

流通BMS導入成功のマインド

コストコホールセールジャパン(株)

情報システム部

2015年3月5日

何故、流通BMSを推進すべきか？

- 小売業界のデファクトスタンダードの位置を占めており、今後更に利用者が増加することを考えれば、投資が無駄にならない。自社とお取引先ともに安心して導入できる。
- 自社にとっても、お取引先にとってもリーズナブルな費用で導入できる。

EDIはWin-Winの関係

お互いにとってのWinとは

コストコ

発注業務
の合理化

支払業務
の合理化

お取引先
様

受注・出荷
業務の合理
化

請求業務の
合理化

請求書は1カ月で何箱？
毎月の手作業はどれくら
い？



支払担当者は何人？



コストコはかつて
2勝8敗だった。

導入までのプロセス

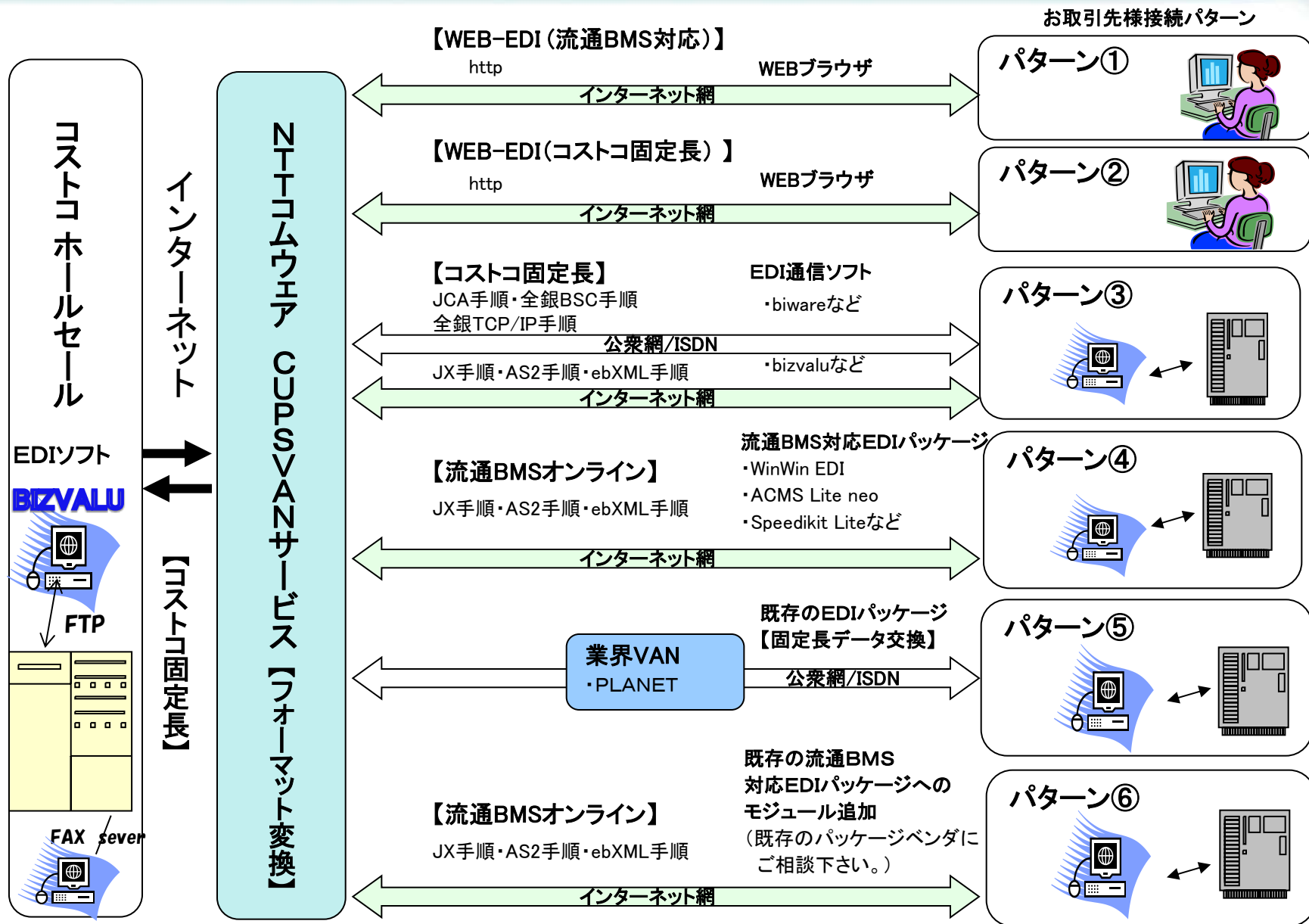
- **流通BMSの導入のビジネスパートナーをNTTコムウェア /CUPSVANサービスに決定。** (2012/11)
- **アプローチ方法の決定** (対象取引先の選定。業務を発注と請求にフォーカス。バイヤーを通じて既存のEDI取引先へのプロモーション。)
- **コストコ社長名でお取引先社長宛てにEDI導入依頼のレターと、説明会開催のご案内。**
- **説明会資料の印刷外注。**
- **お取引先様向け説明会を4日間5回開催。**
2012/12/20、2013年6月7月の5回でのべ400社参加。その他は個別ミーティング。
- **第一次締め切りを2013年8月末に設定。導入ピークは2014年6月まで続いた。**

