

# 流通BMSの利用事例および効果

2015年2月27日(金)

株式会社 トモズ  
取締役 総務人事部長  
兼 システム部長  
馬場 正敏

# I. 会社概要

- 社名 株式会社 トモズ
- 本社所在地 東京都文京区西片1-15-15
- 代表者 代表取締役社長 師岡 伸生
- 資本金 11億 6,000万円
- 株主 住友商事株式会社 100%
- 設立 1993年9月
- 業務内容 ドラッグストアの経営
- 業績 2013年度売上高（2014年3月期） 614 億円
- 店舗名 「トモズ」「アメリカンファーマシー」「クスリのカツマタ」  
「インクローバー」
- 従業員数 約2,500名
- 店舗数 145店舗 （2014年3月現在）

## 企業理念

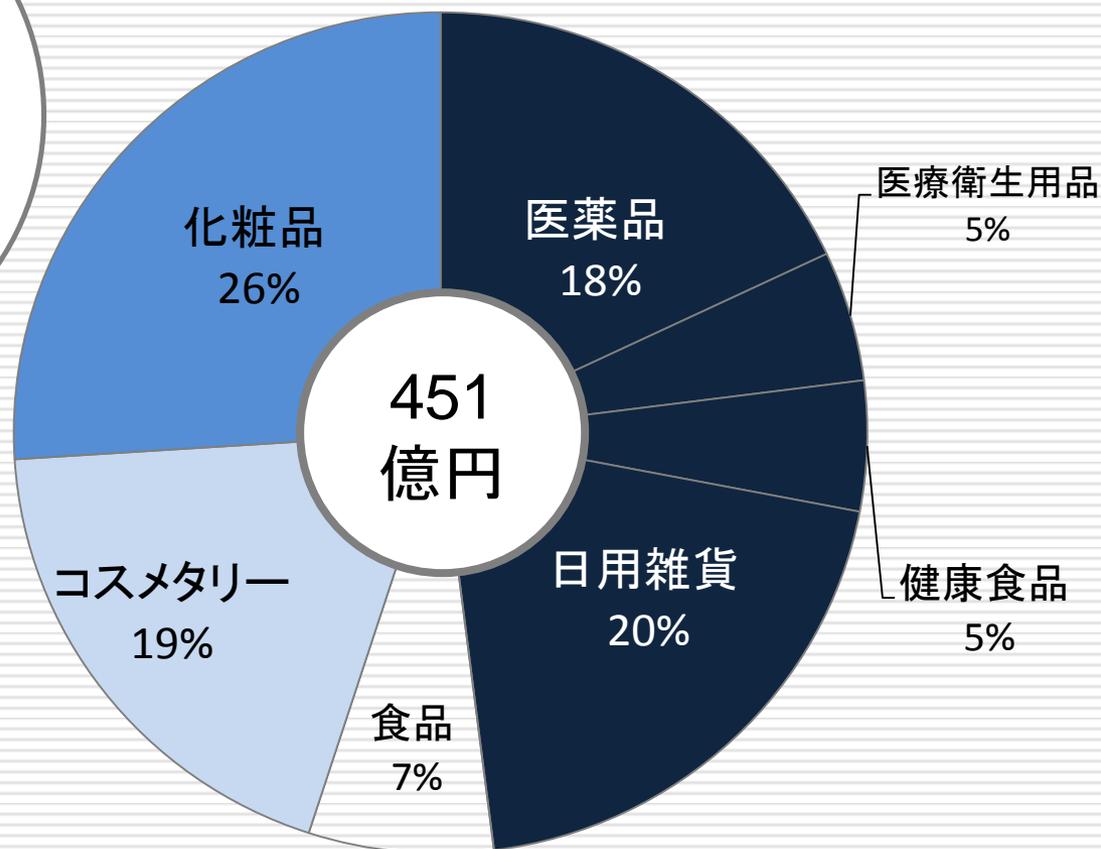
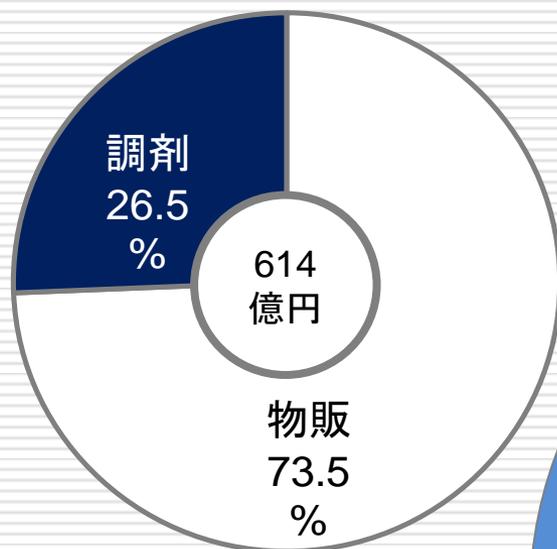
原則として**調剤を行い**、美と健康に関する商品を豊富に品揃えし、  
**「専門性」**(お客様の悩みをお聞きし、その悩みを解決する商品を提供する)と、  
**「便利性」**(家や職場から近い。レジで並ばない。身の回りのものは一通り揃う)  
を併せ持った店舗とする。

