

---

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

<<ホームセンター業界編>>

平成21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	4
2. E D I メッセージ標準策定の考え方	5
3. 現状の問題	6
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	8
(2) 伝票レス	10
1) 伝票レスとは	10
2) E D I 取引データの保存義務	11
3) 請求書等のペーパーレス化に対する消費税法の扱い	12
4) 国税局への照会要旨	13
5) 本年度検討成果および今後の検討について	15
2. 対象業務プロセス	
(1) 業務プロセス	16
1) 全体業務プロセス	16
2) 一般的な納品プロセスパターン	17
(2) 返品について	25
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	27
(1) メッセージ項目一覧	27
(2) コードリスト一覧	28
2. メッセージ項目解説	
(1) 企業識別	29
1) 企業識別の考え方<小売>・<卸／メーカー>	29
2) 企業識別の代表的項目	31
3) G L N について	32
① G L N について	32
② G L N の利用方法	34
(2) 商品識別	38
1) 商品コード	38
2) 商品分類	43
(3) 日付	44
1) 直接納品先納品日／最終納品先納品日	44
2) 納品日、計上日の考え方	45
(4) 番号	46
1) 取引番号／取引明細番号	46
2) 取引付属番号／取引付属明細番号	47
(5) 金額	48
1) 原価／売価	48
2) 金額符号（小売自由使用）／金額（小売自由使用）	49
(6) 数量	50
1) 発注数量（バラ）／発注単位／発注数量（発注単位数）	50
(7) 区分	51
1) 処理種別／訂正区分	51
2) 請求・支払に関する区分	52
① 請求・支払の考え方	52
② 照合結果コード	53
③ 支払内容／支払内容（個別）	54
(8) 梱包情報	56
1) カゴテナ N o / 親梱包 N o / 梱包 N o	56
<事例紹介> 梱包 N o の使用例	57
2) 出荷ケース数／ I T F （集合包装 G T I N）入数	58
3. 項目セット方法	59
(1) 伝票との相関例	59
(2) 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	61
(3) 発注メッセージ上での納品経路、 通過在庫区分、納品区分のセット方法	62
(4) 預り D C から納品する際の項目セット方法	63
(5) 出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法	64
(6) 出荷梱包メッセージにおける I T F 情報のセット方法	70
(7) 納品時の項目セット方法（出荷梱包紐付けあり／なし）	76
(8) 商品コードのセット例	77
(9) 発注、出荷、受領までの数量訂正の流れ	84
1) 欠品発生時	84
2) 過剰納品発生時	87
(10) 受領訂正メッセージについて	88
1) 受領訂正メッセージのセット方法	89
① 同締め期間内である場合のセット方法	89
② 締めをまたがる場合のセット方法	90
③ 取引明細番号のセット方法について	91

# 目次

(1 1) 請求メッセージのセット方法	92
(1 2) 支払いメッセージのセット方法	
1) 請求ありの場合	93
2) 請求レスの場合	95
4. T A型伝票を踏襲したメッセージ項目の引継ぎ	96
IV. メッセージ別説明	
1. メッセージ別項目一覧	99
(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	101
(2) メッセージの基本的構造について	102
2. メッセージ別の階層構造概要	
(1) 発生	103
(2) 出荷	104
(3) 出荷梱包（紐付けあり）	105
(4) 出荷梱包（紐付けなし）	106
(5) 受領	107
(6) 受領訂正	108
(7) 返品	109
(8) 請求	110
(9) 支払	111

# 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

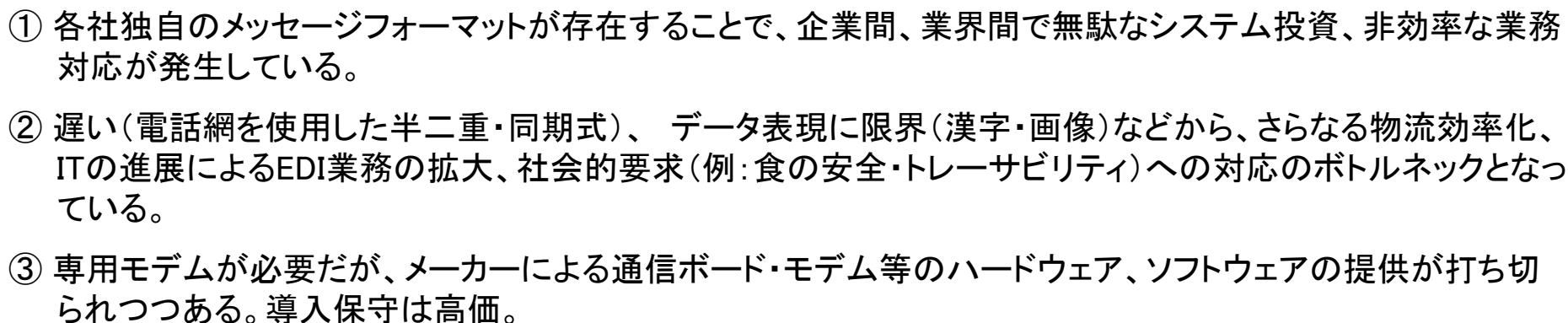
---

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、ペーパー仕入伝票を不要とする。



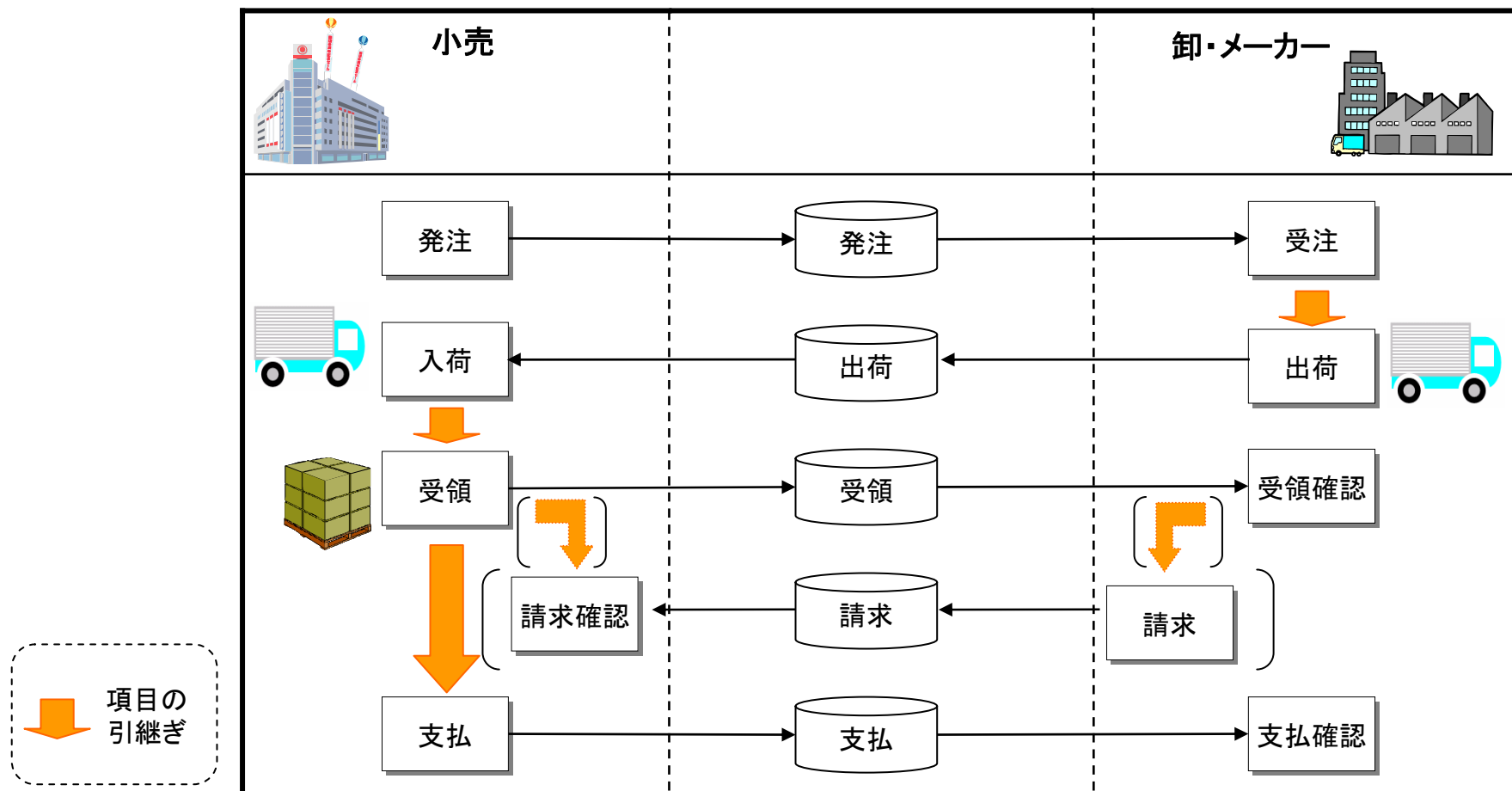
## Ⅱ．業務プロセスモデル



# 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。



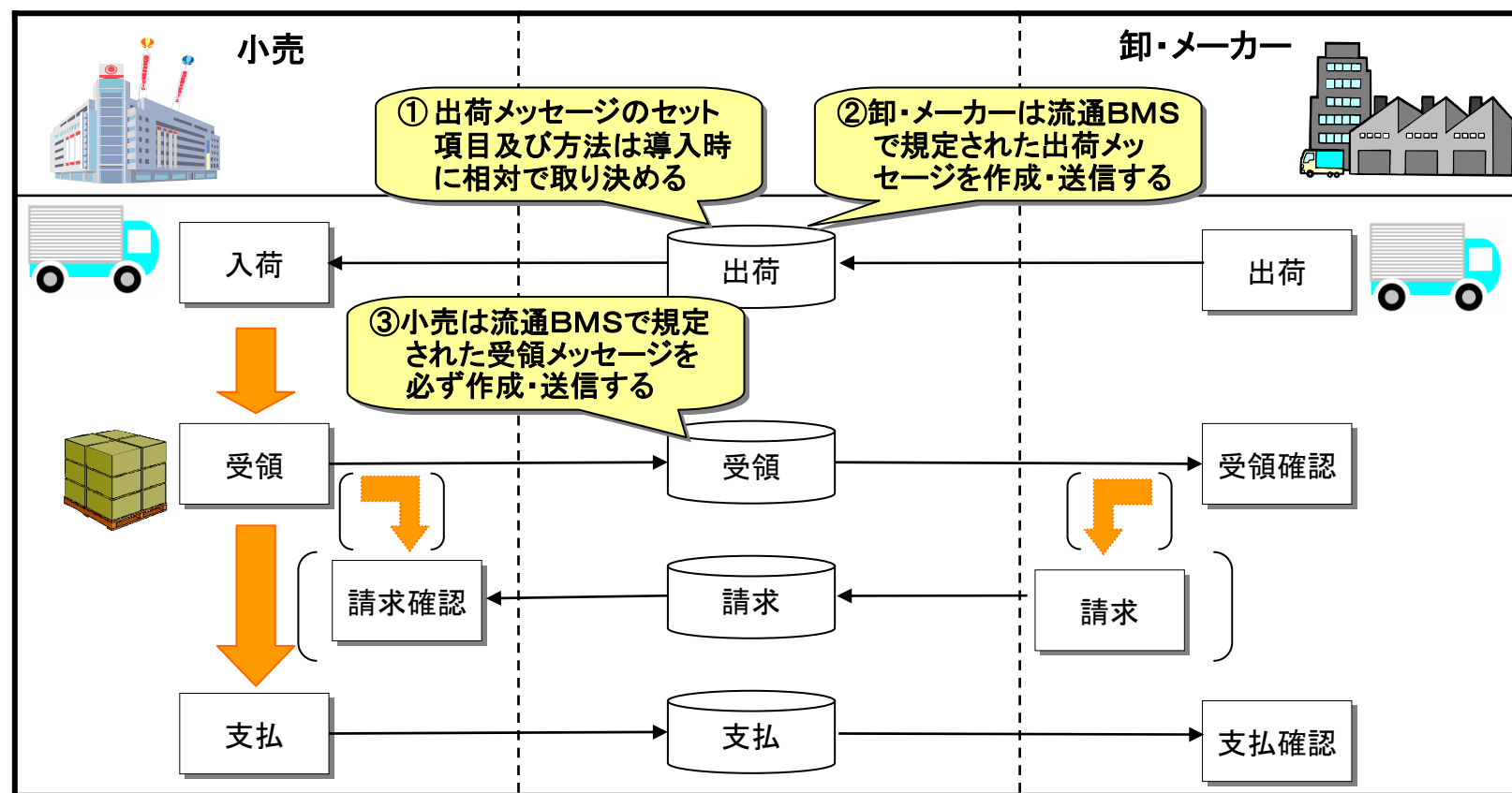
# 1. 本モデルの前提

## (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。

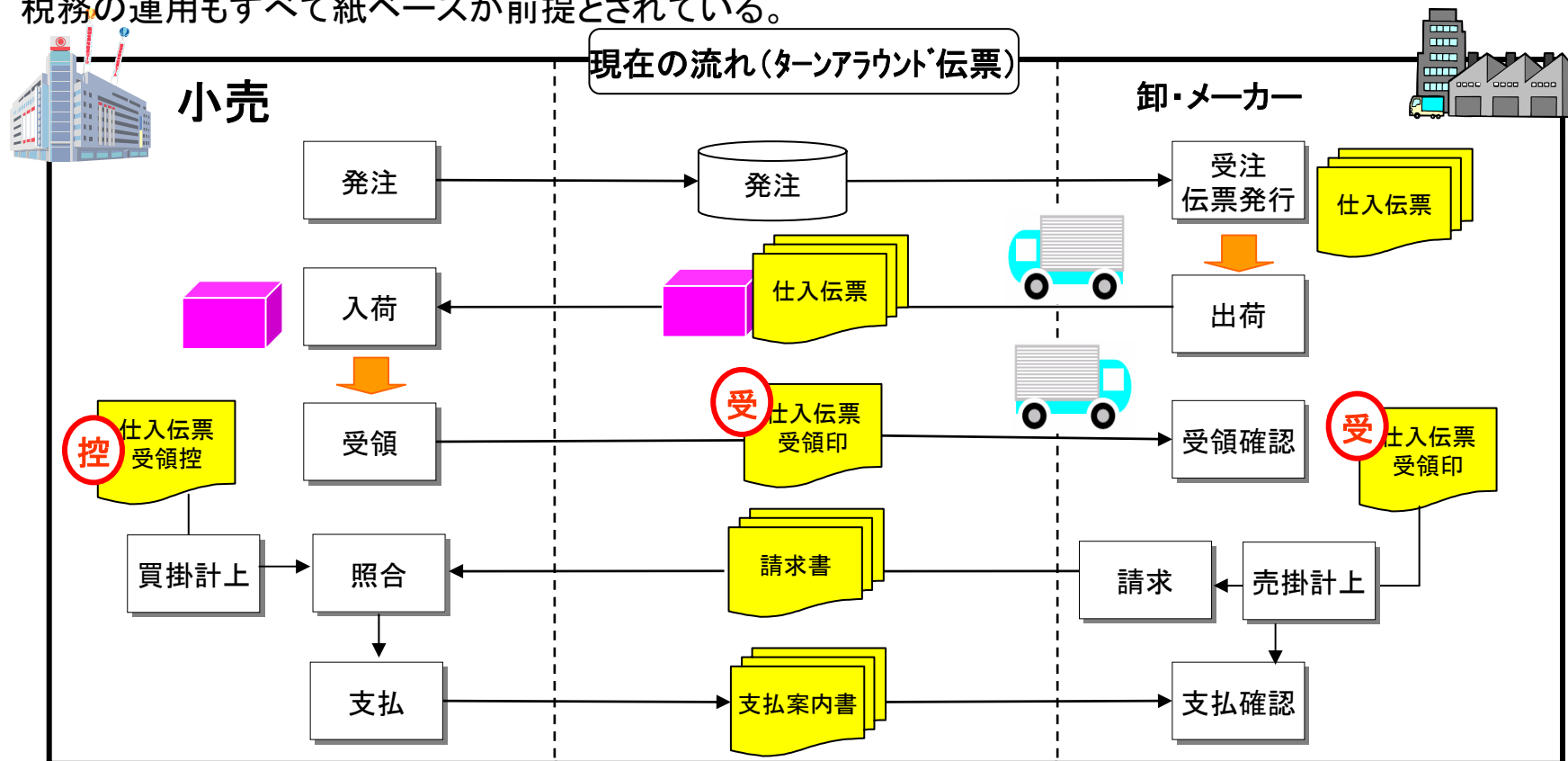
『出荷開始型』モデルは、流通BMSで規定された発注メッセージが存在しないケース・取引において適用するものであり、発注が小売からはじまるモデルは原則、受発注型モデルを適用するものとする。



