

# 酒類・加工食品業界 GTIN-EDI 実践ガイドライン

2014年3月18日

Ver. 1.0

酒類・加工食品業界標準化推進会議

事務局：(株) ファイネット

## 改定履歴

項番	Ver.	日付	内容
001	1.0	2017/03/18	新規作成 ・「導入ガイドライン」および「GTINを利用したEDI運用ガイドライン」の統合 ・GTIN-EDI定義追加、およびそれに伴う改定、他
002	1.0	2017/12/12	文言修正(p. 22) FDB → 業界の商品情報データベースサービス

本ガイドラインは、一般社団法人日本加工食品卸協会の制定した「酒類食品業界卸店 メーカー 企業間標準システム」のデータフォーマット(日食協フォーマット)を使用し、GTINを商品識別コードとした企業間データ交換(EDI)を実践する際に、メーカーおよび卸店が準拠すべき内容について記載したものです。

なお、本ガイドラインは、メーカーおよび卸店が4つの荷姿(単品、ボール・パック、ケース、梱)のGTIN情報を商品マスタ上に保有していることを前提に記載しています。

メーカーおよび卸店が保有するシステム、あるいは商品マスタの項目によってGTIN-EDIの導入準備の作業内容、および運用は異なりますので、メーカー・卸店双方で協議し導入準備を進めてください。

※GTINとは、JANコード(13桁、8桁)、集合包装用商品コード(14桁)の総称ですが、本ガイドラインでは、企業間データ交換(EDI)利用を前提としていますので、JANコードは、先頭に0を付けて14桁として表現します。

## ■□■ 目次 ■□■

0.	はじめに.....	- 4 -
(1)	「GTIN-EDI」の定義.....	- 4 -
(2)	「GTIN-EDI」の準備.....	- 4 -
1.	商品マスタのGTIN情報整備.....	- 7 -
(1)	卸店からメーカーへ商品マスタ提示.....	- 7 -
(2)	メーカーのGTIN情報付加.....	- 8 -
(3)	卸店のGTIN情報確認.....	- 9 -
(4)	卸店・商品マスタのGTIN情報格納.....	- 10 -
2.	例外事項に関する対応方法の取り決め.....	- 11 -
(1)	GTINの付番されていない商品の場合.....	- 11 -
(2)	GTINだけで商品を識別できない場合.....	- 11 -
(3)	発注単位の総バラ入数で割り切れない数量の場合.....	- 11 -
(4)	受発注と出荷案内でGTINが異なる場合.....	- 12 -
3.	運用テストの実施.....	- 13 -
(1)	対象データ種、フォーマットバージョン、使用GTIN荷姿の確認.....	- 13 -
(2)	テスト環境、テストデータ受け渡し方法の確認.....	- 14 -
(3)	チェック項目(受発注、販売実績、販売促進金請求).....	- 15 -
(4)	チェック項目(出荷案内、販売促進金支払).....	- 16 -
4.	本番運用時のデータ項目セット内容.....	- 17 -
(1)	「受発注」.....	- 17 -
(2)	「出荷案内」.....	- 17 -
(3)	「販売実績」.....	- 18 -
(4)	「販売促進金請求」.....	- 18 -

<b>5. 商品マスタの維持管理 .....</b>	<b>- 19 -</b>
(1) 本番開始後のマスタ維持方法の確認 .....	- 19 -
(2) リニューアル商品の注意事項.....	- 19 -
(3) 商品の案内方法.....	- 20 -
(4) ツールの活用.....	- 22 -
<b>6. Q&amp;A .....</b>	<b>- 23 -</b>
(1) 「受発注」関連 .....	- 23 -
(2) 「出荷案内」関連.....	- 23 -
(3) 「販売実績」関連.....	- 23 -
(4) 「販売促進金」関連 .....	- 23 -
(5) 「商品コード」関連 .....	- 23 -
(6) 「GTIN初期セット・案内」関連 .....	- 24 -
(7) その他.....	- 24 -
<b>【別紙1】 バンド掛け・半裁品の意味づけ変更について .....</b>	<b>- 25 -</b>

## 0. はじめに

### (1) 「GTIN－EDI」の定義

GTINとは、日本国内では、メーカーが付番する「JANコード(13桁または8桁)」と「集合包装用商品コード(14桁)」の総称であり、プライベート商品コードではない商品コードを指します。

上記を「広義のGTIN」とすれば、「狭義のGTIN」とは、GTINをEDIに使用することを意味します。さらに、GTINをEDIに使用するとは、以下の4つの条件をすべて満たす必要があります。

- 1) 単品(個装)、パック(中装)、ケース(外装)、梱(バンド掛け・半裁品)、それぞれの荷姿のGTIN (「広義のGTIN」が14桁に満たない場合、先頭に‘0’を付け、14桁に揃える)や総バラ入数などを網羅した商品マスタを整備する
- 2) 日食協フォーマットの商品コード使用区分に「6:GTIN」をセットする
- 3) 日食協フォーマットの商品コードに上記1)のGTINをセットする
- 4) 受信側は3)において、どの荷姿のGTINがセットされてきても正しい数量を把握する

本ガイドラインでは、これを「GTIN－EDI」と定義し、単に「JANコードや集合包装用商品コード」、いわゆる「広義のGTIN」を用いたEDIは、GTIN－EDIとは異なるものと捉えます。

### (2) 「GTIN－EDI」の準備

#### 1) GTIN－EDIの進め方

現在実施のすべてのデータ種について、商品コードをGTINに切り替えますが、全データ種一斉である必要はありません。基本的には、データ発生順に「受発注」→「出荷案内」→「販売実績」と対応していくのが自然ですが、販売実績など、GTIN－EDI切り替えに伴う実業務への影響が少ないデータ種から始めて、受発注、出荷案内へ展開する企業もあります。切り替えデータ種の優先順位とタイミングは、メーカー・卸店双方で協議し、確認します。(参考資料の『**GTINによるEDI対応ロードマップ例**』を参照)

