



Index

トピック ... P2

2年に1回実施している「流通 BMS 導入実態調査」の結果の概要を紹介しています。

関連して、半年毎に実施している「卸・メーカー導入数推計調査」の12月1日現在の結果を紹介しています。

協議会の活動紹介 ... P7

来年の1月から2月にかけて東京、名古屋、大阪で開催する予定の「流通 BMS 普及推進説明会一標準順守を推進し、新たな標準化へ」の内容を紹介しています。

シリーズ 業界のキーマンに聞く ... P8

大阪アパレル物流協議会（OAP）会長、牧 邦彦氏（ワコール流通）にお聞きしました。

流通 BMS 協議会会員 ... P11

社名公開企業 ... P14

ロゴマーク使用許諾製品 ... P14

流通 BMS 入門講座 ... P15

入門講座（バーコード、電子タグ） ... P16

編集後記 ...P17



この2年間で小売の導入済みが10ポイント増 第3回 流通BMS 導入実態調査結果

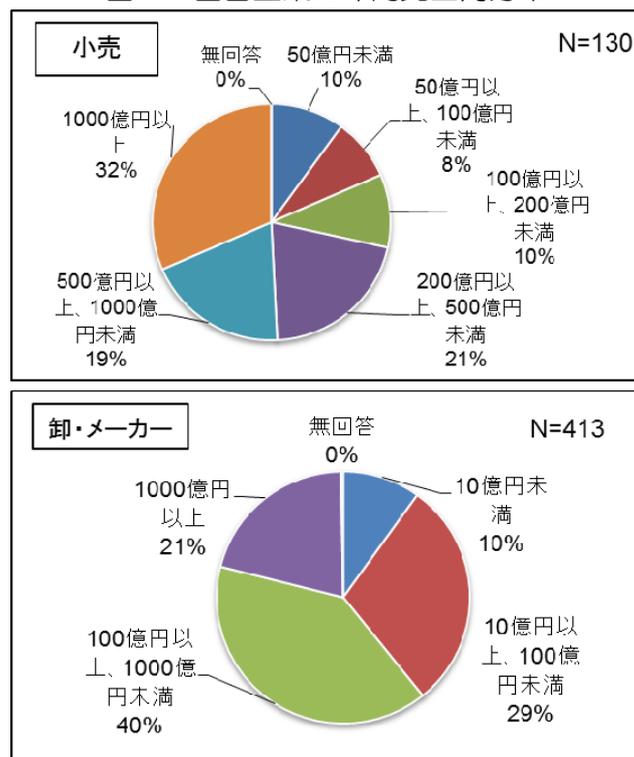
流通BMS協議会では2009年から隔年で「流通BMS導入実態調査」を実施しており、今年度はその3回目の実施年に当たる。調査は今年の7月から9月にかけて正会員団体の協力を得て実施し、その結果を11月8日開催の普及推進部会で検討した。以下、調査結果の概要を紹介する。

●調査の実施方法

調査は本協議会の正会員である業界団体の正会員企業に団体事務局から調査票を配付してもらい、回答はメールやFAX、Webで協議会事務局に直接返信してもらう形で実施している。今年度は下表に示す小売7団体、卸・メーカー20団体の協力を得て実施した。

配付数と回答数は、小売業が配付505社、回答130社（回答率26%）、卸・メーカーが配付1,460社、回答421社（回答率29%）となっている。

図1 回答企業の年間売上高分布



調査協力団体

【小売業】(7団体)

日本チェーンストア協会、日本スーパーマーケット協会、新日本スーパーマーケット協会、日本百貨店協会、日本チェーンドラッグストア協会、日本DIY協会、日本生活協同組合連合会

【卸・メーカー】(20団体)

日本加工食品卸協会、日本ハム・ソーセージ工業協同組合、全国菓子卸商業組合連合会、全日本菓子協会、全国化粧品日用品卸連合会、日本石鹸洗剤工業会、日本化粧品工業連合会、日本DIY協会、ハウネット、日本衛生材料工業連合会、日本OTC医薬品協会、日本医薬品卸売業連合会・大衆薬卸協議会、全日本履物団体協議会、日本アパレル・ファッション産業協会、S研、家電製品協会、日本パン工業会、F研、日本玩具協会、生鮮取引電子化推進協議会

●回答企業の年間売上高分布

回答企業の年間売上高の分布は図1のとおり。前回と比べると分布に大きな違いは見られない。

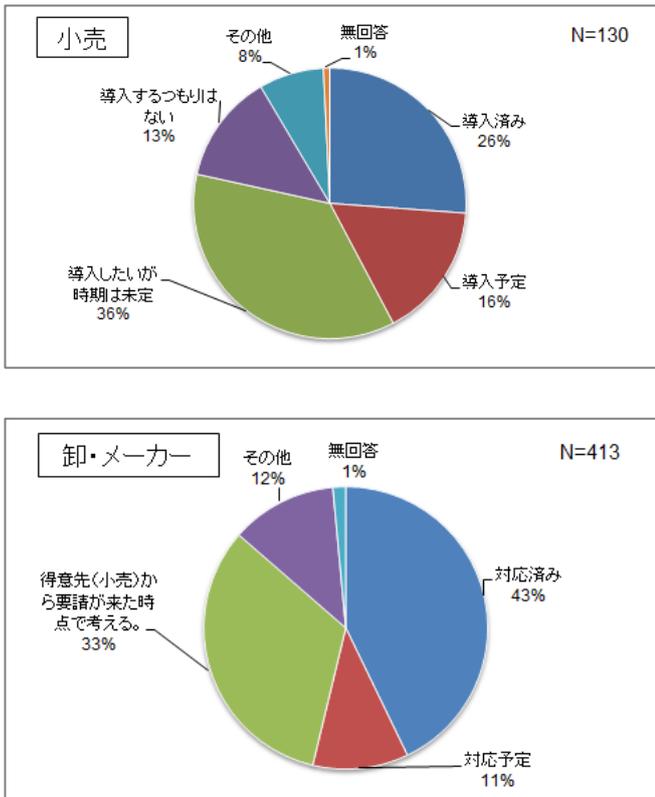
●流通BMSの導入状況

本調査の最も基本となるデータが流通BMSの導入状況。小売業の流通BMS導入状況は図2のとおり、「導入済み」が26%（前回は16%）、「導入予定」が16%（同15%）となった。導入済みと導入予定を合計すると42%となり、前回の31%と比較すると導入機運は着実に高まっていることが分かる。

