

流通ビジネスメッセージ標準[®]

運用ガイドライン（その他メッセージ編）第1.3.1版

2013年 4月

改訂履歷

[illegible]

目次

I. その他のメッセージ

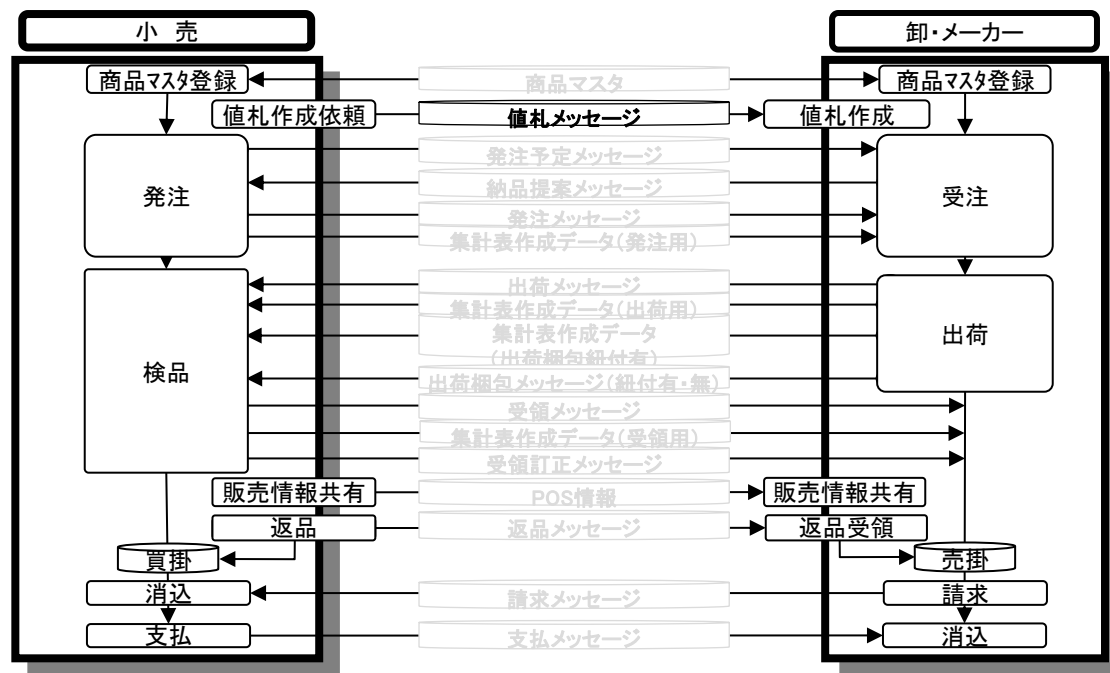
1. 値札メッセージ	
(1) 値札メッセージの説明	
1) 値札メッセージ策定方針	4
2) 目的	5
3) 値札メッセージの適用範囲	7
(2) メッセージ項目セットの方法	
1) 企業識別 登場人物の相関関係	9
2) 企業識別の登録方法	10
3) 発行指図	11
4) 印刷内容	13
5) 発注情報との紐付け	22
(3) メッセージ構造	
1) メッセージ構造	26
2. 商品提案メッセージ	
(1) 商品提案メッセージの説明	
1) メッセージ策定方針	32
(2) 商品提案メッセージのビジネスプロセス	33
(3) 商品提案メッセージのタイプ	34
(4) タイプ別セット方法、項目の意味	35
(5) 項目セットの方法	
1) ③商品提案（価格提案）の場合	36
2) <店舗情報>のセット方法	37
3. 発注予定メッセージ	
(1) 発注予定メッセージの説明	39
(2) 発注予定メッセージのプロセスフロー	40
(3) 項目セットの方法	
1) 発注予定メッセージ特有項目の解説	41
2) 納品先、及び納品日のセット方法	42
3) メッセージ項目セット例①	43
4) メッセージ項目セット例②	44
4. 納品提案メッセージ	
(1) 納品提案メッセージの説明	46
(2) 項目の引継ぎ	48
5. 集計表作成データ	
(1) 集計表作成データの説明	50
1) センター直納型	52
2) 預り在庫型	53
(2) 項目セットの方法	59
(3) 項目の引継ぎ	60

6. 受領訂正メッセージ	
(1) 受領訂正メッセージの説明	62
(2) 項目セットの方法	
1) 同締め期間内である場合	63
2) 締めをまたがる場合	64
(3) 項目セットの方法（取引明細番号）	65
7. POS売上メッセージ	
(1) POS売上メッセージの説明	
1) メッセージ策定方針	67
2) 項目の分類	68
3) 分類別説明	
1. 集計期間	69
2. 販売場所情報	71
3. POS情報	74
4. 販売商品情報	77
5. 販売実績情報	79
6. 取引実績情報	80
7. 分析情報	81
(2) POS売上メッセージのセット方法	82

（ご参考）メッセージ構造

1. メッセージの構造	
(1) XMLについて	84
(2) メッセージの基本的構造について	85
2. メッセージ別の階層構造概要	86

値札メッセージ



1. 値札メッセージ

(1) 値札メッセージの説明 1) メッセージ策定方針

● 位置付け

- ✓ 本メッセージは、企業間の違い(小売⇒値札発行業者、小売⇒アパレル)、送付タイミングの違い(事前送付、発注と同時)によりメッセージの位置付けが異なるが、どのケースも一つのメッセージで対応できるように設計されている。
- ✓ 本メッセージは、「値札印字情報そのもの」をEDIメッセージ項目として共有することにより、EDIデータ項目から値札印字情報項目へ変換する業務(システム)負荷を削減することを目的としている。
但し、現状業務(システム仕様)担保の観点から「EDI上の各項目から印字変換して利用する場合(従来型)」にも対応している。

✓ メリット

- EDIデータ項目から値札印字情報項目へ変換する業務(システム)負荷軽減
- 値札台紙の標準化を継続検討することで、業務(システム)負荷のさらなる軽減が見込まれる(期待効果)

1. 値札メッセージ

(1) 値札メッセージの説明 2) 目的

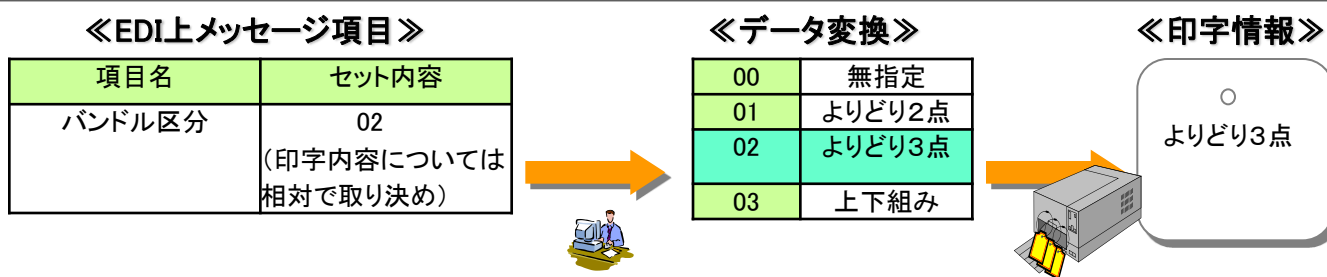
①コードによる変換に伴う負荷の軽減

値札に印字する情報を印字イメージのまま値札メッセージにセットすることで、小売企業、アパレル企業双方の業務の改善を図る。

- 従来の値札メッセージでは個別のメッセージにより受け渡し、値札発行側で印字内容への変換を行っていた。
- 標準値札メッセージでは印字イメージをそのまま受け渡すことを推奨とし、変換加工を行わずに値札を発行できることを目指していく。

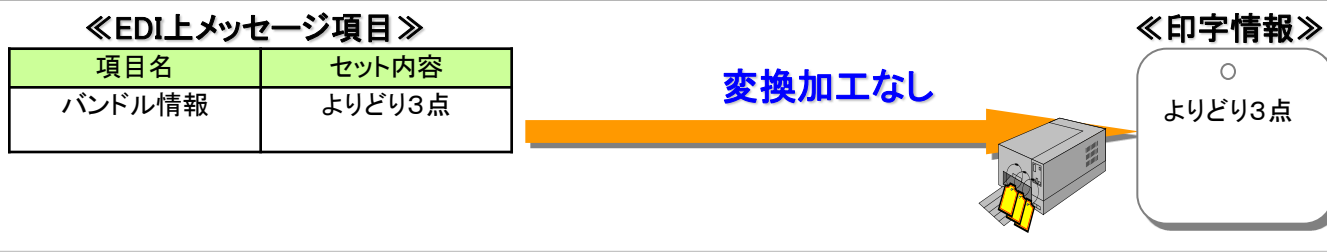
現状

①EDI上の各項目から印字変換して利用する場合(従来型)



今後

②印字情報そのものをEDI項目としてセットする場合(推奨セット方法)



1. 値札メッセージ

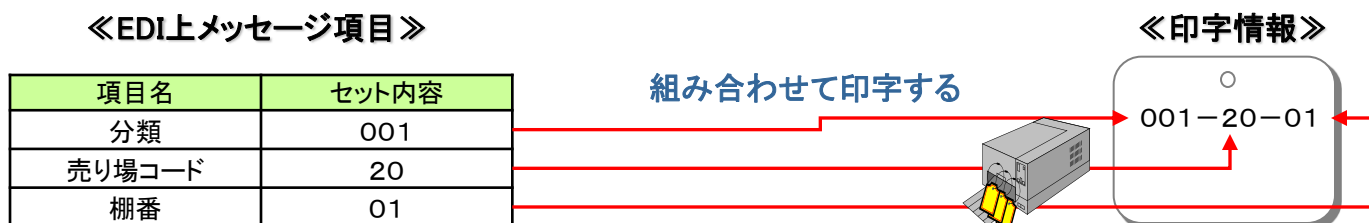
(1) 値札メッセージの説明 2) 目的

② 組み合わせ印字に伴う負荷の軽減

前項と同様、値札に印字する情報を印字イメージのまま値札メッセージにセットすることで、複数項目を組み合わせ印字する負荷を軽減する。

現状

① EDI上の各項目から印字変換して利用する場合(従来型)



今後

② 印字情報そのものをEDI項目としてセットする場合(推奨セット方法)



● 印字情報そのものをEDI項目としてセットすることによるメリット

➤ 小売側のメリット

値札印字内容の変更時に、送付する印字情報を変更するだけで対応可能となる。値札発行業者／アパレル各社への発行マニュアル訂正や再テストなどの変更対応の負荷軽減が期待できる。

➤ アパレル側のメリット

印字変換を行う必要がないため、変換作業、小売毎の個別対応プログラムが不要となる。

1. 値札メッセージ

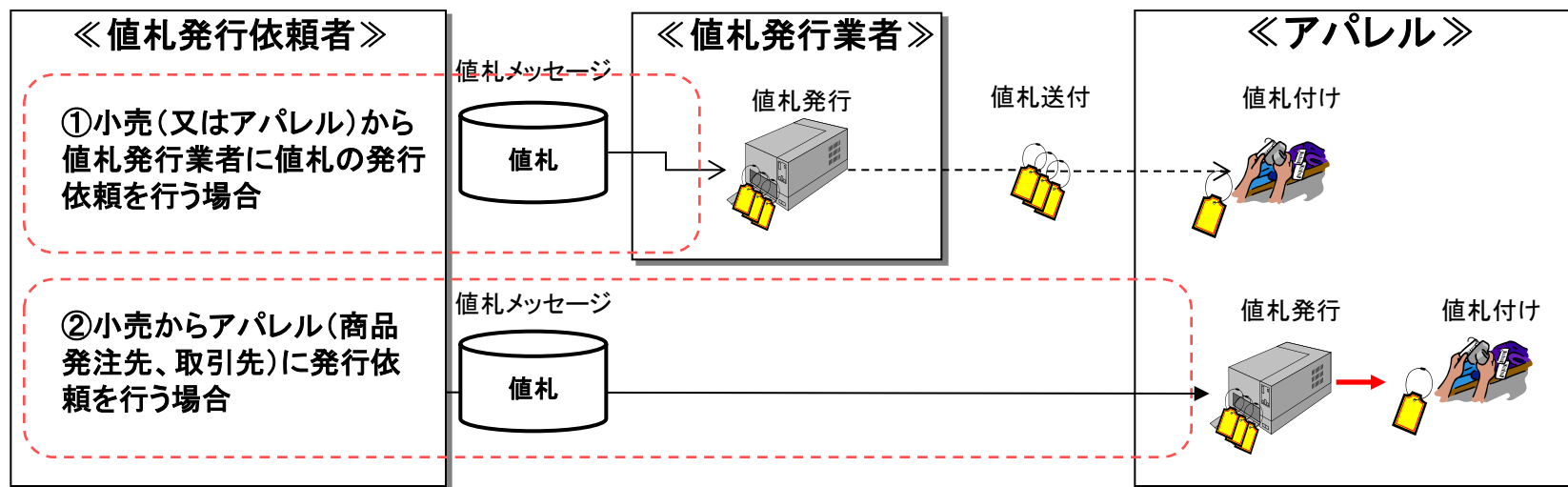
(1) 値札メッセージの説明 3) 値札メッセージの適用範囲

①対象となる登場人物／業務

- 値札メッセージは以下の値札発行業務(対象プレーヤー)を対象とする。

- ①小売(又はアパレル)が値札発行業者に発行依頼を行う
- ②小売がアパレル(商品発注先、取引先)に発行依頼を行う

- 上記、値札発行業務(対象プレーヤー間)に対し1つのメッセージで対応可能なものとする。



※値札メッセージは値札の発行依頼を行う当事者間で利用する。

※アパレルが値札発行業者に発行を依頼する場合、値札発行依頼者が「アパレル」となる。

1. 値札メッセージ

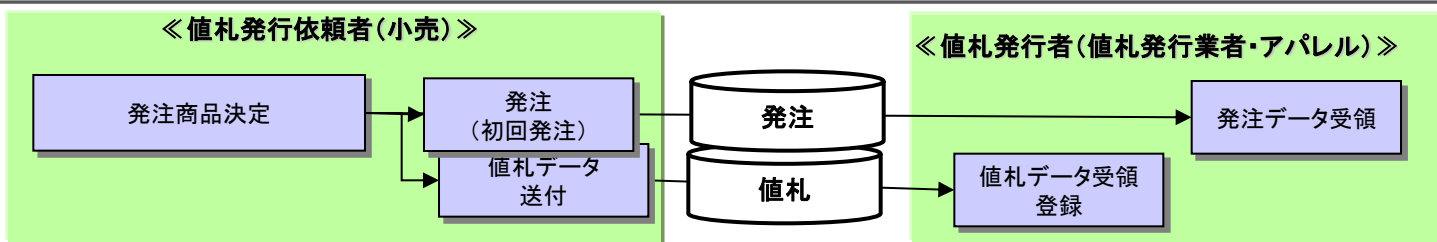
(1) 値札メッセージの説明 3) 値札メッセージの適用範囲

②対象となるプロセス

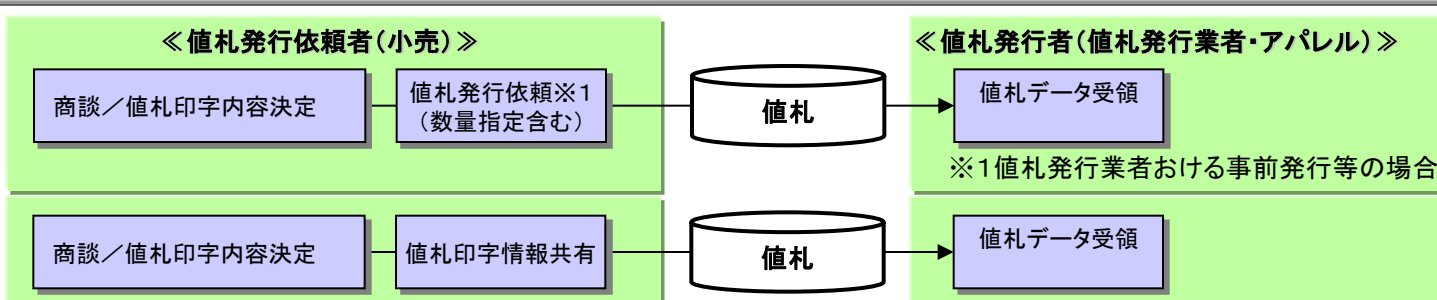
● 値札メッセージ送付タイミングは以下の2つの場合に分かれる。

- ①発注データと同時に送信する場合は発注情報と発注した商品に係る値札の発行依頼との紐付けが可能となる。
- ②事前送信する場合又は値札印字情報項目のみの共有(数量指定なし)の場合は発注情報と紐付けない。

①発注データと同時に送信する場合



②事前送信する場合又は値札印字情報項目のみの共有(数量指定なし)の場合



※印字項目が変更された場合は、値札メッセージを再送付することを基本とする。

1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 1)企業識別 登場人物の相関関係

値札メッセージの「企業識別／登場人物」の相関関係は以下の通り定義されている。

①登場人物の相関関係

値札メッセージ上の登場人物は「発行依頼者」、「発行者」、「値札納入先」の3者で定義する。「発行者」、「値札納入先」はそれぞれ事業所や場所などを識別するための下位構造を持つ。

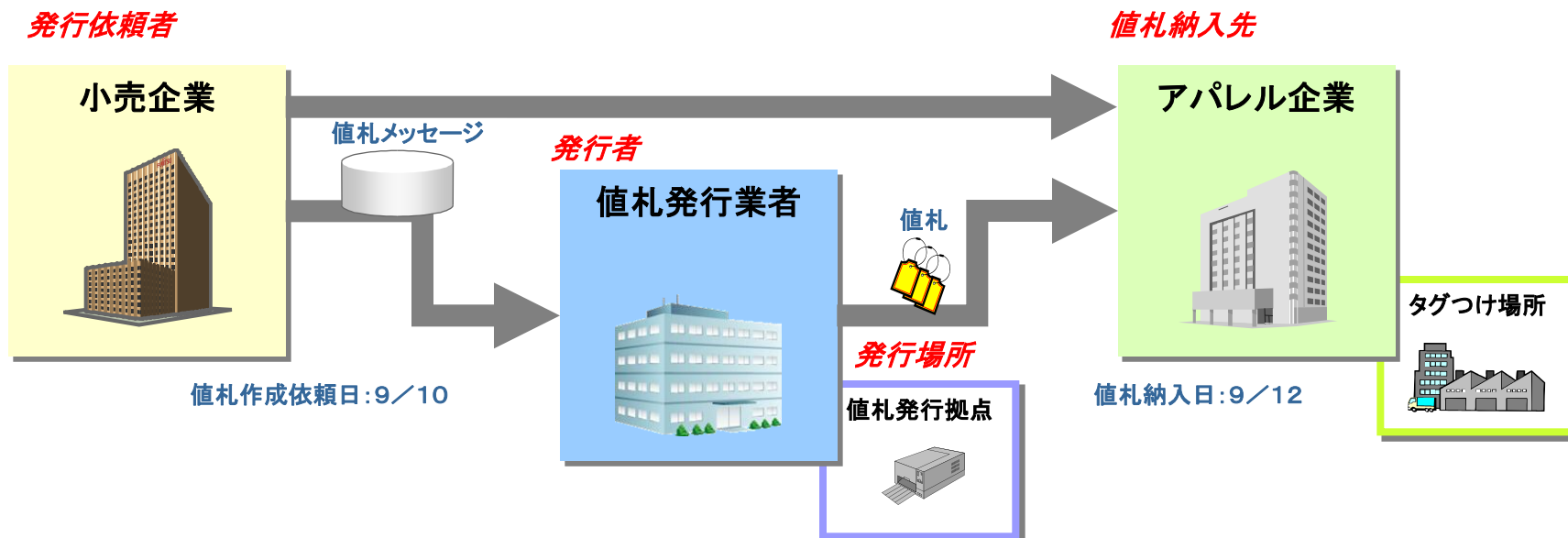
②日付関連の相関関係

値札メッセージ発行上の日付項目として「値札作成依頼日」、「値札納入日」を定義する。「値札作成依頼日」は発行依頼企業が値札の発行を依頼する日付を表す。「値札納入日」は値札納入先に値札が受け渡される日付を表す。

1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 2)企業識別の登録方法

値札メッセージの「企業識別／登場人物」の相関関係および項目セットイメージを以下に示す。



【発行形態による登場人物および日付項目の相関関係】

値札発行形態	発行依頼者	発行者	発行場所	値札納入先	値札納入場所	値札作成依頼日	値札納入日
値札メッセージにおける企業識別の定義	値札の発行を依頼する企業を表す。	値札を発行する企業を表す。	1つの発行者コードの中で、値札発行依頼内容の括りを分ける場合に使用する。	発行した値札を納入する企業を示す。1つの値札納入先コードの中で、さらに詳細に分ける場合には、「値札納入先枝番」を使用する。	1つの「値札納入先コード」+「値札納入先枝番」の中で、明細データの括りを分ける場合に使用する。	発行依頼者が値札作成を依頼する日	値札納入場所に値札を納入する日付を現す。
アパレル企業による発行の場合	小売企業（発注者）	アパレル企業（取引先）	アパレル企業の値札発行拠点	アパレル企業（取引先）	アパレル企業タグつけ場所	9/10	---
値札発行業者による発行の場合	小売企業（発注者）	値札発行業者	値札発行業者の発行拠点	アパレル企業（取引先）	アパレル企業タグつけ場所	9/10	9/12

1. 値札メッセージ

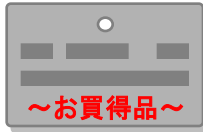
(2)メッセージ項目セットの方法 3)発行指図

①値札様式の指定

「値札様式」により値札を印字する際の値札台紙(形状、大きさ、下札／貼札)、値札用途(プロパー／セール)及び印字レイアウトを指定する。

- 「値札用途」により、値札のプロパー札、セール札などの用途を指定する。プロパー札、セール札があらかじめコードリスト化されているが、その他の用途が存在する場合は当事者間の合意の下、事前に利用するコードを取り決める。
- 「値札台紙」により、値札の台紙を指定する。当事者間の合意の下、事前に利用するコードを取り決める。将来の値札台紙標準化を見据え、コードリストに予約番号を設けている。
- 「値札レイアウト」により、値札の印字レイアウトを指定する。同一用途、同一台紙の値札で、さらに複数レイアウトが存在する場合(台紙と用紙の指定により印字レイアウトが決まらない等)はこの項目で値札のレイアウトを指定する。

【値札様式の指定】

印字パターン	値札台紙	値札用途	値札レイアウト	印字例
	値札台紙を指定	プロパー／セールを指定	同一台紙、用途で複数印字レイアウトが存在する場合に印字レイアウトを指定。(相対で取決め)	
印字パターン1	JIS11号 (下札)	プロパー	通常印字パターン	
印字パターン2	JIS12号 (下札)	セール	セールパターン1	
印字パターン3	JIS12号 (下札)	セール	セールパターン2	

1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 3)発行指図

②発行方法の指定

「発行方法」により値札の発行者および、値札受渡の方法を指定する。

- 「発行者区分」は値札をアパレル企業により発行するか、値札発行業者により発行するかを表す。
- 「値札受渡方法」は発行者／値札納入先間で値札を受け渡す方法を指定する。

1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 4)印刷内容

①印刷内容の構造

値札に印刷する内容を表す項目として、印刷内容(商品)、印刷内容(価格)、印刷内容(自由使用)などの項目群が存在する。値札に印刷する情報はこれらの項目にセットする。

- 値札に印刷する情報の内、商品を表す情報は「印刷内容(商品)」に含まれる該当項目で表現する。
- 商品のカラーを示す情報は「印刷内容(カラー)」に含まれる該当項目で表現する。
- 商品のサイズを示す情報は「印刷内容(サイズ)」に含まれる該当項目で表現する。
- 商品の価格は「印刷内容(価格)」に含まれる該当項目で表現する。
- 商品の販売形態を示す情報は「印字内容(バンドル形態)」に含まれる該当項目で表現する。
- バーコードとして印刷する情報は「印字内容(バーコード)」に含まれる該当項目で表現する。
- これらの印刷内容欄にセットできない固有の項目は、繰り返し項目である「印字情報」欄で表現する。

印刷内容	
印刷内容(商品)	値札に印刷する商品の情報をセットする。商品名、商品コードなど。
印刷内容(カラー)	値札に印刷する商品カラーをセットする。
印刷内容(サイズ)	値札に印刷する商品サイズをセットする。
印刷内容(価格)	値札に印刷する商品の販売価格をセットする。
印刷内容(バンドル形態)	値札にする商品のバンドル形態をセットする。
印刷内容(バーコード)	値札に印刷するバーコードの情報をセットする。 繰り返し項目。
印刷内容(印字情報)	値札に印刷する情報の内、上記の情報にセットできない情報項目をセットする。 繰り返し項目。

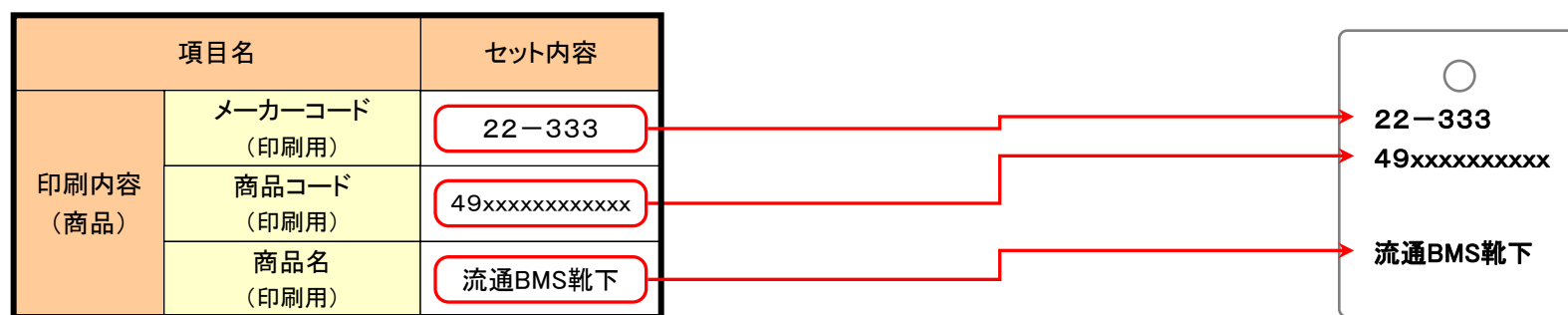
1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 4)印刷内容

