



特集 正会員紹介（日本チェーンドラッグストア協会、全国化粧品日用品卸連合会）

流通BMS協議会 会報（流通BMSニュース）No.9 をお届け致します。

本会報では、正会員の全国化粧品日用品卸連合会、日本チェーンドラッグストア協会を紹介いたします。また、全国化粧品日用品卸連合会の会員企業である㈱Paltacの流通BMSへの取組みを、企業事例として紹介いたします。

全国化粧品日用品卸連合会（全卸連）について、専務理事の川上和伸氏に、次のお話を伺いました。

- ・ 中小卸売業の流通BMSの導入を促進するには「新しいシステムを稼動させても、帳合が変わったらそれまでの投資が無駄になってしまう」という懸念を払拭する必要がある。
- ・ 導入のトリガーは小売業であると思う。小売業からの積極的なアプローチにより普及のスピードは上がると考えている。

全卸連の会員企業の㈱Paltac 情報システム本部 マネージャー 荒井清一氏に、流通BMS導入の効果と今後の期待についてご講演頂きました。

- ・ Paltacにおける流通BMSの導入効果には、①伝票レスの実現、②送受信時間の短縮、③標準フォーマットによる開発・運用の効率化、の3点を上げることができる。
- ・ 今後の期待としては、①多くの企業が流通BMSを導入し、小売業/卸売業共に経費削減・業務効率化が進むことを期待する、②流通システム標準普及推進協議会が機能し、個別仕様が出ないように監視し、参加団体が積極的に流通BMSの導入を推進している。

日本チェーンドラッグストア協会について、事務総長の宗像守氏に、次のお話を伺いました。

- ・ 「改正薬事法のルール遵守」と「EDIの標準化」の2つを業界標準化への取り組みとしている。厚生労働省からの指導もあり、改正薬事法のルールに関心が高いことも事実である。
- ・ EDIの標準化推進のため、標準システムの目標を作り、協議会がイニシアティブをとり、会員企業が合意し、会員がその気になるものを提示していくことが必要である。

11月9日（火）東京・江東区のTOC有明コンベンションホールで開催する 第2回目の「流通BMSフォーラム&ソリューションEXPO2010」の概要をご紹介します。

正会員紹介 全国化粧品日用品卸連合会（全卸連）

協会の概要

- ・設立 昭和 35 年(1960 年)
- ・会員状況 会員 27 組合 486 社（平成 21 年 7 月）
- ・会長 森友 徳兵衛（森友通商株式会社 代表取締役）

インタビューした人

- ・全卸連 専務理事 川上 和伸氏



川上 和伸氏

ひとこと

当協会の会員企業は売上 50 億円以下の企業が大半を占める。
大手企業は、流通 BMS の対応準備ができつつあるが、
中小卸売業への流通 BMS 普及が今後の課題である。

I. 全卸連と本年度の重点活動項目

全卸連の会員企業数は最も多かった 1985 年には 2,200 社程あったが、近年合併・廃業が多く、現在は 500 社程度である。

本年度の重点活動項目は以下の 8 項目である。

- (1)卸流通アカデミーの設立
- (2)地域の卸流通についての研究
- (3)全卸連活動の見直し
- (4)ブロックの組織活動
- (5)公正取引の推進
- (6)返品削減
- (7)流通課題の製・配共有化
- (8)EDI 標準化への取り組み

(1)については、卸売業の次期経営者を育成する研修機関「卸流通アカデミー」を設立し、今年 9 月から約 1 年間の研修を開始する予定である。

II. 情報システム専門委員会

常任理事会の下に設けられた情報システム委員会の実務部隊で、全卸連の情報システムに関するあらゆる活動を担っている。

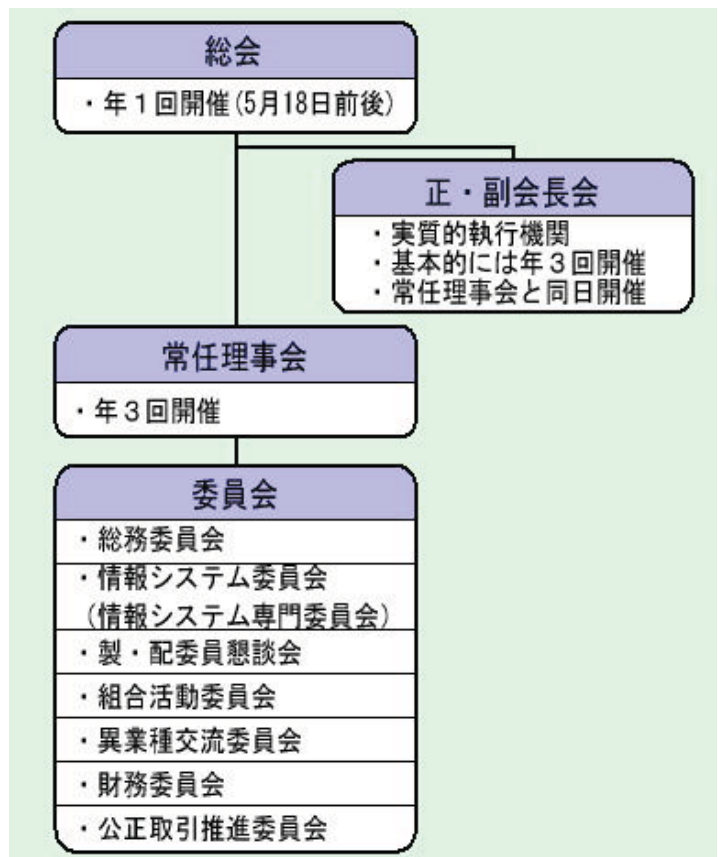
今年の具体的な取り組み事項は、以下の 3 点である。

- ① 商品マスタデータ（※プラネット）の共同利用を促進する。

卸売業は商品マスタを各メーカーから個々に収集するのではなく、メーカーがプラネットに登録した商品マスタデータを共同で利用する。そのためにもメーカーにはできるだけ早く商品マスタを登録して頂くことを推進している。