## 私たちが目指すドラッグストアとは

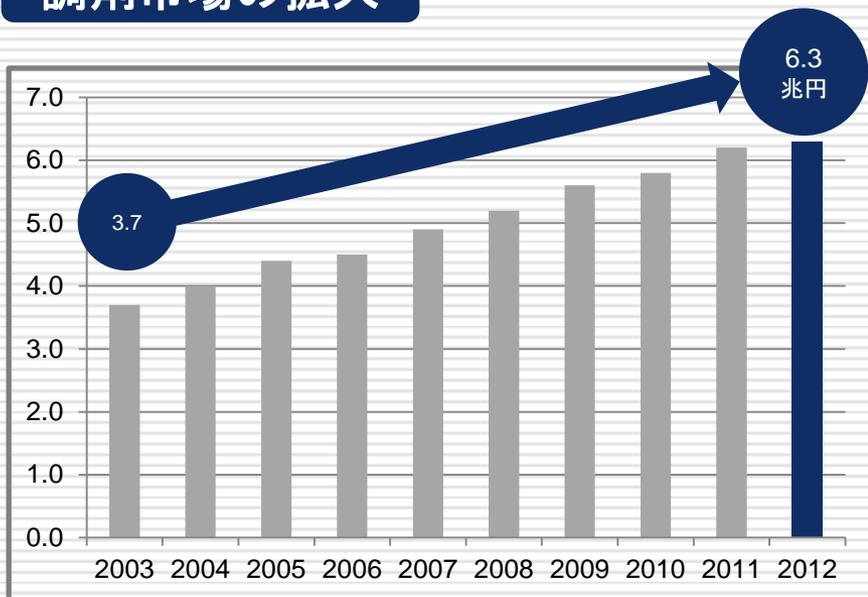
医療の一端を支える小売業として、お客様の健康で豊かな生活に役立つ  
**「かかりつけ薬局」**を目指す。

