
流通ビジネスメッセージ標準

運用ガイドライン（基本編） 第1.0版

《チェーンドラッグストア業界版》

2009年2月

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

I. 流通ビジネスメッセージ標準の目的

1. E D I メッセージ標準化の目的	5
2. E D I メッセージ標準策定の考え方	6
3. 現状の問題	7

II. 業務プロセスモデル

1. 本モデルの前提	
(1) 受発注業務モデル	9
(2) 伝票レス	11
1) 伝票レスとは	11
2) E D I 取引データの保存義務	12
3) 請求書等のペーパーレス化に対する消費税法の扱い	13
4) 国税局への照会要旨	14
5) 本年度検討成果および今後の検討について	16
2. 対象業務プロセス	
(1) 業務プロセス	17
1) 全体業務プロセス	17
2) 預り在庫型センター納品プロセス	18
3) チェンドラッグストア業界で対象としたプロセス	19
4) 一般的な納品プロセスパターン	20
5) 店別発注ー総量納品プロセス	28
6) 返品プロセス	30

III. メッセージ項目の解説

1. メッセージ項目およびコードリスト一覧	
(1) メッセージ項目一覧	34
(2) コードリスト一覧	35
2. メッセージ項目解説	
(1) 企業識別	36
1) 企業識別の考え方<小売>・<卸/メーカー>	36
2) 企業識別の代表的項目	38
3) G L N について	39
① G L N について	39
② G L N の利用方法	41

(2) 商品識別	45
1) 商品コード	45
2) 商品分類	57
(3) 日付	58
1) 直接納品先納品日/最終納品先納品日	58
2) 納品日、計上日の考え方	59
3) 納品先納品日区分	60
4) 照合基準日/照合基準日区分	61
(4) 番号	62
1) 取引番号/取引明細番号	62
2) 取引付属番号/取引付属明細番号	63
(5) 金額	64
1) 原価/売価	64
2) 金額符号(小売自由使用)/金額(小売自由使用)	65
(6) 数量	66
1) 発注数量(バラ)/発注単位/発注数量(発注単位数)	66
2) 総発注数量、総出荷数量、欠品数量	67
(7) 区分	68
1) 処理種別/訂正区分	68
2) 請求・支払に関する区分	69
① 請求・支払の考え方	69
② 照合結果コード	70
③ 支払内容/支払内容(個別)	71
(8) 梱包情報	73
1) カゴテナ N o / 親梱包 N o / 梱包 N o	73
2) 出荷ケース数/ I T F (集合包装 G T I N) 入数	74
(9) 物流ラベル印字情報	75

IV. メッセージ別項目セットの方法

1. TA型伝票を踏襲したメッセージ項目の引継ぎ	77
2. 伝票との相関例	79
3. 発注メッセージ～支払メッセージ	
(1) 発注メッセージにおける項目セットの方法	82
1) 支払法人、発注者、計上部署、計上日	82
2) 納品経路、通過在庫区分、納品区分	83
(2) 出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法	85
(3) 出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法	91
(4) 納品時の項目セット方法(出荷梱包紐付けあり/なし)	97
(5) 発注、出荷、受領までの数量訂正の流れ	98
1) 欠品発生時	98
2) 過剰納品発生時	101
(6) 請求メッセージにおける項目セットの方法	102
(7) 支払メッセージにおける項目セットの方法	103
1) 請求ありの場合	103
2) 請求レスの場合	105
4. 受領訂正メッセージ	
(1) 受領訂正メッセージの説明	107
(2) 項目セットの方法	108
1) 同締め期間内である場合	108
2) 締めをまたがる場合	109
(3) 項目セットの方法(取引明細番号)	110
5. 出荷荷姿メッセージ	
(1) 出荷荷姿メッセージの説明	112
(2) 項目セットの方法	114
1) 最終納品先納品日、直接納品先納品日	114
2) E O S 区分	115
3) 納品先納品日区分	116
4) 総発注数量、総出荷数量、欠品数量	117
5) 荷姿の定義について	118
6) 出荷荷姿メッセージのセット方法	119
7) 出荷荷姿メッセージのセット例	120
8) 発注～出荷荷姿の項目間引継ぎ関係	121
6. 返品・返品受領メッセージ	
(1) 返品・返品受領メッセージの説明	123

(2) 項目セットの方法	126
1) 照合基準日、照合基準日区分	126
2) 返品受領メッセージについて	127
3) 返品～返品受領の項目間引継ぎ関係	128

V. 預り在庫型センター納品プロセス

1. メッセージ標準化の概要	
(1) 標準化の適用範囲	132
(2) メッセージの機能概要	133
(3) メッセージフロー全体詳細	134
2. メッセージ項目概説	
(1) メッセージ別項目およびコードリスト一覧	137
(2) メッセージ項目を使用するうえでの留意点	138
3. メッセージの基本定義とセット方法	
(1) 入庫プロセス	142
1) 入庫プロセスの概要	142
2) 在庫補充勧告メッセージ	144
3) 在庫予定メッセージ	147
4) 在庫確定メッセージ	150
5) 代行発注について	160
(2) 在庫報告プロセス	165
1) 在庫報告プロセスの概要	165
2) 在庫マスタ情報	166
3) 在庫トランザクション情報	169
(3) 不良在庫の引取プロセス	174
1) 不良在庫の引取プロセスの概要	174
2) 不良在庫の引取に関わるメッセージ	175

VI. メッセージ別項目一覧

1. メッセージ別項目一覧	180
---------------	-----

(ご参考)メッセージ構造

1. メッセージの構造	
(1) XMLについて	182
(2) メッセージの基本的構造について	183
2. メッセージ別の階層構造概要	
(1) 発注	184
(2) 出荷	185
(3) 出荷梱包(紐付けあり)	186
(4) 出荷梱包(紐付けなし)	187
(5) 受領	188
(6) 受領訂正	189
(7) 返品	190
(8) 返品受領	191
(9) 請求	192
(10) 支払	193
(11) 預り在庫型センター納品メッセージ	194
1) 在庫補充勧告	194
2) 入庫予定	195
3) 入庫確定	196
4) 在庫報告	197
(12) 出荷荷姿	198

I . 流通ビジネスメッセージ標準の目的

1. EDIメッセージ標準化の目的

小売業を取り巻く電子商取引の方式を整備・標準化し、製・配・販3層一連での業務効率の向上を図る。

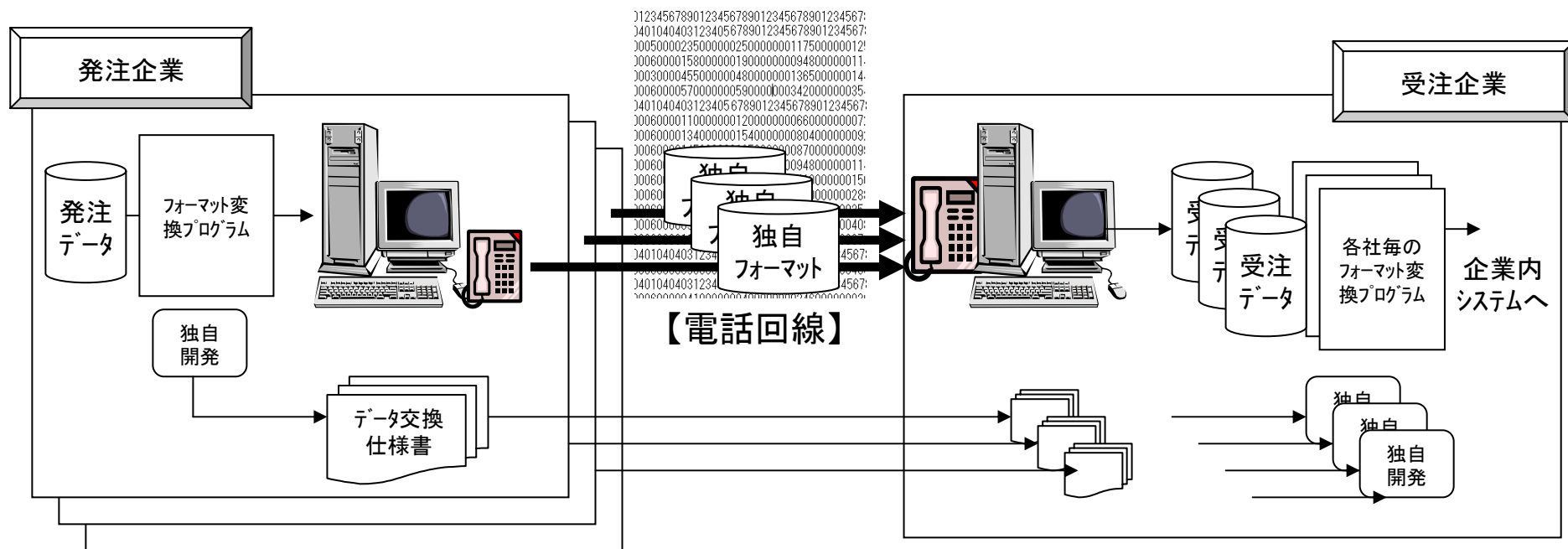
それにより、本来の使命である「消費者サービスのさらなる向上」、「新たな価値の創造」を実現していく。

2. EDIメッセージ標準策定の考え方

- ①すべての企業間取引で共通のEDIメッセージを使えるように、「メッセージ種別」、「メッセージ構造」、「データ項目」と「データ項目の意味」・「データ属性」を標準化する。
- ②各社の現行業務をできるだけ担保し、移行の負担を軽減する。
- ③将来の技術・業務に対応できる準備を盛り込む。必須ではない。
 - ・商品マスター情報の同期化(GDS) ・共通企業識別コード(GLN)
 - ・共通商品識別コード(GTIN)
- ④インターネットを使用した通信を前提とする。(XML、セキュリティ)
- ⑤取引証憑の要件を満たすEDIメッセージとすることで、ペーパーによる仕入伝票や支払案内書、請求書等の作成を不要とする。

3. 現状の問題

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業



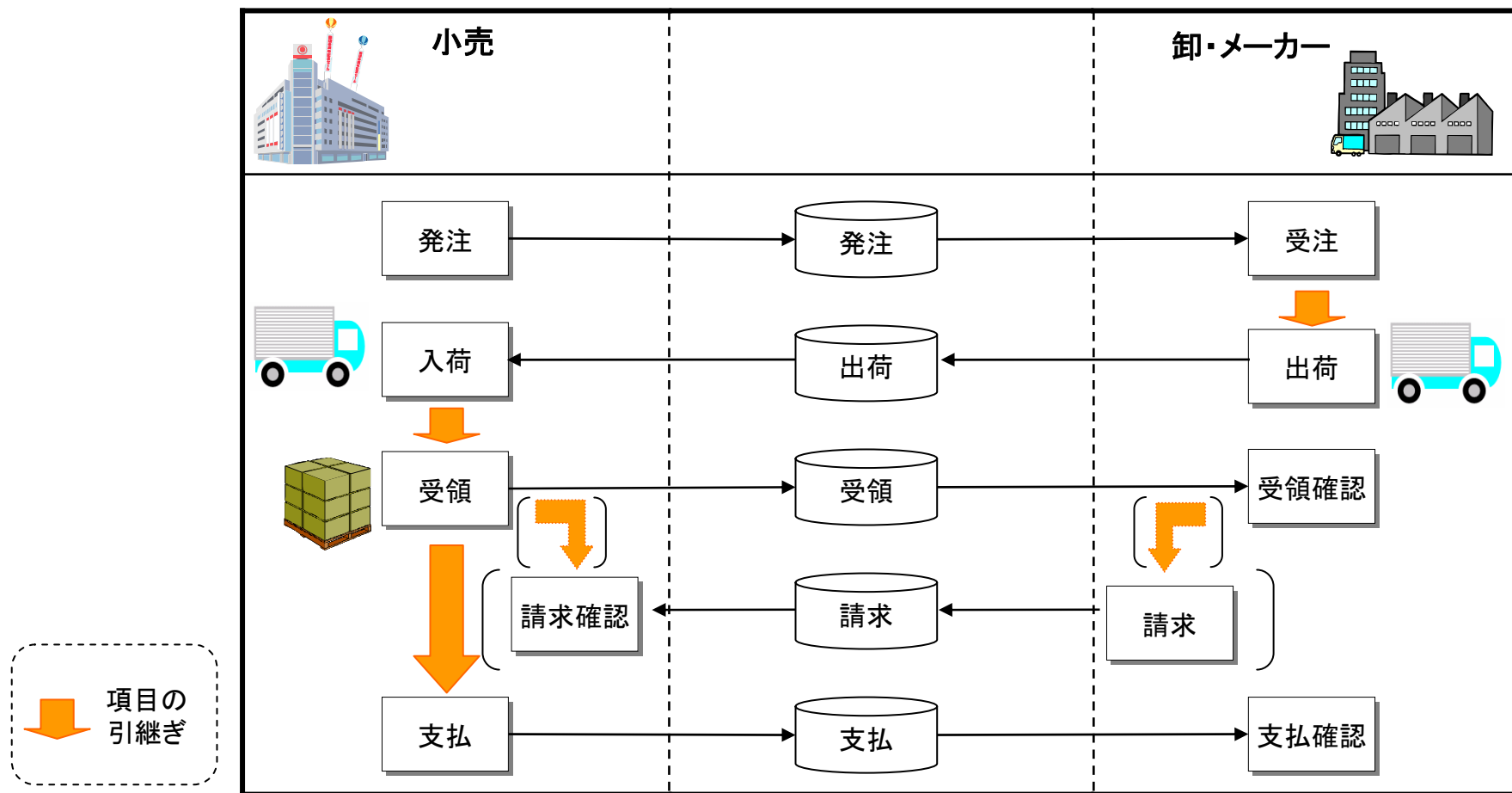
- ① 各社独自のメッセージフォーマットが存在することで、企業間、業界間で無駄なシステム投資、非効率な業務対応が発生している。
- ② 遅い(電話網を使用した半二重・同期式)、データ表現に限界(漢字・画像)などから、さらなる物流効率化、ITの進展によるEDI業務の拡大、社会的要求(例:食の安全・トレーサビリティ)への対応のボトルネックとなっている。
- ③ 専用モデムが必要だが、メーカーによる通信ボード・モデム等のハードウェア、ソフトウェアの提供が打ち切られつつある。導入保守は高価。

Ⅱ．業務プロセスモデル

1. 本モデルの前提

(1) 受発注業務モデル

受発注業務モデルとは、小売企業と卸・メーカーとの間で受注・出荷・受領をやりとりするモデルを指す。発注で付番される取引番号が、出荷、受領、請求、支払の各メッセージに引き継がれるため、取引番号をキーとして発注から支払までの取引を追うことができる。メッセージ種によって『商品』と『お金』の流れを明確に判断できるようにした。受発注業務プロセスは、以下の図の通り。



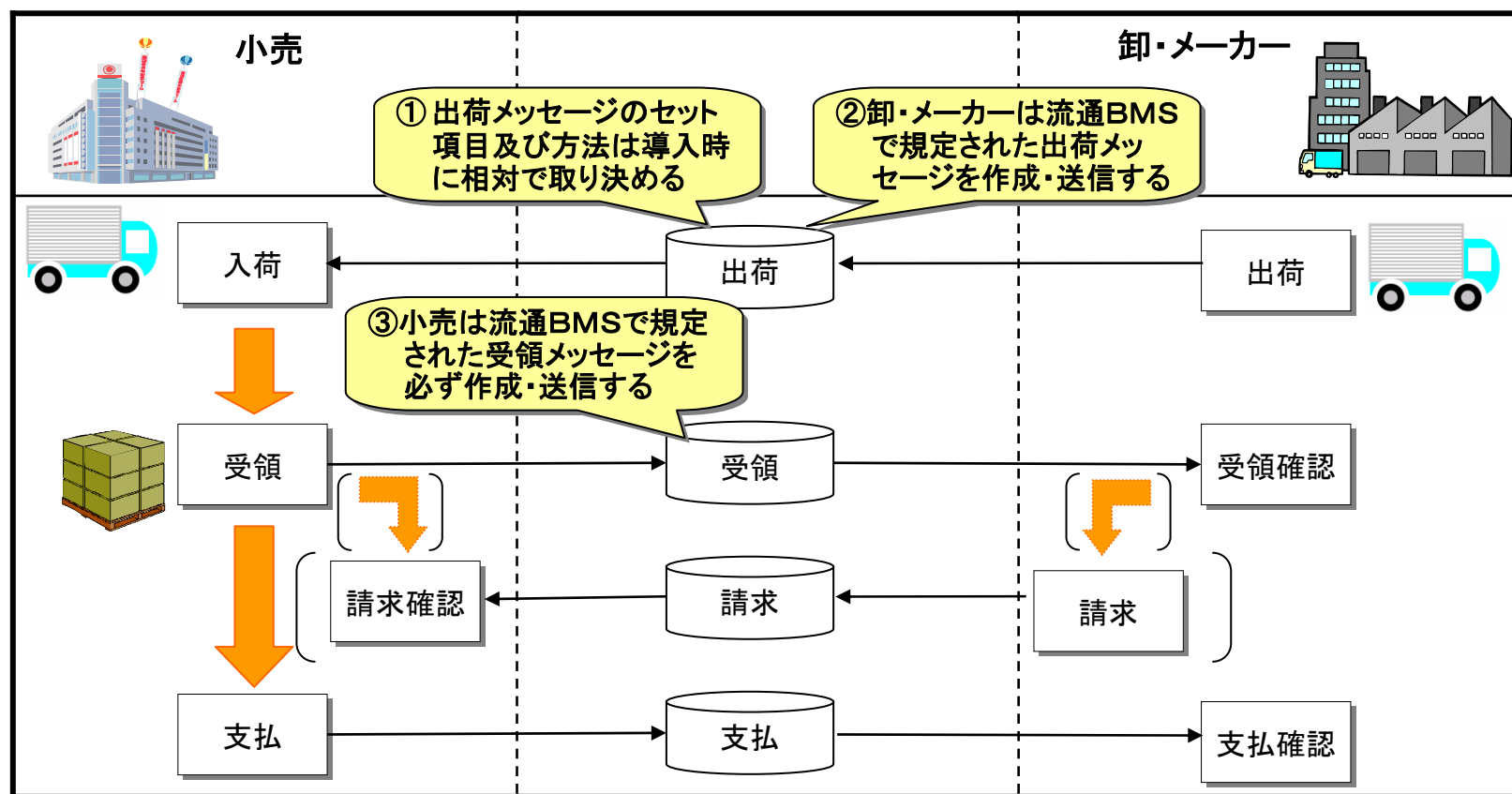
1. 本モデルの前提

(1) 受発注業務モデル 取引が出荷からはじまる場合の留意点

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

客注対応、ルートセールス、契約に基づく卸・メーカー側からの送り込みなどについては、小売からの発注をもってはじまる『受発注業務』モデルとは異なり、卸・メーカーの出荷をもってはじまる『出荷開始型』モデルとして位置づける。

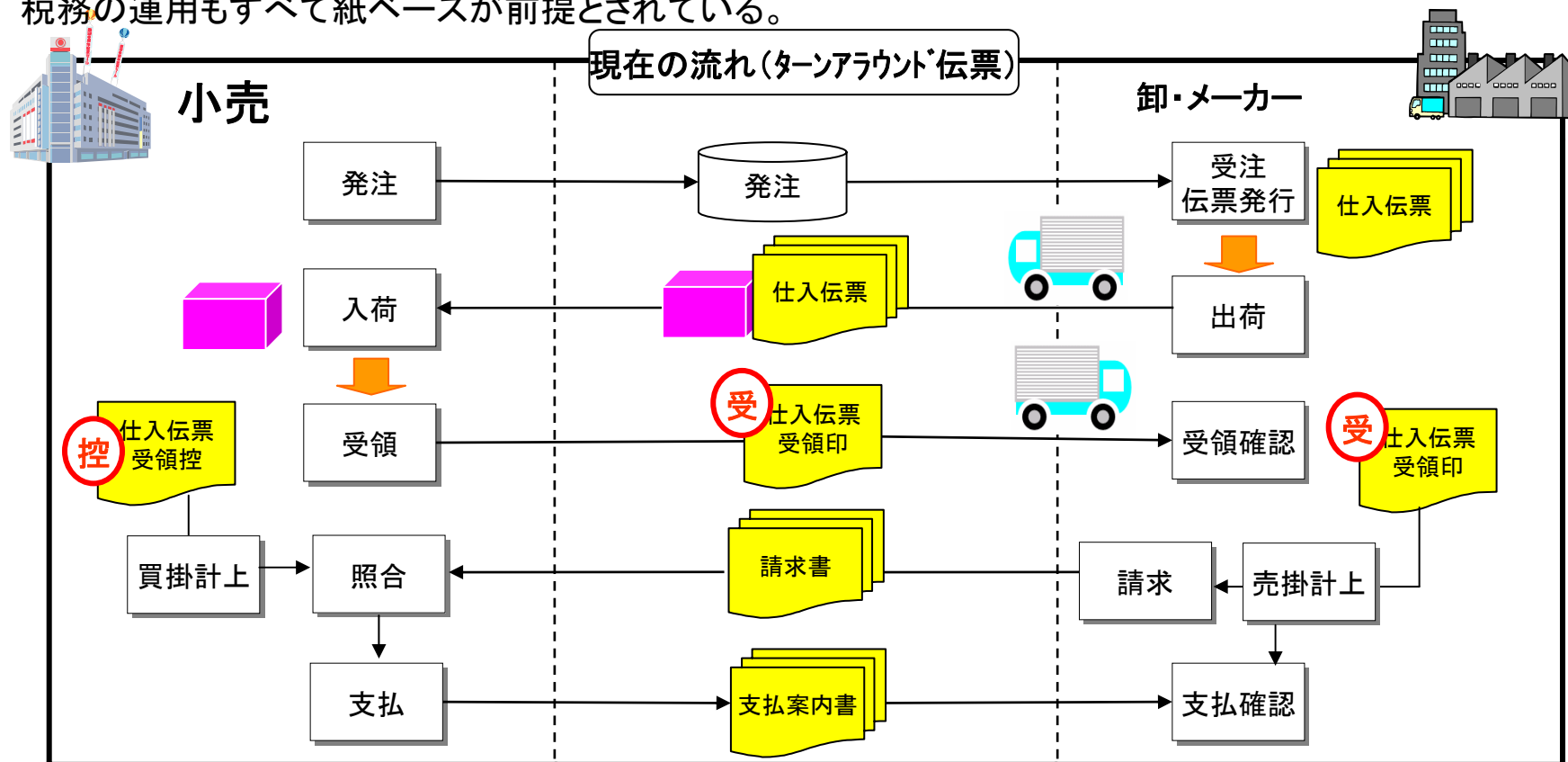
『出荷開始型』モデルは、流通BMSで規定された発注メッセージが存在しないケース・取引において適用するものであり、発注が小売からはじまるモデルは原則、受発注型モデルを適用するものとする。



1. 本モデルの前提

(2)伝票レス 1)伝票レスとは

現状の紙ベースのしくみでは、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、仕入伝票を発行し受領印を押すなどの処理により、請求支払いなどの要件が満たされている。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。



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せば、運用費用(伝票代、発行時間、保存コスト、パンチコスト等)が大幅に削減できるが、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。

1. 本モデルの前提

(2)伝票レス 2)EDI取引データの保存義務

EDIによって、取引データのやりとりを行うと、法人税・所得税法の帳簿保存義務者は、データを7年間保存する義務が定められている。

電子計算機を使用して作成する国税関係帳簿書類の保存方法等の特例に関する法律

(電子取引の取引情報に係る電磁的記録の保存)

第十条

所得税(源泉徴収に係る所得税を除く。)及び法人税に係る保存義務者は、電子取引を行った場合には、財務省令で定めるところにより、当該電子取引の取引情報に係る電磁的記録を保存しなければならない。ただし、財務省令で定めるところにより、当該電磁的記録を出力することにより作成した書面又は電子計算機出力マイクロフィルムを保存する場合は、この限りでない。

(定義)

第二条

6 電子取引 取引情報(取引に関して受領し、又は交付する注文書、契約書、送り状、領収書、見積書その他これらに準ずる書類に通常記載される事項をいう。以下同じ。)の授受を電磁的方式により行う取引をいう。

保存されるデータは、単に電文を複写保存したものではなく、税務調査における質問検査権の行使に対応できるものでなければならない。このため、データはマスター項目を含んで、条件検索により明瞭に表示印刷できる状態で保存しなければならない。

取扱通達 <法第10条((電子取引の取引情報に係る電磁的記録の保存))関係>

(電磁的記録等により保存すべき取引情報)

10-1 法第10条((電子取引の取引情報に係る電磁的記録の保存))の規定の適用に当たっては、次の点に留意する。

(1) 電子取引の取引情報に係る電磁的記録は、ディスプレイの画面及び書面に、整然とした形式及び明りょうな状態で出力されることを要するのであるから、暗号化されたものではなく、受信情報にあってはトランスレーターによる変換後、送信情報にあっては変換前のもの等により保存することを要する。

(3) 取引情報に係る電磁的記録は、あらかじめ授受されている単価等のマスター情報を含んで出力されることを要する。

1. 本モデルの前提

(2)伝票レス 3)請求書等のペーパーレス化に対する消費税法の扱い

消費税法では、仕入等に関連して支払った消費税の控除を受けるには、本来帳簿に記帳し、かつ、請求書等を保存することが要件となっている。

消費税法（仕入に係る消費税額の控除）

第30条

7 第1項の規定は、事業者が当該課税期間の課税仕入れ等の税額の控除に係る帳簿及び請求書等（同項に規定する課税仕入れに係る支払対価の額の合計額が少額である場合その他の政令で定める場合における当該課税仕入れ等の税額については、帳簿）を保存しない場合には、当該保有がない課税仕入れ又は課税貨物に係る課税仕入れ等の税額については、適用しない。ただし、災害その他やむを得ない事情により、当該保存をすることができなかつたことを当該事業者において証明した場合は、この限りでない。

ところで、そもそもEDI取引の場合は、請求書等の書類が作成されない。したがって、「上記の消費税法第30条の規定を満たして支払消費税の控除を受けるためには、受信したデータを印刷する必要があるのではないか」という懸念が従来指摘されていた。

しかし、データを印刷する必要があるのであれば、ペーパーレス化した意味がないこととなる。

このため、本年度の活動の一環として、東京国税局に対してEDI取引の消費税における取り扱いを『事前照会』制度に基づいて問い合わせることとした。

尚、『事前照会』とは、「取引等に係る税務上の取扱い」に関して国税局に対し、文書による回答を求める旨の申出を行い、文書により回答を受けることができる制度である。照会内容は他の納税者の予測可能性の向上に役立てるため国税庁のホームページに公開されることとなっている。

本WGでは、上記の疑問点につき、東京国税局の消費税を担当する審理課に説明と問い合わせを行い、その指導に従って、本年度の活動に関連するものとして関係団体よりこの『事前照会』の手続きを実施した。

1. 本モデルの前提

(2)伝票レス 4)国税局への照会要旨

事前照会制度に基づく東京国税局への照会内容は以下の2点である。

① 消費税におけるペーパーレスの意義

- ・EDI取引を行うことにより、本来請求書等に記載される法定事項が通信回線を介してコンピュータ間で電子データとして交換されるため、請求書等そのものが作成・交付されない。
- ・請求書等の交付をうけなかったことにつきやむを得ない理由がある場合には、帳簿にその理由と、相手方の住所を記載して保存することにより、仕入税額控除の適用を受けることができる旨の規定が消費税法施行令第49条第1項に定められている。
- ・EDIによる取引は、この「やむを得ない理由」の具体的範囲を示した消費税法基本通達11-6-3(5)の「その他、これらに準ずる理由により請求書等の交付をうけなかった場合」に該当すると考えられる。

② ペーパーレスで仕入税額控除を受ける要件

- ・したがって、支払対価が3万円以上の場合であっても、EDIによるペーパーレス取引の場合は、消費税法施行令第49条第1項第2号の規定に基づき、帳簿に当該やむを得ない理由及び課税仕入れの相手方の住所を記載して保存することで、仕入税額控除の適用を受けることができる。

1. 本モデルの前提

(2)伝票レス 4) 国税局への照会要旨

【照会要旨】

《仕入税額控除の要件》 消費税法

課税仕入等の事実の帳簿への
記録、保存
(消費税法第30条第7項、第8項)

課税仕入等の事実を証する
請求書等の保存
(消費税法第30条第7項、第9項)

EDI取引は電子データ
により取引が行われる
ため、紙による請求書等
の作成・交付がされない

東京国税局への照会主旨

「EDI取引は請求書等の交付を受けなかったことにつき
やむを得ない理由があるときの範囲に相当するか」

《請求書等の交付を受けなかったことにつきやむを得ない理由があるときの範囲》 消費税法基本通達11-6-3

11-6-3 令第49条第1項第2号《課税仕入れ等の税額の控除に係る帳簿等の記載事項等》に規定する「請求書等の交付を受けなかったことにつきやむを得ない理由があるとき」は、次による。

なお、請求書等の交付を受けなかったことについてやむを得ない理由があるときに該当する場合であっても、11-6-4に該当する取引でない限り、当該やむを得ない理由及び課税仕入れの相手方の住所又は所在地を帳簿に記載する必要があるから留意する。
(平10課消2-9により追加)

- (1) 自動販売機を利用して課税仕入れを行った場合
- (2) 入場券、乗車券、搭乗券等のように課税仕入れに係る証明書類が資産の譲渡等を受ける時に
資産の譲渡等を行う者により回収されることとなっている場合
- (3) 課税仕入れを行った者が課税仕入れの相手方に請求書等の交付を請求したが、交付を受けられなかった場合
- (4) 課税仕入れを行った場合において、その課税仕入れを行った課税期間の末日までにその支払対価の額が確定していない場合
なお、この場合には、その後支払対価の額が確定した時に課税仕入れの相手方から請求書等の交付を受け保存するものとする。
- (5) その他、これらに準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

《各社の対応》

課税仕入等の事実の帳簿への
記録、保存
(消費税法第30条第7項、第8項)

+

消費税法施行令49条第1項

帳簿への
「EDI取引による課税仕入である旨」の記載

帳簿への
「課税仕入の相手方の住所又は所在地」の記載

1. 本モデルの前提

(2) 伝票レス 5) 本年度検討成果および今後の検討について

EDIによるペーパーレス取引は前記のように、消費税法基本通達の11-6-3の(5)に該当する、との国税局の見解が示されたので、この規定に関連する手続きにより、支払消費税の控除を受けることができる。

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。

消費税法施行令第49条

1. 法第三十条第七項に規定する政令で定める場合は、次に掲げる場合とする。

二 法第三十条第一項に規定する課税仕入れに係る支払対価の額の合計額が三万円以上である場合において、同条第七項に規定する請求書等の交付を受けなかったことにつきやむを得ない理由があるとき(同項に規定する帳簿に当該やむを得ない理由及び当該課税仕入れの相手方の住所又は所在地(国税庁長官が指定する者に係るものを除く。)を記載している場合に限る。))。

(請求書等の交付を受けなかったことにつきやむを得ない理由があるときの範囲) 消費税法基本通達

11-6-3 令第49条第1項第2号《課税仕入れ等の税額の控除に係る帳簿等の記載事項等》に規定する「請求書等の交付を受けなかったことにつきやむを得ない理由があるとき」は、次による。

(5) その他、これらに準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

帳簿の摘要欄に「EDI取引である」と記載し、課税仕入れの相手方の名称だけではなく、住所または所在地を記入することにより、支払消費税控除の要件が満たされる。

尚、今のところ、直接の関連はないが、課税仕入のデータは所得税・法人税法にも関係するので、前記の「電子計算機を使用して作成する国税関係帳簿書類の保存方法等の特例に関する法律」第10条の規定にしたがって、保存する必要がある。((2)伝票レス 2)EDI取引データの保存義務 参照)

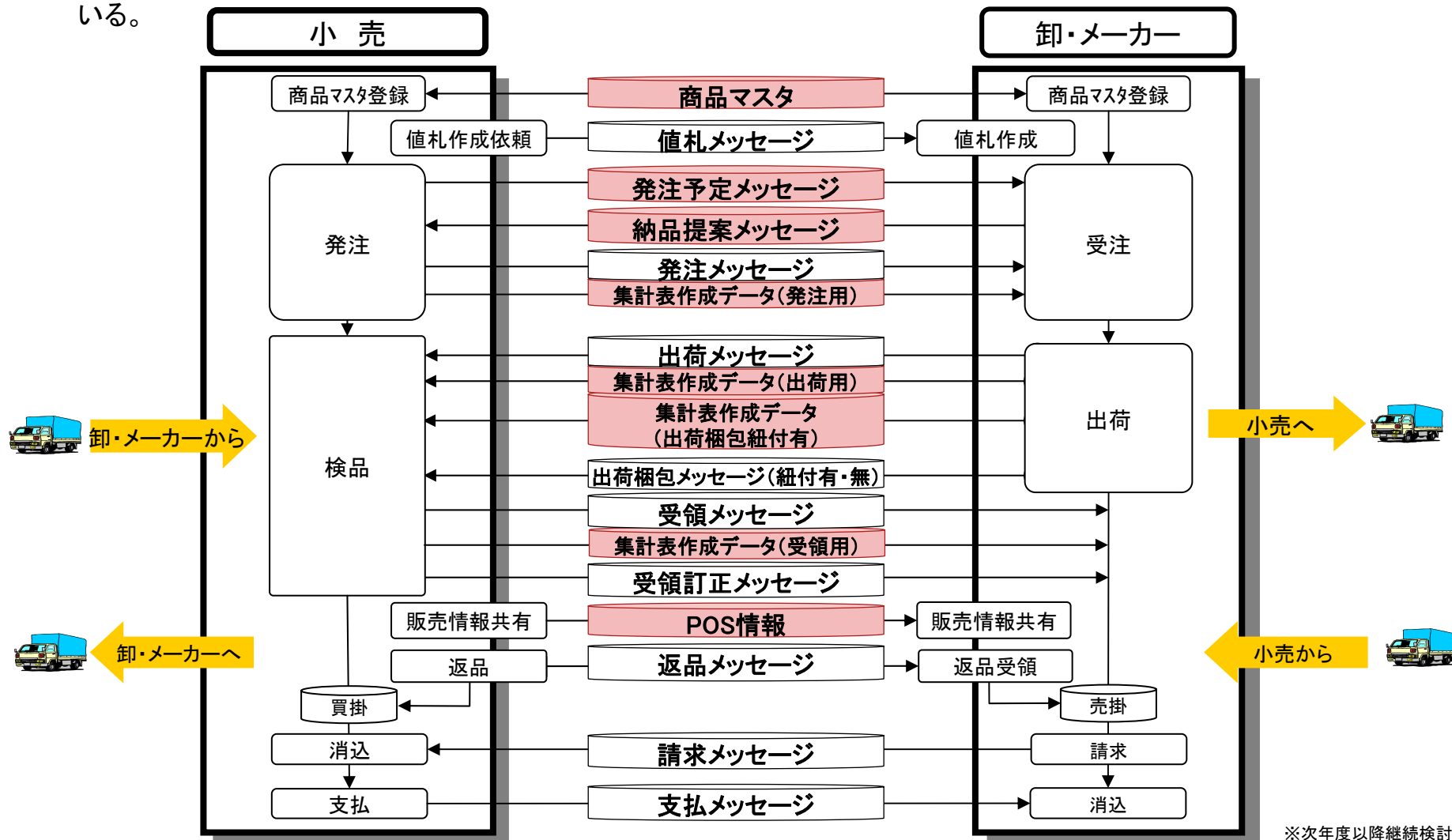
電子取引情報の保存に関する詳細な要件対応については次年度以降の継続検討課題である。

2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 1) 全体業務プロセス（預り在庫型センター納品プロセスを除く）

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

スーパー業界において、メッセージ項目の標準化作業を行うにあたり、どの業務プロセスを対象とするかを定めるために、現在および将来においてデータ交換が行われると想定される業務の流れについて整理した。以下の図で色の付いているメッセージが、スーパー業界において平成20年度の新規検討対象となる流通ビジネスメッセージ標準を示している。

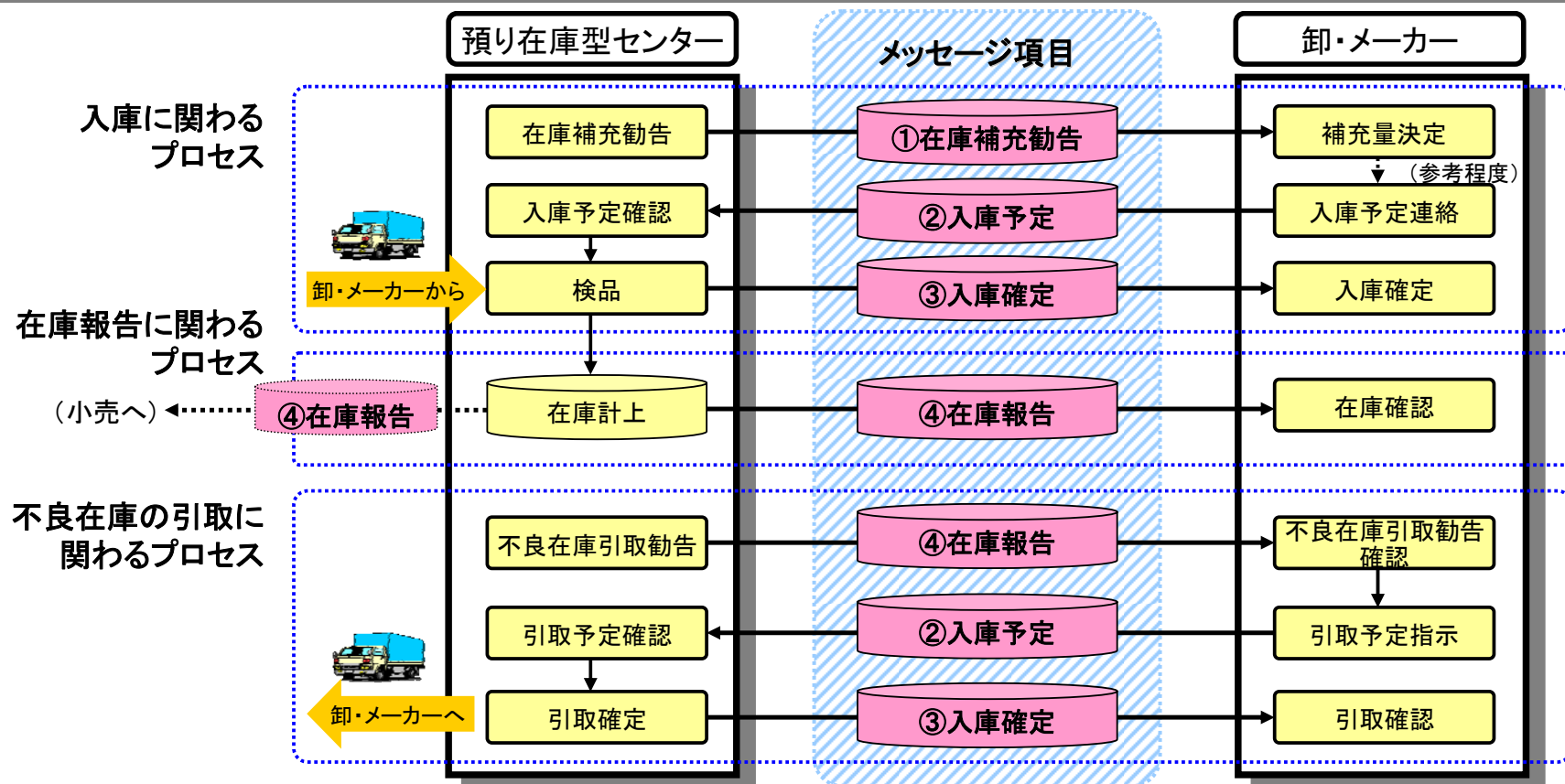


2. 対象業務プロセス

(1)業務プロセス 2) 預り在庫型センター納品プロセス

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

- 預り在庫型センターとは、卸・メーカーが、小売のセンターあるいは、小売が卸や物流業者(3PL)に運営委託しているセンターに予め商品を卸・メーカー在庫として、保管しておくビジネスモデルのことを指す。
- したがって、本件の『預り在庫型センター納品プロセス』におけるメッセージの標準化は、『預り在庫型センター』と『卸・メーカー』間における業務プロセスを対象としている。
- 本件で使用する標準メッセージは、①在庫補充勧告メッセージ、②入庫予定メッセージ、③入庫確定メッセージ、④在庫報告メッセージの4つであり、これらのメッセージをセンター／卸・メーカー間の「入庫に関わるプロセス」、「在庫報告に関わるプロセス」、「不良在庫の引取に関わるプロセス」の3つの業務プロセスに適用する。

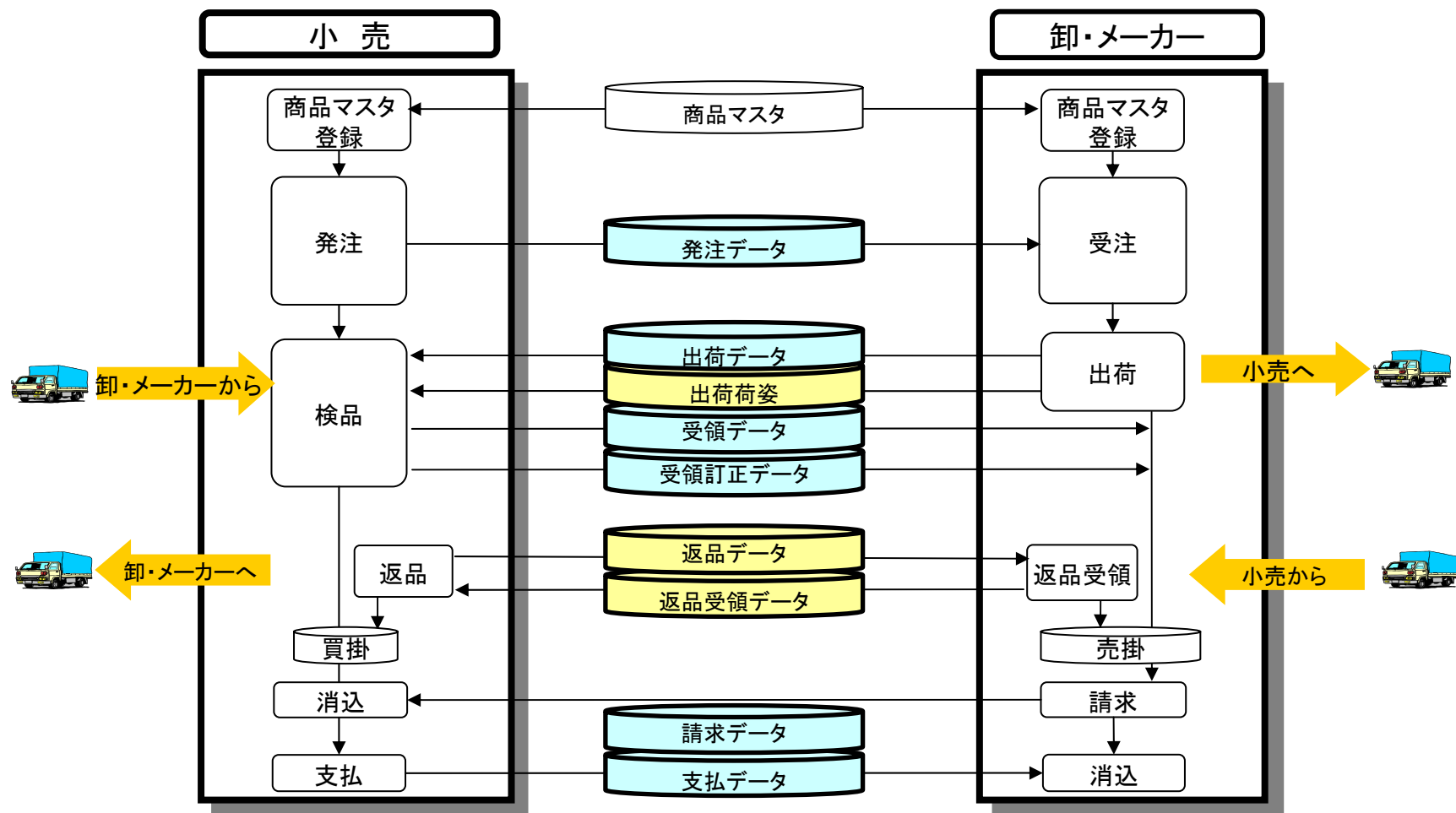


2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 3) チェーンドラッグストア業界で対象とした業務プロセス

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

下図に示すメッセージが、平成20年度の流通システム標準化事業で、チェーンドラッグストア業界で検討・策定した流通ビジネスメッセージ標準の対象である。



2. 対象業務プロセス

(1)業務プロセス 4)一般的な納品プロセスパターン

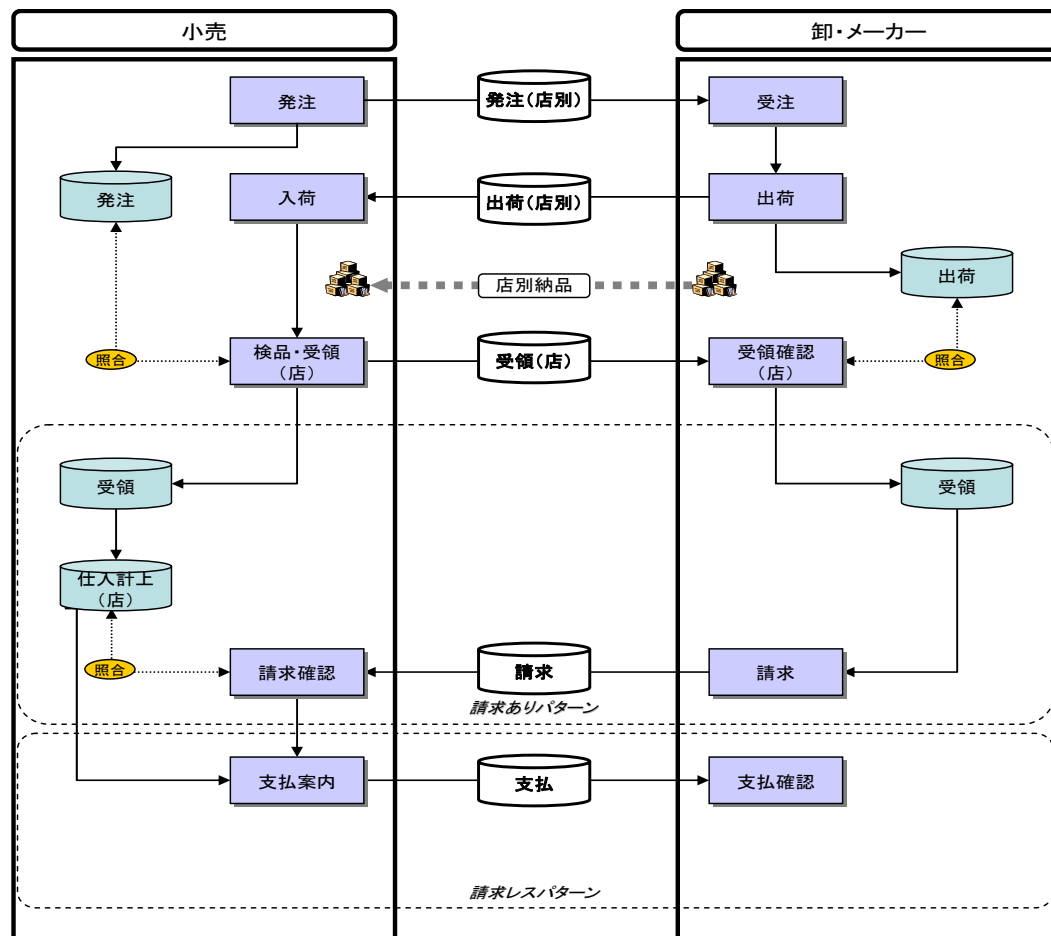
下記の6パターンについて、納品プロセスの整理を行った。

- ① 店舗直接納品
- ② 通過型センター(TC)納品(店別仕分納品)
- ③ 通過型センター(TC)納品(総量納品①)
- ④ 通過型センター(TC)納品(総量納品②)
- ⑤ 買取在庫型センター(DC)納品
- ⑥ 預り在庫型センター納品

2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 4) 一般的な納品プロセスパターン

① 店舗直接納品

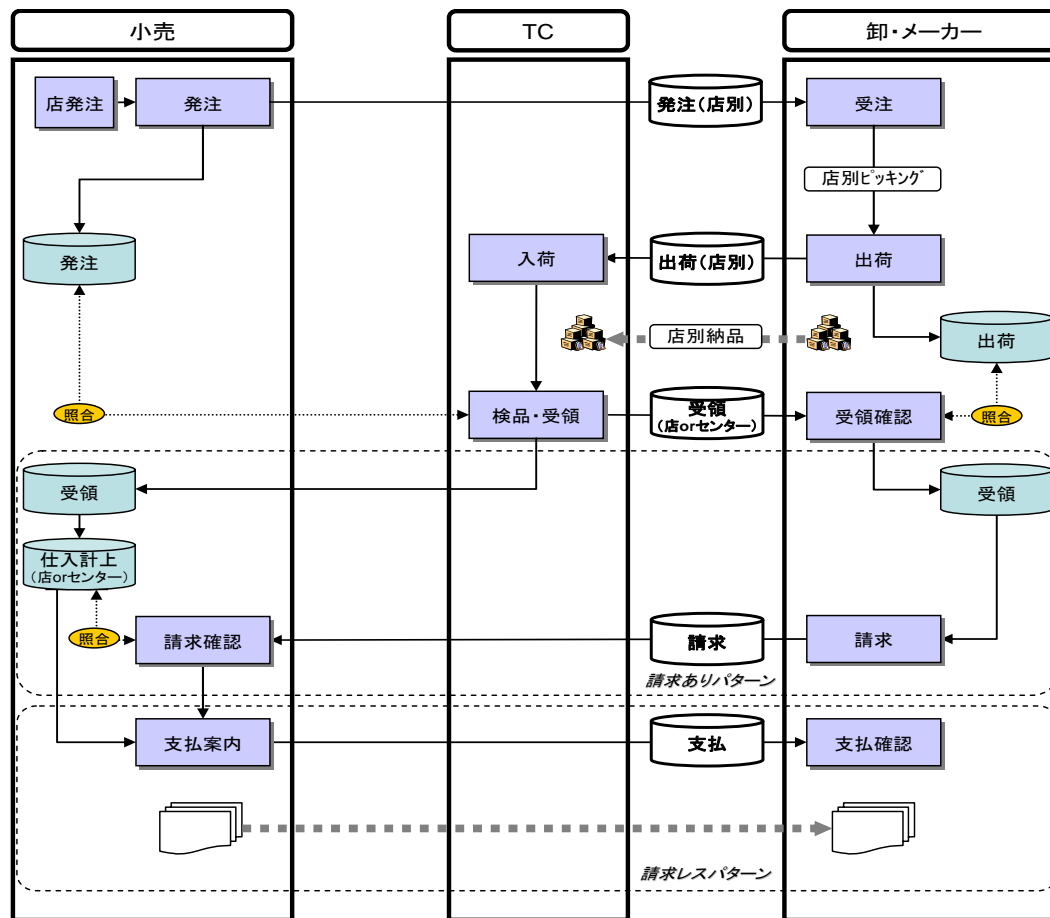


店舗直接納品とは、小売からの発注に対して、卸・メーカーが小売の店舗に直接納品する形態のことである。

2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 4) 一般的な納品プロセスパターン

② 通過型センター(TC)納品(店別仕分納品)

