生鮮品（青果、食肉、水産）およびアパレル商材にかかる流通ビジネスメッセージ標準の検討および共同実証を実施する。

(3) チェーンドラッグストア業界における標準化事業

平成19年度から開始された事業であり、スーパー業界にて策定された「流通ビジネスメッセージ標準（基本形）」の適用可能性や新規メッセージの策定および商品マスタ同期化の導入による業務の高度化、効率化などについて検討を実施する。

(4) ホームセンター業界における標準化事業

本年度から開始された事業であり、スーパー業界にて策定された「流通ビジネスメッセージ標準（基本形）」の適用可能性の検討および新規メッセージの策定に向けた検討を実施する。

5.2.2 業界横断的な標準化検討

特定の業界における標準化に留まらず、複数の業界に広く渡って流通ビジネスメッセージ標準を推進するための事業であり、以下の8つのプロジェクトで構成される。

(1) 標準維持管理に関する組織の検討部会の運営

平成19年度までの検討結果を踏まえ、業界横断的な流通システムのあり方に関する検討を行うとともに、その維持管理等に関する組織のあり方について検討するための検討部会を運営する。

(2) 流通システム標準普及推進委員会の運営

主に消費財流通業界における製配販各層の業界団体代表者により流通ビジネスメッセージ標準や商品マスタデータ同期化に関する最新情報の共有を行うとともに、各業界において検討が進められる環境を整備することを目的として、流通システム標準普及推進委員会を設置し運営する。

(3) メッセージメンテナンス部会の運営

流通ビジネスメッセージ標準全体としての統一性が損なわれることや、特定業界の都合で変更が行われることにより不都合が生じることのないように、業界横断的な統ルールに従って流通ビジネスメッセージ標準の維持・管理を行うメッセージメンテナンス部会を運営する。

(4) 技術仕様部会の運営

業界・業種を横断したインフラ形態や技術課題、XML開発規約の検討を行う必要がある。そのため必要な技術仕様部会を運営する。

(5) GS1データバーに関する部会の運営

平成22年度より、一般消費財の標準バーコードとして使用可能になる新しい国際標準のバーコードであるGS1データバーを、日本国内において、混乱無く、普及推進させるために、その活用メリットや、導入上の課題を明らかにし、その対応策を整理しておく必要がある。そのために必要な委員会、ワーキングを設置し検討を行う。

(6) 流通ビジネスメッセージ標準に対応した物流ラベルの標準化に関する部会の運営

物流ラベルやその付帯帳票類の規定、業務運用ルールの規定についての検討を行うための部会を運営する。

(7) 全体調整

流通システム標準化事業全体の円滑な進行のために、全体管理の立場から支援(助言・指示、共通課題の設定と解決方法の提示、定常運用・事業化に係る事務的作業など)を実施する。

(8) 広報普及

流通ビジネスメッセージ標準の普及促進のために、流通システム標準化に係る諸活動の内容および成果を広く開示・広報する。

6 実施体制

6.1 推進体制(会議体)

本事業の推進体制として、「百貨店業界流通システム標準化委員会」の1つの委員会、「百貨店業界流通ビジネスメッセージ標準検討ワーキング」、「共同実証ワーキング」の2つのワーキングを設置する。会議体の構成と会議体の概要について以下に示す。

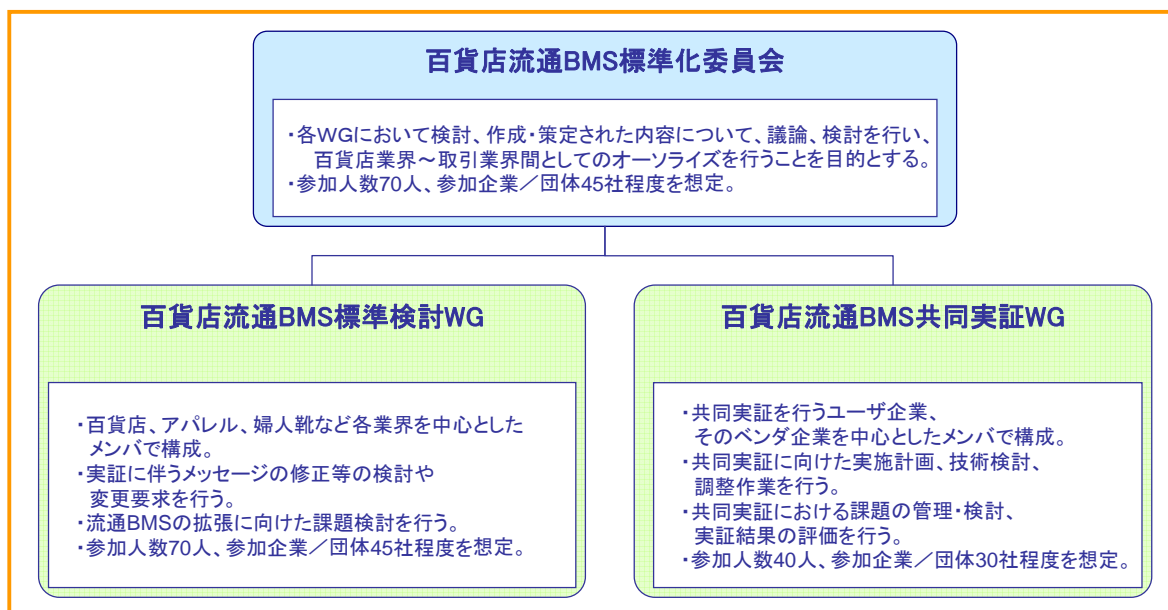


図 I-30 会議体の構成

① 百貨店流通BMS標準化委員会

各ワーキングにおいて検討、作成された内容について議論、検討を行い、百貨店業界としてのオーソライズを行うことを目的とする。百貨店、アパレル、婦人靴、納品代行、およびシステムベンダーの代表企業と、関連団体で構成される。

② 百貨店流通BMS検討WG

流通ビジネスメッセージ標準および利用ガイドラインの妥当性・有効性の確認、流通ビジネスメッセージ標準の拡張性や変更要求に関する検討などを行う。百貨店、アパレル、婦人靴、納品代行、およびシステムベンダーの代表企業と、関連団体で構成される。

③ 百貨店流通BMS共同実証WG

共同実証のための計画、検討、調整、評価等の作業や情報交換、参加企業調整やスキーマ開発のサポートを行う。共同実証を行うユーザ企業、そのベンダ企業を中心としたメンバで構成される。

6.2 参加企業

本事業の参加企業および関連団体を以下に示す。

百貨店業界 流通システム 標準化 委員会	百貨店業界 代表企業	伊勢丹、小田急百貨店、京王百貨店、高島屋、東急百貨店、東武百貨店、松屋、ミレニアムリテイリング、丸広百貨店、大和、松坂屋、近鉄百貨店、大丸、H2Oリテイリング、天満屋、井筒屋、丸井
	アパレル業界 代表企業	三陽商会、インパクト21、オンワード樫山、サンエー・インターナショナル、トリンプ・インターナショナル・ジャパン、ナイガイ、ダイドーリミテッド、レナウン、ワールド、ワコール、フランドル
	婦人靴業界 代表企業	シンエイ、フィット東日本
	納品代行 代表企業	東京納品代行、ワールドサプライ
	関連団体	日本アパレル産業協会、繊維ファッションSCM推進協議会、日本靴卸団体連合会、流通システム開発センター、日本百貨店協会
	システムベンダーなど	三越伊勢丹システムソリューションズ、富士通、日本ユニシス、富士通総研、SFI、NTTコミュニケーションズ
標準検討 ワーキング	百貨店業界 代表企業	伊勢丹、小田急百貨店、京王百貨店、高島屋、東急百貨店、東武百貨店、松屋、ミレニアムリテイリング、丸広百貨店、大和、松坂屋、近鉄百貨店、大丸、H2Oリテイリング、天満屋、井筒屋、丸井
	アパレル業界 代表企業	三陽商会、インパクト21、オンワード樫山、サンエー・インターナショナル、トリンプ・インターナショナル・ジャパン、ナイガイ、ダイドーリミテッド、レナウン、ワールド、ワコール、フランドル
	婦人靴業界 代表企業	シンエイ、フィット東日本
	納品代行 代表企業	東京納品代行、ワールドサプライ
	関連団体	日本アパレル産業協会、繊維ファッションSCM推進協議会、日本靴卸団体連合会、流通システム開発センター、日本百貨店協会
	システムベンダーなど	三越伊勢丹システムソリューションズ、富士通、日本ユニシス、富士通総研、SFI、NTTコミュニケーションズ
共同実証 ワーキング	百貨店業界 代表企業	伊勢丹、小田急百貨店、京王百貨店、高島屋、東急百貨店、H2Oリテイリング、天満屋、丸井
	アパレル業界 代表企業	三陽商会、オンワード樫山、トリンプ・インターナショナル・ジャパン、ダイドーリミテッド、レナウン、ワールド、ワコール
	婦人靴業界 代表企業	シンエイ、フィット東日本
	納品代行 代表企業	東京納品代行、ワールドサプライ
	関連団体	日本アパレル産業協会、繊維ファッションSCM推進協議会、日本靴卸団体連合会、流通システム開発センター、日本百貨店協会
	システムベンダーなど	三越伊勢丹システムソリューションズ、富士通、富士通総研、SFI、NTTコミュニケーションズ

図 I-31 本事業参加企業

7 スケジュール

本事業では、「共同実証による精度向上」について、2008年4月から2008年12月にかけて検討を実施する。「拡張性の検討」については、2008年4月から2008年12月にかけて検討を実施する。本事業の全体スケジュールを以下に示す。

大項目	中項目	平成20年										平成21年	
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
会議体	百貨店流通BMS標準化委員会		5/26					10/3				2/13	
	百貨店流通BMS標準検討WG		6/6		7/29	8/29			12/9		2/3		
	百貨店流通BMS共同実証WG			6/13	7/8	7/23	8/19	9/10	9/24	10/27	11/18	12/25	1/22
共同実証	共同実証のための準備												
	共同実証の実施												
	成果の把握												
拡張性の検討													
変更要求													

図 I-32 実施スケジュール

II メッセージの精度向上

1 目的および実施概要

(1) 目的

本年度百貨店業界事業は、『百貨店業界流通ビジネスメッセージ標準の実導入に向けた共同実証』という、平成18～19年度にかけて策定した流通ビジネスメッセージ標準を具現化し、利用していくための具体的なフェーズとして位置づけられる。

そのため、『メッセージ精度向上』において、流通ビジネスメッセージ標準の拡張性の検討および百貨店、アパレル・婦人靴の業界としての意見集約／合意を経て、流通ビジネスメッセージ標準および利用ガイドラインの妥当性・有効性の確認と、実用化に向けた課題の整理・検討を行ない、実運用につなげていく。また各メッセージの修正／変更を行い、その結果を流通業界全体（業界横断的な取組み）への変更要求を行う。

- ◆ 流通ビジネスメッセージ標準および利用ガイドラインの妥当性・有効性の確認と、実用化に向けた課題の整理・検討を行ない、実運用につなげていく。



(i) 実用に値する精度向上を図る

複数のユーザ企業が流通ビジネスメッセージ標準の仕様の妥当性と運用ルールの有効性を検証する。

(ii) 導入効果を実証し、課題の整理を行なう

新たなEDI標準が将来広く普及することの確信と、普及促進のための課題を把握するために、流通ビジネスメッセージ標準やその運用ルールの導入効果を確認する。

図 II-1: 流通ビジネスメッセージ標準 各メッセージ精度向上の目的

(2) 実施概要

本検討は、百貨店流通BMS標準検討WG（以下、標準検討WG）を中心に進める。

百貨店流通BMS共同実証WG（以下、共同実証WG）において、メッセージ精度向上、変更内容の検討などの具体的な問題提起を行い、その内容は標準検討WGにおいて内容の確認、承認を行う。標準検討WGにおいて承認された内容は、百貨店流通BMS標準化委員会にて報告・承認を行う。

また、標準検討WGにおいて変更を承認され、確定したメッセージは、業界横断的検討事業におけるメッセージメンテナンス部会に変更要求として提示し、承認を得、スキーマ開発を依頼する。業界横断的検討における検討内容（他業界における検討内容や変更要求等）についての情報共有を行う。

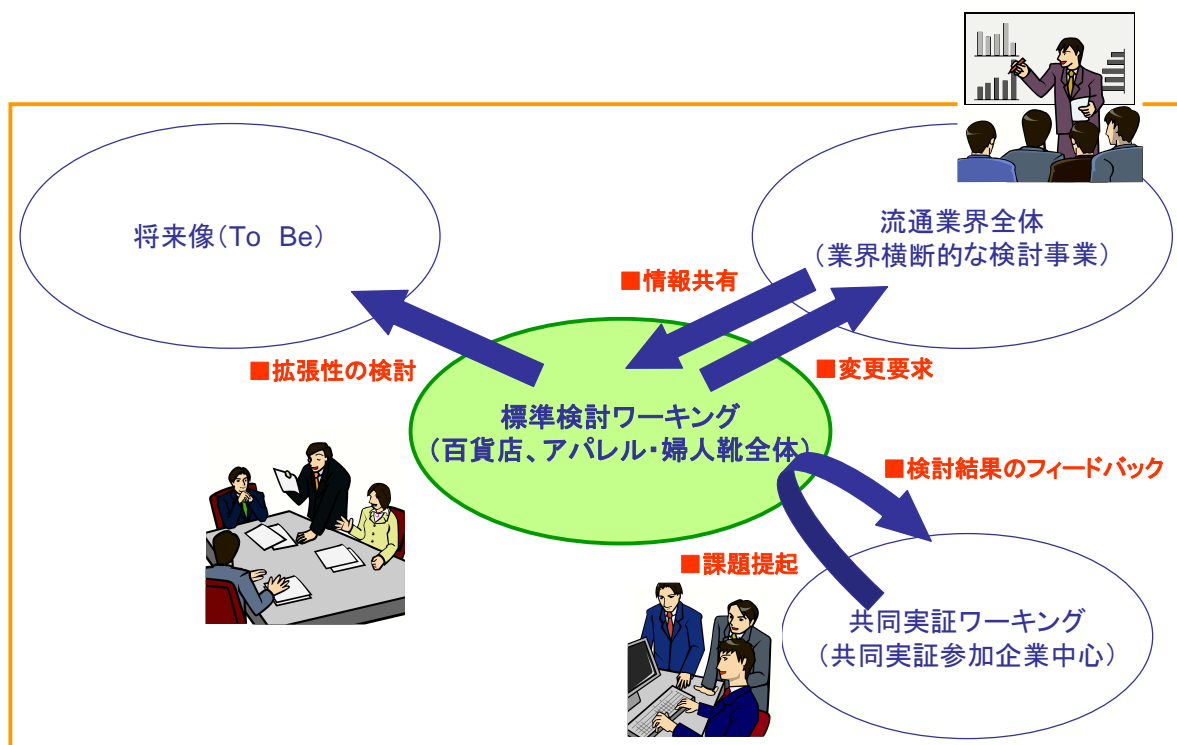


図 II-2: 標準検討WGと関連事業、他の会議体との関係

2 検討の進め方および検討体制

2.1 検討の進め方

精度向上に向けた検討の進め方を以下に示す。

まず、平成19年度までに策定した各メッセージに対して、共同実証WG参加各企業によるマッピングを行う。次に各社マッピング結果から、各メッセージ利用上の課題や確認点を抽出し、各課題の解決方法の検討を行う。それらの検討結果を各メッセージに反映することで、メッセージの精度向上を図る。

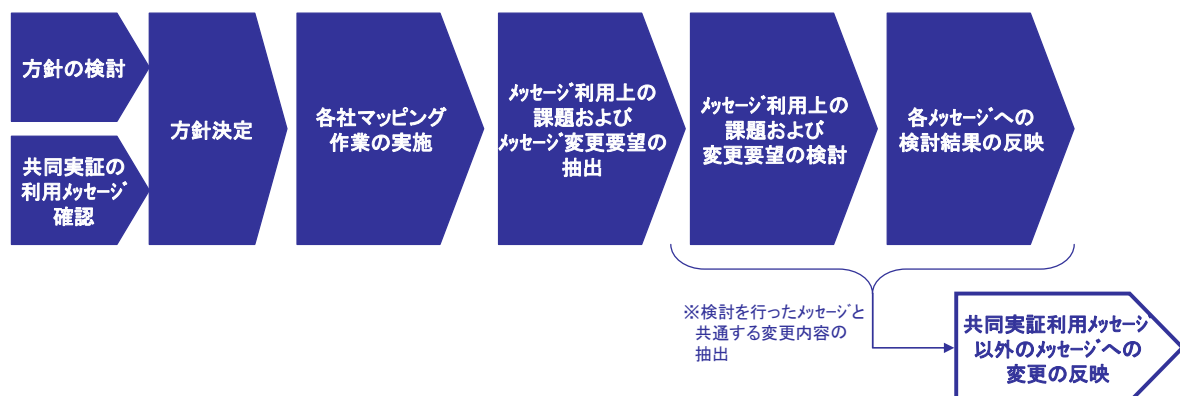


図 II-3: メッセージ精度向上の進め方

(1) 検討方針の検討／合意

共同実証WG参加企業に対して共同実証における検討対象となる業務プロセスおよびメッセージの調査を行った結果、「共同実証において利用する業務プロセスおよびメッセージをマッピング検証および精度向上に向けた検討において最優先とする」との方針が提示され、承認された。

共同実証WG参加企業(百貨店、アパレル・婦人靴企業)に対して、共同実証にて利用／検証対象とするメッセージを確認した結果、買取型プロセスを対象として検討を行うこととなり、マッピング対象として以下の10メッセージが抽出された。

- 商品マスタ(カタログ・プロフィール)
- 納品提案
- 発注
- 入荷予定(梱包)
- 入荷予定(伝票)
- 検品受領(梱包)
- 検品受領(伝票)
- 支払案内
- POS売上(レシート単位)
- POS売上(商品集計単位)

メッセージ精度向上検討においては、「検討の進め方」に従い、共同実証参加企業によるマッピングにより提示される課題を中心に、メッセージに対する項目の追加、修正を行い、スキーマ開発を行う。

また共同実証における利用・検証対象外となった16メッセージについては、上記10メッセージの検討が終了後、上記10メッセージから抽出された変更内容と共通する変更内容の反映と、各メッセージ個別のメッセージ内容の精査を行う。それらの検討が完了次第、スキーマ開発を行う。

(2) メッセージ精度向上とスキーマ開発との関係

メッセージ精度向上内容は、共同実証WGにおける合意内容を標準EDI検討WGにおいて承認を得る。百貨店業界内において承認されたメッセージは、「業界横断的取組み」におけるメッセージメンテナンス部会に対する提示・承認の後、各メッセージのXMLスキーマを開発する。

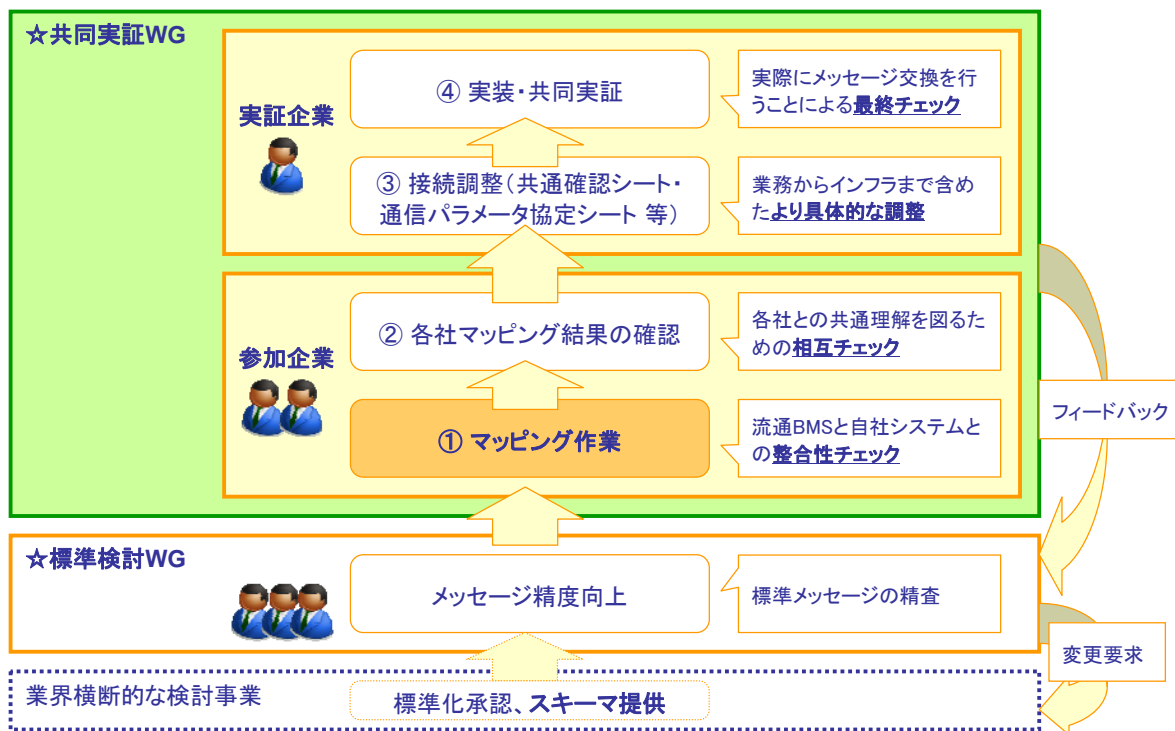


図 II-4:メッセージ精度向上とスキーマ開発との関係

3 メッセージ精度向上検討概要

「検討の進め方」に従い、前述の共同実証において検証対象となる10メッセージを中心に、マッピング作業を実施し、各メッセージに対して、メッセージ構造の変更や項目の追加、変更、削除を行った。

以下に、各メッセージに関する検討内容および結果を示す。

3.1 商品マスタ(カタログ・プロフィール)

商品マスタ検討における検討内容を以下に示す。

(1) 商品マスタメッセージ階層構造の修正

検討において指摘された課題として、平成18年度に策定された商品マスタ(カタログ・プロフィール)では、商品の情報を店舗情報(Lv2)の下位層として各店舗の商品情報を保持する形となっている。

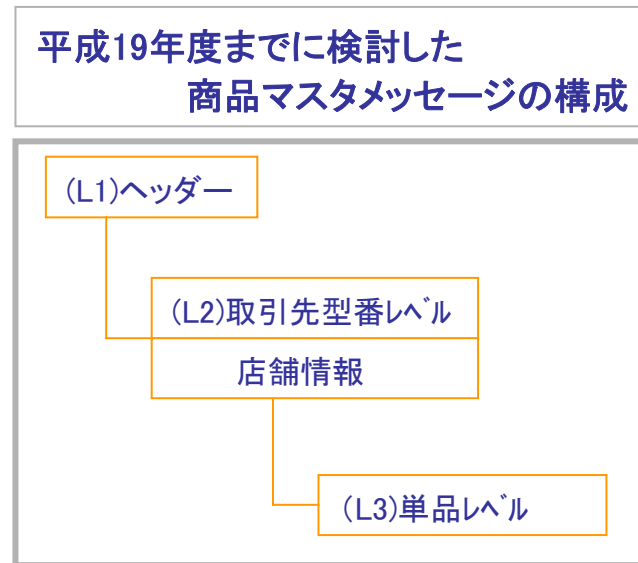


図 II-5:平成19年度までに検討した商品マスタ(カタログ・プロフィール)メッセージの構成

この構造の場合、各店舗において同じ商品が取り扱われる場合、同じ商品の情報が店舗ごとに繰り返されることとなり、商品マスタ情報が冗長化する。

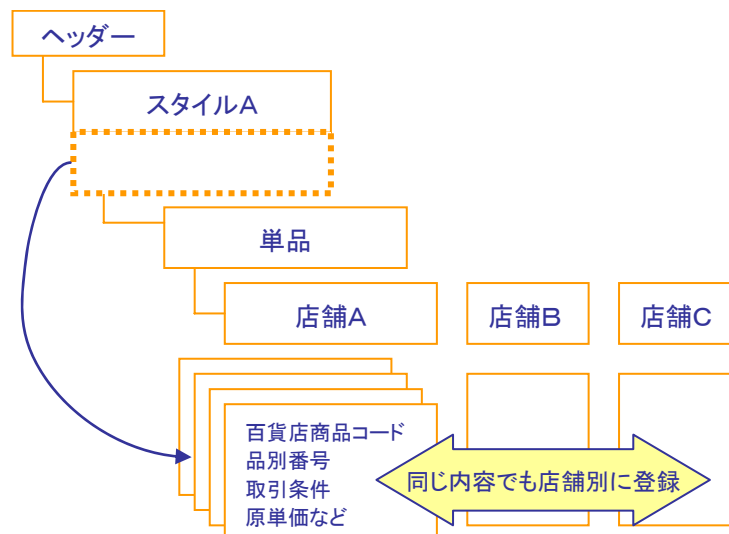


図 II-6: 商品マスタ(カタログ・プロフィール)メッセージ精度向上における課題(店舗ごとに商品情報が重複)

また百貨店における商品マスタの送受信方法は「①本部一括登録方式」および「②店舗別登録方式」の2種類に大別される。しかし平成18年度案では、店舗別の商品マスタメッセージに対応した構造となっているが、本部一括登録方式を採用する企業の場合には対応しにくいものとなっており、各社の業務運用上問題が発生する可能性がある。

これを避けるために、取り扱う商品の情報を上位階層に配置し、店舗情報を下位層に配置することで、各店舗に共通する情報をまとめて保持できる構造とする案が提示され、検討の結果、合意された。

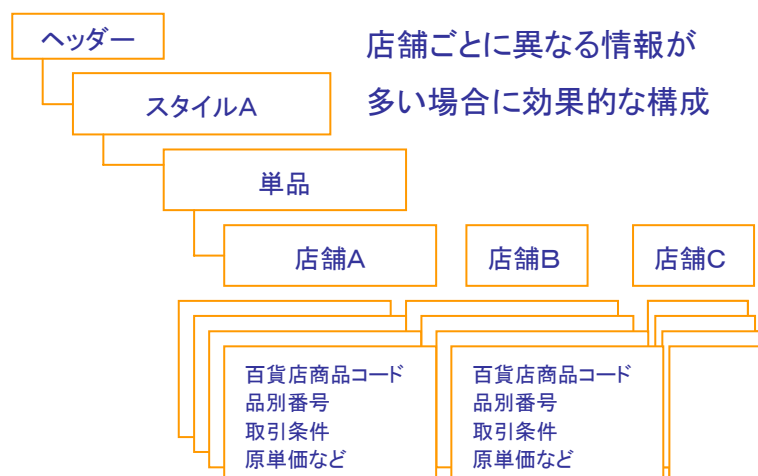


図 II-7:平成20年度検討における商品マスタ(カタログ・プロフィール)メッセージ(イメージ)

変更された商品マスタメッセージの構造(イメージ)を図で示す。

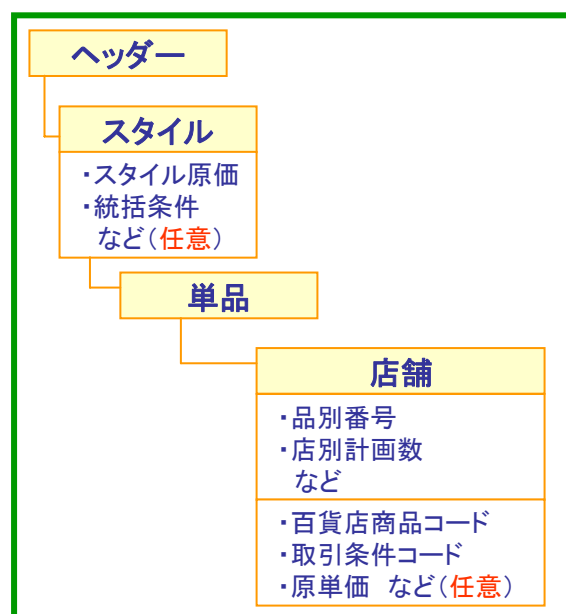


図 II-8:平成20年度検討における商品マスタ(カタログ・プロフィール)メッセージ(イメージ)

策定された商品マスタメッセージの項目および構造については、百貨店業界流通BMS『利用ガイドライン』に添付されている商品マスタ(カタログ・プロフィール)メッセージ資料を、または巻末のメッセージ項目をご参照頂きたい。

商品マスタ(カタログ・プロフィール)にあわせて、商品マスタ(PLU)、商品マスタ(マークダウン)についても同様に階層構造を変更する。変更された上記2つのメッセージの構造(イメージ)を以下に示す。



図 II-9:平成20年度検討における商品マスタ(PLUおよびマークダウン)メッセージ(イメージ)

(2) 階層構造の変更に伴う項目位置(レベル)の移動

商品マスタメッセージの階層構造の変更に伴い、各階層に設定される項目の見直しを行い、下記項目について変更する。

- ・リードタイム

現状業務において、リードタイムは店別に異なるため、店舗レベルで保持すべきとの指摘に基づき、再度確認・検討した。その結果、自動補充を行なっている商品についてはリードタイムを店別に設定していることが分かった。そのため、店舗レベルに移動することで合意された。

- ・原単価税抜／原単価税込

商品マスタメッセージ上に設定されている、原単価税抜および原単価税込については、階層構造の変更に伴い、店舗レベル(レベル4)のみ残すこととする。

- ・その他

その他、メッセージ階層構造の変更にともない、項目を配置するレベルを変更したものを以下に示す。

項目位置(レベル)の移動

- ・「百貨店商品コード」、(百貨店商品補助コード)、「取引条件コード」、「仕入区分」、「仕入企業事業所GLN」、「仕入企業事業所コード」、「発注区分」、「原単価税抜」、「原単価税込」、「原価率」、「原価算出区分」、「基準在庫」の店舗レベルへの移動
- ・上記の項目を店別で管理している百貨店を考慮して店舗レベルへ移動

図 II-10:商品マスタメッセージにおいて店舗レベルに配置することとした項目

(3) 商品マスタ項目における追加、変更、修正

その他、商品マスタに関して各百貨店、アパレル・婦人靴企業から、メッセージ利用上の課題や項目追加・修正などの要望が挙げられた。それらの課題や要望についての検討結果は、以下のように分類

することが出来る。

- マスタ項目の追加
- 意味の修正
- 定義・使用方法の統一

以下に各分類の検討結果を示す。

① 項目の追加

検討の結果、以下の項目を追加する。

- バイヤーコード
百貨店の担当バイヤーを識別するためのコード
- 統括条件コード
構造の変更に伴い、店舗全体を統括する取引条件コードが必要となった
- 百貨店商品補助コード
一部の百貨店では独自の商品コードを付番し、社内の商品管理に使用するケースが存在する。

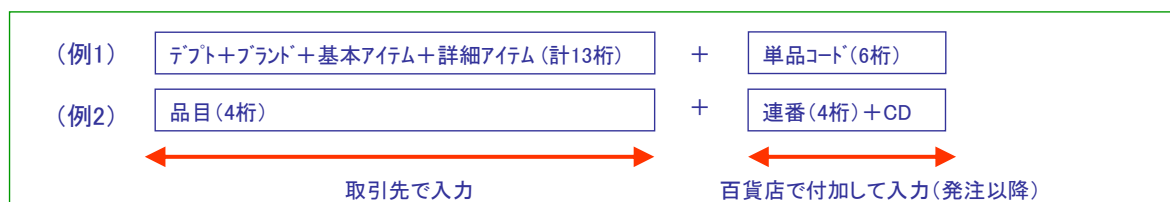


図 II-11: 百貨店商品補助コードの利用イメージ

また、「百貨店商品補助コード」は「百貨店商品コード」と組み合わせてセットする項目であるため、商品マスタ(カタログ・プロフィール)のほか、以下のメッセージに追加する。

反映内容	該当メッセージ
<p>◆ 「百貨店商品補助コード」の追加</p> <p>⇒ 「百貨店商品コード」と対になるように追加 ※店頭在庫移動では項目名が「発送店百貨店商品補助コード」、 「受領店百貨店商品補助コード」となる</p>	<p>商品マスタ(PLU)、商品マスタ(マークダウン)、 納品提案、発注、入荷予定(梱包)、入荷予定 (伝票)、検品受領(梱包)、検品受領(伝票)、 返品、支払案内、POS売上(レシート単位)、 POS売上(集計)、仕入計上、値札発行指示、 店頭在庫、店頭在庫移動、搬入依頼、搬入確 認(伝票)、搬入提案、搬入予定(梱包)、搬入 予定(伝票)、返送</p>

図 II-12: 百貨店商品補助コードを追加するEDIメッセージ

- 販売場所コード

品別番号は、百貨店の売場を表すと同時に原価計算の基礎単位とされているが、「原価計算の基礎単位」と「物理的な売場」が紐づかない運用を行うケースがあるため、「物理的な売り場」を表す「販売場所コード」を追加する。

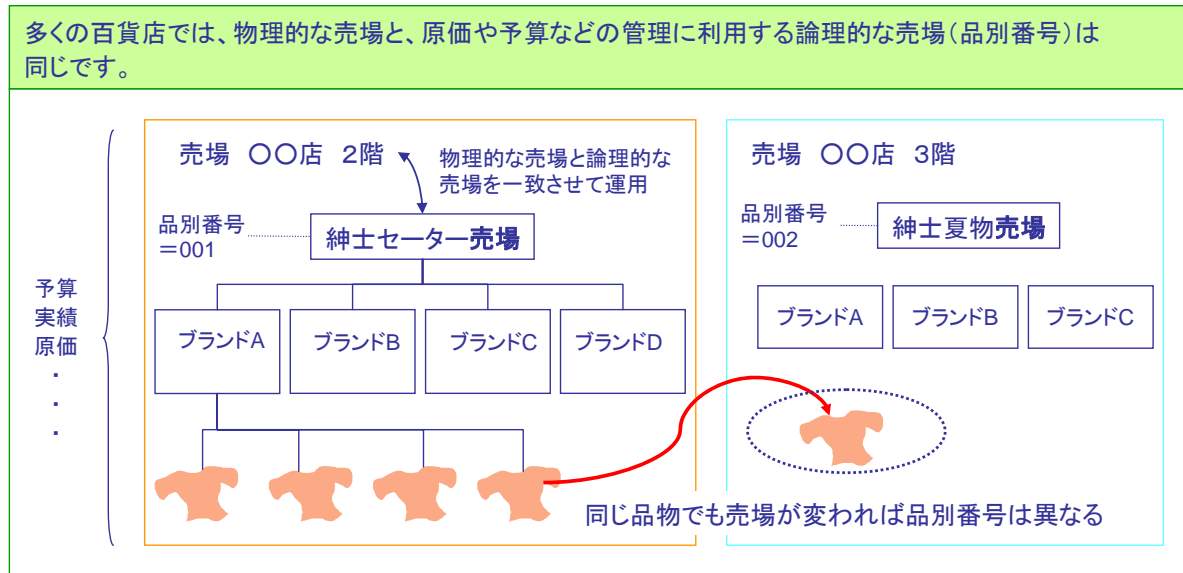


図 II-13: 品別番号項目の利用イメージ

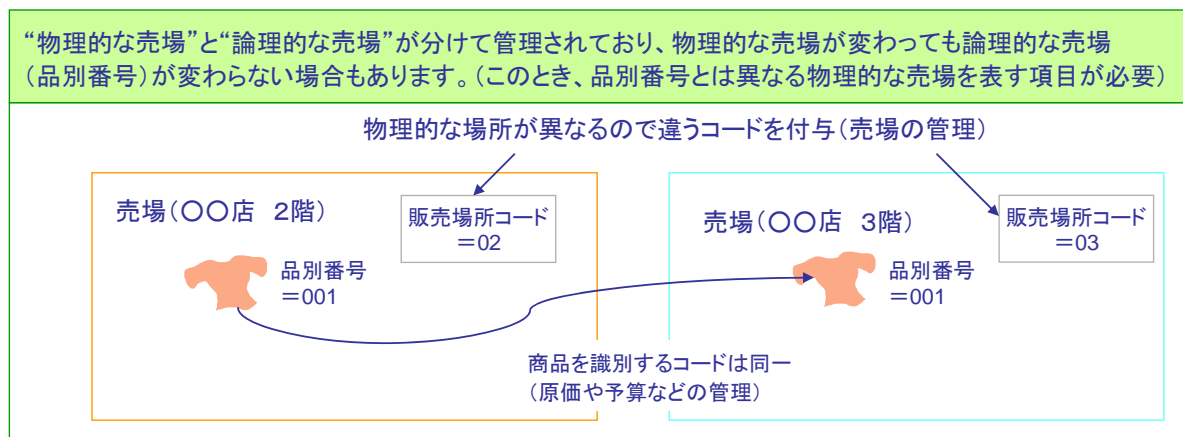


図 II-14: 販売場所コードの利用イメージ

このうち販売場所コードについては、以下の関連するメッセージに反映する。

反映内容	該当メッセージ
<p>◆ 「販売場所コード」の追加</p> <p>⇒ 「品別番号」と対になるように追加(必要なメッセージのみ) ※店頭在庫移動では項目名が「発送店販売場所コード」、 「受領店販売場所コード」となる</p>	<p>納品提案、発注、入荷予定(梱包)、入荷予定(伝票)、検品受領(梱包)、検品受領(伝票)、POS売上(レシート単位)、POS売上(集計)、仕入計上、店頭在庫、店頭在庫移動、納品数量、搬入依頼、搬入確認(梱包)、搬入確認(伝票)、搬入数量、搬入提案、搬入予定(梱包)、搬入予定(伝票)、返品、返送</p>

図 II-15:販売場所コードを追加するEDIメッセージ

(4) 項目の意味の修正

- 品別番号

前項の検討に関連して、品別番号の意味がより明確になるよう、項目の意味を「百貨店の売場を示すコードであると共に売価還元方式の利益計算の基本単位を示す」と修正する。

(5) 項目の削除

商品マスタ(カタログ・プロフィール)の項目より、以下を削除する。

- 「販売予定開始日」「販売予定終了日」

平成18年度策定案では使用方法および意味が異なっていたため、別項目として設定されていたが、各社マッピングおよびマッピング結果をもとにした検討の結果、「展開予定開始日」および「展開予定終了日」に集約することが可能であることが分かった。そのため、上記2項目を削除する。

- 「店別GTIN別目標消化率」

平成18年度策定案では目標消化率を店舗別(Lv.1)、単品(GTIN)単位(Lv.3)それぞれに設定している例があることから別項目として設定されていたが、マッピングおよびそれを基にした検討の結果、「スタイル別目標消化率」のみ残し、本項目を削除する。

(6) 属性(必須／任意)の修正

以下の項目について属性定義が必須から任意へ変更する。

属性の変更(必須から任意へ)

- 「百貨店商品コード」、「取引条件コード」、「仕入区分」、「仕入企業事業所GLN」、「仕入企業事業所コード」、「原価率」、「原価算出区分」の属性を任意(O)に変更 : (課題管理表No1 関連)
- 上記の項目を使用していない百貨店(スタイル別で管理している百貨店)を考慮して任意に変更

図 II-16:属性変更(必須から任意へ)する項目

(7) コードリストの修正

- 仕入区分

コードリスト「仕入区分」は百貨店一取引先間の取引形態を識別するために設けられた項目であるが、そのうち19年度までに設定されていた「05 C消化」については、一般化したほうが良いのではないか、との指摘があり、検討の結果コードリスト名称を「新消化」とする。

01	買取
02	委託
03	消化
04	預り品
05	新消化

図 II-17:「仕入区分」コードリスト

3.2 納品提案

納品提案メッセージについての検討結果を示す。

(1) 項目名称の修正

昨年度までに策定した納品提案メッセージでは、日付項目として次ページの表に示すものが設定されている。「発送提案日」は、取引先企業から発送する日付として定義されていたが、各社の業務運用をふまえ検討した結果、項目名称を「納入提案日」に修正し、発注メッセージや入荷予定メッセージの「納入指定日」に引き継がれる項目として設定する、と合意された。

(2) 項目の削除

① 日付項目

「納品開始希望日」および「納品終了希望日」は、取引先企業から納品したい期間を指定する項目であるが、マッピングの結果、現行業務上の利用がないことや「発注希望日」と「納品日」に差がない場合には必要がないことから、削除することで合意した。

「本項目(1)項目名称の変更」を含め、上記の内容を整理した結果を以下に示す。

【納品提案】		【発注】		【入荷予定】	
				出荷予定日	M
				納品予定日	O
発注希望日	M	発注日	M	発注日	M
発送提案日 納入提案日	O	納入指定日	M	納入指定日	M
納品開始希望日	O	納品開始希望日	M		
納品終了希望日	O	納品終了希望日	M		

図 II-18: 納品提案メッセージおよび発注メッセージにおいて名称変更・削除する項目

また納品提案メッセージからの引継ぎを意識し、発注メッセージにも「納品開始希望日」および「納品終了希望日」が設けられていたが、納品提案メッセージとあわせ、発注メッセージからも削除する。

(3) 項目の意味修正

① 仕入企業GLNおよび仕入企業事業所コードについて

納品提案メッセージおよび発注、入荷予定メッセージにおいて「仕入企業事業所GLN」および「仕入企業事業所コード」項目がある。

GLNは各企業の物理的な場所を示す項目であり、「コード」は「共通取引先コード(6桁) + 枝番(2桁)」で表現される仕入先企業の買掛口座番号(支払口座番号)を示すものとなっている。

「GLN」項目には、(財)流通システム開発センターから付番されるGLNコードのほか、各社が独自に発行している取引先コードについても利用可能とする。

分類	意味
現在認められているGLN	GLN企業コード(10桁) + ロケーションコード(2桁) + CD(1桁) GLN企業コード(11桁) + ロケーションコード(1桁) + CD(1桁)
	JANメーカーコード(9桁) + 事業所コード(3桁) + CD(1桁) JANメーカーコード(7桁) + 事業所コード(5桁) + CD(1桁)
過去認められてきたGLN	490 + 共通取引先コード(6桁) + 事業所コード(3桁) + CD(1桁) 491 + 共通取引先コード(6桁) + 事業所コード(3桁) + CD(1桁)
その他のロケーションコード	CII企業コード12桁 等

図 II-19: 百貨店流通ビジネスメッセージ標準において使用するGLN項目

(4) 必須／任意定義の変更

- ① 納品提案売価金額合計
- ② 納品提案原価金額合計
- ③ 納品提案原価消費税金額合計
- ④ 納品提案発注数量合計

上記①～④の項目については、納品提案メッセージにおいて取引先から提案する商品の売価、原価、消費税額および数量の合計を示す項目であるが、メッセージ受信側での計算が可能であることと、業務上必須ではないとの判断から、必須から任意へ項目定義を変更する。

⑤ 取引先在庫数量

本項目は、取引先で把握している在庫数量を取引先側での入力が困難であるため項目削除の要望が挙げられた。検討の結果、現状利用している実態があるため、本項目を必須から任意へ変更する。

(5) ガイドラインへの追加記載内容について

納品提案メッセージから始まるプロセスにおけるメッセージ間の項目の引継ぎ関係を検討した。検討内容は利用ガイドラインに反映されているので、そちらをご参照いただきたい。

3.3 発注

(1) 項目の追加

① スキャン指定区分

現状業務運用において、「出荷検品時に全品スキャンか、数量入力を認めるかを判別するためのフラグ(区分)が必要」との指摘に基づき、「スキャン指定区分」を追加する。

② 標準カラーコード、共通サイズコード

昨年度までに策定されていた発注メッセージにおいては、小売独自のカラーコード、サイズコードおよびメーカーが指定するカラーコード、サイズコードが配置されていたが、発注メッセージにも「標準カラーコード」および「共通サイズコード」が必要との要望が挙げられたため、任意項目として追加する。

③ 発注形態

発注には初回発注や新規など、さまざまな形態があるが、発注メッセージにおいて各種発注形態を判別するコードが必要である、との要望があり、検討を行った。その結果、発注メッセージに「発注形態」項目を任意項目として追加する。

発注形態のコードリストは、原則として以下のコードリストを利用する。

01:初回発注
02:契約発注
03:見積発注
04:再発注
11:新規一括発注
12:新規分納
13:追加一括
14:追加分納

※本コードリストは「繊維産業EDI標準」において定義されていたものである。

図 II-20:「発注形態」コードリスト

また発注に関連するメッセージとして、納品提案メッセージに本項目を追加する。

(2) 必須／任意定義の変更

発注メッセージの「商品名称」項目について「必須」から「任意」へ項目定義を変更する。

3.4 入荷予定(梱包／伝票)

(1) 項目追加

① 検品番号

個口数を束ねる単位(出荷の単位)を認識する項目が不足している(主にアパレル以外の業界で必要)との指摘があり、出荷作業単位を表す括りの番号として「検品番号」を任意項目として追加する。この項目は主に化粧品の取引において使用する。また関連するメッセージ(検品受領(梱包)、搬入予定(梱包)、検品受領(梱包)、搬入確認(梱包))にも引継ぎ関係を意識して本項目を追加する。

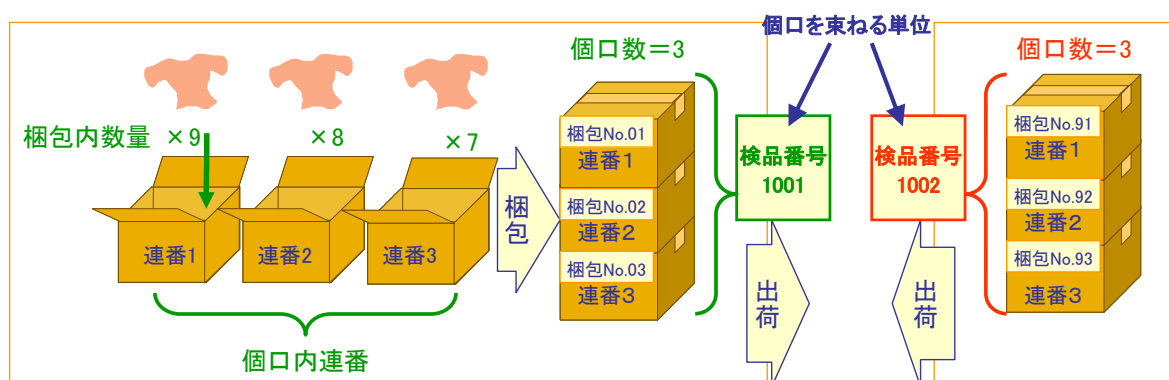


図 II-21:検品番号の利用イメージ

(2) 必須から任意への変更

① 欠品数量

欠品数量項目については、発注した商品数量に対して出荷した商品数量が不足していた場合にその欠品数を入力する項目だが、入荷予定メッセージに配置されている「発注数」と「納品数」の差から計算が可能であるため、必ず入力する必要はないとの判断から必須から任意へ属性定義を変更する。

(3) ガイドラインへの追加記載

入荷予定(梱包)メッセージについては、各社の実運用にあわせて具体的な利用方法／セット方法を検討した。検討成果はガイドラインに反映する。

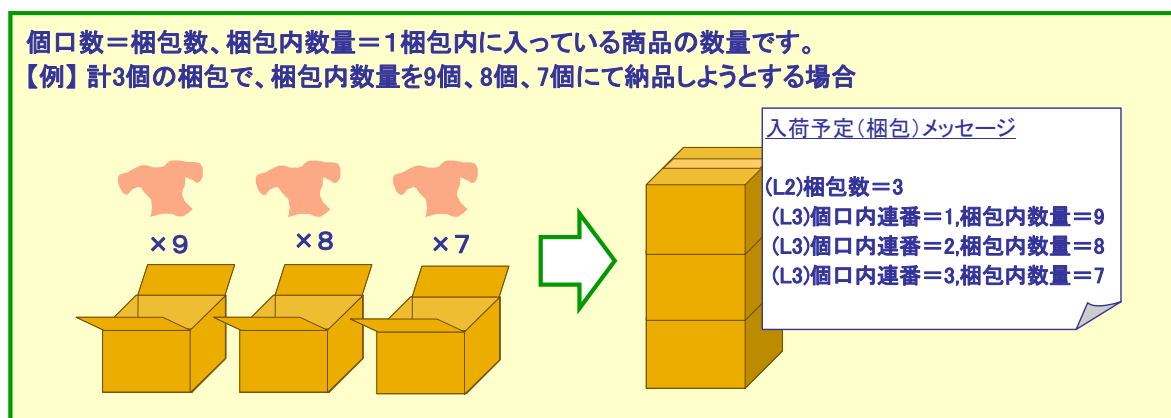


図 II-22: 入荷予定(梱包)メッセージの個口数、個口内連番、梱包内数量の利用イメージ

3.5 検品受領(梱包／伝票)

(1) 項目追加

① 個口数

検品場において受領した梱包数だけではなく、入荷予定となっていた個口数にあたる出荷総梱数にあたる「個口数」項目が必要、との指摘に基づき、任意項目として追加する。また関連して搬入確認(梱包)メッセージにも本項目を追加する。

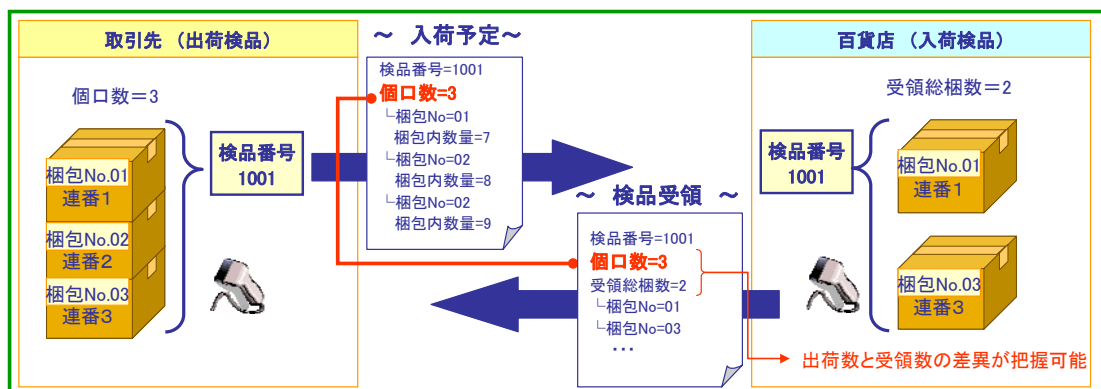


図 II-23:入荷予定(梱包)メッセージから検品受領(梱包)メッセージへの「個口数」項目引継ぎ(イメージ)

② 仕入区分、原単価、売単価の追加

検品受領メッセージを利用する上で、取引先企業における現状業務担保のために「仕入区分」、「原単価」、「売単価」が必要であるため、入荷予定(梱包)および入荷予定(伝票)メッセージにこれらの項目を任意項目として追加する。

(2) 必須から任意への変更

① 「SCMデータ有無」

SCMデータ有無については、策定段階では「必須」となっていたが、未着の梱包数に対して未着であることを知らせる項目を使用することはレアケースである、との指摘があり、実際の業務においては入力できない場合が想定される。そのため検品受領(梱包)の「梱包検品」における属性を任意とする。

② 利用方法／使用方法のガイドライン化

検品受領(伝票)において、アパレル側が百貨店側の検品・受領を認識するため、検品受領(伝票)メッセージを使用する場合、ケースに応じて「発注伝票番号」あるいは「仕入伝票番号」を実運用上いずれか必ず入力することを、ガイドライン上に記載することで合意した。

- ・ 発注ありの場合は発注伝票番号入力が必須となる
- ・ 発注なしの場合は仕入伝票番号入力が必須となる

図 II-24:検品受領(伝票)メッセージにおける伝票番号入力ルール

本検討の検討結果は『メッセージ利用ガイドライン』に反映されているので、そちらをご参照頂きたい。

3.6 支払案内

(1) 項目名称の変更

① 店舗レベルの「仕入高合計」、「返品高合計」、「その他合計」について

支払案内メッセージの店舗レベルに配置されている「仕入高合計」、「返品高合計」および「その他合計」項目は同一名称項目が上位階層にも存在していたため、運用上混乱を招く恐れがある。そのため、店舗レベルの各項目を「仕入高店舗合計」、「返品高店舗合計」および「その他店舗合計」と修正する。

(2) 項目の意味修正

① その他合計項目

店舗レベルに配置されている「その他合計項目」は、支払案内メッセージにおいて「仕入・返品伝票以外の伝票金額の合計」を表す項目であるが、相殺データなどについては伝票以外のデータが入力される場合がある。そのため、本項目を伝票以外のデータについても入力可能な項目とし、項目の意味を「買掛支払対象期間内の仕入・返品伝票以外の金額の合計」と修正する。

(3) 項目の追加

① 原価率

主に消化取引において、支払案内に各商品の原価率（アパレル・婦人靴での「納入率」）が必要との要望がアパレル・婦人靴企業より挙げられた。支払案内では伝票合計レベルで集計されるため、伝票の行単位で商品の原価率が異なる場合、百貨店側では入力できない。そのため、伝票単位で原価率が同一である場合は、セットする運用を想定し、任意項目として追加することとなった。

② 支払案内形態区分

アパレル・婦人靴企業から、業務上支払案内メッセージ上で支払対象となる取引の形態（買取、消化など）を示す区分が必要である、との要望が挙げられた。そのため、「支払案内形態区分」を任意項目として追加する。本項目では以下に示すコードリストを使用して各取引の形態を判別する。

01: 買取
02: 委託
03: 消化
04: 預り品
05: 新消化
99: その他

図 II-25:「支払案内形態区分」コードリスト

(4) 項目の削除

① 振込先銀行支店コード

本項目は、現行メッセージ上存在していることから配置されていたが、検討において利用実態を確認したところ、いずれの企業でも利用していないことがわかった。そのため、本項目を削除する。

(5) ガイドラインに反映

支払案内メッセージの下記項目の運用方法について、利用ガイドラインに記載する。

① 原価率

伝票単位で原価率を表示できる場合に、入力する

② 買掛計上伝票売価金額合計

消化取引において、対応できる場合は入力する

③ 伝票番号(仕入・返品)

買取取引の場合には、相殺データを除いて必ず入力する

④ 品別番号

相殺データを除いて必ず入力する

3.7 POS売上(集計／レシート)

(1) 項目の追加

① ターゲット属性／ターゲット属性補助

POS売上(レシート単位)を使用する際に、商品を購入した顧客の性別や年齢、販売情報などを共有するため、「ターゲット属性」および「ターゲット属性補助」項目を追加。

ここでいう「顧客の性別や年齢」については、顧客個人を特定できる情報のことではなく、あくまで顧客の属する年代や性別など、「顧客の属性」を指す。

項目の使用方法(共有する情報の内容)や設定するコードリストについては、各社相対間で取り決めることとする。

「桁数や属性の拡張による対応」「補助項目の追加」という2つのパターンで検討を進めたが、より柔軟かつ百貨店側が現在の情報を加工せずに送ることが可能であるといった、利用障壁の低減を考慮して「 補助項目の追加 」で対応することで合意。			
ターゲット属性	任意	数字	POSレジから入力される購買年齢層(30代など)や性別を判別するための2桁の識別子。取引先が該当店舗における補充商品を決定する際に参考とするための情報であり、顧客個人を特定するものではない。
ターゲット属性補助	任意	英数	ターゲット属性を補助するコード

図 II-26: ターゲット属性項目およびターゲット属性補助項目の定義

これらの内容については、ガイドラインに追記しているので、そちらをご確認いただきたい。

② 実売金額税抜／実売金額税込

実売金額は、当初POS売上メッセージには配置されていなかった項目であったが、任意項目として追加する。

POSレシート単位で同一SKUの商品を2点以上購入した場合、取引先側で実売金額の合計は、実売数量項目にセットされた数量「2」と実売単価を掛け合わせて算出する必要がある。この項目が追加されることで、中小規模の取引先では、POS売上メッセージの「実売金額」を参照することで、レシート単位の合計金額を把握することが出来る。

3.8 その他各メッセージに関する変更点

3.8.1 項目の意味、位置づけ、データ型の修正

(1) 企業を識別する項目の属性統一

流通ビジネスメッセージ標準には、企業を識別する項目として「(百貨店・取引先を表す)GLN」、
「(百貨店・取引先を表す)コード」、「(百貨店・取引先を表す)企業名」が配置されている。これらの項目は、メッセージごとに「必須／任意」の定義が異なっていたが、「メッセージ横断的に各コードの定義を揃えるべき」との指摘があった。検討の結果、全メッセージで定義を統一し、「GLN」については必須、「コード」および「企業名」については任意とする。

企業を識別する項目の必須/任意の統一

- ・メッセージを横断的に見ると、「企業を表すGLN、コード、名称」の必須/任意は揃えるべきではないかというご指摘により検討。
⇒ 以下の内容で全メッセージを統一することで合意。

○○企業GLN = 必須
○○企業コード = 任意
○○企業名 = 任意

百貨店企業GLN	M
百貨店企業コード	O
百貨店企業名	O
仕入企業GLN	M
仕入企業コード	O
仕入企業名	O

図 II-27: 企業を識別する項目 (GLNおよび企業コード、企業名) の属性定義

(2) 企業を識別する項目 (ロケーションコード) の項目説明の修正に伴う「項目の意味」修正

前述の「企業を識別する項目」のうち、「GLN」コードについては、将来の百貨店業界で使用していく標準コードと踏まえ、GLNの項目には正式なGLNのみセットされることとし、その他項目追加は行わないこととする。但し、これまでの経緯でGLNとして使用してきた13桁コードは、当面そのまま利用することを許容し、項目説明を「GLNなど」とする。

反映内容	該当メッセージ
◆ ロケーションに関わるコード(「…GLN」)の項目説明を「GLNなど」に変更	商品マスタ(PLU)、商品マスタ(マークダウン)、搬入提案、搬入依頼、搬入予定(梱包)、搬入予定(伝票)、搬入確認(梱包)、搬入確認(伝票)、仕入計上、返品、返送、店頭在庫、店頭在庫移動、値札発行指示、納品数量、搬入数量

図 II-28:ロケーションに関わるコードの項目の意味変更を反映するメッセージ

(3)「選択必須型」項目の表記方法

価格などの項目には「税抜」、「税込」の2つの項目が配置されており、これらの項目は業務上いずれかが入力されれば良い。しかし従来のメッセージ項目定義の「必須／任意」の表記方法では、2つの項目双方の入力が必須と見なされてしまう可能性があった。そのため、このような「選択必須型」項目の明確な表記方法が必要とされた。

