

平成23年1月27日
財団法人 流通システム開発センター
財団法人 流通経済研究所

製・配・販連携協議会 消費財流通企業50社の「流通BMS導入・拡大計画」発表

財団法人流通システム開発センターと財団法人流通経済研究所が共同事務局を務める「製・配・販連携協議会」は、5月19日に開催した「製・配・販連携フォーラム」にて発表した「流通BMS導入宣言書」に基づき、賛同企業各社の今後の具体的な取組方針をまとめた「流通BMS導入・拡大計画」を公表します。

「製・配・販連携協議会」では、「流通BMS協議会」と連携し、こうした各企業の導入・拡大計画を公表することにより、流通BMSの普及を推進していく予定です。

1. 「流通BMS」とは

我が国における、消費財流通に係る企業間取引の電子化（EDI化）及びその標準化については、平成18年度から3年間、経済産業省の支援を受ける形で官民共同の実証・検討が進められ、第一段階としてサプライヤー（メーカー・卸）と小売間の取引用メッセージの新しい標準プロトコルである「流通BMS（Business Message Standards）」が策定されました。平成21年度よりその成果が流通BMS協議会に引き継がれ、活発な普及推進活動が行われています。

※標準化された項目として発注メッセージ、POS情報など26項目があります。

※なお、スーパー4団体（日本スーパーマーケット協会、新日本スーパーマーケット協会、日本ボランティアチェーン協会、オール日本スーパーマーケット協会）では、共同で流通BMSの導入促進を積極的に行っています。

2. 「流通BMS導入宣言書」・「流通BMS導入・拡大計画」について

(1) 「流通BMS導入宣言書」とは

企業間取引における流通BMSの普及を加速させるため、「製・配・販連携協議会」（参考1）の前身となる「製・配・販連携協議会準備会合」において「流通BMS導入宣言書」（別添1）が策定され、本年5月19日の「製・配・販連携フォーラム」にて49社の賛同を得て宣言がなされました。

<参考1：「製・配・販連携協議会」とは>

消費財分野におけるメーカー（製）、中間流通・卸（配）、小売（販）の連携により、サプライチェーン・マネジメントの抜本的なイノベーション・改善を図り、もって産業競争力を高め、豊かな国民生活への貢献を図ることを目標としています。2010年5月から「製・配・販連携協議会準備会合」として15社が参加

し、本年5月19日には43社にて正式発足しています。

活動の趣旨は、『ビジョン』（別添2）としてまとめられ、参加各社のトップマネジメントによる賛同とこれに沿った行動を参加の主要要件としています。

製・配・販連携協議会 URL <http://www.dsri.jp/forum/index.html>

<参考2：流通BMS導入宣言企業（本年5月19日時点で49社）>

(内訳)	製造業	日用雑貨メーカー	6社
		加工食品メーカー	6社
卸売業	日用雑貨卸	4社	
	加工食品卸	6社	
小売業	GMS／SM（※）	21社	
	コンビニエンスストア	4社	
	ドラッグストア	1社	
	ホームセンター	1社	

（※）GMS：総合スーパー、SM：食品スーパー

<参考3：流通BMS導入宣言企業名一覧>

○製造業（12社）：

アサヒビール株式会社、味の素株式会社、花王株式会社、株式会社カネボウ化粧品、キユーピー株式会社、キリンビール株式会社、サントリー食品インターナショナル株式会社、株式会社資生堂、日清食品株式会社、プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社、ユニリーバ・ジャパン・ホールディングス株式会社、ライオン株式会社

○卸売業（10社）：

株式会社あらた、伊藤忠食品株式会社、加藤産業株式会社、国分株式会社、資生堂販売株式会社、ジャペル株式会社、株式会社日本アクセス、株式会社Paltac、三井食品株式会社、株式会社菱食（現：三菱食品株式会社）