「調剤を併設し」、「明るく見やすくキレイに整然とした」店づくりは、  
**20年前から取組みを開始し、磨き上げてきました。**

# 2013年度 売上構成



## 調剤市場の拡大



日本薬剤師会「保険調剤の動向/全保険/調剤点数」 調剤点数×10で金額算出

- お客様のご相談に専門知識をもって対応する薬剤師を配置
- 薬の使い方や健康の維持・増進等についてカウンセリングの実施

社会的責任を果たしていきます。



## 機能の拡大

門前



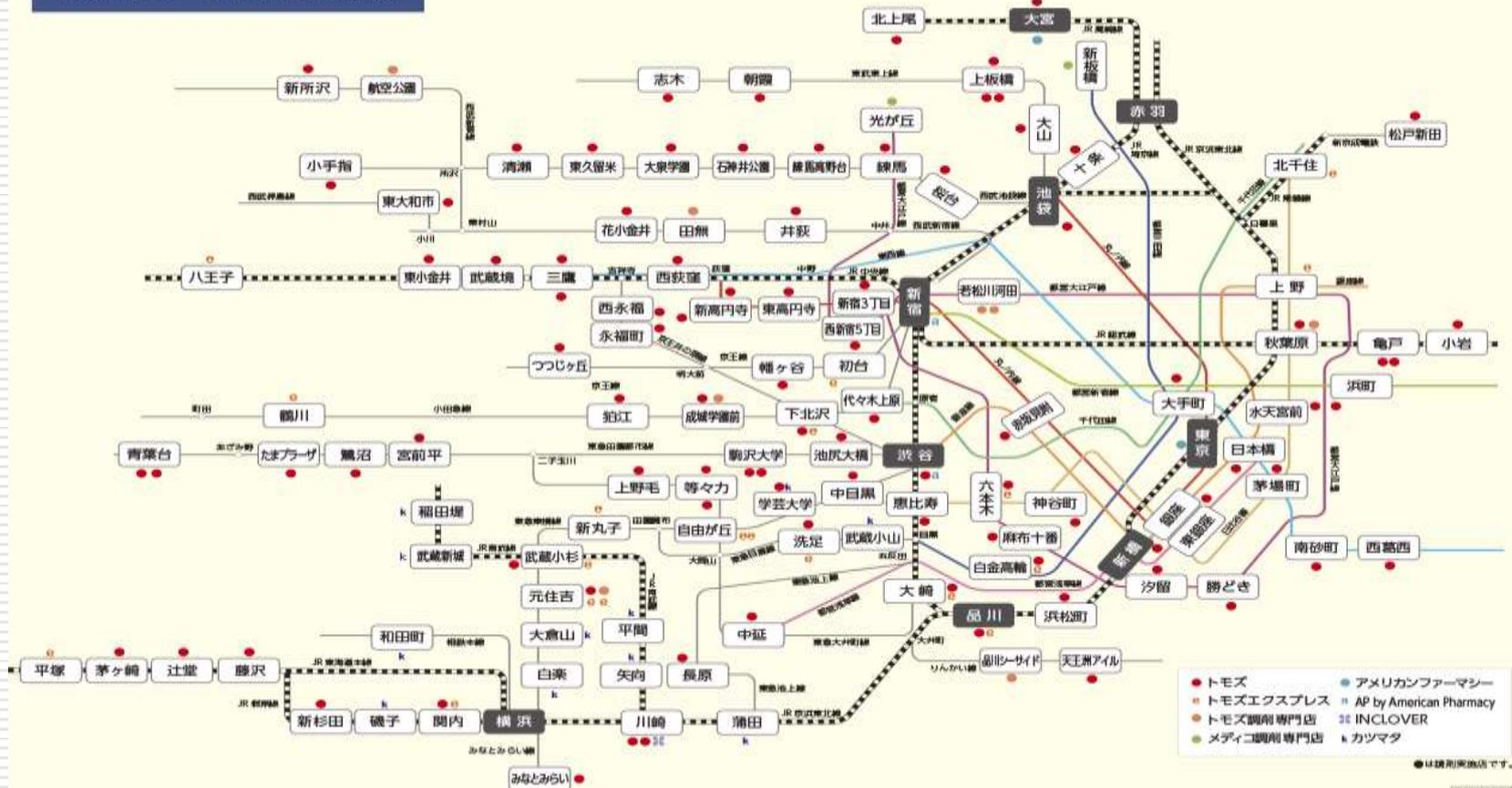
面

「地域」の  
医療提供施設



## 東京23区を中心に、東京・神奈川・埼玉・千葉に出店

(株)トモズ 店舗地図 (関東近郊)



地域のかかりつけ薬局として、通勤通学時に便利なオフィス・駅ビル・駅前住宅エリアに調剤室を持ち出店。





- 中性的な色使い
- 商品区別に色分け
- 調剤室を明確化



老若男女にご来店頂ける店づくり



価格云々よりも品質・商品特性・機能・デザイン等において既存のドラッグストアでは飽き足らず、まさに感性の世界で異なったものをお求めになるお客様に対応したスペシャリティストア。



丸の内店(丸ビル内)



「美と健康に関連する商品を豊富に品揃えする」一環として、化粧品の面でお客様に上質な商品を提供するセミ・セルフスタイルの新店舗。



オリジナルブランドとして「APS」の販売。50年以上にわたり、美と健康にまつわる真に良質な商品をお届けしてきたアメリカンファーマシーの審美眼を活かした独自開発による商品。



## APSフットケアシリーズラインナップ

フットスクラブ(120g)

フットクリーム(120g)