#### 2) バンド掛け・半裁品の「意味付け変更」

##### ① 「意味付け変更」とは

「ケース(外装)」に印字しているITFシンボルは、ケース単箱の荷姿を意味すると解釈を変更することです。(別紙1を参照)

卸店が現時点で、「ケース(外装)」に印字しているITFシンボル(集合包装用商品コード(=GTIN)のバーコードシンボル)からバンド掛け品全体や半裁前の荷姿の総バラ入数等を取  
得している場合、GTIN－EDIでは、「ケース(外装)」、「梱(バンド掛け・半裁品)」、それぞれの荷姿にGTINを付番しますので、「ケース(外装)」の情報は、ケースGTIN、「梱(バンド掛け・半裁品)」の情報は、梱GTINを活用し、各社で格納している総バラ入数から取得します。

② 変更方法とその時期

- ・メーカー毎に一斉切り替えとします
- ・次の理由から、GTIN-EDI開始前、または同時に行うことを推奨します
  - ✓ ITFシンボルから内包のJANコードで商品を特定している卸店もあること
  - ✓ 商品の特定が主目的であり、「荷姿」の特定にはほとんど利用していないこと
  - ✓ GTIN-EDIを開始すると「荷姿」の特定に利用されること
- ・メーカー各社は、個別に対象商品、変更時期を案内してください

③ これまで集合包装用商品コードにてEDIを実施している場合の対応

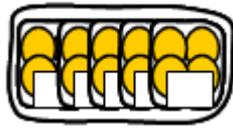
メーカーは、意味付け変更時、梱(バンド掛け・半裁品)の荷姿が存在するときにはケースGTINとは別に梱GTINを新たに付番します。(別紙1の2を参照)

【補足説明】

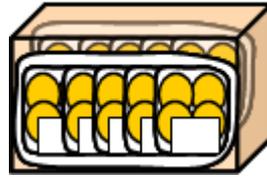
▼ 商品の例



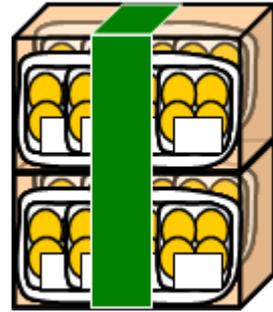
単品(個装)



パック(中装)



ケース(外装)



梱(バンド掛け)

JAN=491234500001C

▼ 商品マスタの例

荷姿	GTIN	総バラ入数
単品(個装)	0491234500001C	1
パック(中装)	2491234500001C	5
ケース(外装)	1491234500001C	10
梱(バンド掛け)	3491234500001C	20

▼ 総バラ数200個を表す場合のデータの商品数セット内容は、・・・

荷姿	商品コード (=GTIN)	データ種*	項目*
		受発注・出荷案内	数量
		販売実績	個数
		販売促進金請求	請求計上対象数量
単品(個装)	0491234500001C	200	
パック(中装)	2491234500001C	40	
ケース(外装)	1491234500001C	20	
梱(バンド掛け)	3491234500001C	10	

データ種\*、項目\*:GTIN-EDIでは、原則として、その他の商品数を表現する項目を使用しません

～ その他の商品数を表現する項目

受発注・出荷案内 入数

販売実績 ケース当たり入数、ケース数

販売促進金請求 ケース入数

▼ そのときの受信側の解釈は、・・・

荷姿	商品コード (=GTIN)	データ 商品数 セット内容	受信側の解釈	
			データから	管理単位が ケース(外装)として
単品(個装)	0491234500001C	200	単品(個装)が 200個	ケース(外装)が 20ケース
パック(中装)	2491234500001C	40	パック(中装)が 40パック	
ケース(外装)	1491234500001C	20	ケース(外装)が 20ケース	
梱(バンド掛け)	3491234500001C	10	梱(バンド掛け)が 10梱	

## 1. 商品マスタのGTIN情報整備

GTIN-EDIの開始に際し、まずは、商品マスタのGTIN情報を整備しなければなりません。

GTINが意味する商品、荷姿の認識を取引商品に関し、メーカー・卸店間で合意し、双方の商品マスタに格納しているGTIN情報を合致させる必要があります。

この作業は、GTIN-EDIを実施するメーカー・卸店ごと個別に行います。

以降の手順は、メーカーが既に整備している商品マスタ上のGTIN情報を卸店の商品マスタに格納するために、卸店から最初にメーカーへその時点の商品マスタ情報を提示する場合の事例です。

メーカーから卸店へ先に商品マスタ情報を提示する場合、手順は異なりますがチェックポイントは、ほぼ同様です。

### (1) 卸店からメーカーへ商品マスタ提示

以下の内容を網羅したフォーマット(Excel表)で提示します。

卸店商品情報			分類等	単品GTIN			パックGTIN		ケースGTIN		梱GTIN	
プライベート商品コード	商品名	容量	発注単位	JANコード	SDPコード	終売日	総バラ入数	GTIN	総バラ入数	GTIN	総バラ入数	GTIN

卸店は、「卸店商品情報」やJANコード以外の項目も、メーカーが商品を特定するために有益と思われる項目について可能な限り設定します。

例えば、SDPコードは、卸店からメーカーへデータを提供するデータ交換(受発注、販売実績、販売促進金請求)で使用している場合には商品特定に役立ちます。(フォーマットの全項目および編集要領の詳細は、参考資料の『GTIN-EDI切替・商品確認表』を参照)

