

\*\*\*\*\*  
\*  
\* 第四章 受発注システム \*  
\*  
\*\*\*\*\*

基準書 発行年月	フォーマット バージョンNo.
-------------	--------------------

昭和62年 3月	制定 「 1 」
昭和63年 5月	変更なし 「 1 」
平成 3年 3月	改訂 「 2 」
平成17年 4月	改訂 「 3 」
平成25年 8月	注事追加 「 3 」

※注事：メーカー／卸店で、原則として遵守すべき運用ルールの明確化や、物流シンボルコードを集合包装用商品コードに変更するなど、現時点での最新の用語に修正した。

**【Version 3 へ改訂に当たって】**

改訂の目的としてVersion 2の備考や余白等を使用してデータ交換している項目について、さらなる標準化の観点からVersion 3に改訂し独立項目として設定することとした。運用（使用）に際しては卸店・メーカー間で各項目のセット内容等、充分協議の上使用開始すること。

# I 運用基準

## 1) システムの目的と狙い

1. メーカー :
- ① 受注出荷業務の省力化
    - ・受注入力作業の軽減
    - ・受注から入力までの標準化
  - ② 物流の効率化
    - ・一括してデータが入手出来るため、効率の良い配送が出来る。
    - ・倉庫の配置の見直し
    - ・共同物流の試行
  - ③ 情報の一元管理
    - ・受注⇔出荷⇔請求⇔決済の一連の流れが一元管理出来る。
2. 卸店 :
- ① 発注業務の省力化
    - ・倉入れ分は、自動発注でデータを流すことにより省力化出来る。(但し、ロットの制限があると困難)
  - ② データの一元管理が可能になる。

## 2) システム運用の基本的な考え方

1. ネットワーク :
- ① センターを経由し、データの授受を行う。
    - ・直接接続は回線接続等、運用面が複雑である。
    - ・運用時間のズレを埋めることが出来る。
  - ② 卸店起動で、発注データをセンターに送信する。
  - ③ メーカー起動で、発注データを集信する。
2. データの授受 :
- ① 卸店の送信は、装置単位で行う。
  - ② メーカーの集信は、企業単位で行う。
    - ・卸店で、メーカーの出先別のファイルの作成は困難
3. 欠品 :
- ① メーカーの営業担当部課から卸店の営業担当部課へ情報伝達する。
  - ② 伝達方法は、前もって企業毎に確認しておく。
    - ・確認事項
    - (1) データによる再発注をするか、メーカー受注残とするか

