



目次

近商ストアの流通 BMS 導入状況	1
イズミヤの流通 BMS 導入状況	5
解説：預り在庫型センターとは	7

流通 BMS 導入で先陣を切った小売4社（イオン、ダイエー、平和堂、ユニー）に続くのは、平成 19 年度の共同実証に参加した CGC、近商ストア、イズミヤです。3社のうち、CGC グループについては本誌第4号で「CGC グループの流通 BMS 対応戦略」として紹介しましたので、本号では関西本拠の2社（近商ストア、イズミヤ）の最新動向をご紹介します。

近商ストアの流通 BMS 導入状況

～ 年内には導入企業が数十社に ～

（株）近商ストアは近畿日本鉄道（近鉄）グループに属する総合スーパーチェーンです。日本の私鉄の中で最長の営業路線を誇る近鉄沿線（大阪、奈良、京都）を中心に、総合スーパーや食品スーパーなど 44 店舗を展開しています（売上高 624 億円〈2007 年度〉）。

同社ではこれまで使用してきた発注システムが 2006 年6月に更新の時期を迎えることになっていましたが、その頃、スーパー業界で次世代の標準 EDI が検討されていたことから、更新を1年延ばして2007年7月に流通 BMS に対応した新 EDI システムを導入しました。

導入後1年を経過した現在の状況について、同社情報システム部の安井直洋部長にインタビューしました。

◆安井部長インタビュー◆

「流通 BMS を導入して自動発注が実現できた」

一流通 BMS を導入されて1年が経ちますが、現在の状況をお聞かせください。

【安井】

昨年7月に伊藤忠食品さん、花王カスタマーマーケティングさんにご協力いただいて流通 BMS を開始しました。現在、流通 BMS でやりとりしているのは伊藤忠食品さんとエコートレーディングさんです。花王さんは受領訂正メッセージのスキーマ開発待ちという状況です。

また、テストが終わって本番への切替え待ちしているのは伊藤ハムさん、全農ミートフーズさん、日本水産さん、グリコ乳業さん、パルタックさんの5社です。8月上旬より切替えていくことになるかと思います。（インタビュー時期は7月末。後日確認したところ、これらの取引先とは

予定通り本番稼働中とのこと)

一方、菱食さん、山星屋さん、明治屋商事さん、サンエスさんは預り在庫型センターによる取引ですのでメッセージの標準化待ちの状態ですが、これらの4社に伊藤忠食品さんを加えた5社とは、今年度の預り在庫型センターモデルの共同実証を実施する予定です。

さらに、衣料品の取引先からも問合せが入っていますので順次切替えていく予定です。ルシアンさん、ワコールさん、トリンプさんなどは既に共同実証をされておりますので、当社の環境が整えばいつでも開始できます。

—その計画で行きますと、年内には相当稼働しそうですね。

【安井】

はい、グロサリー、アパレル、生鮮…合わせて数十社稼働する予定です。大手の取引先は流通 BMS でやっていきますので、例えばドライグロサリーの場合、取引量の7~8割は流通 BMS に切り替わる予定です。



株式会社 近商ストア
情報システム部長 安井 直洋 氏

—昨年の EDI システム切り替えでは、Web EDI にも対応されていますが。

【安井】

はい、それ以前は JCA 手順さえもできない取引先が 100 社ほどありました。こちらからお願いしても「JCA って何ですか?」と質問される状況でした。特に、新しい取引先は JCA をご存知ないところが多く、モデムも手に入りませんでした。

そういう取引先には電話、FAX もしくはメールで発注し、手書伝票での納品でした。手書伝票には单品コードが入っていませんので、単品の在庫管理ができません。自動発注など、単品管理をベースとする仕組みの導入ができないということになります。

システム対応力のない取引先は、生鮮食品やアパレルに多いのですが、今回の切り替えで「JX 手順にしてください」とお願いしても応じてもらえませんでした。100%EDI 化が目標でしたので、そういうところには当面、Web EDI のブラウザ型で対応してもらうことにしました。取引先には、「将来的にはおそらく流通 BMS が主流になるので、直接流通 BMS に移行してもらってもいいのですが、ステップとして Web EDI に移行して、流通 BMS 導入を目指していただければ」と説明しました。

● 圧倒的に効果が出たのは通信時間の短縮 ●

—Web EDI のファイル交換型とブラウザ型の割合は?