卸店は、終売商品やGTIN情報のない商品を含め、卸店側の商品マスタに存在するすべての商品をメーカーに提示します。

上記のフォーマットには単価(単品・ケース等の荷姿別)はありませんが、卸店側で総バラ入数と単価の相関をチェックし、どの商品のどの荷姿に合致するかを確認するために有効な場合もあります。

特に、出荷案内の場合、単価まで含めた整合性確認が必要です。

## (2) メーカーのGTIN情報付加

メーカーは、卸店から受領したExcel表に、メーカー商品情報とGTIN情報を設定した上で、卸店に返信します。

同一項目について、卸店が設定した内容とメーカーの内容が異なる場合、双方の違いが分かるように上書きしないで、Excel表の列を追加しても構いません。(以下の例を参照。メーカー・卸店間で確認し、Excel表の編集要領を決定)

また、メーカーは、卸店側で認識していない終売日があれば設定してください。

卸店商品情報			メーカー商品情報			分類等	単品GTIN			バックGTIN		ケースGTIN		梱GTIN	
プライベート商品コード	商品名	容量	プライベート商品コード	商品名	容量	発注単位	JANコード	SDPコード	終売日	総バラ入数	GTIN	総バラ入数	GTIN	総バラ入数	GTIN

メーカーは、卸店から受領したExcel表に当該卸店との取引商品が存在しない場合、Excel表に行を追加します。(行を追加する場合、“卸店商品情報-プライベート商品コード”欄はblank)

逆に、家庭用商品のみ取引であるのに業務用商品のデータを追加、あるいは常温商品のみ取引であるのに冷凍食品のデータを追加しないでください。(過去1年間の販売実績のある商品のみ、データを追加するというのも一法)

同一JANコードに対し、卸店の商品コードが複数ある場合、メーカーは、どの商品コードが通常分で、どの商品コードが販促分であるかなど、卸店の商品名・ケースGTIN等から識別し、Excel表の該当行にメーカー商品情報とGTIN情報を設定してください。

### (3) 卸店のGTIN情報確認

卸店は、自社商品マスタにGTIN情報を格納する前に、以下のような点に注意し、Excel表を確認します。

1) 終売商品の確認 メーカーが終売日を設定してきた商品を確認し、必要であれば自社の商品マスタの終売日に反映させ、GTIN情報の確認対象から除外します。
2) 意味付け変更商品の確認 意味付け変更(バンド掛けや半裁品の場合、集合包装用商品コードおよびケース販売用JANコードは、ケース単箱の荷姿・総バラ入数に対応するGTINとなる)商品のGTINと総バラ入数を確認します。
3) Excel表に追加された商品の確認 メーカーがExcel表に行追加した商品(卸店のプライベート商品コードがブランク)を自社の商品マスタに追加すべきかどうか確認します。
4) 同一JANコードで商品コードが複数ある場合 メーカーと卸店では、在庫管理のためのSKU設定の考え方に違いがあります。 このため、同一JANコードでもメーカーと卸店の商品コードの対応は1:1とは限らず、「1:N」、「N:1」、「N:N」のすべてのパターンが発生する可能性があります。 卸店は、メーカーがExcel表に設定してきたGTIN情報が自社のSKUの実態と合っているか確認する必要があります。 なお、効率的に本件を確認するため、事前に『1) 終売商品の確認』を終了させておきます。
①メーカーは、以下のような場合、同一JANコード(=単品GTIN)の商品に対して、複数のGTINを設定することがあります。 ・販促商品 メーカーは、JANコードを通常商品と同一のまま、集合包装用商品コードのみを変更することがあります。 ・リニューアル商品 メーカーは、JANコードを従来商品と同一のまま、集合包装用商品コードのみを変更することがあります。

#### (4) 卸店・商品マスタのGTIN情報格納

卸店は、確認作業の終了したExcel表から、自社商品マスタへGTIN情報を格納します。

以下は、メーカーから取得したGTIN情報を卸店が自社商品マスタにどのように格納するか、いくつかの事例を挙げて説明します。

1) 4荷姿、すべてのGTINがある場合

メーカー・GTIN情報					卸店・商品マスタ				
荷姿	分類等	総バラ入数	GTIN	ソースマーキング	荷姿	分類等	総バラ入数	GTIN	ソースマーキング
梱	発注単位	90	449……………4	なし	梱	発注単位	90	449……………4	なし
ケース	—	30	349……………3	あり	ケース	—	30	349……………3	あり
パック	—	5	249……………2	あり	パック	—	5	249……………2	あり
単品	—	1	049……………1	あり	単品	—	1	049……………1	あり

※ソースマーキングの有無は、入荷検品や出荷検品のためにGTIN情報を物流システムに連携するかの判断に使用する。

2) 梱荷姿がない場合

メーカー・GTIN情報					卸店・商品マスタ				
荷姿	分類等	総バラ入数	GTIN	ソースマーキング	荷姿	分類等	総バラ入数	GTIN	ソースマーキング
梱	—	—	—	—	梱	—	—	—	—
ケース	発注単位	30	349……………3	あり	ケース	発注単位	30	349……………3	あり
パック	—	5	249……………2	あり	パック	—	5	249……………2	あり
単品	—	1	049……………1	あり	単品	—	1	049……………1	あり

3) パック荷姿がない場合

メーカー・GTIN情報					卸店・商品マスタ				
荷姿	分類等	総バラ入数	GTIN	ソースマーキング	荷姿	分類等	総バラ入数	GTIN	ソースマーキング
梱	発注単位	90	449……………4	なし	梱	発注単位	90	449……………4	なし
ケース	—	30	349……………3	あり	ケース	—	30	349……………3	あり
パック	—	—	—	—	パック	—	—	—	—
単品	—	1	049……………1	あり	単品	—	1	049……………1	あり

