



Index

協議会の活動紹介 ... P2

- 平成 26 年度通常総会を開催
- ロングテール時代のデータ基盤とその活用
 楽天(株) 森執行役員による記念講演要旨
- 今年度の普及推進計画

シリーズ 業界のキーマンに聞く ... P7

スポーツ用品情報システム研究会（S研）の鈴木会長（(株)デサント）、
上野副会長（(株)エスエスケイ）にお聞きしました。

流通 BMS 協議会会員 ... P10

社名公開企業 ... P13

ロゴマーク使用許諾製品 ... P13

流通 BMS 入門講座 ... P14

入門講座（バーコード、電子タグ） ... P15

編集後記 ...P16



平成 26 年度通常総会を開催 事業報告、事業計画、運営委員を承認

流通 BMS 協議会では 5 月 16 日に東京港区のホテルフロラシオン青山で平成 26 年度通常総会を開催した。

冒頭、主催者を代表して当センターの林会長が開会の辞を述べ、経済産業省商務情報政策局流通政策課の吾郷課長に来賓のご挨拶をいただいた後に、協議会の浅野会長の議事進行により予定した 3 つの議案がすべて承認された。

●第 1 号議案：平成 25 年度事業報告

(1) 維持管理活動

下記の CR (Change Request) が提出され、2 月 19 日開催のメッセージメンテナンス部会で検討した結果、百貨店版は承認され、基本形は継続検討中となっている。

①基本形 2 件

- ・電話・FAX 発注に対する出荷データの標準化
- ・納品明細書の標準化

②百貨店版 1 件

- ・納品提案型における納品提案番号の引き継ぎ

(2) 導入支援活動

①業界団体に対する支援

- ・会議への出席：5 団体、14 回
- ・会合への講師派遣：5 団体、8 回

②取引先説明会への講師派遣：2 社、4 回

③ロゴマークの使用許諾

105 製品・サービス (53 社) (26 年 3 月末現在)

④流通 BMS ソリューション EXPO

リテールテック JAPAN (3/4~3/7) に 12 社・10 小間を出展

(3) 普及推進活動

①導入実態調査

小売 7 団体、卸・メーカー 20 団体の協力を得て実施

②小売個別利用事例の収集と調査

標準外利用の事例に追加、ガイドを改訂

③入門講座

東京 10 回、大阪 3 回、名古屋 1 回開催、378 名参加

④普及推進説明会

・福岡、広島、札幌、金沢で「ユーザ事例紹介」を主に開催、237 名参加

相談・展示コーナーに支援会員が延べ 42 社 (実数 19 社) 参加

・東京、名古屋、大阪で「標準順守」を主テーマに開催、168 名参加

⑤卸・メーカーの導入企業数推計

6,500 社以上と推計 (25 年 12 月)

⑥広報資料・媒体の作成

DVD「流通 BMS—その現状と未来—」を作成

●第 2 号議案：平成 26 年度事業計画

維持管理活動、導入支援活動は従来活動を継続。主な普及推進活動は 6 頁を参照。

●第 3 号議案：平成 26 年度運営委員

次頁の委員が承認された。

総会の後、楽天(株)の執行役員で楽天技術研究所の所長、森正弥氏を講師に招いて「ロングテール時代のデータ基盤とその活用」と題する記念講演会を開催した。(講演要旨を 4、5 頁に掲載)

講演会の後は、奥山副会長 (日本加工食品卸協会専務理事) の挨拶と乾杯で懇親会を開催した。

協議会の活動紹介



平成 26 年度運営委員会委員

(氏名 50 音順 敬称略)

氏名	正会員	所属・役職
尾内 啓男	(一社)日本アパレル・ファッション産業協会	(株)ワコール 執行役員 情報システム部 部長
大津 直也	(一社)日本ドゥ・イット・ユアセルフ協会	事務局長
小田 武秀	日本 OTC 医薬品協会	事業推進部長
小野瀬 光隆	全国化粧品日用品卸連合会	(株)東京堂 執行役員 管理本部長
金田 好男	(一社)日本医薬品卸売業連合会 大衆薬卸協議会	(株)大木 システム部 部長
黒木 敏英	全日本菓子協会	森永ビジネスパートナー(株) シェアドサービス事業部 情報システムグループシステム管理担当
坂口 正之	日本化粧品工業連合会	常務理事
篠原 豊	日本スーパーマーケット協会	情報システム担当アドバイザー
鈴木 剛	日本生活協同組合連合会	コープ情報システム(株) 専務取締役
関 淳弘	日本百貨店協会	総務・企画統括部 総務部 副部長
竹腰 雅一	(一社)日本加工食品卸協会	伊藤忠食品(株) 情報システム企画部 部長
竹下 順	全国菓子卸商業組合連合会	(株)山星屋 執行役員 情報システム部長
西岡 秀和	日本チェーンストア協会	(株)セブン&アイ・ホールディングス システム企画部 グループシステム シニアオフィサー
平松 秀郷	日本チェーンドラッグストア協会	(株)マツモトキヨシホールディングス 執行役員 IT・ロジスティクス統括部 部長
三宅 均	(公財)食品流通構造改善促進機構	専務理事



