

ホームセンタ業界における流通システム標準化

「メッセージ検討結果報告書」

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

1. ホームセンター業界 共同実証プロジェクト概要

1.1 活動目的とプロジェクトの位置付け

1.2 検討スケジュール

1.3 検討体制

1.4 会議体の活動目的と内容

2. 各作業工程の具体的な進め方

3. 業界横断・他業界との連携

3.1 業界横断連携

3.2 他業界との連携

3.3 平成20年度各業界メッセージ検討状況

3.4 ホームセンター業界における標準化検討内容

3.5 スーパー業界との情報交換の実施

3.6 スーパー業界との情報交換の結果

4. 業務プロセス検討

4.1 業務プロセス/メッセージのワークロード

4.2 業務プロセス検討範囲の考え方

4.3 業務プロセス適合性の検討

5. メッセージ検討

5.1 メッセージ検討方針と目的

5.2 メッセージ検討の進め方

5.3 メッセージ項目適合性(マッピング)の検討

5.4 コードリスト適合性の検討

5.5 ガイドライン検討

6. ホームセンター業界のCRについて

6-1 CR提出項目まとめ

6-2 CR提出内容

6-3 CR提出結果

6-4 CR承認後検討内容

7. 業務プロセス/メッセージ検討結果

7-1 業務プロセスまとめ

7-2 メッセージ検討まとめ

7-3 継続検討課題

1. ホームセンター業界 共同実証プロジェクト概要

1. ホームセンター業界 共同実証プロジェクト概要

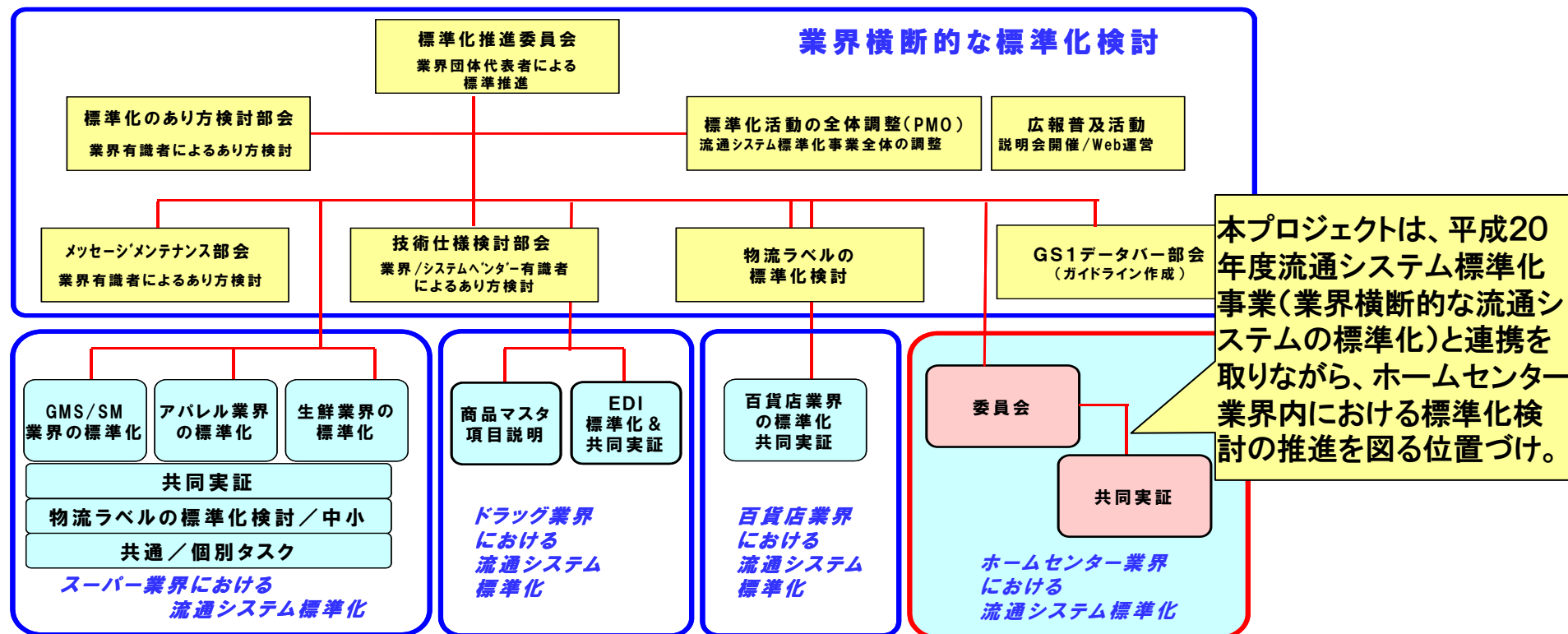
経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

1.1 活動目的とプロジェクトの位置付け

活動目的

- ・流通BMSが、ホームセンター業界においても適用できることを検証する。必要に応じて、新規メッセージの追加やメッセージ項目の追加等の検討を行う。⇒「メッセージ検討」
- ・また、共同実証を実施することで、どのようにすれば流通BMSを適用できるのか検証し、適用するための条件などを整理し、今後、当業界での普及拡大のための課題を明確にする。⇒「共同実証」

プロジェクトの位置づけ



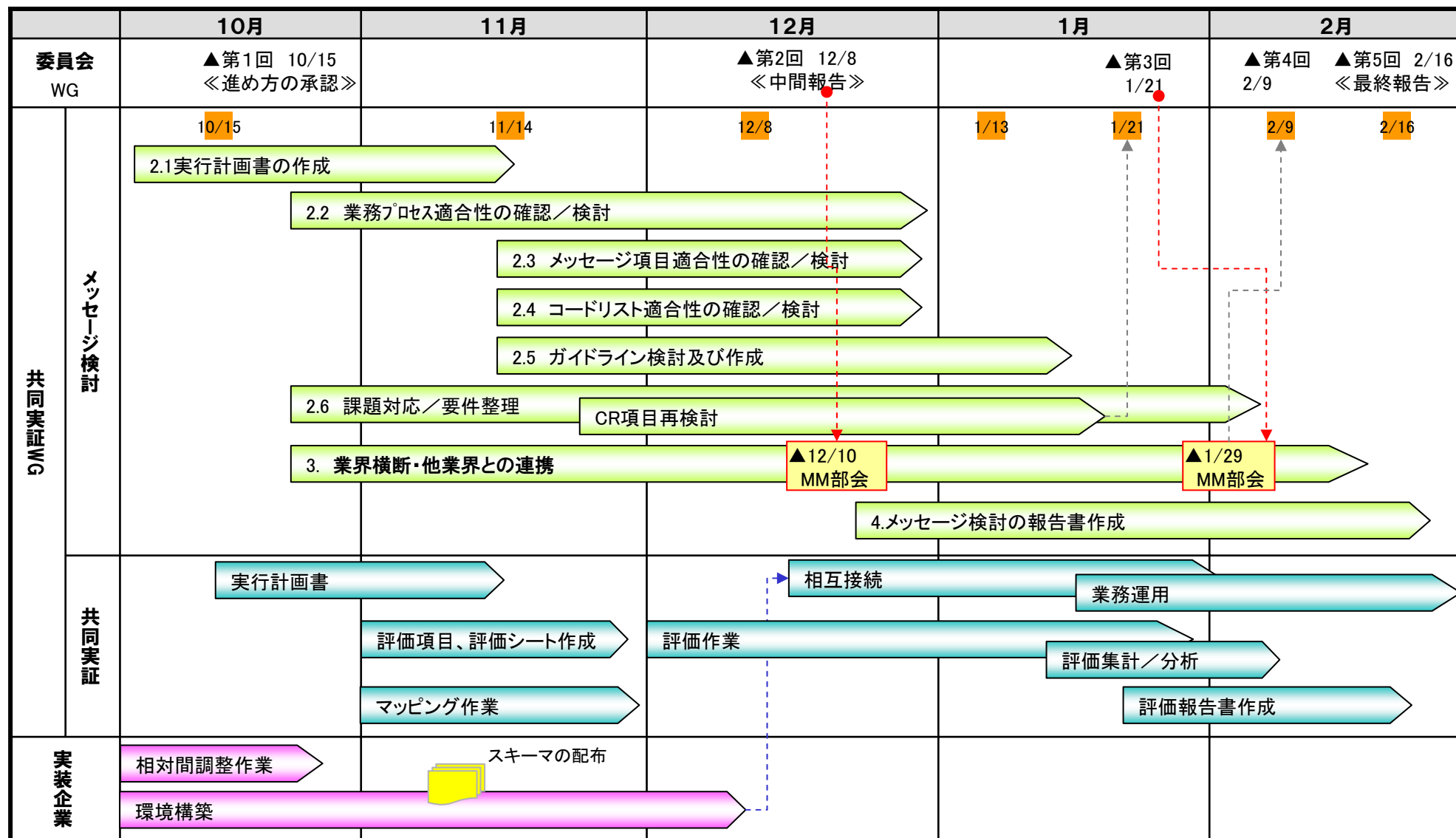
1. ホームセンター業界 共同実証プロジェクト概要

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

1.2 検討スケジュール

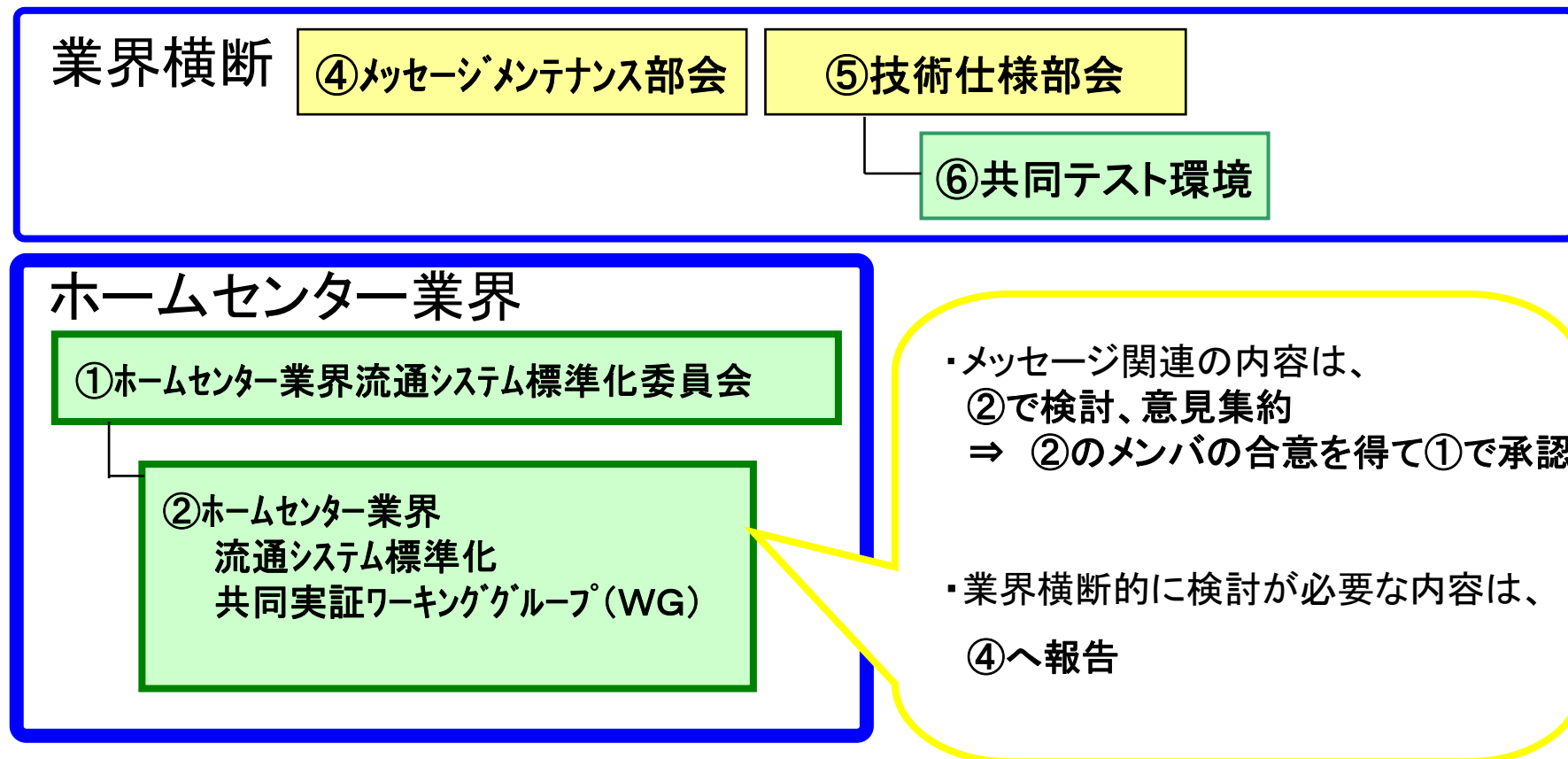
＜決定事項＞メッセージ検討と共同実証を並行して実施する。

共同実証WG開催日



1.3 検討体制

◆業務プロセス及びメッセージの検討は、以下の体制で実施する。



1. ホームセンター業界 共同実証プロジェクト概要

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

1.4 会議体の活動目的と内容

■ホームセンター業界流通システム標準化検討委員会と共同実証ワーキンググループ(WG)の活動目的と活動内容は以下の通りである。

【活動目的】

- ・流通BMSが、ホームセンター業界においても適用できることを検証する。
- ・また、共同実証を実施することで、どのようにすれば流通BMSを適用できるのか検証し、適用するための条件などを整理し、今後、当業界での普及拡大のための課題を明確にする。

	会議体名		メンバ	活動内容	開催頻度
①	委員会		・実装企業 実行責任者 ・業界団体事務局 (オブザーバー) ・PMO	・共同実証WGで策定した事案及びその他 課題事項に関する討議・方針決定 ・評価内容・評価報告資料・ガイドライン等 のドキュメント類の承認	年3回 (共同実証WGと 同日開催)
②	共同実証WG	メッセージ検討	・実装企業 実務担当者 ・実装企業 担当Sler (オブザーバー) ・PMO	・業務プロセス／メッセージ／コードリストの適合性の 確認、および検討 ・普及促進に向けたガイドラインの策定	月1回
		共同実証		・共同実証の実施における課題整理とその対 応方法の検討 ・評価事項の検討、評価分析 ・普及促進に向けたガイドラインの策定	

1. ホームセンター業界 共同実証プロジェクト概要

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

1.4 会議体の活動目的と内容

■ 会議体アジェンダ (1/2)

回次		アジェンダ(メッセージ検討)	アジェンダ(共同実証)	資料一覧
委員会	WG			
第1回	第1回	<ul style="list-style-type: none"> ・メッセージ検討の進め方の報告(検討) ・共同実証の進め方の報告(承認) ・メッセージメンテナンス部会へのCRの状況報告 ・相対企業の確認 		<ul style="list-style-type: none"> ・全体の進め方 ・メッセージ検討の進め方について ・CR提出の状況報告 ・共同実証の進め方について ・評価項目一覧(サンプル) 他
実装企業様作業		ご依頼事項:スケジュール等のご提出、ITベンダ登録		
	第2回	<ul style="list-style-type: none"> ・スーパー業界との意見交換の結果報告 ・メッセージ検討進め方の合意 ・業務プロセスの整理/検討 ・コードリストの検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・共同実証スケジュールの確定 ・相対企業の確定 ・評価項目、評価シートの検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・メッセージ検討実行計画書(確定版) ・共同実証実行計画書(確定版) ・評価項目一覧(案)、評価シート(案) ・業務プロセス整理図 ・第1回共同実証WG議事録
実装企業様作業		業務プロセスの自社適合検討(小売委員)、マッピング		
第2回	第3回	<ul style="list-style-type: none"> ・業務プロセスの検討、(小売)確定 ・コードリストの検討 ・メッセージ項目の検討 ・許認可商材の扱い検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・評価項目、評価シートの確定(承認) ・実装状況の確認 ・共同テスト環境の説明 	<ul style="list-style-type: none"> ・評価項目一覧、評価シート(確定版) ・業務プロセス資料(確定版) ・共同テスト環境説明資料 ・第2回WG議事録
実装企業様作業		業務プロセスの自社適合検討(卸委員)、＜他業界との情報共有、意見交換＞、評価項目の記入、実装作業		
	第4回	<ul style="list-style-type: none"> ・業務プロセスの検討、(卸)確定 ・メッセージ項目/コードリストの検討 ・運用ガイドラインの検討 ・許認可商材の扱い検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・実装状況の確認 ・導入ガイドラインの検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・他業界との情報共有結果報告 ・メッセージ項目検討資料 ・運用/導入ガイドライン追記(案) ・共同実証課題一覧表 ・第3回WG議事録

1. ホームセンター業界 共同実証プロジェクト概要

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

1.4 会議体の活動目的と内容

■ 会議体アジェンダ (2/2)

回次		アジェンダ(メッセージ検討)	アジェンダ(共同実証)	資料
委員会	WG			
実装企業様作業		＜他業界との情報共有、意見交換＞、評価項目の記入、実装作業		
第3回	第5回	・メッセージ項目／コードリストの確定 ・CR項目の対応方法確定 (・MM部会提出内容の合意) ・許認可商材の扱い確定 ・運用ガイドラインの検討	・実装状況の確認 ・評価報告書の検討 ・導入ガイドラインの検討	・メッセージ項目検討資料 ・CR項目対応方法資料 ・運用／導入ガイドライン追記(案) ・評価シート集計結果書 ・評価報告書(ドラフト) ・第4回共同実証WG議事録
実装企業様作業		実装作業		
第4回	第6回	・MM部会提出内容の共有、結果報告 ・運用ガイドラインの検討	・評価報告書の検討 ・導入ガイドラインの検討	・運用ガイドライン(事務局案) ・第3回委員＆第5回WG議事録
実装企業様作業		実装作業		
第5回	第7回	・運用ガイドラインの確定	・評価報告書の確定 ・運用ガイドラインの確定	・運用ガイドライン(事務局案) ・評価報告書(事務局案) ・第4回委員＆第6回WG議事録

2. 各作業工程の具体的な進め方

2. 各作業工程の具体的な進め方

(1) 実行計画書作成の進め方

目的

- ◆業務プロセス及びメッセージ検討の目的、実施範囲を明確化する。
- ◆業務プロセス及びメッセージ検討の内容について検討し、参加メンバが共通認識をもつ。

進め方

- ◆案を作成し、「共同実証WG」で検討する。
- ◆検討内容を「メッセージ検討実行計画書」としてまとめ、委員会で合意して確定する。



成果物

- ◆実行計画書

2. 各作業工程の具体的な進め方

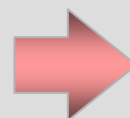
(2)業務プロセス適合性の進め方

目的

- ◆流通BMSで定義されている業務プロセスを、ホームセンター業界で適用できるかどうか確認し、システムや運用の変更による対応が可能か検討する。
- ◆実装作業において、業務プロセスが不適合となった場合等は、再検討を行う。

進め方

- ◆対象範囲の検討
 - ・対象商品カテゴリーの検討
 - ・対象メッセージの検討
 - ・対象プロセス



ホームセンター業界としての
流通BMS適用範囲の定義を行う

- ◆重点検討範囲
 - ・短期間での検討なので、発注～受領までの基本プロセスを中心に検討

成果物

- ◆ホームセンター業界における流通システム標準化事業報告書
- ◆ホームセンター業界運用ガイドライン

2. 各作業工程の具体的な進め方

(3)メッセージ項目適合性の進め方

目的

- ◆流通BMSで定義されているメッセージ項目を、ホームセンター業界で適用できるかどうか確認し、システムや運用の変更による対応が可能か検討する。
- ◆実装作業において、業務プロセスが不適合となった場合等は、再検討を行う。

進め方

- ◆前項「業務プロセス適合性／検討」に該当するメッセージを対象とする。
- ◆ホームセンターシステム研究委員会で討議結果を活用。



成果物

- ◆ホームセンター業界における流通システム標準化事業報告書
- ◆ホームセンター業界運用ガイドライン

2. 各作業工程の具体的な進め方

(4)コードリスト適合性の進め方

目的

- ◆ホームセンター業界で適用できるかどうか確認し、運用が可能か検討する。
- ◆コードリストは業界として一本化するようにメッセージ検討部会で定義されており、ホームセンター業界としてのコードリストを確定する必要がある。

進め方

- ◆前項「メッセージ項目適合性／検討」に該当するメッセージを対象とする。
- ◆ホームセンターシステム研究委員会で討議結果を活用。
- ◆討議結果を「コードリスト」としてまとめ、WGで合意して委員会で承認を得る。



成果物

- ◆スキーマ関連配布ドキュメント
- ◆ホームセンター業界運用ガイドライン

2. 各作業工程の具体的な進め方

(5) ガイドライン検討の進め方

目的

- ◆これまでのメッセージ検討において、ガイドラインとして記載すべき事項有無を検討する。
- ◆記載必要事項があれば、既存ガイドラインに追加説明のページを作成する。

進め方

- ◆ガイドラインとして記載すべき事項の有無を検討する。
- ◆記載すべき事項があれば、案を作成し「共同実証WG」で検討する。
- ◆検討内容を「ガイドライン(追加ページ)」としてまとめ、委員会で承認して確定する。



成果物

- ◆ガイドライン(追加ページ)

2. 各作業工程の具体的な進め方

(6)課題対応/要件整理の進め方 (1/2)

目的

- ◆各工程で検討した結果、生じた課題を共有する。
- ◆必要であればCRを作成し、メッセージ内容の修正を求める。

進め方

- ◆発生した課題を適時管理し、「共同実証WG」にて検討する。
- ◆検討内容を整理し、必要であればCRを作成し、委員会で合意後、メッセージメンテナンス部会にCRを提出する。



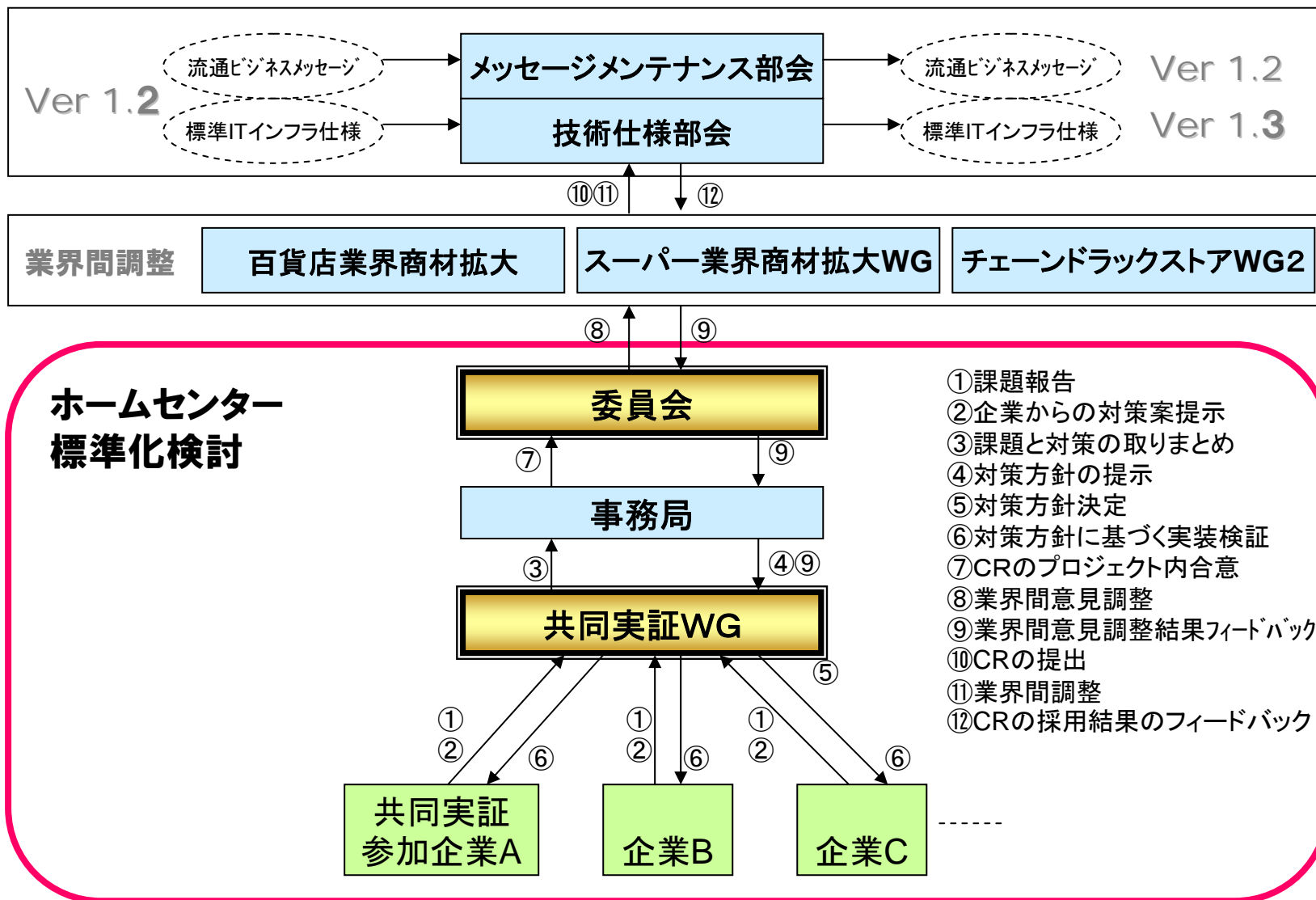
成果物

- ◆課題一覧シート (随時)
- ◆CR (必要に応じて)