# 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。

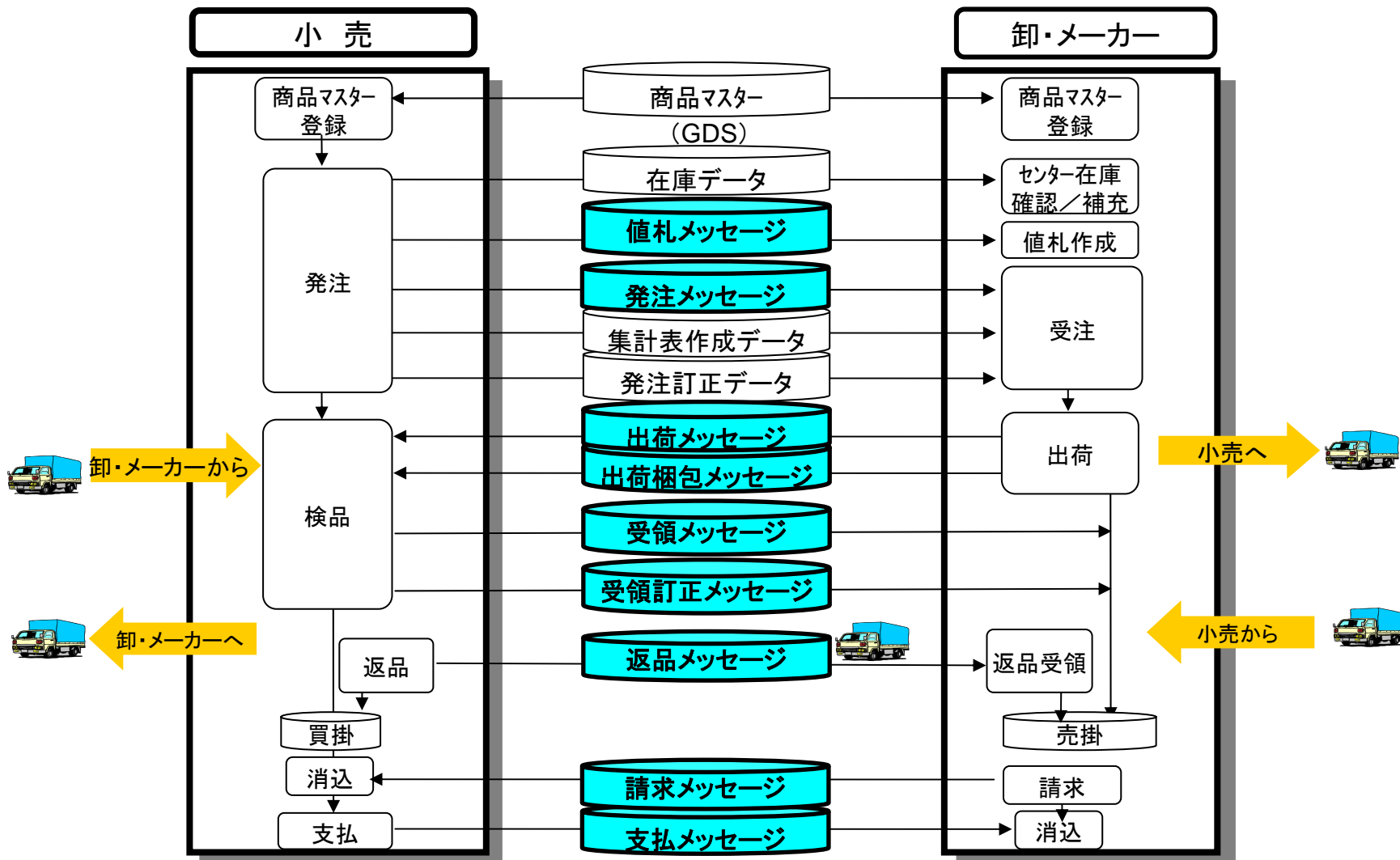


## 2. 対象業務プロセス

### (1)業務プロセス 1)全体業務プロセス

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

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平成20年度流通ビジネスメッセージ標準の対象となるメッセージを示している。



## 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

平成20年度  
ホームセンター業界  
追記

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

下記の4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)
- ④ 買取在庫型センター(DC)納品

また、下記の3パターンにつき、整理を行った。

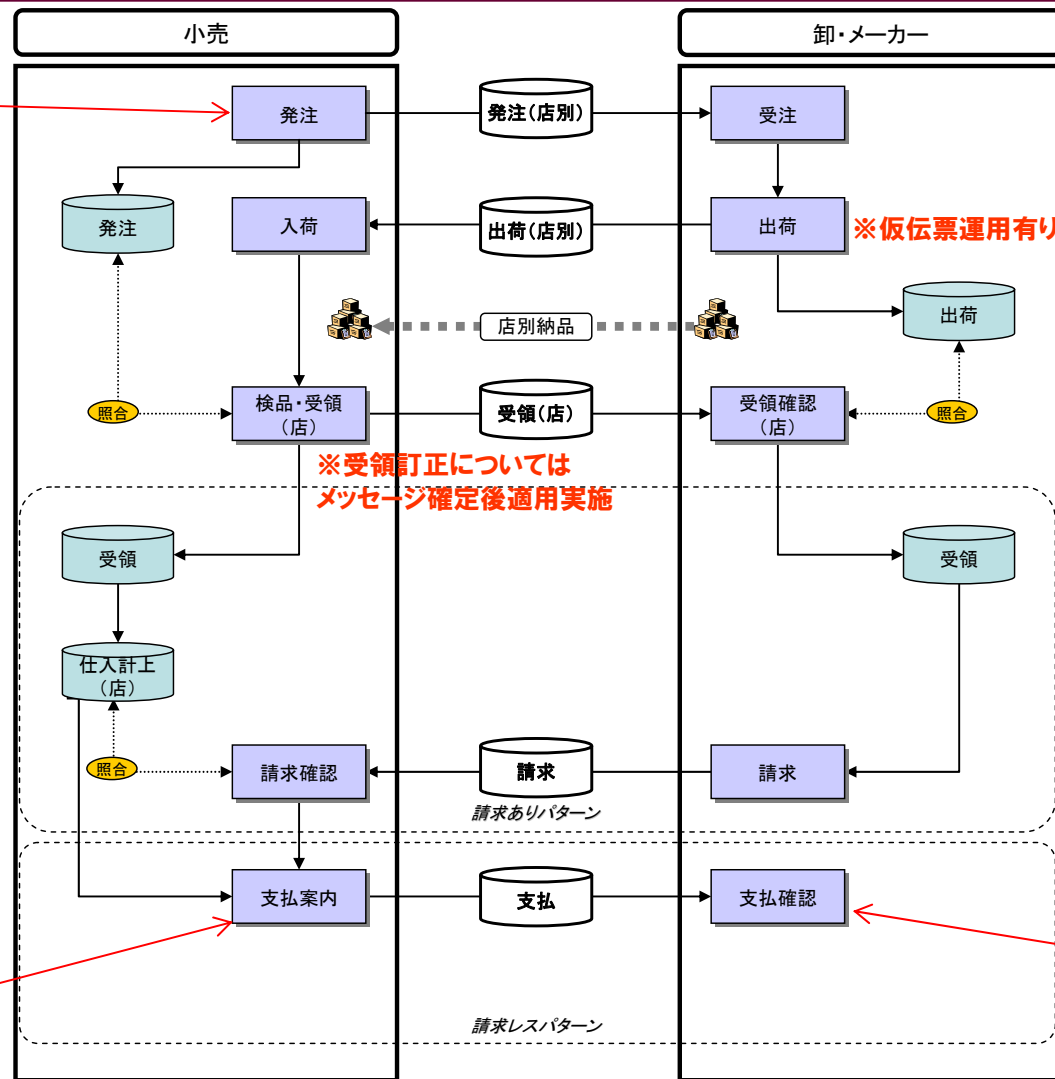
- ⑤ ECサイト発注プロセス
- ⑥ ファクタリング(債権支払代行)支払いプロセス
- ⑦ 訂正区分(欠品理由訂正)プロセス

# ①店舗直接納品

平成20年度  
ホームセンター業界  
追記

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

・「ECサイト発注」は  
P.22にて記述



・「ファクタリング」は  
P.23にて記述

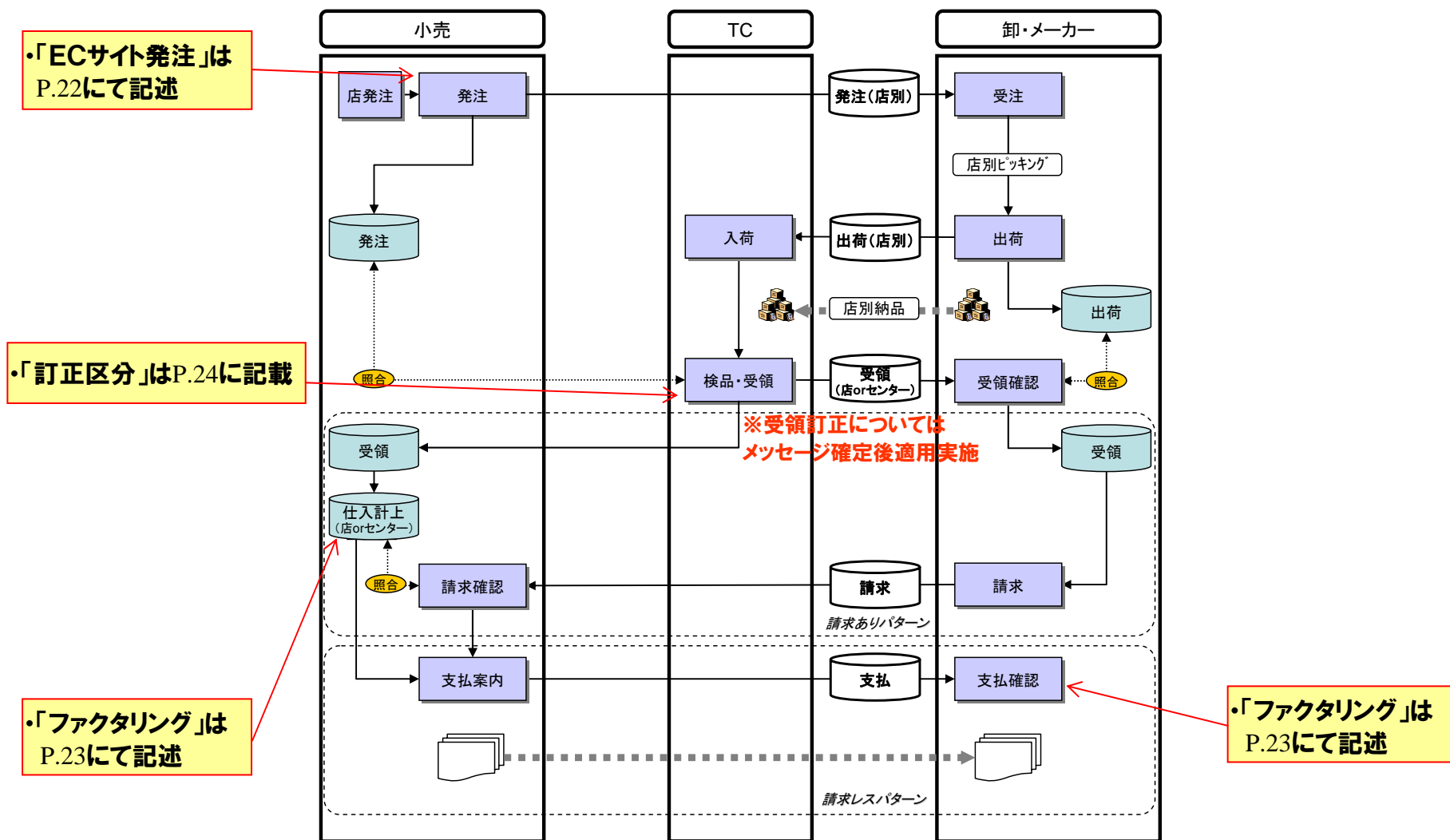
・「ファクタリング」は  
P.23にて記述

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通過型センター(TC)納品(店別仕分納品)