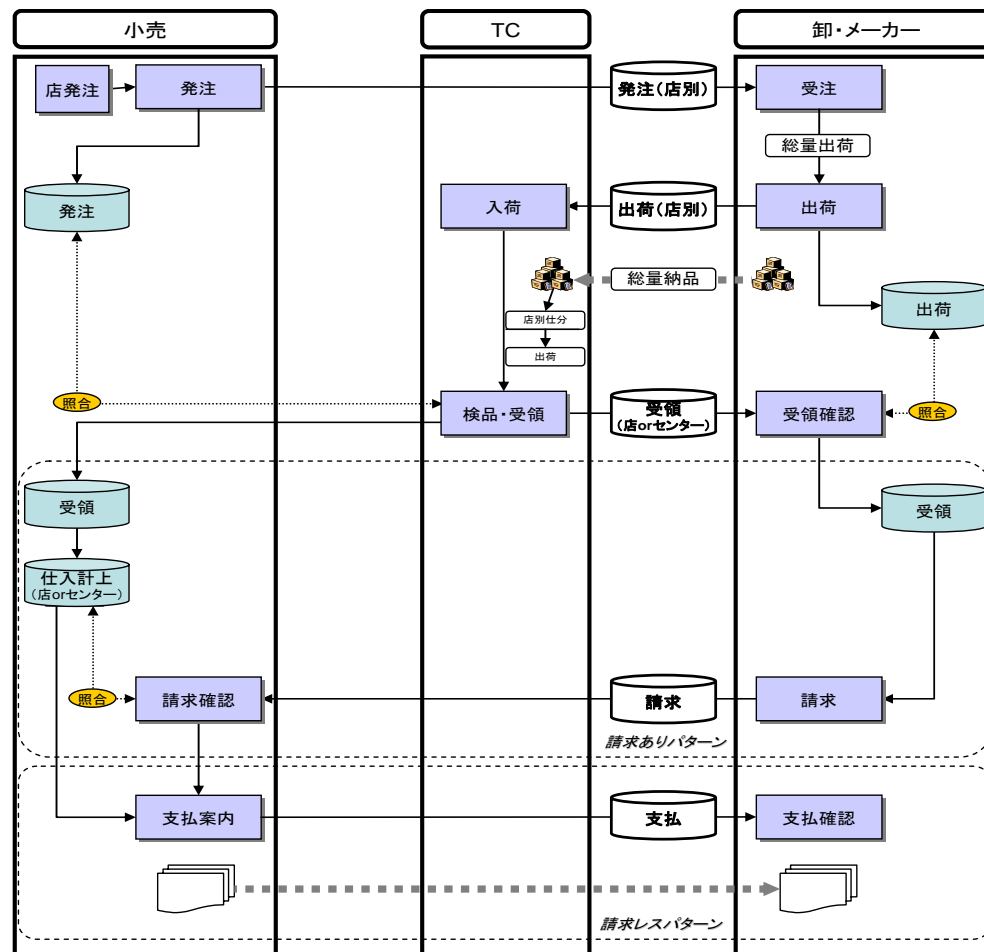


通過型センター(TC)納品(店別仕分納品)とは、小売からの発注に対して、卸・メーカーが小売の通過型センター(TC)に店別仕分をして納品する形態のことである。

2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 4) 一般的な納品プロセスパターン

③ 通過型センター(TC)納品(総量納品①)

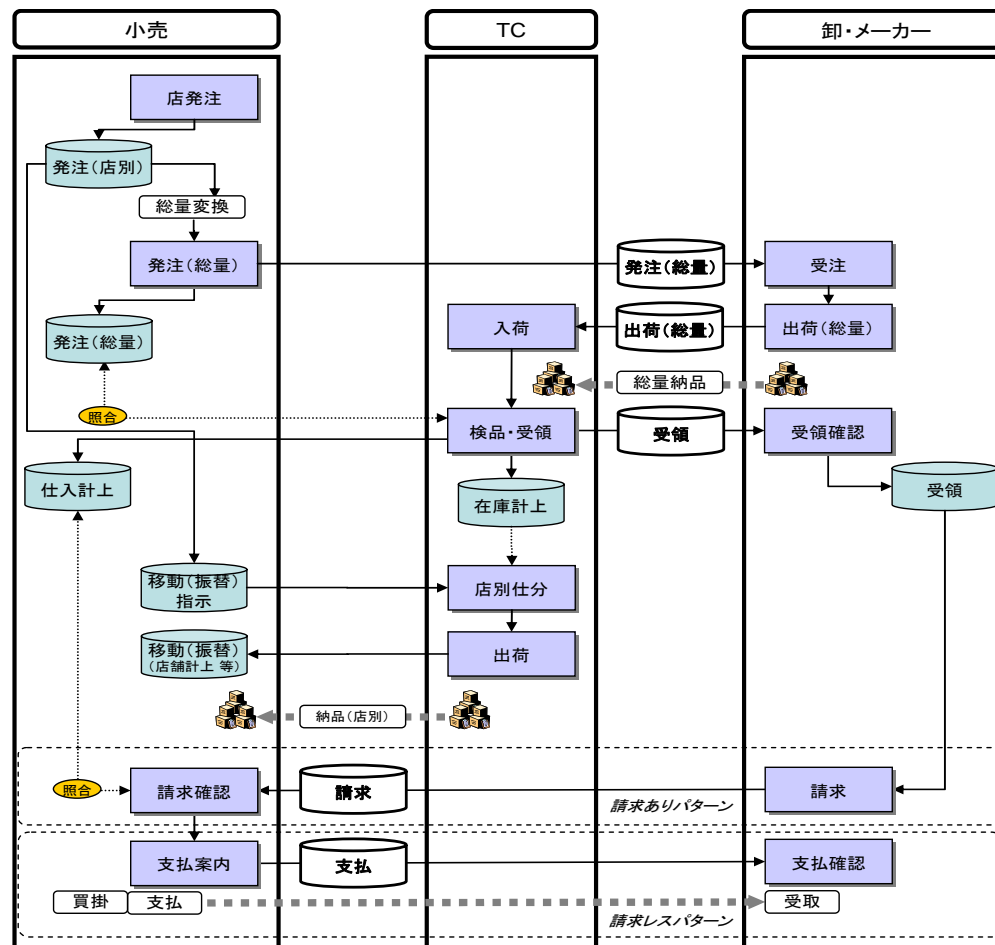


通過型センター(TC)納品(総量納品①)とは、小売からの店別の発注に対して、卸・メーカーが小売の通過型センター(TC)に、総量として納品する形態のことである。

2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 4) 一般的な納品プロセスパターン

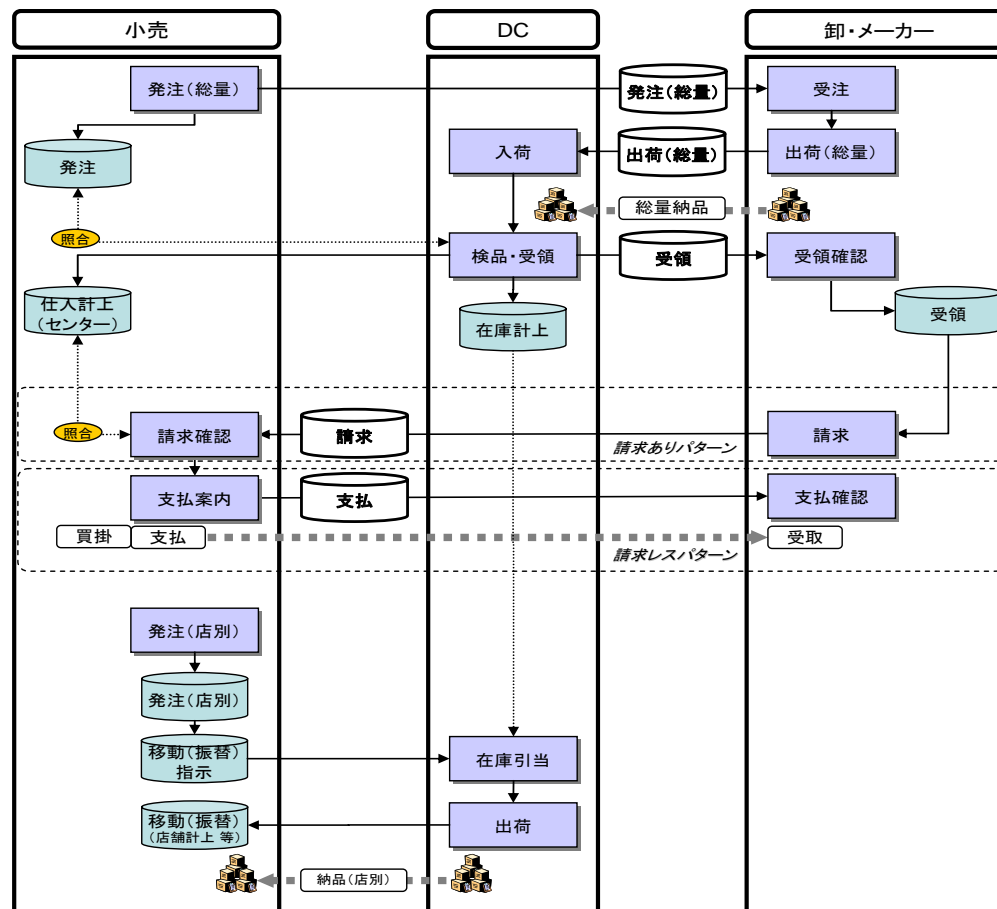
④ 通過型センター(TC)納品(総量納品②)



通過型センター(TC)納品(総量納品②)とは、小売からの総量の発注に対して、卸・メーカーが小売の通過型センター(TC)に、総量で納品する形態のことである。

(1)業務プロセス 4)一般的な納品プロセスパターン

⑤買取在庫型センター(DC)納品



買取在庫型センター(DC)納品とは、小売からの総量の発注に対して、卸・メーカーが小売の買取在庫過型センター(DC)に、総量で納品する形態のことである。納品された商品はDCの在庫として計上される。

2. 対象業務プロセス

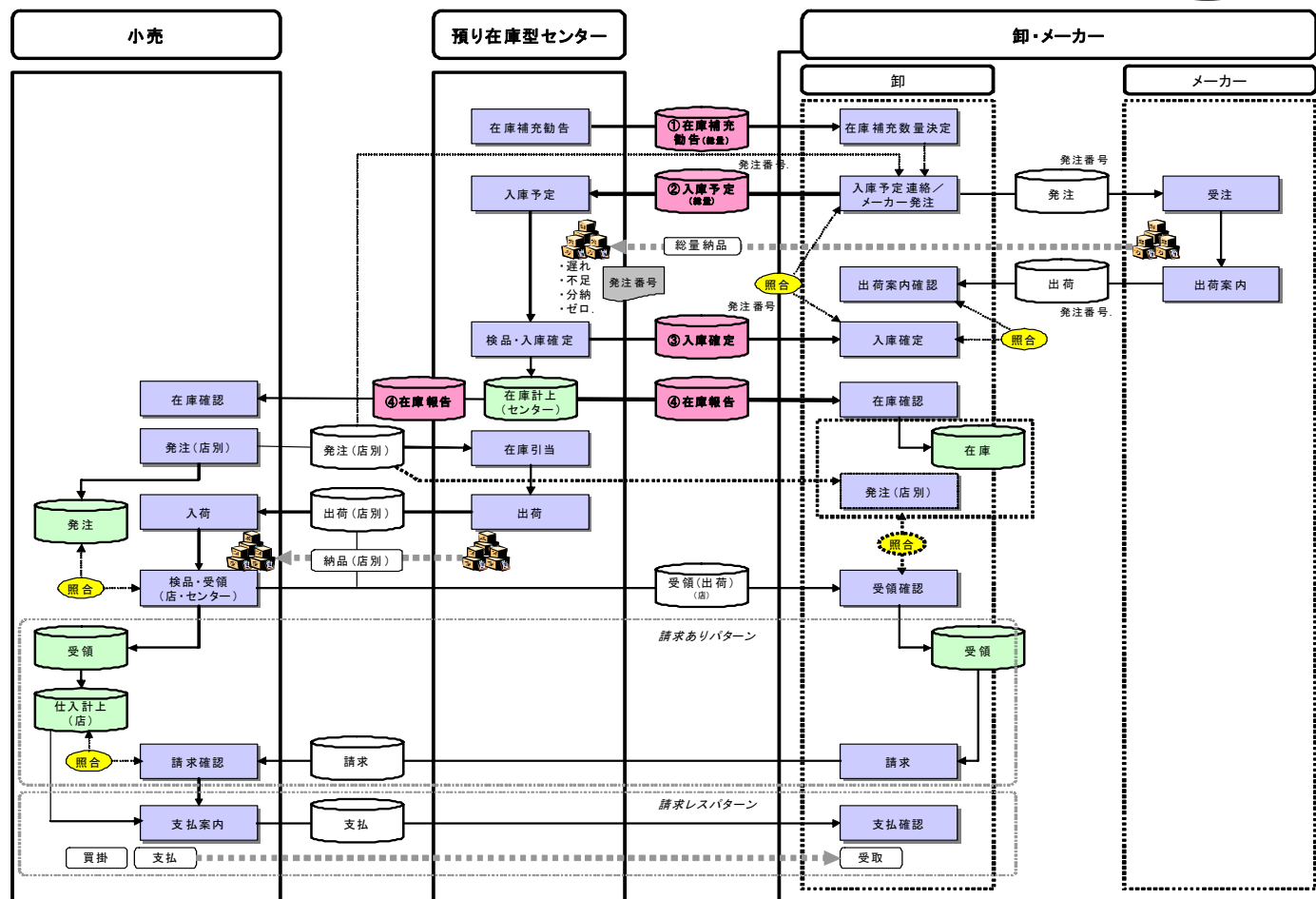
(1)業務プロセス 4)一般的な納品プロセスパターン

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

⑥預り在庫型センター納品(1/2)

■入庫から在庫報告までのプロセス

 が対象となるメッセージ



預り在庫型センターとは、卸・メーカーが、小売のセンターあるいは、小売が卸や物流業者(3PL)に運営委託しているセンターに予め商品を卸・メーカー在庫として、保管しておくビジネスモデルのことを指す。


2. 対象業務プロセス

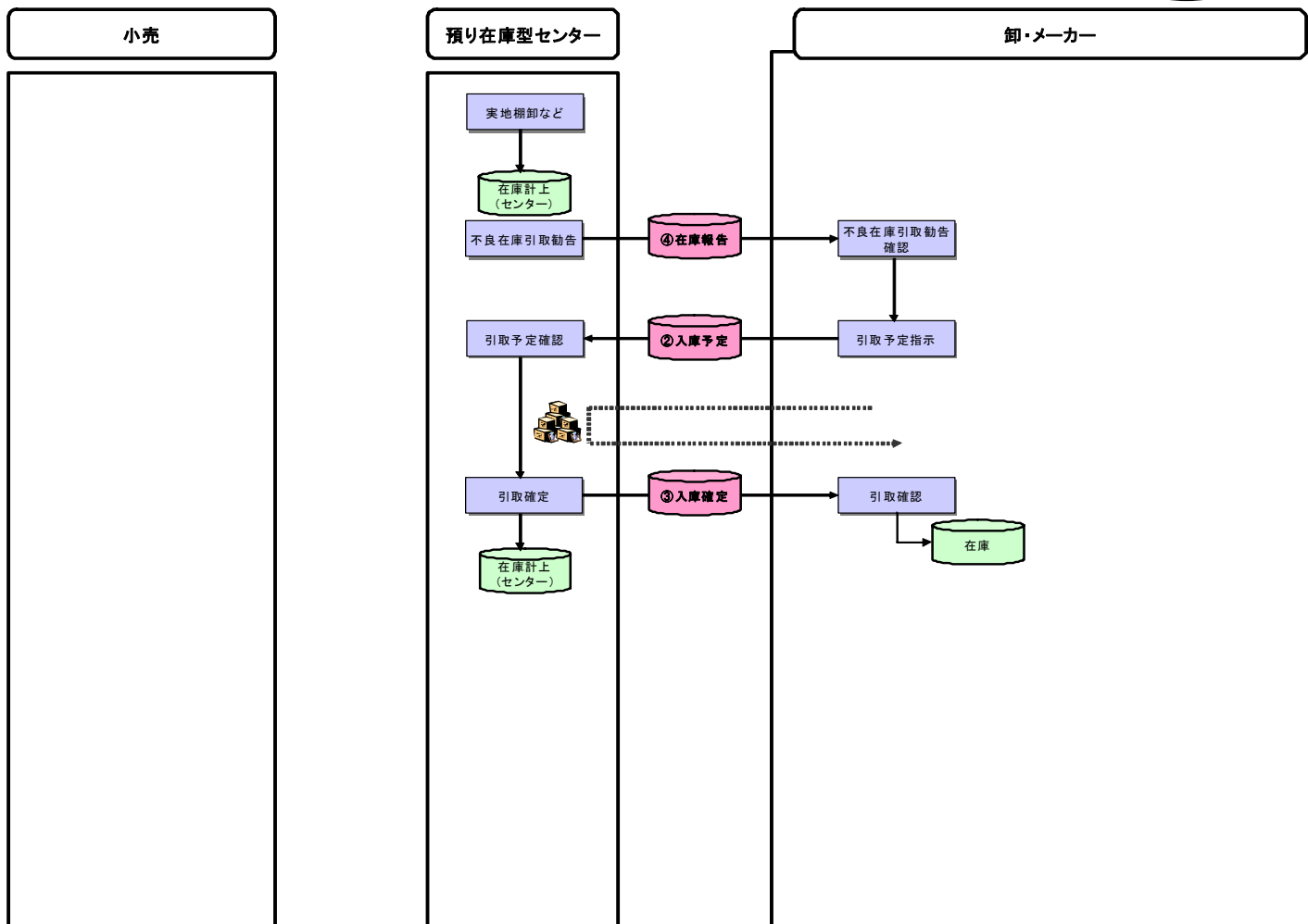
(1)業務プロセス 4)一般的な納品プロセスパターン

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

⑥預り在庫型センター納品(2/2)

■不良在庫の引取に関わるプロセス

 が対象となるメッセージ



2. 対象業務プロセス

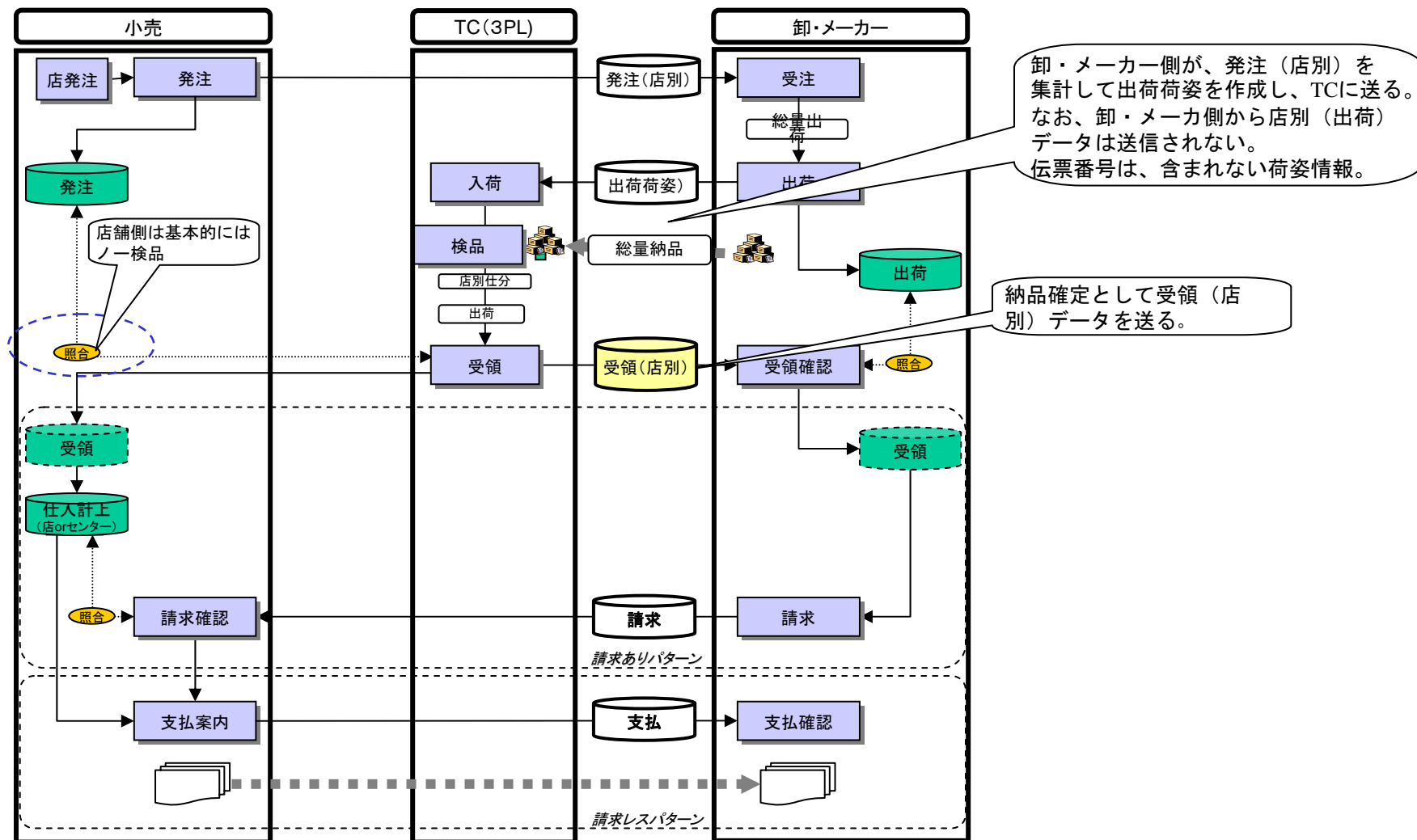
(1)業務プロセス 5)店別発注－総量納品プロセス

- 「店別発注－総量納品」のプロセスとは、卸・メーカー側が、小売本部から受け取った店別発注データを荷姿別に、取引先、納品先、納品日、商品コード、商品分類、発注区分等のキー項目で集計して「出荷荷姿データ」を作成し、その出荷荷姿データを小売側TC(3PL)に送るというもプロセスである。なお、この「出荷荷姿メッセージ」には、店別発注データの伝票番号が引き継がれない。
- 小売側TCは、出荷荷姿メッセージに紐づいて小売側TCに納品された商品を、小売本部から受け取った店別発注メッセージを使って店別に仕分けする。
- 小売側TCで店別仕分けが確定した後、小売側TCから卸・メーカー側に対して、受領(店別)メッセージが送信される。この受領(店別)メッセージには、店別発注データの伝票番号が引き継がれる。
- この店別発注－総量納品プロセスによって、メーカー・卸側から小売側TCへの出荷梱包のサイズを小さくできるため、物流コスト削減およびCO2排出量削減につながると考えられる。

2. 対象業務プロセス

(1)業務プロセス 5)店別発注－総量納品プロセス

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業



通過型センター(TC)納品(店別発注-総量納品)とは、小売からの店別の発注に対して、卸・メーカーが小売の通過型センター(TC)に、総量で出荷荷姿情報とともに納品する形態のことである。

2. 対象業務プロセス

(1)業務プロセス 6)返品プロセス

チェーンドラッグストア業界での返品プロセスについて

■ 前提

- 小売企業とその取引先(卸・メーカー)との間で、返品することが、事前に合意されていることを前提とする。
- 店別に計上する場合を対象とする。

■ 定義

- 「返品メッセージ」とは、小売企業が商品を卸・メーカーへ返品する際に、小売企業から卸・メーカーへ送信されるメッセージのことを指す。
- 「返品受領メッセージ」とは、小売企業から返品メッセージを受信した卸・メーカーが、返品された商品を受領したことを小売企業へ伝達するメッセージのことを指す。

■ 利用するメッセージ

- 返品プロセスで、「返品メッセージ」と「返品受領メッセージ」の双方を利用するか、「返品メッセージ」のみを利用するかは、相対間で決めるものとする。

■ 想定した返品プロセス

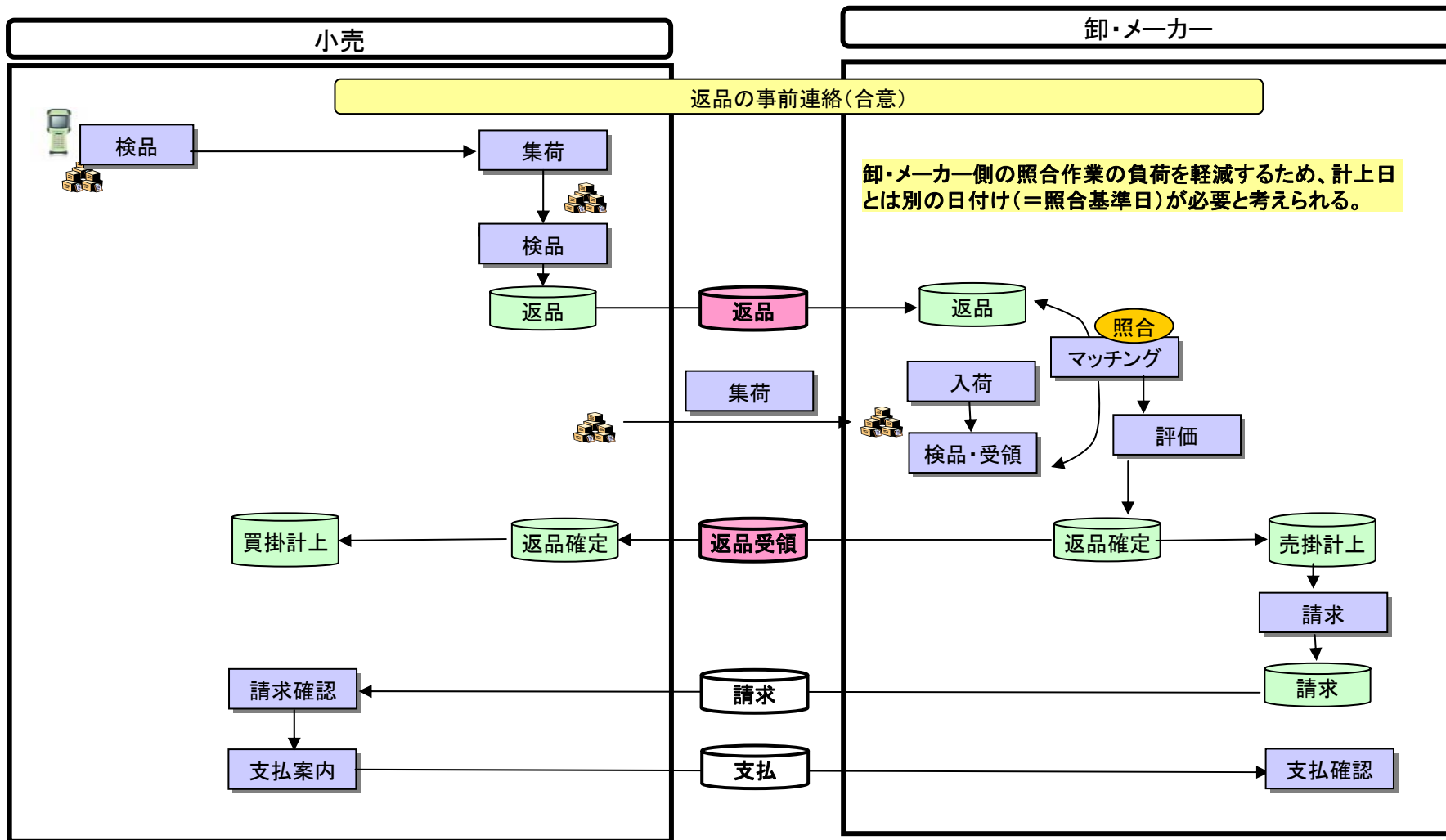
- 卸・メーカー側が、小売企業から返品データを受け取るたびに、返品対象商品を回収する、あるいは、受け取るとなると、その費用がかさむ。返品に伴う費用を削減するため、返品対象商品がある程度まとまった時点で返品対象商品を回収する、あるいは、受け取るという運用が見受けられる。チェーンドラッグストア業界で検討した返品プロセスは、前述の運用をふまえて策定したものである。

2. 対象業務プロセス

(1)業務プロセス 6)返品プロセス

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

返品受領メッセージで確定する場合の返品プロセスの一例

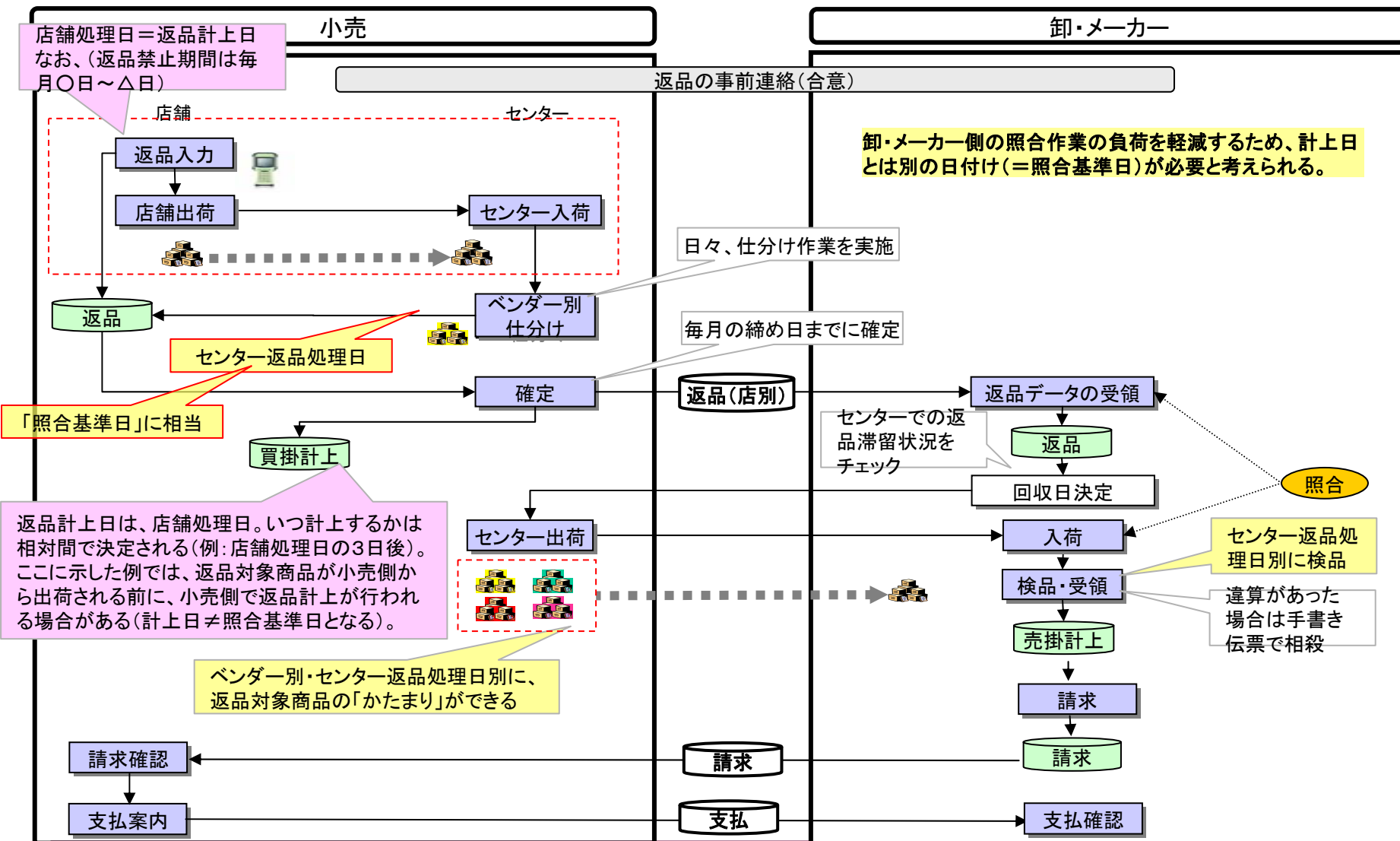


2. 対象業務プロセス

(1)業務プロセス 6)返品プロセス

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

返品メッセージで確定する場合の返品プロセスの一例



Ⅲ. メッセージ項目の解説

1. メッセージ項目およびコードリスト一覧

(1)メッセージ項目一覧

別添資料「メッセージ項目一覧」を参照

1. メッセージ項目およびコードリスト一覧

(2)コードリスト一覧

別添資料「コードリスト一覧」を参照

2. メッセージ項目解説

(1) 企業識別 1) 企業識別の考え方〈小売〉

■従来のEDIにおける小売識別の課題

従来は、項目として「店」、「センター」、「計上部署」があり、指定が必要な場合に当事者が任意にセットするルールとしていたため、卸メーカー（受注者）にとって、物流上、商流上の決済ポイントがあいまいになる恐れがあった。

■流通ビジネスメッセージ標準での小売識別の考え方

流通ビジネスメッセージ標準では、最終納品先、直接納品先、計上部署、発注者、支払法人の5つを設けて、「卸メーカー（受注者）は、どこに納品するのか」、「最終的にどこに納品されるのか」「所有権が移転するのはどこか」「発注者は誰か」「支払うのは誰か」を表現できるようにした。

※「直接納品先コード」および「直接納品先GLN」は、アパレル・生鮮商材以外の場合、必須項目となり、セットを必要とする。

2. メッセージ項目解説

(1) 企業識別 1) 企業識別の考え方 <卸／メーカー>

- ① 取引先コード: 請求支払のキーコードとなる。(必須: 小売側が設定し、事前に卸メーカー側へ通知)
- ② 枝番、出荷先コード: 同一会社で、事業所(出荷場所)が異なる場合、EDI情報を区分けするために事業所等を識別する。
(任意: 卸・メーカーからの依頼に基づき、小売側が設定)
- ③ 請求取引先: 複数の「①取引先コード」の請求支払をまとめる場合に使用する。(必須: 卸・メーカーとの事前の取り決めに基づき、小売側が設定。使用できない、または使用しない場合は、各々に「①取引先コード」をセット)
⇒ 使用する場合は、発注時点から小売がセットし、以降の出荷～支払のメッセージ上に引き継ぎ、請求支払の不照合を未然に防止する。
- ④ 発行区分(請求、支払メッセージのみに使用): 同一請求取引先コード内で、財務管理単位が異なる(事業部独立会計など)場合など、請求支払の単位を区分けするために必要に応じて使用できる識別コード。(卸・メーカーが請求データ上で任意に設定。よって計上払い(請求レス)の場合は使用できない)

請求～支払で使用

必須	任意	任意	必須
取引先コード	枝番	出荷先コード	請求取引先
ABC社	00(事業所1)	0001(出荷P棟)	X社
ABC社	00(事業所1)	0002(出荷Q棟)	X社
ABC社	01(事業所2)		X社
BCD社			X社
CDE社	00(事業所I)		CDE社

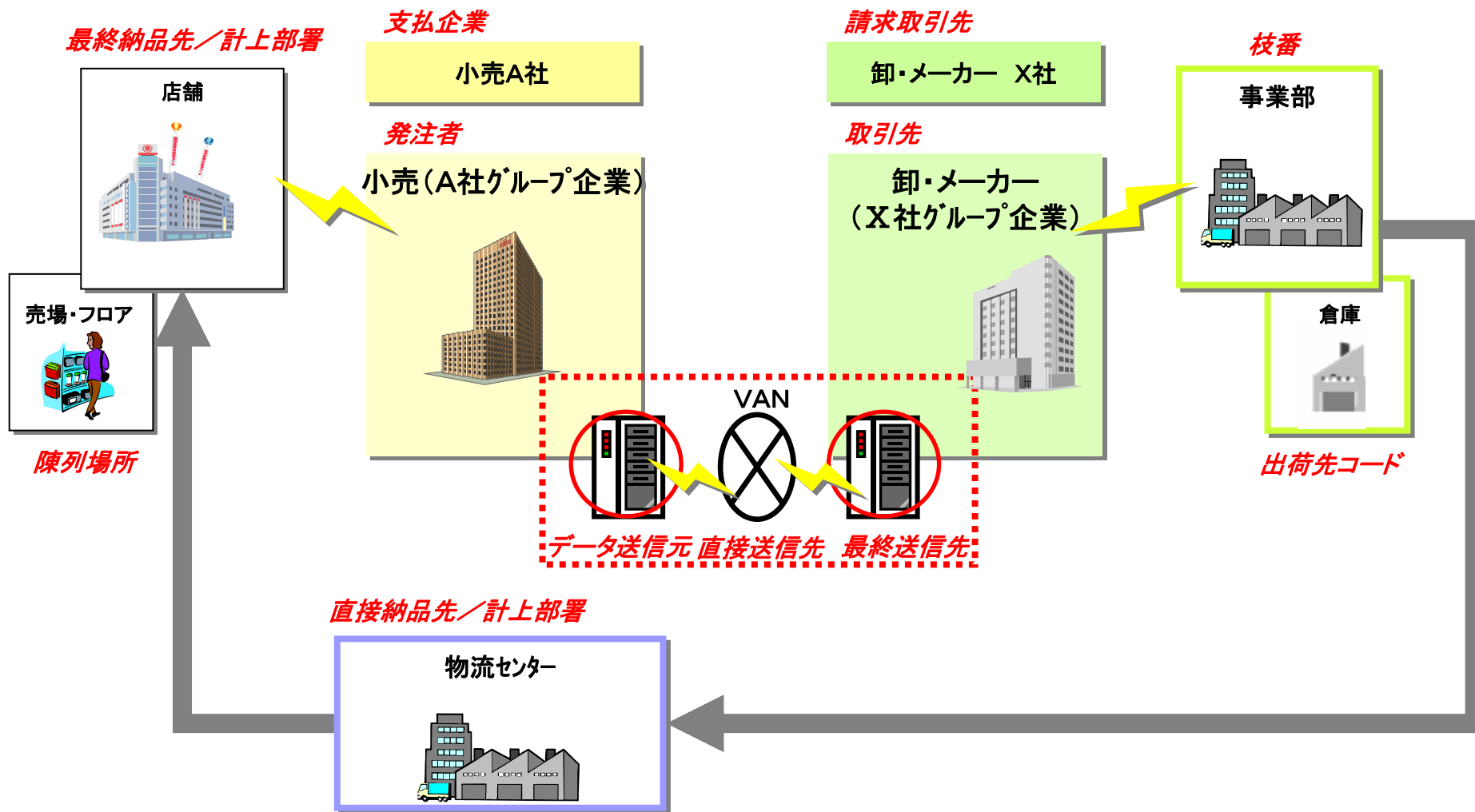
任意	任意
発行区分	連番
01(繊維事業部)	00001～
02(食品事業部)	00001～

2. メッセージ項目解説

(1) 企業識別 (2) 企業識別の代表的項目

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

登場人物について、以下の図の通り整理した。



※計上部署は、所有権移転(小売の支払義務発生)となる納品場所でセンターまたは店舗となる。

2. メッセージ項目解説

(1)企業識別 3)GLNについて ①GLNについて

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

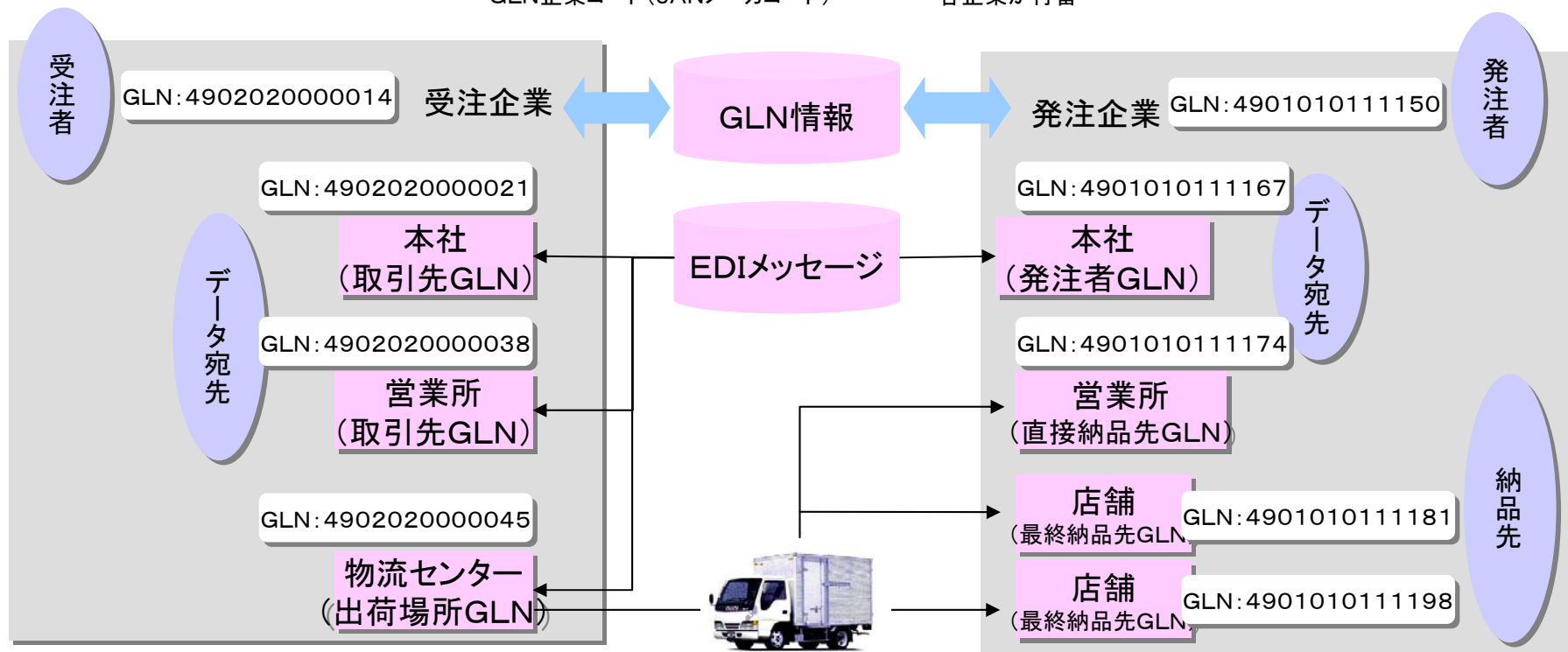
GLN(Global Location Number)

企業間取引において企業や事務所などを識別するために、国際流通標準機関であるGS1が定めた、グローバルでユニークになる13桁の番号。多くの業界、企業で使用されることにより、取引先コードが一本化され、各社でコード変換にかかる負担が減るメリットがあるが、当面は、自社内のコードで動いている既存システムとの連動が必要となる。

(例) 4 9 0 1 0 1 0 L L L L L CD

GLN企業コード(JANメーカーコード)

各企業が付番



2. メッセージ項目解説

(1)企業識別 3)GLNについて ①GLNについて

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

GLN(Global Location Number)

GLNは、GLN企業コード+GLNロケーションコード+チェックデジットから構成される

9桁のJANメーカコードを使用したGLN

M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	L1	L2	L3	C/D
GLN企業コード(JANメーカコード)									ロケーションコード			チェックデジット
(9桁)									(3桁)			(1桁)
↓									↓			
(流通システム開発センターが付番)									(GLN企業コード登録事業者が付番)			

7桁のJANメーカコードを使用したGLN

M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	L1	L2	L3	L4	L5	C/D
GLN企業コード(JANメーカコード)							ロケーションコード					チェックデジット
(7桁)							(5桁)					(1桁)
↓							↓					
(流通システム開発センターが付番)							(GLN企業コード登録事業者が付番)					

11桁のGLN企業コードを使用したGLN

K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	L1	C/D
GLN企業コード											ロケーションコード	チェックデジット
(11桁)											(1桁)	(1桁)
↓											↓	
(流通システム開発センターが付番)											(GLN企業コード登録事業者が付番)	

10桁のGLN企業コードを使用したGLN

K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	L1	L2	C/D
GLN企業コード										ロケーションコード		チェックデジット
(10桁)										(2桁)		(1桁)
↓										↓		
(流通システム開発センターが付番)										(GLN企業コード登録事業者が付番)		

注)2004年9月末をもって、GLN利用を目的とする事業者への「共通取引先コード」の付番を停止
(「JANメーカコード」を使用したGLNと「GLN企業コード」を使用したGLNに移行

JANメーカコード／GLN企業コードは、流通システム開発センターが付番貸与
GLNロケーションコードは、各企業が、付番基準に沿って、自らの責任で付番

2. メッセージ項目解説

(1)企業識別 3)GLNについて ②GLNの利用方法

次のメッセージ項目についてGLNを利用することができる。

■ 登場人物:小売

- 支払法人
- 発注者
- 直接納品先
- 最終納品先
- 計上部署

■ 登場人物:卸/メーカー

- 最終送信先
- 請求取引先
- 取引先
- 出荷場所

2. メッセージ項目解説

(1)企業識別 3)GLNについて ②GLNの利用方法

a.「取引先」「請求取引先」識別のためにGLNを使用する際の注意点

現在の請求用取引先コードは、取引当事者間の取引条件、支払サイト、締め日等で1社複数の設定がされている。この要件を満たしたGLNを卸・メーカー側で用意し、取引相手の小売へ伝える必要がある。

【現行の例】

123456(サイト60日用取引先コード:小売X社用)
789012(サイト30日用取引先コード:小売X社用)
345678(サイト60日用取引先コード:小売Y社用)
901234(サイト30日用取引先コード:小売Y社用)
567890(サイト45日用取引先コード:小売Y社用)

取引相手の小売各社からそれぞれコードが付番されるため、自社の財務処理(売掛)には煩雑なコード変換が必要。



【GLNとした場合】

491187231060C(卸A社サイト60日用GLN)
491187231030C(卸A社サイト30日用GLN)
491187231045C(卸A社サイト45日用GLN)

支払条件を満たす分のGLNを設けて、小売に指定する。小売各社は、卸・メーカーの指定したGLNで仕入計上、支払いを行うため、コード変換は比較的楽。(ただし、どの小売分なのかを判別する必要があるため、卸・メーカーは別途小売のGLNを管理する必要があり、変換自体はなくなる)

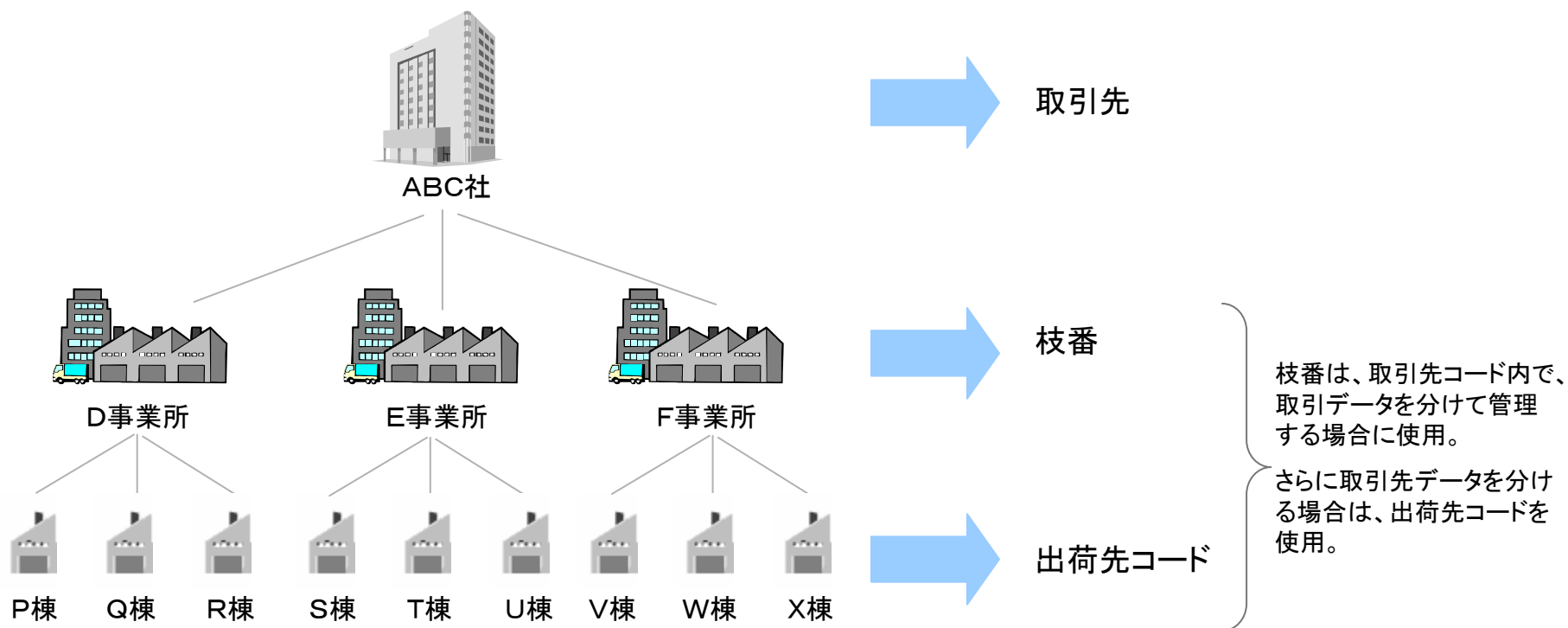
49000000000016(小売X社用GLN)
49000000000023(小売Y社用GLN)

2. メッセージ項目解説

(1)企業識別 3)GLNについて ②GLNの利用方法

b. 物流拠点、データ受信先(「枝番」「出荷先コード」)識別のためのGLNの使用

- ・枝番、出荷先コードはあくまで発注データの分割キーとして使用し、GLNは使用しない。
- ・分割された発注データに対し、小売側で、卸メーカー側の出荷先拠点を出荷場所GLNにセットすることができる。ただし、卸・メーカー側の出荷拠点を小売が一方的に指定することは想定しない。
- ・卸メーカー側は、出荷データ上で実際の出荷場所のGLNをセットする。



出荷場所GLNは、ABC社、D～F事業所、P棟～X棟の出荷拠点の中から選択してセットする。

2. メッセージ項目解説

(1)企業識別 3)GLNについて ②GLNの利用方法

C. 現行のコードとGLNの併用について

現行のコードとGLN両方が必須項目である。GLNを使用しない場合は各社現行の独自コードをセットしGLNには0をセットする。GLNを使用する場合は、各社現行の独自コードの扱いは各社の判断に委ねる。

