平成 25 年度 農林水産省補助事業（農山漁村６次産業化対策事業）

平成２５年度

食料品バリューチェーン構築支援事業

（流通過程情報伝達促進事業）

生鮮食品取引における流通 BMS 導入の手引き

資料編

平成２６年３月

生鮮取引電子化推進協議会

協力：一般財団法人 流通システム開発センター

目　次

資料１　生鮮 EDI 運用ガイドライン ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
Ⅰ．業務プロセス ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
Ⅰ－１．生鮮特有業務について ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
Ⅰ－２．対象業務プロセス ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
Ⅰ－３．発注までの業務 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
Ⅰ－４．発注以降の業務 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
Ⅱ．生鮮特有メッセージ項目の解説 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 14
Ⅲ．生鮮特有メッセージのセット方法 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
Ⅲ－１．発注までの業務 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
Ⅲ－２．発注以降の業務 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 21
Ⅳ．商材別商品コード解説 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 34
Ⅳ－１．青果編 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 35
Ⅳ－２．水産編 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 40
Ⅳ－３．食肉編 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 44

資料２　流通 BMS®における Web-EDI ガイドライン ・・・・・・・・・・・・・・ 65
１．本ガイドラインの目的 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 67
２．Web-EDI とは ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 67
３．Web-EDI に対する考え方 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 68
４．流通 BMS における Web-EDI の位置づけ ・・・・・・・・・・・・・・・・・ 69
５．流通 BMS における Web-EDI の概要 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 69
６．流通 BMS における Web-EDI の必須条件（詳細） ・・・・・・・・・・・・ 70
（付録１）　流通 BMS における Web-EDI の参考仕様 ・・・・・・・・・・・・ 72
（付録２）　流通 BMS における CSV 仕様の作成方針 ・・・・・・・・・・・・ 73
（付録３）　CSV レイアウト（サンプル） ・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 74
（付録４）　その他機能要件 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 76

資料３　生鮮標準商品コードの利用 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 79
１．生鮮標準商品コード適用の流れ ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 79
２．目的の明確化 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 80
３．生鮮標準商品コード・マニュアルの入手 ・・・・・・・・・・・・・・・・・ 81
４．自社の仕組みとの照らし合わせ ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 82
５．補足 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 85

＜参考＞【本編】（別冊）の目次

はじめに

第１章　生鮮食品と電子取引

１．電子取引（EDI）とは

２．EDI の効果

３．生鮮取引と EDI

４．生鮮 EDI の効果

５．生鮮流通における実施状況

第２章　生鮮標準 EDI（流通 BMS）

１．EDI の標準化

２．業務プロセスと標準メッセージ

３．生鮮標準商品コード

４．導入形態

５．Web-EDI と流通 BMS

６．流通 BMS 導入のメリット

第３章　EDI の導入手順

３－１　小売業における導入手順

１．導入計画の策定

２．取引先との調整

３．システム構築

４．取引先接続テスト

５．本稼働

３－２　取引先における導入手順

１．EDI 説明会への出席

２．社内情報伝達

３．IT 企業への連絡

４．方針決定

５．新運用社内準備

６．小売業との接続テスト～本稼働

資料１

流通ビジネスメッセージ標準®（流通BMS®）を利用した

生鮮EDI運用ガイドライン

流通システム標準普及推進協議会
Supply Chain Standards Management and Promotion Council

本ガイドラインの位置づけ

生鮮EDI運用ガイドラインは以下の方針で作成している。

- 本ガイドラインは、流通BMS協議会が発行している「流通BMS導入検討と運用設計ガイドライン」(以下「流通BMSガイド」と略す)から、生鮮食品(青果物、水産物、食肉)に関する部分を抜粋して作成した。それによって、生鮮EDI導入検討時に理解しやすくなることを目的としている。
- 上記の抜粋部分以外で説明の必要がある場合は「流通BMS導入検討と運用設計ガイドライン」参照としている。
- 上記の抜粋を行う際、読みやすくするために、標準仕様に影響を及ぼさない範囲で、以下のような記述の変更を行っている。
  (記述変更の例)
  ＊ 4頁 1. 生鮮特有業務について
  文章形式で記載されていた内容を、一覧表形式に変更。
  ＊16頁 1. (1)T／A型(出荷時商品変更なし)
  「仲卸・卸・出荷者」の“出荷”に、「不定貫の場合は、重量を確定して出荷する。」を追記。
- 参考までに、各頁の右上枠囲みに「流通BMSガイド」から抜粋した頁番号を記載している。枠囲みの記載がない頁は、本ガイドラインで新規に作成した。
- 流通BMSは伝票レスを想定しているが、「流通BMSガイド」で使用している伝票取引の用語(「伝票番号」など)はそのまま引き継いでいる。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

目次

Ⅰ．業務プロセス
Ⅰ－１．生鮮特有業務について ・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
Ⅰ－２．対象業務プロセス ・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
Ⅰ－３．発注までの業務
１．商品提案メッセージ
(1)商品提案メッセージの説明 ・・・・・・・・・・・・・ 8
(2)商品提案メッセージの業務プロセス ・・・・・・・・・ 9
(3)商品提案メッセージのタイプ ・・・・・・・・・・・・ 10
２．発注予定メッセージ
(1)発注予定メッセージの説明 ・・・・・・・・・・・・・ 12
(2)発注予定メッセージのプロセスフロー ・・・・・・・・ 13
Ⅰ－４．発注以降の業務
１．生鮮における一般的な業務プロセスパターン
(1)Ｔ／Ａ型(出荷時商品変更なし) ・・・・・・・・・・・ 16
(出荷時商品変更あり) ・・・・・・・・・・・ 17
(2)発注書型 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 18
(3)集計表活用運用 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 19
(4)仮伝運用 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 20
(5)出荷型 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 21
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 ・・・・・・・・・・・・・ 22
(2)出荷　出荷時の商品変更基準 ・・・・・・・・・・・・ 23
(3)受領　出荷ルール・受領確定ルール ・・・・・・・・・ 24

Ⅱ．生鮮特有メッセージ項目の解説
１．金額
(1)定貫商品と不定貫商品 ・・・・・・・・・・・・・・・ 27
(2)原価／売価 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 28
２．重量 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 30

Ⅲ．生鮮特有メッセージのセット方法
Ⅲ－１．発注までの業務
１．商品提案メッセージ
(1)タイプ別セット方法、項目の意味 ・・・・・・・・・ 33
(2)項目セットの方法 ・・・・・・・・・・・・・・・・ 34
２．発注予定メッセージ
(1)項目セットの方法 ・・・・・・・・・・・・・・・・・ 36
Ⅲ－２．発注以降の業務
１．発注メッセージ～受領メッセージ(生鮮特有項目)
(1)生鮮特有項目 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 42
(2)不定貫商品について ・・・・・・・・・・・・・・・・ 43
(3)生鮮取引の特徴 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 50
(4)商品属性について ・・・・・・・・・・・・・・・・・ 61

Ⅳ．商材別商品コード解説
Ⅳ－１．青果編
１．商品コード解説
(1)商品コードの標準化の方向性 ・・・・・・・・・・・・・ 69
(2)商品コードと商品属性追加項目 ・・・・・・・・・・・・ 70
(3)青果標準商品コードの検討方針 ・・・・・・・・・・・・ 72
２．商品別事例　項目セットの方法
(1)標準商品コードを活用したデータセット例 ・・・・・・・ 73
(2)発注～出荷～受領の流れ ・・・・・・・・・・・・・・・ 74
(3)入数、発注数量(発注単位数)のデータセットについて ・・・ 76
Ⅳ－２．水産編
１．商品コード解説
(1)商品コードの標準化の方向性 ・・・・・・・・・・・・・ 79
(2)商品コードと商品属性追加項目 ・・・・・・・・・・・・ 80
(3)水産物商品コードの検討方針 ・・・・・・・・・・・・・ 82
２．商品別事例　項目セットの方法
(1)発注～出荷～受領の流れ ・・・・・・・・・・・・・・・ 83
(2)入数、発注数量(発注単位数)のデータセットについて ・・・ 85
Ⅳ－２．食肉編
１．商品コード解説
(1)商品コードの標準化の方向性 ・・・・・・・・・・・・・ 88
(2)商品コードと商品属性追加項目 ・・・・・・・・・・・・ 89
２．商材別事例　項目セットの方法
(1)食肉のメッセージ検討における発注形態の組合せパターン ・・ 91
(2)入数、発注数量(発注単位数)のセットについて ・・・・・・ 102
３．チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例 ・・・・ 104
(1)不定貫商品(パック)【単価登録単位1Ｋｇ】 ・・・・・・・ 106
(2)不定貫商品(パック)【単価登録単位１００ｇ】 ・・・・・・ 110
(3)不定貫商品(部分肉)【単価登録単位１Ｋｇ】 ・・・・・・・ 114
(4)定貫商品 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 118
４．食肉個体識別番号伝達について ・・・・・・・・・・・・・ 122

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

Ⅰ．業務プロセス

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

Ⅰ－1. 生鮮特有業務について

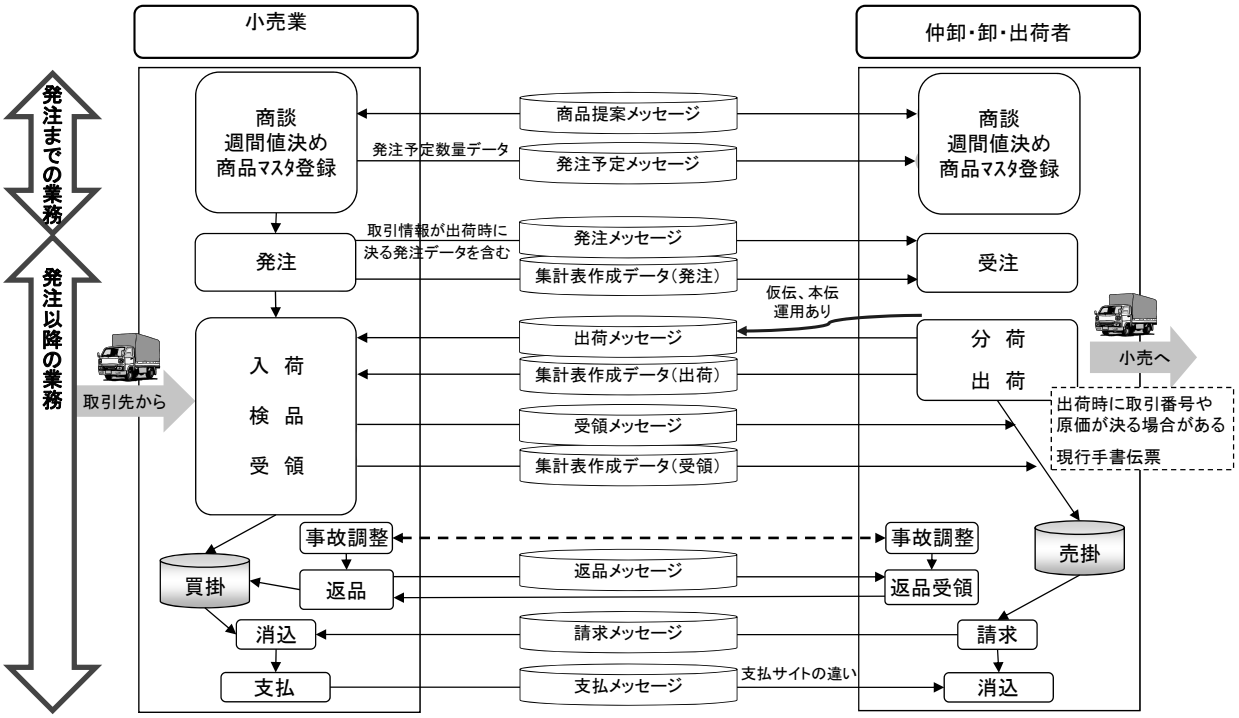
生鮮業務の特長	
商品が発注通りに入らない、もしくは出荷時に決定する。	①発注は、TA型と発注書型がある。 ②出荷時に、商品や原価に変更することが多い。（T／A型でも出荷時に商品の変更がある） ③出荷時に、産地などの情報が確定、付加される。 ④出荷の項目エラーも多く、受領時のマスタチェックや再計算が課題。
不定貫商品がある。	①数量で発注し（発注重量は目安）、出荷時に数量と重量が確定する。 ②出荷重量で原価が確定する。

生鮮における特有業務			対応方法
発注までの作業	事前商談による商品情報の交換		商品提案メッセージの活用。
	事前商談による商品確保		発注予定メッセージの活用
発注以降の業務	発注の形態	T／A型 （出荷時商品変更なし）	発注データがあり、発注データを引継いで、出荷～受領～請求まで繋げるモデル。
		T／A型 （出荷時商品変更あり）	T／A型であっても、市場買付け商品、相場商品などで、納品時に商品の変更や追加が発生する場合が多い。 追加や変更が発生した場合は、別明細を起こす。
		発注書型	市場買付け商品、相場商品、不定貫商品などで使用するモデル。 発注時に取引番号をセットせず、事前に相対で取り決める。 （出荷時に取引先で発番、または、受領時に小売で発番など）
		仮伝運用	夜間の作業のため、単価変更が確定できないときの運用。
		出荷型	市場買付け商品、相場商品、不定貫商品などで使用するモデル。 発注データがなく、出荷時に商品や原価が確定する場合に使用。
	集計表作成データ	発注	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のデータ。 集計表作成データは、各種データと一緒に送受信する。
		出荷	
		受領	

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

Ⅰ－2. 対象業務プロセス

生鮮業務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。



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

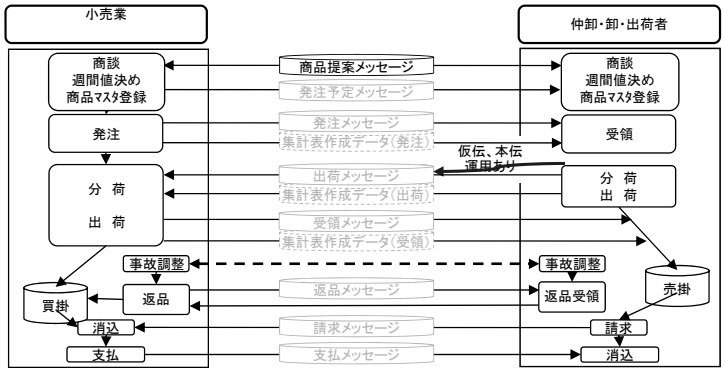
Ⅰ－3.発注までの業務

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

流通BMS導入検討と運用設計ガイドライン
－156－

1. 商品提案メッセージ

（生鮮業務プロセス）



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．商品提案メッセージ
（1）商品提案メッセージの説明

- **位置付け**

✓ 生鮮商品など頻繁に商品内容や価格・納品可能数量が変動する商品において、正確な発注を行うため、小売、仲卸・卸・出荷者間で商品情報・価格情報・納品可能数量をEDIデータでの交換を可能とするメッセージ。

✓ 仲卸・卸・出荷者側より商品カタログとしての提案をEDIデータでの交換を可能とするメッセージ。

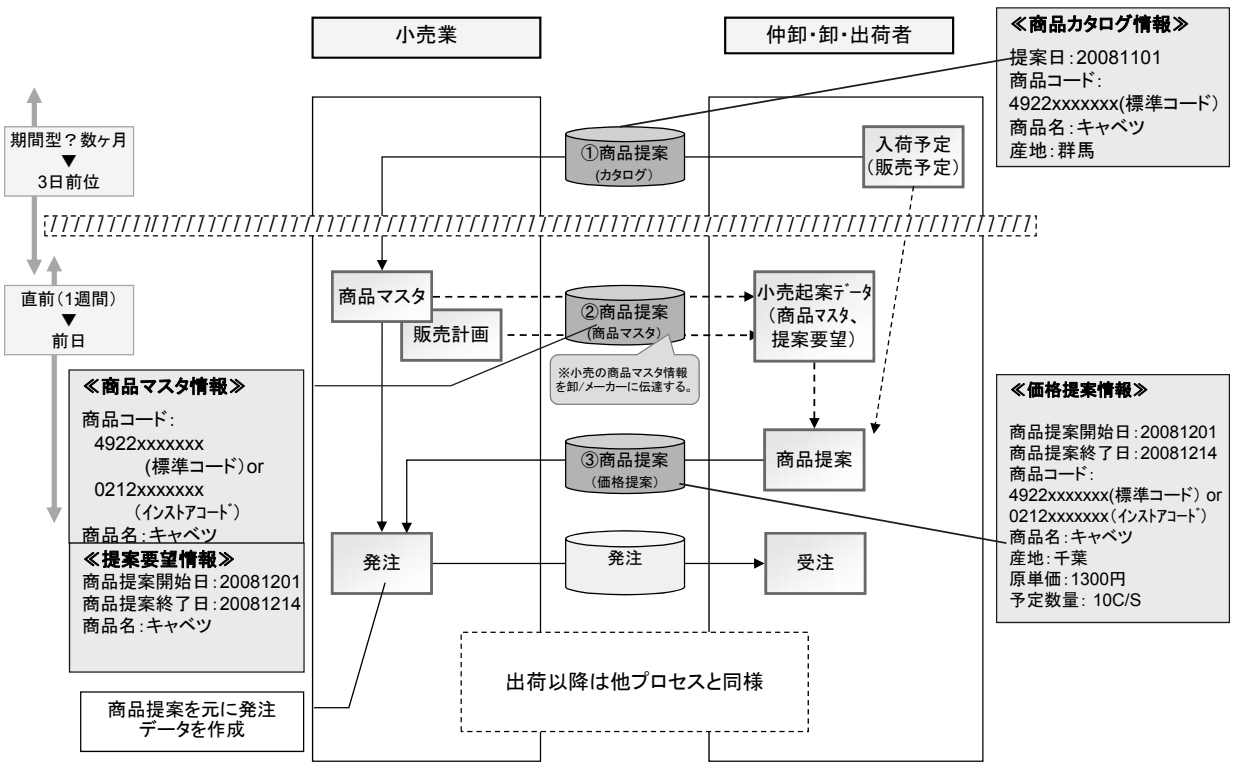
- **留意点**

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

✓ メリット
- 商品違いや価格・数量違いを無くし、発注精度を向上させる事ができる。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．商品提案メッセージ
（2）商品提案メッセージの業務プロセス



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1. 商品提案メッセージ
（3）商品提案メッセージのタイプ

● 商品提案メッセージの目的（タイプ別）

①商品提案（カタログ）

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

②商品提案（商品マスタ）

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

③商品提案（価格提案）

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

● 商品提案メッセージの主な運用パターン

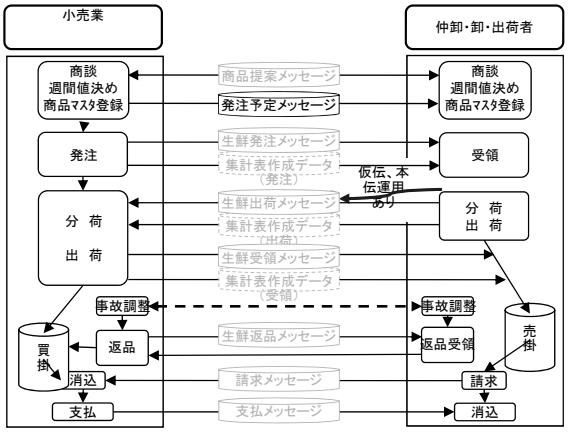
運用パターンⅠ：	①商品提案（カタログ）	②商品提案（商品マスタ）	③商品提案（価格提案）	発注
運用パターンⅡ：	①商品提案（カタログ）	使用しない	使用しない	発注
運用パターンⅢ：	使用しない	②商品提案（商品マスタ）	③商品提案（価格提案）	発注
運用パターンⅣ：	使用しない	使用しない	③商品提案（価格提案）	発注

※尚、商品提案メッセージには、各項目とも、引継ぐ項目は無い。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 発注予定メッセージ

（生鮮納品プロセス）



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 発注予定メッセージ
（1）発注予定メッセージの説明

- **位置付け**

✓ 事前に手配が必要な商品（年末・年始等イベント、フェア商品等）について発注予定数量を連絡する際や小売本部の計画情報を卸・メーカーと共有する際に使用する。卸・メーカー側は発注予定メッセージを商品調達のための参考情報として活用する。

✓ 本メッセージはオプション（必要に応じて送信）のメッセージであり、メッセージを使用するかどうかについては取引当事者間で取り決める。

- **留意点**

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

✓ メリット
●事前に小売の発注予定数を知らせることにより、商品調達が効率的に出来る

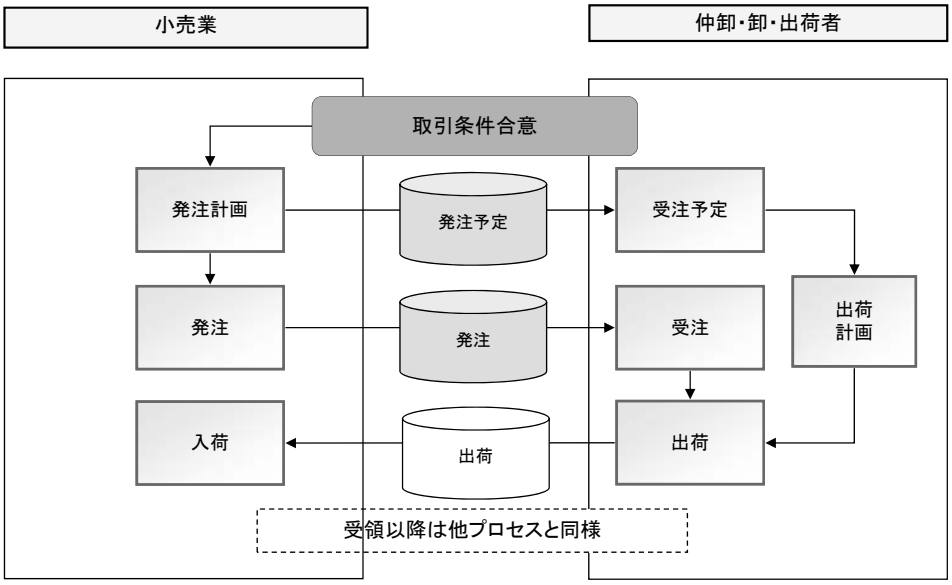
© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 発注予定メッセージ
（2）発注予定メッセージのプロセスフロー

➢**メッセージ項目における注意事項**

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

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



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

Ⅰ－4.発注以降の業務

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1. 生鮮における一般的な業務プロセスパターン

下記のパターンについて、業務プロセスの整理を行った。

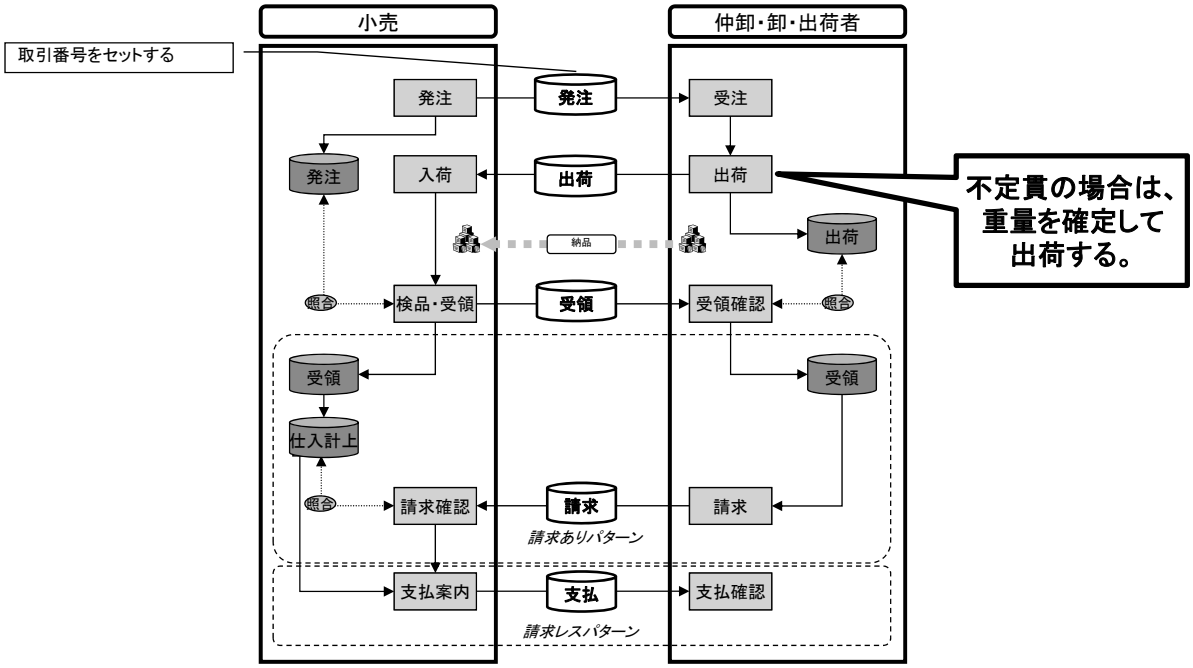
（1） T／A型
（2） 発注書型
（3） 集計表活用運用
（4） 仮伝運用
（5） 出荷型

