

# スポーツ用品業界 オープン情報ネットワーク標準マニュアル

平成11年4月

(社)日本スポーツ用品工業協会  
東京スポーツ用品工業協同組合  
関西スポーツ用品工業協同組合  
(社)日本ゴルフ用品協会  
大阪スポーツ用品卸商業組合  
東京スポーツ用品卸商協同組合  
名古屋スポーツ用品卸商協同組合  
全日本運動用具小売商組合連合会  
日本スポーツ用品輸入協会

(財)流通システム開発センター流通コードセンター

## はじめに

このマニュアルは、通産省流通近代化施策の一環としてとりまとめたものです。

今日、消費財をはじめとするあらゆる業界で、多品種・小ロット・短サイクルの生産・流通、いわゆる“クイック・レスポンス(QR)”型の供給システムが指向されています。これは、顧客指向、ユーザー指向を徹底して最終ユーザーのニーズに合った商品をタイムリーに供給し、生産・流通のムダを少なくしようというものです。そのために不可欠なものが情報システム化及びその標準化です。スポーツ用品業界も例外ではありません。もともと多品種・小ロットの傾向が強い業界ですが、生産情報システムや流通情報システムを駆使して、末端の消費者情報を収集し、必要な物を、必要な量だけタイムリーに供給しようとの試みが、各企業レベルでなされています。

元来、情報システムは個別企業の戦略性が強いものですが、業界全体で効率の良いシステム化を図るためには、取引情報システムを円滑に進めるための標準化が必要です。具体的には、伝票、コード、フォーマット、オンライン手順など、ビジネスプロトコルの標準化です。このマニュアルは、通産省の委託により昭和 59 年に業種別流通近代化施策の一環として研究して以来、スポーツ用品業界で検討されてきた標準ビジネスプロトコルを集大成し、解説したものです。

平成元年 10 月に発行された初版、その後 S 研(スポーツ用品情報システム研究会)で研究された成果(平成 3 年 11 月、第 2 版・平成 7 年 3 月、第 3 版)に更に追加したのが本マニュアル(第 4 版)です。業界関係企業にとって、本マニュアルが情報システム化を進めていく上で指針になれば幸甚です。

平成 11 年 4 月

(財)流通システム開発センター 流通コードセンター

# 第1章 標準化研究の経緯

## 1. 通産省が流通近代化構想を策定

スポーツ用品業界で情報システムの推進が業界レベルで話題になったのは、昭和59年度の流通近代化構想策定（通産省委託事業）以降のことです。この年、スポーツ用品流通近代化推進協議会（章末名簿参照）が業界の流通情報システム化推進と、そのためのビジネスプロトコル標準化を骨子とした答申を、通産省に提出しました。

報告書とりまとめに当たった（財）流通システム開発センターでは、業界の要請に基づいて、昭和60年7月に（社）日本スポーツ用品工業協会で、同年9月に東京スポーツ用品卸商協同組合で報告会を行い、なぜ業界標準の情報システム推進が必要かを訴えました。

そのポイントは、以下の報告抜粋に見ることができます。

スポーツ用品業界の当面する課題とは、需要拡大、需給のアンバランス、流通機構の活性化、商品政策、価格政策である。これらの課題に共通の解決策は、流通の末端において発生する消費者情報を迅速、正確、詳細に把握するマーケティング活動の強化と、収集した情報を伝える情報流通システム化を業界レベルで推進することにある。

すなわち、小売店の店頭における単品レベルでの商品情報の収集と、これを正確に早く、卸・メーカーに伝えるシステム作りである。マーケティングと情報流通を含む概念を「流通情報システム」と仮に定義すれば、この流通情報システム化を推進するための基盤整備（商品コードや伝票の統一等）が重要かつ急務のテーマと言える。

## 2. JASPOでJANコード採用を決定

流通近代化構想を受けた形で、メーカー団体である（社）日本スポーツ用品工業協会（略称・JASPO）に昭和61年3月、情報化対策研究委員会（章末名簿参照）が発足、商品コード体系の統一とソースマーキングについて検討を開始しました。

そして、同年9月 JAN コードの採用とソースマーキングを骨子とする「業界情報化推進基盤整備事項」を同協会理事会に報告、了承されました。その後、スポーツ用品メーカーでは、ウェアのブランドタグや包装ケースに JAN バーコードのソースマーキングを実施しています。

## 3. S研で継続研究

S研は「スポーツ用品情報システム研究会」の略称で、「スポーツ用品業界における情報システム化の基盤となるビジネスプロトコル等の調査・研究及びその成果の普及・啓蒙活動を行い、業界の情報化の促進に寄与する」ことを目的に、昭和62年に発足しました。（章末名簿参照）

## S 研 調 査 研 究 及 び 普 及 活 動 経 緯

昭和62年度	J I C F S 商品分類第1号案研究
昭和63年度	統一伝票案作成 商品マスター情報連絡フォーマット案作成
平成 2年度	データ交換フォーマット標準化案作成 業界カラーコード統一化研究 J A Nタグ取付位置のガイドライン案作成
平成 3年度	E D Iの研究 J I C F S 商品分類第2号案作成 東京・名古屋・大阪にて標準化説明会開催
平成 4年度	J A Nコードアンケート調査 統一伝票利用状況調査 物流システムでのJ A Nコード利用調査
平成 5年度	サイズコード標準化の研究 標準様式請求書案の作成
平成 6年度	J I C F S 商品分類第3号案作成 共通取引先コードの研究 統一伝票・標準様式請求書普及パンフレット作成
平成 7年度	札幌・仙台・東京・名古屋・大阪・福岡にて標準化 説明会開催 J A N実態調査 危機管理（データ管理）の研究 企業コードの研究 スポーツQ R S、E D Iの研究
平成 8年度	企業コードの標準化 商品マスター提供システムの研究 E D I（オープン技術）の研究
平成 9年度	通商産業省、全国中小企業団体中央会より助成 「オープン情報ネットワーク調査・研究開発事業」 スポーツ用品業界オープン情報ネットワーク調査 研究報告書発表
平成10年度	P Cデータ交換フォーマットの研究 業界ネットワークの研究 三層のネットワーク運用研究

以上の標準化研究の成果は、現在までにスポーツ業界の標準化推進団体の承認を得てスポーツ用品業界のビジネスプロトコルとして本マニュアルに取りまとめ、鋭意推進しているところです。

図表 1 - 1 スポーツ用品流通情報システムの標準化経緯

年度	プロジェクト名称	主な成果	実施団体
昭和 58	<業種別流通近代化推進事業> 流通構造調査	スキー、テニス、ゴルフ用品を中心に、流通実態を調査し、流通近代化のための課題と基盤整備を提言	通商産業省、 (財)流通システム開発センター (社)日本スポーツ用品工業協会 (昭和61年9月:理事会承認)
59	<業種別流通近代化推進事業> 流通近代化構想策定	業界の流通情報システム化のモデルを提示し、これを推進するための共通商品コード統一伝票など、基盤整備の必要性を確認	
61	情報化対策研究委員会	59年度の答申を受けて、JANコードの採用とソースマーキングの実施を決定	
62	スポーツ用品情報システム研究会 発足 (略称:S研・10社)		
平成 元	スポーツ用品情報システム研究会 (12社)	流通情報システム標準マニュアル(初版発行)  ・スポーツ用品 JICFS 商品分類(案) ・統一伝票 ・商品マスター情報連絡フォーマット(案)	
3	スポーツ用品情報システム研究会 (21社)	流通情報システム標準マニュアル(第2版発行)  ・スポーツ用品 JICFS 商品分類改定(案) ・データ交換フォーマット標準化(案) ・商品マスターデータ ・納品データ ・支払データ ・受発注データ ・請求データ ・JAN タグ取付位置のガイドライン(案)	
7	スポーツ用品情報システム研究会 (24社)	流通情報システム標準マニュアル(第3版発行)  ・標準様式請求書ガイドライン ・スポーツ用品 JICFS 商品分類改定(案)	
8	スポーツ用品情報システム研究会 (26社)	・企業コードの標準化(案) ・商品マスター提供システム標準化(案)	
9	スポーツ用品情報システム研究会 (30社)	スポーツ用品業界 オープン情報ネットワーク調査研究報告書	
10	スポーツ用品情報システム研究会 (28社)	オープン情報ネットワーク標準マニュアル (第4版発行) (平成11年4月)  ・データ交換フォーマット(オープン仕様)標準化(案) ・スポーツ用品 JICFS 商品分類改定(案) ・オープン情報ネットワーク標準化(案) ・オープン情報システムに関するアンケート実施	
			通商産業省、 全国中小企業団体中央会 全国運動用品商工団体連合会  通商産業省、 (財)流通システム開発センター 全国運動用品商工団体連合会

通 産 省 委 託 事 業 ( 5 9 年 度 )

## スポーツ用品流通近代化推進協議会

( 順 不 同 。 社 名 、 肩 書 は 当 時 )

委 員 長	片 岡 一 郎	慶 応 義 塾 大 学 大 学 院 経 営 管 理 研 究 科 教 授
委 員	国 田 佳 資	日 本 楽 器 製 造 ( 株 ) 取 締 役 ・ ス ポ ー ツ 用 品 事 業 部 長
	山 中 幸 博	プ リ チ ス ト ン ス ポ ー ツ ( 株 ) 取 締 役 社 長
	安 宅 勇	( 株 ) 日 本 ダ ン ロ ッ プ 常 務 取 締 役 ・ ス ポ ー ツ 用 品 事 業 部 長
	大 坂 文 男	丸 紅 ニ チ レ イ ( 株 ) 取 締 役 社 長
	徳 永 恒 男	ゼ ッ ト ( 株 ) 常 務 取 締 役 ・ 東 京 支 店 長
	小 西 努	( 株 ) ベ ス ト ワ ン 代 表 取 締 役
	竹 波 修 一	全 日 本 運 動 用 具 小 売 商 組 合 連 合 会 理 事 長 ( タ ケ ナ ミ ス ポ ー ツ 代 表 取 締 役 社 長 )

< 事 務 局 > ( 財 ) 流 通 シ ス テ ム 開 発 セ ン タ ー

## スポーツ用品流通近代化ワーキング委員会

浪 川 寿 夫	美 津 濃 ( 株 ) 総 合 企 画 室 主 査
近 藤 達 明	( 株 ) ア シ ッ ク ス 取 締 役 ・ 経 営 企 画 室 長
吉 井 清	( 株 ) デ サ ン ト 管 理 本 部 課 長
松 下 卓 雄	( 株 ) ダ ン ロ ッ プ ス ポ ー ツ 東 京 営 業 部 次 長
小 林 清 志	佐 々 木 ( 株 ) 常 務 取 締 役 ・ 管 理 本 部 長
米 谷 和 夫	カ ジ マ ヤ ス ポ ー ツ ( 株 ) 常 務 取 締 役
繁 松 昇	( 株 ) ミ ナ ミ ス ポ ー ツ 経 営 管 理 室 部 長
吉 沢 美 知 代	( 株 ) ヴ ィ ク ト リ ア コ ン プ ュ ー タ 室 長
佐 々 木 省 三	( 株 ) マ ッ ダ ゴ ル フ 取 締 役 ・ 総 務 部 長
菊 池 慎 二	日 本 百 貨 店 協 会 総 務 課 長
川 又 輝 長	( 社 ) 日 本 ス ポ ー ツ 用 品 工 業 協 会 専 務 理 事
大 塚 昌 宏	( 社 ) 日 本 ゴ ル フ 用 品 協 会 専 務 理 事

< 事 務 局 > ( 財 ) 流 通 シ ス テ ム 開 発 セ ン タ ー

(社)日本スポーツ用品工業協会(61年度)

## 情報化対策研究委員会

(順不同。社名、肩書は当時)

浅野 恭 右	(財)流通システム開発センター 理事・情報システム部長
寺西 光 治	(株)アシックス 副社長
近藤 達 明	" 取締役・経営企画室長
木村 明	小川テント(株) 第二営業本部長
小川 隆	(株)小川長春館 企画開発室長
宮窪 延 侑	(株)ゴールドウイン システム部長
中野 泰	ゼット(株) 総合企画室長
湧田 来 蔵	(株) デサント 第一事業本部営業企画部部長代行
浜本 博	" 総務本部管理部情報システム課長
竹村 莊 三	奈良スポーツ(株) 電算課(課長職)
藤森 将 一	美津濃(株) 電算室次長
浪川 寿 夫	" 総合企画室主査
今西 政 広	山本光学(株) スワングスポーツ部営業課長代理
碓井 龍三郎	" 経理部
川又 輝 長	(社)日本スポーツ用品工業協会 専務理事

# スポーツ用品情報システム研究会（S研）

（順不同。平成11年4月現在）

会 長	森井 潔	(株)アシックス 情報システム部 部長
副 会 長	塩入 薫	ヨネックス(株) 総務部電算課 課長
"	竹村 幸二	(株)エスエスケイ 情報システム部 部長
"	原田 由信	(株)ビーアンドディー 情報システム部 部長
会 計	宇治田幸俊	(株)ダイオス 情報システム室 部長
会計監査	吉井 清	(株)デサント マネージメントサポート本部 情報システム部 部長
	内藤 利一	ヒットユニオン(株) 取締役システム管理部 部長
	蓋 孝	ミズノ(株) 情報システム部 部長
	佐藤 融	マルマンゴルフ(株) 情報システム部 課長
	村上 松仁	(株)ゴールドウイン 総合企画室システム企画 担当課長
	下野 和昭	(株)フェニックス システム部 課長
	森田 浩彰	(株)ナイキジャパン ファンクションITマネージャー
	山本 和広	(株)モルテン 情報システム部 課長
	池谷 幸靖	レワード(株) 管理部 課長
	岡 秀夫	ヒロウン(株) 情報システム部 次長
	小林竜太郎	ミヤコスポーツ(株) 大阪営業所 係長
	森重 孝志	ヤパネスポーツ(株) 情報システム室 課長代理
	小牧 義典	(株)イモト コンピュータ室長
	阿部 正敏	(株)ベストワン 管理本部情報システム 担当課長
	瀬山 正	ゼット(株) システム部 部長
	鈴木 稔	(株)ザナックス システム管理部情報システム課 課長
	藤井 国雄	ベンゼネラル(株) 総務本部情報システム室 課長
	香月 正行	(株)コイド 商品部 部長
	船見 春夫	(株)ミナミ 情報システム部 課長
	平林 幸男	(株)スポーツ館ミツハシ 営業部営業促進室 室長代理
	柴原 章吾	(株)エスアールシー秀山荘 企画管理室 マネージャー
	林 洋一	コズモ(株) 管理部 経理システム課 課長
	吉田 真	(株)パラマウントスポーツ 営業本部情報管理
特別顧問	水野 勝弘	ミズノ(株) 情報システム部 専任部長
	小林 清志	(株)エスエスケイ 専務取締役
"	宮窪 延侑	(株)ゴールドウインロジテム 代表取締役社長
特別会員	宮地 弘孝	(社)日本スポーツ用品工業協会 専務理事
"	木村宗三郎	大阪スポーツ用品卸商業組合 専務理事
顧 問	小野 耕三	(財)流通システム開発センター 常務理事
"	中川 浩徳	" 流通コードセンター研究開発部 次長
事 務 局	朝井 幸洋	(株)オーシーシー情報センター 常務取締役
"	真鍋 斉	" 業務課 課長

## 第2章 共通商品コード（JANコード）

### 1. 共通商品コードの意義としくみ

スポーツ用品業界では昭和61年9月、(社)日本スポーツ用品工業協会において、POSシステムやオンライン受発注システムに使用する際の業界統一商品コードとしてJAN(Japanese Article Number)コードを採用することを決定しました。

本章では、このJANコードの仕組みとその利用の仕方を中心に解説します。

#### (1) JANコードとは

JAN(Japanese Article Number)コードは、わが国の共通商品コードとして流通情報システムの重要な基盤となっています。

JANコードはバーコードとして商品などに表示され、POSシステムをはじめ、受発注システム、棚卸、在庫管理システムなどに利用されています。

さらに公共料金等の支払システムへの利用など利用分野の拡大がみられます。

JANコードは、アメリカ、カナダにおけるUPCコード(Universal Product Code)及びヨーロッパ、アジア、オセアニアなどにおけるEANコード(European Article Number)と互換性のある国際的な共通商品コードです(ただし、米国、カナダに商品を輸出する場合は、UPCコードを表示しなければなりません)。

コード体系は、標準タイプ(13桁)と短縮タイプ(8桁)の2つあります。どちらも、最初の2桁が国コードで日本の場合「49」及び「45」、次の5桁(短縮は4桁)が商品メーカーコード、次の5桁(短縮は1桁)が商品アイテムコードを表わします。最後の1桁はチェックデジットと呼ばれる誤読防止のための桁です。

図表2-1 JANシンボル



#### JANコードの現状

JAN商品メーカーコード登録コード数

標準コード 99,974 コード

短縮コード 8,442 コード (1998年12月末現在)

文化用品、耐久消費財、身の回り品などの一部に、まだソースマーキング率の低い分野がありますが、業界をあげてJANコード導入を研究、推進していこうとする積極的な業界もあります(DIY用品、仏具、パソコンソフトなど)。

特に、繊維業界ではQR(Quick Response)の仕組みが推進されており、使用される商品コードは、JANコードが前提とされています。

#### 登録利用分野の拡大

- ・ これまでソースマーキングの主な対象であった消費財にとどまらず、生産財への利用も増えています。
- ・ コンビニエンスストアにおける公共料金支払システムにおいては、料金支払帳票にJANコードを表示し、これにより、料金請求(帳票発行)企業や地方自治体が特定されます。現在では、公共料金(電気、ガス、水道、電話など)に加え、通信販売代金、クレジット利用代金、保険料、塾の授業料の支払いなど、利用が拡大しています。

このため、商品メーカーコードの登録主体も、製造業、流通業のほかに自治体、公共機関(市町村、水道局)、クレジット・通販、サービス業など多岐に広がっています。

- ・ JANコードは、商品メーカーにおける出荷管理、卸売業における入出荷管理、在庫管理、小売業における入荷検品など物流システムの分野でも利用されています。

特に、小売業においては補充発注の際に棚札のJANコードを読み取ることで商品を正確に把握し、効率的に補充発注の作業が行われます。

- ・ JANコードは受発注データ交換や商品マスター情報交換、あるいはリテール・サポート・プログラムの1つである棚割管理情報交換などにおける重要かつ共通の商品コードとしても利用されています。今後、これらの情報がEDIにより交換されることにより、ますますその役割は重要性を増していくものとみられます。
- ・ JANコードをその構成要素としてコードの中に組み込んでいる集合包装用のバーコードであるITFの普及にも大きく貢献しています。

図表2-2 JAN商品メーカーコード登録企業数の推移

(各年3月末現在)

年	累計登録企業数	年	累計登録企業数
1979年	27	1989年	38,551
80年	53	90年	44,723
81年	86	91年	50,576
82年	217	92年	66,345
83年	1,744	93年	68,854
84年	5,231	94年	72,623
85年	11,016	95年	77,742
86年	19,250	96年	83,474
87年	26,440	97年	89,104
88年	32,537	98年	92,677

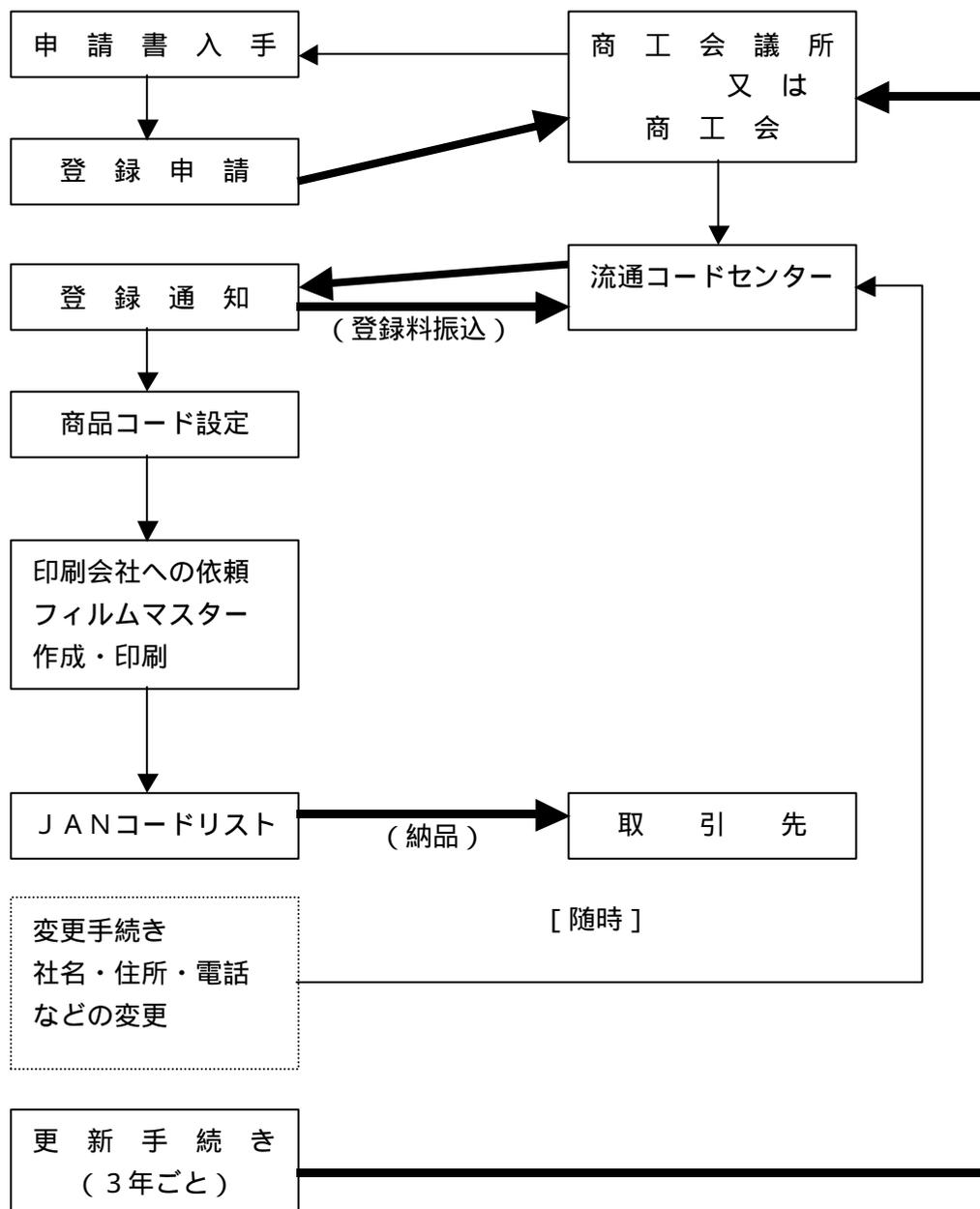
1992年3月末分より、書籍・雑誌コード用10,000件分を含む。

(3) JANメーカーコードの申請・取得の手続き

わが国では、商品メーカーコードの管理は財団法人流通システム開発センター・流通コードセンターが行っています。JANコードを使用するには商品メーカーコードの割当てを受ける必要があります。登録申請は、最寄りの商工会議所または商工会の窓口へ、申請書に必要事項を記入、捺印（社印、担当者印）し、提出します。

図表2-3 商品メーカーコード

～申請から印刷・更新まで～



(注) 数字は、手順を示す。

(4) JANコードの制定と経緯

図表2-4 JANコードの制定と普及の経緯

年	主な動き
1974年	通産省からの委託を受け、POSシステムの研究を開始。 主に食品、雑貨を対象とするPOSシステムにおける共通商品コード・シンボルとして米国のUPC、欧州のEANに準拠したシンボルを採用する方向となる。 米国では食品・雑貨を中心に採用されたUPCコード12桁を制定。
77年	共通商品コードの国際管理機関EANが国コード(2桁)を含めたEANコード13桁を制定。
78年	4月、「共通商品コード用バーコードシンボル」としてJIS(日本工業規格)化(JISX0501)。 (財)流通システム開発センター内に設けられた「流通コードセンター」が共通商品コードの国際機関であるEANに加盟し、国コード“49”を取得。 12月、流通コードセンターで「商品メーカーコード」の登録受付を開始。
82年	食品・雑貨のソースマーキング率が約10%となる。 その後、JAN型POSの導入が本格化。
86年	食品・雑貨のソースマーキング率が約90%となる。
91年	「商品メーカーコード」の登録企業が5万社を越す。
92年	11月、追加の国コード“45”をEANから取得。
95年	5月、国コード“45”による付番開始。
2001年	JAN商品メーカーコード9桁化付番開始予定。

注) 参照：第2章5.2001年 商品メーカーコード9桁化導入について

## 2. 商品アイテムコードの運用基準

### (1) 商品アイテムコードの設定基準

JANコードの商品アイテムコードは単品のレベルで設定します。

単品とは、商品进行分类できるところまで細分化した分類単位を指します。スポーツウェアやシューズであれば、色/サイズ毎のレベルであり、ラケットやバットでは、握りの太さの違いも表現することが原則となります。また、単品を組合せてセット商品として販売する場合も、別のアイテムコードを付番します。

スポーツ用品を想定したアイテムコード設定基準は以下の通りです。

商品アイテムコードの設定に当たっては、次の項目のいずれかに該当するときは、別のアイテムコードを設定することが原則となっています。

ブランド名が異なる場合

商品名が異なる場合

価格（標準小売価格）が異なる場合

素材（原材料）が異なる場合

サイズが異なる場合（スポーツウェア：S、M、L、LLなど

ゴルフクラブ：425、430、435インチなど）

容量が異なる場合

固さが異なる場合（ゴルフクラブ：S、R、SRなど）

包装形態が異なる場合（缶入り、袋入り）

色が異なる場合

柄（デザイン）が異なる場合

味が異なる場合

香りが異なる場合

販売単価が異なる場合（ゴルフボール：ダース、3P、個など）

セット（組み合わせ）商品で価格または組み合わせが異なる場合

（ゴルフクラブ：ウッド3本セット、アイアン8本セット、ハーフセット、フルセットなど）

### (2) 商品アイテムコード付番の方法

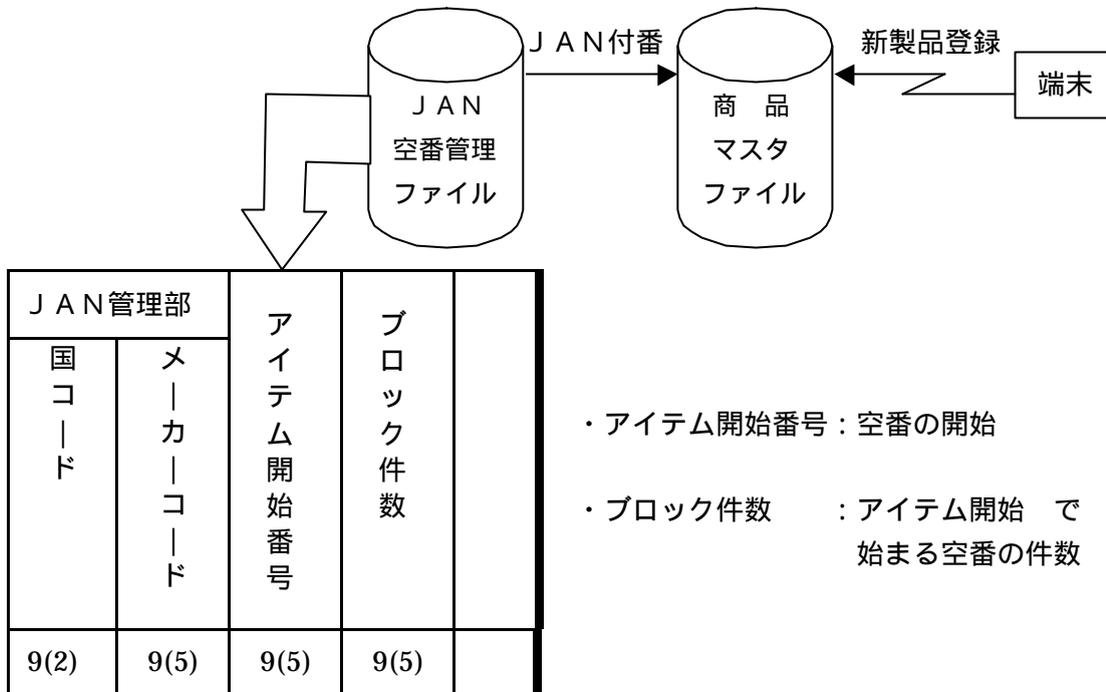
スポーツ用品メーカーは一般に取扱いアイテム数が多く、商品サイクルも早いので商品アイテムコードはシーケンシャル（連続的）に付番するのが、最も効果的です。つまり、5桁の範囲で最大限に利用できる10万アイテムの付番が可能です。

商品アイテムコードの新規設定については、商品マスターに新商品を登録するタイミングで、JANコード管理マスターから自動付番する、といった方法が採用されています。

注)2001年にJAN商品メーカーコード9桁化がスタートすると3桁の範囲で最大限に利用できるのは1,000アイテムとなります。アイテム数が、500

を超える企業は、9桁のJAN商品メーカーコードの複数割当てを受けることができます。

図表2-5 JANコード付番管理システム例



こうして設定した商品アイテムコードは、その商品名や規格などを流通コードセンターのJICFSへ登録するとともに、各社においても管理してください。なお、新商品を製造、発売される時も同様です。

### (3) メンテナンスの基準

#### 商品アイテムコードの再利用

一度付番（ソースマーキング）した商品アイテムコードはメーカー（発売元）が出荷停止後最低4年位は他の商品に再利用しないようにして下さい。ただし、キャンペーン商品は出荷停止後1カ年間とします。

この際、注意すべき点は、小売店や卸売店における流通在庫がなくなったことを推定した上で再利用することが望まれます。

#### メンテナンス（追加、変更）における新規コードと既存コードの使い方

商品アイテムコードの初期設定における商品アイテムコードの設定基準は前述の通りですが、既存商品におけるアイテムの追加や切換えなどメンテナンス時の設定基準は次の通りです。

商品アイテムの追加に関しては初期設定と同様すべて新規コードの設定を、また、既存アイテムの切換えはその変更内容によって新規コードを設定するか、既存コードを使用するかが異なってきます。

### 3. 共通商品コードの利用に当たって

#### (1) “商品識別コード”という性質を十分認識する。

スポーツ用品業界でJANコードを広く活用していくためには、その基本的な性質を知っておく必要があります。

それは「商品（単品）を単に識別するためのコード」ということです。

商品コードには大きく分けて、「分類コード」と「識別コード」があります。

普通、各企業内で使われている商品コードは、部門（または事業部）、ブランド、シーズン、品番、色、サイズなどの分類コードを組み合わせ、人間が見てもどのような商品か、ある程度判別がつくようになっています。そのため、コードの桁数や文字種（数字、英文字など）は企業によってまちまちです。

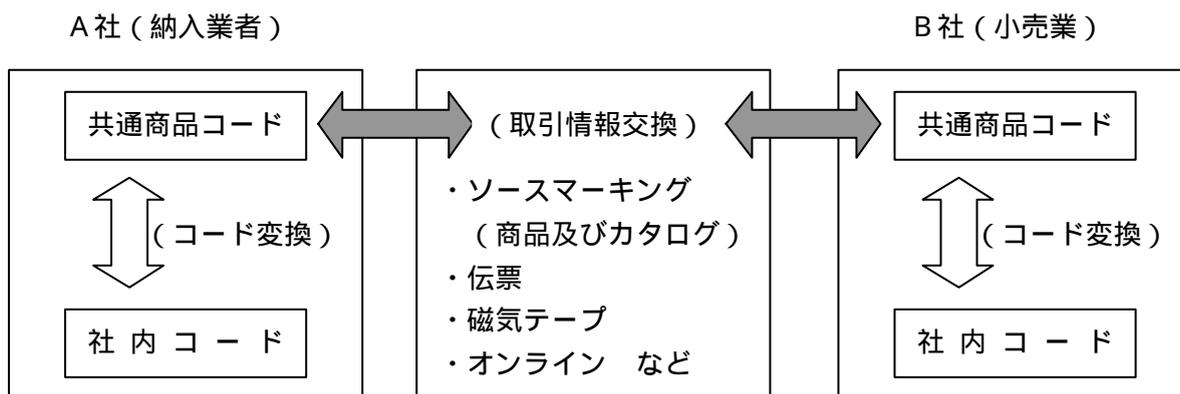
一方、JANコードは、企業、業界、国を越えた共通商品コードという性格上、単に単品レベルで単純に識別するという機能に限定しています。つまり、世界中の商品に13桁で背番号をつけたコード、と思えば良いでしょう。

あるいは、企業間で商品情報を交換する際に使うコンピュータ用のデータ・アクセスコードと割り切ってしまうことです。

したがって、JANコードを社内で利用する場合、例えば、小売業がPOSシステムでJANシンボルを読みとって、社内管理資料を出力したり、あるいは商品メーカーや卸売業が得意先からJANコードで受注して、ピッキングリストを出力する場合などでは、必ず自社コードに変換して、人間が判別できるよう加工することが必要です。

共通商品コードと社内コードの関係は、下図の様にまとめることができます。

図表2 - 6 共通商品コードと社内コード



#### (2) JANコード情報の連絡方法

JANコードは商品メーカーで付番され、業界全体で利用します。したがって、個々のJANコードが、どのようなブランド、品番の何色、何サイズか標準価格はいくらか、商品分類は何に属するか、といった商品カタログ情報を、商品が卸、小売に流通する以前に、メーカーから卸、小売業へ連絡されていなければなりま

せん。

そのための連絡フォーマットが標準化されています（第6章参照）。このフォーマットは、磁気テープやオンラインを想定していますが、リストで連絡する場合もこのフォーマットに準拠した連絡票を使用します。

さらに、日々の取引に使用する統一伝票（第3章参照）や商品カタログ上にJANコードが表示されていると、得意先ではさまざまな利用が可能になります。

## 4 . J A N型 P O Sシステムのしくみ

P O S (Point of Sales = 販売時点情報管理)システムは、小売業のレジ段階で、販売情報を単品レベルで収集し、小売業の経営合理化をはじめ、業界全体に流通効率化をもたらすシステムです。

スーパーなどの食品・雑貨型 P O S はソースマーキングされた J A Nコードを読み取り、コンピュータ・ファイル上の価格を検索する P L U (プライス・ルック・アップ)型です。一方、現在のスポーツ用品、衣料品、履物などの衣料品型 P O S システムは、J A N 2 段値札を読み取って管理するタイプの P O S システムが主流です。値札上に商品コードとともに価格をバーコードで表示する衣料品型 P O S システムは、N o n - P L U 型と呼ばれています。

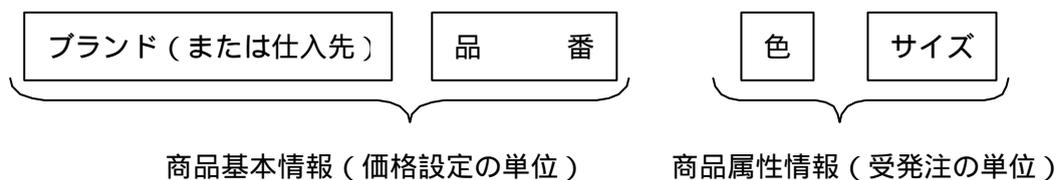
N o n - P L U 型 P O S システムの特徴は、価格検索のため P L U ファイルが不要で、お店でコード・メンテナンスの作業が発生しないことやマークダウンの管理面にあります。商品アイテム数が多く、商品の入れ替えが激しい衣料品、スポーツ用品、履物などの小売店では、自店に必要な管理情報を値札に表示して、値札を中心に商品情報を収集する方法が向いていると考えられてきました。

しかし、P O S システムが普及し、大型小売店はもとより中小規模の専門店でも容易に導入できるようにするためには、食品・雑貨等と同様にスポーツ用品においてもソースマーキングが普及し、P O S システムで利用し易くなるような環境を整備していくことが必要です。これは、小売業毎の多種・多様な P O S 値札付けを要請されている商品メーカーや卸売業にとっても同様です。値札付けの作業が軽減するだけでなく、共通商品コードによる受発注や P O S データ変換などのシステム化を促進することができるようになります。

ここでは、ソースマーキングされた J A Nコードとインストアコードを併用するスポーツ用品店の P O S システムのしくみの例を解説します。

### ( 1 ) P L U システムのしくみ ( 事例 )

J A Nコード ( 1 3 桁 ) は、色、サイズ別の単位で商品につけられた識別番号です。一方、スポーツ用品の小売業では、商品情報を次のような区分で管理するのが普通です。



通常、1つの品番に対して色×サイズの組み合わせは10～20種類あります。そこで、コンピュータシステムでは、品番情報を単品管理の最小単位として商品マスターファイルを構成し、色、サイズは別ファイル管理とする方式がとられます。

これは P O S システムにおいても同様で、価格検索の単位である P L U ファイル

は、品番レベルで構成されています。したがって、食品・雑貨型POSのようにJANコード（色・サイズ別）の単位でPLUファイルを作成しようとする、膨大な容量を必要とするばかりでなく、メンテナンス作業が極めて煩雑となります。

そこで、スポーツ用品店のPOSシステムでは図2-7のように、JANコードをいったん品番レベルのスタイルNo.に変換するのが基本です。POSシステムの処理の流れは次のようになります。

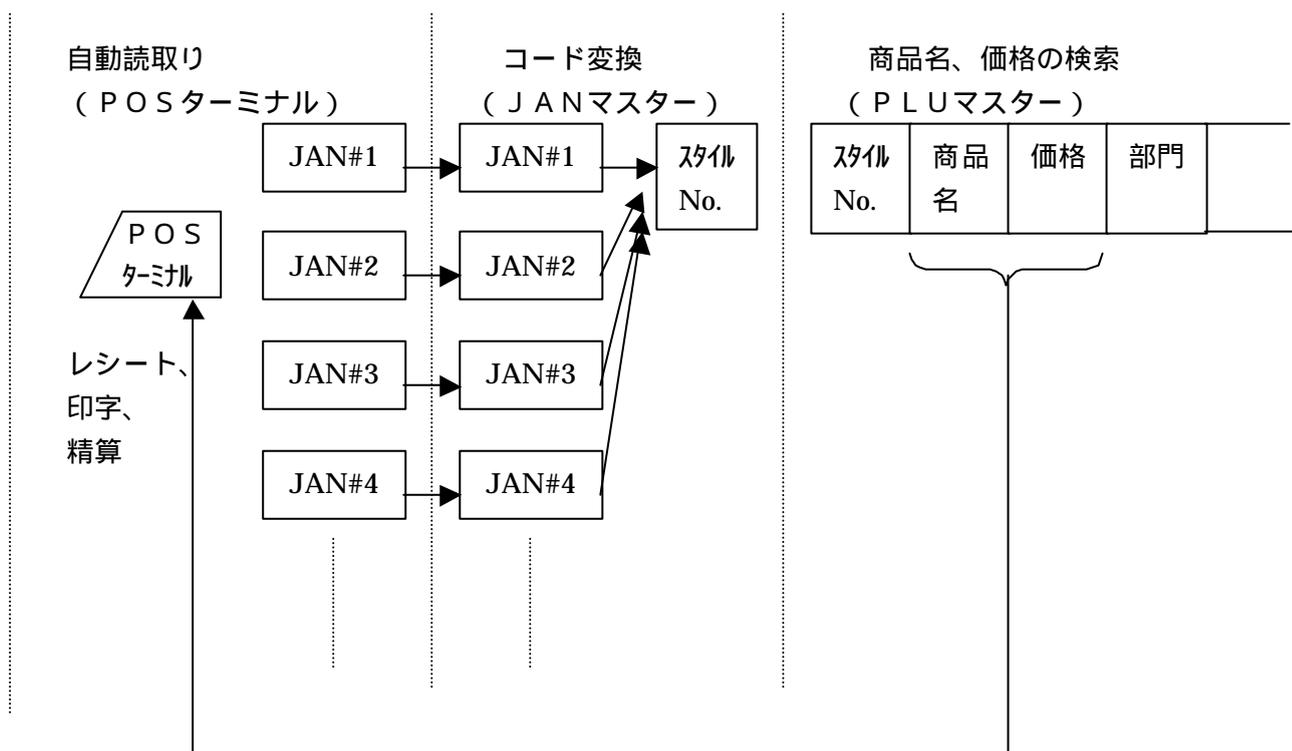
POSターミナルに接続したバーコードリーダーで、ソースマーキングまたはインスタマーキングされたJANコードを読み取ります。

色・サイズ別にソースマーキングされたJANコードは、POSターミナルまたはストアコントローラに内蔵された「JANマスター」で、品番コードレベルのスタイルNo.に変換します。

で変換した品番コードをキーに、「PLUマスター」で商品名及び価格を検索します。

で検索した商品名と価格をレシートに印字し、精算します。

図表2-7 衣料品POSシステムのPLUのしくみ（事例）



## (2) PLU型POSシステムのメリット

ソースマーキングされたJANコードによるPLU型のPOSシステムは、小売業、卸売業、メーカーにとって次のようなメリットがあります。

<小売業にとってのメリット>

単品コードの付番・管理という煩雑な作業から解放される。  
バーコードの値札の発行・取付の必要がなくなる。  
色・サイズ別の単品情報が収集できるので、柔軟なPOSデータの活用が可能になる。

<卸売業、メーカーにとってのメリット>

小売業毎のバーコード値札の取付け作業が軽減される。  
自社の物流管理等にも活用できる。  
POSデータのフィードバックと活用、オンライン受発注などの企業間システムの構築が容易になる。

スタイルNo. の設定と連絡方法

スポーツ用品のPLU型POSシステムは、メーカーで設定したスタイルNo. とJANコードを1対Nで対応させた商品マスター情報が、小売業へタイムリーに連絡されることによって初めて運用が可能となります。

メーカーからは第6章で紹介しているように次のようなフォーマットでJANコード情報が連絡されます。

スタイル No.	メーカー品番	品番情報（商品名、規格、標準小売価格など）
-------------	--------	-----------------------

スタイル No.	JAN			JAN			
	JANコード	色	サイズ	JANコード	色	サイズ	

一般的には、品番コードがスタイルNo. に相当する機能を持っていますが、文字種や桁数がメーカーによって異なること、同じ品番の中で標準小売価格が異なる場合があることから、統一フォーマットが品番コードとは別に設定されます。

小売業では、この商品マスター情報に基づいて、JANマスター及びPLUマスターを設定します。

なお、小売業のスタイルNo. の考え方（管理基準）がメーカーと異なる場合は、小売業が自社コードを設定することになります。

## 5. 2001年商品メーカーコード9桁化導入について

1999.3.15  
(財)流通システム開発センター  
流通コードセンター

### (1) 既に JAN メーカーコードを取得している企業の対応

#### JAN メーカーコード9桁化(国コード2桁含む)実施について

既に7桁(国コード2桁を含む)の商品メーカーコードを取得、利用している企業については、現在使用している7桁のメーカーコードが継続使用でき、アイテムコードの桁数の変更も必要ありません。

#### <現在の JAN コードの体系>

M <sub>1</sub>	M <sub>2</sub>	M <sub>3</sub>	M <sub>4</sub>	M <sub>5</sub>	M <sub>6</sub>	M <sub>7</sub>	I <sub>1</sub>	I <sub>2</sub>	I <sub>3</sub>	I <sub>4</sub>	I <sub>5</sub>	C/D
商品メーカーコード(7桁)							商品アイテムコード(5桁)					チェック
M <sub>1</sub> M <sub>2</sub> は国コードの「49」または「45」												デジット(1桁)

### (2) JAN メーカーコードの9桁化(国コード2桁含む)

#### <2001年1月から割り当てられる新規申請企業の JAN コードの体系>

M <sub>1</sub>	M <sub>2</sub>	M <sub>3</sub>	M <sub>4</sub>	M <sub>5</sub>	M <sub>6</sub>	M <sub>7</sub>	M <sub>8</sub>	M <sub>9</sub>	I <sub>1</sub>	I <sub>2</sub>	I <sub>3</sub>	C/D
商品メーカーコード(9桁)									商品アイテムコード(3桁)			チェックデジット
M <sub>1</sub> M <sub>2</sub> は国コードの「45」2桁を含む												(1桁)

実施時期 → 2001年1月

2001年(平成13年)1月より JAN メーカーコードの9桁化を実施します。

9桁メーカーコードの割り当て対象 → 2001年1月新規申請分より

2001年1月以降、新規に申請された方が対象となります。

9桁メーカーコードの割り当てエリア → 45600000以降

JANコードの先頭の3桁が「456～459」のエリアを9桁のメーカーコードの割り当て領域とします。

したがって、JANコードの先頭の3桁(国コード2桁+1桁)によって、7桁のメーカーコードか9桁のメーカーコードかを識別することができます。7桁のメーカーコードと9桁のメーカーコードが同一のエリアに混在することはありません。

9桁メーカーコードの割り当て方法 → 500 アイテムを越えた場合複数メーカーコードの割り当て

9桁のメーカーコードの割り当て方法では、アイテムコードが3桁になりますが申請時から3年間のアイテムコードの使用状況に応じて複数メーカーコード(500 アイテム以上の場合)を割り当てます。

登録時5万アイテム以上の場合 → 7桁メーカーコードを割り当てます

2001年1月以降であっても、登録時にアイテムコードが5万アイテムを越える場合については状況が確認できる資料の提出により、これまでと同じ7桁メーカーコードを割り当てることとします。

### (3) メーカーコード9桁化導入の背景

EANコード(わが国ではJANコード)を管理している国際EAN協会は、各国のコードセンターに対し、商品メーカーコードと商品アイテムコードの使い方について、2001年1月までにメーカーコードを9桁(国コード2桁を含む)に変更するよう勧告しています。

国際EAN協会がコード体系の見直し変更を決議した背景は

世界レベル(現在のEAN加盟国数は88カ国)に普及したEANコード(わが国はJANコード)を将来にわたり13桁で維持していくこと。

EANへの加盟国が増加の一途をたどることを背景に、限られたメーカーコードを有効に利用しなければならないこと

などが指摘されています。

これまで7桁の商品メーカーコードを割り当てられている企業は5桁の商品アイテムコードが利用できるため、最大10万アイテムまでのソースマーキングが可能です。当センターの調査によると実際のソースマーキングの実施状況は数十から数百アイテムに対して行っている企業が多いことが判明しました。

この状況を踏まえて、わが国も国際EAN協会の取り決めにしたがい、2001年1月からJANコードの割り当て方法を変更します。

なお、今後導入される9桁の商品メーカーコードの登録方法や運用ルールなど詳細事項については、具体的な内容が決定次第、逐次公表して参ります。

以上

**A1 初回用**

**商品メーカーコード登録申請書 (標準タイプ)**

各地商工会議所・商工会処理機関		日商・県連処理機関
受付番号	会館所名 商工会名	
受付日	担当者名	

下欄太枠内をペンまたはボールペンにより楷書でご記入下さい。

1. 会社名 (法人登記上の会社名または個人商店名をご記入下さい。記号化された番号は登録できませんので、省略するかカナになおしてご記入下さい。)

フリガナ  

名称	
----	--

2. 本社所在地 (法人登記上の所在地と現所在地が異なる場合は現所在地をご記入下さい。)

フリガナ  

〒	市区町村	区	市	町	番	号

3. 電話番号

フリガナ  

市	外	市	内	番	号

4. 年間 (最新の前年度における企業としての総売上額をご記入下さい。)

値 万円  

年	月	日

5. 業 態 (製造業は10.に○をおつけ下さい。卸売業の場合は( )内の21～25のいずれかをおつけ下さい。かつ○をおつけ下さい。当社ブランド商品の売上高が、上記4.年間のうちで50%以上を占める場合は製造業となります。)