②商品

値札に印刷する商品の情報を表現する項目。メーカーコード(印刷用)、商品コード(印刷用)、商品名(印刷用)の3項目で構成される。

- 値札に印刷する商品の情報をセットする。
- 値札に印刷する際の文字列に編集を行ったうえでセットすることを推奨する。



1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 4)印刷内容

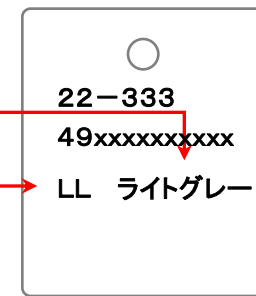
③カラー／サイズ

値札に印刷する商品のカラー／サイズを表現する項目。それぞれカラーコード(印刷用)、カラー名(印刷用)、サイズコード(印刷用)、サイズ名(印刷用)で構成される。

- 値札に印刷する商品のカラー及びサイズ情報を、印刷文字列のままセットすることを推奨する。
- 印刷文字列としてカラー／サイズをセットできない場合などはコードを利用する。

a) 印刷文字列のままカラー／サイズをセットする。

項目名		セット内容
印刷内容 (カラー)	カラーコード (印刷用)	——
	カラー名 (印刷用)	ライトグレー
印刷内容 (サイズ)	サイズコード (印刷用)	——
	サイズ名 (印刷用)	LL



b) カラーコードやサイズコードを利用し、印字時に変換を行う。

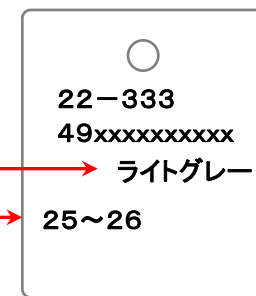
項目名		セット内容
印刷内容 (カラー)	カラーコード (印刷用)	002
	カラー名(印刷用)	——
印刷内容 (サイズ)	サイズコード (印刷用)	02
	サイズ名(印刷用)	——

001	白
002	ライトグレー
003	黒

印字内容は事前に相対で取り決める

01	22～24
02	25～26
03	27～28

印字内容は事前に相対で取り決める



発行依頼者／発行者間で事前に取り決めた規約に従い、カラー／サイズ(印字用)の値から変換印字する。

1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 4)印刷内容

④価格

値札に印字する商品を表示する項目。「価格①」は商品の販売価格を表す。セール時の消し札元価格など、値札に商品の販売価格以外の価格を印字する場合には「価格②」を利用する。

【印字内容(価格)のセット例】

値札発行形態	価格表示 区分	価格① (税込)	価格① (税抜)	価格② (税込)	価格② (税抜)	価格② (税抜)
製品の販売価格を 税込価格のみで 印刷する場合	01	5250	——	——	——	
製品の販売価格を 税込価格と税抜き価格で 併記する場合	02	5250	5000	——	——	
製品の販売価格と 値下前価格を併記する場合	03	3150	——	5250	——	

1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 4)印刷内容

⑤バンドルコード／バンドル名称

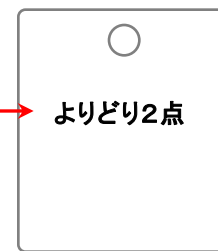
値札上に「よりどり3品」、「3足組み」などの商品の販売形態に関する情報を印刷する場合、「印刷内容(バンドル形態)」にて印字情報を表現する。

- 販売形態に関する情報を入力する項目として、「印刷内容(バンドル形態)」を利用する。
- 値札メッセージでは印字情報をそのまま入力することを目指す。そのため、値札上に印字する表記をそのまま「バンドル名称(印刷用)」にセットすることを推奨する。
- 印字項目をそのまま値札メッセージにセットすることが出来ない場合、「バンドルコード(印刷用)」に印字方法を示すコードをセットする。値札発行者は「バンドルコード(印刷用)」にセットされた値を参照し、印字内容来判断する。
- 印字情報をそのままセットするか、コードをセットするかは発行依頼者と発行者が双方合意の上で取り決める。
- コードセットする場合に、コードと印字内容の関係は発行依頼者と発行者が双方合意の上で取り決める。

a) 原則は印字内容をそのまま値札メッセージにセットする

項目名		セット内容
印刷内容 (バンドル 形態)	バンドルコード (印刷用)	——
	バンドル名称 (印刷用)	よりどり2点

バンドル情報にセットされた文字列をそのまま印字する。



b) 印字内容をそのまま値札メッセージにセットできない場合、バンドルコードに事前に取り決めたコードをセットする

項目名		セット内容
印刷内容 (バンドル 形態)	バンドルコード (印刷用)	02
	バンドル名称 (印刷用)	——

発行依頼者／発行者間で事前に取り決めた規約に従い、バンドル情報の値から変換印字する。

01	よりどり2点
02	よりどり3点
03	上下組み

印字内容は事前に相対で取り決める



1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 4)印刷内容

⑥バーコードNo. /バーコード情報

発行依頼者はバーコードとして印字する情報を「バーコード情報」にセットする。発行者は「バーコード情報」から値を取得し、値札上に印字する。

- バーコード項目は繰り返し項目として定義し、複数の印字情報をセットすることが出来る。
- 発行者はバーコード情報にセットされた値をそのままバーコード化して印字する。
- 発行依頼者は従来の値札メッセージで複数項目を複合してバーコード化する場合なども、あらかじめ複合してバーコード元情報にした状態でバーコード情報にセットすることを推奨とする。
- 発行依頼者側であらかじめバーコード元情報をセットすることが出来ず、発行者側で項目の加工を行う場合は後述する「印字情報」欄を利用する。その場合の項目加工方法は事前に発行依頼者／発行者間で取り決める。

原則は印字内容をそのまま値札メッセージにセットする

	バーコードNo.	バーコード情報
バーコード	01	商品コード (49xxxxxxxxxx)
	02	中分類+品番+SKUコード

バーコード情報(チェックデジット含む)にセットされた値をそのままバーコード印字する。

ただし、現状担保の観点から当事者間の取り決めによる組合せ印字も考慮する。

	印字No.	印字内容
印字情報	01	仕入区分)
	02	短縮SKUコード

組合せ、変換などの加工を要する場合は自由使用欄を利用する。

項目加工の仕様は事前に発行依頼者／発行者間で取り決める。

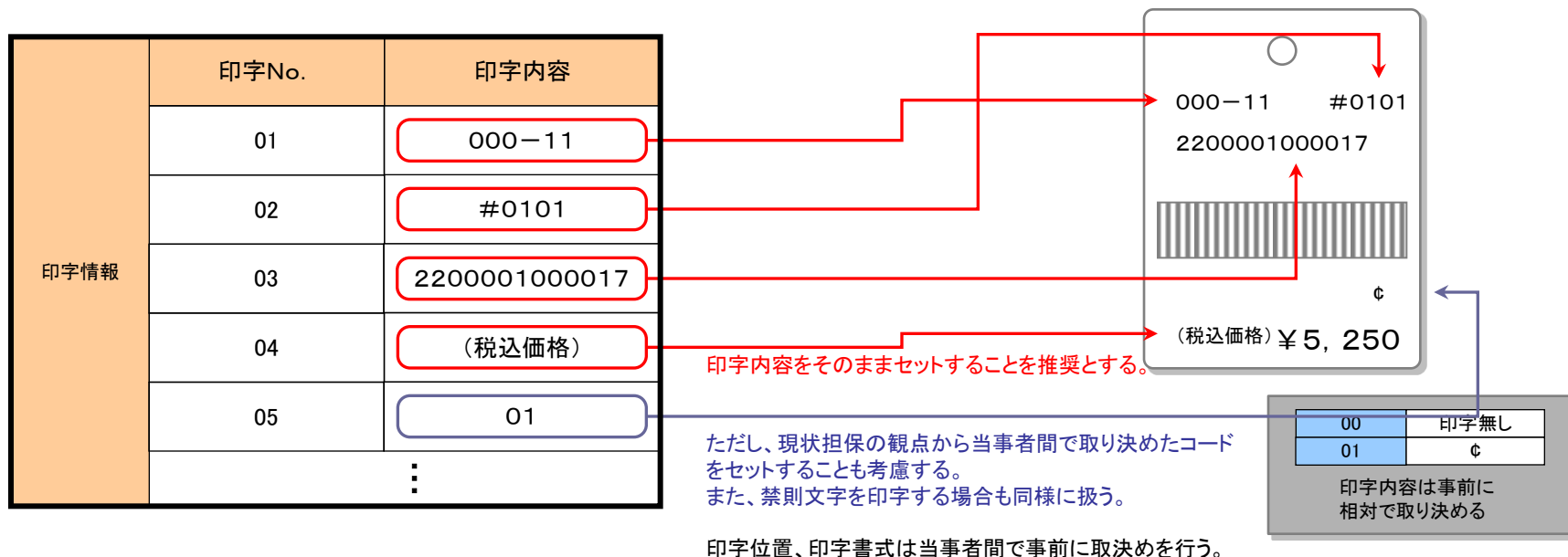
1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 4)印刷内容

⑦印字No. / 印字内容

当事者間の相対による取り決めの下で値札に印字するための情報を受け渡すための項目。値札に印字する情報を印字イメージのままセットすることを前提とする。また現状担保の観点から事前に取り決めたコードをセットすることも考慮する。

- 値札に印字する項目は多様な仕様が存在している。そのため、現状を担保することと発行者側の変換の負荷を削減するため、項目の意味を定義していない印字情報項目を設けた。
- 印字位置は発行依頼者／発行者間が事前に相対で取決めを行う。
- 発行依頼者側のマニュアル改版の負荷や発行者側の印字変換の負荷を削減するため、極力印字内容をそのままセットする。
- 現状担保の為、印字に際しての項目変換を行う場合も存在する。



1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 4)印刷内容

【補足】「印字情報項目」使用時の注意点

①印字情報項目の桁数

印字内容項目の桁数は、フォーマット上30～50桁を上限值として定められているが、現実的に値札上に印字できる桁数では無い。そのため、下記の点について小売-アパレル(値札発行業者)間で事前に相対で確認しておく必要がある。

印刷用項目の桁数調整

値札印字に使用する項目の上限桁数および上限桁数を超えたデータの対応方法
(例えば、後ろを切り捨てて印字するなど)

②印字情報項目の属性(英数字、半角／全角)

印字内容項目の属性は、英数字や半角／全角いずれについても対応できる形式で設定されており、半角／全角の文字が混在して入力することも可能となっている。

しかし値札発行機によっては、全角文字と半角文字が混在する場合正しく印字が行なえないフォントが存在する。また、同じ桁数でも半角文字のみの場合と全角文字のみの場合では、値札上の印字長が大きく異なる。

そのため、以下の点について運用開始前に小売-アパレル(値札発行業者)間で事前に相対で確認／調整を行なっておく必要がある。

全角/半角の使用確認

項目毎に相対間で①全角文字のみ②半角文字のみ③全角半角混在を確認し、確認内容に沿って値札を設定する。

1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 4)印刷内容

【補足】印字情報項目の使用桁数／半角・全角の混在について

値札メッセージを使用する際には、実際に利用する印刷桁数および桁数オーバー時の対応方法、また全角、半角の使用の有無を事前に相対で確認する。

これらの内容は「共通確認シート」に設けられた項目を記載する。

【共通確認シート】

新規
移行
変更
廃止
その他()

①共通確認シート

NO	分類	項目	印刷内容
1	対象商品カテゴリー		
2	通用業務(メッセージ種)	<input type="checkbox"/> 表示 <input type="checkbox"/> 出荷結果 <input type="checkbox"/> 出荷報告(有) <input type="checkbox"/> 出荷報告(無) <input type="checkbox"/> 受領 <input type="checkbox"/> 返品	
3	対象業務フロー	<input type="checkbox"/> 請求 <input type="checkbox"/> 支払 <input type="checkbox"/> 領収 <input type="checkbox"/> 集約作成データ <input type="checkbox"/> その他	
4	対象となるデータ	<input type="checkbox"/> 送付ファイル有り <input type="checkbox"/> システムの連携がわかる業務フロー、データフロー	
5	対象となる取引先	<input type="checkbox"/> 本業 <input type="checkbox"/> 特約 <input type="checkbox"/> 加盟店 <input type="checkbox"/> 本業兼加盟店 <input type="checkbox"/> その他	

(中略)

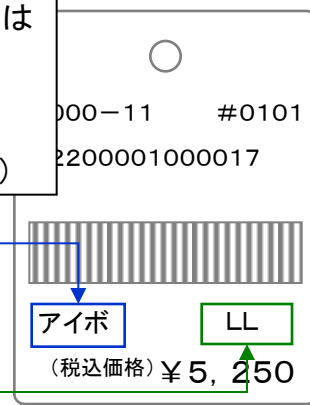
23	印刷処理料	本番日(メッセージ種別別データ発生日)	表示/非表示
24	その他	印刷(期待手帳)適用との相違点	<input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 有 (税金発生)
25	※オプション	適用箇所の変更内容	()

※共通確認シート「その他 ※オプション」部分に、
値札印字に使用する桁数などを記載し、
小売一卸双方で確認する

<代表的な印刷用項目と桁数>

項目名	桁数	例)
メーカーコード (印刷用)	MAX30 最大60byte	
商品コード (印刷用)	MAX30 最大60byte	
商品名 (印刷用)	MAX30 最大60byte	
カラー (印刷用)	MAX30 最大60byte	アイボ
サイズ (印刷用)	MAX30 最大60byte	LL
バンドル情報	MAX50 最大100byte	

例)相対間で、
項目 [カラー(印刷用)] は
・最大3桁
・全て全角
と定義しておく
(データ上は30桁まで設定可能)



全角文字が入る可能性が有るTEXT項目について、
桁数をbyte定義する場合(データをDBに格納する場合等)
は最大桁数の2倍を確保しておく

1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 5)発注情報との紐付け

①発注と紐付ける場合

値札メッセージには発注メッセージとの紐付けの為、取引番号(発注・返品)及び取引明細番号を保有する。発注紐付けを行う場合、値札の『発行依頼明細』以下の情報が取引番号単位に分割された情報となる。

- 発注メッセージとの紐付けを行う場合、紐付け情報として取引番号及び取引明細番号を用いる。
- 値札メッセージは発注情報の伝票／明細毎に明細行が分割される。

【発注上の構成(伝票例)】

チェーンストア統一伝票(タイプ用1型)
仕入伝票 ①

社名:〇〇ストア 伝票番号
店名:△△店 0000011

001 カットソー 491234567890x 30枚

002 ジャケット 499876543210x 60枚

チェーンストア統一伝票(タイプ用1型)
仕入伝票 ①

社名:〇〇ストア 伝票番号
店名:□□店 0000022

001 カットソー 491234567890x 20枚

002 ジャケット 499876543210x 40枚

【値札メッセージの構成】

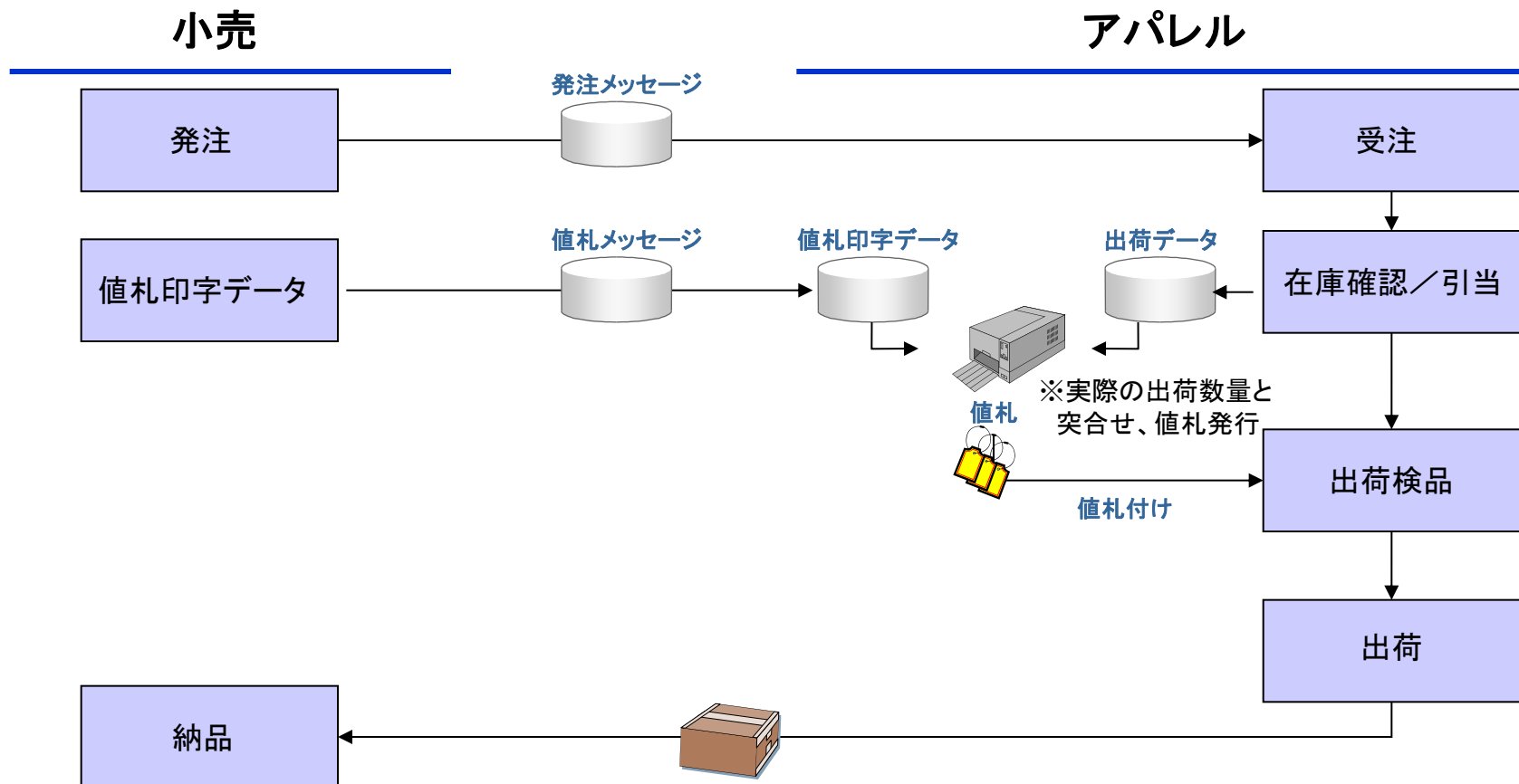
発行依頼情報				発行依頼明細				発注商品情報		
発行依頼番号	値札台紙	値札用途	...	発行依頼明細番号	値札発行数量	商品コード(印字用)	...	取引番号(発注・返品)	取引明細番号	商品コード
0000001	JIS11号	プロパー	...	0001	30	22001	...	0000011	001	491234567890x
				0002	60	22002	...	0000011	002	499876543210x
	JIS11号	プロパー	...	0003	20	22001	...	0000022	001	491234567890x
				0004	40	22002	...	0000022	002	499876543210x

1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 5)発注情報との紐付け

【補足】発注と紐付ける場合の注意点(1/2)

値札の印字数量は、アパレル側で出荷(発注)データと突き合わせて決定する。これは、欠品が発生する場合は発注数量どおりの枚数にはならない場合があるためである。

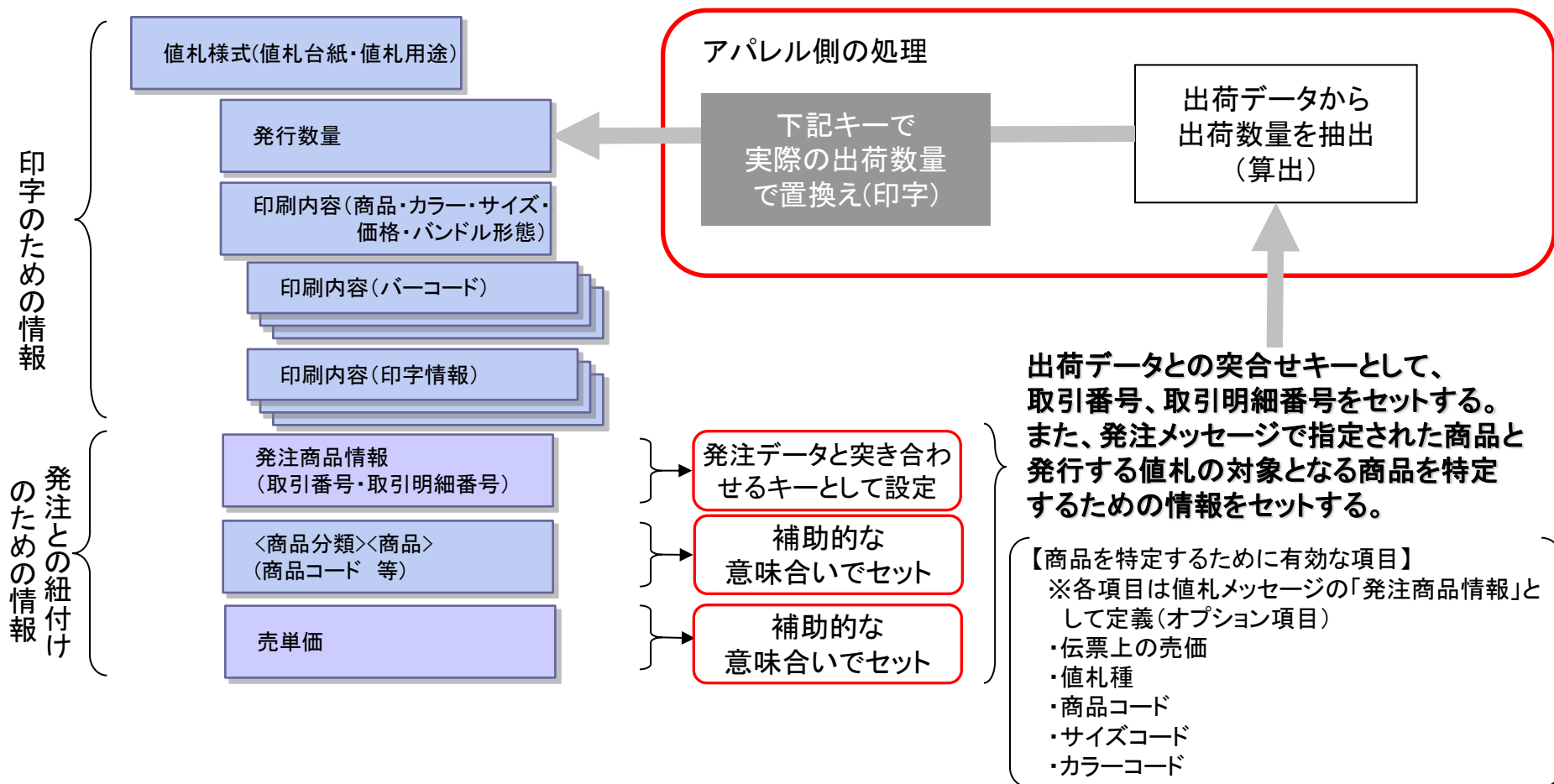


1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 5)発注情報との紐付け

【補足】発注と紐付ける場合の注意点(2/2)

発注メッセージと同時に値札メッセージを作成する場合は、両メッセージの突合せキーを事前に相対で確認しておく必要がある。小売側で使用する項目を明記し、相対間で調整する。アパレル側で必要に応じて集計作業を実施する。



1. 値札メッセージ

(2)メッセージ項目セットの方法 5)発注情報との紐付け

②発注と紐付けない場合

発注紐付けを行わない場合は、値札メッセージに入力された数量分の発行依頼となる。

- 発注メッセージとの紐付けを行わない場合、発注紐付け用の項目は利用しない。
- この場合、値札メッセージは発行値札毎に集約された明細を持つメッセージとなる。

【発注上の構成(伝票例)】

チェーンストア統一伝票(タイプ用1型)
仕入伝票①

社名:〇〇ストア 伝票番号
店名:△△店 00000011

001 カットソー 22001 30枚

002 ジャケット 22002 60枚

チェーンストア統一伝票(タイプ用1型)
仕入伝票①

社名:〇〇ストア 伝票番号
店名:□□店 00000022

001 カットソー 22001 20枚

002 ジャケット 22002 40枚

【値札メッセージの構成】

発行依頼情報				発行依頼明細				発注商品情報		
発行依頼番号	値札台紙	値札用途	...	発行依頼 明細番号	値札 発行数量	商品コード (印字用)	...	取引番号 (発注・返品)	取引明細 番号	商品コード
0000001	JIS11号	プロパー	...	0001	50	22001	...	---	---	491234567890x
				0002	100	22002	...	---	---	499876543210x

1. 値札メッセージ

(3)メッセージ構造 1)メッセージ構造

①構造サンプル1

値札メッセージにおける項目の繰返しについて、一部例を示す。

【例1:1種類の値札で複数商品の印字を依頼する場合】

<値札発行依頼情報>

発行依頼番号 : 5555

値札台紙 : JIS10号

<値札印字内容>

発行数量 : 100

価格表示区分 : 01

標準価格(税込) : 1000

商品コード(印刷用) : 1111

<値札印字内容>

発行数量 : 200

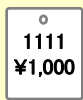
価格表示区分 : 01

標準価格(税込) : 2000

商品コード(印刷用) : 2222

.....

JIS10号



× 100枚

JIS10号



× 200枚

同じ値札台紙で異なる印字内容の値札を発行する場合は<値札印字内容>階層を繰り返す。

【例2:発注データと紐付けされた場合】

<値札発行依頼情報>

発行依頼番号 : 5555

値札台紙 : JIS10号

<値札印字内容>

発行数量 : 100

価格表示区分 : 01

標準価格(税込) : 1000

商品コード(印刷用) : 1111

取引番号 : 001

取引明細番号 : 01

<値札印字内容>

発行数量 : 100

価格表示区分 : 01

標準価格(税込) : 1000

商品コード(印刷用) : 1111

取引番号 : 002

取引明細番号 : 01

....

JIS10号



× 200枚

同じ値札台紙で異なる取引内容の値札を発行する場合は<値札印字内容>階層を繰り返す。

1. 値札メッセージ

(3)メッセージ構造 1)メッセージ構造

②構造サンプル2

【例3:2種類の値札で1商品の印字を依頼する場合】

【例4:2種類の値札で複数商品の印字を依頼する場合】

<値札発行依頼情報>

発行依頼番号 : 6666

値札台紙 : JIS10号

<値札印字内容>

発行数量 : 100

価格表示区分 : 01

標準価格(税込) : 1000

商品コード(印刷用) : 1111

<値札発行依頼情報>

発行依頼番号 : 7777

値札種類 : 値下シール

<値札印字内容>

発行数量 : 100

価格表示区分 : 01

標準価格(税込) : 800

商品コード(印刷用) : 1111

....

