

目次

物流効率化に期待するダイエーと平和堂	・・・1
今後の展開－5月以降、各社で取引先説明会を予定	・・・4

本号では、前号に引き続き、①流通 BMS の導入に先進的に取り組んでいる小売業の現状紹介として(株)ダイエー、(株)平和堂のシステム責任者へのインタビュー結果と、②前号の2社（イオン(株)、ユニー(株)）を含む各社の今後の展開計画を紹介いたします。

インタビューにご協力頂いたシステム責任者：

- ・(株)ダイエー システム物流本部 村崎克己副本部長
- ・(株)平和堂 情報管理部 中島勝部長

物流効率化に期待するダイエーと平和堂 ～ 共同実証参加小売4社の現状（下） ～

ダイエー、平和堂の流通BMS運用状況（2008年2月末現在）

小売業	接続先卸売業	メッセージ種	接続方式
ダイエー	花王カスタマーマーケティング	発注データ	アウトソーシング
	国分	出荷データ	
	パルタック	受領データ	ebXML,JX 手順
	山星屋	請求データ 支払データ	
平和堂	伊藤忠食品	発注データ	ASP（1社）
	花王カスタマーマーケティング	受領データ	
	菱食	請求データ	ebXML,JX 手順
		支払データ	

（注）接続方式の上段は EDI センター運営方式、下段は通信プロトコル

☺ ebXML とは

- ebXML (electronic business XML) とは、XML を活用した企業間電子商取引のための国際標準仕様です。
- XML 関連標準化団体 OASIS と国連機関の UN/CEFACT が共同で設立した ebXML イニシアティブによって、2001年5月に策定された規格群です。
- 流通 BMS では、ebXML のうち、ebXML MS(Message Service)というインターネットを通じてメッセージを伝送する仕様を採用しています。
- データが発生するたびに送信側からメッセージを送付するプッシュ型の通信仕様です。

ダイエー：伝票レスと物流業務での効率化を実現

加工食品、日用雑貨品は流通 BMS が拡大できる目処がついた。一方、生鮮食品は電話や FAX で発注している部分が多いため、この分野は、まず業務プロセスをきちんと見直して取引の電子化を進めたい。(システム物流本部 村崎副本部長)

◎導入状況

2007 年初頭に卸 4 社と共同実証し、4 月から 5 月にかけて順次本番移行した。展開エリアは、日用品の 2 社（花王カスタマーマーケティング、パルタック）とは全店で本番運用しているが、加工食品の 2 社（国分、山星屋）は一部の地域の取引にとどまっている。

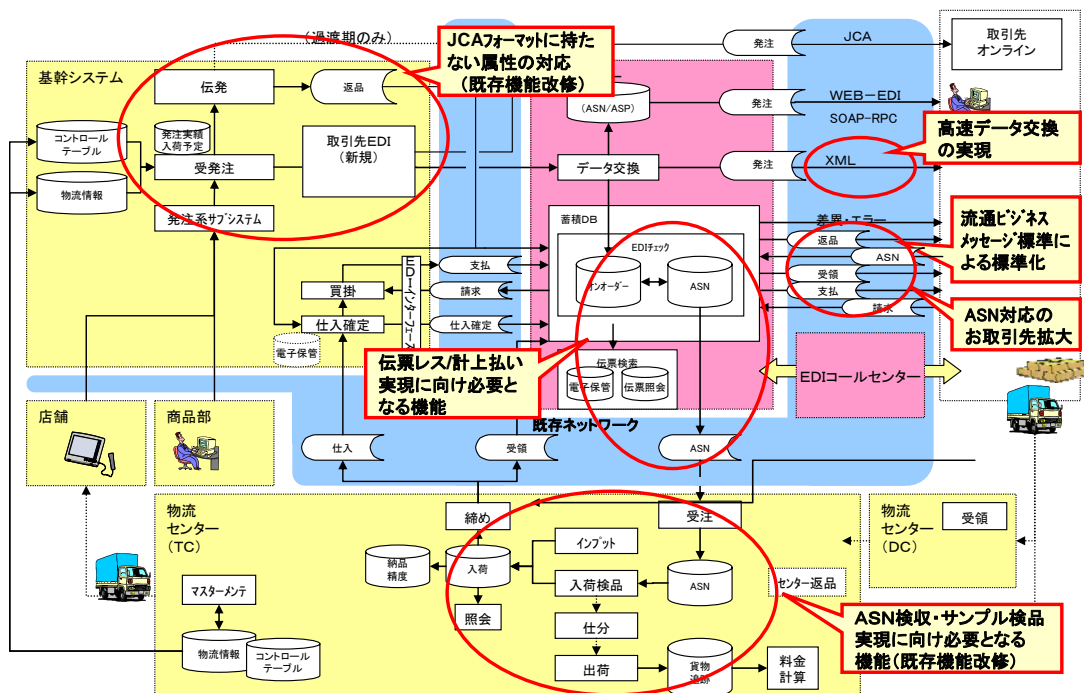
メッセージ種は返品以外の 5 種類について本番運用している。ただ請求、支払については全店展開が終了しその効果が確認でき次第、順次移行を計画している卸もあり、現在本番運用しているのは共同実証した卸 4 社中 1 社のみである。