総会の模様 (5/16、ホテルフロラシオン青山)

ロングテール時代のデータ基盤とその活用

楽天(株) 森執行役員による記念講演要旨

本日の講演でお話したいことは、ビッグデータというブームの中ではユーザー情報を集めて分析するということにフォーカスされがちだが、そうではない話として、ユーザーがロングテール化するという話とユーザー情報以外の活用が広くあるということを述べたい。

●ユーザーはインターネットにつながることでロングテール化する

クリスアンダーソンが提唱したロングテールは、アマゾンのデータを分析した結果のキーワードなので、eコマースやネット通販での人々の消費活動という風に捉えられがちだが、実際はロングテールを意味している分布、べき乗分布のようなものは自然現象や社会現象としていろいろなところに見ることができる。

分かりやすいのは、雪玉を作って壁に向かって投げ、破片の大きさと破片の数で分布を取るとロングテールになる。

従来はネットでの消費者の活動としてそれが認識されてきた。販売順位と販売量でマッピングしていくとロングテールになる。売れ筋のデータをいくらとっても8割にはならない。むしろ20%になる。逆に1個しか売れていないようなものを足し合わせていくと全体の80%になる。

人々の活動もスマホなどで常にインターネットにつながっていることでロングテールになる。こういう条件が成立すればロングテールになるということはないが、よく言われるのは個々の個人がお互



ロングテールを意味するべき乗分布
(出所：Wikipedia)

いに影響し合わない時にロングテールになる。

昔の消費者は何か服を買おうとした時に歩いて行ける店に行って空いている時間でしか買えない。また置いてある物しか買えない。本当は違う物が好きなのかも知れないのに、そこにはそれしか置いていないので自分の好みや嗜好をその中に押し込んで買っている。結果的にペルソナとかクラスにセグメントされているが、人々は一人一人が別の人であって、インターネットにつながってしまった時には皆自由になっているので、一人一人の個人が全部表に出て来る。

これは重要な問題で、我々は集団を理解する時に正規分布を思い浮かべるが、これがべき乗分布になると「お客様って何？」ということを理解しようとした場合、枠組みが全部変わってしまい、消費者はもうひとりひとりになってしまう。顧客が1000万人いたら1000万通りの商品の売り方をする。

このようなことは今まではできなかったが、クラウドやビッグデータ技術のコモディティ化によって低コストでそれが可能になった。ということが本日一番お伝えしたいことで、ビッグデータのブームの中では、データを集めてデータを活用しましょうということに終わってしまっているが、お客様が変わってしまったということが本質だろうと思う。

●ユーザー情報以外にもビッグデータの活用方法は多い

ビッグデータのトレンドが顧客の購買履歴にフォーカスしてしまい、その情報をいかに分析するかという視点が集中しているが、それは非常にリスクが高いと思っている。



楽天(株) 森正弥氏



ひとつはプライバシーの問題で、そういうことに自分のデータを分析されているだけで嫌悪感を覚える顧客がいる。しかも顧客の情報は蓄積していかないと意味を持たないが、蓄積していく過程でノイズになっている部分があるかも知れない。

顧客情報以外のデータでも十分に効果を上げている例をいくつか紹介する。

例1：ニュース情報の有効活用

「ルーキーズ」という映画のDVDと一緒に主題歌の「遙か」のCDを関連商品として紹介することで売り上げを伸ばした。従来型の手法ではこの2つを買うお客が多いということがシステムで分かって初めて推薦できる。それは販売し始めてから後の話で、その間の機会損失は大きい。販売データの分析ではなく、ニュース情報を分析するだけで売り上げを伸ばすことができる。