JIS10号



× 100枚

値下シール



× 100枚

同一商品に対し下げ札、貼札を発行する場合、<値札発行依頼情報>階層を繰り返す。

<値札発行依頼情報>

発行依頼番号 : 6666

値札台紙 : JIS10号

<値札印字内容>

発行数量 : 100

価格表示区分 : 01

標準価格(税込) : 1000

商品コード(印刷用) : 1111

<値札印字内容>

発行数量 : 200

価格表示区分 : 01

標準価格(税込) : 2000

商品コード(印刷用) : 2222

<値札発行依頼情報>

発行依頼番号 : 7777

値札台紙 : 値下シール

<値札印字内容>

発行数量 : 100

価格表示区分 : 01

標準価格(税込) : 800

商品コード(印刷用) : 1111

<値札印字内容>

発行数量 : 200

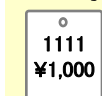
価格表示区分 : 01

標準価格(税込) : 1600

商品コード(印刷用) : 2222

....

JIS10号



× 100枚

JIS10号



× 200枚

複数商品に対し下げ札、貼札を発行する場合、<値札発行依頼情報>階層を繰り返し、更に<値札印字内容>を繰り返す。

値下シール



× 100枚

値下シール



× 200枚

1. 値札メッセージ

(3)メッセージ構造 1)メッセージ構造

③構造サンプル3

【例5:2種類の値札でそれぞれ1商品の
印字を依頼する場合】

<値札発行依頼情報>

発行依頼番号 : 8888
値札台紙 : JIS10号

<値札印字内容>

発行数量 : 100
価格表示区分 : 01
標準価格(税込) : 1000
商品コード(印刷用) : 1111

<値札発行依頼情報>

発行依頼番号 : 9999
値札台紙 : JIS11号

<値札印字内容>

発行数量 : 200
価格表示区分 : 01
標準価格(税込) : 1000
商品コード(印刷用) : 1111

....

JIS10号



× 100枚

JIS11号



× 200枚

異なる値札台紙の
値札を発行する場
合、<値札発行依
頼情報>階層を繰り
返す。

【例6:2種類の値札でそれぞれ複数商品の
印字を依頼する場合】

<値札発行依頼情報>

発行依頼番号 : 8888
値札台紙 : JIS10号

<値札印字内容>

発行数量 : 100
価格表示区分 : 01
標準価格(税込) : 1000
商品コード(印刷用) : 1111

<値札印字内容>

発行数量 : 200
価格表示区分 : 01
標準価格(税込) : 2000
商品コード(印刷用) : 2222

<値札発行依頼情報>

発行依頼番号 : 9999
値札種類 : JIS11号

<値札印字内容>

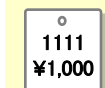
発行数量 : 300
価格表示区分 : 01
標準価格(税込) : 1000
商品コード(印刷用) : 1111

<値札印字内容>

発行数量 : 400
価格表示区分 : 01
標準価格(税込) : 2000
商品コード(印刷用) : 2222

....

JIS10号



× 100枚

JIS10号



× 200枚

JIS11号



× 300枚

JIS11号



× 400枚

異なる値札台紙の
値札を複数商品分
発行する場合、<値
札発行依頼情報>
階層を繰り返し、更
に<値札印字内容>
を繰り返す。

1. 値札メッセージ

【補足】値札メッセージ利用上の注意事項(禁則文字の利用について)

流通ビジネスメッセージ標準では、技術的な観点から原則使用しないことに規定された禁則文字が存在する。これらの禁則文字を値札上に印字する必要がある場合、値札メッセージ上に印字内容をセットすることが出来ない。

しかし値札メッセージには、ほぼ100%禁則文字が使用されるので、禁則文字をどのようにセットするか事前に相対で確認しておく必要がある。

禁則文字の一覧（禁則文字に関する詳細はXMLテクニカルガイドを参照）

記号	日本語通用名称	
～	波ダッシュ(全角)	WAVE DASH
//	双柱(全角)	DOUBLE VERTICAL LINE
—	負記号、減算記号(全角)	MINUS SIGN
¢	セント記号(全角)	CENT SIGN
£	ポンド記号(全角)	POUND SIGN
¬	否定(全角)	NOT SIGN
—	EMダッシュ	EM DASH

1. 値札メッセージ

【補足】値札メッセージ利用上の注意事項(禁則文字の利用について)

禁則文字の対応について(項目セットと印字方法)

対応方法① 全て半角文字で対応 (推奨)

- H19年共同実証においては、A.全て半角で対応、B.禁則文字のみ半角で対応、C.禁則文字をそのまま使用などの方法が採られたが、共同検討の結果からは『A.メッセージにすべて半角文字を入力して対応する』が推奨される。

全て半角文字で対応 (例: サイズ名称 22-24cm)

- ① フォントサイズの調整して印字 ... 22-24cm
- ② 半角文字を全角に変換して印字 ... 22-24cm

※②の方法を採る場合、値札発行機側で対応するか印字発行プログラムで対応するか確認が必要

対応方法② コードリストの利用

- 事前に取り決めたコードをセットし、印字時に変換して印字を行う。
- コードと印字内容の関係は発行依頼者と発行者が双方合意の上で取り決める。

事前に取り決めたコードをメッセージにセットする

項目名	セット内容
サイズコード (印字用)	01 (相対で取決め)

発行依頼者／発行者間で事前に取り決めた規約に従い、サイズ(印字用)の値から変換印字する。

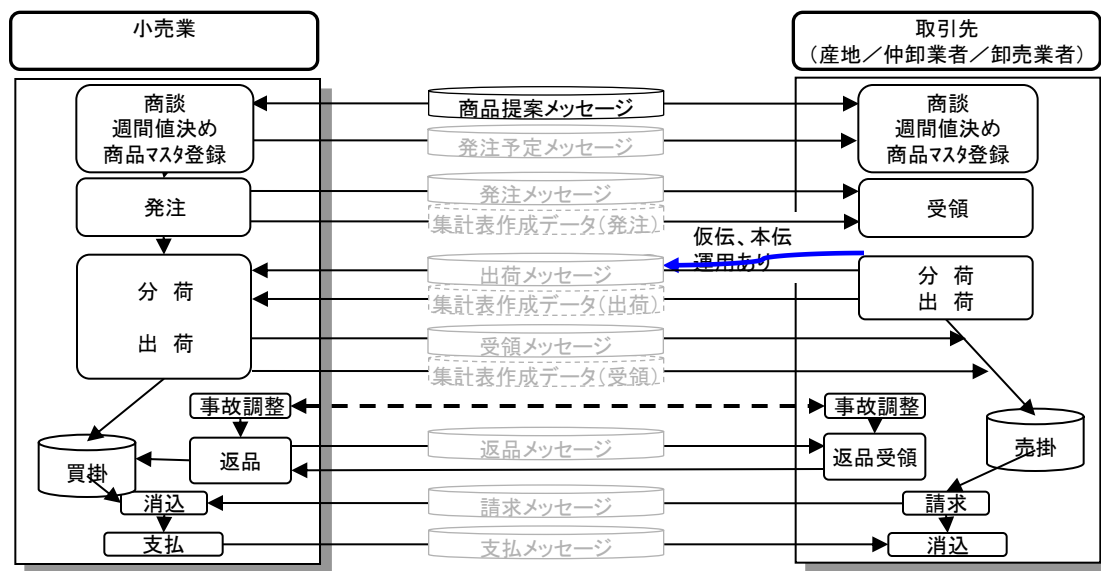
01	22~24
02	25~27

印字内容は事前に相対で取り決める

22 ~ 24

商品提案メッセージ

(生鮮納品プロセス)



2. 商品提案メッセージについて

(1) 商品提案メッセージの説明 1) メッセージ策定方針

● 位置付け

- ✓ 生鮮商品など頻繁に商品内容や価格・納品可能数量が変動する商品において、正確な発注を行うため、小売・卸間で商品情報・価格情報・納品可能数量をEDIデータでの交換を可能とするメッセージ。
- ✓ 卸側より商品カタログとしての提案をEDIデータでの交換を可能とするメッセージ。

● 留意点

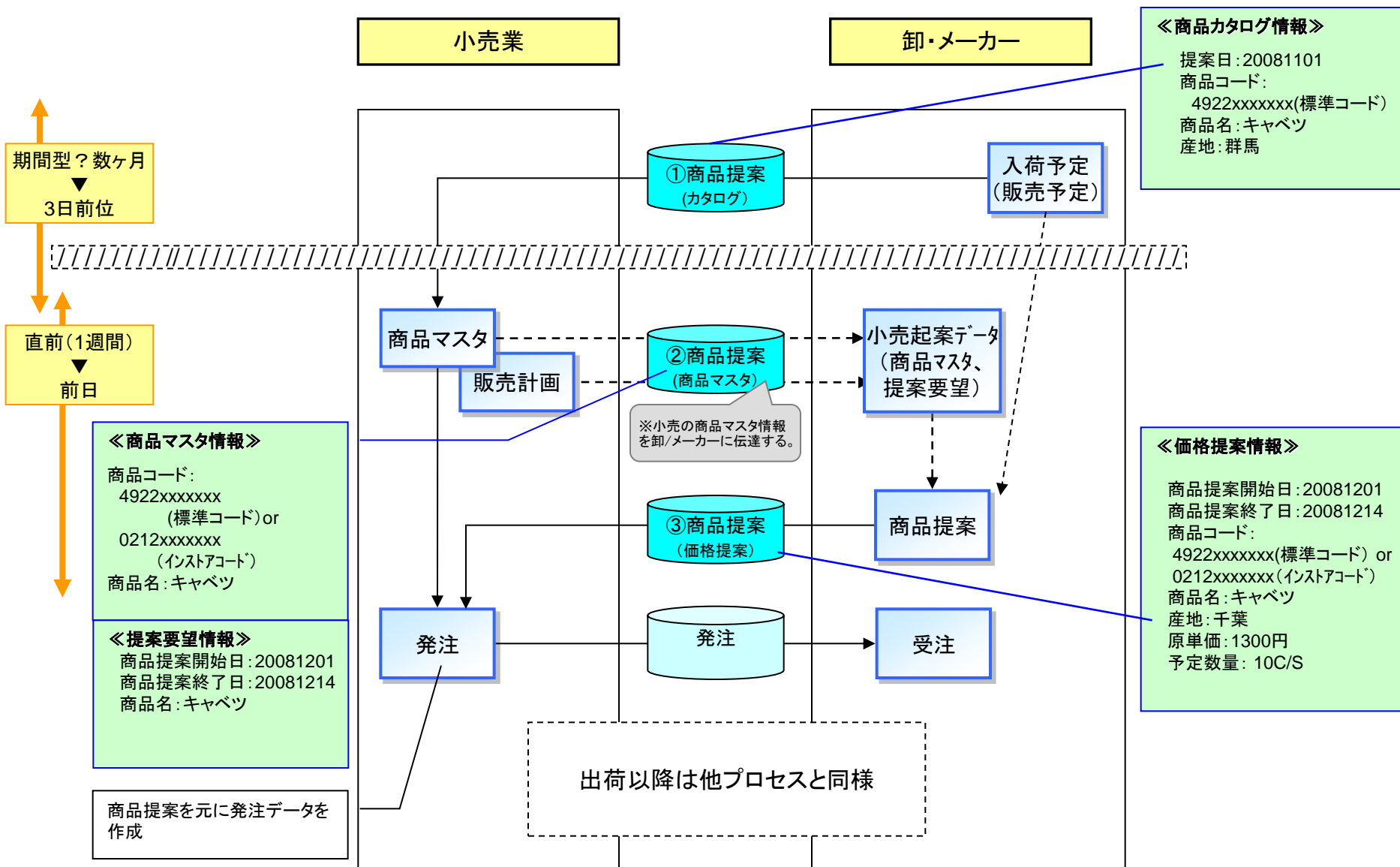
本メッセージは、商品提案(カタログ)、商品提案(商品マスタ)、商品提案(価格提案)の3メッセージで構成されており、どのメッセージを使用したプロセスで行うかは、小売・卸間で合意の上で行う事とする。商品コード(発注用)については、小売・卸間で取り決めにより行う事とする。

✓ メリット

- 商品違いや価格・数量違いを無くし、発注精度を向上させる事ができる。

2. 商品提案メッセージについて

(2) 商品提案メッセージのビジネスプロセス



2. 商品提案メッセージについて

(3) 商品提案メッセージのタイプ

● 商品提案メッセージの目的(タイプ別)

①商品提案(カタログ)

…卸／仲卸が品揃え可能なアイテムや予定情報(数量、価格等)について伝達する。

②商品提案(商品マスタ)

…小売が商品提案や価格変更情報を要望する商品コード(インストアコード、標準商品コード)、商品名等について、小売の商品マスタ情報を参考に伝達する。

③商品提案(価格提案)

…卸／仲卸が相場情報(価格変更情報)、事前商談で取決めた価格の確定情報や変更情報、出荷予定商品情報などを伝達する。

● 商品提案メッセージの主な運用パターン

運用パターンⅠ:	①商品提案(カタログ)	②商品提案(商品マスタ)	③商品提案(価格提案)	発注
運用パターンⅡ:	①商品提案(カタログ)	使用しない	使用しない	発注
運用パターンⅢ:	使用しない	②商品提案(商品マスタ)	③商品提案(価格提案)	発注
運用パターンⅣ:	使用しない	使用しない	③商品提案(価格提案)	発注

※尚、商品提案メッセージの各項目は、次のタイプへ引継ぐ必要は無い。

2. 商品提案メッセージについて

(4)タイプ別セット方法、項目の意味

●タイプ別で主にセットする項目

《記号の意味》

◎：主にセットする項目

△：必要に応じてセットする項目

商品提案特有項目

区分		①商品提案 (カタログ)	②商品提案 (商品マスタ)	③商品『提案 (価格提案)
取引先 提案	取引先コード	必須 ◎	◎	◎
	管理番号	必須 ◎	◎	◎
	発注者コード	必須 ◎	◎	◎
	提案日	任意 ◎	◎	◎
	商品提案開始日	必須 ◎	◎	◎
	商品提案終了日	必須 ◎	◎	◎
	取引データ有効日	任意 △	△	△
	明細番号	必須 ◎	◎	◎
	商品コード	必須 ◎	◎	◎
	最終発注日	任意 △	△	◎
取引明細	原単価	必須 △	△	◎
	予定数量(バラ)	任意 △	△	△
	発注単位	必須 ◎	◎	◎
	予定数量(発注単位数)	任意 △	△	△
	納品日	任意		
	最終納品先コード	必須		
	原単価	必須		
	予定数量(バラ)	任意		
	予定数量(発注単位数)	任意		
	店舗情報	<店舗情報>項目は、特定の納品日 もしくは最終納品先、またはその両方について原単価、数量等を変更する場合にセットする。 尚、<店舗情報>項目で指定外の納品日、最終納品先に関しては、<取引明細>項目の内容を適用する。		

●商品提案メッセージの特有項目の意味

■管理番号

➢小売一卸が双方で企画などを識別するために、相対で定義する番号

■提案日

➢卸／メーカー側の商品提案日

※②商品提案(商品マスタ)の場合はデータ送信日

■商品提案開始日、商品提案終了日

➢商品提案の開始日、および終了日

※小売一卸における取引の場合は、店着日が基準となる

■取引データ有効日

➢商品提案に関する有効期限。(採用期限日)

■明細番号

➢「管理番号」の中の商品単位の明細番号

■最終発注日

➢『商品提案終了日』に対する最終発注日

※「商品提案終了日」ー「最終発注日」がリードタイムとなる
 尚、リードタイムの考え方(セット方法)については、次頁で説明する

■予定数量(バラ、発注単位数)

①商品提案(カタログ)の場合

➢取引先の入荷予定数量

②商品提案(マスタ)の場合

➢通常はセットしない

③商品提案(価格提案)の場合

➢発注者に対する取引可能上限数量

2. 商品提案メッセージについて

(5) 項目セットの方法 1) ③商品提案(価格提案)の場合

■商品提案メッセージの項目セット例 ※③商品提案(価格提案)の場合

- X青果からA商店に対して、2008年12月1日～12月14日の商品提案を実施
- 発注リードタイムは2日
- 群馬県産のキャベツを原単価1,000円、予定数量(取引可能上限数)を10ケース(※発注単位は1ケース)
- 千葉県産のカイワレを原単価30円、予定数量(取引可能上限数)を40パック(※発注単位は5パック)

<取引先>														
取引先 コード	<発注者>						<取引明細>							
	管理番号	発注者 コード	提案日	商品提案 開始日	商品提案 終了日	取引データ 有効日	明細 番号	商品コード	産地名	最終発注日	原単価	予定数量 (バラ)	発注 単位	予定数量 (発注単位数)
9999999 (X青果)	12345	1111111 (A商店)	20081101	20081201	20081214	20081125	123	4922xxxxxxxxx (キャベツ)	群馬	20081212	1000	10 (ケース)	1 (ケース)	10
							124	4922xxxxxxxxx (カイワレ)	千葉	20081212	30	40 (パック)	5 (パック)	8

●リードタイムの考え方

・・・『商品提案終了日』に対する最終発注日をリードタイムとする。

《Ex. リードタイムが2日の場合》

商品提案終了日(12/14)⇒最終発注日(12/12)

■その他の補足事項

- ✓商品属性(規格、産地名、等級など)は必要に応じてセットする。
- ✓<店舗情報>は、特定の納品日、最終納品先で原単価、数量等を変更する場合にセットする。
※商品提案の期間において、原単価の変更が無い場合には、セットしない。

2. 商品提案メッセージについて

(6) 項目セットの方法 2) <店舗情報>のセット方法

<店舗情報>項目は、特定の納品日もしくは最終納品先、またはその両方について原単価、数量等を変更する場合にセットする。

尚、<店舗情報>項目で指定外の納品日、最終納品先に関しては、<取引明細>項目の内容を適用する。

■ 期間内で特定の納品日で原単価の変更

【例】12月3日の原単価が900円、12月10日が950円、その他の納品日が1,000円とする場合

<取引明細>												
明細番号	商品コード	産地名	最終発注日	原単価(予定)	予定数量(バラ)	発注単位	予定数量(発注単位数)	<店舗情報>				
								納品日	最終納品先コード	原単価	予定数量(バラ)	予定数量(発注単位数)
123	4922xxxxxxxxx (キャベツ)	群馬	20081212	1000	10	1	10	20081203	(※2)	900	(※1)	(※1)
								20081210	(※2)	950	(※1)	(※1)

■ 期間内で特定の最終納品先で原単価の変更

【例】a店の原単価が1,100円、e店が950円、その他店舗が1,000円とする場合

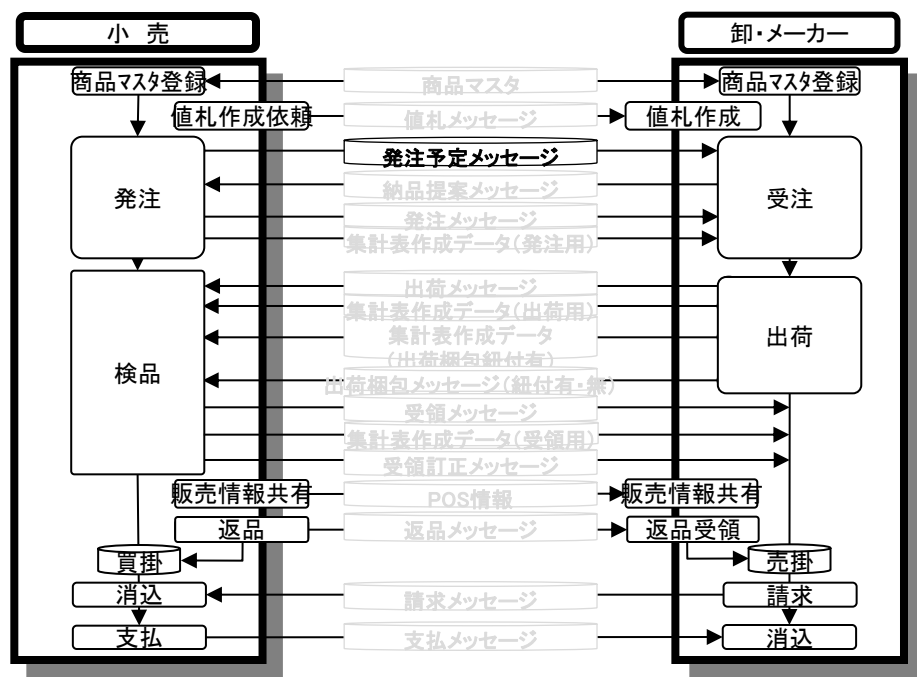
<取引明細>												
明細番号	商品コード	産地名	最終発注日	原単価(予定)	予定数量(バラ)	発注単位	予定数量(発注単位数)	<店舗情報>				
								納品日	最終納品先コード	原単価	予定数量(バラ)	予定数量(発注単位数)
123	4922xxxxxxxxx (キャベツ)	群馬	20081212	1000	10	1	10	(※1)	1111 (a店)	1100	(※1)	(※1)
								(※1)	5555 (e店)	950	(※1)	(※1)

(※1) 必要に応じてセットする項目

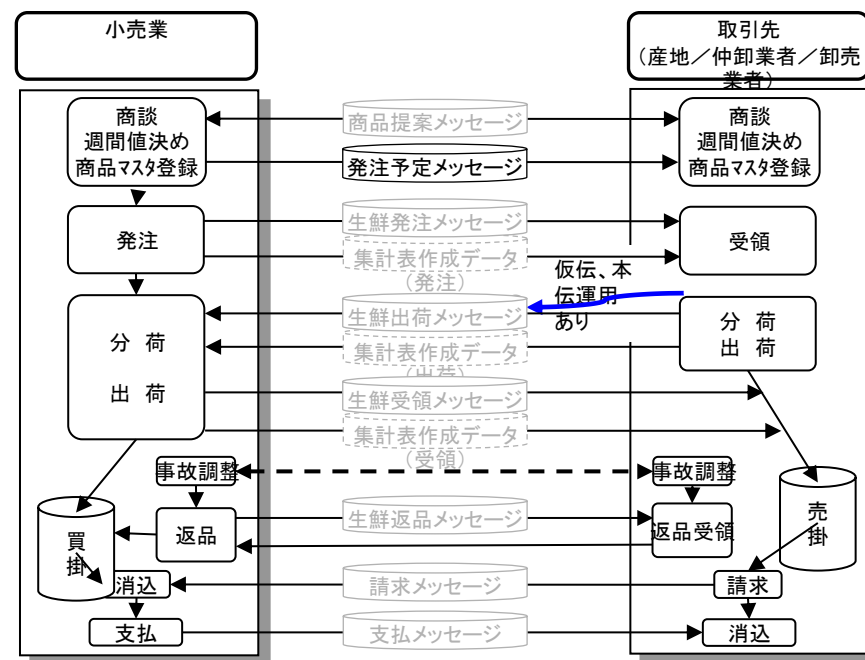
(※2) 必須項目の為、全店舗に該当する場合は“0”をセットする。

発注予定メッセージ

(全体納品プロセス)



(生鮮納品プロセス)



3. 発注予定メッセージ

(1) 発注予定メッセージの説明

● 位置付け

- ✓ 事前に手配が必要な商品(年末・年始等イベント、フェア商品等)について発注予定数量を連絡する際や小売本部の計画情報を卸・メーカーと共有する際に使用する。卸・メーカー側は発注予定メッセージを商品調達のための参考情報として活用する。
- ✓ 本メッセージはオプション(必要に応じて送信)のメッセージであり、メッセージを使用するかどうかについては取引当事者間で取り決める。