平成20年度  
ホームセンター業界  
追記

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

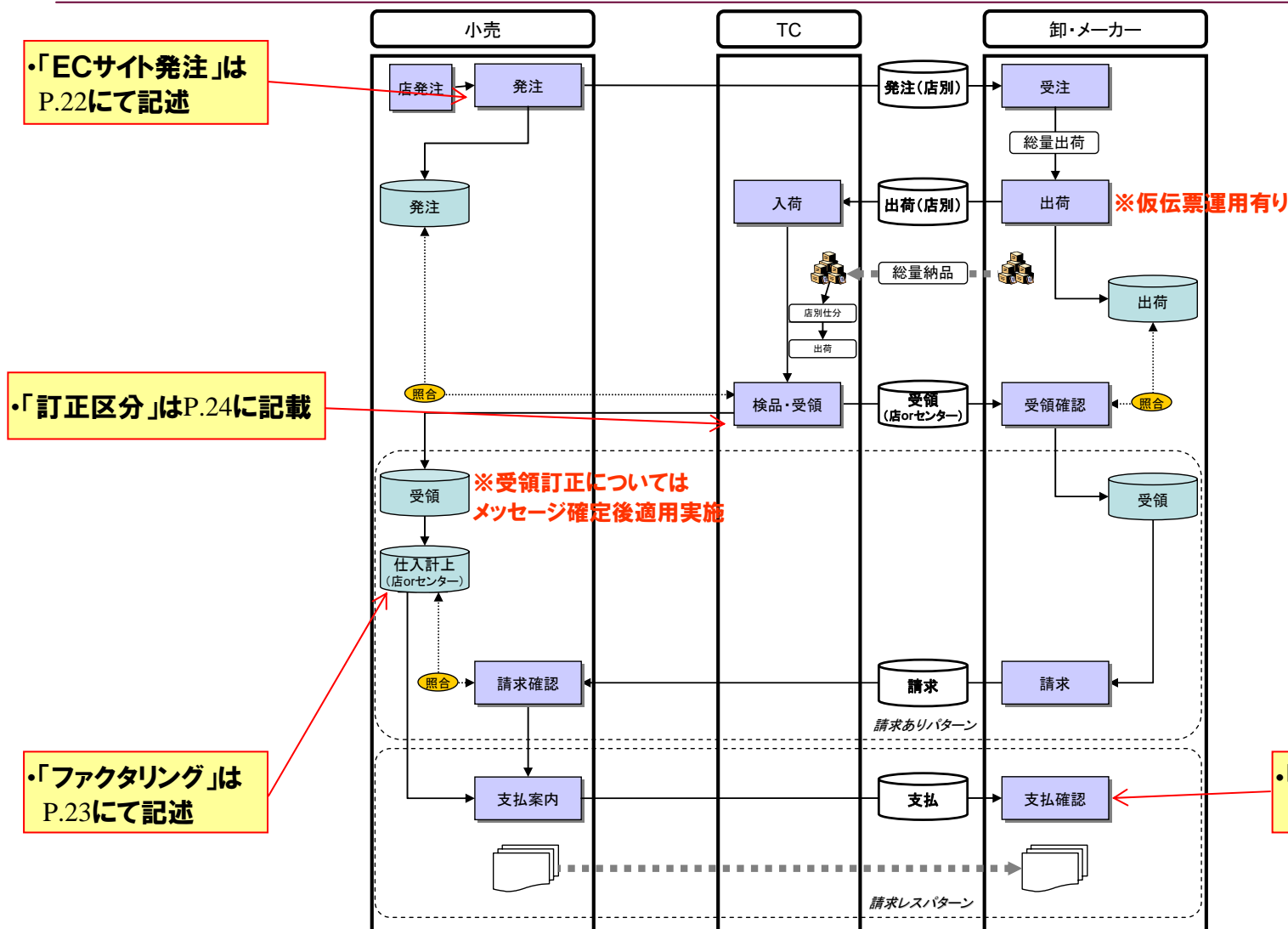


通過型センター(TC)納品(店別仕分納品)とは、小売からの発注に対して、卸・メーカーが小売の通過型センター(TC)に店別仕分をして納品する形態のことである。

### ③通過型センター(TC)納品(総量納品)

平成20年度  
ホームセンター業界  
追記

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

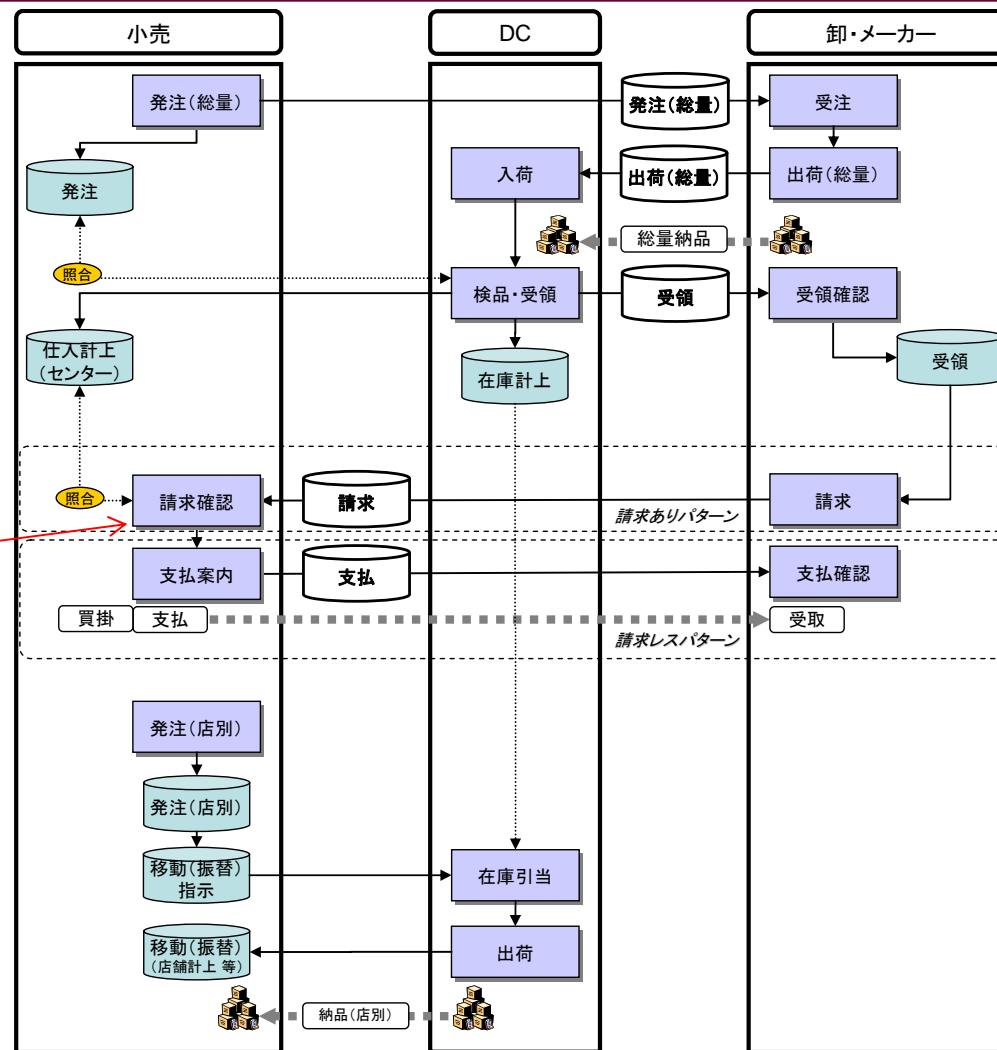


通過型センター(TC)納品(総量納品①)とは、小売からの店別の発注に対して、卸・メーカーが小売の通過型センター(TC)に、総量として納品する形態のことである。

## ④買取在庫型センター(DC)納品

平成20年度  
ホームセンター業界  
追記

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業



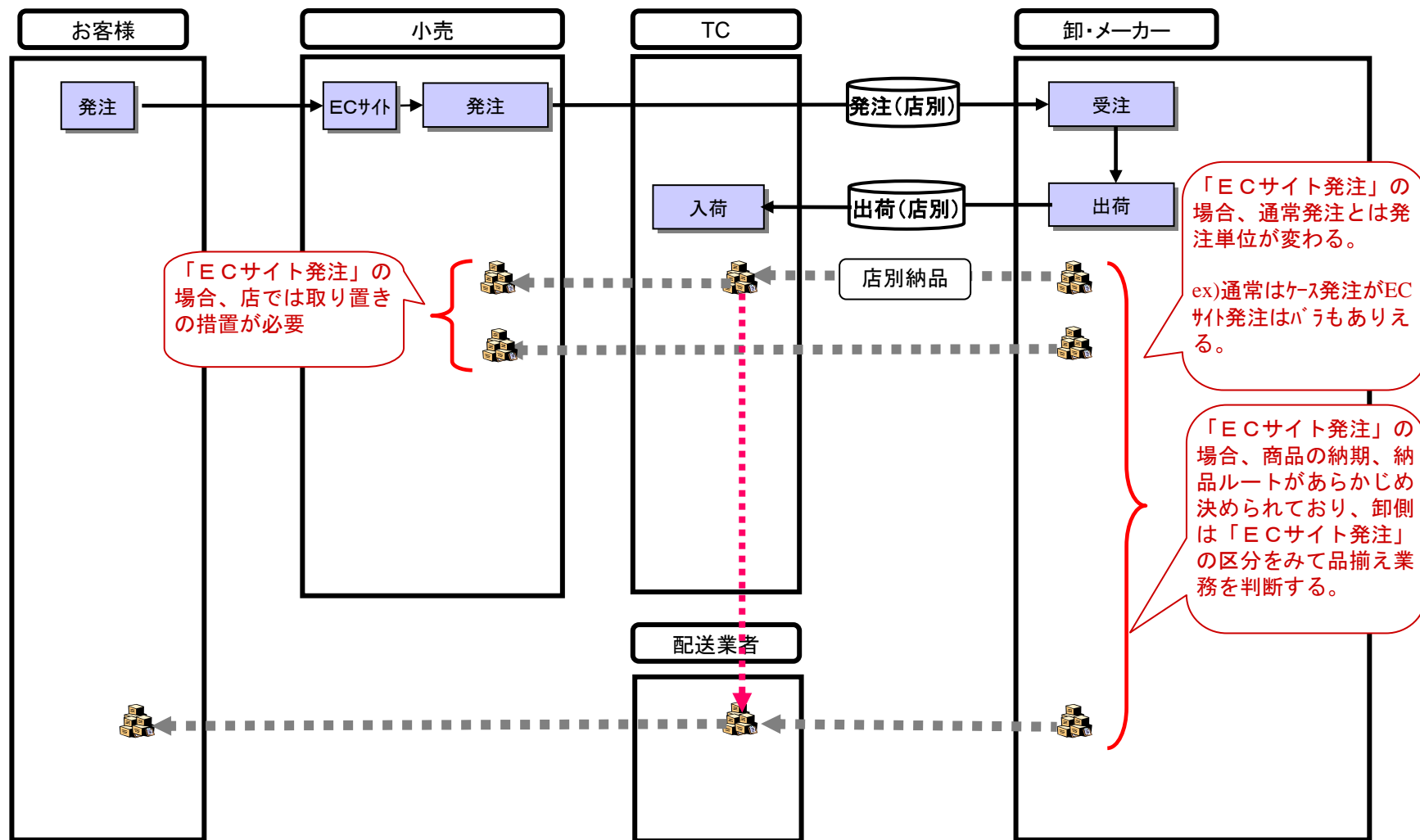
・「ファクタリング」は  
P.23にて記述

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。

## ⑤ECサイト発注プロセス

平成20年度  
ホームセンター業界  
追記

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

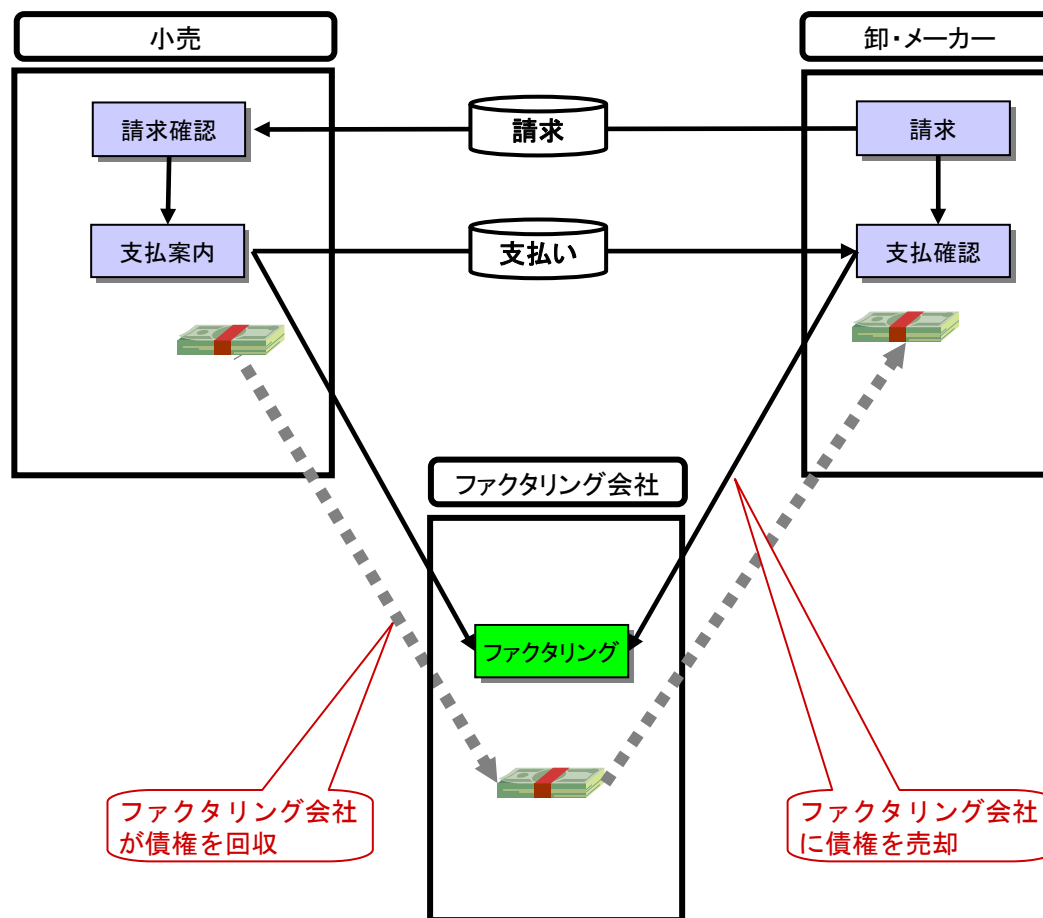


ECサイト発注とは、ECサイトを通じて発注された発注形態のことを指す。ECサイト発注はお客様指定発注のため、センタ・店舗では商品の取り置きをする必要があるとともに、卸から直接顧客へ納品を行う場合も発生する。

## ⑥ファクタリング(債権支払代行)支払いプロセス

平成20年度  
ホームセンター業界  
追記

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業



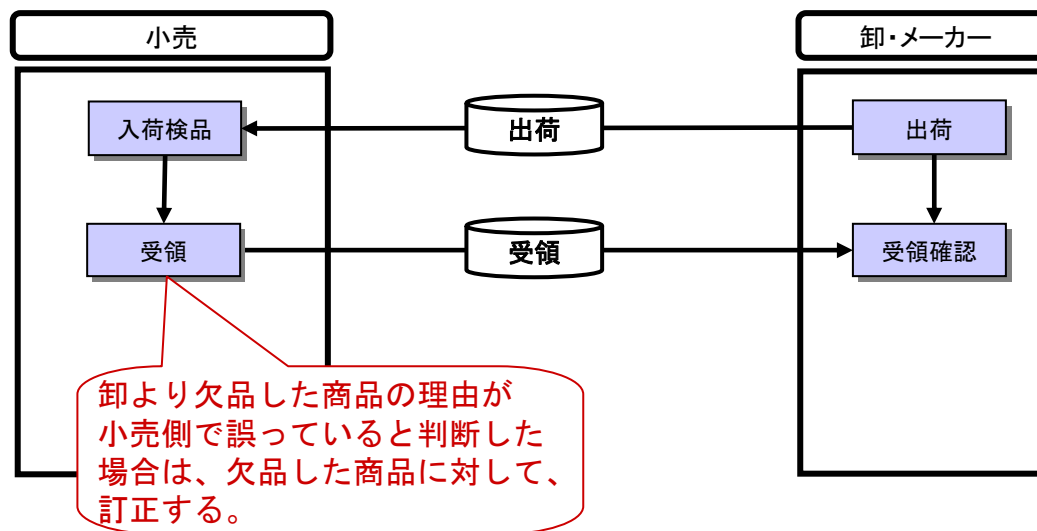
ファクタリング支払いプロセスとは、ファクタリング会社を通じて支払いを行う形態のことである。債権元はファクタリング会社に債権を売却し、早期資金の回収を行います。ファクタリング会社は債権先から債権の回収を行います。



## ⑦訂正区分(欠品理由訂正)プロセス

平成20年度  
ホームセンター業界  
追記

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業



欠品理由訂正プロセスとは、卸から欠品した商品の理由が小売側で誤っていると判断した場合は、欠品した商品に対して訂正するプロセス。

## 2. 対象業務プロセス (2) 返品について

平成20年度  
ホームセンター業界  
追記

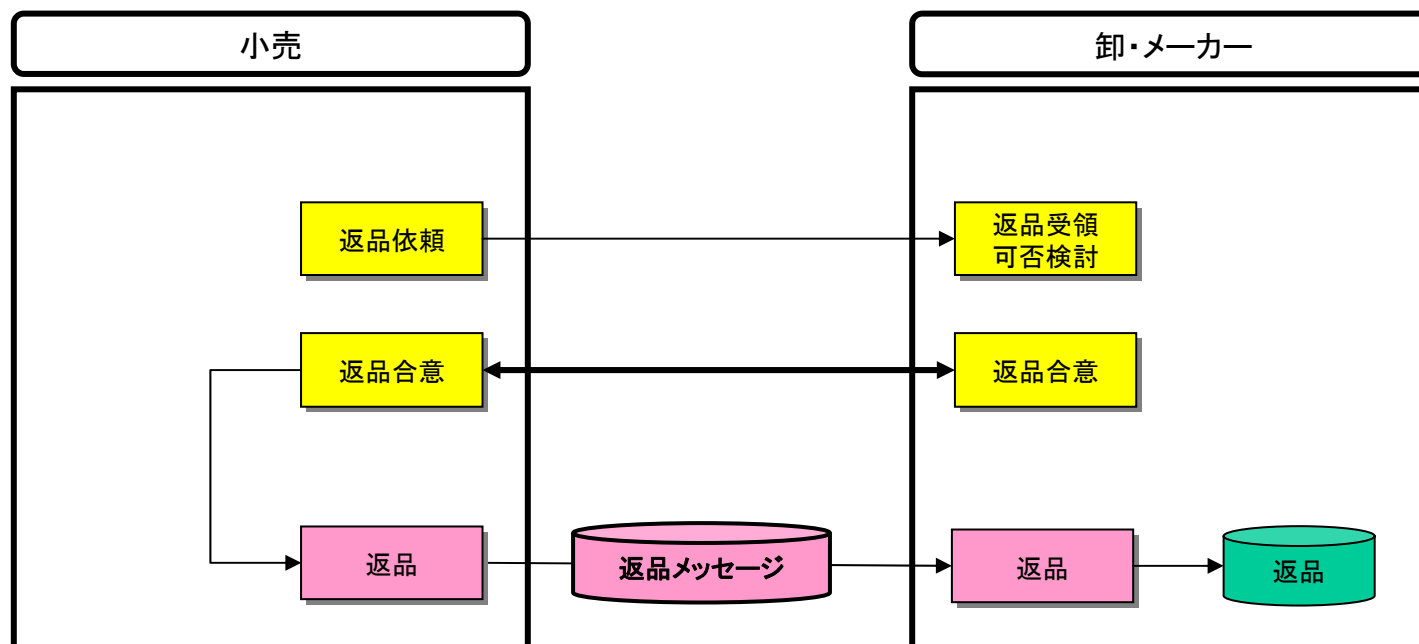
経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

返品については、2005年11月1日に施行された「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法」(以下「大規模小売業告示」という。)にて、原則禁止されている。但し、4類型については例外規定がなされている。

(大規模小売業告示 <http://www.jftc.go.jp/pressrelease/05.april/05042802.pdf>)

本モデルでは、この例外規定に則り「返品メッセージ」を使用するものとする。

### ■ 返品業務プロセス・イメージ



## 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情報を分け替え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、請求支払の単位を分け替え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