A. S. Pとのコラボで負担減

- A.S.P(CUPSVAN)の活用でハード、ソフトの新規投資なしで、流通BMSを導入。
- 流通BMSフォーマット変換サービスの利用。
- 2週間ごとのプロジェクト会議で詳細討議。スケジュールと課題管理表の作成。2012/12-2013/06。
- お取引先のシステムに応じた多様な選択肢の提供が可能に。特にWEB-EDI機能で一気に導入加速。
- 導入促進のために、早期割引をCUPSVANで提供していただいた。
- 説明会開催の資料と人的支援。
- 説明会資料をWEBでも提供していただいた。
- お取引先様向けに技術相談のサポート窓口設置。
- 導入テストの類型化、役割分担で負担軽減。
- 導入ピーク時には増員体制で乗り切っていただいた。

コストコEDIの概要(1)

ー各種接続パターン+パッケージソフトの導入例

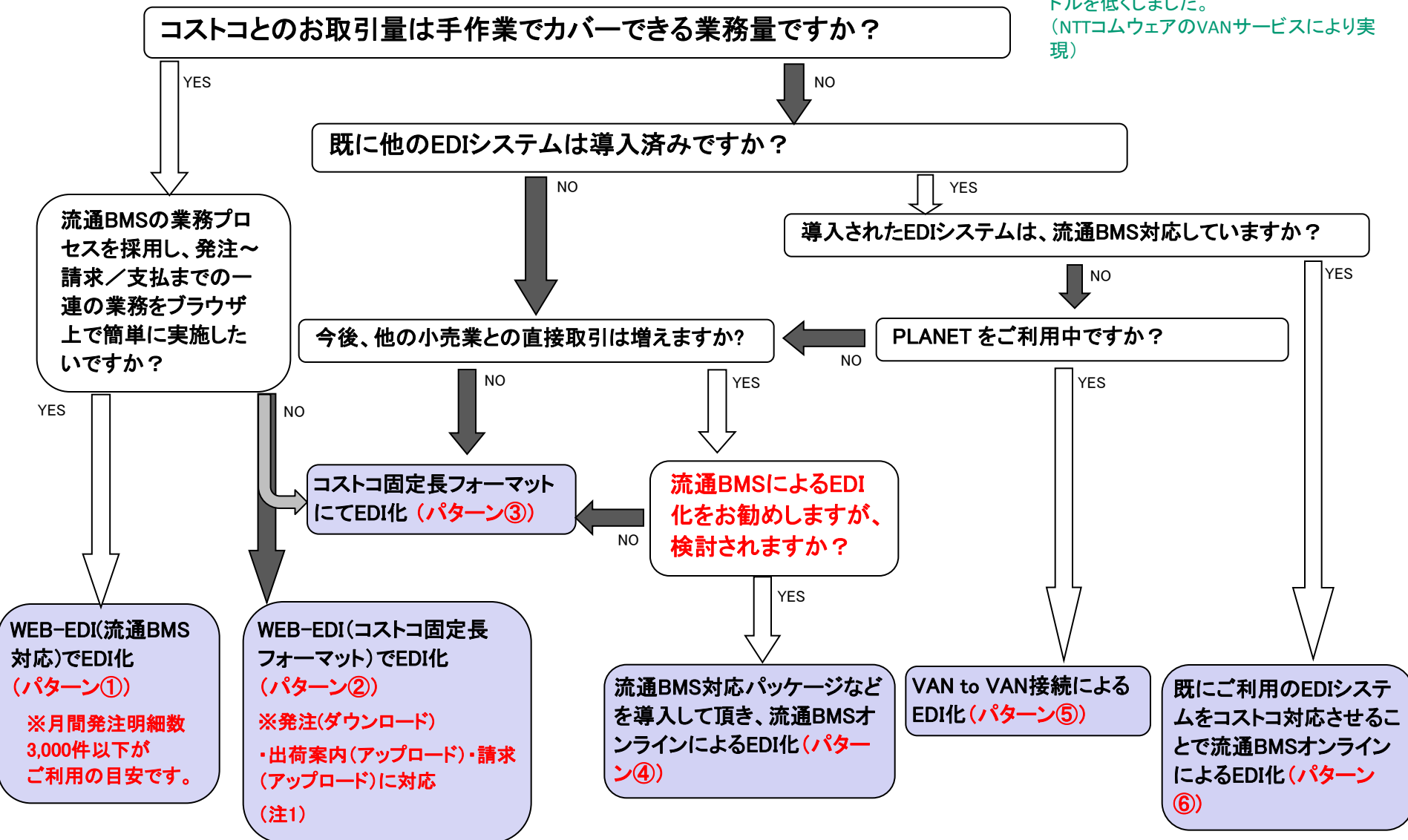


コストコEDIの概要(2)

