

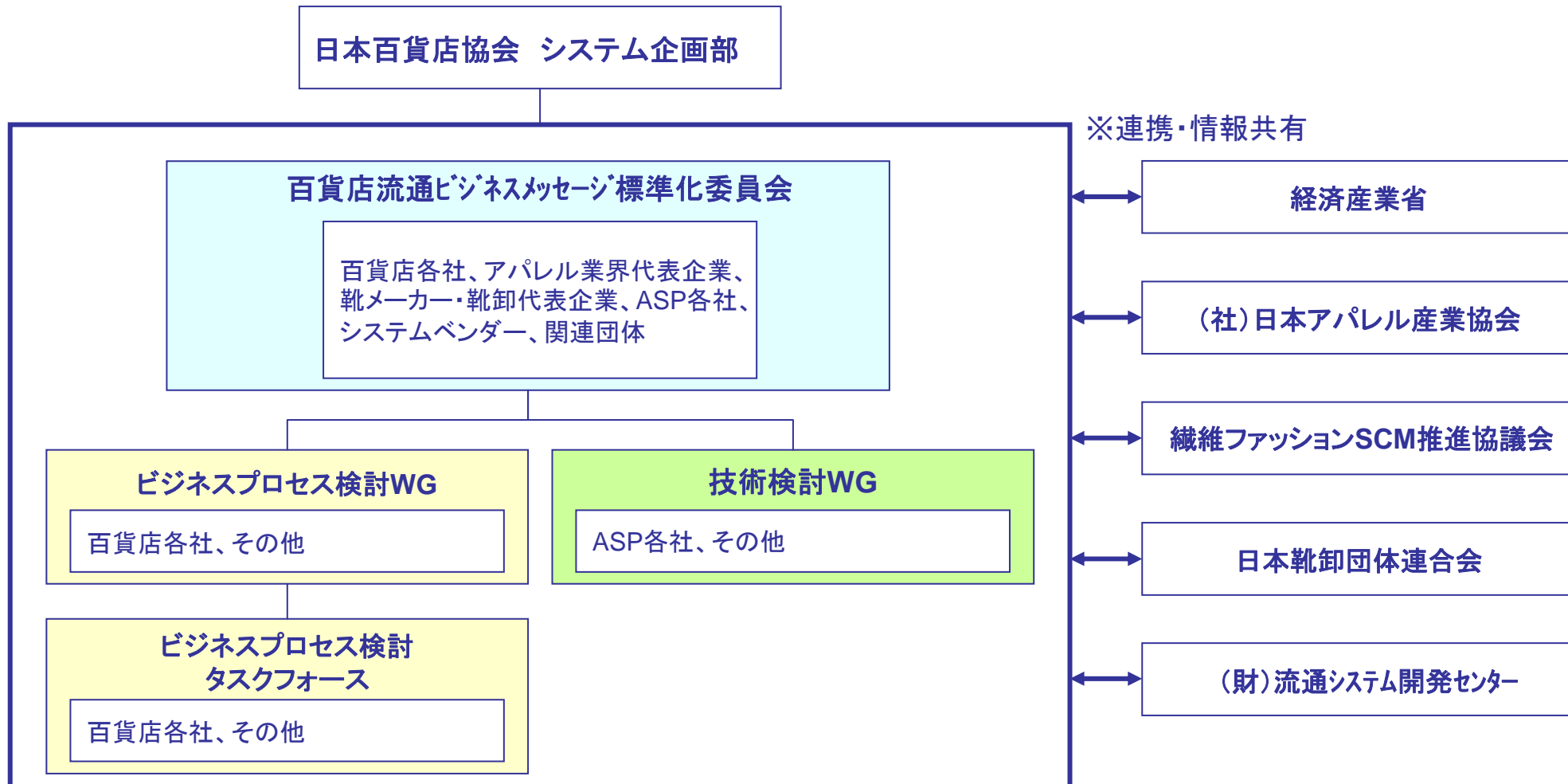
百貨店の取り組み

2007年 3月

日本百貨店協会

I. 百貨店流通ビジネスメッセージ標準化活動の概要 ～履行体制～

- 本活動は、経済産業省のご支援の元、システム企画部会の配下に、「百貨店流通ビジネスメッセージ標準化委員会」を設置し、さらに詳細な検討を行うビジネスプロセス検討ワーキンググループやタスクフォース、技術的な検討を行う技術検討ワーキンググループを設けて推進した。