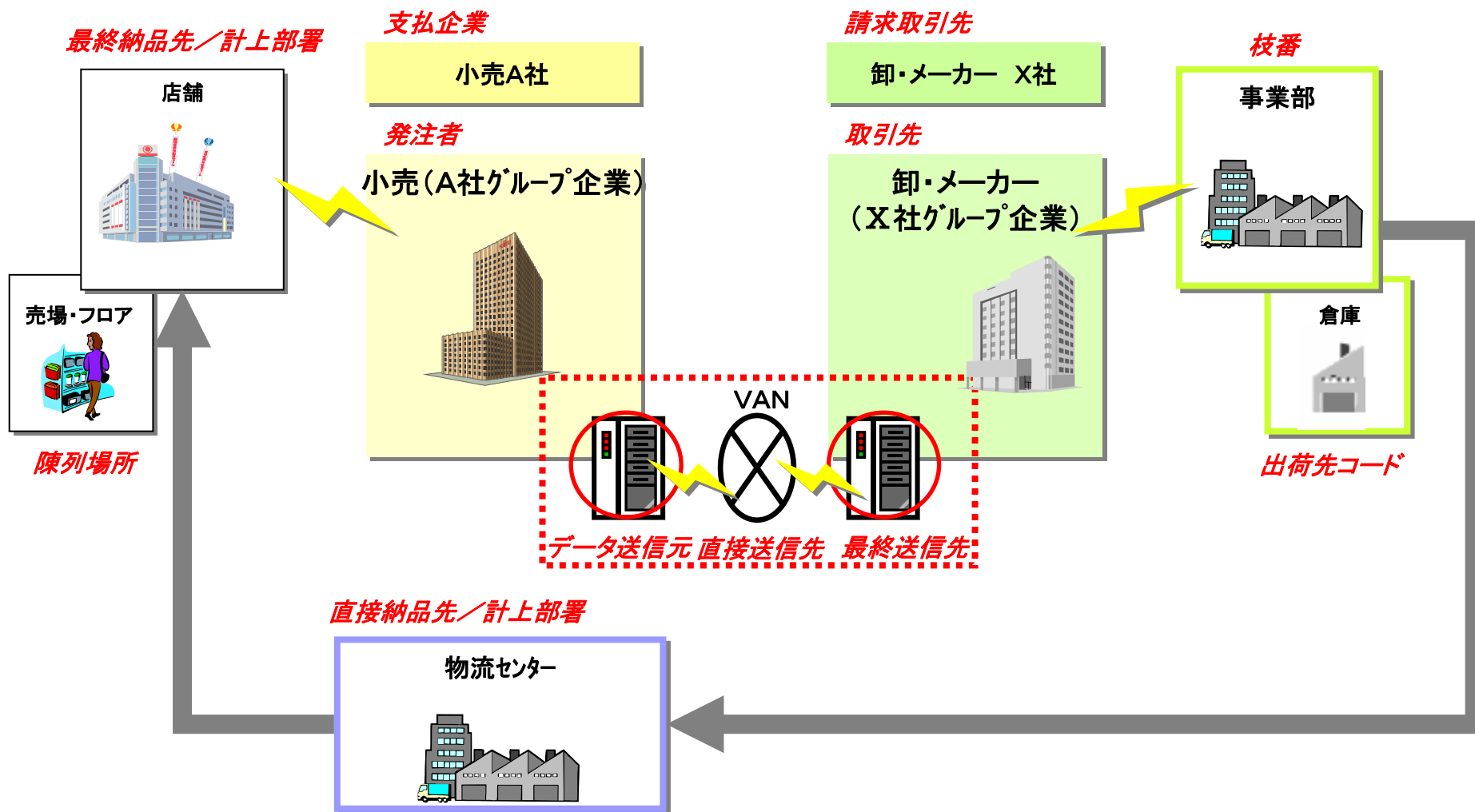
必須	任意	任意	必須
取引先コード	枝番	出荷先コード	請求取引先
ABC社	00(事業所1)	0001(出荷P棟)	X社
ABC社	00(事業所1)	0002(出荷Q棟)	X社
ABC社	01(事業所2)		X社
BCD社			X社
CDE社	00(事業所I)		CDE社

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

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

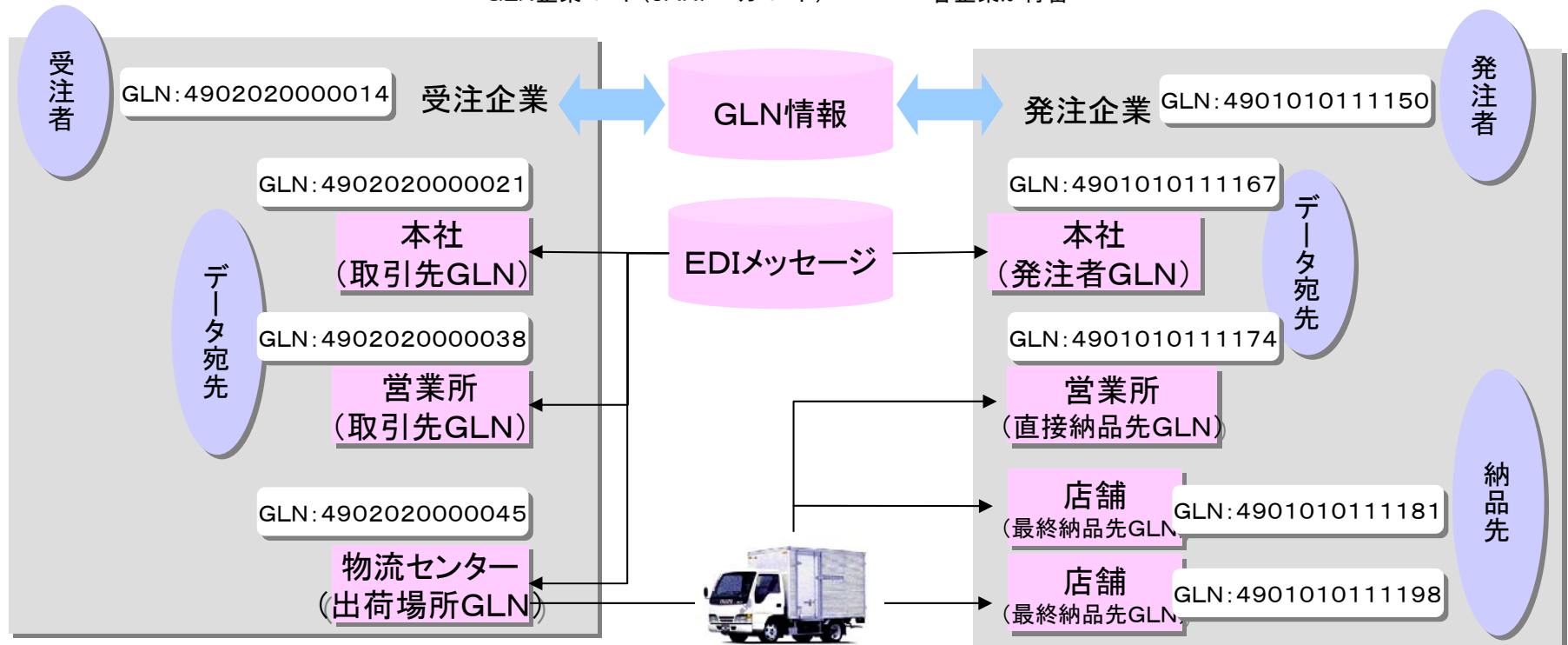
### (1) 企業識別 3) GLNについて ① GLNについて

## 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

## 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 <sup>*</sup> (JANメーカコード <sup>*</sup> )									ロケーションコード <sup>*</sup>			チェックデジット <sup>*</sup>
(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 <sup>*</sup> 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 <sup>*</sup> (JANメーカコード <sup>*</sup> )							ロケーションコード <sup>*</sup>					チェックデジット <sup>*</sup>
(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 <sup>*</sup> 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 <sup>*</sup>											ロケーションコード <sup>*</sup>	チェックデジット <sup>*</sup>
(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 <sup>*</sup> 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 <sup>*</sup>										ロケーションコード <sup>*</sup>		チェックデジット <sup>*</sup>
(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 <sup>*</sup> 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)

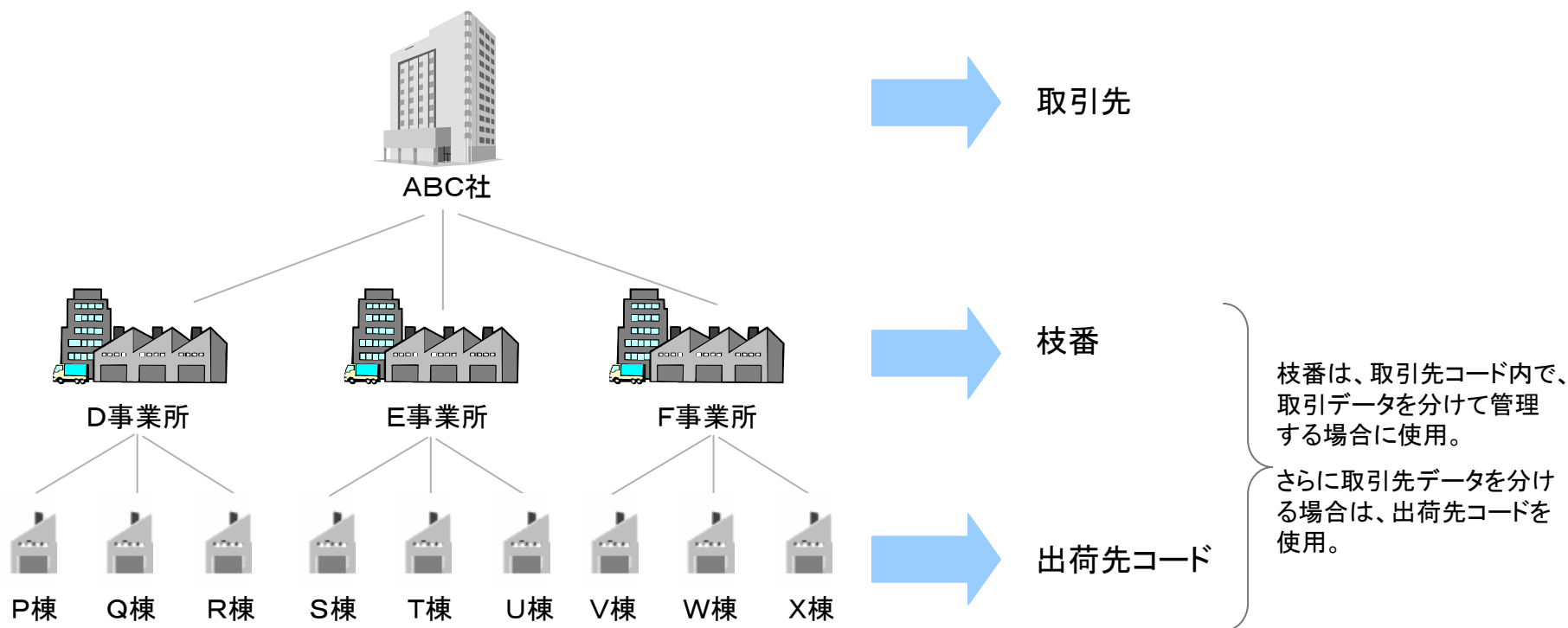
49000000000016(小売X社用GLN)  
49000000000023(小売Y社用GLN)

## 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

## (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 <sub>1</sub>	T <sub>2</sub>	T <sub>3</sub>	T <sub>4</sub>	T <sub>5</sub>	T <sub>6</sub>	T <sub>7</sub>	T <sub>8</sub>	T <sub>9</sub>	T <sub>10</sub>	T <sub>11</sub>	T <sub>12</sub>	T <sub>13</sub>	T <sub>14</sub>
GTIN-14 (集合包装用商品コード)	N <sub>1</sub>	N <sub>2</sub>	N <sub>3</sub>	N <sub>4</sub>	N <sub>5</sub>	N <sub>6</sub>	N <sub>7</sub>	N <sub>8</sub>	N <sub>9</sub>	N <sub>10</sub>	N <sub>11</sub>	N <sub>12</sub>	N <sub>13</sub>	N <sub>14</sub>
GTIN-13 (JAN コード 13)	0	N <sub>1</sub>	N <sub>2</sub>	N <sub>3</sub>	N <sub>4</sub>	N <sub>5</sub>	N <sub>6</sub>	N <sub>7</sub>	N <sub>8</sub>	N <sub>9</sub>	N <sub>10</sub>	N <sub>11</sub>	N <sub>12</sub>	N <sub>13</sub>
GTIN-12 (UPC コード)	0	0	N <sub>1</sub>	N <sub>2</sub>	N <sub>3</sub>	N <sub>4</sub>	N <sub>5</sub>	N <sub>6</sub>	N <sub>7</sub>	N <sub>8</sub>	N <sub>9</sub>	N <sub>10</sub>	N <sub>11</sub>	N <sub>12</sub>
GTIN-8 (JAN コード 8)	0	0	0	0	0	0	N <sub>1</sub>	N <sub>2</sub>	N <sub>3</sub>	N <sub>4</sub>	N <sub>5</sub>	N <sub>6</sub>	N <sub>7</sub>	N <sub>8</sub>

### 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。

## (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」	
 単品 451234567890c JANコード	 集合包装 1451234567890c 集合包装用商品コード 商品アイテムコード部分が一致(同じ番号)している	 単品 451234567890c JANコード	 集合包装 0451234523245c 集合包装を識別するGTIN 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」

※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。

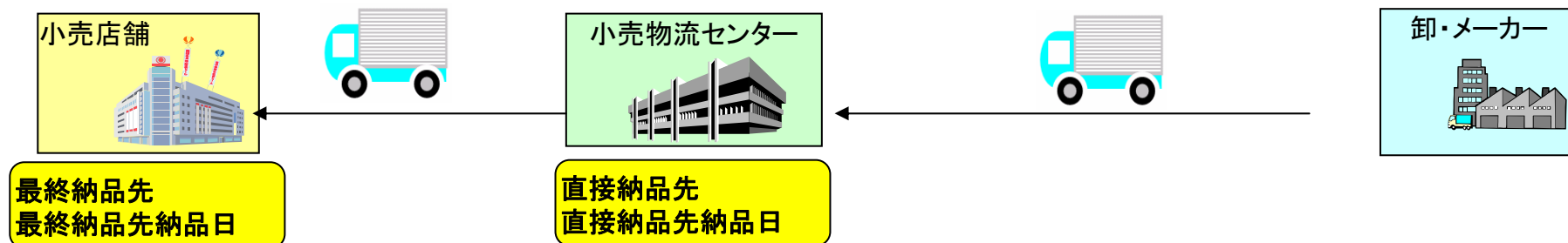
## 2. メッセージ項目解説

### (3) 日付 1) 直接納品先納品日／最終納品先納品日

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

### (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		C		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		取引先コード	
店名		サイタマセンター		01				01		1000001		899999	
										コダイラショックセン		取引先名	
												発注日	
												納品日	
												備考	
												05.06.28	
												05.06.29	
												0.0	

## 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 ※受領訂正メッセージはスキーマ未開発(平成19年度末現在)



## 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。
- ・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。

取引明細 × n		項目	タイプ	セット例
		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)

- ・「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

### (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。

②①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)

#### 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		

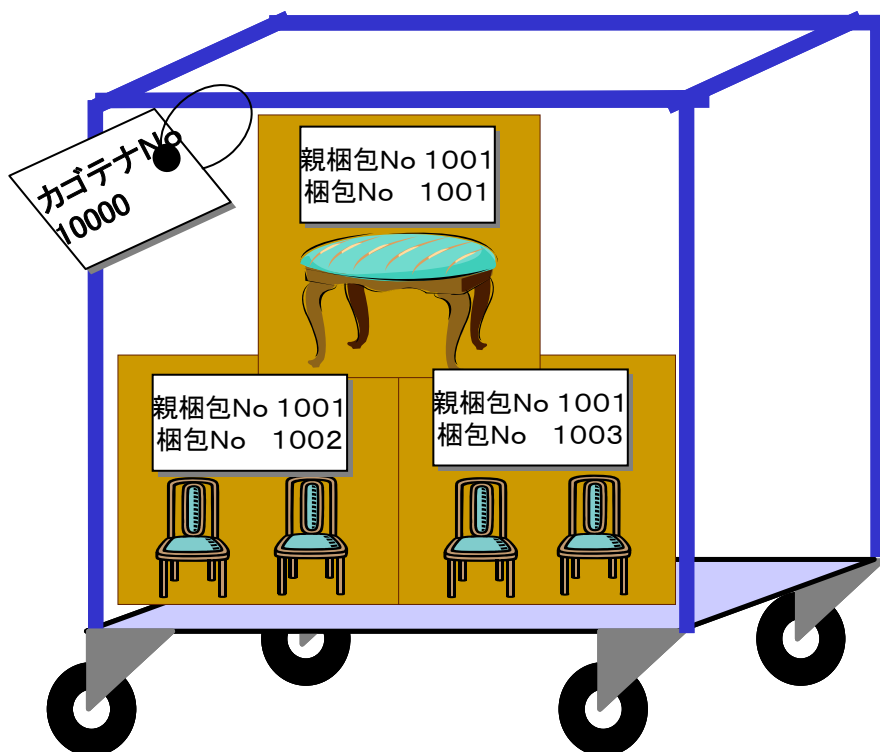


## 2. メッセージ項目解説

### (8) 梱包情報 1) カゴテナNo／親梱包No／梱包No

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

## (8) 梱包情報 <事例紹介> 梱包Noの使用例

・「店別発注-店別納品」の物流プロセスに関して、現状TCにおいて、カゴ車に積まれて入荷する際の単品の荷姿として「オリコン」「ケース」などの場合がある。  
TCでの作業スケジュールリングの際などに、ASN情報として、入荷数量とともに荷姿情報を受け取り、それらの情報を活用して効率化を実現している。

→ 既存項目の出荷荷姿コードは、単品の荷姿と考えると、  
オリコンやカゴ車の様な混載の荷姿は表現できない。

梱包Noの36桁中NN桁を活用し、相対間で取決めて運用

**【相對取決事項】**

- ②6桁目：‘1’ オリコン ‘2’ ケース ‘3’ カゴ車…(相対間取り決め)

0000000000000000000000000000000000000099992 1

梱包NO(前0埋め)