2. 各作業工程の具体的な進め方

(6)課題対応/要件整理の進め方 (2/2)

(※)CR:チェンジリクエスト



3. 業界横断・他業界との連携

3. 業界横断・他業界との連携

3.1 業界横断連携

業界横断連携

◆「業務プロセス及びメッセージの検討」、及び「共同実証」の結果により、現在の流通BMSに対する追加／変更等が必要であるか適切な判断を行うために、業界横断的な情報共有を適時行う。

(1) ホームセンター業界におけるメッセージ検討状況の報告

・業界横断的な情報共有の必要性から、ホームセンター業界での検討状況等について、「業界横断的な流通システムの標準化事業 メッセージメンテナンス部会」へ適時報告を行う。

(2) チェンジリクエスト案の作成

・「業務プロセス及びメッセージの検討」、及び「共同実証」の結果により、現在の流通BMSに対する項目の追加／変更、及びインフラ関連の変更等が必要であると判断された場合には、チェンジリクエストシートを作成し、「業界横断的な流通システムの標準化事業 メッセージメンテナンス部会」及び「技術仕様部会」へチェンジリクエストを提出する。

3. 業界横断・他業界との連携

3.2 他業界との連携

他業界との連携

- ◆本年度は、複数の業界を跨いで、流通BMSに対し新規業務プロセス、新規メッセージ、項目の追加／変更等が実施されている。本業界におけるメッセージ検討状況の報告や、他業界での検討状況の把握など、他業界と連携してメッセージ検討を進める。

(1) 複数業界をまたがるメッセージ検討の連携

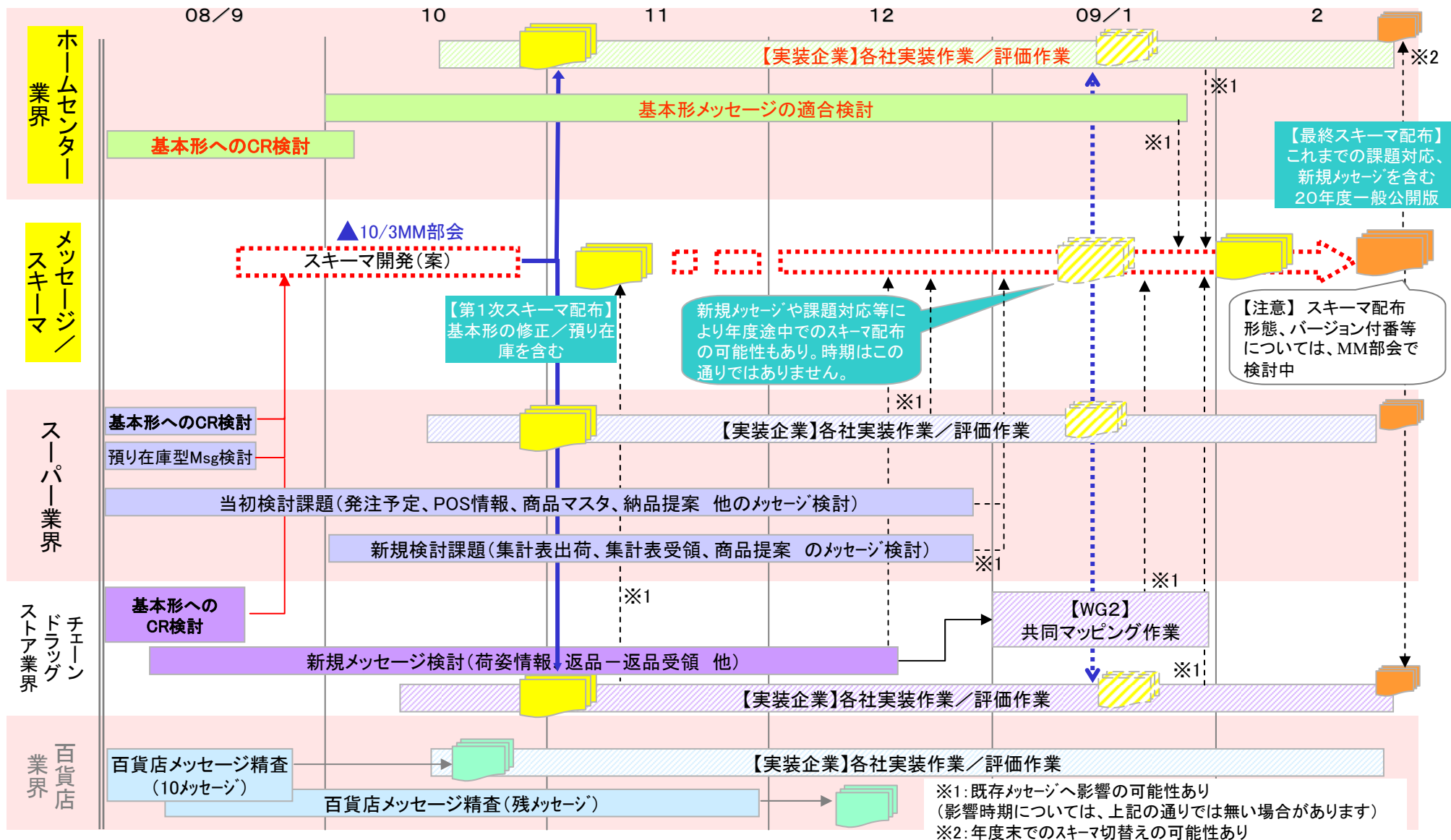
- ・「業界横断的な流通システムの標準化事業 メッセージメンテナンス部会」で必要と判断された場合、各業界のメッセージ検討会議にて検討状況の情報共有／意見交換を実施する。

3. 業界横断・他業界との連携

3.3 平成20年度各業界メッセージ検討スケジュール

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

2008.10.08時点



3. 業界横断・他業界との連携

3.4 ホームセンター業界における標準化検討内容

- ホームセンターシステム研究委員会の立上～討議 【2008年7月～10月(MM部会)】
 - 10/3メッセージメンテナンス部会に、以下5項目のCRを提出しました。
出荷荷姿コード項目の追加、総出荷数量(バラ)の項目追加、各種数量桁数増加、農薬区分の追加、コードリスト内容の追加
- その後、スーパー業界とチェーンドラッグストア業界との情報交換、およびホームセンター業界内検討の結果
 - **再度、ホームセンター業界において流通BMSの業務プロセス精査を実施することとなりました。**

- 検討プロセスの絞込み(今年度検討しているメッセージは検討しきれ無い)
 - (1)現在の流通BMSを踏襲し、発注・出荷・受領・返品・請求・支払の6業務
 - (2)それ以外のプロセスは次年度以降に検討を行う。

- 業務プロセスの整理及び業界特性の整理
基本形の業務プロセスを元に小売・卸各社の実態調査及び独自部分の整理

各小売企業実態調査

各卸企業実態調査

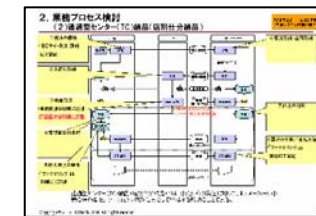
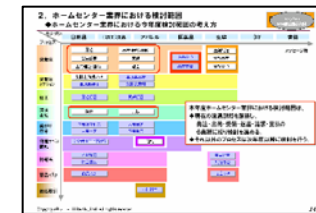
討議

業界独自運用
整理と分類

討議

項目の追加要望

コードリスト追加要望



- 共同実証の実施

基本形 Ver1.2でホームセンター業界の適用度、不足項目の精査を行う。
小売企業1社:卸/メーカー4社で実装

3. 業界横断・他業界との連携

3.5 スーパー業界との情報交換の実施

- ◆スーパー業界タスク委員にご協力頂き、ホームセンター業界からのCR項目について、以下の通り情報交換会を実施した。

実施日： 2008年10月21日(火)

参加者： スーパー業界タスク委員 正澤様 (株式会社イトーヨーカ堂)
 スーパー業界タスク委員 畔蒜様 (イオンリテール株式会社)
 ホームセンター業界WG委員 小林様 (株式会社ビット・エイ)

内容： ・10/3メッセージメンテナンス部会へ提出したチェンジリクエスト項目の検討経緯の共有
 ・今後の対応についての意見交換 他

- ◆情報交換会でいただいたご意見をもとに、以下の通り対応方法を整理した。

No	項目	対応方法
1	出荷荷姿コード項目の追加	対象業務プロセスの再精査を実施する。
2	総出荷数量(バラ)の項目追加	対象業務プロセスの再精査を実施する。
3	各種数量桁数増加	伝票分割で対応するようホームセンター業界WGで再検討を実施する。
4	農薬区分	他業界と連携し検討を進めていく。
5	コードリスト内容の追加	他業界と連携し検討を進めていく。

3. 業界横断・他業界との連携

3.6 スーパー業界との情報交換の結果

■11／13スーパー業界商材拡大WGで情報交換会の実施内容を報告し、委員様より以下のようなご意見を頂いた。

- ・10/3メッセージメンテナンス部会に提出されたCRはどういう状況なのか。(座長)
⇒まずはホームセンター業界へ持ち帰り、業務プロセスの再整理を行う。検討の結果、CRは必要という結論になれば、2月のメッセージメンテナンス部会へ提出する。(事務局)
⇒ホームセンター業界で、よく検討を実施していただきたい。(WG委員)



スーパー業界からのご意見を受けて・・・

- ・次回メッセージメンテナンス部会(12／10)では、すでに提出しているCRの状況報告を実施する必要があると考える。(他業界へ向けた情報発信のため)
- ・CR提出を行ったが、一度ホームセンター業界へ持ち帰って再検討のため、12月時点では「取り下げる」というステータスとする。(ドラッグの返品で桁数拡張の要望が出ている)
- ・検討対象から外れたというわけではなく、要素として他業界へ認識してもらうために、必要であれば随時情報共有／意見交換の場を設置したいと考える。

4. 業務プロセス検討

4. 業界プロセス検討

4.1 業務プロセス/メッセージのワークロード

◆メッセージ確定に向けた10ステップ

【1】各CR内容再整理、各種資料作成、検討

＜業務プロセスの整理(出荷荷姿、総出荷数量バラ)、農薬区分、桁数再検討、コードリスト＞

【2】スーパー業界との情報交換結果レビュー

【3】業務プロセス再整理結果の合意 ⇒ 次回委員会・WGの場にて

【4】ドラッグ事務局との調整 調整内容(業務プロセス、農薬区分等をマスタorEDI) (ドラッグ業界新メッセージ項目の確認)

ドラッグ
事務局

【5】ドラッグ業界との情報交換

検討内容(業務プロセス、農薬区分等をマスタorEDI、桁数再検討、コードリスト)

ドラッグ業界
WG2

【6】スーパー事務局との調整 調整内容(業務プロセス、農薬区分等をマスタorEDI)

スーパー業界
事務局

【7】スーパー業界での説明、検討

スーパー業界
商材拡大WG

【8】第4回ホームセンターWG業務プロセス確定

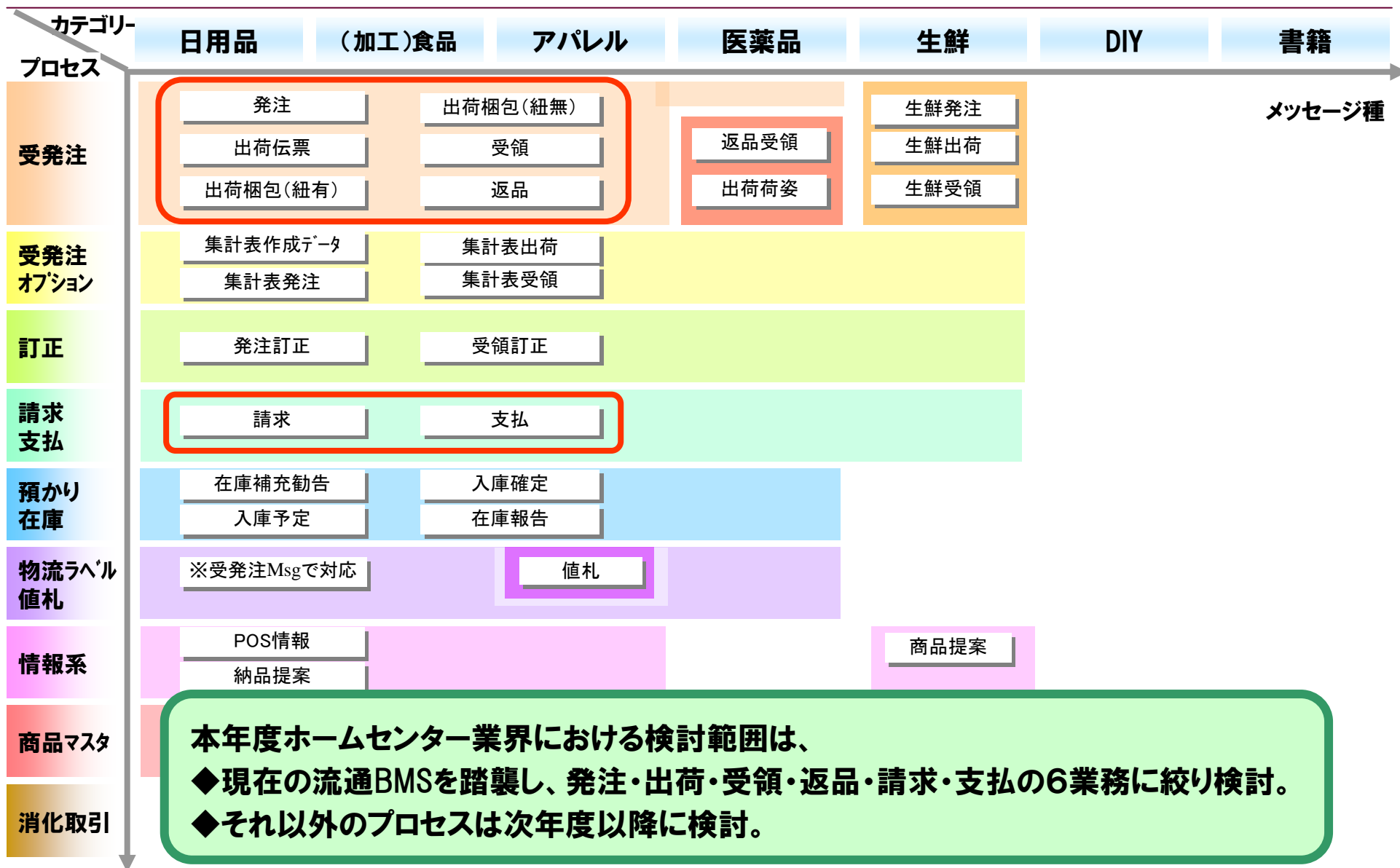
【9】ホームセンター委員会／WGでの最終確認

【10】MM部会へCR提出 (HC用新メッセージ作成 or 基本形へのCR)

4. 業界プロセス検討

4.2 業務プロセス検討範囲の考え方

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業



4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

■ホームセンター業界の業務プロセスについて、以下の観点にて検討を実施した。

【観 点】

- ①プロセス検討範囲
- ②プロセスの差異
- ③発注～納品までの時間軸
- ④検品の考え方
- ⑤債権債務計上の考え方
- ⑥納品～請求～支払のサイト
- ⑦取引先の大小／特殊性

4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

■ 検討プロセス対象一覧

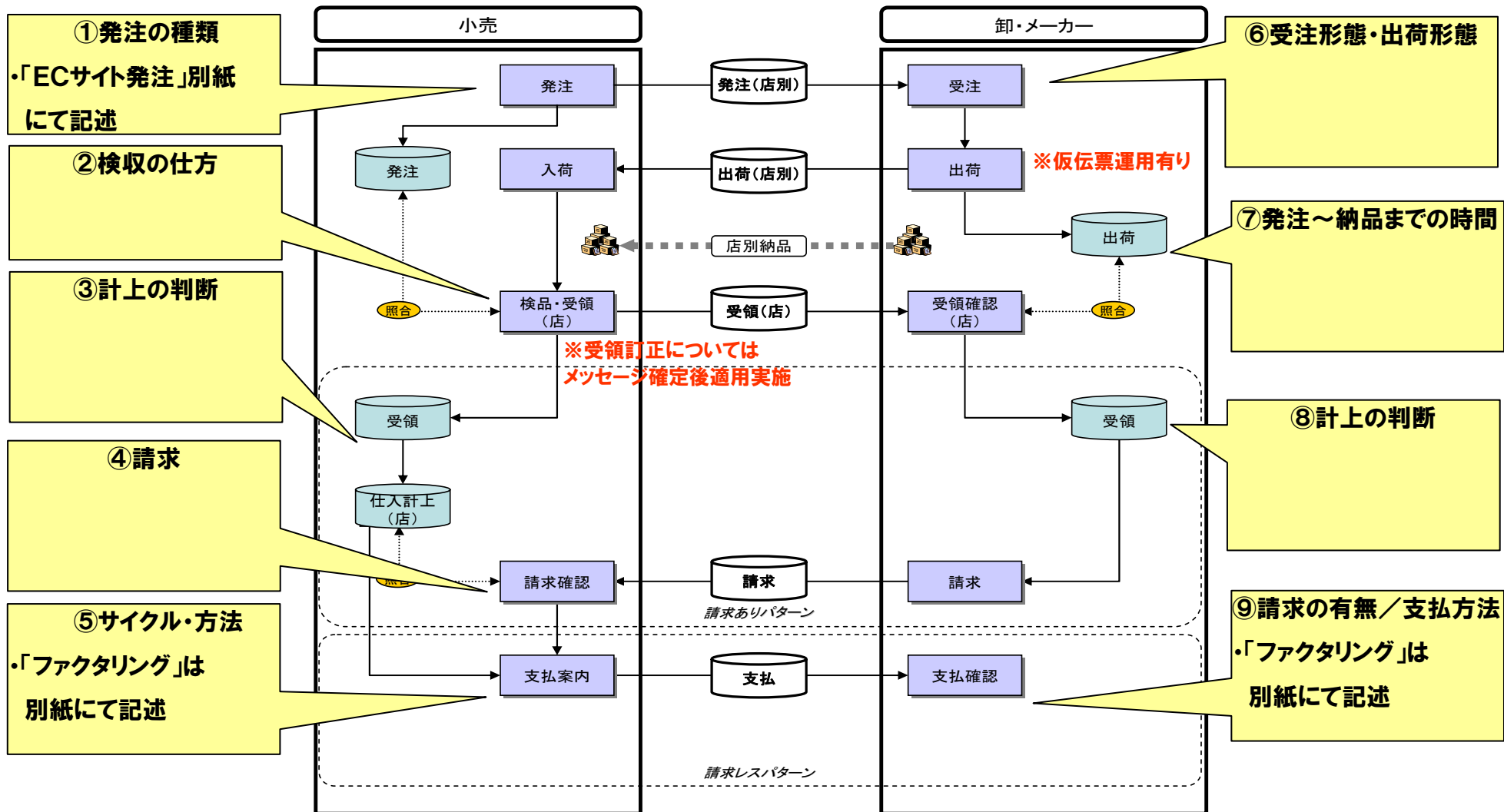
No	業務プロセス (メッセージ)	小売A社殿	小売B社殿	小売C社殿	まとめ
1	店舗直接納品	○	○	○	・受領訂正データの使用についての確認 ⇒ メッセージ確定後適用実施。
2	通過型センター(TC)納品 (店別仕分納品)	○	○	○	・出荷データからの人員計画業務フローの確認 ⇒ 検討課題 ・受領訂正データの使用についての確認 ⇒ メッセージ確定後適用実施。
3	通過型センター(TC)納品 (総量納品)	○	○	○	・受領訂正データの使用についての確認 ⇒ メッセージ確定後適用実施。
4	買取在庫型センター(DC) 納品	×	○	○	特に問題なし
5	預り在庫型センター納品 (1/2)	△	△	△	次年度以降検討
6	預り在庫型センター納品 (2/2)	△	△	△	次年度以降検討
7	返品	×	×	○	特に問題なし
8	店別発注-総量納品モデル (出荷荷姿メッセージ)	×	×	×	対象外
9	返品-返品受領モデル (返品/返品受領メッセージ)	×	×	×	対象外

4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

■店舗直接納品プロセス（①～⑨の各社ヒアリング結果は次頁に記載）



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を指す。

4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

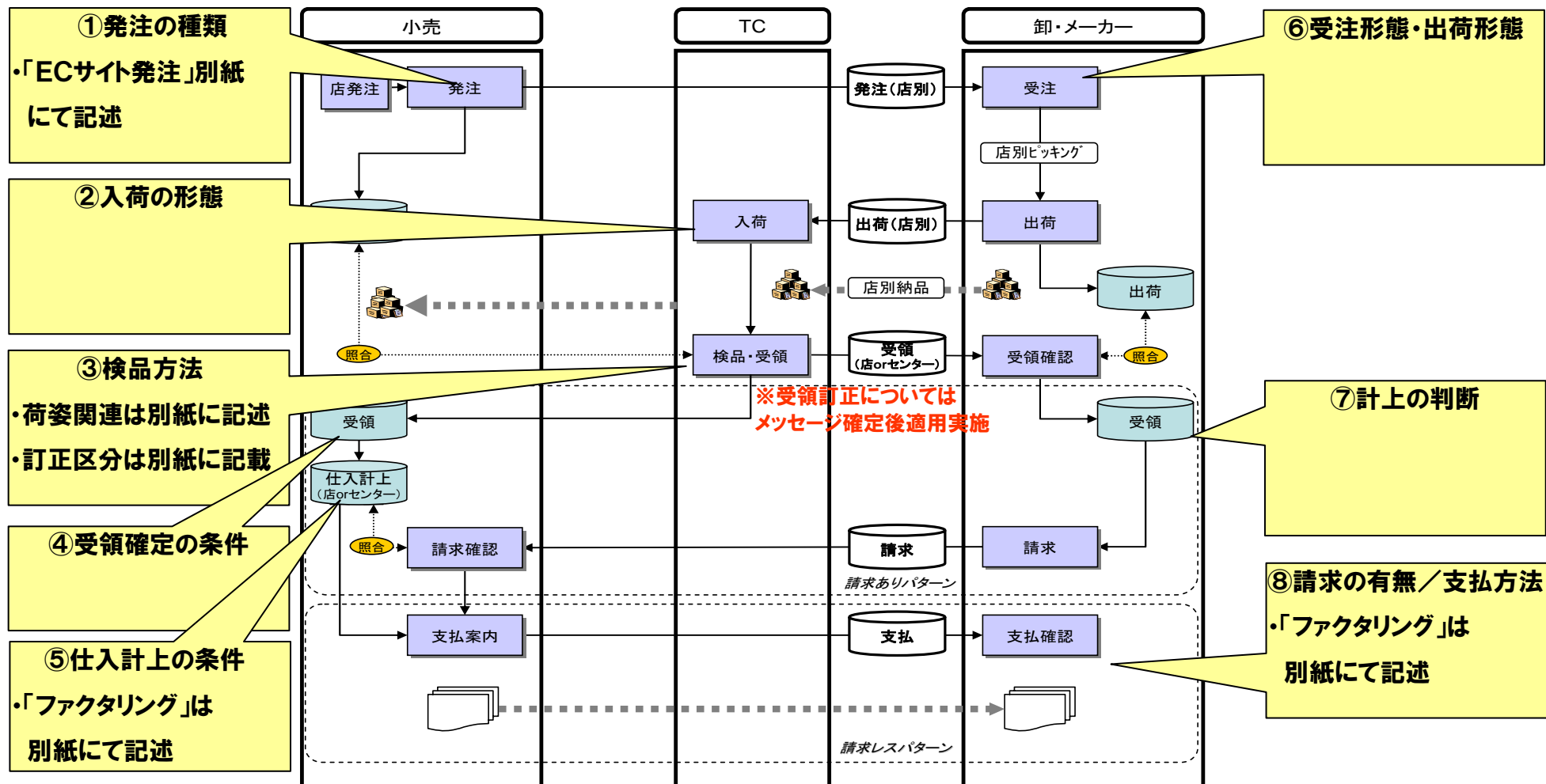
■店舗直接納品(各社ヒアリング結果)