- ② 流通 BMS への対応を推進する。

昨年、流通 BMS 協議会のアンケートで調査した結果、導入企業は 3 社であった。目下の課題は中小卸売業への流通 BMS 認知度向上である。



③ GTIN への対応をフォローする。

GTIN 対応（集合包装用商品コードの 16 桁廃止、14 桁統一）については、メーカーからの働きかけがあり、流通システム開発センターの協力を得て、今年 1 月に「日用品・化粧品業界における集合包装（ケース・ボール外装）の ITF14 桁化への対応ガイドライン」を策定し、本連合会のホームページで公開した。荷受業務にバーコードを使っていない中小卸売業も少なくなく、そのような企業には GTIN 自体を理解していただくことが難しかった。

昨年までは、GTIN 対応の優先順位は 2 番目だったが、ひと段落ついたので、今年は流通 BMS の優先順位を 2 番目に上げた。

情報システム専門委員会には、会員企業 7 社のシステム部門の責任者と、オブザーバーとしてメーカーから 7 社、また、アドバイザー 3 社の合計 17 社が参加している。メーカーが参加することで、業界としてバランスがとれているかを確認しながら議論を進めることができる。委員はそれぞれの所属企業や取引先と情報を共有することができ、また、業界内での自社の現在位置を確認することができる。

Ⅲ. 流通 BMS に対する取り組み

前述のとおり、本年度は流通 BMS の普及に力を入れている。

大手企業は流通 BMS に対する理解が深く、導入可能な状況になってきている。データ量が多いので、導入効果は明白である。

しかし、中小企業となると大手企業とは全く状況が異なる。会員企業の経営者に流通 BMS を説明するが、なかなか理解していただけない。

プラネットを利用している卸店に対しては、「メーカー・卸間は、プラネットを通じて標準化されたデータのやりとりをしている。流通 BMS はプラネットの卸・小売版だと思って欲しい」というように説明している。多少異なることは承知しているが、これが最もわかりやすい。

プラネットを利用していない卸店への説明はさらに難しい。会員企業の大半が売上 50 億円以下で、JCA 手順を使っていない卸店が多い上、電話・ファックスで特に不自由していない、システム担当者がいないなど、ハードルが高い。また、投資対効果を考えてしまうので、何か、説得力のある目安となる数字を提示できないと導入は進まないだろう。9 月 10 日の常任理事会で「概説 流通 BMS」を配布し、流通 BMS のメリットを改めて詳細に伝えている。

以前、プラネットに出向していたが、オンライン化を進めるために、メーカー、卸売業に直接出向いた経験がある。このときは、入力・再入力の手間がどれくらいかかっているか、在庫管理はどのように行っているかなど、詳細なヒアリングを行い、オンライン化のメリットを具体的に説明した。結果、1 ヶ月に何行分発注したらオンラインにしても採算がとれるのかを算出したら、月間 50 行というのがある程度の目安で、これがプラネットを利用するか否かの分かれ目となることが分かった。ここまで極端な方法ではないにしろ、流通 BMS でも、現場の運用がどう変わるのかを具体的に示せるような普及活動が必要なのかもしれない。

Ⅳ. 普及の鍵は小売業

中小卸売業の導入を促進するには「新しいシステムを稼働させても、帳合が変わったらそれまでの投資が無駄になってしまう」という懸念を払拭する必要がある。

導入のトリガーは小売業であると思う。小売業からの積極的なアプローチにより普及のスピードは上がると考えている。

※ プラネット：1985 年発足の日用品化粧品業界の VAN 運営会社。EDI サービスや DB サービス等、メーカー・卸売業間の情報インフラを提供している。

企業紹介 株式会社 Paltac

- 創業 1898年12月1日
- 設立 1928年12月22日
- 事業内容 化粧品・日用品、一般用医薬品卸売事業、物流受託事業
- 所在地 本社/大阪市中央区南久宝寺町一丁目5番9号
支社/北海道・東北・関東・東京・横浜
中部・近畿・中国・四国・九州
- 従業員数 2,685名(2010年3月) ※除くパートタイマー
- 売上高 7,392億円(2010年3月期)



荒井 清一氏

7月15日(財)流通システム開発センターの会員制研究会「流通情報システム研究会」の定例セミナーで、(株)Paltac 情報システム本部 マネージャー 荒井清一氏に「化粧品・日用品、一般用医薬品卸における流通 BMS の取り組み事例」を講演して頂きました。講演内容を紹介いたします。

I. 流通 BMS について

2005年あたりから、流通 BMS の色々な会合に参加して、今の JCA 手順を何とか流通 BMS に変えていこうとしてきた。経済産業省事業の次世代標準 EDI WG に参加し、2006年10月から小売4社、卸9社による共同実証に参加した。