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．生鮮における一般的な業務プロセスパターン

（1） T／A型（出荷時商品変更なし）

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。

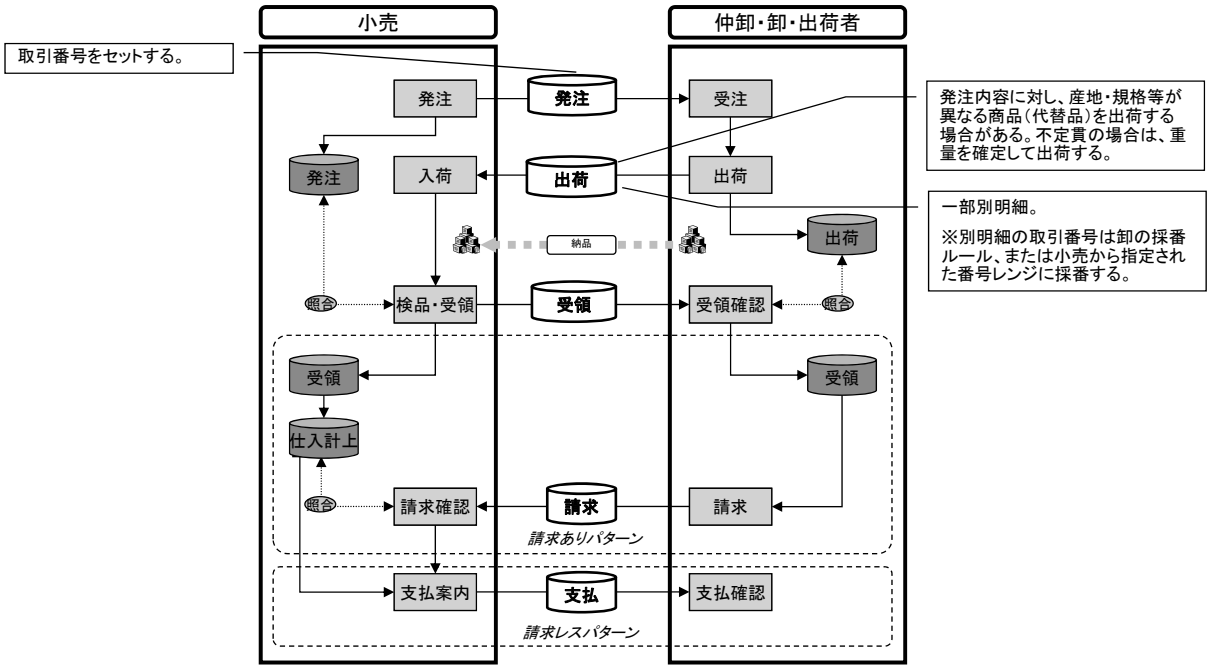


© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．生鮮における一般的な業務プロセスパターン

（1） T／A型（出荷時商品変更あり）

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。市場買付け商品、相場商品などで、納品時に
商品が変更になる場合は、別明細を起こすことになる。

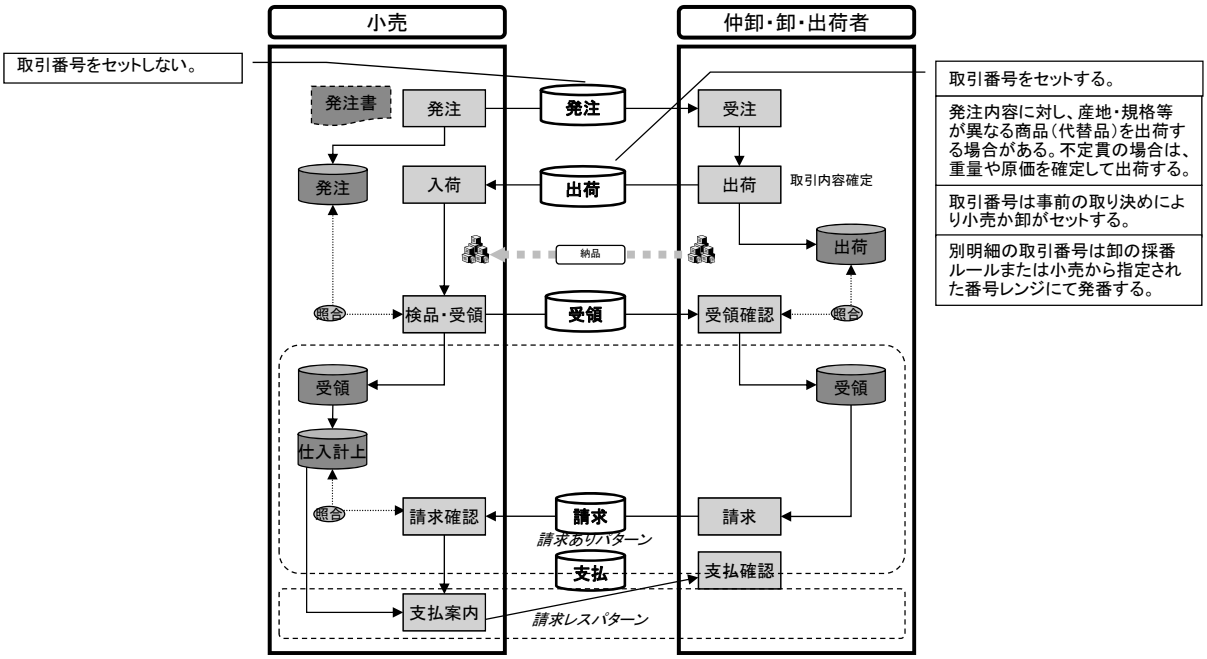


© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．生鮮における一般的な業務プロセスパターン

（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、別明細を起票する。

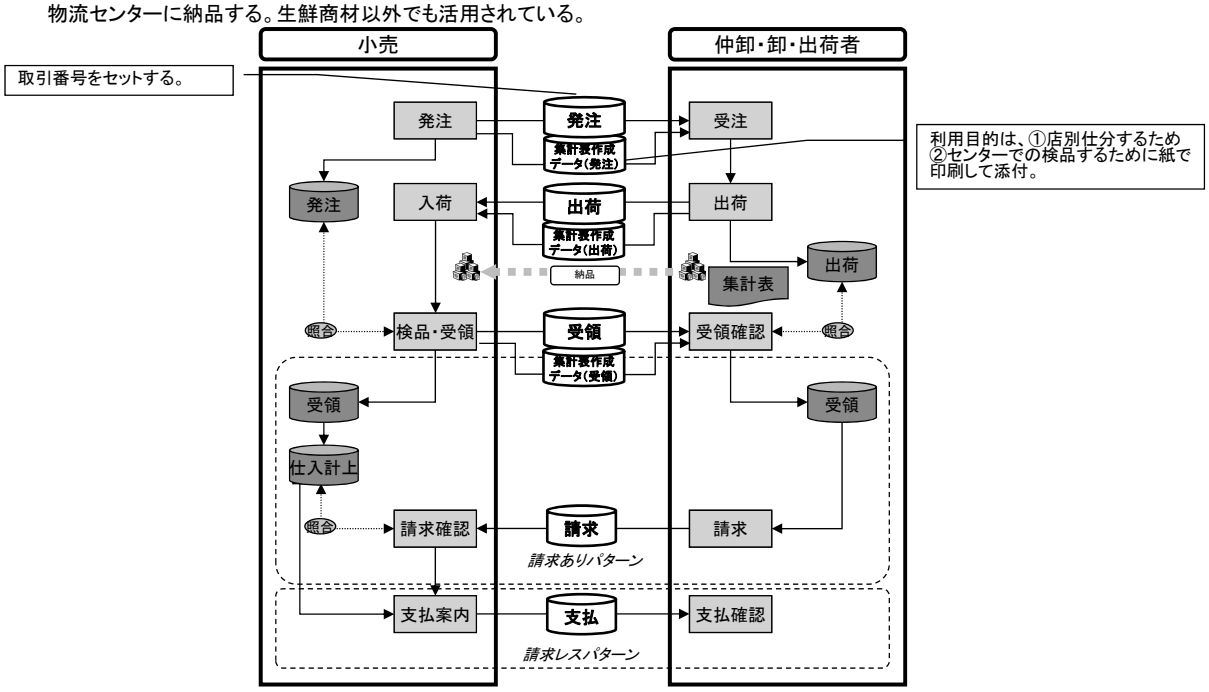


© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．生鮮における一般的な業務プロセスパターン

（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。

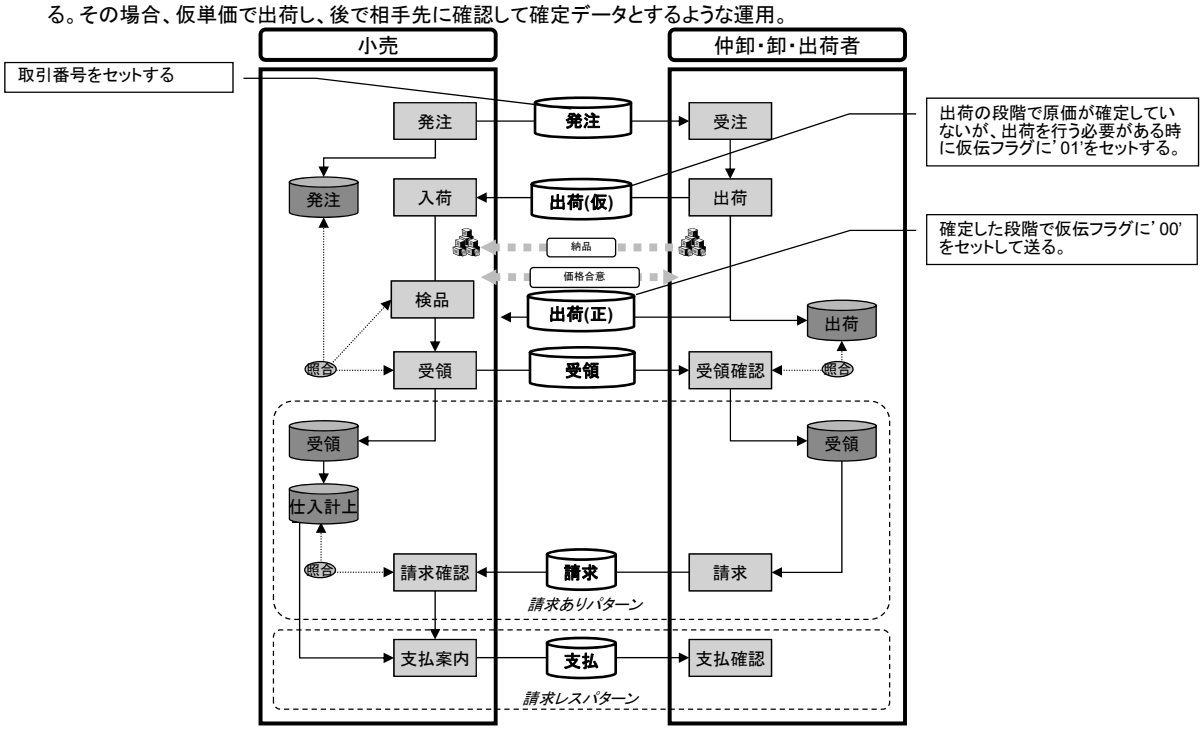


© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．生鮮における一般的な業務プロセスパターン

（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。

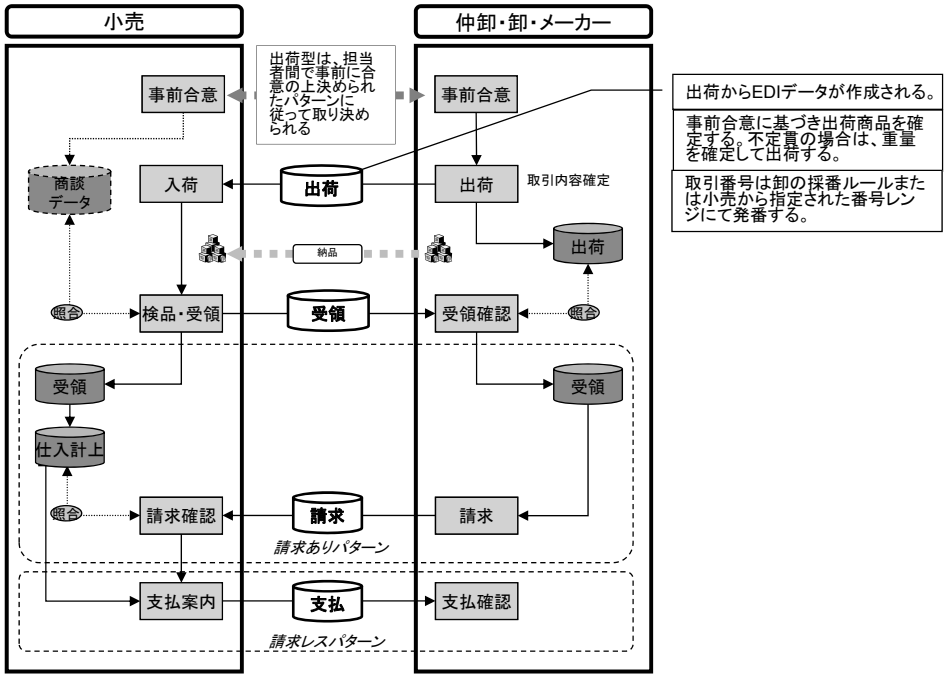


© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．生鮮における一般的な業務プロセスパターン

（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。



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

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。

- 発注書型は、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：　発注書型で「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、別明細を作成する。

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	

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

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。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

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：　取引番号ブレークキーは、
社･店ｺｰﾄﾞ、分類ｺｰﾄﾞ、伝票区分、取引先ｺｰﾄﾞ、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）
- 商品変更時は別明細にて運用する。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。ブレークキーは②の、＜参考＞と同様。

③ 不定貴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。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

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。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

Ⅱ．生鮮特有メッセージ項目の解説

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．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
定貫商品	○	○	○
不定貫商品	△（※）	○	○

※松茸等で不定貫となる場合もある

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．金額

（2）原価／売価

①定貫商品の場合

・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。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．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。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 重量

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）≫

	項目		タイプ	セット例
取引明細 ×n	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）≫

	項目		タイプ	セット例
取引明細 ×n	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

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 重量

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）≫

	項目		タイプ	セット例
取引明細 ×n	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
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≫

	項目		タイプ	セット例
取引明細 ×n	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
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≫

	項目		タイプ	セット例
取引明細 ×n	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
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

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

Ⅲ．生鮮特有メッセージのセット方法

Ⅲ－1.発注までの業務

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．商品提案メッセージについて
（1）タイプ別セット方法、項目の意味

●タイプ別で主にセットする項目

≪記号の意味≫
◎：主にセットする項目
△：必要に応じてセットする項目

商品提案特有項目

区分				①商品提案（カタログ）	②商品提案（商品マスタ）	③商品『提案（価格提案）
取引先		取引先コード	必須	◎	◎	◎
	提案	管理番号	必須	◎	◎	◎
		発注者コード	必須	◎	◎	◎
		提案日	任意	◎	◎	◎
		商品提案開始日	必須	◎	◎	◎
		商品提案終了日	必須	◎	◎	◎
		取引データ有効日	任意	△	△	△
	取引明細	明細番号	必須	◎	◎	◎
		商品コード	必須	◎	◎	◎
		最終発注日	任意	△	△	◎
		原単価	必須	△	△	◎
		予定数量（バラ）	任意	△	△	△
		発注単位	必須	◎	◎	◎
		予定数量（発注単位数）	任意	△	△	△
	店舗情報	納品日	任意			
		最終納品先コード	必須			
		原単価	必須			
		予定数量（バラ）	任意			
		予定数量（発注単位数）	任意			

＜店舗情報＞項目は、特定の納品日もしくは最終納品先、またはその両方について原単価、数量等を変更する場合にセットする。
尚、＜店舗情報＞項目で指定外の納品日、最終納品先に関しては、＜取引明細＞項目の内容を適用する。

●商品提案メッセージの特有項目の意味

■管理番号
➢小売－卸が双方で企画などを識別するために、相対で定義する番号

■提案日
➢卸／メーカー側の商品提案日
※②商品提案（商品マスタ）の場合はデータ送信日

■商品提案開始日、商品提案終了日
➢商品提案の開始日、および終了日
※小売－卸における取引の場合は、店着日が基準となる

■取引データ有効日
➢商品提案に関する有効期限。（採用期限日）

■明細番号
➢「管理番号」の中の商品単位の明細番号

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

■予定数量（バラ、発注単位数）
①商品提案（カタログ）の場合
➢取引先の入荷予定数量
②商品提案（マスタ）の場合
➢通常はセットしない
③商品提案（価格提案）の場合
➢発注者に対する取引可能上限数量

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．商品提案メッセージについて

（2）項目セットの方法　①商品提案（価格提案）の場合

■商品提案メッセージの項目セット例　※商品提案（価格提案）の場合

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

＜取引先＞

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

●リードタイムの考え方

・・・『商品提案終了日』に対する最終発注日をリードタイムとする。

≪Ex. リードタイムが2日の場合≫

商品提案終了日（12/14）⇒最終発注日（12/12）

■その他の補足事項

✓商品属性（規格、産地名、等級など）は必要に応じてセットする。

✓＜店舗情報＞は、特定の納品日、最終納品先で原単価、数量等を変更する場合にセットする。

※商品提案の期間において、原単価の変更が無い場合には、セットしない。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．商品提案メッセージについて

（2）項目セットの方法　②＜店舗情報＞のセット方法

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

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

■期間内で特定の納品日で原単価の変更

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

＜取引明細＞

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

■期間内で特定の最終納品先で原単価の変更

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

＜取引明細＞

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

（※1）必要に応じてセットする項目
（※2）必須項目の為、全店舗に該当する場合は“0”をセットする。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 発注予定メッセージ
（1）項目セットの方法　①発注予定メッセージ特有項目の解説

■期間区分

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

1桁目：期間を表す
0：週、1：月、2：任意期間

2桁目：発注数量が日別か期間合計かを表す
1：日別、2：合計

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

■店集計区分

・予定数量の集計単位を表す区分。
01：発注者別　　・・・予定数量を発注者（企業）単位で集計する際に選択する。
02：直接納品先別　・・・予定数量を直接納品先（物流センター等）単位で集計する際に選択する。
03：最終納品先別　・・・予定数量を最終納品先（店舗）単位で集計する際に選択する。

■納品予定開始日、納品予定終了日

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

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 発注予定メッセージ
（1）項目セットの方法　②納品先、及び納品日のセット方法

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

各店集計区分における
キー項目は網掛け部分

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

期間区分が合計の場合には、
「**納品予定開始日**」をセットする

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 発注予定メッセージ
（1）項目セットの方法　③メッセージ項目セット例①

01：発注者別　－　02：週_合計

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

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

02：直接納品先別　－　02：週_合計

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

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

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 発注予定メッセージについて
（1）項目セットの方法　④メッセージ項目セット例②

03：最終納品先別　－　01：週_日別

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

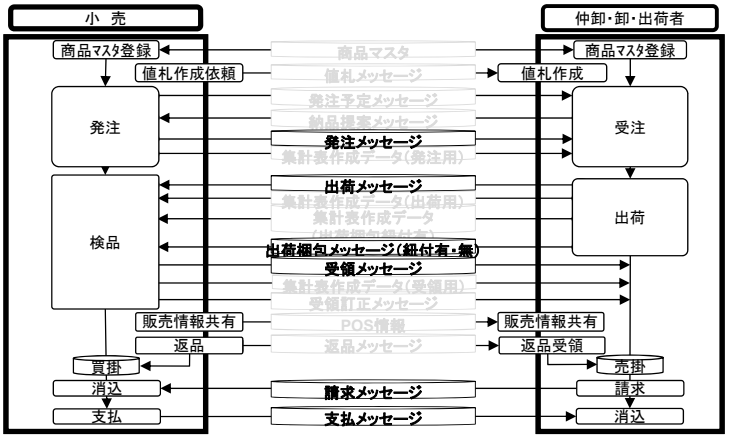
③発注ヘッダ														
発注者コード	④取引ヘッダ											⑤取引明細		
	取引番号	取引付属番号 管理番号をセット	期間区分	店集計区分	納品予定開始日	納品予定終了日	直接納品先コード	最終納品先コード	取引先コード	直接納品先納品日	最終納品先納品日	取引明細番号	商品コード	発注数量（バラ）
99999（A社）	0 ※必須のためゼロをセット	00001	01（週　日別）	03（最終納品先別）	20081110	20081116	11111（〇△センター）	21111（a店）	33333（X社）	20081109	20081110	1	4912345678904（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

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

Ⅲ－2.発注以降の業務

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．発注メッセージ～受領メッセージ（生鮮特有項目）



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（1）生鮮特有項目

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
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）
水域コード・水域名	
原産エリア	
等級	商品のグレードを表す。（ex. A、B etc）
階級	商品のサイズを表す 。（ex. 2L、L etc）
銘柄	産地銘柄を表す。
商品PR	商品特性を表す。（ex. 朝取り、土付き etc）
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）

項目名称	内容
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)。
入数	出荷単位の荷姿入数。数字型へ変更。
商品重量	商品コード(発注)の重量。(不定貫で使用)
品種コード	食肉用の品種。（黒毛和種 etc）
養殖区分	養殖・天然を表す。
解凍区分	解凍・解凍以外を表す。
商品状態区分	活・チルド・冷凍・常温・冷蔵を表す。
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。
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。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（2）不定貫商品について

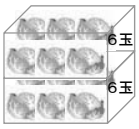
①定貫と不定貫　セット項目比較<<青果と水産>>

※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	○	○	○	29400、37000	○	29694、37370	○
重量合計					10.0	○	○	○
商品コード（発注）	021234	○	○	○	4922610162038	○	○	○
規格	バラ	○	○	○	10kgﾌﾞﾛｯｸ	○	○	○
入数	6	○	○	○	1	○	○	○
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	○	○	○	1470、1850	○	○	○
単価登録単位					03（kg当たり）	○	○	○
重量（発注、出荷、受領）					20.0	○	○ 19.6	○19.6
取引単位重量	10.0	○	○	○	10.0	○	○	○
商品重量	未使用、ゼロをセット				10.0	○	○	○
ITFｺｰﾄﾞ（集合包装GTIN）			○				○ゼロ	

【定貫商品の場合】

出荷段階



発注単位=6個
発注数量（発注単位数）=1
発注数量（バラ）=6

入数=6玉
発注荷姿=ケース

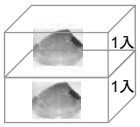
店舗

規格=バラ

商品コード（発注）＝021234
キャベツ（バラ）を表す

【不定貫商品の場合】

出荷段階



メバチマグロ赤身

発注単位=1
発注数量（発注単位数）=1
発注数量（バラ）=2
商品重量＝10.0kg
取引単位重量=10.0kg
発注重量=20. 0kg
出荷重量=19. 6kg
受領重量=19. 6kg

入数=1
発注荷姿=ケース
商品重量=10. 0kg
単価登録単位=kg
原単価=1470円/kg

店舗

規格=10kgﾌﾞﾛｯｸ
売単価=1850円/kg

商品コード（発注）＝4922610162038

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

(2)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しておく内容。

(ｉ)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)

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

(2)不定貫商品について
②不定貫商品の計算方法

(ⅱ)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)

(ⅲ)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)

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（2）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	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		4922610162038	メバチマグロ赤身			1,470	29,400	1,840	36,800	1	ケース	2	2	03:1kg	10.00	20.00

取引明細　推定（発注重量）

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]

取引明細　再計算

	不定貫区分						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				1,470	28,812	1,840	36,800			2	03:1kg	10.00	20.00	2	2	19.60	0	0

[受領]

取引明細　確定

	不定貫区分						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				1,470	28,812	1,840	36,800			2	03:1kg	10.00	20.00	3	2	19.60	0	0	2	2	19.60

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（2）不定貫商品について
④項目セットの方法　事例1：メバチマグロのケース発注

メバチマグロ赤身（約１０ｋｇ）　１ケースに１節入り。　２ケース発注
重量　10kg×2ケース＝20kg　原価金額　1470円/kg×20kg＝29,400円　売価金額　1840円/kg×20kg＝36,800円

項目名	[発注]＜取引＞	[発注]＜取引明細＞	[出荷]＜取引＞	[出荷]＜取引明細＞	[受領]＜取引＞	[受領]＜取引明細＞
パック区分						
不定貫区分	01		01		01	
発注商品コード		4922610162038		4922610162038		4922610162038
商品名		メバチマグロ赤身		メバチマグロ赤身		メバチマグロ赤身
規格		10kgブロック		10kgブロック		10kgブロック
入数		1		1		1
原単価		**1,470**		**1,470**		**1,470**
原価金額		**29,400**		**28,812**		**28,812**
売単価		**1,840**		**1,840**		**1,840**
売価金額		**36,800**		**36,800**		**36,800**
発注数量(バラ)		2		2		2
発注単位		1		1		1
発注数量(発注単位数)		2		2		2
発注単位ｺｰﾄﾞ		00（ケース）		00（ケース）		00（ケース）
発注荷姿ｺｰﾄﾞ		03（ケース）		03（ケース）		03（ケース）
発注重量(kg)		**20.000**		20.000		20.000
取引単位重量		10.000		10.000		10.000
単価登録単位		03（1kg）		03（1kg）		03（1kg）
商品重量		10.000		10.000		10.000
出荷数量(ﾊﾞﾗ)				2		2
出荷数量(発注単位数)				2		2
出荷重量				**19.60**		19.60
欠品数量(バラ)				0		0
欠品数量(発注単位数)				0		0
受領数量(バラ)						2
受領数量(発注単位数)						2
受領重量						**19.60**
訂正区分						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

推定（発注重量）　再計算（出荷：原価金額～売価金額）　確定（受領：原単価～売価金額、受領重量）

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（2）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

メバチ赤身切落し　パック発注　１パック約１００ｇ入り　１ケースに１００パック、約１０ｋｇを２ケース発注
重量　0.10kg×200ﾊﾟｯｸ＝20.0kg　原価金額　2370円/kg×20.0kg＝47,400円　売価金額　3000円/kg×20.0kg＝60,000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)		4922610162038
商品名		ﾒﾊﾞﾁ赤身切り落し
規格		100g
入数		100
原単価		2370
原価金額		47,400
売単価		3000
売価金額		60,000
発注数量(バラ)		200
発注単位		1
発注数量(発注単位数)		2
発注単位ｺｰﾄﾞ		00 （パック）
発注荷姿ｺｰﾄﾞ		03 （ケース）
発注重量(kg)		20.000
取引単位重量		10.0
単価登録単位		03 （1kg）
商品重量		0.100
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		

推定

[出荷]

＜取引＞	＜取引明細＞
01	
01	
	4922610162038
	ﾒﾊﾞﾁ赤身切り落し
	100g
	100
	2370
	46,452
	3000
	60,000
	200
	1
	2
	00 （パック）
	03 （ケース）
	20.000
	10.0
	03 （1kg）
	0.100
	200
	2
	19.600
	0
	0

再計算

[受領]

＜取引＞	＜取引明細＞
01	
01	
	4922610162038
	ﾒﾊﾞﾁ赤身切り落し
	100g
	100
	2370
	46,452
	3000
	60,000
	200
	1
	2
	00 （パック）
	03 （ケース）
	20.000
	10.0
	03 （1kg）
	0.100
	200
	2
	19.600
	0
	0
	200
	2
	19.600
	07 数量不足

確定

確定

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（2）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

