

流通ビジネスメッセージ標準

運用ガイドライン(商品マスタ編) 第1.0.1版

2012年11月

No	タイトル	変更事項
1	第1.0版(2011年11月)	公開
2	第1.0.1版(2012年11月)	グロサリ商材編の追加 日用品・化粧品・一般用医薬品・医薬部外品・医療機器を対象として作成

目次

I. 商品マスタメッセージ策定の概要

1. 商品マスタメッセージ策定の概要 4
 - (参考) 両方式の項目の対比 6
 - (参考) EDI用商品マスタ項目の追加 7

II. 共通編

1. 商品マスタ交換モデル
 - (1) 小売⇄卸・メーカー間における商品マスタ交換 9
 - (2) マスタ更新データの種類 10
2. メッセージ項目グループについて
 - (1) メッセージ項目グループの説明 11

III. アパレル商材編

1. アパレル商材の商品マスタ交換モデル
 - (1) 全体図 14
 - (2) GTINについて 15
2. メッセージ項目のセット方法
 - (1) アパレル商品取引で使用する項目
 - 1) 項目一覧 16
 - 2) 商品コード 18
 - 3) マスタ有効日、情報管理 21
 - 4) 商品名、商品カナ名、カラーサイズ 22
 - 5) 商品分類 23
 - 6) 商品管理情報 26
 - 7) 棚割情報、商品表示情報、商品記述 28
 - 8) 価格情報、値札情報 29
 - 9) 受発注情報 31

IV. グロサリ商材編

1. グロサリ商材の商品マスタ交換モデル
 - (1) 全体図 36
2. メッセージ項目のセット方法
 - (1) グロサリ商品取引で使用する項目 37
 - 1) 項目一覧 38
 - 2) 商品コード 39
 - 3) マスタ有効日、情報管理 40
 - 4) 商品名、商品カナ名 41
 - 5) 商品分類 45
 - 6) 商品形状 46
 - 7) 商品管理情報 49
 - 8) 情報公開 50
 - 9) 品質管理情報（日雑） 51
 - 10) 温度帯情報 52
 - 11) 物流情報 53
 - 12) 商品記述 57
 - 13) 一般用医薬品独自情報 58
 - 14) 価格情報 60
 - 15) 受発注情報 61

(参考1) 項目対比

- 流通BMS発注メッセージとの項目対比 63

(参考2) メッセージ構造

- 商品マスタメッセージの階層構造概要 67

I . 商品マスタメッセージ策定の概要

1. 商品マスタメッセージ策定の概要

①商品マスタメッセージ策定の目的

- (1) 商品マスタのJCA手順からの移行への対応(現業担保)
- (2) 商品情報DB方式(商品マスタデータ同期化)にEDI方式を加えることで、流通BMS導入企業間(EDI方式利用企業)でも、商品マスタデータの伝達が容易になり、普及が促進される。
- (3) 下記のような商材は商品情報DB方式よりEDI方式のデータ交換が適している。
 - ・登録～廃番までのライフサイクルが短い商材
 - ・同一商品でもキーである商品コードが相対で異なるような商材(GTIN以外のキーを使用する商材)

②対象範囲

- (1) 商品情報DB方式で対象としたグロサリ商材(日用品、酒類・加工食品)に加え、アパレル商材も対象とする。
- (2) 生鮮商材については、商品提案メッセージの運用等で商品マスタの位置づけが決まることもあり、範囲外とする。

③商品マスタEDI版の概要

- (1) 商品情報DB方式のスキーマはメッセージ構造上、EDI方式に転用して維持継続することが困難との見解から、EDI用スキーマを新たに作成した。
- (2) 標準商品マスタ220項目に新規16項目を追加、項目の特性により、グルーピング(メッセージ項目グループ)した構造とする。もとの220項目についての変更は行わない。
- (3) 対象商品業界ごとに使用するメッセージ項目グループを協議。利用にあたり、実用的な項目に絞り込み、運用ガイドラインに反映することとした。

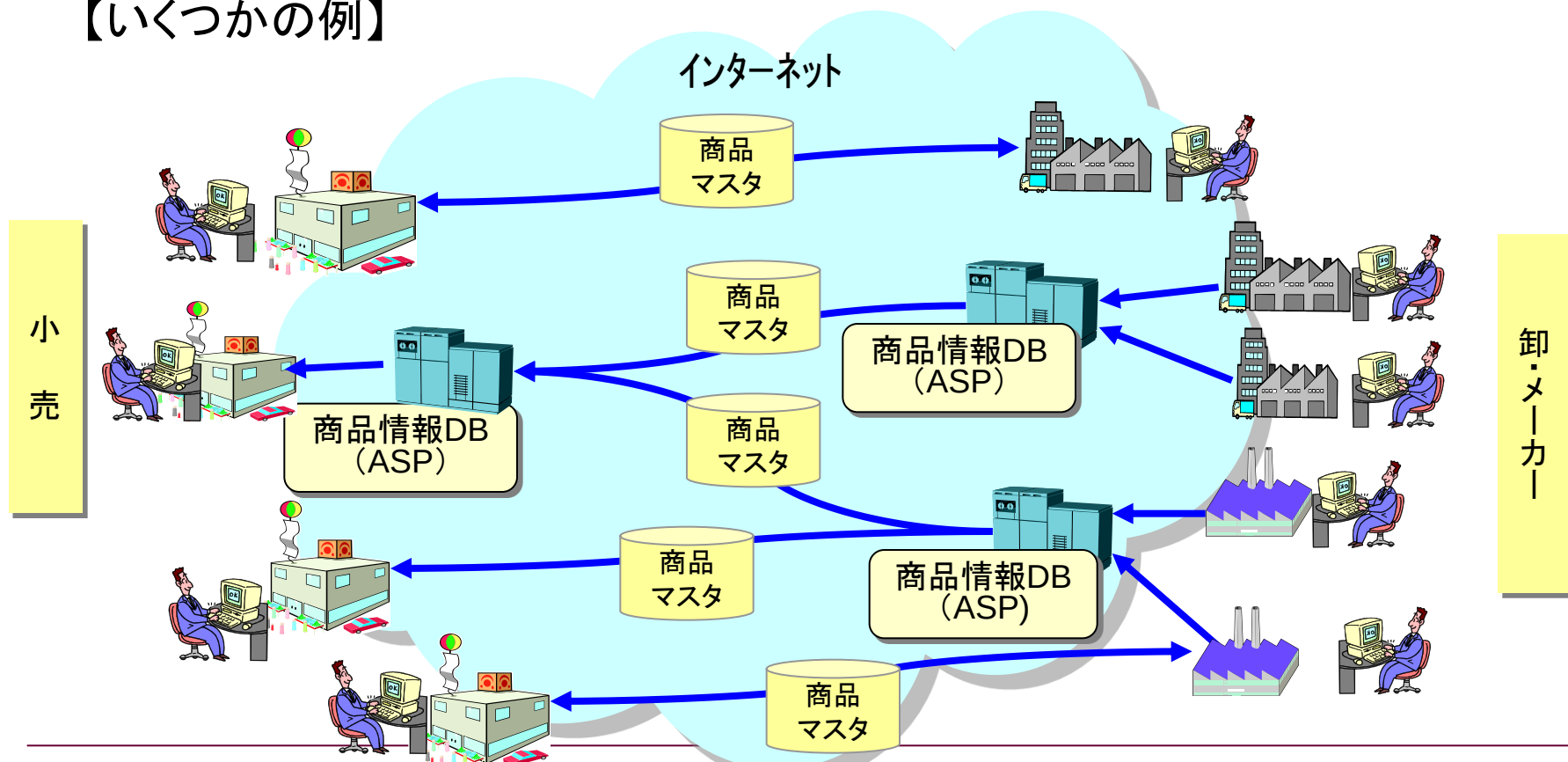
流通BMS用商品マスタメッセージ追加について

以下の2方式に対応したスキーマが用意された。

- ①商品マスタ情報を提供するデータベース(ASP)で利用する方式。→DB間同期方式として別管理
- ②流通BMSに対応した各社のシステムを利用する方式。→当ガイドラインの対象

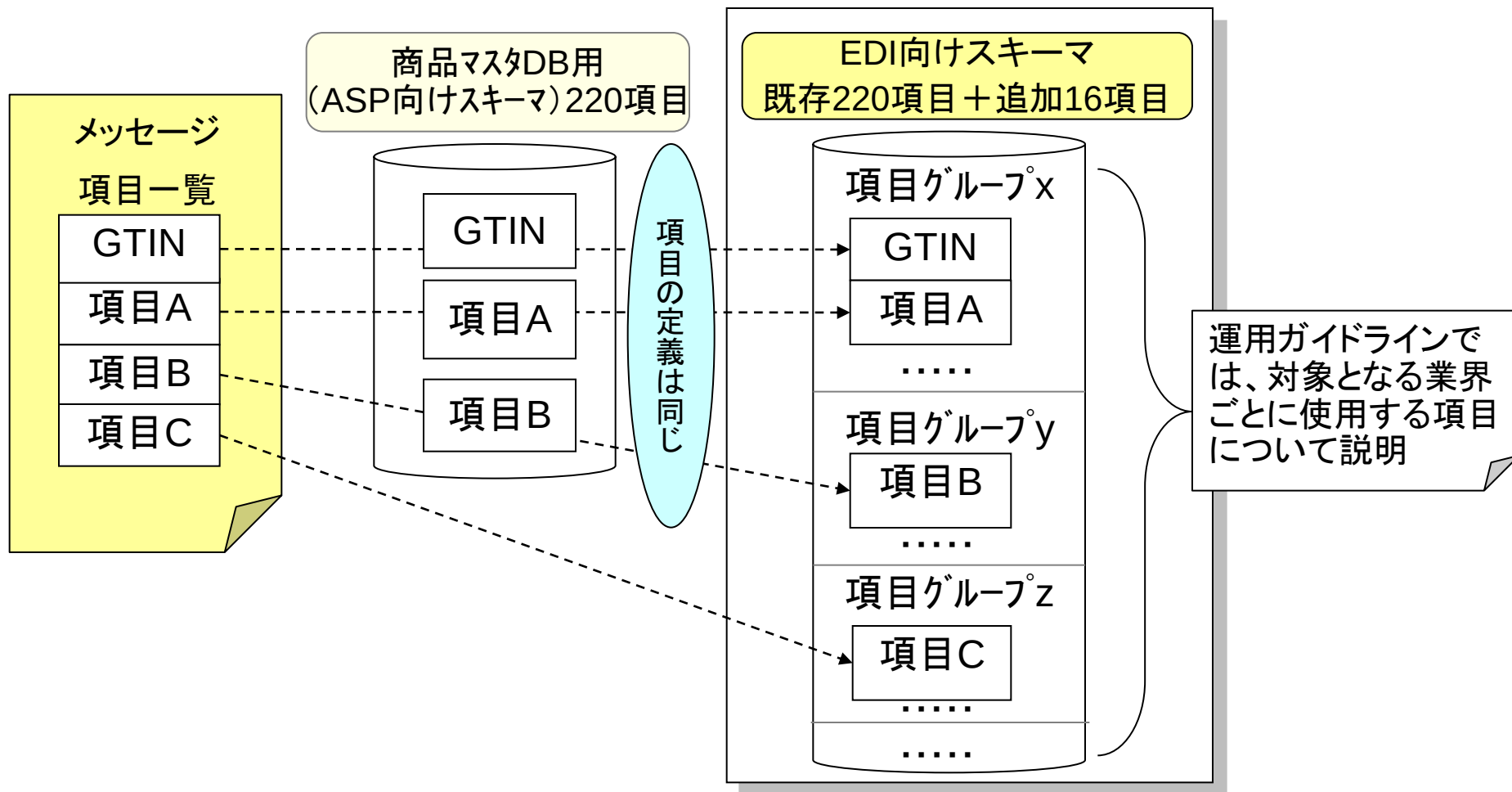
前提: 商品マスタの作成、送付の実施未実施は取引上の必須条件ではない。実施にあたっては、その実現方式、運用を含め、当事者間(小売・卸・メーカー)の事前合意が必要

