

普及する流通BMS、 メリットと課題を語る！

流通小売業のリーダー企業が積極的に導入

坂本 流通BMS協議会が発足してから5年目になりました。流通BMSが当初の予想通り普及しているのか、流通BMS普及が進んでいる各業界の方にお話したいと思っています。

角田 ユニーは東海地方を中心に230店ほどの総合スーパー（GMS）とスーパーマーケット（SM）を展開しています。4年前には、社内における店舗、物流センター、EDIセンターを流通BMSで統一しました。EDIセンターと150社ほどの卸様との間も現在、流通BMSの導入が済み、来年2月には生鮮を除いて全社に導入、2015年2月までにすべてを導入する目標です。

日本チェーンストア協会（JCA）内の業界リーダー企業では、流通BMS化がすべて完了したところもあります。今年や来年に切り替えをすると表明されているところも多く、流通BMS推進にとって大きなポイントとなるでしょう。JCAでは、ネットスーパービジネスに参入している加盟企業が利用できるよう、ネットでお客様が直接ご覧いただく商品の画像の標準化をしました。精度の高い画像を提供するとともに、画像提供に関わる、小売業と、卸・メーカー様作業の軽減に



角田吉隆氏

日本チェーンストア協会 ICT委員会・流通BMSプロジェクト座長
ユニー(株)執行役員IT物流本部本部長兼情報システム部長

つなげます。

坂本 生鮮を遅らせる理由は为什么呢。

角田 生鮮に関わる業務プロセスの見直しを踏まえ、流通BMSの導入に取り組むたいと思っているからです。単なるEDIの置き換えだけでなく、業務モデルの見直しを一緒にすることで、サプライチェーンの中でしっかりと導入効果を出すためです。

神藤 ヤオコーは埼玉県を中心に123店舗の食品SMを営業しております。昨年から流通BMSの本格導入を始めました。まずグロスラリーは合計60数社の対象のうち50社ほど、9割くらいで約1年間で導入しました。あと1割、十数社を残し少しの間で切り替えていただければ100%導入されたことになります。残りの生鮮、チルド系の商品、日配、惣菜などを扱う約160社については来月から切り替えの準備に入ります。今年の11月までに切り替えを終了することを目標にしています。

約103社が加盟している日本スーパーマーケット協会（JSA）でも積極的に導入を推進しています。JSA内の流通BMSの導入企業は34社で、全体の30%強にあたります。1000億円以上の大手企業は9割方が導入しまし

た。今後は、規模の小さい会社へ流通BMSを導入の後押しする活動をしていきます。その一環として、業界4大団体で小さい会社でも容易に導入できる共同利用型サービスの「スマクラ」を推奨し、約1年をかけて推奨活動をしてきました。全体で18社、日本スーパーマーケット協会からは8社がスマクラを利用しています。

津田 高島屋は09年に流通BMSの導入を開始し、現在は300社を超える取引先様と流通BMSでつながっております。

経済産業省の流通システム標準化事業に日本百貨店協会が中心となって、参加したのは06年です。09年に、流通BMSの百貨店版バージョン1.0を策定しました。経済産業省の事業終了後も09年に日本百貨店協会のシステム化推進委員会の下部組織として、百貨店協会の流通BMS検討分科会を立ち上げ、流通BMSの普及拡大に向けた活動をしています。この分科会には、百貨店業界だけでなく、流通システム開発センター、繊維産業構造改流通革推進協議会、日本アパレルファッション産業協会、システムベンダー各社などが参加しております。

分科会では丸井さんや小田急百貨店さんと当社がフロントランナーとして、流通BMSの共同実証をしながら、標準メッセージのバージョンをアップしてまいりました。10年には、流通BMSの百貨店版バージョン2.1をリリースし、現在に至ります。現在は標準化作業がひととおり終了し、各社の情報教育と標準仕様の維持管理を中心に活動を行っています。

染谷 ニュードラッグは、都内でドラッグストアを展開している企業です。流通BMSもまだ導入しておらず、古

いJCA手順のEOSによる受発注をしています。ただし、次回システムを変更する際には、流通BMS導入に積極的に取り組みたいと考えています。

日本チェーンドラッグストア協会（JACDS）の中に、業界標準化推進委員会があります。会員に対する流通BMS導入の事例の紹介や導入アンケートを実施し、標準化の推進に努めている最中です。

今年は、啓蒙から普及の段階に入るために、小さい企業から業界を代表する大手まで、具体的な事例紹介をしています。また、流通BMSの導入費用についてのセミナーも実施しました。高波 国分は流通BMSのEDI標準策定にオブザーバーとして参加、共同実証の取り組みにも参加しています。08年から流通BMSのデータ交換を始め、昨年11月で導入企業は43社、今年中に60社、来年には80社という計画を立てました。今年4月末で導入企業は52社、6月末で約60社と、計画よりも速いスピードで今年の目標をすでに達成しています。当社の流通BMS分のデータ量は先月、920万データになりました。月間EDIデータ全体が1億強ですから、1割近くが流通BMSに移行したことになります。