(2) 納品日の訂正か

(3) 分割納品（当日中の分割納品も含む）か

・確認項目

発注日・指定届日・届先・ブランド名・商品名・入数・  
発注数量・今回届け数量・次回出荷可能数・納品日等

4. 訂正：                   ① 卸店の担当部課からメーカーの担当部課へ情報伝達する。
- ② 伝達方法は、前もって企業毎に確認しておく。

・確認項目

発注日・指定届日・届先・ブランド名・商品名・入数・  
発注数量・今回訂正数量等

### 3) 受発注システム実施の為の個別企業間打合せ事項（事例）

1. 締め時間：           卸店のセンターへの送信完了時間とメーカーの出荷日  
                              (例) 12:00センター送信完了 ⇨ 翌日納品（データの納品日未入力の場合）
2. 地域：                卸店とメーカーで商圏の違いはないか  
                              (例) 卸店の営業所の管轄で行う。
3. 納品伝票に発注番号が打ち出せるか：  
    デリバリーの方法は、メーカートラック便（直配便）地区か路線便地区か：  
                              (例) 今回の対象地域は、直配地区の為、納品伝票に発注番号が打ち出せる。又、伝票が複数枚になった場合も同様である。
4. どういう取引まで対象とするか：  
                              (例) 卸倉入れ、二次店倉入れを対象とする。  
                              取引先コードのセット方法の再確認を行う。
5. 一斉出荷を対象とするか：  
                              (例) 対象としない。  
                              ※ 「一斉出荷」とは、小売店直送の注文を卸店がまとめ、メーカーが直送する場合をいう。
6. ロット条件を設けるか（自動発注を卸店が行う場合）：  
                              (例) 当面は手入力の為、ロット条件は現行通りとする。
7. 欠品の連絡  部署・サイクル・方法：  
                              (例) メーカーの営業部門から発注日のPM2:00までに電話で行う。
8. 訂正の連絡  部署・サイクル・方法：  
                              (例) 卸店の営業部門から発注日のPM2:00までに電話で行う。
9. 土曜・祭日等の倉庫の休日の確認  
                              (例) 前もってスケジュールの交換を行う。
10. 対象商品はどうするか：  
                              (例) 取引のある全商品とする。

商品によって納品サイクルが変わる場合は、現行のサイクルのままオンライン移行するという認識で卸店で管理する。

11. 分割配送はあるか、どういう分送か：

(例) 同一商品での分送及び、同一注文の異なる商品での分送がある。  
尚、前もって電話連絡をメーカーから行う。

12. 欠品の時再発注するか：

(例) 納品日が1日のズレならば再発注せず、納品日をずらす。  
2日以上ずれる場合は、再発注する。

13. トラブル時の連絡ルート：

(例) ①卸店・センター間                      卸店 ⇔ メーカー  
      ②センターでのトラブル              センター ⇔ 卸店 ⇔ メーカー  
      ③センター・メーカー間のトラブル      メーカー ⇔ 卸店

14. 商品コードの見直し：

(例) ①コードの設定が1：Nになっている場合は、現在販売している商品とする。  
      ②発注時の入数と合っているか営業に確認する。  
      ③商品コードの整理をどうするか。  
          メーカーより磁気テープでセンター及び卸店に提供する。

15. 商品案内の方法：

(例) オンラインデータ交換の開始前に、受注者・発注者双方で標準商品コードを確認しておく。  
運用開始後、新製品が販売された場合には、メーカーは卸店に速やかに案内する。

16. テストの範囲：

(例) 端末設置及び指導の軽減を計る為、卸店の営業所の中で対象メーカーとの取引が多い営業所に絞ってテストを行う。

## II 標準フォーマット

### 1) レコードの種類

1. ファイルヘッダーレコード (必須) レコード区分 1

各ファイルの先頭に付けられ、ファイルの送信先、発注先、発注元の情報を入れ、日付等該当送信ファイルの属性を明確にする為のレコードである。  
1ファイルにつき1件作成し、1制御電文中に複数個もありうる。  
データ種別は「01」、フォーマットバージョンは「3」とする。