○小売業：（27社）

株式会社アークス、イオン九州株式会社、イオン北海道株式会社、イオンリテール株式会社、イオン琉球株式会社、株式会社イズミ、イズミヤ株式会社、株式会社イトーヨーカ堂、株式会社光洋、株式会社コメリ、株式会社サークルKサンクス、株式会社セブン-イレブン・ジャパン、株式会社ダイエー、株式会社フジ、株式会社平和堂、マックスバリュ九州株式会社、マックスバリュ東北株式会社、マックスバリュ西日本株式会社、マックスバリュ北海道株式会社、株式会社マツモトキヨシホールディングス、株式会社マルエツ、ミニストップ株式会社、株式会社ヤオコー、ユニー株式会社、

株式会社ヨークマート、株式会社ライフコーポレーション、株式会社ローソン

(2) 「流通BMS導入・拡大計画」とは

今般の「流通BMS導入・拡大計画」は「宣言書」に基づき、各社の具体的な導入・拡大計画を明らかにするため、とりまとめました。5月以降、「宣言書」参加各社において検討が進められ、この度株式会社ファミリーマートを加えた計50社で発表することになりました。各社の発表内容詳細（別添3）は、下記ホームページにて、掲載しています。

賛同企業の導入・拡大計画一覧 URL <http://www.dsri.jp/forum/plan.html>

(3) 導入・拡大計画の全体のポイント

- 今回宣言した小売業28社の合計売上高は約1.2兆円で、同カテゴリーの小売業において約25%のシェアになります。
- 小売業28社の拡大計画においては、本年12月現在、流通BMSを導入した取引先数が累計約900件あります。
- 各社において順次流通BMSによる取引の拡大を行い、小売企業の取引先数の累計で2012年末に約6600件、2013年末に約7300件、2014年末までに約8700件の取引において流通BMSを導入する予定です。
※小売企業が取引するメーカー、卸売企業は小売企業間で重複するため、流通BMSを導入する実際の企業数は上記の取引先数と異なります。
- メーカーにおいては、小売業との直接的な取引を行っていないケースが多いことから、現時点で流通BMSを導入していない企業が存在しますが、今後、小売企業からの要請等、必要に応じて検討するという企業が5社あります。
- 導入検討を進めるとした企業においても、具体的な課題検討を進めることとしており、今後、さらに流通BMSの導入・拡大が期待されます。

(本発表資料のお問い合わせ先)

財団法人 流通システム開発センター

担当者： 上田、斎藤

電話：03-5414-8515

財団法人 流通経済研究所

担当者： 池田、石川、加藤

電話：03-3494-2671 (代表)

流通 BMS 導入宣言書

私たちは、製・配・販の効率的な情報連携による

サプライチェーン全体の最適化実現のため、

流通 BMS の導入^{※1}を推進します

上記を実現するため、

- (1) 私たちは、現在、普及段階にあるサプライヤー(メーカー・卸)と小売間の取引^{※2}について、各社で流通 BMS 導入・拡大 計画^{※3}を策定し、製・配・販連携協議会を通じて公表します**
- (2) 私たちは、積極的な情報公開を行い、流通 BMS の普及啓発に努めます**

※1 「流通BMSの導入」について

本宣言書においては、少なくとも発注メッセージについて1社以上の取引先と流通 BMS に準拠した取引をしている場合を「導入」と定義する。

ここでいう「流通 BMS に準拠した取引」とは、流通 BMS で規定した標準通信プロトコルと標準メッセージ(基本形もしくは百貨店版)を使用した取引をいう。なお、標準メッセージのバージョンや接続形態(自社直接・ASP 経由等)は問わない。

※2 「サプライヤー(メーカー・卸)と小売間の取引」について

流通BMSは製(メーカー)・配(卸売業)・販(小売業)の流通三層間のビジネスプロセスをシームレスに接続することによる業務の効率化と高度化を目標としているが、現在はその第一ステップとして、サプライヤー(メーカー・卸)と小売間の取引業務を対象に作成されている。

本宣言書においても、同様に、現在の流通BMSを早期に普及させるという観点から、サプライヤー(メーカー・卸)と小売間(メーカーと小売の直接取引を含む)の取引業務を対象とする。