ーコストコEDIの選び方(一例)

EDIの方式を選定する際に、以下のフローチャートを提示した。

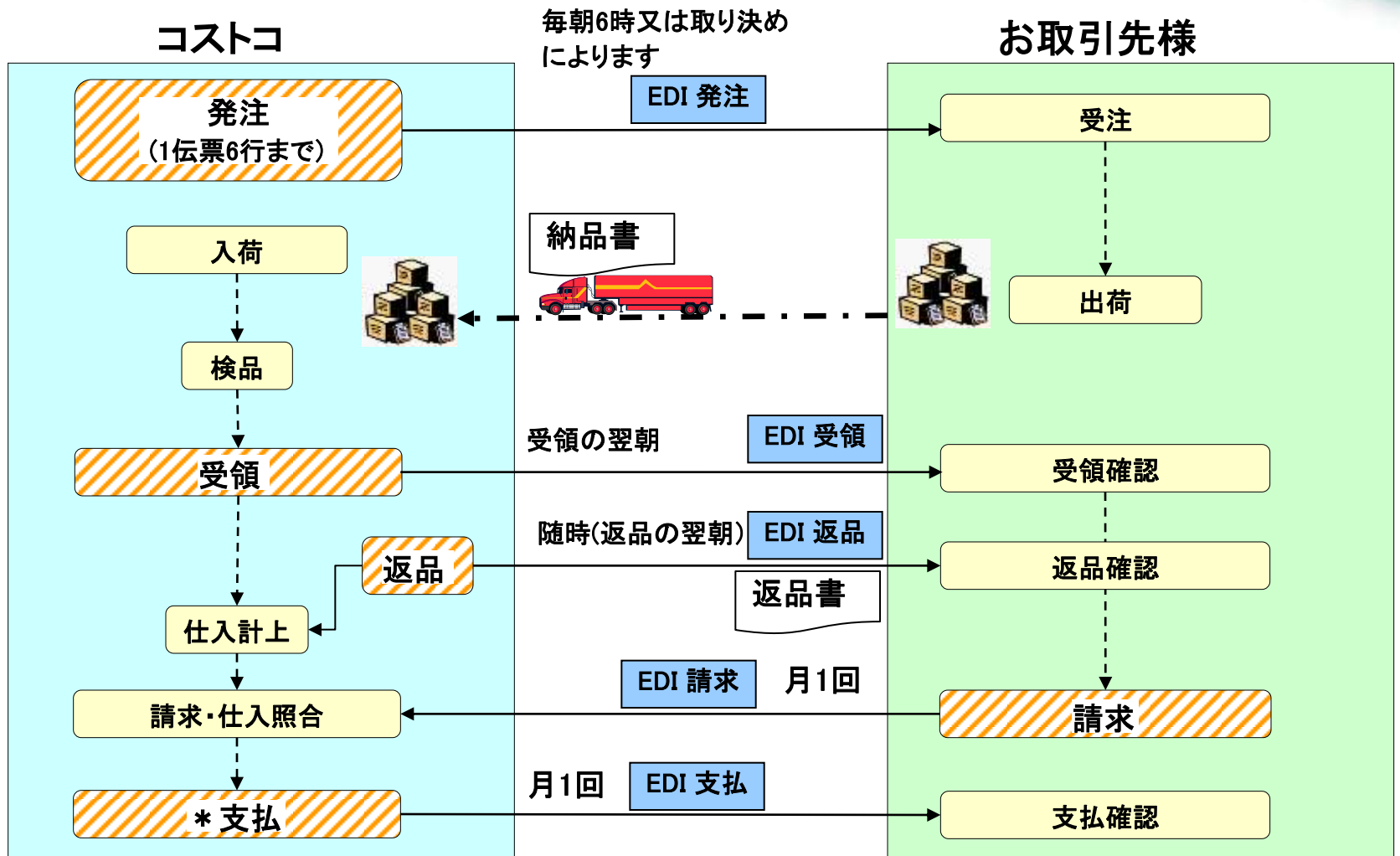
多様な選択肢を用意することで導入ハードルを低くしました。
(NTTコムウェアのVANサービスにより実現)



注1: 発注メッセージのみ、コストコ固定長フォーマット形式を更にCSV形式(改行付き)に変換するオプションを用意しています。

コストコEDIの概要(3) (流通BMSのデータ種別)

ー 流通BMSオンライン / WEB-EDI (流通BMS対応)