これら「選択必須型」項目の表現方法について「繊維産業EDI標準」の表記方法を参考にし、「Mx:xの記号のついた項目のいずれかが選択必須」として表記する。

「選択必須型」項目については、繊維産業EDI標準と同様にMxという識別子で表現する

例) 商品マスタ(カタログプロフィール)

名称	必須／任意
21.メーカー希望小売価格税抜(スタイル)	Ma
22.メーカー希望小売価格税込(スタイル)	Ma

Maのいずれかが選択必須

図 II-29:「選択必須型」項目属性の表示ルール

(4) メーカーサイズコード、メーカーカラーコード項目のデータ型変更

メーカーサイズコード、メーカーカラーコードは、「英数型(Identifier_Alum_Max10)」と定義されていた。しかし、実運用上では記号文字などを使用している実態があり、例として靴のサイズを示す場合((23_5cm)、(IV/CあるいはIV_C))などが挙げられる。現状利用されているこれらの記号文字を英数型ではこれらの記号文字は許容されないため、メーカーサイズコード、メーカーカラーコードのデータ型を「Text_Kana_Max10」とし、記号文字を利用可能とする。

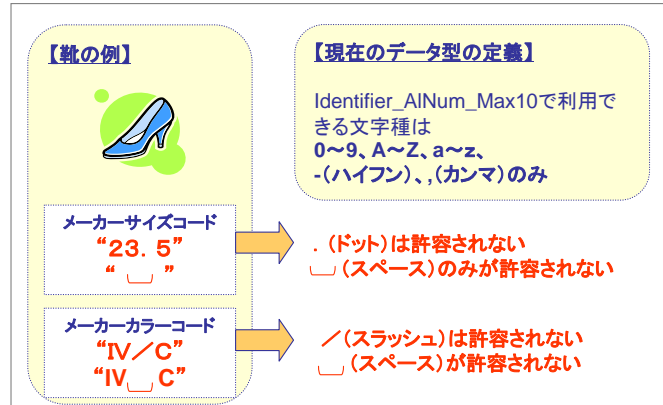


図 II-30: メーカーサイズコード／メーカーカラーコードにおける記号文字の使用例

反映内容	該当メッセージ
<p>◆ 「メーカーサイズコード」、「メーカーカラーコード」のデータ型変更</p> <p>⇒ 記号文字が利用される場合が考えられるため、「メーカーサイズコード」「メーカーカラーコード」のデータ型を英数カナ「Text_Kana_Max10」に変更する</p>	<p>商品マスタ(カタログ・プロフィール)、・商品マスタ(PLU)、納品提案、搬入提案、発注、搬入依頼、入荷予定(梱包)、入荷予定(伝票)、搬入予定(梱包)、搬入予定(伝票)、仕入計上、POS売上(レシート単位)、POS売上(集計)、返品、返送、店頭在庫、店頭在庫移動、値札発行指示、納品数量、搬入数量</p>

図 II-31: メーカーサイズコード／メーカーカラーコードのデータ型変更を反映するメッセージ

データ型名	説明	XML基本型
Identifier_AINum_Max*1 Identifier_AINum_Max*2 Identifier_Num_Max*1 Identifier_Num_Max*2 Identifier_Text_Max*1 (*1:最大桁数) (*2:固定桁数)	<p>文字列型</p> <p>識別子となる文字列 (例えば、取引番号)</p> <p>空白文字の処理属性として“collapse”を使用しているため、データの前後の空白文字 (スペース・改行・タブ) は削除し、文字列長の検証計算をする。</p> <p>文字種の制限により3種類が用意される。(詳細は②項を参照)</p> <ul style="list-style-type: none"> Identifier_AINum_ : 英数字 Identifier_Num_ : 数字 Identifier_Text_ : 指定なし 	xsd:string
<p>② キャラクタ種</p> <p>文字列型のデータ型 (Text/Identifier/Code) はそこに入力できる文字種を制限している場合があり、それをキャラクタ種として定義している。キャラクタ種には以下の4つがある。</p> <ul style="list-style-type: none"> 指定なし・・・ JIS X0201:1997およびJIS X0208:1997で規定されている文字が使用可能。 Num・・・ 数字 0～9の数字のみが使用可能。 AINum・・・ 0～9の数字およびA～Z、a～zのアルファベット、-, (,) が使用可能。 Kana・・・ 半角カナ・英数半角および半角記号が入力可能。Kana項目に使用可能な文字を表 11に定義する。 		
<p>表 11 “Kana”キャラクタ種で使用可能な文字</p> <p>XMLテクニカルガイド(平成19年度 第1.0版)より抜粋</p>		

図 II-32: (参考) データ型とキャラクタ種について

3.8.2 項目の追加

(1) 返品メッセージ

買取型メッセージの返品メッセージでは、消化型メッセージにおいて相当する「返送メッセージ」にある「計上店舗GLN」項目が配置されていないため、必要ではないかとの指摘があげられた。返品メッセージにおける必要性を検討した結果、返品メッセージに「計上店舗GLN」を必須項目として追加する。

返品メッセージへの項目追加

「計上店舗GLN」の追加

- ・ “返送メッセージ”にも存在する「計上店舗GLN」が返品メッセージにも必要ではないかというご指摘により検討。
⇒ 返送と同様に「計上店舗GLN」を必須で追加することで合意。

【ご参考】 返送メッセージとの比較

◆ 返品メッセージ(L2)

<伝票属性情報>D				
<取引内容>G				
7	243	2	返品伝票番号	M
8	392	2	販売場所コード	D
9	230	2	品別番号	M
10	244	2	返品日	M
11	64	2	仕入区分	M
12	236	2	返品メモ	D
<税>D				

◆ 返送メッセージ(L2)

<伝票属性情報>D				
<取引内容>G				
7	288	2	計上店舗GLN	M
8	380	2	管理番号	M
9	392	2	販売場所コード	D
10	230	2	品別番号	M
11	235	2	返品日	M
12	360	2	返送理由	D
<商品明細情報>D				

図 II-33: 返品メッセージへの項目追加(計上店舗GLN)

(2) 商品マスタ(マークダウン)メッセージ

商品マスタ(マークダウン)メッセージは、すでに登録されている商品マスタの売価変更使用するメッセージだが、商品マスタ(マークダウン)メッセージ項目全てではなく、「売価変更に必要な情報のみ」を利用する運用を行っている場合がある。このような現状業務を担保するため、商品マスタ(マークダウン)メッセージに対して「入力モード」および「マークダウン種別」を追加する。

「入力モード」は、実施するマークダウンが「スタイル単位」か「SKU単位」か、を判別するための項目であり、「マークダウン種別」は値下げなのか値上げなのかを判別するための項目である。

商品マスタ(マークダウン)への項目追加

① 「入力モード」 ⇒ 価格の変更が、「スタイル単位」か「単品単位」かを判断する区分

② 「マークダウン種別」 ⇒ 価格の変更が、「値上げ」か「値下げ」かを判断する区分

図 II-34: 商品マスタ(マークダウン)への追加項目

(3) 仕入計上メッセージ

① 発注伝票番号

仕入計上メッセージでは、仕入業務や返品業務を行った際に利用する伝票番号を「伝票番号(仕入・返品)」項目にセットする。しかし発注や入荷予定、検品受領などのEDIメッセージを利用しない場合や消化取引の場合など、仕入計上時に「仕入(納品)伝票番号」を百貨店側で発行するケースがある。このようなケースでは、取引先側では対応する取引が判別できない可能性があるため、「伝票番号(仕入・返品)」項目のほかに「発注伝票番号」項目を配置する。これにより、取引先側では発注伝票番号と対応する仕入や返品伝票番号を判別することができる。

② POS番号、POSレシート番号

仕入計上メッセージは、買取取引の内容のほか、消化取引商品の売上発生時に発行する仕入伝票の内容が反映される。消化取引の場合、取引先が消化取引における売上を認識するPOS売上の内容と仕入計上の内容を付き合わせ、売上に応じて仕入が正しく計上されていることを確認するために、POS売上メッセージと仕入計上メッセージを紐付ける必要がある。そのため、「POS番号」および「POSレシート番号」項目を追加する。

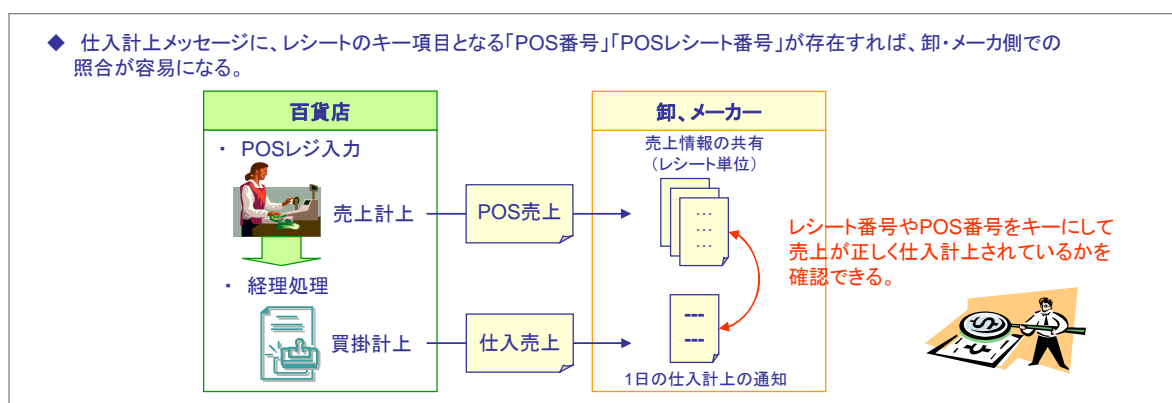


図 II-35: 消化取引における仕入計上メッセージとPOS番号／POSレシート番号の利用イメージ

仕入計上メッセージへの項目追加	
① 「発注伝票番号」 ⇒	該当する発注伝票番号を記載する
② 「POS番号」、「POSレシート番号」⇒	仕入計上メッセージの伝票番号とひも付け、売上に応じて仕入が正しく計上されていることを確認する

図 II-36: 仕入計上メッセージへの追加項目

(4) 返送メッセージ

返送メッセージでは、平成19年度までの検討では「商品コード(GTINなど)」を使用して商品識別を行

うことを想定していたが、「商品コード(GTINなど)」では表現できない百貨店が独自に発行する単品コードの利用に対応するため、「百貨店商品コード」および「百貨店商品補助コード」を追加する。

※「百貨店商品補助コード」については本章3.1. (3)①の記述をご参照のこと。

返送メッセージへの項目追加
① 「百貨店商品コード」、「百貨店商品補助コード」 ⇒ 「商品コード(GTINなど)」だけでは表現できない、百貨店発行の単品コードを表現するために項目追加。

図 II-37: 返送メッセージへの追加項目

(5) 値札発行指示メッセージ

値札発行メッセージは、百貨店から取引先に対して値札発行の依頼と値札の内容を伝達するためのメッセージであるが、発行する値札が発注に紐付いたものか、未発注の商品の事前発行指示なのかを判別する必要がある。そのため、「発注有無」項目を追加する。

値札発行指示メッセージへの項目追加
① 「発注有無」 ⇒ 発注とセットなのか、未発注(事前値札発行指示)なのかを表すフラグ。(発注あり、発注なし)

図 II-38: 値札発行指示メッセージへの追加項目

◆ 『値札発行指示』のメッセージは、これまで“商品発注時にあわせて値札を発行するように指示する”という利用に限定されていたが、議論の結果“**発注前に値札を準備する**”用途にも使えるように拡張する。

これに伴い、「発注有無」のフラグを追加し、以下の項目を必須から任意に変更する。

「発注伝票番号」、「発注日」、「納入指定日」
「直接納品先GLN」、「納入先GLN」、「発注伝票行番号」
「取引条件コード」、「発注数量」

値札発行指示

発注有無	→ 項目追加
～ 商品情報・企業情報など ～	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 仕入企業GLN ・ 商品コード(GTINなど) ・ 品別番号 など 	
～ 発注情報 ～	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 発注伝票番号 ・ 発注日 ・ 納入指定日 ・ 発注数量 など 	

→ 全て任意へ

図 II-39:【参考】事前値札発行における利用について

3.8.3 その他各メッセージに対する変更内容

共同実証の対象メッセージ以外の各メッセージに対する変更内容は、「3.8.1 項目の意味、位置付け」、および「3.8.2 項目の追加」において主要な変更点を示している。各メッセージに対する変更点の

詳細内容については、添付資料「メッセージ項目変更履歴」をご参照頂きたい。

3.8.4 メッセージ精度向上におけるその他の変更要望

メッセージ精度向上検討において共同実証に必要となる運用上の確認事項や変更要望などは確認され各メッセージに反映されているが、各社より挙げられた変更要望のうち以下のメッセージ項目についての変更反映タイミングについて検討を行った。

- 仕入計上メッセージ : 百貨店商品補助コードの位置修正／追加
- 搬入確認メッセージ : 発注伝票番号、出荷伝票番号項目の追加
- 店頭在庫移動メッセージ : 項目の属性定義変更(必須から任意へ)

上記の内容については、メッセージへの反映タイミングを以下の3種類に分類し、検討を進める。

- ①本年度中に提供されるスキーマに反映
- ②共同実証の修正要望として、本年度末のスキーマ反映を目指す
- ③次年度以降のバージョンアップにおける検討課題

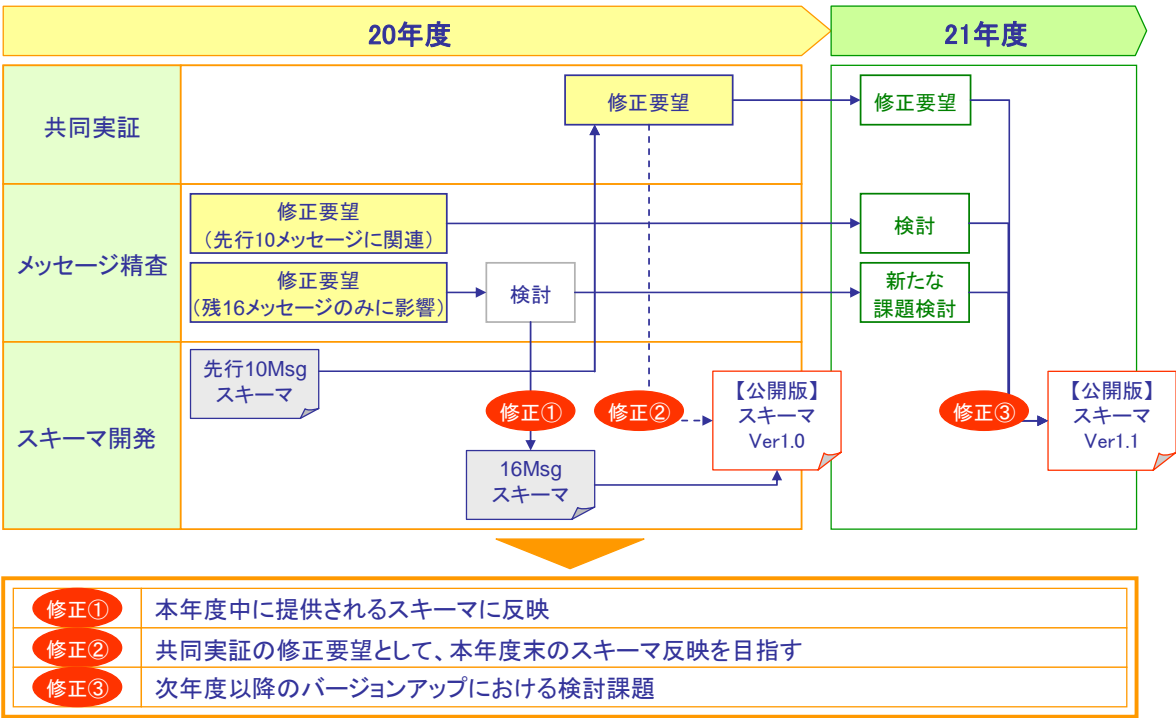


図 II-40: 提示された変更要望の反映タイミング

このうち、「スキーマ反映タイミング③」(次年度以降のバージョンアップにおける検討課題)とされた項目については、今後の検討課題として継続して検討を行う必要がある。以下に継続検討課題となった項目について示す。

(1) 仕入計上メッセージにおける百貨店商品補助コードの配置レベルについて

仕入計上メッセージでは、「百貨店商品補助コード」が「百貨店商品コード」と同様に伝票明細レベル（レベル4）に配置されている。百貨店商品補助コードは百貨店商品補助コードと組み合わせて単品を示す運用を行う場合、仕入計上メッセージの商品明細レベル（レベル5）に配置されている「商品コード（GTINなど）」と同じ内容を伝票明細レベルで示すこととなる。この場合、百貨店商品補助コードは商品明細レベルに配置されることが望ましいため、変更要望として提示されている。

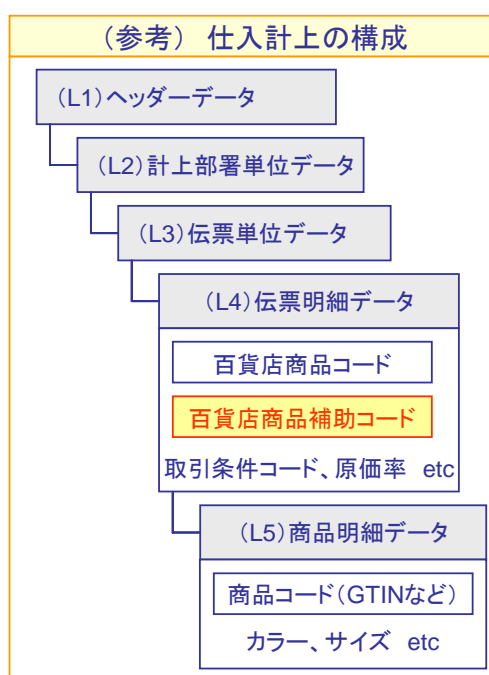


図 II-41:仕入計上メッセージの構成

対応方法として

- ①レベル4に百貨店商品補助コードを配置（現状のまま）
- ②レベル5に百貨店商品補助コードを移動
- ③レベル4、5の両方に百貨店商品補助コードを配置（名称については要検討）」

という案をもとに検討を行ったが、各社の利用実態などを考慮しながら今後の継続検討課題とするこ
ととなった。

(2) 搬入確認メッセージにおける「発注伝票番号」「出荷伝票番号」項目の追加要望

搬入確認は消化型プロセスにおいて使用されるメッセージであり発注あるいは出荷伝票番号に相当する項目が設けられていない。一部の百貨店では買取取引と同様に「納品伝票番号」に該当するものを印字する運用が存在しているため、追加要望として挙げられている。

本項目については、そのほかの項目を含め、再度検討することとなっている。

(3) 店頭在庫移動メッセージ項目の「必須から任意」への変更

店頭在庫移動メッセージに設けられている以下の項目は、業務上セットすることが困難である、とのことから属性定義を必須から任意へ変更することが要望として挙げられている。

- ・ 移動伝票番号
- ・ 移動伝票売価金額合計
- ・ 移動伝票原価金額合計
- ・ 発送店仕入企業事業所GLN
- ・ 受領店仕入企業事業所GLN
- ・ 移動伝票行番号
- ・ 発送店百貨店商品コード
- ・ 発送店取引条件コード
- ・ 受領店百貨店商品コード
- ・ 受領店取引条件コード
- ・ 仕入区分
- ・ 在庫移動日付

上記項目については、「必須／任意」の考え方を含め再度確認を行うべきとの指摘があるため、今後の検討課題とし、現段階では各項目を必須のままとしている。

追加要望 検討課題			調整結果
表題	対象メッセージ	内容	
項目位置修正／追加	仕入計上	<ul style="list-style-type: none"> ・百貨店商品補助コード(レベル4)のセット場所を商品コード(レベル5)の後に変更いただきたい。 ・伝票明細は必ずしも1単品になるとは限らない。 ※例えば、明細は百貨店商品コード単位で作成されるが、内訳に複数の単品情報が含まれている。 ・上記より、GTINの位置は現行のレベル5で問題無いが、GTIN同様、単品を意味する百貨店商品補助コードの位置も、本来、レベル5にあるべきと思われる。 	暫定的に代替案でご対応頂き、今後、利用実態などを考慮して継続検討とすることでメッセージへの変更は加えない案で合意
不足項目	搬入確認	買取の納品伝票に該当するものを消化の場合も同様に印刷しています(メモレベルだが)。その伝票番号の項目が不足。	他の項目も含めて再度検討されることから、今回のタイミングでの変更は見送る。
必須から任意への変更	店頭在庫移動	以下の項目はセット不可なので"M"→"O"とするべき。 (L2) 11.移動伝票番号 12.移動伝票売価金額合計 13.移動伝票原価金額合計 14.発送店仕入企業事業所GLN 15.受領店仕入企業事業所GLN (L3) 17.移動伝票行番号 20.発送店百貨店商品コード 22.発送店取引条件コード 25.受領店百貨店商品コード 27.受領店取引条件コード 28.仕入区分 30.在庫移動日付	共同実証WGでは発送店、受領店、移動伝票番号、移動伝票行番号、在庫移動日付は必須とのご意見を頂いたが、そもそもM/Oの考え方をもう一度確認し直す必要があるとのコメントを頂いている。 しかしながら、発送店舗GLN、受領店舗GLNは設定可能であること、移動伝票番号、移動伝票行番号、移動日付なども、自社内で運用しているものはあるとも伺っており、現段階ではMのままとする。

図 II-42: 継続検討課題とした変更要望項目

3.9 商品分類コードの検討状況

3.9.1 商品分類コード検討の概要

商品分類コード検討は、単品商品属性を分類するものとして繊維産業EDI標準メッセージ(CII)に定義されている共通商品分類コードの見直しを行うものである。以下に現在検討中の内容について概要を提示する。

(1) 検討体制

本検討は繊維産業流通構造改革推進協議会(FISPA)情報システム小委員会にて行う。検討メンバーは百貨店・アパレル双方の委員とする。また、委員会の配下にタスクフォースミーティング／事務局ミーティングを設置し、検討の方向性や検討テーマについて事前検討を実施する。検討体制図は、以下のとおりである。

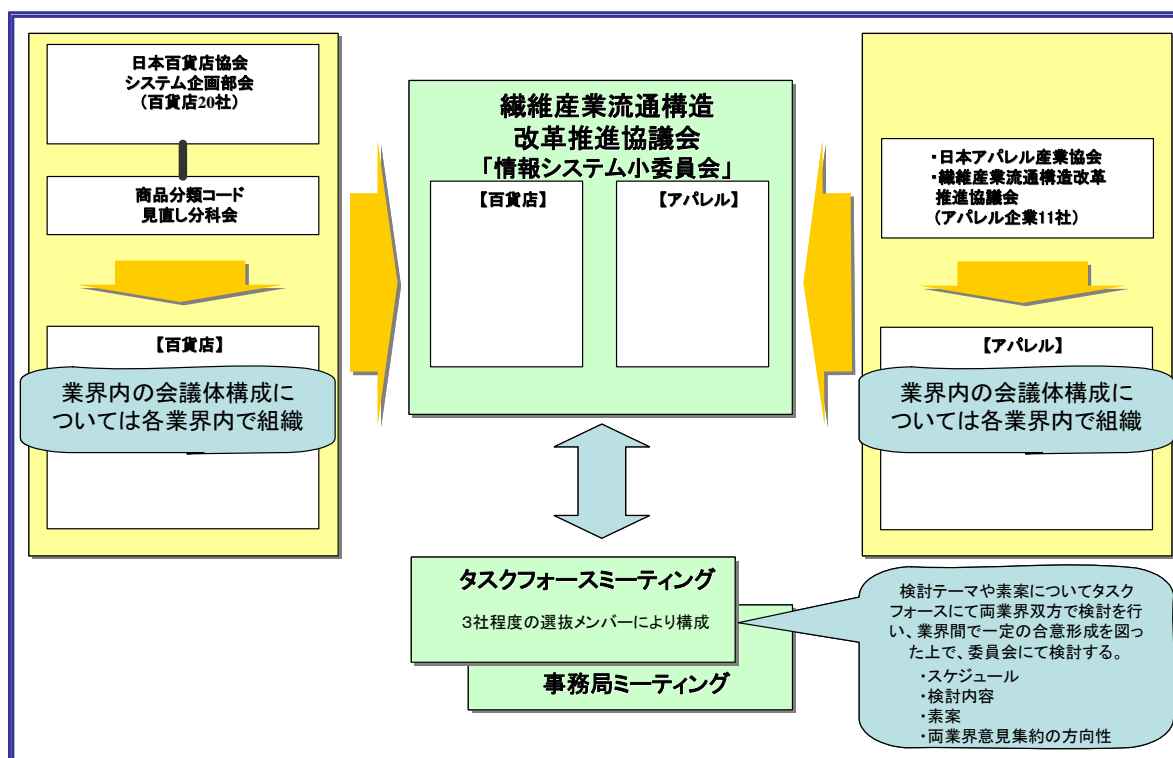


図 II-43 商品分類コード検討体制

(2) 検討の進め方

本検討の進め方を以下に示す。本検討の進め方としては、まず現状分析内容の共有を行うことで利用目的および効果に関する共通認識を確立する。次に、対象物の名称定義および分類体系の最終形イメージについて合意形成を行い、検討対象および検討の方向性を明確にする。このような共通認識の下、各社の現状のデータベースの分類を整理し商品分類コードの構造化などの詳細な議論を行っていくものとする。

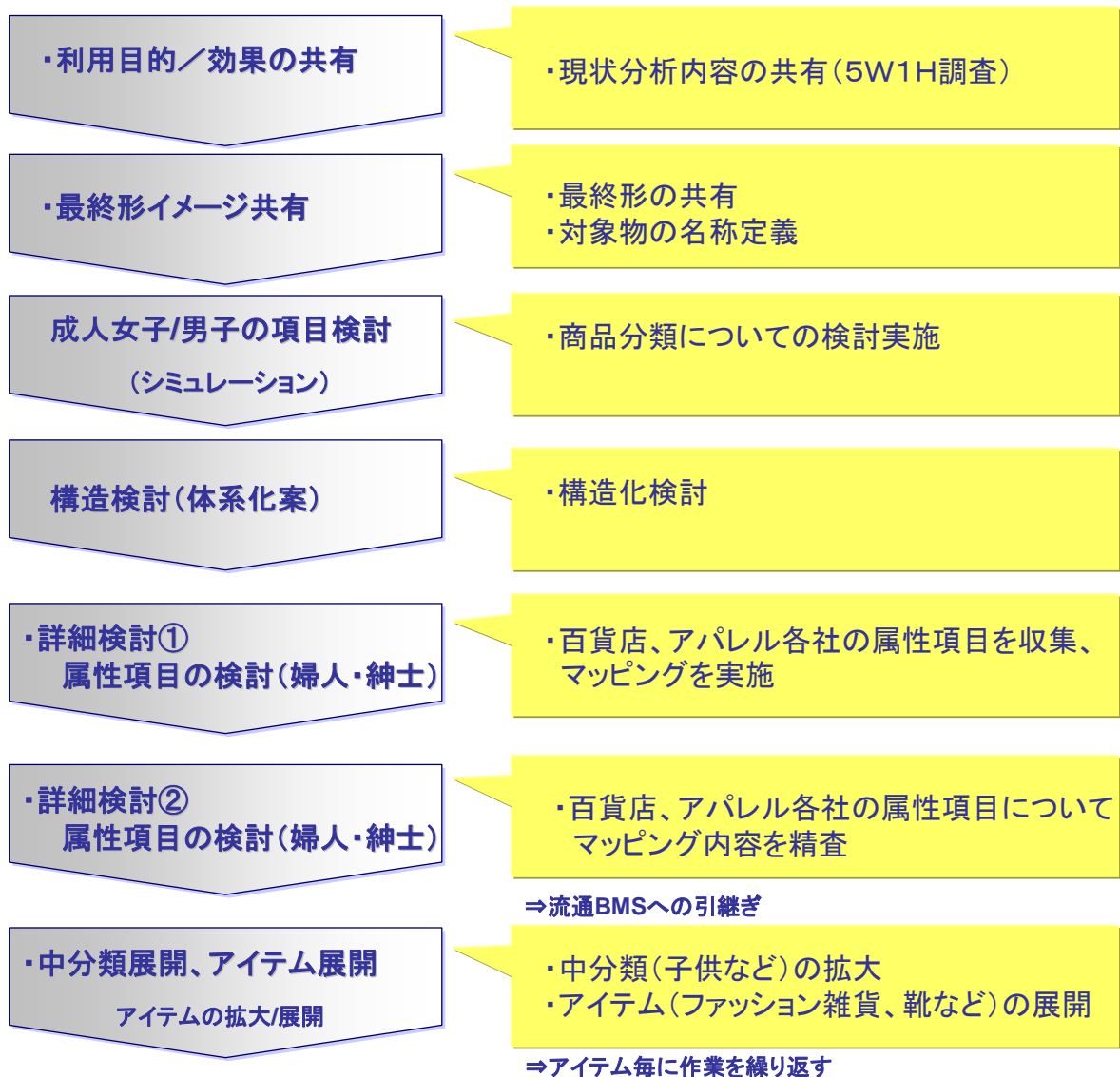


図 II-44 商品分類コード検討の進め方

3.9.2 検討成果(途中経過)

商品分類コード検討は、現在継続検討中であるが、検討の途中経過について以下に示す。

(1) 利用目的／効果の共有

本検討の方向性を明確にするために、商品分類コード検討の目的／効果について整理を行った。利用目的および効果の検討結果を以下に示す。

■利用目的(分析対象)

商品分類は『単品』を前提とし、単品属性情報(商品分類および商品属性)による情報分析を行うものを対象とする。

【分析内容の大別】

- 全体の傾向値を把握する(葉の集積で森を見る) ⇒標準商品分類
- 一部商品の塊から傾向を抽出する(葉の一部から傾向を発見する) ⇒共通商品属性

■標準化の意味(目的)

- 共通言語で話すことによる百貨店ーアパレル間の対話
- 「1対N」関係の解消
共通言語(標準/共通)の共有による各社各様への対応の解消

図 II-45 利用目的/効果

(2) 検討対象の定義

利用目的から2つの検討対象に分けた。検討結果を以下に示す。

■検討対象の定義

検討対象の定義は以下のとおり。

- 商品分類(標準商品分類)……
 - ・全体の傾向値を把握するための項目であり、業界全体での商品分類体系として全ての商品进行分类可能なものとする。
 - ・各分類の意味定義は重複を含まず、かつ網羅性を持つ。
 - ※足して100%となる(その他等も加える)
- 商品属性(共通商品属性)……
 - ・商品毎の詳細な特徴を定量的に把握するための項目であり、商品の詳細な分析を可能なものとする。
 - ・ただし、全ての商品への対応は想定しないものとする。

図 II-46 検討対象の定義

(3) 商品分類の内容と利用目的

上記の検討結果に基づき、商品分類の内容と利用目的について以下のとおり整理を行った。

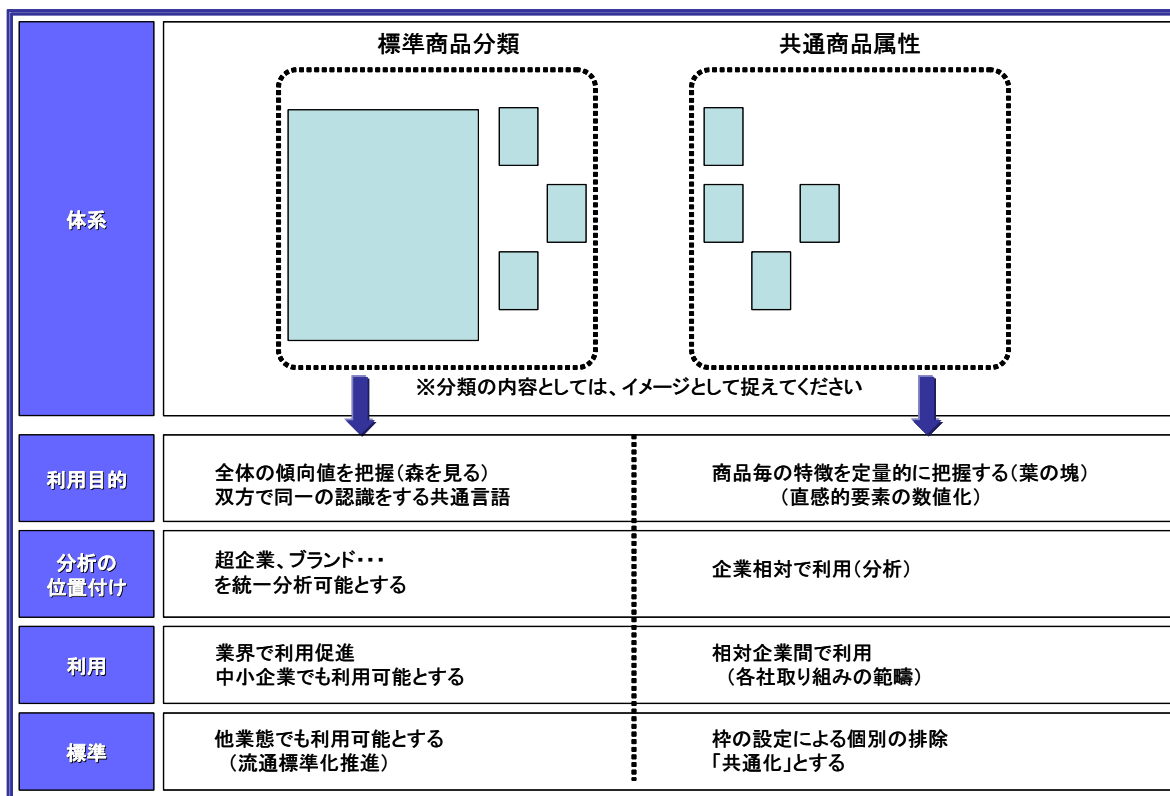


図 II-47 商品分類の内容と利用目的

3.9.3 検討の状況(ステータス)

現在、婦人、紳士における分類項目の検討を経て、分類体系の最終形イメージの合意形成を行っている最中である。今後、商品分類コード体系の議論を行い、詳細な分類項目の策定を行う予定となっている。

3.10 変更要求

(1) 百貨店流通ビジネスメッセージ標準各メッセージのスキーマ開発

これまで述べてきたメッセージ精度向上の検討内容は、標準検討WGにおける承認を経て、業界横断的検討事業における「メッセージメンテナンス部会」に対して変更要求として提示され、メッセージメンテナンス部会における承認を経て、各メッセージのXMLスキーマが開発され、提供されている。

以下に、スキーマ開発対象となったメッセージの日本語名称および英語名称を示す。

メッセージ種名称(日本語)	メッセージ種名称(英語)
商品マスタ(カタログ・プロフィール)	DepartmentStore_CatalogueItem
商品マスタ(PLU)	DepartmentStore_PLUItem
商品マスタ(マークダウン)	DepartmentStore_MarkdownItem
納品提案	Purchase_ReplenishmentProposal
発注	Purchase_Order
入荷予定(梱包)	Purchase_PackageShipmentNotification
入荷予定(伝票)	Purchase_ShipmentNotification
納品数量	Purchase_QuantityNotification
検品受領(梱包)	Purchase_PackageReceivingNotification
検品受領(伝票)	Purchase_ReceivingNotification
返品	Purchase_ReturnNotification
搬入提案	Consignment_ReplenishmentProposal
搬入依頼	Consignment_Order
搬入予定(梱包)	Consignment_PackageShipmentNotification
搬入予定(伝票)	Consignment_ShipmentNotification
搬入数量	Consignment_QuantityNotification
搬入確認(梱包)	Consignment_PackageReceivingNotification
搬入確認(伝票)	Consignment_ReceivingNotification
返送	Consignment_ReturnNotification
仕入計上	DepartmentStore_PurchaseRecord
支払案内	DepartmentStore_Payment
POS売上(レシート単位)	DepartmentStore_SalesDataReportReceipt
POS売上(商品別集計)	DepartmentStore_SalesDataReportItem
店頭在庫	DepartmentStore_InventoryReport
店頭在庫移動	DepartmentStore_InventoryReportTransfer
値札	DepartmentStore_PriceTag

図 II-48: 平成20年度事業においてスキーマ開発するEDIメッセージと対応するXMLスキーマの英語名称

III 共同実証

1 目的および実施概要

百貨店業界で策定した「流通ビジネスメッセージ標準」とその「利用ガイドライン」について、また、スーパー業界など他業界で先行して制定された「導入ガイドライン」などの公開ドキュメント類に対して、百貨店業界にとっての妥当性・有効性の確認と、実用化に向けた課題の整理・検討を行ない、実運用へとつなげていくことを目的とする。そのため、本共同実証においては、本事業における所与の目的に基づき、下記2点に関する検証を行うこととする。

① 実用に値する精度向上を図る

複数のユーザ企業が流通ビジネスメッセージ標準の仕様の妥当性と運用ルールの有効性を検証する。

② 導入効果を実証し、課題の整理を行なう

新たなEDI標準が将来広く普及することの確信と、普及促進のための課題を把握するために、流通ビジネスメッセージ標準やその導入・運用ルールについて効果を確認する。

2 共同実証実施計画策定

2.1 実施方針

EDIにまつわる業務については、百貨店業界内でも各企業が抱えている「課題」や、流通BMSの導入によって得られる効果の「期待」は各社各様である。よって今回の共同実証では、共通の目標に向けた効果測定形式ではなく、実証企業ごとの「課題」や「期待」にフォーカスした形で導入効果を実証していくこととする。

2.2 参加企業

2.2.1 参加企業

本年度共同実証では、百貨店企業3社、アパレル・婦人靴企業5社が共同実証に参加する。本年度共同実証に参加し、百貨店流通BMSの実用性を検証する企業を以下に示す。



図 III-1:平成20年度共同実証参加企業

2.2.2 取組み関係

本年度共同実証における実証企業間の相対関係および各相対企業間において使用する百貨店流通BMSメッセージを以下に示す。

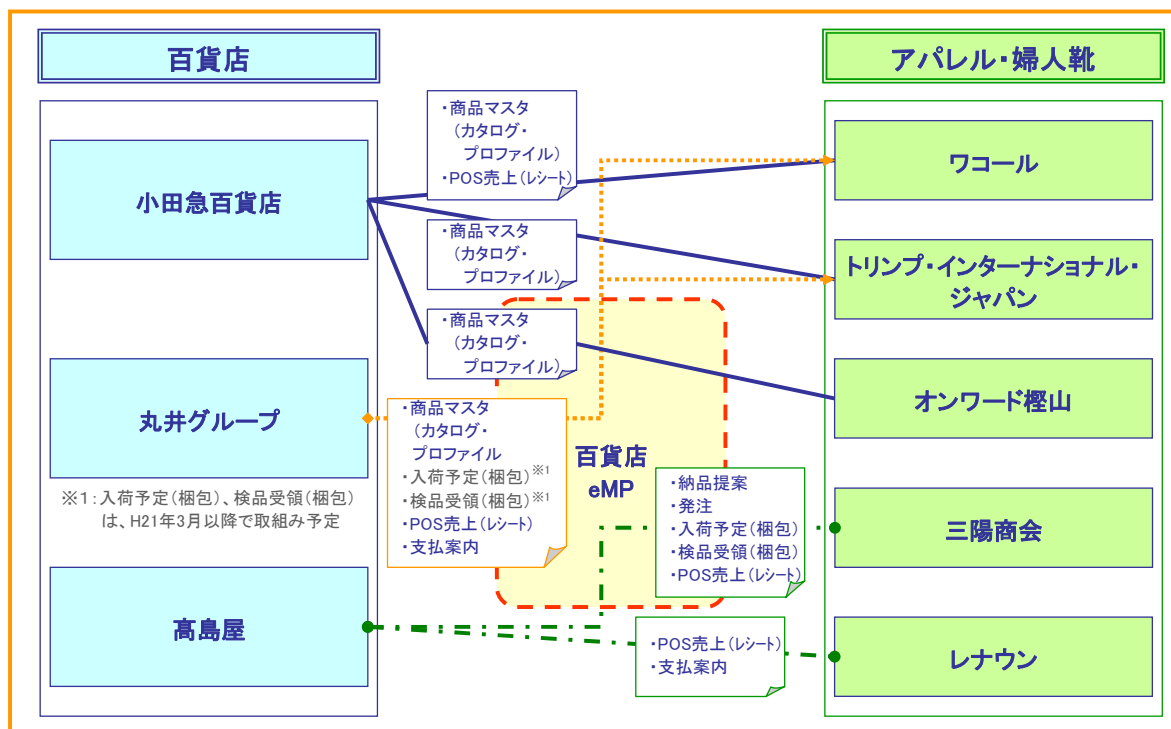


図 III-2:共同実証における相対関係

3 取組み内容

3.1 高島屋

3.1.1 狙いと目的

(1) 流通BMSへ期待する効果

高島屋では、流通BMS導入に対する期待効果として、以下の4点をあげている。

① EDI実施取引先の拡大

- 流通BMSがダラー取引や消化型ビジネスプロセスに対応していることからEDI実施取引先の拡大が期待される。
- 現行20%に止まっているEDI実施取引先が50%程度へ拡大することを見込む。

② 仕入に関するコスト削減

- EDIによる取引により仕入伝票の入力コスト削減が見込まれる。

③ 内部統制の強化

- 記載ミス、入力ミスの防止など内部統制強化のツールとしても期待される。

④ 販売機会損失への対応

- 店頭の在庫情報を取引先と機動的に共有することによって「売り逃し」阻止の基盤が整う。
- 在庫情報の推移をデータベース化することにより将来は需要予測につなげることも期待している。

(2) 流通BMSによる業務の変化

流通BMSの導入により情報共有の密度が濃くなり、物流体制や倉庫、売場間の商品の出し入れ管理など、現在の業務を見直す必要が出てくることが想定される。

(3) システム構成について

現在のASPを利用する方法に加えて、直接、取引先とEDIを実施する環境が整う。これにより現在、複数のASPを利用しているが集約が可能と考えている。

3.1.2 システム構成

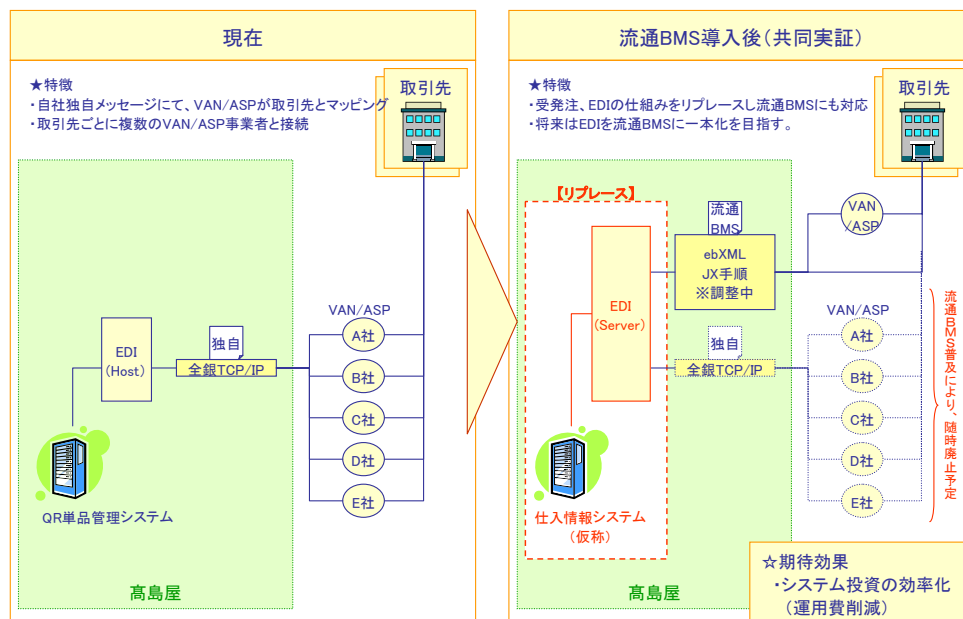


図 III-3: システム構成(高島屋)

3.1.3 業務フロー

高島屋は、本共同実証において、三陽商会とレナウンを相対企業として各メッセージの実用性検証を行う。以下に各相対企業との間の現状業務プロセスと流通BMS導入後の業務プロセスを示す。

(1) 高島屋 - 三陽商会間業務フロー

① 納品提案・発注・入荷予定(梱包)・検品受領(梱包)

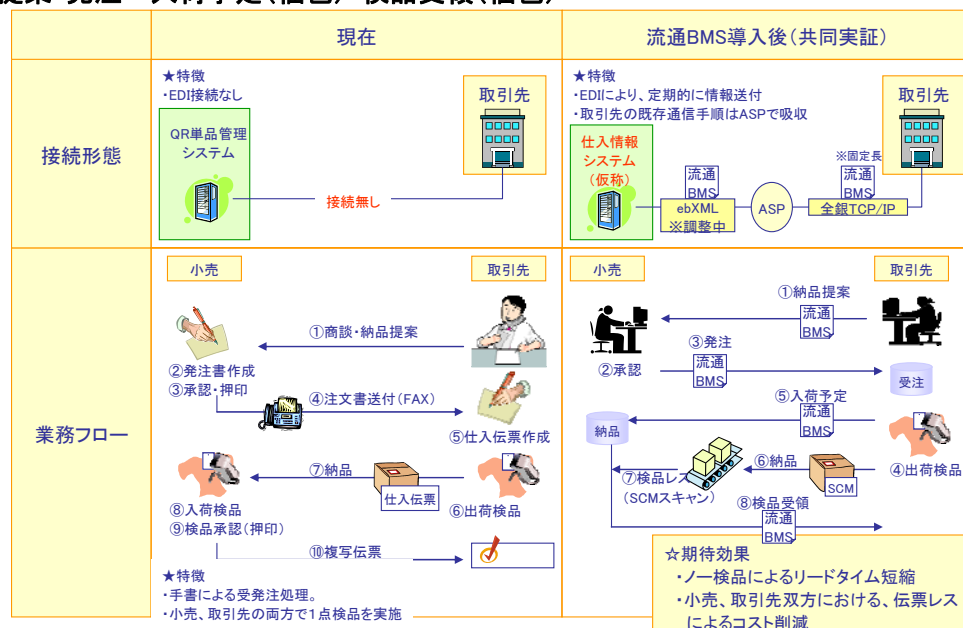


図 III-4: 高島屋－三陽商会間業務フロー(納品提案、発注、入荷予定(梱包)、検品受領(梱包))

② POS売上(レシート単位)

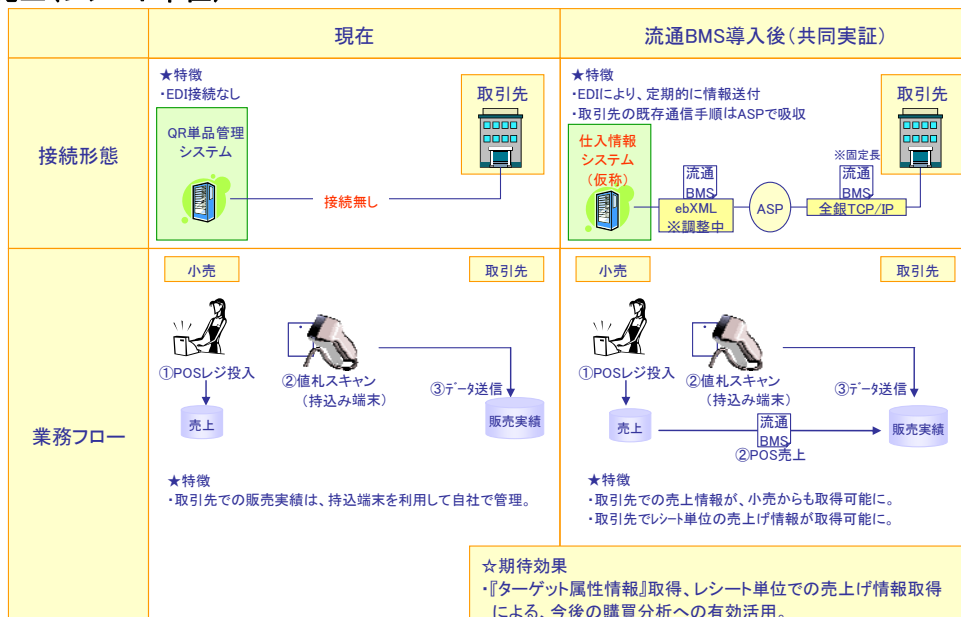


図 III-5: 高島屋－三陽商会間業務フロー(POS売上(レシート単位))

(2) 高島屋 - レナウン間業務フロー

① POS売上(レシート単位)

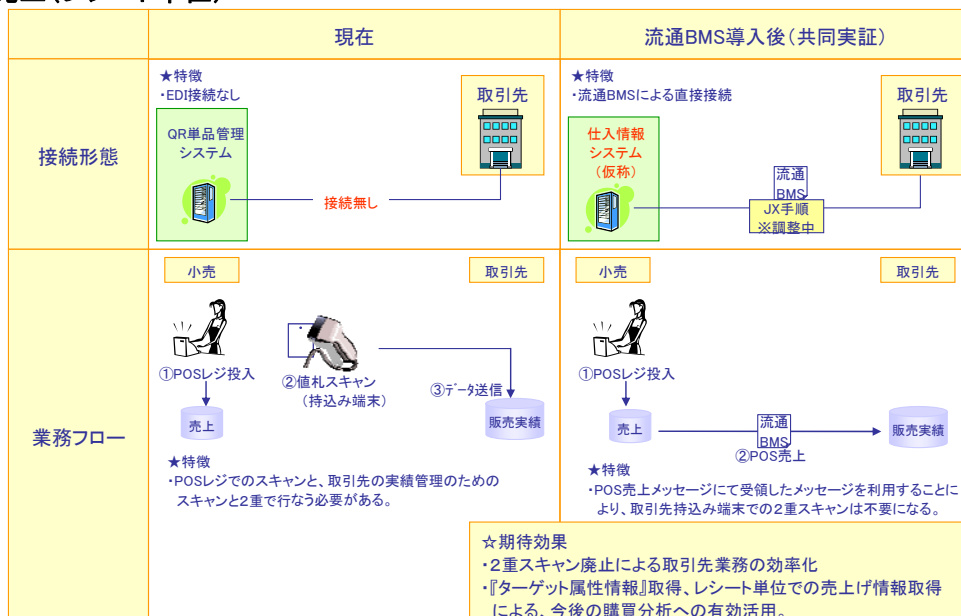


図 III-6: 高島屋－レナウン間業務フロー(POS売上(レシート単位))

② 支払案内

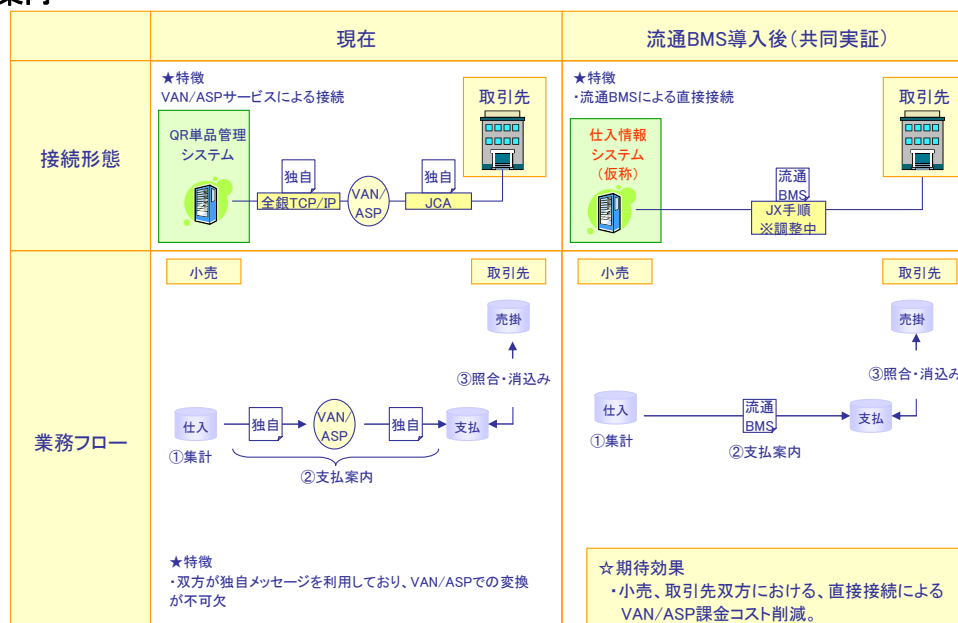


図 III-7: 高島屋ーレナウン間業務フロー(支払案内)

3.2 小田急百貨店

3.2.1 狙いと目的

小田急百貨店では、システムの更改時期にあたり、本共同実証を流通BMS取込の好機と捉え、新システムの開発内容に流通BMSへの取り組みを加えた。システム更改そのものは汎用機からオープン系システムへの移行を図ることにより様々なシステム関連コストの削減を図る。

(1) 流通BMSへ期待する効果

小田急百貨店では、流通BMS導入に対する期待効果として、以下の3点をあげている。

① 標準の採用によるSCM取組の拡大

- SCMの取組を行う取引先が増えることにより、更なる業務効率の向上が期待される。

② 情報交換手段の一元化、コスト削減

- EDI以外の手段(電子メールなど)で実施している情報交換がEDIに一元化されることによりオペレーションコストが削減される。
- JCA手順での取引先を流通BMSに巻き取ることにより複数の環境を維持するコストが削減される。

③ システム化による期待効果

- 電子メールでの情報交換で発生する確認漏れや人手による送受信の確認、履歴管理の煩雑さなどが削減される。
- 同時に記載ミス、入力ミスの防止効果も期待される。

(2) システム構成について

小田急百貨店における共同実証では、直接、流通BMS各メッセージをやりとりする仕組みが主となる。また、既存取引先に配慮してASP経由の情報流通も存続するが管理項目は流通BMSに合わせる。社内システムとして、管理項目は一元化される。

3.2.2 システム構成

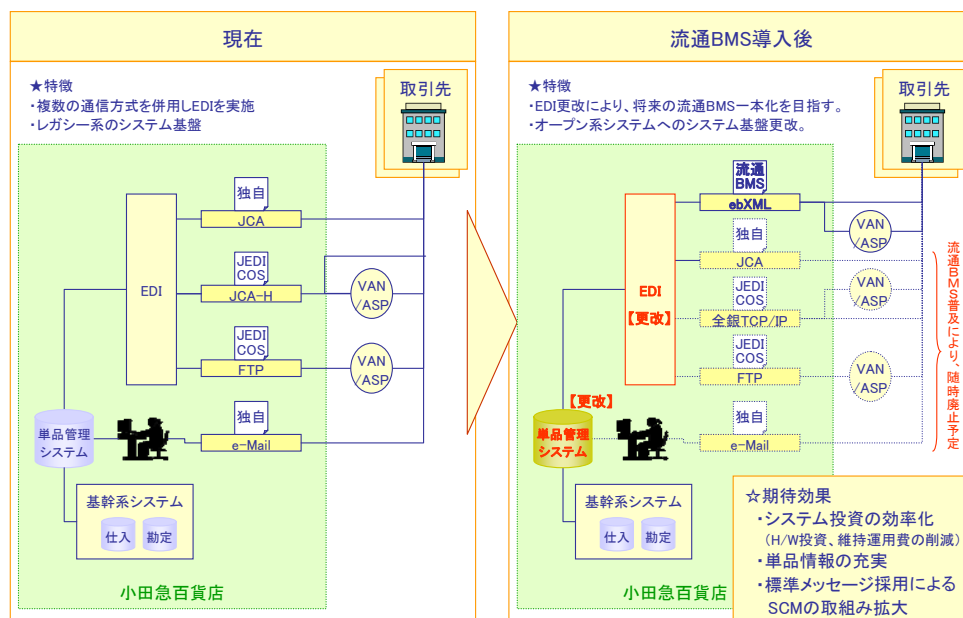


図 III-8: 小田急百貨店システム構成

3.2.3 業務フロー

小田急百貨店では、本共同実証において、トリンプ・インターナショナルジャパン、ワコールおよびオンワード樫山を相対企業として各メッセージの実用性検証を行う。以下に各相対企業との間の現状業務プロセスと流通BMS導入後の業務プロセスを示す。

① 小田急百貨店 — トリンプ・インターナショナルジャパン間業務フロー

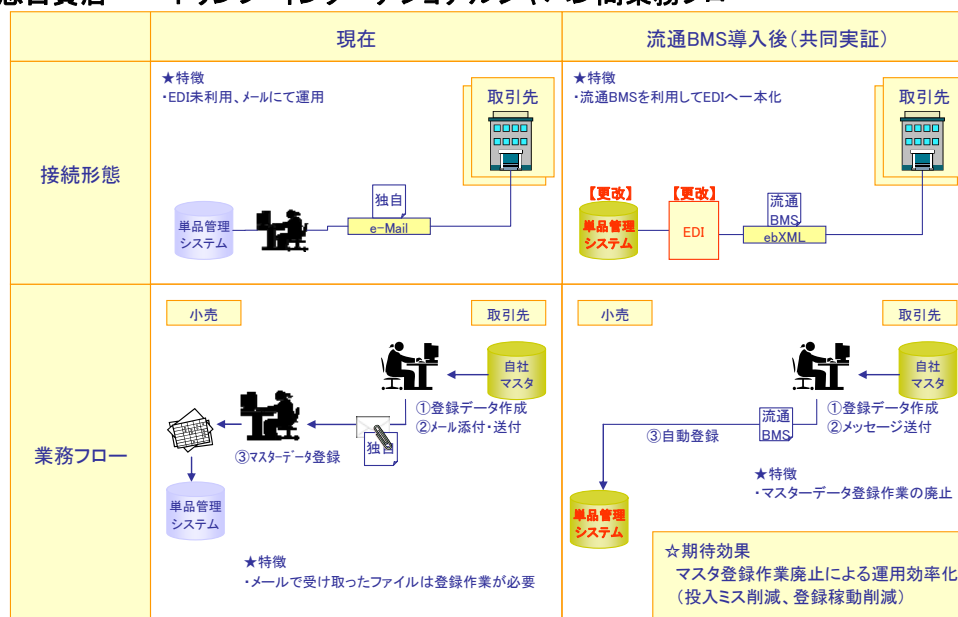


図 III-9:小田急百貨店—トリンプ・インターナショナルジャパン間業務フロー(商品マスタ)