セット例は、以下の通り

■ GLNを使用しない場合

項目名	必須／任意	タイプ	XMLデータ型	桁数	セット例
支払法人コード	必須	数字	Identifier	MAX13	101
支払法人GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	0

→ 現行の各社独自
コードをセット

→ “0”をセット

■ GLNを使用する場合

項目名	必須／任意	タイプ	XMLデータ型	桁数	入力例
支払法人コード	必須	数字	Identifier	MAX13	101
支払法人GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	4901010000010

→ 現行の各社独自コー
ドもしくは“0”をセット

→ GLNをセット

2. メッセージ項目解説

(2) 商品識別 1) 商品コード

① 商品コードGTIN(共通商品コードをセット)

- ・GTINで商品識別をしていない段階では、JAN、EAN、UPCを14桁(前ゼロ)でセット。独自コード(生鮮・アパレルなど、個々の小売・メーカー独自で管理)はセットしない。
- ・GTINによる商品識別を行う段階では、購入単位のGTINがセットされる。

② 商品コード(発注用) このコードで発注商品を判別する

- ・生鮮・アパレルなど、個々の小売・卸メーカー間独自で管理しているコードで受発注を行っている場合は、その独自コードをセット。
- ・ソースマーキング商品は、当面、販売用コードである「JAN」「EAN」「UPC」。GTINでの発注が可能となった段階で、「購入単位のGTIN」がセットされる。
- ・現状、各小売企業の独自商品コードでの発注が行われているが、今後の商品取引においては、GTINなどのソースマーキングコードの利用を目指す。

③ 商品コード(取引先)

- ・取引において卸／メーカー側が管理している商品コードを使用する場合に使用する。
- ・卸／メーカー側の指定によりメーカー商品コードのほか、JANコード等をセットする。
- ・商品コード(取引先)を使用する場合には、事前に卸／メーカーから小売にメーカー商品コードを通知し、卸／メーカー側が指定する商品コードを入力する。

2. メッセージ項目解説

(2)商品識別 1)商品コード

④ ITFコード(集合包装GTIN)

- ・出荷/受領メッセージで使用。小売からの発注に対して、卸・メーカーが納品する形態のGTINを、小売側の検品のために、セットしていただく。

集合包装用GTINを発注コードとして、EDI上で使うためには、GTINの意味(商品は何で、入数はいくつ)が、GDS等により発注側と受注側で共有され、購入単位GTINに換算できることが必要。

それまでの間は、発注は、購入単位GTINとする。納品は、小売検品用として、納品形態ごとのGTIN(外箱シンボル上のコード)をITFコード欄にセットしていただくとともに、その荷姿をコード化する。

2. メッセージ項目解説




(2)商品識別 1)商品コード

■ 商品コードのセット例

①GTINを使用しない場合




(例) JANコード(13桁)を使用

項目	必須／任意	桁数	セット例
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	04912345678904
商品コード(発注用)	必須	MAX14	4912345678904
商品コード区分	必須	3	005

-  JAN(13桁)を前ゼロでセット
-  JAN(13桁)をセット
-  コードリストから
「005 EAN/UCC13桁」
を選択

②GTINを使用する場合

項目	必須／任意	桁数	セット例
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	04912345678904
商品コード(発注用)	必須	MAX14	04912345678904
商品コード区分	必須	3	006

-  購入単位のGTINをセット
-  購入単位のGTINをセット
-  コードリストから
「006 EAN/UCC14桁(GTIN)」
を選択

2. メッセージ項目解説

(2) 商品識別 1) 商品コード

例えばアパレル商材取引で多く利用される商品コードとしてJANだけではなくダラー品番や商品コード(取引先)を使用したり、また各商品コードとカラー／サイズなどの項目を使用する場合がある。以下に商品コードの組み合わせごとのセット例を示す。

■ 商品コードのセット例

①GTINを使用する場合と小売品番(単品単位)を使用する場合

項目	必須／任意	桁数	セット例 (GTINの場合)	セット例 (小売品番の場合)
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	04912345678904	0
商品コード(発注用)	必須	MAX14	04912345678904	12345674
商品コード(取引先)	任意	MAX14	—	—
商品コード区分	必須	3	006	999

発注に使用するGTINをセット。
GTINを使用しない場合、「0」をセット。

GTINあるいは小売品番(単品)
(ここでは8桁)をセット
※インストアマーキングされたコードを使用する
場合も商品コード(発注用)にセット

GTINの場合は「006」、小売品番の
場合は「999 自社コード」をコードリスト
から選択

②小売品番(単品単位)とアパレル品番等を併記する場合

項目	必須／任意	桁数	セット例 (JANコード併記)	セット例 (アパレル品番併記)
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	0	0
商品コード(発注用)	必須	MAX14	12345674	12345674
商品コード(取引先)	任意	MAX14	4912345678909	0987654
商品コード区分	必須	3	999	999

GTINを使用しないため、「0」をセット

小売品番(単品)(ここでは8桁)をセット

商品コード(取引先)欄にJANコードや
取引先品番をセット

コードリストから「999 自社コード」を選択

2. メッセージ項目解説

(2)商品識別 1)商品コード

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

■ 商品コードのセット例

③小売品番(スタイル／ダラー単位)使用の場合

項目	必須／任意	桁数	セット例
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	0
商品コード(発注用)	必須	MAX14	12345678
商品コード(取引先)	任意	MAX14	—
商品コード区分	必須	3	999

※スタイル／ダラー単位で発注する場合、アパレル側で商品のサイズ／カラーアソートを行う
(ダラーの場合、スタイルの選択も行う)

- GTINを使用しないため、「0」をセット
- 小売品番(スタイル)(ここでは8桁)をセット
- コードリストから「999 自社コード」を選択

④小売品番(スタイル単位)とアパレル品番等を併記する場合

項目	必須／任意	桁数	セット例
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	0
商品コード(発注用)	必須	MAX14	12345678
商品コード(取引先)	任意	MAX14	BR7000-AQ
商品コード区分	必須	3	999

- GTINを使用しないため、「0」をセット
- 小売品番(スタイル)(ここでは8桁)をセット
- 商品コード(取引先)欄に取引先品番をセット
- コードリストから「999 自社コード」を選択

2. メッセージ項目解説

(2)商品識別 1)商品コード

■ 商品コードのセット例

⑤小売品番(スタイル単位)＋小売カラー／サイズコードを使用する場合(単品認識)

項目	必須／任意	桁数	セット例
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	0
商品コード(発注用)	必須	MAX14	12345674
商品コード(取引先)	任意	MAX14	——
商品コード区分	必須	3	999
商品名	任意	MAX25	——
商品名カナ	任意	MAX25	——
カラーコード	任意	MAX10	07
カラー名称/カラー名称カナ	任意	MAX20/ MAX20	——
サイズコード	任意	MAX10	3307
サイズ名称/サイズ名称カナ	任意	MAX20/ MAX20	——



GTINを使用しないため、「0」をセット



小売品番(スタイル)(ここでは8桁)をセット



コードリストから「999 自社コード」を選択



小売独自カラーコードをセット



小売独自サイズコードをセット

2. メッセージ項目解説

(2)商品識別 1)商品コード

■ 商品コードのセット例

- ⑥ 小売品番(スタイル／ダラー単位)＋小売カラー／サイズコードを使用し、取引先品番を併記する場合(単品認識)

項目	必須／任意	桁数	セット例	
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	0	← GTINを使用しないため、「0」をセット
商品コード(発注用)	必須	MAX14	12345678	← 小売品番(スタイル)(ここでは8桁)をセット
商品コード(取引先)	任意	MAX14	0987654	← 商品コード(取引先)欄に取引先品番をセット
商品コード区分	必須	3	999	← コードリストから「999 自社コード」を選択
商品名	任意	MAX25	—	
商品名カナ	任意	MAX25	—	
カラーコード	任意	MAX10	10	← 小売独自カラーコードをセット
カラー名称/カラー名称カナ	任意	MAX20/ MAX20	—	
サイズコード	任意	MAX10	02	← 小売独自サイズコードをセット
サイズ名称/サイズ名称カナ	任意	MAX20/ MAX20	—	

2. メッセージ項目解説

(2)商品識別 1)商品コード

■ 商品コードのセット例

⑦小売品番(単品)＋「取引先品番(スタイル)＋小売カラー／サイズコード」を使用する場合(単品認識)

項目	必須／任意	桁数	セット例	
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	0	← GTINを使用しないため、「0」をセット
商品コード(発注用)	必須	MAX14	2101912002217	← 小売品番(単品)(ここでは13桁)をセット
商品コード(取引先)	任意	MAX14	0987654	← 商品コード(取引先)欄に取引先品番(スタイルレベル)をセット
商品コード区分	必須	3	999	← コードリストから「999 自社コード」を選択
商品名	任意	MAX25	——	
商品名カナ	任意	MAX25	——	
カラーコード	任意	MAX10	CB	← 小売独自カラーコードをセット
カラー名称/カラー名称カナ	任意	MAX20/ MAX20	——	
サイズコード	任意	MAX10	M	← 小売独自サイズコードをセット
サイズ名称/サイズ名称カナ	任意	MAX20/ MAX20	——	

2. メッセージ項目解説

(参考) アパレル商材取引で使用する商品コードについて

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

【用語説明】 スタイル品番およびダラー品番について

■スタイル品番

スタイル品番とは、同一スタイル(型番)単位の品番を示す。スタイル品番にカラー／サイズ展開されて単品となる。



■ダラー品番

ダラー品番とは、複数のスタイル(型番)に一つの商品コードを取り付けて管理する品番のこと。主に金額均一セールの際などに利用され、ダラー品番の配下にスタイル品番、単品が混在しているもの。

スタイル品番:
同一型の商品を
識別する

Bニット 品番:02561 価格:¥35,000

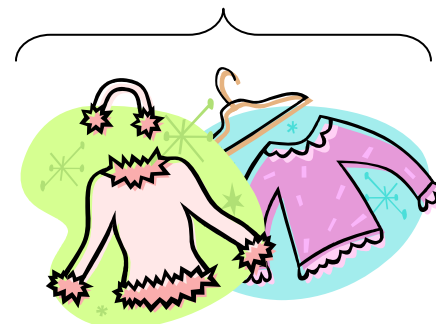
Aニット 品番:01234 価格:30,000

品番(単品)	01234-0101	01234-0102
商品名	Aニット	Aニット
カラー／サイズ	ピンク／S	ピンク／M
		

←
単品単位:カラー／サイズの
違いまで識別する
→

ダラー品番:
複数のスタイル品番を束ねた商品コード。

ニット 品番:90567 価格:¥25,000

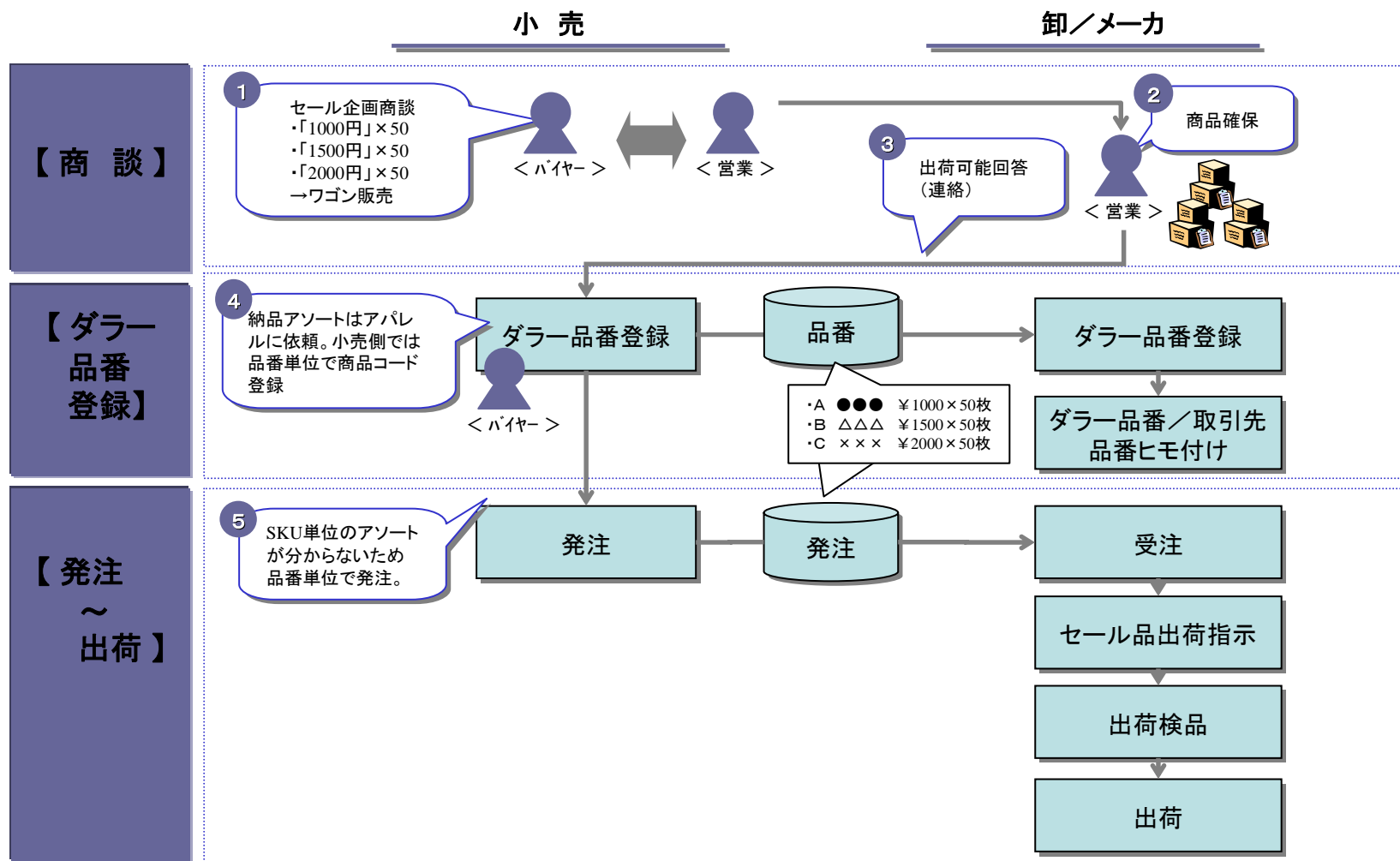


2. メッセージ項目解説

(参考) アパレル商材取引で使用する商品コードについて

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

【補足説明】 ダラー品番による発注プロセスフローの例



2. メッセージ項目解説

(参考)GTINについて

① GTIN(Global Trade Item Number)とは

- ・国際流通標準化機関のGS1が推進する国際標準の商品識別コード。現在使われているJANコードの13桁や8桁(EAN/UCC-13, -8)、UPCコード(UCC-12)の12桁、集合包装用商品コード(=ITFコード)の14桁(EAN/UCC-14)など、桁数の違う各種の商品識別コードをEDIなどにおいて使用する場合、異なる桁数をコンピュータ上での項目の長さを14桁に統一したものである。前述の各種商品識別コードをGTINとして使用する場合は、先頭に「0」を付けて14桁とする。
- ・GTINを導入することにより、これまで何種類もの桁数であった商品識別コードのフォーマット(レコード長)が14桁に統一され、商品コードを使った流通情報システムの効率化が促進されるというメリットがある。

商品コード	GTIN フォーマット													
	T ₁	T ₂	T ₃	T ₄	T ₅	T ₆	T ₇	T ₈	T ₉	T ₁₀	T ₁₁	T ₁₂	T ₁₃	T ₁₄
GTIN-14 (集合包装用商品コード)	N ₁	N ₂	N ₃	N ₄	N ₅	N ₆	N ₇	N ₈	N ₉	N ₁₀	N ₁₁	N ₁₂	N ₁₃	N ₁₄
GTIN-13 (JAN コード 13)	0	N ₁	N ₂	N ₃	N ₄	N ₅	N ₆	N ₇	N ₈	N ₉	N ₁₀	N ₁₁	N ₁₂	N ₁₃
GTIN-12 (UPC コード)	0	0	N ₁	N ₂	N ₃	N ₄	N ₅	N ₆	N ₇	N ₈	N ₉	N ₁₀	N ₁₁	N ₁₂
GTIN-8 (JAN コード 8)	0	0	0	0	0	0	N ₁	N ₂	N ₃	N ₄	N ₅	N ₆	N ₇	N ₈

② GTIN設定のルール

GTIN はSKU単位に設定する。GTIN設定の原則は以下の通り。

- ・商品の基本的な要素(商品名、商品タイプや種類、正味量等)が異なる場合は、別のGTINを設定
- ・商品の入り数・荷姿・包装形態が異なる場合、別のGTINを設定

つまり、「同一の商品(購入単位、集合包装の区別なく)には同一のGTINを付番するということ。

- ・ブランドオーナーによって商品が終売とされた日付から最低 48ヵ月(4年)間経過するまで、別の商品に付番できない。再利用する場合は、市場の流通在庫がなくなっていることを確認する。

2. メッセージ項目解説 (参考)GTINについて

③ 日本の対応

日本では、2007年3月から国際標準への対応を開始し、2010年3月までに移行を終える予定である。国際標準への対応にあたっては、一部で下記のような対応が必要になっている。

● 集合包装用商品コードの14桁への切替

日本で表示されている集合包装用商品コード(ITFコード)には14桁と16桁の2通りがある。これを14桁に統一する必要がある。

● 集合包装用商品コードの2つの表記方法(「一致型」と「不一致型」)の容認

日本で表示されている集合包装用商品コード(ITFコード)は、中に梱包されている商品(単品)のJANコードを利用することが原則となっていた(これを「一致型」と呼ぶ)。これに対して、商品アイテムコードが一致しないタイプを「不一致型」と呼び、国際標準ではこの方式も許容している。

従来の「一致型」を前提に入荷検品システムを構築していた企業はシステムの変更が必要となる。

「一致型」	「不一致型」
 <p>単品 451234567890c JANコード</p> <p>集合包装 1451234567890c 集合包装用商品コード</p> <p>商品アイテムコード部分が一致(同じ番号)している</p>	 <p>単品 451234567890c JANコード</p> <p>集合包装 0451234523245c 集合包装を識別するGTIN</p> <p>商品アイテムコード部分が一致していない 商品コードの先頭は必ず「0」</p>

※Cはチェックデジット

● 国際標準に基づく商品アイテムコードの付番基準の徹底

国際標準においては、現在一般的に行われているアイテムコードの設定方法と一部異なるルールが含まれているため注意が必要である。設定基準を遵守するように徹底を図っていく必要がある。

2. メッセージ項目解説

(2)商品識別 2)商品分類

呼称、階層を大中小細の4つとする。その中で小売各社が設定する。

商品情報の同期化(GDS)システムを使用する企業間では、商品分類のセットを省略することができる。

カラーコード・サイズコードについては、本年度標準化は行わない。各社で現行利用しているコードをセットする。

2. メッセージ項目解説

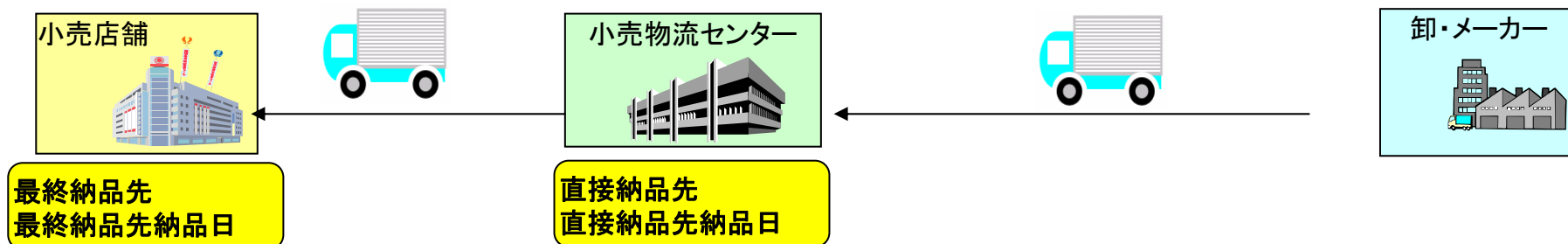
(3) 日付 1) 直接納品先納品日／最終納品先納品日

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

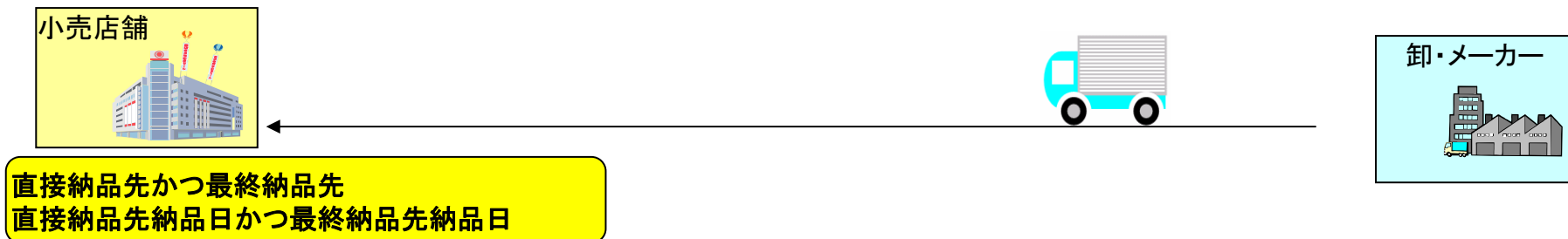
現在は、小売の物流センター経由での納品が大半を占めており、小売からの発注データ上には、最終納品先としての店舗は明記されていても、実態は小売センター納品であり、「納品日」の意味(どこへ納品した場合の日付なのか)が不明確になっている。

よって、卸・メーカーが商品を直接納品する場所(小売店舗または小売物流センター)へ納品する日としての「直接納品先納品日」と、最終的に商品が納品される場所(小売店舗)へ納品される日としての「最終納品先納品日」を設けた。

【例1: 小売センター経由の場合】



【例2: 小売店舗へ直接納品する場合】



詳細:「3.項目セットの方法 (3)発注メッセージ上での支払法人、発注者、計上部署、計上日のセット方法」

2. メッセージ項目解説

(3) 日付 2) 納品日、計上日の考え方

現行の「納品日」は、物流情報としての納品日と、経理情報としての計上日の2つの意味を合わせ持っており、各社の商品代金決済条件（店着決済か、センター着決済か）によって、その意味が異なっていた。結果、「どこに納品したら債権債務発生となるのか」が不明確であった。よって、「納品日」は物流情報としての商品納品日を表すのみとし、新たに小売の仕入計上日として「計上日」を設けることとした。この日付は、直接または最終納品日と同一であるべきであり、当事者の合意なくして著しく乖離させることは禁止。

項目名	メッセージ種別					
	発注	出荷	受領	(返品)	請求	支払
発注日（小売側がセット）	2007年1月18日 必須	2007年1月18日 (発注メッセージを引き継ぐ) 必須	2007年1月18日 (発注メッセージを引き継ぐ) 必須	-	-	-
直接納品先納品日 ※ (小売側がセット)	2007年1月19日 任意	2007年1月19日 (発注メッセージを引き継ぐ) 任意	2007年1月19日 (発注メッセージを引き継ぐ) 任意	-	-	-
最終納品先納品日 (小売側がセット)	2007年1月20日 必須	2007年1月20日 (発注メッセージを引き継ぐ) 必須	2007年1月20日 (発注メッセージを引き継ぐ) 必須	-	-	-
訂正後直接納品先納品日 (卸・メーカー側がセット)	-	2007年1月22日 任意	2007年1月22日 任意	-	-	-
訂正後最終納品先納品日 (小売が任意にセット)	-	-	2007年1月23日 任意	-	-	-
計上日 (小売側がセット)	2007年1月20日 任意	2007年1月20日 (発注メッセージを引き継ぐ) 任意	2007年1月23日 必須	2007年1月23日 必須	2007年1月23日 (受領メッセージを引き継ぐ) 必須	2007年1月23日 必須

※直接納品先納品日は、アパレル・生鮮商材以外の場合、必須項目となる。

2. メッセージ項目解説

(3) 日付 3) 納品先納品日区分

- 「納品先納品日区分」とは、出荷荷姿メッセージのみに利用される項目である。
- 卸・メーカー側が、小売企業から受け取った店別発注データを集計して出荷荷姿メッセージを作成する。その際に、最終納品先納品日をキーとするか、直接納品先納品日をキー項目とするかを識別するためにセットする項目である。この納品先納品日区分は、相対企業間で決めておく。
- 納品先納品日区分の詳細については「3.項目セットの方法 出荷荷姿メッセージについて 納品先納品日区分」を参照。

2. メッセージ項目解説

(3) 日付 4) 照合基準日／照合基準日区分

- 「照合基準日」、「照合基準日区分」は返品および返品受領メッセージ使われる項目である。
- 照合基準日
 - 卸・メーカー側で、照合作業の負荷を軽減するため、計上日とは別の日付(＝照合基準日)で返品データと返品対象商品を照合するために必要となる項目である。
 - 照合基準日は、返品の日付とは別のものである。ただし、照合基準日＝計上日となることはありうる。
- 照合基準日区分
 - 照合基準日区分とは、小売側の「照合基準日」がどのような意味合いでの基準日かを特定するための区分である。
 - 項目「照合基準日区分」のコードリスト(下表)から、「照合基準日」の意味する内容として該当するものが相対企業間で決定される。「照合基準日区分」は、小売企業によって、返品メッセージにセットされる。

表 「照合基準日区分」のコードリスト

コード	意味
01	店舗返品処理日
02	店舗返品出荷日
03	店舗返品引取希望日
04	センター返品処理日
05	センター返品出荷日
06	センター返品引取希望日
99	その他

- 照合基準日／照合基準日区分の詳細については「3.項目セットの方法 返品・返品受領メッセージについて 照合基準日区分」を参照。

2. メッセージ項目解説

(4) 番号 1) 取引番号／取引明細番号

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

- ・取引番号・取引明細番号は、一連の取引(発注～出荷～受領～請求～支払)を紐付ける項目である。
- ・本モデルは伝票レスを前提としているが、移行期間中、チェーンストア統一伝票発行を行う場合を考慮し、取引番号＝伝票番号、取引明細番号＝伝票行番号として使用することができる。ただし、本メッセージは明細数4桁まで設定できるが、伝票発行する場合は、伝票の行数を考慮する必要がある。(チェーンストア統一伝票Ⅱ型では、行数は9行)

項目	必須 任意	セット例
<取引>		
取引番号	必須	1000001
		⋮
<取引明細>		
取引明細番号	必須	01
		⋮
<商品>		
商品コード (GTIN)	必須	04902106843603
商品コード (発注用)	必須	4902106843603
商品コード区分	必須	005
商品名	任意	こだいらカップ本格的...
<取引明細>		
取引明細番号	必須	02
		⋮
<商品>		
商品コード (GTIN)	必須	04901990126236
商品コード (発注用)	必須	4901990126236
商品コード区分	必須	005
商品名	任意	こだいら もづくスープ...

A		B		D		訂正区分		実納品日		E	
仕入伝票①											
社名		スーパーアイビ		社・店コード		分類コード		伝票区分		伝票番号	
店名		サイタマセンター		01				01		1000001	
										899999	
										取引先名	
										コダイラシヨクビン	
										発注日	
										納品日	
										備考	
										06/06/28	
										06/06/29	
										10/0	

2. メッセージ項目解説

(4) 番号 2) 取引付属番号／取引付属明細番号

- ・ 取引付属番号・取引付属明細番号は、当事者間で取引番号・取引明細番号とは別の意味を持たせて取決めた任意キーとして使用できる。（例：客注番号、返品許可証番号、本部発注番号等）

< 取引付属番号・取引付属明細番号の使用例 >

- ① 客注商品の発注の際、取引付属番号に小売側で管理している客注番号をセットする。これにより該当の納品において客注商品の追跡管理を行うことができる。（問合せ）

取引番号 (発注・返品)	取引明細番号 (発注・返品)	商品コード(発注用)	発注数量 (バラ)	取引付属番号	取引付属明細番号	原単価	原価金額
54321	1	4912345678904	3	12345		100円	300円

- ② 小売受領後の訂正（納品不足）の際、取引付属番号に元取引番号、取引付属明細番号に元取引番号の中の取引明細番号をセットし、受領訂正として受領訂正メッセージを作成。

取引番号 (受領訂正)	取引明細番号 (受領訂正)	商品コード (受領訂正用)	訂正数量 (バラ)	返品・値引 理由コード	取引付属番号	取引付属明細番号	原単価	原価金額	訂正 区分
54321	1	4912345678904	2	100	12345	2	100円	200円	00

新たな取引番号または
元の取引番号をセット

新たな取引明細番号または
元の取引明細番号

訂正する受領メッセージの取引番号と取引明細番号をセット

※ 受領訂正メッセージの項目セットについては、

3.項目セットの方法(10)小売受領後の訂正 を参照

2. メッセージ項目解説

(5) 金額 1) 原価／売価

- 商品の原価売価は、「商品単価」(原単価・売単価)「商品合計額(単価×数量)」(原価金額・売価金額)「1取引(伝票)の合計額」(原価金額合計・売価金額合計)を設ける。
- 商品合計の原価額、1取引内の合計原価額については、小数点以下の処理の仕方(切上げ、切捨て、四捨五入)は当事者間で合意のうえで決定する。
- 返品および返品受領メッセージでは、商品によっては返品の受入れ可否や返品商品の評価額が変わる可能性があり、原価金額・返品数量、原価金額を卸・メーカー側で再セットする場合がある。その時は、相対間にて事前に評価の合意を取る必要がある。
- 上記とは別に請求金額(請求メッセージ・支払メッセージ)/支払金額(支払メッセージ)を設ける。

項目		タイプ	セット例
取引 明細 × n	原単価	数字(小数点以下2桁有り)	298.30
	原価金額 …① [原単価×発注数量(バラ)]	数字	3580
	売単価	数字	458
	売価金額 …② [売単価×発注数量(バラ)]	数字	5496
	発注数量(バラ) [発注単位×発注数量(発注単位数)]	数字(小数点以下1桁有り)	12
	発注単位	数字	6
	発注数量 (発注単位数)	数字	2
1取引 の合計	原価金額合計 1取引(伝票)の①の合計	数字	7484
	売価金額合計 1取引(伝票)の②の合計	数字	11856

【小数点以下をセットできる項目の注意点】

- 小数点以下を含む数値は、表記通りの意味を表すこととする。

発注数量「10」の場合の例:「10」または、「10. 0」をセットする。仮想小数点的に「100」を10と読み替える使い方はしない。

2. メッセージ項目解説

(5) 金額 2) 金額符合(小売自由使用)／金額(小売自由使用)

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

- ・「金額符号(小売自由使用)」および「金額(小売自由使用)」は、支払メッセージにおいて、卸／メーカーに対し、支払額とは別に請求残・次回繰越額等の金額を開示している企業が使用する。(任意使用)
- 例) 請求額不一致時に支払いをしないが、次回請求時までの調査及び解決を促す為に、卸／メーカーに対して小売業の計上額を伝える場合など。

(使用例)

請求メッセージ

取引番号	計上部署コード	計上日	請求符号	請求金額	支払内容
040976	505	06/04/20	+	28,801	1001
041041	527	06/04/21	+	34,335	1001
041162	535	06/04/22	+	196,153	1001



支払メッセージ

取引番号	計上部署コード	計上日	請求符号	請求金額	①	②	③	④	支払内容	照合結果
					金額符号 (小売自由使用)	金額 (小売自由使用)	支払符号	支払金額		
040976	505	06/04/20	+	28,801	+	25,000	+	0	1001	03
041041	527	06/04/21	+	34,335			+	34,335	1001	01
041162	535	06/04/22	+	196,153			+	196,153	1001	01

【使用例】

取引番号040976に対して28,801円の請求があったが、小売の計上額は25,000円であり、不照合となった。支払えない場合、次回の請求額として支払メッセージ上で小売の計上額を知らせる。

- ・小売の計上額をセットする・・・①、②
 - ・支払わないので、支払金額には0をセットする・・・③、④
 - ・照合結果には、03再調査請うをセット・・・⑤
- 請求金額は、卸／メーカーがセットした金額を引き継ぎ、小売側で書き換えることはしない。
- ※“03再調査請う”より詳細な情報を伝えたい場合は、自社独自コードをセットする。

2. メッセージ項目解説

(6)数量 1)発注数量(バラ)／発注単位／発注数量(発注単位数)

- ・ 発注数量(バラ)・発注単位・発注数量(発注単位数)の関係は、

「発注単位×発注数量(発注単位数)=発注数量(バラ)」となる

例)バラ5入りのボール×4個＝ケース入数20

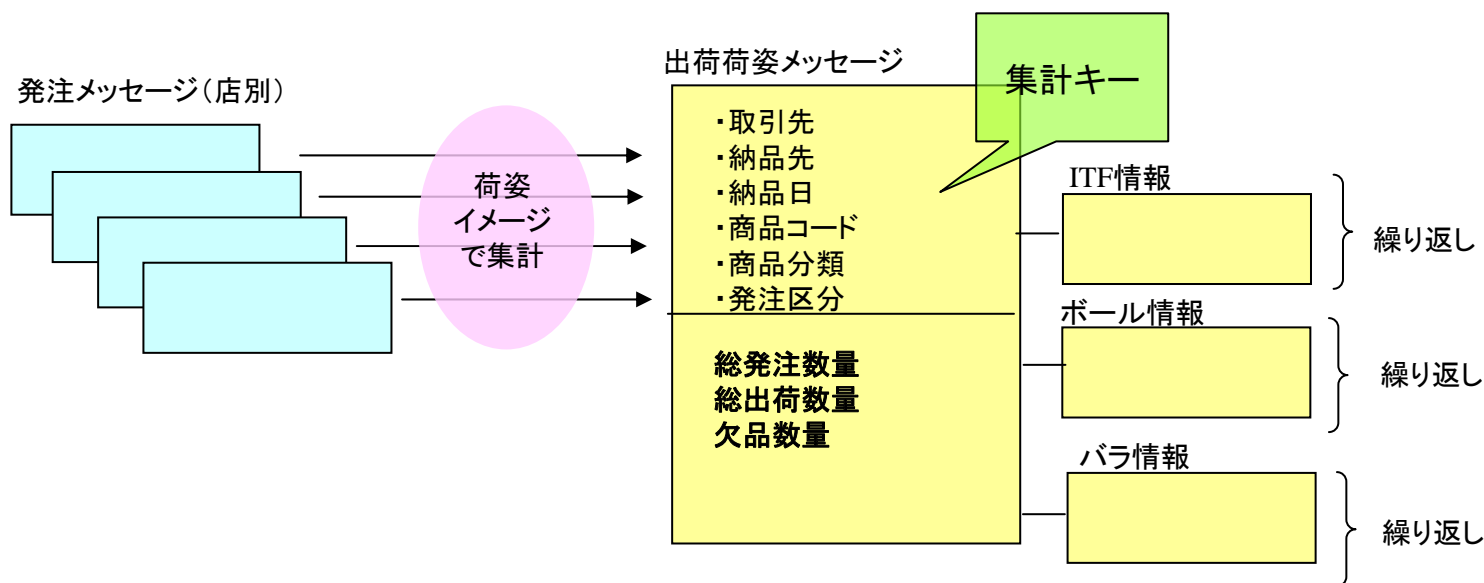
例

発注単位	発注数量(発注単位数) =店舗発注	発注数量 (バラ)	納品	実際の納品形態
1	1	1	1	バラ1
1	5	5	5	バラ5orボール1
1	20	20	20	ケース1
1	23	23	23	ケース1とバラ3
5	1	5	5	ボール1
5	5	25	25	ケース1とボール1
20	1	20	20	ケース1

2. メッセージ項目解説

(6)数量 2)総発注数量、総出荷数量、欠品数量

- 「出荷荷姿メッセージ」に使われる「総発注数量」「総出荷数量」「欠品数量」の項目を解説する。
- 総発注数量
 - 総発注数量とは、卸・メーカーが、小売企業から受け取った店別発注データの発注数量を、取引先、納品先、納品日、商品コード、商品分類、発注区分で集計したものであり、単位はバラ数である。
- 総出荷数量
 - 総出荷数量とは、卸・メーカーが、小売企業から受け取った店別発注データに対して出荷した数量を、取引先、納品先、納品日、商品コード、商品分類、発注区分で集計したものであり、単位はバラ数である。
- 欠品数量
 - 欠品数量とは、卸・メーカーが、小売企業から受け取った店別発注データに対して欠品した数量を、取引先、納品先、納品日、商品コード、商品分類、発注区分で集計したものであり、単位はバラ数である。



2. メッセージ項目解説

(7) 区分 1) 処理種別／訂正区分

① 処理種別

メッセージの取引の種別(仕入、返品、移動、値引等)で、小売側で使用する伝票区分にあたる。業界標準コード、もしくは小売独自コードをセット。

- 小売側で伝票入力(伝票レスが浸透するまでは必要)や、社内のしくみとの連携に使用する為、現行業務の担保の観点から、小売独自コードを使用できる。
- 小売と卸・メーカー間でのメッセージの識別については、メッセージ種を使用。
- 処理種別の内容で、卸・メーカー側に判断を求めることが無いようにする。

② 訂正区分

納品検収時の差異理由。小売側が受領データにセットする。

- 00訂正なし、01商品違い(取引先責)、02価格違い(取引先責)、
- 03誤仕分け(取引先責)、04汚破損(取引先責)、05遅納品(取引先責)、
- 06鮮度基準外(取引先責)、07数量不足(取引先責)、
- 08数量過多(取引先責)
- 09その他(小売責) 手書伝票入力時等、特別な場合に使用。

2. メッセージ項目解説

(7) 区分 2) 請求・支払に関する区分 ① 請求・支払の考え方

- 請求メッセージの考え方
 - ① 仕入・返品・値引等の取引番号単位に、取引行為がわかるように発生データはすべて送信する。
 - ② すべてに対しての照合が望ましいが、社内のしくみとの関連で難しい面もあり、導入各社ではできる範囲で対応する。
- 支払メッセージの考え方、目的
 - ① 請求に対する回答。請求結果と請求額に対する支払額と差異を知らせる
→ 支払明細(支払照合)
 - ② (請求あり・なしに関わらず) 相殺額と支払額を知らせる。
→ 支払案内
- 請求メッセージは、請求明細(1000番台)
- 支払メッセージは、支払明細(1000番台)、相殺明細(2000番)、支払合計(3000番台)の3つの支払内容群に分かれる。
- 「支払内容」でデータの意味(支払明細、相殺明細、支払合計)を管理する。
- 「支払内容(個別)」で、支払内容の各社固有明細を表現して送ることができる。
- 相殺明細は、支払内容2000で一元管理し、「支払内容(個別)」にて各社固有明細を送る。
 - 相殺内容は、「何に対する、何の相殺なのか？」を明確にしておく必要がある。各社項目名は一般的な分かりやすい表現になっているか、見直す必要がある。

2. メッセージ項目解説

(7) 区分 2) 請求・支払に関する区分 ② 照合結果コード

標準化コードは、「00無指定」「01請求照合分支払」「02請求のない返品・値引・相殺」「03再調査請う」「04計上払対象」の5つとする。21～99は自社独自コードを設定することができる。

コード	名称	支払 対象	支払メッセージ へのデータセット		コードの意味
			請求 金額	支払 金額	
00	無指定				
01	請求照合分支払	○	○	○	請求と支払が一致したもの
02	請求のない返品・値引・相殺	○	×	○	返品や相殺など、請求がなくても支払対象として計算されたもの
03	再調査請う	×	○	×	請求に対して、該当の仕入計上が小売にない。
04	計上払対象	○	×	○	計上払い対象の仕入

2. メッセージ項目解説

(7) 区分 2) 請求・支払に関する区分 ③ 支払内容／支払内容(個別)

■ 支払内容コードについて

1. 支払明細(照合)・・・ 支払内容 1000番代(1001発注仕入～)

● 請求データと支払データとの照合結果をお知らせする。

- ➡ 仕入・返品・委託等の取引番号単位。修正含め、取引行為がわかるように発生データはすべて送信する。
- ➡ 返品も含め、すべてマッチングが望ましいが、社内のしくみとの関連で難しい面もあり、導入各社はできる範囲で対応する。

2. 相殺明細・・・ 支払内容 2000

- ① 相殺明細は1行にし、すべて支払内容(個別)にて現状通りの各社明細を送る。
相殺項目か、加算項目か、が符号でわかるようにする。
- ② ①を実施するにあたり、卸・小売各社の経理部門の了解を得る。

3. 支払合計・・・ 支払内容 3000番代(3001支払合計～)

● 1. の支払対象総額に対し、2. の相殺総額を±し、最終支払額をお知らせする。

2. メッセージ項目解説

(7) 区分 2) 請求・支払に関する区分 ③ 支払内容／支払内容(個別)

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

支払データの構造と例

⇒ 支払内容(個別)を使って取引内容を明確にする

支払内容群	支払内容 内容、使用目的がわかる。各社共通利用項目。 小売11社マッピング表より基準コードを設定	支払内容(個別) 必須。支払内容の各社明細 コードをセット。	支払内容(個別名称) 必須。支払内容の明細の各社使用名称を セット。
支払明細 支払内容コード* 1000番代	1001: 仕入明細	101	仕入
	1001: 仕入明細	102	仕入訂正
	1002: 返品明細		
		
相殺明細 支払内容コード* 2000番	2000: 相殺明細(代表コード)	030	月額基本料
	2000: 相殺明細(代表コード)	031	伝票処理料
	2000: 相殺明細(代表コード)	144	関東RDC配送代行手数料

支払合計 支払内容コード* 3000番代	3001: 相殺前支払額	101	仕入合計
	3001: 相殺前支払額	102	返品合計
	3002: 相殺合計		
	3003: 支払額		

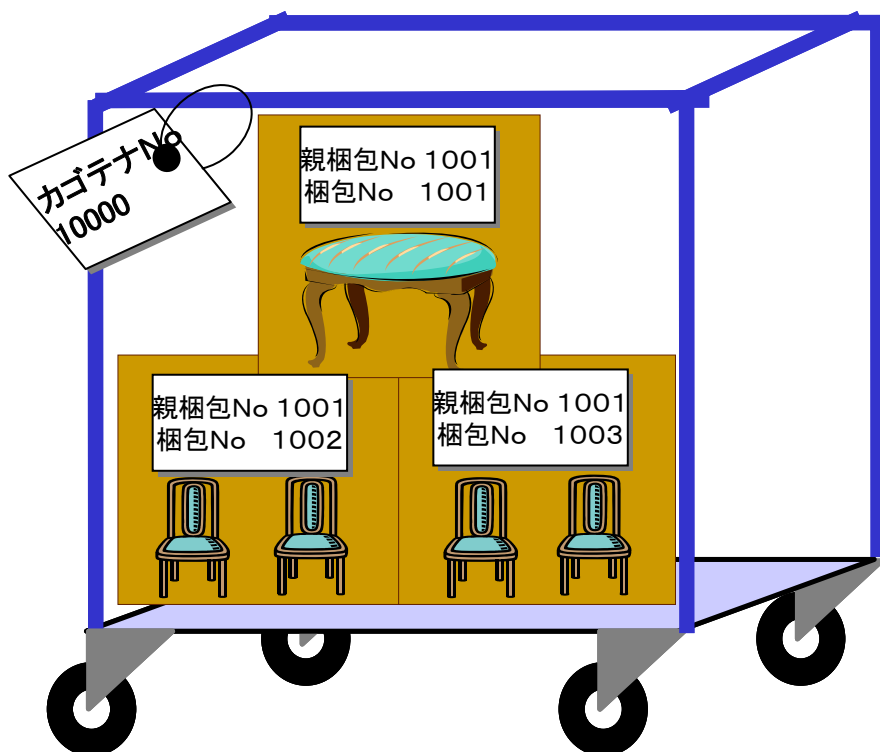
2. メッセージ項目解説

(8) 梱包情報 1) カゴテナNo／親梱包No／梱包No

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

カゴテナNo、親梱包No、梱包Noの関係は下記の通り。

親梱包となる梱包の梱包Noを親梱包Noとすることで、複数の梱包が一組の商品であることをわかるようにする。



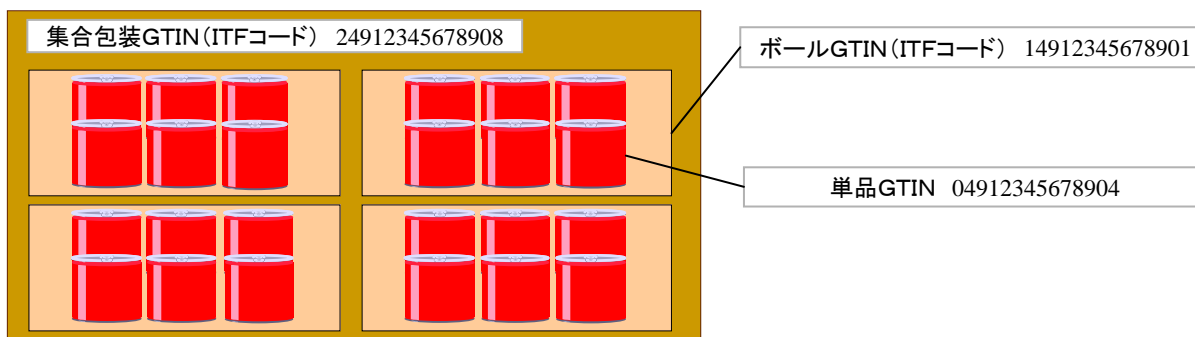
項目	必須／任意	セット例
<物流関連指示>		
出荷総梱包数	必須	3
カゴテナNo	任意	10000
<出荷梱包内容>		
親梱包No	任意	1001
梱包No		1001
<取引明細>		
取引番号(発注・返品)	必須	90001
取引明細番号(発注・返品)	必須	01
⋮		
<出荷梱包内容>		
親梱包No	任意	1001
梱包No		1002
<取引明細>		
取引番号(発注・返品)	必須	90001
取引明細番号(発注・返品)	必須	02
⋮		
<出荷梱包内容>		
親梱包No	任意	1001
梱包No		1003
<取引明細>		
取引番号(発注・返品)	必須	90001
取引明細番号(発注・返品)	必須	03

2. メッセージ項目解説

(8) 梱包情報 2) 出荷ケース数／ITF(集合包装GTIN)入数

出荷ケース数とは、出荷(梱包)単位の出荷数のことである。出荷(梱包)データ内のITFレコードにセットする。
ITF(集合包装GTIN)入数は、この正梱内に商品コード(発注用)がいくつあるかということであり、商品コード(発注用)がボールであればケース内ボール数、バラであればケース内バラ数のことを表す。

出荷ケース数、ITF(集合包装GTIN)入数の関係を図・表で表すと下記の通りとなる。



例1) 商品コード(発注用)がバラ(単品GTIN)の場合

発注単位6で10ボール60個発注があがり、2ケースはケースで納品、2ボールはオリコンで納品した。

	梱包NO	ITFコード	出荷ケース数	ITF入数	伝票NO	商品コード	発注単位	発注数量 (バラ)	発注数量 (単位数)	出荷数量 (バラ)	出荷数量 (単位数)
梱包情報	01202924...(オリコン)				3334231	04912345678904	6	60	10	12	2
ITF情報		24912345678908	2	24	3334231	04912345678904	6	60	10	48	8

例2) 商品コード(発注用)がボール(ボールGTIN)の場合

発注単位1で10ボール10個発注があがり、2ケースはケースで納品、2ボールはオリコンで納品した。

	梱包NO	ITFコード	出荷ケース数	ITF入数	伝票NO	商品コード	発注単位	発注数量 (バラ)	発注数量 (単位数)	出荷数量 (バラ)	出荷数量 (単位数)
梱包情報	01202924...(オリコン)				3334231	14912345678901	1	10	10	2	2
ITF情報		24912345678908	2	4	3334231	14912345678901	1	10	10	8	8

2. メッセージ項目解説

(9) 物流ラベル印字情報

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

■ 物流ラベル等印字項目の概要

「標準物流ラベル／付帯帳票」に対応するメッセージ項目として、新たに流通BMSに追加された項目を下記に示す。

項目名称	流通 BMS 項番	属性	桁数	備考
バーコード情報	66	数字	MAX13	物流ラベルに印字するバーコードを入力する汎用項目
最終納品先略称(印字用)	67	文字	MAX5	最終納品先(店舗)の”略称”
カテゴリー名称1(印字用)	68	文字	MAX5	物流ラベルの「カテゴリー名称1」に使用する”名称”
カテゴリー名称2(印字用)	69	文字	MAX5	物流ラベルの「カテゴリー名称2」に使用する”名称”
ラベル自由使用欄(印字用)	233	文字	MAX60	既存の「自由使用欄」とは別の「物流業務専用の自由使用欄」
ラベル自由使用欄半角カナ(印字用)	234	文字	MAX60	既存の「自由使用欄」とは別の「物流業務専用の自由使用欄」

《項目が追加されたメッセージ》

対象メッセージ	引継項目
発注メッセージ	—
出荷メッセージ	発注
出荷梱包(紐付けあり)メッセージ	発注
出荷梱包(紐付けなし)メッセージ	発注
受領メッセージ	発注

※詳細は「スーパー業界 流通ビジネスメッセージ標準対応 物流ラベル運用ガイドライン」平成20年度第1.0版を参照

IV. メッセージ別項目セットの方法

1. TA型伝票を踏襲したメッセージ項目の引継ぎ

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

発注・出荷・受領メッセージ間における項目の引継ぎについて、一部例を示す。
赤字の部分については、前のメッセージでセットされた値が後のメッセージに引き継がれる。
なお、項目の引継ぎに関する詳細については、別添資料「メッセージ引継項目一覧」を参照。

発注

<支払法人>
支払法人コード
<発注者>
発注者コード

<取引>
取引番号 : 1000001
請求取引先コード
取引先コード
<取引内容>
発注日 : 2007年1月18日
計上日 : 2007年1月20日(予定日)
<取引合計>
原価金額合計 : 5,000円
数量合計 : 5

<取引明細>
商品コード(発注用)
原価金額 : 1,000円
発注数量(バラ) : 5

<取引明細>
.....

出荷

<支払法人>
支払法人コード
<発注者>
発注者コード

<取引>
取引番号 : 1000001
請求取引先コード
取引先コード
<取引内容>
発注日 : 2007年1月18日
計上日 : 2007年1月20日(予定日)
<取引合計>
原価金額合計 : 4,000円(再計算)
数量合計 : 4 (再計算)

<取引明細>
商品コード(発注用)
原価金額 : 1,000円
発注数量(バラ) : 5
出荷数量(バラ) : 4
欠品数量(バラ) : 1

<取引明細>
.....