10. 製造業 ○ 非製造業 ( )  
 21. 卸売業 22. 小売業 23. サービス業  
 24. 物流業 25. その他 ( )

6. ランクと申請料 (裏面②の料金表をご覧の上、ご記入下さい。)

ランク  申請料 (初期手数料+管理費)  円

7. 主要商品名 (当社でソースマーケティング(バーコード印刷)を予定している商品を2つまで8文字以内でご記入下さい。商品の通称でもブランド名でも可。商品名は半角に含めさせていただきます。)

<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>

8. 取扱品目 (裏面③のコード表をご覧の上、売上高の多い順に5つ以内でご記入下さい。)

<input type="text"/>				
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

9. 主要取引先 (貴社でソースマーケティング(バーコード印刷)を行う商品の納入先企業名を1社または2社を15文字以内でご記入下さい。取引先が確定していない場合は「未定」とご記入下さい。)

10. コード管理担当者 (JANコードの管理を直接担当する方のお名前をご記入下さい。)

氏名 フリガナ  

姓	名

〒  市区町村  区  市  町  番  号

TEL  市  外  市  内  番  号

FAX  市  外  市  内  番  号

会社名 フリガナ  
 本社と異なる部分のみご記入下さい。

所在地 フリガナ  
 〒  市区町村  区  市  町  番  号

ビル名  階

フリガナ

以上のとおり申請致します。

申請日 年 月 日

社名  社 印

(流通コードセンター処理欄)

年 月 日

・メーカーコード

年 月 日

年 月 日

(申請書提出先) 最寄の商工会議所または商工会 (お問い合せ先)

財団法人 流通システム開発センター・流通コードセンター  
 〒107-0052 東京都港区赤坂 7-3-37 (ブラス・カナダ3階)  
 (TEL) 03-5414-8511 (FAX) 03-5414-8503

※アメリカ・カナダへ商品輸出する方は、UPCの登録が必要となります。  
 ※この申請書は初めて商品メーカーコードを登録するためのものです。コピーして記入したものは無効です。

## 第3章 スポーツ用品統一伝票

### 1. 統一伝票の意義

統一伝票の意義について具体的に示すと次の通りです。

#### (1) 一般的な統一伝票の意義

統一伝票は大量印刷によるコストダウンが図られる。

統一伝票を採用した場合に揃えておく伝票は、用途に応じて限定された種類のものだけで、専用伝票のように取引先ごとという必要がなく、伝票の管理が容易になる。伝票を切らすということは受注チャンスを失うことにつながるため、専用伝票の場合にはその管理に常時、気を配っていなければならない。

統一伝票は、社内伝票と共通して用いられているため、転記に伴って生じる労力（人件費）が省けるとともにミスも減少する。専用伝票の使用を余儀なくされる側は、自社伝票を専用伝票に転記する必要があるが、取引量及び取引相手が多いほど、転記に要する労力（人件費）は多大なものとなり、ミスも多発しやすくなる。

#### (2) オンライン受発注時代の統一伝票の意義

流通業界の情報システム化、オンラインネットワーク化が、急速に進展し、売上や納品の伝票発行の量も増え、更にコンピュータで処理するケースが急増しています。これと共に、伝票の種類も単一の手書き伝票からコンピュータ用の連続伝票へと切り替える企業が多くなっています。

オンラインの場合、統一伝票の採用によって、次のようなメリットが生まれます。

専用伝票では、各企業の専用伝票ごとに伝票発行用のソフトウェアを作成しなければならず、その開発コストは多大なものとなり、それがオンライン化の一つのネックとなる。伝票の統一が行われれば、オンラインシステムを組むに当たってデータ交換フォーマットの標準化も容易となり、これによって受発注情報などを処理するソフトウェアの設計が非常に容易となり、汎用ソフトウェア（パッケージ）の利用の可能性が高まる。

統一伝票においては、取引先が変わっても伝票出力装置の伝票を取り替える必要がない。しかし、専用伝票の場合は、取引先ごとに伝票出力装置に用紙（一般に伝票は連続用紙になっている）を取り替えねばならず、しかも用紙の幅や打ち出し開始点が異なるため、毎回調整しなければならない。

この作業にはかなりの労力と時間のロスが伴うこととなるばかりでなく、多少の熟練も必要となる。納入側のシステム面から見ても、上記のように売上傳票の統一化は、きわめて効果が大きいといえる。

このように、統一伝票の制定、普及は取引活動に携わるすべての企業の事務処理の正確化、迅速化、経費の節減、事務合理化の促進など、企業経営上に効果があるほか、企業間の受発注業務の円滑化、情報伝達の正確化、取引条件の標準化などにも多大の効果が期待できます。

## 2 . 統一伝票の現状

伝票は、取引形態や社内の管理体制などに密接に関係しています。限られた伝票スペースの中で取引上どうしても明記しておかなければならない項目の重要性や必要な枚数が企業によって異なる場合が多いからです。従って、取引先との取引形態等が大きく異なる業種・業態を統一した標準化は、かえって伝票を使いにくくする面があり、小売業との取引先用のもものでは百貨店用（A様式）、チェーンストア用（B様式）が以前から定められています。最近では、家電専門のチェーン店とその取引先用にE様式が定められました。また、卸とメーカーの間は各業種ごとで取引形態も変わるため、各業種ごとにC様式を基本として、それぞれの業界特性を加味して一部の変更を行い、業種別統一伝票として標準化が進められています。

このように近年、統一伝票の必要性は広く理解されつつあり、伝票の中でも、特に発行枚数が多く、取引債権・債務の物証として最も重要な納品 / 仕入伝票について、各業種、業態ごとに標準化が進み、その有効利用が拡大されています。

### 3 . 統一伝票の歴史

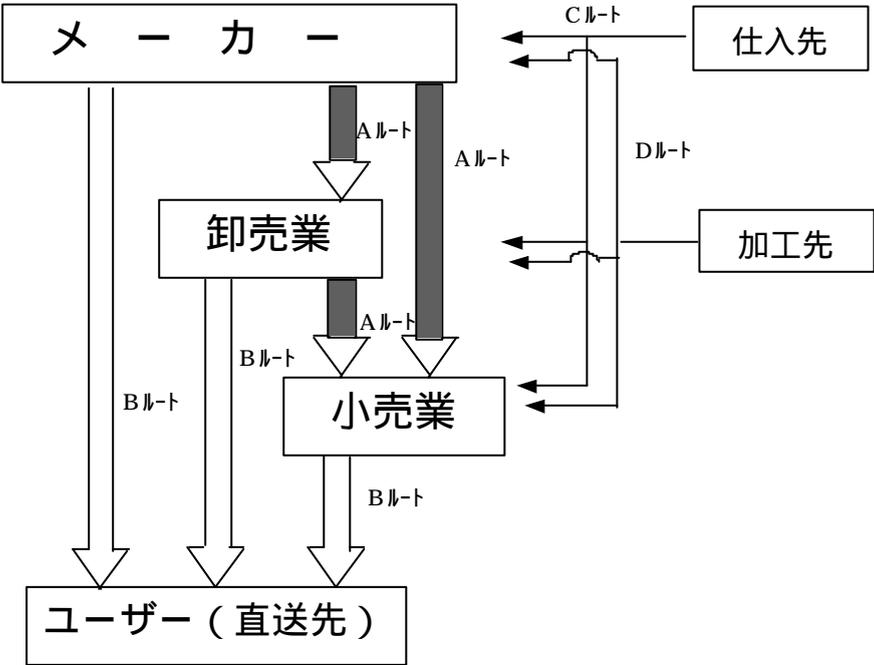
- 昭和 4 3 年 通産省産業構造審議会、統一伝票の必要性を訴え、「統一伝票促進懇話会」を開催。
- 昭和 4 6 年 取引伝票統一化事業、通産省から日本商工会議所へ委託。
- 昭和 4 9 年 統一伝票 A 様式（百貨店統一伝票）を制定。
- 昭和 5 0 年 統一伝票 B 様式（チェーンストア伝票）を制定。
- 昭和 5 2 年 統一伝票 C 様式（問屋統一伝票）を制定。
- 昭和 5 3 年 統一伝票推進事業、日本商工会議所から（財）流通システム開発センターへ移管。
- 昭和 5 4 年 各種業界統一伝票の制定が始まる。（医薬品、酒類食品、履物、機械工具、菓子、日用雑貨、家具、家電、繊維、写真、文具など）
- 昭和 5 9 年 統一伝票 B 様式に、ターンアラウンド伝票が追加。
- 平成 元年 消費税の導入に伴い、数種の業界別統一伝票が様式を変更。  
スポーツ用品統一伝票を制定。  
「スポーツ用品流通情報システム標準マニュアル」の初版を発行。
- 平成 3 年 スポーツ用品統一伝票を含む「スポーツ用品流通情報システム標準マニュアル」の第 2 版を発行。
- 平成 4 年 統一伝票 B 様式に、OCR、ターンアラウンド伝票が追加。  
業際統一伝票の制定、5 年から日用雑貨、家庭紙、医療用品で利用開始。
- 平成 5 年 外食用食材業界統一伝票 C 様式を採用。
- 平成 7 年 スポーツ用品統一伝票を含む「スポーツ用品流通情報システム標準マニュアル」の第 3 版を発行。

ターンアラウンド伝票とは.....発注者側で作成した伝票が、受注者側に渡り、納品時に再び発注者へ戻ってくる伝票であり、一つの伝票が発注伝票と仕入伝票をかねたもの。

# スポーツ用品統一伝票 説明書

## 1. 概要

- (1) 名称 「スポーツ用品統一伝票」
- (2) 種類 下記の2種類がある。
  - 型 …… サイズ、タテ展開式
  - 型 …… サイズ、ヨコ展開式
- (3) 伝票種別 下記の2種類がある。
  - タイプ用
  - 手書き用項目の表現、配列等はすべて同一である。
- (4) 適用範囲 スポーツ用品業界全体を想定しているが、下図Aルートが中心となる。



## 2. 伝票規格

(1) 仕上寸法 B4長辺3分の1(タテ127mm/m×ヨコ279mm/m)

寸法規格の詳細は別紙

(2) 伝票の基本構成

内 訳	伝票タイトル	刷 色	使 用 方 法	
第1票	売 上 伝 票	浅葱(アサギ)	売方用	売上・売掛計算書として保存
第2票	納 品 書	淡緑(アワミドリ)	買方用	荷受け時の検収等に使用
第3票	仕 入 伝 票	茶 (チャ)	買方用	仕入・買掛計上用として使用
第4票	物品受領書	橙 (ダイダイ)	売方用	荷物受領の証明として保存
第5票	請求明細書	紫 (ムラサキ)	買方用	請求時の内訳明細として使用

(注) 発行側企業の必要に応じて適宜自社用の構成枚数を増減することが出来る。

(第5票「請求明細書」をコンピュータからの帳票に置き換えることよって省略する等)

但し、納入先(買方用)への構成については、みだりに加減することは出来ないものとする。

(3) 返品処理

売上伝票を用いて返品処理を行う場合は、数量、金額の頭にマイナス( )を表示し、伝票タイトルの「売上伝票」の左側余白(伝票様式の の上の部分)に“返品”または“ヘンピン”と明示することが望ましい。

「返品伝票」を別途作成する場合には、伝票タイトルに返品であることを明示し、「数量」「金額」はプラスで表示する。

(4) その他の規格

用 紙 N40ノンカーボン紙、コピー発色は青

とじ方 タイプ用：左ヨコのりとじ、右ヨコ紙とじ

手書き用：左ヨコのりとじ

とじ穴 JIS規格準拠、左ヨコ2穴パンチ

伝票NO タイプ用：数字10桁以内(原則としてタイプ印字)

手書き用：6桁連続番号印字(000001~999999)

### 3 . 項目説明

(項目NOは、伝票様式見本の番号 ..... に対応)

NO	項 目 名	桁数	内 容
1	社 名 (ブランク)		・納入先の社名を表示する。郵便番号、電話番号、担当部課名等を自由に表示して良い。
2	( a )	1 0	・納入元の納入先に対する「得意先コード」、納入元の「出荷部門」「担当者」、伝票単位の「発注番号」等を必要に応じて自由に記入する欄である。 見出しをプリントし内容を明確にすることが出来る。
3	年 月 日	9	・「伝票発行年月日」または「納入年月日」を記入する。 ・「年」の表示は和暦、西暦いずれでも良いが、年の桁数は4桁とれるので、西暦の場合は“1999年”、和暦の場合は“平成11年”または“H11年”と表示することを原則とする。
4	伝 票 番 号	1 0	・取引先が10桁以内で記入する。 ・チェックジット、連番の付け方等の番号設定の規定は設けない。但し、同一月内で同一番号を使用してはならない。
5	取引先 コード	9	・納入先が指定した納入元のコード(9桁以内)を表示する。 ・共通取引先コードの採用がある時は、このコードを記入することを原則とする。指定のない時はブランクで良い。
6	取 引 先 (ブランク)		・取引先(納入元)の社名、郵便番号、所在地、電話番号、FAX番号等を記入する。 ・押印または印刷によって社印を押すことを原則とする。
7	商品コード/ 品名/色番/ カラー	3 0 型 +14	・納入する商品の「JANコード」「品番」「ブランド名」「規格」「入数」「商品名」「色番」「色名」「カラー」等を記入する。 ・「標準小売単価」を記入しても可。(備考と兼用)
8	サイズ/規格 型	7	・「サイズ」「サイズ名」または「規格」を記入する。 ・ 型のみ項目である。
	サイズ/数量 (4項目) 型	7	・「サイズ」「サイズ名」または「規格」を上段に、これに対応する「数量」を下段に記入する。 ・ 型のみ項目である。
9	数 量 型 = 数量計	6	・取引先が納品する数量を記入する。 ・数量に小数点以下はないことに注意。
1 0	単 位	3	・「単位コード」「単位名」「単位略称」等を記入する。 ・原則として「数量」「数量計」に対応する。 ・可能であればJICFSの単位コードを使うことが望ましい。
1 1	(ブランク)	3	・「掛け率」「値引率」または「歩引率」等の欄として使用する。率の小数点以下は伝票上は考慮していない。 ・項目についての「見出し」が必要な場合はプリントして良い。
1 2	納 入 単 価	7	・取引先が納品する単価(いわゆる「売上単価」)を記入する。 ・円以下の欄は考慮していない。

NO	項目名	桁数	内 容
13	金額	9	<ul style="list-style-type: none"> <li>取引先が納入する金額を記入する。</li> <li>原則として「数量」×「納入単価」＝「金額」となる。</li> <li>円以下の欄は考慮していない。</li> </ul>
14	備考	18	<ul style="list-style-type: none"> <li>「発注番号」「卸単価」「発注店」、消費税の「内税・外税の説明」、その他各種説明・注釈事項を必要に応じて記入する。</li> <li>「標準小売単価」を記入しても良い。</li> </ul>
15	送り先 (ブランク) (b)		<ul style="list-style-type: none"> <li>納入先、直送先等の社名、郵便番号、所在地、電話番号等を記入する。</li> <li>連絡事項、注意事項、補足事項等を自由に記入して良い。</li> </ul>
16	検収日 /サイン (c)		<ul style="list-style-type: none"> <li>物品受領の証としての「検収日」と「受領サイン」の欄である。</li> <li>物品受領書だけでなく、全票に設けてある。但し、「物品受領書」だけには見出しを付けている。</li> </ul>
17	検 印 (2項目)		<ul style="list-style-type: none"> <li>原則として発行者側(取引先)の担当者印とする。</li> </ul>
18	運 送 方 法		<ul style="list-style-type: none"> <li>運送会社の「便名」、自社便の区別等を記入する。</li> <li>配送、持ち帰り、直送等の区分表示に使用しても良い。</li> </ul>
19	(d)		<ul style="list-style-type: none"> <li>「送り状番号」、「入日記番号」等を記入する。</li> </ul>
20	個 数	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>納入するパッケージの個数(個口)を数字で記入する。</li> </ul>
21	運 賃 区 分		<ul style="list-style-type: none"> <li>「元払」「着払」等運賃の負担区分を記入する。</li> <li>記号、コード、文字いずれの表示も可とする。</li> </ul>
22	諸 掛	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>納入先で負担する加工賃等の各種諸掛金額を記入する。</li> </ul>
23	運 賃	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>納入先で負担する各種「運賃」の金額を記入する。</li> </ul>
24	品 代 合 計	9	<ul style="list-style-type: none"> <li>13「金額」のタテ合計金額を記入する。いわゆる「商品代」の合計金額である。</li> </ul>
25	消 費 税	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>22「諸掛」、23「運賃」、24「品代合計」の合計額、すなわち「取引合計」に対する「消費税」の金額を記入する。</li> <li>「取引合計」×消費税率(%)の金額で、原則は少数点以下切り捨てとする。</li> </ul>
26	総 合 計	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>25で計算した「取引合計」と25「消費税」を加算した金額を記入する。支払対象となる金額の総計である。</li> </ul>
27	品代合計訂正	9	<ul style="list-style-type: none"> <li>24「品代合計」の訂正欄である。</li> </ul>
28	消費税訂正	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>25「消費税」の訂正欄である。</li> </ul>
29	総合計訂正	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>26「総合計」の訂正欄である。</li> </ul>



型

**売上伝票**

スポーツ用品部一伝票日誌

①	②	③	④	⑤	⑥
年月日		伝票番号		取引先コード	
⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫
商品コード・品名・色・番・カラー	サイズ/数量	サイズ/数量	サイズ/数量	数量計	納入数量
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
⑬	⑭	⑮	⑯	⑰	⑱
金額	消費税	合計	支払	未払	未払
⑲	⑳	㉑	㉒	㉓	㉔
支払	未払	未払	未払	未払	未払
㉕	㉖	㉗	㉘	㉙	㉚
未払	未払	未払	未払	未払	未払

## 第4章 共通取引先コード

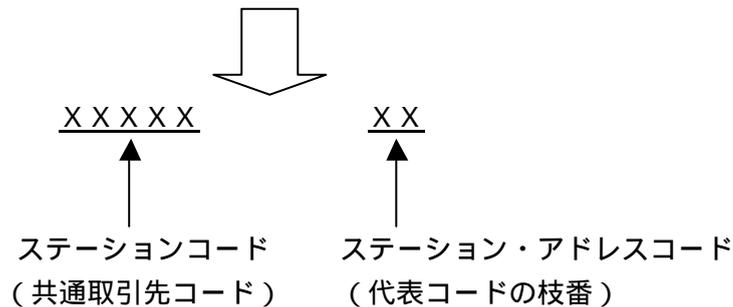
商品コード同様、取引先コードの標準化も業界の情報流通基盤整備の重要な項目です。取引先コードは、取引先の債権・債務を企業単位あるいは事業所単位で特定するためのコードです。我が国では、流通コードセンターで管理する「共通取引先コード」が、流通業界で広く使われています。

スポーツ用品業界においても、この共通取引先コードを採用し、統一伝票上の取引先コードに使用するほか、以下に述べるJ手順オンラインデータ交換の際のセンターコードとステーションコードに使用します。

### 1. J手順オンラインデータ交換上で使用する取引先コード

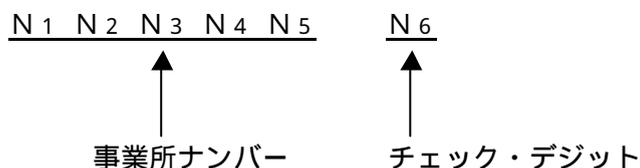
EOS (Electronic Ordering System、オンライン受発注システム)等J手順オンラインデータ交換上の取引先コードとしては、他業界との共通性及びデータ交換システム上の効率性・便宜性を考慮し、共通商品コード同様、流通コードセンターで登録・管理する『共通取引先コード(6桁)』を使用することとし、具体的には制御電文上のパスワードとしてのセンターコード、ステーションコード、ファイルヘッダー上のデータ通信側、最終送信先及び直接送信先のコード、さらには伝票ヘッダー上の発注企業コード及び受注企業コードとして、すべて共通取引先コードを使用します。

ID	要求区分	伝送年月日	パスワード			データ種類	データカウント(1)	データカウント(2)	処理区分	FILLER X"40"
			センターコード	ステーションコード	識別子					



< 参考 >

共通取引先コード体系

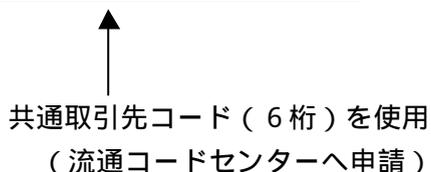


J手順のコード体系

J手順のコード体系では、ステーションとセンターの両コードは基本的にいずれも共通取引先コードを使用することとします。ただし、今回の標準化においては、センターコードとしてすでにJ手順の標準センターコード（4桁＋2桁）が使用されている場合は、そのまま使うこともできます。

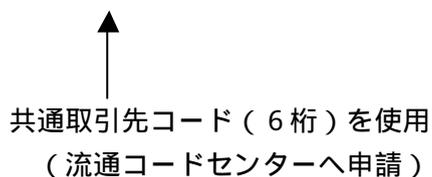
(a) ステーションコード体系

標準ステーションコード（6桁）＋アドレス（2桁）



(b) センターコード体系

標準センターコード（4桁）＋アドレス（2桁）



## 2. 共通取引先コードのあらまし

(1) 共通取引先コードとは

共通取引先コードは、通商産業省が流通近代化施策の一環として1977年に制定した全国統一コードです。主として、小売業に商品やサービスを納入する卸売や商品メーカーに、企業（あるいはその事業所）単位で付与され、受発注、納品（仕入）請求・支払等に関する伝票（フロッピー、磁気テープ、オンラインを含む）などの事業所を表わすコードとして使用されています。

また、標準伝送制御手順（J手順）でオンラインデータ交換を行う時のステーションコードとしても使用されます。

なお、共通取引先コードは、1977年より流通コードセンターが付番管理をしており、1998年12月現在約6万2000の事業所が登録されています。

## (2) 共通取引先コードの意義

従来、大型小売業と取引する場合に使用する取引先コード（口座番号）は、主として小売側が設定していたため、取引先の多い納入業者はそれぞれ体系の異なるコードを使い分けなくてはならない煩雑さがありました。

共通取引先コードは、これを採用する小売業であれば、同一コードで取引が出来ますので、納入業務の迅速化、正確性、経費の節約などが図れるほか、事務のコンピュータ化を促進して、経営の合理化にも役立っております。

近年EDIは受発注のネットワークから請求、決済、出荷指示、出荷案内、商品情報、在庫情報、販売情報などの案内、取引、物流、金流など多岐にわたる企業間データ交換の分野に急激に進展しつつあり、こうしたEDIの進展により、一連の取引の中で関連する各企業、部署、物理的位置等を、流通業界のどこでも唯一に識別できる企業または事業所コードの重要性が認識されつつあります。

さらに国際的にも、このような機能を有するコードの必要性に関する認識が高まり、流通分野においては、国際EAN協会が国際標準として定めた「グローバル・ロケーション・ナンバー（GLN）」の普及促進を各国のコードセンターが行っています。

流通コードセンターでは、国内の既存コード（共通取引先コードまたはJAN商品メーカーコード）を十分考慮し、共通取引先コードを「企業コード」として体系に組み込んだGLNを採用する事とし、現在その普及促進を図っております。（詳細は巻末付属資料の「グローバルロケーションナンバー」を参照）

## (3) 登録の対象となる事業所

共通取引先コードを採用している百貨店、チェーンストア、セルフサービス店、ボランティアチェーン店、生協、専門店、共同仕入機構などに、商品やサービスを納入する卸売業又は商品メーカー。

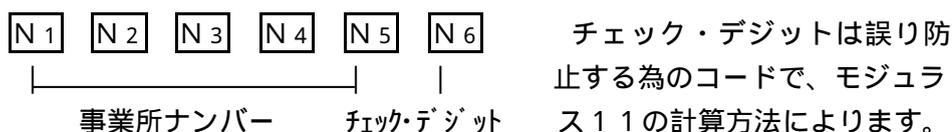
標準伝送制御手順 - J 手順でオンラインデータ交換を行っているVAN会社の加入企業（小売業や卸業、商品メーカーなど）

小売業、物流業、サービス業

## (4) 共通取引先コードの概要

コード体系と付与方法

(a) 共通取引先コードは、受付順に原則として会社名50音順により5桁で付番しこれにチェック・デジットを加えます。



<注>登録後に社名が変更され、50音順別の枠に当てはまらなくなる場合があります。

(b) いったん付与された番号は、原則として変更できません。ただし、社名変更の場合は、この限りではありません。

#### 有効期限

共通取引先コードの有効期間は、登録（または更新）月から3年間です。したがって、3年ごとに登録の更新が必要となります。

なお、有効期限満了日までに更新の手続きが行われないコードは、引き続き使用する意志のないコードとして取り扱われます。

#### 手数料

共通取引先コードの登録（または更新）手数料は、1コードにつき、5000円（消費税別）です。なお、手数料は登録申請書（または更新書）発送と同時に、所定の振込用紙で送金して下さい。

#### 登録通知書

登録（また更新）されたコードには、「共通取引先コード登録通知書」が発行されます。取引先からコード番号等の確認のために提示を求められた場合には、通知書をコピーして提出して下さい。

<注> 1) 取引先に提出する時には、登録内容と有効期限を確認して下さい。

2) 登録内容を変更する場合は、変更の手続きをとって下さい。

3) 有効期限が過ぎている場合は、流通コードセンターに連絡して更新の手続きをとって下さい。

4) 紛失その他の理由で通知書が見当たらない場合は、再発行の手続きをとって下さい。

#### (5) 諸手続き

登録申請のための用紙は、流通コードセンターに用意されております。直接以下の問い合わせ先へご請求下さい。

財団法人 流通システム開発センター 流通コードセンター (共通取引先コード係) 〒107-0052 東京都港区赤坂7-3-37 プラス・カナダ3F TEL . 03 - 5414 - 8512 FAX . 03 - 5414 - 8503 登録受付時間 : AM 9 : 30 ~ PM 5 : 00 (土・日・祝日は除く)
---

#### <参考>

次ページに「共通取引先コード登録申請書」内容説明見本を添付します。

## 申請書の記入要領

- 社印とコード管理担当者印は必ずご捺印下さい。
- 太枠内はもれなくご記入下さい。

- ① 会社名**  
登記してある会社名。囲案化された屋号やJIS第1,第2水準以外の文字は登録できませんので省略するか、代替文字に置換してご記入下さい。
- ② 所在地**  
登記上の所在地と現所在地が異なる場合は現所在地をご記入下さい。
- ③ 取扱品目**  
貴社の主な取扱品目を12字以内でご記入下さい。(漢字・ひらがな・カタカナいずれも可)

業種コード一覧	
衣料品	41 家具、室内装飾品
11 男用 (および婦用小帯)	42 楽器、本物、産物
12 婦用	43 電気、電器機器
13 紳士服 (および紳士用品)	44 服飾機器
14 婦人服 (および婦人用品)	45 美容工芸品
15 子供服 (および子供用品)	48 その他家庭用品
16 洋装全般	49 家庭用品全般
17 洋品全般	食料品
18 その他衣料品	51 菓子、パン
19 飲料類	52 乳製品
20 その他衣料品	53 調味料
21 靴、履物	54 嗜好品
22 カバン、鞆物	55 食品、調味料、野菜、果物
23 縫身具	56 食品、調味料、野菜、果物
24 手芸用品	57 食品、調味料、野菜、果物
25 手芸用品	58 その他食料品
26 その他身のまわり品	59 食料品総合
27 身のまわり品全般	サービス
28 その他身のまわり品	61 食室
29 身のまわり品全般	62 娯楽
30 身のまわり品全般	63 クリーニング
31 娯楽品	64 DPE
32 化粧品、石鹸、洗剤	65 美容品
33 書籍、雑誌	66 化粧品、美容品
34 文房具、事務用品	67 化粧品、美容品
35 文具、事務用品	68 その他サービス
36 運動具、玩具、人形	その他
37 楽器、レコード	71 医薬
38 その他娯楽品	72 小動物
39 娯楽全般	73 その他

- ⑤ 取引先名**  
共通取引先コードを使用し、取引先を相手が先企業の名。(コードを取得するよう要請のあった企業名)

登録料 (1コードにつき5,000円+消費税) 払込済みの受領証のコピーを必ず同封して下さい

## 共通取引先コード登録申請書

諸規定を了承し下記のとおり申請いたします。 申請日 年 月 日

フリガナ 会社名 (30字以内)	社印		
支店 営業所名	(本社以外に支店・営業所単位で申請 される場合はのみご記入下さい。)		
社長名 社名 (10字以内)	〒		
所在地 (40字以内)	〒		
電話番号 (12字以内)	FAX番号 ( )	( )	( )
取扱品目 (12字以内)	(漢字・ひらがな カタカナ可)		
業種 (コードで記入)	(左記の業種コード一覧の中から該当する商品群を選び、 コードでご記入下さい。(2つ以内)		
業態	1.製造業 2.卸売業 3.小売業 4.サービス業 5.その他 (該当する番号に 百貨店・量販店等との取引に使用する場合 オンライントレード交換に使用する場合 百貨店・量販店等の企業名 VAN会社 オンラインの相手先企業名		
取引先名	フリガナ		
コード管理 担当者 氏名	フリガナ	所属	(12字以内)

●コード管理担当者の会社名・所在地・電話番号が上記と異なる場合にのみ下欄にご記入下さい。

フリガナ 会社名 (30字以内)	フリガナ		
所在地 (40字以内)	〒		
電話番号 (12字以内)	FAX番号 ( )	( )	( )

[共通コードセンター専用欄]

共通取引先コード	入金	受	付	備	考
発行番号	処理				

※ 囲案化された屋号、JIS第1,第2水準以外の文字は登録できませんので、省略するか、代替文字に置換してご記入下さい。

## 第5章 標準様式請求書ガイドライン

### 1. 概要

(1) 名称 「スポーツ用品標準様式請求書」

(2) 種別 下記の2種類がある。

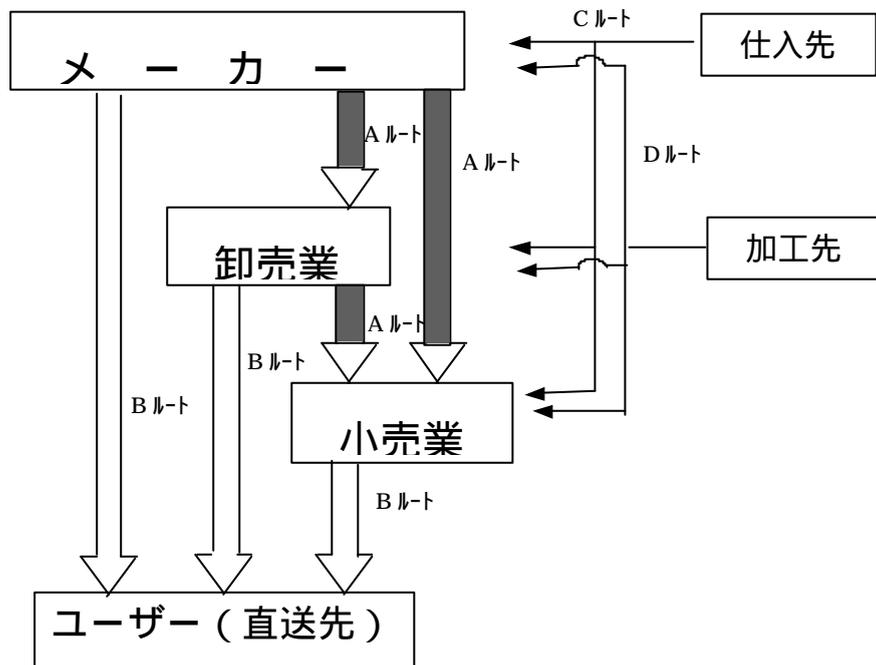
タイプ用

手書用

項目の表現、配列等はすべて同一である。

(3) 適用範囲 スポーツ用品業界全部を想定しているが下図

Aルートが中心となる。



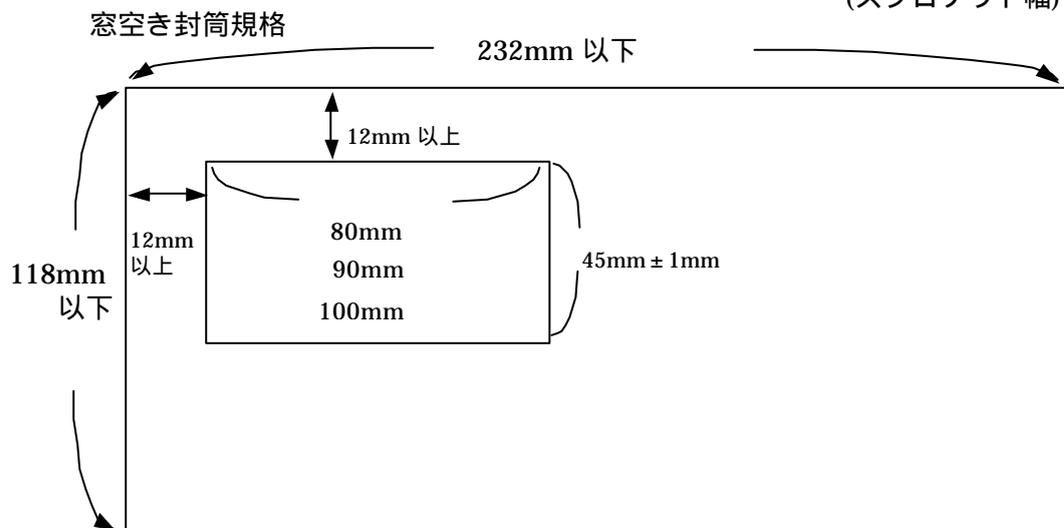
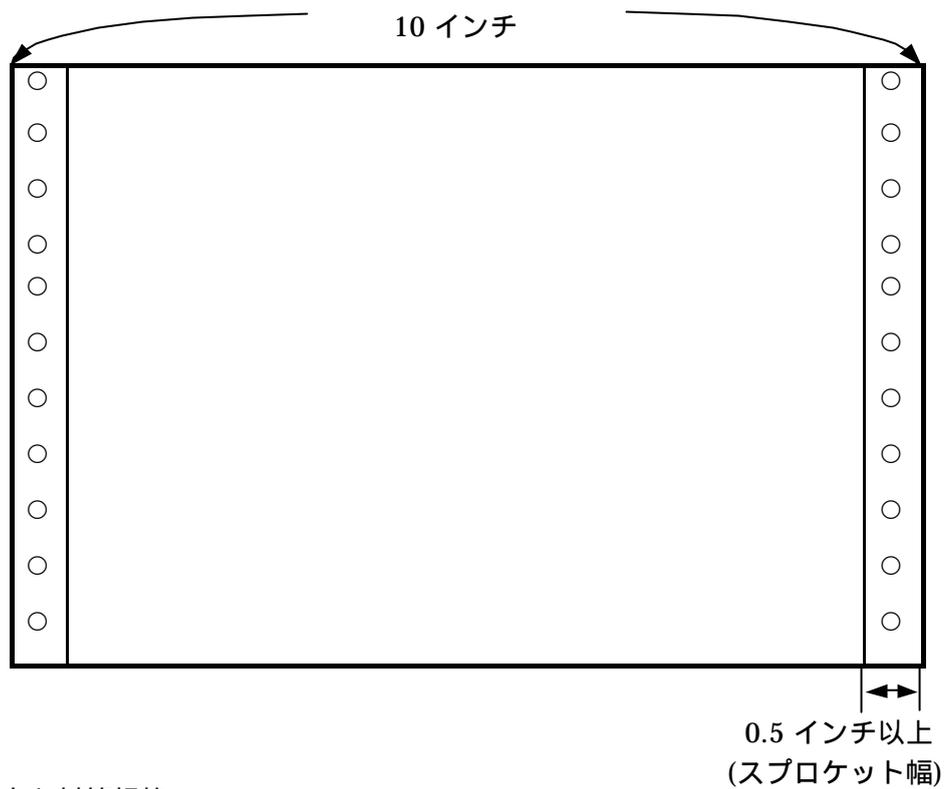


NO	項 目 名	内 容
1	社 名 (受取側)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・請求書(受取側)の社名を表示する。</li> <li>・郵便番号、所在地、担当部署名等を自由に表示して良い。</li> <li>・窓空き封筒と規格統一化を図るのが望ましい。</li> </ul>
2	締 日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「年」の表示は和暦、西暦いずれでも良いが、和暦の場合は、“平成11年”または“H11年”、西暦の場合は、“1999年”と表示することを原則とする。</li> </ul>
3	取 引 先 (発行側)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・請求書(発行側)の社名、所在地、担当部署名を記入する。</li> <li>・押印または印刷によって社印を押すことを原則とする。</li> </ul>
4	前 回 請 求 額 等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・前回請求額、今回請求額は、固定位置とし、それ以外の項目名及び項目数については各社任意とする。</li> </ul>
5	月 日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「伝票発行月日」または「納品月日」を記入する。</li> <li>・“年”の記入は任意とする。</li> </ul>
6	伝 票 番 号	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「納品書番号」または「発注番号」等を記入する。</li> </ul>
7	区 分	<ul style="list-style-type: none"> <li>・売上、返品、値引等の取引区分を記入する。</li> <li>・記号、コード、数字、文字等のいずれの表示も可とする。</li> </ul>
8	金 額	<ul style="list-style-type: none"> <li>・円以下は考慮していない。</li> <li>・マイナス表示は、数字の前または後ろのいずれでも良い。</li> </ul>
9	消 費 税	<ul style="list-style-type: none"> <li>・円以下は考慮していない。</li> <li>・マイナス表示は、数字の前または後ろのいずれでも良い。</li> </ul>
10	摘 要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各種説明、注釈事項等を必要に応じて記入する。</li> </ul>
11	矢 印	<ul style="list-style-type: none"> <li>・窓空き封筒に合わせ折りたたみ位置の目印とする。</li> </ul>
12	標 準 様 式	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ガイドラインに準じた請求書の場合“スポーツ用品標準様式”を印刷する。</li> </ul>

(3) 請求書及び窓空き封筒のサイズ・規格

請求書のサイズ

- ・ スプロケットの内側 : A4サイズに準ずる。  
スプロケットの幅は0.5インチ以上必要。
- ・ 全体の大きさ : 経済的なサイズは10インチ×12インチ



(4) その他の規格

とじ穴

JIS規格準拠2穴パンチ

『天』または『左横』の穴の位置に関しては、任意。

色

任意。

パツ数

任意。

ナンバリング

任意。

その他

各社の請求書が、標準様式に基づき発行された場合の問題点として、請求書受取側に判別困難性が考えられるので、発行側は社名、ロゴ、ブランドマークの印刷、あるいは刷色等により対応。

## 第6章 データ交換システム

### 1. オンラインデータ交換の検討

#### (1) 検討の経緯について

かつて、スポーツ業界での取引先・企業間データ交換は、企業間で個々に進められていたのが現状でした。

しかし、近年の情報化の進展とともに、第2版の本マニュアルの普及もあって、最近はこのS研フォーマットを採用される企業が徐々に増加してきております。

第3版の在庫情報等の追加に引き続き今回第4版として、EDIを推進する上で、すべての基礎となる商品マスターの提供システムの提供手順を新たにかかげ、またパソコン普及にともない従来のS研フォーマットに新たにS研フォーマットPC版を作成しました。新たなスポーツ業界の情報化進展と業務の効率化に資することを願います。

データ交換の対象
商品マスターデータ
受発注データ
仕入(納品)データ
請求・支払データ
在庫データ

平成元年度、当時普及しつつあったJANコードへの対応と、既存のJANコード利用企業における必要性を考慮して、商品マスターデータの標準フォーマットが設定されました。引き続き、平成2年度、受発注、仕入(納品)、請求・支払、等のデータ標準フォーマットが検討され、平成7年度、在庫データが追加されました。

平成10年度、上記対象データにS研フォーマットPC版を設定致しました。

このように、JANコードの普及、統一伝票の採用、さらに一連の標準データフォーマットの活用という様に、ビジネスプロトコルの統一が進むことは、業界各層における経営の効率化を、より一層効果的なものにしてくれるものと信じます。

また、今後もさらに実施に携わる方々の前向きなご意見を参考に、この内容が深められることが期待されます。

## (2) フォーマットの検討

フォーマットの検討に関してS研ワーキングを重ねた結果、これらのデータが様々な手段で企業間を行き来することを考慮し、必要に応じてレコード区分を設定する事で、これを可変的に運用出来るように配慮しました。

これらの標準フォーマットは個々の企業を拘束するものではありませんが、ワーキング・グループは知恵を絞って、様々な場面を、それぞれの事例から検討しました。

以下に検討にあたって考慮した点を記します。

<p>業界の各層で相互に使用出来ること。 スポーツ用品統一伝票、標準様式請求書、等と連携していること。 JANコードの利用に便利なこと。 取引先企業間相互での重複処理が少なくなるように配慮すること。 コード変換が容易であること。 利用企業の個別状況に対して、例えば単品、非単品いずれにも対応出来ること。 その他、伝送コスト等、経済性を考慮すること。</p>
--

## 2. オンラインデータ交換システムの概要

### (1) 活用事例について

これらの標準データ交換フォーマットによるデータ交換は、より多くのスポーツ関連企業間で実現される事が期待されます。

既に同様の機能を別の方式で実現されている企業もありますが、「これから」という企業も多いという状況でもあり、活用される事例を考える必要があります。

そこで、システム全体の構想について次に参考事例図(44ページ)を示します。

それぞれのニーズと実現化のプロセスを考慮しながら検討されることを推奨します。

### (2) 考え方とメリット(活用のポイント)

オンラインシステムであることの積極的意義は、「距離と時間を越えるシステム構築が可能である」という点にあります。

また、自社の「システムの精度」を維持するのにも直接間接に関係します。それ以上に大切なのはこれらの標準データ形式を広く採用する企業が多いことでもあります。しかし、この方面でのシステム開発にも、多くの努力が要請されるのも見逃せません。

従って、我々は業界全体の効率化の為に、これらの普及に最大限の努力をする必要  
があります。

それがやがて各個企業の効率化となって反映されることになるからであります。

関係各位のより一層のご協力とご賛同をお願いする次第です。

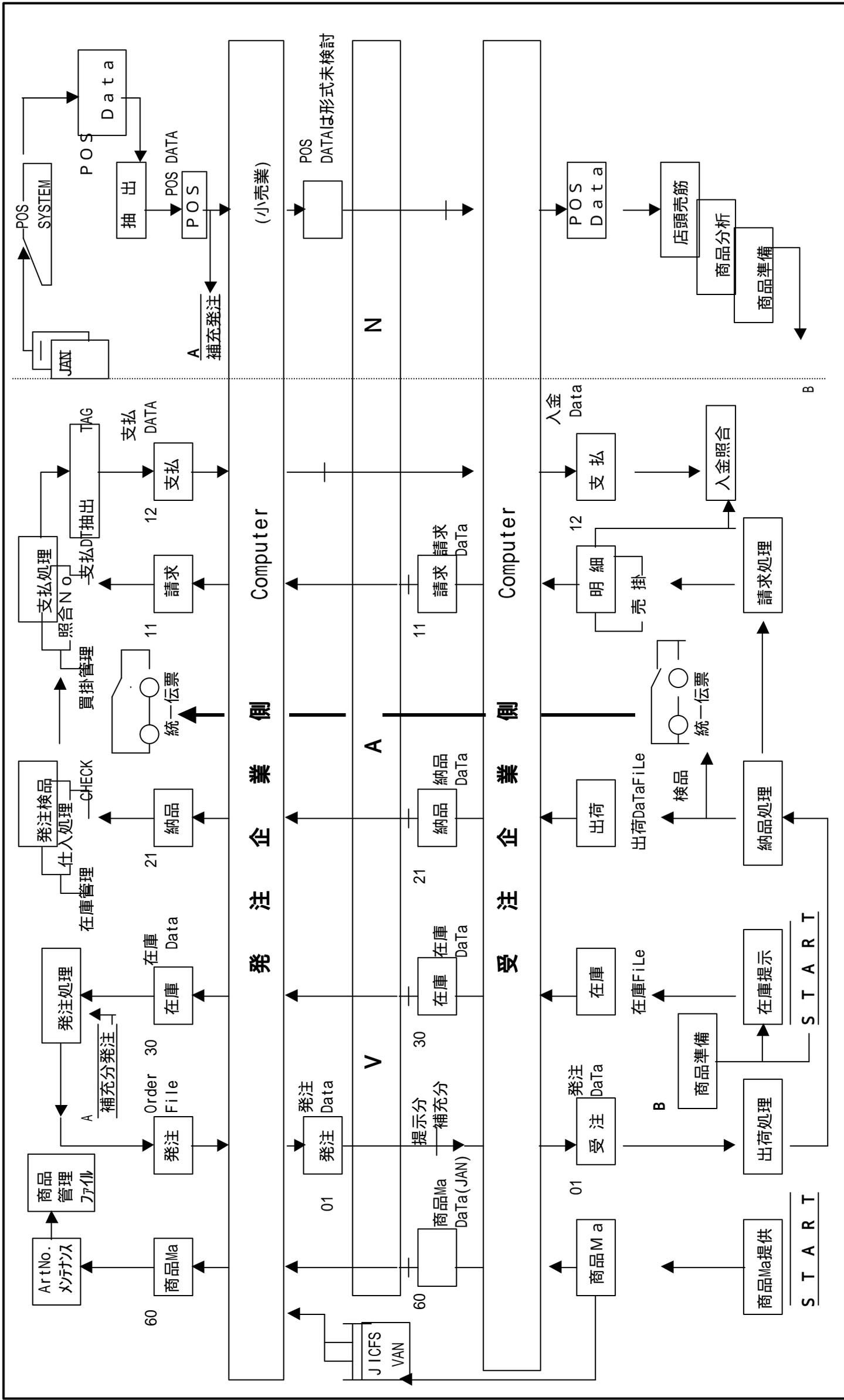
### データの活用ポイント

データ種別	活用のポイント
商品マスター情報	<p>(受入側)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 膨大な種類の商品に関する製造者情報の標準形式による取り扱いが出来る。 情報精度維持が可能となる。</li> <li>2. JANコードを異企業間を結ぶ唯一のユニークキーとして使用出来る。</li> <li>3. システムの設計や運用を関係先と独立し柔軟に実現できる。</li> <li>4. メンテナンス工数の省力化。標準形式の利用が更に効果を増幅する。</li> </ol>
受発注情報	<p>(発注側)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 発注情報を迅速且つ正確に伝達 <ul style="list-style-type: none"> <li>・納期の短縮</li> <li>・仕入先の出荷精度向上が期待可能</li> <li>・自社の発注システムを生かす事が可能</li> <li>・在庫の削減</li> <li>・未納遅納チェックの容易化</li> </ul> </li> <li>2. 発注システムの合理化 <ul style="list-style-type: none"> <li>・発注業務の時間短縮</li> <li>・電話やファックスに頼らない効率的システム</li> <li>・ターンアラウンドデータシステム化</li> <li>・発注情報の一元管理</li> <li>・卸業の受注業務の効率化</li> <li>・関連情報のデータ交換の促進、容易化</li> </ul> </li> </ol> <p>(受注側)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 精度の高い受注情報を、速く、直接的に自社コンピュータに入手出来る。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・納品までの時間短縮、納品のシステム化</li> <li>・伝達時間短縮、手段の標準化、効率化</li> <li>・入力ミタ防止、時間短縮、効率化、重複回避</li> <li>・遠距離の得意先の場合効果大</li> <li>・ターナウト型伝票の場合、受注伝票等を自社発行(受注側発行可能)</li> </ul> </li> <li>2. 特に定形受注業務に有効 <ul style="list-style-type: none"> <li>・セールスマンは商談等、営業活動に集中</li> </ul> </li> <li>3. 標準形式データの利用 <ul style="list-style-type: none"> <li>・複数の得意先データについて同じ対応が可能</li> <li>・コード変換が容易で正確</li> </ul> </li> </ol>

