



目次

ハローズの流通 BMS 導入事例	1
旭食品の流通 BMS 導入事例	5
普及説明会（東京）を盛況裡に開催	8
標準の維持管理組織の設立準備活動報告	10

ハローズの流通 BMS 導入事例 ～ 業務のスピードアップと工数軽減を目指して ～

今まで、関東、中部、関西、九州地域のスーパーの導入事例を紹介してきましたが、本号では中国地域を中心に店舗展開しているハローズの事例を紹介します。

（株）ハローズは、広島県福山市に本社を置く食品スーパーチェーンです。1958年（昭和33年）に広島県府中市で府中スーパーマーケットとして創業した当初はセルコチェーンに加盟し、店名もセルコを冠していましたが、88年（同63年）に現社名に変更してからは店名も順次ハローズに変更しています。現在は、広島県と岡山県を中心に40店を展開、今年になって香川県に2店出店したのを手始めに、今後は兵庫、愛媛を含む瀬戸内海沿岸地域に積極的な出店を計画しています。（売上高572億円＝2008年2月期連結）

この旺盛な出店を支えているのが、物流インフラの整備です。2001年（平成13年）に現本社所在地に物流センターを構築したのを皮切りに、03年（同15年）のドライ共配センター（尾道市）、07年（同19年）のチルドセンター（倉敷市）、フローズンセンター（岡山市）を構築、2年後には早島町（岡山県）に大型DCを構築する予定で、瀬戸内海沿岸地域への出店を睨んだ物流体制の整備を進めています。

一方、情報インフラ面では、業務のスピードアップと工数削減を実現するEDIシステムの刷新が課題でした。そこで、来年の2月稼働を目標に新たなEDIシステムの準備を進めています。取引先とのデータ送受信には3つの方法を用意、その中のひとつである流通BMSには既に数十社の取引先が対応を表明しているそうです。

今回のEDIシステム刷新の狙いについて、同社執行役員・情報システム部長の前田秀正氏にお話を伺いました。

◆前田執行役員へのインタビュー◆

「EDIは内部統制上も必要な時代です」

―来年、EDIシステムを刷新されるようですが、どのような目的ですか。

【前田】

物流センター（ドライ、チルドのTC）との間のデータ授受を、昔ながらのJCA手順で行っているのですが、送受信それぞれに1時間～1時間半かかっています。当社の発注データを取引

先に送ると同時にセンターにも渡して、取引先からの ASN（事前出荷明細）データと突合せした結果をセンターから送ってもらいます。

発注データは 30 社、40 社とまとめて送るので、1 時間、2 時間とかかるのです。センターの運営を考えると、そろそろ発注データ送信を早くしないと納品に間に合いません。

—それで、いつ頃から検討を始められたのですか。

【前田】

今年の 1 月頃から本格的に検討を始めました。その頃は、流通システム標準化事業のスーパー業界商材拡大 WG にも参加していましたので、流通 BMS への対応も含めて考えていました。ちょうどその頃、富士通中部システムズから話がありました。同社の EDI ソリューション「Chain Flow」では流通 BMS ユーザが 3～4 社あるということでしたので、お願いすることにしました。EDI の方法としては、流通 BMS のほかに、Web-EDI と固定長ファイル交換（Chain Flow 独自フォーマット）の 3 種類を用意しています。



(株)ハローズ 執行役員
情報システム部長 前田 秀正 氏

—現在はどのような段階ですか。

【前田】

来年の 2 月導入を目標に、9 月から取引先説明会を行っており、10 月末までに延べ 3 日間、9 回の説明会を開催しました。当社の取引先は約 500 社ありますが、生鮮の取引先と月間取引高 10 万円未満の取引先を除く約 300 社が対象です。

説明会の後、3 パターンのどれに対応していただくかの返事をもらっているのですが、10 月末現在で約 60 社が流通 BMS 対応を表明しています。しかも、当社との取引で新たに流通 BMS を導入する取引先は 4～5 社で、残りはすでに他の小売業との取引で導入済みという結果です。意外と流通 BMS が浸透しているという印象を持っています。