【いくつかの例】



(参考)両方式の項目の対比

商品マスタメッセージの項目は、データベース用、EDI用ともに「メッセージ項目一覧」で管理される。双方のメッセージで共通の項目は定義を一致させる。メッセージ項目一覧で項目管理をすることを前提に、今後の項目追加のCRは双方、あるいはどちらか一方のみのいずれでも可能とする。



(参考) EDI用商品マスタ項目の追加

EDIで使われる商品マスタメッセージは、DB間同期方式の220標準項目に、以下の16項目を追加して作成した。

	項目名	桁	属性	必須・任意	使用目的
①	最下位層GTIN	14	文字	任意	単品GTINの判別を行う。
②	最下位層GTIN入数	6	数値	任意	単品(最下位層GTIN)単位の数量換算。
③	よりどりまとめ売り数	3	数値	任意	常にまとめ売りする商品のまとめ数。
④	小売品番	14	文字	任意	品番管理時の小売側品番(アパレルを想定)
⑤	取引先品番	14	文字	任意	品番管理時のメーカー側品番(アパレルを想定)
⑥	法定管理義務商材区分	2	数字	任意	記帳保存義務のある成分(劇物、毒物等)を含む商品を特定する。
⑦	シーズン区分	2	文字	任意	商品の小売店頭取り扱い時期を季節で表現する。
⑧	値札用途	2	数値	任意	値札の用途を判別する。
⑨	値札台紙	3	文字	任意	値札の種類を判別する。
⑩	割引表示方法	1	文字	任意	消化仕入取引時に卸より割引方法を指定する。%引き、円引き、割引等
⑪	割引	4	数値	任意	割引表示方法を指定した場合、その割引分を数値で表す。
⑫～⑯	分析属性1～5	6	文字	任意	小売側で商品の動向分析をするための切り口 (デザイン、シルエット、素材、柄、年代、ブランド等)

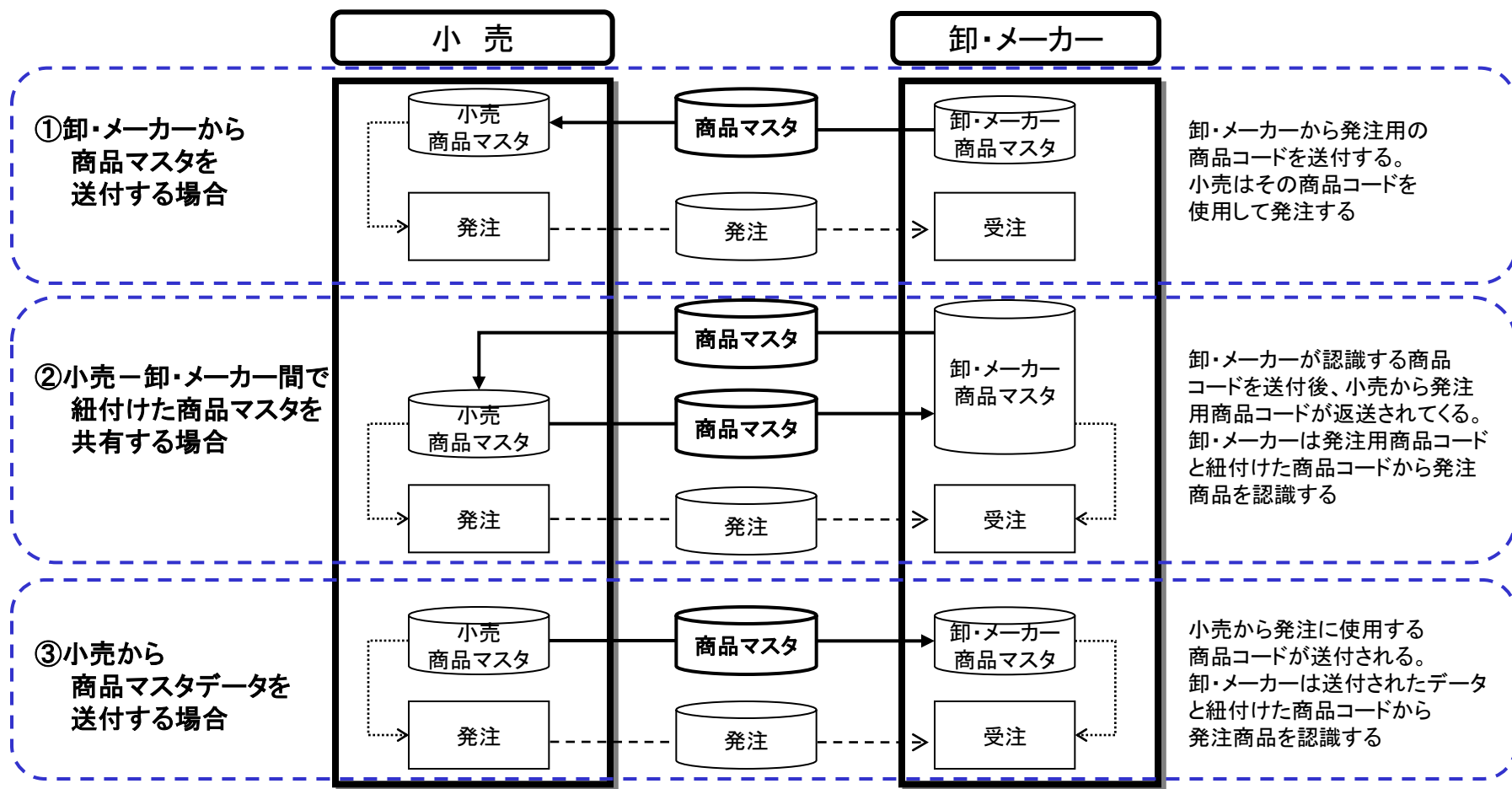
上記以外の項目は、DB間同期方式の220標準項目と同一名で項目の意味は同じだが、仕様(桁数など)は必ずしも一致していない。

Ⅱ．共通編

1. 商品マスタ交換モデル

(1) 小売⇄卸・メーカー間における商品マスタ交換

小売⇄卸・メーカー間の商品マスタ交換モデルは、大別すると下記の3パターンになる。
どのモデルが有効なのかは、対象商品業界により異なる。



1. 商品マスタ交換モデル

(2) マスタ更新データの種類

本メッセージによる商品マスタ更新は、追加、変更、削除 いずれも表現できるものとし、それぞれ定義を下記のように記す。

- ・追加
 - ・・・現状、登録されていない商品コードの追加を指す。
- ・変更
 - ・・・商品マスタの「マスタ有効日」を利用し、変更する日付を指定する。
この日よりマスタ項目全部ないしは一部を変更する。
どの項目が変更になったかをメッセージ上明示しない。
- ・削除
 - ・・・削除フラグのような物理削除を告知するような項目を使用しない。
「販売終了日」項目を利用し、取扱い最終日を決定する。
物理削除は「販売終了日」を基に取引相対間で取り決めを行う。
(例: 販売終了日後1年で自動的に削除 等)
- ・送受信回数
 - ・・・内容の追加、変更、削除を行うため、複数回を可とする。
- ・エラーチェック機能
 - ・・・EDI化を行わず、取引先相対間で取り決めを行う。

2. メッセージ項目グループについて

(1) メッセージ項目グループの説明

EDI用の商品マスタメッセージは、同一特性をもった項目をグルーピングした構造の項目グループとする。以下に各項目グループの説明を記述する。

項目グループ	項目数	内 容
マスタ有効日	1	以下の項目グループの内容が有効になる日付を登録する。
商品コード	7	全ての取引の単位の元となるコード(JANコード、小売社内用コード、取引先品番等)を登録する。
情報管理	6	商品を管理する人と場所(企業・事業所・支店・小売店舗等)を特定する。
商品名	14	正式商品名以外に、小売で使用する桁数に合わせた商品名や、レシート名を登録する。
商品カナ名	9	仕入伝票への記載や、小売で使用する桁数に合わせた商品名を登録する。
商品分類	18	主に小売側で商品を管理するための情報(DPT、ライン、クラス等)を登録する。
商品形状	10	商品の内容量やサイズ(高さ×幅×奥行)、また必要に応じてユニットプライス用の容量を登録する。
カラーサイズ	6	商品の色やサイズ(高さ×幅×奥行であらわせない表記 S,M,L 等)を登録する。
商品管理情報	18	商品の属性に関する情報(消費税税率、発注の可否、定貫/不定貫、メーカー発売日等)を登録する。
情報公開	3	商品情報を公開する日付、メーカー発売(終売)日を登録する。
品質管理情報(日雑)	2	商品の取扱いに関する情報(取り扱い注意、法定管理義務商材)を登録する。
品質管理情報(食品)	10	商品の取扱いに関する情報(品質保証期間、保存時の温度対情報等)を登録する。
値札情報	2	値札をつける商品に対し、値札の種類、形状 等を表わす項目を登録する。
温度帯情報	7	温度管理が必要な商品に対し、管理温度帯、最高温度、最低温度等を登録する。
棚割情報	16	小売で商品を陳列する際の情報(陳列場所、フェイスNo等)を登録する。
商品表示情報	13	商品の内容成分に関する情報(カロリー、遺伝子組み換えか否か、原材料、原産国等)を登録する。

2. メッセージ項目グループについて

(1) メッセージ項目グループの説明

項目グループ	項目数	内 容
物流情報	12	商品の荷姿や入り数、使用するパレットの情報や総重量等を登録する。ITFコードもここに登録する。
商品記述	5	商品の特徴を伝える情報(商談時の小売業向けや、お客様への商品説明用など)を登録する。
酒類独自情報	8	酒商品に限り、アルコール度数などの情報を登録する。
一般医薬品独自情報	8	2009年6月に施行された改正薬事法に基づき、一般用医薬品についての情報を登録する。
容器情報	4	商品の外装容器の形態や、容器リサイクル法に基づく区分、重量などの情報を登録する。
価格情報	11	メーカー希望小売価格や、小売で販売する際の基本売価、基本原価の情報を登録する。
受発注情報	46	商品を発注する際に使用する情報(発注数量、発注金額、納品日、納品場所等)を登録する。