一方、卸・メーカーの導入状況は「対応済み」が43%（前回は26%）、「対応予定」が11%（同21%）となっている。この2つの回答の合計は2年前の47%から54%に増えており、流通BMSに対応済みまたは予定の卸・メーカーも着実に増えていることが伺える。



図2 流通 BMS の導入状況



円未満では EOS のみが 38%、EDI が 57%であるのに対して、年商 1000 億円以上では EOS のみが 7%、EDI が 93%となっている。

EOS のみの小売業が今後 EDI 化を目指すことは必定であり、その意味では中小小売業に多い EOS のみの企業に対する流通 BMS の普及推進が重要であることをこの調査結果が示している。

② 通信手順の使用割合

EOS から EDI への移行とともに、通信の手段も電話回線からインターネットに変わっていくことは必須の流れだが、小売業が現在使用している通信手順で最も多いのが JCA 手順で全体の 7 割近くを占めている。(図 4)

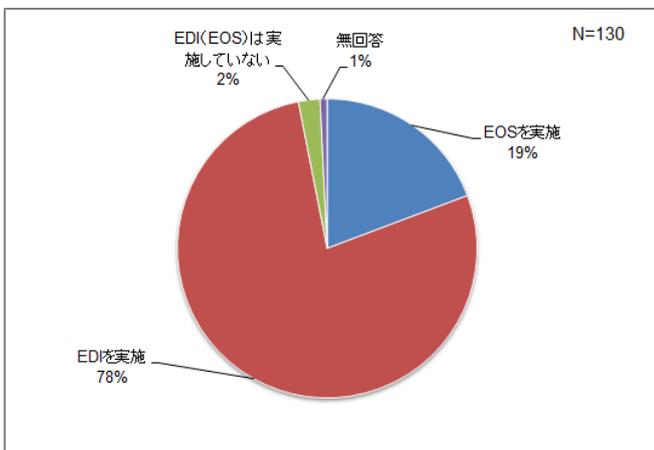
これに対してインターネット系では Web-EDI が 61%と相変わらず高い割合を示しているものの、2 年前の 59%からほぼ横ばいとなっているのに対して、流通 BMS は 2 年前の 16%から 26%へ 10 ポイントの増となっており、着実に増加していることを示している。

●現在の EDI の状況

① EDI (EOS) の実施状況

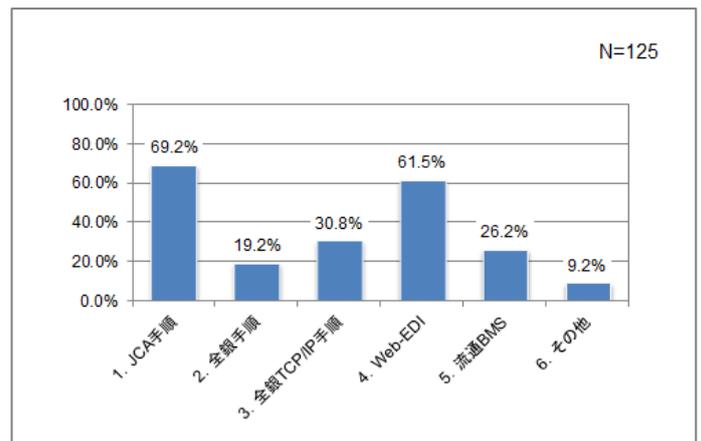
今回、過去 2 回の調査にはなかった調査項目として、小売業の EDI (EOS) の実施状況を聞いた。その結果、約 2 割の小売業が EOS (電子発注) のみを実施していることが判明した。(図 3)

図3 EDI (EOS) の実施状況 (小売)



年間売上高の規模で見ると、規模が小さいほど EOS のみの割合が高くなっており、年商 200 億

図4 使用している通信手順 (小売)



●流通 BMS の導入形態

流通 BMS 対応の EDI システムは自社導入か外部委託かという問いに対する回答は下記の結果となった。

【小売業】 (N=34)

- ・自社構築：20%
- ・外部委託：65%



- ・自社/外部併用：15%
- 【卸・メーカー】（N=177）
- ・自社構築：47%
- ・外部利用：30%
- ・自社/外部併用：23%

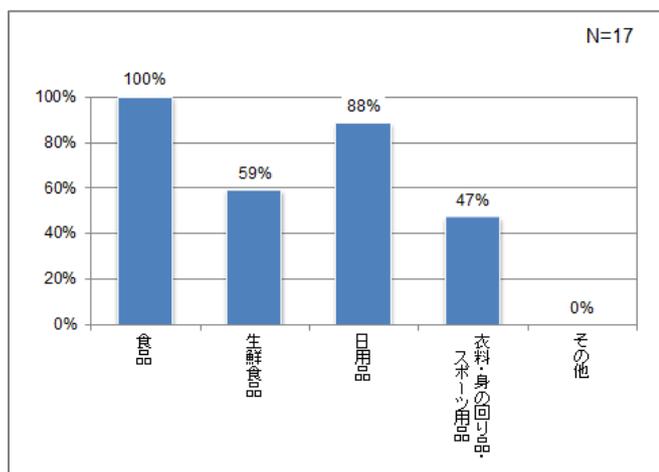
前回（2011）年は「自社構築・外部委託併用」の選択肢がなかったため、一概には比較できないが、小売業の外部委託は2年前の59%から65%に増えており、併用の15%を加味するとEDIシステムのアウトソーシングの流れが顕著に表れている。

卸・メーカーの導入形態には大きな変化は見られない。

●流通 BMS を導入している商品部門

流通 BMS を導入している小売業がどの商品部門の取引に導入しているかを今回の調査で初めて聞いた。全小売業（N=34）では、食品94%、日用品88%、衣料・身の回り品・スポーツ用品53%などとなったが、小売業態によって取扱い商品の有無もあるため、最も回答数の多いGMS・食品スーパー（N=17）だけで見ると図5のとおりとなった。