No	検討ポイント	小売A社殿	小売B社殿	小売C社殿	小売まとめ	卸D社殿	卸E社殿	卸F社殿	卸G社殿	卸まとめ
①	発注の種類	・月木(補充、本部振分発注) ・火(特売発注) ・都度(棚替改装などの本部発注)	・定期発注、 ネット発注 、客注発注、 広告発注 、電話発注、新規発注等発注目的によって発注形態、納品タイミングが異なる。	・店舗、本部 ・定期及び定期の追加(仕入先により) ・特売(週1) ・特売緊急(週1)	特に問題なし	—	—	—	—	—
②	検収の仕方	・全検品。 ・伝票単位で全商品JANをスキャン。 ・一部(土・ブロック・木材など)は目検品。 ・出荷・受領データは運用なし。 ・検収は発注データに基づき実施。 ・商品と伝票は同着ルール。	・基本全商品を検品。	・全数検品	特に問題なし	—	—	—	—	—
③	計上の判断	・受領データによる自動計上。 ・手書き伝票は伝票入力。 ・計上後修正が存在する。	・検収実績データ及び出荷データによる自動計上。手書き伝票も含む。 ・受領データには欠品理由が付加される。 ・計上後の修正は存在する。	・受領データによる自動計上 ・手書き伝票は伝票入力 ・計上後でも締め日内であれば修正可能	特に問題なし	—	—	—	—	—
④	請求	・請求データ運用なし	—	・請求データの受信、照合は行っていない	特に問題なし	—	—	—	—	—
⑤	サイクル・方法	・締日は月1回。 ・支払データの訂正はなし。 (請求データ運用なし)	・月々回の締日が存在。 ・回数は取引先毎に異なる。 ・必ず紙による合計と明細が提出される。 ・支払訂正は伝票として存在。専用データはない。 ・ 支払い方法として「ファクタリング」が存在	・月2回締日が存在する ・本締め処理(買掛)は月1回	(要検討) ・支払方法「ファクタリング」についての検討が必要	—	—	—	・ちらしのみ振分けている	—
⑥	受注形態・出荷形態	—	・取引先都合により受注箇所が複数に分かれる場合がある。 ・出荷形態は変わらず。	—	特に問題なし	・EOS・FAXともに店/センター発注 受信日:月～金 7:54	FAX/電話発注は店舗納品となる。 EOSは基本的にセンター納品。	・取引先都合により受注箇所が複数に分かれる場合がある。 ・出荷形態は変わらず。	・ 発注区分、納期によりバッチ 振分処理が必要 ・ オリコン、ケースの納品形態が存在。 ・受注場所複数のケース 有り	(要検討) ・「ECサイト発注」、「広告発注」に対する検討が必要 ・出荷荷姿に対する検討が必要
⑦	発注～納品までの時間	—	・2D～30D等発注形態及び発注データにて指定された納品予定日で異なる。	—	特に問題なし	—	・2D～30D等発注形態及び発注データにて指定された納品予定日で異なる。	・2D～30D等発注形態及び発注データにて指定された納品予定日で異なる。	・納期に併せて出荷	特に問題なし
⑧	計上の判断	—	・受領データ=コメリ検収実施。 ・手書き伝票も受領データが発生。 ・受領訂正はない。 ・正しい受領データの再送、又は相殺用の新しい受領データが送信される。	—	受領訂正メッセージが確定された場合は受領訂正メッセージを使用する運用に変更。	・受領訂正が発生	・手書き/電話発注の出荷データをJCAで送信しており出荷データを基にした受領データが返信される。 ・受領訂正はない。 ・正しい受領データは、双方で手修正を行う	・手書き伝票も受領データが発生。 ・受領訂正はない。正しい受領データの再送、又は相殺用の新しい受領データが送信される。	・出荷ベースでの売上計上 ・受領データ、アンマッチ分調査ケースにより検収訂正又は、赤伝処理を行なう。	・手書き伝票の扱いについては、相対間で合意済みであれば問題なし。 ・受領データの再送については受領訂正メッセージが確定された場合は受領訂正メッセージを使用する運用に変更。
⑨	請求の有無/支払い方法	—	・請求金額と支払金額を突合。	—	特に問題なし	・オンライン請求(JCA) ・オンライン支払(JCA)	・請求金額と支払金額を突合	・請求金額と支払金額を突合	・請求有り/無しそれぞれのケース有り。 ・請求データとの照合処理。 ・支払いデータの運用は月1回のみ。	特に問題なし
⑩	その他	出荷・受領データを利用する。請求データは今後検討。	—	—	特に問題なし	—	—	—	—	—

4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

■通過型センター(TC)納品(店別仕分納品)プロセス (①～⑧の各社ヒアリング結果は次頁に記載)



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を指す。

4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

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)(各社ヒアリング結果)

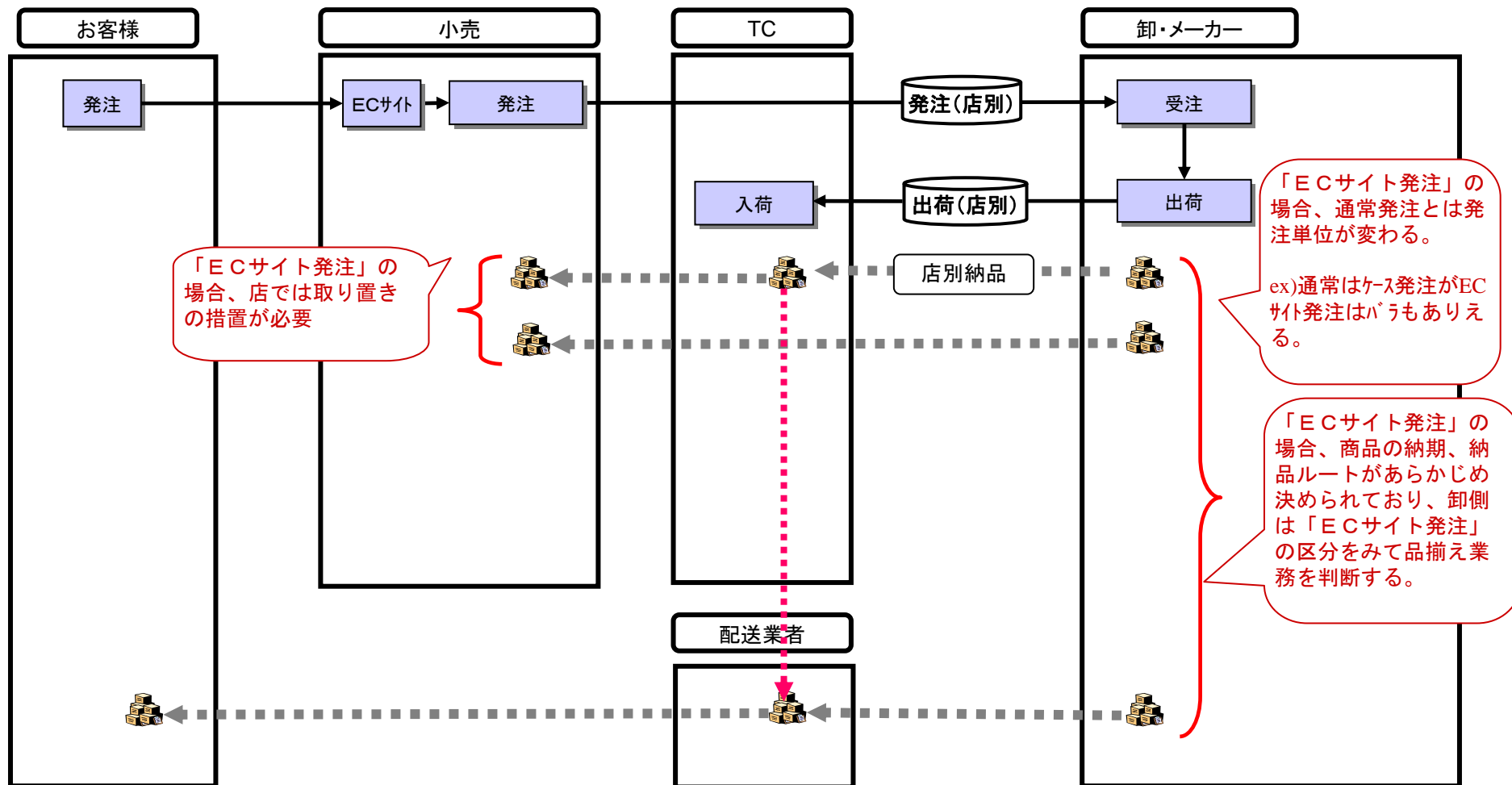
No	検討ポイント	小売A社殿	小売B社殿	小売C社殿	小売まとめ	卸D社殿	卸E社殿	卸F社殿	卸G社殿	卸まとめ
①	発注の種類	・月木(補充、本部振分 発注) ・火(特売発注) ・都度(棚替改装などの本部発注)	・定期発注、 広告発注 、電話発注、新規発注等発注目的によって発注形態、納品タイミングが異なる。 ・発注は店別	・店舗、本部 ・定期及び定期の追加(仕入先により) ・特売(週1) ・特売緊急(週1)	特に問題なし	—	—	—	—	—
②	入荷の形態	・商品は店別梱包納品 ・出荷データではなく、欠品データをJCAで受信	・ケース、オリコン。 ・荷姿により納品口がことなる。	・店別梱包	特に問題なし	—	—	—	—	—
③	検品方法	・通常検品なし。 ・センター運用ルールに基づき、取引先ごとに月数回の検品実施。(JANスキャン)	・事前に出荷データから 荷姿別梱包数 を算出し、 人員計画を実施 。 ・ 荷姿毎に検収場所が異なる 。 ・出荷データから得た店舗別梱包数で検収。	・店別小口数検品	(要検討) ・出荷データと人員計画の結びつけの運用について ・荷姿と検収場所の運用について	—	—	—	—	—
④	受領確定の条件	・取引先・発注単位で受領確定。 ・センターの検収データで自動的に確定。	・出荷データの出荷数を受領数として計上。	・全数検品を行う	特に問題なし	—	—	—	—	—
⑤	仕入計上の条件	・受領データを元に自動計上。 ・修正なし。	・出荷データの出荷数を受領数として計上。 ・出荷データの出荷数と実検収数が異なる場合は、返品を起票。 ・ 支払い方法として「ファクタリング」が存在	・検品情報より自動計上	(要検討) ・支払方法「ファクタリング」についての検討が必要	—	—	—	—	—
⑥	受注形態・出荷形態	—	・取引先都合により受注箇所が複数に分かれる場合がある。 ・出荷形態は店単位で梱包	—	特に問題なし	・EOS(店・センター発注) 受信日:月~金 8:45 FAX(店発注)	EOS発注のみ、センター納品する	・取引先都合により受注箇所が複数に分かれる場合がある。 ・出荷形態は店単位で梱包	・ 発注形態、納期によりバッチ振分け処理が必要 。 ・ オリコン、ケースの納品形態が存在 。 ・受注場所複数のケース有り。 ・納品口によるバッチ振分処理。 (物流センターの納品口別に商品を届ける必要がある場合)発注データに納品口の情報(整理番号)が存在する	(要検討) ・「ECサイト発注」、「広告発注」に対する検討が必要 ・出荷荷姿に対する検討が必要
⑦	計上の判断	—	・受領データ=コメリ検収実施。 手書き伝票も受領データが発生。 ・ 受領訂正はない 。 正しい受領データの再送、又は相殺用の新しい受領データが送信される。	—	受領訂正メッセージが確定された場合は受領訂正メッセージを使用する運用に変更。	・受領訂正が発生	・受領データ=コメリ検収実施。 ・受領訂正はない。 正しい受領データは、双方で手修正を行う	・ 手書き伝票も受領データが発生 。 ・受領訂正はない。 正しい受領データの再送、又は相殺用の新しい受領データが送信される 。	・出荷ベースでの売上計上。 ・受領データ、アンマッチ分調査。 ケースに依り検収訂正処理を行なう。	・手書き伝票の扱いについては、相対間で合意済みであれば問題なし。 ・受領データの再送については受領訂正メッセージが確定された場合は受領訂正メッセージを使用する運用に変更。
⑧	請求の有無/支払い方法	—	・請求金額と支払金額を突合。 ・ ファクタリングの支払い方法あり 。	—	(要検討) ・「支払方法区分」に対する検討が必要	・請求なし オンライン支払(JCA)	・請求金額と支払金額を突合	・請求金額と支払金額を突合	・請求有り/無しそれぞれのケース有り。 ・請求データとの照合処理。 ・支払いデータの運用は月1回のみ。	特に問題なし
⑨	その他	・欠品データを取りやめ、出荷データに変更する。	—	—	—	—	—	—	—	—

4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

■ECサイト発注プロセス

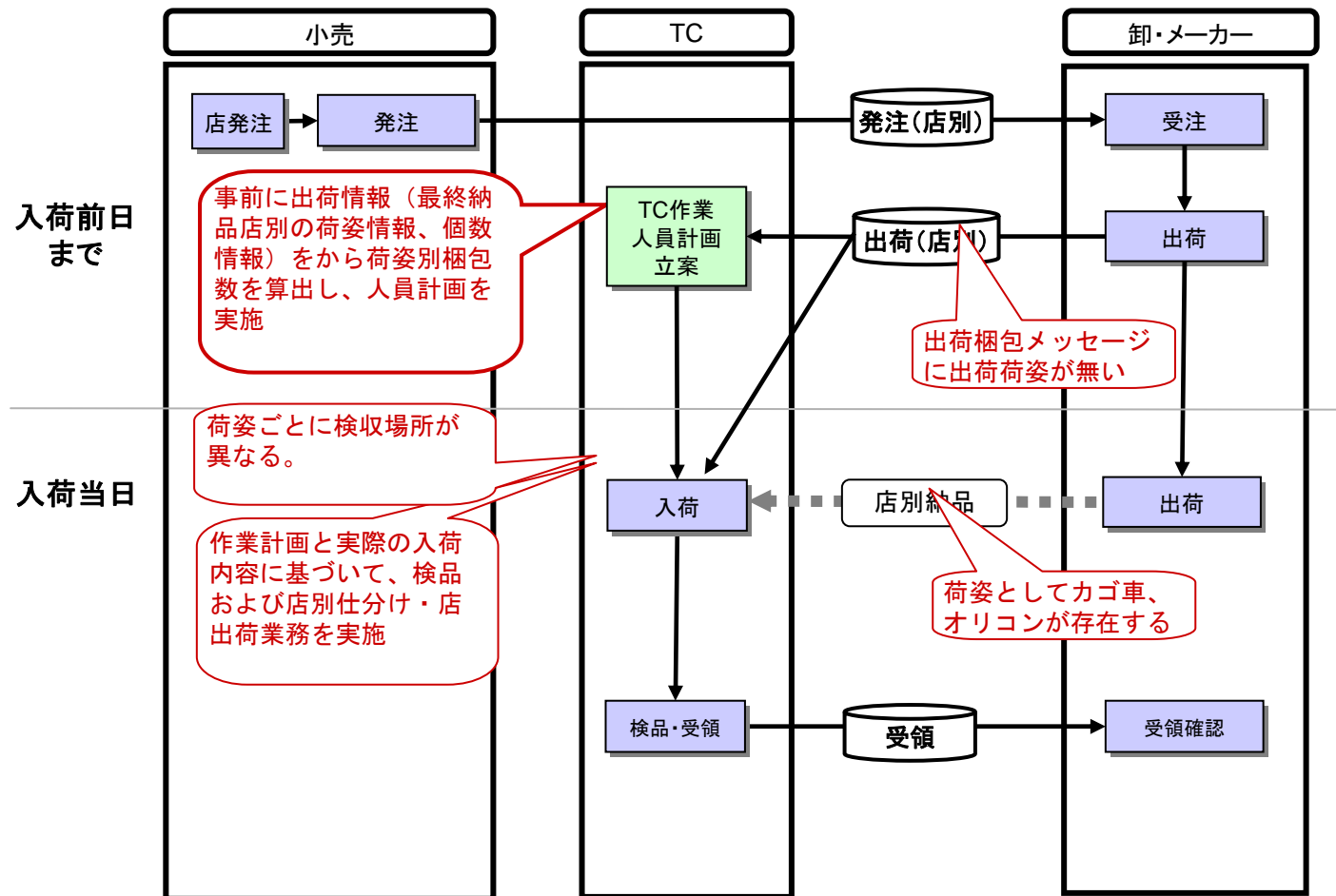


ECサイト発注とは、ECサイトを通じて発注された発注形態を指す。ECサイト発注はお客様指定発注のため、センタ・店舗では商品の取り置きをする必要があるとともに、卸から直接顧客へ納品を行う場合も発生する。

4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

■出荷データからの人員計画立案プロセス

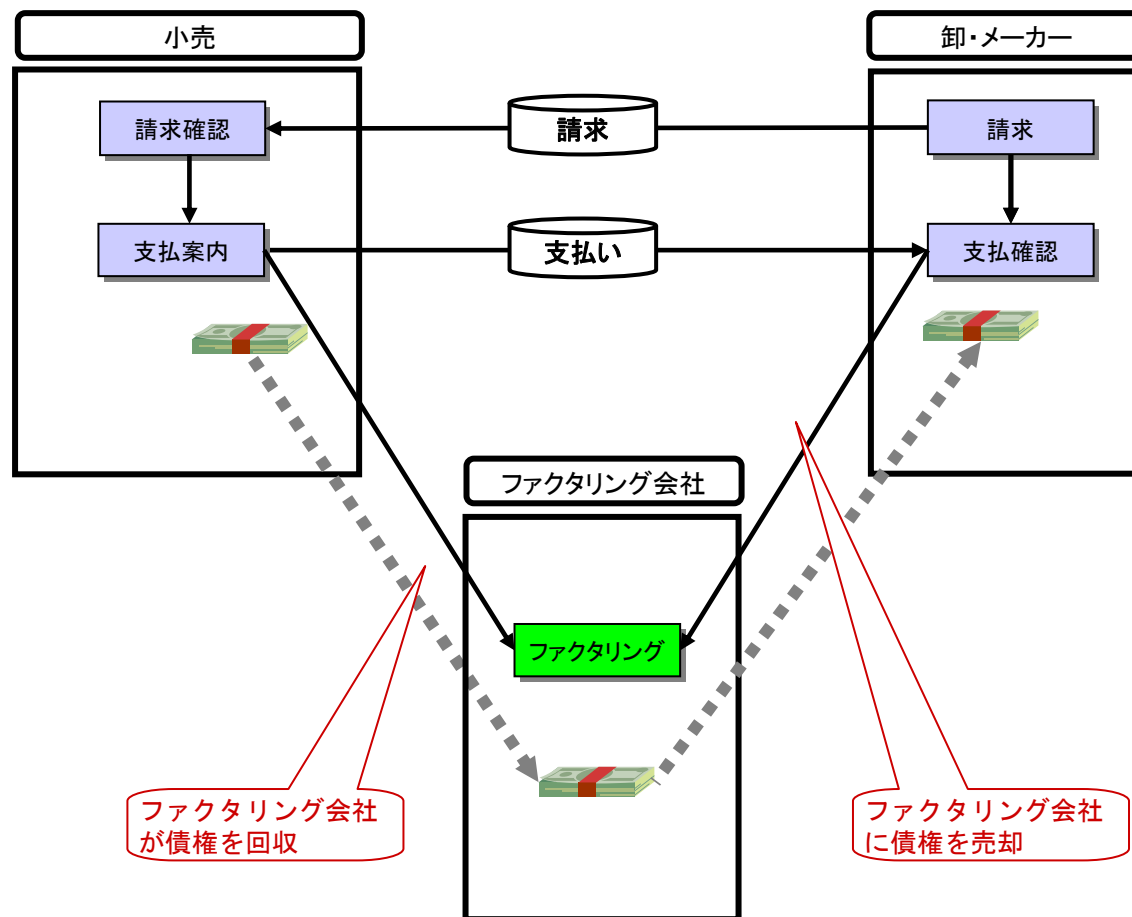


出荷データからの人員計画立案プロセスとは、出荷データ上の荷姿別梱包数をもとにTC作業の人員計画立案を行う形態を指す。荷姿ごとに異なる検収場所での検品・店別仕分けの作業負荷を平準化するため、荷姿別梱包数をもとに、配置する人員計画を実施している。

4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

■ファクタリング(債権支払代行)支払いプロセス

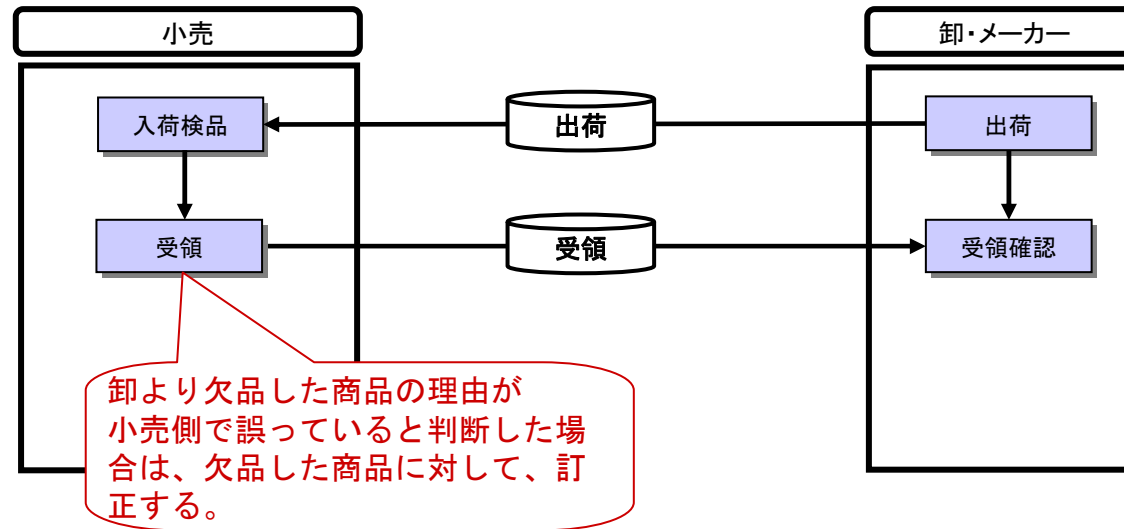


ファクタリング支払いプロセスとは、ファクタリング会社を通じて支払いを行う形態を指す。債権元はファクタリング会社に債権を売却し、早期資金の回収を行います。ファクタリング会社は債権先から債権の回収を行います。