4) 6缶パック商品の場合

メーカー・GTIN情報					卸店・商品マスタ				
荷姿	分類等	総バラ入数	GTIN	ソースマーキング	荷姿	分類等	総バラ入数	GTIN	ソースマーキング
梱	—	—	—	—	梱	—	—	—	—
ケース	発注単位	24	049……………3	あり	ケース	発注単位	24	049……………3 (*1,*4)	あり
パック	—	6	049……………2	あり	パック	—	6	049……………2(*2)	あり
単品	—	1	049……………1	あり	単品	—	1	049……………1(*3)	あり

(\*1) 0+ケース販売用JANコード (\*2) 0+パック販売用JANコード (\*3) 0+単品 JANコード  
 (\*4) 外箱にケース販売用JANコードをJANシンボルにより印字している場合、同時にITFシンボルを印字するときは、ケース販売用JANコードの先頭に0を付けて14桁として印字します。  
 したがって、この場合、「単品JAN不一致型GTIN」となります。

## 2. 例外事項に関する対応方法の取り決め

メーカーおよび卸店は、GTIN-EDIの運用テストを開始する前に、以下の例外事項に対し、双方がどのように対応するかを協議し、合意しておく必要があります。

### (1) GTINの付番されていない商品の場合

GTINの付番されていない商品も混在する場合、日食協フォーマットに使用する商品コードを何にするのか、入数・ケース数・個数・生販単価などには何を設定するのか確認します。

また、この場合、

- 1) 明細行レコードを続けて格納してよいか
- 2) 伝票ヘッダーレコードまたはファイルヘッダーレコードを変える必要があるか
- 3) 送信ファイル自体を別にする必要があるのか

などを確認します。(推奨は、明細行レコードを続けて格納)

### (2) GTINだけで商品を識別できない場合

同一JANコードで同一集合包装用商品コード、かつバンド掛けや半裁品でないため梱GTINもない場合、メーカー・卸店間でGTINだけでは商品を一意に識別できないことがあります。

具体的には、以下が該当します。

- ・販促商品と通常商品がGTINで識別できない。
- ・デザイン缶、記念ラベル品と通常商品がGTINで識別できない。

メーカーおよび卸店は、こうした商品について、

- 1) GTIN-EDIでの受発注対象外とする
- 2) GTIN-EDIで受発注を行うがFAX等でフォローする
- 3) あるいは事前の取り決めでどの商品を出荷するかを確認しておく

といった整理が必要です。

### (3) 発注単位の総バラ入数で割り切れない数量の場合

「ケース(外装)」や「梱(バンド掛け・半裁品)」の荷姿の総バラ入数で割り切れない数量を扱う場合、原則として、単品(個装)のGTINを使用し、複数行のデータを作成しません。

ただし、メーカー・卸店間にて合意したときは、2つのGTINにより2件のデータ作成も可とします。

「ケース(外装)」の総バラ入数が30個の商品で数量34個を扱う場合

- 1) 単品GTINを使用し1行とする(原則)

行	荷姿	商品コード(=GTIN)	数量
1	単品(個装)	049……………1	34

2) 単品GTINとケースGTINを使用し2行とする

行	荷姿	商品コード(=GTIN)	数量
1	ケース(外装)	349.....3	1
2	単品(個装)	049.....1	4

(4) 受発注と出荷案内でGTINが異なる場合

受信側は、どの荷姿のGTINがセットされても正しい数量を把握することがGTIN-EDIの基本的な考え方であるため、受発注のGTINと出荷案内(送り状表記および出荷案内データ)のGTINが異なることがあります。

この場合、メーカー・卸店間で受発注データおよび出荷案内データの各項目をどのように設定するか事前に確認し、卸店は、入荷検品、直送計上、買掛照合等の業務に支障を来たさないよう準備する必要があります。

1) バンド掛けや半裁品

卸店が受発注データにケースGTINを設定した商品に関して、メーカーの出荷単位がバンド掛けや半裁品のために、梱GTIN表記の送り状で納品される、あるいは梱GTIN設定の出荷案内データが返信されるということが起こります。

卸店・発注データ設定 (*1)	
商品コード(ケースGTIN)	349.....3
ケース・数量	2
(ケース・入数)	24
(総バラ数)	48
(ケース単価)	2,400

メーカー・送り状表記・出荷案内データ設定	
商品コード(梱GTIN)	449.....4
梱・数量	1
(梱・入数)	48
(総バラ数)	48
(梱・生販単価)	4,800

(\*1) 卸店の入荷予定データも同様に作成される前提。

---

2) 販促商品

販促期間中は、通常商品を発注しても、無条件に販促商品を出荷することでメーカー・卸店間にて合意していることがあります。

この場合、卸店が受発注データに通常商品のGTINを設定しても、販促商品のGTIN表記の送り状で納品される、あるいは販促商品のGTIN設定の出荷案内データが返信されるということが起こります。

逆に、卸店が受発注データに販促商品のGTINを設定しても、販促期間が終了していた場合、通常商品のGTIN表記の送り状で納品される、あるいは通常商品のGTIN設定の出荷案内データが返信されるということも起こります。

卸店・発注データ設定 (*1)	
商品コード(通常 GTIN)	349.....3
ケース・数量	1
(ケース・入数)	24
(総バラ数)	24
(ケース単価)	2,400

メーカー・送り状表記・出荷案内データ設定	
商品コード(販促 GTIN)	549.....5
ケース・数量	1
(ケース・入数)	24
(総バラ数)	24
ケース・生販単価	2,400

また、すでにリニューアル済でメーカーに従来品の在庫がないにも拘らず、卸店が誤って従来品のGTINで発注した場合、同様の現象が発生します。

### 3. 運用テストの実施

メーカーおよび卸店は、GTIN－EDIの運用テストを開始する際に、通常のEDIの運用開始と同様に対象データ種のフォーマットバージョンを確認するとともに、使用するGTINの荷姿を確認します。