以下のような環境の変化に早めに備え、急な変化にも対応出来る様準備した。

- 通信機器の老朽化(モデムの製造中止)
- 企業間通信データの増大・種類の拡大(POSデータ・画像・漢字など)
- インターネットの普及・通信速度の高速化
- 法制度の変化(薬事法改正など)

EDIメッセージ標準化の目的は、業界を取り巻く電子商取引の方法を整備・標準化し業務効率を図り、流通業界の本来の使命である「消費者サービスのさらなる向上」「新たな価値の創造」を実現していくことである。EDIメッセージ標準化の考え方は、以下の通りである。

- 全ての企業間取引で共通のEDIメッセージを使えるように、「メッセージ種別」「メッセージ構造」「データ項目」「データ項目の意味」「データ属性」を標準化する。
- 現行の業務を出来るだけ担保し、移行の負担を軽減する。
- 将来の技術・業務に対応できる準備を盛り込むが、必須ではない。
 - 商品マスタ情報の同期化(GDS)
 - 国際標準の企業・事業所識別コード(GLN)
 - 国際標準の商品識別コード(GTIN)
- インターネットを使用した通信を前提とする(XML,セキュリティ)
- 取引証憑の要件を満たすEDIメッセージとすることで、仕入伝票を不要とする。

II. Paltac の流通 BMS の取り組み

2-1. 社内 EOS サーバー統合

全国10カ所の支社に存在していたEOSサーバーを、東西2カ所に統合し、ランニングコストの削減とさらなる災害対策・保守管理の向上を目指した。大手小売業から長年使用していたJCA-H手順の廃止要請に対応した。

また、自社で保有している回線種は、下記6種類が使用されており、各回線ごとに数本~数十本

の回線を用意し、小売業の要望に対応している。

- ① JCA 2400BPS ② JCA 9600BPS ③ JCA 19.2KBPS
- ④ 全銀BSC 9600BPS ⑤ 全銀BSC 19.2KBPS ⑥ 全銀TCP/IP 64KBPS

本回線は、接続時間に応じた課金であり、接続時間に関係ない固定料金のインターネット回線に変更することにより、通信費の大幅削減を図ることができる。多くの小売業が流通BMSを導入して頂くことにより、通信費の削減効果が大きいものとなる。

2-2. 現状の問題点

Paltacにおける、現状の問題点は、以下の通りである。

- ・ 通信機器が製造中止になってきており、現行機器の保守も出来ない状況にある。
- ・ 通信速度が遅く、データの送受信に時間がかかる。
- ・ 接続企業は増えたが、フォーマットがバラバラである。
- ・ このため、通信コスト、運用コストが増大している。
- ・ 伝票や書類が多く、保管スペースが足りない状況にある。

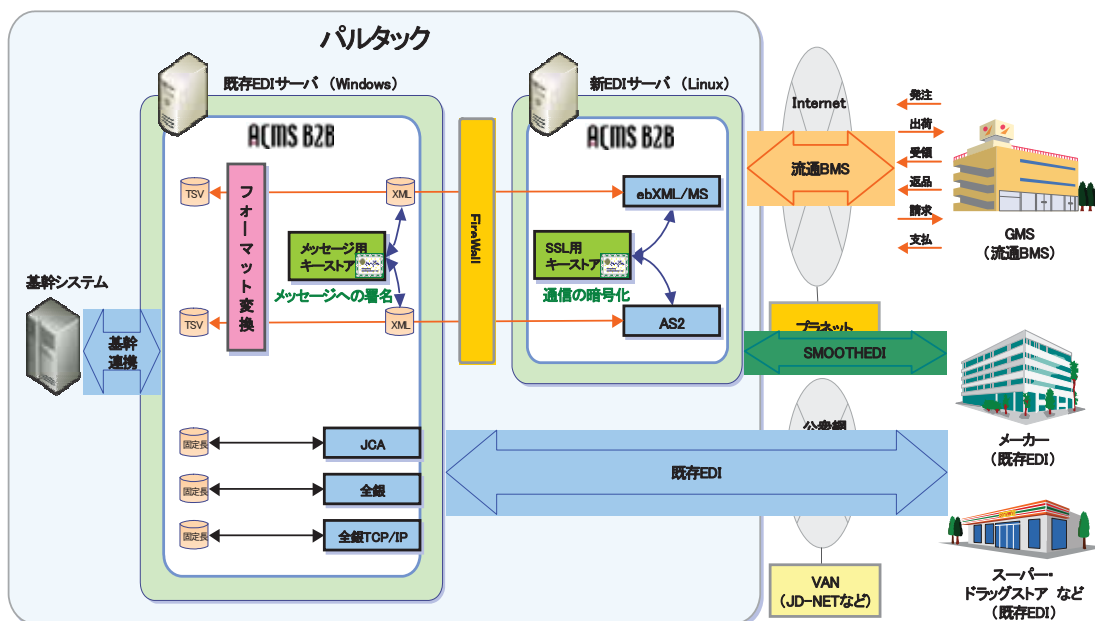
2-3. 流通BMS導入の経緯

経済産業省指導でスーパー業界のEDIの標準化検討が始まり、卸売業の立場で参加し、フォーマットの標準化、インターネット使用の通信手順は、小売・卸共に業務の効率化になると判断し、導入を決定した。流通BMSの導入状況は以下の通りである。

