

流通BMSの導入事例



2008 年11月27日
(株)平和堂 情報管理部
中島 勝



1. 平和堂のご紹介

2. 標準化活動の取組み

3. 流通BMSの導入

4. 流通BMSの期待効果と拡大計画

会社概要

■設立	昭和32年6月18日
■代表者	代表取締役社長 夏原平和
■資本金	116億1437万円(平成20年2月20日現在)
■所在地	滋賀県彦根市小泉町31
■株式上場	東京・大阪証券取引所一部
■業務内容	食料品・衣料品・住居関連品等の総合小売業
■事業所	店舗104店(滋賀68、福井5、石川5、富山2、京都14、大阪9、兵庫1) 本部 多賀流通センター
■主要関連	(株)エール 総合小売業 (株)平和堂東海 総合小売業 (株)ファイブスター ファミリーレストラン「ココス」経営 回転寿司「海座」経営 ファミリーダイニング「にぎわいダイニングいちおし や伝五郎」経営 (株)ユーイング アミューズメントの運営、飲食店等の経営 (株)シー・オー・エム ケンタッキーフライドチキンのチェーン店経営 (株)ダイレクトショップ 書籍・CD・DVDの販売、ビデオ・CD・DVDのレンタル業 (株)ベストーネ 食料品の製造・調理加工及び販売 (株)ナショナルメンテナンス ビル総合管理業務・ファシリティマネジメント・人材派遣業 湖南平和堂実業有限公司 中国湖南省 総合小売業

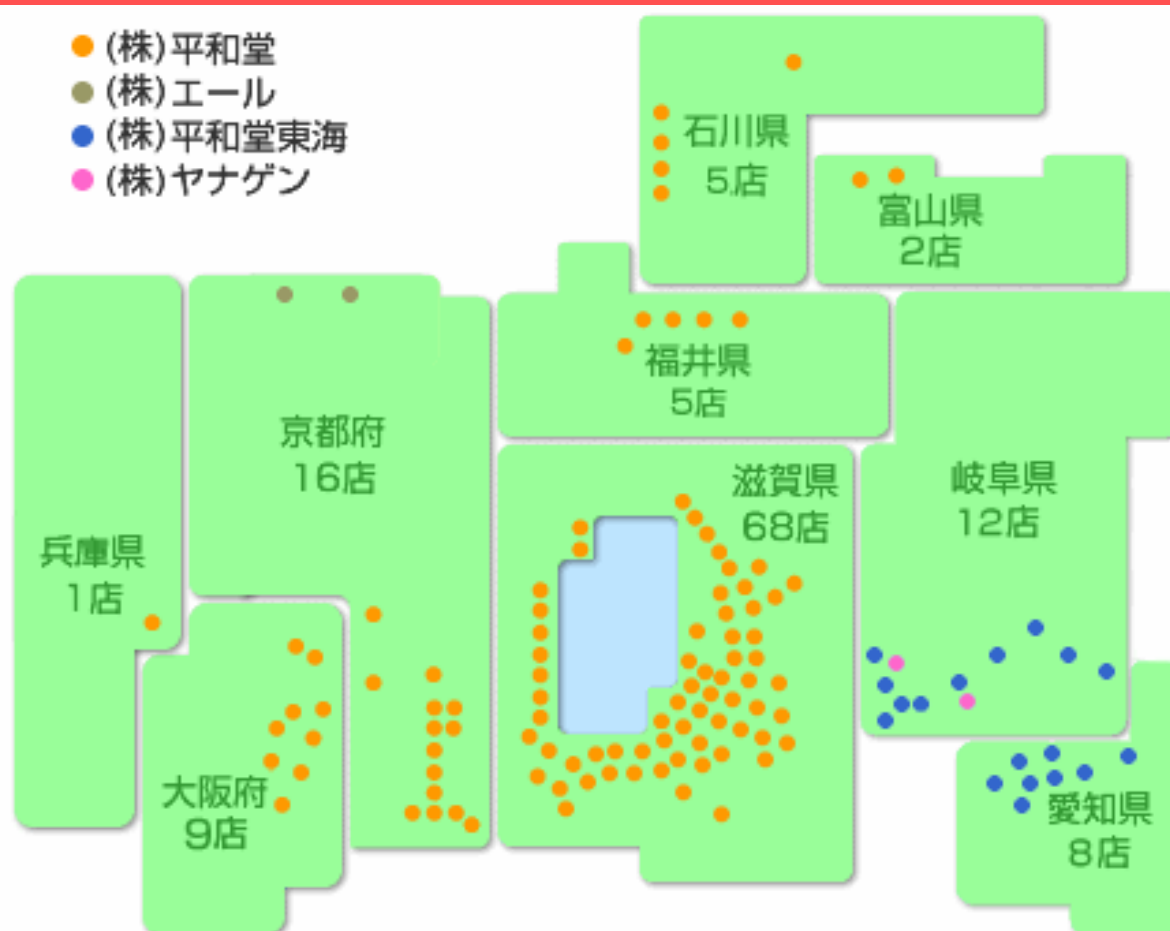


本社 彦根市

ファミリー・レストラン
COCO'S

他11社

出店エリアと営業概況



■ 業績
 (平成20年2月期)

(単位:百万円)

	営業収益	営業利益	経常利益	当期純利益
連結	420,997	13,640	13,951	6,298
単体	358,879	11,207	11,974	5,183

大型GMS



中型店



小型SM



湖南平和堂(本店)



開店: 1998年11月 営業面積 47,395㎡

商業ビル:77,679㎡ オフィスビル:33,540㎡
計111,249㎡ 建物構造 地上28階 地下3階
店舗は地下1階～地上7階、地下2,3階 駐車場
(地上8階以上はオフィスビル)

湖南平和堂(東塘店)



開店: 2007年9月 営業面積 33,904㎡

建物構造 地上27階 地下4階
店舗は地下2階～地上6階、地下3, 4階は駐車場
(7階以上はツインタワーマンション) ‘とんたんてん’

2. 標準化活動の取組み

小売の実務担当者が集まり、標準化の作業を進めた

小売企業10数社のEDI項目
(現行JCA-EDIデータ-)

検討の叩き台

EDIメッセージ・標準化作業シート

次世代EDI標準メッセージ案

複数小売 + 卸による実証

標準化作業の合意事項

- 現行業務を担保する事
- 各社固有のシステムを主張しない事

メーカー様・卸様等の
意見・要望



卸
・
メーカー

EDIメッセージ

通信インフラ

取引業務プロセス（メッセージ種）

データ項目

コード（GTIN、GLN）

データ表現形式（例：XML）

通信手順（例：ebXML、AS2等の通信プロトコル）

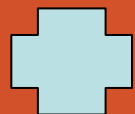
通信基盤（インターネット TCP/IP）

小
売

共通基盤はデファクトスタンダードの中から選択

合同情報システム委員会

日本チェーンストア協会



日本スーパーマーケット協会

小売の実務担当者が集まり、各社の項目を整理

2005年 代表企業 12社**2006年** 代表企業 18社**2007年** 小売4社 + 卸9社 共同実証 BMS 1.0**●2008年** 小売7社 + 卸 + パ°ル・生鮮数社 共同実証

参加メンバー企業一覧

◎小売業

- | | | |
|----------------|----------|----------|
| ・ ㈱アークス | ・ イオン㈱ | ・ イズミヤ㈱ |
| ・ ㈱イトーヨーカ堂 | ・ ㈱近商ストア | ・ サミット㈱ |
| ・ シートゥーネットワーク㈱ | ・ ㈱西友 | ・ 全日本食品㈱ |
| ・ ㈱ダイエー | ・ ㈱東急ストア | ・ ㈱ハローズ |
| ・ ㈱平和堂 | ・ ㈱マルアイ | ・ ㈱マルイ |
| ・ ㈱マルエツ | ・ ㈱ヤオコー | ・ ユニー㈱ |
| ・ ㈱ライフコーポレーション | | |