図5 流通 BMS を導入している商品部門（GMS・食品スーパーのみで見た場合）



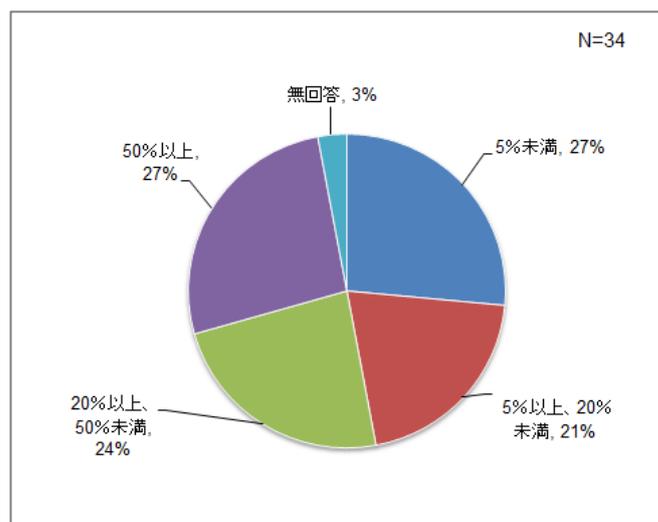
GMS・食品スーパーでは、食品と日用品の割合が高いのは当然として、生鮮食品部門においても

6割近くの小売業が流通 BMS を導入していることが判明した。

●全取引量に占める流通 BMS の割合

流通 BMS の導入割合を見る目安として、全取引明細行に占める流通 BMS 取引の割合を聞いている。小売業の結果は図6のとおりとなっており、20%未満が47%であるのに対して、20%以上の取引量を流通 BMS でカバーしている企業が50%を占めている。2年前はそれぞれ、72%、23%であったことから、導入済み小売業の流通 BMS の割合も着実に増えていることが分かる。

図6 全取引明細行に占める流通 BMS の割合（小売業の場合）



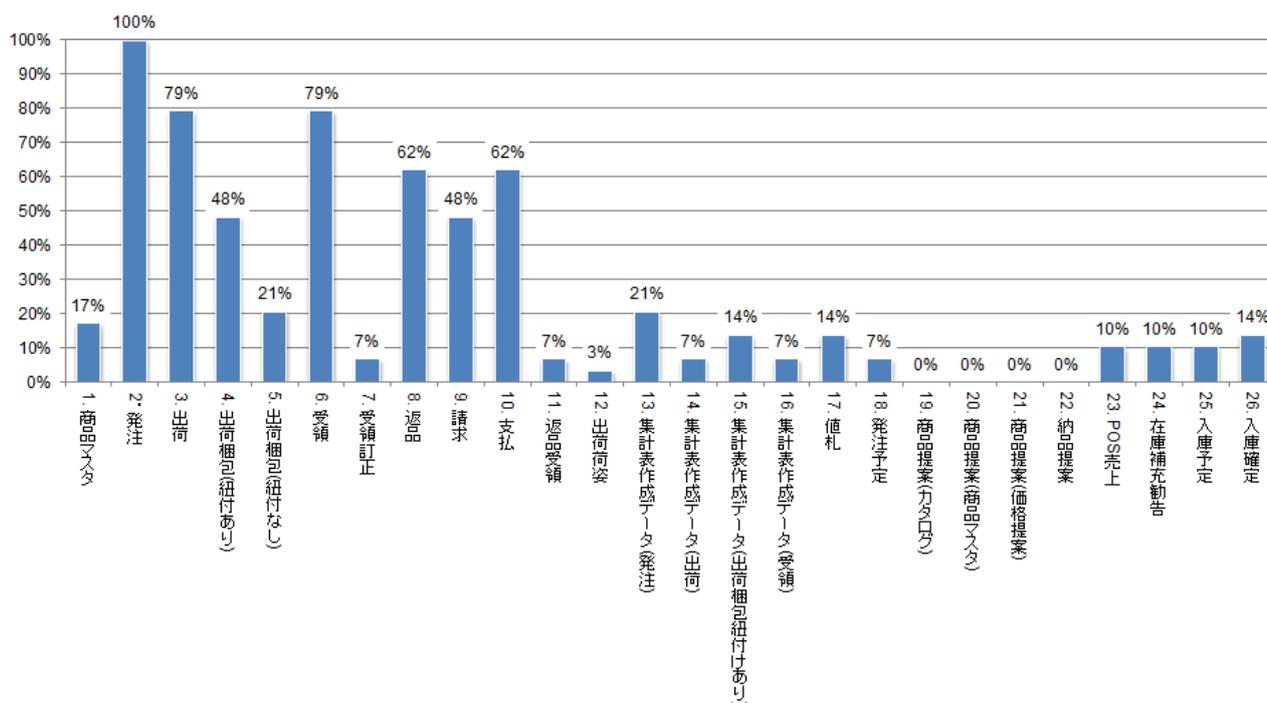
●流通 BMS の使用メッセージ

流通 BMS の取引で使用されている基本形メッセージは図7の割合となった。基本の7メッセージを前回（2011年）と比較すると、受領を除くメッセージはわずかずだが利用する企業が増えている結果となった。受領メッセージの利用割合減（2年前は84%）はサンプル数の違い（2年前は19）による誤差の範囲と思われる。



図7 使用されている基本形メッセージの割合（小売業の場合）

N=29



●流通 BMS の導入効果

流通 BMS の導入効果を《インターネット通信》と《標準メッセージ利用》に分けて集計した。

従来の電話回線利用からインターネット利用の EDI になることによる効果は、小売、卸・メーカーともに「通信時間の短縮」（小売 74%、卸・メーカー 73%）が多く、次いで「通信コストの削減」（同 44%、41%）となっている。

一方、標準のメッセージを利用することによる効果は、小売業で「伝票レス」（56%）が突出して多いのに対して、卸・メーカーでは「伝票レス」（35%）と並んで「小売対応システムの共通化」（34%）が多く上げられている。

●流通 BMS を導入した理由

導入済みまたは予定の小売業に対して、流通 BMS を導入した（する）理由（きっかけや狙い）を聞いた。その結果の上位は下記のとおりとなっている。（N=55）

- 伝票レスの実現：88%（前回 50%）
- 機器の更新ができない：68%（同 32%）
- 基幹システムの更新時期：65%（同 36%）

- 請求/支払照合の効率化：56%（同 27%）
- 通信コスト削減：47%（同 32%）
- 発注～納品時間短縮：41%（同 41%）

2年前の母数が 22 社であったのに対して今回の母数は 55 社と増えており、この間に新たに導入した（する）小売業は、機器・システムの更新時期を迎えたのを機に伝票レスや請求/支払照合の効率化、通信コストの削減などを狙って、新たに EDI システムを導入した（する）ことが伺える。

●流通 BMS を導入しない理由

逆に、流通 BMS の導入について「時期未定」または「導入するつもりはない」と回答した小売業にその理由を聞いた。その結果、上位 3 つは下記の結果となった。（N=64）