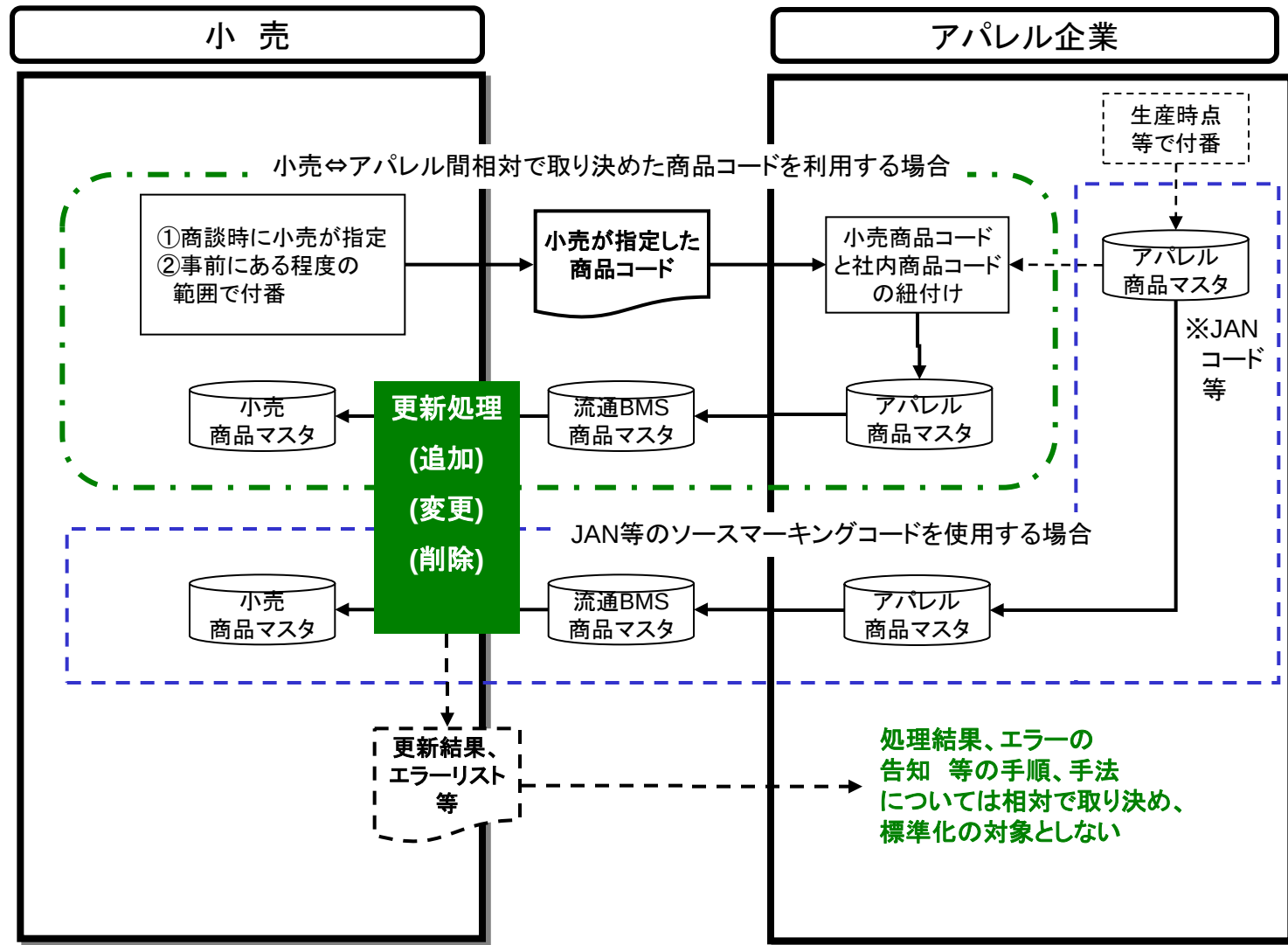
※全体で、23項目グループ、236項目となる。

Ⅲ. アパレル商材編

1. アパレル商材の商品マスタ交換モデル

(1) 全体図

下図の緑破線、青破線部を小売 ⇄ アパレル業界の商品マスタ交換モデルとする。更新処理の結果については標準化のプロセスとせず、相対で運用を決定する。



1. アパレル商材の商品マスタ交換モデル

(2) GTINについて

アパレル商材において、EDI版商品マスタ交換を行う際には、双方で事前に商品コード(単品コード)が決められるものとし、概ね、次の3パターンに集約される。

- I. アパレルでソースマーキングされたコード
- II. 商談時に小売が指定したコード
- III. 事前に小売がある程度の範囲符番しておき、アパレルがその範囲の中で採番する場合

ここで、商品マスタメッセージのキーとなる商品コードの中の、GTIN項目のセット方法は以下の通りである。

(注)アパレルが付番したプライスJAN(ダラー品番)やスタイルJAN(スタイル品番)は、取引上必要な商品識別がプライス単位、スタイル単位でのみ行われる慣習から、GTIN設定ルールに準ずると考えられる。

①商品コード=JAN、UPCコードの時

→商品コードをGTIN項目へセット(前ゼロ14桁)

②商品コード≠JAN、UPCコードの時

→商品コードをGTIN項目以外へセット(GTIN項目は必須項目のためゼロ1桁セット)

※詳細なセット方法は、「Ⅲ. アパレル商材編 2. メッセージ項目のセット方法 (1)アパレル業界で使用する項目
2)商品コード」を参照

※GTINについては、流通BMS運用ガイドライン(基本編)第1.3版「Ⅲ.メッセージ項目の解説
1.メッセージ項目解説 (参考)GTINについて」を参照。

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 1) 項目一覧

①マスタ有効日(1)	マスタ有効日			
②商品コード(6)	GTIN	POS用コード	ソースマーキング種類コード	小売社内商品コード
	小売品番	取引先品番		
③情報管理(4)	アイテム登録管理者	アイテム更新管理者	情報提供者GLN	情報受領者GLN
④商品名(2)	商品名・長	レシート名	商品カナ名・長	
⑤商品カナ名(1)				
⑥商品分類(14)	GPC(グローバル商品分類)コード	JICFSコード(標準分類)	シーズン区分	DPTコード
	ラインコード	クラスコード	サブクラス1	サブクラス2
	PBコード	分析属性1	分析属性2	分析属性3
	分析属性4	分析属性5		
⑦カラーサイズ(6)	サイズコード	サイズ名	サイズコード団体名	カラーコード
	カラー名	カラーコード団体名		
⑧商品管理情報(7)	消費税税率	消費税区分	最大発注量	販売区分
	品揃え基準	プライスカード区分	よりどりまとめ売り数	
⑨値札情報(2)	値札用途	値札台紙		
⑩棚割情報(1)	基本陳列情報			
⑪商品表示情報(1)	原産国コード			
⑫商品記述(1)	商品コメント他			
⑬価格情報(6)	売単価本体総額区分	売単価	原単価本体総額区分	原単価
	割引表示方法	割引		

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 1) 項目一覧

⑭受発注情報(26)	取引先コード	取引先GLN	データ配信先コード	出荷先コード
	出荷元名			
	発注、納品、販売場所	センター区分	初回発注店舗グループコード	
	仕入条件区分	発注方式	リピート可否区分	納品ルート
	契約数量	契約日	定番発注単位	
	定番売単価本体総額区分	定番売価	定番原単価本体総額区分	定番原価
	発注可能日	最終発注日	販売開始日	販売終了日
	初回発注日	初回納品日	初回投入数	

※アパレル商品取引では、以上の14項目グループ、78項目を使用する。

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 2) 商品コード

小売ーアパレル企業間で使用する商品マスタ「商品コード項目」は以下の通り。

- ①GTIN … 国際標準の商品コードであり、商品マスタ全体のキーコードとなる。
基本的に単品を表すコードをセットする。
(但し、GTINはさまざまな商品レベル(単品、品番、ダラー単位等)を表す場合があるため、その際の商品マスタ上へのセットは注意を要する。詳細は後述。
※前出の「GTIN」に関する説明参照)
- ②POS用コード … 商品をチェックアウトする際のPOSスキャン用の商品コードをセットする。
- ③ソースマーキング種類コード … 「②POS用コード」の種類(EANやUPC等の区別)を表すコード。右記のコードリストを使用する
- | | |
|-----|------------------|
| 004 | EAN(JAN)/UCC8桁 |
| 005 | EAN(JAN)/UCC13桁 |
| 006 | EAN/UCC14桁(GTIN) |
| 007 | ITF14桁 |
| 015 | UPC12桁 |
| 016 | UPC8桁 |
| 999 | 自社コード |
- ④小売社内商品コード … 小売企業が社内管理のために発番・管理する独自の商品コード。
基本的にはGTINと同レベルの商品を表すコードがセットされる。
また、小売側発注のキーコードとして使用される場合がある。
- ⑤小売品番 … 「④小売社内商品コード」が単品を表す場合に、同じグループ(スタイル)の商品を束ねる「品番単位」の商品コード。
- ⑥取引先品番 … アパレルメーカー側で発番・商品管理に使用する商品コード。アパレル社内品番。

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 2) 商品コード

アパレル商材において、EDI版商品マスタ交換を行う際には、キー項目である商品コード(単品コード)が下記の2つのケースが想定される。この場合いずれかを判別するためにソースマーキング種類コードを使用する。

①アパレルでソースマーキングされたコードを使用する場合 ⇒

キー項目である商品コード = GTIN (ソースマーキング種類コード ≠ 999)

項目	必須／任意	桁数	セット例
GTIN	必須	MAX14	0451234567890x
POS用コード	任意	MAX13	451234567890x
ソースマーキング種類コード	任意	3	006
小売社内商品コード	任意	MAX14	----

← GTIN(14桁)
← 小売POSで読み込むコード(この場合はJANコード13桁)
← EAN/UCC14桁を示す

②相対で事前に決められたコードを使用する場合 ⇒

キー項目である商品コード = 小売社内商品コード (ソースマーキング種類コード = 999)

項目	必須／任意	桁数	セット例
GTIN	必須	MAX14	0
POS用コード	任意	MAX13	201234560000x
ソースマーキング種類コード	任意	3	999
小売社内商品コード	任意	MAX14	1234567x

← 未使用(ゼロ1桁)
← 小売POSで読み込むコード
← 小売商品コード(擬似JAN)を表す
← 小売独自の商品コードをセット

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 2) 商品コード

③ プライスJAN、スタイルJANをキー項目として使用する場合

プライスJAN(ダラー品番)やスタイルJAN(スタイル品番)の場合でも前頁①②とキーとなる商品コードの考え方は同じ。但し、カラー、サイズに関する項目はセットできない。

項目	必須／任意	桁数	セット例
GTIN	必須	MAX14	0451234567890x
POS用コード	任意	MAX13	451234567890x
ソースマーキング種類コード	任意	3	006
小売社内商品コード	任意	MAX14	----
カラー、サイズ各項目	任意	----	----

← プライスJAN、スタイルJANを表わすGTIN

← プライスJAN、スタイルJANの場合は、複数のカラー、サイズが存在するため、項目にセットできない。

※プライスJAN(ダラー品番)やスタイルJAN(スタイル品番)については流通BMS運用ガイドライン(基本編)第1.3版「Ⅲ.メッセージ項目の解説 1.メッセージ項目解説 (参考)アパレル商材取引で使用する商品コードについて」を参照。

※上記例はGTINをキーとして使用する例だが、小売社内商品コードを使用する場合も考え方は同じ。

④ 小売品番、取引先品番のセット方法(①～③いずれの場合も併記セット可能)