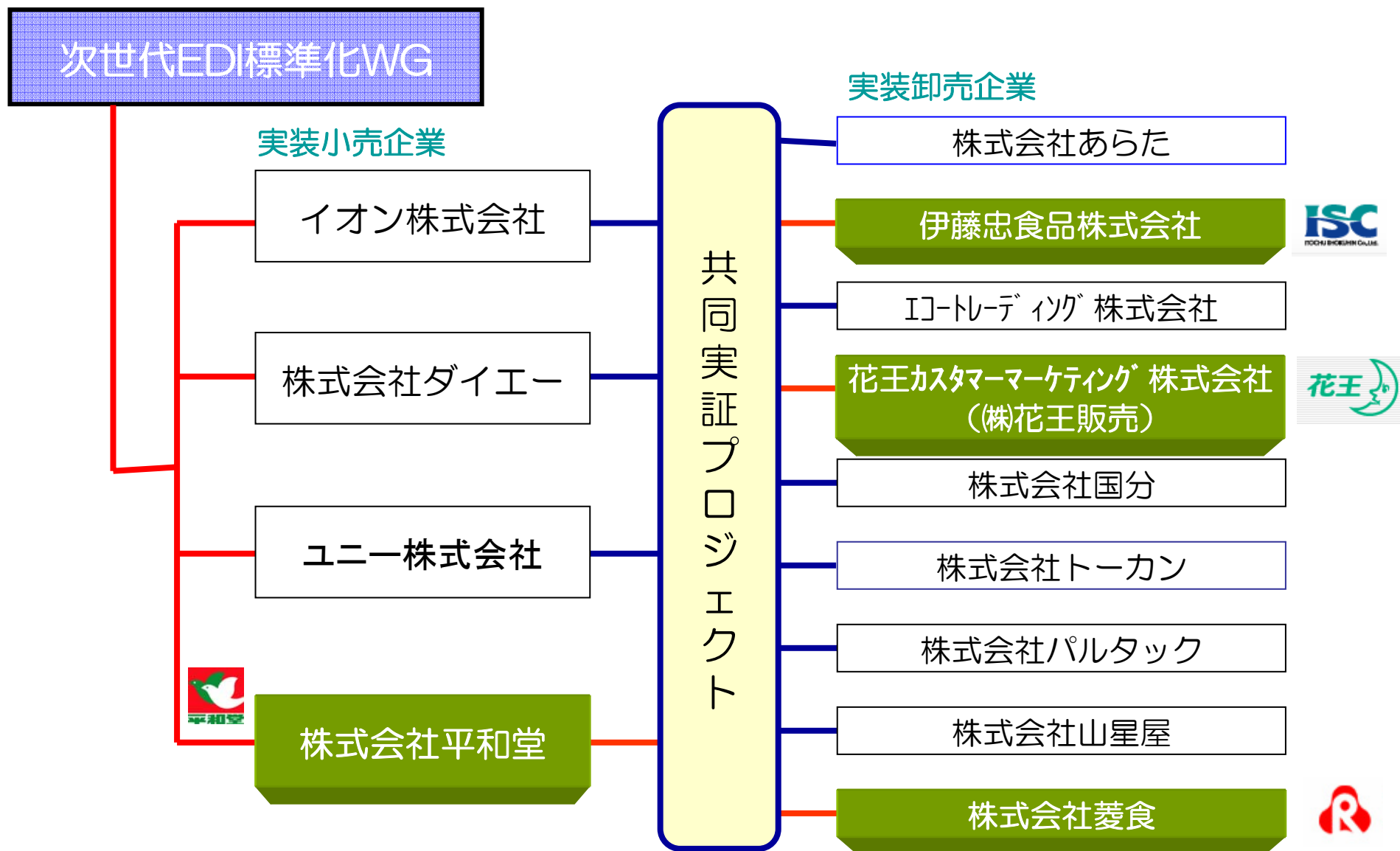
◎卸売業

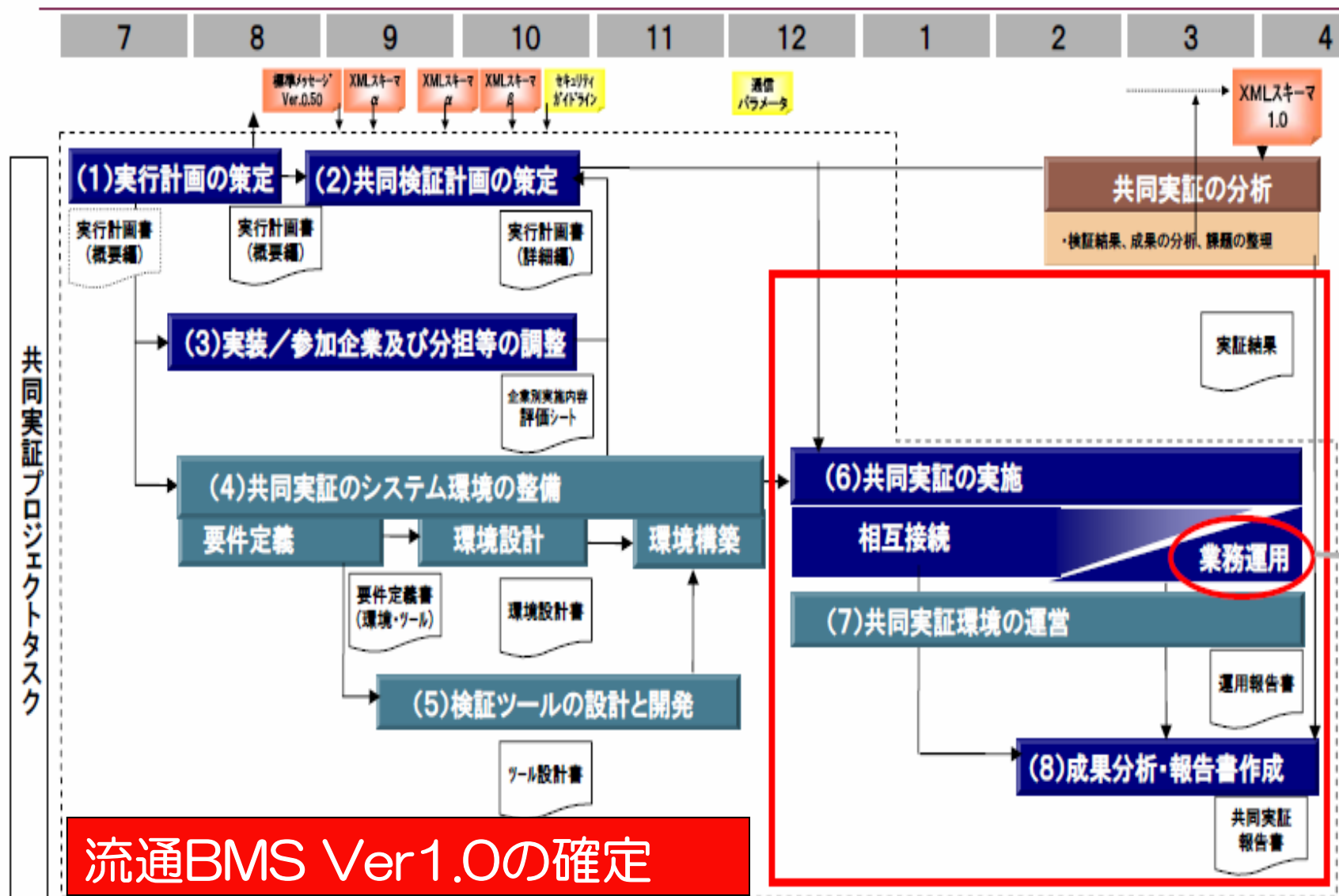
- | | |
|---------------------|----------|
| ・ ㈱あらた | ・ 伊藤忠食品㈱ |
| ・ 花王カスタマーマーケティング（株） | ・ 国分㈱ |
| ・ ㈱トーカン | ・ ㈱バルタック |
| ・ ㈱菱食 | ・ ㈱山星屋 |

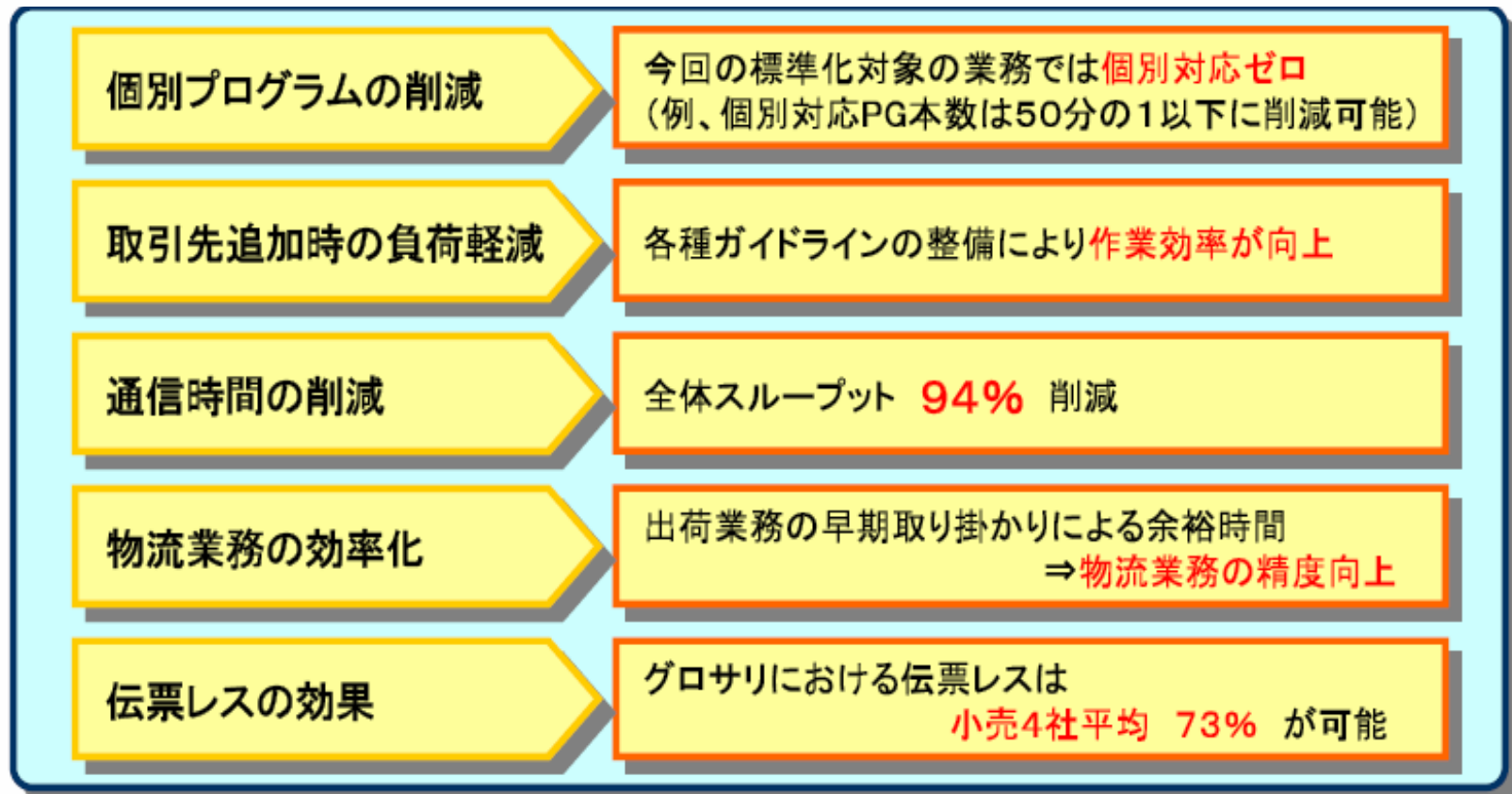
◎アパレル産業協会を中心としたアパレル企業

◎生鮮分野(青果・食肉・水産)の生産者・卸・仲卸代表事業者

2007年 共同実証プロジェクト体制図







流通ビジネスメッセージは使える事が実証された!!