● 留意点

- ✓ 正式な発注ではなく目安の情報伝達であるため、正式な発注 には別途「発注メッセージ」の送信が必要となる。

✓ メリット

- 事前に小売の発注予定数を知らせることにより、商品調達が効率的に出来る

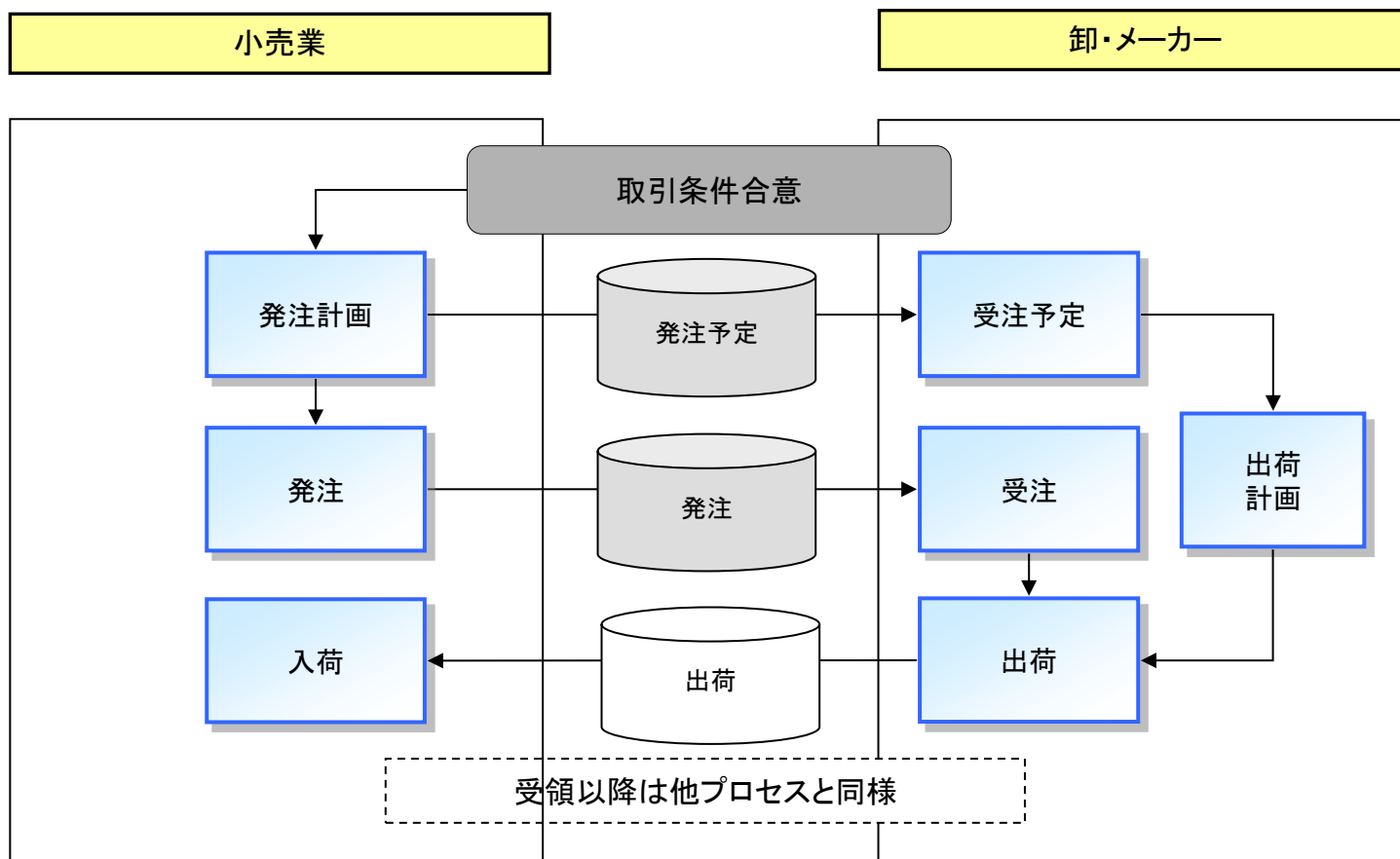
3. 発注予定メッセージ

(2) 発注予定メッセージのプロセスフロー

➤メッセージ項目における注意事項

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

尚、メッセージ項目は予定情報として読み替える。例) 発注数量 ⇒ 発注予定数量



3. 発注予定メッセージ

(3) 項目セットの方法 1) 発注予定メッセージ特有項目の解説

■ 期間区分

- ・ 予定データを取り扱う期間（週、月、任意期間）および発注数量が日別か合計かを表す区分。

1 桁目：期間を表す

0：週、1：月、2：任意期間

2 桁目：発注数量が日別か期間合計かを表す

1：日別、2：合計

01	:	週	日別
02	:	週	合計
11	:	月	日別
12	:	月	合計
21	:	任意期間	日別
22	:	任意期間	合計

■ 店集計区分

- ・ 予定数量の集計単位を表す区分。

- 0 1：発注者別 ・ ・ ・ 予定数量を発注者（企業）単位で集計する際に選択する。
- 0 2：直接納品先別 ・ ・ ・ 予定数量を直接納品先（物流センター等）単位で集計する際に選択する。
- 0 3：最終納品先別 ・ ・ ・ 予定数量を最終納品先（店舗）単位で集計する際に選択する。

■ 納品予定開始日、納品予定終了日

- ・ 納品予定の開始日および終了日を表す。
尚、納品予定開始日・終了日期間区分が週・月・任意期間に関わらずセットする。

3. 発注予定メッセージ

(3) 項目セットの方法 2) 納品先、及び納品日のセット方法

- 原則は発注メッセージのセット方法に準拠する。
- 店集計区分により、納品先、及び納品日のセット方法が異なる。
下記の表に各店集計区分におけるキー項目を示す。
- 期間区分が合計の際には、納品日には「納品予定開始日」をセットする。

各店集計区分における キー項目は網掛け部分		期間区分が日別 2008/9/1～9/7 9/3納品分の場合		期間区分が合計 2008/9/1～9/7 週合計の場合
区分		01 発注者別	02 直接納品先別	03 最終納品先別
発注者コード		99999	99999	99999
期間区分		01(週_日別)	01(週_日別)	01(週_日別)
店集計区分		01(発注者別)	02(直接納品先別)	03(最終納品先別)
納品予定開始日		20080901	20080901	20080901
納品予定終了日		20080907	20080907	20080907
直接納品先コード			11111	21111 ※店舗への直接納品の場合
最終納品先コード		0 ※必須項目の為、ゼロをセット	0 ※必須項目の為、ゼロをセット	21111
直接納品先納品日			20080903	20080903
最終納品先納品日		20080903	※可能であればセット	20080903

期間区分が合計の場合には、
「納品予定開始日」をセットする

3. 発注予定メッセージ

(3)項目セットの方法 3)メッセージ項目セット例①

● 01 : 発注者別 — 02 : 週_合計

A社がX社に対して、11/10から11/16（1週間）の発注予定情報を、A社合計＜発注者別＞の期間合計数量として送信する場合。

③発注ヘッダ														
発注者 コード	④取引ヘッダ													
	取引番号	取引付属 番号	期間区分	店集計区分	納品予定 開始日	納品予定 終了日	直接納品先 コード	最終納品先 コード	取引先 コード	直接納品先 納品日	最終納品先 納品日	⑤取引明細		
		管理番号 をセット										取引明細 番号	商品コード	発注数量 (バラ)
99999 (A社)	0 ※必須のため ゼロをセット	00001	02 (週 合計)	01 (発注者別)	20081110	20081116	【セット無】	0 ※必須のため ゼロをセット	33333 (X社)	【セット無】	20081110	1	4912345678904 (トマト)	4000
												2	4912345678913 (キャベツ)	3200

● 02 : 直接納品先別 — 02 : 週_合計

A社がX社に対して、11/10から11/16（1週間）の発注予定情報を、〇△センター＜直接納品先別＞の期間合計数量として送信する場合。

99999 (A社)	0 ※必須のため ゼロをセット	00002	02 (週 合計)	02 (直接納品 先別)	20081110	20081116	11111 (〇△セン ター)	0 ※必須のため ゼロをセット	33333 (X社)	20081110	※可能で あればセット	1	4912345678904 (トマト)	250
												2	4912345678913 (キャベツ)	200

3. 発注予定メッセージについて

(3) 項目セットの方法 4) メッセージ項目セット例②

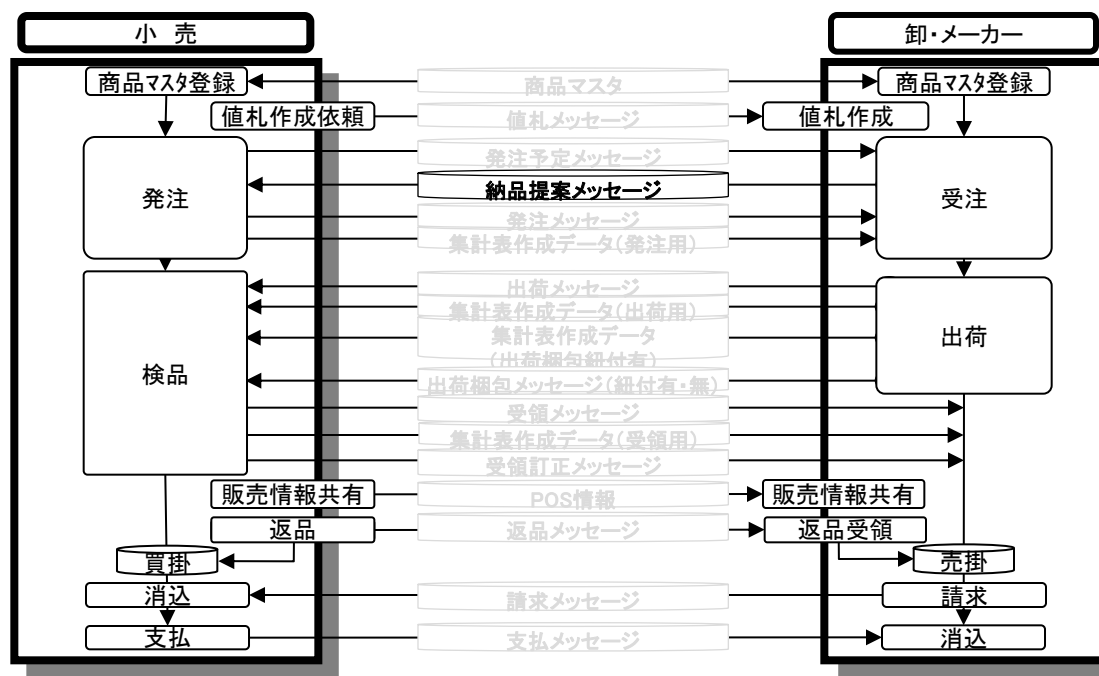
● 03 : 最終納品先別 — 01 : 週_日別

A社がX社に対して、11/10から11/16（1週間）の発注予定情報を、a店（〇△センター経由）＜最終納品先別＞の日別数量として送信する場合。

③発注ヘッダ														
発注者 コード	④取引ヘッダ											⑤取引明細		
	取引番号	取引付属 番号 管理番号 をセット	期間区分	店集計区分	納品予定 開始日	納品予定 終了日	直接納品先 コード	最終納品先 コード	取引先 コード	直接納品 先 納品日	最終納品先 納品日	取引明細 番号	商品コード	発注数量 (バラ)
99999 (A社)	0 ※必須のため ゼロをセット	00001	01 (週 日別)	03 (最終納品 先別)	20081110	20081116	11111 (〇△セン ター)	21111 (a店)	33333 (X社)	20081109	20081110	1	4912345678904 (トマト)	50
												2	4912345678913 (キャベツ)	40
	0 ※必須のため ゼロをセット	00002	01 (週 日別)	03 (最終納品 先別)	20081110	20081116	11111 (〇△セン ター)	21111 (a店)	33333 (X社)	20081110	20081111	1	4912345678904 (トマト)	50
												2	4912345678913 (キャベツ)	40
	0 ※必須のため ゼロをセット	00007	01 (週 日別)	03 (最終納品 先別)	20081110	20081116	11111 (〇△セン ター)	21111 (a店)	33333 (X社)	20081115	20081116	1	4912345678904 (トマト)	60
												2	4912345678913 (キャベツ)	50

納品提案メッセージ

(基本形)



4. 納品提案メッセージ

(1) 納品提案メッセージの説明

● 位置付け

- ✓ 小売－取引先との間で合意した商談の内容を取引先から小売に対して送付するデータであり、小売の発注データ作成を支援する情報共有データの位置付けとなる。
- ✓ 納品提案メッセージの内容は小売の発注メッセージに引き継がれるため、ターンアラウンド型ビジネスプロセスにそのままつながる。

● 留意点

- ✓ 納品提案は、受発注プロセスの事前に行う情報共有の位置付けであり、必須ではない。利用は各社相対での合意の上で取り決める。
- ✓ 納品提案メッセージ内容の小売発注段階での変更／修正可否については、各社相対で取り決める。

アパレル商品取引においては、事前商談の合意内容に基づき、事前出荷準備を行い、発注に対して迅速に対応するプロセスモデルが存在しており、その場合、納品提案内容は変更せず、発注メッセージへ引き継ぐ。

✓ メリット

● アパレル側

商品アソートを事前に準備することができるため、受注後の迅速な出荷など、物流面での効率化が期待できる。

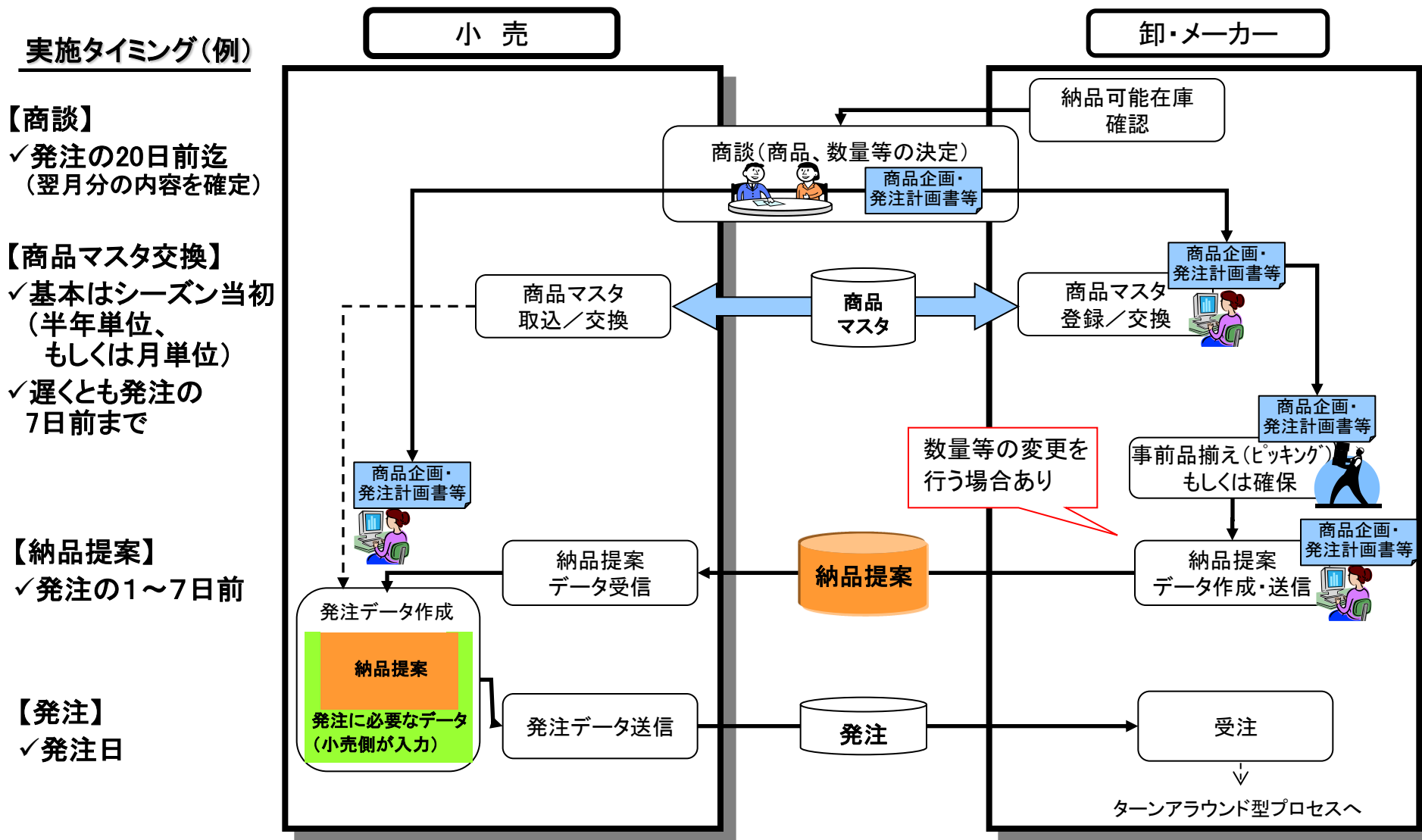
● 小売企業側

そのまま発注に引き継ぐことができるため、発注データ入力作業負荷の軽減や商談時の合意内容(店別数量、納期 等)の入力ミスの回避などが期待できる。

4. 納品提案メッセージ

(1) 納品提案メッセージの説明

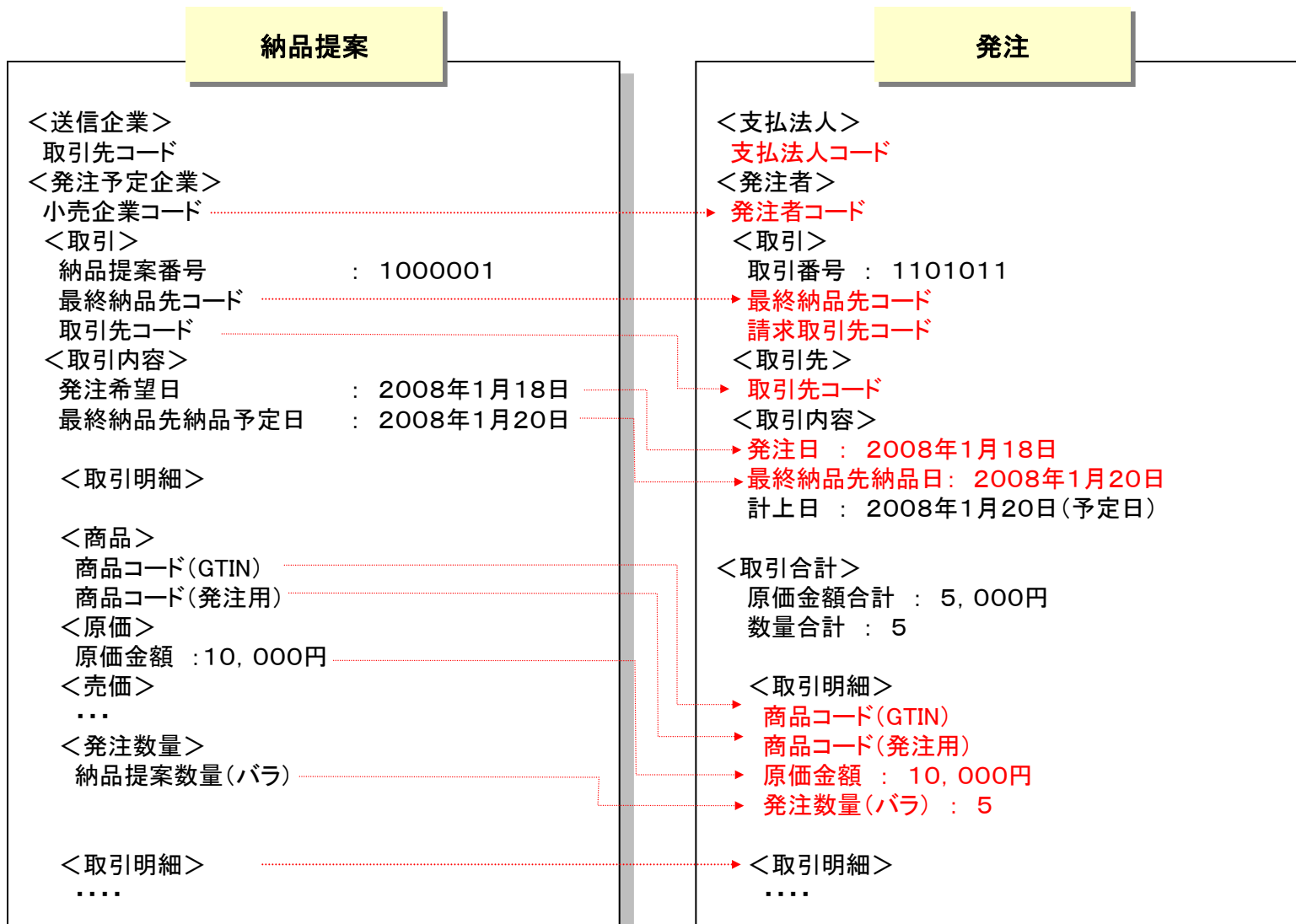
- 納品提案の業務プロセスとメッセージの関係を以下に示す。



4. 納品提案メッセージ

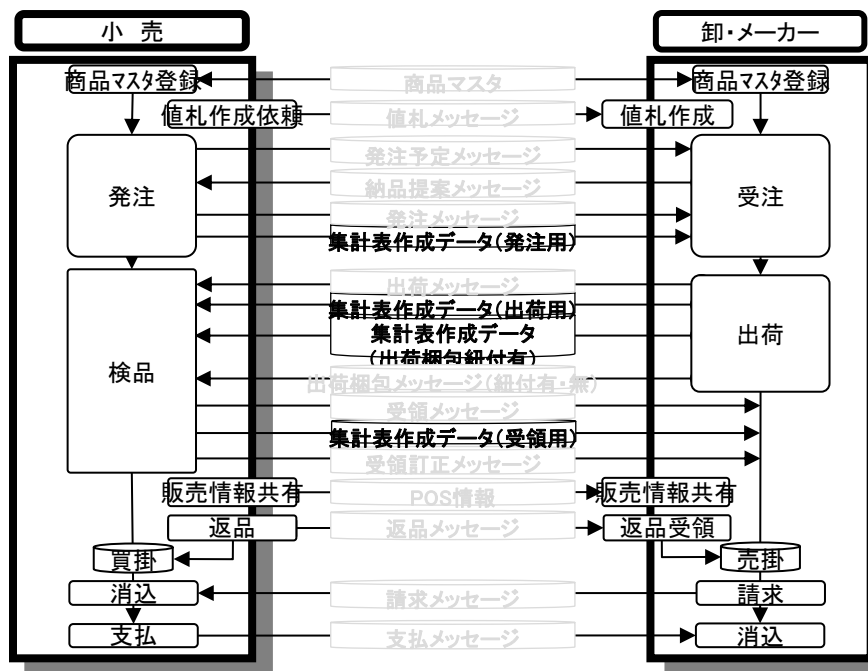
(2) 項目の引継ぎ

納品提案～発注の項目間引継ぎ関係

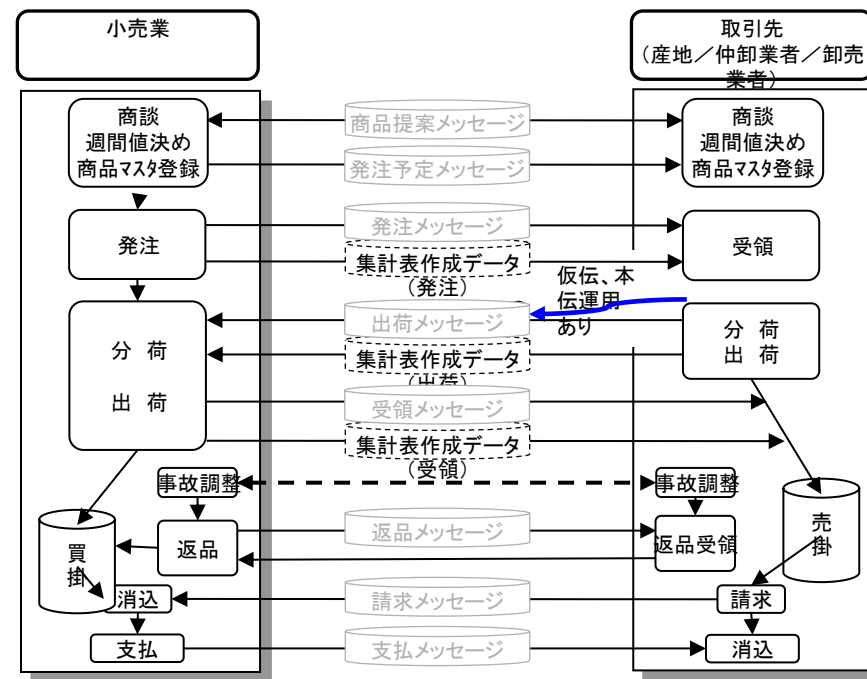


集計表作成データ

(全体納品プロセス)



(生鮮納品プロセス)



5. 集計表作成データ

(1) 集計表作成データの説明(ディストリビューション機能あり)

● 位置付け

- ✓ 従来より一部小売で運用されていた、複数店舗の発注内容を1枚の集計表で表現し、店別出荷する運用をモデル化した。
- ✓ 20年度に生鮮編にて標準化を行った「集計表作成データ」を取引先のディストリビューション機能無しから、ディストリビューション機能有りに変更して、改めて標準化を行った。

● 留意点

- ✓ 「集計表作成データ」は総量の発注～出荷～受領の各標準メッセージと合わせて使用し、店別内容を補うオプションとする。
- ✓ 総量の標準メッセージ(発注～出荷～受領)を計上用とし、「集計表作成データ(発注～出荷～受領)」は、店別の入出荷実績把握用とする。

出荷梱包メッセージで運用する物流センター用に、「集計表作成(出荷)とは別に、「集計表作成(出荷梱包紐付けあり)」を用意し、運用に応じていずれかを選ぶことができるものとした

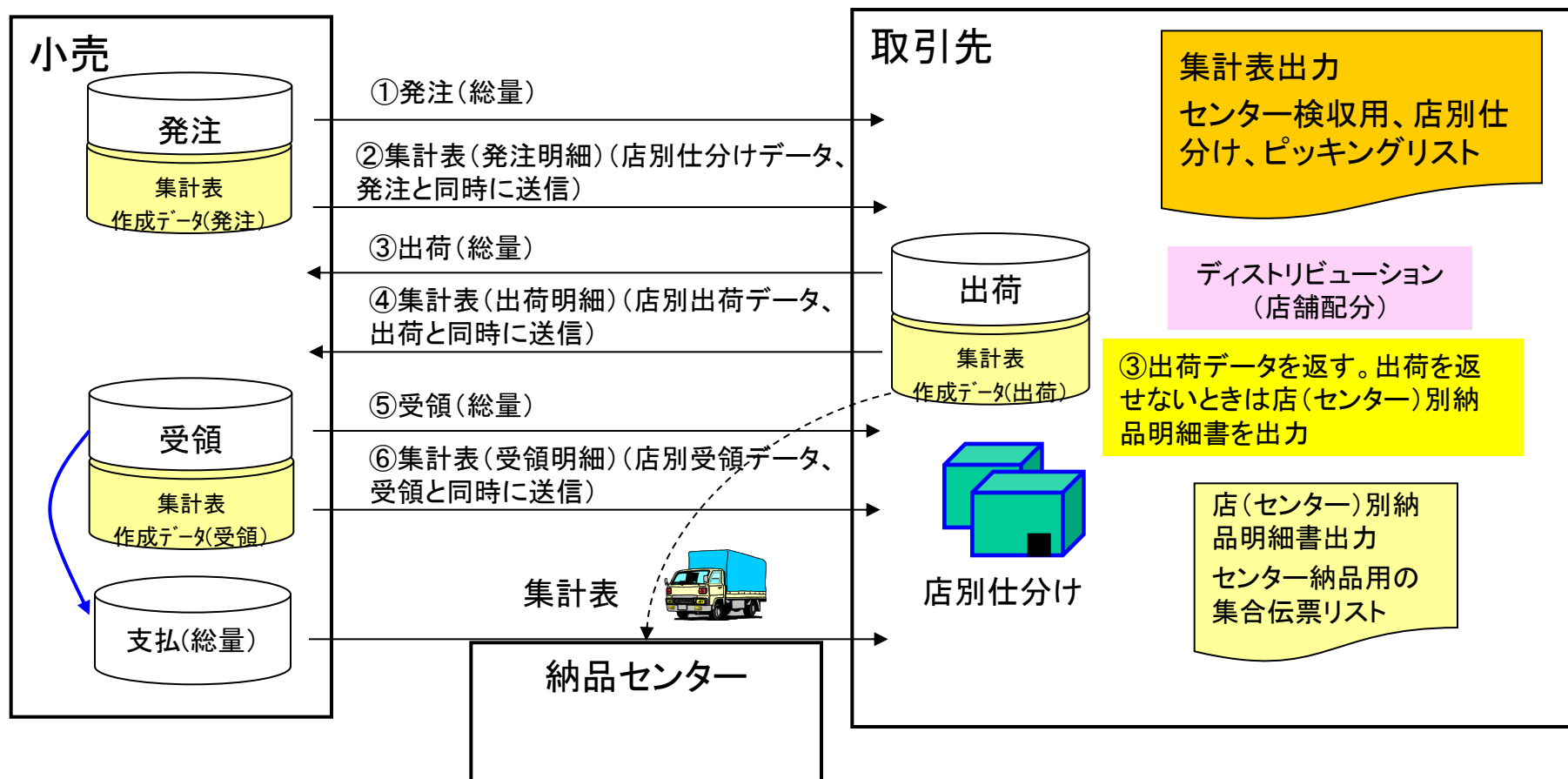
5. 集計表作成データ

(1) 集計表作成データの説明 (ディストリビューション機能あり)

