

---

# 流通システム標準化事業（スーパー業界） 本年度検討内容について

2009年2月18日  
スーパー業界商材拡大WG

---

1. 流通ビジネスメッセージ標準(流通BMS)  
策定の狙いと検討概要

2. 本年度の検討内容

3. 共同実証報告

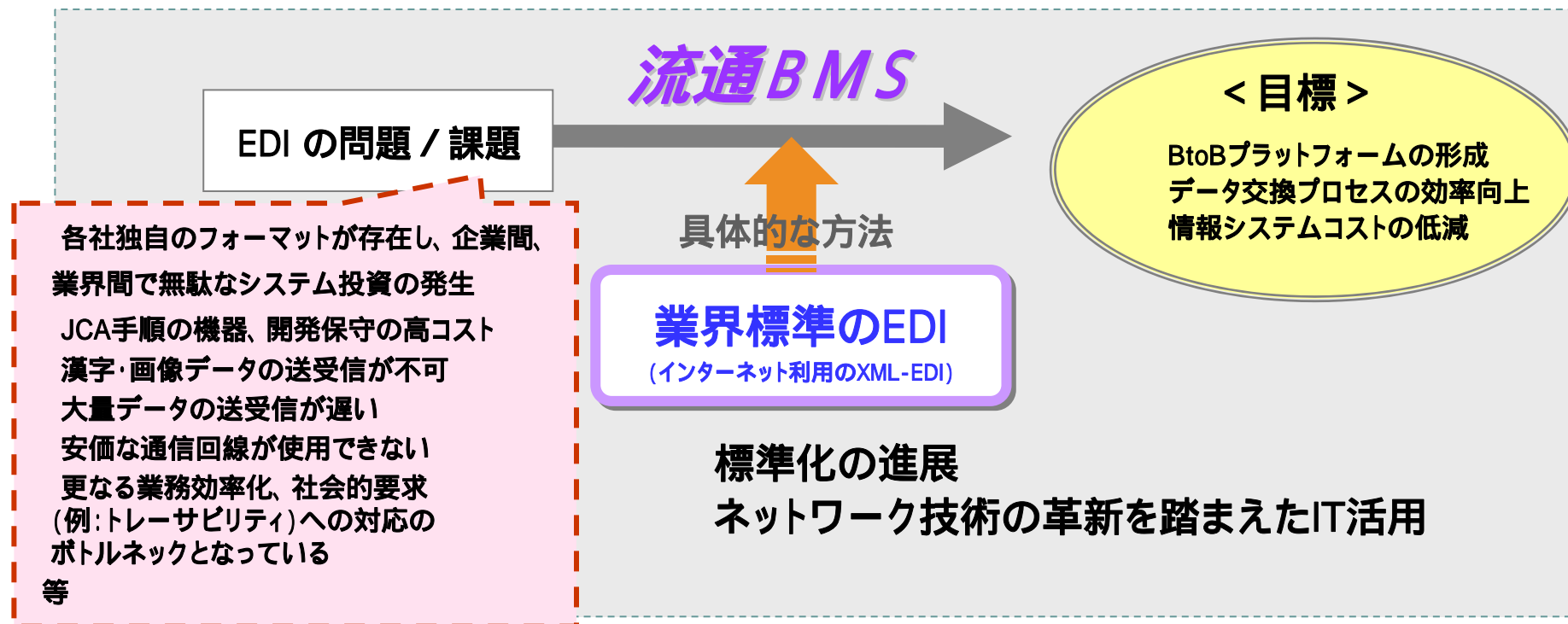
# 1 . 流通ビジネスメッセージ標準（流通BMS） 策定の狙いと検討概要

---

# 流通BMS策定の狙いと検討経緯

EDIシステムを、今後は共通インフラとすることで  
消費者へ付加価値を生む部分での競争に注力できる環境を整備  
狙い

- ・ 現在のEDIの課題を解消し、導入企業に業務革新をもたらす
- ・ 「標準化の進展」と「ネットワーク技術の革新を踏まえたIT活用」  
n : n 取引の標準化、インターネット技術の活用



# E D I システム標準化とは

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

メッセージ形式やデータ送信のルールを定め運用すること  
E D I システムを共通インフラとするには  
「**データ項目**」とその前提となる「**業務プロセス**」の標準化が鍵



# 流通BMS検討の基本方針

## 個別仕様の発生を抑える

- 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。

## 現行業務の担保を図る(現行システムの担保ではない)

- 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。

## 将来の技術・業務に対応できる準備を盛り込む

- 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)

## 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

## 伝票レスを促進する

- 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。

## 【平成18年度】 流通BMSの実装

- ・昨年度、次世代標準EDIの研究で検討した取引業務プロセスと、データ項目を使用しGrocery商材を対象に本番を前提とした共同実証
- ・昨年度検討した取引業務プロセスとデータ項目をベースに生鮮商材の標準化を検討

### **流通ビジネスメッセージ標準(流通BMS) Ver1.0公開**

## 【平成19年度】 流通BMSの適用商材拡大(アパレル、生鮮)

- ・メッセージの精度向上検討、及び卸 - メーカー間ビジネスプロセスの検討(預り在庫型センタ)
- ・アパレルと生鮮食品を対象に、本番を前提とした共同実証を実施

### **アパレル要件を反映した流通BMS Ver1.1の公開 生産要件を反映した生鮮メッセージ Ver1.0(暫定版)の策定**

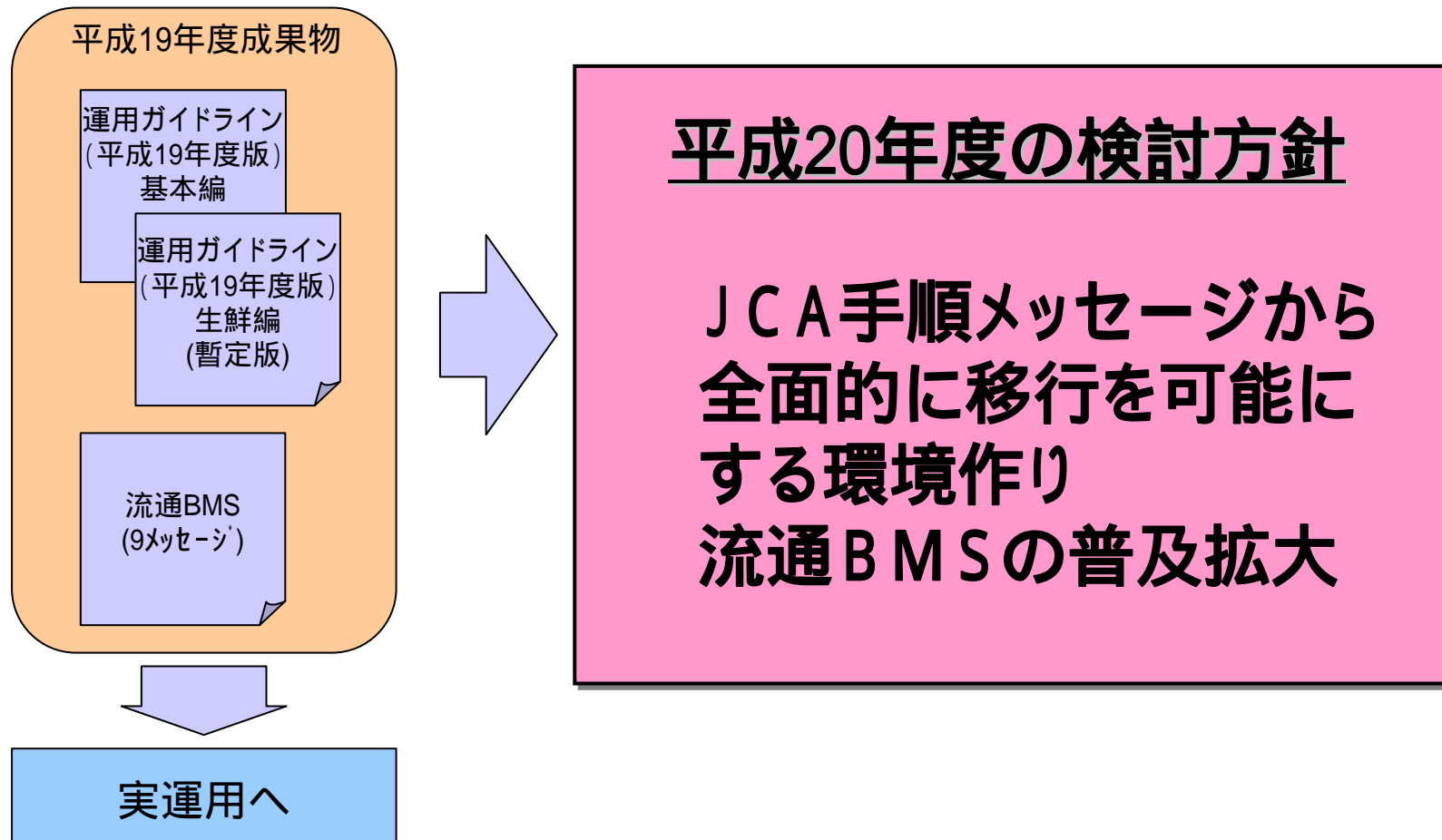
## 【平成20年度】 流通BMSの精度向上、メッセージ種の拡大

- ・共同実証、他業界での流通BMS活用を通じた精度向上検討
- ・JCA手順からの確実な移行を踏まえたメッセージ種の拡大検討

### **流通BMS Ver1.2の公開**

# 平成20年度検討方針

- 今までの検討対象は受発注～請求・支払といった、スーパー業界における中心的な業務に関するメッセージであり、他にも標準化の対象となるべく業務プロセスや、情報共有系のメッセージ、物流関連の標準化、流通BMS普及に関する課題等、検討すべきテーマが多岐にわたってきている。
- また、スーパー業界では、JCA手順で運用されている個社仕様のメッセージが存在しており、標準化検討の範囲を明確化した上で進める必要がある。





# スーパー業界における検討参加企業

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

小売業界	グロサリー卸業界	生鮮業界	アパレル業界
<ul style="list-style-type: none"> <li>・イオンリテール(株)</li> <li>・イズミヤ(株)</li> <li>・(株)イトーヨーカ堂</li> <li>・(株)近商ストア</li> <li>・サミット(株)</li> <li>・(株)シジシージャパン</li> <li>・(株)西友</li> <li>・全日本食品(株)</li> <li>・(株)ダイエー</li> <li>・(株)東急ストア</li> <li>・(株)平和堂</li> <li>・(株)マルイ</li> <li>・(株)ヤオコー</li> <li>・ユニー(株)</li> <li>・(株)ライフコーポレーション</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・(株)あらた</li> <li>・伊藤忠食品(株)</li> <li>・花王カスタマー マーケティング(株)</li> <li>・国分(株)</li> <li>・(株)トーカン</li> <li>・(株)パルタックKS</li> <li>・(株)山星屋</li> <li>・(株)菱食</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JA全農ミートフーズ(株)</li> <li>・伊藤ハム(株)</li> <li>・日本ハム ビジネスエキスパート(株)</li> <li>・(株)ジーコス</li> <li>・プリマシステム開発(株)</li> <li>・(財)日本食肉流通センター</li> <li>・(社)全国中央市場 青果卸売協会</li> <li>・(有)三秀</li> <li>・東京青果(株)</li> <li>・東京豊島青果(株)</li> <li>・(株)船昌</li> <li>・東京都水産物卸売業者協会</li> <li>・総合食品(株)</li> <li>・大都魚類(株)</li> <li>・中央魚類(株)</li> <li>・築地魚市場(株)</li> <li>・第一水産(株)</li> <li>・東都水産(株)</li> </ul> <p>ほか</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・トリンプ・インターナショナル・ ジャパン(株)</li> <li>・(株)レナウン</li> <li>・(株)ワコール</li> <li>・アツギ(株)</li> <li>・クロスプラス(株)</li> <li>・ゲンゼ(株)</li> <li>・リーバイ・ ストラウスジャパン(株)</li> <li>・(株)ルシアン</li> </ul> <p>ほか</p>

小売、グロサリー卸、生鮮、アパレル業界より74社・団体が参加

## (1)既存メッセージの精度向上

- 昨年度の共同実証による項目追加(指定納品時刻etc)
- 他業界からのチェンジ・リクエスト(変更要求)による項目追加・修正

## (2)流通BMS普及促進に向けた検討

- 現状業務を担保するメッセージの追加(集計表発注、預り在庫型センター etc)
- 業界として標準化するメッセージ以外の個社個別のメッセージを交換する際の技術的なルールの標準化
- 生鮮商材関連の検討(商品コード体系標準化、食肉個体識別番号管理)
- 中小流通業への普及拡大施策検討(Web型BMS 認定制度含め検討)