- ◆実装企業13社は、現行業務を担保しながら本番運用を開始。
⇒今回の流通ビジネスメッセージ標準は、
実用に値するものであることが証明された。
- ◆今回対象範囲の業務における個別対応は減少した。
⇒流通ビジネスメッセージ標準の採用による効果が実証できた。

個別対応の変化

業務	増えた	変化なし	減った	回答数
発注	0社	0社	12社	12社
出荷	0社	0社	9社	9社

流通ビジネスメッセージ標準を採用することで、
現行業務を担保しながら、個別対応を減少させることが可能。
⇒取引先追加時の工数は減少する

小売全社が「流通ビジネスメッセージ標準」に移行した場合の
卸企業のシステム資源変化予測

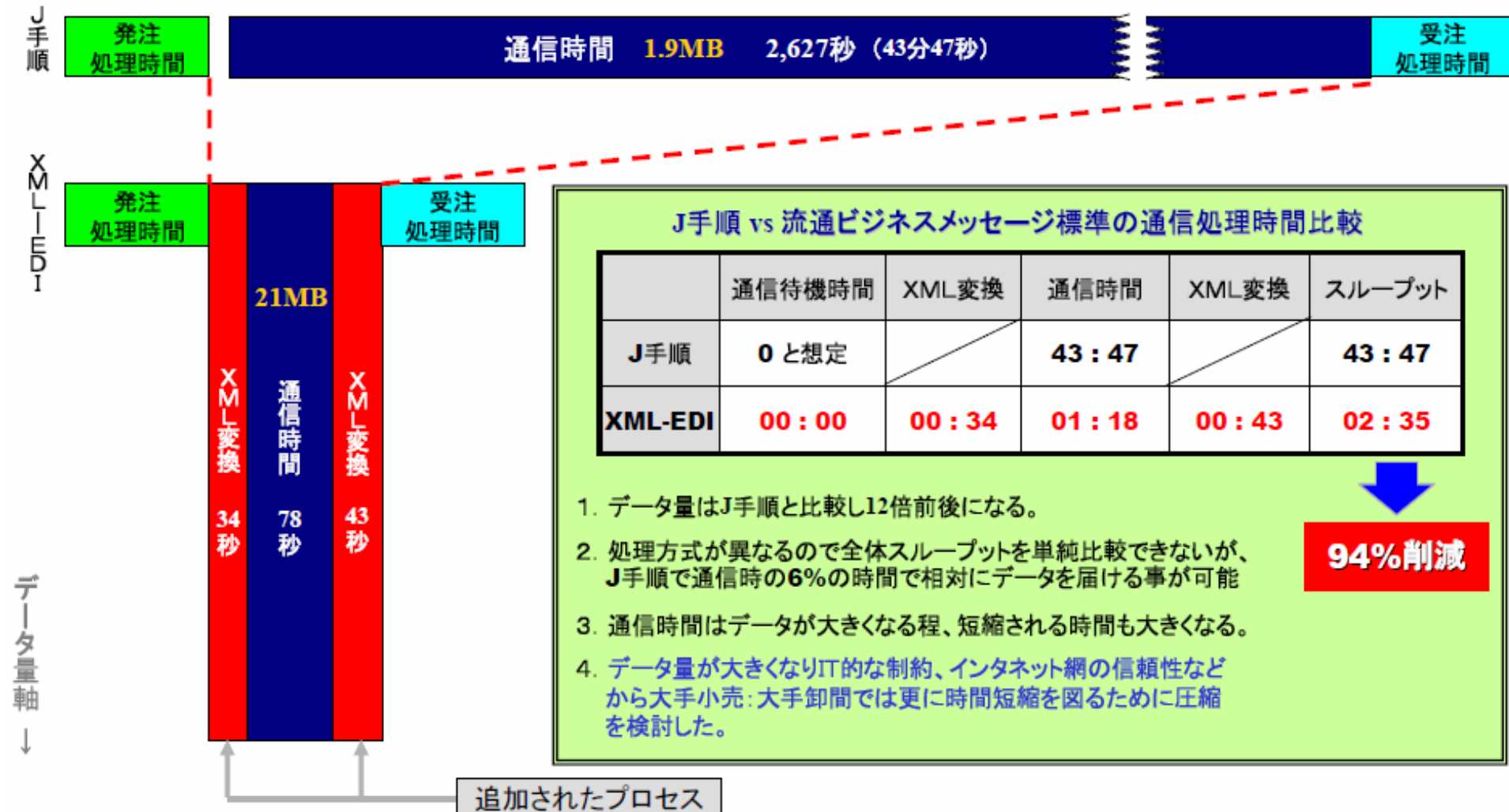
＜前提条件：完全移行したらの試算＞

	A 卸 企 業	B 卸 企 業
個別対応 プログラム本数	5,000本以上 ⇒ 100本以下	約700本 ⇒ 1本
個別マスタ項目	10以上 ⇒ 5以下	—
個別テーブル	30以上 ⇒ 10以下	約20 ⇒ 1

- ◆ 個別対応プログラム本数は**50分1以下**に削減が可能
- ◆ 個別マスタ・テーブルは**5分1以下**に削減が可能

事例：発注データ 19,260件をJ手順と流通ビジネスメッセージ標準データとしてXML変換しデータ交換した場合の比較

時間軸 →



1. 新旧の同一データサイズ比較

	測定結果			ご参考情報		
	データサイズ		倍率	明細行	伝票枚数	トランザクション件数 (伝票枚数/月)
	従来EDI (KB) (1伝票当り)	新規EDI (KB) (1メッセージ当り)				
発注	282	3,390	12.0	1,330	270	42,833
出荷	384	4,476	11.6	444	1,026	49,731
受領	352	5,776	16.4	46	15	39,400

データサイズは
12~16倍

2. 各社データ ⇔ XML 変換時間 (単位: 秒)

小売	変換パターン	10,000明細当り
発注	自社フォーマット ⇒ XML	25.9
受領		21.1
支払		10.6
出荷	XML ⇒ 自社フォーマット	48.3
請求		34.8

卸	変換パターン	10,000明細当り
発注	XML ⇒ 自社フォーマット	56.7
受領		65.4
支払		31.4
出荷	自社フォーマット ⇒ XML	102.8
請求		7.0

10,000明細当り
82.6
86.5
42.0
151.1
41.8

処理時間増
40~150秒

3. 新旧の同一データ通信時間比較

	C社	C社	D社	E社	E社	E社	F社	平均
従来回線速度 (Kbps)	9.6	9.6	64.0	9.6	9.6	9.6	9.6	
従来通信時間 (s)	2,016	1,707	300	1,739	299	1,245	1,200	
今回通信時間 (s)	40	42	10	53	10	27	30	
通信時間比較 (新規EDI ÷ 既存EDI)	2.0%	2.5%	3.3%	3.0%	3.3%	2.2%	2.5%	2.7%
通信時間削減率	96.7%	97.5%	96.7%	97.0%	96.7%	97.8%	97.5%	97.1%

データ・処理増でも
全体スループットは
94%削減

事例: 発注データ 4,638件をJ手順と流通ビジネスメッセージ標準データとしてXML変換しデータ交換した場合の比較

590KB
INS-C 9.6K

J手順 vs BMSの通信処理時間比較

	通信待機時間	XML変換	通信時間	XML変換	スループット
J手順	38 : 00		14 : 08		52 : 08
XML-EDI	00 : 00	00 : 33	00 : 51	Jも必要	01 : 24

97.3%削減

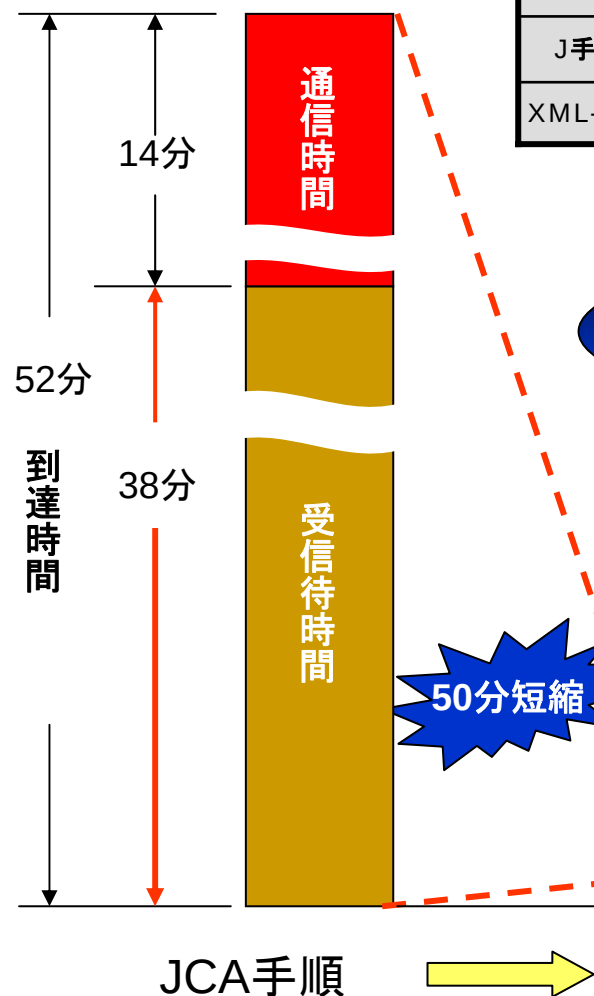
※ 当社での通信最長取引先は50分。実例からは3分程度に短縮試算

14分が1分以内へ大きな通信時間短縮効果ですが、一番大きい効果は、最終到達時間が50分強短縮された事です！

PUSH型にて小売の送信完了で即取引先様は待時間しで取出せる。

	発注 時間	処理時間	取引先取出し
従来JCA	12:10 発	→ 12:10~30分	→ 13:20~40分
新BMS	12:10 発	→ 12:30完了	→ 12:31~40分

