



目次

CGC共配センター取引先の流通BMS導入事例

- ・ こんにやく製品メーカー、ママダ商店・・・・・・・・・・・・・1
- ・ もやし・カット野菜メーカー、富士食品工業・・・・・・・・・・・・・5

本メールニュースの第4号(4/25付)で既報のとおり、CGC ジャパンでは関東地区の共配センターに納入する約200社の取引先との間で流通BMSの導入を進めています。

CGCの共配センターは、加盟店の業務負荷を軽減するために、本部が物流と決済をまとめているものです。関東地区以外の共配センターは、各地域本部等が運営していますが、関東地区の6センターはCGC ジャパンが運営しています。

共配センターを利用する取引先は日配品メーカーが中心です。大手卸に集約されているドライグロサリーと比べると、日配品は取引先数が多いので、CGC ジャパンの業務負荷も大きく、その効率化が課題となっていました。

今回のEDI化によって、従来は受発注のみであったオンラインデータ交換が、出荷、受領、支払の各業務に広がることになり、業務の効率化と取引精度向上の実現が期待されています。さらに、加盟店共通の取引先であるこれらのメーカーの流通BMS対応を本部が率先して推進することにより、加盟店の流通BMS対応を支援することも期待されています。

流通BMSへの切り替えは、8月下旬の神奈川センターからスタートし、千葉(9月中旬)、北関東、茨城(いずれも10月下旬予定)、群馬、山形(いずれも11月下旬予定)の順番で、発注、出荷、受領データの交換が稼働し、全センター稼働後、支払データの交換を予定しています(請求レス)。

取引先のシステム切り替えは、千葉センターの稼働によってすでに100社近くに達していますが、その約9割はクライアント型システムによるもので、下記5社のパッケージソフトが多く利用されています。

イシダ、インテック、キヤノンITソリューションズ、ユーザックシステム、リテイルサイエンス

今回は、上記ソフトベンダーの紹介により、導入済み日配品メーカー2社の事例を紹介します。

ママダ商店の流通BMS導入事例 ～ 個別対応の解消に大きな期待 ～

(株)ママダ商店は、1951年(昭和26年)に東京都江戸川区で創業したこんにやく製品のメーカーです。1969年(同44年)に同区内に新工場を建設して本社を移転。以来、スーパーを中心に販路を広げてきました(年商は約18億円)。

オンラインデータ交換は約20年前からメイン取引先の手スーパーの要請で導入し、現在では十数社とJCA手順によるEOS取引を行っていますが、最近ではWeb-EDIの要請も増えており、個別対応の増加に頭を痛めています。

その点で、CGCグループの取り組みをきっかけに流通BMSが増えることを期待している、同社システム管理・品質管理統括部の儘田一彦部長にインタビューしました。

◆ 儘田部長インタビュー ◆

「新規取引先でも設定の変更だけで済む…これは助かります」

—JCA 手順で EOS に取り組まれてきましたが、流通 BMS になるとどこが変わりますか。

【儘田】

20 年前にメイン取引先の大手スーパーから「配送センターを作ったので、EOS 化して下さい」ということで、JCA 手順を始めました。現在は 15、16 社と JCA 手順で EOS 取引しています。ただ JCA 手順の場合は、通信プロトコルが決まっているだけで、項目の並びがバラバラです。ある程度は決まっているのですが、それ以降は自由使用です。自由使用の部分で同じ項目を使っても位置が違くとファイルレイアウト構成が違うので、違うプログラムになり、開発と修正に費用がかかります。

その点、流通 BMS の場合はファイルレイアウトが決まっているので、使いやすいです。当社としても今後を考えるとありがたい点です。

—プログラムの修正はどのような場合に発生するのですか。

【儘田】

大手スーパーは吸収合併を繰り返してきましたが、新たなグループ会社を物流センターに入れるためにはこういうラベルが必要ということで、新たなラベルを打ち出すための専用プリンターとプログラムを開発したりします。また、今までは店別・商品別に発注データが出ていたのが、センター納入単位の一括発注になったりします。その場合、伝票はセンター宛に 1 枚でも、店別の明細はラベルデータとして送られてきます。当社はそれをラベルに打ち出して梱包に貼ればいいわけですが、当社の営業が先方のバイヤーと商談する際には店別のデータが欲しいので、ラベルデータに対応したプログラムを開発することもあります。