## (3)商流メッセージ(受発注型)から、物流、情報流メッセージへの拡大

- 物流……物流ラベル標準化
- 情報流……発注予定、POS売上、商品マスタ、納品提案、商品提案

## (4)流通BMSの一本化に向けた検討

- 流通BMS(基本形)に生鮮項目を追加する(反映は来年度以降の予定)

成果

- JCA手順からの移行準備が整った
- 流通BMSの普及拡大環境が整備できた(特に中小企業へ)

## 来年度以降の検討方針

- 次年度以降は、(財)流通システム開発センターに設置される「協議会」を中心とした検討体制に移管されます。
- スーパー業界においても、現委員が中心となって、JCA手順メッセージからの確実な移行、流通BMSの普及拡大に向けた検討を行う予定です。
- 来年度以降の主な検討項目：
  - 既存メッセージの精度向上
    - ✳ 本年度共同実証を踏まえた課題検討  
(預り在庫センターメッセージ、発注予定、商品提案等)
  - 継続課題の検討(商品マスタ項目標準化)
  - 基本形メッセージへの生鮮項目の追加対応(例:業界間調整)
  - 普及拡大に向けた検討
  - 他業界からのCR内容検討 など

**更なる普及拡大に向け、  
流通BMS基盤活用の高度化へ**

## 2 . 本年度の検討内容

---

## (1)既存メッセージの精度向上

- 昨年度の共同実証による項目追加(指定納品時刻etc)
- 他業界からのチェンジ・リクエスト(変更要求)による項目追加・修正

## (2)流通BMS普及促進に向けた検討

- 現状業務を担保するメッセージの追加(集計表発注、預り在庫型センター etc)
- 業界として標準化するメッセージ以外の個社個別のメッセージを交換する際の技術的なルールの標準化
- 生鮮商材関連の検討(商品コード体系標準化、食肉個体識別番号管理)
- 中小流通業への普及拡大施策検討(Web型BMS 認定制度含め検討)

## (3)商流メッセージ(受発注型)から、物流、情報流メッセージへの拡大

- 物流……物流ラベル標準化
- 情報流……発注予定、POS売上、商品マスタ、納品提案、商品提案

## (4)流通BMSの一本化に向けた検討

- 流通BMS(基本形)に生鮮項目を追加する(反映は来年度以降の予定)

# (1)既存メッセージの精度向上

昨年度共同実証結果、他業界からのチェンジリクエストより、既存メッセージへの項目追加・修正を実施

CR項目	検討課題名・課題内容	影響するメッセージ
「指定納品時刻」の項目追加	平成19年度「共同実証」 ・取引先拡大に向け、センター管理を「センター納品日＋センター納品時刻」で管理しているため、項目追加したい。(納品時刻)	発注・出荷・出荷梱包(紐付あり、なし)・受領
「輸送手段」の項目追加	・現行メッセージに「輸送手段」が無い。現行ASN(出荷紐あり)に該当項目が無いので、項目「便No」を使用しているため項目追加したい。(輸送手段)	出荷・出荷梱包(紐付あり、なし)
「物流ラベル」の項目追加	平成20年度「物流ラベル標準化検討」 ・現状バージョンの流通BMSメッセージに無い項目および物流業務の精度向上につながる項目について項目追加したい。	発注・出荷・出荷梱包(紐付あり、なし)・受領
「売単価」の項目の意味修正(必須 任意)	平成20年度「チェーンドラッグ業界検討」 ・ドラッグストア業界では、中小規模の小売企業ではマスタをもっておらず、メーカー側で売価・原価を管理しているケースも少なくない。当項目を任意項目とすることで汎用性を高め、普及促進を図りたい。	発注・出荷・出荷梱包(紐付あり、なし)・受領・受領訂正・返品・値札
「売価金額」の項目の意味修正(必須 任意)		発注・出荷・受領・受領訂正・返品
コードリストの拡張 (例01～99)	平成20年度「バージョンアップ作業負荷軽減策検討」 ・コードリスト追加のCRに伴う、バージョンアップ発生を回避したい。	発注・出荷・出荷梱包(紐付あり、なし)・受領・受領訂正・返品・請求・支払・値札

## (1)既存メッセージの精度向上

- 昨年度の共同実証による項目追加(指定納品時刻etc)
- 他業界からのチェンジ・リクエスト(変更要求)による項目追加・修正

## (2)流通BMS普及促進に向けた検討

- 現状業務を担保するメッセージの追加(集計表発注、預り在庫型センター etc)
- 業界として標準化するメッセージ以外の個社個別のメッセージを交換する際の技術的なルールの標準化
- 生鮮商材関連の検討(商品コード体系標準化、食肉個体識別番号管理)
- 中小流通業への普及拡大施策検討(Web型BMS 認定制度含め検討)

## (3)商流メッセージ(受発注型)から、物流、情報流メッセージへの拡大

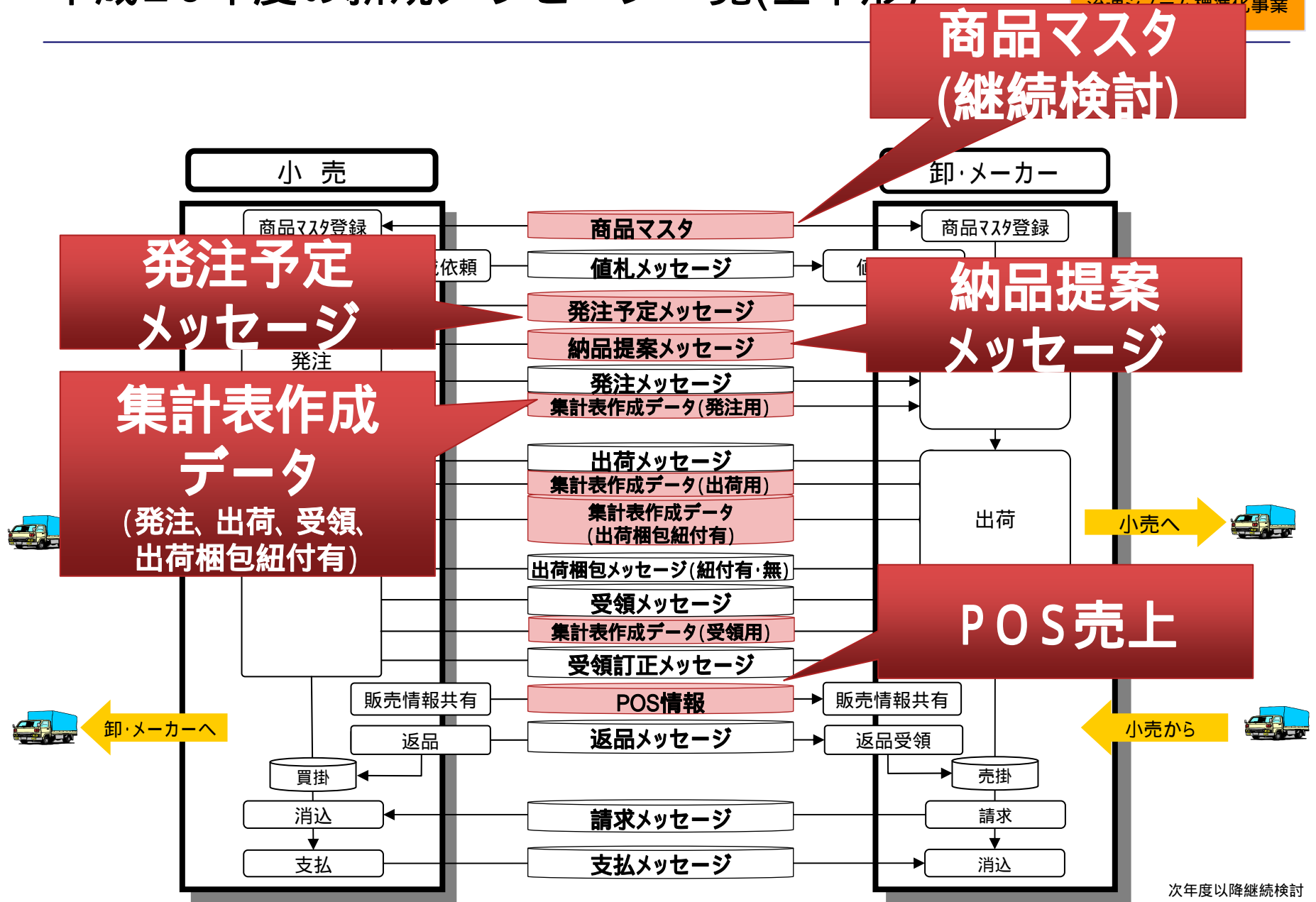
- 物流……物流ラベル標準化
- 情報流……発注予定、POS売上、商品マスタ、納品提案、商品提案

## (4)流通BMSの一本化に向けた検討

- 流通BMS(基本形)に生鮮項目を追加する(反映は来年度以降の予定)

