

# 生鮮分野における 流通ビジネスメッセージ標準への対応

(財)食品流通構造改善促進機構  
2007年3月

# 目 次

1. 本事業の目的
2. 生鮮の取引業務プロセスモデル(案)
3. 商品識別について
  - 3-1. 定貫商品／不定貫商品
  - 3-2. 各項目の使い方
  - 3-3. 定貫商品のデータのセット方法
  - 3-4. 不定貫商品のデータのセット方法
4. 出荷確定ルール(受領確定プロセスモデル)について
5. 青果標準商品コードについて
6. 今年度の成果について
  - 6-1. 事業実施状況
  - 6-2. 成果物
7. 今後の課題について

# 1. 本事業の目的

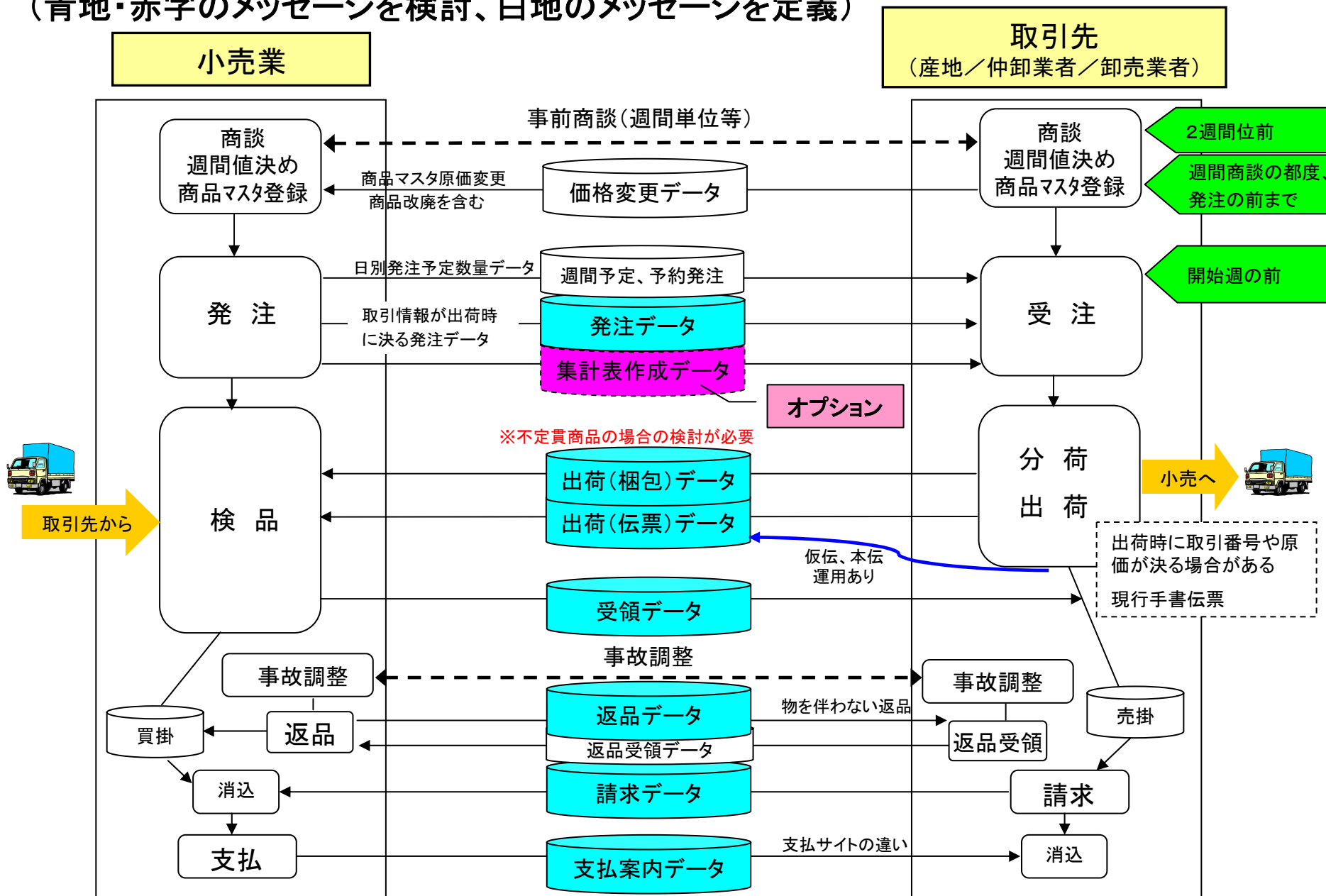
生鮮分野(青果物・食肉・水産物・花き)については、小売業(GMS・SM)における取扱商材の大分を占めていることから、取引業務におけるEDI標準の整備が喫緊の課題となっているところである。しかし、産地、数量、価格等の諸要件が必ずしも発注段階で確定されないという商品特性もあることから、依然として電話・FAXの利用が主流となっており、EDIへの取り組みは立ち遅れている状況にある。