② 小田急百貨店 — ワコール間業務フロー

(a) 商品マスタ交換プロセス

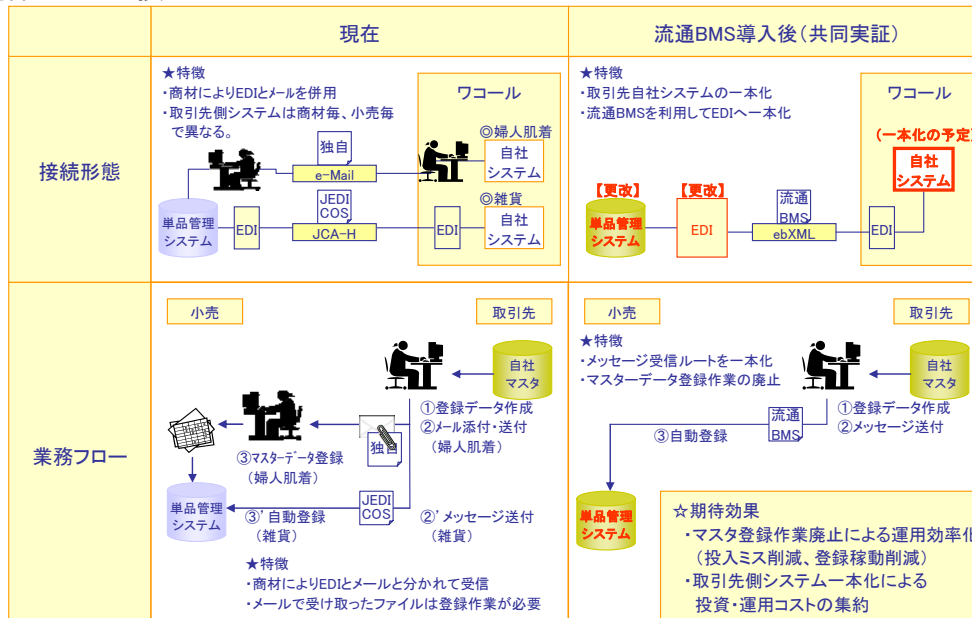


図 III-10:小田急百貨店—ワコール間業務フロー(商品マスタ)

(b) POS売上メッセージ(レシート単位)送受信プロセス

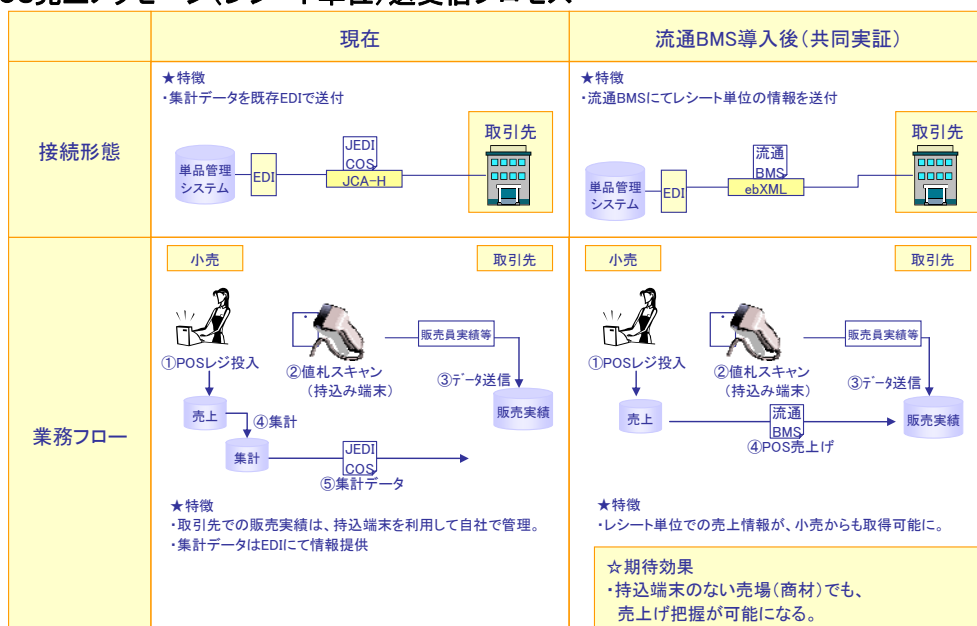


図 III-11:小田急百貨店ーワコール間業務フロー(POS売上(レシート単位))

③ 小田急百貨店ーオンワード樫山間業務フロー

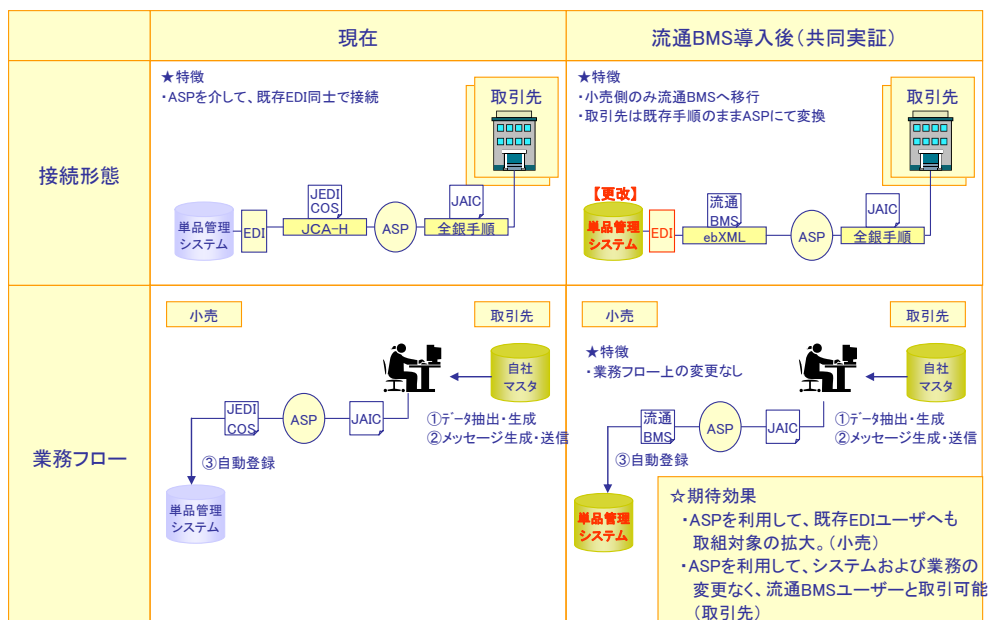


図 III-12:小田急百貨店ーオンワード樫山間業務フロー(商品マスタ)

3.3 丸井

3.3.1 狙いと目的

現状、丸井においては、取引先との間で複数の「標準」が並存しており、以下のような課題が生じている。

- 現在、3方式のEDIを併用しているが、全てのメッセージを網羅している方式がない状況。
- 取引先の3分の1が複数のEDI方式を併用している。
- 3方式の維持・運用コスト負担が大きくEDI拡大の阻害要因になっている。
- JCA方式については非効率性が顕著であり、継続リスクも顕在化している。

そのため、丸井は流通BMS標準化の理念に共鳴し、流通BMSの普及へ積極的に取り組むことが自社の責務と認識している。

(1) 流通BMSへ期待する効果

丸井では、流通BMS導入に対する期待効果として、以下の3点をあげている。

① MD支援ツールとしての効果

- 取引先との在庫情報共有による店舗在庫の可視化など、MD支援ツールとしての有効活用を促進

② 業務効率化ツールとしての効果

- 従来の「ノー検品」による納品リードタイムの短縮・検品作業など物流コスト削減に加え帳票類の電子データ化(ペーパーレス)による業務効率化、精度向上を推進。

③ 効果的なシステム投資の効果

- 唯一の標準である流通BMSに絞った投資を行うことでシステム開発、運用の効率化を図る。

(2) 導入の進め方、システム構成について

ASPを活用することにより、できるだけ開発コストを抑えながら早期に流通BMSへの移行を図る。

3.3.2 システム構成

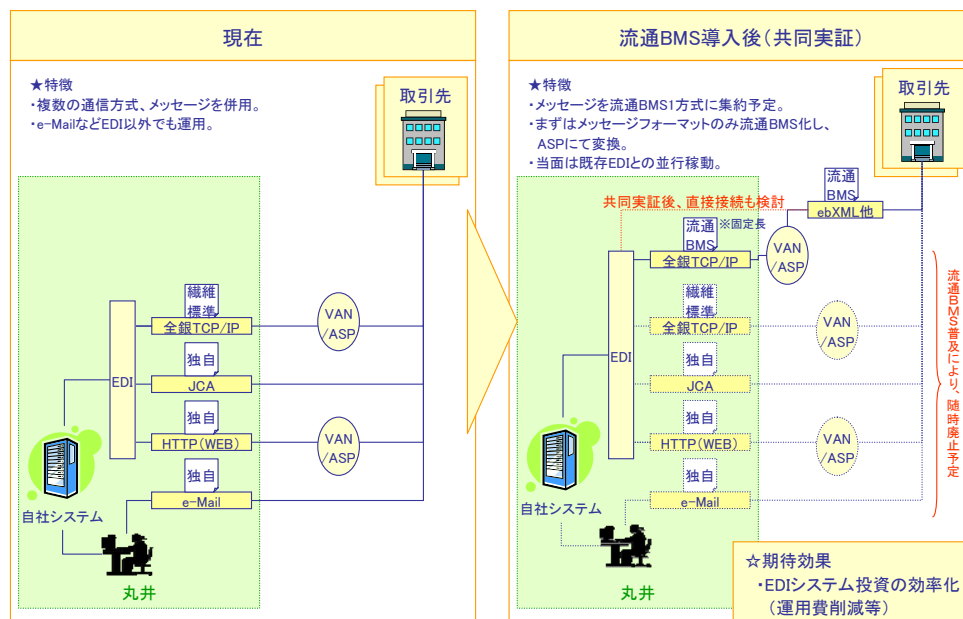


図 III-13: 丸井システム構成

3.3.3 業務フロー

丸井では、本共同実証において、トリンプ・インターナショナルジャパンおよびワコールを相対企業として各メッセージの実用性検証を行う。以下に各相対企業との間の現状業務プロセスと流通BMS導入後の業務プロセスを示す。

(1) 商品マスタ(丸井 — トリンプ・インターナショナルジャパン、ワコール間共通)

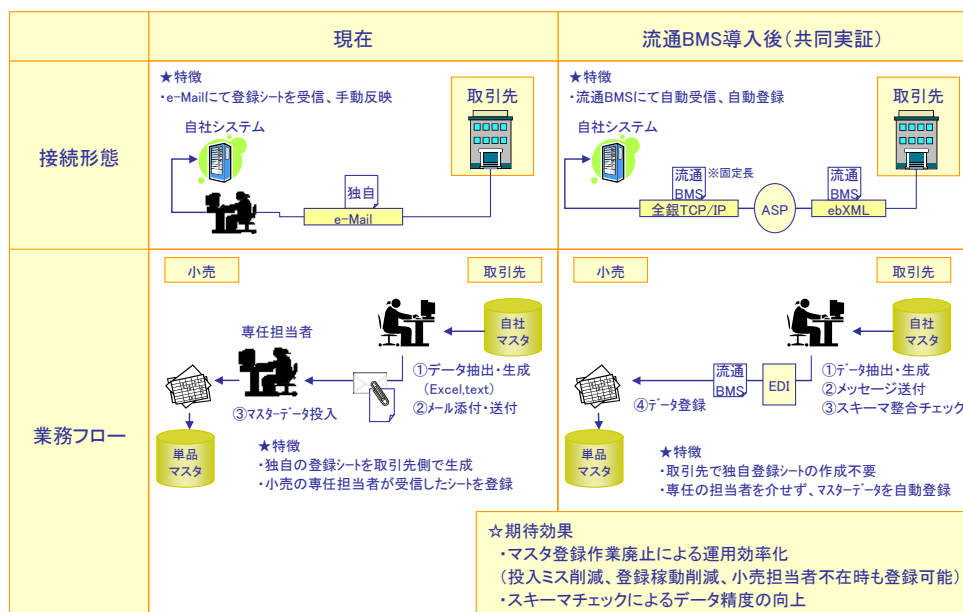


図 III-14: 丸井—トリンプ・インターナショナルジャパン、ワコール間業務フロー(商品マスタ)

(2) 入荷予定(梱包)・検品受領(梱包)・支払案内

① 丸井 - トリンプ・インターナショナルジャパン間業務フロー

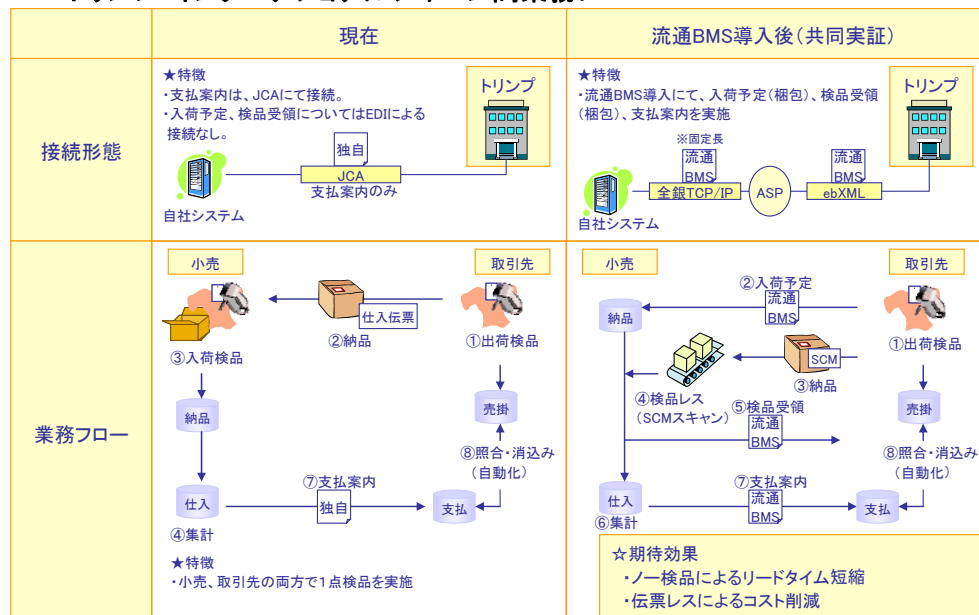


図 III-15: 丸井-トリンプ・インターナショナルジャパン間業務フロー
(入荷予定(梱包)、検品受領(梱包)、支払案内)

② 丸井 - ワコール間業務フロー

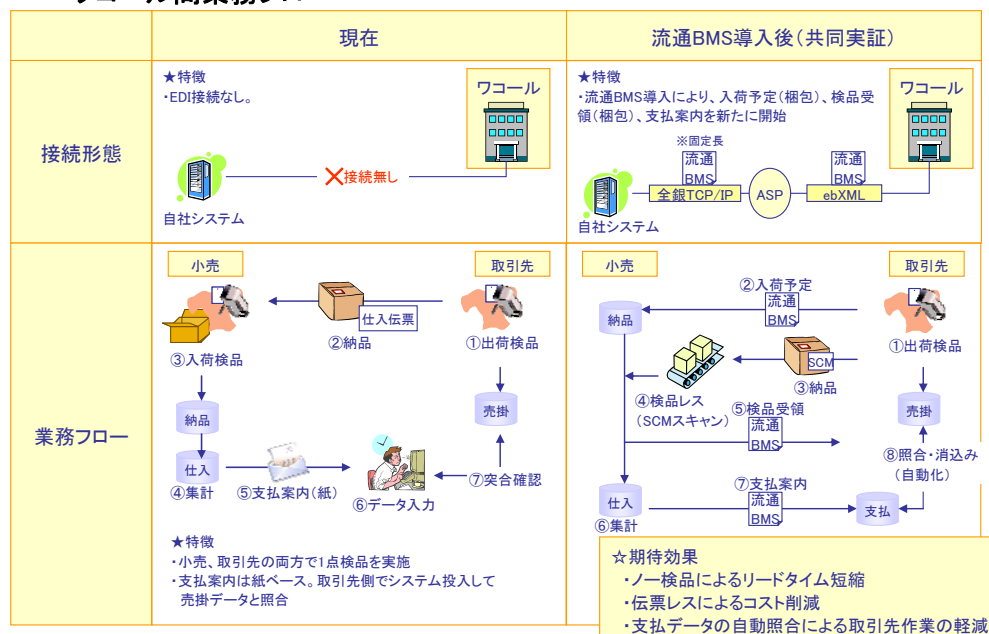


図 III-16: 丸井-ワコール間業務フロー(入荷予定(梱包)、検品受領(梱包)、支払案内)

(3) POS売上

① 丸井 - トリンプインターナショナル間業務フロー

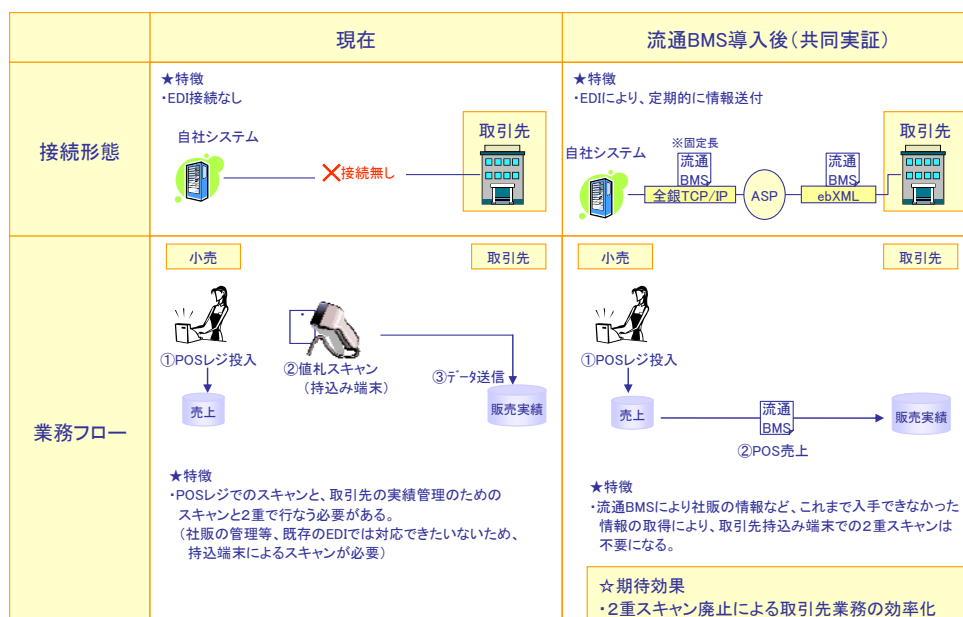


図 III-17: 丸井-トリンプ・インターナショナルジャパン間業務フロー(POS売上)

② 丸井 - ワコール間業務フロー

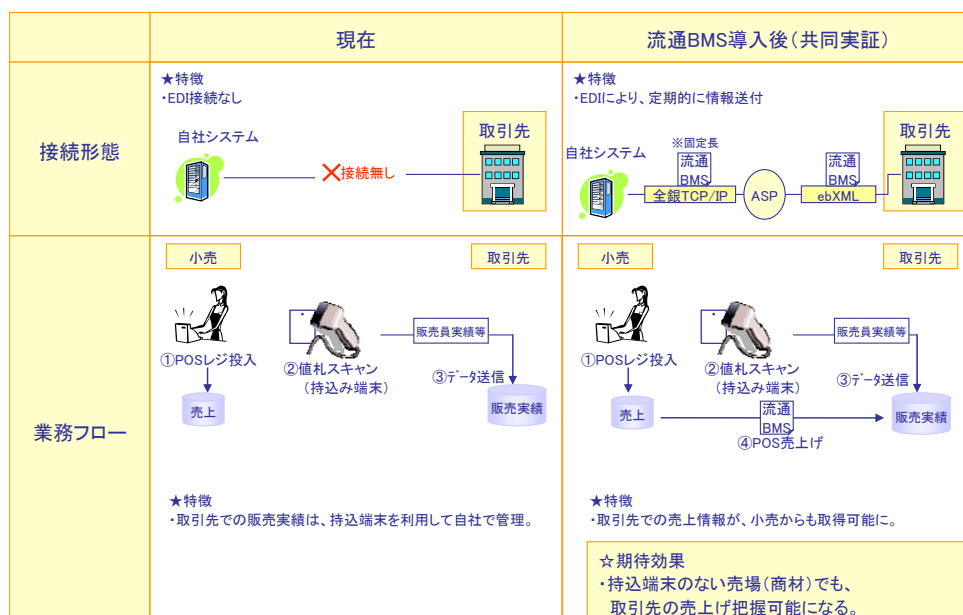


図 III-18: 丸井-ワコール間業務フロー(POS売上メッセージ)

4 実施スケジュール

共同実証の実施スケジュールを以下に示す。

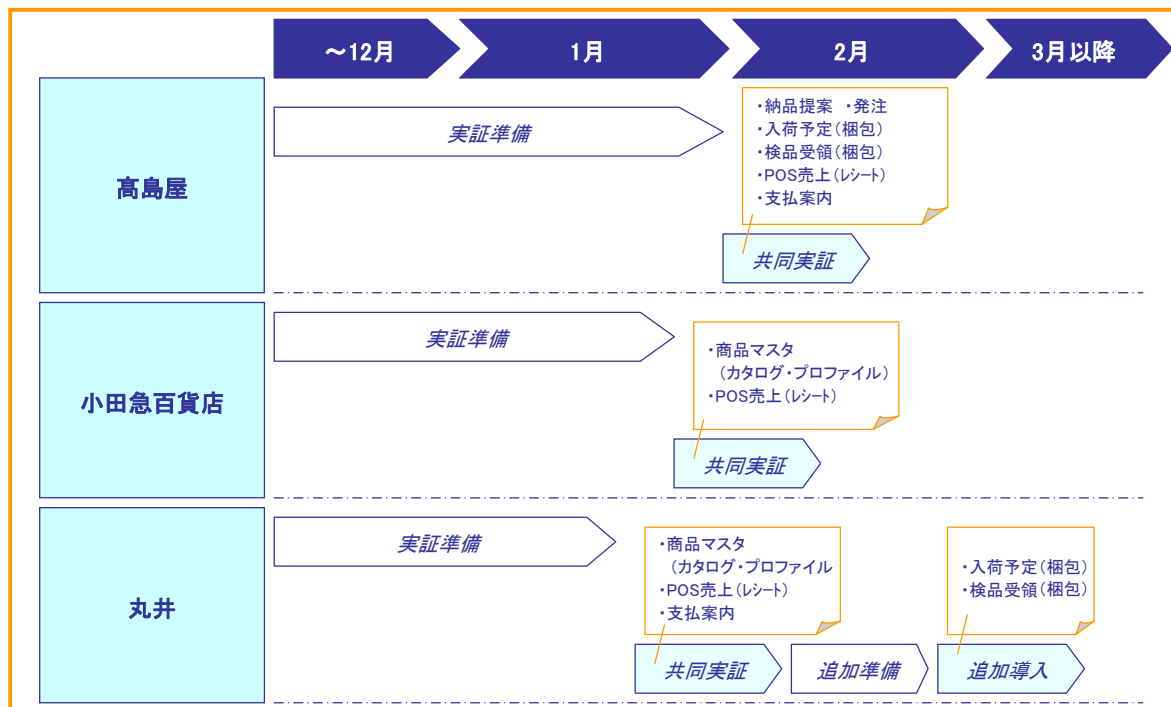


図 III-19: 共同実証実施スケジュール

5 実施結果および評価

各社からの共同実証の結果は、アンケート調査により成果を把握している。

共同実証の結果は、各社の導入効果を把握することはもとより、今後、流通BMSの導入を検討している企業の判断材料として提供し、各社の流通BMS導入の契機となる情報としての活用を目指す。そのため、アンケート調査では流通BMS導入による「定性的な効果」および「定量的な効果」についての情報を収集している。アンケートは「実証企業アンケート」と「効果測定項目アンケート」の2種類で構成される。

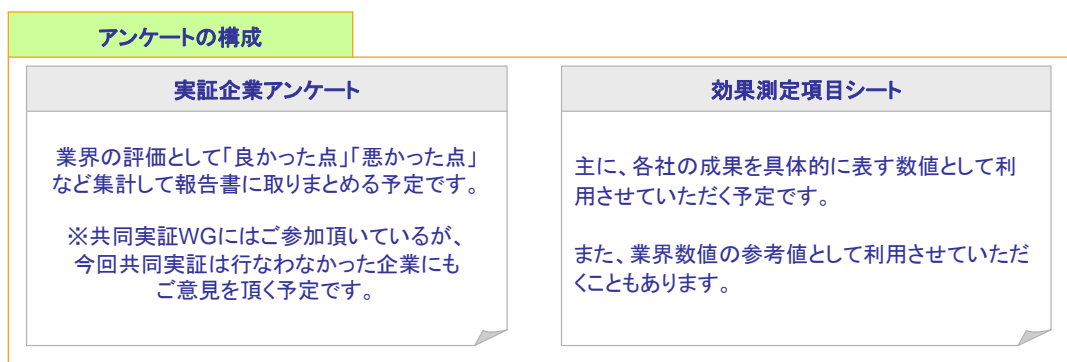


図 III-20: 共同実証結果収集のためのアンケート構成

以下、各アンケートの取りまとめ結果について示す。

5.1 定性的な効果 ～実証企業アンケート取りまとめ結果～

実証企業アンケートでは、「(1) 流通BMSの導入作業について」、「(2) 流通BMSの運用について」、「(3) 流通BMSのドキュメントについて」という3つのテーマについて、百貨店・取引先双方より回答を収集している。実証企業アンケートの収集内容について、以下に示す。

(1) 流通BMSの導入作業について

初回導入および追加導入において、「既存のEDIに比べて効率的か否か」や「苦労した点」についてご回答いただきます。

(2) 流通BMSの運用について

実際に流通BMSにてデータ交換を行い運用を行なうことで、「現状業務が担保できているか」「期待した効果は得られるか」についてご回答いただきます。

(3) 流通BMSのドキュメントについて

流通BMSの公開ドキュメントについて、「導入にあたり利用したか」「利用しやすかったか」についてご回答いただきます。

(1) 流通BMSの導入作業について

1. 初回導入の難易度

① 初回導入にあたり、既存のEDIと比べ手間は変わりましたか。

() 今までより容易であった

() 今までと変わらない

() 今までより大変であった

② その理由をご記入ください。

2. 接続先追加時の難易度

③ 接続先企業を追加したとき、既存のEDIと比べ手間は変わりましたか。

() 今までより容易であった。(または容易であると考える)

() 今までと変わらない。(または変わらないと考える)

() 今までより大変であった。(または大変であると考える)

④ その理由をご記入ください。

3. 苦労した点、考慮が必要な点

⑤ 導入にあたって苦労された点や、考慮が必要な点について、自由に記入ください。

図 III-21: 実証企業アンケートについて

(1) 流通BMSの導入作業について

本項目では、「①初期導入の難易度」と「②接続先追加時の難易度」および「③(導入に関して) 苦労した点、考慮が必要な点」について、各社の意見を収集した。

① 初期導入の難易度

初期導入の難易度については、「今までよりも容易であった」と回答した企業が1社、「今までと変わらない」とした企業が4社、「今までより大変であった」とした企業が3社となっている。

「今までよりも容易であった」と回答した理由として、「各メッセージの名寄せ項目が統一されているため、特別な処理が少なかった」、という意見が挙げられている。

「今までと変わらない」と回答した理由として、導入手順やマッピング作業の負荷が既存EDIとほぼ同様であるという意見や、従来と同様ASPサービスを利用したために従来と変化が無かったという理由が挙げられている。

「今までより大変であった」と回答した理由として、業界標準を意識しながらの項目マッピング作業が予想以上に時間がかかったことや協定シートを使った調整に時間がかかったこと、および通信設定やマッピング作業においてXMLの知識を必要とすることなどが挙げられている。

以下にアンケートの集計結果を示す。

(1) 流通BMSの導入作業について	
① 初期導入の難易度	
a. 初期導入にあたり、既存のEDIと比べ手間は変わりましたか。	
今までより容易であった	1
今までと変わらない	4
今までより大変であった	3
b. その理由をご記入ください。	
<ul style="list-style-type: none"> 各メッセージにおける名寄せ項目内容が統一されているので特別な処理が少なかった。 初回導入をするに当たっての手順は既存EDIとほぼ同じである。 (手順の理解・相対とのビジネスプロセス決定、メッセージのマッピング調整・試験・導入等) 初期導入時のマッピング作業等は同等の時間、または、それ以上の時間を費やした。 必須項目の追加もなく、流通BMSへのマッピング変換業務をASP側で完全を実施してもらうため、手間は変わらない。 インフラという面では、インターネット接続や振分けという環境整備を構築しなければならない。また、ソフト面ではスキーマの作成や流通BMS用にデータ変換するなど既存に比べ手間は変わらない。(既存のEDIを装備していると手間は大きい) GMSと流通BMS導入を行っているため初期導入ではなかった。(回答はGMSで導入したときの手間です。) 9月以降の仕様変更が多く、予定外の自社システムの変更が発生した。 常に業界標準を意識しながらのマッピング作業が想定以上に時間が掛かった。 協定シートの扱いに慣れず、内容の理解・確認に時間が掛かった。 通信設定・マッピング面について、導入実績が少ない為、互いにebXML手順やガイドラインに対する知識が乏しく、双方での確認・一致に旧手順と比較して時間がかかった。社内アプリケーション面でも、新規プログラム開発(従来のEDIのものに比し、部品化を大幅に進めた)を行った為、時間がかかった。但しいずれも、従来の手順のEDI初回導入と比べて、では無い(従来手順EDIの初回導入時の手間は今となってははっきりわからない)ため、正確な比較は難しい。 	

図 III-22: 流通BMSの導入作業集計結果(初期導入の難易度)

② 接続先追加時の難易度について

接続先追加時の難易度については、「今までよりも容易であった(または容易であると考える)」と回答した企業が4社、「今までと変わらない(または変わらないと考える)」と回答した企業が3社、「今までより大変であった(または大変であると考える)」と回答した企業が1社となっている。

「今までよりも容易であった(または容易であると考える)」と回答した理由として、標準メッセージに対応した取引先であれば拡大が容易であることや通信設定・マッピング面での利用拡大時の効率化、イレギュラー処理の削減などにより容易になることが挙げられている。

「今までと変わらない(または変わらないと考える)」と回答した理由として、接続先追加時の対応手順が既存EDIとほぼ同様であると考えられることや、通信設定の確認に工数を要するため、トータルでは変わらないことが挙げられている。

「今までより大変であった(または大変であると考える)」と回答した理由として、確認項目が既存EDIより増えると予測されることが挙げられている。

以下にアンケートの集計結果を示す。

(1) 流通BMSの導入作業について

② 接続先追加時の難易度

a. 接続先を追加したとき、既存のEDIと比べ手間は変わりましたか。もしくは変わると思いますか。

今までより容易であった(または容易であるとする)	4
今までと変わらない(または変わらないとする)	3
今までより大変であった(または大変であるとする)	1

b. その理由をご記入ください。

- ・ システムの基盤が整備されたことにより、標準化仕様の取引先であれば拡大は容易である。
- ・ 通信設定・マッピング面では、テスト・XMLメッセージの内容確認など旧手順と比較して専門的で難易度が高く、現状では今までより大変であるが、今後は慣れによる短縮化が見込める。(今回は百貨店は初めてだったのでマッピングが必要だったが、そもそも今後は殆ど必要無くなっていく筈)社内アプリケーション面からみると、プログラム開発は1得意先分で済んだので、楽になったといえる。
- ・ 接続企業の追加登録など既存の手続きと手間は変わらない部分が多い。しかし、今後弊社は接続先拡大を想定しているため、その際標準化されたメッセージを使用し、既存メッセージにあったイレギュラー対応が、無くなるため取引先との接続が容易になると想定される。
- ・ 事前に項目セット内容が業界で合意されていると認識していると考えている。
- ・ 既存EDIと接続先追加時の手順がほぼ同じであるため、変わらないと考える。
- ・ フォーマット変換に関する作業量は減るが、通信設定(の確認)に関する工数が増えるためトータルとしてはそれほど変わらないと考える。
- ・ 本格稼働時(対象お取引先拡大時)はENDtoENDを基本に検討中だが、確認項目が既存EDIより増えると予測(協定シート確認・通信設定・証明設定・テスト、等)。* ASP活用時はASP用意の導入サポートサービスにより、難易度は変わると思われる。

図 III-23: 流通BMSの導入作業集計結果(接続先追加時の難易度)

③ 苦労した点、考慮が必要な点について

「①初期導入時の難易度」および「②接続先追加時の難易度」で挙げられた理由のほか、導入にあたって苦労した点や考慮が必要な点について、各社の意見を収集している。

流通BMS導入にあたって、インターネット接続インフラを必要とすることに労力を要しており、中小取引先や地方百貨店が容易に取り組むことの出来る環境整備が必要との意見が挙げられている。また利用ASPのスキーマ不備があったという意見も上げられ、流通BMS利用環境の整備を求める声が高いと考えられる。

以下、各社から収集した意見を示す。

(1) 流通BMSの導入作業について

③ 苦労した点、考慮が必要な点

導入に当たって苦労された点や、考慮が必要な点について、自由にご記入ください。

- ・ 開発面で、今回既存メッセージ用のデータベースから流通BMSメッセージ用のデータベースに切り替えたため、関連するアプリやデータ移行作業など手間と費用がかかった。インフラ面では、既存VAN環境の他にインターネット接続用のインフラを整備することに労力を要した。考慮すべき点として、中小取引先や地方百貨店が容易に取り組める流通BMS用パッケージソフトが必要と考える。
- ・ テスト段階で以下の2点において苦労した
 - ①利用ASPのスキーマ不備
 - ②スキーマによるチェックの理解不足でデータ検証が難航
- ・ XMLメッセージの属性項目の有無や、メッセージ定義内容について、双方で認識がずれていたり、どの状態が現時点で正しいのか把握できていなかったことがあり、双方間や事務局への確認でやや手間が取られた。(XMLスキーマそのものに間違いがあったり、メッセージ定義内容自体がFIXしていなかったり、といったことも一因)
- ・ 通信パッケージの制約により同じホストドメインでは「クライアント認証あり」と「なし」の併用が出来ない。GMSの取引先が「クライアント認証なし」だったためにいまだに疎通テストが出来ていない取引先がある。
- ・ 自社のシステム開発ベンダーがBMSについて、まだ準備が出来ていなかった。
- ・ 取引先個社システムと流通BMSメッセージの仕様に違い(データ生成等)があったため、実証精度に多少影響が出た。
- ・ 特になし。



図 III-24: 流通BMSの導入作業について収集結果(苦労した点、考慮が必要な点)

(2) 流通BMSの運用に関して

本項目では、「①現状業務の担保」と「②期待効果に対する結果」および「③(運用に関して) 苦労した点、考慮が必要な点」について、各社の意見を収集した。

① 現状業務の担保

現状業務の担保について、「流通BMS導入により業務効率が良くなった」と回答した企業が3社、「導入前後で業務効率は変わらない」と回答した企業が4社、「流通BMS導入により業務効率が悪くなった」と回答した企業が1社となっている。

「業務効率が良くなった」と回答した理由として、流通BMS導入により、新たな取組みを実施することが出来たことや商品マスタ取込みの自動化による効率化が実現できたことが挙げられている。

「導入前後で業務効率は変わらない」と回答した理由として、伝票レスなど各種の取組みを既に実施していることや既存の業務フローに対して流通BMSを導入したため、業務効率としては変化しないことが挙げられている。

(2) 流通BMSの運用に関して

① 現状業務の担保

a. 流通BMSの導入以前と比べて、導入後の業務効率への影響はどうでしたか。

流通BMS導入により業務効率が良くなった	3
導入前後で業務効率は変わらない	4
流通BMS導入により業務効率が悪くなった	1

b. その理由をご記入ください。

- ・業務効率という面で弊社は、既に値札レス、伝票レス、検品レス(箱検品)のメッセージ及び仕組みを有しており、流通BMSになったから効率が格段に上がるものではない。但し、全ての流通BMSメッセージを実施することにより、今後取引先の拡大が見込まれ、検品レス等に移行できれば業務効率は格段に上がることが想定される。
- ・また、インターネットの技術を使うことから通信インフラが下がり中小のお取引先が取り組みやすくなるので、仕入データの情報量が増え、バイヤーが使用する情報分析系の業務効率が上がることが想定される。
- ・流通BMSを使うことによって新たな取組を始める事ができたため。
- ・現在、共同実証中のメッセージについては、商品マスター取込みの完全自動化が寄与。
- ・本格稼働時には、実施計画記載の各種効果が得られると期待している。
- ・ビジネスモデルが刷新された訳ではないので、業務効率は変わらない。
- ・今回はPOSデータ、商品データの交換が対象なので物流業務等の業務改善は伴っていない。弊社EDIオペレーションはVANでのPULL型のデータ通信を想定しているのでPUSH型の場合に送受信漏れのチェックをどのように行えばいいのか議論をしている最中。
- ・今回の導入では、既存の業務フローに載せたため。
- ・実証段階では検証しながらの平行運用のため、特に業務効率は変わらないが、本格稼働時には業務効率が良くなると考えられる。
- ・導入前、導入後の業務には、特に変わりなく現状を担保できた。

図 III-25: 流通BMSの運用に関する集計結果(現状業務の担保)

② 期待効果に対する効果

実施計画時に想定していた期待効果に対して得られた効果として「想定していた以上の効果があった(または見込める)」と回答した企業が1社、「想定していたとおりの効果があった(または見込める)」と回答した企業が7社となっている。

「想定していた以上の効果があった」と回答した理由として、中断していたダラー管理の取組みを再開できたことが挙げられている。また「想定していたとおりの効果があった」と回答した理由として、流通BMSへの移行により、手順の一本化が可能になることや、POS売上データ利用により期待するデータ内容が受領できることなどが挙げられている。

(2) 流通BMSの運用に関して

② 期待効果に対する結果

a. 想定していた期待効果に対して、満足する結果を得られた、または得られそうですか。

想定していた以上の効果があった(または見込める)	1
想定していたとおりの効果があった(または見込める)	7
想定していた効果は得られなかった(または見込めない)	0

b. その理由をご記入ください。

- 商品マスターにバイヤー独自項目を設定することが可能となり、今までエクセルに項目を入力し別途作成していた集計作業が大幅に軽減されることからバイヤーに待望論が多い。また、弊社は一部ダラー管理での取り組みを行っていたが、サービス提供ベンダーが撤退したため、流通BMSがそれに変わるシステムになりうることから、再開の目処が立った。さらに、消化取引のメッセージも明確になることから商品管理の精度が上がるのが期待される。
- 既存EDIを流通BMSへ移行できる事が確認できたので、手順の一本化が可能になる。
- 共同実証が商品マスター、POS売上については順調にスタートし、今後、稼働予定の支払案内・入荷予定・検品受領についても、想定通りの効果が得られると思われる。
- 本格稼働時の量的拡大で、想定通りの効果が得られると期待している。
- 旧手順から流通BMSに切り替えることで、通信費の大幅な低減が見込まれる。また、ディーラー毎にプログラム新規開発が必要なかったことも期待通り。
- 効果が得られるとは想定していなかったので予想のとおりの。
- 今後、受発注EDI業務内容の改善を行えば効果は見込めると思う。またPOS売上データについては、属性項目分析などに期待している。
- POS売上データは取引先のレジデータのため、期待するデータ内容で受領できる。



図 III-26: 流通BMSの運用に関しての集計結果(期待効果に対する結果)

③ 苦勞した点、考慮が必要な点

「①現状業務の担保」、「②期待効果に対する結果」で挙げられた理由のほか、苦勞した点、流通BMSの運用に関して、考慮が必要な点について各社の意見を収集している。

各社の意見の中には、情報系(支払案内)メッセージは、数ヶ月間の検証を実施する必要があるというメッセージ検証に関する点や、VAN/ASPサービスの課金制度やサーバ証明書の有効期限などに留意が必要である、との意見が挙げられている。

(2) 流通BMSの運用に関して

③ 苦労した点、考慮が必要な点

運用に当たって苦労された点や、考慮が必要な点について、自由にご記入ください。

- ・ 流通BMSと言えども新規のメッセージに変わりは無いため、新規導入に当たってはマッピング等の手続きやその運用登録等を実施しなければならなかった。ただし、今後の接続先追加は、フォーマットが標準化される事から接続が容易になると想定される。考慮すべき点として情報系の支払案内のメッセージは、数ヶ月間の検証を実施し内容を精査したい。
- ・ 導入から間もないため、現状については、とりたてて記載すべき事はなく、今後、本格稼動において想定される主な項目について、以下に記載。
 - ①お取引先への流通BMSの理解促進。
 - ②既存EDIからの流通BMSへの移行の調整。
 - ③ENDtoENDの場合の保守および問い合わせ対応整備。
 - ④不具合発生時の対応および迅速な連絡体制の構築。
- ・ 今回幸運だったのは、既に提供済みの商品コードについて、再提供が必要無かったこと。(丸井様一先方で移行して頂いた／小田急様一先方の仕組みは変更無し＝通信手順のみの変更)これが必要だと、改めての店頭在庫棚卸しや再提供データの作成(場合によっては一時的な新規プログラム開発が必要なことも)も必要となり、手間が格段に増える。
- ・ 必ずしも流通BMS化の場合に限らない(先方システム改編時)が、多くの場合流通BMS化は多少なりとも先方システム改編が関係することが多いと思われ、当社としては注意が必要と感じている。
- ・ 丸井様とは、3月より入荷予定～検品受領のデータ交換を実施＝伝票レスとなる。
- ・ 弊社EDIオペレーションはVANでのPULL型のデータ通信を想定しているのでPUSH型の場合に送受信漏れのチェックをどのように行えばいいのか議論をしている最中。
- ・ VANやASPサービス提供各社でXMLの通信に対してどのような課金を行うのかの検討が十分になされていないように感じる。
- ・ サーバー証明書が切れるときの対応が今から不安。相手局の証明書期限までは管理できていない。同一認証局ならば証明書交換は要らないがそのために各社用の証明書を取得すると費用負担が増える。
- ・ 検品受領(梱包)については改善を期待したい。
- ・ 自社基幹システムとの連携部分の構築と検証作業。
- ・ 特になし。



図 III-27: 流通BMSの運用に関して(苦労した点、考慮が必要な点)

(3) 流通BMSのドキュメントに関して

本項目では、流通BMSの導入／利用にあたって各種ドキュメントの利用の有無およびドキュメントが有用であったか否か、およびその理由について各社の意見を収集している。対象として「①導入ガイドライン」、「②XMLテクニカルガイドライン」、「③導入プロトコル利用ガイドライン」、「④協定シート」、「⑤メッセージ定義書(マッピングシート)」、「⑥スキーマ定義書」、「⑦メッセージ利用ガイドライン」、および「⑧その他のドキュメント」を挙げている。

① 導入ガイドライン

流通BMSの導入／利用にあたり、導入ガイドラインを利用した企業は6社となっている。また利用した企業のうち、役に立ったと回答している企業は5社となっている。

役に立ったと回答した理由として、流通BMSに関する基礎知識の習得やCPAや証明書などに関する記述が分かりやすくまとめられていること、社内での説明資料作成に有用であったことなどが挙げられている。

(3) 流通BMSのドキュメントに関して

① 導入ガイドライン

a. 導入ガイドラインを利用しましたか？

利用した	6
利用しない	5

b. 導入ガイドラインを利用された方に伺います。導入ガイドラインは役に立ちましたか。

役に立った	5
役に立たなかった	0
どちらとも言えない	1

c. b.の回答の理由をご記入ください。

- ・CPAや証明書などに関する記述はわかりやすくまとめられている。内容がスーパー業界向けになっており、百貨店業界として読んだ場合に違和感を感じる箇所が残っている。(グロッサリー商材、生鮮商材など)
- ・流通BMSを理解する目的で利用した。
- ・システム編について、導入フローを参考にした。
- ・流通BMSに関する基礎的な知識の理解に役立った。
- ・社内での流通BMSの啓蒙資料作成に役立った。
- ・百貨店仕様の導入ガイドラインがあれば、本格導入時のお取引先への理解促進に活用できるので検討してほしい(特に概要編はスーパー業界前提の記述が多い)。
- ・実際の導入と、ガイドラインの手順が異なる場合があり、参考としては役に立った。
- ・システム導入の手順等、導入に向けての情報が丁寧に説明されている。また経営に対しての起案書の作成にも利用できた。
- ・百貨店BMS導入するにあたり、他業界の考え方も参考にした。

図 III-28: 流通BMSのドキュメントについての集計結果(導入ガイドライン)

② XMLテクニカルガイド

流通BMSの導入／利用にあたり、XMLテクニカルガイドを利用したと回答した企業は4社となっている。また利用した企業のうち、XMLテクニカルガイドが役に立ったと回答した企業は1社となっている。

役に立った理由としてはASP業者と詳細な確認をする際に役立ったことが挙げられている。

(3) 流通BMSのドキュメントに関して

② XMLテクニカルガイド

a. XMLテクニカルガイドを利用しましたか？

利用した	4
利用しない	7

b. XMLテクニカルガイドを利用された方に伺います。XMLテクニカルガイドは役に立ちましたか。

役に立った	1
役に立たなかった	1
どちらとも言えない	2

c. b.の回答の理由をご記入ください。

- ・データ型に関する記述が不足し、スキーマ定義を実際に参照して入力可能な値を整理する必要があった。技術文書なので項目をもらさず詳細に記載できるとよい。共有ライブラリ解説書も存在するが、実装を見るのと手間が変わらない。実装ではなく、仕様を明記してくれるとよい。
- ・メッセージの項目マッピング作業でデータ型について参照した。
- ・SBDHの設計に使用したが、説明の記述が正確ではなく、混乱をきたした。(今後の拡大を前に、内容の精査を希望)
- ・ASP業者と詳細な確認をするときに役立った。

図 III-29: 流通BMSのドキュメントに関する集計結果(XMLテクニカルガイド)

③ 導入プロトコル利用ガイドライン

通信プロトコル利用ガイドラインを利用したと回答した企業は3社となっている。また通信プロトコル利用ガイドラインが役に立ったと回答した企業も3社となっている。

役に立ったと回答している理由として、CPAや認証についての詳細を確認する際に役立ったことが挙げられている。

(3) 流通BMSのドキュメントに関して	
③ 通信プロトコル利用ガイドライン	
a. 通信プロトコル利用ガイドラインを利用しましたか？	
利用した	3
利用しない	8
b. 通信プロトコルガイドラインを利用された方に伺います。通信プロトコルガイドラインは役に立ちましたか。	
役に立った	3
役に立たなかった	0
どちらとも言えない	0
c. b.の回答の理由をご記入ください。	
<ul style="list-style-type: none">・ わかりやすくまとまっていた。・ CPAファイルの作成に利用した。・ メッセージ交換機能仕様合意書(CPA)の作成に当たって、説明に不明瞭な部分が存在した。・ 認証のことなど詳細を確認するのに役立った。	

図 III-30: 流通BMSドキュメントに関する集計結果(通信プロトコル利用ガイドライン)

④ 協定シート

流通BMSの導入／利用にあたり、協定シートを利用したと回答した企業は7社となっている。また利用した企業のうち、協定シートが役に立ったと回答した企業も7社となっており、流通BMSの導入／利用にあたり、協定シートが有用であったことが確認できる。

役に立った理由として、担当者情報や利用メッセージについて企業間の情報共有に有効であることとASPを交えた3者間における設定・運用の共通理解のために効果があることが挙げられている。

(3) 流通BMSのドキュメントに関して

④ 協定シート

a. 協定シートを利用しましたか？

利用した	7
利用しない	4

b. 協定シートを利用された方に伺います。協定シートは役に立ちましたか。

役に立った	7
役に立たなかった	0
どちらとも言えない	0

c. b.の回答の理由をご記入ください。

- ・ 標準化検討の範囲外なのかもしれないが、小売-ASP-ASP-卸となる場合の記入が考慮されていなかった。今後の検討が必要と思われる。
- ・ 企業間の情報共有(担当者情報や利用メッセージのについて)に有効である。
- ・ CPAファイルの作成に協定シートの交換は必須である。
- ・ 共同実証パートナー・ASP・弊社の三者間での基本的な設定・運用の共通理解に効果あり。
- ・ 各社で共通のフォーマットを使用しているため、作業者に対して通信設定の指示が出しやすい。ただし、相対で同じサーバー認証局を使用しているかどうかで設定方法が異なるので認証局の発行会社を記入する欄があると良い。
- ・ 決定すべき内容を双方で正しく設定し、認識共有するのに役に立った。ただ、ASPを利用した場合・利用しなかった場合のそれぞれの場合についてどのように記入するのが正しいのか判らなかった。
- ・ 協定シートは必須。お互いの環境が認識でき、システム運用の面で活用ができる。
- ・ 小売側のシステム環境(サーバー稼働時間帯、接続時間帯、通信パラメータ情報等)が共有できるので良い。

図 III-31: 流通BMSのドキュメントについての集計結果(協定シート)

⑤ メッセージ定義書(マッピングシート)

メッセージ定義書(マッピングシート)を利用したと回答した企業は9社となっている。また、メッセージ定義書(マッピングシート)が役立ったと回答した企業は7社となっている。

役に立った理由として、項目の意味合いの確認や相対先とのマッピングの認識合わせ・共通理解のために有用であったことや、社内アプリケーション開発やマッピングを行う際に利用したことなどが挙げられている。

(3) 流通BMSのドキュメントに関して

⑤ メッセージ定義書(マッピングシート)

a. メッセージ定義書(マッピングシート)を利用しましたか？

利用した	9
利用しない	2

b. メッセージ定義書(マッピングシート)を利用された方に伺います。メッセージ定義書(マッピングシート)は役に立ちましたか。

役に立った	7
役に立たなかった	1
どちらとも言えない	1

c. b.の回答の理由をご記入ください。

- ・ 項目の意味合いの確認や、相対先とのマッピングの認識合わせなど、メッセージ及び項目の認識を合わせる・理解する上で役立った。
- ・ 流通BMSと既存メッセージのマッピングに利用した。
- ・ 確定した定義について、以下の点で十分活用できた。
①標準への準拠 ②パートナーとの相対調整 ③自社システム構築時の設計作業
(定義書自体の問題ではないが、想定以上に変更が多く、混乱も発生)
- ・ 当定義書のデータフォーマットを正として社内アプリケーション開発・マッピングを行ったため。
- ・ 相対の調整には必須。
- ・ データ交換する上では必須。今まで通りのサービスをお願いします。
- ・ マッピングする際に、各項目の意味が明確に定義されているので、自社システムの項目との突合せが比較的容易にできました。
- ・ 打ち合わせの際は役に立ったが取引先から電子データでは受け取らなかった。
- ・ 現状のEDI設定項目と同じ内容であったから

図 III-32: 流通BMSのドキュメントに関する集計結果(メッセージ定義書(マッピングシート))

⑥ スキーマ定義書

スキーマ定義書を利用した、と回答した企業は3社となっている。また利用した企業のうち、役立ったと回答した企業は3社となっている。

役立った理由として、システムに実装する際に不可欠な情報であることや流通BMSと業務システム向けインターフェースとのマッピングの際に利用できたことが挙げられている。

(3) 流通BMSのドキュメントに関して

⑥ スキーマ定義書

a. スキーマ定義書を利用しましたか？

利用した	3
利用しない	8

b. スキーマ定義書を利用された方に伺います。スキーマ定義書は役に立ちましたか。

役に立った	3
役に立たなかった	0
どちらとも言えない	0

c. b.の回答の理由をご記入ください。

- ・ 提供されているスキーマと同様に、システムとして実装する場合に役立った。(実装する場合には必要不可欠です。)
- ・ 流通BMSと業務システム向けI/Fファイルのマッピングに利用した。
- ・ 不明点があった時に参考になった。

図 III-33: 流通BMSのドキュメントに関する集計結果(スキーマ定義書)

⑦ メッセージ利用ガイドライン

流通BMS利用の際に、メッセージ利用ガイドラインを利用したと回答した企業は7社となっており、そのうちメッセージ利用ガイドラインが役に立ったと回答した企業が6社となっている。

役に立った理由として、各メッセージの意味合いを確認する際に有用であったことや導入の際の不明点の確認に使用したことが挙げられている。

(3) 流通BMSのドキュメントに関して	
⑦ メッセージ利用ガイドライン	
a. メッセージ利用ガイドラインを利用しましたか？	
利用した	7
利用しない	4
b. メッセージ利用ガイドラインを利用された方に伺います。メッセージ利用ガイドラインは役に立ちましたか。	
役に立った	6
役に立たなかった	1
どちらとも言えない	0
c. b.の回答の理由をご記入ください。	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 各メッセージの意味合いを再確認するのに役立った。 ・ 流通BMSを使用するに当たって、業務プロセスとメッセージの適用を決定する時に利用した。 ・ 不明点があった時に、ガイドラインを確認し判断を行うことができた。 ・ BMSを導入するにあたり、不明な点について確認を行った。 ・ 標準化準備のため必須。 ・ 相対調整には、主にメッセージ定義書と協定シートを活用。(メッセージ利用ガイドラインは、主にWGで検討に活用) ・ 「流通BMS」各メッセージについて、よく整理されている。 	

図 III-34: 流通BMSのドキュメントに関する集計結果(メッセージ利用ガイドライン)

⑧ その他のドキュメントに関して

その他流通BMS導入／利用の際に利用したドキュメントについて、GMS業界との間で先行して導入している企業では、GMSとの間で使用した協定シートが挙げられている。また流通システム開発センターのほか、各種ベンダが主催するセミナー資料などを利用した、という意見が挙げられている。

前述の各種流通BMS関連のドキュメントのほかに必要と考えるドキュメントとして、各メッセージ項目に入力可能なデータ型を示した仕様書などの新規ドキュメントや、協定シートにASPを利用する場合と利用しない場合の具体的な記入例が必要なことなどの要望が挙げられている。

(3) 流通BMSのドキュメントに関して

⑧ その他のドキュメントについて

a. その他に、他業界のガイドライン等、導入時に利用されたドキュメントがあれば、ドキュメント名とその用途をご記入ください。

- ・ EDIパッケージで用意された、具体的な流通BMS対応資料を利用した。
- ・ GMS流通BMS協定シート: 百貨流通BMS協定シートと比較し、過去の記入を参考にしました。
- ・ 流開のセミナー資料、システム・ベンダー主催のセミナー資料 等。
- ・ マッピングのみの段階では、特にございません。

b. 流通BMS導入に向けて、他にも欲しいドキュメントがあれば、理由と合わせてご記入ください。

- ・ メッセージ項目に入力可能なデータ型が仕様書としてまとまっていると、マッピングの際のミスや混乱が少なくなるのではと考える。
- ・ 協定シートについて、ASP利用時、利用しない時、それぞれの具体的な記入例があると便利だと思います。
- ・ よりスムーズに取組みができるように、事例を基に導入時のQ&Aの作成。
- ・ 先行企業の導入事例集(投資額/機器構成/メッセージ種/データ量/ランニングコスト)
- ・ 本格稼働に向けて、以下を要望。
 - ①百貨店業界でお取引先が利用できるパッケージ・ソフト、ASPサービスの一覧。
 - ②流通BMSの最新ニュース。
- ・ (業界全体の最新動向、ベンダーの新サービス、お取引先の新規導入事例、等)
- ・ 「実証」(～本番)を踏まえた「Q&A: 百貨店業界版」(事例集)。
- ・ 「ありがちな」誤解・ミスを事前に防止し、「具体的な事例」として参考になるから。
- ・ マッピングのみの段階では、特にございません。
- ・ サーバー認証、クライアント認証の漫画がわかり易く書いてある資料があると良い。
- ・ 同じ認証局を使用する取引先とは証明書を交換しなくても良いはずだが、たびたび証明書の交換を求められた。



図 III-35: 流通BMSのドキュメントについての集計結果(その他ドキュメントについて)

5.2 定量的な効果 ～効果測定項目シート取りまとめ結果～

効果測定項目シートでは、「(1)システム面の期待効果」、「(2)業務面の期待効果(百貨店)」、「(3)業務面の期待効果(取引先)」という3つの内容について共同実証参加企業より回答を収集している。ここでは各百貨店および取引先から収拾した効果測定項目シートの収集内容について、企業ごとに示す。

(1)システム面の期待効果

システム面での実測値または想定値に関して、百貨店、取引先の両方にご回答いただきます。

(2)業務面の期待効果(百貨店)

業務面での実測値または想定値に関して、百貨店さまにご回答いただきます。

(3)業務面の期待効果(取引先)

業務面での実測値または想定値に関して、取引先にご回答いただきます。

(B) 業務面の期待効果(百貨店)									
No.	分類	測定項目	単位(期)	登録人数	集計	登録人数	集計	登録人数	集計
1	商品関連	商品仕入れ時間	時:分:秒	100	100	100	100	100	100
2		商品仕入れコスト削減率	%	100	100	100	100	100	100
3		商品仕入れコスト削減額	円/月	100	100	100	100	100	100
4		商品仕入れコスト削減率(%)	%	100	100	100	100	100	100
5	在庫関連	在庫管理時間	時:分:秒	100	100	100	100	100	100
6		在庫管理コスト削減率	%	100	100	100	100	100	100
7		在庫管理コスト削減額	円/月	100	100	100	100	100	100
8		在庫管理コスト削減率(%)	%	100	100	100	100	100	100
9	物流関連	物流管理時間	時:分:秒	100	100	100	100	100	100
10		物流管理コスト削減率	%	100	100	100	100	100	100
11		物流管理コスト削減額	円/月	100	100	100	100	100	100
12		物流管理コスト削減率(%)	%	100	100	100	100	100	100
13	情報関連	情報管理時間	時:分:秒	100	100	100	100	100	100
14		情報管理コスト削減率	%	100	100	100	100	100	100
15		情報管理コスト削減額	円/月	100	100	100	100	100	100
16		情報管理コスト削減率(%)	%	100	100	100	100	100	100
17	システム関連	システム管理時間	時:分:秒	100	100	100	100	100	100
18		システム管理コスト削減率	%	100	100	100	100	100	100
19		システム管理コスト削減額	円/月	100	100	100	100	100	100
20		システム管理コスト削減率(%)	%	100	100	100	100	100	100
21	セキュリティ関連	セキュリティ管理時間	時:分:秒	100	100	100	100	100	100
22		セキュリティ管理コスト削減率	%	100	100	100	100	100	100
23		セキュリティ管理コスト削減額	円/月	100	100	100	100	100	100
24		セキュリティ管理コスト削減率(%)	%	100	100	100	100	100	100
25	その他	その他管理時間	時:分:秒	100	100	100	100	100	100
26		その他管理コスト削減率	%	100	100	100	100	100	100
27		その他管理コスト削減額	円/月	100	100	100	100	100	100
28		その他管理コスト削減率(%)	%	100	100	100	100	100	100