受領

<支払法人>
支払法人コード
<発注者>
発注者コード

<取引>
取引番号 : 1000001
請求取引先コード
取引先コード
<取引内容>
発注日 : 2007年1月18日
計上日 : 2007年1月23日(確定日)
<取引合計>
原価金額合計 : 3,000円(再計算)
数量合計 : 3 (再計算)

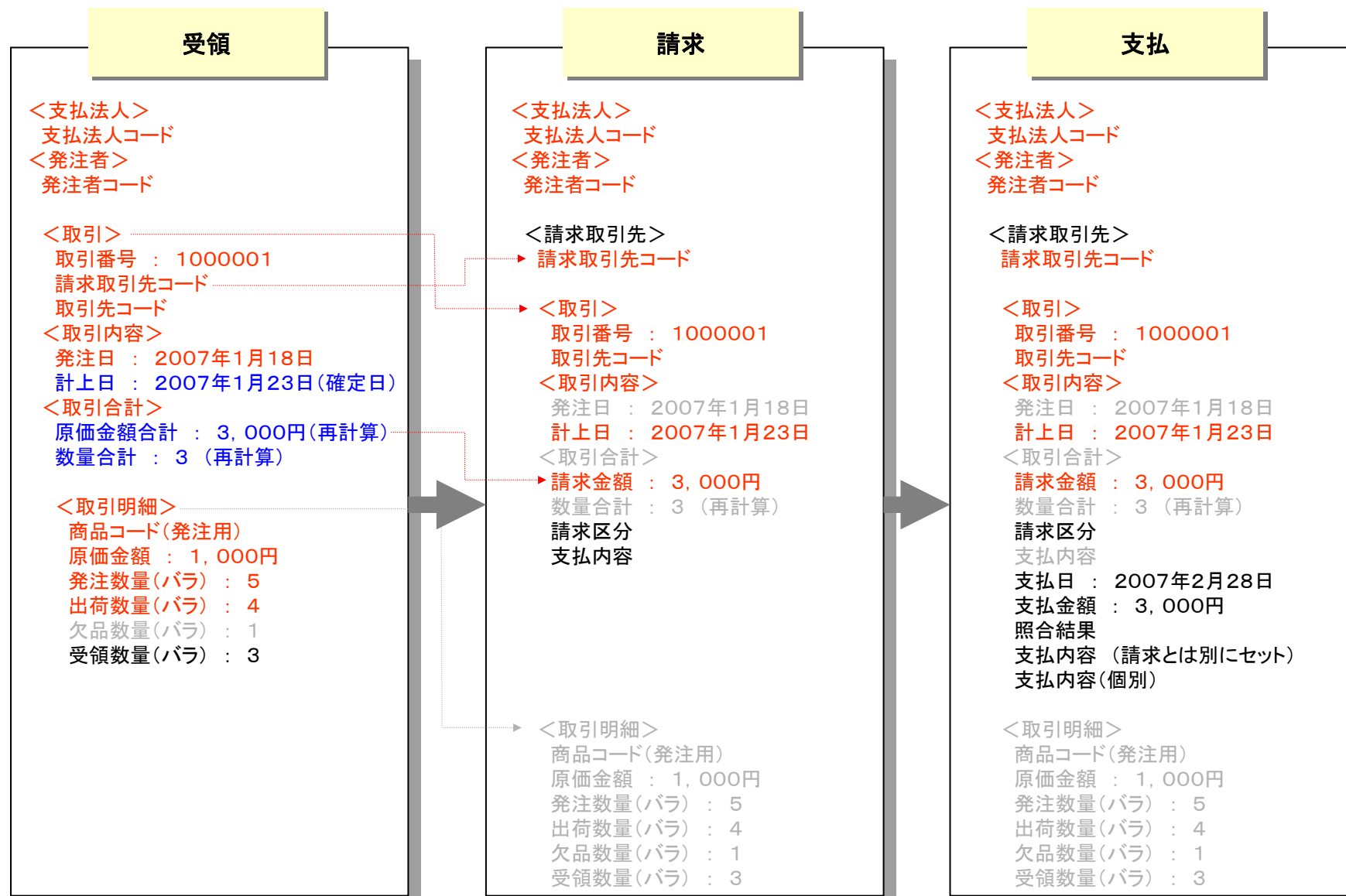
<取引明細>
商品コード(発注用)
原価金額 : 1,000円
発注数量(バラ) : 5
出荷数量(バラ) : 4
欠品数量(バラ) : 1
受領数量(バラ) : 3

<取引明細>
.....

■ 赤字は、引継項目 ■ 青字は基本的には引継だが変更する場合もある項目(再計算等) ■ 灰色の字は引き継がない項目

1. TA型伝票を踏襲したメッセージ項目の引継ぎ

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業



■ 赤字は、引継項目 ■ 青字は基本的には引継だが変更する場合もある項目(再計算等) ■ 灰色の字は引き継がない項目

2. 伝票との関連例

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

伝票のイメージ

A	B	C	D	チェーンストア統一伝票(ターンアラウンド2型) 仕入伝票①				訂正区分	実納品日	E			
社名	スーパーアイビ		社・店コード	分類コード	伝票区分	伝票番号	取引先コード	取引先名	コダイラシヨクヒン	発注日		納品日	便
店名	サイタマセンター		01		01	① 1000001	899999			06:06:28	06:06:29	0:0	

品名・規格	商品コード	色／入数	サイズ／ケース	単位	数量	行	訂正後数量	引合／区分	原単価	原価金額	売単価	備考(売価金額)
⑦ コダイラカップ ホンカクテキコンクリーム	⑥ 4902106843603	⑬ 5	⑭ 1	⑮ コ	⑫ 5	⑤ 1			⑧ 310	⑨ 1550	⑩ 498	⑪ 2490
コダイラモツクスープ	4901990126236	6	2	コ	12	2			298	3580	458	5496
コダイラセイトクコンノホタージュスープ	4902471059999	5	3	コ	15	3			157	2354	258	3870
						4						
						5						
						6						
						7						
						8						
						9				②		③
F	H	L			④ 32			合計	原価金額合計	7484	売価金額合計	11856

G	I	J	K	訂正後原価金額合計				訂正後売価金額合計			

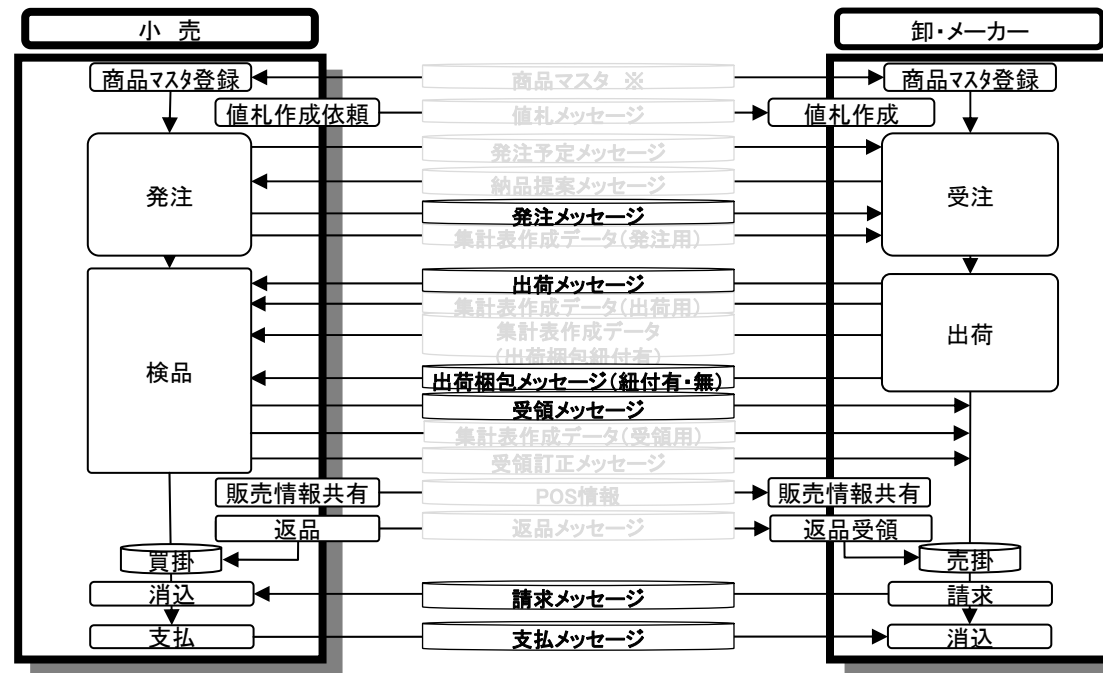
2. 伝票との相関例

前頁、伝票の 部分とメッセージ部分の相関を表すと下記の図の通りとなる。

なお、印字する場合、伝票使用時は桁溢れしないよう、相対で取り決めを行う。

	項目	必須／任意	桁数	セット例	備考
	<取引>				
①	取引番号(発注・返品)	必須	MAX10	1000001	
	⋮				
	<取引合計>				
②	原価金額合計	任意	MAX10	7484	
③	売価金額合計	任意	MAX10	11856	
④	数量合計	任意	MAX6	32	
	⋮				
	<取引明細>				
⑤	取引明細番号(発注・返品)	必須	MAX4	01	
	⋮				
	<商品>				
⑥	商品コード(発注用)	必須	MAX14	4902106843603	伝票は13桁のため、GTINを印字する場合は桁数がオーバー
⑦	商品名カナ	任意	MAX25	コダ'イラカップ' ホンカクテキ コーンクリーム	
	<原価>				
⑧	原単価	必須	MAX10	310.08	伝票は8桁のため、原単価(MAX10桁)を印字する場合、桁数がオーバー
⑨	原価金額	必須	MAX10	1550	伝票は9桁のため、原価金額(MAX10桁)を印字する場合、桁数がオーバー
	<売価>				
⑩	売単価	必須	MAX10	498	伝票は6桁のため、売単価(MAX10桁)を印字する場合、桁数がオーバー
⑪	売価金額	必須	MAX10	2490	伝票は9桁のため、売価金額(MAX10桁)を印字する場合、桁数オーバー
	<発注数量>				
⑫	発注数量(バラ)	必須	MAX7	5	伝票は6桁のため、発注数量バラ(MAX7桁小数2桁)を印字する場合、桁数がオーバー
⑬	発注単位	必須	MAX4	5	伝票は7桁のため、カラー名称(MAX20桁)印字する場合、桁数がオーバー
⑭	発注数量(発注単位数)	必須	MAX6	1	伝票は5桁のため、サイズ名称(MAX30桁)を印字する場合、桁数がオーバー
⑮	発注単位コード	必須	2	00	
	⋮				

発注メッセージ～支払メッセージ



3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(1) 発注メッセージにおける項目セットの方法 1) 支払法人、発注者、計上部署、計上日

支払法人 (請求先)	社に	発注者 (納入先)	社	計上部署	部署	に納品した商品代を、
原則、						
		計上日 (受領データ)		を決済日として、請求／支払を行う。		

支払法人	発注者	直接納品先 (直接納品日)	最終納品先 (最終納品日)	計上部署 (計上日)	請求の方法
A社	A社	C店 (店着日)	C店 (店着日)	C店 (店着日)	A社にA社C店に納品した商品代を請求する
B社	A社	C店 (店着日)	C店 (店着日)	C店 (店着日)	B社にB社のグループ会社であるA社C店に納品した商品代を請求する
A社	A社	Dセンター (センター着日)	C店 (店着日)	Dセンター (センター着日)	A社にA社Dセンターに納品した商品代を請求する
B社	A社	Dセンター (センター着日)	C店 (店着日)	Dセンター (センター着日)	B社にB社のグループ会社であるA社Dセンターに納品した商品代を請求する
A社	A社	Dセンター (センター着日)	C店 (店着日)	C店 (店着日)	A社にA社C店に納品した商品代を請求する
B社	A社	Dセンター (センター着日)	C店 (店着日)	C店 (店着日)	B社にB社のグループ会社であるA社C店に納品した商品代を請求する
A社	A社	Dセンター (センター着日)	Dセンター (センター着日)	Dセンター (センター着日)	A社にA社Dセンターに納品した商品代を請求する
B社	A社	Dセンター (センター着日)	Dセンター (センター着日)	Dセンター (センター着日)	B社にB社のグループ会社であるA社Dセンターに納品した商品代を請求する

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

(1) 発注メッセージにおける項目セットの方法

2) 納品経路、通過在庫区分、納品区分

一般的な 納品 プロセス パターン ※	納品ルート	発注 形態	納品形態	直接納品先 (直接納品日)	最終納品先 (最終納品日)	計上部署【注】 (計上予定日)	発注者	納品 経路	通過在 庫区分	納品 区分	出荷メッセージ タイプ
①	店舗直納 (取引先→店舗)	店別	店別仕分 納品	店 ----- 店着日	店 ----- 店着日	店 ----- 店着日	会社	01 店舗 直納	00 無指 定	02 店別 納品	出荷メッセージor 出荷梱包メッセージ
②	通過型センター に納品 (取引先→ 小売TC→ 店舗)	店別	店別仕分 納品	センター ----- センター着日	店 ----- 店着日	店orセンター ----- 店orセンター着日	会社	02 センター 納品	01 TC	02 店別 納品	出荷メッセージor 出荷梱包メッセージ
③		店別	総量納品	センター ----- センター着日	店 ----- 店着日	店orセンター ----- 店orセンター着日	会社	02 センター 納品	01 TC	03 総量 納品	出荷メッセージ
④		総量	総量納品	センター ----- センター着日	センター ----- センター着日	センター ----- センター着日	会社	02 センター 納品	01 TC	03 総量 納品	出荷メッセージ
⑤	在庫型センター に納品 (取引先→ 小売DC)	総量	買取DC ＜総量納品＞	センター ----- センター着日	センター ----- センター着日	センター ----- センター着日	会社	02 センター 納品	03 買取 DC	03 総量 納品	出荷メッセージ
⑥		—	預りDC ＜総量納品＞	(次頁 参照)							

【注】 計上部署と計上予定日は、あくまで商習慣を踏まえ、小売と取引先の事前の売買契約に基づきセットされる。

※ 一般的な納品プロセスパターンについては、

“Ⅱ. 業務プロセスモデル 2. 対象業務プロセス(1)業務プロセス 2)一般的な納品プロセスパターン”を参照。

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

【参考】預りDCから納品する場合

預りDCは、卸・メーカーが、小売のセンターあるいは、小売が卸に運営委託しているセンターに予め商品を卸・メーカー在庫として、保管しておくビジネスモデルのことを指す。この時に、納品に関するメッセージ種を下記のように定義づける。

- ① 発注 → 預りDCの取引先在庫から出荷することを告知する(出荷した結果ではない)。
- ② 受領 → ①のデータを元にセンター出荷(小売が受領<仕入計上>)した結果を告知するデータ。

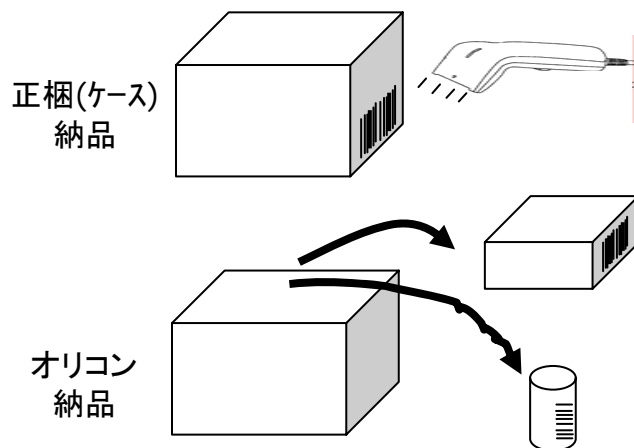
【①データにおける各項目のセット方法】

納品ルート	メッセージ種	納品形体	直接納品先 (直接納品日)	最終納品先 (最終納品先)	計上部署【注】 (計上予定日)	支払法人	納品経路	通過在庫区分	納品区分	出荷メッセージタイプ
このデータに対し卸メーカーからの納品はされない。	発注	—	センター	店	店	会社	03 小売預り 在庫より 出荷	00 無指定	03 直接納 品なし	なし
			(店着日)※	店着日	店着日					

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(2) 出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

① 基本的な考え方



小売側の検品は納品された商品に印字されている
バーコードシンボルをスキャンし、卸・メーカー側が出
荷メッセージにセットした”出荷荷姿情報”と合わせる
ことによって行う。

よって、卸・メーカーは実際の出荷形態と合った情報を
“出荷荷姿情報”にセットする必要がある。

“出荷荷姿情報”として、「ITFコード(集合包装GTIN)」「
出荷荷姿コード」「出荷数量(出荷荷姿数)」をセットす
る。

<出荷荷姿情報のセットが不要なケースについて>

“出荷荷姿情報”のセットは、集合包装GTINの不一致型が導入されても事前のマスター登録なしで検品できる現行運用を担保するため必要である。事前にマスター登録するなどして検品環境が整っている場合はセットを省略*できる。

*「ITFコード(集合包装GTIN)」「出荷荷姿コード」「出荷数量(出荷荷姿数)」を括っている<出荷荷姿情報>がスキーマ上“0回以上繰り返し”なので、「ITFコード(集合包装GTIN)」「出荷荷姿コード」「出荷数量(出荷荷姿数)」のセットは省略することができる。出荷メッセージの階層構造を参照。

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(2) 出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

② セットにおける注意点

「ITFコード(集合包装GTIN)」「出荷荷姿コード」「出荷数量(出荷荷姿数)」をセットする際の注意点は以下の通り。セット方法の詳細については、③～⑤を参照。

・「ITFコード(集合包装GTIN)」

商品に印字されているバーコードシンボルに対応したコードをセットする。セット可能なコードは原則ITF14(集合包装GTIN)、ITF16(2010年3月までの暫定措置)とする。

場合によっては小売、卸双方合意の上、ITFコード(集合包装GTIN)を使わず、購入単位GTIN(GTIN13<前0のついたJAN>)換算での表現でも可とする。

例1) 外箱に集合包装GTIN、ITF16が印字されていない場合

例2) セット商品(1ケースに複数の商品がアソートしてあるもの)の場合

・「出荷荷姿コード」

実際に出荷された荷姿をセットする。 ケース、ボール、バラ 等

※小売側が実包装形態にそった発注単位を設定している場合に限り、荷姿を明示するために、発注データ上の「発注荷姿コード」をセットすることがあるが、これは卸・メーカー側の出荷形態を指定するものではない。卸・メーカー側は、実際に出荷した荷姿を「出荷荷姿コード」にセットする

・「出荷数量(出荷荷姿数)」

実際に出荷された荷姿の数をセットする。

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(2) 出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

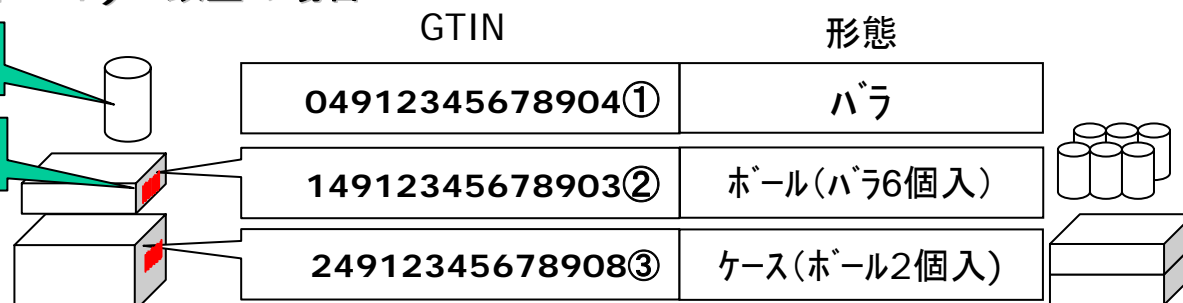
経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

③ GTIN(集合包装用商品コード)一致型の場合

JAN: 4912345678904

ITF: 14912345678903

小売の発注コードは
購入単位GTIN
(GTIN13<前OJAN>)



発注データ上でセット					実納品形態に基づき出荷データ上でセット			
商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量 (発注 単位数)	発注 数量 (バラ)	出荷 数量 (バラ)	ITFコード (納品時判別用として、 集合包装用GTIN または購入単位のGTIN)	出荷数量 (出荷 荷姿数)	納品 荷姿
04912345678904	1		1	1	1	04912345678904①	1	バラ
	1		6	6	6	14912345678903②	1	ボール
	1		12	12	12	24912345678908③	1	ケース

※発注荷姿が指定されていても、その荷姿で納品する必要はない

04912345678904	6		1	6	6	04912345678904①	6	バラ
----------------	---	--	---	---	---	-----------------	---	----

※購入単位GTIN換算で表現した場合(本来納品はボール荷姿だが、ボール外箱にGTINシンボルが符番されていなかった 等のケース)

04912345678904	6	ボール	2	12	12	24912345678908③	1	ケース
----------------	---	-----	---	----	----	-----------------	---	-----

※1発注に対して、納品形態が複数(例:ケースとボール)となった場合は、それぞれのGTINをセット。(1:N)

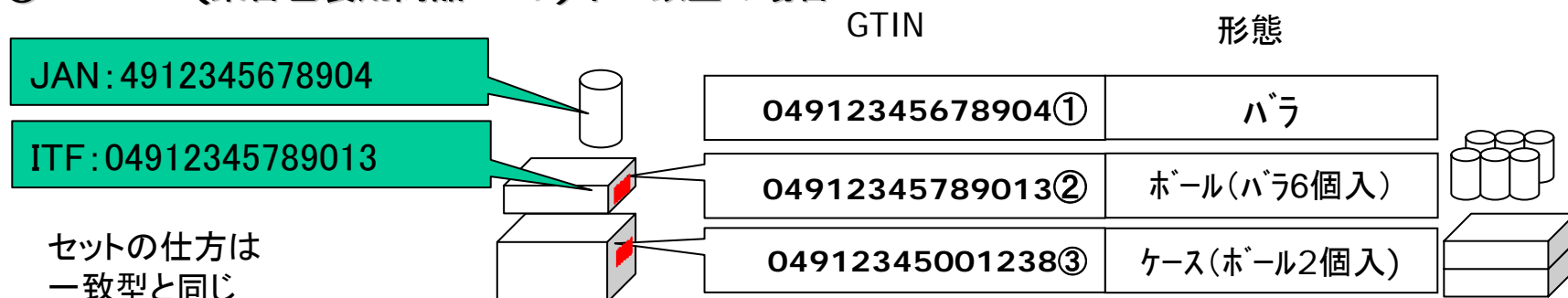
04912345678904	6		3	18	18	24912345678908③	1	ケース
						14912345678903②	1	ボール

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(2) 出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

④ GTIN(集合包装用商品コード)不一致型の場合



発注データ上でセット					実納品形態に基づき出荷データ上でセット			
商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量(発 注 単位数)	発注 数量 (バラ)	出荷 数量 (バラ)	ITFコード (納品時判別用として、 集合包装用GTIN または購入単位のGTIN)	出荷数量 (出荷 荷姿数)	納品 荷姿
04912345678904	1		1	1	1	04912345678904①	1	バラ
	1		6	6	6	04912345789013②	1	ボール
	1		12	12	12	04912345001238③	1	ケース

※購入単位GTIN換算で表現した場合(本来納品はボール荷姿だが、ボール外箱にGTINシンボルが符番されていない等)のケース

04912345678904	6		1	6	6	04912345678904①	6	バラ
----------------	---	--	---	---	---	-----------------	---	----

※発注荷姿が指定されていても、その荷姿で納品する必要はない

04912345678904	6	ボール	2	12	12	04912345001238③	1	ケース
----------------	---	-----	---	----	----	-----------------	---	-----

※1発注に対して、納品形態が複数(例:ケースとボール)となった場合は、それぞれのGTINをセット。(1:N)

04912345678904	6		3	18	18	04912345001238 ③	1	ケース
						04912345789013 ②	1	ボール

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(2) 出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

⑤ 缶ビール等 ケース販売商品の例

その1: GTIN導入後 …「ITFコード」にはGTINをセットする

JAN: 4912345678904



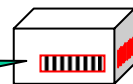
GTIN

形態

04912345678904①

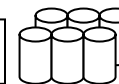
バラ

JAN: 4912345789013
ITF: 04912345789013

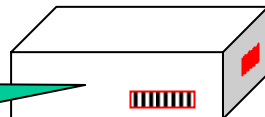


04912345789013②

バラ6個入＝ホール

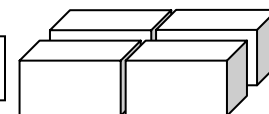


JAN: 4912345001238
ITF: 04912345001238



04912345001238③

ホール4個入＝ケース



発注データ上でセット

実納品形態に基づき出荷データ上でセット

商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量 (発注 単位数)	発注 数量 (バラ)	出荷 数量 (バラ)	ITFコード※1	出荷数 量(出荷 荷姿数)	納品 荷姿
04912345678904(1缶)	24		1	24	24	04912345001238③	1	ケース
04912345789013(6缶パック)	4		1	4	4	04912345001238③	1	ケース
04912345001238(24缶ケース)	1		1	1	1	04912345001238③	1	ケース
04912345678904(1缶)	6	ホール	1	6	6	04912345789013②	1	ホール
04912345678904(1缶)	6	ホール	4	24	24	04912345001238③	1	ケース

※1: GTIN導入後においては、「GTIN」をセットする

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(2) 出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

⑤ 缶ビール等 ケース販売商品の例

その2: GTIN導入前 …「ITFコード」にはITFをセットする

JAN: 4912345678904



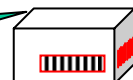
購入単位GTIN/ITF14

形態

04912345678904①

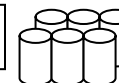
バラ

JAN: 4912345789013
ITF: 14912345678903

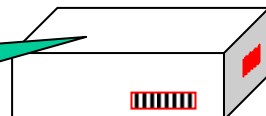


14912345678903②

バラ6個入＝ホール

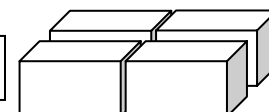


JAN: 4912345001238
ITF: 24912345678908



24912345678908③

ホール4個入＝ケース



発注データ上でセット

実納品形態に基づき出荷データ上でセット

商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量 (発注 単位数)	発注 数量 (バラ)	出荷 数量 (バラ)	ITFコード※2	出荷数量 (出荷 荷姿数)	納品 荷姿
04912345678904(1缶)	24		1	24	24	24912345678908③	1	ケース
04912345789013(6缶パック)	4		1	4	4	24912345678908③	1	ケース
04912345001238(24缶ケース)	1		1	1	1	24912345678908③	1	ケース
04912345678904(1缶)	6	ホール	1	6	6	14912345678903②	1	ホール
04912345678904(1缶)	6	ホール	4	24	24	24912345678908③	1	ケース

※2: GTIN導入前においてはITFとケースJANで異なるコードが印字されているが、「ITF」をセットする。

*現在移行期であるため、本ページでは、GTIN導入前のケースについて参考までに記載した。GTIN導入後は、GTINのルール「同一の商品(購入単位、集合包装の区別なく)には同一のGTINを付番する」に則り、ケースJANとケースITFは同じコードを印字することになる。

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(3) 出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法

① 基本的な考え方

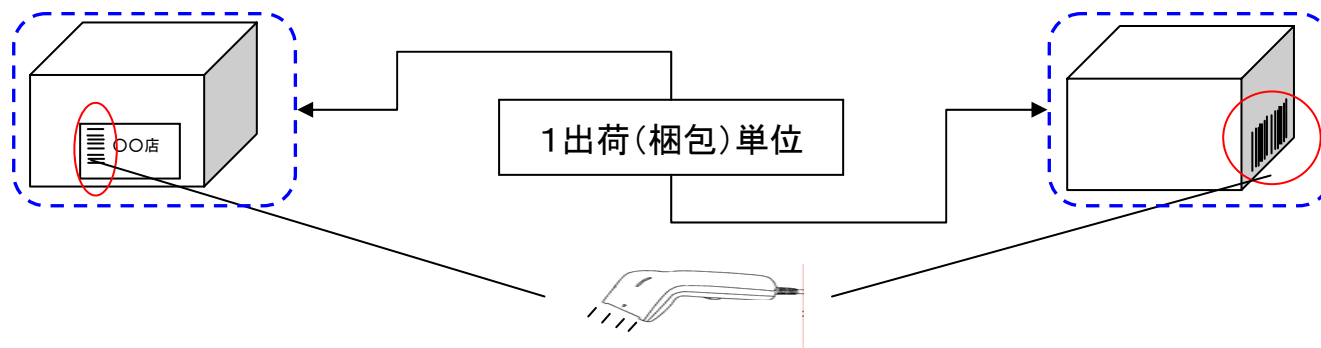
小売側はSCMラベルに印字されているバーコードをスキャンし、メッセージの梱包NOを消しこむことによって個口検品行う。

ただし、総量納品等でラベル印字を小売で行う場合は、商品に印字されているバーコードシンボルをスキャンし、メッセージのITF情報を消しこんでいく。

ITF情報には「ITFコード(集合包装GTIN)」、「出荷ケース数」、「ITF入数(集合包装GTIN入数)」をセットする。

ラベル添付納品
<オリコン、正梱(ケース)>

ラベル未添付納品
<正梱(ケース)>



3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(3) 出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法

② セットにおける注意点

「ITFコード(集合包装GTIN)」、「出荷ケース数」、「ITF入数(集合包装GTIN入数)」をセットする際の注意点は以下の通り。セット方法の詳細については、③～⑤を参照。

・「ITFコード(集合包装GTIN)」

商品に印字されているバーコードシンボルに対応したコードをセットする。セット可能なコードは原則ITF14(集合包装GTIN)、ITF16(2010年3月までの暫定措置)とする。

場合によっては小売、卸双方合意の上、ITFコード(集合包装GTIN)を使わず、購入単位GTIN(GTIN13<前0のついたJAN>)換算での表現でも可とする。

例1) 外箱に集合包装GTIN、ITF16が印字されていない場合

例2) セット商品(1ケースに複数の商品がアソートしてあるもの)の場合

・「出荷ケース数」

出荷(梱包)単位の出荷数をセットする。

・「ITF入数(集合包装GTIN入数)」

出荷(梱包)単位に発注した商品コードを持つ商品がいくつあるかということ。いわゆるケース入数。

<「出荷荷姿」について>

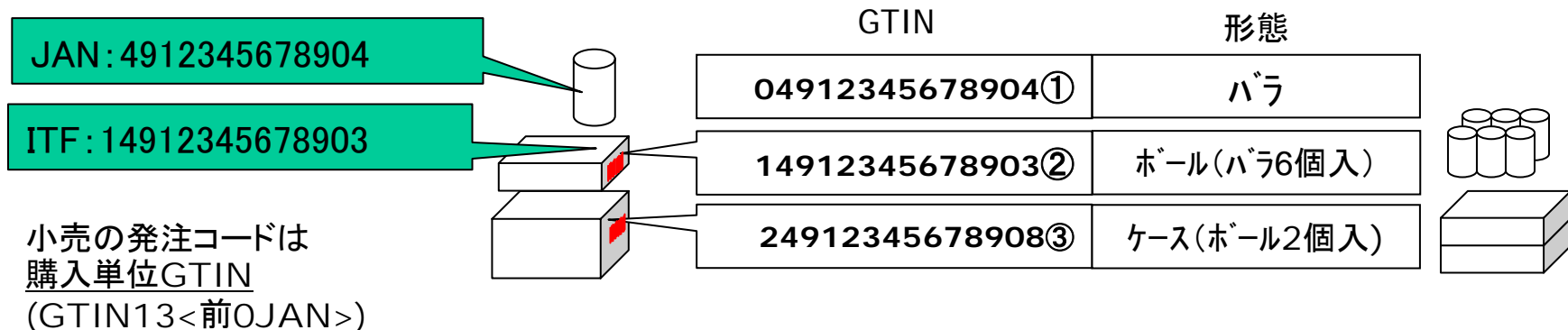
・出荷梱包メッセージでは出荷荷姿の項目はないが、双方の物流施設、検品の仕方といった運用によって出荷荷姿が取り決められる。

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(3) 出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

③ GTIN(集合包装用商品コード)一致型の場合



発注データ上でセット					実納品形態に基づき出荷データ上でセット			
商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量(発 注 単位数)	発注 数量 (バラ)	出荷 数量 (バラ)	ITFコード (納品時判別用として、 集合包装用GTIN または購入単位のGTIN)	出荷 ケース 数	ITF 入数(集合 包装GTIN 入数)
04912345678904	1		1	1	おそらくこの場合は、オリコン納品され、ITF情報は使用しない			
	1		6	6	6	14912345678903②(運用上ボール荷姿のままの 納品が許可されている場合:ほとんど発生しない)	1	6
	1		12	12	12	24912345678908③	1	12

※1発注に対して、納品形態が複数(例:ケースとボール)となった場合

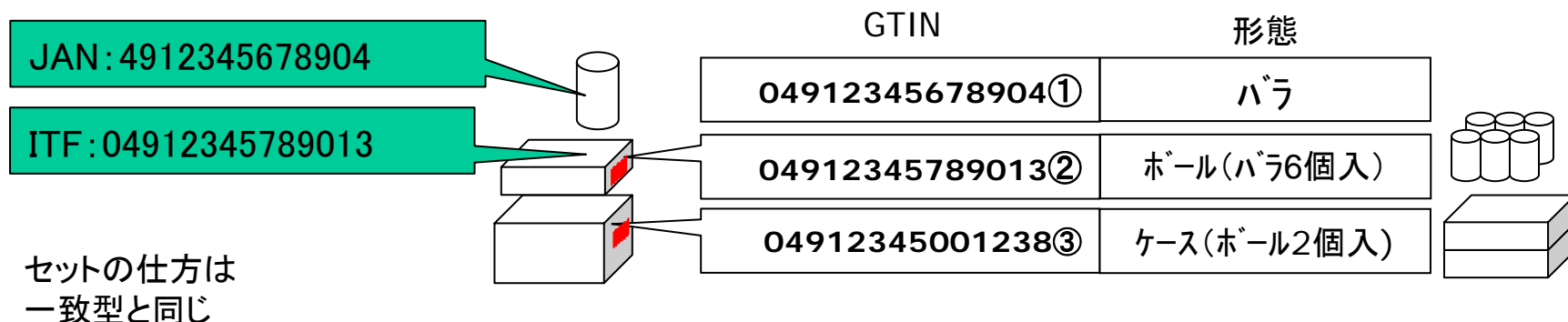
04912345678904	6		3	18	12	24912345678908③	1	12
04912345678904	6		3	18	6	14912345678903②(運用上ボール荷姿のままの 納品が許可されている場合:ほとんど発生しない)	1	6

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(3) 出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

④ GTIN(集合包装用商品コード)不一致型の場合



発注データ上でセット					実納品形態に基づき出荷データ上でセット			
商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量(発 注 単位数)	発注 数量 (バラ)	出荷 数量 (バラ)	ITFコード (納品時判別用として、 集合包装用GTIN または購入単位のGTIN)	出荷 ケース 数	ITF 入数(集合 包装GTIN 入数)
04912345678904	1		1	1	おそらくこの場合は、オリコン納品され、ITF情報は使用しない			
	1		6	6	6	04912345789013②(運用上ボール荷姿のままの 納品が許可されている場合:ほとんど発生しない)	1	6
	1		12	12	12	04912345001238③	1	12

※1発注に対して、納品形態が複数(例:ケースとボール)となった場合

04912345678904	6		3	18	12	04912345001238③	1	12
04912345678904	6		3	18	6	04912345789013②(運用上ボール荷姿のままの 納品が許可されている場合:ほとんど発生しない)	1	6

3. 発注メッセージ～支払メッセージ (3)出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

⑤ 缶ビール等 ケース販売商品の例

その1: GTIN導入後…「ITFコード」にはGTINをセットする

GTIN		形態
JAN:4912345678904		04912345678904① バラ
JAN:4912345789013 ITF:04912345789013		04912345789013② バラ6個入＝ボール 
JAN:4912345001238 ITF:04912345001238		04912345001238③ ボール4個入＝ケース 

発注データ上でセット					実納品形態に基づき出荷データ上でセット			
商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量 (発注 単位数)	発注 数量 (バラ)	出荷 数量 (バラ)	ITFコード※1	出荷 ケース 数	ITF 入数(集 合包装 GTIN入 数)
04912345678904(1缶)	24		1	24	24	04912345001238③	1	24
04912345789013(6缶パック)	4		1	4	4	04912345001238③	1	4
04912345001238(24缶ケース)	1		1	1	1	04912345001238③	1	1
04912345678904(1缶)	6	ボール	1	6	6	04912345789013②(運用上ボール荷姿のままの納品が許可されている場合:ほとんど発生しない)	1	6
04912345678904(1缶)	6	ボール	4	24	24	04912345001238③	1	24

※1: GTIN導入後においては、「GTIN」をセットする

出荷(梱包)単位に発注した商品コード(購入単位のGTIN)を持つ商品の数

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(3) 出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

⑤ 缶ビール等 ケース販売商品の例

その2: GTIN導入前 * …「ITFコード」にはITFをセットする

JAN: 4912345678904		購入単位GTIN/ITF14	形態
		04912345678904①	バラ
JAN: 4912345789013 ITF: 14912345678903		14912345678903②	バラ6個入＝ボール
JAN: 4912345001238 ITF: 24912345678908		24912345678908③	ボール4個入＝ケース
			

発注データ上でセット						実納品形態に基づき出荷データ上でセット		
商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量 (発注 単位数)	発注 数量 (バラ)	出荷 数量 (バラ)	ITFコード※2	出荷 ケース 数	ITF 入数
04912345678904(1缶)	24		1	24	24	24912345678908③	1	24
04912345789013(6缶パック)	4		1	4	4	24912345678908③	1	4
04912345001238(24缶ケース)	1		1	1	1	24912345678908③	1	1
04912345678904(1缶)	6	ボール	1	6	6	14912345678903②	1	6
04912345678904(1缶)	6	ボール	4	24	24	24912345678908③	1	24

出荷(梱包)単位に発注した商品コード(購入単位のGTIN)を持つ商品の数

※2: GTIN導入前においてはITFとケースJANで異なるコードが印字されているが、「ITF」をセットする。

・現在移行期であるため、本ページでは、GTIN導入前のケースについて参考までに記載した。GTIN導入後は、GTINのルール「同一の商品(購入単位、集合包装の区別なく)には同一のGTINを付番する」に則り、ケースJANとケースITFは同じコードを印字することになる。

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(4) 納品時の項目セット方法(出荷梱包紐付けあり／なし)

- ① 梱包型(紐付けあり)の出荷メッセージを使用する場合、卸／メーカー側では出荷する梱包毎に梱包ナンバーを付番し、各梱包に入れられる商品と数量をセットする。

発注			出荷梱包(紐付けあり)				
取引番号		0002	梱包No 00000001				
明細番号	商品	発注	取引番号	明細番号	商品	発注	出荷
01	A	50	0002	01	A	50	50
02	B	30	梱包No 00000002				
03	C	70	取引番号	明細番号	商品	発注	出荷
	合計	150	0002	02	B	30	30
			0002	03	C	70	70

※各ケースの梱包ナンバーとケースに入れている商品が紐付けられている。

- ② 出荷梱包(紐付けなし)を使用する場合、出荷する梱包毎に付番された梱包ナンバーと、各梱包に入れられている商品の数量の合計を出荷メッセージ上にセットする。

発注			出荷梱包(紐付けなし)				
取引番号		0002	梱包No 00000001 No 00000002 No 00000003				
明細番号	商品	発注	取引番号	明細番号	商品	発注	出荷
01	A	50	0002	01	A	50	50
02	B	30		02	B	30	30
03	C	70		03	C	70	70
	合計	150					

※使用する梱包No全てを入力する

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

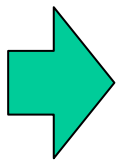
(5) 発注、出荷、受領までの数量訂正の流れ 1) 欠品発生時

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

- ① 卸・メーカー側の欠品による数量修正は出荷データで行う。納品のない場合は出荷ゼロとして作成(行抜けはしない)小売
検品時の数量修正は受領データで行う。出荷数ゼロに対する受領も数量ゼロで作成する。

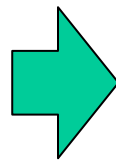
発注

取引番号		0002
明細番号	商品	発注
01	A	5
02	B	6
03	C	7
	合計	18



出荷

取引番号		0002	
明細番号	商品	発注	出荷
01	A	5	5
02	B	6	0
03	C	7	3
	合計	18	8



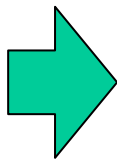
受領

取引番号		0002		
明細番号	商品	発注	出荷	受領
01	A	5	5	5
02	B	6	0	0
03	C	7	3	2
	合計	18	8	7

- ② 卸・メーカー側の欠品により取引番号全体で出荷数ゼロの場合でも、全行ゼロで作成。(発注分に対し、出荷データはすべて
作成する)全行ゼロの出荷に対する小売受領データも数量ゼロで作成する。

発注

取引番号		0003
明細番号	商品	発注
01	A	5
02	B	6
03	C	7
	合計	18



出荷

取引番号		0003	
明細番号	商品	発注	出荷
01	A	5	0
02	B	6	0
03	C	7	0
	合計	18	0



受領

取引番号		0003		
明細番号	商品	発注	出荷	受領
01	A	5	0	0
02	B	6	0	0
03	C	7	0	0
	合計	18	0	0

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(5) 発注、出荷、受領までの数量訂正の流れ 1) 欠品発生時

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

- ③ 出荷梱包メッセージを使用する場合も基本的には同じ考え方。但し、欠品が発生する場合、別途欠品レコードを作成する必要がある。また、商品が複数梱包にまたがる場合があるので、その時の出荷メッセージの発注数をセット方法に注意が必要。

発注

取引番号		0002
明細番号	商品	発注
01	A	5
02	B	6
03	C	7
	合計	18

出荷梱包

梱包No 00000001				
取引番号	明細番号	商品	発注	出荷
0002	01	A	5	2
梱包No 00000002				
取引番号	明細番号	商品	発注	出荷
0002	01	A	5	3
0002	03	C	7	3

受領

取引番号		0002		
明細番号	商品	発注	出荷	受領
01	A	5	5	5
02	B	6	0	0
03	C	7	3	2
	合計	18	8	7

以下欠品レコード

取引番号	明細番号	商品	発注	欠品
0002	02	B	6	6
0002	03	C	7	4

梱包が割れた場合も、
同じ発注数をセットする

$$1 \text{ 取引番号-取引明細番号} \quad \text{発注数量(バラ)} = \text{出荷数量(バラ)} + \text{欠品数量(バラ)}$$

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(5) 発注、出荷、受領までの数量訂正の流れ 1) 欠品発生時

④卸側の欠品により取引番号全体で出荷数ゼロの場合でも、全行欠品レコードとして作成。(発注分に対し、出荷データはすべて作成する)全行ゼロの出荷に対する小売受領データも数量ゼロで作成する。

発注

取引番号		0003
明細番号	商品	発注
01	A	5
02	B	6
03	C	7
	合計	18

出荷梱包

すべて欠品レコード				
取引番号	明細番号	商品	発注	欠品
0003	01	A	5	5
0003	02	B	6	6
0003	03	C	7	7

受領

取引番号		0003		
明細番号	商品	発注	出荷	受領
01	A	5	0	0
02	B	6	0	0
03	C	7	0	0
	合計	18	0	0

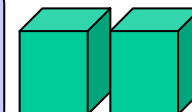
3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(5) 発注、出荷、受領までの数量訂正の流れ 2) 過剰納品発生時

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

過剰納品措置は各社ルールに従う。(通常は過剰商品を返却。受ける場合は、新取引番号の仕入受領データを小売側が作成、または、受領データの受領数に加算する等)

(例) 発注10個なのに、12個
納品された。過剰分の2個も引取る
ことにした。



受領メッセージ

取引番号 (発注・返品)	取引明細番号 (発注・返品)	商品コード(発注用)	発注数量	出荷数量	受領数量	原単価	原価金額	訂正 区分
12345	1	4912345789013	5	3	3	500円	1500円	00
12345	2	4912345678904	10	10	10	100円	1000円	00

受領メッセージ(新規に取引番号を発番して受領)

取引番号 (発注・返品)	取引明細番号 (発注・返品)	商品コード(発注用)	発注数量	出荷数量	受領数量	原単価	原価金額	訂正 区分
67890	1	4912345678904	0	0	2	100円	200円	00

もしくは受領メッセージの受領数を10⇒12に訂正

取引番号 (発注・返品)	取引明細番号 (発注・返品)	商品コード(発注用)	発注数量	出荷数量	受領数量	原単価	原価金額	訂正 区分
12345	1	4912345789013	5	3	3	500円	1500円	00
12345	2	4912345678904	10	10	12	100円	1200円	08

3. 発注メッセージ～支払メッセージ (6) 請求メッセージにおける項目セットの方法

請求明細書のサンプルイメージ

請求明細書

スーパー愛美殿

対象期間2006年4月20日～5月19日

取引明細			
計上日付	取引番号	金額	内容
06/04/20	040976	28,801	支払
06/04/21	041041	34,335	支払
06/04/22	041162	196,153	支払
06/05/01	734222	-2,400	返品
06/04/25	041687	13,000	支払
取引額合計		269,889	

請求額合計	269,889

取引番号	計上部署コード	計上日	請求 符号	請求金額	支払内容
040976	001	06/04/20	+	28,801	1001
041041	002	06/04/21	+	34,335	1001
041162	003	06/04/22	+	196,153	1001
734222	004	06/05/01	-	2,400	1002
041687	005	06/04/25	+	13,000	1001

(7) 支払メッセージにおける項目セットの方法 1) 請求ありの場合

■ 請求ありの場合

支払明細書

株式会社 こだいら食品殿

取引番号	計上部署 コード	計上日	請求 符号	請求 金額	支払 符号	支払 金額	支払 内容	支払内容 (個別) ①	支払内容 (個別名称)	照合 結果
040976	001	06/04/20	+	28,801	+	28,801	1001	0000		01
041041	002	06/04/21	+	34,335	+	34,335	1001	0000		01
041162	003	06/04/22	+	196,153	+	196,153	1001	0000		01
132452	004	06/05/01	+	0	-	1,000	1002	0000		02
734222	005	06/05/01	-	2,400	-	2,400	1002	0000		01
041687	006	06/04/25	+	13,000	+	0	1001	0000		03
0	0	06/05/20	+	0	-	80	2000	0031	普通郵便料	02
0	0	06/05/20	+	0	-	735	2000	0032	振込手数料	02
0	0	06/05/20	+	256,889	+	255,889	3001	0000		00
0	0	06/05/20	+	0	+	12,794	3001	0021	消費税	00
0	0	06/05/20	+	0	-	815	3002	0000		00
0	0	06/05/20	+	0	+	267,868	3003	0000		00

支払内容コードリスト

1001	仕入明細
1002	返品明細
1003	移動明細
1004	値引明細
1005	委託明細
2000	相殺明細(代表コード)
3001	相殺前支払額
3002	相殺合計
3003	支払額

照合結果コードリスト

00	無指定
01	請求照合分支払
02	請求のない返品・値引・相殺
03	再調査請う
04	計上払対象

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(7) 支払メッセージにおける項目セットの方法 1) 請求ありの場合

前頁についての説明

- ・支払内容(個別)をセットする必要がない場合は、ダミーとして”0000”をセットし、支払内容(個別)は空欄とする・・・①
- ・支払内容(個別)をセットする必要がある場合は、自社独自のコードを支払内容(個別)にセットし、コードの名称を支払内容(個別名称)にセットする。・・・②
- ・3001相殺前支払合計は、1001～1005の合計値。相殺前支払合計が外税の場合、消費税は3001(相殺前支払合計)の支払内容(個別)を使って表現する・・・③
※消費税は、支払内容(個別)を使って表現するため、メッセージ項目「税額合計金額」は使用しないこととする。
- ・3002相殺額合計は、2000の合計値。相殺額合計が外税の場合、消費税は3002(相殺合計)の支払内容個別を使って表現する。・・・④
- ・3003支払額は、3001(相殺前合計)から3002(相殺合計)を引いた値になる。・・・⑤
- ・3001～3003の照合結果コード欄には、無指定00をセットする。

(7) 支払メッセージのセット方法 2) 請求レスの場合

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

支払明細書のサンプルイメージ

請求レスのため、請求金額は0をセット

請求レスのため、照合結果は
04計上払対象をセット

支払明細書

対象期間2006年4月20日～5月19日

株式会社 こだいら食品殿

[illegible]

請求額	0		
税抜支払額	255,889	支払条件	現金振込
消費税等	12,794	支払額	267,683
相殺前合計	268,683	支払期日	2006年5月31日

取引番号	計上部署コード	計上日	請求 符号	請求 金額	支払 符号	支払 金額	支払 内容	支払内容 (個別)	支払内容 (個別名称)	照合 結果
040976	001	06/04/20	+	0	+	28,801	1001	0000		04
041041	002	06/04/21	+	0	+	34,335	1001	0000		04
041162	003	06/04/22	+	0	+	196,153	1001	0000		04
132452	004	06/05/01	+	0	-	1000	1002	0000		02
734222	005	06/05/01	+	0	-	2,400	1002	0000		02
0	0	06/05/20	+	0	-	80	2000	0031	普通郵便料	02
0	0	06/05/20	+	0	-	735	2000	0032	振込手数料	02
0	0	06/05/20	+	0	+	255889	3001	0000		00
0	0	06/05/20	+	0	+	12794	3001	0021	消費税	00
0	0	06/05/20	+	0	-	815	3002	0000		00
0	0	06/05/20	+	0	+	267868	3003	0000		00

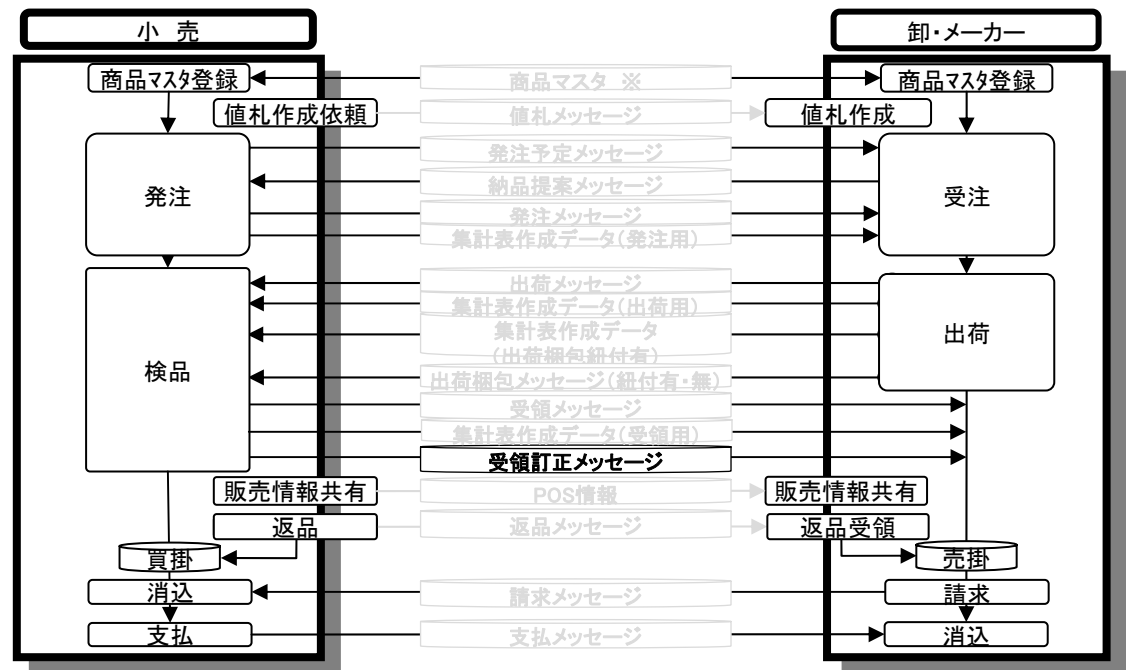
支払内容コードリスト

1001	仕入明細
1002	返品明細
1003	移動明細
1004	値引明細
1005	委託明細
2000	相殺明細(代表コード)
3001	相殺前支払額
3002	相殺合計
3003	支払額