# 平成20年度の新規メッセージ一覧(基本形)

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業



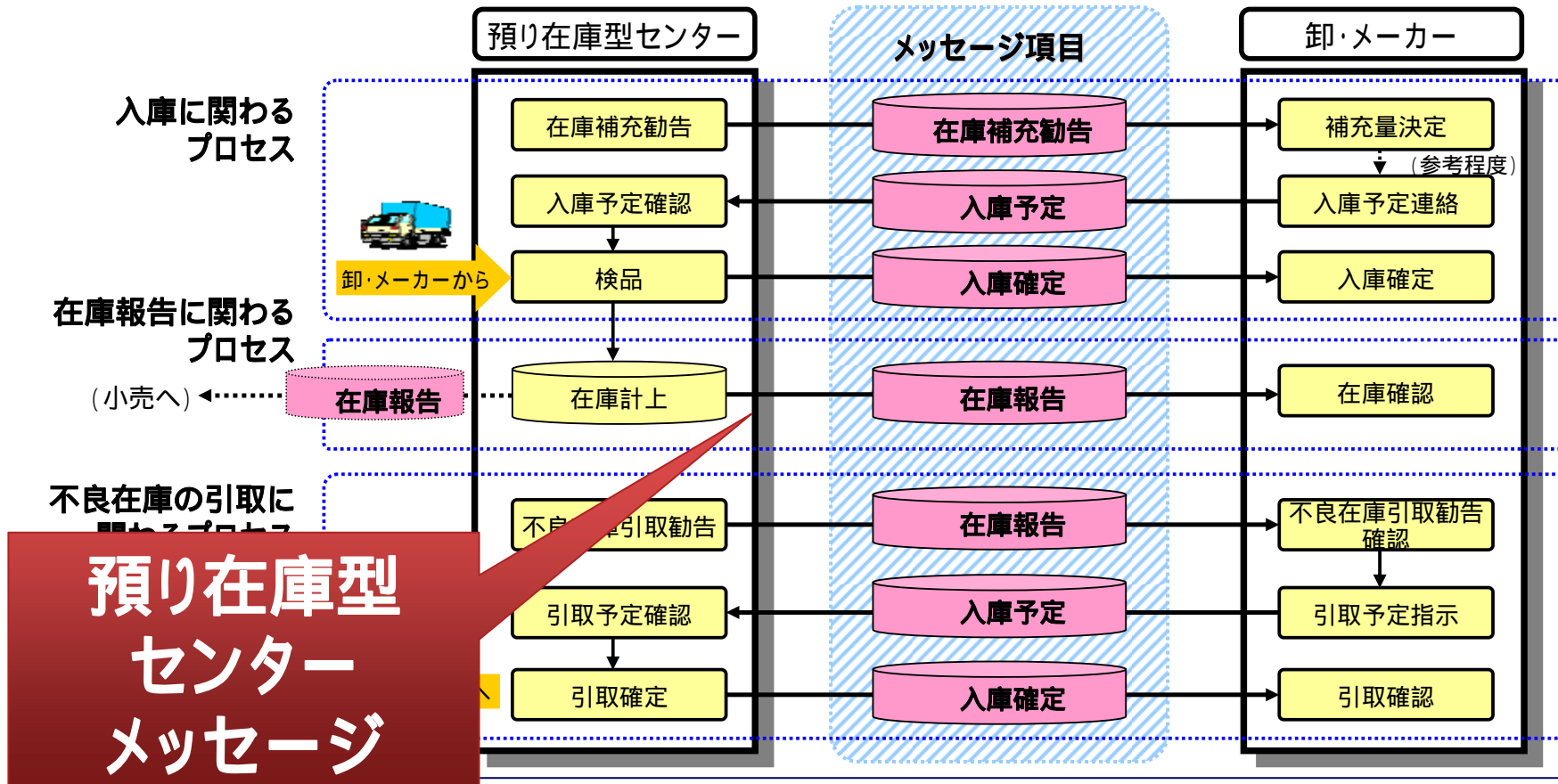
次年度以降継続検討



# 平成20年度の新規メッセージ一覧(基本形)

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

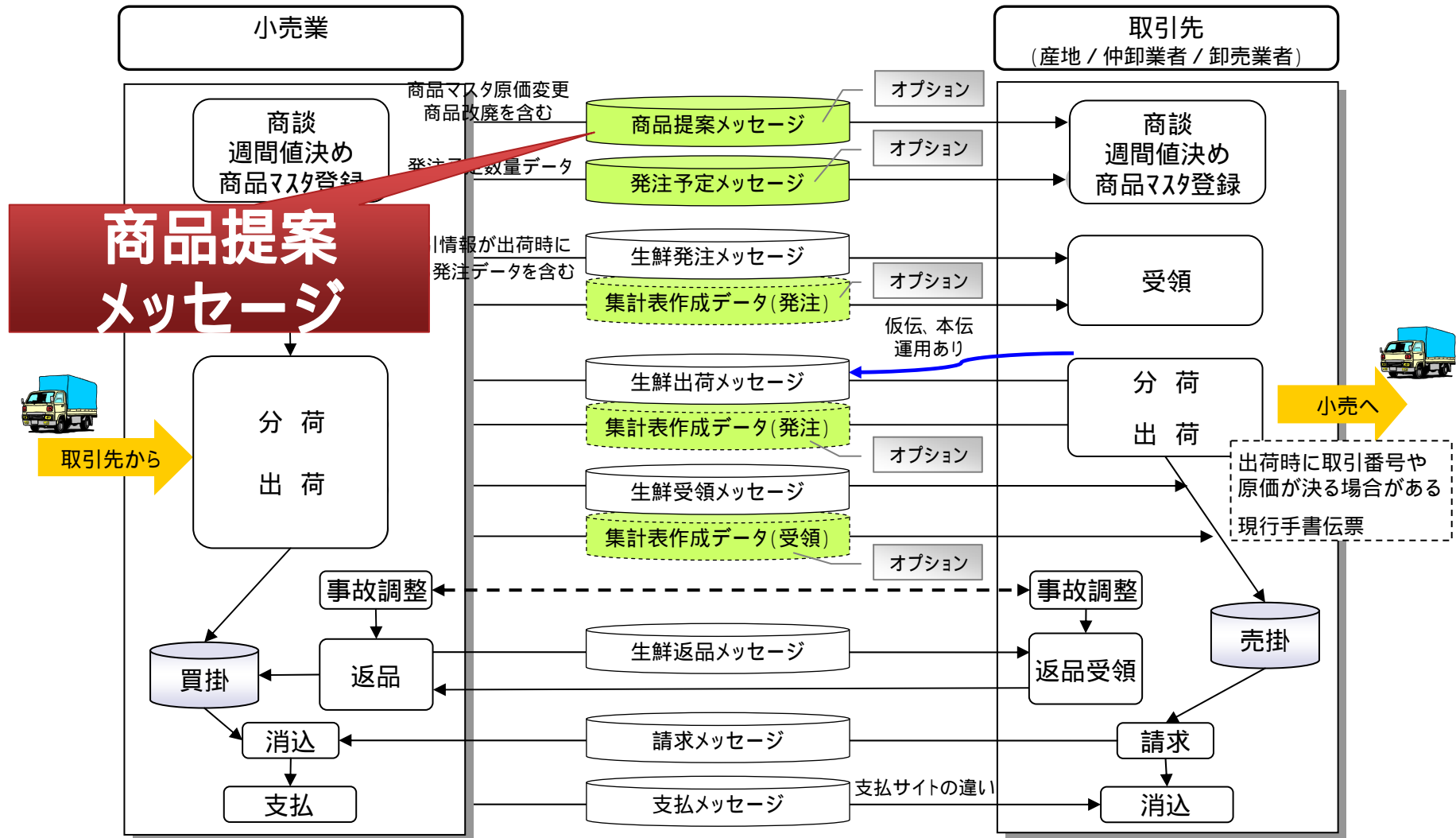
- 預り在庫型センターとは、卸・メーカーが、小売のセンターあるいは、小売が卸や物流業者(3PL)に運営委託しているセンターに予め商品を卸・メーカー在庫として、保管しておくビジネスモデルのことを指す。
- したがって、本件の『預り在庫型センター納品プロセス』におけるメッセージの標準化は、『預り在庫型センター』と『卸・メーカー』間における業務プロセスを対象としている。
- 本件で使用する標準メッセージは、在庫補充勧告メッセージ、入庫予定メッセージ、入庫確定メッセージ、在庫報告メッセージの4つであり、これらのメッセージをセンター/卸・メーカー間の「入庫に関わるプロセス」、「在庫報告に関わるプロセス」、「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



# 平成20年度の新規メッセージ一覧(生鮮)

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。



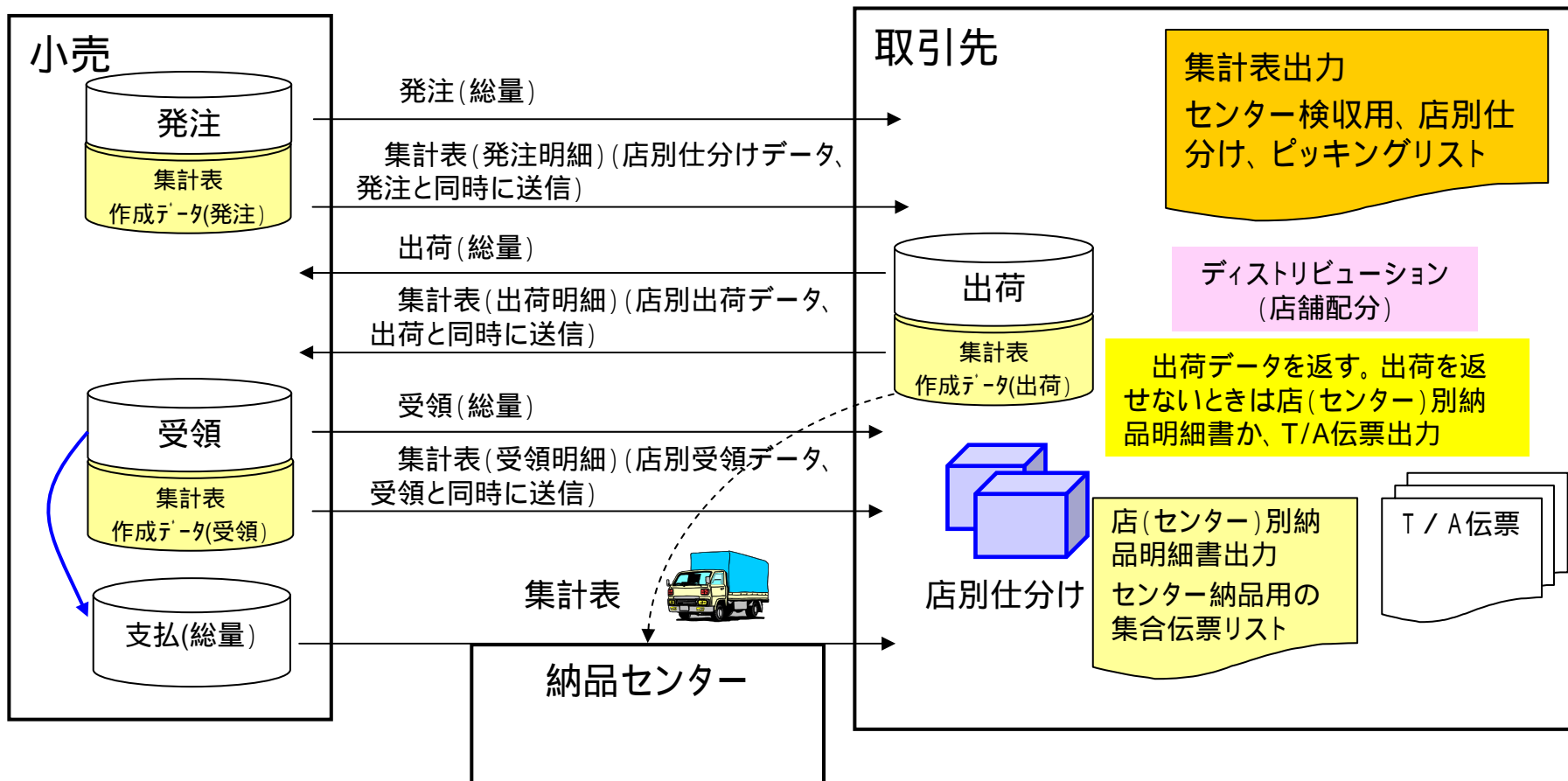
## (2)流通 B M S 普及促進に向けた検討 集計表作成データ(集計表発注)

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

集計表作成データは、小売センター総量納品で、商品は店別仕分け納品形態の作業用データにあたる。集計表発注の現行機能から『発注(計上用)データ』と『集計表作成データ』に分けて、を同時に送信する。取引先でを元に店別にピッキングして、小売の配送センターに納品する。

発注データ：センターを納品先に総量で発注。発注～出荷～受領～請求～支払は標準版メッセージを使用。

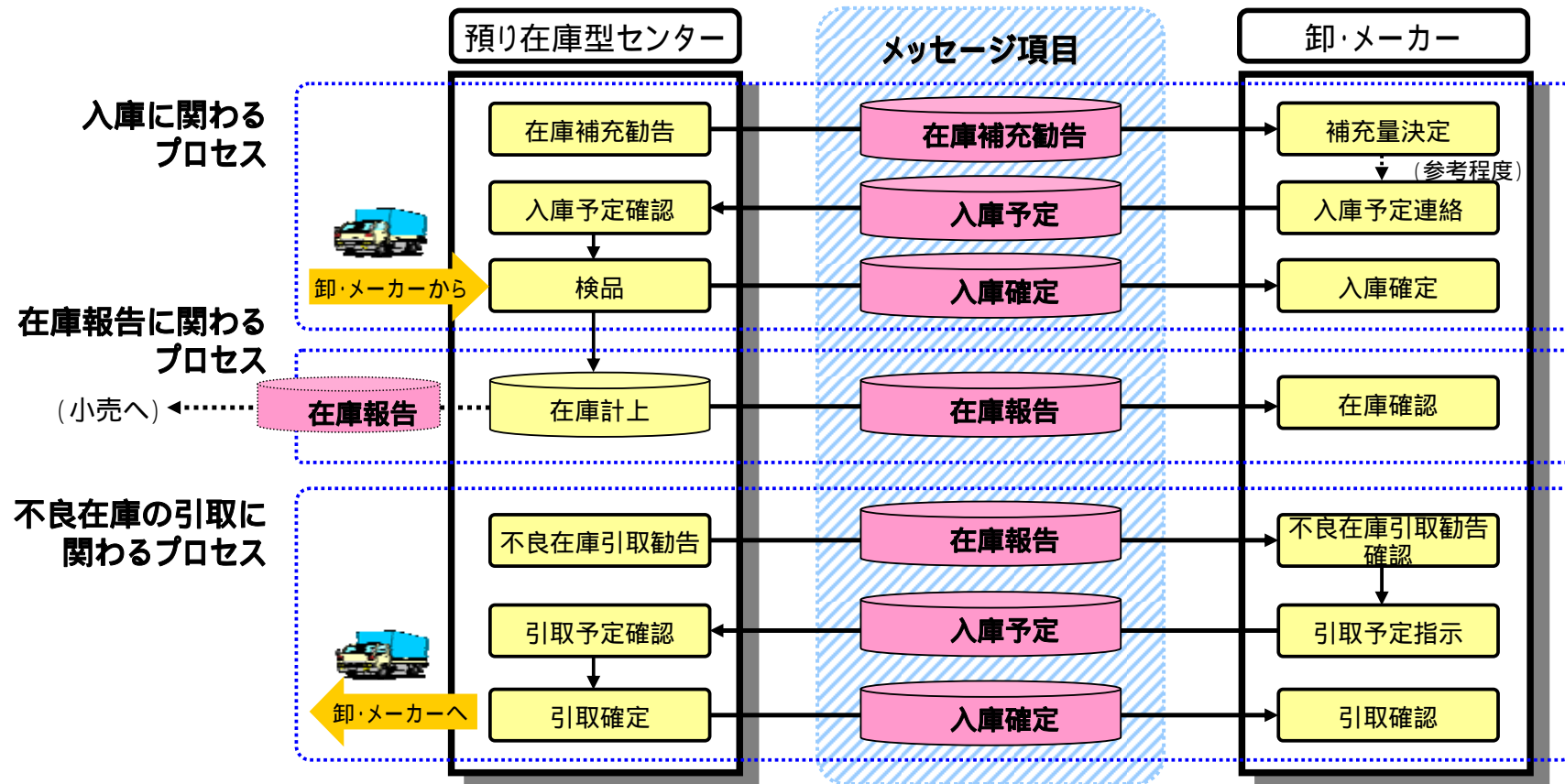
集計表作成データ：発注メッセージをベースに店別仕分に必要な最低項目のみをセットする。