(株)ママダ商店
システム管理・品質管理統括部長
儘田 一彦 氏

EOS から EDI に移行する場合は、発注は同じレイアウトで来るのですが、出荷データも似たようなレイアウトで欲しいという要求がきます。そうすると、出荷データを作るプログラムが必要となってきます。

このように一度取り組みを始めた既存の取引先の場合も修正が発生しています。かつ、修正すると不具合が出てきたりしてファイルレイアウトの変更を余儀なくされたりします。新しいことをやるにあたってどれだけの費用がかかるかとか、スーパー側がやりたいことと当社がやりたいことのタイミングが合うか合わないか、等を考えると今までのやり方では問題があるように思えます。

—今回、CGC ジャパンとの取引で流通 BMS を導入されたわけですが、今まで感じておられた問題点の解決になりますか。

【儘田】

まず、個別対応が要らなくなります。実際当社ではユーザックシステムのパッケージソフト「EOS 名人」を使って基幹システムとつなげています。パッケージソフトはプロトコル（送受

信の制御)だけでなく、送受信の画面も付いています。その分はパッケージで買えばそのまま対応できることとなります。また、CSV で出力し、基幹業務とデータ連携することも出来ます。基幹業務に持っていくと、今までのシステムのまま使えます。CSV に落としさえすれば、基幹業務で動いている実績表・売上表・請求残高管理などは、今までの取引先に対しても一から作らずにデータを移せばいいだけです。

今後、他のスーパーから流通 BMS でやりたいと言われたときに、パッケージソフトで設定を変え、CSV で落とす際の項目の並びに気をつければ、簡単に対応できます。今までのシステムですと、変更があった場合は外部のソフト会社に頼んで専用のプログラムを作らなければなりません。費用もかかります。流通 BMS の場合は、パッケージソフトの設定変更とデータの検証にかかる人件費(1日~2日分)で済みます。その点は大いに期待しています。

中堅クラス以下(店舗数10~15店舗)のスーパーさんと新規取引する場合、先方は安く仕入れたいために卸を通したがるので、発注は電話になってしまいます。しかし、流通 BMS ですと当方の経費はほとんどかかりませんので、先方にお願ひしやすいです。

一 近頃増えている Web-EDI と比較すると如何ですか。

【儘田】

Web-EDI の要請は増えていますね。Web-EDI で一番困っているのは、手作業が発生するという事です。データのつながりがありませんからデータは手入力です。Web-EDI をしているところは CSV 出力機能をつけないところが多いです。画面を PDF にして出力することはできますので、それを見て修正したり、出荷データを送り返したりします。基幹業務に入れるには、それを見ながら手入力作業となりますので、FAX が来たのと同じです。

最近、EOS から EDI に切り替えたいと要請してきた小売業がありますが、選択肢として、Web-EDI にするか、JCA のままでファイルレイアウトを変えるかという方法を提示されています。Web-EDI でしたら、当社からするとフォーマットを変える必要はありませんが、手入力しなければなりません。手入力するとミスが起こりやすくなります。相手側の支払予定額と当社の請求金額に差異が発生するようであれば、EDI 化の意味がありません。一方、JCA はデータが直接扱えるからそっちが良いかということ、レイアウト変更の見積を出してもらうと 100 万~200 万円となってしまいます。

そういうことを考えますと、データがちゃんと取り込める流通 BMS のパッケージソフトを使った次世代 EDI にかなり期待しています。CSV でも何でも、取れたり流せたりできるのと、レイアウトが変わらないという点は最大の利点です。レイアウトが変わらなければ基本ソフトを変える必要がありませんから。

一 今回の CGC グループとの取り組みによって、業務はどのように変わりましたか。

【儘田】

締め時間や納品リードタイムなどは変わらないのですが、電話をかけていた頃と比べると受注完了までの時間が 15 分から 5 分になりました。この 10 分の差がものすごく大きいのです。

