

アパレル業界 流通ビジネスメッセージ標準策定事業

社団法人日本アパレル産業協会
株式会社 富士通総研

2007年3月

本事業の目的および全体概要

経済産業省 平成18年度
流通システム標準化事業

平成17年度チェーンストア(グロサリ商材)にて策定された『流通ビジネスメッセージ標準』をベースとしてアパレル商材向けEDI標準の検討を行い、流通ビジネスメッセージ標準と整合したアパレル商材対応のメッセージ拡大を行う。

- チェーンストア業界ーアパレル業界間の業務プロセス定義
- 流通ビジネスメッセージ標準(アパレル拡大版)

●検討イメージ

	店舗直接納品	通過型センター(TC)納品 (店別仕分納品)	通過型センター(TC)納品 (総量納品①)	通過型センター(TC)納品 (総量納品②)	買取在庫型センター(DC)納品	預り在庫型センター(DC)納品		
発注メッセージ								
出荷(梱包)メッセージ								
出荷(伝票)メッセージ								
受領伝票メッセージ								
返品メッセージ								
請求メッセージ								
支払メッセージ								
アパレル特有メッセージ								

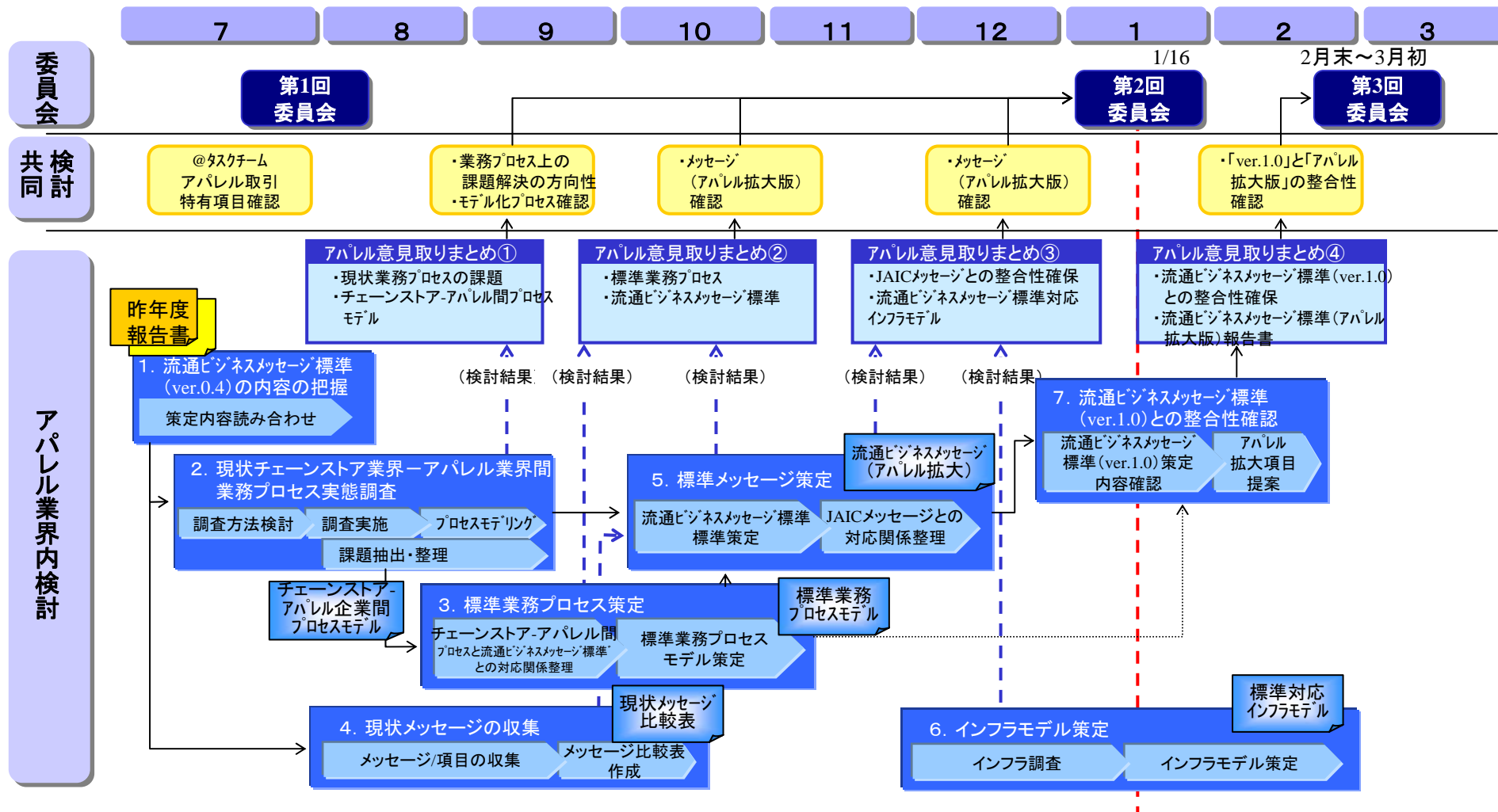
アパレル特有のメッセージ項目

アパレル特有の業務プロセス

アパレル業界流通ビジネスメッセージ標準策定事業スケジュール

経済産業省 平成18年度
流通システム標準化事業

- 既存業務プロセス／メッセージの整理を行い、標準業務プロセス／メッセージの策定を実施
- アパレル業界での検討により議案作成を行い、チェーンストアとの共同検討にて精査を行う