※ 詳細は、第三章Ⅲ共通レコードのフォーマット及び使用ガイドを参照。

2. 伝票ヘッダーレコード (必須) レコード区分 2

1ファイル中には、何枚分かの発注伝票データが含まれる。  
又、伝票ヘッダーは、1伝票分の明細行を除く出荷伝票作成の為に伝達される情報が含まれる。

3. 伝票ヘッダーオプションレコード (任意) レコード区分 3

伝票ヘッダーレコードの補足をするもので、システム運用開始から一定期間、或いは、統一コードを利用しない場合、受注者・発注者双方で確認の上使用する。

4. 明細行レコード (必須) レコード区分 4

発注商品の明細を表わすレコードで、1レコードで1アイテム表示する。

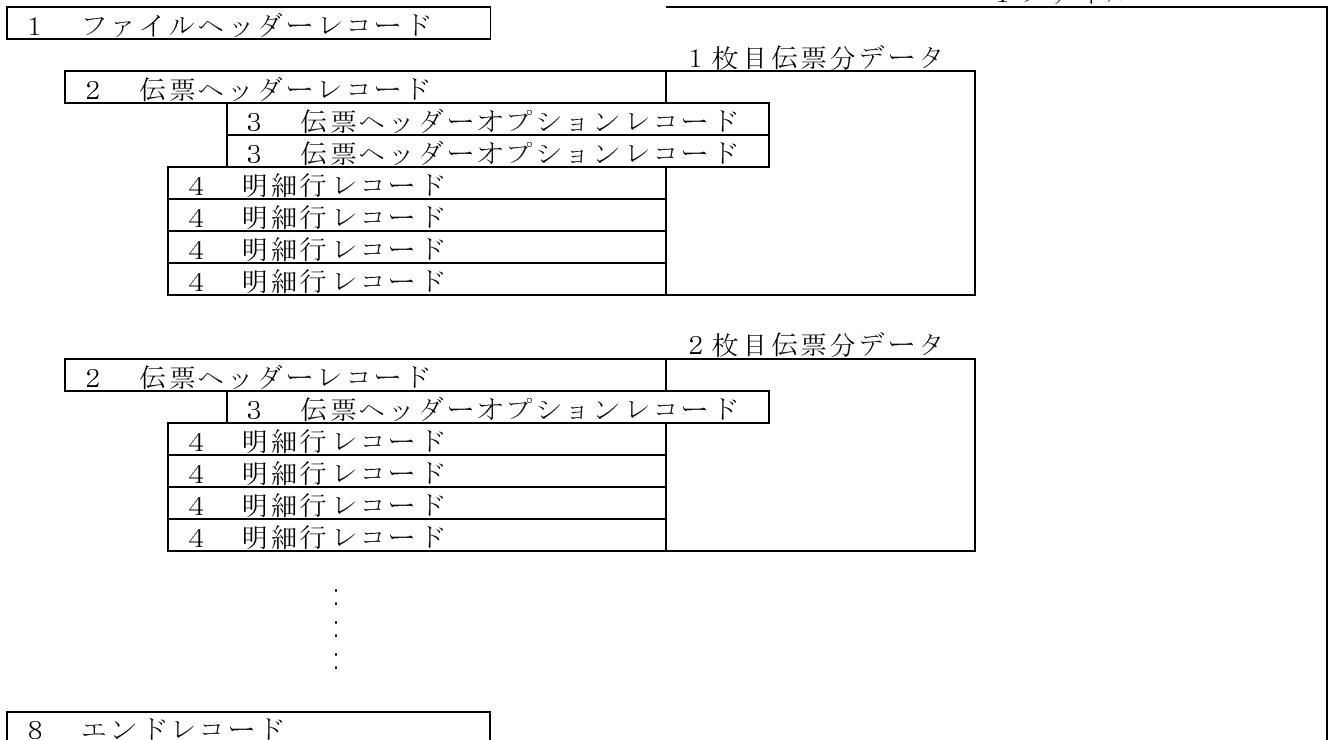
5. ファイルエンドレコード (必須) レコード区分 8

ファイルの終了を表わすレコードで、1ファイルに1件作成する。

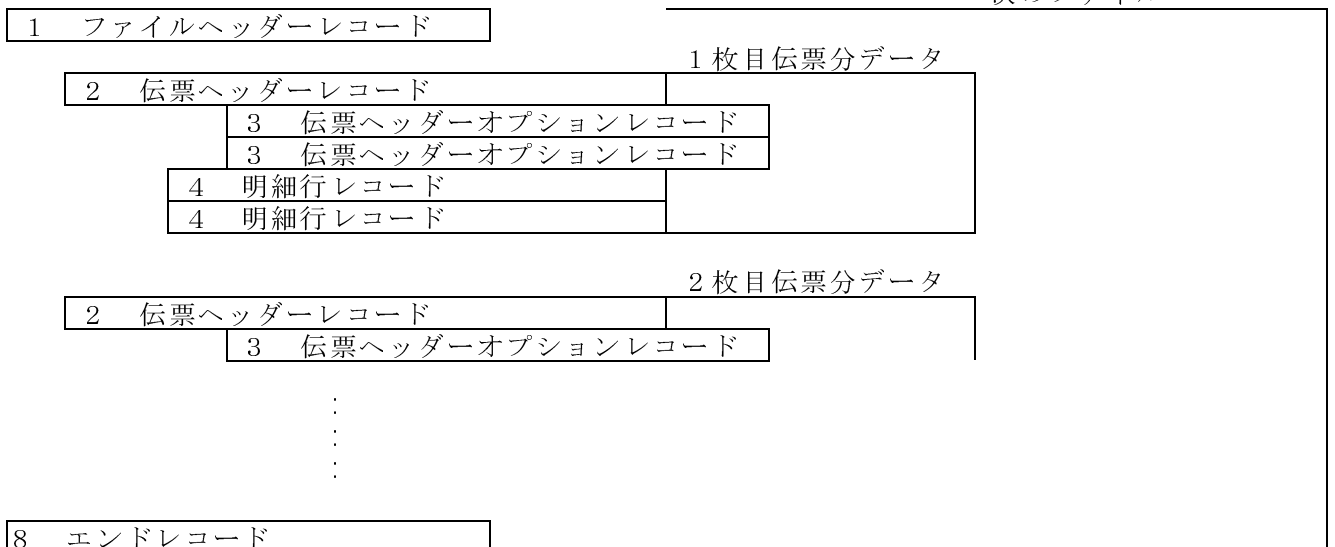
※ 詳細は、第三章Ⅲ共通レコードのフォーマット及び使用ガイドを参照。

## 2) レコード作成イメージ

1 ファイル



次のファイル



### 3) フォーマット及び使用ガイド

#### 1. 共通レコード

ファイルヘッダーレコード, エンドレコードは, 第三章Ⅲを参照

#### 2. 伝票ヘッダーレコード

条件欄 ◎：必須 ○：選択必須 △：任意

No.	Content	条件	Col	Pic- ture	For- mat	Len- gth	Description