集計表作成データは、小売センター総量納品で、商品は店別仕分け納品形態の作業用データにあたる。集計表発注の現行機能から『①発注（計上用）データ』と『②集計表作成データ』に分けて、①②を同時に送信する。取引先で②を元に店別にピッキングして、小売の配送センターに納品する。

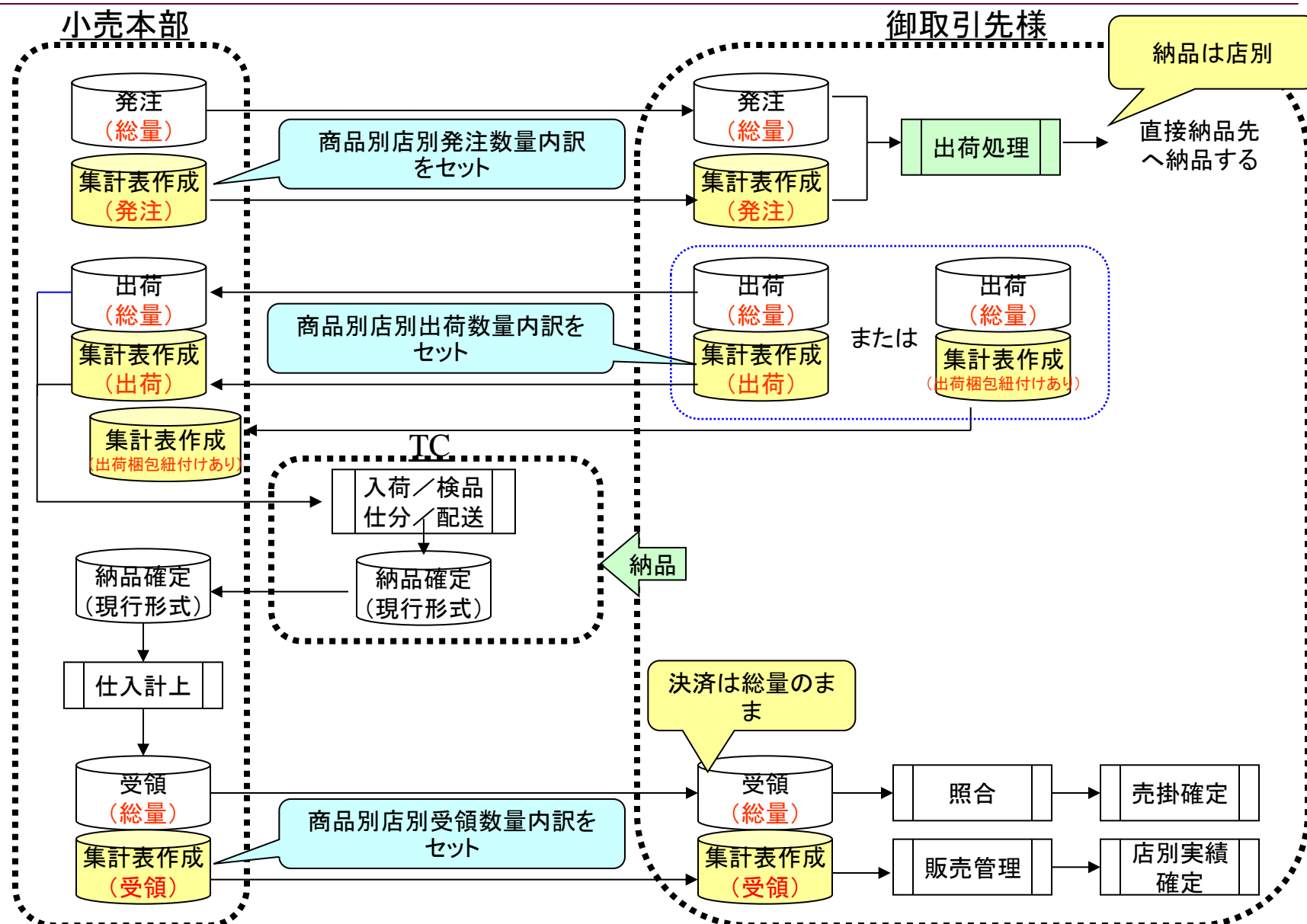
①発注データ：センターを納品先に総量で発注。発注～出荷～受領～請求～支払は標準版メッセージを使用。

②集計表作成データ：発注メッセージをベースに店別仕分に必要な最低項目のみをセットする。



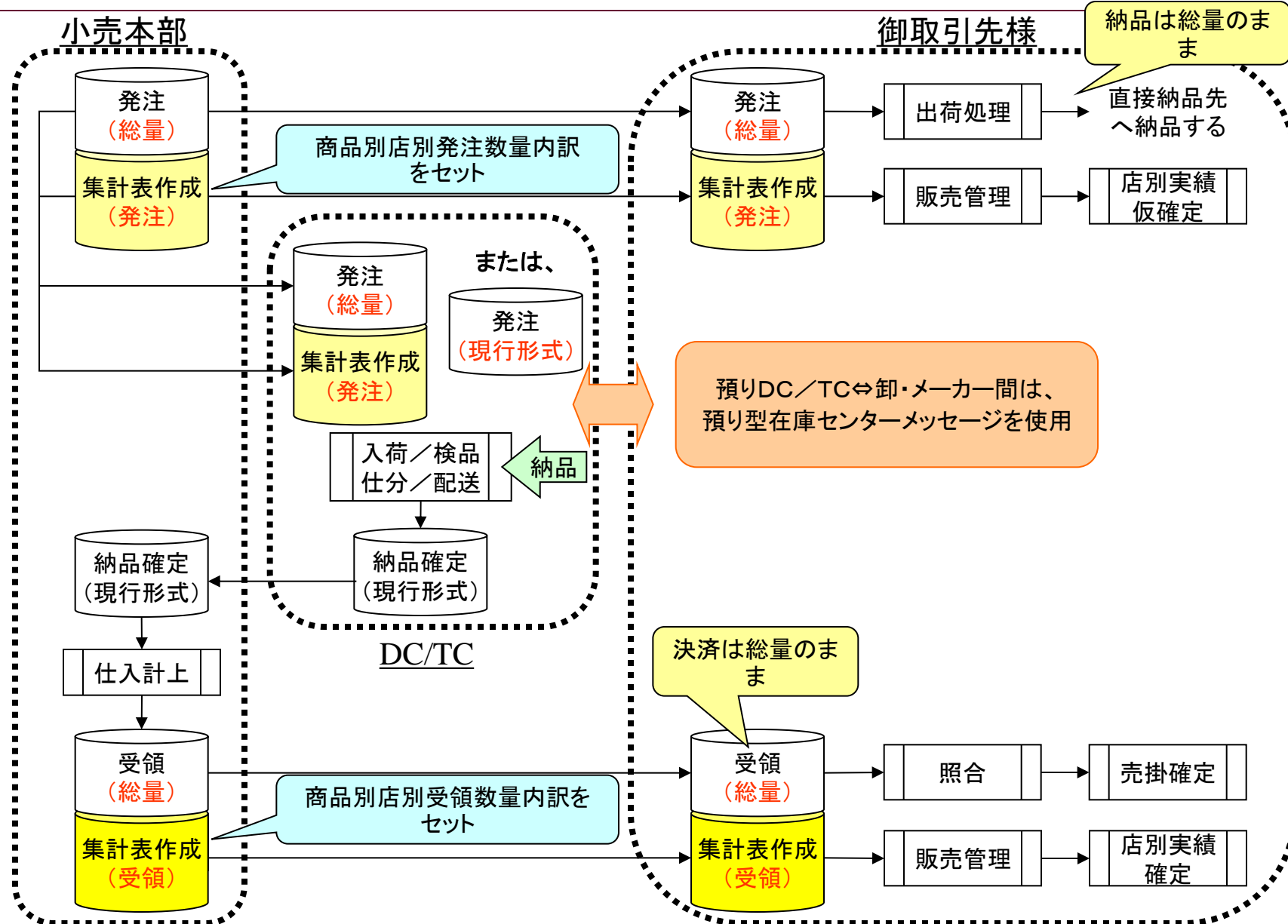
5. 集計表作成データ

(1) 集計表作成データの説明 1) センター直納型



5. 集計表作成データ

(1) 集計表作成データの説明 2) 預り在庫型



5. 集計表作成データ

(参考)集計表作成データに関する解説 集計表サンプル①

A B C			D XYZストア ABCセンター (A)ク'チ ミセ パツチユウ タイパ'シ'ホシ'ユウ		一括発注書兼納品書										訂正部分 第1期		集計品目		C						
社名 カ)XYZストア			店・店コード		分類コード		伝票部分		伝票番号		販売店コード		販売店名 カ)ABCショクトン		納品日 年 月 日		納品日 年 月 日		期						
			000		001		01		1234567		999999				090111		090112		1						
取引先品番 商品コード	品名・規格	人数	ケース 合計	行	修正ケース数 引合(人数)	店コード 売 価	ケース数 10	店コード 売 価	ケース数 10	店コード 売 価	ケース数 10	店コード 売 価	ケース数 10	店コード 売 価	ケース数 10	店コード 売 価	ケース数 10	店コード 売 価	ケース数 10	店コード 売 価	原価金額				
4912345789013 4591-1012	ホ'テトチツフ'ス コンソメ92G	10	70	01		001 125	10	004 125	10	007 120	10	109 125	10	012 125	10	014 125	10	018 125	10	018 125	9850				
4912345789013 4591-1012	ホ'テトチツフ'ス コンソメ92G	10	50	02		019 125	10	020 115	10	023 125	10	026 125	10	030 125	10						9850				
4912345789013 4591-1012	チョコ ヒ'スケット 75G	20	10	03		002 225	2	007 225	1	014 225	1	018 225	2	023 225	2	028 225	2				49250				
																					180				
																					36000				
				04																					
				05																					
				06																					
				07																					
				08																					
				09																					
				10																					
				11																					
				12																					
				13																					
				14																					
				15																					
				16																					
				17																					
				18																					
				19																					
				20																					
				21																					
				22																					
				23																					
				24																					
F 修正後合計					修正後ケース数合計															原価金額合計		154200			
G デンチヤク 090112																				修正後原価金額合計					

5. 集計表作成データ

(参考)集計表作成データに関する解説 集計表サンプル②

集計表 (品目別・店別)

Page:1

取引番号	枝	付属番号	納品日	取引先CD	取引先名	部門	区分	不定買区分	便No	納品経路	配送温度	発注日	発注者CD	発注者名
012345678	00	00000000	2006/12/2	20000001	B B 青果	03:青果	01:定番	02:定買	01	ABC社様	01:常温	2006/12/1	1001	A A 小売
備考[]備考カナ[]														
商品コード	商品名		規格	商品重量	入数	発注単位	発注単位コード	発注数量 (発注単位数)	発注数量 (個)	原単価	売単価	原価金額	売価金額	発注 荷姿
4922xxxxxxx1	みじりんごケース		ケース		36玉	1	00:個	100	100	3,000	3,500	300,000	350,000	ケース
店舗CD	店舗名	発注数(単位数)	(個)		店舗CD	店舗名	発注数(単位数)	(個)		店舗CD	店舗名	発注数(単位数)	(個)	
0010	丸ノ内	20	20		0040	秋葉原	10	10		0070	浜松町	10	10	
0020	有楽町	20	20		0050	新宿	10	10		0080	田町	10	10	
0030	新橋	10	10		0060	品川	10	10						
商品コード	商品名		規格	内容量	入数	発注単位	発注単位コード	発注数量 (発注単位数)	発注数量 (個)	原単価 XXXXXXXXXXXX	売単価	原価金額	売価金額	発注 荷姿
9999999999999	NNNNNNNN		XXXXXX	99999	XXXXXX	999	99:NNN	9999	9999	999,999	999,999	9,999,999	9,999,999	XXXXXX
店舗CD	店舗名	発注数(単位数)	(個)		店舗CD	店舗名	発注数(単位数)	(個)		店舗CD	店舗名	発注数(単位数)	(個)	
9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999	
9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999	
9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999	
9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999	
9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999	
9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999	
9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999	
9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999	
9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999	
9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999	
9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999	
9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999	
9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999		9999	NNNN	9999	9999	

5. 集計表作成データ

(参考)集計表作成データに関する解説 集計表サンプル③

集計表 (店別・品目別)

Page:1

取引番号	枝	付属番号	納品日	取引先CD	取引先名	部門	区分	不定貫区分	便No	納品経路	配送温度	発注日	発注者CD	発注者名		
012345678	00	00000000	2006/12/2	20000001	B B 青果	03:青果	01:定番	02:定貫	01	ABCセンター	01:常温	2006/12/1	1001	AA小売		
備考[]備考カナ[]																
商品コード	発注荷姿	発注単位	発注数量	原価数	店舗CD	0010	0020	0030	0040	0050	0060	0070	0080	0090	0100	9999
商品名	商品重量	単位CD	原単価	原価金額	店舗名	丸ノ内	有楽町	新橋	秋葉原	新宿	品川	浜松町	田町	大井町	大森	NNNN
規格	入数		売単価	売価金額												
4922xxxxxxx1	ケース	1	100	100	単位数	20	20	10	10	10	10	10	10			
ふじりんごケース		00:個	3,000	300,000												
ケース	36玉		3,500	350,000	原価数	20	20	10	10	10	10	10	10			
4922xxxxxxx2	ケース	1	50	50	単位数	10								20	20	
温州みかんケース		00:個	3,000	150,000												
ケース			3,500	175,000	原価数	10								20	20	
					単位数											
					原価数											
999999999999	XXXXXX	999	9999	9999	単位数	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999
NNNNNNNNNN	999999	99:XXXX	999,999	999,999												
XXXXXX	XXXXXX		999,999	999,999	原価数	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999
999999999999	XXXXXX	999	9999	9999	単位数	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999
NNNNNNNNNN	999999	99:XXXX	999,999	999,999												
XXXXXX	XXXXXX		999,999	999,999	原価数	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999
999999999999	XXXXXX	999	9999	9999	単位数	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999
NNNNNNNNNN	999999	99:XXXX	999,999	999,999												
XXXXXX	XXXXXX		999,999	999,999	原価数	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999
999999999999	XXXXXX	999	9999	9999	単位数	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999	9999

5. 集計表作成データ

(参考)集計表との相関関係

1)発注・出荷・受領メッセージ

- ・発注・出荷・受領メッセージと集計表作成データの各項目については、第1階層～第3階層まで各該当する項目について同じ値をセットする。
- ・集計表形式の発注書はチェーンストア統一ではないため、各社毎にフォームが異なる。
ここでの説明は集計表サンプル(1)を例とする。

項目	必須/任意	セット例
<取引>		第1階層
取引番号	必須	1234567
		:
<取引合計>		第2階層
原価金額合計	任意	154200
売価金額合計	任意	193500
数量合計	任意	1400
発注単位数量合計	任意	130
<取引明細>		
取引明細番号	必須	01
		:
<商品>		第3階層
商品コード(GTIN)	必須	04912345789013
商品コード(発注用)	必須	4912345789013
商品コード区分	必須	005
商品名	任意	ポテトチップス コンソメ・・・
<原価>		
原単価	必須	98.50
原価金額	必須	68950
<売価>		
売単価	任意	
売価金額	任意	87000
<発注数量>		
発注数量(バラ)	必須	700
発注単位	必須	10
発注数量(発注単位数)	必須	70

[illegible]

[illegible]

5. 集計表作成データ (2) 項目セットの方法

同一商品で売単価が異なる場合のセット例を示す。売単価で行ブレイクするか否かは相対で決定するものとする。

発注

取引番号	0002			
取引先	3456 AA社			
直接納品先	789 BB物流センター			
最終納品先	789 BB物流センター			
No.	商品	売単価	発注	
01	A	188	30	
02	A	198	15	
03	B	298	100	

出荷

取引番号	0002					
取引先	3456 AA社					
直接納品先	789 BB物流センター					
最終納品先	789 BB物流センター					
No.	商品	売単価	発注	出荷	欠品	
01	A	188	30	20	10	
02	A	198	15	5	10	
03	B	298	100	100	0	

受領

取引番号	0002					
取引先	3456 AA社					
直接納品先	789 BB物流センター					
最終納品先	789 BB物流センター					
No.	商品	売単価	発注	出荷	欠品	受領
01	A	188	30	20	10	20
02	A	198	15	5	10	5
03	B	298	100	100	0	100

集計表作成データ(発注)

取引番号	0002		
直接納品先	789 BB物流センター		
No.	商品	発注	
01	A	30	
最終納品先	002	004	
店舗売単価	188	188	省略可
店舗発注数量	20	10	
No.	商品	発注	
02	A	15	
最終納品先	001	003	
店舗売単価	198	198	省略可
店舗発注数量	5	10	

集計表作成データ(出荷)

取引番号	0002		
直接納品先	789 BB物流センター		
No.	商品	出荷	欠品
01	A	20	10
最終納品先	002	004	
店舗売単価	188	188	省略可
店舗出荷数量	10	10	
店舗欠品数量	10	0	
No.	商品	出荷	欠品
02	A	5	10
最終納品先	001	003	
店舗売単価	198	198	省略可
店舗出荷数量	0	5	
店舗欠品数量	5	5	

集計表作成データ(受領)

取引番号	0002		
直接納品先	789 BB物流センター		
No.	商品	受領	
01	A	20	
最終納品先	002	004	
店舗売単価	188	188	省略可
店舗受領数量	10	10	
No.	商品	受領	
02	A	5	
最終納品先	001	003	
店舗売単価	198	198	省略可
店舗受領数量	0	5	

5. 集計表作成データ

(3) 項目の引継ぎ

集計表作成データ(発注)・集計表作成データ(出荷)・集計表作成データ(受領)各メッセージ間における項目の引継ぎについて、一部例を示す。赤字の部分については、原則、前のメッセージでセットされた値が後のメッセージに引き継がれる。ただし、項目引継ぎの要否については、使用するメッセージによるため、取引相対間の事前取り決めに基づくものとする。

集計表作成データ(発注)

<発注者>
発注者コード

<取引>
取引番号 : 1234567
取引先コード

<取引内容>
発注日 : 2009年1月11日

<取引合計>
原価金額合計 : 154, 200円
数量合計 : 1, 400

<取引明細>
商品コード(発注用)
原価金額 : 68, 950円
発注数量(バラ) : 700

<最終納品先>
最終納品先コード : 001
<店舗発注数量>
店舗発注数量(バラ) : 100

<最終納品先>
<店舗発注数量>

<取引明細>
<最終納品先>
<店舗発注数量>

....

集計表作成データ(出荷)

<発注者>
発注者コード

<取引>
取引番号 : 1234567
取引先コード

<取引内容>
発注日 : 2009年1月11日

<取引合計>
原価金額合計 : 151, 245円(再計算)
数量合計 : 1, 370 (再計算)

<取引明細>
商品コード(発注用)
原価金額 : 65, 995円(再計算)
出荷数量(バラ) : 670
欠品数量(バラ) : 30

<最終納品先>
最終納品先コード : 001
<店舗出荷数量>
店舗出荷数量(バラ) : 70
<店舗欠品数量>
店舗欠品数量(バラ) : 30

<最終納品先>
<店舗出荷数量>
<店舗欠品数量>

<取引明細>
<最終納品先>
<店舗出荷数量>

....

集計表作成データ(受領)

<発注者>
発注者コード

<取引>
取引番号 : 1234567
取引先コード

<取引内容>
発注日 : 2009年1月11日

<取引合計>
原価金額合計 : 149, 275円(再計算)
数量合計 : 1, 350 (再計算)

<取引明細>
商品コード(発注用)
原価金額 : 64, 025円(再計算)
受領数量(バラ) : 650

<最終納品先>
最終納品先コード : 001
<店舗受領数量>
店舗受領数量(バラ) : 50

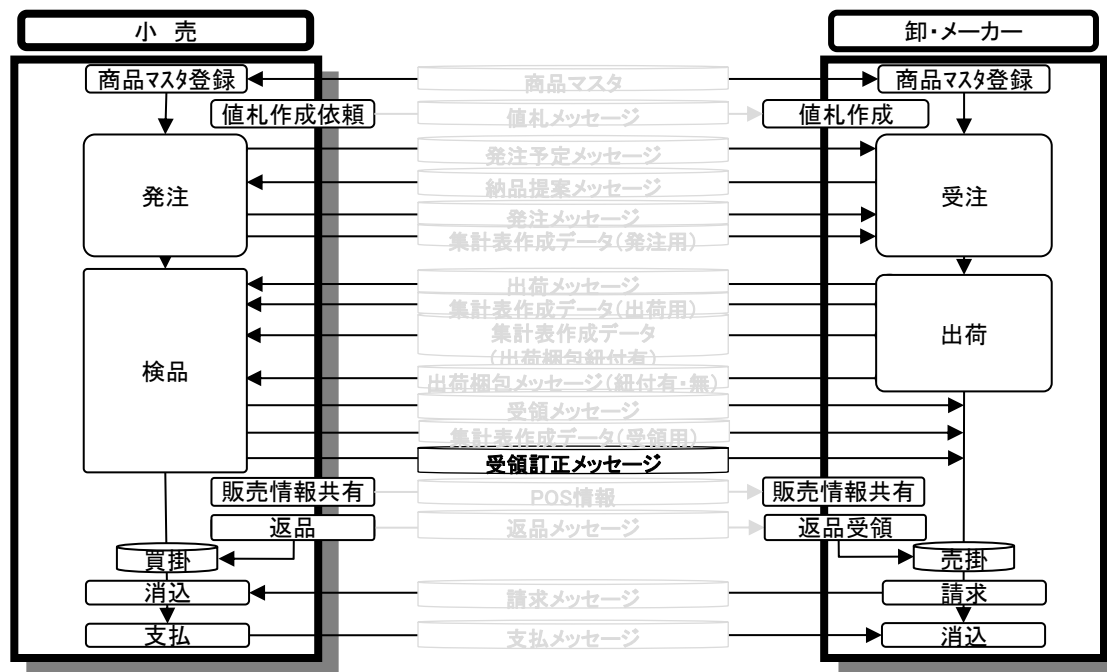
<最終納品先>
<店舗受領数量>

<取引明細>
<最終納品先>
<店舗受領数量>

....