情報志向型卸売業研究会（卸研）には、食品、酒類、日用雑貨、菓子など多岐に渡る卸売業21社が参加しています。流通BMS標準運用への提案と啓蒙というテーマを設定して1年間研究してきました。

そのなかで、納品明細書やオンライン受注に対する出荷時の項目など標準ルールでまだ決められていないものを、どういう形で標準化ができるかという観点で検討しています。ぜひ、卸売業からの流通BMSの普及推進につなげ

ていきたいと考えています。

サプライチェーン全体で業務構造を見直すことで十分なメリットを実感

坂本 導入効果についてお話をお聞きしたいと思います。

角田 ユニーの場合、流通BMSを最初に検討する段階で、展開するGMSとSM両方の業態を1つの物流センターで運用するよう見直す時期がちょうどきていました。流通BMSを基軸にすえ、物流センター運営のあり方と業務プロセスを抜本的に見直したのです。商品を持つ単位がまったく異なるSMとGMSに対し、物流センターが流通BMSのデータに基づいて作業をすべて行えるという特徴を生かして、業務プロセスを変更しました。

結果、GMSもSMも同様の運営ができ、物流効率が上がりました。流通BMSを導入し、発注から、受注のデータが返ってくるまで約3～4時間弱の時間のショートカットもできています。専用の物流センターで運用していた菓子の汎用センターによる運用も進みました。物流費も相当削減ができています。流通BMSを導入する際にサ

神藤信弘氏

日本スーパーマーケット協会 情報システム委員会委員長
(株)ヤオコー営業企画部システム管理担当部長



2013年5月9日、東京都港区において流通システム標準普及推進協議会の13年度通常総会が開かれた。その中で「流通BMSをさらに普及させるためには何が必要か」をテーマとする座談会が行われた。

日本チェーンストア協会（JCA）からユニーの角田吉隆氏、日本スーパーマーケット協会（JSA）からヤオコーの神藤信弘氏、日本百貨店協会から高島屋の津田芳雄氏、日本チェーンドラッグストア協会からニュードラッグの染谷信雄氏、情報志向型卸売業研究会研究委員会から国分の高波圭介氏の5名が座談会のメンバーとして、自社と各協会と流通BMSの導入の現状を踏まえ、各協会の流通BMSの普及を担う立場から、流通BMS普及のための施策について語った。司会役は流通BMS協議会事務局長の坂本尚登氏である。



染谷信雄氏

日本チェーンドラッグストア協会 業界標準化推進委員会副委員長
(株)ニユードラッグ 代表取締役社長

プライチェーン全体で業務構造を見直すことで十分な効果が上がると認識しています。

今期中には、流通BMS導入の取り組み目標のひとつとして約7割の衣料品を伝票レスにする予定です。住居関連は9割が伝票レス化ができますし、食品も9割まで高めます。生鮮を除くほとんどを伝票レス化ができ、小売業と卸ともにメリットがでています。

神藤 流通BMS導入のメリットとしては、通信時間が短くなり、通信費用を含めた卸負担の部分がかなり圧縮されたことがあります。発注から納入の3～5時間というタイトな運用のうち1時間を短縮できました。それにより、センターや店舗への納品時間が早くなったり作業猶予ができたりしています。

営業が店頭で熾烈な戦いをやっても、バックは協同利用し全体コストを下げるという考え方で、JSAを通じ業界全体に向けても、積極的に標準化をすすめていきたいです。小売業だけでなく、卸業、メーカーも含めて標準化が進むことでトータルのコスト削減につながるでしょう。ITベンダーには協同利用型の安く利用できるサービスをどんどんつくっていただき、選択肢を増やしていただきたいです。

津田 高島屋では一昨年の9月、お取引様との受発注作業は、従来の納品伝票から電子データに全面的に変更し、270万枚ほどあった納品伝票を全廃しました。流通BMSをすぐに導入できないお取引先様には、FAXの文字をOCRで読み取りデータを把握する方式をいれています。

流通BMSの推進はEDI化の大きな推進にもなります。電子化に伴い、誤記入などのミスがなくなり、伝票の郵送やFAX送付の時間が不要になるなど、事務作業の正確化、効率化につながりました。また、データ把握が正確になり、作業スピードもアップしました。

従来は紙の伝票をパンチ業者を通してシステムにいれていたため、仕入のデータ取り込みに2日間かかっていたのです。これがほぼリアルタイムにでき、同時に在庫をリアルで把握し、粗利益も正確な値を日次で把握できるようになりました。取引先様も売上げや出庫の状況が正確にほぼリアルタイムに把握できるようになり、双方によってデータ化のメリットは大きいと考えています。消化仕入と買取仕入のうち、買取仕入分については、金額ベースで従来の20%から現在は80%がEDIになっています。

高波 国分において、導入のメリットは3点ありました。まず、流通BMSによるメッセージフォーマットの統一によって、システム開発工数が圧倒的に削減されたことが挙げられます。従来のEDIは内製ですが、流通BMSのシステムはアウトソーシングで開発できます。