配信全て完了



送信時間 51秒
XML変換 33秒

取引先への実質到達時間は51秒

1.6%の時間に短縮

◆小売 カテゴリ別導入効果(4社平均)

【グロサリ】

手書き伝票	178,033 枚/月
システム発注分	1,419,294 枚/月
伝票レス伝票	1,172,965 枚/月
伝票レス比率	73.3%

【アパレル】

手書き伝票	90,306 枚/月
システム発注分	1,466,571 枚/月
伝票レス伝票	1,075,253 枚/月
伝票レス比率	72.9%

【生 鮮】

手書き伝票	532,091 枚/月
システム発注分	1,765,319 枚/月
伝票レス伝票	1,643,574 枚/月
伝票レス比率	63.8%

●小売メリット⇒処理費用(※)、保管のコスト削減

●卸メリット⇒伝票代、処理費用(※)、伝票印字、ハード、プログラム開発のコスト削減

(※)処理費用とは、パンチ代やその他人件費、伝票処理に関わる費用(受領書の処理など)

小売・卸双方の業界全体で莫大な省資源化、コスト低減への期待

共同実証の
目的

1. 平成19年度策定のメッセージ・スキーマの精度向上
2. 流通ビジネスメッセージ標準の商材拡大検証
3. 普及・拡大に向けたインフラ課題解決

小 売

イオン株式会社
イズミヤ株式会社
株式会社近商ストア
株式会社シジシージャパン
株式会社ダイエー
● 株式会社平和堂
ユニー株式会社

共
同
実
証

伊藤ハム株式会社

生 鮮

JA全農ミートフーズ株式会社

スターゼン株式会社

日本ハム株式会社

アツギ株式会社

アパレル

ゲンゼ株式会社

クロスプラス株式会社

トリンプ・インターナショナル・ジャパン株式会社

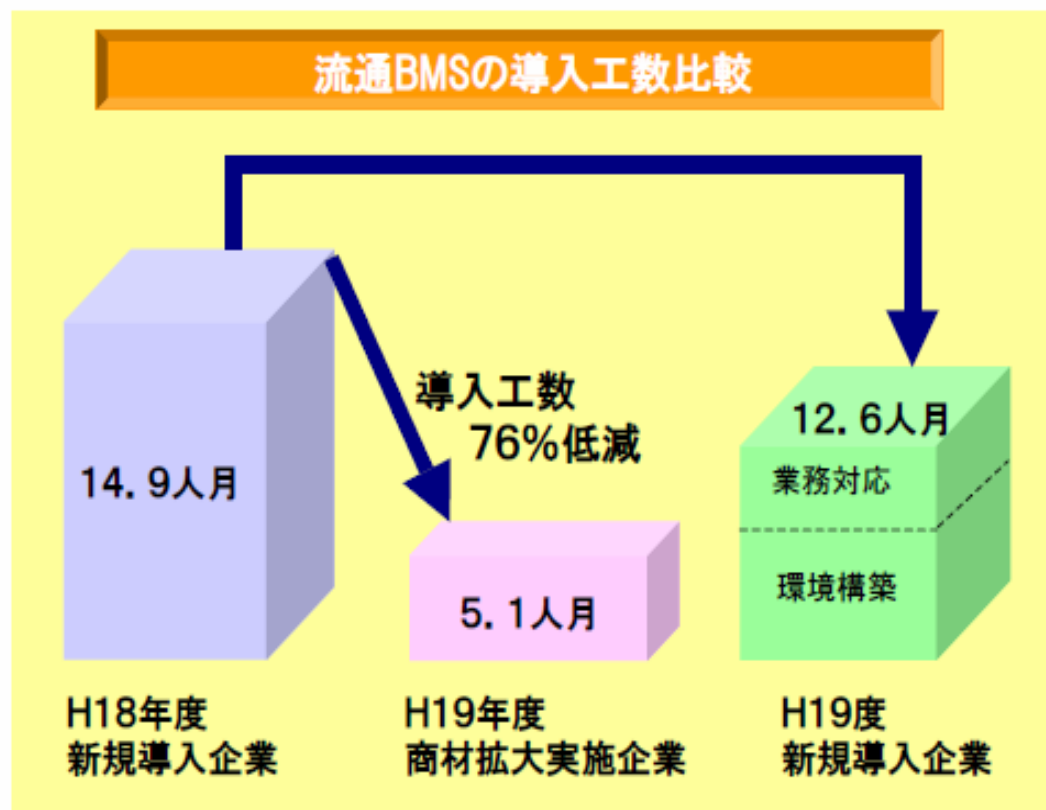
● 株式会社ルシアン

株式会社ワコール

共同実証の
前提条件

	《アパレル》	《生鮮》
商品カテゴリ	衣料品	食肉、青果、水産物
業務	6業務+値札	6業務+集計表作成データ
メッセージ・スキーマ	基本形 Ver1.1	生鮮 Ver1.0
接続形態	N対N(小売対卸)マルチベンダ環境	N対N(小売対卸)マルチベンダ環境
プロトコル	ebXML MS,JX手順、AS2	ebXML MS,JX手順、AS2

◆商材拡大時は、導入にかかる負荷を大幅に低減できる。



- 流通BMSを初めて実装する場合は、流通BMSの仕様理解や環境構築等に工数や費用がかかる。
- しかし、H18年度に流通BMSを新規導入した企業が、H19年度に商材拡大(対象業務プロセスの追加や取引先追加等)を実施した際の工数は5人月程度であり、初期工数の1/3程度で対応できている。これらの工数は、業務プロセスの追加に伴うバックエンドシステムの改修工数である。
- H19年度に流通BMSを新規導入した企業は、H18年度に実装した企業に比べると、1割程度短い期間で対応できている。これは、実装面での情報が各種ガイドラインなどにより整備されたことも一つの要因と考えられる。

※導入工数とは、相対調整、基本設計、設計、開発、テスト、運用テスト、移行作業、本番切替の工数。

※導入形態やシステム改修範囲により、導入工数、特に、開発工数は大きく違う。

◆商材拡大時だけでなく、新規導入でも相対企業が導入済なら、
負荷は大幅に低減できる。
⇒流通BMSは、導入が拡大するほど、導入負荷が低減できる。

◆実装企業の工程別工数事例は以下の通りである。(単位:人月)

対象工程:

相対調整

基本設計

設計

開発

テスト

運用テスト

移行作業

本番切替

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 (工数:人月)

小売
A社



5.2人月

小売
B社



5.9人月

小売
C社



14.7人月

卸
D社



7.5人月

卸
E社



2.9人月

平成19年度の共同実証評価結果は・・・

平成18年度の共同実証で得られた評価

さらに、平成19年度の共同実証で得られた評価

メッセージ精度の確保

①

- ◆共同マッピング作業にて、項目の充足度を確認できた
- ◆複数商品カテゴリ（グロサリ、アパレル、生鮮）での共同実証を通して、メッセージの有効性を確認した

インフラ課題の解決

②

- ◆明確になっていなかったインフラ面での課題は、ルール決めや推奨案を策定することで解決した
- ◆検討結果は各種ガイドラインや流通BMS協定シートに反映させた
- ◆証明書運用などは、課題事項が明確化され、継続検討の予定

商材拡大への手応え

③

- ◆複数カテゴリでの共同実証を通して、大きな負荷もなく商材拡大が可能であることを確認した

流通BMSの普及拡大へ大きな確信を得られた

■メッセージ精度の確保

●メッセージ項目の充足度と業務プロセス適合度

- ・メッセージ項目の必須／任意区分、及びコードリスト体系に対し、変更要求はなく業務に適合することが実証された。

●メッセージの有効性、業務改善効果

- ・複数商品カテゴリ(グロサリ、アパレル、生鮮)での共同実証を通して、メッセージの有効性が実証された。
- ・不定貫商材においても、標準化されたビジネスモデルに対応できることが実証されたため、完全移行後はEOS比率が大きく向上することが見込まれる。
- ・業務プロセスごとの送受信時間短縮により、物流業務などの作業効率化が図れる。
- ・GLNを標準コードとして採用する企業が増えてきている。

■流通BMSを導入することで、物流業務における作業効率化やEOS比率の向上などの業務改善効果が期待できる。

■インフラ課題の解決

●ガイドライン類の整備

- ・これまで曖昧だったインフラ面における問題が解決され、各種ガイドラインやツールの精度が向上したことで、実装時の作業負荷は低減された。

●システム面での効果

- ・一度流通BMSの環境を構築した後は、取引先や対象商材を追加をする場合でも、運用を変えずに対応することができる。
- ・サーバ型の場合：PULL型からPUSH型への変更に伴い、データ処理方法などの運用が変わる。
- ・クライアント型の場合：既存手順と同様PULL型のため運用形態に大きな変化は無い。