13 時からデータを取得して、15 時には積み終わらなければなりません。センターの納品時刻は 18 時や 19 時ですが、CGC の場合は全てのセンターから発注が来ますので、運送会社は一番遠いセンターに間に合うように出発しています。この 2 時間の中の 10 分ですので、大きいのです。10 分もあれば在庫確認ができます。慌てると検品を怠ったりしがちですが、余裕ができました。13 時から 17 時の間は発注が一番集中する時間帯です。CGC だけでなく他の小売業からの発注もありますから。

ーペーパーレスについては如何ですか。

【儘田】

今までは受注受信だけでしたが、出荷伝票はありませんでした。当社はピッキングリストだけ打ち出してセンターで検品してもらえれば、CGC 側が伝票を出してくれていました。

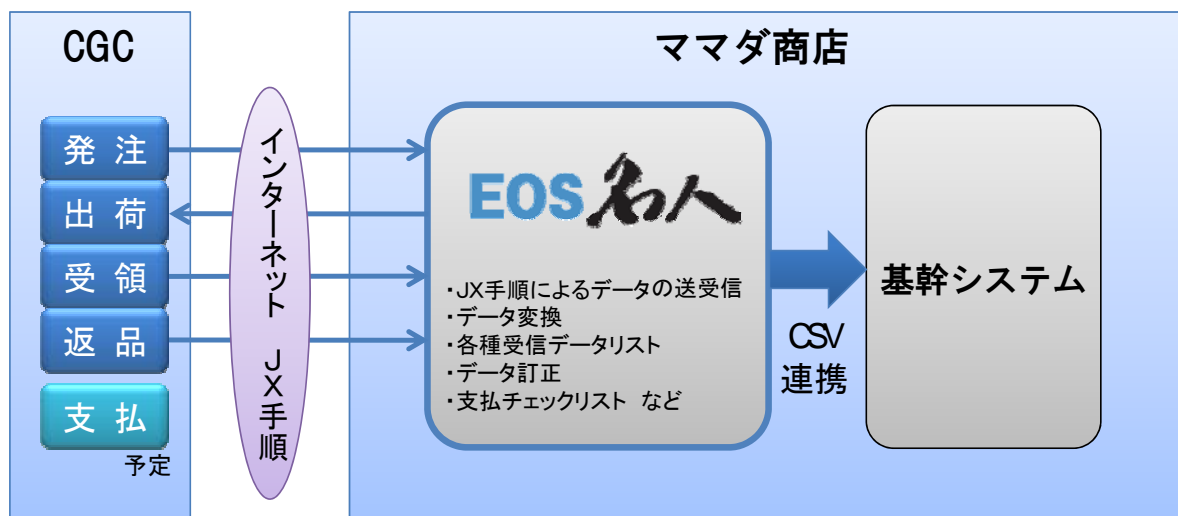
今度は先方から入荷確定を経た受領データがきますので、伝票レスになります。今までは受領データを紙でいただいていたので、ハンコ付いて「はい、受領しました」と。ですから、CGC にとってもペーパーレスになりますし、当社側もペーパーレスになります。

ちゃんと納品されたことが確認されれば、これからは請求書も要らなくなります。今は請求して、支払予定データを紙でいただいているのですが、それもなくなります。そういう意味では便利です。先方からいただいたデータを見て「うちのと合ってる」と確認して、もし差異があれば電話で問い合わせることになります。

ー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)

ママダ商店の EDI システム概要



富士食品工業の流通 BMS 導入事例

～ 操作性統一など3つのメリット ～

富士食品工業(株)は、1972年(昭和47年)に群馬県板倉町で創業、現在では群馬県と栃木県にそれぞれ2カ所、アメリカ(カリフォルニア州)に1カ所の工場を持ち、スーパー、青果卸売会社、外食チェーン等にもやしとカット野菜を製造・販売しています(年商は約60億円)。

現在、20数社のスーパーからJCA手順で受注しているほか、Web-EDIによる受注も増えてきています。このほかに、100社以上の取引先からFAXによる受注処理を行っています。今回、CGCとの取引で導入した流通BMSの拡がりによって、個別対応と手作業の解消に大きな期待を寄せている、取締役・本社統括部長の高橋将氏にインタビューしました。