1	レコード区分	◎	1	X(01)	CH	1	レコードの種類を表わす「2」
2	データシリアルNo.	◎	2	9(04)	ZD	4	データ通しNo. ファイルヘッダー 単位で1番より付番
3	データ区分	◎	6	X(01)	CH	1	データの区分を表わす △：通常発注 1：一斉出荷
4	伝票番号	○	7	X(08)	CH	8	発注者における発注伝票番号(伝 票単位につける番号)訂正時は元 伝番号
5	発注日	◎	15	X(06)	CH	6	実際の発注入力日(YMMDD)
6	一次店コード	◎	21	X(12)	CH	12	業界統一コードが設定されてい なければプライベートコードを 使用
7	二次店コード	○	33	X(12)	CH	12	〃
8	三次店コード	○	45	X(12)	CH	12	〃
9	四次店コード	○	57	X(12)	CH	12	〃
10	五次店コード	○	69	X(12)	CH	12	〃
11	納入日又は引取日	◎	81	X(06)	CH	6	受注者・発注者双方で取り決める スペースも可
12	手形情報	△	87	X(01)	CH	1	手形関連取引情報 1：手形付 4：店入 2：現金 5：業務用手形 3：後送手形 6：手形なし
13	倉直区分	△	88	X(01)	CH	1	1：倉入 3：倉引取 2：直送 4：直送引取
14	定期発注取消サイン	△	89	X(01)	CH	1	△：通常 1：取消
15	納入希望時間	△	90	X(04)	CH	4	(HHMM) 納入区分も可
a	16 特売区分	○	94	X(01)	CH	1	△：分類不能 1：定番納品 2：特売納品
eh	17 備考	△	95	X(34)	CH	34	任意使用