【安井】

加入数としては、ブラウザ型が 300 社ほどでファイル交換型が 150 社ほどになります。ただ傾向としては、ブラウザ型からファイル交換型へ、ファイル交換型から流通 BMS 型へ移ってきています。ブラウザ型は伝票 1 枚ずつ数字を入れて確定していきますので非常に手間がかかります。また、自社の基幹業務との連携が全くできないという理由で、ファイル交換型へと移っています。

—流通 BMS の導入効果についてお聞かせください。

【安井】

圧倒的に効果が出たのは「通信時間の短縮」で、取引先が大変喜んでおられます。発注は当社から VAN を経由して伝送していましたが、例えば当社が 12 時まで処理したデータが取引先で 14 時に受信完了するという感じでした。これが、現在は 12 時 5 分には到着しています。

この例は流通 BMS のプッシュ型（サーバー-サーバ型）の場合ですが、プル型の JX 手順や Web EDI でも 12 時 30 分くらいにはデータを取れるようになっていました。当社-VAN-取引先で発生していた待ち時間が非常に少なくなりました。今までよりも 30 分、1 時間という単位で取引先の出荷作業を早く開始することができます。

—今回、VAN や ASP を経由しない方法を取られたのは、時間短縮が理由ですか？

【安井】

そうではありません。VAN を通さず、「直接」に変更したのは、当社が流通 BMS をする際に、VAN 会社が「流通 BMS って何？」といった状況だったからです。本来は VAN や ASP にお願ひした方が楽ですし、導入コストもかからないと思います。次の仕組みに変える時は、外部利用もひとつの候補として考えたいと思います。ASP サービスが充実していれば、自社導入よりも安価に運用できるかもしれません。

—時間短縮は取引先にとって大きな効果でしょうが、近商ストアにとってはどれが大きいのでしょうか？

【安井】

まず、「伝票コストの削減」です。EDI を導入する前の直近の 1 年間で、手書伝票が 25 万枚、EOS 伝票が 39 万枚ありました。現在は、100%に近いオンライン化率になりましたので、年間 64 万枚にのぼる伝票がゼロに近くなっています。これは大きな効果です。

次に、「自動発注の仕組みを導入できたこと」です。自動発注導入の前提は 100%オンライン化でしたので、実現することができました。弊社が導入した自動発注の仕組みは、POS システムと EDI システムにより単品在庫を管理し、POS データに基づいて 1 個売れたら 1 個発注するという「セルワン・バイワン」方式です。単品の仕入管理ができないと自動発注システムは余分な作業に追われ、本来の導入効果を得ることができません。このような最新のツールを導入できたことが EDI の大きな導入効果です。

—自動発注を導入する小売業が増えていますが、どんな狙いがあるのでしょうか？

【安井】

自動発注の最大の効果は、人時の削減です。発注というのは店にとって大事な作業ですので、今まではパートさんが朝出勤して発注締時間までに 1 人で何百というアイテムを見ながら発注していました。しかし、短時間に多くの商品を確認しながら正確に発注するのはベテランでも大変な作業です。

一方、お店の売上げの 8 割は特売や奉仕品です。ABC 分析の BC 商品はアイテム数で 8 割を占めますが、1 日に売れる量は多くありません。つまり、残り 2 割の商品で売上げの 8 割を占めるわけです。そうなりますと、8 割の売上げを占める 2 割の商品の発注に時間をかけて、残

