

2019年度 流通BMS導入実態調査結果

2019年9月

■ 調査の目的

正会員団体の協力を得て、6回目の「流通BMS導入実態調査」を行う。その結果を普及推進活動に活用する。
(2009年度、2011年度、2013年度、2015年度、2017年度に続く6回目)

■ 調査対象

● 小売業: 下記正会員(9団体)所属の会員企業

日本チェーンストア協会、(一社)日本スーパーマーケット協会、(一社)新日本スーパーマーケット協会、
オール日本スーパーマーケット協会、(一社)日本百貨店協会、日本チェーンドラッグストア協会、
(一社)日本DIY協会(ホームセンター)、日本生活協同組合連合会、日本玩具協会

● 卸・メーカー: 下記正会員(20団体)所属の会員企業

(一社)日本加工食品卸協会、日本ハム・ソーセージ工業協同組合、全国菓子卸商業組合連合会、全日本菓子協会、
全国化粧品日用品卸連合会、日本石鹼洗剤工業会、日本化粧品工業連合会、(一社)日本DIY協会、(協組)ハウネット、
(一社)日本衛生材料工業連合会、(一社)日本医薬品卸売業連合会 大衆薬卸協議会、日本OTC医薬品協会、
全日本履物団体協議会、(一社)日本アパレル・ファッション産業協会、S研(小売を除く^②)、(一財)家電製品協会、
(一社)日本パン工業会、F研^③、(一社)日本玩具協会、生鮮取引電子化推進協議会

^②S研(スポーツ用品情報システム研究会)は、(一社)日本スポーツ用品工業協会の依頼により調査対象とした。

^③F研=酒類・加工食品企業間情報システム研究会

■ 調査方法

- 各正会員より調査票をeメール、FAX、郵送にて配付
- 各企業より流通BMS協議会にeメール、FAX、WEBにて回答(一部、正会員経由あり)

■ 実施時期

2019年7月22日～2019年9月4日

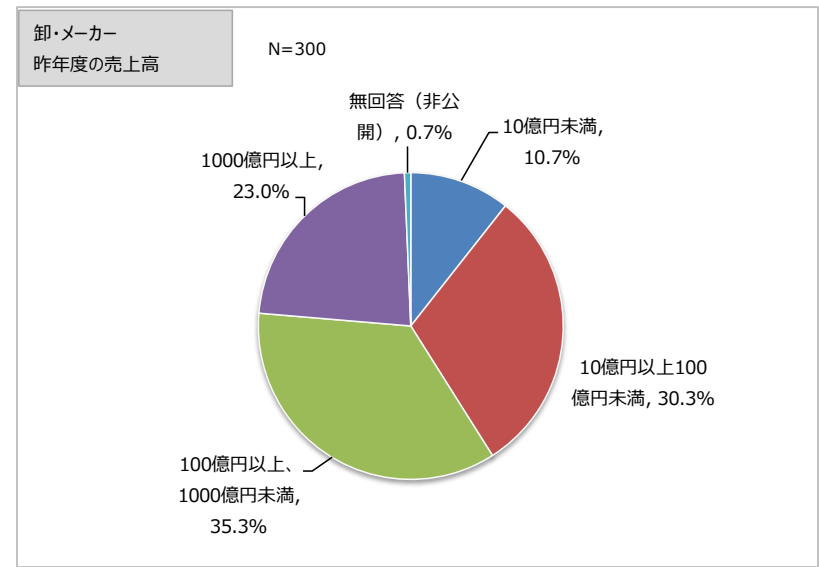
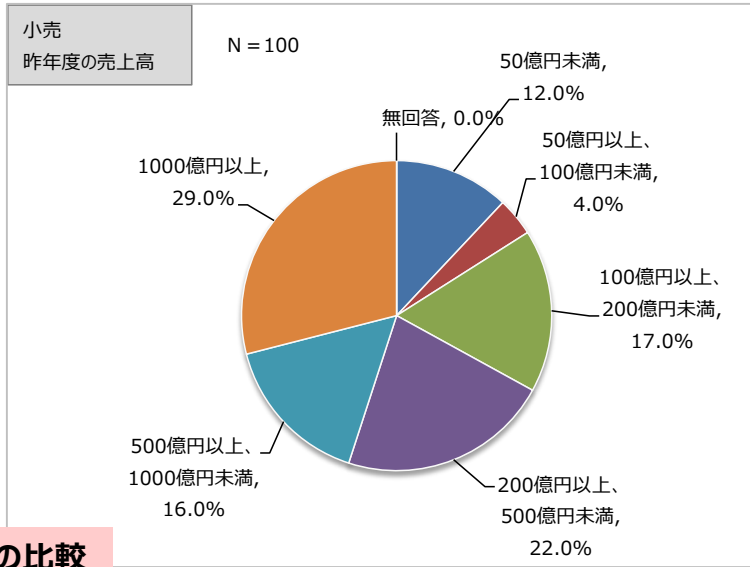
■ 小売調査票の内容

- ①売上規模
- ②対応しているEDI(通信手順)
- ③EDIを利用する全取引先数
- ④レガシーEDIを利用する取引先数の③に対する割合
- ⑤流通BMS導入状況
- ⑥使用メッセージ種
- ⑦導入の効果(期待効果含む)
- ⑧導入の理由(きっかけやねらい)
- ⑨「導入予定」の場合の予定時期
- ⑩消費税軽減税率制度の区分記載請求書等保存方式への対応方法
- ⑪消費税軽減税率制度の区分記載請求書等保存方式への流通BMSでの対応の時期
- ⑫NTT IP網への移行計画についての認知度

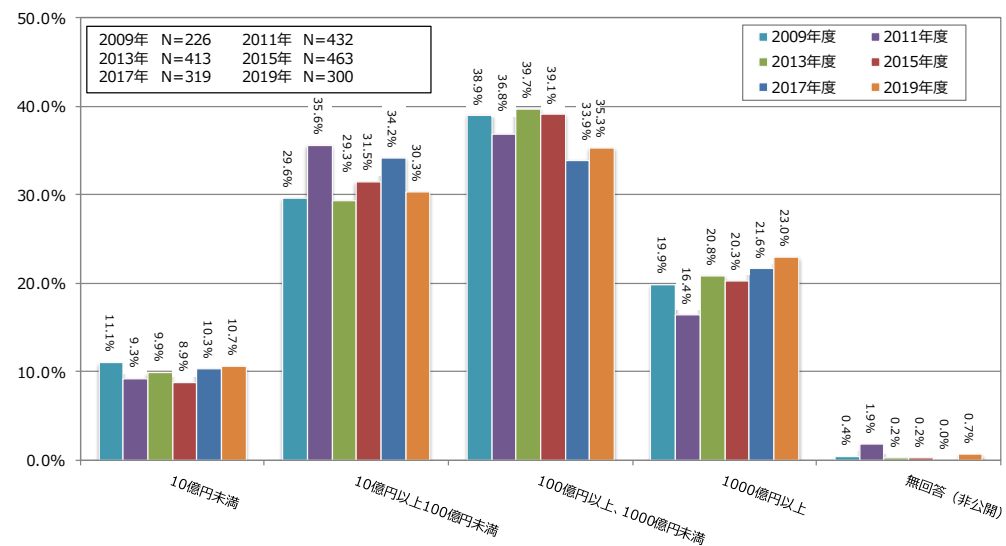
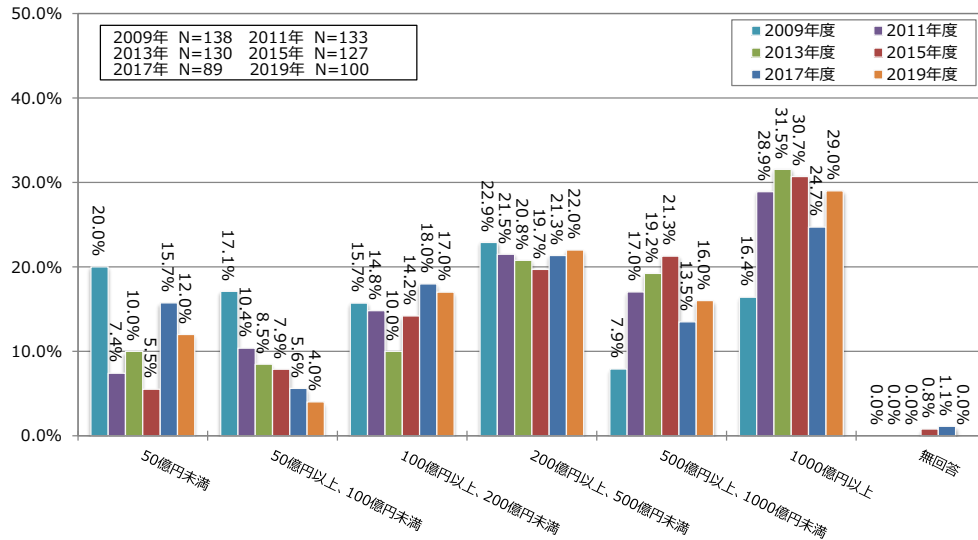
■ 卸・メーカー調査票の内容