図 III-36: 効果測定項目シートにおける収集項目

5.2.1 高島屋

高島屋の共同実証結果を以下に示す。

(1) 総評

① 流通BMSの導入にあたって

インフラ面での導入稼働は既存EDIと変わらないと感じたが、業界で標準化されたメッセージを採用したことで、今までのEDIで行っていたような、取引先毎のイレギュラーな対応が無くなるため、接続調整や導入が容易になることが見込める。

② 流通BMSの運用

値札レス、伝票レス、検品レス(箱検品)といったこれまで取組んできた効率化の取組みが、流通BMSを採用しても継続的に進められることを確認できた。今後は、標準メッセージを採用したことにより取引先の大幅な拡大が期待でき、これら業務効率化の取組みについても大きく拡大されていくと予想している。

また、インターネット技術の採用で通信インフラが下がり、中小の取引先の導入ハードルが下がれば、仕入データの情報量が増加し、情報分析業務の精度向上と効率化も期待できる。

(2) システム面での主な効果

① EDI取組みの拡大

これまで複数のEDIの規格が乱立する中でEDI化に踏み切れなかった取引先と、流通BMSが業界標準となったことにより、EDIの取組みが大幅に拡大されると予測される。そして、値札レス、伝票レス、検品レス(箱検品)といった取組みのベースとなるASN/SCM取組み先も増えることが想定される。

■ 想定しているEDI化率およびASN/SCM取組み先企業数

- EDI化率 : (現在)20% → 流通BMS拡大時)50%
- ASN/SCM取組み先企業 : (現在)14件 → 流通BMS拡大時)400件

(3) 業務面での主な効果

① マスタ登録作業の効率化を実現

バイヤー独自の管理項目が設定可能となり、今までエクセルに項目を入力し別途作成していた集計作業が大幅に軽減した。

② 商品管理情報の拡大

- 単品管理の拡大

流通BMS導入によりダラーから単品管理にシフトされる品目や、取引先増加数などによる管理単品数の増加が見込めることを確認できた。今後の取組み拡大によっては、現在の取扱い単品数

1,500万件を8,000万件に、単品管理の割合20%を50%にまで拡大可能である。

- **ダラー管理のサポート**

逆に、ベンダーの撤退で停止していた独自のダラー管理の取組みも、流通BMSでサポートされて再開可能になった。ダラー管理しかできない、もしくはダラー管理の方が適している商品や売場においては、ダラー管理での運用が可能になる。

- **消化取引のサポート**

消化取引も管理できるようになるため、商品管理の情報量が大幅に向上し、商品分析の効率化に繋がる。

③ 伝票レス拡大による各種効果

これまでも取組んできた「伝票レス」の取組みが、流通BMS導入後も継続し拡大できることを確認している。今後、標準として普及が進むことにより、現在も発行している発注伝票12,000枚／日をゼロにすることも可能である。発注伝票がゼロになった場合、20名／日の発注伝票入力要員、400万円／年の伝票保管費用、100万円／年の償却費用がすべて不要になる。その他、350枚／年ある伝票の入カミスも無くなり、業務の効率化にも寄与すると考えている。

④ 支払案内書の費用削減

これまでもASPなど利用しながら支払案内のデータ化、ペーパーレス化を行ってきたが、流通BMS導入により今後はASPも介さず直接送付できることを確認している。現在7,500枚／月の支払案内書を発行しているが、流通BMSの普及によってはこれをゼロにすることも可能であり、その場合、切手代・封書・印刷代など100万円／月のコスト削減に繋がる。

5.2.2 小田急百貨店

小田急百貨店の共同実証結果を以下に示す。

(1) 総評

① 流通BMSの導入にあたって

手順の理解・相対取引先とのビジネスプロセス決定、メッセージのマッピング調整・試験・導入等、初回導入をするに当たっての手順は、それまでのEDIとほぼ同等であった。ただし、流通BMSという新たなEDI規格の採用ではあったが、ドキュメント類などは、まずまず整備が進んでおり、大きなトラブルや手間が発生することは無かった。

② 流通BMSの運用

流通BMSの採用により、今回新たな取引先とのEDI化を実現することができた。また、流通BMS導入が間に合わない取引先でも、ASPを経由することで、取引先は既存EDIのままで、流通BMSでの接続が可能であることが確認できた。今後、自社ではEDIを流通BMSへの一本化することによりさらなる効率化につなげていきたいと考えている。

(2) システム面での主な効果

① 流通BMS一本化によるシステム投資効率化

取引先が既存EDIのままだでもASPを利用して接続できることを確認した。流通BMS一本化が現実的に可能であると確信した。

(3) 業務面での主な効果

① 現状業務担保と効率化を確認

マスタ登録自動化により登録作業が不要になることを確認した。流通BMS採用による単品情報の充実と合わせて、業務効率化につながるものと期待している。

② ASN／SCMの取組み拡大

今回の共同実証では間に合わなかったが、流通BMSを利用してASN／SCMの取組みについても拡大予定である。今後流通BMSの取組みの拡大に合わせて、ASN／SCMの取組み先も拡大して、業務効率化につなげていく。

5.2.3 丸井

丸井の共同実証結果を以下に示す。

(1) 総評

① 流通BMSの導入にあたって

共同実証では、期間的な制約はあったものの、ASPを利用したことやパートナー企業がスーパー業界との間で流通BMSを導入済みであったこともあり、比較的スムーズにスタートを切ることができた。また実用段階では、「利用ガイドライン」や「協定シート」等、業界標準の導入支援ツールが整備されることにより、小売～お取引先間の確認や調整がより効率的かつ適確に行えるようになるものと期待している。

② 導入後の運用状況から効果実現に手ごたえ

実際に運用を行ってみると、当初期待効果としてあげていた『人的作業の削減』や『システム投資の効率化』は、十分に実現可能であると確信できた。 今後は、MD面においてお取引先との取り組みを進めるにあたり、業界標準の情報共有ツールである流通BMSを積極的に活用していきたい。

(2) システム面での主な効果

① 共同実証では初期投資を抑え、スモールスタートを実現

ASPを利用してスモールスタートしたことにより、既存EDIにくらべて1／2～1／3程度の低コストで

導入を実現できた。

② 本格稼働時はシステム開発・管理・運用の効率化・標準化を推進

今後は、EDI方式を流通BMSに一本化していくとともに、ASP経由に加えてお取引先との直接接続も実現し、開発・管理・運用の効率化・標準化に取り組んでいく予定である。また、通信環境がインターネット常時接続に集約されることで高速・大容量化が進むことから、通信コストの削減や処理時間の短縮も見込んでいる。

(3) 業務面での主な効果

① マスタ登録作業の効率化

(a) 商品マスタ登録の投入作業時間削減

流通BMS導入によるマスタ受信・登録の自動化で、人手による登録作業が不要になることを確認。今後、お取引先からのマスタ送付が流通BMSに移行していくことにより、従来500分／日程度かかっていた登録作業の大幅な削減が見込まれる。

(b) 24時間登録受付可能に

従来は、自社担当者の登録作業時間やVAN経由でマスタを受け取れる時間が決まっていたが、流通BMS導入で原則24時間登録受付が可能となることが確認できた。

(c) マスタ登録エラーが低減

従来は、40件／日(対75社)程度のエラーが発生していたが、流通BMSのスキーマチェックにより、エラー発生は半分以下に抑えられると想定している。(共同実証時のエラーはゼロ件)

② 支払案内書のペーパーレス化

これまで書面で送付していた支払案内についても、流通BMSのメッセージにて代用可能であることを確認できた。今後、本格導入により、省紙化とお取引先への支払情報提供タイミングの早期化(従来比で▲7日程度)が見込まれる。

③ 伝票レス・ノー検品による省紙化・業務効率化(予測)

(a) 検品作業の効率化

入荷予定(梱包)、検品受領(梱包)メッセージの採用により、ノー検品を実現(仕入伝票と商品の照合を省略)できることを確認できた。1梱包あたり5～8分程度で行なっていた作業が10秒程度に短縮され、今後本格導入が進むことで納品～店頭投入のリードタイム短縮が期待される。

(b) 仕入伝票の削減

共同実証において約150枚／日の仕入伝票が削減されると予測。流通BMSの本格導入により、伝票レス・ノー検品の取り組み先が現在の33社から100社まで広がった場合、4,000枚／日の削減が期待できる。

5.2.4 三陽商会

三陽商会の共同実証結果を以下に示す。

(1) 導入調整作業が大幅に低減

メッセージが標準化されていること、また各メッセージでの項目意味、内容が統一されていることにより、特別な調整や処理が少なく済み、導入に向けた調整作業が大幅に少なくすることができた。ただし、システムベンダー側での流通BMSへのサポート体制はまだ十分ではないと感じた。今後強化されることを期待する。

(2) POS売上情報の取得による、購買分析の充実化

「ターゲット属性」「ターゲット属性補助」などといった、これまで入手できなかった顧客属性の情報が取得可能になるとともに「レシート単位」でも情報取得が可能になることを確認。今後、実運用時にはこれら情報を活用して購買分析情報の充実化が図れると考える。

(3) 今後の業務内容の改善に期待

今回の共同実証では既存業務の見直しまでは着手できていないが、流通BMSを利用した受発注やASN／SCMの取組みが十分に機能することを引き続き検証し、伝票レスなどといった効率化につなげていきたい。

5.2.5 レナウン

レナウンの共同実証結果を以下に示す。

(1) クライアント型の採用で投資を抑えた導入

今回はJX手順(クライアント)での接続により、当初コストを抑えて導入することができた。今後本格導入を進めるにあたっては、サーバー型導入もしくはASPの利用といったことも視野にいれて検討する必要がある。

(2) 運用コストの削減

これまでJCA手順では電話回線、VAN事業者を利用していたが、流通BMS採用によりインターネット経由で直接メッセージ交換ができることを確認できた。通信およびVAN利用費の削減が可能となった。

■ 【参考】 JCA手順(既存運用)と流通BMS(共同実証)での比較

- 通信費用(既存)5,000円／月→(共同実証)0円／月
- VAN利用費(既存)20,000円／月→(共同実証)0円／月

(3) システム基盤の完成と標準メッセージ採用により、追加導入が容易に

相対毎のマッピング調整やAP開発が不要になり、今後、取組み先拡大時には調整が大幅に削減されると見込んでいる。今回、通信インフラ面では導入実績が乏しいため苦勞したが、今後の普及と合わせて負担が軽減されることを期待する。

■【参考】JCA手順(既存運用)と流通BMS(今後の見込み)での比較(1社追加あたりの相対調整コスト)

- 調整期間(既存)30日間→(今後)3日間程度
- 打ち合わせ回数(既存)5回→(今後)3回程度
- システム対応(既存)20時間→(今後)10時間程度

(4) 店頭業務の効率化

POS売上データが利用できることを確認できたことにより、自社持込み端末での2重スキャンによる売上報告が不要になり、業務の効率化と通信コストの削減につながることを確認できた。

■【参考】JCA手順(既存運用)と流通BMS(共同実証)での比較

- 持込端末のスキャン時間 (既存)10秒/点→(共同実証)0秒
- 持込端末の通信費用 既存から半減程度を想定

(5) POS売上げ情報の取得により、情報分析の精度向上

これまでも自社の持込端末による売上把握はできていたが、POS売上データを百貨店から受け取れることで、自社販売員の不在時などでも売上情報の取得が可能となる。また、POS売上メッセージの活用により、MDに活用できる項目がこれまでの5項目から7項目に増え、今後の商品補充の精度向上につながると思われる。

5.2.6 オンワード樫山

オンワード樫山における共同実証結果を以下に示す。

(1) 既存システムおよび既存業務に一切の変更なく、流通BMS導入百貨店と接続

ASPで既存EDIフォーマットと流通BMSの変換を行なうことで、自社システムや業務には変更なく流通BMS導入百貨店と接続できた。自社のシステム投資が間に合わない段階でも、ASPの仲介によって流通BMSが利用できることを確認できた。

5.2.7 トリンプ・インターナショナルジャパン

トリンプ・インターナショナルジャパンにおける共同実証結果を以下に示す。

(1) 接続先追加時のフォーマット変換調整作業量が低減

昨年度スーパー業界との取組みでインフラ面の導入は済んでおり、今回、百貨店企業と接続するにあたっては、フォーマットが標準化されたことで変換調整にかかる作業量は大幅に低減できた。ただし、接続先との通信設定(の確認)に関する調整項目が増えたこともあり、トータル的な調整稼働の低減までは至らなかったと感じている。

(2) 現行業務の担保性を確認

流通BMSを利用しても、既存業務に支障なく運用できることを確認できた。特に、POS売上メッセージが利用できることを確認できたことにより、自社持ち込み端末による2重スキャン廃止による業務の効率化も現実的となった。

5.2.8 ワコール

ワコールにおける共同実証結果を以下に示す。

(1) 標準メッセージ採用により、各社毎の調整稼働が削減

相対毎のマッピング調整や相対別のAP開発が不要になり、今後、取組み先拡大時には調整稼働が大幅に削減されると見込んでいる。通信手順の調整では、導入実績が乏しいこともあり苦労したが、今後の普及と合わせて軽減されることを期待したい。

■ 【参考】 JCA手順(既存運用)と流通BMS(共同実証)での比較

- マッピング調整(既存)3人日→(共同実証)1人日
- システム対応(AP) (既存) 10人日→(共同実証)1.5人日

(2) 通信の効率化

既存のJCAベースの接続に比べて、既設インターネットを使った高速化とコストダウンを実現。

■ 【参考】 JCA手順(既存運用)と流通BMS(共同実証)での比較

- 通信速度(最大) (既存) 9600bps→ (共同実証) 100Mbps
- 通信費(月額・1接続企業あたり) (既存) 2,000円→ (共同実証) 0円※既設回線併用による

(3) 業務効率化、ペーパーレスの実現を確認

流通BMSを利用したノー検品の実現を確認。仕入伝票が不要となり、今後、全店導入がされた際には

800枚／月の伝票がゼロになると期待している。

売上データについては、これまでも売場に自社端末を持込んで取得できていたが、POS売上メッセージの利用で、ネット販売分等、実店頭売上以外の分も取得できるようになった。今回共同実証では、売上実績の把握が200件／月ほど増加した。

支払案内を受け取り、手入力して自社の売掛データと照合を行っていた作業について、支払案内メッセージを利用して手作業無く、自動照合ができることを確認できた。

(4) 今後の取組み拡大の見込み

2009年末時点でのASN／SCMの取組拡大と、流通BMSの導入率について、以下のとおり想定している。

- ASN／SCMの実施企業数(既存) 1社 → (今後予測)8社ほど
- 流通BMS導入率(既存) 約0.5% → (今後予測)約5%

IV 拡張性の検討

1 目的および実施概要

本検討は、百貨店業界流通ビジネスメッセージ標準の本年度だけでなく数年先を見据えた普及拡大に向けて、さらに付加価値を向上することを目的として検討を行う。

上記の目的を達成するために本年度においては、以下の3点を対象として検討する。

- 伝票レスの実現に向けた検討
- POS売上によるコラボレーションの強化
- 対象商材の拡大に向けた検討

2 伝票レス

2.1 検討の進め方



図 IV-1: 伝票レス検討の進め方

2.2 スーパー業界における検討状況

これまで、業務処理の流れと取引の証拠ならびに会計税務の必要上から、紙で仕入伝票を発行し、受領印を押すなどの処理によって、請求支払いなどの要件が満たされていた。例えば、法人税・所得税の規定ではこれらの書類を所定の期間保存することが義務づけられており、消費税の制度では、請求書等の保存が行われないと、支払消費税の控除が認められないこととなっているなど、税務の運用もすべて紙ベースが前提とされている。

現行で伝票レスによる運用を行う場合、小売／取引先それぞれが個別企業毎に法人税法・所得税法、電子帳簿保存法および消費税法などの観点から所管の税務署と調整／確認を行う必要がある。これに対してスーパー業界の取り組みでは、“流通ビジネスメッセージ標準を使用した場合、個社毎の国税局との調整が不要となる”よう調整・交渉を行っている。

取引の基本契約などで「EDIメッセージ」を商品売買の証憑とみなすことにより、取引当事者間でやりとりされている書類をなくすことができるのであれば、運用費用（伝票代、発行時間、保管コスト、パンチコスト等）が大幅に削減できる。しかし、紙ベースを前提とする税法などの制度との整合性が問題となる。そこで本事業ではEDIによる取引情報すなわち、メッセージを「再度、紙に打ち出さなければならないか」について税法、とりわけ、法人税法・所得税法、消費税法を対象に検討することとした。

(1) 法人税法・所得税法ならびに電子帳簿保存法に関する検討内容

法人税法・所得税法においては、商取引に係る仕入伝票や、請求書等を紙で保存するという基本的な規定がある。しかし、企業間の取引がEDIなどの方法で電子的に行われるケースが増加していることに対応して、「電子帳簿保存法」が策定・施行される。スーパー業界事業では、法人税法(所得税法)に関連して、EDI取引が電子帳簿保存法で規定する「国税関係書類以外」とすることが出来るか、についての検討を行った。

法人税法での伝票レス実現に向けた要件として以下があげられている

・ 前提条件

- 各社の経理規程が、法人税、所得税の各税法の求める要件を満たしていること。
- 電子保存する受領メッセージ等は、その経理規程に基づいた経理システムが正しく運用された結果作成されていること。
- 電子保存においては、電子帳簿保存法施行規則が求める以下の5つの要件を満たしていること。

①履歴確保	…「受領メッセージ」等が対応
②相互関連性	…「受領メッセージ」等が対応
③処理過程の書類保存	…各社システムドキュメントの整備
④見読可能性	…各社の電子保存システムで対応
⑤検索機能の確保	…各社の電子保存システムで対応

検討の結果、電子取引の電子データは電子帳簿保存法第11条第2項にあるとおり、「国税関係書類以外の書類とみなされる」ため、EDI取引に関するデータの電子保存は所轄の税務署の申告を必要としないことが確認された。

(2) 消費税法に関する検討内容

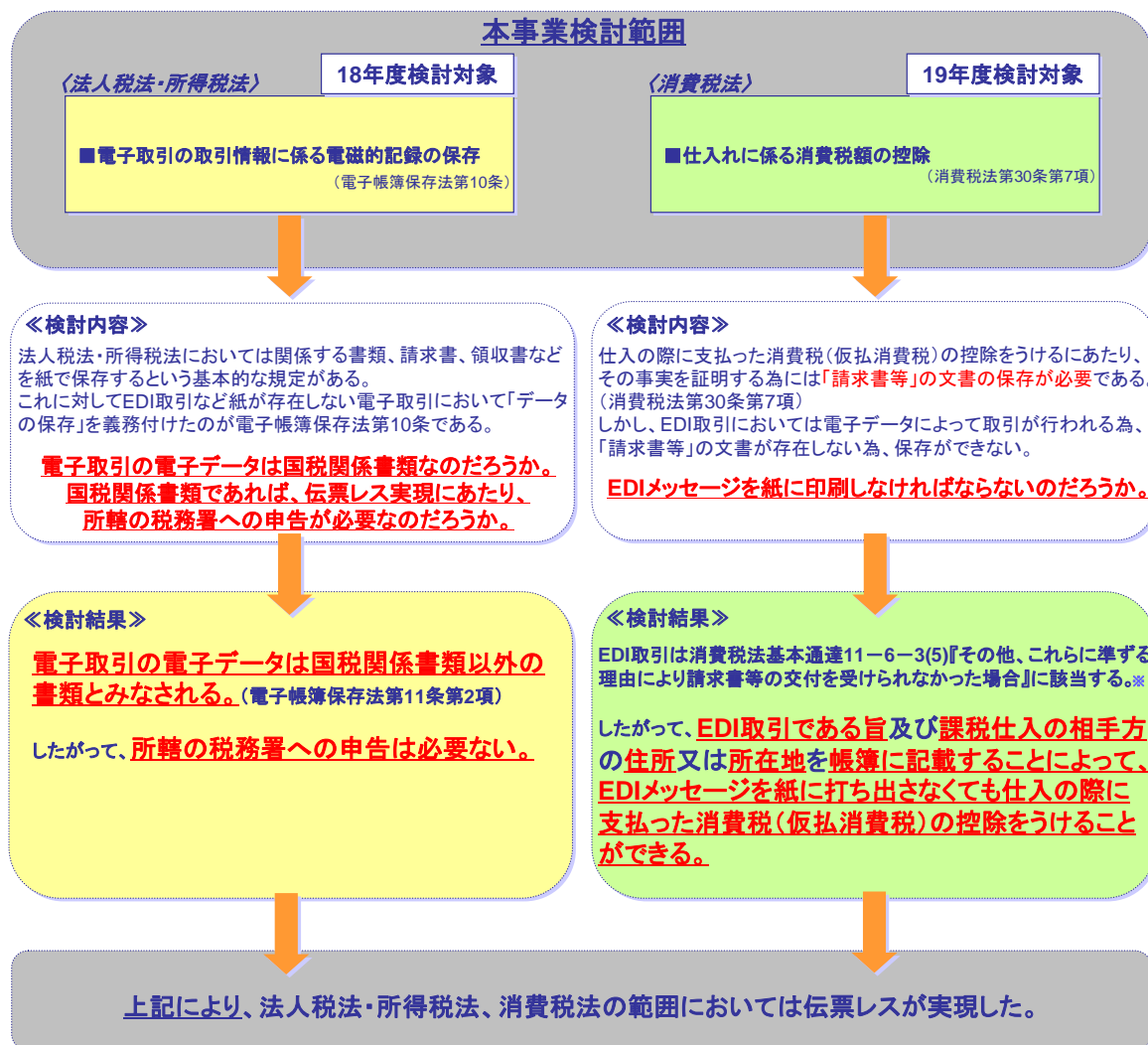
消費税法では、税務署に支払う消費税額のうち、取引先企業との取引の際に支払う消費税(仮払消費税)の控除を受けるために、その事実を証明する必要があるため「請求書等」の文書の保存が必要であることを規定している。しかしEDI取引では、基本的に取引は電子的に行われるため、消費税法で規定する「事実を証明する文書」は紙では存在していないため、文書の保存ができない。そのため、消費税法の規定に従う場合、取引内容は全て紙で保存する必要があるのか、について検討を行った。

検討の結果、EDI取引は「消費税法基本通達11-6-3(5)」で規定される「その他、これらに順ずる理由により請求書等の交付を受けられなかった場合」に該当する。これにより「流通BMSを使用して電子取引を行う場合、紙の請求書等が作成されないが、帳簿(総勘定元帳など)にその旨を記載することで支払い消費税の控除を受けることができる。」としている。その方法として、例えば「総勘定元帳にEDI取引である旨、ならびに相手方の名称に加えて住所を記載する」ことが挙げられている。

※この消費税法における伝票レス実現要件に関して、スーパー業界事業事務局より「EDI取引を行った場合の消費税法第30条第7項適用関係について」の照会文を国税局に対して、提出した。その

結果国税局より流通BMSをはじめとするEDI取引が、消費税法における伝票レスの要件を満たしていることについての回答文書が提示された。

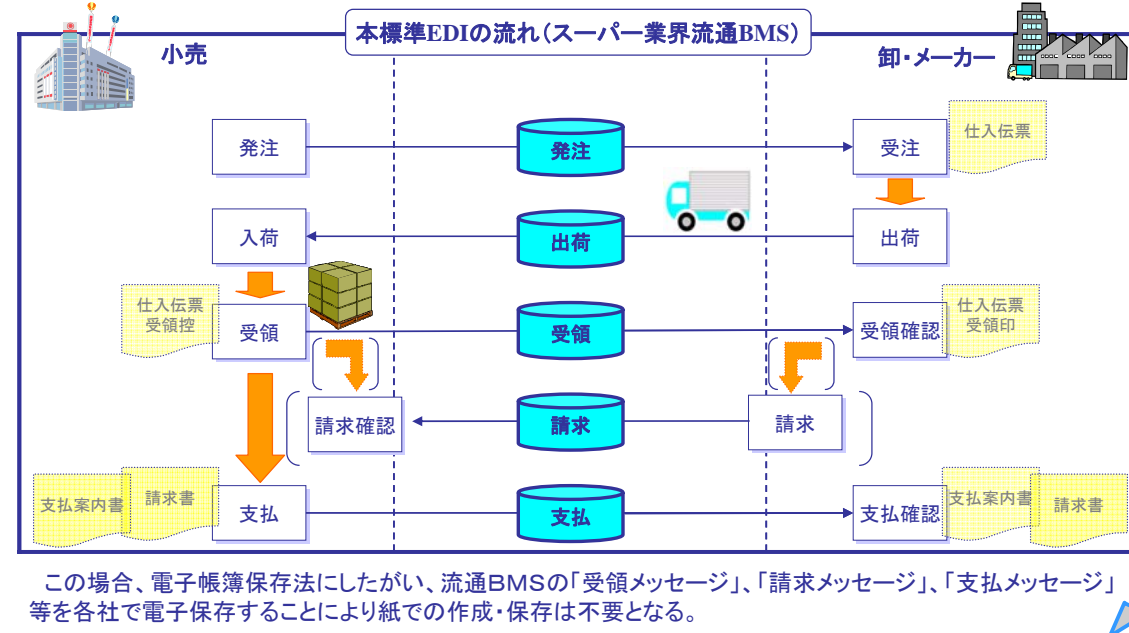
※照会文および回答内容については国税庁HPに示されている以下の回答文書をご参照頂きたい。
(<http://www.nta.go.jp/tokyo/shiraberu/bunshokaito/shohi/200321/01.htm>)



※本事業からの『EDI取引を行った場合の消費税法第30条第7項適用関係について』に対する国税局からの回答文書については、
<http://www.nta.go.jp/tokyo/shiraberu/bunshokaito/shohi/200321/01.htm>を参照。(国税庁HP)

図 IV-2:スーパー業界における伝票レス検討内容

流通標準EDIは、発注～決済までを電子的に処理することにより、紙の仕入伝票がなくとも商取引を可能とした。それにより、紙の仕入伝票作成費用の削減、決済後の現物保存の費用削減が実現できるようになった。



スーパー業界 運用ガイドライン記載予定 (案)

図 IV-3:スーパー業界の業務プロセス／EDIメッセージと対象伝票

2.3 百貨店業界における伝票レス実現に向けた要件検討

百貨店流通BMSにおける伝票レス実現に向け、スーパー業界と同様の解釈を適用することが出来ると考えられる。百貨店業界流通ビジネスメッセージ標準を利用した場合の伝票レス実現モデルをあえて当てはめた場合のプロセスを以下に示す。

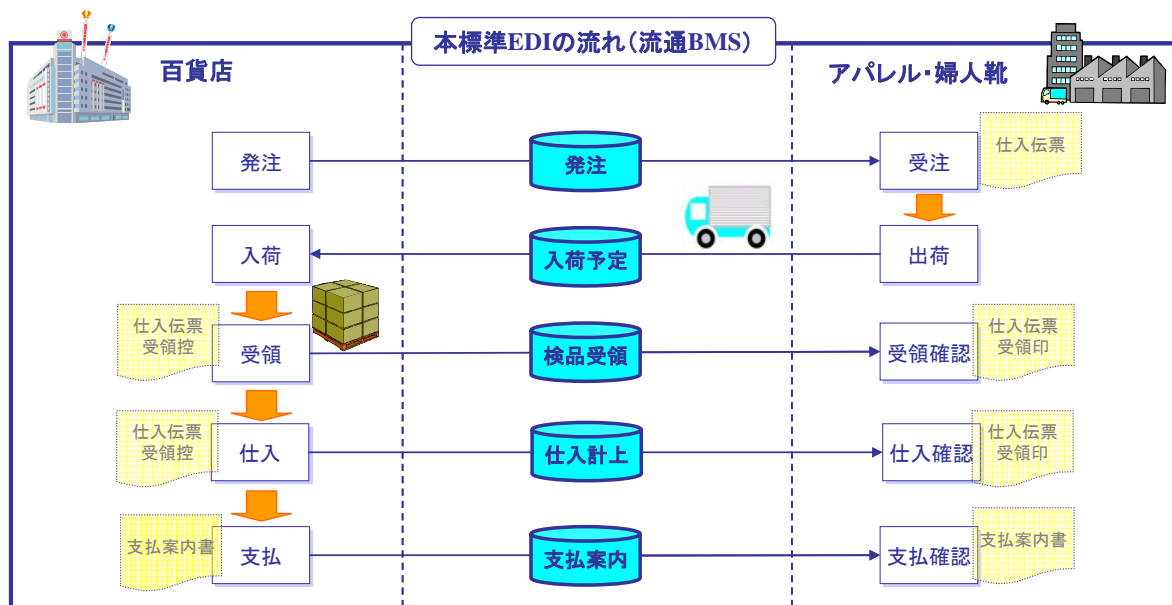


図 IV-4:百貨店業界の業務プロセス／EDIメッセージと対象伝票

法人税法における伝票レス実現要件として、電子帳簿保存法取扱通達により、「取引が確定した情報」のみを保存しておくことが認められているが、百貨店企業において本要件を鑑みた場合、「仕入など取引が確定した情報」を保存しておく必要がある。百貨店側の「仕入」は各社の会計方針における規程に則り計上される。従って、百貨店流通BMSにおいては「仕入計上メッセージ」等あるいはそのもととなるデータが該当する。百貨店側としてはこの情報を電子的に保存することで、法人税法における伝票レスの要件を満たすこととなる。

アパレル・婦人靴などの取引先企業において本要件を鑑みた場合、「取引先企業にとって取引(売上)が確定する」情報を電子的に保存しておく必要がある。取引先企業にとっての売上確定は、各社の会計方針に基づき行われる。取引先における売上計上として、「出荷基準売上計上」と「引渡し(百貨店受領)基準売上計上」が挙げられる。「出荷基準売上計上」を採る取引先の場合、自社からの出荷実績を表す情報を電子的に保存しておく必要がある。

「引渡し基準売上計上」を採る取引先の場合、百貨店側の受領あるいは仕入計上を表す情報を電子的に保存しておく必要がある。

■ 伝票レスの実施にあたっては、各社の確定データの保存が必要となります。百貨店、アパレル・婦人靴業界では様々なタイミングでの売上計上が予想されますが、例えば出荷基準で売上計上を行なう場合は、証憑として「入荷予定データ」を保持する必要があります。

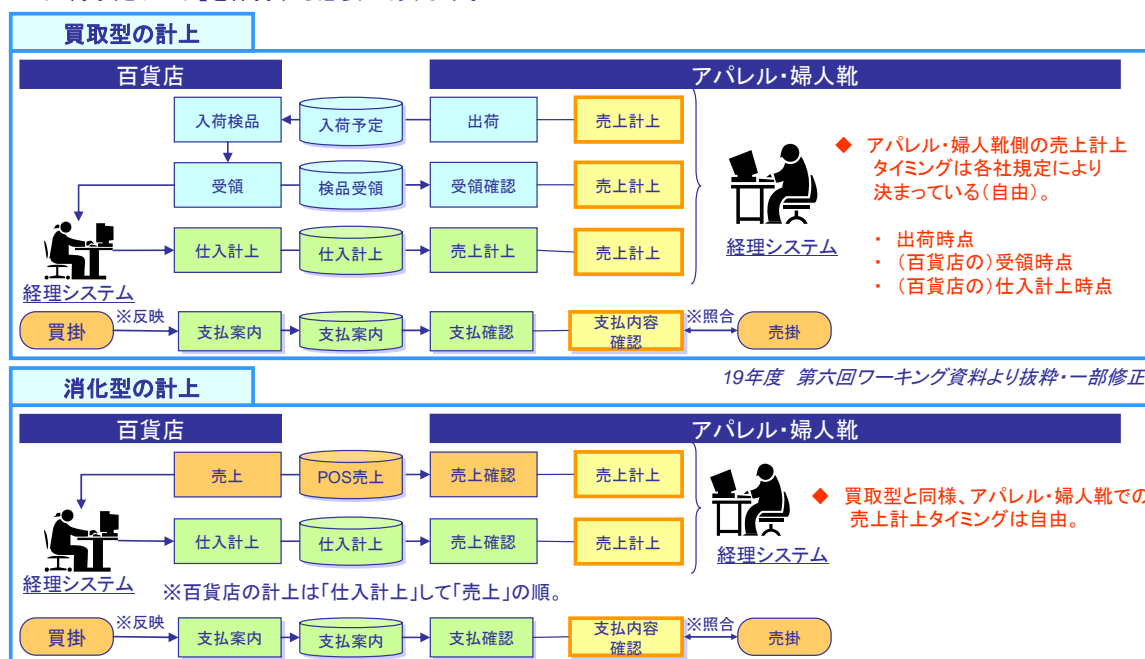


図 IV-5: 百貨店業界における伝票レス検討

2.4 検討結果

百貨店業界における伝票レス実現のためには、スーパー業界事業における検討内容を踏襲し、各社が以下の要件を満たす必要がある。

- 電子帳簿保存法に関しては、スーパー業界と同様各企業が所管の税務署に「伝票レス」を実施する旨の申告は必要ない。但しその際、各社の会計方針に則り、必要な情報（取引が確定した情報等）を電子保存する必要がある。
- 消費税法に関しては、スーパー業界と同様帳簿（総勘定元帳等）に「EDI取引であること」および「相手方の住所などの情報を記載」し、請求書等の必要書類を電子データとして保管することで、仮払消費税の控除を受けるための要件を満たすことが出来る。

上記の点が確認されたが、国税庁や所轄税務署等の調査時には必要な情報を提示できるよう、各社が対応できる体制や仕組みを準備しておく必要がある。そのような場合を想定し、百貨店ビジネスメッセージ標準を利用した場合のメッセージ間の項目引継ぎ関係についても検討する。詳細内容については、巻末の「参考資料2.1 百貨店流通ビジネスメッセージ標準 メッセージの項目引継ぎ関係」をご参照頂きたい。

3 売上情報共有によるコラボレーション強化

本年度検討の結果、POS売上メッセージに「ターゲット属性／ターゲット属性補助」および「実売金額」項目が追加される。

これらの検討結果をふまえ、POS売上メッセージの利用促進による百貨店－アパレル・婦人靴企業間のコラボレーションの強化に関する検討を行う。

3.1 POS売上における業務運用上の課題

現状、百貨店店頭における売上実態の把握は、百貨店側からのPOS売上情報と取引先側の持ち込み端末による売上情報により行われているが、百貨店と取引先において売上登録作業が重複している。また両者が集計する情報（POS売上、購入した顧客の属性等）においてデータの精度が合わないことや収集したデータの内容が合わない（揃わない）という問題が発生している。

流通BMS「POS売上メッセージ」を使用することで、これらの課題を解決し、百貨店－取引先間の更なるコラボレーション実現に向けた検討を行う。

3.2 検討結果（コラボレーション実現に向けた対応策）

（1）「ターゲット属性」および「実売金額」項目の追加

百貨店、取引先間の作業の重複については、百貨店から提供されるPOS売上メッセージの精度を向上し、取引先側で売上情報収集を行う必要のない仕組みとすることで、解決することを想定している。

ターゲット属性およびターゲット属性補助を使用することで、百貨店店頭において購入した顧客の属性を共有し、百貨店側においては購入顧客層の分析に使用することが期待できる。また取引先においては

同様に購入顧客層の分析のほか、それをもとに商品企画においてターゲットとしていた顧客層への販売に関する検証を行うことや次期商品企画へ活用することが期待できる。

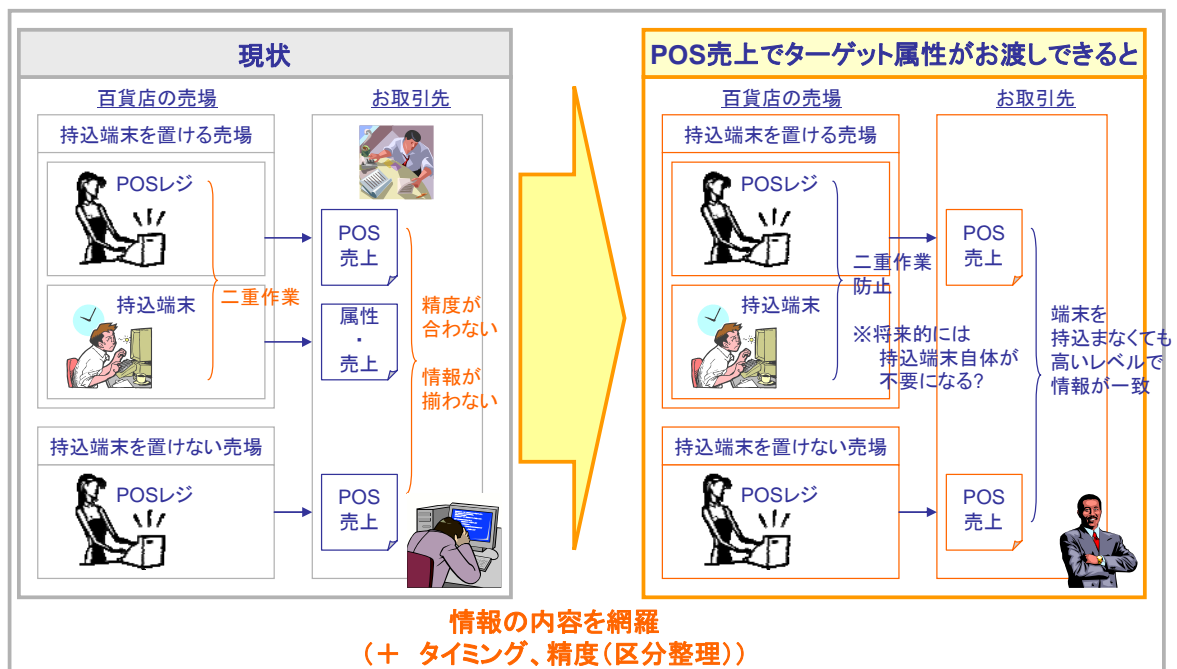


図 IV-6: POS売上によるコラボレーション実現イメージ

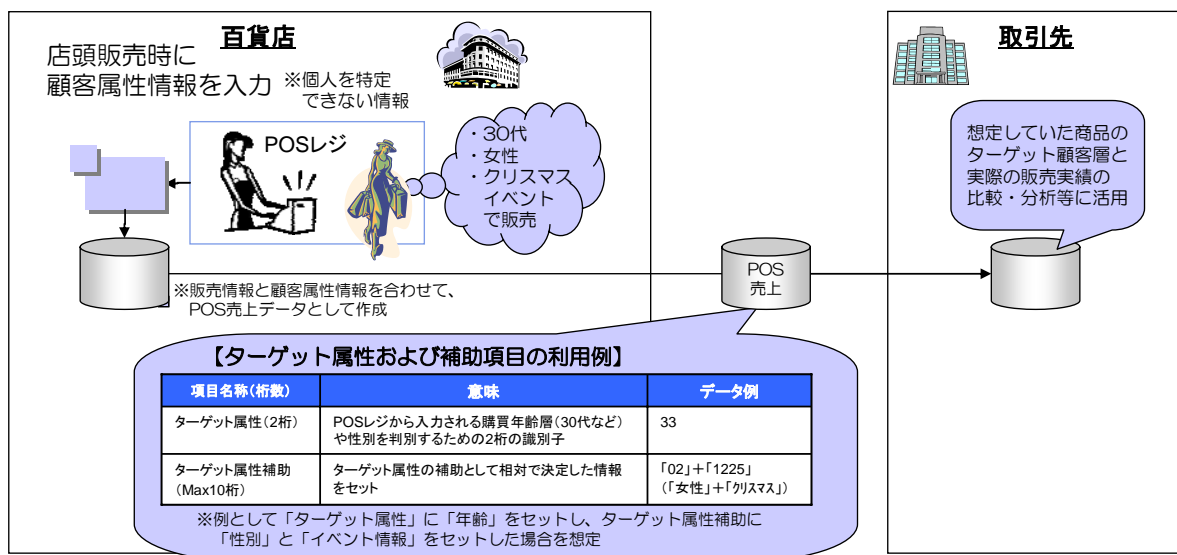


図 IV-7: ターゲット属性項目の利用イメージ

なお、ここでいう「ターゲット属性」とは、POSレジから入力される購買年齢層(30代など)や性別を判別するための情報である。取引先が該店舗における補充商品を決定する際に参考とするための情報であり、顧客個人を特定するものではない。

また、POS売上メッセージに「メッセージ精度向上検討」にて述べたように、「実売金額(税抜)」「実売金額(税込)項目が追加されている。この項目を利用することで、POS売上メッセージを受信する取引先企業側で実売のデータを改めて計算する手間が省かれるため、重複作業を削減することができる。

百貨店ー取引先間で共有することで、百貨店店頭で取引先の端末を持ち込めない売場などでも取引先側がPOS売上情報を入手することが出来るなど、メリットが大きいと考えられる。

(2) POS売上メッセージの送受信タイミング、データ内容について

本検討では、百貨店企業からPOS売上メッセージを送付する際の頻度や、データの内容について確認を行っている。

商品別集計単位のPOS売上では、1日分の集計処理の結果を送信しており、売上発生日当日あるいは翌日に送信することが一般的、との回答が得られている。

レシート単位のデータでは、売上発生日当日あるいは翌日に送信することが一般的であるが、取引先企業の要望によっては営業時間中に送信することも検討対象となるとの回答が得られている。一部の百貨店によっては30分間隔の送付も可能との意見がある。

またPOS売上データの内容としては「全件データを送付する場合」と「差分データを送付する場合」のどちらの運用を行っているかについては、「差分データ」との回答が多い、という結果となった。

4 対象商材の拡大

平成18年度～平成20年度において、百貨店次世代EDI(流通BMS)検討では、アパレル・婦人靴商材を対象にEDIビジネスプロセスやメッセージを検討し、共同実証によりその有効性を検証している。

平成21年度以降に百貨店流通BMSの適用範囲を広げ、対象商材を拡大するために、「どのような商材(分類)を優先的に検討すべきか」「商材拡大にあたって予想される注意点」についてアンケート形式で意見を収集し、アンケート結果を元に、百貨店業界としての方針を検討する。

4.1 調査内容

「流通BMS検討ワーキング」に参加している百貨店企業を対象として、アンケート形式の調査を実施する。調査内容を以下に示す。

商材拡大に関するアンケート

(回答社数 = 11)

アンケート内容		分類一覧																																																																																																			
<p>① 次年度以降、優先的に検討すべきと思われる商材についてご回答下さい。</p> <p>・ 第一優先 ～ 第三優先</p> <p>・ 検討のポイント</p>		<table border="1"> <thead> <tr> <th>分類番号</th> <th>大分類</th> <th>小分類</th> <th>備考</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>1</td><td>紳士服・洋品</td><td>18年度～20年度で対応</td></tr> <tr><td>1</td><td>2</td><td>婦人服・洋品</td><td>18年度～20年度で対応</td></tr> <tr><td>1</td><td>3</td><td>子供服・洋品</td><td>18年度～20年度で対応</td></tr> <tr><td>1</td><td>4</td><td>その他衣料品</td><td>18年度～20年度で対応</td></tr> <tr><td>2</td><td>1</td><td>靴・履物</td><td>18年度～20年度で対応</td></tr> <tr><td>2</td><td>2</td><td>かばん</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td>3</td><td>その他身の回り品</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td>1</td><td>化粧品</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td>2</td><td>美術・宝飾・貴金属</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td>3</td><td>その他雑貨</td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td>1</td><td>家具</td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td>2</td><td>家電</td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td>3</td><td>その他家庭用品</td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td>1</td><td>生鮮食品(青果・鮮魚・食肉)</td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td>2</td><td>菓子</td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td>3</td><td>惣菜</td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td>4</td><td>その他食料品</td><td></td></tr> <tr><td>6</td><td>1</td><td>食堂・喫茶</td><td></td></tr> <tr><td>7</td><td>1</td><td>サービス</td><td></td></tr> <tr><td colspan="4">～ その他の切り口 ～</td></tr> <tr><td>9</td><td>1</td><td>グロッサリー</td><td>酒類・加工食品・日用品 スーパー業界で運用中</td></tr> <tr><td>9</td><td>2</td><td>ギフト商品</td><td>食品・日用品など</td></tr> <tr><td>9</td><td>3</td><td>その他</td><td></td></tr> </tbody> </table>				分類番号	大分類	小分類	備考	1	1	紳士服・洋品	18年度～20年度で対応	1	2	婦人服・洋品	18年度～20年度で対応	1	3	子供服・洋品	18年度～20年度で対応	1	4	その他衣料品	18年度～20年度で対応	2	1	靴・履物	18年度～20年度で対応	2	2	かばん		2	3	その他身の回り品		3	1	化粧品		3	2	美術・宝飾・貴金属		3	3	その他雑貨		4	1	家具		4	2	家電		4	3	その他家庭用品		5	1	生鮮食品(青果・鮮魚・食肉)		5	2	菓子		5	3	惣菜		5	4	その他食料品		6	1	食堂・喫茶		7	1	サービス		～ その他の切り口 ～				9	1	グロッサリー	酒類・加工食品・日用品 スーパー業界で運用中	9	2	ギフト商品	食品・日用品など	9	3	その他	
分類番号	大分類	小分類	備考																																																																																																		
1	1	紳士服・洋品	18年度～20年度で対応																																																																																																		
1	2	婦人服・洋品	18年度～20年度で対応																																																																																																		
1	3	子供服・洋品	18年度～20年度で対応																																																																																																		
1	4	その他衣料品	18年度～20年度で対応																																																																																																		
2	1	靴・履物	18年度～20年度で対応																																																																																																		
2	2	かばん																																																																																																			
2	3	その他身の回り品																																																																																																			
3	1	化粧品																																																																																																			
3	2	美術・宝飾・貴金属																																																																																																			
3	3	その他雑貨																																																																																																			
4	1	家具																																																																																																			
4	2	家電																																																																																																			
4	3	その他家庭用品																																																																																																			
5	1	生鮮食品(青果・鮮魚・食肉)																																																																																																			
5	2	菓子																																																																																																			
5	3	惣菜																																																																																																			
5	4	その他食料品																																																																																																			
6	1	食堂・喫茶																																																																																																			
7	1	サービス																																																																																																			
～ その他の切り口 ～																																																																																																					
9	1	グロッサリー	酒類・加工食品・日用品 スーパー業界で運用中																																																																																																		
9	2	ギフト商品	食品・日用品など																																																																																																		
9	3	その他																																																																																																			
<p>② (アパレル・婦人靴を対象とした)現在の流通BMSと親和性が高いと思われる商材についてご回答下さい。</p> <p>・ 第一位 ～ 第三位</p>																																																																																																					
<p>その他、商材拡大に関するご意見がございましたら、ご記入下さい。</p>																																																																																																					

図 IV-8: 商材拡大に関するアンケート内容

4.2 検討内容(アンケート実施結果)

「商材拡大に関するアンケート」の集計結果について、以下に示す。

(1) 優先的に検討すべきと思われる商材

各社が回答した内容を集計した結果、「雑貨・化粧品(14pt)」、「食料品・生鮮食品(青果・鮮魚・食肉)(11pt)」、「身の回り品・その他身の回り品(9pt)」、「雑貨・その他雑貨(6pt)」の順となっている。

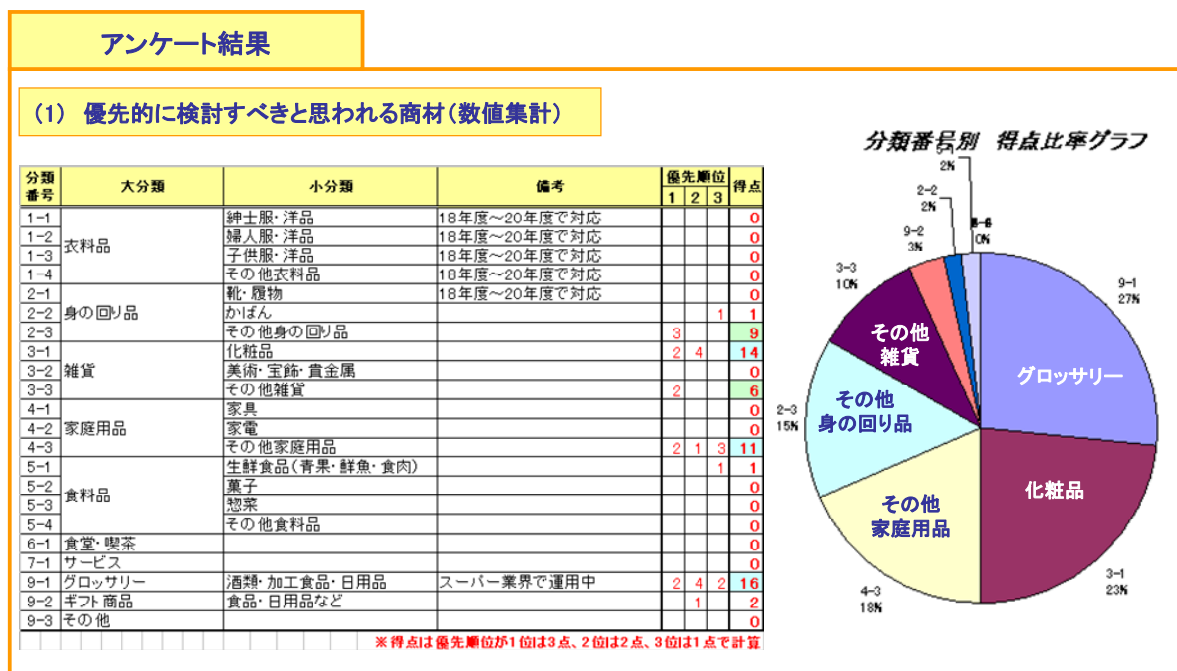


図 IV-9: 「優先的に検討すべきと思われる商材」についての集計結果

上記回答に関連した各社からのコメントを以下に示す。

検討のポイント、コメントなど		(※)上位5分類に関するコメントのみ抜粋		
順位	分類番号	分類名	補足説明	検討のポイント
1	9-1	グロッサリー	酒類、加工食品、日用品	先行導入のGMSを参考にしつつ、百貨店における運用方法について要検討
				アパレル・婦人靴と同じフォーマットでは無理。
				酒類区分、発泡区分等の項目が必要になるのではないのでしょうか。GMSを参考に検討していきたい。
				売仕スーパービジネスモデルのスーパー業界メッセージ適用可否
				他業界の運用事例を踏まえた上で、百貨店業界に合った導入方法を検討すべき。単なるPLU、ASNのみの導入と、商品の原料原産地等の情報まで情報共有していく場合と切り分けて検討しなければならないと思う。また、同一商品(同じGTIN等)を異なる取引先(問屋)からEDIデータが送信された場合のPOSシステムとの連携を管理する何らかの業務プロセスが必要になるかもしれない。
				「便」(物流情報)、「規格」(内容量など)の情報共有が必要である。(菓子を含む)
2	3-1	化粧品		アパレル、婦人靴とは異なる食品業界のみで使用している項目(規格など)があれば検討のポイントになると思われます。
				現状のEDI取引が、百貨店流通BMSに取って代わった際の業務プロセス変更有無
				ハンカチ、パスト、紳士肌着の取引先同様、化粧品の取引先からASN/SCMの要請が多く、また商品マスタの特殊性(JICFS使用)もあるかと思うので、確認の意味で検討が必要と考えます。
				アパレル業界とは異なる化粧品業界の運用があるため、今までの枠に外れないような調整が必要。
				SPEEDプロジェクトの移行
3	4-3	その他家庭用品	食器、キッチン用品など	化粧品業界は、現在、既存のEDIを実施しており、多くの百貨店もその仕組みを利用している。しかし、百貨店業界(流通業界)標準のEDIが実現するのであれば将来は、流通BMSに沿った形で運用されるべきだと思う。
			食器、キッチン用品、バス・トイレタリーなど	食器やキッチン用品についてはJAN化を実施しているケースもありますが、店舗によって問屋が異なるなど、商品マスタ管理上難しい部分もあり、また型色サイズのような考えがなかったりします。その点含め検討が必要と考えます。(同様な問屋が異なるのはスポーツ用品などにもあります)
				プライスカード情報が必要になるかと思います。ほぼアパレル・婦人靴のメッセージに対応できるのではないのでしょうか。
				台所用品等のリビング雑貨類にはソースマーキングされた商品が意外に多く存在し、百貨店値札の添付業務が取引先に負担になっているとともに、納入までのリードタイムにも影響している。食料品と同様に同じGTINの商品を複数の取引先が扱っているため業務プロセスの精査が必要となるが、商品単価が比較的低い商材なので、経費削減効果を仕入原価の低減につなげることが可能だと思う。
4	2-3	その他の回り品	「キッチン」「トイレタリー」	「素材」情報、「(原)産地」情報(「ブランド」?…例えば「益子焼」など)が要るのではないか?
			ハンカチ、パスト、紳士肌着など発注頻度の高い買取商品	現在MRでは上記商材について自動補充(コラボ)を実施しており、商品マスタや発注～納品までのデータ交換について、特殊性があるかも知れないため、確認の意味で検討が必要と考えます。(またMRでは実現できませんがASN/SCMについてもこの商材の取引先からの要請が多く、この部分のビジネスモデル含めて検討が必要と考えます)
			ハンカチ・財布などの雑貨類	既にEDIは幅広く導入されており、アパレル・婦人靴型でも導入は容易と思われる。しかし、スタイル>SKUという概念ではなく、スタイル=SKUとなるケースもあるため、階層構造について注意が必要だと思う。
5	3-3	その他雑貨	ハンカチ・靴下	現状のEDI取引が、百貨店流通BMSに取って代わった際の業務プロセス変更有無

図 IV-10:「優先的に検討すべきと思われる商材」についてのコメント

(2) 現在の流通BMSと親和性が高いと思われる商材

現在のアパレル・婦人靴を対象とした流通BMSと親和性が高いと思われる商材についての各社からの回答を集計すると、「身の回り品・かばん(13pt)」、「雑貨・その他雑貨(8pt)」、「家庭用品・その他家庭用品(6pt)」、「身の回り品・その他身の回り品(4pt)」、「グロッサリー・酒類、加工食品・日用品(4pt)」の順に高い点数となっている。

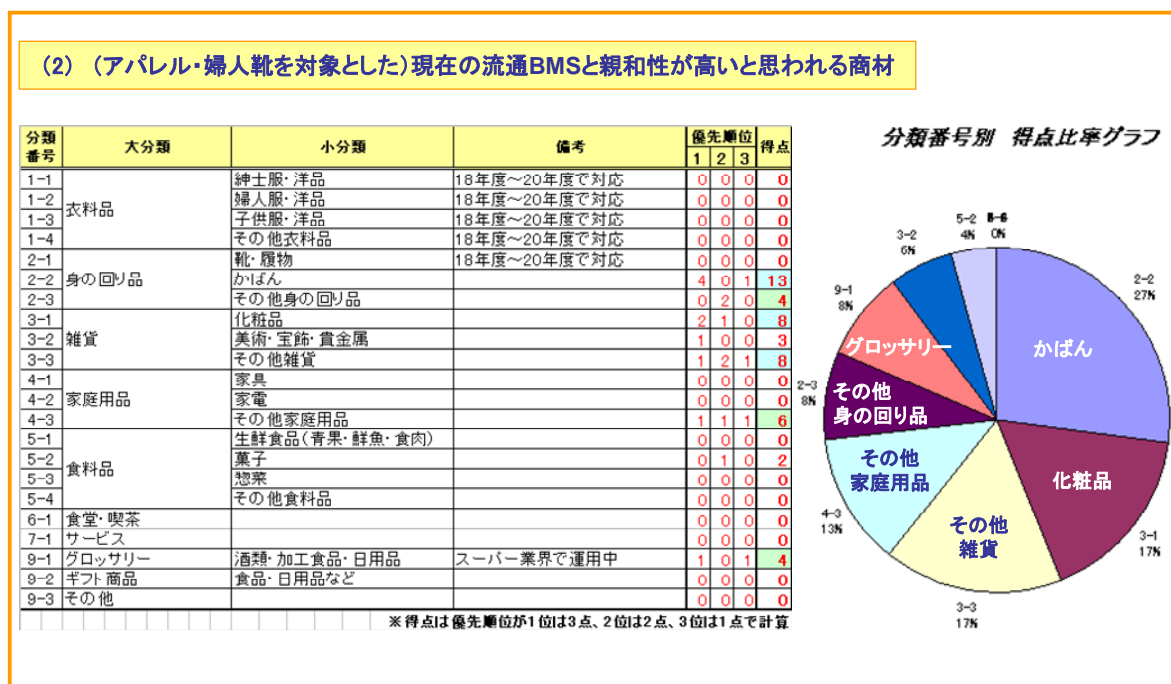


図 IV-11:「現在の流通BMSと親和性が高いと思われる商材」に関する集計結果

(3) その他、商材拡大に関するご意見

各社から挙げられた、上記2点以外の商材拡大に関するご意見を以下に示す。

(3) その他、商材拡大に関するご意見

ご意見
<ul style="list-style-type: none"> ・百貨店内の買取商品であるグロッサリー、酒、諸国銘菓・名産などについては、JAN-PLUが必須であり、この商品マスタ作成にはそれなりの労力を使っています。更にはJANが付かない商品もあつたり、棚札発行・発注行為や検品業務の効率化も必要であるため、先行しているGMSのメッセージの利用や運用ルール含め、検討したいと思っています。
<ul style="list-style-type: none"> ・上記1・2にあげた商材(※アクセサリー、ベルトなど)は現状のEDIでも一部行っているの、商材拡大を機に流通BMSを拡大していきたい。
<ul style="list-style-type: none"> ・商材拡大は要件としてはあるが、まずはアパレル・婦人靴を実用化し、参入障壁であるマッピング対応をASPベンダーに具体的にしてもらいたい。 サービス料金体系・課金等の詳細が決まれば投資の準備も具体的になると思う。 また商材拡大については食料品関係を中心にGMSを参考にしながら検討して頂きたいと思っています。
<ul style="list-style-type: none"> ・来年度以降「商材拡大」をする場合、「(「経産省事業」とは関係がない)「百貨店協会 流通BMS委員会」のような場で検討することになるのでしょうか？
<ul style="list-style-type: none"> ・現在EDIで取引のある商材が商材拡大の対象になると考えており、そのような観点で回答をしています ・商材拡大については、併せてお取引先の対応についても検討する必要があると思います (中小のお取引先が多い 業界の商材を検討する場合お取引先によるBMSの対応が可能か等) ・化粧品業界については制度品メーカーを中心にASN/SCMのビジネスフロー(SPEEDプロジェクト)が確立しており、商材拡大の対象になり得るかは検討が必要かと思っています