—取引先にはどのように説明され、それに対してどのような反応が返ってきていますか。

【前田】

商品系の仕入先には「当社はスピードが追いつかないから是非変えたい。請求レスにしますからよろしく」とお願いしています。また、店の経費関係（ガスや電気保安関係）の取引先には、「本社の経理部門に直接請求されても内容を確認できないので、これからは EDI でもらった請求データを店長か主任の検収を受けてからでないとは支払いしません」と説明しています。経費関係の取引先の中には、EDI や Web という言葉を聞いたことがないとか、パソコンもないといったところがあり、苦労しています。

反応としては、商品系の大手は「時代の流れですから」と納得されているところが多いです。一方、中堅以下は「投資はかかるけど世の中の流れかな～」という方が多いです。

—先ほど、物流センターとの間の送受信時間の短縮を一番の目的に上げておられましたが、そのほかにも期待されていることはありますか。

【前田】

今回の目的は、スピードアップと経理業務の削減です。

スピードアップのひとつがデータ送受信時間の短縮ですが、もうひとつ、月次決算を早く出すことが上場している株式市場（ジャスダック）から求められており、そのためには経理業務を軽減する必要があります。現在は、月末の請求と支払いの照合業務に7～8人がかりで4日もかかっていますが、今回の仕組み変更で請求レスにします。さらに、伝票が残っている取引（データ量で約2割）を伝票レスにしますので、その部分の入力業務が軽減されます。

（編集部注：現在でもセンター経由の取引先は伝票レスになっているが、センターを経由しない取引先の伝票が2割ほどある）

—伝票レスと請求レスが経理部門の業務軽減になり、結果として経営のスピードアップとコスト削減につながるわけですね。経費関係の取引先とのやりとりも変わるわけですが、この狙いは。

【前田】

内部統制の意味合いが強いですね。店の電気代やガス代、電気機器のメンテナンス代などは本部に直接、請求書が郵送されて来ています。しかし、本部の人間はその経費が妥当なものかどうか判断できませんし、いちいち電話で店に問い合わせるような時代でもありません。そこで今回、データで請求してもらい、店長や主任の承認を経たもののみを支払う仕組みにしました。

—今回、生鮮は対象外となっていますが、電話やFAXの発注が主ですか。

【前田】

いや、青果と鮮魚の市場買い付け品については、既に別の仕組みでデータ化しています。生鮮品とドライグロサリーの最大の違いは、商品の内容と価格が事前商談で決まっているかどうかです。生鮮品は常に商品のチェックが入りますので、取引のつど、バイヤーの判断が入ります。午前中に卸や仲卸から相場や制限数量が入った商品提案をデータで受け、バイヤーがチェックした推奨品を店舗に流します。店舗では15時までに本部に発注し、バイヤーが数をチェックして商品提案元の卸、仲卸に発注する仕組みです。このやりとりが外部ASPのひとつのDB上で行われています。