データ種別	活用のポイント
仕入（納品）情報	<p>（仕入側）</p> <p>1．納品書情報のデータによる迅速、正確な入手</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・仕入検品は納品書で行い、仕入処理のインプットにこのデータを有効活用</li> <li>・仕入入力省力化</li> <li>・発注情報の消込メンテナンス</li> <li>・自社在庫管理への利用</li> <li>・仕入先請求への対応の効率化</li> </ul> <p>（納品側）</p> <p>1．納品書情報のデータによる迅速、正確な伝達</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・得意先仕入検収の促進、支援</li> <li>・納品書とのダブルチェックによる納品精度向上</li> <li>・請求業務の円滑化</li> </ul>
請求・支払情報	<p>（請求側）</p> <p>1．請求情報（伝票NO単位の明細）の得意先伝達</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・スムーズな支払を促す</li> <li>・未払い分の特定、理由の確認</li> <li>・滞留の防止</li> <li>・支払明細データとの照合省力化</li> <li>・その他</li> </ul> <p>2．支払情報（請求情報の折り返しデータ）の入手</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・請求明細データの照合消込、省力化</li> <li>・残高照合の容易性</li> <li>・その他</li> </ul> <p>（支払側）</p> <p>1．請求情報（伝票NO単位の明細）の入手</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・スムーズな仕入データとの照合、支払</li> <li>・未払い分（未着etc）の特定、理由の確認</li> <li>・その他</li> </ul> <p>2．支払情報（請求情報の折り返しデータ）の伝達</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・支払明細の効率的伝達</li> <li>・残高照合の容易性</li> <li>・その他</li> </ul>
在庫データ	<p>1．スポーツ業界の商品は非常に種類も多く、シーズン性や流行性が顕著です。殊にファッション性の強い商品は定番性が乏しく、シーズン当初計画を大きく変更する事が困難な場合が多い。このため、商品在庫情報を取引先間で交換することが必要となる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・多品種商品の在庫（即時調達可能品）</li> <li>・チーム需要対応の検討に有効</li> <li>・契約発注品の引当情報</li> <li>・その他</li> </ul> <p>2．発注側ではJANコード等を利用し発注情報に変換が可能</p>

# 標準データ交換フォーマットの運用事例

(商品Operation効率化の為に)



### 3 . 商品マスター提供手順

#### ( 1 ) 商品マスター提供システム

##### 共通センター型システム

小売・卸・メーカーがそれぞれ一度の処理にて必要とされる登録と抽出が可能となる形と思われます。しかし、各企業の単品数は膨大であり当初の設備投資と運用において支障が予測されます。

よって、下記の要件でシステム化を目指すものとします。

##### 分散型システム

卸・メーカーがWWW( World Wide Web )による、W e b / F T P( File Transport Protocol ) サーバーの提供システムをもち、小売・卸 ( WWWブラウザ ) からの要求に基づいて別項の商品マスターフォーマットで返します。

卸・メーカーでのシステム構成は上記以外は自由とします。

メーカーは直接取引のない小売への提供は出来ないため、卸も同様のシステムを持つ必要があります。将来、卸・メーカーで同じ商品マスターを持つ非効率が問題となったときなど分散型システムによる運用が困難になった場合には上記共通センター型システムを検討するものとします。

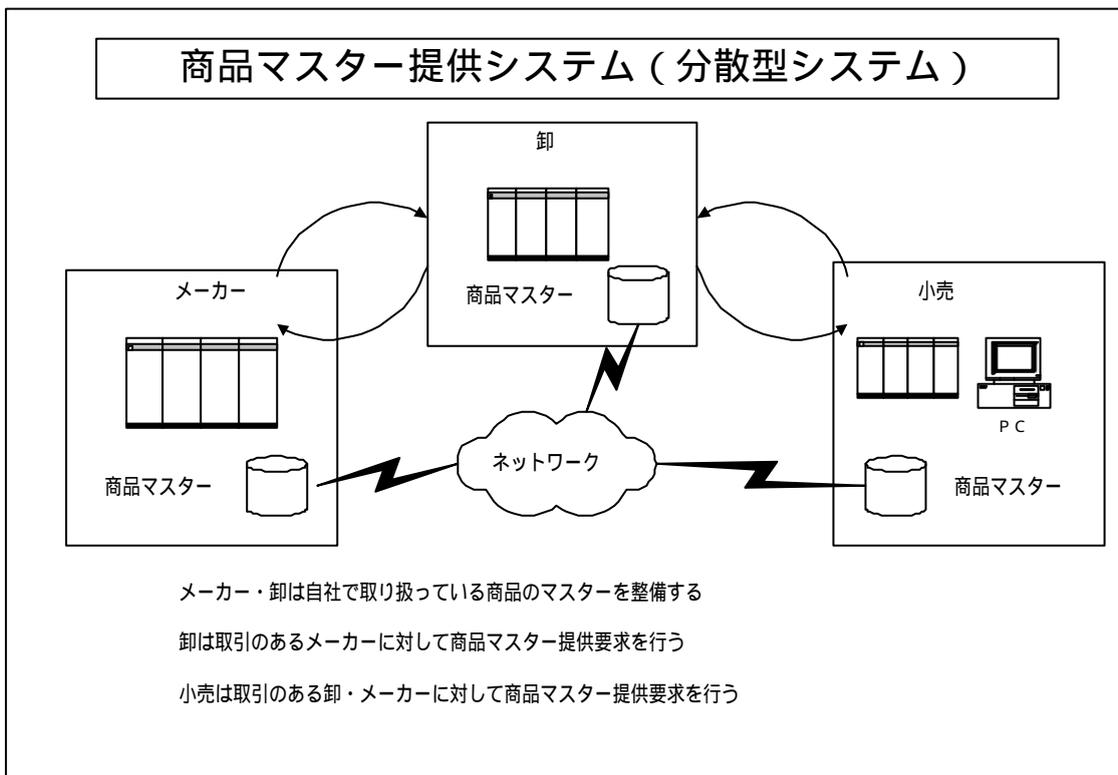


図 6 - 1 分散型システム 注1

注1 スポーツ用品業界オープン情報ネットワーク調査研究報告書 (平成10年3月) より抜粋

(2) 商品マスター提供手順

将来像

インターネットを利用した提供依頼とデータ提供が考えられます。

提供元（卸・メーカー）が、Web / FTPサーバーの提供システムをもち、依頼元（小売・卸）からの要求に基づいてデータを画面もしくは、他の方法で依頼元に返します。

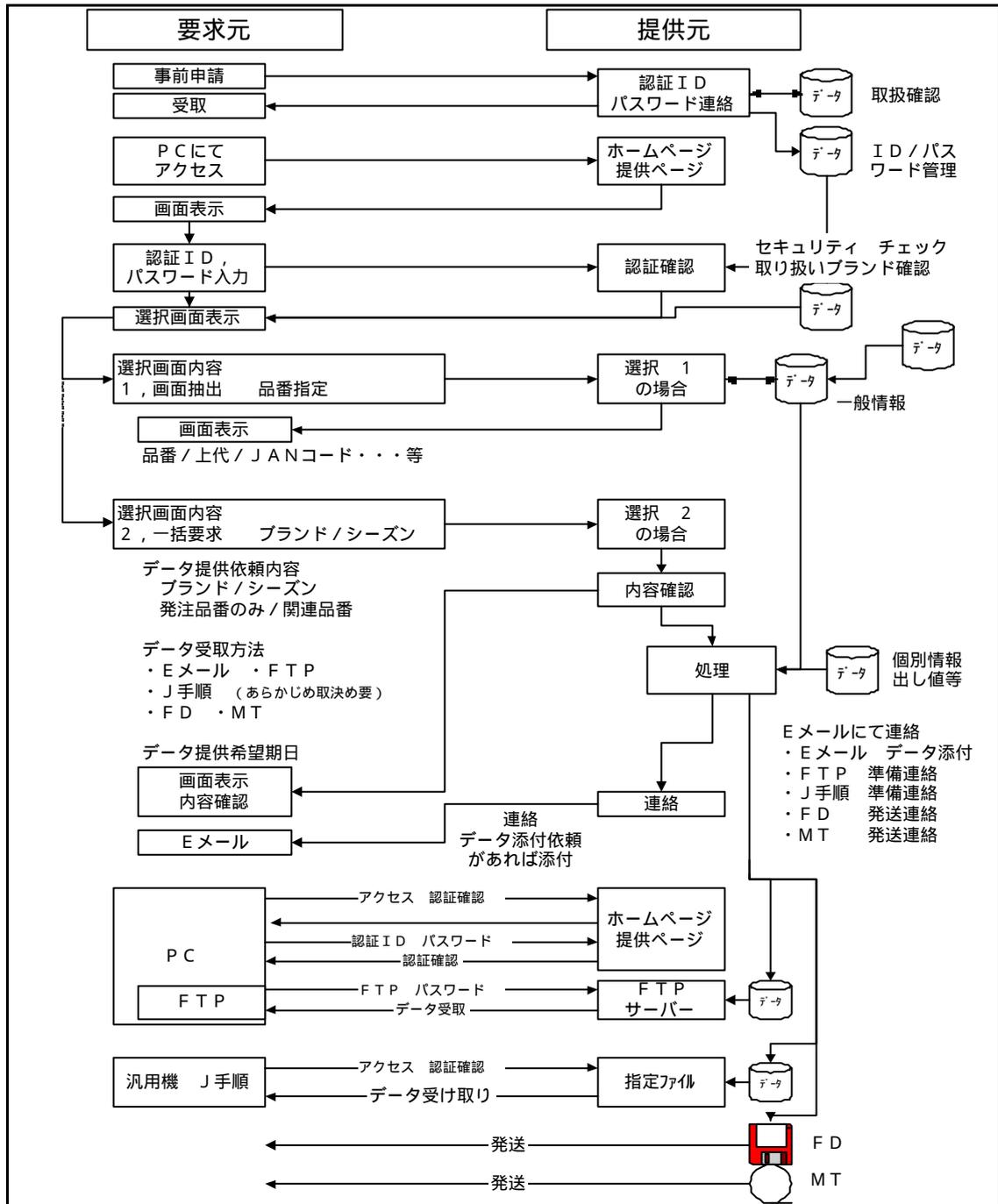


図 6 - 2 商品マスター提供手順 将来像



商品マスター提供手順（当面）  
前述の課題にあるようにインターネットを利用したシステム構築には時間が必要となります。

当面は提供依頼を紙ベースで実施することが望ましいと考えられます。

（ a ） 書面での依頼

商品マスター提供依頼書 別紙 49ページを使用します。

（ b ） 依頼順序

依頼元企業より提供元担当部署（営業部署）に F A X / 郵送もしくは、Eメールにて依頼します。

提供元担当部署とデータ作成部署が同一の場合は別ですが、それ以外では社内規則に従いデータ作成部署にてデータの作成を行います。

（セレクト条件等、抽出に制約がある場合にはデータ作成部署では判断できない為）

（ c ） データ提供順序

提供元担当営業部署もしくはデータ作成部署より、依頼元受取部署に受取方法に応じてデータ提供を行うこととします。

（ d ） 注意事項

各々の企業で対応ができない場合があります。

下記に一例をあげてみます。

a ) データフォーマット

- ・企業によっては、S研商品マスターデータPC版に対応できない場合。
- ・データ種類の3, その他として、S研商品マスターデータをテキスト固定長に変換し提供可能な企業もあります。

b ) 受取方法

- ・提供元企業でEメール添付が不可の場合。
- ・提供元企業でMT対応が不可の場合。

c ) 抽出条件

- ・依頼元企業の抽出依頼内容に対応できない場合。

d ) セレクト条件

- ・例としては、受注会での発注品番という形であげられますが、ここでは拘束はしないで、各企業間にて取り決めるものとして。

e ) その他

上記の場合、もしくは、これ以外の課題 / 懸案事項については、  
依頼元企業 / 提供元企業双方での協議の上、進めていくこととします。

商品マスター提供依頼書			
依頼企業名		提供企業名	
担当部署		担当営業部署	
担当者名		担当者名	
TEL	( ) -	TEL	( ) -
FAX	( ) -	FAX	( ) -
		(統括部署)	
依頼年月日		受付年月日	
受取希望日		提供年月日	
受取部署		データ作成部署	
受取者名		作成者名	
Eメールアドレス		Eメールアドレス	
TEL	( ) -	TEL	( ) -
FAX	( ) -	FAX	( ) -
基本様式			
データフォーマット	1. S研商品マスターデータ (固定長) 2. S研商品マスターデータPC版 (CSV) 3. その他( )		
受取方法	1. J手順 2. Eメール添付 3. FD ( ) 4. MT ( ) 5. その他( )		
抽出条件			
モデル年度	年度	仕入れ値(提供元出し値)	YES, NO
シーズン	1. 全部 2. 春夏物 3. 秋冬物 4. スキー物 5. 他( )		
メーカー・ブランド			
メーカー	ブランド		セレクト条件
備考			

### データ受け渡し

紙ベースでの提供依頼をうけ、下記のようなデータの受け渡し方法が当面考えられます。

- |                       |                   |
|-----------------------|-------------------|
| ( a ) J 手順            | データ電送             |
| ( b ) Eメール添付          | Eメールに商品マスターデータを添付 |
| ( c ) F D (フロッピーディスク) | 媒体使用              |
| ( d ) M T (磁気テープ)     | 媒体使用              |

### J 手順

#### ( a ) 制御電文取決め

- ・センターコード      6桁    要求元コード
- ・取引先コード      8桁    提供元コード
- ・識別子              6桁    各企業間でとり決めます
- ・データ種類        2桁    60固定
- ・TEL番号            接続先

#### ( b ) データフォーマット    S研商品マスターデータ

#### ( c ) フォーマット内容      56ページ参照して下さい

#### ( d ) 流れ図

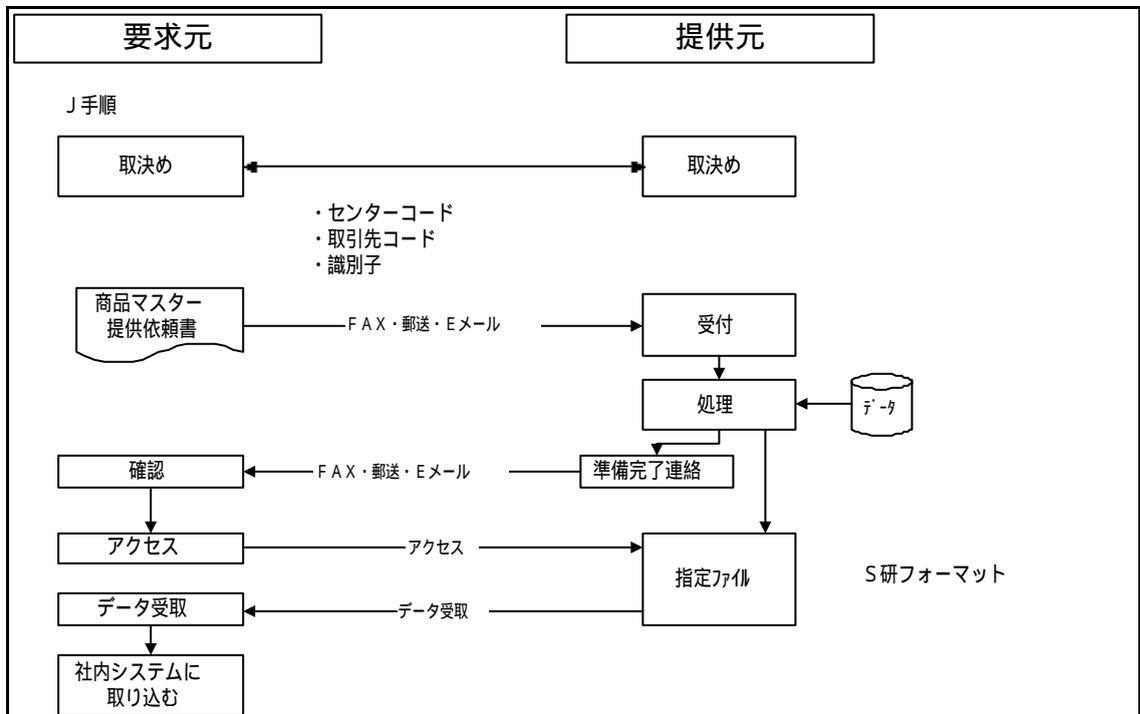


図 6 - 3 J 手順での商品マスター提供手順

電子メール（Eメール）添付

- (a) データフォーマット S研商品マスターデータPC版
- (b) フォーマット内容 72ページ参照して下さい
- (c) データ圧縮 自己解凍型に圧縮（使用ソフトウェアは任意）  
メールシステムへの負荷軽減の為、データを圧縮します。
- (d) 流れ図

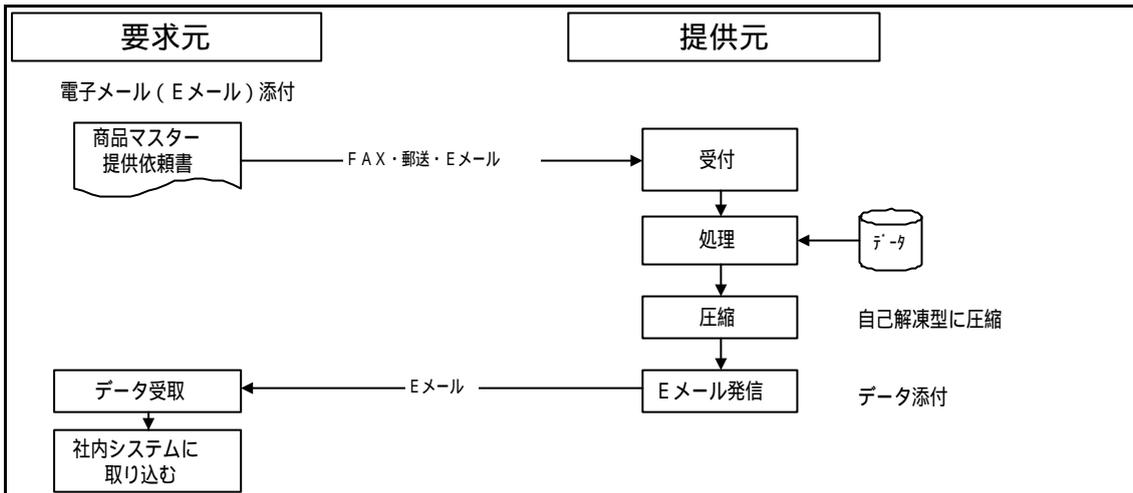


図6-4 電子メール添付での商品マスター提供手順

FD（フロッピーディスク）

- (a) データフォーマット S研商品マスターデータ  
S研商品マスターデータPC版
- (b) フォーマット内容 S研商品マスターデータ 56ページ参照  
S研商品マスターデータPC版 72ページ参照
- (c) データの受け渡しをFDにて行います。
- (d) 流れ図 次ページ 図6-5 媒体使用での商品マスター提供手順を参照して下さい。

MT（磁気テープ）

- (a) データフォーマット S研商品マスターデータ
- (b) フォーマット内容 56ページ参照して下さい
- (c) データの受け渡しをMTにて行います。
- (d) 流れ図 次ページ 図6-5 媒体使用での商品マスター提供手順を参照して下さい。

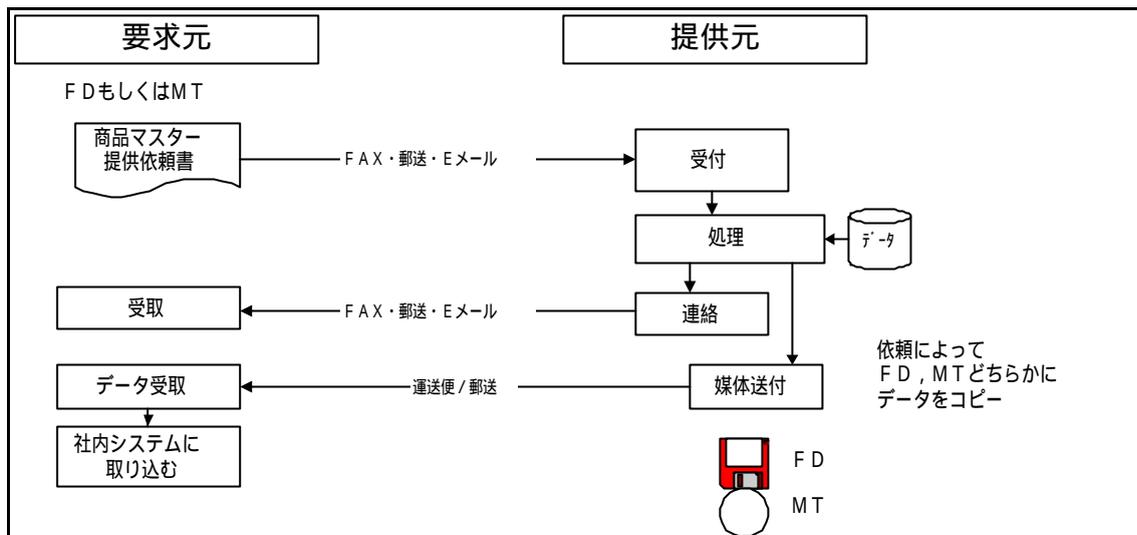


図6 - 5 媒体使用での商品マスター提供手順

#### 障害対応

##### (a) 電子メール未着信

###### ・ J 手順

連絡の電子メールが未着信の場合、J 手順では依頼元よりのアクセスがありませんので、提供元より依頼元に再度連絡をします。

###### ・ 電子メール添付

電子メール添付の場合は提供元では依頼元への着信が確認出来ない為、依頼元に届いていない場合も考えられます。

このような場合を想定し、依頼元と提供元で対応策を取り決めておく必要があります。

###### ・ 媒体使用

媒体使用の場合は連絡メールが未着信でも媒体が発送されますので媒体到着でデータ提供となります。

##### (b) 読み出し不能

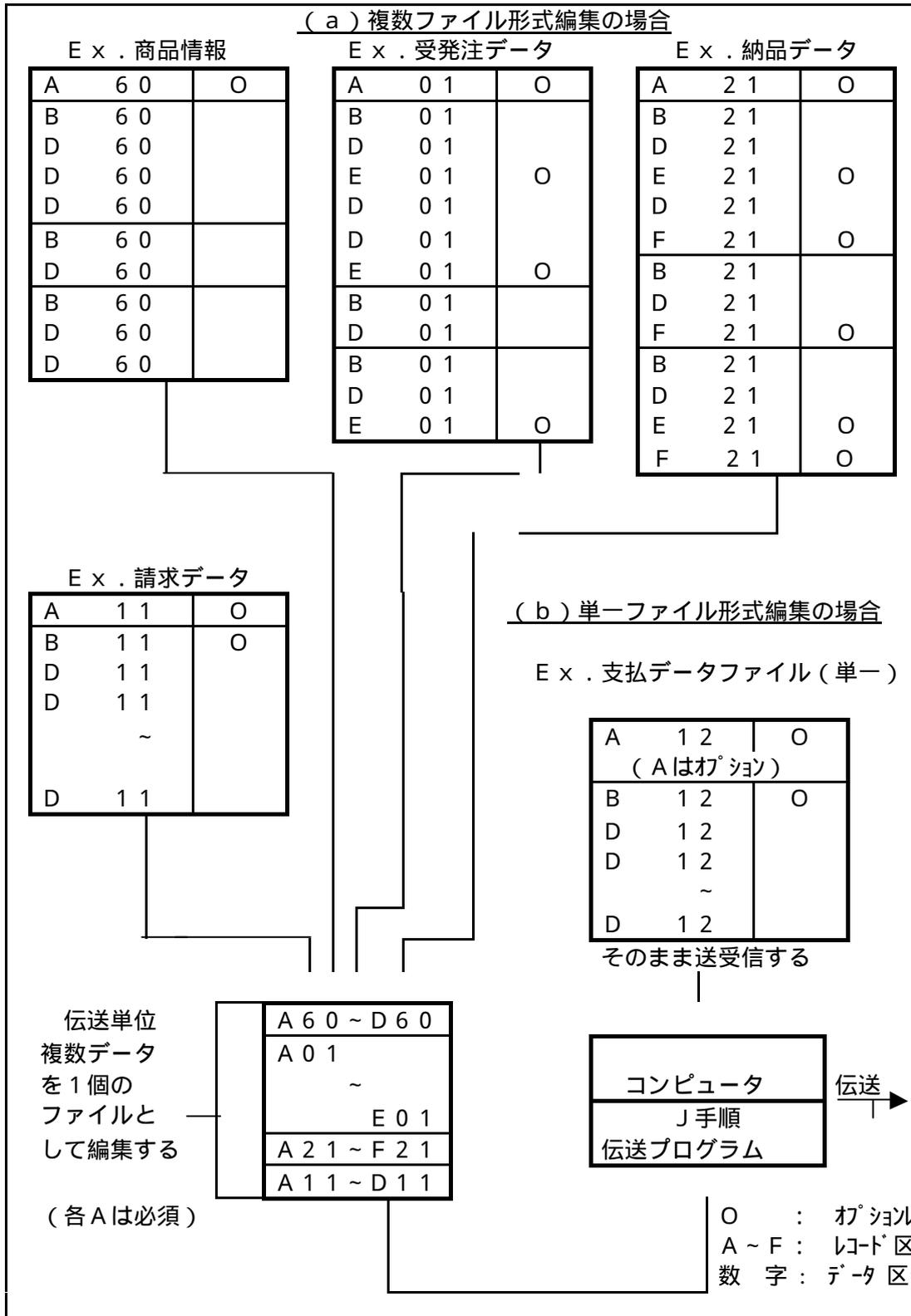
データ電送、もしくは、媒体送付したものが、読み出し不能の場合には、依頼企業の受取部署より提供企業のデータ作成部署に連絡、協議の上、対応を図ることとします。

## 4 . S 研フォーマット

### ( 1 ) データ交換フォーマット構成 データ種類とレコード構成

データ種類	レコード名	レコード 区 分	デー タ 区 分	レコード長	オプション
商品マスター データ	ファイルヘッダー	A	6 0	1 2 8	
	品番ヘッダーレコード	B	6 0	1 2 8	
	明細レコード	D	6 0	1 2 8	
受発注データ	ファイルヘッダー	A	0 1	1 2 8	
	伝票ヘッダーレコード	B	0 1	1 2 8	
	明細レコード	D	0 1	1 2 8	
	明細オプションレコード	E	0 1	1 2 8	
納品データ	ファイルヘッダー	A	2 1	1 2 8	
	ヘッダーレコード	B	2 1	1 2 8	
	明細レコード	D	2 1	1 2 8	
	明細オプションレコード	E	2 1	1 2 8	
	トレーラーレコード	F	2 1	1 2 8	
請求データ	ファイルヘッダー	A	1 1	1 2 8	
	ヘッダーレコード	B	1 1	1 2 8	
	明細レコード	D	1 1	1 2 8	
支払データ	ファイルヘッダー	A	1 2	1 2 8	
	ヘッダーレコード	B	1 2	1 2 8	
	明細レコード	D	1 2	1 2 8	
在庫データ	ファイルヘッダー	A	3 0	1 2 8	
	明細レコード	D	3 0	1 2 8	

伝送単位とファイル形式及びレコード配列



注) 伝送単位は複数ファイル形式、単一ファイル形式いずれでもよい  
 ファイルヘッダーは一回の伝送で複数のファイルを一括して送受信する場合に使用

( 2 ) ファイルヘッダー

ファイルヘッダー・レイアウト

( a ) ファイルヘッダー ( オプション )

データ区分	データ処理日時			データ送受信転送先						処理	
	日付	時間	データ日付	送信元		最終送信先		直接送信先		レコード長	9(3)
				会社コード	XX	会社コード	XX	会社コード	XX		
01 9(2)	10		20	X(6)	XX	X(6)	XX	X(6)	XX		
レコード区分("A")											
処理コントロール			余 白								
レコード件数	伝票ヘッダー件数	予備							X(64)		
9(6)	9(5)	9(5)									
51	60		70		80		90			100	

余 白											
101	110		120		128						

注 データ区分は「データ種類とレコード構成」を参照

ファイルヘッダー・項目説明

( a ) ファイルヘッダー ( オプション )

項番	レベル	項目	属性	桁数	説明
1	0 2	レコード区分	X	0 1	" A "
2	0 2	データ区分	9	0 2	各種データ区分にあわせて設定する
3	0 2	データ処理日時			
	0 3	日付	9	0 6	yyymmdd西暦
	0 3	時間	9	0 6	hhmmss時分秒
4	0 2	データ日付	9	0 6	このデータを使用開始する日 yyymmdd西暦
5	0 2	データ送受信転送先			
	0 3	送信先			
	0 4	会社コード	X	0 6	共通取引先コード 注1
	0 4	予備	X	0 2	
	0 3	最終送信先			
	0 4	会社コード	X	0 6	共通取引先コード "
	0 4	予備	X	0 2	
	0 3	直接送信先			
	0 4	会社コード	X	0 6	共通取引先コード "
	0 4	予備	X	0 2	
6	0 2	処理コントロール			
	0 3	レコード長	9	0 3	" 1 2 8 "
	0 3	レコード件数	9	0 6	ファイル内のレコード件数 (ファイルヘッダ-含む)
	0 3	伝票ヘッダ-件数	9	0 5	品番件数 又は伝票枚数
	0 3	予備	9	0 5	自由項目 未使用
7	0 2	余白	X	6 4	自由使用

ファイルヘッダーは、オプションとする。(使用企業間の取り決めにより省略することも出来る。)

注1 原則として、各企業が流通コードセンターより取得している、共通取引先コード6ケタを使用する。

( 3 ) 商品マスターデータ

商品マスターデータ・レイアウト

( a ) 商品マスターデータ・品番ヘッダーレコード

デ ー タ 区 分	スタイル		メー カー 品 番	品 名	
	スタイルID (品番)	SEQ NO.			
	X ( 10 )	9 ( 3 )			X ( 10 )
01 9(2)	10	20	30	40	50

レコード区分("B")

ブ ラ ン ド 略 名	小売標準単位情報			取引単位情報			JICFS		
	小売 単位	単位 構成数	標準上代	取引 単位	最低 受注数	取引単価	標準卸単価	小 分 類	細 分 類
X ( 10 )	X ( 3 )	9 ( 4 )	9 ( 7 )	X ( 3 )	9 ( 4 )	9 ( 7 )	9 ( 7 )	XX	XX
51	60	70	80	90	100				

改廃日付 (西暦)			予 備
発売日	実効日	廃止日	
9 ( 6 )	9 ( 6 )	9 ( 6 )	
101	110	120	128

注 レコード区分は PIC X ( 1 )  
以下全レコード共通

( b ) 商品マスターデータ・明細レコード

デ ー タ 区 分	スタイル		明細 ( 1 ) X ( 56 )			
	スタイルID (品番)	SEQ NO.	JANコード	メー カー 規格1 (カラーコード)	メー カー 規格2 (サイズコード)	カラー呼称 等
	X ( 10 )	9 ( 3 )	9 ( 13 )	X ( 5 )	X ( 10 )	X ( 10 )
01 9(2)	10	20	30	40	50	

レコード区分("D")

明細 ( 1 )			明細 ( 2 ) X ( 56 )		
実効日	廃止日	予 備	JANコード	メー カー 規格1 (カラーコード)	メー カー 規格2 (サイズコード)
9 ( 6 )	9 ( 6 )	X ( 6 )	9 ( 13 )	X ( 5 )	X ( 10 )
51	60	70	80	90	100

明細 ( 2 )			
カラー呼称 等	実効日	廃止日	予 備
X ( 10 )	9 ( 6 )	9 ( 6 )	X ( 6 )
101	110	120	128

商品マスターデータ・項目説明

( a ) 商品マスターデータ・品番ヘッダーレコード

項番	レベル	項目	属性	桁数	説明
1	0 2	レコード区分	X	1	" B "
2	0 2	データ区分	9	2	" 6 0 "
3	0 2 0 3 0 3	スタイル スタイル I D S E Q	X 9	1 0 3	同一規格、同一パターンに対する I D " 0 0 0 " (通常 => 品番が採られる)
4	0 2	メーカー品番	X	1 0	メーカーが使用している品番
5	0 2	品 名	X	2 5	品番に対応する品名
6	0 2	ブランド略名	X	1 0	ブランド略名
7	0 2 0 3 0 3 0 3	小売標準単位情報 小売単位 単位構成数 上代	X 9 9	3 4 7	当該商品の小売り標準情報 小売する時の単位 (コード、略号等) 小売単位を構成する最小小売要素数量 小売標準単価 / 小売単位
8	0 2 0 3 0 3 0 3 0 3	取引単位情報 取引単位 最低受注数 取引単価 標準卸単価	X 9 9 9 9	3 4 7 7	取引関係にある 2 社間の情報 取引される時の単位 (コード、略号等) 取引される時の最低取扱数 (単位は取引単位) 取引単位当たりの単価 上代に対応する標準卸単価 (単位は小売単位)
9	0 2 0 3 0 3	J I C F S 小分類コード 細分類コード	X X	2 2	J I C F S 商品分類コード下 4 桁 (大中分類は省略) 小分類 細分類
10	0 2 0 3 0 3 0 3	改廃日付 発売日 実効日 廃止日	9 9 9	6 6 6	利用者は実効日の記録管理により最新状態を維持する 当該品発売日 (西暦) yymmdd 更新等実行日 (西暦) yymmdd 発売当初は同上 販売中止日 (西暦) yymmdd 有効期間中はZERO
11	0 2	予 備	X	1 0	

注) 最小小売要素数量

3 個を 1 箱として小売りしている物についてこれをバラして管理する場合に使用する。

最小小売要素単位の記述については別個の品番として取り扱ことを原則とするので省略した。

小売標準単位情報	品番 A (箱物)	品番 B (バラ)
小売単位	箱	個
単位構成数	3 個	1 個
上代	9 0 0 円	3 3 0 円

( 品番 B は品番 A をバラにしたもの )

## (b) 商品マスターデータ・明細レコード

項番	レベル	項目	属性	桁数	説明
1	02	レコード区分	X	1	"D"
2	02	データ区分	9	2	"60"
3	02	スタイル			(通常ID = 品番が採られる)
	03	スタイルID	X	10	同一規格、同一パターンに対するID
	03	SEQ	9	3	"001~UP"
4	02	明細1			
	03	JANコード	9	13	JANコード等
	03	メーカー規格1	X	5	JANコードに対応するカラーコード等
	03	メーカー規格2	X	10	JANコードに対応するサイズコード等
	03	カラー呼称等	X	10	カラー呼称等
	03	実効日	9	6	このコードが有効となる日
	03	廃止日	9	6	このコードが廃止される日
	03	予備	X	6	
5	02	明細2			
	03	JANコード	9	13	JANコード等
	03	メーカー規格1	X	5	JANコードに対応するカラーコード等
	03	メーカー規格2	X	10	JANコードに対応するサイズコード等
	03	カラー呼称等	X	10	カラー呼称等
	03	実効日	9	6	このコードが有効となる日
	03	廃止日	9	6	このコードが廃止される日
	03	予備	X	6	

(4) 受発注データ

受発注データ・レイアウト

(a) 受発注データ・伝票ヘッダーレコード

データ区分	キー	発注者	受注者	販売店	出荷				
	発注No X(10)	行No 9(3)	会社コード X(6)	部署 X(4)	会社コード X(6)	部署 X(4)	会社コード X(6)		
01	9(2)	10	20	30	40	50			
コード区分("B")									
先	販売店略名			出荷先略名		日付			
X(10)	販売店企業略名 X(10)		販売店部署略名 X(10)		出荷先企業略名 X(10)		出荷先部署略名 X(10)		発注 9(6)
51	60	70	80	90	100				
日付	納品	発注区分	識別コード	予備					
9(6)	X(4)			X(12)					
101	110	120	128						
R1, R2, R3, R4									

会社コードの識別コード  
R 1 : 発注者  
R 2 : 受注者  
R 3 : 販売店  
R 4 : 出荷先

(b) 受発注データ・明細レコード

データ区分	キー	発注者商品コード			受注者商品情報		
	発注No X(10)	行 9(3)	商品 X(4)	商品コード X(13)	受注者品番 X(10)	規格1 (カラーコード)	単位
01	9(2)	10	20	30	40	50	X(3)
コード区分("D")							
単価		商品名			明細1		
取引単価 S9(7)	上代 S9(7)	ブランド略名 X(10)	商品略名 X(15)		JANコード 9(13)		
51	60	70	80	90	100		
明細1		予備					
発注数 S9(5)	規格2 (サイズコード) X(10)	X(10)					
101	110	120	128				

(c) 受発注データ・明細オプションレコード

データ 区分	キー		明細 2			明細 3
	発注No X (10)	行 No 9(3)	JANコード 9 (13)	発注数 S9(5)	規格 2 (サイズコード) X (10)	JAN コード 9 (13)
01	9(2)	10	20	30	40	50

レコード区分("E")

明細 3			明細 4		
発注数 S9(5)	規格 2 (サイズコード) X (10)	JANコード 9 (13)	発注数 S9(5)	規格 2 (サイズコード) X (10)	
51	60	70	80	90	100

予 備	
X (28)	
101	128

受発注データ・項目説明

( a ) 受発注データ・伝票ヘッダーレコード

項番	レベル	項目	属性	桁数	説明
1	0 2	レコード区分	X	1	" B "
2	0 2	キー			
	0 3	データ区分	9	2	" 0 1 "
	0 3	発注	X	1 0	発注者の指定 発注
	0 3	行	9	3	" 0 0 0 "
3	0 2	発注者			発注者
	0 3	会社コード	X	6	共通取引先コード
	0 3	部署コード	X	4	任意部署コード
4	0 2	受注者			受注者
	0 3	会社コード	X	6	共通取引先コード
	0 3	部署コード	X	4	任意部署コード
5	0 2	販売店			販売店
	0 3	会社コード	X	6	共通取引先コード
	0 3	部署コード	X	4	任意部署コード
6	0 2	出荷先			出荷先
	0 3	会社コード	X	6	共通取引先コード
	0 3	部署コード	X	4	任意部署コード
7	0 2	販売店略名			
	0 3		X	1 0	販売店企業略名 (販売店略名)
	0 3		X	1 0	同 部署略名
8	0 2	出荷先略名			
	0 3		X	1 0	出荷先企業略名 (出荷先略名)
	0 3		X	1 0	同 部署略名
9	0 2	日付			
	0 3	発注	9	6	発注日付 (西暦) yymdd
	0 3	納品	9	6	納品指定日 (西暦) yymdd
10	0 2	発注区分	X	4	発注者の指定区分に使用
11	0 2	会社コードの識別コード			
	0 3	R 1	X	1	発注者の会社コードの識別を表す
	0 3	R 2	X	1	受注者の会社コードの識別を表す
	0 3	R 3	X	1	販売店の会社コードの識別を表す
	0 3	R 4	X	1	出荷先の会社コードの識別を表す
12	0 2	予 備	X	1 2	

## (b) 受発注データ・明細レコード

項番	レベル	項目	属性	桁数	説明
1	0 2	レコード区分	X	1	" D "
2	0 2	キー			
	0 3	データ区分	9	2	" 0 1 "
	0 3	発注	X	1 0	ヘッダーに記載した発注者指定 (発注)
	0 3	行	9	3	" 0 0 1 " ~ U P
3	0 2	販売店商品コード			
	0 3	商品分類	X	4	販売店 商品分類コード
	0 3	商品コード	X	1 3	品番管理の場合に使用できる(非単品コード等)
4	0 2	受注者商品情報			
	0 3	受注者品番	X	1 0	メーカー品番等
	0 3	規格1(加コード)	X	5	メーカーカラーコード等
	0 3	単位	X	3	取引単位
5	0 2	単価			
	0 3	取引単価	S 9	7	取引単位に対応する価格
	0 3	上代	S 9	7	小売上代
6	0 2	商品名			
	0 3	ブランド略名	X	1 0	メーカーブランド略名
	0 3	商品略名	X	1 5	メーカー商品略名
7	0 2	明細 1			
	0 3	JANコード	9	1 3	JANコード
	0 3	発注数	S 9	5	発注数
	0 3	規格2(サイズコード)	X	1 0	メーカーサイズコード等
8	0 2	予備	X	1 0	

## (c) 受発注データ・明細オプションレコード

項番	レベル	項目	属性	桁数	説明
1	0 2	レコード区分	X	1	" E "
2	0 2	キー			
	0 3	データ区分	9	2	" 0 1 "
	0 3	発注	X	1 0	ヘッダーに記載した発注者指定 (発注)
	0 3	行	9	3	" 0 0 1 " ~ U P (明細レコードに一致させる)
3	0 2	明細 2			明細レコード 項目 7 に同じ
	0 3	JANコード	9	1 3	
	0 3	発注数	S 9	5	
	0 3	規格2(サイズコード)	X	1 0	
4	0 2	明細 3			同 上
	0 3	JANコード	9	1 3	(但し使用しない時、数値項目はゼロ、文字項目は空白とし、且つ“以下余白”を意味しない)
	0 3	発注数	S 9	5	
	0 3	規格2(サイズコード)	X	1 0	
5	0 2	明細 4			同 上
	0 3	JANコード	9	1 3	( 同 上 )
	0 3	発注数	S 9	5	
	0 3	規格2(サイズコード)	X	1 0	
6	0 2	予備	X	2 8	

注) 明細オプションレコードの行 について

このレコードは単独で存在しない、必ず明細レコードの追加レコードとして、行 は明細レコードのものを等しく使用する。

( 5 ) 納品データ

納品データ・レイアウト

( a ) 納品データ・伝票ヘッダーレコード

データ区分	キー		取引先		納品元		販売店		出
	納品書No		X(10)		X(10)		X(10)		
	X(10)	伝票区分	会社コード	部署	会社コード	部署	会社コード	部署	会社
01	9(2)	10	20		30		40		50
レコード区分("B")		行		9(1)					

荷先		販売店略名			出荷先略名			日付
X(10)		X(10)			X(10)			
コード	部署	販売店企業略名	販売店部署略名	出荷先企業略名	出荷先部署略名	発注		
X(6)	X(4)	X(10)	X(10)	X(10)	X(10)	9(6)		
51		60	70	80	90	100		

日付	出荷	発注No	発注区分	識別コード
9(6)		X(10)	X(4)	
101		110	120	128
R1,R2,R3,R4 予備(X1)				

会社コードの識別コード

- R 1 : 取引先
- R 2 : 納品元
- R 3 : 販売店
- R 4 : 出荷先

( b ) 納品データ・明細レコード

データ区分	キー		取引先商品コード		納品元商品情報		
	納品書No		商品分類	商品コード	品番	規格1 (カラーコード)	単位
X(10)	X(4)	X(13)	X(10)	X(5)	X(3)		
01	9(2)	10	20	30	40	50	
レコード区分("D")		行		9(1)			

単価		商品名			明細1
取引単価	上代	ブランド略名	商品略名	JANコード	
S9(7)	S9(7)	X(10)	X(15)	9(13)	
51	60	70	80	90	100

明細1		予備
納品数	規格2 (サイズコード)	X(12)
S9(5)	X(10)	
101	110	128

(c) 納品データ・明細オプションレコード

データ区分	キー		明細 2		明細 3
	納品書 No	JANコード	納品数	規格 2 (サイズコード)	JANコード
	X (10)	9 (13)	S9(5)	X (10)	9 (13)
01	9(2)	10	20	30	40
レコード区分("E")		行 9(1)			

明細 3			明細 4		
納品数	規格 2 (サイズコード)	JANコード	納品数	規格 2 (サイズコード)	
S9(5)	X (10)	9 (13)	S9(5)	X (10)	
51	60	70	80	90	100

予 備			
X (30)			
101	110	120	128

(d) 納品データ・トレーラーレコード (オプション)

データ区分	キー		a	b	c
	納品書 No		X (10)	X (20)	X (10)
	X (10)				
01	9(2)	10	20	30	40
レコード区分("F")		行 9(1)			

d	運送方法	個数	金額		
			諸掛	運賃	品代
X (10)	X (12)	9(3)	S9(6)	S9(6)	S9(9)
51	60	70	80	90	100

金額		納品書日付	予 備 (発注 No, 元伝 No)
消費税			
S9(7)		9(6)	X(13)
101	110	120	128

納品データ・項目説明

( a ) 納品データ・伝票ヘッダーレコード

項番	レベル	項目	属性	桁数	説明
1	0 2	レコード区分	X	1	" B "
2	0 2	キー			
	0 3	データ区分	9	2	" 2 1 "
	0 3	納品書	X	1 0	納品元 伝票
	0 3	行	9	1	" 0 "
3	0 2	伝票区分	X	3	納品、返品、値引、値増 等 取引の区分 参考例
4	0 2	取引先			取引先
	0 3	会社コード	X	6	共通取引先コード
	0 3	部署コード	X	4	任意部署コード
5	0 2	納品元			納品元
	0 3	会社コード	X	6	共通取引先コード
	0 3	部署コード	X	4	任意部署コード
6	0 2	販売店			販売店
	0 3	会社コード	X	6	共通取引先コード
	0 3	部署コード	X	4	任意部署コード
7	0 2	出荷先			出荷先
	0 3	会社コード	X	6	共通取引先コード
	0 3	部署コード	X	4	任意部署コード
8	0 2	販売店略名			
	0 3		X	1 0	販売店 企業略名
	0 3		X	1 0	販売店 部署略名
9	0 2	出荷先略名			
	0 3		X	1 0	出荷先 企業略名
	0 3		X	1 0	出荷先 部署略名
10	0 2	日付			
	0 3	受注	9	6	受注日付 (西暦) yymmdd
	0 3	出荷	9	6	出荷日付 (西暦) yymmdd
11	0 2	発注	X	1 0	発注者 指定 (発注データヘッダ項目 2 より)
12	0 2	発注区分	X	4	発注者 指定区分 (発注データヘッダ項目 1 0 より)
13	0 2	会社コードの識別コード			
	0 3	R 1	X	1	取引先の会社コードの識別を表す
	0 3	R 2	X	1	納品元の会社コードの識別を表す
	0 3	R 3	X	1	販売店の会社コードの識別を表す
	0 3	R 4	X	1	出荷先の会社コードの識別を表す
14	0 2	予 備	X	1	

伝票区分例

(これは参考例でありこのコードに制約されるものではありません)

	通常	取消	訂正
納品	1 0 0	1 0 1	1 0 2
返品	1 1 0	1 1 1	1 1 2
値引	1 2 0	1 2 1	1 2 2
値増	1 3 0	1 3 1	1 3 2

( b ) 納品データ・明細レコード

項番	レベル	項目	属性	桁数	説明
1	0 2	レコード区分	X	1	" D "
2	0 2	キー			
	0 3	データ区分	9	2	" 2 1 "
	0 3	納品書	X	1 0	ヘッダーに記載した納品書
	0 3	行	9	1	" 1 ~ 8 " 伝票表示明細行番号
3	0 2	販売店商品コード			
	0 3	商品分類	X	4	発注データで示された販売店商品分類コード
	0 3	商品コード	X	1 3	発注データで示された販売店非単品コード等
4	0 2	納品元商品情報			
	0 3	品番	X	1 0	メーカー 品番
	0 3	規格1(カラーコード)	X	5	メーカー カラーコード等
	0 3	単位	X	3	取引単位
5	0 2	単価			
	0 3	取引単価	S 9	7	取引単位に対応する単価

	0 3	上代	S 9	7	小売上代
6	0 2	商品名			
	0 3	ブランド略名	X	1 0	メーカー ブランド略名
	0 3	商品略名	X	1 5	メーカー 商品略名
7	0 2	明細 1			
	0 3	JANコード	9	1 3	JANコード
	0 3	納品数	S 9	5	取引数量
	0 3	規格2(サイズコード)	X	1 0	メーカーサイズ コード等
8	0 2	予備	X	1 2	自由使用項目

