

# 標準外利用の事例と 標準仕様に沿った使い方のガイド

2013年3月1日

# 当資料の内容について

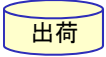
当資料は、流通ビジネスメッセージ標準(流通BMS)の仕様に沿っていない使い方について事例を示し、仕様に沿った使い方をするためにはどのようにすべきであったかを「標準仕様に沿った使い方」として例示しているものです。

「標準仕様に沿った使い方」に挙げた方法は、正しい使い方の一例であって、この使い方限定するものではありません。考え方の参考としてください。

流通BMSで定めた仕様に沿った使い方をしていただくことで、相対企業の間で流通BMS採用による効果が最大となるよう、ご協力お願いいたします。

# 凡例

---

- 【発注】 ⇒ 発注メッセージ
- [自由使用欄](231) ⇒ メッセージ項目番号231の、メッセージ項目名「自由使用欄」
- ★ ⇒ 標準外となった原因
-  ⇒ 出荷メッセージ

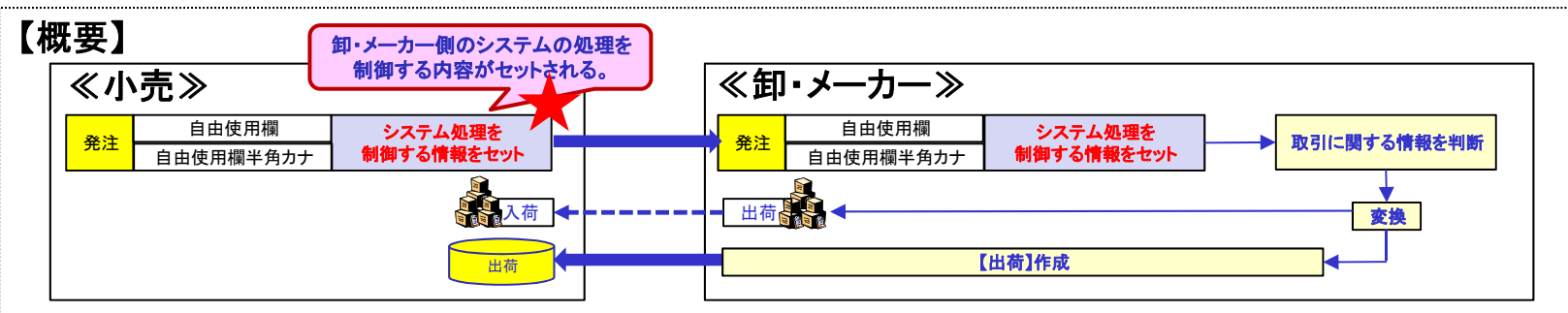
# 1. [自由使用欄](231)[自由使用欄半角カナ](232) [ラベル自由使用欄半角カナ](234)の使い方

## (1) 事例

[自由使用欄](231)[自由使用欄半角カナ](232) [ラベル自由使用欄半角カナ](234)にシステムの処理を制御する内容がセットされており、卸・メーカーではこれらの項目により処理を制御しなくてはならず、標準仕様で定められている以外の個別対応が必要となる。

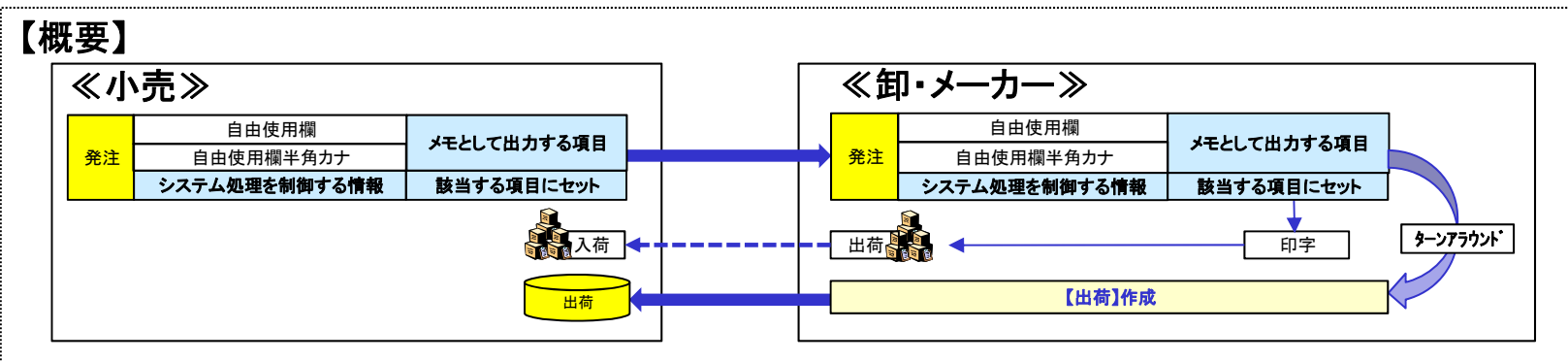
内容例:

「納品ルート区分」「発注者の注文番号」「特売区分」「納品口数(総小口数、ケース口数、バラ詰合せ口数)」など・・・



## (2) 標準仕様に沿った使い方

[自由使用欄](231)[自由使用欄半角カナ](232) [ラベル自由使用欄半角カナ](234)にセットする内容は、配達番号・配達日・売日など相手に伝える情報、そのままメモとして出力する情報、そのまま印字する情報に限定される。