- ・ 2007年度スーパー業界、数社と共同実証後、本番へと移行した。その後も、小売業からの要請により、流通BMSへ切替えを進めている。
- ・ 2009年度ドラッグ業界、ホームセンター業界の数社と共同実証後、本稼働を迎えている。
- ・ 現在10数社と流通BMS接続を行っており、今年度は数社を接続予定である。

スーパー業界に加え、ドラッグ業界からの接続依頼が最近増えている。「流通BMS」という言葉は普及してきており、その言葉をほとんどの方が知っている。しかし、流通BMSの導入効果、導入時の費用、運用方法（自社導入？VAN接続？）などについての質問が多く、この辺りを明確にすることにより、流通BMSへの切替えを促進している。

図-1 Paltac 通信環境



2-4. 通信環境の構築について

既存 EDI サーバ (Windows) では、既存 EDI (JCA 手順、全銀手順、全銀 TCP/IP) での接続を行っている。接続先は、既存 EDI のメーカー、スーパー・ドラッグストアなどである。

既存 EDI サーバに新 EDI サーバ (Linux) を導入し、流通 BMS 対応接続とプラネット接続を行っている。通信環境を、図-1 に示す。

Ⅲ. 流通 BMS の導入効果と今後の予定

3-1. 流通 BMS の導入効果

Paltac における流通 BMS の導入効果には、①伝票レスの実現、②送受信時間の短縮、③標準フォーマットによる開発・運用の効率化、の3点を上げることができる。

- ① 伝票レスの実現：伝票レスにより、プリンター費・伝票仕分け人件費・伝票保管費などの経費削減ができた。
- ② 送受信時間の短縮：1時間以上の通信が数分で完了し、小売業では、発注に余裕ができる。また、卸売業では、商品出荷の準備が早くでき、出荷計画、人員配置などの対応に余裕ができる。通信費用が従量制から定額制になるので、通信費の削減ができる。Paltac では、通信費を約50%削減することができている。
- ③ 標準フォーマットによる開発・運用の効率化：定義項目が明確なため、品質の高いソフト開発ができる。小売業では、標準仕様のため、卸・メーカーへの説明を簡素化でき、短時間で本稼働を実現できる。

3-2. 流通 BMS の導入時に苦労した点

流通 BMS 導入時に苦労した点は、以下の通りである。

- ① 新しい言葉を理解する。
 - ・XML 形式とは、通信手順 (ebXML、AS2、JX) とは、スキーマ定義とは、サーバー証明書・認証局とは、
- ② インターネット接続となるため、セキュリティを確保する。
- ③ XML とタブ区切り可変長データ間パラメータを作成する。
- ④ 通信機器手配、プロバイダー、ドメイン、証明書取得に時間を要した。
- ⑤ しかし、一番大変であると想定していた経営層の理解をスムーズに得ることが出来た。

3-3. 今後の標準化活動

今後の標準化推進活動を、以下の通り進めていく。

- ① 小売業への普及啓発活動：流通 BMS の導入効果を理解していただく。
(導入企業が増えないと小売業・卸売業共に導入効果が半減する)
- ② 流通システム標準普及推進協議会への協力：受発注以外のメッセージ種の拡大活動へ協力。
(商品マスタ・POS等) と普及推進活動へ協力
- ③ 卸間の協力体制確立：卸/メーカー間で流通 BMS 対応企業数を増加させる。
(小売業の導入時、接続可能な卸売業/メーカー増加による効果拡大)

今後の期待を以下に述べる。

- ① 多くの企業が流通 BMS を導入し、小売業/卸売業共に経費削減・業務効率化が進むことを期待する。そのためには VAN/ASP 業者の協力も必要であり、通信関連ハード/ソフトが低価格で使えることも必要である。
- ② 流通システム標準普及推進協議会が機能し、個別仕様が出ないように監視し、参加団体が積極的に流通 BMS の導入を推進することを期待する。

正会員紹介 日本チェーンドラッグストア協会(JACDS)

- 設立：1999年6月16日
- 設立の趣旨：チェーン化を指向するドラッグストアの社会的な役割を果たすために
 - 1) 健康産業としてのわが国のドラッグストア業態の産業化の推進
 - 2) ドラッグストア産業の具体的な発展、育成に必要な情報の収集・提供
 - 3) ドラッグストアを取り巻く生活者、産業界、行政に対する建議、提言を行い、国民の健康と暮らしに寄与することを目的とする。
- インタビューした人 日本チェーンドラッグストア協会 事務総長 宗像 守氏



宗像 守 氏

I. ドラッグストア業界の状況と協会の活動内容

今、日本では、高齢化、人口の減少、所得及び可処分所得の減少が進んでいる。戦後、これまで右肩上がりで来ていたが、生産人口が非生産人口を上回る状況から、初めてすべてが減少する未曾有の状況にある。

日本全体が、混乱期にあり、変化の時期にある。価値観を変えなければならない時期にある。業界として、生活者の生活のどの部分を担うか？そこを明確にしていく必要がある。

右肩下がりのマーケットの中で、以下の2つの対応策があると考えている。

1つ目は、ダウンサイジングである。マーケット減少の中で、業界もしくは企業が小さくなることによって、生き延びていく方法である。2つ目は、新しい価値の創造である。マーケットを新しく作ることを行っていかなければ生き延びていけない。これまで、右肩上がりの需要の中で、GMS、SM、百貨店、CVS、HCの業態が生まれてきている。ドラッグストアは、最後に誕生した業態である。

