

流通BMSの導入事例



2008年9月25日

ユニー株式会社

システム物流部
角田 吉隆

1. ユニーのご紹介
2. 標準化活動の取り組み
3. 流通BMS導入の取り組み
4. 流通BMSの期待効果

1. ユニ-のご紹介

会社概要



- ◆ 社 名 ユニー株式会社
- ◆ 本 社 愛知県稲沢市天池五反田町1番地
- ◆ 設 立 1950年3月13日
- ◆ 事業内容 衣・食・住・余暇にわたる総合小売業のチェーンストア
- ◆ 資本金 101億2,925万円 (2008年2月現在)
- ◆ 代表者 代表取締役社長 前村 哲路
- ◆ 従業員 36,769名 (2008年2月現在)
- ◆ 店舗数 1都19県下に229店舗 (2008年8月現在)
モール(3)、ピタ(89)、E- (56)、SM(72)、ホームセンター(9)
- ◆ 売上高(単体) 8,755億円 (2008年2月実績)
- ◆ 売上高(連結) 1兆2,216億円 (2008年2月実績)
- ◆ 主要グループ企業 さが美、サークルKサンクス、
パレモ、鈴丹、ユニー香港、UCS他

出店エリア

いいこと、
プラス。

APIITA

ユニー

信越・北陸

新潟県 3店舗・長野県 5店舗
富山県 7店舗・石川県 5店舗
福井県 6店舗

東北

福島県 1店舗

関東

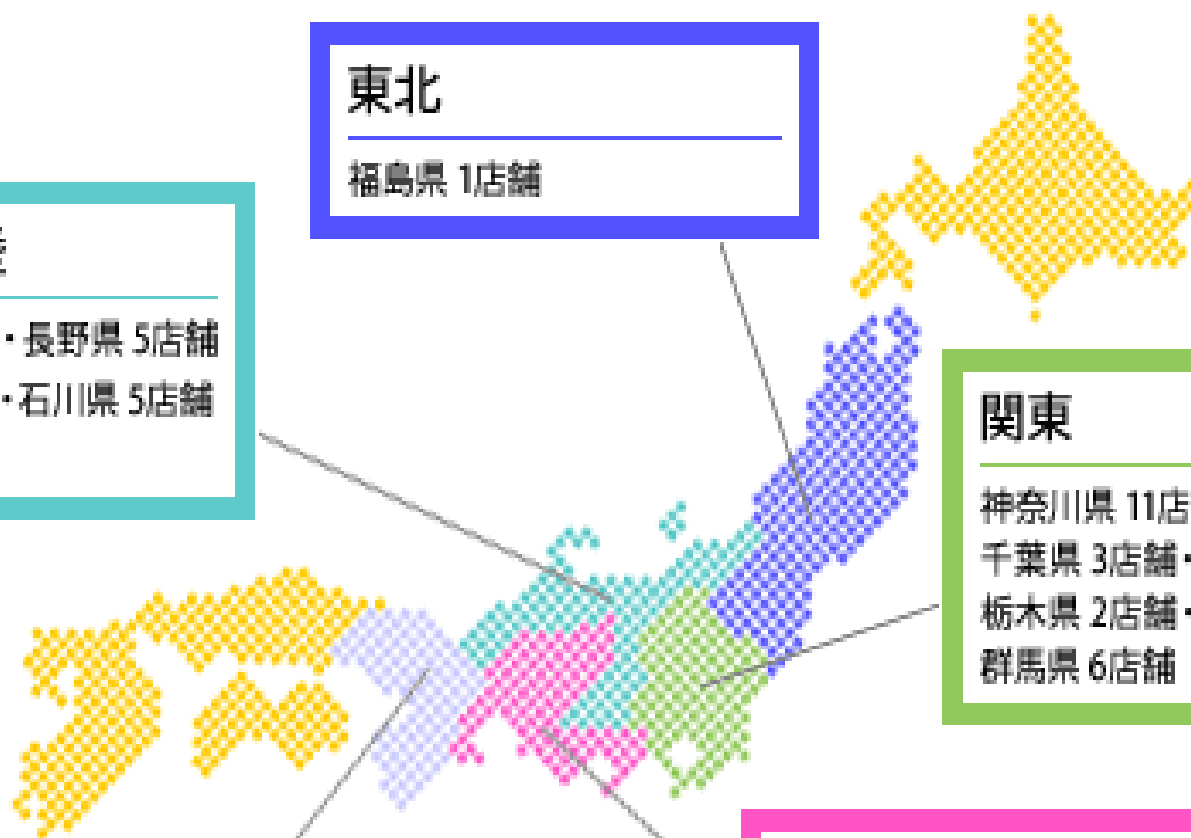
神奈川県 11店舗・埼玉県 6店舗
千葉県 3店舗・茨城県 3店舗
栃木県 2店舗・山梨県 2店舗
群馬県 6店舗