項目	必須／任意	桁数	セット例
小売品番	任意	MAX14	9876543x
取引先品番	任意	MAX14	tr01234x

← 小売独自の商品コード(品番レベル)をセット

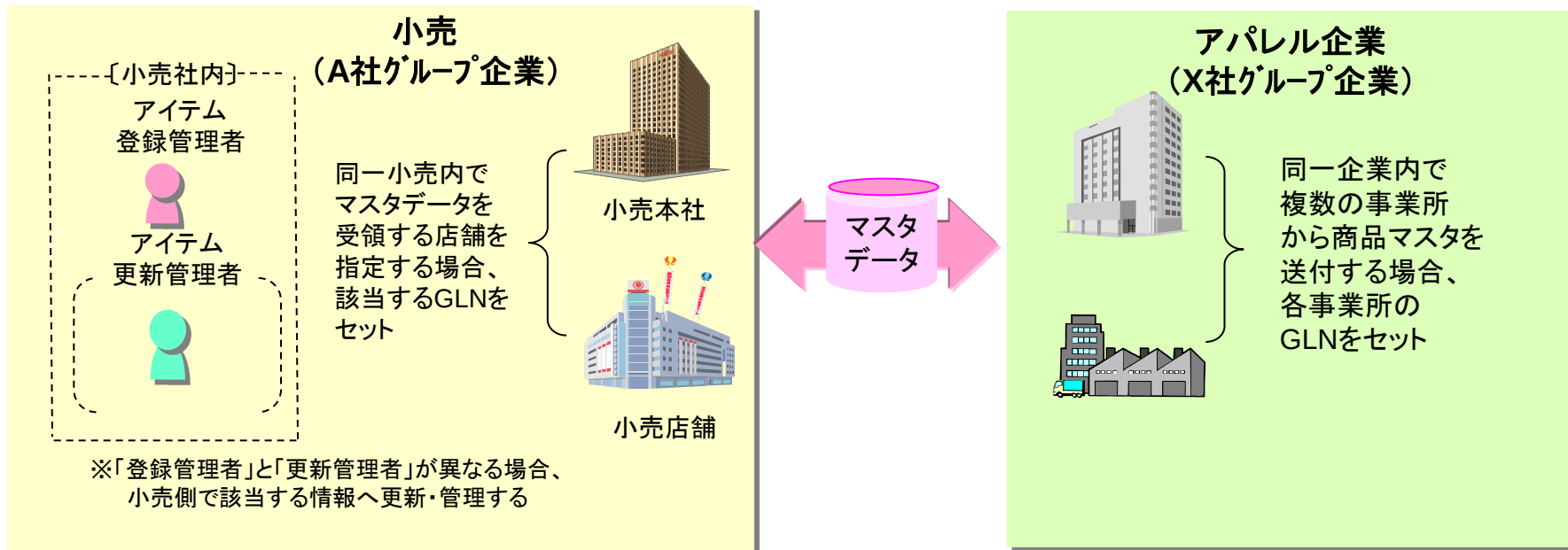
← 取引先指定の社内品番をセット

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 3) マスタ有効日、情報管理

小売—アパレル企業間で使用する商品マスタ「情報管理項目」は以下の通り。

- ①マスタ有効日 … 商品マスタを新規登録する場合や内容の更新を行う場合に、該当するマスタデータが「いつから有効(使えるよう)になるのか」を示す。
- ②アイテム登録管理者 } 小売企業側での商品マスタデータ登録・更新に関する管理責任者を示す。
- ③アイテム更新管理者 } 小売バイヤーの社員No.のケースが多い。
- ④情報提供者GLN … 商品マスタデータを送信するアパレル企業を示す。同一アパレル企業(グループ)でも複数の事業所から商品マスタを送付する場合、対応するGLNをセット。
- ⑤情報受領者GLN … 商品マスタデータを受信する小売企業を示す。同一小売企業(グループ)でも受領する店舗(企業)を指定する場合に、対応するGLNをセット。



2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル業界で使用する項目 4) 商品名、商品カナ名、カラーサイズ

1. 小売・アパレル企業間で使用する商品マスタ「商品名、商品カナ名、カラーサイズ 項目」は以下の通り。

- ①商品名・長 ②レシート名 ③商品カナ名・長
- ④サイズコード ⑤サイズ名 ⑥サイズコード団体名 ⑦カラーコード ⑧カラー名 ⑨カラーコード団体名

2. ①商品名・長のセット方法

メーカーが設定した「ブランド+商品名」、または小売と相対で決めた内容をセットする。

(例)ウイング キュットとアップパンツ、トリンプ 恋するブラ、グンゼ BODY WILD 等

3. ②レシート名(POSレシートに印字する商品名)のセトルール

・パッケージや値札などと紐付くわかりやすい名称をアパレル側でセットする。

例1)企業(ブランド名)+一般的な商品名 (トリンプ ショーツ、グンゼ U首半袖Tシャツ 等)

例2)一般的な商品名称 (裏起毛レギンス、婦人ブラウス・パンツ 等)

・小売の分類名でレシート表示する場合は、小売でセットするものとし、アパレルに小売カテゴリ名のセットを強要しない。

4. ④サイズコード ⑥サイズコード団体名 ⑦カラーコード ⑨カラーコード団体名 について

サイズコード、カラーコードについては、相対で決定する。サイズコード団体名、カラーコード団体名は、標準団体のコードを使用する場合のみ、その団体名をセットする。

5. カラーサイズの標準化について

2010年度の検討の結果、サイズコードについては標準化が困難だが、カラーについては、今後、JCC標準を使用する方向で、共同実証で課題を整理していくこととした。

現段階では標準コードではなく、相対で取り決めたコードを使用することも可能とするが、今後、メリットを追求するために、相対で変換テーブルを用意する方法ではなく、アパレル、小売双方が、標準コードの基幹システムへの実装を目指すことが望ましい(今後の課題)

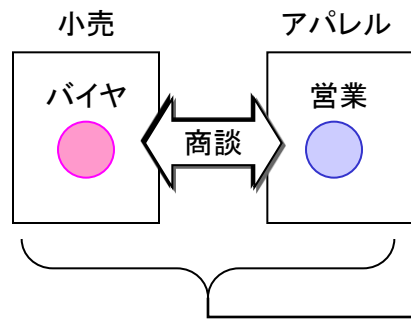
2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 5) 商品分類

商品分類項目グループは、取引対象となる商品を小売側で管理するための情報であり、各項目は小売－アパレル間の商談結果をセットする。

項目には商品进行分类する項目と商品进行分析する属性がある。

以下に各項目のセット例を示す。



※商談において小売－アパレル間で合意された内容をセットする。

項目	必須／任意	桁数	セット例
GPC(グローバル商品分類)コード	任意	MAX10	xx
JICFSコード (標準分類)	任意	MAX6	xx
シーズン区分	必須	2	04
DPTコード	任意	MAX10	111
ラインコード	任意	MAX10	236
クラスコード	任意	MAX10	1203
サブクラス1	任意	MAX10	1
サブクラス2	任意	MAX10	-----
PBコード	任意	2	01
分析属性1	任意	MAX6	〇〇 〇〇〇〇
分析属性2	任意	MAX6	-----
分析属性3	任意	MAX6	-----
分析属性4	任意	MAX6	-----
分析属性5	任意	MAX6	-----

グローバルで使用されている商品分類コード

標準/共通の商品分類コード

初夏:04をセット。
使用するコードリストは後述

流通BMSの他のメッセージの商品分類(大・中・小・細)に対応するようにセットするのが望ましい。

PBの想定のため:01をセット。
使用するコードリストは後述。

年代や性別等の分析をする区分をセット。

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 5) 商品分類

■GPC(グローバル商品分類)コード・JICFSコード(標準分類)

グローバルや標準/共通で使用されている商品分類コード

- シーズン区分は店頭取扱い時期を季節で表現し、右記のコードリストを使用する。
このコードリストは、GMS業界だけではなく百貨店業界との取引においても共通的に使用できるコードリストを目指している。
(現時点では、14・15・16のコードリストは百貨店業界では使用していない)

例 初夏 : 04

- 分類のレベルは「DPTコード」「ラインコード」「クラスコード」「サブクラス1」「サブクラス2」の5項目を使用し、「DPTコード」～「サブクラス1」の4項目は、流通BMSで使用する商品分類の「大」「中」「小」「細」に合わせた形で使用するのが望ましい。

例 DPTコード : カテゴリー

ラインコード : 売場 等

クラスコード :

サブクラス1 :

サブクラス2 :

- PBコードは、他の流通BMSとの共通性を確保するため
発注等のメッセージで使用する右記のコードリストを使用する。

PBコード : 流通BMSのPB区分

例 PB : 01

シーズン区分コードリスト

01	梅春
02	春
03	春夏
04	初夏
05	夏
06	盛夏
07	初秋
08	秋
09	秋冬
10	冬
11	春夏秋
12	通年
13	その他
14	晩夏
15	晩秋
16	秋冬春

流通BMS
PB区分コードリスト

01	PB
02	PB以外

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 5) 商品分類

■分析属性1～分析属性5

分析属性は、商品の動向分析をするために任意で設定するコードである。

セット方法は相対で決める運用とする。

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 6) 商品管理情報

小売－アパレル企業間で使用する商品マスタ「商品管理情報項目」は以下の通り。

①消費税率 …… 将来的な複数税制に対応するために商品別に商品税率をセット可。

②消費税区分 …… 取引対象となる商品にかかる消費税の取り扱いを示す情報。商談での合意に基づいてセット。セット内容には右記のコードリストを使用。

消費税区分	
1	課税
2	免税
3	非課税
4	不課税

③最大発注量 …… 小売からの発注の際の誤発注を防止する目的で使用する。
例) 小売が「10」としたいところを誤って「100」とセットし、アパレル側で対応できないケースを防止する。商談時に小売－アパレル間の相対で取り決め、両者合意のもとでセット。

④販売区分 …… 商品を販売する販売方法(プロパー、セール等)を判別するための項目。流通BMS「商品区分」と同じコードリストを使用。(右記参照)

販売区分 (流通BMS商品区分)	
01	定番
02	準特価(中目)
03	特価(チラシ)

⑤品揃え基準 …… 店舗の地域・規模等をもとに小売側が品揃えパターンを選択するために使用する項目。小売独自コードをセット。

⑥よりどりまとめ売り数 …… 小売店頭におけるまとめ売りの単位。商談において合意した肌着や靴下をまとめ売り数をセットする。

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 6) 商品管理情報

商品管理情報のセット例を以下に示す。

項目	必須／任意	桁数	セット例	
消費税税率区分	任意	MAX5	5.00	将来的に複数税制となることを想定した項目。 5%の場合「5.00」とセット
消費税区分	任意	MAX1	1	
⋮				
最大発注量	任意	MAX7	9	相対で取り決めた値をセット
⋮				
販売区分	任意	2	01	前ページのコードリストを使用。 ここではプロパー販売を想定し、 「01」をセット
⋮				
品揃え基準	任意	7	000000K	小売側が指定するコードをセット。 7桁固定のため、「0」等で桁を埋める。
⋮				
よりどりまとめ売り数	任意	3	003	「3足まとめ売り」等の場合に 使用する。3桁固定のため「0」 等で桁を埋める

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 7) 棚割情報、商品表示情報、商品記述

小売ーアパレル企業間で使用する「棚割情報項目」「商品表示情報項目」「商品記述情報項目」は以下の通り。

【棚割情報】

基本陳列情報 …… 小売側が独自に付番・管理する陳列場所コード。棚No.やフェイスNo.がセットされる。商談時に小売側とアパレル企業との間で合意された情報をセット。

【商品表示情報】

原産国コード …… 取引対象商品が「主に生産された国」を小売側が把握するために使用する。複数の国で生産された場合でも大部分を作成した代表的な国名をセット。小売側が管理する項目。一般消費者に対しては開示されないことを条件としてセット可。

【商品記述情報】

商品コメント他 …… 従来の商品マスタ登録用紙の「仕入理由」にあたり、商品のアピールポイントや特徴などを営業担当者からバイヤーに対して連絡する場合に使用。商談時に小売側とアパレル企業側との間で合意された情報をセット。

項目	必須／任意	桁数	セット例
基本陳列情報	任意	MAX10	㊦B321
原産国コード	任意	3	xxx
商品コメント他	任意	MAX250	さっぱりとした着心地。 流行の色を取入れて…

小売が指定する「棚No」等の情報をセット

「主に製品を生産した国」をセット。

商談で合意した内容をセット

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 8) 価格情報、値札情報

アパレル商品取引における原売価などの価格を表わす項目は、基本的に小売グループ内で一律の価格設定となるのが通例なので、【価格情報】内の項目を使用する。但し、店舗や販売地域別に異なる価格を設定する場合には【受発注情報】内の項目を用いて、それぞれの価格を表す。以下に、価格項目のセット例を示す。

1. 小売グループ内で一律の価格設定の場合

【商品情報】		売価・原価ともに 本体価格表示を 想定し、「1」を セット
商品コード(GTIN)	: 0491234567890x	
⋮		
【価格情報】		商談で取決めた 売単価・原単価を それぞれセット
売単価本体総額区分	: 1 (本体)	
売単価	: 3900	
原単価本体総額区分	: 1 (本体)	
原単価	: 2500	
⋮		
【受発注情報】		小売グループ内で 一律の価格設定の 場合、【受発注情報】 の価格項目は 使用しない
発注、納品、販売場所	: 49xxxxx①	
定番売価本体総額区分	: ----	
定番売価	: ----	
定番原価本体総額区分	: ----	
定番原価	: ----	