●証明書運用

- ・今後の普及拡大に向けて証明書の切替運用は負荷が大きくなることが想定されるので、平成20年度の継続検討課題とした。

■初期導入時のサポート情報は整備された。システム運用面での課題は明確化されており、早期の解決が必要である。

■ 商材拡大への手応え

● 複数商材での実証

- ・同じメッセージで複数商材(グロサリ、アパレル、生鮮)の対応が可能であることが実証された。
- ・対象商材の追加や取引先を追加する場合でも、大きな負荷なく対応することができた。

● コスト面での効果

- ・メッセージ項目やインフラ基盤の共通化により個別対応が減るため、取引先追加時の仕様確認等の工数は削減された。
- ・一度流通BMSを実装した後は、取引先や対象商材を追加する場合の作業負荷を1/2~1/3程度に低減できた。
- ・完全移行後には、個別対応プログラム削減等によるコスト削減が想定できる。

■ 一度流通BMSの環境を構築すれば、商材拡大時には大きな負荷なく展開できる。

■ 流通BMSへの完全移行後には、個別対応プログラムの削減や通信費用の削減等のコスト削減が見込まれる。

メッセージ
精度

メッセージ／プロセスの適合度

商材拡大時にも、Ver1.0の基本プロセスが適用できた。

新規メッセージの適合度

一部、チェンジリクエストで対応。それ以外は、メッセージ項目に過不足はなく、業務に適合することが実証された

インフラ
課題

導入サポート

各種ガイドラインが整備されてきたことで、実装時の負荷は低減されている

商材拡大

商材拡大時の負荷

初期導入時に比べ、商材の拡大時は、期間、工数とも低減できた
(例: H18年度14.9人月⇒H19年度5.1人月)

EOS比率

生鮮においてはEOS比率が向上し、業務効率の改善が見込まれる
(例: 流通BMSに完全移行すれば 0%⇒80%に向上)

◆流通BMS Ver1.0の精度が高いことが証明された

◆商材拡大時の導入負荷は大幅に軽減できることが実証された

⇒ 普及拡大に向けた展開ができる！

残るJCAからの全面置換え環境の整備

1. 共通検討課題

- | | |
|------------|----------------|
| ①商品マスター項目 | ④中小企業向けEDI普及 |
| ②POS情報標準化 | ⑤伝票レス |
| ③発注予定メッセージ | ⑥個別フォーマットEDI標準 |