メバチ赤身切落し　パック発注　１パック約１００ｇ入り　１ケースに１００パック、約１０ｋｇを２ケース発注
重量(kg)＝100g×200ﾊﾟｯｸ/1000＝20kg　原価金額＝原単価(237円/100g)×10×発注重量(20kg)＝237×10×20＝47,400円
売価金額＝売単価(300円/100g)×10×発注重量(20kg)＝300×10×20＝60,000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)		4922610162038
商品名		メバチ赤身切落し
規格		100g
入数		100
原単価		237
原価金額		47,400
売単価		300
売価金額		60,000
発注数量(バラ)		200
発注単位		100
発注数量(発注単位数)		2
発注単位ｺｰﾄﾞ		00 （パック）
発注荷姿ｺｰﾄﾞ		03 （ケース）
発注重量(kg)		20.000
取引単位重量		10.0
単価登録単位		02 （100g）
商品重量		100
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		

単価登録単位の原価／売価

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。

推定

[出荷]

＜取引＞	＜取引明細＞
01	
01	
	4922610162038
	メバチ赤身切落し
	100g
	100
	237
	46,452
	300
	60,000
	200
	100
	2
	00 （パック）
	03 （ケース）
	20.000
	10.0
	02 （100g）
	100
	200
	2
	19.600
	0
	0

再計算

[受領]

＜取引＞	＜取引明細＞
01	
01	
	4922610162038
	メバチ赤身切落し
	100g
	100
	237
	46,452
	300
	60,000
	200
	100
	2
	00 （パック）
	03 （ケース）
	20.000
	10.0
	02 （100g）
	100
	200
	2
	19.600
	0
	0
	200
	2
	19.600
	07 数量不足

確定

確定

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（3）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。

ｉ） 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

ⅱ） 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

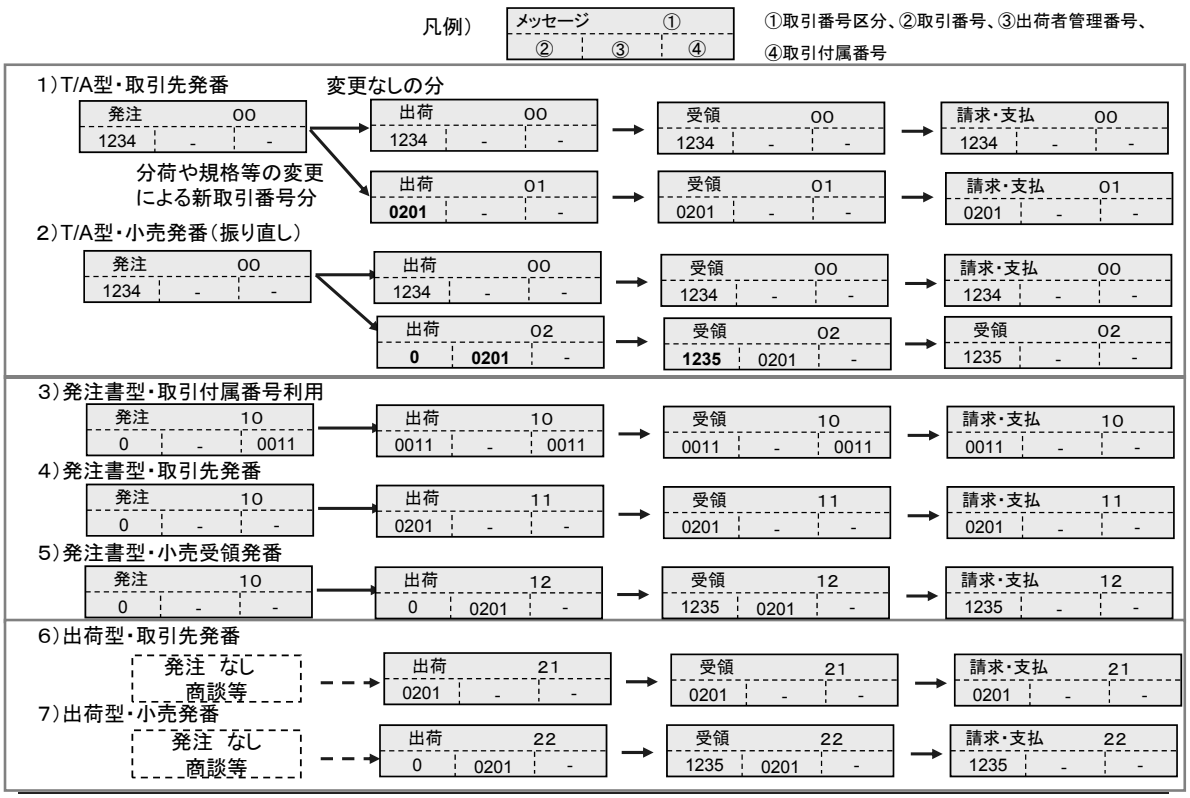
- 現行運用として発注書を使用する場合、取引先で伝票発行をする。その場合、取引先側発番が通常であるが、付番ルールを設けている小売もある。付番ルールが異なり取引先負荷がかかるので、小売が付番した方がよいという考え方を発展させ、全般的取引を管理できる区分にした。
- 2区分に分ける方法もあるが、取引の少ない機能につき、1区分2桁で管理する。

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	ー	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。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（3）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



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（3）生鮮取引の特徴

①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	ｷｬﾍﾞﾂM	1000
				02					4922341000104	ｷｭｳﾘ	800

仲卸・卸
ｷｬﾍﾞﾂ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											
				取明			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	ｷｬﾍﾞﾂ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	ｷｬﾍﾞﾂM	0	300	0	栃木	4912345001238

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												
				取明			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	受領数量	産地	商品コード（出荷元）
1234			00	01					4922317000138	ｷｬﾍﾞﾂ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	ｷｬﾍﾞﾂ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。）

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（3）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	ｷｬﾍﾞﾂM	1000
				02					4922341000104	ｷｭｳﾘ	800

仲卸・卸
ｷｬﾍﾞﾂ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		出荷者管理番号	取引番号区分	取引明細											
				取明		出荷者管理明細番号	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	ｷｬﾍﾞﾂM	1000	700	300	千葉	4912345678904
				02					4922341000104	ｷｭｳﾘ	800	800	0	千葉	4912345789013
O		0201	02	0		01	1234	01	4922317000138	ｷｬﾍﾞﾂM	0	300	0	栃木	4912345001238

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。

発番

取引番号		出荷者管理番号	取引番号区分	取引明細												
				取明		出明	元取番号	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	ｷｬﾍﾞﾂ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	ｷｬﾍﾞﾂ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。）

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（3）生鮮取引の特徴
⑤セット事例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

発注書№にあたる

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

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	ｷｬﾍﾞﾂM	1000
				0	02				4922341000104	ｷｭｳﾘ	800

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	ｷｬﾍﾞﾂM	1000	700	300	千葉	4912345678904
				02	01				4922341000104	ｷｬﾍﾞﾂ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	ｷｬﾍﾞﾂM	1000	700	300	700	千葉	4912345678904
				02	01				4922341000104	ｷｬﾍﾞﾂ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

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（3）生鮮取引の特徴
⑥セット事例4：発注、出荷、受領までの発注書型の流れ

発注書型で出荷は小売発番

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

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	ｷｬﾍﾞﾂM	1000
				0	02				4922341000104	ｷｭｳﾘ	800

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	ｷｬﾍﾞﾂM	1000	700	300	千葉	4912345678904
				0	01	02			4922341000104	ｷｬﾍﾞﾂ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	受領数量	産地	商品コード（出荷元）
1235	0011	0201	12	01	01	01			4922317000138	ｷｬﾍﾞﾂM	1000	700	300	700	千葉	4912345678904
				02	01	02			4922341000104	ｷｬﾍﾞﾂ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

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（3）生鮮取引の特徴
⑦セット事例5：発注、出荷、受領までの出荷型の流れ

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

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

出荷

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	発注数量	出荷数量	欠品数量		
0201			21	01					20221	キャベツM	0	70	0		
				02					20223	キュウリ	0	20	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	発注数量	出荷数量	欠品数量	受領数量		
0201			21	01					20221	キャベツM	0	70	0	70		
				02					20223	キュウリ	0	20	0	20		

取引番号で請求／支払へ

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（3）生鮮取引の特徴
⑧セット事例6：発注、出荷、受領までの出荷型の流れ

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	発注数量	出荷数量	欠品数量		
0		0201	22	0		01			20221	キャベツM	0	70	0		
				0		02			20223	キュウリ	0	20	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	発注数量	出荷数量	欠品数量	受領数量		
1234		0201	22	01		01			20221	キャベツM	0	70	0	70		
				02		02			20223	キュウリ	0	20	0	20		

取引番号で請求／支払へ

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（3）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。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

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

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。

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	ｷｬﾍﾞﾂ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												
		仮伝ﾌﾗｸﾞ	取引明細		元取引	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	原単価	原価金額
1234		01	01				4922317000138	ｷｬﾍﾞﾂ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	ｷｬﾍﾞﾂ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	ｷｬﾍﾞﾂ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	ｷｬﾍﾞﾂM	0	300	0	栃木	120	36000

受領

取引番号		取引明細												
		仮伝												
1234			01				4922317000138	ｷｬﾍﾞﾂ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	ｷｬﾍﾞﾂM	0	300	300	栃木	120	36000

取引番号で請求／支払へ

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（3）生鮮取引の特徴
⑩仮伝運用時の項目セット方法　ⅱ）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	ｷｬﾍﾞﾂ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												
		仮伝ﾌﾗｸﾞ	取引明細		元取引	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	原単価	原価金額
1234		01	01				4922317000138	ｷｬﾍﾞﾂ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	ｷｬﾍﾞﾂ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	ｷｬﾍﾞﾂ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	ｷｬﾍﾞﾂM	0	300	0	栃木	120	36000

受領

取引番号		取引明細												
		仮伝												
1234			01				4922317000138	ｷｬﾍﾞﾂ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	ｷｬﾍﾞﾂM	0	300	300	栃木	120	36000

取引番号で請求／支払へ

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

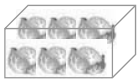
（4）商品属性について
①商品属性の表現

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）

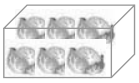
【野菜の場合】

発注段階



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

出荷段階



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

【水産の場合】

発注段階

商品ｺｰﾄﾞ（発注用）=4922610162038
商品名=メバチマグロ赤身
産地=002：太平洋

出荷段階

商品ｺｰﾄﾞ（発注用）=4922610162038
商品名=メバチマグロ赤身
産地=002：太平洋

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

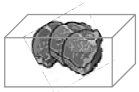
（4）商品属性について
①商品属性の表現

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）

【食肉の場合】

発注段階



商品ｺｰﾄﾞ（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

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

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（4）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。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（4）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

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

流通BMS導入検討と運用設計ガイドライン
－71－

（4）商品属性について
①商品属性の表現

■ **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

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

（4）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

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

Ⅳ．商材別商品コード解説

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

Ⅳ－1.青果編

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1. 商品コード解説
（1）商品コードの標準化の方向性

青果標準コード化に見るインストアコードから共通商品コードへの流れ
- 2007年度は汎用品を、②流通規格＋主要販売規格で標準コード化した。
- この規格に外れる属性を商品属性として外出しし、商品特定や説明ができるようにした。

	共通商品コード ←			個別商品コード
ﾒｯｾｰｼﾞ項目名	①ソースマーキング商品	共通規格商品（汎用品）		④店舗独自規格商品
		②流通規格＋主要販売規格	③左記以外（販売規格中心）	
商品コード（GTIN）	0＋標準JANコード	－	－	－
商品コード（発注用）	0＋標準JANコード	青果標準品名コード 4922+標準品名＋Pxx＋cd （P＝0～6）	青果標準品名コード 4922+標準品名＋Pxx＋cd （P＝7～9）	インストアコード （2012345・・・、12345）
商品コード（取引先）		4922＋標準品名＋P00＋cd （P＝0～6）	（共通）川上・川中EDIの青果共通商品コードに一致	
商品コード区分	006：GTIN－14	005：EAN/UCC－13	005：EAN/UCC－13	999：自社コード
商品属性		必要に応じて追加指定	（共通）	
備考	・標準JANでソースマーキングされた産地パック商品（ブランド品）やPB商品	・原則、商品形態（V）と階級（S）コードの組合わせで付番 ・商品形態は汎用性、共通性が高い流通規格を中心に、一部販売規格	・②以外の共通的な販売規格等を必要に応じて順次整備 ・規格（xx）は品目ごとに設定 ・P＝9から付番（残りはﾘｻﾞｰﾌﾞ）	・②③以外の店舗の個別性が高い商品や販売規格などに使用

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．商品コード解説
（2）商品コードと商品属性追加項目

現行、小売はインストアコードで管理。　商品名に規格や属性、産地等を含めている。
インストアコードから標準商品コードへ
　標準商品コード内に商品名と通常小売で使用する規格を取り込む
　標準商品コードに入らない属性は外に出して必要に応じて指定する。

【野菜のコード体系】

4922　＋　標準品名コード　＋　P　＋　規格（XX）　＋ C/D
（生鮮フラグ）　①　②　③

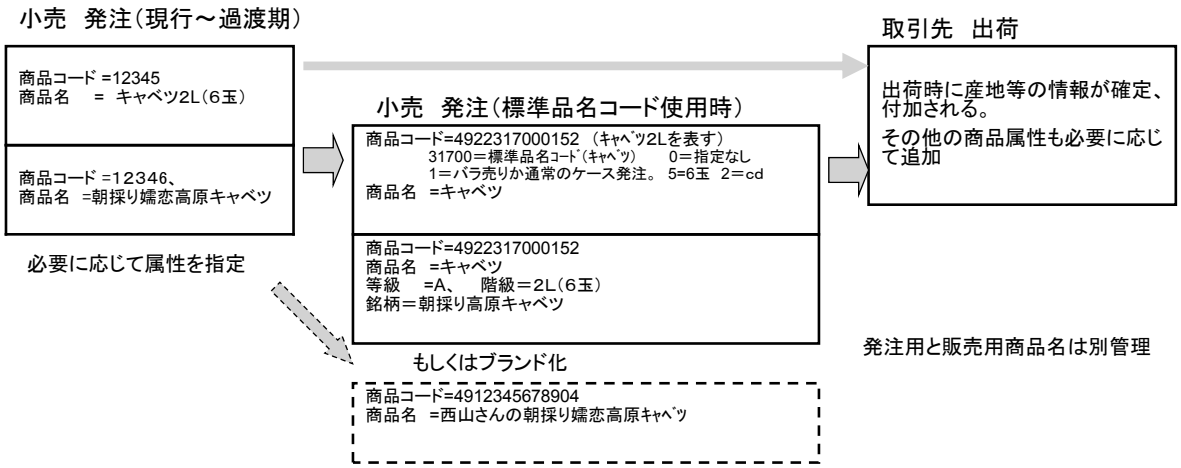
① 標準品名コード（5桁）
　・青果物の品目、品種を表すコード
　3XXXXX：野菜のコード体系
　4XXXXX：果実のコード体系
　5XXXXX：青果加工品のコード体系

② 栽培方法区分（P）（1桁）
　0：指定なし　1：有機農産物　2：特別栽培農産物　3：無袋（サン）
　4：ハウスまたは温室（加温、無加温）　5：マルチ　8：輸入
　6、7：リザーブ　9：小売業における自由使用フラグ

③ 規格（2桁）
　・商品形態、階級を表すコード

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．商品コード解説
（2）商品コードと商品属性追加項目



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．商品コード解説
（3）青果標準商品コードの検討方針

青果標準商品コードの検討にあたり、以下方針を基本とした。

・小売－卸／仲卸間の受発注の際に使用されるコードを対象とする。

・生鮮電子化推進協議会にて管理している生鮮標準コード体系を基本とする。

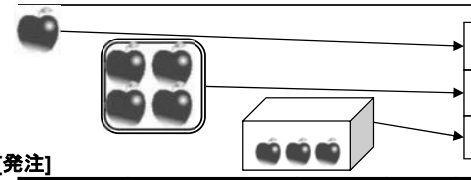
・輸入品については「栽培方法区分（P）＝6:輸入」で表現することを基本とし、不足する輸入品名について追加候補の検討を行った。

・標準商品コードで不足する規格などの情報は、必要に応じてメッセージの商品属性項目を利用する。

・品目毎に利用される商品形態、階級の組合せを抽出し、コード展開を行った。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

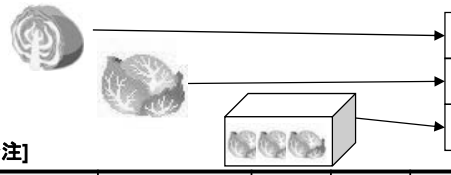
2．商材別事例　項目セットの方法
（1）標準商品コードを活用したデータセット例



4922428300141	バラ
4922428300448	4個パック
4922428300943	ケース（36玉入）

[発注]

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	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）	原価金額	売価金額	入数	発注荷姿
4922428300141	ふじりんごバラ	ﾊﾞﾗ	100	120	36	個	1	36	3,600	4,320	36玉	ｹｰｽ
4922428300448	ふじりんご4個ﾊﾟｯｸ	4個ﾊﾟｯｸ	360	400	9	個	1	9	3,240	3,600	36玉	ｹｰｽ
4922428300943	ふじりんごケース	ｹｰｽ	3,000	3,500	1	個	1	1	3,000	3,500	36玉	ｹｰｽ



4922317000237	½カット
4922317000138	バラ
4922317000930	ケース（10玉入）

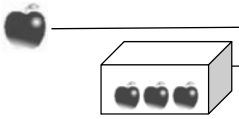
[発注]

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	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）	原価金額	売価金額	入数	発注荷姿
4922317000237	キャベツ ½カット	½ｶｯﾄ	100	120	20	個	5	100	10,000	12,000	10玉	ｹｰｽ
4922317000138	キャベツ　バラ	ﾊﾞﾗ	200	240	10	個	5	50	10,000	12,000	10玉	ｹｰｽ
4922317000930	キャベツ　ケース	ｹｰｽ	2,000	2,400	1	個	5	5	10,000	12,000	10玉	ｹｰｽ

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法

（2）発注～出荷～受領の流れ　1）定貫商品



4922428300141	バラ
4922428300943	ケース（36玉入）

前提：発注に対して実際の納品が1ケース不足した場合の発注・納品・受領データ

[発注]

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	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）	原価金額	売価金額	入数	発注荷姿
4922428300141	ふじりんごバラ	ﾊﾞﾗ	100	120	36	個	1	36	3,600	4,320	36玉	ｹｰｽ
4922428300943	ふじりんごケース	ｹｰｽ	3,000	3,500	1	個	10	10	30,000	35,000	36玉	ｹｰｽ

[出荷]

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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）	出荷数量（バラ）	出荷数量（発注単位数）	欠品数量（ﾊﾞﾗ）	欠品数量（発注単位数）	原価金額	売価金額	入数
4922428300141	ふじりんごバラ	100	120	36	個	1	36	36	1	0	0	3,600	4,320	36玉
4922428300943	ふじりんごケース	3000	3500	1	個	10	10	9	9	1	1	27,000	31,500	36玉

[受領]

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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）	出荷数量(バラ)	出荷数量（発注単位数）	受領数量（ﾊﾞﾗ）	受領数量（発注単位数）	原価金額	売価金額	入数
4922428300141	ふじりんごバラ	100	120	36	個	1	36	36	1	36	1	3,600	4,320	36玉
4922428300943	ふじりんごケース	3000	3500	1	個	1	10	9	9	9	9	27,000	31,500	36玉

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法

（2）発注～出荷～受領の流れ　2）不定貫商品

（3箱発注）

4922382000507	松茸約400g入(4～8本)

前提①：約400g入松茸を3箱(約1.2Kg)発注した場合の発注データ
前提②：実際の納品が3箱、合計重量が1.5Kgだった場合の納品データ
前提③：入荷検品時の合計重量が1.5Kgだった場合の受領データ

[発注]　(推定)

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	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）	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量
4922382000507	松茸約400g入	木箱	50,000	60,000	1	個	3	3	60,000	72,000	1Kg	0.40Kg	4本	ｹｰｽ	1.20

[出荷]　(再計算)　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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）	出荷数量(発注単位数)	出荷数量（バラ）	欠品数量(発注単位数)	欠品数量（ﾊﾞﾗ）	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量
4922382000507	松茸約400g入	50,000	60,000	1	個	3	3	3	3	0	0	75, 000	90,000	1.20	1. 50

[受領]　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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）	出荷数量(発注単位数)	出荷数量（バラ）	受領数量(発注単位数)	受領数量（ﾊﾞﾗ）	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量	受領重量
4922382000507	松茸約400g入	50,000	60,000	1	個	3	3	3	3	3	3	75, 000	90,000	1.20	1.50	1.50

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法
（3）入数、発注数量(発注単位数)のデータセットについて

例①　りんごのケース発注の場合

・入数については、出荷荷姿（通いコンテナ、ケース）内の数量をセットする。入数が可変でありセットできないような場合はセットしない（または‘1’をセットする）。

・発注単位については、最低発注ロットが決められていない場合は‘1’をセットし、事前に発注ロットが取り決められている場合には、その値をセットする。

・発注数量（発注単位数）には、発注単位換算した発注数量をセットする。

A
1個売り場合

B
1ケース内（10kg)の入数が32玉の場合、入数=32をセットする

C
1ケース内(約10kg)の入数が確定できない場合は、入数には値をセットしない

[発注]　　[出荷]

	発注商品コード	商品名	不定貫区分	規格	原単価	売単価	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）	原価金額	売価金額	入数	発注荷姿	出荷数量（ﾊﾞﾗ）	出荷数量(出荷荷姿数)	出荷荷姿
A	4922428300103	ふじりんご	00	32玉ﾊﾞﾗ	150	200	1	個	32	32	4,800	6,400		ｹｰｽ	32	1	ｹｰｽ
B	4922428300158	ふじりんご	00	32玉ｹｰｽ	2,000	2,500	1	個	2	2	4,000	5,000	32	ｹｰｽ	2	2	ｹｰｽ
C	4922428300158	ふじりんご	00	10Kgｹｰｽ	2,000	2,500	3	個	1	3	6,000	7,500		ｹｰｽ	3	3	ｹｰｽ

事前に発注ロットの取り決めがある場合にその値をセットする。

発注単位に換算した発注数量をセットする。

ケース内の入数をセットする。可変でセットできないような場合はセットしない。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法
（3）入数、発注数量(発注単位数)のデータセットについて

例②　いちごの発注の場合

・入数については、出荷荷姿（通いコンテナ、ケース）内のパック数をセットする。

・発注単位については、最低発注ロットが決められていない場合は1をセットし、事前に発注ロットが取り決められている場合には、その値をセットする（下記の例Eは、最低ロット5箱として取り決めされている場合の表記）。

・発注数量（発注単位数）には、発注単位換算した発注数量をセットする。

・下記の例D,Fでは、結果的に同じものが出荷されることになる。

D
1箱内4パック
1パック=1発注単位
20ﾊﾟｯｸ発注

E
1箱4パック
1ﾊﾟｯｸ=1発注単位
25ﾊﾟｯｸ発注

F
1箱内4パック
4ﾊﾟｯｸ=1発注単位
4×5=20ﾊﾟｯｸ発注

[発注]　　[出荷]

	発注商品コード	商品名	不定貫区分	規格	原単価	売単価	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）	原価金額	売価金額	入数	発注荷姿	出荷数量（ﾊﾞﾗ）	出荷数量(出荷荷姿数)	出荷荷姿
D	4922460320701	とちおとめ苺	00	ﾊﾟｯｸ	300	400	1	個	20	20	6,000	8,000	4	ｹｰｽ	20	5	ｹｰｽ
E	4922460320701	とちおとめ苺	00	ﾊﾟｯｸ	300	400	1	個	25	25	7,500	10,000		ｹｰｽ	25	7	ｹｰｽ
F	4922460320701	とちおとめ苺	00	ﾊﾟｯｸ	300	400	4	個	5	20	6,000	8,000	4	ｹｰｽ	20	5	ｹｰｽ

事前に発注ロットの取り決めがある場合にその値をセットする。

発注単位に換算した発注数量をセットする。

ケース内の入数をセットする。可変でセットできないような場合はセットしない。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

Ⅳ－2.水産編

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．商品コード解説
（1）商品コードの標準化の方向性

水産標準コード化に見るインストアコードから共通商品コードへの流れ
- 魚類等の種類を表すコード＋態様＋形状部位／加工方法で標準コード化した。
- この規格に外れる属性を商品属性として外出しし、商品特定や説明ができるようにした。

	共通商品コード ←		個別商品コード
ﾒｯｾｰｼﾞ項目名	①ソースマーキング商品	②共通商品（汎用品）	③店舗独自規格商品
商品コード（GTIN）	0＋標準JANコード	－	－
商品コード（発注用）	0＋標準JANコード	水産標準品名コード 4922＋6＋標準品名＋態様＋形状部位＋C/D 4922＋6＋標準品名＋態様＋加工方法＋C/D	インストアコード （2012345・・・、12345）
商品コード（取引先）	4922＋6＋標準品名＋態様＋形状部位＋C/D 4922＋6＋標準品名＋態様＋加工方法＋C/D		
商品コード区分	006：GTIN－14	005：EAN/UCC－13	999：自社コード
商品属性	必要に応じて追加指定		
備考	・標準JANでソースマーキングされた産地パック商品（ブランド品）やPB商品	・魚類等の種類を表すコード＋態様＋形状部位／加工方法での組合わせで付番	・②③以外の店舗の個別性が高い商品や販売規格などに使用

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．商品コード解説
（2）商品コードと商品属性追加項目

現行、小売はインストアコードで管理。商品名に規格や属性、産地等を含めている。
インストアコードから標準商品コードへ
　標準商品コード内に商品名と通常小売で使用する規格を取り込む
　標準商品コードに入らない属性は外に出して必要に応じて指定する。

