

花王グループにおける 流通BMS普及推進活動

花王グループカスタマーマーケティング株式会社
カスタマートレードセンター流通システムラボグループ
川口 和海

はじめに

1. 花王グループの普及推進活動

- 流通BMS推進状況と課題

2. 流通BMS標準遵守

- 取引業務効率化に向けて

3. 今後の展開

■ 自己紹介

- 氏 名 **川口 和海**
- 所 属 **花王グループカスタマーマーケティング株式会社
カスタマートレードセンター流通システムコラボG**
- 勤務地 **花王すみだ事業所 墨田区文化2-1-3**
- 業務内容 **物流、EDI等の取引変更対応**
- 業界活動 **情報志向型卸売業研究会座長
流通BMS協議会普及推進部会
流通業界EDI情報欄検討WG
JCADS業界標準化推進委員会**



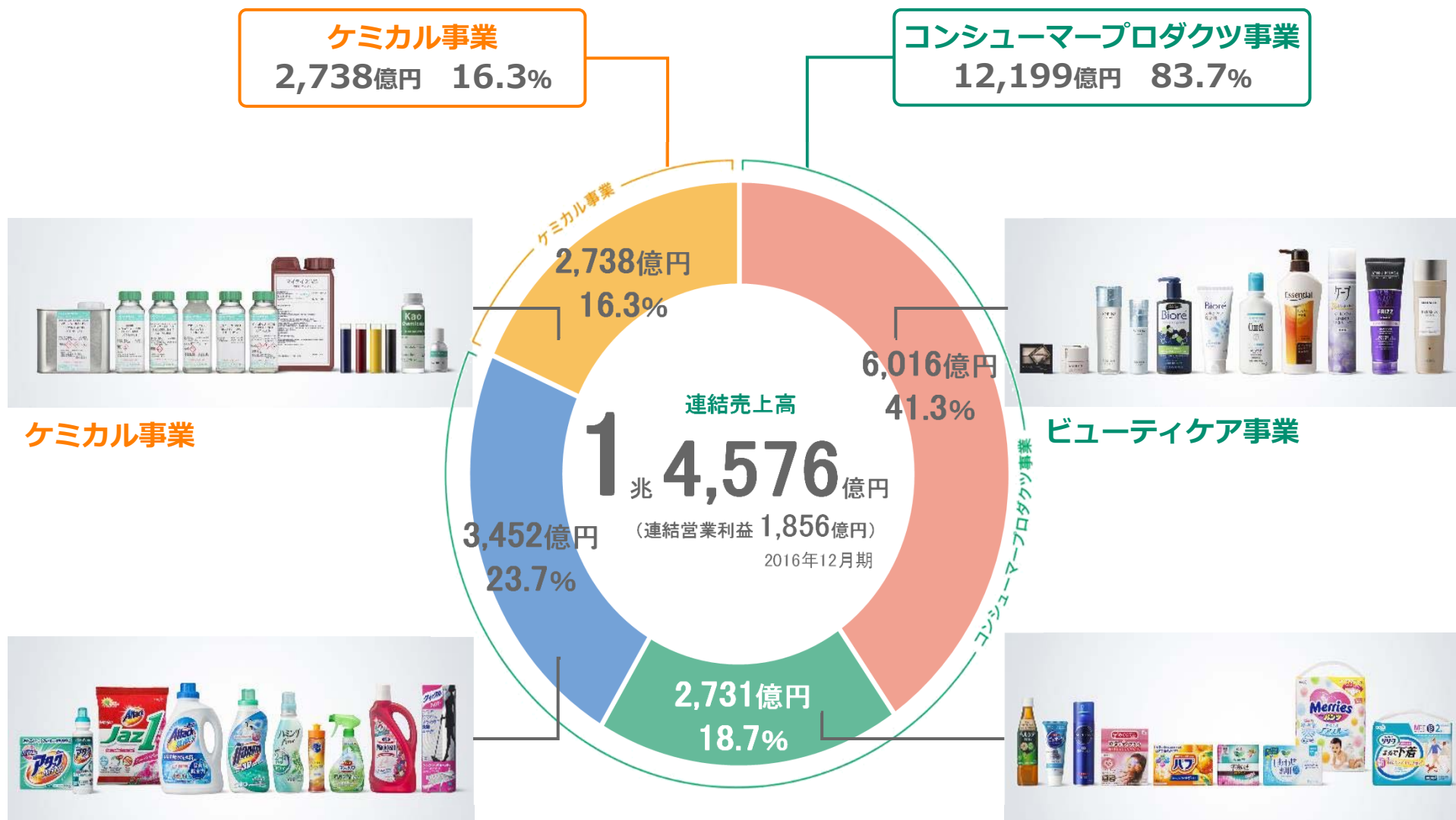
新しい“きれい”へ。
ひとつひとつに想いを込めて。

原点は、高級化粧石けん。およそ130年前に誕生しました。



1890年発売の「花王石鹸」（桐箱3個入り）と月のマークの金型。

セグメント別の連結売上高



2016年12月期より、国際会計基準(IFRS)を適用しています。グラフの売上高構成比は、外部顧客に対する売上高で算出しています。ケミカル事業の売上高には、セグメント間の内部売上を含みます。