本事業では「流通サプライチェーン全体最適化促進事業」で整備したグロサリー分野における標準業務プロセス・モデル及び標準メッセージ等をベースとしながら、生鮮食品流通に適応した標準モデル、標準商品コード等の策定により、取引業務の効率化及び流通コストの削減を目指すものとする。

また、この成果については小売業者のみならず、相手取引先となる仲卸業者や卸売業者、出荷者等の流通各層とも共有するものとし、ひいては消費者の便益を最大限にすることを目的とする。

## 2. 生鮮の取引業務プロセスモデル(案)

(青地・赤字のメッセージを検討、白地のメッセージを定義)



### 3. 商品識別について

#### 3-1. 定貫商品／不定貫商品

##### ■定貫商品とは？

定貫商品とは、原価が商品コードに依存した発注単位（個数、ケース数等）で決定する商品。

##### ■不定貫商品とは？

不定貫商品とは、商品の性格上または製造工程上の理由から最終成果品の完成重量の確定ができない商品のこと。このため、完成重量にバラツキが生じ、価格が多少前後する結果となる。従って、原価が重量で決定する商品のことである。

##### ■不定貫区分について

●上記定貫商品、不定貫商品を区別する区分。01⇒不定貫商品、00⇒定貫商品

##### ■商材別の定貫商品、不定貫商品の発注状況

	青果	食肉	水産物	花き
定貫商品	○	○	○	○
不定貫商品	△（※）	○	○	×

※松茸等で不定貫となる場合もある

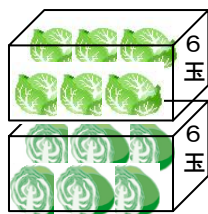
## 3-2. 各項目の使い方

※生鮮追加項目

項目名称	型・桁	内容
規格	Text(25)	商品コードと連動した店頭での販売荷姿を表す。売り方を分かりやすくするようなものを入れる。 バラ、パック、4個パック、1/2カット、束、ケースなど。
入数	Text(25)	出荷単位の荷姿に入っている数量。ケース入数が不確定な場合や不定貫の場合は重量を入れる。
発注単位	Numeric(4)	最低発注ロット数を表す。
発注単位コード	Code(4)	商品の発注単位の呼称。個、ケース、パック、g、Kg など。発注単位とセットで使用する。
発注数量(発注単位数)	Quantity(6)	発注単位換算した発注数量。
発注数量(バラ)	Quantity(7)	発注単位×発注数量(発注単位数)。
発注荷姿コード	Code(2)	実梱包形態にそった発注単位を設定している場合に限り、その荷姿を明示する。バラ、ケース、個、パックなど。
原単価、売単価	Amount(10)	単価登録単位当たりの単価。売単価0の場合「0」をいれることは可。
単価登録単位	Code(2)	不定貫の場合の単価登録の単位を表す。100g当たり、1Kg当たりなど。
発注重量	Measure(7)	不定貫商品の場合に使用し、発注時の推定重量を表す。出荷・受領・返品重量は、確定重量を表す。
内容量	Measure(5)	不定貫発注でパック、個を使う場合、発注数量(バラ)1個当たりの容量を表す。