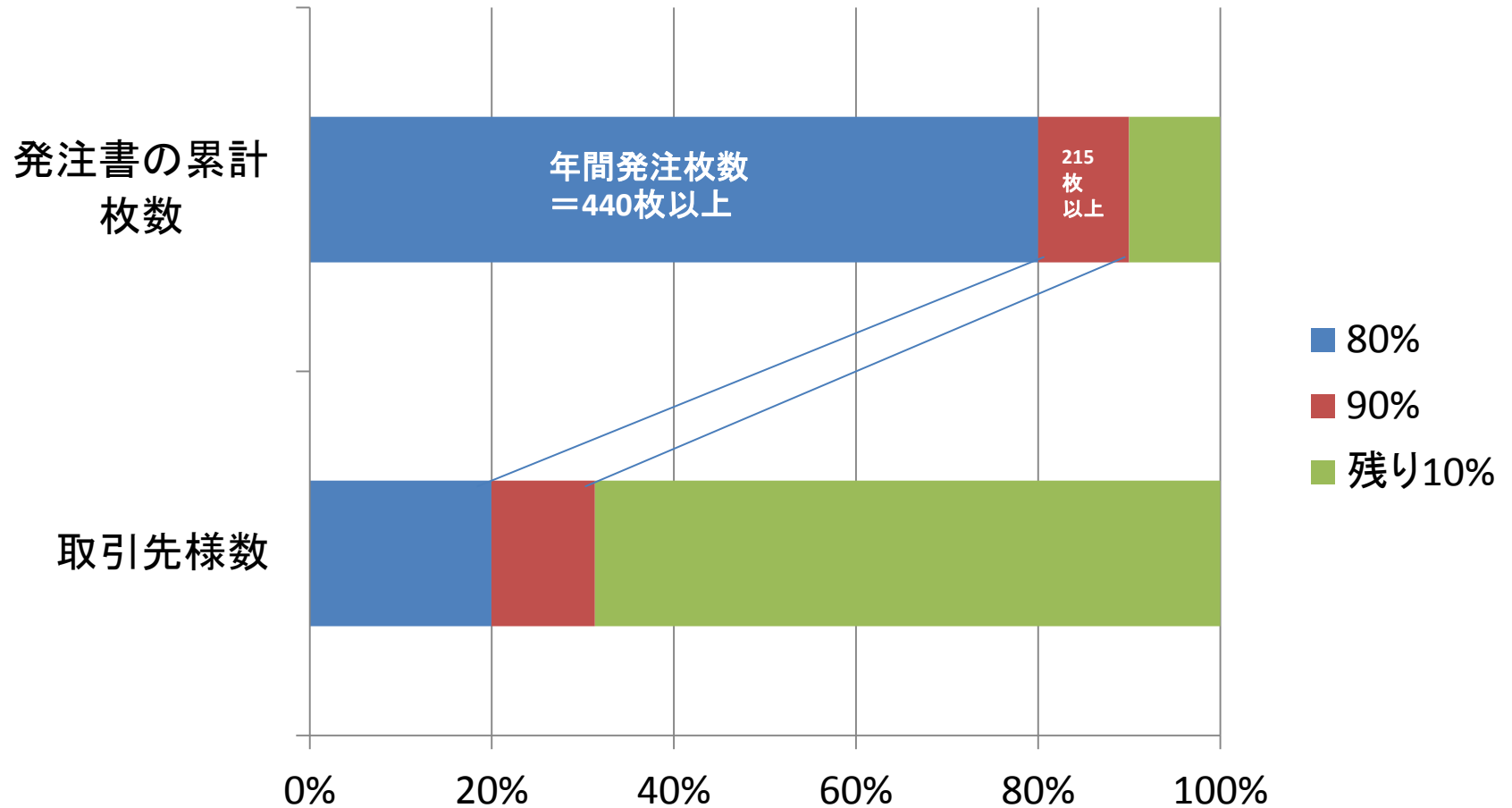


発注訂正は、同じ発注番号で、再送します。

凡例	通常業務		紙媒体	
	EDI利用業務		紙媒体	
	データフロー		EDIメッセージ	
	物流			
	業務フロー			

* お支払のタイミングはコストコとの取り決めによります。

成功するマインド(1) パレートの法則

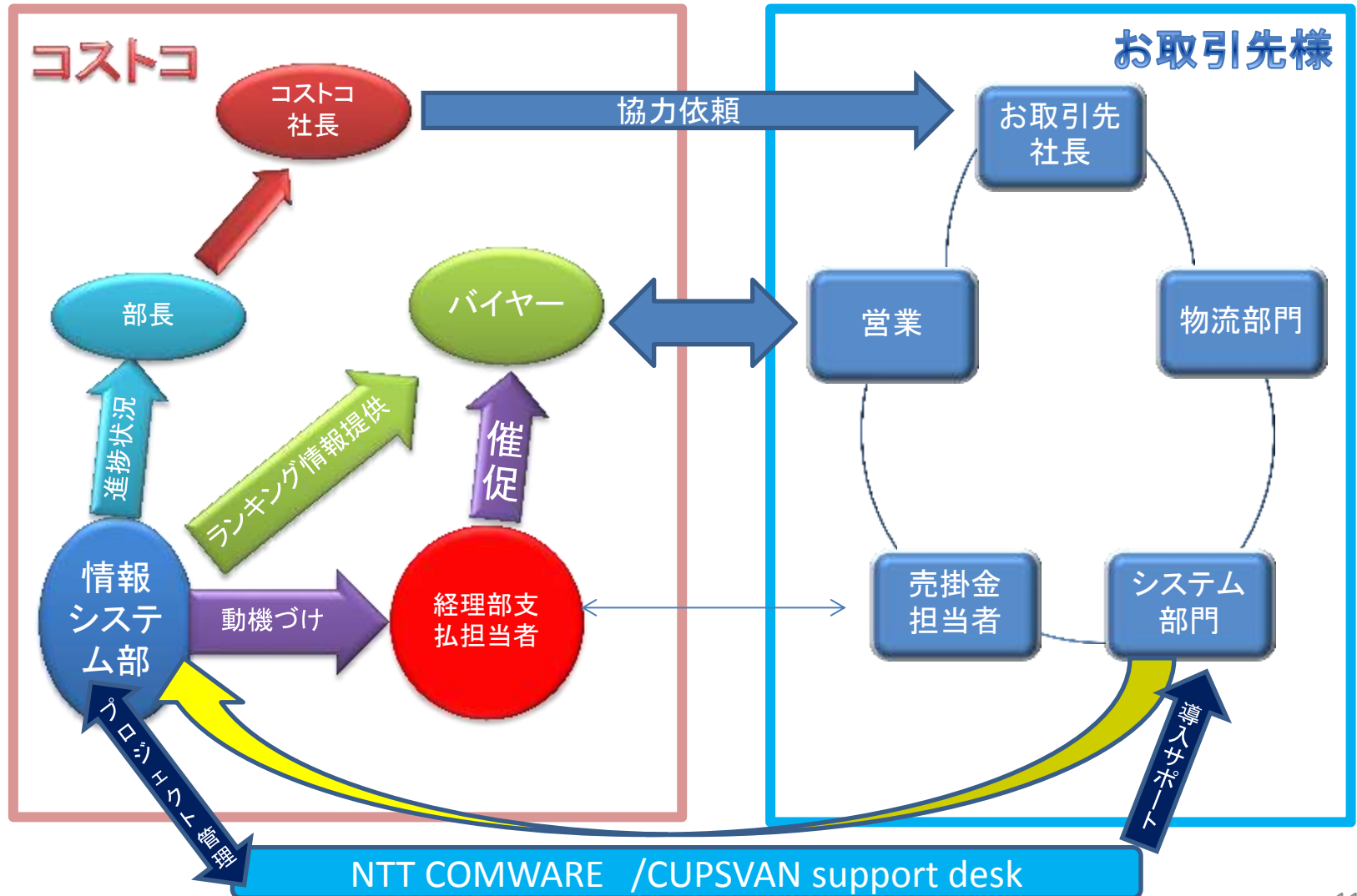


戦力の短期集中

- パレート法則の活用で、2割の労力で8割の成果を上げる。
- 効果測定は、取引先の数ではなく、伝票枚数で行う。
 - --案内例:『赤色の46社のベンダーに対しては、優先的に、強くEDI化を押し進めてください。
 - 赤色のベンダーは伝票の数でいうと、上位3割の会社で、それがEDI化すれば、全社の発注の9割がEDI化されることになります。』
- ISスタッフは渉外と進捗管理役と、テクニカルな詰めの最低二人組で。
- フォーマット変換は外部のサービスを利用。

成功するマインド(2)

継続するモチベーション作り



社内の意識改革

- 社内全員を巻き込むために、トップダウンで社内の意識改革が必要。動いてもらうのはバイヤー。それをpushするのは経理部担当者(一番困っている人)。
- 何故EDI化が必要なのか！をバイヤーに理解してもらう。
- 定期的な状況確認と課題の見極め。
- 定期的な状況報告をバイヤー全員にフィードバックし、アクションにつなぐ。誰が推進してないかが一目瞭然。但し常に上位2割にフォーカスさせること。
- 経理担当者に、バイヤーにお願いするように動機づけをする。経理担当者は自分の力で業務の効率化ができる達成感を持ち、受け身から能動的な姿勢へ変革。