1-1 卸関連

預りDCメッセージ関連

1-2 パパル関連

- ・納品提案
- ・消化取引関連

1-3 生鮮関連

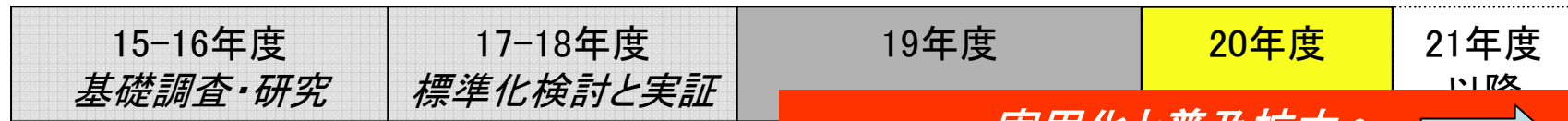
- ・標準商品コード
- ・生鮮3分野標準

2. 物流標準レベルの適用

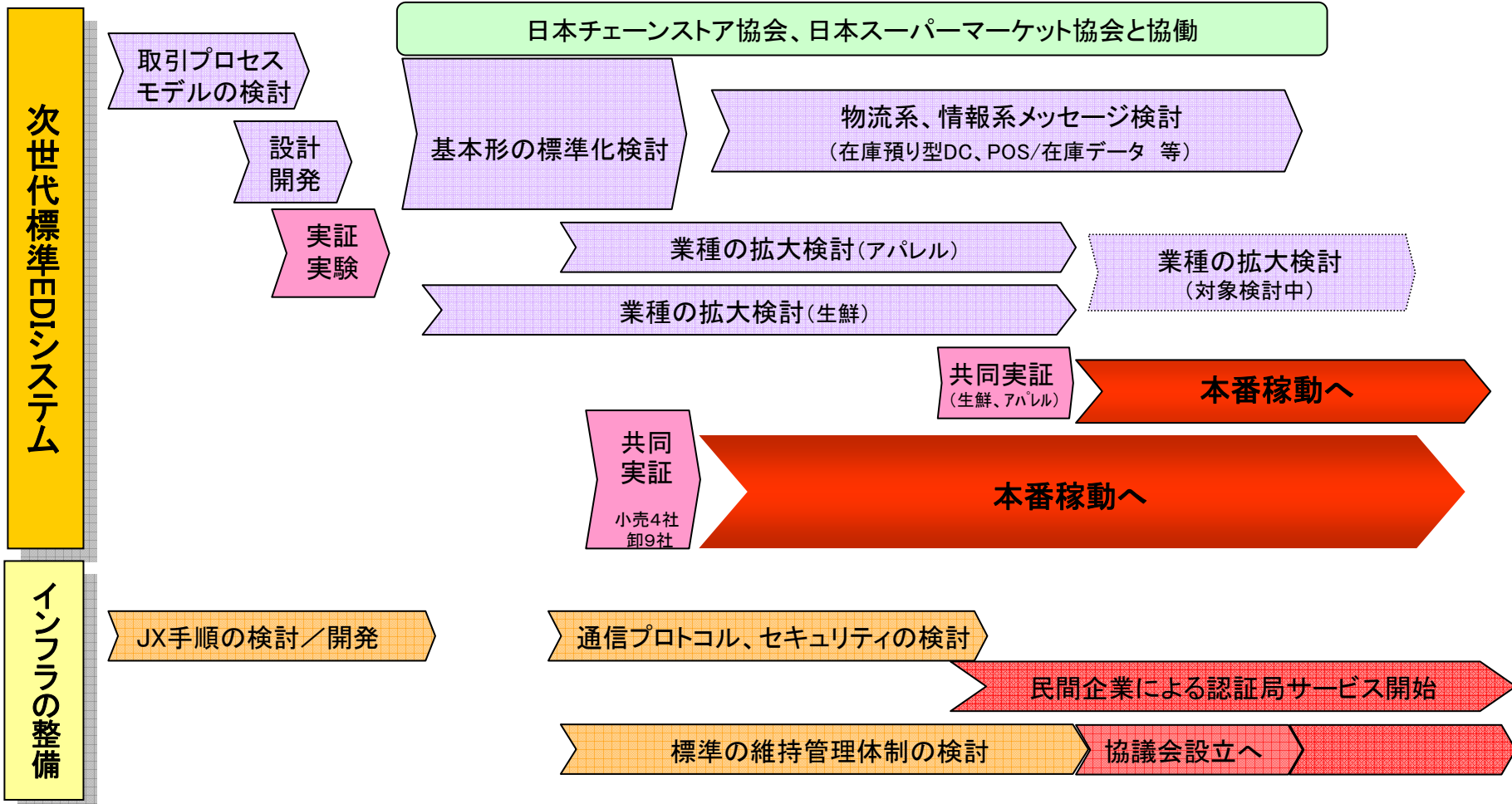
3. 各業界間調整



変更要求方式の確立

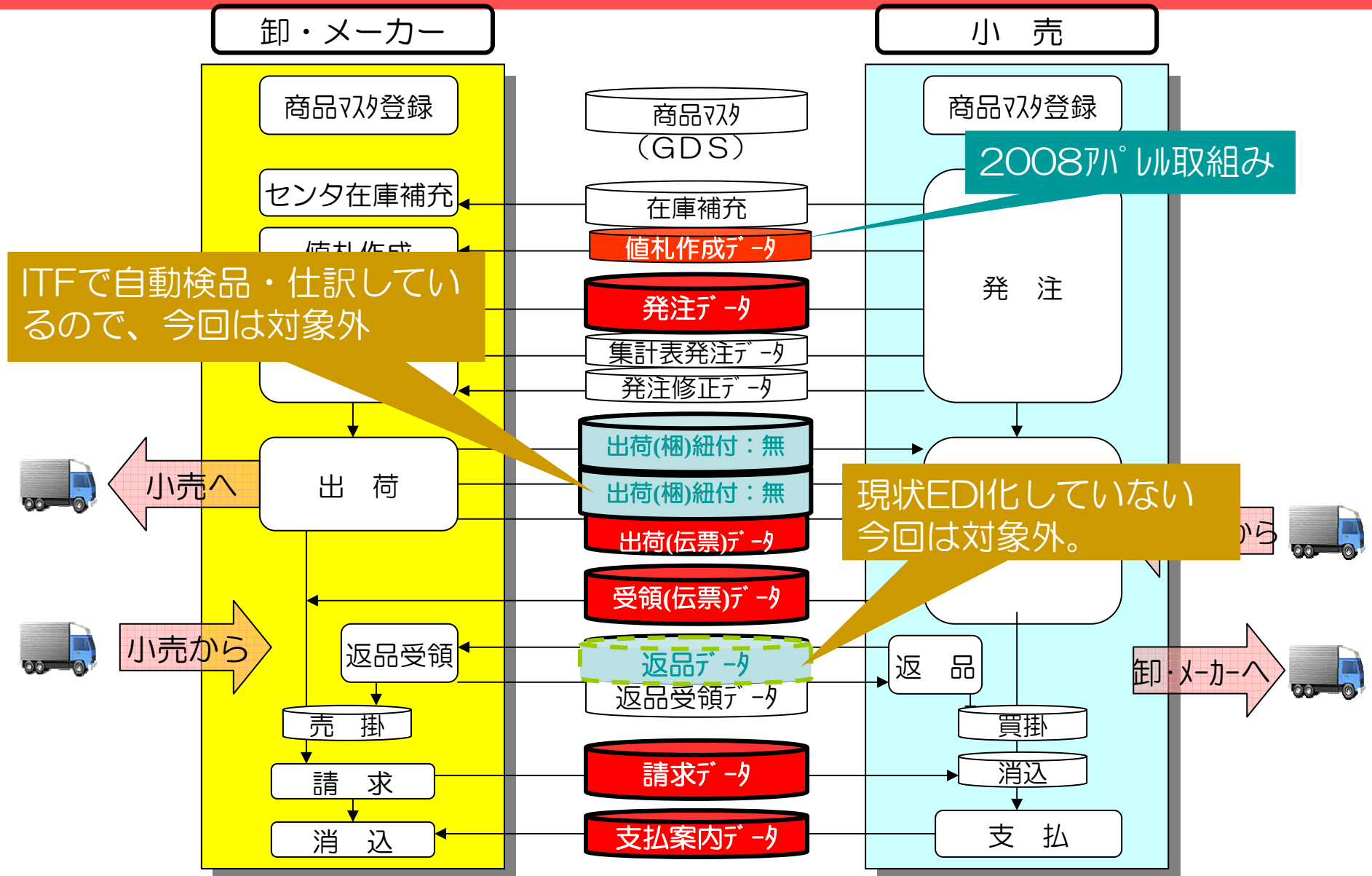


実用化と普及拡大へ

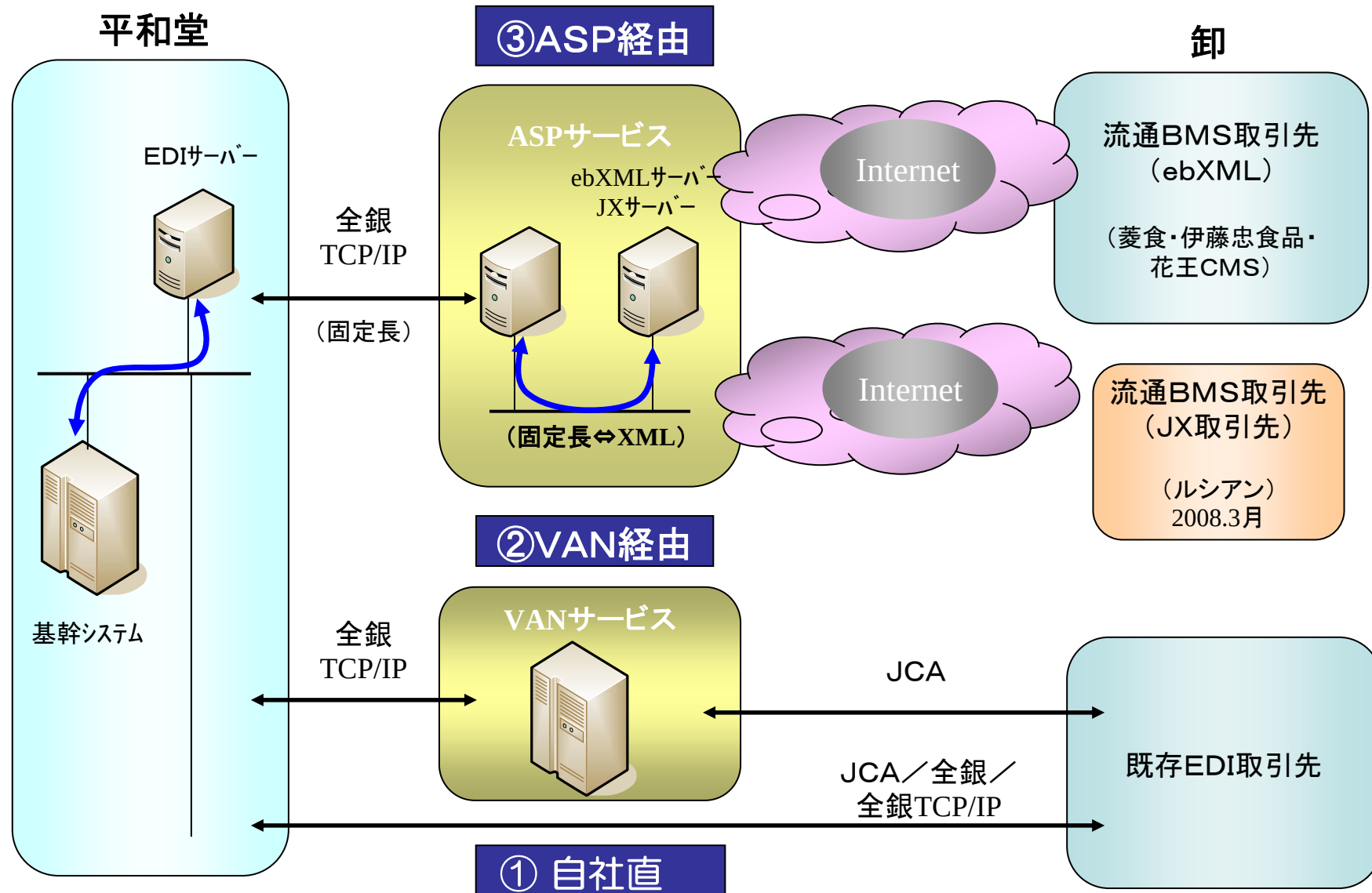


3. 標準BMS導入の取組み

6業務・8メッセージを標準化



平和堂の3つのEDI方式とBMS接続形態



1. 既存メッセージと流通BMSのマッピング、コード変換表作成
2. 流通BMSと「伝票」「SCMラベル」の印字仕様の作成
3. 接続仕様の作成
4. 既存EDI ⇒ 流通BMS 切替手順の作成
5. テスト仕様の作成
6. テスト、併行稼動
7. 本番稼動

＜参考＞ マッピングシート(記入サンプル)

番号	分類	名称(登録項目)	名称(登録項目)	名称(登録項目)	必須/任意	タイプ	桁数	単位	数値	小数	コード	利用 有無	現行の項目名	サンプル 値	X 項目 属性	項目利用方法の記入欄	新規の項目利用方法	現行の項目利用方法
SBDH																		
0	データ型	テスト区分	StandardBusinessDocumentHeader/BusinessScope/Scope	必須	数字		1		O	F	O	O	-	0 (本番)	1桁			
2	データ型	メッセージ種別	StandardBusinessDocumentHeader/DocumentIdentification/Type	必須	英数		3		O	F	O	O	データ種別	010 (現行)	3桁			現行フォーマットの桁数は2桁
3	データ型	データ作成日	StandardBusinessDocumentHeader/DocumentIdentification/CreationDateAndTime	必須	数字		8		O	F		O	発注日付	20060710	8桁			現行フォーマットの桁数は8桁
4	データ型	データ作成時刻	StandardBusinessDocumentHeader/DocumentIdentification/CreationDateAndTime	必須	数字		6		O	F		O	発注時刻	091055	6桁			
8	登録入力/小売	データ送信元	StandardBusinessDocumentHeader/Sender/Identifier	必須	英数		8		O	F		O	データ送信元	81300000	MAX13桁	X	現行の項目利用方法を参照し、MAX13桁を確保し、左端0を付す。	
40	登録入力/小売	登録会社番号	StandardBusinessDocumentHeader/BusinessScope	必須	英数		8		O	F		O	登録会社番号	80400600	MAX13桁	X	現行の項目利用方法を参照し、MAX13桁を確保し、左端0を付す。	
流通BMS																		
流通BMSの項目一覧																		
11	登録入力/小売	発注品コード		必須	数字		MAX13		O	DH		O	-	001	3桁			
12	登録入力/小売	発注品区分		必須	数字		MAX13		O	DH		O	-	0	1桁	必須	O	現行
		＜発注品＞																
14	登録入力/小売	発注品コード		必須	数字		MAX13		O	DH		O	-	001	3桁			
15	登録入力/小売	発注品区分		必須	数字		MAX13		O	DH		O	-	0	1桁	必須	O	現行
16	登録入力/小売	発注品名称		任意	文字		MAX20		O	DH		O	-	XXX株式会社	7桁			
17	登録入力/小売	発注品能力		任意	文字 (半角カナ)		MAX20		O	DH		O	-	XXXXX	5桁			
		＜発注品＞																
80	番号	取引番号 (発注・受発)		必須	数字		MAX10		O	DH		O	発注番号+O/D	1234560	7桁	発注番号 (8桁) +O/D (1桁)		発注の場合作業番号の上6桁 (O/D不要)
80	番号	取引番号		任意	数字		MAX10		O	DH		X						
		＜登録会社番号＞																
18	登録入力/小売	商品コード		任意	数字		MAX13		O	DH		O	商品コード or 品コード	030	3桁	セブシの商品は「購入セブシコード」を、 西武の商品は「品コード」を指定		
19	登録入力/小売	商品区分		任意	数字		MAX13		O	DH		O	-	0	1桁	必須	O	現行
20	登録入力/小売	商品名称		任意	文字		MAX20		O	DH		O	-	平型白米	MAX10桁			

対応付け

流通BMSに対応する項目一覧

- ・流通BMSで定義されている項目が現行のJCA等で利用しているどの項目に対応するのかを記入します。
- ・小売/卸間での問合せ作業を軽減するためにも、サンプル値や項目利用方法欄の記入が重要です。