自由使用項目について(当事者間で適宜設定する)

- ・単価決定法、掛け率区分、掛け率、等
- ・備考欄として
- ・その他

(c) 納品データ・明細オプションレコード

項番	レベル	項目	属性	桁数	説明
1	0 2	レコード区分	X	1	" E "
2	0 2	キー			
	0 3	データ区分	9	2	" 2 1 "
	0 3	納品書	X	1 0	ヘッダーに記載した納品書
	0 3	行	9	1	" 1 ~ 8 " 伝票表示 明細行番号 (明細レコード行NOと一致させる)
3	0 2	明細 2			明細レコード 項目 7 に同じ
	0 3	JANコード	9	1 3	
	0 3	納品数	S 9	5	
	0 3	規格2(サイズコード)	X	1 0	
4	0 2	明細 3			明細レコード 項目 7 に同じ
	0 3	JANコード	9	1 3	(但し使用しない時、数値項目はゼロ、文字項目は空白とし、且つ" 以下余白 " を意味しない)
	0 3	納品数	S 9	5	
	0 3	規格2(サイズコード)	X	1 0	
5	0 2	明細 4			明細レコード 項目 7 に同じ
	0 3	JANコード	9	1 3	(但し使用しない時、数値項目はゼロ、文字項目は空白とし、且つ" 以下余白 " を意味しない)
	0 3	納品数	S 9	5	
	0 3	規格2(サイズコード)	X	1 0	
6	0 2	予備	X	3 0	自由使用項目

自由使用項目について(当事者間で適宜設定する)

- ・発注 についてヘッダーレコードを使わない場合
- ・備考欄として
- ・その他

(d) 納品データ・トレーラーレコード(オプション)

項番	レベル	項目	属性	桁数	説明
1	0 2	レコード区分	X	1	" F "
2	0 2	キー			
	0 3	データ区分	9	2	" 2 1 "
	0 3	納品書	X	1 0	ヘッダーに記載した納品書
	0 3	行	9	1	" 9 "
3	0 2	a	x	1 0	伝票表示 項目 a
4	0 2	b	x	2 0	伝票表示 項目 b
5	0 2	c	X	1 0	伝票表示 項目 c
6	0 2	d	x	1 0	伝票表示 項目 d
7	0 2	運送方法	x	1 2	伝票表示 運送方法
8	0 2	個数	9	3	伝票表示 個数
9	0 2	運賃区分	X	2	伝票表示 元払い、着払い等の負担区分
10	0 2	金額			
	0 3	諸掛	S 9	6	伝票表示 諸掛
	0 3	運賃	S 9	6	運賃
	0 3	品代	S 9	9	品代
	0 3	消費税	S 9	7	消費税
11	0 2	納品書日付	9	6	納品書発行日付(西暦) yymmdd
12	0 2	予備	X	1 3	自由使用項目

自由使用項目について(当事者間で適宜設定する)

- ・取消、訂正 等の場合の元伝 等
- ・発注
- ・その他

(6) 請求データ

請求データ・レイアウト

(a) 請求データ・ヘッダーレコード(オプション)

データ区分	取引先		請求元		請求日	期間		伝票枚数
	X(10)		X(10)			9(6)	9(6) ~ 9(6)	
	会社コード X(6)	部署 X(4)	会社コード X(6)	部署 X(4)	9(6)		9(6)	9(6)
01	9(2)	10	20	30	40	50		

└─┬─┘ コード区分("B")

前回請求金額	入金		当月取引額		
	入金	その他入金	納品	返品	値引
S 9(10)	S 9(10)	S 9(9)	S 9(10)	S 9(9)	S 9(8)
51	60	70	80	90	100

当月取引額		今回請求金額
消費税	その他請求	
S 9(8)	S 9(8)	S 9(10)
101	110	128

(b) 請求データ・明細レコード

データ区分	取引先		請求元		請求日	発注書NO (指定伝票No)	納品・返品 伝票日付	伝票区分
	X(10)		X(10)					
	会社コード X(6)	部署 X(4)	会社コード X(6)	部署 X(4)	9(6)	X(10)	9(6)	X(3)
01	9(2)	10	20	30	40	50		

└─┬─┘ コード区分("D")

金額		請求元			予備
金額	消費税	請求書No	口座No	納品伝票No	
S 9(10)	S 9(7)	X(10)	X(10)	X(10)	
51	60	70	80	90	100

└─┬─┘ 再請求区分 X(1) (0:通常 1:再請求)

予備	
元伝No (訂正 伝票)	識別コード 予備
101	128

R1, R2

会社コードの識別コード  
R 1 : 取引先  
R 2 : 請求元

請求データ・項目説明

( a ) 請求データ・ヘッダーレコード ( オプション )

項番	レベル	項目	属性	桁数	説明
1	0 2	レコード区分	X	1	" B "
2	0 2	データ区分	9	2	" 1 1 "
3	0 2 0 3 0 3	取引先 ( 得意先 ) 会社コード 部署コード	X X X	6 4	取引先 ( 得意先 ) 共通取引先コード 任意部署コード
4	0 2 0 3 0 3	請求元 会社コード 部署コード	X X X	6 4	請求元 共通取引先コード 任意部署コード
5	0 2	請求日	9	6	請求書表示請求日 ( 西暦 ) yymmdd
6	0 2 0 3 0 3	期間 開始日 締切日	9 9	6 6	前回請求締日の翌日 ( 西暦 ) yymmdd 今回請求締日 同 上
7	0 2	伝票枚数	9	5	今回請求伝票枚数 ( 含再請求 )、明細レコード件数
8	0 2	前回請求金額	S 9	1 0	前回請求金額
9	0 2 0 3 0 3	入金 入金 その他入金	S 9 S 9	1 0 9	振込、手形等による入金 相殺、その他の入金
10	0 2 0 3 0 3 0 3 0 3 0 3	当月取引額 納品 返品 値引 消費税 その他請求	S 9 S 9 S 9 S 9 S 9	1 0 9 8 8 8	当該期間の取引合計額 同 上 同 上 同 上 ( 非課税分のその他請求 )
11	0 2	今回請求金額	S 9	1 0	- +

注) 前回繰越は - である。  
 当月取引額 には再請求分は含まれない。  
 入金 は + を計算する。  
 当月取引額 は - - + + を計算する。

( b ) 請求データ・明細レコード

項番	レベル	項目	属性	桁数	説明
1	0 2	レコード区分	X	1	" D "
2	0 2	データ区分	9	2	" 1 1 "
3	0 2 0 3 0 3	取引先 ( 得意先 ) 会社コード 部署コード	X X X	6 4	取引先 ( 得意先 ) 共通取引先コード 任意部署コード
4	0 2 0 3 0 3	請求元 会社コード 部署コード	X X X	6 4	請求元 共通取引先コード 任意部署コード
5	0 2	請求日	9	6	請求書表示請求日 ( 西暦 ) yymmdd
6	0 2	発注書	X	1 0	納品書の形式がターンアラウンド形式の場合 ( 指定伝票 )
7	0 2	伝票日付	9	6	( 西暦 ) yymmdd
8	0 2	伝票区分	X	3	納品データに準ずる
9	0 2 0 3 0 3	金額 金額 消費税	S 9 S 9	1 0 7	納品書表記 ( 品代 + 諸掛 + 運賃 ) の金額 同 上 税額
1 0	0 2	再請求区分	X	1	0 : 当月 1 : 再請求 注 ( 再請求を含める場合は ヘッダーの項目 1 0 にこれを加算しない )
1 1	0 2 0 3 0 3 0 3	請求元 請求書 口座 納品伝票	X X X X	1 0 1 0 1 0	発行請求書の 請求元管理コード 請求元の付番による納品伝票
1 2	0 2 0 3 0 3 0 4 0 4 0 3	予備 元伝 会社コードの識別コード R 1 R 2 予備	X X X X X X	1 0 1 1 1 2 0	訂正等の場合元伝票 等 取引先の会社コードの識別を表す 請求元の会社コードの識別を表す

注) 前回繰り越しを再請求として明細を追加することも出来るが、強制するものではない。

(7) 支払データ

支払データ・レイアウト

(a) 支払データ・ヘッダレコード(オプション)

データ 区分	取引先		請求元		請求日	期間		伝票枚数
	X(10)		X(10)			9(6)	9(6) ~ 9(6)	
	会社コード X(6)	部署 X(4)	会社コード X(6)	部署 X(4)	9(6)		9(6)	9(6)
01	9(2)	10	20	30	40	50		

LL コード区分("B")

予備			今回支払額		
X(29)			仕入	返品	値引
S 9(10)			S 9(9)	S 9(8)	
51	60	70	80	90	100

今回支払額		今回支払合計
消費税	その他	
S 9(8)	S 9(8)	S 9(10)
101	110	128

(b) 支払データ・明細レコード

データ 区分	取引先		請求元		支払日	発注書No (指定伝票No)	納品・返品 伝票日付	伝票 区分
	X(10)		X(10)					
	会社コード X(6)	部署 X(4)	会社コード X(6)	部署 X(4)	9(6)	X(10)	9(6)	X(3)
01	9(2)	10	20	30	40	50		

LL コード区分("D")

金額		請求元			予備
金額	消費税	請求書No	口座No	納品伝票No	
S 9(10)	S 9(7)	X(10)	X(10)	X(10)	
51	60	70	80	90	100

LL 再請求区分 X(1) (0:通常 1:再請求)

予備	
元伝NO (訂正 伝票) X(10)	識別コード 予備 X(20)
101	R1,R2 110 120 128

会社コードの識別コード  
R 1 : 取引先  
R 2 : 請求元

支払データ・項目説明

( a ) 支払データ・ヘッダーレコード ( オプション )

項番	レベル	項目	属性	桁数	説明
1	0 2	レコード区分	X	1	" B "
2*	0 2	データ区分	9	2	" 1 2 "
3	0 2 0 3 0 3	取引先 ( 支払元 ) 取引先コード 部署コード	X X	6 4	取引先 ( 支払元 ) 共通取引先コード 任意部署コード
4	0 2 0 3 0 3	請求元 取引先コード 部署コード	X X	6 4	請求元 共通取引先コード 任意部署コード
5*	0 2	支払日	9	6	支払い実行日 ( 予定日 )
6	0 2 0 3 0 3	期間 開始日 締切日	9 9	6 6	前回 締切日 ( 翌日 ) 今回 締切日
7*	0 2	伝票枚数	9	5	支払伝票枚数
8	0 2	予備	X	2 9	
9*	0 2 0 3 0 3 0 3 0 3 0 3	今回支払額 仕入額 返品額 値引額 消費税額 その他支払額	S 9 S 9 S 9 S 9 S 9	1 0 9 8 8 8	今回支払の 仕入額 返品額 値引額 消費税額 ** 非課税その他支払額
10*	0 2	今回支払合計額	S 9	1 0	- - + +

注) \* マーク : 請求データを基にして \* マークの項目のみ記入することを原則とするが、消費税については以下のようにすることもある。

\*\*

支払消費税の計算は伝票毎の円未満切捨を原則とするが、支払元の基準により合計一括計算される場合の例外的方法としては次のようにする。

- a) 明細データの消費税支払額をゼロとする。
- b) 今回支払額 { - - } から税率を乗じ にセットすることで表す。
- c) 明細レコードの消費税の合計 に注意して取り扱う。

( b ) 支払データ・明細レコード

項番	レベル	項目	属性	桁数	説明
1	0 2	レコード区分	X	1	" D "
2*	0 2	データ区分	9	2	" 1 2 "
3	0 2 0 3 0 3	取引先 ( 支払元 ) 取引先コード 部署コード	X X	6 4	取引先 ( 支払元 ) 共通取引先コード 任意部署コード
4	0 2 0 3 0 3	請求元 取引先コード 部署コード	X X	6 4	請求元 共通取引先コード 任意部署コード
5*	0 2	支払日	9	6	支払い実行日 ( 予定日 )
6	0 2	発注書	X	1 0	請求データと同じ ( 指定伝票 )
7	0 2	伝票日付	9	6	同 上
8	0 2	伝票区分	X	3	同 上
9*	0 2 0 3 0 3	支払金額 金額 消費税	S 9 S 9	1 0 7	支払額を記入する ( 注 ) ヘッダー脚注
10	0 2	再請求区分	X	1	0 : 当月 1 : 再請求
11	0 2 0 3 0 3 0 3	請求元 請求書 口座 納品伝票	X X X	1 0 1 0 1 0	請求元使用項目
12	0 2 0 3 0 3 0 4 0 4 0 3	予備 元伝 会社コードの識別コード R 1 R 2 予備	X X X X X	1 0 1 1 1 2 0	( 訂正伝票 NO . ) 取引先の会社コードの識別を表す 請求元の会社コードの識別を表す

注) 支払データは請求データをベースにし支払側が \* 項目を記入することを原則としている。

( 8 ) 在庫データ

在庫データ・レイアウト

( a ) 在庫データ

データ区分	KEY				上代 9 ( 6 )	明細 ( 1 ) X ( 43 )	
	取引先コード		メーカー品番 X ( 10 )	SEQ NO. 9(3)		JANコード 9 ( 1 3 )	メーカー規格1(カラーコード) X ( 5 )
	会社コード X (6)	部署 X (4)					
01	9(2)	10	20	30	40	50	

レコード区分("B")

明細 ( 1 ) つづき				明細 ( 2 ) X ( 43 )		
メーカー規格2 (サイズコード) X ( 10 )	数量 1 S9(5)	数量 2 S9(5)	数量 3 S9(5)	JANコード 9 ( 1 3 )	メーカー規格1(カラーコード) X ( 5 )	メーカー規格2 (サイズコード) X ( 10 )
51	60	70	80	90	100	

明細 ( 2 ) つづき			識別コード 区分 ( 予備 ) X ( 9 )
数量 1 S9(5)	数量 2 S9(5)	数量 3 S9(5)	
101	110	R1 120	128

会社コードの識別コード  
R 1 : 取引先

( b ) 在庫データ・項目説明

項番	レベル	項目	属性	桁数	説明
1	0 2	レコード区分	X	1	" B "
2	0 2	データ区分	9	2	" 3 0 "
3	0 2	KEY			
	0 3	取引先コード			取引先コード
	0 4	会社コード	X	6	共通取引先コード
	0 4	部署コード	X	4	任意部署コード
	0 3	メーカー品番	X	10	メーカーが使用している、ユニークな商品番号
	0 3	SEQ No.	9	3	同一な商品番号内での連番 "000" ~ "999" Max1000
4	0 2	上代	9	6	上代 / 小売単位
5	0 2	明細 1			
	0 3	JANコード	9	13	JANコード等
	0 3	メーカー規格 1	X	5	JANコードに対応するメーカー・カラーコード等
	0 3	メーカー規格 2	X	10	JANコードに対応するメーカー・サイズコード等
	0 3	数量 1	S 9	5	数量 1 } 在庫数 数量 2 } は 受発注数 数量 3 } 納品数
0 3	数量 2	S 9	5		
0 3	数量 3	S 9	5		
6	0 2	明細 2			明細 1 と同じ
	0 3	JANコード	9	13	
	0 3	メーカー規格 1	X	5	
	0 3	メーカー規格 2	X	10	
	0 3	数量 1	S 9	5	
	0 3	数量 2	S 9	5	
	0 3	数量 3	S 9	5	
7	0 2	会社コードの識別コード			
	0 3	R 1	X	1	取引先の会社コードの識別を表す
8	0 2	区分 ( 予備 )	X	9	帖合先コード・店コード、契約番号、等の区分に使用

注) 明細 2 の内容が不要または無い時、数値項目はゼロ、文字項目はスペースで埋める。

## 5. S研フォーマットPC版

### (1) 商品マスターデータ

#### 商品マスターデータPC版・項目説明

\* ファイルの保存形式は、全てCSV形式とし、未使用の項目は、{ , }としカンマは、省略しないものとします。

項番	項目名	属性	桁数	必須	補足
1	レコード区分	X	1		B:固定
2	データ区分	X	2		60:固定
3	送信元会社・部署コード	X	13		送信元コード(グローバルロケーションナンバー)
4	送信元企業・部署略名	X	20		送信元企業略名
5	JANコード	X	13		JAN・EAN・UPCコード(ソーマキングされたもの)
6	メーカー品番	X	10		メーカーが使用している品番:カタログ・商品タグ・商品マスター・納品書表記と一致していること
7	品名	X	25		品番に対応する品名:半角のみ
8	商品略名	X	15		メーカー商品略名:納品書表記・小売店でのレシート表記用
9	ブランド略名	X	10		商品メーカーが付けているブランド略名:半角のみ
10	メーカー規格1	X	5		JANコードに対応する単品(品番・カラー・サイズ)のカラーコード・カラー名・カラー略号等:品番:カタログ・商品タグ・商品マスター・納品書表記と一致していること
11	メーカー規格2	X	10		JANコードに対応する単品(品番・カラー・サイズ)のサイズコード・サイズ名・サイズ略号等:品番:カタログ・商品タグ・商品マスター・納品書表記と一致していること
12	カラー呼称等	X	10		メーカー規格1がカラーコード・カラー略号の場合に、カラー呼称等
13	小売単位	X	3		小売する時の単位(コード・略号等) #コードは、巻末参考資料参照(商品規格及び単品サイズの単位コード表)
14	単位構成数	9	4		小売単位を構成する最小小売数量
15	標準上代	9	7		小売標準単価/小売単位
16	取引単位	X	3		取引される時の単位(コード・略号等) #コードは、巻末参考資料参照(商品規格及び単品サイズの単位コード表)
17	最低受注数	9	4		取引される時の最低取扱い数(単位は取引単位)
18	取引単価	9	7		取引単位当たりの単価
19	標準卸単価	9	7		上代に対応する標準卸単価(単位は小売単位)
20	JICFS	X	6		JICFS商品分類(大中小分類)
21	メーカー分類コード	X	10		商品が何の分類で競技用等の分類
22	データ登録日	X	8		その単品をメーカーが自社の商品マスターに最初に登録した日(西暦8桁) yyyymmdd
23	データ更新日	X	8		その単品をメーカーが自社の商品マスターに最後に更新した日(西暦8桁) yyyymmdd
24	任意日付	X	8		その単品に対するメーカーから説明になるような日(例:販売終了日等)(西暦8桁) yyyymmdd
25	品名2	X	30		品番に対応する品名で漢字を含む2バイト文字(15文字)
26	予備1				上記項目でのデータ交換で項目が不足の場合に使用する(当事者間で内容を定義する)
27	予備2				同上
28	予備3				同上
29	予備4				同上
30	予備5				同上

#### 注) 最小小売要素数量

3個を1箱として小売している物についてこれをバラして管理する場合に使用します。

最小小売要素単位の記述については、別個の品番として取り扱うことを原則とするので省略します。

最小小売数量	品番A(箱物)	品番B(バラ)
小売単位	箱	個
単位構成数	3個	1個
上代	900円	300円

(品番Bは、品番Aをバラにしたもの)

\*\*メーカー規格1(カラー)、メーカー規格2(サイズ)で単品が特定出来ることを原則とするが、当事者間で必要があれば予備項目を利用して、メーカー規格3等を定義しても良い。

## ( 2 ) 受発注データ

### 受発注データ PC 版・項目説明

\* ファイルの保存形式は、全てCSV形式とし、未使用の項目は、{ , }としカンマは、省略しないものとします。

項番	項目名	属性	桁数	必須	補足
1	レコード区分	X	1		B:固定
2	データ区分	X	2		01:固定
3	発注者会社・部署コード	X	13		発注者コード(グローバルロケーションナンバー)
4	発注者企業・部署略名	X	20		発注者企業略名
5	受注者会社・部署コード	X	13		受注者コード(グローバルロケーションナンバー)
6	受注者企業・部署略名	X	20		受注者企業略名
7	販売店会社・部署コード	X	13		販売店コード(グローバルロケーションナンバー)
8	販売店会社・部署略名	X	20		販売店略名
9	出荷先会社・部署コード	X	13		出荷先コード(グローバルロケーションナンバー)
10	出荷先会社・部署略名	X	20		出荷先略名
11	発注 NO.	X	10		発注者の指定 NO.:発注 NO.(納品データを返す場合に同一の発注 NO.を使用)
12	発注 NO. - 行 NO.	9	3		1 発注 NO.に対する行 NO.(スポット用品統一伝票のイメージでの指定の場合は、1-8の数字で1桁で使用)
13	発注 NO. - 列 NO.	9	1		1 発注 NO.に対する列 NO.(スポット用品統一伝票のイメージでの指定の場合)(1-4の数字)
14	発注日	X	8		発注日付(西暦8桁)yyyymmdd
15	納品日	X	8		納品指定日(西暦8桁)yyyymmdd
16	発注区分	X	4		発注者の指定区分に使用(納品データを返す場合に同一の発注区分を使用)
17	発注者商品分類	X	4		発注者指定の商品分類コード:通常は、販売店商品分類(納品データを返す場合に同一の商品コードを使用)
18	発注者商品コード	X	13		発注者指定の商品コード:通常は、販売店商品コード(発注者側での品番管理に使用可能な商品コード)(納品データを返す場合に同一の商品コードを使用)
19	受注者品番	X	10		通常はメーカーが使用している品番:カタログ・商品タグ・商品マスター・納品書表記と一致していること
20	メーカー規格1	X	5		JANコードに対応する単品(品番・カラー・サイズ)のカラーコード・カラー名・カラー略号等:品番:カタログ・商品タグ・商品マスター・納品書表記と一致していること
21	メーカー規格2	X	10		JANコードに対応する単品(品番・カラー・サイズ)のサイズコード・サイズ名・サイズ略号等:品番:カタログ・商品タグ・商品マスター・納品書表記と一致していること
22	単位	X	3		取引される時の単位(コード、略号等) #コードは、巻末参考資料参照(商品規格及び単品サイズの単位コード表)
23	取引単価	9	7		取引単位当たりの単価
24	標準上代	9	7		小売標準単位/小売単位
25	ブランド略名	X	10		商品メーカーが付けているブランド略名:半角のみ
26	商品略名	X	15		メーカー商品略名:納品書表記・小売店でのレシート表記用
27	JANコード	X	13		JAN・EAN・UPCコード(ソーマーキングされたもの)
28	発注数	9	5		発注数(-9999~99999)
29	予備1				上記項目でのデータ交換で項目が不足の場合に使用する(当事者間で内容を定義する)
30	予備2				同上
31	予備3				同上
32	予備4				同上
33	予備5				同上

### ( 3 ) 納品データ

#### 納品伝票データ PC 版・項目説明

\* ファイルの保存形式は、全てCSV形式とし、未使用の項目は、{ , }としカンマは、省略しないものとします。

項番	項目名	属性	桁数	必須	補足
1	レコード区分	X	1		B:固定
2	データ区分	X	2		21:固定
3	取引先会社・部署コード	X	13		取引先コード (グローバルロケーションナンバー)
4	取引先企業・部署略名	X	20		取引先企業略名
5	納品元会社・部署コード	X	13		納品元コード (グローバルロケーションナンバー)
6	納品元企業・部署略名	X	20		納品元企業略名
7	販売店会社・部署コード	X	13		販売店コード (グローバルロケーションナンバー)
8	販売店会社・部署略名	X	20		販売店略名
9	出荷先会社・部署コード	X	13		出荷先コード (グローバルロケーションナンバー)
10	出荷先会社・部署略名	X	20		出荷先略名
11	納品書 NO.	X	10		納品元 伝票 NO.
12	伝票区分	X	3		納品、返品、値引、値増等の取引区分 (欄外に伝票区分例を表示)
13	受注日	X	8		受注日付 (西暦 8 桁) yyyymmdd
14	出荷日	X	8		出荷日付 (西暦 8 桁) yyyymmdd
15	納品・返品伝票日付	X	8		納品・返品伝票日付 (西暦 8 桁) yyyymmdd
16	発注 NO.	X	10		発注者の指定 NO.:発注 NO. (受発注データの発注 NO.に対応)
17	発注区分	X	4		発注者の指定区分に使用 (受発注データの発注区分に対応)
18	a	X	10		ｽｯｰｯ用品統一伝票の伝票表示: a
19	b	X	20		ｽｯｰｯ用品統一伝票の伝票表示: b
20	c	X	10		ｽｯｰｯ用品統一伝票の伝票表示: c
21	d	X	10		ｽｯｰｯ用品統一伝票の伝票表示: d
22	運送方法	X	12		ｽｯｰｯ用品統一伝票の伝票表示:運送方法
23	個数	9	3		ｽｯｰｯ用品統一伝票の伝票表示:個数
24	運賃区分	X	2		ｽｯｰｯ用品統一伝票の伝票表示:元払い、着払い等の負担区分
25	諸掛	9	6		ｽｯｰｯ用品統一伝票の伝票表示:諸掛 (-99999 ~ 999999)
26	運賃	9	6		ｽｯｰｯ用品統一伝票の伝票表示:運賃 (-99999 ~ 999999)
27	品代合計	9	9		ｽｯｰｯ用品統一伝票の伝票表示:品代合計 (-99999999 ~ 999999999)
28	消費税	9	7		ｽｯｰｯ用品統一伝票の伝票表示:消費税 (-999999 ~ 9999999)
29	総合計	9	12		ｽｯｰｯ用品統一伝票の伝票表示:総合計 (-99999999999 ~ 999999999999)
30	メーカー伝票 NO.	X	10		メーカーから販売店等への直送の場合の伝票 NO.(商品と納品伝票が帳合を経由しないケース)
31	元伝 NO.	X	10		取消、訂正伝票等の場合の元伝 NO.
32	予備 1				上記項目でのデータ交換で項目が不足の場合に使用する(当事者間で内容を定義する)
33	予備 2				同上
34	予備 3				同上
35	予備 4				同上
36	予備 5				同上

#### 伝票区分例

(これは参考例でありこのコードに制約されるものではありません)

	通常	取消	訂正
納品	100	101	102
返品	110	111	112
値引	120	121	122
値増	130	131	132

## 納品明細データ PC 版・項目説明

\* ファイルの保存形式は、全てCSV形式とし、未使用の項目は、{ , }としカンマは、省略しないものとします。

項番	項目名	属性	桁数	必須	補足
1	レコード区分	X	1		D:固定
2	データ区分	X	2		21:固定
3	取引先会社・部署コード	X	13		取引先コード (グローバルロケーションナンバー)
4	取引先企業・部署略名	X	20		取引先企業略名
5	納品元会社・部署コード	X	13		納品元コード (グローバルロケーションナンバー)
6	納品元企業・部署略名	X	20		納品元企業略名
7	販売店会社・部署コード	X	13		販売店コード (グローバルロケーションナンバー)
8	販売店会社・部署略名	X	20		販売店略名
9	出荷先会社・部署コード	X	13		出荷先コード (グローバルロケーションナンバー)
10	出荷先会社・部署略名	X	20		出荷先略名
11	納品書 NO.	X	10		納品元伝票 NO.
12	納品書 NO. - 行 NO.	9	1		ｽｯｯ用品統一伝票の伝票明細の行 NO. (1-8 の数字)
13	納品書 NO. - 列 NO.	9	1		ｽｯｯ用品統一伝票の伝票明細の上記行での列位置 (1-4 の数字)
14	伝票区分	X	3		納品、返品、値引、値増等の取引区分 (欄外に伝票区分例を表示)
15	受注日	X	8		受注日付 (西暦 8 桁) yyyymmdd
16	出荷日	X	8		出荷日付 (西暦 8 桁) yyyymmdd
17	納品・返品伝票日付	X	8		納品・返品伝票日付 (西暦 8 桁) yyyymmdd
18	発注 NO.	X	10		発注者の指定 NO.:発注 NO. (受発注データの発注 NO.に対応)
19	発注区分	X	4		発注者の指定区分に使用 (受発注データの発注区分に対応)
20	発注者商品コード	X	13		発注者指定の商品コード:通常は、販売店商品コード (発注者側での品番管理に使用可能な商品コード) (納品データを返す場合に同一の商品コードを使用)
21	納品元品番	X	10		通常はメーカーが使用している品番:カタログ・商品タグ・商品マスター・納品書表記と一致していること
22	メーカー規格 1	X	5		JAN コードに対応する単品 (品番・カラー・サイズ) のカラーコード・カラー名・カラー略号等:品番:カタログ・商品タグ・商品マスター・納品書表記と一致していること
23	メーカー規格 2	X	10		JAN コードに対応する単品 (品番・カラー・サイズ) のサイズコード・サイズ名・サイズ略号等:品番:カタログ・商品タグ・商品マスター・納品書表記と一致していること
24	単位	X	3		取引される時の単位 (コード、略号等) #コードは、巻末参考資料参照 (商品規格及び単品サイズの単位コード表)
25	取引単価	9	7		取引単位当たりの単価
26	標準上代	9	7		小売標準単位 / 小売単位
27	ブランド略名	X	10		商品メーカーが付けているブランド略名:半角のみ
28	商品略名	X	15		メーカー商品略名:納品書表記・小売店でのレシート表記用
29	JAN コード	X	13		JAN・EAN・UPC コード (ソースキックされたもの)
30	納品数	9	5		納品数 (-9999 ~ 99999)
31	メーカー伝票 NO.	X	10		メーカーから販売店等への直送の場合の伝票 NO.(商品と納品伝票が帳合を経由しないケース)
32	元伝 NO.	X	10		取消、訂正伝票等の場合の元伝 NO.
33	予備 1				上記項目でのデータ交換で項目が不足の場合に使用する (当事者間で内容を定義する)
34	予備 2				同上
35	予備 3				同上
36	予備 4				同上
37	予備 5				同上

### 伝票区分例

(これは参考例でありこのコードに制約されるものではありません)

	通常	取消	訂正
納品	100	101	102
返品	110	111	112
値引	120	121	122
値増	130	131	132

## ( 4 ) 請求データ

### 請求合計データ PC 版・項目説明

\* ファイルの保存形式は、全てCSV形式とし、未使用の項目は、{ , }としカンマは、省略しないものとします。

項番	項目名	属性	桁数	必須	補足
1	レコード区分	X	1		B:固定
2	データ区分	X	2		11:固定
3	取引先会社・部署コード	X	13		取引先コード(グローバルロケーションナンバー)
4	取引先企業・部署略名	X	20		取引先企業略名
5	請求元会社・部署コード	X	13		請求元コード(グローバルロケーションナンバー)
6	請求元企業・部署略名	X	20		請求元企業略名
7	請求日	X	8		請求書表示請求日(西暦8桁)yyyymmdd
8	期間 FROM	X	8		開始日:前回請求日の翌日(西暦8桁)yyyymmdd
9	期間 TO	X	8		締切日:今回請求日(西暦8桁)yyyymmdd
10	伝票枚数	9	5		今回請求伝票枚数(含む再請求)、明細レコード件数
11	前回請求額	9	10		前回請求額(円単位)(-999999999~999999999)
12	入金額	9	10		振込、手形による入金額(円単位)(-999999999~999999999)
13	その他入金額	9	9		相殺、その他による入金額(円単位)(-99999999~999999999)
14	当月納品額	9	10		当該期間の納品合計額(円単位)(-999999999~999999999)
15	当月返品額	9	9		当該期間の返品合計額(円単位)(-99999999~999999999)
16	当月値引額	9	8		当該期間の値引合計額(円単位)(-9999999~99999999)
17	当月値増額	9	8		当該期間の値増合計額(円単位)(-9999999~99999999)
18	消費税額	9	8		当該期間の消費税合計額(円単位)(-9999999~99999999)
19	その他請求額	9	8		当該期間の非課税、その他請求合計額(円単位)(-9999999~99999999)
20	今回請求額	9	10		補足欄丸数字の計算式計:今回請求額 = - ( + ) + - - + + ( -999999999~999999999 )
21	予備1				上記項目でのデータ交換で項目が不足の場合に使用する(当事者間で内容を定義する)
22	予備2				同上
23	予備3				同上
24	予備4				同上
25	予備5				同上

前回繰越額は、 - ( + ) となります。

当月納品額 ・ 当月返品額 ・ 当月値引額 ・ 当月値増額 に、再請求分に含まないものとします。

入金額計は、 + とします。

## 請求伝票データ PC 版・項目説明

\* ファイルの保存形式は、全てCSV形式とし、未使用の項目は、{ , }としカンマは、省略しないものとします。

項番	項目名	属性	桁数	必須	補足
1	レコード区分	X	1		D:固定
2	データ区分	X	2		11:固定
3	取引先会社・部署コード	X	13		取引先コード (グローバルロケーションナバー)
4	取引先企業・部署略名	X	20		取引先企業略名
5	請求元会社・部署コード	X	13		請求元コード (グローバルロケーションナバー)
6	請求元企業・部署略名	X	20		請求元企業略名
7	請求日	X	8		請求書表示請求日 (西暦 8 桁) yyyymmdd
8	発注書 NO.	X	10		納品書の形式がターザラウト形式の場合:指定伝票 NO.
9	納品・返品伝票日付	X	8		納品・返品伝票日付 (西暦 8 桁) yyyymmdd
10	伝票区分	X	3		納品、返品、値引、値増等の取引区分 (欄外に伝票区分例を表示)
11	納品金額	9	10		納品書表記 (品代 + 諸掛 + 運賃) 合計金額 (円単位) (-999999999 ~ 999999999)
12	消費税額	9	7		納品書表記 税額 (-999999 ~ 999999)
13	再請求区分	X	1		0:当月 1:再請求 注 (再請求を含める場合は、請求データ (合計) の あるいは、 には加算しない)
14	請求元請求書 NO.	X	10		発行請求書 NO.
15	請求元口座 NO.	X	10		請求元管理コード
16	請求元納品書 NO.	X	10		請求元の付番による納品・返品伝票 NO.
17	メ-カ-伝票 NO.	X	10		メ-カ-から販売店等への直送の場合の伝票 NO.(商品と納品伝票が帳合を経由しないケース)
18	元伝 NO.	X	10		取消、訂正伝票等の場合の元伝 NO.
19	予備 1				上記項目でのデータ交換で項目が不足の場合に使用する (当事者間で内容を定義する)
20	予備 2				同上
21	予備 3				同上
22	予備 4				同上
23	予備 5				同上

注) 前回繰越しを再請求として明細を追加することもできますが、強制するものではありません。

伝票区分例 (これは参考例でありこのコードに制約されるものではありません)

	通常	取消	訂正
納品	100	101	102
返品	110	111	112
値引	120	121	122
値増	130	131	132

## ( 5 ) 支払データ

### 支払合計データ PC 版・項目説明

\* ファイルの保存形式は、全てCSV形式とし、未使用の項目は、{ , }としカンマは、省略しないものとします。

項番	項目名	属性	桁数	必須	補足
1	レコード区分	X	1		B:固定
2	データ区分*	X	2		12:固定
3	取引先会社・部署コード	X	13		取引先コード(グローバルロケーションナンバー)
4	取引先企業・部署略名	X	20		取引先企業略名
5	請求元会社・部署コード	X	13		請求元コード(グローバルロケーションナンバー)
6	請求元企業・部署略名	X	20		請求元企業略名
7	支払日*	X	8		支払実行日あるいは支払予定日(西暦8桁)yyyymmdd
8	期間 FROM	X	8		開始日:前回請求日の翌日(西暦8桁)yyyymmdd
9	期間 TO	X	8		締切日:今回請求日(西暦8桁)yyyymmdd
10	伝票枚数*	9	5		支払伝票枚数
11	今回仕入額*	9	10		今回支払の仕入額(円単位)(-999999999~999999999)
12	今回返品額*	9	9		今回支払の返品額(円単位)(-99999999~99999999)
13	今回値引額*	9	9		今回支払の値引額(円単位)(-99999999~99999999)
14	今回値増額*	9	9		今回支払の値増額(円単位)(-99999999~99999999)
15	今回消費税額*	9	8		今回支払の消費税額(円単位)**(-9999999~99999999)
16	今回その他額*	9	8		今回支払の非課税・その他額(円単位)(-9999999~99999999)
17	今回支払額合計*	9	10		補足欄丸数字の計算式計:今回支払額 = - - + + + (-999999999~999999999)
18	予備1				上記項目でのデータ交換で項目が不足の場合に使用する(当事者間で内容を定義する)
19	予備2				同上
20	予備3				同上
21	予備4				同上
22	予備5				同上

注) 項目名の\*マーク:請求データを基にして\*マークの項目のみを記入することを原則としますが、消費税については、以下のようにすることもあります。

\*\*

支払消費税の計算は、伝票毎の円単位未満切捨てを原則としますが、支払元の基準により合計一括計算される場合の例外的方法として次のようにします。

a) 請求明細データの消費税支払額をゼロとします。

b) 今回支払額 { - - + } に税率を乗じ にセットすることで表します。

c) 請求明細データの消費税の合計 に注意して取り扱うものとします。

## 支払伝票データ PC 版・項目説明

\* ファイルの保存形式は、全てCSV形式とし、未使用の項目は、{ , }としカンマは、省略しないものとします。

項番	項目名	属性	桁数	必須	補足
1	レコード区分	X	1		D:固定
2	データ区分	X	2		12:固定
3	取引先会社・部署コード	X	13		取引先コード (グローバルロケーションナバー)
4	取引先企業・部署略名	X	20		取引先企業略名
5	請求元会社・部署コード	X	13		請求元コード (グローバルロケーションナバー)
6	請求元企業・部署略名	X	20		請求元企業略名
7	支払日	X	8		支払実行日あるいは支払予定日 (西暦 8 桁) yyyymmdd
8	発注書 NO.	X	10		納品書の形式がターザラウト形式の場合:指定伝票 NO.
9	納品・返品伝票日付	X	8		納品・返品伝票日付 (西暦 8 桁) yyyymmdd
10	伝票区分	X	3		納品、返品、値引、値増等の取引区分 (欄外に伝票区分例を表示)
11	支払金額	9	10		支払額カ (-999999999 ~ 9999999999)
12	消費税額	9	7		支払消費税額 (-999999 ~ 9999999)
13	再請求区分	X	1		0:当月 1:再請求
14	請求元請求書 NO.	X	10		発行請求書 NO.
15	請求元口座 NO.	X	10		請求元管理コード
16	請求元納品書 NO.	X	10		請求元の付番による納品・返品伝票 NO.
17	メーカー伝票 NO.	X	10		メーカーから販売店等への直送の場合の伝票 NO.(商品と納品伝票が帳合を経由しないケース)
18	元伝 NO.	X	10		取消、訂正伝票等の場合の元伝 NO.
19	予備 1				上記項目でのデータ交換で項目が不足の場合に使用する(当事者間で内容を定義する)
20	予備 2				同上
21	予備 3				同上
22	予備 4				同上
23	予備 5				同上

### 伝票区分例

(これは参考例でありこのコードに制約されるものではありません)

	通常	取消	訂正
納品	100	101	102
返品	110	111	112
値引	120	121	122
値増	130	131	132

## ( 6 ) 在庫データ

### 在庫データ PC 版・項目説明

\* ファイルの保存形式は、全てCSV形式とし、未使用の項目は、{ , }としカンマは、省略しないものとします。

項番	項目名	属性	桁数	必須	補足
1	レコード区分	X	1		B:固定
2	データ区分	X	2		30:固定
3	取引先会社・部署コード	X	13		取引先会社・部署コード(グローバルロケーションナンバー)
4	取引先企業・部署略名	X	20		取引先企業略名
5	データ生成日	X	8		データ提供側が在庫データ等作成した日(西暦8桁)yyyymmdd
6	データ生成時間	X	6		24時間表記(例)18:25:15(18時25分15秒)
7	メーカー品番	X	10		メーカーが使用している品番:カタログ・商品タグ・商品マスター・納品書表記と一致していること
8	品名	X	25		品番に対応する品名:半角のみ
9	商品略名	X	15		メーカー商品略名:納品書表記・小売店でのレシート表記用
10	ブランド略名	X	10		商品メーカーが付けているブランド略名:半角のみ
11	SEQNO.	9	3		同一な商品番号での連番“000”~“999”
12	標準上代	9	7		小売標準単価/小売単位
13	JANコード	X	13		JAN・EAN・UPCコード(リマーケティングされたもの)
14	メーカー規格1	X	5		JANコードに対応する単品(品番・カラー・サイズ)のカラーコード・カラー名・カラー略号等:品番:カタログ・商品タグ・商品マスター・納品書表記と一致していること
15	メーカー規格2	X	10		JANコードに対応する単品(品番・カラー・サイズ)のサイズコード・サイズ名・サイズ略号等:品番:カタログ・商品タグ・商品マスター・納品書表記と一致していること
16	数量1	9	5		数量1は、在庫数等、適宜に使用する。(当事者間で内容を定義する)
17	数量2	9	5		数量2は、受発注数等、適宜に使用する。(当事者間で内容を定義する)
18	数量3	9	5		数量3は、納品数等、適宜に使用する。(当事者間で内容を定義する)
19	予備1				上記項目でのデータ交換で項目が不足の場合に使用する(当事者間で内容を定義する)
20	予備2				同上
21	予備3				同上
22	予備4				同上
23	予備5				同上

## ( 7 ) データの種類とレコード構成

データ種類	レコード区分	データ区分	レコード長	補足
商品マスターデータ P C 版	A	60	可変長	
受発注データ P C 版	B	01	可変長	
納品伝票データ P C 版	B	21	可変長	
納品明細データ P C 版	D	21	可変長	
請求合計データ P C 版	B	11	可変長	
請求伝票データ P C 版	D	11	可変長	
支払合計データ P C 版	B	12	可変長	
支払伝票データ P C 版	D	12	可変長	
在庫データ P C 版	B	30	可変長	

### \* S 研データ交換フォーマット P C 版の要点 \*

P C - P O S、パソコンでのデータ使用、データ加工を考慮して現行 S 研フォーマットとの大きな違いが下記の 6 項目となります。

ファイルの保存形式は、全て C S V 形式とし、未使用の項目は、{ , , } としカンマは、省略しないものとします。(全データ共通)

予備項目を各フォーマット 5 個とし、必要に応じて項目追加は、OK とします。(全データ共通)

予備項目の内容については、個々の企業間に委ね S 研としては内容の規定をしないものとします。(全データ共通)

各項目の長さの上限(バイト数-半角が基準)について、一応のガイドラインとしますが、個々の企業間の合意があれば規制はしません。(全データ共通)

( P C フォーマットで、受け渡しは CSV であれば固定長と違い O A ソフト等で変更が可能ため、自社の使用ソフトに取り込む場合に長さの違いは調整可能。 )

納品データは下記の用途を想定し、2 つに分離しました。

明細データ - - - - - 入荷検収用

伝票データ - - - - - 買掛照合用

請求データは 2 下記の用途を想定し、2 つに分離しました。

合計データ - - - - - 請求金額・繰越・前回支払額・相殺金額参照用

伝票データ - - - - - 買掛照合用

支払データは下記の用途を想定し、2 つに分離しました。

合計データ - - - - - 支払金額・相殺金額参照用

伝票データ - - - - - 売掛照合用

## (参考)商品企画及び単品サイズの単位区分コード表

J I C F Sコード

001	g				
002	kg				
003	mg				
004	ポンド				
005	オンス				
101	ml	106	立方センチメートル		
102	l	107	立方メートル		
103	kl	108			
104	cc	109			
105	ガロン	110			
201	cm	206	インチ		
202	m	207	フィート		
203	km	208			
204	mm	209			
205	ヤード	210			
301	cm <sup>2</sup>				
302	m <sup>2</sup>				
303	mm <sup>2</sup>				
304					
305					
501	枚	511	包	521	斥
502	個	512	組	522	反
503	本	513	箱	523	かせ
504	冊	514	台	524	双
505	ページ	515	丁	525	帖
506	束	516	足	526	切
507	袋	517	カプセル	527	株
508	粒	518	膳	528	ダース
509	錠	519	人前	529	片
510	巻	520	食	530	デカ箱

(注) 上記コードは状況に応じて追加、変更されることがあります。

## 第7章 スポーツ用品商品分類

### 1、スポーツ用品商品分類コードとJICFS

スポーツ用品業界の商品分類コード設定に至る主たる背景は、JICFSのサービスに深い関わりがあります。JICFS（JAN・アイテム・コード・ファイル・サービス）は、流通業界におけるJANコードとその商品属性情報の提供・収集・メンテナンスにかかる作業負担を極力軽減するための共用データベースサービスです。

JANコードを推進しているスポーツ用品業界でも将来、JICFSに登録する企業が増えることを想定し、JICFS登録に必要な商品分類コードを検討したのが、ここで紹介するスポーツ用品商品分類です。

JICFS	.....	N 1	N 2	N 3	N 4	N 5	N 6
商品分類体系		大分類	中分類	小分類		細分類	
JICFSにおける	.....	5	6	S 1	S 2	S 3	S 4
スポーツ用品の分類		衣料・身の	スポーツ用品		今回見直した商品分類		
体系		回り品・スポーツ用品					

JICFS商品分類コードの体系は上記の通り6桁で構成されており、大分類、中分類については別表の通り定められています。

今回スポーツ用品情報システム研究会（S研）で検討し見直した分類コードは、JICFS商品分類の小分類および細分類に該当する4桁コードです。

### 2、商品分類の考え方

小分類と細分類をどのような基準によって設定するかについては、初版、及び2版の反省から、かなりの意見が交換され議論されたが、最終的に小分類2桁は日本における市場の大きさ普及度などを考慮して決めました。第4版では他業界との調整が必要となり、部分見直しを含めて再度検討して決めました。

細分類の2桁は、グッズ（01～45）・シューズ（46～49）・ウェア（50～89）にわけ、種目をまたがって共通に表現出来るもの（例えばバック、ボール...等）は同一のコードとしました。これは、小売業などでの情報検索、情報加工などの利便性を考えたものです。（但しフィッシングは釣用品業界の細分類に準じている）

#### （1）小分類について

小分類をスポーツ競技別に下記のように47分類に大別します。

## J I C F S 小分類一覧

野球・ソフト		マリンスポーツ	
0 1	野球	6 0	ダイビング
0 2	ソフト	6 1	サーフィン・ボードセーリング
球技スポーツ		6 2	ヨット・モータボート
1 0	バスケットボール	6 3	カヌー・カヤック・ボート
1 1	バレーボール	6 8	その他 水上バイク
1 2	ラグビー		水上スキー
1 3	サッカー		パラセール
1 4	アメリカンフットボール	武道術・格闘技	
1 5	ハンドボール	7 0	ボクシング
1 8	その他 ドッジボール	7 1	アーチェリー・弓道
	ビリヤード	7 2	フェンシング
	ボウリング	7 3	レスリング・すもう
	ビーチバレーボール	7 4	柔道・空手
アスレチックスポーツ		7 5	剣道・なぎなた
2 0	フィールド・トラック	7 6	射撃
2 1	体操	7 7	乗馬・馬術
2 2	水泳 水球	7 8	その他 合気道
	飛込		銃剣道
	シンクロナイズドスイミング		拳法道
ラケットスポーツ			居合道
3 0	テニス・スカッシュ		太極拳
3 1	卓球	レジャースポーツ	
3 2	バドミントン	8 0	登山・ハイキング・キャンプ
クラブスポーツ		8 1	フィッシング(釣用品業界使用)
4 0	ゴルフ	8 2	サイクリング
4 1	ホッケー	8 3	トライアスロン
4 2	ゲートボール	8 8	その他 モータースポーツ
4 3	ラクロス		スカイスポーツ
4 8	その他 グランドゴルフ	その他スポーツ	
	クリケット	9 0	ウォーキング・ジョギング
	ローラーホッケー	9 1	トレーニング・フィットネス
	ポロ	9 8	その他 カジュアル
ウインタースポーツ			スクール
5 0	スキー		
5 1	アイススケート		
5 2	アイスホッケー		
5 3	スノーボード		
5 8	その他 リュージュン		
	ボブスレー		
	バイアスロン		
	カーリング		
	スノーモービル・スノーヨット		
	スケートセリング		

