

## 目次

卸の流通BMS導入効果	1
・ 実証先とは本番導入、後続小売とも順次稼働	1
・ 物流、決済、システム部門などに効率化効果	3
・ 効果を短期間に大きなものにするために	5

前々号、前号と昨年の共同実証に参加し、その後流通 BMS を本番運用している小売4社の動向を紹介しましたが、本号では4社との共同実証に参加したグロサリー卸9社の中から、複数小売と接続した下記4社の方々に個別にインタビューした内容をご紹介します。（インタビュー時期は昨年の12月）

- ・ 伊藤忠食品(株) 情報システム部 竹腰雅一部長
- ・ 花王カスタマーマーケティング(株) 流通開発部 須賀慎一マネジャー
- ・ (株)パルタック 情報システム本部 荒井清一マネジャー
- ・ (株)菱食 IT ネットワーク本部 稲垣登志男本部長代理

## 卸の流通 BMS 導入効果 ～ 共同実証参加4社の現状と期待効果 ～

### ●実証先とは本番導入、後続小売とも順次稼働

卸4社は、共同実証で接続した小売と昨年4月以降、順次本番運用に入っております。各社の接続先と接続方式は下表のとおりです。

卸4社の共同実証接続先小売との状況		
卸売業	接続先小売業	接続方式
伊藤忠食品	イオン 平和堂 ユニー	自社サーバ
花王カスタマー マーケティング	イオン ダイエー 平和堂 ユニー	自社サーバ (アウトソーシング)
パルタック	イオン ダイエー	自社サーバ
菱 食	イオン 平和堂	ASP

伊藤忠食品は、イオン、平和堂、ユニーとの間で、発注、出荷、受領、請求、支払データの交換を行っています。さらに、昨年7月から近商ストアとの間で流通 BMS を導入しているほか、

イズミヤとも開始する予定です。

花王カスタマーマーケティング（以下、花王 CMK と略）は小売4社すべてと共同実証を行い、そのうち1社とは4種類（発注、出荷、受領、支払）のメッセージを実運用し、あとの3社とは準備が整ったメッセージ種ごとに順次本番移行を進めています。さらに、昨年11月から西鉄ストアと本番運用しているほか、近商ストアとも準備を進めています。

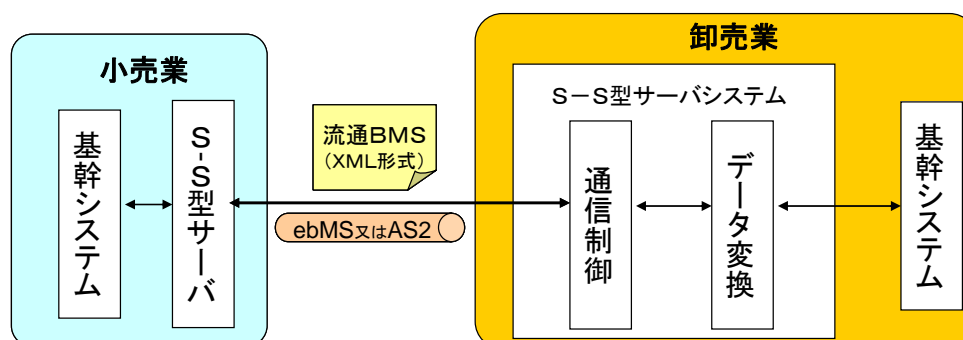
パルタックは、イオン、ダイエーと共同実証を行い、ダイエーとは本格運用し、イオンとは一部地区から導入を始め、順次拡大しています。あとの2社（平和堂、ユニー）とは在庫預り型センター取引を行っており、そのメッセージ確定を待って導入の予定。その他、CGC 加盟の3社と実施しているほか、地方のスーパーやホームセンターと話を進めています。

菱食はイオン、平和堂と共同実証を行い、そのまま本番運用しています。メッセージ種はイオンとは発注～支払のすべてを利用し、平和堂とは出荷と返品を除く4種類で実施しています。後続小売としてはCGC 加盟小売業十数社との間で実施しています。