【生鮮品のコード体系】

4922　＋　6　＋　標準品名コード＋態様（T）＋形状・部位（S1S2）＋ C/D
（生鮮フラグ）（水産物）　①　②　③

【塩蔵・塩干・加工品のコード体系】

4922　＋　6　＋ 標準品名コード＋態様（T）＋ 加工方法（P1P2）＋ C/D
（生鮮フラグ）（水産物）　①　②　④

① 標準品名コード（4桁）
　・水産物の品目、品種を表すコード

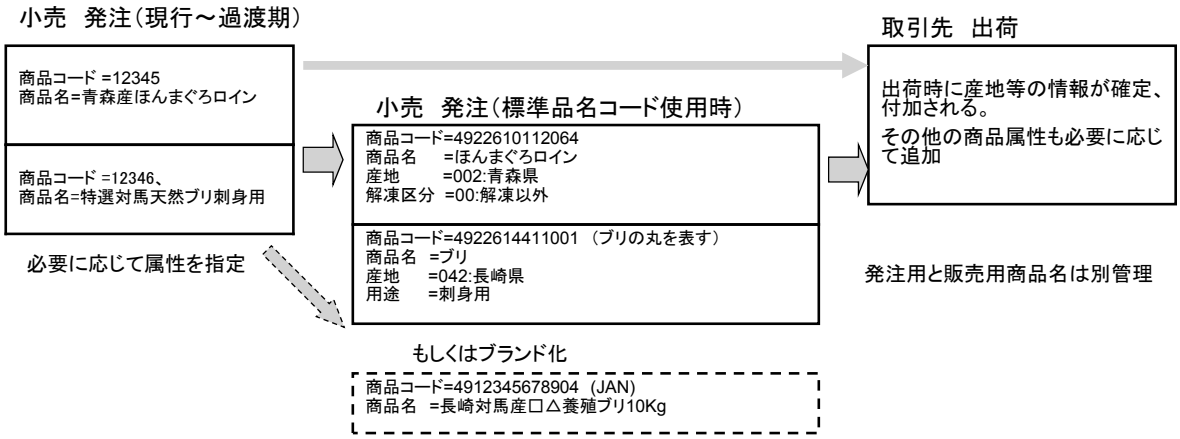
② 態様（T）（1桁）
【生鮮品】　1：活　2：生鮮（チルド）　3：冷凍　4：解凍
【塩蔵・塩干・加工品】5：常温　6：冷蔵　7：冷凍　8：解凍
　9：リザーブ（生鮮品、塩蔵・塩干・加工品共通）

③ 形状・部位（S1S2）（2桁）【生鮮品】
　商品の形状および部位を表す。

④加工方法（P1P2）（2桁）【塩蔵・塩干・加工品】
　商品の加工方法を表す。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．商品コード解説
（2）商品コードと商品属性追加項目



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．商品コード解説
（3）水産物商品コードの検討方針

水産物標準商品コードの検討にあたり、以下方針を基本とした。

・小売－卸／仲卸間の受発注の際に使用されるコードを対象とした。

・生鮮電子化推進協議会にて管理している生鮮標準コード体系を基本とし、不足する品名、形状／部位、加工方法について検討した。

・標準品名として優先する属性は「態様、形状部位、加工方法」とした。

・輸入品については、メッセージ項目の「国コード」、「原産エリア」を使用して表現する。

・標準商品コードで不足する規格などの情報は、必要に応じてメッセージの商品属性項目を利用する。

・品名毎に利用される形状／部位、加工方法を抽出し、コード展開を実施した。

・加工品で一部JANコードが設定されていないものが存在する。その対応として加工品の代表的な分類、品名について設定を行った。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2．商材別事例　項目セットの方法
（1）発注～出荷～受領の流れ　1）定貫商品

4922613112009	あじ	※ケース単位発注
4922613115178	あじ開干し	※パック単位発注

前提①：あじ（トロ箱）を3箱、あじ開干し（2尾）を20パック発注した場合
前提②：実際の出荷があじ（トロ箱）が3箱、あじ開干し19パックだった場合

[発注]

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	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）	原価金額	売価金額	入数	発注荷姿
4922613112009	あじ	トロ箱	2,400	3,360	1	個	3	3	7,200	10,080	20尾	ｹｰｽ
4922613115178	あじ開干し	2尾ﾊﾟｯｸ	100	140	1	個	20	20	2,000	2,800	20ﾊﾟｯｸ	ﾊﾟｯｸ

[出荷]

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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）	出荷数量（バラ）	出荷数量（発注単位数）	欠品数量（ﾊﾞﾗ）	欠品数量（発注単位数）	原価金額	売価金額	入数
4922613112009	あじ	2,400	3,360	1	個	3	3	3	3	0	0	7,200	10,080	20尾
4922613115178	あじ開干し	100	140	1	個	20	20	19	19	1	1	1,900	2,660	20ﾊﾟｯｸ

[受領]

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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）	出荷数量（バラ）	出荷数量（発注単位数）	受領数量（ﾊﾞﾗ）	受領数量（発注単位数）	原価金額	売価金額	入数
4922613112009	あじ	2,400	3,360	1	個	3	3	3	3	3	3	7,200	10,080	20尾
4922613115178	あじ開干し	100	140	1	個	20	20	19	19	19	19	1,900	2,660	20ﾊﾟｯｸ

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法

（1）発注～出荷～受領の流れ　2）不定貫商品

4922610112002	ほんまぐろ

前提①：約100Kgのほんまぐろを1尾発注した場合の発注データ
前提②：実際の納品が1尾95Kgだった場合の出荷データ
前提③：入荷検品時の合計重量が1尾90Kgだった場合の受領データ

[発注]　(推定)

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	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)	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量
4922610112002	ほんまぐろ	1尾	1,000	1,500	1	個	1	1	100,000	150,000	1Kg	100Kg	1	1尾	100.00

[出荷]　(再計算)　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	欠品数量(発注単位数)	欠品数量(バラ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量
4922610112002	ほんまぐろ	1,000	1,500	1	個	1	1	1	1	0	0	95,000	142,500	100.00	95.00

[受領]　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	受領数量(発注単位数)	受領数量(バラ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量	受領重量
4922610112002	ほんまぐろ	1,000	1,500	1	個	1	1	1	1	1	1	90,000	135,000	100.00	95.00	90.00

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法

（2）入数、発注数量(発注単位数)のデータセットについて

①定貫商品の例

・入数については、出荷荷姿（ケース）内の数量をセットする。入数が可変でありセットできないような場合はセットしない（または‘1’をセットする）。

・発注単位については、最低発注ロットが決められていない場合は‘1’をセットし、事前に発注ロットが取り決められている場合には、その値をセットする。

・発注数量（発注単位数）には、発注単位換算した発注数量をセットする。

・下記の例A,B,Cでは、結果的に同じものが出荷されることになる。

　　発注数量（バラ）＝発注単位×発注数量（発注単位数）。

A

1ケース内20尾入
1尾＝発注単位
20尾発注

B

1ケース内20尾入
5尾＝発注単位
20尾発注

C

1ケース内20尾入
1ケース＝発注単位
20尾発注

[発注]　**[出荷]**

	発注商品コード	商品名	規格	不定貫区分	原単価	売単価	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)	原価金額	売価金額	入数	発注荷姿	出荷数量(バラ)	出荷数量(出荷荷姿数)	出荷荷姿
A	4922613112009	あじ	1尾	00	100	140	1	尾	20	20	2,000	2,800	20	ｹｰｽ	20	1	ｹｰｽ
B	4922613112009	あじ	1尾	00	100	140	5	個	4	20	2,000	2,800	20	ｹｰｽ	20	4	ｹｰｽ
C	4922613112009	あじ	ケース	00	2,000	2,800	1	個	1	1	2,000	2,800	20	ｹｰｽ	1	1	ｹｰｽ

事前に発注ロットの取り決めがある場合にその値をセットする。

発注単位に換算した発注数量をセットする。

ケース内の入数をセットする。可変でセットできないような場合はセットしない。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法
（2）入数、発注数量(発注単位数)のデータセットについて

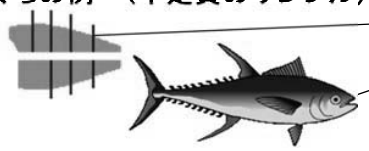
②不定貫商品の例

・入数については、出荷荷姿（ケース）内の数量をセットする。入数が可変でありセットできないような場合はセットしない（または‘1’をセットする）。

・発注単位については、最低発注ロットが決められていない場合は‘1’をセットし、事前に発注ロットが取り決められている場合には、その値をセットする。

・発注数量（発注単位数）には、発注単位換算した発注数量をセットする。

□まぐろの例　（不定貫のサンプル）



D	4922610112064	ほんまぐろロイン/四つ割り
E	4922610112002	ほんまぐろ

[発注]　(推定)

	発注商品コード	商品名	規格	不定貫区分	原単価	売単価	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）	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量
D	4922610112064	ほんまぐろロイン／四つ割り	ロイン約25kg	01	1,000	1,500	1	個	4	4	100,000	150,000	1kg	25	4	ケース	100.00
E	4922610112002	ほんまぐろ	1尾	01	1,000	1,500	1	個	1	1	100,000	150,000	1kg	100		尾	100.00

事前に発注ロットの取り決めがある場合にその値をセットする。

発注単位に換算した発注数量をセットする。

ケース内の入数をセットする。可変でセットできないような場合はセットしない。

[出荷]　(確定)

出荷数量(発注単位数)	出荷数量（バラ）	出荷数量(出荷荷姿数)	出荷荷姿	出荷重量
4	4	2	ケース	95
1	1	1	ケース	95

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

Ⅳ－3.食肉編

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．商品コード解説
（1）商品コードの標準化の方向性

食肉（部分肉）標準コード化に見るインストアコードから共通商品コードへの流れ
- 畜種＋部位で標準コード化した。
- この規格に外れる属性を商品属性として外出しし、商品特定や説明ができるようにした。

	共通商品コード ←		個別商品コード
ﾒｯｾｰｼﾞ項目名	①ソースマーキング商品	②共通商品（汎用品） 畜種＋部位	③店舗独自規格商品
商品コード（GTIN）	0＋標準JANコード	－	－
商品コード（発注用）	0＋標準JANコード	食肉標準品名コード 4922＋8＋標準品名＋00＋C/D	インストアコード （2012345・・・、12345）
商品コード（取引先）	4922＋8＋標準品名＋00＋C/D		
商品コード区分	006：GTIN－14	005：EAN/UCC－13	999：自社コード
商品属性	必要に応じて追加指定		
備考	・標準JANでソースマーキングされた産地パック商品(ブランド品）やPB商品	・畜種＋部位コードの組合わせで付番	・②③以外の店舗の個別性が高い商品や販売規格などに使用

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1．商品コード解説
（2）商品コードと商品属性追加項目

現行、小売はインストアコードで管理。　商品名に規格や属性、産地等を含めている。
インストアコードから標準商品コードへ
　標準商品コード内に商品名と通常小売で使用する規格を取り込む
　　標準商品コードに入らない属性は外に出して必要に応じて指定する。

【枝肉、部分肉のコード体系】

4922　＋　8　＋　標準品名コード　＋　00（固定）　＋　C/D
（生鮮フラグ）（部分肉）　①

【精肉のコード体系】

4922　＋　7　＋　標準品名コード　＋　00（固定）　＋　C/D
（生鮮フラグ）（精肉）　①

① 標準品名コード（5桁）
　・食肉の蓄種、部位、精肉を表すコード

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1. 商品コード解説
（2）商品コードと商品属性追加項目

小売　発注（現行～過渡期）

商品コード =12345
商品名　=　北海道和牛サーロイン

商品コード =12346、
商品名　=鹿児島黒毛和種肩ロース
焼肉用

必要に応じて属性を指定

小売　発注（標準品名コード使用時）

商品コード=4922815200009（和牛サーロインを表す）
商品名　=和牛サーロイン
産地　　=001:北海道

商品コード=4922813200001（和牛肩ロースを表す）
商品名　=和牛肩ロース
産地　　=046:鹿児島県
品種　　=11:黒毛和種
用途　　=焼肉用

もしくはブランド化

商品コード=4912345678904（JAN）
商品名　=鹿児島口△牧場和牛肩ロースブロック

取引先　出荷

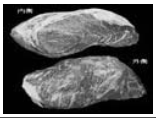
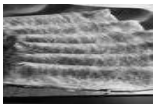
出荷時に産地等の情報が確定、付加される。
その他の商品属性も必要に応じて追加

発注用と販売用商品名は別管理

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法
（1）食肉のメッセージ検討における発注形態の組合せパターン

食肉の場合、畜種、商品形態により、取引方法が異なるため、それぞれのパターンで実現性を確認した。

畜種		牛		豚		鶏	
		国産	輸入	国産	輸入	国産	輸入
1 ブロック肉 	1. 単品:不定貫	P 1-1	P 1-4	P 1-1	P 1-1		
	2. 規格ｾｯﾄ:不定貫	P 1-2					
	3. セット:不定貫	P 1-3		P 1-3			
	4. 単品:定貫					P 1-5	P 1-5
2 スライス肉 	1. 単品:不定貫	P 2-1	P 2-1	P 2-1	P 2-1	P 2-1	P 2-1
	2. 単品:定貫	P 2-2	P 2-2	P 2-2	P 2-2	P 2-2	P 2-2
3 ミンチ肉	1. 単品:不定貫	P 3-1	P 3-1	P 3-1	P 3-1	P 3-1	P 3-1
	2. 単品:定貫	P 3-2	P 3-2	P 3-2	P 3-2	P 3-2	P 3-2
その他	1. 単品:不定貫						
	2. 単品:定貫						

①チルド、フローズン：属性情報であるが、商品コードが異なる（商品コードで分類）。
②スライス肉とミンチ肉：同じ商品分類であるが、定貫・不定貫で発注形態を分けた分類が必要。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法

（参考）部分肉の入数と重量

豚部分肉の入数とケース重量

部　位 名　称	入　数 （本）	ｹｰｽ重量 （ｋｇ）
ウデ	2	12
カタロース	4	9
ロース	4	18
バラ	4	16
モモ	2	18
ヒレ	10	5

牛部分肉の入数とケース重量（半丸）

部　位 名　称	ﾚｷﾞｭﾗｰ 入数	SPｶｯﾄ （本）	ｹｰｽ重量 （ｋｇ）
ウデ	1	３～４	２０
カタロース	1	３～４	２７
ブリスケット	1	１～２	１５
三角バラ	1	１～２	６
リブロース	1	２～３	９
サーロイン	1	３～４	１０
ヒレ	1	２～３	６
ソトバラ	1	３～４	２０
ウチバラ	1	３～４	１９
ウチモモ	1	２～３	１１
シンタマ	1	２～３	１０
ソトモモ	1	２～３	１２
ランプ	1	2	１０
トモズネ	1	1	３
マエスネ	1	１～２	５

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法

P1-1. 和牛ブロック【単品：パーツ発注】の例 （不定貫）

4922813200001	和牛肩ロース (約27kg)

前提①：和牛肩ロースブロック(約27kg)を2個(約54kg)発注した場合の発注データ
前提②：実際の納品が合計重量が54.2kgだった場合の納品データ
前提③：入荷検品時の合計重量が54.2kgだった場合の受領データ

[発注]　(推定)

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	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)	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量
4922813200001	和牛肩ロース	27kg	3,000	3,500	1	個	2	2	162,000	189,000	1kg	27.0kg	3	ｹｰｽ	54.0

[出荷]　(再計算)　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	欠品数量(発注単位数)	欠品数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量
4922813200001	和牛肩ロース	3,000	3,500	1	個	2	2	2	2	0	0	162,600	189,700	54.0	54.2

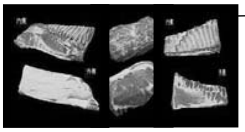
[受領]　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	受領数量(発注単位数)	受領数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量	受領重量
4922813200001	和牛肩ロース	3,000	3,500	1	個	2	2	2	2	2	2	162,600	189,700	54.0	54.2	54.2

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法

P1-2. 和牛ブロック【規格セット発注】の例 （不定貫）



4922822010004	和牛1/4セット

前提①：和牛1／4セット(約75kg)を発注した場合の発注データ
前提②：実際の納品が合計重量が75.5kgだった場合の納品データ
前提③：入荷検品時の合計重量が75.5kgだった場合の受領データ

[発注]

(推定)

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	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)	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量
4922822010004	和牛1/4ｾｯﾄ	75kg	2,500	3,000	1	個	1	1	187,500	225,000	1kg	75.0kg	4	ｹｰｽ	75.0

[出荷]

(再計算)　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	欠品数量(発注単位数)	欠品数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量
4922822010004	和牛1/4ｾｯﾄ	2,500	3,000	1	個	1	1	1	1	0	0	188,750	226,500	75.0	75.5

[受領]

(確定)

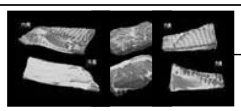
発注商品コード	商品名	原単価	売単価	発注単位	発注単位コード	発注数量(発注単位数)	発注数量(バラ)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	受領数量(発注単位数)	受領数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量	受領重量
4922822010004	和牛1/4ｾｯﾄ	2,500	3,000	1	個	1	1	1	1	0	0	188,750	226,500	75.0	75.5	75.5

【規格セットについて】
①発注形態は、単品：パーツ発注と同じ。
②ケースラベルの商品名は、「和牛1／4セット」。 この場合の入数は、1商品名称に対し「4ケース」
③ケース内は、ピースの商品ラベルは、実部位名称。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法

P1-3. 国産牛ブロック【セット発注】の例 （不定貫）



（商談発注）

4922821010005	国産牛セット（不定貫）

前提①：発注は、紙ベース（メール、FAX）
前提②：納品は、部位別の納品データ
前提③：入荷検品時の部位別の受領データ

[発注]

国産牛セット：毎週木曜日3頭納品

[出荷]

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	欠品数量(発注単位数)	欠品数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量
4922823400002	国産牛ウデ	1000	1100	2	個	3	6	3	6	0	0	124,600	137,060	120.0	124.6
4922823200008	国産牛肩ﾛｰｽ	1500	1600	2	個	3	6	3	6	0	0	255,300	272,320	162.0	170.2
…	…														

【発注・出荷データについて】
①1頭単位での商談ベースでの発注、納品先は、委託PC会社もある。
②1頭当たり16ケースあり、出荷（納品）データが送られる。
③出荷（納品）データは、部位別に作成される。

[受領]

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	受領数量(発注単位数)	受領数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量	受領重量
4922823400002	国産牛ウデ	1000	1100	2	個	3	6	3	6	3	6	124,600	137,060	120.0	124.6	124.6
4922823200008	国産牛肩ﾛｰｽ	1500	1600	2	個	3	6	3	6	3	6	255,300	272,320	162.0	170.2	170.2
…	…															

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法

P1-4. 輸入牛ブロック【単品：パーツ発注】の例 （不定貫）

4922835120004	輸入牛キューブロール(約16kg)

前提①：輸入牛キュブロールブロック(約16kg)を2個発注した場合の発注データ
前提②：実際の納品が合計重量が32.2kgだった場合の納品データ
前提③：入荷検品時の合計重量が32.2kgだった場合の受領データ

[発注]

(推定)

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	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)	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量
4922835120004	輸入牛ｷｭｰﾌﾞﾛｰﾙ	16kg	2,000	2,500	1	個	2	2	64,000	80,000	1kg	16.0kg	4	ｹｰｽ	32.0

[出荷]

(再計算)　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	欠品数量(発注単位数)	欠品数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量
4922835120004	輸入牛ｷｭｰﾌﾞﾛｰﾙ	2,000	2,500	1	個	2	2	2	2	0	0	64,400	80,500	32.0	32.2

[受領]

(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	受領数量(発注単位数)	受領数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量	受領重量
4922835120004	輸入牛ｷｭｰﾌﾞﾛｰﾙ	2,000	2,500	1	個	2	2	2	2	2	2	64,400	80,500	32.0	32.2	32.2

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法

P1-5. 国産鶏【単品発注】の例 （定貫）

4922866200003	国産鶏肉もも(2kg×6)

前提①：国産鶏肉(2kg×6)を2個発注した場合の発注データ
前提②：実際の納品が国産鶏肉(2kg×6)2個だった場合の納品データ
前提③：入荷検品時の国産鶏肉(2kg×6)2個だった場合の受領データ

[発注]

(推定)

発注商品コード	商品名	不定貫区分	規格	原単価	売単価	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)	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量
4922866200003	国産鶏肉もも	00	2kg×6	12,000	14,400	1	個	2	2	24,000	28,800			6	ｹｰｽ	

定貫商品(不定貫区分=00)の場合は、セットしない。

[出荷]

(再計算)　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	欠品数量(発注単位数)	欠品数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量
4922866200003	国産鶏肉もも	12,000	14,400	1	個	2	2	2	2	0	0	24,000	28,800		

[受領]

(確定)

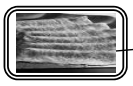
発注商品コード	商品名	原単価	売単価	発注単位	発注単位コード	発注数量(発注単位数)	発注数量(バラ)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	受領数量(発注単位数)	受領数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量	受領重量
4922866200003	国産鶏肉もも	12,000	14,400	1	個	2	2	2	2	2	2	24,000	28,800			

定貫商品(不定貫区分=00)の場合は、セットしない。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法

P2-1. 国産牛スライスの例 （不定貫）



（パック発注）

パック区分＝01

12345	国産牛ロースススライス（約200g）

前提①：約200g入国産牛ロースススライスを10パック(約2kg)発注した場合の発注データ
前提②：実際の納品が合計重量が2.123kgだった場合の納品データ
前提③：入荷検品時の合計重量が2.123kgだった場合の受領データ

【発注形態について】
①納入者は、発注データをもとにｽﾗｲｽ肉を加工計量する。
②発注データを計量器へ連動し、計量指図データとする。

[発注]　(推定)

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	発注単位	発注単位コード	発注数量(発注単位数)	発注数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量
12345	国産牛ロースススライス(約200g)	ﾊﾟｯｸ	1,000	1,200	1	個	10	10	2,000	2,400	1kg	0.200kg	10	ｸﾚｰﾄ	2.00

[出荷]　(再計算)　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	発注単位	発注単位コード	発注数量(発注単位数)	発注数量(ﾊﾞﾗ)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(ﾊﾞﾗ)	欠品数量(発注単位数)	欠品数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量
12345	国産牛ロースススライス(約200g)	1,000	1,200	1	個	10	10	10	10	0	0	2,123	2,548	2.00	2.123

[受領]　(確定)

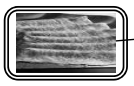
発注商品コード	商品名	原単価	売単価	発注単位	発注単位コード	発注数量(発注単位数)	発注数量(ﾊﾞﾗ)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(ﾊﾞﾗ)	受領数量(発注単位数)	受領数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量	受領重量
12345	国産牛ロースススライス(約200g)	1,000	1,200	1	個	10	10	10	10	0	0	2,123	2,548	2.00	2.123	2.123

アウトパック商品はg単位での取引があり得る (kgでは小数点以下3桁)。
事前に会社間で取り決めしておく内容。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法

P2-2. 国産牛スライスの例 （定貫）



（パック発注）

パック区分＝01

12348	国産牛ロースススライス（200g）

前提①：200g入国産牛ロースススライスを10パック(2kg)発注した場合の発注データ
前提②：納品重量は、定貫なので10パック(2kg)の納品データ
前提③：入荷検品重量も10パック(2kg)だった場合の受領データ

【発注形態について】
①定貫品と不定貫品を同じ伝票では、発注しない。

[発注]　(推定)

発注商品コード	商品名	不定貫区分	規格	原単価	売単価	発注単位	発注単位コード	発注数量(発注単位数)	発注数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量
12348	国産牛ロースススライス(200g)	00	ﾊﾟｯｸ	200	240	1	個	10	10	2,000	2,400			10	ｸﾚｰﾄ	

定貫商品(不定貫区分=00)の場合は、セットしない。

[出荷]　(再計算)　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	発注単位	発注単位コード	発注数量(発注単位数)	発注数量(ﾊﾞﾗ)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(ﾊﾞﾗ)	欠品数量(発注単位数)	欠品数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量
12348	国産牛ロースススライス(200g)	200	240	1	個	10	10	10	10	0	0	2,000	2,400		

[受領]　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	発注単位	発注単位コード	発注数量(発注単位数)	発注数量(ﾊﾞﾗ)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(ﾊﾞﾗ)	受領数量(発注単位数)	受領数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量	受領重量
12348	国産牛ロースススライス(200g)	200	240	1	個	10	10	10	10	10	10	2,000	2,400			

定貫商品(不定貫区分=00)の場合は、セットしない。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法

P3-1. 国産豚ミンチの例 （不定貫）

（パック発注）
パック区分＝01

12346	国産豚ミンチ約300g入

【発注形態について】
①納入者は、発注データをもとにミンチ肉を加工計量する。
②発注データを計量器へ連動し、計量指図データとする。

前提①：約300g入国産豚ミンチを30パック(約9kg)発注した場合の発注データ
前提②：実際の納品が合計重量が9.222kgだった場合の納品データ
前提③：入荷検品時の合計重量が9.222kgだった場合の受領データ

[発注]　(推定)

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	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)	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量
12346	国産豚ミンチ約300g入	ﾊﾟｯｸ	1,000	1,200	30	個	1	30	9,000	10,800	1kg	0.30kg	30	ｹｰｽ	9.00
12347	国産豚ミンチ約300g入	ﾊﾟｯｸ	1,000	1,200	1	個	30	30	9,000	10,800	1kg	0.30kg	30	ｹｰｽ	9.00

[出荷]　(再計算)　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	欠品数量(発注単位数)	欠品数量(バラ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量
12346	国産豚ミンチ約300g入	1,000	1,200	30	個	1	30	1	30	0	0	9,222	11,066	9.00	9.222
12347	国産豚ミンチ約300g入	1,000	1,200	1	個	30	30	30	30	0	0	9,222	11,066	9.00	9.222

[受領]　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	受領数量(発注単位数)	受領数量(バラ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量	受領重量
12346	国産豚ミンチ約300g入	1,000	1,200	30	個	1	30	1	30	1	30	9,222	11,066	9.00	9.222	9.222
12347	国産豚ミンチ約300g入	1,000	1,200	1	個	30	30	30	30	30	30	9,222	11,066	9.00	9.222	9.222

アウトパック商品はg単位での取引があり得る (kgでは小数点以下3桁)。事前に会社間で取り決めしておく内容。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法

P3-2. 国産豚ミンチの例 （定貫）

（パック発注）
パック区分＝01

12349	国産豚ミンチ300g入

【入数】定貫商品では、入数を決めて実施することが多い。

前提①：300g入国産豚ミンチを30パック(9kg)発注した場合の発注データ
前提②：実際の納品が30パック(9kg)だった場合の納品データ
前提③：入荷検品時の結果が30パック(9kg)だった場合の受領データ

[発注]　(推定)