## (2)流通BMS普及促進に向けた検討 預り在庫型センターメッセージ

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

- 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。
- 本件で策定した標準メッセージは、在庫補充勧告メッセージ、入庫予定メッセージ、入庫確定メッセージ、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)流通BMS普及促進に向けた検討 生鮮商材関連の検討

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

### (1) 水産物標準商品コード

- 生鮮取引電子化推進協議会にて管理している「生鮮標準商品コード」の体系を基本とし、小売 - 卸 / 仲卸間の受発注において不足する品名、形状 / 部位、加工方法について検討した。
- 品名毎に利用される形状 / 部位、加工方法を抽出し、コード展開を実施した。

#### 【生鮮品のコード体系】

4 9 2 2 + 6 + 標準品名コード + 態様(T) + 形状・部位(S1S2) + C/D

#### 【塩蔵・塩干・加工品のコード体系】

4 9 2 2 + 6 + 標準品名コード + 態様(T) + 加工方法(P1P2) + C/D

#### 標準品名コード(4桁)

・水産物の品目、品種を表すコード

#### 態様(T)(1桁)

【生鮮品】

1:活 2:生鮮(チルド) 3:冷凍 4:解凍

【塩蔵・塩干・加工品】

5:常温 6:冷蔵 7:冷凍 8:解凍

9:リザーブ(生鮮品、塩蔵・塩干・加工品共通)

#### 形状・部位(S1S2)(2桁)【生鮮品】

・商品の形状および部位を表す。

#### 加工方法(P1P2)(2桁)【塩蔵・塩干・加工品】

・商品の加工方法を表す。

#### <コード展開例>

コード	標準品名	態様 コード	態様 名称	形状・部位 コード	形状・部位 名称	C/D	水産物コード	展開名称
1010	まぐろ							
1011	ほんまぐろ	2	生鮮	00	加工なし	2	4922610112002	ほんまぐろ
1011	ほんまぐろ	2	生鮮	03	半身	3	4922610112033	ほんまぐろ半身
1011	ほんまぐろ	2	生鮮	06	ロイン/四つ割り	4	4922610112064	ほんまぐろロイン/四つ割り
1011	ほんまぐろ	2	生鮮	12	柵	5	4922610112125	ほんまぐろ柵
1011	ほんまぐろ	2	生鮮	51	頭	4	4922610112514	ほんまぐろ頭
1011	ほんまぐろ	2	生鮮	52	かま	1	4922610112521	ほんまぐろかま
1011	ほんまぐろ	2	生鮮	53	ほほ肉	8	4922610112538	ほんまぐろほほ肉
1011	ほんまぐろ	2	生鮮	54	ハラモ	5	4922610112545	ほんまぐろハラモ

### (2) 青果標準商品コード

- 生鮮標準商品コード改定(第12次バージョン)への対応および輸入品の追加検討を行い、精度向上を図った。

# (2)流通BMS普及促進に向けた検討 中小企業への普及

## 1. 検討概要

(1) BMS普及の方向性 現状認識を踏まえ、普及の方向性を次のように結論づけた。

現状  
認識

- ・中小流通業では、JCA手順の代替として個社別のWeb-EDIが普及しており、なお拡大傾向にある。
- ・個社別Web-EDIには導入の手軽さなどの利点がある一方、標準化されていないことによる、卸の個別対応負荷などの問題がある。
- ・個社別Web-EDIの普及を放置することは標準(流通BMS)普及の阻害要因となる。

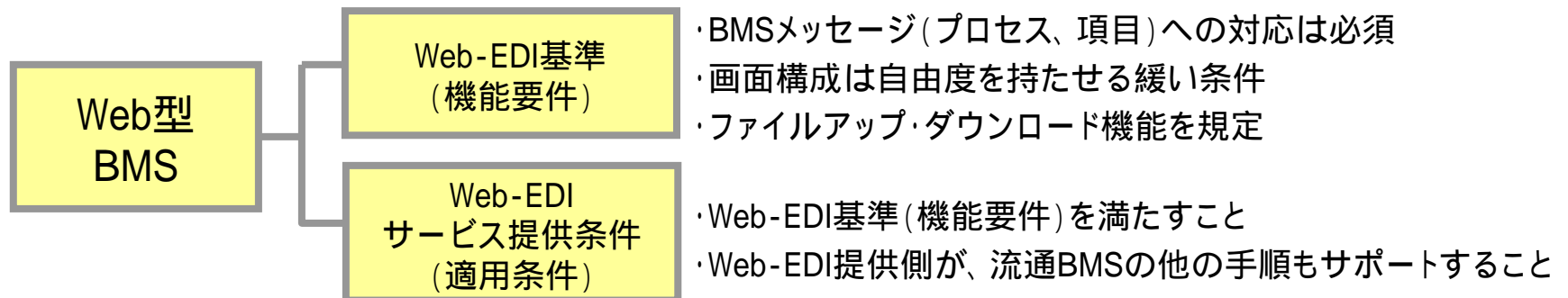


普及の  
方向性

- ・既に広く普及しているWeb-EDIを否定するのではなく、その機能要件や適用条件を流通BMSの枠組で標準化(流通BMSをWeb-EDIへ拡張)する。これにより、現状の利点を継承しつつ全体最適化が可能となり、流通BMSの普及が見込まれる。

(2) Web型BMSの概要

- ・流通BMSにおけるWeb-EDIを「Web型BMS」として標準化した。
- ・「Web型BMS」は、Web-EDIの機能要件だけでなく、適用条件をも満たすものとし、特に、通信手段としてWeb-EDIのみを提供することを規制した。



## 2. Web型BMS

### (1) Web-EDI基準

< 基準設定の考え方 >

- ・**共通**：流通BMSのメッセージとデータ項目に準拠することは必須。カテゴリや項目の扱い方もこれに準ずる
- ・**画面・業務機能**：中小卸では画面での利用がメインになるが、製品・サービスの自由度を担保するため、条件の緩いガイドとする。
- ・**ファイルアップ・ダウンロード機能**：**ファイルアップ・ダウンロード機能を必須とし、データ連携や自動化の可能性を担保する。**自動化ニーズは主として大手中堅卸だが、中小での利用の可能性もあり、基本的な機能を規定しておく。

< Web-EDI基準の内容 > 抜粋

	区分	#	内容	必要度
共通	メッセージ項目について	1	・Web-EDIのデータ項目は、流通BMSのメッセージ種のデータ項目定義(名称、桁数、タイプ、必須/任意)に対応している。 ・独自項目を含まない。	<b>必須</b>
	動作環境について	2	SSLの実装など、セキュリティを考慮している。	<b>必須</b>
画面・業務機能	画面構成について	3	・流通BMSの対象業務については、定められた業務プロセスに沿った画面構成となっている。 ・流通BMSのメッセージ種については、メッセージ種別毎に、伝票やファイルの単位などが明確な画面構成となっている。	推奨
	新着確認機能	4	データの到着はファイルダウンロード以前に画面等で確認できる。	<b>必須</b>

### (2) Web-EDIサービス提供条件

Web-EDIサービスを提供する場合、次の2条件を満たすこと。

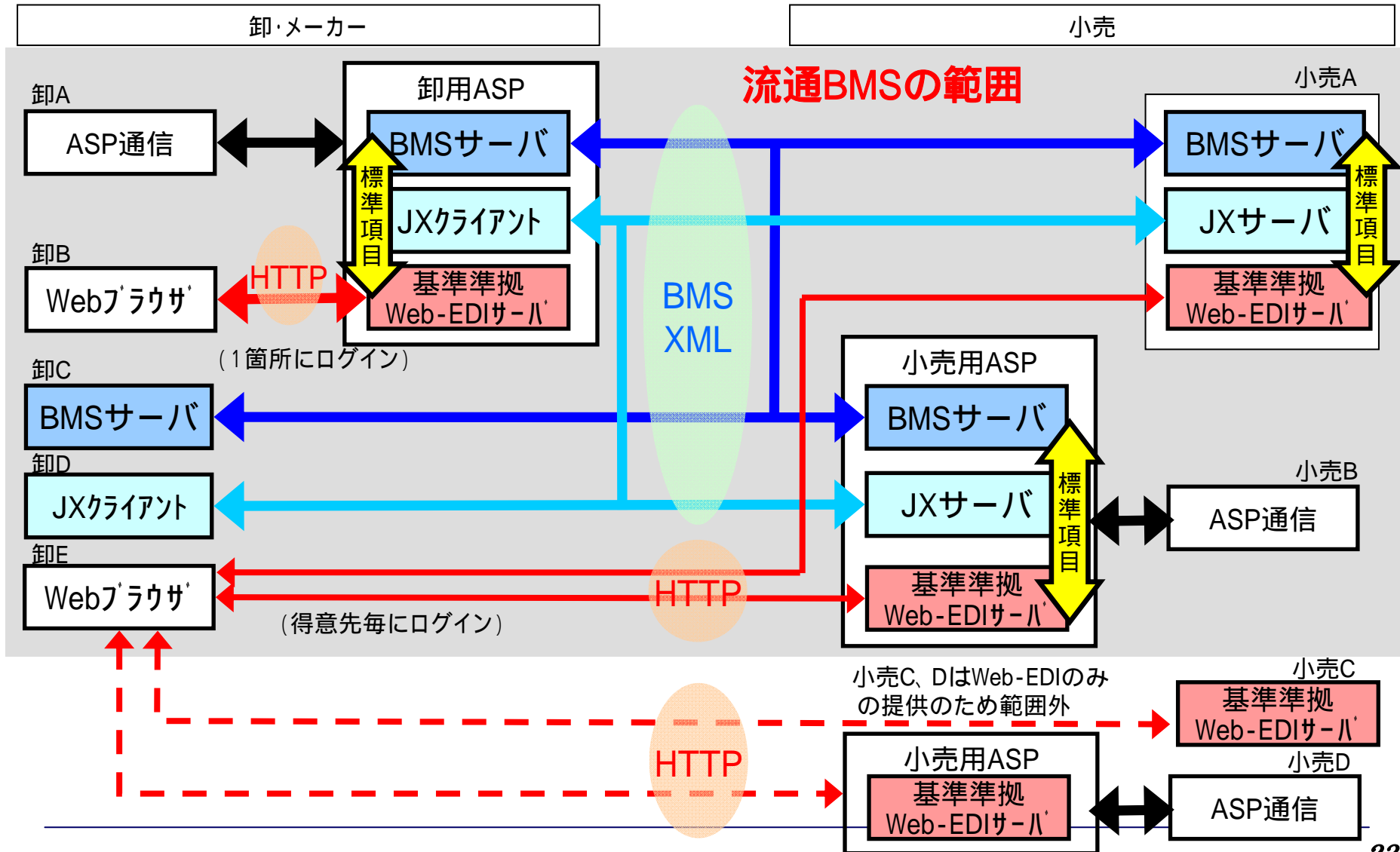
**Web-EDIサービスを提供する場合は、流通BMSの「Web-EDI基準」を満たしていること。**

**Web-EDIサービスを提供する場合は、流通BMSの他の手順(ebXML、AS2、JX手順)もサポートすること(相手先に応じて必要な手順)。**

(3) Web型BMSの範囲

BMSサーバ: ebXMLサーバまたはAS2サーバ

Web型BMSの範囲は、下図の「流通BMSの範囲」に含まれるWeb-EDIサーバの利用範囲となる。





## (1)既存メッセージの精度向上

- 昨年度の共同実証による項目追加(指定納品時刻etc)
- 他業界からのチェンジ・リクエスト(変更要求)による項目追加・修正

## (2)流通BMS普及促進に向けた検討

- 現状業務を担保するメッセージの追加(集計表発注、預り在庫型センター etc)
- 業界として標準化するメッセージ以外の個社個別のメッセージを交換する際の技術的なルールの標準化
- 生鮮商材関連の検討(商品コード体系標準化、食肉個体識別番号管理)
- 中小流通業への普及拡大施策検討(Web型BMS 認定制度含め検討)