- 投資対効果が見えない：53%（前回 59%）
- 既存機器が動いている：45%（※）
- 基幹システムの更新時期未定：38%（同 42%）

※前回この選択肢はなかった

この結果を総合すると、既存機器が支障なく動いており、また基幹システムの更新時期が決まっ



ていない今、EDI システムだけを置き換える理由が見当たらない、といった状況が伺える。

なお、前回の回答で比較的多く上がっていた「対応できる取引先がまだ少ない」は 42%から 28%へ、「取引先から要請がない」は 48%から 27%へそれぞれ減少しており、これはこの2年間の卸・メーカーの導入済み企業割合の増加（26%から 43%へ）を反映した結果と言える。

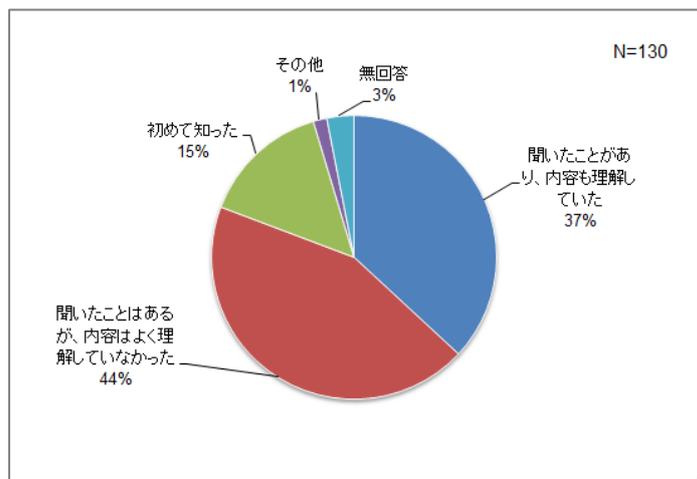
●Web-EDI 基本方針の認知度

本協議会では 2011 年 3 月に「小売業が Web-EDI を提供する場合は流通 BMS の JX 手順も同時に提供する」といった『流通 BMS における Web-EDI の基本方針』を発表している。今回の調査でもその内容を調査票に添付した上で、小売業に対してその認知度を聞いた。

その結果は図 8 のとおりであり、前回と比較すると「聞いたことがあり内容も理解」が 28%から

37%へ、「聞いたことはあるが内容はよく理解していない」が 35%から 44%へ増加しており、認知度は確実に高まっていることが伺える。

図 8 Web-EDI 基本方針の認知度
(小売業のみへの質問)



卸・メーカーの導入企業数が 6,500 社以上に ～12月1日時点の推計 この半年間で約 800 社増加～

本協議会では、半年毎に卸・メーカーの導入企業数調査を行い、直近の今年 6 月 1 日時点の結果を「流通 BMS を導入している卸・メーカーは 5,700 社以上と推測される」という内容で発表してきた。

半年後の今年 12 月 1 日時点の調査結果では、6,500 社以上となり、この半年間で約 800 社増加している。

既に流通 BMS を導入している大手小売業が対象商材を生鮮品等に拡大したり、導入を促進するために改めて取引先に対して対応を呼び掛けたことなどが増加の主な要因かと推察される。

次回の第 6 回調査は来年の 6 月 1 日時点で行う。

調査方法の詳細は下記 URL を参照。

<http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/info/release20131218.pdf>





流通 BMS 普及推進説明会を 1 月～2 月に開催 ～標準順守を推進し、新たな標準化へ～

本協議会では、1/31(金)の東京を皮切りに、東・名・阪で普及推進説明会を開催する。(受講料無料)

流通 BMS の最新普及状況を報告するとともに、『標準順守のための事例解説』、流通 BMS をより良くしていくための『CR(チェンジリクエスト)提出への経緯』などを紹介する。CR の内容は、

卸・メーカーにとって負担が大きい「電話・FAX 発注に対する出荷メッセージ送信」と「納品明細書」への対応方法についての標準化の提案。

申込みは、[流通 BMS 協議会ホームページ](http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/event/bms_event.html)より受付けている。

http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/event/bms_event.html

2013 年度 流通 BMS 普及推進説明会 ～標準順守を推進し、新たな標準化へ～

東京 名古屋 大阪

開催日 2014 年 **1/31** (金)

開催時間 14:30～16:30 (受付開始: 14:00)

2/7 (金)

2/21 (金)



「流通ビジネスメッセージ標準」「流通 BMS」は一般財団法人流通システム開発センターの登録商標です。

<p>東京会場 フクラシア浜松町 東京都港区浜松町 1-22-5 浜松町センタービル 6 階</p> <p>交通 JR[浜松町]駅から徒歩 1 分 都営大江戸線[大門]駅から徒歩 2 分 東京モノレール[浜松町]駅から徒歩 2 分</p> 	<p>名古屋会場 AP名古屋.名駅 名古屋市中村区名駅 4-10-25 名駅 IMAIビル 7 階</p> <p>交通 JR 名古屋駅より徒歩約 5 分 名鉄・近鉄名古屋駅下車徒歩約 2 分</p> 	<p>大阪会場 新大阪丸ビル別館 大阪市東淀川区東中島 1-18-22</p> <p>交通 JR 新大阪駅東口より徒歩 2 分 地下鉄御堂筋線新大阪駅⑤、⑥番出口より徒歩 8 分</p> 
---	--	---

プログラム (予定) [定員 東京:100 名 名古屋:70 名 大阪:100 名]

14:30 ↓ 15:00	<p style="text-align: center; font-weight: bold;">流通 BMS の普及状況</p> <p style="text-align: right;">流通 BMS 協議会 事務局</p> <p style="font-size: 0.8em;">(10 分休憩)</p>
15:10 ↓ 15:50	<p style="text-align: center; font-weight: bold;">標準順守のための事例解説</p> <p style="text-align: right;">流通 BMS 協議会 事務局</p> <p style="font-size: 0.8em;">(10 分休憩)</p>
16:00 ↓ 16:30	<p style="text-align: center; font-weight: bold;">流通 BMS の標準運用への提案</p> <p style="text-align: right;">卸研 (情報志向型卸売業研究会) メンバー</p>
(終了)	

※席数には限りがあります。定員になり次第締め切らせていただきますので、お早めにお申し込みください。
※プログラム、講師は、予告無く変更となる場合があります。予めご了承下さい。