◎期待する効果

ダイエーでは、「伝票レス」と「物流オペレーションの効率化」をあげている。

同社では流通 BMS の導入を契機に伝票レス取引を開始したが、当面のターゲットとなる非冷（常温）センター経由取引の伝票枚数は年間 1500 万枚にのぼる。すでに流通 BMS 接続した卸 4 社とは取引量が多いので、「すべて流通 BMS に移行すれば年間 200 万枚の伝票削減となる」との概算もある。

また、物流のオペレーションでは特に、短いリードタイムの中で物流業務を回している加工食品分野に期待している。現在、店舗は 10 時までに発注し、本部で処理したデータを受信した取引先は 12 時頃からピッキングを開始し、15 時にはセンターに納品している。そのため、従来の JCA 手順では商品がセンターに到着する時間に ASN（事前出荷明細通知）データを間に合うように送信してもらうことは難しく、加工食品の分野では ASN は実施していなかった。流通 BMS の利用で送信時間が格段に早くなるため、商品到着前に ASN が受信できるようになり、「伝票レス」が実現できる環境が整った。



出所) 平成 19 年度流通システム標準化事業成果報告会資料より

平和堂：他の小売業と歩調を合わせた早期拡大を期待

導入に必要なシステム投資の内容や費用概算が見えずに躊躇している企業も多いので、JX型、ASP型などの概算費用モデルや準備事項は何かを提示する必要がある。(情報管理部 中島部長)

◎導入状況

2006年度に卸3社と共同実証を行い、伊藤忠食品と菱食についてはすべての取引の発注、受領、請求、支払のデータ交換を流通BMSで行っている。平和堂のグロサリー商品はその大半が預り在庫型センターからの出荷となり、納品データは在庫センターの委託運営業者からの送信となる。日配商品も同様にチルドセンター(TC型)の委託業者計上になっている。

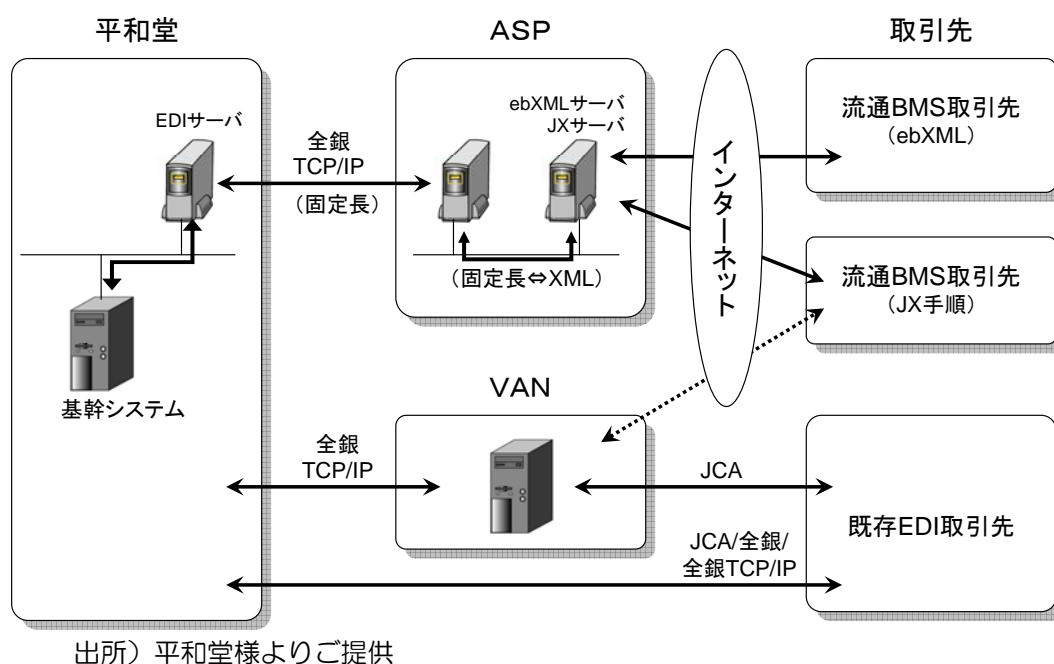
花王カスタマーマーケティングとの間は支払データのみ流通BMSに移行している。同社は、スーパー業界商材拡大WGで検討されている預り在庫型センター関係のメッセージ標準化を待って、他のメッセージにも対応予定という。平和堂と取引先とのメッセージ交換は、第1号で紹介したイオン、ユニーと同様にASPを利用して実証を行い、そのまま本番移行している。