### 【定貫商品の場合】

#### 出荷段階



入数=6玉  
発注荷姿=ケース

発注単位=6個  
発注数量(発注単位数)=1  
発注数量(バラ)=6

発注単位=12個  
発注数量(発注単位数)=1  
発注数量(バラ)=12

#### 店舗



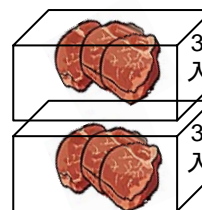
規格=バラ



規格=1/2カット

### 【不定貫商品の場合】

#### 出荷段階



入数=3  
発注荷姿=ケース  
内容量=27.0Kg  
単価登録単位=Kg  
原単価=3000円/Kg

和牛ブロック (単品: パーツ発注)

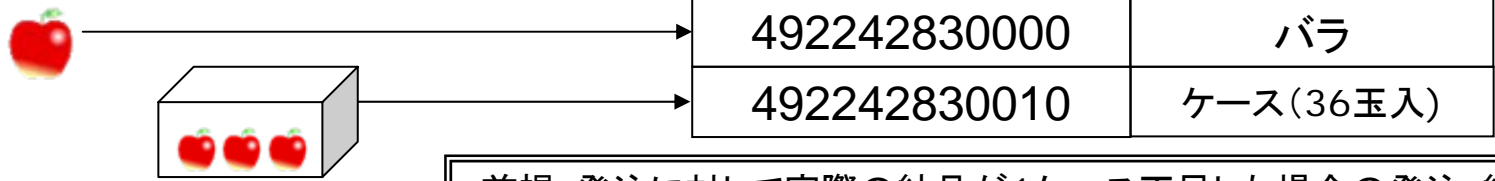
発注単位=1  
発注数量(発注単位数)=2  
発注数量(バラ)=2  
発注重量=54.0Kg  
出荷重量=54.2Kg  
受領重量=54.2Kg



規格=27Kg7° ロック  
売単価=3500円/Kg

# 3-3. 定貫商品のデータのセット方法

## ■ふじりんごの例



[発注]

前提: 発注に対して実際の納品が1ケース不足した場合の発注・納品・受領データ

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	発注単位	発注単位コード	発注数量 (発注単位数)	発注数量 (バラ)	原価金額	売価金額	入数	発注荷姿
492242830000	ふじりんごバラ	バラ	100	120	36	個	1	36	3,600	4,320	36玉	ケース
492242830010	ふじりんごケース	ケース	3,000	3,500	1	ケース	10	10	30,000	35,000	36玉	ケース

[出荷(納品)]

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	発注単位	発注単位コード	発注数量 (発注単位数)	発注数量 (バラ)	出荷数量 (バラ)	出荷数量 (発注単位数)	欠品数量 (バラ)	欠品数量 (発注単位数)	原価金額	売価金額	入数
492242830000	ふじりんごバラ	100	120	36	個	1	36	36	1	0	0	3,600	4,320	36玉
492242830010	ふじりんごケース	3000	3500	1	ケース	10	10	9	9	1	1	27,000	31,500	36玉

[受領]

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	発注単位	発注単位コード	発注数量 (発注単位数)	発注数量 (バラ)	出荷数量 (バラ)	出荷数量 (発注単位数)	受領数量 (バラ)	受領数量 (発注単位数)	原価金額	売価金額	入数
492242830000	ふじりんごバラ	100	120	36	個	1	36	36	1	36	1	3,600	4,320	36玉
492242830010	ふじりんごケース	3000	3500	1	ケース	1	10	9	9	9	9	27,000	31,500	36玉

# 3-4. 不定貫商品のデータのセット方法

数量とは別に重量の項目を追加する⇒ 『発注重量』 『出荷重量』 『受領重量』

- ・ 発注時は、『発注重量』に推定重量をセットする（必須ではない）。
- ・ 出荷以降については、『出荷重量』 『受領重量』に確定重量をセットする。原価金額、売価金額は再計算する。