a：新項目追加  
e：先頭桁番号変更  
h：長さの変更

## 2-1. レコード区分

伝票ヘッダーレコードであることを認識する。  
固定で「2」をセットする。

## 2-2. データシリアルNo.

ファイルヘッダー単位のデータ通しナンバーをセットする。  
ファイルヘッダーレコード，エンドレコードと長さが異なるので注意を要する。

## 2-3. データ区分

受発注の内容を識別する。

△：通常発注      1：一斉出荷

※「一斉出荷」とは、新製品発売などの特別なキャンペーンで小売店からの注文を卸店がまとめて発注し、メーカーが小売店へ直送する場合をいう。

## 2-4. 伝票番号

発注者が発注単位のユニークな番号をつける時に使用するが、発注番号を使用しない企業は、項番2-2. のデータシリアルNo. と同一とし、ゾーンデータをキャラクターに変換して左詰めでセットする。

この番号は、出荷案内の発注番号欄及び納品伝票の備考欄にセットされる。また、請求明細の備考欄等にもセットするよう努める。

納品伝票，請求明細書の備考欄への表示方法は、H# 1 2 3 4 5 6 7 8のように「H#」を発注番号の前につける。

## 2-5. 発注日

発注データをエントリーした日付，又は，自動発注の場合は，発注データを作成した日付をセットする。年は，西暦の下2桁とする。

## 2-6. ～10. 一次店～五次店コード

一次店～五次店コードの欄の使用方法は，受注者・発注者双方で打合せの上使用する。

(例)

①直送： A卸 B支店 / C商店 / Dスーパー / △ / △  
二次店帳合  
届け先あり  
↳ 受注者の請求先  
↳ A卸の請求先  
↳ A卸の届先でC商店の請求先

②直送： A卸 / B支店 / C商店 / Dスーパー / △  
二次店帳合  
届け先あり  
↳ 受注者の請求先  
↳ A卸の事業所  
↳ A卸B支店の請求先  
↳ A卸の届先でC商店の請求先

③倉入： A卸 B支店 / △ / △ / △ / △  
一次店届け

④倉入： A卸 / B支店 / △ / △ / △  
一次店届け

⑤倉入： A卸 B支店 / A卸 B支店 / △ / △ / △  
一次店届け



⑥倉入：A卸B支店 / E倉庫 / △ / △ / △  
一次店  
倉庫届け

直送・倉入れとも一次店欄にA卸の企業・事業所コード，二次店欄にA卸の請求先コードをセットする使い方と，一次店欄にA卸の企業コード，二次店欄にA卸の事業所コードを入れる使い方があり，いずれも受注者・発注者双方で打ち合わせの上，使用する。

双方に取り決められたコードの無い届先等に関しては，該当店コード欄に9～9を埋め，伝票ヘッダーオプションレコードを使用して店名情報を補完し，届先に関しては住所も同様とする。

プライベートコードを使用する場合には，コードの前に「P」をセットする。

(例) プライベートコードが「1 2 3 4 5」の時

P	1	2	3	4	5	△	△	△	△	△	△
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

※ 一次店から五次店のコードセットは、原則として、次店間を詰めてセットする事とする。

現状、次店間を詰めておらず歯抜けでデータセットを行っている場合、受信側では、間の次店を個別でカットするプログラムが必要となるなど、個別のシステム対応が多く発生している。

(正しい使用例)

①直送：A卸B支店 / C商店 / Dスーパー / △ / △  
二次店、三次店に値がセットされており、歯抜けの次店データがない

(適切ではない使用例)