※事例は、次頁に記載

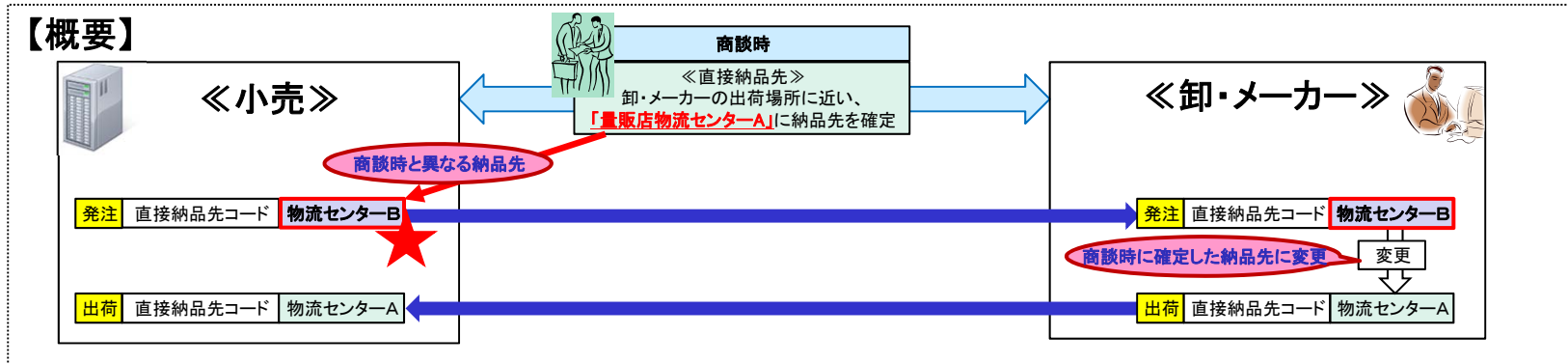
## 代表的な例

[自由使用欄](231) [自由使用欄半角カナ](232) [ラベル自由使用欄半角カナ](234) を使用した例		使用するのに適切な項目	項目の意味
納品ルート区分	【発注】 [自由使用欄](231)へセット	【発注】 納品経路(175)	小売が卸・メーカーに対し、店舗直接納品なのかセンター経由納品かを指定する区分。
総個口数	【出荷】 [自由使用欄半角カナ](232) へセット	【出荷梱包】 [出荷総梱包数](213)	出荷(梱包)単位の総梱包数。
		【出荷梱包】ITF単位 [出荷ケース数](212)	出荷(梱包)単位の出荷数。出荷(梱包)データ内のITFレコードにセット。
		【出荷】取引明細単位 [出荷数量(出荷荷姿数)](161)	1取引明細(発注)単位の商品出荷の出荷荷姿の換算数。出荷時に卸・メーカーがセット。
【出荷梱包】ITF単位 [出荷ケース数](212)		出荷(梱包)単位の出荷数。出荷(梱包)データ内のITFレコードにセット。	
ケース口数		【出荷梱包】ITF単位 ITF入数(集合包装GTIN入数)(214)	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。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のバラ数。
		【出荷】取引明細単位 [出荷数量(発注単位数)](160)	1取引明細(発注)単位の商品出荷の発注単位換算数。出荷時に卸・メーカーがセット。
バラ詰め合わせ口数	【出荷梱包】ITF単位 ITF入数(集合包装GTIN入数)(214)	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。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のバラ数。	
	【出荷】取引明細単位 [出荷数量(バラ)](159)	1取引明細(発注)単位の商品出荷バラ数。出荷時に卸・メーカーがセット。	
商品区分	【発注】 [ラベル自由使用欄半角カナ](234)へセット 上位4桁(特売区分)+管理番号で特売を判断	【発注】 [商品区分](171)	定番発注or特売(中目、目玉)発注を表すコード。 コードリスト:「01」定番、「02」準特価(中目)、「03」特売(チラシ)

## 2. [直接納品先コード](27)の使い方

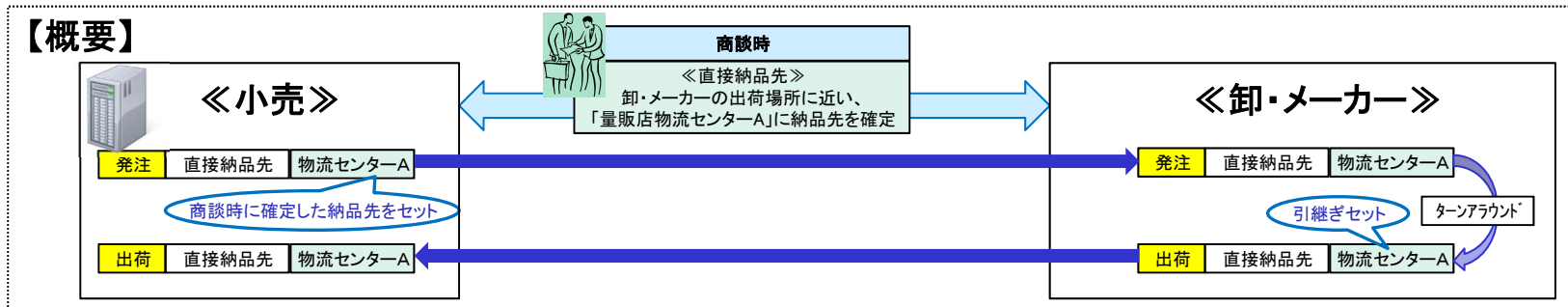
### (1) 事例

【発注】の[直接納品先コード](27)に、商談時に決められた納品先が入っていない。  
卸・メーカーは【出荷梱包】の[直接納品先コード](27)を、実際に納品する場所に合わせて変更する。