4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

■訂正区分(欠品理由訂正)プロセス



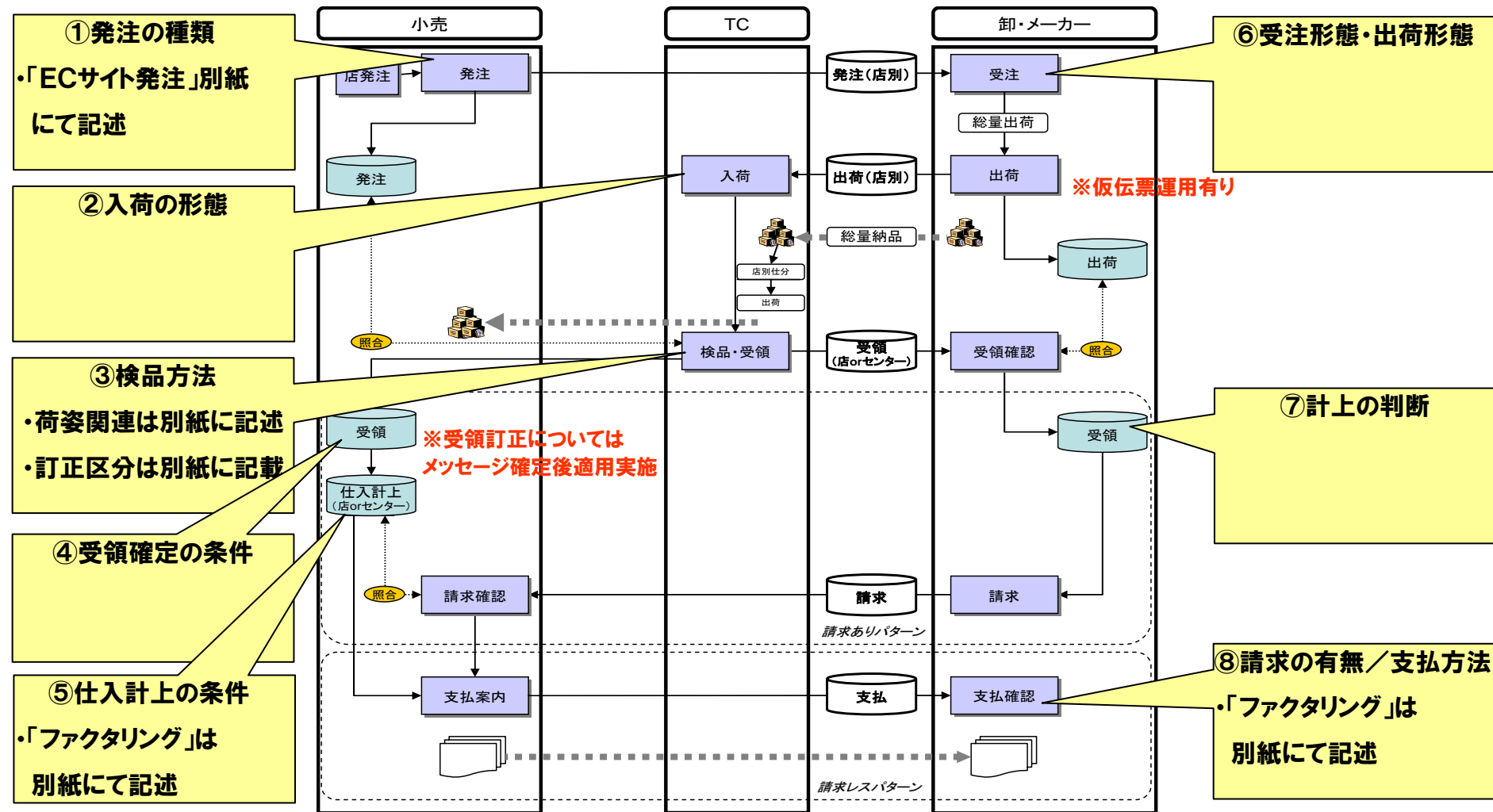
欠品理由訂正プロセスとは、卸から欠品した商品の理由が小売側で誤っていると判断した場合は、欠品した商品に対して訂正するプロセス。

4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

■通過型センター(TC)納品(総量納品)プロセス

(①～⑧の各社ヒアリング結果は次頁に記載)



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を指す。

4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

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)(各社ヒアリング結果)

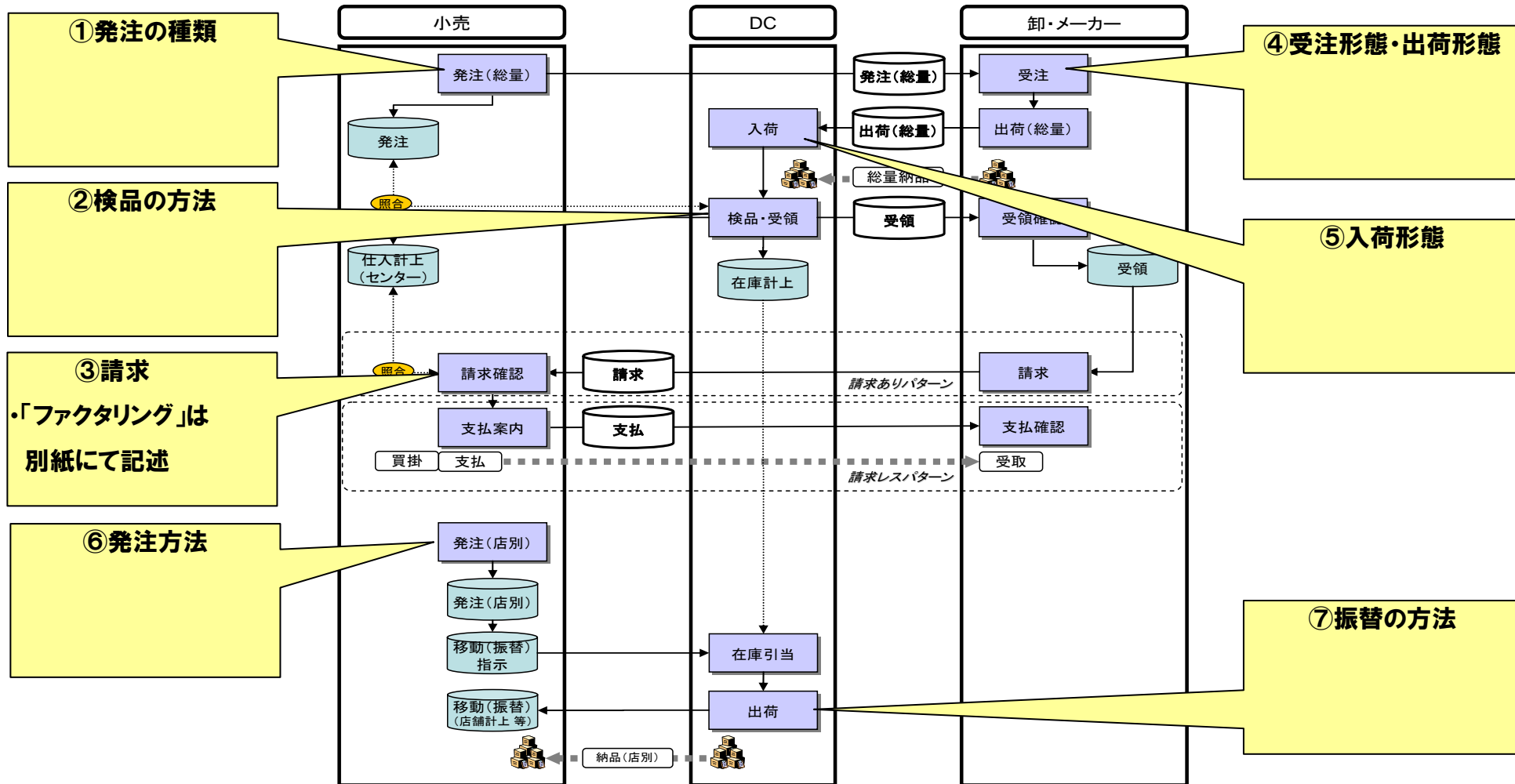
No	検討ポイント	小売A社殿	小売B社殿	小売C社殿	小売まとめ	卸D社殿	卸E社殿	卸F社殿	卸G社殿	卸まとめ
①	発注の種類	・月木(補充、本部振分発注) ・火(特売発注) ・都度(棚替改装などの本部発注)	・定期発注、 広告発注 、電話発注、新規発注等発注目的によって発注形態、納品タイミングが異なる。 ・発注はTC別	・店舗、本部 ・定期及び定期的の追加(仕入先により) ・特売(週1) ・特売緊急(週1)	特に問題なし	—	—	—	—	—
②	入荷の形態	・商品はオリコン・ダンボール・パレットに全店分梱包。 ・出荷データではなく欠品データをいただいている。	・ケース、バラ等商品により異なる。	・総数入荷 ・添付書類等指定無し	特に問題なし	—	—	—	—	—
③	検品方法	・発注一欠品数に基づき、全商品をJANで検品検収。 ・受領データ返信の運用なし。	・全商品を検収。 ・センタ別総量検品、ケース納品の場合はケース数で検品。	・全数検品	特に問題なし	—	—	—	—	—
④	受領確定の条件	・センターの検収結果で自動確定。 ・取引先・発注日単位で確定。	・伝票の全明細検収完了	・全数検品の結果より受領情報生成、自動計上	特に問題なし	—	—	—	—	—
⑤	仕入計上の条件	・受領データに基づき自動確定。 ・修正なし。 ・センター検収日付で計上。	・検収実績データ及び出荷データによる自動計上。 手書き伝票も含む。 ・受領データに欠品理由が付加される。 ・計上後の修正は存在する。 ・ 支払い方法として「ファクタリング」が存在	・センター受領情報より自動振替計上	(要検討) ・支払方法「ファクタリング」についての検討が必要	—	—	—	—	—
⑥	受注形態・出荷形態	—	・出荷形態は商品単位で梱包。	—	特に問題なし	・EOS(店・センター発注) 受信日:月～金 6:59 受信日:月～金 7:31 (PB商品) FAX(店発注)	—	・出荷形態は商品単位で梱包。	・TC別受注先と店別受注先有り。(合算処理追加が必要) ・ 発注形態、納期によりパッチ振分け処理が必要。 ・ オリコン、ケースの納品形態が存在。 ・ 受注場所複数のケース有り。	(要検討) ・「ECサイト発注」、「広告発注」に対する検討が必要。 ・出荷荷姿に対する検討が必要。
⑦	計上の判断	—	・受領データ=コメリ検収実施。手書き伝票も受領データが発生。 受領訂正はない。 (正しい受領データの再送、又は相殺用の新しい受領データが送信される。)	—	受領訂正メッセージが確定された場合は受領訂正メッセージを使用する運用に変更。	・受領訂正が発生	—	・受領データ=コメリ検収実施。 ・ 手書き伝票も受領データが発生。 ・受領訂正はない。 (正しい受領データの再送、又は相殺用の新しい受領データが送信される。)	・出荷ベースでの売上計上。 ・受領データ、アンマッチ分調査。 ケースに依り検収訂正処理を行なう。	・手書き伝票の扱いについては、相対間で合意済みであれば問題なし。 ・受領データの再送については受領訂正メッセージが確定された場合は受領訂正メッセージを使用する運用に変更。
⑧	請求の有無/支払い方法	—	・請求金額と支払金額を突合。	—	特に問題なし	・請求なし ・オンライン支払(全銀)	—	・請求金額と支払金額を突合	・請求有り/無しそれぞれのケース有り。 ・請求データとの照合処理。 ・支払いデータの運用は月1回のみ。	特に問題なし
⑨	その他	・欠品データを取りやめ、出荷データに変更する。	—	—	特に問題なし	—	—	—	—	—

4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

■買取在庫型センター(DC)納品プロセス

(①～⑦の各社ヒアリング結果は次頁に記載)



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型センター(DC)に、総量で納品する形態を指す。納品された商品はDCの在庫として計上される。

4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

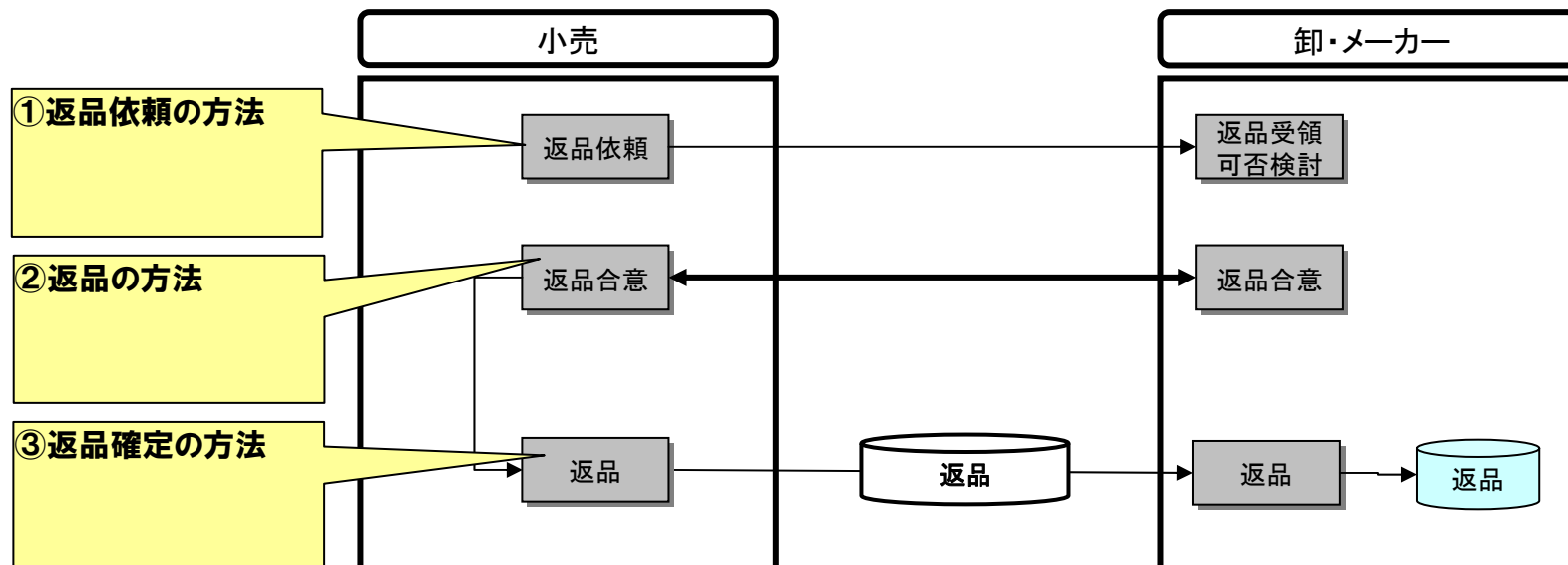
■買取在庫型センター(DC)納品(各社ヒアリング結果)

No	検討ポイント	小売A社殿	小売B社殿	小売C社殿	小売まとめ	卸D社殿	卸E社殿	卸F社殿	卸G社殿	卸まとめ
①	発注の種類	—	・定期発注、電話発注等があるが、基本は定期発注のみ。 ・納品タイミングは商品、お取引先により異なる。 ・発注はDC別	・本部発注	特に問題なし	—	—	—	—	—
②	検品の方法	—	・全商品を検収。	・全数検品	特に問題なし	—	—	—	—	—
③	請求	—	・支払い方法として「ファクタリング」が存在	・請求データの受信は行っていない	(要検討) ・支払方法「ファクタリング」についての検討が必要	—	—	—	—	—
④	受注形態・出荷形態	—	・取引先都合により受注箇所が複数に分かれる場合がある。 ・出荷形態は変わらず。	—	特に問題なし	EOS(店・センター発注) 受信日:月～金 7:00 *水のみ2回受信 FAX(店発注)	—	・取引先都合により受注箇所が複数に分かれる場合がある。 ・出荷形態は変わらず。	・DC別受注	特に問題なし
⑤	入荷形態	—	・パレット、ケース等商品により異なる。	—	特に問題なし	—	—	・パレット、ケース等商品により異なる。	・パレット、オリコン、ケース	特に問題なし
⑥	発注方法	—	—	・店舗、週1回発注	特に問題なし	—	—	—	—	—
⑦	振替の方法	—	—	・振替伝票自動計上	特に問題なし	—	—	—	—	—
⑧	その他	・実施する場合は標準プロセスに合わせることを検討する。	—	—	特に問題なし	受領訂正が発生 オンライン請求(全銀TCP/IP) オンライン支払(全銀TCP/IP)	—	—	—	—

4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

■返品業務プロセス (①～③の各社ヒアリング結果は次頁に記載)



4. 業界プロセス検討

4.3 業務プロセス適合性の検討

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

■返品業務(各社ヒアリング結果)

No	検討ポイント	小売A社殿	小売B社殿	小売C社殿	小売まとめ	卸D社殿	卸E社殿	卸F社殿	卸G社殿	卸まとめ
①	返品依頼の方法	—	—	・端末に返品数量等を入力 ・返品明細書を発行	特に問題なし	—	—	—	—	—
②	返品の方法	—	—	・返品明細書の半券を商品に添付	特に問題なし	—	—	—	—	—
③	返品確定の方法	—	—	・返品明細より返品伝票を照合し検収入力	特に問題なし	—	—	—	—	—
④	返品受領確認の方法	—	—	—	—	—	—	—	・返品伝票(明細書)と商品の突合せ。	特に問題なし
⑤	返品の方法	—	—	—	—	—	—	—	—	—
⑥	返品確定の方法	—	—	—	—	—	—	—	・データ入力	特に問題なし
⑦	その他	・運用するかどうかは今後検討。 運用する場合は標準プロセスに合わせる。	—	—	—	・受領データに混ざって返品データを受信する得意先の中には、上記の返品フローを行わず、受領処理を行っている場合があります。受領データと返品データが混在して送信される取引先があり、処理する方法は3種類あります。 1.返品プロセスを使用 2.別途返品伝票がくるのでデータを読み飛ばす 3.受領処理(弊社的には売上・返品情報との比較)を行い、マッチング情報をリストに発行	返品データの送信はあるものの、店舗担当者立会いの検品による伝票発行を行い、伝票にて処理を行っている。(受信した返品データは活用していません)	—	—	本来の受領メッセージの使い方をして頂く前提で問題なし。

5. メッセージ検討

5. メッセージ検討

5.1 メッセージ検討の目的と方針

メッセージ検討の目的

- ・流通BMSで定義されている業務プロセス及びコードリストを、ホームセンター業界で適用できるかどうか確認し、システムや運用の変更による対応が可能か検討する。
- ・メッセージ検討において、ガイドラインとして記載すべき事項の有無を検討する。
- ・必要であればチェンジリクエストを作成し、メッセージ内容の修正を求める。

メッセージ検討方針

■ホームセンター業界における検討方針

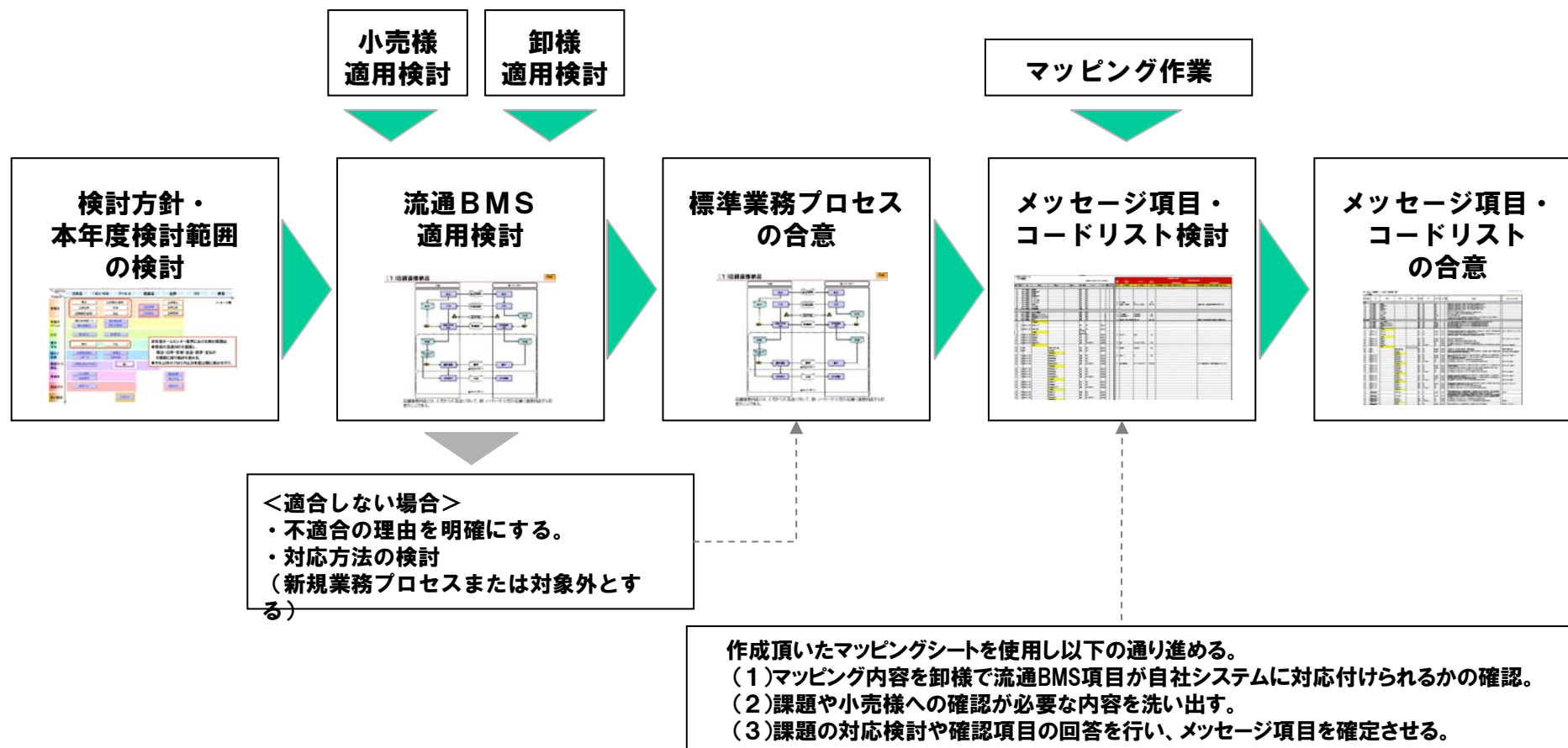
個社においては、「**現行業務は担保**」し「**システムを標準に合わせる。**」
業界として「**全体SCMの効率改善を目指す。**」

5. メッセージ検討

5.3 メッセージ項目適合性(マッピング)の検討

メッセージ検討の進め方

- 前頁までの通り、検討方針・本年度の検討範囲のもと、流通BMSで定義されている業務プロセスの適合検討および適合する為の運用条件等の洗い出し作業を実施。
- 洗い出し作業の結果を受け、**ホームセンター業界標準業務プロセスの合意**へつなげる。



5. メッセージ検討

5.3 メッセージ項目適合性(マッピング)の検討

●各社マッピング結果

メッセージ項目適合性に関しては、下記1点以外は問題無いことが分かった。

問題点

メッセージ種別	項目番号	項目名	課題内容
出荷梱包(紐付けあり)	217	梱包NO	梱包Noが数値タイプなのにも関わらず、文字列が含まれている。

対応

SCMラベルの梱包NO印字時に納品口として英字で表している事を確認。物流ラベルに関する検討が必要。
課題として挙げ、物流ラベル検討時に、対処検討。今年度は、暫定処置として対処。