照合結果コードリスト

00	無指定
01	請求照合分支払
02	請求のない返品・値引・相殺
03	再調査請う
04	計上払対象

受領訂正メッセージ



4. 受領訂正メッセージ

(1) 受領訂正メッセージの説明

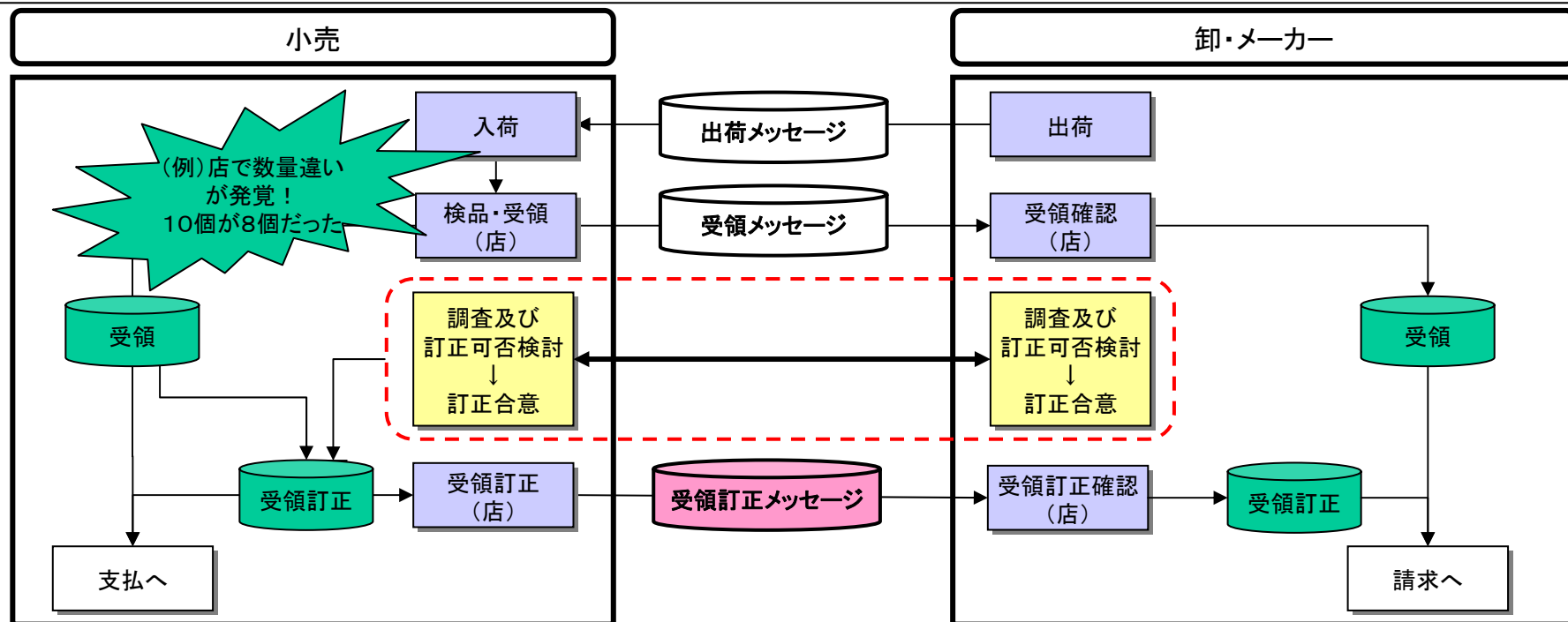
小売店舗、物流センターへの納品に対し、小売受領後に発覚した納品数量不足を把握して、正しい決済を行うために流通BMSで規定された「受領訂正メッセージ」を使用する。

使用する際には、小売・卸双方で調査及び訂正可否検討を行い、両者にて訂正合意がなされた場合のみ可能とする。この時に発生したデータはすべて支払データにのせ、取引行為(受領後の訂正)があったことがわかるようにする。

商品の受渡しと一致した、正しい商品代金決済のために、下記を前提とする。

- ①何に対する訂正なのかがメッセージ上で明確になること(元伝の明確化)。
- ②元の受領データを訂正して再発行しないこと。

上記ルールに基づいた使用ができない企業は、流通BMSで規定された「受領訂正メッセージ」を使用せず、従来通り、当事者間で取り決めたルールに基づき、「紙の伝票」を使用する。



4.受領訂正メッセージ

(2)項目セットの方法 1)同締め期間内である場合

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

セット方法は原則として本資料の通りとするが、実運用の際には相対での確認とする

【受領】計上日:9月10日

取引番号:1234567			
取引明細番号	商品	数量	金額
1	A	5	500
2	B	4	400
3	C	2	200
合計		11	1100

小売受領後
B1個不足
が発覚

【受領訂正】計上日:9月12日

取引番号:1234567又は0987654			
取引付属番号:1234567			
取引付属明細番号:2			
取引明細番号	商品	数量	金額
1又は2	B	1	100
合計		1	100

- ・元となる受領メッセージの取引番号(1234567)、取引明細番号(2)のセットは必須。
- ・上記が守られれば、取引番号は新規番号(0987654)、元伝番号(1234567)どちらでの運用も可とする。
- ・取引明細番号は「(3)項目セットの方法 (取引明細番号)」参照。
- ・数量、金額は不足数、不足金額をセット。

新規番号／元伝番号
運用のどちらの場合も、
受領訂正分を分けて
セットする。

【請求・支払】末日締め

①新規番号運用の場合

9月卸請求			
取引番号	金額符号	金額	支払内容
1234567	+	1100	1001
0987654	-	100	1006

(仕入
明細)
(受領
訂正
明細)

9月小売支払			
取引番号	金額符号	金額	支払内容
1234567	+	1100	1001
0987654	-	100	1006

(仕入
明細)
(受領
訂正
明細)

②元伝番号運用の場合

9月卸請求			
取引番号	金額符号	金額	支払内容
1234567	+	1100	1001
1234567	-	100	1006

(仕入
明細)
(受領
訂正
明細)

9月小売支払			
取引番号	金額符号	金額	支払内容
1234567	+	1100	1001
1234567	-	100	1006

(仕入
明細)
(受領
訂正
明細)

4.受領訂正メッセージ

(2)項目セットの方法 2)締めをまたがる場合

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

セット方法は原則として本資料の通りとするが、実運用の際には相対での確認とする

【受領】計上日:9月30日

取引番号:1234567			
取引明細番号	商品	数量	金額
1	A	5	500
2	B	4	400
3	C	2	200
合計		11	1100

小売受領後

B1個不足
が発覚

【受領訂正】計上日:10月2日

取引番号:1234567又は0987654			
取引付属番号:1234567			
取引付属明細番号:2			
取引明細番号	商品	数量	金額
1又は2	B	1	100
合計		1	100

- ・元となる受領メッセージの取引番号(1234567)、取引明細番号(2)のセットは必須。
- ・上記が守られれば、取引番号は新規番号(0987654)、元伝番号(1234567)どちらでの運用も可とする。
- ・取引明細番号は「(3)項目セットの方法 (取引明細番号)」参照。
- ・数量、金額は不足数、不足金額をセット。

新規番号／元伝番号
運用のどちらの場合も、
10月に受領訂正分の
マイナス請求、マイナス
支払が行われる。

【請求・支払】末日締め
※新規番号／元伝運用とも

9月卸請求			
取引番号	金額 符号	金額	支払 内容
1234567	+	1100	1001

(仕入
明細)

9月小売支払			
取引番号	金額 符号	金額	支払 内容
1234567	+	1100	1001

(仕入
明細)

10月卸請求			
取引番号	金額 符号	金額	支払 内容
1234567 又は 0987654	-	100	1006

(仕入
明細)

10月小売支払			
取引番号	金額 符号	金額	支払 内容
1234567 又は 0987654	-	100	1006

(仕入
明細)

4. 受領訂正メッセージ

(3) 項目セットの方法 (取引明細番号)

受領訂正メッセージの「取引明細番号」のセット方法は以下の通りとする。

① 受領訂正メッセージの取引番号を元番号(1234567)で運用する場合

…受領メッセージの元番号(2)、またはシーケンシャルに付番される番号(1)、どちらでの運用も可とする。

受領メッセージ				受領訂正メッセージ			
取引番号: 1234567				取引番号: 1234567			
取引明細番号	商品	数量	金額	取引付属番号: 1234567			
1	A	5	500	取引付属明細番号: 2			
2	B	4	400	取引明細番号	商品	数量	金額
3	C	2	200	1又は2	B	1	100
合計		11	1100	合計		1	100

元番号、
または
シーケンシャル
番号

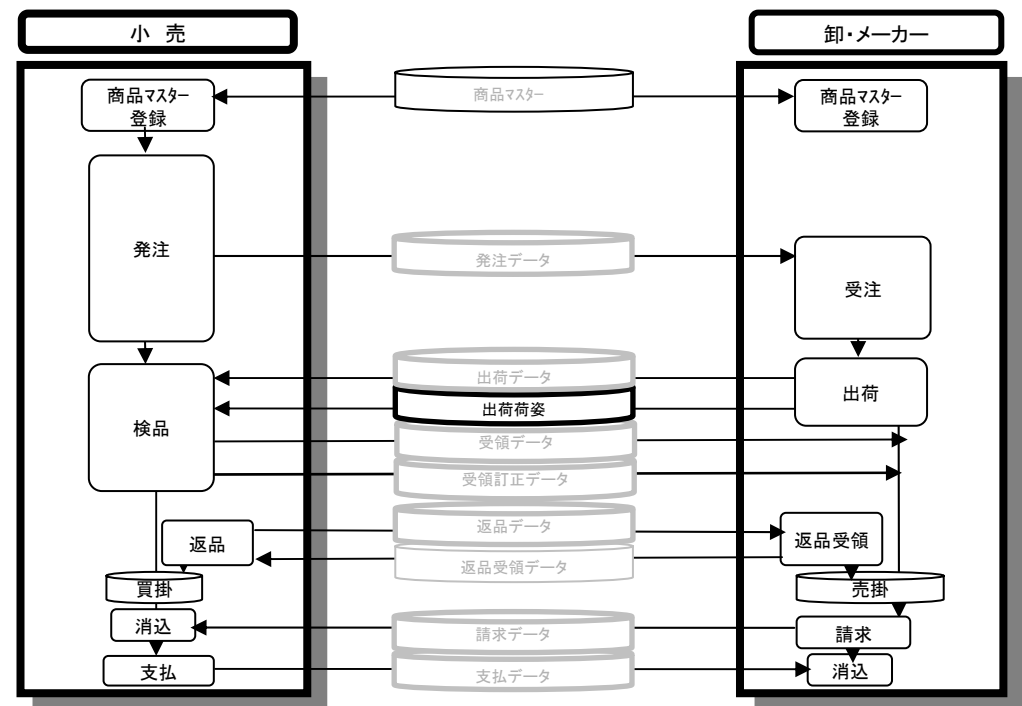
② 受領訂正メッセージの取引番号を新規番号(0987654)で運用する場合

…シーケンシャルに付番される番号(1)、のみの運用とする。

受領メッセージ				受領訂正メッセージ			
取引番号: 1234567				取引番号: 0987654			
取引明細番号	商品	数量	金額	取引付属番号: 1234567			
1	A	5	500	取引付属明細番号: 2			
2	B	4	400	取引明細番号	商品	数量	金額
3	C	2	200	1	B	1	100
合計		11	1100	合計		1	100

シーケンシャル
に付番さ
れる番号
のみ

出荷荷姿メッセージ



5. 出荷荷姿メッセージ

(1) 出荷荷姿メッセージの説明

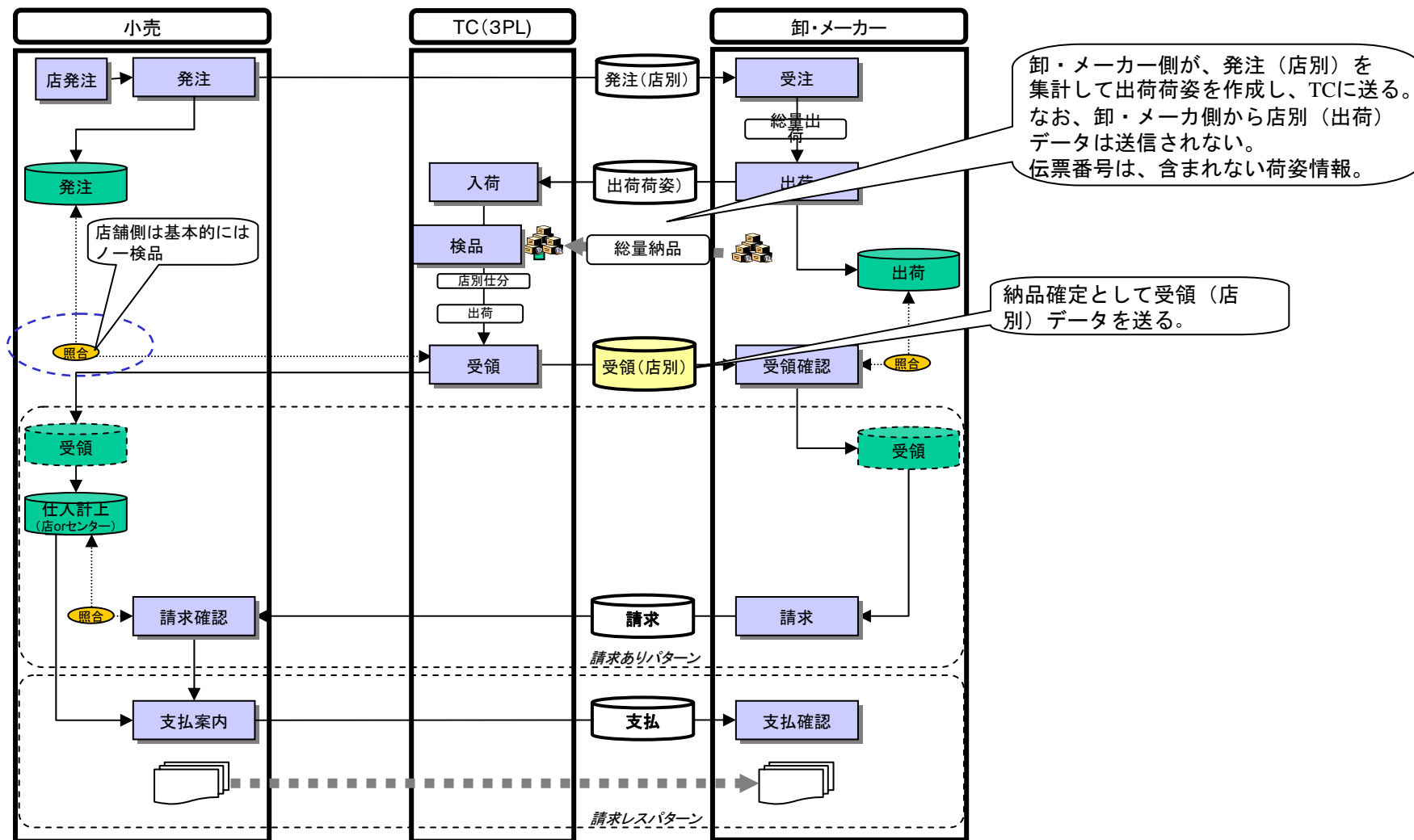
■ 出荷荷姿メッセージについて

- 「店別発注ー総量納品」のプロセスとは、卸・メーカー側が、小売本部から受け取った店別発注データを荷姿別に、取引先、納品先、納品日、商品コード、商品分類、発注区分等のキー項目で集計して「出荷荷姿データ」を作成し、その出荷荷姿データを小売側TC(3PL)に送るというものである(フランチャイズチェーンが存在するため、総量では対応不可)。
- 出荷荷姿メッセージは、物流情報の荷姿を表現するメッセージであり、メッセージ内に伝票No.は存在しない。
- どの単位(取引先、納品先、納品日、商品コード、商品分類、発注区分等)で出荷荷姿のメッセージを集約するかについては、相対間で協議の上あらかじめ設定しておく必要がある。
- 使用する荷姿の種類
出荷荷姿メッセージ使用される荷姿の種類(ケース、ボール、バラ)は、あらかじめ相対企業間で決めておく。

5. 出荷荷姿メッセージ

(1) 出荷荷姿メッセージの説明

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業



通過型センター(TC)納品(店別発注-総量納品)とは、小売からの店別の発注に対して、卸・メーカーが小売の通過型センター(TC)に、総量で出荷荷姿情報とともに納品する形態のことである。

5. 出荷荷姿メッセージ

(2) 項目セットの方法 1) 最終納品先納品日、直接納品先納品日

■ 最終納品先納品日、直接納品先納品日

- 出荷荷姿メッセージの「最終納品先納品日」と「直接納品先納品日」は、発注メッセージからの引き継ぎ項目とする。

5. 出荷荷姿メッセージ

(2)項目セットの方法 2)EOS区分

■ EOS区分

- 出荷荷姿メッセージにおける「EOS区分」については、店別発注に対する総量納品を対象としているため、非EOSはありえない。
- 出荷荷姿メッセージにおけるEOS区分は、引き継ぎ項目とせず（発注メッセージには存在しない）、必ず、EOS区分に“01”をセットする。

5. 出荷荷姿メッセージ

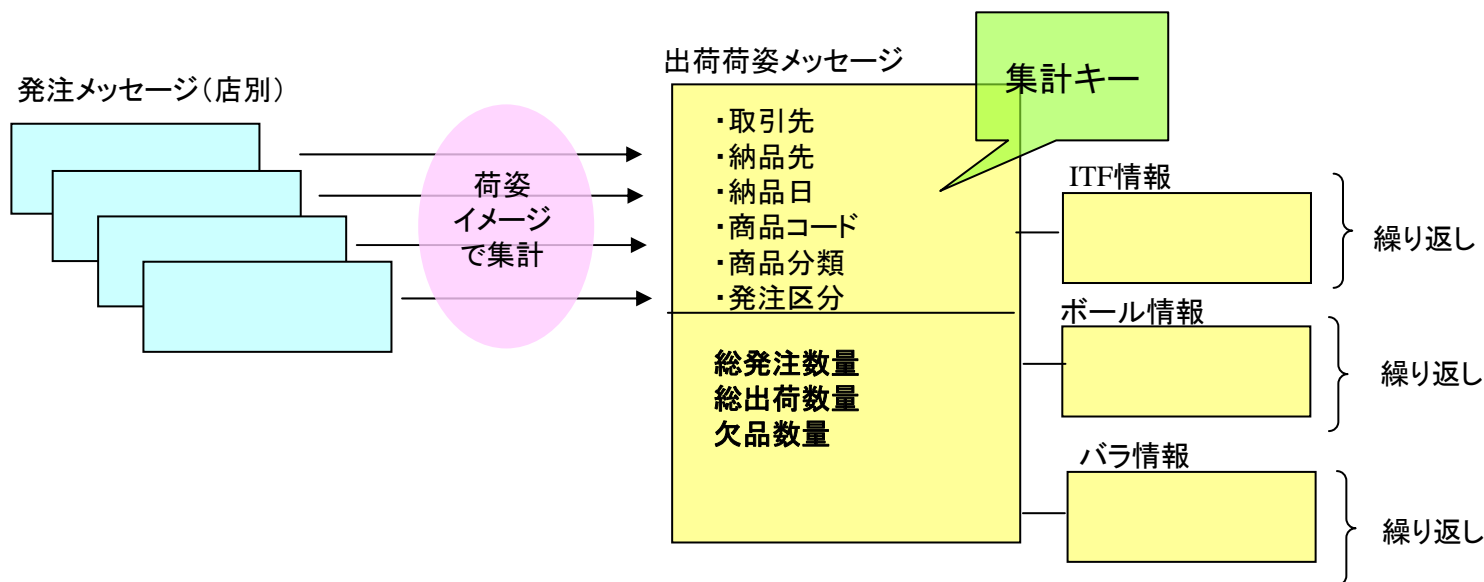
(2)項目セットの方法 3)納品先納品日区分

- 「納品先納品日区分」とは、出荷荷姿メッセージのみに利用される項目である。
- 卸・メーカー側が、店別発注データを集計して出荷荷姿メッセージを作成する。その際に、最終納品先納品日をキー項目とするか、直接納品先納品日をキー項目とするかを相対企業間で決めておく。
- 「納品先納品日区分」には、最終納品先納品日(01)、直接納品先納品日(02)の2種類がある。納品先納品日区分は必須項目であり、納品先区分には上記の最終納品先納品日(01)、直接納品先納品日(02)のいずれかを必ずセットしなければならない。

5. 出荷荷姿メッセージ

(3)項目セットの方法 4)総発注数量、総出荷数量、欠品数量

- 出荷荷姿メッセージに使われる「総発注数量」「総出荷数量」「欠品数量」の項目を解説する。
- 総発注数量
 - 総発注数量とは、卸・メーカーが、小売企業から受け取った店別発注データの発注数量を、取引先、納品先、納品日、商品コード、商品分類、発注区分で集計したものであり、単位はバラ数である。
- 総出荷数量
 - 総出荷数量とは、卸・メーカーが、小売企業から受け取った店別発注データに対して出荷した数量を、取引先、納品先、納品日、商品コード、商品分類、発注区分で集計したものであり、単位はバラ数である。
- 欠品数量
 - 欠品数量とは、卸・メーカーが、小売企業から受け取った店別発注データに対して欠品した数量を、取引先、納品先、納品日、商品コード、商品分類、発注区分で集計したものであり、単位はバラ数である。



5.出荷荷姿メッセージ

(3)項目セットの方法 5)荷姿の定義について

■ 荷姿の定義

● ケース

- ➡ 卸・メーカーから出荷される1個以上の同一商品を梱包したものを「ケース」と呼ぶ。
- ➡ ケースのJANコードでの発注の場合は「ケース」が納品荷姿の最小単位となる。

● ボール

- ➡ ケースよりも小さい単位で、2個以上の同一商品をまとめたものを「ボール」と呼ぶ。
- ➡ ボールのJANコードでの発注の場合はボールが納品荷姿の最小単位となる(ボールには主に、中箱、連結箱等がある)。

● バラ

- ➡ 単品を「バラ」と呼ぶ。これは荷姿の最小単位である。
- ➡ バラのJANコードで発注する場合は、バラが納品の最小単位となる。

5.出荷荷姿メッセージ

(3)項目セットの方法 6)出荷荷姿メッセージのセット方法

■ 出荷荷姿メッセージのセット方法

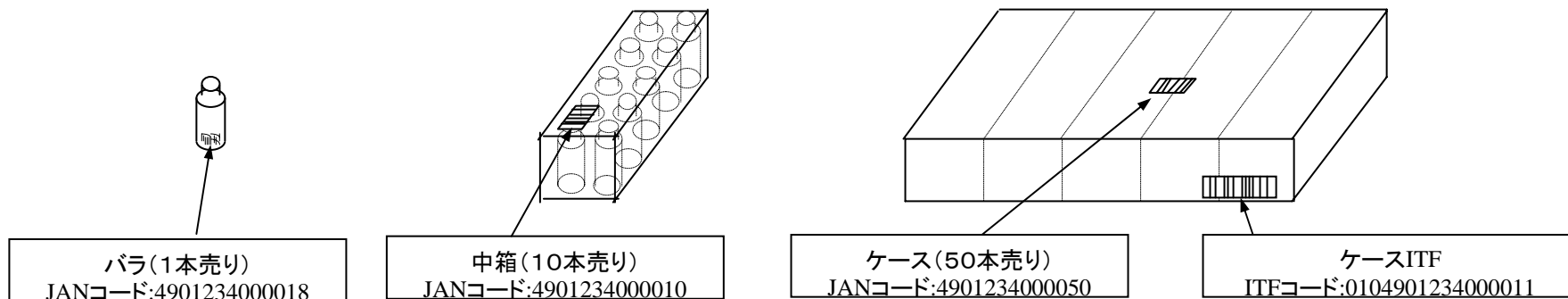
- 発注時に、1商品(発注JANコード)につき、1発注荷姿を原則とする。
- JANコードが異なる(同一商品で荷姿によってJANコードがことなる場合等)の設定は以下のようにセットする。

バラ(単品商品、1本) : JANコード 4901234000001

ボール(中箱商品等、10本入り等) : JANコード 4901234000018

ケース商品(50本入り等) : JANコード 4901234000056

- 使用される荷姿の種類(バラ、ボール、ケース)については相対間で調整に上決定することとする。



発注JANコード	荷姿	バラ商品情報	ITF情報		
			梱包内数量	ボール単位	ITFコード
4901234000001	バラ	10	50	10	0104901234000011
4901234000018	ボール	1	5	1	0104901234000011
4901234000056	ケース	—	1	0	0104901234000011

5.出荷荷姿メッセージ

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

(3)項目セットの方法 7)出荷荷姿メッセージのセット例

- 発注企業A社より、企業B社に対して、前述の例にてバラ(商品: 4901234000001)を140個発注した場合。
出荷荷姿は2ケース、欠品なしと仮定する。

<取引先>

00000001234567

企業B

<直接納品先>

0000000987654

センターA

<物流関連指示>

直接納品先納品日:20090228

納品先納品日区分:02

<発注者>

000000999992222

発注企業A

<商品>

商品コード:4901234000001

<区分>

<発注数量>

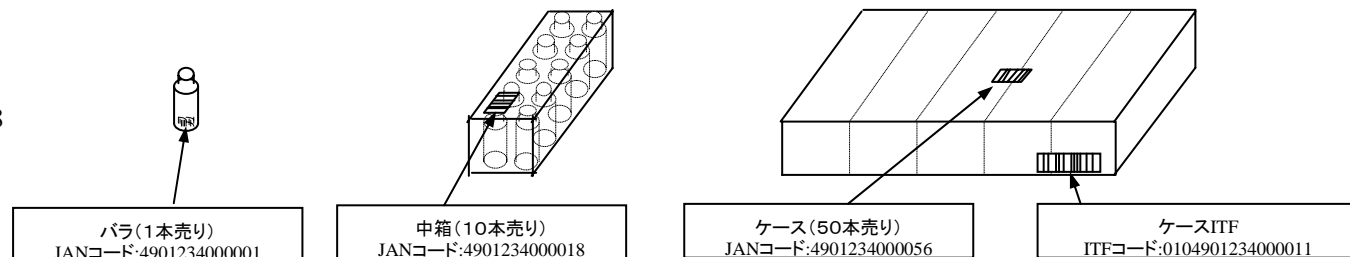
総発注数量:140

<出荷数量>

総出荷数量:140

<欠品情報>

欠品数量:0



総出荷数量 = (ITF入数 × 出荷ケース数) + 単品数量(発注JANの数量)

<ITF情報>

ITFコード: 0104901234000011

出荷ケース数: 2

ITF入数: 50

<ボール情報>

ボール商品コード:

ボール出荷数量:

<商品(単品)情報>

商品コード: 4901234000001

単品数量: 40

5.出荷荷姿メッセージ

(3)項目セットの方法 8)発注～出荷荷姿の項目間引継ぎ関係

発注・出荷荷姿メッセージ間における項目の引継ぎについて、一部例を示す。
赤字の部分については、前のメッセージでセットされた値が後のメッセージに引き継がれる。

発注

<支払法人>
支払法人コード
<発注者>
発注者コード

<取引>
取引番号 : 1000001
請求取引先コード
取引先コード
<取引内容>
直接納品先納品日
最終納品先納品日
<取引合計>
原価金額合計 : 5,000円
数量合計 : 5

<取引明細>
商品コード(発注用)
原価金額 : 1,000円
発注数量(バラ) : 5

<取引明細>
....

出荷荷姿

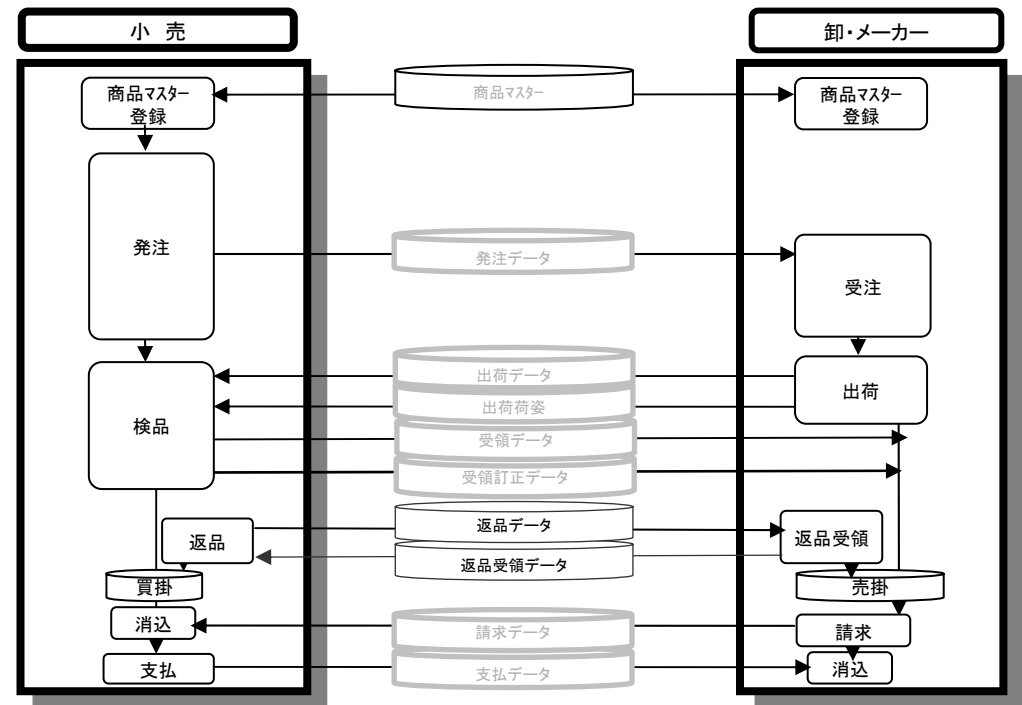
<支払法人>
支払法人コード
<発注者>
発注者コード

<取引>
取引番号 : 1000001
請求取引先コード
取引先コード
<物流関連指示>
取引先出荷日
直接納品先納品日
最終納品先納品日

総発注数量 : 100
総出荷数量 : 99
欠品数量 : 1

<ITF情報>
....
<ボール情報>
....
<商品(単品)情報>
....

返品・返品受領メッセージ



6. 返品・返品受領メッセージ

(1) 返品・返品受領メッセージの説明

■ 前提

- 小売企業とその取引先(卸・メーカー)との間で、返品することが、事前に合意されていることを前提とする。
- 店別に計上する場合を対象とする。

■ 返品メッセージの定義

- 「返品メッセージ」とは、小売企業が商品を卸・メーカーへ返品する際に、小売企業から卸・メーカーへ送信されるメッセージのことを指す。

■ 返品受領メッセージの定義

- 「返品受領メッセージ」とは、小売企業から返品メッセージを受信した卸・メーカーが、返品された商品を受領したことを小売企業へ伝達するメッセージのことを指す。

■ 利用するメッセージ

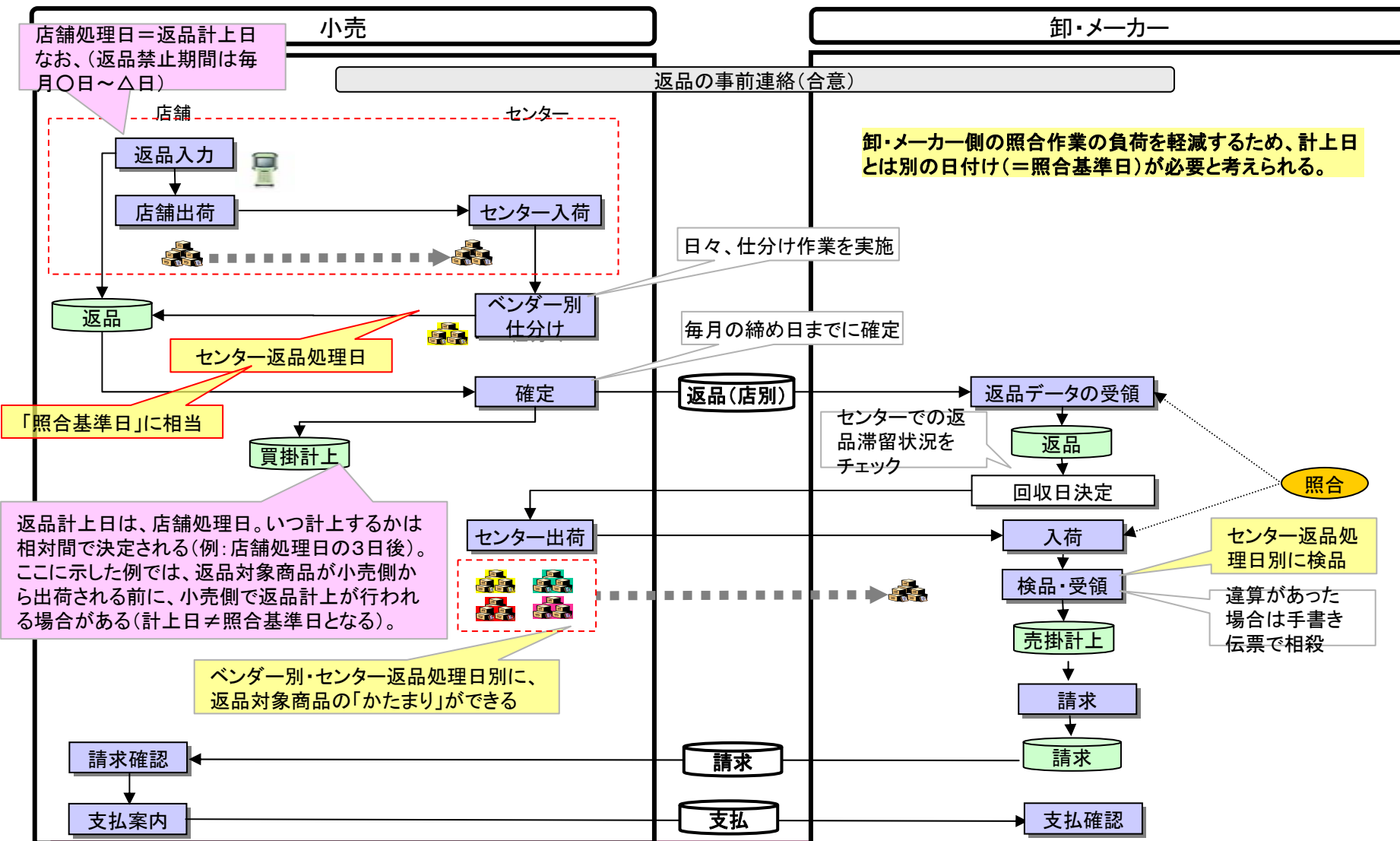
- 返品プロセスで、「返品メッセージ」と「返品受領メッセージ」の双方を利用するか、「返品メッセージ」のみを利用するかは、相対間で決めるものとする。つまり、返品を確定(計上)する場合、返品メッセージのみで確定するか、返品受領メッセージで確定するかは相対間で協議の上、調整することとする。

6. 返品・返品受領メッセージ

(1) 返品・返品受領メッセージの説明

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

返品メッセージで確定する場合の返品プロセスの一例

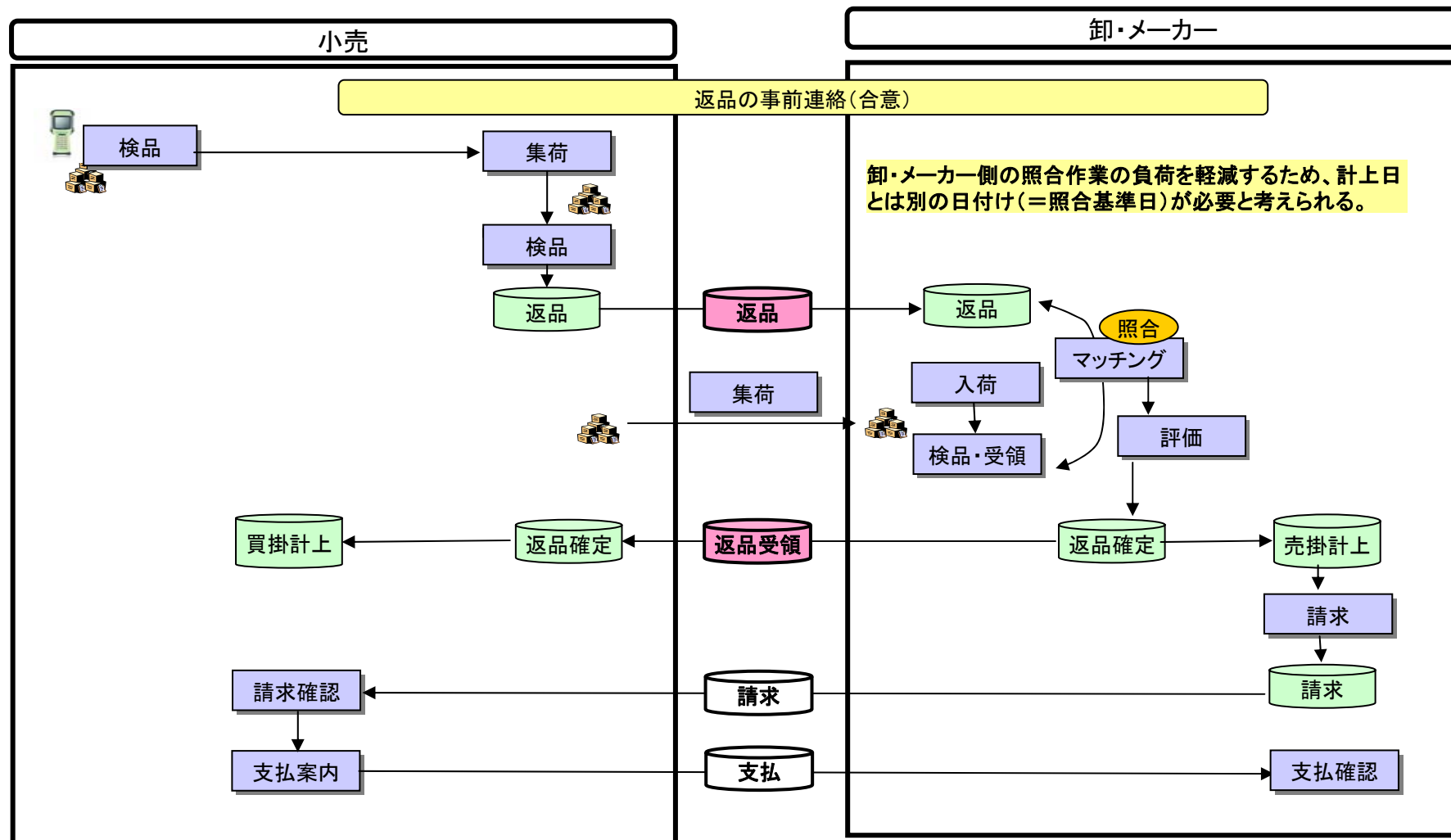


6. 返品・返品受領メッセージ

(1) 返品・返品受領メッセージの説明

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

返品受領メッセージで確定する場合の返品プロセスの一例



6. 返品・返品受領メッセージ

(2)項目セットの方法 1)照合基準日、照合基準日区分

■ 照合基準日のセット

- 卸・メーカー側で、小売企業から日々受け取った返品データと、返品対象となった商品(現物)を照合する作業が必要となる場合がある。卸・メーカー側での照合作業を実現するため、小売企業が、卸・メーカー側の照合作業でのキー項目として「照合基準日」を、返品メッセージにセットする。
- なお、前述の照合作業が卸・メーカー側で不要である場合は、小売企業が返品メッセージに「照合基準日」をセットする必要はない。

■ 照合基準日区分のセット

- 照合基準日は、「店舗での返品処理日」、「センターでの返品出荷日」など、いくつかの種類がある。「照合基準日区分」のコードリストから、「照合基準日」の意味する内容として該当するものを、あらかじめ相対企業間で決定しておく必要がある。
- 照合基準日区分は、小売企業が返品メッセージにセットする。
- なお、前述の照合作業が卸・メーカー側で不要である場合は、小売企業が返品メッセージに「照合基準日」をセットする必要はない。

表 「照合基準日区分」のコードリスト

コード	照合基準日区分	意味
01	店舗返品処理日	小売の店舗で返品処理をした日。
02	店舗返品出荷日	小売の店舗で返品対象商品を取引先(卸・メーカ)に出荷した日付
03	店舗返品引取希望日	小売の店舗に返品対象商品の引取の希望日
04	センター返品処理日	小売のセンターにて返品処理をした日。
05	センター返品出荷日	小売のセンターにて返品対象商品を取引先(卸・メーカ)に出荷した日付
06	センター返品引取希望日	小売のセンターに返品対象商品の引取の希望日
99	その他	上記以外の照合基準日

6. 返品・返品受領メッセージ

(2)項目セットの方法 2)返品受領メッセージについて

■ 返品受領メッセージで、卸・メーカー側がセットする項目

● 返品受領数量

- ➡ 卸・メーカー側で、返品数量として確定した数量を、返品受領数量として返品受領メッセージにセットする。
- ➡ 返品受領の際に相対間で調整のうえ確定させる。

■ 返品受領メッセージで、卸・メーカー側が再計算する項目

● 原価金額、売価金額合計、税額合計金額、数量合計、原価金額、売価金額

- ➡ 返品受領の際に相対間で調整のうえ確定させる。

■ なお、返品受領メッセージでの原単価を、返品メッセージから引き継ぐのではなく、卸・メーカー側で原単価を再セットすることを許容するか否かは、十分に相対間で調整し決定する必要がある。

■ 返品商品を伴わない返品メッセージの利用については、該当返品商品が返却されず(汚破損等により小売側で処分する場合)には事前に運用上、相対間で協議し調整することとする。

6.返品受領メッセージ

(2)項目セットの方法 3)返品～返品受領の項目間引継ぎ関係

返品・返品受領メッセージ間における項目の引継ぎについて、一部例を示す。
赤字の部分については、前のメッセージでセットされた値が後のメッセージに引き継がれる。

返品

<支払法人>
支払法人コード
<返品者>
発注者コード

<取引>
取引番号 : 1000001
請求取引先コード
取引先コード
<取引内容>

照合基準日 : 2009年1月18日
照合基準日区分 : 01
計上日 : 2009年1月20日(予定日)

<取引合計>
原価金額合計 : 5,000円
数量合計 : 5

<取引明細>
商品コード
原価金額 : 1,000円
返品数量(バラ) : 5

<取引明細>
.....

返品受領

<支払法人>
支払法人コード
<返品者>
発注者コード

<取引>
取引番号 : 1000001
請求取引先コード
取引先コード
<取引内容>

照合基準日 : 2009年1月18日
照合基準日区分 : 01
計上日 : 2009年1月20日(予定日)

<取引合計>
原価金額合計 : 4,000円
数量合計 : 4

<取引明細>
商品コード
原価金額 : 1,000円
返品数量(バラ) : 5
返品受領数量(バラ) : 4

<取引明細>
.....

■ 赤字は、引継項目 ■ 青字は基本的には引継だが変更する場合もある項目(再計算等) ■ 灰色の字は引き継がない項目

V. 預り在庫型センター納品プロセス

1. メッセージ標準化の概要

(1) 標準化の適用範囲

- ・本件のメッセージの標準化は卸・メーカーとセンター間の入庫、在庫報告、不良在庫の引取に関わる業務プロセスを対象
- ・使用する標準メッセージは在庫補充勧告、入庫予定、入庫確定、在庫報告の4つ

(2) メッセージの機能概要

- ・入庫、在庫報告、不良在庫の引取に関わる各業務プロセスで使用するメッセージと機能を概説

(3) メッセージフロー全体詳細

- ・小売、センター、卸・メーカーの3社間の取引関係を示したメッセージフロー図

2. メッセージ項目概説

(1) メッセージ別項目およびコードリスト一覧

- ・在庫補充勧告、入庫予定、入庫確定、在庫報告の各メッセージ項目とコードリストの一覧

(2) メッセージ項目を使用するうえでの留意点

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス

1) 入庫プロセスの概要

2) 在庫補充勧告メッセージ

3) 入庫予定メッセージ

4) 入庫確定メッセージ

5) 代行発注について

(2) 在庫報告プロセス

1) 在庫報告プロセスの概要

2) 在庫マスタ情報

3) 在庫トランザクション情報

(3) 不良在庫の引取プロセス

1) 不良在庫の引取プロセスの概要

2) 不良在庫の引取に関わるメッセージ

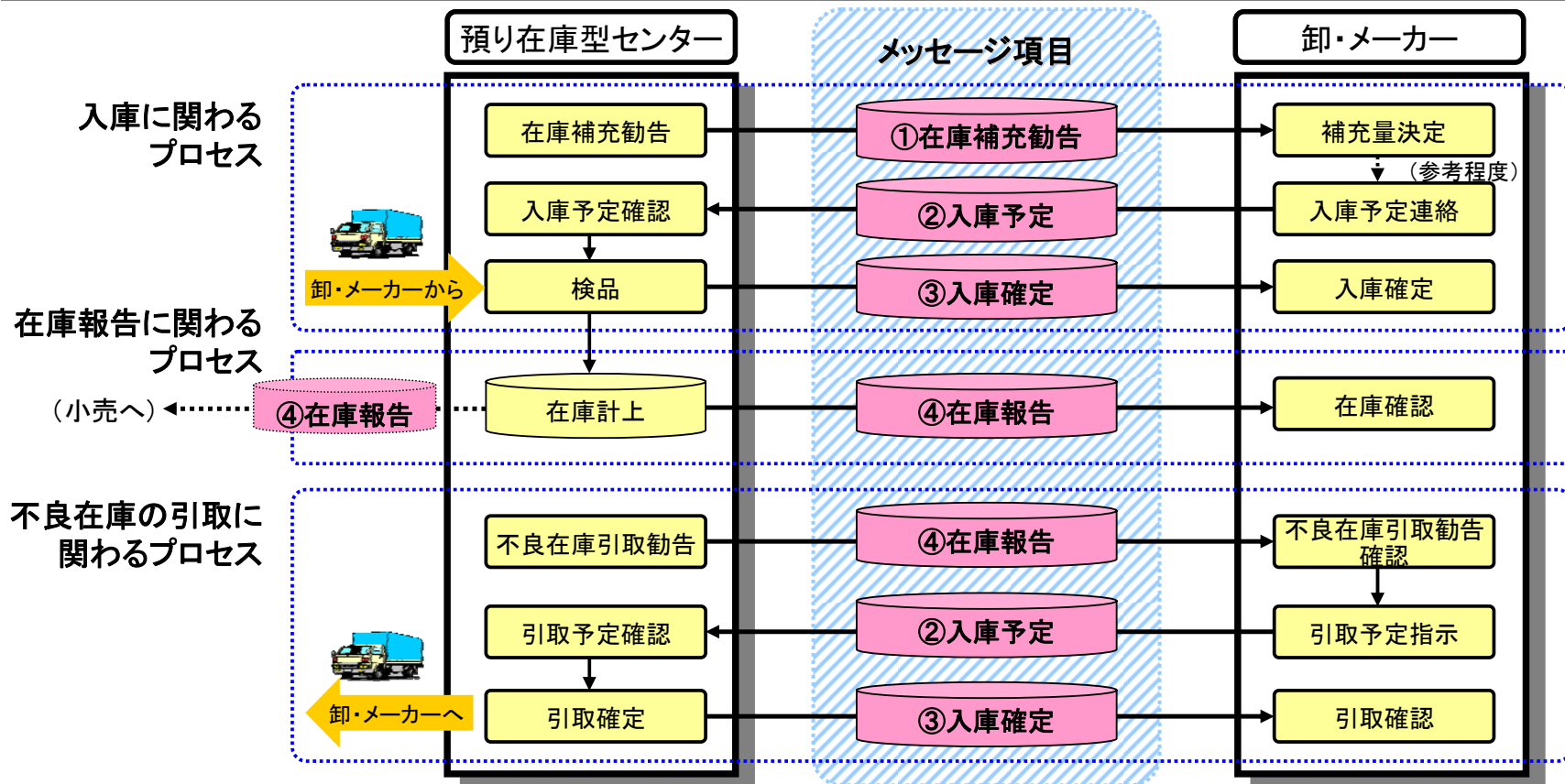
1. メッセージ標準化の概要

1. メッセージ標準化の概要

(1) 標準化の適用範囲

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

- 預り在庫型センターとは、卸・メーカーが、小売のセンターあるいは、小売が卸や物流業者(3PL)に運営委託しているセンターに予め商品を卸・メーカー在庫として、保管しておくビジネスモデルのことを指す。
- したがって、本件の『預り在庫型センター納品プロセス』におけるメッセージの標準化は、『預り在庫型センター』と『卸・メーカー』間における業務プロセスを対象としている。
- 本件で使用する標準メッセージは、①在庫補充勧告メッセージ、②入庫予定メッセージ、③入庫確定メッセージ、④在庫報告メッセージの4つであり、これらのメッセージをセンター／卸・メーカー間の「入庫に関わるプロセス」、「在庫報告に関わるプロセス」、「不良在庫の引取に関わるプロセス」の3つの業務プロセスに適用する。



1. メッセージ標準化の概要

(2)メッセージの機能概要

預り在庫型センターと卸・メーカー間の各業務プロセスで使用するメッセージの機能概要を以下に示す。

プロセス	使用メッセージ	機能概要	メッセージフロー
入庫に関わるプロセス	①在庫補充勧告	センターはセンター内の適正在庫を維持するために、卸・メーカーに対して在庫補充依頼を勧告する。	センター → 卸・メーカー
	②入庫予定	卸・メーカーはセンターに入庫する商品、入庫する予定日、入庫する予定数量などをセンターに連絡する。	センター ← 卸・メーカー
	③入庫確定	センターは卸・メーカーから入庫されてきた商品を検品し、検品した数量を卸・メーカーに連絡する。	センター → 卸・メーカー
在庫報告に関わるプロセス	④在庫報告 (在庫マスタ情報)	センターはセンター内の良品在庫、不良在庫などのストック情報を卸・メーカー、小売に報告する。	センター → 卸・メーカー センター → 小売
	④在庫報告 (在庫トランザクション情報)	センターは良品在庫の入出庫、不良在庫などの引取や精算といった、センター内の総在庫が日々変動する情報を卸・メーカー、小売に報告する。	
不良在庫の引取に関わるプロセス	④在庫報告	センター内で卸・メーカー責の不良在庫が発生した場合、センターは不良在庫の引き取りを卸・メーカーに勧告する。	センター → 卸・メーカー
	②入庫予定	卸・メーカーは不良在庫となった商品、数量、引き取り予定日などをセンターに連絡する(入庫予定メッセージを引取区分に変更して使用)。	センター ← 卸・メーカー
	③入庫確定	不良在庫の引取り後、センターは引取りが確定した旨を卸・メーカーに連絡する(入庫確定メッセージを引取区分に変更して使用)。	センター → 卸・メーカー

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

The flowchart is organized into four main vertical sections representing different stages of the supply chain:

- 小売 (Retail):** Includes processes like 在庫確認 (Inventory Confirmation), 発注 (店別) (Ordering by store), 入荷 (Arrival), 検品・受領 (店・センター) (Inspection/Receipt at store/center), 受領 (Receipt), 仕入計上 (店) (Purchase accounting at store), 請求確認 (Billing confirmation), 支払案内 (Payment guidance), and 支払 (Payment).
- 預り在庫型センター (Pre-stock Center):** Acts as a central hub, handling 在庫補充勧告 (Inventory replenishment advice), 在庫予定 (Inventory forecast), 検品・在庫確定 (Inspection/Inventory confirmation), 在庫計上 (センター) (Inventory accounting at center), 在庫報告 (Inventory report), 在庫当 (Inventory on hand), 出荷 (Shipping), and 納品 (店別) (Delivery by store).
- 卸・メーカー (Wholesale/Manufacturer):** Manages 在庫補充数量決定 (Inventory replenishment quantity decision), 在庫予定連絡/メーカー発注 (Inventory forecast contact/Manufacturer ordering), 出荷案内確認 (Shipping guidance confirmation), 在庫確定 (Inventory confirmation), 在庫確認 (Inventory confirmation), 発注 (店別) (Ordering by store), 受領確認 (Receipt confirmation), and 請求 (Billing).
- メーカー (Manufacturer):** The final source, handling 受注 (Order), 出荷案内 (Shipping guidance), and 受領 (Receipt).