ドラッグストアは、バブル期とともに成長してきた。他業態にあった現状マーケットをどう奪っていくかが、これまでの中心であった。GMS、SM、百貨店、HC、パパママストアなどから、食品、日用品・化粧品などを奪いつつ、成長をしてきたのである。

今後の全体のマーケットが右肩下がりの状況下で、いかに取れるマーケットがあるかだけでは、ドラッグストアは、行き詰ってきている。ドラッグストアによる需要創造が必要である。

II. 協会の推進テーマ

現在、協会の柱として、各社の創意工夫の部分ではない次の4つのテーマを、積極的に進めている。

- 1) 政策課題
- 2) マーケットの拡大
- 3) 業界の標準化の推進
- 4) 業界の社会的活動

1) 政策課題

これまで、使う人より稼ぐ人が多い時代であり、負担と給付のバランスは取れ、国民皆保険制度が成立していた。その結果、日本人は高い医療水準を保っている。しかし、これからは、これまでの負担と給付の方法は、成り立たない状況にある。そのため、国の医療改革はすべて、負担と給付の仕組みを組み直している。

しかし、改革とは新しい価値観を生み出すことであり、それはセルフメディケーションという考え方である。これを協会の柱として、平成11年から毎年ドラッグストアショーで行っており、これまで11年続けている。

WHOの方針としても、市販薬を増やして、慢性疾患病などを食い止める方針が出されたが、日本においても必要であると判断し、薬事法改正の必要性をレポートにまとめ、平成21年によく改正薬事法をスタートさせた。しかし、まだ枠組みができた範囲である。今後はこの法律を活用していくことが重要であり、これから6ヵ月ほどかけて研究会を行う。「薬剤師は何をすべきか?」「開業医と薬剤師・ドラッグストアの連携の実証実験」を行い、まとめていく。

2) マーケットの拡大

ドラッグストアショーもマーケット拡大の手段の一つである。2年前から海外メーカーへの出展の呼びかけを行っており、海外からメーカー・小売団体・消費者が大勢来て、海外の取引が拡大している。しかし、マーケットが右肩下がりするとき、これで日本のメーカーを苦しめてしまっているのでは？これでは違うのでは？との結論に至った。

次回から、海外の出展者を積極的に誘致することを止め、海外の業界団体・一般生活者、特にアジア系の方々に、日本の情報、商品を働きかけていく。各国の大使館、メーカー、卸、旅行代理店、・・・に積極的にアプローチする。そのような方々には、並ばずに入場できるよう特別対応を行い、日本企業の橋渡しを行っていく。そのために、各国語の資料や通訳を用意する。

2010年11月から年2回の頻度で、ドラッグストアの現状をつかんで、ドラッグストア研究レポートをまとめていく。年間商品トレンド、経営状況、他の業態動向、金融動向、法律解説などの勉強会を行っていく。商社系、金融系、証券系などには独自の研究機関があるが、巨大マーケットの流通に研究機関が少ない。流通の中で業界を絞り込んで専門家チームで始めていく。

3) 業界の標準化の推進

ミニマムスタンダード（最低限の共通化）に力を注いでいる。平成17年11月に、優越的地位の濫用の告示あり、公取から本内容の調査結果あり、HCに続いて、ドラッグストアが2番目に悪いとの結果報告あり、研究班を作った。返品問題、労務提供問題がその内容である。業界でここまでやるということを示していく。

あわせて流通の取引におけるシステム化の標準化になるが、指導を頂きながらしっかりと受け止めて行きたいが、実態として、後回しになってしまっているのが現状である。

4) 業界の社会的活動

健康セミナーなど地域と連携して活動している。業界全体では、全国20万人いる難病の方々をサポートし、その家族に笑顔を取り戻すことなどの活動を行っている。

さらに、取扱いが増えている食品について、卸・メーカーは、安売り対象になるので、ドラッグストアに食品を販売して欲しくない実状がある。また、ドラッグストアは、利益率が低いので、本当は食品を扱いたくない実状がある。しかし、薬剤師（専門家）が、真剣に健康食品を検討し、健康食品マーケットを伸ばしていきたい。過去、コンビニができて、新しい業態から新しいマーケットが拡大しているのも事実である。ドラッグストアも新しい業態から、新しいマーケットを創造していきたい。

Ⅲ. 業界標準化への取組み状況（EDI標準化への取組み）

現状、業界の標準化に、①改正薬事法のルール遵守、②EDIの標準化、の2つがある。

厚生労働省からの指導もあり、改正薬事法のルールに関心が高いことも事実である。また、ネット販売への防御のため、業界にルール厳守の檄を飛ばしている。昨年6月に厚生省が覆面調査を実施した。チェーンドラッグでは良い結果であったが、パピママストアが守っていない実態も明確になった。ルールを作りルールを守ることが重要である。

現状、EDIの標準化も通知・告知止まりである。推進について、組織作りを行い対応していく。流通BMSについては、イニシアティブの問題がある。もう少し、ハードなものにする工夫が必要である。業界標準を推進する目標（例：3年以内にここまで・・・）を設定し、何らかのイニシアティブを取っていくことが必要である。普及のため、標準システムについて、目標を作り、イニシアティブをとり、合意し、会員がその気になるものを提示していくことが必要である。推進のためのメリットとプレッシャーが必要なのかもしれない。

「目標値」＋「会員がその気になるもの」（取引上のプレッシャーになるもの）の両者が必要である。目標値だけでは進まない。大同団結してヨーイドンでイニシアティブを取って欲しい。