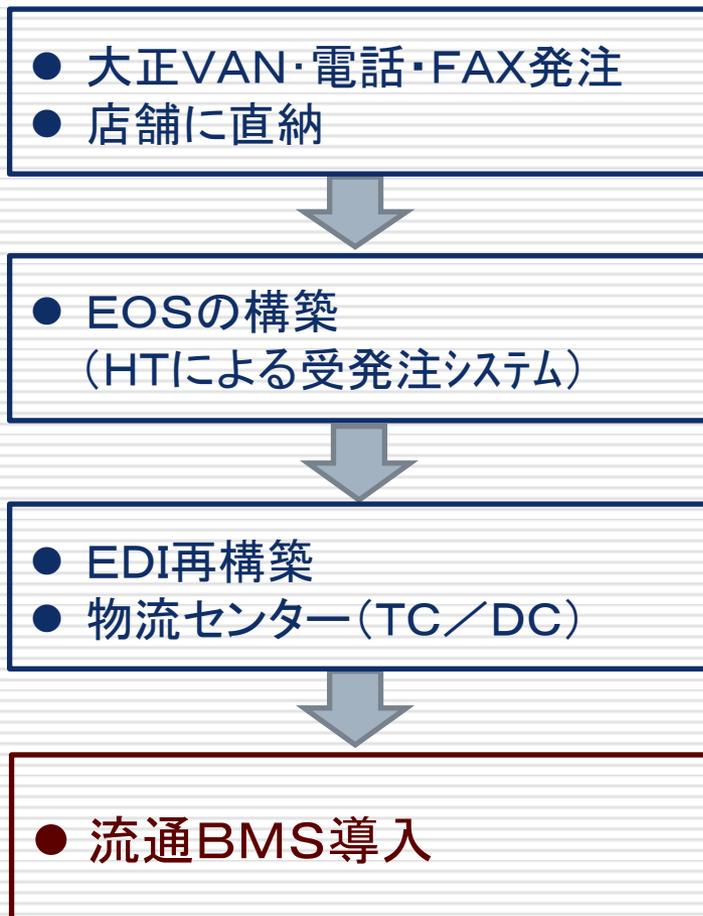


## Ⅱ. 流通BMS導入の取り組み

# 1. 流通BMS導入前

- (1) EDIと物流センター
- (2) 流通BMS導入前のシステム構成
- (3) 流通BMS導入直前の状況

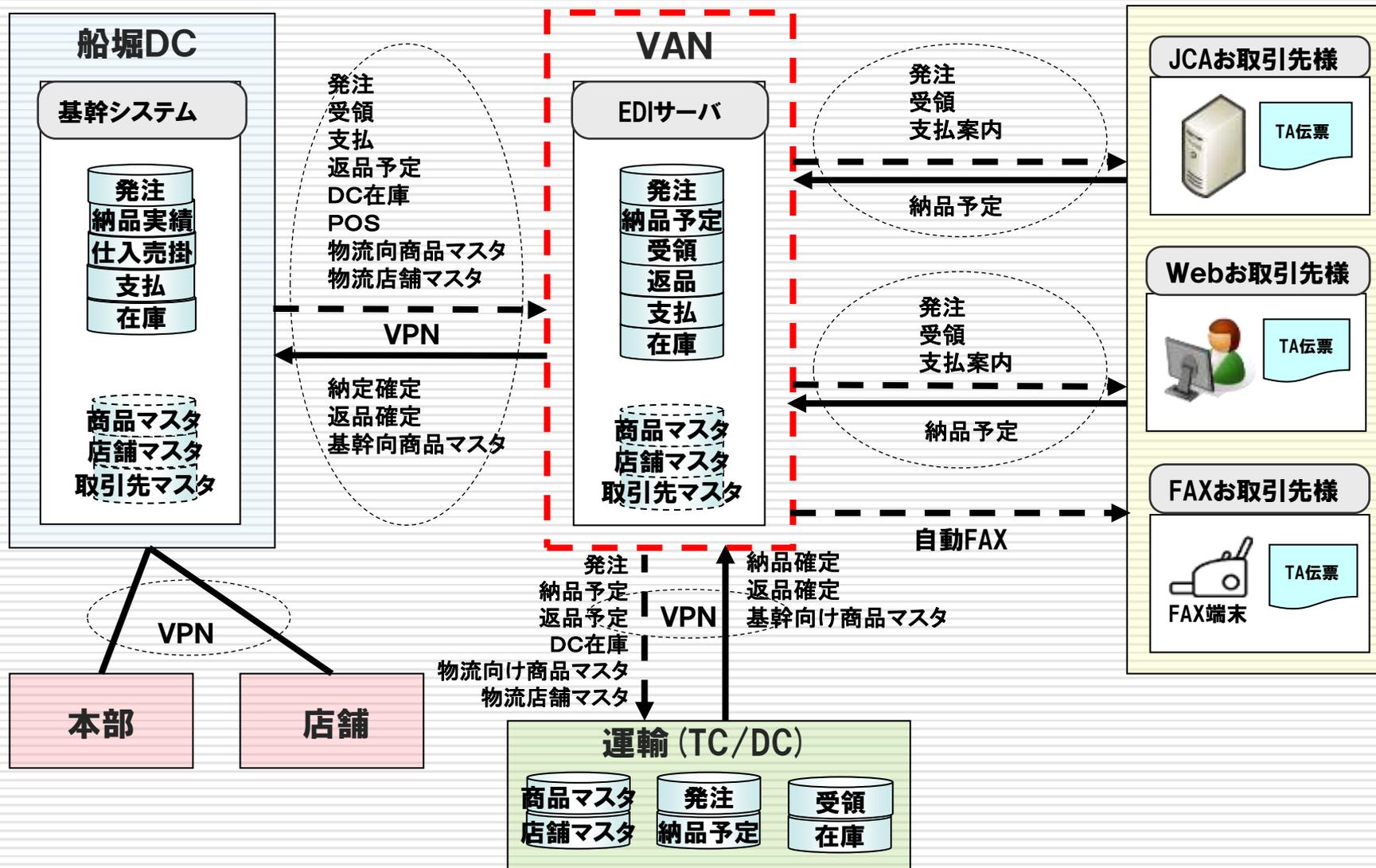
## EDI の導入ステップ



## 発注→納品のタイミング

|     | 1日目 | 2日目    | 3日目  |
|-----|-----|--------|------|
| 6時  |     | 受信     | 店舗納品 |
| 16時 |     | C納品    |      |
| 18時 |     | 出荷準備完了 |      |
| 23時 | 発注締 | 店舗納品   |      |

# 流通BMS導入前のシステム構成



## 発注方式によるお取引先数と構成比

| 方 式            | 社数  | 比率      | 仕入額比率   |
|----------------|-----|---------|---------|
| J C A          | 6 5 | 2 9 . 8 | 8 3 . 7 |
| W e b (ファイル交換) | 1 3 | 6 . 0   | 1 1 . 7 |
| 専用端末           | 4   | 1 . 8   | 1 . 5   |
| W e b (画面)     | 3 1 | 1 4 . 2 | 0 . 7   |
| オートF A X       | 5 0 | 2 2 . 9 | 0 . 4   |
| 手書F A X・電話     | 5 5 | 2 5 . 3 | 2 . 0   |

## 2. 流通BMSに移行する理由

- (1) メタル回線の廃止
- (2) モデムの老朽化  
(入手困難と低速度)

NTT東西地域会社は2010年11月2日、一般加入電話サービスなどを提供するための電話網（PSTN：Public Switched Telephone Network）のIP網へのマイグレーション（移行）について、展望を公表した。

今後、電話網を使って提供している現行サービスの継承計画などの周知や、関係する事業者への説明を開始する。10年後の**2020年頃までにサービスの整理や統廃合を進め、順次、IP網へのサービス移行を開始する。2025年頃までに移行を完了し、交換機で構成するPSTNを廃止する計画だ。**