Key data flows and processes include:

- Inventory Management:** 在庫補充勧告 (Inventory replenishment advice) leads to 在庫補充数量決定 (Inventory replenishment quantity decision) and 在庫予定 (Inventory forecast). 在庫確認 (Inventory confirmation) is performed at multiple levels.
- Ordering and Shipping:** 発注 (Ordering) flows from retail to center to wholesale. 出荷 (Shipping) flows from center to wholesale. 納品 (Delivery) flows from center to retail.
- Receipt and Accounting:** 検品・受領 (Inspection/Receipt) occurs at retail and center. 仕入計上 (Purchase accounting) is done at retail. 受領 (Receipt) is confirmed at wholesale.
- Billing and Payment:** 請求 (Billing) flows from retail to center to wholesale. 支払 (Payment) is processed at retail. 支払案内 (Payment guidance) is provided at retail.

Icons and symbols used in the diagram:

- Boxes:** Represent inventory or goods.
- Trucks:** Represent shipping or delivery.
- Cylinders:** Represent databases or data storage.
- Arrows:** Indicate the direction of flow.
- Yellow circles with '照合' (Check):** Indicate points where data is verified or cross-checked.

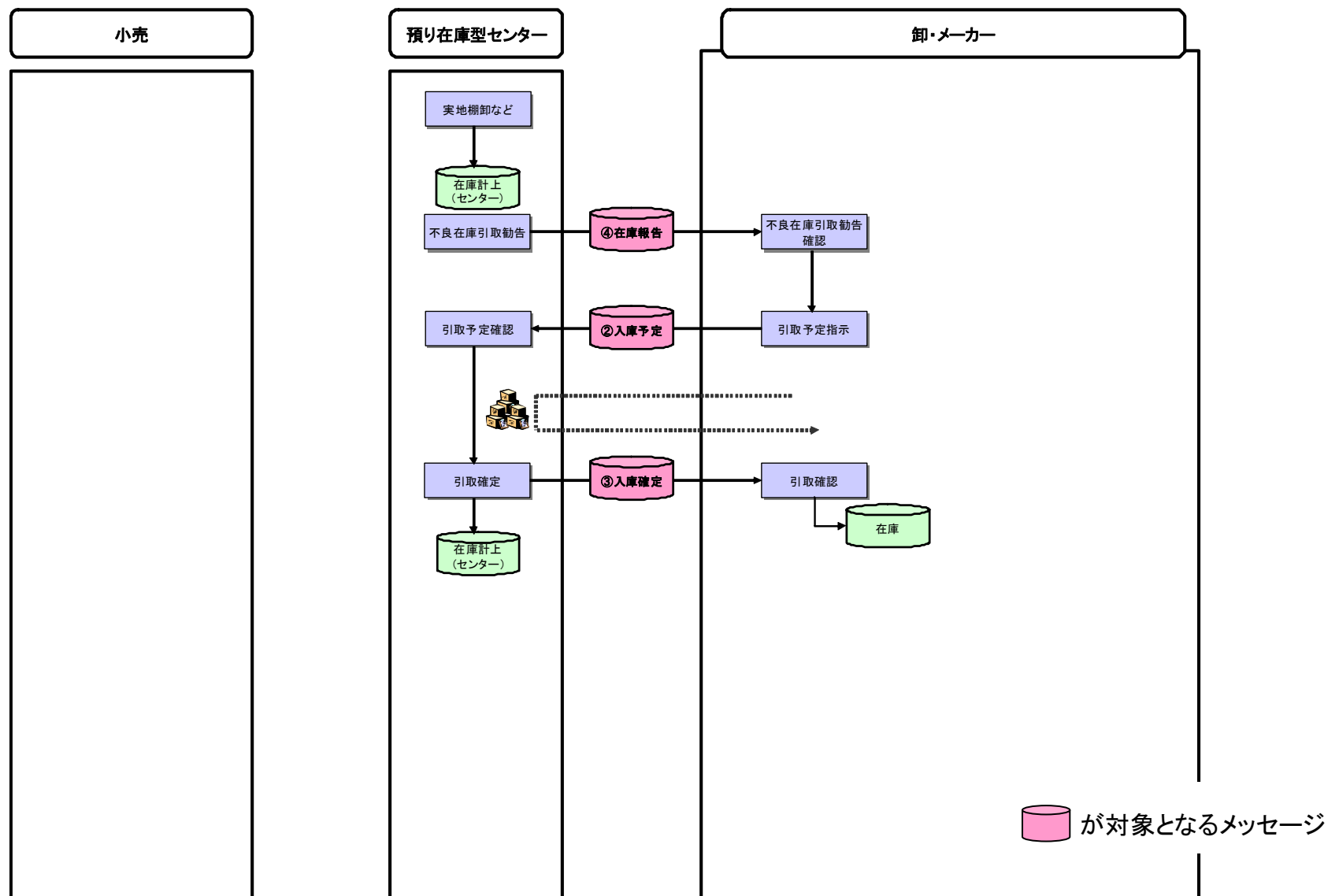
Additional labels include 総量納品 (Total quantity delivery), 遅れ・不足・分納・ゼロ (Delay/Shortage/Partial delivery/Zero), 請求ありパターン (Billing with pattern), and 請求レスパターン (Billing without pattern).

1. メッセージ標準化の概要

(3)メッセージフロー全体詳細(2/2)

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

(不良在庫の引取に関わるプロセス)



2. メッセージ項目概説

2. メッセージ項目概説

(1)メッセージ別項目およびコードリスト一覧

別添資料「メッセージ別項目一覧」および「コードリスト一覧」を参照

2. メッセージ項目概説

(2)メッセージ項目を使用するうえでの留意点

①企業を識別するための項目について(全メッセージ共通)

企業を識別するために以下の項目を各メッセージに設定している。

なお、GLNの定義や使用方法については、本ガイドラインの「Ⅲ. メッセージ項目の解説」の「2. メッセージ項目解説」の「(1)企業識別 3)GLNについて」を参照。

	項目	必須／任意	桁数	意味
取引先 (卸／メーカー) を表す項目	取引先コード	必須	MAX13	センターに入庫を行う(センターと取引を行っている)卸／メーカー企業を表す独自コード。事前の取決めにより、卸／メーカーまたはセンターが指定。
	取引先GLN	必須	MAX13	卸／メーカー企業を表すGLN。事前の取決め(契約)により卸／メーカー側が指定。GLNを使用しない場合は「0」を固定。
預りDCの出荷 先を表す項目	小売コード	必須	MAX13	センター在庫の出荷先を識別するための小売企業を表す独自コード。
	小売GLN	必須	MAX13	小売企業を表すGLN。GLNを使用しない場合は「0」を固定。
預りDCを 表す項目	センターコード	必須	MAX13	卸／メーカが商品を入庫する(卸／メーカーと取引を行っている)センターを表す独自コード。事前の取決めにより卸／メーカーまたはセンターが指定。
	センターGLN	必須	MAX13	センターを表すGLN。センター側が指定。GLNを使用しない場合は「0」固定。
メーカーを表す 項目	メーカーコード	任意	MAX13	メーカー企業を表す独自コード。メーカーがセンターに直接入庫をおこなう場合にこの項目を使用する。
	メーカーGLN	任意	MAX13	メーカー企業を表すGLN。GLNを使用しない場合は「0」を固定。

②商品を識別するための項目について(全メッセージ共通)

商品を識別するために以下の項目を各メッセージに設定している。

なお、商品コードのセット例などについては、本ガイドラインの「Ⅲ. メッセージ項目の解説」の「2. メッセージ項目解説」の「(2)商品識別 1)商品コード」を参照。

	項目	必須／任意	桁数	意味
商品コード	商品コード(GTIN)	必須	MAX14	共通商品コード。現状はJAN,EAN,UPCを使用(前ゼロ)。GTINによる商品識別を行う場合、消費者購入単位のGTINをセット。共通商品コードを使用しない場合は「0」固定。
	商品コード(発注用)	必須	MAX14	小売が管理する発注用コード。ここにセットされたコードで納品される商品が特定される。
	商品コード(取引先)	任意	MAX14	卸／メーカー側での商品管理に使用している商品コード。

2. メッセージ項目概説

(2)メッセージ項目を使用するうえでの留意点

③メーカー出荷拠点を識別するための項目について(入庫予定メッセージ)

メーカーが入庫予定を作成することを考慮して、メーカーの出荷拠点を識別するための以下の項目を入庫予定メッセージに設定している。

なお、「枝番」と「出荷先コード」の考え方については、本ガイドラインの「Ⅲ. メッセージ項目の解説」の「2. メッセージ項目解説」の「(1)企業識別 3)GLNについて」を参照。

	項目	必須／任意	桁数	意味
メーカーの出荷拠点	枝番	任意	MAX2	一つのメーカーコードの中で、取引明細データの括りを分ける場合にメーカーコードの下階層の区分けコードとして使用する。事前の当事者間の合意のもとに、メーカー側が設定する。
	出荷先コード	任意	MAX4	「メーカーコード」＋「枝番」のくくりの中で、さらに取引明細データの括りを分ける必要がある場合に、枝番の下階層の区分けコードとして使用する。事前の当事者間の合意のもとに、メーカー側が設定する。
	出荷場所GLN	任意	MAX13	メーカーの出荷拠点を表す、メーカー側が設定する物流用GLN。入荷業務を行う際に、この項目と、センター納品書番号をキーにして出荷データを抽出する。事前の取決め(契約)によりメーカー側が指定。

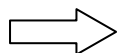
④賞味期限日別の数量項目について(全メッセージ共通)

商品の安心・安全を配慮して、賞味期限日別の数量を繰り返し項目として任意に設定している。

当該項目のセット方法例として、入庫確定メッセージの賞味期限日別の入庫確定数量のセット例を以下に示す。

【例】

	項目(例)	必須／任意	桁数	意味
賞味期限日別の数量項目	賞味期限日	任意	(Date)8	入庫された商品(またはその外箱)に印字されている賞味期限日。
	賞味期限日別入庫確定数量	任意	MAX7	入庫された商品(またはその外箱)に印字されている賞味期限別の数量。



賞味期限日	20100331 (2010年3月31日)	20100430 (2010年4月30日)	20100531 (2010年5月30日)
入庫確定数量	200 (200個)	200 (200個)	200 (200個)

2. メッセージ項目概説

(2)メッセージ項目を使用するうえでの留意点

⑤荷姿情報の項目について(在庫補充勧告、入庫予定、入庫確定メッセージ)

センターでの入庫検品時に使用するデータとして荷姿情報を通常品・キャンペーン品等に対応する為に繰り返し項目として任意に設定している。

なお、当該情報のITFコード(集合包装GTIN)を使用する場合は必ず数量項目(荷姿数)も合わせてセットする。

⑥小数点以下をセットできる数量項目について(全メッセージ共通)

荷姿情報以外の各種数量項目は、小数点以下1桁まで数量をセットすることができるように設定している。小数点付きのデータ項目を取り扱ううえでは、以下のようにセットする。

例:入庫確定数量(バラ)「10」の場合、「10」または、「10. 0」をセットする。仮想小数点的に「100」を10と読み替える使い方はしない。

⑦符号付きの数量項目について(在庫報告メッセージ)

在庫報告メッセージの数量項目でマイナスが発生する項目については、符号項目を設定している。符号付きの数量項目を取り扱ううえでは、数量をセットした場合、必ず符号もセットする。

なお、符号のセットは、数量がプラスの場合は「+」を、数量がマイナスの場合は「-」を符号項目にセットする。

⑧在庫報告メッセージの「指標等設定情報」項目について

指標等設定情報については、在庫管理に関わる指標等結果を、小売や卸・メーカーに報告するために使用することを目的とし、10項目まで設定することが可能である。

なお、当該情報を設定するにあたっては、小売、センター、卸・メーカーの3社間で取り決める。

在庫管理に関わる指標例:1日平均出荷数、手持ち日数、次回入荷予定数量、次回入荷予定日、最終入荷日など

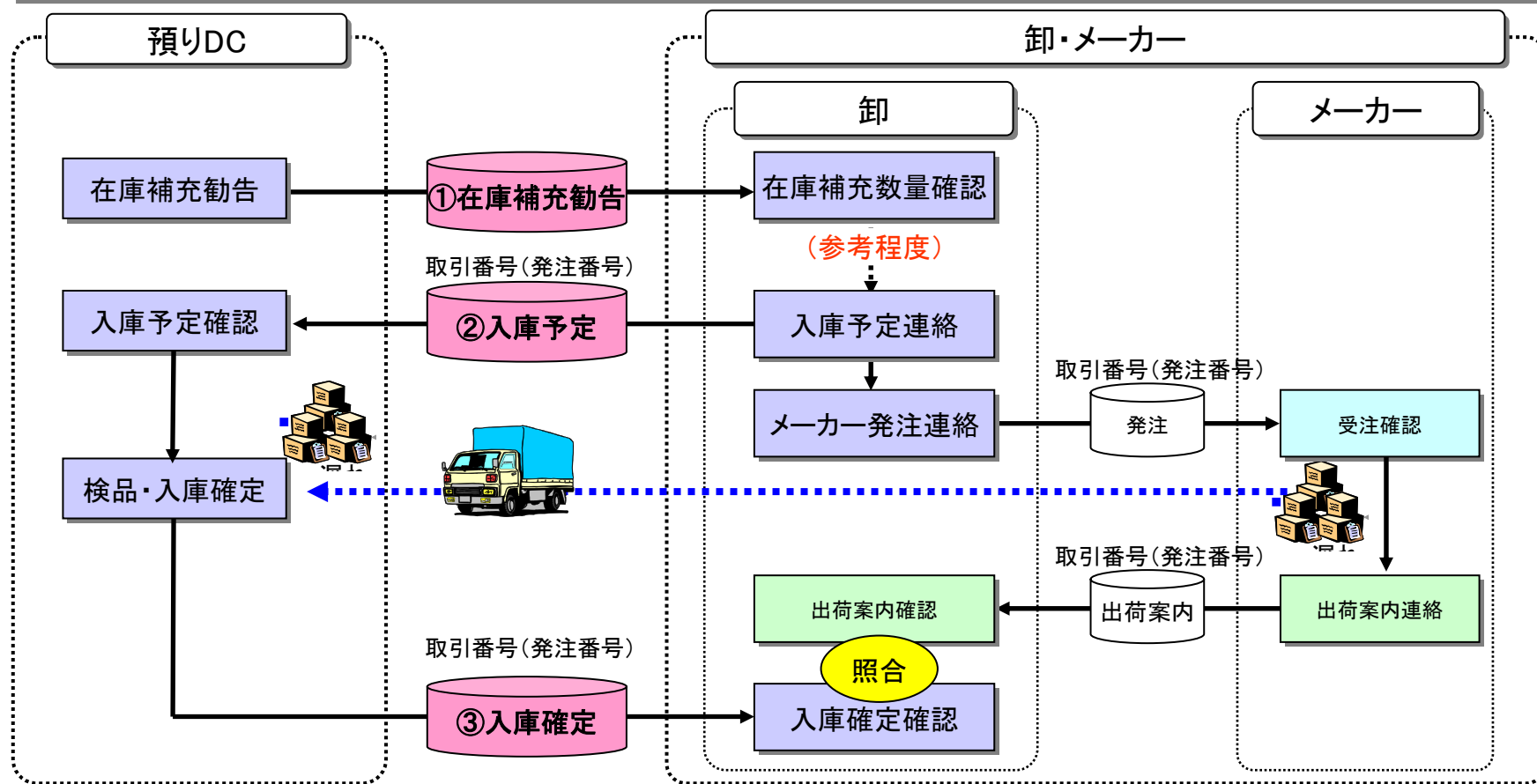
3. メッセージの基本定義とセット方法

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 1) 入庫プロセスの概要

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

- ①センターは『在庫補充勧告メッセージ』を使用して、商品の補充依頼を卸に連絡する。
- ②卸は『在庫補充勧告メッセージ』の情報を参考に、センターに入庫する商品、入庫する予定日、入庫する予定数量などを『入庫予定メッセージ』を使用してセンターに連絡する。
(メーカーが直接センターに納品する場合、卸はセンターに入庫する商品をメーカーに発注する)
- ③センターは卸・メーカーから入庫されてきた商品を検品し、検品した数量を『入庫確定メッセージ』を使用して卸に連絡する。

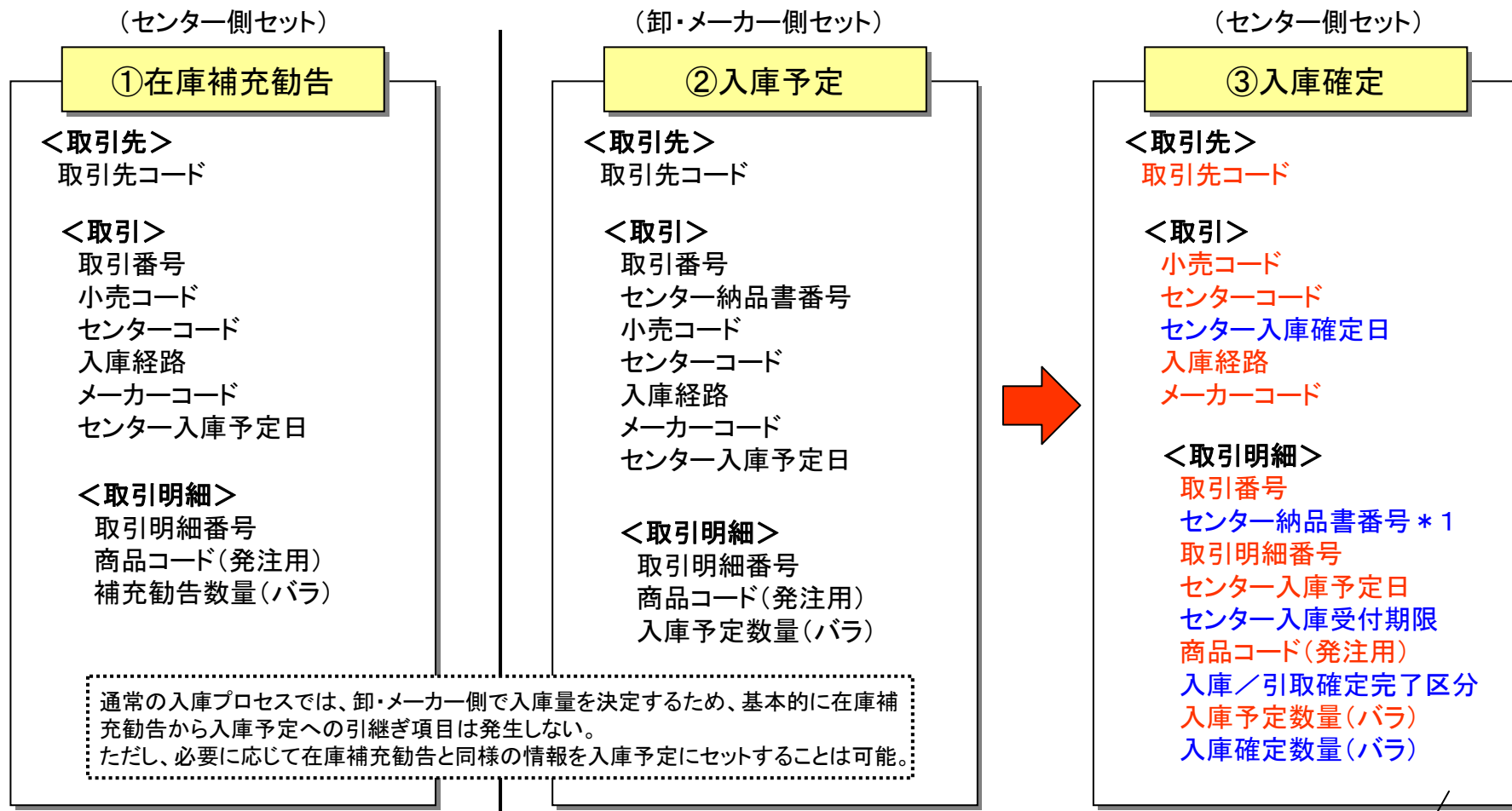


3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 1) 入庫プロセスの概要

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

【入庫プロセスで使用する主なメッセージ項目の引継ぎ】



注) ■赤字は入庫予定メッセージからの引継項目
■青字は引継ぎがない項目(センター側で新たにセットする項目)

* 1センター納品書番号は、実際に入庫された商品に添付されている納品書番号等をセットする

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 2) 在庫補充勧告メッセージ

① 在庫補充勧告メッセージの基本定義

「在庫補充勧告メッセージ」は、預り在庫型センターが適正在庫を維持するために、センターから卸・メーカーに在庫補充依頼を勧告するメッセージである。卸・メーカーは「在庫補充勧告メッセージ」の情報を参考に、センターへの入庫数量を決定する。

【補足】

卸・メーカーにおいてもセンターの入庫・出荷および在庫の状況を管理し把握している。そのため、「在庫補充勧告メッセージ」の情報は参考程度とし、卸・メーカー側でセンターへの入庫数量を決定しているケースが一般的である。したがって、在庫補充勧告で付番される取引番号で、入庫予定から入庫確定までの入庫プロセスの管理をおこなう必要はない。

ただし、センターと卸・メーカー間の取り決めで代行発注を適用している場合は、在庫補充勧告の取引番号を発注番号として使用する。

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 2) 在庫補充勧告メッセージ

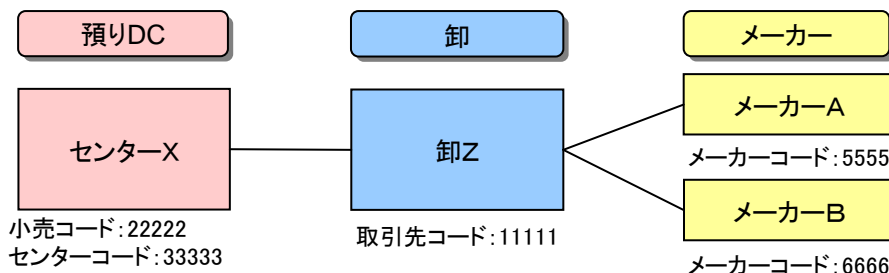
② 在庫補充勧告メッセージのセット方法(1/2)

以下に示す在庫補充勧告メッセージの使用例をもとに、具体的なセット方法を次ページに示す。

【在庫補充勧告メッセージの使用例】

センターXは卸Zと取引をおこなっているとする。

また、卸Zは、メーカーA、メーカーBと取引をおこなっているとする。



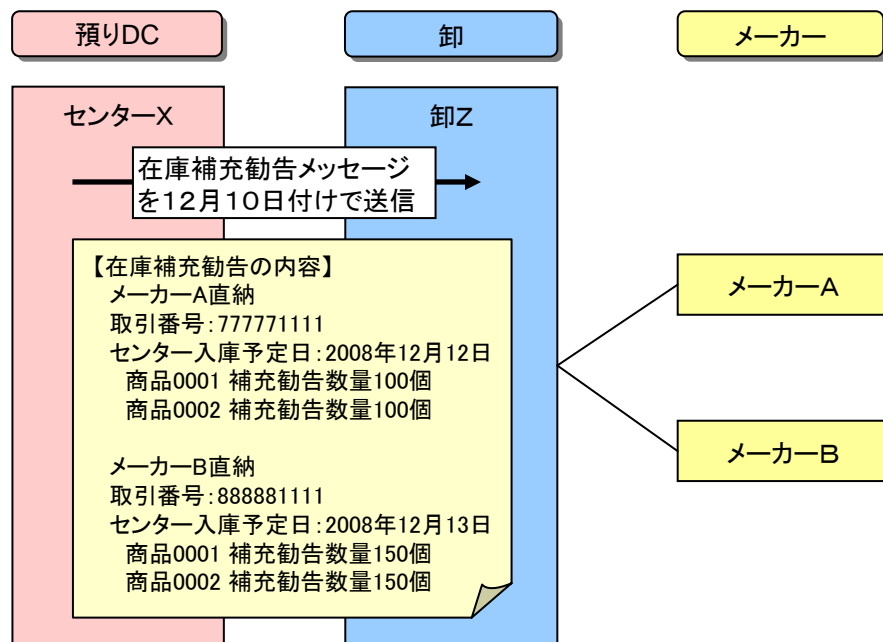
センターXは卸Zに以下の商品の補充を依頼するために、在庫補充勧告メッセージを使って連絡した。

メーカーA商品の補充依頼について

- ・入庫経路は、メーカー直接納品
- ・商品0001を100個補充(商品コードは495555001)
- ・商品0002を100個補充(商品コードは495555002)
- ・センター入庫予定日は12月12日
- ・取引番号777771111

メーカーB商品の補充依頼について

- ・入庫経路は、メーカー直接納品
- ・商品0001を150個補充(商品コードは496666001)
- ・商品0002を150個補充(商品コードは496666002)
- ・センター入庫予定日は12月13日
- ・取引番号888881111



3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 2) 在庫補充勧告メッセージ

② 在庫補充勧告メッセージのセット方法(2/2)

前ページの在庫補充勧告メッセージの使用例より、センターXは在庫補充勧告メッセージを以下のようにセットする。

【在庫補充勧告メッセージのセット方法】

取引先									
取引先コード 【必須】	取引								
	取引番号 【必須】	小売コード 【必須】	センターコード 【必須】	入庫経路 【任意】	メーカーコード 【任意】	センター 入庫予定日 【必須】	取引明細		
							取引明細 番号 【必須】	商品コード (発注用) 【必須】	補充勧告 数量(バラ) 【必須】
11111	777771111	22222	33333	01 (メーカー入庫)	5555 (メーカーA)	20081212	0001	495555001	100
							0002	495555002	100
	888881111	22222	33333	01 (メーカー入庫)	6666 (メーカーB)	20081213	0001	496666001	150
							0002	496666002	150

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 3) 入庫予定メッセージ

① 入庫予定メッセージの基本定義

在庫補充勧告メッセージの情報を参考に卸・メーカーで入庫数量を決定した後、『入庫予定メッセージ』を使用して、卸・メーカーからセンターに、入庫する商品、入庫予定日、入庫予定数量などを連絡する。また、取引番号と取引明細番号をキーとして入庫予定から入庫確定までの取引を管理する。

【メーカーの直接納品に関して】

商品の入庫に関しては、メーカーが直接センターに納品する形態が主であり、そのプロセスは以下のとおりである。

卸は「入庫予定メッセージ」を使ってセンターに入庫する商品、入庫予定日、入庫予定数量などを連絡し、センターに入庫する商品をメーカーに発注する。

メーカーは卸からの発注を受け、センターに直接納品をおこなう。また、メーカーはセンターに納品した旨を出荷案内メッセージなどを使って卸に連絡する。

なお、メーカーからの直接納品に対してセンターが検品をおこなう際には、納品時の送り状などに記載されている『発注番号』をキーとして入庫予定メッセージを特定し、その入庫予定情報と突き合わせて検品をおこなう。そのため、入庫予定メッセージの取引番号は、卸がメーカーに発注する『発注番号』と同様の番号をセットする。

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 3) 入庫予定メッセージ

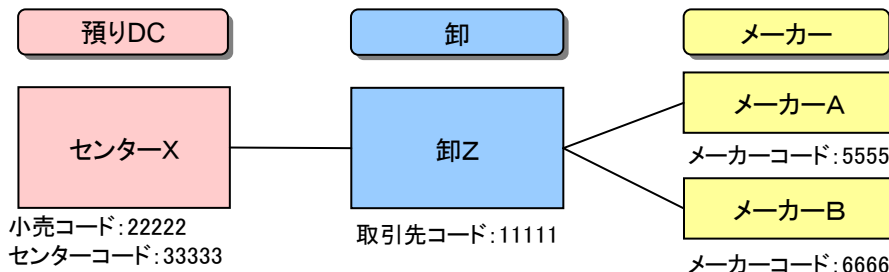
② 入庫予定メッセージのセット方法(1/2)

以下に示す入庫予定メッセージの使用例をもとに、具体的なセット方法を次ページに示す。

【入庫予定メッセージの使用例】

前述と同様に、センターXは卸Zと取引をおこなっているとする。

また、卸Zは、メーカーA、メーカーBと取引をおこなっているとする。



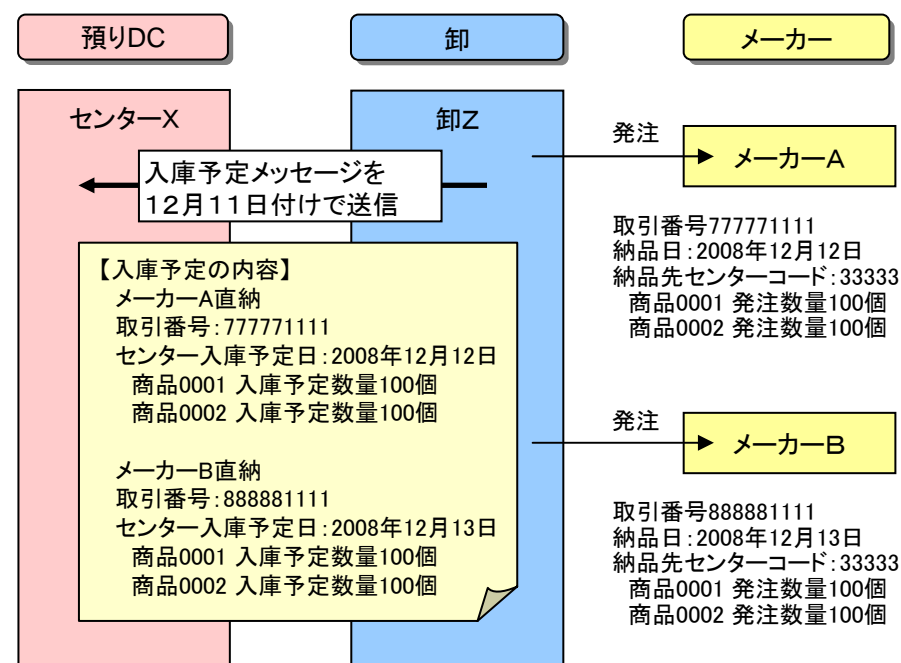
前述の在庫補充勧告の情報を参考に、卸ZはセンターXに以下の商品の入庫をおこなうために、入庫予定メッセージを使って連絡した。(また、卸はメーカーに対して入庫商品の発注をおこなった)

メーカーA商品の入庫について

- ・入庫経路は、メーカー直接納品
- ・商品0001を100個入庫(商品コードは495555001)
- ・商品0002を100個入庫(商品コードは495555002)
- ・センター入庫予定日は12月12日
- ・取引番号777771111

メーカーB商品の入庫について

- ・入庫経路は、メーカー直接納品
- ・商品0001を100個入庫(商品コードは496666001)
- ・商品0002を100個入庫(商品コードは496666002)
- ・センター入庫予定日は12月13日
- ・取引番号888881111



3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 3) 入庫予定メッセージ

② 入庫予定メッセージのセット方法(2/2)

前ページの入庫予定メッセージの使用例より、卸Zは入庫予定メッセージを以下のようにセットする。

【入庫予定メッセージのセット方法】

取引先										
取引先 コード	入庫／引取 区分	取引								
		取引番号	小売 コード	センター コード	入庫経路	メーカー コード	センター 入庫予定日	取引明細		
								取引明細 番号	商品コード (発注用)	入庫予定 数量(バラ)
【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】
11111	01 (入庫)	777771111	22222	33333	01 (メーカー入庫)	5555 (メーカーA)	20081212	0001	495555001	100
								0002	495555002	100
		888881111	22222	33333	01 (メーカー入庫)	6666 (メーカーB)	20081213	0001	496666001	100
								0002	496666002	100

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 4) 入庫確定メッセージ

① 入庫確定メッセージの基本定義

センターは卸・メーカーから納品されてきた商品を検品し、検品した数量を「入庫確定メッセージ」を使用して卸・メーカーに連絡する。また、前述のとおり、取引番号と取引明細番号をキーとして入庫予定から入庫確定までの取引を管理する。

なお、卸・メーカーのセンターへの納品においては、「入庫予定メッセージ」で連絡した内容(予定数量、予定入庫日など)どおりではない場合もある。具体的には、以下のとおり。

- ① 入庫予定数量よりも不足している場合
- ② 入庫予定日より遅れる場合
- ③ 納品されない場合
- ④ 分納で納品される場合

上記のようなケースに対応するため、「入庫確定メッセージ」を使用する際の留意点を次ページに示す。

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1)入庫プロセス (4)入庫確定メッセージ

「入庫確定メッセージ」を使用する際の留意点

1. 前提条件

- ・入庫確定メッセージは、原則、入庫予定メッセージでセットされた項目を引継ぐ。
(センター納品書番号がセットされていれば、基本的に当該データも引き継ぐ。)

2. 使い方

- ・センターは当日入庫検品したすべての商品の結果を、入庫確定メッセージの所定の項目にセットして、当日入庫を確定した分として、原則、毎日定時に卸へ送信する。
- ・入庫予定通りに全て確定されることが望ましいが、日を跨ぐ分納や、数量不足などのケースが発生した場合は、以下の方法でセットをおこなう。

3. 項目のセット方法

(1)センター入庫確定日

- ・入庫検品をおこなった年月日をセットする。

(2)入庫／引取確定完了区分

- ①『センター入庫受付期限』までに予定数量どおりに入庫された商品は『**入庫／引取確定完了区分**』に「01. 確定完了」をセットする。
- ②①で予定数量どおりに入庫された商品は、その日以降、入庫受付期限に達していても、当該商品の入庫確定メッセージは送付しない。
- ③入庫受付期限の日に予定数量どおりに達しなかった場合でも、『**入庫／引取確定完了区分**』に「01. 確定完了」をセットし、当日の検品結果(確定数量がゼロもありえる)を卸に送信し、その日をもって該当商品の入庫確定メッセージは送付しない。

(3)入庫確定数量(バラ)

- ①当日入庫検品した数量を、『**入庫確定数量(バラ)**』にセットする。
- ②入庫受付期限の日以前に、入庫された数量が予定数量どおりに達していない場合は、当日入庫検品した数量(確定数量がゼロもありえる)をセットするとともに、『**入庫／引取確定完了区分**』に予定数量どおりに達していない旨の「02. 未確定」をセットする。

(4)センター入庫受付期限

- ・卸が入庫予定メッセージでセットした入庫予定日以降に入庫される商品の受付を許容する日数または期限日。入庫受付期限は相対で取り決める。

入庫確定メッセージ項目

【取引ヘッダー】(キー項目のみ記載)

取引先コード(必須)

入庫／引取区分(必須)

小売コード(必須)

センターコード(必須)

(1) センター入庫確定日(必須)

入庫経路(任意)

メーカーコード(任意)

【取引明細】(キー項目のみ記載)

取引番号(必須)

センター納品番号(任意)

センター入庫予定日(必須)

(4) センター入庫受付期限(任意)

取引明細番号(必須)

商品コード(必須)

(2) 入庫／引取確定完了区分(必須)

入庫予定数量バラ(必須)

(3) 入庫確定数量バラ(必須)

は、入庫予定メッセージからの引継ぎ項目

は、センター側でセットする項目

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 4) 入庫確定メッセージ

② 入庫確定メッセージのセット方法

ここでは、前述の入庫予定メッセージを引き継ぐこととし、2008年12月12日、13日、14日の3日間におけるメーカーのセンターへの入庫例を示しながら、入庫確定メッセージのセット方法を次ページに示す。

なお、3日間の入庫例による入庫確定メッセージのセット方法でポイントなる事項は以下のとおり。

「2008年12月12日」のメーカーの入庫例

※分納で納品された場合

当日に取引明細番号の同じ商品が分納で入庫された場合のセット方法について

※入庫予定数量よりも不足して納品された場合

当日に入庫予定数量よりも不足して入庫された場合のセット方法について

「2008年12月13日」のメーカーの入庫例

※入庫予定日より遅れて納品された場合

受付期限の日までに入庫予定数量どおりに達した場合のセット方法について

※納品されない場合

当日に入庫がない場合のセット方法について

「2008年12月14日」のメーカーの入庫例

※入庫予定数量よりも不足して納品された場合

受付期限の日までに入庫予定数量どおりに達しなかった場合のセット方法について

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 4) 入庫確定メッセージ

【例1:「2008年12月12日」のメーカーの入庫例】

※分納で納品された場合

当日に取引明細番号の同じ商品が分納で入庫された場合のセット方法について

※入庫予定数量よりも不足して納品された場合

当日に入庫予定数量よりも不足して入庫された場合のセット方法について

卸からのセンター入庫への発注連絡を受け、メーカーAは、『2008年12月12日』に、センターに以下のような入庫をおこなったとする。

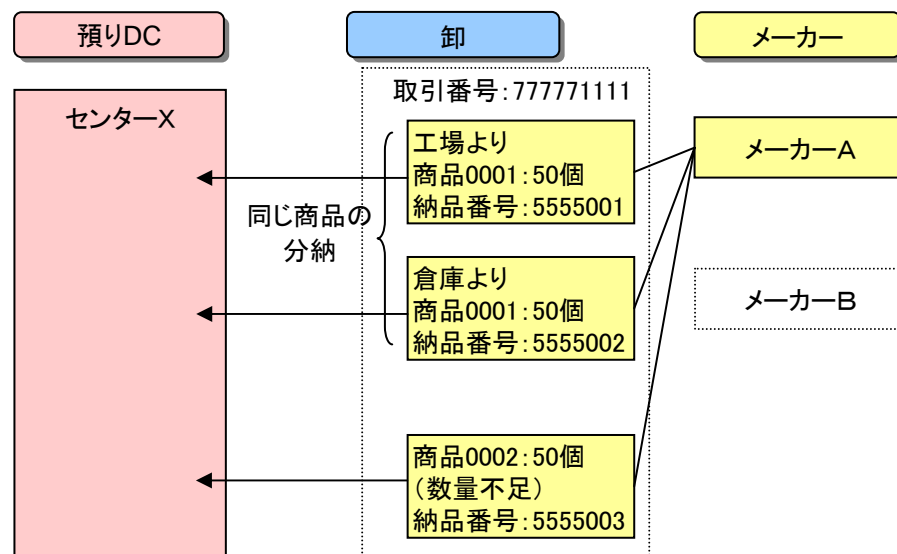
【メーカーAの入庫について】

商品0001について

工場から50個、倉庫から50個の分納で当日計100個を入庫。予定日(2008年12月12日)に予定数量(100個)どおり入庫を完了した。

商品0002について

当日50個を入庫。予定数量(100個)よりも50個不足して入庫した。



* センターと卸との取り決めで、メーカーA商品の入庫受付期限を2008年12月13日(入庫予定日+1日)までとする。

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 4) 入庫確定メッセージ

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

前ページの「2008年12月12日」のメーカーの入庫例より、センターXは入庫確定メッセージを以下のようにセットする。

【入庫確定メッセージのセット例その1】

 入庫予定メッセージからの引継ぎ項目

 センター側でセットする項目

取引先														
取引先 コード	入庫/引取 区分	取引 ①					取引明細 ②					③		
		小売 コード	センター コード	センター 入庫確定日	入庫経路	メーカー コード	取引番号	センター 納品番号	センター 入庫予定日	センター 入庫受付期 限	取引明細 番号	商品 コード (発注用)	④ 入庫確定 完了区分	⑤ 入庫 予定数量 (バラ)
【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【必須】	【任意】	【必須】	【任意】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】
11111	01 (入庫)	22222	33333	20081212	01 (メーカー入庫)	55555	777771111		20081212	20081213	0001	495555001	01 (確定完了)	100
							777771111		20081212	20081213	0002	495555002	02 (未確定)	100

センター側でセットする項目	セットをおこなうにあたっての留意点
①センター入庫確定日	入庫検品をおこなった年月日(2008年12月12日→「20081212」)をセットする。
②センター納品番号	同日に、取引明細番号の同じ商品が分納で入庫された商品について、取引明細をサマリーにしてセット。(この場合、センター納品書番号のセットは不要)
③センター入庫受付期限	入庫受付期限年月日あるいは、入庫受付期限許容日をセットする。
④入庫(引取)確定完了区分	<ul style="list-style-type: none"> 分納で入庫されたメーカーAの取引明細0001の商品は、入庫予定数量(100個)どおりに達したため『01 確定完了』をセットする。 取引明細0002の商品は、入庫予定数量(100個)どおりに入庫されていないため、『02 未確定』をセット。
⑤入庫確定数量(バラ)	当日入庫検品した数量をセットする。

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 4) 入庫確定メッセージ

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

同日に同商品が分納で入庫された場合、入庫確定メッセージをセット例その2のようにセットすることも可能。

【入庫確定メッセージのセット例その1】

入庫予定メッセージからの引継ぎ項目

センター側でセットする項目

取引先															
取引先 コード	入庫/引取 区分	取引					取引明細								
		小売 コード	センター コード	センター 入庫確定日	入庫経路	メーカー コード	取引番号	センター 納品番号	センター 入庫予定日	センター 入庫受付 期限	取引明細 番号	商品 コード (発注用)	入庫確定 完了区分	入庫 予定数量 (バラ)	入庫 確定数量 (バラ)
【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【必須】	【任意】	【必須】	【任意】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】
11111	01 (入庫)	22222	33333	20081212	01 (メーカー入庫)	55555 (メーカーA)	777771111		20081212	20081213	0001	495555001	01 (確定完了)	100	100
							777771111		20081212	20081213	0002	495555002	02 (未確定)	100	50

同日に、取引明細番号の同じ商品が分納で入庫された場合、それぞれ分納された同一商品にセンター納品書番号を入力し、例2のようにセットすることも可能。

ただしこの場合、分納で入庫されたメーカーAの取引明細0001の商品は、当日、最初の入庫分(50個)には『02 未確定』をセットし、次の入庫分(50個)で入庫予定数量(100個)どおりに達した旨の『01 確定完了』をセットする。

【入庫確定メッセージのセット例その2】

入庫予定メッセージからの引継ぎ項目

センター側でセットする項目

取引先															
取引先 コード	入庫/引取 区分	取引					取引明細								
		小売 コード	センター コード	センター 入庫確定日	入庫経路	メーカー コード	取引番号	センター 納品番号	センター 入庫予定日	センター 入庫受付 期限	取引明細 番号	商品 コード (発注用)	入庫確定 完了区分	入庫 予定数量 (バラ)	入庫 確定数量 (バラ)
【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【必須】	【任意】	【必須】	【任意】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】
11111	01 (入庫)	22222	33333	20081212	01 (メーカー入庫)	5555 (メーカーA)	777771111	5555001	20081212	20081213	0001	495555001	02 (未確定)	100	50
							777771111	5555002	20081212	20081213	0001	495555001	01 (確定完了)	100	50
							777771111		20081212	20081213	0002	495555002	02 (未確定)	100	50

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 4) 入庫確定メッセージ

【例2:「2008年12月13日」のメーカーの入庫例】

※入庫予定日より遅れて納品された場合

受付期限の日までに入庫予定数量どおりに達した場合のセット方法について

※納品されない場合

当日に入庫がない場合のセット方法について

メーカーAおよびメーカーBは『2008年12月13日』に、センターに以下のような入庫をおこなったとする。

【メーカーAの入庫について】

商品0001について

2008年12月12日に予定数量どおり入庫し、確定完了。

商品0002について

予定数量の不足分を50個入庫。

入庫受付期限までに予定数量(100個)どおりに達した。

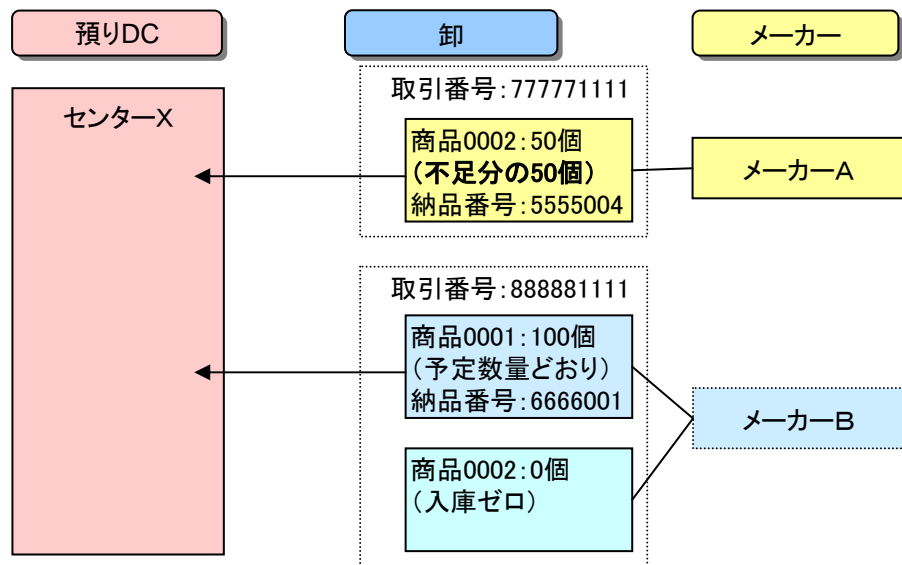
【メーカーBの入庫について】

商品0001について

当日100個を入庫し、予定日(2008年12月13日)に予定数量(100個)どおり入庫を完了した。

商品0002について

当日入庫なし。(予定数量は100個)



* センターと卸との取り決めで、
メーカーA商品の入庫受付期限を2008年12月13日(入庫予定日+1日)までとする。
メーカーB商品の入庫受付期限を2008年12月14日(入庫予定日+1日)までとする。

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 4) 入庫確定メッセージ

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

前ページの「2008年12月13日」のメーカーの入庫例より、センターXは入庫確定メッセージを以下のようにセットする。

【入庫確定メッセージのセット例】

 入庫予定メッセージからの引継ぎ項目

 センター側でセットする項目

取引先																	
取引先 コード	入庫/引取 区分	取引					取引明細										
		小売 コード	センター コード	センター 入庫確定日	入庫経路	メーカー コード	②		③		④			⑤			
							取引番号	センター 納品番号	センター 入庫予定日	センター 入庫受付 期限	取引明細 番号	商品コード (発注用)	入庫確定 完了区分	入庫 予定数量 (バラ)	入庫 確定数量 (バラ)		
【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【必須】	【任意】	【必須】	【任意】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】		
11111	01 (入庫)	22222	33333	20081213	01 (メーカー入庫)	55555 (メーカーA)	777771111							100	100		
							すでに確定完了となった商品の情報は送付しない										
							777771111		20081212	20081213	0002	495555002	01 (確定完了)	100	50		
							01 (メーカー入庫)	66666 (メーカーB)	888881111		20081213	20081214	0001	496666001	01 (確定完了)	100	100
							888881111		20081213	20081214	0002	496666002	02 (未確定)	100	0		

すでに確定完了となった商品の情報は送付しない

センター側でセットする項目	セットをおこなうにあたっての留意点
①センター入庫確定日	入庫検品をおこなった年月日(2008年12月13日→「20081213」)をセットする。
②センター納品番号	セット不要。
③センター入庫受付期限	入庫受付期限年月日あるいは、入庫受付期限許容日をセットする。
④入庫(引取)確定完了区分	<ul style="list-style-type: none"> ・2008年12月12日に確定完了となったメーカーA取引明細0001の入庫情報は送付しない。 ・メーカーA取引明細0001の商品は、入庫受付期限までに予定数量(100個)どおりに達したため『確定完了』をセット。 ・メーカーB取引明細0001の商品は、予定日に入庫予定数量どおり入庫したため『確定完了』をセット。 ・メーカーB取引明細0002の商品は、入庫予定数量どおりに入庫されていないため、『02 未確定』をセット。 <p>* 入庫受付期限の日以前に入庫がない場合、入庫ゼロの情報を送付するかどうかは相対で取り決める。</p>
⑤入庫確定数量(バラ)	当日入庫検品した数量をセットする。