厚生労働省などから頻繁にきているルール変更対応などの優先度が高いので、EDIの標準化の優先度が下がってしまう。優先度を下げることが出来ない仕組み作りを、皆のためのメリットを受けられる方法を、是非、協議会からも提示して欲しい。目標値だけではダメで、切羽詰ったもの（取引が出来ないなど）などが必要である。移行するための大義名分が必要である。

業界全体として、流通BMSの認知度は向上している（言葉の理解は進んでいる）が、導入企業数は少ない。普及させるための作戦が加味されると、普及促進につながると考えている。

2010年11月9日（火） 東京・江東区のTOC有明コンベンションホールで開催する第2回目の「**流通BMSフォーラム&ソリューションEXPO2010**」の概要をご紹介します。

昨年度、約600名を越える方々のご参加を頂きました。

下記日程で受付開始いたします。事前登録制です。各セッション500名の入替え制となっておりますので、セッションごとの申込をお願いいたします。

【申込方法】

正会員各位、正会員の会員企業：9月13日から先行受付開始済

支援会員、その他一般：10月初旬以降に、流通BMS協議会HPで参加受付方法を公開予定

流通BMSフォーラム2010

- **名称** : 流通BMSフォーラム 2010
- **開催日** : 2010年11月9日（火） 10:30~16:20
- **場所** : TOC有明コンベンションホール （東京都江東区有明3丁目5番7号）
<http://www.toc-ariake.jp/conv.html>
- **内容** : 「**広がる流通BMS**」をテーマに最新情報や導入事例を紹介
 - 0. 開催挨拶 10:30~10:40 (10分)
 - 1. 流通システム標準普及推進協議会 活動報告 10:40~11:30 (50分)
※百貨店V2.1・商品マスタ関連の報告/導入効果算定ほか広報普及情報の提供
 - 2. 流通BMS導入企業経営者による講演 13:00~14:00 (60分)
ホームセンターへの広がり ◎株式会社コメリ 代表取締役社長 捧 雄一郎 様
 - 3. 流通BMS導入企業による自社事例の紹介 15:00~16:20 (40分×2)
中堅食品スーパーへの広がり ◎キシヨッピングセンター事例 (代表取締役 岸 弓乃 様)
百貨店・アパレルへの広がり ◎丸井事例 (業務企画部 部長 原 誠一 様)
- **入場料** : 無料（事前登録制）
- **主催** : 流通システム標準普及推進協議会

流通BMSソリューションEXPO2010

- **名称** : 流通BMSソリューションEXPO 2010
- **開催日** : 2010年11月 9日(火) 10:00~17:00
- **場所** : TOC有明コンベンションホール (東京都江東区有明3丁目5番7号)
<http://www.toc-ariake.jp/conv.html>
- **内容** : 流通BMSに関連する製品・サービスの展示
- **出展社** : 協議会 支援会員 21社23コマ
- **入場料** : 無料
- **主催** : (財)流通システム開発センター

会場情報【出展社】

(敬称略)

複合ソリューションゾーン	
ブースNO	出展社名
1	ユーザックシステム(株)
2	富士通エフ・アイ・ピー(株)
3	ミツイワ(株)
4	NECグループ(共同出展)
5	エヌアイシー・インフォトレード(株)
6	(株)日立製作所／(株)日立情報システムズ(共同出展)

サービス型ソリューションゾーン	
ブースNO	出展社名
7	(株)インテック
8	NTTコミュニケーションズ(株)
9	日本ベリサイン(株)
10	(株)HBA／(株)ヘリオス(共同出展)
11	(株)サイバーリンクス
12	GMOグローバルサイン(株)

パッケージ型ソリューションゾーン	
ブースNO	出展社名
13	(株)リテイルサイエンス／住商情報システム(株)(共同出展)
14	(株)データ・アプリケーション
15	ヴァンキュラム ジャパン(株)／(株)エス・エフ・アイ(共同出展)
16	ウルシステムズ(株)
17	JBアドバンス・テクノロジー(株)
18	(株)ビット・エイ
19	セイコープレジジョン(株)
20	(株)インターコム
21	(株)アスコット

コーヒープレイク

～ 流通 BMS で小売業の単品管理ができるとはどういうこと？ ～
今回は単品管理について、確認します。



【単品管理とは？】

小売業において、コンピュータが普及するまでは、商品を部門ごとに管理する方法が多く行われていました。例えば、ビール、調味料などの部門で管理を行っていました。（部門管理と言います。）

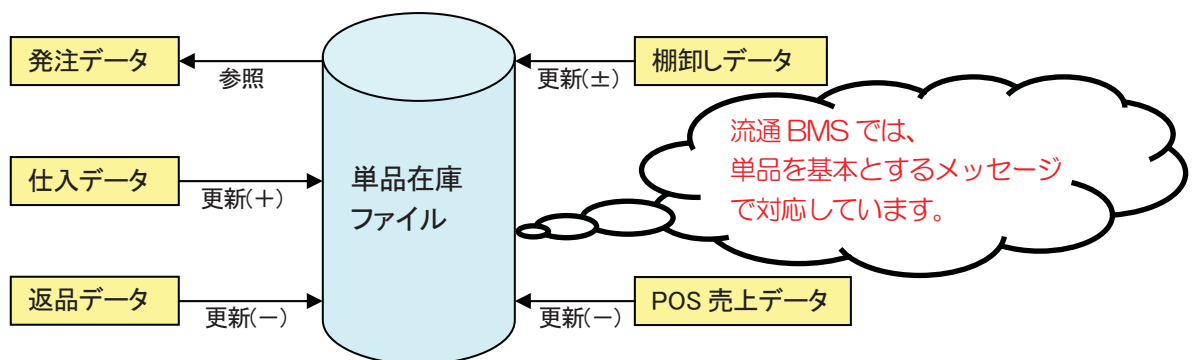
これに対して、お客様が購買する単位「単品」で管理することが、単品管理です。お客様が購買する単位で在庫を管理し、発注し、受領し、仕入計上し、売上計上する仕組みです。