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

- 小売A社様からご提示頂いたコードリストに対し、WG委員様よりご意見を頂いた。
また、ver1.2のコードリストへの意見収集も実施した。

- 各社からの回答結果は次頁に記載。

凡例

- 業務プロセスから発生した追加項目

Ver1.0 の番号	項目名	コード	意味	利用	用途若しくはコード定義
156	出荷荷姿コード	00	無指定	×	
		01	バラ	×	
		02	ボール	×	
		03	ケース	○	商品がケース単位で梱包されて納品される場合。
		04	パレット	×	
		05	バンドル	×	
		06	オリコン	◎	バラでオリコンに入られている場合。 オリコン内に複数商品が入られている場合もある。
172	発注区分	01	本部(計画)発注	○	前提:本部の文字を消去し、計画発注(定番発注)とする。 本部や店舗から定期的に行われている発注。 定番商品、花苗、DC商品
		02	店舗(追加)発注	○	前提:店舗の文字を消去し、追加発注(電話発注:緊急発注)とする。 本部や店舗から定期発注以外の日程で行う発注。 棚欠品発生時等の緊急措置。企画商品等、定番商品以外を店舗へ送り込む時に使用。
		03	センター発注	○	配送センタから定期発注以外の日程で行う発注(電話発注:センター)。 検収時に欠品が発覚した場合のリカバー措置。
		04	客注	○	店舗にてお客様から在庫に無い商品を注文いただいた場合の発注。 商品がマスタに存在しない場合や、特別な注文数への対応等さまざまな状況がある。
		05	要望発注	×	
		06	初回発注	○	初めての商品を店舗へ導入する場合の発注。 展開スケジュール等により納品日が異なる場合や、品出し日が調整される場合がある。
		07	ギフト発注	×	
		08	ECサイト発注	◎	ECサイトからの注文に対する発注。 納品場所がお客様の指定により店舗、センタ、お客様直送等多彩に変化する。 店舗、センタでもECサイトからの発注として取りおきや配送手段が変化する。
		09	広告発注	◎	広告商品に対する発注。 広告日程に合わせ納品予定日が設定されると共に、品出し日が調整される。
		10	JAN未貼付(取引先責)	◎	商品にJANコードが無い。
188	訂正区分	00	訂正なし	○	発注数と同じ数量が納品され、検収された。
		01	商品違い(取引先責)	○	発注商品と納品された商品が異なる。
		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)	○	商品に汚れや破損がある。
		05	遅納品(取引先責)	○	納品予定日までに納品されなかった。
		06	鮮度基準外(取引先責)	×	
		07	数量不足(取引先責)	○	納品数が発注数に満たない。
		08	数量過多(取引先責)	×	
		09	その他(小売責)	○	小売が誤った発注を上げてしまい、取引先が納品出来ない。
		10	JAN未貼付(取引先責)	◎	商品にJANコードが無い。
		11	JAN不鮮明(取引先責)	◎	商品のJANコードがスキャナで読取れない。
		12	JAN違い(取引先責)	◎	商品とJANコードが合っていない。
		13	取引先欠品(取引先責)	◎	検収時、お取引先より欠品であることが報告された。
		14	契約終了(取引先責)	◎	契約時に納品数上限が指定されていた場合に、契約納品数を超えた発注が発生した。
196	支払方法区分	01	手形	○	手形による支払。
		02	銀行振込	○	銀行振込による支払。
		03	ファクタリング	◎	ファクタリングによる支払。
		04	クレジット	◎	クレジットによる支払。

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

1. ホームセンター業界としてご要求されているコードリストについてご意見

	ご回答内容
小売A社殿	ありません。
小売B社殿	■172発注区分の04客注の「用途若しくはコード定義」部分に、「商品マスタに存在しない場合や」とありますが、商品マスタに存在しない場合にEDIは不可能だと思いますが間違いでしょうか？ ■発注区分の「09広告発注」は必ず必要です。
小売C社殿	ございません。
卸D社殿	ありません。
卸E社殿	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と同一項目で表現すると不具合がでる小売業が出てくるのではないかと思いますのですが、いかがでしょうか。 また、コードリストが業界毎に異なるのは、やむ終えないとは考えますが、業界毎に異なるコードリストのセットは、相対となるのでしょうか。
卸F社殿	なし。
卸G社殿	ありません。
卸H社殿	追加必要項目と思います。ホームセンター業界として追加要求をお願いします。

2. 流通BMS Ver.1.2で定義されているコードリストについて過不足の過不足

	ご回答内容
小売A社殿	ホームセンター業界としてのコードリストが反映されるのであれば、過不足はありません。
小売B社殿	発注区分に「広告発注(特売発注)」が必要 (A社様要望済み)
小売C社殿	現状存在しない項目は有りますが、当社運用方法などの見直しで対応可能と考えております。
卸D社殿	ありません。
卸E社殿	—
卸F社殿	なし。
卸G社殿	ありません。
卸H社殿	上記分以外に特に有りません。

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

コードリスト検討項目一覧

小売A社様からご提示頂いたコードリストを含めた下記6点について検討を実施

- ① 出荷荷姿コードについて
- ② 発注区分(ECサイト発注)について
- ③ 発注区分(広告発注)について
- ④ 訂正区分について
- ⑤ 支払方法区分について
- ⑥ (仮称)農薬区分について
- ⑦ コードリスト運用方式について

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

① 出荷荷姿コードについて(1/4)

【課題事項】

- ・「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(オリコンなのか、ケースなのか)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。
- ・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と同一項目で表現すると不具合がでる小売業が出てくるのではないかな。

【ガイドライン定義】

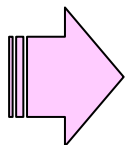
導入ガイドライン上で定義されている「出荷荷姿コード」とは、

運用ガイドライン(基本編)P66より抜粋

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



単品の荷姿を示している。

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

① 出荷荷姿コードについて(2/4)

【メッセージ構造】

出荷伝票メッセージの構造から見ると、単品の荷姿を表す使い方になる。

出荷伝票メッセージより一部抜粋

階層2	階層3	階層4
<取引明細>		
	取引明細番号（発注・返品）	
	取引付属明細番号	
	<商品>	
	メーカーコード	
	商品コード（GTIN）	
	<商品規格>	
	規格	
	規格カナ	
	<カラー>	
		<出荷荷姿情報>
		ITFコード（集合包装GTIN）
		賞味期限日
		製造日
		製造番号
		出荷荷姿コード
		出荷数量（出荷荷姿数）

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

① 出荷荷姿コードについて(3/4)

【標準定義及びメッセージ構造を踏まえての検討課題】

標準定義及び現状のメッセージ構造を見る限り単品の荷姿として使用されている。
上記内容を踏まえ、全体の荷姿を表すカゴ車、オリコン、パレットといったコードについては、

案1. 出荷梱包メッセージの出荷荷姿コードについては、全体の荷姿も表す事として、CR再提示。

案2. 現状の出荷梱包メッセージ内項目を使い(次ページの対応例参照)、現状のメッセージで運用する。

といった2案を再度検討する必要がある。

案1は、現状小売A社様から提示されているCR要件。

案2は、現出荷梱包メッセージ内の項目(梱包No)の桁(36桁)に役割を定義し、相対企業合意の上で、運用する。(次ページの「現状出荷梱包メッセージにおける対応案」参照)

【標準定義】

流通ビジネスメッセージ標準(基本形Ver1.1) メッセージ項目一覧上で定義されている梱包Noについて

ー梱包Noー

梱包単位に付けられたNo.

【小売A社様コメント】

案2の梱包NOの使い方が標準からはずれておらず、卸殿の了解が得られるのであれば、案2でも構わない。

■現状出荷梱包メッセージにおける対応案

【現メッセージでの出荷荷姿対応案】

梱包番号のnn桁で出荷荷姿を表現

※梱包Noに割当てられた桁数(36)は、特に取決められていない。

梱包番号(No)の36桁を有効に活用し、相対間で取決め運用

例. 現状梱包番号の5桁のみで運用。

【相對取決事項】

①6桁目に出荷荷姿を表すコードを付加して運用を想定

②6析目: ‘1’ オリコン ‘2’ ケース ‘3’ カゴ車...

000000000000000000000000000000000000 99992

未使用(取決めなし)

捆包NO

出荷荷姿コード

力ゴ車番号:002

＜出荷梱包内容＞

親梱包番号: 9992

梱包番号:999922

取引明細

伝票番号:10001

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

② 発注区分(ECサイト発注)について(1/2)

【業務プロセス】

P. 33に表しているように、ECサイト発注はお客様指定発注のため、センタ・店舗では商品の置き換えをする必要があると共に、卸から直接顧客へ納品を行う場合も発生する。

【標準定義】

流通ビジネスメッセージ標準(基本形Ver1.1) メッセージ項目一覧上で定義されている発注区分について

ー発注区分ー

発注が行われた場所(本部・店舗)や、発注の形態(客注など)を表す区分。

【対応案】

案1. 発注区分の客注を使い、客注の特性を「処理種別」を用いて相対間で取決め運用できると思われる。
(次ページの「現行発注区分紐付け案」参照)

案2. 現状の発注区分だけでは、ECサイト発注の業務プロセスを行う上で不足している為、1/29のMM部会にCRを提示。

【小売A社様コメント】

コードリストが業界内で自由に使用できるまでの暫定措置として、提出済の読替を行なう。

案1でも構わないが、前提としてコードリストが業界内で自由に使用できるまでの暫定措置で且つこの処理種別の使い方が標準から反れていなければ問題ない。

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

② 発注区分(ECサイト発注)について(2/2)

下記のように表現できないか検討を実施した

現行発注区分

発注区分	00	定番発注
	80	電話発注(緊急発注)
	88	電話発注(センター)
	60	客注発注
	50	ネット発注
	90	新規発注
	70	広告発注

流通BMS区分

172	発注区分	01	本部(計画)発注
		02	店舗(追加)発注
		03	センター発注
		04	客注
		05	要望発注
		06	初回発注
		07	ギフト発注

184	処理種別	01	発注仕入れ
		02	返品
		03	移動
		04	値引
		05	委託
		06	受領訂正
		50	ECサイト発注

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

③ 発注区分(広告発注)について(1/8)

【課題事項】

広告発注は発注区分に持たせるべきか、商品区分に持たせるべきか。
発注区分というのはどこからの発注という場所・方法を表している。
この観点から見ると広告発注は特売と同じで商品区分ではないか。
TA伝票印字は、どう表示されるのか。

【標準定義】

流通ビジネスメッセージ標準(基本形Ver1.1) メッセージ項目一覧上で定義されている商品区分、
発注区分について

ー商品区分ー

定番(プロパ)発注or特売(中目、目玉)発注を表す区分。

ー発注区分ー

発注が行われた場所(本部・店舗)や、発注の形態(客注など)を表す区分。

※処理種別(旧:伝票区分)

小売で使用する取引の種別(仕入、返品、移動、値引 等)。

業界標準コード、もしくは小売独自コードをセット。

小売・卸間でのメッセージ取引の識別には2「メッセージ種」を使用し、処理種別の内容で卸側に判断を求める事ができる内容にする。

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

③ 発注区分(広告発注)について(2/8)

運用ガイドライン(基本編)P60より抜粋

【標準定義(TA伝票)】

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) 仕入伝票①										訂正区分		実納品日		E			
社名 スーパーアイビ		社・店コード 01		分類コード	伝票区分 01	伝票番号 ① 1000001	取引先コード 899999		取引先名 コダイラシヨクヒン	発注日 06 06 28		納品日 06 06 29		便 0 0							
店名 サイタマセンター																					
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 コダイラカップ ホンカクテキコンクリーム		⑥ 490210684360	⑬ 5	⑭ 1	⑮ コ	⑫ 5	⑤ 1			⑧ 310	⑨ 1550	⑩ 498	⑪ 2490								
コダイラモツクスープ		490199012623	6	2	コ	12	2			298	3580	458	5496								
コダイラセイタクコンノホタージュスープ		490247105999	5	3	コ	15	3			157	2354	258	3870								
							9														
F		H		L		④ 32			合計	原価金額合計	② 7484	売価金額合計	③ 11856								
G		I J K								訂正後原価金額合計		訂正後売価金額合計									

赤字部分以外は、特に決められていない

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

③ 発注区分(広告発注)について(3/8)

【標準定義(TA伝票)】

運用ガイドライン(基本編)P61より抜粋

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／任	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	コタライカップ ホンカケキ 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	

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

③ 発注区分(広告発注)について(4/8)

【スーパー業界TA伝票印字事例】

GMSのA社様におけるTA伝票の印字例を以下に示します。

商品区分は特に印字していないが、
伝票区分に相對間で取決めた「処理種別」
を印字

伝票区分欄に
「処理種別」を印字

備考F欄に
「発注区分」を印字

社名 A社				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				
店名 テスト				6980		158	74	0123456	12345					
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)
カップラーメン 120G			4912345678912 05	10	1		10	1			1 580 00	15 800	2 480	24800
の頭2桁								2						
F MD)ゼイトウ チラシインビ-			796 03.31					6						
合計							10				原価金額合計	15800	売価金額合計	24800
訂正後原価金額合計						訂正後売価金額合計								

(備考:138、172)
「138:税額」がゼロの場合、印字無し
それ以外の場合、「ゼイトウ」の文言の後に「138:税額」を印字する

「172:発注区分」が、本部(計画)発注の場合は、先頭に「MD)」をセットする

(備考:107)
「107:販促開始日」のタグが存在する場合、
「チラシインビ-」の後に「107」の月日のみをセットする

(例)販促開始日が「2007/03/31」の時
→ チラシインビ- 03.31

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

③ 発注区分(広告発注)について(5/8)

【対応案】

商品区分と発注区分の標準定義を見る限り、現在ホームセンター業界で挙げられている「広告発注」は、商品区分に分類されると思われる。

TA伝票印字に関しては、導入ガイドライン上も一部項目の定義がされているものもあるが、厳密には決められていない。

A社様の印字事例を見ても分かるように、英字枠の所に伝票運用上で必要なものを相対間を取決め運用している。

本内容を考慮し、以下に示す案にて再度「広告発注」についてご検討願います。

案1. 商品区分の特売を使い、特売の特性を「処理種別」を用いて相対間を取決め運用できると
思われる。(次ページの「現行発注区分紐付け案」参照)

案2. 発注区分に「広告発注」区分を追加して対応(1/29のMM部会にCR提出)

【小売A社様コメント】

コードリストが業界内で自由に使用できるまでの暫定措置として、提出済の読替を行なう。

案1でも構わないが、前提としてコードリストが業界内で自由に使用できるまでの暫定措置で且つこの処理種別の使い方が標準から反れていなければ問題ない。

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

③ 発注区分(広告発注)について(6/8)

下記のように表現できないか検討を実施した

現行発注区分

発注区分	00	定番発注
	80	電話発注(緊急発注)
	88	電話発注(センター)
	60	客注発注
	50	ネット発注
	90	新規発注
	70	広告発注

流通BMS区分

172 発注区分	01	本部(計画)発注
	02	店舗(追加)発注
	03	センター発注
	04	客注
	05	要望発注
	06	初回発注
	07	ギフト発注

171 商品区分	01	定番
	02	準特価(中目)
	03	特売(チラシ)

184 処理種別	01	発注仕入れ
	02	返品
	03	移動
	04	値引
	05	委託
	06	受領訂正
	70	広告発注

・・・TA伝票印字使用項目(案)

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

③ 発注区分(広告発注)について(7/8)

【参考】スーパー業界各区分の使い方

現行受発注システム	
欠品理由	
00	欠品なし
11	小売責任(発注取消)
12	小売責任(該当商品なし)
13	小売責任(製造中止)
14	小売責任(品切れ)
15	小売責任(契約違い)
19	小売責任(その他)
21	ベンダー責任(発注取消)
22	ベンダー責任(該当商品なし)
24	ベンダー責任(品切れ)
25	ベンダー責任(契約違い)
29	ベンダー責任(その他)
23	ベンダー責任(製造中止)
上記以外	

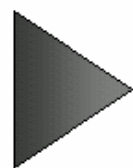


流通BMS移行後	
欠品区分	
00	欠品なし
12	発注ミス(小売責)
11	マスターメンテナンス(小売責)
11	マスターメンテナンス(小売責)
11	マスターメンテナンス(小売責)
11	マスターメンテナンス(小売責)
11	マスターメンテナンス(小売責)
21	納入者品切(取引先責)
21	納入者品切(取引先責)
21	納入者品切(取引先責)
21	納入者品切(取引先責)
21	納入者品切(取引先責)
21	納入者品切(取引先責)
22	メーカー品切(取引先責)
NULL(任意のため)	

【GMS:A社事例】

訂正区分的に使用していたが
欠品区分に統合し種別も
大幅に見直しを掛けたケース。

現行受発注システム		
発注区分	納品カテゴリ下2桁	
05	店舗補充発注	77
05	店舗補充発注	77以外
06	本部発注	77
06	本部発注	77以外
08	特売	ー
上記以外		



流通BMS移行後	
商品区分	
03	特売(チラシ)
01	定番
03	特売(チラシ)
01	定番
03	特売(チラシ)
< 納品カテゴリ下2桁から判断 >	
納品カテゴリ下2桁が77: 03(特売(チラシ))	
納品カテゴリ下2桁が77以外: 01(定番)	

【GMS:A社事例】

受発注上で持っている他の
区分と合せて区分をセッ
トしているケース

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

③ 発注区分(広告発注)について(8/8)

■ 発注区分、商品区分、処理種別の使い方に関する回答結果

区分	企業様名	回答内容
小売	A社様	前提としてコードリストが業界内で自由に使用できるまでの暫定措置で且つ この処理種別の使い方が標準から反れていなければ問題ない。
	B社様	特に問題ありません。
	C社様	特に問題ありません。
	D社様	特に問題ありません。
卸	E社様	特に問題ありません。
	F社様	特に問題ありません。
	G社様	特に問題ありません。
	H社様	特に問題ありません。

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

④ 訂正区分について(1/3)

【標準定義】

流通ビジネスメッセージ標準(基本形Ver1.1) メッセージ項目一覧上で定義されている訂正区分について

ー訂正区分ー

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。

実際に出荷された商品と事前出荷データとで、小売側にて検品した際に数量、汚破損等で商品が正しく受取れなかった場合に、小売側にて訂正する区分。

【対応案】

案1. 訂正区分に追加要求のJAN未貼付、JAN不鮮明、JAN違いについては、既存の訂正区分に割当てて運用する。

取引先欠品、契約終了、メーカー廃番については、取引先側からの出荷データ欠品区分に正しくセットして頂く。(次ページの「現行訂正区分対応案」参照)

案2. 訂正区分に6項目(JAN未貼付 他)を追加して対応(1/29のMM部会にCR提出)

案3. 業務プロセスから卸側の欠品理由を訂正する業務として使われている為、追加要求の取引先欠品、契約終了、メーカー廃番については、新規項目「欠品理由訂正」の追加して対応。
(1/29のMM部会にCR提出)

【小売A社様コメント】

コードリストが業界内で自由に使用できるまでの暫定措置として、提出済の読替を行なう。

案1でも構わないが、前提としてコードリストが業界内で自由に使用できるまでの暫定措置であれば問題ない。

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

④ 訂正区分について(2/3)

(現行訂正区分 対応案)

188	訂正区分	00	訂正なし	○	発注数と同じ数量が納品され、検収された。
		01	商品違い(取引先責)	○	発注商品と納品された商品が異なる。
		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)	○	商品に汚れや破損がある。
		05	遅納品(取引先責)	○	納品予定日までに納品されなかった。
		06	鮮度基準外(取引先責)	×	
		07	数量不足(取引先責)	○	納品数が発注数に満たない。
		08	数量過多(取引先責)	×	
		09	その他(小売責)	○	小売が誤った発注を上げてしまい。取引先が納品出来ない。
		10	JAN未貼付(取引先責)	◎	商品にJANコードが無い。
		11	JAN不鮮明(取引先責)	◎	商品のJANコードがスキャナで読取れない。
		12	JAN違い(取引先責)	◎	商品とJANコードが合っていない。
		13	取引先欠品(取引先責)	◎	検収時、お取引先より欠品であることが報告された。
		14	契約終了(取引先責)	◎	契約時に納品数上限が指定されていた場合に、契約納品数を超えた発注が発生した。
		15	メーカー廃番(取引先責)	◎	メーカー側で廃番となった為、納品出来なかった。

現行コードに当てはめて運用

ex) 商品違い、汚破損etc

欠品区分。

出荷メッセージの欠品区分に正しくセットして頂く。

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

④ 訂正区分について(3/3)

【参考】スーパー業界各区分の使い方

【GMS:B社事例】

現行運用見直しを掛けたケース。
ラベル印字不良や要冷品温度
不良などは事後的に扱う事で
物流センター側の運用変更した。

現行受発注システム	
訂正原因コード	
00	訂正なし
21	商品違い(取引先責)
22	値札無し(取引先責)
23	価格違い(取引先責)
24	コンテナ明細違い(取引先責)
25	商品汚損(取引先責)
26	商品破損(取引先責)
27	早納品(取引先責)
28	遅納品(取引先責)
29	鮮度不良(取引先責)
30	数量不足(取引先責)
31	数量過多(取引先責)
32	ラベル不良(取引先責)
33	納品温度不良(取引先責)
34	その他取引先責
51	発注訂正(小売責)
52	その他小売責

流通BMS移行後	
訂正区分	
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)

ラベル不良・温度不良については納品時
にお取引先様と調整する

	XX社受発注処理					発生納品パターン	次世代コード				
	納品区分	在庫区分	仕入区分	センター納品方法	EDI区分		納品経路	通過在庫区分	納品区分	伝票レス区分	出荷データ有無区分
店直	0:店直	1:通過型	1:買取	0:店別仕分け納品	0:伝票あり(ASNなし)	店直(※在庫区分・仕入区分は共に0の可能性あり)	01:店舗直納	00:無指定	02:店別納品	02:伝票あり	02:出荷データ作成不要
TC	1:センタ経由	1:通過型	1:買取	0:店別仕分け納品	0:伝票あり(ASNなし)	TC(衣料・生鮮・店別)	02:センター納品	01:TC	02:店別納品	02:伝票あり	02:出荷データ作成不要
	1:センタ経由	1:通過型	1:買取	0:店別仕分け納品	1:伝票レス(ASNあり)	TC(常温・店別)・TC(低温・店別)	02:センター納品	01:TC	02:店別納品	01:伝票レス	01:出荷データ作成要
	1:センタ経由	1:通過型	1:買取	1:単品総量納品	0:伝票あり(ASNなし)	※発生しない	02:センター納品	01:TC	01:総量納品	02:伝票あり	02:出荷データ作成不要
	1:センタ経由	1:通過型	1:買取	1:単品総量納品	1:伝票レス(ASNあり)	TC(低温・総量)	02:センター納品	01:TC	01:総量納品	01:伝票レス	01:出荷データ作成要
	1:センタ経由	1:通過型	1:買取	2:カート店別仕分け納品	0:伝票あり(ASNなし)	※発生しない	02:センター納品	01:TC	02:店別納品	02:伝票あり	02:出荷データ作成不要
	1:センタ経由	1:通過型	1:買取	2:カート店別仕分け納品	1:伝票レス(ASNあり)	TC(常温・カート昭和のみ)	02:センター納品	01:TC	02:店別納品	01:伝票レス	01:出荷データ作成要
DC買取	1:センタ経由	0:在庫型	1:買取	1:単品総量納品	0:伝票あり(ASNなし)	DC買取(伝票あり)	02:センター納品	03:買取DC	01:総量納品	02:伝票あり	02:出荷データ作成不要
	1:センタ経由	0:在庫型	1:買取	1:単品総量納品	1:伝票レス(ASNあり)	DC買取(伝票レス)	02:センター納品	03:買取DC	01:総量納品	01:伝票レス	01:出荷データ作成要
DC預かり	1:センタ経由	0:在庫型	0:預かり	1:単品総量納品	0:伝票あり(ASNなし)	DC預かり(伝票(発注確認・出荷指示)(伝票なし)	03:小売預かり在庫より出	00:無指定	03:直接納品なし	02:伝票あり	02:出荷データ作成不要
	1:センタ経由	0:在庫型	0:預かり	1:単品総量納品	1:伝票レス(ASNあり)	DC預かり(伝票確認・出荷指示)(伝票レス)	03:小売預かり在庫より出	00:無指定	03:直接納品なし	01:伝票レス	02:出荷データ作成不要※
	1:センタ経由	0:在庫型	0:預かり	1:単品総量納品	0:伝票あり(ASNなし)	DC預かり(補充勧告・入荷予定・入荷確定)(伝票なし)	02:センター納品	02:預りDC	01:総量納品	02:伝票あり	02:出荷データ作成不要
	1:センタ経由	0:在庫型	0:預かり	1:単品総量納品	1:伝票レス(ASNあり)	DC預かり(補充勧告・入荷予定・入荷確定)(伝票レス)	02:センター納品	02:預りDC	01:総量納品	01:伝票レス	01:出荷データ作成要