①直送：A卸B支店 / △ / △ / C商店 / Dスーパー  
二次店、三次店に△がセットされており、間が詰まっていない

## 2-11. 納入日又は引取日

先付け発注の時等に使用し，通常はスペースを埋める。

尚，引取りの場合には，引取日をセットする。

スペースの場合には，事前に確認してある納品サイクルに従う。

日付をセットする場合は，年は西暦の下2桁とする。

## 2-12. 手形情報

酒類や醤油等の取引で手形付きの納品がされる場合，その形態をコードで表示する。

- 1：手形付
- 2：現金
- 3：後送手形
- 4：店入
- 5：業務用手形
- 6：手形無し

## 2-13. 倉直区分

倉入データか直送データかを判断するコードを表示する。

- 1：倉入
- 2：直送
- 3：倉引取
- 4：直送引取

2-14. 定期発注取消サイン

通常の発注データか定期発注分の取消データかを識別する。

△：通常 1：取消

2-15. 納入希望時間

納品して欲しい時間を24時制（HHMM）や、時間帯を区分してコードで表示する。

（例）1：朝一番 2：午前中 3：午後一番 4：午後 5：積置

2-16. 特売区分

定番発注と特売発注を分けてデータ作成しているか否か、区分けしている場合は、どちらかのデータであるかを識別するコードを表示する。

具体的な使用方法については、受注者・発注者双方で協議し決定する。

△：分類不能 1：定番納品 2：特売納品

2-17. 備考

受注者・発注者双方で打ち合わせの上任意に使用できる。

### 3. 伝票ヘッダーオプションレコード

条件欄 ◎：必須 ○：選択必須 △：任意

No.	Content	条件	Col	Pic- ture	For- mat	Len- gth	Description
1	レコード区分	◎	1	X(01)	CH	1	レコードの種類を表わす「3」
2	データシリアル No.	◎	2	9(04)	ZD	4	データ通し No. ファイルヘッダー 単位で1番より付番
3	伝票ヘッダー参照No.	◎	6	X(01)	CH	1	伝票ヘッダーレコード項番2-6～ 10. に対応 1：一次店 2：二次店 3：三次店 4：四次店 5：五次店
4	社名，店名，取引先名	◎ ○	7 32	X(25) X(15)	CH CH	25 15	社名，店名，取引先名のカナ文字 漢字表現の場合の予備欄
5	住所	◎	47	X(56)	CH	56	住所カナ又は漢字表示
6	電話番号	△	103	X(12)	CH	12	例 03-3241-6568
7	余白	△	115	X(01)	CH	1	余白
8	取引先対応コード	△	116	X(12)	CH	12	伝票ヘッダーレコード項番2-6～ 10. に対応
9	日本語区分	◎	128	X(01)	CH	1	△：カナ表現 1：漢字表現

- ※ 伝票ヘッダーオプションレコードは、伝票ヘッダーレコードの項番2-6～10. 一次店コード～五次店コード欄にコード未設定の為9～9を使用した場合及びプライベートコードを使用した場合に必須である。
- ※ また、伝票ヘッダーオプションレコードは、原則として、伝票ヘッダーレコードにセットした次店のデータ件数分を作成することとする。  
現状、伝票ヘッダーオプションレコードを一部の次店コードのみ作成している場合、受信側では、不足している次店のオプションレコードを△で再作成するプログラムが必要となるなど、個別のシステム対応が多く発生している。

(正しい使用例)

- ① 伝票ヘッダーレコード  
A卸B支店 / C商店 / Dスーパー / △ / △
- ② 伝票ヘッダーオプションレコード (3件作成)  
A卸B支店、C商店、Dスーパー分の3件作成

(適切ではない使用例)

- ① 伝票ヘッダーレコード  
A卸B支店 / C商店 / Dスーパー / △ / △
- ② 伝票ヘッダーオプションレコード (1件作成)  
A卸B支店のみ作成し、C商店、Dスーパー分は作成しない