### (2) 標準仕様に沿った使い方

【発注】の[直接納品先コード](27)には、商談時に決められた納品先をセットする。  
(卸・メーカー側では、その値を引継ぎ)

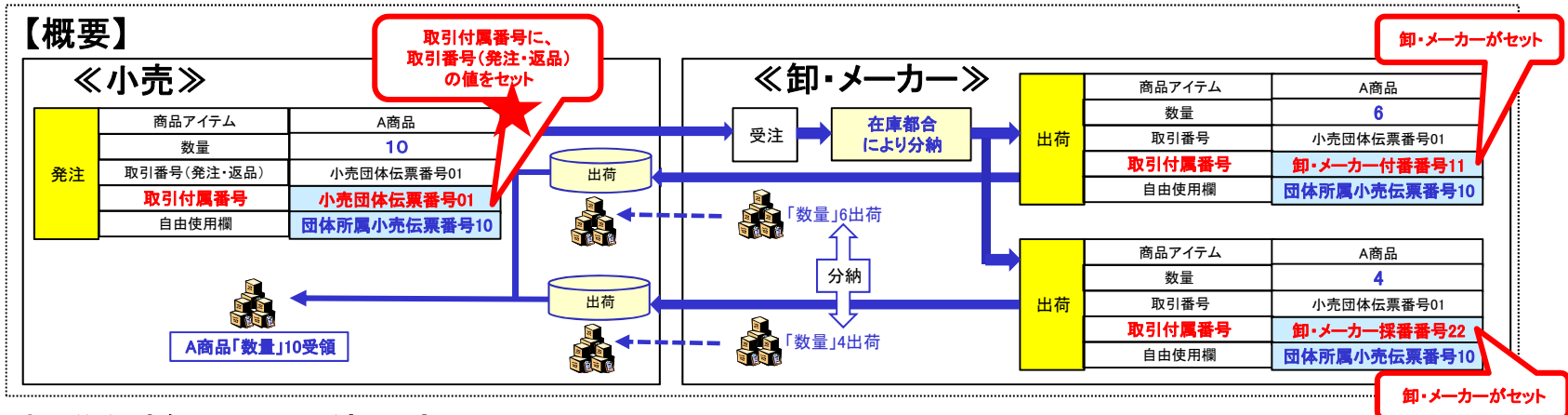


※卸・メーカーの都合で[直接納品先コード](27)を変更できるよう配慮している場合もあるが、商談で決められた[直接納品先コード](27)を小売が指定するのが原則。  
※発注時点と納品時点で直接納品先に変更が発生した場合などの対応方法も必要に応じて相対で事前に相談する。

### 3. [取引付属番号](122)の使い方

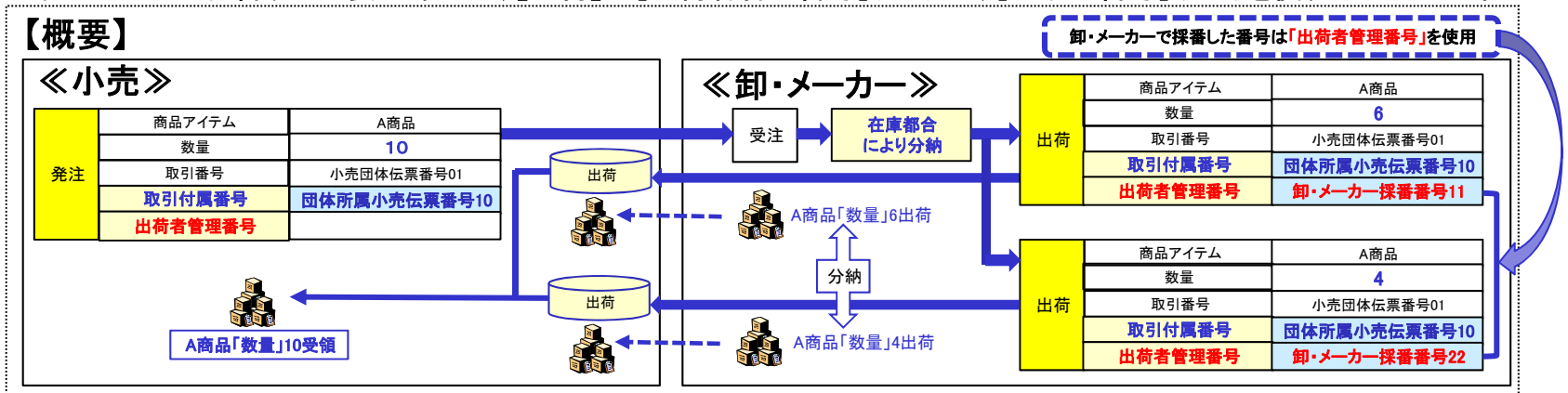
#### (1) 事例

【発注】メッセージの[取引付属番号](122)に[取引番号(発注・返品)](121)の値がセットされており、取引先側の都合で1伝票を分割納品する場合、【出荷】の[取引付属番号](122)を取引先側が付番した値に変更する。