〔以下省略〕



NTT東西、**2025年メドに固定電話網のIP化完了へ、INSネットは廃止**

2010/11/02 滝沢泰盛 = 日経コミュニケーション

企業間のオンライン受発注を実現するJCA手順は、日本チェーンストア協会によって**1980年に策定**されました。通信手順は統一されましたが、発注や請求データなど、企業間でやり取りするメッセージの内容が小売企業ごとに異なり、卸やメーカーが注文を受けるためには個別のシステム開発が必要です。

また、インフラに電話回線を使っているため、**通信速度は2400bps/9600bps**と、ブロードバンド環境が整備された現在ではあまりにも遅すぎます。小売との間で大量のデータをやり取りする卸・メーカーでは、**発注の受信だけで1時間、2時間**かかることもありました。

インターネットが普及した今、電話回線で利用するための**「モデム」が入手困難**となり、故障した時にモデムが手に入らなければ受発注業務ができなくなってしまいます。

流通BMS.COM 「流通BMSの背景」から



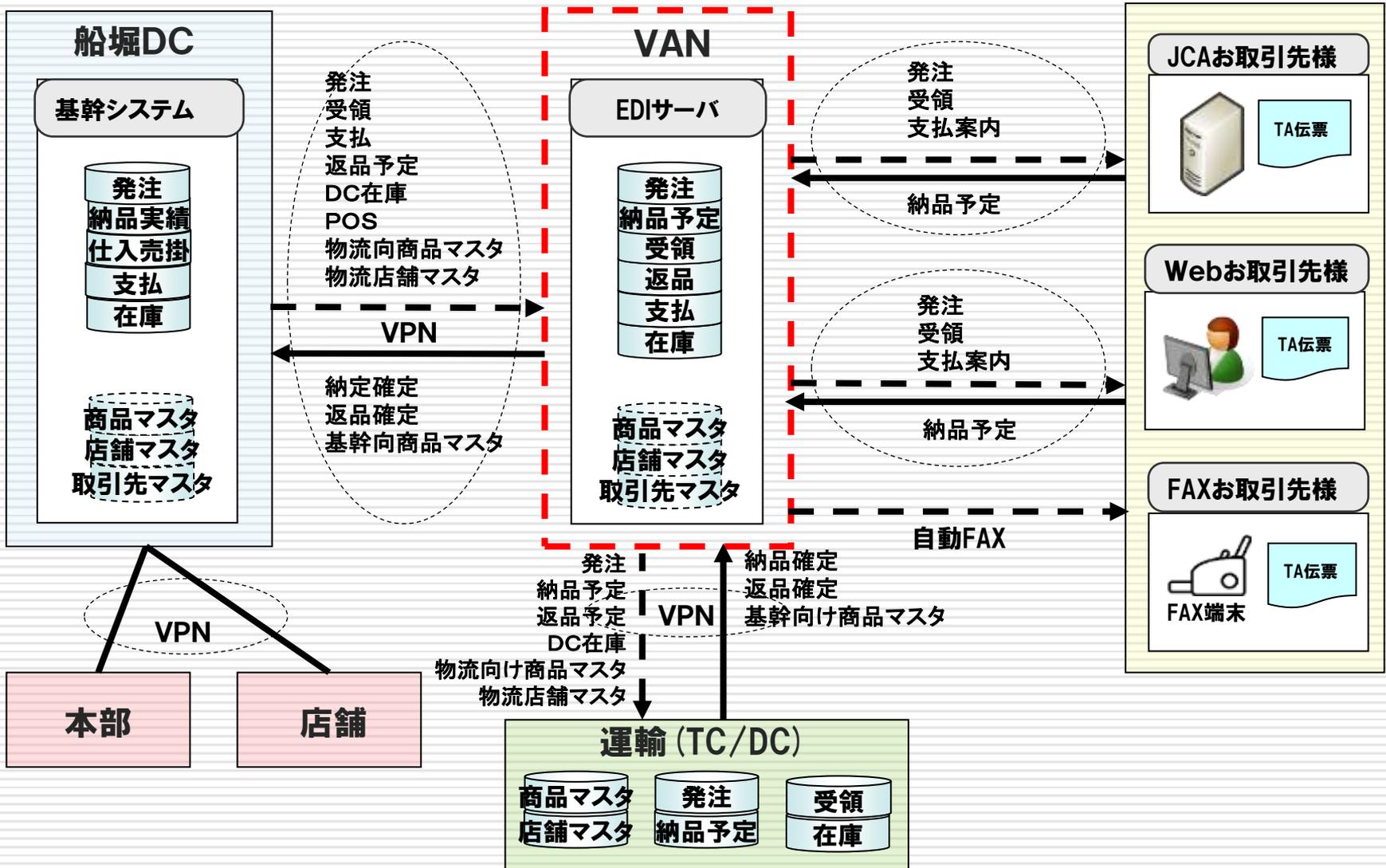
30年以上前に標準化されたJCA手順の課題が浮き彫りに

- ・専用の機器(モデム)が入手困難(入手できても高い)
- ・電話網を使用しており、送受信に時間がかかる
- ・漢字、画像が送れない
- ・データフォーマットが小売個別仕様
- ・新たなデータ項目の追加が困難(固定長のため)など