図 IV-12: その他商材に関するご意見

4.3 考察

次年度に検討を開始する商材については、「要望の度合い」や「既存EDIとの親和性」を考慮しながら検討した結果、現在のところ、大別すると「化粧品」「身の回り品」「家庭用品」「グロッサリー」の4種類が挙げられる。

(1) 優先的に検討すべきと思われる商材

◆ 優先度が高いと回答された分類(上位5つ)は以下のとおり

1位	グロッサリー		酒類、加工食品、日用品など
2位	雑貨	化粧品	
3位	家庭用品	その他家庭用品	食器、キッチン用品、バス・トイレタリー、タオル
4位	身の回り品	その他身の回り品	ハンカチ、パンス、財布、ベルト、アクセサリ雑貨
5位	雑貨	その他雑貨	ハンカチ、靴下

(2) (アパレル・婦人靴を対象とした)現在の流通BMSと親和性が高いと思われる商材

◆ 親和性が高いと回答された分類(上位5つ)は以下のとおり

1位	身の回り品	かばん	
2位	雑貨	化粧品	
3位	雑貨	その他雑貨	ハンカチ、靴下
4位	家庭用品	その他家庭用品	食器、キッチン用品、バス・トイレタリー、タオル
5位	身の回り品	その他身の回り品	ハンカチ、パンス、財布、ベルト、アクセサリ雑貨
5位	グロッサリー		酒類、加工食品、日用品など

図 IV-13:百貨店業界におけるEDI対象商材の拡大についての考察結果

これらを踏まえ再度意見収集および検討を行った結果、優先度が高いとされる商材は「グロッサリー」および「身の回り品」に絞られた。

4.4 今後の進め方

百貨店業界における商材拡大の対象として、上記のように検討されているが、今後はベースとなるEDIメッセージや各商材を取り扱う取引先企業および業界を含め、検討を行う必要がある。

以下に商材拡大を行う際にベースとするEDIメッセージの案を示す。

■ 対応商材を決めるにあたって、どのメッセージをベースに議論するのがやり易いかも考慮する必要があります。

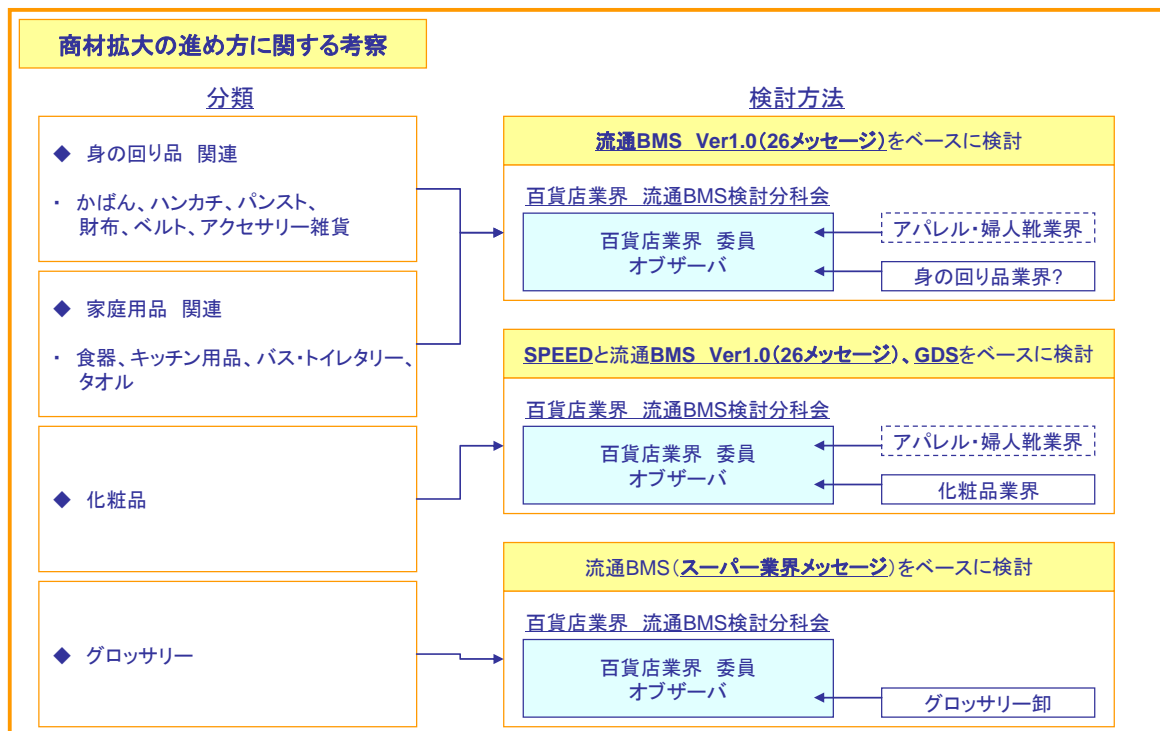


図 IV-14: EDI対象商材拡大に向けた検討方法の考察

百貨店流通ビジネスメッセージ標準の商材拡大については、次年度以降継続して検討を行っていく。
以下に商材拡大に関する次年度以降の検討スケジュール(案)を示す。

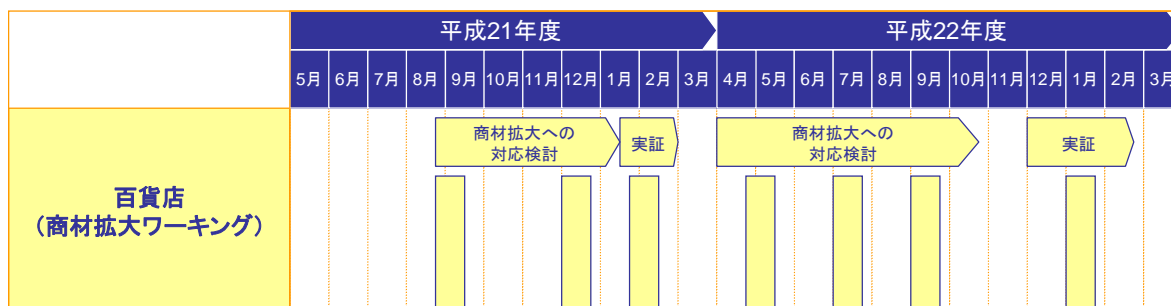


図 IV-15:平成21年度以降のEDI対象商材拡大に向けた検討スケジュール(想定)

V 今後に向けて

1 今後の検討課題

百貨店業界では、平成18年度から20年度にかけて百貨店・アパレル婦人靴間で利用する流通ビジネスメッセージ標準として26メッセージの策定・精度向上および実運用における検証に取り組んできた。今後は3カ年を通じて把握している課題や普及推進に向けた活動、およびアンケート調査によって抽出された流通ビジネスメッセージ標準の拡張性について取り組む必要がある。

百貨店業界における今後の課題を「流通ビジネスメッセージ標準各メッセージの精度向上に関する課題」と「対象商材の拡大に向けた課題」に整理した。今後の検討課題の整理結果を以下に示す。

1.1 流通ビジネスメッセージ標準各メッセージの精度向上に関する継続検討課題

メッセージ精度向上検討において共同実証に必要となる運用上の確認事項や変更要望などは確認され各メッセージに反映されているが、各社より挙げられた変更要望のうち以下の項目については、継続検討課題となっている。

(1) 項目の位置変更／追加

- 仕入計上メッセージにおける「百貨店商品補助コードの配置レベルの変更あるいは追加

(2) 項目の追加

- 搬入確認メッセージにおける「発注伝票番号」「出荷伝票番号」項目の追加

(3) 必須から任意への変更

- 店頭在庫移動メッセージにおける項目属性(必須から任意へ)の変更
(対象項目詳細については「Ⅱ章 3.8.4 (3)店頭在庫移動メッセージ項目の「必須から任意」への変更」をご参照のこと)

1.2 対象商材の拡大に向けた課題

百貨店業界における今後のEDI標準化の対象商材についてアンケート調査および検討の結果、優先度が高いとされる商材は「グロサリー」および「身の回り品」に絞られている。今後はベースとなるEDIメッセージや各商材を取り扱う取引先企業および業界を含め、検討を行う必要がある。

2 来年度以降の検討体制について

2.1 検討体制について

経済産業省「流通システム標準化事業（次世代EDIの標準化）」は、平成20年度で終了し、今後は（財）流通システム開発センターに設置される『流通システム標準普及推進協議会』を中心とした検討体制に移管される。これを受け、次年度以降各業界は、業界内に検討会を設けて成果を引き継ぎ、検討していく必要がある。

百貨店業界では、「今後の検討課題」に示した各課題を受け、日本百貨店協会内に「百貨店業界 流通BMS検討分科会」を設け、検討を行っていく。想定されている検討体制を以下に示す。

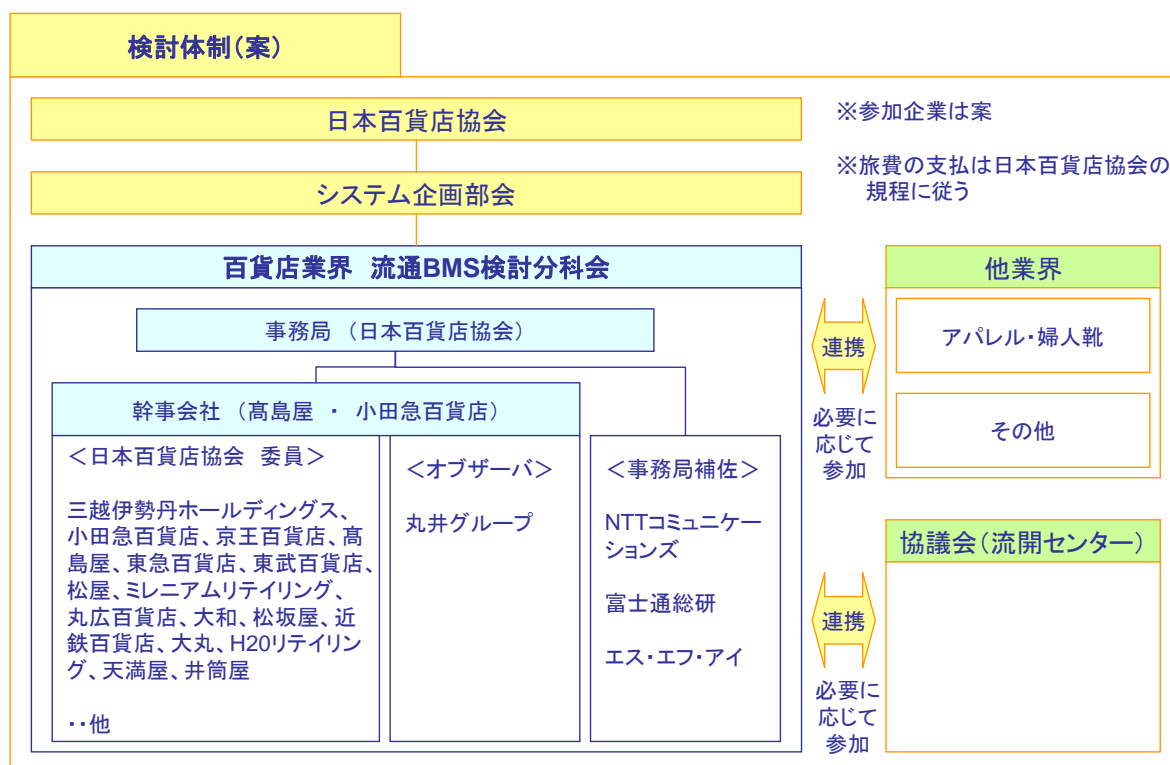


図 V-1: 百貨店業界における平成21年度以降の流通BMS検討体制

2.2 次年度以降の実施内容およびスケジュール

2.2.1 次年度以降の実施内容

次年度以降百貨店業界流通ビジネスメッセージ標準は、各課題を受け、流通BMS検討分科会にて検討を行う。検討会における主な活動内容を以下に示す。

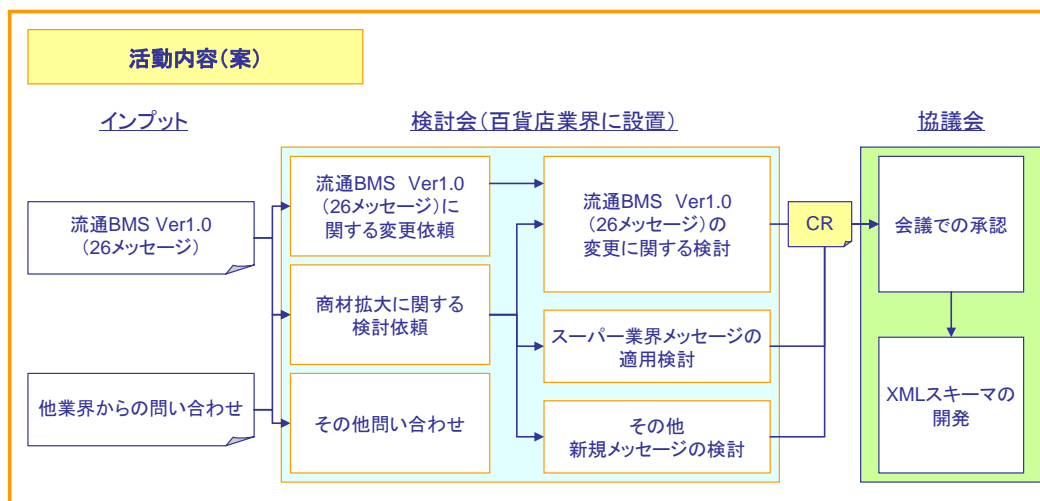


図 V-2: 次年度以降の百貨店業界における流通ビジネスメッセージ標準検討の活動内容

検討会では、流通ビジネスメッセージ標準(ver.1.0)および利用を検討する他業界からの問合せを受け、標準EDIメッセージに関する精度向上や変更依頼についての検討や商材拡大に関する検討、その他問合せに対する対応などについての検討を行う。百貨店業界内における合意内容は必要に応じてチェンジリクエスト(CR)として取りまとめ、流通システム標準普及推進協議会に対して提示していく。

これらの内容を検討するために、検討会に「百貨店業界WG1(アパレル・婦人靴)」および「百貨店WG2(商材拡大)」(※それぞれ仮称)の2つのWGを設置し、検討を行う。以下に各会議体の実施スケジュールを示す。

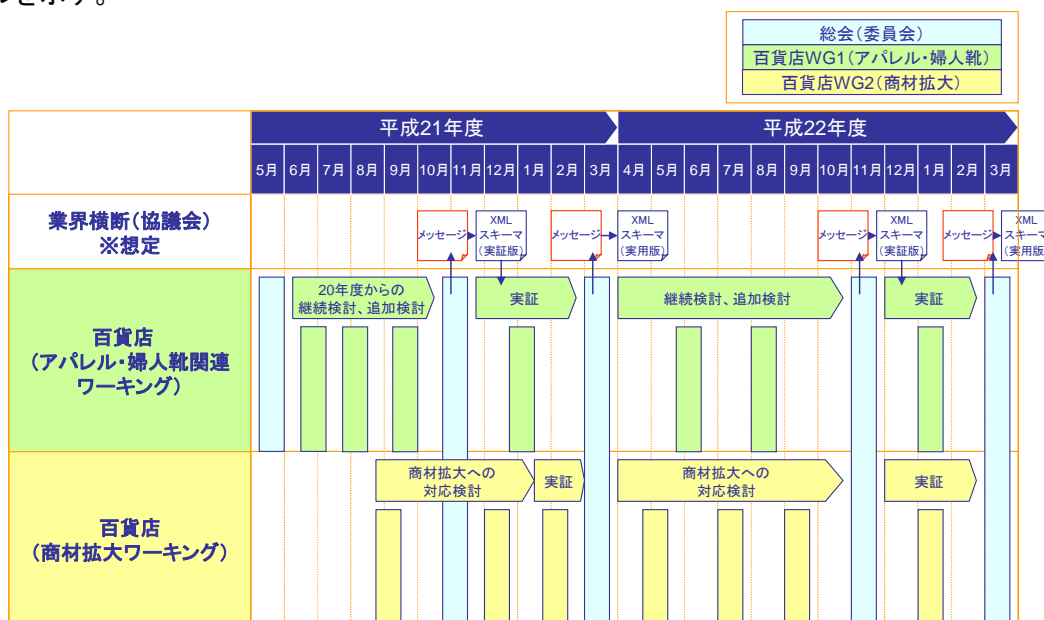


図 V-3: 2.2.2 次年度以降のスケジュール

※開催回数や時期は適宜変更の予定

VI 添付資料(ご参考)

1 成果物

1.1 百貨店業界流通ビジネスメッセージ標準(ver.1.0)

見出し	項目の意味など
通番	各メッセージの中での項目連番(メッセージ単位で一意)
No.	各項目名ごとにユニークに付番した番号(全メッセージで一意)
Lvl.	メッセージの項目グループの階層を表す。上位のレベルから、順に1, 2, 3, 4と付番。 下位の階層は上位の階層に対して、階層キー単位に複数のデータセットを繰り返して持つことができる。
名寄せ項目名	データ項目の名称(日本語名称であり、スキーマ上で表現される名称とはことなる)
必須、任意、選択必須	M(必須): 入力が必要であることを示す。 O(任意): ユーザ企業が入力するかどうかを選択可能なことを示す。 Mx(選択必須): 同一メッセージ上で、同じxの記号のついたMxのいずれかひとつが入力必須であることを示す。
タイプ	数字: 数値型データ 数字(小数点以下n桁有り): 小数点以下データを含む数値型データ 文字: 全角文字型データ 英数カナ: 半角英数カナ型データ 英数: 半角英数型データ(カナは含まない)
データ型	Amount: 金額。小数でもよい。通貨単位をつけられる。(マイナス値となる場合には、-100のように表現) Code: 物事の性質等を短い文字列であらわすコード。コードリストに掲載されているコードを使う。 Date Time: 日付、時刻。記述方法はISO8601に準拠。Date、Timeそれぞれだけでもよい。 Identifier: 具体的な事物を一意に特定するための識別子(ID)。コードリストに掲載されていないコードで特定の企業、店舗、場所、商品などを特定する際に使う。 Numeric: 単位のつかない数値。 Quantity: 金額以外の数量。小数でもよい。単位(個、枚、箱など)がつけられる。 (マイナス値となる場合には、-100のように表現) Text: 文字列(名前や説明文等)。
桁数(文字数)	データの桁(文字)数、全角データの場合も1文字は1桁。
桁数(固定/可変)	桁数が固定桁数であるか可変桁数であることを示す。固定桁数の場合は数値型データ項目の場合は前ゼロ、 文字型データ項目の場合は後ろスペースで固定桁数とする。
マイナス値の可能性	EDIデータ上で実際にマイナス値が発生する可能性があるかないかを表す。 発生する可能性のある項目は、「有」で表現。
コードリスト	コードリストの番号を示す。
項目の意味	各メッセージ項目の意味、用途、使われ方などを示す。

1.1.1 商品マスタ

(1) 商品マスタ(カタログ・プロフィール)

番号	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必須=M、任意=O、不要=-	データ型	桁数(文字数)	桁数固定/可変	マイナスイタビの可否	コードリスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー													
集約メッセージ													
1	223	1	<発注書>G				M	数字	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
2	389	1	百貨店企業コード				O	数字	3	固定			百貨店協会の企業コード
3	224	1	百貨店企業名				O	文字	30	可変			百貨店企業の名称
			<取引先>G										
4	61	1	仕入企業GLN				M	数字	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード				O	数字	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代表コード)など
6	63	1	仕入企業名				O	文字	30	可変			仕入企業の名称
			<型番情報>D										
			<商品>G										
7	88	2	取引先型番				M	英数カナ	30	可変			仕入先企業が設定する商品スタイル単位に識別するコード
8	89	2	取引先型番補助				O	英数カナ	10	可変			取引先の型番がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
9	90	2	取引先型番名称				O	文字	15	可変			取引先型番の名称
10	127	2	商品名称				M	文字	50	可変			商品の名称
11	287	2	商品名称半角カナ				O	英数カナ	25	可変			商品の名称(半角カナ)
12	132	2	製造元企業GLN				O	数字	13	固定			商品の製造元を表す企業コード(GLNなど)
			<商品出荷元コード>D										
			商品出荷元GLN				O	数字	13	固定			仕入企業の商品出荷元倉庫を示すGLNなど
			<取引内容>G										
14	248	2	商品管理区分				O	数字	2	固定			商品が百貨店本部調運商品か店舗調運商品かを表す区分
15	20	2	フローバーセル区分				M	数字	1	固定		31	商品がフローバー商品か、セール商品か、マークダウン商品かを表す区分
16	385	2	バイヤーコード				O	数字	4	可変		7	バイヤーを識別するコード
17	391	2	結核条件コード				O	数字	10	可変			取引条件を全店統括するコード
18	154	2	開閉予定開始日				M	数字	8	固定			商品を開閉する予定開始日を表す
19	155	2	開閉予定終了日				M	数字	8	固定			商品を開閉する予定終了日を表す
20	153	2	開閉年度				O	数字	4	固定			商品の開閉年度を表す
			<税額>G										
21	16	2	メーカー希望小売価格税抜(スタイル)				Ma	数字	10	可変			ブランドタグ表示の、メーカー型番単位の商品価(税抜)、型番+型番補助をキーとする同一価格、納入額のように同一型番で減る価格が発生する場合は、型番補助を使用して価格ごとに分けることとする。
22	206	2	メーカー希望小売価格税込(スタイル)				Ma	数字	10	可変			ブランドタグ表示の、メーカー型番単位の商品価(税込)、型番+型番補助をキーとする同一価格、納入額のように同一型番で減る価格が発生する場合は、型番補助を使用して価格ごとに分けることとする。
			<原価>G										
23	261	2	スタイル原価税抜				O	数字(小数点以下2桁有り)	10	可変			メーカー型番単位の商品価(税抜)
24	247	2	スタイル原価税込				O	数字(小数点以下2桁有り)	10	可変			メーカー型番単位の商品価(税込)
			<販売計画>D										
25	162	2	スタイル別目録消化率				O	数字(小数点以下1桁有り)	4	可変			スタイル(取引先型番)別の商品数に対する販売数の率

順番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必須=M、任意=O、不要=-	項目属性	タイプ	データ型	桁数(文字数)	桁数固定/可変性	マイナスイ値の可能性	コードリスト	項目の意味
25	162	2		<販売数量>D			O		数字(小数点以下1桁有り)	Numeric	4	可変			スタイル(取引先型番)別の商品別に對する販売数の集
26	133	2		<税>D			M		数字	Code	1	固定		19	消費税の区分
27	135	2		税率			M		数字(小数点以下1桁有り)	Numeric	3	可変			消費税率
28	15	2		<シーズン>D			M		数字	Code	2	固定		6	商品のシーズンコード
29	25	2		<ブランド>D			M								
30	99	2		<商品属性>D			M		英数カナ	Text	6	可変			メーカー設定のブランドコード
31	106	2		商品カテゴリ			O		数字	Code	1	固定		17	衣類品か食品かを識別する区分
32	137	2		商品標準分類コード			O		数字	Code	6	固定		18	商品の標準分類コード
33	138	2		素材1			O		数字	Code	10	固定		20	商品の素材を表すコード
34	41	2		素材2			O		数字	Code	10	固定		21	商品の素材を表すコード
35	107	2		原産国			O		英数カナ	Code	2	固定		14	商品の原産国を表す
36	108	2		商品分析月属性0			O		英数カナ	Identifier	2	固定			後日定義(構コード等)
37	109	2		商品分析月属性1			O		英数カナ	Identifier	2	固定			後日定義
38	110	2		商品分析月属性2			O		英数カナ	Identifier	2	固定			後日定義
39	111	2		商品分析月属性3			O		英数カナ	Identifier	2	固定			後日定義
40	117	2		商品分析月属性4			O		英数カナ	Identifier	2	固定			後日定義
41	118	2		商品分析月属性5			O		英数カナ	Identifier	4	固定			後日定義
42	119	2		商品分析月属性6			O		英数カナ	Identifier	4	固定			後日定義
43	120	2		商品分析月属性7			O		英数カナ	Identifier	4	固定			後日定義
44	121	2		商品分析月属性8			O		英数カナ	Identifier	4	固定			後日定義
45	246	2		<期曜日>D			M		数字	Date	8	固定			商品マスタが有効となる日付
46	57	2		期曜日			O		数字	Date	8	固定			商品マスタの削除予定日
47	147	2		<種別>D			O		英数	Code	5	固定		23	種別の種別を表す
48	208	2		<発注数量>G			M		数字	Quantity	4	可変			商品の発注単位あたりの入数
49	208	2		発注単位入数			M		数字	Quantity	6	可変			商品の発注単位数
50	54	2		発注単位数			M		数字	Quantity	4	可変			発注時の最小単位(最小ロット)。この値以下の発注は不可。
51	165	2		<物流関連指示>G			O		数字	Code	2	固定		27	商品の納入形態(ダンボール、ハンガー、オリコンなど)を表す

通番	No.	Lvl	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必須=M、任意=O、不要=-	無効版	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/ 可変	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味
81	19	4				データ処理番号	M		数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(最下位レベルの明細単位で付番)
						<取引内容>G									
82	228	4				百貨店店舗GLN	M		数字	Identifier	13	固定			百貨店の店舗を表すGLNなど
83	230	4				品別番号	M		数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場を表すコードであると共に店舗選別方式の利益計算の基本単位を 示す
84	227	4				百貨店商品コード	O		数字	Identifier	20	可変			百貨店設定の商品分類を表すコード
85	393	4				百貨店商品補助コード	O		数字	Identifier	14	可変			百貨店設定の商品コードを補助するコード。細分化などに利用。
86	87	4				取引条件コード	O		数字	Identifier	10	可変			百貨店と仕入先企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店設定のコード
87	64	4				仕入区分	O		数字	Code	2	固定		16	仕入の区分(買取、委託、消化などを区分)
						<取引先>G									
88	62	4				仕入企業事業所GLN	O		数字	Identifier	13	固定			仕入企業の事業所を表すGLNなど
89	371	4				仕入企業事業所コード	O		数字	Identifier	8	固定			店舗コードとセクター登録の共通取引先コード(百貨店との取引で使用する口座番 号)・税額と店、税額無しの場合、00
						<原価率>G									
90	44	4				店別原価率通税抜	O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税抜の原価率(店別)
91	43	4				店別原価率税込	O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税込の原価率(店別)
						<取引条件>D									
92	40	4				原価率	O		数字(小数点以下5桁有り)	Numeric	8	可変			商品売価に対する原価率を示す
93	38	4				原価率出区分	O		数字	Code	2	可変		13	小数点以下の原価率がある商品が納品されたとき数値を乗じた後の小数点以下の 端数処理を示す区分
						<販売計画>D									
94	160	4				店別GTM別計画数	O		数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			店別別JAN別の販売計画数
						<券注>D									
95	205	4				券注区分	O		数字	Code	1	固定		29	券注形態(自動券注、自動押券、通帳券など)を表す区分
96	28	4				リードタイム	O		数字	Numeric	3	可変			商品発注後、納品までの所用日数
97	30	4				基準在庫	O		数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			店別における商品在庫数の基準値。

(2) 商品マスタ(PLU)

選番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必須=H 任意=O 不要=-	関連 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/ 可変	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味
マッセージ外運ヘッダー															
集荷マッセージ															
1	223	1	< 集注先 > G						数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のGTI企業コードを含む企業コード
2	368	1	百貨店企業コード				O		数字	Identifier	3	固定			百貨店協会制定の企業コード
3	224	1	百貨店企業名				O		文字	Text	30	可変			百貨店企業の名称
4	61	1	< 取引先 > G												
5	370	1	仕入企業GLN				M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のGTI企業コードを含む企業コード
6	63	1	仕入企業コード				O		数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代表コード)など
			< 仕入企業名 > D				O		文字	Text	30	可変			仕入企業の名称
7	88	2	< 商品 > G												
8	89	2	取引先型番				M		英数カナ	Text	30	可変			仕入先企業が設定する商品をスタイル単位に識別するコード
			取引先型番補助				O		英数カナ	Text	10	可変			取引先の型番がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
9	20	2	< 取引内容 > G												
10	395	2	フロバー・セーセル区分				M		数字	Code	1	固定		7	商品がフロバー商品か、セーセル商品か、マークダウン商品かを表す区分
11	391	2	バイヤーコード				O		数字	Identifier	4	可変			バイヤーを識別するコード
			納品条件コード				O		数字	Identifier	10	可変			取引条件を全店統括するコード
			< 装飾 > G												
12	16	2	メーカー希望小売価格抜(スタイル)				O		数字	Amount	10	可変			ブランドタグ表示の、メーカー希望単位の売価面(税別)、型番+型番補助をキーとして同一価格、納入額のように同一型番で異なる価格が発生する場合は、型番補助を使用して価格ごとに分けることとする。
13	266	2	メーカー希望小売価格込(スタイル)				O		数字	Amount	10	可変			ブランドタグ表示の、メーカー希望単位の売価面(税込)、型番+型番補助をキーとして同一価格、納入額のように同一型番で異なる価格が発生する場合は、型番補助を使用して価格ごとに分けることとする。
			< 税 > D												
14	133	2	税区分				M		数字	Code	1	固定		19	消費税の区分
15	135	2	税率				M		数字(小数点以下1桁有り)	Numeric	3	可変			消費税率
16	246	2	有効日				M		数字	Date	8	固定			商品マスタが有効となる日付
17	57	2	削除予定日				O		数字	Date	8	固定			商品マスタの削除予定日

番号	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必須項目 任意=O 不要=-	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/可変	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味
				<商品情報>D	<商品>G								
18	7	3			商品コード(GTINなど)		M	数字	Identifier	固定			Global Trade Item Numberの略。商品を識別する国際標準コード。当面は、13桁JANコードの場合JANコードの14桁表記とする。B桁JANは、先頭にセグメントを意味する14桁表記。UPC(Universal Product Code)も先頭にセグメントを意味する14桁表記。EANコード(小売業が使用した5桁、もしくは15桁のJANタイプの商品コード)を含む。
19	250	3			レシート商品名		M	文字	Text	可変			POSレシートに印字する商品名
20	283	3			レシート商品名半角カナ		O	英数カナ	Text	固定			POSレシートに印字する商品名(半角カナ)。POSターミナルのレシート印字幅の制約のため15桁表示が不可の場合は相対して短い桁数で品名をセットする。
					<カラー>>G								
21	23	3			メーカーカラーコード		O	英数カナ	Text	固定			メーカー設定のカラーコード
22	24	3			メーカーサイズコード		O	英数カナ	Text	固定			メーカー設定のサイズコード
					<サイズ>>G								
					メーカーサイズコード		O	英数カナ	Text	固定			メーカー設定のサイズコード
					<業種>G								
23	269	3			小売指次業種略称		Ma	数字	Amount	可変			百貨店が指定した業種(略称)
24	128	3			小売指次業種略称		Ma	数字	Amount	固定			百貨店が指定した業種(略称)
25	16	3			メーカー希望小売価格税抜(GTIN)		O	数字	Amount	可変			ブランドタグ表示の、GTIN単位の売価(税抜)。同一型番で売価値がGTINごと異なる場合は、この売価値が優先される。
26	266	3			メーカー希望小売価格税抜(GTIN)		O	数字	Amount	可変			ブランドタグ表示の、GTIN単位の売価(税抜)。同一型番で売価値がGTINごと異なる場合は、この売価値が優先される。
27	19	4			データ処理番号		M	数字	Identifier	固定			データの連続番号(最下位レベルの明細単位で付番)
					<取引内番>G								
28	228	4			百貨店店舗GLN		M	数字	Identifier	固定			百貨店の店舗を表すGLNなど
29	230	4			品別番号		M	数字	Identifier	固定			百貨店の売場を表すコードであると共に集荷運送方式の利益計算の基本単位を表す
30	227	4			百貨店商品コード		O	数字	Identifier	可変			百貨店設定の商品分類を表すコード
31	393	4			百貨店商品補助コード		O	数字	Identifier	可変			百貨店設定の商品コードを補助するコード。細分化などに利用。
32	87	4			取引条件コード		O	数字	Identifier	可変			百貨店と仕入先企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店設定のコード
					<取引先>G								
33	62	4			仕入企業事業所GLN		O	数字	Identifier	固定			仕入企業の事業所を表すGLNなど
34	371	4			仕入企業事業所コード		O	数字	Identifier	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(百貨店との取引で使用する口座番号、〒+役番2桁、役番無しの場合は、00

(3) 商品マスタ(マークダウン)

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必須=H 任意=O 不要=-	関連 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/可変	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー															
集約メッセージ															
			<余注寄>G							Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
1	223	1	百貨店企業GLN				M		数字	Identifier	13	固定			百貨店協会の企業コード
2	369	1	百貨店企業コード				O		数字	Identifier	3	固定			百貨店協会の企業コード
3	224	1	百貨店企業名				O		文字	Text	30	可変			百貨店協会の企業名
			<取引先>G												
4	61	1	仕入企業GLN				M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード				O		数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代替コード)など
6	63	1	仕入企業名				O		文字	Text	30	可変			仕入企業の名称
			<型番情報>D												
			<取引内容>G												
7	404	2	入力モード				O		数字	Code	1	固定		44	マークダウンがスタイル別か単品単位かを判断するフラグ
8	405	2	マークダウン種別				O		数字	Code	1	固定		45	マークダウンが値下げか値上げかを示すフラグ
9	20	2	プロパティ-セール区分				O		数字	Code	1	固定		7	商品がプロパティ-商品か、セール商品か、マークダウン商品かを表す区分
10	391	2	継続条件コード				O		数字	Identifier	10	可変			取引条件を全店統轄するコード
			<商品>G												
11	88	2	取引先型番				M		英数カナ	Text	30	可変			仕入先企業が設定する商品をスタイル単位に識別するコード
12	89	2	取引先型番補助				O		英数カナ	Text	10	可変			取引先の型番がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
			<票面>G												
13	16	2	メーカー希望小売価格税込(スタイル)				O		数字	Amount	10	可変			ブランドタグ表示の、メーカー型番単位の売価(税抜)。型番・型番補助が同一の同一価格・繰入数のように同一型番で異なる価格が発生する場合は、型番補助を使用して価格ごとに分けることとする。
14	266	2	メーカー希望小売価格税込(スタイル)				O		数字	Amount	10	可変			ブランドタグ表示の、メーカー型番単位の売価(税込)。型番・型番補助が同一の同一価格・繰入数のように同一型番で異なる価格が発生する場合は、型番補助を使用して価格ごとに分けることとする。
15	262	2	マークダウン後スタイル売価(税抜)				O		数字	Amount	10	可変			マークダウン後のメーカー型番単位の売価(税抜)
16	267	2	マークダウン後スタイル売価(税込)				O		数字	Amount	10	可変			マークダウン後のメーカー型番単位の売価(税込)
			<原価>G												
17	261	2	スタイル原価(税抜)				O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			メーカー型番単位の原価(税抜)
18	247	2	スタイル原価(税込)				O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			メーカー型番単位の原価(税込)
19	263	2	マークダウン後スタイル原価(税抜)				O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			マークダウン後のメーカー型番単位の原価(税抜)
20	265	2	マークダウン後スタイル原価(税込)				O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			マークダウン後のメーカー型番単位の原価(税込)
			<商品情報>D												
			<商品>G												
21	7	3	商品コード (GTINなど)				M		数字	Identifier	14	固定			Global Trade Item Numberの略。商品を識別する国際標準コード。当部は、13桁のGTINに、UPC(Universal Product Code)の4桁の付加コードを加えて、14桁表記とする。インストアコード(小売業が発行した8桁、もしくは13桁のJANタイプの商品コード)を含む。
			<原価>G												
22	269	3	小売指示売価(税抜)				Ma		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売価(税抜)
23	128	3	小売指示売価(税込)				Ma		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売価(税込)
24	270	3	マークダウン後売価(税抜)				Ma		数字	Amount	10	可変			マークダウン後の商品の売価(税抜)
25	258	3	マークダウン後売価(税込)				Ma		数字	Amount	10	可変			マークダウン後の商品の売価(税込)
26	16	3	メーカー希望小売価格税込 (GTIN)				O		数字	Amount	10	可変			ブランドタグ表示の、GTIN単位の売価(税抜)。同一型番で売価がGTINごとに異なる場合は、この売価単位が優先される。
27	266	3	メーカー希望小売価格税込 (GTIN)				O		数字	Amount	10	可変			ブランドタグ表示の、GTIN単位の売価(税込)。同一型番で売価がGTINごとに異なる場合は、この売価単位が優先される。

通番	No	Ln	各寄せ項目名(レベル1)	各寄せ項目名(レベル2)	各寄せ項目名(レベル3)	各寄せ項目名(レベル4)	必要=M 不要=O 不要=-	関連項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数/間隔/可変	マイク ス欄の 可変性	コード リスト	項目の意味
28	44	3			<原単価>G		O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			G/TIN単位(原単価(税抜))。同一型番で原単価がG/TINごとに異なる場合は、この原単価が優先される。
29	43	3			G/TIN原単価税抜		O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			G/TIN単位(原単価(税込))。同一型番で原単価がG/TINごとに異なる場合は、この原単価が優先される。
30	280	3			マークダウン後G/TIN原単価税抜		O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			マークダウン後の商品の税抜き原単価
31	259	3			マークダウン後G/TIN原単価税込		O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			マークダウン後の商品の税込み原単価
32	21	3			<取引内容>G		M		数字	Date	8	固定			マークダウンを開始する日
33	19	4			マークダウン開始日		M		数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(最下位レベルの明細単位で付番)
34	228	4				<取引内容>G	M		数字	Identifier	13	固定			百貨店の店舗を表すGLNなど
35	230	4			百貨店店番GLN		M		数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場を示すコードであると共に売場補充方式の補注計算の基本単位を示す
36	227	4			品別番号		O		数字	Identifier	20	可変			百貨店設定の商品分類を表すコード
37	383	4			百貨店商品コード		O		数字	Identifier	14	可変			百貨店設定の商品コードを補助するコード。細分化などに利用。
38	87	4			取引条件コード		O		数字	Identifier	10	可変			百貨店と仕入先企業間の取引条件(原単価など)を表す百貨店設定のコード
39	44	4			<原単価>G		O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税抜の原単価(店別)
40	43	4			店別原単価税抜		O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税込の原単価(店別)
41	44	4			店別原単価税込		O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			マークダウン後の税抜の原単価(店別)
42	43	4			マークダウン後店別原単価税抜		O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			マークダウン後の税込の原単価(店別)
43	40	4			<取引条件>D		O		数字(小数点以下2桁有り)	Numeric	8	可変			商品売場に対する原単価を示す
44	271	4			原単価		O		数字(小数点以下2桁有り)	Numeric	8	可変			商品マークダウン後の原単価を示す
45	39	4			マークダウン後原単価		O		数字(小数点以下2桁有り)	Code	2	可変		13	小数点以下の原価がある商品が納品されたとき数量を乗じた後の小数点以下の数量処理を示す区分
46	205	4			原価算出区分		O		数字	Code	1	固定		29	数量処理(自動発注、自動補充、運券発注など)を表す区分

1.1.2 買取型メッセージ

(1) 納品提案

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	必須・任意・不要	項目	タイプ	データ型	桁数(文字数)	桁数/長さの可変性	マイナスイタビの可変性	コードリスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー														
業務メッセージ														
1	223	1	＜新注番＞G			M		数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のCUI企業コードを含む企業コード
2	369	1	百貨店企業コード			O		数字	Identifier	3	固定			百貨店協会の指定した企業コード
3	224	1	百貨店企業名			O		文字	Text	30	可変			百貨店企業名
			＜取引先＞G											
4	61	1	仕入企業GLN			M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のCUI企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード			O		数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代表コード)など
6	63	1	仕入企業名			O		文字	Text	30	可変			仕入企業名
			＜伝票単位情報＞D											
7	178	2		＜取引内容＞G										
8	70	2		納品提案番号		M		数字	Identifier	13	可変			仕入企業が実行する納品提案の番号、百貨店が納品提案データより発注する場合は、発注伝票番号となる
9	206	2		仕入伝票番号		O		数字	Identifier	13	可変			仕入伝票番号
10	97	2		発注集約管理番号		O		数字	Identifier	13	可変			一回の発注操作の発注データをくくる集約番号
11	392	2		出荷伝票番号		O		数字	Identifier	10	可変			仕入企業が納品の発注データに発行する出荷伝票番号
12	230	2		販売場所コード		O		数字	Identifier	10	可変			物理的な売場を表すコード
13	64	2		品別番号		M		数字	Code	2	固定		16	百貨店の売場を表すコードであると共に階層型方式の利益計算の基本単位を示す
14	202	2		納入提案日		O		数字	Date	8	固定			仕入の区分(買取、委託、消化)などを区分
15	204	2		発注希望日		M		数字	Date	8	固定			仕入企業が自社の商品の納品希望を希望日に、商品を納入する希望の日付を記入し、商販で決定して仕入企業が自社の商品の納品希望を希望日に引き継ぐ場合は納入期日指定日付に引き継ぐ。
16	395	2		発注形態		O		数字	Code	2	固定		42	百貨店に対する発注希望日
			＜取引先＞G											発注の形態(初回発注、追加発注など)を表す区分。
17	62	2		仕入企業事業所GLN		M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業の事業所を表すGLNなど
18	371	2		仕入企業事業所コード		O		数字	Identifier	8	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(百貨店との取引で使用する口座番号)+技術2桁、技術無しの場合は、00
			＜販売場所＞G											
19	222	2		販売場所区分		O		数字	Code	1	固定		30	百貨店が指定した販売場所がグローバル売場か催事場かなどを表す区分。
20	156	2		店出場所コード		O		英数	Identifier	13	可変			納品した商品の店出場所を表すコード
21	157	2		店出場所名		O		文字	Text	30	可変			納品した商品の店出場所名を表す
			＜物販販運指示＞G											
22	165	2		納入形態		O		数字	Code	2	固定		27	商品の納入形態(ダンボール、ハンガー、オゾンなど)を表す
			＜運送納品先＞G											
23	35	2		運送納品先GLN		M		数字	Identifier	13	固定			取引先が納品先商品(搬入)する場所(納品場所・搬入場所)を表すGLNなど、店舗直納の場合は店舗のGLNなど
24	36	2		運送納品場所名		O		文字	Text	30	可変			取引先が商品(搬入)する場所(納品場所・搬入場所)を表す名称
			＜最終納品先＞G											
25	167	2		納入先GLN		M		数字	Identifier	13	固定			商品が最終的に納入される場所(店舗、本部など)を表すコード(GLNなど)、直納の場合は最終納品先と同一
26	168	2		納入先名称		O		文字	Text	30	可変			商品を最終的に納入する場所の名称
			＜商品出荷元＞G											
27	265	2		商品出荷元GLN		O		数字	Identifier	13	固定			仕入企業の商品出荷元倉庫を示すGLNなど
			＜税＞D											
28	133	2		税区分		M		数字	Code	1	固定		19	消費税の区分
29	135	2		税率		M		数字(小数点以下1桁有り)	Numeric	3	可変			消費税率

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	必須・M 任意・O 不変・ー	関連 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 の 最大 可能性	マイ ス ク の 可 能 性	コード リスト	項目の意味
				<取引合計>G										
30	274	2		納品請求先部金額合計		O		数字	Amount	10	可変			納品請求番号単位の売上金額合計
31	273	2		納品請求原価金額合計		O		数字	Amount	10	可変			納品請求番号単位の原価金額合計
32	275	2		納品請求原価消費税金額合計		O		数字	Amount	10	可変			納品請求番号単位の原価消費税金額合計
33	276	2		納品請求発注数量合計		O		数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			納品請求番号単位の数量合計(パナ電)
				<商品詳細情報>D										
34	19	3			データ処理番号	M		数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(値下位レベルの明細単位で付番)
				<取引内理>G										
35	277	3			納品請求行番号	M		数字	Identifier	3	可変			納品請求番号単位の行番号
36	69	3			仕入伝票行番号	O		数字	Identifier	3	可変			仕入伝票の行番号
37	96	3			出荷伝票行番号	O		数字	Identifier	3	可変			仕入先企業が商品出荷時に発行する出荷伝票の行番号
38	227	3			百貨店商品コード	M		数字	Identifier	20	可変			百貨店指定の商品分類を表すコード
39	393	3			百貨店商品補助コード	O		数字	Identifier	14	可変			百貨店指定の商品コードを補助するコード。細分化などに利用。
40	87	3			取引条件コード	M		数字	Identifier	10	可変			百貨品と仕入先企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店指定のコード
				<商品>G										
41	7	3			商品コード(GTINなど)	O		数字	Identifier	14	固定			Global Trade Item Numberの略。商品を識別する国際標準コード。通則は、13桁JANコードの場合は13桁、12桁EANコードの場合は12桁、11桁UPCコードの場合は11桁、10桁FIMコードの場合は10桁、9桁Product Codeも追加に5桁を加えて、14桁表記とする。インストアコード(小売業が券據した8桁もしくは13桁のJAN5桁の商品コード)を含む。
42	88	3			取引先伝票	M		英数カナ	Text	30	可変			仕入先企業が設定する商品をスタイル単位に識別するコード
43	89	3			取引先伝票補助	O		英数カナ	Text	10	可変			取引先の設備がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
44	127	3			商品名称	O		文字	Text	50	可変			商品の名称
45	287	3			商品名称半角カナ	O		英数カナ	Text	25	可変			商品の名称(半角カナ)
				<カラー>G										
46	23	3			メーカーカラーコード	O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のカラーコード
47	284	3			カラー名称半角カナ	O		英数カナ	Text	20	可変			商品のカラー名称(半角カナ)
48	13	3			カラー名称	O		文字	Text	20	可変			商品のカラー名称
				<サイズ>G										
49	24	3			メーカーサイズコード	O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のサイズコード
50	285	3			サイズ名称半角カナ	O		英数カナ	Text	30	可変			商品のサイズ名称(半角カナ)
51	14	3			サイズ名称	O		文字	Text	30	可変			商品のサイズ名称
				<税額>G										
52	209	3			小売指売売単価税抜	Ma		数字	Amount	10	可変			百貨品が指定した売単価(税抜)
53	128	3			小売指売売単価税込	Ma		数字	Amount	10	可変			百貨品が指定した売単価(税込)
				<原価>G										
54	44	3			原価額税抜	Mb		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税抜の原価額
55	43	3			原価額税込	Mb		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税込の原価額
				<発注数量>G										
56	208	3			発注単位数	M		数字	Quantity	6	可変			商品の発注単位数
57	209	3			発注単位入数	M		数字	Quantity	4	可変			商品の発注単位あたりの入数
				<納品数量>D										
58	177	3			納品請求数量	M		数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			納品請求の数量
				<仕庫数量>G										
59	91	3			取引先在庫数量	O		数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			仕入先企業が百貨品向けに在庫している数量

(2) 発注

通番	No.	Lvl.	各番付項目名(レベル1)	各番付項目名(レベル2)	各番付項目名(レベル3)	必要項目 任意項目 任意項目		項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 (文字数)	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味	
メッセージ共通ヘッダー																
業務メッセージ																
			<発注者>G													百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のGLN企業コードを含む企業コード
1	223		百貨店企業GLN			M	M	M	数字	Identifier	13	固定				百貨店企業指定の企業コード
2	369		百貨店企業コード			O	O	O	数字	Identifier	3	固定				百貨店企業指定の企業コード
3	224		百貨店企業名			O	O	O	文字	Text	30	可変				百貨店企業名
			<取引先>G													仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のGLN企業コードを含む企業コード
4	61		仕入企業GLN			M	M	M	数字	Identifier	13	固定				流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代表コード)など
5	370		仕入企業コード			O	O	O	数字	Identifier	6	固定				仕入企業名
6	63		仕入企業名			O	O	O	文字	Text	30	可変				仕入企業名
			<伝票単位情報>D													
			<取引内容>G													発注伝票番号、納品提案データにより発注する場合は、納品提案番号を発注伝票番号とする。
7	219	2	発注伝票番号			M	M	M	数字	Identifier	13	可変				一回の発注操作の発注データを表す一意の識別番号
8	206	2	仕入伝票番号			O	O	O	数字	Identifier	13	可変				仕入伝票番号
9	70	2	仕入伝票番号			O	O	O	数字	Identifier	13	可変				仕入伝票番号
10	97	2	物理的な売場を表すコード			O	O	-	数字	Identifier	13	可変				物理的な売場を表すコード
11	392	2	品別番号			O	O	O	数字	Identifier	10	可変				百貨店の売場を示すコードであると共に売場表示方式の利益計算の基本単位を示す
12	230	2	仕入区分			M	M	M	数字	Code	2	固定		16		仕入区分(買取、委託、消化などを区分)
13	64	2	仕入区分			M	M	M	数字	Code	2	固定				仕入区分(買取、委託、消化などを区分)
14	65	2	仕入区分名称			O	O	O	文字	Text	10	可変				仕入区分の名称を表す
15	220	2	発注日			O	O	O	数字	Date	8	固定				商品を発注した日付
16	166	2	納入予定日			M	M	M	数字	Date	8	固定				発注時に指定された納入予定日
17	232	2	店出予定日			O	O	O	数字	Date	8	固定				納品された商品を店出しする予定日(後注票印字用)
18	395	2	発注形態			O	O	O	数字	Code	2	固定		42		発注の形態(初回発注、追加発注などを表す区分)
19	203	2	発注メソ			O	O	O	文字	Text	60	可変				発注データに記述するメソ
			<取引先>G													仕入企業の事務所を表すGLNなど
20	62	2	仕入企業事務所GLN			M	M	M	数字	Identifier	13	固定				流通コードセンター登録の共通取引先コード(百貨店との取引で使用する口座番号)+枝番2桁、枝番無しの場合は、"00"
21	371	2	仕入企業事務所コード			O	O	O	数字	Identifier	8	固定				流通コードセンター登録の共通取引先コード(百貨店との取引で使用する口座番号)+枝番2桁、枝番無しの場合は、"00"
			<権利情報>G													仕入企業の事務所を表すGLNなど
22	222	2	販売場所区分			O	O	O	数字	Code	1	固定		30		百貨店が指定した販売場所がプロパー売場が標準場かなどを表す区分。
23	156	2	店出場所コード			O	O	O	英数	Identifier	13	可変				納品した商品の店出場所を表すコード
24	157	2	店出場所名			O	O	O	文字	Text	30	可変				納品した商品の店出場所名を表す
25	200	2	売場名			O	O	O	文字	Text	30	可変				売場の名称
			<物流関連指示>G													仕入企業の事務所を表すGLNなど
26	140	2	代行ASN			O	O	O	英数	Code	2	可変		32		代行納品業者が出荷明細データを作成するかどうかを表す区分
27	5	2	ASN作成者指示			O	O	O	英数	Code	1	固定		4		入荷予定(ASN)データの作成者(仕入企業、納品代行業者)を識別する。
28	165	2	納入形態			O	O	O	数字	Code	2	固定		27		商品の納入形態(ダンボール、ハンガー、オノコンなど)を表す
			<権利>D													商品の納入形態(ダンボール、ハンガー、オノコンなど)を表す
29	148	2	権利発行区分			O	O	M	数字	Code	1	固定		24		権利発行が必要かどうかを表す
30	149	2	権利方法			O	O	M	数字	Code	2	固定		25		権利の発行方法を表す(発注データに基づいて実行するか、マスタに基づいて実行するかを表す。
			<直接納品先>G													取引先が商品を納品(納入)する場所(後品場所)を表すGLNなど、店租納付の場合は店租のGLNなどになる。
31	35	2	直接納品先GLN			M	M	M	数字	Identifier	13	固定				取引先が商品を納品(納入)する場所(後品場所)を表すGLNなど、店租納付の場合は店租のGLNなどになる。
32	36	2	直接納品場所名			O	O	O	文字	Text	30	可変				取引先が商品を納品(納入)する場所(後品場所)を表す名称
			<最終納品先>G													商品が最終的に納入される場所(店租、本部など)を表すコード(GLNなど)、直納の場合は直接納品先と同一
33	167	2	納入先GLN			M	M	M	数字	Identifier	13	固定				商品が最終的に納入される場所(店租、本部など)を表すコード(GLNなど)、直納の場合は直接納品先と同一
34	168	2	納入先名称			O	O	O	文字	Text	30	可変				商品を最終的に納入する場所の名称

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	必須=H 任意=O 不表示=ー		照準 項目	タイプ	データ型 (文字数)	桁数 (文字数)	検索 可能 (可変)	マイナ ス値の 可変性	コード リスト	項目の意味
					<単位>G	Ma	Ma								
68	209	3			小売指示売単価税抜	Ma	Ma	Ma	数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売単価(税抜)
69	128	3			小売指示売単価税込	Ma	Ma	Ma	数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売単価(税込)
70	270	3			マークダウン後売単価税抜	O	O	O	数字	Amount	10	可変			マークダウン後の商品の売単価(税抜)
71	268	3			マークダウン後売単価税込	O	O	O	数字	Amount	10	可変			マークダウン後の商品の売単価(税込)
					<原価>G										
72	44	3			原価税抜	Mb	Mb	Mb	数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税抜の原価
73	43	3			原価税込	Mb	Mb	Mb	数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税込の原価
					<発注数量>G										
74	207	3			発注数量	M	M	M	数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			商品の発注数量
75	208	3			発注単位数	O	M	O	数字	Quantity	6	可変			商品の発注単位数
76	209	3			発注単位入数	O	M	O	数字	Quantity	4	可変			商品の発注単位あたりの入数
					<後品>D										
77	396	3			スキャン用区分	O	O	O	数字	Identifier	1	可変			出荷時品時に、多品スキャンか、数量入力をするかを判定。

(3) 入荷予定(梱包)

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	品名 詳細	項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	検索 条件/可 変	マイ ス ク の 目 録 性	コード リスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー															
業務メッセージ															
			<発注者>G												百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
1	223	1	百貨店企業GLN				M		数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
2	369	1	百貨店企業コード				O		数字	Identifier	3	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
3	224	1	百貨店企業名				O		文字	Text	30	可変			百貨店企業名
			<取引先>G												百貨店企業名
4	61	1	取引先GLN				M		数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業GLN				O		数字	Identifier	6	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
6	63	1	仕入企業名				O		文字	Text	30	可変			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
			<出荷単位情報>D												仕入企業名
			<仕荷>D												仕入企業名
7	98	2	出荷予定日				M		数字	Date	8	固定			仕入企業が出荷する商品の出荷予定日
			<直接納品先>G												仕入企業が出荷する商品の出荷予定日
8	35	2	直接納品先GLN				M		数字	Identifier	13	固定			取引先が商品を納入する場所(納品場所・納入場所)を表すGLNなど、店別置留の場合は店別のGLNになる。
			<最終納品先>G												取引先が商品を納入する場所(納品場所・納入場所)を表すGLNなど、店別置留の場合は店別のGLNになる。
9	107	2	納入先GLN				M		数字	Identifier	13	固定			商品が最終的に納入される場所(店別・本部など)を表すコード(GLNなど)、直納の場合は直接納品先と同一
			<取引内容>G												商品が最終的に納入される場所(店別・本部など)を表すコード(GLNなど)、直納の場合は直接納品先と同一
10	392	2	取引内容コード				O		数字	Identifier	10	可変			物理的な売場を表すコード
11	200	2	品別番号				M		数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場を示すコードであると共に高価立方式の利益計算の基本単位を示す
			<納品>D												物理的な売場を表すコード
12	180	2	納品予定日				O		数字	Date	8	固定			商品の納品予定日
			<出荷単位内容>G												商品の納品予定日
13	394	2	納品番号				O		数字	Identifier	13	可変			出荷作業単位を表す括りの番号
14	49	2	梱包数				M		数字	Quantity	5	可変			出荷した梱包の数
			<ASN状況>D												出荷した梱包の数
15	3	2	ASN区分				O		英数	Code	1	固定		3	代行業者でASN(入荷予定メッセージ)を作成する際別後表示。
			<梱包/伝票単位情報>D												代行業者でASN(入荷予定メッセージ)を作成する際別後表示。
			<取引内容>G												梱包を識別するユニークな番号、百貨店取引では固定6桁で使用する。
16	46	3	梱包No.				M		数字	Identifier	36	可変			梱包を識別するユニークな番号、百貨店取引では固定6桁で使用する。
17	64	3	仕入区分				M		数字	Code	2	固定		16	仕入の区分(買取、委託、清化などを区分)
			<取引先>G												仕入の区分(買取、委託、清化などを区分)
			<取引先>G												仕入の区分(買取、委託、清化などを区分)
18	62	3	仕入企業事業所GLN				M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業事業所を表すGLNなど
19	371	3	仕入企業事業所コード				M		数字	Identifier	8	固定			百貨店コードと各店別の店別置留コード(百貨店との取引で使用する店番等)・店舗2桁・後置留の場合は"00"
			<梱口>D												百貨店コードと各店別の店別置留コード(百貨店との取引で使用する店番等)・店舗2桁・後置留の場合は"00"
			梱口内運番				M		数字	Identifier	5	可変			商品の梱口数の運番
			<出荷梱包内容>G												商品の梱口数の運番
21	47	3	梱包コード				M		英数カナ	Code	2	固定		15	梱包No.のコード体系を表す
22	254	3	梱包内数量				M		数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			1梱包内に入っている商品の数量
			<物流関連指示>G												1梱包内に入っている商品の数量
23	165	3	納入形態				O		数字	Code	2	固定		27	商品の納入形態(ダンボール、ハンガー、オリコンなど)を表す
			<税>D												商品の納入形態(ダンボール、ハンガー、オリコンなど)を表す
24	133	3	税区分				M		数字	Code	1	固定			消費税の区分
25	135	3	税率				M		数字(小数点以下1桁有り)	Numeric	3	可変			消費税率

