



流通BMS[®]探訪



2010. 1. 5

No.2

目次

高島屋の導入計画	1
トピック① 流通 BMS [®] ロゴマーク使用許諾中間報告会	5
トピック② GLN 専用企業コード登録無料キャンペーン	6

本メルマガでは、前身の「流通 BMS News」を含めてこれまで、スーパー業界の事例を取り上げてきましたが、本号で初めて百貨店の事例を紹介することとなりました。百貨店業界では 2006 年度からの 3 カ年の EDI 検討で 26 種類の流通 BMS メッセージを策定し、昨年 2 月には、小田急百貨店、高島屋、丸井の 3 社が参加して共同実証が行われました。共同実証の結果、流通 BMS の有効性が確認されましたので、3 社とも順次、EDI の本格稼働に入る準備を進めています。

本号では、その中から、高島屋の取組み事例をご紹介します。

高島屋における仕入業務の EDI 化の狙いと計画 ～ 顧客と取引先との間で Win-Win の関係を構築 ～

連結で 1 兆円近くを売り上げる大手百貨店の株式会社 高島屋が、昨年 10 月末に東京と大阪で延べ 420 社を集めた仕入業務の EDI 化に関する取引先説明会を開催しました。新仕入システムは昨年 5 月から稼働していましたが、流通 BMS を利用した取引先との間の EDI 化は、安価なクライアントソフトの完成を待っていました。そのソフトウェアが今年 1 月にはリリースできる見込みとなり、満を持して昨年 10 月末のタイミングでの取引先説明会となりました。

今回の EDI 化の狙いについて、同社 IT 推進室の山中一利副室長と細川敏治課長に話を伺いました。

「仕入れのスピードアップと情報伝達の効率化を目指します」

—まず、今回の新仕入システムの導入に至った背景についてお聞かせください。

【山中】

当社で EDI という考え方が萌芽したのは、2002 年に百貨店 emp (e-マーケットプレイス。以下、emp と略) を三越さんと一緒に立ち上げてからです。買取商品を対象にインターネットを利用した EDI と情報提供を開始しました。以来、EDI では主に大手のアパレルメーカーさんと PLU 交換 (注) を実施してきました。

一方、仕入れ業務の EDI は、1997 年に開発された QR システムという受発注の仕組みをサーバで動かしていましたが、今後一層 EDI 化が進展するに当たってはとても対応できない、ということもあり、1 年弱の開発を経て昨年 5 月に新仕入システムをリリースしました。昨年 2 月に実施した、流通システム標準化事業の共同実証はその新しい仕組みの中でその部分だけを先行開発して行いました。ちょうどタイミングが合ったと言えます。

—今回の新仕入システムの狙いとポイントについてお聞かせください。

【山中】

まず狙いとしては、次のような部分を改善することで、お客様、高島屋、お取引先様の三者の間で Win-Win-Win の関係を作ることが目的になります。

1つ目は、紙媒体で情報をやりとりすることで発生している遅れ、間違い、コストアップを改善することです。当社では年間に 450 万枚を超える伝票入力が発生していますが、EDI に比べて情報伝達が 2 日遅れてしまうほか、入力間違いが結構あります。多くがあとで分かる間違いのため、修正は勿論可能ですが、そこにも余計な手間が取引双方にかかっています。そういったものを EDI 化し、きちんとマスターを整備することによって、お互いの余計な仕事を省くことが狙いです。

2つ目は、当社で売れた内容をお取引先様に素早く伝えることができれば、当社のためにもなるし、お取引先様のためにもなると考えています。ファッション商品は、売れた情報を伝えたからと言って追加発注が簡単にできる状況にないことは理解していますが、それが来期、来々期の企画につながるのであれば、お取引先様が Win の方向に動くことにつながります。また、それが売場在庫に反映されれば、折角ご来店いただいたお客様に余計なご足労をかけることなく、お買い求めいただけるということで、三者の Win-Win-Win の形が実現することになります。