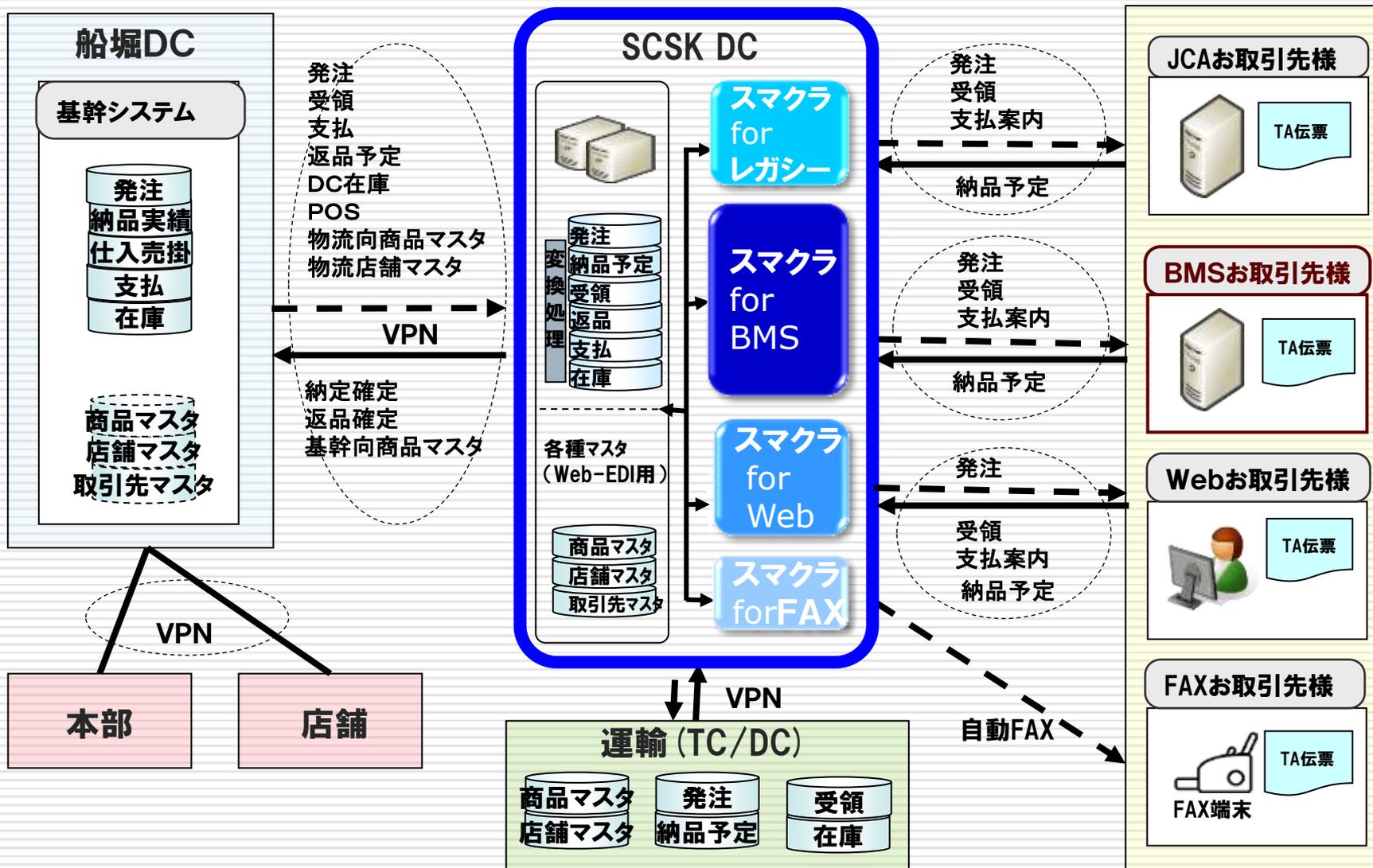
## 3. 流通BMS委託先様の選定

- (1) 流通BMS導入前のシステム構成
- (2) コスト
- (3) 実績

# 流通BMS導入前のシステム構成



# 流通BMS導入後のシステム構成



# 導入実績の評価 (SCSKプレゼン資料から)

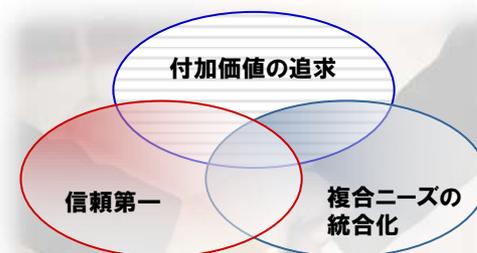
## 導入実績 <流通業向けの主なアウトソーシングユーザ>

### ① 弊社が開発し運用しているユーザ

| ユーザ名 | 業種  | 年商      | 店舗数     | システム概要                            |
|------|-----|---------|---------|-----------------------------------|
| A社   | DgS | 4,000億円 | 950店舗   | <CRIPS>発注・仕入・買掛・棚卸・売上(POS)・EDIを運用 |
| B社   | DgS | 1,030億円 | 360店舗   | <CRIPS>発注・仕入・買掛・棚卸・売上(POS)・EDIを運用 |
| C社   | DgS | 1,000億円 | 300店舗   | <CRIPS>発注・仕入・買掛・棚卸・売上(POS)・EDIを運用 |
| D社   | SM  | 1,800億円 | 130店舗   | <CRIPS>発注・仕入・買掛・棚卸・EDIを運用、流通BMS   |
| E社   | SM  | 340億円   | 40店舗    | <CRIPS>発注・仕入・買掛・棚卸・売上(POS)・EDIを運用 |
| F社   | SM  | 600億円   | 50店舗    | <個別対応により開発>発注・仕入・EDIを運用           |
| G社   | CSV | 120億円   | 270店舗   | <個別対応により開発>発注・仕入・売上(POS)・EDIを運用   |
| H社   | 専門店 | 250億円   | 1,200店舗 | <CRIPS>発注・仕入・買掛・売上・売掛(FC)を運用      |

### ② 弊社のEDIサービス、その他を利用しているユーザ

| ユーザ | 業種       | 年商      | 店舗数     | システム概要                |
|-----|----------|---------|---------|-----------------------|
| I社  | SM       | 4,300億円 | 200店舗   | EDIサービス               |
| J社  | SM       | 3,700億円 | 30店舗    | EDIサービス・Web-EDIサービス   |