- ①売上規模
- ②対応しているEDI(通信手順)
- ③EDIを利用する全取引先数
- ④レガシーEDIを利用する取引先数の③に対する割合
- ⑤流通BMS導入状況
- ⑥使用メッセージ種
- ⑦導入の効果(期待効果含む)
- ⑧「導入予定」の場合の予定時期
- ⑨消費税軽減税率制度の区分記載請求書等保存方式への対応方法
- ⑩NTT IP網への移行計画についての認知度

回答企業の年間売上高分布



過去との比較

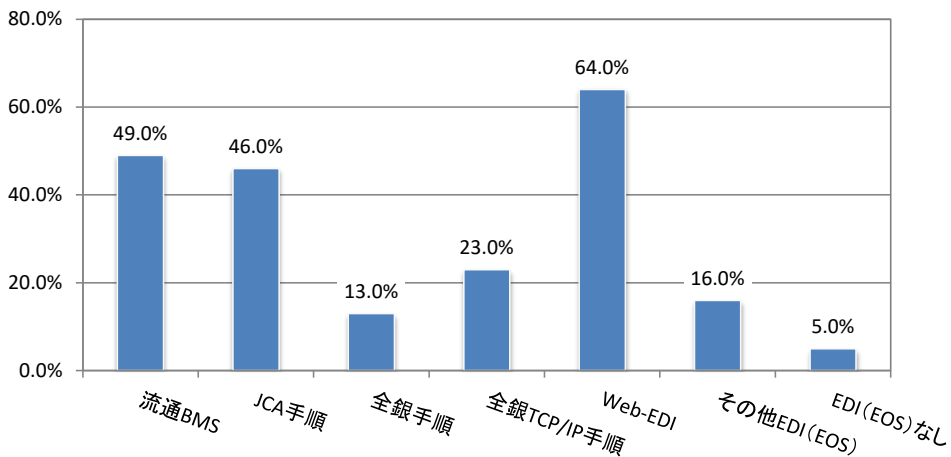


対応しているEDI(通信手順)

※回答頂いた社数における通信手順割合 複数回答可

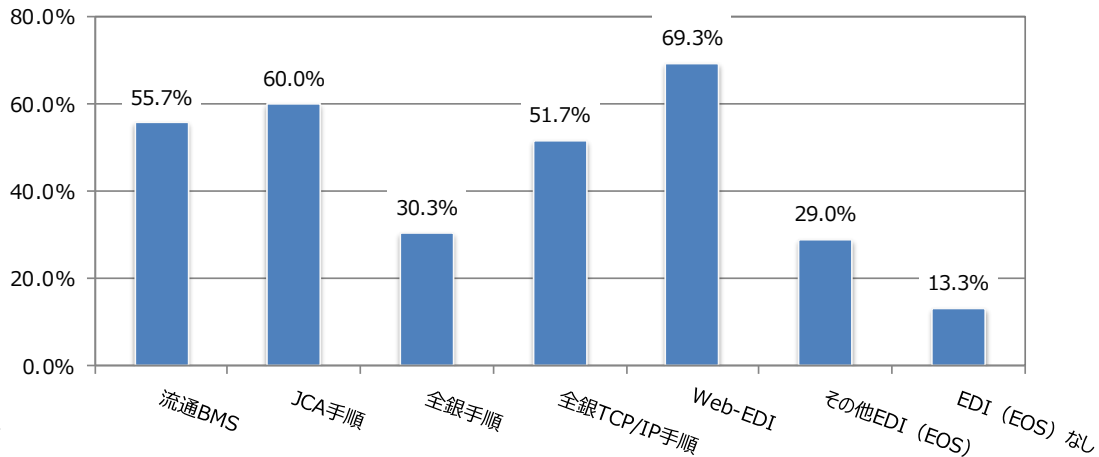
小売
取引先とのEDI(EOS)で対応している通信手順

N=100

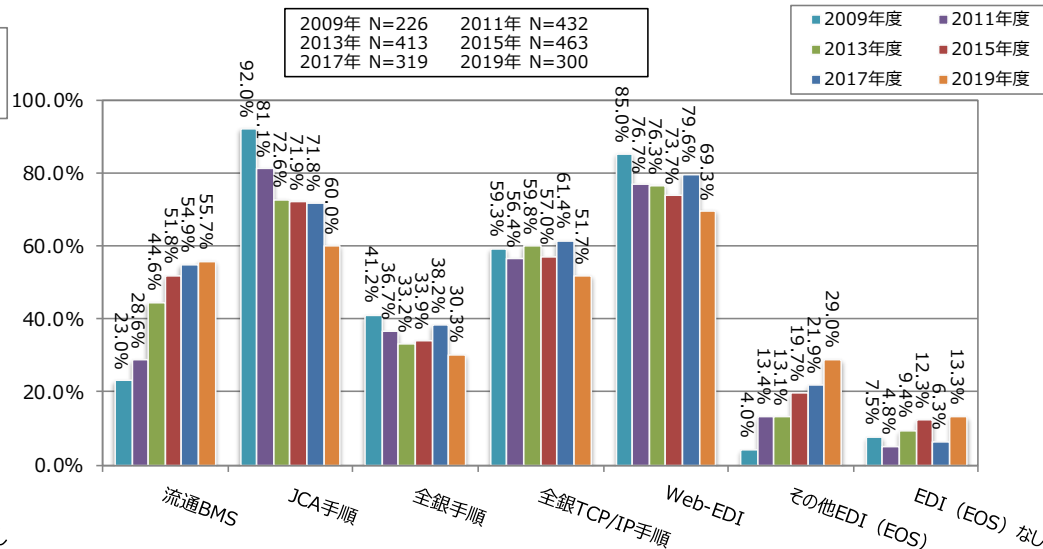
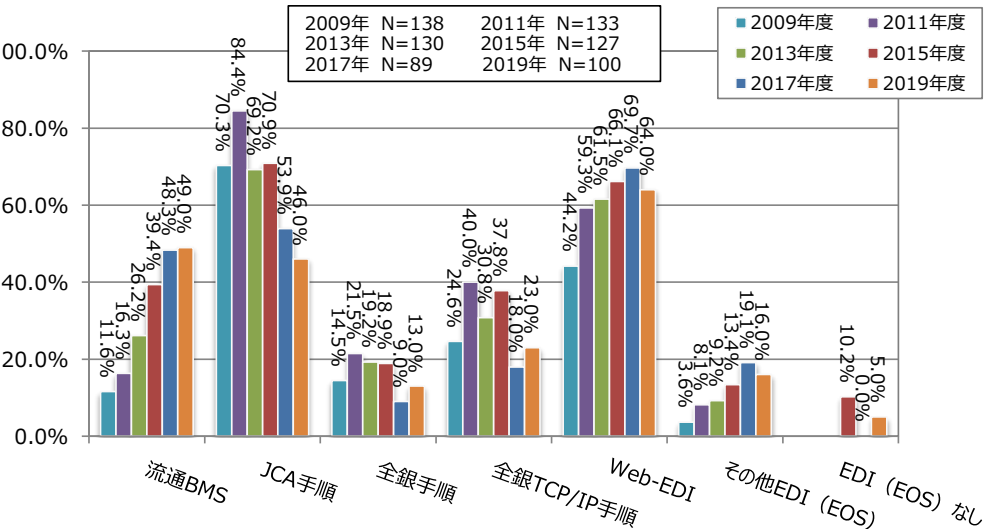


卸・メーカー
得意先(小売)と対応しているEDI(EOS)