そのためには、最初に申し上げたように、仕入れ部分のスピードアップ、データの正確性向上、プラス、コストの削減が必要だと考えています。



(株)高島屋 IT 推進室
副室長 山中 一利 氏

●ダラー管理商品も対象に加えて EDI 取引を拡大●

【細川】

システムの最大のポイントは、今までの EDI は単品管理（ユニット管理）商品の受発注に限られていましたが、今回は流通 BMS の金額管理（ダラー管理）機能を活用して、ダラー管理商品のお取引先様とも EDI 取引を実施することが可能になると同時に、絶対的な量に対応できるようになりました。当社の EDI は他の大手百貨店と比べると立ち遅れておりましたので、emp を契機に単品の売上情報から発展して仕入れの方もという、想いばかりが先行しておりましたが、先ほど申し上げたように、従来の QR システムではキャパシティの問題がありました。

昨年の秋から EDI 化に向けて全社一丸となって積極的なアプローチを開始するために、まず自らの態勢を整えて、どんな応答があっても耐え得る体力を今回の新しい仕組みの中で兼ね備えていきたい、ということです。



(株)高島屋 IT 推進室
課長 細川 敏治 氏

—取引先に対して流通 BMS 対応の仕組みはどのような選択肢を用意されているのですか？

【山中】

ひとつは、emp 経由です。この 7~8 年間、emp を介して EDI と情報提供を展開して参りましたので、emp 経由のお取引先様が 400 社以上あります。これらのお取引先様は従来と同じ emp を ASP として通してください、という話になります。

別の ASP の選択肢として富士通 FIP ルートも用意しました。特にダラー管理商品という面で emp は苦手な部分がありますので、ASP と接続するための JX 手順を使ったクライアントパッケージも新たに開発しました。百貨店版メッセージ 26 種のうち、15 種に対応しています。スーパー業界の方ではいろいろとパッケージソフトが出来ているようですが、百貨店版対応はなかったためです。

さらに、スーパー業界との間で既に実績があり、インフラをお持ちのお取引先様との間では、ASP を介さない直接接続も考えられます。

以上、3つの選択肢を用意し、どの方法を選択するかはお取引先様にお任せします。これからのアプローチ方法としては、インフラがあるお取引先様とはサーバ to サーバで直接やりましょう、と。emp でやられているお取引先様は emp で、しかもメッセージの一部しかやっておられないところは、もっと深いところまでやりましょう、といった方法が考えられます。

そして、当社と EDI 取引を行っておらず、かつ、自社のシステム投資を抑えたい、とお考えになっているお取引先様には、今回の新しいパッケージソフトなどを導入いただいて、当社と新たに EDI をお願いしようかと考えております。

—今回開発されるパッケージソフトを導入すれば、他の百貨店とも流通 BMS の交換ができるのでしょうか？

【山中】

基本的には、百貨店毎にプロファイルがありますので、その分を追加すれば当然出来ます。プロファイルというのは、百貨店の納品すべき場所などを設定したり、百貨店のコードを用意したりという機能になります。

—取引先のメリットはどのように予測されますか？

【山中】

今回の仕組みでは、仕入データが検品を通過してオンラインで OK が出れば、翌日にはお取引先様にデータを送ることが出来ます。しかも、ドライバーが検品済みの印が押された伝票を持ち帰るよりも早く、検品受領データを送ります。それを元に月に 1 回の支払案内と照合できますので、お取引先様の経理部門の省力化効果だけを考えても、安価なパッケージソフトを導入するメリットは十分出ると考えます。

あとはこの仕組みを使って納品提案さえしていただければ、基本的には売場のマネージャー、バイヤーの OK が出ます。現在は、お取引先様の営業の方が発注書を書いて、バイヤーの証印をもらうために探し回るといったことが頻繁にあります。そういう無駄なことに時間を割くよりも、営業の方は店頭在庫をしっかりと把握するとか、これが売れていると思ったら、素早く商品調達に走っていただくとか、本来の仕事をしていただきたいと考えております。EDI によって営業の方に時間的なフリーハンドを与えることで、お客様—百貨店—お取引先様が Win-Win-Win の関係になることを期待しています。