■ 赤字は、引継項目 ■ 青字は基本的には引継だが変更する場合もある項目(再計算等) ■ 灰色の字は引き継がない項目

受領訂正メッセージ



6. 受領訂正メッセージ

(1) 受領訂正メッセージの説明

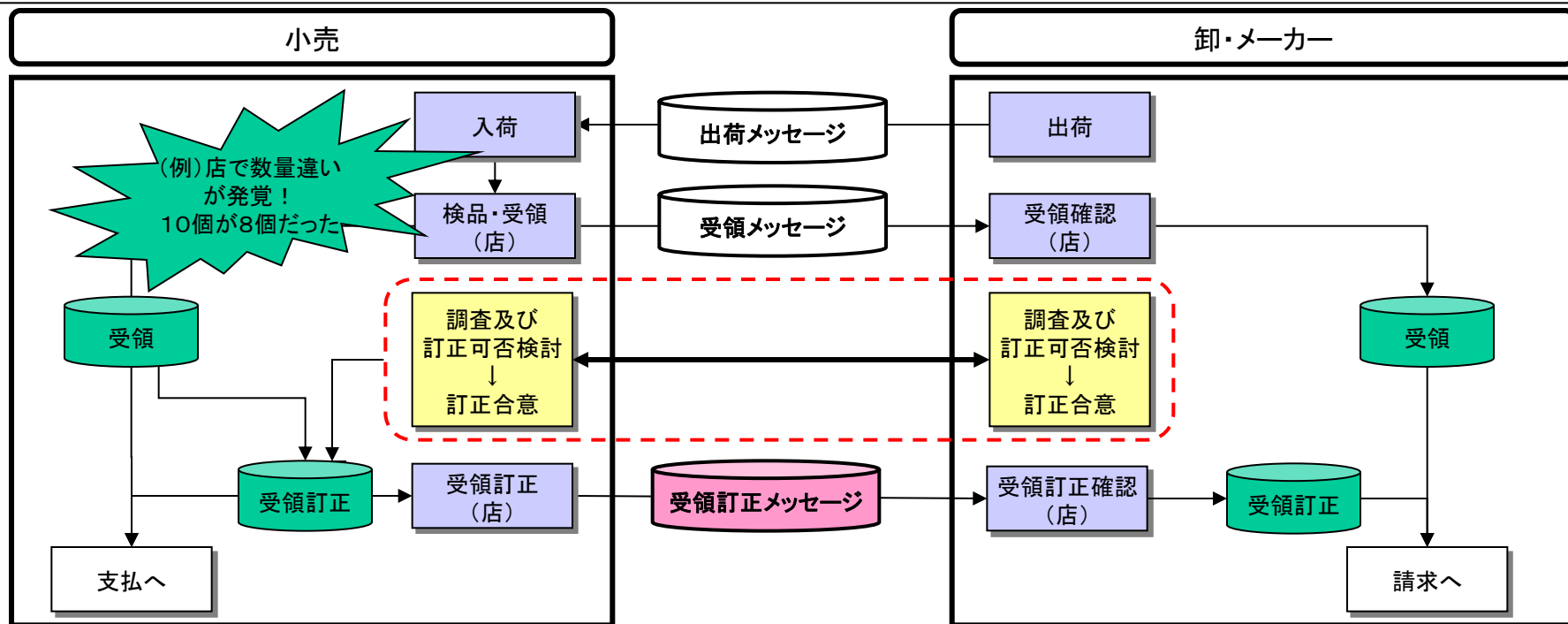
小売店舗、物流センターへの納品に対し、小売受領後に発覚した納品数量不足を把握して、正しい決済を行うために流通BMSで規定された「受領訂正メッセージ」を使用する。

使用する際には、小売・卸双方で調査及び訂正可否検討を行い、両者にて訂正合意がなされた場合のみ可能とする。この時に発生したデータはすべて支払データにのせ、取引行為(受領後の訂正)があったことがわかるようにする。

商品の受渡しと一致した、正しい商品代金決済のために、下記を前提とする。

- ①何に対する訂正なのかがメッセージ上で明確になること(元伝の明確化)。
- ②元の受領データを訂正して再発行しないこと。

上記ルールに基づいた使用ができない企業は、流通BMSで規定された「受領訂正メッセージ」を使用せず、従来通り、当事者間で取り決めたルールに基づき、「紙の伝票」を使用する。



6.受領訂正メッセージ

(3)項目セットの方法 1)同締め期間内である場合

セット方法は原則として本資料の通りとするが、実運用の際には相対での確認とする

【受領】計上日:9月10日

【受領訂正】計上日:9月12日

小売受領後
B1個不足
が発覚

取引番号:1234567			
取引明細番号	商品	数量	金額
1	A	5	500
2	B	4	400
3	C	2	200
合計		11	1100

取引番号:1234567又は0987654			
取引付属番号:1234567			
取引付属明細番号:2			
取引明細番号	商品	数量	金額
1又は2	B	1	100
合計		1	100

- ・元となる受領メッセージの取引番号(1234567)、取引明細番号(2)のセットは必須。
- ・上記が守られれば、取引番号は新規番号(0987654)、元伝番号(1234567)どちらでの運用も可とする。
- ・取引明細番号は「(3)項目セットの方法 (取引明細番号)」参照。
- ・数量、金額は不足数、不足金額をセット。

新規番号／元伝番号
運用のどちらの場合も、
受領訂正分を分けて
セットする。

【請求・支払】末日締め

①新規番号運用の場合

9月卸請求			
取引番号	金額符号	金額	支払内容
1234567	+	1100	1001
0987654	-	100	1006

(仕入
明細)
(受領
訂正
明細)

9月小売支払			
取引番号	金額符号	金額	支払内容
1234567	+	1100	1001
0987654	-	100	1006

(仕入
明細)
(受領
訂正
明細)

②元伝番号運用の場合

9月卸請求			
取引番号	金額符号	金額	支払内容
1234567	+	1100	1001
1234567	-	100	1006

(仕入
明細)
(受領
訂正
明細)

9月小売支払			
取引番号	金額符号	金額	支払内容
1234567	+	1100	1001
1234567	-	100	1006

(仕入
明細)
(受領
訂正
明細)

6.受領訂正メッセージ

(3)項目セットの方法 2)締めをまたがる場合

セット方法は原則として本資料の通りとするが、実運用の際には相対での確認とする

【請求・支払】末日締め
※新規番号／元伝運用とも

【受領】計上日：9月30日

【受領訂正】計上日：10月2日

小売受領後
B1個不足
が発覚

取引番号:1234567			
取引明細番号	商品	数量	金額
1	A	5	500
2	B	4	400
3	C	2	200
合計		11	1100

取引番号:1234567又は0987654			
取引付属番号:1234567			
取引付属明細番号:2			
取引明細番号	商品	数量	金額
1又は2	B	1	100
合計		1	100

- ・元となる受領メッセージの取引番号(1234567)、取引明細番号(2)のセットは必須。
- ・上記が守られれば、取引番号は新規番号(0987654)、元伝番号(1234567)どちらでの運用も可とする。
- ・取引明細番号は「(3)項目セットの方法 (取引明細番号)」参照。
- ・数量、金額は不足数、不足金額をセット。

新規番号／元伝番号運用のどちらの場合も、10月に受領訂正分のマイナス請求、マイナス支払が行われる。

9月卸請求			
取引番号	金額符号	金額	支払内容
1234567	+	1100	1001

(仕入明細)

9月小売支払			
取引番号	金額符号	金額	支払内容
1234567	+	1100	1001

(仕入明細)

10月卸請求			
取引番号	金額符号	金額	支払内容
1234567 又は 0987654	-	100	1006

(仕入明細)

10月小売支払			
取引番号	金額符号	金額	支払内容
1234567 又は 0987654	-	100	1006

(仕入明細)

6.受領訂正メッセージ

(4)項目セットの方法 (取引明細番号)

受領訂正メッセージの「取引明細番号」のセット方法は以下の通りとする。

①受領訂正メッセージの取引番号を元番号(1234567)で運用する場合

…受領メッセージの元番号(2)、またはシーケンシャルに付番される番号(1)、どちらでの運用も可とする。

受領メッセージ				受領訂正メッセージ			
取引番号:1234567				取引番号:1234567			
取引明細番号	商品	数量	金額	取引付属番号:1234567			
1	A	5	500	取引付属明細番号:2			
2	B	4	400	取引明細番号	商品	数量	金額
3	C	2	200	1又は2	B	1	100
合計		11	1100	合計		1	100

元番号、
または
シーケンシャル
番号

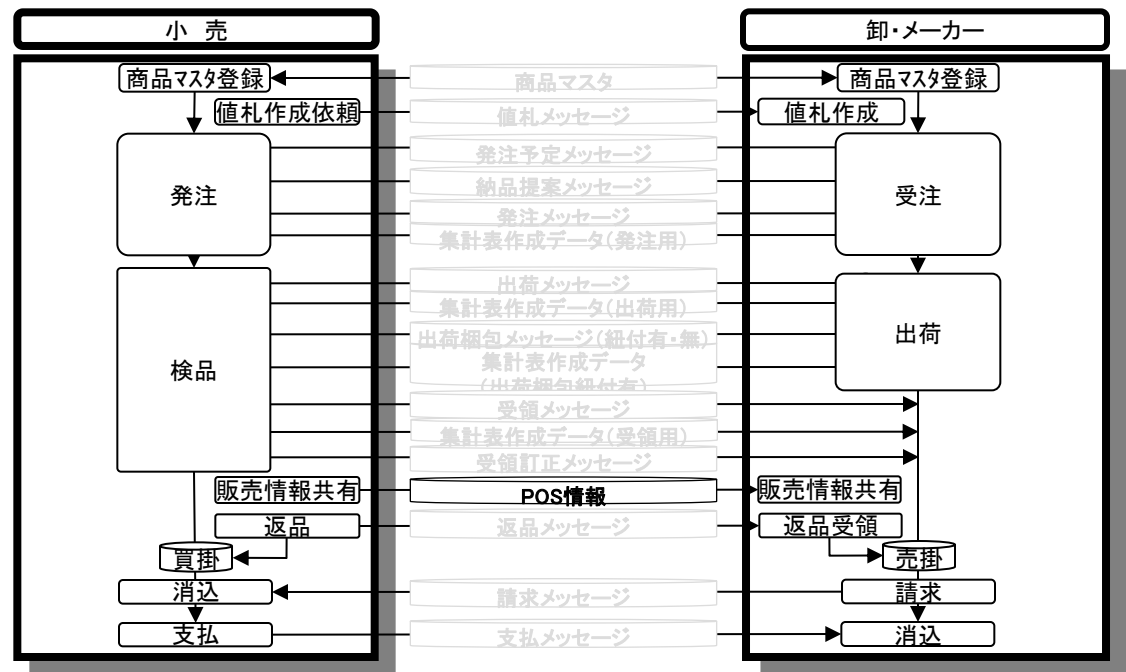
②受領訂正メッセージの取引番号を新規番号(0987654)で運用する場合

…シーケンシャルに付番される番号(1)、のみの運用とする。

受領メッセージ				受領訂正メッセージ			
取引番号:1234567				取引番号:0987654			
取引明細番号	商品	数量	金額	取引付属番号:1234567			
1	A	5	500	取引付属明細番号:2			
2	B	4	400	取引明細番号	商品	数量	金額
3	C	2	200	1	B	1	100
合計		11	1100	合計		1	100

シーケンシャル
に付番さ
れる番号
のみ

POS売上メッセージ



7. POS売上メッセージ

(1) POS売上メッセージの説明 1) メッセージ策定方針

● 位置付け

- ✓ 本メッセージを使用してデータ交換をおこなうにあたり、スーパー業界ではデータ容量の問題からXMLスキーマでの送受信はおこなわず、CSVでの送受信とした。

● 留意点

- ✓ インターネットを使用した通信を前提とする。
(流通BMSのインフラで送受信することを原則とする)
- ✓ 『標準CSV仕様』に従ったメッセージの作成をおこなう。
(詳細については『導入ガイドライン(業界編)』の「XML以外でのデータ交換(CSV仕様)対応」を参照)

7. POS売上メッセージ

(1)POS売上メッセージの説明 2)項目の分類

メッセージ項目の分類		概要
いつ	1. 集計期間	「時間帯」、「日」、「週」、「月」、「任意期間」、「レシート単位」など、POSデータを集計する期間を設定する。
どこで	2. 販売場所情報	<p>【販売場所情報】 POSデータの集計対象となる販売店舗あるいは、複数店舗をひとくくりで集計する場合の販売場所をセットする。 セット項目は販売場所コードのほかに、販売店舗が属する企業（企業コード、チェーンコードなど）や組織（事業部コードや部門コードなど）、エリア、所在地など、各社が管理する販売場所情報を任意で設定する。</p> <p>【販売場所営業情報】 販売店舗あるいは販売場所の営業開始時間、終了時間、開店日／休店日をセットする。</p> <p>【買上客数】 販売場所レベル、販売店舗レベル、店内のフロアレベル、売場レベルなど、各社が管理する買上客数の管理レベルを設定し、セットする（設定は5項目まで）。</p>
	3. POS情報 (レシート単位での集計)	<p>レシート単位で集計する場合に設定する。</p> <p>【顧客属性】 年齢、性別、住所コードなど個人が特定されない顧客属性情報を設定し、セットする（設定は4項目まで）。</p>
どのような商品が	4. 販売商品情報	<p>【商品コード】 販売商品の商品コード（GTIN）、商品コード（発注用）、商品コード（取引先）をセットする。</p> <p>【商品属性】 販売商品の商品名称、規格、カラーコード、サイズコード、販売開始日／販売終了日をセットする。</p> <p>【商品分類】 各社が管理する「商品分類」情報（4項目まで）を任意で設定する。</p>
どのくらい売れたか	5. 販売実績情報	集計期間内において、定番販売、特売販売など商品の販売形態に応じて一商品の売上数量と売上金額をセットする。
	6. 取引実績情報	<p>集計期間内において、商品の発注、仕入、期末在庫など商品の取引実績に応じて一商品の数量と金額をセットする。</p> <p>*レシート単位での集計の場合は、当該項目の使用は不可</p>
	7. 分析情報	<p>集計期間内において、販売商品の客数、粗利益率、期間内商品順位など分析指標値に応じて一商品の分析値をセットする。</p> <p>*レシート単位での集計の場合は、当該項目の使用は不可</p>

7. POS売上メッセージ

(1)POS売上メッセージの説明 3)分類別説明<1. 集計期間>

集計期間の概要

販売店舗のPOSデータを集計するにあたり、はじめに集計する期間の設定をおこなう。

集計期間を設定するにあたっては、以下に示す「集計開始日時」、「集計終了日時」、「集計単位コード」の3つの項目は必ずセットする。また、集計期間内においてコメントをしたい場合は、必要に応じて登録する。

【集計期間の項目】

集計期間で設定する項目	意味
集計開始日時(必須)	POSデータの集計開始年月日および時間をセットする。
集計終了日時(必須)	POSデータの集計終了年月日および時間をセットする。
●集計単位コード(必須)*1	POSデータの集計期間の単位を示す区分。
期間情報(任意)	POSデータを集計する期間で特記したい事項をコメントする場合に使用する。

*1:集計単位コードは、集計する期間を明確にするためのものである。
集計単位コードはコードリスト化されており、設定範囲は以下のとおり。

▶ 集計単位コード	例
01 日別時間帯集計	2009年1月7日の11時から13時までの各販売店舗のPOSデータの時間帯集計
02 日別集計	2009年1月15日の各販売店舗のPOSデータの日集計
03 週別集計	2009年1月7日から13日までの一週間の各販売店舗のPOSデータの週累計集計
04 月別集計	2009年1月中の各販売店舗のPOSデータの月累計集計
05 任意期間集計	2008年12月30日から2009年1月3日までの各販売店舗の期間累計集計
06 日別レシート単位集計 (日別時間帯のレシート集計も可能)	2009年1月15日の各販売店舗のPOSデータのレシート集計 (2009年1月15日の11時から13時までの各販売店舗のPOSデータのレシート集計)

7. POS売上メッセージ

(1) POS売上メッセージの説明 3) 分類別説明<1. 集計期間>

【集計期間のセットパターン】

集計単位 セット項目	日別時間帯集計	日別集計	週別集計	月別集計
集計開始日時(必須)	“20090107110000”	“20090115000000”	“20090107000000”	“20090101000000”
集計終了日時(必須)	“20090107130000”	“20090115000000”	“20090113000000”	“20090131000000”
集計単位コード(必須)	“01”	“02”	“03”	“04”
期間情報(任意)	“”	“2009年1月15日の情報”	“2009年1月第2週の情報”	“2009年1月中の情報”

集計単位 セット項目	任意期間集計	日別レシート単位集計	日別時間帯別 レシート単位集計	
集計開始日時(必須)	“20081231000000”	“20090115000000”	“20090115110000”	
集計終了日時(必須)	“20090103000000”	“20090115000000”	“20090115130000”	
集計単位コード(必須)	“05”	“06”	“06”	
期間情報(任意)	“年末年始の情報”	“2009年1月15日のレシート 単位の情報”	“時間帯別レシート単位の情 報”	

- * 集計開始日時／集計終了日時と集計単位コードは必ず同期させてセットする。
- * 時間帯で集計する場合は、集計開始、集計終了の時分秒を必ずセットする。
時間帯以外で集計する場合は、集計開始、集計終了の時分秒に「000000」をセットする。
- * なお、時間帯の集計は、日別あるいはレシート単位の場合に使用し、週別、月別、任意期間での時間帯の集計は原則おこなわない。

7. POS売上メッセージ

(1)POS売上メッセージの説明 3)分類別説明< 2. 販売場所情報>

販売場所情報の概要

販売場所情報は、POSデータの集計期間内で集計の対象となる販売店舗の情報、あるいは複数店舗をひとくくりで集計する場合の販売場所の情報を表す。

販売場所情報には、販売場所コード(販売店舗コード)や販売場所(販売店舗)のエリア、所在を表す情報、販売場所(販売店舗)の営業時間と休店日を表す情報、販売場所(販売店舗)の買上客数を表す情報の3つからなる。

<1. 販売場所情報>

販売場所情報を設定するにあたり、販売場所コード、販売場所GLNは必ずセットする。

販売場所コードには、集計の対象となる販売店舗のコード、あるいは複数店舗をひとくくりで集計する場合の販売場所のコードをセットする。

また、販売場所コード、販売場所GLN以外に、販売場所の情報を補完するものとして、例えば以下のような情報を任意で4項目まで設定することができる。

- ①企業を表す情報(ex:企業コード、会社コード、カンパニーコード、チェーンコードなど)
- ②事業部コード(ex:事業部コード、事業部・部門コードなど)
- ③地区／エリアを示すコード(ex:地区コード、部コード、エリアコードなど)
- ④所在地コード(ex:行政区画、郵便番号など) など

7. POS売上メッセージ

1) POS売上メッセージの説明 3) 分類別説明＜ 2. 販売場所情報＞

＜2. 販売場所営業情報＞

販売店舗あるいは販売場所の営業開始時間、営業終了時間をセットする。

また、販売店舗あるいは販売場所が休店日の場合は、コードリストの『開店日／休店日区分』から『02 休店日』を選択しセットする。

＜3. 買上客数＞

販売場所レベル、販売店舗レベル、店内のフロアレベル、売場レベルなど、各社が管理する買上客数の管理レベルを5項目まで設定し、セットすることができる。

なお、単品レベルの買上客数のセットは『分析情報』でおこなう。

7. POS売上メッセージ

1) POS売上メッセージの説明 3) 分類別説明< 2. 販売場所情報>

補足: 販売店舗情報の買上客数のみをセットし送信する場合の取扱いについて

販売場所情報の買上客数のみをセットし送信するケースを考慮し、下図に示すように<販売場所情報>以降のデータ項目(グレーの網がけ部分)については、セットせずに提供先に送信することができる。

【販売店舗情報の買上客数のみをセットする場合(CSV形式のセットイメージ)】

取引先			集計期間				販売場所						
							販売場所情報						
取引先 コード	取引先 GLN	取引先 名称	集計開始 日時	集計終了 日時	集計単位 コード	期間情報	販売場所 コード	販売場所 GLN	販売場所 名称	販売場所 情報1	販売場所 情報2	販売場所 情報3	販売場所 情報4
【必須】	【必須】	【任意】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
"33333"	"0"	"〃"	"20090107000000"	"20090107000000"	"02"	"〃"	"33111"	"0"	"港区"	"105"	"〃"	"〃"	"〃"
"33333"	"0"	"〃"	"20090107000000"	"20090107000000"	"02"	"〃"	"33222"	"0"	"千代田区"	"100"	"〃"	"〃"	"〃"

販売場所								POS情報					
販売場所営業情報													
営業開始時間	営業終了時間	開店日 休店日区分	客数1	客数2	客数3	客数4	客数5	POSシート 番号	顧客属性1	顧客属性2	顧客属性3	顧客属性4	販売時刻
【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
〃	〃	〃	"5000"	"2000"	"300"	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃
〃	〃	〃	"7000"	"4000"	"700"	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃

販売商品情報													
商品分類				商品コード			部門コード	商品属性					
商品分類1	商品分類2	商品分類3	商品分類4	商品コード (GTIN)	商品コード (発注用)	商品コード (取引先)	部門・レジボ タン番号	商品名	規格	カラーコード	サイズコード	販売開始日	販売終了日
【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃
〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃

販売実績情報									取引実績情報			分析情報	
販売形態 区分	原価／売価等								取引実績 区分	金額／数量		分析情報区 分	分析数値 数値
	原単価	店頭売単価	売単価	値引額	割引額	小売／取引 先負担フラ グ(区分)	売上数量	売上金額		数量	金額		
【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃
〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃	〃

7. POS売上メッセージ

(1) POS売上メッセージの説明 3) 分類別説明< 3. POS情報>

POS情報の概要

POS情報はレシート単位でのデータ集計をおこなうものであり、集計期間の設定で『06 日別レシート単位集計 (時間帯を含む)』を設定したときのみ、POS情報を使用することができる。

『06 日別レシート単位集計』以外の集計単位コードを設定した場合は、POS情報を使用してはならない。

POS情報は、「POSターミナルの番号」、POSターミナルで発行した「レシートの連続番号」、「顧客属性」、「販売時刻」を任意でセットする。

顧客属性については、年齢、性別、住所コードなど個人が特定されない顧客属性情報を各社4項目まで設定し、セットすることができる。

なお、POS情報を使用する場合は、『取引実績情報』および『分析情報』の項目は使用できない。

7. POS売上メッセージ

(1)POS売上メッセージの説明 3)分類別説明< 3. POS情報>

【日別レシート単位集計をおこなう場合に使用できる項目(CSV形式のセットイメージ)】

レシート集計をおこなう場合は、『取引先』から『販売実績情報』までの項目は使用できるが、『取引実績情報』および『分析情報』の項目は使用できない。

取引先			集計期間		日別レシート集計									販売場所			
														販売場所情報			
取引先 コード	取引先 GLN	取引先 名称	集計開始 日時	集計終了 日時	集計単位 コード	期間情報	販売場所 コード	販売場所 GLN	販売場所 名称	販売場所 情報1	販売場所 情報2	販売場所 情報3	販売場所 情報4				
【必須】	【必須】	【任意】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】				
"33333"	"0"	"	"20090107000000"	"20090107000000"	"06"	"	"33111"	"0"	"港区"	"105"	"	"	"				
"33333"	"0"	"	"20090107000000"	"20090107000000"	"06"	"	"33111"	"0"	"港区"	"105"	"	"	"				

販売場所								POS情報					
販売場所営業情報				買上客数				POSレシート番号	顧客属性1	顧客属性2	顧客属性3	顧客属性4	販売時刻
営業開始時間	営業終了時間	開店日 休店日区分	客数1	客数2	客数3	客数4	客数5	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
"	"	"	"5000"	"2000"	"300"	"	"	"00001"	"100"	"35"	"m"	"	"102000"
"	"	"	"5000"	"2000"	"300"	"	"	"00002"	"243"	"60"	"f"	"	"103000"

販売商品情報													
商品分類				商品コード			部門コード	商品属性					
商品分類1	商品分類2	商品分類3	商品分類4	商品コード (GTIN)	商品コード (発注用)	商品コード (取引先)	部門・レジボ タン番号	商品名	規格	カラーコード	サイズコード	販売開始日	販売終了日
【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
"110000"	"112000"	"112500"	"	"0"	"49112501"	"	"005"	"レトルカレー"	"	"	"	"	"
"550000"	"551000"	"551200"	"	"0"	"49551201"	"	"007"	"ラーメン6"	"	"	"	"	"

販売実績情報									取引実績情報			分析情報	
販売形態 区分	原価／売価等								取引実績 区分	金額／数量		分析情報区 分	分析数値
	原単価	店頭売単価	売単価	値引額	割引額	小売／取引 先負担フラ グ(区分)	売上数量	売上金額		数量	金額		
【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
"01"	"	"250"	"	"	"	"	"1"	"250"	"	"	"	"	"
"01"	"	"600"	"	"	"	"	"1"	"600"	"	"	"	"	"

7. POS売上メッセージ

(1)POS売上メッセージの説明 3)分類別説明< 3. POS情報>

【日別レシート単位集計以外の集計をおこなう場合に使用できる項目(CSV形式のセットイメージ)】

日別レシート単位集計以外の集計をおこなう場合は『POS情報』の項目は使用できない。

取引先			集計期間		日別集計		販売場所						
							販売場所情報						
取引先 コード	取引先 GLN	取引先 名称	集計開始 日時	集計終了 日時	集計単位 コード	期間情報	販売場所 コード	販売場所 GLN	販売場所 名称	販売場所 情報1	販売場所 情報2	販売場所 情報3	販売場所 情報4
【必須】	【必須】	【任意】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
"33333"	"0"	"	"20090107000000"	"20090107000000"	"02"	"	"33111"	"0"	"港区"	"105"	"	"	"
"33333"	"0"	"	"20090107000000"	"20090107000000"	"02"	"	"33111"	"0"	"港区"	"105"	"	"	"

販売場所								POS情報					
販売場所営業情報				買上客数				POSレシート番号	顧客属性1	顧客属性2	顧客属性3	顧客属性4	販売時刻
営業開始時間	営業終了時間	開店日 休日区分		客数1	客数2	客数3	客数4	客数5	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
【任意】	【任意】	【任意】		【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
"	"	"		"5000"	"2000"	"300"	"	"	"	"	"	"	"
"	"	"		"5000"	"2000"	"300"	"	"	"	"	"	"	"

販売商品情報													
商品分類				商品コード			部門コード	商品属性					
商品分類1	商品分類2	商品分類3	商品分類4	商品コード (GTIN)	商品コード (発注用)	商品コード (取引先)	部門・レジボ タン番号	商品名	規格	カラーコード	サイズコード	販売開始日	販売終了日
【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
"110000"	"112000"	"112500"	"	"0"	"49112501"	"	"005"	"レトルカレー"	"	"	"	"	"
"550000"	"551000"	"551200"	"	"0"	"49551201"	"	"007"	"ラーメン6"	"	"	"	"	"

販売実績情報									取引実績情報			分析情報	
販売形態 区分	原価／売価等								取引実績 区分	金額／数量		分析情報区 分	分析数値 数値
	原単価	店頭売単価	売単価	値引額	割引額	小売／取引 先負担フラ グ(区分)	売上数量	売上金額		数量	金額		
【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
"01"	"	"250"	"	"	"	"	"150"	"37500"	"01"	"300"	"66000"	"05"	"3"
"01"	"	"600"	"	"	"	"	"100"	"60000"	"01"	"200"	"114000"	"05"	"2"