2. 店舗や販売地域別に別価格を設定する場合

【商品情報】		売価・原価ともに 本体価格表示を 想定し、「1」を セット
商品コード(GTIN)	: 0491234567890x	
⋮		
【価格情報】		価格が複数ある場合は、 「代表価格」として、 いずれかの価格をセット
売単価本体総額区分	: 1	
売単価	: 3780	
原単価本体総額区分	: 1	
原単価	: 2500	
⋮		
【受発注情報】		
発注、納品、販売場所	: 49xxxxx①	
定番売価本体総額区分	: 1	
定番売価	: 3780	
定番原価本体総額区分	: 1	
定番原価	: 2500	
⋮		
【受発注情報】		
発注、納品、販売場所	: 49xxxxx②	
定番売価本体総額区分	: 1	
定番売価	: 3900	
定番原価本体総額区分	: 1	
定番原価	: 2500	

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 8) 価格情報、値札情報

その他、店頭販売で必要とされる場合に使用する値札に関連する項目や割引販売時に使用する項目が含まれている。

小売ーアパレル企業間で使用する「価格情報項目」は以下の通り。

①値札関連情報

・・・ 小売店頭で使用する値札台紙と値札用途を示す情報。右記の流通BMS値札メッセージと同じコードリストを使用

値札用途

01	プロパー札
02	セール札(赤札)
NN	相対で取り決め

値札台紙

X00~X99	標準値札予約番号
0NN~0NN	セール札(赤札)
NN	相対で取り決め

②割引項目

・・・ 消化取引において商品を割引販売する場合の「割引の表示方法」と「割引の内容」を示す情報。右記のコードを使用

割引表示方法

1	円引
2	%OFF
3	割引

セット例を以下に示す。

項目	必須／任意	桁数	セット例
プライスカード区分	任意	2	xx
値札用途	任意	2	01
値札台紙	任意	3	xxx
割引表示方法	任意	1	2
割引	任意	4	0010

- ← 小売が指定するコードをセット
- ← プロパー札の「01」をセット
- ← 小売が指定する台紙サイズをセット
- ← 「%OFF」のため、「2」を選択
- ← 割引内容を「10%」とする際には左記のようにセット

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 9) 受発注情報

今までの項目グループが商品を説明する情報であるのに対し、【受発注情報】に属する項目は、小売⇄アパレル間の商品取引内容を示す項目となっている。そのため、取引先組織（アパレル企業）や、小売組織、取引条件、発注数量等の情報項目が含まれ、複数の取引先組織を別個に識別する必要がある場合や小売組織（使用する物流センターや店舗）が異なる場合には、ブレークする繰り返し構造となっている。但し各情報は小売－アパレル両者の合意（商談結果）に基づき、セットされるものとする。

受発注情報に属する情報項目は以下の通り。

- ①取引先組織
 - ・・・ アパレル企業を示す情報。東西別の販社や物流センターから商品を配送する場合などは、別の情報をセットし、繰り返し構造となる。以下の項目を使用する。
 - ・取引先コード
 - ・取引先GLN
 - ・データ配信先コード
 - ・出荷元コード
 - ・出荷元名
- ②小売組織
 - ・・・ 小売企業を表す情報。経由する物流センターや販売する店舗グループ（地域）が異なる場合は、繰り返し構造となり、別の情報をセットする。以下の項目を使用する。
 - ・発注、納品、販売場所
 - ・センター区分
 - ・初回発注店舗グループコード

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 9) 受発注情報

③取引条件 …… 商品の各種取引条件を表す情報。仕入条件区分にはコードリストあり。

- ・仕入れ条件区分
- ・発注方式
- ・リピート可否区分
- ・納品ルート
- ・契約数量
- ・契約日
- ・定番発注単位
- ・定番売価本体総額区分
- ・定番売価
- ・定番原価本体総額区分
- ・定番原価
- ・発注可能日
- ・最終発注日
- ・販売開始日
- ・販売終了日

【仕入条件区分コードリスト】

仕入条件区分	
01	買取国内
02	買取国外
03	委託
04	売上納品
05	製造委託
06	売仕切
07	リース
08	預かり

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 9) 受発注情報

- ④初回発注情報 …… 小売から発注先へ当該商品の発注における初回の情報を登録する(任意)。
契約数量の初回投入の目安として使用する場合もあるし、
そのまま後続の発注処理に繋げる小売もある。

使用方法については、小売と発注先の相対で取り決める。

- ・初回発注日……小売から発注先への初回発注年月日。
- ・初回納品日……小売の初回発注に対し、取引先から納品される年月日。
- ・初回投入数……小売での初回投入数。

2. メッセージ項目のセット方法

(1) アパレル商品取引で使用する項目 9) 受発注情報

受発注情報項目のセット例を以下に示す

アパレル企業を示す
コードが東西の販社
等で分かれている
場合、階層がブレイク

【対象項目：
取引先組織を表す
情報(P.32)】

・取引先コード : 522685
・取引先GLN
...
・発注、納品、販売場所 : 490000012345x
...
・仕入取引条件 : 01(買取国内)
・初回納品数量 : 75

・取引先コード : 522685
・取引先GLN
...
・発注、納品、販売場所 : 490000012346x
...
・仕入取引条件 : 01(買取国内)
・初回納品数量 : 50

・取引先コード : 522686
・取引先GLN
...
・発注、納品、販売場所 : 490000012347x
...
・仕入取引条件 : 01(買取国内)
・初回納品数量 : 35

納品する店舗や地域が異なる
場合、ブレイクする

【対象項目：小売組織を表す情報のいずれか(P.32)】

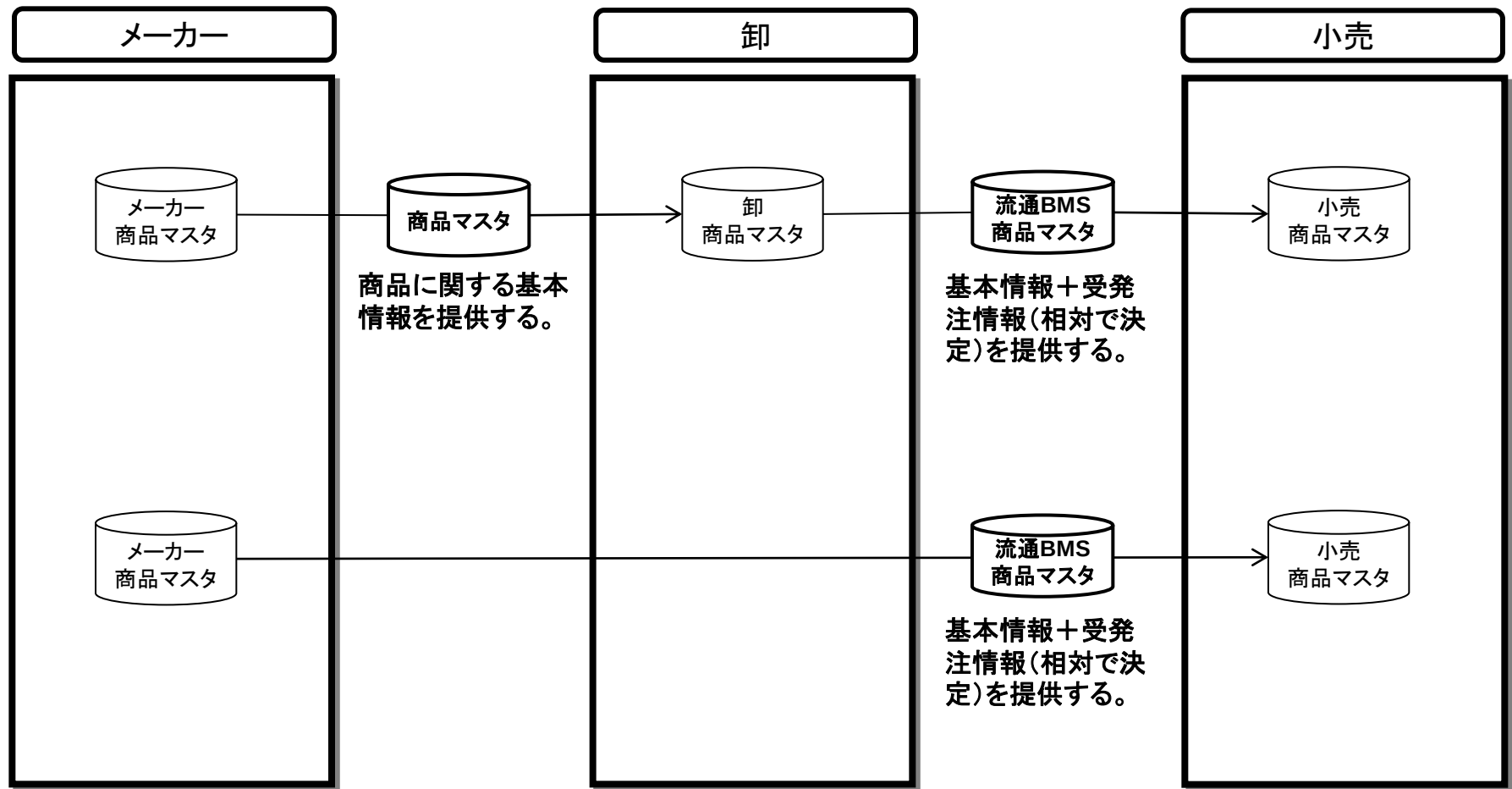
IV. グロサリ商材編

※本編は、日用品・化粧品・一般用医薬品・医薬部外品・医療機器を対象としています。

1. グロサリー商材の商品マスタ交換モデル

(1)全体図

グロサリー業界における、小売⇄卸・メーカー間の商品マスタ交換モデルは、下記に示すメーカー⇒卸⇒小売の1Wayモデルを想定している。



2. メッセージ項目のセット方法

(1) グロサリ商品取引で使用する項目

<グロサリ商材編策定の背景について>

商品マスタメッセージでは、現在236項目が定義されています。その中には、特定の業界で独自に利用する項目や、同じ項目名称であっても各業界によってその使用方法が異なるなど、その利用に注意を必要とするものが含まれています。また、定義されている項目全てについて情報をセットすることは非常な労力をともない特に資本力の小さな企業においては、普及推進の妨げとなるであろうことが懸念されています。

グロサリ商材編では、これらの課題を解決し流通BMSの更なる発展と普及を推進する観点から、全ての項目に再度検討を加え、日用品・化粧品・一般用医薬品・医薬部外品・医療機器の商取引において最低限必要とされるであろう70項目及び受発注情報に関わる項目を選定するとともに、特に必要と思われる項目には解説を付すことで、これから標準の採用を検討する企業の皆様の一助となすことを企図しました。

<グロサリ商材編の項目選定基準について>

上述の観点から以下の2点を選定の基準として採用しました。

1. 必要最小限度の項目に絞ること
2. 曖昧な項目については解説を付すこと

※取引に応じて必要とする項目の利用を排除するものではありません。

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリ商品取引で使用する項目 1) 項目一覧

①マスタ有効日(1)	マスタ有効日			
②商品コード(4)	GTIN	POS用コード	ソースマーキング種類コード	以前のGTIN
③情報管理(4)	情報提供者GLN	情報受領者GLN	メーカーコード (代表メーカーコード)	メーカー名 (正式メーカー名)
④商品名(14)	メーカー正式商品名	商品名・長	商品名・短	商品名・内容量名
⑤商品カナ名(9)	商品名・規格単位名	内訳商品規格	内訳商品規格単位	内訳入数
	内訳入数単位	商品名・短縮メーカー名	ブランド名(漢字)	サブブランド名(漢字)
	商品名(漢字)	レシート名	商品カナ名・長	商品カナ名・短
	商品カナ名・内容量名	商品カナ名・規格単位名	内訳商品規格(カナ)	内訳商品規格単位(カナ)
	内訳入数(カナ)	内訳入数単位(カナ)	商品カナ名・短縮メーカー名	
⑥商品分類(1)	JICFSコード(標準分類)			
⑦商品形状(7)	内容量	内容量単位コード	ユニット容量	ユニット単位コード
	商品サイズ<高さ>	商品サイズ<幅>	商品サイズ<奥行>	
⑧商品管理情報(4)	消費税税率	消費税区分	贈答区分	定貫/不定貫フラグ
⑨情報公開(2)	情報公開可能日(一斉公開日)	メーカー発売日		
⑩品質管理情報(日雑)(2)	取り扱い注意(危険物等)区分	法定管理義務商材区分		
⑪温度帯情報(1)	保存時温度帯区分			
⑫物流情報(7)	PTIH(商品階層)	最下位層GTIN	最下位層GTIN入数	次下位層GTIN
	次下位層アイテム数 →次下位層GTIN入数	パレット段数	ハイ組 (パレット面ケース数)	
⑬商品記述(3)	商品特徴(フル)	商品特徴(概要)	商品特徴(短)	
⑭一般医薬品独自情報(8)	一般用医薬品区分	一般用医薬品販売名	一般用医薬品販売名カナ	成分・分量
	効能又は効果	用法及び用量	してはいけないこと	相談すること
⑮価格情報(3)	希望小売価格区分	メーカー希望小売価格本体総額区分	メーカー希望小売価格	