( 2 ) 細分類について

細分類は基本的に小分類の競技をグッズ、シューズ、ウェア、に分類します。

- \* 細分類   グッズ   ( 0 1 ~ 4 5 )
- シューズ ( 4 6 ~ 4 9 )
- ウェア   ( 5 0 ~ 8 9 )

詳細については別表の通り

( 3 ) 分類名略称名について

カタカナ、10桁以内で作成されますが、商取引のレシートに商品名の代わりに打ち出され、利用されます。

このJICFS分類コードは、当面、主に個別企業間の商品マスターデータ交換において利用されます。

### 3、今後の課題

もっとも重要なことは、作成されたこの分類コードがスポーツ業界に関係する各企業に効果的に利用されることであるが、実際の利用にあたっての課題はまだまだ沢山残されています。ここでは現在考えられる主な課題を列挙してみました。

( 1 ) 現実との整合性

分類の設定に関しては当然のことながらある一定の基準によってまとめられることが必要であり、分類によってその基準が変化してはならない。この点では特に細分類の設定にあたって、はたしてこのくくりで良いのかという議論が最後までついてまわりました。今後、より一層完成度の高いものにするため、関係各位の建設的なご意見をいただく必要があります。

小分類についても同様のことが言え、時とともに変化する実状にマッチしたものにしていける必要があります。

( 2 ) 他業界との調整

分類コードとして設定したなかには「カジュアルウェア」のようにスポーツ用品業界だけでは分類が確定しないものなどがあります。

これらはどの様にすべきか、「フィッシング」については釣り具業界の分類コード、また「カジュアルウェア」もアパレル業界の分類コードと、これらの業界の分類コード設定の過程途中ではありますが、いずれにしてもJICFS商品分類を前提とした場合、関連する他業界との調整が大きな課題として残されています。

(3) メンテナンス体制

分類コードの設定はS研においていわば基礎作りを行ったわけです、時の経過とともにその時、その時にマッチした分類にしていく必要があります。特に、商品が従来の販売チャネルを超えて流通するようになった現在、今後かなりの変更が必要であると想定されます。

(参 考)

J I C F S 商品分類 (大・中分類)

		大分類		中分類
J I C F S 商品分類	1	食品	1 2 3 4 9	加工食品 生鮮食品 菓子 飲料・酒類 その他食品
	2	日用品	1 2 3 4 5 6 9	日用雑貨 医薬品 化粧品 家庭用品 D I Y用品 ペット用品 その他日用品
	3	文化用品	1 2 3 4 6 9	文具・事務用品・情報文具 玩具 書籍 楽器・音響ソフト 情報機器 その他文化用品
	4	耐久消費財	2 3 4 5 6 9	家具 車両用品 時計・メガネ 光学・写真関連品 家電 その他耐久消費財
	5	衣料・身の回り品・ スポーツ用品	1 3 4 5 6 9	衣料・衣服 寝具・寝装品 身の回り品 靴・履物 スポーツ用品 その他衣料・身の回り品
	9	その他商品	9	その他商品

## (商品分類基準)

## スポーツ用品

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	01		<b>野球</b>	
5	6	01	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ポストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ、ボールバッグ、ヘルメットバッグ、シューズケース、バットケース
5	6	01	03	ボール	硬式ボール、準硬式ボール、軟式ボール
5	6	01	05	グラブ	硬式グラブ(ファーストミット・キャッチャーミット)、軟式グラブ(ファーストミット・キャッチャーミット)
5	6	01	07	バット	硬式木製バット、硬式金属バット、軟式木製バット、軟式金属バット、トレーニングバット、ノックバット
5	6	01	09	防具	ヘルメット、キャッチャーズヘルメット、プロテクター、レガーツ、マスク、スロートガード、フットガード
5	6	01	45	その他グッズ	ベース、ネット、練習用具、補修手入れ用具、グラウンド備品、審判用具(インジケータ・ハケ等)、スラッガーリング、スコアブック、バッティンググラブ、その他グッズ
5	6	01	47	シューズ	金具スパイク、ポイントスパイク、トレーニングシューズ
5	6	01	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	01	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ、グラウンドコート
5	6	01	55	スウエット	スウエットシャツ、スウエットパンツ
5	6	01	57	ユニフォーム	ユニフォームシャツ、ユニフォームパンツ
5	6	01	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	01	88	アクセサリ	帽子、ストッキング、ベルト、アンダーストッキング、タオル、リストバンド、ストッキング止め
5	6	01	89	その他ウェア	アンダーウェア、プラスチックメタリック、審判服装、マーク、マーク地、ラインテープ、スライディングパンツ、その他ウェア
5	6	01	97	野球その他	野球その他
5	6	02		<b>ソフトボール</b>	
5	6	02	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ポストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ、ボールバッグ、ヘルメットバッグ、シューズケース、バットケース
5	6	02	03	ボール	ソフトボール
5	6	02	05	グラブ	ソフトグラブ(ファーストミット・キャッチャーミット)
5	6	02	07	バット	木製ソフトバット、金属製ソフトバット
5	6	02	09	防具	ヘルメット、キャッチャーズヘルメット、プロテクター、レガーツ、マスク、スロートガード、フットガード
5	6	02	45	その他グッズ	ベース、ネット、練習用具、補修手入れ用具、グラウンド備品、審判用具(インジケータ・ハケ等)、

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	02	45	その他グッズ	スラッガーリング、スコアブック、バッティンググラブ、その他グッズ
5	6	02	47	シューズ	ポイントスパイク、トレーニングシューズ
5	6	02	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	02	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ、グラウンドコート
5	6	02	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	02	57	ユニフォーム	ユニフォームシャツ、ユニフォームパンツ
5	6	02	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	02	88	アクセサリ	帽子、ストッキング、ベルト、アンダーストッキング、タオル、リストバンド、ストッキング止め
5	6	02	89	その他ウェア	アンダーウェア、プラスチックメタリック、審判服装、マーク、マーク地、ラインテープ、スライディングパンツ、その他ウェア
5	6	02	97	ソフトボールその他	ソフトボールその他
5	6	10		<b>バスケットボール</b>	
5	6	10	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ、ボールバッグ、シューズケース
5	6	10	03	ボール	バスケットボール
5	6	10	45	その他グッズ	ゴール支柱、ボード、リング、リングネット、審判用具、オフィシャル用品、エアポンプ、注入針、作戦盤、練習用具、手入れ用具、競技用具、スコアブック、その他グッズ
5	6	10	47	シューズ	バスケットボールシューズ
5	6	10	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	10	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	10	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	10	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ、ランニングシャツ、ゲームベスト
5	6	10	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	10	88	アクセサリ	バスケットソックス、リストバンド、タオル
5	6	10	89	その他ウェア	バミューダパンツ、アンダーウェア、審判服装、その他ウェア
5	6	10	97	バスケットボールその他	バスケットボールその他
5	6	11		<b>バレーボール</b>	
5	6	11	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ、ボールバッグ、シューズケース
5	6	11	03	ボール	バレーボール、(ビーチバレーボール除く)
5	6	11	45	その他グッズ	バレー支柱、ネット、練習用具、競技用具、エアポンプ、注入針、手入れ用具、審判用具、スコアブック、その他グッズ
5	6	11	47	シューズ	バレーボールシューズ

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	11	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	11	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	11	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	11	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ
5	6	11	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	11	88	アクセサリ	ソックス、タオル、ヘアバンド、リストバンド
5	6	11	89	その他ウェア	ニイキャップガード、バミューダパンツ、審判服装、アンダーウェア、その他ウェア
5	6	11	97	バレーボールその他	バレーボールその他
5	6	12		<b>ラグビー</b>	
5	6	12	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ポストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ、ボールバッグ、シューズケース
5	6	12	03	ボール	ラグビーボール
5	6	12	09	防具	ヘッドギア、マウスガード
5	6	12	45	その他グッズ	ゴールポスト、ポストカバー、コーナフラッグ、スクラムマシン、タックルバッグ、エアポンプ、注入針、手入れ用具、練習用具、競技用具、審判用具、スコアブック、その他グッズ
5	6	12	47	シューズ	ラグビーシューズ
5	6	12	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	12	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	12	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	12	57	ゲームウェア	ゲームシャツ(ラグビージャージ)、ゲームパンツ
5	6	12	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	12	88	アクセサリ	ソックス、アンダーストッキング、タオル、ストッキング
5	6	12	89	その他ウェア	スパッツ、アンダーウェア、審判服装、その他ウェア
5	6	12	97	ラグビーその他	ラグビーその他
5	6	13		<b>サッカー</b>	
5	6	13	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ポストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ、ボールバッグ、レフリーケース、シューズバッグ
5	6	13	03	ボール	サッカーボール
5	6	13	05	キーパーグローブ	キーパーグローブ
5	6	13	09	シンガード	シンガード
5	6	13	45	その他グッズ	ゴールポスト、ゴールネット、エアポンプ、注入針、練習用具、手入れ用具、ボールネット、ボールカゴ、競技用具、タイマー、作戦盤、コーナフラッグ、審判用具(ラインズマンフラグ・ホイッスル・警告カード・記録カード・メモ等)、キャプテンマーク、スコアブック、サッカーパル、その他グッズ
5	6	13	47	シューズ	サッカースパイク、トレーニングシューズ
5	6	13	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	13	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	13	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	13	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ、ゲームベスト
5	6	13	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	13	88	アクセサリ	ソックス、アンダーソックス、タオル、帽子、キャップ、 ストッキング、手袋、ストッキングストッパー
5	6	13	89	その他ウェア	審判服装、アンダーウェア、ボンチョ、その他ウェア
5	6	13	97	サッカーその他	サッカーその他
5	6	14		<b>アメリカンフットボール</b>	
5	6	14	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、 ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ、 ボールバッグ、シューズケース
5	6	14	03	ボール	アメリカンフットボール
5	6	14	09	防具	ヘルメット、マスク、プロテクター（パット・ガード）、 マウスガード
5	6	14	45	その他グッズ	ゴールポスト、練習用具、ボールカゴ、競技用具、 審判用具、タイマー、注入針、エアーポンプ、 その他グッズ
5	6	14	47	シューズ	アメリカンフットボールシューズ
5	6	14	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	14	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	14	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	14	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ
5	6	14	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	14	88	アクセサリ	ソックス、ストッキング、タオル、帽子、手袋
5	6	14	89	その他ウェア	ベンチコート、アンダーウェア、審判服装、 その他ウェア
5	6	14	97	アメリカンフットボールその他	アメリカンフットボールその他
5	6	15		<b>ハンドボール</b>	
5	6	15	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、 ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ、 ボールバッグ、シューズケース
5	6	15	03	ボール	ハンドボール
5	6	15	45	その他グッズ	ゴールポスト、ゴールネット、練習用具、ボールカゴ、 競技用具、松やに、松やにクリーナー、手入れ用具、 審判用具、タイマー、注入針、エアーポンプ、作戦盤、 フィンガーテープ、ラインテープ、テープ消し、 スコアブック、その他グッズ
5	6	15	47	シューズ	ハンドボールシューズ
5	6	15	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	15	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	15	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	15	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ
5	6	15	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	15	88	アクセサリ	ソックス、ストッキング、アンダーストッキング、タオル
5	6	15	89	その他ウェア	アンダーウェア、審判服装、その他ウェア
5	6	15	97	ハンドボールその他	ハンドボールその他
5	6	18		<b>球技スポーツその他</b>	(ドッジボール・ビリヤード・ポーリング・ビーチバレーボール)
5	6	18	01	バッグ・ケース	
5	6	18	03	ボール	
5	6	18	45	その他グッズ	
5	6	18	47	シューズ	
5	6	18	51	トレーニングウェア	
5	6	18	53	ウインドブレーカー	
5	6	18	55	スウェット	
5	6	18	57	ゲームウェア	
5	6	18	59	トレーナー・Tシャツ	
5	6	18	88	アクセサリ	
5	6	18	89	その他ウェア	
5	6	18	97	球技スポーツその他	
5	6	20		<b>フィールド・トラック</b>	
5	6	20	01	バッグ・ケース	
5	6	20	12	フィールド用品	
5	6	20	14	トラック用品	
5	6	20	45	その他グッズ	
5	6	20	47	シューズ	
5	6	20	51	トレーニングウェア	
5	6	20	53	ウインドブレーカー	
5	6	20	55	スウェット	
5	6	20	57	ゲームウェア	
5	6	20	59	トレーナー・Tシャツ	
5	6	20	88	アクセサリ	
5	6	20	89	その他ウェア	
5	6	20	97	フィールド・トラックその他	
5	6	21		<b>体操(新体操含む)</b>	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ、シューズケース、カバー
5	6	21	01	バッグ・ケース	

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	21	03	ボール	新体操用ボール
5	6	21	09	防具	プロテクター
5	6	21	16	競技器具	平行棒、あん馬、鉄棒、跳馬、つり輪、床、平均台、 段違平行棒、踏切板、マット
5	6	21	45	その他グッズ	こん棒、輪、なわ、リボン、練習用具、競技用具、 審判用具、その他グッズ
5	6	21	47	シューズ	体操シューズ
5	6	21	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	21	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	21	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	21	57	ゲームウェア	レオタード、パンツ、タイツ、シャツ
5	6	21	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	21	88	アクセサリ	キャップ、タオル
5	6	21	89	その他ウェア	アンダーウェア、審判服装、その他ウェア
5	6	21	97	体操その他	体操その他
5	6	22		<b>水泳</b>	(水球、飛込、シンクロナイドスイミング含)
5	6	22	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、 ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ
5	6	22	03	ボール	水球ボール
5	6	22	09	防具	ゴーグル、グラス、プロテクター
5	6	22	45	その他グッズ	ゴールポスト、ゴールネット、プール施設用具、 プール管理用具、練習用具、審判用具、その他グッズ
5	6	22	47	シューズ	ビーチサンダル
5	6	22	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	22	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	22	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	22	57	競泳着	スイムスーツ、スイムパンツ
5	6	22	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	22	88	アクセサリ	キャップ、タオル
5	6	22	89	その他ウェア	アンダーウェア、ワードローブ、審判服装、 その他ウェア
5	6	22	97	水泳その他	水球その他
5	6	30		<b>テニス</b>	(スカッシュ含む)
5	6	30	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、 ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ、 トーナメントダッフル、ラケット型バッグ、 円筒ボストン、シューズケース、ラケットケース
5	6	30	03	ボール	硬式ボール、軟式ボール
5	6	30	07	ラケット	硬式ラケット、軟式ラケット
5	6	30	11	ガット	硬式用ガット、軟式用ガット
5	6	30	45	その他グッズ	支柱、練習用具、ガット張り機、ネット、審判用具、 手入れ品(グリップ・テープ等)、コート用具(ローラ・ フェンス・レイキ)スコアブック、ボールカゴ、 その他グッズ

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	30	47	シューズ	テニスシューズ
5	6	30	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	30	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	30	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	30	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ、スカート、キュロット
5	6	30	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	30	88	アクセサリ	帽子、キャップ、ベルト、ソックス、タオル、バンダナ、ヘッドバンド、リストバンド
5	6	30	89	その他ウェア	ワンピース、ブレザー、スラックス、カーディガン、セーター、ベスト、アンダーウェア、審判服装、その他ウェア
5	6	30	97	テニスその他	テニスその他
5	6	31		<b>卓球</b>	
5	6	31	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ポストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ、シューズケース、ラケットケース
5	6	31	03	ボール	硬式ボール、軟式ボール
5	6	31	07	ラケット	卓球ラケット
5	6	31	11	ラバー	卓球ラバー
5	6	31	45	その他グッズ	卓球台、サポート、練習用具、競技用品、審判用具、スコアブック、その他グッズ
5	6	31	47	シューズ	卓球シューズ
5	6	31	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	31	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	31	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	31	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ
5	6	31	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	31	88	アクセサリ	ソックス、タオル
5	6	31	89	その他ウェア	アンダーウェア、審判服装、その他ウェア
5	6	31	97	卓球その他	卓球その他
5	6	32		<b>バドミントン</b>	
5	6	32	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ポストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ、シューズケース、ラケットケース
5	6	32	03	シャトルコック	シャトル
5	6	32	07	ラケット	バドミントンラケット
5	6	32	11	ガット	バドミントンガット
5	6	32	45	その他グッズ	支柱、練習用具、ガット張り機、ネット、手入れ用具、競技用具、審判用具、スコアブック、その他グッズ
5	6	32	47	シューズ	バドミントンシューズ
5	6	32	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	32	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	32	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	32	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ、スカート、キュロット

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	32	57	ゲームウェア	セーター、ベスト
5	6	32	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	32	88	アクセサリ	ヘッドバンド、リストバンド、ソックス、タオル
5	6	32	89	その他ウェア	アンダーウェア、審判服装、その他ウェア
5	6	32	97	バドミントンその他	バドミントンその他
5	6	40		<b>ゴルフ</b>	
5	6	40	01	バッグ・ケース	ボストンバッグ、シューズケース、クラブケース
5	6	40	03	ボール	ゴルフボール
5	6	40	05	手袋	ゴルフ手袋
5	6	40	13	ウッドクラブ	ウッドクラブ(メタルヘッドを含む)
5	6	40	15	アイアンクラブ	アイアンクラブ
5	6	40	17	パター	パター
5	6	40	19	キャディバッグ	キャディバッグ
5	6	40	45	その他グッズ	クラブヘッドカバー、ティ、ティホルダー、マーカー、傘、的、支柱、ネット、手入れ用品、練習用具、コンペ用品、ギフト用品、クラブハウス用品、鉛筆、グリーンフォーク、ホルダーケース、その他グッズ
5	6	40	47	シューズ	ゴルフシューズ(スパイク付・スパイクレス)
5	6	40	51	ポロシャツ	半袖ポロシャツ、長袖ポロシャツ
5	6	40	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	40	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	40	57	シャツ・セーター	シャツ、カーディガン、セーター、ベスト
5	6	40	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	40	60	スラックス	スラックス、ショートパンツ
5	6	40	61	スカート	スカート、キュロット
5	6	40	88	アクセサリ	帽子、サンバイザー、キャップ、ベルト、ソックス、タオル
5	6	40	89	その他ウェア	スーツ、ワンピース、ブレザー、ジャンパー、ブルゾン、アンダーウェア、レインウェア、キャディウェア全般、その他ウェア
5	6	40	97	ゴルフその他	ゴルフその他
5	6	41		<b>ホッケー</b>	
5	6	41	03	ボール	ホッケーボール
5	6	41	05	グラブ	ホッケーグラブ
5	6	41	07	スティック	ホッケースティック
5	6	41	09	防具	ヘッドガード、フェースガード(マスク)、レガース、プロテクター、パッド、シンガード
5	6	41	45	その他グッズ	ゴールネット、ゴール、練習用具、競技用具、審判用具、その他グッズ
5	6	41	47	シューズ	ホッケーシューズ
5	6	41	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	41	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	41	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	41	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	41	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	41	88	アクセサリ	帽子、ベルト、ソックス、タオル
5	6	41	89	その他ウェア	審判服装、その他ウェア
5	6	41	97	ホッケーその他	ホッケーその他
5	6	42		<b>ゲートボール</b>	
5	6	42	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ、シューズケース、スティックバッグ、収納ケース
5	6	42	03	ボール	ゲートボール
5	6	42	07	スティック	ゲートボールスティック
5	6	42	45	その他グッズ	ゲート、ゴールポール、競技用品、審判用具、その他グッズ
5	6	42	47	シューズ	ゲートボールシューズ
5	6	42	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	42	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	42	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ
5	6	42	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	42	88	アクセサリ	帽子、ベルト、ソックス、タオル、手袋
5	6	42	89	その他ウェア	審判服装、その他ウェア
5	6	42	97	ゲートボールその他	ゲートボールその他
5	6	43		<b>ラクロス</b>	
5	6	43	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ、シューズケース
5	6	43	03	ボール	ラクロスボール
5	6	43	07	スティック	キーパースティック、オフENSEスティック、ディフェンススティック
5	6	43	09	防具	フェースガード付きヘルメット、ボディパット、グラブサイドパット、レガース
5	6	43	45	その他グッズ	ゴール、練習用具、競技用具、審判用具、その他グッズ
5	6	43	47	シューズ	ラクロスシューズ
5	6	43	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	43	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	43	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	43	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ、キルト（女子）
5	6	43	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	43	88	アクセサリ	ベルト、ソックス、タオル
5	6	43	89	その他ウェア	審判服装、その他ウェア
5	6	43	97	ラクロスその他	ラクロスその他
5	6	48		<b>クラブ競技その他</b>	
5	6	48	01	バッグ・ケース	(グラウンドゴルフ・クリケット・ローラーホッケー・ポロ)
5	6	48	03	ボール	
5	6	48	07	スティック	
5	6	48	45	その他グッズ	

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	48	47	シューズ	
5	6	48	51	トレーニングウェア	
5	6	48	53	ウインドブレーカー	
5	6	48	55	スウエット	
5	6	48	59	トレーナー・Tシャツ	
5	6	48	88	アクセサリ	
5	6	48	89	その他ウェア	
5	6	48	97	クラブ競技その他	
5	6	50		<b>スキー</b>	
5	6	50	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ、スキーキャスターバッグ、スキーケース、リュック
5	6	50	09	防具	ヘルメット、マスク、プロテクター
5	6	50	21	ポール	ポール
5	6	50	23	締具	ピンディング
5	6	50	25	スキー板	アルペン、ノルディック(クロス・ジャンプ)、グラススキー
5	6	50	27	スキー靴	スキー靴
5	6	50	45	その他グッズ	ゴーグル、グラス、練習用具、ワキシング用具、ワックス、チューンアップ用品、競技用具、審判用具、その他グッズ
5	6	50	47	シューズ	ブーツ、スノトレ、ムーンブレード
5	6	50	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	50	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	50	55	スウエット	スウエットシャツ、スウエットパンツ
5	6	50	57	セーター	カーディガン、セーター
5	6	50	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	50	63	ジャケット	ジャケット、ベスト、キルト、ピステ
5	6	50	65	スーツ	スーツ、ワンピース
5	6	50	67	スキーパンツ	サロペット、オーバーパンツ、スキーパンツ、スレンダー、リフトパンツ
5	6	50	88	アクセサリ	帽子、キャップ、ソックス、タオル、手袋
5	6	50	89	その他ウェア	アンダーウェア、その他ウェア
5	6	50	97	スキーその他	スキーその他
5	6	51		<b>アイススケート</b>	
5	6	51	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ
5	6	51	09	防具	ヘルメット、プロテクター、レガーツ
5	6	51	45	その他グッズ	チューンアップ用品、競技用具、審判用具、その他グッズ
5	6	51	47	シューズ	スケート靴(フィギヤスケート・スピードスケート)
5	6	51	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	51	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	51	55	スウエット	スウエットシャツ、スウエットパンツ
5	6	51	57	コスチューム	コスチューム、シャツ、パンツ、スラックス、ワンピース
5	6	51	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	51	88	アクセサリ	帽子、ソックス、タオル、手袋
5	6	51	89	その他ウェア	アンダーウェア、オーバーパンツ、その他ウェア
5	6	51	97	アイススケートその他	アイススケートその他
5	6	52		<b>アイスホッケー</b>	
5	6	52	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ
5	6	52	03	パック	パック
5	6	52	05	グラブ	グラブ
5	6	52	09	防具	ヘルメット、マスク、プロテクター、レガーツ、肩当て、肘当て、レッグガード
5	6	52	45	その他グッズ	ゴール、練習用具、審判用具、審判用器具全般、ゴールネット、その他グッズ
5	6	52	47	シューズ	スケート靴（ホッケー）
5	6	52	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	52	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	52	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ
5	6	52	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	52	88	アクセサリ	帽子、ストッキング、ソックス、タオル、手袋
5	6	52	89	その他ウェア	アンダーウェア、審判服装、その他ウェア
5	6	52	97	アイスホッケーその他	アイスホッケーその他
5	6	53		<b>スノーボード</b>	
5	6	53	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ
5	6	53	25	スノーボード	スノーボード板
5	6	53	45	その他グッズ	ビンディング、その他グッズ
5	6	53	47	シューズ	スノーボードブーツ
5	6	53	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	53	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	53	55	スウエット	スウエットシャツ、スウエットパンツ
5	6	53	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	53	63	ジャケット	フリース、ジャケット
5	6	53	88	アクセサリ	帽子、ソックス、タオル、手袋
5	6	53	89	その他ウェア	アンダーウェア、その他ウェア
5	6	53	97	スノーボードその他	スノーボードその他
5	6	58		<b>ウィンタースポーツ・その他</b>	
5	6	58	01	バッグ・ケース	(リュージョン・ボブスレー・バイアスロン・カーリング・スノーモービル・スノーヨット・スケートセリング)
5	6	58	45	その他グッズ	
5	6	58	49	シューズ	
5	6	58	51	トレーニングウェア	
5	6	58	53	ウインドブレーカー	

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	58	55	スウエット	
5	6	58	59	トレーナー・Tシャツ	
5	6	58	88	アクセサリ	
5	6	58	89	その他ウェア	
5	6	58	97	ウインタースポーツその他	
5	6	60		<b>ダイビング</b>	
5	6	60	29	マスク	海水マスク
5	6	60	31	足ヒレ	足ヒレ
5	6	60	33	タンク	タンク
5	6	60	34	レギュレーター	レギュレーター、B・C・D
5	6	60	35	ウエットスーツ	ドライスーツ、ウエットスーツ
5	6	60	45	その他グッズ	スノーケル、ライフジャケット、ナイフ、銃、モリ、ダイビングパーツ、その他グッズ
5	6	60	47	シューズ	マリンプーツ、サンダル
5	6	60	55	スウエット	スウエットシャツ、スウエットパンツ
5	6	60	57	水着	水着、トランクス
5	6	60	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー・Tシャツ
5	6	60	88	アクセサリ	キャップ、サングラス、手袋
5	6	60	89	その他ウェア	その他ウェア
5	6	60	97	ダイビングその他	ダイビングその他
5	6	61		<b>サーフィン・ボードセーリング</b>	
5	6	61	35	ウエットスーツ	ドライスーツ、ウエットスーツ
5	6	61	37	ボード	サーフボード、セールボード、ボディボード
5	6	61	45	その他グッズ	ライフジャケット、サーフィン用品、その他グッズ
5	6	61	55	スウエット	スウエットシャツ、スウエットパンツ
5	6	61	57	水着	水着、トランクス
5	6	61	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー・Tシャツ
5	6	61	88	アクセサリ	キャップ、サングラス、手袋
5	6	61	89	その他ウェア	アンダーウェア、その他ウェア
5	6	61	97	サーフィン・ボードセーリングその他	サーフィン・ボードセーリングその他
5	6	62		<b>ヨット・モーターボート</b>	
5	6	62	35	ウエットスーツ	ドライスーツ、ウエットスーツ
5	6	62	37	艇	艇
5	6	62	45	その他グッズ	航海機器、メンテナンス用品、安全備品、内外装用品、ライフジャケット、バッグ、その他用具
5	6	62	47	シューズ	マリンプーツ、デッキシューズ
5	6	62	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	62	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	62	55	スウエット	スウエットシャツ、スウエットパンツ
5	6	62	57	ゲームウェア	ブルゾンジャケット、オーバー、ポロシャツ、ショートパンツ、ロングパンツ、レインウェア
5	6	62	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー・Tシャツ
5	6	62	88	アクセサリ	キャップ、サングラス、手袋、ヨットタイマー
5	6	62	89	その他ウェア	その他ウェア

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	62	97	ヨット・モーターボートその他	ヨット・モーターボートその他
5	6	63		<b>カヌー・カヤック・ボート</b>	
5	6	63	07	パドル・オール	パドル、オール
5	6	63	09	防具（セーフティギア）	ヘルメット、プロテクター、レスキューロープ、ベルト、ハーネス、スローバッグ、その他レスキュー用品
5	6	63	35	ウエットスーツ	ドライスーツ、ウエットスーツ
5	6	63	37	艇	カヌー、ボート、カヤック
5	6	63	45	その他グッズ	ヴィセール、バッグ、ケース、ライフジャケット、ボギー、補修手入れ用品、ホイール、その他用具
5	6	63	47	シューズ	サンダル、シューズ、ブーツ
5	6	63	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	63	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	63	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	63	57	ゲームウェア	ジャケット、ショートパンツ、ロングパンツ、パーカー、オーバー、ランニングシャツ、レインウェア
5	6	63	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー・Tシャツ
5	6	63	88	アクセサリ	帽子、キャップ、サングラス、手袋
5	6	63	89	その他ウェア	その他ウェア
5	6	63	97	カヌー・カヤック・ボートその他	カヌー・カヤック・ボートその他
5	6	68		<b>マリンスポーツその他</b>	(水上バイク・水上スキー・パラセール)
5	6	68	01	バッグ・ケース	
5	6	68	45	その他グッズ	
5	6	68	51	トレーニングウェア	
5	6	68	53	ウインドブレーカー	
5	6	68	55	スウェット	
5	6	68	59	トレーナー・Tシャツ	
5	6	68	88	アクセサリ	
5	6	68	89	その他ウェア	
5	6	68	97	マリンスポーツその他	
5	6	70		<b>ボクシング</b>	
5	6	70	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ
5	6	70	05	グローブ	ボクシンググローブ、パンチンググローブ
5	6	70	09	防具	バンテージ、ヘッドガード、マウスピース、カッププロテクター
5	6	70	45	その他グッズ	練習用マシン、練習用具、リング用具、審判用具、メディシンボール、キックミット、スタンドセット、パンチングボール、パンチングミット、トレーニングバッグ、ウォーターバッグ、その他グッズ
5	6	70	47	シューズ	ボクシングシューズ
5	6	70	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	70	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	70	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	70	57	ガウン・パンツ	ガウン、トランクス

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	70	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	70	88	アクセサリ	ソックス、アンダーストッキング、タオル
5	6	70	89	その他ウェア	アンダーウェア、審判服装、減量衣、その他ウェア
5	6	70	97	ボクシングその他	ボクシングその他
5	6	71		<b>アーチェリー・弓道</b>	
5	6	71	01	矢筒	バッグ、ケース、矢筒(和)
5	6	71	03	矢	矢、ノック、ポイント、羽根
5	6	71	07	弓	弓
5	6	71	09	防具	アームガード、グラブ(かけ)、タブ(かけ)、 チェストガード(胸当)、ボースリング
5	6	71	45	その他グッズ	スタピライザー、弦、的紙、標的、サイト、クィーバー、 弓用アクセサリ、競技用器具、その他グッズ
5	6	71	47	シューズ	シューズ
5	6	71	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	71	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	71	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	71	57	ゲームウェア	シャツ、セーター、ベスト、スラックス、弓道衣、帯、 キュロット
5	6	71	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	71	88	アクセサリ	ソックス、帽子、ベルト、タオル
5	6	71	89	その他ウェア	アンダーウェア、その他ウェア
5	6	71	97	アーチェリー・弓道その他	アーチェリー・弓道その他
5	6	72		<b>フェンシング</b>	
5	6	72	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、 ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ
5	6	72	05	グラブ	グラブ
5	6	72	07	剣	剣
5	6	72	09	防具	プロテクター、マスク
5	6	72	45	その他グッズ	マット、練習用具、競技用具、審判用具、 補修手入れ用具、その他グッズ
5	6	72	47	シューズ	フェンシングシューズ
5	6	72	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	72	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	72	57	ユニフォーム	ユニフォーム、ゲームシャツ、ゲームパンツ
5	6	72	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	72	88	アクセサリ	ストッキング、アンダーストッキング、タオル
5	6	72	89	その他ウェア	プラスチックメタリック、アンダーウェア、審判服装、 その他ウェア
5	6	72	97	フェンシングその他	フェンシングその他
5	6	73		<b>レスリング・すもう</b>	
5	6	73	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、 ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ
5	6	73	45	その他グッズ	マット、練習用具、競技用具、審判用具、土俵たわら、 軍配、すもうマット、その他グッズ

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	73	47	シューズ	レスリングシューズ
5	6	73	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	73	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	73	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	73	57	ユニフォーム・まわし	レスリングパンツ、まわし
5	6	73	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	73	88	アクセサリ	ソックス、タオル
5	6	73	89	その他ウェア	アンダーウェア、審判服装、その他ウェア
5	6	73	97	レスリング・すもうその他	レスリング・すもうその他
5	6	74		<b>柔道・空手</b>	
5	6	74	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ
5	6	74	09	防具	プロテクター、バンテージ、サポーター、ヘッドキャップ
5	6	74	45	その他グッズ	練習用具、審判用具、柔道畳、試合用各種用具、サンドバッグ、空手ミット、その他グッズ
5	6	74	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	74	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	74	57	柔道衣・空手衣	柔道衣、空手衣、帯
5	6	74	88	アクセサリ	タオル
5	6	74	89	その他ウェア	アンダーウェア、審判服装、その他ウェア
5	6	74	97	柔道・空手その他	柔道・空手その他
5	6	75		<b>剣道・なぎなた</b>	
5	6	75	01	バッグ・ケース	竹刀袋、木刀用袋、なぎなた用袋、道衣袋、垂袋、遠征バッグ、防具袋（ボストン型・一般型）、小物入（印伝袋）
5	6	75	07	竹刀・なぎなた	竹刀、木刀、なぎなた
5	6	75	09	防具	面、胴、甲手、垂、脛当
5	6	75	45	その他グッズ	竹刀鐔、鐔止め、柄皮、ツル、中結革、竹刀削り、先革、先ゴム、ちかわ、紐類、竹刀立て、スコアブック、その他グッズ
5	6	75	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	75	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	75	57	剣道衣・なぎなた衣	剣道衣、剣道袴、羽織、なぎなた衣
5	6	75	88	アクセサリ	手ぬぐい、足袋、頭巾、甲手下、あご汗取り
5	6	75	89	その他ウェア	その他ウェア
5	6	75	97	剣道・なぎなたその他	剣道・なぎなたその他
5	6	76		<b>射撃</b>	
5	6	76	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ
5	6	76	03	弾丸・クレ	弾丸、クレ
5	6	76	09	防具	プロテクター
5	6	76	39	銃	ライフル銃、散弾銃、銃
5	6	76	45	その他グッズ	放出機（トラップ）、消音器、照準器、マット、

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	76	45	その他グッズ	キャンパス、望遠鏡、標的、スリング、競技用具、チューンアップ用品、審判用具、その他グッズ
5	6	76	47	シューズ	射撃シューズ
5	6	76	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	76	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	76	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	76	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ
5	6	76	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	76	88	アクセサリ	帽子、ソックス、タオル、手袋
5	6	76	89	その他ウェア	チョッキ、ベスト、審判服装、その他ウェア
5	6	76	97	射撃その他	射撃その他
5	6	77		<b>乗馬・馬術</b>	
5	6	77	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ
5	6	77	07	ベン	ベン
5	6	77	09	防具	ヘルメット、プロテクター
5	6	77	41	引手・鞍	鞍、くつわ、馬鞍、手綱、むち、むながい、腹帯
5	6	77	45	その他グッズ	蹄鉄、拍車、競技用具、審判用具、手入れ用具、その他グッズ
5	6	77	47	シューズ	乗馬靴、ブーツ
5	6	77	51	シャツ	シャツ
5	6	77	53	ブラウス	ブラウス
5	6	77	57	乗馬服	上ラン、乗馬服、乗馬ズボン、キュロット
5	6	77	88	アクセサリ	シルクハット、山高帽、ネクタイ、スカーフ、ソックス、タオル、手袋
5	6	77	89	その他ウェア	レインウェア、審判服装、その他ウェア
5	6	77	97	乗馬・馬術その他	乗馬・馬術その他
5	6	78		<b>武道その他</b>	(合気道・銃剣道・拳法道・居合道・太極拳)
5	6	78	01	バッグ・ケース	居合刀袋、木銃用袋、道衣袋、遠征バッグ
5	6	78	07	武道刀	居合刀、太刀、木銃
5	6	78	09	防具	面、胴、甲手、垂、脛当
5	6	78	45	その他グッズ	刀掛け、刀手入れセット、その他グッズ
5	6	78	47	シューズ	太極拳シューズ
5	6	78	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	78	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	78	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	78	57	武道衣	合気道衣、銃剣道衣、拳法衣、居合道衣、居合袴、居合帯、銃剣道ベルト
5	6	78	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	78	88	アクセサリ	手ぬぐい、足袋、頭巾
5	6	78	89	その他ウェア	その他ウェア
5	6	78	97	武道その他	武道その他
5	6	80		<b>登山・ハイキング・キャンプ</b>	
5	6	80	01	ザック	ザック、リュック、ディパック

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	80	09	防具	ゴーグル、グラス、ヘルメット、スパッツ
5	6	80	42	調理具	コンロ、飯盒、コッヘル、水筒、ポリタン、ナイフ、燃料、調理セット、鍋、バーベキューセット
5	6	80	43	シュラフ	シュラフ、マット、毛布
5	6	80	44	テント・シート	テント、グラウンドシート、タープ、ポール、ロープ、ペグ
5	6	80	45	その他グッズ	ザイル、アイゼン、ハーケン、カラビナ、ピッケル、キャンピングベッド、クーラー、テーブル、磁石、ライト、ランタン、高度計、ストック、その他グッズ
5	6	80	47	シューズ	登山靴、スニーカー、トレッキングシューズ
5	6	80	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	80	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	80	55	セーター	セーター、ベスト
5	6	80	69	防寒着	防寒着、ダウンジャケット、マフラー
5	6	80	71	ニッカーパンツ	ニッカーポッカー、ズボン
5	6	80	88	アクセサリー	帽子、ソックス、ベルト、手袋、タオル、雨具
5	6	80	89	その他ウェア	チョッキ、ベスト、アンダーウェア、レインウェア、ポンチョ、その他ウェア
5	6	80	97	登山・ハイキング・キャンプ その他	登山・ハイキング・キャンプその他
5	6	81		<b>フィッシング</b>	<b>釣用品業界に準ずる。</b>
5	6	81	01	釣り竿（カーボンロッド）	
5	6	81	02	釣り竿（フェノール、新素材）	
5	6	81	04	釣用リール	
5	6	81	11	釣糸	
5	6	81	12	釣針	
5	6	81	13	仕掛・毛針・擬似餌	
5	6	81	14	ウキ	
5	6	81	21	釣餌	
5	6	81	31	ルアー	
5	6	81	32	フライ	
5	6	81	41	フィッシングウェア	
5	6	81	42	釣用履物・身の回り品	
5	6	81	51	釣用バッグ・ケース類	
5	6	81	52	釣用クーラー	
5	6	81	53	釣用照明器具	
5	6	81	54	仕掛部材	
5	6	81	55	釣用工具・器具	
5	6	81	56	釣用加工・補修部材	
5	6	81	57	フィッシングその他	
5	6	82		<b>サイクリング</b>	
5	6	82	01	バッグ・ケース	バッグ、ハンドルバッグ、ウエストバッグ、ディパック
5	6	82	40	自転車	自転車
5	6	82	45	その他グッズ	チューンアップ用品、競技用具、審判用具、ボトルサドルカバー、工具、その他グッズ

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	82	47	シューズ	サイクリングシューズ
5	6	82	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	82	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	82	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	82	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ
5	6	82	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	82	88	アクセサリ	帽子、ソックス、タオル、手袋、サングラス
5	6	82	89	その他ウェア	ワンピース、アンダーウェア、審判服装、その他ウェア
5	6	82	97	サイクリングその他	サイクリングその他
5	6	83		<b>トライアスロン</b>	
5	6	83	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ
5	6	83	40	自転車	自転車
5	6	83	45	その他グッズ	サドルカバー、ボトル、その他グッズ
5	6	83	47	シューズ	トライアスロンシューズ
5	6	83	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	83	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	83	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ
5	6	83	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	83	88	アクセサリ	帽子、ソックス、タオル、手袋、サングラス
5	6	83	89	その他ウェア	その他ウェア
5	6	83	97	トライアスロンその他	トライアスロンその他
5	6	88		<b>レジャースポーツその他</b>	(モータースポーツ・スカイスポーツ)
5	6	88	01	バッグ・ケース	
5	6	88	45	その他グッズ	
5	6	88	47	シューズ	
5	6	88	51	トレーニングウェア	
5	6	88	53	ウインドブレーカー	
5	6	88	57	ゲームウェア	
5	6	88	59	トレーナー・Tシャツ	
5	6	88	88	アクセサリ	
5	6	88	89	その他ウェア	
5	6	88	97	レジャースポーツその他	
5	6	90		<b>ウォーキング・ジョギング</b>	
5	6	90	45	その他グッズ	中敷、靴クリーム、靴クリーナー、消臭スプレー、靴ブラシ、その他グッズ
5	6	90	47	シューズ	ウォーキングシューズ、ジョギングシューズ
5	6	90	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	90	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	90	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	90	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	90	88	アクセサリ	帽子、ベルト、ソックス、タオル、シューズケース、手袋、靴紐、リストバンド、ヘアバンド、イヤーズバンド

コード				J I C F S 分類名	J I C F S 商品分類基準
大	中	小	細		
5	6	90	89	その他ウェア	アンダーウェア、タイツ、ウォーマコート、ポンチョ、その他ウェア
5	6	90	97	ウォーキング・ジョギング その他	ウォーキング・ジョギングその他
5	6	91		トレーニング・フィットネス	
5	6	91	01	バッグ・ケース	ドラムバッグ、ショルダーバッグ、ダッフルバッグ、ボストンバッグ、ディパック、ポーチ、ウエストポーチ
5	6	91	45	その他グッズ	エキスパンダー、鉄アレー、バーベル、ダンベル、腹筋台、ウェイトトレーニングマシン、ベンチ、マット、ランニングマシン、リラクゼーション、その他グッズ
5	6	91	47	シューズ	トレーニングシューズ、フィットネスシューズ
5	6	91	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	91	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	91	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	91	57	ゲームウェア	ゲームシャツ、ゲームパンツ、レオタード、ショーツ
5	6	91	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	91	88	アクセサリ	ヘッドバンド、リストバンド、ベルト、ソックス、レッグウォーマー、タオル
5	6	91	89	その他ウェア	アンダーウェア、その他ウェア
5	6	91	97	トレーニング・フィットネスその他	トレーニング・フィットネスその他
5	6	98		その他スポーツ	(カジュアル・スクール)
5	6	98	01	バッグ・ケース	バッグ、ケース
5	6	98	45	その他グッズ	紅白玉入台、とび縄、飛び箱、踏切台、平均台、一輪車、ハードル、マット、ストップウォッチ、ホイッスル、メジャー、ライン引き、ラインテープ、防水液、万歩計、旗杯、その他グッズ
5	6	98	47	シューズ	体育館シューズ、ビジネスシューズ
5	6	98	51	トレーニングウェア	トレーニングシャツ、トレーニングパンツ
5	6	98	53	ウインドブレーカー	ウインドブレーカーシャツ、ウインドブレーカーパンツ
5	6	98	55	スウェット	スウェットシャツ、スウェットパンツ
5	6	98	59	トレーナー・Tシャツ	トレーナー、Tシャツ
5	6	98	88	アクセサリ	紅白帽子、鉢巻、帽子、キャップ、ベルト、ソックス、タオル、手袋
5	6	98	89	その他ウェア	ショートパンツ、スカート、ロングパンツ、セーター、ベスト、その他ウェア
5	6	98	97	その他スポーツ	その他スポーツ

## 第8章 サイズコードに関する考察

### 1. サイズコードとは

サイズコードとは、商品の単品を特定するためのコードとして商品コード・カラーコードと共に情報処理におけるキーコードとしての重要性があります。

特に、スポーツ用品業界においてのサイズコードの特殊性は、商品及びカラー等のようにコード化の対象とは別のルールによってコード化されている訳ではなく、通常商品規格としての、サイズ表現そのものをコードとして、利用運用しているケースがほとんどです。

したがって、標準サイズコード設定に当たっては、商品規格としてのサイズの統一化こそ重要な課題ですが、このマニュアルにおきましては情報化促進の為に、サイズコード登録の運用に視点を置き、サイズコード利用のガイドラインを検討しております。

### 2. サイズコードの現状

商品規格としてのサイズの現状については、日本国内においてはJIS（日本工業規格）<sup>注1</sup>または、JASPO（（社）日本スポーツ用品工業協会）<sup>注2</sup>によって、一部の商品類に関して規格が定められていますが、規格が定められていない商品類もあり、また、完全にこれらの規格が運用されていないのが現状です。

更に、スポーツ用品においては輸入商品も多く扱われており、そのような商品については様々な規格が使用されているのが現状です。

サイズコードについてはこのような商品規格に基づいてコード化され、コンピュータに登録されているため、同一商品類についてもメーカーによって様々なサイズコードが発生し登録・運用されています。

このような現状から、特に流通段階におけるコンピュータの利用・運用に様々なサイズコードの登録が必要となり、多くの問題点が発生しています。

### 3. サイズコード利用のガイドライン

このような問題点の解決に向けて、サイズコード利用のガイドラインを策定しております。

#### サイズコード利用ガイドライン

メーカーに於いて、サイズコード登録に当たっては以下の事項に注意してください。

- (1) 商品、カタログ、伝票、交換データ、その他のサイズコードの表示統一を徹底する。
- (2) データ交換利用に当たっては、商品出荷以前にメーカー側よりサイズコード情報が

提供出来る様にする。

- (3) サイズコード設定に当たっては、出来る限り英数字を用い、特殊な文字を使用してはならない。
- (4) 原則としてサイズコードには、商品規格以外の内容に利用してはならない。
- (5) フリーサイズのサイズコードには、‘F’を使用する。
- (6) サイズの無い商品のサイズコードは‘ ’（スペース）を使用する。但し、サイズコード登録でスペースが使用できない場合は、‘ ’を使用する。

以上ですが、商品規格に基づくサイズコード登録に当たっては業界各社の登録内容をよく調査し、出来る限り同一の商品類については、同一のサイズコードを登録するよう注意してください。

## 4. 今後の方向性

標準サイズコード設定に向けての、サイズ規格の統一化については非常に重要な課題ではありますが、各方面に渡って様々な問題が有るため、今後とも完全な統一化がなされる事は難しいのが現状であると思われまます。

しかしながら、情報化の発展と共に企業間のデータ交換は今後ますます盛んになり、従って、コードの統一化が重要な問題となります。

そこで、この様な現状に左右されず今後の業界の情報化を促進していく為、商品の単品を特定するためのキーコードとしては、JANコードの利用促進が重要なテーマであると考えます。従いまして、サイズコード利用ガイドラインの遵守と共に、JANコードのソースマーキング率のアップと、JANコードの活用を検討していく事が必要であると考えます。

### 注1) 新JISサイズ

既製衣料品のサイズについてのJIS規格です。

規格は次の6分類が定められています。

乳幼児用衣料サイズ	(JIS L 4001)	1983年 改正
少年用衣料のサイズ	(JIS L 4002)	1997年 改正
少女用衣料のサイズ	(JIS L 4003)	1997年 改正
成人男子用衣料のサイズ	(JIS L 4004)	1996年 改正
成人女子用衣料のサイズ	(JIS L 4005)	1997年 改正
フットウェア・靴下のサイズ	(JIS L 4006)	1987年 改正

問い合わせ先：工業技術院標準部消費生活規格課

TEL 03-3501-5683

注2) J A S P Oサイズ

昭和51年6月1日にJ A S P Oより発表され、スポーツウェアに対して統一的にサイズ表示を行ってきました。

1996年に改正され、次のような規格が定められています。

成人男子の基本寸法

成人女子の基本寸法

問い合わせ先：(社)日本スポーツ用品工業協会

TEL 03-3219-2041 FAX 03-3219-2043

(注)衣料品の標準サイズコード(案)は(財)流通システム開発センター発行の「アパレル標準EDI」をご参照ください。

## 第9章 J A Nタグ・ガイドライン

### 1. J A Nタグ標準化の考え方

衣料品等において、商品の発売元がJ A Nシンボルをソースマーキングするタグを「J A Nタグ」と呼びます。J A Nタグは、販売店頭のPOSで直接読み取られるだけではなく、場合によっては販売価格を表示する機能も果たすこととなります。J A Nタグは、そのための新たなタグを作成する必要はなく、従来から商品に取り付けられているブランドタグ等を使用するのが一般的です。

