

流通ビジネスメッセージ標準®

運用ガイドライン(基本編) 第1.3.5版

2017年 12月

運用ガイドラインの見方(1/3) = 本編の構成 =

本ガイドラインは以下の4章によって構成されています。

I～II章については、流通ビジネスメッセージ標準のコンセプト、対象となるプロセスモデルについて説明しています。初めてご覧になれる方は、ぜひご一読下さい。

III～IV章については、メッセージ項目、及び各メッセージの定義、セット方法について、具体的な事例を含めて記述しています。必要に応じて該当箇所をご覧下さい。

I. 流通ビジネスメッセージ標準の目的

本章では、流通ビジネスメッセージ標準化の目的、標準化策定の考え方などを説明しています。

II. 業務プロセスモデル

本章では、流通ビジネスメッセージ標準化の前提となる業務プロセス、および流通ビジネスメッセージを活用した全体業務プロセスについて説明しています。

III. メッセージ項目の解説

本章では、流通ビジネスメッセージのメッセージ引継項目一覧、コードリストならびに、各種メッセージで用いる項目について解説しています。

IV. メッセージ別項目セットの方法

本書では、各メッセージ別にメッセージの定義、各メッセージの特有の項目、ならびに項目セット例について説明しています。

運用ガイドラインの見方(2/3) = 追補版の構成 =

Ⅲ～Ⅳ章の基本的なメッセージに含まれないオプションメッセージや業界固有の業務プロセス・メッセージについて、各メッセージの定義、項目、セット方法など、具体的な事例を含めて記述しています。

＜追補版＞として別冊形式としていますので、本編を一読後必要に応じて該当箇所をご覧ください。

追補 1. その他メッセージ

本章では、下記メッセージについてメッセージの説明、項目のセット方法、項目の引継、および留意事項などを説明しています。

- ①値札メッセージ
- ②商品提案メッセージ
- ③発注予定メッセージ
- ④納品提案メッセージ
- ⑤集計表メッセージ
- ⑥受領訂正メッセージ
- ⑦POS売上メッセージ

追補 2. 預かり在庫型センター編

本章では、小売が運営または運営委託している『預り在庫型センター』に卸・メーカー在庫として保管するビジネスプロセスで使用される各種メッセージについて記載されています。

追補 3. 生鮮業界編

本章では、生鮮商材の『食肉』『青果』『水産』別に、各商材固有の詳細事項について説明しています。

運用ガイドラインの見方(3/3) =別冊ドキュメント=

各個別メッセージの詳細は、一覧表として以下の別冊ドキュメントに記載されています。

ドキュメントの種類	位置付け
メッセージ引継項目一覧	<u>基本的な業務プロセスに用いるメッセージ</u> (発注、出荷、出荷梱包(紐付けあり・なし)、受領、受領訂正、返品、請求、支払)の <u>項目の引継、および項目の内容</u> (意味、属性など)を示した一覧表
メッセージ別項目一覧	基本形メッセージの <u>メッセージごとの階層構造、および項目の内容</u> (意味、属性など)を示した一覧表
メッセージ別定義一覧	<u>メッセージごとの定義、伝達方向、対象業務プロセス</u> を示した一覧表
コードリスト一覧	基本形メッセージの利用にあたり、 <u>用いられるコード</u> を示した一覧表

改訂履歴

No	タイトル	変更事項
1	第1.3版(2009年10月)作成	基本編と生鮮編を併合
2	第1.3.1版(2012年 4月)作成	商品マスタメッセージ公開に伴う改訂 (業務プロセス図、GTIN)
3	第1.3.2版(2013年 4月)作成	CR[2013-04-002]: 誤字、記述漏れの修正
4	第1.3.3版(2014年 10月)作成	CR[2014-09-001]: オフライン発注時の出荷開始型モデルのバリエーション及び出荷メッセージ標準の追加
5	第1.3.4版(2017年 4月)作成	CR[2017-03-001]: CR[2014-09-001]反映漏れの修正
6	第1.3.5版(2017年 12月)作成	CR[2017-06-001]: 出荷梱包(紐付けあり)メッセージ「出荷開始型モデル」の追加 CR[2017-06-002]: 返品受領メッセージ「卸・メーカー開始型モデル」の追加

目次

I. 流通ビジネスメッセージ標準の目的

1. E D I メッセージ標準化の目的 8
2. E D I メッセージ標準策定の考え方 9
3. 現状の問題 10

II. 業務プロセスモデル

1. 本モデルの前提
 - (1) 受発注業務モデル 12
 - (2) 伝票レス
 - 1) 伝票レスとは 13
 - 2) 法人税法、所得税法上の前提 15
 - 3) 消費税法上の前提 16
2. 対象業務プロセス
 - (1) 業務プロセス
 - 1) 全体業務プロセス（預り在庫型センター納品プロセスを除く） 17
 - 2) 預り在庫型センター納品プロセス 18
 - 3) 全体業務プロセス（生鮮納品プロセス） 19
 - 4) 一般的な納品プロセスパターン 20
 - 5) 生鮮特有業務について 22
 - 6) 生鮮における一般的な納品プロセスパターン 29
 - (2) 生鮮における取引形態とルール
 - 1) 発注 T/A型+発注書型 36
 - 2) 出荷 出荷時の商品変更基準 37
 - 3) 受領 出荷ルール・受領確定ルール 38
 - (3) 返品について 40

III. メッセージ項目の解説

1. メッセージ項目解説
 - (1) 企業識別
 - 1) 企業識別の考え方<小売> <卸/メーカー> 42
 - 2) 企業識別の代表的項目 44
 - 3) G L Nについて 45
 - (2) 商品識別
 - 1) 商品コード 51
 - 2) 商品分類 65
 - (3) 日付
 - 1) 直接納品先納品日/最終納品先納品日 66
 - 2) 納品日、計上日の考え方 67
 - (4) 番号
 - 1) 取引番号/取引明細番号 68
 - 2) 取引付属番号/取引付属明細番号 69
 - (5) 金額
 - 1) 定貴商品と不定貴商品 70
 - 2) 原価/売価 71
 - 3) 金額符合（小売自由使用）/金額（小売自由使用） 73
 - (6) 数量
 - 1) 発注数量（バラ）/発注単位/発注数量（発注単位数） 74
 - (7) 重量
 - 1) 発注重量/出荷重量/受領重量/返品重量 75
 - (8) 区分
 - 1) 処理種別/訂正区分 77
 - 2) 請求・支払に関する区分 78
 - (9) 梱包情報
 - 1) カゴテナN○/親梱包N○/梱包N○ 82
 - 2) 出荷ケース数/ITF（集合包装GTIN）入数 83
 - (10) 物流ラベル印字項目 84

目次

IV. メッセージ別項目セットの方法

1. T A型伝票を踏襲したメッセージ項目の引継ぎ	86
2. 伝票との相関例	
(1) 定賞商品の事例	88
(2) 不定賞商品の事例	90
3. 発注メッセージ～支払メッセージ	
(1) 発注メッセージにおける項目セットの方法	
1) 支払法人、発注者、計上部署、計上日	93
2) 納品経路、通過在庫区分、納品区分	94
(2) 出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法	96
(3) 出荷梱包メッセージにおける I T F 情報のセット方法	102
(4) 納品時の項目セット方法（出荷梱包紐付けあり／なし）	108
(5) 発注、出荷、受領までの数量訂正の流れ	
1) 欠品発生時	109
2) 過剰納品発生時	112
(6) オフライン発注に対する出荷メッセージ標準化項目	113
(7) オフライン発注に対する出荷梱包（紐付けあり）メッセージ標準化項目	116
(8) 卸・メーカー起票の返品情報送信に対する返品受領メッセージ標準化項目	119
(9) 請求メッセージにおける項目セットの方法	121
(10) 支払メッセージにおける項目セットの方法	
1) 請求ありの場合	122
2) 請求レスの場合	124

4. 発注メッセージ～支払メッセージ（生鮮特有項目の解説）	
(1) 不定賞商品について	
1) 定賞と不定賞セット項目比較	127
2) 不定賞商品の計算方法	128
3) 項目のセット方法 発注～出荷～受領	130
4) 項目のセット方法 事例1：牛肉ブロック	131
5) 項目のセット方法 事例2：パック発注（K g）	132
6) 項目のセット方法 事例2：パック発注（100 g）	133
(2) 生鮮取引の特徴	
1) 取引番号区分のセット方法	134
2) 取引番号区分と取引番号のセット方法まとめ	135
3) セット事例1：T／A型の流れ（取引先発番）	136
4) セット事例2：T／A型の流れ（小売発番）	137
5) セット事例3：発注書型の流れ（取引先発番）	138
6) セット事例4：発注書型の流れ（小売発番）	139
7) セット事例5：出荷型の流れ（取引先発番）	140
8) セット事例6：出荷型の流れ（小売発番）	141
9) 仮伝運用について	142
(10) 仮伝運用時の項目セット方法①	143
1) 仮伝運用時の項目セット方法②	145
(3) 商品属性について	
1) 商品属性の表現	146
2) 産地の表現	149

（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	151
(2) メッセージの基本的構造について	152
2. メッセージ別の階層構造概要	153

I . 流通ビジネスメッセージ標準の目的

1. EDIメッセージ標準化の目的



小売業を取り巻く電子商取引の方式を整備・標準化し、製・配・販3層一連での業務効率の向上を図る。

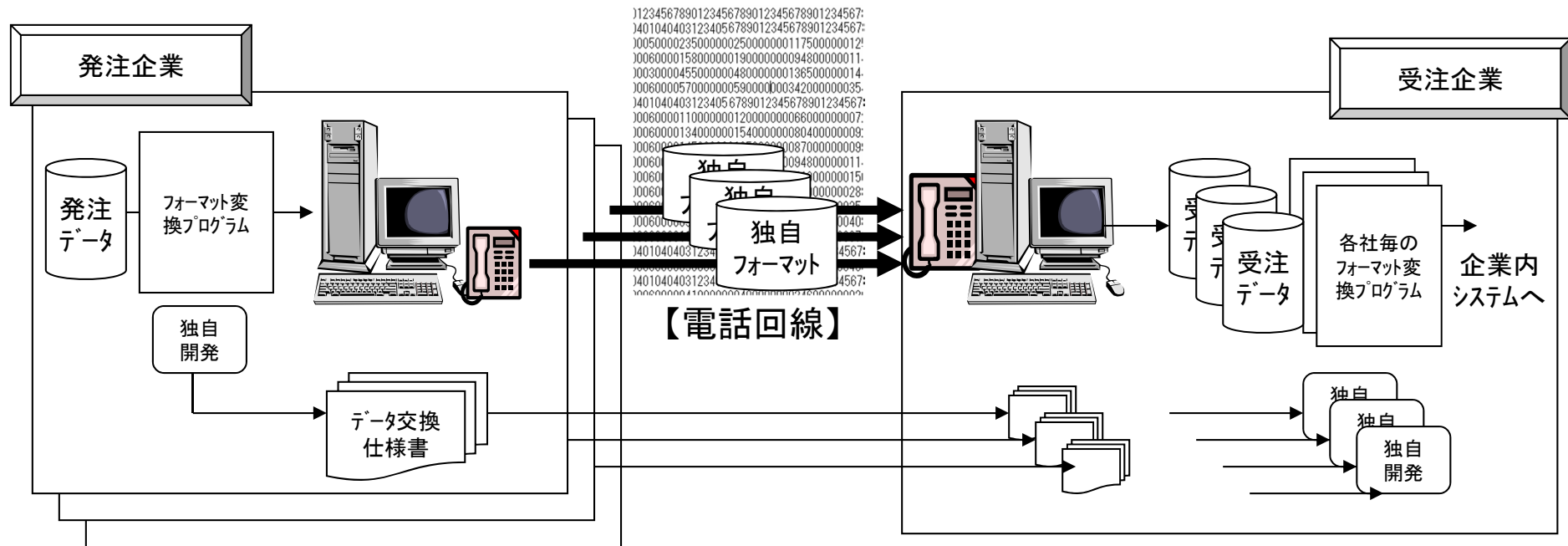
それにより、本来の使命である「消費者サービスのさらなる向上」、「新たな価値の創造」を実現していく。

2. EDIメッセージ標準策定の考え方



- ①すべての企業間取引で共通のEDIメッセージを使えるように、「メッセージ種別」、「メッセージ構造」、「データ項目」と「データ項目の意味」・「データ属性」を標準化する。
- ②各社の現行業務をできるだけ担保し、移行の負担を軽減する。
- ③将来の技術・業務に対応できる準備を盛り込む。必須ではない。
 - ・商品マスター情報の同期化(GDS) ・共通企業識別コード(GLN)
 - ・共通商品識別コード(GTIN)
- ④インターネットを使用した通信を前提とする。(XML、セキュリティ)
- ⑤取引証憑の要件を満たすEDIメッセージとすることで、ペーパーによる仕入伝票や支払案内書、請求書等の作成を不要とする。

3. 現状の問題



- ① 各社独自のメッセージフォーマットが存在することで、企業間、業界間で無駄なシステム投資、非効率な業務対応が発生している。
- ② 遅い(電話網を使用した半二重・同期式)、データ表現に限界(漢字・画像)などから、さらなる物流効率化、ITの進展によるEDI業務の拡大、社会的要求(例:食の安全・トレーサビリティ)への対応のボトルネックとなっている。
- ③ 専用モデムが必要だが、メーカーによる通信ボード・モデム等のハードウェア、ソフトウェアの提供が打ち切れつつある。導入保守は高価。
- ④ 生鮮商材では、電話・FAXによる受発注がまだ多く、EDI化による取引業務の効率化が望まれる。

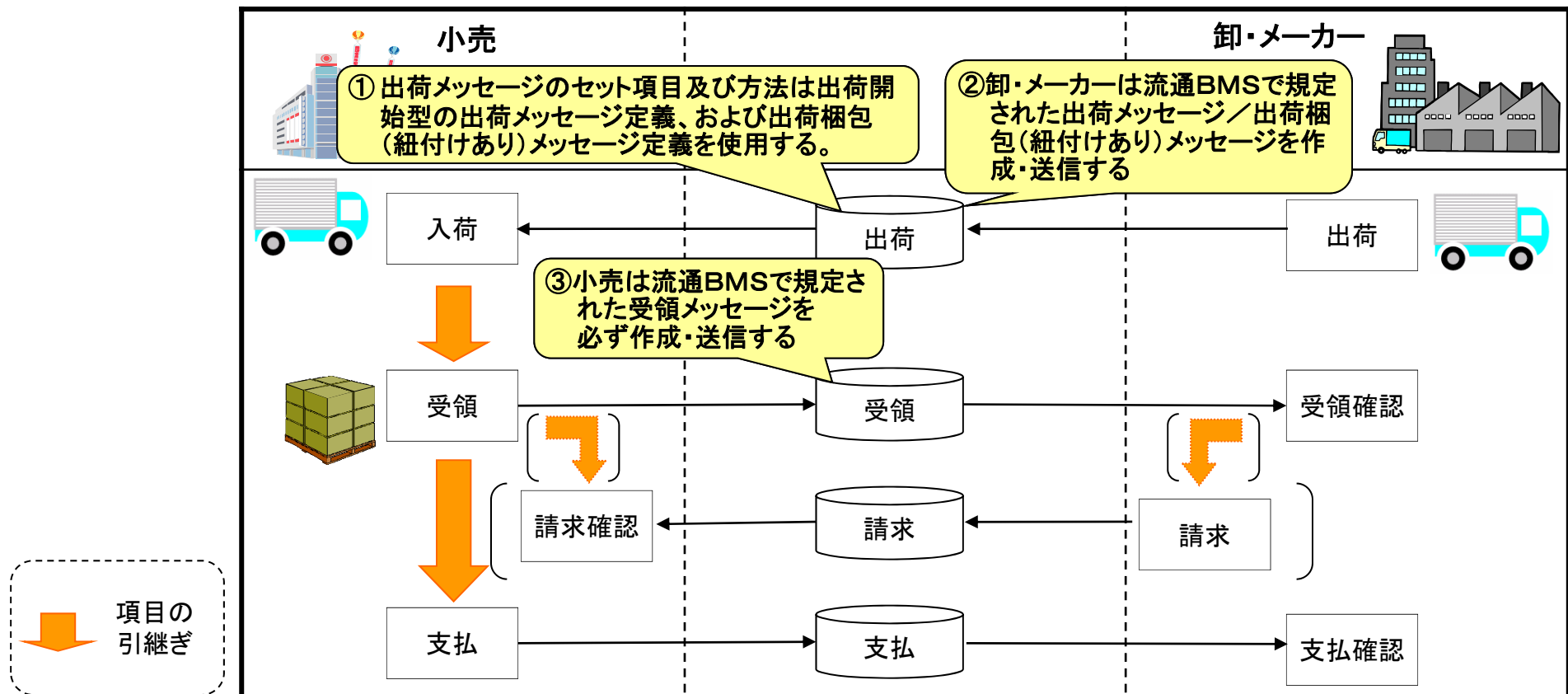
Ⅱ．業務プロセスモデル

1. 本モデルの前提

(1) 受発注業務モデル 取引が出荷からはじまる場合の留意点

客注対応、ルートセールス、契約に基づく卸・メーカー側からの送り込みなどについては、小売からの発注をもってはじまる『受発注業務』モデルとは異なり、卸・メーカーの出荷をもってはじまる『出荷開始型』モデルとして位置づけ、例外的に運用を行えるものとする。

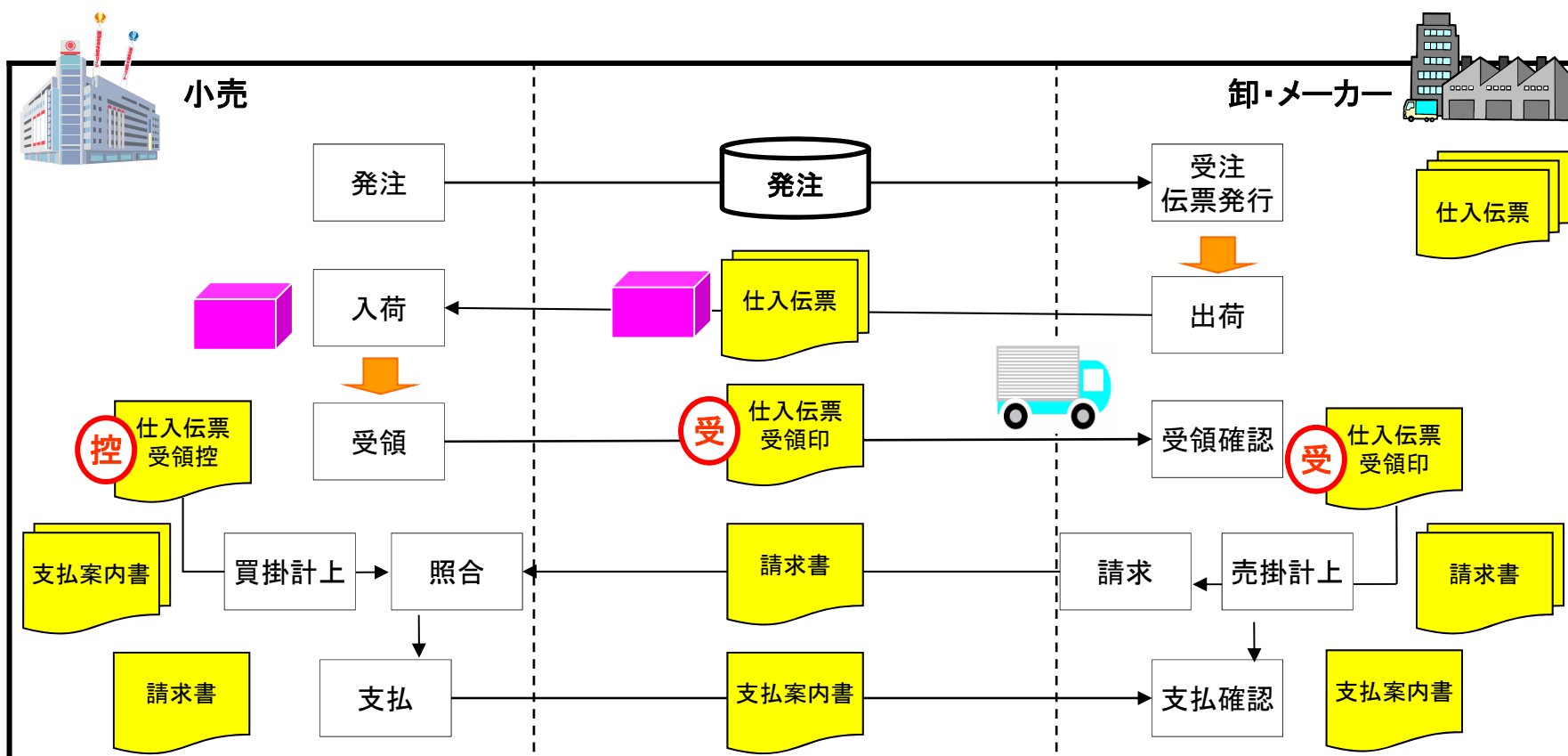
『出荷開始型』モデルは、流通BMSで規定された発注メッセージが存在しないケース・取引において適用するものであり、発注が小売から始まるモデルは原則、受発注型モデルを適用するものとする。ただし、出荷メッセージ運用のバリエーションとして出荷開始型の出荷メッセージ定義、および、出荷梱包（紐付けあり）メッセージ定義で運用を行えるものとする。



1. 本モデルの前提

(2)伝票レス 1)伝票レスとは

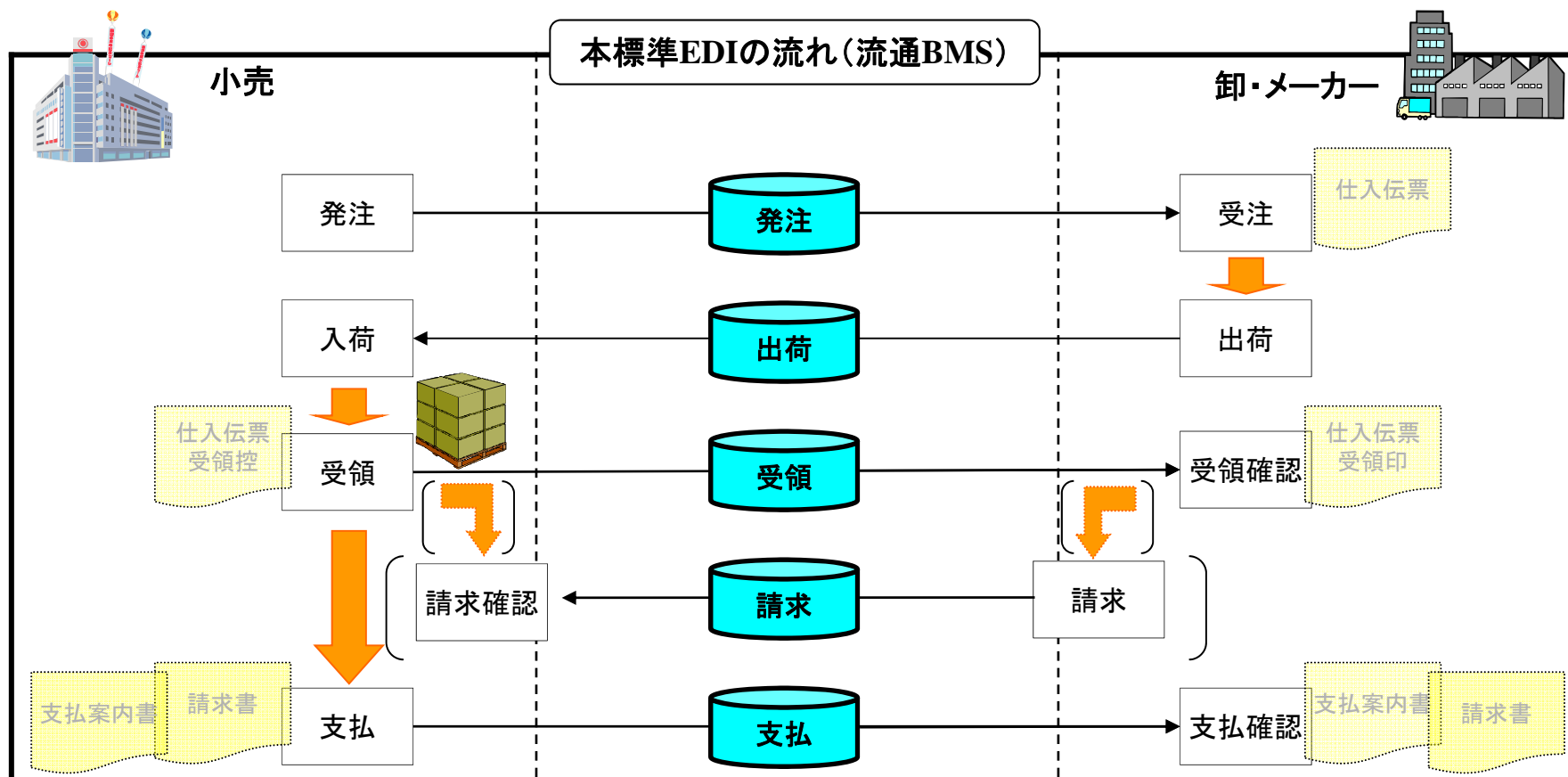
従来までの取引情報は紙を基本としており、取引の結果作成された仕入伝票他、請求書、支払案内書は国税関係帳簿書類として、納税義務の適正な履行を確保するため、7年間の保存を義務付けられている。支払消費税の控除額の裏づけにも請求書の保存が必要とされている。



1. 本モデルの前提

(2)伝票レス 1)伝票レスとは

流通BMSは、発注～決済までを電子的に処理することにより、紙の仕入伝票がなくとも商取引を可能とした。それにより、紙の仕入伝票作成費用の削減、決済後の現物保存の費用削減が実現できるようになった。



この場合、電子帳簿保存法にしたがい、流通BMSの「受領メッセージ」、「請求メッセージ」、「支払メッセージ」を各社で電子保存することにより紙での作成・保存は不要となる。

1. 本モデルの前提

(2)伝票レス 2)法人税法、所得税法上の前提



流通BMSを使用して電子取引を行う場合、その「受領メッセージ」、「請求メッセージ」、「支払メッセージ」を各社で電子保存することにより、紙の仕入伝票の作成・保存は不要となる。

【前提】

1. 各社の経理規定が、法人税、所得税の各税法の求める要件を満たしていること。
2. 電子保存する受領メッセージ等は、その経理規定に基づいた経理システムが正しく運用された結果作成されていること。
3. 電子保存においては、電子帳簿保存法施行規則が求める以下の5つの要件を満たしていること。

- | | |
|------------|--------------------|
| ①履歴確保 | ・・・「受領メッセージ」等が対応 |
| ②相互関連性 | ・・・「受領メッセージ」等が対応 |
| ③処理過程の書類保存 | ・・・各社システムドキュメントの整備 |
| ④見読可能性 | ・・・各社の電子保存システムで対応 |
| ⑤検索機能の確保 | ・・・各社の電子保存システムで対応 |

1. 本モデルの前提

(2)伝票レス 3)消費税法上の前提



流通BMSを使用して電子取引を行う場合、紙の請求書等が作成されないが、総勘定元帳にその旨を記載することで支払い消費税の控除を受けることができる。

その方法

総勘定元帳にEDI取引である旨、ならびに相手方の名称に加えて住所を記載することで控除の要件を満たすことができる。

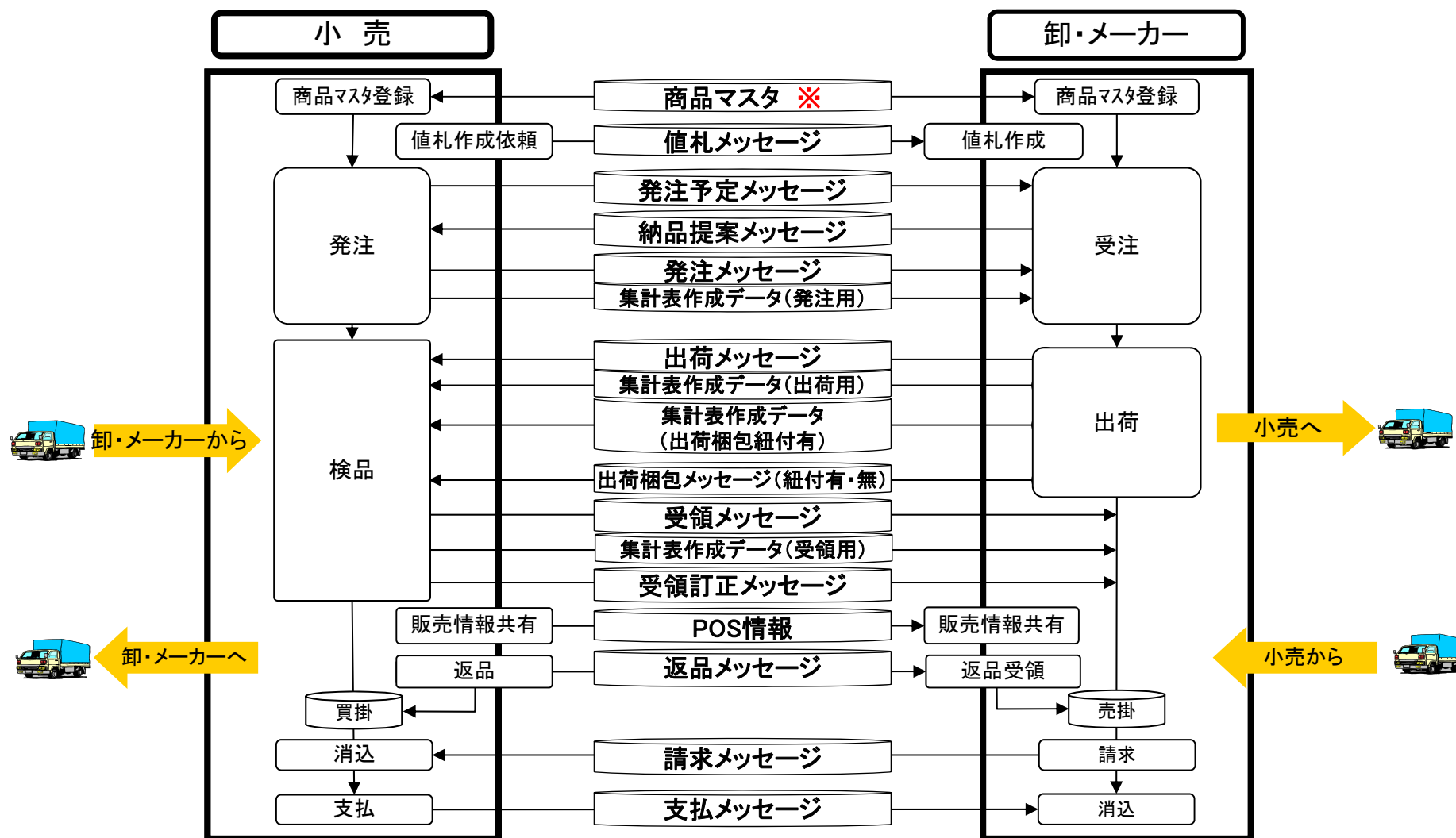
この件に関しての本事業からの照会文『EDI取引を行った場合の消費税法第30条第7項適用関係について』に対する国税庁東京国税局からの平成20年3月6日付回答は、文書回答事例として公開されている。

以上により、法人税法・所得税法、消費税法の範囲において、伝票レスが実現できる。今後の法改正やその他の法律にあたっては、上記に準拠した対応が各社に求められる。

2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 1) 全体業務プロセス（預り在庫型センター納品プロセスを除く）

流通BMSで現在および将来においてデータ交換が行われると想定される業務プロセスを整理した。

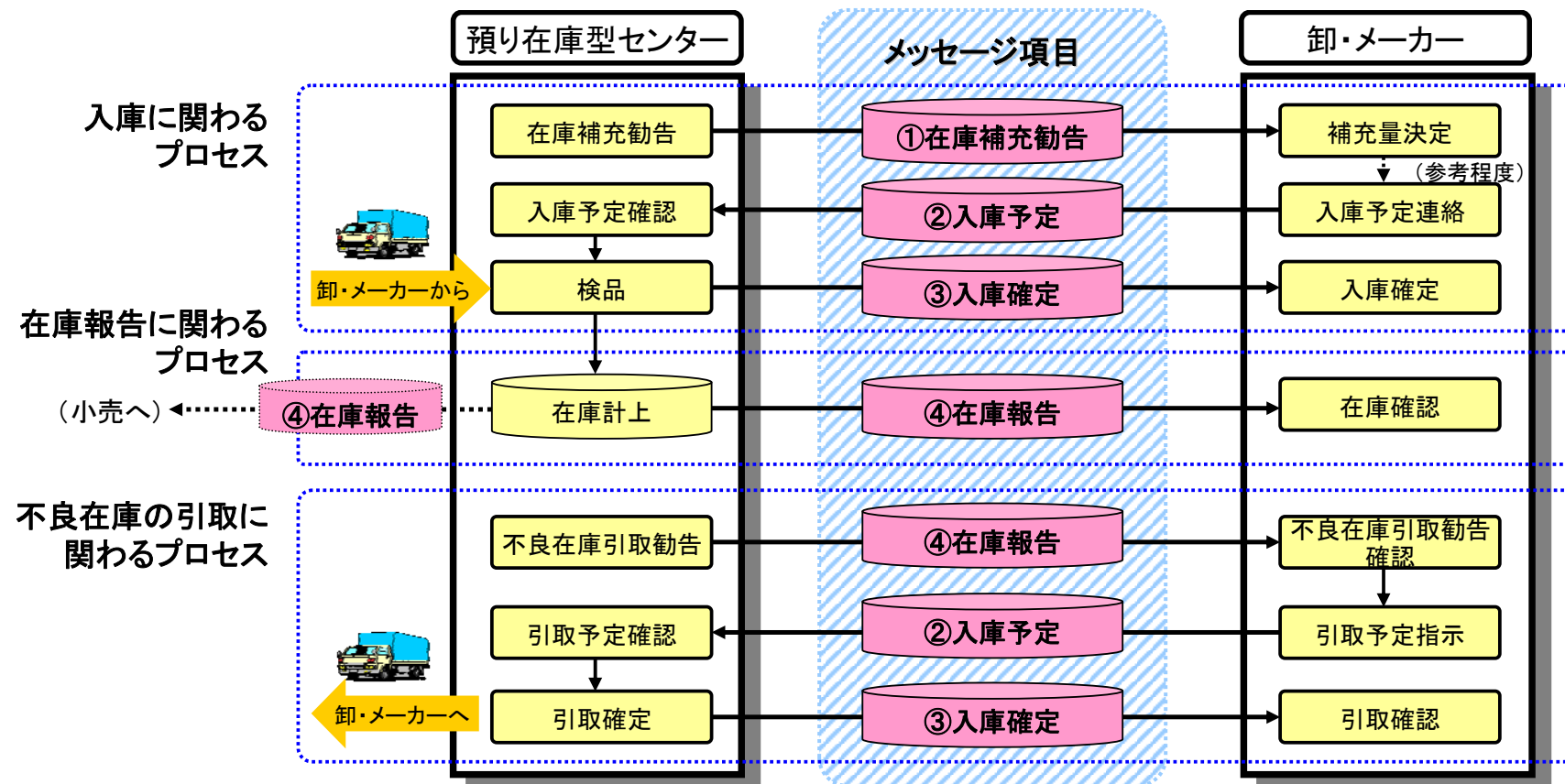


※流通ビジネスメッセージ標準(商品マスタ) 商品マスタメッセージに関する運用については、2011年11月公開の「運用ガイドライン(商品マスタ編)」を参照のこと

2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 2) 預り在庫型センター納品プロセス

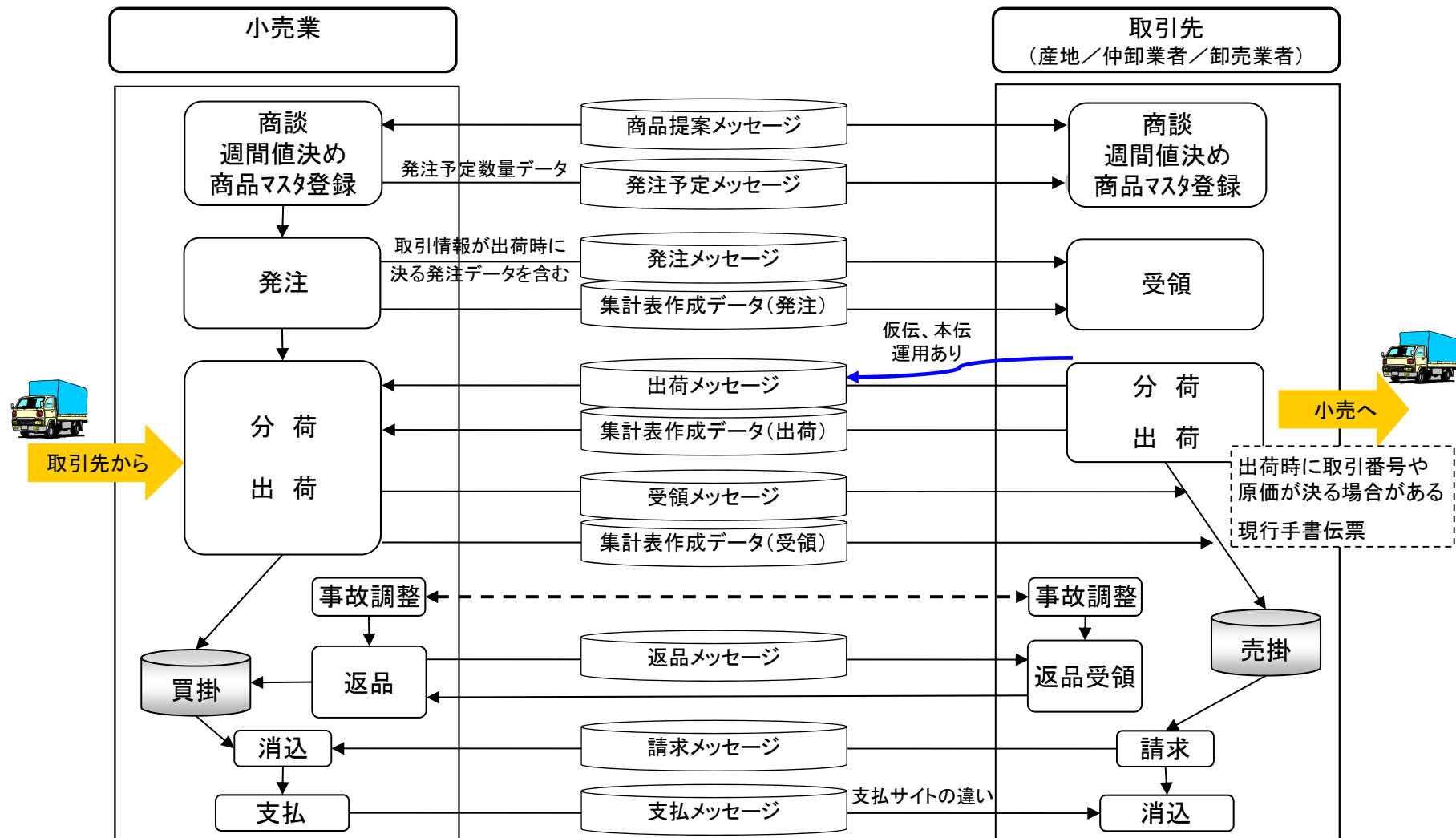
- 預り在庫型センターとは、卸・メーカーが、小売のセンターあるいは、小売が卸や物流業者(3PL)に運営委託しているセンターに予め商品を卸・メーカー在庫として、保管しておくビジネスモデルのことを指す。
- したがって、本件の『預り在庫型センター納品プロセス』におけるメッセージの標準化は、『預り在庫型センター』と『卸・メーカー』間における業務プロセスを対象としている。
- 本件で使用する標準メッセージは、①在庫補充勧告メッセージ、②入庫予定メッセージ、③入庫確定メッセージ、④在庫報告メッセージの4つであり、これらのメッセージをセンター／卸・メーカー間の「入庫に関わるプロセス」、「在庫報告に関わるプロセス」、「不良在庫の引取に関わるプロセス」の3つの業務プロセスに適用する。