I. 百貨店流通ビジネスメッセージ標準化活動の概要 ～委員会メンバー～

百貨店流通ビジネスメッセージ標準化委員会(委員長:平出昭二)



委員

◆百貨店業界委員

(株)丸井今井、(株)藤崎、(株)伊勢丹、(株)小田急百貨店、(株)京王百貨店、(株)高島屋、(株)東急百貨店
(株)松坂屋、(株)三越、(株)ミレニアムリテイリング、(株)大和、(株)大丸、(株)近鉄百貨店、(株)阪急百貨店
(株)阪神百貨店、(株)天満屋、(株)井筒屋、(株)丸井

◆アパレル業界委員

(株)オンワード樫山、(株)三陽商会、トリンプ・インターナショナル・ジャパン(株)、(株)レナウン
(株)ワコール

◆婦人靴卸業界委員

(株)シンエイ、(株)オギツ、(株)トークツ

◆システム委員

(株)伊勢丹データセンター、富士通(株)、日本ユニシス・ソリューション(株)

◆関連団体委員

(財)流通システム開発センター、繊維ファッションSCM推進協議会、日本靴卸団体連合会
(社)日本アパレル産業協会

I. 百貨店流通ビジネスメッセージ標準化活動の概要 ～目的～

■百貨店では、“**EDIのMDへの活用**”、“**最大公約数的な標準化**”、そして、“**つかうぞ**”というキーワードで取り組んだ。

EDIの普及は進みつつあるが、
思うように進捗しない・・・

EDIの標準化とは

EDIの目的をもう一度 再認識する必要がある

百貨店業界とその取引先のEDIの目的は**機会損失の削減**



EDIはコストダウン・ITツールから**マーチャンダイジング・ITツール**へ

EDIは効率化のツールであり、差別化のツールである



最大公約数の標準化

百貨店流通ビジネスメッセージ標準のテーマ

- ・付加価値（マーチャンダイジングITツールとしての活用）がでる取り組み
- ・標準とは、最小公倍数ではなく、最大公約数にまとめる =大同小異

つかうぞ！



※集中検討会プレゼン資料より抜粋

I. 百貨店流通ビジネスメッセージ標準化活動の概要 ～ビジネスプロセス～

■ 買取型ビジネスプロセスと消化型ビジネスプロセスについて、検討を進めた。

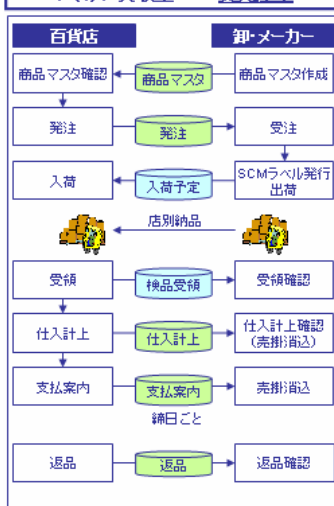
買取型ビジネスプロセス

- ◆ 買取型ビジネスプロセスとは、契約(発注)した商品を百貨店が仕入計上する取引形態のことを表す。
- ◆ 一般的には、百貨店が発注を行った商品に対して、卸・メーカーが商品を手配・出荷し、百貨店が検品し、仕入計上を行った時点で商品の所有権や在庫の管理責任が百貨店に移る。
- ◆ 返品条件付買取のように一旦百貨店が仕入・販売し、売れ残った商品については、一定の条件の元で返品が認められるような取引形態についても、買取型ビジネスプロセスの中で定義する。

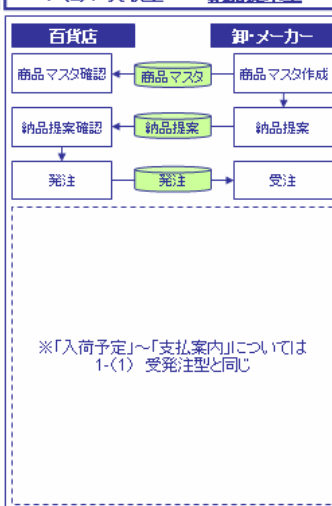
消化型ビジネスプロセス

- ◆ 消化型ビジネスプロセスとは、卸・メーカーの商品を百貨店が販売し、売上データに基づいて仕入・支払を行う取引形態のことを表す。
- ◆ 一般的には、売上発生時に初めて商品の所有権や管理責任が百貨店に移る。