ブランドタグは、大きさ・形状・デザイン等により顧客の視認性を向上させブランド・アイテムの差別化を表現する効果がある反面、タグサイズレイアウトの不統一によりタグメーカーにおいて印字機のタグ用紙の取り替えが頻繁に発生し、人手がかかるとともに印字速度が低下し、結果としてタグ作成コストの増加にもなります。

J A Nタグを有効かつ効率的に運用するためには、各メーカーに依存されているタグの大きさ・レイアウトについての一定のルールが必要であると共に、タグ・サイズモルルールを設けています。

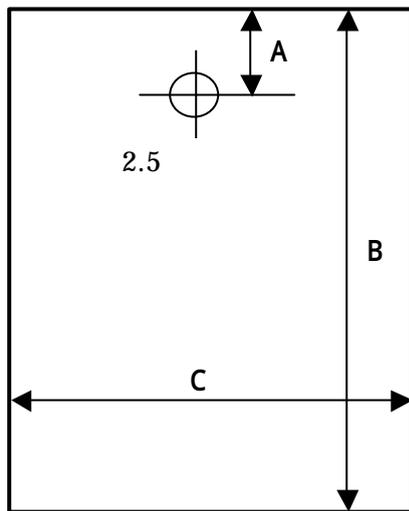
### 2. J A Nタグ・サイズ標準仕様

大手アパレルを中心にアパレル企業20社近くのブランド・タグを、1000種近く集め、そのサイズを分類した分布調査結果や、POS値札のJ I Sサイズとの整合性の観点から、一般的に使用頻度が高く、通常の必要性でカバーできると思われる次の6種類のサイズに絞り込みました。

- (1) 、は単独使用を前提としていますが、、、は<sup>1</sup>二重タグ使用も考えられます。また、についてはシール仕様もあります。
- (2) J A Nコードの規格への適合、及び店頭での小売値札とのマッチングを考慮してタグの巾をPOS値札のJ I S規格としました。
- (3) 衣料ブランドタグの表示内容・レイアウトを考慮し、タグの長さを設定しました。
- (4) 上記をふまえ、更に一般的な電子式バーコードプリンターでの運用を考慮し、仕様として、角Rの定義・センターホールの定義を行っています。
- (5) なお、電子式バーコードプリンターの重要なスペックである用紙材質については個別に機器メーカーとの打合せを行って下さい。

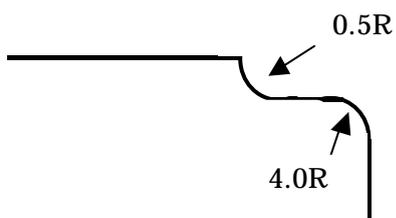
1. 二重タグとは：表示すべき項目が多く、一枚のタグ（主タグ）に表示しきれない項目について、もう一枚のタグ（副タグ）に表示する場合、これらのタグを二重タグという。

## 衣料品・身の回り品等の標準 J A N ブランドタグサイズ



(単位：mm)	A	B	C
JIS10 号タグ (JIS20 号シール)	5.0	25.0	32.0
JIS11 号タグ (JIS21 号シール)	5.0	40.0	37.0
JIS12 号タグ	5.0	60.0	37.0
JIS13 号タグ	5.0	60.0	42.0
の縦長タグ	5.0	87.0	37.0
の縦長タグ	5.0	87.0	42.0

角 R 対応 (つける場合)

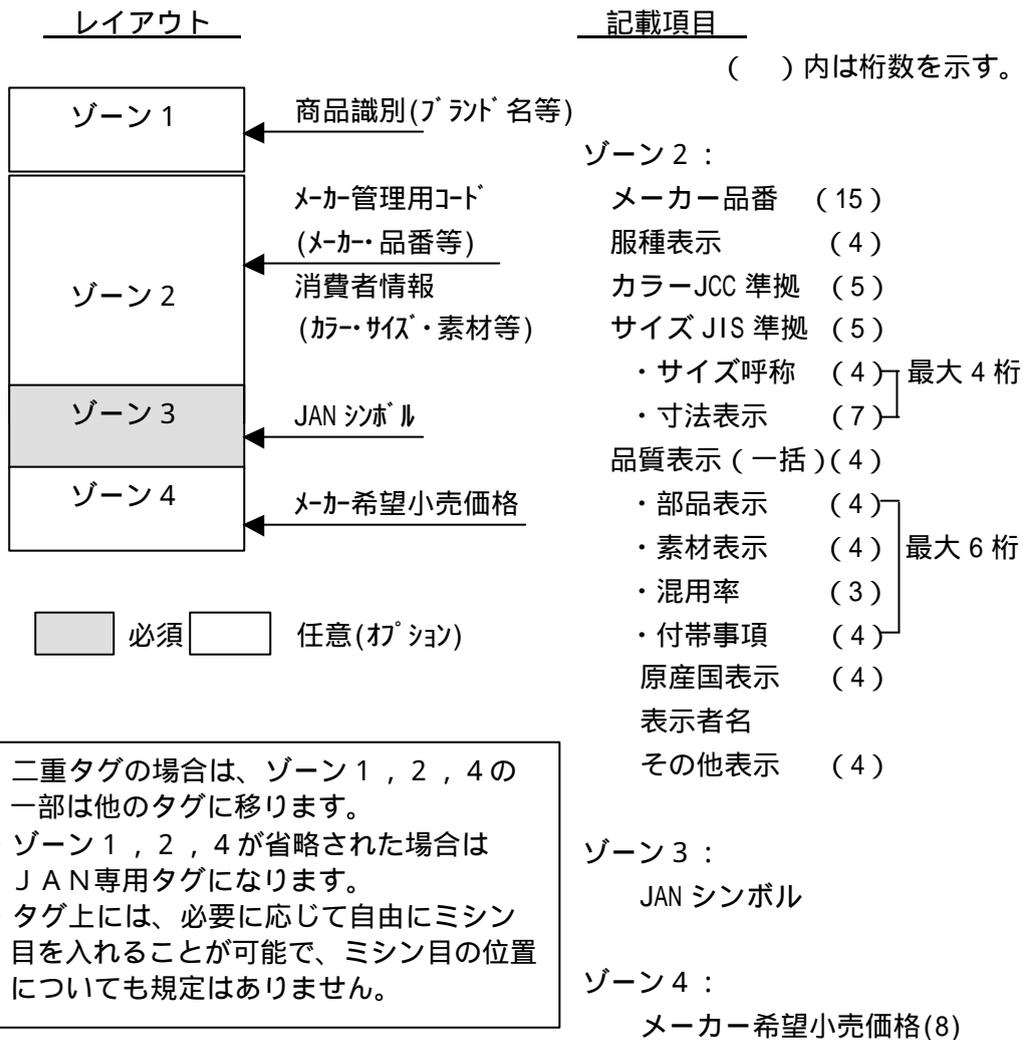


センターホール対応用紙の場合  
角 R づけは任意である。

### 3. 表示項目とレイアウト

JANタグ上のレイアウトについて、次のとおり規定しています。

#### (1) 縦型タグのレイアウトとその記載項目



#### ゾーン 3 の JAN シンボル表示について



JAN シンボルの天地寸法規定は以下の通りとします。  
1.0 倍: 11 mm    0.8 倍: 9 mm

(補足) アイテムコード(数字)を拡大表示可能



### 注意事項

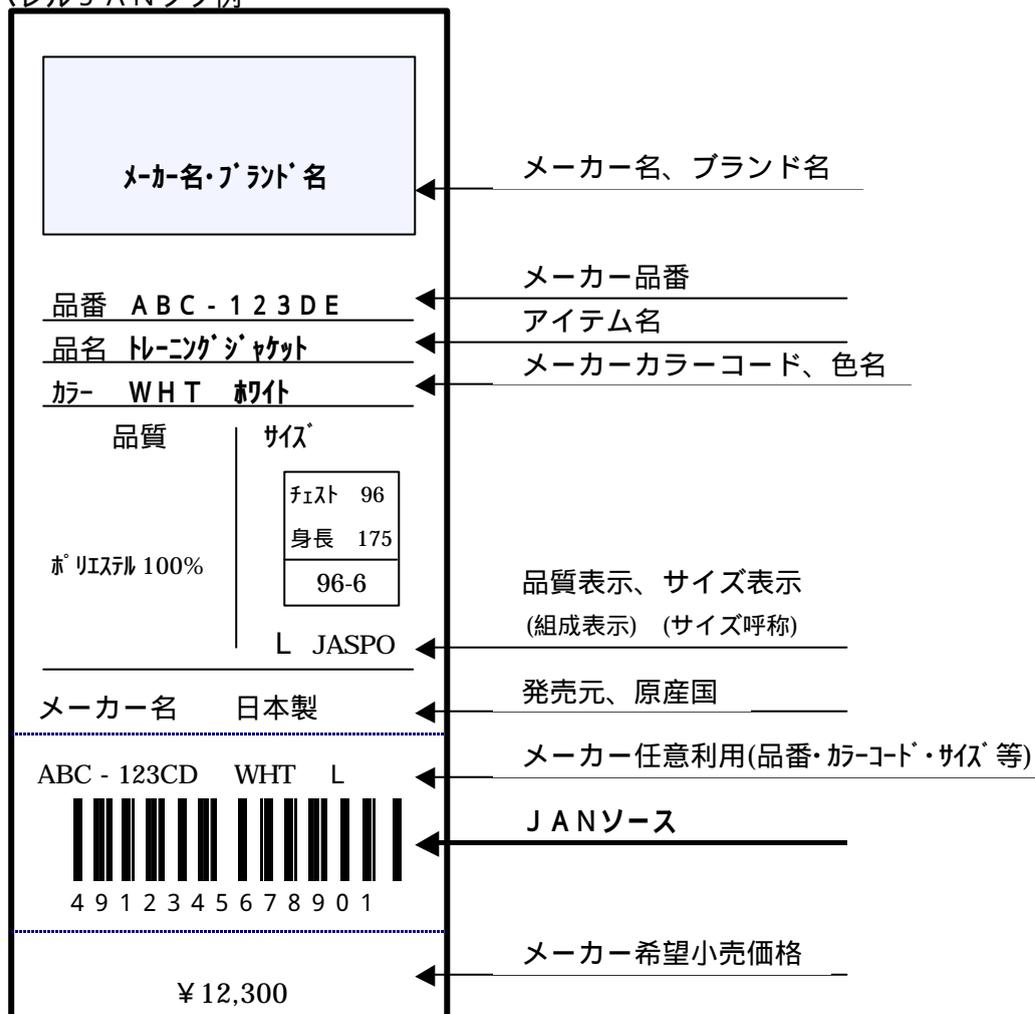
メーカーが、自社管理用バーコードを商品に表示する場合、JANシンボルとの混用を避けるために、次の条件が必要です。

(1) JAN以外のバーコードシンボルを使用すること。

例：IFT、コード39等注意事項

(2) JANタグ以外のタグに表示すること。

### アパレルJANタグ例



(補足)

の記載内容(品質表示、サイズ表示)については、家庭用品品質表示法およびJIS基準に基づき記載すること。

また、タグに問い合わせ連絡先が記載されているのが望ましい。

## 4 . 関連資料

(財)流通システム開発センターが、日本百貨店協会と日本チェーンストア協会に委託し、平成 8 年度に標準ガイド案が策定されました。

前述のスポーツ業界のガイドラインとは、下記の項目が異なります。

文献： ソースマーキング・標準値札ガイド (第 2 版)

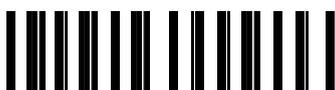
財団法人 流通システム開発センター

協力 日本百貨店協会・日本チェーンストア協会

平成 8 年 7 月発刊 ¥3,000 円

### ソースマーキングの方法

- a . タグに、貼札 ( J I S 2 0 号 ) のスペースを確保する。  
タグへのメーカーによる価格表示は、メーカーの判断に委ねる。  
価格表示する場合は、「メーカー希望小売価格」と表示し、20号貼札で隠れる位置・大きさで表示する。
- b . J A Nコード ( 0.8 倍 ) の高さは原則 12mm とし、中央にミシン目を入れ、ヒューマン文字 ( 数字 ) は、上下 2 ヶ所に表示する。  
百貨店でのカルトン入金 ( タグの半券と現金を添えてレジに入金する方法 ) を考慮し、タグにミシン目を入れる。また、顧客からの返品時、バーコード読取りができるよう J A Nコードの中央のミシン目とする。

メーカー名・ブランド名	
品番 ABC - 123DE	
品名 トレーニングジャケット	
カラー WHT ホワイト	
品質	サイズ
ポリエステル 100%	チエスト 96 身長 175 96-6
L JASPO	
メーカー名	日本製
ABC - 123CD WHT L	
T 4 9 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 1	
	
4 9 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 1	
¥12,300	

(JIS20号貼札)

¥12,300

## 5. JANタグ取り付け位置ガイドラインの考え方

JANタグ取り付け位置を検討するに際し、下記の点を配慮しました。

- (1) スポーツ用品の商品特性を発注形態別に見ると、下記の3つに大別されます。  
中でも「売切型商品」が高い割合を占め、追加発注が難しい商品が多いのがスポーツ用品業界の特徴です。

補充型商品	年間商品、またはこれに準ずるもので追加発注が可能な商品
準補充型商品	ある程度追加発注が可能な商品
売切型商品	シーズン商品、計画生産商品、輸入商品等追加発注ができない またはできにくい商品

- (2) このため、スポーツ用品小売業のPOSシステムでは、単品売上げの情報収集分析はもちろん必要ですが、同時に次のような在庫の管理が重要となります。  
「在庫の片寄り」の管理（店内での単品のバランス）  
「不良在庫」の管理  
「店相互の在庫バランス」の管理
- (3) 従って、商品に取り付ける「JANタグ」も、単にPOSレジでの読取りだけでなく、次のような業務にも利用可能なように配慮することが望ましいです。  
商品の入荷・出荷業務  
検品業務  
棚卸業務
- (4) これにより、今後小売業だけでなく、メーカー・卸・小売りの三層がそれぞれの立場で利用できる途を開くことになり、今後のJANの利用価値が高まり、しいてはJANの普及が促進されることになるはずで

## 6. JANタグ取り付けの前提条件（原則）

JANタグの取り付けについて、取り付け位置や取り付け方法に関する規定は特に設けませんが、効率的活用を促進するため特に取り付け位置については取り扱い易さを前提に、次の事項を原則的な条件といたします。

なお、取り付け方法については、取扱者や顧客が怪我や事故に遭わないようなものを使用するよう配慮する必要があります。（製造物責任法の遵守）

- (1) JANタグは見易く、かつスキャンし易い位置に取り付けること。
- (2) 取扱者・顧客が怪我や事故に遭わないよう配慮した位置に取り付けること。
- (3) 商品のデザイン、機能を損なわない位置を考慮して取り付けすること。
- (4) 店頭でのスキャン及び物流面での利用の双方を考慮すること。
- (5) 取り付けしたJANタグが外的損傷を受けないよう配慮して取り付けすること。
- (6) 小売販売最小ロットが処理できるよう配慮して取り付けすること。
- (7) 形状、大きさ等の制限により、個々の商品に取り付けがむずかしい場合は別管理とします。

## 7. 一般基準

包装形態によるJANタグの取り付け位置の一般基準は下記の通りです。

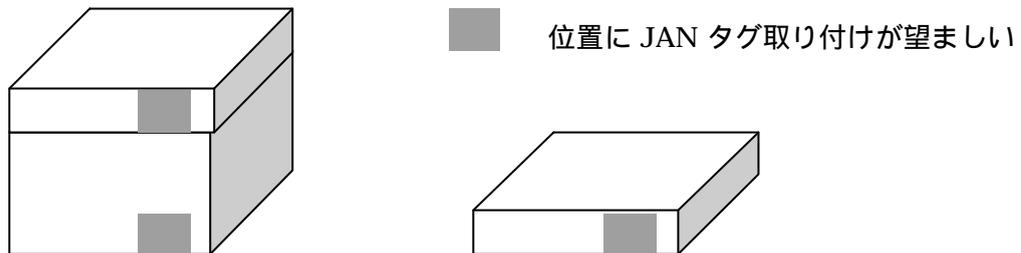
### (1) 箱入り商品の場合

商品の品番、品名、規格、品質等を表示している面に取り付けます。

なお、運用の際には、現物はもちろん、個別包装の箱、袋などにも取り付けるのが望ましいです。

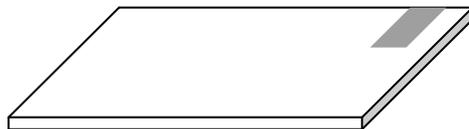
高さが十分にある箱については、前面（フェース）部分。

（例：シューズ箱、縦長の箱等）



高さがあまり無く前面（フェース）部分に取り付けられない場合、上面取り付けを原則としますが、下面を使うことも可とします。

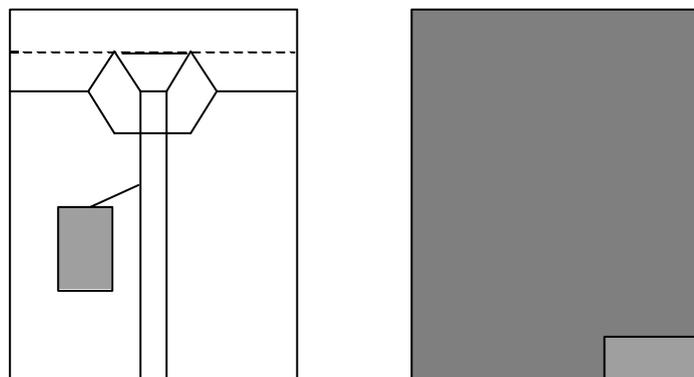
（例：タオルの箱、ソックスの箱等）



### (2) 袋入り商品の場合

商品が外から見え、スキャニングに影響の無いものは、直接商品に取り付けます。（例：ビニールの袋入り商品等）

注意 タグは必ずJANシンボルが表から見えるように徹底して下さい。  
商品が外から見えないものは、袋の表面に表示します。



(3)ハダカ商品の場合（商品本体に取り付ける場合）

商品の形状、大きさ等により各種変化するため、特に位置の規定は設けません。  
但し、活用時の効率化を考慮し分かりやすい位置に集約するため、以下の取り付け位置に関するガイドラインを示します。

取り付け位置ガイドライン

ウェアの場合

- a．商品の前身頃上部（ファスナー、ボタン、ホック等）
- b．襟の中央部（クロスネーム等）
- c．左肩（婦人用水着、タンクトップ、レオタード等）
- d．左腰（ベルト留め等）
- e．左腰付近
- f．腰の中央部（スピンドル、ファスナー等）

上位順に取り付け位置の優先順位とし、位置決定して下さい。

グッズ（シューズを含む）

外から見て、分かりやすい位置に取り付ける。可能であれば商標表示、品質表示のある付近が望ましい。

## 第10章 オープン情報ネットワーク

### 1. オープン情報ネットワークの概要

スポーツ用品業界における情報ネットワークは、企業のコンピュータシステムの対外的なコンピュータネットワークとして、例えばEDI<sup>1</sup>やリテイルサポートを目的に、企業個々にて個別に構築、運営されている状況にあります。

スポーツ用品業界とS研では、このような情報ネットワークの状況を考慮しながら、S研フォーマットなどのビジネスプロトコルの標準化、普及活動に取り組んできましたが、個別のネットワーク運営による弊害の解決や、「従来型」ではない最新のコンピュータ環境に対応する必要性が指摘されてきました。

スポーツ用品業界では平成9年度、このような環境変化の要請を受けた新しい取り組みとして「スポーツ用品業界オープン情報ネットワーク」調査研究事業<sup>2</sup>を実施しました。

したがって平成10年度のS研活動では、これまでの標準化及び研究活動を継続する形で「オープン情報ネットワーク」の研究を実施し、また、平成11年度以降についても継続される見込みです。

よって本章では「オープン情報ネットワーク」について、平成10年度までの研究成果として報告します。

継続研究状態での報告についてはS研内でも賛否両論ありましたが、各企業において現時点での情報ネットワークを考える際のひとつのガイドラインになることを想定し、あえて報告することとしました。

したがって本章は、S研としての最終決定事項ではありませんが、現時点での今後の方向性を示すものとして大いに参考にして頂きたいと思います。

#### (1) ビジネスプロトコルとは

ビジネスプロトコルとは、企業間の取引、業務処理における手順、規約の総称です。

S研ではスポーツ用品業界の商慣習を考慮すると共に、(財)流通システム開発センターの指導を得る形で他業界の動向を加味して、コンピュータシステムとネットワークシステムに必要となるビジネスプロトコルの標準化活動を行ってきました。以下に主要な活動内容を示します。詳細は( )内の各章を参照して下さい。

---

<sup>1</sup> Electronic Data Interchange:電子式データ交換システム。

<sup>2</sup> 平成9年度通商産業省、全国中小企業団体中央会による「中小企業製・配・販オープン情報ネットワーク開発事業」で、詳細は全国運動用品商工団体連合会発行「スポーツ用品業界オープン情報ネットワーク調査研究報告書」(平成10年3月)を参照。

## コードの統一

- (a) JANコード(第2章)
- (b) 共通取引先コード(第4章)
- (c) JICFS商品分類(第7章)
- (d) サイズコード(第8章)

## 伝票の統一

- (a) 統一伝票(第3章)
- (b) 標準様式請求書(第5章)

## データフォーマットの標準化(第6章)

- (a) データ交換フォーマット(通称、S研フォーマット)
- (b) PC向けデータ交換フォーマット(通称、S研フォーマットPC版)
- (c) 商品マスター提供手順

## 通信手順(ネットワークプロトコル)の標準化

- (a) J手順

J手順は、通商産業省にて流通業界全体の標準通信手順として1982年に制定されたもので、日本チェーンストア協会策定「取引先データ交換標準通信制御手順」(JCA手順)をベースとしたデータ交換のための通信プロトコルです。

- (b) H手順

H手順は、J手順を強化した手順として1992年3月に通商産業省にて制定されたもので、J手順と同様に日本チェーンストア協会策定「取引先データ交換標準通信制御手順」(JCA-H手順)をベースとしています。

強化ポイントは以下の通りです。

- ・ 転送能力の向上(回線速度の高速化)
- ・ 漢字データ転送対応、セキュリティの強化など高機能化
- ・ 基本通信プロトコルに国際標準規格の採用

また、現在では基本通信プロトコルにTCP/IP<sup>3</sup>を追加採用しています。

- (c) その他

その他の通信手順については「スポーツ用品業界オープン情報ネットワーク調査研究報告書」(以下「研究報告書」)第7章を参照して下さい。

---

<sup>3</sup> Transmission Control Protocol/Internet Protocol:異機種間通信の事実上の標準プロトコル。インターネットに採用されており、企業内ネットワークでの利用も急激に拡大している。

機能	J手順	H手順
適用回線	(a) 公衆回線 (b) DDX回線	(a) ISDN <sup>4</sup> 回線 (b) 専用回線
通信速度	(a) 2,400bps <sup>5</sup> (b) 9,600bps	64,000bps
漢字伝送	不可	可能
新機能		(a) 同報機能 (b) 電子メール機能 (c) 可変長データ伝送機能

## (2) EDIとは

EDIとは、標準ビジネスプロトコルを利用して、企業間で電子的にデータ交換を行うことです。

流通業界におけるEDIでは、受発注業務のデータ交換であるEOS、POS販売実績データや商品マスター（JANコード情報）の提供などを中心に適用業務が拡大する方向にあります。なお、一般的なEDIの内容と利用状況については「研究報告書」第2章を参照して下さい。

本章ではEDIで使用する物理的なネットワークシステムをEDIネットワークと定義すると共に、現時点でのスポーツ用品業界におけるEDIネットワークは大きく二種類に分類できるものと考えます。

### 基幹コンピュータ間EDIネットワーク

企業の基幹コンピュータシステム（一般にホストコンピュータと呼ばれる）同士でデータ交換を行う際に使用されるネットワークシステムで、1対1の通信を基本としています。回線種別はデータ交換の頻度により、固定接続（専用回線、パケット回線等）またはダイヤルアップ接続（公衆回線、ISDN回線等）が選択されます。また、蓄積交換などの付加価値を得るためにVAN<sup>6</sup>サービスを使用する場合もあります。

通信プロトコルについては現状ではS研にて標準化を推進してきたJ手順など「従来型」の通信プロトコルやネットワークが使用されていますが、今後はTCP/IPやH手順TCP/IPなどの新プロトコル、ISDN回線などが採用されていく方向にあります。

<sup>4</sup> Integrated Service Digital Network:総合デジタル通信網。日本ではNTTが1988年、「INS ネット64」として商用サービスを開始した。

<sup>5</sup> Bit Per Second:ビット/秒でデータ通信速度の単位。8ビットは英数字1文字に相当。

<sup>6</sup> Value Added Network:付加価値通信網。回線提供業者から回線を借り高度な通信処理機能など付加価値を付けて販売するサービス。

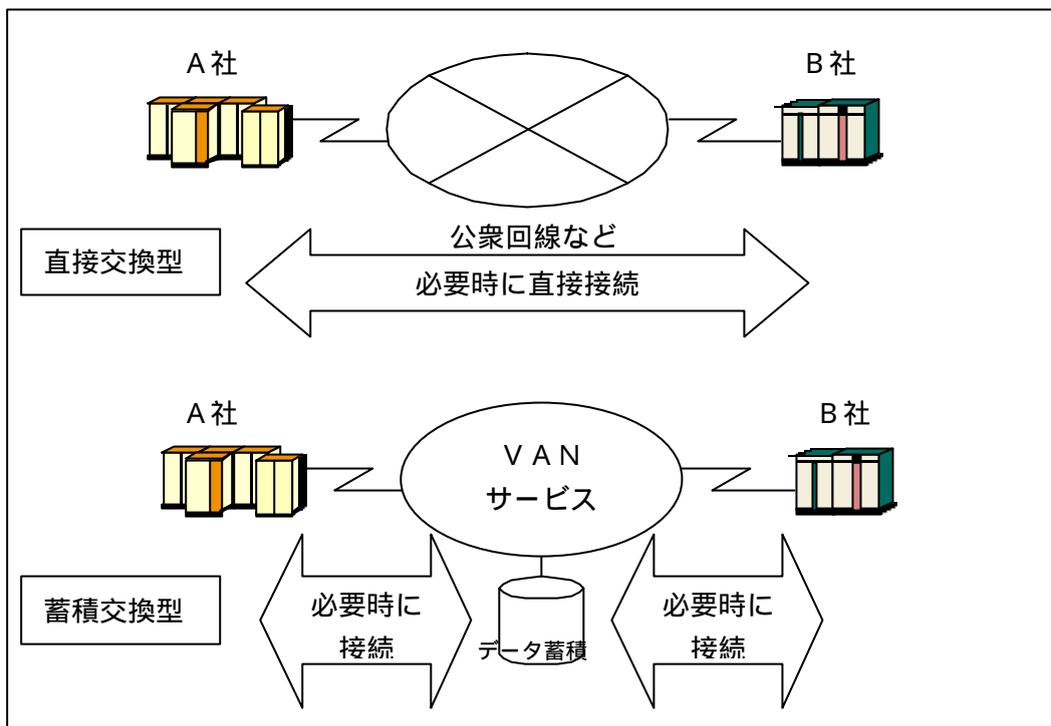


図10-1 基幹コンピュータ間EDIネットワーク・イメージ図

#### PC向けEDIネットワーク

小売店舗などに設置されているPC（端末、パソコン）同士あるいはPCと企業の基幹コンピュータシステム間でデータ交換を行う際に使用されるEDIネットワークシステムで、リテイルサポートシステムなどによる多数のPCと基幹コンピュータシステム間の通信（1対多の通信）を基本としています。

従来はコンピュータメーカー独自の通信プロトコルが利用されてきましたが、今後はTCP/IPの採用が拡大される方向にあります。

スポーツ用品業界におけるリテイルサポートシステムでは、メーカー、卸企業が取引企業との受発注業務を効率よく行うために構築されたネットワークシステムを中核として、小売業界の活性化、売れ筋動向の把握、同業他社と小売支援ノウハウを共有することを目的としています。

なお、平成9年度の「スポーツ用品業界オープン情報ネットワーク調査研究事業」では、業界で初めて8つのリテイルサポートシステムについて調査を行っています。詳細は「研究報告書」第3章を参照して下さい。

リテイルサポートシステムによる小売店舗PCのネットワーク接続を想定すると、店舗からの回線接続はダイヤルアップ接続となり、回線種別は公衆回線、ISDN回線となることが一般的です。これらの接続には通話時間と接続先の距離に応じた通話料が必要となりますが、その削減の為に主要な地区に中継点（アクセスポイント）

ト) を設けたネットワークサービスを経由して企業の基幹コンピュータシステムに接続する形態を利用することが一般的です。

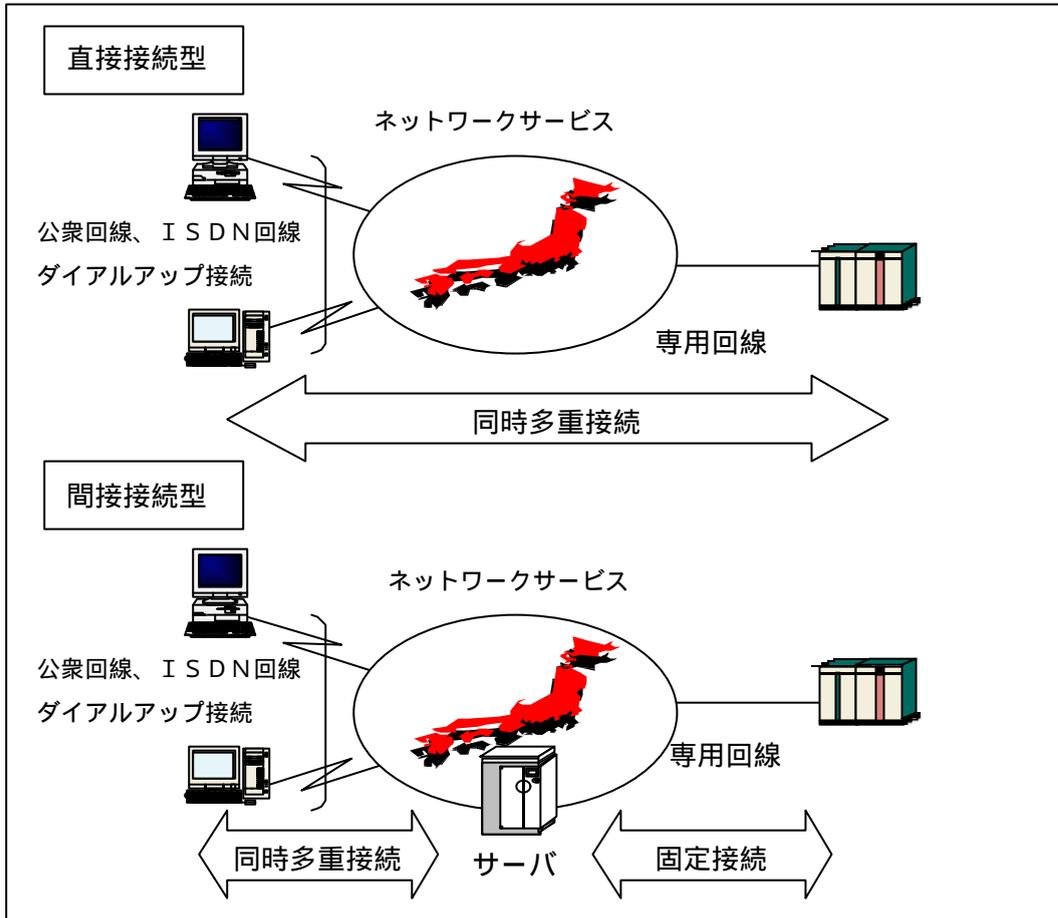


図10-2 PC向けEDIネットワークのイメージ図

なお、 のようなEDIネットワークの分類はあくまでもスポーツ用品業界の現状を考慮した分類です。

### (3) オープン情報ネットワークとは

オープンというキーワードは曖昧ですが、標準化されたEDIネットワークを指向してスポーツ用品業界では次の基本コンセプトを定め、以下の方向付けをしました。

#### 基本コンセプト

「業界オープン情報ネットワークの構築・活用により業界の活性化をうながし、取引の効率化と顧客満足度の向上を実現する」

スポーツ用品業界のすべての企業に対して情報、規約、仕様を公開、開放  
(オープン)

市場動向により標準化された(オープンでデファクトスタンダード)

コンピュータ、ネットワーク技術を採用

(4) 平成9年度「スポーツ用品業界オープン情報ネットワーク調査研究事業」の  
方向性

平成9年度の活動詳細は、全国運動用品商工団体連合会発行「スポーツ用品業界オープン情報ネットワーク調査研究報告書」(平成10年3月)を参照して下さい。  
調査研究活動では大きく以下の4点が議論されました。

これまでのビジネスプロトコル標準化動向と今後の標準化必要要件、問題点  
などの整理

スポーツ用品業界標準の物理的なEDIネットワークとしてOBN<sup>7</sup>を研究  
スポーツ用品業界標準のオープン情報ネットワークに対する各社の考えなど  
取りまとめ

推進体制、スケジュールなど今後の進め方の検討

OBNとは、TCP/IPを採用したビジネス専用のネットワークで、インターネットのビジネス利用における諸問題を解決し、業界を越えた標準EDIネットワークを目指したものです。その構想、仕様にはEDIの範囲拡大に合わせた3段階が想定されており、現状ではフェーズ1に当たるネットワークサービスがNTTなどのネットワーク業者から提供されています。

フェーズ1： 企業内に閉じたTCP/IPネットワーク(イントラネット)

フェーズ2： 企業間(業界内に閉じた)のTCP/IPネットワーク  
(エクストラネット)

フェーズ3： フェーズ2をベースとして業界間を接続するネットワーク  
(グローバル・エクストラネット)

---

<sup>7</sup> Open Business Network system: (財)流通システム開発センターと流通関連企業により研究開発された流通業界EDIネットワークの構想。詳細は(財)流通システム開発センター発行の「OBN読本」を参照。

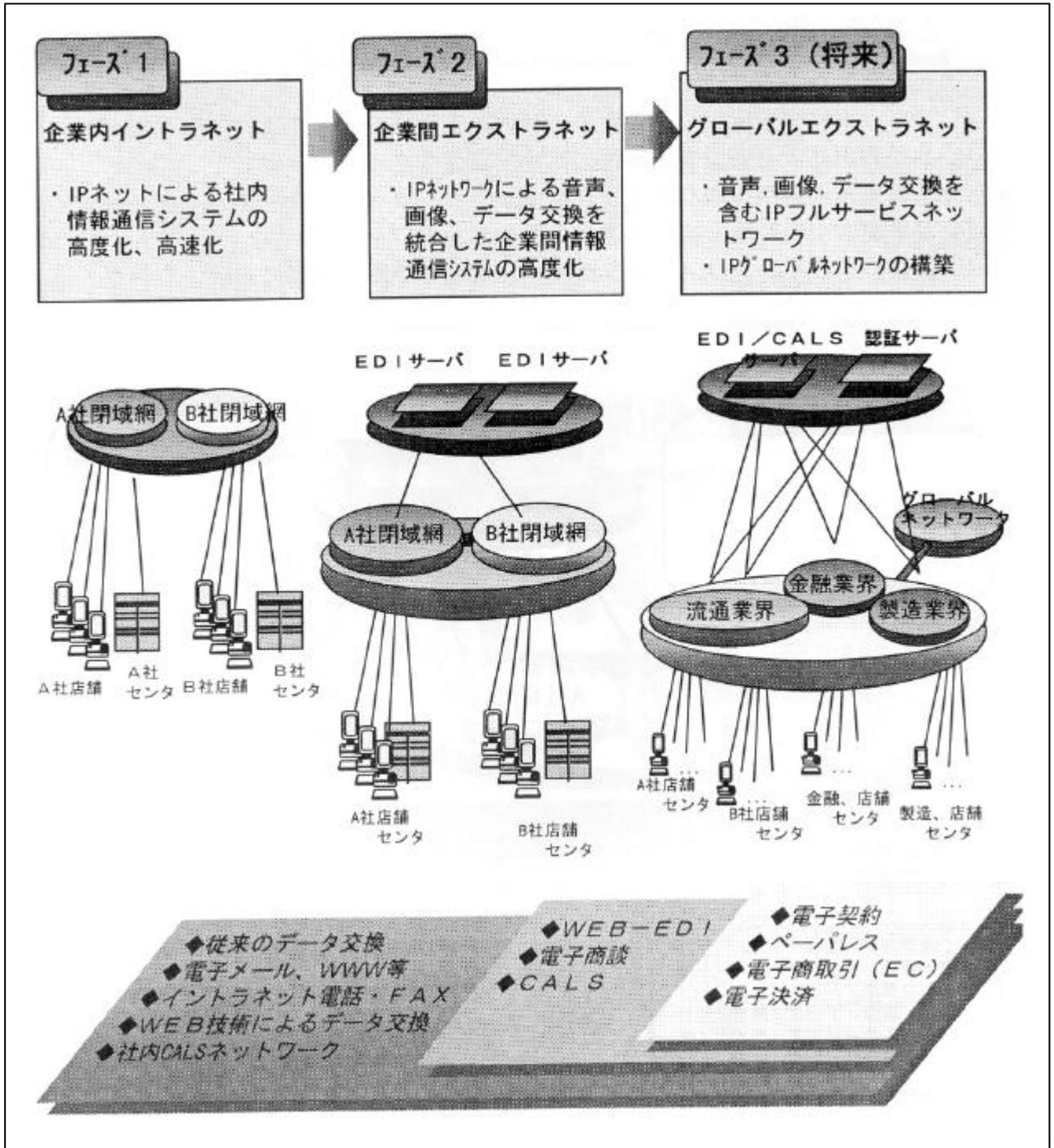


図10-3 OBN仕様・構想の展開(「OBN読本」より)

参考に平成9年度調査研究の活動方針を以下に示します。

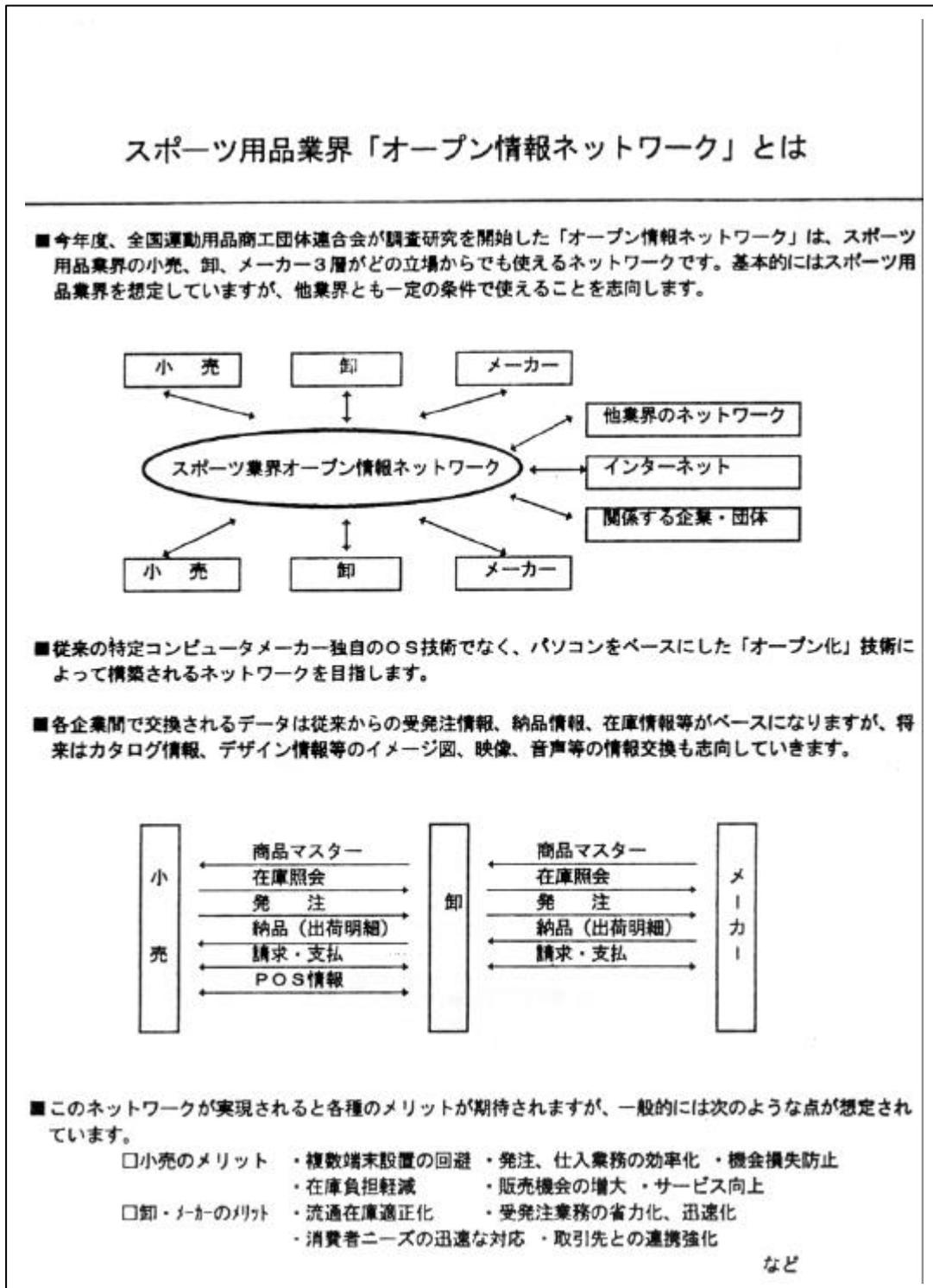


図10-4 スポーツ用品業界「オープン情報ネットワーク」とは  
 (「スポーツ用品業界オープン情報ネットワーク調査研究報告書」より)

(5) 平成10年度S研による「オープン情報ネットワーク」研究の方向性

基本的には平成9年度までの活動をベースとして、より現実的な利用を考慮する方向で以下のポイントがテーマとなりました。

PC環境を考慮したデータ交換フォーマット(S研フォーマットPC版)の標準化(第6章-5)

OBNを含めた物理的なEDIネットワークの継続研究

(a) 統一されたEDIネットワーク

(b) PC向けEDIネットワーク(第10章-2)

EDIネットワークにてサービスされるべき業務の標準化

(a) 商品マスター提供システム(第6章)

(b) サービスコンテンツの要件整理(第10章-2)

業界三層を考慮したサービスコンテンツやビジネスプロトコルの研究

オープン情報システムに関するS研アンケート結果(付属資料-2)

(6) オープン情報ネットワークの中長期的展望

オープン情報ネットワークの中長期的展望におけるキーワードを以下に示します。

スポーツ用品業界としての課題、テーマ

(a) 業界三層を考慮した、より高度なサービスコンテンツとビジネスプロトコルの標準化(平成10年度より研究着手)

(b) インタラクティブEDI<sup>8</sup>によるリアル型受発注システム実現方式

(c) 「基幹コンピュータ間EDIネットワーク」と「PC向けEDIネットワーク」の統合

他業界とのEDI接続

(a) JEDICOS<sup>9</sup>などによる業界間EDIの研究

(b) OBNフェーズ3など業界間EDIネットワークの研究

---

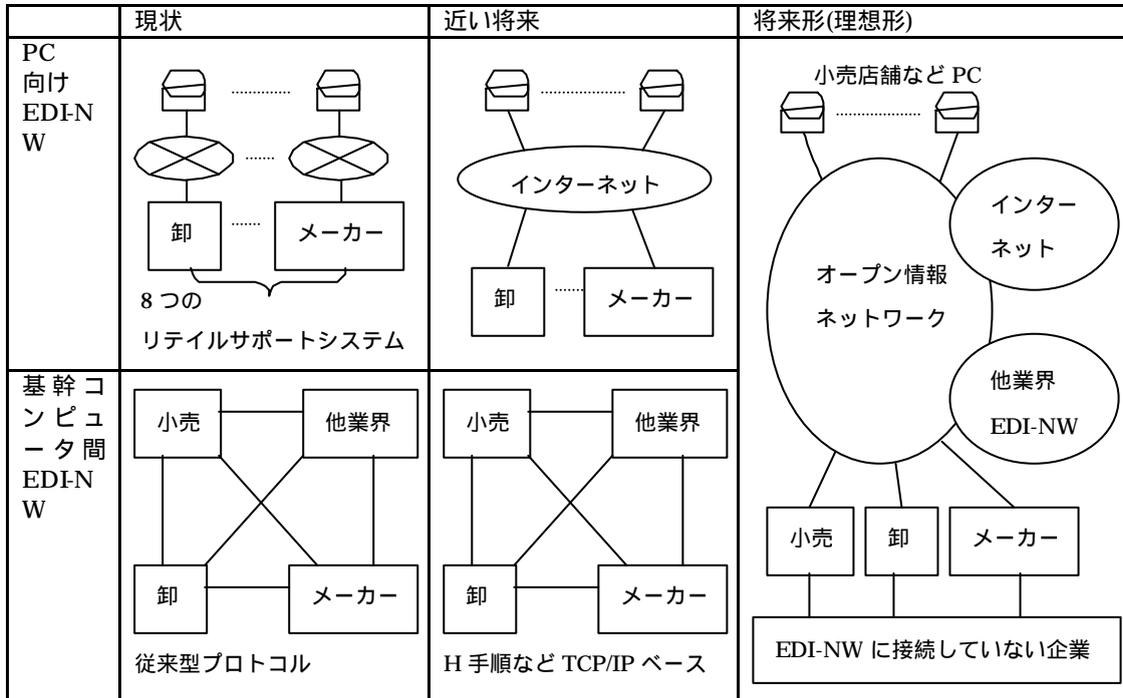
<sup>8</sup> リアルタイムにデータ(情報)交換が必要な業務を実現するEDIの標準方式。例えば在庫問い合わせや受発注業務のEDIシステムは個別に実現されているが、ビジネスプロトコルは未だ標準化されていない。現在関係団体で標準化作業、実証作業を実施中。

<sup>9</sup> Japan EDI for Commerce Systems:国際標準のUN/EDIFACT(Electronic Data Interchange For Administration Commerce and Transport)をベースとして(財)流通システム開発センターが策定した日本向け「流通標準EDI」規約。詳細は(財)流通システム開発センター発行の「流通標準EDI(JEDICOS)概説書」を参照。

(7) まとめ

ここまでの内容をまとめたものを以下に示します。

EDI-NWのタイプ	標準化テーマ	現状利用状況	S研・第三版までの標準化	今後の方向性	S研・第四版による標準化	将来形
PC 向け EDI-NW	PC 共有化	各社独自の リテイルサ ポートシス テム	/	Windows ベース PC	PC 環境統 一ガイドラ イン	
	NW			インター ネット化 (TCP/IP 化)	PC 向け EDI-NW ガ イドライン	
	フォー マット			PC ファイ ル対応	S 研フォー マット PC 版	
	コンテ ンツ			WWW メール 受発注	コンテンツ 概要	
基幹コン ピュータ 間 EDI-N W	NW	J 手順 全銀手順 その他手順	J 手順 H 手順	継続利用 TCP/IP 化	TCP/IP (H 手順)	<p>移行の容易性が重要となる</p>
	フォー マット	S 研フォー マット 独自フォー マット	S 研フォー マット	PC ファイ ル対応	S 研フォー マット PC 版の追加	
	コンテ ンツ	EOS など データ交換	データ交 換	/	/	