近畿

滋賀県 5店舗・京都府 1店舗
奈良県 2店舗

東海

愛知県 102店舗・岐阜県 20店舗
三重県 16店舗・静岡県 23店舗



店舗出店形態



グループ企業

コンビニ



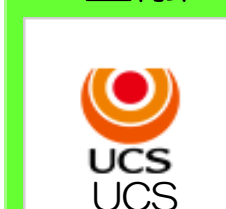
海外事業



専門店



金融



飲食・サービス



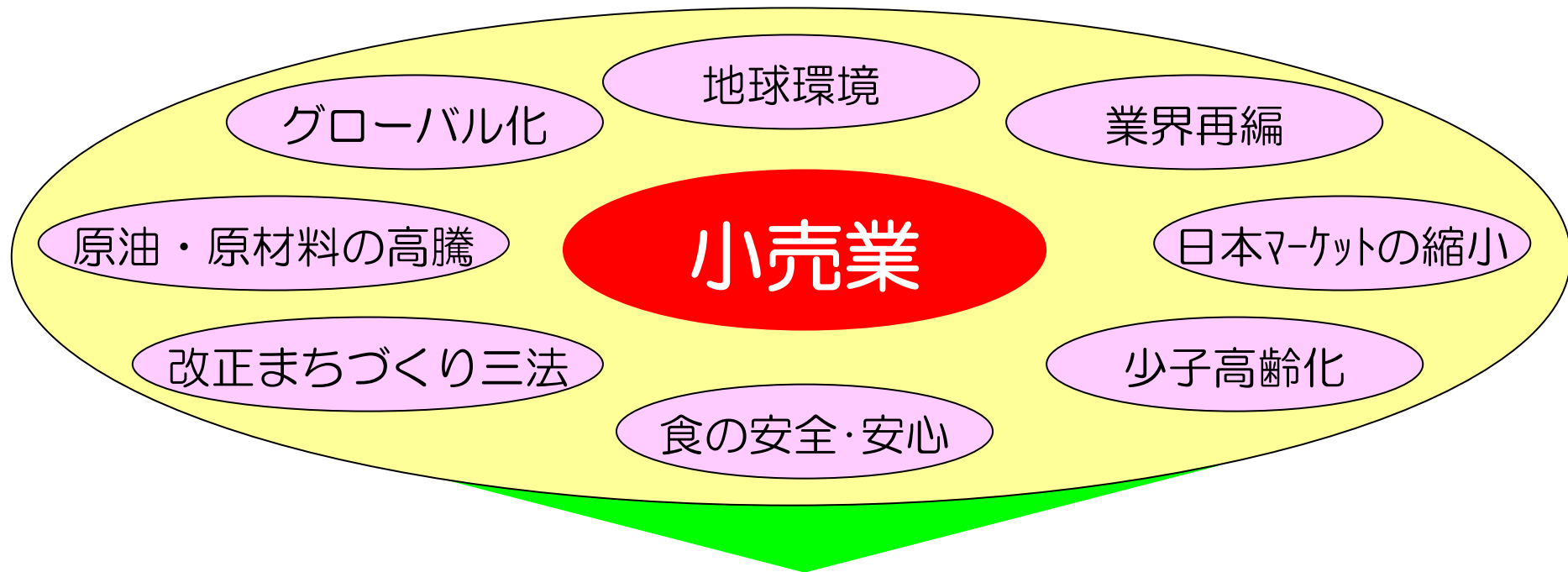
デベロッパー



関連企業



小売業を取り巻く環境



シナジー効果の発揮

グループシナジーの発揮

- ①グループ商流・物流
- ②グループ商品開発
- ③グループ共同販促

グループ再編