例2：売れ筋ランキングの見せ方の工夫

商品の売れ筋のランキングである楽天プロダクトランキングというのがある。このランキングをユーザーが見て買ったりする点では売り上げを作る重要なサービス。

商品売上の傾向分析で分かったこと。

- ①ランキングの更新頻度が短ければ短いほど売り上げが上がる。
- ②ジャンルが細かければ細かいほど全体の売上が上がる。これはユーザーがロングテールであることを意味している。

この結果、ビジネスサイドからシステム部門に何を要求してきたかということ、更新はなるべくリアルタイムに、また300あったジャンルは8000にしよう。

以前であれば無理難題に思えるこの要求に対して、クラウド技術によって対応している。

例3：ランドセルには2つのシーズンがある

ランドセルは2つのシーズンがある。ひとつは1月で4月の入学を控えた親が検索する。

もうひとつが8月の末あたりから。祖父、祖母がお盆に帰ってきた孫を見て「来年は小学生なんだ」と言ってその場で検索を始める。これが結構無視できないボリュームになっている。

●商品販売情報の分析で 需要予測システムを開発

このようなことを発展させて楽天で今何をやっているかということ、膨大な商品の需要予測のシステムを作っている。週や月の情報、あるいは我々のセールスやキャンペーン、あるいは連休や気温の情報を基に各商品の需要を予測していこうとしている。

例えば、楽天自身が物販をしているビジネスもあるが、そういうところに導入されていて、従来のバイヤーによる仕入れからこのシステムによる仕入れに変わった。

これによって仕入れ過ぎや仕入れ忘れによる機会損失はなくなった。そのほか、一番の発見は発注ミスがない。人手でやるとあるサイクルでご発注が起きるが、それがなくなるというのが大きい。

そういう話をすると機械が人の仕事を奪うというようにストーリーとしては聞こえるが、そうではないということもわかってきた。

例えば氷川きよしのCDなどは予測が高い確率で当たる。新作が出て数枚くらいの誤差で当たる。ところが、AKB48の握手権付きCDなど業界の常識を超えた商品は、過去のデータを元に予測しても当たるわけがない。そこが人間とコンピュータの分かれ目だろう。

過去に基づくことはコンピュータがやる。新しい時代を作っているものは人間にしかできない。私はこれをハイテク&ハイタッチと呼んでいる。

シルクドソレイユは動物を使わないサーカスで成功した。ネットビジネスでもユーザー情報はもう分析しません、と言い切った方が良い局面もある。



今年度の普及推進活動計画

総会で報告した平成 26 年度の普及推進活動は、3 月 18 日に開催した 25 年度の第 3 回部会で決定したもので、重点活動項目として次のような内容を予定している。

●標準の徹底

流通 BMS は量的な拡大とともに、標準仕様を遵守してもらうという質的な充実も重要である。その観点から下記のような活動を予定している。

(1) 小売をサポートする事業者との連携

①物流事業者との連携

小売専用センターを運営している 3PL などの物流事業者や IT 企業と連携を図り、流通 BMS への理解を深めてもらう。

②地方の IT 企業との連携

全国のブロック単位の小売導入状況を調査し、その結果を踏まえて各ブロックの IT 企業と接触を図り、具体的な推進活動を行う。

(2) 導入講座の開催

現在開催している流通 BMS 入門講座に加えて導入講座を開催し、事例を交えた具体的な導入方

法や標準外利用になりやすい事例を解説することで、標準仕様の徹底を図る。

(3) 効果事例集の作成

インターネットの利用や伝票レスの効果だけでなく、仕様が標準化されたことによる効果を盛り込んだ事例集を作成することで標準化の大切さを訴えていく。

●業種・業態の拡大

正会員と連携して小売業態、卸・メーカー業種のターゲットを絞り込んだ活動を展開していく。一例として、生鮮取引電子化推進協議会の事業に協力して全国で生鮮 EDI セミナーを開催する。

●目標時期の提示

東西の NTT では 2020 年から 2025 年にかけて一般の加入電話回線を IP 電話などに移行する方針を発表している（2010 年 11 月）。

この動きが電話回線を利用している JCA 手順にどのような影響を与えるかを精査したうえで、必要なアナウンスを関係者に行い、流通 BMS への移行の準備を促す活動を行う。

平成 26 年度普及推進部会に参加する正会員、支援会員

(平成 26 年 6 月 2 日現在)