2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス (3) 生鮮納品プロセス

全体業務プロセスと同様、生鮮納品プロセスにおいても流通BMSで現在および将来においてデータ交換が行われると想定される業務プロセスを整理した。



2. 対象業務プロセス

(1)業務プロセス 4)一般的な納品プロセスパターン



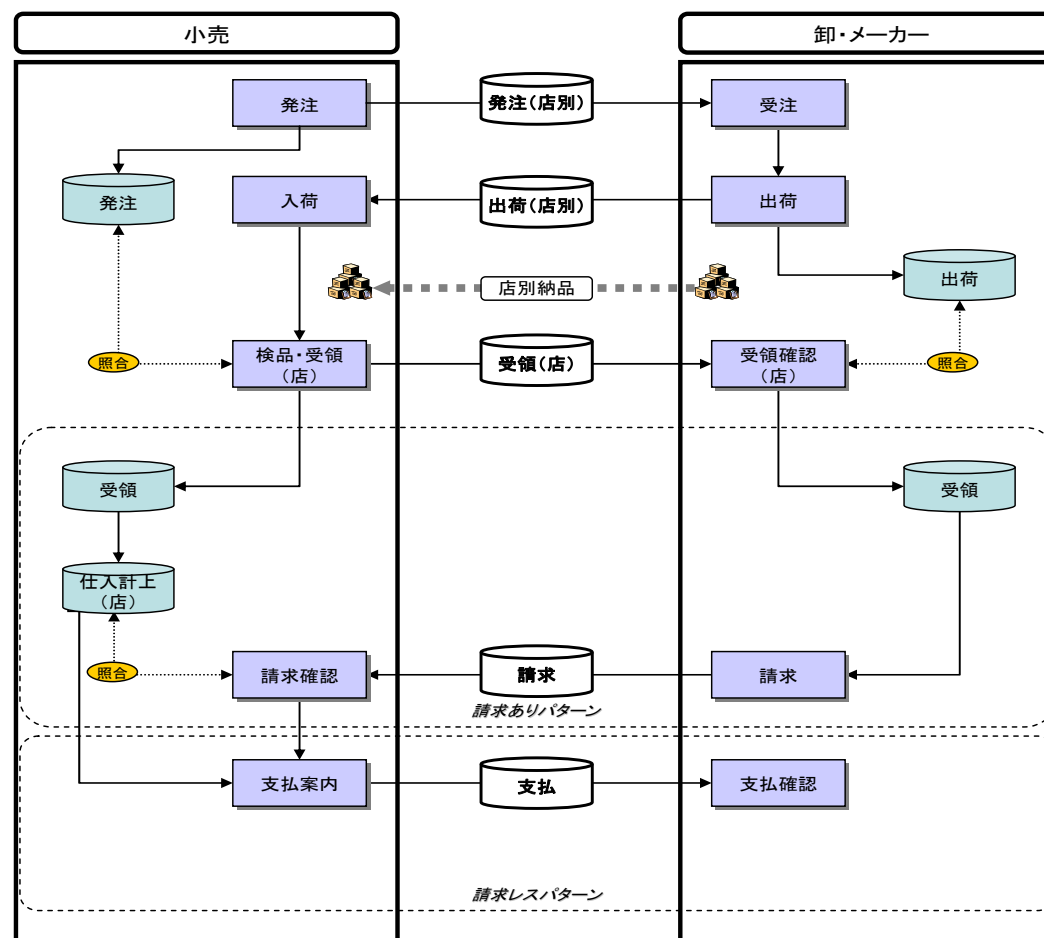
下記のパターンについて、納品プロセスの整理を行った。

- 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①)
- ④ 通過型センター(TC)納品(総量納品②)
- ⑤ 買取在庫型センター(DC)納品
- ⑥ 預り在庫型センター納品

2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 4) 一般的な納品プロセスパターン

① 店舗直接納品

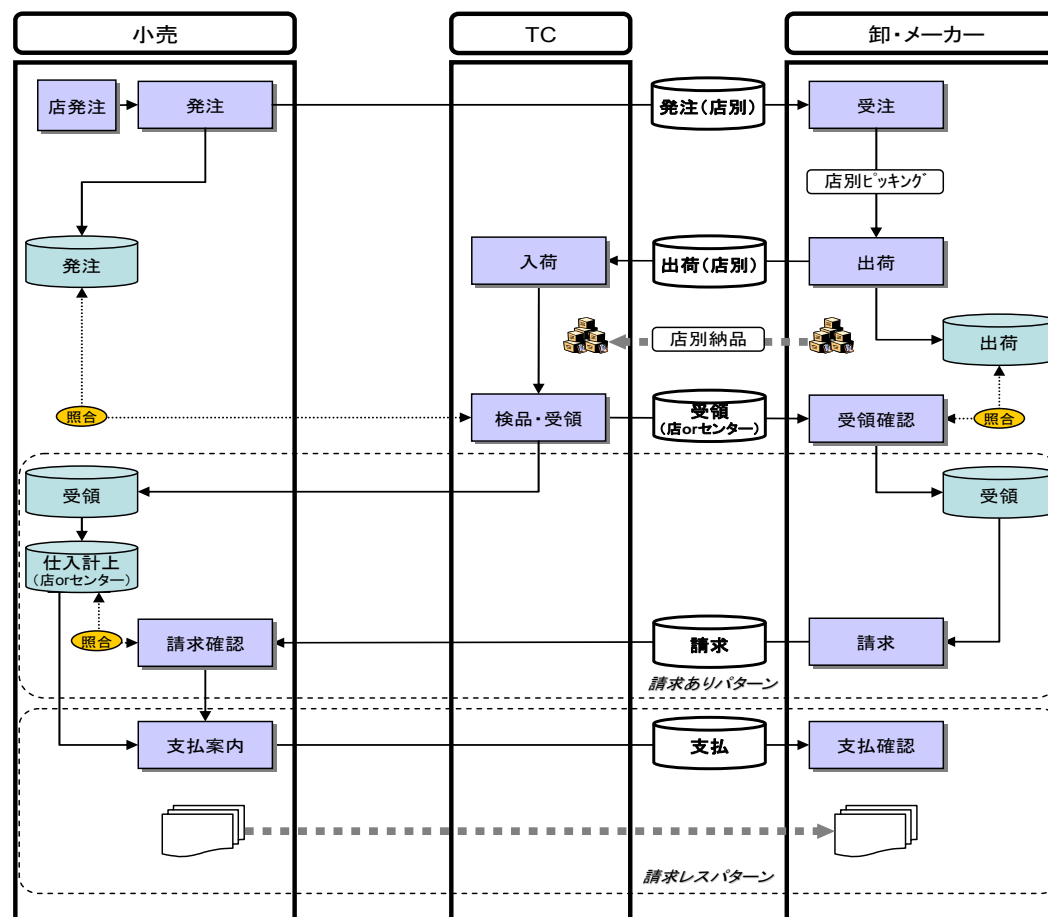


店舗直接納品とは、小売からの発注に対して、卸・メーカーが小売の店舗に直接納品する形態のことである。

2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 4) 一般的な納品プロセスパターン

② 通過型センター(TC)納品(店別仕分納品)

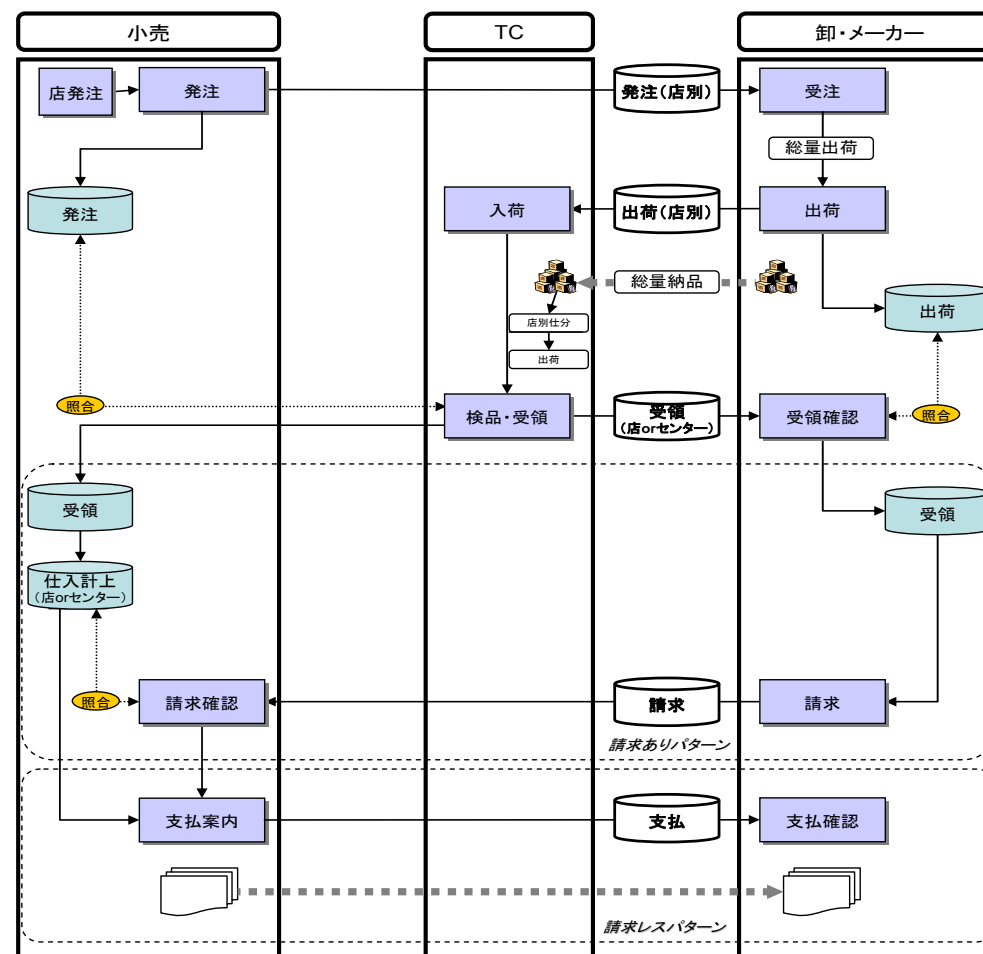


通過型センター(TC)納品(店別仕分納品)とは、小売からの発注に対して、卸・メーカーが小売の通過型センター(TC)に店別仕分をして納品する形態のことである。

2. 対象業務プロセス

(1)業務プロセス 4)一般的な納品プロセスパターン

③通過型センター(TC)納品(総量納品①)

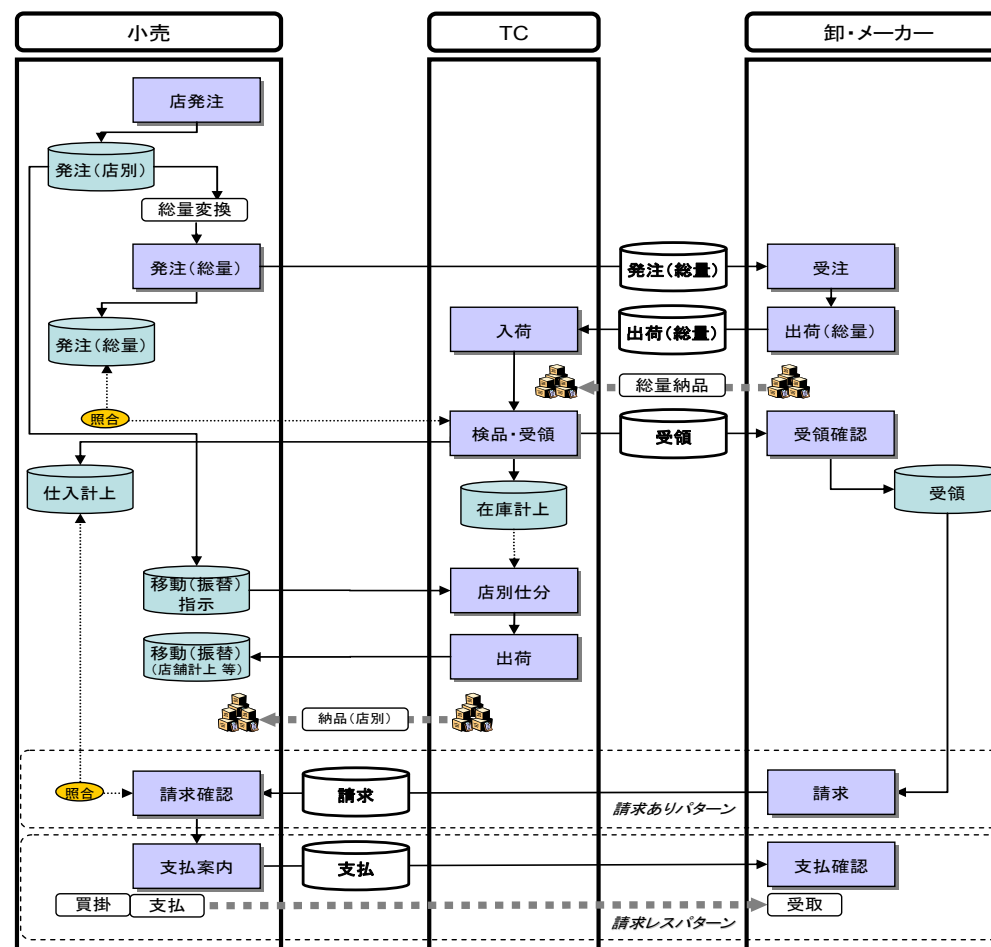


通過型センター(TC)納品(総量納品①)とは、小売からの店別の発注に対して、卸・メーカーが小売の通過型センター(TC)に、総量として納品する形態のことである。

2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 4) 一般的な納品プロセスパターン

④ 通過型センター(TC)納品(総量納品②)

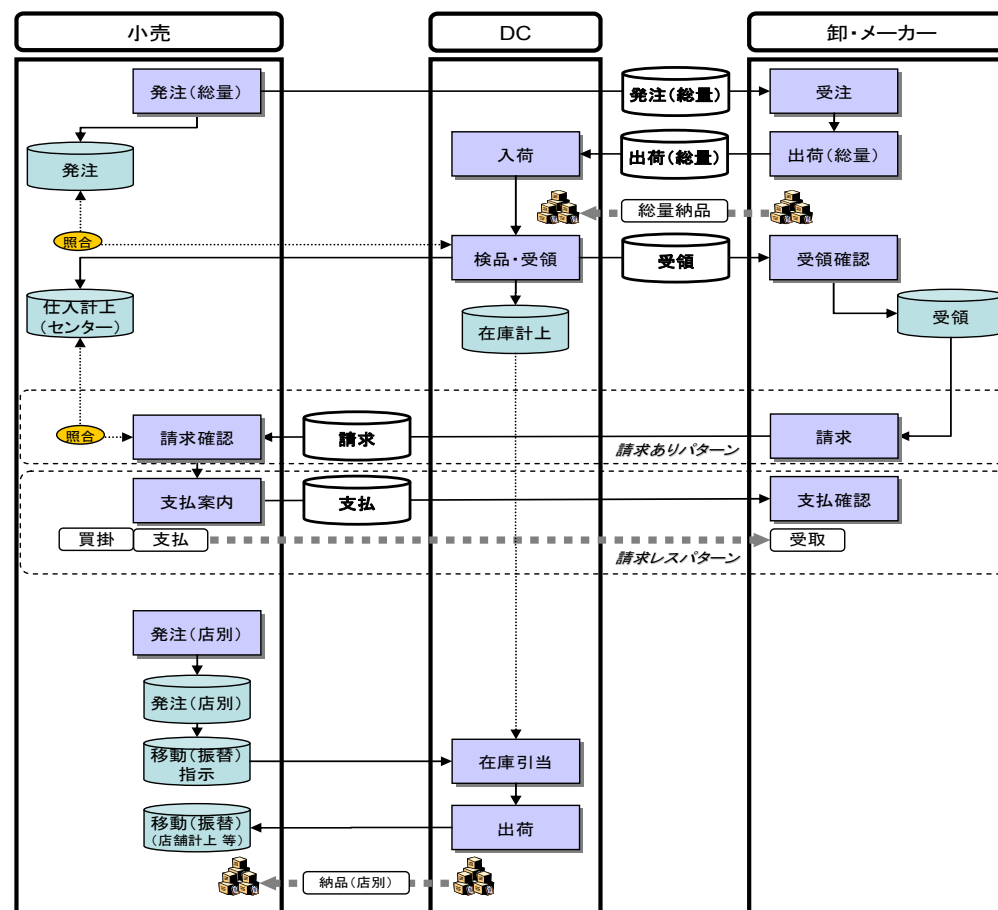


通過型センター(TC)納品(総量納品②)とは、小売からの総量の発注に対して、卸・メーカーが小売の通過型センター(TC)に、総量で納品する形態のことである。

2. 対象業務プロセス

(1)業務プロセス 4)一般的な納品プロセスパターン

⑤買取在庫型センター（DC）納品



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過型センター(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。

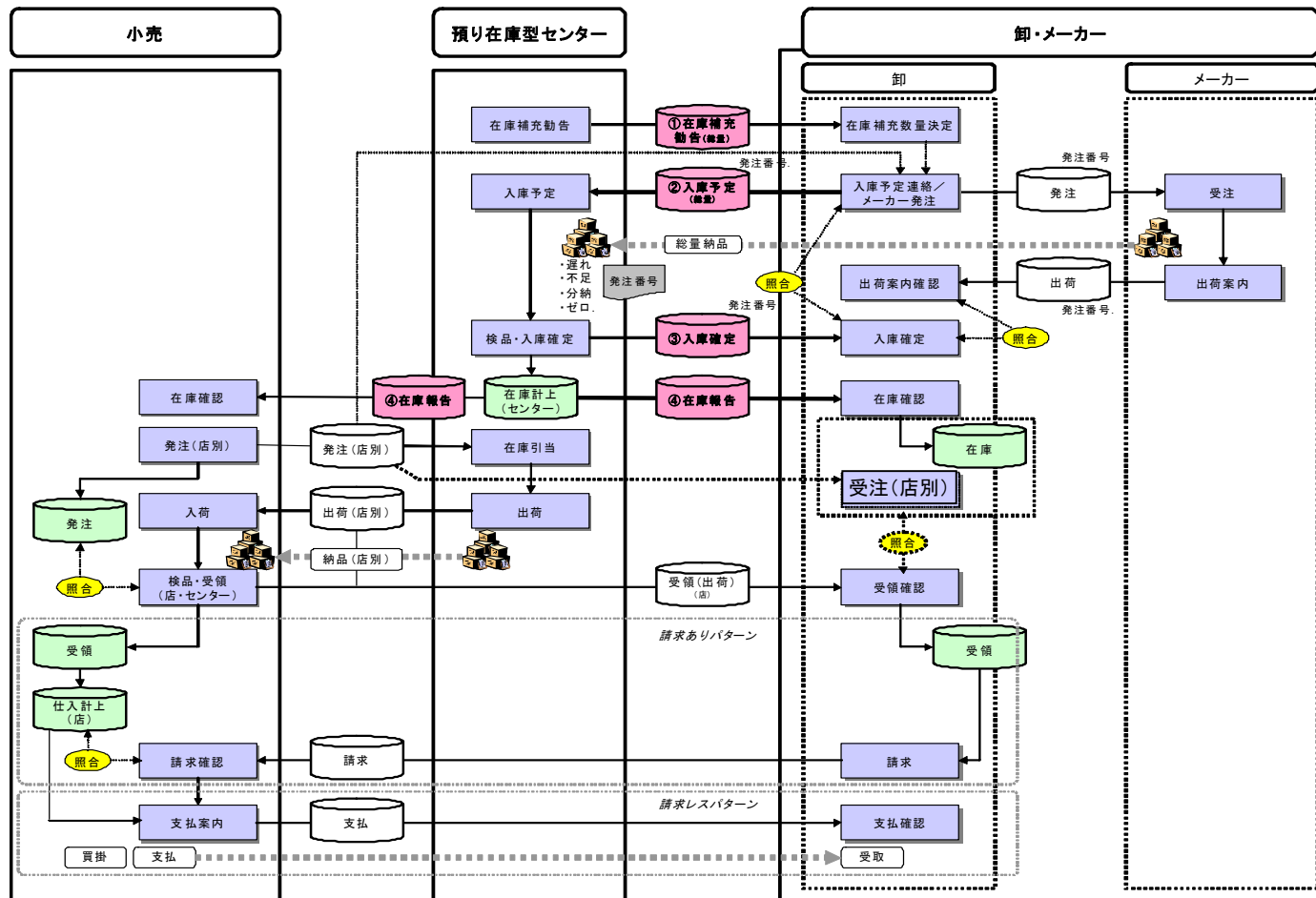
2. 対象業務プロセス

(1)業務プロセス 4)一般的な納品プロセスパターン

⑥預り在庫型センター納品(1/2)

■入庫から在庫報告までのプロセス

が対象となるメッセージ




預り在庫型センターとは、卸・メーカーが、小売のセンターあるいは、小売が卸や物流業者(3PL)に運営委託しているセンターに予め商品を卸・メーカー在庫として、保管しておくビジネスモデルのことを指す。

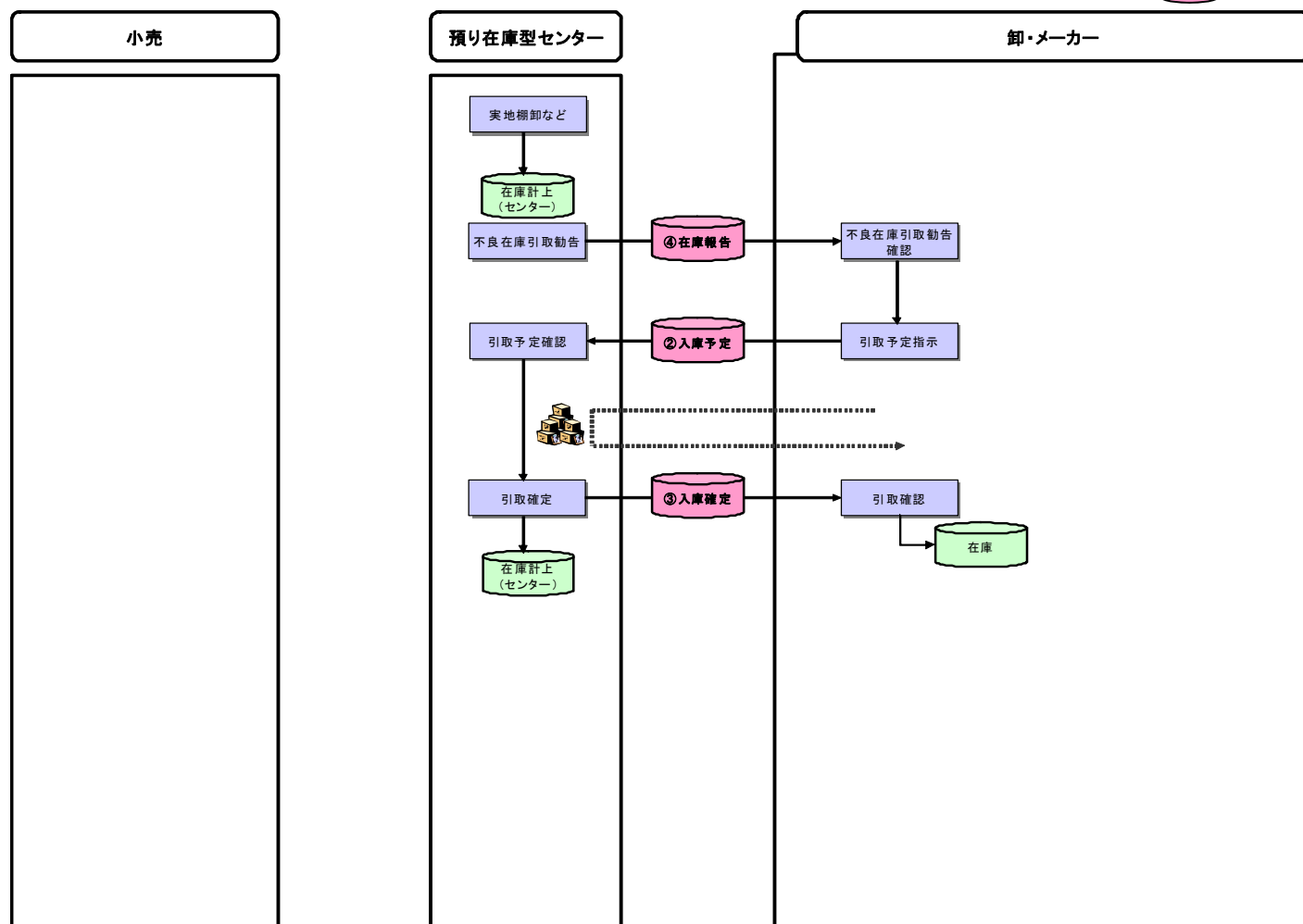
2. 対象業務プロセス

(1)業務プロセス 4)一般的な納品プロセスパターン

⑥預り在庫型センター納品(2/2)

■不良在庫の引取に関わるプロセス

 が対象となるメッセージ



2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 5) 生鮮特有業務について

- (1) 事前商談による商品確保や商品情報の交換
 - 発注予定メッセージ、商品提案メッセージ
- (2) 商品が発注通りに入らない、もしくは出荷時に決定する。
 - ① 発注はT/A型と発注書型がある。
 - ② 出荷時に、商品や原価に変更が発生することが多い。
 - ➡ T/A型でも出荷時に商品の変更がある。
 - ③ 出荷時に産地等の欲しい情報が確定、付加される。
 - ④ 出荷の項目エラーも多く、受領時のマスタチェックや再計算が課題
- (3) 不定貫商品がある。数量で発注し(発注重量は目安)、出荷時に数量と重量が確定する。
出荷重量で原価が確定する。
 - チェーンストア統一伝票の項目と合わない為、各社で項目使用方法にバラつきがある。標準として定義を明確にする必要がある。
- (4) 仮伝の運用。夜間の作業につき、単価変更が確定できないときの運用。
- (5) センター納品の作業用に、発注とピッキングを兼ねた集計表発注データ提供がある。
 - 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)
- (6) 支払サイトが短い。ファクタリング等の業務サービスがある。(標準メッセージ対象外)

2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 6) 生鮮における一般的な納品プロセスパターン

下記のパターンについて、納品プロセスの整理を行った。

- ① T/A型
- ② 発注書型
- ③ 集計表活用運用
- ④ 仮伝運用
- ⑤ 出荷型

オプションとなる業務プロセス

- ⑥ 発注予定メッセージ
- ⑦ 商品提案メッセージ
- ⑧ 食肉個体識別番号伝達

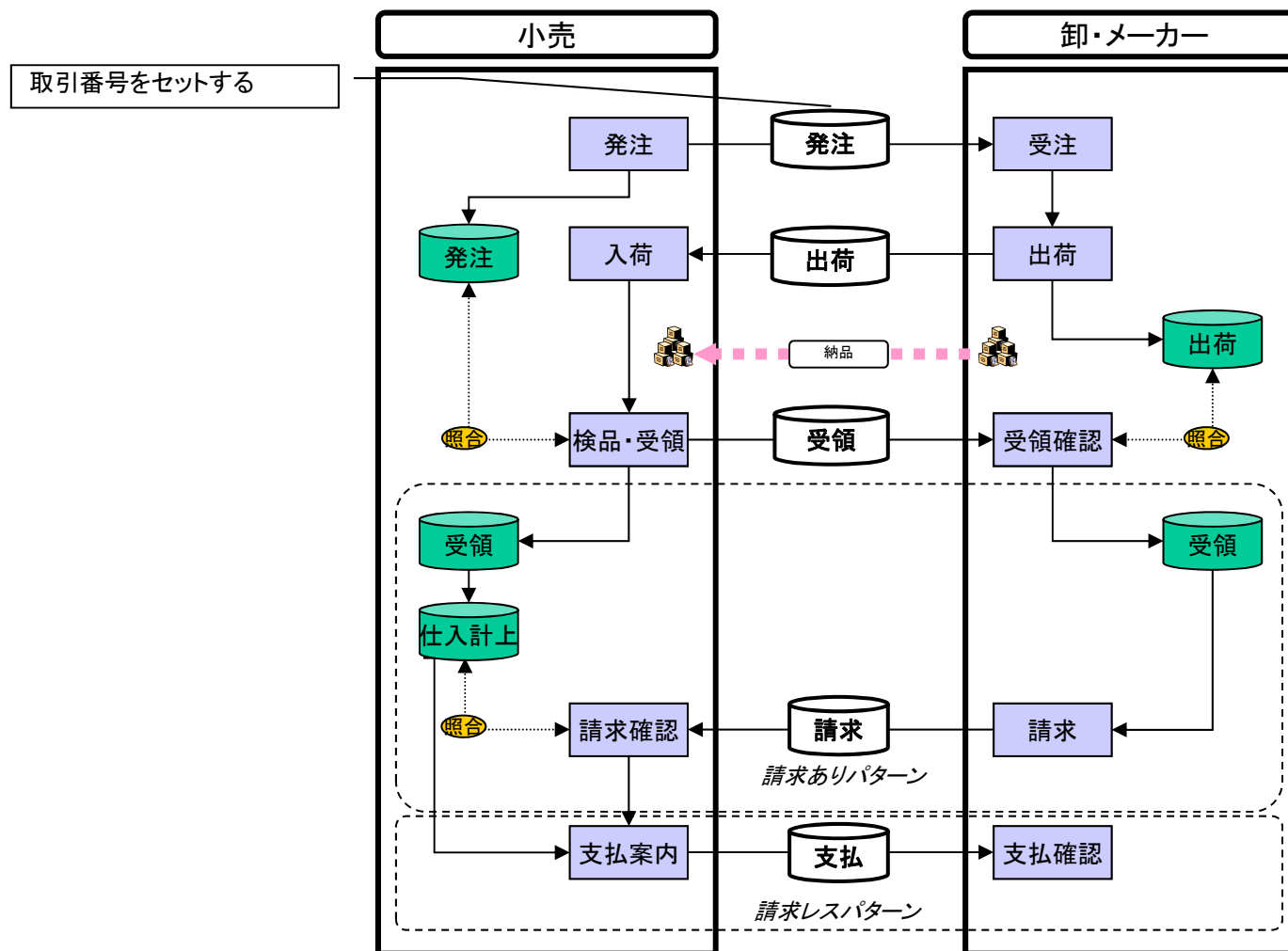
2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 6) 生鮮における一般的な納品プロセスパターン

① T/A型(出荷時変更なし)

一般的なプロセス。発注データがあり、その発注データを引き継いで、出荷～受領～請求までつなげるモデル。

発注は、店別発注～店別納品、店別発注～総量納品、店別発注～店別仕分納品、総量発注～総量納品パターンがある。

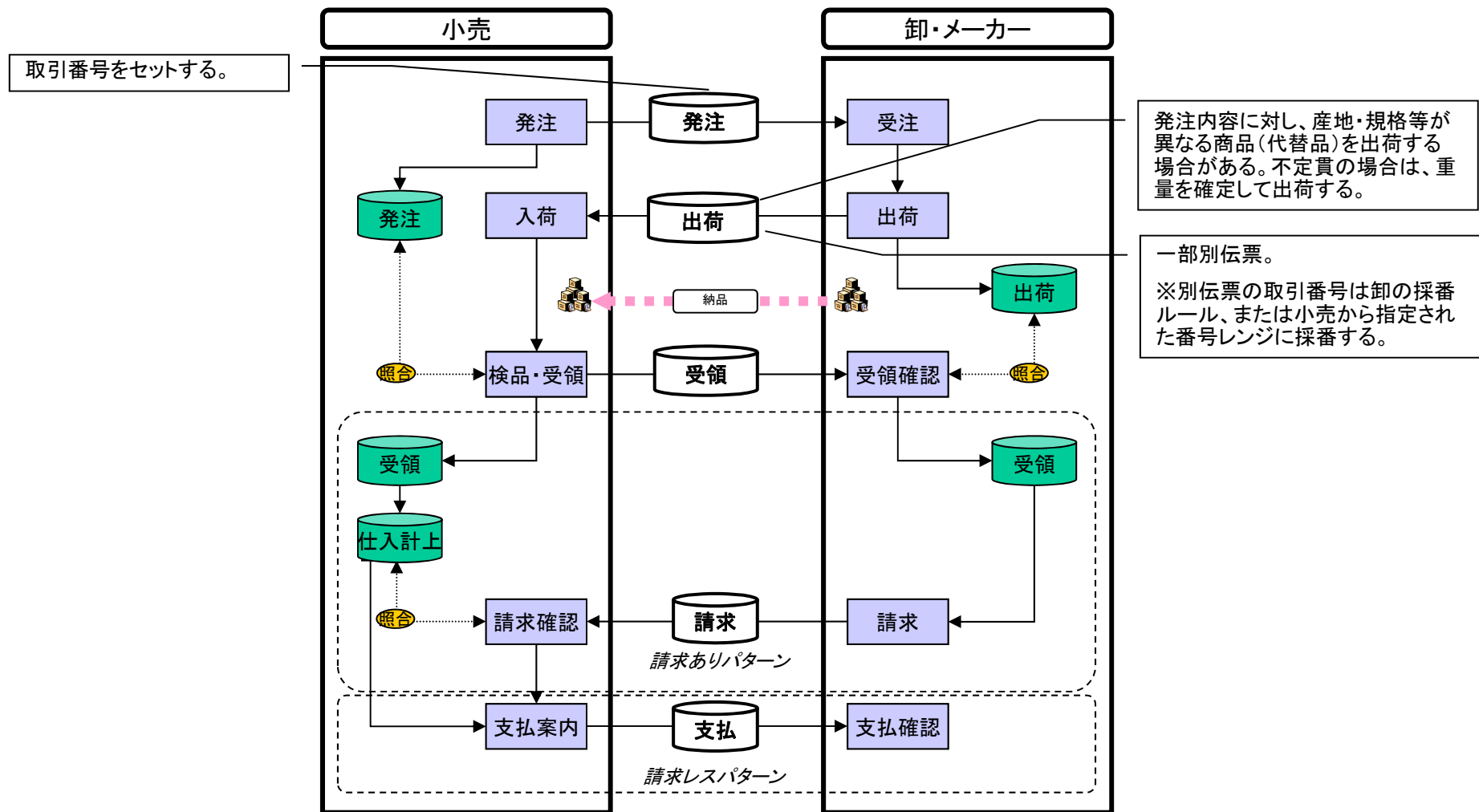


2. 対象業務プロセス

(1)業務プロセス 6)生鮮における一般的な納品プロセスパターン

① T/A型(出荷時変更あり)

生鮮の場合、T/A型発注であっても、商品の追加、修正が多く発生する。当日の入荷、相場商品、不定貫商品などで、納品時に商品が変更になる場合は、別伝票を起こすことになる。