| K社  | SM       | 2,000億円 | 100店舗   | 流通BMS・生鮮Web-EDIサービス   |
| L社  | SM       | 2,000億円 | 100店舗   | 流通BMS・EDI・Web-EDIサービス |
| M社  | SM       | 1,200億円 | 55店舗    | EDIサービス               |
| N社  | SM       | 860億円   | 60店舗    | Web-EDIサービス           |
| O社  | SM       | 450億円   | 37店舗    | EDIサービス               |
| P社  | SM       | 240億円   | 15店舗    | 流通BMS・Web-EDIサービス     |
| Q社  | SM(生鮮)   | 200億円   | 20店舗    | EDIサービス               |
| R社  | SM       | 160億円   | 12店舗    | Web-EDIサービス           |
| S社  | 百貨店      | 760億円   | 10店舗    | EDIサービス・FAX配信         |
| T社  | コンタクト業界  | 一億円     | 3,000店舗 | EDIサービス・Web-EDIサービス   |
| U社  | DS       | 380億円   | 8店舗     | Web-EDIサービス           |
| V社  | 雑貨専門店    | 400億円   | 125店舗   | Web-EDIサービス・電子商談・POP  |
| W社  | アパレル専門店  | 870億円   | 500店舗   | Web-EDIサービス           |
| X社  | アパレル専門店  | 210億円   | 100店舗   | Web-EDIサービス・電子商談      |
| Y社  | アパレル専門店  | 100億円   | 100店舗   | EDIサービス・Web-EDIサービス   |
| Z社  | 自動車部品専門店 | 900億円   | 500店舗   | Web-EDIサービス           |



<SCSK事業コンセプト>  
お客様のビジネスの支援と貢献

ユーザー企業数計 **約350社**

接続端末数計 **17,000端末**

(EDI 10,500端末、Web 6,500端末)

月間120万回の接続を運用監視

月間処理データ量(合算)

流通BMS/レガシーEDI(128バイト換算)

**約48億レコード**

#### 運用体制

- 24時間365日体制の運用監視要員の配置
- ノンストップマシンを配置  
(HP社 Non-Stop Server)
- ヘルプデスク体制の整備
- 障害対応時のワークフローの整備
- サーバは国内最高水準のデータセンターで運用