合わせて、テスト方法、チェック内容を事前に協議し合意しておきます。

#### (1) 対象データ種、フォーマットバージョン、使用GTIN荷姿の確認

1) 対象データ種、フォーマットバージョンの確認				
データフォーマットは、日食協フォーマットを利用します。				
データ種	種別名称	提供企業	利用企業	フォーマットバージョン
01	受発注	卸店	メーカー	2、3
04	出荷案内	メーカー	卸店	2、3
08	販売実績報告明細型	卸店	メーカー	1、2、3
09	販売実績報告集約型	卸店	メーカー	1、2、3
16	販売促進金請求	卸店	メーカー	1
17	販売促進金支払	メーカー	卸店	1
日食協フォーマットでGTINを使用する場合、受発注フォーマットバージョン1、および出荷案内フォーマットバージョン1は、商品コード欄が13桁であり、14桁のGTINをセットできないため、フォーマットバージョンのバージョンアップが必要です。				
2) 使用GTIN荷姿の確認				
『1. 商品マスタのGTIN情報整備』にて、荷姿別GTINと総バラ入数が正しく整備されたかを確認するため、メーカー・卸店間であらかじめ取り決めた荷姿のGTINで実施します。 「単位」欄・「入数」(総バラ入数をセット)欄を利用し、GTINの荷姿に問題がないか確認できます。 ※本番運用を開始した後は、原則として、「単位」欄、「入数」欄を使用しません。				

## (2) テスト環境、テストデータ受け渡し方法の確認

メーカーおよび卸店のテスト環境、本番環境、および商品流通VAN※が提供しているサービス状況に基づき、下記の2つから選択します。

どちらも本番運用しているEDIデータの中に、テストデータが誤って混在しないように注意します。

商品流通VAN※を介さず、メーカー・卸店間で磁気媒体やメールを利用し、直接テストデータをやり取りする場合、この限りではありません。

1) 本番業務運用にてテストデータ・本番データを区別する場合
本番業務が行われている環境でデータを送受信しますが、テスト用のセンターコードを利用することやデータ送付する時間帯を通常送付する時間帯と分けることで、テストデータ・本番データを区別します。
2) 商品流通VAN※のサービスを利用してテストデータ・本番データを区別する場合
商品流通VAN※では、データ受信側のサービスとして、特定条件のEDIデータを一時的にテスト用の別データ種に振り分ける機能を提供しています。 当該サービスを利用すれば、別データ種へ振り分けられたデータをテストデータとして扱うことで、テストデータ・本番データを区別することができます。

商品流通VAN※: (株)ファイネットが提供する受発注、出荷案内などのデータ交換サービス

(3) チェック項目(受発注、販売実績、販売促進金請求)

卸店からメーカーへテストデータを送信し、メーカーがテストデータを受信した後、メーカー側でコード変換を行い、『1. 商品マスタのGTIN情報整備』で実施した内容を確認します。

1) 既に別の商品コードでEDIを実施している場合							
卸店側で本番データと同じ内容をGTIN対応のテストデータとして作成可能な場合(本番データと同内容のものを1日分など)、メーカー側でプライベート商品コードに変換後、本番データとテストデータで明細行毎のプライベート商品コードおよび総バラ入数が一致しているか確認します。							
メーカー商品情報		既存コード情報			GTIN情報		
プライベート商品コード	商品名	JANコード 集合包装用商品コード SDPコード	総バラ入数	数量	GTIN	総バラ入数	数量
2) 新規にGTIN-EDIを実施する場合							
GTINの荷姿が『1. 商品マスタのGTIN情報整備』の内容と一致しているか確認します。							
卸店商品情報		メーカー商品情報		GTIN情報			
プライベート商品コード	商品名	プライベート商品コード	商品名	GTIN	総バラ入数	単位	数量
<b>【注意事項】</b>							
GTINの意味する商品と異なる製品組替や、GTINの意味する総バラ入数とは異なる梱包に変更される場合、『1. 商品マスタのGTIN情報整備』の整備内容に基づき、メーカー・卸店間で合意したGTINに修正した上で、EDIを実施します。							
<p>①製品組替</p> <p>複数メーカーの製品を内包する商品の場合、メーカーの内包商品に対し、メーカー・卸店間で合意した共通認識に基づくGTINを決定し(あるいはGTINによるEDIの対象外とし、卸店プライベート商品コードを設定)、データを送信します。</p> <p>また、同一メーカーの複数商品を組み合わせた独自商品もこれに該当します。</p> <p>例えば、小売業向けオリジナルセット(卸店が倉庫内で化粧箱に単品を詰め合わせて作成したギフトセット商品)などが挙げられます。</p> <p>卸店は、小売業との受注および出荷のために新たな商品コードを付番しますが、この商品コードに対応するメーカー付番のGTINは存在しません。こうした商品の販売実績および販売促進金請求データについて、メーカー・卸店間で受け渡す商品コードを事前に協議し、決定しておきます。</p>							
<p>②梱包変更</p> <p>メーカー・卸店間で総バラ入数は一致するが、数量の異なる場合、メーカーの内包商品に対し、メーカー・卸店間で合意した共通認識に基づくGTINを決定し(あるいはGTINによるEDIの対象外とし、卸店プライベート商品コードを設定)、データを送信します。</p> <p>例えば、小売業向けの特売用パック商品(卸店が倉庫内で飲料3缶をパック商品として袋詰めしたような商品)などが挙げられます。</p> <p>この場合も『①製品組替』と同様、販売実績および販売促進金請求データについて、メーカー・卸店間で受け渡す商品コードを事前に協議し、決定しておきます。</p>							

(4) チェック項目(出荷案内、販売促進金支払)