## 【計算式】

重量 = 内容量 × 発注数量（バラ）

原価金額 = 原単価 × 重量

売価金額 = 売単価 × 重量

「単価登録単位」と「内容量」の単位については**一致させる**。

「内容量」は発注数量（バラ）1個当たりの容量を表す。

## [発注]

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	発注単位	発注単位コード	発注数量(発注単位数)	発注数量(バラ)	原価金額	売価金額	単価登録単位	内容量	入数	発注荷姿	発注重量(推定)
4922723 250004	国産牛ロースライス(約200g)	パック	1,000	1,200	1	パック	10	10	2,000	2,400	1Kg	0.200 Kg	10	クレート	2,000

## [出荷(納品)]

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	発注単位	発注単位コード	発注数量(発注単位数)	発注数量(バラ)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	欠品数量(発注単位数)	欠品数量(バラ)	原価金額(再計算)	売価金額(再計算)	発注重量	出荷重量(確定)
4922723 250004	国産牛ロースライス(約200g)	1,000	1,200	1	パック	1	10	10	10	0	0	2,123	2,548	2.00	2.123

## [受領]

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	発注単位	発注単位コード	発注数量(発注単位数)	発注数量(バラ)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	受領数量(発注単位数)	受領数量(バラ)	原価金額(再計算)	売価金額(再計算)	発注重量	出荷重量	受領重量(確定)
4922723 250004	国産牛ロースライス(約200g)	1,000	1,200	1	パック	1	10	10	10	0	0	2,123	2,548	2.00	2.123	2.123



## 4. 出荷確定ルール(受領確定プロセスモデル)について

### ■受領確定型プロセスとは

- 商品、原価、等が発注時ではなく、出荷時に決る。もしくは発注に対し、出荷時に変更する。
- T/A型とT/A以外(仮称:発注書型(取引番号なしで発注し後付け)の企業がある。
- 現行、T/A型で発注しても、変更分は取引先で手書伝票を起票している。この分を出荷データで送ってもらい、小売側の受領で取引番号を発番し、確定する。

※伝票番号が入っている手書伝票と違い、出荷先での発番は伝票のダブリが発生する危険性大のため、受領確定を提案。

### ■対象事例

- 例1: 生鮮商品のように、出荷時の商品が変わる→代替品、規格等、商品コードの変更。産地は通常、商品コードは変わらないが、行を分けて産地表示する。

※現行は出荷時、取引先発番で手書伝票対応

- 例2: 生鮮の不定貫商品。出荷時重量で、数量・原価金額が確定する。
- 例3: メーカー・卸間では、商品により工場や出荷場所が異なる為、分納が発生する。発注行に対し、納品伝票を分けて納品する。

### ■出荷時変更の基準

- ①産地が変わった場合(分荷)      ②原価が変わった場合      ③入数が変わった場合
- ④過剰納品を受ける場合      ⑤規格変更が商品コードの変更につながる場合
- 元の取引番号にひもつけ、新しい出荷者番号、行で出荷データを追加作成(現行、手書伝票にあたる)。
- ②③④については元の商品の出荷数量はゼロになる。

## 4. 出荷確定ルール(受領確定プロセスモデル)について

### ■新設項目

項目名	必須／任意	桁数	項目の意味	コード表
①取引番号有無区分	任意	2桁	発注メッセージにて、取引番号を小売側がセットする／しないを表す	有: 1 T/A型、 無: 2 発注書型。明細データのみ送付し、取引番号を後付
②元取引番号	任意	MAX10	出荷者管理番号にひもつく発注の取引番号	
③元取引明細番号	任意	MAX4	同、明細行番号	
④出荷者管理番号	任意	MAX10	出荷者側の取引管理番号	
⑤出荷者管理明細番号	任意	MAX4	同、明細行番号	

### ■受領確定について

- ①T/A型でも、商品が変わる場合は、取引先側で出荷者管理番号を発番、元の取引番号を元取引番号にセットして出荷データを作成する。取引番号は必須項目なのでゼロをセットする。小売が取引番号を発番して受領を返す。
- ②発注書型は、小売は取引付属番号に発注書番号をセットして発注する。取引番号は必須項目なのでゼロをセットする。取引先は出荷者管理番号を付番して、出荷を返す。小売が取引番号を発番して受領を返す。
- ③T/A型も、T/A型以外も、受領の取引番号により、請求～支払へとつなげる。
- ④発番ルールを明確にした上で、出荷者管理番号を、取引番号として使っても良い。
- ⑤手書伝票の場合は、小売が入力して受領を返す。