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

⑤ 支払方法区分について

【業務プロセス】

P. 35に表しているように、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。

【標準定義】

流通ビジネスメッセージ標準(基本形Ver1.1) メッセージ項目一覧上で定義されている支払区分について

ー支払方法区分ー

手形、銀行振込み 等。

【対応案】

案1. 急務で必要としない為、次年度以降に検討とするか、又はコードリストの業界内自由使用が許可されるまで待つ。

案2. 現状の支払方法区分だけでは、「ファクタリング」による支払方法指定できない為、を1/29のMM部会にCR提示。

【小売A社様コメント】

案1でも構わない。

但し、前提としてコードリストが業界内で自由に使用できるまでとする。

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

⑥ (仮称)農薬区分について(1/4)

◆許認可商材については、以下のような内容で検討を進めた。

(STEP1)許認可商材／法令等の整理

⇒ホームセンター業界で扱っている許認可の必要な商材を洗い出し、それぞれの法律や条令等の内容を整理する。
(許認可商材について、DIY協会／共同実証WGメンバのご協力を頂きたいお願い致します。次頁参照下さい。)

(STEP2)検討対象とする許認可商材／法令における判断基準の確認

⇒検討対象とすべき許認可商材について、その法律や条令の内容に対し、システムでどのようなチェックが必要なのかという判断基準を確認する。(「在庫報告・帳簿保存義務があるものは発注データに含ませる」など)

(STEP3)対象となる許認可商材の扱いの検討

⇒システム的なチェックが必要な許認可商材について、EDIシステムで管理するのか、バックエンドシステム(マスタ管理)でチェックするのか、について検討する。

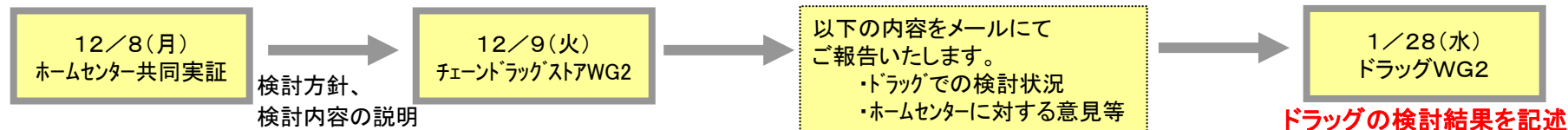
(STEP4)EDIシステムでの管理方法の検討

⇒EDIシステムで管理する必要があると判断した場合は、運用方法やメッセージ項目の内容について検討する。

◆他業界との情報共有について

(1)チェーンドラッグストア業界との情報共有

⇒現在、チェーンドラッグストア業界においても、許認可商材の扱いについて検討されているため、両業界で情報共有しながら検討を進めていきたいと考えております。



5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

⑥ (仮称)農薬区分について(2/4)

●(仮称)農薬区分についての検討内容 【Step 1 & 2】

No.	基本情報			販売許認可		管理義務 ※(電子) 電子保存を許可している		
	商材	関連法律	受付窓口	区分	申請	条件等	報告	帳簿
1	酒類の輸入・販売	酒税法	所管税務署	免許	○		○	○ (電子)
2	農薬販売業	農薬取締役法	知事	届出	○	3年間帳簿保存(第10条)	—	○
3	毒物劇物販売業	毒物及び劇物取締法	知事	登録	○	5年帳簿保存(第14条)	—	○ (電子)
4	毒薬及び劇薬販売業	薬事法	知事	許可	○	2年帳簿保存(第46条)	—	○ (電子)
5	高度医療機器	薬事法	知事	許可	○	3年間帳簿保存(第173条) ※(但し、特定保守管理医療機器は15年)	—	○ (電子)
6	医薬品等の一般販売業(卸売)	薬事法	知事	許可	○			
7	医薬品一般販売業(小売)	薬事法	保健所	許可	○			
8	特例販売業(医薬品等)	薬事法	保健所	許可	○			
9	薬種商販売業	薬事法	知事	許可	○			
10	医療用具販売業	薬事法	知事	申告	○			
11	ガソリンスタンド	消防法	市町村	届出	○			
12	危険物の製造・貯蔵・取扱	消防法	消防署		○			
13	化粧品、医薬部外品の輸入・販売	薬事法	都道府県	許可	—			
14	たばこ小売販売業	たばこ事業法	JT税務署	許可	○			
15	動物用医薬品等販売業	薬事法・動物用医薬品等取締規則	知事	許可	○			
16	塩販売業	塩事業法	財団法人塩事業センター	指定	○			

- 販売許認可を要する商材は他を含め非常に多い
- 販売許認可と帳簿保存など管理義務を課している商材は限られているが、管理すべき事項、保存期間について定められている。
- ホームセンター業界としては
No.2 農薬、No.3 毒劇物についての取扱いについて課題視した。
(関係省庁の査察も行われている)

(※)法律等により、情報の保存、報告義務のあるものを管理義務と表現

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

⑥ (仮称)農薬区分について(3/4)

●(仮称)農薬区分についての検討内容 【Step 3 & 4】

■ 対象となる許認可商材の扱いの検討 ⇒ 業界として「A案」としたいことで合意

A 案	販売許認可のみの商材	⇒ 商品マスター／店舗マスターにより発注でエラーにできる
	販売許認可＋管理義務	⇒ 帳簿保存義務を課している商材はトランザクションベースでの保存が必要と思われる。管理義務は小売・卸共にあり、中小卸はマスタを参照しデータを抜取る運用は苦しい。
B 案	販売許認可のみの商材	⇒ 商品マスター／店舗マスターにより発注でエラーにできる
	販売許認可＋管理義務	⇒ 帳簿保存などのトランザクションもマスターチェックし該当データを抜取る対応する

■ EDIシステム(流通BMS)での管理方法の検討 ⇒ 「1案」としたいが他業界の意見を聞くこととした

(1案)

①新規項目として「*1農薬区分(仮称)」を追加。

対象メッセージ:発注/出荷/出荷梱包(紐あり)/出荷梱包(紐なし)/受領/返品/返品受領

②コードリストに「*2農薬区分(仮称)」を追加する。

コードリスト(案):農薬/毒物/劇物/毒薬/劇薬/その他

⇒上記により、商材毎の販売年月日、販売先、数量等の把握が可能となる。

*1 農薬に限定せずに汎用的な「商品管理区分」等の名称でも可。

*2 現在EDIデータに含まれ、且つ、管理義務を課せられている商材のコード化をしておく。

(2案)

①既存の「酒区分」を活用し、コードリストに上記②の内容を追加。

但し、「酒区分」は発注/出荷/受領にしかなく、出荷梱包を利用する場合は工夫が必要。

②メジャーバージョンアップに合わせて、「酒区分」の名称を「○○○区分」に名称変更する。

⇒上記により、商材毎の販売年月日、販売先、数量等の把握が可能となるが、当面は自社システムでの工夫が必要。

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

⑥ (仮称)農薬区分について(4/4)

● (仮称)農薬区分について流通BMSでの実現方法

ポイントの整理:

	使用する項目	コードリスト内容	変更対象となるメッセージ種	スキーマ、ドキュメントの変更について	その他
1案 新規項目追加案	新規項目「 農薬区分(仮称) 」を追加 ※または、汎用的な「商品管理区分」等	農薬/毒物/劇物/毒薬/劇薬/その他	発注 出荷 出荷梱包(有) 出荷梱包(無) 受領 返品 返品受領	【スキーマ】任意項目追加 【コードリスト】 コードリスト内容追加	
2案 既存項目流用案	183酒区分を流用	酒/酒以外/農薬/毒物/劇物/毒薬/劇薬/その他	発注/出荷/受領 ※出荷梱包(紐あり)/出荷梱包(紐なし)を利用する場合は自社システムでの工夫が必要	【スキーマ】 コードリスト拡張対応 【コードリスト】 コードリスト内容追加	項目名「酒区分」では、セット内容と意味が乖離するため名称変更が必要。

◆ホームセンター業界としては、「他業界では既に流通BMSが稼働している企業もあり、今後の法令改正にも柔軟に対応できるよう、1案のような管理用項目を確保するのが良い」と考える。

◆**農薬をはじめ管理義務のある商材の対応は、業界横断的な合意が必要だと考えるため、流通BMSでの実現方法(方針)を検討。**

今後、実現方法の詳細はホームセンター業界にて原案を作成し、業界連携を図りながら検討を進めていく。そのため、本CRの反映はver1.3以降を想定。

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

⑦ コードリスト運用方式について(1/3)

1. 検討経緯

■ 10月MM部会へのCR提出後、再度、業務プロセス整理およびメッセージ適合検討を実施。

■ メッセージ適合検討では、対象範囲を絞り込み(6業務8メッセージ)、現状の整理および流通BMSとの差異を検討対象とした。

■ その結果、以下のコードリスト項目について、ホームセンター業界特有の業務運用によりコード追加が必要であるとの結論に至った。

No	項目名	コードリスト内容	備考
1	発注区分	「ECサイト発注」、「広告発注」	受注形態、納期によって処理の振分を実施する必要がある為。
2	訂正区分	「JAN未貼付(取引先責)」 「JAN不鮮明(取引先責)」 「JAN違い(取引先責)」 「取引先欠品(取引先責)」 「契約終了(取引先責)」 「メーカー廃番(取引先責)」	卸／メーカー様から送られて来る欠品区分に対して、小売側が変更する機会が無い。内容は継続検討が必要と考えている
3	支払区分	「ファクタリング」	支払手段のひとつとして存在する為。

2. 懸念事項

■ コードリストは業界特色が出る可能性が高い、各業界からコードリスト追加要望も発生が予想される。その場合、協議会でのCR運用が、レスポンス良く他業界との情報連携が図れるか懸念。

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

⑦ コードリスト運用方式について(2/3)

■ メッセージメンテナンス部会のコードリスト運用については大筋合意

- ・コードリストの業界横断として一元管理すべき
- ・チェンジリクエストは業界で取り纏めて提案すべき

■ 運用面において想定課題

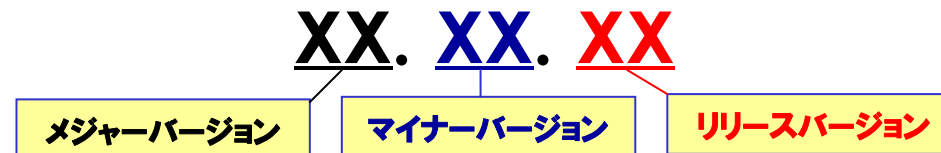
- ・コードリスト内容は業界特性である単位、ビジネスモデルに直接関与することが多い
- ・メッセージ／項目追加等のチェンジリクエストフローで廻すと時間・労力が掛かる

■ 今後のホームセンター業界の検討

- ・今後、今年度検討したメッセージ以外の部分を含め検討範囲が広がって行く
- ・業務検討範囲拡大に伴いコードリストの変更が予想される

■ コードリスト管理方法

- ・バージョン管理の採用



⇒ バージョンが明確になることにより変更・運用管理がしやすくなる

5. メッセージ検討

5.4 コードリスト適合性の検討

⑦ コードリスト運用方式について(3/3)

●コードリストのメンテナンス運用変更要望案

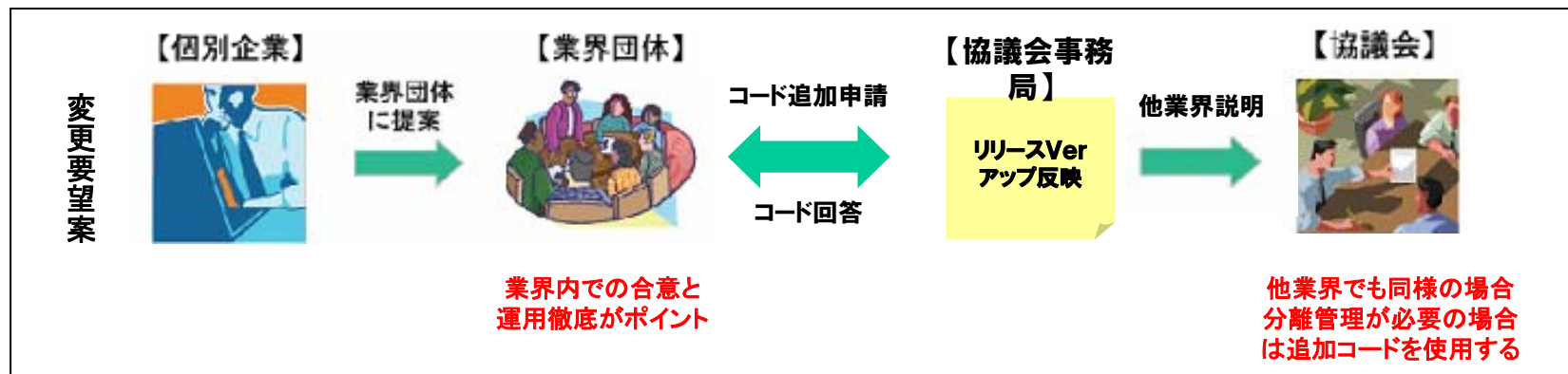
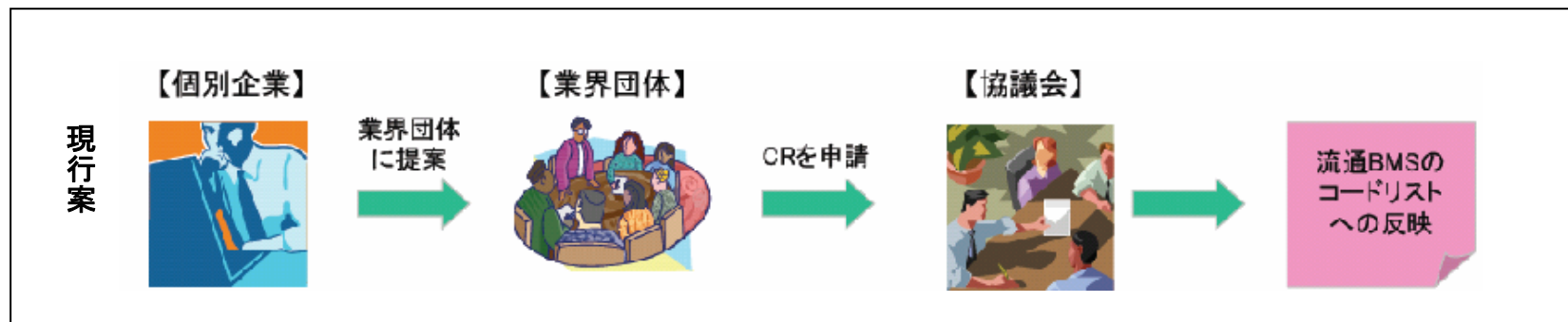
■ 変更内容：業界内合意に基づき業界内運用徹底する事で、メッセージメンテナンス部会報告事項とする

■ コードリストのメンテナンス方法(案)

・協議会メッセージメンテナンス部会に報告し都度空き番を払い出して貰い、コードリストへ反映

⇒ 一元管理と情報共有の両面が可能なので望ましい形と思われる。

⇒ 「Yes/No型」「NN型」については運用方法が異なるのでチェンジリクエスト案件とする。



5. メッセージ検討

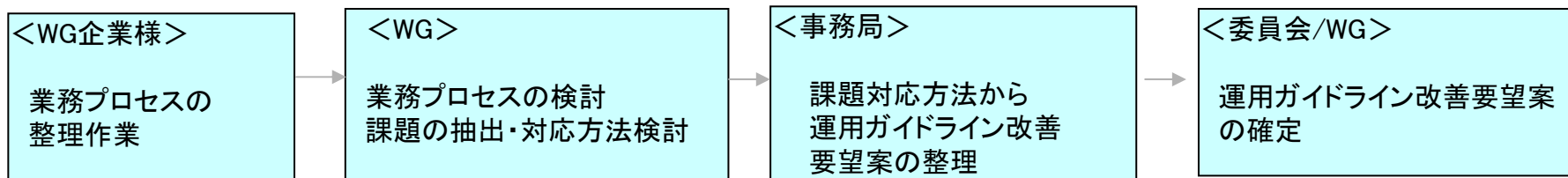
5.5 ガイドライン検討

●運用ガイドラインに関する基本方針

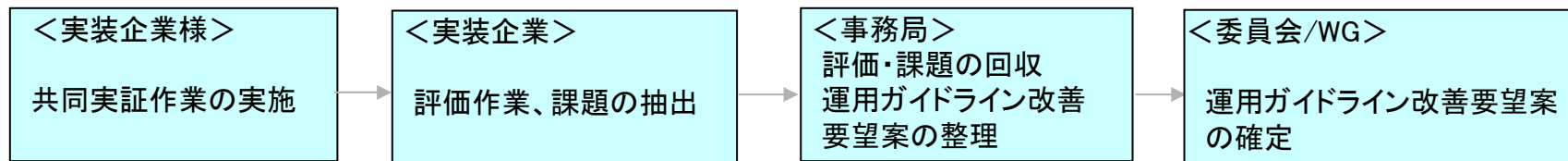
- ◆平成20年度は、メッセージ検討対象が基本5業務のため、スーパー業界で作成したガイドラインをホームセンター業界でも基本的には使用する。
- ◆業務プロセスの整理を実施した結果及び共同実証作業の評価結果からガイドラインへの改善要望をまとめる。
- ◆まとめた改善要望をMM部会へ提示する。

実施内容

①業務プロセス整理 ⇒ 課題・対応方法の抽出 ⇒ 運用ガイドライン改善要望の確定



②共同実証 ⇒ 評価・課題事項の抽出 ⇒ 運用ガイドライン改善要望の整理



③運用ガイドライン改善要望をMM部会へ提示

5. メッセージ検討

5.5 ガイドライン検討

■運用ガイドラインに対しての改善要望一覧(各社ヒアリング結果)

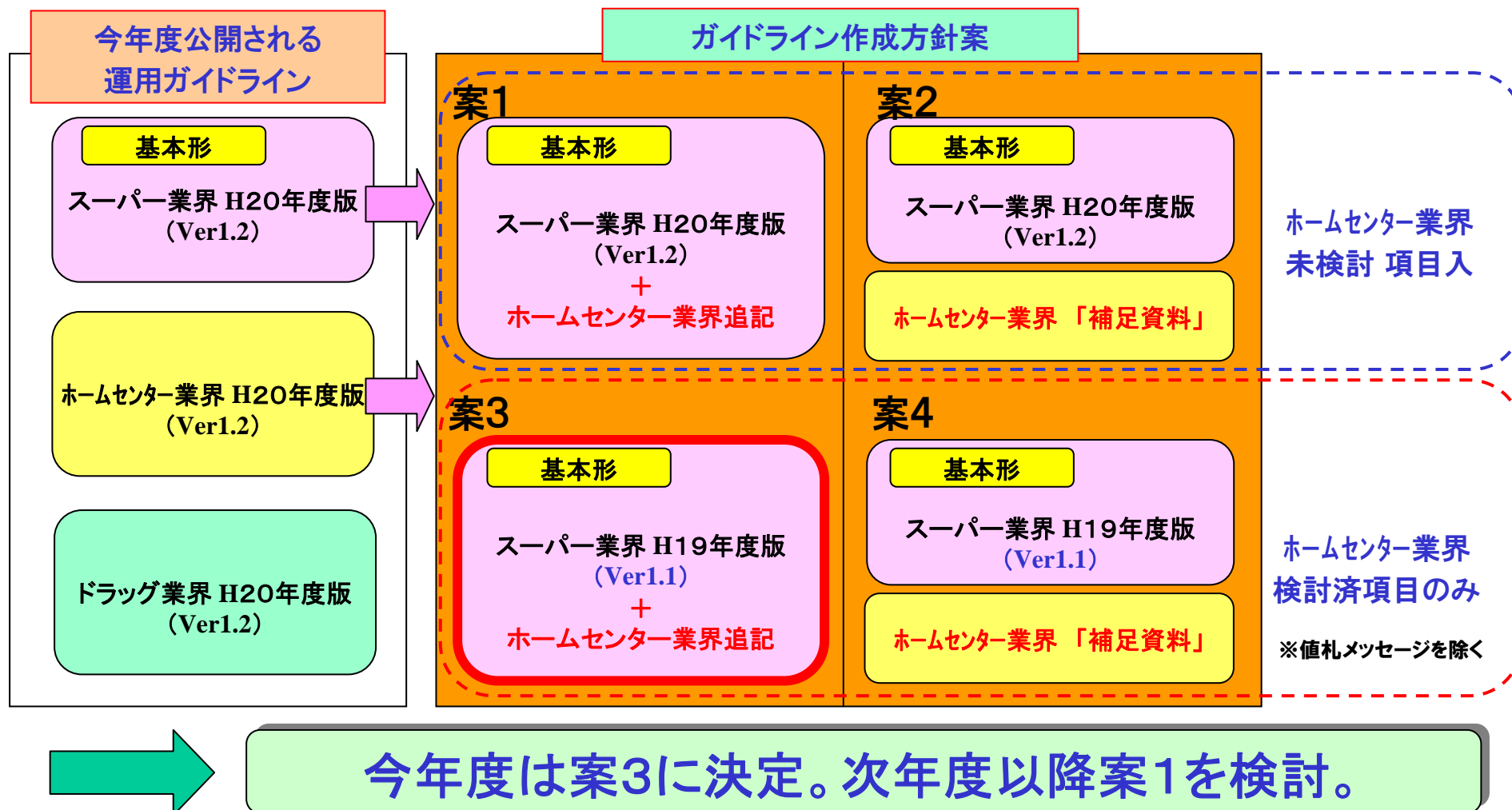
No	概 要	対応案	結果
1	JX手順の再受信に関するガイドラインがない。	流通BMSで使用するプロトコルに再送(リトライとは別)という考え方がない。 各社アプリケーション(パッケージ)からの再送手順に準拠するものとする。 ⇒ガイドライン上への反映なし	対応確定
2	複数拠点が同じ発注データを受信するお取引先が存在しますが、この場合のガイドラインがない。	各拠点においてもGLNを取得して運用して頂く事が標準運用。 ⇒ガイドライン上への反映なし	対応確定
3	コードリストの検討で出荷荷姿を梱包Noで表す事をガイドライン上に使用例として明記する必要がある。	ホームセンター業界内の運用ガイドラインについて作成方針を検討する必要あり。	運用ガイドラインに事例を記載