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	関連項目	タイプ	データ型	桁数(文字数)	拡張可能性	コードリスト	項目の意味
26	19	4				データ処理番号	M	数字	Identifier	8	可変		データの連続番号(最下位レベルの明細単位で付番)
					<取引内容>G								発注伝票番号。納品提案データにより発注する場合は、納品提案番号を発注伝票番号とする。
27	218	4				発注伝票番号	O	数字	Identifier	13	可変		発注伝票の行番号
28	216	4				発注伝票行番号	O	数字	Identifier	3	可変		仕入伝票番号
29	70	4				仕入伝票行番号	O	数字	Identifier	13	可変		仕入伝票の行番号
30	69	4				仕入伝票行番号	O	数字	Identifier	3	可変		仕入伝票の行番号
31	227	4				百貨店商品コード	O	数字	Identifier	20	可変		百貨店設定の商品分類を表すコード
32	393	4				百貨店商品補助コード	O	数字	Identifier	14	可変		百貨店設定の商品コードを補助するコード。細分化に利用。
33	87	4				取引条件コード	O	数字	Identifier	10	可変		百貨店と仕入先企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店設定のコード
34	220	4				発注日	M	数字	Date	8	固定		商品を発注した日付
35	166	4				納入指定日	M	数字	Date	8	固定		発注時に指定された納入指定日
					<商品>G								
36	7	4				商品コード(GTINなど)	O	数字	Identifier	14	固定		Global Trade Item Numberの略。商品を識別する国際標準コード。当番は、13桁JANコードの場合はOCH-JANコードの14桁表記とする。 8桁JANは、左側にゼロ桁を加えた14桁表記。UPC(Universal Product Code)も左側にゼロを加えて14桁表記とする。シナスタコード(小売業者が実施した9桁、もしくは10桁のJANタイプの商品コード)を含む。
37	88	4				取引先型番	O	英数カナ	Text	30	可変		取引先企業が発定する商品スタイル単位に識別するコード
38	89	4				取引先型番補助	O	英数カナ	Text	10	可変		取引先の型番がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
39	127	4				商品名称	O	文字	Text	50	可変		商品の名称
40	287	4				商品名称半角カナ	O	英数カナ	Text	25	可変		商品の名称(半角カナ)
					<カラー>G								
41	23	4				メーカーカラーコード	O	英数カナ	Text	10	可変		メーカー設定のカラーコード
42	284	4				カラー名称半角カナ	O	英数カナ	Text	20	可変		商品のカラー名称(半角カナ)
43	13	4				カラー名称	O	文字	Text	20	可変		商品のカラー名称
					<サイズ>G								
44	24	4				メーカーサイズコード	O	英数カナ	Text	10	可変		メーカー設定のサイズコード
45	285	4				サイズ名称半角カナ	O	英数カナ	Text	30	可変		商品のサイズ名称(半角カナ)
46	14	4				サイズ名称	O	文字	Text	30	可変		商品のサイズ名称
					<集積>G								
47	269	4				小売指示原価集積係数	Ma	数字	Amount	10	可変		百貨店が指定した集積係数(後決)
48	128	4				小売指示原価集積係数	Ma	数字	Amount	10	可変		百貨店が指定した集積係数(後決)
					<原価>G								
49	44	4				原価集積係数	Mb	数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変		後決の原価
50	43	4				原価集積係数	Mb	数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変		後決の原価
					<発注数量>G								
51	207	4				発注数量	M	数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変		商品の発注数量
					<出荷数量>G								
52	94	4				出荷数量	M	数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変		仕入先企業が出荷する商品の数量
					<欠品区分>								
53	33	4				欠品区分	O	数字	Code	2	固定	11	発注に列して納品できない場合の理由を表す区分
54	34	4				欠品数量	O	数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変		発注に列して納品できない商品の数量

(4) 入荷予定(伝票)

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必須=M、任意=O、不要=-				項目の意味						
							無条件	OTIN	優待	関連項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/可変	マイ ス ク の 可 能 性	コード リスト	
							無条件	無条件あり	無条件なし	無条件あり	無条件なし	無条件あり	無条件なし	無条件あり	無条件なし	無条件あり	
メッセージ共通ヘッダー																	
乗客メッセージ																	
			<乗客>G														
1	223	1	百貨店企業GLN				M	M	M	M		数字	Identifier	13	固定		
2	369	1	百貨店企業コード				O	O	O	O		数字	Identifier	3	固定		
3	224	1	百貨店企業名				O	O	O	O		文字	Text	30	可変		
			<取引先>G														
4	61	1	仕入企業GLN				M	M	M	M		数字	Identifier	13	固定		
5	370	1	仕入企業コード				O	O	O	O		数字	Identifier	6	固定		
6	63	1	仕入企業名				O	O	O	O		文字	Text	30	可変		
			<出荷単位情報>D														
			<出荷>D														
7	98	2	出荷予定日				M	M	M	M		数字	Date	8	固定		
			<直轄納品先>G														
8	35	2	直轄納品先GLN				M	M	M	M		数字	Identifier	13	固定		
			<最終納品先>G														
9	167	2	納入先GLN				M	M	M	M		数字	Identifier	13	固定		
			<取引内容>G														
10	392	2	販売場所コード				O	O	O	O		数字	Identifier	10	可変		
11	230	2	品別番号				M	M	M	M		数字	Identifier	10	可変		
			<納品>D														
12	180	2	納品予定日				O	O	O	O		数字	Date	8	固定		
			<梱包・伝票単位情報>D														
			<取引内容>G														
13	219	3	発注伝票番号				O	M	-	M		数字	Identifier	13	可変		
14	70	3	仕入伝票番号				O	-	M	-		数字	Identifier	13	可変		
15	97	3	出荷伝票番号				M	M	M	M		数字	Identifier	13	可変		
16	220	3	発注日				O	M	-	M		数字	Date	8	固定		
17	166	3	納入指定日				O	M	-	M		数字	Date	8	固定		
18	64	3	仕入区分				M	M	M	M		数字	Code	2	固定	16	
			<取引先>G														
19	62	3	仕入企業事務所GLN				M	M	M	M		数字	Identifier	13	固定		
20	371	3	仕入企業事務所コード				O	O	O	O		数字	Identifier	8	固定		
			<物流関連情報>G														
21	165	3	納入形態				O	O	O	O		数字	Code	2	固定		
			<税>D														
22	130	3	税区分				M	M	M	M		数字	Code	1	固定		
23	135	3	税率				M	M	M	M		数字(小数点以下1桁有り)	Numeric	3	可変		

源番	No.	Ln	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必須=M、任意=O、不要=-			関連項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定	マイナ 高機能性	コード リスト	項目の意味
							集約版	GTIN	補注あり	補注なし	補注あり	補注なし					
24	19	4							M	M	M	M	8	可変			データの連続番号(最下位1レベルの明細単位で付番)
25	216	4							O	M	-	M	3	可変			発注伝票の行番号
26	69	4							O	-	M	-	3	可変			仕入伝票の行番号
27	96	4							M	M	M	M	3	可変			仕入先企業が商品出荷時に発行する出荷伝票の行番号
28	227	4							M	M	M	M	20	可変			百貨店設定の商品分類を表すコード
29	393	4							O	O	O	O	14	可変			百貨店設定の商品コードを補助するコード(細分化などに利用)
30	87	4							M	M	M	M	10	可変			百貨店と仕入先企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店設定のコード
31	7	4							O	M	M	-	14	固定			Global Trade Item Numberの略。商品を識別する国際標準コード。当欄は、13桁JANコードの場合はOH-JANコードの14桁表記とする。OH-JANコードは、OH(Original Home)とProduct Codeの略。OHは外国へ対して付加して13桁表記とする。Product Codeは8桁。もしくは13桁のJANタイプの商品コードを含む。
32	88	4							O	O	O	O	30	可変			仕入先企業が設定する商品をスタイル単位に識別するコード
33	89	4							O	O	O	O	10	可変			取引先の商品がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
34	127	4							O	O	O	O	50	可変			商品の名称
35	287	4							O	O	O	O	25	可変			商品の名称(半角カナ)
36	23	4							O	O	O	O	10	可変			メーカー設定のカラーコード
37	284	4							O	O	O	O	20	可変			商品のカラー名称(半角カナ)
38	13	4							O	O	O	O	20	可変			商品のカラー名称
39	24	4							O	O	O	O	10	可変			メーカー設定のサイズコード
40	285	4							O	O	O	O	30	可変			商品のサイズ名称(半角カナ)
41	14	4							O	O	O	O	30	可変			商品のサイズ名称
42	289	4							Ma	Ma	Ma	Ma	10	可変			百貨店が指定した売価額(税抜)
43	128	4							Ma	Ma	Ma	Ma	10	可変			百貨店が指定した売価額(税込)
44	44	4							Mb	Mb	Mb	Mb	10	可変			税抜の原価額
45	43	4							Mb	Mb	Mb	Mb	10	可変			税込の原価額
46	207	4							O	M	-	M	7	可変			商品の発注数量
47	94	4							M	M	M	M	7	可変			仕入先企業が出荷する商品の数量
48	33	4							O	O	-	O	2	固定		11	発注に対して納品できない場合の理由を表す区分
49	34	4							O	M	-	M	7	可変			発注に対して納品できない商品の数量

(5) 納品数量

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名 (レベル1)	名寄せ項目名 (レベル2)	名寄せ項目名 (レベル3)	必須=O 任意=O 不要=-	関連 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数/ 固定/ 可変	マイ ス の 可 変 性	コード リスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー														
集荷メッセージ														
1	223	1	<発注者>G						数字	Identifier	13	固定		百貨店企業を要すGLNなど、これまで利用されてきた13桁のOJ企業コードを含む企業コード
2	389	1	百貨店企業コード			O		数字	Identifier	3	固定			百貨店協会指定の企業コード
3	224	1	百貨店企業名			O		文字	Text	30	可変			百貨店企業名
			<取引先>G											
4	611	1	仕入企業GLN			M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業を要すGLNなど、これまで利用されてきた13桁のOJ企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード			O		数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を要す企業コード)など
6	63	1	仕入企業名			O		文字	Text	30	可変			仕入企業名
			<伝票単位情報>D											
7	288	2		<取引内容>G										商品が販売あるいは仕入計上された品物のGLNなど
8	380	2		管理番号		M		数字	Identifier	13	固定			返送・納品数量・納入数量メッセージで使用するデータをくくる取引単位番号。
9	392	2		販売場所コード		O		数字	Identifier	10	可変			物理的な売場を表すコード
10	230	2		品別番号		M		数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場を示すコードであると共に異価表示方式の利益計算の基本単位を示す
			<納品>D											
				納品予定日		O		数字	Date	8	固定			商品の納品予定日
11	180	2		<商品詳細情報>D										
12	19	3			データ取組番号	M		数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(最下位レベルの明細単位で付番)
				<取引内容>G										
13	379	3			管理行番号	M		数字	Identifier	3	可変			返送・納品数量・納入数量メッセージで使用するデータをくくる取引単位の詳細番号。
				<商品>G										
14	7	3			商品コード(GTINなど)	O		数字	Identifier	14	固定			商品コードは、EAN-13、EAN-8、EAN-5、EAN-2、EAN-1のいずれかである。EAN-13の場合は、OJとJANコードの14桁を記述する。EAN-8の場合は、8桁JANと末尾にゼロ桁を記述した14桁のUPCコードを記述する。EAN-5の場合は、5桁JANと末尾にゼロ桁を記述した14桁のUPCコードを記述する。EAN-2の場合は、2桁JANと末尾にゼロ桁を記述した14桁のUPCコードを記述する。もしくは13桁のJANタイプの商品コードを含む。
15	88	3			取引先番号	O		英数カナ	Text	30	可変			仕入企業が発注する商品をスタイル単位に識別するコード
16	89	3			取引先型番補助	O		英数カナ	Text	10	可変			取引先の型番がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
17	127	3			商品名	O		文字	Text	50	可変			商品名
18	287	3			商品名半角カナ	O		英数カナ	Text	25	可変			商品名を半角カナ
			<カラー>G											
19	23	3			メーカーカラーコード	O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のカラーコード
20	284	3			カラー名半角カナ	O		英数カナ	Text	20	可変			商品のカラー名(半角カナ)
21	13	3			カラー名	O		文字	Text	20	可変			商品のカラー名
			<サイズ>G											
22	24	3			メーカーサイズコード	O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のサイズコード
23	285	3			サイズ名半角カナ	O		英数カナ	Text	30	可変			商品のサイズ名(半角カナ)
24	14	3			サイズ名	O		文字	Text	30	可変			商品のサイズ名
				<数量>G										
25	323	3			納品数量	M		数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			商品の納品数量(ラウ数)

(6) 検品受領(梱包)

[illegible]

(7) 検品受領(伝票)

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必須・半必須・任意・G1N 集約項目	項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 (文字数)	桁数 (文字数)	マイナ ス数の 可能性	コード リスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー																
業務メッセージ																
1	223	1	<検注番>G													百貨店企業を表すG1Nなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む全企業コード
2	389	1	百貨店企業コード						数字	Identifier	13					百貨店協会指定の企業コード
3	224	1	百貨店企業名						文字	Text	30					百貨店企業名
4	61	1	<取引先>G													仕入企業を表すG1Nなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む全企業コード
5	370	1	仕入企業G1N						数字	Identifier	13					流通コードセンター登録の流通取引先コード(企業を表す代表コードなど)
6	69	1	仕入企業名						文字	Text	30					仕入企業名
			<仕荷単位情報>D													
7	35	2		<直送検品先>G												取引先が検品を納入する場所(検品場所・納入場所を表すG1Nなど、店舗直納の場合は店舗のG1Nなどになる)
8	167	2		<最終検品先>G					数字	Identifier	13					検品が最終的に納入される場所(店舗、本部など)を表すコード(G1Nなど)、直納の場合は直納検品先と同一
9	382	2		納入先G1N					数字	Identifier	13					物理的な検品を表すコード
10	230	2		<取引内容>G					数字	Identifier	10					百貨店の宛先を示すコードであると共に詳細選別方式の利益計算の基本単位を示す
				品別番号					数字	Identifier	10					
11	171	2		<検品>D					数字	Date	8					検品した商品が検品された日付
				検品検品日												
12	62	2		<取引先>G					数字	Identifier	13					仕入企業の事業所を表すG1Nなど
13	371	2		仕入企業事業所G1N					数字	Identifier	8					流通コードセンター登録の流通取引先コード(百貨店との取引で使用する口番等) + 枝番2桁、枝番無しの場合は、"00"
				仕入企業事業所コード												
				<伝票単位情報>D												
14	219	3		<取引内容>G					数字	Identifier	13					検注伝票番号、検品提案一覧により発注する場合は、検品提案番号を設定法
15	70	3		発注伝票番号					数字	Identifier	13					検品番号とする
				仕入伝票番号					数字	Identifier	13					仕入伝票番号
16	19	4		<商品単位情報>D					数字	Identifier	8					データの連続番号(最下位レベルの明細単位で付番)
				データ短縮番号												
				<取引内容>G					数字	Identifier	3					検注伝票の行番号
17	216	4		発注伝票行番号					数字	Identifier	3					検注伝票の行番号
18	69	4		仕入伝票行番号					数字	Identifier	3					仕入伝票の行番号
19	227	4		百貨店商品コード					数字	Identifier	20					百貨店指定の商品分類を表すコード
20	383	4		百貨店商品補助コード					数字	Identifier	14					百貨店指定の商品コードを補助するコード。細分化などに利用
21	87	4		取引条件コード					数字	Identifier	10					百貨店と仕入先企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店指定のコード
22	64	4		仕入区分					数字	Code	2				16	仕入区分(買取、委託、消化などを区分)
				<商品>G												
23	7	4		商品コード(G1Nなど)					数字	Identifier	14					Global Trade Item Numberの略。商品を識別する国際標準コード。当面は、13桁JANコードの場合はO+JANコードの14桁表記とする。8桁JANは、先頭にゼロ桁を加えた14桁表記(UPC Universal Product Code)も先頭にゼロを加えて14桁表記する。14桁表記のJANコード(9の末尾が空欄)は5桁のJANコードの商品コードを含む。
24	88	4		取引先伝票番					英数カナ	Text	30					仕入先企業が指定する商品とスタイル単位に照らすコード
25	89	4		取引先伝票補助					英数カナ	Text	10					取引先の伝票がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
26	127	4		商品名称					文字	Text	50					商品の名称
27	287	4		商品名称半角カナ					英数カナ	Text	25					商品の名称(半角カナ)

通番	No.	Lvl	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必須=M、任意=O、不要=-	単位	項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 /文字数	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味
						<原価>O										
28	289	4				小売指所売単価税抜	0	0	0	0	0	10	可変			百貨店が指定した売単価(税抜)
29	128	4				小売指所売単価税込	0	0	0	0	0	10	可変			百貨店が指定した売単価(税込)
						<原価>O										
30	44	4				原単価税抜	0	0	0	0	0	10	可変			税抜の原単価
31	43	4				原単価税込	0	0	0	0	0	10	可変			税込の原単価
						<発注数量>O										
32	207	4				発注数量	0	M			Quantity	7	可変			商品の発注数量
						<出荷数量>O										
33	94	4				出荷数量	0	0	0	0	Quantity	7	可変			仕入先企業が出荷する商品の数量
						<受発数量>O										
34	173	4				納品受発品数量	M	M	M	M	Quantity	7	可変			納品品で発注にあった数量
35	174	4				納品受入発注数量	M	M	M	M	Quantity	7	可変			納品で発注に受け入れた発注数量

(8) 返品

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	必須項目 に 含まれる 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数/ 桁数 (可変)	マイナ ス 可 否	コード リスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー													
集荷メッセージ													
			<集注者>G										
1	223	1	百貨店企業GLN			M	数字	Identifier	13				百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のGLN企業コードを含む企業コード
2	389	1	百貨店企業コード			O	数字	Identifier	3	固定			百貨店企業独自の企業コード
3	224	1	百貨店企業名			O	文字	Text	30	可変			百貨店企業の名前
			<取引先>G										
4	61	1	仕入企業GLN			M	数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のGLN企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード			O	数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代表コード)など
6	63	1	仕入企業名			O	文字	Text	30	可変			仕入企業の名前
			<伝票単位情報>R										
			<取引内容>G										
7	288	2	計上店舗GLN			M	数字	Identifier	13	固定			商品が販売あるいは仕入計上された店舗のGLNなど
8	243	2	返品伝票番号			M	数字	Identifier	13	可変			返品伝票の伝票番号
9	392	2	販売場所コード			O	数字	Identifier	10	可変			物理的な外箱を表すコード
10	230	2	品別番号			M	数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場を表すコードであると共に販通元方式の利益計算の基本単位を示す
11	244	2	返品日			M	数字	Date	8	固定			商品を返品した日付
12	64	2	仕入区分			M	数字	Code	2	固定			仕入の区分(買取、委託、消化などを区分)
13	236	2	返品メモ			O	文字	Text	60	可変		16	返品データに記述するメモ文
			<税>D										
14	133	2	地区区分			M	数字	Code	1	固定		18	消費税の区分
15	135	2	税率			M	数字	Numeric	3	可変			消費税率
			<計上数量>D										
16	62	2	仕入企業事業所GLN			M	数字	Identifier	13	固定			仕入企業の事業所を表すGLNなど
17	371	2	仕入企業事業所コード			M	数字	Identifier	8	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(百貨店との取引で使用する口座番号)・枝数2桁・枝番 無しの場合は、00
			<取引合計>G										
18	242	2	返品伝票売上価額合計			M	数字	Amount	10	可変			返品伝票の売上価額合計金額
19	239	2	返品伝票原価価額合計			M	数字	Amount	10	可変			返品伝票の原価合計金額
20	241	2	返品伝票消費税額合計			M	数字	Amount	10	可変			返品伝票の消費税合計金額
			<取引開始>G										
21	19	3		データ処理番号		M	数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(最下位レベルの明細単位で付番)
22	240	3		返品伝票行番号		M	数字	Identifier	3	可変			返品伝票の行番号
23	245	3		返品理由		M	数字	Code	1	固定		33	商品を返品した理由を表す区分
			<取引内容>G										
24	227	3		百貨店商品コード		M	数字	Identifier	20	可変			百貨店指定の商品分類を表すコード
25	393	3		百貨店商品補助コード		O	数字	Identifier	14	可変			百貨店指定の商品コードを補助するコード、細分化などに利用。
26	87	3		取引条件コード		M	数字	Identifier	10	可変			百貨店と仕入企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店指定のコード
27	40	3		原価率		O	数字(小数点以下5桁有り)	Numeric	8	可変			商品単価に対する原価率を示す
28	20	3		ブローカー・セール区分		O	数字	Code	1	固定		7	商品がブローカー商品か、セール商品か、マーガダウン商品かを表す区分
			<商品>G										
29	7	3		商品コード(GTINなど)		O	数字	Identifier	14	固定			Global Trade Item Numberの略。商品を識別する国際標準コード。当画面は、13桁JANコードの場合は 0+JANコードの14桁表記とする。8桁JANは、先頭にゼロ桁を加えた14桁表記、UPC(Universal Product Code)も先頭にゼロを加えて14桁表記とする。インストアコード(小売業が発表した9桁、 もしくは15桁のJAN5桁の商品コード)を含む。
30	88	3		取引先型番		O	英数カナ	Text	30	可変			仕入企業が指定する商品をスタイル単位に識別するコード
31	89	3		取引先型番補助		O	英数カナ	Text	10	可変			取引先の型番がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
32	127	3		商品名称		O	文字	Text	50	可変			商品の名称
33	287	3		商品名称半角カナ		O	英数カナ	Text	25	可変			商品の名称(半角カナ)

通番	No.	Lvl	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	必須項目 必須項目 必須項目	関連項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 可変	マイナ ス の 可能性	コード リスト	項目の意味
34	23	3			<カラー>G			英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のカラーコード
35	284	3			カラー名称半角カナ	0		英数カナ	Text	20	可変			商品のカラー名称(半角カナ)
36	13	3			カラー名称	0		文字	Text	20	可変			商品のカラー名称
37	24	3			<サイズ>G	0		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のサイズコード
38	285	3			サイズ名称半角カナ	0		英数カナ	Text	30	可変			商品のサイズ名称(半角カナ)
39	14	3			サイズ名称	0		文字	Text	30	可変			商品のサイズ名称
40	269	3			<税額>G									
41	126	3			小売指売単価税抜	Ma		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した単価(税抜)
42	44	3			小売指売単価税込	Ma		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した単価(税込)
43	43	3			<原価>G									
44	238	3			原価税抜	Mb		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税抜の原価
					原価税込	Mb		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税込の原価
					<返品数量>G									
					返品数量	M		数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			百貨店から返品した商品数量

1.1.3 消化型メッセージ

(1) 搬入提案

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	必須・任意・不	項目	タイプ	データ型	桁数(文字数)	桁数(バイト数)	マイナスイ	コード	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー														
業務メッセージ														
			< 発注者 > G											
1	223	1	百貨店企業GLN			M		数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のGLN企業コードを含む企業コード
2	359	1	百貨店企業コード			O		数字	Identifier	3	固定			百貨店企業コードの企業コード
3	224	1	百貨店企業名			O		文字	Text	30	可変			百貨店企業名
4			< 取引先 > G											
5	61	1	仕入企業GLN			M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のGLN企業コードを含む企業コード
6	370	1	仕入企業コード			O		数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代表コード)など
7	63	1	仕入企業名			O		文字	Text	30	可変			仕入企業名
			< 伝票単位情報 > D											
			< 取引先 > G											
7	176	2	物品提案番号			M		数字	Identifier	13	可変			仕入企業が発行する物品提案番号。百貨店が物品提案データより発注する場合は、発注伝票番号となる
8	206	2	発注集約管理番号			O		数字	Identifier	13	可変			一回の発注集約の発注データをくくる集約番号
9	97	2	出荷伝票番号			O		数字	Identifier	13	可変			仕入企業が物品出荷時に発行する出荷伝票番号
10	392	2	販売場所コード			O		数字	Identifier	10	可変			物理的な場所を表すコード
11	230	2	品別番号			M		数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場表示コードであると共に、売場表示方式の利益計算の基本単位を示す
12	64	2	仕入区分			M		数字	Code	2	固定		16	仕入の区分(買取、委託、割込などを区分)
13	202	2	納入提案日			O		数字	Date	8	固定			卸企業が百貨店に商品の納品提案をする際に、商品を納入する希望の日付あるいは納期で決定してある場合はこの納入日、発注メッセージに引き継ぐ場合は納入予定日に引き継ぐ。
14	204	2	発注希望日			M		数字	Date	8	固定			百貨店に対する発注希望日
15	395	2	発注形態			O		数字	Code	2	固定		42	発注の形態(初回発注、追加発注など)を表す区分。
			< 取引先 > G											
16	62	2	仕入企業事業所GLN			M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業の実業所を表すGLNなど
17	371	2	仕入企業事業所コード			M		数字	Identifier	8	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(百貨店との取引で使用する口座番号)+枝番(桁、枝番無しの場合は、00)
			< 取引先 > G											
18	222	2	販売場所区分			O		数字	Code	1	固定		30	百貨店が指定した販売場所がフタバ・赤塚が指定場所などを表す区分。
19	156	2	店出場所コード			O		英数	Identifier	13	可変			納品した商品の店出場所を表すコード
20	157	2	店出場所名			O		文字	Text	30	可変			納品した商品の店出場所名を表す
			< 納品関連情報 > G											
21	165	2	納入形態			O		数字	Code	2	固定		27	商品の納入形態(ダンボール、ハンガー、オリコンなど)を表す
			< 直轄納品先 > G											
22	35	2	直轄納品先GLN			M		数字	Identifier	13	固定			取引先が商品を納品(搬入)する場所(納品場所+搬入場所)を表すGLNなど、店舗直轄の場合は店舗のGLNなどになる。
23	36	2	直轄納品場所名			O		文字	Text	30	可変			取引先が商品を納品(搬入)する場所(納品場所+搬入場所)を表す名称
			< 直轄納品先 > G											
24	167	2	納入先GLN			M		数字	Identifier	13	固定			商品が最終的に納入される場所(店舗、本部など)を表すコード(GLNなど)、直轄の場合は直轄納品先
25	168	2	納入先名称			O		文字	Text	30	可変			商品が最終的に納入する場所の名称
			< 商品出庫元 > G											
26	235	2	商品出庫元GLN			O		数字	Identifier	13	固定			仕入企業の商品出庫元番号を表すGLNなど
			< 税区分 > D											
27	133	2	税区分			M		数字	Code	1	固定		19	消費税の区分
28	135	2	税率			M		数字(小数点以下1桁有り)	Numeric	3	可変			消費税率

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	必須=H 任意=O 半角=ー	項目 属性	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/可変	マイナ ス属性	コード リスト	項目の意味
				<取引合計>G							固定			
29	274	2				O		数字	Amount	10	可変			納品提案番号単位の売価金額合計
30	275	2				O		数字	Amount	10	可変			納品提案番号単位の原価金額合計
31	275	2				O		数字	Amount	10	可変			納品提案番号単位の原価内費税金額合計
32	276	2				O		数字/小数点以下1桁有り	Quantity	7	可変			納品提案番号単位の数量合計(15桁)
				<商品詳細情報>D							可変			
33	19	3				M		数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(最下位レベルの明細単位で付番)
34	277	3				M		数字	Identifier	3	可変			納品提案番号単位の行番号
35	96	3				O		数字	Identifier	3	可変			仕入先企業が商品出荷時に発行する出荷伝票の行番号
36	227	3				M		数字	Identifier	20	可変			百貨店設置の商品分類を表すコード
37	393	3				O		数字	Identifier	14	可変			百貨店設置の商品コードを補助するコード、細分化などに利用。
38	87	3				M		数字	Identifier	10	可変			百貨店仕入先企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店設定のコード
				<商品>G							固定			
39	7	3				O		数字	Identifier	14	固定			Global Trade Item Numberの値、商品を表す国際標準コード。当画面は、13桁JANコードの場合はO、JANコードの14桁表記とする。8桁JANは、先頭にゼロを加えて、14桁表記とする。インストアコード(小売業が登録した8桁、Product Code)も先頭にゼロを加えて、14桁表記とする。インストアコード(小売業が登録した8桁、Product Code)も先頭にゼロを加えて、14桁表記とする。インストアコード(小売業が登録した8桁、Product Code)も先頭にゼロを加えて、14桁表記とする。
40	88	3				M		英数カナ	Text	30	可変			仕入先企業が設定する商品をスタイル単位に識別するコード
41	89	3				O		英数カナ	Text	10	可変			取引先の登録がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
42	127	3				O		文字	Text	50	可変			商品の名称
43	287	3				O		英数カナ	Text	25	可変			商品の名称(半角カナ)
44	23	3				O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のカラーコード
45	284	3				O		英数カナ	Text	20	可変			商品のカラー名称(半角カナ)
46	13	3				O		文字	Text	20	可変			商品のカラー名称
47	24	3				O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のサイズコード
48	265	3				O		英数カナ	Text	30	可変			商品のサイズ名称(半角カナ)
49	14	3				O		文字	Text	30	可変			商品のサイズ名称
50	269	3				Ma		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売価値(税抜)
51	126	3				Ma		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売価値(税込)
				<原価>G							可変			
52	44	3				Mo		数字/小数点以下2桁有り	Amount	10	可変			税抜の原価値
53	43	3				Mo		数字/小数点以下2桁有り	Amount	10	可変			税込の原価値
				<単注数量>G							可変			
54	208	3				M		数字	Quantity	6	可変			商品の発注単位数
55	209	3				M		数字	Quantity	4	可変			商品の発注単位あたりの入数
				<商品数量>D							可変			
56	177	3				M		数字/小数点以下1桁有り	Quantity	7	可変			納品提案数量
				<在庫数量>G							可変			
57	91	3				O		数字/小数点以下1桁有り	Quantity	7	可変			仕入先企業が百貨店向けに在庫している数量

(2) 搬入依頼

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名 (レベル1)	名寄せ項目名 (レベル2)	名寄せ項目名 (レベル3)	必須・M 任意・O 不要・-	関連 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定 可変	マイ ス ク ス の 可 変 性	コード リスト	項目の意味
マッセージ共通ヘッダー														
集約メッセージ														
1	223	1	＜発注番＞G					数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
2	389	1	百貨店企業コード			O		数字	Identifier	3	固定			百貨店協会制定の企業コード
3	224	1	百貨店企業名			O		文字	Text	30	可変			百貨店企業名
			＜取引先＞G											
4	61	1	仕入企業GLN			M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード			O		数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード (企業を表す代表コード) など
6	63	1	仕入企業名			O		文字	Text	30	可変			仕入企業名
			＜伝票単位情報＞D											
			＜取引内容＞G											
7	219	2	発注伝票番号			M		数字	Identifier	13	可変			発注伝票番号。発注伝票が1枚により発注する場合、発注伝票番号を発注伝票番号とする。 一回の発注操作の発注データを一括する発注番号
8	206	2	発注集約管理番号			O		数字	Identifier	13	可変			仕入企業が発注伝票に発行する発注伝票番号
9	97	2	出荷伝票番号			O		数字	Identifier	13	可変			物理的な出荷を表すコード
10	392	2	品別番号			O		数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場を示すコードであると共に、発注伝票方式の利益計算の基本単位を示す
11	230	2	品別番号			M		数字	Identifier	10	可変			仕入の区分・買取・委託・消化などを区分
12	64	2	仕入区分			M		数字	Code	2	固定		16	仕入区分の名称を表す
13	65	2	仕入区分名称			O		文字	Text	10	可変			仕入区分の名称を表す
14	220	2	発注日			M		数字	Date	8	固定			商品を発注した日付
15	166	2	納入指定日			O		数字	Date	8	固定			納入期に指定された納入指定日
16	252	2	店出予定日			O		数字	Date	8	固定			納入された商品を出しする予定日 (発注番号用)
17	395	2	発注形態			O		数字	Code	2	固定		42	発注の形態 (初期発注、追加発注など) を表す区分。
18	203	2	発注メモ			O		文字	Text	60	可変			発注データに記述するメモ
			＜取引先＞G											
19	62	2	仕入企業事業所GLN			M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業の実業所を表すGLNなど
20	371	2	仕入企業事業所コード			M		数字	Identifier	8	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード (百貨店との取引で使用する口座番号) + 枝店2桁、枝層 無しの場合は、"00"
			＜販売場所＞G											
21	222	2	販売場所区分			O		数字	Code	1	固定		30	百貨店が指定した販売場所がローバー売場か他売場かなどを表す区分。
22	156	2	店出場所コード			O		英数	Identifier	13	可変			納品した商品の店出場所を表すコード
23	157	2	店出場所名			O		文字	Text	30	可変			納品した商品の店出場所名を表す
24	200	2	売場名			O		文字	Text	30	可変			売場の名称
			＜物流関連指示＞G											
25	140	2	代行ASN			O		英数	Code	2	可変		32	代行物品業者が出荷明細シートを作成するかを表す区分
26	6	2	ASN作成番号指示			O		英数	Code	1	固定		4	入荷予定 (ASN) データの作成者 (仕入企業・納品代行業者) を識別する。
27	165	2	納入形態			O		数字	Code	2	固定		27	商品の納入形態 (ダンボール、ハガキ、オリコン) を表す
			＜債権＞D											
28	148	2	債権発行区分			O		数字	Code	1	固定		24	債権発行が必要かどうかを表す
29	149	2	債権方法			O		数字	Code	2	固定		25	債権の発行方法を表す (発注データに基づいて発行するか、マスタに基づいて発行するかを表す。
			＜直接納品先＞G											
30	35	2	直接納品先GLN			M		数字	Identifier	13	固定			取引先が商品と納品 (納入) する場所 (後品場所・納入場所) を表すGLNなど、店頭直納の場合は店頭の GLNとなる。
31	36	2	直接納品場所名			O		文字	Text	30	可変			取引先が商品と納品 (納入) する場所 (後品場所・納入場所) を表す名称

通番	No.	Lvl	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	必須=M 任意=O 不要=-	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/可変	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味
				< 農林物品 > O								商品が機能的に納入される場所(店舗、本部など)を表すコード(GLNなど)、直物の場合は直接物品先と同一
32	167	2		納入先GLN		M	数字	13	固定			商品が機能的に納入される場所(店舗、本部など)を表すコード(GLNなど)、直物の場合は直接物品先と同一
33	168	2		納入先名称		O	文字	30	可変			商品名機能的に納入する場所の名称
34	255	2		< 商品出荷先 > G								
				商品出荷先GLN		O	数字	13	固定			仕入企業の商品出荷元番を表すGLNなど
				< 会社 > D								
35	210	2		会社担当番コード		O	数字	13	可変			会社担当番を表すコード
36	211	2		会社担当番名		O	文字	15	可変			会社担当番名
37	212	2		会社担当電話番号		O	数字	10	可変			会社担当番の内線電話番号
38	253	2		会社宛宛者コード		O	数字	13	可変			百貨店で宛注を承認した社員を表すコード
				< 税 > D								
39	133	2		税区分		M	数字	1	固定		19	消費税の区分
40	135	2		税率		M	Numeric	3	可変			消費税率
				< 商品条件 > D								
41	37	2		商品条件		O	数字	2	固定		12	商品条件別に後品する条件を表す区分
				< 取引合計 > G								
42	217	2		会社元金額合計		M	Amount	10	可変			会社元金額の元金合計
43	214	2		会社元金額合計		M	Amount	10	可変			会社元金額の元金合計
44	215	2		会社元金額合計		M	Amount	10	可変			会社元金額の元金合計
45	218	2		会社元金額合計		M	Quantity	7	可変			会社元金額の数量合計(15桁)
				< 商品詳細情報 > O								
46	19	3		データ処理番号		M	数字	8	可変			データの連続番号(通下位レベルの明細単位で付番)
				< 取引内容 > G								
47	216	3		会社元金額合計		M	数字	3	可変			会社元金額の行番号
48	96	3		出荷伝票行番号		O	数字	3	可変			仕入先企業が商品出荷時に発行する出荷伝票の行番号
49	227	3		百貨店商品コード		M	数字	20	可変			百貨店設定の商品コードを補助するコード
50	393	3		百貨店商品補助コード		O	数字	14	可変			百貨店設定の商品コードを補助するコード、細分化などに利用。
51	87	3		取引条件コード		M	数字	10	可変			百貨店と仕入先企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店設定のコード
				< 商品 > O								
52	7	3		商品コード(GTINなど)		M	数字	14	固定			Global Trade Item Numberの略、商品識別する国際標準コード。原則は、13桁JANコードの場合は0をJANコードの14桁番記とする。8桁JANは、先頭にゼロを加えて、14桁番記とする。インストアコード(小売業が展開した8桁、もしくは13桁のJANタイプの商品コード)を含む。
53	88	3		取引先宛番		O	英数カナ	30	可変			仕入先企業が設定する商品スタイル単位に識別するコード
54	89	3		取引先宛番補助		O	英数カナ	10	可変			取引先の宛番がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
55	127	3		商品名称		O	文字	50	可変			商品の名称
56	287	3		商品名称半角カナ		O	英数カナ	25	可変			商品の名称(半角カナ)
				< カラー > G								
57	31	3		標準カラーコード		O	英数カナ	2	固定		10	日本流行色協会(JMCA)の基本色「JCC40」に準拠した標準コード
58	23	3		メーカーカラーコード		O	英数カナ	10	可変			メーカー指定のカラーコード
59	284	3		カラー名称半角カナ		O	英数カナ	20	可変			商品のカラー名称(半角カナ)
60	13	3		カラー名称		O	文字	20	可変			商品のカラー名称

通番	No.	Lvl	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	必須=1 任意=0 不要=-	関連 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/可変	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味
					<サイズ>0									
61	32	3			共通サイズコード	0		英数カナ	Code	9	可変		9	小規格は、下桁の部分コード+JIS既成衣料のサイズ規格及び表示に関する通則による
62	24	3			メーカーサイズコード	0		英数カナ	Text	10	可変			メーカー指定のサイズコード
63	283	3			サイズ名称半角カナ	0		英数カナ	Text	30	可変			商品のサイズ名称(半角カナ)
64	14	3			サイズ名称	0		文字	Text	30	可変			商品のサイズ名称
					<値札>0									
					値札機能									
65	147	3				0		英数	Code	5	固定		23	値札の機能を表す
					<数量>0									
66	288	3			小売指示単価単位税込	Ma		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売単価(税抜)
67	128	3			小売指示売単価単位税込	Ma		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売単価(税込)
					<価額>0									
68	44	3			原価単位税込	Mb		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税抜の原価額
69	43	3			原価単位税込	Mb		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税込の原価額
					<数量>0									
					<数量>0									
70	207	3			発注数量	M		数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			商品の発注数量
71	208	3			発注単位数	M		数字	Quantity	6	可変			商品の発注単位数
72	209	3			発注単位入数	M		数字	Quantity	4	可変			商品の発注単位あたりの入数
					<数量>0									
73	386	3			スキャン指定区分	0		数字	Identifier	1	可変			出荷検品時に、全品スキャンか、数量入力を認めるかを指定。

(3) 搬入予定(梱包)

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必要=M 任意=O 不表示=-	関連 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/可変	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味
パッケージ共通ヘッダー															
業務メッセージ															
1	223	1	<新注番>G 百貨店企業GLN				M		数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のCI企業コードを含む5桁の企業コード
2	369	1	百貨店企業コード				O		数字	Identifier	3	固定			百貨店協会制定の企業コード
3	224	1	百貨店企業名				O		文字	Text	30	可変			百貨店企業の名前
			<取引先>G												
4	61	1	仕入企業GLN				M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のCI企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード				O		数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代表コード)など
6	63	1	仕入企業名				O		文字	Text	30	可変			仕入企業の名前
			<出荷単位情報>D												
				<出荷>D											
7	98	2		出荷予定日			M		数字	Date	8	固定			仕入企業が出荷する商品の出荷予定日
				<直接納品先>G											
8	35	2		直接納品先GLN			M		数字	Identifier	13	固定			取引先が商品を納品(搬入)する場所(納品場所)搬入場所を表すGLNなど、店頭置留の場合は店頭のGLNになる。
				<最終納品先>G											
9	167	2		納入先GLN			M		数字	Identifier	13	固定			商品が最終的に納入される場所(店舗、本部など)を表すコード(GLNなど)、直取引の場合は店頭のGLN
				<取引内番>G											
10	392	2		販売場所コード			O		数字	Identifier	10	可変			物理的な売場を表すコード
11	230	2		品別番号			M		数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場を示すコードであると共に売場方式の利益計算の基本単位を表す
				<納品>D											
12	180	2		納品予定日			O		数字	Date	8	固定			商品の納品予定日
				<出荷単位内番>G											
13	394	2		商品番号			O		数字	Identifier	13	可変			出荷作業単位を表す括りの番号
14	49	2		梱口数			M		数字	Quantity	5	可変			出明した梱口の数
				<ASN状況>D											
15	3	2		ASN区分			O		英数	Code	1	固定		3	代行業者でASN(入荷予定メッセージ)を作成する場合を表す。
				<梱包/伝票単位情報>D											
				<取引内番>G											
16	46	3		梱口No.			M		数字	Identifier	36	可変			梱包を識別するユニークな番号。百貨店取引では固定の桁で使用する。
17	64	3		仕入区分			M		数字	Code	2	固定		16	仕入の区分(買取、委託、消化などを区分)
				<取引先>G											
18	62	3		仕入企業業所GLN			M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業の事業所を表すGLNなど
19	371	3		仕入企業事業所コード			M		数字	Identifier	8	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(百貨店との取引で使用する口座番号) + 枝線2桁、枝線無しの場合は、"00"
				<前口>D											
20	45	3		梱口内通番			M		数字	Identifier	5	可変			納品時の梱口数の通番
				<出荷単位内番>G											
21	47	3		梱口コード			M		英数字	Code	2	固定		15	梱口別のコード体系を表す
22	254	3		梱口内数量			M		数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			1梱口内に入っている商品の数量
				<物流関連情報>G											
23	165	3		納入形態			O		数字	Code	2	固定		27	商品の納入形態(ダンボール、ハンガー、オゾンコンなど)を表す
				<税>D											
24	133	3		税区分			M		数字	Code	1	固定		19	消費税の区分
25	135	3		税率			M		数字(小数点以下1桁有り)	Numeric	3	可変			消費税率

通番	No.	Lvl	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必須項目 任意項目 または必須項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/可変	マイナ ス属性 可変性	コード リスト	項目の意味
					<商品単位情報>D									
26	19	4				データ照会番号	M	数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(最下位レベルの別冊単位で付番)
27	219	4				<取引内容>G 発注伝票番号	O	数字	Identifier	13	可変			発注伝票番号。商品提案データにより発注する場合、商品提案番号を発注伝票番号とする。
28	216	4				発注伝票行番号	O	数字	Identifier	3	可変			発注伝票の行番号
29	97	4				出荷伝票番号	M	数字	Identifier	13	可変			仕入先企業が商品の出荷時に発行する出荷伝票番号
30	96	4				出荷伝票行番号	M	数字	Identifier	3	可変			仕入先企業が商品の出荷時に発行する出荷伝票の行番号
31	227	4				百貨店商品コード	O	数字	Identifier	20	可変			百貨店設定の商品分類を表すコード
32	393	4				百貨店商品補助コード	O	数字	Identifier	14	可変			百貨店設定の商品コードを補助するコード(細分化などに利用)
33	87	4				取引条件コード	O	数字	Identifier	10	可変			百貨店と仕入先企業間の取引条件(原価率などを表す百貨店設定のコード)
34	220	4				発注日	O	数字	Date	8	固定			商品を発注した日付
35	166	4				納入指定日	O	数字	Date	8	固定			発注時に指定された納入指定日
						<商品>G								
36	7	4				商品コード(GTINなど)	M	数字	Identifier	14	固定			Global Trade Item Numberの略。商品名を照会する国際標準コード。通常は、13桁の数字で表されるが、EAN-8(8桁)とEAN-14(14桁)の形式でも使用される。EAN-14は、EAN-8の後に4桁の数字(UPC(Universal Product Code)または5桁の数字(JANタイプの商品コード)を含む。
37	88	4				取引先番号	O	英数カナ	Text	30	可変			仕入先企業が設定する商品をスタイル単位に照会するコード
38	89	4				取引先番号補助	O	英数カナ	Text	10	可変			取引先の番号がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
39	127	4				商品名称	O	文字	Text	50	可変			商品の名称
40	287	4				商品名称半角カナ	O	英数カナ	Text	25	可変			商品の名称(半角カナ)
41	23	4				<カラー>G								
42	284	4				メーカーカラーコード	O	英数カナ	Text	10	可変			メーカー指定のカラーコード
43	13	4				カラー名称	O	英数カナ	Text	20	可変			商品のカラー名称(半角カナ)
						カラー名称	O	文字	Text	20	可変			商品のカラー名称
44	24	4				<サイズ>G								
45	285	4				メーカーサイズコード	O	英数カナ	Text	10	可変			メーカー指定のサイズコード
46	14	4				サイズ名称半角カナ	O	英数カナ	Text	30	可変			商品のサイズ名称(半角カナ)
						サイズ名称	O	文字	Text	30	可変			商品のサイズ名称
47	286	4				<税額>G								
48	128	4				小売指売売単価税抜	Ma	数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売単価(税抜)
						小売指売売単価税込	Ma	数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売単価(税込)
49	44	4				<原価>G								
50	43	4				原価税抜	Mb	数字(小数点以下1桁有り)	Amount	10	可変			税抜の原価
						原価税込	Mb	数字(小数点以下1桁有り)	Amount	10	可変			税込の原価
51	207	4				発注数量	O	数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			商品の発注数量
						<出荷数量>G								
52	94	4				出荷数量	M	数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			仕入先企業が出荷する商品の数量
						<欠品>G								
53	33	4				欠品区分	O	数字	Code	2	固定		11	発注に対して欠品できない場合の理由を数値で区分
54	34	4				欠品数量	O	数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			発注に対して欠品できない商品の数量

(4) 搬入予定(伝票)

通番	No.	Level	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必須=0 任意=1 不適用=2	関連 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 /固定/ 可変	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味
マッセージ共通ヘッダー															
業務メッセージ															
1	223	1	＜発注者＞G				M		数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
2	368	1	百貨店企業コード				O		数字	Identifier	3	固定			百貨店協会認定の企業コード
3	224	1	百貨店企業名				O		文字	Text	30	可変			百貨店企業名
			＜取引先＞G												百貨店企業名
4	611	1	仕入企業GLN				M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード				O		数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代表コード)など
6	633	1	仕入企業名				O		文字	Text	30	可変			仕入企業名
			＜出荷単位情報＞0												
			＜出荷＞D												
7	98	2	出荷予定日				M		数字	Date	8	固定			仕入企業が出荷する商品の出荷予定日
			＜運送納品先＞G												
8	35	2	運送納品先GLN				M		数字	Identifier	13	固定			取引先が商品を納品(搬入)する場所(返品場所・輸入場所を表すGLNなど、店舗運送の場合は店頭のGLNなどになる)
			＜最終納品先＞G												
9	167	2	納入先GLN				M		数字	Identifier	13	固定			商品が最終的に納入される場所(店舗、本部など)を表すコード(GLNなど)、置納の場合は運送納品先と同一
			＜取引内訳＞G												
10	302	2	販売場所コード				O		数字	Identifier	10	可変			物理的な売場を表すコード
11	230	2	品別番号				M		数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場を示すコードであると共に売価還元方式の利益計算の基本単位を示す
			＜納品＞D												
12	180	2	納品予定日				O		数字	Date	8	固定			商品の納品予定日
			＜梱包/伝票単位情報＞D												
13	219	3					O		数字	Identifier	13	可変			発注伝票番号、納品請求書番号により発注する場合は、納品請求番号を登録法(標準)とする。
14	97	3					M		数字	Identifier	13	可変			仕入企業の商品出荷情報に発行する出荷伝票番号
15	220	3					O		数字	Date	8	固定			商品を発注した日付
16	166	3					O		数字	Date	8	固定			発注時に指定された納入日付
17	64	3					M		数字	Code	2	固定		16	仕入の区分(買取、委託、消化などを区分)
18	62	3					M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業の事業所を表すGLNなど
19	371	3					M		数字	Identifier	8	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(百貨店との取引で使用する口座番号)十桁番2桁、枝番無しの場合は、"00"
20	165	3					O		数字	Code	2	固定		27	商品の納入形態(ダンボール、ハンガー、オリコンなどを表す)
21	133	3					M		数字	Code	1	固定			消費税の区分
22	135	3					M		数字(小数点以下1桁有り)	Numeric	3	可変			消費税率

通番	No.	Lvl	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	関連項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数/ 固定/可変	マイ スプレッド シート 可変	コード リスト	項目の意味
	23	19	4			データ照会番号	M	数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(最下位レベルの明細単位で付番)
						<取引内容>G								
24	216	4				発注伝票実行番号	O	数字	Identifier	3	可変			発注伝票の行番号
25	96	4				出荷伝票実行番号	M	数字	Identifier	3	可変			仕入先企業が商品出荷時に発行する出荷伝票の行番号
26	227	4				百貨店商品コード	M	数字	Identifier	20	可変			百貨店設定の商品分類を表すコード
27	393	4				百貨店商品補助コード	O	数字	Identifier	14	可変			百貨店設定の商品コードを補助するコード、細分化などに利用
28	87	4				取引条件コード	M	数字	Identifier	10	可変			百貨店と仕入先企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店設定のコード
						<商品>G								
29	7	4				商品コード(GTINなど)	M	数字	Identifier	14	固定			Global Trade Item Numberの略。商品を識別する国際標準コード。通常は、13桁のEANコードの末尾に0を付加した14桁を表す。8桁のUPCコードは、14桁のEANコードの末尾に0000を付加して14桁を表す。14桁表記とする、インストアコード(小売業者が採番した8桁、もしくは13桁のJANタイプの商品コード)を含む。
30	88	4				取引先番号	O	英数カナ	Text	30	可変			仕入先企業が設定する商品をスタイル単位に識別するコード
31	89	4				取引先名称補助	O	英数カナ	Text	10	可変			取引先の名称がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
32	127	4				商品名称	O	文字	Text	50	可変			商品の名称
33	287	4				商品名称半角カナ	O	英数カナ	Text	25	可変			商品の名称(半角カナ)
						<カラー>G								
34	23	4				メーカーカラーコード	O	英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のカラーコード
35	284	4				カラー名称半角カナ	O	英数カナ	Text	20	可変			商品のカラー名称(半角カナ)
36	13	4				カラー名称	O	文字	Text	20	可変			商品のカラー名称
						<サイズ>G								
37	24	4				メーカーサイズコード	O	英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のサイズコード
38	285	4				サイズ名称半角カナ	O	英数カナ	Text	30	可変			商品のサイズ名称(半角カナ)
39	14	4				サイズ名称	O	文字	Text	30	可変			商品のサイズ名称
						<税額>G								
40	289	4				小売指売税額税抜	Ma	数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売価(税抜)
41	128	4				小売指売税額税込	Ma	数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売価(税込)
						<原価>G								
42	44	4				原価税抜	Mb	数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税抜の原価
43	43	4				原価税込	Mb	数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税込の原価
						<仕荷数量>G								
44	94	4				出荷数量	M	数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			仕入先企業が出荷する商品の数量

(5) 搬入数量

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名 (レベル1)	名寄せ項目名 (レベル2)	名寄せ項目名 (レベル3)	必須=O 任意=O 不要=-	関連 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数/ 固定/ 可変	マイ ス の 可 変 性	コード リスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー														
集荷メッセージ														
1	223	1	<発注者>G			M		数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた13桁のOJ企業コードを含む企業コード
2	389	1	百貨店企業コード			O		数字	Identifier	3	固定			百貨店企業指定の企業コード
3	224	1	百貨店企業名			O		文字	Text	30	可変			百貨店企業名
			<取引先>G											
4	61	1	仕入企業GLN			M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた13桁のOJ企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード			O		数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代替コード)など
6	63	1	仕入企業名			O		文字	Text	30	可変			仕入企業名
			<伝票単位情報>D											
			<取引内容>G											
7	288	2	計上店種GLN			M		数字	Identifier	13	固定			商品が販売あるいは仕入計上された店舗のGLNなど
8	380	2	管理番号			M		数字	Identifier	13	可変			返送・納品数量・搬入数量メッセージで使用するデータをくくる取引単位の番号。
9	392	2	販売場所コード			O		数字	Identifier	10	可変			物理的な売場を表すコード
10	230	2	品別番号			M		数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場を示すコードであると共に異端表示方式の利益計算の基本単位を示す
			<納品>D											
			納品予定日			O		数字	Date	8	固定			商品の搬入予定日
11	382	2	<商品詳細情報>D											
			データ取番番号			M		数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(順下位レベルの明細単位で付番)
12	19	3												
			<取引内容>G											
13	379	3	管理番号			M		数字	Identifier	3	可変			返送・納品数量・搬入数量メッセージで使用するデータをくくる取引単位の詳細番号。
			<商品>G											
14	7	3				M		数字	Identifier	14	固定			Global Trade Item Numberの略。商品名を記述する国際標準コード。通常は、13桁JANコードの場合はOとJANコードの14桁目とする。8桁JANを基にゼロ付加して14桁とし、14桁目以降はProduct Codeも先頭にゼロを添えて、14桁表記とする。インストアコード(小売業が発表した5桁、もしくは13桁のJANタイプの商品コード)を含む。
			商品コード(GTINなど)											仕入本企業が指定する商品をスタイル単位に識別するコード
15	88	3	取引先番号			O		英数カナ	Text	30	可変			取引先の型番がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
16	89	3	取引先型番補助			O		英数カナ	Text	10	可変			
17	127	3	商品名称			O		文字	Text	50	可変			商品の名称
18	287	3	商品名称半角カナ			O		英数カナ	Text	25	可変			商品の名称(半角カナ)
			<カラー>G											
19	23	3	メーカーカラーコード			O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のカラーコード
20	284	3	カラー名称半角カナ			O		英数カナ	Text	20	可変			商品のカラー名称(半角カナ)
21	13	3	カラー名称			O		文字	Text	20	可変			商品のカラー名称
			<サイズ>G											
22	24	3	メーカーサイズコード			O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のサイズコード
23	285	3	サイズ名称半角カナ			O		英数カナ	Text	30	可変			商品のサイズ名称(半角カナ)
24	14	3	サイズ名称			O		文字	Text	30	可変			商品のサイズ名称
			<数量>G											
25	381	3				M		数字(小数量以下:1桁有り)	Quantity	7	可変			商品の搬入数量(ララ数)

(6) 搬入確認(梱包)

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	関連項目	タイプ	データ型	桁数(文字数)	桁数(文字数)	マイナ/ス横の可塑性	コードリスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー													
業務メッセージ													
1	223	1	1百貨店企業GLN				数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のGLN企業コードを含む企業コード
2	389	1	百貨店企業コード			O	数字	Identifier	3	固定			百貨店企業規定の企業コード
3	224	1	百貨店企業名			O	文字	Text	30	可変			百貨店企業名
4	61	1	1百貨店企業GLN			M	数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のGLN企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード			O	数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の流通取引先コード(企業を表す代表コード)など
6	63	1	仕入企業名			O	文字	Text	30	可変			仕入企業名
7	35	2				M	数字	Identifier	13	固定			取引先が商品を納品(搬入)する場所(納品場所:搬入場所)を表すGLNなど、店前直納の場合は店前納品のGLNなどになる。
8	167	2				M	数字	Identifier	13	固定			商品が最終的に納入される場所(店舗、本部など)を表すコード(GLNなど)、直納の場合は直納商品先と同一
9	392	2				O	数字	Identifier	10	可変			物理的な外場を表すコード
10	230	2				M	数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場を示すコードであると共に売場通元方式の利益計算の基本単位を示す
11	171	2				M	数字	Date	8	固定			納品した商品が後品された日付
12	394	2				O	数字	Identifier	13	可変			出荷作業単位を表す括りの番号
13	49	2				O	数字	Quantity	5	可変			出荷した梱包の数
14	93	2				M	数字	Quantity	5	可変			受領した総梱包数
15	19	3				M	数字	Identifier	8	可変			データの詳細番号(最下位レベルの明細単位で付番)
16	1	3				M	数字	Code	2	固定		1	入荷商品総数での入荷予定マセージのエラー状況を示す。
17	2	3				M	数字	Code	1	固定		2	入荷商品数での入荷予定マセージの有無を示す。
18	12	3				O	数字	Code	1	固定		5	納品予定の梱包が到着したかどうかを表す。納品予定日を何日か過ぎてく商品が到着しない場合、未着となります。
19	46	3				M	数字	Identifier	36	可変			梱包を識別するユニークな番号、百貨店取引では固定が併用する。
20	175	3				O	数字	Code	2	固定		28	納品した商品を検査した結果の判定区分

(7) 搬入確認(伝票)