## 5. 青果標準商品コードについて

### ■青果商品コード

青果EDIで使用する商品コードの種類・・・

- ✓ 標準JANコード
- ✓ 青果標準商品コード
- ✓ インストアコード

### ■青果標準商品コード

- ✓ 小売業(量販店)とその取引先間の青果EDIにおいて、汎用品の青果商品(の規格)を識別する共通商品コード

### ■青果標準商品コードの基本的な考え方

- ✓ EDIを中心にできるだけ販売でも使用できるもの
- ✓ 発注(EDI)に先立ち、詳細な商品規格は商談である程度決定される前提
  - ⇒ 青果標準商品コードの規格は商談時の商品を区別できるレベル
  - ⇒ 標準コードで不足する規格は必要に応じて属性コードを追加指定
- ✓ 川上・川中で利用が進む青果共通商品コード(P00)との整合性を考慮

## 5. 青果標準商品コードについて

### ■青果標準商品コードの体系

4922	+	<u>標準品名コード</u>	+	<u>栽培方法等区分(P)</u>	+	<u>規格(XX)</u>	+	cd
		①		②		③		

#### ① 標準品名コード(5桁)

- ・青果物の品目、品種を表すコード
- ・青果業界の川上・川中で使用されているベジフル品名コードに準拠

#### ② 栽培方法等区分(1桁)

0:指定なし 1:有機 2:特別栽培 3:無袋(サン) 4:ハウス 5:マルチ  
6:輸入 7~9:共通販売規格等コードエリア(リザーブコードを含む)

#### ③ 規格(2桁)

栽培方法等区分の範囲によって下記のとおり設定。

- ・P=0~6 … 汎用的、共通的な流通規格および主要販売規格

XX=量目(V)+階級(S)

- ・P=7~9 … 上記以外の共通販売規格中心(必要に応じて整備)

XX=品目ごとにコード化

## 5. 青果標準商品コードについて

### ■青果標準商品コード付番サンプル(ふじりんごの例)

商 品 名 称			青果標準商品コード	備 考
標準品名	量目	階級		
ふじりんご			4922 42830 0 0 0 c/d	(=青果標準商品コード)
ふじりんご	原体(ハーフ)	50玉以上	4922 42830 0 0 1 c/d	
ふじりんご	原体(ハーフ)	46玉	4922 42830 0 0 2 c/d	
ふじりんご	原体(ハーフ)	40玉	4922 42830 0 0 3 c/d	
ふじりんご	原体(ハーフ)	36玉	4922 42830 0 0 4 c/d	
ふじりんご	原体(ハーフ)	32玉	4922 42830 0 0 5 c/d	
ふじりんご	原体(ハーフ)	28/26玉	4922 42830 0 0 6 c/d	
ふじりんご	原体(ハーフ)	24玉以下	4922 42830 0 0 7 c/d	
ふじりんご	原体(ハーフ)	その他	4922 42830 0 0 9 c/d	
ふじりんご	原体(レギュラー)		4922 42830 0 1 0 c/d	
ふじりんご	原体(レギュラー)	50玉以上	4922 42830 0 1 1 c/d	
	...		...	
ふじりんご	原体(レギュラー)	24玉以下	4922 42830 0 1 7 c/d	
ふじりんご	原体(レギュラー)	その他	4922 42830 0 1 9 c/d	
ふじりんご	2個入		4922 42830 0 2 0 c/d	
ふじりんご	2個入	50玉以上	4922 42830 0 2 1 c/d	
	...		...	
ふじりんご	2個入	24玉以下	4922 42830 0 2 7 c/d	
ふじりんご	2個入	その他	4922 42830 0 2 9 c/d	
ふじりんご	3個入		4922 42830 0 3 0 c/d	
ふじりんご	3個入	50玉以上	4922 42830 0 3 1 c/d	
	...		...	
ふじりんご	5個入以上	24玉以下	4922 42830 0 5 7 c/d	
ふじりんご	5個入以上	その他	4922 42830 0 5 9 c/d	
ふじりんご	小袋		4922 42830 0 6 0 c/d	
ふじりんご	小袋	50玉以上	4922 42830 0 6 1 c/d	
	...		...	
ふじりんご	大袋	24玉以下	4922 42830 0 8 7 c/d	
ふじりんご	大袋	その他	4922 42830 0 8 9 c/d	
ふじりんご	原体(その他)		4922 42830 0 9 0 c/d	
ふじりんご	原体(その他)	50玉以上	4922 42830 0 9 1 c/d	
	...		...	
ふじりんご	原体(その他)	24玉以下	4922 42830 0 9 7 c/d	
ふじりんご	原体(その他)	その他	4922 42830 0 9 9 c/d	