正会員	支援会員
(一社)日本ボランタリーチェーン協会	エス・ビー・システムズ(株)
日本チェーンドラッグストア協会	(株)インターコム
(一社)新日本スーパーマーケット協会	(株)リテイルサイエンス
全国化粧品日用品卸連合会	(株)HBA
食肉流通標準化システム協議会	(株)ニュートラル
全国菓子卸商業組合連合会	SCSK(株)
日本スーパーマーケット協会	(株)日立システムズ
日本百貨店協会	(株)サイバーリンクス
(一社)日本加工食品卸協会	(株)インテック
	GMO グローバルサイン(株)
	富士通エフ・アイ・ピー(株)
	(株)データ・アプリケーション
	ユーザックシステム(株)
	キヤノン IT ソリューションズ(株)

第17回 スポーツ用品業界

標準化から今日的なIT問題まで 幅広いテーマで活動

スポーツ用品情報システム研究会(S研)

会長 鈴木 利忠 氏

すずき としただ

(株)デサント 情報システム室 室長

副会長 上野 泰昭 氏

うえの やすあき

(株)エスエスケイ 管理本部情報システムグループ 次長



(株)デサント 鈴木氏



(株)エスエスケイ 上野氏

スポーツ用品は多種多様な競技種目に対応した用具とウェアで構成され、その需要も本格的な競技スポーツからレジャースポーツ、あるいは個人需要から学校やチーム需要など実に幅広い。スポーツ用品業界の情報システムはそれらの業務をいかに効率化するかに重点が置かれてきた。その一翼を担って業界の標準化を進めて来たのが1987年に発足したS研である。

業界を代表して本協議会に正会員として参加しているのは(一社)日本スポーツ用品工業協会だが、実際の窓口となっているS研の鈴木会長(デサント)と上野副会長(エスエスケイ)に最近の活動状況を聞いた。

—S研は情報システム関係の方の集まりですが、最近ではどのようなテーマに関心が高いですか？

鈴木 そうですね、会長である私としてはひとつはセキュリティの問題、もうひとつはメーカーの立場で言うとポストチャイナを含むSCM上の問題ですね。

セキュリティの問題は情報システムの担当領域が広がってきたことにも関連しますが、ホームページやWebサイトに関していろいろなことが起こり、ニュースになっていることに対して、同じようなオープン系の基盤で動いていますので、無

関心ではられません。ホームページやWebサイトは会社の広告塔であり、企業情報の発信元であり、eコマースになるとビジネスの場でもあるということになりますので、最近はセキュリティをきちんと守っていくという使命が課せられています。

ポストチャイナは中国の代わりにする国に生産を移すということですが、そこで物を作るということになると、当然きちんとしたクオリティと納期で日本に入ってくるかと駄目ですよ。そのため情報をどうやってグリップするのかという問題です。

今までのスポーツ用品業界の情報システムはどちらかと言うと販売系の方を向いて物事を考えていたと思いますが、これからは、調達から国内のロジスティクスを通して客先に行くまで、という流れで見えていく必要があると思いますね。

—S研は今年で28年目ということですが、その歩みを簡単にお聞かせください。

上野 S研は通産省(現・経産省)の流通近代化事業で情報化の必要性が答申されたことをきっかけに、流開センターの支援を得て1987年(昭和62年)に発足しております。



発足から数年間が第1期で、標準化が活動の中心でした。まず JAN コードの普及、次に納品書の統一伝票を作ることとデータ交換、中でも受発注と納品データの標準化がメインでした。その結果をS研のマニュアルとしてまとめ、全国6カ所で普及説明会を開催した記憶があります。

その後、オープン化という言葉が出てきて、インターネット通信に乗るようなものにしなければいけないということで、S研もCSV方式の可変長フォーマットを作りました。また、受発注や納品データ以外の標準フォーマットも考えようということで、請求書データやA4の単票納品書を作りました。この頃が第2期と捉えています。

鈴木 私がS研に参加したのは2007年からですが、メインフレーム全盛だった発足当初の頃からオープン化という流れの中で、時代に即した標準化をしていただいたことは、諸先輩の大きな遺産だと思っています。

それをいろんな方面でどんどん使ってもらおうようにする普及努力という時期があったわけですが、第3期に当たる現在は、普及努力というよりも、先ほども言いましたように情報システム部門の関わる領域がどんどん広がる中で、最先端の流れに置いて行かれないようにしていこう、ということです。