#### (2) 標準仕様に沿った使い方

[取引付属番号](122)は小売が付番し、[取引番号(発注・返品)](121)とは別の意味を持たせて使う。ここでは、団体所属小売が団体経由で発注した場合を想定し、発注元の小売の伝票番号をセットしている。卸・メーカーが付番する必要がある場合は、【出荷】の[出荷者管理番号](324)や、[元取引番号](322)を使うことができる。



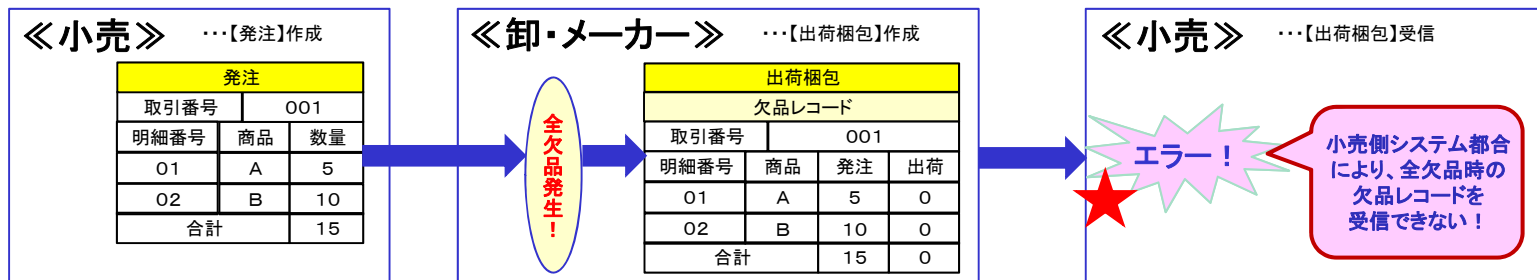
※[出荷者管理番号](324)は、生鮮で使用するために追加された項目ですが、用途を生鮮に限定していません。

## 4. 【出荷梱包】の運用方法【その1】

### (1) 事例

卸側で1店舗全欠品が発生した場合、小売から欠品レコードを送信しないよう要請されている。  
※卸・メーカーから全欠品レコードを送信すると、小売側でエラーとなる。

#### 【概要】

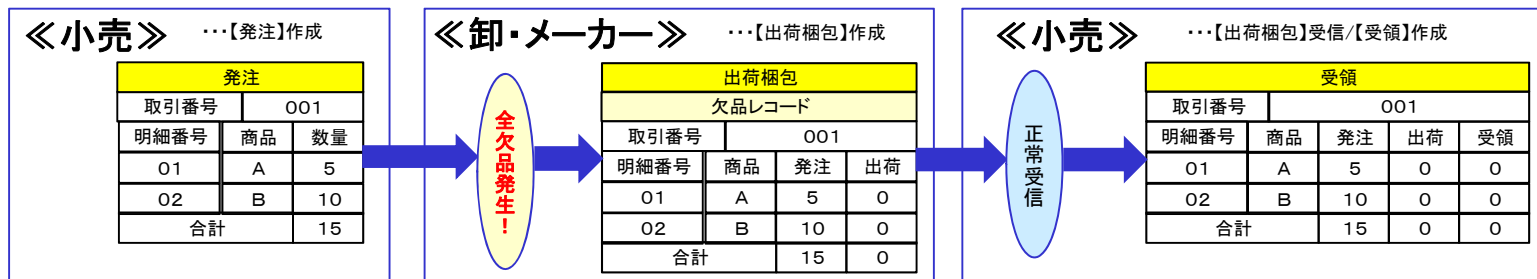


※卸・メーカーで一部欠品の際は、小売側では正常受信。該当現象は、全欠品時のみ発生している。

### (2) 標準仕様に沿った使い方

取引先で全欠品した場合は、全欠品(出荷“0”)の欠品レコードを作成し送信する。  
小売は、受信した欠品レコードに基づき【受領】を作成し、卸・メーカーに送信する。