N=300



過去との比較



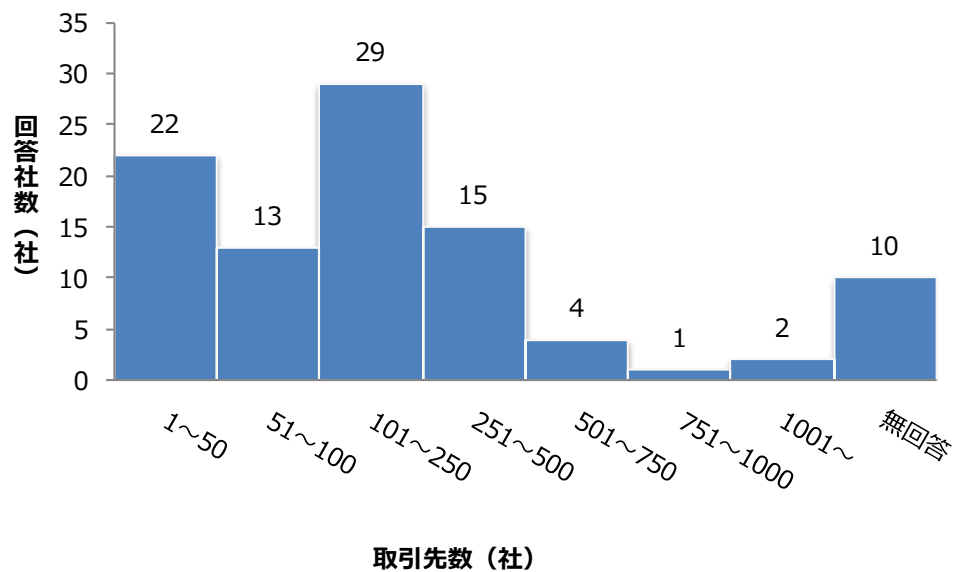
流通BMSはわずかに拡大。JCA手順は減少。

流通BMSは堅調に拡大。JCA手順は減少。

EDI接続全取引先数

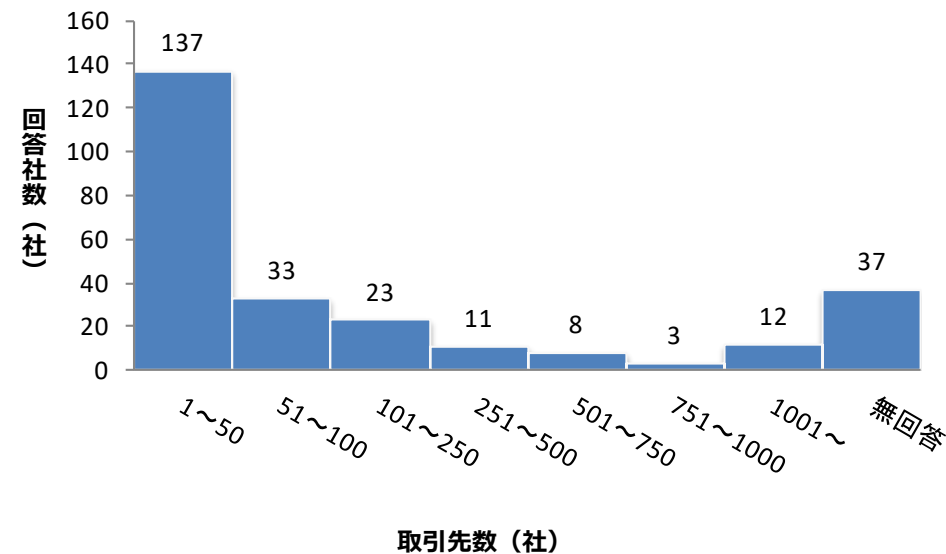
小売
EDI接続全取引先数

N=96



卸・メーカー
EDI接続全取引先数

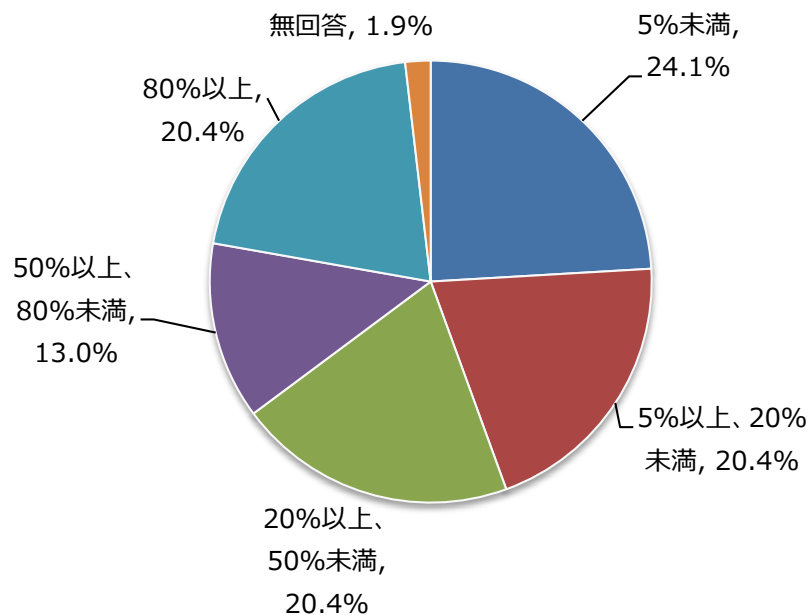
N=264



レガシーEDIの占める割合

小売
レガシーEDIの占める割合

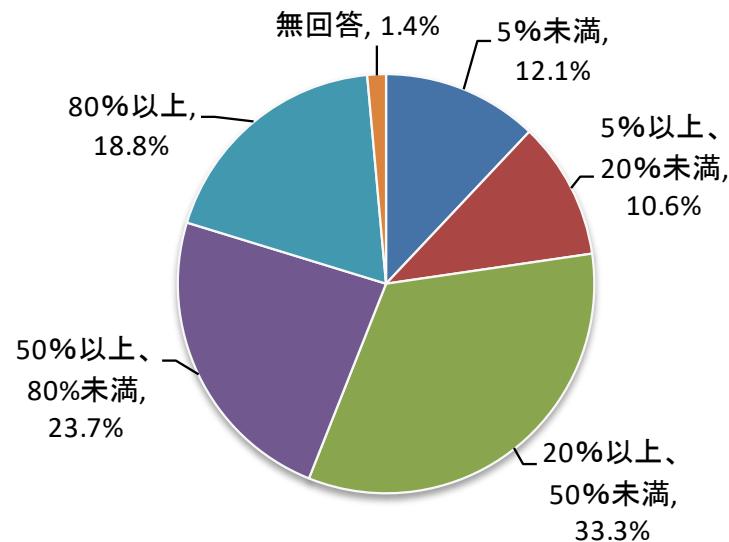
N=53



レガシーEDIが半分以上残る企業が2年前は5割を超えていたが、今回は約3割となり、レガシーEDIの割合が減少。

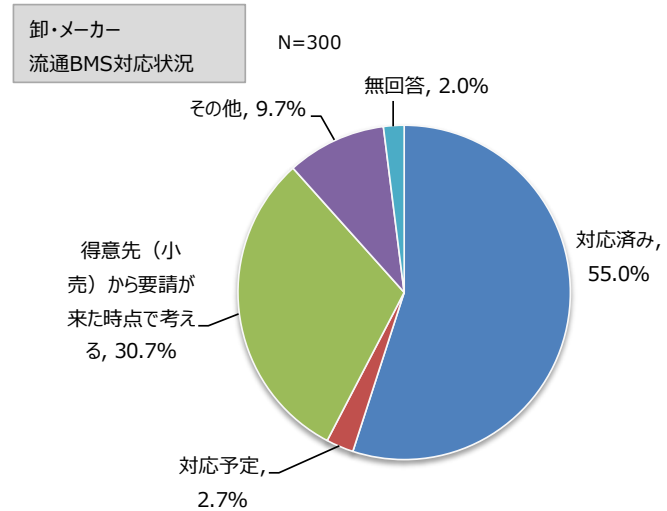
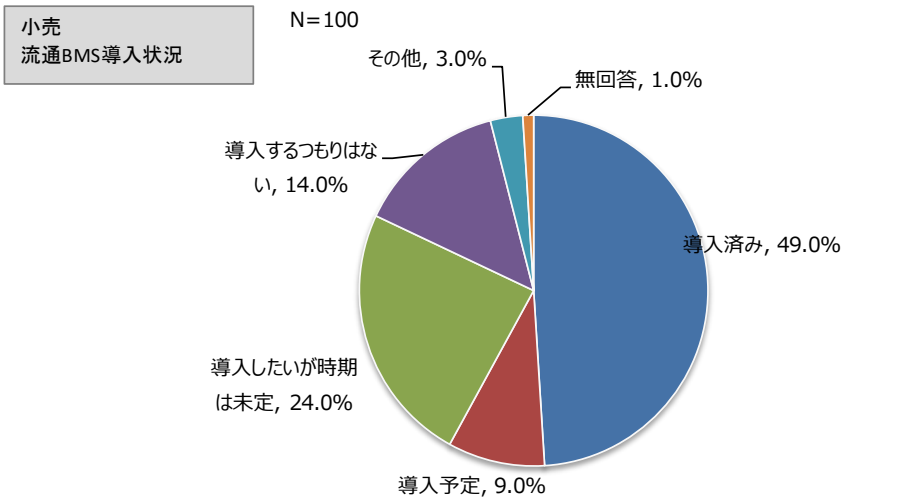
卸・メーカー
レガシーEDIの占める割合