第15回 アパレル物流業界 小売業の定点調査をベースに 流通 BMS 促進活動を展開

大阪アパレル物流協議会（OAP）会長
（ワコール流通㈱ 代表取締役社長）

牧 邦彦 氏

まき くにひこ



大阪アパレル物流協議会（略称：OAP）は1964年（昭和39年）に百貨店向けの納品代行（共同配送）の推進を目的にアパレルメーカー8社の研究会として発足、1978年（昭和53年）4月に現在の名称で正式に発足した。同年には東京アパレル物流連絡会（TAP）も発足している。

発足後は共同配送の推進のほかに各販売チャンネル毎の個別のテーマ、例えば当センターの標準化推進と歩調を合わせた値札や帳票類の標準化や標準EDIの推進を行ってきた。2000年（平成12年）にはTAP、CAP（中部）と合同で日本アパレル物流連合会（NAP）を設立した。

今回は、当協議会の正会員であるNAPを代表して、流通BMSの推進に最も積極的に取り組んできたOAPの会長という立場で牧邦彦氏（ワコール物流㈱社長）に聞いた。

—OAP 会長になられたのはいつですか。

牧 今年の4月です。私はワコールで物流の現場を30年以上前に少しやっていたくらいで、その後は営業、工場、人材派遣、知的財産、土地建物管理、総務などの責任者を歴任し、近代的なロジはほぼ初めてみたいなものですから、少し勉強してからにしてください、と言ったのですが、前任の川野会長（ワコール流通の前社長）に「もう決まっているから」ということで社長就任と同時にOAPの会長に就任しました。

—就任されて半年余りということですが、まず最近のOAPの活動についてお聞かせください。

牧 OAPはご承知のように共同配送を目的に昭和39年に活動を開始して現在に至っています。

共同配送以外の活動としては、今の流通BMSの百貨店版のようなものをOAPから提案して作ろうということで、2001年度に情報処理振興機構（IPA）から億単位の補助を受けて「ロビネス」という百貨店向けのEDIの仕組みを日本ユニシスさんと組んで作りました。

ロビネスは残念ながら当初の目論み通りには普及しませんでした。現在の流通BMSの百貨店版標準は、ロビネスの経験が数多く反映されていると聞いています。

例えば、当時も納品提案型でやっていたのですが、百貨店さんの承認という認識が非常に弱くて、他の業務が入ってくるとそちらが優先されて、午後3時、4時にまたお電話して承認いただくようなことが往々にしてありました。今回の流通BMSで高島屋さんは30分以内に自動承認されていますが、それも過去の経験を踏まえたことだと思っています。ロビネスを運用してきたからこそ見えてきたものが今に至ってシステムの改善につながっているとOAPでは解釈しています。

—OAPの部会構成は以前と変わっていませんか。



牧 根幹は変わっておりません。百貨店部会、量販店部会、情報システム部会に加えて、これはどちらかということ会員企業向け及び一般へのPR的要素が強いのですが、ホームページの運営委員会というのを設けております。これは各部会とは別に常任理事会直結の組織として発足させたものです。

—その中で流通 BMS 関連の研究は情報システム部会が中心になっているわけですね。どういう活動をされていますか。

牧 今は情報システム部会が主体の立場をとりながら、年1回の量販店様をお招きした情報交換会等は量販店部会と合同でやっています。むしろ量販店部会が主催で情報システム部会がサポートしているというような恰好で定期的に行っています。

活動の内容としては平たく言えば、促進したいんだけど実態としてどこまで普及していったどの店舗グループ様がどのメッセージを使用しているのかといったことの定点調査を毎年行っています。

それを会員にフィードバックして有意義な情報として活用していただくとともに、もうちょっと何とかありませんか、と言わなければならぬグループなり、エリアがあるのかなのかというようなことをチェックしています。

先般も地方のチェーンストア様が量販店部会に参加いただいたのですが、やはり地方のチェーンストア様が考えておられる流通 BMS のあり方と、超大手数社が考えておられるあり方には若干温度差があります。我々が全部それを統一するというのはできないので、少なくともまずは使用していただくということからスタートするという考え方です。

毎年調査していくことによって、流通 BMS がどんどん進んできているなあと実感もしていただけていると思っていますので、こういう活動は連綿と続けていくしかなかろうと思います。

—流通 BMS の普及はアパレル各社の情シス部門にとってはメリットが明確だと思いますが、物流部門にとってはどうですか。

牧 業態によって多少違いがあります。例えば、量販店から EOS でオーダーをいただいても我々みたいな商材のサイズ展開が多いものについては 100% 補充ができない。どうしても客注ということで電話や FAX の発注があるので、2 本立てになる。EOS 発注いただいたものについては当然 ASN と SCM ラベルで返せるんですが、依然として電話とか FAX の部分は納品伝票なんです。

結局は二層化するの、労力からいうとももちろん流通 BMS に対応いただくのはありがたいんですが、それが全部普及したからといってイコール社内のロジスティックの合理化につながるかというとそう簡単には言い切れない。

OAP 全体で見ると、単価の高いアウターメーカーさんや単価が低くても靴下屋さんやハンカチ屋さんなどは、シーズン物をシーズン初めにどーんと納めて、あとは売り減らしということで追加注文の比率が極めて低いという業態ですが、グローサリーと似たようなことでやっぱり標準化が進めば進むほど相互のコストは下がってくると思います。

だから多少我々の方が特異なのかもしれませんが、一般論としてはアパレル衣料品目をやっておられるところは流通 BMS が進めば進むほど相対の業務管理コスト、あるいはロジのコストは下がると思います。

—具体的にはロジスティックのどの部分でコストが下がりますか。

牧 伝票はもちろん、照合がなくなることによって人は減るでしょう、間違いなく。作業量ももちろん減ります。それはそれで威力はあるんですが、一定の限界があって、そのこととは別に各社の上位のシステムがリンクしていることがポイントだと思っています。それによって、中の作業が劇的に減るな



り目視確認がほとんどゼロになるなり、純粋な意味で流通 BMS に乗っているところからの EOS については完全ペーパーレスの条件が整いますので、そのあたりがどこまでのものを持っておられて、どこまで発展させようと思っておられるのかという会社の戦略によるところは大きいと思います。そこまでやらないともったいないと思いますけどね。