通番	No.	Level	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必須=M 任意=O 不要=N	関連 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数/ 固定/ 可変	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー															
業務メッセージ															
1	223	1	<発注者>G				M		数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた13桁のOJ企業コードを含む企業コード
2	369	1	百貨店企業コード				O		数字	Identifier	3	固定			百貨店協会指定の企業コード
3	224	1	百貨店企業名				O		文字	Text	30	可変			百貨店企業名
			<取引先>G												
4	611	1	仕入企業GLN				M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード				O		数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代表コード)など
6	633	1	仕入企業名				O		文字	Text	30	可変			仕入企業名
			<出荷単位情報>G												
7	335	2	<直接納品先>G				M		数字	Identifier	13	固定			取引先が商品と納品(輸入)する場所(後品場所/搬入場所)を表すGLNなど、店間直結の場合は店間のGLNなどになる。
			直接納品先GLN												
			<最終納品先>G				M		数字	Identifier	13	固定			商品が最終的に納入される場所(店間、本部など)を表すコード(GLNなど)、直結の場合は直結納品先と同一
8	167	2	納入先GLN												
			<取引内容>G				O		数字	Identifier	10	可変			物理的な売場を表すコード
9	392	2	販売場所コード				M		数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場を示すコードであると共に高価方式の利益計算の基本単位を示す
10	230	2	品別番号												
			<納品>D												
			納品検品日				M		数字	Date	8	固定			納品した商品が検品された日付
			<伝票単位情報>D												
12	219	3	<取引内容>G				O		数字	Identifier	13	可変			発注伝票番号、納品提案一覧により発注する場合は、納品提案番号を発注伝票番号とする。
13	97	3	発注伝票番号				M		数字	Identifier	13	可変			仕入企業が発注伝票番号を発行する伝票番号
			<商品単位情報>D												
14	19	4	データ処理番号				M		数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(最下位レベルの明細単位で付番)
			<取引内容>G												
15	216	4	発注伝票行番号				O		数字	Identifier	3	可変			発注伝票の行番号
16	96	4	出荷伝票行番号				M		数字	Identifier	3	可変			仕入企業が発注伝票に発行する出荷伝票の行番号
17	227	4	百貨店商品コード				O		数字	Identifier	20	可変			百貨店指定の商品分類を表すコード
18	393	4	百貨店商品補助コード				O		数字	Identifier	14	可変			百貨店指定の商品コードを補助するコード。細分化などに利用。
19	87	4	取引条件コード				O		数字	Identifier	10	可変			百貨店と仕入先企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店指定のコード
20	64	4	仕入区分				O		数字	Code	2	固定		16	仕入の区分(買取、委託、消化などを区分)
			<商品>G												
21	7	4	商品コード(GTINなど)				M		数字	Identifier	14	固定			Global Trade Item Numberの略。商品を識別する国際標準コード。当欄は、13桁JANコードの場合はO+JANコードの14桁表記とする。8桁JANは、左側にゼロ桁を加えた14桁表記。UPC(Universal Product Code)も左側にゼロを加えて14桁表記とする。15桁EANコードは、14桁EANコードの末尾が偶数(2の倍数)の場合は、もしくは13桁のEANコードの末尾に「5」を加える。
22	88	4	取引先型番				O		英数字	Text	30	可変			仕入企業が指定する商品のスタイル単位に識別するコード
23	89	4	取引先型番補助				O		英数字	Text	10	可変			取引先の型番がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
24	127	4	商品名称				O		文字	Text	50	可変			商品の名称
25	287	4	商品名称半角カナ				O		英数字	Text	25	可変			商品の名称(半角カナ)
			<数量>G												
26	269	4	小売指示元単位税抜				O		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した原価額(税抜)
27	128	4	小売指示元単位税込				O		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した原価額(税込)
			<原価>G												
28	44	4	原価税抜				O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税抜の原価額
29	43	4	原価税込				O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			税込の原価額

通番	No.	Lvl	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必要=M 任意=O 不要=-	関連 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数/ 小数の 可変性	コード リスト	項目の意味
							GTN							
	94	4				<出荷数量>Q 出荷数量	O		数字(小数点以下:1桁有り)	Quantity	7	可変		仕入先企業が出荷する商品の数量
31	173	4				<製造数量>Q 部品実物品数量	O		数字(小数点以下:1桁有り)	Quantity	7	可変		部品実物品で実際にあった数量
32	174	4				部品受入予定数量	M		数字(小数点以下:1桁有り)	Quantity	7	可変		部品で実際に受け入れた予定数量

(8) 返送

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名 (レベル1)	名寄せ項目名 (レベル2)	名寄せ項目名 (レベル3)	必須・M 任意・O 不要・-	関連 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/可変	マイ ナス の 可 能 性	コード リスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー														
集荷メッセージ														
1	223	1	<発注者>G			M		数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
2	389	1	百貨店企業コード			O		数字	Identifier	3	固定			百貨店協会指定の企業コード
3	224	1	百貨店企業名			O		文字	Text	30	可変			百貨店企業名
			<取引先>G											
4	61	1	仕入企業GLN			M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード			O		数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代表コード)など
6	63	1	仕入企業名			O		文字	Text	30	可変			仕入企業名
			<伝票単位情報>D											
				<取引内容>G										
7	288	2		計上店舗GLN		M		数字	Identifier	13	固定			商品が販売あるいは仕入計上された店舗のGLNなど
8	390	2		管理番号		M		数字	Identifier	13	可変			返送・納品数量・搬入数量・メッセージで使用するデータをくくる取引単位番号。
9	392	2		販売場所コード		O		数字	Identifier	10	可変			物理的な売場を表すコード
10	230	2		品別番号		M		数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場を示すコードであると共に共通表示方式の利益計算の基本単位を示す
11	235	2		返送日		M		数字	Date	8	固定			商品を返送した日
12	380	2		返送理由		O		数字	Code	1	固定		36	商品の返送理由を表すコード
			<商品詳細情報>D											
13	19	3			データ処理番号	M		数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(最下位レベルの明細単位で付番)
					<取引内容>G									
14	379	3			管理行番号	M		数字	Identifier	3	可変			
15	227	3			百貨店商品コード	O		数字	Identifier	20	可変			返送・納品数量・搬入数量・メッセージで使用するデータをくくる取引単位の詳細番号。
16	393	3			百貨店商品補助コード	O		数字	Identifier	14	可変			百貨店指定の商品分類を表すコード
					<商品>G									百貨店指定の商品コードを補助するコード。細分などに利用。
17	7	3			商品コード (GTINなど)	M		数字	Identifier	14	固定			Global Trade Item Numberの略。商品を表す国際標準コード。当番は、13桁JANコードの場合はO+N-JANコードの14桁表記とする。8桁JANは、先頭にゼロ桁を加えた14桁表記。UPC(Universal Product Code)も先頭にゼロを加えて、14桁表記とする。インストアコード(小売業が発表した9桁、もしくは13桁のJANタイプの商品コード)を含む。
18	88	3			取引先型番	O		英数カナ	Text	30	可変			仕入先企業が販出する商品をスタイル単位に識別するコード
19	89	3			取引先型番補助	O		英数カナ	Text	10	可変			取引先の型番がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
20	127	3			商品名称	O		文字	Text	50	可変			商品の名称
21	287	3			商品名称半角カナ	O		英数カナ	Text	25	可変			商品の名称(半角カナ)
					<カラー>G									
22	23	3			メーカーカラーコード	O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー指定のカラーコード
23	284	3			カラー名称半角カナ	O		英数カナ	Text	20	可変			商品のカラー名称(半角カナ)
24	13	3			カラー名称	O		文字	Text	20	可変			商品のカラー名称
					<サイズ>G									
25	24	3			メーカーサイズコード	O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー指定のサイズコード
26	285	3			サイズ名称半角カナ	O		英数カナ	Text	30	可変			商品のサイズ名称(半角カナ)
27	14	3			サイズ名称	O		文字	Text	30	可変			商品のサイズ名称
					<数量>G									
28	382	3			返送数量	M		数字(1の倍数以下:桁有り)	Quantity	7	可変			商品の返送数量(1/2桁)

1.1.4 共通利用メッセージ

(1) 仕入計上

通番	No.	Ln.	名寄せ項目名 (レベル1)	名寄せ項目名 (レベル2)	名寄せ項目名 (レベル3)	名寄せ項目名 (レベル4)	名寄せ項目名 (レベル5)	必須=0 任意=1 不要=-1	関連項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/可変	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダ																
業務メッセージ																
1	223		1 百貨店企業GLN					M		数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のCI企業コードを含む企業コード
2	369		1 百貨店企業コード					O		数字	Identifier	3	固定			百貨店企業指定の企業コード
3	224		1 百貨店企業名					O		文字	Text	30	可変			百貨店企業名
4	61		1 仕入企業GLN					M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のCI企業コードを含む企業コード
5	370		1 仕入企業コード					O		数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代表コード)など
6	63		1 仕入企業名					O		文字	Text	30	可変			仕入企業名
7	318	2						O		数字	Identifier	13	固定			代金を支払う法人または店舗のGLNなど
8	317	2						O		文字	Text	30	可変			代金を支払う法人または店舗名
9	288	2						M		数字	Identifier	13	固定			商品が販売されている仕入計上された店舗のGLNなど
10	289	2						O		文字	Text	30	可変			商品が販売されている仕入計上された店舗名
11	42	2						M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業の事業所を表すGLNなど
12	371	2						M		数字	Identifier	8	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(百貨店との取引で使用する口番番号)は桁数2桁、任意欄の場合は、"00"
13	86	3						M		数字	Code	1	固定		39	仕入取引の区分 1:仕入(買取の場合は商品の納品を伴う、消化の場合は商品の納品を伴わない買取) 2:仕入(買取の場合は商品の納品を伴う、消化の場合は商品の納品を伴わない買取) 3:マージダウン時の商品の移動を伴わない仕入 4:マージダウン時の商品の移動を伴わない返品 5:マージダウン時の商品の移動を伴わない返品 6:マイナスマーゲン(買取引込に請求が発生)、訂正データはそれぞれの取引区分とする。
14	64	3						M		数字	Code	2	固定		16	仕入の区分(買取、委託、消化などを区分)
15	302	3						M		数字	Identifier	20	可変			小売店が卸・メーカーに行う仕入、返品単位、(梱包単位で仕入・返品計上する場合は、仕入・返品単位に合わせる)
16	304	3						O		数字	Identifier	20	可変			返品・納品取引の単位に合わせる返品番号、(返品に対する返品伝票番号、納品に対する返品伝票番号)
17	219	2						O		数字	Identifier	13	可変			返品伝票番号、納品伝票番号
18	302	3						O		数字	Identifier	10	可変			納品伝票番号、納品伝票番号
19	230	3						M		数字	Identifier	10	可変			自販店の店舗を表すコードであると共に売価還元方式の利益計算の基本単位を算出に用いる
20	187	3						M		数字	Date	8	固定			買取に計上した日付
21	236	3						O		文字	Text	60	可変			返品データに記述するメタ文
22	133	3						M		数字	Code	1	固定		19	消費税の区分
23	135	3						M		数字(小数点以下1桁有り)	Numeric	3	可変			消費税率
24	326	3						M		数字	Amount	10	可変			仕入または返品伝票の消費税額合計
25	324	3						M		数字	Amount	10	可変			仕入または返品伝票の戻価額合計
26	325	3						M		数字	Amount	10	可変			仕入または返品伝票の消費税額合計

通番	No.	Lvl.	名称セ項目名(レベル1)	名称セ項目名(レベル2)	名称セ項目名(レベル3)	名称セ項目名(レベル4)	名称セ項目名(レベル5)	必須=M 任意=O 外置=ー	属性 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 属性/ス 属性 可変	マイナ ス属性 可変性	コード リスト	項目の意味
					<取引明細>G											
27	303	4				伝票行番号(仕入・返品)		M		数字	Identifier	3	可変			伝票(仕入・返品)の行番号
28	245	4				返品理由		O		数字	Code	1	固定		33	商品を返品した理由を表す区分
						<取引内容>G										
29	227	4				百貨店商品コード		M		数字	Identifier	20	可変			百貨店設定の商品分類を表すコード
30	303	4				百貨店商品補助コード		O		数字	Identifier	20	可変			百貨店設定の商品コードを補助するコード。細分化などに利用。
31	87	4				取引条件コード		M		数字	Identifier	14	可変			百貨店と仕入企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店設定のコード
32	327	4				仕入返品伝票行流通金額		M		数字	Amount	10	可変			仕入または返品伝票行番号単位の流通金額合計
33	328	4				仕入返品伝票行消費税金額		M		数字	Amount	10	可変			仕入または返品伝票行番号単位の原価消費税金額合計
34	329	4				仕入返品伝票行消費税金額		M		数字	Amount	10	可変			商品単位に対する原価率を示す
35	40	4				原価率		O		数字(小数点以下5桁有り)	Numeric	8	可変			百貨店が指定した販売場所がプロバー売場が販売場かなどを表す区分。
36	222	4				販売場所区分		O		数字	Code	1	固定		30	商品がプロバー商品か、セール商品か、マークダウン商品かを表す区分
37	20	4				プロバー・セール区分		O		数字	Code	1	固定		7	
						<商品明細項目>O										
38	19	5				データ処理番号		M		数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(最下位レベルの明細単位で付番)
						<取引内容>G										
39	11	3				POS番号		O		数字	Identifier	8	可変			POSターミナルの番号
40	9	3				POSレジシート番号		O		数字	Identifier	15	可変			POSターミナルで発行したレジシートの連続番号。
						<商品>G										
41	7	5				商品コード(GTINなど)		O		数字	Identifier	14	固定			Global Trade Item Numberの略。商品を識別する国際標準コード。当面は、13桁JANコードの場合はGTINコードの14桁表記とする。8桁JANは、前面に0を付して13桁表記とする。GTINコードは、13桁の数字で構成される。GTINコードは、14桁表記とする。インストアコード(小売業が実施した8桁、もしくは13桁のJANタイプの商品コード)を含む。
42	88	5				取引先型番		O		英数カナ	Text	30	可変			仕入先企業が指定する商品をスタイル単位に識別するコード
43	89	5				取引先型番補助		O		英数カナ	Text	10	可変			取引先の型番がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
44	127	5				商品名称		O		文字	Text	50	可変			商品の名称
45	287	5				商品名称半角カナ		O		英数カナ	Text	25	可変			商品の名称(半角カナ)
						<カラー>G										
46	23	5				メーカーカラーコード		O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のカラーコード
47	284	5				カラー名称半角カナ		O		英数カナ	Text	20	可変			商品のカラー名称(半角カナ)
48	13	5				カラー名称		O		文字	Text	20	可変			商品のカラー名称
						<サイズ>G										
49	24	5				メーカーサイズコード		O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のサイズコード
50	285	5				サイズ名称半角カナ		O		英数カナ	Text	30	可変			商品のサイズ名称(半角カナ)
51	14	5				サイズ名称		O		文字	Text	30	可変			商品のサイズ名称
						<流通>G										
52	269	5				小売指示外流通取扱		O		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した流通取扱(取扱)
53	128	5				小売指示外流通取扱		O		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した流通取扱(取扱)
54	84	5				販売単価取扱		O		数字	Amount	10	可変			商品販売時の販売価格(取扱)
55	201	5				販売単価取扱		O		数字	Amount	10	可変			商品販売時の販売価格(取扱)
						<数量>G										
56	44	5				原価率取扱		O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			取扱の原価率
57	43	5				原価率取扱		O		数字(小数点以下2桁有り)	Amount	10	可変			取扱の原価率
						<取引数量>D										
58	305	5				数量(仕入・返品)		O		数字(小数点以下5桁有り)	Quantity	7	可変			数量(仕入・返品)

(2) 支払案内

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必須・M 任意・O 不表示・-	データ型	桁数 (文字数)	桁数 /固定 可変	マイ ナス の 可 否	コード リスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー													
業務メッセージ													
1	223	1	百貨店企業G/LN				M	数字	Identifier	13	固定		百貨店企業を表すG/LNなど、これまで利用されてきた12桁のCI企業コードを含む5桁の企業コード
2	309	1	百貨店企業コード				O	数字	Identifier	3	固定		百貨店企業特定のお業コード
3	224	1	百貨店企業名				O	文字	Text	30	可変		百貨店企業の名
			＜取引先＞G										
4	61	1	仕入企業G/LN				M	数字	Identifier	13	固定		仕入企業を表すG/LNなど、これまで利用されてきた12桁のCI企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード				O	数字	Identifier	6	固定		流通コードセンター登録の流通取引先コード(企業を表す代表コード)など
6	63	1	仕入企業名				O	文字	Text	30	可変		仕入企業の名
			＜支払単位＞D										
			＜支払情報＞D										
7	318	2		支払法人G/LN			M	数字	Identifier	13	固定		代金を支払う法人または店舗のG/LNなど
8	317	2		支払法人名			M	文字	Text	30	可変		代金を支払う法人または店舗名
9	181	2		買掛金支払対象期間開始日			M	数字	Date	8	固定		支払いの対象となる仕入の期間開始日
10	182	2		買掛金支払対象期間終了日			M	数字	Date	8	固定		支払いの対象となる仕入の期間終了日
11	183	2		買掛金支払日			M	数字	Date	8	固定		買掛金の支払日
12	188	2		買掛締日			M	数字	Date	8	固定		買掛の締日
13	307	2		前回繰越高			M	数字	Amount	11	可変		買掛前回繰越の未払い金額(前回繰越の買掛繰高により、プラスあるいはマイナスになる)
14	315	2		当期払金額			M	数字	Amount	11	可変	有	買掛前回繰越の未払い金額(前回繰越に繰高がマイナスになった場合の相殺項目として利用することがある)
15	308	2		仕入高合計			M	数字	Amount	11	可変	有	買掛支払対象期間内の仕入伝票金額の合計(前正データの金額が通常データ)
16	309	2		返品高合計			M	数字	Amount	11	可変	有	買掛支払対象期間内の返品伝票金額の合計(前正データの金額が通常データの金額より大きい場合は、マイナスとなる)
17	310	2		その他合計			M	数字	Amount	11	可変	有	買掛支払対象期間内の返品伝票以外の金額の合計(合計金額がマイナスの場合がありうる)
18	312	2		今回支払高			M	数字	Amount	11	可変	有	買掛支払対象期間内の仕入・返品伝票以外の金額の合計(合計金額がマイナスの場合がありうる)
19	311	2		次回繰越高			M	数字	Amount	11	可変	有	買掛今回繰越の支払高
			＜取引先＞G										
20	62	2	仕入企業事業所G/LN				M	数字	Identifier	13	固定		仕入企業の事業所を表すG/LNなど
21	371	2	仕入企業事業所コード				M	数字	Identifier	8	固定		流通コードセンター登録の流通取引先コード(百貨店などの取引で使用する口座番号)・桁数2桁・桁数無しの場合は、"00"
			＜計上総量情報＞D										
				＜支払＞D									
22	288	3		計上店舗G/LN			M	数字	Identifier	13	固定		商品が販売あるいは仕入計上された店舗のG/LNなど
23	289	3		計上店舗名			M	文字	Text	30	可変		商品が販売あるいは仕入計上された店舗名
				＜買掛情報＞D									
24	308	3		仕入高店舗合計			O	数字	Amount	11	可変	有	買掛支払対象期間内の仕入伝票金額の店舗合計(前正データの金額が通常データの金額より大きい場合は、マイナスとなる)
25	309	3		返品高店舗合計			O	数字	Amount	11	可変	有	買掛支払対象期間内の返品伝票金額の店舗合計(前正データの金額が通常データの金額より大きい場合は、マイナスとなる)
26	310	3		その他店舗合計			O	数字	Amount	11	可変	有	買掛支払対象期間内の仕入・返品伝票以外の金額の店舗合計(合計金額がマイナスの場合がありうる)

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	必須=H 任意=O 不要=-	項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/可変	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味
					<取引>G	データ伝送番号	M		数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(最下位1レベルの明細単位で付番)
27	19	4				<取引内番>G									仕入取引の区分 1:仕入(買取の場合は商品の移動を伴う、消化の場合は商品の販売に伴う)、 2:返品(買取商品では商品の移動を伴う、消化商品では商品の消費からの返品) 3:マージンダウン時の商品の移動を伴わない仕入 4:マージンダウン時の商品の移動を伴わない返品 5:プラス勘定額(対取引先に支払が発生) 6:マイナス勘定額(対取引先に請求が発生)、訂正データはそれぞれの取引区分とする。
28	86	4				仕入取引区分	M		数字	Code	1	固定		39	
29	401	4				支払案内形態区分	O		数字	Code	2	固定		42	支払内容の取引形態を識別するコード
30	187	4				買掛計上日	M		数字	Date	8	固定			買掛に計上した日付
31	302	4				伝票番号(仕入、返品)	O		数字	Identifier	20	可変			支払業者(メーカー)に行う仕入、返品単位で仕入、返品計上する場合は伝票番号を7桁以内で入力する
32	230	4				品別番号	O		数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場を5桁コードであると共に売場通元方式の利益計算の基本単位を示す
33	227	4				百貨店商品コード	O		数字	Identifier	20	可変			百貨店設定の商品分類を表すコード
34	393	4				百貨店商品補助コード	O		数字	Identifier	14	可変			百貨店設定の商品コードを補助するコード、細分化などに利用。
35	87	4				取引条件コード	O		数字	Identifier	10	可変			百貨店と仕入先企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店設定のコード
36	40	4				領収書	O		数字(小数点以下5桁以内)	Numeric	8	可変			商品売価に対する原価率を示す
37	314	4				支払案内補助コード	O		数字	Identifier	3	固定			仕入、返品以外に発生した場合にその内容を表すコード
38	73	4				支払案内補助名	O		文字	Text	20	可変			仕入、返品以外に発生した場合にその内容を表すコードの名称
39	78	4				支払案内附票1	O		文字	Text	30	可変			支払案内データに記載される簡便文
40	79	4				支払案内附票2	O		文字	Text	30	可変			支払案内データに記載される簡便文
41	80	4				支払案内附票3	O		文字	Text	30	可変			支払案内データに記載される簡便文
						<取引合計>G									
42	316	4				支払金額	M		数字	Amount	11	可変			小売が卸・メーカーに対して支払う一取引(伝票)あたりの代金
43	185	4				買掛計上伝票消費税込金額合計	M		数字	Amount	10	可変			買掛計上した納品伝票の消費税込金額
44	186	4				買掛計上伝票利益金額合計	O		数字	Amount	10	可変			買掛計上した納品伝票の売価金額

(3) POS売上(レシート単位)

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	関連項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	検索 可能	マイ ス ク 可能	コード リスト	項目の意味
マッセージ共通ヘッダー													
業務マッセージ													
1	223	1	＜発注者＞G										百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
2	369	1	百貨店企業コード			M	数字	Identifier	13	固定			百貨店企業コード
3	224	1	百貨店企業名			O	数字	Text	3	固定			百貨店企業名
4	61	1	＜取引先＞G			O	数字	Text	30	可変			百貨店企業名
5	370	1	仕入企業GLN			M	数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
6	63	1	仕入企業コード			O	数字	Identifier	6	固定			百貨店センター登録の共通取引先コード(企業を表す代替コードなど)
7	288	2	＜社上店舗情報＞G			O	数字	Text	30	可変			仕入企業名
8	289	2	社上店舗GLN			M	数字	Identifier	13	固定			商品が販売あるいは仕入計上された店舗のGLNなど
9	363	2	社上店舗名			O	数字	Text	30	可変			商品が販売あるいは仕入計上された店舗名
10	364	2	解約店舗GLN			O	数字	Identifier	13	固定			売上を解約した店舗のGLNなど
11	62	2	＜取引先＞G			O	数字	Text	30	可変			売上を解約した店舗名
12	371	2	仕入企業事業所GLN			O	数字	Identifier	13	固定			仕入企業の事業所を表すGLNなど
13	19	3	＜取引先＞G			O	数字	Identifier	8	固定			百貨店と仕入企業間の取引先コード(百貨店との取引で使用する口座番号)・店舗2桁・様番
14	377	3	＜取引先＞G			O	数字	Identifier	8	固定			同じ場合は、"00"
15	313	3	データ取引番号			M	数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
16	198	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
17	221	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
18	11	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
19	9	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
20	382	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
21	230	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
22	227	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
23	383	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
24	87	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
25	193	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
26	84	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
27	211	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
28	387	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
29	388	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
30	142	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
31	29	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
32	64	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
33	20	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
34	85	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
35	290	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
36	384	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
37	386	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)
38	402	3	＜取引先＞G			M	数字	Identifier	8	可変			データ取引番号(幾下位レベルの明細単位で付番)

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	必須項目 任意項目 半角ロー 大文字	項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	固定/ 可変/ 可変	サイズ の 可塑性	コード リスト	項目の意味
					<商品>G									
39	7	3			商品コード(GTINなど)	0		数字	Identifier	14	固定			Global Trade Item Numberの値。商品名を照らす国際標準コード。当欄は、13桁(ANコードの場合)は 0+JANコードの14桁表記とする。8桁(JANは、先頭にゼロ付加した14桁表記。UPC/Uperman Product Code)も先頭にゼロを加えて、14桁表記とする。インストアコード(小売業が登録した8桁、 もしくは13桁のANタイプの商品コード)を含む。
40	88	3			取引先記号	0		英数カナ	Text	30	可変			仕入先企業が指定する商品をスタイル単位に識別するコード
41	89	3			取引先電話番号	0		英数カナ	Text	10	可変			取引先の電話番号がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
42	127	3			商品名称	0		文字	Text	50	可変			商品の名称
43	237	3			商品名称半角カナ	0		英数カナ	Text	25	可変			商品の名称(半角カナ)
					<カラ>G									
44	23	3			メーカーコード	0		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のカラーコード
45	284	3			カラー名称半角カナ	0		英数カナ	Text	20	可変			商品のカラー名称(半角カナ)
46	13	3			カラー名称	0		文字	Text	20	可変			商品のカラー名称
					<サイズ>G									
47	24	3			メーカーサイズコード	0		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のサイズコード
48	285	3			サイズ名称半角カナ	0		英数カナ	Text	30	可変			商品のサイズ名称(半角カナ)
49	14	3			サイズ名称	0		文字	Text	30	可変			商品のサイズ名称
					<実価>G									
50	269	3			小売指定実価延戻額	Mb		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した実価延戻額(後注)
51	128	3			小売指定実価延戻込	Mb		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した実価延戻込(後注)
					<販売場所>G									
52	222	3			販売場所区分	0		数字	Code	1	固定		30	百貨店が指定した販売場所がプロハーマン業種が販売場所などを表す区分。

(4) POS売上(集計)

通番	No.	Lvl.	各番付項目名(レベル1)	各番付項目名(レベル2)	各番付項目名(レベル3)	必須項目 任意=0 不要=-	関連項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	検索 機能 (文字数)	検索 条件 (文字数)	項目の意味
マニフェスト共通ヘッダー													
業務マニフェスト													
1	223	1	＜集計＞>G										
2	369	1	百貨店企業GLN			M		数字	Identifier	13	固定		百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のCIJ企業コードを含む企業コード
3	224	1	百貨店企業名			O		数字	Identifier	3	固定		百貨店企業名
4	61	1	＜取引先＞>G			O		文字	Text	30	可変		百貨店企業名
5	370	1	仕入企業GLN			M		数字	Identifier	13	固定		仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のCIJ企業コードを含む企業コード
6	63	1	仕入企業名			O		数字	Identifier	6	固定		流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代表コード)など
			＜社上卸集計＞>O			O		文字	Text	30	可変		仕入企業名
7	288	2		＜社上卸集計＞>G				数字	Identifier	13	固定		商品が販売あるいは仕入計上された店舗のGLNなど
8	289	2		社上店舗名		O		文字	Text	30	可変		商品が販売あるいは仕入計上された店舗名
9	62	2		＜取引先＞>G		O		数字	Identifier	13	固定		仕入企業の事業所を表すGLNなど
10	371	2		仕入企業事業所GLN		O		数字	Identifier	8	固定		流通コードセンター登録の共通取引先コード(百貨店との取引で使用する口座番号)+枝番2桁、枝番 集計の場合は、00
			＜取引先＞>G			O		数字	Identifier	8	固定		仕入企業の事業所を表すGLNなど
11	19	3		データ処理番号		M		数字	Identifier	8	可変		データの連続番号(最下位レベルの別冊単位で付番)
			＜取引先＞>G					数字	Identifier	8	可変		データの連続番号(最下位レベルの別冊単位で付番)
12	313	3		集計計上区分		M		数字	Code	1	固定		売上データが発生または計上ベースであることを識別する区分(1:未決、2:発生計計上、3:未決発生 集計上)
13	198	3		売上日		M		数字	Date	8	固定		商品が販売した日付
14	392	3		販売場所コード		O		数字	Identifier	10	可変		物理的な売場を表すコード
15	230	3		品別番号		M		数字	Identifier	10	可変		百貨店の売場を示すコードであると共に商品選定方式の利益計算の基本単位を示す
16	227	3		百貨店商品コード		O		数字	Identifier	20	可変		百貨店指定の商品分類を表すコード
17	393	3		百貨店商品補助コード		M		数字	Identifier	14	可変		百貨店指定の商品コードを補助するコード、細分化などに利用
18	87	3		取引条件コード		M		数字	Identifier	10	可変		百貨店と仕入企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店指定のコード
19	193	3		売上数量		M		数字	Quantity	7	可変	有	販売数量(集計単位)のタネセージの場合は、集計結果でマイナスが発生する可能性あり)
20	84	3		販売単価税抜		Ma		数字	Amount	10	可変		商品販売時の販売単価(税抜)
21	291	3		販売単価税込		Ma		数字	Amount	10	可変		商品販売時の販売単価(税込)
22	389	3		販売金額税抜		O		数字	Amount	10	可変		該当商品の1日の販売単価の売上金額合計(税込)、売上量*販売単価(税抜)の値
23	390	3		販売金額税込		O		数字	Amount	10	可変		該当商品の1日の販売単価の売上金額合計(税込)、売上量*販売単価(税込)の値
24	142	3		値引額		O		数字	Amount	11	可変	有	買取商品販売時に仕入側に影響のある値引(集計単位)のタネセージの場合は、集計結果でマイナ スが発生する可能性あり)
25	64	3		仕入区分		M		数字	Code	2	固定		仕入の区分(買取、委託、折込などを区分)
26	20	3		プロパティセル区分		O		数字	Code	1	固定		商品がプロパティセル商品か、セールの商品か、マージング商品かを表す区分
27	85	3		社庫区分		O		数字	Code	1	固定		社員販売データかどうかを表す区分
28	200	3		外庫販売区分		O		数字	Code	1	固定		外庫販売か売場販売かを表すコード
			＜商品＞>G										
29	7	3		商品コード(GTINなど)		O		数字	Identifier	14	固定		Global Trade Item Numberの略。商品を識別する国際標準コード。当道は、13桁JANコードの場合は 13桁JANコードに01を付加して14桁とする。14桁JANコードの場合は、13桁JANコードに01を付加して14桁とする。 14桁JANコードに01を付加して14桁とする。14桁JANコードの場合は、13桁JANコードに01を付加して14桁とする。 もしは13桁のJANタイプの商品コードを含む、イタズラコード(偽造品)の発生を防ぐため
30	88	3		取引先番号		O		英数字ナ	Text	30	可変		仕入先企業が指定する商品にスタイル単位に識別するコード
31	89	3		取引先型番補助		O		英数字ナ	Text	10	可変		取引先の型番がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
32	127	3		商品名称		O		文字	Text	50	可変		商品の名称
33	297	3		商品名称半角カナ		O		英数字ナ	Text	25	可変		商品の名称(半角カナ)
			＜カラー＞>G										
34	23	3		メーカーカラーコード		O		英数字ナ	Text	10	可変		メーカー指定のカラーコード
35	294	3		カラー名称半角カナ		O		英数字ナ	Text	20	可変		商品のカラー名称(半角カナ)
36	13	3		カラー名称		O		文字	Text	20	可変		商品のカラー名称

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	名寄せ項目名(レベル4)	項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	数値/ 日付/ 可変	サイズ の 可変性	コード リスト	項目の意味
					サイズ>0									
37	24	3			メーカーサイズコード			英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のサイズコード
38	285	3			サイズ名称半角カナ			英数カナ	Text	30	可変			商品のサイズ名称(半角カナ)
39	14	3			サイズ名称			文字	Text	30	可変			商品のサイズ名称
					数量>0									
40	269	3			小売指形式単価取扱			数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した単価(取扱)
41	128	3			小売指形式単価取扱			数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した単価(取扱)
					数量範囲>0									
42	222	3			販売単位区分			数字	Code	1	固定		30	百貨店が指定した販売単位がプロパティ単位が販売単位などを表す区分。

(5) 店頭在庫

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	必須・任意・O 任意・O 不要・ー	調査 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/可変	マイ ス ク 可 読 性	コード リスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー														
業務メッセージ														
1	223	1	百貨店企業GLN	<必須>G		M		数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
2	389	1	百貨店企業コード			O		数字	Identifier	3	固定			百貨店協会制定の企業コード
3	224	1	百貨店企業名			O		文字	Text	30	可変			百貨店企業名
4	61	1	仕入企業GLN	<取引先>G		M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード			O		数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代数コード)など
6	63	1	仕入企業名			O		文字	Text	30	可変			仕入企業名
7	321	2	在庫店GLN	<社上親簿>G		M		数字	Identifier	13	固定			商品の所在店舗のGLNなど
8	322	2	在庫店名			O		文字	Text	30	可変			商品の所在店舗名
9	62	2	仕入企業事業所GLN	<取引先>G		M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業の事業所を表すGLNなど
10	371	2	仕入企業事業所コード			O		数字	Identifier	8	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(百貨店との取引で使用する口座番号)+枝番2桁+枝番2桁+枝番2桁+枝番2桁+CO
11	19	3	データ処理番号	<取引先>G		M		数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(直下位レベルの明細単位で付番)
12	392	3	販売場所コード	<取引先>G		O		数字	Identifier	10	可変			物理的な売場を表すコード
13	230	3	品番番号			M		数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場を示すコードであると共に売場表示方式の利益計算の基本単位を示す
14	227	3	百貨店商品コード			O		数字	Identifier	20	可変			百貨店設定の商品分類を表すコード
15	393	3	百貨店商品補助コード			O		数字	Identifier	14	可変			百貨店協定の商品コードを補助するコード(細分化などに利用)
16	87	3	取引条件コード			O		数字	Identifier	10	可変			百貨店と仕入企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店設定のコード
17	64	3	仕入区分			M		数字	Code	2	固定		16	仕入の区分(買取、委託、消化などを区分)
18	295	3	在庫日付			M		数字	Date	8	固定			商品在庫の積算日付または棚卸した日付
19	159	3	帳簿在庫数量			O		数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変	有		帳簿在庫の数量(仕上り仕入に発行して計上された場合、あるいは仕入がGTINで計上されず売上高OJ仕上り仕入に発行して計上された場合、等々で入替を要する)
20	296	3	棚卸在庫数量			O		数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			棚卸へ在庫の数量
21	7	3	商品コード(GTINなど)	<商品>G		M		数字	Identifier	14	固定			Global Trade Item Numberの略。商品を識別する国際標準コード。当面は、13桁JANコードの場合はO+JANコードの14桁表記とする。8桁JANは、先頭にゼロ桁を加えた14桁表記、UPC(Universal Product Code)も先頭にゼロを加えて14桁表記とする。インストアコード(小売業が実施した8桁、もしくは15桁のJANコード)の商品コードを含む。
22	88	3	取引先型番			O		英数カナ	Text	30	可変			Global Trade Item Numberの略。商品を識別する国際標準コード。当面は、13桁JANコードの場合はO+JANコードの14桁表記とする。8桁JANは、先頭にゼロ桁を加えた14桁表記、UPC(Universal Product Code)も先頭にゼロを加えて14桁表記とする。インストアコード(小売業が実施した8桁、もしくは15桁のJANコード)の商品コードを含む。
23	89	3	取引先型番補助			O		英数カナ	Text	10	可変			取引先企業を特定する商品をスタイル単位に識別するコード
24	127	3	商品名称			O		文字	Text	50	可変			商品の名称
25	287	3	商品名称半角カナ			O		英数カナ	Text	25	可変			商品の名称(半角カナ)
26	23	3	メーカーカラーコード	<カラー>G		O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のカラーコード
27	284	3	カラー名称半角カナ			O		英数カナ	Text	20	可変			商品のカラー名称(半角カナ)
28	13	3	カラー名称			O		文字	Text	20	可変			商品のカラー名称
29	24	3	メーカーサイズコード	<サイズ>G		O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のサイズコード
30	285	3	サイズ名称半角カナ			O		英数カナ	Text	30	可変			商品のサイズ名称(半角カナ)
31	14	3	サイズ名称			O		文字	Text	30	可変			商品のサイズ名称
32	269	3	小売指示宛庫番税抜	<税額>G		O		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売庫番(税抜)
33	128	3	小売指示宛庫番税込			O		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売庫番(税込)
34	268	3	メーカー希望小売価格税抜			O		数字	Amount	10	可変			メーカーの希望小売価格(税抜)
35	267	3	メーカー希望小売価格税込			O		数字	Amount	10	可変			メーカーの希望小売価格(税込)

(6) 店頭在庫移動

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	必須・任意・不要	項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/可変	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー														
業務メッセージ														
1	223	1	百貨店企業GLN			M		数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
2	389	1	百貨店企業コード			O		数字	Identifier	3	固定			百貨店協会制定の企業コード
3	224	1	百貨店企業名			O		文字	Text	30	可変			百貨店企業の名
4	61	1	仕入企業GLN			M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード			O		数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代表コード)など
6	63	1	仕入企業名			O		文字	Text	30	可変			仕入企業の名
7	337	2				M		数字	Identifier	13	固定			商品を発送する店舗のGLNなど
8	338	2				O		文字	Text	30	可変			商品を発送する店舗名
9	339	2				M		数字	Identifier	13	固定			商品を受領する店舗のGLNなど
10	340	2				O		文字	Text	30	可変			商品を受領する店舗名
11	333	2				M		数字	Identifier	13	固定			移動店舗の番号
12	334	2				M		数字	Amount	10	可変			移動店舗の店頭金額合計
13	335	2				M		数字	Amount	10	可変			移動店舗の店頭金額合計
14	353	2				M		数字	Identifier	13	固定			発送店仕入企業事業所GLN
15	354	2				M		数字	Identifier	13	固定			受領店仕入企業事業所GLN
16	19	3				M		数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(最下位レベルの明細単位で付番)
17	336	3				M		数字	Identifier	3	可変			移動店舗の行番号
18	397	3				O		数字	Identifier	10	可変			物理的な発着を表すコード(発送店)
19	341	3				M		数字	Identifier	10	可変			百貨店の発着を表すコードで、あると共に共通識別方式の利益計算の基本単位を示す(発送店)
20	343	3				M		数字	Identifier	20	可変			百貨店設置の商品分類を表すコード(発送店)
21	399	3				O		数字	Identifier	14	可変			百貨店設置の商品コードを補助するコード、細分化などに利用。(発送店)
22	345	3				M		数字	Identifier	10	可変			百貨品と仕入企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店設置のコード(発送店)
23	398	3				O		数字	Identifier	10	可変			物理的な発着を表すコード(受領店)
24	342	3				M		数字	Identifier	10	可変			百貨店の発着を表すコードであると共に共通識別方式の利益計算の基本単位を示す(受領店)
25	344	3				M		数字	Identifier	20	可変			百貨店設置の商品分類を表すコード(受領店)
26	400	3				O		数字	Identifier	14	可変			百貨店設置の商品コードを補助するコード、細分化などに利用。(受領店)
27	346	3				M		数字	Identifier	10	可変			百貨品と仕入企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店設置のコード(受領店)
28	64	3				M		数字	Code	2	固定	16		仕入の区分(買取、委託、消化などを区分)
29	56	3				M		数字	Code	1	固定	35		商品を移動した理由を区分
30	298	3				M		数字	Date	8	固定			在庫移動した日付。
31	297	3				M		数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			店頭移動の数量。出荷店舗はマイナス(-)、入荷店舗はプラス(+)で表す。
32	7	3				M		数字	Identifier	14	固定			Global Trade Item Numberの略。商品を識別する国際標準コード。当面は、13桁JANコードの場合は13桁JANコードに0を付加して14桁とする。14桁JANコードの場合は14桁JANコードに0を付加して15桁とする。Product Code も先頭にゼロを加えて、14桁表記とする。EIN/Aコード(小売業が所属した店)もしくは13桁のJANタイプの商品コードを含む。
33	88	3				O		英数カナ	Text	30	可変			仕入企業が発送する商品をスタイル単位に識別するコード
34	89	3				O		英数カナ	Text	10	可変			取引先の登録がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
35	127	3				O		文字	Text	50	可変			商品の名称
36	287	3				O		英数カナ	Text	25	可変			商品の名称(半角カナ)

通番	No.	Lvl	名寄せ項目名 (レベル1)	名寄せ項目名 (レベル2)	名寄せ項目名 (レベル3)	必須=M 任意=O 不要=-	関連 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数/ 間数/ 可変	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味
					<カラー>0									
37	23	3			メーカーカラーコード	0		英数カナ	Text	10	可変			メーカー指定のカラーコード
38	284	3			カラー名称半角カナ	0		英数カナ	Text	20	可変			商品のカラー名称(半角カナ)
39	13	3			カラー名称	0		文字	Text	20	可変			商品のカラー名称
					<サイズ>0									
40	24	3			メーカーサイズコード	0		英数カナ	Text	10	可変			メーカー指定のサイズコード
41	285	3			サイズ名称半角カナ	0		英数カナ	Text	30	可変			商品のサイズ名称(半角カナ)
42	14	3			サイズ名称	0		文字	Text	30	可変			商品のサイズ名称
					<税額>0									
43	269	3			小売指所売単価税抜	0		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売単価(税抜)
44	126	3			小売指所売単価税込	0		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した売単価(税込)
45	268	3			メーカー希望小売価格税抜	0		数字	Amount	10	可変			メーカーの希望小売価格(税抜)
46	26	3			メーカー希望小売価格税込	0		数字	Amount	10	可変			メーカーの希望小売価格(税込)
					<原価>0									
47	347	3			発送店原単価税抜	0		数字(小数点以下の桁有り)	Amount	10	可変			税抜の原単価(発送店)
48	348	3			発送店原単価税込	0		数字(小数点以下の桁有り)	Amount	10	可変			税込の原単価(発送店)
49	351	3			税引店原価率	0		数字(小数点以下5桁有り)	Numeric	8	可変			商品売価に対する原価率を示す(税引店)
50	346	3			税引店原単価税抜	0		数字(小数点以下の桁有り)	Amount	10	可変			税抜の原単価(税引店)
51	350	3			税引店原単価税込	0		数字(小数点以下の桁有り)	Amount	10	可変			税込の原単価(税引店)
52	352	3			税引店原価率	0		数字(小数点以下5桁有り)	Numeric	8	可変			商品売価に対する原価率を示す(税引店)

(7) 値札発行指示

通番	No.	Lvl.	名寄せ項目名 (レベル1)	名寄せ項目名 (レベル2)	名寄せ項目名 (レベル3)	必須・M 任意・O 不要・-	関連 項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/可変	マイ ス の 可 変 性	コード リスト	項目の意味
マッセンジ共通ヘッダー														
集荷マッセンジ														
1	223	1	<発注者>G			M		数字	Identifier	13	固定			百貨店企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
2	389	1	百貨店企業コード			O		数字	Identifier	3	固定			百貨店協会指定の企業コード
3	224	1	百貨店企業名			O		文字	Text	30	可変			百貨店企業名
			<取引先>G											
4	61	1	仕入企業GLN			M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業を表すGLNなど、これまで利用されてきた12桁のOJ企業コードを含む企業コード
5	370	1	仕入企業コード			O		数字	Identifier	6	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(企業を表す代替コード)など
6	63	1	仕入企業名			O		文字	Text	30	可変			仕入企業名
			<伝票単位情報>D											
			<取引内容>G											
7	403	2	発注有無			M		数字	Code	1	固定		46	発注とセリットなのか、未発注(事前値札発行指示)なのかを表すフラグ。(発注あり、発注なし)
8	219	2	発注伝票番号			O		数字	Identifier	13	可変			発注伝票番号。納品伝票番号により発注する場合は、納品伝票番号を発注伝票番号とする。
9	70	2	仕入伝票番号			O		数字	Identifier	13	可変			仕入伝票番号
10	230	2	品別番号			M		数字	Identifier	10	可変			百貨店の売場を表すコードであると共に、英語通元方式の利益計算の基本単位を示す
11	64	2	仕入区分			M		数字	Code	2	固定		16	仕入の区分(買取、委託、消化などを区分)
12	65	2	仕入区分名			O		文字	Text	10	可変			仕入区分の名称を表す
13	220	2	発注日			O		数字	Date	8	固定			商品を発注した日付
14	166	2	納入指定日			O		数字	Date	8	固定			納入時に指定された納入指定日
15	203	2	発注メモ			O		文字	Text	60	可変			発注メモに記述するメモ
			<取引先>G											
16	62	2	仕入企業事務所GLN			M		数字	Identifier	13	固定			仕入企業の事務所を表すGLNなど
17	371	2	仕入企業事務所コード			M		数字	Identifier	8	固定			流通コードセンター登録の共通取引先コード(百貨店との取引で使用する口座番号)+枝番2桁、枝番無しの場合は、CO
			<物流関連情報>G											
18	140	2	代行ASN			O		英数	Code	2	可変		32	代行納品業者が出荷用紙データを作成するかどうかを示す区分
19	5	2	ASN作成者指示			O		英数	Code	1	固定		4	入荷予定(ASN)データの作成者(仕入企業/納品代行業者)を識別する。
			<重積納品先>G											
20	35	2	直接納品先GLN			O		数字	Identifier	13	固定			取引先が商品を納品(納入)する場所(納品場所・納入場所)を表すGLNなど、店頭直納の場合は店舖のGLNなどになる。
21	36	2	直接納品場所名			O		文字	Text	30	可変			取引先が商品を納品(納入)する場所(納品場所・納入場所)を表す名称
			<最終納品先>G											
22	167	2	納入先GLN			O		数字	Identifier	13	固定			商品が最終的に納入される場所(店舖、本部など)を表すコード(GLNなど)、直納の場合は直接納品先
23	168	2	納入先名称			O		文字	Text	30	可変			商品が最終的に納入する場所の名称
			<商品出荷元>D											
24	295	2	商品出荷元GLN			O		数字	Identifier	13	固定			仕入企業の商品出荷元倉庫を表すGLNなど
			<税>D											
25	133	2	税区分			M		数字	Code	1	固定			消費税の区分
26	134	2	税区分名			M		文字	Text	5	可変			税区分の名称
27	135	2	税率			M		数字(小数点以下1桁有り)	Numeric	3	可変			納税税率

項目	No.	Lvl	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	必須=M 任意=O 不注=N	項目	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 /文字数 可変	マイ ス の 可 変 性	コード リスト	項目の意味
28	19	3		<商品印刷用数>G		M		数字	Identifier	8	可変			データの連続番号(最下位レベルの印刷単位で付番)
29	216	3			<取引内容>G	O		数字	Identifier					発注伝票の付番号
30	227	3				M		数字	Identifier	20	可変			百貨店設定の商品分類を表すコード
31	393	3			百貨店商品コード	O		数字	Identifier	14	可変			百貨店設定の商品コードを補助するコード。細分化などに利用。
32	87	3			取引条件コード	O		数字	Identifier	10	可変			百貨店と仕入先企業間の取引条件(原価率など)を表す百貨店設定のコード
33	20	3			プロパティセーブル区分	M		数字	Code	1	固定		7	商品がプロパティ商品か、セーブル商品か、マークダウン商品かを表す区分
34	7	3			<商品>G									
35	88	3			商品コード(GTINなど)	O		数字	Identifier	14	固定			Global Trade Item Numberの略。商品を識別する国際標準コード。通称は、13桁JANコードの場合はO+JANコードの14桁表記とする。8桁JANは、先頭にゼロ6桁を加えて、14桁表記とする。インストアコード(小売業が実施した8桁、もしくは13桁のJANタイプの商品コード)を含む。
36	89	3			取引先伝票番号	O		英数カナ	Text	30	可変			仕入先企業が設定する商品スタイル単位に識別するコード
37	127	3			取引先伝票補助	O		英数カナ	Text	10	可変			取引先の振替がユニークでない場合にユニークにするための補助コード
38	287	3			商品名称	M		文字	Text	50	可変			商品の名称
39	31	3			商品名称半角カナ	O		英数カナ	Text	25	可変			商品の名称(半角カナ)
40	23	3			<カラー>G									
41	284	3			カラーコード	O		英数カナ	Code	2	固定		10	日本流行色協会(JMCA)の基本色(JC04)に準拠した標準コード
42	13	3			カラー名称	O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のカラーコード
43	32	3			カラー名称半角カナ	O		英数カナ	Text	20	可変			商品のカラー名称(半角カナ)
44	24	3			<サイズ>G			文字	Text	20	可変			商品のカラー名称
45	285	3			共通サイズコード	O		英数カナ	Code	9	可変		9	JIS規格の下の桁の細分コード+JIS「既成衣料のサイズ規格及び表示に関する通則」による
46	14	3			メーカーサイズコード	O		英数カナ	Text	10	可変			メーカー設定のサイズコード
47	147	3			サイズ名称半角カナ	O		英数カナ	Text	30	可変			商品のサイズ名称(半角カナ)
48	148	3			サイズ名称	O		文字	Text	30	可変			商品のサイズ名称
49	286	3			<単位>D									単位の種類を表す
50	300	3			単位種類	M		英数	Code	5	固定		23	単位の発行方法を表す(発注データに基づいて実行するか、マスタに基づいて実行するかを表す)。
51	301	3			単位方法	M		数字	Code	2	固定		25	単位の発行方法を表す(発注データに基づいて実行するか、マスタに基づいて実行するかを表す)。
52	357	3			<印字情報>G									領札に印字するバーコードを入力する印刷項目。当事情報の取り決めの上で利用する。
53	289	3			バーコード1	O		数字	Identifier	13	固定			そのまま印字するバーコードを入力することを前提とする。
54	128	3			バーコード2	O		数字	Identifier	13	固定			領札に印字するバーコードを入力する印刷項目。当事情報の取り決めの上で利用する。
55	207	3			バーコード3	O		数字	Identifier	13	固定			そのまま印字するバーコードを入力することを前提とする。
56	357	3			販促情報	O		文字	Text	15	可変			領札に印字するバーコードを入力する印刷項目。当事情報の取り決めの上で利用する。
57	289	3			<税額>G									そのおまけや手数料税額を入力することをお勧めする。
58	128	3			小売指定税率種別	Ma		数字	Amount	10	可変			領札に表す税率の税額
59	128	3			小売指定税率種別	Ma		数字	Amount	10	可変			百貨店が指定した税率(税込)
60	207	3			<税注数量>G			数字(小数点以下1桁有り)	Quantity	7	可変			商品の発注数量

1.1.5 コードリスト

番号	項目名	コード	意味	補足等	備考	使用メッセージ種別
1	ASNエラー状況	00	正常		CII(検品結果-梱包単位)	検品受領(梱包) 搬入確認(梱包)
		10	誤差あり			
		90	売価違い			
		91	売単価違いかつ数量違い			
2	ASNデータ有無	0	ASNデータ未着		JEDICOS(検品受領データ)	検品受領(梱包) 搬入確認(梱包)
		1	ASNデータ到着(JANマスタあり)			
		2	ASNデータ到着(JANマスタ不整合)			
3	ASN区分	a	ASNデータ取引先作成		CII (ASN): 納品区分	入荷予定データ(梱包) 搬入予定データ(梱包)
		b	ASNデータ代行検品作成			
4	ASN作成者指示	ブランク	ASNなし		CII (ASN): 納品区分	発注 搬入依頼 値札
		a	ASNデータ取引先作成			
		b	ASNデータ取引先・代行検品作成			
5	SCMデータ有無	0	SCMデータなし(入荷商品未着)			検品受領(梱包) 搬入確認(梱包)
		1	SCMデータあり(商品入荷)			
6	シーズンコード	01	梅春		JEDICOS,CII一致項目	商品マスタ(カタログ・プロフィール)
		02	春			
		03	春夏			
		04	初夏			
		05	夏			
		06	盛夏			
		07	初秋			
		08	秋			
		09	秋冬			
		10	冬			
		11	春夏秋			
		12	通年			
		13	その他			
7	プロバー・セール区分	0	プロバー商品		商品がプロバー品かセール品、マークダウン商品かを表す	商品マスタ(カタログ・プロフィール)、商品マスタ(PLU) POS売上、POS売上(集計)、値札
		1	セール商品			
		2	マークダウン商品			
8	メッセージ種		商品マスタ(カタログ・プロフィール)		※仮 CII,JEDICOSにCODE規定あり	商品マスタ(カタログ・プロフィール) 商品マスタ(PLU) 商品マスタ(マークダウン) 納品提案 搬入提案 搬入依頼 発注 入荷予定データ(梱包) 入荷予定データ(伝票) 搬入予定データ(梱包) 搬入予定データ(伝票) 納品数量 検品受領(梱包) 検品受領(伝票) 搬入確認(梱包) 搬入確認(伝票) POS売上(レシート明細) POS売上(集計) 仕入計上 支払案内 値札 店頭在庫 店頭在庫移動 返品 返送
			商品マスタ(PLU)			
			商品マスタ(マークダウン)			
			納品提案			
			搬入提案			
			搬入依頼			
			発注			
			入荷予定データ(梱包)			
			入荷予定データ(伝票)			
			搬入予定データ(梱包)			
			搬入予定データ(伝票)			
			納品数量			
			検品受領(梱包)			
			検品受領(伝票)			
			搬入確認(梱包)			
			搬入確認(伝票)			
			POS売上(レシート明細)			
			POS売上(集計)			
			仕入計上			
			支払案内			
			値札			
			店頭在庫			
			店頭在庫移動			
			返品			
			返送			
9	共通サイズコード	0100	サイズなし		※CII(分類+サイズコード)、JEDICOS(品種コード+サイズコード) Cilver使用	商品マスタ(カタログ・プロフィール)
		0150	乳幼児 身長:50 体重:3			
		:	:			
		0200	サイズなし			
		0290A	少年 A体型 身長:90 胸囲:48 または 胴囲:48			
		:	:			
		0300	サイズなし			
		0390A	少女 A体型 身長:90 胸囲:48 または 胴囲:46			
		:	:			
		:	:			

番号	項目名	コード	意味	補足等	備考	使用メッセージ種別
10	共通カラーコード	01	白・ホワイト		※JEDICOS,CII一致項目	商品マスタ(カタログ・プロファイル)
		02	アイボリー			
		03	ライトグレー			
		04	グレー			
		05	黒・ブラック			
		10	赤・レッド			
		11	ローズピンク			
		12	ピンク			
		14	オールドローズ			
		15	ワイン			
		20	オレンジ			
		22	ライトオレンジ			
		30	茶・ブラウン			
		33	ベージュ			
		34	黄土色・キャラメル			
		35	ダークブラウン			
		40	黄・イエロー			
		42	クリーム			
		43	コショウ色			
		50	黄緑			
		53	モスグリーン			
		54	カーキ色			
		55	オリーブ			
		60	緑・グリーン			
		61	ピーコックグリーン			
		62	ライトグリーン			
		63	スモーキーグリーン			
		64	バイングリーン			
		65	ダークグリーン			
		70	青・ブルー			
		71	ターコイズ			
		72	スカイブルー			
		73	サックス			
		74	ダルブルー			
		75	ネービーブルー			
		80	パープル			
		82	ライラック			
		83	ふじ色			
		84	モーブ			
		90	金色・ゴールド			
		91	銀色・シルバー			
11	欠品区分	00	欠品なし		※JEDICOS,CII一致項目	入荷予定データ(梱包) 入荷予定データ(伝票) 搬入予定データ(梱包)
		01	発注取消			
		02	該当商品無し			
		03	製造中止			
		04	品切れ			
		05	契約違い(原価違いなど)			
※GMS版	欠品区分	99	その他		以下頭1桁1は小売責、2は取引先責	
		00	欠品なし			
		11	マスターメンテナンス(小売責)			
		12	発注ミス(小売責)			
		21	納入者品切(取引先責)			
12	検品条件	22	メーカー品切(取引先責)		※CII(EOS) 連絡番号2(代行内容検品有無フラグ)	発注 搬入依頼
		00	ノー検品			
		01	箱検品			
		02	内容検品			
		10	代行 ノー検品			
		11	代行 箱検品			
13	原価算出区分	12	代行 内容検品		※JEDICOS,CII一致項目 ただし、CIIは「6」、「9」なし	商品マスタ(カタログ・プロファイル) 商品マスタ(マークダウン)
		1	1位切捨			
		2	1位そのまま			
		3	10位切捨			
		4	10位そのまま			
		5	1位が0~4の場合「0」、5~9の場合「5」			
		6	小数点以下第1位を四捨五入			
14	原産国	99	小数点第3位以下を切捨		※CII(商品マスタ) ISO3166による国名、地理 的名称	商品マスタ(カタログ・プロファイル)
		AD	アンゴラ			
		AE	アラブ連合酋長国			
15	梱包コード	:			※UN/CEFACT規定のCodeList (http://www.stylusstudio.com/edifact/D01B/7233.htm)	入荷予定データ(梱包) 搬入予定データ(梱包)
		52	「EAN-128」固定			