N=207

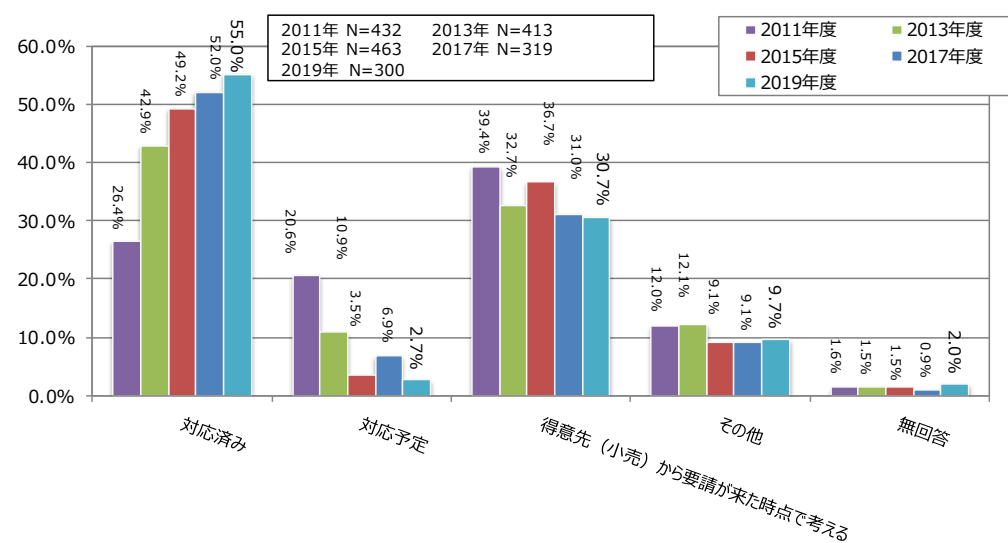
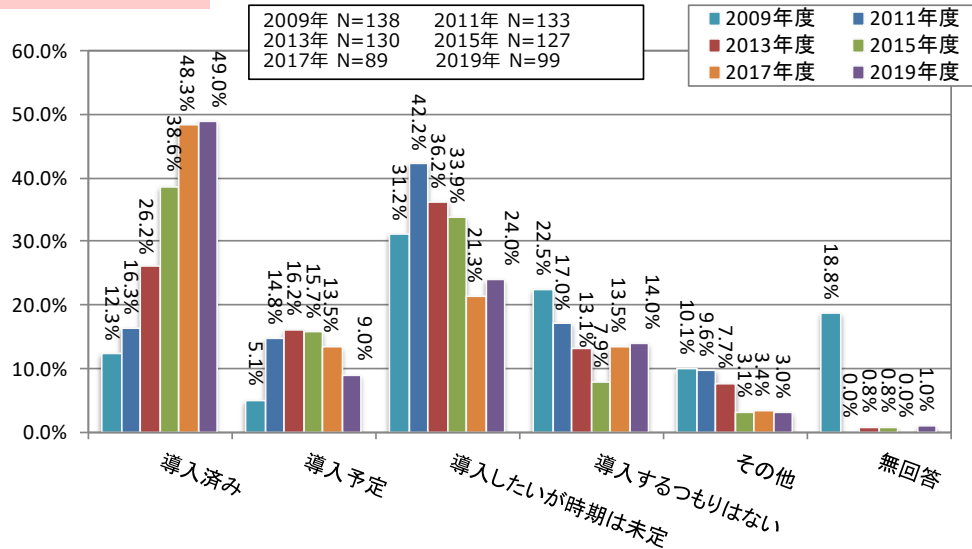


レガシーEDIが半分以上残る企業が2年前は6割を超えていたが、今回は約4割となり、レガシーEDIの割合が減少。

流通BMS導入状況



過去との比較

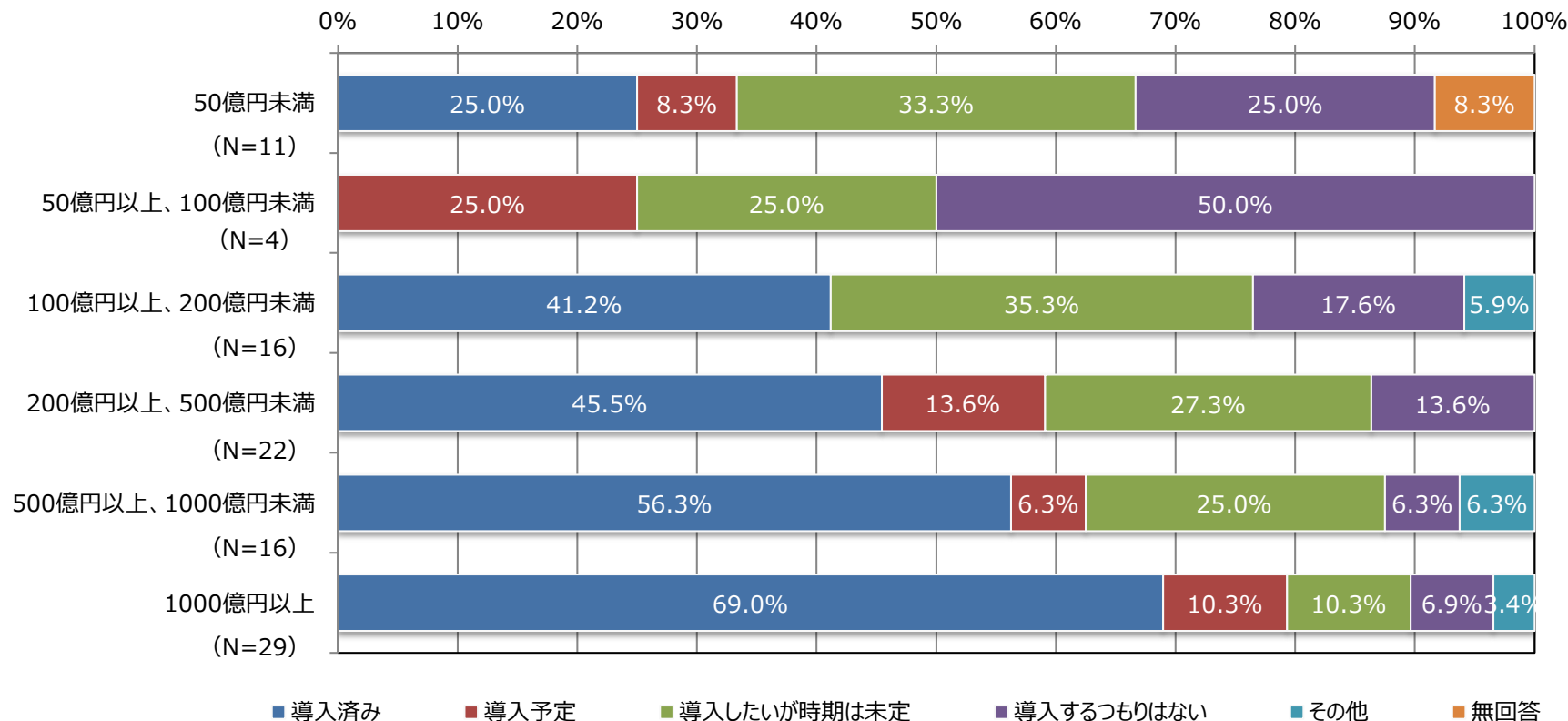


**流通BMS導入企業の割合はわずかに拡大。
半数近くが導入済み。**

売上げ規模別導入状況(小売)

売上が1,000億円を超える企業の導入率が高い。
売上が50億円未満の企業でも流通BMSに対応している企業もある。

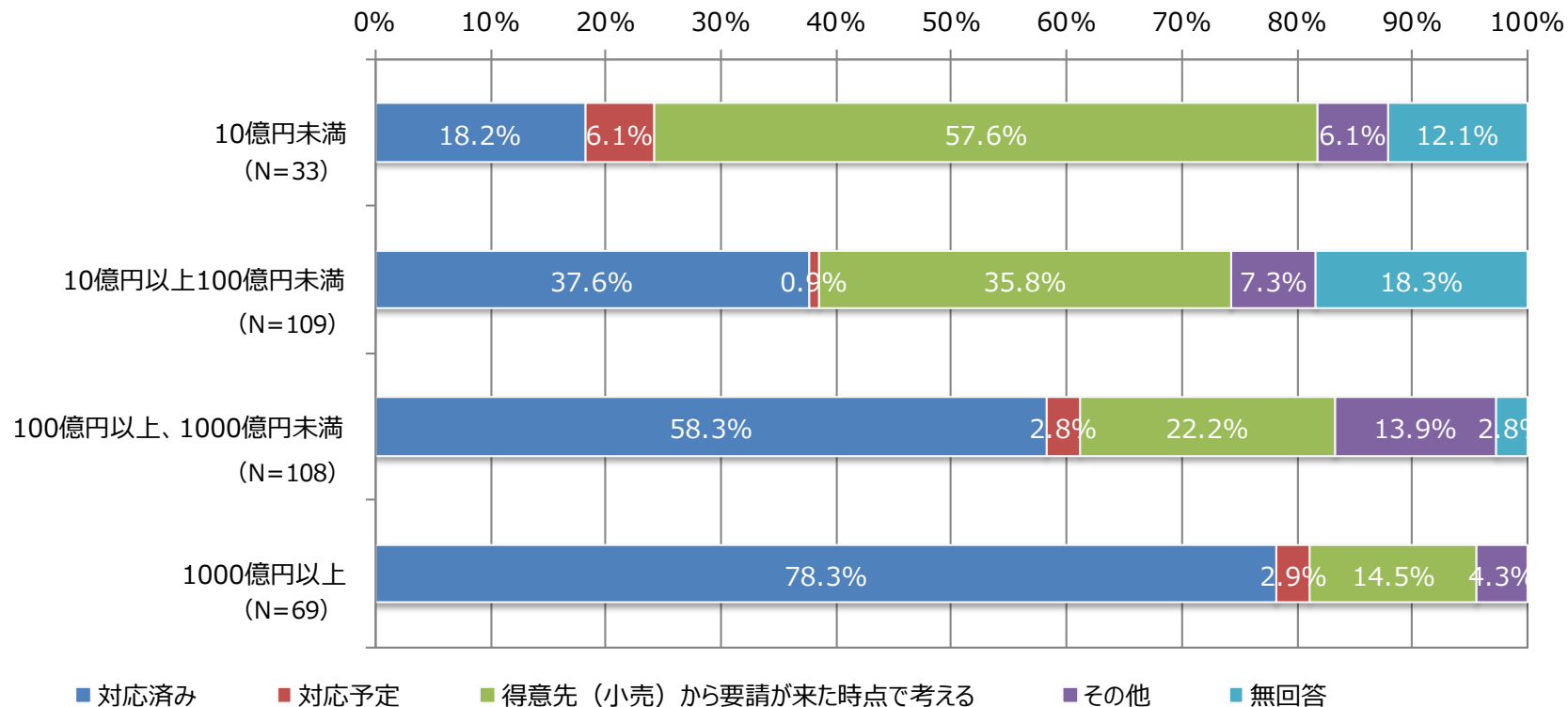
小売
売上規模別 流通BMS導入状況



売り上げ規模別対応状況(卸・メーカー)