ーところで、私共の協議会には NAP という形で参加されています。流通 BMS に関して TAP、CAP を含めた全体としてはどうなのでしょう。

牧 一番活動しているのは正直 OAP だと思いますが、TAP は井手上（いでうえ）会長とも連携を取りながら、あるいは CAP もそうですが、流通 BMS の普及のための説明会等をまず OAP でやってみて、反応を見て微修正も加えながら次に TAP、CAP でやってもらうと。流通 BMS 協議会の事務局を講師に招いて TAP は 11 月に開催し、CAP は来年 1 月に開催します。共同の活動領域はじわじわ広がって来ていますね。

ー流通 BMS に対しては、普及に伴って課題も指摘されています。アパレル業界の特に物流部門にとって課題意識のようなものはお持ちですか。

牧 普段の OAP の中の議論の中からお答えしますと、ひとつは結局今の流通 BMS の標準フォーマットのルール通りにお使いいただけていない所が多々あります。それを合わせていくというのは我々の動きの中ではなかなか至難の技で、もちろん極力標準に近づけていただければ全体として合理化ができます、ということは理屈としては言えるんですが、小売側からすると、その使い勝手で何年か経ってしまうとそれが当たり前になり、それを標準として運用していくというようなことにもなってしま

う。
最近では小売業の個別マスター管理とか、基幹システムの連携のところを、要は全部正しくない使い

方をしているところも含めて、全部それをマスター項目にしてしまって、包含するようなサービスも登場しているようです。標準仕様はベースにあるとしても、実態運用としてすべてカバーできなくて、1 対 1 の対応が難しくなっているのであれば、標準との相性とか先々の拡張性とか、あるいは遵守性みたいなことで、小売側もメーカー側も実行できるような可能性が大いにあるのであれば、もう少し大きい傘で一本化しますということで前向きに進めていただいてもいいんじゃないかなという気はしています。

ー最後に普及活動に対するご提案などありましたらお聞かせください。

牧 標準外利用についてですが、ベースをいじるのは本末転倒だと思いますので、暫定と言うべきかどうかは別として、もう少し大きい傘でかぶせてもらって実運用面の問題がどんどん少なくなってきたねということで、メーカー側も小売様も参画いただくところが増えてくるということになってもらって、それをしながら並行して正しい方向へ、是正のセミナー等で精度を上げていくという両面で動いてもらう方がいいかなという気がします。

セミナーもエリアでやることによって、現場の人にも周知するのがよいと思います。先般も九州地区の百貨店さんの物流関係の方と懇親懇談をしていたんですが、現場の方々はあまり情報をお持ちではない。それはメーカーもそうなんですけど、小売業様の現場のキーマンを連れて来てもらう、あるいは管理系の本部長あたりの決裁権がある人を引き連れて聞きに来てもらう。それによって「なるほど。実務が言っているのは方向としては正しいな」というようなところにつなげていかないと決裁が下りないんじゃないかと思います。

（インタビューとまとめ：坂本尚登）



正会員

(2013年11月7日現在、49団体)

オール日本スーパーマーケット協会	(一社)日本衛生材料工業連合会
(一財)家電製品協会	日本OTC医薬品協会
酒類加工食品企業間情報システム研究会 (F研)	(一社)日本加工食品卸協会
情報志向型卸売業研究会 (卸研)	(一社)日本玩具協会
食肉流通標準化システム協議会	日本化粧品工業連合会
(一財)食品産業センター	(一社)日本出版インフラセンター
(公財)食品流通構造改善促進機構	日本スーパーマーケット協会
(一社)新日本スーパーマーケット協会	(一社)日本スポーツ用品工業協会
(一財)生活用品振興センター	日本生活協同組合連合会
全国医薬品小売商業組合連合会	日本石鹼洗剤工業会
全国卸売酒販組合中央会	(一社)日本専門店協会
全国菓子卸商業組合連合会	日本チェーンストア協会
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
(一社)全国水産卸協会	(一社)日本ドゥ・イット・ユアセルフ協会
全国青果卸売協同組合連合会	日本歯磨工業会
(社)全国中央市場青果卸売協会	日本ハム・ソーセージ工業協同組合
(公社)全日本医薬品登録販売者協会	(一社)日本パン工業会
全日本菓子協会	日本百貨店協会
全日本履物団体協議会	(一社)日本フードサービス協会
全日本婦人子供服工業組合連合会	日本文紙事務器卸団体連合会
(一社)全日本文具協会	(一社)日本ボランタリーチェーン協会
(一社)大日本水産会	(一社)日本レコード協会
(一社)日本アパレル・ファッション産業協会	(公社)日本ロジスティクスシステム協会
日本アパレル物流連合会	協同組合 ハウネット
(一社)日本医薬品卸売業連合会 大衆薬卸協議会	

支援会員

(2013年11月7日現在、190社)

(株)アール	(株)アットマーク
(株)アイ・シー・エス	アトラスシステム(株)
(株)アイシーエス	(株)アルケミックス
(株)アイシーエヌシステム	(株)イークラフトマン
(株)アイティフォー	イーサポートリンク(株)
(株)ITビジョナリー	(株)イーネット
(株)アイネス	eBASE(株)
(株)イーネット	イー・マネージ・コンサルティング協同組合
(株)アグリコミュニケーションズ	(株)イシダ
アクロスソリューションズ(株)	伊藤忠テクノソリューションズ(株)
(株)あじよ	(株)インターコム
(株)アスコット	(株)インテージ



(株)インテック
 (株)インフォーマート
 (株)インフォメーションプロセッシングリサーチ
 ヴィンクス(株)
 ウェブスペース(株)
 エイジテック・アンド・ブレインズ(株)
 (株)HBA
 (株)エクサス
 エス・エー・エス(株)
 (株)エス・エフ・アイ
 SCSK(株)
 (株)SJC
 (株)S-Parts
 エス・ビー・システムズ(株)
 NEC エンベデッドプロダクツ(株)
 (株)NEC情報システムズ
 NECネクサソリューションズ(株)
 エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ(株)
 エヌ・ティ・ティ・コムウェア(株)
 (株)エヌ・ティ・ティ・データ
 (株)NTTデータNCB
 (株)NTTデータ スミス
 大阪市中央卸売市場
 大阪商工会議所
 (株)大塚商会
 (株)岡山情報処理センター
 沖縄流通VAN(株)
 オフィスフナヤマ
 オリパスシステムズ(株)
 カストプラス(株)
 (株)ガルフネット
 キヤノンITソリューションズ(株)
 (株)クライム
 クラウドランド(株)
 グロースエクスパートナーズ(株)
 (株)ケイ・コム
 けいしんシステムリサーチ(株)
 K・ビジネスサポート(株)
 コアネットインタナショナル(株)
 小坂ITコーディネータ事務所
 小林クリエイイト(株)
 (株)コムアソート
 (株)サイバーリンクス
 (株)佐賀電算センター
 (株)さくらケーシーエス
 (株)サトー