5. メッセージ検討

5.5 ガイドライン検討

●ホームセンター業界 ガイドライン検討結果

以下の4案から本年度作成する運用ガイドラインの体系を検討



6. ホームセンター業界のCRについて

6. ホームセンター業界のCRについて

6.1 CR提出項目まとめ

●ホームセンター業界提出済みCRの検討結果及び本日討議依頼概要

■ これまでの検討の結果、10/3提出済みのCRの対応は下表の通りとなった。

No	項目名称	概要	対応案	結果
1. 出荷荷姿コード項目追加	出荷荷姿コード	出荷梱包メッセージにコードを追加	梱包番号のnn桁で出荷荷姿を表現する事で対応。	却下
2. 総出荷数量(バラ)項目追加	(仮称) 総出荷数量バラ	対象メッセージの<取引合計>のレベルに「出荷数量(バラ)」の総計である「総出荷数量(バラ)」(新規項目)を追加する	現時点では、EDIではなく基幹側で計算して対応。	却下
3. 各種数量桁数増加	バラ数量を持っている項目	発注・出荷・受領・欠品・訂正・返品等各バラ数量を2桁増やす。	伝票分割にて対応	却下
4. 農薬区分	農薬区分 (仮称)	「農薬」を識別する項目を追加して、「農薬」「農薬以外」を識別するコードを追加	CR提出	CR
5. コードリスト内容の追加	発注区分	「ECサイト発注」を識別するコードを追加	検討・討議の結果、使い方の理解度・工夫を行ったが発注区分・支払方法区分等一部は追加要望は残った。 コードリスト管理の運用変更提案の結果により別途申請	保留
		「広告発注」を識別するコードを追加		保留
	訂正区分	取引先責訂正を、既存コードよりも詳細に識別するコード追加		保留
	支払方法区分	「ファクタリング」による支払を識別するコードを追加		保留
6. 【新規】コードリスト管理	コードリスト全般	コードリスト内容は業界特性である単位、ビジネスモデルに直結する事が多い、CRフローで廻すと時間・労力が掛かる。	CR提出	CR

6. ホームセンター業界のCRについて

6.2 CR提出内容

●下記内容にて、農薬区分(仮称)のCRを提出した

CRのタイトル	ホームセンター業界からの既存メッセージに対するチェンジリクエスト
目的	流通BMSのホームセンター業界適用に向け、現行の業務を担保するために必要項目の追加を要望する。 検討に当たっての背景・経緯は、別紙参照の事。
概要	(仮称)農薬区分の追加及びコードリストに(仮称)農薬区分を追加
対象物および該当箇所	農薬区分の追加:発注、出荷伝票、出荷梱包(紐つけ有り)／(紐つけ無し)、受領、 返品、返品受領 農薬区分コードリスト追加:管理対象外、農薬、毒物、劇物、毒薬、劇薬、
備考	(仮称)農薬区分を管理区分など汎用的に使える区分としての追加も可能、他業界の意見と調整させていただきたい。

6. ホームセンター業界のCRについて

6.2 CR提出内容

●下記内容にて、コードリスト運用のCRを提出した

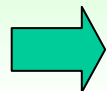
CRのタイトル	ホームセンター業界からのコードリスト管理運用の変更要望
目的	流通BMSのホームセンター業界適用に向け、現行のコードリスト管理の変更を要望する。 検討に当たっての背景・経緯は、別紙参照の事。
概要	コードリストの管理方法の変更
対象物および該当箇所	流通BMSメッセージの管理規約
備考	

6. ホームセンター業界のCRについて

6.3 CR提出結果

●メッセージメンテナンス部会に提出したCRの結果は以下の通り。

1. 農薬区分(仮称)について



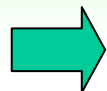
承認

※但し、項目名称は検討が必要



ホームセンター業界内で引き続き検討

2. コードリスト運用について



承認

※普及期の間、年2回の制限に縛られずに行うことを
メッセージメンテナンス方式に記載

6. ホームセンター業界のCRについて

6.4 CR承認後検討内容

農薬区分(仮称)検討項目一覧

CR承認後、農薬区分(仮称)について下記内容を
継続検討した。

1. 項目名称について
2. 項目の引継ぎについて
3. 項目の内容について
4. 項目の挿入位置について

6. ホームセンター業界のCRについて

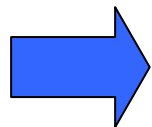
6.4 CR承認後検討内容

1. 項目名称について

農薬だけではなく、ドラッグの管理商材含め汎用的な名称を検討する必要がある。

〈項目で示す内容に関する法律の基本情報と管理義務〉

No.	基本情報			販売許認可		管理義務			
	商材	関連法律	受付窓口	区分	申請	条件等	報告	帳簿	帳簿記載事項
1	酒類の輸入・販売	酒税法	所管税務署	免許	○		○	○ (電子)	種類及びアルコール度数別の取引に関する事実
2	農業販売業	農業取締役法	知事	届出	○	3年間帳簿保存(第10条)	—	○	譲受数量/譲渡数量 水質汚濁性農業は譲渡先別数量
3	毒物劇物販売業	毒物及び劇物取締法	知事	登録	○	5年帳簿保存(第14条)	—	○ (電子)	1. 毒物又は劇物の名称及び数量 2. 販売又は授与の年月日 3. 譲受人の氏名、職業及び住所
4	毒薬及び劇薬販売業	薬事法	知事	許可	○	2年帳簿保存(第46条)	—	○ (電子)	品名・数量・使用の目的・年月日・譲渡人の氏名・住所・職業を記載し厚生労働省令で定められた文書の交付を受けなければならない
5	高度管理医療機器	薬事法	知事	許可	○	3年間帳簿保存(第173条) ※但し、特定保守管理医療機器は15年	—	○ (電子)	品名・数量・製造販売番号又は製造記号・譲受又は販売日・譲渡人又は譲受人の氏名及び住所



項目名称検討の結果、ホームセンター業界内では
「法定管理義務商材区分」に決定

6. ホームセンター業界のCRについて

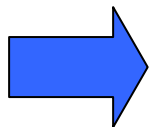
6.4 CR承認後検討内容

2. 項目の引継ぎについて

法定管理義務商材区分を発注メッセージ(小売側セット)から、引継ぎ情報として定義するか検討

案	内容
案1 (基本引継案)	基本は、販売する側(小売)からセットされる情報に間違いはない為、卸側はそれを引継いでセットすれば問題が、場合によっては出荷する側(卸)で、許認可区分(案)を訂正する。
案2 (完全引継案)	販売する側(小売)からセットされる情報に間違いはない為、卸側はそれを引継いでセットすれば問題なし。

ターンアラウンド形式で情報を引き継いでいるため、卸からの修正は難しい



項目の引継ぎ検討の結果、ホームセンター業界内では
案1に決定

6. ホームセンター業界のCRについて

6.4 CR承認後検討内容

3. 項目の内容について

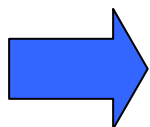
実際に許認可区分(案)を使用する上で、コード体系を検討/決定していく必要がある。

単品区分(案)

コード	コード名
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	高度管理医療機器区分

組合せ区分(案)

コード	コード名
07	農薬＋毒物区分
08	農薬＋劇物区分
09	農薬＋毒薬区分
10	農薬＋劇薬区分
nn	⋮



項目内容検討の結果、ホームセンター業界内では
上記のように決定。

6. ホームセンター業界のCRについて

6.4 CR承認後検討内容

4. 項目の挿入位置について(1/2)

■発注・出荷・受領・返品・返品受領メッセージ挿入検討

【検討内容】

単品毎に管理(指定)する方式か、伝票単位で管理(指定)する方式の検討が必要。

発注・出荷・受領のメッセージには、「酒区分」があるが伝票単位で指定できる場所に位置付けされている。

階層4	階層5	階層6
<取引> (伝票ヘッダ)		
	取引番号 (発注・返品)	
	取引付属番号	
	<直接納品先>	
	直接納品先コード	
	<取引内容>	
	酒区分	
	許認可区分	
	<取引合計>	
	原価金額合計	
	<取引明細>	
		取引明細番号 (発注・返品)
		取引付属明細番号
		<商品>
		メーカーコード
		<商品規格>
		規格
		<許認可区分>
		許認可区分
		<カラー>
		サイズ

酒区分と同様、伝票単位で管理する場合の挿入位置

※ 1伝票内に複数の許認可商材が入る場合は、どのように設定するかを検討が必要。

単品毎の単位で管理する場合の挿入位置

※ 管理体系によっては、伝票への紐付けをバック業務にて実施する必要あり。

6. ホームセンター業界のCRについて

6.4 CR承認後検討内容

4. 項目の挿入位置について(2/2)

■出荷梱包紐付け有・無メッセージ挿入検討

【検討内容】

出荷梱包メッセージの特性上、単品毎に管理(指定)する方式にしかない。

例. 出荷梱包内容 ※ ITF情報、欠品情報も同様の考え方

階層5	階層6	階層7
<出荷梱包内容>	梱包NO	
	<陳列場所>	
	陳列場所コード	
	<取引明細>	
		取引番号
		<商品>
		商品コード(GTIN)
		<区分>
		商品区分
		発注区分
		EOS区分
		処理種別
		許可可区分
		<発注数量>
		発注数量(バラ)
		<出荷数量>
		出荷数量(バラ)

この階層で指定する考え方があるか

単品毎の単位で管理する場合の挿入位置(案)

● 管理体系によっては、伝票への紐付けをバック業務にて実施する必要あり。

項目挿入位置検討の結果、ホームセンター業界内では
明細情報に挿入し、単品毎に管理するように決定。

7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

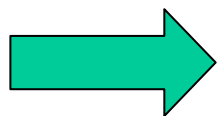
7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

7.1 業務プロセスまとめ

確定した業務プロセスのまとめ

No	検討対象として掲げた 標準業務プロセス	20年度 検討	検討経緯	検討結果
1	店舗直接納品	○	・発注区分(ECサイト発注)のプロセス派生 ・支払方法(ファクティング)のプロセス派生	プロセス確定 (派生部分はCR)
2	通過型センター(TC)納品(店別仕分納品)	○	・発注区分(ECサイト発注)のプロセス派生 ・出荷データからの人員計画業務フローの確認	プロセス確定 (派生部分はCR)
3	通過型センター(TC)納品(総量納品)	○	・訂正区分に関するプロセス派生 ・支払方法(ファクティング)に関するプロセス派生	
4	買取在庫型センター(DC)納品	○	・支払方法(ファクティング)に関するプロセス派生	プロセス確定 (派生部分はCR)
5	預り在庫型センター納品(1/2)	×	・季節商材等で預り在庫プロセス有り	次年度以降検討
6	預り在庫型センター納品(2/2)	×	・季節商材等で預り在庫プロセス有り	次年度以降検討
7	返品	○	・特に問題なし	プロセス確定
8	店別発注-総量納品モデル(出荷荷姿メッセージ)	×	・ホームセンター業界の業務プロセスとして存在しない	プロセス発生時検討
9	返品-返品受領モデル(返品/返品受領メッセージ)	×	・ホームセンター業界の業務プロセスとして存在しない	プロセス発生時検討



確定したプロセスは本年度の運用ガイドラインに記載

7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

流通BMSマッピング結果

メッセージ 種別	小売 企業名	卸 企業名	項目 番号	項目名	課題内容	コメント	結果
発注	A社	E社	102	直接納品先納品日	マッピングされていませんが、センター納品の場合必要となります。	センター納品時は、直接納品先納品日をご使用頂く事で合意。	問題なし
出荷伝票							
出荷梱包 (紐付けあり)	A社	E社	217	梱包NO	梱包Noが数値タイプなのにも関わらず、文字列が含まれている。	SCMラベルの梱包NO印字時に納品口として英字で表している事を確認。 物流ラベルに関する検討が必要。 課題として挙げ、 次年度以降に物流ラベル検討時に、対処検討 。 今年度は、暫定処置として対処頂く。	次年度以降検討
出荷梱包 (紐付けなし)							
受領							
返品							
請求	A社	E社	115	対象期間終了	請求の日付が必要(必須項目)	マッピングシートの記入漏れになります。	問題なし
支払							



マッピング検討から1件の課題が発生。継続検討課題とし、次年度以降に検討。

7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

コードリスト検討結果(1/3)

No	項目名称	概要	対応案	結果
1	出荷荷姿コード	「オリコン」「カゴ車」を識別するコードを追加	梱包番号のnn桁で出荷荷姿を表現する事で対応。	対応確定 次年度以降検討
2	発注区分	「ECサイト発注」を識別するコードを追加	処理種別を使った代替案。 前提として、コードリストが業界内で自由に使用できるまでの暫定措置で且つ 処理種別の使い方が標準から反れていなければ問題ない。	対応確定 (No6前提)
		「広告発注」を識別するコードを追加	同上	対応確定 (No6前提)
3	訂正区分	取引先責の訂正を、既存コードよりも詳細に識別するコードを追加 「JAN未貼付(取引先責)」 「JAN不鮮明(取引先責)」 「JAN違い(取引先責)」	同上	対応確定 (No6前提)
		取引先責の訂正を、既存コードよりも詳細に識別するコードを追加 「取引先欠品(取引先責)」 「契約終了(取引先責)」 「メーカ廃番(取引先責)」	同上	対応確定 (No6前提)
4	支払方法区分	「ファクタリング」による支払を識別するコードを追加	同上	対応確定 (No6前提)

7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

コードリスト検討結果(2/3)

No	項目名称	概要	対応案	結果
5	農薬区分 (仮称)	「農薬」を識別する項目を追加して、「農薬」 「農薬以外」を識別するコードを追加	A案(EDI側チェック案)を採用し、 EDI側で対応として案1(農薬区分追加案)、 案2(酒区分流用案)の両案をMM部会にCR 提示。	対応確定 (CR承認)
6	コードリスト 全般	コードリストの内容は業界特性である単位、 ビジネスモデルに直結する事が多い事と メッセージ／項目追加等のチェンジリクエスト フローで廻すと時間・労力が掛かる。	業界団体に必要理由を報告し、認可されたも に關しては、業界団体で空き番を払出し、コー ドリストへ反映	対応確定 (CR承認)

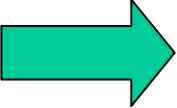


No.6のコードリスト全般については、機関、申請ルートは決定していない為、
本運用に関わる協議会の決定事項を再確認する必要がある

7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

コードリスト検討結果(3/3)



No.5 農薬区分(仮称)については、引き続きホームセンター業界で検討した結果以下の通りとなった。次年度以降他業界と情報共有を行い各メッセージに項目を追加する。

1. 項目名称 : 法定管理義務商材区分

2. 項目の引継ぎについて:

基本は、販売する側(小売)からセットされる情報に間違いはない為、卸側はそれを引継いでセットすれば問題が、場合によっては出荷する側(卸)で、許認可区分(案)を訂正する。

3. 項目の内容について:

コード	コード名
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	高度管理医療機器区分

コード	コード名
07	農薬＋毒物区分
08	農薬＋劇物区分
09	農薬＋毒薬区分
10	農薬＋劇薬区分
nn	

4. 項目の挿入位置について:

明細情報箇所に挿入し、単品毎に情報を管理する。

5. 対象メッセージ

発注メッセージ・出荷伝票メッセージ・出荷梱包(紐付け有)メッセージ・出荷梱包(紐付け無)メッセージ・受領メッセージ
返品メッセージ・返品受領メッセージ

7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

運用ガイドライン検討結果(1/13)

メッセージ検討を行った結果、下記をV1.1の運用ガイドラインに対して、差し替え・追記を行った。次頁以降、差し替え・追加したスライドを記載する。

1. 業務プロセス

- 1-1. 店舗直接納品
- 1-2. 通過型センター(TC)納品(店別仕分納品)
- 1-3. 通過型センター(TC)納品(総量納品)
- 1-4. 買取在庫型センター(DC)納品
- 1-5. ECサイト発注プロセス
- 1-6. 出荷データからの人員計画立案プロセス
- 1-7. ファクタリング(債権支払代行)支払いプロセス
- 1-8. 訂正区分(欠品理由訂正)プロセス
- 1-9. 返品プロセス

2. 事例紹介

- 2-1. 梱包Noを利用して出荷荷姿情報を表現

7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

運用ガイドライン検討結果(2/13)

●運用ガイドライン差し替え資料(1/11)

確定した業務プロセスとV1.1の運用ガイドラインに記載されている業務プロセスを差し替えた。

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

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

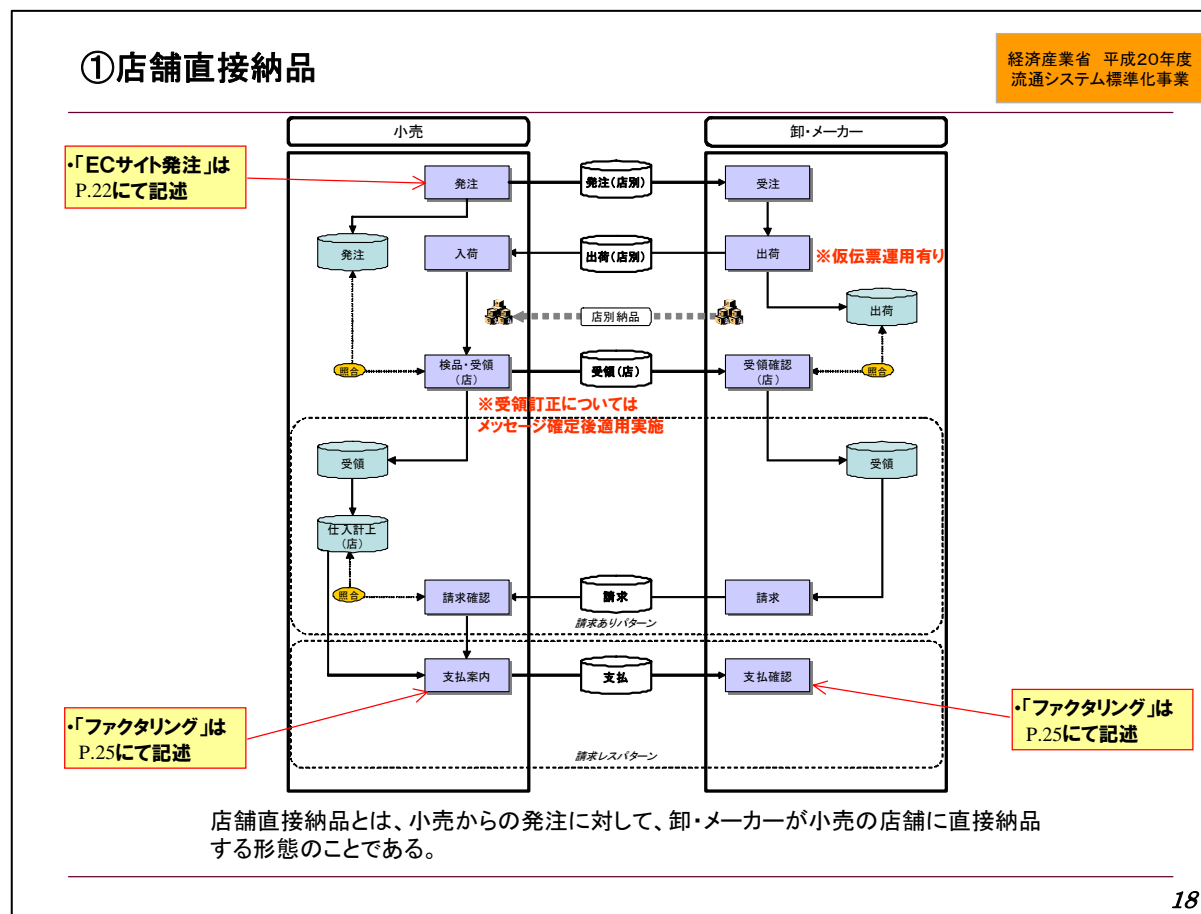
7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

運用ガイドライン検討結果(3/13)

●運用ガイドライン差し替え資料(2/11)

確定した業務プロセスとV1.1の運用ガイドラインに記載されている業務プロセスを差し替えた。



7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

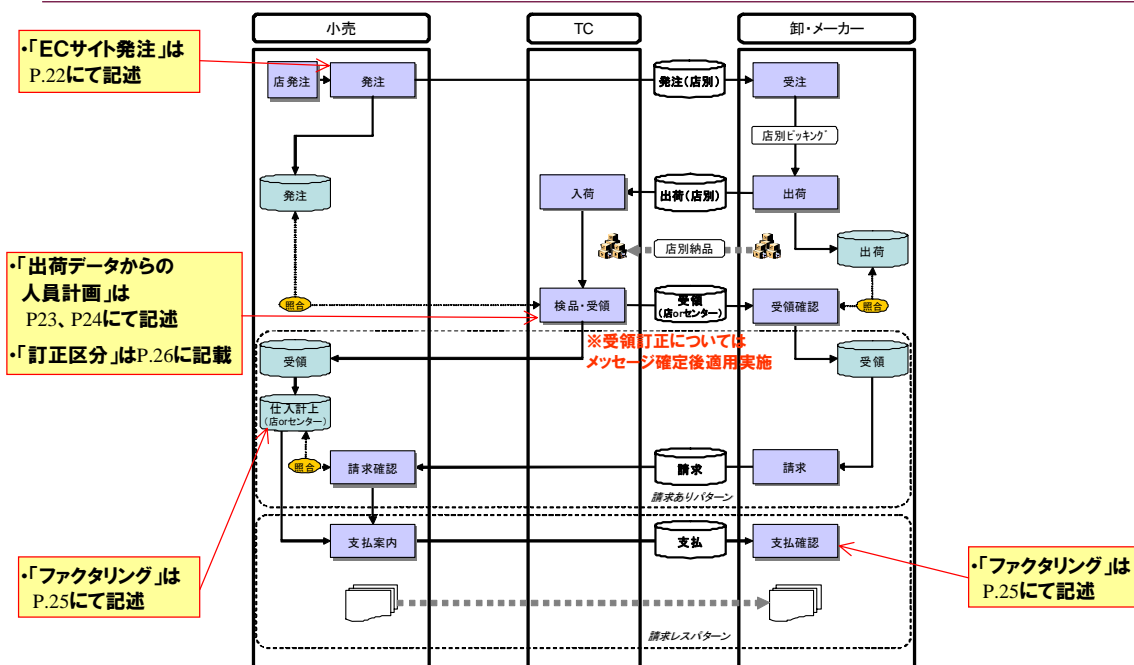
運用ガイドライン検討結果(4/13)

●運用ガイドライン差し替え資料(3/11)

確定した業務プロセスとV1.1の運用ガイドラインに記載されている業務プロセスを差し替えた。

②通過型センター(TC)納品(店別仕分納品)