メーカーから卸店へテストデータを送信し、卸店がテストデータを受信した後、卸店側でコード変換を行い、『1. 商品マスタのGTIN情報整備』で実施した内容を確認します。

1) 既に別の商品コードでEDIを実施している場合							
<p>メーカー側で本番データと同じ内容をGTIN対応のテストデータとして作成可能な場合(本番データと同内容のものを1日分など)、卸店側でプライベート商品コードに変換後、本番データとテストデータで明細行毎のプライベート商品コードおよび総バラ数が一致しているか確認します。</p>							
卸店商品情報		既存コード情報			GTIN情報		
プライベート商品コード	商品名	JANコード 集合包装用商品コード SDPコード	総バラ 入数	数量	GTIN	総バラ 入数	数量
2) 新規にGTIN-EDIを実施する場合							
<p>GTINの荷姿が『1. 商品マスタのGTIN情報整備』の内容と一致しているか確認します。</p>							
メーカー商品情報		卸店商品情報		GTIN情報			
プライベート商品コード	商品名	プライベート商品コード	商品名	GTIN	総バラ 入数	単位	数量
【注意事項】							
<p>①販売促進金請求・販売促進金支払</p> <p>販売促進金請求・販売促進金支払は、単位違いによる金額の不一致を防ぐため、メーカー・卸店間で単位を一致させます。</p> <p>メーカーは、精算に使用する単位と卸店から販売促進金請求の単位が異なることがあるので、販売促進金請求データの単位のGTINに変換してから販売促進金支払データを送信します。</p>							
<p>②受発注・出荷案内</p> <p>受発注時のGTINと出荷案内(送り状表記および出荷案内データ)のGTINが異なることがあるので、『2. (4)受発注と出荷案内でGTINが異なる場合』に基づいて対応します。</p>							

#### 4. 本番運用時のデータ項目セット内容

ここでは、メーカー・卸店間において、利用頻度の高い「受発注」、「出荷案内」、「販売実績」、「販売促進金請求」に関して、日食協フォーマットの主な項目の使い方や注意点を記載します。

##### (1)「受発注」

1) フォーマットバージョンについて
・Ver. 1は、「商品コード」欄が13桁であり、14桁のGTINをセットできませんので、バージョンアップが必要です(『3. (1)対象データ種、フォーマットバージョン、使用GTIN荷姿の確認』も参照) ・Ver. 2は、「商品コード使用区分」欄がありません。GTINとプライベート商品コードが混在する場合、注意が必要です。(『2. (1)GTINの付番されていない商品の場合』も参照)
2) 「商品コード」欄
・GTIN14桁を左詰めでセットします(『2. (4)受発注と出荷案内でGTINが異なる場合』も参照)
3) 「入数」欄
・原則として、使用しません
4) 「数量」欄
・2)でセットするGTINの数量をセットします。それがケースGTINであれば「ケース数」、梱GTINであれば「梱数」をセットします。(『2. (3)発注単位の総バラ入数で割り切れない数量の場合』も参照)
5) 「単位」欄
・原則として、使用しません

##### (2)「出荷案内」

1) フォーマットバージョンについて
・Ver. 1は、「商品コード」欄が13桁であり、14桁のGTINをセットできませんので、バージョンアップが必要です(『3. (1)対象データ種、フォーマットバージョン、使用GTIN荷姿の確認』も参照)
2) 「商品コード」欄
・GTIN14桁を左詰めでセットします(『2. (4)受発注と出荷案内でGTINが異なる場合』も参照)
3) 「入数」欄
・原則として、使用しません
4) 「数量」欄
・2)でセットするGTINの数量をセットします。それがケースGTINであれば「ケース数」、梱GTINであれば「梱数」をセットします。
5) 「単位」欄
・原則として、使用しません
6) 「生販単価」欄
・2)でセットするGTINの単価をセットします。それがケースGTINであれば「ケース単価」、梱GTINであれば「梱単価」をセットします。
7) 「商品コード使用区分」欄
・「6:GTIN」をセットします

### (3)「販売実績」

1) 「商品コード使用区分」欄
・「6:GTIN」をセットします
2) 「商品コード」欄
・GTIN14桁を左詰めでセットします
3) 「ケース当り入数」欄
・原則として、使用しません
4) 「ケース数」欄
・原則として、使用しません
・当該項目と「個数」欄を同時に利用しない(『2. (3) 発注単位の総バラ入数で割り切れない数量の場合を参照)
5) 「個数」欄
・2) でセットするGTINの数量をセットします。それが単品GTINであれば「総バラ入数」、ケースGTINであれば「ケース数」をセットします。
・当該項目と「ケース数」欄を同時に利用しない(『2. (3) 発注単位の総バラ入数で割り切れない数量の場合を参照)

### (4)「販売促進金請求」

1) 「商品コード」欄
・GTIN14桁を左詰めでセットします
2) 「商品コード使用区分」欄
・「6:GTIN」をセットします
3) 「ケース入り数」欄
・原則として、使用しません
4) 「請求計上対象数量」欄
・1) でセットするGTINの数量をセットします。それが単品GTINであれば「総バラ入数」、ケースGTINであれば「ケース数」をセットします。

## 5. 商品マスタの維持管理

### (1) 本番開始後のマスタ維持方法の確認

GTIN-EDIを開始した後は、双方の商品マスタの維持管理が重要な課題となります。

維持管理は、対象となる商品が、

- |                                         |
|-----------------------------------------|
| 1)リニューアル商品<br>2)販促商品<br>3)新商品<br>4)終売商品 |
|-----------------------------------------|