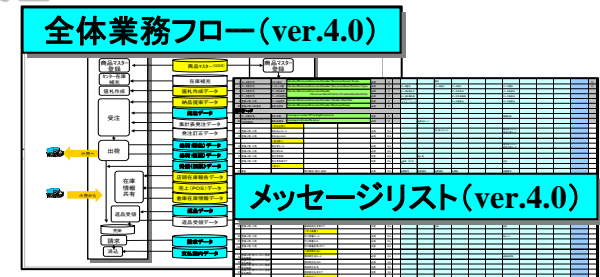


本事業の実施作業内容

経済産業省 平成18年度
流通システム標準化事業

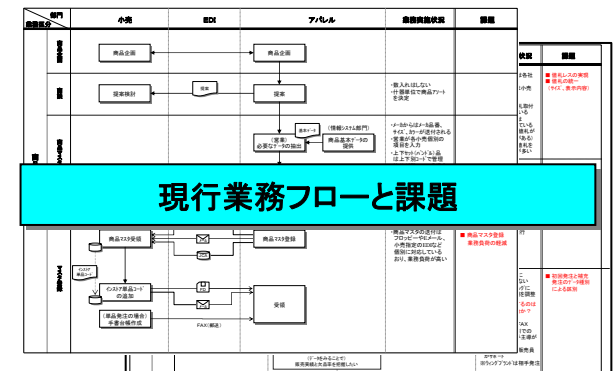
1. 流通ビジネスメッセージ標準（ver.0.4）内容の把握

- 昨年度策定の経緯／実施内容の調査（プロセス、メッセージ、ガイドライン）



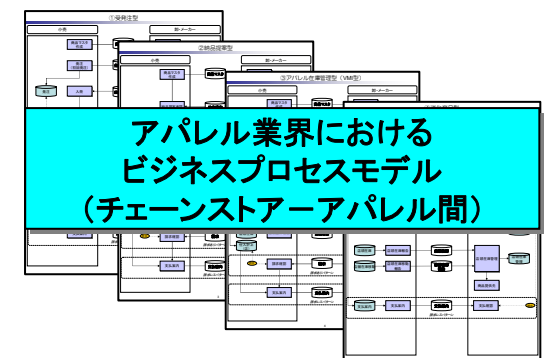
2. 現状チェーンストアーアパレル間業務プロセス実態調査

- アパレル企業3社に対してヒアリング調査実施
- 現状チェーンストアーアパレル間業務プロセスについて検討
- 現状業務プロセス上の課題抽出



3. 標準業務プロセスの検討

- チェーンストアーアパレル間業務プロセスと昨年度策定された業務プロセス(6パターン)との対応を確認
- チェーンストアーアパレル間業務プロセスの整理



4. 現状チェーンストアーアパレル間EDIメッセージの収集

- チェーンストアーアパレル間業務プロセスと昨年度策定された業務プロセス(6パターン)との対応を確認

メッセージ階層別構造