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。

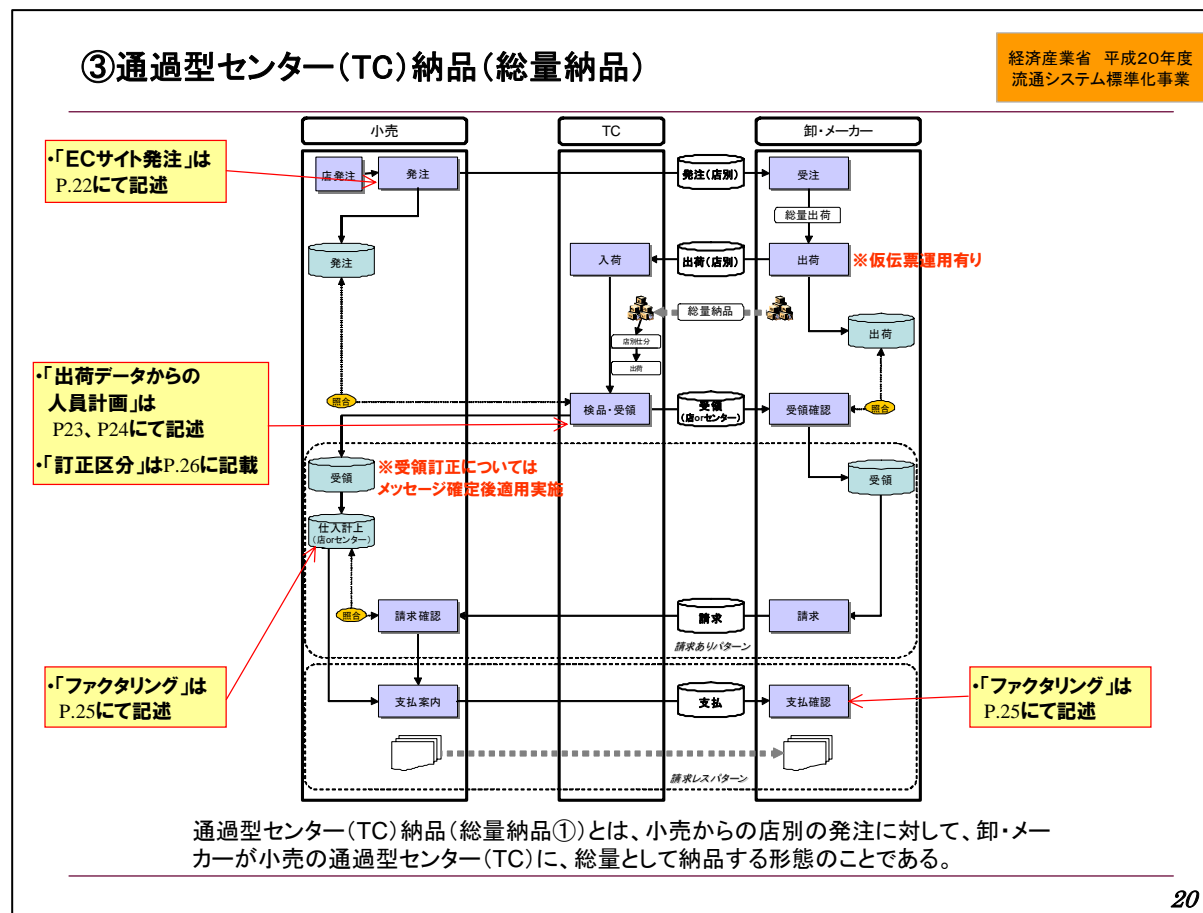
7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

運用ガイドライン検討結果(5/13)

●運用ガイドライン差し替え資料(4/11)

確定した業務プロセスとV1.1の運用ガイドラインに記載されている業務プロセスを差し替えた。



7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

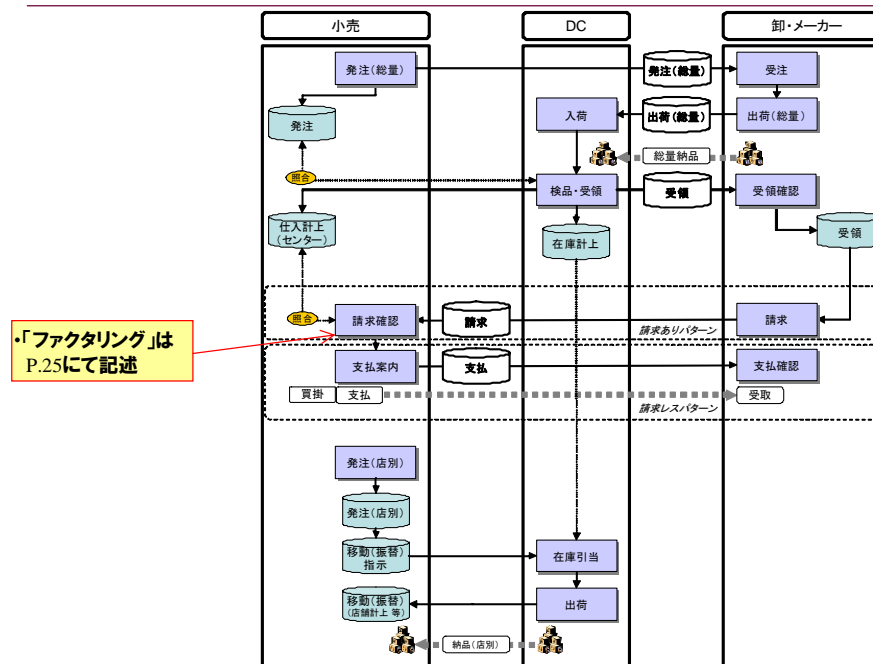
運用ガイドライン検討結果(6/13)

●運用ガイドライン差し替え資料(5/11)

確定した業務プロセスとV1.1の運用ガイドラインに記載されている業務プロセスを差し替えた。

④買取在庫型センター(DC)納品

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業



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。

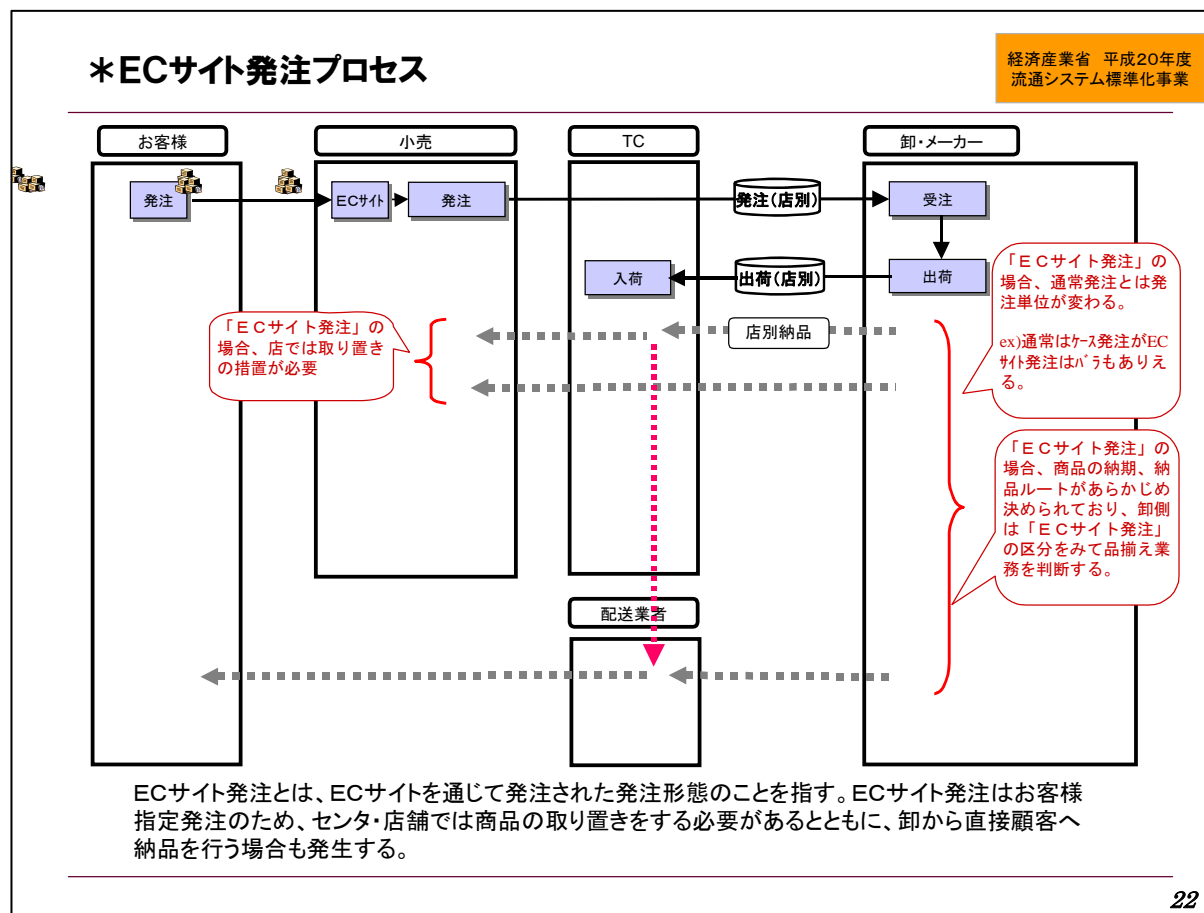
7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

運用ガイドライン検討結果(7/13)

●運用ガイドライン差し替え資料(6/11)

確定した業務プロセスとV1.1の運用ガイドラインに記載されている業務プロセスを差し替えた。



7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

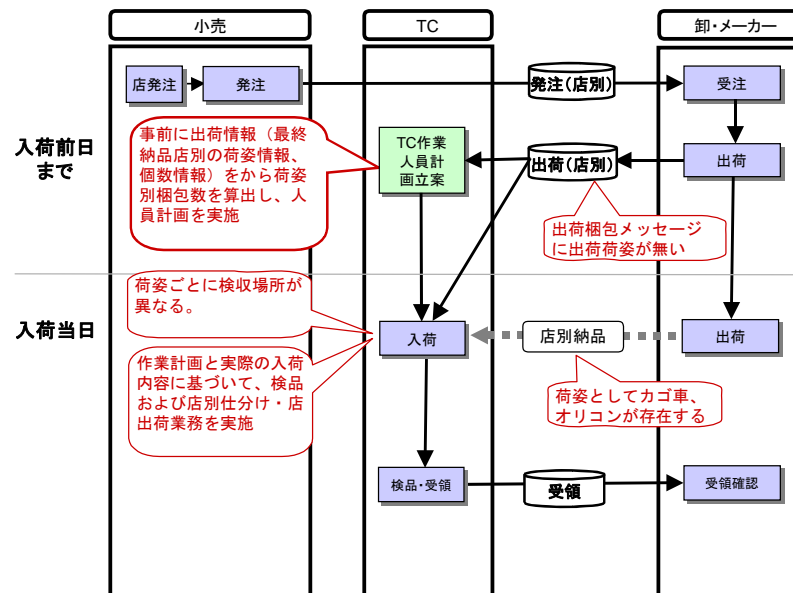
運用ガイドライン検討結果(8/13)

●運用ガイドライン差し替え資料(7/11)

確定した業務プロセスとV1.1の運用ガイドラインに記載されている業務プロセスを差し替えた。

* 出荷データからの人員計画立案プロセス(1)

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業



出荷データからの人員計画立案プロセスとは、出荷データ上の荷姿別梱包数をもとにTC作業の人員計画立案を行う形態のことを指す。荷姿ごとに異なる検収場所での検品・店別仕分けの作業負荷を平準化するため、荷姿別梱包数をもとに、配置する人員計画を実施している。

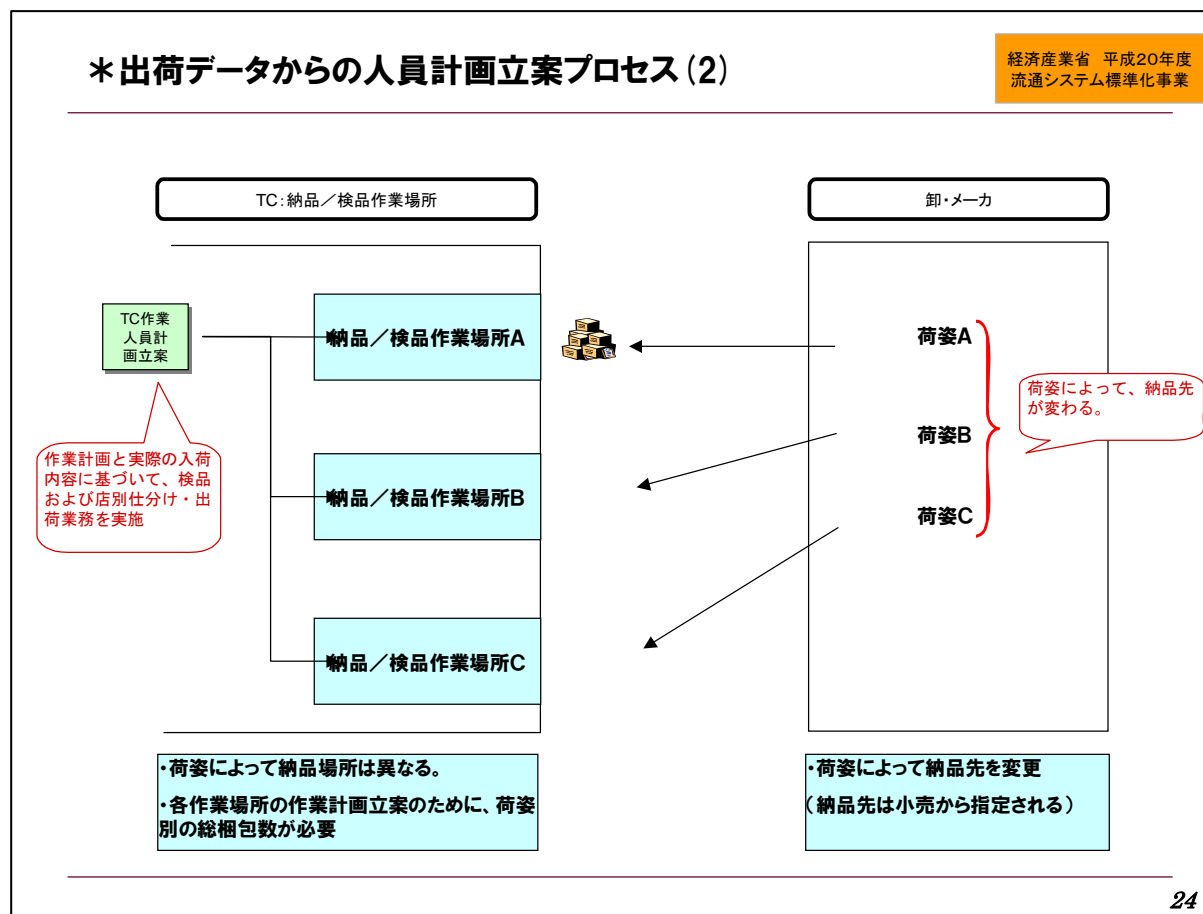
7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

運用ガイドライン検討結果(9/13)

●運用ガイドライン差し替え資料(8/11)

確定した業務プロセスとV1.1の運用ガイドラインに記載されている業務プロセスを差し替えた。



7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

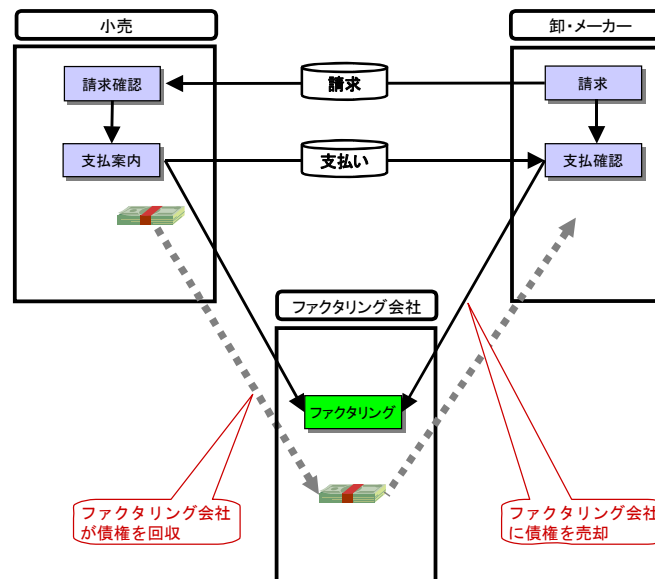
運用ガイドライン検討結果(10/13)

●運用ガイドライン差し替え資料(9/11)

確定した業務プロセスとV1.1の運用ガイドラインに記載されている業務プロセスを差し替えた。

*ファクタリング(債権支払代行)支払いプロセス

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業



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. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

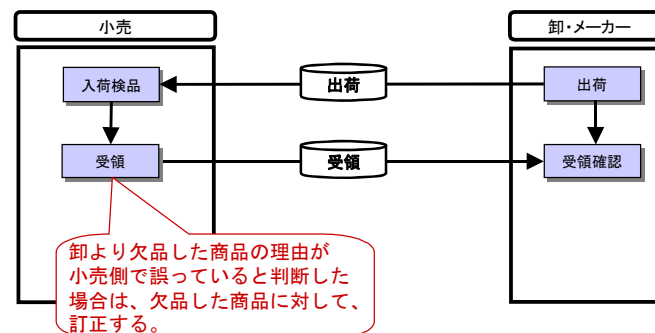
運用ガイドライン検討結果(11/13)

●運用ガイドライン差し替え資料(10/11)

確定した業務プロセスとV1.1の運用ガイドラインに記載されている業務プロセスを差し替えた。

*訂正区分(欠品理由訂正)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



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。

7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

運用ガイドライン検討結果(12/13)

●運用ガイドライン差し替え資料(11/11)

確定した業務プロセスとV1.1の運用ガイドラインに記載されている業務プロセスを差し替えた。

2. 対象業務プロセス

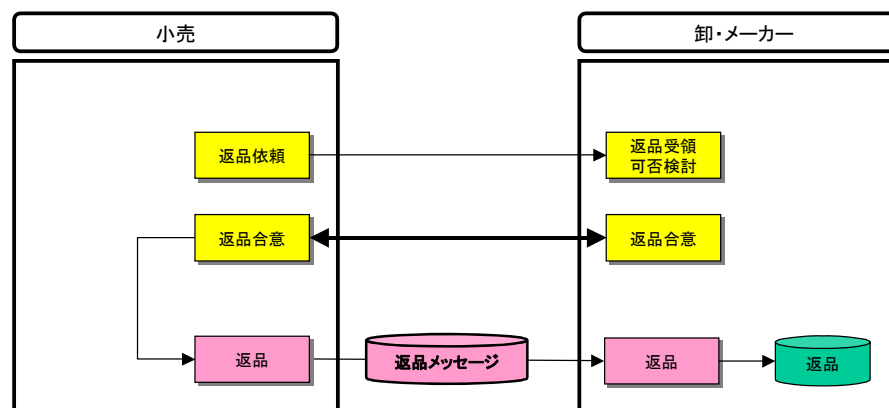
(2) 返品について

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



7.2 メッセージ検討まとめ

運用ガイドライン検討結果(13/13)

●運用ガイドライン追加資料

梱包NOのNN桁を使用し出荷荷姿情報を表現する事例紹介を運用ガイドラインに追加

2. メッセージ項目解説＜参考＞

(8) 梱包情報 ＜事例紹介＞ 梱包Noの使用例

経済産業省 平成20年度
流通システム標準化事業

【事例紹介】梱包Noを利用して出荷荷姿情報を表現

- ・「店別発注-店別納品」の物流プロセスに関して、現状TCI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

例. 出荷荷姿情報を梱包Noの6桁目を使用して運用する場合

【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）

000000000000000000000000000000000099992 1

梱包NO(前0埋め)

出荷荷姿情報
(相対間取り決め)

7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

●メッセージ検討での課題と対策案のまとめ

No	項目	課題内容	対応策
1	業務プロセス	季節商材等で預り在庫プロセス有り。	本年度は主要なプロセスを絞って検討を実施。預かり在庫プロセスの詳細は随時検討していくものとする。
2	業務プロセス	受領データの訂正時、受領データの再送が発生する。	受領訂正メッセージが確定されれば受領訂正メッセージを使用する。詳細は随時検討していくものとする。
3	業務プロセス	卸側に在庫がない場合、メーカーから直納する場合がある。その際、メーカーからは仮伝票をつけて納品し、後付で卸側から本伝票を発行する運用がある。	標準業務プロセスに「仮伝運用あり」の記載を追記する。
4	業務プロセス	センタ作業人員計画のため、出荷データの荷姿から単品毎の数量合計算出する運用がある。	EDIではなく基幹側で計算して対応実施。
5	業務プロセス	センタ作業人員計画のため、出荷データから荷姿別梱包数を算出する運用がある。	荷姿コードを梱包NO内のNN桁で表現することで対応する。但しこの使用方法是業界内の事例としてホームセンター業界の運用ガイドラインに記載し、業界内で認識する。
6	業務プロセス	出荷から始まるプロセスについての標準化が必要（手書き伝票も出荷データの作成が必要）	現在は相対での調整事項。標準化は卸側の負荷となるため実施しない。
7	業務プロセス	小売から「ダンボール内に複数商品と陳列台をセット」をローコストオペレーションの観点から求められている。 複数JAN(GTIN)を1ITF(GTIN)にどうやって結びつけたらいいか。	現在は、1ITFに対する複数JANの場合の定義については、流通BMSガイドラインおよびGDS側の定義も無い。次年度以降業界横断的に検討を行う。

7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.2 メッセージ検討まとめ

No	項目	課題内容	対応策
8	業務プロセス コードリスト	発注形態、納期によって処理の振り分けを実施する必要あり。 ⇒コードリスト：発注区分へのコード追加（ECサイト発注／広告発注）	コードリスト管理のメンテナンス運用方式について、「コードリストは業界横断の一元管理の前提を元に、各業界内合意に基づき業界内運用を徹底する事で、メッセージメンテナンス部会報告事項」とするチェンジリクエストをメッセージメンテナンス部会へ提出することとする。 ⇒CR認可。
9	業務プロセス コードリスト	コードリスト：訂正区分へのコード追加（JAN不鮮明（取引先責など））	
10	業務プロセス コードリスト	コードリスト：支払方法区分へのコード追加（ファクタリング（債権支払代行））	
11	コードリスト	管理義務の必要な商材（酒類、農薬、毒物、毒薬・劇薬）については、販売数量等の報告が必要となる為、これらの情報又は帳簿を保持しておくことが必要。	以下の2案をチェンジリクエストとしてメッセージメンテナンス部会へ提出する。 （案1）新規項目追加案 （案2）酒区分活用案 ⇒案1でCR認可。
12	マッピング	梱包Noが数値タイプなのにも関わらず、文字列が含まれている。 （物流ラベルに印字する「センターの配送エリア番号」をこの項目でセットしている。桁数を少なくするために0～9に続きA～Zを使いエリア番号を表している。）	SCMラベルの梱包NO印字時に納品口として英字で表している事を確認。物流ラベルに関する検討が必要。 課題として挙げ、物流ラベル検討時に、対処検討。今年度は、暫定処置として対処。
13	マッピング	属性が数字となっている項目について、数量、金額以外は、属性を英数としたい。	属性は、メッセージメンテナンス部会にて後日検討（但し、緊急性は低い為、他業界との接続を踏まえた検討時）

7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.3 継続検討課題

■次年度以降の検討課題は以下の通り。

今回のホームセンター業界 共同実証プロジェクトにおいて、検討から除外した項目について次年度以降、順次検討を実施するものとします。

No	分類	区分	検討課題	検討内容
1	メッセージ	受発注系	出荷荷姿メッセージ(店別発注-総量納品モデル)	在庫プロセスに関する検討実施。
2			返品/返品受領メッセージ(返品-返品受領モデル)	受領訂正メッセージに関する検討実施。
3		受発注オプション系	集計表作成データメッセージ	集計表作成データメッセージに関する検討実施。
4			集計表発注メッセージ	集計表発注メッセージに関する検討実施。
5			集計表出荷メッセージ	集計表出荷メッセージに関する検討実施。
6		訂正系	発注訂正メッセージ	発注訂正メッセージに関する検討実施。
8		情報系	納品提案メッセージ	納品提案メッセージに関する検討実施。
9		マスタ系	商品マスタメッセージ	商品マスタメッセージに関する検討実施。
10		コードリスト	法定管理義務区分を各メッセージに追加	本年度検討した結果を他業界と情報共有し、内容の精査・確定。
11		運用ガイドライン	業界内ガイドライン記載内容検討	標準ガイドラインとして記載すべき内容の検討実施

7. 業務プロセス／メッセージ検討結果

7.3 継続検討課題

No	分類	区分	検討課題	検討内容
12	マッピング	梱包No	梱包Noが数値タイプなのにも関わらず、文字列が含まれている。 (物流ラベルに印字する「センターの配送エリア番号」をこの項目でセットしている。桁数を少なくするために0～9に続きA～Zを使いエリア番号を表している。)	物流ラベル検討時に、対処検討。
13		項目属性	項目毎の属性で、数字となっている項目について、数量、金額以外は、属性を英数としたい。	各項目に対する属性検討。
14	業務プロセス	複数JAN	複数JAN(GTIN)を1ITF(GTIN)にどのように結びつけるか。	複数JAN(GTIN)の扱い方について検討実施。
15		物流ラベル	基本形メッセージ内の物流ラベル項目適用検討	標準物流ラベルの適用検討実施。