お取引先の意識改革

- 流通BMSがデファクトスタンダードであることのメリット。
＝投資が無駄にならない。
- ----説明会で流通開発センターの応援講師に説得していただいた。
- Win-Winの関係を理解していただく。(説明会での訴求ポイント)
- コストコにとってのWINとは、経理部の支払業務の効率化。→請求書のEDI化の重要性。
- WEB-EDIのメリットの一つは、少ない投資で、受注から請求書送信まで簡単にできること。システム部門を持たないお取引先様にとっても、導入しやすい。
- WEB-EDIのメール通知は安心材料だった。

EDIシステム導入状況

フォーマットの種類	取引先比率
流通BMS	64.4%
コストコ固定長	30.2%
PLANET	4.0%
FINET	0.5%
合計	100%

EDI発注	取引先比率	伝票枚数比率
導入済み	43.5%	85.2%
未導入(FAX)	56.5%	14.8%
合計	100.0%	100.0%

EDI請求	取引先比率	伝票枚数比率
導入済み	37.4%	73.9%
未導入	62.6%	26.1%
合計	100.0%	100.0%

導入に際しての考慮点

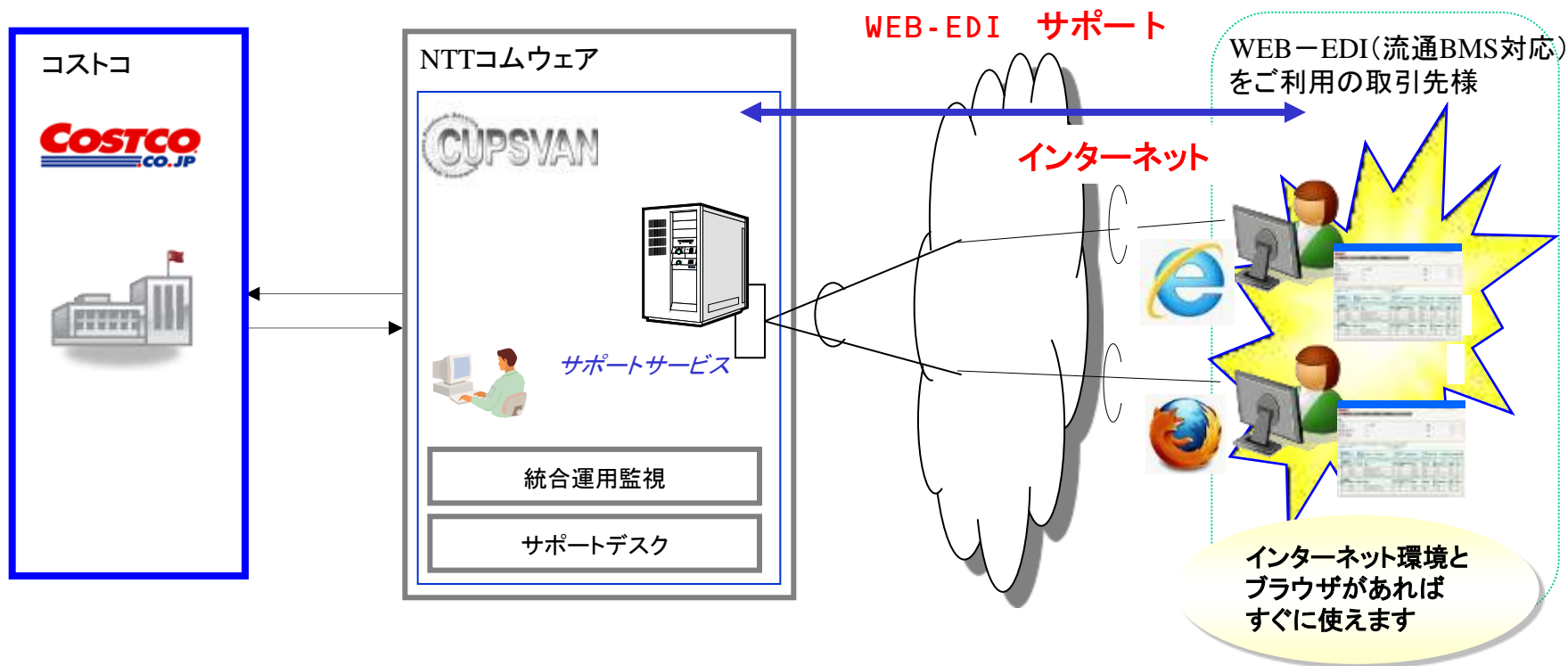
- 導入締切は目標として必要。ただし、分割したほうが負荷が減る。
 - 4カ月ごとに3グループに分けるとよかった。
- 年間伝票枚数でターゲットを絞ると良い。
- 説明会でアンケートを取るより、後でメールで問合わせてもらう方が、効率的。
 - -----説明会参加者の名刺をデータ入力するのは無駄な仕事。
- 個別ミーティングはなるべく少なくするために、説明会には、システム部門と営業担当と一緒に参加してもらうようにすること。
 - -----ただ、個別の場合は理解してもらいやすいメリットも。
- 締め切り間際になると1日何十通のメールや電話を処理するので、進捗管理はStepごとに正確に記録する。(次ページ参照)
 - -----漏れがでて、それを発見しやすくしておく。メールのタイトルも工夫すべし。
- BMS支払フォーマットに税率と税額はセットした方が良い。
 - -----税率の混在。非課税商品もある。
- 数量、単価は小数点で用意しておけば、柔軟に対応できる。
 - -----発注は整数でも、受領・返品で小数点が必要なケースがある。
- 支払い明細データが、仕入れ伝票ごとに値引きを表示できない。紙を継続するところもある