一昨年 10 月の末に「仕入電子化に向けての取り組み」と題する取引先説明会を開催されましたが、その後の反応は如何ですか？

【山中】

説明会は東京と大阪で開催し、合計 420 社のお取引先様に参加いただきました。その中で、EDI 化に向けて意欲的なお取引先様が 90 社ほどありましたので、12 月以降、IT 推進室のスタッフが手分けして 1 社 1 社訪問しております。私自身も 12 月中旬以降、数社を訪問しましたが、それなりに良い感触を得ております。

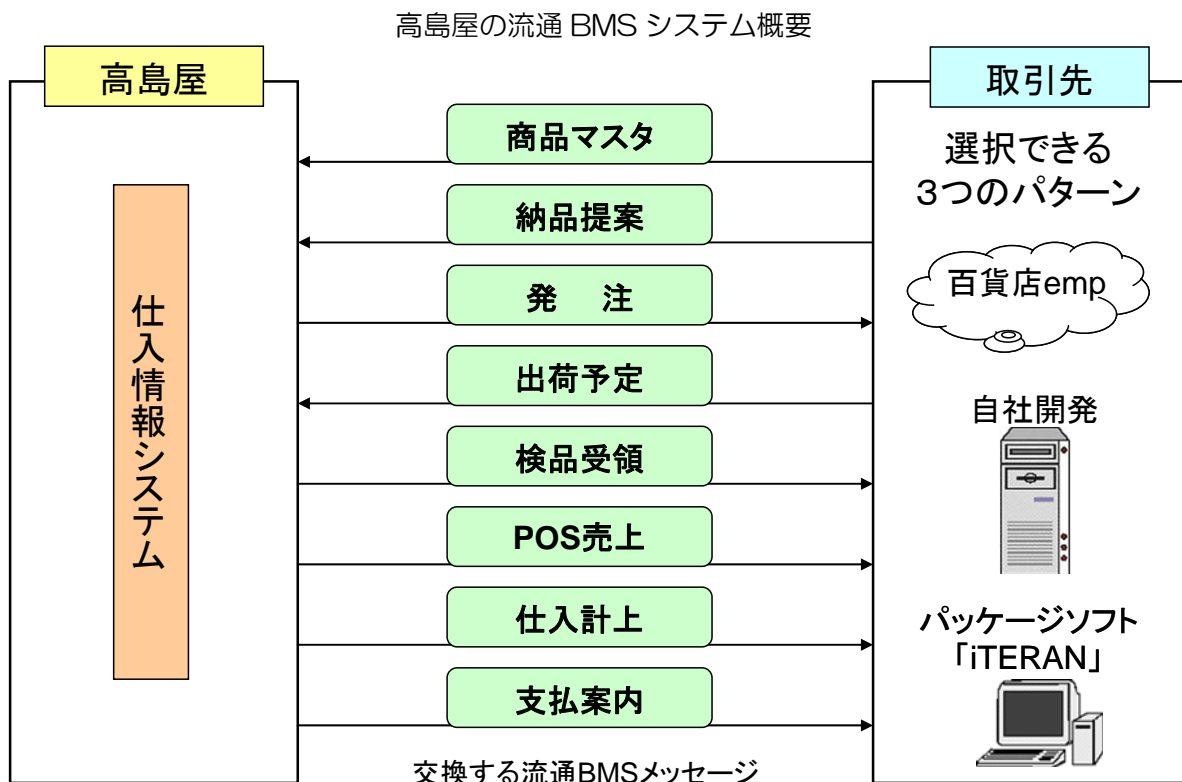
個別に訪問しているのは、取引先様説明会では我々の意図するところが十分に伝わっていないのではないか、という心配があったからです。そこで直接訪問して、説明会の内容を再度詳細にご説明し、お互いにメリットはこういうところが考えられるのではないか、といったご提案をしております。