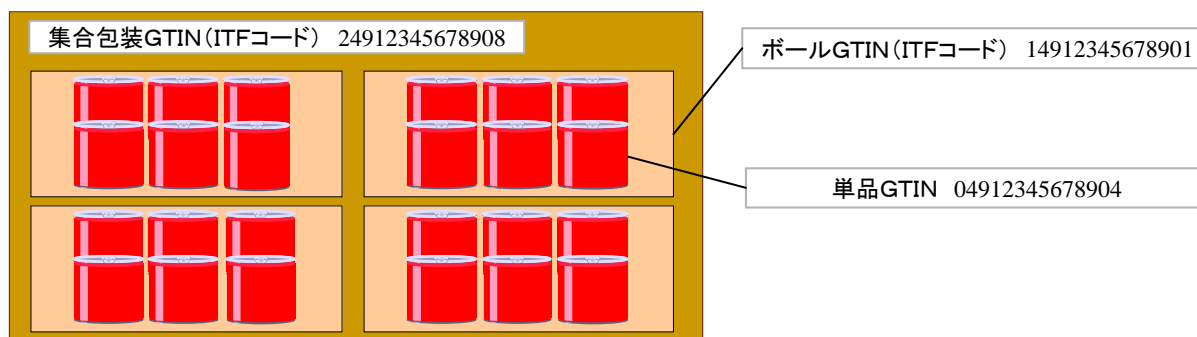
出荷荷姿情報  
(相対間取り決め)

## 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

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)				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		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		①1000001		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 コタ <sup>®</sup> イラカップ <sup>®</sup> 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	
コタ <sup>®</sup> イラモツクスーフ <sup>®</sup>		4901990126236	6	2	コ	12	2			298		3580	458	5496	
コタ <sup>®</sup> イラセ <sup>®</sup> イタクコンノホ <sup>®</sup> ターシュースーフ <sup>®</sup>		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

訂正後売価金額合計

[illegible]

### 3.項目セットの方法

#### (1)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	
	⋮				

### 3.項目セットの方法

#### (2)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

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.項目セットの方法

#### (3)発注メッセージ上での納品経路、通過在庫区分、納品区分のセット方法

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

#### 【各項目のセット方法 例】

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	01 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	01 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	01 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.項目セットの方法

#### (4) 預りDCから納品する際の項目セット方法

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。

下記の機能があるが、今回の標準化の対象にはなっていない(今後の課題)。標準メッセージを使用する方向で検討中。

- ③ 在庫補充勧告 → センターが、過去の発注データなどを参考に、卸・メーカーに対し在庫補充を促すデータ。  
(この時点での納品は、小売仕入とならない)
- ④ 入荷連絡 → 在庫補充勧告データを参考に、卸・メーカーが出荷(在庫補充)数量を決め、センターに通知するデータ。
- ⑤ 入庫確定 → 卸・メーカーからの出荷をセンターが受領した結果を告知するデータ(物品の受領のみ)

#### 【①データにおける各項目のセット方法 例】

納品ルート	メッセージ種	納品形態	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 ----- (店着日)※	店 ----- 店着日	店 ----- 店着日	会社	03 預り在庫より出荷	02 預りDC	03 直接納品なし	なし

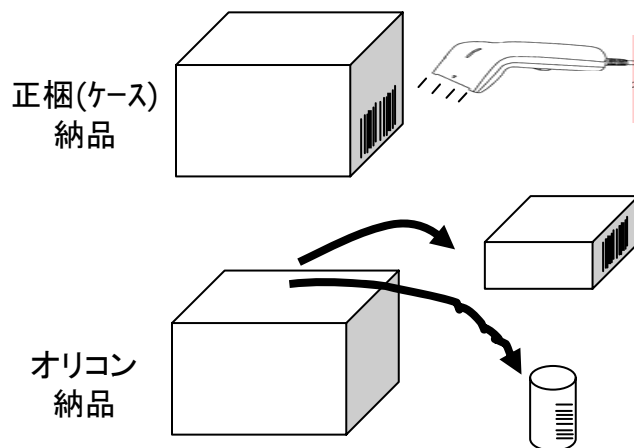
※“直接納品先納品日”のセット方法については、次年度以降継続して検討を行う。



### 3.項目セットの方法

#### (5)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.項目セットの方法

#### (5)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.項目セットの方法

#### (5)出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

#### 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
----------------	---	-----	---	----	----	-----------------	---	-----

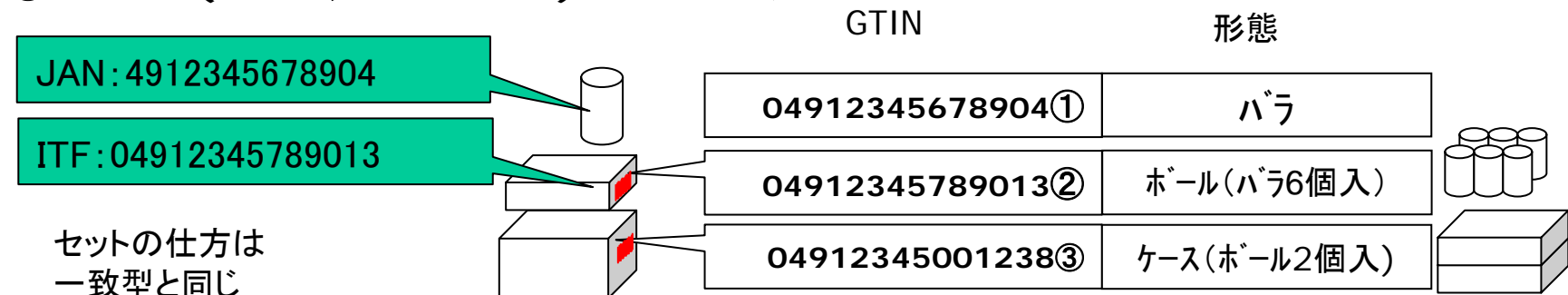
※1発注に対して、納品形態が複数(例:ケースとボール)となった場合は、それぞれのGTINをセット。(1:N)

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

### 3.項目セットの方法

#### (5)出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

#### 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.項目セットの方法

#### (5)出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

##### 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	ボール	1	6	6	04912345789013②	1	ボール
04912345678904(1缶)	6	ボール	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.項目セットの方法

#### (5)出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

#### ⑤ 缶ビール等 ケース販売商品の例

##### その2: GTIN導入前<sup>\*</sup> …「ITFコード」にはITFをセットする

	購入単位GTIN/ITF14	形態
JAN: 4912345678904 	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。

<sup>\*</sup>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.項目セットの方法

#### (6)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

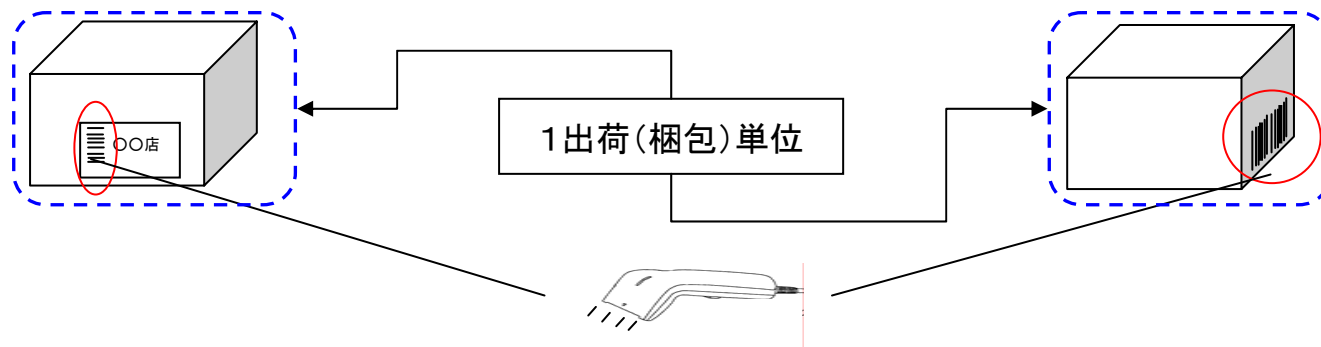
小売側はSCMラベルに印字されているバーコードをスキャンし、メッセージの梱包NOを消しこむことによって個口検品行う。

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.項目セットの方法

#### (6)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決められる。

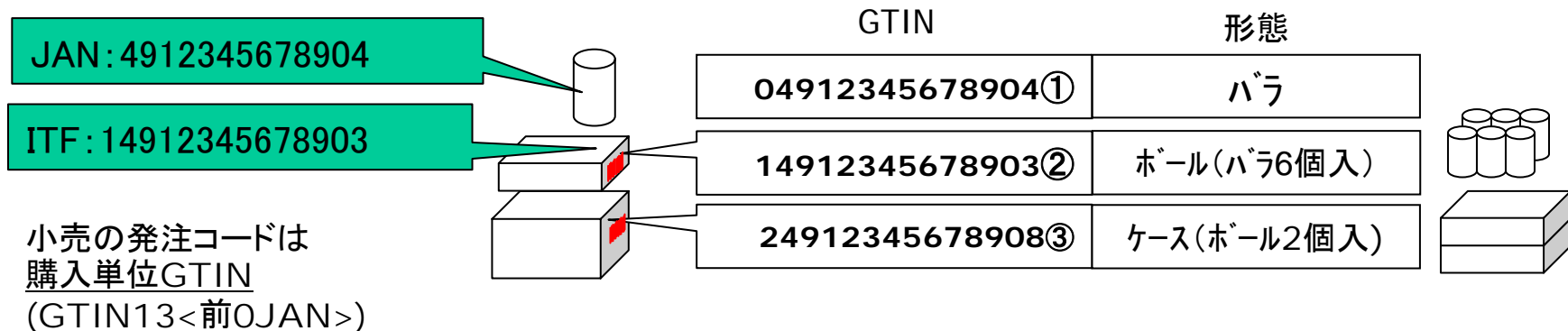


### 3.項目セットの方法

#### (6)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

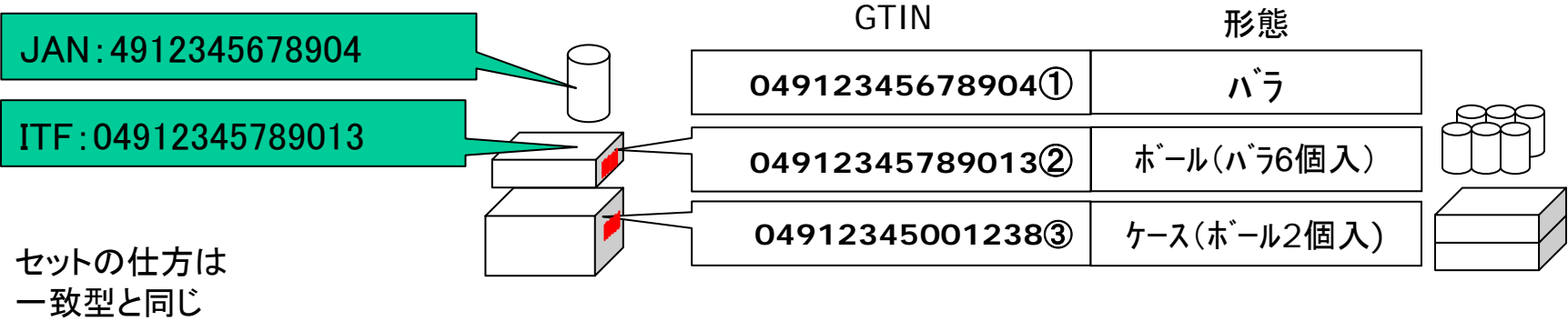
※1発注に対して、納品形態が複数(例:ケースとボール)となった場合

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.項目セットの方法

#### (6)出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法

#### 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.項目セットの方法

#### (6)出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法

##### 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＝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 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	ホール	1	6	6	04912345789013②(運用上ホ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	ホール	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.項目セットの方法