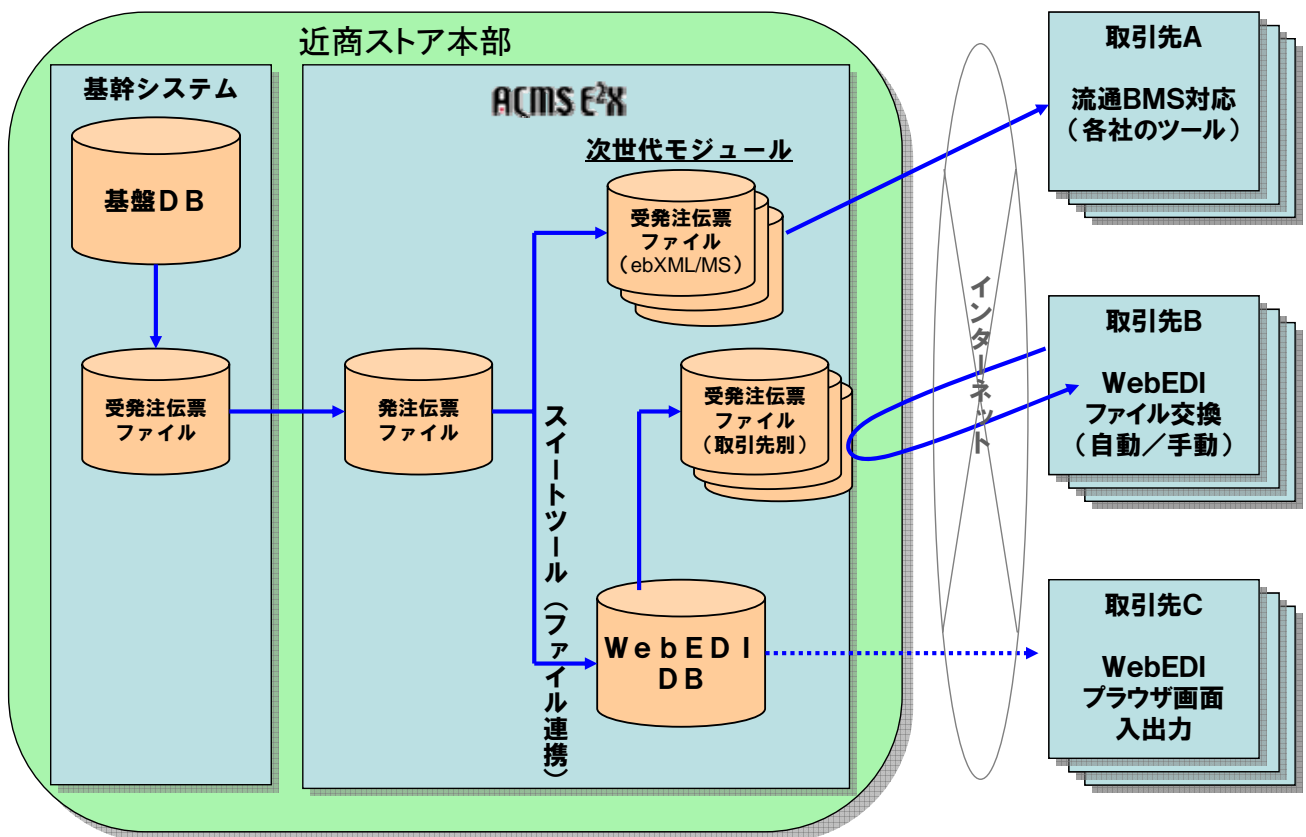
りの 8 割の商品は自動発注に任せようということになるわけです。その方が発注の精度も高くなります。

EDIによって単品管理を実現し、それをベースにより高度な業務支援、経営支援ができるシステムを構築する・・・流通 BMS はそのための社会的なインフラと言えます。

一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)

近商ストアの EDI システム概要



イズミヤの流通 BMS 導入状況 ～ 取引先から要請があればいつでも対応 ～

イズミヤ(株)は近畿地方を中心に、関東、中京、中国、九州地方で総合スーパー87店舗を展開する、大手スーパーチェーンです(売上高 3398 億円 <2007 年度>)。

同社は 2007 年度の共同実証(アパレル分野)に参加し、ワコールとクロスプラスとの間で流通 BMS の実証を行いました。その後、本誌第6号で紹介したように、今年5月の連休明けからワコールとの間で本番運用しています。

今回の流通 BMS 対応の背景や今後の予定について、同社情報技術部の上山善弘部長にインタビューしました。

◆上山部長インタビュー◆

「ひとつ入れれば皆につながる。これが大きい」

—まず、流通 BMS に対応された背景についてお聞かせください。

【上山】

当社は社内の業務効率化支援にとどまらず、お客様へのサービス向上やお取引先様との協業を目的に、毎年継続してシステム投資を行ってきました。伝票レスも 2002 年から常温商品すべてへの拡大を行っています。今回の流通 BMS 導入の最大の目的は、老朽化した JCA 手順の代替手段ということですが、それによる最大のメリットは、取引先にとって「ひとつ入れれば、小売のみんなにつながる」という点を強調しています。