“きれい”で、暮らしに心からの満足をお届けしています。



ビューティケア事業

化粧品／スキンケア製品／ヘアケア製品



ヒューマンヘルスケア事業

フード&ビバレッジ製品／サニタリー製品
／パーソナルヘルス製品



ファブリック&ホームケア事業

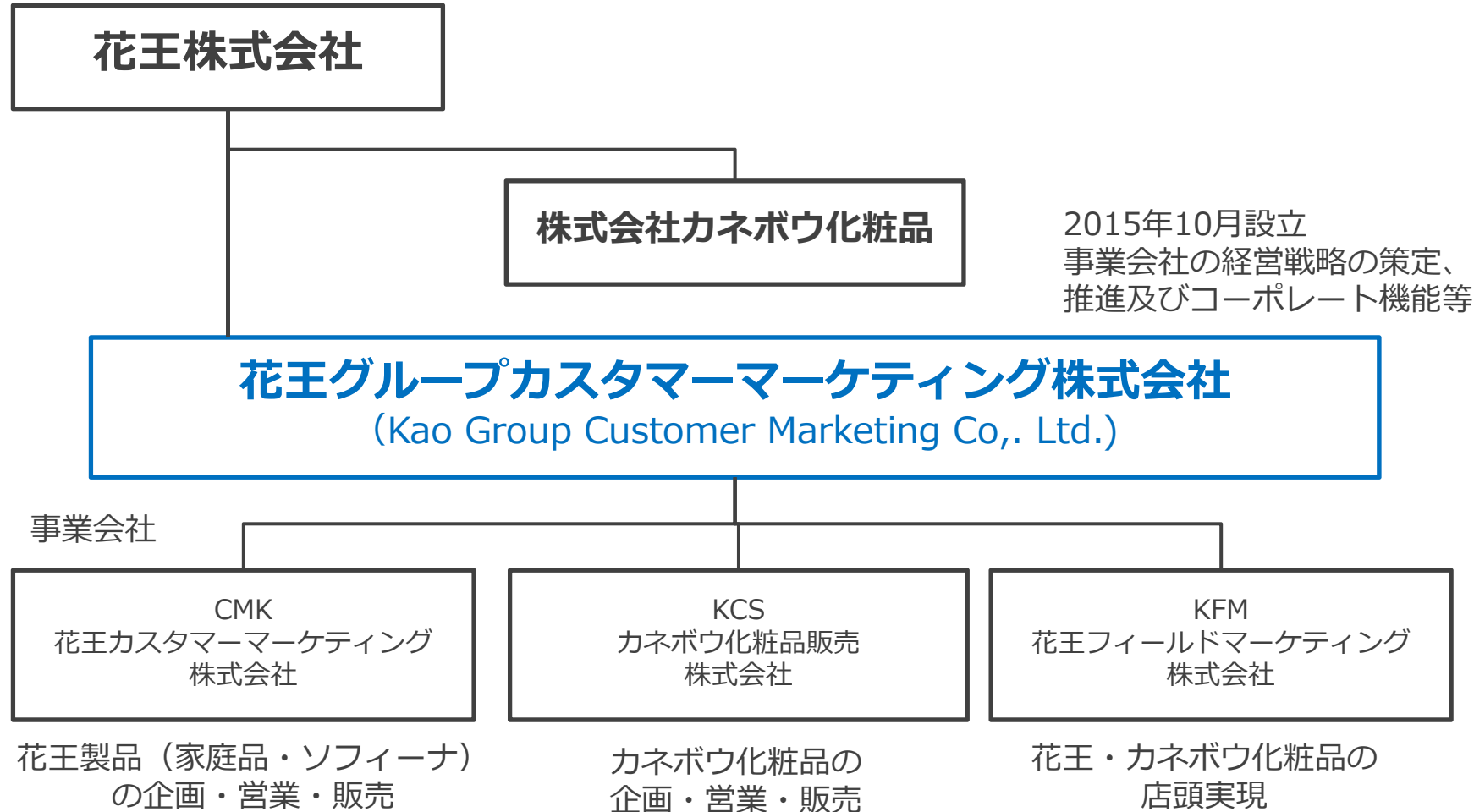
ファブリックケア製品／ホームケア製品

■ 会社紹介



流通BMSセミナー2018資料

花王グループ° (CMK,KCS,KFM)の販売会社の本社機能を統合



■ カスタマートレードセンターの役割・機能

販売活動において、『取引』と『物流』を総合的に担当



■ 卸研の概要



流通BMSセミナー2018資料

卸研：情報志向型卸売業研究会の略称

目的	“卸研”は、卸売業の情報化を促進することによって、流通システムの効率化に寄与することを目的とした研究会です。
経緯	1985年に発表された「情報武装化卸売業ビジョン」を契機として、同年8月、経済産業省の指導により設立されて以来、各卸売業に共通する情報化の課題について、業種横断的に調査・研究を行っています。 2017年度は、第33期となります。
会員企業数	48社 （会員：22社、準会員：4社、賛助会員：22社）
研究委員会参加企業数	38社69名 （卸：18社32名、IT企業：20社37名） 歴代座長3名
研究委員会	9回／年＋個別会議 ※事務局：流通システム開発センター

（卸研パンフレットより一部転載）

■ 卸研 流通BMS研究テーマ



流通BMSセミナー2018資料

年度	流通BMS検討テーマ	内容
28期 2012年度	流通BMSの標準運用への 提案と啓蒙	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケートによる導入実態調査 ・オフライン発注の標準化提案 ・納品明細書標準化提案
29期 2013年度	流通BMS 標準運用の普及 ～提案と啓蒙を中心に研究～	<ul style="list-style-type: none"> ・卸売業向け流通BMS導入ガイドブック作成
30期 2014年度	流通BM標準運用	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケートによる導入実態調査 ・卸売業向け勉強会資料作成
31期 2015年度	流通BMS普及推進 ～INSネット提供終了を機に普及推進～	<ul style="list-style-type: none"> ・卸営業向け流通BMSパンフレット作成 ・伝票運用モデルの流通BMSマッピング例作成
32期 2016年度	流通BMS普及推進 ～全体最適化に向けた課題と対策～	<ul style="list-style-type: none"> ・オフライン発注出荷梱包メッセージ標準化 ・ベンダー開始型返品メッセージ標準化 ・メーカーと卸間の流通BMS化検討

はじめに

1. 花王グループの普及推進活動

➤ 流通BMS推進状況と課題

2. 流通BMS標準遵守

➤ 取引業務効率化に向けて

3. 今後の展開

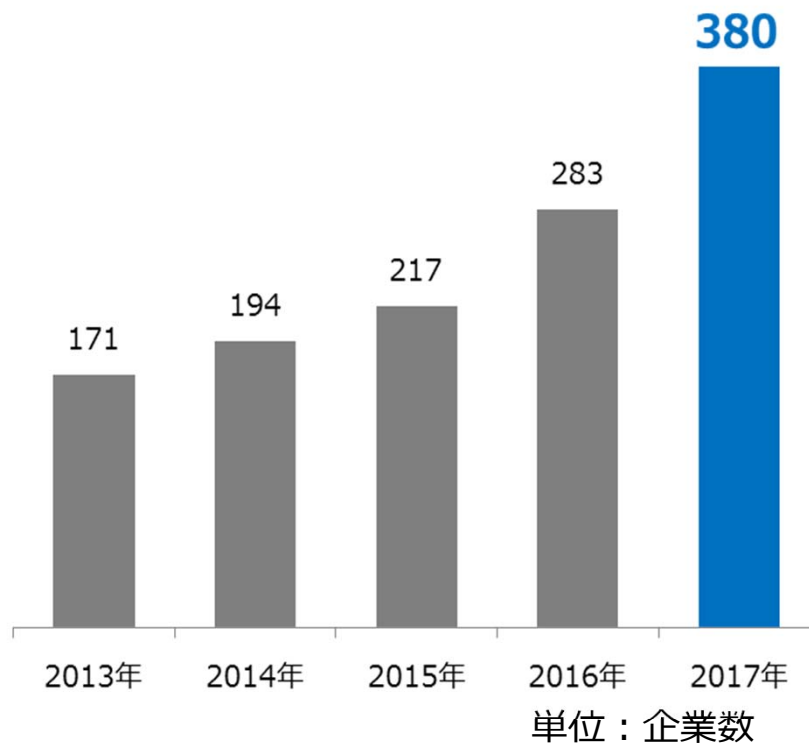
「業界標準化」と「取引業務効率化」の実現

1	早期導入推進	<ul style="list-style-type: none">● 新規導入120社以上● 売上構成比60%以上
2	啓蒙活動継続	<ul style="list-style-type: none">● 主要600社超の計画状況把握● 導入提案230社以上
3	現状課題対策	<ul style="list-style-type: none">● 標準運用への対応● 零細企業対策モデル検討