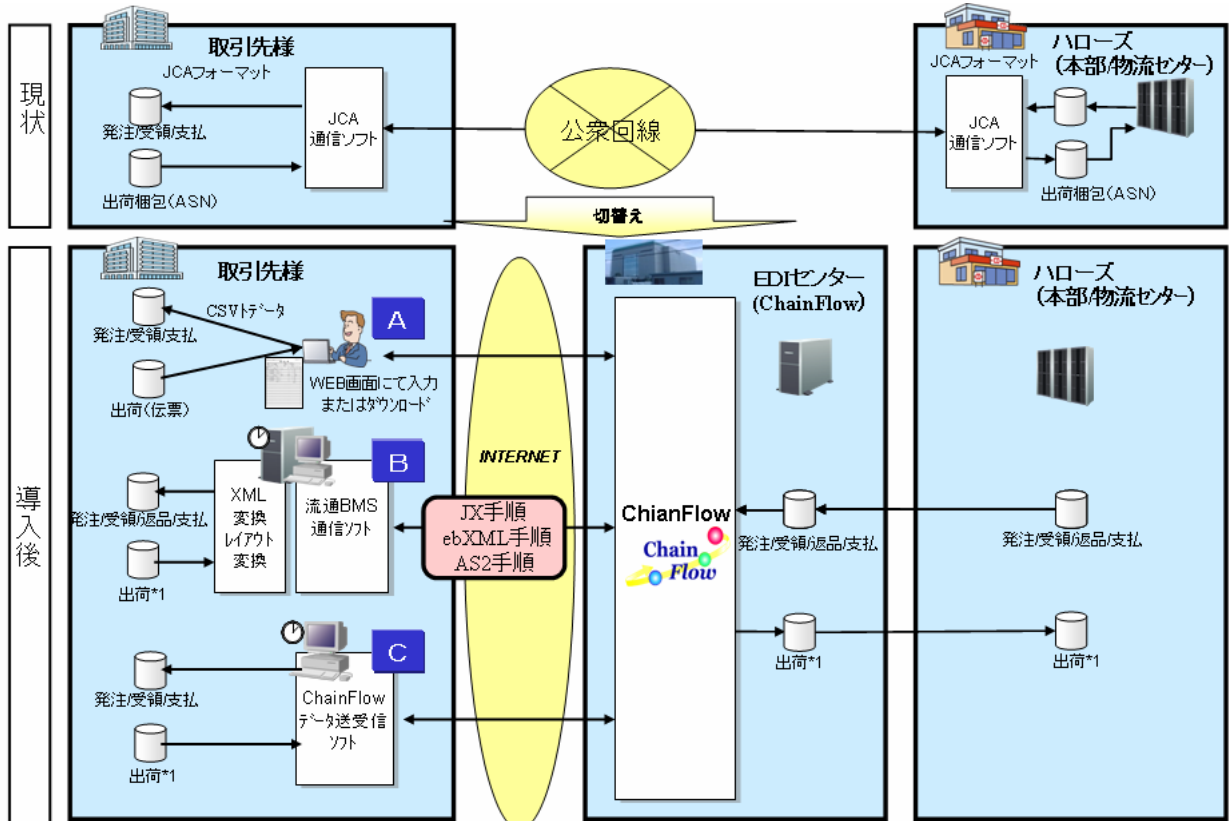
この仕組みは今年の9月に導入したのですが、それ以前は遅くまで残っていたバイヤーが、導入後は17時半頃に退社していますので、それだけでも効果があったと思っています。

いまは独自の仕組みですが、流通BMSの生鮮バージョンが使える状況になったら、生鮮商品コードも含めていつでも切替えようと思っています。

—本日はどうもありがとうございました。

（聞き手：研究開発部長 坂本 尚登）

ハローズのEDIシステム概要



*1.ドライバー通過商品はASNデータ(出荷梱包紐付けあり)、それ以外は出荷データ(伝票)

旭食品の流通 BMS 導入事例

～ EDI 専用サーバシステムの構築を機に対応 ～

ハローズの酒類・食品分野の主力取引先が、高知県を本拠とする(株)旭食品です。同社は、1923年（大正12年）に食料品、塩干魚類の卸問屋として高知市で創業、56年（昭和31年）に現社名で正式に発足しました。以後、営業地域を四国全域のほか、関西、中国、関東、中京、九州と拡大してきました。（売上高3673億円＝2008年3月期連結）

従来は営業地域の拡大を優先し、物流や情報のインフラ整備が遅れ勝ちでしたが、コンピュータシステムの2000年問題を契機に情報システムの全社統一を果たしました。その結果、得意先ごとの個別仕様をホストコンピュータで一手に処理することになり、その資産の整理と分散が問題になりました。そこで、昨年、EDI部分の処理を行うサーバシステムを構築、従来のJCA手順の処理に加えて流通BMS対応の仕組みを導入しました。