＜参考＞ 共通確認シート（設定サンプル）

NO	分類	項目	確認内容
1	対象メッセージ	メッセージバージョン	☒ 次世代EDI Ver1.0 ☐ 個別仕様
2		適用業務（メッセージ種）	☒ 発注 ☒ 出荷伝票 ☒ 出荷梱包(有) ☐ 出荷梱包(無) ☒ 受領 ☒ 返品 ☒ 請求 ☒ 支払
3		対象業務フロー	☒ 添付ファイル有り ※システムの範囲がわかる業務フロー、データフロー
4		対象となるデータ	☒ 定番 ☒ 特売 ☒ 新店 ☐ 不定貴商品 ☐ その他
5		取引先コード	(xxxxxx) ※複数ある場合は別紙
6		コードリスト新旧対応表	☒ 添付ファイル有り 別紙
7	帳票類	持込帳票（納品時提出物）	(北海道RDC：欠品リスト、マテハン貸出票、手書き・タイプ用仕入伝票)
8		手書き伝票の扱い	電話受注分も伝票レス運用とするのか？ ☐ Yes ☒ No ☐ ASNに含める ☒ ASNに含めない(伝票取引)
9		伝票ラベルマッピングを添付	☒ 添付ファイル有り ※新旧の項目ごとの対応内容
10		ラベル種類	(SCMラベルA-1 DG用)
11		ラベルマッピングを添付	☒ 添付ファイル有り ※新旧の項目ごとの対応内容
12	物流関係	梱包単位	☐ 陳列場所コード単位 ☒ その他(店別・陳列場所コード単位)
13		納品形態	・物流センター ☒ 有 ☐ 無 ・センター形態 ☒ TC・店別 ☐ TC・総量 ☐ 買取DC ・店舗直納 ☒ 無 ☐ 一部有り
14		納品時間	・定番／特売によって納品時間が違うか？ ☐ Yes ☒ No ・ケース／ボールによって納品時間が違うか？ ☐ Yes ☒ No ・特殊荷姿の有無 ☐ 有 ☒ 無 ・カテゴリー別納品の確認 (店別カテゴリー別納品)

● 伝票、ラベルの印字仕様サンプル

伝票印字のためのマッピング仕様例
(「運用ガイドライン」から抜粋)

3.項目セットの方法
(1)伝票との相関例

伝票のイメージ

項目	必須/任意	桁数	セット例	備考
① 伝票番号(※注1-①)	必須	MAX10	1000001	
② 伝票日付	必須	MAX10	2484	
③ 伝票時刻	任意	MAX10	11000	
④ 数量合計	任意	MAX10	22	
⑤ 伝票開始日	必須	MAX4	01	
⑥ 伝票終了日	必須	MAX4	01	
⑦ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
⑧ 伝票時刻	必須	MAX10	1000	
⑨ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
⑩ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
⑪ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
⑫ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
⑬ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
⑭ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
⑮ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
⑯ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
⑰ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
⑱ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
⑲ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
⑳ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㉑ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㉒ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㉓ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㉔ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㉕ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㉖ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㉗ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㉘ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㉙ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㉚ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㉛ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㉜ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㉝ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㉞ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㉟ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㊱ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㊲ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㊳ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㊴ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㊵ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㊶ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㊷ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㊸ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㊹ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㊺ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㊻ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㊼ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㊽ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㊾ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	
㊿ 伝票時刻	必須	MAX10	2100	

3.項目セットの方法
(1)伝票との相関例

前頁、伝票の : 部分とメッセージ部分の相関を要すと下記の図の通りとなる。
なお、印字する場合、伝票使用時は桁溢れしないよう、桁計で取り決めを行う。

ラベル印字のためのマッピング仕様例

表示レイアウト



ラベルマッピング項目

ラベル表示項目	欄包 プレ イ ク	ラベル 表示 桁数	タイプ	EDI 標準 M番	EDI標準メッセージ項目	備考
自由使用欄	—	—	—	—	—	ITFバーコード使用不可
店路名	5	文字	24	165	最終納品先名称【18-29桁】	【1-5桁】は正式店名
店路名	2	数字	165	165	自由使用欄半角【1-10桁】	【A-19桁】のみ項目
店路名	4	数字	22	22	最終納品先コード【1-4桁】	—
店路名	4	数字	22	22	最終納品先コード【5-8桁】	—
店路名	4(2/2)	数字	71	71	最終納品先納品日	MM/DD(1/固定)
店路名	8	数字	40	40	取引先名称	—
店路名	6	数字	38	38	取引先コード	—
店路名	5	数字	20	20	直轄納品先名称	—
店路名	2	数字	165	165	自由使用欄半角【1-2桁】	—
店路名	2	数字	165	165	自由使用欄半角【1-2桁】	—
店路名	4(2/2)	数字	—	—	—	曜日/店路日/固定
店路名	11	数字	—	—	—	(1-不要)
店路名	8(4-4)	数字	70-76	70-76	取引先開始日-取引終了日	MMDD-MMDD(1-固定)
店路名	4	数字	79	79	納品日	MMDD(1/固定)
店路名	1	数字	88	88	取引先開始番号【1桁】	0=(アラビア) 1=(新)
店路名	4	数字	65	65	商品分類(大)	—
店路名	1	数字	—	—	—	【新】or【新】(1-固定)
店路名	2	数字	165	165	自由使用欄半角【1-4桁】	—
店路名	2	数字	165	165	自由使用欄半角【1-4桁】	—

注1)店路日数は「最終日」のお取引先のみセット
 注2)取引先・入荷許可日は「食品」のお取引先で、且つ「ケース商品」のみセット
 注3)新商品ステータスは「ケース商品」のみセット
 注4)EDI標準メッセージ番号28「陳列場所コード」部分にも、欄包プレイアウト「店路日・商品分類記号(コード)」あり

4. 標準BMS期待効果と拡大

1. EDIの進展・拡大

●EOS発注だが、取引先様とは伝票発行渡し。 電話・FAX発注

・・・ファッション商品等の取引先(伝票郵送)

・・・零細企業(地産地消、個店取引)

人手、紙ベースからデジタル化、省力化、自動化

2. 伝票レス化の推進

●現行50%弱を70%程度まで拡大(20%UPは年間で300万枚相当)

小売、取引先様の双方での大きな省資源化、省力化、コスト削減

3 双方のコスト削減

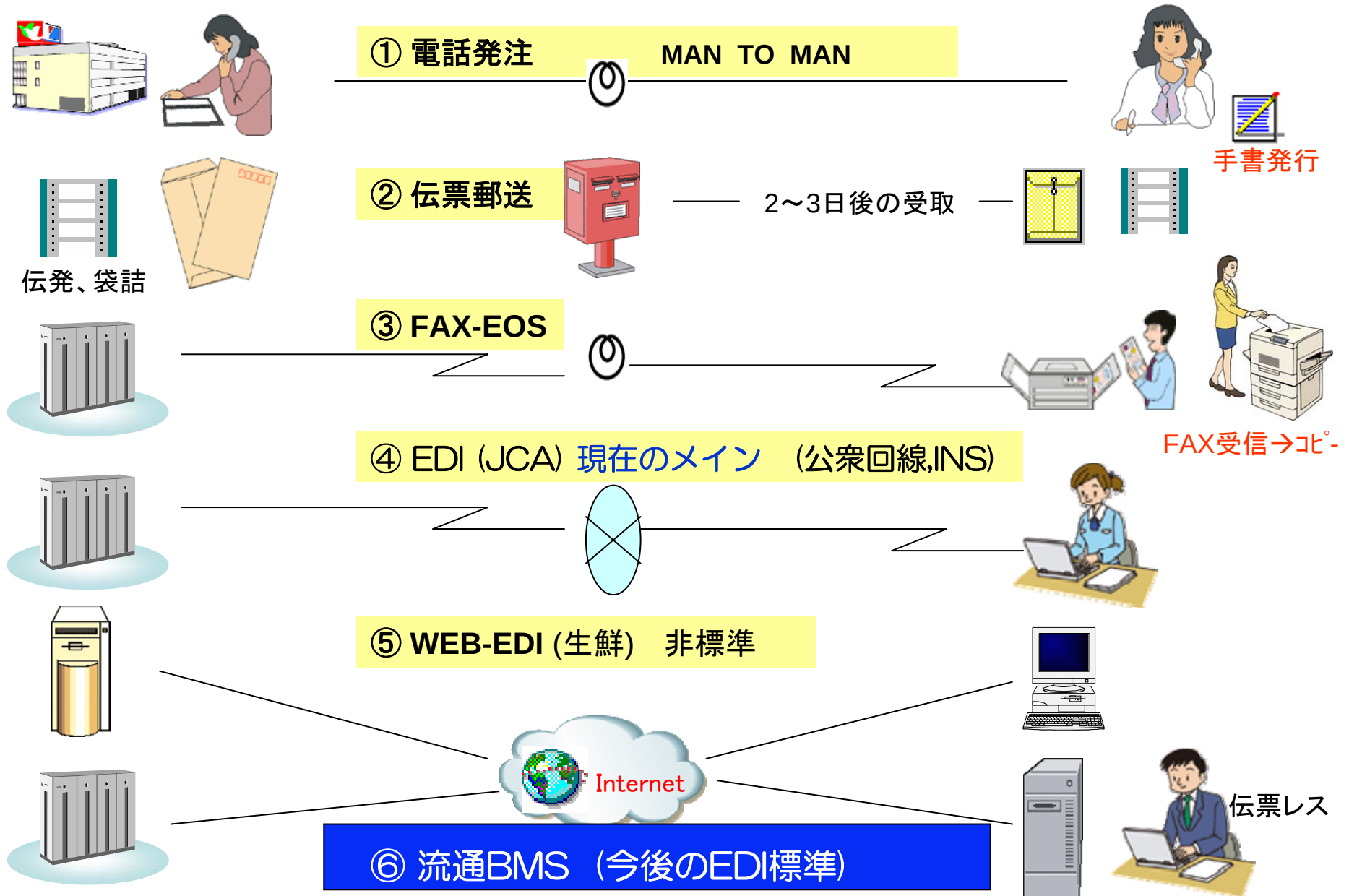
●インターネットによる通信費減

●標準化による個別対応・運用減

●伝レスによる入力・紙保管費用減

●物流コスト減

発注手段の現状・・・電話～EDIまで6手段も使い分け



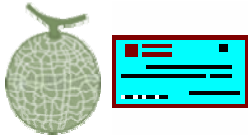
まだEDIが出来ていない商品群、取引先 (社数が多い!)