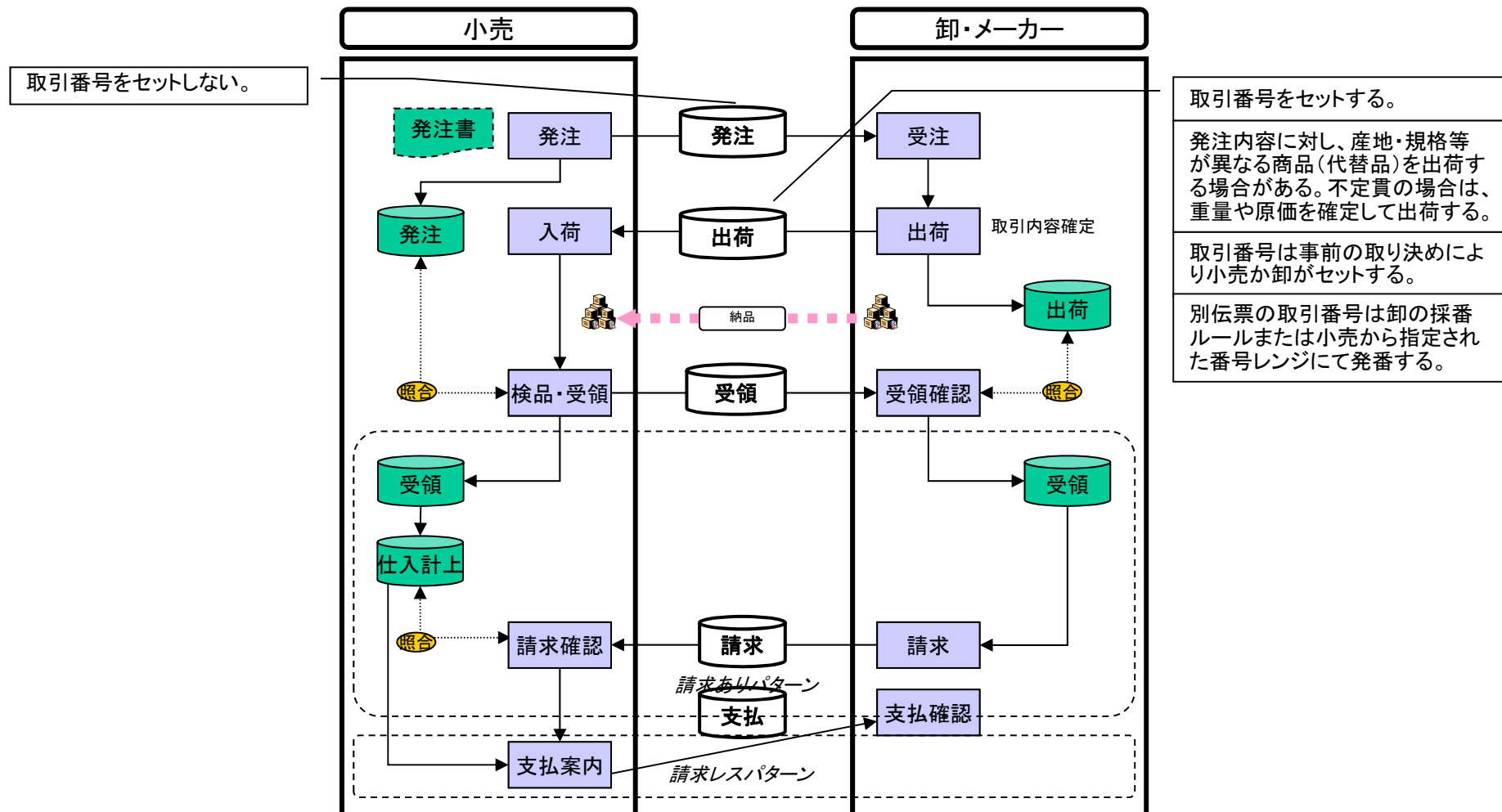


2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 6) 生鮮における一般的な納品プロセスパターン

② 発注書型

市場買付け商品、相場商品、不定貫商品などで行われる取引形態。発注データは送信するが、納品時に数量(重量)や原価が確定するため、T/A型を使わない。発注時には取引番号をセットしない。事前の取り決めにより、①小売発番の取引付属番号(発注書番号)を取引番号とするか、②出荷時に取引先が発番するか、③受領時に小売が発番する。商品が変更になる場合は、別伝票を起票する。

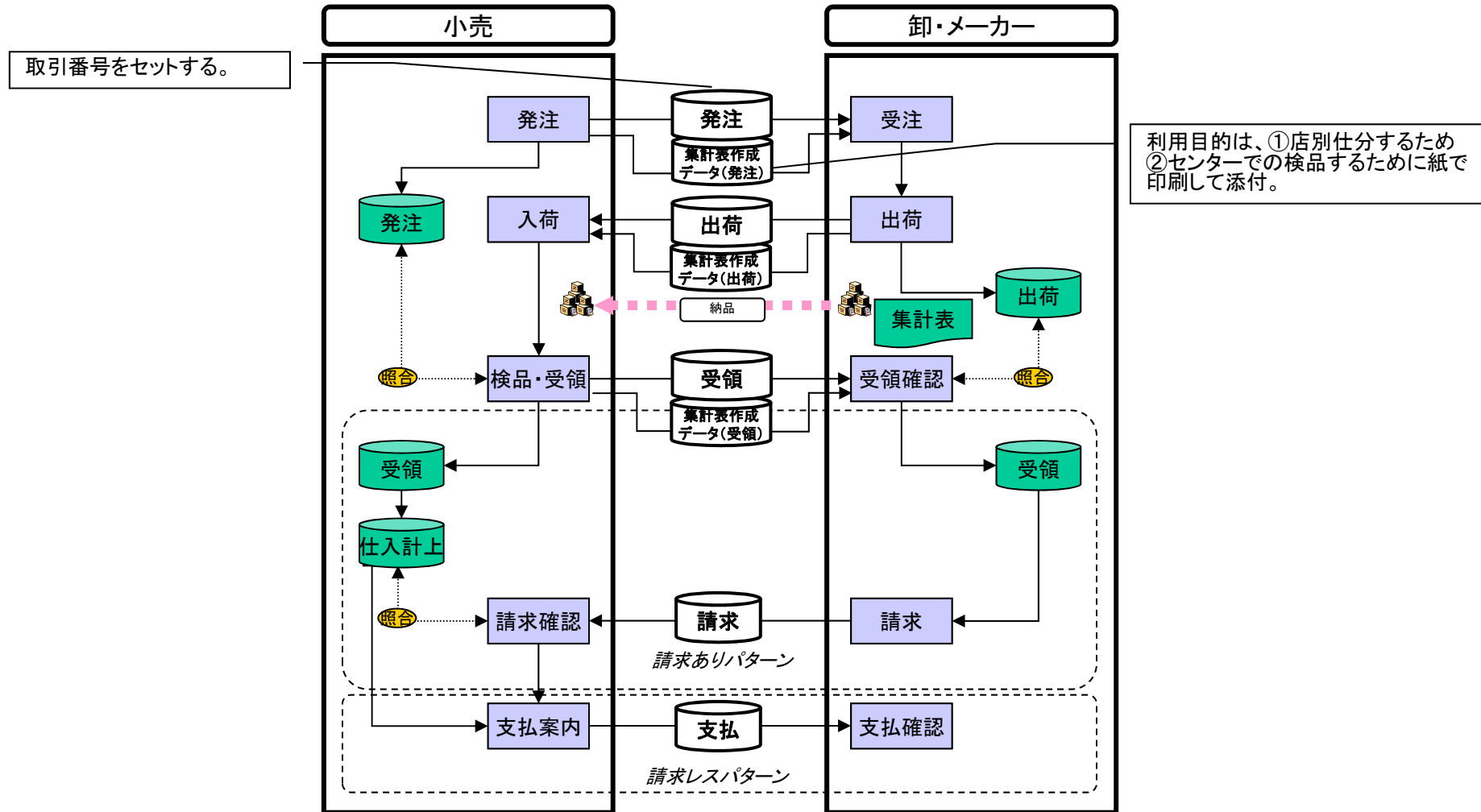


2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 6) 生鮮における一般的な納品プロセスパターン

③ 集計表活用運用

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。発注時に『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を行い、小売の物流センターに納品する。生鮮商材以外でも活用されている。

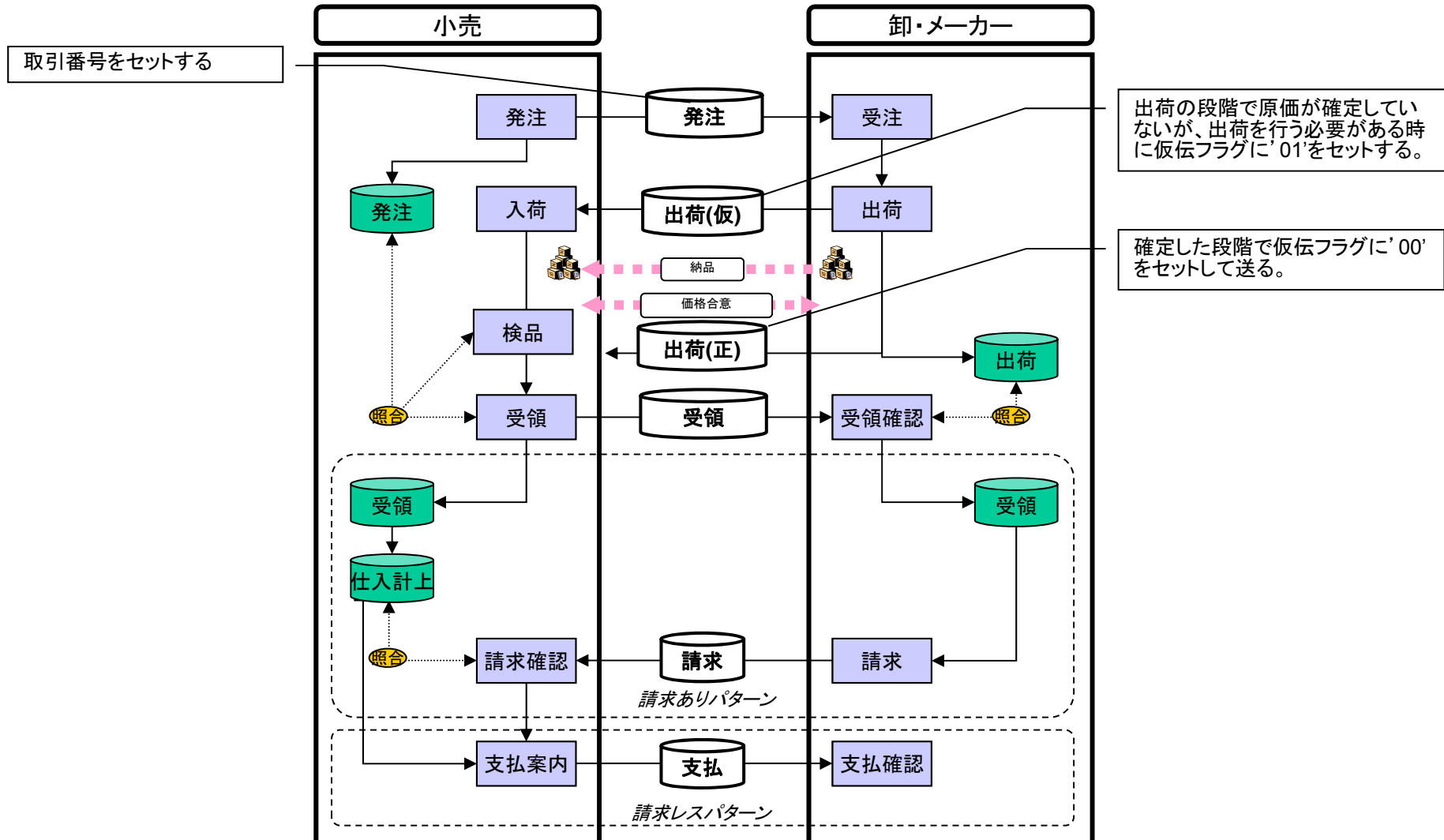


2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 6) 生鮮における一般的な納品プロセスパターン

④ 仮伝運用

生鮮品の特性上、真夜中に物流が行われるが、会社間の取引条件で単価変更がその場で確定できないような場合が発生する。その場合、仮単価で出荷し、後で相手先に確認して確定データとするような運用。

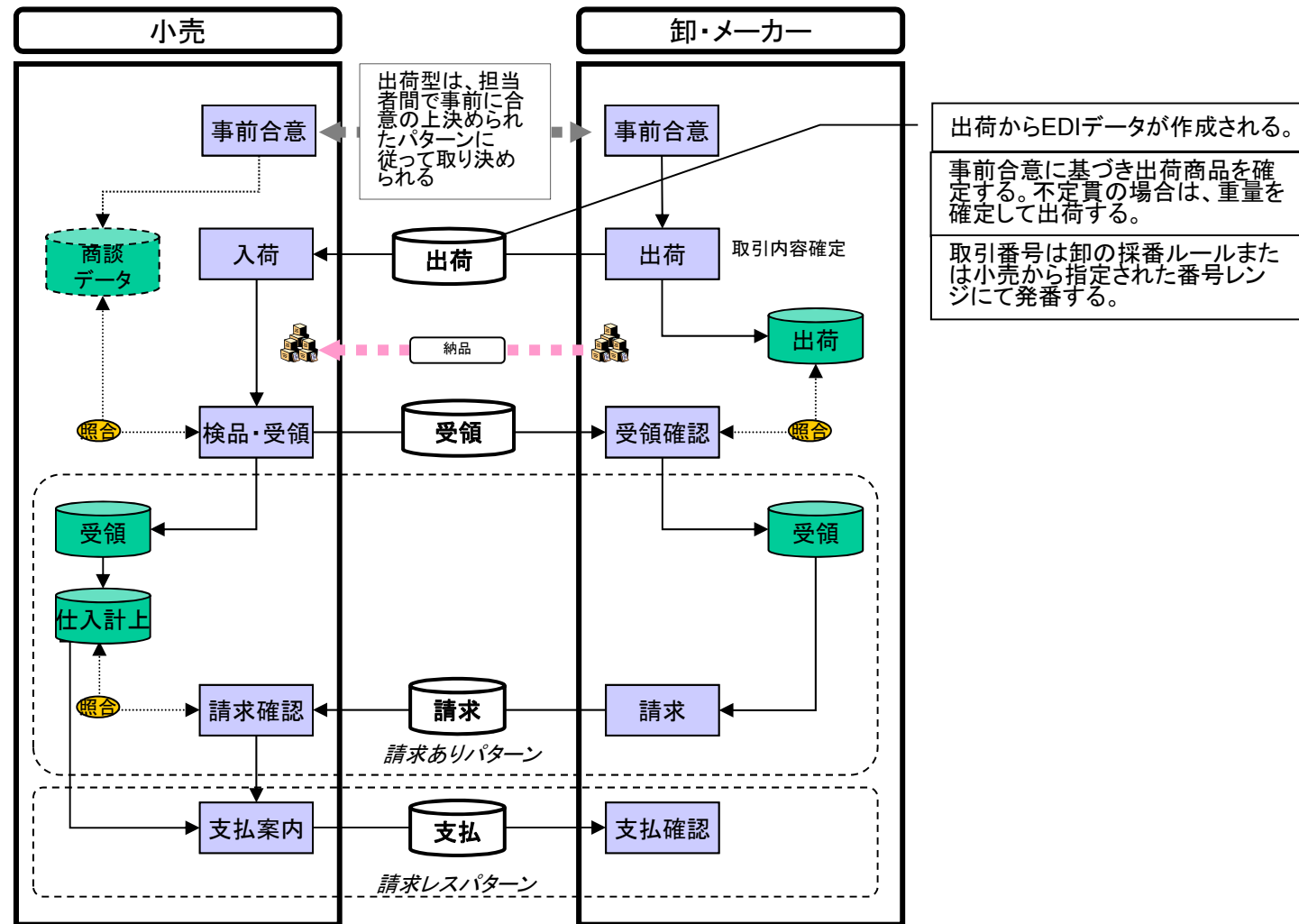


2. 対象業務プロセス

(1) 業務プロセス 6) 生鮮における一般的な納品プロセスパターン

⑤ 出荷型

発注データはなく、事前商談にて出荷内容が決まっている。データは出荷から始まる。市場買付け商品、相場商品、不定貫商品などで行われる取引形態。出荷時に商品や原価が確定する。出荷時に取引番号を取引先が発番して納品する。



2. 対象業務プロセス

(2) 生鮮における取引形態とルール 1) 発注 T/A型+発注書型

(1) 発注書型発注とは、市場買い商品、相場商品、不定貫商品等、納品時に数量(重量)や原価が確定する取引形態に使用する。取引番号を出荷時や受領時に付番することにより、数量(重量)と原価の変更ができる。

- 自社センターを使い、すべてT/A型の企業もあり、どの商材についてどちらの発注型を使用するかは、各企業の考え方による。
- 原価変更の可否は、相対で事前に取り決める。
- 不定貫商品については、T/A型と発注書型と出荷型の企業に分かれる。標準では不定貫商品の定義を明確にし、どの処理でも対応できるようにした。

(2) 取引番号区分を新設して識別し、発注メッセージを使用する。

- 発注時に小売が取引付属番号(発注書番号)を発番し、取引番号はゼロをセットする。
- 取引番号区分: 「10」は小売発番の取引付属番号を、出荷時に取引番号にセット。「11」は出荷時に取引番号を取引先にて発番。「12」は、受領時に小売が発番する。
- 商品が変更になる場合は、別伝票を作成する。

(3) 発注から受領までの新設項目

項目名	必須/任意	桁数	項目の意味	コード表
①取引番号区分	任意	2桁	1桁目はT/A型や発注書型等、取引のタイプを、2桁目は出荷型取引発生時の発番基準、取引番号を小売側がセットする/しないを表す。 発注書型の発注通りは、小売発番の取引付属番号を取引番号に利用する	1桁目 0:T/A型 1:発注書型 2:出荷型 2桁目 0:発注通り 1:出荷時取引先発番 2:受領時小売発番
②元取引番号	任意	MAX10	新取引番号に紐付く発注の取引番号	
③元取引明細番号	任意	MAX4	同、明細行番号	
④出荷者管理番号	任意	MAX10	出荷者側の取引管理番号	
⑤出荷者管理明細番号	任意	MAX4	同、明細行番号	

2. 対象業務プロセス

(2) 生鮮における取引形態とルール 2) 出荷 出荷時の商品変更基準

(1) 生鮮の出荷時の商品変更とは

- 生鮮商品は発注通りに入らない、出荷時に商品が変わる → 代替品、規格等の変更による商品コードの変更。
 - 産地変更は通常、商品コードは変わらないが、同一商品で産地が分かれた場合は、行を分けて産地表示する。
 - 現行、T/A型で発注しても、変更分は取引先で手書伝票を起票している。この分が出荷時変更にあたる。
 - 流通BMSでは、3パターンからの選択運用となる。
- ①T/A型で別伝作成、②発注書型で、数量(重量)と原価を変更、規格変更は別伝とする。③出荷型で対応。

(2) 生鮮以外の対象事例として

- メーカー・卸間では、商品により工場や出荷場所が異なる為、最終納品先に対して分納が発生する。発注行に対し、納品伝票を分けて出荷する。

(3) 生鮮の出荷時変更の基準は以下の通り

	T/A型の場合	発注書型の場合
出荷時 変更 (別伝作成)	①産地が変わった場合(分荷) ②原価が変わった場合 ③規格変更が商品コードの変更になる場合。 ④過剰納品を受ける場合(※) ⑤入数の変更	①産地が変わった場合(分荷) (②原価が変わった場合(※)) ③規格変更が商品コードの変更になる場合。 ⑤入数の変更
注記	※④過剰納品に該当するか否かの基準については、 相対で事前に取り決める。	発注書型での発注時は、出荷時に②④を変更できる。※ ②の原価変更の可否は相対で取り決めにより実施。 ①③⑤については、T/A型と同様。

2. 対象業務プロセス

(2) 生鮮における取引形態とルール 3) 受領 出荷ルール・受領確定ルール

(1) 出荷ルールについて

- ① T/A型で、商品が変わる場合は、取引先側で取引番号を発番、元の取引番号を元取引番号にセットして出荷メッセージを作成する。
 - 原価、規格、入数が変更の場合、出荷数量はゼロにする。新しい取引番号、行で出荷メッセージを作成する。
(現行の手書伝票にあたる)。元の取引番号は元取引番号にセットする。
(現状運用において元取引番号はセットできない場合があるが、将来的にはセットしていく。)
- ② 発注書型は、小売は取引付属番号に発注書番号を、取引付属明細番号に発注書行番号セットして発注する。取引番号と取引明細番号は必須項目なのでゼロをセットする。
 - 取引番号区分＝‘10’は出荷時に、取引付属番号を取引番号にセットする。
‘11’は出荷時に、取引先で発番して取引番号をセットする。
‘12’は、受領時に小売が取引番号を発番する。出荷時は、出荷者管理番号をセットする。
 - 取引先発番の場合、発番ルールを明確にした上で、取引番号の範囲を相対で取り決めてもよい。
 - 発注書番号の採番や行数は小売側の自由コントロールとするが、キー項目はT/A型伝票のヘッダー情報に準ずるのを推奨する。
 - <参考>T/AⅡ型事例：取引番号ブレイクキーは、
社・店コード、分類コード、伝票区分、取引先コード、発注日、納品日、便、伝票行数
(発注書型の行数Maxは自由に指定できる)
 - 商品変更時は別伝票にて運用する。取引番号は取引先の採番ルール、または小売から指定された番号レンジにて発番する。ブレイクキーは②の、<参考>と同様。
- ③ 不定貫商品では出荷で重量が確定するため、再計算をして出荷を返す。

2. 対象業務プロセス

(2) 生鮮における取引形態とルール 3) 受領 出荷ルール・受領確定ルール

(2) 受領確定ルール

- ① 出荷時変更データは、小売はマスタチェックや再計算をして受領を返すことができる。
この場合、変更理由を自由使用欄にセットする。
※エラーはセンターで原因含め調査して修正する。
- ② T/A型も、発注書型も出荷型も、受領の取引番号により、請求～支払へとつなげる。
- ③ 出荷メッセージ以外で発生した手書伝票は、小売が入力して受領データを返す。

2. 対象業務プロセス

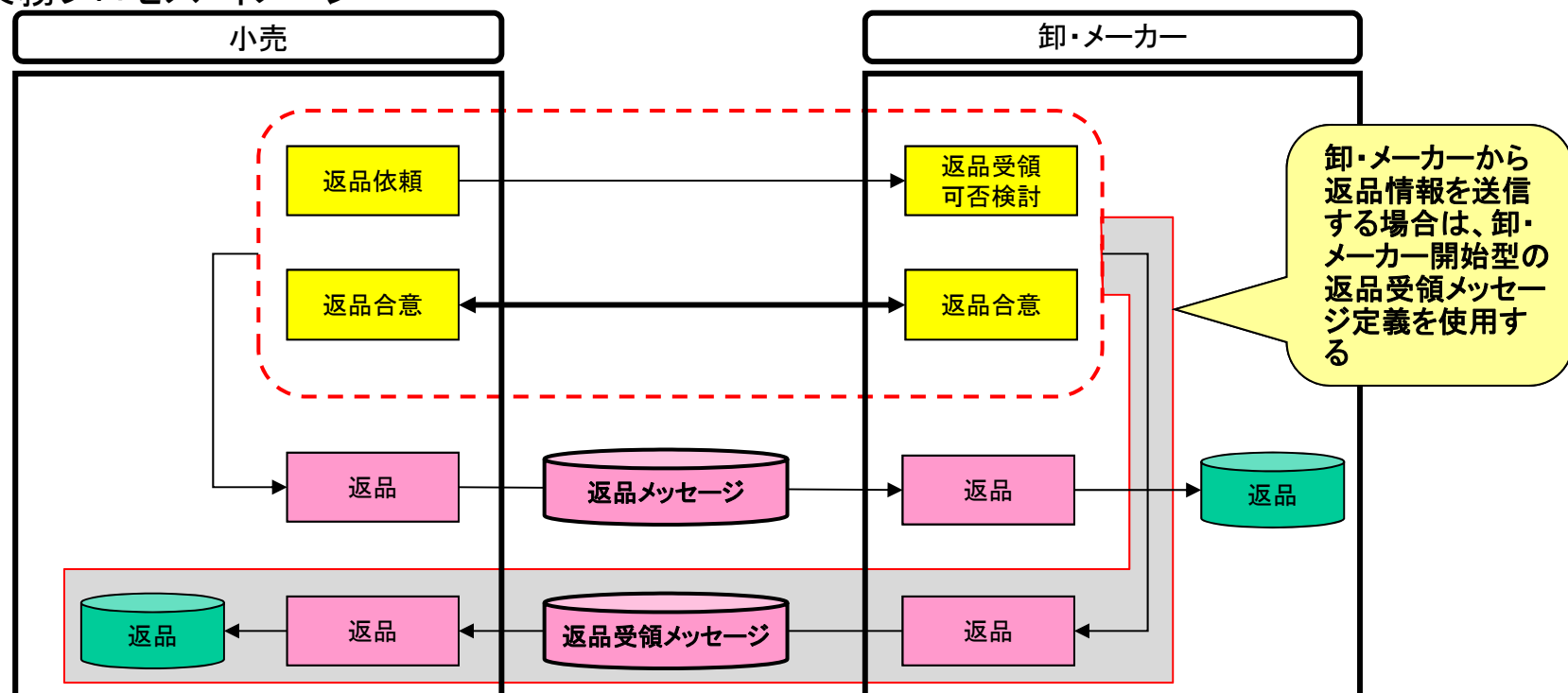
(3) 返品について

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。

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。また、例外規定に則ることが前提であるので、「返品メッセージ」に対する「返品受領メッセージ」は不要としている。

ただし、返品業務のバリエーションとして、卸・メーカー開始型の返品受領メッセージ定義で運用を行えるものとする。

■ 返品業務プロセス・イメージ



Ⅲ. メッセージ項目の解説

1. メッセージ項目解説

(1) 企業識別 1) 企業識別の考え方〈小売〉



■従来のEDIにおける小売識別の課題

従来は、項目として「店」、「センター」、「計上部署」があり、指定が必要な場合に当事者が任意にセットするルールとしていたため、卸メーカー(受注者)にとって、物流上、商流上の決済ポイントがあいまいになる恐れがあった。

■流通ビジネスメッセージ標準での小売識別の考え方

流通ビジネスメッセージ標準では、最終納品先、直接納品先、計上部署、発注者、支払法人の5つを設けて、「卸メーカー(受注者)は、どこに納品するのか」、「最終的にどこに納品されるのか」「所有権が移転するのはどこか」「発注者は誰か」「支払うのは誰か」を表現できるようにした。

※「直接納品先コード」および「直接納品先GLN」は、アパレル・生鮮商材以外の場合、必須項目となり、セットを必要とする。

1. メッセージ項目解説

(1) 企業識別 1) 企業識別の考え方 <卸／メーカー>

- ① 取引先コード: 請求支払のキーコードとなる。(必須: 小売側が設定し、事前に卸メーカー側へ通知)
- ② 枝番、出荷先コード: 同一会社で、事業所(出荷場所)が異なる場合、EDI情報を区分けするために事業所等を識別する。
(任意: 卸・メーカーからの依頼に基づき、小売側が設定)
- ③ 請求取引先: 複数の「①取引先コード」の請求支払をまとめる場合に使用する。(必須: 卸・メーカーとの事前の取り決めに基づき、小売側が設定。使用できない、または使用しない場合は、各々に「①取引先コード」をセット)
⇒使用する場合は、発注時点から小売がセットし、以降の出荷～支払のメッセージ上に引き継ぎ、請求支払の不照合を未然に防止する。
- ④ 発行区分(請求、支払メッセージのみに使用): 同一請求取引先コード内で、財務管理単位が異なる(事業部独立会計など)場合など、請求支払の単位を区分けするために必要に応じて使用できる識別コード。(卸・メーカーが請求データ上で任意に設定。よって計上払い(請求レス)の場合は使用できない)

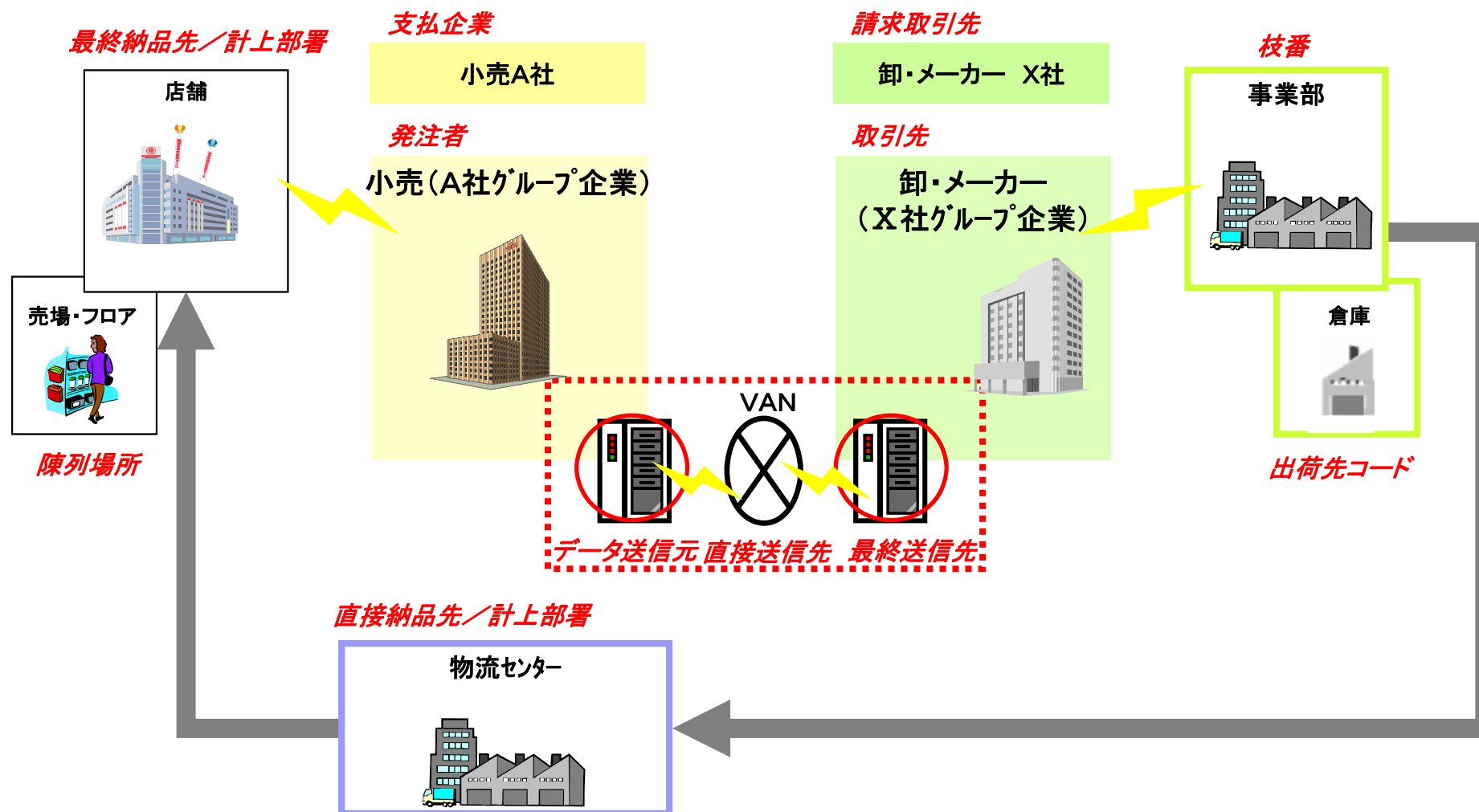
請求～支払で使用

必須	任意	任意	必須	任意	任意
取引先コード	枝番	出荷先コード	請求取引先	発行区分	連番
ABC社	00(事業所1)	0001(出荷P棟)	X社	01(繊維事業部)	00001～
ABC社	00(事業所1)	0002(出荷Q棟)	X社	02(食品事業部)	00001～
ABC社	01(事業所2)		X社		
BCD社			X社		
CDE社	00(事業所I)		CDE社		

1. メッセージ項目解説

(1) 企業識別 (2) 企業識別の代表的項目

登場人物について、以下の図の通り整理した。



※計上部署は、所有権移転(小売の支払義務発生)となる納品場所でセンターまたは店舗となる。

1. メッセージ項目解説

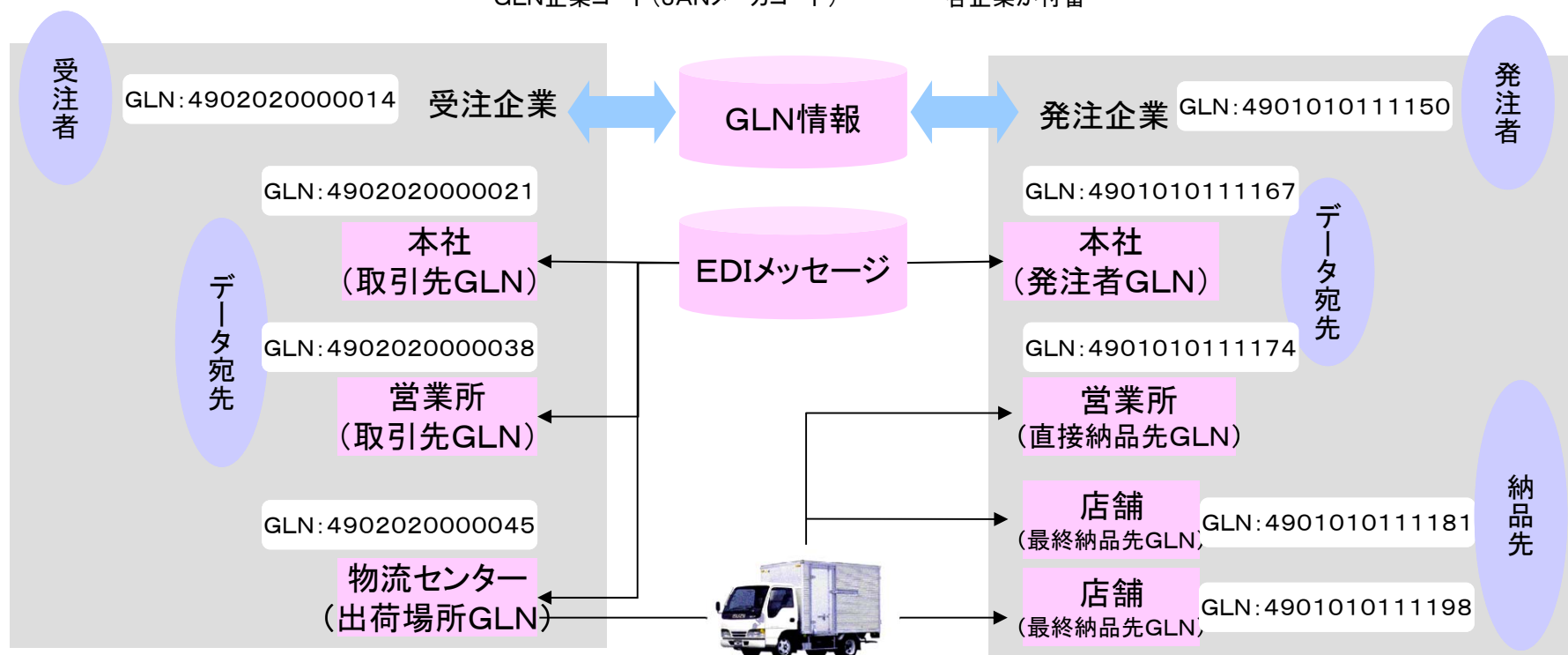
(1) 企業識別 3) GLNについて ① GLNについて

GLN(Global Location Number)

企業間取引において企業や事務所などを識別するために、国際流通標準機関であるGS1が定めた、グローバルでユニークになる13桁の番号。多くの業界、企業で使用されることにより、取引先コードが一本化され、各社でコード変換にかかる負担が減るメリットがあるが、当面は、自社内のコードで動いている既存システムとの連動が必要となる。

(例) 4 9 0 1 0 1 0 L L L L L CD

GLN企業コード(JANメーカーコード) 各企業が付番



1. メッセージ項目解説

(1) 企業識別 3) GLNについて ① GLNについて

GLN(Global Location Number)

GLNは、GLN企業コード+GLNロケーションコード+チェックデジットから構成される

9桁のJANメーカーコードを使用したGLN

M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	L1	L2	L3	C/D
GLN企業コード [*] (JANメーカーコード)									ロケーションコード			チェックデジット
(9桁)									(3桁)			(1桁)
↓									↓			
(流通システム開発センターが付番) (GLN企業コード [*] 登録事業者が付番)												

7桁のJANメーカーコードを使用したGLN

M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	L1	L2	L3	L4	L5	C/D
GLN企業コード [*] (JANメーカーコード)							ロケーションコード [*]					チェックデジット
(7桁)							(5桁)					(1桁)
↓							↓					
(流通システム開発センターが付番) (GLN企業コード登録事業者が付番)												

11桁のGLN企業コードを使用したGLN

K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	L1	C/D
GLN企業コード											ロケーションコード	チェックデジット
(11桁)											(1桁)	(1桁)
↓											↓	
(流通システム開発センターが付番) (GLN企業コード登録事業者が付番)												

10桁のGLN企業コードを使用したGLN

K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	L1	L2	C/D
GLN企業コード*										ロケーションコード		チェックデジット
(10桁)										(2桁)		(1桁)
↓										↓		
(流通システム開発センターが付番) (GLN企業コード*登録事業者が付番)												

注) 2004年9月末をもって、GLN利用を目的とする事業者への「共通取引先コード」の付番を停止
(「JANメーカーコード」を使用したGLNと「GLN企業コード」を使用したGLNに移行)

JANメーカーコード／GLN企業コードは、流通システム開発センターが付番貸与
GLNロケーションコードは、各企業が、付番基準に沿って、自らの責任で付番

1. メッセージ項目解説

(1)企業識別 3)GLNについて ②GLNの利用方法



次のメッセージ項目についてGLNを利用することができる。

■ 登場人物:小売

- 支払法人
- 発注者
- 直接納品先
- 最終納品先
- 計上部署

■ 登場人物:卸/メーカー

- 最終送信先
- 請求取引先
- 取引先
- 出荷場所

1. メッセージ項目解説

(1)企業識別 3)GLNについて ②GLNの利用方法

a.「取引先」「請求取引先」識別のためにGLNを使用する際の注意点

現在の請求用取引先コードは、取引当事者間の取引条件、支払サイト、締め日等で1社複数の設定がされている。この要件を満たしたGLNを卸・メーカー側で用意し、取引相手の小売へ伝える必要がある。

【現行の例】

123456(サイト60日用取引先コード:小売X社用)
789012(サイト30日用取引先コード:小売X社用)
345678(サイト60日用取引先コード:小売Y社用)
901234(サイト30日用取引先コード:小売Y社用)
567890(サイト45日用取引先コード:小売Y社用)

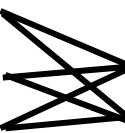
取引相手の小売各社からそれぞれコードが付番されるため、自社の財務処理(売掛)には煩雑なコード変換が必要。



【GLNとした場合】

491187231060C(卸A社サイト60日用GLN)
491187231030C(卸A社サイト30日用GLN)
491187231045C(卸A社サイト45日用GLN)

支払条件を満たす分のGLNを設けて、小売に指定する。小売各社は、卸・メーカーの指定したGLNで仕入計上、支払いを行うため、コード変換は比較的楽。(ただし、どの小売分なのかを判別するため、卸・メーカーは別途小売のGLNを管理する必要があり、変換自体はなくなる)