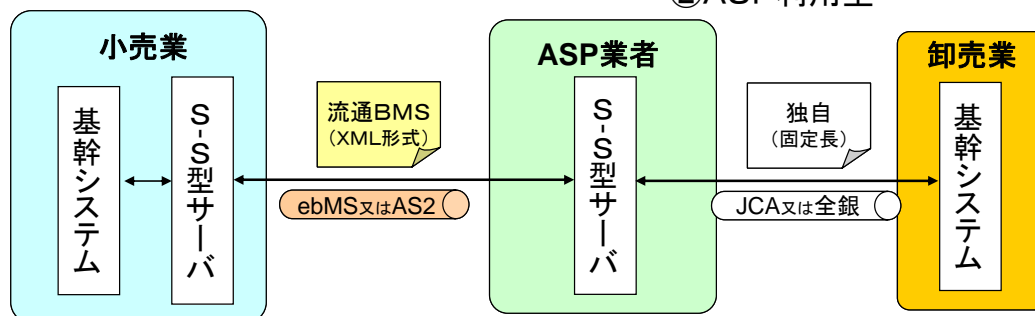
卸4社とも小売とはサーバ・サーバ型で接続しています。4社のうち、伊藤忠食品、花王 CMK、パルタックの3社はサーバシステムを自社構築し、菱食は外部のASP サービスを利用しています。（下図参照）

## 卸売業の流通BMS対応システム(サーバ-サーバ型)

### ① 自社構築型



### ② ASP利用型



#### 在庫預り型センター取引とは

- 在庫預り型センター取引とは、卸・メーカーが小売のセンターあるいは小売が卸に運営委託しているセンターにあらかじめ商品を卸・メーカー在庫として保管しておくビジネスモデルのことです。
- 流通 BMS では、センターと卸・メーカー間の入庫、在庫報告、不良在庫の返品に係るビジネスモデルとメッセージの標準化検討を行っています。

## ●物流、決済、システム部門などに効率化効果

流通 BMS 導入による卸売業の効果を、①標準化、②EDI 化、③伝票レス、④通信時間短縮、⑤インターネット回線利用、に分けてみることにします。

### 標準化による効果

メッセージ種別、メッセージ構造、データ項目（名称、意味、属性）並びにメッセージの使い方が標準化されているので、①小売個別対応のプログラム削減、②小売個別コード変換テーブルの削減、③取引先追加時の負荷軽減とスピードアップ、などが期待できる。

流通 BMS は、流通サプライチェーンの全体最適化を推進するために、従来は小売ごとに異なっていたメッセージの種類や構造、データ項目、運用ルールについて徹底的な標準化を図りました。その結果、得意先ごとの個別対応に苦労してきた卸にとって多くの効果が期待されています。

例えば、大手の卸売業になると、得意先小売の個別 EDI 仕様に対応するために、数千本にのぼる膨大な変換プログラムの開発と維持管理を行ってきました。（伊藤忠商品、パルタックの例）これが全て流通 BMS になることによって、例えばパルタックや菱食では全体で 100 本以下になると予想しており、その結果、システム開発と維持管理に要するコストを大幅に削減できると期待しています。

次に、標準メッセージの運用ガイドラインの策定によってメッセージを構成する各データ項目の定義と使い方が明確になり、第 2 弾、3 弾の小売業との導入展開の効率化が実現しています。

例えば、パルタックでは実証小売業との間では 3～4 カ月の準備期間を要しましたが、後続小売業との間では、説明会出席後、約 1 カ月の準備期間で開始できています。また、花王 CMK では、得意先追加時の負荷軽減について、流通 BMS になると個別に調整する部分が削減されるため、調整に要する延べ日数がほぼ半減すると想定しています。

### EDI 化による効果

メッセージ間の業務連携を意識した標準化がなされた結果、特に決済業務において、①日々の売掛/買掛照合が可能になった、②計上日や相殺内容の認識違いによる違算がなくなった、といった効果が期待できる。

流通 BMS は発注で卸側に伝えられる取引番号を、出荷、受領と引き継ぐことによって債権・債務の確認を日々行い、最終的には月次の請求/支払照合業務の効率化を目指しています。

この効果を最も評価しているのが花王 CMK です。例えば、実証参加小売のうち 1 社とはすべてのメッセージ交換を行っていますが、その結果、

- ・ 日々の売掛/買掛照合が可能になった
- ・ 受領メッセージに小売側の計上日が記載されているので、締め日の認識違いによる違算がなくなった
- ・ 支払いメッセージに相殺項目の明細が記載されていることから、締め日後の請求・支払照合時のエラーがゼロになった

といった効果につながっています。

## 伝票レスによる効果

発注～出荷メッセージ項目を引き継いだ受領データを取引双方が保管することで、伝票レス取引が容易に実現できることとなった。それにより、伝票の発行と処理、保管に関わるコストの削減が期待できる。

今回、発注の取引番号をキーに出荷、受領とデータを引き継ぎ、従来の受領伝票に代えて受領データを取引の証憑とすることで、伝票レスを実現できることを流通 BMS では謳っています。