その狙いと今後への期待について、同社情報管理部長の竹内恒夫氏にお話を伺いました。

◆竹内部長へのインタビュー◆

「流通 BMS のお話であれば素早い対応ができます」

—まず、得意先の数とその中でデータ交換されている企業数を教えてください。

【竹内】

当社は得意先企業が約7,000社あります。そのなかの1割弱、400社～500社とEOSやEDIをやっています。企業数は1割弱ですが、データ量では8～9割を占めます。つまり、受注の80～90%はデータで受信していますが、当然のことながらほとんどがJCA手順で、100%個別仕様です。

—そのことと今回のEDIシステムの刷新は関係があるのですか。

【竹内】

はい、数百社の個別仕様をホストコンピュータの資産として作り込むのは負荷が大きいのです。当社は関西地区、関東地区、中国地区というように、情報システムは地域ごとにバラバラでしたが、2000年問題を契機に5年がかりでシステムを統合しました。99年12月のことです。

システムを統合したということは、全国の得意先の個別仕様を1台のホストコンピュータに作り込んだわけですが、その個別資産が全体の半分ぐらいを占めました。この資産を整理しないとホストは窮屈になってきます。現に、1回目の機器変更を2005年に行いましたが、それでも長期間の使用に対して能力が不安視されていました。

そこで汎用機のEDI処理部分を外出しして、新たにEDI専用のサーバを構築することとし、次の3つの方針を立てました。

- ① 得意先との間でデータをやりとり部分を分ける
- ② 流通BMSに対応する



(株)旭食品 管理本部情報管理部
部長 竹内 恒夫 氏

③ Web-EDI を集中管理し、自動化する

この条件で、大手の Sler3 社をコンペし、どの会社も甲乙付けがたい提案をいただいたのですが、最終的に富士通さんに決めました。2007 年 1 月に開発がスタートし、11 月に稼働しました。ここで初めて、既存 JCA 手順による送受信の外出し、流通 BMS への対応、そして Web-EDI の自動化を実現することができました。

—Web-EDI の自動化とはどんな仕組みですか。

【竹内】

通常、人がボタンを押すという作業を機械にさせています。相手の画面を呼び出して、ID とパスワードを入力して…という、一連の手作業を勝手にしてくれるツールがあります。今までの JCA 手順であれば、集配信のマスタがあって、得意先ごとにホスト側で何時何分にデータを取りに行くということがコントロールされていました。Web-EDI ではそれが人海戦術になっていましたが、それをマスタと連動してソフトウェアが勝手に取りに行くようにしました。既に自動化できていた Web-EDI を除く十数社とのやりとりを自動化のツールに乗せています。

—流通 BMS への対応はどんな状況ですか。

【竹内】

山陰の得意先が流通 BMS を先行されていまして、一緒に流通 BMS をしたいというお申し出をいただきました。流通 BMS での取引先 1 号店として当社のサーバー上で処理させていただきました。続いて、10 月から大阪の得意先で始まりまして。

現在は残念ながらこの 2 社だけですが、3 社目で東京地区の得意先、そして来年稼働のハローズさん（前掲）からもお話をいただいています。今年度中に 5、6 社の実績は欲しいところです。

—流通 BMS はもっと増えてほしいところですね。

【竹内】

はい、新しい取引先や既存のお得意先の切り替え時に流通 BMS を採用していただければ、当社の準備はできていますので、素早い対応ができます。最近、流通 BMS と Web-EDI のどちらにしますか？という取引先も増えていきます。その場合は迷わず流通 BMS を選んでいます。

最近では、地域の VAN 会社から「流通 BMS で出しましょうか」という問い掛けがあります。小売業から見たら発注形態は変わらないと思いますが、地域 VAN 会社を経由して流通 BMS で注文をもらうという話があれば、積極的に対応していきたいと考えております。

今後は、取引のウエイトが大きい大手小売業や地域一番店の動きに期待しております。できるだけお客様の希望に答えていきたいと思っておりますし、実証のお話があれば積極的に参加したいと考えています。