## (3)商流メッセージ(受発注型)から、物流、情報流メッセージへの拡大

- 物流……物流ラベル標準化
- 情報流……発注予定、POS売上、商品マスタ、納品提案、商品提案

## (4)流通BMSの一本化に向けた検討

- 流通BMS(基本形)に生鮮項目を追加する(反映は来年度以降の予定)

## (3)物流、情報流メッセージへの拡大 物流ラベル標準化 - 標準化のポイント

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

### 真の伝票レスモデルを実現する流通ビジネスメッセージ標準の確立

- 1) 伝票レスを実装できていない企業が個別仕様を排除しながら容易に実装できる環境が必要
- 2) 過去に整理した仕様を元に現状課題を整理し標準仕様を早期に仕様を確立する
  - ・平成9年度 物流情報システムに関する調査研究報告書
  - ・平成18年度 卸研資料(物流関連チーム検討結果報告)

### 標準化案の早期確立

- 1) 標準化を進めないと「流通ビジネスメッセージ標準」普及の足かせにもなりかねない
- 2) 切替には時間が掛かる
  - メッセージは標準に移行できても小売個別仕様(ラベル)は生き続ける形となる

### 業界全体での合理化

- 1) 物流ラベルは主に小売側物流業務合理化のために貼付されている
- 2) 小売側の意向集約を中心に進め、卸・物流業者の確認及びニーズを討議する必要がある
- 3) 結果的に集約化された卸側も物流業務合理化に繋がる

### 業界を横断した仕様集約化の模索

- 1) 全業界の網羅性を高めた検討を進めると課題事項・対応内容を整理するのに時間が掛かる
- 2) 流通BMSの普及に合わせて物流ラベル検討も進めた方がより具体的に進める事ができる
  - ・先行小売業界 総合スーパー(GMS)、食品スーパー(SM)
  - ・先行卸業界 グロサリー、日用品、アパレル

# (3)物流、情報流メッセージへの拡大 物流ラベル標準化 - 基本方針

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

## 活動目的:

・平成19年度流通システム標準化事業(次世代標準EDIに対応した物流ラベル等の標準化に関する調査研究)での成果を参考に、スーパー業界での流通BMSと連携した標準業務モデルの策定と、物流に関わる帳票類において標準化を検討

## 標準化対象:

スーパー業界の6業務モデルのうち 通過型センター(店舗仕分)モデル  
通過型センター(総量納品) 預り在庫型センター納品モデルを対象とし、  
主に を基本形とし、使用する物流ラベル(SCMラベル)、  
付帯帳票(個口納品書、欠品連絡書)が標準化対象

## 成果物:

- 1) 物流ラベルに関する運用ガイドライン(標準仕様の策定)
- 2) 物流ラベルに関する導入ガイドライン
- 3) 共同実証実施報告

## 活動内容:

- (1) 部会の会議運営
- (2) 物流ラベル等に関する運用ガイドラインの策定
- (3) 物流ラベル等に関する導入ガイドラインの策定

## 活動メンバと検討組織:

- ・業界の有識者で構成(小売/卸業界代表者、卸研、流通システム開発センター)
- ・物流ラベル標準化部会、実装企業部会、及び、業界横断との連携を実施

# (3)物流、情報流メッセージへの拡大 物流ラベル標準化 - 検討結果

(1) 物流ラベル(SCMラベル) 印字項目は( )バーコード、( )規定項目、( )自由使用欄に分類

## .バーコード:

- 1) 28桁、36桁の2種類が選択可能であるが、バーコードの向きにより桁数を規定。(28桁:縦のみ / 36桁:横のみ)

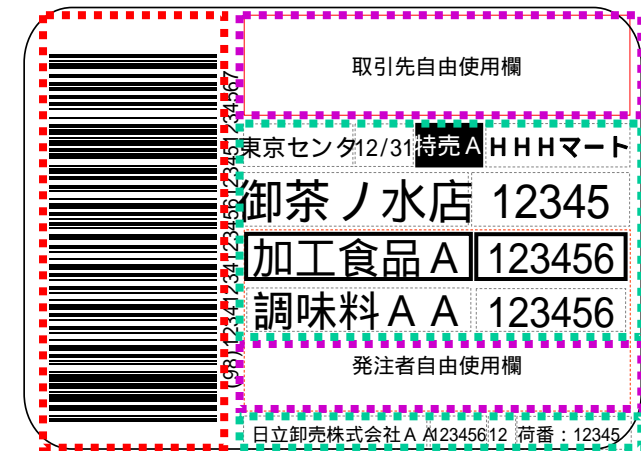
## .規定項目: ~、~

- 1) 全てのラベルで項目数および項目内容は同一(A・B・C)
- 2) 規定項目は流通BMSに存在する項目より印字。  
(ただし に関しては取引先側が採番して印字)

## .自由使用欄: 、

- 1) 発注者自由使用欄、取引先自由使用欄 の2種類。
- 2) 発注先自由使用欄は、発注者側が流通BMSの「物流用自由使用欄」に必要な項目をセット。
- 3) 取引先自由使用欄は、取引先側が任意の内容を印字可能。

ラベル例:B1ラベル



## 流通BMSメッセージへの物流用項目の追加(Ver1.2に反映)

対象メッセージ	追加項目		タイプ	桁数	
発注メッセージ	1	バーコード情報(任意設定項目1)	任意	数値	MAX13桁
出荷メッセージ	2	ラベル印字項目用「カテゴリー名称1」	任意	文字	5桁
出荷梱包(紐付あり)メッセージ	3	ラベル印字項目用「カテゴリー名称2」	任意	文字	5桁
出荷梱包(紐付なし)メッセージ	4	ラベル印字項目用「最終納品先名称(印字用)」	任意	文字	MAX5桁
受領メッセージ	5	ラベル印字項目用(全角)「発注者自由使用欄」	任意	文字	MAX60桁
	6	ラベル印字項目用(半角)「発注者自由使用欄」	任意	文字	MAX60桁

# (3)物流、情報流メッセージへの拡大 物流ラベル標準化 - 検討結果

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

## (1)物流ラベル(SCMラベル)

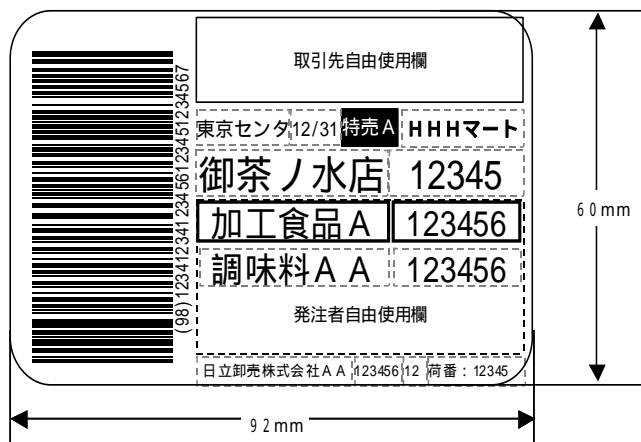
ラベルのレイアウトは、サイズ(A1、B1、C1)  
およびバーコードの向き(縦バーコード[28桁]、  
横バーコード[36桁])の違いから計5種類を  
標準として規定

ラベルサイズ	桁数	:推奨 :準推奨	
		縦バーコード	横バーコード
A1サイズ 50mm × 85mm	28桁		
B1サイズ 60mm × 92mm	28桁		
C1サイズ 80mm × 115mm	28桁		

バーコード縦幅: 1.2mm

バーコード縦幅: 2.5mm

~ B1ラベル、縦バーコード(28桁) ~



## (2)付帯帳票

個口納品書は、A4縦を標準。  
欠品連絡書は、A4横で納品形態(総量納品、  
店別納品)の違いから2種類を標準。

【センター納品】 個口納品書						【店別納品】 欠品連絡書								
納品書No : 1234567890    ASN紐付け : 有    発行日 : YYYY年MM月DD日 発注者名称 : HHHマート    センターコード : 12345678    取引先担当: 日立 太郎 センター納品日 : YYYY年MM月DD日    センター名称 : 東京センタ    取引先名称 : 日立卸売株式会社 A A						発行日 : YYYY年MM月DD日 取引先担当: 日立 太郎 取引先連絡先 : 03-XXXX-XXXX								
NO	店舗コード	店舗名称	発注者名称	梱包数	訂子 等数	NO	店舗コード	店舗名称	発注者名称	梱包数	訂子 等数			
1	12345	御茶ノ水店	HHHマート	123,456	123	31	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123			
2	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	32	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123			
3	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	33	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123			
4	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	34	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123			
5	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	35	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123			
6	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	36	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123			
7	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	37	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123			
8	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	38	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123			
9	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	39	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123			
10	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123									
11	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	取引番号 行No.    商品コード    商品名    発注数量    欠品数量    納品数量    欠品理由								
12	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	18	12345	XXXX店	12345 御茶ノ水店 HHHマート					
13	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	19	12345	XXXX店	1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
14	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	20	12345	XXXX店	1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
15	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	21	12345	XXXX店	1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
16	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	22	12345	XXXX店	1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
17	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	23	12345	XXXX店	1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
18	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	24	12345	XXXX店	1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
19	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	25	12345	XXXX店	1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
20	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	26	12345	XXXX店	1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
21	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	27	12345	XXXX店	1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
22	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	28	12345	XXXX店	1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
23	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	29	12345	XXXX店	1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
24	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123	30	12345	XXXX店	1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
25	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123				12347 BBB店 HHHマート					
26	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123				1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
27	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123				1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
28	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123				1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
29	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123				1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
30	12345	XXXX店	XXXX産業	123,456	123				1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
									12348 CCC店 HHHマート					
									1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
									1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
									1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX
									1234567890 1234 12345678901234	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1,234,567	1,234,567	1,234,567	XX

### (3)物流、情報流メッセージへの拡大 発注予定メッセージ

発注予定メッセージは、事前に手配が必要な商品(年末・年始等イベント、フェア商品等)について発注予定数量を連絡する際や小売本部の計画情報を卸・メーカーと共有する際に使用する。

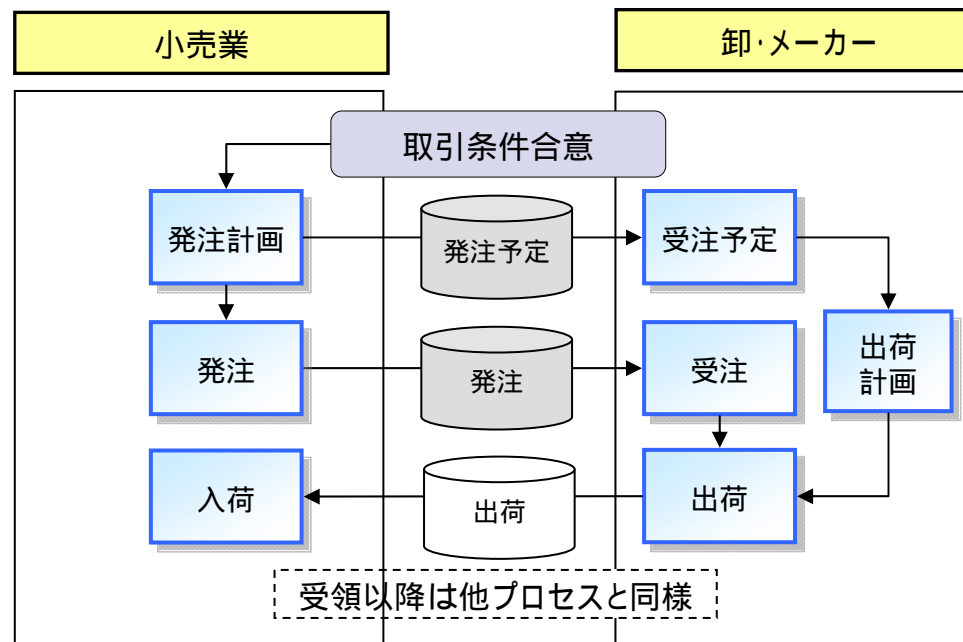
卸・メーカー側は発注予定メッセージを商品調達のための参考情報として活用する。

本メッセージはオプション(必要に応じて送信)のメッセージであり、メッセージを使用するかどうかについては取引当事者間で取り決める。正式な発注ではなく目安の情報の伝達であるため、正式な発注には別途「発注メッセージ」の送信が必要となる。

#### メッセージ項目における注意事項

取引番号は必須項目であるが、発注予定メッセージでは付番しない。よって、発注予定メッセージでは必ず0(ゼロ)をセットする。但し、取引附属番号には管理番号(小売の管理用の番号)を小売各社の付番体系にもとづいてセットすることができる。また、必須項目にデータをセットできない場合は、0(ゼロ)をセットする。