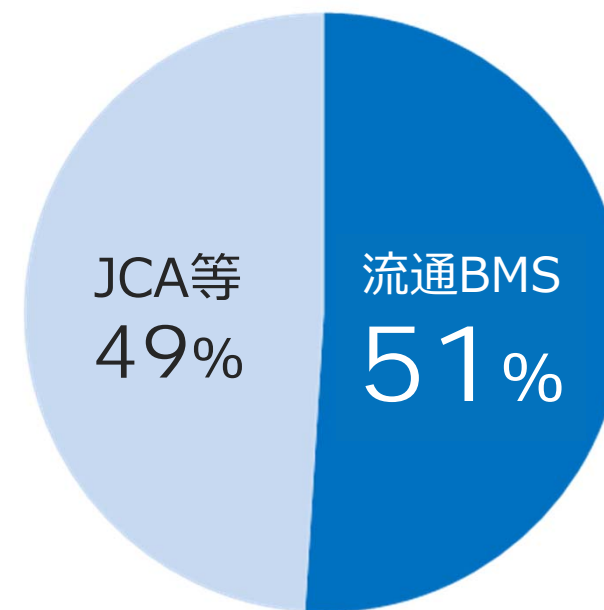
■ 流通BMS導入状況

今年度新規導入は約100社、売上構成比は約50%

● 導入企業数推移



● 導入企業売上構成比



対象：EOS実施小売業

■ 主要600社の推進状況



流通BMSセミナー2018資料

企業数の約**70%**、売上の**91%**が流通BMS導入予定

導入状況	企業数 構成比	売上 構成比
導入済み	41%	53%
導入予定	31%	38%
導入未定他	28%	9%

流通BMS導入を機に、双方の取引業務効率化を実現

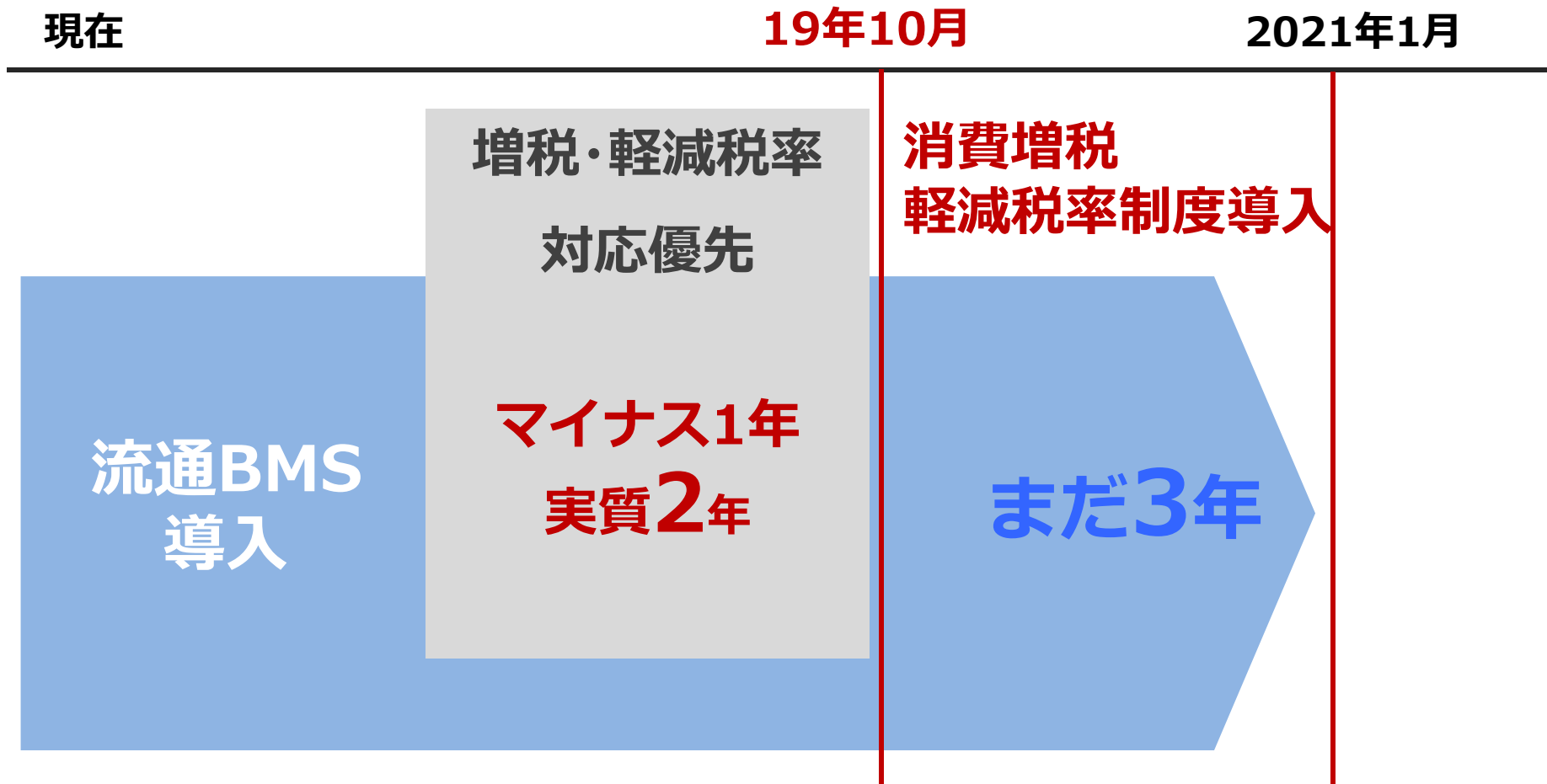
● 効率化による削減内容

	15年度	16年度	17年度
伝票レス	5万枚	20万枚	5万枚
返品入力 作業削減	10千時間	3千時間	3千時間
請求レス	18社	14社	1社

17年度は1月～9月実績

■ 課題1.早期導入検討

間に合いますか？2021年まで**実質2年**しかありません

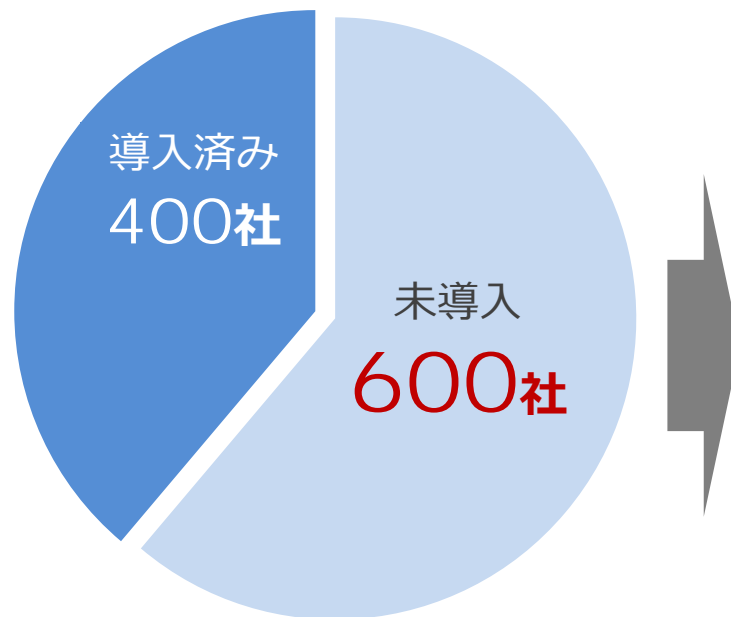


■ 今後の導入社数試算

残り600社導入には、**1日1社**以上の導入が必要

花王の流通BMS導入状況

EOS実施企業数：1000社



対応期間別導入社数

	6年間	3年間	2年間
●年間	100社	200社	300社
●月間	8社	17社	25社
●週間	2社	4社	6社
●人員	4人	8人	10人

■ 導入計画延期要因

流通BMS導入は、トラブルを想定し早期準備が必要

● 導入延期要因と必要期間

- マッピング修正
- テスト不具合
- 運用調整、社内承認
- 4社間スケジュール調整
- その他 覚書締結等

1週間～数カ月

- 基幹システム改修
予算化、承認、開発、テスト

1年以上

■ 課題2.導入未計画企業への対応

小売業、卸、システム会社とも積極的に動くことが必要

● 導入未計画の理由

知らない

- システムベンダーより提案が無い
- 取引先から要請されていない
- VANに任せきり（担当者不在）
- セミナー等に参加したことが無い

自ら動く

知っている

- コストメリットが不明
- 取引先の対応に疑問がある
- 様子見（基幹システム改修時）
- Web-EDIだけを推奨された

取引先やシステム会社に
相談する

各業界団体のイベント等で啓蒙活動が必要

ビジネスセミナー

第17回 JAPAN
ドラッグストアショー
報告書



2017 **3/17**・**18**・**19**日
会場：幕張メッセ
3月17日(土)・18日(日)・19日(祝日) 10:00~17:00
3月16日(金) 13:30~18:00

ブース&セミナー

流通BMS
ソリューションゾーン & ステージ

● 開催概要
流通BMSとは、商品メーカー、卸、小売が統一的に利用できるEDI標準仕様です。発注、出荷、受領、検品、請求などのデータを高効率かつ低コストで交換することが可能になります。本ゾーンでは、流通BMSの代表的なベンダーが展示、セミナーステージで製品やサービスの紹介を1日1回ずつ行います。