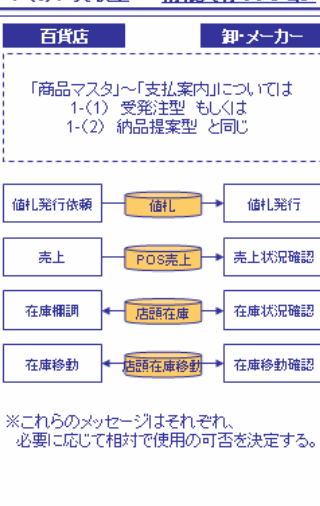
1-(1). 買取型 - 受発注型



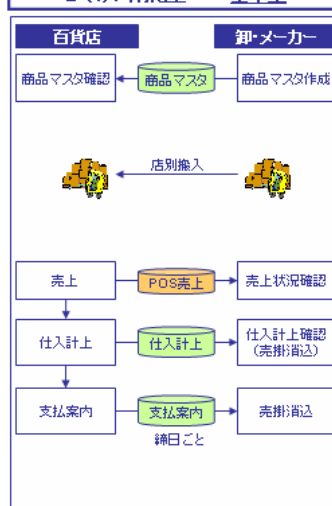
1-(2). 買取型 - 納品提案型



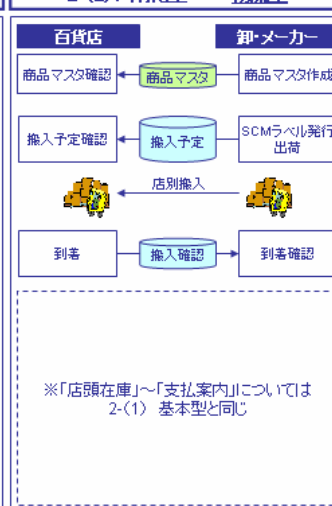
1-(3). 買取型 - 情報共有オプション



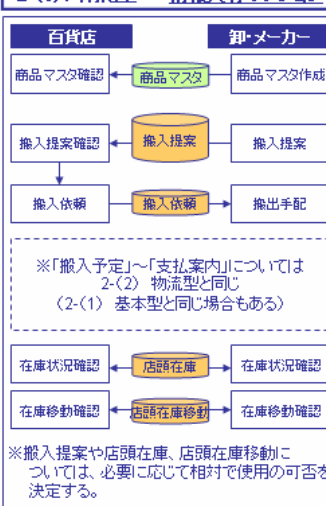
2-(1). 消化型 - 基本型



2-(2). 消化型 - 物流型








2-(3). 消化型 - 情報共有オプション



I. 百貨店流通ビジネスメッセージ標準化活動の概要 ～メッセージの検討～

- 「買取」「消化」で各社が現在使用している各メッセージ「**商品マスタ**」「**納品提案**」「**発注**」「**入荷予定**」「**納品数量**」「**検品受領**」「**POS単品売上**」「**支払案内**」「**店頭在庫**」「**店頭在庫移動**」「**返品**」「**返品受領**」について、集約案をとりまとめ、メールでの意見照会やワーキング、タスクフォースでの項目検討を進めた。

【Step1】各百貨店で使用している項目を整理し、以下のとおり色分け

・「必須」	⇒	必ず利用する項目	=	水色	
・「オプション」	⇒	一部の会社で利用する項目	=	ピンク	
・「要検討」	⇒	必要と思われるが、意味などの整理が必要な項目	=	黄色	
・「削除対象」	⇒	(一部個別に確認が必要だが)削除する予定の項目	=	緑	
・「不要」	⇒	不要と思われる項目	=	グレー	