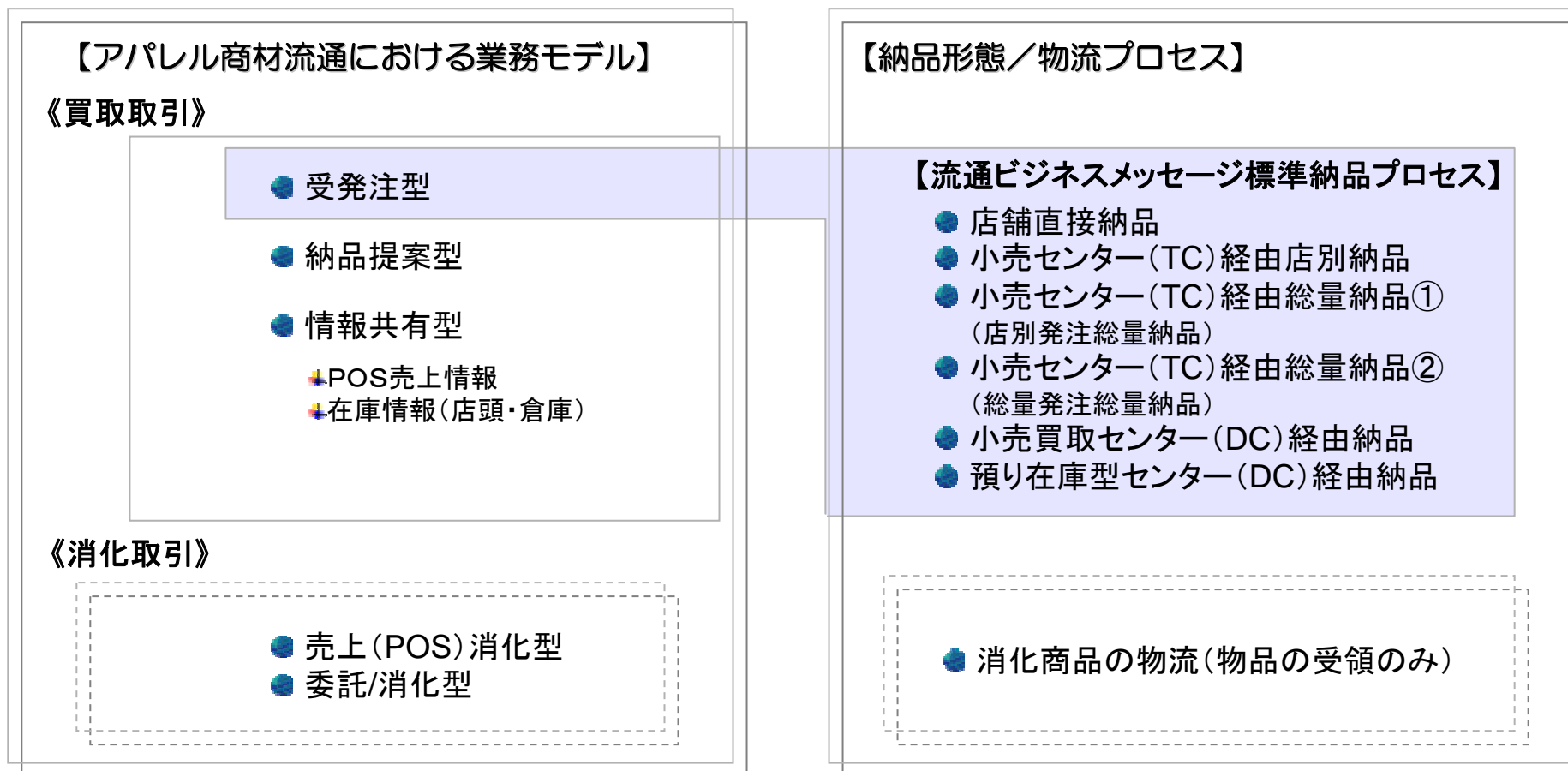
5. 流通ビジネスメッセージ標準（アパレル対応版）の策定

- 現行EDIメッセージ項目を流通ビジネスメッセージ標準(ver.0.5)項目へマッピング
- マッピング結果／マッピング外項目の内容確認

メッセージマッピング結果

● 対象業務プロセス（取引形態）

本年度の検討は、受発注業務モデルにおける6つの納品プロセスパターンについての検討を実施



※業務モデル/物流プロセスは、本年度実施範囲以外のプロセスについては、名称定義まで至っておりません。

● 対象とするEDIメッセージ

- 受発注業務モデルにて利用するメッセージを対象に検討を実施
- 残メッセージは来年度以降に検討予定

平成17年EDI標準
策定事業検討結果

7メッセージ

発注
出荷伝票
出荷梱包①
受領
返品
請求
支払

出荷梱包②: 出荷梱包ヒモ付け無し

チェーンストアアパレル間で
現状利用されているメッセージ

商品マスタ
納品提案
値札
発注
出荷伝票
出荷梱包(ヒモ付けあり)
出荷梱包(ヒモ付けなし)
受領
POS売上
在庫報告(小売→アパ°)
移動報告(小売→アパ°)
返品
請求
支払