● 各社セミナータイトル 社名50社様

- ・ 関インターコム
「考えれば面白い!!ハイブリット型EDI環境設備のすすめ」
- ・ 関システムベース
「流通BMS導入を促すWeb-EDIとは!? ~導入から解ったポイント~」
- ・ 関センシティブシステムズ
「『今のEDI、本当に大丈夫ですか?』 ~2020年度 EDIサービスについて~」
- ・ 関データ・アプリケーション
「流通BMS対応を様々な形態で実現する『ACMSシリーズ』」
- ・ 日本情報流通協会
「流通BMS導入のポイントと『N1+C EDIソリューション』による解決策」
- ・ 関ビット・エイ
「これで解決! ~コメリお取引先様の流通BMS導入改善~」
- ・ 関ヘリオス/関HBA
「知らず知らずのうちに流通BMS~無敵はココに~」
- ・ 関リテールサイエンス/キヤノンITソリューションズ
「小売・卸先様におけるEDI活用事例と最新動向」

2017. **3.7**(木)~**10**(金)
東京国際展示場【東京ビッグサイト】東ホール
午前10時~午後5時 (最終日のみ午後4時30分)

会場アクセス
 ■ りんかい線 「国際展示場」駅下車 徒歩約7分
 ■ ゆりかもめ 「国際展示場正門」駅下車 「東京駅丸の内北口」→約30分 徒歩約3分

花王主要会合ブース

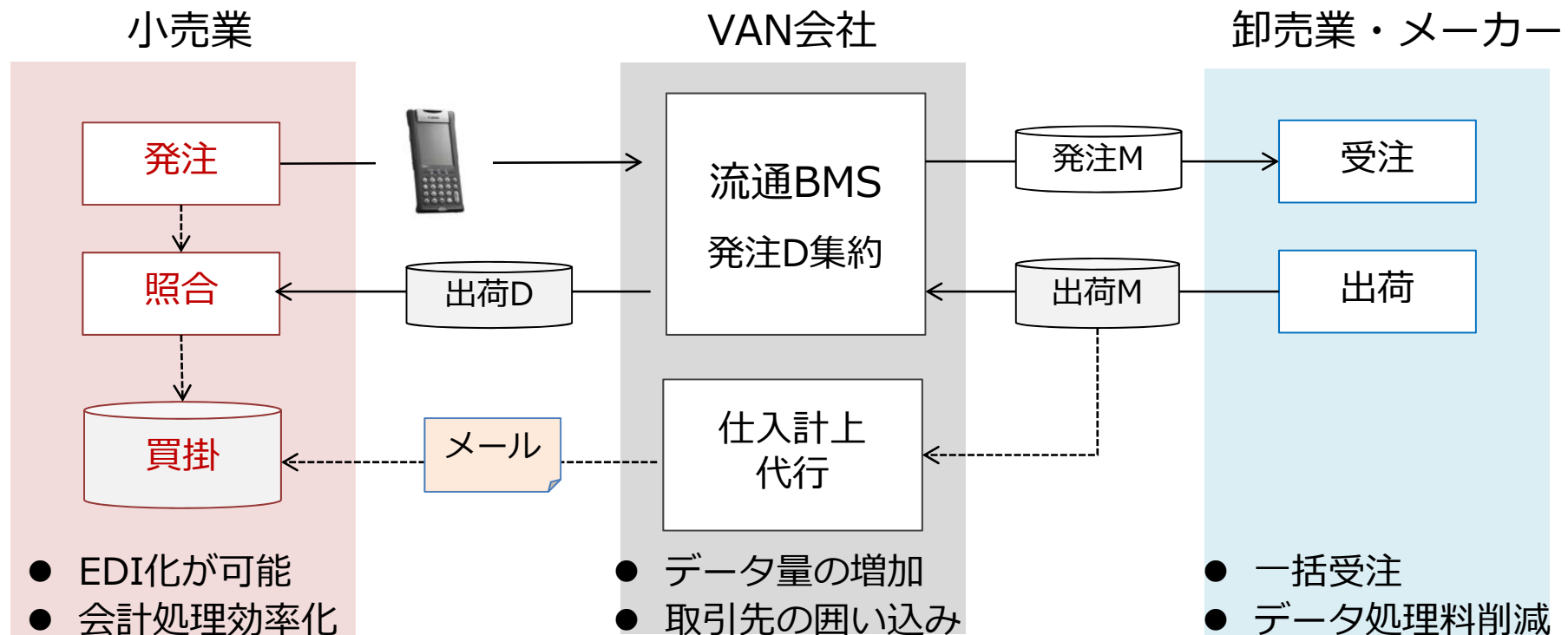


■ 課題3. 零細企業対策

対応スキームは提供されているが、小売業の認知拡大が課題

小売業・卸業界団体+IT企業が連携し推進することが必要

● EDIスキームイメージ



■ 本日の内容

はじめに

1. 花王グループの普及推進活動

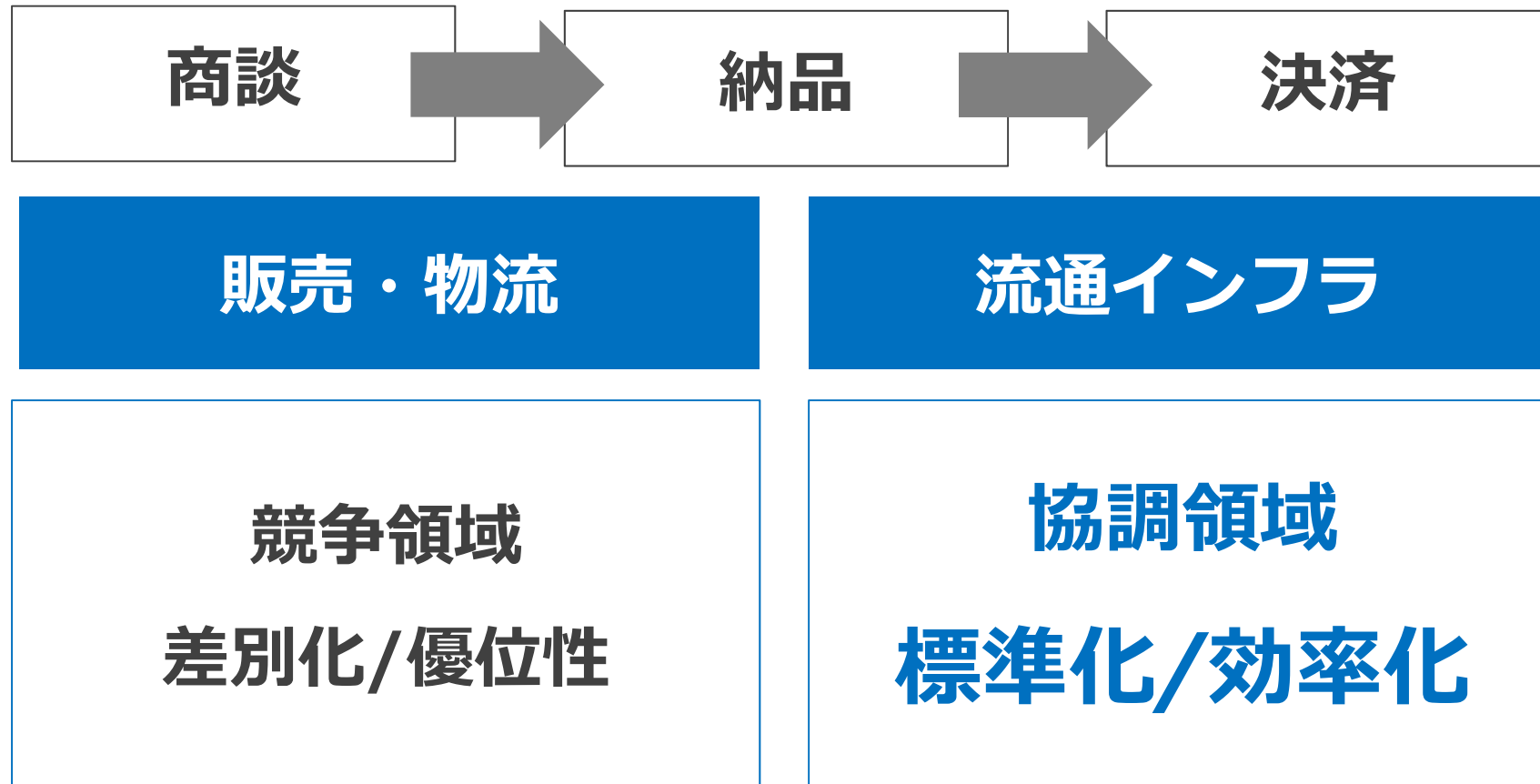
➤ 流通BMS推進状況と課題

2. 流通BMS標準遵守

➤ 取引業務効率化に向けて

3. 今後の展開

流通インフラ標準化によるコスト削減



運用ガイドライン遵守が大前提

<p>XML (メッセージ)</p>	<ul style="list-style-type: none">● 統一伝票を踏襲したターンアラウンド型● 27種類のメッセージ● タグ情報と階層構造
<p>業務プロセス (運用)</p>	<ul style="list-style-type: none">● 様々な業種、業態、商材、センター方式に対応した業務プロセス
<p>インターネット (通信回線)</p>	<ul style="list-style-type: none">● データ連携を重視したファイル交換型● 証明書を利用したセキュリティ