7. POS売上メッセージ

(1)POS売上メッセージの説明 3)分類別説明< 4. 販売商品情報>

販売商品情報の概要

POSデータの集計期間内で集計の対象となる販売店舗あるいは販売場所の一商品情報を表す。

販売商品情報には、集計する商品そのものを表す商品コード、商品の属性を表す情報、商品の分類を表す情報、部門単位で集計する場合の部門コードの4つからなる。

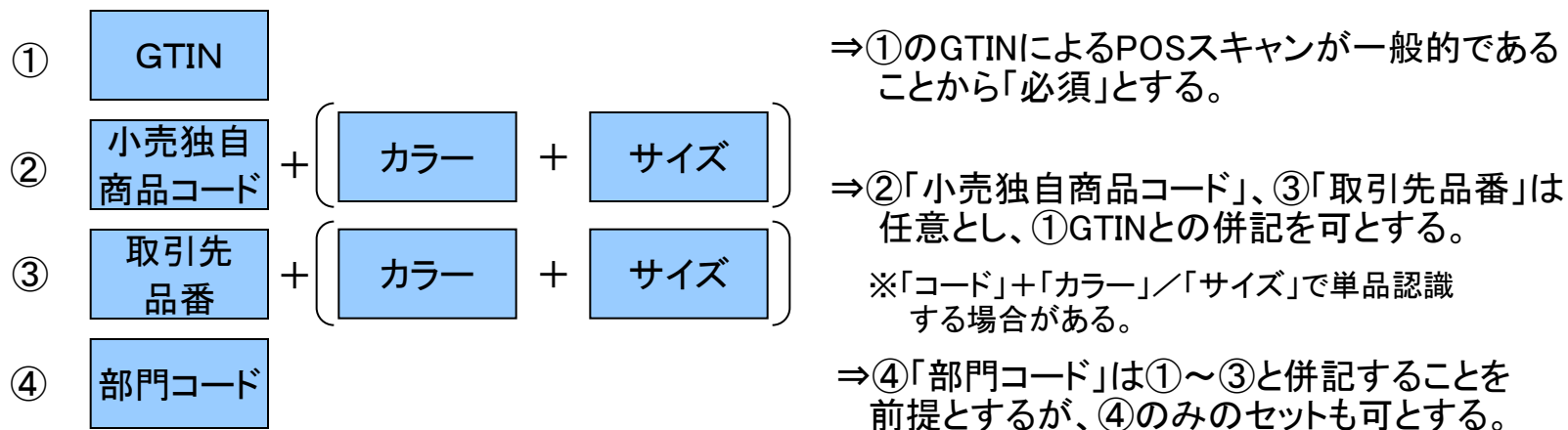
<1. 商品コード>

商品コードを使用するにあたり、商品コード(GTIN)、商品コード(発注用)は必ずセットする。商品コード(取引先)は必要に応じて任意にセットする。

<2. 部門コード>

「部門コード」は、部門単位でPOSデータを集計する際に使用する。

【補足:POSで発生する商品コードのパターン】



7. POS売上メッセージ

(1)POS売上メッセージの説明 3)分類別説明< 4. 販売商品情報>

<3. 商品属性>

商品コードを補完する情報として以下の項目を任意項目としてセットすることができる。

- ①商品名称
- ②規格
- ③カラーコード
- ④サイズコード
- ⑤販売開始日/販売終了日

<4. 商品分類>

各社が管理する「商品分類」情報を任意で4項目まで設定し、セットすることができる。

なお、当該項目を設定しセットする際には、集計する商品の分類情報と関連していることが原則となる。

例えば、商品分類で使用する情報には、以下のようなものがあげられる。

- ・小売で管理している商品分類を表す独自コード
- ・JICFSコード
- ・メーカコードなど

7. POS売上メッセージ

(1)POS売上メッセージの説明 3)分類別説明< 5. 販売実績情報>

販売実績情報の概要

POSデータの集計期間内で集計の対象となる販売店舗あるいは販売場所の一商品の売上に関わる実績を表す。

販売実績情報は、販売形態に応じて一商品の売上数量と売上金額をセットする。

なお、販売形態はコードリスト化されており、売上数量と売上金額をセットする際には、以下の手順でおこなう。

- ①POSデータ集計期間内での一商品の販売形態(定番、特売、プロモーションなど)に応じて店頭売単価、売単価、原単価、値引額、割引額を任意でセットする。
- ②販売形態に応じてPOSデータ集計期間内で販売した一商品の売上数量をセットする。
- ③販売形態に応じて「店頭売単価」に②でセットした売上数量を掛け合わせた売上金額をセットする。

【販売実績情報のセット例】

	原価／売価等	原単価	店頭 売単価	売単価	値引額	割引額	小売／取引 先負担フラグ (区分)	売上数量	売上金額
定番品 の返品	01: 定番		100					126	12,600
	02: 準特価(中目)								
	03: 特売(チラシ)		98					348	34,104
	04: 特売(エンド)								
プロモーション 品の返品	05: プロモーション(値引)		70	100	30		03(双方負担)	450	31,500
	06: プロモーション(割引)								
	07: 値下								
	08: 処分								
	09: 返品		100					-1	-100
	09: 返品		70	100	30		01(小売負担)	-5	-350

コードリスト化

(「09返品」以降の項目の使用は
相対で取り決める)

①原価／売価等をセット

②売上数量をセット ③売上金額をセット

* 返品の場合、売上数量および売上金額はマイナスの符号を付けてセットする。

7. POS売上メッセージ

(1)POS売上メッセージの説明 3)分類別説明< 6. 取引実績情報>

取引実績情報の概要

POSデータの集計期間内で集計の対象となる販売店舗あるいは販売場所の一商品の取引に関わる実績を表す。
取引実績の項目はコードリスト化されており、取引の実績に応じて一商品の数量と金額を任意でセットする。

【取引実績情報のセット例】

取引実績項目	数量	金額
01:発注	20	10,000
02:仕入	20	10,000
03:期首在庫	50	25,000
04:期末在庫	50	25,000
05:棚卸在庫	50	25,000
06:移動	0	0
07:取引先返品	0	0
08:廃棄	-2	-1,000
09:売価変更	0	0
NN:相対		

06:移動から09:売価変更までの数量および金額はマイナスの符号を付けてセットする。

「09:売価変更」以降の項目の使用は相対で取り決める。

7. POS売上メッセージ

(1)POS売上メッセージの説明 3)分類別説明＜ 7. 分析情報＞

分析情報の概要

POSデータの集計期間内で集計の対象となる販売店舗あるいは販売場所の一商品の各種分析結果を表す。分析指標の項目はコードリスト化されており、分析指標に応じて一商品の分析結果の値を任意でセットする。なお、各分析指標の算出方式や数値の単位については、相対で取り決める。

【取引実績情報のセット例】

分析指標項目	分析値
01:客数	20,000(人)
02:構成比	50(%)
03:粗利益率	30(%)
04:粗利益高	1,200,000(円)
05:期間内商品順位	10(位)
06:期間内商品ランク	10(位)
NN:相対	

「06:期間内商品ランク」以降の項目の使用は相対で取り決める。

7. POS売上メッセージ

(2)POS売上メッセージのセット方法

【セット例】

- 小売Xは卸Yに対して、2009年2月3日付けの販売情報を集計し提供する。
- 集計期間は日別集計とし、港区店舗の2つの商品について主に「販売実績情報」の売上数量、売上金額を集計した。

取引先			集計期間		日別集計		販売場所						
							販売場所情報						
取引先コード	取引先GLN	取引先名称	集計開始日時	集計終了日時	集計単位コード	期間情報	販売場所コード	販売場所GLN	販売場所名称	販売場所情報1	販売場所情報2	販売場所情報3	販売場所情報4
【必須】	【必須】	【任意】	【必須】	【必須】	【必須】	【任意】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
"33333"	"0"	"	"20090203000000"	"20090203000000"	"02"	"	"33111"	"0"	"港区"	"105"	"	"	"
"33333"	"0"	"	"20090203000000"	"20090203000000"	"02"	"	"33111"	"0"	"港区"	"105"	"	"	"

販売場所								POS情報					
販売場所営業情報													
営業開始時間	営業終了時間	開店日 休店日区分	客数1	客数2	客数3	客数4	客数5	POSレシート 番号	顧客属性1	顧客属性2	顧客属性3	顧客属性4	販売時刻
【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"
"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"	"

販売商品情報													
商品分類				商品コード			部門コード	商品属性					
商品分類1	商品分類2	商品分類3	商品分類4	商品コード (GTIN)	商品コード (発注用)	商品コード (取引先)	部門・レジポ タン番号	商品名	規格	カラーコード	サイズコード	販売開始日	販売終了日
【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【必須】	【必須】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
"110000"	"112000"	"112500"	"	"0"	"49112501"	"	"	"レトルカレー"	"	"	"	"	"
"550000"	"551000"	"551200"	"	"0"	"49551201"	"	"	"ラーメン6"	"	"	"	"	"

販売実績情報									取引実績情報			分析情報	
販売形態 区分	原価／売価等								取引実績 区分	金額／数量		分析情報区 分	分析数値
	原単価	店頭売単価	売単価	値引額	割引額	小売／取引 先負担フラ グ(区分)	売上数量	売上金額		数量	金額		
【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】	【任意】
"01"	"	"250"	"	"	"	"	"150"	"37500"	"	"	"	"	"
"03"	"	"498"	"	"	"	"	"200"	"99600"	"	"	"	"	"

(ご参考)メッセージ構造

1. メッセージの構造

(1)XMLについて

流通ビジネスメッセージ標準は、XML言語で記述されている。

XMLは、Extensible Markup Language の略であり、
タグと呼ばれるマークを使用して、文書構造を記述する言語である。

XMLは、

- ①各データ項目単位に、データの内容を表すタグが付いている
 - ②複数のデータ項目をグループ化(構造化)することが可能である
- といった特徴を持つ、柔軟性の高い言語である。

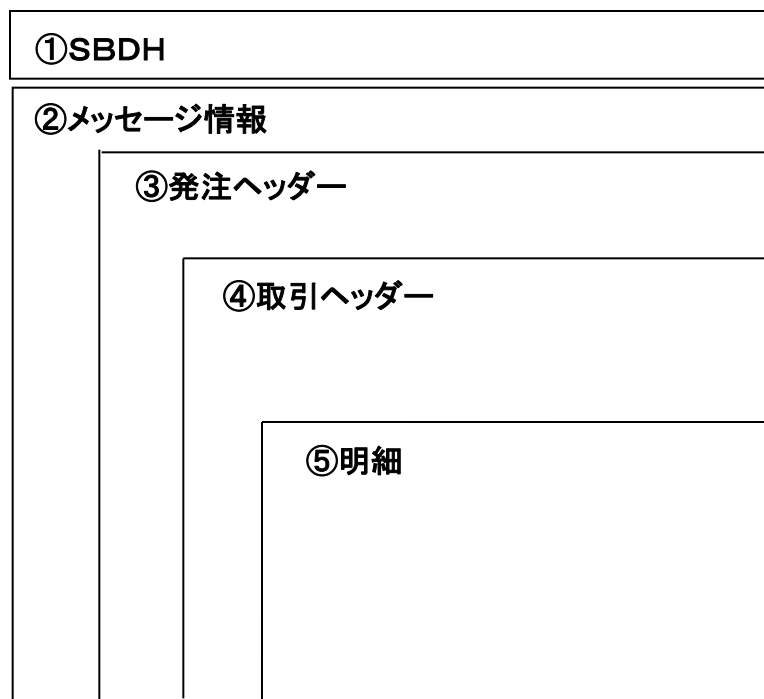
EDI標準にXMLを採用することによって、従来のEDIにはない、
“システム環境に依存することなくデータの転送を行える”
“人手を介するデータの検索、加工、転記が不要である”
といったメリットが生まれる。

1. メッセージの構造

(2)メッセージの基本的構造について

流通ビジネスメッセージ標準の各メッセージは、基本的に以下の図の通り、①SBDH※、②宛先ヘッダー、③発注ヘッダー、④取引ヘッダー ⑤明細

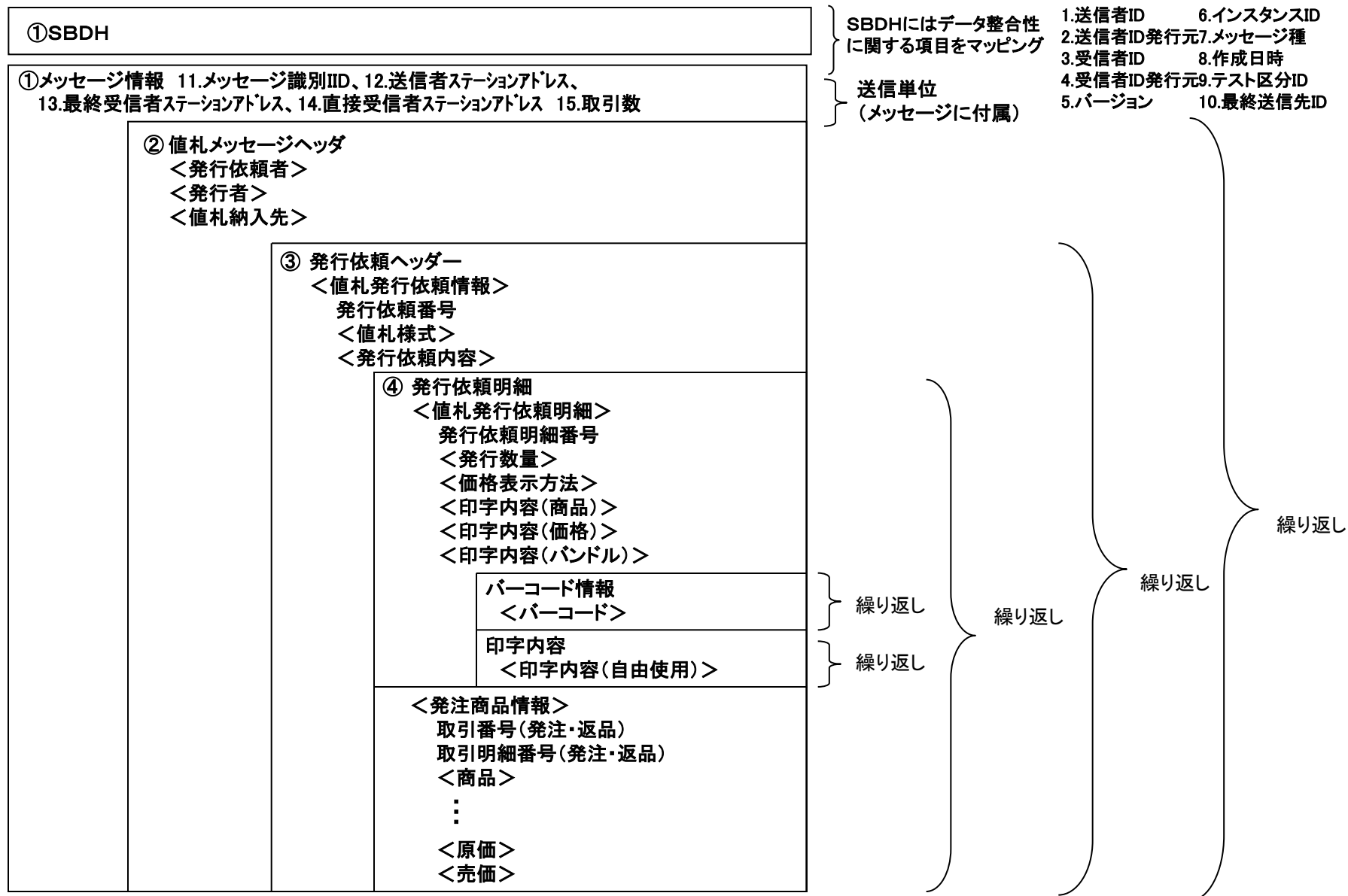
5つの部分から構成される。



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

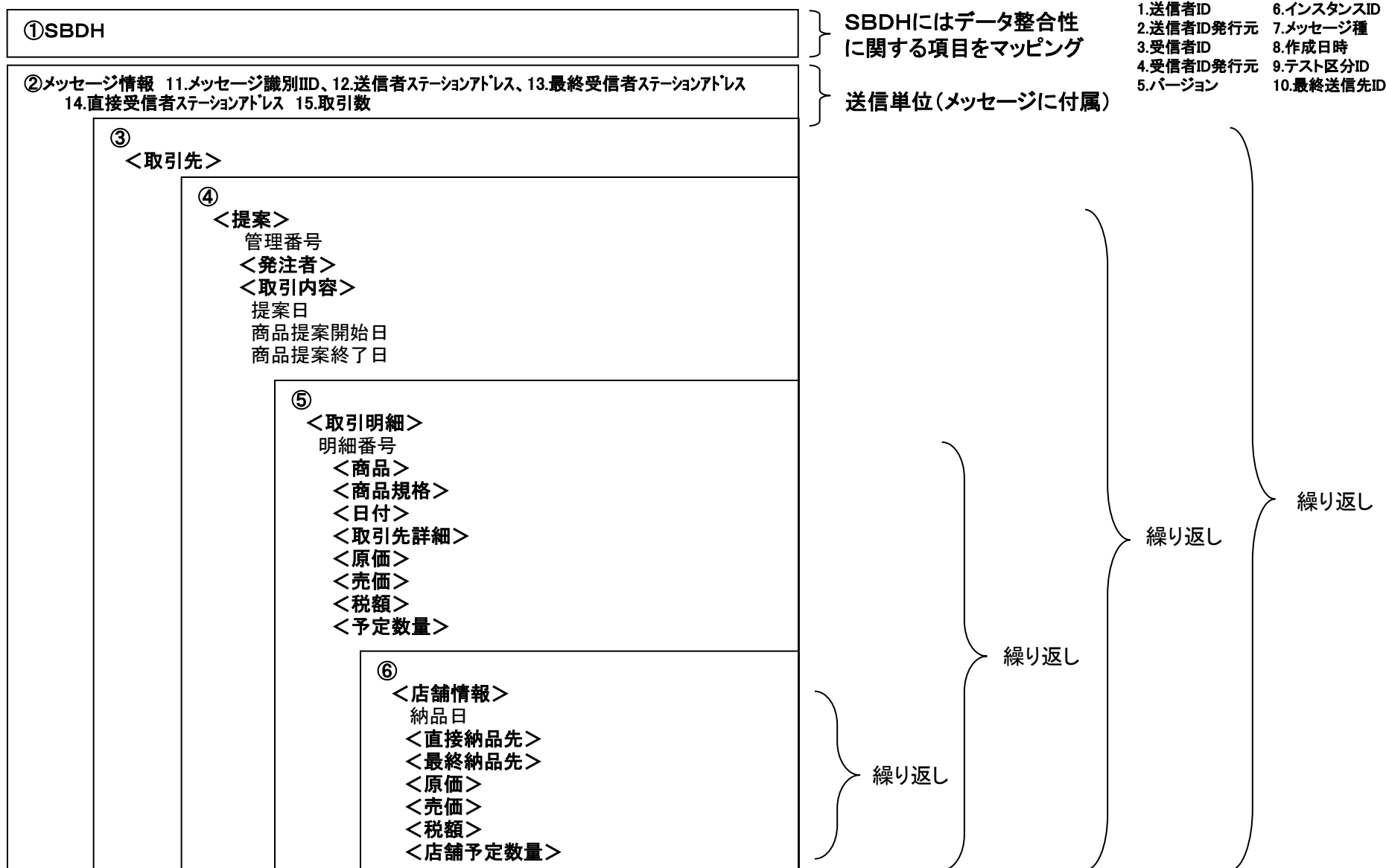
※SBDHとは、UN/CEFACTのSTANDARD BUSINESS DOCUMENT HEADERの略であり、メッセージ・ヘッダーとして用いる。