#### 【概要】

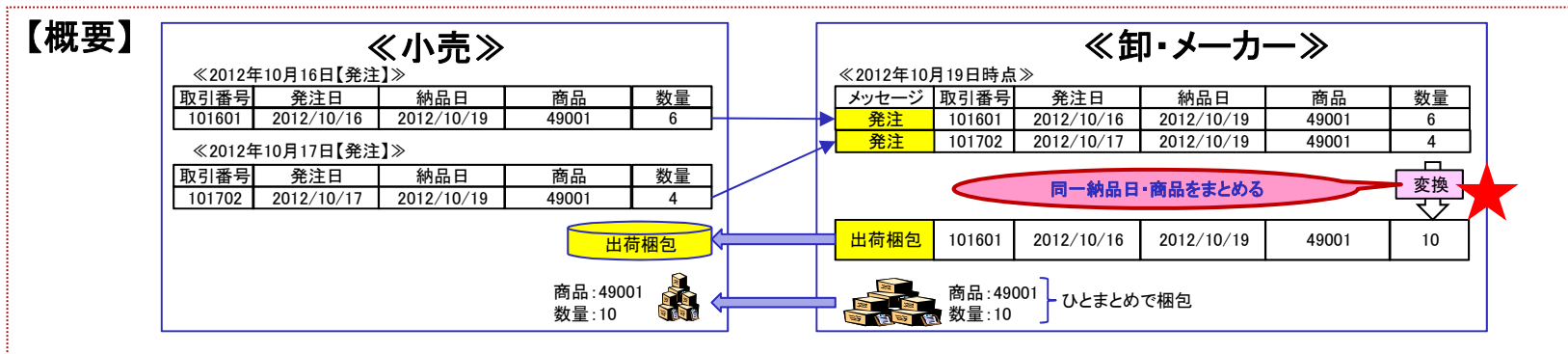




## 4. 【出荷梱包】の運用方法【その2】

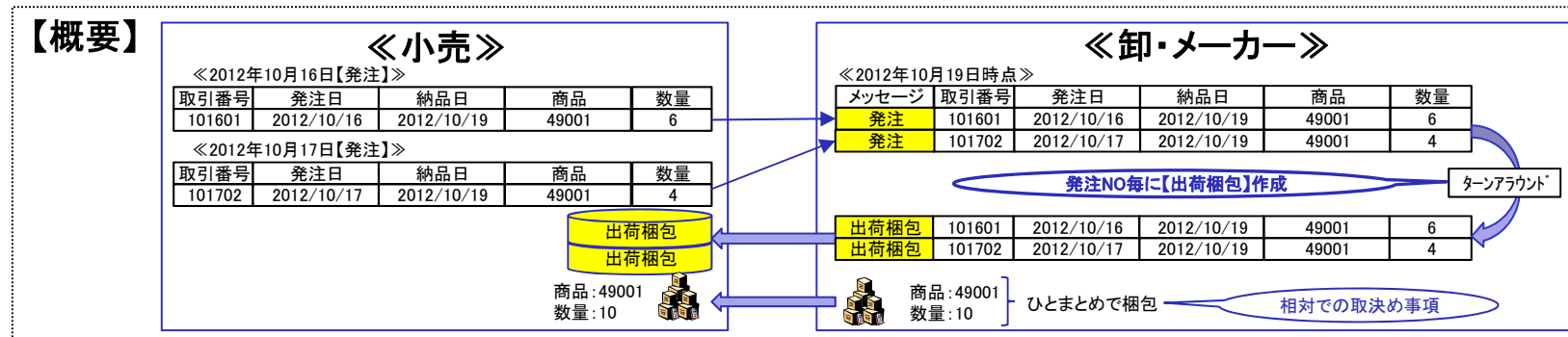
### (1) 事例

卸・メーカーが、異なる[取引番号(発注・返品)](121)で、同一商品を同一納品先かつ同一納品日で受注した場合、【出荷梱包】をまとめて返している。  
小売は、該当する卸・メーカー向けに個別対応となっている。



### (2) 標準仕様に沿った使い方

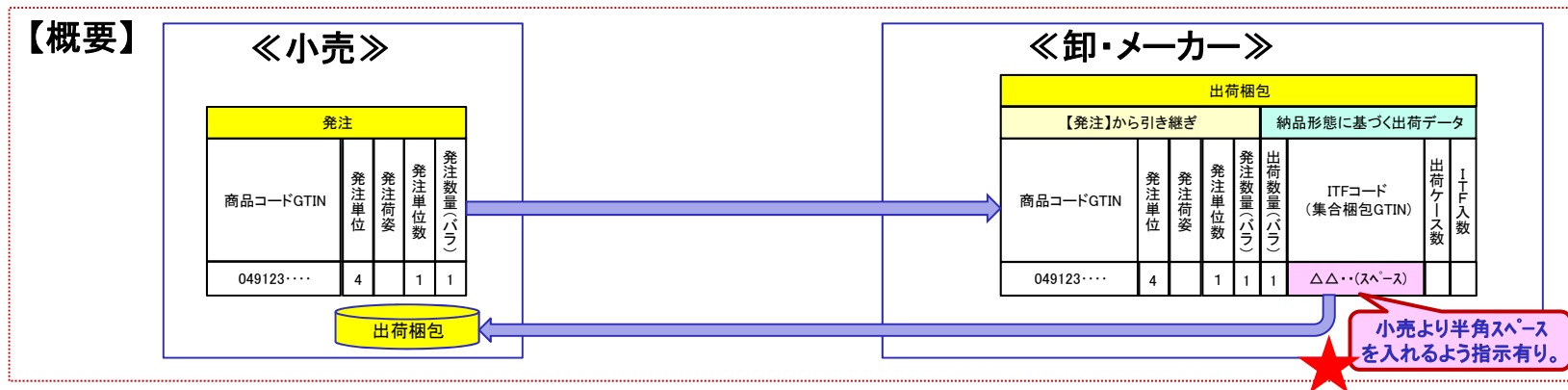
【出荷梱包】は[取引番号(発注・返品)](121)毎に作成する。  
[梱包NO] (217)を同じとするのか？商品の梱包方法は？などについては、あらかじめ相対で取り決める。