■ マッピングチェックのメリット

流通BMSのスムーズな導入が可能

現状

説明会
仕様書確定

開発
テスト

- ✓ 仕様変更が困難
- ✓ 対応企業が減少
- ✓ 修正等による本番日の延期
- ✓ ベンダー負担増

今後

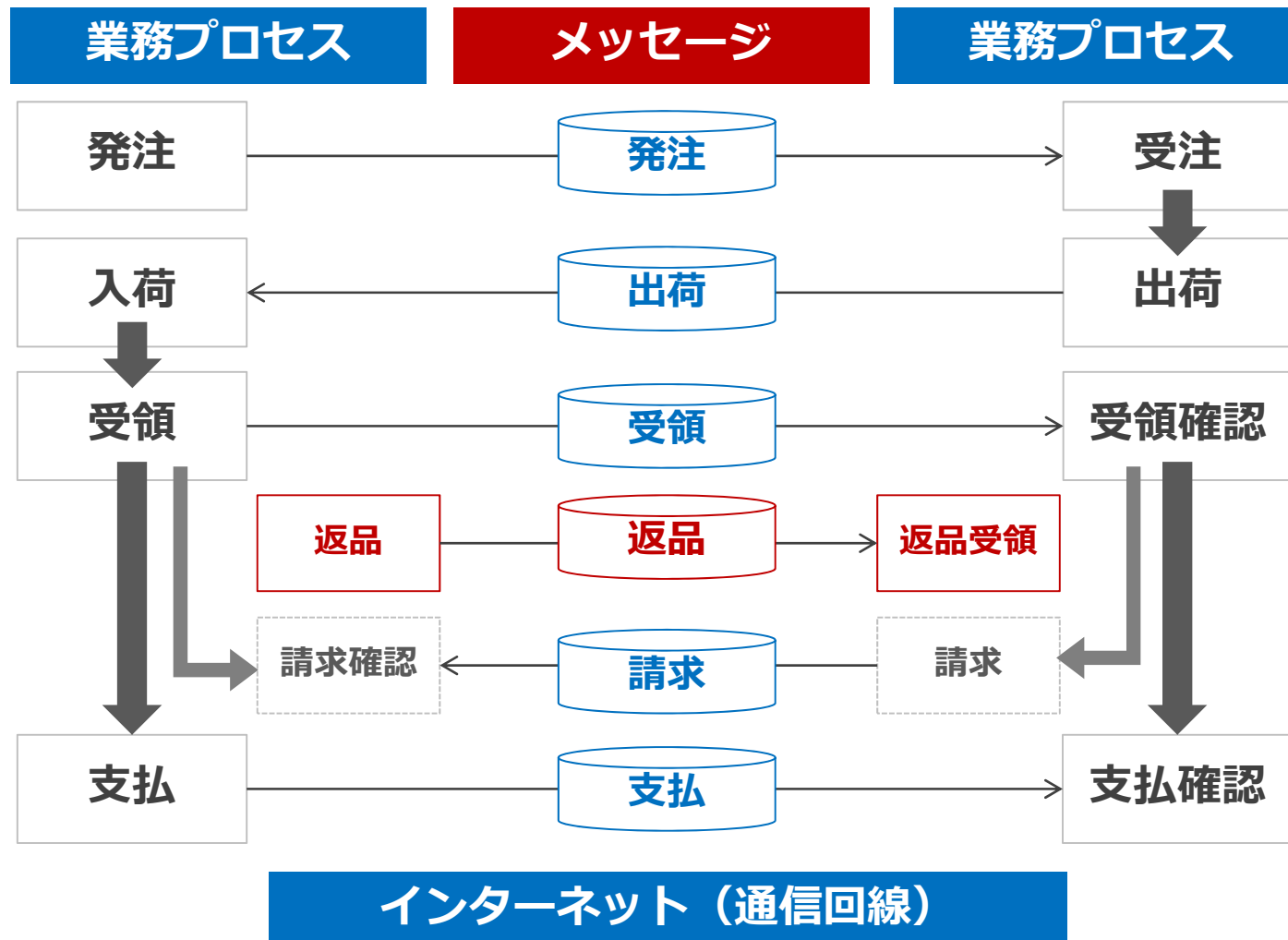
マッピング
チェック

説明会
仕様書確定

- ✓ 問い合わせが減少
- ✓ 対応企業の増加
- ✓ 導入期間の短縮
- ✓ ベンダー負担軽減

■ 流通BMSの基本業務フロー

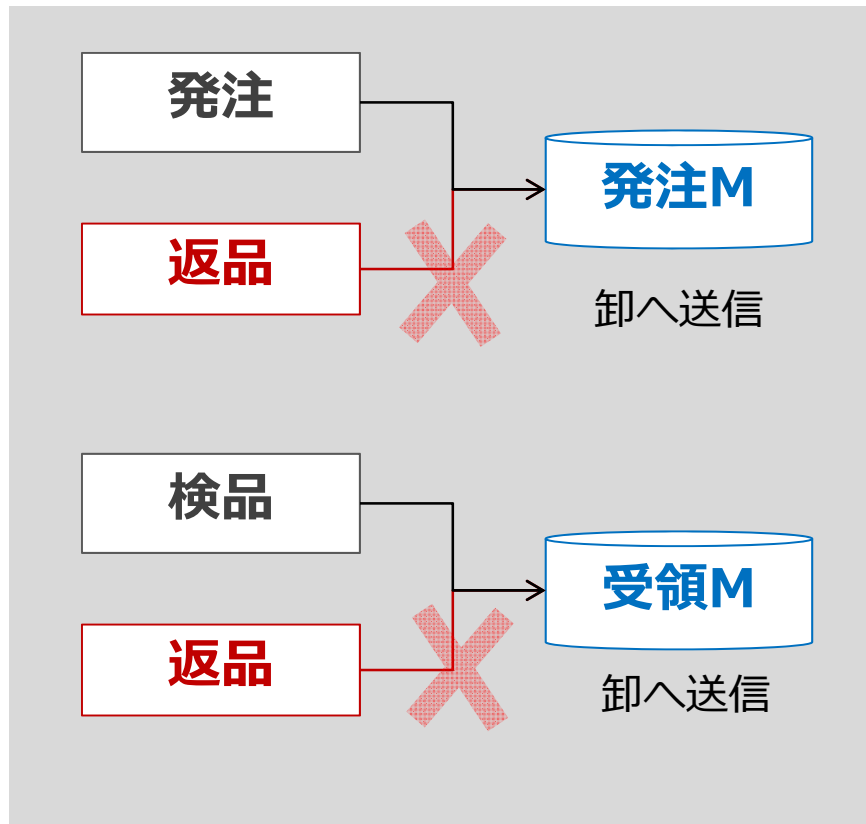
JCA運用を継続すると、非標準になる場合が多い



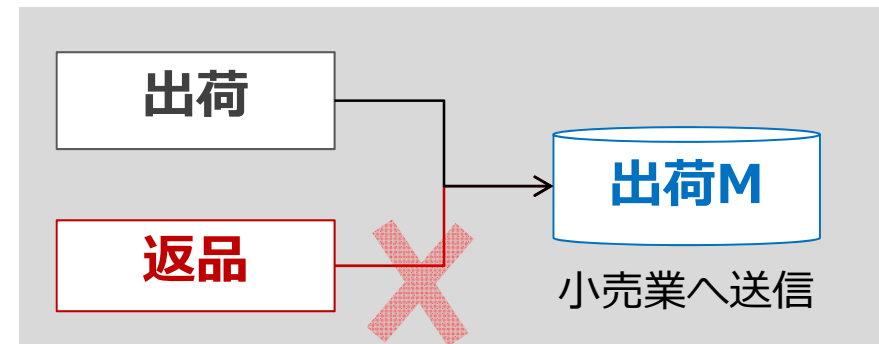
■ よくある標準外のメッセージ利用事例

返品（受領）メッセージの利用が標準

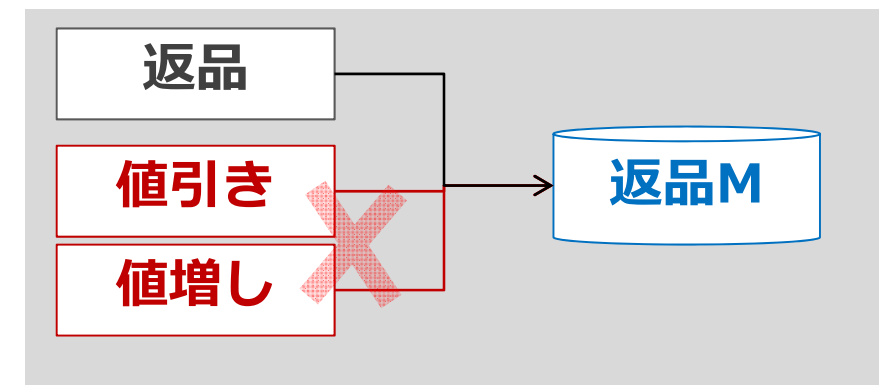
● 小売業が送信する事例



● 卸が送信する事例



● 返品メッセージの拡大解釈事例



■ わかりやすいマッピング記入方法

部門別、納品方法別、発注方法別マッピング作成が基本

利用有無	現行の項目名	サンプル1 【XXXの場合】	サンプル2 【XXXの場合】	サンプル3 【XXXの場合】	※ 使用桁数	新規の項目 利用方法	現行の項目 利用方法
------	--------	-------------------	-------------------	-------------------	-----------	---------------	---------------

● サンプルの記入例

【ドライの場合】	【チルドの場合】	【日雑の場合】
【店別スルー納品】	【総量納品】	【店直納品】
【EOS発注の場合】	【非EOSの場合】	

■ 非標準のマッピング事例

ガイドラインに則ったマッピング作成が前提

● マッピングでよくある間違い

項目	意味が違う利用
必須／任意	必須項目にセットしていない
タイプ	文字に半角カナをセット
桁数	桁数超過
引継項目	発注から引継ぐ項目を出荷にセット
コードリスト	コードの変更、追加、意味の変更

■ 項目の間違った利用事例

任意項目も利用方法が決まっています

● 任意項目の間違った利用例

項目名	間違った利用内容	正しい利用項目
商品分類（小）	発注書No	取引付属番号
直接納品先コード	部門コード	商品分類（大）
処理種別	定番・特売・期間奉仕品	商品区分
商品分類（中）	納品ルート	納品経路/納品区分
メーカーコード	売上傳票No	取引番号