発注商品コード	商品名	不定貫区分	規格	原単価	売単価	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)	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量
12349	国産豚ミンチ約300g入	00	ﾊﾟｯｸ	300	360	30	個	1	30	9,000	10,800			30	ｹｰｽ	
12240	国産豚ミンチ約300g入	00	ﾊﾟｯｸ	300	360	1	個	30	30	9,000	10,800			30	ｹｰｽ	

定貫商品(不定貫区分=00)の場合は、セットしない。

[出荷]　(再計算)　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	欠品数量(発注単位数)	欠品数量(バラ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量
12349	国産豚ミンチ約300g入	300	360	30	個	1	30	1	30	0	0	9,000	10,800		
12240	国産豚ミンチ約300g入	300	360	1	個	30	30	30	30	0	0	9,000	10,800		

[受領]　(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	受領数量(発注単位数)	受領数量(バラ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量	受領重量
12349	国産豚ミンチ約300g入	300	360	30	個	1	30	1	30	1	30	9,000	10,800			
12240	国産豚ミンチ約300g入	300	360	1	個	30	30	30	30	30	30	9,000	10,800			

定貫商品(不定貫区分=00)の場合は、セットしない。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法
（2）入数、発注数量(発注単位数)のセットについて

①ブロック【単品：パーツ発注、規格セット発注、セット発注】の例　（不定貫）

・入数については、出荷荷姿（クレート、ケース）内のブロック肉の数量をセットする。入数が可変でありセットできないような場合はセットしない（または‘1’をセットする）。

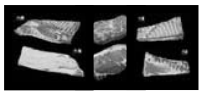
・発注単位については、最低発注ロットが決められていない場合は1をセットし、事前に発注ロットが取り決められている場合には、その値をセットする。

・発注数量（発注単位数）には、発注単位換算した発注数量をセットする。

A

1ケース内(約27.0kg)
ネックと2分割肩ロース
が入っている場合入数=3

B



1ケース内の入数が
可変の場合
入数には値をセット
しない

[発注]　　[出荷]

	発注商品コード	商品名	不定貫区分	規格	原単価	売単価	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）	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量	出荷数量（バラ）	出荷数量（出荷荷姿数）	出荷荷姿
A	4922823200008	和牛肩ロース	01	ブロック	3,000	3,500	1	個	2	2	162,000	189,000	1kg	27.0 kg	3	ケース	54.0	2	2	ケース
B	4922822010004	和牛1/4セット	01	75 kg	2,500	3,000	1	個	1	1	187,500	225,000	1kg	75.0 kg		ケース	75.0	1	1	ケース

事前に発注ロットの取り決めがある場合にその値をセットする。

発注単位に換算した発注数量をセットする。

ケース内の入数をセットする。可変でセットできないような場合はセットしない。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 商材別事例　項目セットの方法
（2）入数、発注数量(発注単位数)のセットについて

②スライス、ミンチの例　（不定貫）

・入数については、出荷荷姿（クレート、ケース）内のパック数をセットする。入数がセットできないような場合はセットしない（または‘1’をセットする）。

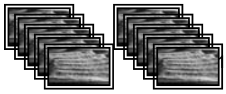
・発注単位については、最低発注ロットが決められていない場合は1をセットし、事前に発注ロットが取り決められている場合には、その値をセットする（下記の例Dは、最低ロット10Pとして取り決めされている場合の表記）。

・発注数量（発注単位数）には、発注単位換算した発注数量をセットする。

・下記の例C,Dでは、結果的に同じものが出荷されることになる。

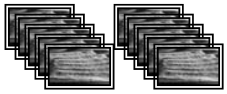
発注数量（バラ）＝発注単位×発注数量（発注単位数）。

C



1クレート内
1パック×10
パック=1発注単位

D



1クレート内
10パック
＝1発注単位

[発注]　　[出荷]

	発注商品コード	商品名	不定貫区分	規格	原単価	売単価	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）	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量	出荷数量（バラ）	出荷数量（出荷荷姿数）	出荷荷姿
C	12301	国産牛ローススライス(約200g)	01	パック	1,000	1,200	1	個	10	10	2,000	2,400	1kg	0.200 kg	10	クレート	2.00	10	1	クレート
D	12301	国産牛ローススライス(約200g)	01	パック	1,000	1,200	10	個	1	10	2,000	2,400	1kg	0.200 kg	10	クレート	2.00	10	1	クレート

パック区分＝01

事前に発注ロットの取り決めがある場合にその値をセットする。

発注単位に換算した発注数量をセットする。

クレート、または、ケース内のパック数をセットする。セットできないような場合はセットしない。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

３．チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例

【記載例（ターンアラウンド１型）】

（1）不定貫商品の場合

伝票の「数量」に出荷数量、「訂正数量」に出荷重量をセットする。

※タイプ用１型の場合は「数量」に出荷重量をセットする。

（2）定貫商品の場合

伝票の「数量」に発注数量をセットする。出荷時に数量の訂正がある場合、「訂正数量」に出荷数量をセットする。

※タイプ用１型の場合は数量に出荷数量をセットする。

■伝票項目とメッセージ項目の関係

カテゴリ	伝票種別	伝票項目			
		入数	ケース	数量	訂正後数量
不定貫商品	T／A1型	*発注単位*	*発注数量（発注単位数）*	*出荷数量（バラ）*	*出荷重量*
	タイプ1型	*－（記載しない）*	*出荷数量（バラ）*	*出荷重量*	
定貫商品	T／A1型	*発注単位*	*発注数量（発注単位数）*	*発注数量（バラ）*	*出荷数量（バラ）*
	タイプ1型	*発注単位*	*発注数量（発注単位数）*	*出荷数量（バラ）*	

表中の斜体はメッセージ項目を表す

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

３．チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例

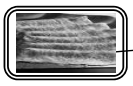
■伝票記載に関する注意事項

出荷重量に小数点以下3桁までデータをセットして、チェーンストア統一伝票の訂正後数量（※タイプ用1型の場合は数量）に印字した場合、チェーンストア統一伝票の印字桁数が不足し、出荷重量と出荷重量に原単価（売単価）を掛け合わせた原価金額（売価金額）との間で伝票表記上の不整合が生じる場合がある。

現行運用については、様々な運用があるため、流通BMSでは、**『重量項目、原価金額、売価金額の小数点以下の扱い（精度、伝票記載方法）は相対間で調整した内容とする』**こととする。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例
（1）不定貫商品（パック）【単価登録単位1Kg】



（パック発注）

パック区分＝01

12345	国産牛ロースススライス（約200g）

前提①：約200g入国産牛ロースススライスを10パック(約2kg)発注した場合の発注データ 【発注単位：1（バラ発注商品）】
単価登録単位は1Kg
前提②：実際の納品が合計重量が2.123kgだった場合の納品データ
前提③：入荷検品時の合計重量が2.123kgだった場合の受領データ

【発注形態について】
①納入者は、発注データをもとにｽﾗｲｽ肉を加工計量する。
②発注データを計量器へ連動し、計量指図データとする。

[発注] (推定)

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	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）	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量
12345	国産牛ロースススライス(約200g)	ﾊﾟｯｸ	1,000	1,200	1	個	10	10	2,000	2,400	1kg	0.200kg	1	ｸﾚｰﾄ	2.00

[出荷] (再計算) (確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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）	出荷数量(発注単位数)	出荷数量（バラ）	欠品数量(発注単位数)	欠品数量（ﾊﾞﾗ）	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量
12345	国産牛ロースススライス(約200g)	1,000	1,200	1	個	10	10	10	10	0	0	2,123	2,548	2.00	2.123

[受領] (確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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）	出荷数量(発注単位数)	出荷数量（バラ）	受領数量(発注単位数)	受領数量（ﾊﾞﾗ）	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量	受領重量
12345	国産牛ロースススライス(約200g)	1,000	1,200	1	個	10	10	10	10	10	10	2,123	2,548	2.00	2.123	2.123

アウトパック商品はg単位での取引があり得る 。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例
（1）不定貫商品（パック）【単価登録単位1Kg】

次項 [　　] 部分と伝票と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、項目よっては桁数があふれる場合があるため、注意を必要とする。

	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	
	＜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	商品名カナ	任意	MAX25	ｺｸｻﾝｷﾞｭｳﾛｰｽｽﾗｲｽ(ﾔｸ200G)	
	＜原価＞				
⑨	原単価	必須	MAX10	1,000	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	1,200	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	

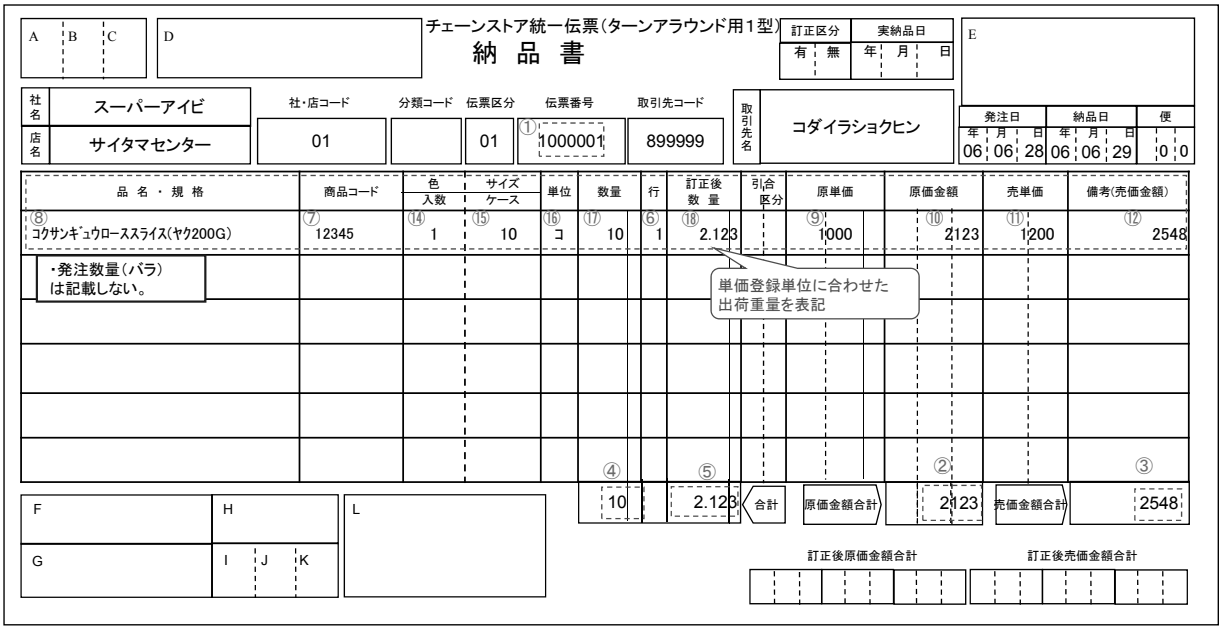
単価登録単位は1Kgとする。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例
（1）不定貫商品（パック）【単価登録単位1Kg】

- ①伝票との相関例（T/A用1型）

伝票のイメージ

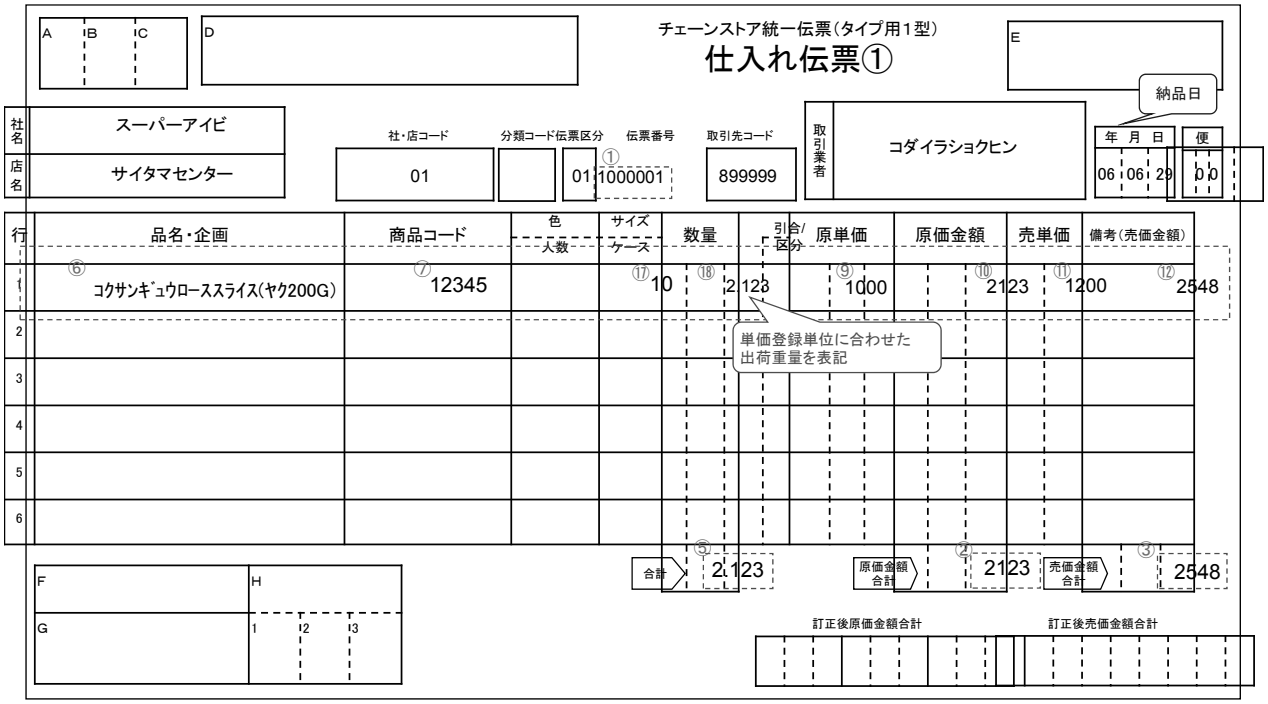


© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例
（1）不定貫商品（パック）【単価登録単位1Kg】

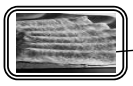
- ②伝票との相関例（タイプ用1型）

伝票のイメージ



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例
（2）不定貫商品（パック）【単価登録単位100g】



（パック発注）

パック区分＝01

12345	国産牛ロースススライス（約200g）

前提①：約200g入国産牛ロースススライスを10パック(約2kg)発注した場合の発注データ 【発注単位：1（バラ発注商品）】
単価登録単位は100g
前提②：実際の納品が合計重量が2.123kgだった場合の納品データ
前提③：入荷検品時の合計重量が2.123kgだった場合の受領データ

【発注形態について】
①納入者は、発注データをもとにｽﾗｲｽ肉を加工計量する。
②発注データを計量器へ連動し、計量指図データとする。

[発注] (推定)

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	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）	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量
12345	国産牛ロースススライス(約200g)	ﾊﾟｯｸ	100	120	1	個	10	10	2,000	2,400	100g	0.200kg	1	ｸﾚｰﾄ	2.00

[出荷] (再計算) (確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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）	出荷数量(発注単位数)	出荷数量（バラ）	欠品数量(発注単位数)	欠品数量（バラ）	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量
12345	国産牛ロースススライス(約200g)	100	120	1	個	10	10	10	10	0	0	2,123	2,548	2.00	2.123

[受領] (確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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）	出荷数量(発注単位数)	出荷数量（バラ）	受領数量(発注単位数)	受領数量（バラ）	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量	受領重量
12345	国産牛ロースススライス(約200g)	100	120	1	個	10	10	10	10	10	10	2,123	2,548	2.00	2.123	2.123

アウトパック商品はg単位での取引があり得る 。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例
（2）不定貫商品（パック）【単価登録単位100g】

次項 [　　] 部分と伝票と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、項目よっては桁数があふれる場合があるため、注意を必要とする。

	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	商品名カナ	任意	MAX25	ｺｸｻﾝｷﾞｭｳロースススライス(ﾔｸ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

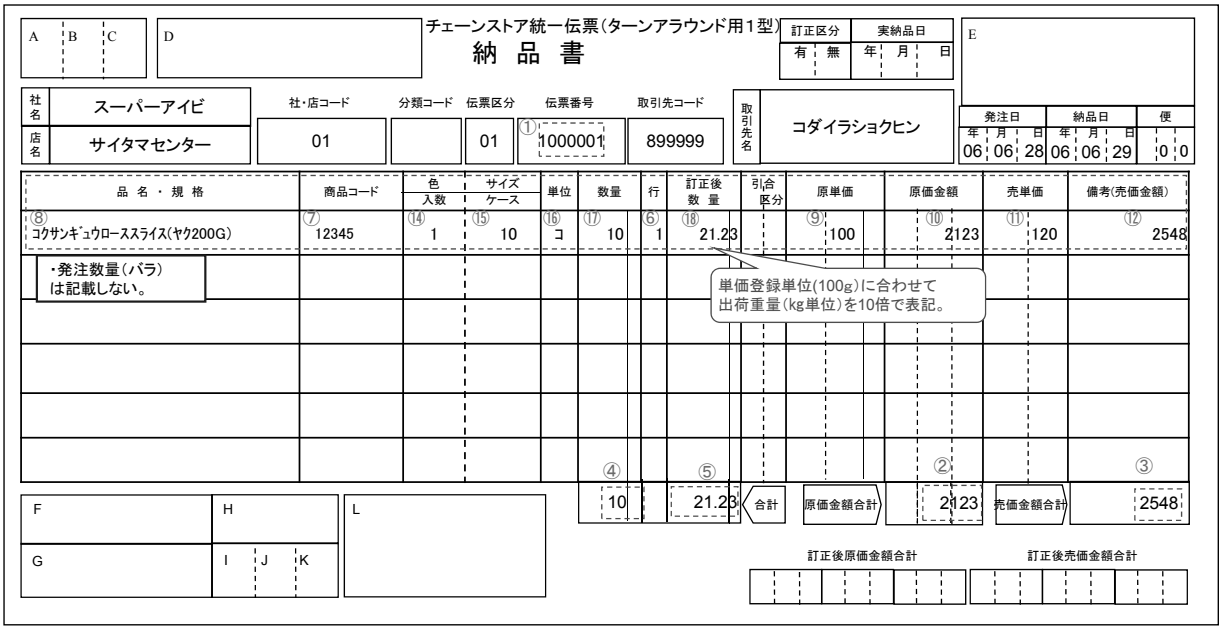
単価登録単位は100gとする。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例
（2）不定貫商品（パック）【単価登録単位100g】

● ①伝票との相関例（T/A用1型）

伝票のイメージ

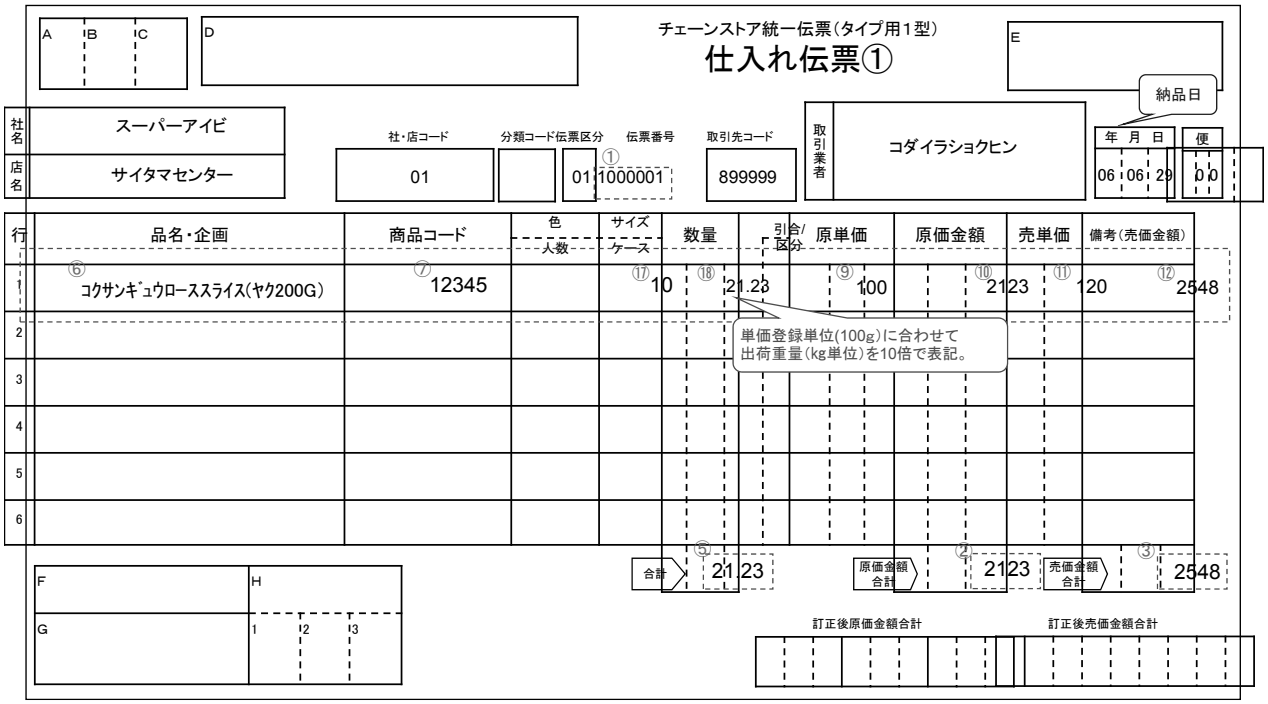


© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例
（2）不定貫商品（パック）【単価登録単位100g】

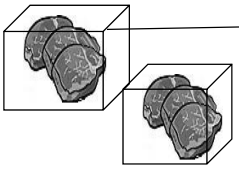
● ②伝票との相関例（タイプ用1型）

伝票のイメージ



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例
（3）不定貫商品（部分肉）【単価登録単位1Kg】



4922813200001	和牛肩ロース (約27kg)

前提①：和牛肩ロースブロック(約27kg)を2個(約54kg)発注した場合の発注データ
【発注単位：1（ケース）、ケース商品重量27Kg、入数：3ブロック】
前提②：実際の納品が合計重量が54.2kgだった場合の納品データ
前提③：入荷検品時の合計重量が54.2kgだった場合の受領データ

[発注]

(推定)

発注商品コード	商品名	規格	原単価	売単価	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)	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量
4922813200001	和牛肩ロース（約27kg）	27kg	3,000	3,500	1	個	2	2	162,000	189,000	1kg	27.0kg	3	ｹｰｽ	54.0

[出荷]

(再計算) (確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	欠品数量(発注単位数)	欠品数量(バラ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量
4922813200001	和牛肩ロース（約27kg）	3,000	3,500	1	個	2	2	2	2	0	0	162,600	189,700	54.0	54.2

[受領]

(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	受領数量(発注単位数)	受領数量(バラ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量	受領重量
4922813200001	和牛肩ロース（約27kg）	3,000	3,500	1	個	2	2	2	2	2	2	162,600	189,700	54.0	54.2	54.2

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例
（3）不定貫商品（部分肉）【単価登録単位1Kg】

次項 [　　] 部分と伝票と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、項目よっては桁数があふれる場合があるため、注意を必要とする。

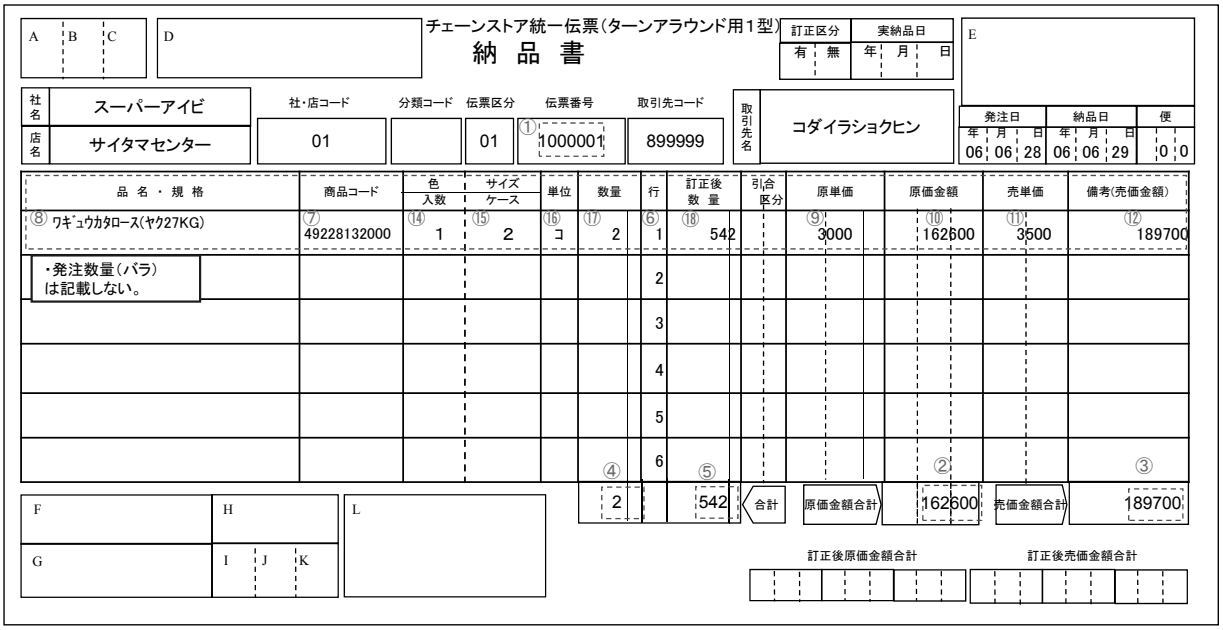
	項目	必須任意	桁数	セット例	備考
	＜取引＞				
①	取引番号（発注・返品）	必須	MAX10	1000001	
	＜取引合計＞				
②	原価金額合計	任意	MAX10	162,600	
③	売価金額合計	任意	MAX10	189,700	
④	数量合計	任意	MAX6	2	
⑤	重量合計	任意	MAX13	54.2	
	＜取引明細＞				
⑥	取引明細番号（発注・返品）	必須	MAX4	1	
	＜商品＞				
⑦	商品コード（発注用）	必須	MAX14	49228132000001	伝票は13桁のため、GTINを印字する場合は桁数がオーバー
⑧	商品名カナ	任意	MAX25	ﾜｷﾞｭｳｶﾀﾛｰｽ(ﾔｸ27KG)	
	＜原価＞				
⑨	原単価	必須	MAX10	3,000	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	162,600	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	3,500	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	189,700	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	2	
⑭	発注単位	必須	MAX4	1	
⑮	発注数量（発注単位数）	必須	MAX6	2	
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	2	
⑱	出荷重量	任意	MAX10	54.2	