#### 流通業様向けサービスの専門部隊で運用

- 運用・開発・営業・企画150名でのサービス体制  
クラウド事業本部 サービス営業部  
クラウド事業本部 サービス事業部

EDI運用約30年のノウハウを活かし、本部様の業務に最適な運用サービスを提供し、取引先様からの問い合わせに掛かる時間を短縮します

## 1 専任の運用担当

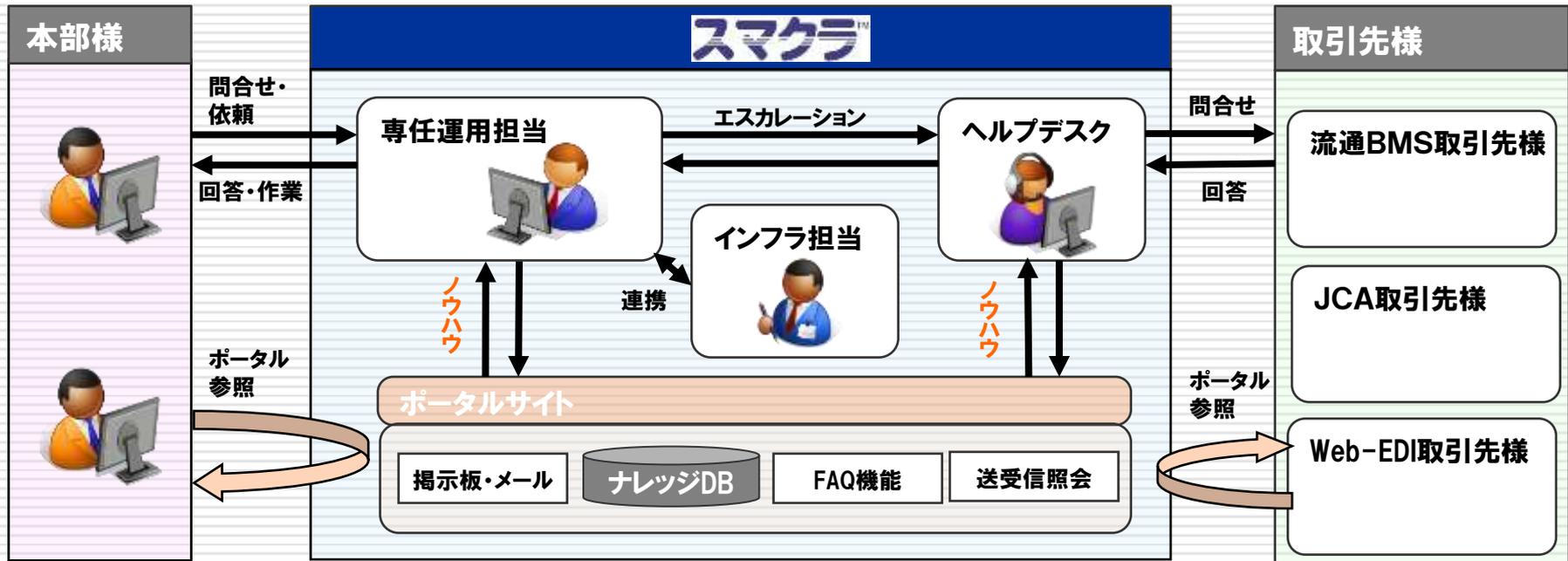
本部様の業務に合わせた最適な運用サポートを提供致します。

## 2 専任の運用担当

本部様の対応が不要な問合せは弊社で対応するため、取引先様からの問合せ対応時間を短縮できます。

## 3 専任の運用担当

ポータルサイトからいつでも必要な情報を入手できるため、取引先様からの問合せ件数を減らすことができます。



## 4. 流通BMSへの移行

(1) 体 制

(2) スケジュール

## トモズ(3名)

プロジェクトリーダー(1名)  
※契約関連兼任

基幹システム担当(1名)

物流担当(1名)

## SCSK(4名) ※実質3名

スマクラ®

プロジェクトリーダー(1名)

開発チーム  
(1名)

運用チーム  
(1名)

物販基幹システム 担当者様(1名)

物流センタ システム担当者様(1名)

各 卸 様

# 導入スケジュール

| 2013年                               |    |    |    |     |     |     | 2014年                                    |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     | 2015年   |    |
|-------------------------------------|----|----|----|-----|-----|-----|--|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|---|----|
| 6月                                  | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月                                       | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月  | 2月 |
| <b>◆第1ステップ</b><br><b>6月 PJキックオフ</b> |    |    |    |     |     |     | <b>◆第2ステップ</b><br><b>2月 パイロット流通BMS稼働</b> |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     | <b>◆第3ステップ</b><br><b>10月本格導入</b>                |    |
| 9月 取引先説明会（流通BMS移行についてアナウンス）         |    |    |    |     |     |     |  |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |   |    |
| 要件定義、環境構築、テスト等                      |    |    |    |     |     |     | <b>12月スマクラ本番稼働</b>                       |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |   |    |
| 流通BMSパイロット取引先様選定                    |    |    |    |     |     |     | 2月～流通BMS稼働（スマクラforBMS）<br>（スマクラforWEB）   |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     |   |    |
|                                     |    |    |    |     |     |     | 流通BMS 申込受付                               |    |    |    |    |    |    |    |    |     |     |     | <b>10月～本格導入</b><br>（スマクラforBMS）<br>（スマクラforWEB） |    |

## 5. 流通BMSの導入効果

(1) 移行実績

(2) 効果

## 発注方式によるお取引先数と構成比

| 方 式          | 社数        | 比率         | 仕入額比率       |
|--------------|-----------|------------|-------------|
| <b>流通BMS</b> | <b>15</b> | <b>7.0</b> | <b>54.7</b> |
| JCA          | 55        | 25.6       | 36.4        |
| Web (ファイル交換) | 10        | 4.7        | 3.9         |
| 専用端末         | 4         | 1.9        | 1.6         |
| Web (画面)     | 27        | 12.6       | 1.1         |
| オートFAX       | 41        | 19.1       | 0.5         |
| 手書FAX・電話     | 63        | 29.1       | 1.8         |

## 1. 通信時間の短縮

- (1)発注 1 回90分程度が数分程度に改善
- (2)発注のみならず、納品予定・受領・支払等、すべて短縮。

※ 卸様の物流作業スケジュールに余裕

## 2. 経費の削減

- (1) 月次運用費            約 30%減
- (2) 開発費用             約 3ヶ月で回収

## 6. 今後の課題

(1) より多くの卸様と

(2) 調剤を含めたトータルシステム

ご清聴、ありがとうございました。



トモズ六本木ヒルズ店