【何故、単品管理ができなかったのでしょうか？】

これまで、個々の商品の補充は、単品の在庫状況を確認して発注を行っていました。しかし、商品の納品確認を行っても、仕入計上を納品時と異なるタイミング、例えば、店舗納品とは異なるタイミングで本社一括の仕入伝票金額入力を行ったり、売上計上を部門売上の単位で行ったりしていました。そのため、単品管理を行うことが難しかったのです。単品管理は、発注を単品で行い、商品の移動と連動して、仕入も単品で、売上も単品で管理することが基本です。

流通 BMS では、単品の発注データを引継ぎ、出荷データ（ASN）を単品で計上しています。また、そのデータを、仕入データ、支払データとして引継いでいます。売上計上は、POS の売上データを計上することで単品管理ができます。

このように、商品移動と連動して、入力を全て単品で行うことにより単品管理を行うことができます。



注：更新(+,-,±)は、発生データが在庫ファイルを更新する増減の度合いです。
更新(+)
更新(+)
更新(+)

【単品管理でどんな効果があるのでしょうか？】

日々の単品ごとの売上金額を積み上げ、日々の単品ごとの仕入金額を積み上げて、日々の粗利が見えてきます。日々の売上、日々の在庫状況を把握して、品切れロス、廃棄ロスを削減していくこともできます。これらの基本は、全て日々の単品データの積み上げです。



詳細は、『概説 流通 BMS』を参照して下さいネ！

協議会会員一覧（会報No.8発行後、支援会員8企業が新たに会員登録されました。）

1. 正会員入会状況（2010年9月22日現在。48団体）（団体名50音順）

オール日本スーパーマーケット協会	(社)全日本医薬品登録販売者協会	(社)日本スポーツ用品工業協会
(財)家電製品協会	全日本菓子協会	日本生活協同組合連合会
酒類加工食品企業間情報システム研究会(F研)	全日本履物団体協議会	日本石鹸洗剤工業会
情報志向型卸売業研究会	全日本婦人子供服工業組合連合会	(社)日本専門店協会
食肉流通標準化システム協議会((財)日本食肉流通センター)	(社)全日本文具協会	日本チェーンストア協会
(財)食品産業センター	(社)大日本水産会	日本チェーンストア協会
(財)食品流通構造改善促進機構	(社)日本アパレル産業協会	(社)日本ドゥ・アウト・ユアセルフ協会
(社)新日本スーパーマーケット協会	(社)日本医薬品卸業連合会 大衆薬卸協議会	日本歯磨工業会
(財)生活用品振興センター	(社)日本衛生材料工業連合会	日本ハム・ソーセージ工業協同組合
全国医薬品小売商業組合連合会	日本OTC医薬品協会	日本百貨店協会
全国酒類卸売業協同組合(全国卸売酒販組合中央会)	(社)日本加工食品卸協会	(社)日本フードサービス協会
全国菓子卸商業組合連合会	(社)日本玩具協会	日本文紙事務器卸団体連合会
全国化粧品日用品卸連合会	日本化粧品工業連合会	(社)日本ボランティア・チェーン協会
全国青果卸売協同組合連合会	日本GCI推進協議会	(社)日本レコード協会
(社)全国中央市場水産卸協会	一般社団法人 日本出版インフラセンター	(社)日本ロジスティクスシステム協会
(社)全国中央市場青果卸売協会	日本スーパーマーケット協会	協同組合 ハウネット

2. 支援会員入会状況（2010年9月22日現在。142社）（社名50音順）

新規支援会員:eBASE(株)、I・I・I・システム(株)、株式会社フロンティア、パナソニックシステムネットワークス(株)、(株)富士通ビジネスシステム、(株)南日本情報処理センター、MISネット(株)、オゾンシステム(株)