## 5. [ITFコード(集合包装GTIN)](76)の扱い

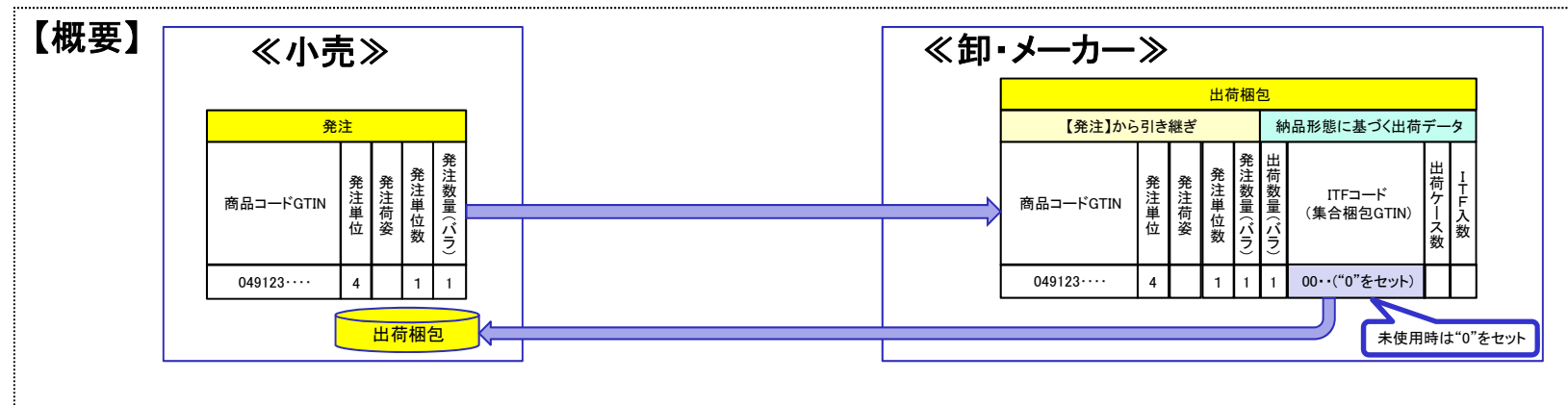
### (1) 事例

【出荷梱包】でケース納品対象でない場合、[ITFコード(集合包装GTIN)](76)を“半角スペース”で埋める。



### (2) 標準仕様に沿った使い方

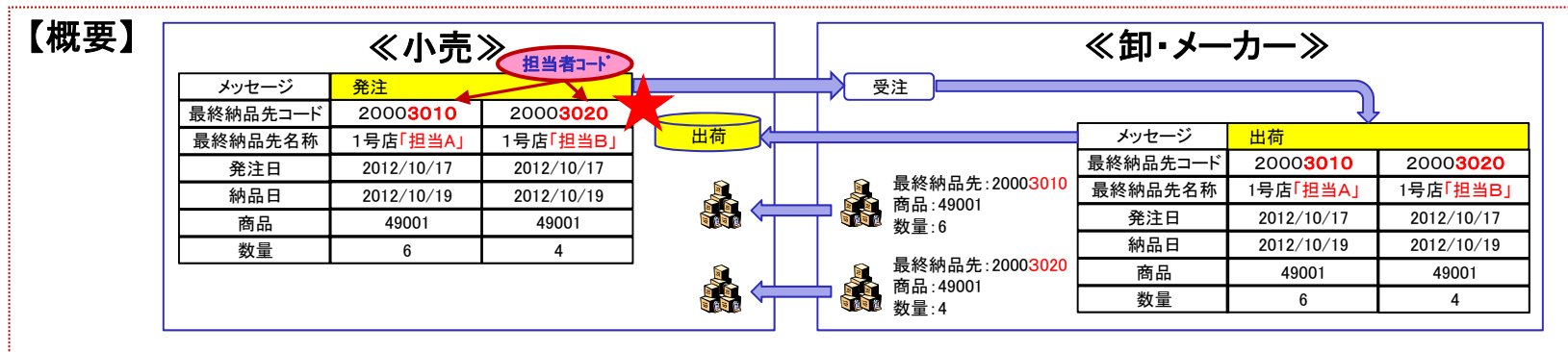
必須項目である[ITFコード(集合包装GTIN)](76)は、未使用時には“0”をセットする。