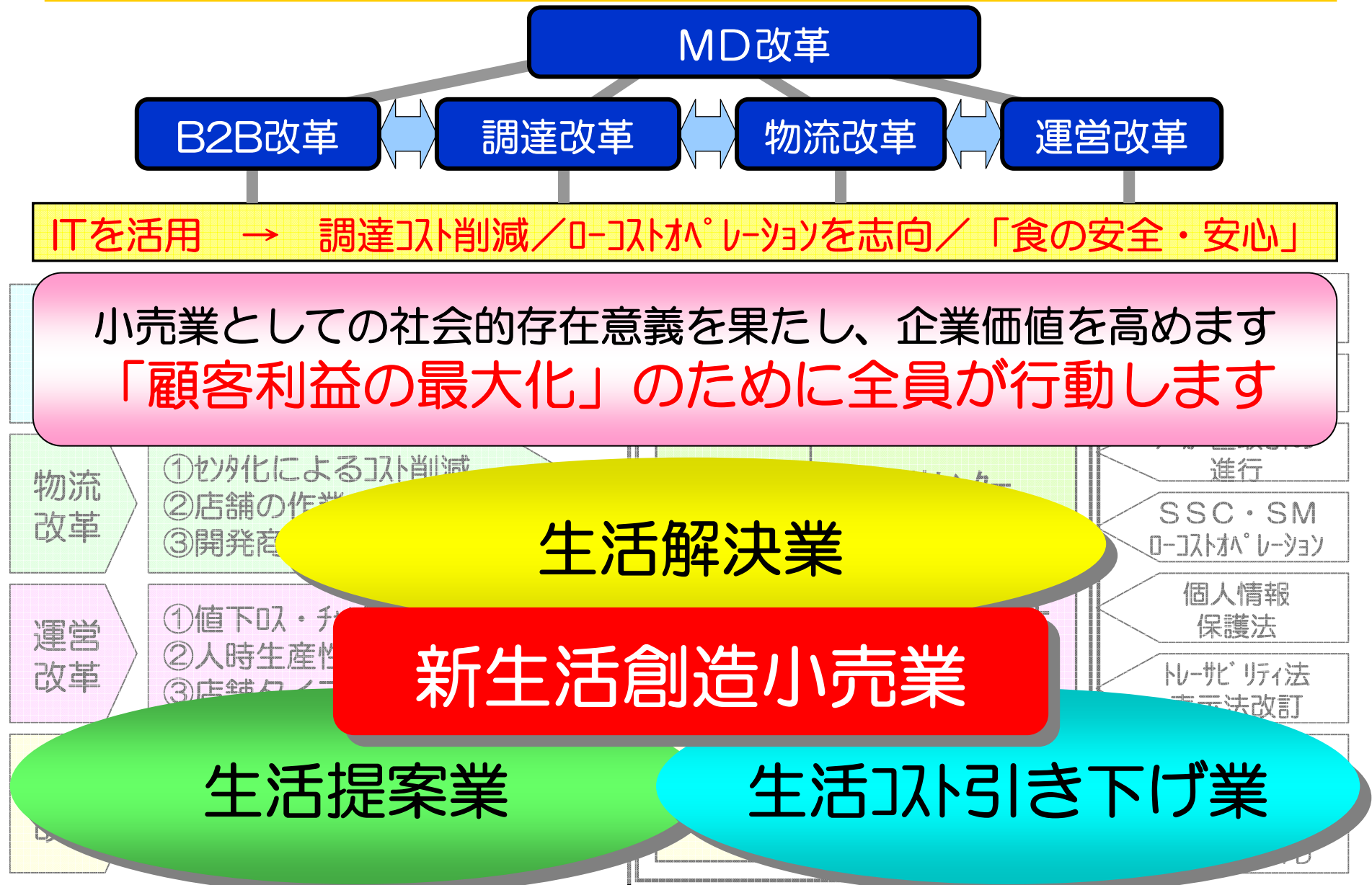
- ①総合小売業の合併
- ②専門店事業の再建

海外戦略

- ①中国出店
- ②香港SM多店舗化
- ③海外商品調達

ITは、戦略を実現する為のインフラ

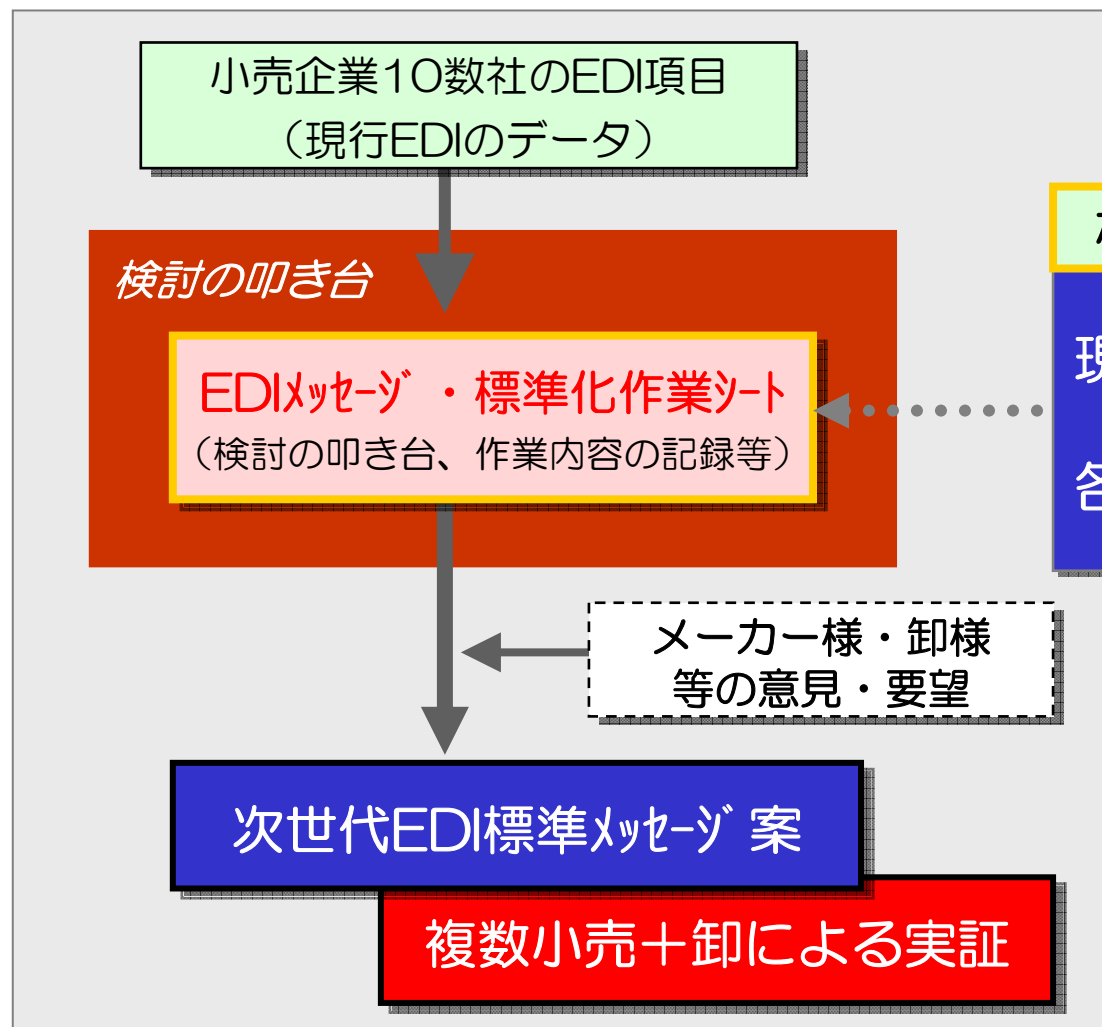
MD改革の取り組み



2. 標準化活動の取り組み

標準化作業の進め方

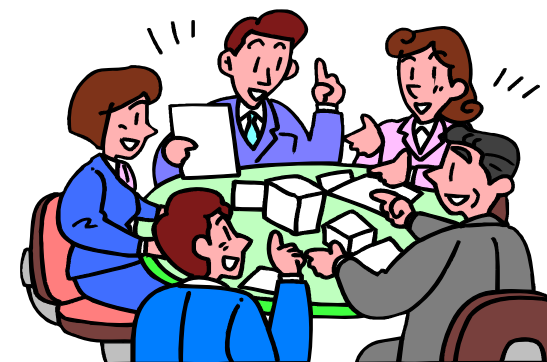
小売の実務担当者が集まり、標準化の作業を進めた



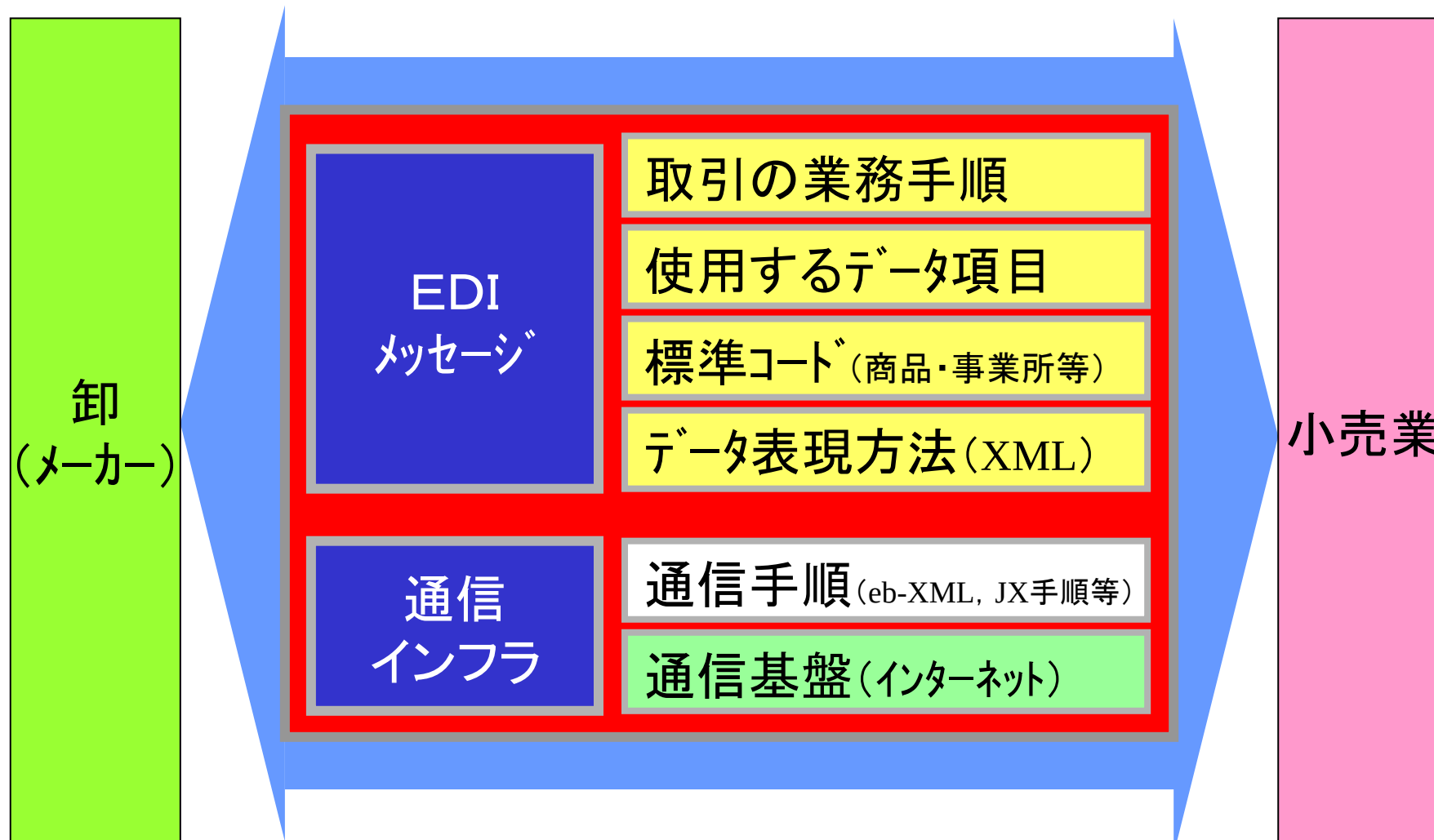
標準化作業の前提(合意)