—ところで、竹内部長は卸研（情報志向型卸売業研究会）の活動にも深く関わっておられますが、流通 BMS と物流ラベルの連携に関する検討はどんな状況ですか。

【竹内】

はい、平成 20 年度の卸研では、要望の多かった鮮度管理の研究をしようということで、6 月にシステム研究委員会を立ち上げました。それと並行して経済産業省事業との連携として、物

流ラベルの検討を行っています。このテーマは、卸研で2年前に検討した物流ラベルの標準フォーマットを参考にしようということで、連携を図っています。

卸のスタンスとしては、流通 BMS の項目を 100%使ったラベル印字をして下さい、ということです。今までは受信したデータだけではラベルの印字ができませんので、印字項目を変換したり、足したり、付けたりといった方法で対応していました。流通 BMS の豊富なフォーマットからそのまま印字できて、なおかつ、紙のサイズを極力小さくしたいのが希望です。

一方、今の流通 BMS の項目で十分かという議論があり、不足している物流関連項目の追加がメッセージメンテナンス部会で認められました。任意設定項目についても、お客様サイドでバーコードの中に任意設定できる項目も用意されました。

—物流ラベルの標準化は卸にとってどんなメリットが期待されますか。

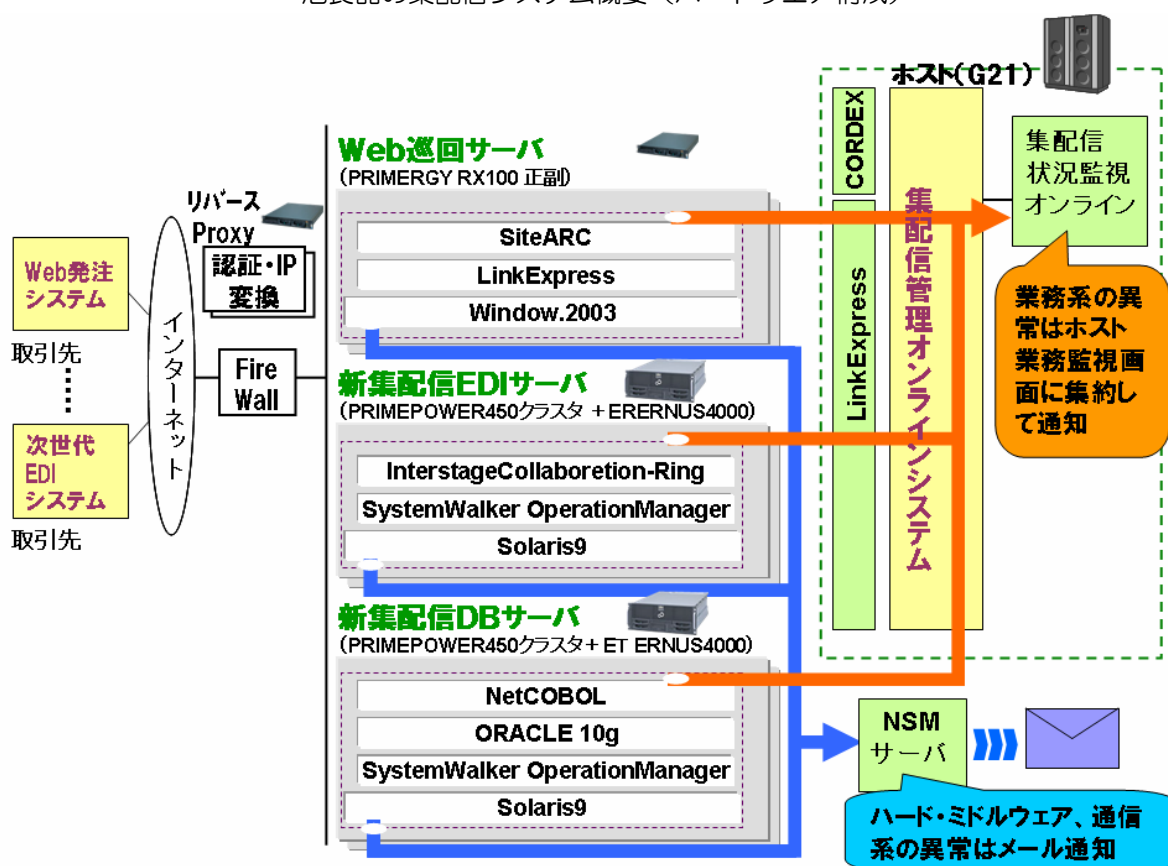
【竹内】

当社の庫内業務は、自社内の汎用ラベルで動かしています。バーコードには ITF を利用していますが、ゆくゆくは標準ラベルのような形にしたいと考えています。今は、EDI 化していない、あるいはセンターを持たない一般のお客様に対しては社内の汎用ラベルで出荷し、専用センターをお持ちのお客様には専用のラベルを張り替えています。将来的にそういったことも廃止していくとなると、社内の汎用ラベルを標準のラベルに近づけたいと考えています。

—本日はどうもありがとうございました。

(聞き手：研究開発部長 坂本 尚登)

旭食品の集配信システム概要（ハードウェア構成）



普及説明会（東京）を盛況裡に開催 ～イオン、西鉄ストア、花王 CMK、食肉協議会の事例紹介～

11月12日午後、東京・南青山のホテルフロラシオン青山で、流通システム標準化事業の普及説明会を開催し、220名の参加者がありました。事業の普及説明会は8月下旬から11月下旬の間、札幌、仙台、名古屋、大阪、高松、広島、福岡で開催しましたが、参加者アンケートで流通BMS導入事例の紹介を望む声が多く寄せられていたことから、当初の予定にはなかった事例中心の説明会を東京で開催することになりました。