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 4) 入庫確定メッセージ

【例3:「2008年12月14日」のメーカーの入庫例】

※入庫予定数量よりも不足して納品された場合

受付期限の日までに入庫予定数量どおりに達しなかった場合のセット方法について

メーカーBは『2008年12月14日』に、
センターに以下のような入庫をおこなったとする。

【メーカーAの入庫について】

商品0001について

2008年12月12日に予定数量どおり入庫し、確定完了。

商品0002について

2008年12月13日に予定数量どおりに達し、確定完了。

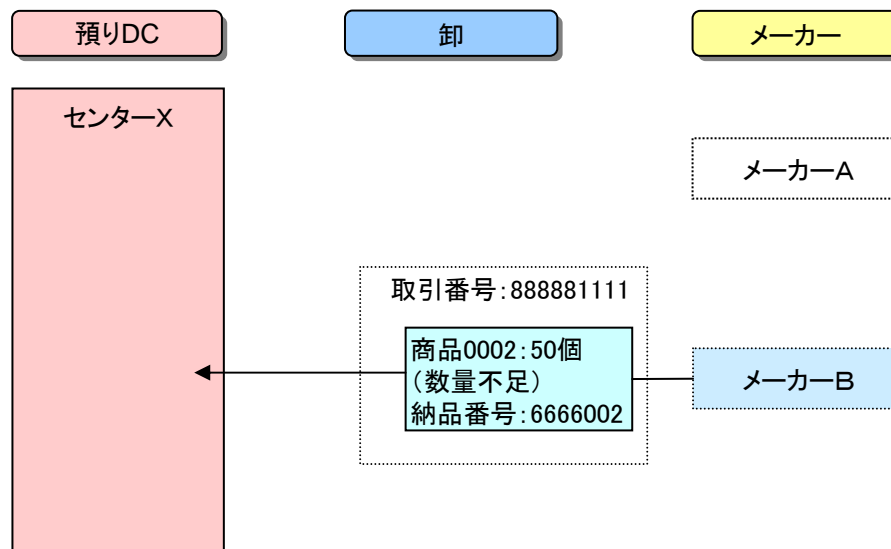
【メーカーBの入庫について】

商品0001について

2008年12月13日に予定数量どおり入庫し、確定完了。

商品0002について

当日50個を入庫。ただし、入庫受付期限までに予定数量(100個)に達していない。



* センターと卸との取り決めで、
メーカーA商品の入庫受付期限を2008年12月13日(入庫予定日+1日)までとする。
メーカーB商品の入庫受付期限を2008年12月14日(入庫予定日+1日)までとする。

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1)入庫プロセス 4)入庫確定メッセージ

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

前ページの「2008年12月14日」のメーカーの入庫例より、センターXは入庫確定メッセージを以下のようにセットする。

【入庫確定メッセージのセット例】

入庫予定メッセージからの引継ぎ項目

センター側でセットする項目

取引先																
取引先 コード	入庫/引取 区分	取引					取引明細									
		小売コード	センター コード	センター 入庫確定日	入庫経路	メーカー コード	②		③		取引明細 番号	商品コード (発注用)	④		⑤	
							取引番号	センター 納品番号	センター 入庫予定日	センター 入庫受付 期限			入庫確定 完了区分	入庫 予定数量 (バラ)	入庫 確定数量 (バラ)	
【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【必須】	【任意】	【必須】	【任意】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	
11111	01 (入庫)	22222	33333	20081214	01 (メーカー入庫)	5555 (メーカーA)	7777	すでに確定完了となった商品の情報は送付しない				01	01	100	100	
							7777	すでに確定完了となった商品の情報は送付しない				02	01	100	50	
					01 (メーカー入庫)	6666 (メーカーB)	8888	すでに確定完了となった商品の情報は送付しない				01	01	100	100	
							88881111		20081213	20081214	0002	496666002	01	100	50	

センター側でセットする項目	セットをおこなうにあたっての留意点
①センター入庫確定日	入庫検品をおこなった年月日(2008年12月14日→「20081214」)をセットする。
②センター納品番号	セット不要。
③センター入庫受付期限	入庫受付期限年月日あるいは、入庫受付期限許容日をセットする。
④入庫(引取)確定完了区分	<ul style="list-style-type: none"> すでに確定完了となったメーカーA取引明細0001、取引番号0002、メーカーB取引番号0001の入庫情報は送付しない。 メーカーB取引明細0002の商品は予定数量どおりに達していないが(不足50個)、入庫受付期限の日となったため、当該商品の入庫の受付を終了する旨の『01 確定完了』をセットする。
⑤入庫確定数量(バラ)	当日入庫検品した数量をセットする。

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 5) 代行発注について

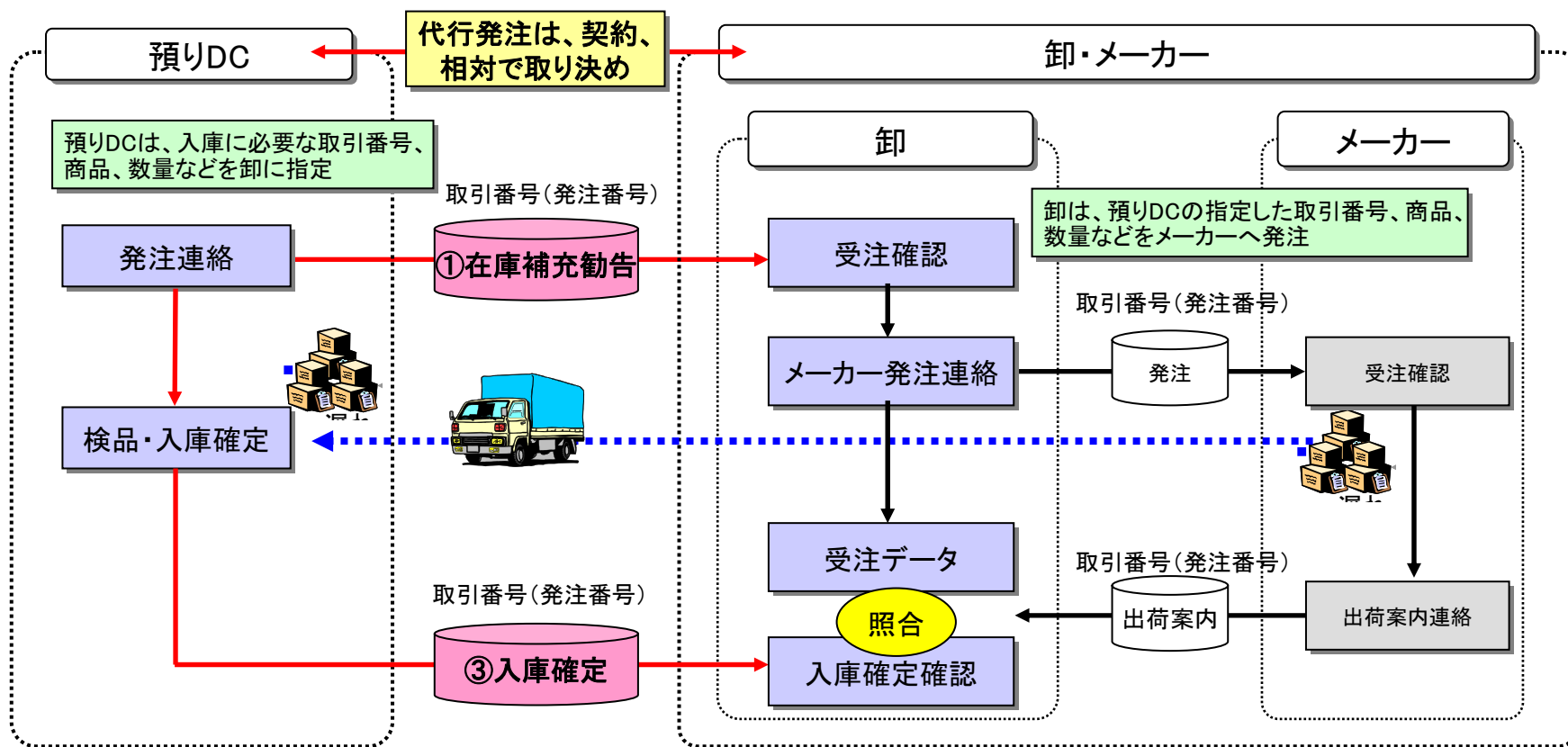
① 代行発注の基本定義

グロサリー分野における預りDCによる代行発注は、下図のプロセスが一般的である。

※ここでいう代行発注とは、「預りDCの指定した取引番号、商品、数量などに基づいて、卸・メーカーは預りDCに入庫をおこなう」ものである。代行発注をおこなう際には、預りDC・卸間で契約、あるいは相対で取り決める。

※預りDCは取引番号と入庫に必要な情報を卸に送信、卸は預りDCの取引番号を引き継いで、メーカーに発注する。

※したがって代行発注プロセスにおいても、「在庫補充勧告メッセージにある『取引番号』」を利用することで対応する。



3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 5) 代行発注について

② 代行発注をおこなう場合のメッセージのセット方法(1/3)

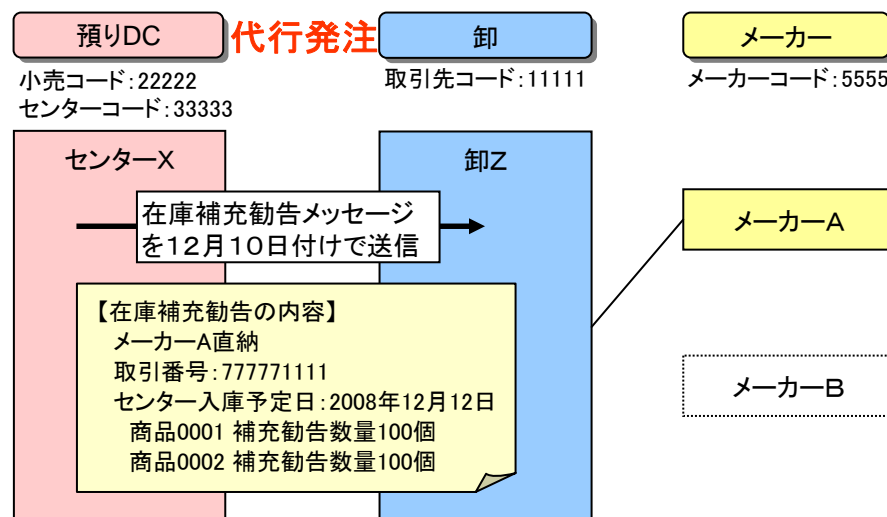
以下に示す代行発注の例をもとに、センターが在庫補充勧告と入庫確定メッセージを使用してセット方法を次ページに示す。

【代行発注の例】

センターXは卸Zに以下の商品の発注を依頼するために、在庫補充勧告メッセージを使用して連絡した。
卸ZはメーカーAに発注をおこない、メーカーAは、発注依頼どおりセンターXに商品を入庫した。
センターXは入庫確定メッセージを使用して入庫検品した結果を卸Zに連絡した。

卸Zへの発注依頼について

- ・発注メーカーはA社
- ・入庫経路は、メーカーA直接納品
- ・商品0001を100個補充(商品コードは495555001)
- ・商品0002を100個補充(商品コードは495555002)
- ・センター入庫予定日は12月12日
- ・取引番号777771111



3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス 5) 代行発注について

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

② 代行発注をおこなう場合のメッセージのセット方法(2/3)

代行発注をおこなう場合、センターXは在庫補充勧告と入庫確定メッセージを以下のようにセットする。

【在庫補充勧告メッセージのセット例】

取引先									
取引先コード	取引						取引明細		
	取引番号	小売コード	センターコード	入庫経路	メーカーコード	センター 入庫予定日	取引明細 番号	商品コード (発注用)	補充勧告 数量(バラ)
【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】
11111	777771111	22222	33333	01 (メーカー入庫)	5555 (メーカーA)	20081212	0001	495555001	100
							0002	495555002	100

【入庫確定メッセージのセット例】

在庫補充勧告メッセージから引き継ぐ項目 センター側でセットする項目

取引先															
取引先 コード	入庫/引取 区分	取引					取引明細								
		小売コード	センター コード	センター 入庫確定日	入庫経路	メーカー コード	取引番号	センター 納品番号	センター 入庫予定日	センター 入庫受付 期限	取引明細 番号	商品コード (発注用)	入庫確定 完了区分	入庫 予定数量 (バラ)	入庫 確定数量 (バラ)
【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【必須】	【任意】	【必須】	【任意】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】
11111	01 (入庫)	22222	33333	20081212	01 (メーカー入庫)	5555 (メーカーA)	777771111		20081212	/	0001	495555001	01 (確定完了)	100	100
							777771111		20081212	/	0002	495555002	01 (確定完了)	100	100

3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス ご参考: 緊急入庫が発生した場合の運用とセット方法

緊急入庫が発生した場合の運用とセット方法

卸・メーカーがセンターに入庫する際には、あらかじめ入庫予定メッセージをセンターに送信していることが原則である。

しかしながら、緊急を要する入庫が必要となり、入庫予定メッセージを送信することが間に合わない場合には、センターは入庫確定メッセージを使用して以下の要領で対応することもできる。

【緊急入庫において「入庫確定メッセージ」を使用する際の留意点】

- 緊急入庫が発生した場合、センターは検品結果に基づいて、入庫確定メッセージを卸に送信する。
- 入庫確定メッセージを作成するにあたり、原則として、入庫確定メッセージの必須項目には必ずデータをセットする。
- ただし、入庫予定メッセージから引き継いでいる必須項目でセットできない項目(入庫予定日、入庫予定数量)には「ゼロ」をセットする。
- 必須項目であり、メッセージの管理番号となっている取引番号と取引明細番号のセット方法については、センター／卸・メーカー間で取り決める。
- なお、入庫商品に添付されている納品書の番号で管理する場合は『センター納品書番号』項目にセットする(相対で取り決める)。

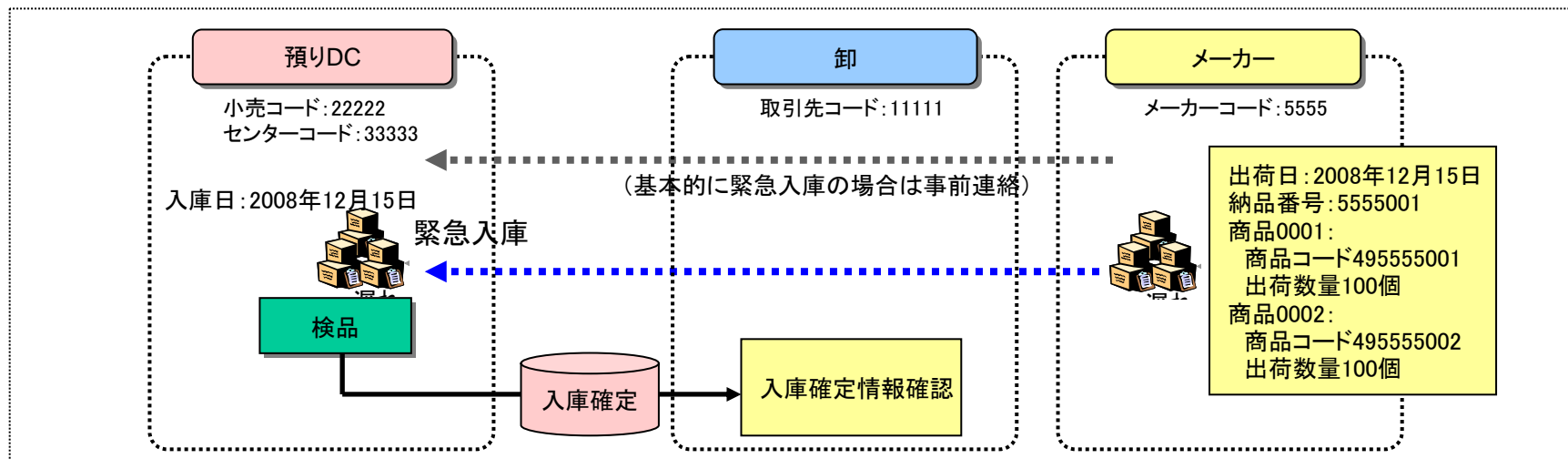
3. メッセージの基本定義とセット方法

(1) 入庫プロセス ご参考: 緊急入庫が発生した場合の運用とセット方法

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

緊急入庫の例をもとに、入庫確定メッセージをセット方法を示す。

【緊急入庫の例】



【緊急入庫における入庫確定メッセージのセット方法】

取引先															
取引先 コード	入庫/引取 区分	取引					取引明細								
		小売コード	センター コード	センター 入庫確定日	入庫経路	メーカー コード	取引番号	センター 納品番号	センター 入庫予定日	センター 入庫受付 期限	取引明細 番号	商品コード (発注用)	入庫確定 完了区分	入庫 予定数量 (バラ)	入庫 確定数量 (バラ)
【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【必須】	【任意】	【必須】	【任意】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】
11111	01 (入庫)	22222	33333	20081215			* 1		00000000 (ゼロをセット)		* 1	495555001	01 (確定完了)	0 (ゼロをセット)	100
							* 1		00000000 (ゼロをセット)		* 1	495555002	01 (確定完了)	0 (ゼロをセット)	100

* 赤字の項目は、必ずセットが必要。

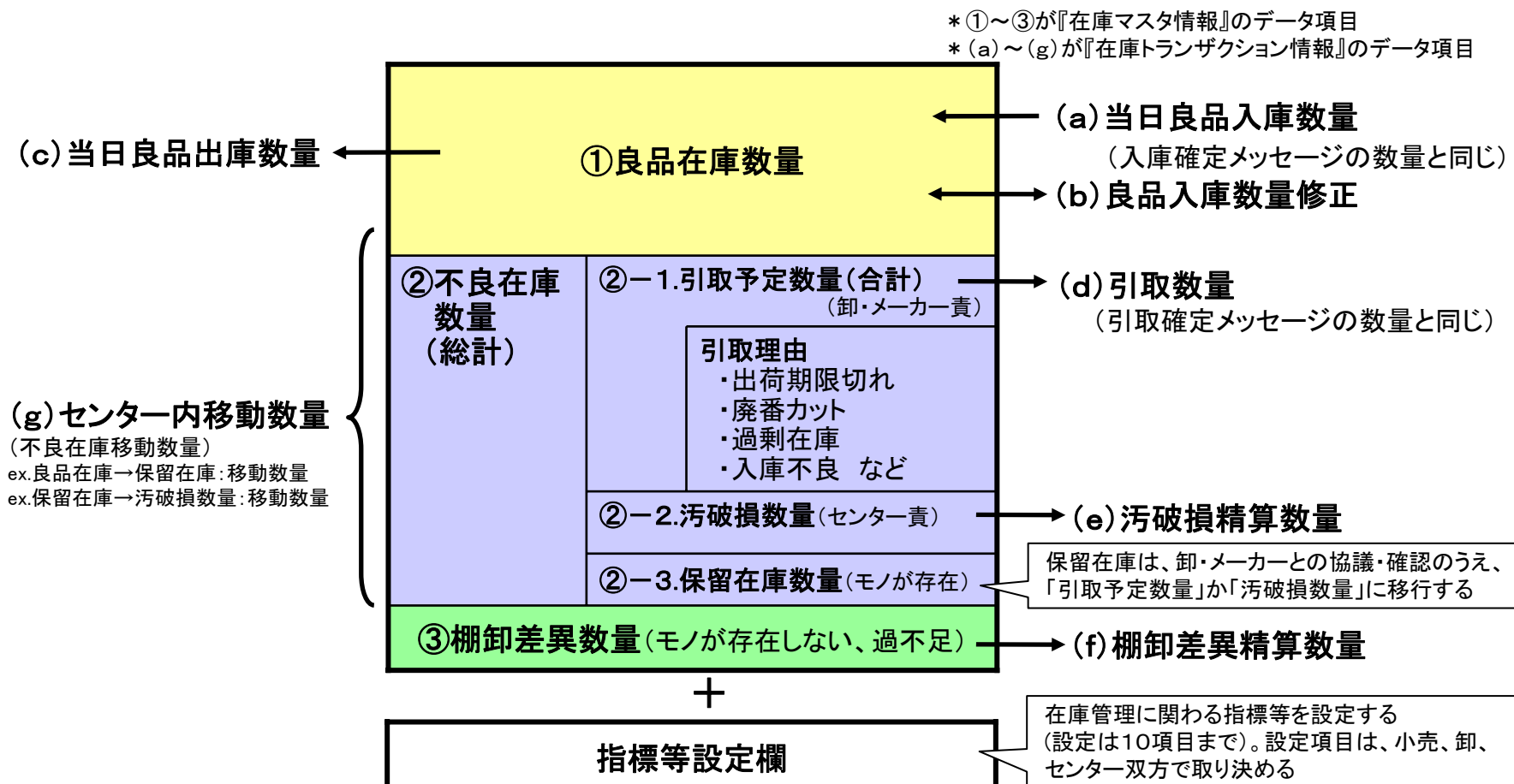
* 1: 取引番号と取引明細番号のセット内容については、センター／卸・メーカー間で取り決める。

* グレーの網がけの部分については、データをセットするかどうか、センター／卸・メーカー間で取り決める。

3. メッセージの基本定義とセット方法

(2)在庫報告プロセス 1)在庫報告プロセスの概要

在庫報告メッセージは、帳簿上の在庫状況を明らかにするために、センター内の良品在庫、不良在庫などのストック情報を管理・報告する『在庫マスタ情報』と、良品在庫の入出庫、不良在庫などの引取や精算といった、センター内の総在庫が日々変動する情報を管理・報告する『在庫トランザクション情報』の2つの在庫情報を使用する。



3. メッセージの基本定義とセット方法

(2)在庫報告プロセス 2)在庫マスタ情報

①在庫マスタ情報の基本定義

在庫マスタ情報は、センターが卸・メーカーに対して、当日の入出庫作業完了後、「本日時点※1で存在する各商品の在庫状況を報告する」ためのメッセージであり、下記の①、②、③のデータ項目を基本とする。

項目	意味
①良品在庫数量 【必須】	センターで確認された引当可能な在庫(良品在庫) 出荷予定数を含めない。当日の出荷・入庫等の合計を計算後の当日確定在庫数とする。また、総在庫数から「不良在庫数量(総計)」と「棚卸差異数量」を引いた『良品在庫数量』を表す。
②不良在庫数量(総計) 【必須】	センター内で確認された不良在庫の総計 在庫日時時点の「不良在庫数量(総計)」。不良在庫としてモノが存在することを前提とする。 不良在庫数量(総計)＝引取予定数量(合計)＋汚破損数量＋保留在庫数量
②－1. 引取予定数量(合計) (卸・メーカー責の不良在庫) 【任意】	センター内引取品によるベンダー回収用在庫数量 保管中に在庫期限が切れた商品、廃番カット商品、過剰在庫などの不良在庫において、卸が引き取る在庫が発生した合計数量を報告する。卸が引き取るまで、その「引取予定数量(合計)」は次の日も維持される。
②－2. 汚破損等数量 (センター責の不良在庫) 【任意】	センター責の不良在庫数量 汚破損等センター責の在庫が発生した数量を報告する。 センター側と卸側とで協議の上、その在庫が精算されるまで「汚破損数量」は次の日も維持される。
②－3. 保留在庫数量 【任意】	不良在庫を一時的に保留する 不良在庫が発生した場合、不良在庫の処分方法が決まるまでの間、一時的に保留在庫に移行する。保留在庫の内容・清算タイミングは、卸・メーカーとの協議・確認のうえ決定し、在庫清算時まで「引取予定数量(合計)」か「汚破損等数量」に移行するものとする。
③棚卸差異数量 【必須】	■実棚数量－帳簿在庫＝棚卸差異数量 (帳簿在庫＞実棚数量のときは－、帳簿在庫≤実棚数量ときは＋を符号項目に必ずセットする) 在庫日時時点での帳簿在庫と実棚数量との差異数。調査・精算が完了するまで、この「棚卸差異数量」として管理を行う。処理方法については、別途契約で取り決めた方法に従う。

棚卸差異数量以外は現物が存在するため、マイナスは発生しない

※1: 本日時点のタイミングはセンター個別に取り決めることとする。

3. メッセージの基本定義とセット方法

(2)在庫報告プロセス 2)在庫マスタ情報

【良品在庫から不良在庫と棚卸差異が発生した場合の処理の流れの一例】

【不良在庫が発生した場合】

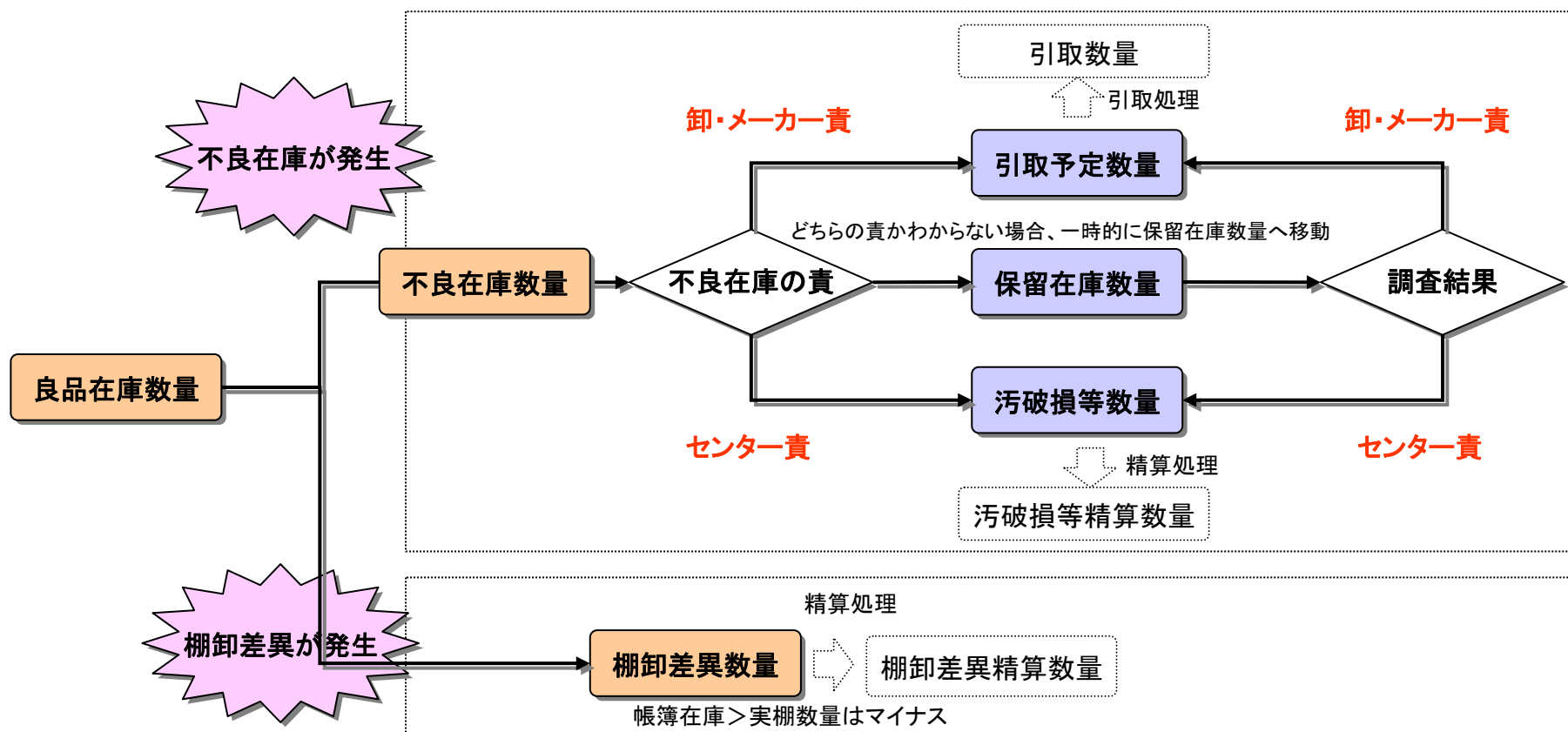
良品在庫から瑕疵などで不良品が発生した場合、『不良在庫数量』項目に移動する(必須)。

不良在庫が卸・メーカー責の場合は『引取予定数量』項目へ、センター責の場合は『汚破損等数量』項目へ移動する(任意)。

なお、どちらの責かわからない場合は、一時的に『保留在庫数量』項目へ移動して、調査をおこなう(任意)。

【棚卸差異等が発生した場合】

実地棚卸をおこなう等して、実棚数と帳簿在庫数の差異が発生した場合は、『棚卸差異数量』項目へ移動する(必須)。



3. メッセージの基本定義とセット方法

(2)在庫報告プロセス 2)在庫マスタ情報

②在庫マスタ情報のセット方法

在庫状況の例をもとに、在庫マスタ情報のセット方法を示す。

【在庫状況の例】

センターX(センターコード:33333)は、メーカーAの商品A(商品コード:495555001)について2009年1月12日の在庫マスタ情報を作成し、卸Z(取引先コード:11111)に報告したとする。

- ・前日(2009年1月11日締め後)の商品Aの良品在庫は500個あり、不良在庫数量および棚卸差異数量はゼロであった。
当日(2009年1月12日)に商品Aの入庫100個、出庫200個があり、帳簿上の良品在庫は400個となった。
- ・当日の締め前に、商品Aの実地棚卸をおこなったところ、①20個の商品に瑕疵(不良在庫)が発見された。このうち②10個は卸・メーカーによる入庫不良であることが明らかとなったため引取予定数量に移動した。③残り10個の瑕疵についてはどちらの責かわからないため保留在庫数量に移動した。
- ・また、良品在庫が④帳簿上の数量よりも10個不足していることが判明し棚卸差異数量に移動した。この結果、⑤良品在庫は370個となった。
- ・センターXは、⑥当日の処理を締めて、⑦日次報告として商品Aについての在庫マスタ情報を卸Zに報告した。



【在庫マスタ情報のセット方法】

取引先																		
取引先 コード	センター																	
	センター コード	小売 コード	在庫 日次/月次 区分	在庫締日	在庫明細 商品 コード (発注用)	在庫マスタ情報											棚卸差異	
						良品在庫 数量	不良在庫 数量 (総計)	卸／メーカー責					センター責 汚破損等 数量	保留 保留在庫 数量				
								引取予定 数量 (合計)	引取予定の内訳									
									良品在庫 数量	不良在庫 数量 (総計)	引取予定 数量 (合計)	出庫期限 切れ			廃番	過剰在庫	入庫不良	その他
【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【必須】	【必須】	
11111	33333	22222	01 (日次)	20090112	495555001	370	20	10					10			10	- (マイナス)	10

⑦

⑥

⑤

①

②

②

③

④

3. メッセージの基本定義とセット方法

(2)在庫報告プロセス (3)在庫トランザクション情報

①在庫トランザクション情報の基本定義

在庫トランザクション情報は、センターが卸・メーカーに対して、当日の入出庫作業完了後、「本日時点の入出庫状況、不良在庫などの返却や精算状況を報告する」ためのメッセージである。

なお、在庫トランザクション情報は、在庫マスタ情報と合わせて、卸・メーカーに報告する。

項目	意味
(a) 当日良品入庫数量 【任意】	当日卸・メーカーからセンターに補充された数量 「入庫確定メッセージ」で卸・メーカーに連絡したときの入庫確定数量を示す。
(b) 良品入庫数量修正 【任意】	入庫数量の訂正数 前回送信時から、何かの要因で入庫された数量に誤りがあった場合、この項目に訂正数をセットする。
(c) 当日良品出庫数量 【任意】	当日センターから出荷した数量 当日センターから小売に出荷した数量を示す。
(d) 引取数量 【任意】	不良在庫として卸・メーカーに引き取ってもらった数量 センター内の卸・メーカー責の不良在庫(不良品、廃番品、過剰在庫、入庫不良など)を卸・メーカーに引き取ってもらった数量を示す。 なお、引取数量は「入庫確定メッセージ」を使って、引取が確定した旨を卸・メーカーに連絡した数量と同じ。
(e) 汚破損精算数量 【任意】	汚破損として卸・メーカーに精算した数量 センター責の不良在庫として、卸・メーカーに精算した数量を示す。
(f) 棚卸差異精算数量 【任意】	棚卸差異として卸・メーカーに精算した数量 帳簿上の良品在庫の不足分(紛失)として、卸・メーカーに精算した数量を示す。
(g) センター内移動数量 【任意】	当日センター内で在庫が移動した数量 良品在庫から不良在庫、不良在庫内の移動数量を表す。

(a)～(g)の数量項目は符号付きで、数量をセットする場合は必ず符号(数量<0は－、数量≥0は＋)も合わせてセットする

3. メッセージの基本定義とセット方法

(2)在庫報告プロセス 3)在庫トランザクション情報

【在庫トランザクション情報を使用するにあたっての主な留意点】

「(b)良品在庫数量修正」項目について

『良品在庫数量修正』項目は、良品在庫数量を適切に管理するために、入庫の誤確定等が発生した場合、誤った数量分を在庫トランザクション情報の『良品在庫数量修正』項目を使用して訂正するとともに、在庫マスタ情報の『良品在庫数量』項目に訂正数量分を反映し、卸に報告するものである。

例えば、センターによる誤確定が発生した場合、『良品在庫数量修正』項目を使用して以下のように修正する。

- ①卸・メーカーは入庫予定メッセージを使用して、商品Aを100個入庫する旨を預りDCに連絡。
- ②当日に卸・メーカーより80個が入庫されたが、預りDC側で誤って100個で検品し、入庫確定メッセージで100個入庫された旨を連絡。また、在庫マスタ情報の『良品在庫数量』に100個分が加算され、在庫トランザクション情報の『当日良品入庫数』も100個で報告。
- ③後日、預りDC又は卸・メーカーで誤確定に気づき、預りDCで在庫トランザクション情報の『良品在庫数量修正』項目に“-20個”をセットするとともに、在庫マスタ情報の『良品在庫数量』から20個分を減算して、卸・メーカーに報告。

3. メッセージの基本定義とセット方法

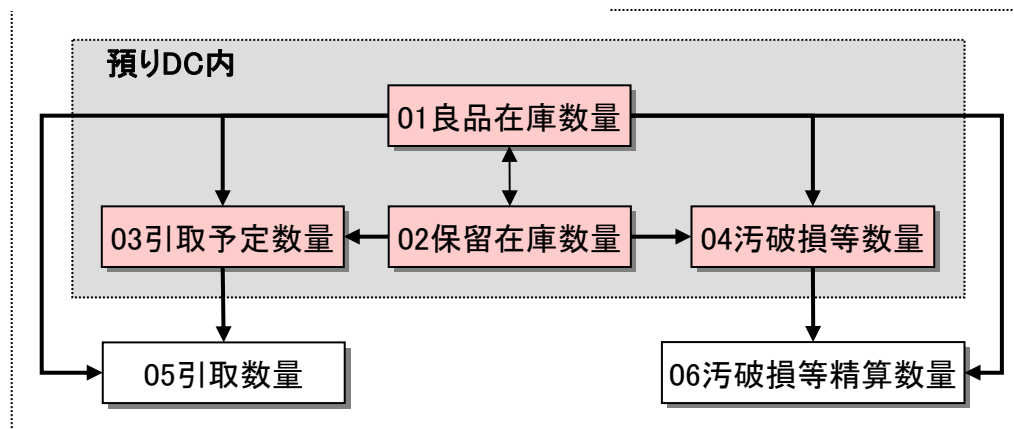
(2)在庫報告プロセス 3)在庫トランザクション情報

「(g)センター内在庫移動数量」項目について

『センター内在庫移動数量』項目は、良品在庫から不良在庫、不良在庫内の移動数量の実態を適切に把握・管理するとともに、これを卸に連絡するものである。

センター内移動数量項目は、移動元、移動先をコードリスト化し項目を設けており、卸とセンターとの相対での取り決めで、コードリストから移動元項目と移動先項目を選択し、移動数量をセットする。

【預りDC内の在庫の移動パターン例】



【コードリスト】

移動元項目	移動先項目
01良品在庫数量	01良品在庫数量
02保留在庫数量	02保留在庫数量
03引取予定数量	03引取予定数量
04汚破損等数量	04汚破損等数量
05引取数量	05引取数量
06汚破損等精算数量	06汚破損等精算数量
07～NN 相対	07～NN 相対

3. メッセージの基本定義とセット方法

(2)在庫報告プロセス 3)在庫トランザクション情報

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

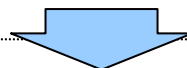
②在庫トランザクション情報のセット方法

在庫状況の例をもとに、在庫トランザクション情報のセット方法を示す。

【在庫状況の例】

センターX(センターコード:33333)は、メーカーAの商品A(商品コード:495555001)について2009年1月12日の在庫トランザクション情報を作成し、卸Z(取引先コード:11111)に報告したとする。

- ・当日(2009年1月12日)に商品Aの①入庫100個、②出庫200個があった。
- ・前回の商品Aの入庫で20個分多く検品していたことが判明し、③『良品入庫数量修正』項目を使って20個分を減数修正した。(同時に、在庫マスタ情報の『良品在庫数量』も20個分を減数修正した)
- ・当日、卸・メーカー責の不良在庫10個を引き取ってもらったため、④引取予定数量にあった10個分を引取数量に移動した。(同時に、「入庫確定メッセージ」を使って、引取が確定した旨を卸・メーカーに連絡した。)
- ・当日、センター責の不良在庫10個を精算したため、⑤汚破損等数量にあった10個分を汚破損等精算数量に移動した。
- ・当日、商品Aの実地棚卸をおこなったところ、20個の商品に瑕疵(不良在庫)が発見された。このうち⑥10個は卸・メーカーによる入庫不良であることが明らかとなったため引取予定数量に移動した。⑦残り10個の瑕疵についてはどちらの責かわからないため保留在庫数量に移動した。



【在庫トランザクション情報のセット方法】(センター内在庫移動数量については次ページに表記)

取引先																	
取引先 コード	センター																
	センター コード	小売 コード	在庫 日次/月次 区分	在庫締日	在庫明細 商品 コード (発注用)	在庫トランザクション情報											
						当日良品入庫数量		良品入庫数量修正		当日良品出庫数量		引取数量		汚破損精算数量		棚卸差異精算数量	
						符号	数量	符号	数量	符号	数量	符号	数量	符号	数量	符号	数量
【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
11111	33333	22222	01 (日次)	20090112	495555001	+	100	-	20	+	200	+	10	+	10		
						(プラス)		(マイナス)		(プラス)		(プラス)		(プラス)			

①

③

②

④

⑤

3. メッセージの基本定義とセット方法

(2)在庫報告プロセス (3)在庫トランザクション情報

【センター内在庫移動数量のセット方法】

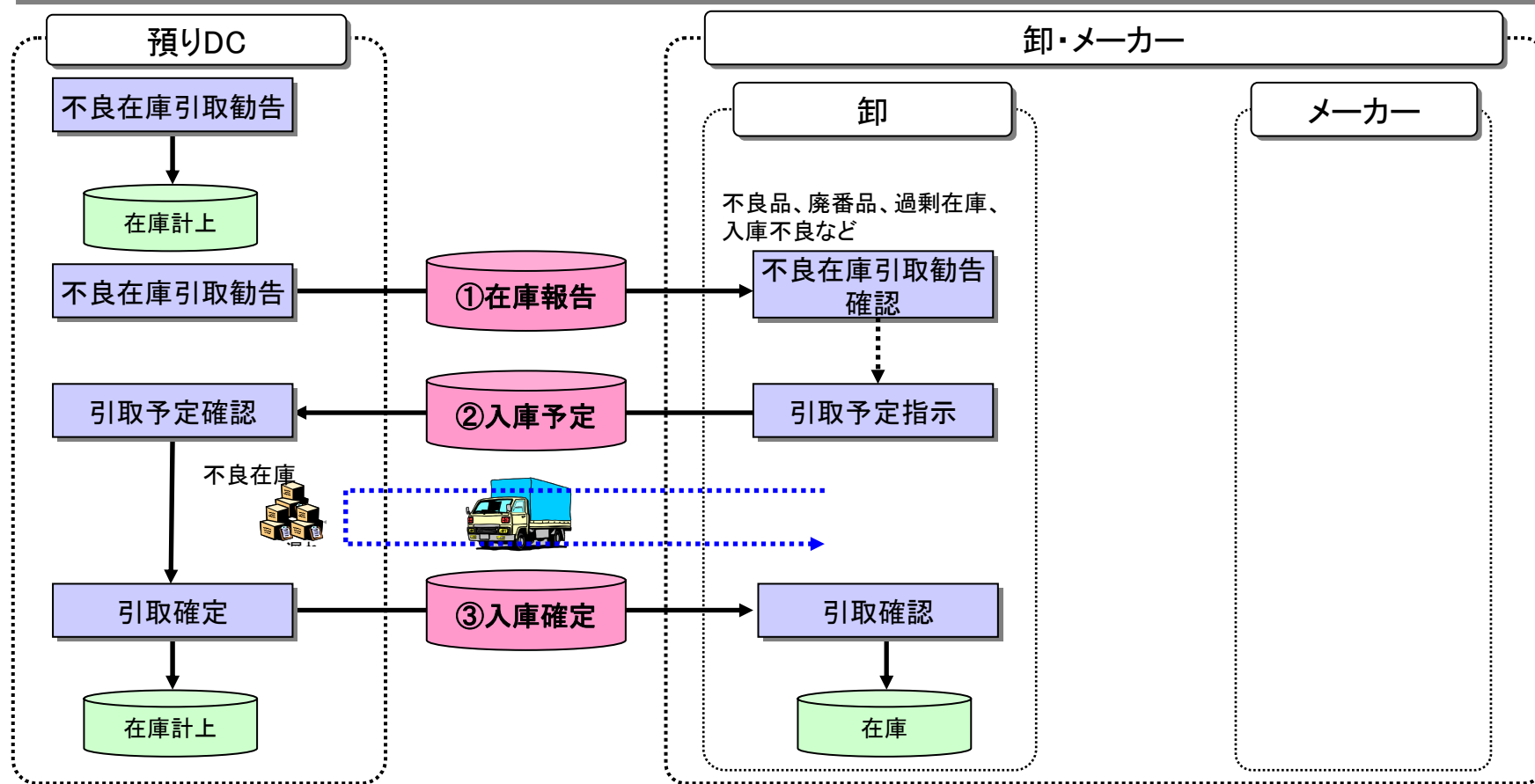
	移動元 【任意】	移動先 【任意】	符号 【任意】	移動数量 【任意】
⑦ {	01良品在庫数量	02保留在庫数量	+	10
⑥ {	01良品在庫数量	03引取予定数量	+	10
	01良品在庫数量	04汚破損等数量		
	01良品在庫数量	05引取数量		
	01良品在庫数量	06汚破損等精算数量		
	02保留在庫数量	01良品在庫数量		
	02保留在庫数量	03引取予定数量		
	02保留在庫数量	04汚破損等数量		
④ {	03引取予定数量	05引取数量	+	10
⑤ {	04汚破損等数量	06汚破損等精算数量	+	10

3. メッセージの基本定義とセット方法

(3) 不良在庫の引取プロセス 1) 不良在庫の引取プロセスの概要

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

- ①センター内で卸・メーカー責の不良在庫が発生した場合、センターは日々送付する在庫報告メッセージの項目を利用して、不良在庫の引き取りを卸・メーカーに勧告することができる。
- ②卸・メーカーは不良在庫となった商品、数量などを確認し、入庫予定メッセージを使用して不良在庫となった商品の引き取り予定日などをセンターに連絡する。
- ③卸・メーカーが不良在庫を引き取ったことを確認した後、センターは引取りが確定した旨を入庫確定メッセージを使用して卸・メーカーに連絡する。



3. メッセージの基本定義とセット方法

(3) 不良在庫の引取プロセス 2) 不良在庫の引取に関わるメッセージ

① 不良在庫の引取に関わるメッセージの基本定義

センター内で発生した卸・メーカー責の不良在庫(不良品、廃番品、過剰在庫、入庫不良など)の引き取りを以下に示すメッセージを使用して処理をおこなう。

メッセージを使用するうえでの原則として、卸・メーカーから連絡された引取予定のデータ項目は、引取確定のデータ項目に引継ぐ。

なお、小売から返品されてきた商品については、不良在庫として取り扱わない。

■ 不良在庫引取勧告(在庫報告メッセージを使用)

センター内で発生した不良在庫『不良品、廃番品、過剰在庫、入庫不良など』は、卸・メーカーと協議の上、在庫報告メッセージの在庫マスタ情報にある『引取予定数量』項目を使用して、不良在庫の引き取りを勧告する。

最終的にはセンター、卸・メーカー双方の合意のもと、卸・メーカーに引き取ってもらう不良在庫の内容(不良品、廃番品、過剰在庫、入庫不良など)と数量が決定されるが、そのプロセスの詳細については、在庫マスタ情報の利用方法により各社様々であるため、相対で取り決める。

■ 引取予定(入庫予定メッセージを使用)

引き取り対象となる不良在庫の内容と数量が決定した後、卸・メーカーは『入庫予定メッセージ』の『入庫／引取区分』を『02 引取』に設定して、引き取りをおこなう商品、数量、引き取りの予定日などを入庫予定メッセージにセットしてセンターに連絡する。

■ 引取確定(入庫確定メッセージを使用)

引き取り予定日に、卸・メーカーはセンターの不良在庫を引き取る。引き取りが確定すると、センターは『入庫確定メッセージ』の『入庫／引取区分』を『02 引取』に設定して、引き取りが確定した商品、数量、確定日などを入庫確定メッセージにセットして、卸・メーカーに連絡する。

3. メッセージの基本定義とセット方法

(3) 不良在庫の引取プロセス 2) 不良在庫の引取に関わるメッセージ

② 不良在庫の引取に関わるメッセージのセット方法(1/3)

不良在庫の引取例をもとに、在庫報告、入庫予定、入庫確定メッセージへのセット方法を示す。

【不良在庫の引取例】

- ① センターXは、卸Z責の不良在庫が発生したため、在庫報告メッセージを使って、不良在庫の引取を卸Zに勧告した。

【引取勧告内容】

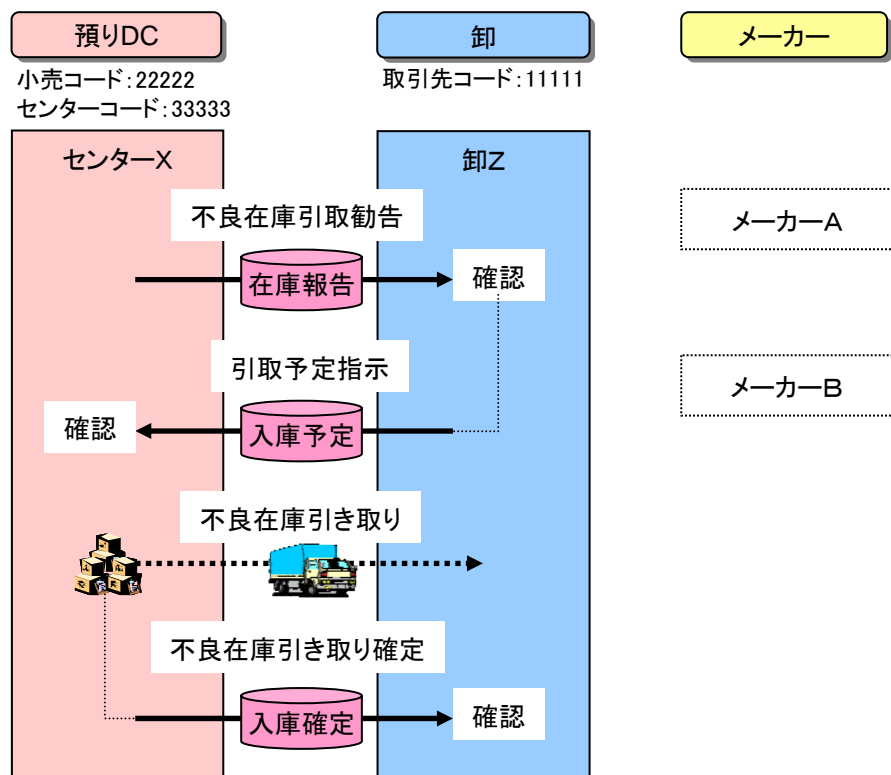
- ・商品コード: 4955550001
- ・引取予定数量: 20個 (理由: 入庫不良)
- ・商品コード: 496666002
- ・引取予定数量: 10個 (理由: その他)

- ② 卸Kは、不良在庫の内容を確認し、入庫予定メッセージを使って、不良在庫の引取をセンターXに連絡した。

【引取予定内容】

- ・商品コード: 4955550001
- ・引取予定数量: 20個
- ・引取予定日: 2008年12月24日
- ・商品コード: 496666002
- ・引取予定数量: 10個
- ・引取予定日: 2008年12月24日

- ③ 卸Zは、引取予定日どおりに、不良在庫の引き取りをおこない、センターは引き取りを確認した後、入庫確定メッセージを使って、引き取りが確定した旨を卸Zに連絡した。



3. メッセージの基本定義とセット方法

(3) 不良在庫の引取プロセス 2) 不良在庫の引取に関わるメッセージ

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

② 不良在庫の引取に関わるメッセージのセット方法(2/3)

前ページの不良在庫の引取例より、在庫報告メッセージによる引取の勧告、入庫予定メッセージを使った引取の連絡、入庫確定メッセージを使った引取の確定についてのセット方法は以下のとおり。

【在庫報告メッセージのセット例】

取引先														
取引先 コード	小売／センター													
	小売 コード	センター コード	在庫 日次／月次 区分	在庫明細 商品コード (発注用)	在庫マスタ情報									
					良品在庫 数量	不良在庫 数量(総計)	卸／メーカー責不良在庫数量					センター責 汚破損等 数量	保留 保留在庫 数量	
							引取予定 数量(合計)	引取予定の内訳						
								出庫期限 切れ	廃番	過剰在庫	入庫不良			その他
【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
1111	2222	3333	01 (日次)	495555001	500	20	20	0	0	20	0	0	0	0
				496666002	300	10	10	0	0	0	0	0	10	0

引取勧告

【入庫予定メッセージのセット例】

取引先								
取引先コード	入庫/引取 区分	取引				取引明細		
		取引番号	小売コード	センター コード	センター 入庫予定日	取引明細 番号	商品コード (発注用)	入庫予定 数量(バラ)
【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】
11111	02 (引取)	* 1	22222	33333	20081224	* 1	495555001	20
						* 1	496666002	10

在庫報告の引取予定数量項目の数量を確認し、引き取る数量を入庫予定数量にセットする

* 1: 取引番号と取引明細番号のデータのセット内容については、センター／卸・メーカー間で取り決める。

引取区分に設定する

引取予定日をセットする

3. メッセージの基本定義とセット方法

(3) 不良在庫の引取プロセス 2) 不良在庫の引取に関わるメッセージ

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

② 不良在庫の引取に関わるメッセージのセット方法(3/3)

【入庫確定メッセージのセット例】

入庫予定メッセージからの引き継ぎ項目

センター側でセットする項目

取引先											
取引先 コード	入庫/引取 区分	取引			取引明細						
		小売コード	センター コード	センター 入庫確定日	取引番号	センター 入庫予定日	取引明細 番号	商品コード (発注用)	入庫/引取 確定完了 区分	入庫 予定数量 (バラ)	入庫 確定数量 (バラ)
【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】	【必須】
11111	02 (引取)	22222	33333	20081224	* 1	20081212	* 1	495555001	01 (確定完了)	20	20
					* 1	20081212	* 1	496666002	01 (確定完了)	10	10

* 1: 取引番号と取引明細番号のデータのセット内容については、センター／卸・メーカー間で取り決める。

引き取りをおこなった年月日を
センター入庫確定日にセットする

引き取りが確定した旨の
「01 確定完了」をセットする

引き取りをおこなった数量を
入庫確定数量にセットする

VI. メッセージ別項目一覧

1. メッセージ別項目一覧

別添資料「メッセージ別項目一覧」を参照

(ご参考)メッセージ構造

1. メッセージの構造

(1)XMLについて

流通ビジネスメッセージ標準は、XML言語で記述されている。

XMLは、Extensible Markup Language の略であり、
タグと呼ばれるマークを使用して、文書構造を記述する言語である。
XMLは、

- ①各データ項目単位に、データの内容を表すタグが付いている
 - ②複数のデータ項目をグループ化(構造化)することが可能である
- といった特徴を持つ、柔軟性の高い言語である。