現行業務を担保すること

各社のシステムを主張しないこと



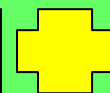
EDI 標準化の内容



協調領域と競争領域を明確化

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

2008年

小売7社＋卸十数社 共同実証

2007年度 スパ-業界商材拡大WG

経済産業省
流通システム標準化事業より

参加メンバー企業一覧

◎小売業

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

◎卸売業

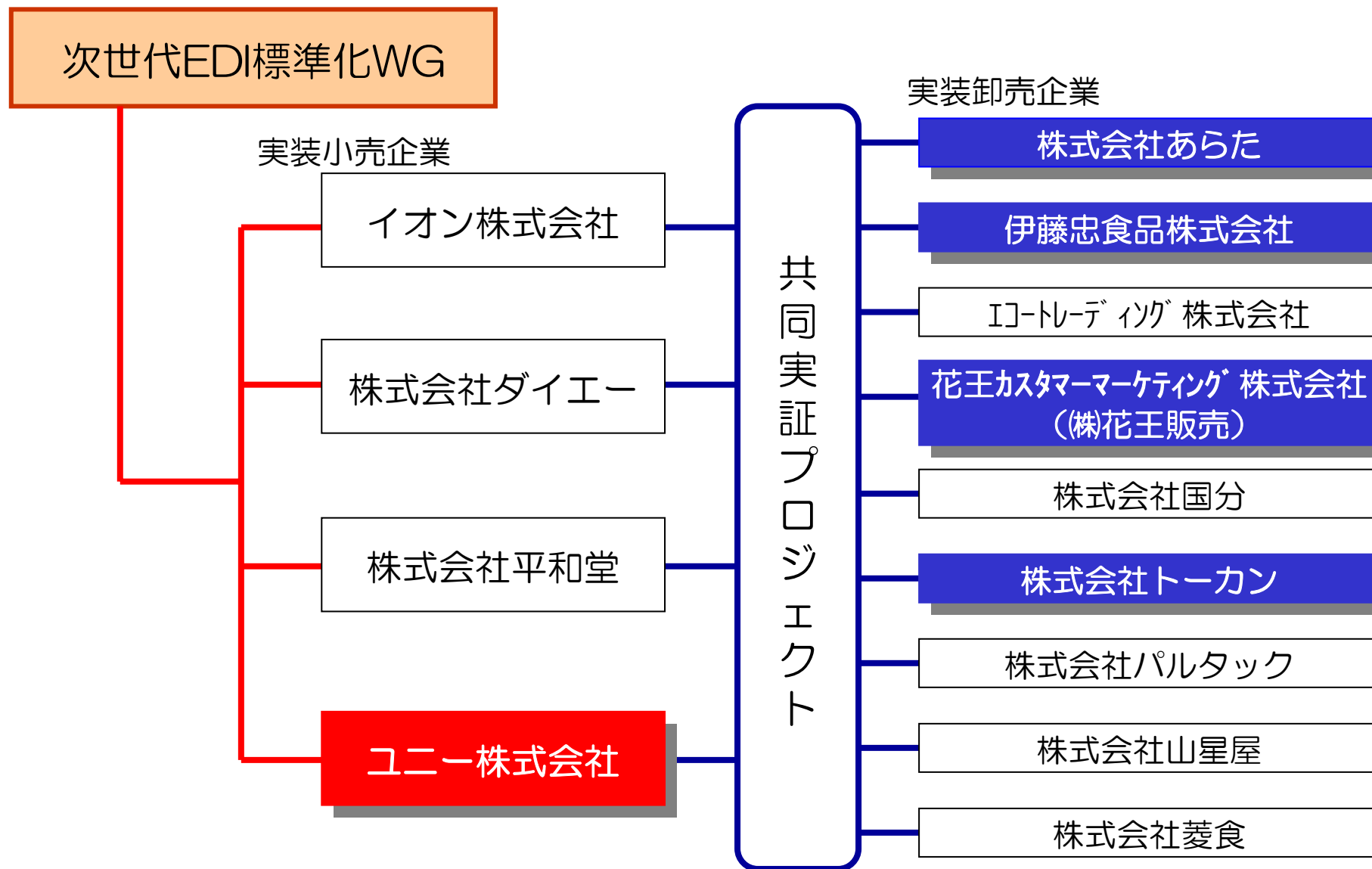
- | | |
|----------------------|------------|
| ・ (株)あらた | ・ 伊藤忠食品(株) |
| ・ 花王カスタマーマーケティング (株) | ・ 国分(株) |
| ・ (株)トークン | ・ (株)パルタック |
| ・ (株)菱食 | ・ (株)山星屋 |

◎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

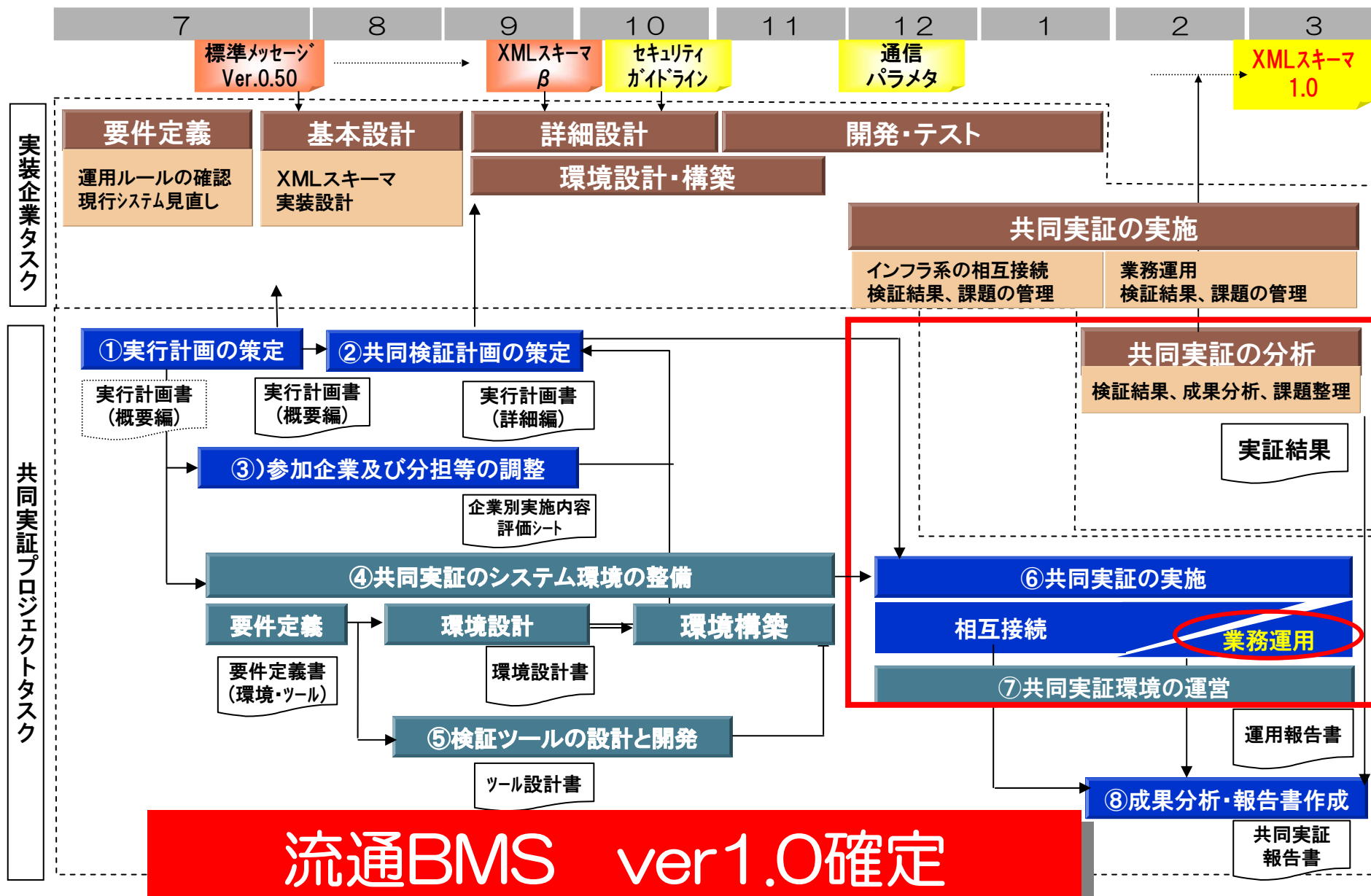
2007年共同実証プロジェクト体制図

経済産業省
流通システム標準化事業より



2007年共同実証プロジェクト進め方

経済産業省
流通システム標準化事業より



2007年共同実証評価結果

経済産業省
流通システム標準化事業より

個別プログラムの削減

今回の標準化対応の業務では個別対応ゼロ
(例、個別対応PG本数は、50分の1以下に削減可能)