番号	項目名	コード	意味	補足等	備考	使用メッセージ種別
16	仕入区分	01	買取		※JEDICOS, CII一致項目 ただし、JEDICOSは「4、5」なし	商品マスタ(カタログ・プロフィール)、 入荷予定データ(梱包)、入荷予定データ(伝票) 搬入予定データ(梱包)、搬入予定データ(伝票) 納品提案、搬入提案、搬入依頼、 発注、POS売上、POS売上(集計)、仕入計上、 値札、店頭在庫、店頭在庫移動、返品
		02	委託			
		03	消化			
		04	預り品			
		05	新消化			
17	商品カテゴリー	1	グロッサリー・日用雑貨		※JEDICOS(商品マスタ) に「4: 食品」を追加	商品マスタ(カタログ・プロフィール)
		2	衣料品			
		3	酒類			
		4	食品			
18	商品標準分類コード		百貨店協会にて検討中			商品マスタ(カタログ・プロフィール)
19	税区分	1	外税		※JEDICOS、CII一致項目	商品マスタ(カタログ・プロフィール)、商品マスタ(PLU)、 入荷予定データ(梱包)、入荷予定データ(伝票)、 搬入予定データ(梱包)、 入荷予定データ(伝票)、 搬入依頼、 発注、仕入計上、値札、返品
		2	内税			
		3	非課税			
		4	不課税			
147	税区分(GMS)	00	無指定			
		01	原価内税			
		02	原価外税売内税			
		03	非課税			
		04	不課税			
		05	原価外税売内税			
20	素材1		CIIにて調整中(05年版より)		商品属性コードに統合を提案	商品マスタ(カタログ・プロフィール)
21	素材2		CIIにて調整中(05年版より)		商品属性コードに統合を提案	商品マスタ(カタログ・プロフィール)
23	値札種別	JIS11	11号		※JCA標準	商品マスタ(カタログ・プロフィール) 発注 搬入依頼 値札
		JIS12	12号			
		JIS20	20号			
		JIS21	21号			
		BRAND	メーカーブランドタグ			
24	値札発行区分	0	発行なし		「04: オンライン、06: 未送付」使用	発注 搬入依頼
		1	発行あり			
25	値札方法	03	取引先オンライン		CII 値札区分 A01: サプライヤー値札付け A02: サプライヤー値札付けせず → 値札発行区分と統一ではダメか? (発注)	発注 搬入依頼 値札
		04	VANオンライン			
		05	代行オンライン			
		07	値札業者オンライン			
		09	一括発行			
26	訂正コード	1	新規		※JEDICOS CIIは「1: 新規、2: 変更(全レコード置換)、3: 取消」	検品受領(梱包)、搬入確認(梱包)、納品提案、 搬入依頼、発注、商品マスタ(カタログ・プロフィール)、 商品マスタ(PLU)、商品マスタ(マークダウン)、 入荷予定データ(伝票)、 搬入予定データ(梱包)、 搬入予定データ(伝票)、 POS売上、POS売上(集計)、 仕入計上、 支払案内、 値札、 店頭在庫、 店頭在庫移動、 返品
		2	削除・取消			
		3	変更			
		8	売価変更予約削除			
		9	売価変更 この項目はメッセージの該当項目がなくなったので削除			
27	納入形態	01	正箱		※JEDICOS、CII一致項目	商品マスタ(カタログ・プロフィール) 入荷予定データ(梱包)、入荷予定データ(伝票) 搬入予定データ(梱包)、搬入予定データ(伝票) 納品提案、搬入提案、搬入依頼、発注
		02	ハンガー			
		03	梱包			
		04	オリコン			
		05	ゆわき			
28	納品受入判定区分	00	ASN通りに受け入れ完了		※CII 検品受領	検品受領(梱包) 搬入確認(梱包)
		10	ASNと現物が異なるが、一部受け入れ			
		20	未納扱い(未着として確定)			
		30	発注通りに受け入れ			
		40	発注と違って確定			
		99	その他			
29	発注区分	0	なし		※CII 「0: なし、1: 小売自動発注、2: 取引先自動発注、3: その他」	商品マスタ(カタログ・プロフィール) 商品マスタ(マークダウン)
		1	自動発注			
		2	自動補充			
		3	通常発注			
		9	その他			
30	販売場所区分	1	プロパー売場		※新規項目	納品提案、搬入提案 搬入依頼、発注 POS売上、POS売上(集計)
		2	催事場			
		9	その他			
31	商品管理区分	01	本部調達商品		※新規項目	商品マスタ(カタログ・プロフィール)
		02	店舗調達商品			
32	代行ASN	SP	ASN作成無し			発注 搬入依頼 値札
		A	ASN1作成			
		BRAND	ASN2作成			
33	返品理由	1	不良品			仕入計上、返品
		2	注文外			
		3	商慣習			
		4	損失負担			
		5	申出			
		6	その他			

番号	項目名	コード	意味	補足等	備考	使用メッセージ種別
34	支払案内補助コード					支払案内
35	在庫移動理由	1	客注			店頭在庫移動
		2	在庫振替			
		3	その他			
36	返送理由	1	不良品			返送
		3	在庫調整			
		5	申出			
		6	その他			
37	社販区分	0	社員販売取引外を表す			売上(レシート明細)
		1	社員販売取引を表す			
38	外販販売区分	0	外販販売取引外を表す			売上(レシート明細)
		1	外販販売取引を表す			
39	仕入取引区分	1	仕入(買取の場合は商品の納品を伴う、消化の場合は商品の販売に伴う)			
		2	返品(買取商品では商品の移動を伴う、消化商品では商品の消費者からの返品に伴う)			
		3	マークダウン時の商品の移動を伴わない仕入			
		4	マークダウン時の商品の移動を伴わない返品			
		5	プラス調整額(対取引先に支払が発生)			
		6	マイナス調整額(対取引先に請求が発生)			
40	発生計上区分	1	未決			
		2	発生時計上			
		3	未決分事後計上			
41	売上取引区分	1	売上			
		2	売上戻り			
42	発注形態	01	初回発注		※CII	納品提案、発注
		02	契約発注			
		03	見積発注			
		04	再発注			
		11	新規一括			
		12	新規分納			
		13	追加一括			
		14	追加分納			
43	支払案内形態区分	01	買取			支払案内
		02	委託			
		03	消化			
		04	預り品			
		05	新消化			
		99	その他			
44	入力モード	0	スタイル単位			商品マスタ(マークダウン)
		1	単品単位			
45	マークダウン種別	0	値下げ			商品マスタ(マークダウン)
		1	値上げ			
47	発注有無	0	発注なし(事前値札発行指示)			値札発行指示
		1	発注あり			

1.1.6 メッセージ共通ヘッダー

番号	No.	Lvl.	名寄せ項目名(レベル1)	名寄せ項目名(レベル2)	名寄せ項目名(レベル3)	必須・M 任意・O 不要・-	項目 属性	タイプ	データ型	桁数 (文字数)	桁数 固定/可変	マイナ ス値の 可能性	コード リスト	項目の意味
メッセージ共通ヘッダー														
SBDH														
1			ヘッダーバージョン			M		文字	String					SBDHのバージョン"1.3"
2			1送信者ID			M		文字	String					送信者を示すID。取引先と相場のうえ、コードあるいはGLNを使って送信者IDを決定し入力する。
3			1送信者ID条行元			M		文字	String					送信者IDの種別。送信者IDがコードの場合は、"CODE"、GLNの場合は"GLN"と入れる。
4			1受信者ID			M		文字	String					受信者を示すID。取引先と相場のうえ、コードあるいはGLNを使って送信者IDを決定し入力する。
5			1受信者ID条行元			M		文字	String					受信者IDの種別。送信者IDがコードの場合は、"CODE"、GLNの場合は"GLN"と入れる。
6			1標準名			M		文字	String					"StandardID"
7			1バージョン			M		文字	String					メジャーバージョンを入力。Ver1.1では、"1"と入力
8			1インスタンスID			M		文字	String					ビジネスプロセスID-標準別。英数字を使い40文字程度のユニークIDを生成し入力する。
9			1メッセージ種			M		文字	String					メッセージ英語名称 (例 "Purchase Order")
10			1種数タイプ			O		文字	String					当面利用しない
11			1作成日時			M		日時	dateTime					メッセージ全体の作成日・時間 (例 "2008-09-24T12:00:00")
12			1マニフェスト			O		文字	String					当面利用しない
13			1テスト区分ID			O		文字	String					テスト区分。テストデータの場、テストのスコアを作成する。
14			1最終送信元ID			O		文字	String					最終送信元を示すID。最終送信元IDを使用する場合、最終送信元のスコアを作成する。
メッセージ種														
15			1メッセージ種別ID			M		文字	Text	80	可変			メッセージ種別。SBDHのインスタンスIDに入れた箇の先頭に"MSG"を足す。
16			1送信者ステーションアドレス			O		文字	Identifier	8	固定			送信元であるSBDHの運用期間中、宛先(ステーションアドレス)単位で送受信件数の集計を行う場合にこれを用いる。
17			1最終受信者ステーションアドレス			O		文字	Identifier	8	固定			送信元であるSBDHの運用期間中、宛先(ステーションアドレス)単位で送受信件数の集計を行う場合にこれを用いる。
18			1種別送信者ステーションアドレス			O		文字	Identifier	8	固定			送信元であるSBDHの運用期間中、宛先(ステーションアドレス)単位で送受信件数の集計を行う場合にこれを用いる。
19			1取引敬			O		数字	Numeric	7	可変			業務メッセージにある取引件数を入力。
20			1XML内部バージョン			O		文字	Text	20	可変			Ver1.0では、"1.0"と入力
21			1XML標準バージョン			O		文字	Text	20	可変			Ver1.0では、"1.0"と入力
業務メッセージ														

1.2 メッセージ変更履歴

№	変更日	区分	メッセージ名	項目名	変更内容	変更理由	優先度	備考
1	2008/6/6	修正	POS第1上(レシート単位)	<売価>G 小売指示売単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	
2	2008/6/6	修正	POS第1上(集計)	<売価>G 小売指示売単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	
3	2008/6/6	修正	仕入計上	<売価>G 小売指示売単価税抜・税込 <原価>G 原単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	
4	2008/6/6	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<原価>G スタイル原単価税抜・税込 <売価>G メーカー希望小売価税抜・税込 小売指示売単価税抜・税込 <原価>G 原単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	
5	2008/6/6	修正	商品マスタ(PLU)	<売価>G 小売指示売単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	
6	2008/6/6	修正	商品マスタ(マークダウン)	<原価>G スタイル原単価税抜・税込 マークダウン後スタイル原単価税抜・税込 <売価>G 小売指示売単価税抜・税込 マークダウン後売単価税抜・税込 <原価>G 原単価税抜・税込 マークダウン後原単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	
7	2008/6/6	修正	催礼発行指示	<売価>G 小売指示売単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	
8	2008/6/6	修正	店讀在庫	<売価>G 小売指示売単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	
9	2008/6/6	修正	店頭在庫移動	<売価>G 小売指示売単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	
10	2008/6/6	修正	入荷予定(細色)	<売価>G 小売指示売単価税抜・税込 <原価>G 原単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	
11	2008/6/6	修正	入荷予定(広業)	<売価>G 小売指示売単価税抜・税込 <原価>G 原単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	
12	2008/6/6	修正	納入予定(細色)	<売価>G 小売指示売単価税抜・税込 <原価>G 原単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	
13	2008/6/6	修正	納入予定(広業)	<売価>G 小売指示売単価税抜・税込 <原価>G 原単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	
14	2008/6/6	修正	納品留案	<売価>G 小売指示売単価税抜・税込 <原価>G 原単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	
15	2008/6/6	修正	納入留案	<売価>G 小売指示売単価税抜・税込 <原価>G 原単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	
16	2008/6/6	修正	発注	<売価>G 小売指示売単価税抜・税込 マークダウン後売単価税抜・税込 <原価>G 原単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にポリシーが無いため	低	

№	変更日	区分	メッセージ名	項目名	変更内容	変更理由	優先度	備考
18	2008/6/6	修正	納入依頼	＜発価＞G 小売指示単価税抜・税込 ＜原単価＞G 原単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にバリエーションが無いため	低	
19	2008/6/6	修正	返品	＜発価＞G 小売指示単価税抜・税込 ＜原単価＞G 原単価税抜・税込	「税抜」と「税込」の項目の並び順を統一する	「税抜」と「税込」の項目の並び順にバリエーションが無いため	低	
20	2008/6/6	削除	支払案内	＜支払情報＞D 仕入企業事業所GLN	当該項目を削除する	同じ項目が存在するため	高	
21	2008/6/6	削除	支払案内	＜支払情報＞D 仕入企業事業所コード	当該項目を削除する	同じ項目が存在するため	高	
22	2008/6/6	修正	発注	＜取引先＞G 仕入企業事業所コード	M/O欄をセットする	記入漏れ。Optionとする	高	
23	2008/6/6	修正	店頭在庫	＜取引先＞G 仕入企業事業所コード	M/O欄をセットする	記入漏れ。Optionとする	高	
24	2008/6/6	修正	店頭在庫	＜カラー＞G カラー名称	M/O欄をセットする	記入漏れ。Optionとする	高	
25	2008/6/6	削除	仕入計上	＜取引内容＞G 訂正区分	当該項目を削除する	不要項目のため	高	
26	2008/6/6	削除	支払案内	＜取引内容＞G 訂正区分	当該項目を削除する	不要項目のため	高	
27	2008/6/6	削除	POS売上	＜取引内容＞G 訂正区分	当該項目を削除する	不要項目のため	高	
28	2008/6/6	修正	商品マスタ(PLU)	＜取引先＞G 仕入企業事業所コード	M/O欄をセットする	記入漏れ。Optionとする	高	
29	2008/6/6	修正	入荷予定(伝票)	＜取引先＞G 仕入企業事業所コード	M/O欄をセットする	記入漏れ。Optionとする	高	
30	2008/6/6	修正	納品提案	＜取引先＞G 仕入企業事業所コード	M/O欄をセットする	記入漏れ。Optionとする	高	
31	2008/6/6	修正	検品受領(伝票)	＜商品＞G 商品名称	M/O欄をセットする	記入漏れ。Optionとする	高	
32	2008/6/6	修正	納入予定(伝票)	＜商品＞G 商品名称	M/O欄をセットする	記入漏れ。Optionとする	高	
33	2008/6/6	修正	納品数量	＜商品G＞ 商品コード(GTINなど)	M/O欄をセットする	記入漏れ。Optionとする	高	
34	2008/6/13	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	＜商品属性＞D 商品標準分類コード 商品分析用属性0～9 商品分析用属性細分0～9	データ型を「Code」から「Identifier」に変更する	6月6日、百貨店流通ビジネスメッセージ標準 後付WGでの決定事項。商品分類コードの検討状況により、現時点ではコードリスト化できないため。	高	
35	2008/6/13	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	＜商品属性＞D 商品標準分類コード	M/O欄の商品カタログ欄を「M」から「O」に変更する	6月6日、百貨店流通ビジネスメッセージ標準 後付WGでの決定事項。	高	
36	2008/6/13	修正	全メッセージ	SBDH メッセージ種	・「タイプ」を「英数」から「文字」に変更する ・「データ型」を「Code」から「Identifier」に変更する ・桁数、固定可否は指定なし ・項目の意味から「区分」の文言を削除する	6月6日、百貨店流通ビジネスメッセージ標準 後付WGでの決定事項。メッセージ種はコードリストでなく英語名称表記。	高	
37	2008/7/29	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	＜取引内容＞G 百貨店店種GLN、品別番号、百貨店商品コード 取引条件コード、仕入区分、商品管理区分 仕入企業事業所GLN、仕入事業所コード ＜価格＞D 価格種別	レベルを2⇒4に変更	階層レベル4(店舗レベル)を増やしたため。	高	案1の変更内容のみ記載しています
38	2008/7/29	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	＜発価＞G 小売指示単価税抜き・税込み ＜原単価＞G 原単価税抜・税込み ＜取引条件＞D 原価率、原価算出区分 ＜販売計画＞G 店別GTIN別計画数、店別GTIN別目標消化率 ＜取引内容＞G 発注区分 ＜発注＞D 基準在庫	レベルを3⇒4に変更	階層レベル4(店舗レベル)を増やしたため。	高	案1の変更内容のみ記載しています

№	変更日	区分	メッセージ名	項目名	変更内容	変更理由	優先度	備考
40	2008/7/28	修正	全メッセージ	OOGLN	説明文を「GLNなど」に変更	7月23日、第三回共同実証WGでの合意事項。	高	
41	2008/7/28	追加	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	＜取引内容＞G バイヤーコード	新規追加	7月23日、第三回共同実証WGでの合意事項。	高	
42	2008/7/28	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	＜発注者＞G 百貨店企業GLN ＜取引先＞G 仕入企業GLN	説明文を変更	7月23日、第三回共同実証WGでの合意事項。	高	
43	2008/7/28	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	＜カラー＞G カラー名 ＜サイズ＞G サイズ名	M/O欄の商品カテゴリ欄を「M」から「O」に変更	7月23日、第三回共同実証WGでの合意事項。	高	※最終版のみの表示とさせて頂いているため、メッセージ上は見えなくなっています。
44	2008/7/28	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	＜処理日＞D 削除予定日	M/O欄を全て「M」から「O」に変更	7月23日、第三回共同実証WGでの合意事項。	高	
45	2008/7/28	修正	POS売上(レシート単位)	＜発注者＞G 百貨店企業GLN ＜取引先＞G 仕入企業GLN	説明文を変更	7月23日、第三回共同実証WGでの合意事項。	高	
46	2008/7/28	追加	POS売上(レシート単位)	＜取引内容＞G ターゲット属性	新規追加	7月23日、第三回共同実証WGでの合意事項。	高	
47	2008/7/28	追加	POS売上(レシート単位)	＜取引内容＞G 実売金額税抜 実売金額税込	新規追加	7月23日、第三回共同実証WGでの合意事項。	高	
48	2008/7/28	修正	POS売上(集計)	＜発注者＞G 百貨店企業GLN ＜取引先＞G 仕入企業GLN	説明文を変更	7月23日、第三回共同実証WGでの合意事項。	高	
49	2008/7/28	追加	POS売上(集計)	＜取引内容＞G 実売金額税抜 実売金額税込	新規追加	7月23日、第三回共同実証WGでの合意事項。	高	
50	2008/7/28	修正	納品提案	＜発注者＞G 百貨店企業GLN ＜取引先＞G 仕入企業GLN	説明文を変更	7月23日、第三回共同実証WGでの合意事項。	高	
51	2008/7/28	修正	納品提案	＜取引内容＞G 納入提案日	項目名を「希望提案日」から「納入提案日」へ変更	7月23日、第三回共同実証WGでの合意事項。	高	
52	2008/7/28	削除	納品提案	＜取引内容＞G 納品開始希望日 納品終了希望日	当該項目を削除する	7月23日、第三回共同実証WGでの合意事項。	高	
53	2008/7/28	修正	納品提案	＜取引合計＞G 納品提案金額合計 納品提案数量合計 納品提案消費税金額合計 納品提案消費税数量合計	M/O欄を「M」から「O」に変更	7月23日、第三回共同実証WGでの合意事項。	高	
54	2008/8/28	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	＜発注者＞G 百貨店企業GLN ＜商品＞G 商品名称 ＜取引内容＞G プロパティ・セール区分 展開予定開始日、展開予定終了日 メーカー希望小売価格税抜(スタイル) メーカー希望小売価格税込(スタイル) ＜税＞D 税区分、税率 ＜シリアル＞D シリアルコード ＜ブランド＞D メーカーブランドコード ＜商品属性＞D 商品カテゴリ ＜発注数量＞G 発注単位入数、発注単位数、最小発注単位 ＜商品＞G 商品コード(GTINなど)、レシート商品名 ＜カラー＞G カラーコード、メーカーカラーコード ＜サイズ＞G 共通サイズコード、メーカーサイズコード ＜実価＞G 小売指示単価税抜、小売指示単価税込 ＜取引内容＞G 百貨店企業GLN、品別番号	M/O欄を「O」から「M」に変更	7月28日、第二回検討WGでの決定事項。	高	

№	変更日	区分	メッセージ名	項目名	変更内容	変更理由	優先度	備考
57	2008/8/29	追加	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<取引内容>G 結核条件コード	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
58	2008/8/29	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<取引内容>G 展開予定開始日 展開予定終了日	説明文を変更	7月29日、第二回検討WGでの決定事項。	高	
59	2008/8/29	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<販売計画>D スタイル別目標準化率	・項目名を「店別スタイル別目標準化率」から「スタイル別目標準化率」へ変更 ・説明文を変更	7月29日、第二回検討WGでの決定事項。	高	
60	2008/8/29	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<取引内容>G 品別番号	説明文を変更	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
61	2008/8/29	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<取引内容>D 店別番号	・項目名を「店別番号」から「店別番号」へ変更 ・説明文を変更	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
62	2008/8/29	追加	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<取引内容>G 展開予定区分	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
63	2008/8/29	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<販売計画>D リードタイム	・項目名を「店別番号」から「店別番号」へ変更 ・説明文を変更	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
64	2008/8/29	削除	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<販売計画>D 店別番号	当該項目を削除する	7月29日、第二回検討WGでの決定事項。	高	
65	2008/8/29	追加	納品提案	<取引内容>G 販売場所コード	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
66	2008/8/29	修正	納品提案	<取引内容>G 品別番号	説明文を変更	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
67	2008/8/29	追加	納品提案	<取引内容>G 品別番号	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
68	2008/8/29	追加	納品提案	<取引内容>G 品別番号	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
69	2008/8/29	追加	納品提案	<取引内容>G 品別番号	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
70	2008/8/29	修正	納品提案	<取引内容>G 品別番号	説明文を変更	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
71	2008/8/29	追加	納品提案	<取引内容>G 品別番号	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
72	2008/8/29	追加	納品提案	<取引内容>G 品別番号	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
73	2008/8/29	修正	納品提案	<取引内容>G 品別番号	M/O欄を「M」から「O」に変更	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
74	2008/8/29	追加	納品提案	<取引内容>G 品別番号	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
75	2008/8/29	追加	納品提案	<取引内容>G 品別番号	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
76	2008/8/29	追加	納品提案	<取引内容>G 品別番号	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
77	2008/8/29	削除	納品提案	<取引内容>G 品別番号	当該項目を削除する	7月29日、第二回検討WGでの決定事項。	高	
78	2008/8/29	追加	入荷予定(梱包)	<取引内容>G 品別番号	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
79	2008/8/29	修正	入荷予定(梱包)	<取引内容>G 品別番号	説明文を変更	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
80	2008/8/29	修正	入荷予定(梱包)	<取引内容>G 品別番号	M/O欄を「M」から「O」に変更	7月29日、第二回検討WGでの決定事項。	高	
81	2008/8/29	追加	入荷予定(梱包)	<取引内容>G 品別番号	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
82	2008/8/29	修正	入荷予定(梱包)	<取引内容>G 品別番号	・桁数を「6」から「5」へ変更 ・説明文を変更	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
83	2008/8/29	追加	入荷予定(梱包)	<取引内容>G 品別番号	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
84	2008/8/29	修正	入荷予定(梱包)	<取引内容>G 品別番号	M/O欄を「M」から「O」に変更	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
85	2008/8/29	修正	入荷予定(伝票)	<取引内容>G 品別番号	M/O欄を「M」から「O」に変更	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
86	2008/8/29	追加	入荷予定(伝票)	<取引内容>G 品別番号	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
87	2008/8/29	修正	入荷予定(伝票)	<取引内容>G 品別番号	説明文を変更	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	
88	2008/8/29	修正	入荷予定(伝票)	<取引内容>G 品別番号	M/O欄を「M」から「O」に変更	7月29日、第二回検討WGでの決定事項。	高	
89	2008/8/29	追加	入荷予定(伝票)	<取引内容>G 品別番号	新規追加	8月19日、第四回共同実証WGでの合意事項。	高	

№	変更日	区分	メッセージ名	項目名	変更内容	変更理由	優先度	備考
91	2008/8/29	追加	検品受領(梱包)	<取引内容>G 販売場所コード	新規追加	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
92	2008/8/29	修正	検品受領(梱包)	<取引内容>G 品別番号	説明文を変更	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
93	2008/8/29	追加	検品受領(梱包)	<梱包>D 検品番号 梱口数	新規追加	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
94	2008/8/29	修正	検品受領(梱包)	<取引内容>G SOMデータ有無	M/O欄を「M」から「O」に変更	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
95	2008/8/29	追加	検品受領(梱包)	<取引内容>G 百貨店商品補助コード	新規追加	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
96	2008/8/29	追加	検品受領(伝票)	<取引内容>G 販売場所コード	新規追加	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
97	2008/8/29	修正	検品受領(伝票)	<取引内容>G 品別番号	説明文を変更	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
98	2008/8/29	追加	検品受領(伝票)	<取引内容>G 百貨店商品補助コード	新規追加	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
99	2008/8/29	削除	支払案内	<支払情報>D 振込先銀行支店コード	当該項目を削除する	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
100	2008/8/29	修正	支払案内	<支払情報>D その他合計	説明文を変更 ・項目を「仕入高合計」から「仕入高店舗合計」へ変更 ・項目名を「返品高合計」から「返品高店舗合計」へ変更 ・項目名を「その他合計」から「その他店舗合計」へ変更 ・項目の説明文を変更	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
101	2008/8/29	修正	支払案内	<買掛情報>D 仕入高店舗合計 返品高店舗合計 その他店舗合計	・項目を「仕入高合計」から「仕入高店舗合計」へ変更 ・項目名を「返品高合計」から「返品高店舗合計」へ変更 ・項目名を「その他合計」から「その他店舗合計」へ変更 ・項目の説明文を変更	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
102	2008/8/29	追加	支払案内	<取引内容>G 支払案内形態区分	新規追加	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
103	2008/8/29	修正	支払案内	<取引内容>G 品別番号	説明文を変更	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
104	2008/8/29	追加	支払案内	<取引内容>G 百貨店商品補助コード	新規追加	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
105	2008/8/29	追加	支払案内	<取引内容>G 原価率	新規追加	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
106	2008/8/29	修正	支払案内	<取引内容>G 支払案内補助コード	・データ型を「Code」から「Identifier」へ変更 ・コードリストから削除	8月6日、百貨店流通ビジネスセンター標準検討WGでの決定事項。 8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
107	2008/8/29	追加	POS売上(レシート単位)	<取引内容>G 販売場所コード	新規追加	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
108	2008/8/29	修正	POS売上(レシート単位)	<取引内容>G 品別番号	説明文を変更	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
109	2008/8/29	追加	POS売上(レシート単位)	<取引内容>G 百貨店商品補助コード	新規追加	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
110	2008/8/29	追加	POS売上(集計)	<取引内容>G 販売場所コード	新規追加	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
111	2008/8/29	修正	POS売上(集計)	<取引内容>G 品別番号	説明文を変更	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
112	2008/8/29	追加	POS売上(集計)	<取引内容>G 百貨店商品補助コード	新規追加	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
113	2008/8/29	削除	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<取引内容>G 販売予定開始日、販売予定終了日	当該項目を削除する	8月19日、第四回共同検証WGでの合意事項。	高	
114	2008/10/3	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<取引内容>G 展期年度	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
115	2008/10/3	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<販売計画>D スタイル列目補正率	・タイプを「数字(小数点あり)」から「数字(小数点以下1桁あり)」へ変更 ・桁数を「5」から「4」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
116	2008/10/3	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<発注数量>G 発注単位入数 最小発注単位	データ型を「Numeric」から「Quantity」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
117	2008/10/3	追加	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<流通>G メーカー希望小売価格抜 (GTIN) メーカー希望小売価格税込 (GTIN)	新規追加	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
118	2008/10/3	追加	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<原価>G GTIN原単価抜 GTIN原単価税込	新規追加	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
119	2008/10/3	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	データ処理番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
120	2008/10/3	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<取引内容>G 百貨店商品補助コード	桁数を「10」から「14」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	

№	変更日	区分	メッセージ名	項目名	変更内容	変更理由	優先度	備考
122	2008/10/3	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<原価面>G 店別原価価格	・項目名を「原価価格」から「店別原価価格」へ変更 ・税別文を変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
123	2008/10/3	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<原価面>G 店別原価価格	・項目名を「原価価格」から「店別原価価格」へ変更 ・税別文を変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
124	2008/10/3	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<取引条件>D 原価率	・項目名を変更 ・「数量」(小数点有り)から「数字」(小数点以下5桁有り)へ変更 ・桁数を15から18へ変更 ・桁数を1から12へ変更 ・固定/可変を固定/可変へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
125	2008/10/3	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<取引条件>D 原価算出区分	・項目名を「原価算出区分」から「店別原価算出区分」へ変更 ・税別文を変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
126	2008/10/3	修正	納品提案	納品提案番号 仕入伝票番号 発注集約管理番号 出荷伝票番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
127	2008/10/3	修正	納品提案	<取引内容>G 発注形態	コードリスト欄に「42」をセット	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
128	2008/10/3	修正	納品提案	<個列場所>G 販売場所区分	桁数を「2」から「1」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
129	2008/10/3	修正	納品提案	データ処理番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
130	2008/10/3	修正	納品提案	<取引内容>G 納品提案行番号 仕入伝票行番号 出荷伝票行番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
131	2008/10/3	修正	納品提案	<取引内容>G 百貨店商品補助コード	桁数を「10」から「14」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
132	2008/10/3	修正	納品提案	<発注数量>G 発注単位入数	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
133	2008/10/3	修正	発注	<取引内容>G 発注集約管理番号 仕入伝票管理番号 仕入伝票番号 出荷伝票番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
134	2008/10/3	修正	発注	<取引内容>G 発注形態	コードリスト欄に「42」をセット	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
135	2008/10/3	修正	発注	<個列場所>G 販売場所区分	桁数を「2」から「1」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
136	2008/10/3	修正	発注	<物流関連指示>G 代行ASN	・タイプを「数字」から「英数」へ変更 ・桁数を「1」から「2」へ変更 ・固定/可変を「固定」から「可変」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
137	2008/10/3	修正	発注	<物流関連指示>G ASN作成者指示	タイプを「数字」から「英数」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
138	2008/10/3	修正	発注	<個社>D 催礼方法	桁数を「1」から「2」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
139	2008/10/3	修正	発注	<発注>D 発注担当電話番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
140	2008/10/3	修正	発注	<納品条件>D 納品条件	桁数を「1」から「2」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
141	2008/10/3	修正	発注	データ処理番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
142	2008/10/3	修正	発注	<取引内容>G 納品提案行番号 仕入伝票行番号 仕入伝票番号 出荷伝票行番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
143	2008/10/3	修正	発注	<取引内容>G 百貨店商品補助コード	桁数を「10」から「14」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
144	2008/10/3	修正	発注	<発注数量>G 発注単位入数	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
145	2008/10/3	修正	発注	<納品条件>D スキャン指定区分	・タイプを「1」から「数字」へ変更 ・固定/可変を「1」から「可変」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
146	2008/10/3	修正	入荷予定(梱包)	<出荷梱包内容>G 梱包番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
147	2008/10/3	修正	入荷予定(梱包)	<ASN状況>D ASN区分	タイプを「数字」から「英数」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
148	2008/10/3	修正	入荷予定(梱包)	<個口>D 個口内連番	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
149	2008/10/3	修正	入荷予定(梱包)	<出荷梱包内容>G 梱包コード	桁数を「3」から「2」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
150	2008/10/3	修正	入荷予定(梱包)	データ処理番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
151	2008/10/3	修正	入荷予定(梱包)	<取引内容>G 納品提案行番号 仕入伝票行番号 仕入伝票番号 出荷伝票番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
152	2008/10/3	修正	入荷予定(梱包)	<取引内容>G 百貨店商品補助コード	桁数を「10」から「14」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	

№	変更日	区分	メッセージ名	項目名	変更内容	変更理由	優先度	備考
154	2008/10/3	修正	入荷予定(伝票)	<取引内容>G 発注伝票番号 仕入伝票番号 出荷伝票番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
155	2008/10/3	修正	入荷予定(伝票)	データ処理番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
156	2008/10/3	修正	入荷予定(伝票)	<取引内容>G 発注伝票番号 仕入伝票番号 出荷伝票番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
157	2008/10/3	修正	入荷予定(伝票)	<取引内容>G 百貨店商品補助コード	桁数を「10」から「14」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
158	2008/10/3	修正	検品受領(梱包)	<梱包>G 検品番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
159	2008/10/3	修正	検品受領(梱包)	データ処理番号(L3) データ処理番号(L4)	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
160	2008/10/3	修正	検品受領(梱包)	<取引内容>G 発注伝票番号 発注伝票番号 仕入伝票番号 仕入伝票番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
161	2008/10/3	修正	検品受領(梱包)	<取引内容>G 百貨店商品補助コード	桁数を「10」から「14」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
162	2008/10/3	追加	検品受領(梱包)	<取引内容>G 仕入区分	新規追加	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
163	2008/10/3	追加	検品受領(梱包)	<流通>G 小売指示単価取扱 小売指示単価取扱	新規追加	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
164	2008/10/3	追加	検品受領(梱包)	<流通>G 原価取扱 原価取扱	新規追加	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
165	2008/10/3	修正	検品受領(伝票)	<取引内容>G 発注伝票番号 仕入伝票番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
166	2008/10/3	修正	検品受領(伝票)	データ処理番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
167	2008/10/3	修正	検品受領(伝票)	<取引内容>G 発注伝票番号 仕入伝票番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
168	2008/10/3	修正	検品受領(伝票)	<取引内容>G 百貨店商品補助コード	桁数を「10」から「14」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
169	2008/10/3	追加	検品受領(伝票)	<取引内容>G 仕入区分	新規追加	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
170	2008/10/3	追加	検品受領(伝票)	<流通>G 小売指示単価取扱 小売指示単価取扱	新規追加	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
171	2008/10/3	追加	検品受領(伝票)	<流通>G 原価取扱 原価取扱	新規追加	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
172	2008/10/3	修正	支払案内	データ処理番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
173	2008/10/3	修正	支払案内	<取引内容>G 伝票番号(仕入・返品)	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
174	2008/10/3	修正	支払案内	<取引内容>G 百貨店商品補助コード	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
175	2008/10/3	修正	支払案内	<取引内容>G 原価率	桁数を「10」から「14」へ変更 ・タイプライター(小数点有り)から「数字(小数点以下5桁有り)」へ変更 ・桁数を「5」から「8」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
176	2008/10/3	修正	POS売上(レシート単位)	データ処理番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
177	2008/10/3	修正	POS売上(レシート単位)	<取引内容>G POS番号 POSレシート番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
178	2008/10/3	修正	POS売上(レシート単位)	<取引内容>G 百貨店商品補助コード	桁数を「10」から「14」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
179	2008/10/3	修正	POS売上(レシート単位)	<取引内容>G 販売員コード	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
180	2008/10/3	修正	POS売上(レシート単位)	<開列場所>G 販売場所区分	桁数を「2」から「1」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	
181	2008/10/3	修正	POS売上(集計)	データ処理番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	8月29日、第三回検討WGでの合意事項。	高	

№	変更日	区分	メッセージ名	項目名	変更内容	変更理由	優先度	備考
226	2008/10/3	修正	納入依頼	ASMP作成者指示	タイプを「数字」から「英数」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
227	2008/10/3	修正	値札発行指示	値札方法	桁数を「1」から「2」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
228	2008/10/3	修正	納入依頼	換品条件	桁数を「1」から「2」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
229	2008/10/3	修正	納入予定(梱包)	ASIN区分	タイプを「数字」から「英数」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
230	2008/10/3	修正	納入予定(梱包)	梱包コード	桁数を「3」から「2」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
231	2008/10/3	修正	商品マスタ(マークダウン)	原価算出区分	データ型を「Identifier」から「Code」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
232	2008/10/3	修正	店頭在庫移動	移動伝票番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
233	2008/10/3	修正	納品数量	納品数量	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
234	2008/10/3	修正	納入予定(梱包)	個口内連番	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
235	2008/10/3	修正	値札発行指示	仕入伝票番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
236	2008/10/3	修正	納入依頼	出荷伝票番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
237	2008/10/3	修正	全メッセージ	データ処理番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
238	2008/10/3	修正	仕入計上	伝票番号(仕入・返品)	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
239	2008/10/3	修正	納入提案	納品提案番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
240	2008/10/3	修正	納入依頼	納品提案番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
241	2008/10/3	修正	値札発行指示	納品提案番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
242	2008/10/3	修正	返品	返品伝票番号	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
243	2008/10/3	修正	仕入計上	元伝票番号(仕入・返品)	データ型を「Numeric」から「Identifier」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
244	2008/10/3	修正	納入依頼	発注単位入数	データ型を「Numeric」から「Quantity」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
245	2008/10/3	修正	商品マスタ(マークダウン)	原価率	・タイプを「数字(小数点有り)」から「数字(小数点以下5桁有り)」へ変更 ・桁数を「5」から「8」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
246	2008/10/3	修正	商品マスタ(マークダウン)	マークダウン後原価率	・タイプを「数字(小数点有り)」から「数字(小数点以下5桁有り)」へ変更 ・桁数を「5」から「8」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
247	2008/10/3	修正	店頭在庫移動	発注店原価率	・タイプを「数字(小数点有り)」から「数字(小数点以下5桁有り)」へ変更 ・桁数を「5」から「8」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
248	2008/10/3	修正	納入提案	納品予定日	項目名を「納入予定日」から「納品予定日」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
249	2008/10/3	修正	納入提案	納品数量	項目名を「納入数量」から「納品数量」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
250	2008/10/3	追加	商品マスタ(PLU)	<販引内容>G ハイヤーコード 紐付け条件コード	新規追加	9月24日、第六回共同実証WG後、各社に確認して合意した事項。	高	
251	2008/10/3	修正	商品マスタ(PLU)	<販引内容>G 百貨店商品コード 取引条件コード	M/O網を「M」から「O」に変更	9月24日、第六回共同実証WG後、各社に確認して合意した事項。	高	
252	2008/10/3	追加	商品マスタ(マークダウン)	<販引内容>G 入力モード マークダウン連別	新規追加	9月24日、第六回共同実証WG後、各社に確認して合意した事項。	高	
253	2008/10/3	追加	商品マスタ(マークダウン)	<販引内容>G 登録条件コード 登録条件コード	新規追加	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
254	2008/10/3	修正	商品マスタ(マークダウン)	<原価面>G マークダウン後GTIN原価面格技 マークダウン後GTIN原価面格技	・項目名を「マークダウン後原価面格技」から「マークダウン後GTIN原価面格技」へ変更 ・項目名を「マークダウン後原価面格技」から「マークダウン後GTIN原価面格技」へ変更	9月24日、第六回共同実証WGでの誤記修正。	高	
255	2008/10/3	追加	商品マスタ(マークダウン)	<原価面>G マークダウン後店別原価面格技 マークダウン後店別原価面格技	新規追加	9月24日、第六回共同実証WGでの誤記修正。	高	

№	変更日	区分	メッセージ名	項目名	変更内容	変更理由	優先度	備考
257	2008/10/3	追加	仕入計上	<取引内容>G 発注伝票番号	新規追加	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
258	2008/10/3	追加	返送	<取引内容>G 百貨店商品コード	新規追加	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
259	2008/10/3	追加	値札発行指示	<取引内容>G 百貨店商品補助コード	新規追加	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
260	2008/10/3	修正	値札発行指示	<取引内容>G 発注伝票番号	M/O欄を「M」から「O」に変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
261	2008/10/3	修正	値札発行指示	<取引内容>G 発注伝票番号	M/O欄を「M」から「O」に変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
262	2008/10/3	修正	値札発行指示	<取引内容>G 納入指定日	M/O欄を「M」から「O」に変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
263	2008/10/3	修正	値札発行指示	<直接納品先>G 直接納入先GLN	M/O欄を「M」から「O」に変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
264	2008/10/3	修正	値札発行指示	<最終納品先>G 納入先GLN	M/O欄を「M」から「O」に変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
265	2008/10/3	修正	値札発行指示	<取引内容>G 発注伝票行番号	M/O欄を「M」から「O」に変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
266	2008/10/3	修正	値札発行指示	<取引内容>G 取引条件コード	M/O欄を「M」から「O」に変更	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。	高	
267	2008/10/3	修正	値札発行指示	<発注数量>G 発注数量	M/O欄を「M」から「O」に変更 選択必須に関する内容を、「見出し」、「項目の意味 など」に記載	9月24日、第六回共同実証WGでの合意事項。 11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
268	2008/12/9	修正	表紙	<発価>G メーカー希望小売価格税抜(スタイル) メーカー希望小売価格税抜(スタイル)	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
269	2008/12/9	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<発価>G 小売指示単価税抜	M/O欄を「M」から「Mb」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
270	2008/12/9	修正	商品マスタ(カタログ・プロファイル)	<発価>G 小売指示単価税抜	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
271	2008/12/9	修正	商品マスタ(PLU)	<発価>G 小売指示単価税抜	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
272	2008/12/9	修正	商品マスタ(マークダウン)	<発価>G 小売指示単価税抜	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
273	2008/12/9	修正	商品マスタ(マークダウン)	<発価>G マークダウン後単価税抜	M/O欄を「M」から「Mb」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
274	2008/12/9	修正	納品提案	<発価>G 小売指示単価税抜	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
275	2008/12/9	修正	納品提案	<発価>G 原単価税抜	M/O欄を「M」から「Mb」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
276	2008/12/9	修正	納入提案	<発価>G 小売指示単価税抜	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
277	2008/12/9	修正	納入提案	<発価>G 原単価税抜	M/O欄を「M」から「Mb」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
278	2008/12/9	修正	発注	<発価>G 小売指示単価税抜	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
279	2008/12/9	修正	発注	<発価>G 原単価税抜	M/O欄を「M」から「Mb」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
280	2008/12/9	修正	納入依頼	<発価>G 小売指示単価税抜	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
281	2008/12/9	修正	納入依頼	<発価>G 原単価税抜	M/O欄を「M」から「Mb」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
282	2008/12/9	修正	入荷予定(梱包)	<発価>G 小売指示単価税抜	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
283	2008/12/9	修正	入荷予定(梱包)	<発価>G 原単価税抜	M/O欄を「M」から「Mb」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
284	2008/12/9	修正	入荷予定(伝票)	<発価>G 小売指示単価税抜	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
285	2008/12/9	修正	入荷予定(伝票)	<発価>G 原単価税抜	M/O欄を「M」から「Mb」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	

№	変更日	区分	メッセージ名	項目名	変更内容	変更理由	優先度	備考
287	2008/12/9	修正	購入予定 (梱包)	<原価>G 小売指示売上価税抜 小売指示売上価税込	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
288	2008/12/9	修正	購入予定 (梱包)	<原価>G 原単価税抜 原単価税込	M/O欄を「M」から「Mb」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
289	2008/12/9	修正	購入予定 (伝票)	<原価>G 小売指示売上価税抜 小売指示売上価税込	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
290	2008/12/9	修正	購入予定 (伝票)	<原価>G 原単価税抜 原単価税込	M/O欄を「M」から「Mb」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
291	2008/12/9	修正	POS売上 (レシート単位)	<取引内容>G 実売単価税抜 実売単価税込	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
292	2008/12/9	追加	POS売上 (レシート単位)	ターゲット属性補助 <取引内容>G 小売指示売上価税抜 小売指示売上価税込	新規追加	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
293	2008/12/9	修正	POS売上 (レシート単位)	<原価>G 小売指示売上価税抜 小売指示売上価税込	M/O欄を「M」から「Mb」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
294	2008/12/9	修正	POS売上 (集計)	<取引内容>G 実売単価税抜 実売単価税込	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
295	2008/12/9	修正	POS売上 (集計)	<原価>G 小売指示売上価税抜 小売指示売上価税込	M/O欄を「M」から「Mb」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
296	2008/12/9	追加	返品	<取引内容>G 小売指示売上価税抜 計上店種GLN	新規追加	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
297	2008/12/9	修正	返品	<原価>G 小売指示売上価税抜 原単価税抜	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
298	2008/12/9	修正	返品	<原価>G 原単価税抜 原単価税込	M/O欄を「M」から「Mb」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
299	2008/12/9	修正	値札発行指示	<原価>G 小売指示売上価税抜 小売指示売上価税込	M/O欄を「M」から「Ma」に変更	11月18日、第八回共同実証WGでの合意事項。	高	
300	2009/1/22	追加	仕入計上	<取引内容>G POS番号 POSレシート番号	新規追加	12月25日、第九回共同実証WGでの合意事項。	高	
301	2009/2/14	修正	商品マスタカタログ・プロファイル 納品提案 納品提案 納品全 搬入仕額 入荷予定 (梱包) 入荷予定 (伝票) 購入予定 (梱包) 購入予定 (伝票) 仕入計上 POS売上 (レシート単位) POS売上 (集計) 返品 返品 在庫移動 在庫移動 値札発行指示 納品数量 購入数量	メーカーカラーコード メーカーサイズコード	タイプ: 英数一或数カナ データ型: Identifier-Text へそれぞれ変更	2月3日、第五回検討WGでの決定事項	高	

2 参考資料

2.1 百貨店流通ビジネスメッセージ標準 メッセージの項目引継ぎ関係

本事業では、伝票レス実現のための要件検討を行ったが、国税庁や所轄税務署等の調査時には必要な情報を提示できるよう、各社が対応できる体制や仕組みを準備しておく必要がある。そのような場合を想定し、百貨店ビジネスメッセージ標準を利用した場合のメッセージ間の項目引継ぎ関係の参考データ(例)を作成している。各社が採用するビジネスモデルやメッセージ、任意項目の使用／不使用により、項目の引継ぎ可否は各種各様となるが、ここでは、いくつかのパターン(前提)を絞って作成している。

本資料は、あくまで例として作成しており、必ずしもこの通り実施しなければならない、というわけではないため、利用にあたっては十分に留意頂きたい。

2.1.1 買取取引

(1) 入荷予定(伝票型)を使用する場合

① 前提条件

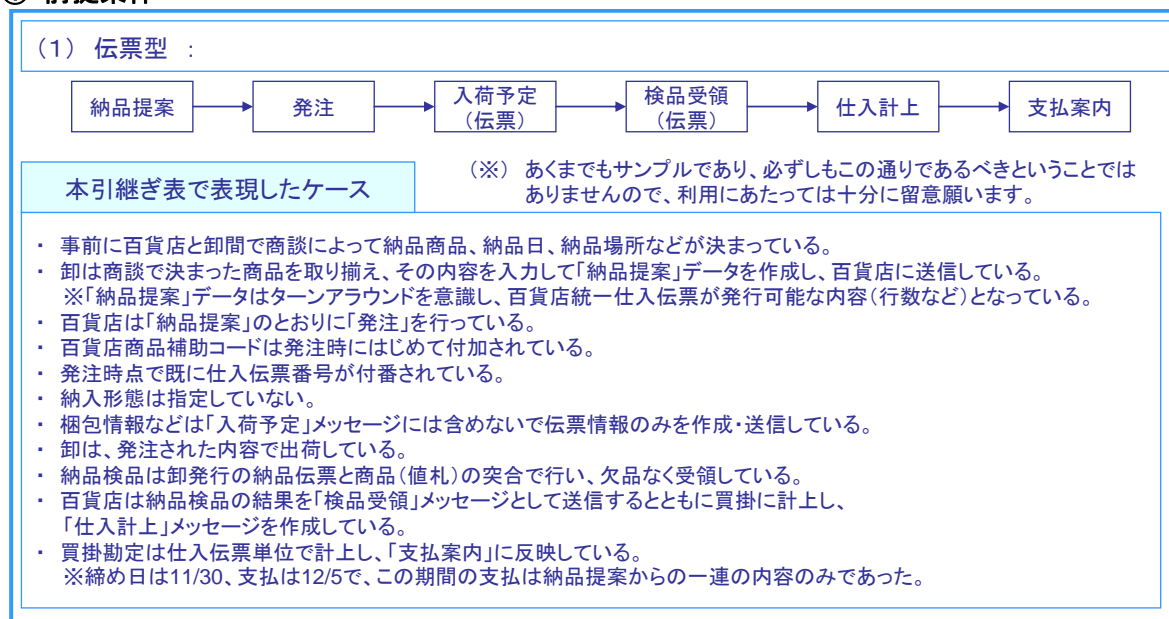


図 VI-1: 入荷予定(伝票型)を使用するケースの前提条件

② 引継ぎ関係の例

このケースにおける項目の引継ぎ関係の例は、巻末の「2.1.1(1)伝票型 買取 TA型」をご参照頂きたい。

(2) 入荷予定(梱包型)を使用し、内容検品を行う場合

① 前提条件

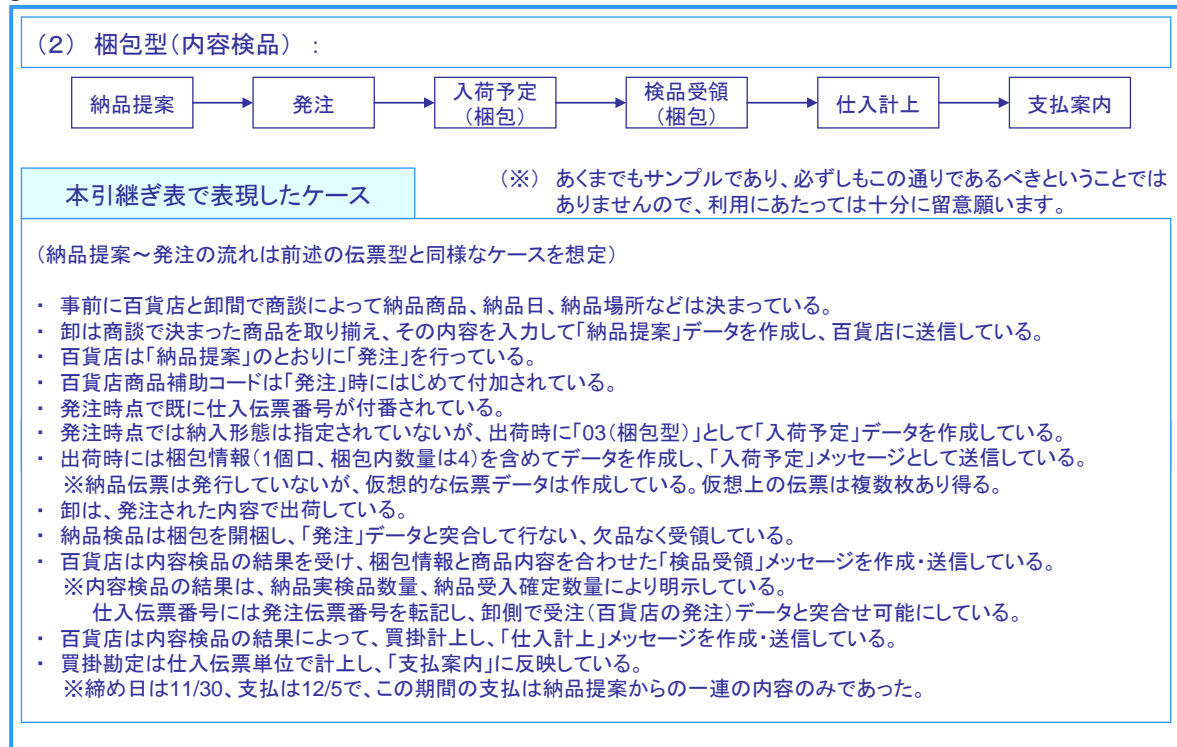


図 VI-2: 入荷予定(梱包型)を使用し、内容検品するケースの前提条件

② 引継ぎ関係の例

このケースにおける項目の引継ぎ関係の例は、巻末の「2.1.1(2) 梱包型 買取 内容検品」をご参照頂きたい。

(3) 入荷予定(梱包型)を使用し、ノー検品の場合の前提条件

① 前提条件

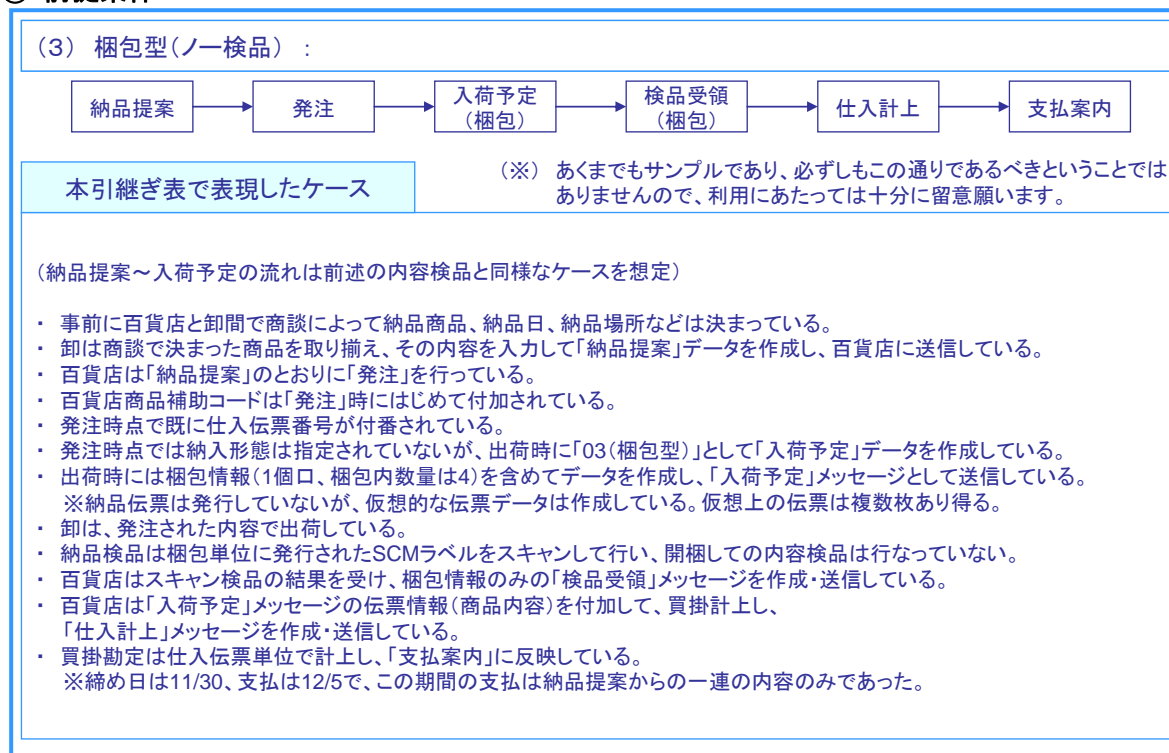


図 VI-3: 入荷予定(梱包型)を使用し、ノー検品のケースの前提条件

② 引継ぎ関係の例

このケースにおける項目の引継ぎ関係の例は、巻末の「2.1.1(3) 梱包型 買取 ノー検品」をご参照頂きたい。

2.1.2 消化取引

(1) 搬入予定(伝票型)を使用する場合の前提条件

① 前提条件

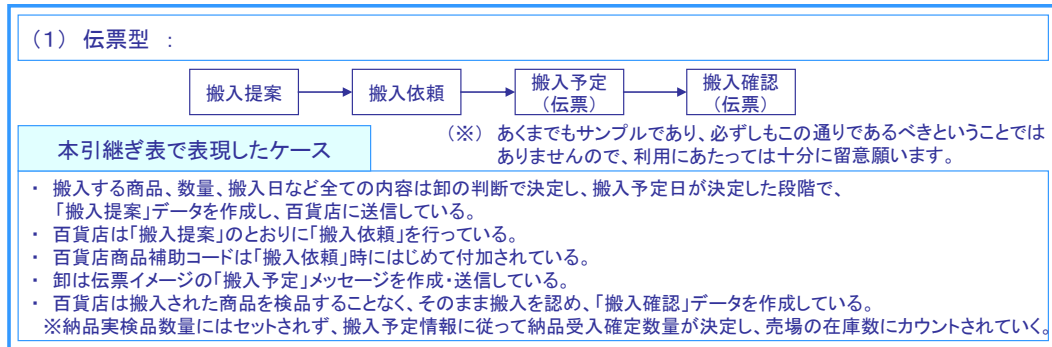


図 VI-4:搬入予定(伝票)を使用するケースの前提条件

② 引継ぎ関係の例

このケースにおける項目の引継ぎ関係の例は、巻末の「2.1.2(1)伝票型 消化」をご参照頂きたい。

(2) 搬入予定(梱包型)を使用する場合の前提条件

① 前提条件

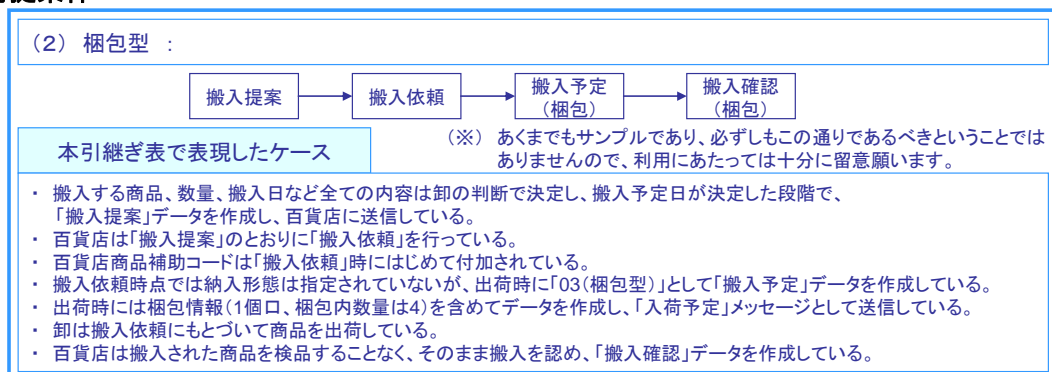


図 VI-5:搬入予定(梱包)を使用するケースの前提条件

② 引継ぎ関係の例

このケースにおける項目の引継ぎ関係の例は、巻末の「2.1.2(2)梱包型 消化」をご参照頂きたい。

(3) 消化取引において仕入計上と支払案内を使用する場合
(前述(1)および(2)のプロセスからの引継ぎ)

① 前提条件

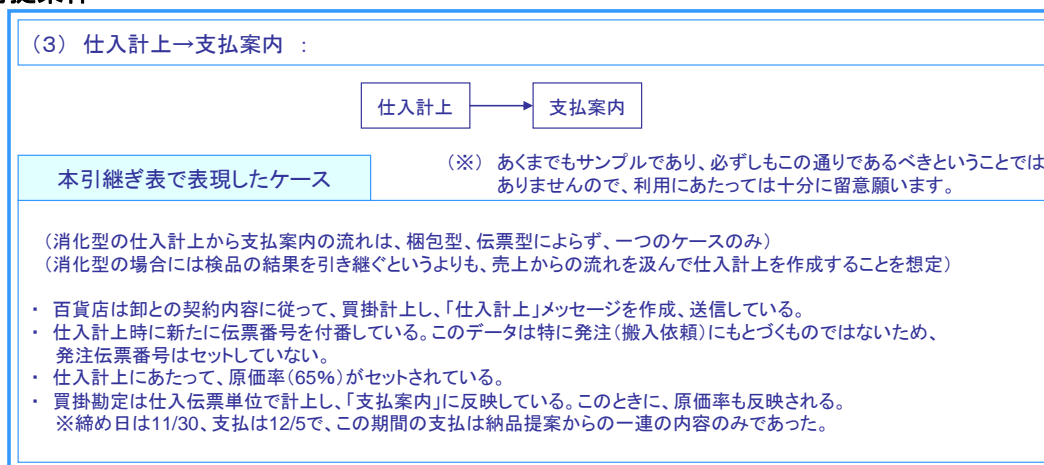


図 VI-6:仕入計上と支払案内を使用したケースの前提条件

② 引継ぎ関係の例

このケースにおける項目の引継ぎ関係の例は、巻末の「2.1.2(3)消化 仕入計上→支払案内」をご参照頂きたい。

平成20年度 経済産業省委託事業

流通システム標準化事業（百貨店業界における流通システム標準化）

百貨店業界における流通システム標準化事業 調査研究報告書

平成21年2月

百貨店業界流通システム標準化委員会

本件に関するお問合せ先

日本百貨店協会
関

TEL : 03-3272-1666