本年度の検討対象メッセージ

9メッセージ (赤字: 本年度追加メッセージ)

発注
出荷伝票
出荷梱包①
出荷梱包②
受領
返品
請求
支払
値札

来年度以降の残課題

商品マスタ

情報共有系メッセージ

納品提案
POS売上
在庫報告
移動報告

アパレル商材対応における課題と対応

経済産業省 平成18年度
流通システム標準化事業

<対象業務>

<検討内容>

【決定事項】

商品マスタ登録プロセス

●商品マスタメッセージ項目の検討実施

■ GDSによる商品マスタ交換を前提とし、
メッセージ策定は検討の対象外とする

商品コード

●アパレル商材の現状認識及び基本方針の確認

■ JAN(GTIN)を基本方針としつつ、小売各社の
独自商品コードを使用したEDIメッセージに対応する

ダラー品番発注

●ダラー品番発注の存在確認及び対応方法の決定
(運用ガイドライン化)

■ ダラー発注時の対応方法をガイドラインで定義

値札

●値札メッセージ項目の検討実施

■ 流通ビジネスメッセージ標準として値札メッセージを
策定する

発注区分

●発注区分定義の確認及び対応方針の決定
(運用ガイドライン化)

■ 業務上の実態を把握した上で、標準への
追加可否を検討(来年度以降も継続検討を実施)

荷姿区分

●発注区分および荷姿区分定義の確認及び対応方針の決定
(運用ガイドライン化)