※3 「流通 BMS 導入・拡大計画」の公表について

流通 BMS をまだ導入していない企業(未導入企業)は、今後の導入計画、もしくは導入に向けた検討状況を公表する。

既に流通BMSを導入している企業(導入済み企業)については、今後の拡大計画(拡大計画が立てにくい企業は導入実績)を公表する。

尚、導入・拡大計画は平成23年9月末を目途に製・配・販連携協議会を通じて公表するものとする。

ビジョン

我々、消費財流通事業者は、製配販の協働により、サプライチェーン全体の無駄を無くすとともに、新たな価値を創造する仕組みを構築することで、自らの競争力を高め、豊かな国民生活に貢献する。

- ① 情報連携強化によるサプライチェーン全体の最適化を実現する。
 - 店頭の販売情報等の共有による在庫水準・配送条件の最適化に取り組む。
 - コスト削減による利益はそれぞれの貢献度に応じて公平に分配する。
 - 効率的な情報連携をするための流通システムの標準化を推進する。

- ② 透明で合理的な取引を推進する。
 - コストオンの考え方による機能競争を推進する。
 - リベートや手数料は明確化し、透明化する。

- ③ 環境対応を推進する。
 - 返品による廃棄を削減する。
 - 物流最適化によるCO₂排出量を削減する。
 - 環境に配慮した物流資材の共通化・標準化を推進する。

- ④ 新しい消費者ニーズに応える。
 - 消費者の声を聞き、製配販連携を通じて製品・サービスの価値を高めていく。
 - 消費者の安全安心のニーズ対応した表示や情報伝達を行う。

流通 BMS 導入宣言書に賛同した企業の個社別の導入・拡大計画

(注1) フェーズは、①流通 BMS の導入未検討、②導入検討中、③導入開始済、④導入拡大中、⑤導入完了済

(注2) 各社の導入・拡大計画は、2011 年 12 月現在のものであり、今後、更新されることもある。

(注3) 具体的内容の取引数に関しては、取引をしている企業数によって最大値が異なる。

(注4) 小売業との直接取引が無いなどの理由で流通 BMS の導入未検討の製造業については、掲載を省略した。
ただし、各企業においては流通BMSの拡大により流通業全体の効率化が図られるという主旨には賛同をしている。

<小売業>

企業名	株式会社アークス		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	②	主要取引先への説明会を行う		2011 年 12 月
目標(1)	③	意欲的な取引先中心に約 30 社目安に計画 (取引先状況による)		2012 年 3 月
目標(2)	④	200 社目標(取引先状況による)		2012 年 9 月

代表者名 : 代表取締役社長 横山 清

企業名	イオン九州株式会社		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	62 社(生鮮以外の流通 BMS 稼働数)		2011 年 8 月末
目 標	⑤	1000 社(全カテゴリを JCA 等から流通 BMS へ切替え完了)		2012 年 12 月末を目途

代表者名 : 代表取締役社長 岡澤 正章

企業名	イオン北海道株式会社		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	89 社(生鮮以外の流通 BMS 稼働数)		2011 年 8 月末
目 標	⑤	694 社(全カテゴリを JCA 等から流通 BMS へ切替え完了)		2012 年 12 月末を目途

代表者名 : 代表取締役社長 柴田 祐司

企業名	イオンリテール株式会社		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	291 社(生鮮以外の流通 BMS 稼働数)		2011 年 8 月末
目 標	⑤	2200 社(全カテゴリを JCA 等から流通 BMS へ切替え完了)		2012 年 12 月末を目途

代表者名 : 代表取締役社長 村井 正平

企業名	イオン琉球株式会社		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	0 社(生鮮以外の流通 BMS 稼働数)		2011 年 8 月末
目 標	⑤	120 社(全カテゴリを JCA 等から流通 BMS へ切替え完了)		2012 年 12 月末を目途

代表者名 : 代表取締役社長 栗本 建三

企業名	株式会社イズミ		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	③	8社(随時準備が出来た企業からテストを実施し導入)		2011年11月
目標(1)	④	155社(取引先の対応状況による)		2012年11月を目途
目標(2)	④	400社(取引先の対応状況による)		2013年11月を目途

代表者名 : 代表取締役社長 山西 泰明

企業名	イズミヤ株式会社		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	③	2社(2008年より導入開始)		2011年9月
目標(1)	④	50社(取引先の対応状況による)		2012年9月を目途
目標(2)	④	500社(取引先の対応状況による)		2014年9月を目途