2つ目のメリットはペーパーレス化です。特に納品伝票がなくなったことはコストにすぐはねかえってきました。

従来型の伝票の紙代、印刷プリントコスト、維持管理コストがなくなるのは大きなメリットです。

3つ目は、小売業の発注から納品の時間軸が流通BMS導入によって変わってきたことです。卸業の物流、加工作業が非常にタイトな中で新しい時間軸で無理のない方法を模索できたことは大きかったと思います。

このように3つのメリットがありますが、卸業から見れば、現在は過渡期です。9割は従来のEDIで1割が流通BMSという状況ですから、旧来型の維持コストと、BMSへの移行コストが両方が卸にかかっています。卸業が流通BMSの導入メリットを享受するにも、もっと流通BMSを早く普及させていかなければならないと思います。

坂本 商品マスタ情報や商品画像など、商品情報のデータ交換についてはどのような状況でしょうか。

角田 まずはEDIの範疇で商品マスタの情報の標準化を進めています。商品マスタの整備が進むことで、商品コードを基にしたメーカーの分析の精度が上がるのではないかと思います。

神藤 標準化の前からWEBサイトを

津田芳雄氏

日本百貨店協会 流通BMS検討分科会 座長
(株)高島屋IT推進室室長



利用して商品マスタの情報を頂戴しており、継続しています。今後は標準フォーマットにしていきながら、小売業側の商品マスタをメーカーに利用してもらうことも積極的に進めていきたいと思っています。

坂本 卸業・メーカー間のEDI、BMS化の状況や可能性についてはいかがでしょうか。

国分 卸業とメーカーの間の流通BMS化はまだ検討は始まっていません。旧来型手順で標準フォーマットを何十年も卸業・メーカーで利用してきたという経緯があります。まずは小売業との流通BMSでのやりとりの普及を先に優先し、それが多数を占めるようになることで、メーカーと卸の流通BMS化は自然と普及していくと思います。

流通BMSは、単なるEDIの置き換えでなく業務プロセスの変革に繋がる

坂本 JCAとJSAの合同ワーキングで、08年に作成した普及のためのロードマップでは12年度でJCA手順から流通BMSへ切り替えることを目標としています。現状、目標に対して少し遅れており、JCA手順が残ったり、WEB-EDIがまだ多く採用されています。これに対する理由と、普及状況の見通しと普及のための対策をまとめとしてお願いします。

角田 11年には（東日本大震災という）不幸な災害もあり、実質1年は活動が止まっていたことも目標からの遅れの原因の一つにあります。また、システム部門で、すでに動いているシステムがあれば、新たな投資について議論が必要ですし、小売業の中では、効果が見えないという企業もあります。しかし、現在かかっている伝票のコス

トを数値化するとともに、仕入作業時のミスがなくなる効果も念頭においてほしいです。

流通BMSは、単なるEDIの置き換えに留まらない業務プロセスの変革を起こす非常に良い内容を持っています。サプライチェーンの中で流通BMSを利用することによる物流現場への効果を見てほしいと思います。ですから、ITベンダーはシステム部長だけでなく、物流の責任者にも提案をしていただくと思効果があると思います。卸業・メーカーと一緒に、お互いのサプライチェーン全体を変革できると思います。

神藤 JSA内の導入企業は30数社ですが、今年は2倍の60～70社が導入されれば、ほぼ浸透したといえるでしょう。そのため今年からは流通BMSが何かの説明ではなく導入そのもののプロセスについて、具体的な導入事例を説明していく活動をしていきます。例えば与野フードさんの事例を通じ、具体的な説明会の場所や人数など細かな話を含めて、準備から移行までのリアルな内容を伝えるようにしています。

流通BMSを導入し標準化したデータによるやりとりが効率よくまわるようになれば、商談レベルで卸さんが提示される、商品原価そのものに、いずれは跳ね返ると思っています。最終的に将来的な取引条件がプラス側に働くためにも、標準化を進めていきたいと思っています。JSAを通じて、システム担当者へも標準化の啓蒙をしていきます。

高波 2年目を迎えた卸研の今年の活動テーマも「啓蒙」です。卸業の営業マンがお客様の取引の会話の中で利用できるように内容をテーマとして取り上げたいと思います。また、決めてい

きたい標準化の内容のガイドブックをつくり、標準化をどんどん広めていきます。

染谷 JACDSでは21社が導入済みまたは予定です。さらに、今年の1月に業界の代表格であるマツモトキヨシさんが導入したことが、業界全体で導入への弾みがつくと思っています。

津田 百貨店業界における流通BMS導入は、丸井さん、小田急さん、そごう・西武さん、高島屋の4社と思っ



高波圭介氏

情報志向型卸売業研究会 研究委員会座長
国分衛情報システム部長

よりは遅いです。総論については各社賛成をいただいている。しかし、各論ではコストの問題や、各社の固有の事情があります。

そごう・西武さんと高島屋は商品コードを全面的に入れ替えるタイミングで流通BMSに対応しました。このように、いますぐには無理でも次のEDI変更時には、流通BMSを第一に検討いただきたい旨を繰り返し伝えていきたいと思っています。