■ 導入時の検討事項

① 集計表作成データ（発注）利用の検討

現状：発注メッセージ（総量） + 集計表作成データ（発注）

今後：発注メッセージ（店別）

② 出荷メッセージ送信先

現状：小売業物流センター

今後：VAN/ASP又は小売業本部経由⇒物流センター

③ 直接納品先コード利用

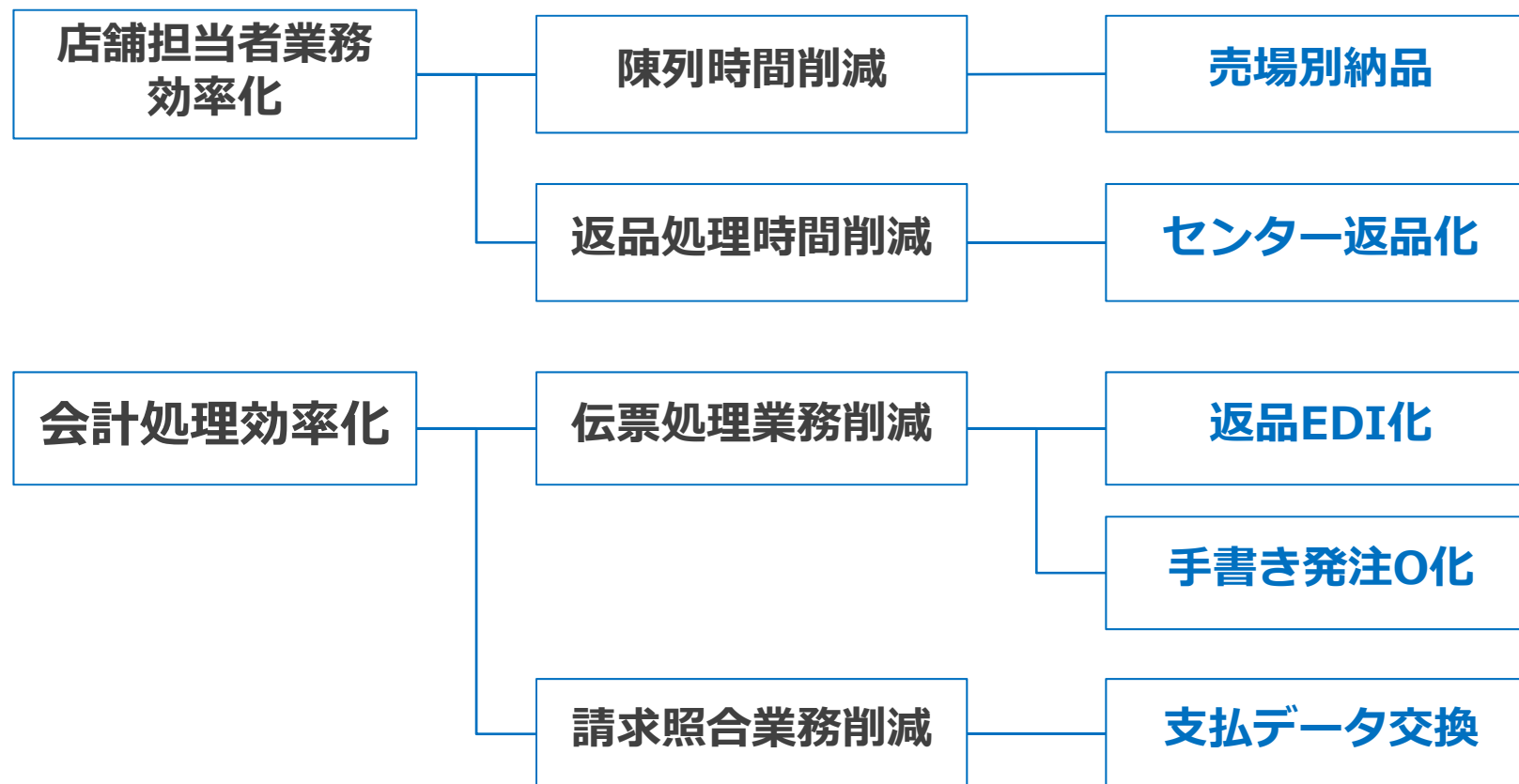
現状：卸・メーカーのマスターで納品先決定

今後：発注データで納品先を決定

④ 店直EDIの運用

⑤ 取引業務効率化

業務のBPRにより、更なる効果が期待できます。



企業間全体最適から流通業界全体最適へ

システム会社

●標準化を**推奨**する

小売業

●標準化を**意識**する

卸・メーカー

●非標準は勇気をだして**是正**する

■ 本日の内容

はじめに

1. 花王グループの普及推進活動

▶ 流通BMS推進状況と課題

2. 流通BMS標準遵守

▶ 取引業務効率化に向けて

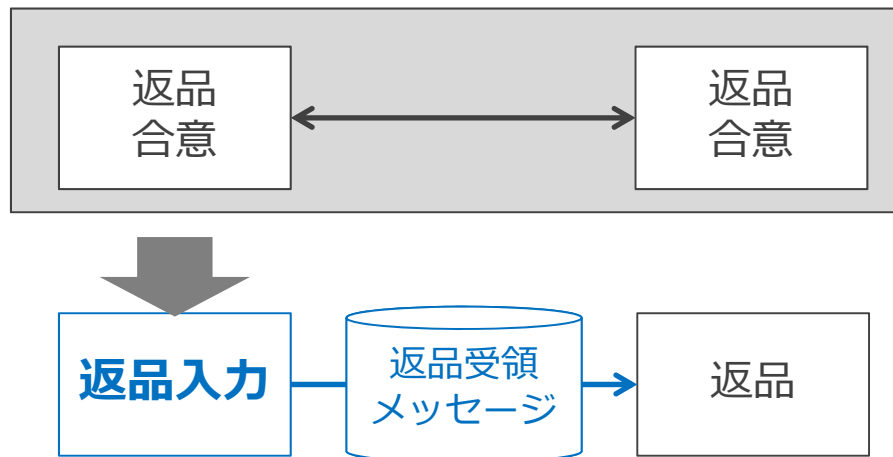
3. 今後の展開

チェンジリクエストでバリエーションが拡大