(参考資料1)EDI導入管理表

ベンダー名	年間発注書枚数	初発合口	申込日	Code	Code 枝番	部門	EDI方式	バーコード登録依頼日	バーコード登録完了	EDIマスター発注登録	発注テスト作成・送信日	発注テスト完了日	本番調整依頼日	本番Z11連絡日	本番Z11連絡日	本番開始日	EDIマスター受領返品セット	支払テスト完了	支払本番開始日	請求書受信	請求書テスト完了	EDIマスター請求/支払セット	Z11&ベンダー連絡	請求・支払い経理部連絡
	1851			496			レガシー。請求支払はBMS(JX)	○	○	○	○,2014/1/21	○	○	○	○	3月11日		2月12日	2月26日	2月20日	2月25日	2月25日	2月25日	3月24日
	1980	8/6		2583	63.64.88	63.64.88	WEB請求	8/6	8/6	8/6	8/6	8/14	8/15	8/19	8月19日	8月15日	8月14日	8月14日	8月14日	8月14日	8月14日	8月15日	8月15日	9月9日
	1992			2366	00	27	WEB請求	4/25	4/30	4/30	4/30	5/26	5/26	9/5	9月6日	9月5日	5月26日	5月27日	5月27日	5月27日	5月27日	5月27日	5月27日	5月27日
	1819	8/9		915	00	93	レガシーからWEB請求に変更	○	○	8/30	8/9	8/28	x	8/19	8月30日	8月30日	8月28日	9月2日	8月28日	8月30日	9月2日	8月30日	9月9日	
	1577			3212	65	64	WEB発注(2014/09/04請求着手)	5/10	5/10	5/13	5/13	D64で開始済み	○	○	開始済	済み								
	1633	10/2		2496	00.63.88	63.65.88	WEB請求	10/2	10/4	10/7	10/7	10/24	10/24	10/25	11月1日	10月30日	10月24日	FAX継続	10月25日	10月25日	10月25日	10月25日	2013/10/28	
	1500	10/18		4366	64	64	WEB請求	10/18	11/21	11/25	11/25	11/28	11/29	11/29	12月2日	12月2日	8月4日	8月4日	7月28日	7月29日	7月29日	7月29日	8月4日	
	1789			281		13	15/1/14問合せあり																	
	2176	8/9		3227		63	WEB固定長(請求書同意 2014/09/02,12/3WEB固定長で上げる方向)	○	○	○	#####	○	○	○	○									

(参考資料2):NTT コムウェア WEB-EDI 概略

NTTコムウェアのWEB-EDI（流通BMS対応）はインターネット環境とブラウザがあれば、EDIをスピーディーに実現できます。



(参考資料3):NTT コムウェア WEB-EDI共通機能

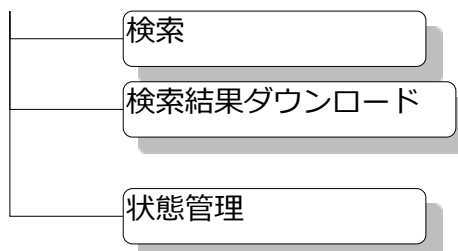


WEB-EDIの共通機能は以下の通りです。

共通機能

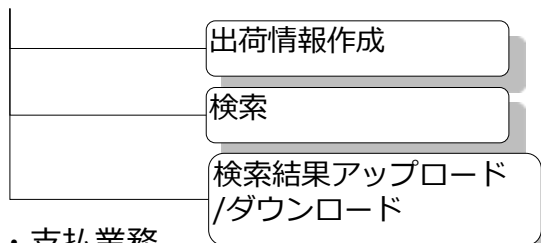
- ・メッセージ受信時のメールお知らせ機能、掲示板お知らせ機能、送受信ファイル管理機能、納品先などのマスタ管理機能