卸・メーカー 売上規模別 流通BMS対応状況

卸・メーカーは、売上規模に比例して、流通BMSへの対応数が多くなっている。

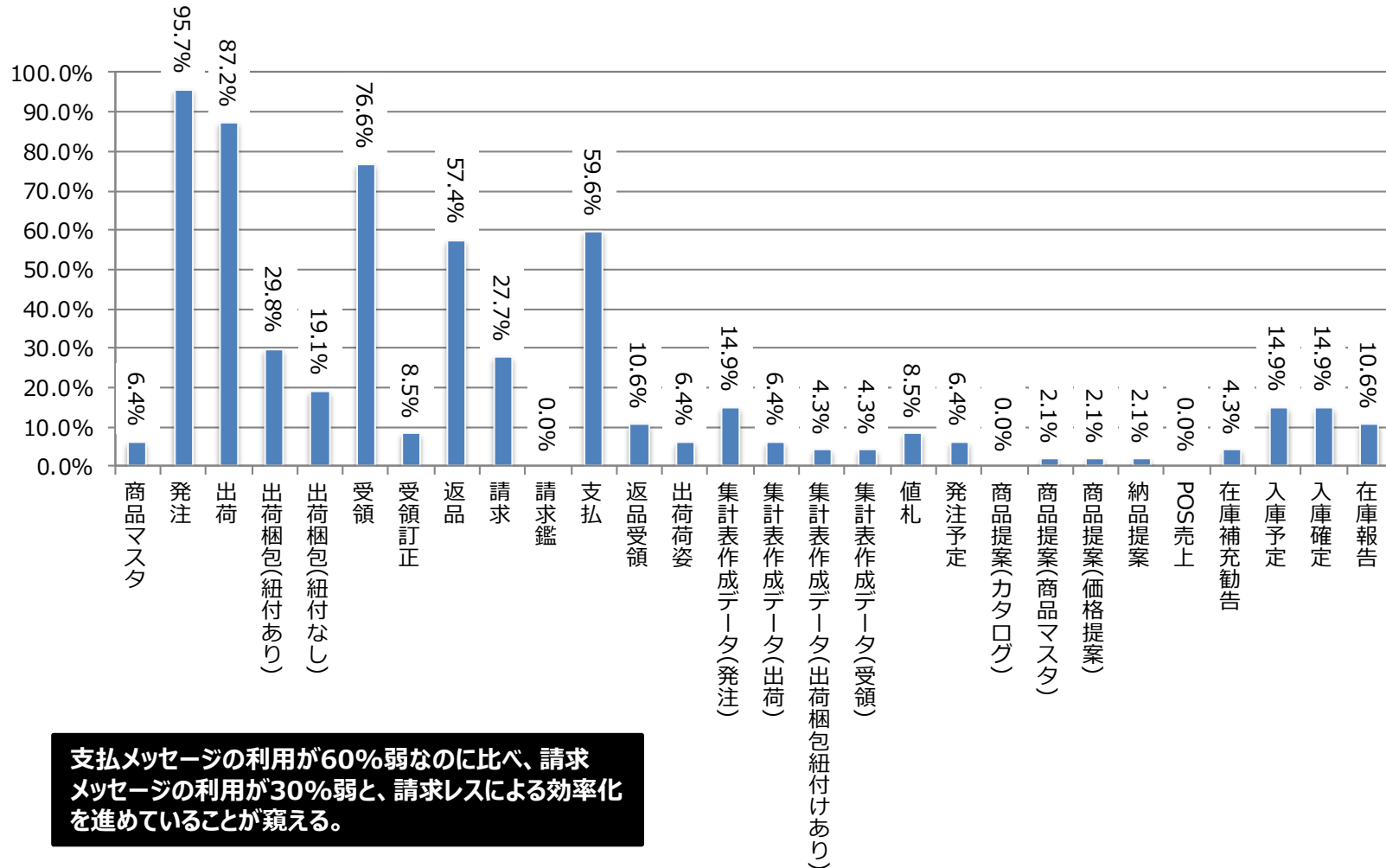


流通BMSの取引で使用している 基本形メッセージ種(小売) 複数回答可

小売
流通BMSの取引で使用している 基本形メッセージ種

※基本形のメッセージを1つでも使用していると回答した社数を母数とした使用率

N=47



支払メッセージの利用が60%弱なのに比べ、請求メッセージの利用が30%弱と、請求レスによる効率化を進めていることが窺える。

流通BMSの取引で使用している 基本形メッセージ種(卸・メーカー)