#### (6)出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法

##### 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



JAN: 4912345789013  
ITF: 14912345678903



JAN: 4912345001238  
ITF: 24912345678908



購入単位GTIN/ITF14

04912345678904①

形態

バラ

14912345678903②

バラ6個入＝ボール

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.項目セットの方法

#### (7)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. 項目セットの方法

#### (8) 商品コードのセット例

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

### 3. 項目セットの方法 (8) 商品コードのセット例

#### ■ 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

### 3. 項目セットの方法 (8) 商品コードのセット例

#### ■ 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



### 3. 項目セットの方法 (8) 商品コードのセット例

#### ■ 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	—	

### 3. 項目セットの方法 (8) 商品コードのセット例

#### ■ 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	——	

## 【補足説明】 アパレル商材取引で使用する商品コードについて

### ■スタイル品番

スタイル品番とは、同ースタイル(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

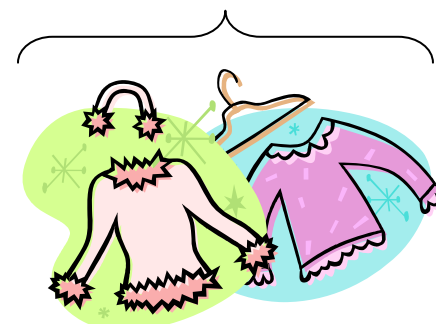
Aニット 品番:01234 価格:30,000

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
		

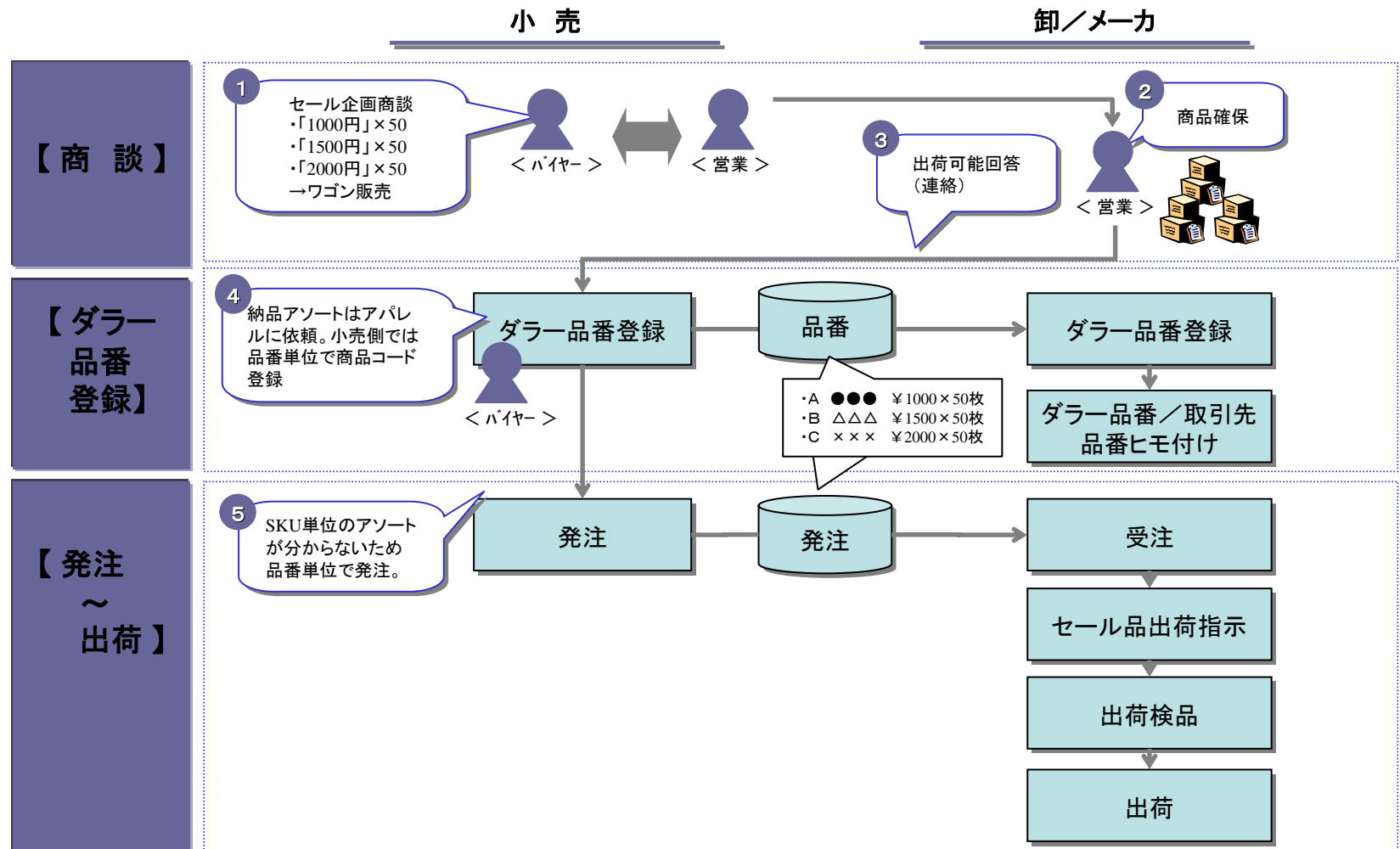
←  
単品単位:カラー／サイズの  
違いまで識別する

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



## 【補足説明】 ダラー品番による発注プロセスフローの例



### 3.項目セットの方法

#### (9)発注、出荷、受領までの数量訂正の流れ 1)欠品発生時

- 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。

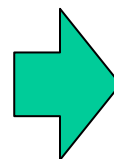
発注

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



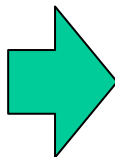
受領

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



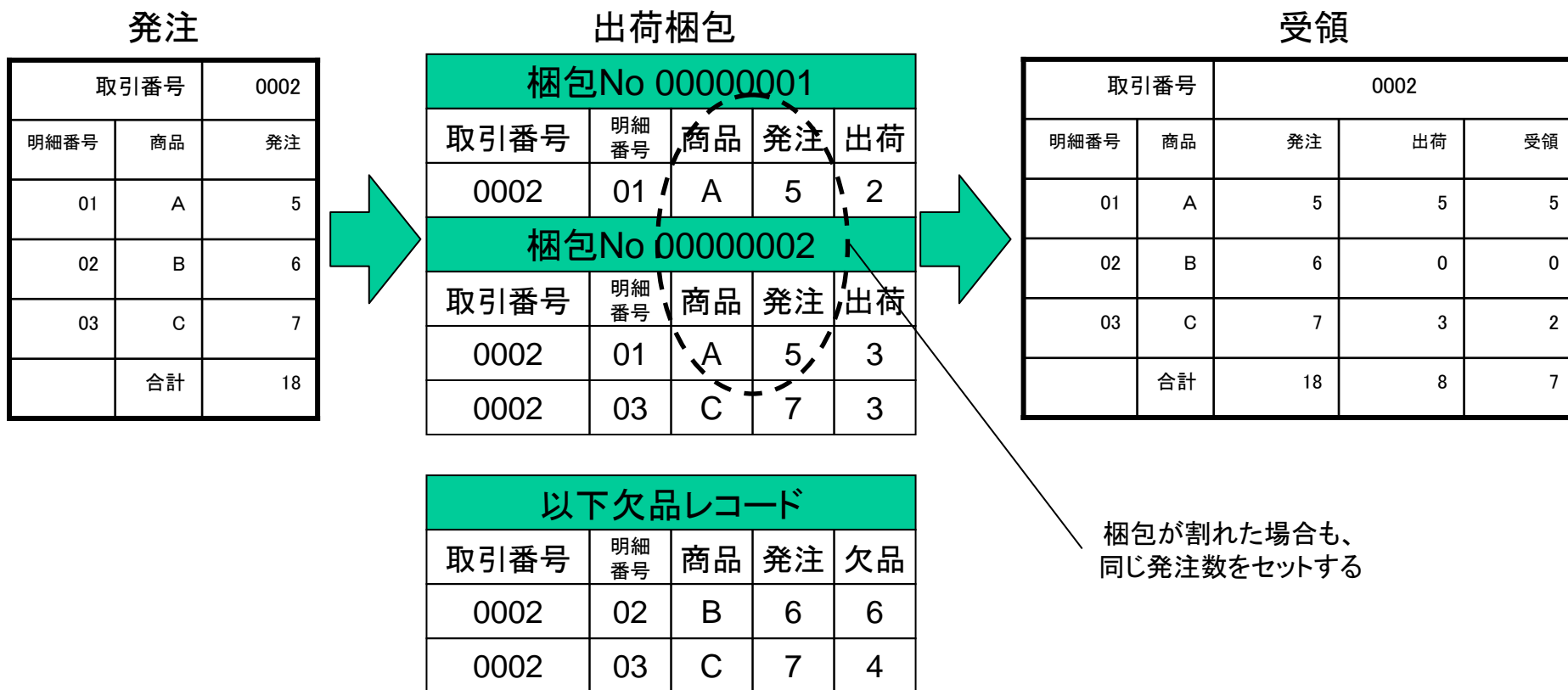
受領

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.項目セットの方法

#### (9)発注、出荷、受領までの数量訂正の流れ 1)欠品発生時

- 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。



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

### 3.項目セットの方法

## (9)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

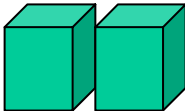
取引番号		0003		
明細番号	商品	発注	出荷	受領
01	A	5	0	0
02	B	6	0	0
03	C	7	0	0
	合計	18	0	0

3.項目セットの方法

(9)発注、出荷、受領までの数量訂正の流れ 2)過剰納品発生時

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.項目セットの方法

#### (10) 受領訂正メッセージについて

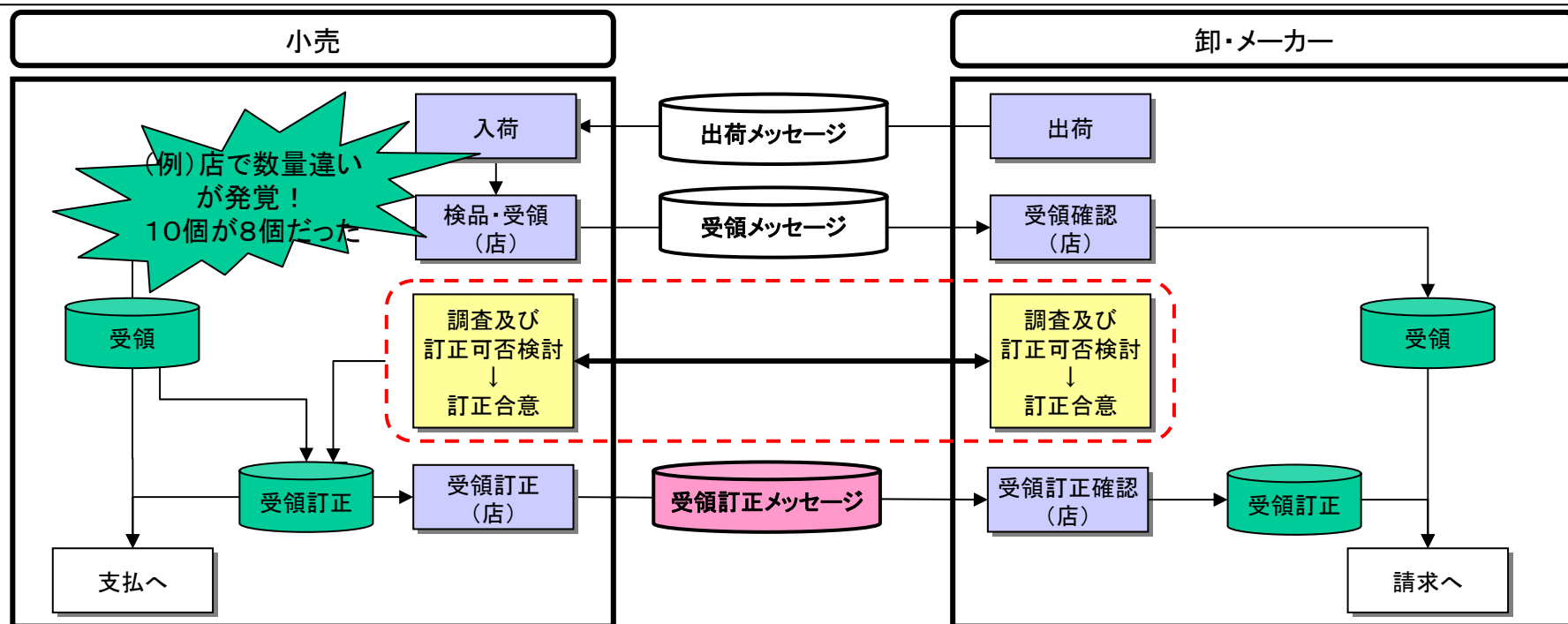
小売店舗、物流センターへの納品に対し、小売受領後に発覚した納品数量不足を把握して、正しい決済を行うために流通BMSで規定された「受領訂正メッセージ」を使用する。

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。



### 3.項目セットの方法

#### (10) 受領訂正メッセージについて 1) 同締め期間内である場合のセット方法

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

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

#### 【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)

#### 【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) 取引明細番号のセット方法」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。

### 3.項目セットの方法

#### (10) 受領訂正メッセージについて 2) 締めをまたがる場合のセット方法

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

#### 【請求・支払】末日締め

※新規番号／元伝運用とも

#### 【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) 取引明細番号のセット方法」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。

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)

### 3.項目セットの方法

#### (10)受領訂正メッセージについて 3)取引明細番号のセット方法について

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

### 3.項目セットの方法 (11)請求メッセージのセット方法

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

### 3.項目セットの方法

#### (12)支払メッセージのセット方法 1)請求ありの場合

#### ■ 請求ありの場合

支払明細書のサンプルイメージ

##### 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

取引明細				相殺明細		
計上日付	取引番号	金額	内容	日付	金額	内容
06/04/20	040976	28,801	支払	06/05/20	80	普通郵便料(税込)
06/04/21	041041	34,335	支払	06/05/20	735	振込手数料(税込)
06/04/22	041162	196,153	支払			
06/05/01	132452	1,000	返品			
06/05/01	734222	-2,400	返品			
不照合						
06/04/25	041687	13,000	支払			
取引額合計		255,889		相殺額計	815	
請求額				支払条件		
				現金振込		
税抜支払額				支払額		
				267,868		
消費税等				支払期日		
				2006年5月31日		
相殺前合計						

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	+	28,801	+	28,801	1001	①0000		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	②0031	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	③0021	消費税	00
0	0	06/05/20	+	0	-	815	④3002	0000		00
0	0	06/05/20	+	0	+	267,868	⑤3003	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.項目セットの方法

#### (12) 支払メッセージのセット方法 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。

## (12) 支払メッセージのセット方法 2) 請求レスの場合

支払明細書のサンプルイメージ

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

支払条件	現金振込
支払額	267,868
支払期日	2006年5月31日

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

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



## 4. 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。

### 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)

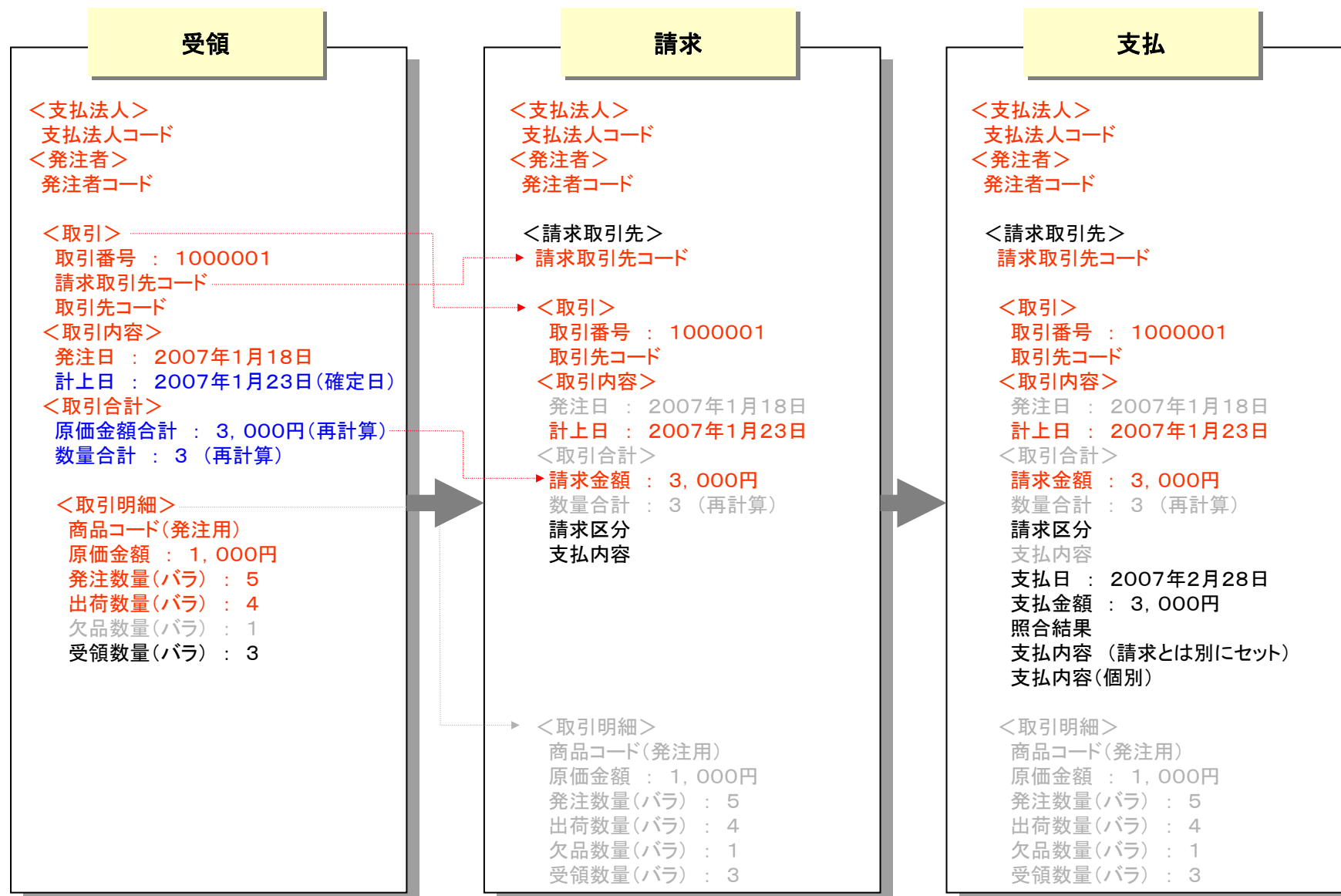
<取引明細>  
商品コード(発注用)  
原価金額 : 1,000円  
発注数量(バラ) : 5  
出荷数量(バラ) : 4  
欠品数量(バラ) : 1  
受領数量(バラ) : 3

<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

## 4. 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

## IV. メッセージ別説明

## 1. メッセージ別項目一覧

---

別添資料「メッセージ別階層構造」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。

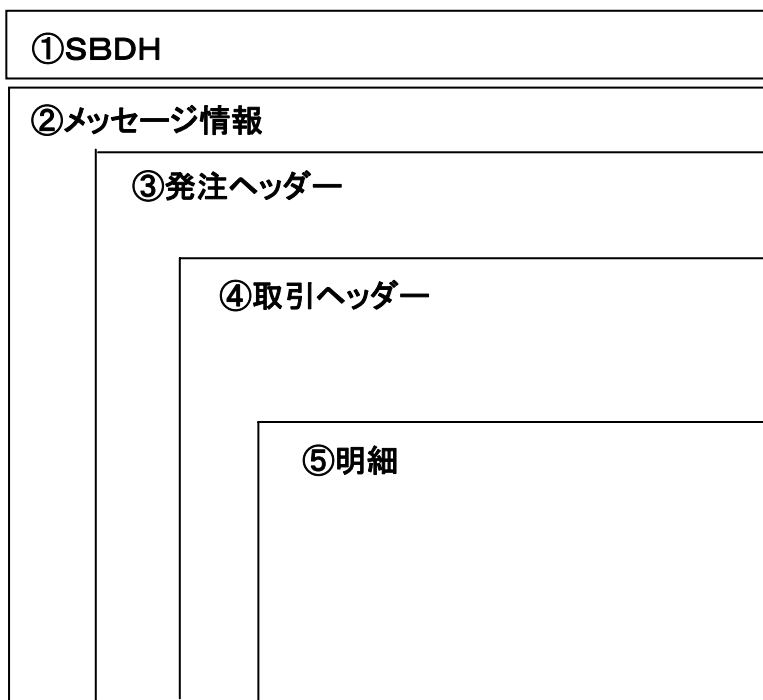
EDI標準にXMLを採用することによって、従来のEDIにはない、  
“システム環境に依存することなくデータの転送を行える”  
“人手を介するデータの検索、加工、転記が不要である”  
といったメリットが生まれる。