既に大手の総合スーパーではかなりの割合で伝票レスが実施されていますが、流通 BMS 導入を契機に初めて伝票をなくした小売もあります。その小売と取引しているパルタックでは、毎月何万枚という伝票がなくなり、伝票業務に関わる人件費の削減効果が出ています。伝票代自体は3～4円/枚ですが、印刷発行、切り取りと小分け、配送係へ手渡し、得意先から帰ってきた伝票の訂正入力、保管といった一連の作業の人件費を加えると、10 円/枚ほどのコストになるようです。

## 通信時間の短縮による効果

インターネット通信回線を利用することにより、送受信の時間が大幅に削減されるので、卸の物流業務の開始時間が早くなる。その結果、①出荷完了時間が早くなり、物流コストの削減につながる、②小売業に対して従来より早いタイミングで出荷データを送信できる、といった効果が双方に期待できる。

インターネット通信回線の利用でデータ送信時間が短縮されるほか、サーバ - サーバ間の Push 型通信で、小売の発注データが用意でき次第、卸は受信できますので、従来の締め時間よりも前倒して発注データを受信できることになります。

この両面の効果で、卸側の受注データ受信終了時間が大幅に前倒しされることになり、その結果、物流業務面で下記のような効果が期待されています。

- ・ 取引先別の出荷作業順を臨機応変に変更できる
- ・ 物量増加に伴う出荷作業人員の追加手配・確保が行える
- ・ 上記の結果、残業が減り、物流コスト削減につながる

これらの効果は卸側だけでなく、

- ・ 従来よりも早いタイミングで出荷データを小売に送信する
- ・ 小売の発注締め時間を遅くする
- ・ 小売への納品を前倒しにする

といったように、小売側にもメリットが生じることが想定されています。

## インターネット回線利用による効果

通信回線がインターネットに変わることにより、①通信コストの低減、②通信プロトコルの集約、といった効果が期待できる。

インターネット回線利用による効果は、通信回線料金と通信手順の2面があります。

JCA 手順は電話回線を利用して低速でデータ交換を行う方式のため、大手卸では全国で多くの電話回線を用意して対応しています。例えば、パルタックでは東西2カ所のデータセンター

でバックアップ対策も含めて 120 回線を使っています。

しかも、通信の種類は JCA 手順で 3 種類（2,400、9,600、19.2K）、全銀手順で 3 種類（9,600、19.2K、TCP/IP64K）があり、いずれも接続時間に応じて課金されますが、これらがインターネット回線に集約され、接続時間に関係なく固定料金になることで、通信コストの大幅な削減と通信手順の集約化が期待できます。

また、システム更新時期を迎えた小売業が、JCA 手順の後継として様々な通信手順の Web-EDI を導入していることに対する卸側の危機感は強く、その面でも流通 BMS で採用されている標準通信プロトコルに集約されていくことへの期待もあります。

## ●効果を短期間に大きなものにするために

今まで述べた効果を短期間に大きなものにするために、流通 BMS のスピーディな普及拡大と、対象業務の拡大の 2 点が期待されています。

普及拡大の対象となるのは、まず、流通 BMS を導入する小売業の数が増えること。スーパー業態は言うに及ばず、2006 年度から検討されている百貨店業界や 2007 年度から参加しているチェーンドラッグストア業界をはじめ、スーパー業界と取引形態が近いホームセンター業界や生協、農協（A コープ）といった小売業への普及が期待されています。

次に、グロサリー以外の商品分野としては、2007 年度の経産省事業で GMS とアパレルメーカー間、スーパーと食肉卸・メーカー間で共同実証が行われており、すでにアパレル対応版の Ver1.1 を発表しましたが、このように適用できる商品分野も広がっています。

中小企業への普及拡大について卸からは「中小小売には、VAN/ASP がサービスインすることが望まれる」（パルタック・荒井マネジャー）といったように、2007 年度の経産省事業で行われた「共同利用型 VAN/ASP モデル作成」の成果などが期待されています。また、卸側のシステムでは「安価なパッケージソフトが出れば、中小卸の間でも爆発的に広がるのではないかと」（伊藤忠食品・竹腰部長）といった期待が上がっています。

次に流通 BMS の対象業務の拡大ですが、Ver1.0 の対象である発注～支払までの基本 6 業務以外に、下記のような業務が上がっています。

- ・ 個別対応削減の一環として、流通 BMS に対応した物流ラベルや付帯帳票の標準化を
- ・ より本来業務に集中できる環境づくりという意味から、POS データの標準化、マルチメディアデータ（商品画像やプロモーションビデオの情報をインターネット回線を通じて送信するような用途）の標準化も
- ・ 食品の品質情報項目について、小売のニーズに応えられる標準化を

流通システム標準化事業の 2008 年度では、上記のような課題について引き続き標準化検討を行っていきます。

（文責：（財）流通システム開発センター 研究開発部長 坂本 尚登）

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>