そのために、例えばシステムというのは結構お金がかかりますので、こうしたら経費が安くなるとか、こうしたら安全性が高まるとか、そういった情報を共有しています。また、ある特定の取引先さんに対して、メーカーも卸さんも複数社が納品担当業者になっているというケースが結構ありますので、皆で事前によく話をしてあまり個別のロスが出ないような対応をしたり、といったこともあります。

一スポーツ用品の流通も27年前とはだいぶ変化していると思いますが、その中で製配販3層が参加したS研の位置付けをどのようにお考えですか。

鈴木 そうですね。ひとつはスポーツも純競技もあればスポーツテイストのファッションもある中で、今ユニークな売り方、仕組みの導入を積極的にやられているのは、製造直販型のアパレルメーカーさんに多いと思います。そこには物作りからロジスティクス、セールス部門が一体化した仕組みの大きな流れがあると思います。

S研はメーカー・卸・小売という3層で構成していますが、そういうSPA型の製造直販をやられている会員さんはおりません。つまり、流通構造から言うと割と古いタイプの構成員で形成されているという言い方ができますね。

昔は3層で作られたひとつの流通の流れがあったので、それを運用する上では非常に有効なフォーマットあるいは研究開発ということになると思いますが、インターネット出現以降、ビジネスの土台がどんどん変わって来ましたので、そこは難しいところだなと思います。

そういうことも踏まえると、ひとつは情報をいろんなところで発信したり、入手したり、処理するという点で利用が増えているモバイルのセキュリティの問題や情報の共有の問題があります。

それと標準化とはちょっと違うんですが、スポーツ業界の中でみんなで力を合わせてロスなくできることはないかという、協業の問題があります。例えば、届け先が一緒だったらいくつかのメーカーさんをくるっと回って集荷して届ける共配などです。システムを基軸にして同じような業務を集約して効率を上げられないかというような考え方の部分ですね。

一そのような変化の中でS研はどのように活動されているのですか。

鈴木 会合は大阪と東京で8月を除き毎月ワーキングを開催しています。その中で4月と10月に全体会議を開催しています。4月が総会、10月は合宿形式で交流も兼ねて開催しています。



上野 発足当時は会員が今ほどは多くありませんでしたので、東京、大阪と交互に開催していましたが、会員数も増えて移動するのにお金がかかるので東西でやろうということになりました。

鈴木 会議の場所は賛助会員さんをお願いして持ち回りで開催しています。場所をお借りする代わりに、その賛助会員さんには必ず自分たちが持っているテーマでプレゼンをしていただいて、ビジネスの場として活用してもらっています。

—流通 BMS 関連の研究にはどのようなものがありましたか。

上野 2007 年度の活動で流通 BMS の Ver.1 や 1.1 が出た時に、必死になってマッピング研究をしました。要は S 研フォーマットを流通 BMS に直して使えるかどうか。結果、使えないという結論になりました。過不足が多くて。

鈴木 スポーツ用品業界内で流通 BMS 体系をそのまま受け入れて、新たな手法による標準を作ろうかと言っていたんですが、結局は業界独自の要素を取り入れたものになり、流通 BMS 協議会の OK をもらえないということで頓挫しました。

上野 一番違いが大きかったのは納品データです。我々は 3 層構造の中で、メーカーから小売に直接納品するという形態が多いう業界なんですね。その時に発生する納品データの中には、取引先である卸と出荷先である小売が入るフォーマットを作っていましたが、流通 BMS の出荷データにはありませんでした。

—個別には流通 BMS に対応されていますが、現在はどのような状況ですか。

鈴木 当然対応していますが、やはり仕組みと方法論がきちんと固まるまでは大手を振って「やっていますよ」というのは憚られるという状況です。

上野 弊社は GMS さんとの取引が多いので、順序立てて対応しています。現在は 5 社と流通 BMS

で取引をしており、これからも予定しているところが何社かあります。

—最後に S 研の今後の活動方針についてお聞かせください。

鈴木 ひとつは標準化の可能性について考えていきたいと思っています。新たな仕組みというのは場合によっては企業の競争力の源泉になりますので、それを本当に標準的に扱えるかどうかという問題ですね。それから技術革新のスピードがあります。標準化しても短命に終わって、2 年後には跡形もないかもしれない。

あとは、システムの標準化は今までは自社の業務あるいは流通内部での業務の効率化という視点が非常に高かったと思うんですが、今日求められているのは、どちらかという消費者志向へのサービスシフトです。こういった背景の中で標準化の可能性をもう一度考えていく必要がありますね。