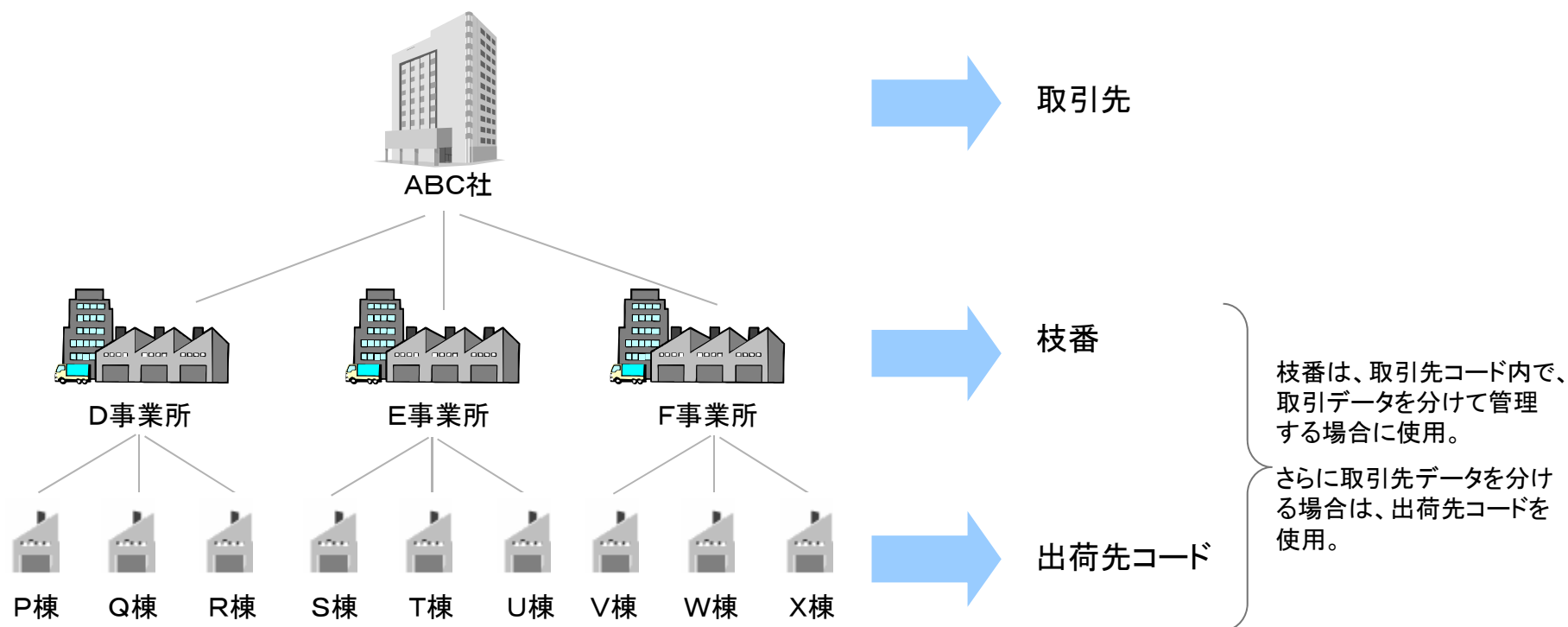
49000000000016(小売X社用GLN)
49000000000023(小売Y社用GLN)

1. メッセージ項目解説

(1)企業識別 3)GLNについて ②GLNの利用方法

b. 物流拠点、データ受信先(「枝番」「出荷先コード」)識別のためのGLNの使用

- ・枝番、出荷先コードはあくまで発注データの分割キーとして使用し、GLNは使用しない。
- ・分割された発注データに対し、小売側で、卸メーカー側の出荷先拠点を出荷場所GLNにセットすることができる。ただし、卸・メーカー側の出荷拠点を小売が一方的に指定することは想定しない。
- ・卸メーカー側は、出荷データ上で実際の出荷場所のGLNをセットする。



出荷場所GLNは、ABC社、D～F事業所、P棟～X棟の出荷拠点の中から選択してセットする。

1. メッセージ項目解説

(1)企業識別 3)GLNについて ②GLNの利用方法

C. 現行のコードとGLNの併用について

現行のコードとGLN両方が必須項目である。GLNを使用しない場合は各社現行の独自コードをセットしGLNには0をセットする。GLNを使用する場合は、各社現行の独自コードの扱いは各社の判断に委ねる。

セット例は、以下の通り

■ GLNを使用しない場合

項目名	必須／任意	タイプ	XMLデータ型	桁数	セット例
支払法人コード	必須	数字	Identifier	MAX13	101
支払法人GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	0

→ 現行の各社独自コードをセット

→ “0”をセット

■ GLNを使用する場合

項目名	必須／任意	タイプ	XMLデータ型	桁数	入力例
支払法人コード	必須	数字	Identifier	MAX13	101
支払法人GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	4901010000010

→ 現行の各社独自コードもしくは“0”をセット

→ GLNをセット

1. メッセージ項目解説

(2)商品識別 1)商品コード

① 商品コードGTIN(共通商品コードをセット)

- ・GTINで商品識別をしていない段階では、JAN、EAN、UPCを14桁(前ゼロ)でセット。独自コード(生鮮・アパレルなど、個々の小売・メーカー独自で管理)はセットしない。
- ・GTINによる商品識別を行う段階では、購入単位のGTINがセットされる。

② 商品コード(発注用) このコードで発注商品を判別する

- ・生鮮・アパレルなど、個々の小売・卸メーカー間独自で管理しているコードで受発注を行っている場合は、その独自コードをセット。
- ・ソースマーキング商品は、当面、販売用コードである「JAN」「EAN」「UPC」。GTINでの発注が可能となった段階で、「購入単位のGTIN」がセットされる。
- ・現状、各小売企業の独自商品コードでの発注が行われているが、今後の商品取引においては、GTINなどのソースマーキングコードの利用を目指す。

③ 商品コード(取引先)

- ・取引において卸／メーカー側が管理している商品コードを使用する場合に使用する。
- ・卸／メーカー側の指定によりメーカー商品コードのほか、JANコード等をセットする。
- ・商品コード(取引先)を使用する場合には、事前に卸／メーカーから小売にメーカー商品コードを通知し、卸／メーカー側が指定する商品コードを入力する。

④ 商品コード(出荷元)

- ・ソースマーキングされた生産者コード 生鮮等で卸／メーカーが出荷時にセットする

1. メッセージ項目解説

(2) 商品識別 1) 商品コード



⑤ ITFコード(集合包装GTIN)

- ・出荷/受領メッセージで使用。小売からの発注に対して、卸・メーカーが納品する形態のGTINを、小売側の検品のために、セットしていただく。

集合包装用GTINを発注コードとして、EDI上で使うためには、GTINの意味(商品は何で、入数はいくつ)が、GDS等により発注側と受注側で共有され、購入単位GTINに換算できることが必要。

それまでの間は、発注は、購入単位GTINとする。納品は、小売検品用として、納品形態ごとのGTIN(外箱シンボル上のコード)をITFコード欄にセットしていただくとともに、その荷姿をコード化する。

1. メッセージ項目解説

(参考)GTINについて



①GTIN (Global Trade Item Number)とは

商品またはサービスを国際的に唯一に識別する番号であり、企業コード＋アイテムコードで構成される国際標準の商品識別コードの総称。

JANコード(13桁、8桁)、UPCコード(12桁)、集合包装用商品コード(14桁)がある。

14桁のコード設定について

GS1標準のAI(01)により規定され、表記される商品識別コードはGTINを使用することになっている。但し、AI(01)は14桁に設定されており、14桁に満たないGTINの場合は、14桁になるよう先頭に“0”を付ける。

また、「流通BMS」における商品識別コードはGTINを使用するが、項目は14桁に設定されており、同様に、14桁に満たないGTINの場合は、14桁になるよう先頭に“0”を付ける。

注:AI(01)はGTINを設定するアプリケーション識別子(Application Identifier ;略称 AI)。これは、商品コード、製造年月日、ロット番号など各種の商品属性情報をバーコード化(GS1-128,GS1データバーによる表記)する際に、各属性情報の先頭に付け、その種類とフォーマット(データタイプ、桁数、可変／固定区分)を管理する識別コード。

② GTIN設定のルール

GTIN はSKU単位に設定する。GTIN設定の原則は以下の通り。

- ・商品の基本的な要素(商品名、商品タイプや種類、正味量等)が異なる場合は、別のGTINを設定
- ・商品の入り数・荷姿・包装形態が異なる場合、別のGTINを設定
(「同一の商品(購入単位、集合包装の区別なく)には同一のGTINを付番する)
- ・ブランドオーナーによって商品が終売とされた日付から最低 48ヵ月(4年)間経過するまで、別の商品に付番できない。再利用する場合は、市場の流通在庫がなくなっていることを確認する。
- ・アパレルが付番したプライスJANやスタイルJANは、取引上必要な商品識別がプライス単位、スタイル単位でのみ行われる慣習から、GTIN設定ルールに準ずると考えられる。

1. メッセージ項目解説

(参考)GTINについて

③ 日本の対応

日本では、GTIN導入にあたって、国際標準に準拠するため、一部で下記のような対応が進められてきた。

●集合包装用商品コードの14桁への切替

日本で表示されている集合包装用商品コード(ITFコード)には14桁と16桁の2通りがあり、これを14桁に統一する必要がある。

●集合包装用商品コードの2つの表記方法(「一致型」と「不一致型」)の容認

日本で表示されている集合包装用商品コード(ITFコード)は、中に梱包されている商品(単品)のJANコードを利用することが原則となっていた(これを「一致型」と呼ぶ)。これに対して、商品アイテムコードが一致しないタイプを「不一致型」と呼び、国際標準ではこの方式も許容している。

従来の「一致型」を前提に入荷検品システムを構築していた企業はシステムの変更が必要となる。

「一致型」	「不一致型」
 <p>単品: 451234567890c JANコード</p> <p>集合包装: 1451234567890c 集合包装用商品コード</p> <p>商品アイテムコード部分が一致(同じ番号)している</p>	 <p>単品: 451234567890c JANコード</p> <p>集合包装: 0451234523245c 集合包装を識別するGTIN</p> <p>商品アイテムコード部分が一致していない 商品コードの先頭は必ず「0」</p>

※Cはチェックデジット

●国際標準に基づく商品アイテムコードの付番基準の徹底

国際標準においては、現在一般的に行われているアイテムコードの設定方法と一部異なるルールが含まれているため注意が必要である。設定基準を遵守するように徹底を図っていく必要がある。

詳細については、一般財団法人 流通システム開発センターに問い合わせのこと。

1. メッセージ項目解説

(参考)GTINの記載について

④ 用語の対比

運用ガイドラインでの記載	流通システム開発センター(GS1)による 推奨表記
ITFコード	集合包装用商品コード
ITF14	集合包装用商品コード

1. メッセージ項目解説

(2) 商品識別 1) 商品コード

■ 商品コードのセット例

① GTINを使用しない場合

(例) JANコード(13桁)を使用

項目	必須／任意	桁数	セット例
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	04912345678904
商品コード(発注用)	必須	MAX14	4912345678904
商品コード区分	必須	3	005

- JAN(13桁)を前ゼロでセット
- JAN(13桁)をセット
- コードリストから「005 EAN/UCC13桁」を選択

② GTINを使用する場合

項目	必須／任意	桁数	セット例
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	04912345678904
商品コード(発注用)	必須	MAX14	04912345678904
商品コード区分	必須	3	006

- 購入単位のGTINをセット
- 購入単位のGTINをセット
- コードリストから「006 EAN/UCC14桁(GTIN)」を選択

1. メッセージ項目解説

(2) 商品識別 1) 商品コード

■ 商品コードのセット例

③ 小売品番(単品単位)を使用する場合

項目	必須／任意	桁数	セット例 (小売品番の場合)
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	0
商品コード(発注用)	必須	MAX14	12345674
商品コード区分	必須	3	999

- ← GTINを使用しない場合、「0」をセット。
- ← 小売品番(単品)(ここでは8桁)をセット
- ← 小売品番の場合は「999 自社コード」をコードリストから選択

④ 小売品番(単品単位)とアパレル品番等を併記する場合

項目	必須／任意	桁数	セット例 (JANコード併記)	セット例 (アパレル品番併記)
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	0	0
商品コード(発注用)	必須	MAX14	12345674	12345674
商品コード(取引先)	任意	MAX14	4912345678909	0987654
商品コード区分	必須	3	999	999

- ← GTINを使用しないため、「0」をセット
- ← 小売品番(単品)(ここでは8桁)をセット
- ← 商品コード(取引先)欄にJANコードや取引先品番をセット
- ← コードリストから「999 自社コード」を選択

1. メッセージ項目解説

(2) 商品識別 1) 商品コード

■ 生鮮商材での商品コードのセット例

生鮮ではGTINは使用されない

現状では小売インスタアコードの使用が一般的だが、将来は標準商品コードへの移行が見込まれる

項目	必須／任意	桁数	セット例
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	0
商品コード(発注用)	必須	MAX14	12345674
商品コード(取引先)	任意	MAX14	4922317000152
商品コード区分	必須	3	999
商品名	任意	MAX25	キャベツ2L
商品名カナ	任意	MAX25	キャベツ2L
規格	任意	MAX25	バラ
規格カナ	任意	MAX25	バラ
国コード	任意	3	—
都道府県コード	任意	3	010
産地名	任意	MAX20	群馬県

GTINを使用しないため、「0」をセット

小売インスタア(ここでは8桁)をセット

標準商品コードをセット

コードリストから「999 自社コード」を選択

出荷時追加

商品コード(出荷元)	任意	MAX14	4912345012345
------------	----	-------	---------------

ソースマーキングされた生産者コード

1. メッセージ項目解説

(参考) アパレル商材取引で使用する商品コードについて

【用語説明】 スタイル品番およびダラー品番について

■ スタイル品番

スタイル品番とは、同一スタイル(型番)単位の品番を示す。スタイル品番にカラー／サイズ展開されて単品となる。

■ ダラー品番

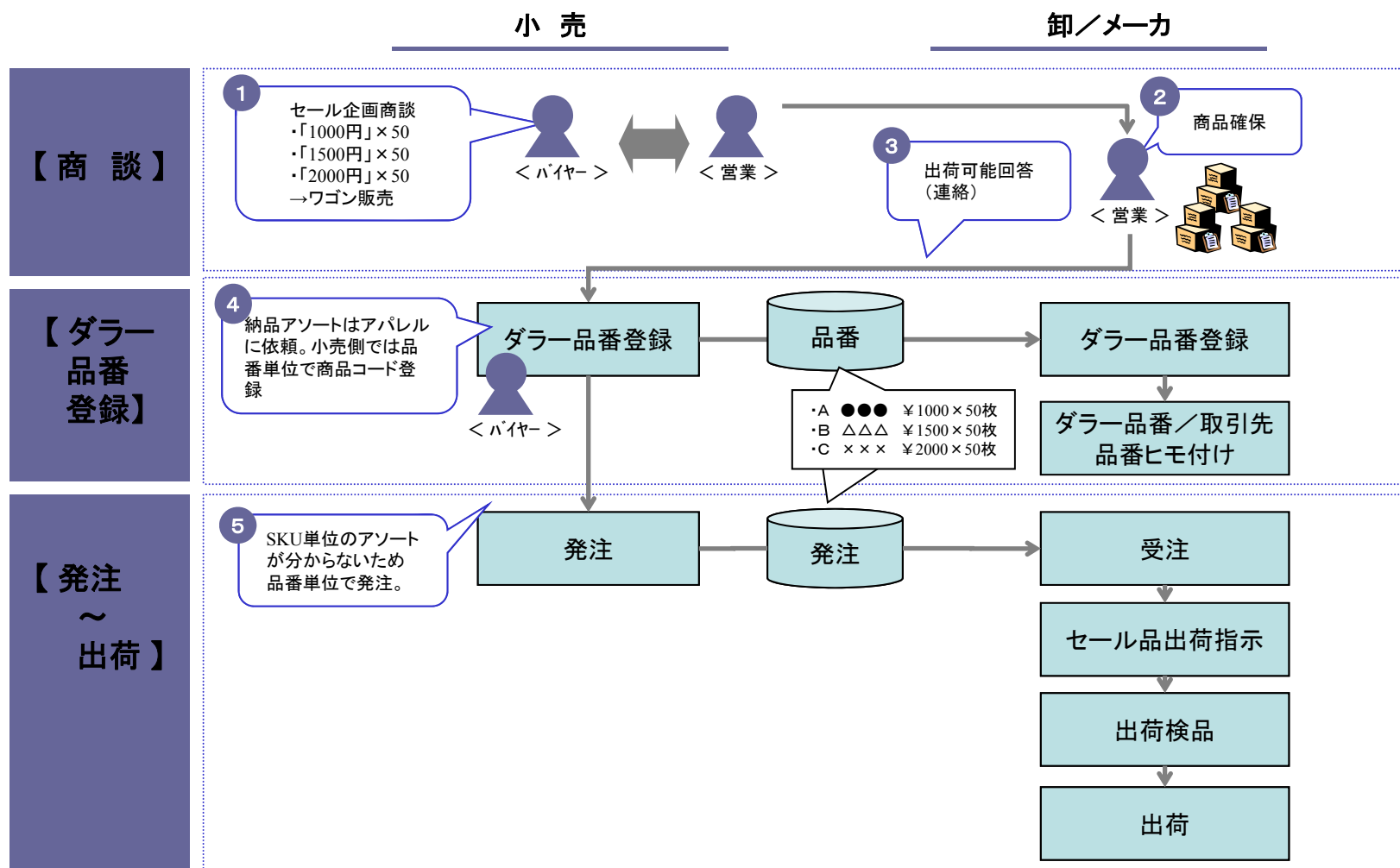
ダラー品番とは、複数のスタイル(型番)に一つの商品コードを取り付けて管理する品番のこと。主に金額均一セールの際などに利用され、ダラー品番の配下にスタイル品番、単品が混在しているもの。



1. メッセージ項目解説

(参考) アパレル商材取引で使用する商品コードについて

【補足説明】 ダラー品番による発注プロセスフローの例



1. メッセージ項目解説

(2) 商品識別 1) 商品コード

■ 商品コードのセット例

③ 小売品番(スタイル／ダラー単位)使用の場合

項目	必須／任意	桁数	セット例
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	0
商品コード(発注用)	必須	MAX14	12345678
商品コード(取引先)	任意	MAX14	—
商品コード区分	必須	3	999

※スタイル／ダラー単位で発注する場合、アパレル側で商品のサイズ／カラーアソートを行う
(ダラーの場合、スタイルの選択も行う)

- GTINを使用しないため、「0」をセット
- 小売品番(スタイル)(ここでは8桁)をセット
- コードリストから「999 自社コード」を選択

④ 小売品番(スタイル単位)とアパレル品番等を併記する場合

項目	必須／任意	桁数	セット例
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	0
商品コード(発注用)	必須	MAX14	12345678
商品コード(取引先)	任意	MAX14	BR7000-AQ
商品コード区分	必須	3	999

- GTINを使用しないため、「0」をセット
- 小売品番(スタイル)(ここでは8桁)をセット
- 商品コード(取引先)欄に取引先品番をセット
- コードリストから「999 自社コード」を選択

1. メッセージ項目解説

(2)商品識別 1)商品コード

■ 商品コードのセット例

⑤小売品番(スタイル単位)＋小売カラー／サイズコードを使用する場合(単品認識)

項目	必須／任意	桁数	セット例	
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	0	← GTINを使用しないため、「0」をセット
商品コード(発注用)	必須	MAX14	12345674	← 小売品番(スタイル)(ここでは8桁)をセット
商品コード(取引先)	任意	MAX14	—	
商品コード区分	必須	3	999	← コードリストから「999 自社コード」を選択
商品名	任意	MAX25	—	
商品名カナ	任意	MAX25	—	
カラーコード	任意	MAX10	07	← 小売独自カラーコードをセット
カラー名称/カラー名称カナ	任意	MAX20/ MAX20	—	
サイズコード	任意	MAX10	3307	← 小売独自サイズコードをセット
サイズ名称/サイズ名称カナ	任意	MAX20/ MAX20	—	

1. メッセージ項目解説

(2) 商品識別 1) 商品コード

■ 商品コードのセット例

- ⑥ 小売品番(スタイル／ダラー単位)＋小売カラー／サイズコードを使用し、取引先品番を併記する場合(単品認識)

項目	必須／任意	桁数	セット例	
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	0	← GTINを使用しないため、「0」をセット
商品コード(発注用)	必須	MAX14	12345678	← 小売品番(スタイル)(ここでは8桁)をセット
商品コード(取引先)	任意	MAX14	0987654	← 商品コード(取引先)欄に取引先品番をセット
商品コード区分	必須	3	999	← コードリストから「999 自社コード」を選択
商品名	任意	MAX25	—	
商品名カナ	任意	MAX25	—	
カラーコード	任意	MAX10	10	← 小売独自カラーコードをセット
カラー名称/カラー名称カナ	任意	MAX20/ MAX20	—	
サイズコード	任意	MAX10	02	← 小売独自サイズコードをセット
サイズ名称/サイズ名称カナ	任意	MAX20/ MAX20	—	

1. メッセージ項目解説

(2) 商品識別 1) 商品コード

■ 商品コードのセット例

⑦小売品番(単品) + 「取引先品番(スタイル) + 小売カラー／サイズコード」を使用する場合(単品認識)

項目	必須／任意	桁数	セット例	
商品コード(GTIN)	必須	MAX14	0	← GTINを使用しないため、「0」をセット
商品コード(発注用)	必須	MAX14	2101912002217	← 小売品番(単品)(ここでは13桁)をセット
商品コード(取引先)	任意	MAX14	0987654	← 商品コード(取引先)欄に取引先品番(スタイルレベル)をセット
商品コード区分	必須	3	999	← コードリストから「999 自社コード」を選択
商品名	任意	MAX25	—	
商品名カナ	任意	MAX25	—	
カラーコード	任意	MAX10	CB	← 小売独自カラーコードをセット
カラー名称/カラー名称カナ	任意	MAX20/ MAX20	—	
サイズコード	任意	MAX10	M	← 小売独自サイズコードをセット
サイズ名称/サイズ名称カナ	任意	MAX20/ MAX20	—	

1. メッセージ項目解説

(2) 商品識別 2) 商品分類



呼称、階層を大中小細の4つとする。その中で小売各社が設定する。

商品情報の同期化(GDS)システムを使用する企業間では、商品分類のセットを省略することができる。

カラーコード・サイズコードについては、各社で現行利用しているコードをセットする。

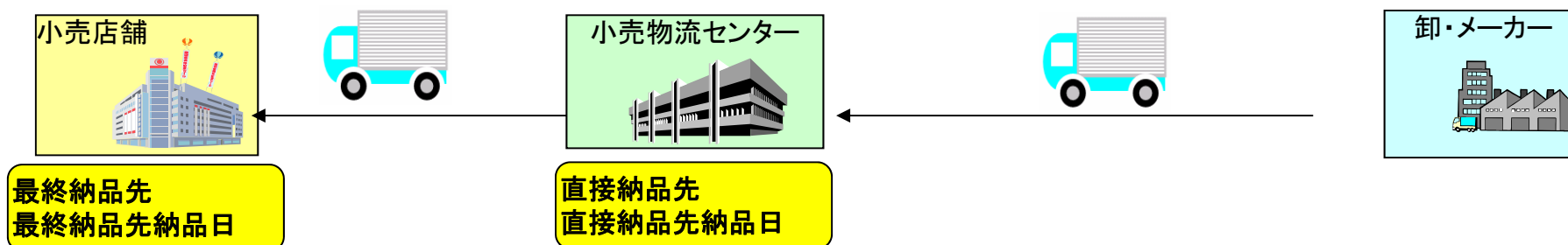
1. メッセージ項目解説

(3) 日付 1) 直接納品先納品日／最終納品先納品日

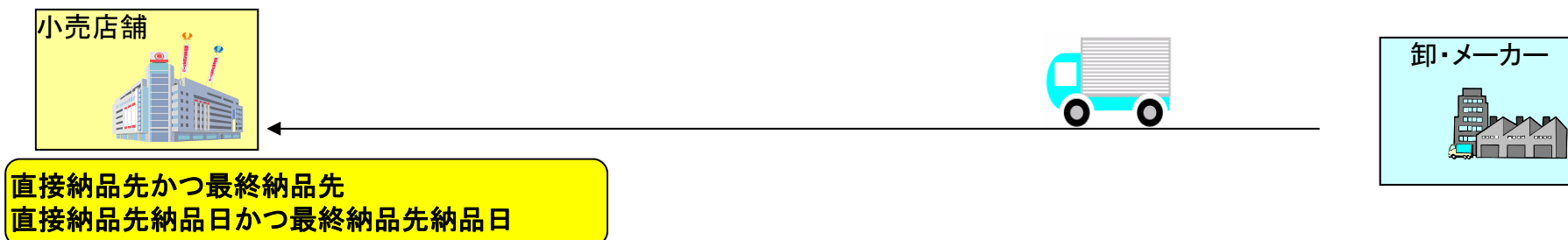
現在は、小売の物流センター経由での納品が大半を占めており、小売からの発注データ上には、最終納品先としての店舗は明記されているが、実態は小売センター納品であり、「納品日」の意味(どこへ納品した場合の日付なのか)が不明確になっている。

よって、卸・メーカーが商品を直接納品する場所(小売店舗または小売物流センター)へ納品する日としての「直接納品先納品日」と、最終的に商品が納品される場所(小売店舗)へ納品される日としての「最終納品先納品日」を設けた。

【例1: 小売センター経由の場合】



【例2: 小売店舗へ直接納品する場合】



詳細:「3.項目セットの方法 (3)発注メッセージ上での支払法人、発注者、計上部署、計上日のセット方法」

1. メッセージ項目解説

(3) 日付 2) 納品日、計上日の考え方



現行の「納品日」は、物流情報としての納品日と、経理情報としての計上日の2つの意味を合わせ持っており、各社の商品代金決済条件（店着決済か、センター着決済か）によって、その意味が異なっていた。結果、「どこに納品したら債権債務発生となるのか」が不明確であった。よって、「納品日」は物流情報としての商品納品日を表すのみとし、新たに小売の仕入計上日として「計上日」を設けることとした。この日付は、直接または最終納品日と同一であるべきであり、当事者の合意なくして著しく乖離させることは禁止。

項目名	メッセージ種別					
	発注	出荷	受領	(返品)	請求	支払
発注日（小売側がセット）	2007年1月18日 必須	2007年1月18日 (発注メッセージを引き継ぐ) 必須	2007年1月18日 (発注メッセージを引き継ぐ) 必須	-	-	-
直接納品先納品日 ※ (小売側がセット)	2007年1月19日 任意	2007年1月19日 (発注メッセージを引き継ぐ) 任意	2007年1月19日 (発注メッセージを引き継ぐ) 任意	-	-	-
最終納品先納品日 (小売側がセット)	2007年1月20日 必須	2007年1月20日 (発注メッセージを引き継ぐ) 必須	2007年1月20日 (発注メッセージを引き継ぐ) 必須	-	-	-
訂正後直接納品先納品日 (卸・メーカー側がセット)	-	2007年1月22日 任意	2007年1月22日 任意	-	-	-
訂正後最終納品先納品日 (小売が任意にセット)	-	-	2007年1月23日 任意	-	-	-
計上日 (小売側がセット)	2007年1月20日 任意	2007年1月20日 (発注メッセージを引き継ぐ) 任意	2007年1月23日 必須	2007年1月23日 必須	2007年1月23日 (受領メッセージを引き継ぐ) 必須	2007年1月23日 必須

※直接納品先納品日は、アパレル・生鮮商材以外の場合、必須項目となる。

1. メッセージ項目解説

(4)番号 1)取引番号／取引明細番号

- ・取引番号・取引明細番号は、一連の取引(発注～出荷～受領～請求～支払)を紐付ける項目である。
- ・本モデルは伝票レスを前提としているが、移行期間中、チェーンストア統一伝票発行を行う場合を考慮し、取引番号＝伝票番号、取引明細番号＝伝票行番号として使用することができる。ただし、本メッセージは明細数4桁まで設定できるが、伝票発行する場合は、伝票の行数を考慮する必要がある。(チェーンストア統一伝票Ⅱ型では、行数は9行)

項目	必須 任意	セット例
<取引>		
取引番号	必須	1000001
		⋮
<取引明細>		
取引明細番号	必須	01
		⋮
<商品>		
商品コード (GTIN)	必須	04902106843603
商品コード (発注用)	必須	4902106843603
商品コード区分	必須	005
商品名	任意	こだいらカップ本格的...
<取引明細>		
取引明細番号	必須	02
		⋮
<商品>		
商品コード (GTIN)	必須	04901990126236
商品コード (発注用)	必須	4901990126236
商品コード区分	必須	005
商品名	任意	こだいら もづくスープ...

A B D				訂正区分 実納品日 E			
仕入伝票①							
社名	スーパーアイ	社・店コード	01	分類コード	01	伝票番号	1000001
店名	サイタマセンター			取引先コード	899999	取引先名	コダイラシヨクシン
品名・規格	商品コード	色／入数	単位	数量	行	訂正後数量	引合／区分
コダイラカップ ネットケキコンクリーム	4902106843603	5	1	コ	5	1	
コダイラマグスープ	4901990126236	6	2	コ	12	2	
コダイラマグスープ	4902471059999	5	3	コ	15	3	
					4		
					5		
					6		
					7		
					8		
					9		
F	H	L		32		合計	原価金額合計 11856
G	I	J	K			訂正後原価金額合計	訂正後原価金額合計

1. メッセージ項目解説

(4) 番号 2) 取引付属番号／取引付属明細番号

- ・ 取引付属番号・取引付属明細番号は、当事者間で取引番号・取引明細番号とは別の意味を持たせて取決めた任意キーとして使用できる。（例：客注番号、返品許可証番号、本部発注番号等）

< 取引付属番号・取引付属明細番号の使用例 >

- ① 客注商品の発注の際、取引付属番号に小売側で管理している客注番号をセットする。これにより該当の納品において客注商品の追跡管理を行うことができる。（問合せ）

取引番号 (発注・返品)	取引明細番号 (発注・返品)	商品コード(発注用)	発注数量 (バラ)	取引付属番号	取引付属明細番号	原単価	原価金額
54321	1	4912345678904	3	12345		100円	300円

- ② 小売受領後の訂正(納品不足)の際、取引付属番号に元取引番号、取引付属明細番号に元取引番号の中の取引明細番号をセットし、受領訂正として受領訂正メッセージを作成。

取引番号 (受領訂正)	取引明細番号 (受領訂正)	商品コード (受領訂正用)	訂正数量 (バラ)	返品・値引 理由コード	取引付属番号	取引付属明細番号	原単価	原価金額	訂正 区分
54321	1	4912345678904	2	100	12345	2	100円	200円	00

新たな取引番号または
元の取引番号をセット

新たな取引明細番号または
元の取引明細番号

訂正する受領メッセージの取引番号と取引明細番号をセット

※ 受領訂正メッセージの項目セットについては、

別冊 追補版 追補1. その他メッセージ⑥受領訂正メッセージ 参照

1. メッセージ項目解説

(5)金額 1)定貫商品と不定貫商品

商品の値段が個数で確定する「定貫商品」と重量で確定する「不定貫商品」とがある
不定貫商品は主に生鮮商材で取り扱われている

①. 定貫商品とは？

定貫商品とは、商品の値段が1個あたり××円、またはケースあたり××円と決まる商品。発注上、単価×個数で値段を算出できる商品。

②. 不定貫商品とは？

不定貫商品とは、発注上、単価×個数で値段を算出できない商品。商品の値段が100gあたり××円、または1kgあたり××円と決まるので、実際の値段は、その単価×重量で算出しなければならない。

③. 不定貫区分について

・上記定貫商品、不定貫商品を区別する区分。01⇒不定貫商品、00⇒定貫商品

④. 商材別の定貫商品、不定貫商品の発注状況

	青果	食肉	水産物	花き
定貫商品	○	○	○	○
不定貫商品	△ (※)	○	○	×

※松茸等で不定貫となる場合もある

1. メッセージ項目解説

(5)金額 2)原価／売価

①定価商品の場合

- ・商品の原価売価は、「商品単価」(原単価・売単価)「商品合計額(単価×数量)」(原価金額・売価金額)「1取引(伝票)の合計額」(原価金額合計・売価金額合計)を設ける。
- ・商品合計の原価額、1取引内の合計原価額については、小数点以下の処理の仕方(切上げ、切捨て、四捨五入)は当事者間で合意のうえで決定する。
- ・上記とは別に請求金額(請求メッセージ・支払メッセージ)/支払金額(支払メッセージ)を設ける。

項目		タイプ	セット例
取引 明細 × n	原単価	数字(小数点以下2桁有り)	298.30
	原価金額 …① [原単価×発注数量(バラ)]	数字	3580
	売単価	数字	458
	売価金額 …② [売単価×発注数量(バラ)]	数字	5496
	発注数量(バラ) [発注単位×発注数量(発注単位数)]	数字(小数点以下1桁有り)	12
	発注単位	数字	6
	発注数量 (発注単位数)	数字	2
1取引 の合計	原価金額合計 1取引(伝票)の①の合計	数字	7484
	売価金額合計 1取引(伝票)の②の合計	数字	11856

【小数点以下をセットできる項目の注意点】

- ・小数点以下を含む数値は、表記通りの意味を表すこととする。
発注数量「10」の場合の例:「10」または、「10. 0」をセットする。仮想小数点的に「100」を10と読み替える使い方はしない。

1. メッセージ項目解説

(5) 金額 2) 原価／売価

② 不定貫商品の場合

- ・商品の原価売価項目として、「商品単価」(単価登録単位に基づく原単価・売単価)「商品合計額(単価×重量)」(原価金額・売価金額)「1取引(伝票)の合計額」(原価金額合計・売価金額合計)を設ける。
- ・商品合計の原価額、1取引内の合計原価額については、小数点以下の処理の仕方(切上げ、切捨て、四捨五入)は当事者間で合意のうえで決定する。
- ・上記とは別に請求金額(請求メッセージ・支払メッセージ)/支払金額(支払メッセージ)を設ける。

		項目	タイプ	セット例	
取引明細 × n	{	原単価	単価登録単位に基づく原単価	数字(小数点以下2桁有り)	200.00
		原価金額	・・・①〔原単価(kg)×発注重量(kg)〕	数字	20000
		売単価	単価登録単位に基づく売単価	数字	298
		売価金額	・・・②〔売単価(kg)×発注重量(kg)〕	数字	29800
		単価登録単位	不定貫商品の単価の単位	数字	02(100g)
		発注重量		数字(小数点以下3桁有り)	10.000
...					
1取引 の合計	{	原価金額合計	1取引(伝票)の①の合計	数字	40000
		売価金額合計	1取引(伝票)の②の合計	数字	59600

【小数点以下をセットできる項目の注意点】

- ・小数点以下を含む数値は、表記通りの意味を表すこととする。
発注数量「10」の場合の例:「10」または「10. 0」をセットする。仮想小数点的に「100」を10と読み替える使い方はしない。

1. メッセージ項目解説

(5)金額 3)金額符合(小売自由使用)／金額(小売自由使用)

- ・「金額符号(小売自由使用)」および「金額(小売自由使用)」は、支払メッセージにおいて、卸／メーカーに対し、支払額とは別に請求残・次回繰越額等の金額を開示している企業が使用する。(任意使用)
- 例)請求額不一致時に支払いをしないが、次回請求時までの調査及び解決を促す為に、卸／メーカーに対して小売業の計上額を伝える場合など。

(使用例)

請求メッセージ

取引番号	計上部署コード	計上日	請求符号	請求金額	支払内容
040976	505	06/04/20	+	28,801	1001
041041	527	06/04/21	+	34,335	1001
041162	535	06/04/22	+	196,153	1001

支払メッセージ

取引番号	計上部署コード	計上日	請求符号	請求金額	① 金額符号 (小売自由使用)	② 金額 (小売自由使用)	③ 支払符号	④ 支払金額	支払内容	⑤ 照合結果
040976	505	06/04/20	+	28,801	+	25,000	+	0	1001	03
041041	527	06/04/21	+	34,335			+	34,335	1001	01
041162	535	06/04/22	+	196,153			+	196,153	1001	01

【使用例】

取引番号040976に対して28,801円の請求があったが、小売の計上額は25,000円であり、不照合となった。支払えない場合、次回の請求額として支払メッセージ上で小売の計上額を知らせる。

- ・小売の計上額をセットする・・・①、②
- ・支払わないので、支払金額には0をセットする・・・③、④
- ・照合結果には、03再調査請うをセット・・・⑤

請求金額は、卸／メーカーがセットした金額を引き継ぎ、小売側で書き換えることはしない。

※“03再調査請う”より詳細な情報を伝えたい場合は、自社独自コードをセットする。

1. メッセージ項目解説

(6)数量 1)発注数量(バラ)／発注単位／発注数量(発注単位数)

- 発注数量(バラ)・発注単位・発注数量(発注単位数)の関係は、
「発注単位×発注数量(発注単位数)＝発注数量(バラ)」となる

例)バラ5入りのボール×4個＝ケース入数20

例

発注単位	発注数量(発注単位数) =店舗発注	発注数量 (バラ)	納品	実際の納品形態
1	1	1	1	バラ1
1	5	5	5	バラ5orボール1
1	20	20	20	ケース1
1	23	23	23	ケース1とバラ3
5	1	5	5	ボール1
5	5	25	25	ケース1とボール1
20	1	20	20	ケース1

1. メッセージ項目解説

(7)重量 1)発注重量／出荷重量／受領重量／返品重量／訂正重量

- ・不定貫商品の重量を表す項目として、「発注重量」「出荷重量」「受領重量」「返品重量」「訂正重量」を設ける。
- ・各取引明細の重量の合計を格納する項目として「重量合計」を設ける。
- ・卸売市場等で取引される単位重量(5Kg、10kgなど)を商品属性項目「取引単位重量」として設ける。
- ・商品重量の小数点以下の処理の仕方(切上げ、切捨て、四捨五入)は当事者間で合意のうえで決定する。

《発注メッセージ、集計表作成データ(発注)》

取引明細 × n		項目	タイプ	セット例
		発注重量 …① 発注時の標準重量	数字(小数点以下3桁有り)	10.000
1取引の 合計		重量合計 1取引(伝票)の①の合計	数字(小数点以下3桁有り)	20.000

《出荷メッセージ、集計表作成データ(出荷)》

取引明細 × n		項目	タイプ	セット例
		出荷重量 …② 出荷時の確定重量	数字(小数点以下3桁有り)	10.020
1取引の 合計		重量合計 1取引(伝票)の②の合計	数字(小数点以下3桁有り)	20.040

1. メッセージ項目解説

(7)重量 1)発注重量／出荷重量／受領重量／返品重量／訂正重量

《受領メッセージ、集計表作成データ(受領)》

取引 明細 ×n 1取引の 合計	項目		タイプ	セット例
	受領重量 …③ 受領時の確定重量		数字(小数点以下3桁有り)	10.020
取引 明細 ×n 1取引の 合計	重量合計 1取引(伝票)の③の合計		数字(小数点以下3桁有り)	20.040