尚、メッセージ項目は予定情報として読み替える。例)発注数量 発注予定数量



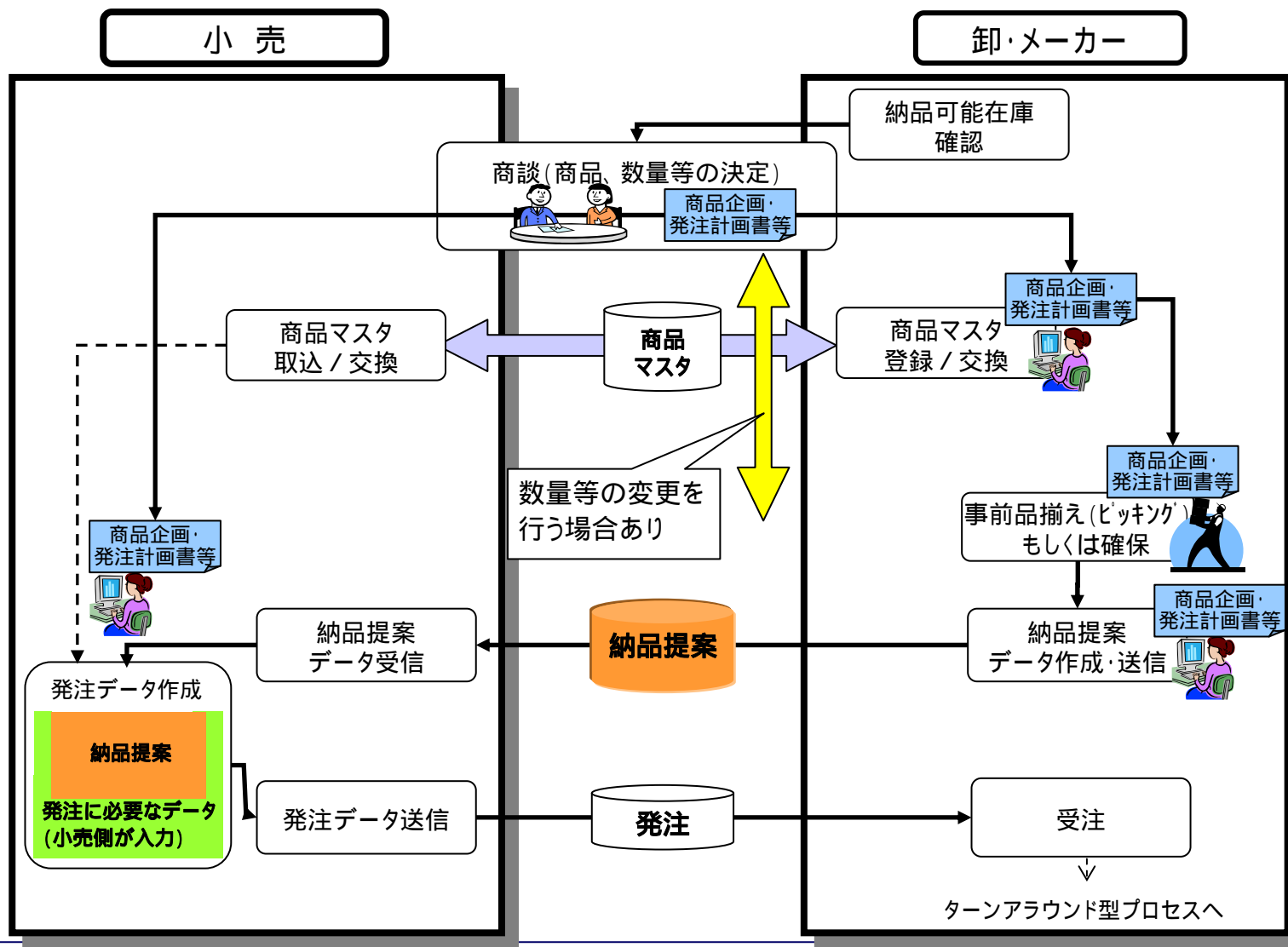
# (3)物流、情報流メッセージへの拡大 納品提案メッセージ

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

商談で合意した内容をアパレルから送付するデータ(小売の発注データ作成を支援するデータ)。  
小売側の発注データに引き継がれるため、ターンアラウンド型ビジネスプロセスにそのままつながる。

## 実施タイミング(例)

- 【商談】
  - ✓発注の20日前迄  
(翌月分の内容を確定)
- 【商品マスタ交換】
  - ✓基本はシーズン当初  
(半年単位、もしくは月単位)
  - ✓遅くとも発注の  
7日前まで
- 【納品提案】
  - ✓発注の1~7日前
- 【発注】
  - ✓発注日



## (1)既存メッセージの精度向上

- 昨年度の共同実証による項目追加(指定納品時刻etc)
- 他業界からのチェンジ・リクエスト(変更要求)による項目追加・修正

## (2)流通BMS普及促進に向けた検討

- 現状業務を担保するメッセージの追加(集計表発注、預り在庫型センター etc)
- 業界として標準化するメッセージ以外の個社個別のメッセージを交換する際の技術的なルールの標準化
- 生鮮商材関連の検討(商品コード体系標準化、食肉個体識別番号管理)
- 中小流通業への普及拡大施策検討(Web型BMS 認定制度含め検討)

## (3)商流メッセージ(受発注型)から、物流、情報流メッセージへの拡大

- 物流……物流ラベル標準化
- 情報流……発注予定、POS売上、商品マスタ、納品提案、商品提案

## (4)流通BMSの一本化に向けた検討

- 流通BMS(基本形)に生鮮項目を追加する(反映は来年度以降の予定)



## (4)基本形メッセージへの生鮮項目の追加 概要と目的

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

### 【概要】

- 基本形メッセージに生鮮メッセージ(暫定版)で使用している項目(生鮮項目)を追加する。生鮮メッセージ(暫定版)への機能追加は行わない。

### 【目的】

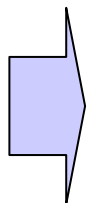
- 生鮮項目を追加する目的は、流通BMSの普及である。
  - ✖ 基本形メッセージと生鮮メッセージ(暫定版)の2つのメッセージが存在していることで、以下のような要望・課題が発生しており、一本化することで、さらなる流通BMSの普及が期待できる。

#### 小売

グロサリ、アパレル、生鮮商材を取扱っている為、1つのメッセージで全ての商材に対応できることを要望している。

#### 卸

商材の取扱いが統一できないために2つのメッセージに対応する必要があり、システム上の負荷が生じている。



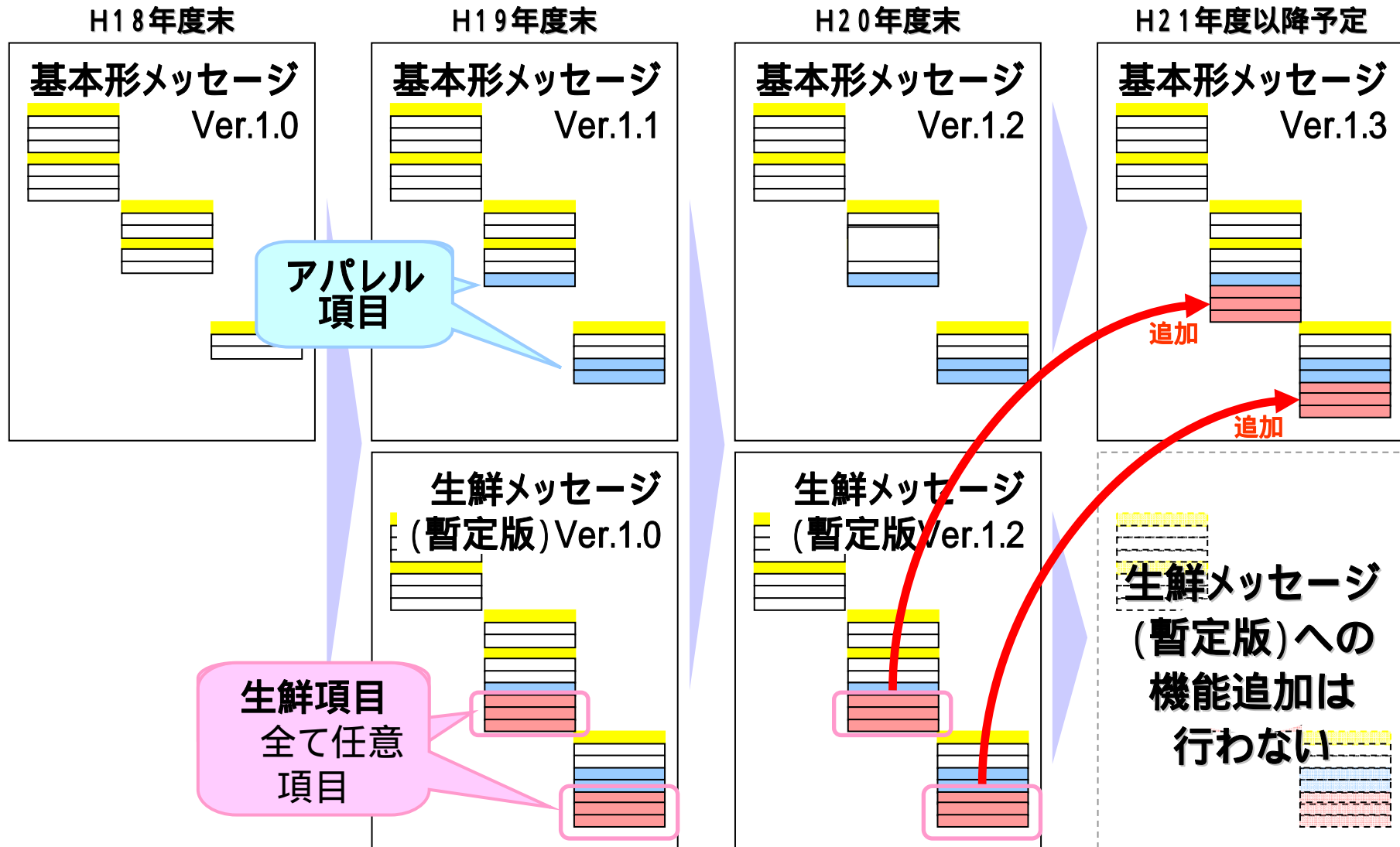
基本形メッセージに生鮮項目を追加し、1つのメッセージで全ての商材に対応できることで、**流通BMSの普及が更に促進**されると考えております。



来年度以降にバージョンアップされるメッセージでの対応の予定です。

# (4)基本形メッセージへの生鮮項目の追加 生鮮項目を追加するイメージ

■ 全て任意項目である生鮮項目を、固まりで追加するイメージです。



## (4)基本形メッセージへの生鮮項目の追加 生鮮項目追加項目一覧

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

### ■不定貫項目、商品属性等、35項目を追加

#### 不定貫取引項目

項目名称	項目の意味
不定貫区分	定貫・不定貫を表す
単価登録単位	不定貫の場合の取引単位 (ex. 1Kgあたり / 100gあたり)
発注重量・出荷重量・受領重量・返品重量	不定貫の場合の取引重量
重量合計	不定貫の場合の取引重量合計

#### 生鮮取引の特徴(出荷時に商品、原価etcが決まるまたは変わる)のための項目

項目名称	項目の意味
元取引番号・元取引明細番号	取引番号が追加/変更になった場合の元の取引番号
出荷者管理番号・出荷者管理明細番号	発注に対し、出荷者側で管理する番号
取引番号有無区分	取引のタイプ、取引番号の発番基準を表す
商品コード(出荷元)	ソースマーキングされた生産者コード
仮伝フラグ	仮の単価を表す、正式には後日確認を取ってから

# (4)基本形メッセージへの生鮮項目の追加 生鮮項目追加項目一覧

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

## 商品属性項目

項目名称	項目の意味
都道府県コード・国コード・産地名	原産地を指定して発注する場合の産地や水域を表す (ex. 鹿児島産、東シナ海、焼津港etc)
水域コード・水域名	
原産エリア	
等級	商品のグレードを表す (ex. A、B etc)
階級	商品のサイズを表す (ex. 2L、L etc)
銘柄	産地銘柄
商品PR	商品特性 (ex. 朝取り、土付き etc)
取引単位重量	卸売市場等で取引される単位重量(ex. 5Kg、10Kg etc)
バイオ区分	商品栽培時のバイオ技術適用/非適用(遺伝子組換え)
入数	出荷単位の荷姿入数
商品重量	発注数量(バラ)1個当たりの容量を表す。内容量。
品種コード	食肉用の品種 (黒毛和種 etc)
養殖区分	養殖・天然
解凍区分	解凍・解凍以外
商品状態区分	活・チルド・冷凍・常温・冷蔵
形状・部位	セット・コース・大トロ・・・etc
用途	生食用・加熱用・・・etc
パック区分	食肉の加工センター等に発注する場合のデータ判別を行う区分。01:パック。