### 3-1. レコード区分

伝票ヘッダーオプションレコードであることを認識する。  
固定で「3」をセットする。

### 3-2. データシリアルNo.

ファイルヘッダー単位のデータ通しナンバーをセットする。  
ファイルヘッダーレコード、エンドレコードと長さが異なるので注意を要する。

### 3-3. 伝票ヘッダー参照No.

伝票ヘッダーレコードの項番2-6～10. 一次店コード～五次店コードのうち、何次店に関するオプションレコードであるかを表示する。

- 1 : 一次店
- 2 : 二次店
- 3 : 三次店
- 4 : 四次店
- 5 : 五次店

### 3-4. 社名, 店名, 取引先名

項番3-3. 伝票ヘッダー参照No. に対応する名称をカナ文字25桁の範囲で表示する。  
漢字を使用する場合は、次の15桁と合わせ、40桁 (20文字) で表示する。

### 3-5. 住所

コード未設定の為9～9を使用した場合及びプライベートコードを使用した場合に、納品先であれば必須、帳合先等の場合は任意で表示する。

### 3-6. 電話番号

左詰め, 右ブランクで, 局番の間は, ハイフオンでつなぐ。  
(例) 03-3241-6568

3-7. 余白

今後、新たに追加される項目の為のリザーブエリアである。

3-8. 取引先対応コード

項番3-3. 伝票ヘッダー参照No. に対応した取引先コードを項番2-6～10. 一次店コード～五次店コードの中から選択し、表示する。

3-9. 日本語区分

項番3-4～5. 企業名、住所欄が、カナか漢字表示かを識別するコードをセットする。

△：カナ文字 1：漢字

#### 4. 明細行レコード

条件欄 ◎：必須 ○：選択必須 △：任意

No.	Content	条件	Col	Pic- ture	For- mat	Len- gth	Description
1	レコード区分	◎	1	X(01)	CH	1	レコードの種類を表わす「4」
2	データシリアルNo.	◎	2	9(04)	ZD	4	データ通し No. ファイルヘッダー 単位で1番より付番
3	伝票行No.	◎	6	X(02)	CH	2	伝票行No.
a 4	商品コード使用区分	◎	8	X(01)	CH	1	0：メーカー側プライベートコード 1：卸店側プライベートコード 2：JAN+荷姿コード 3：JANコード 4：集合包装用商品コード 5：SDPコード 6：GTIN
e 5	商品コード	◎	9	X(16)	CH	16	標準商品コードの設定がなければ プライベートコードを使用する
e 6	商品名 (カナ26桁) (漢字19桁)	◎ ○	25 51	X(26) X(12)	CH CH	26 12	商品名カナ表示 漢字表現の場合の予備欄
e 7	入数	◎	63	9(04)	ZD	4	発注単位に含まれるバラ数量
e 8	数量	◎	67	9(05)	ZD	5	発注数量を項番 4-9. 単位に従って セットする
ej 9	単位	◎	72	X(01)	CH	1	1：ケース 7：グラム 2：ボール 8：ミリリットル 3：バラ 9：リットル 5：キログラム
a 10	現物添付フラグ	○	73	X(01)	CH	1	△：通常商品 1：添付商品
a 11	価格 (単位)	○	74	9(7)V 9(2)	ZD	9	単位あたり価格
a 12	消費税区分	○	83	X(01)	CH	1	価格に消費税の有無を表示 △：外税 1：内税 2：非課税
a 13	入庫許容日付区分	○	84	X(01)	CH	1	入庫許容日付へのセット内容の 表示 △：使用しない 1：製造年月日 2：賞味期限
a 14	入庫許容日付	○	85	X(08)	CH	8	(YYYYMMDD) 日付管理しない商品については、 99999999
e 15	日本語区分	◎	93	X(01)	CH	1	△：カナ表現 1：漢字表現
e 16	摘要	△	94	X(13)	CH	13	任意使用
17	余白	△	107	X(22)	CH	22	余白