返品受領メッセージ 「卸・メーカー開始型モデル」

卸・メーカー

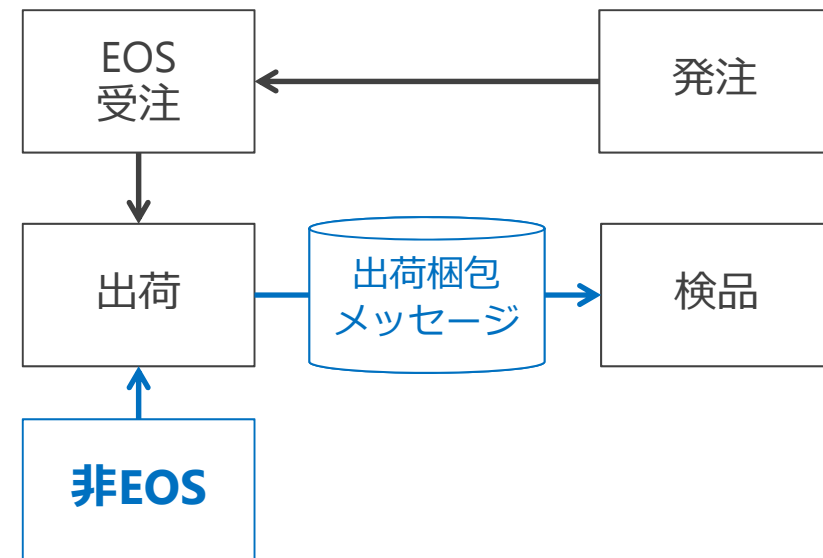
小売業



出荷梱包紐付有り 「出荷開始型モデル」

卸・メーカー

小売業



■ 仕入税額控除の導入方式

軽微なシステム対応と二重投資回避に向けて検討中

2019年10月～

2023年10月～

**区分記載請求書等保存方式
(インボイス制度暫定措置)**

**適格請求書等保存方式
(インボイス制度)**

区分記載請求書記載事項

- ✓ 発行者の氏名又は名称
- ✓ 受領者の氏名又は名称
- ✓ 取引年月日
- ✓ 取引内容
- ✓ 軽減税率対象品目である旨記載等
- ✓ 税率ごとに合計した対価の額

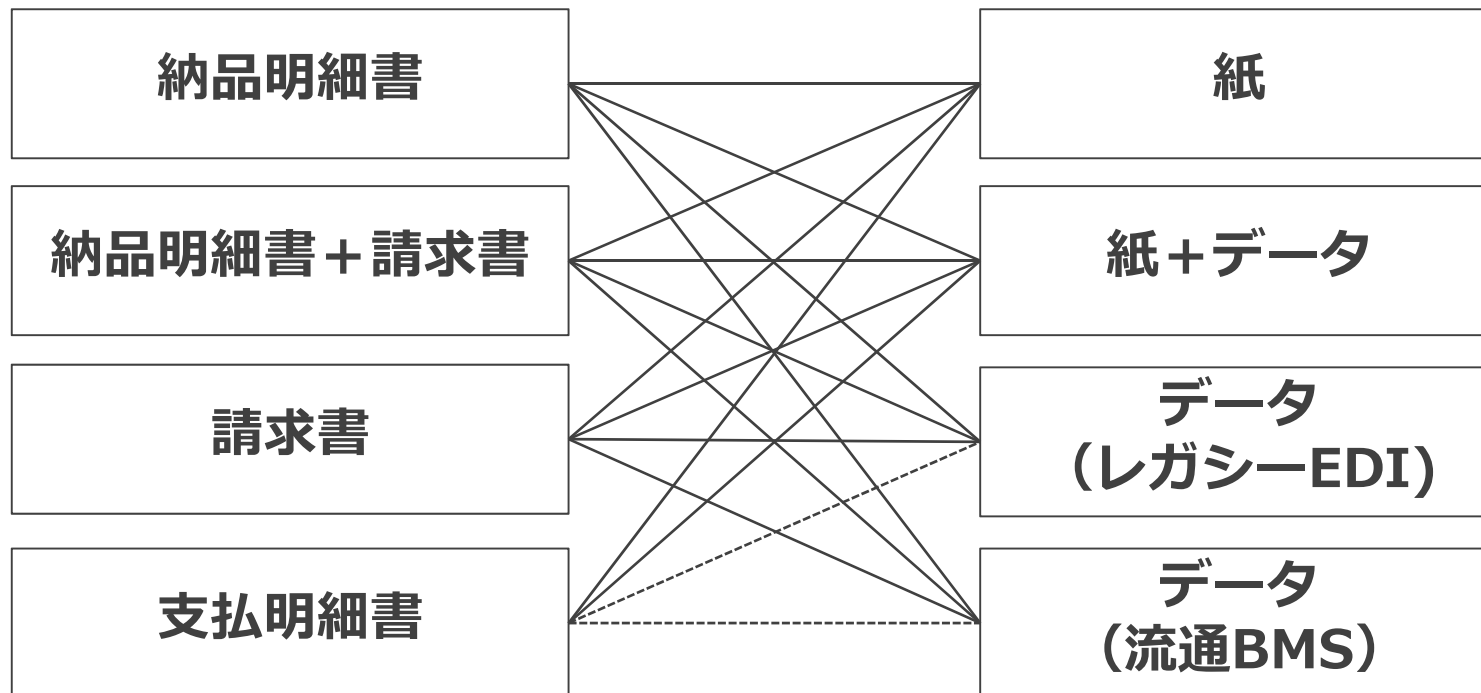
適格請求書記載事項

- ✓ 発行者の氏名又は名称及び登録番号
- ✓ 受領者の氏名又は名称
- ✓ 取引年月日
- ✓ 取引内容
- ✓ 軽減税率対象品目である旨記載等
- ✓ 税率ごとに合計した対価の額及び適用税率
- ✓ 税率ごとの消費税額