—現状と今後の展開計画をお聞かせください。

【上山】

現状はワコールさん1社ですが、昨年度の共同実証に参加した食肉卸さんから「流通 BMS に一緒に乗って欲しい」という申し入れがありました。この卸さんでは、9月から近畿地方のスーパーと本番稼働される予定ですが、今後は2つのシステム(JCAとBMS)を流通 BMS 1つにまとめていきたい、という意向をお持ちです。

生鮮では農産の卸さんに今年度の共同実証の申し入れをする予定です。生鮮分野で流通 BMS を導入したいという背景には、生鮮商品マスタの仕組みを今年から来年にかけて作り直そうと思っており、その際に流通 BMS を経験していればいろいろな考慮ができるかもしれないからです。

アパレル分野では、ワコールさんとデータ種の拡大(納品提案メッセージ)を今年計画しております。このメッセージは、発注の一手手前の情報です。通常は商談後、小売側から発注をかけます。そうではなく、商談した結果を取引先が入力して、当社に「これだけですよね?」とデータを送り、当社はそれを発注として折り返すものです。



イズミヤ 株式会社
情報技術部長 上山 善弘 氏

● グロサリーは預り在庫の前に受発注から対応 ●

—グロサリーは預り在庫型センターの標準化待ちですか。

【上山】

いいえ、グロサリーは基本の受発注 EDI をやらないと、預り在庫に入れないと考えています。当社のセンターは DC 機能（A 商品。預り在庫）と TC 機能（BC 商品）を併せ持っていますが、TC 機能部分の受発注を流通 BMS 対応することが先です。現在、伊藤忠食品さんと詰めているところです。平成 18 年度に皆さんがされた部分を、イズミヤもまずしなければなりません。

—そういう意味では、取引先業界ではすでに実績がある企業も多いわけですが、相手先から要望があれば対応されますか。

【上山】

当然対応いたします。イズミヤと実証したいということであれば、生鮮も含めて対応いたします。平成 18 年度に共同実証している卸さんは当社の取引先も多いのです。伊藤忠食品さんだけではなく、エコートレーディングさん、花王さん、国分さん、パルタックさん、山屋さん・・・すべてイズミヤと取引しています。これらの卸さんから「イズミヤさんも参加しましょう」とお誘いを受ければ、準備は出来ていますので参加可能です。

—導入効果についてはいかがですか。

【上山】

現在、本番運用しているのはワコールさんだけですので、明確には見えておりませんが、もし加工食品で行ったとしたら、より大きなメリットが出ると思います。と言いますのは、今の加工食品の発注～納品のリードタイムは、他の業種、商品群と比べて最も短いのです。発注データの送信、お取引先様でのデータ引き抜き、商品ピックアップ、ASN（納品予定）の返信、さらに物流センターへの納品という一連の業務プロセスを1日の間で完結していただいております。

—通信時間が短くなると、取引先の出荷業務にも余裕が出てくるでしょうね。

【上山】

受信に 30 分かかるのが、1 分以内で終わりますと、締めタイミングですぐにピックアップできますので、お取引先にとってはメリットが非常に大きいのではないのでしょうか。イズミヤのリードタイムが短いことにより、お取引先でのピックアップ作業が時間との勝負になります。また、どんどん店舗が増えますとさらに作業がタイトになり、お取引先様でのコスト負担につながる可能性も考えられます。