通信時間の削減

全体スループット 94%削減

物流業務の効率化

出荷業務開始時刻の早期化
⇒物流業務の精度向上

伝票レスの効果

グロサリーにおける伝票レスは
小売4社平均 73%可能

取引先追加時の負荷軽減

各種ガイドラインの整備により作業効率が向上

流通BMS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BMS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BMS」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>

	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

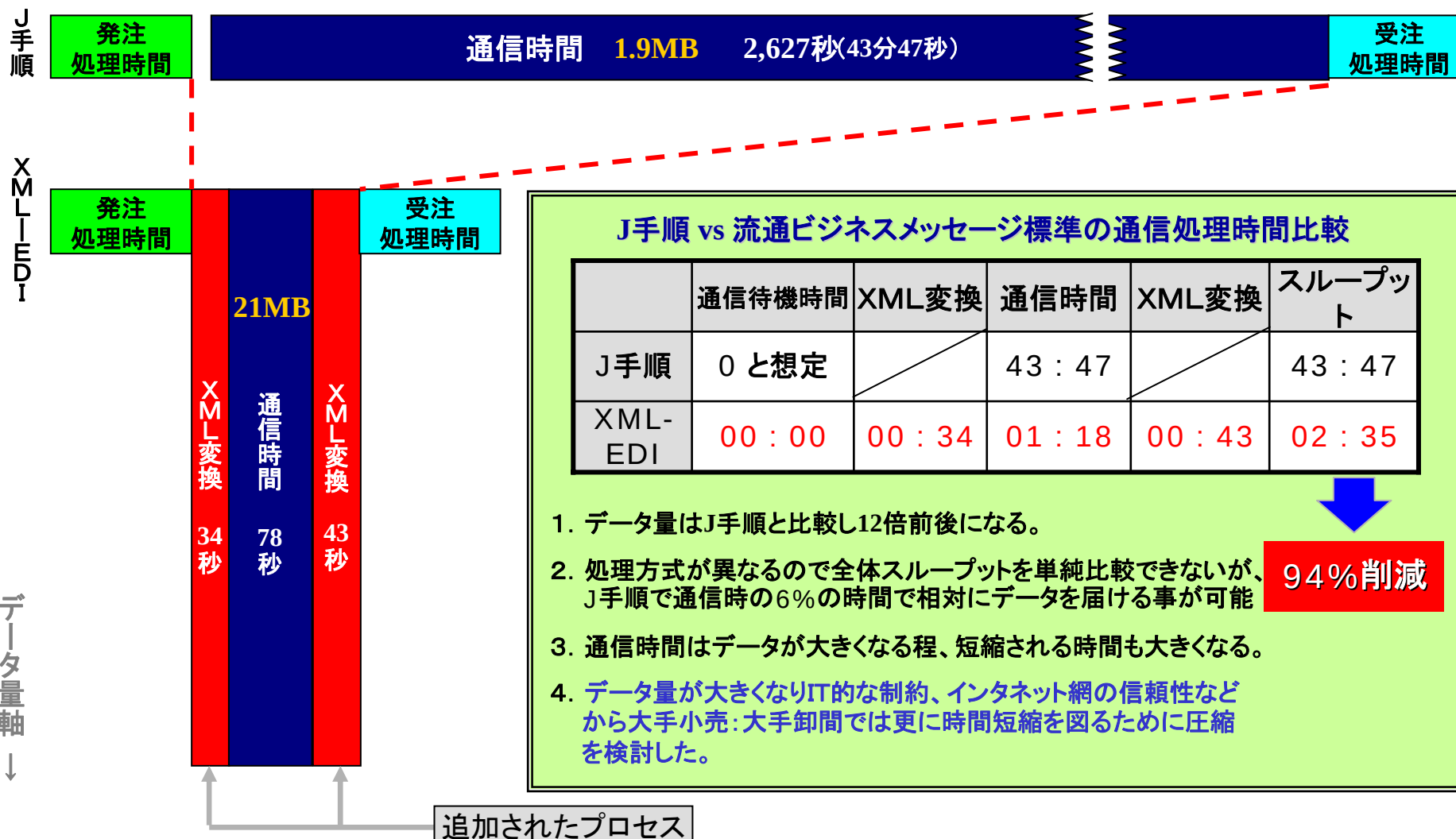
- ◆ 個別対応プログラム本数は50分1以下に削減が可能
- ◆ 個別マスタ・テーブルは5分1以下に削減が可能

通信時間の削減

経済産業省
流通システム標準化事業より

事例：発注データ 19,260件をJ手順と流通BMS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 →



通信時間の削減

通信時間やデータサイズの変化

経済産業省
流通システム標準化事業より

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	卸	変換パターン	10,000明細当り	10,000明細当り
発注	自社フォーマット ⇒ XML	25.9	発注	XML ⇒ 自社フォーマット	56.7	82.6
受領		21.1	受領		65.4	86.5
支払		10.6	支払		31.4	42.0
出荷	XML ⇒ 自社フォーマット	48.3	出荷	自社フォーマット ⇒ XML	102.8	151.1
請求		34.8	請求		7.0	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

通信時間の削減

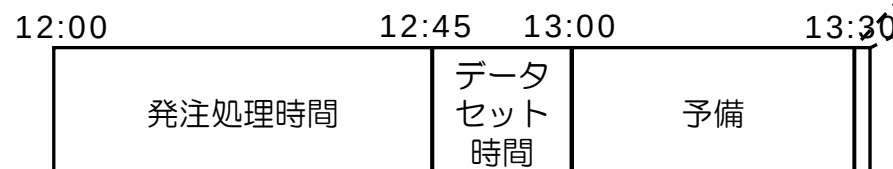
物流業務開始時刻早期化



1.従前は発注締めから、取引先受信完了までの時間がかかり過ぎた

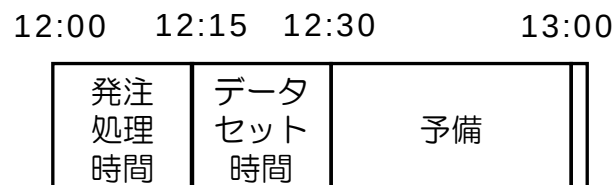


2.流通BMS使用で回線通信時間が大幅に削減



通信時間が
30分 ⇒ 40秒に!!
(6500件、伝票1500枚
JCA ⇒ 750KB
流通BMS ⇒ 9MB)