■ コードリストに「ハンガー」を追加し、業務上の利用
方法についてはガイドライン上で定義

納品提案

●納品提案メッセージ項目の検討実施

引当可能在庫

●引当可能在庫メッセージの存在確認及び引当可能在庫
メッセージの検討実施

■ 情報共有系メッセージは8メッセージと値札メッセージ
に次ぐ優先度とし、残課題として認識する
■ 来年度以降に実施

店頭売上及び 店頭在庫情報共有

●店頭売上及び在庫情報メッセージの存在確認及び
メッセージの検討実施

返品受領

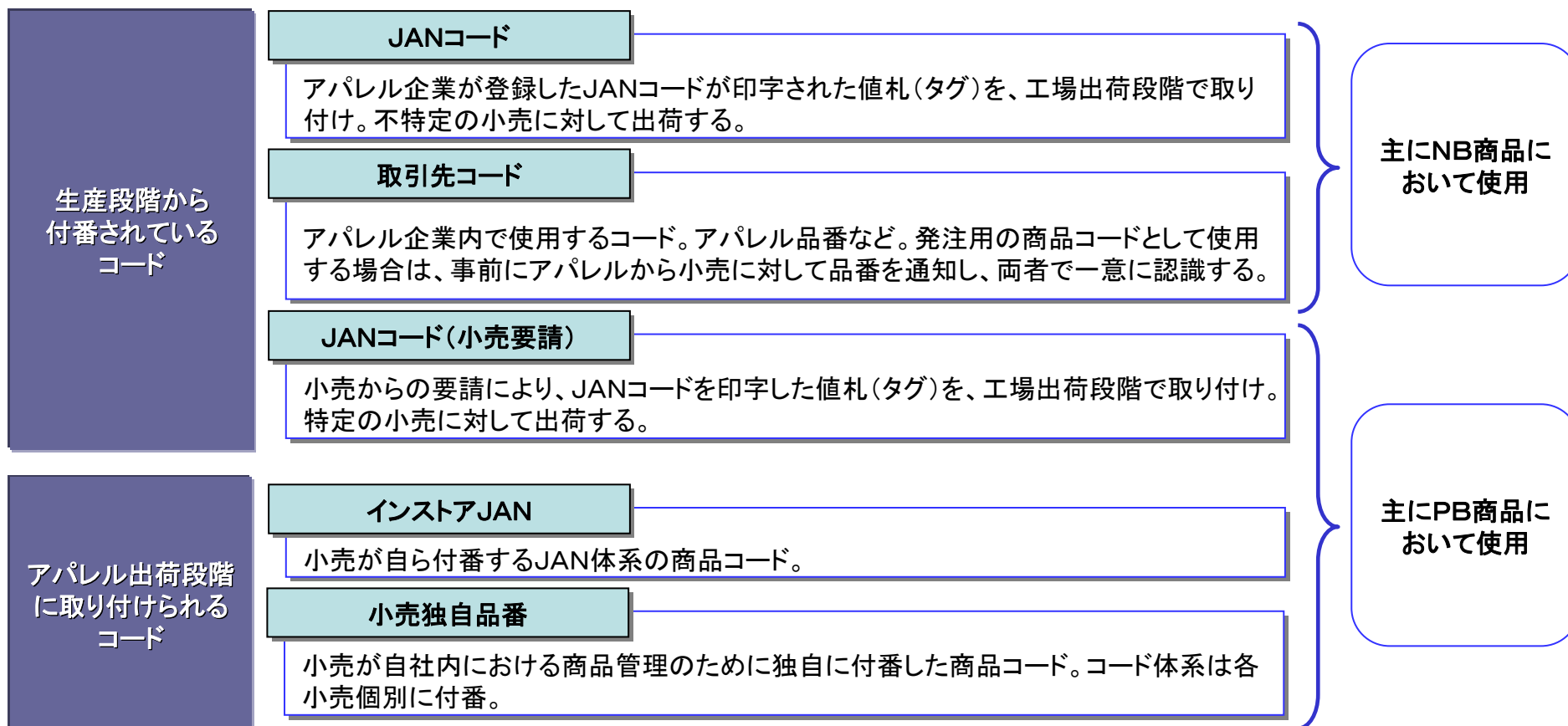
●返品受領メッセージの位置付け確認

■ 標準WGにて「返品受領メッセージを
検討しない」ことが決定したため検討対象から除外

主な検討ポイント ～アパレル商材特有部分～

経済産業省 平成18年度
流通システム標準化事業

■ アパレルにおける商品識別 ①商品コード



- 【基本方針】**
- 商品コードに対する基本方針: JAN(GTIN)
 - 現状業務運用を担保するため、小売独自商品コードの使用に対応
※但し将来的には『JAN(GTIN)』対応を目指す(ソースマーキング)

■アパレルにおける商品識別 ②ダラー品番

《ダラー品番発注とは》

アイテム別価格別等に設定された小売商品コード1つに対してサイズカラー(SKU)の異なる複数のアパレル単品コードをヒモ付け、商品コード単位とする発注方法
(商品マスタセット、値札対応、出荷対応・入荷検品対応に通常単品発注との違いが見られる)

《ダラー品番発注が実施されるケース》

プロパー
出荷時

例: 対象となる商品は初回投入のみで追加フォローがなく、商品管理上煩雑となるのを避けるためSKU単位の商品管理を行わない場合

セール／
イベント時

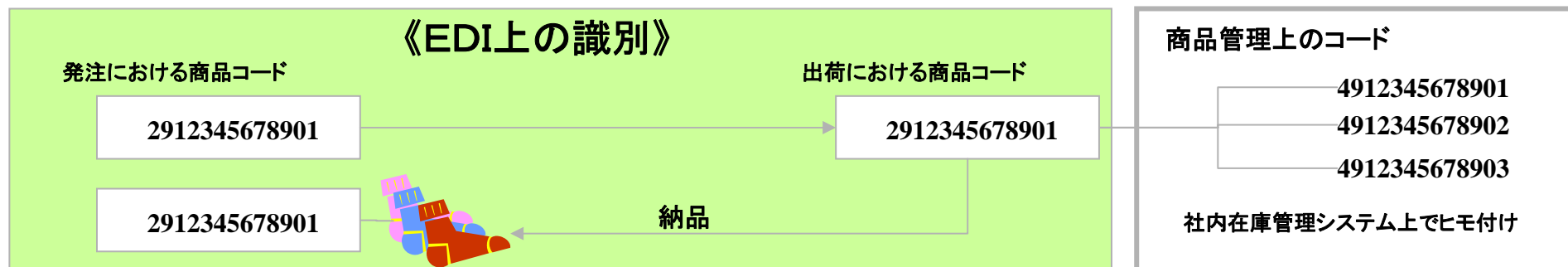
例: ワゴンセール等に見られるSKUの異なる商品の商品品揃え決定をアパレル側に任せる場合やセールにおける均一価格対応の場合