※以上の15項目グループ、70項目を最低限必要とされるものとし、受発注情報項目グループについては相対で使用する項目を決定する。

項目選択の前提条件:①新規登録を想定する。②卸・メーカー⇒小売の1Way。③多くの場合で使用される項目。

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリ商品取引で使用する項目 2) 商品コード

小売一卸・メーカー間で使用する商品マスタ「商品コード項目」は以下の通り。

①GTIN

- ・・・ 国際標準の商品コードであり、商品マスタ全体のキーコードとなる。
商品マスタは各荷姿のデータが存在し、GTINも各々に付番されている。
※GTINについては、流通BMS運用ガイドライン(基本編)第1.3版
「Ⅲ. メッセージ項目の解説 1. メッセージ項目解説
(参考)GTINについて」を参照。

②POS用コード

- ・・・ 商品をチェックアウトする際のPOSスキャン用の商品コードをセットする。

③ソースマーキング種類コード

- ・・・ POSスキャン用商品コードの種類
(EANやUPC等の区別)を表すコード。
右記のコードリストから選択する。

ソースマーキング種類コード	
004	EAN(JAN)/UCC8桁
005	EAN(JAN)/UCC13桁
006	EAN/UCC14桁(GTIN)
007	ITF14桁
015	UPC12桁
016	UPC8桁
999	自社コード

④以前のGTIN

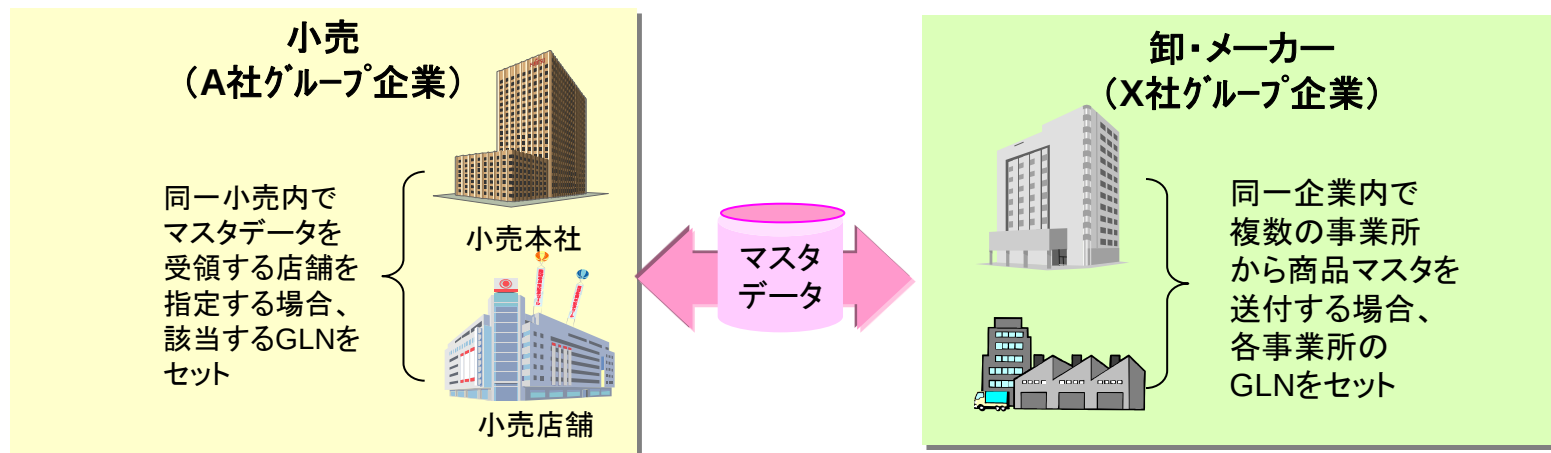
- ・・・ リニューアル前のGTINをセットする。

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリー商品取引で使用する項目 3) マスタ有効日、情報管理

小売・卸・メーカー間で使用する商品マスタ「情報管理項目」は以下の通り。

- ①マスタ有効日 … 該当するマスタデータが「いつから有効(使えるよう)になるのか」を示す。
情報公開可能日(一斉公開日)、と同じ日をセットする。
- ②情報提供者GLN … 商品マスタデータを送信する卸・メーカーを示す。同一卸・メーカー(グループ)でも複数の事業所から商品マスタを送付する場合、対応するGLNをセットする。
- ③情報受領者GLN … 商品マスタデータを受信する小売企業を示す。同一小売企業(グループ)でも受領する店舗(企業)を指定する場合に、対応するGLNをセットする。



- ④メーカーコード(代表メーカーコード) … メーカー企業のGLNをセットする。
- ⑤メーカー名(正式メーカー名) … メーカーコードにセットしたGLNで申請されている企業名称をセットする。

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリ商品取引で使用する項目 4) 商品名、商品カナ名

項目名	メッセージ 項目番号	意味説明
メーカー正式商品名	61	商品パッケージ記載内容と同一の商品名。(全角60文字以内) [短縮メーカー名]+[ブランド名]+商品名+[容器説明]+内訳商品内容量+[×内訳商品入数]
商品名・長	62	メーカー正式商品名を編集した商品名。(全角25文字以内) [短縮メーカー名またはブランド名]+商品名+[容器説明]+内訳商品内容量+[×内訳商品入数]
商品カナ名・長	81	同上(半角25文字以内)
商品名・短	63	短縮編集した商品名。(全角14文字以内) [ブランド名]+商品名+[容器説明]
商品カナ名・短	82	同上(半角14文字以内)
商品名ー内容量名	64	内容量または入り数の数量表記。単位が1のものは不要。(全角4文字以内)
商品カナ名ー内容量名	83	同上(半角4文字以内)
商品名ー規格単位名	65	内容量または入り数の単位名称。単位が1のものは不要。(全角4文字以内)
商品カナ名ー規格単位名	84	同上(半角4文字以内) アルファベット表記の単位は小文字で登録(例:ml)

- ※1 [] … 商品名の意味説明で[]でくられた部分は、必要な商品のみ登録する。
- ※2 容器説明 … 例) ポンプ、パウチ、缶など。
- ※3 内訳商品内容量 … 「内訳商品内容量」は基本的に、「内訳商品規格」+「内訳商品規格単位」となる。
例) 900ml、500g、3個、など。単位がアルファベットの場合は小文字
- ※4 ×内訳商品入数 … 「内訳商品入数」は「内訳入数」+「内訳入数単位」
例) 90gの石鹸が3個の場合は、「内訳商品内容量」と合わせると「90g×3個」
- ※5 内容量名+規格単位名 例) 900mlの場合、内容量名「900」+規格単位名「ml」

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリ商品取引で使用する項目 4) 商品名、商品カナ名

項目名	メッセージ 項目番号	意味説明
内訳商品規格	66	その階層における内訳商品の規格。(全角6文字以内)
内訳商品規格(カナ)	85	同上(半角6文字以内)
内訳商品規格単位	67	その階層における内訳商品の規格単位。(全角2文字以内)
内訳商品規格単位(カナ)	86	同上(半角2文字以内)
内訳入数	68	その階層における内訳商品の入数。(全角6文字以内)
内訳入数(カナ)	87	同上(半角6文字以内)
内訳入数単位	69	その階層における内訳商品の入数単位。(全角2文字以内)
内訳入数単位(カナ)	88	同上(半角2文字以内)
商品名ー短縮メーカー名	70	短縮したメーカー名。(全角5文字以内)
商品カナ名ー短縮メーカー名	89	同上(半角5文字以内)
ブランド名(漢字)	71	メーカーが管理している、ブランド名(全角20文字以内)
サブブランド名(漢字)	72	メーカーが管理している、ブランド名(全角20文字以内)
商品名(漢字)	73	メーカー名・ブランド名・容量を除いた商品名。メーカー正式商品名(全角50文字以内)
レシート名	74	POSレシートに印字する商品名(全角9文字以内)

※1 最下位層の商品の場合は、「内訳商品規格」と「商品名ー内容量名」、「内訳商品規格単位」と「商品名ー規格単位名」は同じになる。

※2 最下位層の商品でない場合は、次下位層の商品の「商品名ー内容量名」「商品名ー規格単位名」を「内訳商品規格」「内訳商品規格単位」にセットし、「内訳入数」をセットする。

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリ商品取引で使用する項目 4) 商品名・商品カナ名

具体例:「ドリンク剤 100ml」という商品の単品がある場合

- A 単品登録の場合
- B 単品が10本入った商品を登録する場合
- C Bが5箱入った外箱を登録する場合
- D Aが50本入った外箱を登録する場合

	A 単品	B 10本入り	C 10本入りが5箱 入ったケース	D 単品がバラで 50本入ったケース
商品名－内容量名	100	10	5	50
商品名－規格単位名	ml	本	箱	本
内訳商品規格	100	100	10	100
内訳商品規格単位	ml	ml	本	ml
内訳入数	1	10	5	50
内訳入数単位	本	本	箱	本
PTIH(商品階層)	Base_Unit_Or_Each	Pack	Case	Case
商品のイメージ				

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリ商品取引で使用する項目 4) 商品名・商品カナ名

【注意事項】

- ・各項目の間にスペース登録を行う。
- ・桁数オーバーになる場合は、意味が分かる範囲で【編集ルール】に基づき、省略あるいは略語を使用する。

【カナ名称の共通ルール】

- ・英語小文字、カタカナ小文字は使用しない。
※大文字に直してセットする。 ml → ML 、 キュ → キュ
- ・濁点(゛)、半濁点(゜)は一文字としてカウントする。

【編集ルール】

桁数オーバー時の商品名を編集するときの編集優先順位

- ①項目間のスペースの省略
- ②容器説明の省略
- ③短縮メーカー名の省略
- ④商品名の説明不要語句の省略
- ⑤商品名の略語可能な語句の略式編集

【禁則文字】

禁則文字に関しては、「導入ガイドライン(システム編)」を参照。

「導入ガイドライン(システム編)」

2. EDIシステムの構築

2.7 構築時の留意事項

(2) 禁則文字について

2. メッセージ項目のセット方法

(1) グロサリ商品取引で使用する項目 5) 商品分類

① JICFSコード

- ・流通システム開発センターが管理・運営する国内標準分類コード。コードリストを参照し、該当する6桁のコードをセットする。

(例) 歯ブラシ → 212103

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリ商品取引で使用する項目 6) 商品形状

以下1～4の項目はユニットプライス計算に使用する項目です。

①内容量

- ・商品本体の容量(値)。
- ・容器分は含まない。
- ・入数がある場合は容量と入数の積をセットする。
- ・容量は「g」などの重さで登録される場合や、「ml」などの容量で登録される場合がある。商品やカテゴリーの現状に準じてセットする。
- ・店頭販売を行う階層以外での登録は不要。

②内容量単位コード

- ・商品内容量の単位を表すコード
- ・右記コードリストから該当するコードを選択する。

③ユニット容量

- ・ユニット計算に使う容量(値)。ユニットプライス計算が必要なものは必須。

④ユニット単位コード

- ・ユニット計算に使う単位を表すコード。ユニットプライス計算が必要なものは必須。
- ・右記コードリストから該当するコードを選択する。

内容量単位コード ユニット単位コード	
ME	ミリグラム(mg)
GR	グラム(g)
KG	キログラム(kg)
TN	トン(t)
OZ	オンス
LB	パウンド
CC	シーシー
ML	ミリリットル(ml)
LT	リットル(l)
MR	メートル(m)
SH	枚(sheet)
ST	組(set)
99	その他(記載不可商品)