3.自社システムの改善で更なる時間短縮<08年2月>



ようやく世間並みの
処理時間が実現

卸様の
・メーカー発注業務
・出荷業務
に寄与

物流業務の効率化（卸）

◆送受信時間の短縮によりどのような変化があったか？

- 出荷業務への早期取り掛かり
- 事前出荷受信後の照合チェック及び物流センタへの送信時間の早まり
- エラーデータの処理時間短縮



受信完了時間が早くなったことで出荷に余裕が出ると予測しており
業務プロセス 特に物流業務に大きな効果を期待できる。

◆通信形態がPUSH型になることで

- 待ち時間がなくなる
- データ送信単位と、どこまで(時刻)のデータを処理対象とするか
決める必要がある
- 障害時の対応方法を検討する必要がある

伝票レスの効果（小売）

◆小売 カテゴリ別導入効果（4社平均）

【グロサリー】

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】

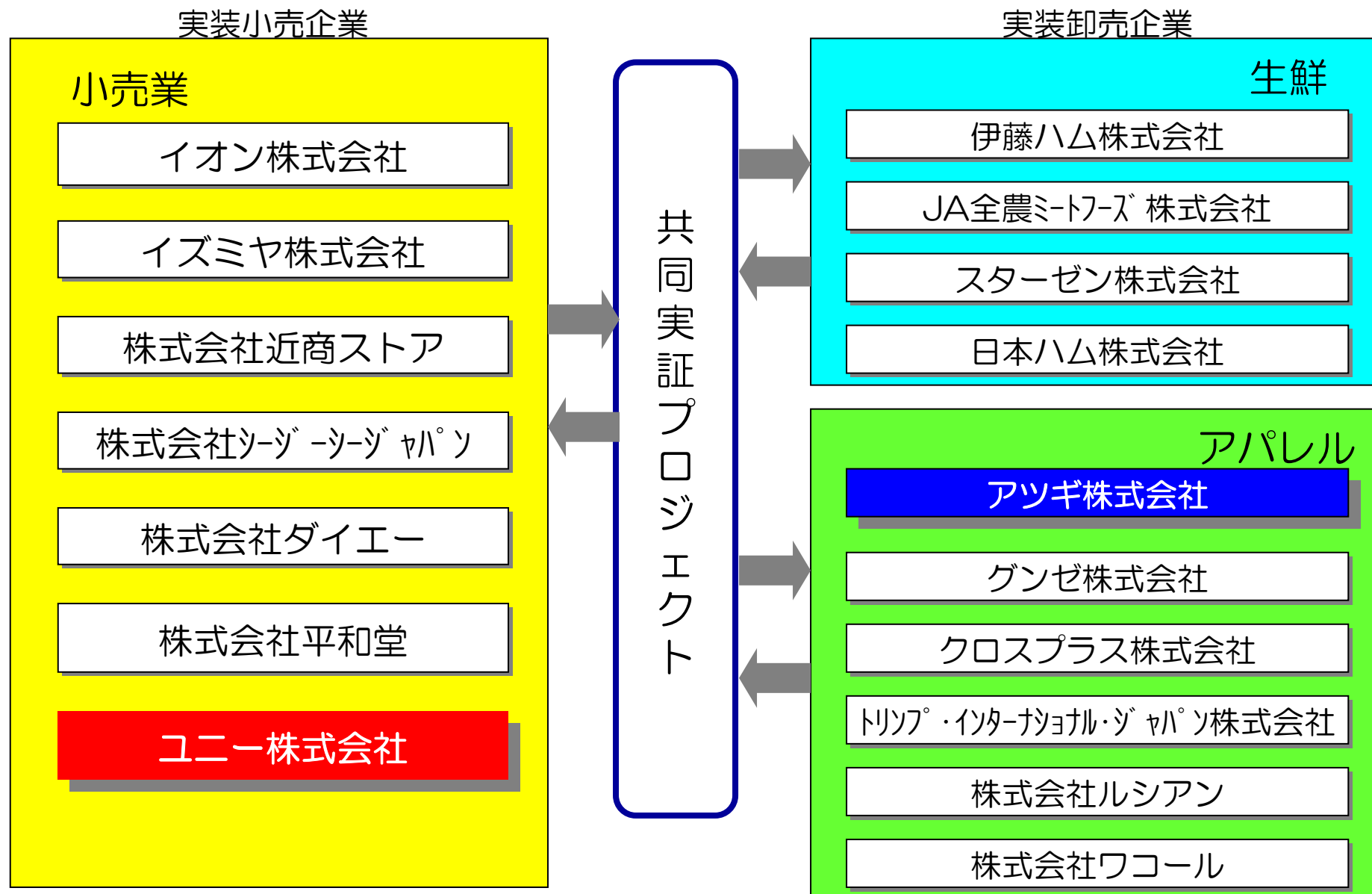
手書き伝票	532,091 枚/月
システム発注分	1,765,319 枚/月
伝票レス伝票	1,643,574 枚/月
伝票レス比率	63.8%

- 小売メリット⇒処理費用(※)、運搬、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)

2008年共同実証プロジェクト体制図

経済産業省
流通システム標準化事業より



流通BMS導入工数

取引先追加時の負担軽減

いいこと、
プラス。

APITA

ユニー

◆流通BMSの導入工程において苦労した点、工夫した点

2007年	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	
工数	0.2人月	0.5人月	0.7人月	2.5人月	1.2人月	0.5人月	0.2人月	0.1人月	5.9人月
期間	1ヶ月	2ヶ月	2ヶ月	2ヶ月	2ヶ月	1ヶ月	1ヶ月	2日	
2008年	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	
工数	0.1人月	0月	0人月	0人月	0人月	0.2人月	0.1人月	0.05人月	0.45人月
値札 工数	0.1人月	0.5月	0.7人月	2.5人月	1.2人月	0.3人月	0.1人月	0.05人月	5.45人月

- 新規取引先追加（アツギ様）では、0.45人月の工数であり、他社接続取引先であれば、更に工数が削減する
弊社社内工数は、相対調整で0.1人月+移行作業0.1人月=0.2人月のみで、工数削減が大幅に出来ている。
- 新規メッセージ（値札）は、スキーマの理解度にもよるが、5.45人月と工数がまだ大きく、更なる省力化が課題である。
- 上記から、同業他社への導入が進み、お取引先様の導入が進めば、同時に複数社の切替も工数が少なく稼働出来る。
また、卸様側も小売1社と接続すればその後の導入拡大は、大きな工数を掛けることなく導入が図れるものと思われる。
- 今後のメッセージ拡大が進めば、更に工数を掛けることなく、JCAからの切り替え移行コストは削減するものと思われる。

2008年共同実証評価結果

経済産業省
流通システム標準化事業より

2007年度共同実証で得られた評価



2008年度共同実証で得られた評価

メッセージ精度の確保

- ◆ 共同マッピング作業にて項目の充足度が確認出来た
- ◆ 複数商品カテゴリ（グロサリー、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

- ◆ 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事で解決した
- ◆ 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