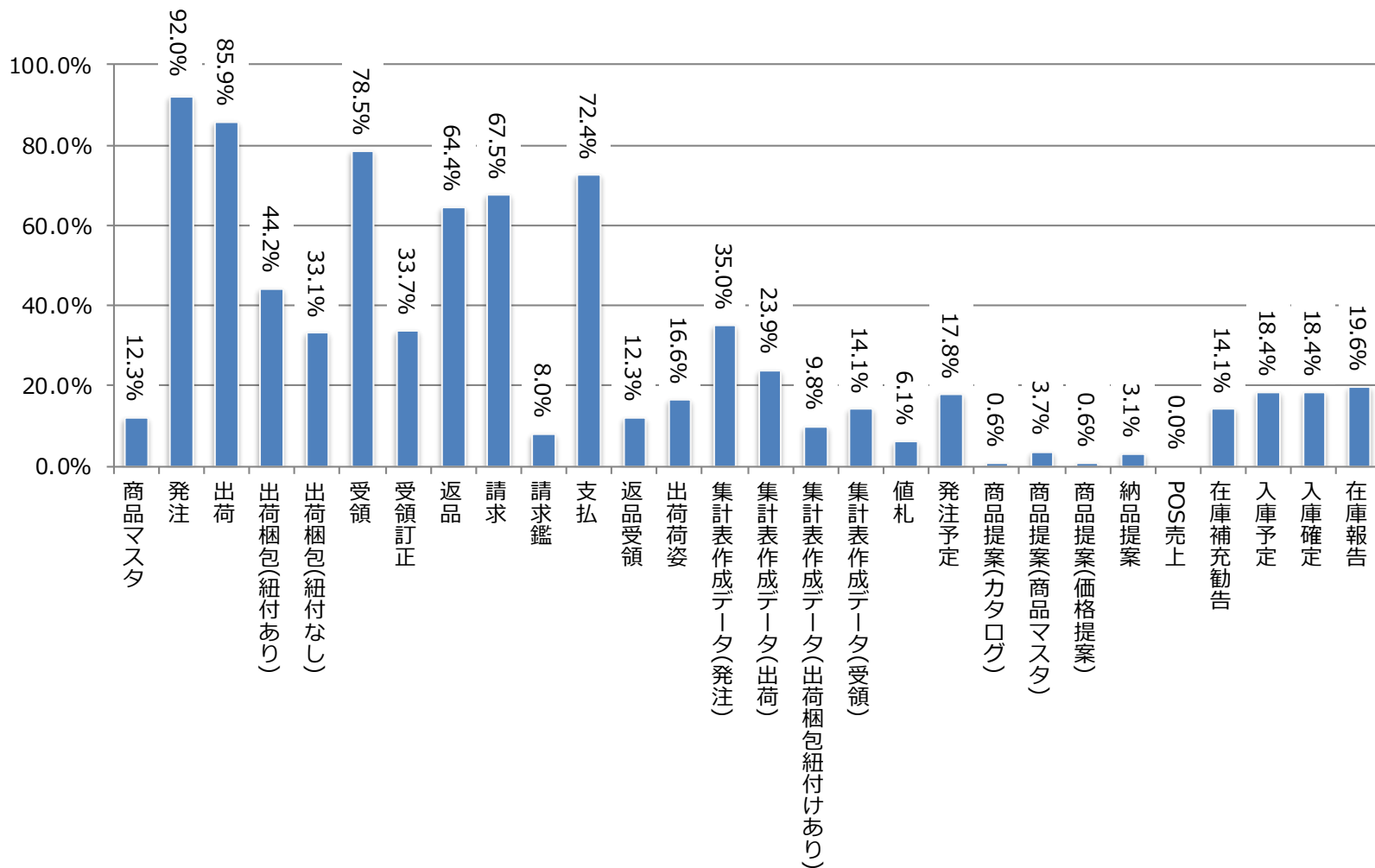
複数回答可

卸・メーカー

流通BMSの取引で使用している基本形メッセージ種

※基本形のメッセージを1つでも使用していると回答した社数を母数とした使用率

N=163

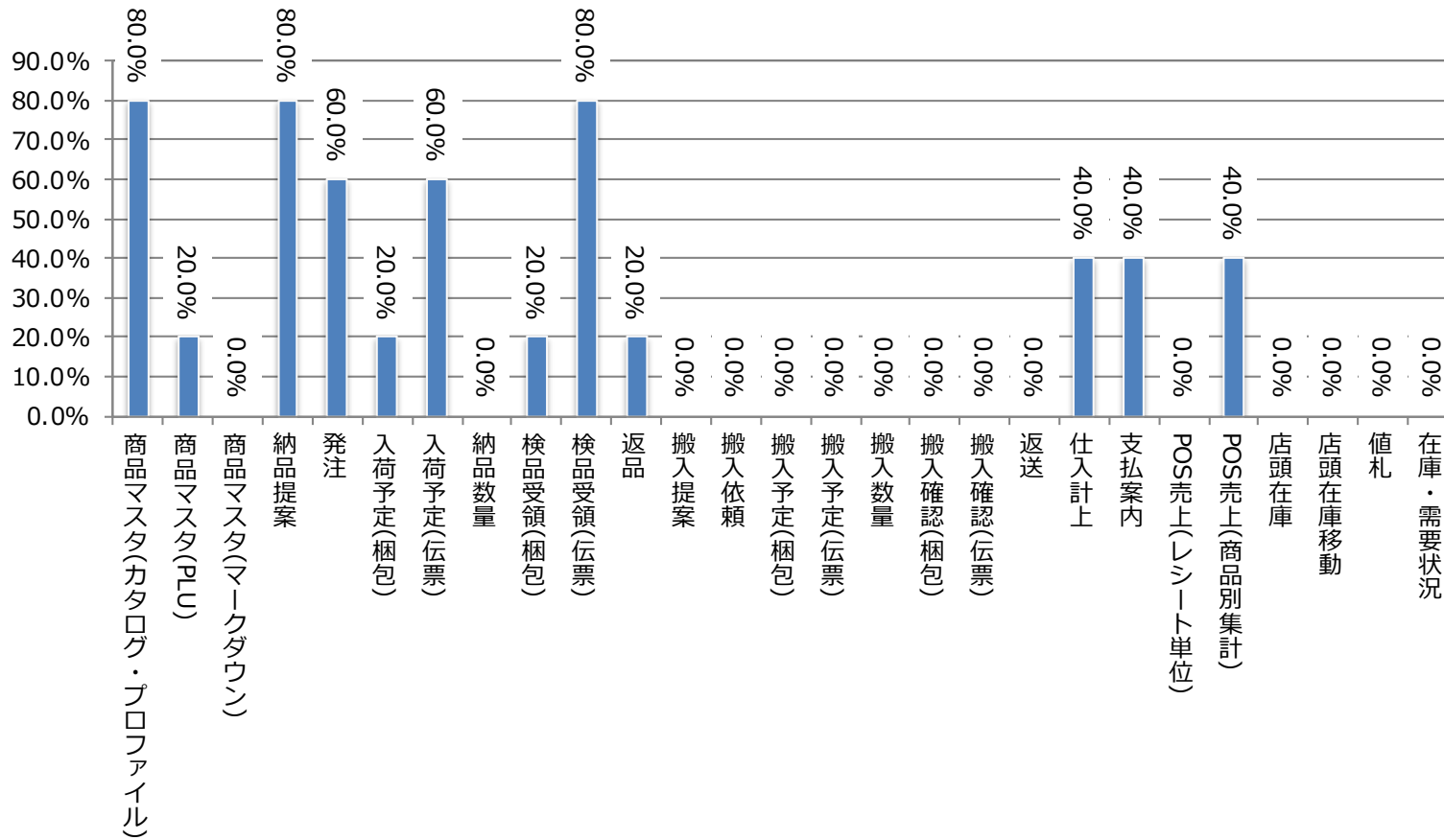


流通BMSの取引で使用している 百貨店版メッセージ種(小売)

複数回答可

小売
流通BMSの取引で使用している 百貨店版メッセージ種

※百貨店版のメッセージを1つでも使用していると回答した社数を母数とした使用率
N=5



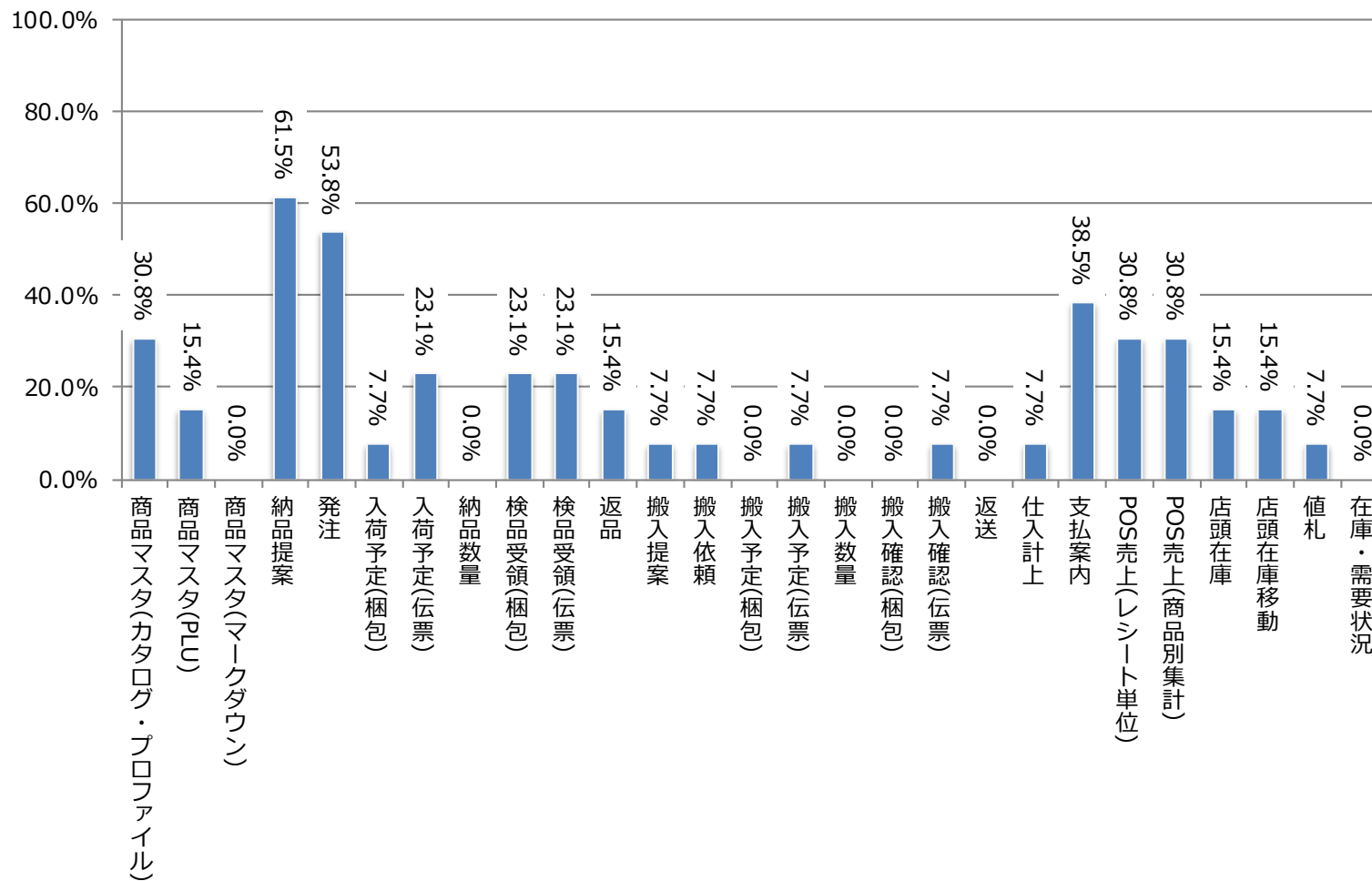
流通BMSの取引で使用している 百貨店版メッセージ種(卸・メーカー)