サンケーバイナリィ(株)
 (株)サンレックス
 (株)シイエスシイ
 GMOグローバルサイン(株)
 シーガルサイエンティフィックアジアパシフィック(株)日
 本支社
 SEEBURGER Japan(株)
 (株)ジェイ・エス・エス
 (株)JSOL
 JBアドバンスト・テクノロジー(株)
 (株)システム・トラスト
 (株)システムベース
 (株)シスラボ
 シャープビジネスソリューション(株)
 (株)ジャパン・インフォレックス
 SOOP(株)
 (株)スコープ
 住友セメントシステム開発(株)
 セイコーソリューションズ(株)
 (株)セゾン情報システムズ
 創玄塾
 大興電子通信(株)
 (株)大洋システムテクノロジー
 (株)タドラー
 TIS(株)
 (株)DTS
 (株)TKC
 (株)データ・アプリケーション
 テクトランシステム
 (株)デジタルコンセプト
 (株)デジタルデザイン
 デジタルトランスコミュニケーションズ(株)
 (株)テスク
 鉄道情報システム(株)
 (株)寺岡システム
 (株)寺岡精工
 (株)デンソーウェーブ
 (株)TOKAI コミュニケーションズ
 東京システムハウス(株)
 (株)東計電算
 東芝情報機器(株)
 東芝テック(株)
 (株)東新システム
 東北インフォメーション・システムズ(株)
 (株)トータルシステムデザイン
 トップラン・フォームズ(株)



- | | |
|------------------------|-----------------------|
| (株)トライ | 富士ゼロックス(株) |
| (株)AAA システム | 富士ゼロックスシステムサービス(株) |
| (株)トレンズ | 富士ソフト(株) |
| ナスキー(株) | 富士通(株) |
| (株)ナブアシスト | 富士通エフ・アイ・ピー(株) |
| 西日本オフィスメーション(株) | (株)富士通システムズ・イースト |
| 日経メディアマーケティング(株) | (株)富士通システムズ・ウエスト |
| (株)ニッセイコム | (株)富士通総研 |
| 日本アドバンストリーダーズソフトウェア(株) | (株)富士通マーケティング |
| 日本経済新聞社 | フューチャーアーキテクト(株) |
| 日本事務器(株) | (株)プラス |
| 日本情報通信(株) | (株)プラネット |
| 日本電気(株) | (株)フリーポート |
| 日本ヒューレット・パッカード(株) | (株)プレネットシステムズ |
| 日本ベリサイン(株) | ベストパートナー(株) |
| 日本ユニシス(株) | (株)ハリオス |
| 日本ラッド(株) | ポールスターロジスティクス(株) |
| (株)ニュートラル | 北陸コンピュータ・サービス(株) |
| ネオアクシス(株) | ホンダロジコム(株) |
| (株)ネクステージコンサルティング | ミツイワ(株) |
| (株)ノーチラス・テクノロジーズ | 三菱電機インフォメーションシステムズ(株) |
| (株)野村総合研究所 | (株)南日本情報処理センター |
| パナソニック システムネットワークス(株) | (株)Minor iソリューションズ |
| パワー・ワークス(株) | (株)ミンクス |
| (株)日立システムズ | メルシーネット(株) |
| (株)日立製作所 | (株)山清 (システム運用部) |
| (株)日立ソリューションズ・ビジネス | ユーザックシステム(株) |
| (株)ビット・エイ | (株)ユニックス |
| (株)ひむか流通ネットワーク | ユニバーサルフード(株) |
| (株)ピレクト | (株)ライドウェーブコンサルティング |
| (株)ファーストテクノロジー | ライトシステムコンサルタント(株) |
| (株)ファイネット | (株)リウコム |
| (株)ファインネット | リックシステム(株) |
| フィールドシステムズ(株) | (株)リテイルコム |
| (株)フィンチジャパン | (株)リテイルサイエンス |
| (株)フォーサイト | (株)リンネット |
| (株)福岡CSK | (株)ワイ・ディ・シー |
| 福岡流通VAN | |

新規：支援会員(1社) (株)ピレクト



本協議会では正会員、支援会員の協力を得るなどして、流通 BMS 導入済/予定企業を独自に把握し、それぞれの企業に社名開示の承認を得て公開しています。2013年12月1日現在の状況は下記のとおりです。

小売業

業態	済	予定	小計
スーパー	102	13	115
百貨店	8	2	10
ドラッグストア	8	3	11
ホームセンター	4	0	4
生協事業連合	4	0	4
倉庫型会員制ストア	0	1	1
ボランティアチェーン本部	1	0	1
ディスカウントストア	0	1	1
合計	127	20	147

具体的な企業名は下記サイトをご覧ください。

www.dsri.jp/ryutsu-bms/info/info06.html

卸売業・メーカー

業種	済	予定	小計
食品・飲料卸	56	0	56
菓子卸	18	4	22
日用品・化粧品 卸・メーカー	23	1	24
医薬品 卸・メーカー	5	2	7
アパレル・靴・スポーツ用品 卸・メーカー	23	11	34
食品メーカー	24	2	26
家庭用品 卸・メーカー	9	1	10
包材資材 卸・メーカー	11	9	20
玩具・ホビー 卸・メーカー	3	0	3
家電 卸・メーカー	2	0	2
その他 卸・メーカー	1	0	1
合計	175	30	205

(注 1) 上表の企業数は、社名公開企業の数であり、導入企業の数ではありません。

実際に流通 BMS を導入している、または導入を予定している企業数の一部です。

(注 2) 実際に流通 BMS を導入している卸・メーカーの企業数を調査した結果、5,700 社以上に導入されていると推測しております。(2013年6月現在)

ロゴマーク使用許諾製品



本協議会では流通 BMS の標準仕様に準拠した製品やサービスに対して、流通 BMS のロゴマークの使用を許諾しています。

2013年12月20日現在の状況は下記のとおりです。

許諾総数：92 製品・サービス

(提供企業数 48 社)

≪92 製品・サービスの内訳≫

- EDI (通信+XML) 製品：46
- サービス (ASP/SaaS)：36
- 通信基盤：4
- 認証サービス：3
- 物流ラベル作成ソフト：3

検索サービスの提供

上記の製品・サービスの詳細は下記サイトから検索することができます。

www.dsri.jp/ryutsu-bms/info/detail.html

流通BMS 検索システム

入力対象: EDI(通信+XML)