《返品メッセージ》

取引 明細 ×n 1取引の 合計	項目		タイプ	セット例
	返品重量 …④ 返品時の確定重量		数字(小数点以下3桁有り)	5.100
取引 明細 ×n 1取引の 合計	重量合計 1取引(伝票)の④の合計		数字(小数点以下3桁有り)	10.200

《受領訂正メッセージ》

取引 明細 ×n 1取引の 合計	項目		タイプ	セット例
	訂正重量 …④ 訂正時の重量(差分)		数字(小数点以下3桁有り)	5.100
取引 明細 ×n 1取引の 合計	重量合計 1取引(伝票)の④の合計		数字(小数点以下3桁有り)	10.200

1. メッセージ項目解説

(8)区分 1)処理種別／訂正区分



① 処理種別

メッセージの取引の種別(仕入、返品、移動、値引等)で、小売側で使用する伝票区分にあたる。業界標準コード、もしくは小売独自コードをセット。

- 小売側で伝票入力(伝票レスが浸透するまでは必要)や、社内のしくみとの連携に使用する為、現行業務の担保の観点から、小売独自コードを使用できる。
- 小売と卸・メーカー間でのメッセージの識別については、メッセージ種を使用。
- 処理種別の内容で、卸・メーカー側に判断を求めることが無いようにする。

② 訂正区分

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。

- 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) 手書伝票入力時等、特別な場合に使用。

1. メッセージ項目解説

(8)区分 2)請求・支払に関する区分 ①請求・支払の考え方

■ 請求メッセージの考え方

- ① 仕入・返品・値引等の取引番号単位に、取引行為がわかるように発生データはすべて送信する。
- ② すべてに対しての照合が望ましいが、社内のしくみとの関連で難しい面もあり、導入各社はできる範囲で対応する。

■ 支払メッセージの考え方、目的

- ① 請求に対する回答。請求結果と請求額に対する支払額と差異を知らせる
→支払明細(支払照合)
- ② (請求あり・なしに関わらず)相殺額と支払額を知らせる。
→ 支払案内

■ 請求メッセージは、請求明細(1000番台)

■ 支払メッセージは、支払明細(1000番台)、相殺明細(2000番)、支払合計(3000番台)の3つの支払内容群に分かれる。

■ 「支払内容」でデータの意味(支払明細、相殺明細、支払合計)を管理する。

■ 「支払内容(個別)」で、支払内容の各社固有明細を表現して送ることができる。

■ 相殺明細は、支払内容2000で一元管理し、「支払内容(個別)」にて各社固有明細を送る。

- 相殺内容は、「何に対する、何の相殺なのか？」を明確にしておく必要がある。各社項目名は一般的な分りやすい表現になっているか、見直す必要がある。

1. メッセージ項目解説

(8)区分 2)請求・支払に関する区分 ②照合結果コード



標準化コードは、「00無指定」「01請求照合分支払」「02請求のない返品・値引・相殺」「03再調査請う」「04計上払対象」の5つとする。21～99は自社独自コードを設定することができる。

コード	名称	支払対象	支払メッセージへのデータセット		コードの意味
			請求金額	支払金額	
00	無指定				
01	請求照合分支払	○	○	○	請求と支払が一致したもの
02	請求のない返品・値引・相殺	○	×	○	返品や相殺など、請求がなくても支払対象として計算されたもの
03	再調査請う	×	○	×	請求に対して、該当の仕入計上が小売にない。
04	計上払対象	○	×	○	計上払い対象の仕入

1. メッセージ項目解説

(8)区分 2)請求・支払に関する区分 ③支払内容／支払内容(個別)



■支払内容コードについて

1. 支払明細(照合)・・・支払内容 1000番代(1001発注仕入～)

●請求データと支払データとの照合結果をお知らせする。

➡仕入・返品・委託等の取引番号単位。修正含め、取引行為がわかるように発生データはすべて送信する。

➡返品も含め、すべてマッチングが望ましいが、社内のしくみとの関連で難しい面もあり、導入各社はできる範囲で対応する。

2. 相殺明細・・・支払内容 2000

①相殺明細は1行にし、すべて支払内容(個別)にて現状通りの各社明細を送る。
相殺項目か、加算項目か、が符号でわかるようにする。

②①を実施するにあたり、卸・小売各社の経理部門の了解を得る。

3. 支払合計・・・支払内容 3000番代(3001支払合計～)

●1. の支払対象総額に対し、2. の相殺総額を±し、最終支払額をお知らせする。

1. メッセージ項目解説

(8)区分 2)請求・支払に関する区分 ③支払内容／支払内容(個別)

支払データの構造と例

⇒支払内容(個別)を使って取引内容を明確にする

支払内容群	支払内容 内容、使用目的がわかる。各社共通利用項目。 小売11社マッピング表より基準コードを設定	支払内容(個別) 必須。支払内容の各社明細 コードをセット。	支払内容(個別名称) 必須。支払内容の明細の各社使用名称を セット。
支払明細 支払内容コード 1000番代	1001: 仕入明細	101	仕入
	1001: 仕入明細	102	仕入訂正
	1002: 返品明細		
		
相殺明細 支払内容コード 2000番	2000: 相殺明細(代表コード)	030	月額基本料
	2000: 相殺明細(代表コード)	031	伝票処理料
	2000: 相殺明細(代表コード)	144	関東RDC配送代行手数料

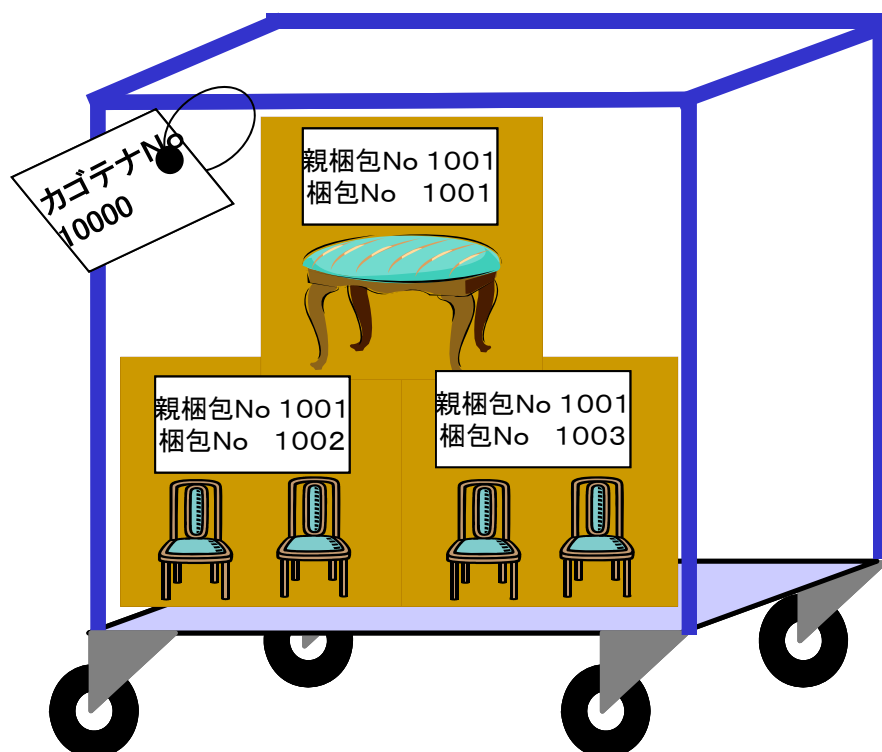
支払合計 支払内容コード 3000番代	3001: 相殺前支払額	101	仕入合計
	3001: 相殺前支払額	102	返品合計
	3002: 相殺合計		
	3003: 支払額		

1. メッセージ項目解説

(9) 梱包情報 1) カゴテナNo／親梱包No／梱包No

カゴテナNo、親梱包No、梱包Noの関係は下記の通り。

親梱包となる梱包の梱包Noを親梱包Noとすることで、複数の梱包が一組の商品であることをわかるようにする。



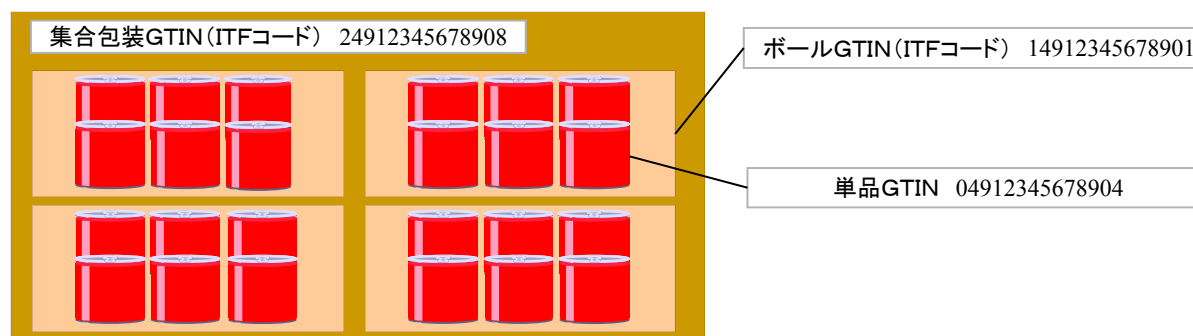
項目	必須／任意	セット例
<物流関連指示>		
出荷総梱包数	必須	3
カゴテナNo	任意	10000
<出荷梱包内容>		
親梱包No	任意	1001
梱包No		1001
<取引明細>		
取引番号(発注・返品)	必須	90001
取引明細番号(発注・返品)	必須	01
⋮		
<出荷梱包内容>		
親梱包No	任意	1001
梱包No		1002
<取引明細>		
取引番号(発注・返品)	必須	90001
取引明細番号(発注・返品)	必須	02
⋮		
<出荷梱包内容>		
親梱包No	任意	1001
梱包No		1003
<取引明細>		
取引番号(発注・返品)	必須	90001
取引明細番号(発注・返品)	必須	03

1. メッセージ項目解説

(9) 梱包情報 2) 出荷ケース数／ITF(集合包装GTIN)入数

出荷ケース数とは、出荷(梱包)単位の出荷数のことである。出荷(梱包)データ内のITFレコードにセットする。
ITF(集合包装GTIN)入数は、この正梱内に商品コード(発注用)がいくつあるかということであり、商品コード(発注用)がボールであればケース内ボール数、バラであればケース内バラ数のことを表す。

出荷ケース数、ITF(集合包装GTIN)入数の関係を図・表で表すと下記の通りとなる。



例1) 商品コード(発注用)がバラ(単品GTIN)の場合

発注単位6で10ボール60個発注があがり、2ケースはケースで納品、2ボールはオリコンで納品した。

	梱包NO	ITFコード	出荷ケース数	ITF入数	伝票NO	商品コード	発注単位	発注数量 (バラ)	発注数量 (単位数)	出荷数量 (バラ)	出荷数量 (単位数)
梱包情報	01202924...(オリコン)				3334231	04912345678904	6	60	10	12	2
ITF情報		24912345678908	2	24	3334231	04912345678904	6	60	10	48	8

例2) 商品コード(発注用)がボール(ボールGTIN)の場合

発注単位1で10ボール10個発注があがり、2ケースはケースで納品、2ボールはオリコンで納品した。

	梱包NO	ITFコード	出荷ケース数	ITF入数	伝票NO	商品コード	発注単位	発注数量 (バラ)	発注数量 (単位数)	出荷数量 (バラ)	出荷数量 (単位数)
梱包情報	01202924...(オリコン)				3334231	14912345678901	1	10	10	2	2
ITF情報		24912345678908	2	4	3334231	14912345678901	1	10	10	8	8

1. メッセージ項目解説

(10) 物流ラベル印字情報

■ 物流ラベル等印字項目の概要

「標準物流ラベル／付帯帳票」に対応するメッセージ項目として、新たに流通BMSに追加された項目を下記に示す。

項目名称	流通 BMS 項番	属性	桁数	備考
バーコード情報	66	数字	MAX13	物流ラベルに印字するバーコードを入力する汎用項目
最終納品先略称(印字用)	67	文字	MAX5	最終納品先(店舗)の”略称”
カテゴリー名称1(印字用)	68	文字	MAX5	物流ラベルの「カテゴリー名称1」に使用する”名称”
カテゴリー名称2(印字用)	69	文字	MAX5	物流ラベルの「カテゴリー名称2」に使用する”名称”
ラベル自由使用欄(印字用)	233	文字	MAX60	既存の「自由使用欄」とは別の「物流業務専用の自由使用欄」
ラベル自由使用欄半角カナ(印字用)	234	文字	MAX60	既存の「自由使用欄」とは別の「物流業務専用の自由使用欄」

《項目が追加されたメッセージ》

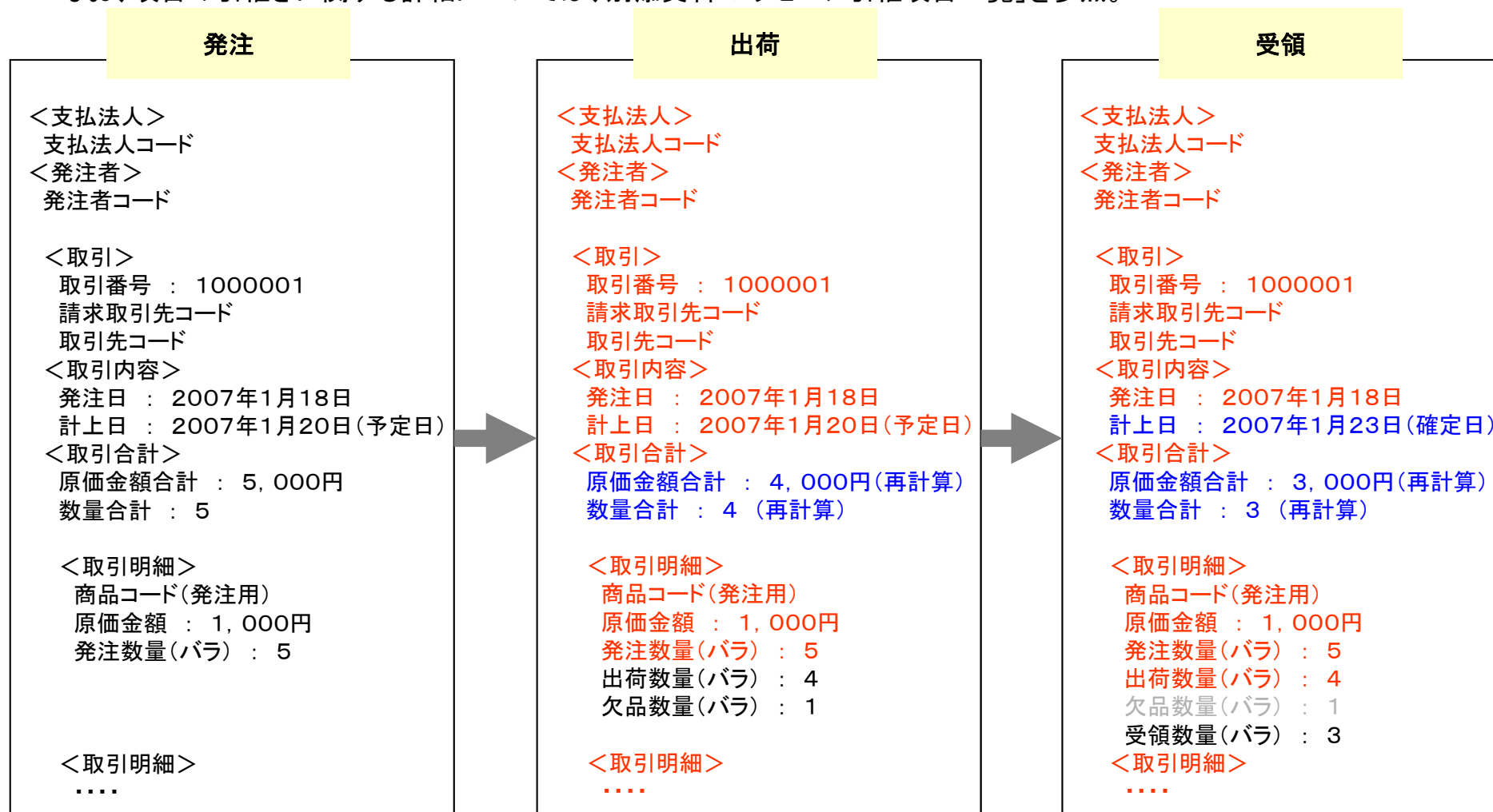
対象メッセージ	引継項目
発注メッセージ	—
出荷メッセージ	発注
出荷梱包(紐付けあり)メッセージ	発注
出荷梱包(紐付けなし)メッセージ	発注
受領メッセージ	発注

※詳細は「スーパー業界 流通ビジネスメッセージ標準対応 物流ラベル運用ガイドライン」平成20年度第1.0版を参照

IV. メッセージ別項目セットの方法

1. TA型伝票を踏襲したメッセージ項目の引継ぎ

発注・出荷・受領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、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。
なお、項目の引継ぎに関する詳細については、別添資料「メッセージ引継項目一覧」を参照。



■ 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

1. TA型伝票を踏襲したメッセージ項目の引継ぎ



■ 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

2. 伝票との相関例

(1) 定賞商品の事例



伝票のイメージ

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	分類コード	伝票区分	伝票番号	取引先コード	取引先名	コダイラシヨクヒン			発注日	納品日	便
店名	サイタマセンター			01		01	① 1000001	899999		06/06/28	06/06/29	0/0			
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 ホンカテキコンクリーム		⑥ 4902106843603	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		4901990126236	6	2	コ	12	2			298	3580	458	5496		
コダイラセイヤクコンノホータージュスープ		4902471059999	5	3	コ	15	3			157	2354	258	3870		
							4								
							5								
							6								
							7								
							8								
							9				②		③		
F		H	L		④ 32				合計	原価金額合計	7484	売価金額合計	11856		
G		I	J	K					訂正後原価金額合計		訂正後売価金額合計				

2. 伝票との相関例

(1) 定貨商品の事例

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、相対で取り決めるを行う。

	項目	必須／ 任意	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	12466	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	コダイラカップ ホンカクテキコンクリーム	
	<原価>				
⑧	原単価	必須	MAX10	310	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	

みんなつながる
流通BMS

伝票のイメージ

© 2017 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 伝票との相関例

(2) 不定貫商品の事例

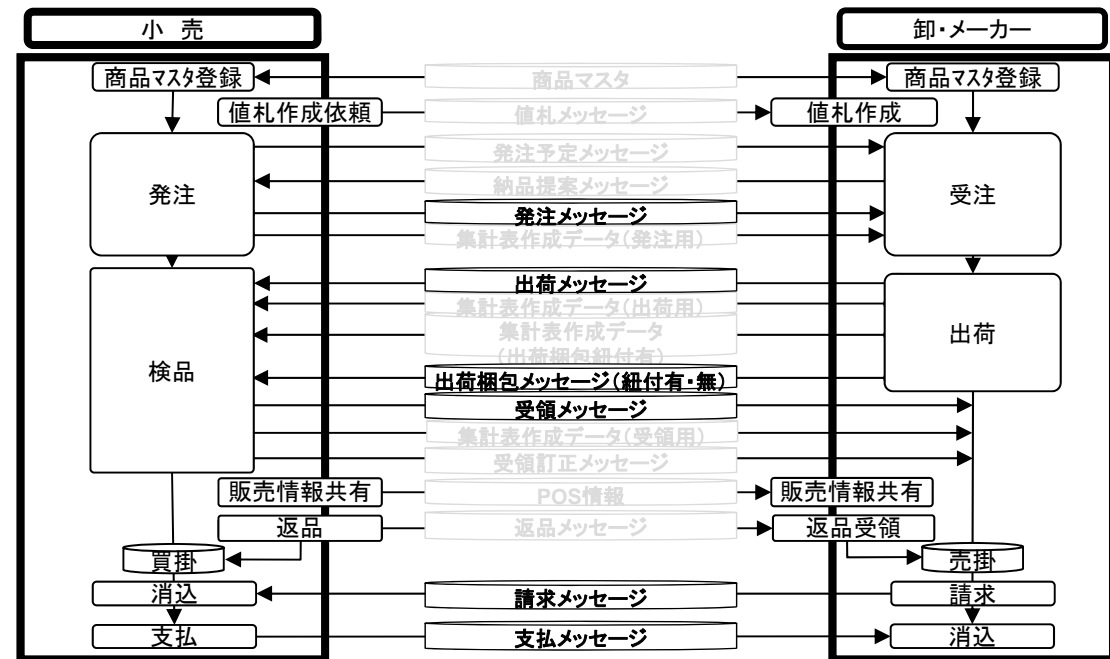
前頁、伝票の 部分とメッセージ部分の相関を表すと下記の図の通りとなる。

なお、印字する場合、伝票使用時は桁溢れしないよう、相対で取り決めるを行う。

	項目	必須 任意	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	2,123	
③	売価金額合計	任意	MAX10	2,548	
④	数量合計	任意	MAX6	10	
⑤	重量合計	任意	MAX13	2.123	重量はKg単位での表現とする
	<取引明細>				
⑥	取引明細番号(発注・返品)	必須	MAX4	1	
	<商品>				
⑦	商品コード(発注用)	必須	MAX14	12345	伝票は13桁のため、GTINを印字する場合は桁数がオーバー
⑧	商品名	任意	MAX25	国産牛ローススライス (約200g)	
	<原価>				
⑨	原単価	必須	MAX10	100	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
⑩	原価金額	必須	MAX10	2,123	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>				
⑪	売単価	必須	MAX10	120	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
⑫	売価金額	必須	MAX10	2,548	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
	<数量>				
⑬	発注数量(バラ)	必須	MAX7	10	
⑭	発注単位	必須	MAX4	1	
⑮	発注数量(発注単位数)	必須	MAX6	10	
⑯	発注単位コード	必須	2	00(個)	※共同実証では「00」(個)のみを使用。
⑰	出荷数量(バラ)	必須	MAX7	10	
⑱	出荷重量	任意	MAX10	2.123	重量はKg単位での表現とする

単価登録単位は100gとする。

発注メッセージ～支払メッセージ



3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(1) 発注メッセージにおける項目セットの方法 1) 支払法人、発注者、計上部署、計上日



支払法人 (請求先)	社に	発注者 (納入先)	社	計上部署	部署	に納品した商品代を、
原則、		計上日 (受領データ)	を決済日として、請求／支払を行う。			

支払法人	発注者	直接納品先 (直接納品日)	最終納品先 (最終納品日)	計上部署 (計上日)	請求の方法
A社	A社	C店 (店着日)	C店 (店着日)	C店 (店着日)	A社にA社C店に納品した商品代を請求する
B社	A社	C店 (店着日)	C店 (店着日)	C店 (店着日)	B社にB社のグループ会社であるA社C店に納品した商品代を請求する
A社	A社	Dセンター (センター着日)	C店 (店着日)	Dセンター (センター着日)	A社にA社Dセンターに納品した商品代を請求する
B社	A社	Dセンター (センター着日)	C店 (店着日)	Dセンター (センター着日)	B社にB社のグループ会社であるA社Dセンターに納品した商品代を請求する
A社	A社	Dセンター (センター着日)	C店 (店着日)	C店 (店着日)	A社にA社C店に納品した商品代を請求する
B社	A社	Dセンター (センター着日)	C店 (店着日)	C店 (店着日)	B社にB社のグループ会社であるA社C店に納品した商品代を請求する
A社	A社	Dセンター (センター着日)	Dセンター (センター着日)	Dセンター (センター着日)	A社にA社Dセンターに納品した商品代を請求する
B社	A社	Dセンター (センター着日)	Dセンター (センター着日)	Dセンター (センター着日)	B社にB社のグループ会社であるA社Dセンターに納品した商品代を請求する

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(1) 発注メッセージにおける項目セットの方法 2) 納品経路、通過在庫区分、納品区分



一般的な納品プロセスパターン※	納品ルート	発注形態	納品形態	直接納品先 (直接納品日)	最終納品先 (最終納品日)	計上部署【注】 (計上予定日)	発注者	納品経路	通過在庫区分	納品区分	出荷メッセージタイプ
①	店舗直納 (取引先→店舗)	店別	店別仕分納品	店 ----- 店着日	店 ----- 店着日	店 ----- 店着日	会社	01 店舗直納	00 無指定	02 店別納品	出荷メッセージor 出荷梱包メッセージ
②	通過型センター に納品 (取引先→ 小売TC→ 店舗)	店別	店別仕分納品	センター ----- センター着日	店 ----- 店着日	店orセンター ----- 店orセンター着日	会社	02 センター納品	01 TC	02 店別納品	出荷メッセージor 出荷梱包メッセージ
③		店別	総量納品	センター ----- センター着日	店 ----- 店着日	店orセンター ----- 店orセンター着日	会社	02 センター納品	01 TC	03 総量納品	出荷メッセージ
④		総量	総量納品	センター ----- センター着日	センター ----- センター着日	センター ----- センター着日	会社	02 センター納品	01 TC	03 総量納品	出荷メッセージ
⑤	在庫型センター に納品 (取引先→ 小売DC)	総量	買取DC <総量納品>	センター ----- センター着日	センター ----- センター着日	センター ----- センター着日	会社	02 センター納品	03 買取DC	03 総量納品	出荷メッセージ
⑥		—	預りDC <総量納品>	(次頁 参照)							

【注】 計上部署と計上予定日は、あくまで商習慣を踏まえ、小売と取引先の事前の売買契約に基づきセットされる。

※ 一般的な納品プロセスパターンについては、

“Ⅱ. 業務プロセスモデル 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” を参照。

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

【参考】預りDCから納品する場合



預りDCは、卸・メーカーが、小売のセンターあるいは、小売が卸に運営委託しているセンターに予め商品を卸・メーカー在庫として、保管しておくビジネスモデルのことを指す。この時に、納品に関するメッセージ種を下記のように定義づける。

- ① 発注 → 預りDCの取引先在庫から出荷することを告知する(出荷した結果ではない)。
- ② 受領 → ①のデータを元にセンター出荷(小売が受領<仕入計上>)した結果を告知するデータ。

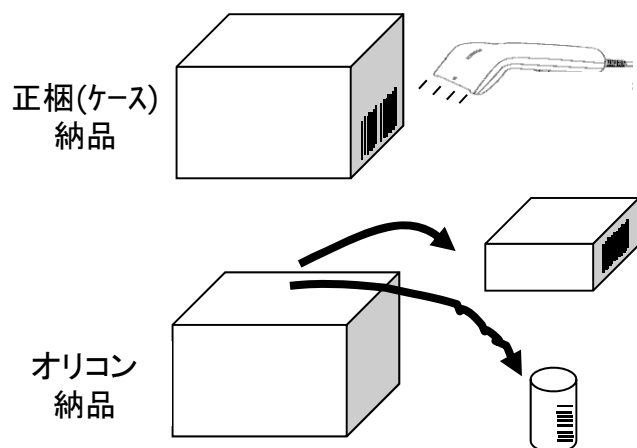
【①データにおける各項目のセット方法】

納品ルート	メッセージ種	納品形体	直接納品先 (直接納品日)	最終納品先 (最終納品先)	計上部署【注】 (計上予定日)	支払法人	納品経路	通過在庫区分	納品区分	出荷メッセージタイプ
このデータに対し卸メーカーからの納品はされない。	発注	—	センター	店	店	会社	03 小売預り 在庫より 出荷	00 無指定	03 直接納 品なし	なし
			(店着日)※	店着日	店着日					

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(2) 出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

① 基本的な考え方



小売側の検品は納品された商品に印字されている
バーコードシンボルをスキャンし、卸・メーカー側が出
荷メッセージにセットした”出荷荷姿情報”と合わせる
ことによって行う。

よって、卸・メーカーは実際の出荷形態と合った情報を
“出荷荷姿情報”にセットする必要がある。

“出荷荷姿情報”として、「ITFコード(集合包装GTIN)」
「出荷荷姿コード」「出荷数量(出荷荷姿数)」をセットす
る。

<出荷荷姿情報のセットが不要なケースについて>

“出荷荷姿情報”のセットは、集合包装GTINの不一致型が導入されても事前のマスター登録なし
で検品できる現行運用を担保するため必要である。事前にマスター登録するなどして検品環境
が整っている場合はセットを省略*できる。

*「ITFコード(集合包装GTIN)」 「出荷荷姿コード」 「出荷数量(出荷荷姿数)」を括っている<出荷荷姿情報>がスキーマ上“0回以上繰り返し”なので、「ITFコード(集合包装GTIN)」 「出荷荷姿コード」 「出荷数量(出荷荷姿数)」のセットは省略することができる。出荷メッセージの階層構造を参照。

GTIN運用について不明な点は、一般財団法人 流通システム開発センターに問い合わせのこと。

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(2) 出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

② セットにおける注意点

「ITFコード(集合包装GTIN)」「出荷荷姿コード」「出荷数量(出荷荷姿数)」をセットする際の注意点は以下の通り。セット方法の詳細については、③～⑤を参照。

・「ITFコード(集合包装GTIN)」

商品に印字されているバーコードシンボルに対応したコードをセットする。セット可能なコードは原則ITF14(集合包装GTIN)、ITF16(2010年3月までの暫定措置)とする。

場合によっては小売、卸双方合意の上、ITFコード(集合包装GTIN)を使わず、購入単位GTIN(GTIN13<前0のついたJAN>)換算での表現でも可とする。

例1) 外箱に集合包装GTIN、ITF16が印字されていない場合

例2) セット商品(1ケースに複数の商品がアソートしてあるもの)の場合

・「出荷荷姿コード」

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

・「出荷数量(出荷荷姿数)」

実際に出荷された荷姿の数をセットする。

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

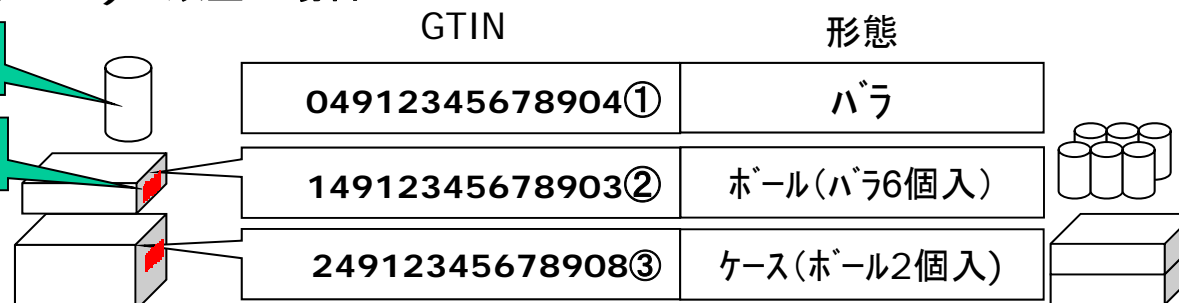
(2) 出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

③ GTIN(集合包装用商品コード)一致型の場合

JAN:4912345678904

ITF:14912345678903

小売の発注コードは
購入単位GTIN
(GTIN13<前0JAN>)



発注データ上でセット					実納品形態に基づき出荷データ上でセット			
商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量 (発注 単位数)	発注 数量 (バラ)	出荷 数量 (バラ)	ITFコード (納品時判別用として、 集合包装用GTIN または購入単位のGTIN)	出荷数量 (出荷 荷姿数)	納品 荷姿
04912345678904	1		1	1	1	04912345678904①	1	バラ
	1		6	6	6	14912345678903②	1	ボール
	1		12	12	12	24912345678908③	1	ケース

※発注荷姿が指定されていても、その荷姿で納品する必要はない

04912345678904	6		1	6	6	04912345678904①	6	バラ
----------------	---	--	---	---	---	-----------------	---	----

※購入単位GTIN換算で表現した場合(本来納品はボール荷姿だが、ボール外箱にGTINシンボルが符番されていなかった 等のケース)

04912345678904	6	ボール	2	12	12	24912345678908③	1	ケース
----------------	---	-----	---	----	----	-----------------	---	-----

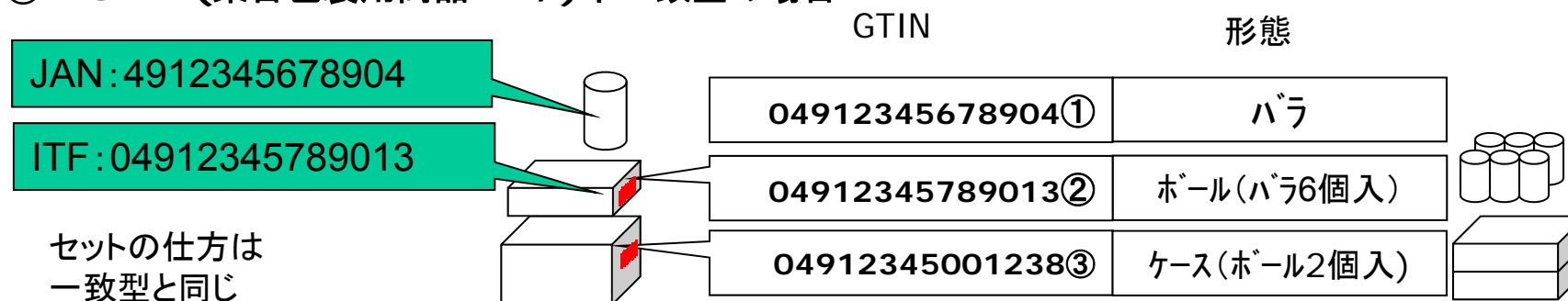
※1発注に対して、納品形態が複数(例:ケースとボール)となった場合は、それぞれのGTINをセット。(1:N)

04912345678904	6		3	18	18	24912345678908③	1	ケース
						14912345678903②	1	ボール

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(2) 出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

④ GTIN(集合包装用商品コード)不一致型の場合



発注データ上でセット					実納品形態に基づき出荷データ上でセット			
商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量(発 注 単位数)	発注 数量 (バラ)	出荷 数量 (バラ)	ITFコード (納品時判別用として、 集合包装用GTIN または購入単位のGTIN)	出荷数量 (出荷 荷姿数)	納品 荷姿
04912345678904	1		1	1	1	04912345678904①	1	バラ
	1		6	6	6	04912345789013②	1	ボール
	1		12	12	12	04912345001238③	1	ケース

※購入単位GTIN換算で表現した場合(本来納品はボール荷姿だが、ボール外箱にGTINシンボルが符番されていなかった 等のケース)

04912345678904	6		1	6	6	04912345678904①	6	バラ
----------------	---	--	---	---	---	-----------------	---	----

※発注荷姿が指定されていても、その荷姿で納品する必要はない

04912345678904	6	ボール	2	12	12	04912345001238③	1	ケース
----------------	---	-----	---	----	----	-----------------	---	-----

※1発注に対して、納品形態が複数(例:ケースとボール)となった場合は、それぞれのGTINをセット。(1:N)

04912345678904	6		3	18	18	04912345001238 ③	1	ケース
						04912345789013 ②	1	ボール

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(2) 出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

⑤ 缶ビール等 ケース販売商品の例

その1: GTIN導入後・・・「ITFコード」にはGTINをセットする

JAN:4912345678904		GTIN 04912345678904①	形態 バラ
JAN:4912345789013 ITF:04912345789013		04912345789013②	バラ6個入＝ホール 
JAN:4912345001238 ITF:04912345001238		04912345001238③	ホール4個入＝ケース 

発注データ上でセット					実納品形態に基づき出荷データ上でセット			
商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量 (発注 単位数)	発注 数量 (バラ)	出荷 数量 (バラ)	ITFコード※1	出荷数 量(出荷 荷姿数)	納品 荷姿
04912345678904(1缶)	24		1	24	24	04912345001238③	1	ケース
04912345789013(6缶パック)	4		1	4	4	04912345001238③	1	ケース
04912345001238(24缶ケース)	1		1	1	1	04912345001238③	1	ケース
04912345678904(1缶)	6	ホール	1	6	6	04912345789013②	1	ホール
04912345678904(1缶)	6	ホール	4	24	24	04912345001238③	1	ケース

※1: GTIN導入後においては、「GTIN」をセットする

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(2) 出荷メッセージにおける出荷荷姿情報のセット方法

⑤ 缶ビール等 ケース販売商品の例

その2: GTIN導入前 …「ITFコード」にはITFをセットする

購入単位GTIN/ITF14		形態
JAN: 4912345678904	04912345678904①	バラ
JAN: 4912345789013 ITF: 14912345678903	14912345678903②	バラ6個入=ボール
JAN: 4912345001238 ITF: 24912345678908	24912345678908③	ボール4個入=ケース

発注データ上でセット					実納品形態に基づき出荷データ上でセット			
商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量 (発注 単位数)	発注 数量 (バラ)	出荷 数量 (バラ)	ITFコード※2	出荷数量 (出荷 荷姿数)	納品 荷姿
04912345678904 (1缶)	24		1	24	24	24912345678908③	1	ケース
04912345789013 (6缶パック)	4		1	4	4	24912345678908③	1	ケース
04912345001238 (24缶ケース)	1		1	1	1	24912345678908③	1	ケース
04912345678904 (1缶)	6	ボール	1	6	6	14912345678903②	1	ボール
04912345678904 (1缶)	6	ボール	4	24	24	24912345678908③	1	ケース

※2: GTIN導入前においてはITFとケースJANで異なるコードが印字されているが、「ITF」をセットする。

*現在移行期であるため、本ページでは、GTIN導入前のケースについて参考までに記載した。GTIN導入後は、GTINのルール「同一の商品(購入単位、集合包装の区別なく)には同一のGTINを付番する」に則り、ケースJANとケースITFは同じコードを印字することになる。

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(3) 出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法

① 基本的な考え方

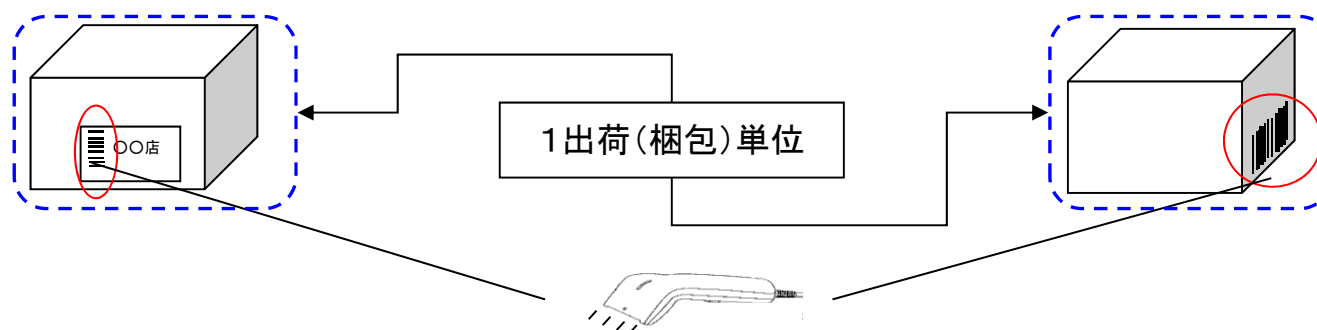
小売側はSCMラベルに印字されているバーコードをスキャンし、メッセージの梱包NOを消しこむことによって個口検品行う。