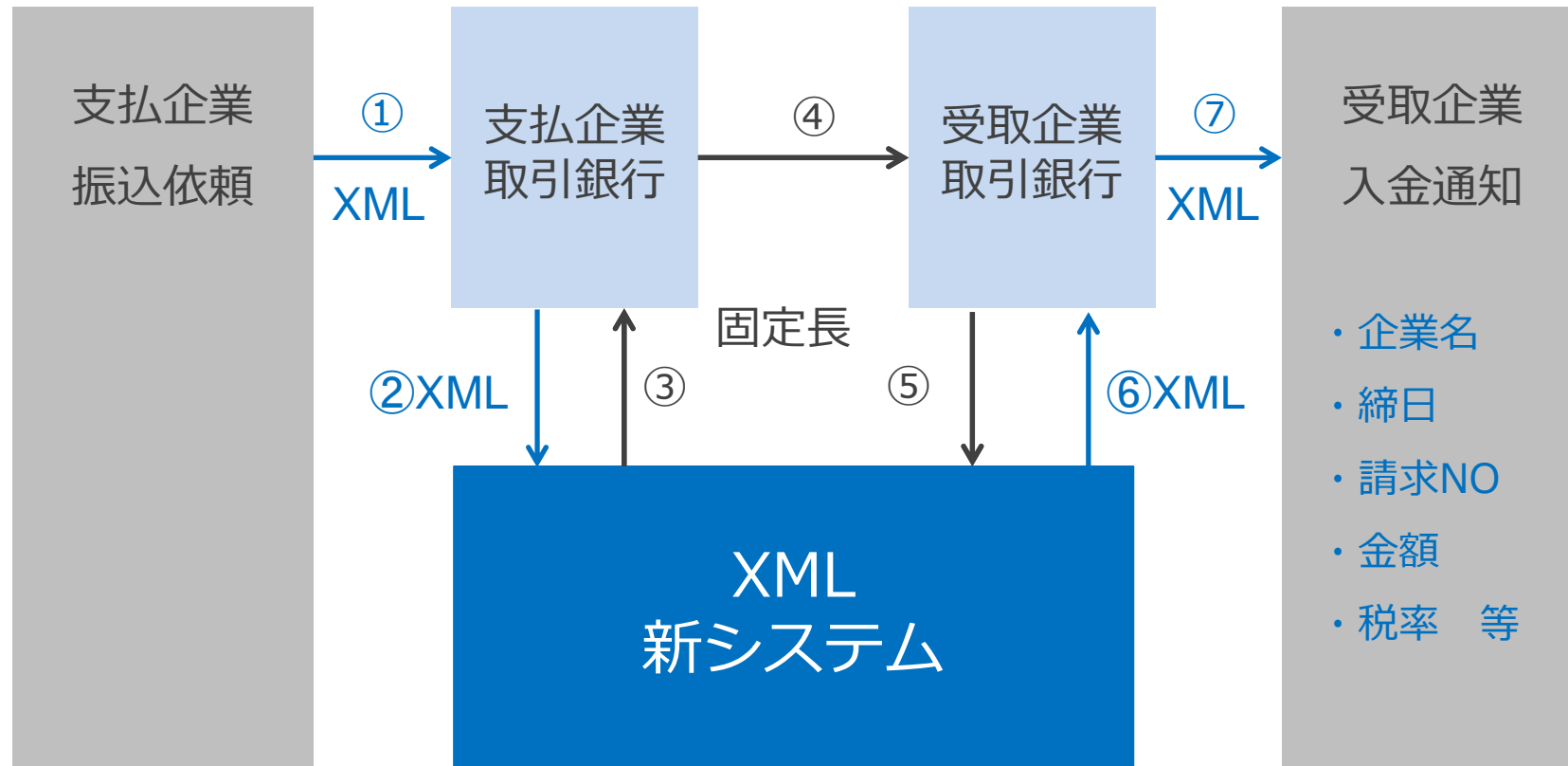
流通BMSでインボイス対応標準化が必要

主なインボイス対応パターン

媒体・通信方法

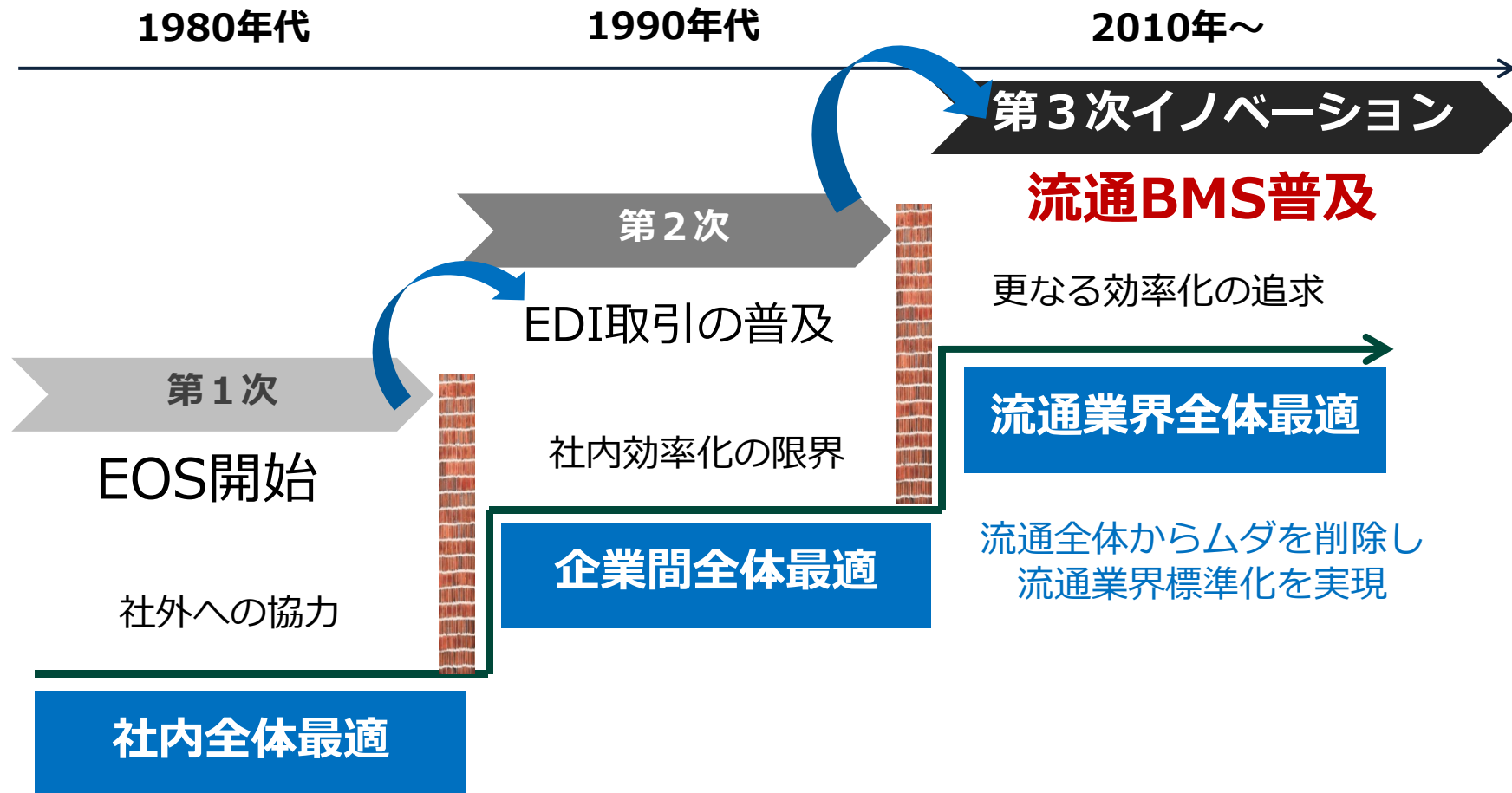


金融EDIにより、決済業務効率化を検討中



■ 流通インフラの第3次イノベーション

流通BMSは、流通の進化、発展に必要不可欠なインフラ



- 流通BMS**早期導入**
- 流通システム**標準化推進**
- 取引業務**効率化の実現**

ご清聴、ありがとうございました。