# 今後の流れ

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

平成18年度成果物

流通ビジネスメッセージ標準(流通BMS)基本形Ver1.0

平成19年度成果物

流通BMS基本形Ver1.1

流通BMS生鮮Ver1.0

平成20年度反映方法

流通BMS基本形Ver1.2

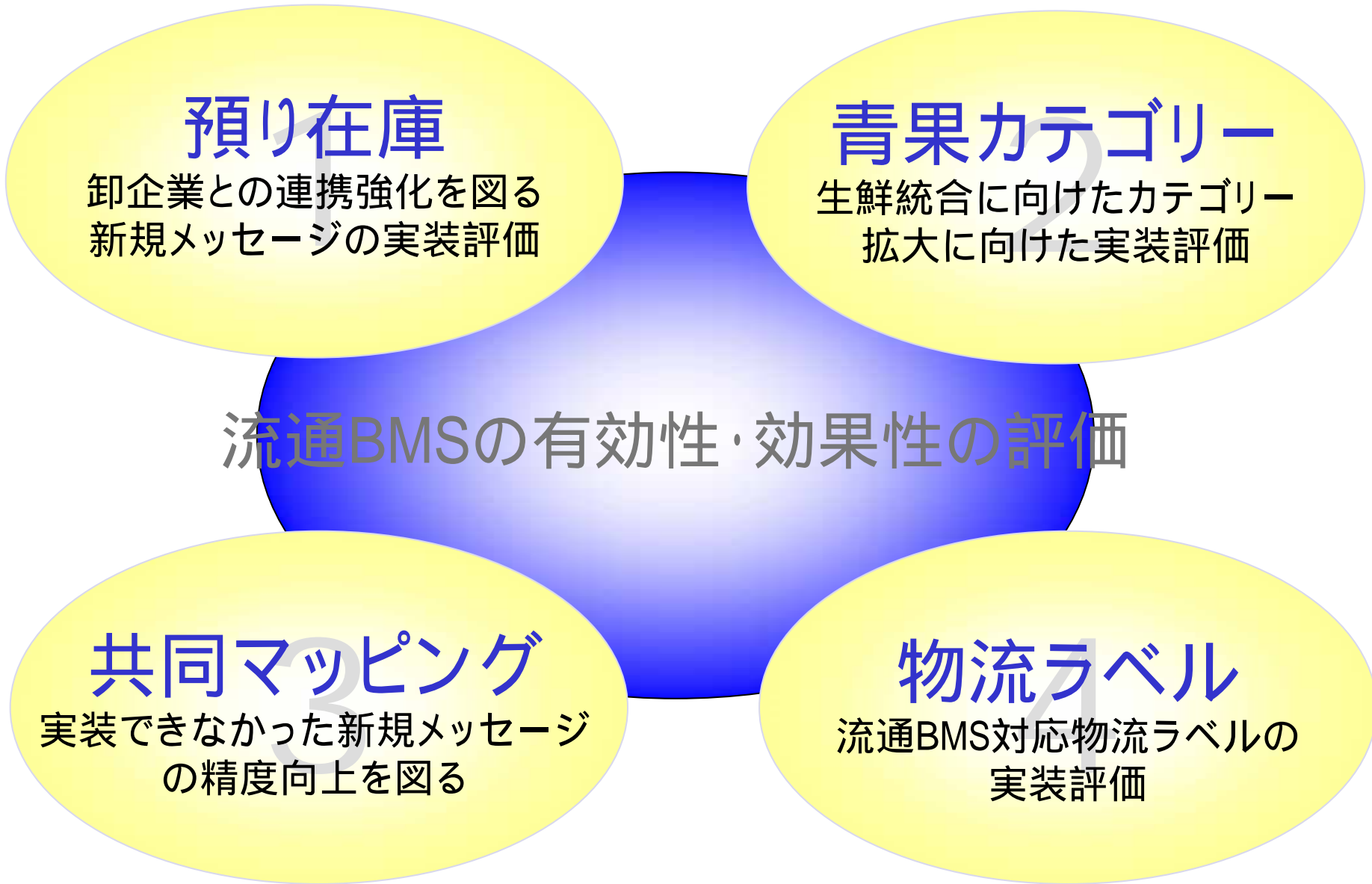
流通BMS生鮮Ver1.2

今後の反映イメージ

流通BMS基本形Ver1.3

## 3 . 共同実証報告

---



# 本年度の共同実証方針

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

## (1) 共同実証の前提

期間	業務運用 2008年11月～2009年2月
業態	スーパー業界
商品カテゴリ	加工食品・日用品 および 新カテゴリ青果水産
業務	6業務8メッセージ および 新規メッセージ
メッセージ・スキーマ	基本形Ver 1.2 および 生鮮Ver 1.0
接続形態	N対N(小売対卸・メーカー) マルチベンダ環境
プロトコル	ebXML MS、AS2、JX手順

## (2) 共同実証の目的

### 1. メッセージの精度向上

- ◆ H20年度は「メッセージの拡充期」のため、新メッセージ・新カテゴリの検証を実施し、その精度を確保する。
  - (1) H19年度までの未実施カテゴリ(青果・水産など)において、既に公開されているメッセージの有効性を確認する。
  - (2) 新規に定義される業務プロセスで利用される新メッセージの検証し、運用ルールの有効性、仕様の妥当性を確認する。

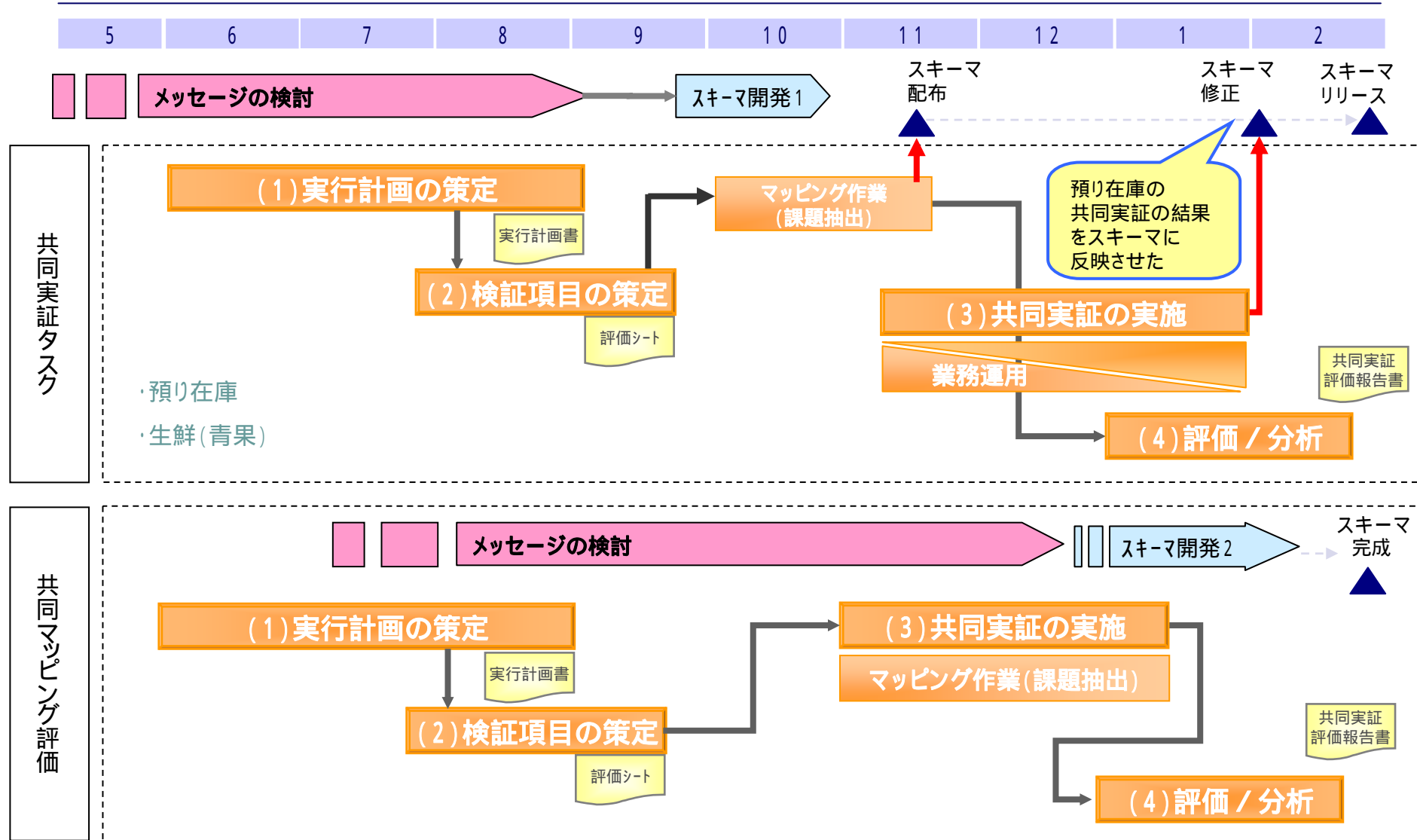
### 2. 普及拡大に向けた導入効果の検証

- ◆ 流通BMSが今後、広く普及することの確信と、普及促進のための課題を把握することを目的とする。
  - (1) 新規に定義される業務プロセス/メッセージの導入効果や、未実施のカテゴリにおける流通BMSの導入効果を定性的・定量的に実測することで、その効果を検証する。
  - (2) 上記検証結果をもとに、メッセージやガイドライン類などの変更要否を検討し、普及のための精査を行う。