2 つ目のテーマとして通信網の進化の継続トレースがあります。通信はシステムにとってとても重要なので、この研究はしっかりやりましょうと。それと基幹システム。会員企業さんで基幹システムの再構築に入られているところがとても多いです。それも昔のようにバリバリのスクラッチ（仕組み）でやるという姿はほとんどありません。ERP やパッケージをうまくつなげて、といった方法に大きく変わっていきますので、このことについても S 研会員の間で情報共有を続けていくべきだと思っています。

最後に、サプライチェーンでのシステムというのをここ 3、4 年言っています。メーカー・卸・小売それぞれ立場が違いますが、物が作られて、ロジスティクスを通過して小売の前線に行ってお客様に買われるという流れの中で、システムが果たす役割というのがあります。それが分断された個々の領域しか分からないということではなく、全体をうまく捉えて改善できる仕組みを持ちたいと思っています。

(インタビューとまとめ：坂本尚)



正会員

(2014年5月30日現在、50団体)

- | | |
|-------------------------|----------------------|
| オール日本スーパーマーケット協会 | 日本OTC医薬品協会 |
| (一財)家電製品協会 | (一社)日本加工食品卸協会 |
| 酒類加工食品企業間情報システム研究会 (F研) | (一社)日本玩具協会 |
| 情報志向型卸売業研究会 (卸研) | 日本化粧品工業連合会 |
| 食肉流通標準化システム協議会 | (一社)日本出版インフラセンター |
| (一財)食品産業センター | 日本スーパーマーケット協会 |
| (公財)食品流通構造改善促進機構 | (一社)日本スポーツ用品工業協会 |
| (一社)新日本スーパーマーケット協会 | 日本生活協同組合連合会 |
| (一財)生活用品振興センター | 日本石鹸洗剤工業会 |
| 全国医薬品小売商業組合連合会 | (一社)日本専門店協会 |
| 全国卸売酒販組合中央会 | 日本チェーンストア協会 |
| 全国菓子卸商業組合連合会 | 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 | (一社)日本ドゥ・イット・ユアセルフ協会 |
| (一社)全国水産卸協会 | 日本歯磨工業会 |
| 全国青果卸売協同組合連合会 | 日本ハム・ソーセージ工業協同組合 |
| (社)全国中央市場青果卸売協会 | (一社)日本パン工業会 |
| (公社)全日本医薬品登録販売者協会 | 日本百貨店協会 |
| 全日本菓子協会 | (一社)日本フードサービス協会 |
| 全日本履物団体協議会 | (一社)日本物流団体連合会 |
| 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 | |
| (一社)日本衛生材料工業連合会 | |

支援会員

(2014年4月1日現在、189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)アイネット | 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 | 福岡流通VAN |
| (株)AAA システム | 富士ゼロックス(株) |
| (株)トレンズ | 富士ゼロックスシステムサービス(株) |
| ナスキー(株) | 富士ソフト(株) |
| (株)ナブアシスト | 富士通(株) |
| 西日本オフィスメーション(株) | 富士通エフ・アイ・ピー(株) |
| 日経メディアマーケティング(株) | (株)富士通システムズ・イースト |
| (株)ニッセイコム | (株)富士通システムズ・ウエスト |
| 日本アドバンストリーダーズソフトウェア(株) | (株)富士通総研 |
| 日本経済新聞社 | (株)富士通マーケティング |
| 日本事務器(株) | フューチャーアーキテクト(株) |
| 日本情報通信(株) | (株)プラス |
| 日本電気(株) | (株)プラネット |
| 日本ヒューレット・パッカード(株) | (株)フリーポート |
| 日本ベリサイン(株) | (株)プレネットシステムズ |
| 日本ユニシス(株) | ベストパートナー(株) |
| 日本ラッド(株) | (株)ハリオス |
| (株)ニュートラル | ポールスターロジスティクス(株) |
| ネオアクシス(株) | 北陸コンピュータ・サービス(株) |
| (株)ネクステージコンサルティング | ホンダロジコム(株) |
| (株)ノーチラス・テクノロジーズ | ミツイワ(株) |
| (株)野村総合研究所 | 三菱電機インフォメーションシステムズ(株) |
| パナソニック システムネットワークス(株) | (株)南日本情報処理センター |
| パワー・ワークス(株) | (株)Minor iソリューションズ |
| (株)日立システムズ | (株)ミンクス |
| (株)日立製作所 | メルシーネット(株) |
| (株)日立ソリューションズ・ビジネス | (株)山清 (システム運用部) |
| (株)ビット・エイ | ユーザーックシステム(株) |
| (株)ひむか流通ネットワーク | (株)ユニックス |
| (株)ピレクト | ユニバーサルフード(株) |
| (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 |