◆高橋取締役インタビュー◆

「夜中に警備員が受注処理することもありますので…」

—まだFAXによる受注が多いですね。

【高橋】

紙による受注は100社を超えます。卸売市場だけでも60市場ありますが、すべてがFAX発注です。また、ラーメンチェーン店などの外食産業や小売店との取引がありますが、大半がFAXです。

紙のやりとりで困るのは、書き間違いと打ち間違いが発生することです。発注書はあらかじめ品名をプリントして相手に渡しておくのですが、違う行に数字を入れたり・・・荷物を積み込む時にドライバーが気がついて相手に電話で確認すると「ごめん、間違った」(笑い)。紙がなくなると、作業の効率化とミスの減少につながります。今後の当社の受注体制の課題でもあり、得意先のニーズに合ったシステムにしていきたいと思います。



富士食品工業(株)
取締役・本社統括部長
高橋 将 氏

—Web-EDIが増えているようですが、どのようにお考えですか。

【高橋】

Web-EDIだと環境さえ整えばすぐに受発注ができるなどの良い点もあります。しかし、Web-EDIで困るのは操作性が違うことです。本当にバラバラで、メニューも違うし、操作性も違う。担当者しか分からなくなってしまいうような受注方法なので、担当者がいないと何もできないということになり、本当に困っています。

JCA手順や流通BMSであれば操作は同じ手順でできるので、誰がやってもデータを取り込むことができ、自動的にデータを処理することができますが、Web-EDIはそれができないし、そんなに複雑ではないけれども慣れるまでに時間がかかります。

あと、基幹システムとのデータ連携ができないこと。データで取り出せるものもありますが、いろいろな状況を勘案するとなかなかシステム化に踏み切れません。結局は専用帳票で打ち出すことになり、紙による受注と同じです。

—その点で流通BMSに期待されているとお聞きしましたが、具体的にはどのような点に。

【高橋】

流通 BMS の統一フォーマットに基づいたスーパーの開発が増えると、双方のメリットが出てくることは間違いありません。私共のような取引先にとってのメリットは、個別仕様と比較した場合の開発費の削減、Web-EDI と比べた場合の操作性の統一、それに JCA 手順と比べた通信時間の短縮です。

操作性の統一は先ほどお話ししましたが、特に当社の製品は青果物ということで賞味期限が短いのですから、少しでもリードタイムを短くするために、夜中に受注してそれから製造している分もあります。その場合、常駐の警備員が伝票を発行したり、取り込んだデータから出荷表を発行したりしています。今は JCA 手順で操作手順が同じだからこのようなことができますが、これが Web-EDI だったら厳しいものがあります。

通信時間の短縮では、当社の受注件数（アイテム数）はそれほど多くはありませんが、それでも伝票データだけでなく店別の明細データも受信することが多いので、5 分でも 10 分でも早く取れるのは大きいです。

現場の生産担当者には「このスーパーさんは 15 時にならないと受注データは取れない」とあらかじめ話してあるにも関わらず、待ちきれなくて 14 時 50 分頃に内線をかけてきて「このスーパーさんの数はいくつですか？」と聞いてくることは結構ありますね（笑い）。それから数を調整して 30 分～1 時間で製造して、日光工場で作っているもやしと本社工場（板倉町）のカット野菜を混載して、それが例えばリード 1（リードタイム 1 日。つまりその日のうちに納品）だと 20 時、21 時までには納品するわけですから、5 分、10 分の短縮は非常に大きいです。

—今回はどれくらいの期間でシステム導入されましたか。

【高橋】

CGC ジャパンからの説明は昨年何回もありましたが、具体的になったのは 6 月くらいでしたので、その頃に決めて 7 月にキヤノン IT ソリューションズの「CollabLink for Retail/Lite」を既存の EDI 環境に追加しました。今までの EDI システムも同社（統合前のアルゴ 21）にお願いしていましたので、すんなり決定しました。パッケージソフトはパソコンとインターネット環境があれば、インストールして操作手順を覚えるだけです。

あとはテストデータをもらってテストするわけですが、CGC さんには実データを XML でください、とお願いしました。実データであれば、既存の JCA 手順のデータと比較検討できますので助かります。受注データをもらってこちらから出荷データを XML に加工して送りました。テストは 8 月 20 日の本番スタートの 1 週間前に 1、2 回やって OK でした。