説明会では、経済産業省流通・物流政策室の下垣広輝係長から、流通BMSの最新動向の紹介がなされた後、スーパー業界の流通BMS導入事例と題して、イオンリテールの宮崎巖システム本部長、西鉄ストアの高橋雄一執行役員・情報システム部長、花王カスタマーマーケティングの堀康人流通開発部長、伊藤ハム・食肉事業本部の田代俊文業務管理統括部課長からそれぞれ報告がありました（田代課長は食肉流通標準化システム協議会の立場で）。

イオンリテールの宮崎本部長からは、北海道や九州における企業合併に伴って新たにイオングループの取引先になった企業との間で、流通BMSを先行導入している状況について報告があり、「まだ調整中ですが、来年度以降、JCA手順によるJET（Jusco External Transmission）システムを順次、流通BMSに切り替えていきたい」といった説明がありました。また、流通BMSについて取引先に説明する過程で、「XMLという言葉がよく分からない」というような指摘があることを踏まえて、当日参加していた多くのIT関係企業に対して、XMLを意識しなくても利用できるようなツールの提供やマッピング作業の支援など、特にシステム部門を持たない中小流通業に対するIT企業のサポート要請がありました。

次に、本メールニュースでも紹介した西鉄ストアの高橋執行役員からは、情報システム部門に長年関わった経験から、

- ① グローサリー部門のEOS化率が94%～96%以上に上がらない
- ② 日々の発注処理・伝送処理に約3～4万件で90分～120分必要であり、障害時に取引先を長時間待たせることがしばしばある
- ③ 商品代金の支払内容に関する問い合わせが毎月100件程度発生する

といった情報システム部門の長年の悩みを解決する手段として、昨年10月の物流センター稼働に合わせたEDIシステム刷新の経緯が紹介されました。

高橋氏からは、情報が不足しがちな地方にあって本稼働までにさまざまな苦労を重ねたことについて紹介があった後、紙の伝票による納品が限りなくゼロに近づいたこと、商品代金の支払いに関する問い合わせが今年の9月にゼロ件を達成したこと、店舗の発注締め時刻を午前11時から12時へ1時間遅らせることができ、発注業務に余裕ができたこと、などの導入効果が報告されました。