お取引先様の方では、説明会に出席された営業の方の他に総務系の方も同席されたりして、しっかり話を聞いていただいておりますし、結構鋭い質問も受けます。例えば「本当に業界の標準になるのでしょうか？」という質問を 2 社から受けました。この質問に対しては、もちろん力強く「そうなります」と答えています。「これから参加する百貨店も徐々に増えていく見込みですので、その第一歩として当社が、またすでに実施されている小田急百貨店さん、丸井さんとお取引があるのであれば、一緒に行動したい」という説明を繰り返しております。

一本日はどうもありがとうございました。

(聞き手：流通システム標準普及推進協議会 部長 坂本 尚登)

(注) PLU 交換とは、取引先の JAN 値札を百貨店の POS で読み取り (PLU)、その POS データを取引先にフィードバックするもの。取引先では百貨店固有の値札付けの廃止、売場に派遣している販売員の単品売上集計の廃止などのメリットがある。その代わりに、JAN コードと百貨店の管理コードを紐付けた商品マスタ情報の提供が必要となる。PLU はプライスルックアップの略。



トピック①

流通 BMS[®]ロゴマーク使用許諾中間報告会を開催

流通 BMS のロゴマークが 10 月 2 日に商標登録されたことを受けて、流通システム標準普及推進協議会（略称：流通 BMS 協議会）では 12 月 15 日に、ロゴマークの使用許諾に関する中間報告会を開催しました。報告会には、流通 BMS 協議会の支援会員が多数参加し、その関心の高さを伺わせました。

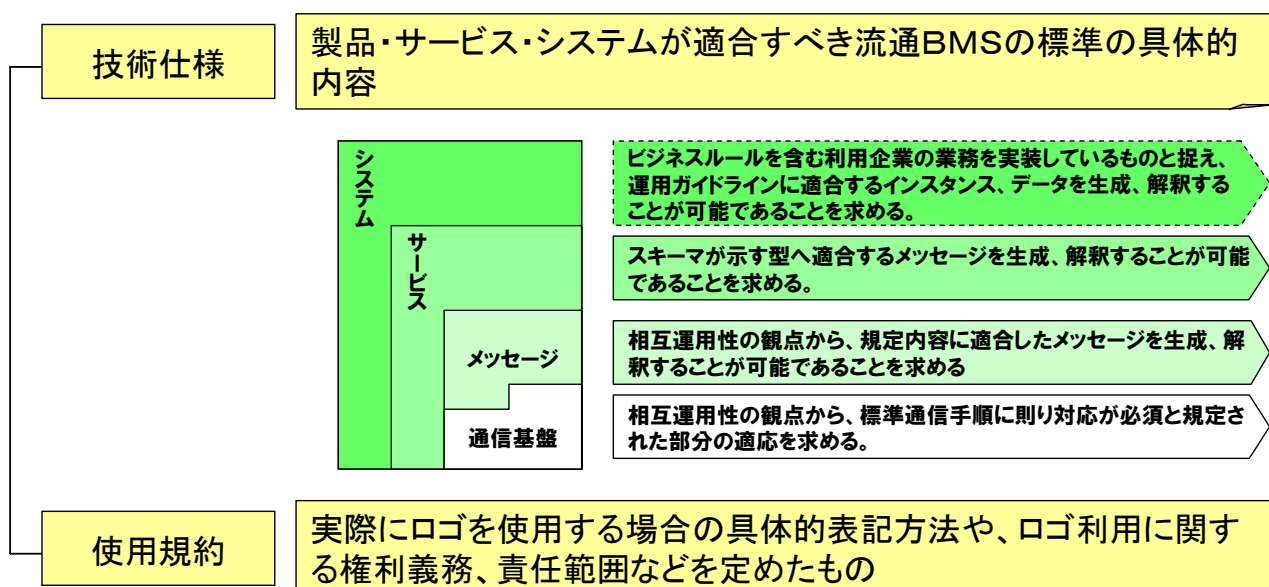
この制度は、協議会で定めた条件に適合する製品やサービスに流通 BMS のロゴマークの使用を認めることによって、標準仕様の適正な利用を促進し、不適切な使用を抑制するものです。許諾の条件は「技術仕様」と「使用規約」から構成され、協議会の技術仕様部会で検討してきました。