の4つに分かれますが、それぞれの企業がどのように対応するか事前に協議し、決定しておきます。

対応方法を相互理解し、自社マスタを整備の上、相手企業に案内し、齟齬がないようにする必要があります。

この作業は、参考資料の『GTIN-EDI切替・商品確認表』を参考にしてください。

### (2) リニューアル商品の注意事項

商習慣上、「リニューアル時に単品JANコードを変更しない」運用が一般的です。

小売業のEOSやPOSの運用上、「リニューアル商品は、販売や発注時のJANコードを変更したくない」という要望からです。

当該商品がリニューアル商品であることを伝える必要がある場合、メーカー・卸店間で集合包装用商品コード(ケースGTIN)を変更して識別することで対応できます。(ただし、この場合、ケース(外装)のITFシンボルの変更も必要です)

したがって、リニューアル時に「単品JANコードを変更しない」場合であっても「集合包装用商品コード(ケースGTIN)が変更になる」ことがあります。

集合包装用商品コード(ケースGTIN)を変更する場合、包装形態がさらに上位の梱GTINが存在すれば合わせて変更します。

また、この場合、特にビールや飲料など、小売業において単品だけでなくケース(外装)でもPOSレジを通る(消費者に販売される)商品は、「ケース販売用JANコードは変更するが、単品JANコードは変更しない」ということもあります。(この場合、ケース販売用JANコードの先頭に0を付けてケースGTINとします)

「リニューアル時にJANコードを変更しない」場合で、かつ当該商品がリニューアル商品であることを伝える必要がない場合、特にコード上対応する課題はなく、それぞれの企業が相互理解していれば運用できます。

### (3) 商品の案内方法

<p>1) リニューアル商品の場合</p> <p>メーカー・卸店間で旧商品からリニューアル商品への切り替えに関して、</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>①旧商品と切替えて流し込み(在庫終了後・順次切り替え)で行うのか ②旧商品と併売で出荷日時を決めて行うのか</p></div> <p>を少なくとも初回受注前までに確認します。</p> <p>①の場合は、メーカー・卸店間の事前確認の後、ある時点(順次出荷切り替え開始時点)で、卸店からの旧商品発注に対し、メーカーは、リニューアル商品に切り替えて出荷することになります。事前確認では、この切り替え開始時点の連絡方法が確認すべき重要事項です。</p> <p>また、先に触れたように、「単品のGTIN(単品JANコード)は変更しないが、他の包装形態のGTIN(集合包装用商品コード)を変更する運用がある」ことを踏まえ、リニューアル商品に関して、メーカー・卸店双方にて、どのように運用するかを確認しておく必要があります。</p>
<p>2) 販促商品の場合</p> <p>メーカー・卸店間で販促商品の投入に関して、</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>①通常商品と切り替えて流し込み(ある出荷時点から順次切り替え)で行うのか ②通常商品と併売で出荷日時を決めて行うのか</p></div> <p>を少なくとも初回受注前までに確認します。</p> <p>①の場合は、メーカー・卸店間の事前確認の後、ある時点(順次出荷切り替え開始時点)で、卸店からの通常商品発注に対し、メーカーは、販促商品に切り替えて出荷することになります。事前確認ではこの切り替え開始時点の連絡方法が確認すべき重要事項です。</p>
<p>3) 新商品の場合</p> <p>メーカー・卸店間で新商品の発売に関して、</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>①単品GTIN ②パックGTIN(包装形態の存在の有無。1パック内の総バラ入数) ③ケースGTIN(1ケース内の総バラ入数) ④梱GTIN(包装形態の存在の有無。1梱内の総バラ入数)</p></div> <p>の連絡方法を確認します。</p> <p>また、発注単位、出荷単位も確認します。</p>

#### 4) 終売商品の場合

メーカー・卸店間で商品の終売に関して、

- ①メーカー在庫終了時点で自然終売とするのか
- ②卸店発注(メーカー受注)終了日を決めて終売とするのか

の連絡方法を確認します。

一度商品に付番したGTINは、メーカーが終売とした日付から最低48か月(4年)間経過するまで、別の商品に付番できません。

#### (4) ツールの活用

GTIN-EDIを開始するには、双方の商品マスタのGTIN情報を整備するために、Excelファイルを使います。『1. (1) 卸店からメーカーへの商品マスタ提示』、『1. (2) メーカーのGTIN情報付加』を参照)

また、運用を開始してから、新商品・リニューアル商品・販促商品等の新しいGTIN情報をメーカーから卸店へ連絡する必要があります。これには、『5. (1) 本番開始後のマスタ維持方法の確認』にて示した方法もありますが、業界の商品情報データベースサービスを利用できる可能性もあります。

業界の商品情報データベースサービスを利用すると、

- |                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1) 確認する項目の定義について、共通認識を持ちやすい</li><li>2) メーカーが格納したデータを卸店は、CSVデータとしてダウンロードできる</li><li>3) 必要であれば、当該商品の商品リストを共通フォーマットのExcelファイルに出力できる</li></ol> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

といった効果が期待できます。

一方、PB商品・ルート限定商品は、運用上の工夫が必要です。

## 6. Q&A

### (1)「受発注」関連

Q. 1 バンド掛け・半裁品の発注時にセットするGTINは？
A. メーカーの指定する発注単位が「バンド掛け・半裁品」の場合、梱GTINをセットします。「バンド掛け・半裁品」の荷姿がなく、「ケース」が発注単位の場合、ケースGTINをセットします。
Q. 2 販促商品の発注時にセットするGTINは？
A. 原則として、販促商品を表すGTINをセットします。(『2. (2)GTINだけで商品を識別できない場合』も参照)

### (2)「出荷案内」関連

Q. 1 販促商品終了により通常商品を出荷する場合にセットするGTINは？
A. 原則として、通常商品を表すGTINをセットします。ただし、終了時の対応は、事前にメーカー・卸店双方の合意が前提です。(『2. (4)受発注と出荷案内でGTINが異なる場合』も参照)