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリ商品取引で使用する項目 6) 商品形状

●ユニット容量、ユニット単位コードの設定について

- ・東京都条例によって定められている商品(下記)に関しては登録が必要です。
- ・例えば合成洗剤(洗たく用)の場合はユニット容量”100”、ユニット単位コード”GR” と設定します。

●ユニットプライスの計算

(例)合成洗たく洗剤 中 450gが小売価格 225円で販売されている場合

$$\rightarrow 225\text{円} \times (100\text{g} \div 450\text{g}) = 50\text{円}$$

メーカー正式商品名	合成洗たく洗剤 中 450g
内容量	450
ユニット容量	100
ユニット単位コード	GR
小売単価(想定)	225円
ユニットプライス	50円

商品		単位
日用雑貨品 (17品目)	合成洗剤(洗たく用)、粉末石けん、のり(洗たく用)、クレンザー	100g
	ねりはみがき、ハンドクリーム	10g
	繊維用柔軟剤(仕上げ剤)、漂白剤、身体用液状洗剤(主として洗髪又は洗顔を目的とするものを除く)	100g
	合成洗剤(台所用及び住居用)、シャンプー、ヘアリンス	10ml
	ティッシュペーパー(単位:2枚重ねのティッシュペーパーは、2枚を1組として10組)	10枚
	生理用ナプキン、紙おむつ(紙その他の合成素材より成る使い捨ておむつ)	1枚
	トイレットペーパー	10m
	ラップ(食品包装用ラップフィルムに限る)、アルミホイル	1m

出典)「消費生活条例と私たち」平成19年版

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリ商品取引で使用する項目 6) 商品形状

⑤商品サイズ<高さ> ... 商品を正面から見た際の「高さ」をセットする。

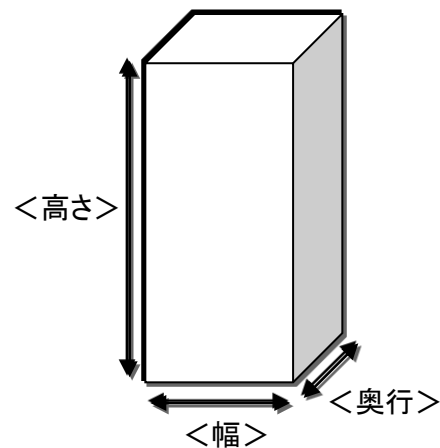
【単位はmm】

⑥商品サイズ<幅> ... 商品を正面から見た際の「幅」をセットする。

【単位はmm】

⑦商品サイズ<奥行> ... 商品を正面から見た際の「奥行」をセットする。

【単位はmm】



2. メッセージ項目のセット方法

(1) グロサリ商品取引で使用する項目 7) 商品管理情報

①消費税税率 …… 消費税の税率%単位で、小数点以下2桁まで入れる。

●消費税区分が課税は必須

例: 5%の場合、5.00

②消費税区分 …… 商品の消費税区分を下のコードリストから選択する。

消費税区分		
1	課税	消費税課税対象
2	免税	輸出取引や国際輸送など
3	非課税	土地、有価証券、商品券などの譲渡 預貯金の利子や社会保険医療など
4	不課税	国外での取引、寄付、出資に対する配当など

③贈答区分 …… メーカーがギフトとして取り扱う商品の場合は“1”(true)をセットする。

④定貫／不定貫フラグ …… 定貫商品の場合は“1”(true)を、不定貫商品の場合は“0”(false)をセットする。

●不定貫商品 同一の商品であっても、個々のパッケージ毎に重量が異なるため「1個＝〇kg」と決められない、重量差のある商品

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリ商品取引で使用する項目 8) 情報公開

①情報公開可能日(一斉公開日)

・・・ メーカーが流通向けに公開を許可する年月日をセットする。

●通常は発表日

例: 2012年3月16日発表の場合、20120316

②メーカー発売日

・・・ 店頭での発売開始日をセットする。

個別の取引においての出荷可能日・発注可能日・販売開始日などは、
受発注情報の項目で指定する。

●定めのない場合は登録しなくてもよい

例: 2012年4月1日発売開始の場合、20120401

2. メッセージ項目のセット方法

(1) グロサリ商品取引で使用する項目 9) 品質管理情報(日雑)

① 取り扱い注意(危険物等)区分

・・・ 高圧ガス保安法、消防法及び危険物の規制に関する政令に定める取扱に注意を要する商品の場合は“1”(true)を、そうでない商品の場合は“0”(false)をセットする。

② 法定管理義務商材区分

・・・ 当該商品が、法定管理の必要な項目かどうか、またその種類を表す区分。右記のコードリストから選択する。

法定管理義務商材区分	
00	未使用
01	農薬区分
02	毒物区分
03	劇物区分
04	毒薬区分
05	劇薬区分
06	毒劇物区分
07	高度管理医療機器区分
08	農薬＋毒物区分
09	農薬＋劇物区分
10	農薬＋毒薬区分
11	農薬＋劇薬区分

2. メッセージ項目のセット方法

(1) グロサリ商品取引で使用する項目 10) 温度帯情報

- ① 保存時温度帯区分 …… 保存時の温度帯区分を右記コードリストから選択する。
● 保存時最高温度、最低温度を登録する場合は必須

温度帯区分	
1	常温
2	チルド
3	冷蔵
4	冷凍
5	超冷凍
6	冷暗所

2. メッセージ項目のセット方法

(1) グロサリ商品取引で使用する項目 11) 物流情報

①PTIH(商品階層) … GTINに対する荷姿をあらわすには下表の値(半角)を使用できる。

(GS1 XML Business Message Standards version 3.0のコードリスト「TradeItemUnitDescriptorCode」を参考に作成。)

商品階層	
値(半角)	荷姿
BASE_UNIT_OR_EACH	単品/個装※
PACK_OR_INNER_PACK	内箱/内装※
CASE	外箱/外装※
PALLET	パレット

※ 荷姿をあらわす状態をいう。
適切な材料でよい。

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリ商品取引で使用する項目 11) 物流情報

- ②最下位層GTIN ... 単品GTINをセットする。
※単品の場合はセットしない。
- ③最下位層GTIN入数 ... 最下位層GTINの単品入数(内箱、外箱の単品入数)をセットする。
※単品の場合はセットしない。
- ④次下位層GTIN ... 次の階層(外箱を基準に内箱→単品の順)のGTINをセットする。
※単品の場合はセットしない。
- ⑤次下位層アイテム数
→次下位層GTIN入数 ... 次下位層GTINの入数をセットする。
外箱の場合は内箱入数または単品入数を、内箱の場合は単品入数をセットする。
※単品の場合はセットしない。



単品



内箱
(4本入)



外箱a(内箱あり)
(12本入: 4 X 3)



外箱b(内箱なし)
(12本入)

最下位層GTIN入数
次下位層GTIN入数

4
4

12
3

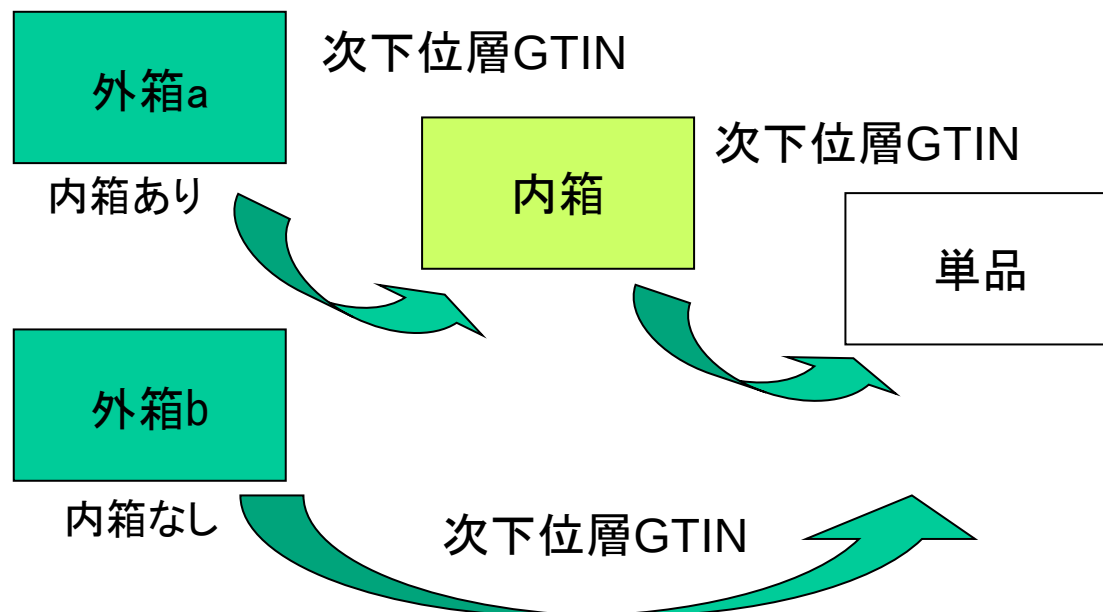
12
12

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリ商品取引で使用する項目 11) 物流情報

商品マスタメッセージの階層構造概要

次下位層GTINの説明(外箱から単品までの階層をたどることができる)



最下位層GTINの説明(単品から内箱、外箱を紐付けることができる)



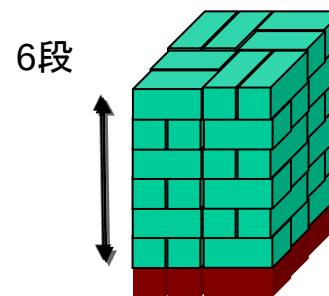
2. メッセージ項目のセット方法

(1) グロサリー商品取引で使用する項目 11) 物流情報

⑥ パレット段数

・・・ メーカーからの納品時、1パレットに積み上げる段数をセットする。

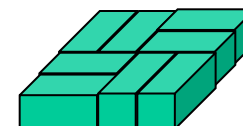
例：6段の場合、6



⑦ ハイ組（パレット面ケース数）

・・・ メーカーからの納品時、1パレットの1段あたりの外箱個数をセットする。

例：8箱の場合、8



2. メッセージ項目のセット方法

(1) グロサリー商品取引で使用する項目 12) 商品記述

主に消費者向けの商品情報を記述する。

- ①商品特徴(フル) … 商品コンセプト、商品キャッチコピー、メインターゲット、用途、成分、取扱方法、注意事項などをセット。(全角500文字以内)
- ②商品特徴(概要) … 商品特徴(フル)の概要版。(全角50文字以内)
- ③商品特徴(短) … 消費者向けの商品キャッチコピー。(全角25文字以内)

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリ商品取引で使用する項目 13) 一般用医薬品独自情報

一般用医薬品の場合に登録する。一般用医薬品以外の商品では使用しません。
説明文書情報として使用することを前提とし、他の用途への使用は想定していない。

① 一般用医薬品区分

一般用医薬品のリスク区分を記述する。右コードリストから選択する。

一般用医薬品区分	
10	第一類医薬品
20	第二類医薬品
21	指定第二類医薬品
30	第三類医薬品

② 一般用医薬品販売名

厚生労働省に登録した「販売名」に基づいて記述する。(全角60文字以内)

③ 一般用医薬品販売名カナ

「一般用医薬品販売名」の読み仮名をカタカナで記述する。(全角120文字以内)

④ 成分・分量

当該一般用医薬品に含まれる成分と各成分の分量、その他、関連事項を記述する。(全角2500文字以内)

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリ商品取引で使用する項目 13) 一般用医薬品独自情報

⑤ 効能又は効果

当該一般用医薬品の効能又は効果、その他、関連事項を記述する。(全角2500文字以内)