a：新項目追加 h：長さの変更

e：先頭桁番号変更 j：新コード追加

#### 4-1. レコード区分

明細行レコードであることを認識する。  
固定で「4」をセットする。

#### 4-2. データシリアルNo.

ファイルヘッダー単位のデータ通しナンバーをセットする。  
ファイルヘッダーレコード、エンドレコードと長さが異なるので注意を要する。

#### 4-3. 伝票行No.

1 発注伝票内の行番号を「01」番より付番する。  
必ず、「01」より始まり、抜けがあってはならない。

#### 4-4. 商品コード使用区分

使用している商品コードの種類を識別する為に格納する。  
受注者・発注者双方で協議した内容を意味付ける。

#### 4-5. 商品コード

商品コードは、標準コードとして、集合包装用商品コードを利用することを原則とする。標準コード未設定の場合は、受注者・発注者双方調整の上、プライベートコードを使用する。その場合、コードの直前に「P」をセットする。

(例) プライベートコードが「12345」の時

P	1	2	3	4	5	△	△	△	△	△	△	△	△	△
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

#### 4-6. 商品名

商品名をカナ文字26桁で表示する。  
漢字を使用する場合は、次の12桁と合わせ、38桁（19文字）で表示する。

#### 4-7. 入数


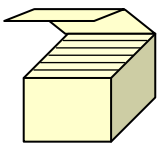
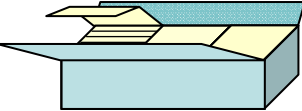
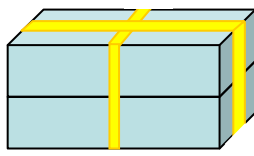
卸店で管理している1ケース中の総バラ数をセットする。  
ボールの場合は1ボール中の総バラ数をセットする。  
バラ、キログラム、グラム、ミリリットル、リットルの場合はバラ数1をセットする。

#### 4-8. 数量

発注数量を、項番4-9. 単位に従ってセットする。

#### 4-9. 単位

発注数量の単位をコードで表示する。  
「1」ケース、「3」バラ以外の単位を使用する場合には、受注者・発注者双方での打ち合わせが必要である。  
特に、ケースをくくった‘梱’については、取扱方法について混乱を招く恐れがあり、受注者・発注者双方で確認を要する。

単位の例			
単品 (個装) 	パック (中装) 	ケース (外装) 	梱 (バンド掛・半裁品) 

#### 4-10. 現物添付フラグ

発注データ上で添付商品である旨の判別が必要な場合に使用する。  
具体的な使用方法については、受注者・発注者双方で協議し決定する。

#### 4-11. 価格（単位）

卸・メーカー間のデータ交換では、生販単価をセットする。  
小売・卸間のデータ交換では、卸売単価をセットする。  
具体的な使用方法については、受注者・発注者双方で協議し決定する。

#### 4-12. 消費税区分

価格の中に消費税が含まれているか否かを識別するコードを表示する。  
具体的な使用方法については、受注者・発注者双方で協議し決定する。

#### 4-13. 入庫許容日付区分

「入庫許容製造年月日」に製造年月日をセットする場合は1を、  
賞味期限をセットする場合は2を表示する。

#### 4-14. 入庫許容日付

発注者側が、入庫の許容を設定した製造年月日又は賞味期限をセットする。  
日付管理しない商品については、99999999をセットする。  
具体的な使用方法については、受注者・発注者双方で協議し決定する。

#### 4-15. 日本語区分

項番4-6. 商品名欄が、カナか漢字表示かを識別するコードをセットする。  
△：カナ文字 1：漢字  
漢字使用の場合は、J I S 第一、第二水準の範囲とし外字は使用しない。

※ 範囲外の文字コードがセットされた場合、受信側では文字化けが発生するなど、非常に大きな業務影響が出る。指定されたコード範囲以外の文字コードの利用は一切禁止する。

#### 4-16. 摘要

商品名以外の行毎の伝達情報をセットする。  
受注者・発注者双方で打ち合わせ、任意の項目をセットする。

#### 4-17. 余白

今後、新たに追加される項目の為のリザーブエリアである。