◎期待する効果

平和堂は、Push型通信手順と通信時間の短縮で、データの引渡し時間が約1時間短縮(前倒し)されたが、接続先が数社では部分最適に止まり、取引先の拡大をしないと全体最適に至らない。そのため「発注・物流業務の全体効率化には、いかに導入拡大できるかがポイント」としており、特に、同社と共通の取引先が多い大手小売業が早く導入拡大することが必要であると指摘している。

そして、流通BMSの導入に必要なシステム投資、準備作業、概算費用などが見えずに躊躇している小売業も多いとの認識から、その判断材料を何らかの形で提示することが重要であるという意見である。

(文責：(財)流通システム開発センター 研究開発部 上級研究員 島崎 貴志)



今後の展開－5月以降、各社で取引先説明会を予定

前号および今号で紹介した先行導入小売4社では、5月以降、相次いで取引先説明会を予定しており、2008年度中にはグロサリーとアパレル分野を中心に、流通BMSの急速な広がりが期待される。

2008年は本格展開の環境整備が進む

アパレル対応版へのバージョンアップの実施

生鮮対応メッセージの正式リリース

電子帳簿保存法、消費税法上の取扱いに関する国税当局見解の整理

預り在庫型センター対応メッセージの整備

・
・

イオン：7月末を目処に拡大に向けた取引先説明会を予定

導入拡大に向けて、社内のシステム運用体制の整備という課題は残るが、目標としては今年7月末を目途に取引先説明会を行い、加工食品とアパレル分野を中心に合意できた取引先との間で流通BMSの本格展開を図りたいとしている。

ユニー：流通BMSのバージョンアップを受けて5月にも説明会開催の意向

端末認証等のインフラ面の課題解決とアパレル対応版のバージョン確定を待って、正式な発表を行う方針であった。アパレル対応版のバージョンアップが3月に確定すれば、5月にでも取引先説明会を開催したいとしている。

ダイエー：預り在庫型センター関連のメッセージ標準化を待って本格展開

加工食品卸との間で本格展開するために必要な預り在庫型センター関連のメッセージ標準化を待って、加工食品卸との流通BMS拡大を図っていく予定。

アパレル部門については今年度の共同実証に参加して、インナーウェアメーカーと出荷データの「梱包・紐付けあり」タイプの検証を行うが、アパレルメーカーの多くは「梱包・紐付けなし」の運用になることが予想されるため、紐付けなしタイプの検証を行った上で、本格展開を図りたいとしている。

平和堂：バージョンアップと伝票レスに対する国税当局の見解確定後に展開

アパレル対応バージョンの確定や伝票レスに対する国税当局の見解確定を待って、2008年度中、できれば下期の初頭（8、9月頃）に取引先説明会を開催したいとしている。重点的に拡大したい取引先としては、長時間通信の主要取引先、EOS・伝票発行や伝票郵送のアパレルメーカー、非EDI取引先（銘店など）を上げている。

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>