# 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。

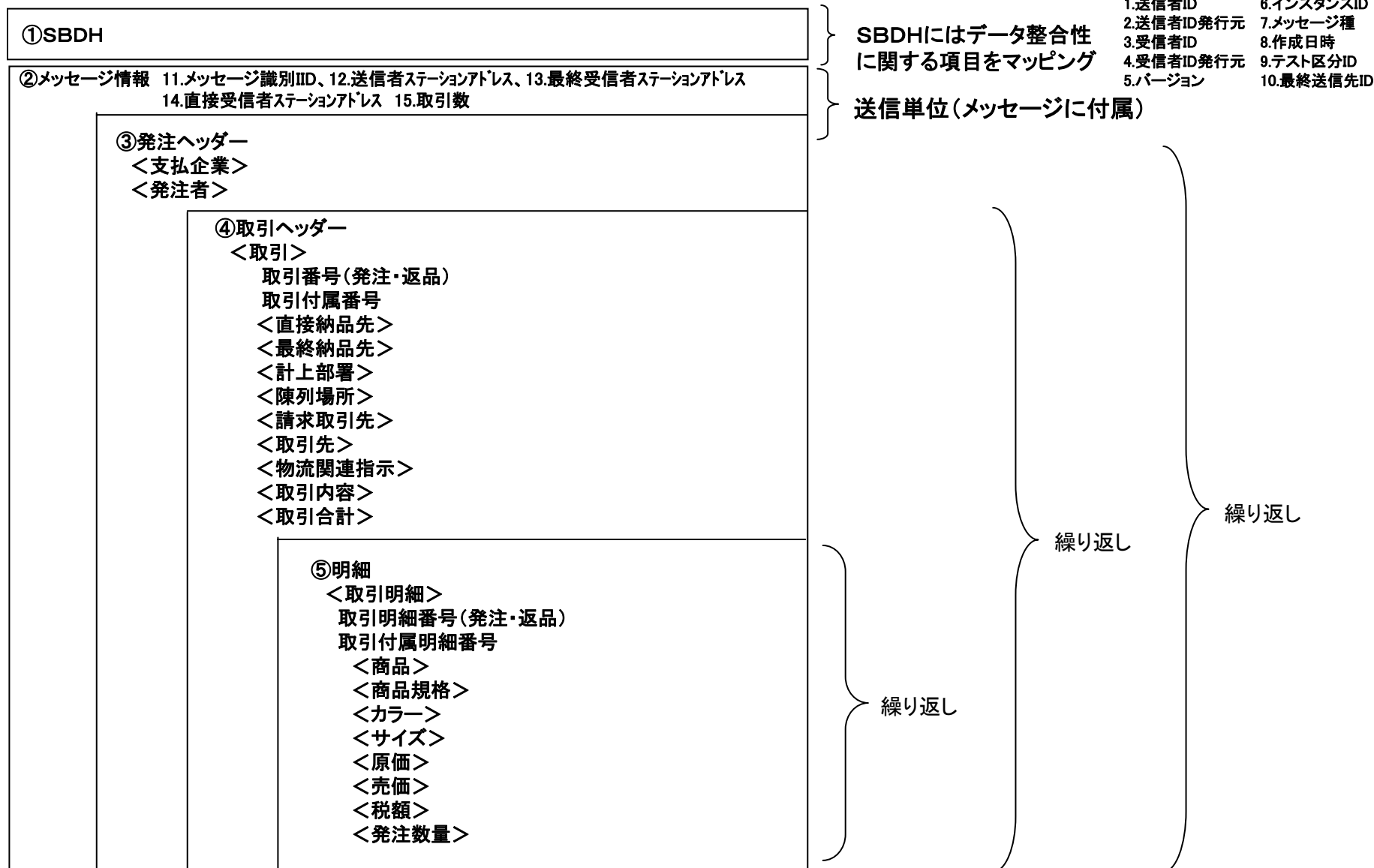


①	SBDH	メッセージの送受信に必要な情報を記述 送信プロトコルの規定に従って参照される。
②	メッセージ情報	メッセージに含まれる取引件数や、最終送信先への送受信 件数を集計するのに用いられる。
③	発注ヘッダー	送信されるメッセージの取引に関するデータを括る発注者 と支払法人が記述される。出荷梱包の場合のみ発注者と 最終納品先ごとの梱包に関する情報を括る故取引先や直 接納品先などの項目が記述される。
④	取引ヘッダー	一取引における取引明細情報を括る項目が記述される。 伝票での伝票ヘッダーにあたる。
⑤	明細	一取引における取引明細が記述される。