詳細条件を指定してください。

自社導入 ASP/SaaS

ebMS AS2 JX手続(サーバ) JX手続(クライアント)

基本形 Ver1.0 基本形 Ver1.1 基本形 Ver1.2 基本形 Ver1.3
 生鮮版(暫定) Ver1.0 生鮮版(暫定) Ver1.2
 百貨店版 Ver1.0 百貨店版 Ver2.0 百貨店版 Ver2.1

検索 戻る



流通 BMS 入門講座は、誰でも無料で参加できる講座です。流通や EDI の基礎知識から流通 BMS の利用方法まで幅広く学ぶことができます。

流通 BMS 入門講座

対象者	これから流通業のシステムを担当する方、 流通 BMS の導入を検討しているユーザー企業の現場部門・システム部門の方、 上記ユーザー企業をサポートする SI 企業の方やコンサルタント等
開催時間	13:30~16:30 (受付開始: 13:00~)
プログラム	第 1 部: 流通 EDI の基礎知識 流通の基礎、EDI の基礎、流通 EDI の歩みなど 第 2 部: 流通 BMS の基礎知識 制定のねらい、標準化の内容、導入手順、導入効果、最新の状況など 第 3 部: 流通 BMS の利用方法 運用ガイドライン※のポイントと見方など ※運用ガイドラインとは、流通 BMS の業務プロセスと各メッセージおよびデータ項目 について解説したものです。
参加費	無料 (各種ガイドブックは有料販売となります)

開催日・場所

東京会場: 2014年2月28日(金)

(一財) 流通システム開発センター 2階会議室
東京都港区赤坂 7-3-37 プラース・カナダ

大阪会場: 2014年1月17日(金)

新大阪丸ビル別館 5-2号室
大阪市東淀川区東中島 1-18-22

申込み方法 ウェブサイト上のお申し込みフォームよりお申込みください。

<http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/event/edi.html>

本講座で使用するテキストも上記サイトで公開しておりますので、事前にご覧ください。



流通システム開発センターが主催している EDI 以外の入門講座をご紹介します。

バーコード入門講座

第1部 JANコード・集合包装用商品コード・GTINの基礎	
13:30~15:00	(1) JANコード：コード体系、利用方法、JANシンボルなど (2) 集合包装用商品コード：コード体系、利用方法、ITFシンボルなど (3) GTIN (Global Trade Item Number) とは、GTINの導入・利用 (4) その他関連事項
第2部 GS1-128・GS1 データバー・電子タグ(RFID)の基礎	
15:10~16:30	(1) アプリケーション識別子(AI)とは (2) GS1-128：コード体系、利用方法、業界動向など (3) GS1 データバー：シンボルの種類、利用方法、今後の動向など (4) 電子タグとEPC：電子タグとは、電子タグの特徴、電子タグの国際標準コードであるEPCなど

開催日・場所

東京会場：2014年1月22日（水）

2月19日（水）

流通システム開発センター2F 会議室

大阪会場：2014年2月26日（水）

大阪商工会議所 502

申し込み方法 ウェブサイト上のお申し込みフォームよりお申し込みください。

<http://www.dsri.jp/semsal/seminar/barcode.htm>

電子タグ入門講座

プログラム

- (1) はじめに
- (2) 電子タグとは
- (3) 電子タグの活用シーンと導入事例
- (4) 電子タグシステムの導入に向けて
- (5) EPCglobal 標準の紹介

開催日時・場所

東京会場

2014年1月31日（金）14:00~16:30

流通システム開発センター2F 会議室

申し込み方法

ウェブサイト上のお申し込みフォームよりお申し込みください。

http://www.dsri.jp/semsal/seminar/epc_seminar.htm



◇本号のトピックでは、本協議会が2年毎に実施している「流通 BMS 導入調査」の結果を取り上げました。

流通 BMS の普及状況のバロメータは、その牽引役である小売業の流通 BMS 導入済みの割合です。今回の導入済み企業の割合は 26%で、2年前の 16%から 10 ポイントの増加となっています。この種の調査は毎回の回答サンプルが変化しますので、多少の誤差は付き物ですが、10 ポイントともなるとこれは有意の差と言えます。

一方、「導入したいが時期未定」と「導入するつもりはない」の合計は、2年前の 59%から 49%に 10 ポイント減少しており、これらの結果を見ても流通 BMS の導入機運は着実に高まっていると言えます。

◇「流通 BMS 導入調査」が2年毎の実施であるのに対して、半年毎に調査しているのが「卸・メーカーの導入数推計」です。その最新の調査結果も紹介しています。（6頁参照）

今年の6月1日時点で5,700社以上に導入されていると推計していましたが、12月1日時点の推計値は6,500社となっており、この半年間で約800社の増加となっています。

イオングループの導入が活発であった2012年の後半は一気に1,200社の増となりました。今年の前半は500社増とやや息切れしていましたが、今回800社と持ち直したことは、底堅い普及が続いている表れと見ることができます。

◇普及が進めば新たな課題が出るのも、多様な取引の内容を反映した EDI 標準の宿命でしょうか。2年前の「流通 BMS 導入調査」の自由意見に卸・メーカーから多く上げられた「小売個別利用」について、今年も追加調査を行い、現在公開中の事例集に追加しようとしています。

また、標準的なルールがないために卸・メーカーの負担となっている2つの問題、「電話や FAX 発注に対する出荷データ送信」と「納品明細書の作成」については、卸研で検討された標準化の案が小売業界団体との意見調整を経て協議会にチェンジリクエストとして提出されています。

これら今年度の主な協議会活動結果を紹介する無料セミナーを来年の1月に東京で、2月に名古屋と大阪で開催します。7面でご案内していますので、興味のある方は早めにお申し込みください。

◇来年の干支は午（馬）。馬と言えば飛躍の年となりますが、前回の午年は2002年、流通システム標準化で言えば GCI Japan が発足した年として記憶されています。EDI や GDS の国際標準化に立ち遅れないよう、消費財業界の有力なメーカー、卸、小売が GCI 研究会を発足させました。この活動がきっかけとなって経産省の標準化事業が6年に亘って実施され、その成果が流通 BMS として結実したのです。来年もそのような新たな飛躍の第一歩になる年であることを祈りたいものです。

（尚）

発行 : 2013年12月26日
 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
 一般財団法人 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 : www.dsri.jp/ryutsu-bms