# 6. 今年度の成果について

## 6-1. 事業実施状況

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
会議体	7/28▲委員会								
	12/6▲委員会								
	3/15▲委員会								
	<div>8/4▲生鮮タスク</div> <div>9/7▲生鮮タスク</div> <div>8/24▲生鮮タスク</div> <div>9/28▲生鮮タスク</div> <div>10/17▲生鮮タスク</div> <div>10/31▲生鮮タスク</div> <div>11/16▲生鮮タスク</div> <div>11/30▲生鮮タスク</div> <div>12/14▲生鮮タスク</div> <div>1/11▲生鮮タスク</div> <div>1/25▲生鮮タスク</div> <div>2/15▲生鮮タスク</div> <div>3/1▲生鮮タスク</div>								
<div>・プロセスモデル</div> <div>検討</div> <div>・メッセージ項目</div> <div>検討</div> <div>・商品コード</div> <div>検討</div>	<div>9/1▲生鮮分科会</div> <div>11/14▲生鮮分科会</div> <div>12/1▲食肉分科会</div> <div>1/15▲食肉分科会</div> <div>2/1▲食肉分科会</div>								
	<div>【プロセス/MSG検討】</div> <div>生鮮4品同一と仮定し、定貫/不定貫の違い、生鮮品の特徴を考慮して“小売案”を策定した。</div> <div>★標準MSG案確定</div>								
	<div>生鮮タスク</div> <div>小売主体の検討</div> <div>現状メッセージの収集</div> <div>・比較マッピング</div> <div>生鮮タスク</div> <div>産地／卸交えての検討</div> <div>商材別固有プロセスへの適用検討</div> <div>生鮮品の特徴</div> <div>・集計表発注・受領確定モデル・仮伝運用etc</div> <div>【青果標準商品コード検討】</div> <div>インスタコードに対応した青果標準商品コード案の策定を目標に、生鮮JANコードを見直し。</div> <div>&lt;青果&gt;</div> <div>・標準品名の見直し(追加候補等)</div> <div>・規格コード調査、分析</div> <div>&lt;青果&gt;</div> <div>・標準商品コードの基本的な考え方検討</div> <div>・コード案の検討</div> <div>&lt;水産、食肉&gt;</div> <div>・現状調査</div>								

## 6-2. 成果物

## ①流通ビジネスメッセージ生鮮対比

			<取引内容>						
65	商品関連		商品分類 (大)		必須	英数	Identifier		MAX10
66	商品関連		商品分類 (中)		必須	英数	Identifier		MAX10
69	日付関連		発注日		必須	数字	Date		8
70	日付関連		標準納品先納品日		任意	数字	Date		8
71	日付関連		最終納品先納品日		必須	数字	Date		8
74	日付関連		計上日		任意	数字	Date		8
75	日付関連		帳簿開始日		任意	数字	Date		8
76	日付関連		帳簿終了日		任意	数字	Date		8
78	日付関連		取引 (発生・返品) データ有効日		任意	数字	Date		8
120	各欄区分 (発注)		商品区分		任意	数字	Code		2
121	各欄区分 (発注)		発注区分		任意	数字	Code		2
122	各欄区分 (発注)		出荷データ有無区分		任意	数字	Code		2
主群 10 各欄区分 (発注)			取引番号有無区分		任意	数字	Code		2
130	各欄区分 (商品)		POS区分		任意	数字	Code		2
131	各欄区分 (商品)		配達温度区分		任意	数字	Code		2
132	各欄区分 (商品)		商品区分		任意	数字	Code		2
主群 7 各欄区分 (商品)			不定義区分		任意	数字	Code		2
133	各欄区分 (決済)		処理種別		任意	数字	Code		2
135	各欄区分 (決済)		商品レス区分		任意	数字	Code		2
147	税		税区分		任意	数字	Code		2
148	税		税率		任意	数字 (小数点以下1桁有数)	Numeric		3
164	コメント		自由使用欄		任意	文字	Text		MAX60
165	コメント		自由使用欄半角力ナ		任意	文字 (半角力ナ)	Text		MAX60