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例
（3）不定貫商品（部分肉）【単価登録単位1Kg】

● ①伝票との相関例（T/A用1型）

伝票のイメージ

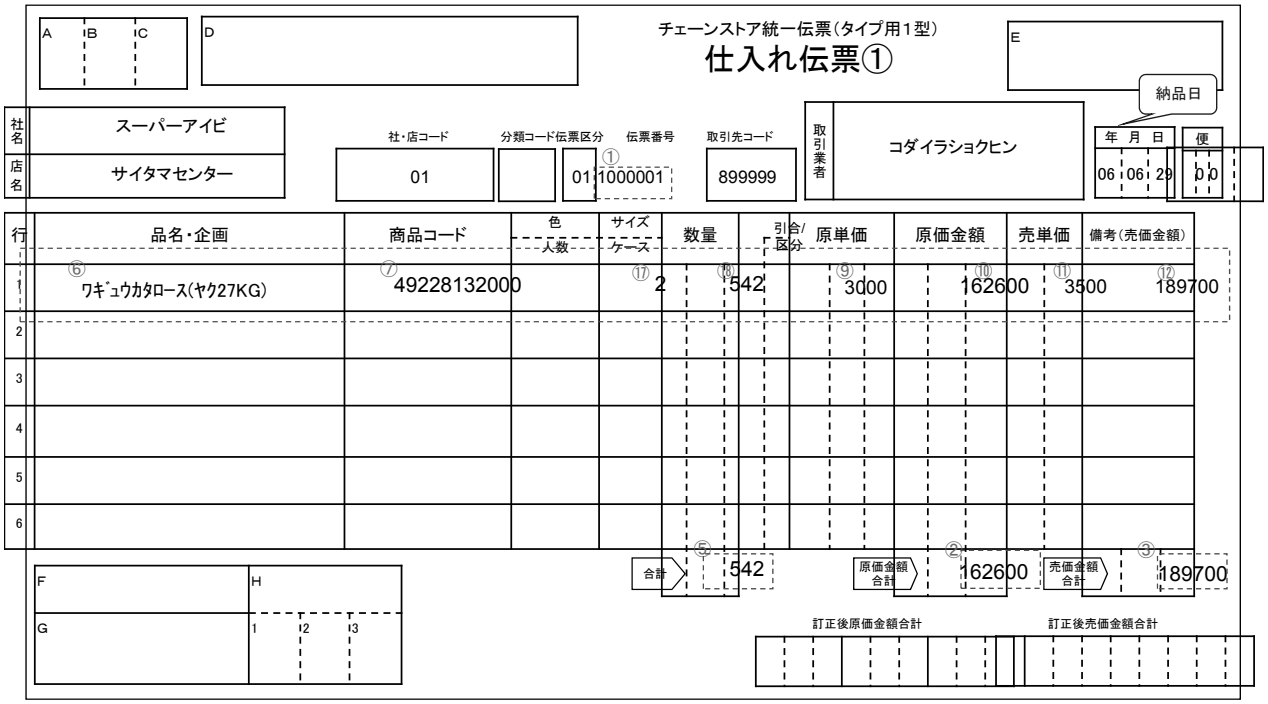


© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例
（3）不定貫商品（部分肉）【単価登録単位1Kg】

● ②伝票との相関例（タイプ用1型）

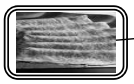
伝票のイメージ



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例

（4）定貫商品



（パック発注）

パック区分＝01

12348	国産牛ロースススライス（200g）

前提①：200g入国産牛ロースススライスを10パック(2kg)発注した場合の発注データ【発注単位：1（バラ発注商品）】
前提②：納品重量は、定貫なので10パック(2kg)の納品データ
前提③：入荷検品重量も10パック(2kg)だった場合の受領データ

【発注形態について】
①定貫品と不定貫品を同じ伝票では、発注しない。

[発注]

(推定)

発注商品コード	商品名	不定貫区分	規格	原単価	売単価	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)	原価金額	売価金額	単価登録単位	商品重量	入数	発注荷姿	発注重量
12348	国産牛ロースススライス(200g)	00	ﾊﾟｯｸ	200	240	1	個	10	10	2,000	2,400			1	ｸﾚｰﾄ	

定貫商品(不定貫区分=00)の場合は、セットしない。

[出荷]

(再計算) (確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	欠品数量(発注単位数)	欠品数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量
12348	国産牛ロースススライス(200g)	200	240	1	個	10	10	10	10	0	0	2,000	2,400		

[受領]

(確定)

発注商品コード	商品名	原単価	売単価	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)	出荷数量(発注単位数)	出荷数量(バラ)	受領数量(発注単位数)	受領数量(ﾊﾞﾗ)	原価金額	売価金額	発注重量	出荷重量	受領重量
12348	国産牛ロースススライス(200g)	200	240	1	個	10	10	10	10	10	10	2,000	2,400			

定貫商品(不定貫区分=00)の場合は、セットしない。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例

（4）定貫商品

次項 [　　] 部分と伝票と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、項目よっては桁数があふれる場合があるため、注意を必要とする。

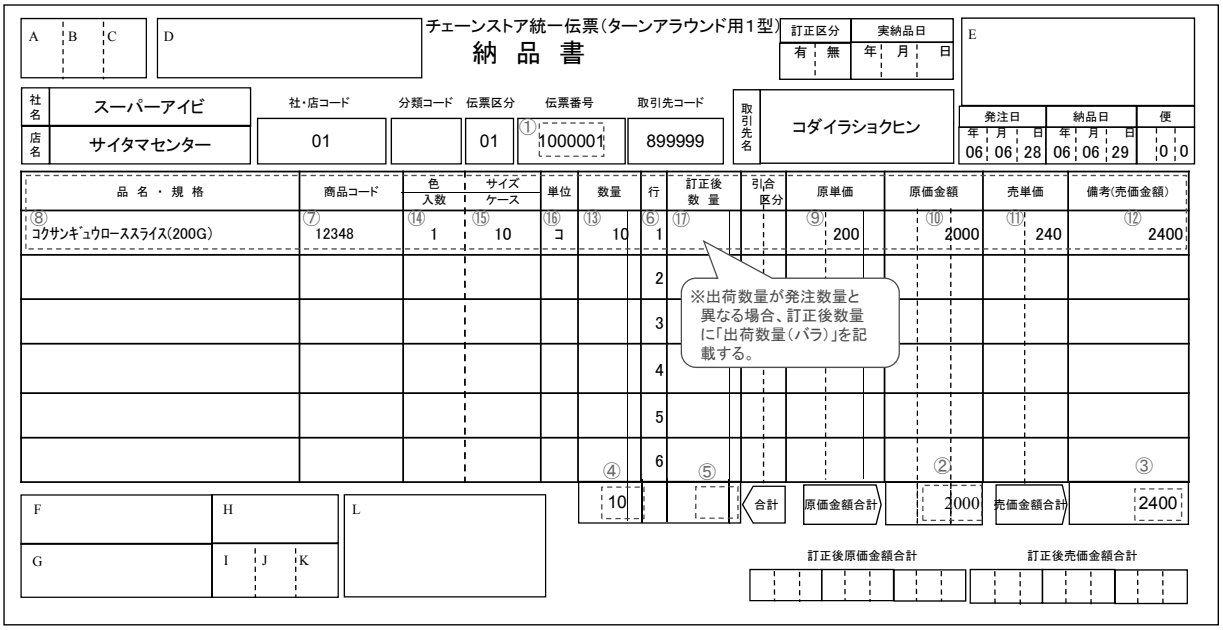
	項目	必須任意	桁数	セット例	備考
	＜取引＞				
①	取引番号（発注・返品）	必須	MAX10	1000001	
	＜取引合計＞				
②	原価金額合計	任意	MAX10	2,000	
③	売価金額合計	任意	MAX10	2,400	
④	数量合計	任意	MAX6	10	
⑤	重量合計	任意	MAX13	2.123	
	＜取引明細＞				
⑥	取引明細番号（発注・返品）	必須	MAX4	1	
	＜商品＞				
⑦	商品コード（発注用）	必須	MAX14	12348	伝票は13桁のため、GTINを印字する場合は桁数がオーバー
⑧	商品名カナ	任意	MAX25	ｺｸｻﾝｷﾞｭｳロースススライス（200G）	
	＜原価＞				
⑨	原単価	必須	MAX10	200	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	2,000	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	240	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	2,400	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		

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例
（4）定貫商品

● ①伝票との相関例（T/A用1型）

伝票のイメージ

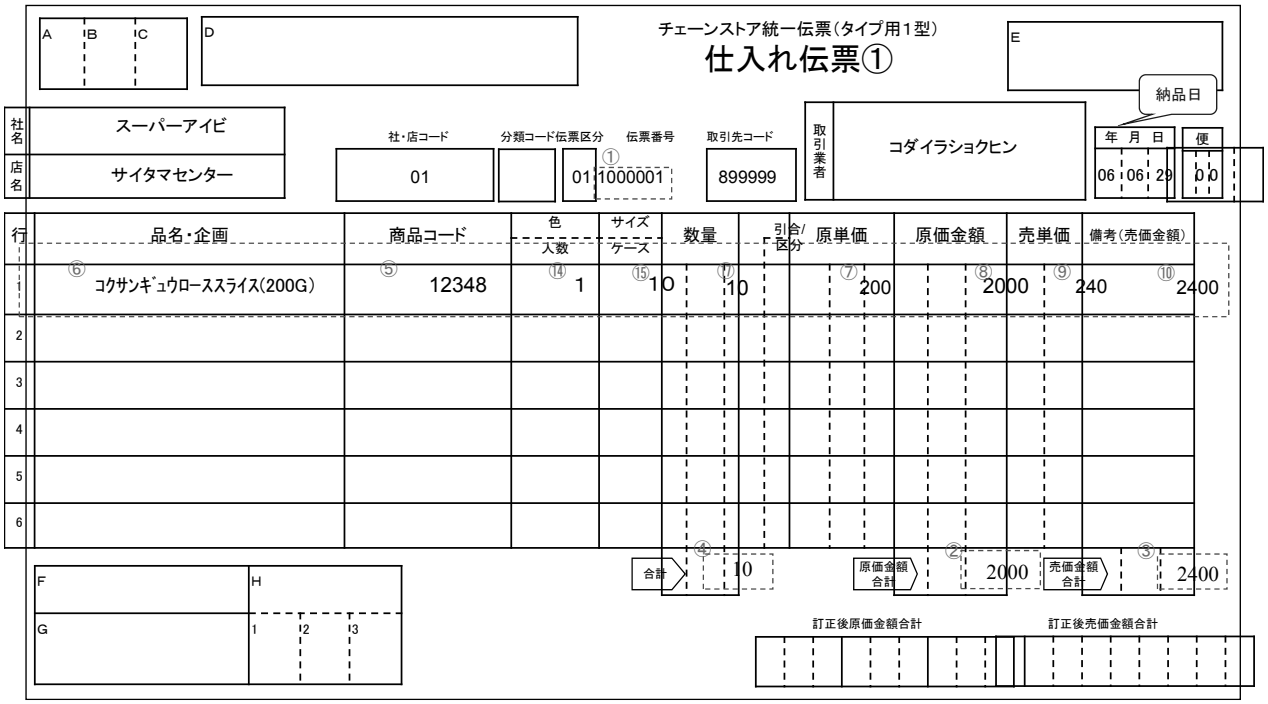


© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. チェーンストア伝票に記載されてる項目のセット例
（4）定貫商品

● ②伝票との相関例（タイプ用1型）

伝票のイメージ



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

4. 食肉個体識別番号伝達について

■ 流通BMSでは、食肉個体識別番号伝達のためのメッセージは開発されていない。

■食肉個体識別番号の伝達にあたっては、「標準フォーマット」（CSV形式）※1 を活用し、
“プライベートメッセージ”の運用ルール ※2に則った方法でファイル交換を行うことを推奨する。

■運用の際には、メッセージの送受信方法、交換するメッセージ種の名称、ファイル形式等について
相対での調整が必要となる。

※1 「標準フォーマット」（CSV形式） ・・・

データ項目等詳細については、財団法人 日本食肉流通センター[http://www.jmtc.or.jp/jmtc2/index.jsp]
より入手できる「国産牛肉トレーサビリティ導入手引書」（販売業者編）に記載されている。
参考までに、データ項目の一覧を次ページ以降に掲載する。

※2 “プライベートメッセージ”の運用ルール ・・・

流通BMSの標準ではないメッセージやファイルを流通BMSのインフラを使用して簡易的に 送受信する
際の方式、規定。
詳細については、「流通BMS導入検討と運用設計ガイドライン」の「第2部　導入検討編　導入ガイドライ
ン」の該当箇所を参照のこと。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

流通BMS導入検討と運用設計ガイドライン
－128－

4. 食肉個体識別番号伝達について

（参考）牛肉個体識別番号の情報伝達フォーマット

№	情報グループ	項目名称	記入例	項目説明	最大桁数	小数	ｽﾃｰﾀｽ
1	送信元（FROM）	送信元企業コード（売上側）	00001	送信元企業を表すコード	X(13)		必須
2		送信元企業名称（カナ）	ABCハム	送信元企業の名称　カナ表記	X(35)		選択
3		送信元企業名称（漢字）	ABCハム	送信元企業の名称　漢字表記	N(35)		選択
4		送信元企業部課コード	00010	送信元企業の店舗売場、本部課等を表すコード 任意（当事者間で決定）	X(13)		選択
5		送信元企業部課名称（カナ）	コクナイギュウニクブ	送信元企業の店舗売場、本部課等の名称　カナ表記	X(35)		選択
6		送信元企業部課名称（漢字）	国内牛肉部	送信元企業の店舗売場、本部課等の名称　漢字表記	N(35)		選択
7		送信担当者電話番号	044-123-4567	送信元企業の発注担当者の電話番号	X(20)		選択
8	受信元（TO）	受信元企業コード	02000	受信元企業を表すコード（受信元企業コード）	X(13)		必須
9		受信元企業名称（カナ）	イロハスーパー	受信元企業の名称　カナ表記（受信元企業の名称）	X(35)		選択
10		受信元企業名称（漢字）	いろはスーパー	受信元企業の名称　漢字表記（受信元企業の名称）	N(35)		選択
11		受信元企業事業所コード	00200	受信元企業の事業所を表すコード （受信元企業の受信元元事業所）	X(13)		選択
12		受信元企業事業所名称 （カナ）	セイニクブ	受信元企業の事業所の名称　カナ表記 （受信元企業の受信元元事務所名称）	X(35)		選択
13		受信元企業事業所名称 （漢字）	精肉部	受信元企業の事業所の名称　漢字表記 （受信元企業の受信元元事務所名称）	N(35)		選択
14		受信元企業担当者電話番号	03-3987-6543	納品企業の担当者の電話番号	X(20)		選択
15	管理№	管理ナンバー	ABC3333333	送信元が決めたデータ管理番号	X(20)		必須
16	伝票情報	伝票ナンバー	U000001	送信元が決めた納品情報に振られる一意の番号	X(15)		選択
17		伝票行ナンバー	01	送信元が決めた納品情報に振られる一意の番号（行）	X(3)		選択
18	識別情報	個体識別番号	1234567895	個体識別番号（ロット形成時は、任意）	X(10)		（選択）
19		ロット№		ロットナンバー	X(20)		（選択）
20	ｱｸｼｮﾝ要求	アクション要求コード	1	情報の訂正／取消（赤黒区分）を表すコード 0：通常 1：取消 2：取消修正（黒）	X(1)		選択
21		取引区分	2	当該情報を取引内容を示すコード	X(2)		必須
22	データ作成	データ作成年月日	20040517	データを作成した年月日（西暦：yyyymmdd）	X(8)		選択
23		データ作成時刻	1600	データを作成した時刻（hhmm）	X(4)		選択
24	納品日（着日）	納品年月日	20040519	商品を納品する年月日（西暦：yyyymmdd）	X(8)		必須

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

4. 食肉個体識別番号伝達について

№	情報グループ	項目名称	記入例	項目説明	最大桁数	小数	ｽﾃｰﾀｽ
25	納品先関連	納品先コード1	11111	納品先を表すコード （発注企業の店舗、倉庫等を含む）	X(13)		選択
26		納品先名称（カナ）1	イワツキセンター	納品先の企業の名称　カナ表記 （発注企業の店舗、倉庫等を含む）	X(35)		選択
27		納品先名称（漢字）1	岩槻センター	納品先の企業の名称　漢字表記 （発注企業の店舗、倉庫等を含む）	N(35)		選択
28		納品先コード2	00222	納品先を表すコード （発注企業の店舗、倉庫等を含む）	X(13)		選択
29		納品先名称（カナ）2	オオミヤテン	納品先の企業の名称　カナ表記 （発注企業の店舗、倉庫等を含む）	X(35)		選択
30		納品先名称（漢字）2	大宮店	納品先の企業の名称　漢字表記 （発注企業の店舗、倉庫等を含む）	N(35)		選択
31	冷蔵倉庫事業者関連	冷蔵倉庫事業者コード	03000	出庫した冷蔵倉庫事業者を表すコード	X(13)		選択
32		冷蔵倉庫事業者名称（カナ）	シバウラレイゾウ	出庫した冷蔵倉庫事業者の名称　カナ表記	X(35)		選択
33		冷蔵倉庫事業者名称（漢字）	芝浦冷蔵	出庫した冷蔵倉庫事業者の名称　漢字表記	N(35)		選択
34		冷蔵庫ロットナンバー	77777777	冷蔵倉庫事業者が決めた一意の番号	X(11)		選択
35		出庫年月日	20040516	冷蔵庫から商品を出庫した実際の日付	X(8)		選択
36		出庫報告ナンバー	88888888	冷蔵倉庫事業者が決めた出庫報告情報に振られる一意の番号	X(11)		選択
37	寄託者関連	寄託者コード	000001	寄託者企業を表すコード	X(13)		選択
38		寄託者名称（カナ）	ABCハム	寄託者企業の名称　カナ表記	X(35)		選択
39		寄託者名称（漢字）	ABCハム	寄託者企業の名称　漢字表記	N(35)		選択
40	運送会社	便区分	1	運送の便を表す区分（1便、2便、3便） 任意（当事者間で決定）	X(3)		選択
41		運送区分	1	運送方法を表す区分　任意（当事者間で決定）	X(2)		選択
42		運送会社コード	04444	運送会社を表すコード	X(13)		選択
43		運送会社名称（カナ）	カントウウンユ	運送会社の名称　カナ表記	X(35)		選択
44		運送会社名称（漢字）	関東運輸	運送会社の名称　漢字表記	N(35)		選択
45	商品	商品コード	00678	発注時の商品を表すコード	X(13)		***必須***
46		商品名（カナ）	マエズネ	商品の名称　カナ表記	X(30)		選択
47		商品名（漢字）	まえずね	商品の名称　漢字表記	N(30)		選択
48		標準商品コード	13500	発注時の商品を表すコード 標準商品コード(5桁)の使用を原則とする	X(5)		選択
49		標準商品名（漢字）	まえずね（すね）	標準品名の名称	N(30)		選択
50		重量	0012200	商品の重量	9(7)	3	***必須***
51		原価税区分	0	原価の税区分[0:税抜、1:税込、2:その他]	X(1)		選択
52		原価単価	0100000	原価の単価	9(7)	2	選択
53		原価金額	012200	原価の金額	9(6)		選択

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

流通BMS導入検討と運用設計ガイドライン
－129－

4. 食肉個体識別番号伝達について

№	情報グループ	項目名称	記入例	項目説明	最大桁数	小数	ｽﾃｰﾀｽ
54	商品	売価税区分	0	売価の税区分[0:税抜、1:税込、2:その他]	X(1)		選択
55		売価単価	0105000	売価の単価	9(7)	2	選択
56		売価金額	012810	売価の金額	9(6)		選択
57	商品属性	態様区分	2	商品の保存・流通温度帯を表す区分	X(1)		選択
58		畜種区分	1	商品の畜種を表す区分	X(2)		選択
59		品種区分	11	商品の品種を表す区分	X(2)		選択
60		性別区分	11	商品の性別を表す区分	X(2)		選択
61		左右区分	0	商品の左右を表す区分	X(1)		選択
62		特定JAS区分	1	商品のJAS認定を表す区分	X(1)		選択
63	規格	規格	生産情報公表牛肉	商品のサイズ、整形方法指示、ピース毎の重量範囲を示す漢字表記	N(35)		選択
64	原産地	原産地コード	13	原産地（国内：都道府県、輸入：輸入国）を表すコード ・国内はJIS都道府県コード ・国外はISO 3166　国コード（3桁の数字）	X(3)		選択
65		原産地名（カナ）	トウキョウト	原産地名称（国内：都道府県名、輸入：輸入国略称） カナ表記	X(20)		選択
66		原産地名（漢字）	東京都	原産地名称（国内：都道府県名、輸入：輸入国略称） 漢字表記	N(10)		選択
67	賞味期限	賞味期限	20040417	商品の品質が保持できる期限	X(8)		選択
68	物流ﾊﾞｰｺｰﾄﾞ ﾗﾍﾞﾙ関連	物流商品コード	0194912345135009	物流バーコード内の商品コードを表す AI+9＋JANﾒｰｶｺｰﾄﾞ(7桁、49XXXXX)＋標準品名コード(5桁)＋ﾁｪｯｸﾃﾞｼﾞｯﾄ	X(16)		選択
69		重量	3102001222	商品の重量（重量単位区分で指定した単位） AI+枝肉の場合：枝肉の重量 AI+ボックスミートの場合：ケースの合計重量を示す	X(10)		選択
70		製造年月日	11040318	製造した製造年月日（パッキングデート(部分肉)、と畜年月日(枝肉)など）AI+製造年月日	X(8)		選択
71		カートンID	21999112345678	カートン毎に一意に振られる番号 AI+ｶｰﾄﾝID	X(14)		選択
72		ロット番号		製造ロット番号を表す。 ロットは、品質が同一と見なせる単位や、同一の加工指示により処理された単位のこと。 AI+ロット番号	X(22)		選択
73		枝肉番号	700299910102111130	枝肉番号、または枝肉番号に続けてカット規格番号を表す枝肉番号は下記の14桁とする。 AI+工場番号(3桁)+枝肉番号(4桁)+左右識別(1桁)+畜種(1桁)+品種(2桁)+原産地(2桁)+JAS区分(1桁)	X(34)		選択

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

4. 食肉個体識別番号伝達について

№	情報グループ	項目名称	記入例	項目説明	最大桁数	小数	ｽﾃｰﾀｽ
74	物流ﾊﾞｰｺｰﾄﾞ ﾗﾍﾞﾙ関連	個体識別番号	2511234567895	独立行政法人家畜改良センターが管理を行う個体識別番号（ロット形成時は、任意） AI+個体識別番号	X(13)		選択
75		カット規格番号 （メーカー設定）		メーカーが設定するカット規格番号 AI+カット規格番号	X(33)		選択
76		予備識別子1		任意　企業間で利用するAI（当事者間で決定）	X(4)		選択
77		予備バーコード1		任意　企業間で利用するバーコード情報（当事者間で決定）	X(30)		選択
78		予備識別子2		任意　企業間で利用するAI（当事者間で決定）	X(4)		選択
79		予備バーコード2		任意　企業間で利用するバーコード情報（当事者間で決定）	X(30)		選択
80		予備識別子3		任意　企業間で利用するAI（当事者間で決定）	X(4)		選択
81		予備バーコード3		任意　企業間で利用するバーコード情報（当事者間で決定）	X(30)		選択
82	ﾃﾞｰﾀ変換	データ変換区分	0000000000	任意　企業間でデータ変換が正常に行えたかを管理 (1:ｴﾗｰ)［企業ｺｰﾄﾞ、事業所ｺｰﾄﾞ、品名ｺｰﾄﾞ、納品先ｺｰﾄﾞ、冷蔵庫ｺｰﾄﾞ～］	X(10)		選択
83	備考	備考1	小泉牧場	任意　漢字表記（当事者間で決定）	N(35)		選択
84		備考2	小沢農場	任意　漢字表記（当事者間で決定）	N(35)		選択
85		備考3		任意　漢字表記（当事者間で決定）	N(35)		選択
86	商品	ケース数	10	商品のケース数	9(6)		選択

注）№21の「取引区分」

０２：納品（トレーサビリティ情報）
１２：出庫依頼
１３：出庫報告
２１：納品（トレーサビリティ情報）・・・ケースラベル情報　【新設】
２２：納品（トレーサビリティ情報）・・・ピースラベル情報　【新設】
２３：納品（商取引情報）　【新設】

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

「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。

資料２

流通ビジネスメッセージ標準®

流通BMS®におけるWeb-EDIガイドライン

第1.0版

2012年 3月

流通システム標準普及推進協議会
Supply Chain Standards Management and Promotion Council

はじめに

2008年度経済産業省流通システム標準化事業において、スーパー業界ワーキンググループでは、中小流通業への流通BMS（流通ビジネスメッセージ標準）の普及をテーマに検討し、中小流通業を中心に利用が広がっているWeb-EDIを、流通BMSに合わせる形で「Web型流通BMS」として規定し、「Web型BMSガイドライン第１.0版」として取りまとめました。しかし、当時の経産省事業としての最終決定機関であるメッセージメンテナンス部会の審議がなされていなかったため、協議会としては公開しておりませんでした。

2009年度以降の流通BMSの普及に際し、当ガイドラインの趣旨が十分伝わらない、説明が不十分な点がある、などの指摘が各方面から寄せられました。そこで、流通システム標準普及推進協議会では再度本ガイドライン策定の趣旨に立ち返り、2010年度よりWeb-EDI検討部会を設置し、「流通BMSにおけるWeb-EDIガイドライン」として改訂するための検討を開始しました。

その結果、2010年度の成果として「流通BMSにおけるWeb-EDI基本方針」を取りまとめ公開しております。引き続き検討を重ね、2008年度の成果物を基に、必ず守るべき事項とWeb-EDI構築の際の参考仕様・情報（付録）に分けて、本来の目的に則したガイドラインとして取りまとめを行い「流通BMSにおけるWeb-EDIガイドライン」として2012年3月に公開いたします。