2. メッセージ別の階層構造概要 値札メッセージ



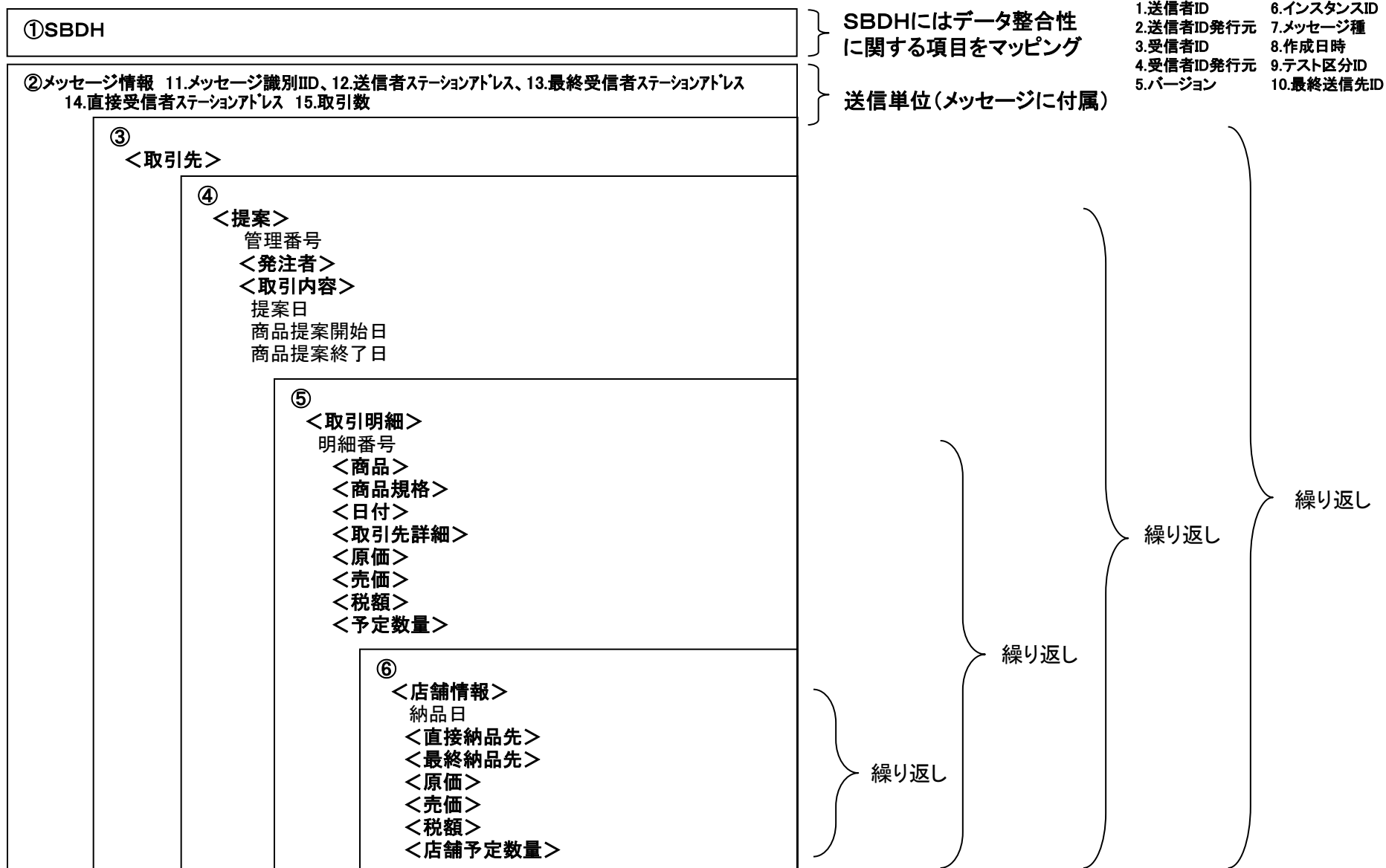
2. メッセージ別の階層構造概要

商品提案(カタログ)メッセージ



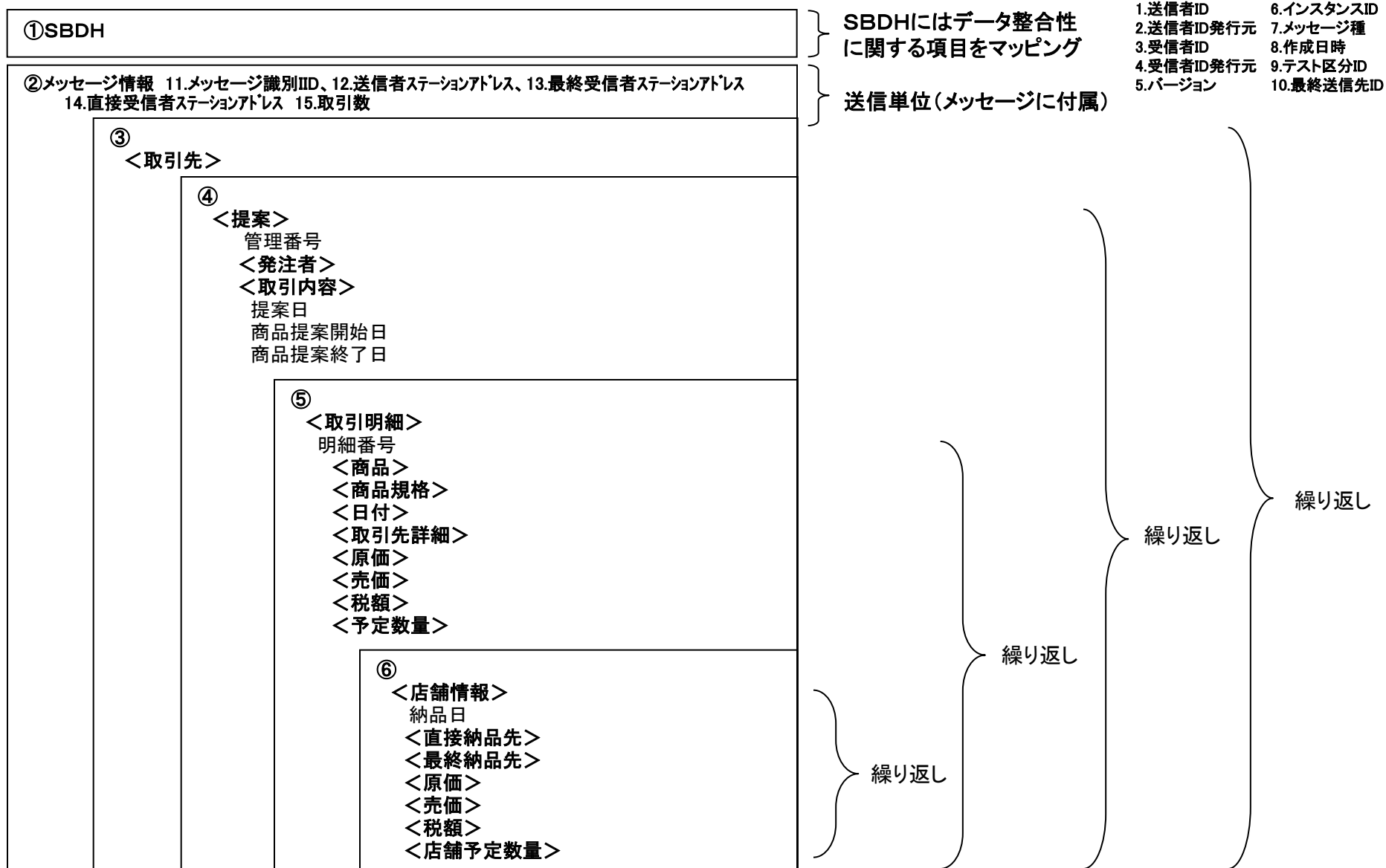
2. メッセージ別の階層構造概要

商品提案(商品マスタ)メッセージ



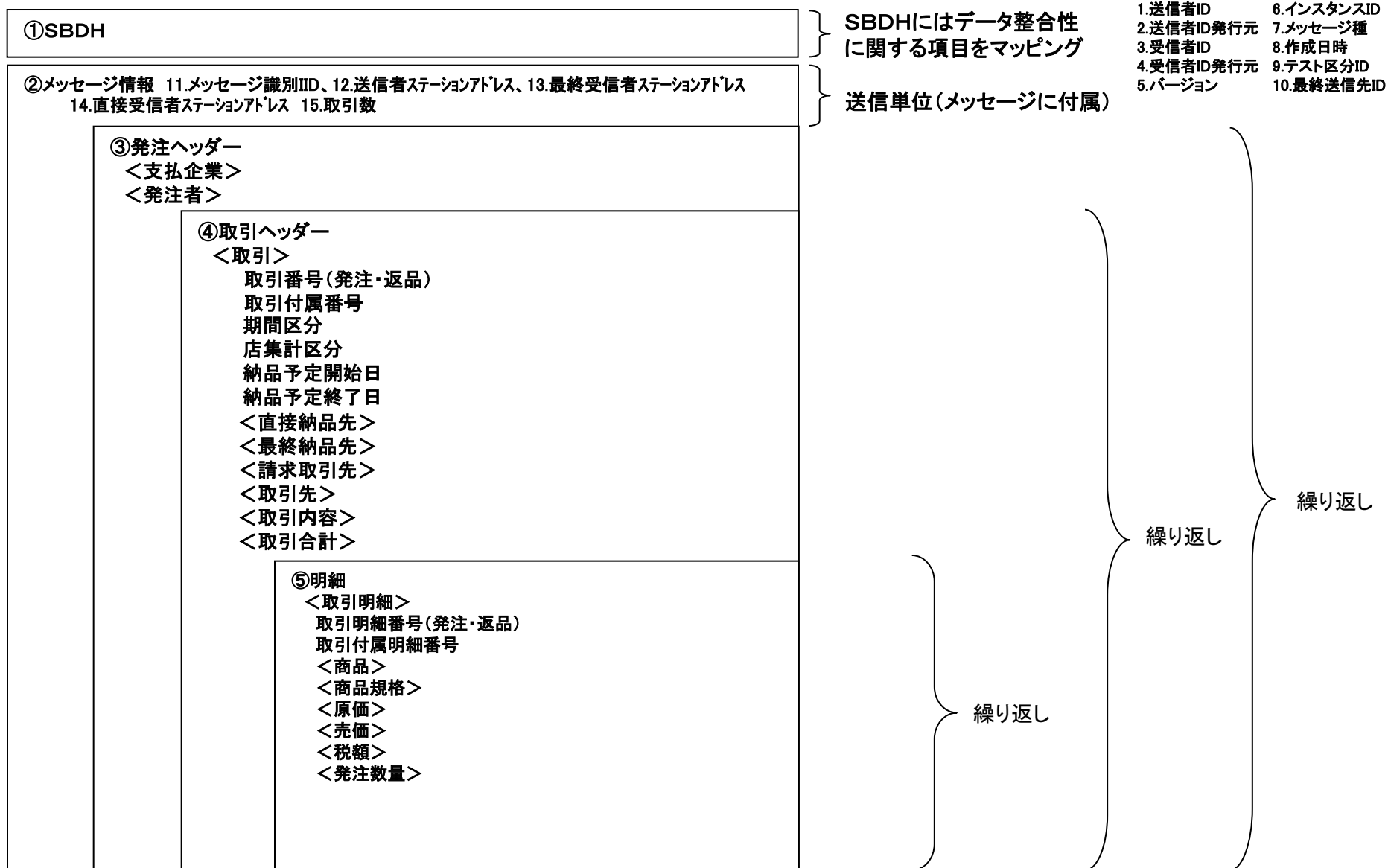
2. メッセージ別の階層構造概要

商品提案(価格提案)メッセージ



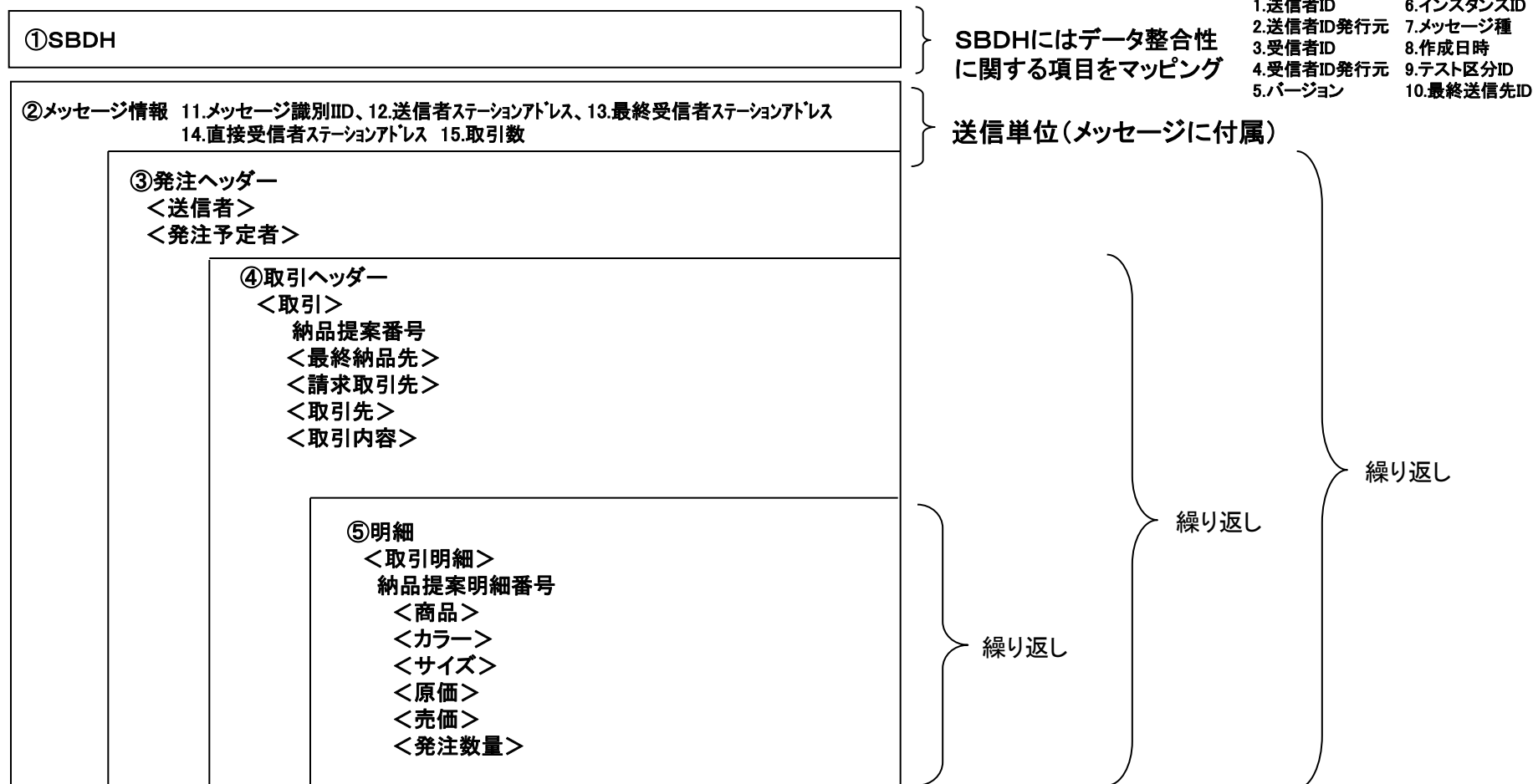
2. メッセージ別の階層構造概要

発注予定メッセージ



2. メッセージ別の階層構造概要

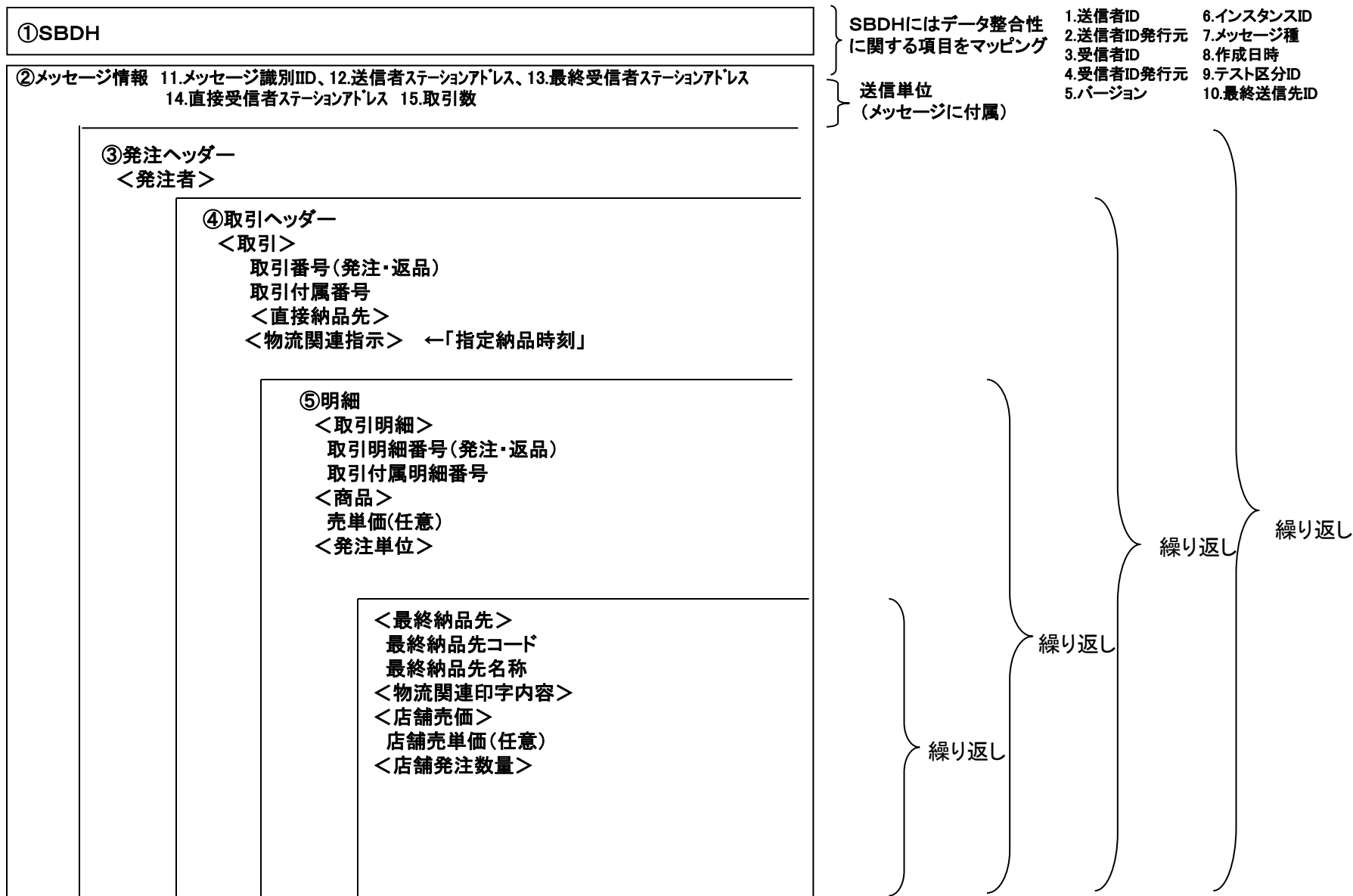
納品提案メッセージ



- | | |
|------------|------------|
| 1.送信者ID | 6.インスタンスID |
| 2.送信者ID発行元 | 7.メッセージ種 |
| 3.受信者ID | 8.作成日時 |
| 4.受信者ID発行元 | 9.テスト区分ID |
| 5.バージョン | 10.最終送信先ID |

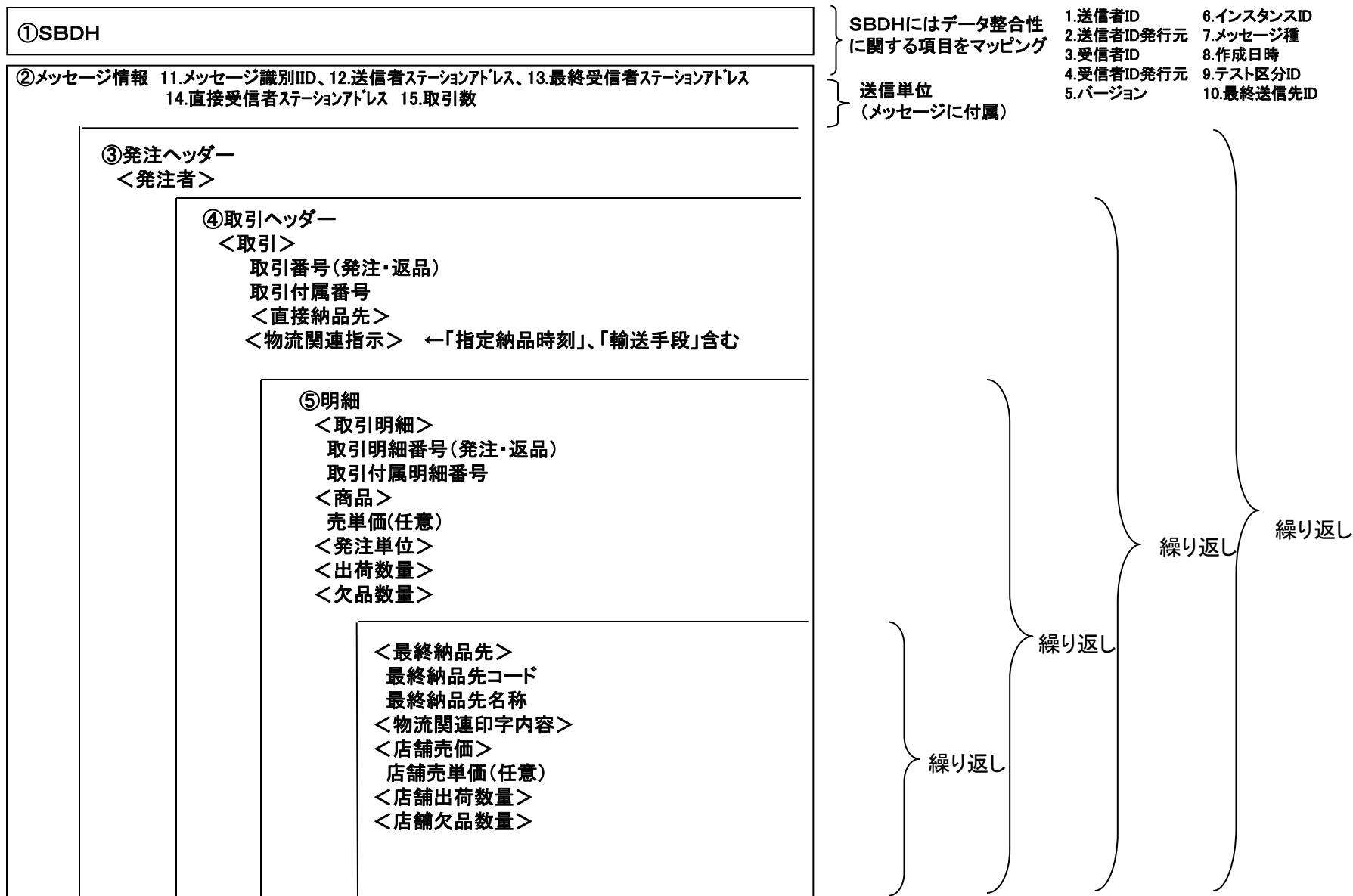
2. メッセージ別の階層構造概要

集計表作成データ(発注)



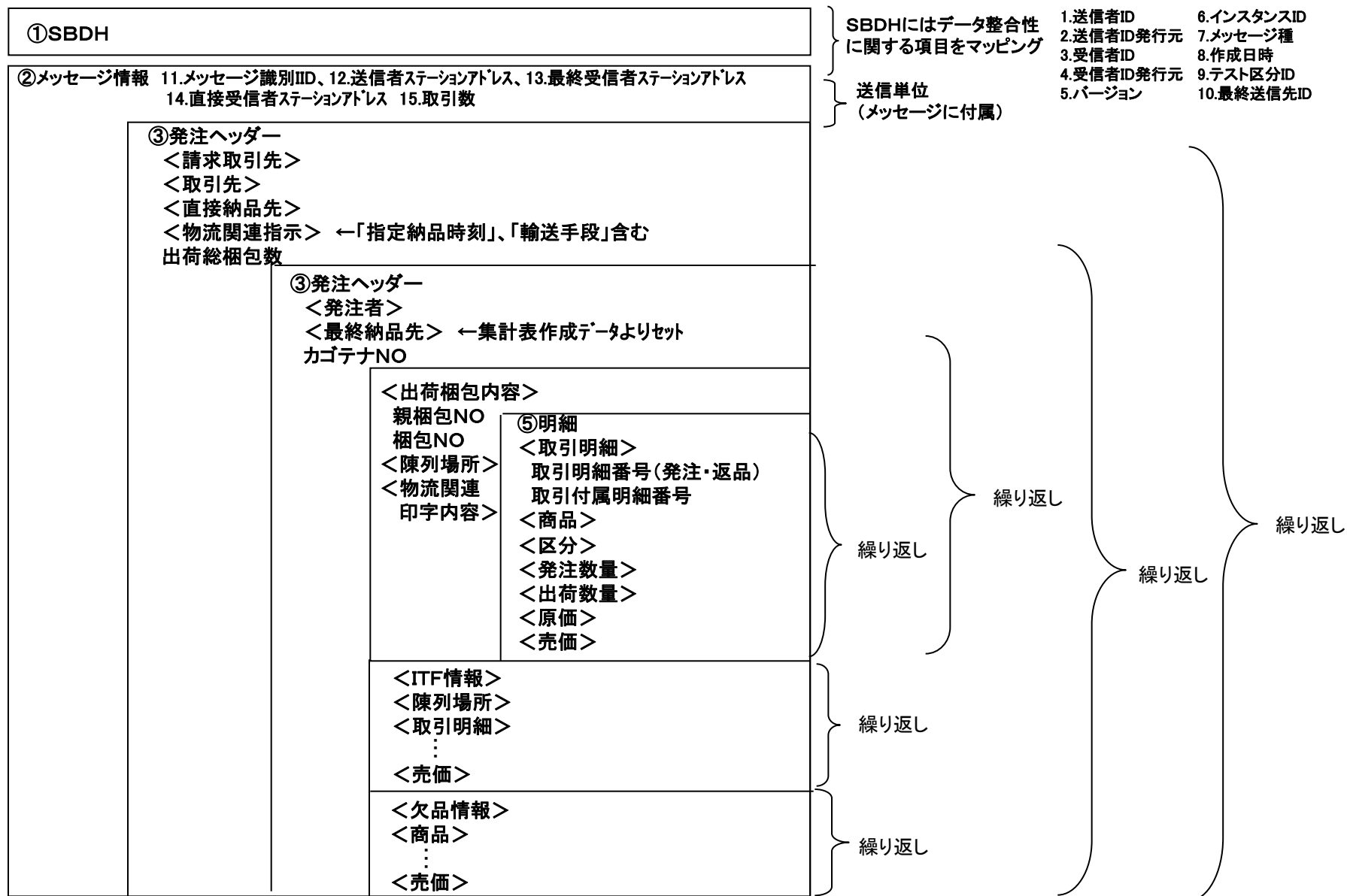
2. メッセージ別の階層構造概要

集計表作成データ(出荷)



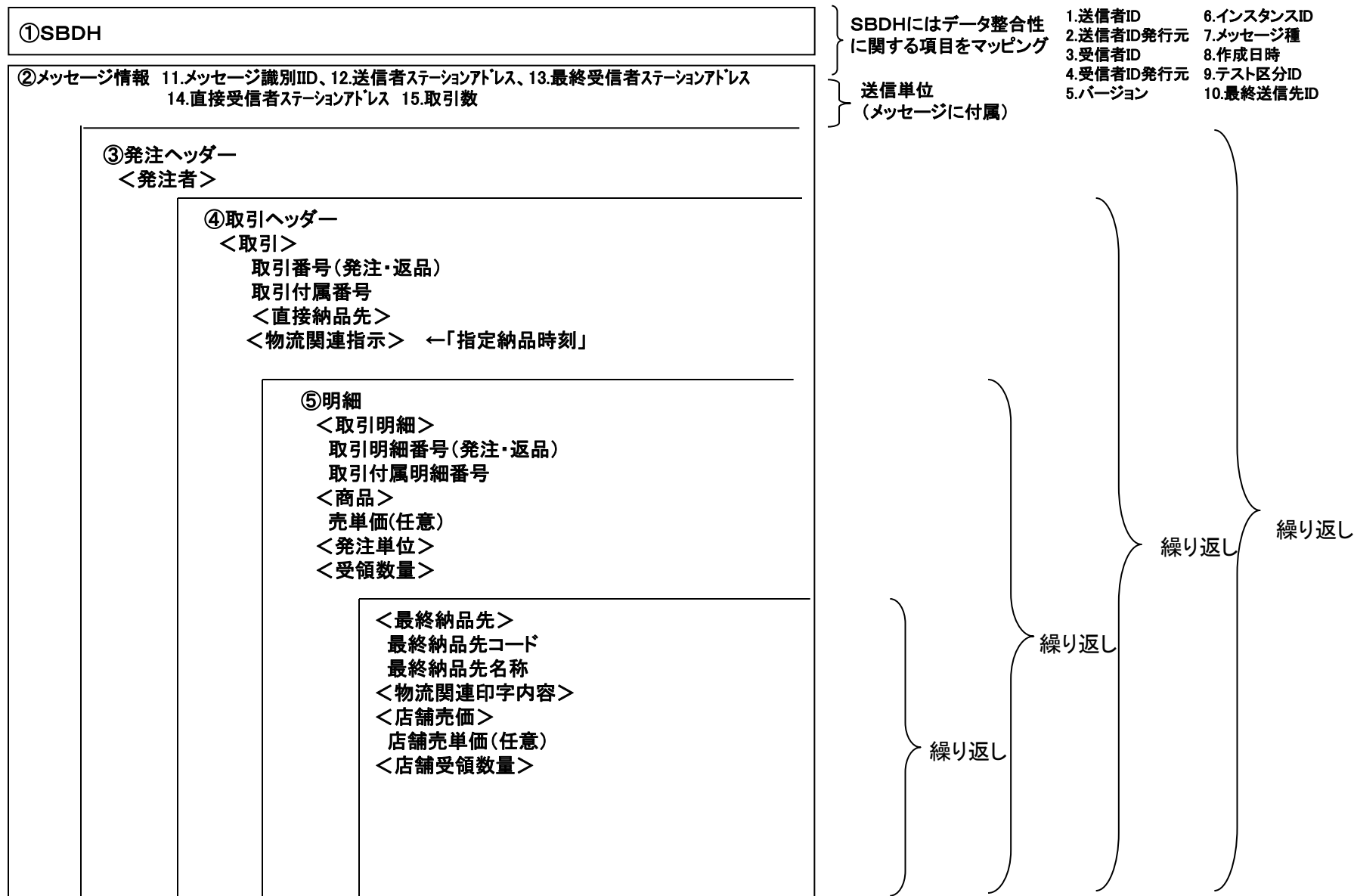
2. メッセージ別の階層構造概要

集計表作成データ(出荷梱包紐付けあり)



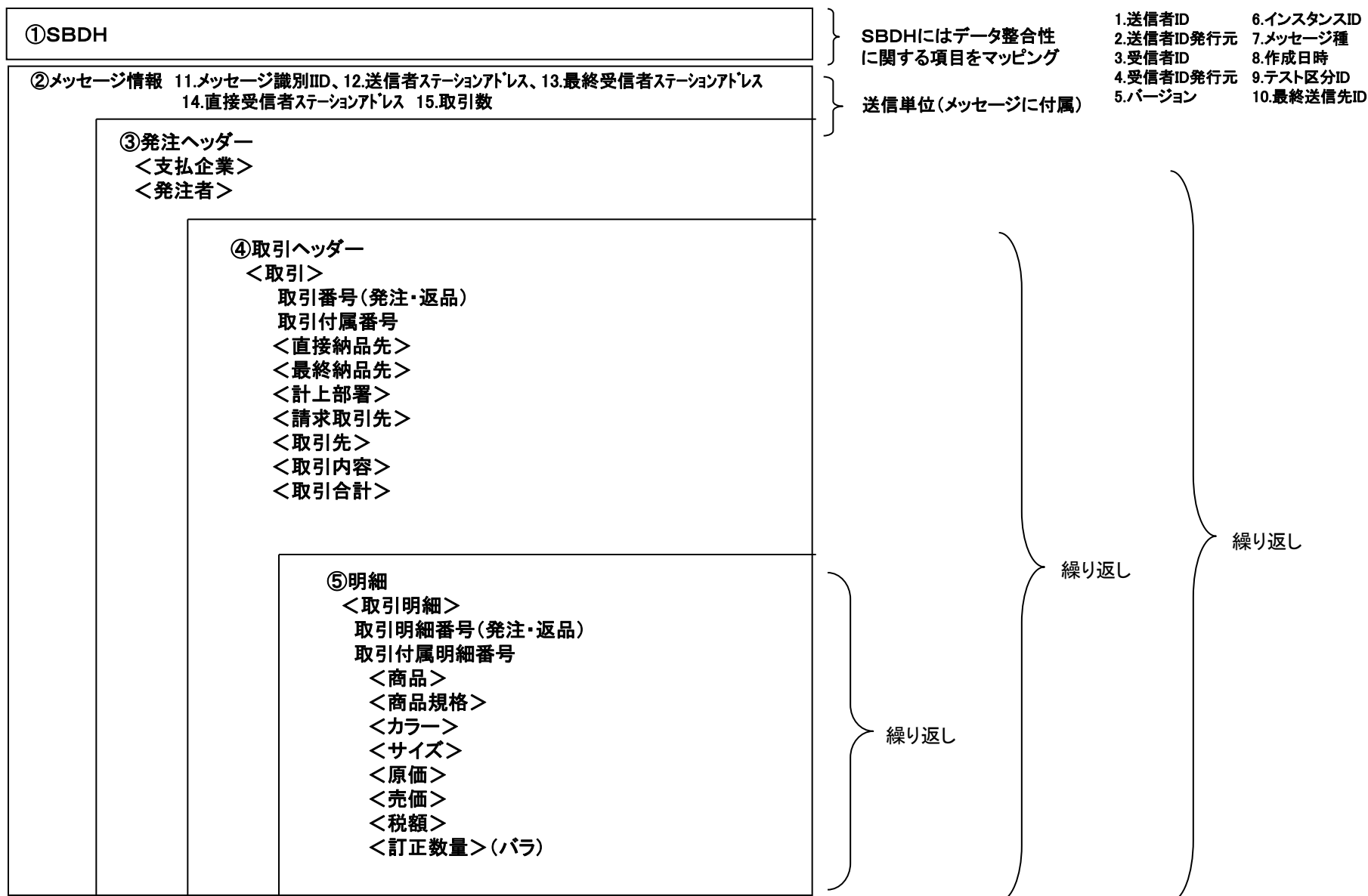
2. メッセージ別の階層構造概要

集計表作成データ(受領)



2. メッセージ別の階層構造概要

受領訂正メッセージ



2. メッセージ別の階層構造概要

POS売上メッセージ