複数回答可

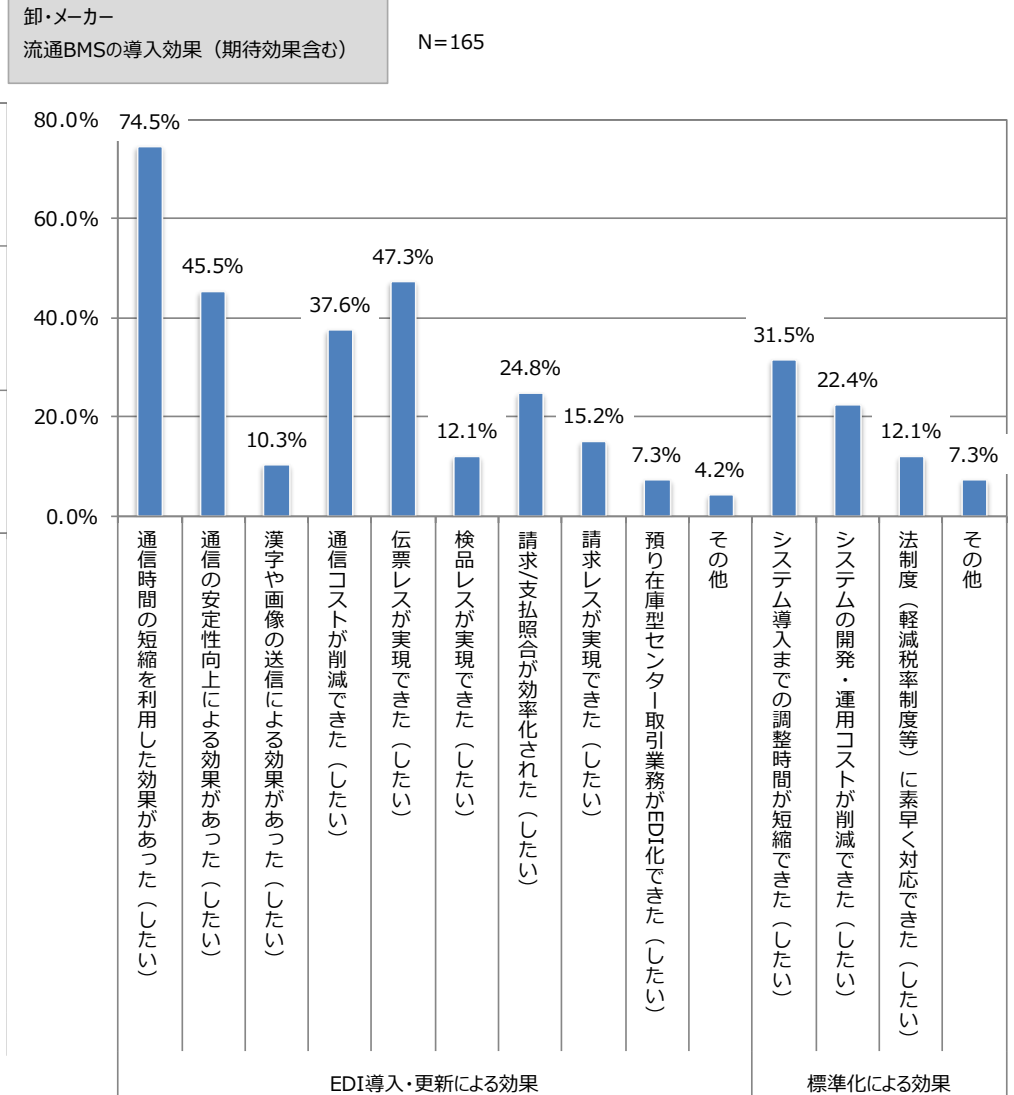
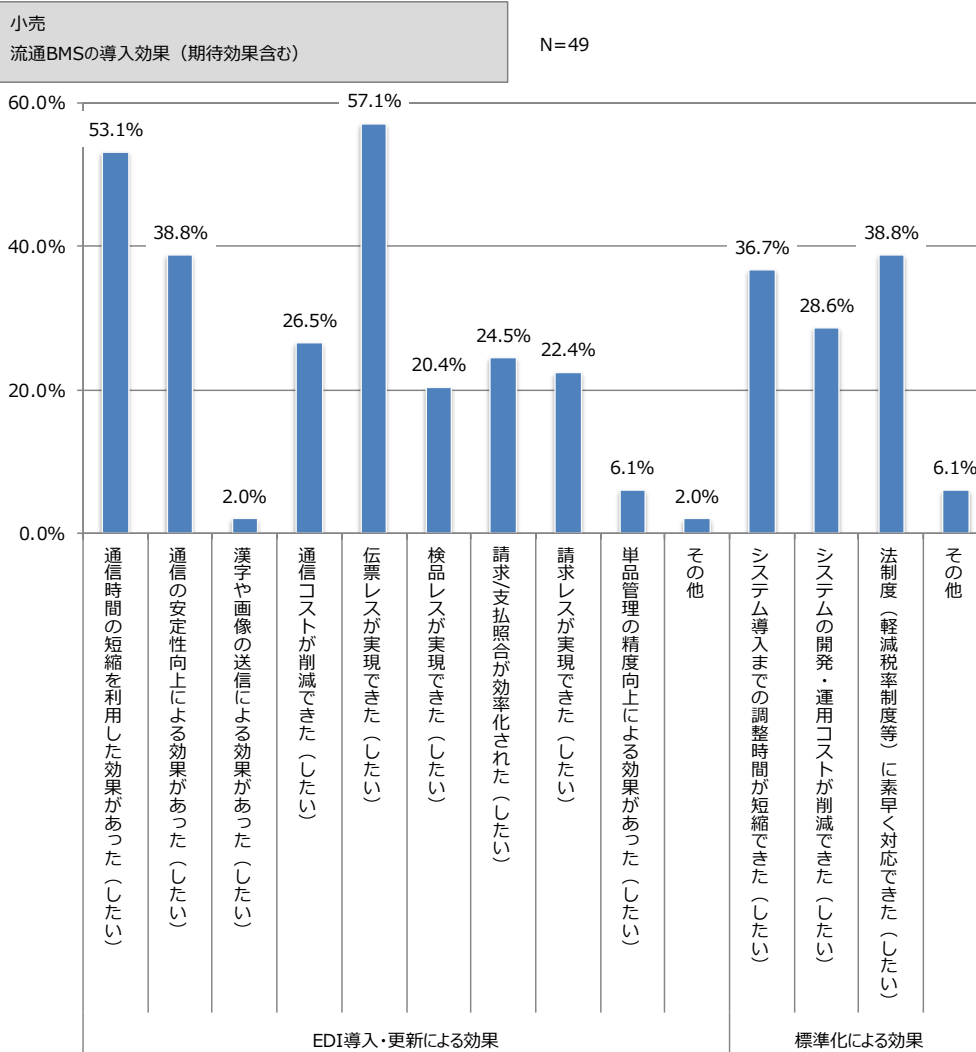
卸・メーカー
流通BMSの取引で使用している百貨店版メッセージ種

※百貨店版のメッセージを1つでも使用していると回答した社数を母数とした利用率

N=13



小売業の法制度への対応が流通BMS導入の効果として上位に入った



流通BMSを導入した理由(小売のみ)

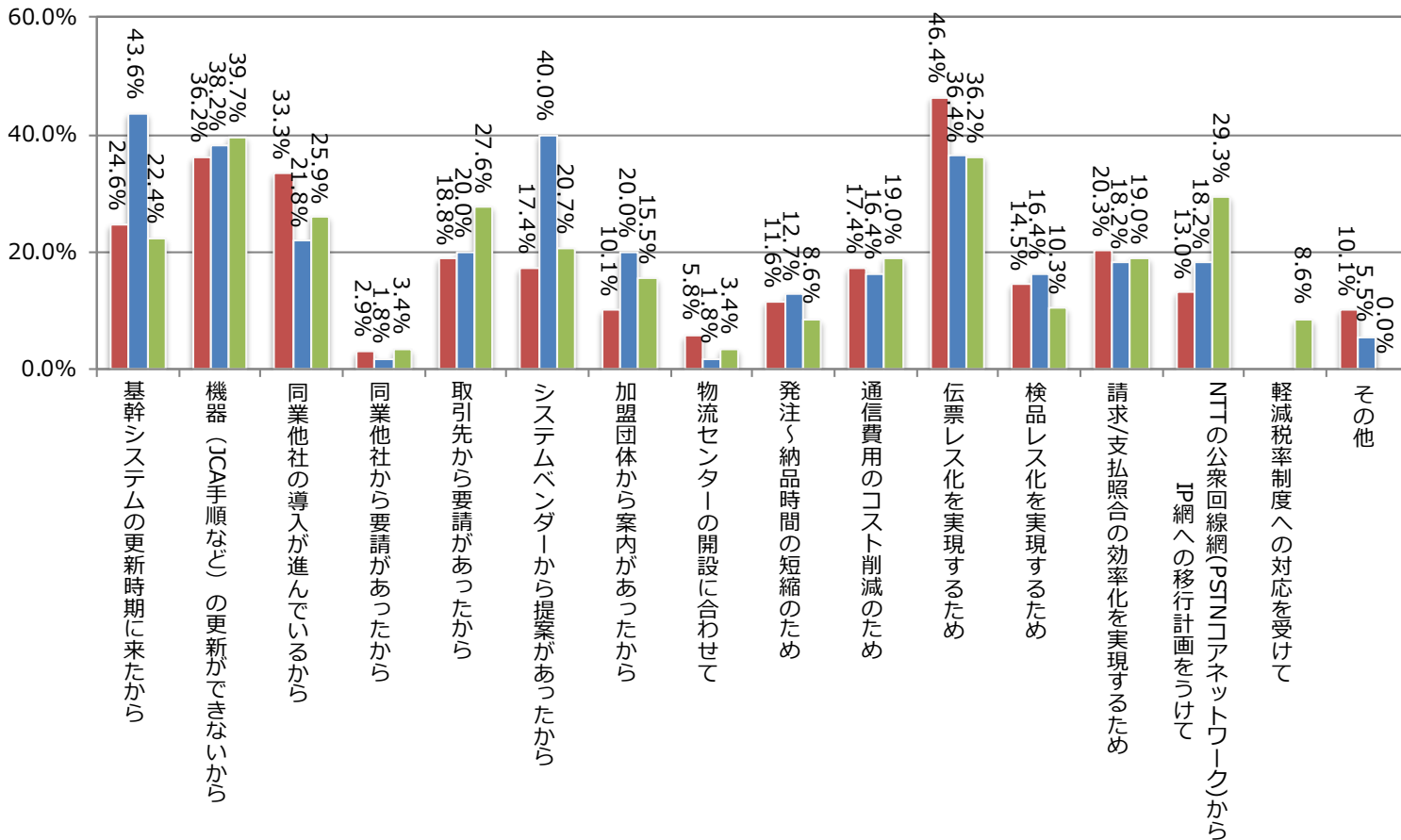
複数回答可

NTT東日本・西日本のIP網への移行計画を受けて、
流通BMSを導入する企業が増加。

小売

流通BMSを導入（または予定）する理由（きっかけやねらい）

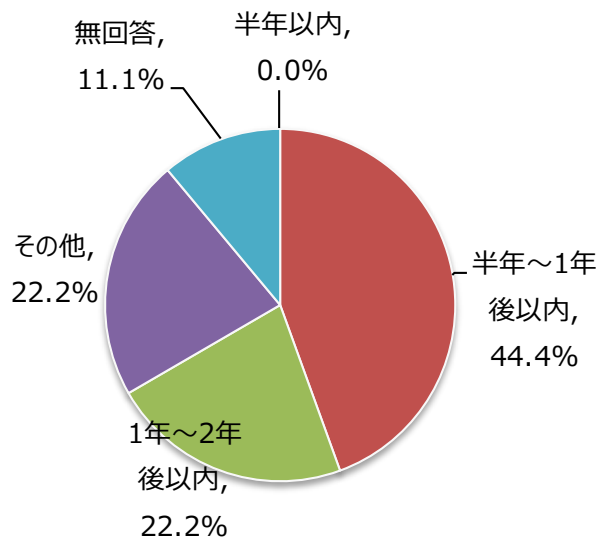
■ 2015年度 (N=69)
■ 2017年度 (N=55)
■ 2019年度 (N=58)