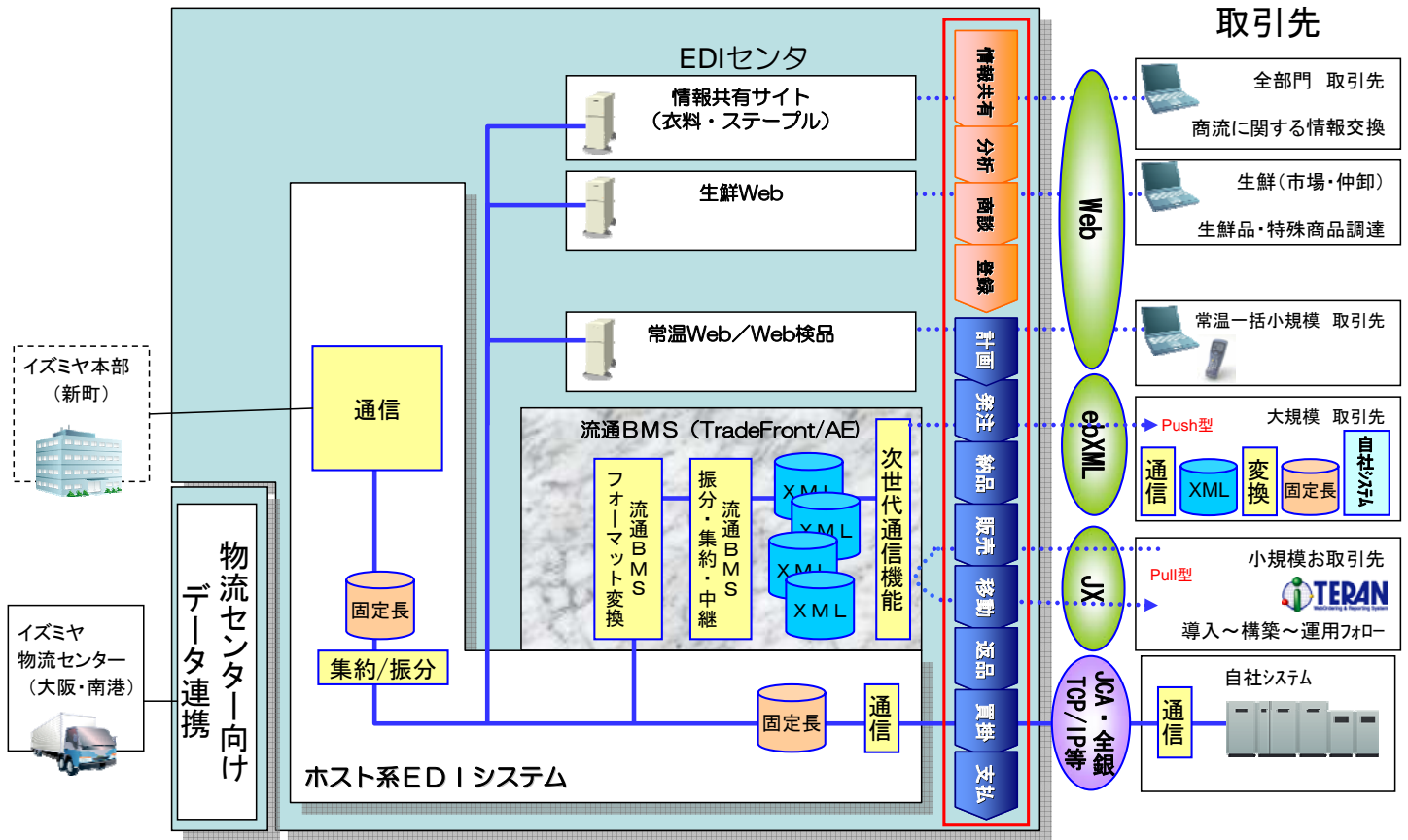
流通 BMS の導入によってもし、それらの作業が緩和され、コスト負担が軽減されることにつながるのであれば、流通コスト全体の引き下げ、ひいては商品販売価格の低減が実現できる・・・そのようなメリットが可能性として考えられます。

—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）

イズミヤのEDIシステム概要

ASP(富士通エフ・アイ・ピー)



解説：預り在庫型センターとは

今回の2社のインタビューに登場する「預り在庫型センター」について本事業では、「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」と定義しています。小売専用センターに預けられた在庫は、店舗からの発注に基づいてセンターから出荷された時点でその所有権が卸やメーカーから小売に移転するという取引の形態です。