1.銘店(お土産菓子等)・・・電話・FAX



2.地元零細商店(地産地消)・・・FAX出力配信



3.産地直送(ギフト:委託業者取り纏め)



4.ファッション(継続性不安定・零細マツヨリメーカー等)・・・伝発・郵送



5.家電・・・お客様毎のオプション,価格設定,業者手配まではO/L



6.タバコ・・・発注のみEOS、納品・請求・支払は全てJT方式

● 流通BMSでEDI化の進展を図る ==== 取引先様の省力化がポイント

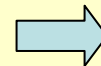
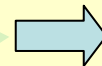
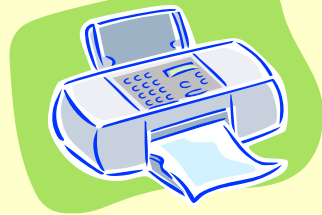
◆伝票レスではあるが、完全なペーパーレス化ではない。

◆伝票=紙について回る大きなコストの削減

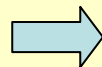
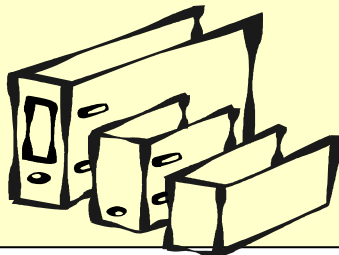
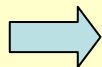
・伝票1枚は数円だが、下記の発行～廃棄までの人件費は百円以上!! (¥15～¥20/分)

・しかも、小売、取引先の双方で発生。更に別途、伝票入力コストが!

オンライン受注



伝票整理保管

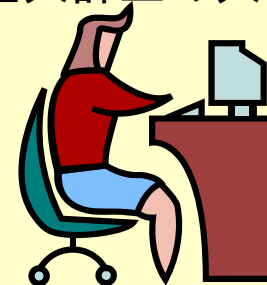


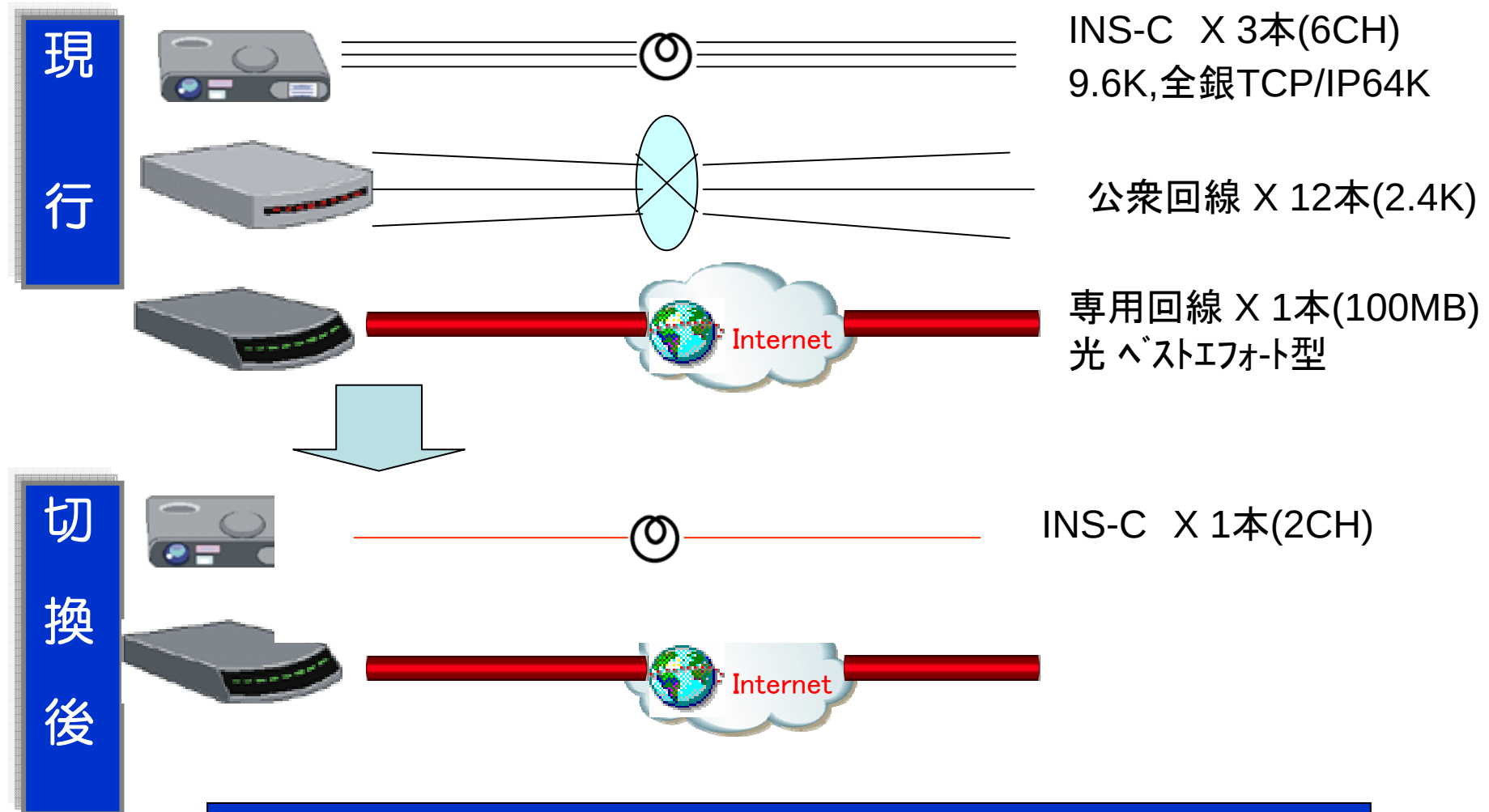
期限後廃棄



+

仕入計上の入力作業





● 公衆回線12本は基本料金のみ削減だが、モデム保守や回線増設対応を心配する必要がなくなる。

1 BMS運用について

通信障害も、エラーもなく、現在、非常に安定運用出来ている。
サーバー TO サーバー、実証確認済のJX-Cの現行パターンは拡大しても問題ない。

2 導入効果について

- ・ 通信スループット向上(待時間無し)、伝票レス(従来からも)、発注から決済までの標準化など、取引先様のメリットが大きい。
- ・ 早く導入拡大しないと部分最適に留まる。(一部では業務全体は従来と変わらない)

3 課題

- ・ 非EDI企業への導入、伝票レス化の拡大推進、商材拡大等、双方の省力化・コスト低減に向けて、導入拡大が急務。(社数の多いJX-Cの稼動確認も取れた)

これからの導入拡大方針

① 現行 グロサリ3社からBMS拡大

- ・ 導入済企業、データ量の多い企業
- ・ 一括伝票伝票方式の取込 (総量納品 + 集計表店別明細)

② アパレル取引先様への拡大

- ・ ルシアン様1社からの拡大・・・値札対応はOK
- ・ 未EDI(伝票郵送)取引先・・・安価JX、ASP方式 + 伝票レス

③ 非EDIのEDI化推進・・・社内課題取組み

- ・ FAX、TEL発注取引先・・・個店地場取引、産地直送

④ MSG拡大による個別JCAの撤廃

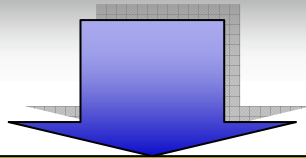
- ・ 預かり在庫センター型のデータ交換、商品マスター交換、POS情報 etc

⑤ 取引先説明会にて切換拡大推進 (H20年度)

- ・ 認証サービス提供確立、JX-Cの安定稼動、伝票レス要件確立が見えてきた。

1. 方向は間違いなく、” JCA TO BMS ”
＜拡大・成長する流通BMSへの迅速な対応＞

- ・ 商材拡大 グロサリ、アバレル、生鮮、ドラック
- ・ MSG拡大 発注～決済 + 商品マスター、POS情報、・・物流ラベル
- ・ 取引プロセス 消化取引プロセス、預かり在庫型センタープロセス
- ・ コード標準化 生鮮標準商品コード
- ・ JCA個別フォーマット対応 BMSインフラ利用への標準化
- ・ 中小企業普及 WEB-EDIとの連携 (BMS-EDI)
- ・ 伝票レス化の要件整備



2. 拡大に向けて、安価なサービス提供をお願いします。

- ・ ASPサービス、JX-C (中小の大半がJX)
- ・ 商材／MSG拡大への迅速な対応

- 小売はもちろん卸さんも、又、JCA、JSA、流開センター、経産省の官民一体でど真剣に、壁を越えて標準化に取り組んだ例は、過去になかった。それほど、現状EDI(JCA)への危機感・不便さが非常に大きかった。今年度が経産省支援事業の最終年度、継続課題の解決と普及推進を !!

- 現行の実証導入社数では、効果は部分最適留まり。発注、物流の業務改革には、導入拡大による全体最適化が重要。

- 課題もありますが、対応・解決は時間の問題。パ°ル、生鮮など商材拡大、MSG拡張、取引プロセス拡大等、早いスピードで着実に進展。

小売、卸さんの双方共に享受出来るメリットは大きく、業界全体の最適化実現に向けて、是非、早期参画をお願い致します。

桜舞う春



紅葉の秋



ご清聴ありがとうございました。



国宝彦根城



晴天の夏



雪化粧の冬