【基本方針】 ■ アパレル商品特性上、今後も発生する取引形態
■ 商談時の相対企業間での取り決めにより対応

ダラー品番発注のセット方法

経済産業省 平成18年度
流通システム標準化事業

- 小売側は、商談時に合意した商品コードにて発注を行う。
- アパレル側では、受領したダラー品番での発注に対して、対応する商品を出荷する。



項目セット例： 小売は、アパレルとの間で合意した「商品コード:2912345678901」を「商品コード(発注用)」にセットする。

発注データ上でセット					実納品形態に基づき出荷データ上でセット			
商品コード(発注用)	発注単位	発注荷姿	発注数量 (発注単位数)	発注数量 (バラ)	出荷数量 (バラ)	ダラー品番に対応する アパレル側での商品コード	荷姿数	出荷荷姿
2912345678901	1		1	50	50	4912345678901	10	ケース
						4912345678902	15	ケース
						4912345678903	15	ケース
						4912345678904	10	ケース

● 値札メッセージ策定方針

- 将来的には、JANソースマーキング化を目指す。
- 現状業務担保の観点から値札メッセージの検討を行う。
- 現状値札発行業務負荷の軽減を図るべく業務プロセスの見直しから実施する。

● 値札およびメッセージの現状

■ 多様な値札発行プロセスの存在

- アパレル企業による発行、値札ベンダーによる発行
- EDI実施タイミング(商談時点、発注と同時、発注データに包含…)

■ 多様な値札印字項目の存在

- 値札に印字する項目は、消費者への情報提供(プロモーション)、売場のオペレーション等に深く絡んでいるため、多様な印字項目が存在している。
- 印字にあたって、様々なデータ変換を必要とする。
サイズコードをサイズ名称へ変換、項目をハイフン刻みとする…

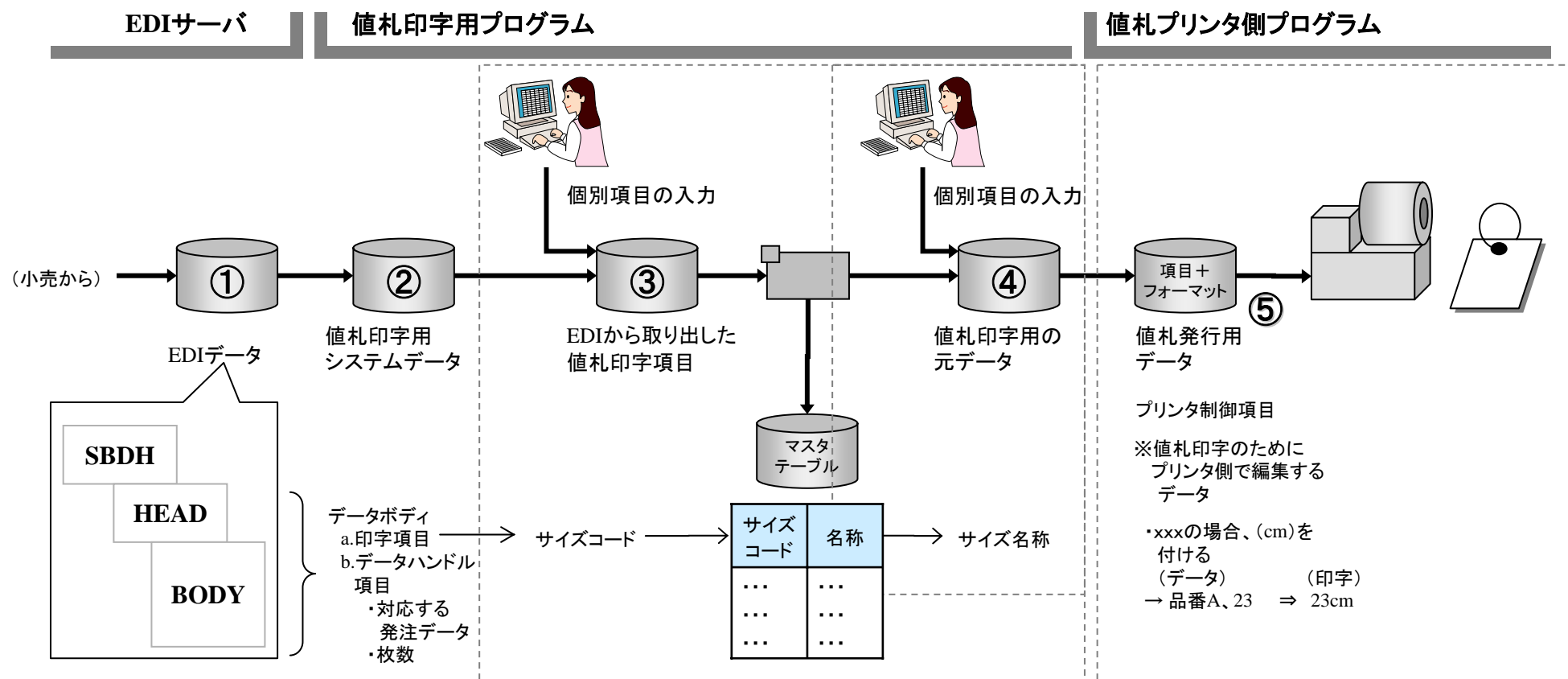
今回策定する値札メッセージは既存業務を担保したEDIメッセージ項目の整理を実施
但し、値札台紙／フォーマットの統一も視野にいたれた検討を継続していく。