ただし、総量納品等でラベル印字を小売で行う場合は、商品に印字されているバーコードシンボルをスキャンし、メッセージのITF情報を消しこんでいく。

ITF情報には「ITFコード(集合包装GTIN)」、「出荷ケース数」、「ITF入数(集合包装GTIN入数)」をセットする。

ラベル添付納品
<オリコン、正梱(ケース)>

ラベル未添付納品
<正梱(ケース)>



3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(3) 出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法

② セットにおける注意点

「ITFコード(集合包装GTIN)」、「出荷ケース数」、「ITF入数(集合包装GTIN入数)」をセットする際の注意点は以下の通り。セット方法の詳細については、③～⑤を参照。

・「ITFコード(集合包装GTIN)」

商品に印字されているバーコードシンボルに対応したコードをセットする。セット可能なコードは原則ITF14(集合包装GTIN)、ITF16(2010年3月までの暫定措置)とする。
場合によっては小売、卸双方合意の上、ITFコード(集合包装GTIN)を使わず、購入単位GTIN(GTIN13<前0のついたJAN>)換算での表現でも可とする。

例1) 外箱に集合包装GTIN、ITF16が印字されていない場合

例2) セット商品(1ケースに複数の商品がアソートしてあるもの)の場合

・「出荷ケース数」

出荷(梱包)単位の出荷数をセットする。

・「ITF入数(集合包装GTIN入数)」

出荷(梱包)単位に発注した商品コードを持つ商品がいくつあるかということ。いわゆるケース入数。

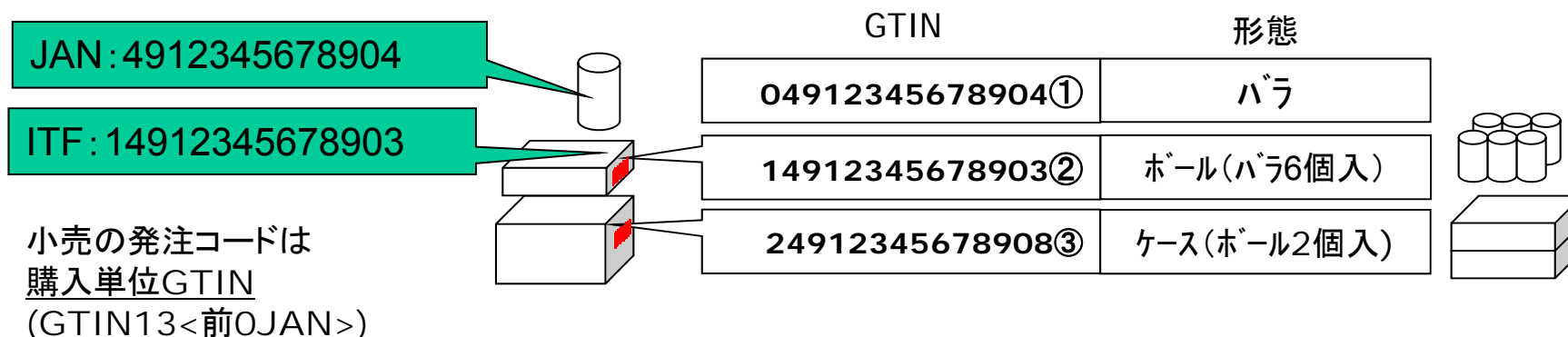
<「出荷荷姿」について>

・出荷梱包メッセージでは出荷荷姿の項目はないが、双方の物流施設、検品の仕方といった運用によって出荷荷姿が決められる。

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(3) 出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法

③ GTIN(集合包装用商品コード)一致型の場合



発注データ上でセット					実納品形態に基づき出荷データ上でセット			
商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量(発 注 単位数)	発注 数量 (バラ)	出荷 数量 (バラ)	ITFコード (納品時判別用として、 集合包装用GTIN または購入単位のGTIN)	出荷 ケース 数	ITF 入数(集合 包装GTIN 入数)
04912345678904	1		1	1	おそらくこの場合は、オリコン納品され、ITF情報は使用しない			
	1		6	6	6	14912345678903②(運用上ボール荷姿のままの 納品が許可されている場合:ほとんど発生しない)	1	6
	1		12	12	12	24912345678908③	1	12

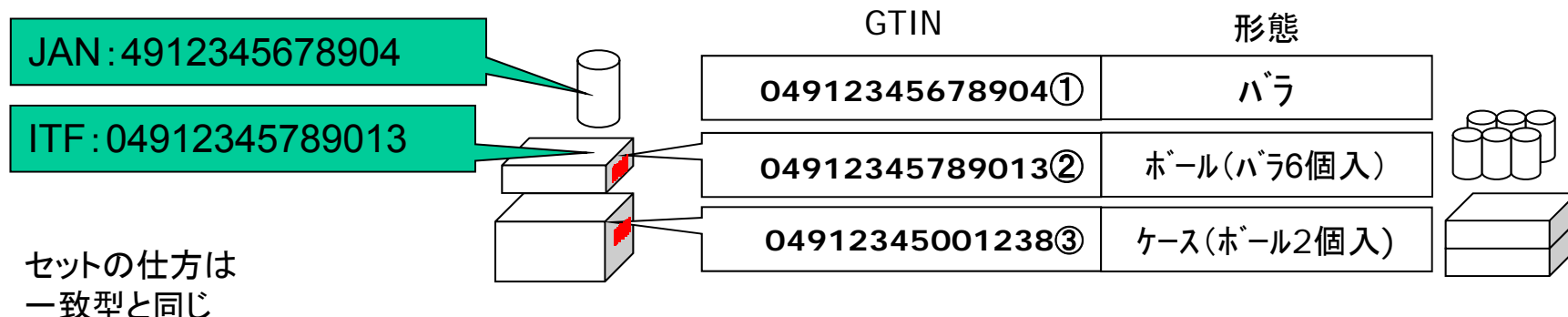
※1発注に対して、納品形態が複数(例:ケースとボール)となった場合

04912345678904	6		3	18	12	24912345678908③	1	12
04912345678904	6		3	18	6	14912345678903②(運用上ボール荷姿のままの 納品が許可されている場合:ほとんど発生しない)	1	6

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(3) 出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法

④ GTIN(集合包装用商品コード)不一致型の場合



発注データ上でセット					実納品形態に基づき出荷データ上でセット			
商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量(発 注 単位数)	発注 数量 (棒)	出荷 数量 (棒)	ITFコード (納品時判別用として、 集合包装用GTIN または購入単位のGTIN)	出荷 ケース 数	ITF 入数(集合 包装GTIN 入数)
04912345678904	1		1	1	おそらくこの場合は、オリコン納品され、ITF情報は使用しない			
	1		6	6	6	04912345789013②(運用上ボール荷姿のままの 納品が許可されている場合:ほとんど発生しない)	1	6
	1		12	12	12	04912345001238③	1	12

※1発注に対して、納品形態が複数(例:ケースとボール)となった場合

04912345678904	6		3	18	12	04912345001238③	1	12
04912345678904	6		3	18	6	04912345789013②(運用上ボール荷姿のままの 納品が許可されている場合:ほとんど発生しない)	1	6

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(3) 出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法

⑤ 缶ビール等 ケース販売商品の例

その1: GTIN導入後・・・「ITFコード」にはGTINをセットする

	GTIN	形態
JAN:4912345678904 	04912345678904①	バラ
JAN:4912345789013 ITF:04912345789013 	04912345789013②	バラ6個入＝ボール 
JAN:4912345001238 ITF:04912345001238 	04912345001238③	ボール4個入＝ケース 

発注データ上でセット						実納品形態に基づき出荷データ上でセット		
商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量 (発注 単位数)	発注 数量 (バラ)	出荷 数量 (バラ)	ITFコード※1	出 荷 ケース 数	ITF 入数(集 合包装 GTIN入 数)
04912345678904(1缶)	24		1	24	24	04912345001238③	1	24
04912345789013(6缶パック)	4		1	4	4	04912345001238③	1	4
04912345001238(24缶ケース)	1		1	1	1	04912345001238③	1	1
04912345678904(1缶)	6	ボール	1	6	6	04912345789013②(運用上ボール荷姿のままの納品が許可されている場合:ほとんど発生しない)	1	6
04912345678904(1缶)	6	ボール	4	24	24	04912345001238③	1	24

※1: GTIN導入後においては、「GTIN」をセットする

出荷(梱包)単位に発注した商品コード(購入単位のGTIN)を持つ商品の数

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(3) 出荷梱包メッセージにおけるITF情報のセット方法

⑤ 缶ビール等 ケース販売商品の例

その2: GTIN導入前 …「ITFコード」にはITFをセットする

購入単位GTIN/ITF14		形態
JAN: 4912345678904	04912345678904①	バラ
JAN: 4912345789013 ITF: 14912345678903	14912345678903②	バラ6個入＝ボール
JAN: 4912345001238 ITF: 24912345678908	24912345678908③	ボール4個入＝ケース

発注データ上でセット					実納品形態に基づき出荷データ上でセット			
商品コードGTIN (購入単位のGTIN)	発注 単位	発注 荷姿	発注数量 (発注 単位数)	発注 数量 (バラ)	出荷 数量 (バラ)	ITFコード※2	出荷 ケース 数	ITF 入数
04912345678904 (1缶)	24		1	24	24	24912345678908③	1	24
04912345789013 (6缶パック)	4		1	4	4	24912345678908③	1	4
04912345001238 (24缶ケース)	1		1	1	1	24912345678908③	1	1
04912345678904 (1缶)	6	ボール	1	6	6	14912345678903②	1	6
04912345678904 (1缶)	6	ボール	4	24	24	24912345678908③	1	24

出荷(梱包)単位に発注した商品コード(購入単位のGTIN)を持つ商品の数

※2: GTIN導入前においてはITFとケースJANで異なるコードが印字されているが、「ITF」をセットする。

・現在移行期であるため、本ページでは、GTIN導入前のケースについて参考までに記載した。GTIN導入後は、GTINのルール「同一の商品(購入単位、集合包装の区別なく)には同一のGTINを付番する」に則り、ケースJANとケースITFは同じコードを印字することになる。

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(4) 納品時の項目セット方法(出荷梱包紐付けあり／なし)

- ① 梱包型(紐付けあり)の出荷メッセージを使用する場合、卸／メーカ側では出荷する梱包毎に梱包ナンバーを付番し、各梱包に入れられる商品と数量をセットする。

発注			出荷梱包(紐付けあり)				
取引番号		0002	梱包No 00000001				
明細番号	商品	発注	取引番号	明細番号	商品	発注	出荷
01	A	50	0002	01	A	50	50
02	B	30	梱包No 00000002				
03	C	70	取引番号	明細番号	商品	発注	出荷
	合計	150	0002	02	B	30	30
			0002	03	C	70	70

※各ケースの梱包ナンバーとケースに入れられている商品が紐付けられている。

- ② 出荷梱包(紐付けなし)を使用する場合、出荷する梱包毎に付番された梱包ナンバーと、各梱包に入れられている商品の数量の合計を出荷メッセージ上にセットする。

発注			出荷梱包(紐付けなし)				
取引番号		0002	梱包No 00000001 No 00000002 No 00000003				
明細番号	商品	発注	取引番号	明細番号	商品	発注	出荷
01	A	50	0002	01	A	50	50
02	B	30		02	B	30	30
03	C	70		03	C	70	70
	合計	150					

※使用する梱包No全てを入力する

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(5) 発注、出荷、受領までの数量訂正の流れ 1) 欠品発生時

- ① 卸・メーカー側の欠品による数量修正は出荷データで行う。納品のない場合は出荷ゼロとして作成(行抜けはしない)小売
検品時の数量修正は受領データで行う。出荷数ゼロに対する受領も数量ゼロで作成する。

発注			出荷				受領				
取引番号		0002	取引番号		0002		取引番号		0002		
明細番号	商品	発注	明細番号	商品	発注	出荷	明細番号	商品	発注	出荷	受領
01	A	5	01	A	5	5	01	A	5	5	5
02	B	6	02	B	6	0	02	B	6	0	0
03	C	7	03	C	7	3	03	C	7	3	2
	合計	18		合計	18	8		合計	18	8	7

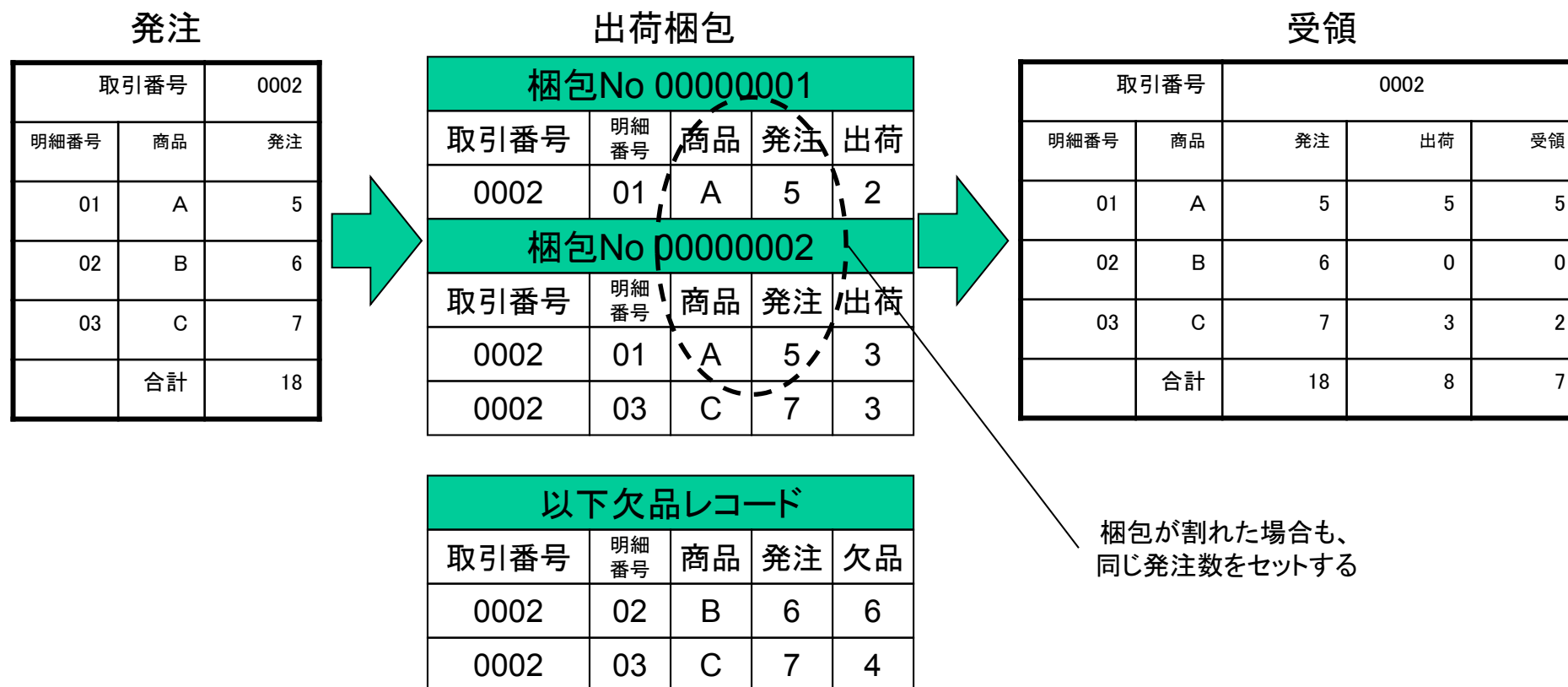
- ② 卸・メーカー側の欠品により取引番号全体で出荷数ゼロの場合でも、全行ゼロで作成。(発注分に対し、出荷データはすべて作成する)全行ゼロの出荷に対する小売受領データも数量ゼロで作成する。

発注			出荷				受領				
取引番号		0003	取引番号		0003		取引番号		0003		
明細番号	商品	発注	明細番号	商品	発注	出荷	明細番号	商品	発注	出荷	受領
01	A	5	01	A	5	0	01	A	5	0	0
02	B	6	02	B	6	0	02	B	6	0	0
03	C	7	03	C	7	0	03	C	7	0	0
	合計	18		合計	18	0		合計	18	0	0

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(5) 発注、出荷、受領までの数量訂正の流れ 1) 欠品発生時

- ③ 出荷梱包メッセージを使用する場合も基本的には同じ考え方。但し、欠品が発生する場合、別途欠品レコードを作成する必要がある。また、商品が複数梱包にまたがる場合があるので、その時の出荷メッセージの発注数をセット方法に注意が必要。



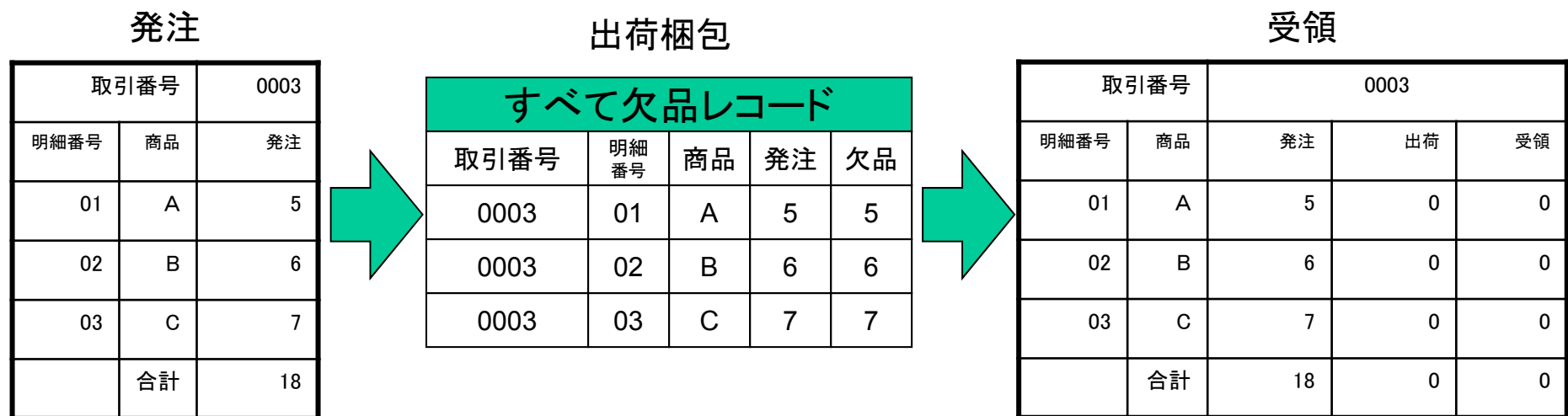
$$1 \text{ 取引番号-取引明細番号} \quad \text{発注数量(バラ)} = \text{出荷数量(バラ)} + \text{欠品数量(バラ)}$$

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(5) 発注、出荷、受領までの数量訂正の流れ 1) 欠品発生時



- ④卸側の欠品により取引番号全体で出荷数ゼロの場合でも、全行欠品レコードとして作成。(発注分に対し、出荷データはすべて作成する)全行ゼロの出荷に対する小売受領データも数量ゼロで作成する。



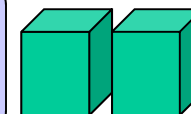
3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(5) 発注、出荷、受領までの数量訂正の流れ 2) 過剰納品発生時



過剰納品措置は各社ルールに従う。(通常は過剰商品を返却。受ける場合は、新取引番号の仕入受領データを小売側が作成、または、受領データの受領数に加算する等)

(例) 発注10個なのに、12個
納品された。過剰分の2個も引取る
ことにした。



受領メッセージ

取引番号 (発注・返品)	取引明細番号 (発注・返品)	商品コード(発注用)	発注数量	出荷数量	受領数量	原単価	原価金額	訂正 区分
12345	1	4912345789013	5	3	3	500円	1500円	00
12345	2	4912345678904	10	10	10	100円	1000円	00

受領メッセージ(新規に取引番号を発番して受領)

取引番号 (発注・返品)	取引明細番号 (発注・返品)	商品コード(発注用)	発注数量	出荷数量	受領数量	原単価	原価金額	訂正 区分
67890	1	4912345678904	0	0	2	100円	200円	00

もしくは受領メッセージの受領数を10⇒12に訂正

取引番号 (発注・返品)	取引明細番号 (発注・返品)	商品コード(発注用)	発注数量	出荷数量	受領数量	原単価	原価金額	訂正 区分
12345	1	4912345789013	5	3	3	500円	1500円	00
12345	2	4912345678904	10	10	12	100円	1200円	08

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(6) オフライン発注に対する出荷メッセージ標準化項目



オフライン発注に対する出荷メッセージを利用する場合は、SBDHと送受信ヘッダー、及び下記の項目を設定内容の通りに使用し、それ以外の項目は使用しない。

なお、メッセージ各項目の必須／任意やタイプ、桁数等は、通常の出荷メッセージの通りとする。

連番	メッセージ項目番号	項目名	必須／任意	タイプ	XMLデータ型 * 1	桁数	設定内容		コメント
16	21	支払法人コード	必須	数字	Identifier	MAX13	【小売企業コード】		小売毎に固定値を設定
17	22	支払法人GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	【小売GLN】または【0】		小売毎に固定値を設定
18	23	発注者コード	必須	数字	Identifier	MAX13	【小売企業コード】		小売毎に固定値を設定
19	24	発注者GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	【小売GLN】または【0】		小売毎に固定値を設定
20	25	発注者名称	任意	文字	Text	MAX20	【小売名称】		
21	26	発注者名称カナ	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX20	【小売名称】		
22	121	取引番号(発注・返品)	必須	数字	Identifier	MAX10	【0】または【小売範囲指定の伝票番号】		固定値【0】を基本とするが、相対で調整の上、小売範囲指定の伝票番号を設定可能。
24	324	出荷者管理番号	任意	英数	Identifier	MAX10	【出荷者側発番の伝票番号】		
							センター納品(店別仕分)・店直納品	センター納品(総量)	
29	31	最終納品先コード	必須	数字	Identifier	MAX13	【店舗コード】	【センターコード】	
30	32	最終納品先GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	【0】	【0】	固定値【0】を設定
31	33	最終納品先名称	任意	文字	Text	MAX20	【店舗名称】	【センター名称】	
32	34	最終納品先名称カナ	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX20	【店舗名称】	【センター名称】	
33	35	計上部署コード	必須	数字	Identifier	MAX13	【店舗コード】	【センターコード】	最終納品先と同一内容を設定
34	36	計上部署GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	【0】	【0】	最終納品先と同一内容を設定
35	37	計上部署名称(カナ)	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX20	【店舗名称】	【センター名称】	最終納品先と同一内容を設定

： 必須項目のため、格納内容がない場合でも固定値を設定する項目

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(6)オフライン発注に対する出荷メッセージ標準化項目

連番	メッセージ項目番号	項目名	必須／任意	タイプ	XMLデータ型 *1	桁数	設定内容	コメント
39	51	請求取引先コード	必須	数字	Identifier	MAX13	【取引先コード】	
40	52	請求取引先GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	【0】	固定値【0】を設定
41	53	請求取引先名	任意	文字	Text	MAX20	【取引先名称】	
42	54	請求取引先名カナ	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX20	【取引先名称】	
43	55	取引先コード	必須	数字	Identifier	MAX13	【取引先コード】	
44	56	取引先GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	【0】	固定値【0】を設定
45	57	取引先名称	任意	文字	Text	MAX20	【取引先名称】	
46	58	取引先名称カナ	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX20	【取引先名称】	
53	176	便No	任意	数字	Code	2	【便No】	日配・パンでの利用を想定
64	87	商品分類(大)	必須	英数	Identifier	MAX10	【小売部門コード】または【0】	
65	88	商品分類(中)	必須	英数	Identifier	MAX10	【0】	固定値【0】を設定
66	101	発注日	必須	数字	Date	8	【発注日】	
68	103	最終納品先納品日	必須	数字	Date	8	【納品日】	
73	171	商品区分	任意	数字	Code	2	【01】または【02】または【03】	定番、準特価(中目)、特売(チラシ)
76	333	取引番号区分	任意	数字	Code	2	【21】または【22】	生鮮で利用 出荷時取引先発番、受領時小売発番
77	174	EOS区分	任意	数字	Code	2	【02】	「非EOS発注」を表す【02】を設定
82	334	不定貫区分	任意	数字	Code	2	【00】または【01】	生鮮で利用 定貫、不定貫
83	184	処理種別	任意	数字	Code	2	【伝票区分】	
89	133	原価金額合計	任意	数字	Amount	MAX10	【原価金額合計】	
90	136	売価金額合計	任意	数字	Amount	MAX10	【売価金額合計】	

： 必須項目のため、格納内容がない場合でも固定値を設定する項目

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(6)オフライン発注に対する出荷メッセージ標準化項目

連番	メッセージ項目番号	項目名	必須／任意	タイプ	XMLデータ型 *1	桁数	設定内容	コメント
95	123	取引明細番号(発注・返品)	必須	英数	Identifier	MAX4	【明細行番号】	固定値【0】を設定
99	325	出荷者管理明細番号	任意	英数	Identifier	MAX4	【出荷者側発番 明細行番号】	
107	72	商品コード(GTIN)	必須	数字	Identifier	MAX14	【0】	固定値【0】を設定
108	73	商品コード(発注用)	必須	数字	Identifier	MAX14	【小売商品コード】	
111	75	商品コード区分	必須	数字	Code	3	【999】	自社コードを表す【999】を設定
112	77	商品名	任意	文字	Text	MAX25	【商品名称】	
113	78	商品名カナ	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX25	【商品名称】	
114	79	規格	任意	文字	Text	MAX25	【商品規格名称】	
115	80	規格カナ	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX25	【商品規格名称】	
141	131	原単価	必須	数字 (小数点以下2桁有り)	Amount	MAX10	【原単価】	
142	132	原価金額	必須	数字	Amount	MAX10	【原価金額】	
143	134	売単価	任意	数字	Amount	MAX10	【売単価】	
144	135	売価金額	任意	数字	Amount	MAX10	【売価金額】	
146	151	発注数量(バラ)	必須	数字 (小数点以下1桁有り)	Quantity	MAX7	出荷数量(バラ)と同一内容をセット	項目番号159と同一内容を設定
147	152	発注単位	必須	数字	Numeric	MAX4	【1】	固定値【1】を設定
148	153	発注数量(発注単位数)	必須	数字	Quantity	MAX6	【0】	固定値【0】を設定
149	154	発注単位コード	必須	数字	Code	2	【00】	「個」を表す【00】を設定
155	159	出荷数量(バラ)	必須	数字 (小数点以下1桁有り)	Quantity	MAX7	【出荷バラ数】	
157	328	出荷重量	任意	数字 (小数点以下3桁有り)	Measure	MAX10	【出荷重量】	生鮮で利用
158	165	欠品数量(バラ数)	必須	数字 (小数点以下1桁有り)	Quantity	MAX7	【0.0】	固定値【0.0】を設定

： 必須項目のため、格納内容がない場合でも固定値を設定する項目

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(7) オフライン発注に対する出荷梱包(紐付けあり)メッセージ標準化項目(1/3)



出荷開始型の出荷梱包(紐付けあり)メッセージを利用する場合は、SBDHと送受信ヘッダー、及び下記の項目を設定内容の通りに使用し、それ以外の項目は使用しない。なお、メッセージ各項目の必須／任意やタイプ、桁数等は、通常の出荷梱包(紐付けあり)メッセージの通りとする。

連番	メッセージ 項目番号	項目	必須/ 任意	タイプ	X M L データ型	桁数	引継 項目	設定内容	コメント
16	51	請求取引先コード	必須	数字	Identifier	MAX13	発注	【取引先コード】	
17	52	請求取引先GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	発注	【0】	固定値【0】を設定
18	53	請求取引先名	任意	文字	Text	MAX20	発注	【取引先名称】	※任意でセット
19	54	請求取引先名カナ	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX20	発注	【取引先名称】	※任意でセット
20	55	取引先コード	必須	数字	Identifier	MAX13	発注	【取引先コード】	
21	56	取引先GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	発注	【0】	固定値【0】を設定
22	57	取引先名称	任意	文字	Text	MAX20	発注	【取引先名称】	※任意でセット
23	58	取引先名称カナ	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX20	発注	【取引先名称】	※任意でセット
26	63	出荷場所GLN	任意*3	数字	Identifier	MAX13	出荷	【0】	固定値【0】を設定
31	27	直接納品先コード	任意*3	数字	Identifier	MAX13	発注	【センターコード】又は【店舗コード】	
32	28	直接納品先GLN	任意*3	数字	Identifier	MAX13	発注	【0】	固定値【0】を設定
33	29	直接納品先名称	任意	文字	Text	MAX20	発注	【センター名称】又は【店舗名称】	※任意でセット
34	30	直接納品先名称カナ	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX20	発注	【センター名称】又は【店舗名称】	※任意でセット
35	211	取引先出荷日	必須	数字	Date	8	出荷	【出荷日】	※任意でセット
36	102	直接納品先納品日	任意	数字	Date	8	発注	【センター納品日】	
39	213	出荷総梱包数	必須	数字	Quantity	MAX6	出荷	【出荷総梱数】	
44	23	発注者コード	必須	数字	Identifier	MAX13	発注	【小売企業コード】	小売毎に固定値を設定
45	24	発注者GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	発注	【0】	固定値【0】を設定

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(7) オフライン発注に対する出荷梱包(紐付けあり)メッセージ標準化項目(2/3)



連番	メッセージ 項目番号	項目	必須/ 任意	タイプ	XML データ型	桁数	引継 項目	設定内容	コメント
46	25	発注者名称	任意	文字	Text	MAX20	発注	【小売名称】	※任意でセット
47	26	発注者名称カナ	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX20	発注	【小売名称】	※任意でセット
49	31	最終納品先コード	必須	数字	Identifier	MAX13	発注	【店舗コード】又は【センターコード】	
50	32	最終納品先GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	発注	【0】	固定値【0】を設定
51	33	最終納品先名称	任意	文字	Text	MAX20	発注	【店舗名称】又は【センター名称】	※任意でセット
52	34	最終納品先名称カナ	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX20	発注	【店舗名称】又は【センター名称】	※任意でセット
55	217	梱包NO	必須	数字	Identifier	MAX36	出荷	【梱包No】	
66	121	取引番号（発注・返品）	必須	数字	Identifier	MAX10	発注	【小売範囲指定の伝票番号】	
67	123	取引明細番号（発注・返品）	必須	英数	Identifier	MAX4	発注	【0】又は【行番号】	固定値【0】を設定又は【行番号】
68	101	発注日	必須	数字	Date	8	発注	【発注日】	
69	103	最終納品先納品日	必須	数字	Date	8	発注	【納品日】	
70	72	商品コード（GTIN）	必須	数字	Identifier	MAX14	発注	【0】	固定値【0】を設定
71	73	商品コード（発注用）	必須	数字	Identifier	MAX14	発注	【小売商品コード】	
72	74	商品コード（取引先）	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX14	発注	【取引先商品コード】	※任意でセット
73	75	商品コード区分	必須	数字	Code	3	発注	【999】	自社を表す【999】を設定
74	87	商品分類（大）	必須	英数	Identifier	MAX10	発注	【小売部門コード】又は【0】	
75	88	商品分類（中）	必須	英数	Identifier	MAX10	発注	【0】	固定値【0】を設定
81	171	商品区分	任意	数字	Code	2	発注	【01】又は【02】又は【3】を固定でセット	01:定番 02:準特売 03:特売
83	174	EOS区分	任意	数字	Code	2	出荷	【02】	非EOS発注を表す【02】を設定
84	184	処理種別	任意	数字	Code	2	発注	【伝票区分】	※任意でセット
86	151	発注数量（バラ）	必須	数字 (小数点以下1桁有り)	Quantity	MAX7	発注	【発注数量バラ】	出荷数量と同一内容をセット

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(7) オフライン発注に対する出荷梱包(紐付けあり)メッセージ標準化項目(3/3)



連番	メッセージ 項目番号	項目	必須/ 任意	タイプ	XML データ型	桁数	引継 項目	設定内容	コメント
87	152	発注単位	<u>必須</u>	数字	Numeric	MAX 4	発注	【発注単位】	
88	153	発注数量 (発注単位数)	任意	数字	Quantity	MAX 6	発注	【1】	固定値【1】を設定
89	154	発注単位コード	<u>必須</u>	数字	Code	2	発注	【00】	「個を表す」【00】を設定
90	159	出荷数量 (バラ)	<u>必須</u>	数字 (小数点以下 1 桁有り)	Quantity	MAX7	出荷	【出荷数量バラ】	
91	160	出荷数量 (発注単位数)	任意	数字	Quantity	MAX6	出荷	【1】	固定値【1】を設定
92	131	原単価	<u>必須</u>	数字 (小数点以下 2 桁有り)	Amount	MAX10	発注	【原単価】	
93	134	売単価	<u>任意 * 3</u>	数字	Amount	MAX10	発注	【売単価】	

※ITF情報ならびに欠品情報は上記入力方法に従うものとする

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(8) 卸・メーカー起票の返品情報送信に対する返品受領メッセージ標準化項目(1/2)



卸・メーカー開始型の返品受領メッセージを利用する場合は、SBDHと送受信ヘッダー、及び下記の項目を設定内容の通りに使用し、それ以外の項目は使用しない。なお、メッセージ各項目の必須／任意やタイプ、桁数等は、通常の返品受領メッセージの通りとする。

連番	メッセージ項目番号	項目名	必須/任意	タイプ	XMLデータ型	桁数	引継項目	設定内容	コメント
16	21	支払法人コード	必須	数字	Identifier	MAX13	返品	【小売企業コード】	小売毎に固定値を設定
17	22	支払法人GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	返品	【小売GLN】または【0】	小売毎に固定値を設定
18	23	発注者コード	必須	数字	Identifier	MAX13	返品	【小売企業コード】	小売毎に固定値を設定
19	24	発注者GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	返品	【小売GLN】または【0】	小売毎に固定値を設定
22	121	取引番号（発注・返品）	必須	数字	Identifier	MAX10	返品	【小売範囲指定の伝票番号】	
24	27	直接納品先コード	必須	数字	Identifier	MAX13	返品	【店舗コード】または【センターコード】または【0】固定	小売毎に固定値を設定
25	28	直接納品先GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	返品	【0】	固定値【0】を設定
28	31	最終納品先コード	必須	数字	Identifier	MAX13	返品	【店舗コード】または【センターコード】	
29	32	最終納品先GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	返品	【0】	固定値【0】を設定
32	35	計上部署コード	必須	数字	Identifier	MAX13	返品	【店舗コード】または【センターコード】	
33	36	計上部署GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	返品	【0】	固定値【0】を設定
35	51	請求取引先コード	必須	数字	Identifier	MAX13	返品	【取引先コード】	
36	52	請求取引先GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	返品	【0】	固定値【0】を設定
39	55	取引先コード	必須	数字	Identifier	MAX13	返品	【取引先コード】	
40	56	取引先GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	返品	【0】	固定値【0】を設定
46	87	商品分類（大）	必須	英数	Identifier	MAX10	返品	【小売部門コード】または【0】	
47	88	商品分類（中）	必須	英数	Identifier	MAX10	返品	【0】	固定値【0】を設定
48	106	計上日	必須	数字	Date	8	返品	【計上日】	

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(8) 卸・メーカー起票の返品情報送信に対する返品受領メッセージ標準化項目(2/2)



連番	メッセージ 項目番号	項目名	必須/ 任意	タイプ	XML データ型	桁数	引継 項目	設定内容	コメント
50	118	照合基準日区分	任意 (条件付)	数字	Date	8		【0】	固定値【0】を設定
60	133	原価金額合計	必須	数字	Amount	MAX10	返品	【原価金額合計】	
61	136	売価金額合計	必須	数字	Amount	MAX10	返品	【0】固定または【売価金額合計】	
64	123	取引明細番号（発注・返品）	必須	英数	Identifier	MAX4	返品	【明細行番号】	
70	72	商品コード（GTIN）	必須	数字	Identifier	MAX14	返品	【0】	固定値【0】を設定
71	73	商品コード（発注用）	必須	数字	Identifier	MAX14	返品	【小売商品コード】	
73	75	商品コード区分	必須	数字	Code	3	返品	【999】	自社コードを表す【999】を設定
74	77	商品名	任意	文字	Text	MAX25	返品	【商品名称】	
75	78	商品名カナ	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX25	返品	【商品名称】	
85	131	原単価	必須	数字 (小数点以下2桁有り)	Amount	MAX10	返品	【原単価】	
86	132	原価金額	必須	数字	Amount	MAX10	返品	【原価金額】	
90	164	返品数量（バラ）	必須	数字 (小数点以下1桁有り)	Quantity	MAX7	返品	【返品数量（バラ）】	
91	返品 受領1	返品受領数量（バラ）	必須	数字 (小数点以下1桁有り)	Quantity	MAX7		164返品数量と同一内容セット	

3. 発注メッセージ～支払メッセージ (9)請求メッセージにおける項目セットの方法

請求明細書のサンプルイメージ

請求明細書

スーパー愛美殿
対象期間2006年4月20日～5月19日

取引明細			
計上日付	取引番号	金額	内容
06/04/20	040976	28,801	支払
06/04/21	041041	34,335	支払
06/04/22	041162	196,153	支払
06/05/01	734222	-2,400	返品
06/04/25	041687	13,000	支払
取引額合計		269,889	

請求額合計	269,889

取引番号	計上部署コード	計上日	請求 符号	請求金額	支払内容
040976	001	06/04/20	+	28,801	1001
041041	002	06/04/21	+	34,335	1001
041162	003	06/04/22	+	196,153	1001
734222	004	06/05/01	-	2,400	1002
041687	005	06/04/25	+	13,000	1001

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(10) 支払メッセージにおける項目セットの方法 1) 請求ありの場合