### (3)「販売実績」関連

Q. 1 小売業に出荷した荷姿のGTINをセットしなければなりませんか？
A. 原則として、卸店が小売業に出荷した荷姿のGTINをセットします。したがって、小売業から受注した荷姿とは異なる場合もあります。 ただし、メーカー・卸店双方で確認できている場合、メーカーのデータ用途に応じて、セットする荷姿を変更してもかまいません。

### (4)「販売促進金」関連

Q. 1 協賛金にもGTINを適用しますか？
A. 協賛金等、商品に紐付かないものも必要に応じてGTINを付番し、そのGTINをセットします。

### (5)「商品コード」関連

Q. 1 集合包装用商品コードとケース販売用JANコードの2つのコードが付番されている場合、どちらをGTINとして使用すればよいですか？
A. そもそも、1物2コードは、誤りです。 GTINのアロケーションルールでは、集合包装自体も1つの商品として販売する場合(ケース販売)、集合包装用商品コードを使用しません。この場合のGTINは、ケース販売用JANコードの先頭に0(ゼロ)を付けて14桁として使用します。(ケース販売用JANコード(13桁)、そのものもGTINですが、本ガイドラインではEDI利用を前提としているため、GTINを14桁で表現しています) また、印字するITFシンボルは、このケース販売用JANコードの先頭に0(ゼロ)を付けて14桁にしたGTINです。必然的に「単品不一致型GTIN」になります。

(6)「GTIN初期セット・案内」関連

Q. 1 なにをもって消費者購入単位とするかの基準はありますか？
A. メーカーが小売業店頭における販売形態を想定し決定します。 パック(中装)やケース(外装)の店頭販売を想定する場合、POSレジのスキヤンのためにそれぞれのJANシンボルを印字しなければなりません。メーカーは、自ら設定した消費者購入単位について、流通各層に周知する必要があります。
Q. 2 ギフト品の中身について、商品情報として授受する必要がありますか？
A. ギフト品は、それ自体が単品(個装)です。 したがって、メーカー・卸店間にてGTINの商品情報を授受する際にその中身の情報を含む必要はありません。ただし、GTIN-EDIを実施する上では必要ないということであり、必要に応じて、その中身の商品情報もメーカーから卸店に案内してください。

(7)その他

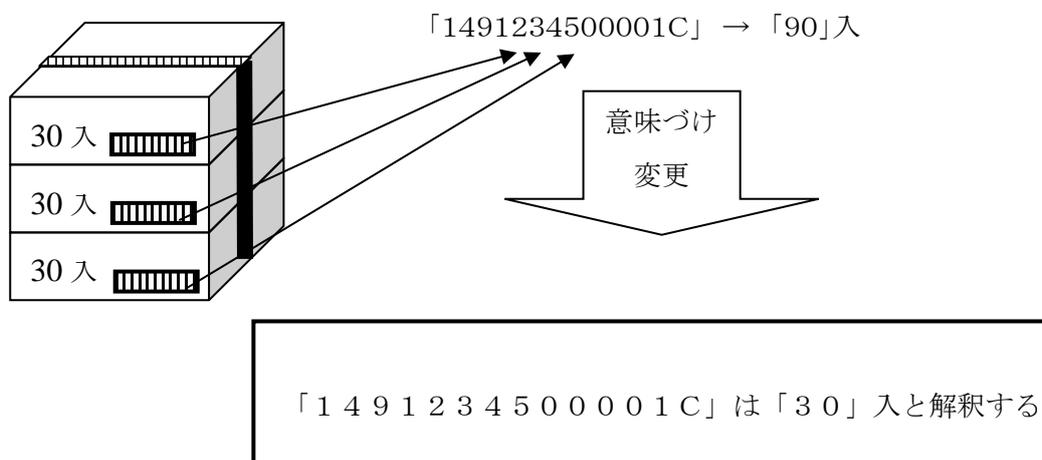
Q. 1 GTIN付番が難しい商品はどのように対応したらよいですか？
A. GTINを付番することが困難な商品は、各社の判断にてGTIN-EDIの対象外としてもかまいません。(『2. (1)GTINの付番されていない商品の場合』も参照)
Q. 2 製品以外の空容器やカートンもGTINを付番すべきですか？
A. GTIN-EDIにて空容器やカートンの情報もデータ交換する場合、GTINを付番します。
Q. 3 プライベート商品コード(SDPコードも含む)によるEDIはなくなりますか？
A. GTINの運用が普及すればなくなります。早期にGTIN-EDIを実現することにより、効率化にもつながります。
Q. 4 イベント品・レギュラー品やアルミ缶・スチール缶のように、同一JANコードを付番している商品の集合包装用商品コードの付番方法はどのようにしたらよいですか？
A. 同一地域、同一期間で併売であり、メーカーとして受発注などにおいて別商品と識別する必要がある場合、区別して付番します。(『2. (2)GTINだけで商品を識別できない場合』も参照)

## 【別紙1】 バンド掛け・半裁品の意味づけ変更について

### 1. 意味づけ変更とは

(例) 30入り×3合せ

※バンド掛け商品の集合包装用商品コード(1491234500001C)から90入としている場合



### 2. バンド掛け全体や半裁品前の荷姿を表す集合包装用商品コード(梱GTIN)を新設する理由

(例)集合包装用商品コードで出荷案内を実施の場合

意味づけ変更前の出荷案内データ

1491234500001C 10ケース → 90入 総バラ入数=900



意味づけ変更後(このコードを30入と解釈することに変更)の出荷案内データ

1491234500001C 10ケース → 30入 総バラ入数=300



意味づけ変更後もこのコードでデータ交換すると、卸店側買掛金は過小計上になります。

したがって、新たに「90」入を表す梱GTINを新設して出荷案内を行う必要があります。

2491234500001C(「90」入として新設) 10ケース → 90入 総バラ入数=900