【Step2】同じ意味で使用している項目を集約

■商品マスタ(メーカー→百貨店)									
No.	項目名	名寄せ用項目名	シンタックス	JABC	Lvl	PLU	M/D	属性	桁
4	メッセージ名	EDIメッセージID	JEDX08	○	1			必須	X
1	データ識別コード	EDIメッセージID2	CollaboAgent商品カタログ	○	1			必須	X
1	データ識別コード	EDIメッセージID2	CollaboAgent商品取引情報	○	1			必須	X
83	情報区分コード	EDIメッセージID2	CollaboAgent商品取引情報	○	1			必須	X
2	情報区分コード	EDIメッセージID2	eMP	○	1			必須	X
80	情報区分コード	EDIメッセージID2	JGRSnet通知・伊勢丹	○	1			必須	X
10	QRコード企業コード	QRコード企業コード	CollaboAgent商品取引情報	○	1			削除対象	X
6	QRコード企業コード	QRコード企業コード	CollaboAgent商品取引情報	○	1			削除対象	X
61	共通取引先コード	共通取引先コード	eMP・高島屋	○	1			削除対象	X
2	取引先口座	共通取引先コード	JGRSnet	○	1			削除対象	X
90	取引先企業識別管理コード	共通取引先コード	CollaboAgent商品取引情報	○	1			削除対象	X
5	受注企業コード	仕入企業コード	eMP	○	1			必須	X
7	受注企業コード	仕入企業コード	JEDX08	○	1			必須	X
4	受注企業コード1	仕入企業コード	CollaboAgent商品取引情報	○	1			削除対象	X
4	受注企業コード1	仕入企業コード	CollaboAgent商品取引情報	○	1			削除対象	X
1	製造元企業コード	製造元企業コード	CollaboAgent商品取引情報	○	1			オプション	X
1	送信相手先コード	送信相手先コード	JEDX08	○	1			必須	X
31	抽出開始日付	抽出開始日付	CollaboAgent商品取引情報	○	1			不要	X
1	訂正コード	訂正コード	CollaboAgent商品取引情報	○	1			必須	X
1	訂正コード	訂正コード	CollaboAgent商品取引情報	○	1			必須	X
8	訂正コード	訂正コード	eMP	○	1			必須	X
93	訂正コード	訂正コード	JGRSnet通知・伊勢丹	○	1			必須	X
5	アクション要求コード	訂正コード	JEDX08	○	1			必須	X
81	データ作成時刻	データ作成時刻	CollaboAgent商品取引情報	○	1			オプション	X
7	データ作成時刻	データ作成時刻	eMP	○	1			オプション	X
30	データ作成日	データ作成日	CollaboAgent商品取引情報	○	1			必須	X
80	データ作成日	データ作成日	CollaboAgent商品取引情報	○	1			必須	X

◆メールでの意見照会

項目をチェックして頂き、意見書の形式で送付

項目名	属性	必須	オプション	要検討	削除対象	不要
メッセージ名	X					
データ識別コード	X					
情報区分コード	X					
QRコード企業コード	X					
共通取引先コード	X					
取引先口座	X					
取引先企業識別管理コード	X					
受注企業コード	X					
受注企業コード1	X					
製造元企業コード	X					
送信相手先コード	X					
抽出開始日付	X					
訂正コード	X					
訂正コード1	X					
訂正コード2	X					
訂正コード3	X					
アクション要求コード	X					
データ作成時刻	X					
データ作成時刻1	X					
データ作成日	X					
データ作成日1	X					

◆タスクフォースでの検討

【10/26、11/7、11/29】
10:30～18:00 日本百貨店協会



Ⅱ. 百貨店流通ビジネスメッセージ標準化活動の成果 ～策定したメッセージ～

■本年度は、商品マスタ、納品提案、発注、入荷予定、検品受領のプロセスで必要となる、以下の15メッセージについて標準案を策定した。

※「仕入計上」、「POS売上」、「支払案内」などのメッセージについては、次年度以降、引き続き検討を進める予定。

買取型		消化型	
商品マスタ(カタログ・プロフィール)			
商品マスタ(PLU)			
商品マスタ(マークダウン)			
納品提案		搬入提案	
発注		搬入依頼	
入荷予定(梱包)		搬入予定(梱包)	
入荷予定(伝票)		搬入予定(伝票)	
検品受領(梱包)		搬入確認(梱包)	
検品受領(伝票)		搬入確認(伝票)	
コードリスト(案)			

Ⅱ. 百貨店流通ビジネスメッセージ標準化活動の成果 ～策定したメッセージ～

■ 検討開始時点での項目数と、百貨店流通ビジネスメッセージ標準の項目数の比較を以下に記載する。

メッセージ名	検討開始時点の項目数	百貨店流通ビジネスメッセージ標準の項目数
商品マスタ	300	94
納品提案	56	52
発注	151	71
入荷予定	81	46
検品受領	60	32



Ⅲ. 百貨店流通ビジネスメッセージ標準化活動 ～今後のロードマップ～

■ 百貨店流通ビジネスメッセージ標準化活動において、次年度は引き続き、残りのメッセージの検討を進めると共に、電子タグとの融合や、対応商材の拡大についても視野に入れて、事業提案を進めている。