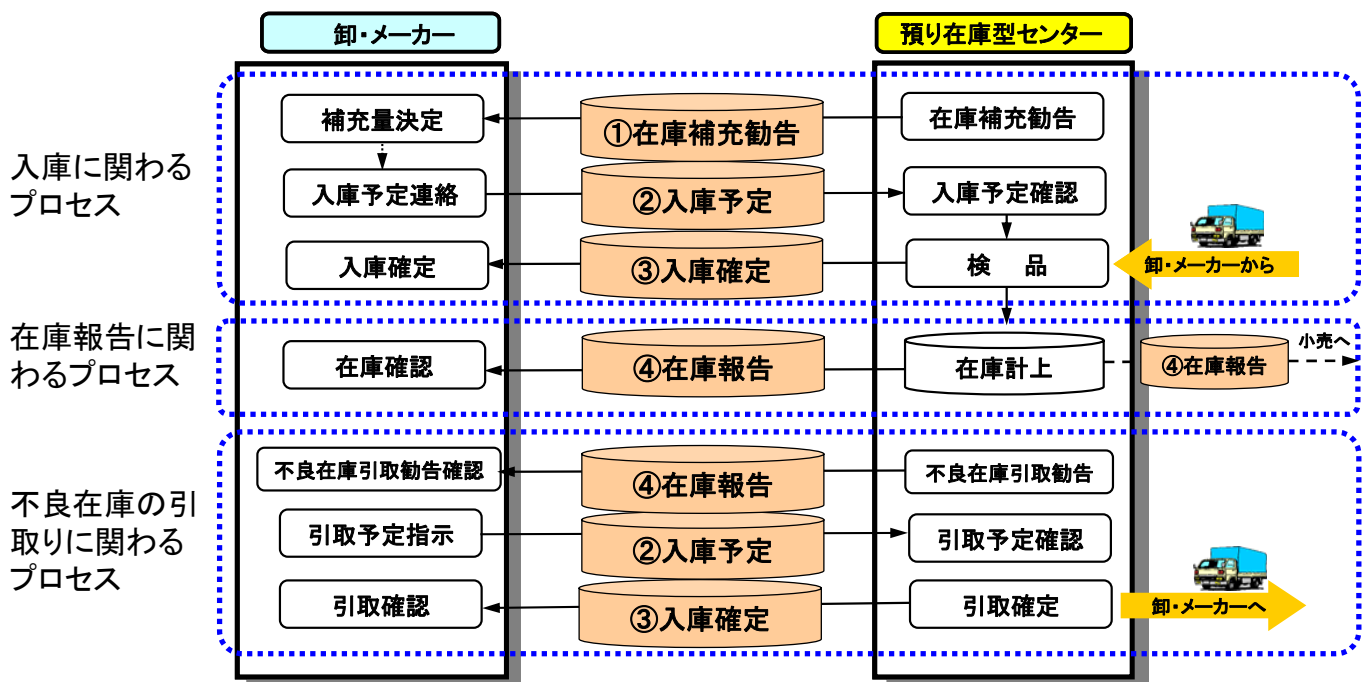
卸やメーカーにとっては、小売との間で流通BMSを導入しても、預け先のセンターとの間が旧手順のままではデータ処理が却って煩雑になる、という理由から、このモデルのメッセージ標準化を待って本格的に流通BMSを採用するという企業が少なくありません。

本モデルの業務プロセスとメッセージの標準化は、平成 19 年度からスーパー業界と卸業界の間で検討されてきましたが、現在は下図の4種類の標準メッセージを開発することがほぼ決まり、今年中に共同実証が行われる予定です。

下図の業務プロセスとメッセージについて簡単に説明します。

- ①センターはセンター内の適正在庫を維持するために、卸・メーカーに対して「在庫補充勧告」により在庫の補充依頼を行います。
- ②卸・メーカーはセンターに入庫する商品、入庫予定日、入庫予定数量などを「入庫予定」によりセンターに連絡します。
- ③センターは卸・メーカーから納品されてきた商品を検品し、検品した数量を卸・メーカーに「入庫確定」として連絡します。
- ④センターはセンター内の良品在庫、不良在庫などのストック情報を「在庫報告（在庫マスター情報）」により卸・メーカー、小売に報告します。また、センターは良品在庫の入出庫、不良在庫などの返却や精算といった、センター内の総在庫が日々変動する情報、小売が利用する情報などを「在庫報告（在庫トランザクション情報）」により卸・メーカー、小売に報告します。
- ⑤センター内で発生した不良在庫（不良品、廃番品、過剰在庫など）については、センターと卸・メーカーが協議の上、②、③、④のメッセージを利用して卸・メーカーが引取りを行います。

預り在庫型センターの業務プロセスと標準メッセージ（検討中の案）



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>