NW:ネットワーク、WWW:WorldWideWeb

図 10 - 5 オープン情報ネットワーク標準化動向

## 2 . P C 向け E D I ネットワークの要件と標準化の方向性

前節で述べた通り、本節では主に小売店舗環境を想定した「P C 向け E D I ネットワーク」について、そのシステム要件や標準化の方向性を中間報告として提示します。

### ( 1 ) サービスコンテンツの概要

「P C 向け E D I ネットワーク」による提供が検討されているサービスコンテンツについて、以下に概要を示します。

#### 受発注・在庫照会システム

- ( a ) リアル型 ( 1 P a s s 型 )
- ( b ) 疑似リアル型
- ( c ) リアル型 ( 2 P a s s 型 )
- ( d ) リンク型

#### 商品マスター提供システム ( 分散型 )

#### データ交換システム

- ( a ) P C 間のデータ交換
- ( b ) P C と基幹コンピュータ間のデータ交換

サービス名称	受発注・在庫照会システム - (a)リアル型 (1Pass 型)				
サービス概要	基幹コンピュータ管理の在庫情報を直接公開し、引き当てを可能とするシステム。小売から卸へ、卸からメーカーへ、小売からメーカーへ、というような構造を1Pass型と定義している。				
実現方式概要	直接接続型：PCと基幹コンピュータが社内PCのように直接接続される方式。 メッセージ中継型：セキュリティ対策やメッセージ振分け機能などを中継サーバで行ない基幹コンピュータと間接的にメッセージ交換を行う方式。				
	PC	NW	サーバー	NW	基幹システム
実現イメージ	<小売 / 卸>				<卸 / メーカー>
実現イメージ	<小売 / 卸>				<卸 / メーカー>
備考	ASNETは直接接続型、S-NETはメッセージ中継型に分類される。基幹コンピュータで処理している場合であっても在庫管理が社内用とサービス用で分離されている場合もありうる。				

FR:フレームリレー回線

サービス名称	受発注・在庫照会システム - (b)疑似リアル型				
サービス概要	基幹コンピュータによる在庫管理システムとは別にサービス用在庫データを準備し、PCに対するリアル処理を実現する。				
実現方式概要	<p>基幹コンピュータとサービス用サーバーの在庫データの整合を取る方法として、以下の方式などが考えられる。</p> <p>基幹システム在庫とは別にサービス用在庫を確保し分離する方法。別途日次処理などでサービス用在庫の補充などが必要となる。</p> <p>基幹システム在庫とサービス用在庫との整合をあるタイミングで取る(同期を取る)方法。</p>				
	PC	NW	サーバー	NW	基幹システム
実現イメージ	<p>The diagram illustrates the data flow between different components of the system:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>PC (小売 / 卸):</b> Initiates requests for inventory check and order information.</li> <li><b>PC向けEDI-NW:</b> Acts as a bridge between the PC and the Service Server.</li> <li><b>受発注サービス用サーバー:</b> Contains a database for service inventory data. It receives requests from the PC and provides responses.</li> <li><b>LAN, 公衆, 構内, パケット回線など:</b> Network connections between the Service Server and the Main System.</li> <li><b>基幹コンピュータ:</b> Contains a database for main inventory data. It provides inventory information and order information to the Service Server.</li> <li><b>再引当 出荷処理:</b> The Main System performs re-allocation and shipping processing based on order information.</li> </ul>				
備考	<p>では機会損失の可能性がある。      の場合、基幹システムによる再引当等の処理で不整合が発生する場合は考えられ運用面など考慮が必要。</p>				

サービス名称	受発注・在庫照会システム - (c)リアル型(2Pass 型)				
サービス概要	<p>小売から卸への受発注・在庫照会の形態において、必要に応じて卸からメーカーへの受発注・在庫照会を実現する。</p> <p>小売からの受発注・在庫照会( )に対して、まず卸側の在庫データによる処理を行う( )。</p> <p>この時欠品があった場合、卸からメーカーに対して受発注・在庫照会を行い( )、その回答を含めて卸より小売に回答する( )。</p>				
	PC	NW	サーバー	NW	基幹システム
実現イメージ	<p>The diagram illustrates the system architecture across five columns: PC, NW, Server, NW, and Main System. On the left (Retail side), a PC connects to a 'PC-oriented EDI-NW' component. This connects to a central box labeled '(a) Real-time (1-pass) system structure'. On the right (Wholesale side), there are two 'Mainframe Computers' (基幹コンピュータ) connected to 'Inventory Data' (在庫データ) databases. A 'Dedicated line, FR, etc.' (専用回線, FR など) connects the central system to the manufacturer's mainframe. Arrows indicate the flow of 'Inventory check, order information' (在庫照会、発注情報) from the wholesale side to the manufacturer, and 'Response' (回答) from the manufacturer back to the wholesale side, which then returns it to the retail PC.</p>				
備考	<p>本処理形態は S 研でも検討中の理想形である。しかし、現実的には複数の卸、メーカーによる n:m 対応や、商慣習面での業界コンセンサスを得た標準化を行う必要がある。</p>				

サービス名称	受発注・在庫照会システム - (d)リンク型				
サービス概要	(c)リアル型(2Pass型)と同等のサービスを、(b)疑似リアル型の拡張により実現する。				
実現方式概要	WWW とブラウザのリンク機能を利用して、卸システムに対する在庫照会、発注情報をメーカーシステムに引継ぎ、メーカーが仮回答を行う。				
	PC	NW	サーバー	NW	基幹システム
実現イメージ	<p>&lt;小売&gt;</p>		<p>&lt;卸&gt;</p>		
備考	本方式は実現可否を含めて技術的検討が必要。				

サービス名称	商品マスター提供システム(分散型)				
サービス概要	商品マスター提供方式は第6章でも何種類か提示されているが、PC画面から検索条件を入力する方式を示す。 マスターデータの集中管理は行わず、データ提供を行う各社が個別に標準化仕様に基づいたサーバー等を準備し実現する。(分散型)				
実現方式概要	検索結果を画面に表示する方式( )と、結果をS研フォーマットPC版ファイルでダウンロードする方式( )がある。				
	PC	NW	サーバー	NW	基幹システム
実現イメージ	<マスター利用側>		<マスター提供側>		
備考	PC側ユーザーインターフェース(画面仕様)は標準化が望ましい。				

サービス名称	データ交換システム - (a)PC 間のデータ交換				
サービス概要	PC 間で S 研フォーマット PC 版などのデータ交換を実現する。				
実現方式概要	インターネット電子メール機能を利用してデータ交換を実現する。				
	PC	NW	サーバー	NW	基幹システム
実現イメージ					
備考					

サービス名称	データ交換システム - (b)PC と基幹コンピュータ間のデータ交換				
サービス概要	PC と基幹コンピュータ間でS 研フォーマット PC 版などのデータ交換を実現する。				
実現方式概要	PC 側は(a)と同じ方式でインターネット電子メール機能を利用する。基幹コンピュータ側は S 研フォーマットによるデータ交換を可能にする EDI サーバーを準備する。				
	PC	NW	サーバー	NW	基幹システム
実現イメージ	<PC 利用側>		<小売/卸/メーカー>		
	<p>The diagram illustrates the data exchange process between a PC user and a mainframe system. On the PC side, a PC is connected to a 'PC向けEDI-NW' (EDI-NW for PC) which acts as a gateway. This gateway is linked to an 'EDIサーバー' (EDI server) and an '電子メールサーバー' (Email server). The EDI server is connected to a 'データ交換EDIサーバー' (Data exchange EDI server) and a 'メールボックス' (Mailbox). The email server is connected to '電子メールソフト' (Email software) on the PC, which handles 'メール送信' (Email sending) and 'メール受信' (Email receiving). The email software is also connected to a database for 'S研フォーマットPC版' (S-research format PC version). On the mainframe side, a '基幹コンピュータ' (Mainframe computer) is connected to an 'EDI-NW' (EDI-NW) and a 'メールボックス' (Mailbox). The EDI-NW is connected to the 'データ交換EDIサーバー' (Data exchange EDI server) and the 'メールボックス' (Mailbox). The mainframe computer is connected to the 'メールボックス' (Mailbox) and handles 'メール転送' (Email transfer) and 'S研フォーマット' (S-research format) data. The 'データ交換EDIサーバー' (Data exchange EDI server) is connected to the 'EDI-NW' (EDI-NW) and the 'メールボックス' (Mailbox). The 'EDI-NW' (EDI-NW) is connected to the '基幹コンピュータ' (Mainframe computer) and the 'メールボックス' (Mailbox). The 'メールボックス' (Mailbox) is connected to the '電子メールサーバー' (Email server) and the 'メールボックス' (Mailbox).</p>				
備考	本方式は実現可否を含めて技術的検討が必要。 データ交換 EDI サーバーの提供を業界として行うか、各社個別に準備するか等、運営に関しても今後検討が必要。				

## (2) PC環境統一ガイドライン

特に小売店舗におけるPC導入を考慮した場合、システム要件としては一台のPCにて全てのサービスが共存し、同時利用が可能であることが理想的です。

このシステム要件を以後「PC共有化」と呼ぶことにします。

実際に「PC共有化」を果たすためには、個々のサービスが提供される度に共同テストなどの検証を行う必要がありますが、ここではその前段階として「PC環境統一ガイドライン」を示し「PC共有化」の実現を容易にすると共に、個々のサービスにおける実証の工数削減を目指すものとします。

項番	検討項目	方向性
	OS <sup>10</sup>	Windows <sup>11</sup> 95、98
	ハードウェア	上記OSが動作する機種
	通信回線	公衆回線、ISDN回線
	通信プロトコル	TCP/IP (PPP <sup>12</sup> 接続)
	サービス実行環境	PC側に特別なソフトウェアの導入が不要であること
	ネットワーク環境	・あるPCにとって、ネットワークサービス提供者(プロバイダー)は一つの契約先であること ・全てのサービスと一般的なインターネットコンテンツの同時利用が可能であること
	OAツール ・ワープロ ・表計算	製品の統一か、あるいは統一ができない場合でもデータコンバートが可能であること
	インターネットツール ・ブラウザ <sup>13</sup> ・電子メールソフト	製品の統一か、あるいは統一できない場合でも主なブラウザや電子メールソフトで同等機能が利用可能であること

<sup>10</sup> Operating System: コンピュータ機器やソフトウェアを管理する基本ソフト。

<sup>11</sup> PC向けでもっとも普及しているOS。WindowsはMicrosoft社の登録商標。

<sup>12</sup> Point-to-Point Protocol: 二点間を接続してデータ通信する場合に利用するプロトコル。

<sup>13</sup> インターネットサービスの一つであるWorldWideWeb(WWW)のコンテンツを検索、表示する為のソフトウェア。

### (3) PC向けヘルプデスク

「PC共有化」の実現を図る際に忘れてならないのは、PC利用者に対するサポートについても「統一された窓口」が望ましいという点です。

たとえPC一台にて全てのサービスの共有化が実現されたとしても、問い合わせ窓口が異なれば、結果的にPC利用者側にその切り分けの責任（判断）を負わせることとなります。

この問題を解決するためには、以下のような具体的なサポートを行う統一された窓口（ヘルプデスク）の実現と提供が求められます。

- (a) PC環境のトラブル対応  
(ハードウェア、ソフトウェア・OS、ネットワーク)
- (b) PC利用上の技術的問い合わせ対応
- (c) サービスコンテンツに関する問い合わせ一次窓口
- (d) 休日対応、夜間対応
- (e) PC管理情報の統合データベース化

また次のようなガイドライン実現のための検証についても統一された組織で行うことが望まれます。

- (a) 「PC共有化」の検証など「PC環境統一ガイドライン」の実現
- (b) プロバイダ対応の検証など「PC向けEDIネットワークガイドライン」の実現

さらに、統一された窓口（ヘルプデスク）を実現することにより、サービスコンテンツを提供する各社が単独でヘルプデスクを運営するよりも人件費などを含めたトータルのサポート経費が削減されます。

#### (4) PC向けEDIネットワークガイドライン

PC向けEDIネットワークの実現にあたり、流動的ではありますが検討すべき要件とその方向性を提示します。

項番	検討項目	方向性
	通信プロトコル	TCP/IP(PPP接続)
	プロバイダー種別	インターネットサービスプロバイダー (OBNなどの業界専用ネットワークの利用は現時点では未定)
	プロバイダーの選定について	業界又はS研としては「ただ一つのプロバイダー」を選定せず、マルチプロバイダー (複数のプロバイダー)対応であること
	ダイヤルアップ接続 アクセスポイント	市内通話接続が望ましい
	PC側の契約について	全体としてはマルチプロバイダーであっても、PC側で利用する(契約する)プロバイダーは一つであること
	PC接続環境	PC側に特別なソフトウェアの導入が不要であること
	サービス利用形態	全てのサービスと一般的なインターネットコンテンツの同時利用が可能であること
	セキュリティ <sup>14</sup> について	サービス別にセキュリティの考慮を行うこと その実現方式やセキュリティレベルについては、ガイドラインを満たす範囲であれば 選択自由とする
	帯域保証 <sup>15</sup> について	現状では帯域保証は必須としない

なお、将来的には「PC向けEDIネットワーク」と「基幹コンピュータ間EDIネットワーク」は「統合されたEDIネットワーク」に移行する方向ですが、その実現方法は決定していません。この為、現時点で将来への移行を考えたシステム要件を盛り込むのは困難です。よって「移行の容易性」が「統合されたEDIネットワーク」の実現方式を検討する際の重要な要件になると考えられます。

<sup>14</sup> EDIの安全性、信頼性を確保するための不正アクセスを防止する相手先認証や電文暗号化などの機能を指す。

<sup>15</sup> コンピュータ間通信のデータ伝送能力(通信速度)を保証すること。一般にインターネットでは保証されていない。

# 第 11 章 スポーツ用品業界の現状と展望

これからの業界ネットワークのあり方をめぐって

## 1 . 業界の流通構造を変えた 3 つの節目

スポーツ用品業界の変化を語る場合、一般的には次の 3 つの節目を中心に説明されることが多い。1 つ目の節目は昭和 39 年（1964 年）の「東京オリンピック」、2 つ目は昭和 48 年（1973 年）の「オイルショック」、そして 3 つ目の節目は平成 3 年（1991 年）の「バブル経済の崩壊」である。これらの出来事を境目として、スポーツ用品業界の流通取引形態にかなり大きい変化が読み取れるからである。

まず 1 つ目は、東京オリンピックが流通を変える重要な節目となっている。それ以前の取引は問屋（以下「卸売業」と表現）が産地を回り、自らのリスクで集荷し、自らのリスクで出荷をしていた。一方で卸売業者は、製造業者（以下「メーカー」と表現）の売り込みに対応する形で、価格設定を含めてコントロールをしてきており、流通の主導権は卸売業が掌握していたと考えられている。永年続いたこの取引形態は、東京オリンピックを契機にして、海外メーカーのプロモーションに習い、ブランドのアピール、つまりメーカーの頂上作戦がスタート。競技選手層のブランド指名買いが活発になり、メーカーは単品戦略から総合化戦略に転換、いわゆる「製造卸」の形態が見られるようになり、流通のキャスティングボードは卸売業から次第にメーカーに移ったと見られている。

次いで昭和 48 年（1973 年）に第 1 次オイルショックを迎え、業界は一時的に不安感に陥るが、これは 1 年足らずで終り、その後いわゆる「高度成長期」に入ることになる。スポーツ用品業界の伸びはメーカーから卸、小売まで、年率 20～30% の伸びもめずらしくなく、特に昭和 50 年（1975 年）から昭和 56、7 年（1980 年～81 年）ごろまでは「スポーツブーム」と言われ、スポーツブランドのウェアやシューズがスポーツ活動に関係なく街にあふれ、ファッションとして、通学や仕事着として大いに受けたのである。

この間、アパレルメーカーや履物、袋物業界からのマーケットへの参入があったものの、やはり「本物」のスポーツブランドが強く、ますますメーカーの増産体制が活発となり、百貨店や量販店は売場スペースの拡大を競ったのがこの時代であった。この時代のマーケティングは成長対応型のものであった。

この状態が一変し、今日の流れにつながる平成 3 年（1991 年）の「バブル経済の崩壊」という 3 つ目の節目により、流通そのものが大きく変ることとなる。

それまでのスポーツ用品業界は一般景気を上回る右肩上りで一筋に成長してきており、

しかも景気の影響を受けることがあったとしても他業界から一步遅れの波及であったとされている。しかし、平成に入ってから、このタイムラグも年々短くなり、業界三層間の主導権争いが混沌としてきた。その根幹にあるのはこれまでの「生産第一主義」から「消費者第一主義」へのマーケティングの考え方の変化である。

バブル経済の崩壊で、業界（三層）はこの市場構造の変化を自覚したと言える。

高度成長の時代に、スポーツ市場は「学校体育・競技市場」から、はるかに大きい規模で気軽に楽しく、健康保持のための「レジャー・ライフスタイルスポーツ市場」に広がってきていた。国内・外の大型資本がさまざまな業態で新規参入してきており、これによる市場構造の変化はバブル崩壊を機に対応のむずかしさを一層増す認識となった。

## 2 . 市場取引構造の変化

今日の業界の課題は、すべてこの「市場構造の変化」から生まれている。「消費者が流通を変え、流通業界を変える」という、現在ではあたりまえになっているこの原則が、いまだに現在の業界を直撃しているということである。現在のスポーツ用品業界は、この原則の変化のスピードがあまりにも急速であったために、業界三層間にとまどいとズレが生じており、先行き不透明な昏迷の中にあると断言できよう。

特に流通構造そのものが多様化し、複雑になってきていることに、業界全体のとまどいが大きいのではないだろうか。伝統的中小スポーツ用品店が総じて不振に陥っている中で、専門大型チェーン店をはじめとする大型資本の参入、海外大型チェーン店の進出など、全国チェーン店展開だけが勢いを増している状況にある。

また、消費の多様化により実需が読めなくなったことにより、ナショナルブランド品で大型売場との直取引が目立ってきているとの見方もある。伝統的流通のパターンが崩れつつある証拠である。大手メーカーを中心にはっきり意思表示されていることは、「従来の流通経路をできるだけ尊重したいが、消費者の支持を受けている売場は、メーカーとして拒否する訳にはいかない」とする考え方である。

一方で卸売業は流通構造変化の中で極めて厳しい立場になってきている。今まで卸が担ってきた「卸売機能」がメーカーや小売店に取って代わられるケースが増えているからである。

そのような中で、卸売業はリテールサポート（小売店支援）をベースにしたメニュー作りを意識的に志向してきている。平成9年3月に大阪スポーツ卸商業組合がまとめた「卸売経営体質転換戦略・報告書」では、「（これからの卸売業は）消費者の動きを常に把握し、その消費者ニーズに対応する小売業態の変化をとらえなければならない。その視点に

立って、今後の方向性としては商品のブランドロイヤリティを支援するのか、小売店のストアロイヤリティを支援するのか、その選択を迫られると考えられよう。」と指摘している。

### 3．業界ネットワークの今後

このような混沌の中でスポーツ用品業界の中では、企業間のデータ交換・ネットワーク化が着実に進んでいる。

平成10年3月に全国運動用品商工団体連合会が発表した「スポーツ用品業界オープン情報ネットワーク調査研究報告書」によれば、現在業界には情報ネットワークあるいはリテイルサポートが8つ存在している。それぞれのネットワークの設立の経緯や目標には若干の温度差があるものの、上記流通構造の変化を見据えて新しい取引のあり方を志向している動きの一つであることに間違いはない。

この8つのネットワークのうち大手の2つは、接続している端末台数が千数百台に達しているが、裾野が広がるにつれて、小売店からいわゆる「多端末現象」に対するクレームが出てきたり、歴史のあるネットワークであればあるほどネットワーク技術が「従来型」であり、パソコンベースに移行していかなければならないという課題をかかえることになってきている。また、裾野が広がるにつれて取引量の小さい対象店が増えることとなり、単独企業でのサービスではコストをまかない切れないという課題が主管側の企業での問題点となってきている。

また、いわゆる「業界としてのネットワーク」また「オープンネットワーク」の構築が切に求められてきている。このようなニーズを踏まえて、ネットワーク間の交流、あるいは提携、合併の動きが顕著となっており、先行き予断を許さない。

今後2つの方向、すなわち1つは新しいオープンなネットワークを新規に構築してこれに有志が乗り移る方向、またもう1つは、既存のネットワークが規模を拡大し、いわゆるデファクトスタンダードとして認知され、これが核となって発展していく方法。このどちらが業界にとって、また各企業にとって好ましいかが問われる段階にさしかかっている。

現時点では、業界としてのネットワーク構築の問題は単に情報を交換する「技術」の問題を越えて、「営業」あるいは「経営」レベルの問題となってきている。

消費者志向重視という取引構造の変化の中で、業界三層を形成する各メーカー、卸売業、小売業がそれぞれの企業の生き残りをかけたツールとして新しいネットワークをどう使いこなしていくかがファクターとなってきているのである。その意味で、ネットワークのあり方は、これからの時代を写す「選択のキー」となっていると認識される場所である。

< 付属資料 >

# 付属資料 1 .

## グローバル・ロケーション・ナンバー(G L N)

### 1 . グローバル・ロケーション・ナンバー(G L N)とは

#### ( 1 ) G L N ( Global Location Number ) とは

流通 E D I の進展により、受発注や商品情報、あるいは物流や代金決済等多様な情報交換の普及が予想されます。こうした多様な情報交換に当たり、世界中の企業や事業所間で互いに相手を唯一に識別するための「共通企業 / 事業所コード」です。

#### ( 2 ) 制定の背景

従来の E O S や V A N のように、企業間データ交換の適用業務や導入企業が限られていた間は、それぞれの範囲で取り決めた専用コードでも運用は可能でありました。しかし現在、進展しつつある E D I の世界では、複数のネットワークを介して受発注はもとより物流、請求などの多様な情報が数多くの企業が相互に関わりあって交換されることとなります。こうした企業間情報交換 ( E D I ) を間違いなくかつ効率的に行うためには、流通とその関連業界で、広く、かつ互いに事業所ないし企業を唯一に識別できるコードが不可欠となります。

1994 年度から 96 年度にかけて、流通システム開発センターに設置された通産省の委託による「流通業における電子化取引標準化調査研究委員会」において、わが国の今後の企業間情報交換システム ( E D I ) 普及のためには、国際的な整合性を十分に考慮に入れたわが国における「ロケーション・ナンバー」の必要性が確認されました。その結果、E A N インター・ナショナルが制定した「グローバル・ロケーション・ナンバー ( G L N ) 」を採用することとしました。これを受けて、流通標準 E D I 「 J E D I C O S 」においては、企業・事業所を識別する標準コードとして G L N を使用することを原則としています。また、E A N - 128 のバーコードシステムでは、物流ラベルや請求書に企業・事業所を G L N で表示するよう定めています。

#### ( 3 ) G L N の体系

G L N は 13 桁の識別コードで、企業等の法人組織体、部署等の事業部門、物流センターや営業所、支店、店舗等の場所、あるいは機能 ( 受発注、決済といったコンピュータ・アプリケーションシステム ) 等を識別することに使用します。G L N は E D I における重要なデータであるほか、物流システム用コード E A N - 128 バーコード情報の中でも識別コードとして使われます。コード体系は次の通りです。

図表 1 - 3 - 1 グローバル・ロケーション・ナンバー(G L N)の体系

<u>F<sub>1</sub> F<sub>2</sub></u>	<u>X<sub>1</sub> X<sub>2</sub> X<sub>3</sub> X<sub>4</sub> X<sub>5</sub> X<sub>6</sub> X<sub>7</sub> X<sub>8</sub> X<sub>9</sub> X<sub>10</sub></u>	<u>C/D</u>
国コード (日本の場合 49 または 45)	各国のコードセンターが設定、 付番するロケーション・ナンバー (10 桁)	チェックデジット (モジュラス 10、 重み 3, 1)

### 13桁数字固定長

左2桁はEANプレフィックス(国コード) <プレフィックスが3桁の国は3桁>

次の10桁<プレフィックスが3桁の国は9桁>は、各国のコードセンターが企業に付番します。

右端の1桁はチェックデジット。モジュラス10、計算方式の重みは3、1。

GLNをEAN-128バーコードシンボルで使うときは、該当するAI(アプリケーション識別子)の組み合わせで使用します。

#### (4) GLNの特長

各国のコードセンターが管理するGLNとの互換性を保ち、国内だけでなく国際取引にも使用できるコード体系を基本としています。

EDIや物流システムを考慮し、企業コードと事業所コードからなる体系です。原則として一体で用いますが、特別な用途のためにこれらを分離して使うこともできます。

国内利用の利便性とスムーズな普及あるいは採用企業の負荷の軽減を図るため、可能な限り既に普及している既存のコードと整合性がとられています。

ここで言う既存のコードとは、次のコードを言います。

- ・共通取引先コード
- ・JAN商品メーカーコード

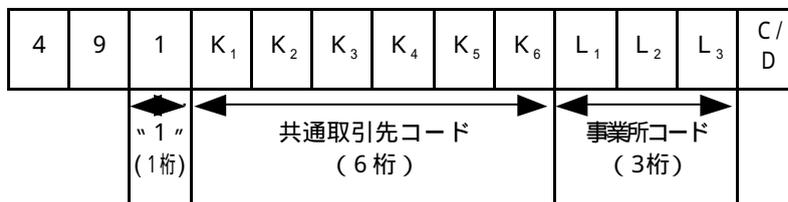
## 2. 既存コードとわが国のGLNのコード体系との関係

わが国でのGLNは、流通業界で既に普及している既存のコード(共通取引先コード、JAN商品メーカーコード)と整合性がとられたコード体系となっています。

#### (1) 共通取引先コードを流用する場合(JAN商品メーカーコードを持たない企業)

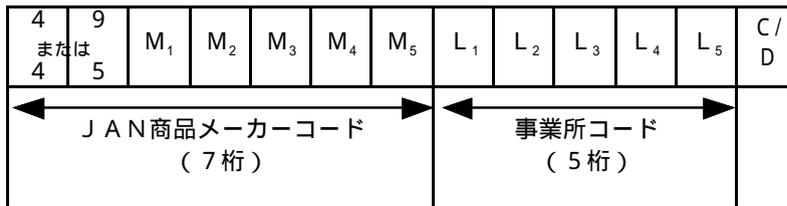
共通取引先コード(6桁)の左に“1”(1桁)を付加し、“491”(固定) + 共通取引先コードを共通企業コードとして使用することができます。

複数の「共通取引先コード」の割当てを受けている企業は、いずれか1つのコードを共通企業コードとして流通コードセンターに申請して使用します。



#### (2) JAN商品メーカーコードを流用する場合

JAN商品メーカーコードの割当てを受けている企業は、それを共通企業コードとして使用することができます。



(3) 2001年以降実施される9桁のJAN商品メーカーコード取得企業の場合



**【補足】**

割当てを受けている「共通取引先コード」または「JAN商品メーカーコード」を共通企業コードとして使用する場合は、流通コードセンターにGLNを申請して使用します。

「JAN商品メーカーコード」と「共通取引先コード」の双方の割当てを受けている企業は、いずれを使用しても良いが、原則として「JAN商品メーカーコード」を共通企業コードとして使用することが望まれます。

**〔参考〕 GLNのコード体系の変更について**

上記で説明のわが国のGLNのコード体系は、JAN商品メーカーコード9桁化(2001年1月～)への対応を考慮して、従来のコード体系を一部変更しています。主な変更点は次のとおりです。

共通取引先コードの左に付加される固定の数字が“0”から“1”に変更。

JAN商品メーカーコードを流用する場合の頭2桁(国コード49)の廃止。

付属資料 2 .

# 付属資料 1 .

## グローバル・ロケーション・ナンバー(G L N)

### 1 . グローバル・ロケーション・ナンバー(G L N)とは

#### ( 1 ) G L N ( Global Location Number ) とは

流通 E D I の進展により、受発注や商品情報、あるいは物流や代金決済等多様な情報交換の普及が予想されます。こうした多様な情報交換に当たり、世界中の企業や事業所間で互いに相手を唯一に識別するための「共通企業 / 事業所コード」です。

#### ( 2 ) 制定の背景

従来の E O S や V A N のように、企業間データ交換の適用業務や導入企業が限られていた間は、それぞれの範囲で取り決めた専用コードでも運用は可能でありました。しかし現在、進展しつつある E D I の世界では、複数のネットワークを介して受発注はもとより物流、請求などの多様な情報が数多くの企業が相互に関わりあって交換されることとなります。こうした企業間情報交換 ( E D I ) を間違いなくかつ効率的に行うためには、流通とその関連業界で、広く、かつ互いに事業所ないし企業を唯一に識別できるコードが不可欠となります。

1994 年度から 96 年度にかけて、流通システム開発センターに設置された通産省の委託による「流通業における電子化取引標準化調査研究委員会」において、わが国の今後の企業間情報交換システム ( E D I ) 普及のためには、国際的な整合性を十分に考慮に入れたわが国における「ロケーション・ナンバー」の必要性が確認されました。その結果、E A N インター・ナショナルが制定した「グローバル・ロケーション・ナンバー ( G L N ) 」を採用することとしました。これを受けて、流通標準 E D I 「 J E D I C O S 」においては、企業・事業所を識別する標準コードとして G L N を使用することを原則としています。また、E A N - 128 のバーコードシステムでは、物流ラベルや請求書に企業・事業所を G L N で表示するよう定めています。

#### ( 3 ) G L N の体系

G L N は 13 桁の識別コードで、企業等の法人組織体、部署等の事業部門、物流センターや営業所、支店、店舗等の場所、あるいは機能 ( 受発注、決済といったコンピュータ・アプリケーションシステム ) 等を識別することに使用します。G L N は E D I における重要なデータであるほか、物流システム用コード E A N - 128 バーコード情報の中でも識別コードとして使われます。コード体系は次の通りです。

図表 1 - 3 - 1 グローバル・ロケーション・ナンバー(G L N)の体系

<u>F<sub>1</sub> F<sub>2</sub></u>	<u>X<sub>1</sub> X<sub>2</sub> X<sub>3</sub> X<sub>4</sub> X<sub>5</sub> X<sub>6</sub> X<sub>7</sub> X<sub>8</sub> X<sub>9</sub> X<sub>10</sub></u>	<u>C / D</u>
国コード (日本の場合 49 または 45)	各国のコードセンターが設定、 付番するロケーション・ナンバー (10 桁)	チェックデジット (モジュラス 10、 重み 3, 1)

### 13桁数字固定長

左2桁はEANプレフィックス(国コード) <プレフィックスが3桁の国は3桁>

次の10桁<プレフィックスが3桁の国は9桁>は、各国のコードセンターが企業に付番します。

右端の1桁はチェックデジット。モジュラス10、計算方式の重みは3、1。

GLNをEAN-128バーコードシンボルで使うときは、該当するAI(アプリケーション識別子)の組み合わせで使用します。

#### (4) GLNの特長

各国のコードセンターが管理するGLNとの互換性を保ち、国内だけでなく国際取引にも使用できるコード体系を基本としています。

EDIや物流システムを考慮し、企業コードと事業所コードからなる体系です。原則として一体で用いますが、特別な用途のためにこれらを分離して使うこともできます。

国内利用の利便性とスムーズな普及あるいは採用企業の負荷の軽減を図るため、可能な限り既に普及している既存のコードと整合性がとられています。

ここで言う既存のコードとは、次のコードを言います。

- ・共通取引先コード
- ・JAN商品メーカーコード

## 2. 既存コードとわが国のGLNのコード体系との関係

わが国でのGLNは、流通業界で既に普及している既存のコード(共通取引先コード、JAN商品メーカーコード)と整合性がとられたコード体系となっています。

#### (1) 共通取引先コードを流用する場合(JAN商品メーカーコードを持たない企業)

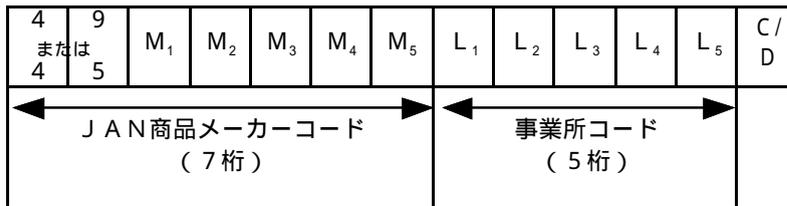
共通取引先コード(6桁)の左に“1”(1桁)を付加し、“491”(固定)+共通取引先コードを共通企業コードとして使用することができます。

複数の「共通取引先コード」の割当てを受けている企業は、いずれか1つのコードを共通企業コードとして流通コードセンターに申請して使用します。



#### (2) JAN商品メーカーコードを流用する場合

JAN商品メーカーコードの割当てを受けている企業は、それを共通企業コードとして使用することができます。



(3) 2001年以降実施される9桁のJAN商品メーカーコード取得企業の場合



**【補足】**

割当てを受けている「共通取引先コード」または「JAN商品メーカーコード」を共通企業コードとして使用する場合は、流通コードセンターにGLNを申請して使用します。

「JAN商品メーカーコード」と「共通取引先コード」の双方の割当てを受けている企業は、いずれを使用しても良いが、原則として「JAN商品メーカーコード」を共通企業コードとして使用することが望まれます。

**〔参考〕 GLNのコード体系の変更について**

上記で説明のわが国のGLNのコード体系は、JAN商品メーカーコード9桁化(2001年1月～)への対応を考慮して、従来のコード体系を一部変更しています。主な変更点は次のとおりです。

共通取引先コードの左に付加される固定の数字が“0”から“1”に変更。

JAN商品メーカーコードを流用する場合の頭2桁(国コード49)の廃止。

付属資料 2 .

## 付属資料 2 .

### オープン情報システムに関する S 研アンケート結果

このアンケートは、パソコン・インターネット等「オープン情報システム」への各社の取組み状況と、今後の「業界ネットワーク」に対する意識調査を目的に、平成 10 年度の事業として実施したものです。

調査対象は S 研参加企業を中心に行ったので、業界全体の状況を現すものではありませんが、参考になるところは大きいと思われます。

発送数、回答数は下記の通りです。

	小売			卸			メーカー			合計
	メンバー	メンバー-外	計	メンバー	メンバー-外	計	メンバー	メンバー-外	計	
発送数	6	24	30	11	0	11	11	4	15	56
回答数	4+3	8	15	10+1	0	11	11	2	13	39

1 社で小売、卸、メーカー各複数の機能を持つ企業からの回答がある（+の数字）ので、回答社数は「延社数」となります。

#### 1. 小売店に質問 (小売店舗をもつ卸・メーカー含む)

回答 = 15 社

##### パソコンをお持ちですか

A. 持っている	14
B. 持っているが使っていません	0
C. 持っていない	1

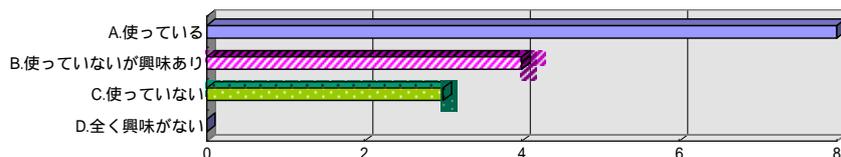


今回の回答企業は業界の中の大手であるが、パソコンを持っていないのは 1 社だけであり、普及率は 93.3% に達している。

集計上の平均所有台数は、26.0 台であった。

##### 店舗にてインターネットをお使いですか

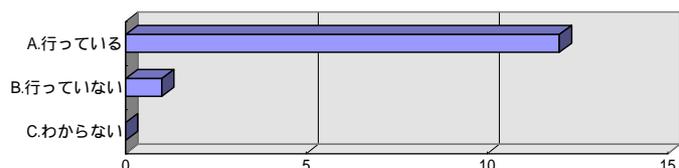
A. 使っている	8
B. 使っていないが興味あり	4
C. 使っていない	3
D. 全く興味がない	0



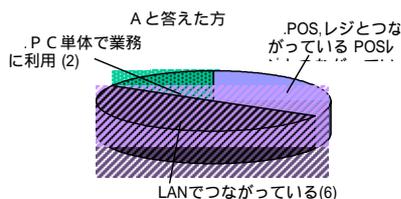
インターネットに対する興味は高く、すでに 8 社が接続、興味があると答えた企業を加えると 12 社 (80%)

##### パソコンで店舗業務を行っていますか

A. 行っている	12	.POS, レジとつながっている	4
B. 行っていない	1	.LAN でつながっている	6
C. わからない	0	.P C 単体で業務に利用	2

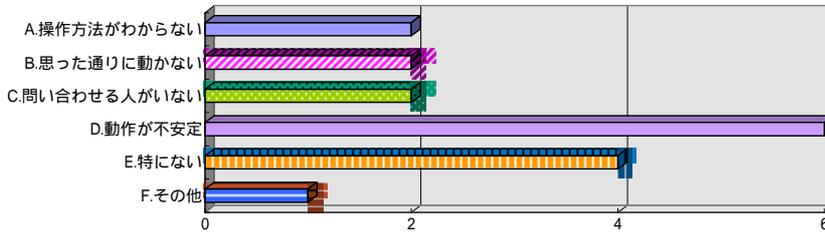


パソコンを利用して業務に活用、効率化をしている企業が 12 社 (85.7%) あり



## パソコンを使う際に困ったことがありますか（複数回答可）

A.操作方法がわからない	2
B.思った通りに動かない	2
C.問い合わせる人がいない	2
D.動作が不安定	6
E.特になし	4
F.その他	1



パソコン操作上、「動作が不安定」の意見（6社）が一番多い。

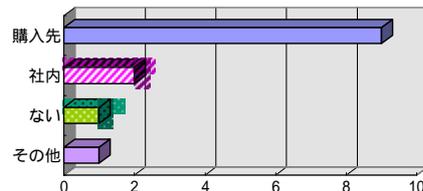
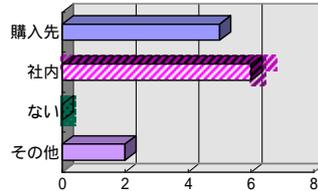
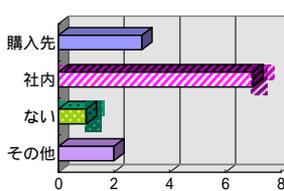
## パソコンについて問い合わせ先がありますか

	購入先	社内	ない	その他
A.使い方がわからない場合	3	7	1	2
B.動作がおかしくなった場合	5	6	0	2
C.機械が壊れた場合	9	2	1	1

A.使い方がわからない場合

B.動作がおかしくなった場合

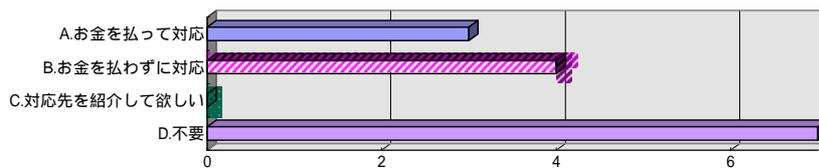
C.機械が壊れた場合



ソフト・ハード障害の問い合わせ先は、社内及び購入先が中心で大きな問題点はあまりなさそうにうかがえる。

## パソコンについての問い合わせ先（ヘルプデスク）について

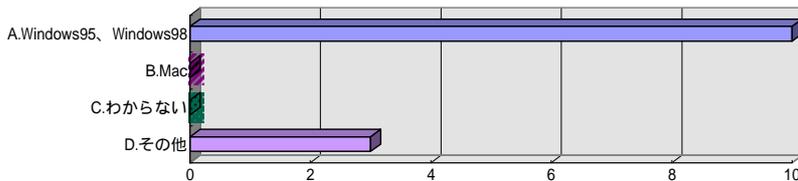
A.お金を払って対応	3
B.お金を払わずに対応	4
C.対応先を紹介して欲しい	0
D.不要	7



ヘルプデスクについては、「不要」と答えた企業が7社（50.0%）ある。多分相当使いこなしている

## パソコンのOS（基本ソフト）はなんですか

A.Windows95、Windows98	10
B.Mac	0
C.わからない	0
D.その他	3

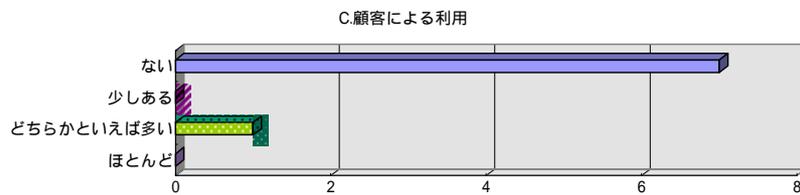
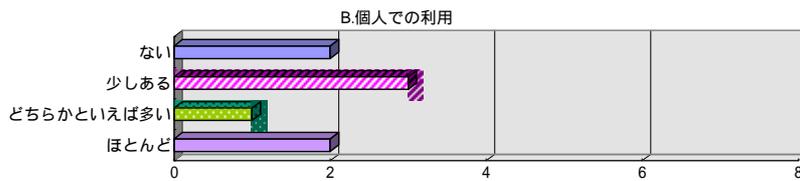
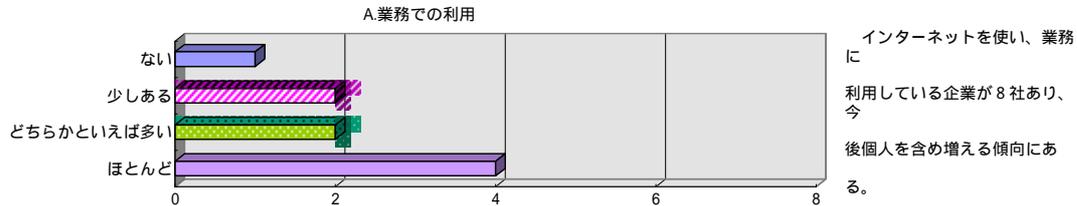


回答企業中、windows95・98が10社（77.0%）その他としてはDOS・Mac・WinNTがある。

以下、店舗（本部を含む）にてインターネットをお使いの方へ（1・ ・ Aにお答えの方）

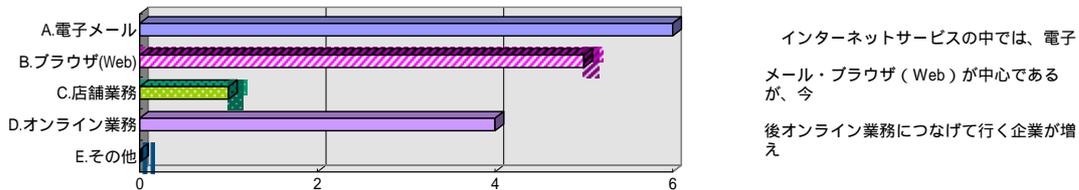
### インターネットの利用は

	ほとんど	どちらかといえば多い	少しある	ない
A.業務での利用	4	2	2	1
B.個人での利用	2	1	3	2
C.顧客による利用	0	1	0	7



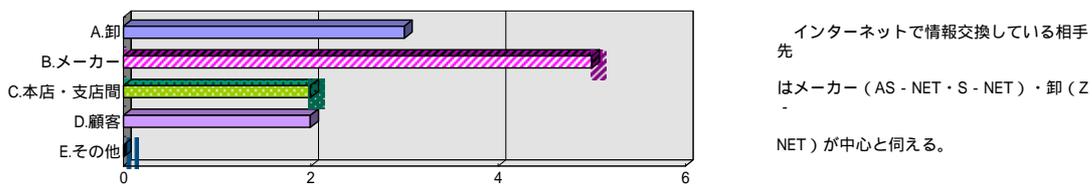
### インターネットで利用するサービスは（複数回答可）

A.電子メール	6
B.ブラウザ(Web)	5
C.店舗業務	1
D.オンライン業務	4
E.その他	0



### インターネットで情報交換している相手先は（複数回答可）

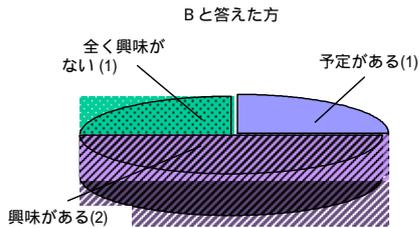
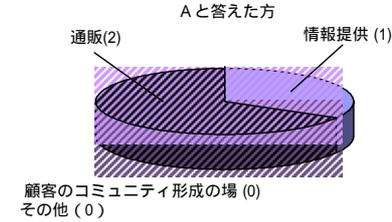
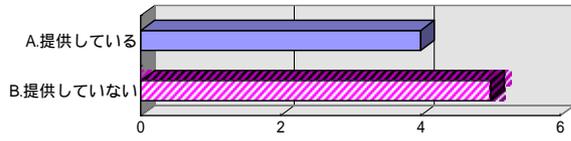
A.卸	3
B.メーカー	5
C.本店・支店間	2
D.顧客	2
E.その他	0



## インターネットで顧客向けサービスを提供していますか

A.提供している	4
B.提供していない	5

情報提供	1
通販	2
顧客のコミュニティ形成の場	0
その他( )	0
予定がある	1
興味がある	2
全く興味がない	1



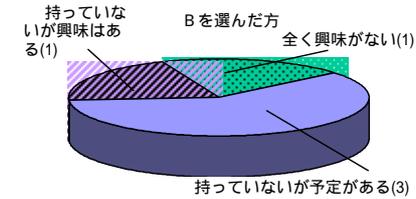
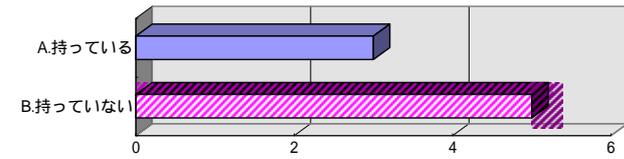
ホームページを持っている企業が既に3社あり、予定を含めて合計6社ある。

今後の企業広報の一つの手段であることがうかがえる。

## 店舗としてのホームページをもっていますか

A.持っている	3
B.持っていない	5

持っていないが予定がある	3
持っていないが興味はある	1
全く興味がない	1

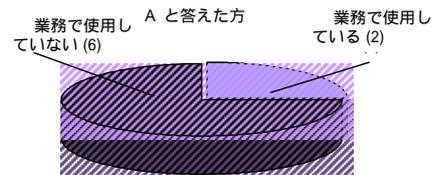
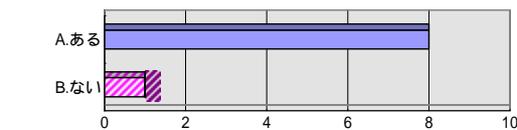