(参考) 値札発行までのフロー

経済産業省 平成18年度
流通システム標準化事業

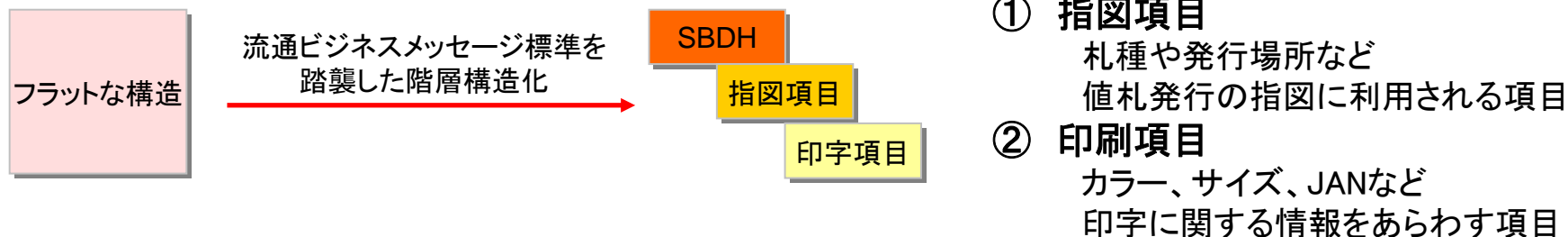
- 値札メッセージから値札印字を行うまでに様々な変換、手入力が発生している。
- 情報の入手元が多数存在しており、値札メッセージだけでは完結しない。
⇒結果として、手作業による値札発行が行われている。(非効率作業／納品リードタイムへ影響)