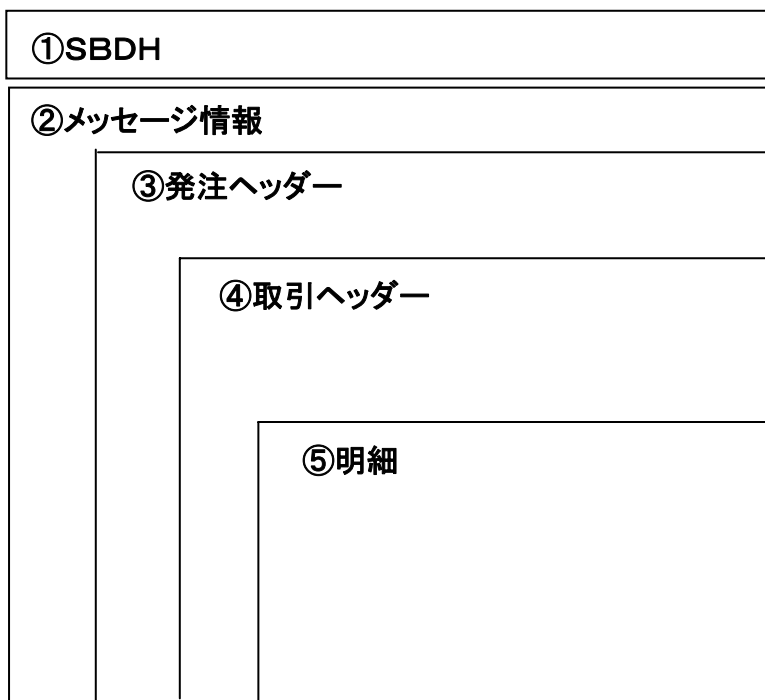
EDI標準にXMLを採用することによって、従来のEDIにはない、
“システム環境に依存することなくデータの転送を行える”
“人手を介するデータの検索、加工、転記が不要である”
といったメリットが生まれる。

1. メッセージの構造

(2)メッセージの基本的構造について

流通ビジネスメッセージ標準の各メッセージは、基本的に以下の図の通り、①SBDH※、②宛先ヘッダー、③発注ヘッダー、④取引ヘッダー ⑤明細

5つの部分から構成される。

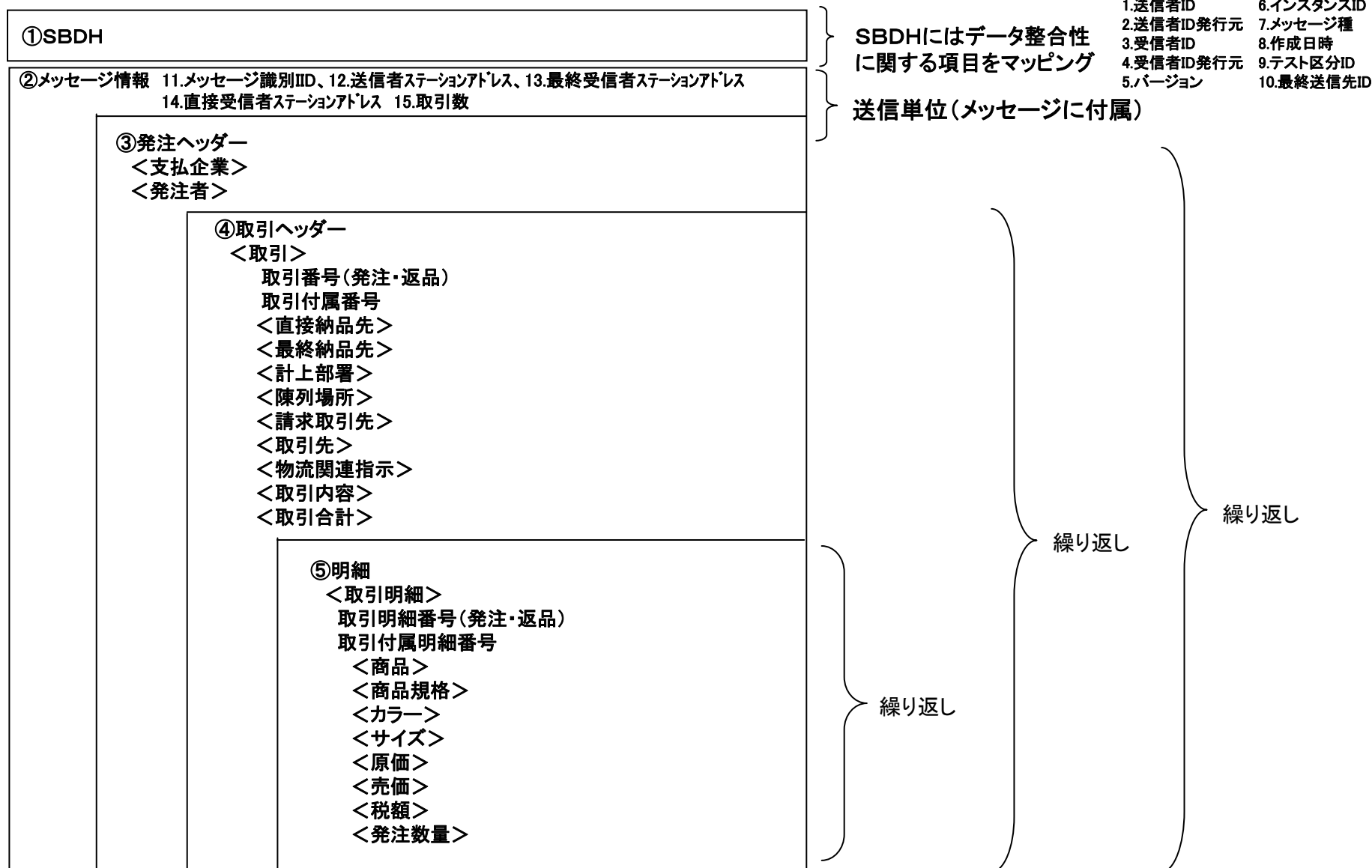


①	SBDH	メッセージの送受信に必要な情報を記述 送信プロトコルの規定に従って参照される。
②	メッセージ情報	メッセージに含まれる取引件数や、最終送信先への送受信 件数を集計するのに用いられる。
③	発注ヘッダー	送信されるメッセージの取引に関するデータを括る発注者 と支払法人が記述される。出荷梱包の場合のみ発注者と 最終納品先ごとの梱包に関する情報を括る故取引先や直 接納品先などの項目が記述される。
④	取引ヘッダー	一取引における取引明細情報を括る項目が記述される。 伝票での伝票ヘッダーにあたる。
⑤	明細	一取引における取引明細が記述される。

※SBDHとは、UN/CEFACTのSTANDARD BUSINESS DOCUMENT HEADERの略であり、メッセージ・ヘッダーとして用いる。

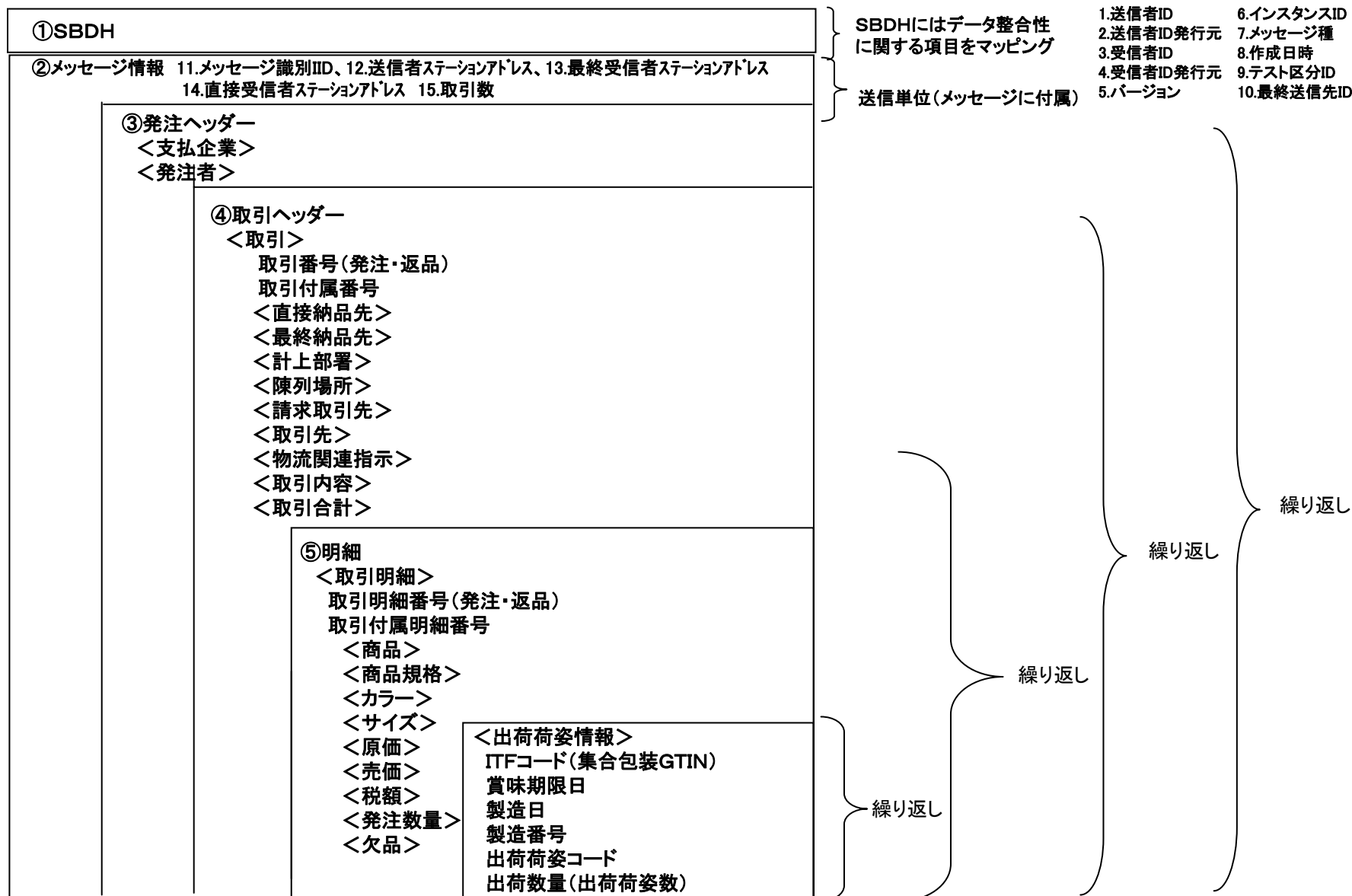
2. メッセージ別の階層構造概要

(1) 発注



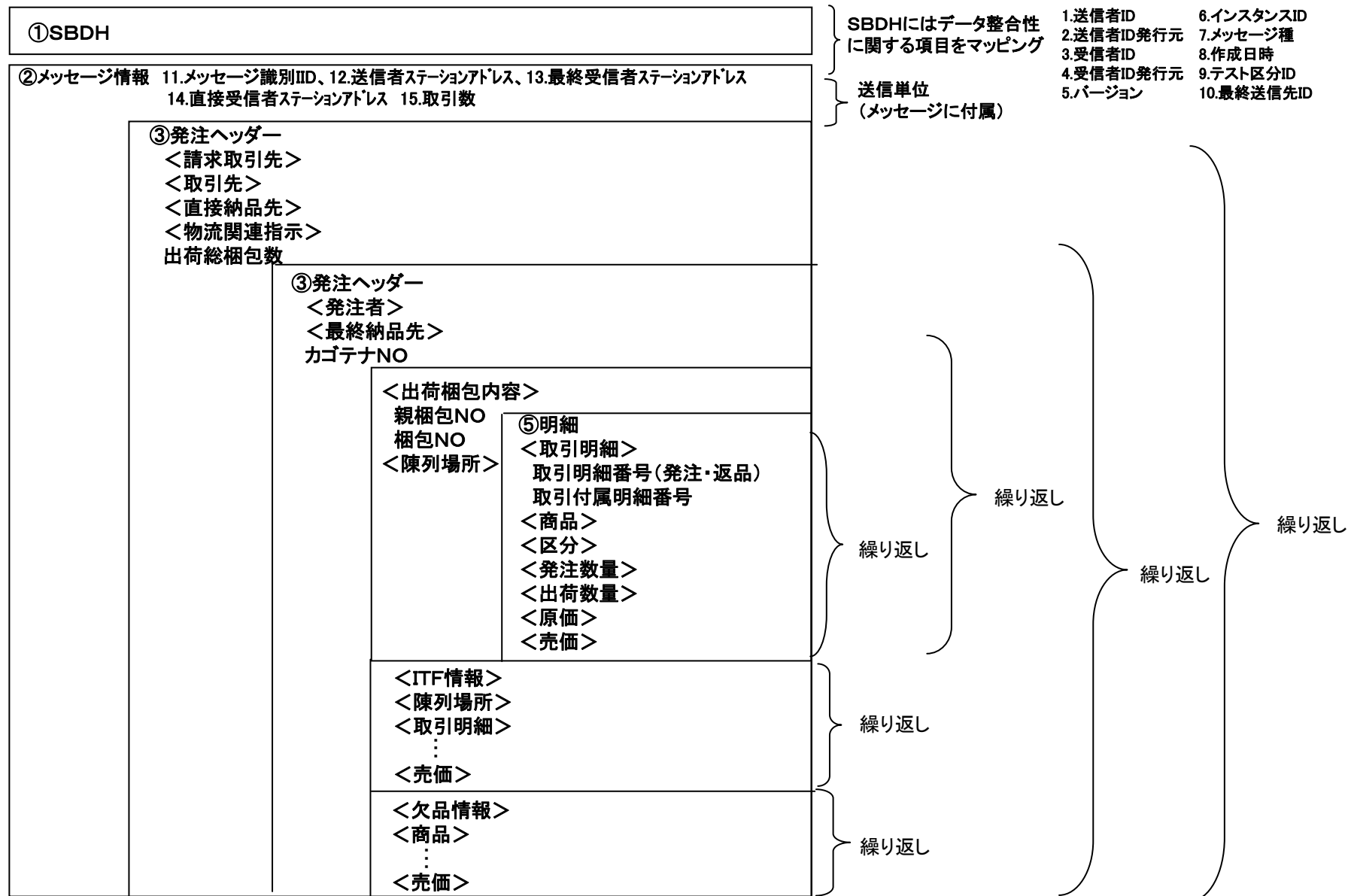
2. メッセージ別の階層構造概要 (2)出荷

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業



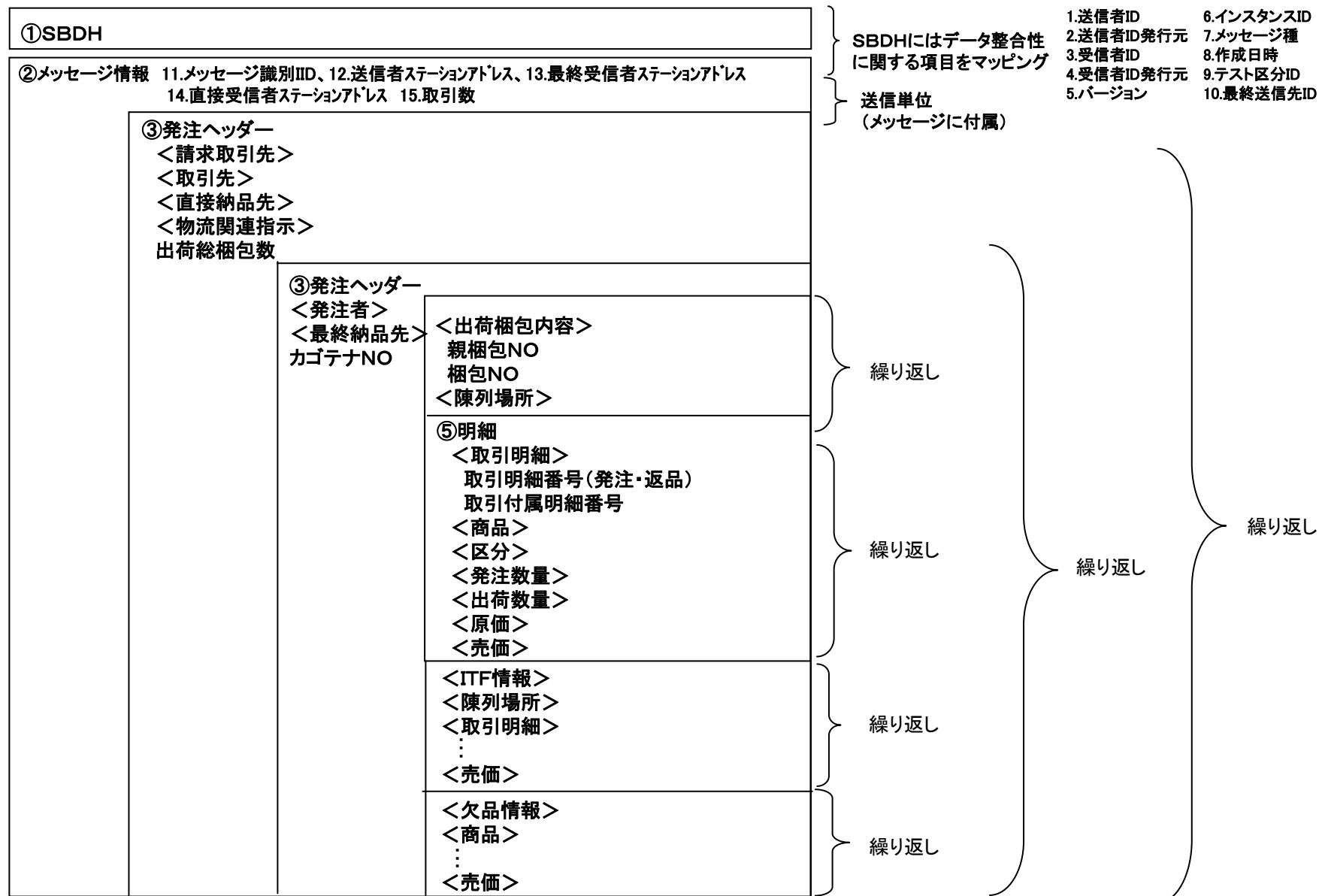
2. メッセージ別の階層構造概要

(3) 出荷梱包(紐付けあり)



2. メッセージ別の階層構造概要

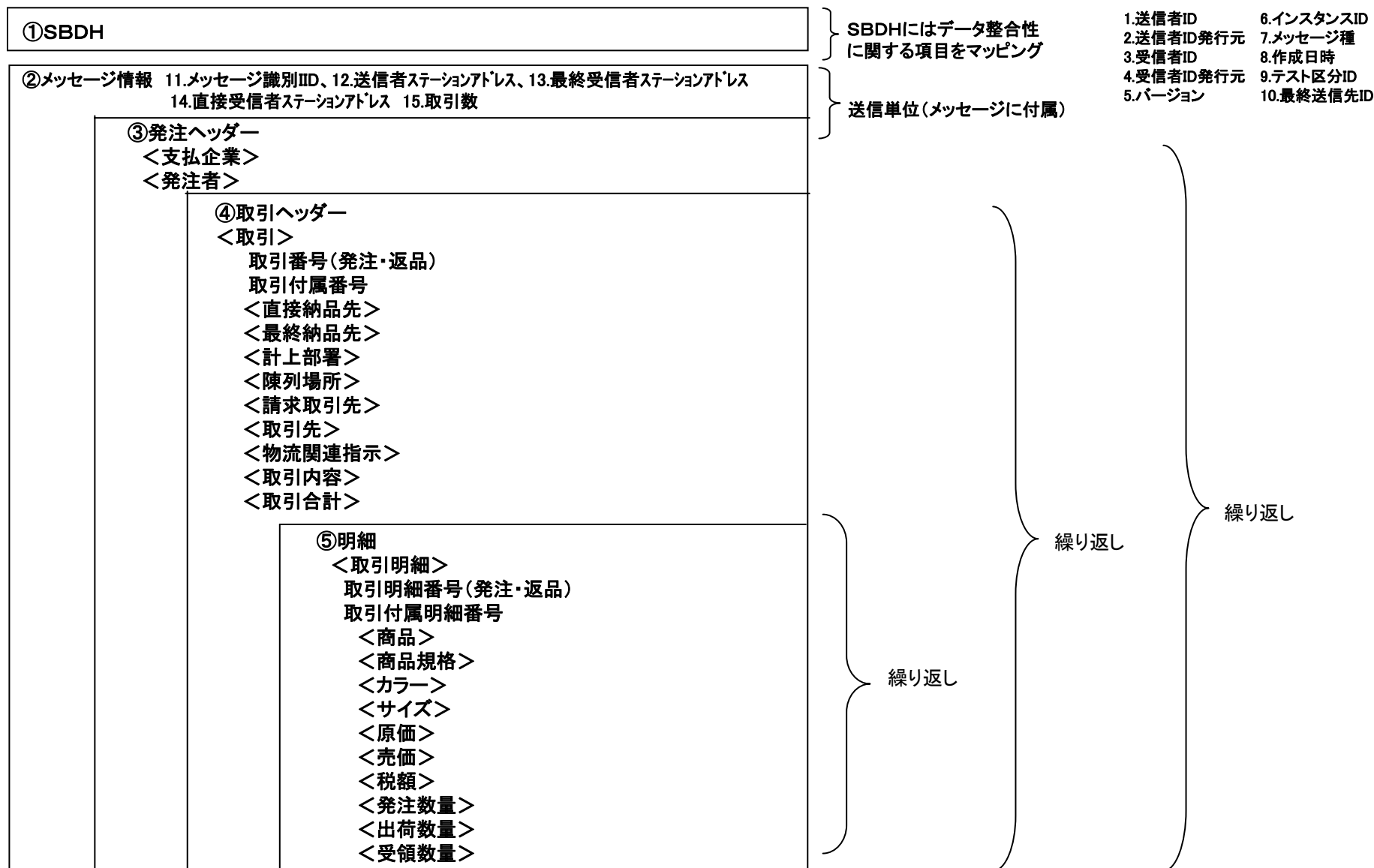
(4) 出荷梱包(紐付けなし)



2. メッセージ別の階層構造概要

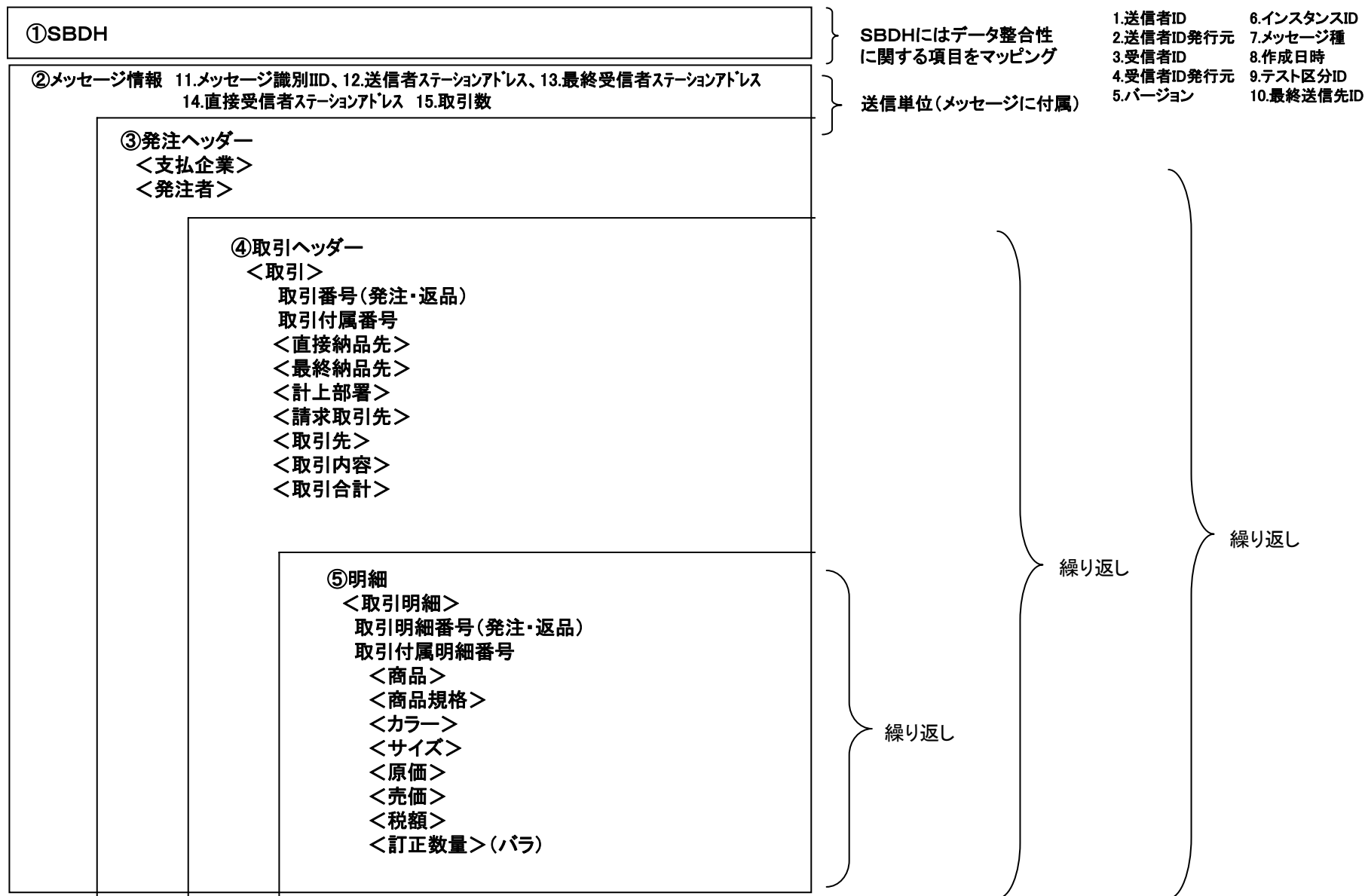
(5) 受領

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業



2. メッセージ別の階層構造概要

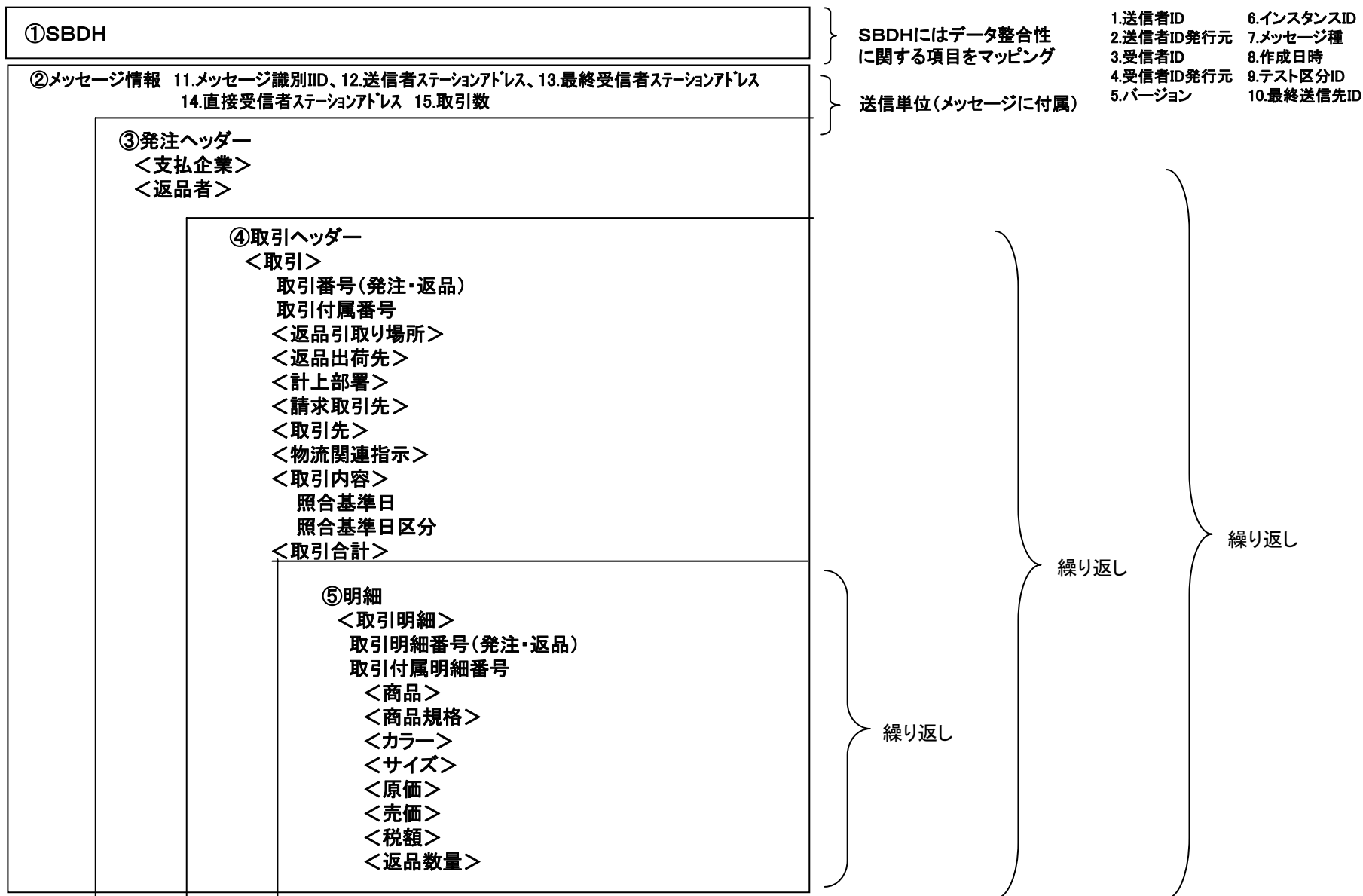
(6) 受領訂正



2. メッセージ別の階層構造概要

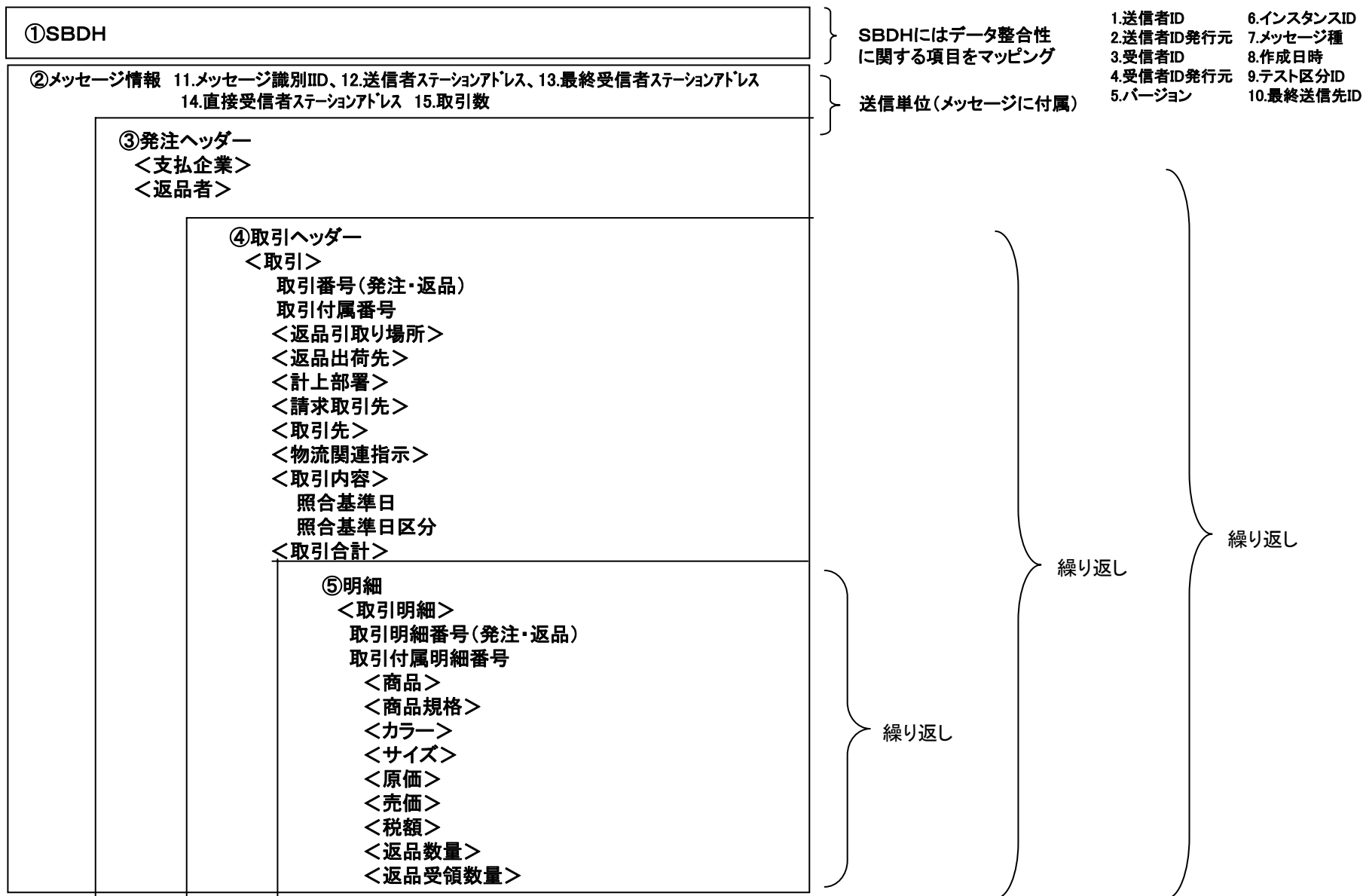
(7) 返品

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業



2. メッセージ別の階層構造概要

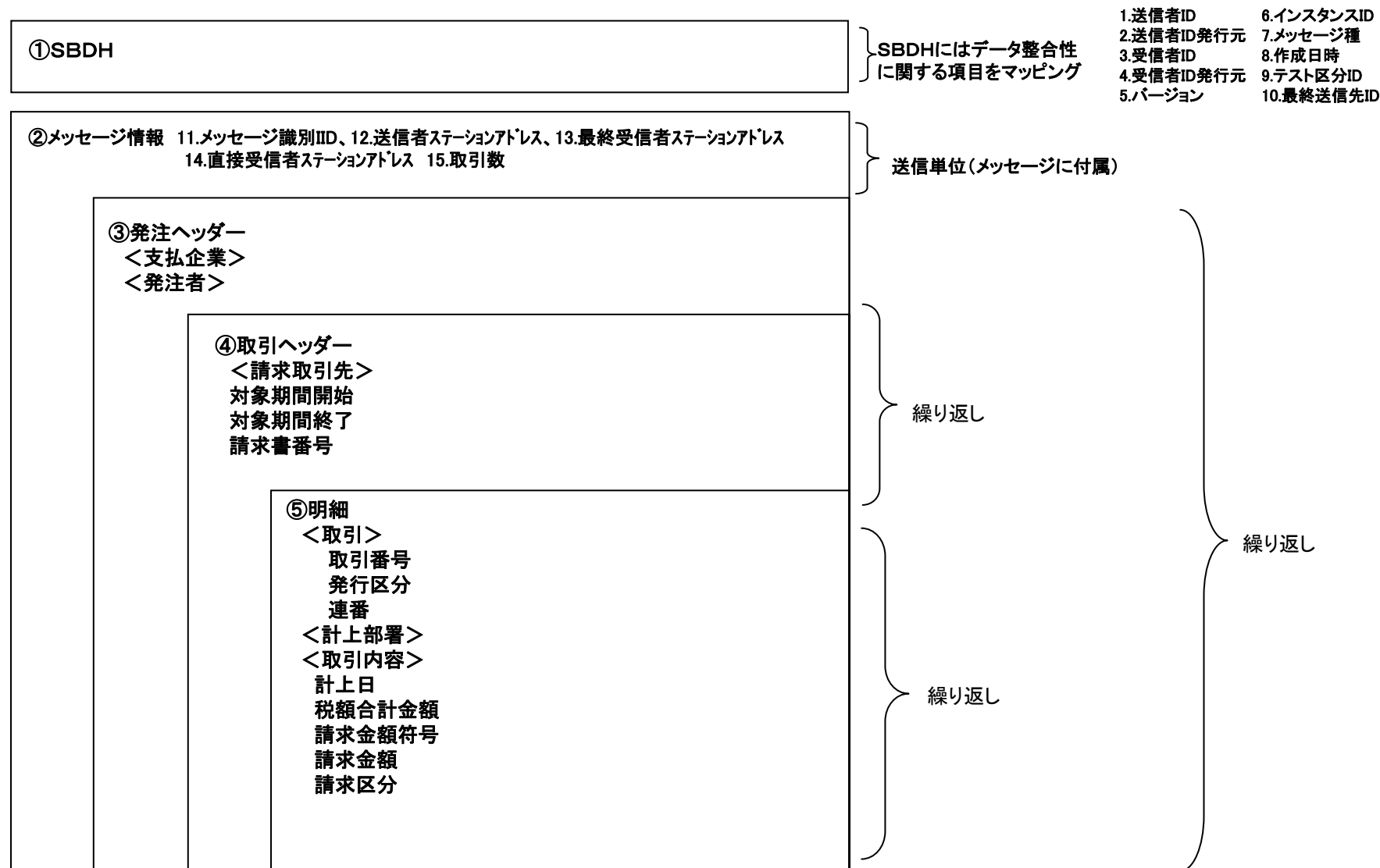
(8) 返品受領



2. メッセージ別の階層構造概要

(9) 請求

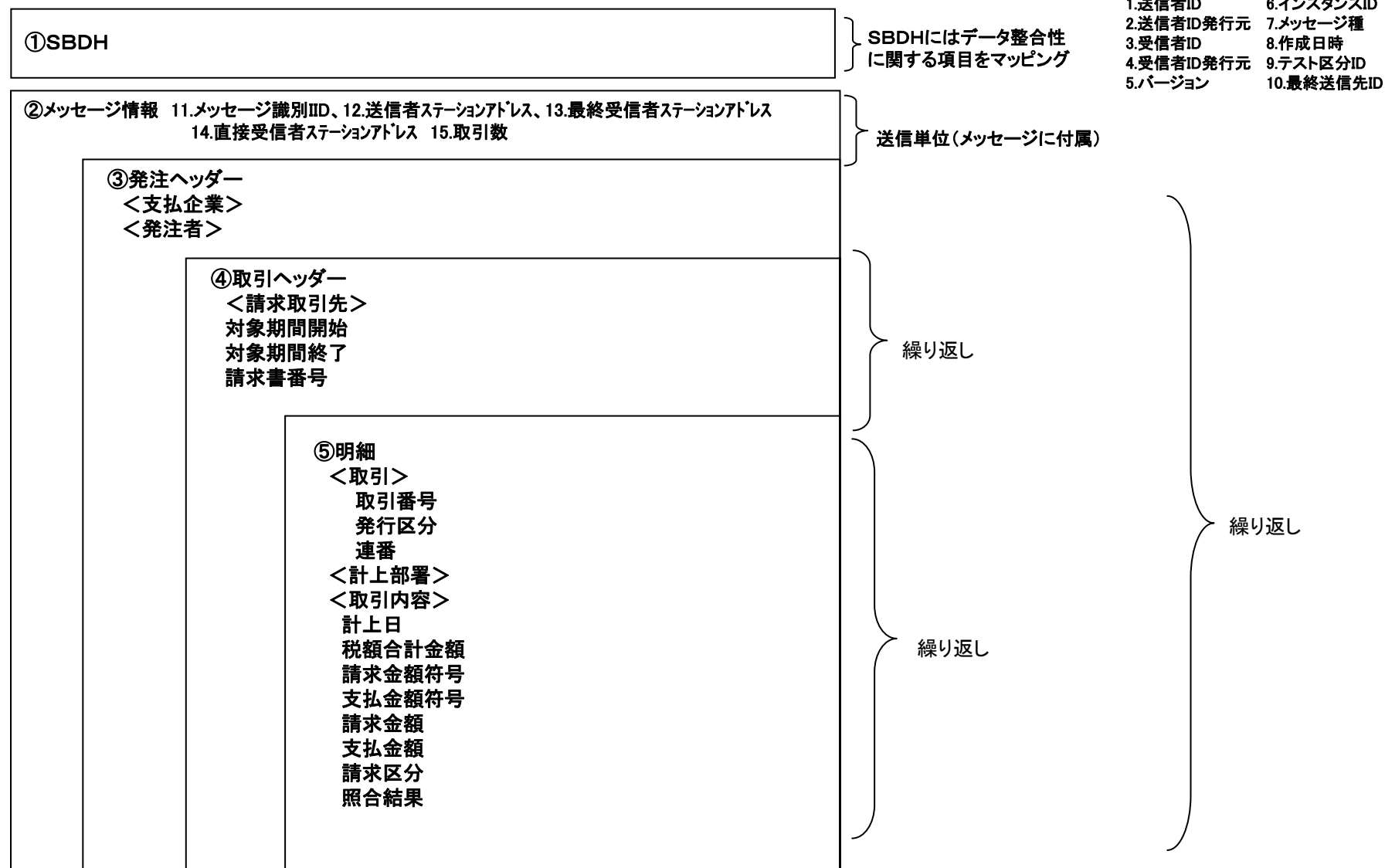
経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業



※相殺項目については、小売側にて、都度、取引番号を付番。

2. メッセージ別の階層構造概要 (10) 支払

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

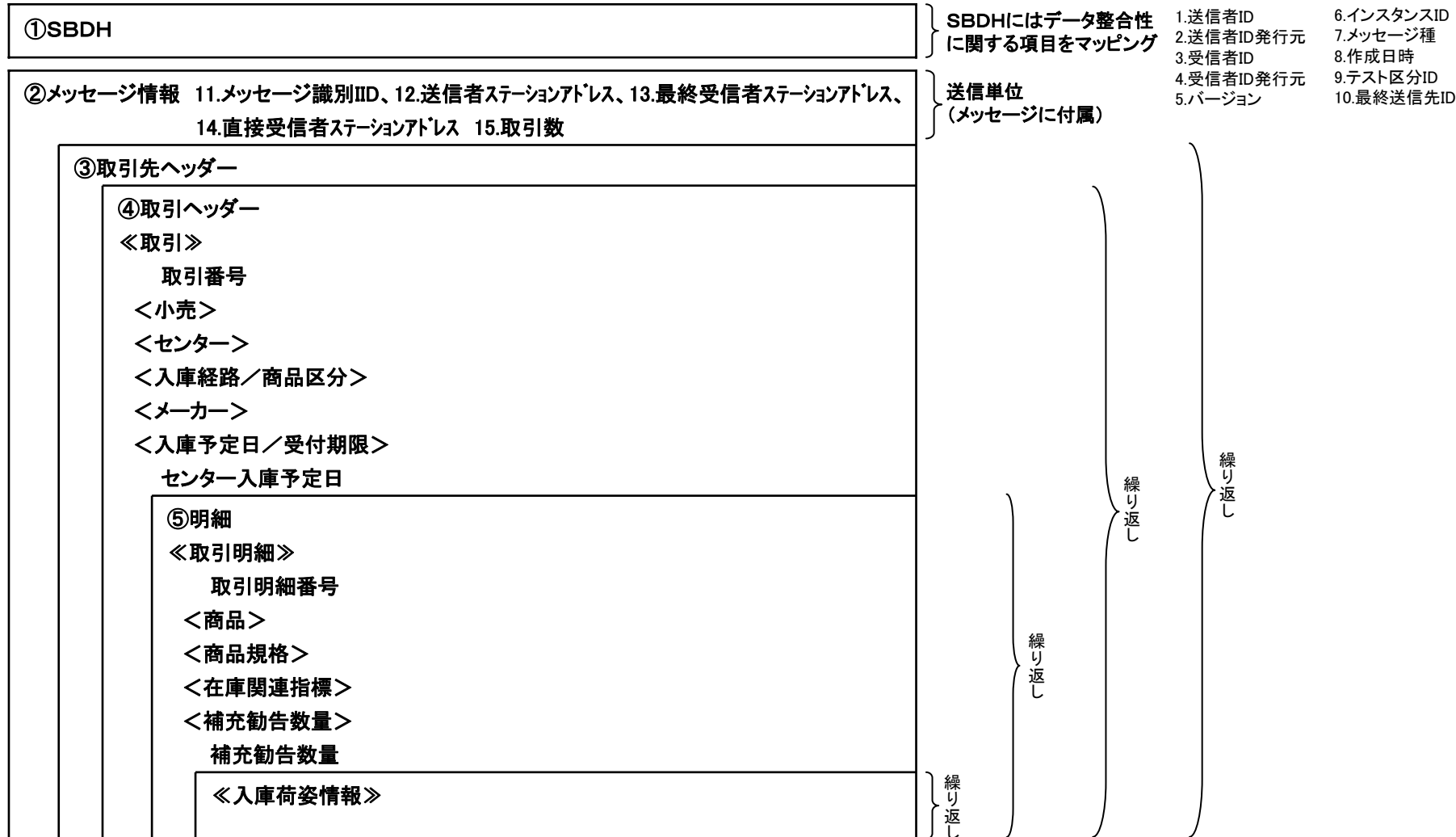


※相殺項目については、小売側にて、都度、取引番号を付番。

2. メッセージ別の階層構造概要

(11) 預り在庫型センター納品メッセージ 1) 在庫補充勧告

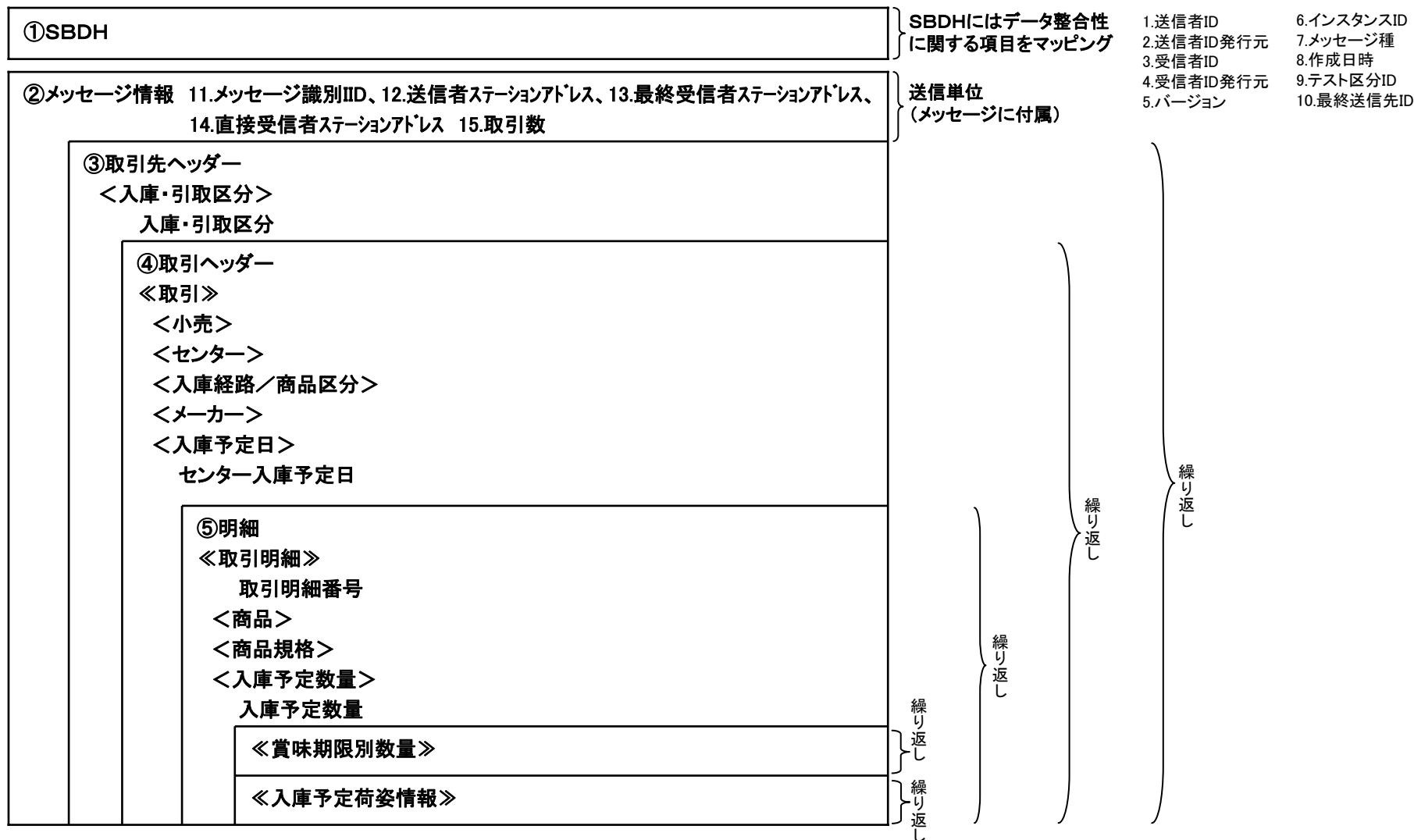
経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業



2. メッセージ別の階層構造概要

(11) 預り在庫型センター納品メッセージ 2) 入庫予定

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業



(11) 預り在庫型センター納品メッセージ 3) 入庫確定

3) 入庫確定

196

2. メッセージ別の階層構造概要

(11) 預り在庫型センター納品メッセージ 4) 在庫報告

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

①SBDH	SBDHにはデータ整合性に関する項目をマッピング	1.送信者ID 2.送信者ID発行元 3.受信者ID 4.受信者ID発行元 5.バージョン 6.インスタンスID 7.メッセージ種 8.作成日時 9.テスト区分ID 10.最終送信先ID
②メッセージ情報 11.メッセージ識別IID、12.送信者ステーションアドレス、13.最終受信者ステーションアドレス、14.直接受信者ステーションアドレス 15.取引数	送信単位 (メッセージに付属)	
③卸/メーカーヘッダー		
④センターヘッダー <小売> <センター> <種別>		
⑤明細 <メーカー> <商品> <規格> <商品分類> <出庫止め区分>		
【在庫マスタ情報】 <良品在庫> <良品在庫内の定番/特売数量> <良品在庫内の最古賞味期限日の数量>	繰り返し	
<良品在庫内の賞味期限別良品在庫数量> <不良在庫> <不良在庫内の卸/メーカー責不良在庫数量> <引取予定数量(合計)の内訳> <不良在庫内のセンター責不良在庫数量> <不良在庫内の保留在庫数量> <棚卸差異数量>	繰り返し	
【在庫トランザクション情報】 <入出庫等数量> <センター内在庫移動数量> 移動元コード 移動先コード、移動数量	繰り返し 繰り返し	
【指標等設定情報】 指標等設定欄	繰り返し	

2. メッセージ別の階層構造概要 (12)出荷荷姿