●未収の問い合わせが、

0件になりました！

（2008年9月に達成）



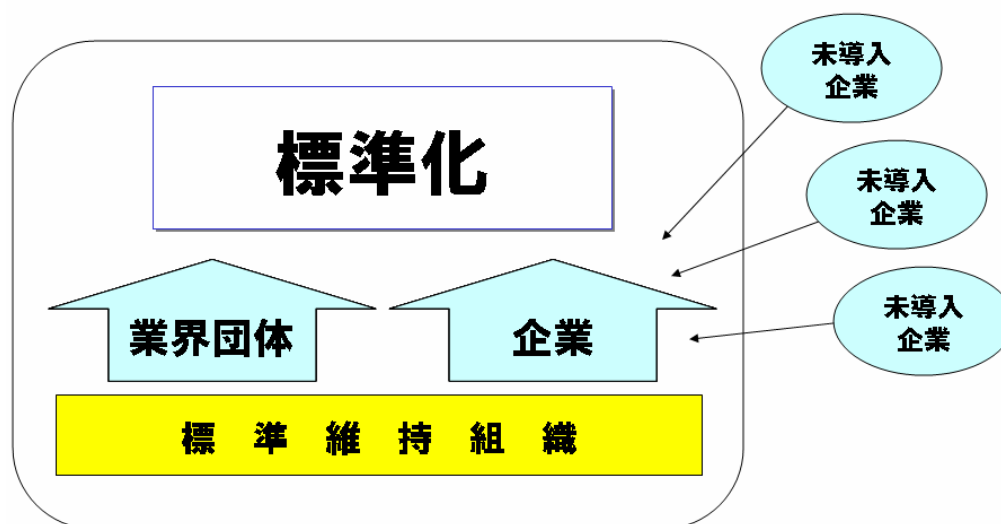
 にしてつストア

（西鉄ストアの講演資料より）

花王カスタマーマーケティングの堀部長からは、90年代の前半にジャスコとの間で商談から決済までのトータル EDI を導入した頃は、物流や情報のシステム面で“自前主義”を貫いていた花王グループが、90年代後半以降、全体最適化の視点に立って「インフラは競争する領域ではなく、協調すべきである」との方針変換に至った経緯が説明された後、流通システム標準化事業でもあらゆる標準化検討と共同実証に参加してきた状況が報告されました。

堀氏はまた、現在の EDI が抱える課題として①個別対応（プログラム開発と運用コスト）、②技術面（JCA 手順の諸課題）、③不完全な EDI（ペーパーレスの実現、売掛照合の効率化面で）の3点を上げ、流通 BMS の導入によってこれらの課題の「大半が片付けられる」という大きな期待を表明しました。現在はスーパー6社との間で流通 BMS を導入済み、来年3月末までにさらにスーパー4社、ドラッグストア3社、ホームセンター1社との間で導入を予定しており、この動きが来年度以降加速することに期待を寄せています。

官民の更なる連携による業界標準化活動と普及拡大維持継続が必要となります



(花王カスタマーマーケティングの講演資料より)

伊藤ハムの田代課長は、食肉流通標準化システム協議会の立場で講演しました。この協議会は、食肉流通業界の企業間システムの標準化に係わるテーマについて、情報共有と業界としての対応を協議するために、06年5月に関係企業・団体によって設立されました。事務局を(財)日本食肉流通センターが務めており、当日も同センターの上野伸治部長から冒頭、協議会の簡単な紹介がありました。

田代課長からは、グロサリーやアパレルと比較した時の生鮮品の取引の特徴として下記の紹介があり、生鮮版の流通 BMS メッセージもこれらの特性を踏まえた内容で構成され、今のところ基本形メッセージとは別の管理になっていること、などが紹介されました。

- ① 事前商談による商品確保や商品情報の入手が必要
- ② 商品が発注通り入らない、もしくは出荷時に決定する
- ③ 不定買商品がある（不定買商品とは、出荷重量で原価が確定する商品のこと）
- ④ 仮伝の運用がある（夜間作業等、単価変更が確定できないときの運用） など