流通BMSの導入を予定しているおおよその時期

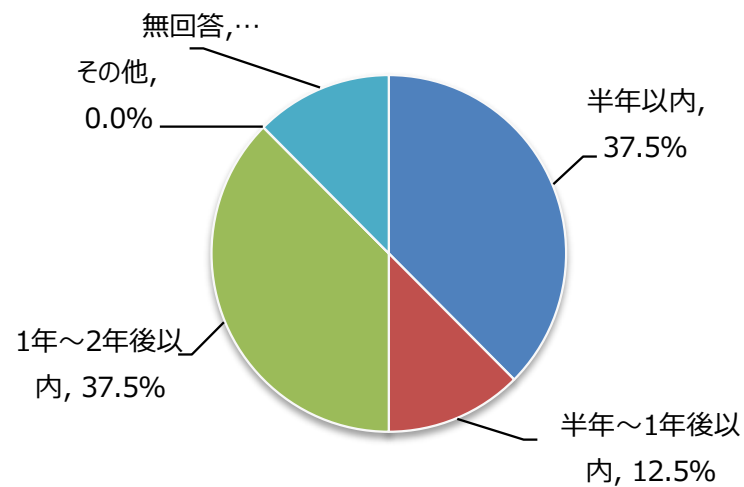
小売
流通BMSの導入を予定しているおおよその時期

N=9



卸・メーカー
流通BMSの導入を予定しているおおよその時期

N=8

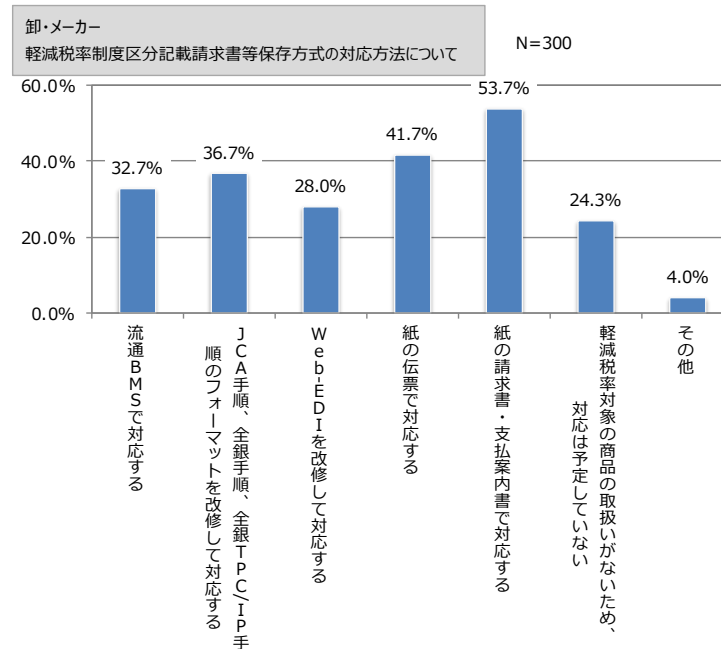
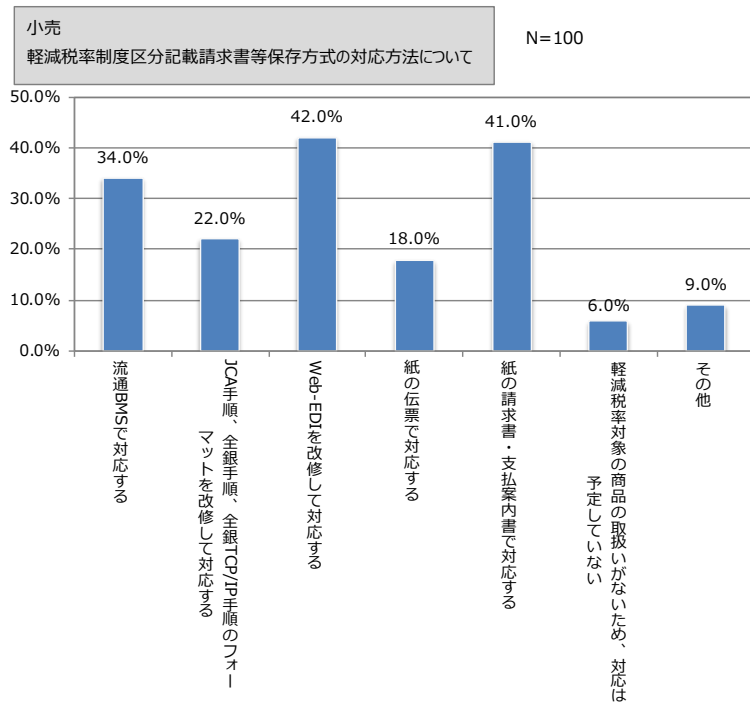


軽減税率制度区分記載請求書等保存方式の対応方法について

複数回答可

小売業では流通BMSの対応がWeb-EDI、紙に次いで多い。
JCA手順での対応は2割程度。

卸売業では紙での対応が多く、5割を超える。



紙での対応や、Web-EDIの改修で対応すると回答している企業が多いものの、
流通BMSでの対応も一定程度浸透している。
一方、小売業個別仕様であるJCA手順などレガシーEDIでの対応も残っており、
卸売業の負担になっていることが窺える。

ペーパーレス化による事務の効率化や、4年後に導入されるインボイスに向けて、
流通BMSの更なる拡大が求められる。

流通BMSでの軽減税率制度区分記載請求書等保存方式の対応時期

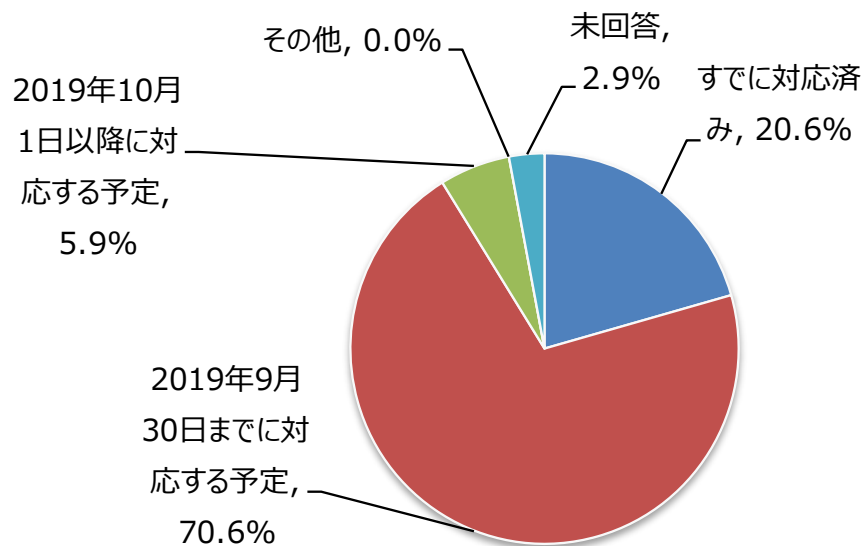
(小売のみ)

軽減税率制度に流通BMSで対応すると回答した小売業の内、2割がすでに対応済みと回答。7割が10月までに対応が完了する予定と回答。

小売

流通BMSでの軽減税率制度区分記載請求書等保存方式の対応時期

N=34



今回、軽減税率に流通BMSで対応した企業のうち、2割が既に対応済みと回答。残り7割についても10月に対応完了となる予定との回答。

流通BMSを導入している企業は、軽減税率制度にも順調に対応予定であると同える。

なお、「10月以降に対応する」と回答した企業は、軽減税率制度の対応として紙やWeb-EDIでの対応も予定しており、いずれは流通BMSで対応するとしているものの、10月時点では、紙などで対応する予定であることが窺える。

NTT東日本・西日本のIP網への移行計画についての認知度

NTT東日本・西日本のIP網移行計画について「聞いたことがあり内容も理解している」と回答した企業が多い。
「よく理解していない」と回答した企業もある