## 6. [最終納品先コード](31)の使い方

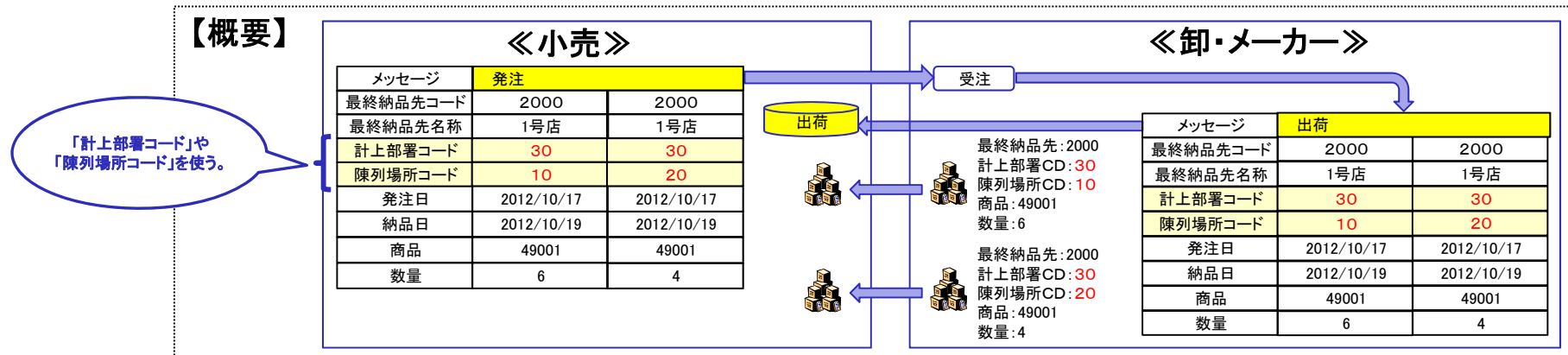
### (1) 事例

【発注】の[最終納品先コード](31)に、小売の管理している「店舗コード」+「売場担当者コード(下4桁)」が入っている。



### (2) 標準仕様に沿った使い方

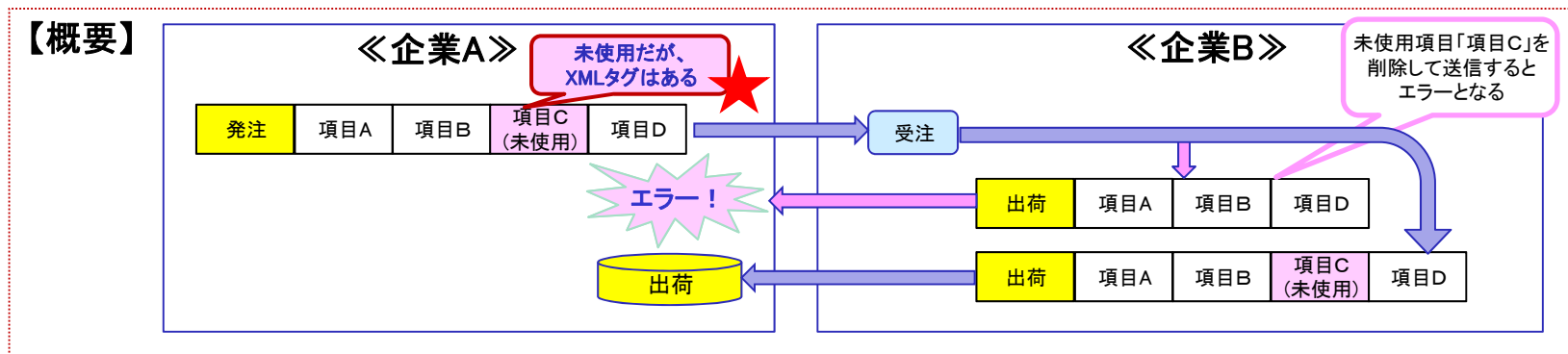
[最終納品先コード](31)は、商品が納品される場所(小売の物流センターや店舗)を表すコードとして使う。梱包を分けるためのキーとしては、[陳列場所コード](38)を使用する。



## 7. 任意項目が未使用の場合のXMLタグ

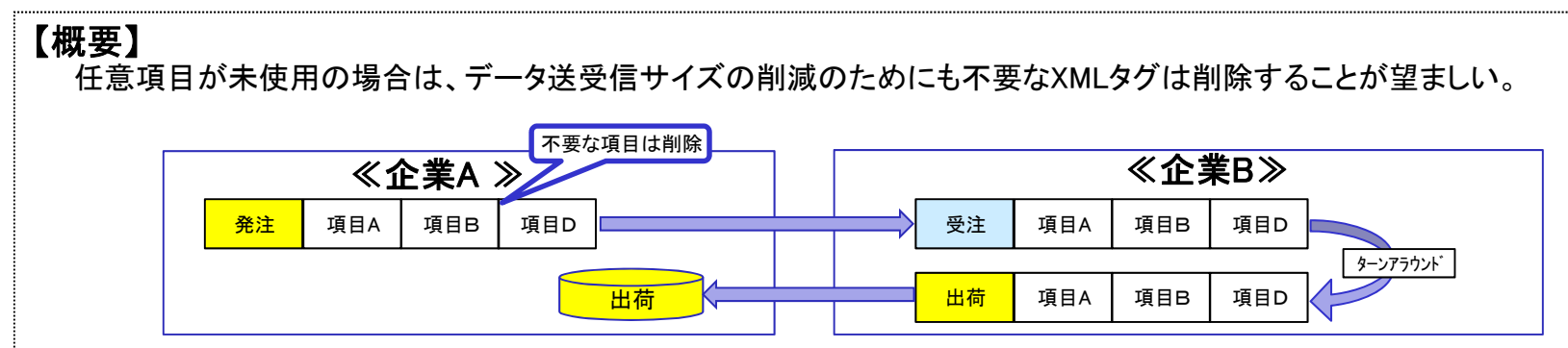
### (1) 事例

使用していない任意項目に対しても、XMLタグを入れなければエラーとなる。  
(逆に、XMLタグを入れるとエラーとなる場合も発生している。)