1 月 20 日に開催する協議会の運営委員会で正式に決定し、1 月下旬の説明会を経て 2 月から運用する予定ですが、3 月 9 日～12 日に開催される「リテールテック Japan」の展示に表示したい支援会員からの要望もあり、中間報告を行いました。2 月の正式運用の前に印刷などの準備が必要な企業には暫定運用も行っていますので、協議会事務局までお問い合わせください。制度のポイントは、下図のとおりです。

流通 BMS ロゴマーク使用許諾制度の概要

許諾条件

1. 流通システム標準普及推進協議会が定める技術仕様に適合していること
2. 流通システム標準普及推進協議会が定める使用規約を遵守すること



【許諾の方法】

- ・ 許諾を受けようとする者が、「流通 BMS 技術仕様適合宣言兼ロゴ使用許諾申請書」に必要な事項を記載、(財)流通システム開発センターに申請する。
- ・ 技術仕様への適合は「自己適合宣言」。
- ・ (財)流通システム開発センターでは形式審査（申請書書式審査）ならびに（内部）運用規約に則り、ロゴ使用を許諾する。

トピック②

GLN 専用企業コードの登録無料キャンペーンを実施

GLN 専用企業コードの無料登録キャンペーンを行っています。

流通 BMS メッセージで、データの送受信、物流、決済など、さまざまな業務で企業や事業所、部署などを表す標準コードとして GLN (グローバルロケーションナンバー) が利用されています。GLN は企業コードとロケーションコード、チェックデジットで構成される 13 桁で、企業コードは下図の 4 種類があります。

4 種類の GLN 企業コード

企業コードの桁数と設定できるロケーション数			
JAN 企業コード (JAN メーカーコード)		GLN 専用企業コード	
7 桁	9 桁	10 桁	11 桁
ロケーションコード: 5 桁	ロケーションコード: 3 桁	ロケーションコード: 2 桁	ロケーションコード: 1 桁
10 万ロケーション まで設定可能	1,000 ロケーション まで設定可能	100 ロケーション まで設定可能	10 ロケーション まで設定可能

JAN メーカーコードを登録している企業であれば、そのまま利用できます。これに該当しない企業が GLN を登録する場合、GLN 専用企業コードの登録料として、10 桁コードの場合は 3 年間で 5,250 円、11 桁コードの場合は 3,150 円が必要になります。

この登録料を無料にするキャンペーンを今年の 1 月から来年の 3 月にかけて実施します。これによって、流通 BMS の普及に少しでもつなげようという狙いです。本制度を利用されたい方は、(財)流通システム開発センターの GLN 担当までお問い合わせください。(TEL : 03-5414-8512)

GLN 専用企業コードの登録無料キャンペーンの概要

期間 : 2010 年 1 月 ~ 2011 年 3 月

内容 : 10 桁、11 桁の GLN 専用企業コード登録を 1 コードに限り 3 年間無料とします

- * 複数コード登録の場合、2 コード目からは、有料とします
- * 3 年後の更新時には、有料更新、又は、返還を条件とします

(注) GLN 専用企業コードは、JAN コードには使用できません。



流通 BMS のロゴマークは (財) 流通システム開発センターの登録商標です。
(登録第 5270226 号)

流通 BMS 探訪 No.2

発行 : 2010 年 1 月 5 日

発行人 : 流通システム標準普及推進協議会 (流通 BMS 協議会)

住所 : 〒107-0052 東京都港区赤坂 7-3-37 プラズ・カガ

財団法人 流通システム開発センター内

電話 03-5414-8505 FAX 03-5414-8503

お問い合わせは協議会のホームページ (下記) からお願いします。

<http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/>