入会：正会員(1団体) (一社)日本物流団体連合会

社名公開企業



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。2014年6月2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	106	11	117
百貨店	8	3	11
ドラッグストア	21	2	23
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	1	0	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	145	17	162

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	57	0	57
菓子卸	21	4	25
日用品・化粧品 卸・メーカー	23	2	25
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	26	11	37
食品メーカー	30	2	32
家庭用品 卸・メーカー	10	1	11
包材資材 卸・メーカー	12	9	21
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	2	0	2
合計	191	31	222

(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、6,500 社以上に導入されていると推測しております。(2013年12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。

2014年5月30日現在の状況は下記のとおりです。

許諾総数：93製品・サービス
(提供企業数 48 社)

《93 製品・サービスの内訳》

- EDI (通信+XML) 製品：47
- 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6月13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 プラス・カナダ

大阪会場: 2014年7月18日(金)

新大阪丸ビル別館
大阪府大阪市東淀川区東中島 1-18-22 丸ビル別館

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6月18日（水）

7月10日（木）

流通システム開発センター2F 会議室

大阪会場：2014年6月11日（水）

大阪商工会議所

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

大阪会場

2014年9月5日（金）14:00~17:00

大阪商工会議所

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込みください。

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



◇本号の特集は、5月16日に開催した通常総会で
す。総会後の記念講演は、楽天のIT活用研究の
トップである森執行役員によるビッグデータ活用
がテーマでした。その要旨を3、4頁で紹介して
います。

講演のポイントは、人の物質的な欲求は本来、
ひとりひとり異なるという当たり前のことが、イ
ンターネットショッピングによって最大限発揮さ
れ、その結果がロングテールという現象となって
表れているということでしたが、話の合間にさま
ざまなエピソードが挿入され、聴衆を飽きさせな
い名スピーチでした。

◇業界キーマンにはスポーツ用品業界を代表してS
研のリーダお2人を取り上げました。S研の設立
には当センターも深く関わっています。

当センターとスポーツ用品業界の関わりは、通
産省の業種別流通近代化事業にスポーツ用品業界
が採択され、当センターがその事業を受託したこ
とがきっかけです。1984年に情報化推進を掲げ
て事業は終了しましたが、その後も業界の自主研
究が継続され、1987年に当センター支援の下に
製配販を網羅した研究会として発足しました。

現在も全体会には当センターから担当研究員が
出向き、最新情報をお伝えするなど、スポーツ用
品業界のシステム標準化の窓口となっていだいで
ております。

◇当センターでは2年前から生鮮EDIの研究を進
めてきています。そのテーマのひとつに、生鮮標

準商品コードの活用があります。主に取引に使う
ことを想定したコードですが、最近、POSデー
タの活用で注目されているようです。

我が国におけるPOSデータ活用は当センター
の実用化実験が始まった1985年以降30年の歴
史を持っていますが、その対象商品はJANコー
ドがソースマーキングされたグロサリーなどの商
品に限られているのが現状です。

これに対してスーパーなどからは、売上の約半
分を占める生鮮と惣菜のPOSデータサービスの
要求が上がっており、現在、複数のIT系企業が事
業化を計画しているようです。その中で、生鮮標
準商品コードの活用が検討されているようで、当
センターにも問い合わせが相次いでいます。今後
に注目したいものです。

◇先日、伊藤謝恩育英財団の設立20周年の記念行
事が都内のホテルで開催されました。この財団は、
セブン&アイグループの創始者、伊藤雅俊氏が私
財を投じて1994年に設立したもので、1学年
40名を上限に入学1時金30万円と月額6万円
の奨学金を4年間支給しています。卒業後に返済
の必要はありませんので、毎年、10倍を超える
競争率になっているようです。

パーティでは在学生数名と話す機会がありまし
たが、厳しい競争を勝ち抜いてきただけに皆さん
優秀な方ばかりで、逆にいろいろと教えられるこ
とがありました。後生畏るべし、です。

(尚)

発行 : 2014年6月5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