### (2) 標準仕様に沿った使い方

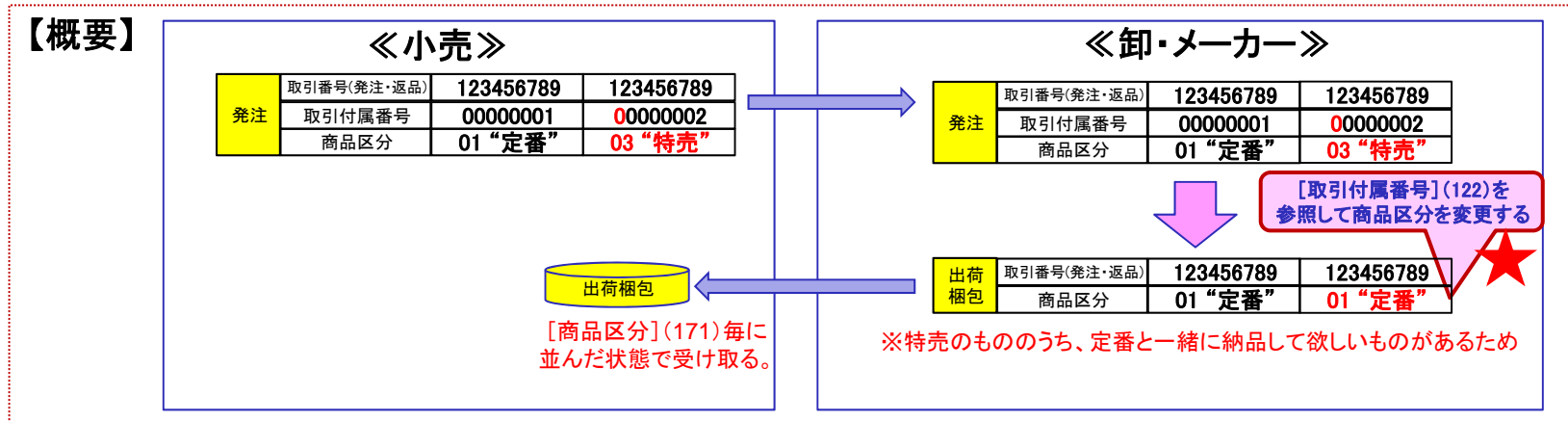
未使用の任意項目のXMLタグは不要であるため残さないことが望ましい。  
メッセージ受信側では、未使用の任意項目に対してもXMLタグの有無でのエラーは起こさないことが望ましい。



## 8. [商品区分](171)の使い方

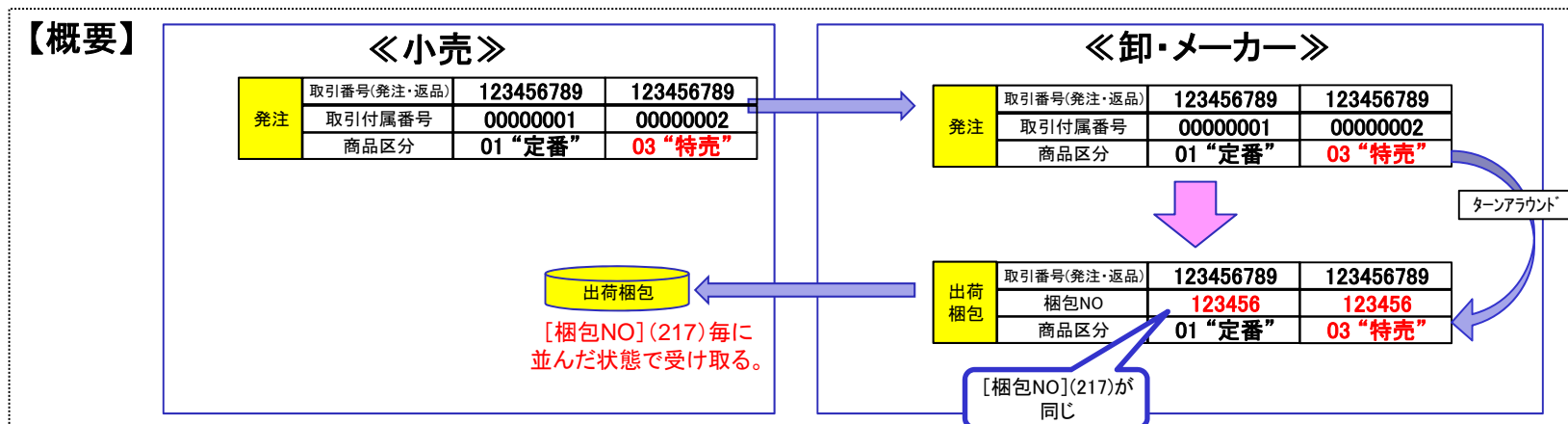
### (1) 事例

[商品区分](171)にセットされている値を、[取引付属番号](122)の値を判断して卸・メーカー側で変更する。



### (2) 標準仕様に沿った使い方

[商品区分](171)は小売がセットする項目であり、卸・メーカーが他の項目を参照して変更することはしない。  
[梱包NO](217)でソートされた状態で、定番と特売の取引明細とすることで対応する。





「流通ビジネスメッセージ標準」ならびに「流通BMS」は一般財団法人流通システム開発センターの登録商標です。