よって、基本方針とガイドラインを基に流通BMSのロゴ使用許諾を発給するにあたり、Web-EDI単体の製品とサービスは、ロゴの使用許諾対象外とし、システム全体及びサービス全体が流通BMSの各種公開資料の仕様等に則している場合のみ、ロゴの使用許諾を発給いたします。

Web-EDIの提供側の企業（特に小売企業、SIベンダー、ASP業者）におかれましては、システムのバージョンアップ、再構築、機能拡張の際など、本ガイドライン記載事項を順守し、サプライチェーンにおける標準仕様、流通BMSの普及にご協力いただくよう、お願いいたします。

流通システム標準普及推進協議会

「流通BMSにおけるWeb-EDI基本方針」

流通システム標準普及推進協議会　Web-EDI検討部会

1. 流通BMSにおけるWeb-EDIの位置づけ
Web-EDIは流通BMS Ｓ－Ｓ型およびＣ－Ｓ型の補完手段である。

1．Web-EDIは、中小流通業でＳ－Ｓ型、Ｃ－Ｓ型では流通BMS導入が困難な相対企業へEDIを普及させるための手段として位置づける。
2．流通BMSは標準XMLスキーマを使用したＳ－Ｓ型およびＣ－Ｓ型を主とし、Web-EDIはこれらの導入が困難な中小流通業に対し併用して提供する補完手段である。

よって補完手段であるWeb-EDIのみでEDIを提供してはならない。
（相対企業におけるEDI選択肢を狭めてはならない）

2. 流通BMSにおけるWeb-EDIの適応要件
Web-EDIを提供する場合は、標準XMLスキーマを使用した流通BMSのＣ－Ｓ型手順（JXサーバ）を同時に提供する。

1．相対企業の選択肢を確保する意図から、Web-EDIのみを提供することを規制する。
2．中堅以上の卸／メーカ側の要望の強い標準仕様の提供、送受信の自動化は、Ｃ－Ｓ型（またはＣ－Ｓ型ならびにＳ－Ｓ型）も同時に提供されることにより担保される。

3. 流通BMSにおけるWeb-EDIの機能要件
Web-EDIでは流通BMSの各メッセージ内で使用されているデータ項目のみを使用する。

1. Web-EDIに流通BMSの枠組みを適用する。
2. 流通BMSのＣ－Ｓ型手順が提供されていることを前提に、Web-EDIの自由度、運用も尊重し、標準機能要件としてデータ項目は流通BMSの各メッセージ内で使用されているデータ項目のみとして、個別データ項目を追加して使用しない。

目次

1. 本ガイドラインの目的
2. Web-EDIとは
3. Web-EDIに対する考え方
4. 流通BMSにおけるWeb-EDIの位置づけ
5. 流通BMSにおけるWeb-EDIの概要
6. 流通BMSにおけるWeb-EDIの必須条件（詳細）

（付録）
（付録１）流通BMSにおけるWeb-EDIの参考仕様
（付録２）流通BMSにおけるCSV仕様の作成方針
（付録３）CSVレイアウト（サンプル）
（付録４）その他機能要件

1. 本ガイドラインの目的

本ガイドラインの目的は、

Ⅰ.流通BMSでWeb-EDIを提供する企業に
①流通BMSにおけるWeb-EDIの考え方
②流通BMSでWeb-EDIを提供する場合の規定（必須条件）
を提示することにより、利用者にとってより負担の少ない標準の選択肢を提供しやすくし、標準の普及およびサプライチェーン全体の効率化に資することにある。

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

2. Web-EDIとは

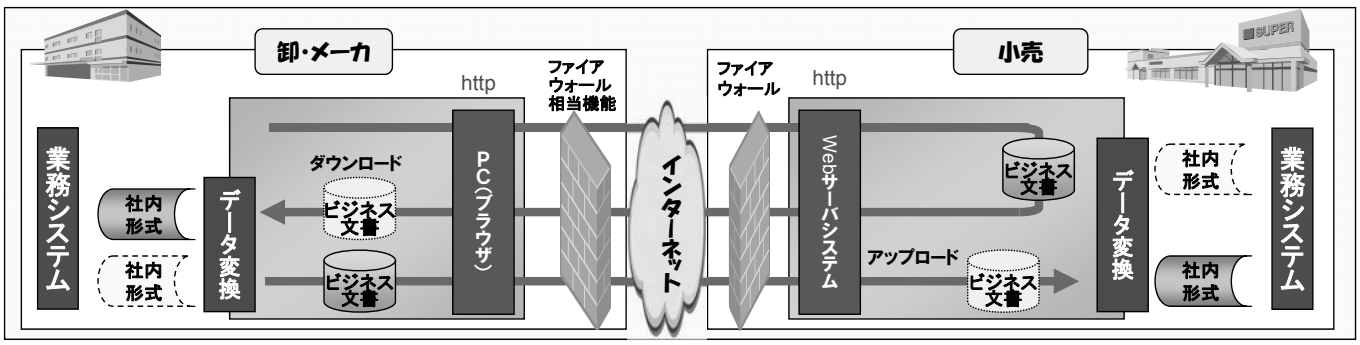
Web-EDIとは（定義）

HTTPを介して送受信またはデータ入力するEDIの形式で、①ファイル転送型　②ブラウザ型の形態がある。両形態共に、本ガイドラインの対象とする。

【ファイル転送型】
Webサーバ-ブラウザ間でCSV形式などのファイルを送受信し、取引先が送受信されたファイルを自社システムに連携して処理するもの。

【特徴】
ある程度相対先と取引量がある中堅以下の卸／メーカーや、流通BMSへの移行期に多く見られる形態。
流通BMSのJX手順方式と類似している。

【問題点】
個別のビジネスモデル・メッセージ種・項目によるビジネス文書のやりとりであり、卸／メーカーの負担となっている。特に、ダウンロード・アップロード時に人的操作が必要な場合があり、非効率な運用である。



© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

2. Web-EDIとは

Web-EDIとは（定義）

HTTPを介して送受信またはデータ入力するEDIの形式で、①ファイル転送型　②ブラウザ型の形態がある。両形態共に、本ガイドラインの対象とする。

【ブラウザ型】

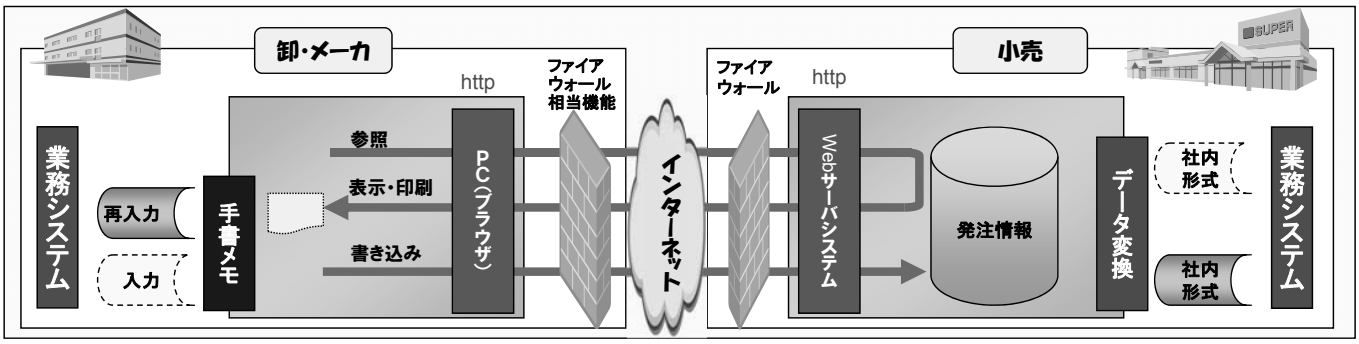
画面操作により受注状況を表示・印刷などし、確定出荷数などの限られたデータをブラウザから直接小売側のWebサーバに入力する。

【特徴】

１もしくは少量の相対企業とEDI取引を行う、もしくは相対との取引量が少量である中小卸／メーカーに多くみられる形態。

【問題点】

ファイル転送型と同じ問題点を有するが、卸／メーカー側の規模や情報システム、体制の関係もあり、運用上の問題とまでは至っていない場合が多い。



© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

3. Web-EDIに対する考え方

流通業におけるEDIの実態調査に基づき、流通BMS普及の方向性を次のように結論づけた。

現状認識

・中小流通業を中心にWeb-EDIが普及しており、なお拡大傾向にある。
・Web-EDIは相対企業側（卸・メーカー）でのインストールが手軽で短期の展開が可能であるなどの利点があり、JCA手順を導入せず手書きやFAXで受発注を行っている中小流通業へもEDIが普及する可能性を有している。
・一方、現状のWeb-EDIは個社仕様が中心であり、標準化されていないことによる卸の個別対応が発生している。また、一部のWeb-EDIでは卸側の手作業が必要となりJCA手順より効率が悪化する事例も指摘されている。

個社別Web-EDIの普及を放置することは標準仕様の普及、ひいてはサプライチェーンの全体最適実現の阻害要因となる。

流通BMS普及の方向性

・流通BMSにおけるWeb-EDIの位置づけを明確にする。
・そのうえで、今後Web-EDIを開発・提供する企業（特に小売企業、SIベンダー、ASP業者）に対し、中小流通業でのEDI利用時に想定される業務、機能要件から、Web-EDIに適用可能と考えられる流通BMSでの標準仕様、要件を提示する。
・相対企業数や取引量の増大などにともなう、Web-EDIから流通BMSへの移行性を高める。

これにより、Web-EDIの適応領域や特性を生かしつつ、Web-EDIへの標準化に資するとともに、今後開発されるWeb-EDI領域から流通BMSへの移行が容易となり、サプライチェーン全体最適の拡大と流通BMSの普及が見込まれる。

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

4. 流通BMSにおけるWeb-EDIの位置づけ

流通BMSにおけるWeb-EDIの位置づけを以下のように定義する。

Web-EDIは流通BMS S－S型およびC－S型の補完手段である。

1. Web-EDIは、中小流通業でS－S型、C－S型では流通BMS導入が困難な相対企業へEDIを普及させるための手段である。

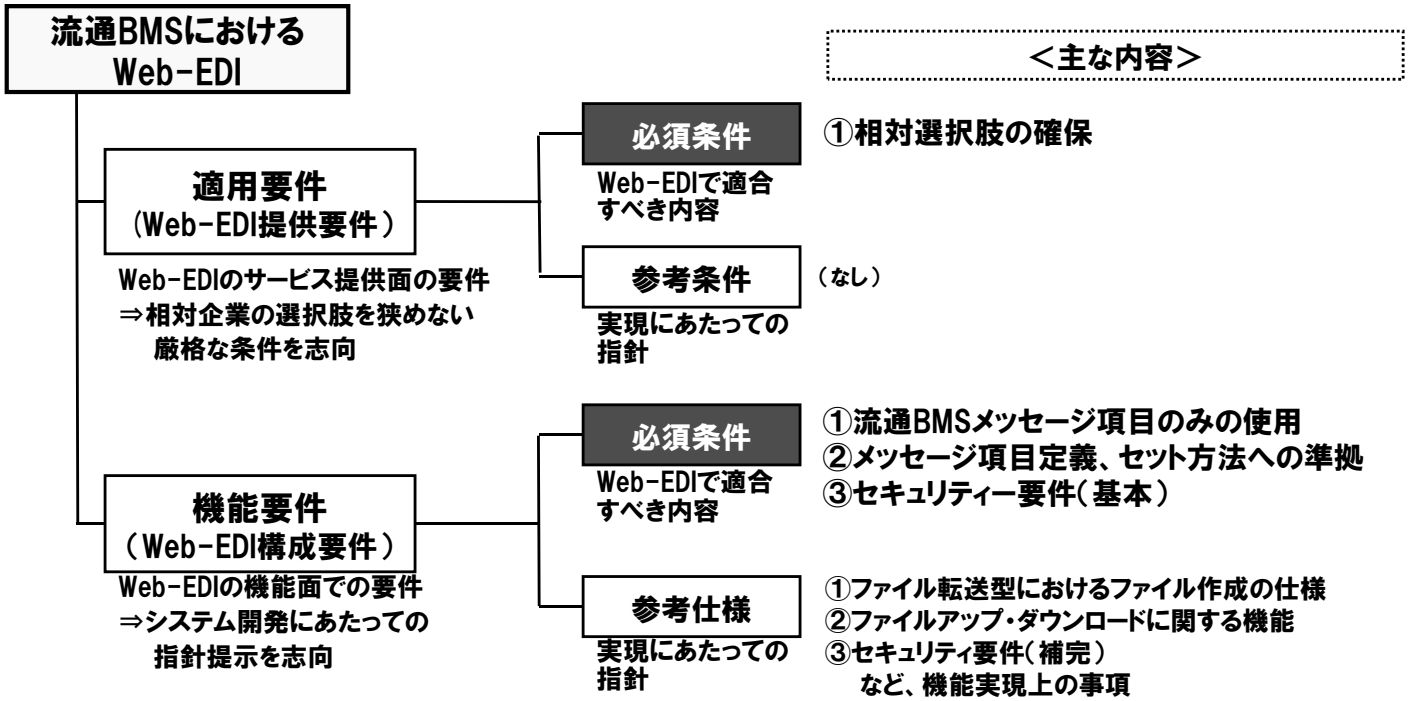
2. 流通BMSは標準XMLスキーマを使用したS－S型およびC－S型を主とし、Web-EDIはこれらの導入が困難な中小流通業に対し併用して提供する補完手段である。

よって補完手段であるWeb-EDIのみでEDIを提供してはならない。
（相対企業におけるEDI選択肢を狭めてはならない）

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

5. 流通BMSにおけるWeb-EDIの概要

①流通BMSにおけるWeb-EDIに、提供する際の適用要件と、Web-EDIとしての機能要件を定める。
②流通BMSでWeb-EDIWeb-EDIを提供する場合は、双方の必須条件を満たさなければならない。



© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

６．流通BMSにおけるWeb-EDIの必須条件（詳細①）

【適用要件・必須条件】 相対選択肢の確保
<A-1>標準XMLスキーマを使用した流通BMSのＣ－Ｓ型手順（JXサーバ）を同時に提供している。

＜条件設定の考え方＞

①相対企業の選択肢を確保する意図から、Web-EDIのみを提供することを規制する。
②中堅以上の卸／メーカ側の要望の強い標準仕様の提供、送受信の自動化は、Ｃ－Ｓ型（またはＣ－Ｓ型ならびにＳ－Ｓ型）も同時に提供されることにより担保される。

＜要件の具体的内容・補足＞

①サービス提供側の負担軽減の観点から、Ｓ－Ｓ型手順（eBMS、AS2）は任意とする。

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

６．流通BMSにおけるWeb-EDIの必須条件（詳細②）

【機能要件・必須条件】 データ項目 ／ メッセージ項目
<B-1>流通BMSの各メッセージ内で使用されているデータ項目のみを使用している。

＜条件設定の考え方＞

①「流通BMSにおけるガイドライン」であることから、Web-EDIに流通BMSの枠組みを適用する。
②流通BMSのＣ－Ｓ型手順が提供されていることを前提に、Web-EDIの自由度、運用も尊重し、標準機能要件としてデータ項目は流通BMSの各メッセージ内で使用されているデータ項目のみとして、個別メッセージや個別データ項目を追加して使用しない。

＜要件の具体的内容・補足＞

①流通BMSで定めるメッセージ種とデータ項目の対応は遵守する。

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

6. 流通BMSにおけるWeb-EDIの必須条件(詳細③)

【機能要件・必須条件】データ項目 ／ 項目の定義セット方法
<B-2>データ項目の定義(名称、必須／任意区分、タイプ、桁数、コードリスト対応、項目の意味)、セット方法は、所定のメッセージ別項目一覧、運用ガイドラインに準拠している。

＜条件設定の考え方＞

流通BMSのC－S型手順が提供されていることを前提に、
①データ項目の二重管理を抑制し負荷を軽減すること
②Web-EDIから流通BMSへの移行を容易にすること
を目的に、データ項目の定義ならびにセット方法についてはWeb-EDIに適用が容易と考えられる内容(下記)は流通BMSの標準に準拠する。

＜要件の具体的内容・補足＞

①「データ項目の定義」とは所定の「メッセージ別項目一覧」に記載されている以下内容をさす。
- ・項目の名称
- ・必須／任意区分
- ・タイプ ならびに XMLデータ型
- ・桁数
- ・項目の意味
- ・コードリスト対応

②ブラウザ型においては、画面表示する項目は必要最小限として構わないが、社内システムとの連携等においてはソフトウェア等により、流通BMSで定めるデータ項目の対応を遵守する。

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

6. 流通BMSにおけるWeb-EDIの必須条件(詳細④)

【機能要件・必須条件】データ項目 ／ セキュリティ
<C-1>利用者を認証している(ユーザID/パスワードによるチェック など)。

＜条件設定の考え方＞

インターネット関連のセキュリティについては脅威とその対策が明確化されており、流通BMSでも、適切な対策を検討する必要がある、としている。(「導入ガイドライン(業界編)第2.0版」28ページ)
Web-EDIにおいて講じられるべき必要な対策を要件として規定する。

＜要件の具体的内容・補足＞

Web-EDIを実施するにあたり、一般的にインターネット等のオープンなネットワークを使用する際の脅威とされている各種問題・課題については、下記のような懸念事項があることを参考として列挙する。
①セッションハイジャックを防御している。(情報管理による不正アクセス防止 など)
②端末の不正利用を防御している。(セッションタイムアウトの設定 など)
③データ入力による攻撃を防御している。(サニタイジングの実施 など)
④サーバ上のファイルの盗難を防御している。(URLからダウンロードファイルの格納場所の隠匿 など)
⑤SSLの実装など、セキュリティを考慮している

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

付録

（付録１）流通BMSにおけるWeb-EDIの参考仕様

条件	要件	分類		#	機能確認項目
参考仕様	機能要件	ファイル転送型 ①アップロード	アップロード	D-1	・メッセージ種毎に、送信単位のデータファイルをアップロードできる。
				D-2	ファイルアップロード時のエラーを検知できる。
				D-3	ファイルアップロードのエラー時には、不正部分を修正したファイル全体を再送できる。
			信頼性	D-4	重複アップロードしようとしたら警告を発することが出来る。
			自動アップロード	D-5	自動でメッセージのアップロードを行える。
		ファイル転送型 ②ダウンロード	ダウンロード	E-1	・メッセージ種毎に、新着データファイルをダウンロードできる。
				E-2	ダウンロードから一定期間、ファイルを再ダウンロードできる。また、受注者からの依頼に基づき、再ダウンロードできる。
			自動ダウンロード	E-3	自動でメッセージのダウンロードを行える。
		ファイル転送型の データファイル	CSV形式	F-1	CSV形式の使用文字、禁則処理ルールは「付録」に定めるとおりとする。
		セキュリティー		G-1	サニタリング・・・・・している。

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

（付録１）流通BMSにおけるWeb-EDIの参考仕様

【参考仕様・機能要件】ファイル転送型のデータファイル　／　CSV形式
<F-1>CSV形式の場合、使用文字、禁則処理ルールは「付録」に定めるとおりとする。

＜条件設定の考え方＞

流通BMSでは、*標準仕様として定義したEDIメッセージ以外については、CSV形式などの他のフォーマットでの交換を可能としている（POS売上データメッセージについては例外）。その際、*CSV形式でのデータ交換（CSV仕様）対応としてRFC4180（CSV共通形式）に従うことを定めている。（「導入ガイドライン（業界編）第2.0版」29ページ）
流通BMSにおけるWeb-EDIでは、中小流通業での運用軽減ならびにシステム開発費用抑制を目的に参考条件とし、自由度を担保し運用、導入の手軽さを維持する条件の緩いガイドとする。

＜要件の具体的内容・補足＞

①（付録２）として流通BMSにおける流通BMSのCSV仕様を掲載する。

項目の並び順については参考条件としても定義はしないが、「使用文字」「禁則処理ルール」は流通BMSのCSV仕様に準拠することが望ましい。
また、未使用項目の削除も自由とする。

②また、（付録３）として流通BMSの主要XML構造ごとにCSV形式への展開例を示すので、構築時の参考にされたい。

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

（付録２）流通BMSにおけるCSV仕様の作成方針

＜CSV仕様の作成方針＞

◆CSVの形式は、RFC4180（CSV共通形式）をベースにしています。

１．使用文字

・区切り文字：　カンマ
・改行コード：　CRLF
（ファイルの最後の行は改行があってもなくてもよい）
・文字コード：　Shift_JIS系

２．禁則処理ルール

（１）データは全てダブルクォーテーションで囲む。（空白の場合、カンマ、改行（※１）を含む場合も同様）
（例）“aaa”,”あああ”,”111”,”カ,ン,マ”,””

（２）データにダブルクォーテーションを含む場合、ダブルクォーテーションを重ねてエスケープする。
（例）“aaa”,”あああ”,”い””いい”,””

※1：データに改行を含めるかどうかは、相対間で調整可能とする。

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

（付録２）流通BMSにおけるCSV仕様の作成方針

＜CSV仕様の作成方針＞

◆CSVの形式は、RFC4180（CSV共通形式）をベースにしています。

4. CSVの項目及び並び順

CSVの項目及び並び順は、XMLスキーマ配布時の項目定義資料をもとに、以下のルールに従って設定する。

（１）CSV項目は、上記資料中、値を設定できる全項目とする。
- 固定値を設定しているXML項目は含む。（例）sh:HeaderVerionは"1.3"固定。
- 未使用項目も含む。（例）sh:MultipleTypeは"使用しない"となっている。
- SBDHのsh:scopeは繰返し項目だが、テスト区分ID、最終送信先IDの分の項目のみセットする。
  （バージョンアップ等で使用する項目が増えた場合、そのバージョンからは増えた項目数分もセットする。）

（２）並び順は、上記資料の上から順番とする。
- 例外として値札メッセージのように繰返し階層が親階層の途中にある場合、親階層の項目は全て繰返し階層の前になる。

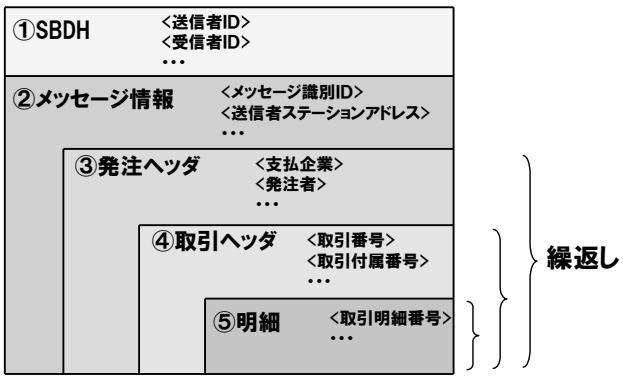
© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

（付録３） CSVレイアウト（サンプル）

方針：・1ファイルで表現する。
・1階層に繰返し階層が複数存在する場合は、別の列として表現する。

（１）1階層に繰返し階層が1つのみ存在するパターン（発注等）

XML階層構造



標準CSVレイアウト

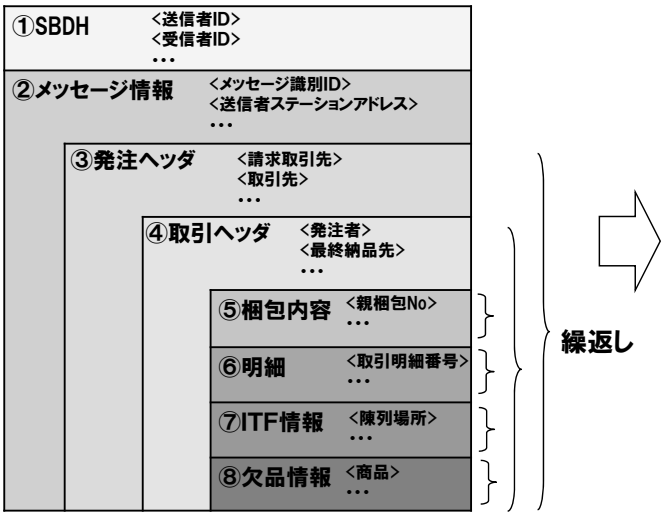
①	②	③-1	④-1	⑤-1
①	②	③-1	④-1	⑤-2
①	②	③-1	④-2	⑤-3
①	②	③-2	④-3	⑤-4
①	②	③-2	④-4	⑤-5

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

（付録３） CSVレイアウト（サンプル）

（２）1階層に繰返し階層が複数存在するパターン（出荷梱包紐なし等）

XML階層構造



標準CSVレイアウト

①	②	③-1	④-1	⑤-1	（空）	（空）	（空）
①	②	③-1	④-1	（空）	⑥-1	（空）	（空）
①	②	③-1	④-1	（空）	⑥-2	（空）	（空）
①	②	③-1	④-1	（空）	（空）	⑦-1	（空）
①	②	③-1	④-1	（空）	（空）	（空）	⑧-1
①	②	③-1	④-2	⑤-2	（空）	（空）	（空）
①	②	③-1	④-2	⑤-3	（空）	（空）	（空）

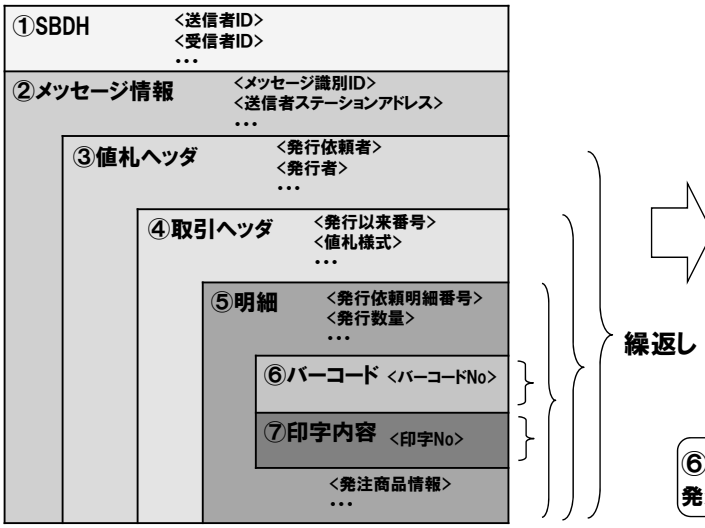
・同一階層で繰返しとなる階層は別の列とする。
・対象となる階層以外の項目は空となる。