※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

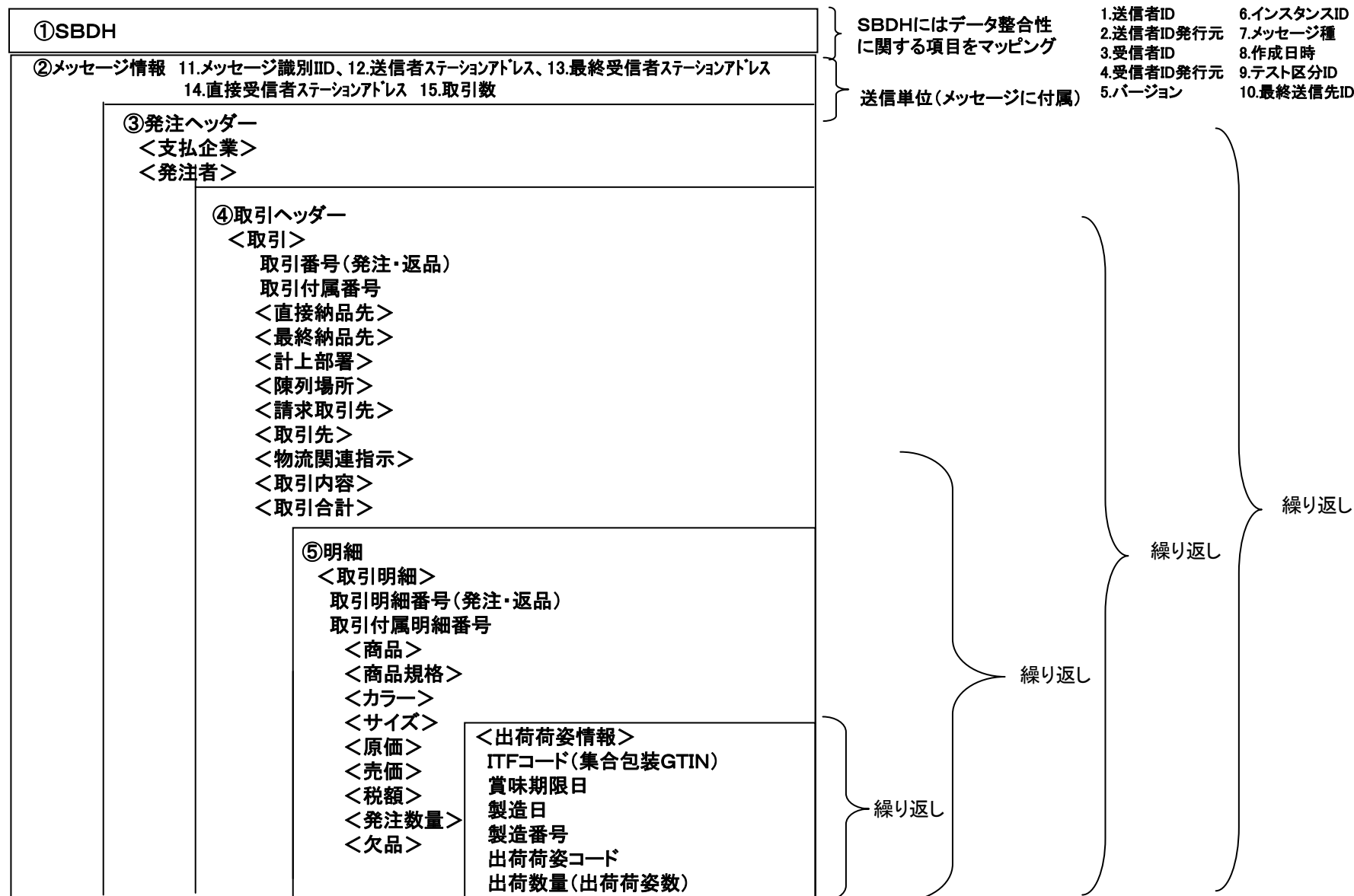
### (1) 発注





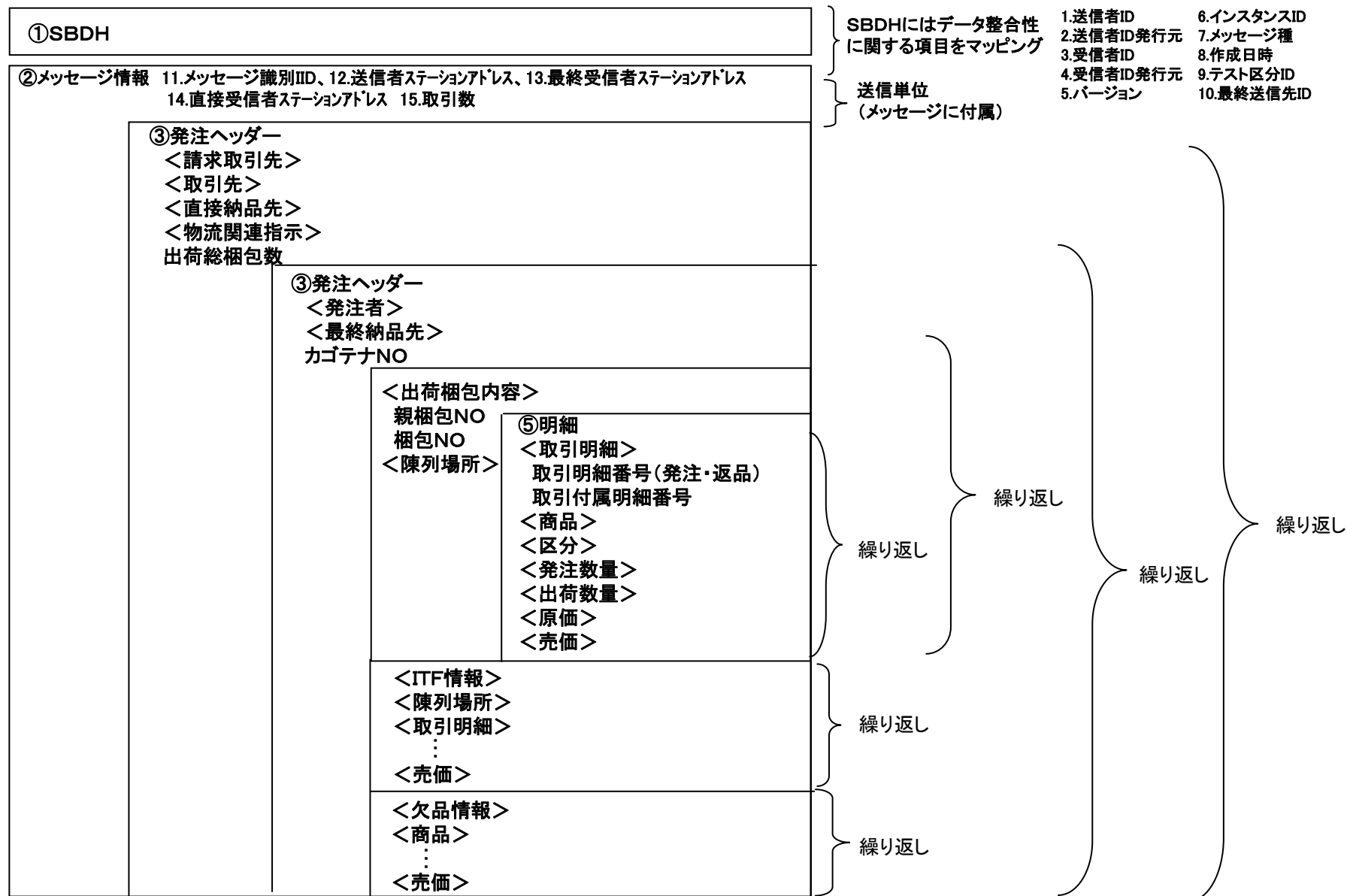
## 2. メッセージ別の階層構造概要

### (2)出荷



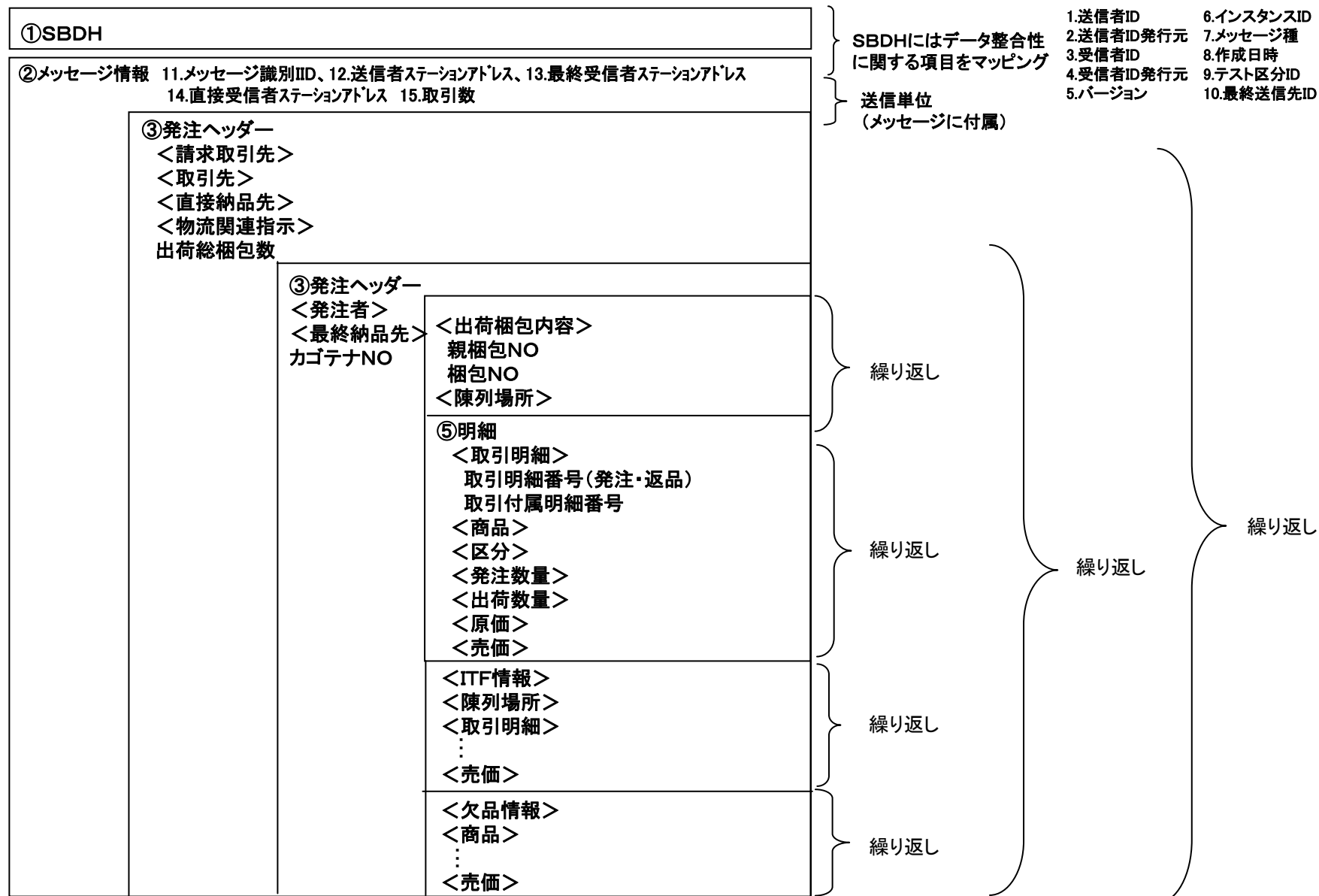
## 2. メッセージ別の階層構造概要

### (3) 出荷梱包(紐付けあり)



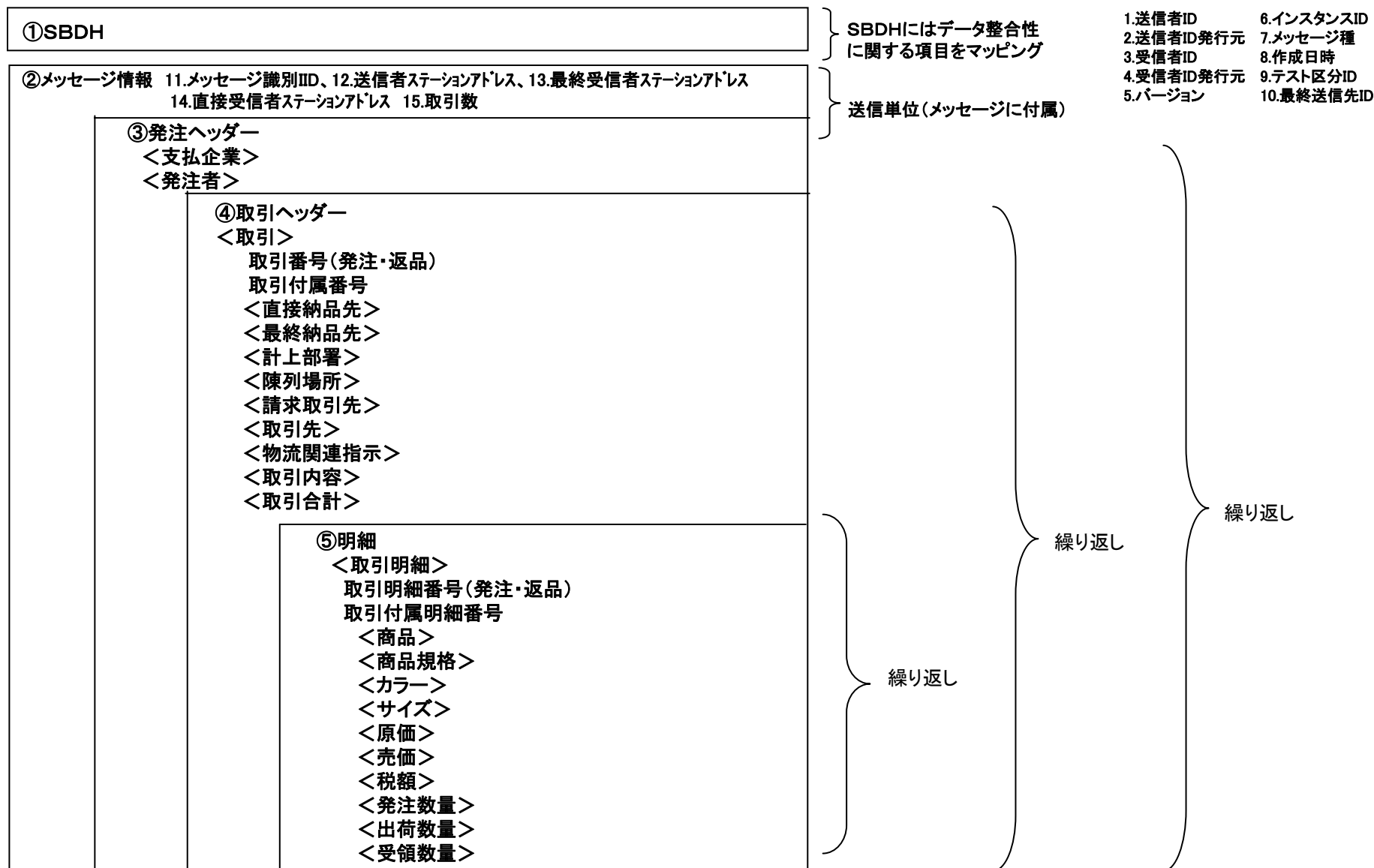
## 2. メッセージ別の階層構造概要

### (4) 出荷梱包(紐付けなし)



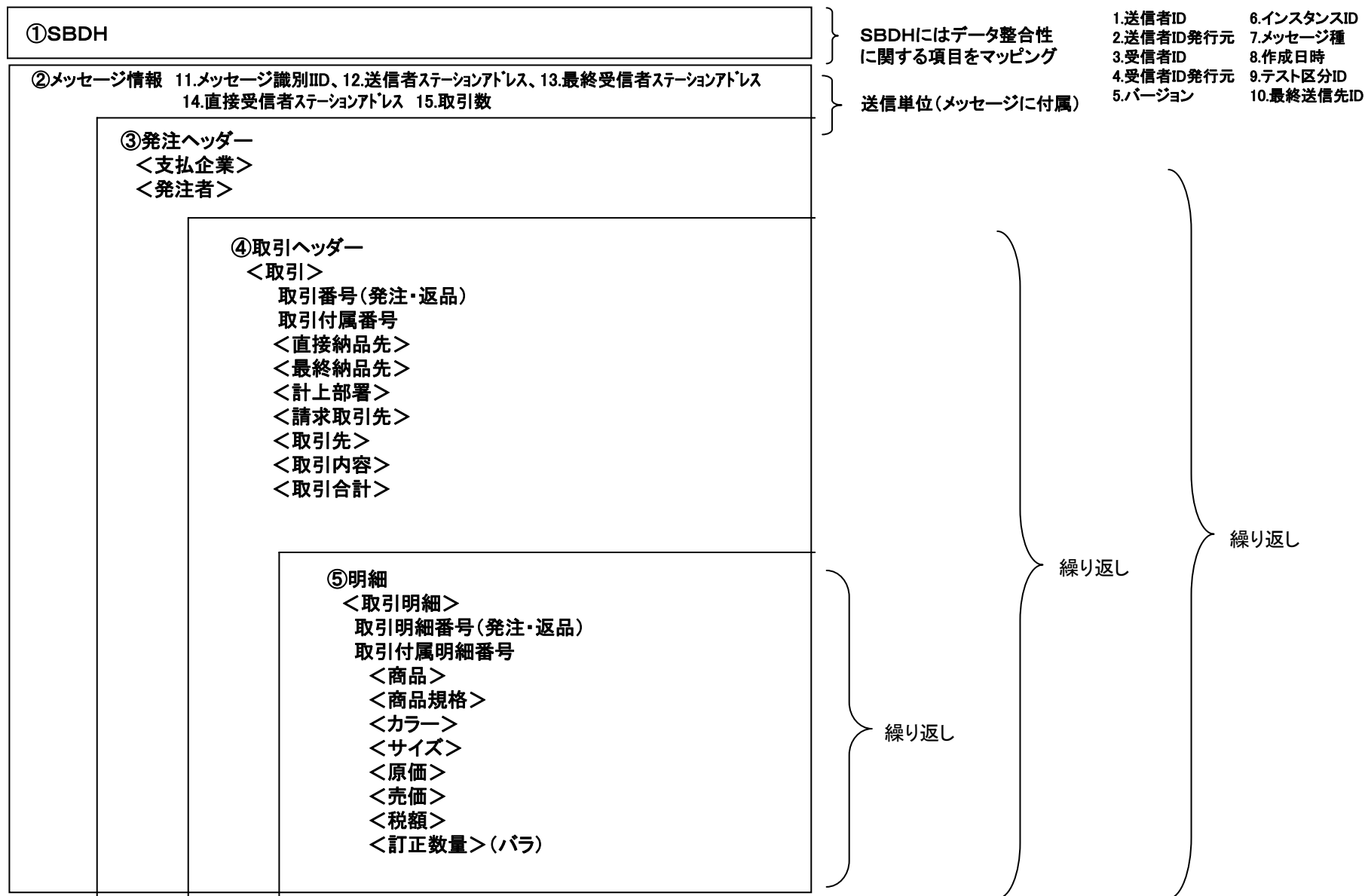
## 2. メッセージ別の階層構造概要

### (5) 受領



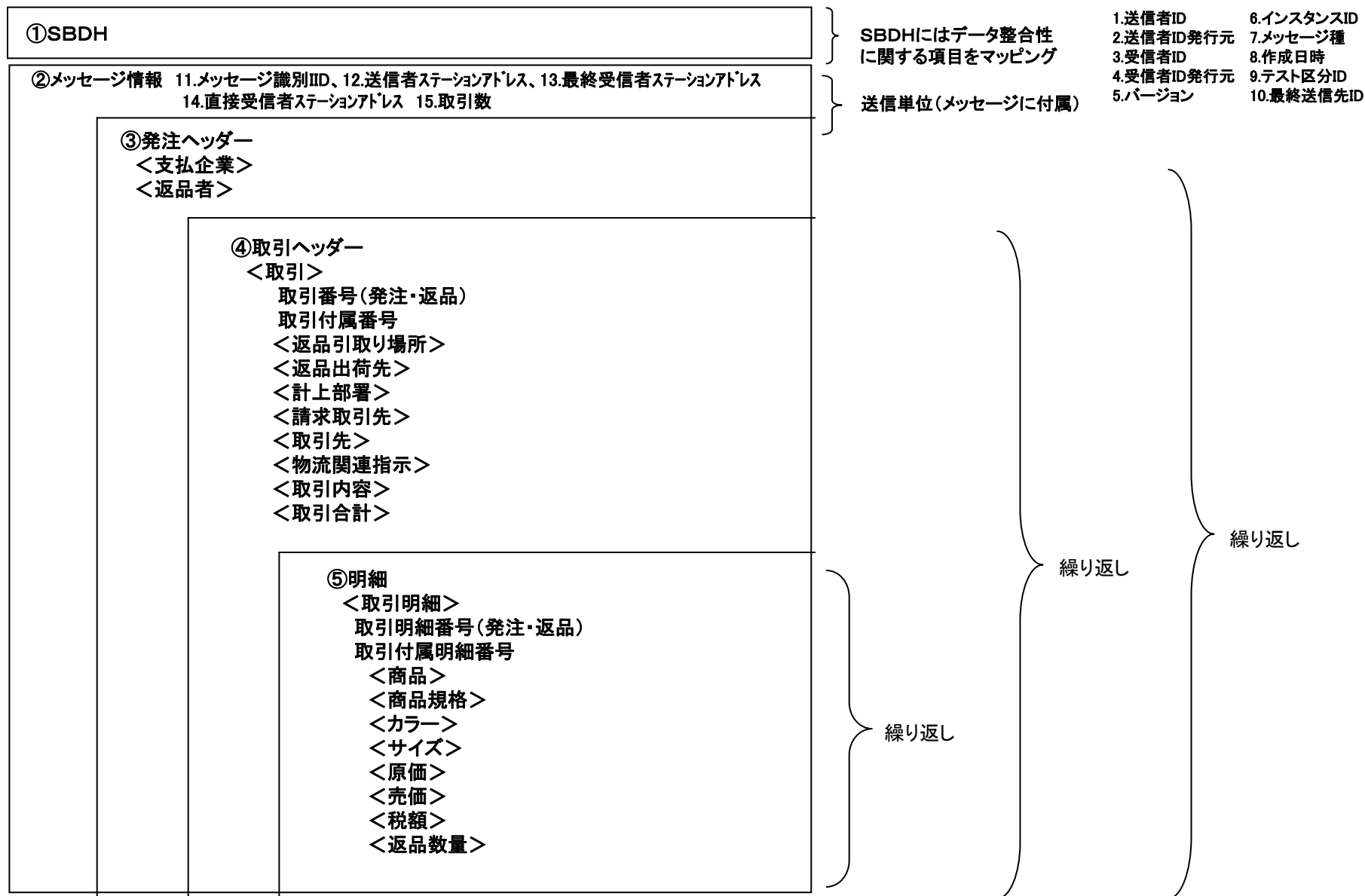
## 2. メッセージ別の階層構造概要

### (6) 受領訂正

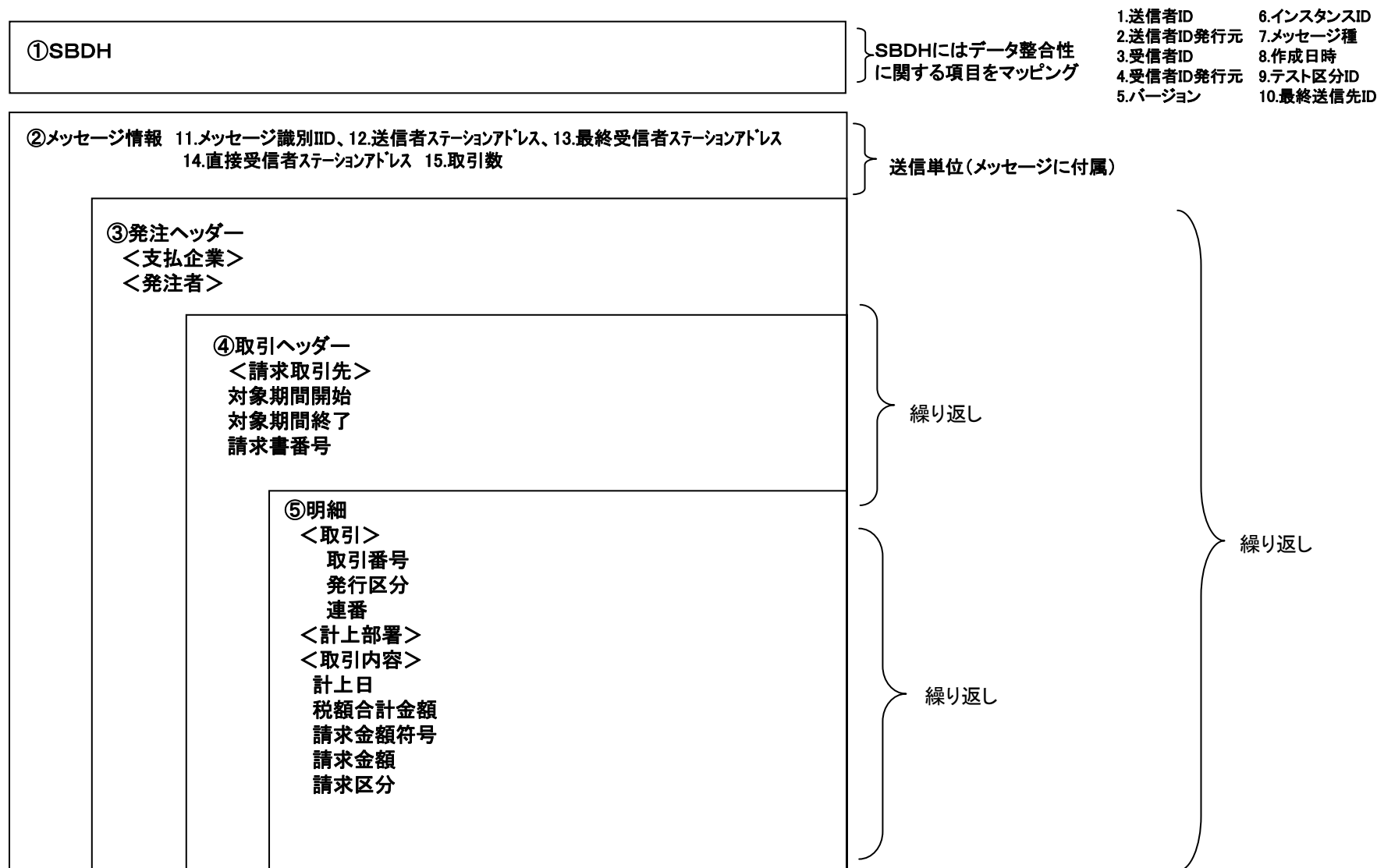


## 2. メッセージ別の階層構造概要

### (7) 返品



## 2. メッセージ別の階層構造概要 (8)請求

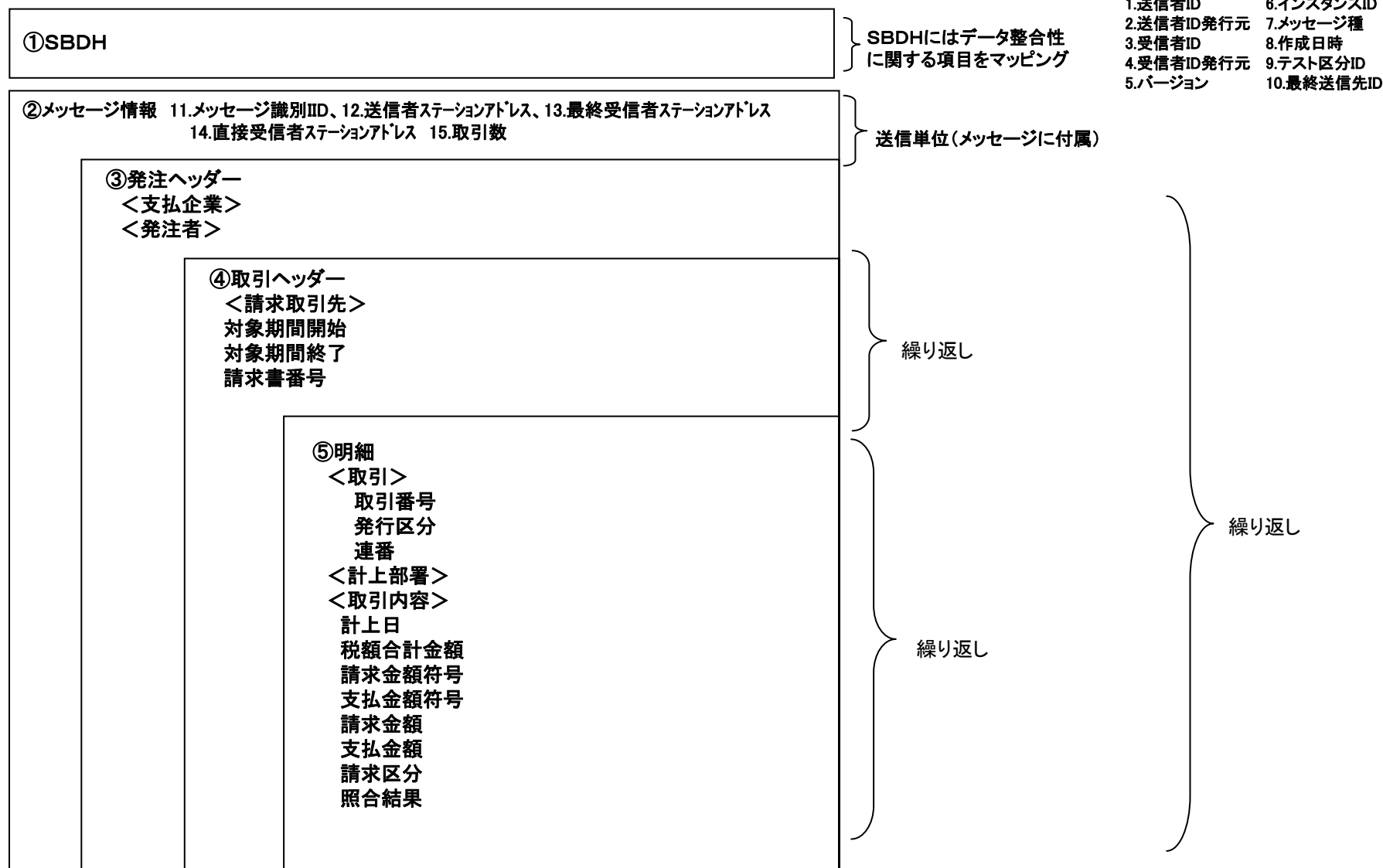


※相殺項目については、小売側にて、都度、取引番号を付番。

## 2. メッセージ別の階層構造概要

### (9) 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。