また、食肉流通とひと口に言っても、部分肉とパック肉では受注から出荷までの工程が異なり、また、部分肉にも在庫型と産地型がある、といった説明がなされました。生鮮分野の導入事例の紹介は、本事業の中でも初めてであり、参加者の大きな関心を集めていました。

標準の維持管理組織の設立準備活動報告

～来年4月、流通システム標準普及推進協議会として発足予定～

流通 BMS は、経済産業省の委託事業「流通システム標準化事業」の中で検討され、共同実証を経て策定されてきましたが、この事業も今年度で終了します。つまり、来年度以降、今まで開発してきた標準メッセージのメンテナンスと普及推進をどこが主体となって行うか、に関係者の強い関心が寄せられていました。

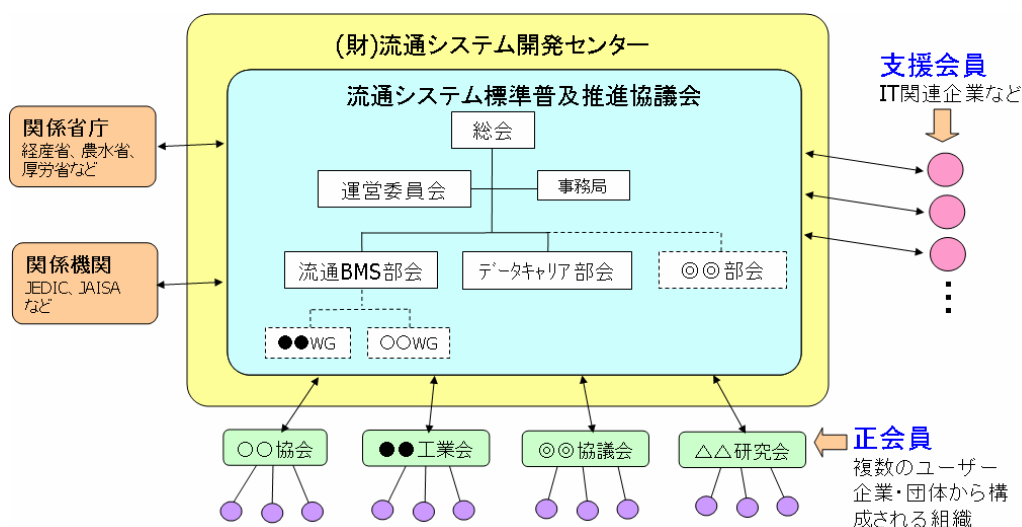
このテーマについては、流通システム標準化事業の中で「標準の維持管理体制のあり方の検討」というテーマで、専門の部会が設置されて検討されてきました。その結果、今年の 10 月末に下記のような骨子案がとりまとめられ、11 月以降、流開センターで具体的な準備活動を継続しています。

- ① 名称を「流通システム標準普及推進協議会」とし、流通システム開発センター内に設置する。協議会は、「流通システム標準」の開発・維持管理、導入支援・普及推進を主な業務とする。
(注) 流通システム標準化事業で策定した流通 BMS などの成果物を“流通システム標準”と総称している。
- ② 活動に参加する団体や企業を「会員」とし、複数のユーザ企業や団体から構成される組織（業界団体など）を正会員、IT 関連企業などを支援会員とする。
(注) 正会員は業界団体などの非営利の企業集団としており、個々のユーザ企業（小売、卸、メーカー）は業界団体の代表という資格で協議会の活動に参加する。
- ③ 会費は徴収しない。会の運営に必要な経費は、原則として流開センターの事業費で賄う。

協議会の組織イメージを下図に示します。現在は、流開センター内に協議会設立準備委員会（委員は、流通システム標準化事業に参加している 43 団体の事務局代表者）を設置して、会の運営に関する詳細な制度化を行っています。

2009 年 1 月以降、会員の募集を行い、4 月を目処に設立総会を開催して正式に発足の予定です。

協議会の組織イメージ



発行者：財団法人流通システム開発センター 研究開発部
 本件に関する問合せは、下記のURLにアクセスして頂きますようお願いいたします。
<http://www.dsri.jp/scmpjt/inquiry.html>