### ③青果標準品名追加候補

[illegible]

## ②運用ガイドライン(生鮮暫定版)

### Ⅲ-9. 発注データのセット方法 <食肉>

1-1. 和牛ブロック[厚品:パーツ部位]の間 (不実質のサンプル)

	4922813200001	和牛間コース (約27kg)
	<p>前年度: 和牛間コースの売上高が前年度より増加した場合の発生データ</p> <p>前年度: 実際の前品が合計重量が542kgだった場合の前品データ</p> <p>前年度: 入荷時点の合計重量が542kgだった場合の受検データ</p>	

**【考注】**

[illegible]

34

[illegible]

42288
0000

①ケース(ダンボール)にネックと2分間用ローが入って「入数:3」。(入数は、

※発注単位コードは、ケースでよいのか? (箱詰は、納品先により異なる。)

[illegible]

取引番号で検索／支払へ

銀貨と金貨とを  
得ない様に、出資  
先に見積りを出さ  
ない場合、その時点  
では銀貨として  
出資し、後に見積  
り、銀貨と金貨  
正の出資をする。

#### ④青果標準商品コード案(一部品目) 暫定版

青果標準商品名称			青果標準商品コード
ふじりんご	ケース(10Kg)	(指定なし)	4922 42830 000 c/d
ふじりんご	ケース(10Kg)	50玉以下	4922 42830 001 c/d
ふじりんご	ケース(10Kg)	46玉	4922 42830 002 c/d
ふじりんご	ケース(10Kg)	40玉	4922 42830 003 c/d
ふじりんご	ケース(10Kg)	36玉	4922 42830 004 c/d
ふじりんご	ケース(10Kg)	32玉	4922 42830 005 c/d
ふじりんご	ケース(10Kg)	28/26玉	4922 42830 006 c/d
ふじりんご	ケース(10Kg)	24玉以上	4922 42830 007 c/d
ふじりんご	ケース(10Kg)	その他	4922 42830 009 c/d
ふじりんご	1P	(指定なし)	4922 42830 010 c/d
ふじりんご	1P	50玉以下	4922 42830 011 c/d
ふじりんご	1P	46玉	4922 42830 012 c/d
ふじりんご	1P	40玉	4922 42830 013 c/d
ふじりんご	1P	36玉	4922 42830 014 c/d
ふじりんご	1P	32玉	4922 42830 015 c/d
ふじりんご	1P	28/26玉	4922 42830 016 c/d

## 7. 今後の課題について

■生鮮分野における流通ビジネスメッセージ標準への対応の今後については、以下の課題が想定される。

### ●商材別タスク開催によるメッセージ精度向上

生鮮標準メッセージの確定にあたり、商材別の特徴を十分に考慮する必要がある。このため、商材別(青果・鮮魚・食肉・花き)に検討を進めることが望ましい。

### ●共同実証の実施

上記①の検討を踏まえた上で、“共同実証”を実施することが、メッセージの精度向上において必須であると考え。ただし、現状レベルにおいては実証実施の時期、対象、範囲についての検討が必要であると思われる。

### ●インフラモデルの検討

生鮮業界における流通ビジネスメッセージ標準普及のためには、小規模取引先を想定したインフラモデルの検討が重要である。

### ●標準商品コードの検討

青果は具体的な標準商品コード案の策定と精査、水産、食肉は標準化の可能性検討と標準化する場合の方向性を検討する必要がある。