⑥ 用法及び用量

当該一般用医薬品の用法及び用量、その他、関連事項を記述する。(全角2500文字以内)

⑦ してはいけないこと

当該一般用医薬品に関する「してはいけないこと」を記述する。(全角3000文字以内)

⑧ 相談すること

当該一般用医薬品に関する「相談すること」を記述する。(全角3000文字以内)

2. メッセージ項目のセット方法

(1) グロサリ商品取引で使用する項目 14) 価格情報

価格情報のうち、ここでは希望小売価格に関連する項目を規定する。

- ① 希望小売価格区分 …… 下記の項目にセットする価格の区分を表す。
右記コードリストから選択する。

希望小売価格区分	
00	オープン価格
01	メーカー希望小売価格

- ② メーカー希望小売価格本体総額区分
…… 希望小売価格の消費税の扱いを表す。
右記コードリストから選択する。

メーカー希望小売価格本体総額区分	
1	総額
2	本体

- ③ メーカー希望小売価格 …… 希望小売価格。(9桁＋小数点以下2桁)

2. メッセージ項目のセット方法

(1)グロサリ商品取引で使用する項目 15) 受発注情報

今までの項目グループが商品を説明する情報であるのに対し、【受発注情報】に属する項目は、小売⇄卸・メーカー間の商品取引内容を示す項目となっている。そのため、取引先組織や、小売組織、取引条件等の情報項目が含まれ、複数の取引先組織を別個に識別する必要がある場合や小売組織(使用する物流センターや店舗)が異なる場合には、ブレイクする繰り返し構造となっている。但し各情報は小売・卸・メーカー両者の合意(商談結果)に基づき、セットされるものとする。

※使用する項目については、小売～卸・メーカーの相対で相談し決定するものとする。

以下は、受発注情報の構造説明。

卸・メーカー企業を示すコードが東西の販社等で分かれている場合、階層がブレイクする。

・取引先コード : 522685
・取引先GLN
...
・発注、納品、販売場所 : 490000012345x
...
・定番原価 : 120

・取引先コード : 522685
・取引先GLN
...
・発注、納品、販売場所 : 490000012346x
...
・定番原価 : 118

・取引先コード : 522686
・取引先GLN
...
・発注、納品、販売場所 : 490000012347x
...
・定番原価 : 120

納品する店舗や地域が異なる場合、ブレイクする。

(参考1)項目対比

(参考1) 項目対比

流通BMS発注メッセージとの項目対比

商品マスタメッセージと他の流通BMSメッセージの対応関係について、ここでは発注メッセージを例に示す。

商品マスタメッセージ				発注メッセージ				備考
メッセージ 項目 番号	項目名	タイプ	桁数	メッセージ 項目 番号	項目名	タイプ	桁数	
31	GTIN	数字	max14	72	商品コード(GTIN)	数字	max14	数字で登録
33	ソースマーキング種類コード	数字	3	75	商品コード区分	数字	3	コードリストは共通
35	小売社内商品コード	文字	max14	73	商品コード(発注用)	数字	max14	数字で登録
37	取引先品番	文字	max14	74	商品コード(取引先)	英数	max14	英数で登録
62	商品名・長	文字	max25	77	商品名	文字	max25	
81	商品カナ名・長	文字 (半角カナ)	max25	78	商品名カナ	文字 (半角カナ)	max25	
108	DPTコード	文字	max10	87	商品分類(大)	英数	max10	このように一致することが望ましいが、必ずしも一致しない
109	ラインコード	文字	max10	88	商品分類(中)	英数	max10	
110	クラスコード	文字	max10	89	商品分類(小)	英数	max10	
111	サブクラス1	文字	max10	90	商品分類(細)	英数	max10	
113	PBコード	数字	2	181	PB区分	数字	2	コードリストは共通
141	サイズコード	文字	max20	82	サイズコード	英数	max10	英数10桁以内で登録
142	サイズ名	文字	max20	85	サイズ名称	文字	max30	20桁以内で登録
144	カラーコード	文字	max20	81	カラーコード	英数	max10	英数10桁以内で登録
145	カラー名	文字	max20	83	カラー名称	文字	max20	

(参考1) 項目対比

流通BMS発注メッセージとの項目対比

商品マスタメッセージ				発注メッセージ				備考
メッセージ 項目 番号	項目名	タイプ	桁数	メッセージ 項目 番号	項目名	タイプ	桁数	
151	消費税税率	数字 (小数点以下2桁)	max5	202	税率	数字 (小数点以下1桁)	3	例)5%の場合 商品マスタ->5.00 発注->5.0
160	販売区分	数字	2	171	商品区分	数字	2	コードリストは共通
163	定貫／不定貫フラグ	数字	1	334	不定貫区分	数字	2	
182	法定管理義務商材区分	数字	2	337	法定管理義務商材区分	数字	2	コードリストは共通
227	保存時温度帯区分	文字	1	182	配送温度区分	数字	2	配送温度区分には冷暗所が無い
337	売単価	数字 (小数点以下2桁)	max11	134	売単価	数字	max10	10桁以内で登録
379	定番売価							
339	原単価	数字 (小数点以下2桁)	max11	131	原単価	数値 (小数点以下2桁)	max10	10桁以内で登録
383	定番原価							
351	取引先コード	文字	max6	55	取引先コード	数字	max13	数字で登録
352	取引先GLN	数字	max13	56	取引先GLN	数字	max13	数字で登録
353	データ配信先コード	英数	max13	59	枝番	英数	max2	英数2桁以内で登録
354	出荷元コード	英数	max13	60	出荷先コード	英数	max4	英数4桁以内で登録
356	発注、納品、販売場所	数字	max13	28	直接納品先GLN	数字	max13	数字で登録
				32	最終納品先GLN	数字	max13	
375	定番発注単位	数字	max5	152	発注単位	数字	max4	4桁以内で登録

(参考1) 項目対比

流通BMS発注メッセージとの項目対比

発注メッセージの税区分は、消費税の区分(込み、抜き、非課税など)。商品マスタ上の消費税区分は、課税の有無(課税、免税、非課税、不課税)を表す区分であり、本体総額区分で込み・抜き(総額、本体)は表される。

商品マスタメッセージ						発注メッセージ					
メッセージ 項目 番号	項目名	タイプ	桁数	コード	意味	メッセージ 項目 番号	項目名	タイプ	桁数	コード	意味
152	消費税区分	文字	1	1	課税	201	税区分	数字	2	00	無指定
				2	免税					01	原価内税
				3	非課税					02	原価外税内税
				4	不課税					03	非課税
336	売単価本体総額区分	数字	1	1	総額					04	不課税
				2	本体					05	原価外税外税
338	原単価本体総額区分	数字	1	1	総額						
				2	本体						
378	定番売価本体総額区分	数字	1	1	総額						
				2	本体						
382	定番原価本体総額区分	数字	1	1	総額						
				2	本体						

(参考2)メッセージ構造

①SBDH

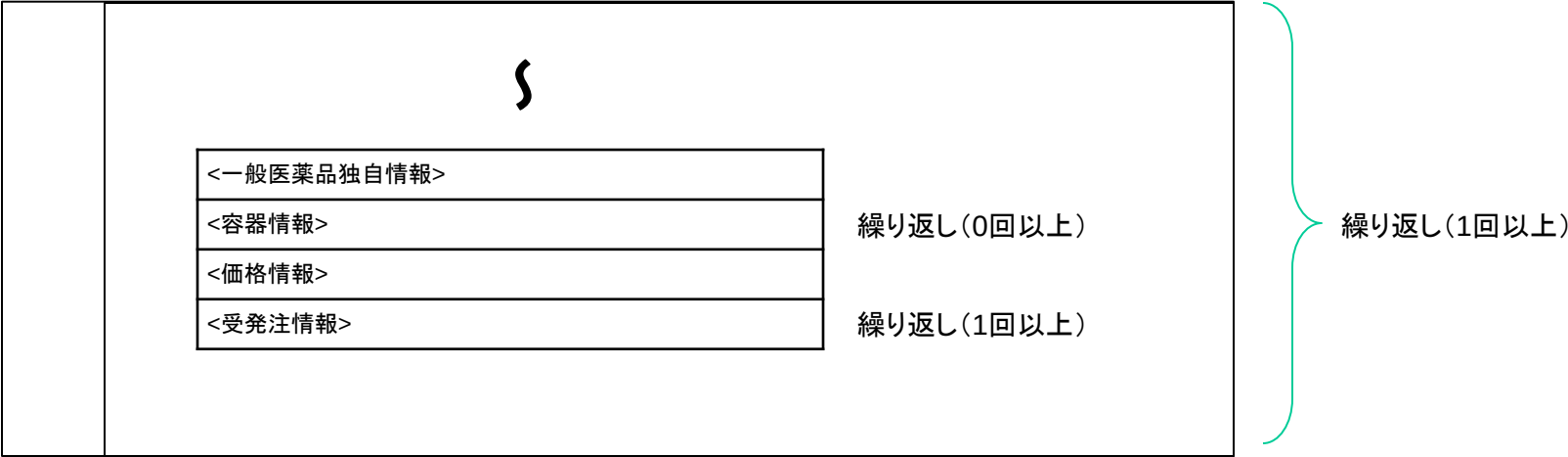
②メッセージ情報 11.メッセージ識別ID、12.送信者ステーションアドレス、13.最終受信者ステーションアドレス、
14.直接受信者ステーションアドレス、15.取引数

③商品マスタ情報

<商品コード>
<情報管理>
<商品名>
<商品カナ名>
<商品分類>
<商品形状>
<カラーサイズ>
<商品管理情報>
<情報公開>
<品質管理情報(日雑)>
<品質管理情報(食品)>
<値札情報>
<温度帯情報>
<棚割情報>
<商品表示情報>
<物流情報>
<商品記述>
<酒類独自情報>

§

繰り返し(1回以上)



商品マスタメッセージで、ある商品のマスタ情報に2つの<容器情報>がある場合の形式

①SBDH										
②メッセージ情報										
③商品マスタ情報										
<table border="1"> <tr><td><商品コード></td></tr> <tr><td><情報管理></td></tr> <tr><td><商品名></td></tr> <tr><td>...</td></tr> <tr><td><一般医薬品独自情報></td></tr> <tr> <td> <容器情報> 容器形態コード 容器素材の区分 容器素材重量 容器素材重量単位コード </td> </tr> <tr> <td> <容器情報> 容器形態コード 容器素材の区分 容器素材重量 容器素材重量単位コード </td> </tr> <tr><td><価格情報></td></tr> <tr><td><受発注情報></td></tr> </table>	<商品コード>	<情報管理>	<商品名>	...	<一般医薬品独自情報>	<容器情報> 容器形態コード 容器素材の区分 容器素材重量 容器素材重量単位コード	<容器情報> 容器形態コード 容器素材の区分 容器素材重量 容器素材重量単位コード	<価格情報>	<受発注情報>	2つの容器情報が 繰り返し現れる
<商品コード>										
<情報管理>										
<商品名>										
...										
<一般医薬品独自情報>										
<容器情報> 容器形態コード 容器素材の区分 容器素材重量 容器素材重量単位コード										
<容器情報> 容器形態コード 容器素材の区分 容器素材重量 容器素材重量単位コード										
<価格情報>										
<受発注情報>										

商品マスタメッセージで、ある商品のマスタ情報に2つの<受発注情報>がある場合の形式

①SBDH

②メッセージ情報 11.メッセージ識別ID、12.送信者ステーションアドレス、13.最終受信者ステーションアドレス、
14.直接受信者ステーションアドレス、15.取引数

③商品マスタ情報

<商品コード>
<情報管理>
<商品名>
...
<価格情報>
<受発注情報> 取引先コード 取引先GLN データ配信先コード ... 販売開始日 販売終了日
<受発注情報> 取引先コード 取引先GLN データ配信先コード ... 販売開始日 販売終了日

2つの受発注情報が
繰り返し現れる