商材拡大の手応え

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

流通BMSの普及拡大への確信を得た！！

2008年度継続検討課題

JCA-EDIからの全面置き換え環境の整備

1. 共通検討課題

- ①商品マスタ項目
- ②POS情報標準化
- ③発注予定メッセージ
- ④中小企業向けEDI普及
- ⑤伝票レス
- 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

- ①納品提案
- ②消化取引関連

1-3. 生鮮関連

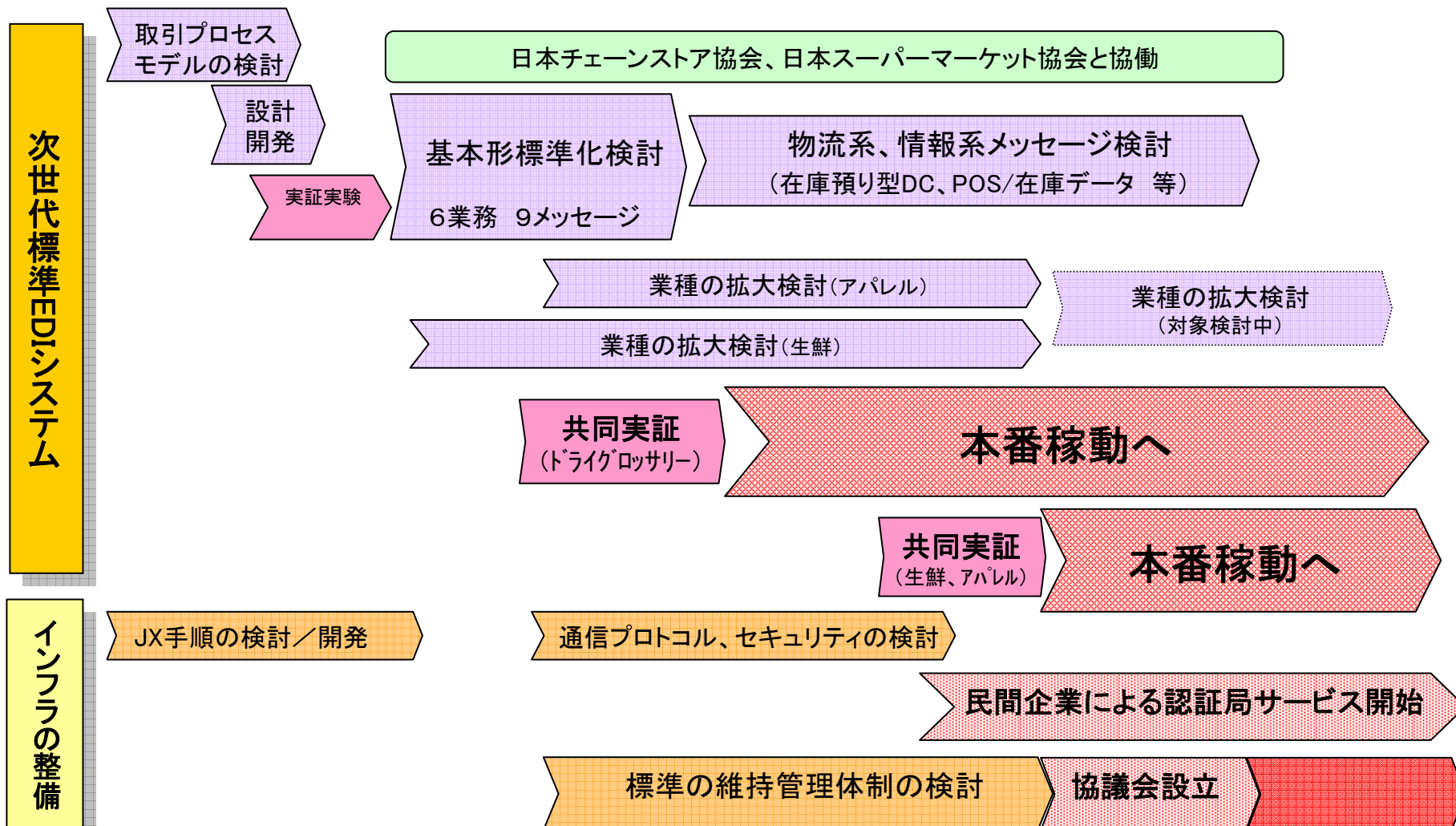
- ①標準商品コード
- ②3分野標準
(精肉・鮮魚・青果)

2. 物流標準レベルの適用

3. 各業界間調整 → 変更要求方式を確立

スーパー業界の標準EDIのロードマップ

経済産業省
流通システム標準化事業より



3. 流通BMS導入の取り組み

流通BMSの具体的な導入ステップ



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、平行稼動
7. 本番稼動

既存メッセージと流通BMS

マッピング



マッピング表は共同実証プロジェクトで卸側より提案のあった統一フォームを使用

名寄せ後項目名	各小売業様に記入して頂きたい項目					
	利用 有無	現行の 項目名	サンプル	※ 使用桁数	項目活用方法の補足説明	
					新規の項目利用方法	
	例：○	例：伝票番号	例：123456	9桁	※条件等の記入（例：～の項目が～の場合は～をセットする）	
取引番号（発注・返品）	○	伝票番号+C/D	1234560	7桁	伝票番号（6桁）+C/D（1桁）	
取引付属番号	×					
<直接納品先>						
直接納品先コード	○	物流センタコード or 店コード	036	3桁	センタ経由は「納入センターコード」を、 店直送は「店コード」を設定 ※預りDCの場合、値はセットされません	2007/02/02修正
直接納品先GLN	○	－	0	1桁	当面”0”固定 ※預りDCの場合、値はセットされません	2007/02/02修正
直接納品先名称	○	－	平和日雑DC	MAX10桁	※預りDCの場合、値はセットされません	2007/02/02修正
直接納品先名称カナ	○	物流センター名称（加） or 店名称（加）	ﾏｲﾅﾐﾅ ｿﾞﾂDC	MAX10桁	※預りDCの場合、値はセットされません	2007/02/02修正
<最終納品先>						
最終納品先コード	○	店コード	377	3桁		
最終納品先GLN	○	－	0	1桁		
最終納品先名称	○	－	A 稲沢	MAX10桁		
最終納品先名称カナ	○	店名称（加）	Aｲｻﾞﾘ	MAX10桁		
<計上部署>						
計上部署コード	○	物流センタコード or 店コード	377	3桁	センタ計上は「納入センターコード」を、 店計上は「店コード」を設定 （弊社は原則最終納品先のコードをセット）	
計上部署GLN	○	－	0	1桁		

コード変換表は独自に作成

1. 次世代EDIメッセージコード変換表 (ユニー独自コード⇒次世代標準コード)