代表者名 : 代表取締役社長 坂田 俊博

企業名	株式会社イトーヨーカ堂		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	③	71社(衣料・住居・加工食品から順次拡大中)		2011年9月
目標(1)	④	400社(取引先対応状況にて順次)		2013年6月を目途
目標(2)	④	700社(生鮮取引先対応状況にて順次)		2014年8月を目途

代表者名 : 代表取締役社長 兼 COO 亀井 淳

企業名	株式会社光洋		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	18社(生鮮以外の流通 BMS 稼働数)		2011年8月末
目 標	⑤	320社(全カテゴリを JCA 等から流通 BMS へ切替え完了)		2012年12月末を目途

代表者名 : 代表取締役社長 豊田 靖彦

企業名	株式会社 コメリ		業種	ホームセンター
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	③	5社		2011年8月現在
目標(1)	④	200社(取引先卸業の状況による)		2011年12月を目途
目標(2)	④	400社(同上:以降も順次継続的に拡大)		2012年12月を目途

代表者名 : 代表取締役社長 捧 雄一郎

企業名	株式会社サークルKサンクス		業種	コンビニエンスストア
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	②	導入に向けシステム要件の精査中		
目 標	③	1社		2013年9月を目途

代表者名 : 代表取締役社長 中村 元彦

企業名	株式会社セブン-イレブン・ジャパン		業種	コンビニエンスストア
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	②	導入に向けて課題を整理し対応を検討		2011年10月
目 標	③	一部のお取引先様と協議が整い次第、請求/支払から導入し拡大を検討する。		2014年8月を目途

代表者名：代表取締役社長 井阪 隆一

企業名	株式会社ダイエー		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	17社導入実施済み * 加工食品、日雑から順次導入・拡大中 * 非冷カテゴリ仕入の約30%を流通BMS化		2011年8月
目 標	④	非冷カテゴリについて 流通BMSによる仕入比率を50%とする * お取引様等の物流協業、共同倉庫型流通BMS化を推進していく		2012年12月を目途

代表者名：代表取締役社長 桑原 道夫

企業名	株式会社ファミリーマート		業種	コンビニエンスストア
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	②	導入検討中		2011年12月
目 標	③	準備の整ったお取引先より、発注データ送信について実験運用開始		2014年9月を目途

代表者名：代表取締役社長 上田 準二

企業名	株式会社 フジ		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	②			
目標(1)	③	パン業者(取引先の対応状況による)		2012年2月を目途
目標(2)	④	55社(取引先の対応状況による)		2013年2月を目途

代表者名：代表取締役社長 尾崎 英雄

企業名	株式会社平和堂		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	③	8社		2011年8月
目標(1)	④	20社(食品を中心に順次拡大)		2012年7月を目途
目標(2)	④	200社(日雑、衣料品まで拡大)		2013年7月を目途

代表者名：代表取締役社長 夏原 平和

企業名	マックスバリュ九州株式会社		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	2社(生鮮以外の流通 BMS 稼働数)		2011年8月末
目 標	⑤	200社(全カテゴリを JCA 等から流通 BMS へ切替え完了)		2012年12月末を目途

代表者名 : 代表取締役社長 柴田 英二

企業名	マックスバリュ東北株式会社		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	3社(生鮮以外の流通 BMS 稼働数)		2011年8月末
目 標	⑤	300社(全カテゴリを JCA 等から流通 BMS へ切替え完了)		2012年12月末を目途

代表者名 : 代表取締役社長 宮地 邦明

企業名	マックスバリュ西日本株式会社		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	13社(生鮮以外の流通 BMS 稼働数)		2011年8月末
目 標	⑤	350社(全カテゴリを JCA 等から流通 BMS へ切替え完了)		2012年12月末を目途

代表者名 : 代表取締役社長 岩本 隆雄

企業名	マックスバリュ北海道株式会社		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	1社(生鮮以外の流通 BMS 稼働数)		2011年8月末
目 標	⑤	220社(全カテゴリを JCA 等から流通 BMS へ切替え完了)		2012年12月末を目途