■ 値札発行フロー

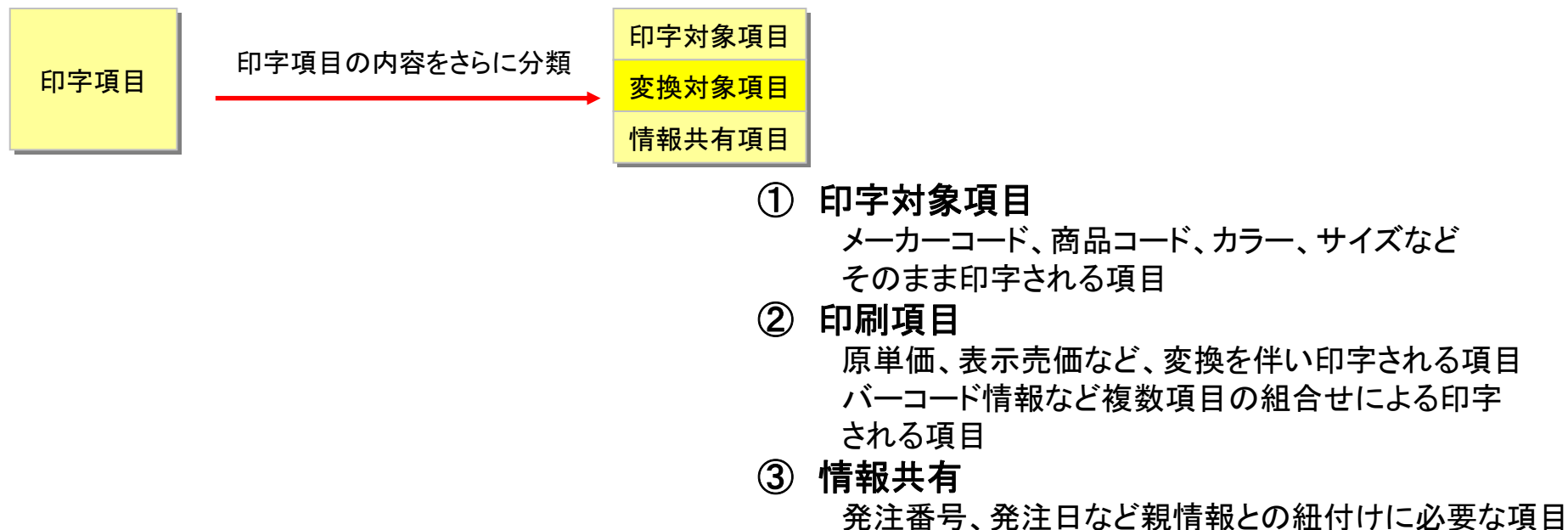


● 値札メッセージ項目の分類整理

■ 階層構造化



■ 項目の内容で分類



● 印字項目の汎用化

● 各社固有項目（相対項目）の共通項目化（汎用化）

➤ 印字補助区分1～nなどの項目を作成し、当事者間の取り決めの上で利用する。

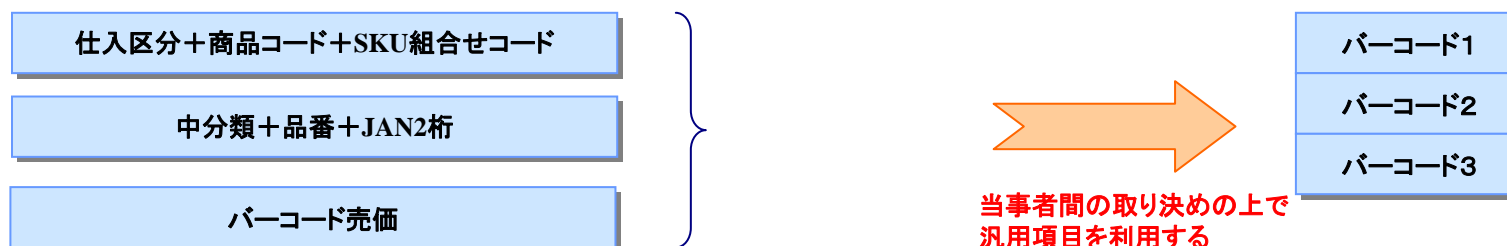


● 各社固有の仕様による組み合わせ項目（バーコード）

➤ バーコード1～nなどの項目を作成し、各社取り決めの上で利用する。

➤ 組み合わせ項目を分解した状態で標準メッセージ化する。

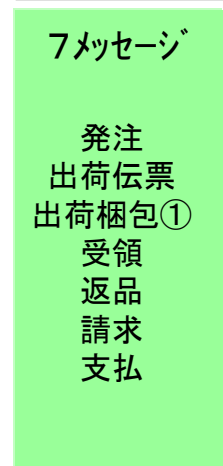
バーコード上段



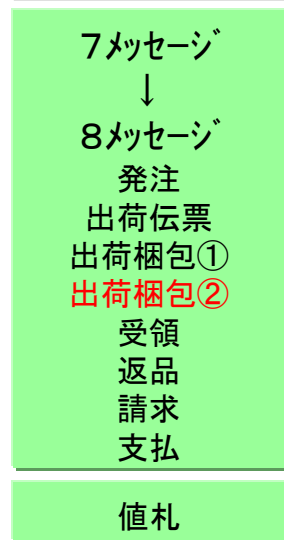
本年度の着地点と今後の予定

経済産業省 平成18年度
流通システム標準化事業

平成17年
GMS(グロサリ)



平成18年
GMS(アパレル)



9メッセージについて
標準策定
(GMS側と合意)

商品マスタ

情報共有系
メッセージ

納品提案
POS売上
在庫報告
移動報告

消化仕入プロセス

来年度以降実施

出荷梱包②: 出荷梱包ヒモ付け無し

平成19度以降の実施作業

⇒ スキーマ開発

⇒ 共同実証

9メッセージ

マスタ

- 商品マスタEDIメッセージの検討
- (GDSとの連携検討)

⇒ GMSとの共同検討
・標準策定へ
・プロセス/メッセージ

アパレル特有

※百貨店側策定
メッセージとの統合