発注・発注予定・受領・返品・値札業務



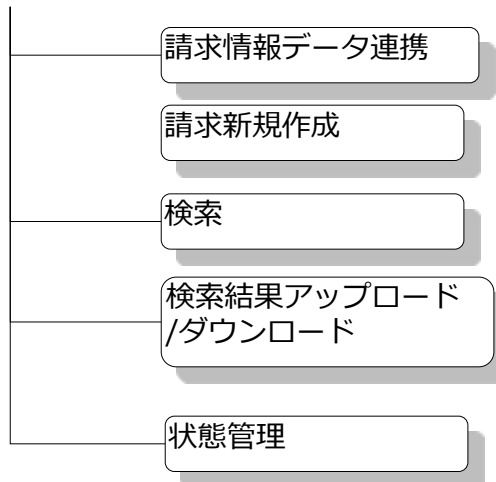
- ・複数の条件、期間を指定して検索することが可能です。
- ・受信した情報について状態管理が可能です。確認済みか、送信済みか、請求コピー済みか等
- ・受信後の発注情報は出荷情報に引き継ぐことが可能です。
- ・受信後の受領情報は支払内容が「+」の請求データに引き継ぐことが可能です。
- ・受信後の返品情報は支払内容が「-」の請求データに引き継ぐことが可能です。

出荷業務



- ・受信した発注情報をベースに、数量訂正により出荷情報を作成します。
- ・複数の条件、期間を指定して検索することが可能です。
- ・CSVファイルとしてブラウザからダウンロード
(CSVの表現形式は経済産業省が認めた方式で定義しております)
- ・ダウンロードしたCSVファイルはWEB画面で操作する項目と同様に修正後にアップロードし値を適用し出荷情報を作成することが可能です。

請求・支払業務



- ・受信した受領情報をベースに、支払内容が「+」の請求情報を作成します。
- ・受信した返品情報をベースに、支払内容が「-」の請求情報を作成します。
- ・受領情報、返品情報からだけでなく新規に請求データを作成することができます。
- ・受領情報、返品情報からデータ連携して作成した請求情報の訂正が可能です。
- ・複数の条件、期間を指定して検索することが可能です。
- ・支払情報に関しては、小売様から受信した支払情報を特定の項目でグループ化した条件を指定して検索表示させることが可能であり、その総計を確認することが可能です。
- ・CSVファイルとしてブラウザからダウンロード可能です。(CSVの表現形式は経済産業省が認めた方式で定義しております)
- ・ダウンロードしたCSVファイルはWEB画面で操作する項目と同様に修正後にアップロードし値を適用し請求情報を作成することが可能です。

(参考資料4):NTT コムウェア WEB-EDI発注作業画面

発注作業画面のイメージは以下の通りです。

一例として、過去の発注情報を様々な条件で検索できる等、業務を円滑に行う事が可能です。



- お知らせ
- ご利用方法
- 発注
- 受領
- 返品
- 請求
- 支払
- ファイル管理
- ログアウト

発注

検索

発注状態	が	未確認	と等しい	かつ
支払法人コード	が		と等しい	かつ
取引番号(発注・返品)	が		と等しい	かつ
最終納品先納品日	が	2012-01-01 ~ 2012-01-01		かつ
商品コード(発注用)	が		と等しい	
20 件				

ダウンロード後にボタンが非有効となっております場合は、再度別のアクションを選択してください。ボタンが元に戻ります。

上記条件で検索する

3件

	取引番号(発注・返品)△	発注日	最終納品先納品日	発注者コード	発注者名称	最終納品先コード	最終納品先名称	取引先コード	取引先名称	原価金額合計	自由使用欄
<input type="checkbox"/>	8611108049	2012-01-01	2012-01-01	4919148430135	COSTCO WHOLESALE JP	4919148438612	COSTCO AMAGASAKI	002911	テストヒキサキ	319407	8611108048
<input type="checkbox"/>	取引明細番号(発注・返品)	商品コード(発注用)	商品名	発注荷姿コード	発注数量(発注単位数)	原単価	原価金額	発注単位	発注数量(バラ)	商品コード区分	商品コード(GTIN)
	01	4901581216391	テストウケビン	01	21	467.00	9807	1	21.0	005	04901581216391
	02	4901581547891	テストウケビン	01	800	387.00	309600	1	800.0	005	04901581547891
<input type="checkbox"/>	8611108050	2012-01-01	2012-01-01	4919148430135	COSTCO WHOLESALE JP	4919148438612	COSTCO AMAGASAKI	002911	テストヒキサキ	319407	8611108048
<input type="checkbox"/>	取引明細番号(発注・返品)	商品コード(発注用)	商品名	発注荷姿コード	発注数量(発注単位数)	原単価	原価金額	発注単位	発注数量(バラ)	商品コード区分	商品コード(GTIN)
	01	4901581216391	テストウケビン	01	21	467.00	9807	1	21.0	005	04901581216391
	02	4901581547891	テストウケビン	01	800	387.00	309600	1	800.0	005	04901581547891
<input type="checkbox"/>	8611108051	2012-01-01	2012-01-01	4919148430135	COSTCO WHOLESALE JP	4919148438612	COSTCO AMAGASAKI	002911	テストヒキサキ	319407	8611108048