■ 請求ありの場合

支払明細書のサンプルイメージ

支払明細書			
対象期間2006年4月20日～5月19日			
株式会社 こだいら食品殿			
取引明細		相殺明細	
計上日付	取引番号	金額	内容
06/04/20	040976	28,801	支払
06/04/21	041041	34,335	支払
06/04/22	041162	196,153	支払
06/05/01	132452	-1,000	返品
06/05/01	734222	-2,400	返品
不照合			
06/04/25	041687	13,000	支払
取引額合計			
		255,889	
請求額		支払条件	
		現金振込	
税抜支払額		支払額	
		267,868	
消費税等		支払期日	
		2006年5月31日	
相殺前合計			

取引番号	計上部署コード	計上日	請求符号	請求金額	支払符号	支払金額	支払内容	支払内容(個別)	支払内容(個別名称)	照合結果
040976	001	06/04/20	+	28,801	+	28,801	1001	0000		01
041041	002	06/04/21	+	34,335	+	34,335	1001	0000		01
041162	003	06/04/22	+	196,153	+	196,153	1001	0000		01
132452	004	06/05/01	+	0	-	1,000	1002	0000		02
734222	005	06/05/01	-	2,400	-	2,400	1002	0000		01
041687	006	06/04/25	+	13,000	+	0	1001	0000		03
0	0	06/05/20	+	0	-	80	2000	0031	普通郵便料	02
0	0	06/05/20	+	0	-	735	2000	0032	振込手数料	02
0	0	06/05/20	+	256,889	+	255,889	3001	0000		00
0	0	06/05/20	+	0	+	12,794	3001	0021	消費税	00
0	0	06/05/20	+	0	-	815	3002	0000		00
0	0	06/05/20	+	0	+	267,868	3003	0000		00

支払内容コードリスト

1001	仕入明細
1002	返品明細
1003	移動明細
1004	値引明細
1005	委託明細
2000	相殺明細(代表コード)
3001	相殺前支払額
3002	相殺合計
3003	支払額

照合結果コードリスト

00	無指定
01	請求照合分支払
02	請求のない返品・値引・相殺
03	再調査請う
04	計上払対象

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(10) 支払メッセージにおける項目セットの方法 1) 請求ありの場合



前頁についての説明

- ・支払内容(個別)をセットする必要がない場合は、ダミーとして”0000”をセットし、支払内容(個別)は空欄とする・・・①
- ・支払内容(個別)をセットする必要がある場合は、自社独自のコードを支払内容(個別)にセットし、コードの名称を支払内容(個別名称)にセットする。・・・②
- ・3001相殺前支払合計は、1001～1005の合計値。相殺前支払合計が外税の場合、消費税は3001(相殺前支払合計)の支払内容(個別)を使って表現する・・・③
※消費税は、支払内容(個別)を使って表現するため、メッセージ項目「税額合計金額」は使用しないこととする。
- ・3002相殺額合計は、2000の合計値。相殺額合計が外税の場合、消費税は3002(相殺合計)の支払内容個別を使って表現する。・・・④
- ・3003支払額は、3001(相殺前合計)から3002(相殺合計)を引いた値になる。・・・⑤
- ・3001～3003の照合結果コード欄には、無指定00をセットする。

3. 発注メッセージ～支払メッセージ

(10) 支払メッセージにおける項目セットの方法 2) 請求レスの場合



支払明細書のサンプルイメージ

支払明細書			
対象期間2006年4月20日～5月19日			
株式会社 こだいら食品殿			
取引明細		相殺明細	
計上日付	取引番号	金額	内容
06/04/20	040976	28,801	支払
06/04/21	041041	34,335	支払
06/04/22	041162	196,153	支払
06/05/01	132452	-1,000	返品
06/05/01	734222	-2,400	返品
取引額合計		255,889	
相殺明細		金額	内容
日付			
06/05/20	80		普通郵便料(税込)
06/05/20	735		振込手数料(税込)
相殺額計		815	
請求額		金額	内容
請求額		0	
税抜支払額		255,889	
消費税等		12,794	
相殺前合計		268,683	
支払条件		支払額	支払期日
支払条件		現金振込	
支払額		267,868	
支払期日		2006年5月31日	

請求レスのため、請求金額は0をセット

請求レスのため、照合結果は04計上払対象をセット

取引番号	計上部署コード	計上日	請求符号	請求金額	支払符号	支払金額	支払内容	支払内容(個別)	支払内容(個別名称)	照合結果
040976	001	06/04/20	+	0	+	28,801	1001	0000		04
041041	002	06/04/21	+	0	+	34,335	1001	0000		04
041162	003	06/04/22	+	0	+	196,153	1001	0000		04
132452	004	06/05/01	+	0	-	1,000	1002	0000		02
734222	005	06/05/01	+	0	-	2,400	1002	0000		02
0	0	06/05/20	+	0	-	80	2000	0031	普通郵便料	02
0	0	06/05/20	+	0	-	735	2000	0032	振込手数料	02
0	0	06/05/20	+	0	+	255,889	3001	0000		00
0	0	06/05/20	+	0	+	12,794	3001	0021	消費税	00
0	0	06/05/20	+	0	-	815	3002	0000		00
0	0	06/05/20	+	0	+	267,868	3003	0000		00

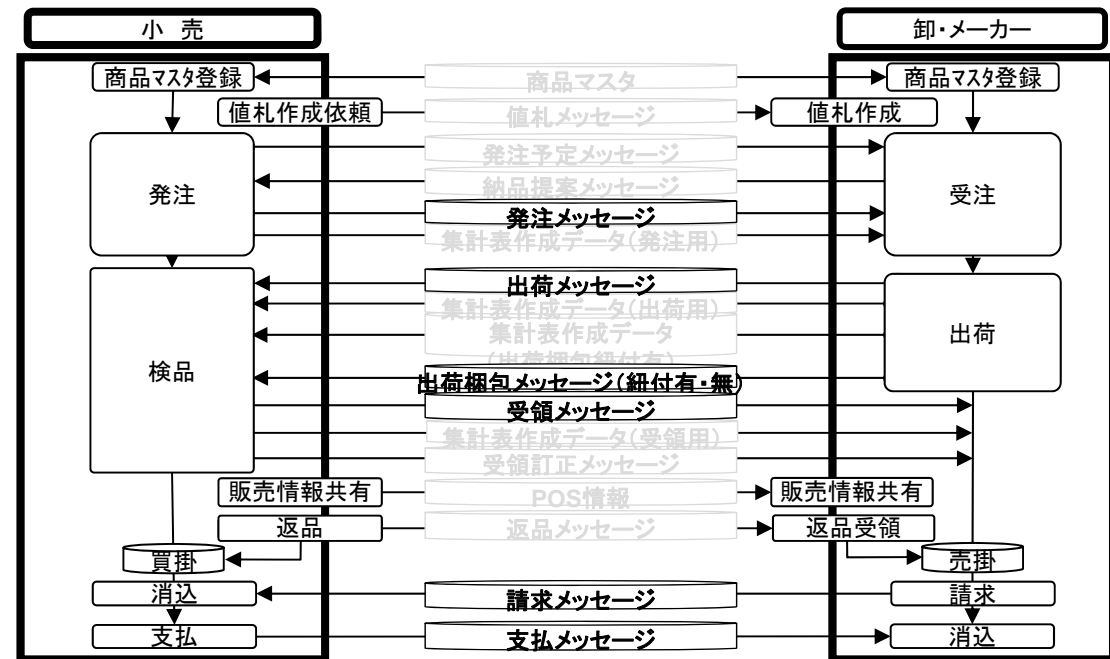
支払内容コードリスト

1001	仕入明細
1002	返品明細
1003	移動明細
1004	値引明細
1005	委託明細
2000	相殺明細(代表コード)
3001	相殺前支払額
3002	相殺合計
3003	支払額

照合結果コードリスト

00	無指定
01	請求照合分支払
02	請求のない返品・値引・相殺
03	再調査請う
04	計上払対象

発注メッセージ～受領メッセージ (生鮮特有項目の解説)



4. 生鮮メッセージ項目解説

生鮮商材特有の業務プロセスに対応するため以下の項目が設定されている。

①不定貫取引項目

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

②生鮮取引の特徴(出荷時に商品,原価etcが決まる/変わる)のため「出荷・受領確定ルール」項目

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

③商品属性項目

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

4. 生鮮メッセージ項目解説

(1) 不定貫商品について 1) 定貫と不定貫 セット項目比較

※生鮮追加項目

項目名称	定貫				不定貫			
	発注セット項目	生鮮発注	生鮮出荷	生鮮受領	発注セット項目	生鮮発注	生鮮出荷	生鮮受領
不定貫区分	00	○	○	○	01	○	○	○
原価金額、売価金額	1200、1560	○	○	○	162000、189000	○	162600、189700	○
重量合計					54.0	○	○	○
商品コード(発注)	021234	○	○	○	026789	○	○	○
規格	バラ	○	○	○	27kgブロック	○	○	○
入数	6	○	○	○	3	○	○	○
発注単位	6	○	○	○	1	○	○	○
発注単位コード	00	○	○	○	00	○	○	○
発注数量(発注単位数)	2	○	○	○	2	○	○	○
発注数量(バラ)	12	○	○	○	2	○	○	○
発注荷姿コード	03	○	○	○	03 (ケース)	○	○	○
原単価、売単価	100、130	○	○	○	3000、3500	○	○	○
単価登録単位					03(kg当たり)	○	○	○
重量(発注、出荷、受領)					54.0	○	○ 54.2	○ 54.2
取引単位重量	10.0	○	○	○	27.0	○	○	○
商品重量	未使用、ゼロをセット				27.0	○	○	○
ITFコード(集合包装GTIN)			○				○ゼロ	

【定貫商品の場合】

出荷段階



入数=6玉
発注荷姿=ケース

発注単位=6個
発注数量(発注単位数)=1
発注数量(バラ)=6

商品コード(発注)=021234
キャベツ(バラ)を表す

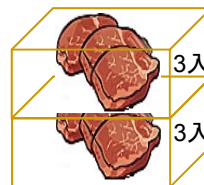
店舗



規格=バラ

【不定貫商品の場合】

出荷段階



入数=3
発注荷姿=ケース
商品重量=27.0kg
単価登録単位=kg
原単価=3000円/kg

和牛ブロック (単品: パーツ発注)

発注単位=1
発注数量(発注単位数)=2
発注数量(バラ)=2
商品重量=27.0kg
取引単位重量=27.0kg
発注重量=54.0kg
出荷重量=54.2kg
受領重量=54.2kg
商品コード(発注)=026789
和牛ブロック(ケース)を表す

店舗



規格=27kgブロック
売単価=3500円/kg

4. 生鮮メッセージ項目解説

(1)不定貫商品について 2)不定貫商品の計算方法

【前提】（共通）

- ①発注重量（出荷、受領、返品）は全て**kg単位**でセットする。**小数点3桁**まで有効。
- ②原価金額、売価金額は原単価、売単価を**kg当たりの単価に換算**した上で算出する
- ③「商品重量」は、商品コード（発注用）の商品重量。発注数量（バラ）1個当たりの重量。
 - ・商品コード(発注用)がケースの発注コードなら 商品重量はケース重量 例:5(kg)
 - ・商品コード(発注用)がパックの発注コードなら 商品重量はパックあたり重量
- ④取引単位は事前に会社間で取り決めておく内容。

(1)単価登録単位=01(=1g)の場合

- ・商品重量 = (商品コード[発注用]の正味(標準)重量をg単位でセットする。)
- ・発注重量 = 商品重量 × 発注数量(バラ) ÷ 1000
- ・原価金額 = 原単価 × 1000 × 発注重量
- ・売価金額 = 売単価 × 1000 × 発注重量

◆出荷重量は、出荷段階での確定重量をkg単位でセットする。

- ・原価金額 = 原単価 × 1000 × 出荷重量(確定重量)
- ・売価金額 = 売単価 × 1000 × 出荷重量(確定重量)

◆受領重量は、受領段階での確定重量をkg単位でセットする。

- ・原価金額 = 原単価 × 1000 × 受領重量(確定重量)
- ・売価金額 = 売単価 × 1000 × 受領重量(確定重量)

※受領時に再計量して受領重量とすることは現行の仕組みでは困難な場合がある。

◆返品重量は、返品段階での確定重量をkg単位でセットする。

- ・原価金額 = 原単価 × 1000 × 返品重量(確定重量)
- ・売価金額 = 売単価 × 1000 × 返品重量(確定重量)

4. 生鮮メッセージ項目解説

(1) 不定貫商品について 2) 不定貫商品の計算方法

(2) 単価登録単位＝02(＝100g)の場合

- ・商品重量 = (商品コード[発注用]の正味(標準)重量を100g単位でセットする。)
- ・発注重量 = 商品重量 × 発注数量(バラ) ÷ 10
- ・原価金額 = 原単価 × 10 × 発注重量
- ・売価金額 = 売単価 × 10 × 発注重量

◆出荷重量は、出荷段階での確定重量をkg単位でセットする。

・原価金額 = 原単価 × 10 × 出荷重量(確定重量)

・売価金額 = 売単価 × 10 × 出荷重量(確定重量)

◆受領重量は、受領段階での確定重量をkg単位でセットする。

・原価金額 = 原単価 × 10 × 受領重量(確定重量)

・売価金額 = 売単価 × 10 × 受領重量(確定重量)

※受領時に再計量して受領重量とすることは現行の仕組みでは困難な場合がある。

◆返品重量は、返品段階での確定重量をkg単位でセットする。

・原価金額 = 原単価 × 10 × 返品重量(確定重量)

・売価金額 = 売単価 × 10 × 返品重量(確定重量)

(3) 単価登録単位＝03(＝1kg)の場合

- ・商品重量 = (商品コード[発注用]の正味(標準)重量をKg単位でセットする。)
- ・発注重量 = 商品重量 × 発注数量(バラ)
- ・原価金額 = 原単価 × 発注重量
- ・売価金額 = 売単価 × 発注重量

◆出荷重量は、出荷段階での確定重量をkg単位でセットする。

・原価金額 = 原単価 × 出荷重量(確定重量)

・売価金額 = 売単価 × 出荷重量(確定重量)

◆受領重量は、受領段階での確定重量をkg単位でセットする。

・原価金額 = 原単価 × 受領重量(確定重量)

・売価金額 = 売単価 × 受領重量(確定重量)

※受領時に再計量して受領重量とすることは現行の仕組みでは困難な場合がある。

◆返品重量は、返品段階での確定重量をkg単位でセットする。

・原価金額 = 原単価 × 返品重量(確定重量)

・売価金額 = 売単価 × 返品重量(確定重量)

※部分肉の単価登録単位は原則(03:1kg当り)とする。発注重量はkgとする。

4. 生鮮メッセージ項目解説

(1)不定貫商品について 3)項目セットの方法 発注～出荷～受領

【計算式】 重量 = (商品コード(発注用)の商品重量 × 発注数量 (バラ) : 小数点3桁

商品重量は単価登録単位で換算

原価金額 = 原単価 × 重量

売価金額 = 売単価 × 重量

[発注]

取引 番号等	不定 貫 区 分	取引明細															推定	
		行 No.	発注商品 コード	商品名	規格	入 数	原単 価	原価 金額	売単 価	売価 金額	発注 単位	発注 単位 コード	発注数量 (発注 単位数)	発注 数量 (バラ)	単価 登録 単位	商品 重量		発注 重量
	01		026789	和牛肩 ロース			3,000	162,000	3,500	189,000	1	ケース	2	2	03:1kg	27.00	54.00	

単価登録単位(kg)あたりの原価/売価
売価/売価金額は0でも可

[出荷]

不定貫区分	取引明細												再計算							
						原単価	原価金額	売単価	売価金額			発注バラ	単価登録	商品重量	発注重量	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	出荷重量	欠品数量(発注単位数)	欠品数量(バラ)
01		026789				3,000	162,600	3,500	189,700			2	03:1kg	27.00	54.00	2	2	54.20	0	0

[受領]

不定貫区分	取引明細																	確定					
						原単価	原価金額	売単価	売価金額				単価登録	商品重量	発注重量			出荷重量		欠品 バラ	受領数量 (発注 単位数)	受領数量 (バラ)	受領重量
01		026789				3,000	162,600	3,500	189,700			2	03:1k g	27.0 0	54.0 0	3	2	54.2 0	0	0	2	2	54.20

4. 生鮮メッセージ項目解説

(1) 不定貫商品について 4) 項目セットの方法 事例1 : 牛ブロックのケース発注

和牛肩ロースブロック(約27kg) 1ケースに3ブロック入り。 2ケース発注
重量 27kg×2ケース=54kg 原価金額 3000円/kg×54kg=162,000円 売価金額 3500円/kg×54kg=189,000円

[発注]

項目名	<取引>	<取引明細>
パック区分		
不定貫区分	01	
発注商品コード		026789
商品名		和牛肩ロース
規格		27kgブロック
入数		3
原単価		3,000
原価金額		162,000
売単価		3,500
売価金額		189,000
発注数量(バラ)		2
発注単位		1
発注数量(発注単位数)		2
発注単位コード		00 (ケース)
発注荷姿コード		03 (ケース)
発注重量(kg)		54.000
取引単位重量		27.000
単価登録単位		03 (1kg)
商品重量		27.000
出荷数量(バラ)		
出荷数量(発注単位数)		
出荷重量		
欠品数量(バラ)		
欠品数量(発注単位数)		
受領数量(バラ)		
受領数量(発注単位数)		
受領重量		
訂正区分		

[出荷]

<取引>	<取引明細>
01	
	026789
	和牛肩ロース
	27kgブロック
	3
	3,000
	162,600
	3,500
	189,700
	2
	1
	2
	00 (ケース)
	03 (ケース)
	54.000
	27.000
	03 (1kg)
	27.000
	2
	2
	54.20
	0
	0

[受領]

<取引>	<取引明細>
01	
	026789
	和牛肩ロース
	27kgブロック
	3
	3,000
	162,600
	3,500
	189,700
	2
	1
	2
	00 (ケース)
	03 (ケース)
	54.000
	27.000
	03 (1kg)
	27.000
	2
	2
	54.20
	0
	0
	00 訂正なし

単価登録
単位の原
価/売価

売価/売価金
額は0でも可

再計算

確定

確定

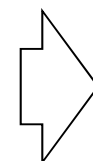
4. 生鮮メッセージ項目解説

(1)不定貫商品について 5)項目セットの方法 事例2 : パック発注、単価登録単位: 1kg

国産豚ミンチ パック発注 1パック約300g入り 1ケースに30パック、約9kgを2ケース発注
 重量 0.3kg×60パック=18.0kg 原価金額 3000円/kg×18.0kg=54,000円 売価金額 3500円/kg×18.0kg=63,000円

[発注]

項目名	<取引>	<取引明細>
パック区分	01	
不定貫区分	01	
商品コード(発注用)		027890
商品名		国産豚ミンチ
規格		300g
入数		30
原単価		3000
原価金額		54,000
売単価		3500
売価金額		63,000
発注数量(バラ)		60
発注単位		30
発注数量(発注単位数)		2
発注単位コード		00 (パック)
発注荷姿コード		03 (ケース)
発注重量(kg)		18.000
取引単位重量		9.0
単価登録単位		03 (1kg)
商品重量		0.300
出荷数量(バラ)		
出荷数量(発注単位数)		
出荷重量		
欠品数量(バラ)		
欠品数量(発注単位数)		
受領数量(バラ)		
受領数量(発注単位数)		
受領重量		
訂正区分		



[出荷]

<取引>	<取引明細>
01	
01	
	027890
	国産豚ミンチ
	300g
	30
	3000
	55,500
	3500
	64,750
	60
	30
	2
	00 (パック)
	03 (ケース)
	18.000
	9.0
	03 (1kg)
	0.300
	60
	2
	18.500
	0
	0



[受領]

<取引>	<取引明細>
01	
01	
	027890
	国産豚ミンチ
	300g
	30
	3000
	54,600
	3500
	63,700
	60
	30
	2
	00 (パック)
	03 (ケース)
	18.000
	9.0
	03 (1kg)
	0.300
	60
	2
	18.500
	0
	0
	2
	2
	18.200
	07 数量不足

推定

再計算

確定

確定

4. 生鮮メッセージ項目解説

(1)不定貫商品について 6)項目セットの方法 事例3 : パック発注、単価登録単位: 100g



国産豚ミンチ パック発注 1パック約300g入り 1ケースに30パック、約9kgを2ケース発注
 重量(kg) = 300g × 60パック / 1000 = 18kg 原価金額 = 原単価(300円/100g) × 10 × 発注重量(18kg) = 300 × 10 × 18 = 54,000円
 売価金額 = 売単価(350円/100g) × 10 × 発注重量(18kg) = 350 × 10 × 18 = 63,000円

[発注]

項目名	<取引>	<取引明細>
パック区分	01	
不定貫区分	01	
商品コード(発注用)		027890
商品名		国産豚ミンチ
規格		300g
入数		30
原単価		300
原価金額		54,000
売単価		350
売価金額		63,000
発注数量(バラ)		60
発注単位		30
発注数量(発注単位数)		2
発注単位コード		00 (パック)
発注荷姿コード		03 (ケース)
発注重量(kg)		18.000
取引単位重量		9.0
単価登録単位		02 (100g)
商品重量		300
出荷数量(バラ)		
出荷数量(発注単位数)		
出荷重量		
欠品数量(バラ)		
欠品数量(発注単位数)		
受領数量(バラ)		
受領数量(発注単位数)		
受領重量		
訂正区分		

[出荷]

<取引>	<取引明細>
01	
01	
	027890
	国産豚ミンチ
	300g
	30
	300
	55,500
	350
	64,750
	60
	30
	2
	00 (パック)
	03 (ケース)
	18.000
	9.0
	02 (100g)
	300
	60
	2
	18.500
	0
	0

[受領]

<取引>	<取引明細>
01	
01	
	027890
	国産豚ミンチ
	300g
	30
	300
	54,600
	350
	63,700
	60
	30
	2
	00 (パック)
	03 (ケース)
	18.000
	9.0
	02 (100g)
	300
	60
	2
	18.500
	0
	0
	60
	2
	18.200
	07 数量不足

単価登録
単位の原
価/売価

推定

単価登録単位がg単位(01:g、
02:100g)の時は商品重量を
g単位とする。

再計算

確定

確定

4. 生鮮メッセージ項目解説

(2) 生鮮取引の特徴 1) 取引番号区分のセット方法

取引番号区分とは、取引タイプ別に出荷型取引発生時の発番基準を表す。

- ① 1桁目は取引のタイプを表す。 0:T/A型／1:発注書型／2:出荷型
- ② 2桁目は発番基準を表す。 0:発注通り／1:出荷時取引先発番／2:受領時小売発番

● 現行運用として発注書を使用する場合、取引先で伝票発行をする。その場合、取引先側発番が通常であるが、付番ルールを設けている小売もある。付番ルールが異なり取引先負荷がかかるので、小売が付番した方がよいという考え方を発展させ、全般的取引を管理できる区分にした。

● 2区分に分ける方法もあるが、取引の少ない機能につき、1区分2桁で管理する。

タイプ	コード	内容	セット場所
T/A型 1桁目:0	00	発注の取引番号をそのままセット	発注
	01	追加時、取引番号を取引先で発番	出荷
	02	追加時取引番号を小売発番(受領で振り直し)	受領
発注書型 1桁目:1	10	発注書使用の意味、取引番号はゼロ。出荷時に取引付属番号を取引番号に利用する場合は、10を使用する。	発注、出荷
	11	取引番号、取引先発番	出荷
	12	取引番号、小売発番(受領で振り直し)	受領
出荷型(※) 1桁目:2	—	発注無しのため、発生しない	無し
	21	取引番号、取引先発番	出荷
	22	取引番号、小売発番(受領で振り直し)	受領

※V1.0では受領時の小売発番機能は使えない。取引先発番型で処理をする。
手書伝票相当でも項目が整備でき、EDIであれば伝票レスの対象となる。

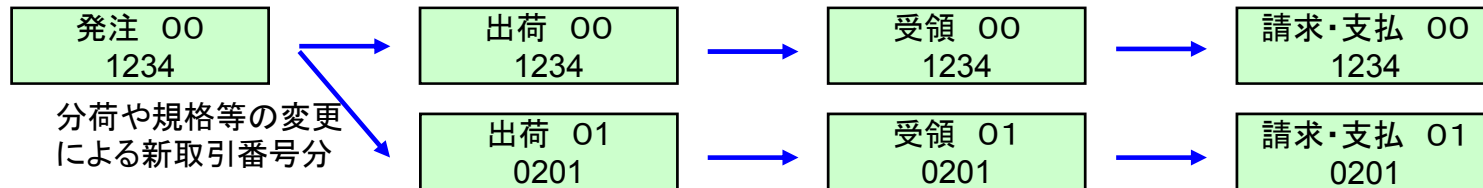
4. 生鮮メッセージ項目解説

(2) 生鮮取引の特徴 2) 取引番号区分と取引番号のセット方法のまとめ

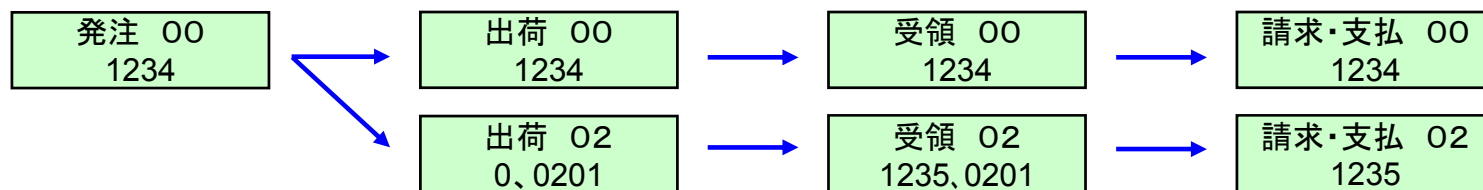
上段	メッセージ種別、取引番号区分
下段	③以外は取引番号、出荷者管理番号を表す。 ③は取引番号と取引付属番号を表す。

① T/A型・取引先発番

変更なしの分



② T/A型・小売発番(振り直し)



③ 発注書型・取引付属番号利用



④ 発注書型・取引先発番



⑤ 発注書型・小売受領発番



⑥ 出荷型・取引先発番



⑦ 出荷型・小売発番



4. 生鮮メッセージ項目解説

(2) 生鮮取引の特徴 3) セット事例1: 発注、出荷、受領までのT/A型の流れ

- T/A型発注でも、産地や規格が変わる。市場買付では原価が変わる。
- 分荷がある → 出荷時、伝票を分ける。
- 取引先側で取引番号をセットするが、相対で発番範囲ルールを決めることができる。

T/A型で追加取引時は取引先発番

発注

取引番号	取引付属番号	出荷者管理番号	取引番号区分	取引明細							
				取引明細番号	取引付属明細番号	出荷者管理明細番号	元取引番号	元取引明細番号	商品コード	商品名	発注数量
1234			00	01					4922317000138	キャベツM	1000
				02					4922341000104	キュウリ	800

仲卸・卸
キャベツMは千葉産は
700個しかない
残り300個は栃木産
→ を出荷

出荷

取引追加

取引番号			取引番号区分	取引明細											
				取引明			元取引番号	元取引明細	商品コード	商品名	発注数量	出荷数量	欠品数量	産地	商品コード (出荷元)
1234			00	01					4922317000138	キャベツM	1000	700	300	千葉	4912345678904
				02					4922341000104	キュウリ	800	800	0	千葉	4912345789013
0201			01	01			1234	01	4922317000138	キャベツM	0	300	0	栃木	4912345001238

取引追加



受領

※元取引番号はセットできない場合がある。将来的にはセットしていく。

取引番号		取引番号区分	取引明細											
			取引明細番号	取引付属明細番号	元取引番号	元取引明細番号	商品コード	商品名	発注数量	出荷数量	欠品数量	受領数量	産地	商品コード(出荷元)
1234		00	01				4922317000138	キャベツM	1000	700	300	700	千葉	4912345678904
			02				4922341000104	キュウリ	800	800	0	800	千葉	4912345789013
0201		01	01		1234	01	4922317000138	キャベツM	0	300	0	300	栃木	4912345001238

取引番号で請求／支払へ

品目により本運用可能なものと当面難しいという2つのご意見があった。(食肉では本運用は当面難しいというご意見であった。)

4. 生鮮メッセージ項目解説

(2) 生鮮取引の特徴 4) セット事例2: 発注、出荷、受領までのT/A型の流れ



T/A型で追加取引時は小売発番

発注

取引番号	取引 番号	出荷 者 理 号	取引 番号 区分	取引明細							
				取引 明細 番号	取引 付 属 明細 番号	出荷 者 理 明 細 番号	元取 引 番 号	元取 引 明細 番号	商品コード	商品名	発注 数量
1234			00	01					4922317000138	キャベツM	1000
				02					4922341000104	キュウリ	800

仲卸・卸
キャベツMは千葉産は
700個しかない
残り300個は栃木産
を出荷

出荷

取引
追加

取引 番号		出荷 者 理 号	取引 番号 区分	取引明細											
				取 明		出 荷 者 理 明 細 番号	元取 番号	元取 明細	商品コード	商品名	発注 数量	出荷 数量	欠品 数量	産地	商品コード (出荷元)
1234			00	01					4922317000138	キャベツM	1000	700	300	千葉	4912345678904
				02					4922341000104	キュウリ	800	800	0	千葉	4912345789013
0		0201	02	0		01	1234	01	4922317000138	キャベツM	0	300	0	栃木	4912345001238

※元取引番号はセットできない場合がある。将来的にはセットしていく。

受領

発番

取引 番号	出 荷 者 理 号	取引 番号 区分	取引明細											
			取 明	出 明	元取 引 番 号	元 明	商品コード	商品名	発注 数量	出荷 数量	欠品 数量	受領 数量	産地	商品コード (出荷元)
1234		00	01				4922317000138	キャベツM	1000	700	300	700	千葉	4912345678904
			02				4922341000104	キュウリ	800	800	0	800	千葉	4912345789013
1235	0201	02	01	01	1234	01	4922317000138	キャベツM	0	300	0	300	栃木	4912345001238

取引番号で請求／支払へ

品目により本運用可能なものと当面難しいという2つのご意見があった。(食肉では本運用は当面難しいというご意見であった。)

4. 生鮮メッセージ項目解説

(2) 生鮮取引の特徴 5) 事例3: 発注、出荷、受領までの発注書型の流れ

- 数量や原価合計が出荷で決まるため、取引番号は発注時ではなく、出荷で発番。
- 各社社内制度との関連があり、現時点ではT/A型と発注書型の2案必要。

発注書型で出荷は取引先発番

発注

取引番号	取引付属番号	出荷者管理番号	取引番号区分	取引明細							
				取引明細番号	取引付属明細番号	出荷者管理明細番号	元取引番号	元取引明細番号	商品コード	商品名	発注数量
0	0011		10	0	01				4922317000138	キャベツM	1000
				0	02				4922341000104	キュウリ	800

発注書№にあたる

仲卸・卸
キャベツMは千葉産は
700個しかない
残り300個は栃木産
を出荷

出荷

取引 番号	取引 付属 番号		取引 番号 区分	取引明細											
				取 明	付 明				商品コード	商品名	発注 数量	出荷 数量	欠品 数量	産地	商品コード (出荷元)
0201	0011		11	01	01				4922317000138	キャベツM	1000	700	300	千葉	4912345678904
				02	01				4922341000104	キャベツM	0	300	0	栃木	4912345789013
				03	02				4922317000138	キュウリ	800	800	0	千葉	4912345001238

受領

取引 番号	取引 付属 番号		取引 番号 区分	取引明細												
				取 明	付 明				商品コード	商品名	発注 数量	出荷 数量	欠品 数量	受領 数量	産地	商品コード (出荷元)
0201	0011		11	01	01				4922317000138	キャベツM	1000	700	300	700	千葉	4912345678904
				02	01				4922341000104	キャベツM	0	300	0	300	栃木	4912345789013
				03	02				4922317000138	キュウリ	800	800	0	800	千葉	4912345001238

取引番号で請求／支払へ

4. 生鮮メッセージ項目解説

(2) 生鮮取引の特徴 6) 事例4: 発注、出荷、受領までの発注書型の流れ

発注

発注書型で出荷は小売発番

取引番号	取引付属番号	出荷者管理番号	取引番号区分	取引明細							
				取引明細番号	取引付属明細番号	出荷者管理明細番号	元取引番号	元取引明細番号	商品コード	商品名	発注数量
0	0011		10	0	01				4922317000138	キャベツM	1000
				0	02				4922341000104	キュウリ	800

仲卸・卸
キャベツMは千葉産は
700個しかない
残り300個は栃木産
を出荷

出荷

取引番号	取引 付属 番号	出荷者 管理 番号	取引 番号 区分	取引明細											
				取 明	付 明	出 明			商品コード	商品名	発注 数量	出荷 数量	欠品 数量	産地	商品コード (出荷元)
0	0011	0201	12	0	01	01			4922317000138	キャベツM	1000	700	300	千葉	4912345678904
				0	01	02			4922341000104	キャベツM	0	300	0	栃木	4912345789013
				0	02	03			4922317000138	キュウリ	800	800	0	千葉	4912345001238

受領

取引 番 号	取引 付 属 番 号	出 荷 管 理 番 号	取引 番 区 分	取引明細												
				取 明	付 明	出 明			商品コード	商品名	発注 数量	出 荷 数量	欠品 数量	受領 数量	産地	商品コード (出荷元)
1235	0011	0201	12	01	01	01			4922317000138	キャベツM	1000	700	300	700	千葉	4912345678904
				02	01	02			4922341000104	キャベツM	0	300	0	300	栃木	4912345789013
				03	02	03			4922317000138	キュウリ	800	800	0	800	千葉	4912345001238

取引番号で請求／支払へ

4. 生鮮メッセージ項目解説

(2) 生鮮取引の特徴 7) 事例5: 発注、出荷、受領までの出荷型の流れ



※食肉の部分肉取引における固有プロセスとして検討を実施

出荷型で取引先発番

■取引番号を取引先が出荷時に発番するパターン。

■・事前商談で商品／数量（重量）が決定し、発注データはなく、出荷から始まるような場合に使用

発注：事前商談、電話、FAXなど

出荷

取引番号の発番ルールは2種類あり
①相手が指定している番号レンジを使用
②卸側で独自に付番

取引番号		取引番号区分	取引明細									
			取引明細番号				商品コード	商品名	発注重量	出荷重量	欠品重量	
0201		21	01				20221	和牛肩ロース	0	70.0	0	
			02				20223	和牛ヒレ	0	20.0	0	

受領

取引番号		取引番号区分	取引明細									
			取引明細番号				商品コード	商品名	発注重量	出荷重量	欠品重量	受領重量
0201		21	01				20221	和牛肩ロース	0	70.0	0	70.0
			02				20223	和牛ヒレ	0	20.0	0	20.0

取引番号で請求／支払へ

4. 生鮮メッセージ項目解説

(2) 生鮮取引の特徴 8) 事例6: 発注、出荷、受領までの出荷型の流れ

※食肉の部分肉取引における固有プロセスとして検討を実施

出荷型で小売発番

■出荷時は出荷者管理番号に管理番号をセットし、受領時に小売にて取引番号を発番するパターン。

発注: 事前商談、電話、FAXなど

出荷

取引 番号		出荷者 管理 番号	取引 番号 区分	取引明細										
				取引明細 番号		出荷者管理 明細番号		商品 コード	商品名	発注 重量	出荷 重量	欠品 重量		
0		0201	22	0		01		20221	和牛肩ロース	0	70.0	0		
				0		02		20223	和牛ヒレ	0	20.0	0		

受領

取引 番号		出荷者 管理 番号	取引 番号 区分	取引明細										
				取引明細 番号		出荷者管理 明細番号		商品 コード	商品名	発注 重量	出荷 重量	欠品 重量	受領 重量	
1234		0201	22	01		01		20221	和牛肩ロース	0	70.0	0	70.0	
				02		02		20223	和牛ヒレ	0	20.0	0	20.0	

取引番号で請求／支払へ

4. 生鮮メッセージ項目解説

(2) 生鮮取引の特徴 9) 仮伝運用について



■ 仮伝の運用とは？

生鮮品の特性上、真夜中に物流が行われるが、会社間の取引条件で単価変更がその場で確定できないような場合が発生する。その場合、仮単価で出荷し、後で相手先に確認して確定データとするような運用がある。

■ 対応案. 出荷メッセージに「仮伝フラグ」を追加する。

- ① 「仮伝フラグ」が「01」の場合は仮伝とし、「原単価」を「仮単価」として扱う。「仮伝フラグ」が「00」の場合を本伝とし、「原単価」を正として対応した受領データを返す。
- ② 仮伝フラグは取引明細項目に設ける。小売により、取引番号単位と行単位の運用がある為。
 - ・ 取引番号単位に管理したいときは、全行に「01」をつける。
 - ・ 行単位に管理したいときは、指定行のみ「01」をつける。

4. 生鮮メッセージ項目解説

(2) 生鮮取引の特徴 10) 仮伝運用時の項目セット方法①取引単位の仮伝フラグ、取引先発番基準



発注

取引番号	出荷者管理番号	取引明細									
		取引明細番号	出荷者管理明細番号	元取引番号	元取引明細番号	商品コード	商品名	発注数量	産地	原単価	原価金額
1234		01				4922317000138	キャベツM	1000	千葉	100	100000
		02				4922341000104	キュウリ	800	千葉	100	80000

単価を変えざるを得ない際に、出荷先に確認がとれない場合、その時点では仮単価として出荷し、後日確認し、単価確定後、正式出荷とする。

出荷(仮伝)

取引番号	出荷者管理	取引明細												
		仮伝フラグ	取引明細		元取引	元取引明細	商品コード	商品名	発注数量	出荷数量	欠品数量	産地	原単価	原価金額
1234		01	01				4922317000138	キャベツM	1000	700	300	千葉	100	70000
		01	02				4922341000104	キュウリ	800	800	0	千葉	100	80000
0201		01	01		1234	01	4922317000138	キャベツM	0	300	0	栃木	120	36000

出荷(本伝)

取引番号		取引明細												
		仮伝												
1234		00	01				4922317000138	キャベツM	1000	700	300	千葉	100	70000
		00	02				4922341000104	キュウリ	800	800	0	千葉	100	80000
0201		00	01		1234	01	4922317000138	キャベツM	0	300	0	栃木	120	36000

受領

取引番号		取引明細												
		仮伝												
1234			01				4922317000138	キャベツM	1000	700	700	千葉	100	70000
1234			02				4922341000104	キュウリ	800	800	800	千葉	100	80000
0201			01		1234	01	4922317000138	キャベツM	0	300	300	栃木	120	36000