代表者名 : 代表取締役社長 山尾 啓一

企業名	株式会社マツモトキヨシホールディングス		業種	ドラッグストア
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	②	導入に向け要件定義終了		2011年4月終了
目 標	③	新基幹システム導入時に対応		2012年7月を目途

代表者名 : 代表取締役会長 兼 社長 兼 CEO 松本 南海雄

企業名	株式会社マルエツ		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	③	16社(加工食品、日雑、日配)		2011年8月末
目 標	④	センター利用お取引先様への拡大 (お取引様状況による)		2012年12月末

代表者名 : 代表取締役社長 高橋 恵三

企業名	ミニストップ株式会社		業種	コンビニエンスストア
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	②	2012 年に導入で検討中		2011 年 8 月末
目標(1)	③	導入開始済(1社)		2012 年 12 月末を目途
目標(2)	④	導入拡大中		2013 年 8 月末

代表者名 : 代表取締役社長 阿部 信行

企業名	株式会社ヤオコー		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	②	導入のための準備		2011 年 9 月
目標(1)	③	<ul style="list-style-type: none"> ・加工食品、日雑の取引先を対象に導入依頼を行い、導入を開始する。 ・移行の第一段階として、既に流通BMSを実施済みの取引先を中心に、目標約 10 社とする。(取引先の対応状況による) 		2012 年 3 月末を目途
目標(2)	④	<ul style="list-style-type: none"> ・加工食品・日雑の対象全取引先、約 70 社へ導入を拡大する予定。 		2012 年 9 月末を目途

代表者名 : 代表取締役会長 川野 幸夫

企業名	ユニー株式会社		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	80 社(衣・住・食で拡大中)		2011 年 8 月
目標(1)	④	150 社		2012 年 2 月を目途
目標(2)	⑤	800 社		2014 年 2 月を目途

代表者名 : 代表取締役社長 前村 哲路

企業名	株式会社ヨークマート		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	②	衣料・住居・加工食品・生鮮商品導入検討中		
目 標	③	衣料・住居・加工食品・生鮮商品導入		2013 年度目標

代表者名 : 代表取締役社長 川上 達郎

企業名	株式会社ライフコーポレーション		業種	GMS/SM
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	②	導入形態・適用範囲の検討中		
目 標	③	1 社～数社		2012 年 7 月を目途

代表者名 : 代表取締役社長 岩崎 高治

企業名	株式会社ローソン		業種	コンビニエンスストア
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	②	導入検討中。		2011年9月
目標(1)	③	お取引先様向け発注データ送信について、実験運用開始。		2014年2月を目途
目標(2)	④	全お取引先様向け発注データ送信について、本番運用へ順次切り替えを開始。		2014年8月を目途

代表者名：代表取締役社長 CEO 新浪 剛史

<卸売業>

企業名	株式会社あらた		業種	日用雑貨卸
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	23社		2011年8月
目 標	④	お取引先様の要望に対し積極的に対応していく。		

代表者名：代表取締役 社長執行役員 畑中 伸介

企業名	伊藤忠食品株式会社		業種	加工食品卸
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	21社		2011年8月現在
目標(1)	④	年内にあと数社の予定		2011年12月
目標(2)	④	以降は小売業よりの要望により積極的に導入		卸主導でないため

代表者名：代表取締役 社長執行役員 濱口 泰三

企業名	加藤産業株式会社		業種	加工食品卸
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	25社		2011年9月
目標(1)	④	50社		2012年9月を目途
目標(2)	④	100社(取引先小売業様の対応状況による)		2014年9月を目途

代表者名：代表取締役社長 加藤 和弥

企業名	国分株式会社		業種	加工食品卸
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	29社実施中。年内さらに8社増の見込み。		2011年8月
目 標	④	以降は小売業よりの要望により導入していく		随時

代表者名：代表取締役会長兼社長 國分 勸兵衛

企業名	資生堂販売株式会社		業種	日用雑貨卸
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	15社(順次拡大中)		2011年9月
目 標	④	100社(取引先小売業の対応状況による)		2015年4月を目途