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

（付録３） CSVレイアウト（サンプル）

（３）1階層で途中に繰返し階層が複数存在するパターン（値札等）

XML階層構造



標準CSVレイアウト

①	②	③-1	④-1	⑤-1	⑥-1	（空）
①	②	③-1	④-1	⑤-1	⑥-2	（空）
①	②	③-1	④-1	⑤-1	（空）	⑦-1
①	②	③-1	④-1	⑤-2	⑥-3	（空）
①	②	③-1	④-2	⑤-3	⑥-4	（空）
①	②	③-1	④-2	⑤-3	（空）	⑦-2
①	②	③-1	④-2	⑤-3	（空）	⑦-3

⑥,⑦の階層より後にくる⑤の項目（<発注商品情報>等）も含む。

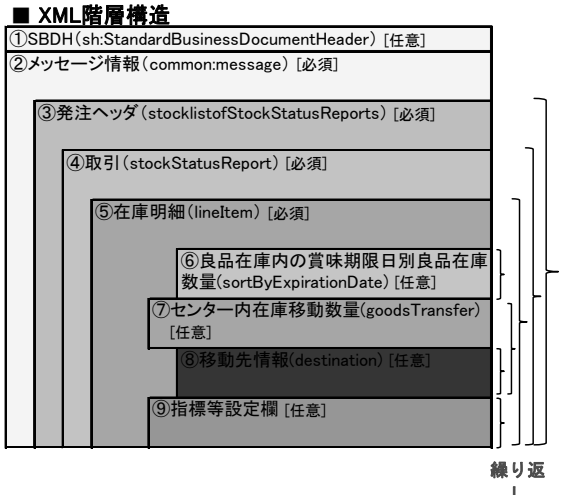
・同一階層で繰返しとなる階層は別の列とする。
・対象となる階層以外の項目は空となる。

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

（付録３） CSVレイアウト（サンプル）

（４）同一階層に複数種の繰り返し項目が存在するパターン（在庫報告　等）

■ XML階層構造



※「Web型BMSにおけるCSV仕様」のパターン1～3に該当・類似しない構造
→ ⑥、⑦、⑧、⑨の階層レベルがバラバラで、さらに⑧は⑦の下のレベルに位置する。

■ CSVレイアウト

①	②	③-1	④-1	⑤-1	⑥-1	⑦(空)	⑧(空)	⑨(空)
①	②	③-1	④-1	⑤-1	⑥-2	⑦(空)	⑧(空)	⑨(空)
①	②	③-1	④-1	⑤-1	⑥(空)	⑦-1	⑧-1	⑨(空)
①	②	③-1	④-1	⑤-1	⑥(空)	⑦-1	⑧-2	⑨(空)
①	②	③-1	④-1	⑤-1	⑥(空)	⑦-2	⑧-3	⑨(空)
①	②	③-1	④-1	⑤-1	⑥(空)	⑦(空)	⑧(空)	⑨-1
①	②	③-1	④-1	⑤-1	⑥(空)	⑦(空)	⑧(空)	⑨-2
①	②	③-1	④-1	⑤-2	⑥-3	⑦(空)	⑧(空)	⑨(空)
①	②	③-1	④-1	⑤-2	⑥(空)	⑦-3	⑧-4	⑨(空)
①	②	③-1	④-1	⑤-2	⑥(空)	⑦(空)	⑧(空)	⑨-3
①	②	③-1	④-2	⑤-3	⑥-4	⑦(空)	⑧(空)	⑨(空)
①	②	③-1	④-2	⑤-3	⑥(空)	⑦-4	⑧-5	⑨(空)
①	②	③-1	④-2	⑤-3	⑥(空)	⑦(空)	⑧(空)	⑨-4
①	②	③-2	④-3	⑤-4	⑥-5	⑦(空)	⑧(空)	⑨(空)
①	②	③-2	④-3	⑤-4	⑥-6	⑦(空)	⑧(空)	⑨(空)
①	②	③-2	④-3	⑤-4	⑥(空)	⑦-5	⑧-6	⑨(空)
①	②	③-2	④-3	⑤-4	⑥(空)	⑦-5	⑧-7	⑨(空)
①	②	③-2	④-3	⑤-4	⑥(空)	⑦-6	⑧-8	⑨(空)
①	②	③-2	④-3	⑤-4	⑥(空)	⑦-7	⑧-9	⑨(空)
①	②	③-2	④-3	⑤-4	⑥(空)	⑦(空)	⑧(空)	⑨-5
①	②	③-2	④-3	⑤-4	⑥(空)	⑦(空)	⑧(空)	⑨-6

《レコード分類》

① 有	② 有	③ 有	④ 有	⑤ 有	⑥ 有	⑦(空)	⑧(空)	⑨(空)	← 第1レコード
① 有	② 有	③ 有	④ 有	⑤ 有	⑥(空)	⑦ 有	⑧ 有	⑨(空)	← 第2レコード
① 有	② 有	③ 有	④ 有	⑤ 有	⑥(空)	⑦ 有	⑧(空)	⑨(空)	← 第3レコード
① 有	② 有	③ 有	④ 有	⑤ 有	⑥(空)	⑦(空)	⑧(空)	⑨ 有	← 第4レコード
① 有	② 有	③ 有	④ 有	⑤ 有	⑥(空)	⑦(空)	⑧(空)	⑨(空)	← 第5レコード

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

（付録４） その他機能要件

1　画面仕様

流通BMSで定められた業務プロセスに沿った画面構成や、メッセージ種別毎に伝票やファイルの単位などが明確な画面構成であることが望ましい。

2　ファイルアップロード／ダウンロード

アップロード／ダウンロードの方式やデータの新着確認、エラー検知など、運用の負荷軽減に寄与する基本的な機能を規定しておく（参考１）。アップロード／ダウンロード機能実装時はこれらの機能を装備していることが望ましい。

3　伝票／帳票印字

・流通BMSでは「伝票レス」を基本ビジネスプロセスとしているが、中小卸にとっては伝票ベースのほうが負荷の小さい運用となる場合がある。
・このため、Web型流通BMSでは「伝票出力」「帳票出力」機能を有し、「伝票レス」でないビジネスモデルも必要となる場合がある。
・「帳票出力」機能を実現する場合、
　①流通BMSのメッセージとデータ項目を元とすること
　②個口納品書、欠品連絡書については、「物流ラベル運用ガイドライン」で定める標準仕様の帳票を発行できることを推奨する。

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

（付録４）その他機能要件

区分		#	機能確認項目
機能要件	画面構成	b-1	流通BMSの対象業務については、定められた業務プロセスに沿った画面構成となっている。
		b-2	流通BMSのメッセージ種については、メッセージ種別毎に、伝票やファイルの単位などが明確な画面構成となっている。
	帳票出力	D-1	（伝票レスに対応していない場合は）納品書、受領書などの発行機能を備えている。
		D-2	個口納品書、欠品連絡書については、標準仕様の帳票を発行できる。
	アップロード	B-8	ファイルアップロード時のエラーをメール等で通知できる。
		B-9	アップロード状況を確認できる。
		B-10	エラーの理由やファイル中の不正箇所を通知できる。
		B-11	ファイルアップロードのエラー時には、ファイル全体をエラーとする。
	ダウンロード	C-6	メッセージ種毎に、複数の新着データファイルを、複数ファイルのまま、一括してダウンロードできる。複数ファイルを圧縮して1ファイルとしてもよい。
		C-7	Webインターフェイスで、ダウンロード状況を確認できる。
		C-8	Webインターフェイスで、再ダウンロードが必要なファイルを検索、指定できる。
		C-9	データの新着はファイルダウンロード以前に画面等で確認できる。
		C-10	データの新着はWeb-EDIにログインしなくてもメール等で確認できる。
		C-11	データが新着してから、30分以内に通知できる。
	セキュリティ	E-2	セッションハイジャックを防御している。（情報管理による不正アクセス防止　など）
		E-3	端末の不正利用を防御している。（セッションタイムアウトの設定　など）
		E-4	データ入力による攻撃を防御している。（サニタイジングの実施　など）
		E-5	サーバ上のファイルの盗難を防御している。（URLからダウンロードファイルの格納場所の隠匿　など）
		E-6	SSLの実装など、セキュリティを考慮している。

© 2012 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

http://www.dsri.jp/ryutsu-BMS/

「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。

資料３

主に青果、水産を対象とした

生鮮標準商品コードの利用

流通システム標準普及推進協議会
Supply Chain Standards Management and Promotion Council

１．生鮮標準商品コード適用の流れ

生鮮EDIを実現するには、商品と紐付けるコードが必要となる。

本資料は主に小売業を対象とし、本コードの利用方法について記載している。

本コードは小売とその取引先である仲卸・卸・出荷者を主な対象に、小売からの発注用コードとして利用することを想定している。

現状、FAXや電話での発注、受注を行っている場合、コードを持つ必要がないため、一から検討する必要がある。

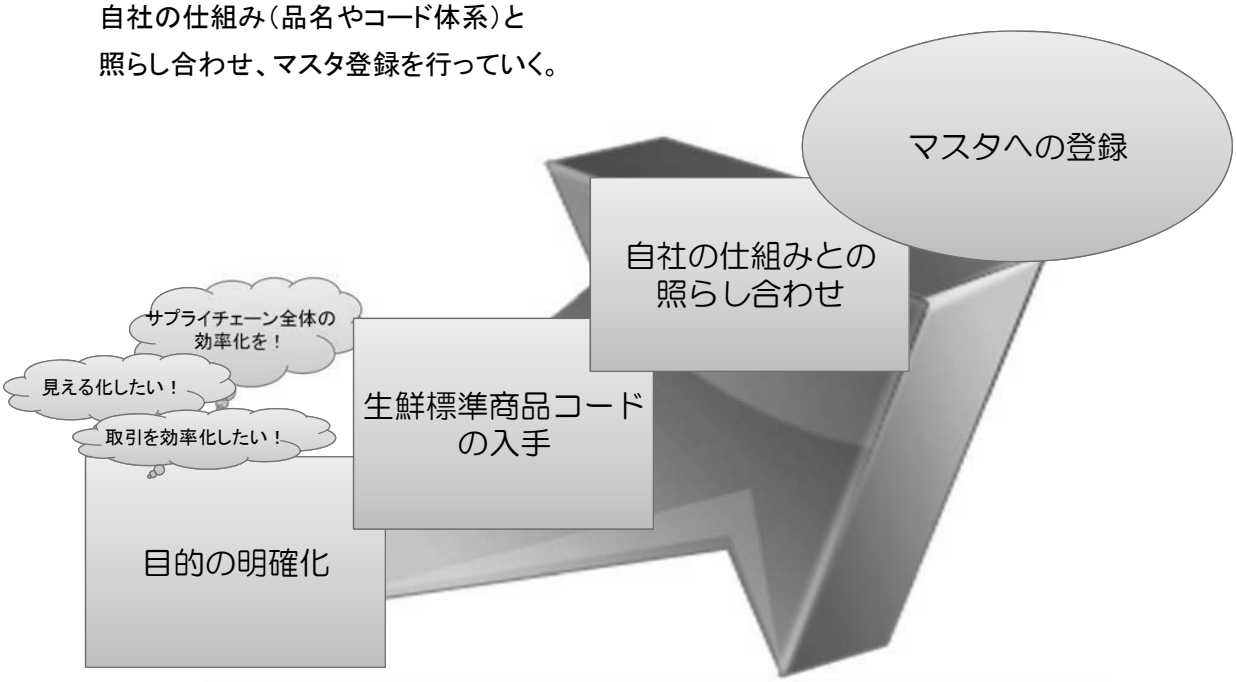
JANコードを持つ商品についてはこれを利用することができるが、生鮮の商品については、JANコードを持たない商品が多く存在する。このため、そのような商品に対しては、生鮮標準商品コードを利用することで新たにコード体系を検討する必要はなく、スムーズに生鮮EDIを実現できる。

既に生鮮EDIを行っているが、その仕組みや自社で既に定めているコード（以降、自社コードと呼ぶ）に課題を持っていて、新たに生鮮EDIを更新する場合においても、既に本編で記載したメリットの通り生鮮標準商品コードを利用することが望ましい。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

1. 生鮮標準商品コード適用の流れ

生鮮標準商品コードを利用するには、
目的を明確にした上で、コードを入手し、
自社の仕組み（品名やコード体系）と
照らし合わせ、マスタ登録を行っていく。



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

2. 目的の明確化

本編にも記載している通り、生鮮EDIを実現することにより、多様なメリットが存在し、その基盤となるのは生鮮標準商品コードである。

まずは本コードを利用する目的を明確にし、自社の課題に合わせてどのようなことを実現したいかを検討する。以下に本コードを利用するための目的の例を記載する。

- ✓**コード管理の負荷を軽減する**
  自社で番号を付番しているものを、生鮮標準商品コードを利用することで、コード管理の負荷を軽減することができる。
- ✓**単品での仕入管理を実現する**
  品目別にコード化される。品目別にＥＤＩでのやりとりを実現することで、単品での仕入計上ができる。
- ✓**新規商品の取引を効率化する**
  新規の商品をやり取りする際に、改めてマスタに登録してもらわなくとも既に生鮮標準商品コードとして登録されている。
- ✓**取引先への負担を軽減する**
  標準コードを利用することで、取引先にとっては１つのコードで、複数の小売とのＥＤＩが可能となり、各小売毎のコードのマッピングが必要なくなる。

上記、目的を実現するためには、本コードの利用を基盤として生鮮EDIへの取組みが必要となる。将来的には、販売用コードに本コードを適用することで「売上分析を素早くする」ことも期待できる。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. 生鮮標準商品コード・マニュアルの入手

（1）生鮮標準商品コードの入手

生鮮標準商品コードは生鮮標準商品コードは生鮮取引電子化推進協議会のホームページよりダウンロードする。

生鮮取引電子化推進協議会のホームページ

青果標準商品コード

水産物標準商品コード

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

3. 生鮮標準商品コード・マニュアルの入手

（2）生鮮標準商品コードのマニュアル、ガイド

生鮮標準商品コードについて、また、取引の電子化に関する導入および活用について記載されたガイドが公益財団法人食品流通構造改善促進機構のホームページよりダウンロードできる。

公益財団法人食品流通構造改善促進機構ホームページ
⇒生鮮食品等の流通情報化
⇒ 普及・啓発用資料（ガイド、マニュアル類）

コードの解説について、【資料編】流通BMS 生鮮EDI運用ガイドラインのP69以降に記載されている。

食品流通構造改善促進機構ホームページ

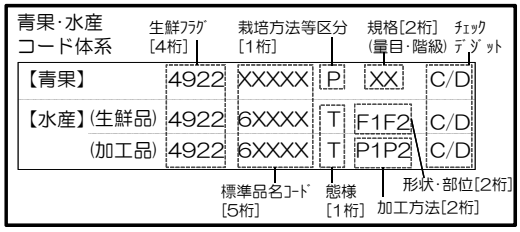
© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

4. 自社の仕組みとの照らし合わせ

青果のコード体系は「4922」の生鮮フラグ4桁と標準品名コード5桁、栽培方法区分1桁、規格2桁、チェックデジット1桁の合計13桁となる。

水産のコード体系は生鮮品と加工品で分かれる。

水産の生鮮品は「4922」の生鮮フラグ4桁と標準品名コード5桁、態様1桁、形状・部位2桁、チェックデジット1桁の合計13桁。水産の加工品は「4922」の生鮮フラグ4桁と標準品名コード5桁、態様1桁、加工方法2桁、チェックデジット1桁の合計13桁となる。



まず自社の品名と生鮮標準商品コードの標準品名を見比べて照らし合わせる。これにより標準品名コードによる利用がまず可能となり、取引先との取引がスムーズになる（Step1）。
※現状、システムとして産地などの属性を別のコードとして扱えない場合でもStep1は実現可能。

その後に、自社の発注単位として使用している規格（量目や階級）、形状・部位、加工方法といった指定内容を確認し、生鮮標準商品コードと紐付け、さらに細かな単品管理が実現できるようになる（Step2）。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

4. 自社の仕組みとの照らし合わせ（Step1）

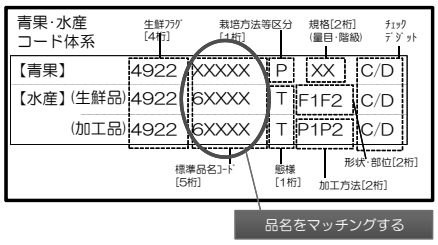
（1）品名との照らし合わせ　Step1

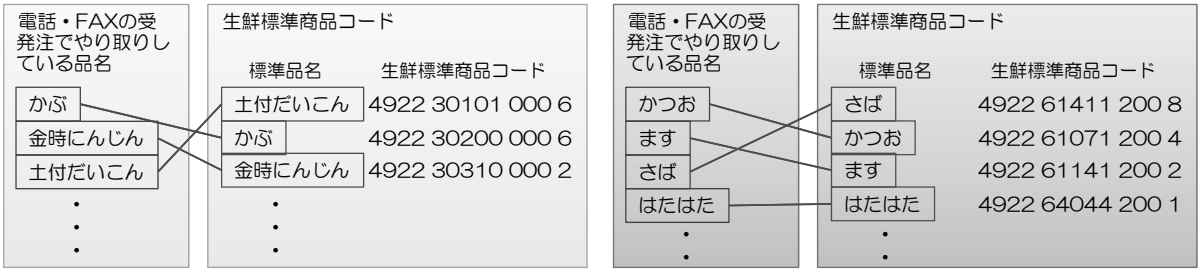
「電話・FAXから生鮮標準商品コードへ」

電話・FAXで品名で受発注をしている場合、
自社の品名と生鮮標準商品コードの品名（標準品名と呼ぶ）を確認する。

（各社や地域により品名の呼び方が異なる場合があるため、別冊「通称・・・・」を参考に標準品名との照らし合わせる。）

標準品名を確認できれば、生鮮標準商品コードが分かる。





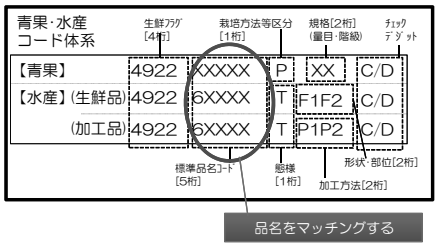
© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

4. 自社の仕組みとの照らし合わせ（Step1）

（1）品名との照らし合わせ　Step1

「自社コードから生鮮標準商品コードへ」

自社コードを利用している場合、自社コードの品名と生鮮標準商品コードを照らし合わせる。



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

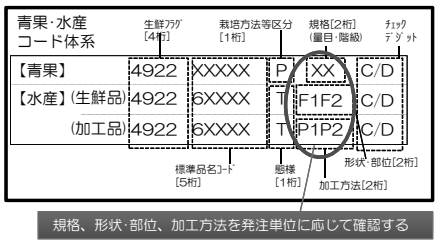
4. 自社の仕組みとの照らし合わせ（Step2）

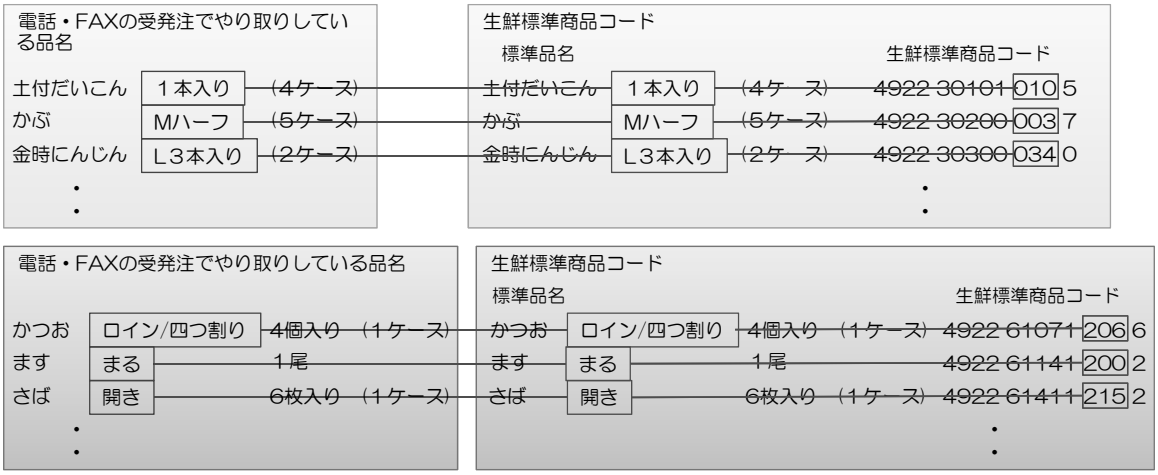
（2）発注単位との照らし合わせ　Step2

「電話・FAXから生鮮標準商品コードへ」

品名を照らし合わせた後に、自社の発注の単位を確認し生鮮標準商品コードの体系と照らし合わせる。

多くは、発注に商品形態（量目）と階級、形状・部位、加工方法などの規格を指定するため、それら現状の発注単位と生鮮標準商品コードの発注単位とを照らし合わせる。





© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

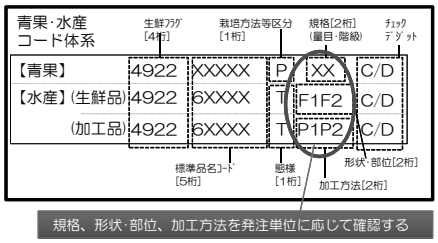
4. 自社の仕組みとの照らし合わせ（Step2）

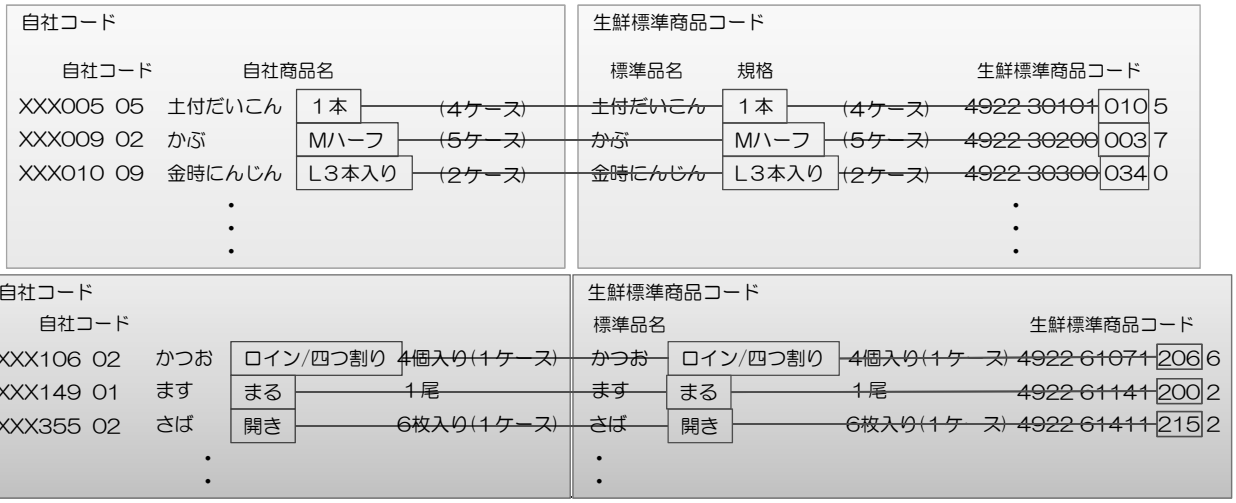
（2）発注単位との照らし合わせ　Step2

「自社コードから生鮮標準商品コードへ」

品名を照らし合わせた後に、自社の発注の単位を確認し生鮮標準商品コードの体系と照らし合わせる。

多くは、発注に商品形態（量目）と階級、形状・部位、加工方法などの規格を指定するため、それら現状の発注単位と生鮮標準商品コードの発注単位とを照らし合わせる。



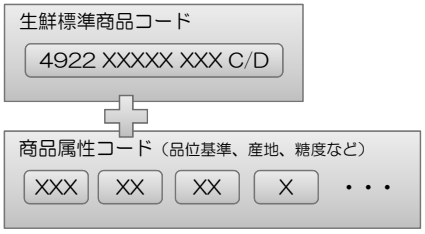


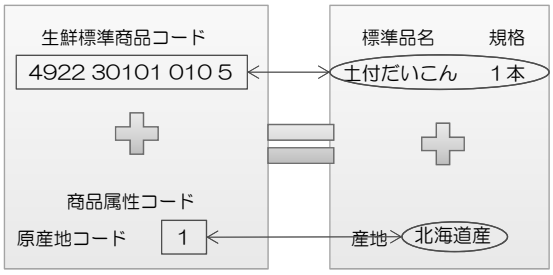
© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

4. 自社の仕組みとの照らし合わせ（Step2）

（2）発注単位との照らし合わせ　Step2

青果での規格（量目、階級）や水産物での形状・部位、加工方法以外の商品属性（品位基準、産地、糖度など）は、商品コードに含めず、EDI上の項目として組み合わせる。





これらの対応付けが完了し、マスタ登録を行うことでEDIでの受発注で利用することが可能となる。

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

5. 補足

（1）QA

Q1：果実のりんごやぶどうなどは多くの品種がありすぎて、運用が困難です。

A1：すべての品目を使用する必要はありません、総称された「りんご（4922420000001）」として管理も可能です。実際の使用には取引先との取り決めの上、使用する品種のみ間引きし利用する事が出来ます。

Q2：輸入フルーツなどで見当たらない商品があります。

A1：存在しない商品は「例）その他熱帯性及び亜熱帯青果」を使用することもできますが、この場合単品での管理ができなくなり、コード管理による効果を十分に発揮できなくなる可能性があります。しかし、業務上早急な対応が必要となる場合は利用することで、業務を止めずEDIによる発注が行えます。
新たな商品でコード表に存在しない場合は、上記方法などで業務に支障がでない対応をとったうえで生鮮EDI協議会より新規コードの申請をしてください。
※申請については生鮮取引電子化推進協議会事務局（TEL：03-5809-2867）までお問い合わせください。
http://www.ofsi.or.jp/kyougikai/fsc/FreshStandardCode.htm

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

「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。

平成 25 年度 農林水産省補助事業（農山漁村６次産業化対策事業）

平成２５年度
食料品バリューチェーン構築支援事業
（流通過程情報伝達促進事業）

生鮮食品取引における流通 BMS 導入の手引き

資料編

平成２６年３月

生鮮取引電子化推進協議会
協力：一般財団法人 流通システム開発センター

〒101－0032
東京都千代田区岩本町３－４－５　第１東ビル 6F