取引番号で請求／支払へ

4. 生鮮メッセージ項目解説

(2) 生鮮取引の特徴 10) 仮伝運用時の項目セット方法①取引単位の仮伝フラグ、取引先発番基準



発注

取引番号	出荷者管理番号	取引明細									
		取引明細番号	出荷者管理明細番号	元取引番号	元取引明細番号	商品コード	商品名	発注数量	産地	原単価	原価金額
1234		01				4922317000138	キャベツM	1000	千葉	100	100000
		02				4922341000104	キュウリ	800	千葉	100	80000

単価を変えざるを得ない際に、出荷先に確認がとれない場合、その時点では仮単価として出荷し、後日確認し、単価確定後、正式出荷とする。

出荷(仮伝)

取引番号	出荷者管理	取引明細												
		仮伝フラグ	取引明細		元取引	元取引明細	商品コード	商品名	発注数量	出荷数量	欠品数量	産地	原単価	原価金額
1234		00	01				4922317000138	キャベツM	1000	700	300	千葉	100	70000
		00	02				4922341000104	キュウリ	800	800	0	千葉	100	80000
0201		01	01		1234	01	4922317000138	キャベツM	0	300	0	栃木	120	36000

出荷(本伝)

取引番号		取引明細												
		仮伝												
1234		00	01				4922317000138	キャベツM	1000	700	300	千葉	100	70000
		00	02				4922341000104	キュウリ	800	800	0	千葉	100	80000
0201		00	01		1234	01	4922317000138	キャベツM	0	300	0	栃木	120	36000

受領

取引番号		取引明細												
		仮伝												
1234			01				4922317000138	キャベツM	1000	700	700	千葉	100	70000
1234			02				4922341000104	キュウリ	800	800	800	千葉	100	80000
0201			01		1234	01	4922317000138	キャベツM	0	300	300	栃木	120	36000

取引番号で請求／支払へ

4. 生鮮メッセージ項目解説

(2) 生鮮取引の特徴 11) 仮伝運用時の項目セット方法②取引単位の仮伝フラグ、小売発番基準



発注

取引番号	出荷者管理番号	取引明細									
		取引明細番号	出荷者管理明細番号	元取引番号	元取引明細番号	商品コード	商品名	発注数量	産地	原単価	原価金額
1234		01				4922317000138	キャベツM	1000	千葉	100	100000
		02				4922341000104	キュウリ	800	千葉	100	80000

出荷(仮伝)

取引番号	出荷者管理	取引明細												
		仮伝フラグ	取引明細		元取引	元取引明細	商品コード	商品名	発注数量	出荷数量	欠品数量	産地	原単価	原価金額
1234		01	01				4922317000138	キャベツM	1000	700	300	千葉	100	70000
		00	02				4922341000104	キュウリ	800	800	0	千葉	100	80000
0	0201	01	0	01	1234	01	4922317000138	キャベツM	0	300	0	栃木	120	36000

出荷(本伝)

取引番号		取引明細												
		仮伝												
1234		00	01				4922317000138	キャベツM	1000	700	300	千葉	100	70000
		00	02				4922341000104	キュウリ	800	800	0	千葉	100	80000
0	0201	00	0	01	1234	01	4922317000138	キャベツM	0	300	0	栃木	120	36000

受領

取引番号		取引明細												
		仮伝												
1234			01				4922317000138	キャベツM	1000	700	700	千葉	100	70000
1234			02				4922341000104	キュウリ	800	800	800	千葉	100	80000
1235	0201		01	01	1234	01	4922317000138	キャベツM	0	300	300	栃木	120	36000

取引番号で請求／支払へ

4. 生鮮メッセージ項目解説

(3) 商品属性について 1) 商品属性の表現

項目名称	型・桁	内容
商品コード(出荷元)	Identifier(14)	ソースマーキングされた生産者コード(JAN)。納品時に必要に応じてセットする。
都道府県コード・国コード・産地名、水域他	Identifier(3)／ Text	原産地を指定して発注する場合の産地や水域を表す。(ex. 鹿児島産、東シナ海、焼津港etc) 別項詳細参照
等級	Text(8)	商品のグレードを表す(A, B, C, 秀, 優, 良など)。
階級	Text(8)	商品のサイズを表す(L, M, S, 大, 中, 小など)。
銘柄	Text(30)	産地銘柄を表す。特定の品種や産地を指定して商品化したブランド品の名称。
商品PR	Text(30)	朝採り、葉付き、土付き、根付きなど商品に関するこだわりや商品PR、商品特性、おすすめ情報を表す。
取引単位重量	Measure(7)	卸売市場等で取引される単位重量(5kg、10kgなど)。kgで表す。小数点以下3桁。

(使用例)

【野菜の場合】

発注段階



商品コード(発注用)=4922317000152
 商品コード(取引先)=4922317000008
 商品名=キャベツ
 等級=A
 階級=2 L (6玉)
 銘柄=孺恋高原キャベツ
 商品PR=朝採り
 取引単位重量=10

出荷段階



商品コード(発注用)=4922317000152
 商品コード(取引先)=4922317000008
 商品コード(出荷元)=4912345678901
 産地名=群馬県
 商品名=キャベツ
 等級=A
 階級=2 L (6玉)
 銘柄=孺恋高原キャベツ
 商品PR=朝採り
 取引単位重量=10

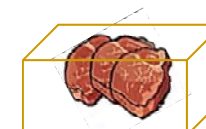
【食肉の場合】

発注段階



商品コード(発注用)=026789
 商品名=和牛肩ロースブロック
 銘柄=松阪牛

出荷段階



商品コード(発注用)=026789
 商品名=和牛肩ロースブロック
 銘柄=松阪牛

4. 生鮮メッセージ項目解説

(3)商品属性について 1)商品属性の表現

項目名称	型・桁	内容	品目
バイオ区分	Code (2)	商品栽培時のバイオ技術の適用種別を表す区分。	青果
養殖区分	Code (2)	養殖を表す区分。	水産
解凍区分	Code (2)	解凍を表す区分。	水産
品種コード	Code (2)	商品の品種を表すコード。	食肉
商品状態区分	Code (2)	商品の保存状態を表す区分。	水産/食肉
形状・部位	Text (5)	商品の形状や部位を表す区分。(1次加工)	水産/食肉
用途	Text(20)	生食用・加熱用といった商品の使用用途を表す。	水産/食肉
パック区分	Code (2)	食肉の加工センター等に発注する場合のデータ判別を行う区分。	食肉

■ バイオ区分(バイオ技術の適用有無を表す)

- 00:未適用
- 01:ウイルスフリー苗を使用
- 02:遺伝子組換品種を使用
- 03:遺伝子組換を行ったウイルスフリー苗を使用
- 09:その他

■ 養殖区分(養殖／天然を表す)

- 01:養殖
- 00:天然

■ 解凍区分(店頭販売時の状態を表す)

- 01:解凍
- 00:解凍以外

JAS法の「水産物品質表示基準」に基づく項目を追加。

4. 生鮮メッセージ項目解説

(3)商品属性について 1)商品属性の表現

■ 品種コード(食肉商品の品種を表す)

- 10:和牛(和種)
- 11:黒毛和種
- 12:褐毛和種
- 13:日本短角種
- 14:無角和種
- 15:黒毛和種×褐毛和種
- 16:和牛間交雑種
- 20:交雑種
- 21:交雑種
- 22:交雑種
- 30:乳用種
- 31:ホルスタイン
- 32:ジャージー種
- 33:乳用種
- 40:肉専用種

■ 商品状態区分(商品の保存状態を表す)

- 01:活、02:チルド、03:冷凍、09:その他

■ 形状・部位(商品の形状や部位、一次加工方法を表す)

- 生鮮標準商品コードに準拠が望ましい (「食肉標準商品コードリスト」「水産物標準商品コードリスト」を参照)

■ 用途(商品の使用用途を表す)

- カキ(生食用、加熱用) など

■ パック区分(食肉の加工センター等に発注する場合のデータ判別を行う。)

- 01:パック

4. 生鮮メッセージ項目解説

(3) 商品属性について 2) 産地の表現

① 産地を表現するために追加されたメッセージ項目

項目名	型・桁	内容
国コード	Identifier(3)	発注時に指定した海外産地または出荷時に確定した海外産地を表すコード。 ※国コードISO-3166に準拠したコードを使用する。 ※国の中のエリア(カリフォルニア、タスマニア等)はコード化せずに原産エリア欄に記載する。
都道府県コード	Identifier(3)	発注時に指定した産地または出荷時に確定した産地を表すコード。 ※都道府県はJISコード(『50:国産』追加)。 ※国都道府県内の市町村やエリア、水揚漁港名などはコード化せずに原産エリアに記載する。
産地名	Text(20)	発注時に指定した産地または出荷時に確定した産地を表す名称。
水域コード	Identifier(2)	漁獲水域を表すコード。漁獲統計海区に準じた分類とする。 ※細かいエリアや水揚漁港名などはコード化せずに原産エリアに記載する。
水域名	Text(20)	漁獲水域を表す名称。漁獲統計海区に準じた分類とする。
原産エリア	Text(30)	国、都道府県内のエリアを表す。市町村名、その他一般に知られている地名(「紀州産」、「カリフォルニア産」など)。 水産物の場合は、細かい水域名(相模湾、浜名湖産など)、水揚げ漁港(焼津港、銚子港など)を表す。

② 生鮮におけるセット例

■ 青果物



項目名	内容	
国コード		840
都道府県コード	002	
産地名	青森県	アメリカ合衆国
原産エリア	弘前	カリフォルニア

■ 畜産物



項目名	内容	
国コード		036
都道府県コード	024	
産地名	三重県	オーストラリア
原産エリア	松阪	タスマニア

■ 水産物



項目名	内容	
国コード		410
都道府県コード	042	
産地名	長崎県	大韓民国
水域コード	10	10
水域名	東シナ海	東シナ海
原産エリア	対馬海峡	対馬海峡

(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。

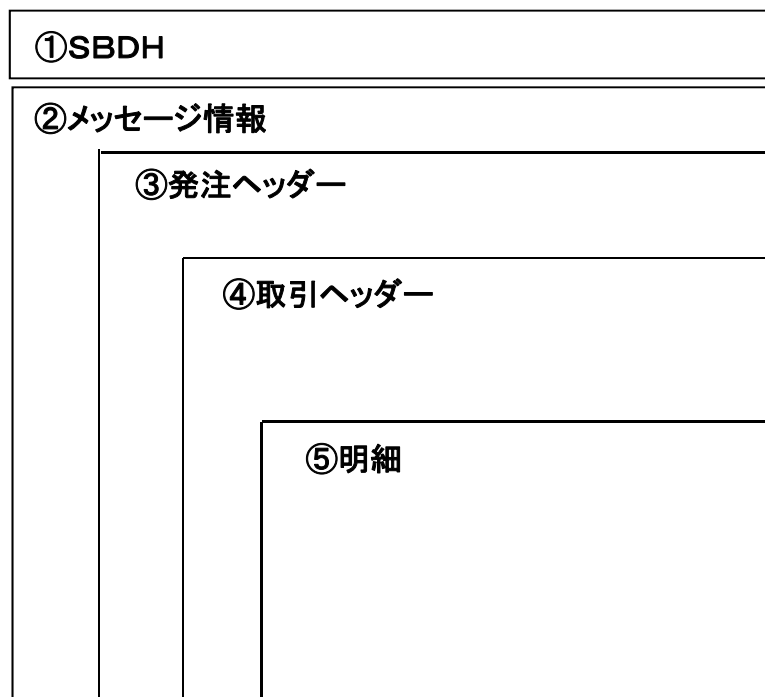
EDI標準にXMLを採用することによって、従来のEDIにはない、
“システム環境に依存することなくデータの転送を行える”
“人手を介するデータの検索、加工、転記が不要である”
といったメリットが生まれる。

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

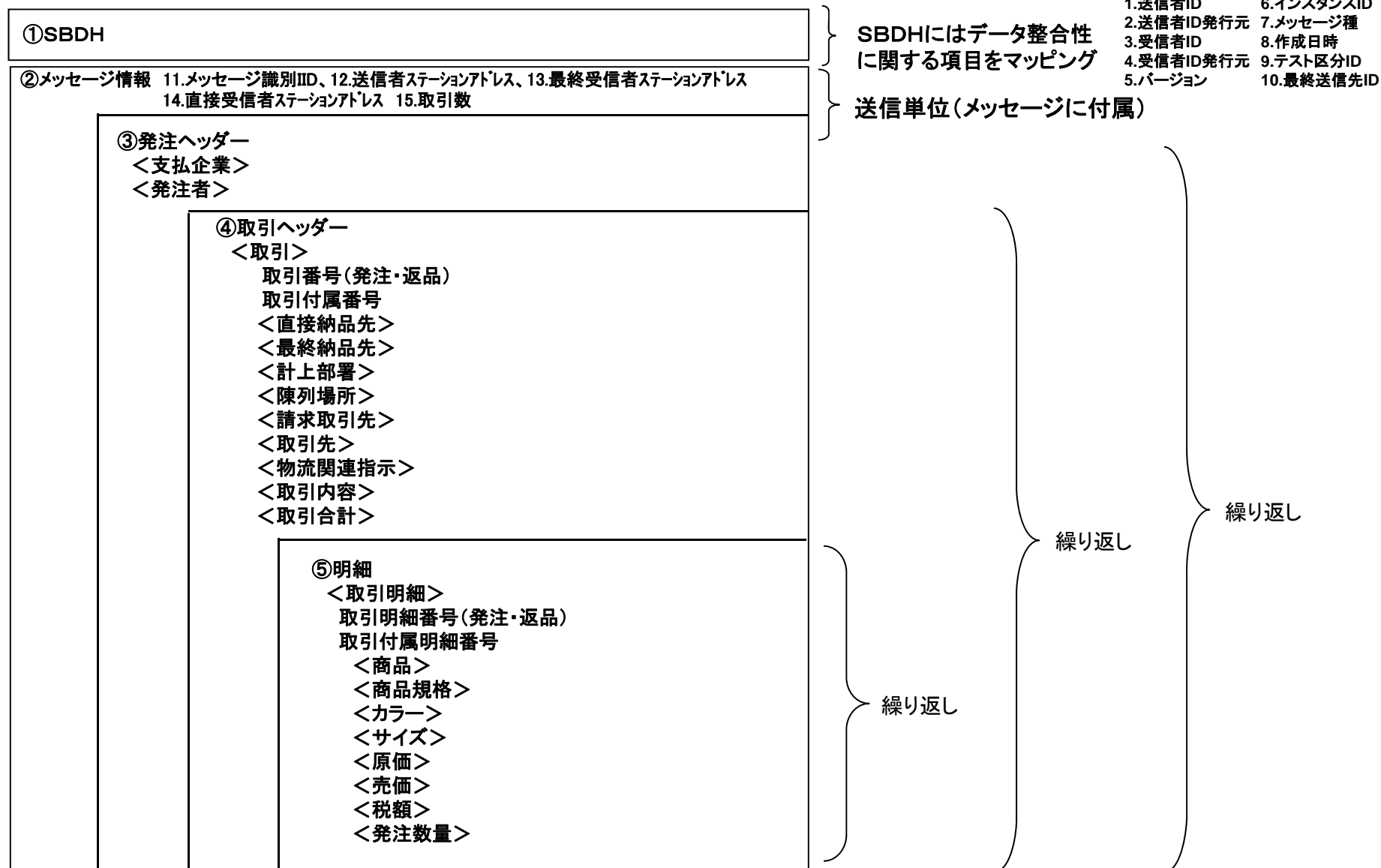
5つの部分から構成される。



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 発注メッセージ

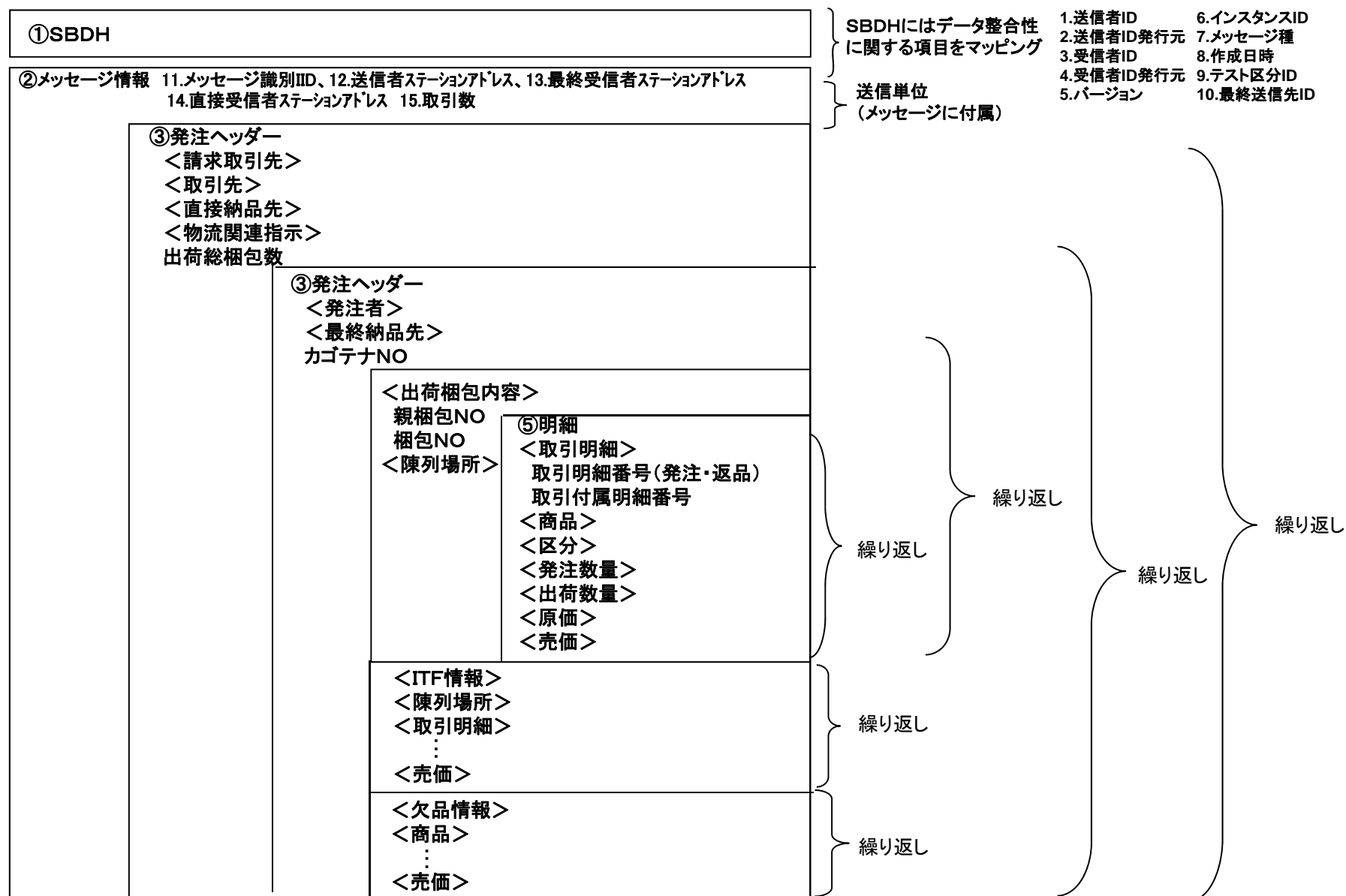


みんなつながる
流通BMS



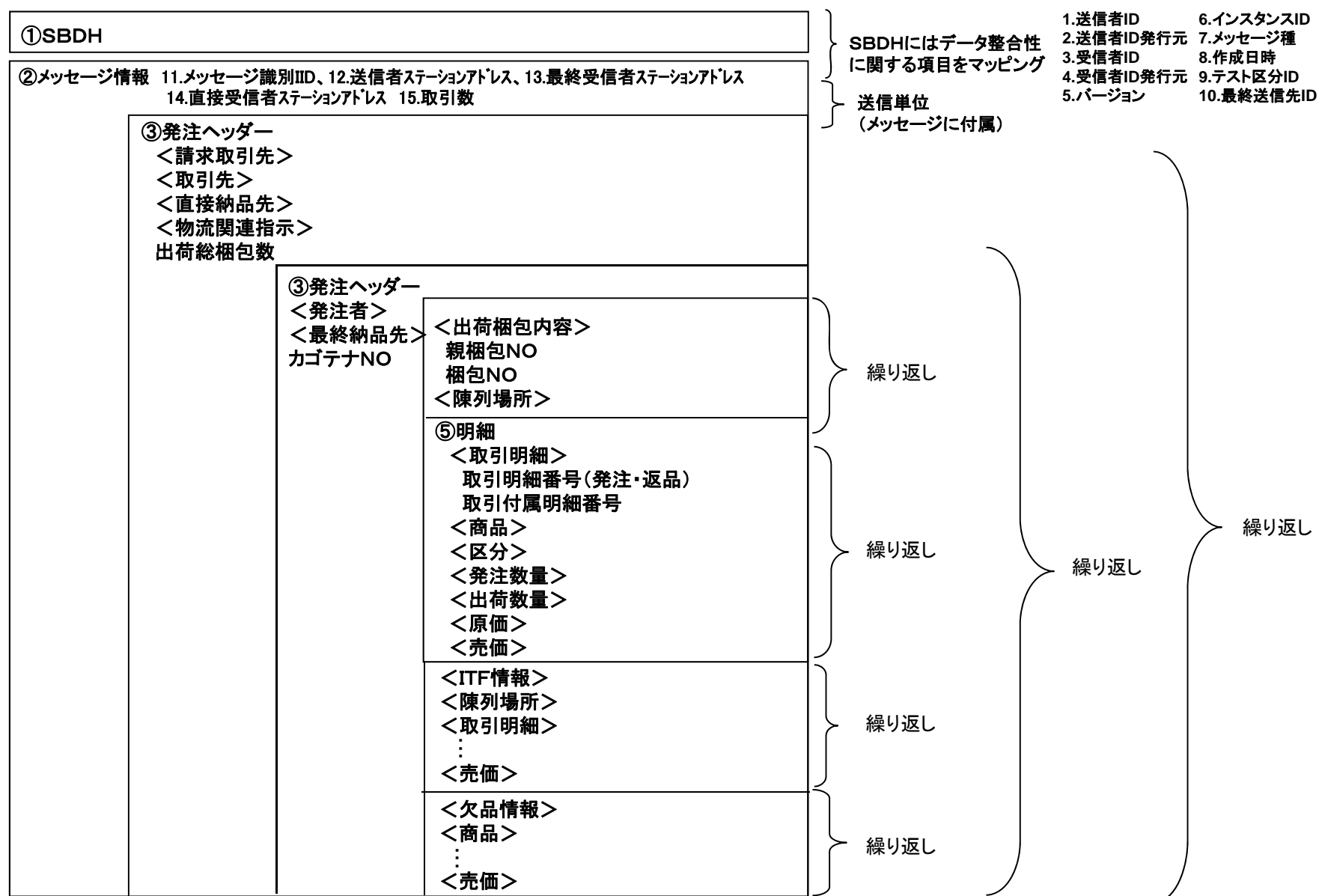
2. メッセージ別の階層構造概要

出荷梱包(紐付けあり)メッセージ

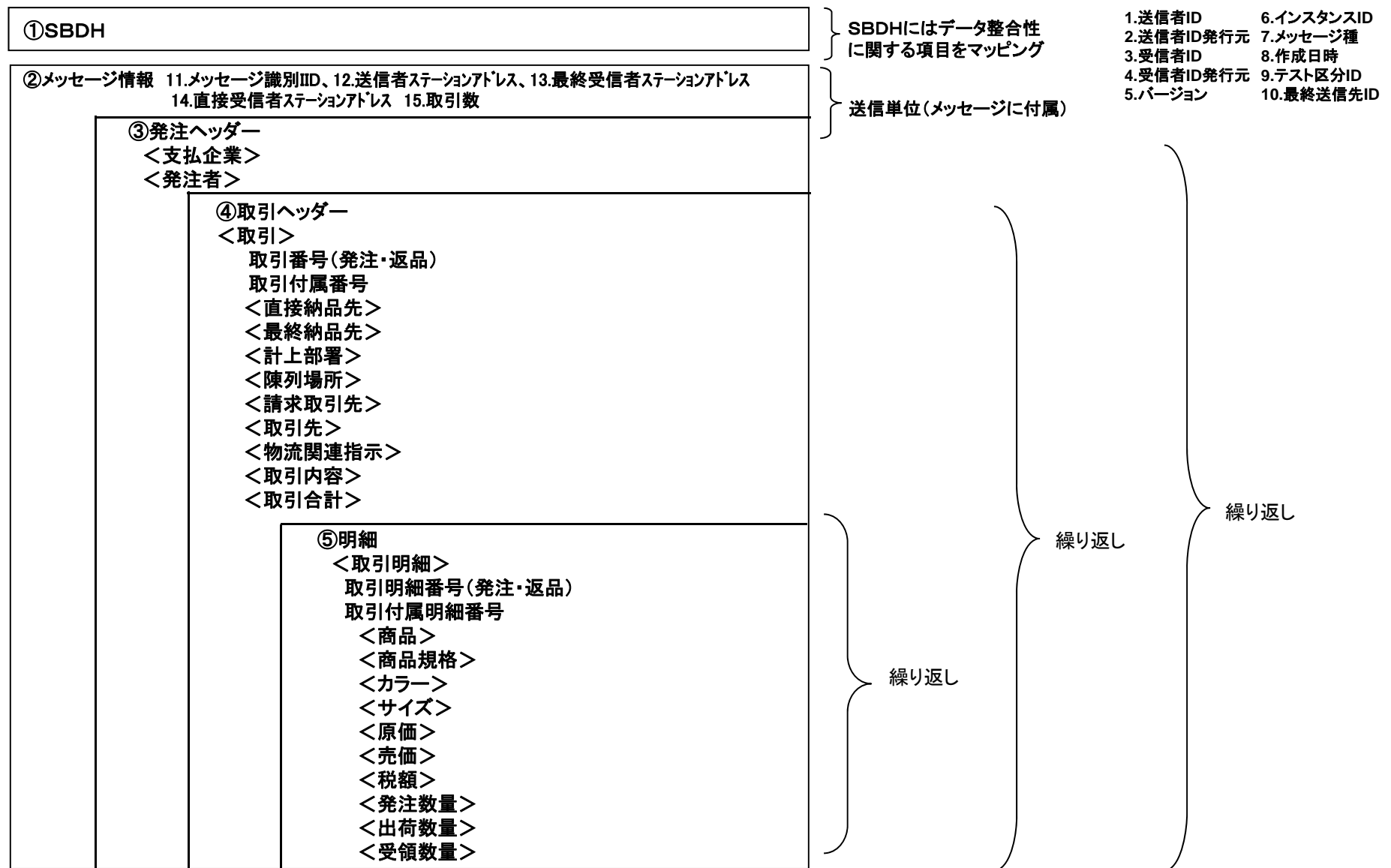


2. メッセージ別の階層構造概要

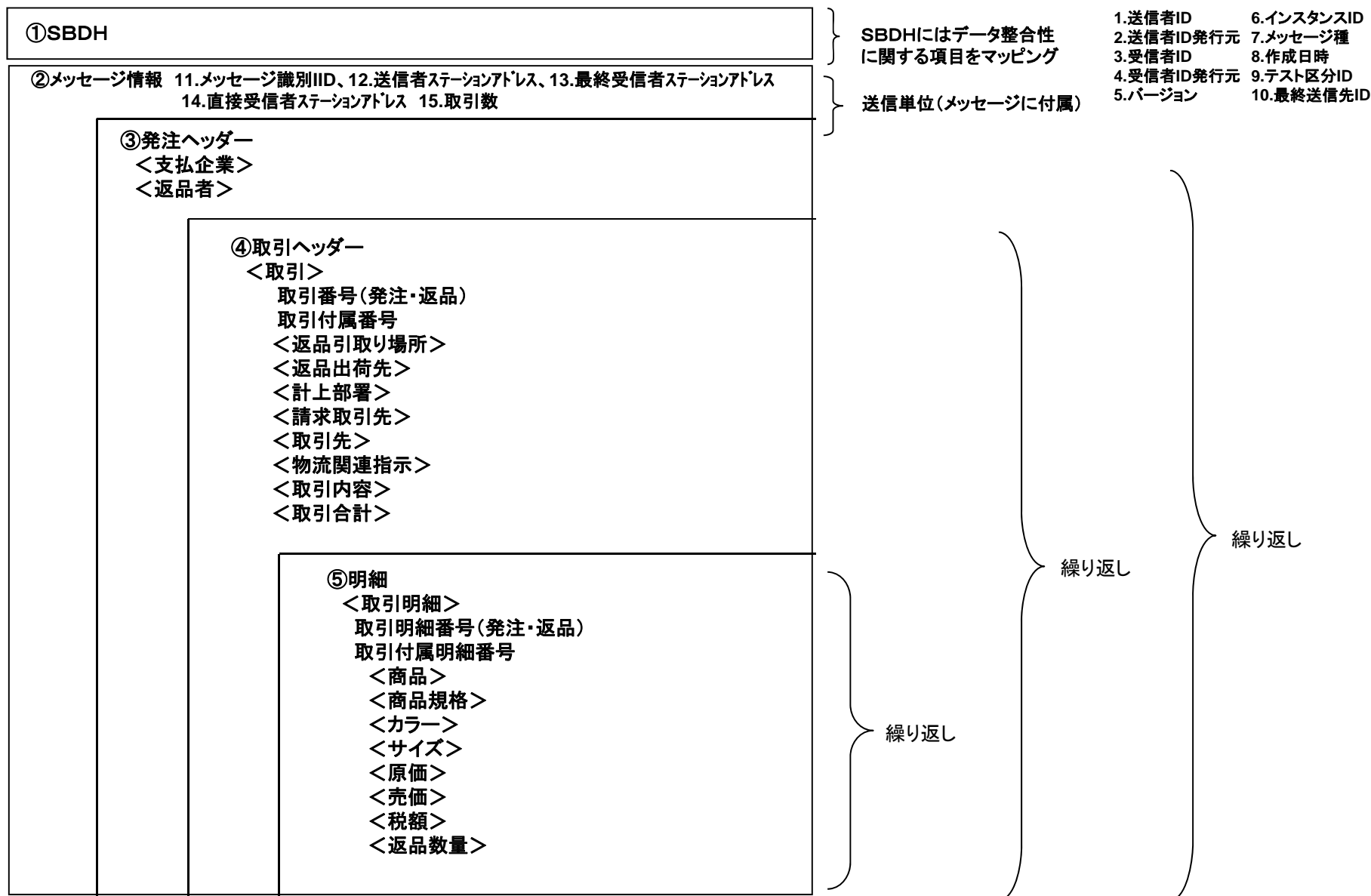
出荷梱包(紐付けなし)メッセージ



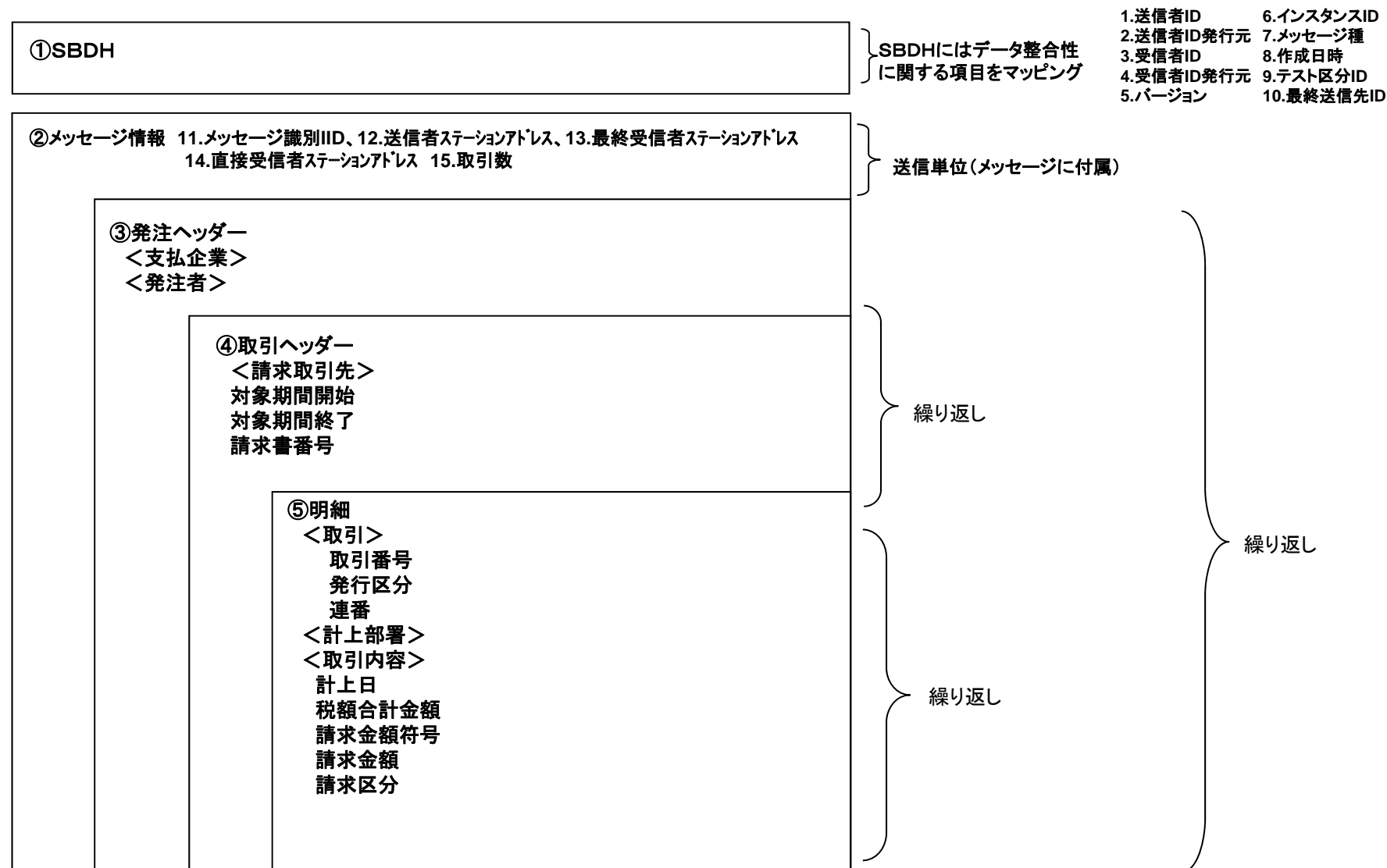
2. メッセージ別の階層構造概要 受領メッセージ



2. メッセージ別の階層構造概要 返品メッセージ

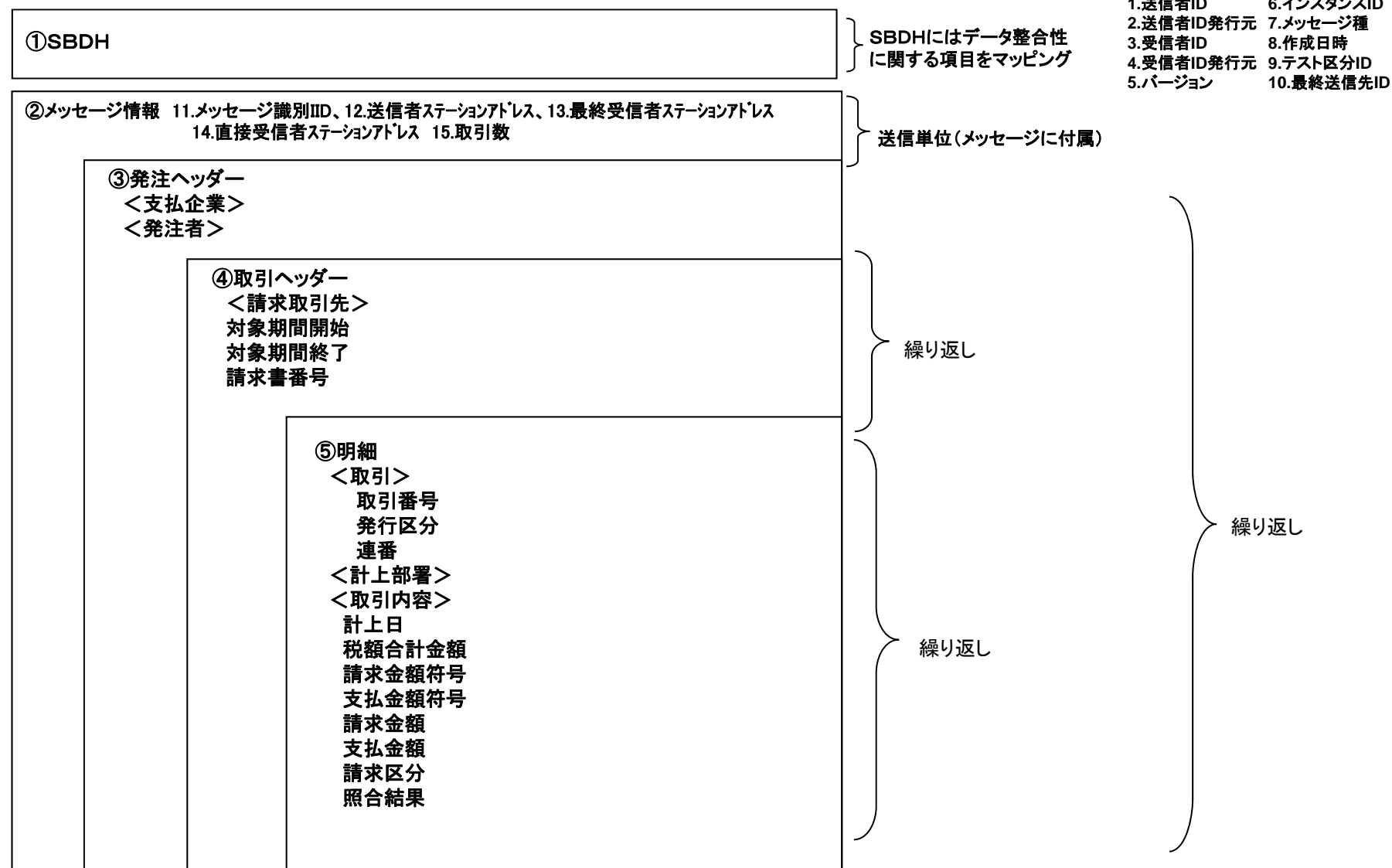


2. メッセージ別の階層構造概要 請求メッセージ



※相殺項目については、小売側にて、都度、取引番号を付番。

2. メッセージ別の階層構造概要 支払メッセージ



※相殺項目については、小売側にて、都度、取引番号を付番。



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