(株)アール	オリンパスシステム(株)	(株)テクノブレン	富士ゼロックス(株)
(株)アイシーエス	カストプラス(株)	(株)デジタルコンセプト	富士ソフト(株)
(株)アイティオー	キャノンITソリューション(株)	(株)デジタルデザイン	富士通(株)
(株)ITビジュアリー	(株)クライム	鉄道情報システム(株)	富士通エフ・アイ・ピー(株)
(株)アイネット	(株)ケイコム	(株)寺岡システム	(株)富士通システムソリューションズ
(株)アグリコミュニケーションズ	K・ビジネスサポート(株)	(株)寺岡精工	(株)富士通総研
(株)あじよ	(株)コスモコンピュータシステムズ	東芝情報機器(株)	(株)富士通中部システムズ
(株)アスコット	小林クワイエット(株)	東芝テック(株)	(株)富士通ビジネスシステム
イーサポートリンク(株)	(株)コムアソート	トッパン・フォームズ(株)	フューチャーアーキテクト(株)
(株)イーネット	(株)サイバーリンクス	(株)トライ	(株)プラス
eBASE(株)	(株)さくらケーシーエス	西日本オフィスメーション(株)	(株)フアラネット
イー・マネージ・コンサルティング協同組合	(株)サトー	日経メディアマーケティング(株)	(株)フリーポート
(株)インダ	(株)サンレックス	(株)ニッセイコム	(株)ヘリオス
伊藤忠テクノソリューションズ(株)	(株)CSKシステムズ	日本アイ・ビー・エム(株)	北陸コンピュータサービス(株)
(株)インタコム	GMOグローバルサイン(株)	日本アドバンスドリーダースソフトウェア(株)	ホンダロジコム(株)
(株)インテージ	(株)ジェイ・エス・エス	日本経済新聞社	ミツイワ(株)
(株)インテック	(株)JSOL	日本事務器(株)	三菱電機インフォメーションテクノロジー(株)
(株)インフォマート	JBアドバンスド・テクノロジー(株)	日本情報通信(株)	三菱電機インフォメーションシステムズ(株)
(株)インフォメーションプロセッシングリサーチ	(株)システム・トラスト	日本電気(株)	(株)南日本情報処理センター
ウインキュラム ジャパン(株)	シャープシステムプロダクト(株)	日本ヒューレット・パッカート(株)	(株)Minorityソリューションズ
ウルシステムズ(株)	(株)ジャパンインフォレックス	日本ベリサイン(株)	(株)ミンクス
(株)エイ・アイ・エス	SOOP(株)	日本ユニシス(株)	マルチネット(株)
(株)HBA	住商情報システム(株)	日本ラッド(株)	ユーザックシステム(株)
(株)エス・エフ・アイ	住友セメントシステム開発(株)	(株)ニュートラル	(株)U-Think
(株)SJC	セイコープレジジョン(株)	(株)ネクステージコンサルティング	(株)ユーフィット
(株)S-Parts	(株)セゾン情報システムズ	(株)野村総合研究所	(株)ユニックス
エス・ピー・システムズ(株)	創玄塾	パナソニックシステムネットワークス(株)	ユニバーサルフード(株)
エヌ・アイ・シー・インフォトレード(株)	ソラン(株)	パワーワークス(株)	(株)ライトウェブコンサルティング
(株)NEC情報システムズ	大興電子通信(株)	(株)日立情報システムズ	ライトシステムコンサルタント(株)
NECパーソナルプロダクツ(株)	(株)大洋システムテクノロジー	(株)日立製作所	(株)ラック
エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ(株)	(株)外トラ	日立ビジネスソリューション(株)	(株)リテールサイエンス
エヌ・ティ・ティ・コムウェア(株)	TIS(株)	(株)ビット・エイ	(株)リンネット
大阪市中央卸売市場	(株)DTS	(株)ひむか流通ネットワーク	ロジ共働促進(株)
大阪商工会議所	(株)TKC	(株)ファイネット	(株)ワイ・ティ・シー
沖縄流通VAN(株)	(株)データ・アプリケーション	(株)フィンテックジャパン	
オフィスナヤマ	テクトラシステム	(株)福岡CSK	

<編集後記>

「製・配・販」流通3層において、流通BMSを本格的に導入している正会員とその所属企業の流通BMSへの取組み事例をまとめました。

全卸連は、EDI標準化への取組みを今年度重点活動テーマにし、普及のために具体的な現場運用事例の提示が必要であるとの指摘を、日本チェーンドラッグストア協会は、EDI標準化への取組みのために、「目標値」と「会員がその気になるもの」の提示を、との指摘を頂きました。

インタビューを通して、両会員企業に流通BMSが普及してきていることを実感しました。

なお、流通BMSを導入（または予定）している小売業、卸売業・メーカーの企業名を調査しています。調査結果を、流通BMS協議会HPと会報で、10月以降、順次公開してまいります。



11月9日（火） 東京・TOC有明コンベンションホールで、第2回「流通BMSフォーラム&ソリューション EXPO2010」を開催いたします。協議会の活動状況報告、流通BMS導入企業の経営者による講演・事例紹介、支援会員による製品・サービスの展示を行います。積極的な参加をお願いいたします。

10月以降の流通EDI入門講座、流通BMS講座（導入編、システム設計編）の開催予定をお知らせいたします。早めのお申込みをお願いいたします。

流通EDI入門講座、流通BMS講座 開催スケジュール(2010年10月～11月)

講座名	開催地区	開催スケジュール		開催回数
		10月	11月	
流通EDI入門講座	東京	△10/22		毎月 開催 (東京、大阪)
	大阪			
流通BMS講座 (導入編)	東京		△11/16	1回/2ヶ月 開催 (東京、大阪)
	大阪			
流通BMS講座 (システム設計編)	東京		△11/26	1回/3ヶ月 開催 (東京)

※開催月の前月月初から申込受付開始

申し込みはこちらから <http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/event/edi.html>

次号は11月末発行予定です。流通BMSフォーラム&ソリューションEXPOを特集いたします。

今後ともご愛顧のほどよろしくお願いいたします。

(や)

発行 : 2010年9月28日 発行

発行人 : 流通システム標準普及推進協議会 (流通BMS協議会)

住所 : 〒107-0052

東京都港区赤坂 7-3-37 プラス・カナダ 3階 (財) 流通システム開発センター内

Tel : 03-5414-8505 Fax : 03-5414-8513

E-mail : ryutsu-bms@dsri.jp

URL : <http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/>