ホームページを持っている企業が既に3社あり、予定を含めて合計6社ある。

## メーカー・卸のホームページを見たことがありますか

A.ある	8
B.ない	1

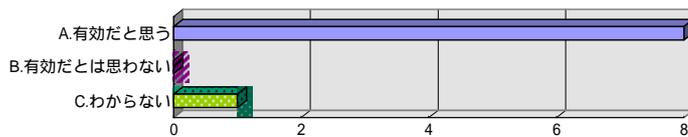
業務で使用している	2
業務で使用していない	6



メーカー・卸のホームページを見たことがある企業が8社あるが、業務面での活用度は低い。

## インターネットはビジネスに有効だと思いますか

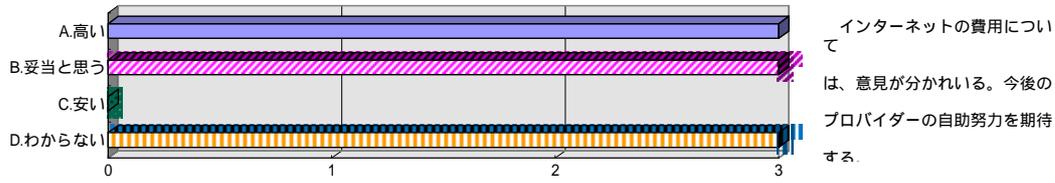
A.有効だと思う	8
B.有効だとは思わない	0
C.わからない	1



ビジネスに有効と思う企業が8社あるが、具体的には今後の課題と受け取れる。

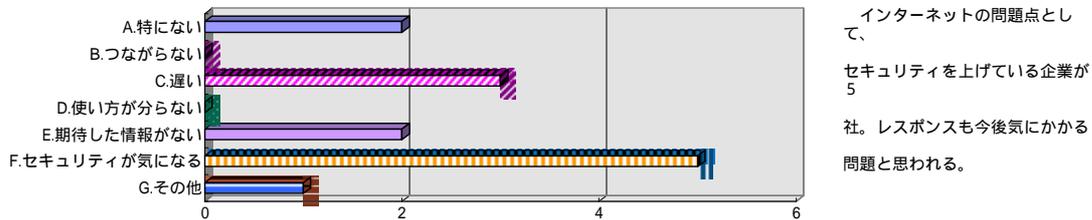
## インターネットの費用について

A.高い	3
B.妥当と思う	3
C.安い	0
D.わからない	3



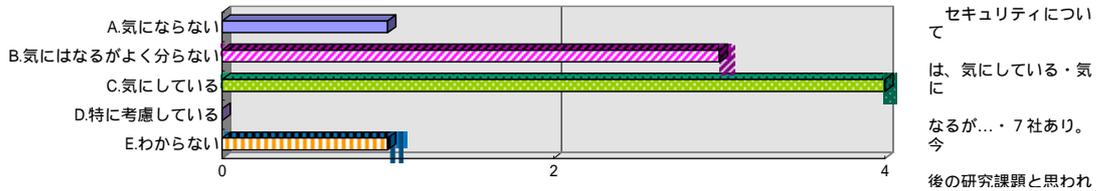
## インターネットで問題だと思いませんか (複数回答可)

A.特にない	2
B.つながらない	0
C.遅い	3
D.使い方が分らない	0
E.期待した情報がない	2
F.セキュリティが気になる	5
G.その他	1



## インターネットのセキュリティについて

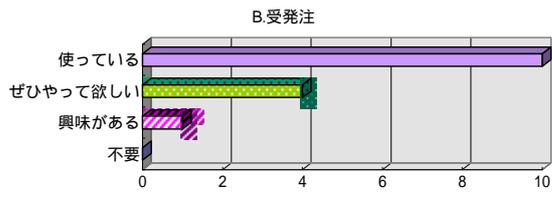
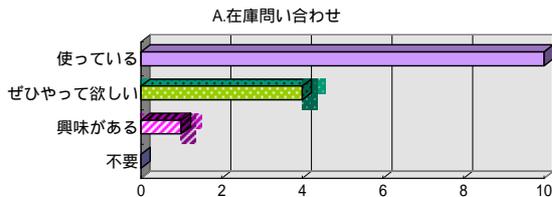
A.気にならない	1
B.気にはなるがよく分らない	3
C.気にしている	4
D.特に考慮している	0
E.わからない	1

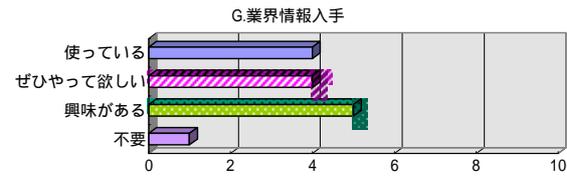
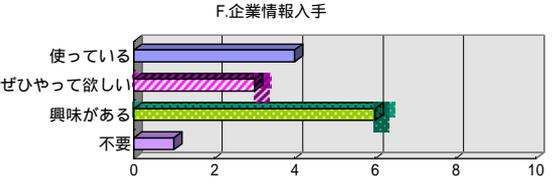
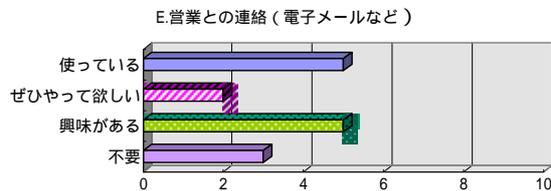
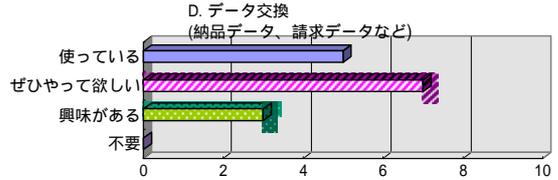
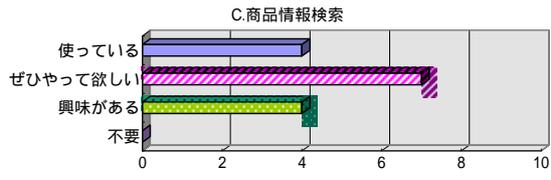


小売店の全ての方にお聞きます(パソコン、インターネットとは無関係です)

## 卸・メーカーで提供して欲しいサービス(業務)がありますか

	使っている	ぜひやって欲しい	興味がある	不要
A.在庫問い合わせ	10	4	1	0
B.受発注	10	4	1	0
C.商品情報検索	4	7	4	0
D.データ交換(納品データ、請求データなど)	5	7	3	0
E.営業との連絡(電子メールなど)	5	2	5	3
F.企業情報入手	4	3	6	1
G.業界情報入手	4	4	5	1

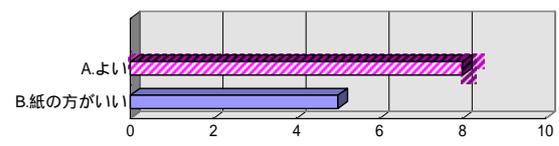




卸・メーカーに求めるサービスは大変幅が広いが、既  
に享受しているサービスのメインは在庫問い合わせ・受

**今後S研で電子メールによるアンケートを実施していいですか**

A.よい	8
B.紙の方がいい	5



アンケート実施方法については余り差異はないが、  
する側の意見を言わせて頂けるのであれば、是非  
電子メールでお願いしたい。(後作業を考えて)

## 2. 卸に質問

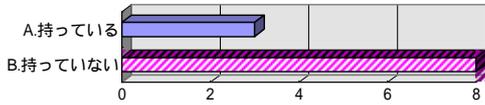
回答 = 11社

\*以下、インターネットについてお聞きします

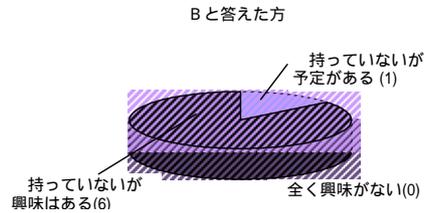
### ホームページをもっていますか

A.持っている	3
B.持っていない	8

持っていないが予定はある	1
持っていないが興味はある	6
全く興味がない	0



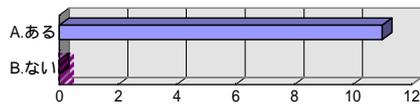
ホームページには大変感心があるが、自社保有は3社  
予定をふくめても、4社である。



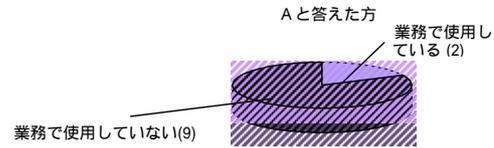
### メーカー・卸・小売のホームページを見たことがありますか

A.ある	11
B.ない	0

業務で使用している	2
業務で使用していない	9

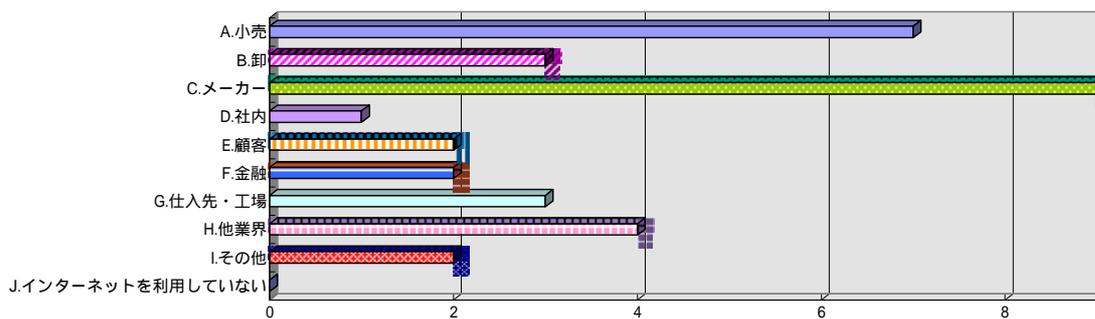


回答企業11社 (100%) が全てがホームページを見ている  
が、業務につながっているのは2社のみである。



### インターネットで情報交換している相手先は (複数回答可)

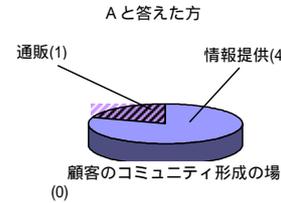
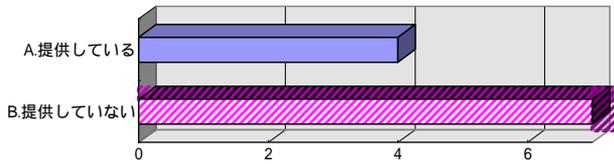
A.小売	7
B.卸	3
C.メーカー	9
D.社内	1
E.顧客	2
F.金融	2
G.仕入先・工場	3
H.他業界	4
I.その他	2
J.インターネットを利用していない	0



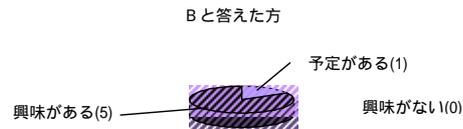
インターネットで情報交換している相手先は、メーカー・小売が中心であるが、  
目につくのは、他業界との情報交換をしている企業が4社ある。

## インターネットで顧客向けサービスを提供していますか、またその予定はありますか

A.提供している	4	情報提供	4
		通販	1
		顧客のコミュニティ形成の場	0
		その他	0
B.提供していない	7	予定がある	1
		興味がある	5
		全く興味がない	0

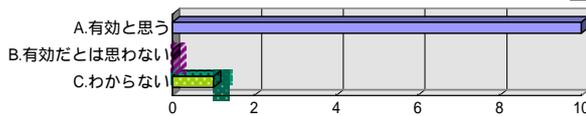


インターネットで顧客サービスをしている企業が4社あるが、情報提供にとどまっている。1社のみ通販をこころみている。



## インターネットはビジネスに有効だと思いますか

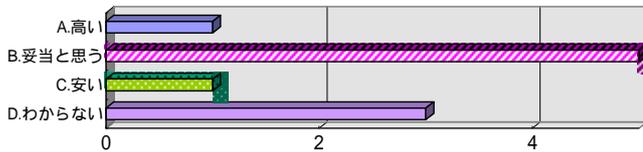
A.有効と思う	10
B.有効だとは思わない	0
C.わからない	1



ビジネスに有効と答えた企業が10社(90.9%)と非常に高い。

## インターネットの費用について

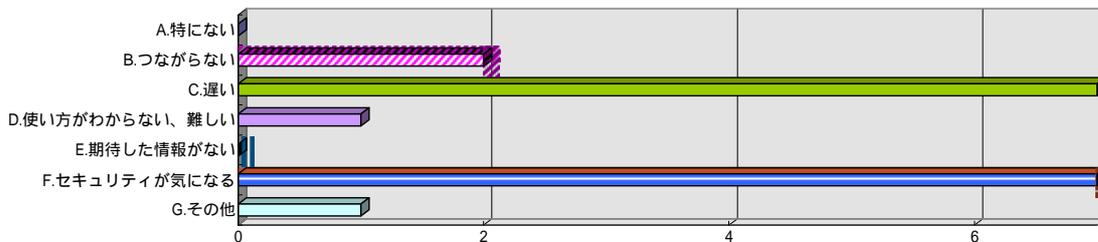
A.高い	1
B.妥当と思う	5
C.安い	1
D.わからない	3



インターネットの費用については、妥当と答えた企業が5社。わからないと答えた企業が3社あるが、この答えが本当かも？

## インターネットで問題だと思いませんか(複数回答可)

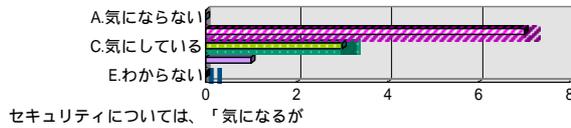
A.特にない	0
B.つながらない	2
C.遅い	7
D.使い方がわからない、難しい	1
E.期待した情報がない	0
F.セキュリティが気になる	9
G.その他	1



ほとんどの企業(9社)が、「セキュリティが気になる」と答えている。レスポンスも今後大きな問題点とおもわれる。

# インターネットのセキュリティについて

A. 気にならない	0
B. 気にはなるがよくわからない	7
C. 気にしている	3
D. 特に考慮していない	1
E. わからない	0

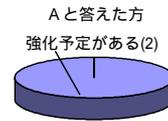
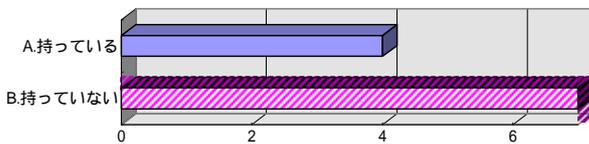


セキュリティについては、「気になるが良くわからない」が7社と多い。  
この回答が本音と伺える。

以下、リテールサポートについてお聞きます

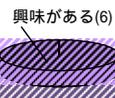
## リテールサポートの為のネットワークシステムを持っていますか

A. 持っている	4	強化予定がある	2
		強化予定はない	0
B. 持っていない	7	予定がある	0
		興味がある	6
		全く興味がない	0



強化予定はない(0)

Bと答えた方



予定がある(0)  
全く興味がない(0)

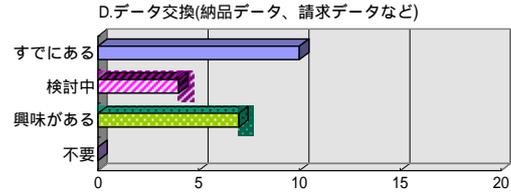
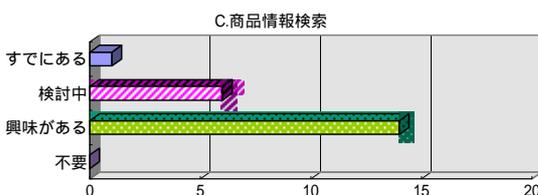
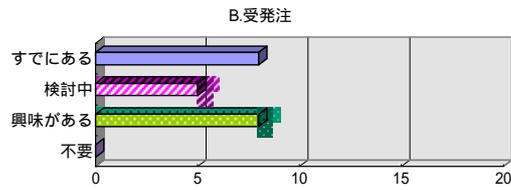
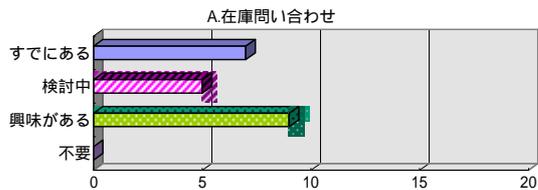
リテールサポートの為のネットワーク持っている企業が4社あり、現在持っていないが、非常に興味があると答えた企業が6社もある。

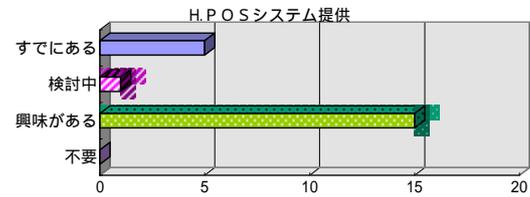
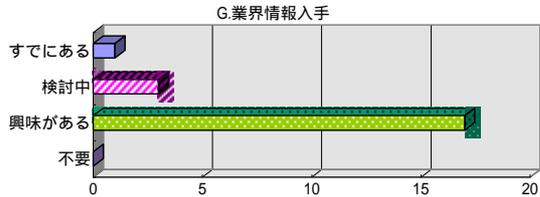
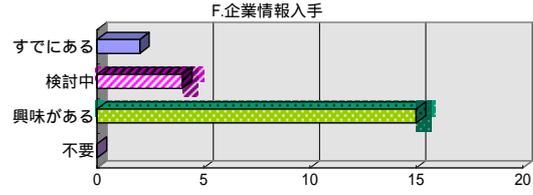
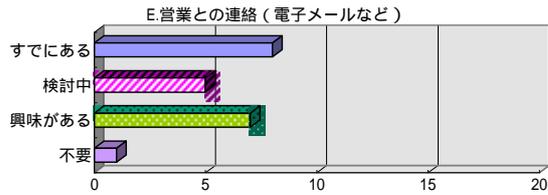
持っている企業の、今後の強化予定には2社(1999年7頃・1999年中)回答あり。

\*以下、リテールサポートシステムを持っていない企業もお答えください

## リテールサポート(小売店)の業務内容について

	すでにある	検討中	興味がある	不要
A. 在庫問い合わせ	7	5	9	0
B. 受発注	8	5	8	0
C. 商品情報検索	1	6	14	0
D. データ交換(納品データ、請求データなど)	10	4	7	0
E. 営業との連絡(電子メールなど)	8	5	7	1
F. 企業情報入手	2	4	15	0
G. 業界情報入手	1	3	17	0
H. POSシステム提供	5	1	15	0

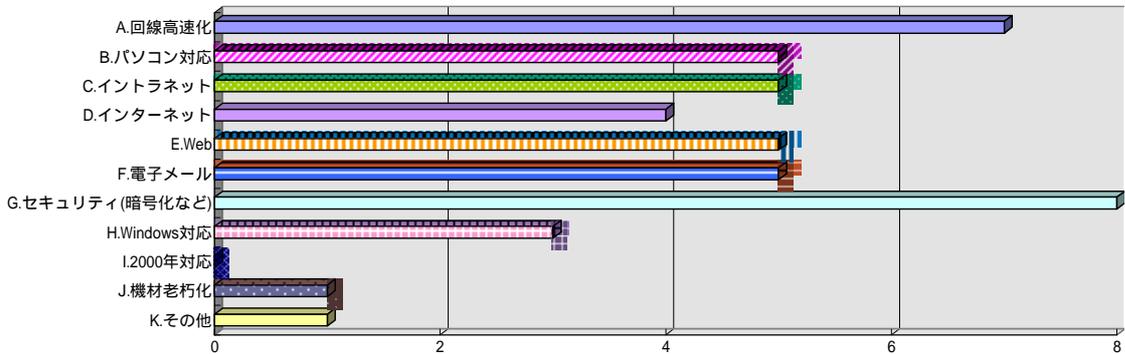




リテールサポートを既にやっている業務サービスのトップは、「データ交換 (納品データ・請求データ等)」について  
「受発注」・「営業との連絡 (電子メール)」・「在庫問い合わせ」と続いている。  
サポート内容も多岐にわたり、検討中・興味がある企業も非常に多い。

### リテールサポートを構築する際のキーワードは(特に強化予定の際に) (複数回答可)

A. 回線高速化	7
B. パソコン対応	5
C. イン트라ネット	5
D. インターネット	4
E. Web	5
F. 電子メール	5
G. セキュリティ (暗号化など)	8
H. Windows対応	3
I. 2000年対応	0
J. 機材老朽化	1
K. その他	1

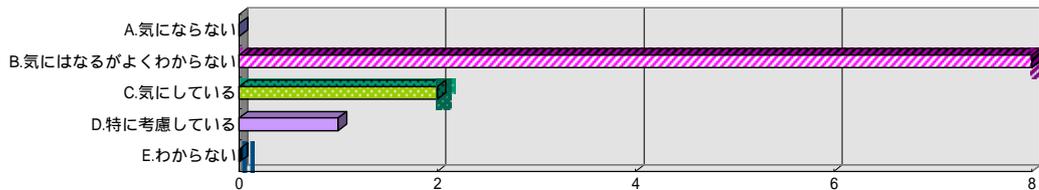


リテールサポート構築のキーワードとして、セキュリティ (暗号など) を上げた企業が 8 社 (72.7%) ある。

又、レスポンス (回線の高速化) を気にしている企業が (7社) 多い。

### リテールサポートネットワークのセキュリティについて

A. 気にならない	0
B. 気にはなるがよくわからない	8
C. 気にしている	2
D. 特に考慮している	1
E. わからない	0

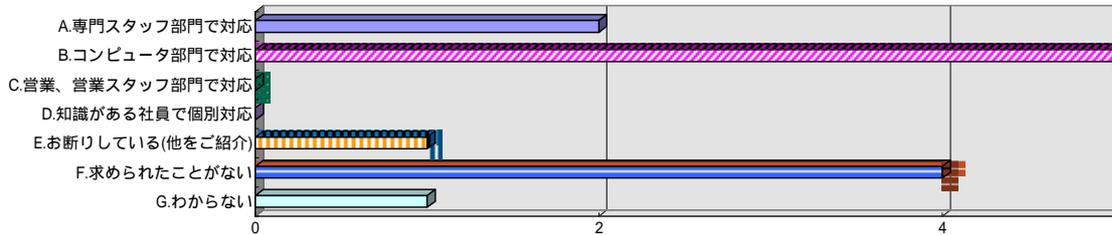


セキュリティについては、各企業とも、まだまだ「よくわからない」が本音と思われる。

「気にはなるがよくわからない」と答えた企業が 8 社 (72.7%) もある。

## 小売店からパソコンのサポートを求められたときにどう対応していますか

A. 専門スタッフ部門で対応	2
B. コンピュータ部門で対応	5
C. 営業、営業スタッフ部門で対応	0
D. 知識がある社員で個別対応	0
E. お断りしている(他をご紹介)	1
F. 求められたことがない	4
G. わからない	1

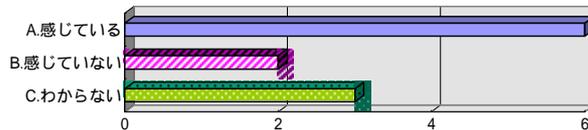


小売店からパソコンのサポートを求められた時の対応窓口が、以外にもコンピュータ部門と答えた企業が5社もある。

又、反面「求められたことがない」と答えた企業も4社あった。

## 小売店のパソコンのサポートについて必要性を感じていますか

A. 感じている	6
B. 感じていない	2
C. わからない	3

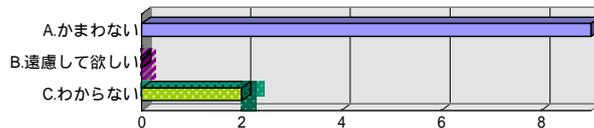


パソコンのサポートの必要性を感じている企業が5社(50.0%)。「感じていない」・「わからない」が5社。

原則「自己責任」と思われるが、非常にむづかしい問題で

## リテールサポートネットワークについてS研からの問い合わせが可能ですか

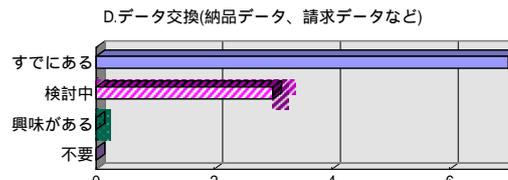
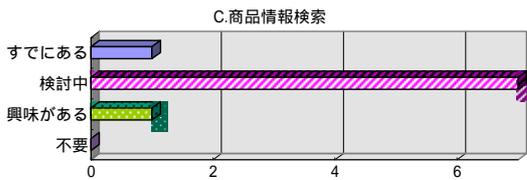
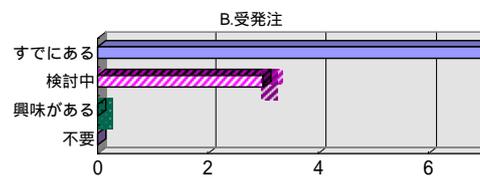
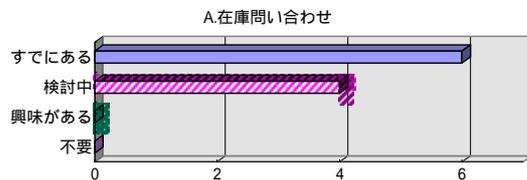
A. かまわない	9
B. 遠慮して欲しい	0
C. わからない	2

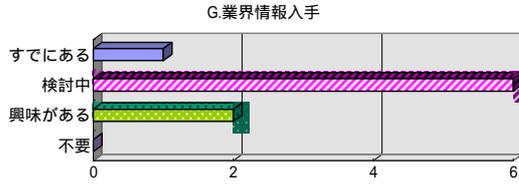
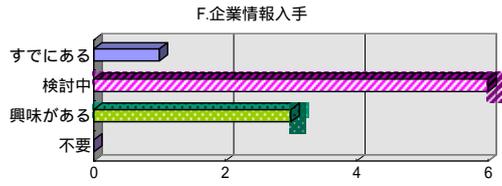
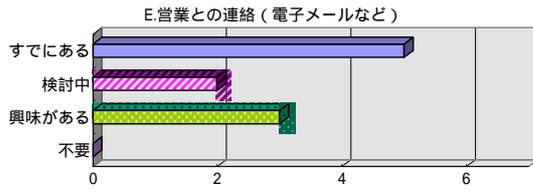


S研からの問い合わせについては、非常に各社協力的である。

## メーカーに対して提供して欲しいサービスはありますか(卸企業のみお答え下さい)

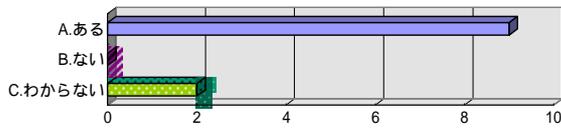
	すでにある	検討中	興味がある	不要
A. 在庫問い合わせ	6	4	0	0
B. 受発注	7	3	0	0
C. 商品情報検索	1	8	1	0
D. データ交換(納品データ、請求データなど)	7	3	0	0
E. 営業との連絡(電子メールなど)	5	2	3	0
F. 企業情報入手	1	6	3	0
G. 業界情報入手	1	6	2	0





既にサービスを受けている業務として「在庫問い合わせ」  
 ・「受発注」・「データ交換」と答えた企業が多い。  
 今後として「商品情報検索」のサービスを求めている企業が  
 8社（72.7%）もある。

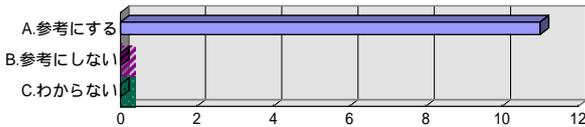
### 業界ネットワーク標準化検討への参加の意志はありますか



A.ある	9
B.ない	0
C.わからない	2

ネットワーク標準化検討への参画の問いには9社が  
 「ある」と答えているが、  
 回答企業の多くがS研参加企業であるので、納得がいく。

### リテールサポートなどネットワーク構築にあたり業界ネットワークの標準化を参考にしますか

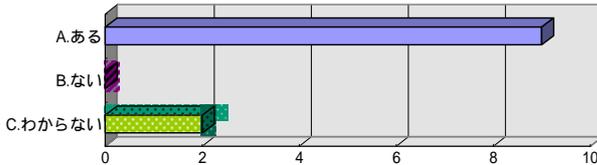


A.参考にする	11
B.参考にしない	0
C.わからない	0

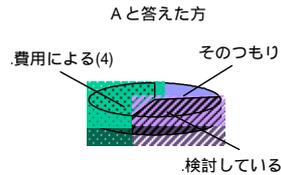
業界ネットワークの標準化が出来た時は回答  
 企業11社（100.0%）が参考にすると答えている。

### 業界ネットワークへの参加の意志はありますか

A.ある	9
B.ない	0
C.わからない	2



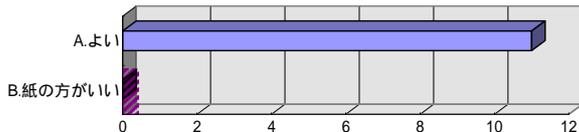
そのつもり	2
検討している	3
費用による	4



業界ネットワークへの参加意志があると答えた企業が9社（81.8%）あるが、コストがかかる話で、

費田村勉里前771- 各企業の戦略を今更慎重にならざるをえない

### 今後S研で電子メールによるアンケートを実施していいですか



A.よい	11
B.紙の方がいい	0

回答企業全て（11社）が電子メールでのアンケート  
 を容認している。  
 裏を返せば、それだけ各企業にパソコンの普及が浸透  
 していると思われる。

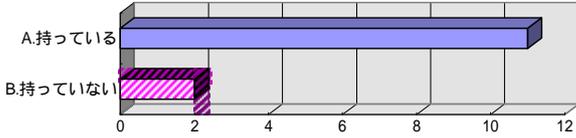
### 3. メーカーに質問

回答 = 13社

\*以下、インターネットについてお聞きします  
**ホームページをっていますか**

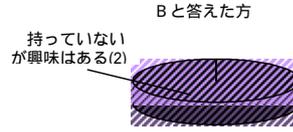
A.持っている	11
B.持っていない	2

持っていないが予定がある	0
持っていないが興味はある	2
全く興味がない	0



ホームページを持っている企業が11社(84.6%)と多い。

「持っていないが興味がある」が2社、全体にホームページに対する意識が高い。

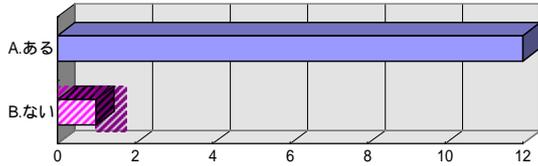


持っていないが予定がある(0)  
 全く興味がない(0)

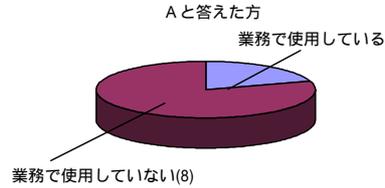
### メーカー・卸・小売のホームページを見たことがありますか

A.ある	12
B.ない	1

業務で使用している	2
業務で使用していない	8

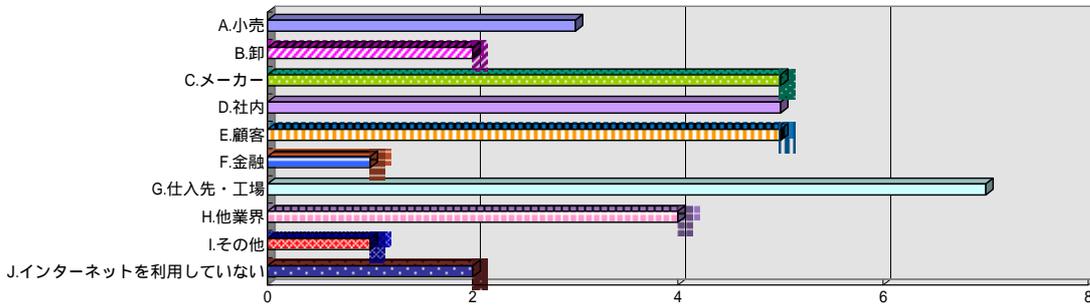


ホームページの関心は非常に高いが、まだまだ業務につながる  
 ところまでは行っていない。



### インターネットで情報交換している相手先は(複数回答可)

A.小売	3
B.卸	2
C.メーカー	5
D.社内	5
E.顧客	5
F.金融	1
G.仕入先・工場	7
H.他業界	4
I.その他	1
J.インターネットを利用していない	2

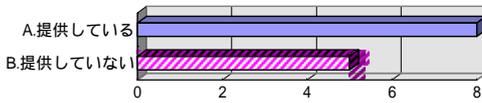


メーカーの回答であるので理解は出来るが、情報交換している相手先として「仕入先・工場」と答えた企業が7社(53.8%)と多い。

以外と思われたのが、「卸」と答えた企業が2社のみで、今後の課題としたい。

## インターネットで顧客向けサービスを提供していますか、またその予定はありますか

A.提供している	8	情報提供	7
		通販	1
		顧客のコミュニティ形成の場	1
		その他	0
B.提供していない	5	予定がある	1
		興味がある	4
		全く興味がない	0

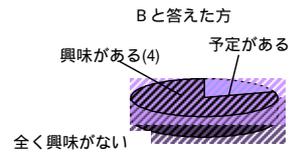
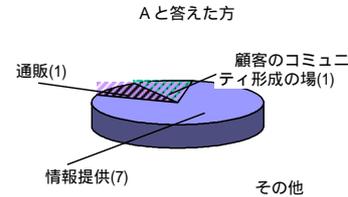


顧客サービスを提供している企業が8社(61.5%)あるが、

内容的には情報提供に留まっている。

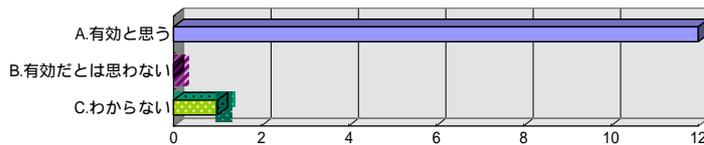
又、「興味がある」と答えた企業も4社あり、回答企業全体に

は、顧客サービスの必要性を感じていると思われる。



## インターネットはビジネスに有効だと思いますか

A.有効と思う	12
B.有効だとは思わない	0
C.わからない	1

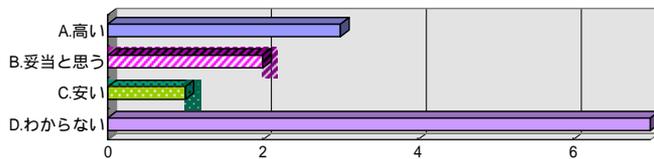


回答企業13社中...12社(92.3%)が有効と答えている。

この結果から見て、各社の戦略が

## インターネットの費用について

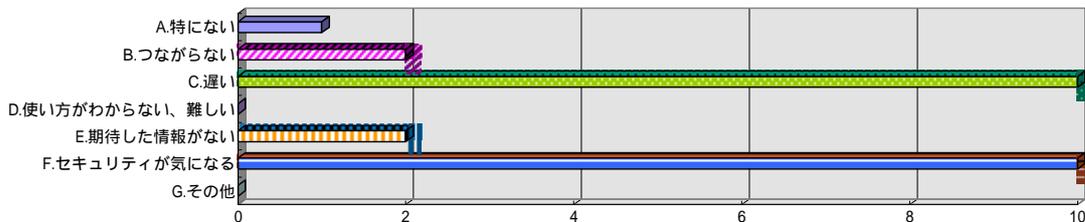
A.高い	3
B.妥当と思う	2
C.安い	1
D.わからない	7



インターネットの費用については、「わからない」と答えた企業が7社(53.8%)あるが、多分

## インターネットで問題だと思えることがありますか(複数回答可)

A.特にない	1
B.つながらない	2
C.遅い	10
D.使い方がわからない、難しい	0
E.期待した情報がない	2
F.セキュリティが気になる	10
G.その他	0

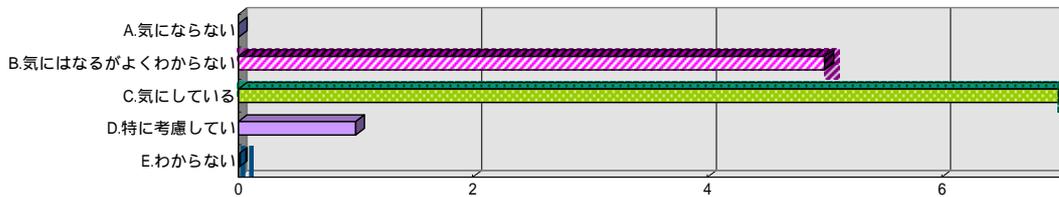


インターネットでの問題点として、「遅い」・「セキュリティ」と答えた企業が各々10社ある。

この2つの大きな問題点つがせば、後の要因は目をつむることができると思われる。

## インターネットのセキュリティについて

A. 気にならない	0
B. 気にはなるがよくわからない	5
C. 気にしている	7
D. 特に考慮してい	1
E. わからない	0

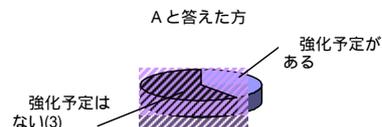
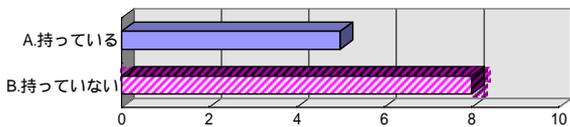


インターネットのセキュリティ問題については、「気にしている」・「気になるがよくわからない」と答えた企業が12社(92.3%).....・特に考慮している企業が1社のみ.....・今後の課題

以下、リテールサポートについてお聞きします

### リテールサポートの為のネットワークシステムを持っていますか

A. 持っている	5	強化予定がある(開始予定時期年月頃)	2
		強化予定はない	3
B. 持っていない	8	予定がある(開始予定時期年月頃)	0
		興味がある	7
		全く興味がない	0

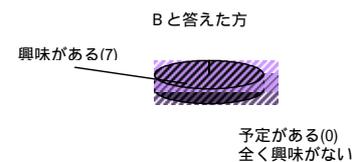


回答企業13社中...・持っている企業が5社(38.5%)あるが、現在

「持っていないが興味がある」と答え企業が8社あり、リテールサポート

に対する意識は非常に高い。

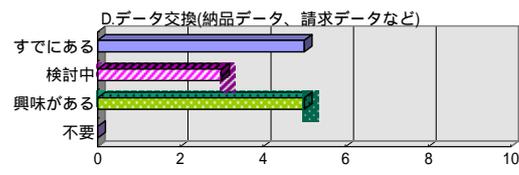
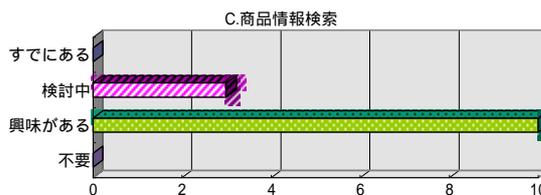
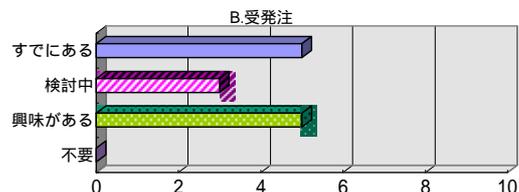
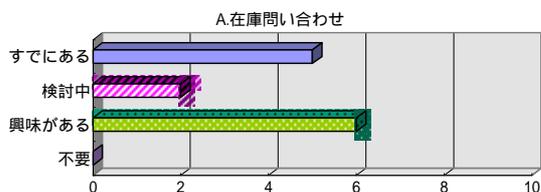
「強化予定あり」と答えた企業も2社ある。...・(2000年春・1)

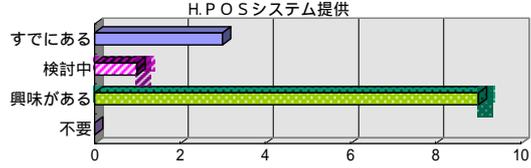
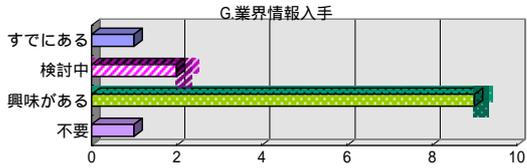
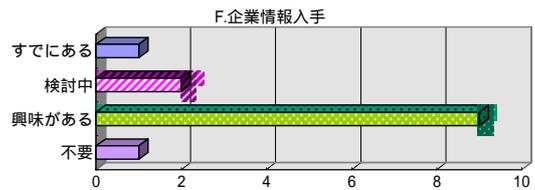
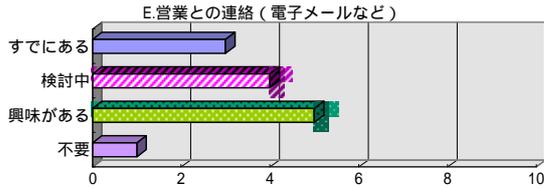


\* 以下、リテールサポートシステムを持っていない企業もお答えください

### リテールサポート(小売店)の業務内容について

	すでにある	検討中	興味がある	不要
A. 在庫問い合わせ	5	2	6	0
B. 受発注	5	3	5	0
C. 商品情報検索	0	3	10	0
D. データ交換(納品データ、請求データなど)	5	3	5	0
E. 営業との連絡(電子メールなど)	3	4	5	1
F. 企業情報入手	1	2	9	1
G. 業界情報入手	1	2	9	1
H. POSシステム提供	3	1	9	0

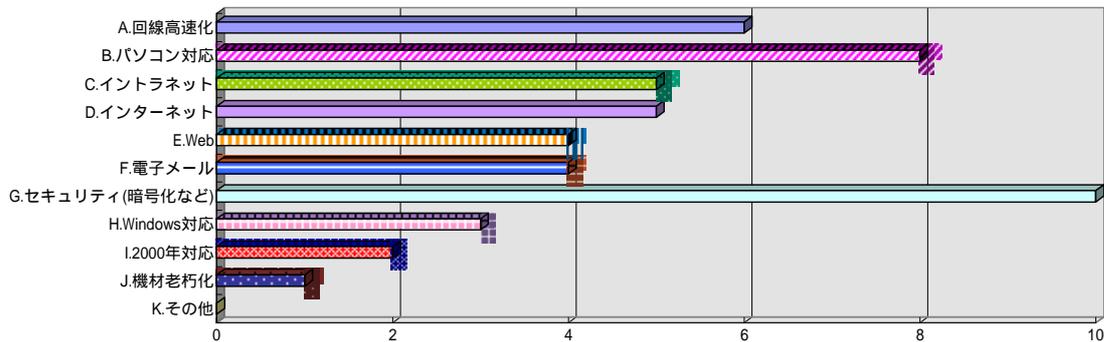




リテールサポートシステムを持っている企業の業務サービス内容は、「在庫問い合わせ」・「受発注」・「データ交換」が中心で、

### リテールサポートを構築する際のキーワードは(特に強化予定の際に) (複数回答可)

A. 回線高速化	6
B. パソコン対応	8
C. イン트라ネット	5
D. インターネット	5
E. Web	4
F. 電子メール	4
G. セキュリティ(暗号化など)	10
H. Windows対応	3
I. 2000年対応	2
J. 機材老朽化	1
K. その他	0

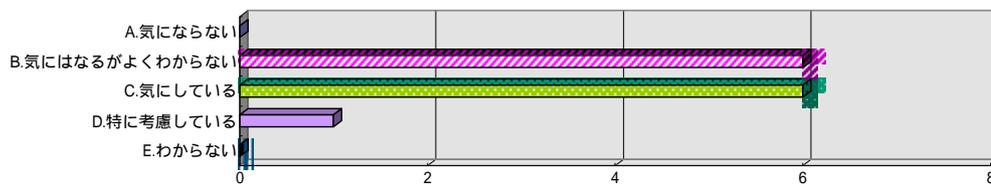


リテールサポート構築にさいし、特にキーワードとして認識されているのは、セキュリティと答えた企業が10社ある。

他の要件としては、パソコン対応・回線高速化(レスポンス)を意識している。

### リテールサポートネットワークのセキュリティについて

A. 気にならない	0
B. 気にはなるがよくわからない	6
C. 気にしている	6
D. 特に考慮している	1
E. わからない	0

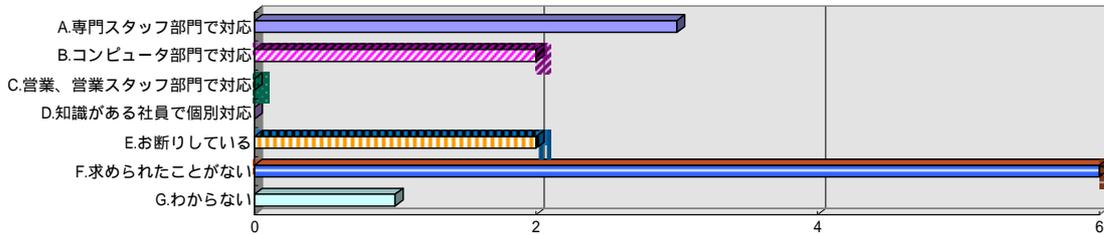


セキュリティについて、特に考慮している企業は1社のみ。「気にしている」・「気になるがよくわからない」

と答えた企業が12社(92.3%)で、今後の課題と受け取れる。

## 小売店からパソコンのサポートを求められたときにどう対応していますか

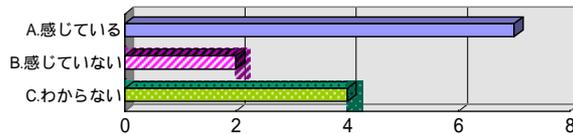
A. 専門スタッフ部門で対応	3
B. コンピュータ部門で対応	2
C. 営業、営業スタッフ部門で対応	0
D. 知識がある社員で個別対応	0
E. お断りしている	2
F. 求められたことがない	6
G. わからない	1



小売店へのパソコンサポートについては、「専門スタッフ部門」・「コンピュータ部門」と答えた企業が5社あるが、「求められことがない」と答えた企業も6社ある。パソコン操作については、原則「自己責任」としたいところではあるが、取引上さけてどうれない問題かもしれない。

## 小売店のパソコンのサポートについて必要性を感じていますか

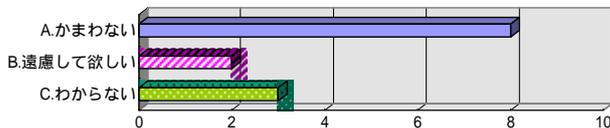
A. 感じている	7
B. 感じていない	2
C. わからない	4



小売店へのパソコンサポートについては、7社が必要性を感じている。反面、2社がサポートの必要性を感じて

## リテールサポートネットワークについてS研からの問い合わせが可能ですか

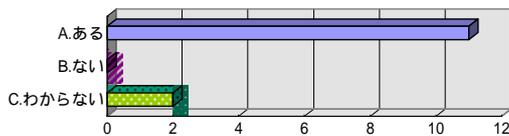
A. かまわない	8
B. 遠慮して欲しい	2
C. わからない	3



S研からの問い合わせについては、8社が容認しているが、「遠慮して欲しい」と答えた企業も2社ある。全体として、S研に対しては非常に協力的である。

## 業界ネットワーク標準化検討への参加の意志はありますか

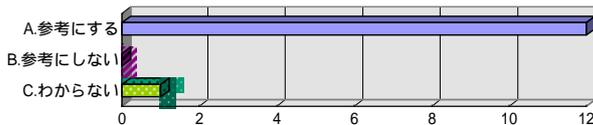
A. ある	11
B. ない	0
C. わからない	2



業界ネットワーク標準化検討への参加意志は非常に高い...・回答企業中11社(84%)

## リテールサポートなどネットワーク構築にあたり業界ネットワークの標準化を参考にしますか

A. 参考にする	12
B. 参考にしない	0
C. わからない	1

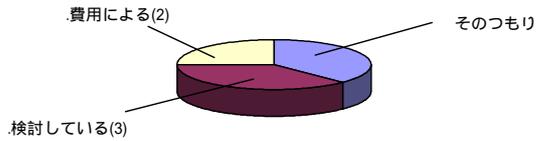


自社のネットワーク構築に対しては、業界ネットワークの標準化を参考にすると答えた企業が12社(92%)ある。

## 業界ネットワークへの参加の意志はありますか

A.ある	10
B.ない	0
C.わからない	3

.そのつもり	3
.検討している	3
.費用による	2



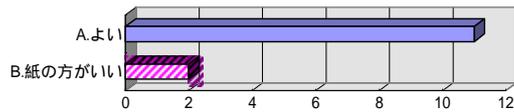
業界ネットワークへの参加意識は非常に高く「ある」と答

えた企業が10社(76.9%)あるが、本音の部分としては、

費用・企業戦略などを含め、まだまだ結論まで達していない

## 今後S研で電子メールによるアンケートを実施していいですか

A.よい	11
B.紙の方がいい	2



電子メールによる今後のアンケート実施に

ついては、11社が賛同。

やる側としては、是非電子メールでお願いしたい。