代表者名：代表取締役社長 矢吹 隆一

企業名	ジャペル株式会社		業種	日用雑貨卸
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	16 社		2011 年 9 月
目 標	④	お取引先様の要望に対し積極的に対応していく。		

代表者名 : 代表取締役社長 片岡 春樹

企業名	株式会社日本アクセス		業種	加工食品卸
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	③	38 社(取引先小売業からの依頼に基づき)		2011 年 10 月
目標(1)	④	41 社(取引先小売業からの依頼に基づき)		2011 年 11 月を目途
目標(2)	④	小売業よりの要望により積極的に導入		随時

代表者名 : 代表取締役社長 田中 茂治

企業名	株式会社 Paltac		業種	日用雑貨卸
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	23 社		2011 年 9 月
目 標	④	お取引先様の要望に対し積極的に対応		

代表者名 : 代表取締役社長 折目 光司

企業名	三井食品株式会社		業種	加工食品卸
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	14 社		2011 年 9 月
目標(1)	④	30 社(取引先小売業の対応状況による)		2012 年 3 月を目途
目標(2)	④	60 社(取引先小売業の対応状況による)		2013 年 3 月を目途

代表者名 : 代表取締役社長 長原 光男

企業名	三菱食品株式会社		業種	加工食品卸
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	④	41 社		2011 年 8 月
目標(1)	④	70 社 (取引先小売業の対応状況による)		2013 年 4 月を目途
目標(2)	④	150 社 (取引先小売業の対応状況による)		2015 年 4 月を目途

代表者名 : 代表取締役会長 中野 勤治

<製造業>

企業名	花王株式会社		業種	日用雑貨メーカー・卸売業
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	③	41 社		2011 年 8 月
目 標	④	200 社(取引先小売業の対応状況による)		2013 年 4 月を目途

代表者名 : 代表取締役 社長執行役員 尾崎 元規

企業名	株式会社カネボウ化粧品		業種	日用雑貨メーカー・卸売業
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	③	1 社		2011 年 8 月
目 標	④	100 社(取引先小売業の対応状況による)		2013 年 4 月を目途

代表者名 : 代表取締役 社長執行役員 植松 正

企業名	キリンビール株式会社		業種	加工食品メーカー
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	①	対象取引業務が無い		2011 年 9 月
目 標	②	今後必要性に応じて導入の検討を行う		

代表者名 : 代表取締役社長 松沢 幸一

企業名	サントリー食品インターナショナル株式会社		業種	加工食品メーカー
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	②	小売業との取引において検討		2011 年 8 月
目標(1)	③	1 社		2012 年 12 月を目途
目標(2)	④	取引先小売業の対応状況による		2013 年 12 月を目途

代表者名 : 代表取締役社長 鳥井 信宏

企業名	プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社 P&G マックス ファクター合同会社		業種	日用雑貨メーカー
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	③	小売業(GMS)との化粧品取引において導入開始済み、段階的に拡大(取引先小売業との対応状況による)		2011 年 5 月
目標(1)	④	小売業(他業態)との化粧品取引において段階的に導入拡大(取引先小売業との対応状況による)		2012 年 7 月より
目標(2)	④	小売業との日用品取引において導入計画作成(取引先小売業との対応状況も考慮する)		2012 年 7 月を目途

代表者名 : 代表取締役社長 桐山 一憲

企業名	ユニリーバ・ジャパン・ホールディングス株式会社		業種	日用雑貨メーカー
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	②	VAN 経由で行われており(小売業とは 100%)要望があれば導入を検討いたします。		2011 年 10 月
目標(1)	②	要望のある小売業と具体的な導入計画の策定		2012 年 12 月を目途
目標(2)	③	要望のある小売業と導入		2014 年以降

代表者名 : 代表取締役社長 上垣内 猛

企業名	ライオン株式会社		業種	日用雑貨メーカー
	フェーズ	具体的内容		時 期
現 状	①	小売業との取引が無い		
目標(1)	②	導入実施に向けたシステム、業務整備		2012年12月を目途
目標(2)	③	小売店の対応状況による		2013年1月を目途

代表者名 : 代表取締役社長 藤重 貞慶