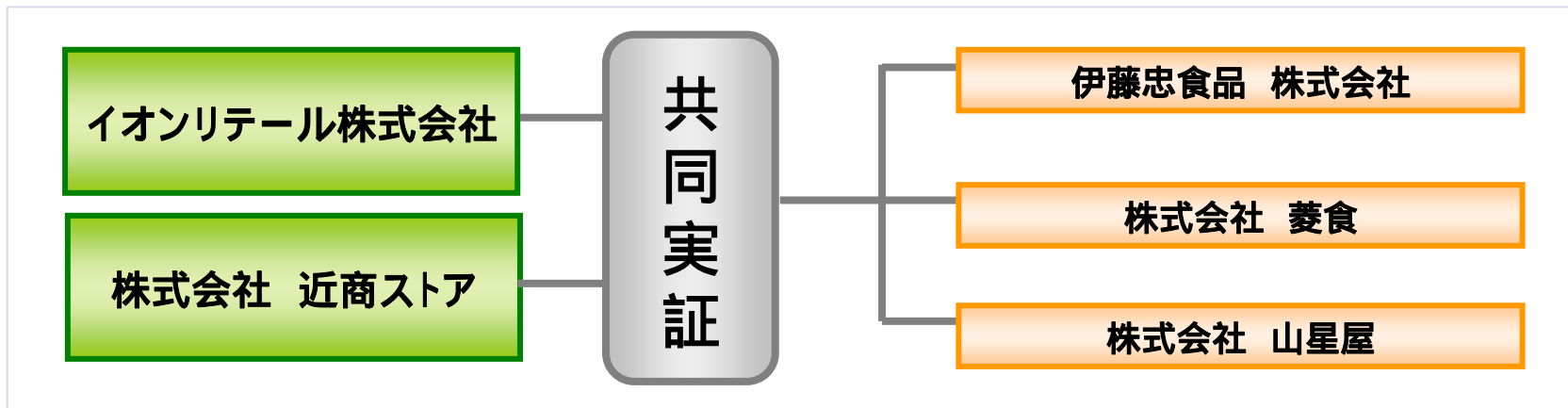
# 共同実証の流れ

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

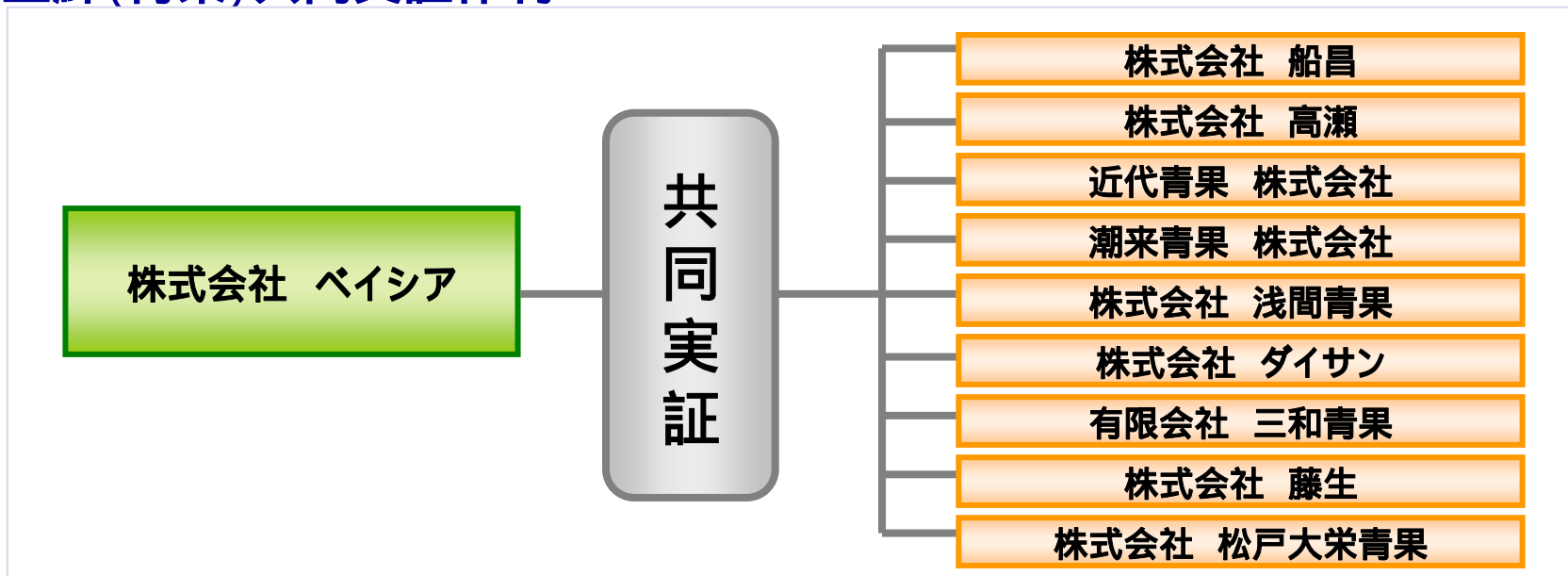


今年度はメッセージ数も多く、実装まで行う実証と共同マッピング評価の二系統で共同実証を行った

## 預り在庫共同実証体制



## 生鮮(青果)共同実証体制

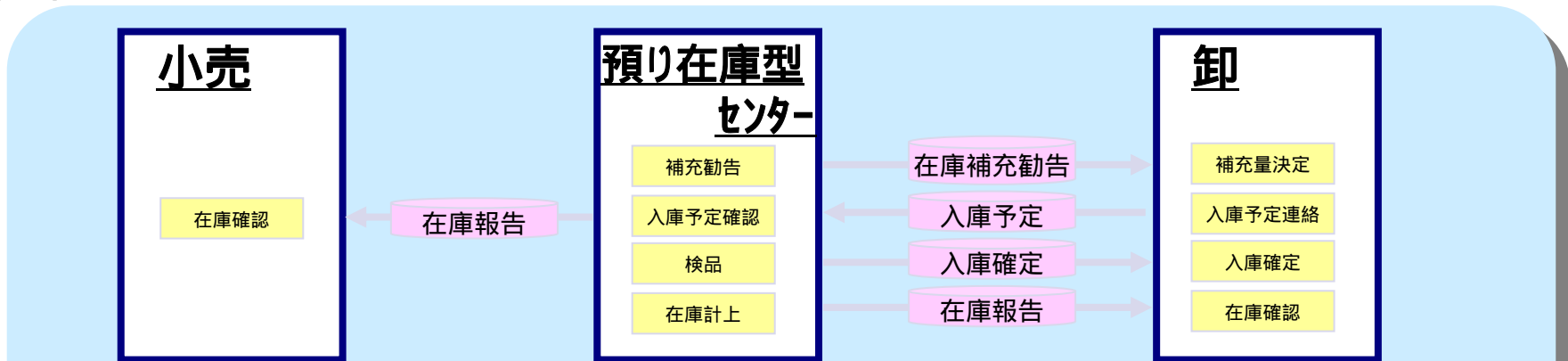


## 新規メッセージ共同実証体制

小売業界	グロサリー卸業界	生鮮業界	アパレル業界
<ul style="list-style-type: none"><li>・イオンリテール(株)</li><li>・イズミヤ(株)</li><li>・(株)イトーヨーカ堂</li><li>・(株)近商ストア</li><li>・サミット(株)</li><li>・(株)シジシージャパン</li><li>・(株)西友</li><li>・全日本食品(株)</li><li>・(株)ダイエー</li><li>・(株)東急ストア</li><li>・(株)平和堂</li><li>・(株)マルイ</li><li>・(株)ヤオコー</li><li>・ユニー(株)</li><li>・(株)ライフコーポレーション</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・(株)あらた</li><li>・伊藤忠食品(株)</li><li>・花王カスタマー マーケティング(株)</li><li>・国分(株)</li><li>・(株)トークン</li><li>・(株)パルタックKS</li><li>・(株)山星屋</li><li>・(株)菱食</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・JA全農ミートフーズ(株)</li><li>・伊藤ハム(株)</li><li>・日本ハム ビジネスエキスパート(株)</li><li>・(株)ジーコス</li><li>・プリマシステム開発(株)</li><li>・(財)日本食肉流通センター</li><li>・(社)全国中央市場 青果卸売協会</li><li>・(有)三秀</li><li>・東京青果(株)</li><li>・東京豊島青果(株)</li><li>・(株)船昌</li><li>・東京都水産物卸売業者協会</li><li>・総合食品(株)</li><li>・大都魚類(株)</li><li>・中央魚類(株)</li><li>・築地魚市場(株)</li><li>・第一水産(株)</li><li>・東都水産(株) ほか</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・トリンプ・インターナショナル・ ジャパン(株)</li><li>・(株)レナウン</li><li>・(株)ワコール</li><li>・アツギ(株)</li><li>・クロスプラス(株)</li><li>・ゲンゼ(株)</li><li>・リーバイ・ ストラウスジャパン(株)</li><li>・(株)ルシアン</li><li>ほか</li></ul>

小売、グロサリー卸、生鮮、アパレル業界より74社・団体が参加

## (1) 預かり在庫共同実証



<小売から見たセンター運用パターン>

A社	A社	複数社
C社	D社	複数社
E社	F社	複数社

### 預り在庫型センタープロセスの特徴

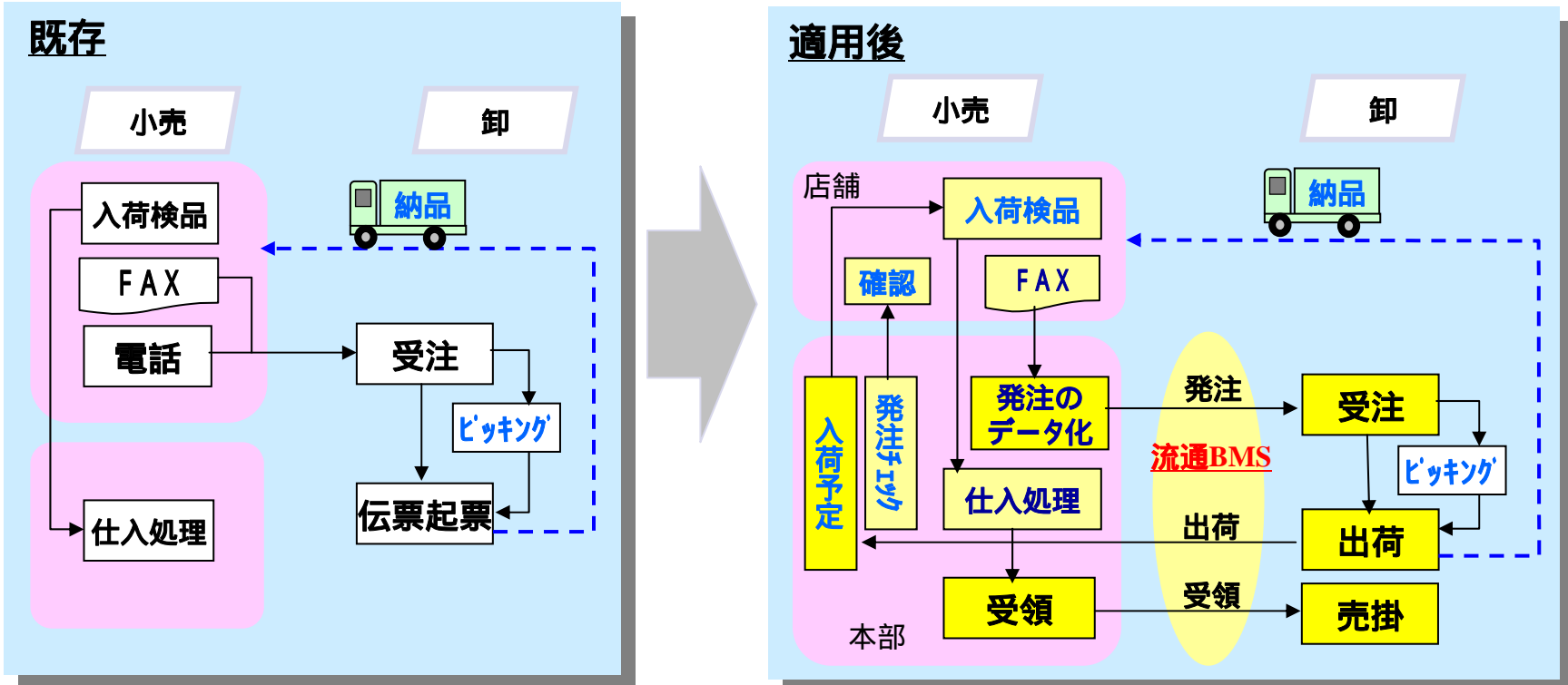
- ・本プロセスは3社間でのプロセスであり、上記のようなセンター運営のパターンが考えられる。
- ・但し、どのパターンにおいても、相対間調整やマッピング作業等は、小売が主体となって進めることとした。

### 預り在庫共同実証について

- ・実装企業数は少なかったが(センター立ち上げ等の時期でないと切替が難しいため)、メッセージ精度を高めるため、実装予定企業も加わりマッピング作業を実施した。
- ・このメッセージは、卸企業が中心となり、実業務に必要なメッセージとして開発された。

**流通BMSの適用で、預りセンター業務の効率も向上する！**

## (2) 生鮮共同実証 < 流通BMS適用による運用形態の変化 >



- < 既存環境の課題 >
- ・ 締め時間が守られていないケースがある (出荷までがタイト)
  - ・ 伝票起票の手間がかかる
  - ・ 検品が伝票 (明細書) なので負荷が多い
  - ・ 仕入処理に時間と負荷が掛かる

- < 適用後のメリット >
- ・ EOS比率の向上による全体的に業務改善に貢献
  - ・ 発注忘れ防止をシステム化し発注精度向上した (EOS化による定性効果)
  - ・ 取引先毎の対応が流通BMSにより平準化した

青果カテゴリにおいても流通BMSが使えることを確認

## (3) 新規メッセージマッピング作業

	新規メッセージ名称	社数	イオン	イズミヤ	近商ストア	サミット	ジジージャパン	ダイエー	東急ストア	平和堂	ユニー	ライフコーポレーション	課題件数	項目追加/変更	運用変更/確認	その他
1	受領訂正	3											3	1	1	1
2	発注予定	7											0			
3	商品提案(カタログ)	1											3		3	
4	商品提案(商品マスタ)	4														
5	商品提案(価格提案)	5														
6	POS情報	6											11	7		4
7	納品提案	5											1	1		
8	集計表作成(発注用)	7											2	1	1	
9	集計表作成(受領用)	4														
10	集計表作成(出荷用)	5														
11	集計表作成(出荷梱包用)	2														

### 評価方法について

- ・上記の通り、複数小売企業がマッピングシートを作成し、業務への適合度を検証した。
- ・発生した課題は、タスク委員企業(小売/卸)で検討をしてメッセージ項目を固めた。

### 検討結果について

- ・マッピング作業において発生した課題は、全21件。そのうち、項目追加や必須任意変更などの修正は10件。

# 物流ラベル共同実証

Draft

経済産業省 平成20年度  
流通システム標準化事業

## 共同実証の目的

1. 標準化検討で策定した物流ラベル / 付帯帳票を実運用し、発生する仕様・運用課題を解決し標準ラベルの精度向上を図る。
2. 流通BMSのメッセージで正しく物流ラベルなどにマッピング作業が正しくできたか、発注～支払までの運用が正しくできたかを検証する。

## 評価概要

1. 運用評価 規定項目のマッピングの確認、マテハンによる確認、目視による確認
2. データ評価
3. 運用評価の方法 トランザクションデータおよびログの確認

## 参加企業