—これからの見通しと期待について。

【高橋】

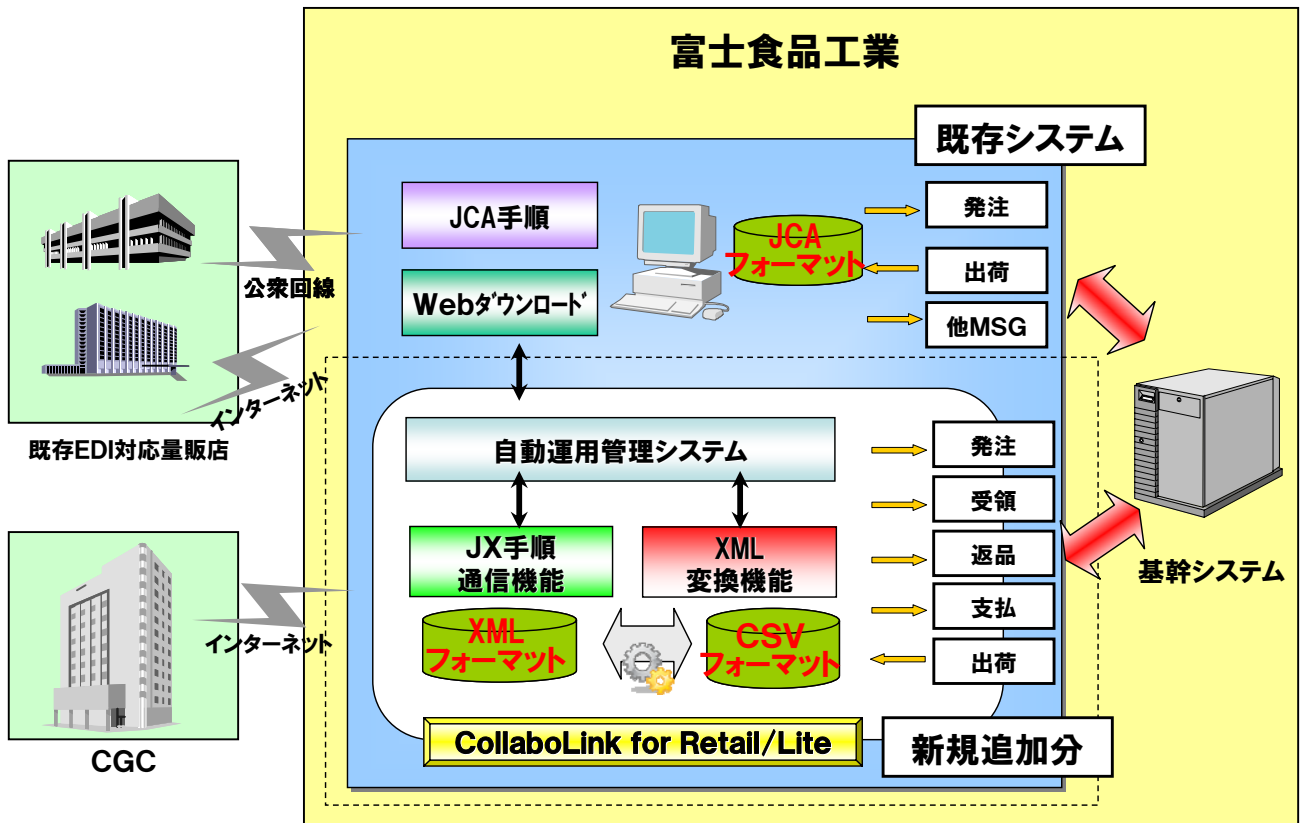
CGC ジャパンとの取引では、全センターの取引が EDI 化された後に、請求・支払いも自動になりますので、期待は大きいです。

CGC 以外の取引先が加わっても、マッピングはそのつど発生するでしょうが、ソフトウェアの追加は必要ありませんので、2 社目以降から話がきたら即座に「良いですね、やりましょう」というスタンスですね。流通 BMS を採用する小売業が増えれば増えるほど、当社のメリットは大きくなると思っています。

—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）

富士食品工業のEDI システム概要



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>