変換元(ユニー独自コード)						変換先(次世代標準コード)	
データ種別		ASNフォーマット番号		データ区分(レイアウト区分)		#2 メッセージ種	
01	発注(エコー・MPS)	—	—	01	エコー発注(レイアウト0)	Order	
01	発注(エコー・MPS)	—	—	31	MPS発注(レイアウト0)	Order	
01	発注(エコー・MPS)	—	—	61	JAN発注(レイアウト4)	Order	
02	事前出荷(伝票・梱包)	1	梱包型(紐付けあり)	—	—	PackageShipmentNotification	
02	事前出荷(伝票・梱包)	2	梱包型(紐付けなし)	—	—	Non-associatedPackageShipmentNotification	
02	事前出荷(伝票・梱包)	5	伝票型	—	—	ShipmentNotification	
11	請求	—	—	—	—	Invoice	
12	支払	—	—	—	—	Payment	
15	仕入計上	—	—	—	—	ReceivingNotification	
21	補充勧告※	—	—	—	—	未定	
22	入荷予定※	—	—	—	—	ShipmentNotification	
23	入荷確定※	—	—	—	—	ReceivingNotification	
上記以外						エラー	
発注区分		納品カテゴリ下2桁				#120 商品区分	
05	店舗補充発注	77				03	特売(チラシ)
05	店舗補充発注	77以外				01	定番
06	本部発注	77				03	特売(チラシ)
06	本部発注	77以外				01	定番
08	特売	—				03	特売(チラシ)
上記以外						エラーとする(任意だがユニー内必須のため)	
発注区分						#121 発注区分	
05	店舗補充発注					02	店舗(追加)発注
06	本部発注					06	初回発注
08	特売					01	本部(計画)発注
上記以外						エラーとする(任意だがユニー内必須のため)	
仕入区分		EDI区分		データ種別(※注)		#122 出荷データ有無区分	
1	買取	0	伝票あり(ASNなし)	—		02	出荷データ作成不要
1	買取	1	伝票レス(ASNあり)	—		01	出荷データ作成要
0	預かり	0	伝票あり(ASNなし)	—		02	出荷データ作成不要
0	預かり	1	伝票レス(ASNあり)	01,15		02	出荷データ作成不要
0	預かり	1	伝票レス(ASNあり)	21~23		01	出荷データ作成要

流通BMSと「仕入伝票」

印字仕様



伝票印字仕様サンプル

番号	チェーンストア統一伝票 (ターンアラウンド2型)プリントサンプル参照		印字桁数	次世代レコードレイアウト参照		【ご参考】 現行レコードレイアウト参照		備考
	項目名	プリント位置、方法	桁数	Ver0.5番号	名寄せ後項目名	TAG-NO	TAG名	
3	物流センター名称	E欄の下段に左詰め	10	21	直接納品先名称カナ	221	物流センター名称	先頭10桁をプリント
4	社名	左詰め	10	17	発注者名称カナ			先頭10桁をプリント
5	店名	左詰め	10	25	最終納品先名称カナ	211	店名称	先頭10桁をプリント
6	店コード	左詰め	3	22	最終納品先コード	204C	店コード	
7	分類コード	左詰め	4	65	商品分類(大)	205	分類コード	
8	伝票区分	固定で'01'をプリント	2					
9	伝票番号	取引番号(発注・返品)の下1桁(C/D)を点線の右側へ、上6桁(伝票番号)を枠内の点線の左側へプリント	7	85	取引番号(発注・返品)			請求時は伝票番号6桁のみ
10	取引先コード	下5桁を左詰め	5	38	取引先コード	209A	取引先コード	下5桁だけ枠内の点線の左側へプリント

チェーンストア統一伝票 (ターンアラウンド用 2型) 仕入伝票 ①

社名 ④ ユニー KK ● 社・店コード ⑥ 201 分類コード ⑦ 7777 伝票区分 ⑧ 01 伝票番号 ⑨ 8888117 取引先コード ⑩ 99999

⑪ 取引先名 ユニー ユニーク KK ⑫ 201-7777-888811 ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

品名	数量	単位	原単価	金額	税別金額	備考
⑪ 857700U ⑫ テストヨウシヨウヒン ⑬ 70101 ⑭ 4933334320116 ⑮ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿	5	SSMLL	500.11	2501	600	3000
857700U 70101 4933334320123 ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿	5	SSMLL	300.22	1501	450	2250
857700U 70101 4933334320130 ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿	5	SSMLL	1100.33	5502	1300	7500
857700U 70101 4933334320147 ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿	5	SSMLL	1345.44	6727	1600	8000
857700U 70101 4933334320154 ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿	5	SSMLL	400.55	2003	500	2500
857700U 70101 4933334320161 ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿	5	SSMLL	360.66	1803	450	2250
857700U ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿	5	SSMLL				

※ イカノ メイライキヨウニル キニユウ シナイコト ※

流通BMSと「SCMラベル」

漢字データ活用

いいこと、
プラス。

APITA

ユニ



	印字項目	桁数	備考
①	納品センター略称	6	平和日雑TC
②	店舗コード	4	別冊「ユニ株式会社物流センター各種一覧表(SCMラベル印字用店舗名称一覧)」参照
③	店舗名称	6	
④	カテゴリコード	2	別冊「ユニ株式会社物流センター各種一覧表(納品カテゴリ一覧)」参照
⑤	カテゴリ名称	2	

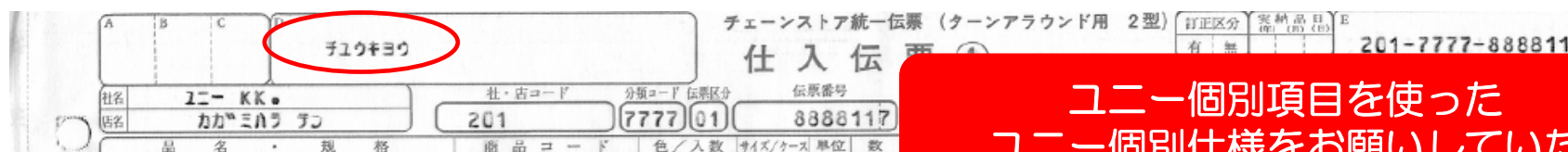
	印字項目	桁数	備考
①	納品センター略称	6	「直接納品先名称」
②	店舗コード	4	「最終納品先コード」
③	店舗名称	6	「最終納品先名称」
④	カテゴリコード	2	「陳列場所コード」下2桁
⑤	カテゴリ名称	2	「陳列場所名称」

メッセージ上に漢字名称が
セットできることで、
取引先 ⇒ マスター管理の手間
システム固定処理減
小売 ⇒ 名称変更が容易、
新店の徹底

個別仕様の見直し

導入前

番号	項目名	プリント位置、方法	桁数	Ver0.5番号	名寄せ後項目名	TAG-NO	TAG名	
1	地区	D欄の上段	10	66	商品分類(中)	212	地区	2:東京 3:静岡 4:北陸 5:中京 (カタカナも可)



ユニーク個別項目を使った
ユニーク個別仕様をお願いしていた

導入後

番号	項目名	プリント位置、方法	桁数	Ver0.5番号	名寄せ後項目名	TAG-NO	TAG名	
1	地区	D欄の上段 ⇒項目に値がセットされていますが、 標準化遵守ため印字は不要です。	10	66	商品分類(中) ※上記より判定しプリント	212	地区	2:東京 3:静岡 4:北陸 5:中京 (カタカナも可)



個別項目がなくなったので
社内ルールを見直し、個別仕様も廃止

その他、アパレルの値札メッセージも新規開発予定<08年2月>(従来は発注データと兼用)

業界標準を遵守することにより、お取引先に負担をかけない

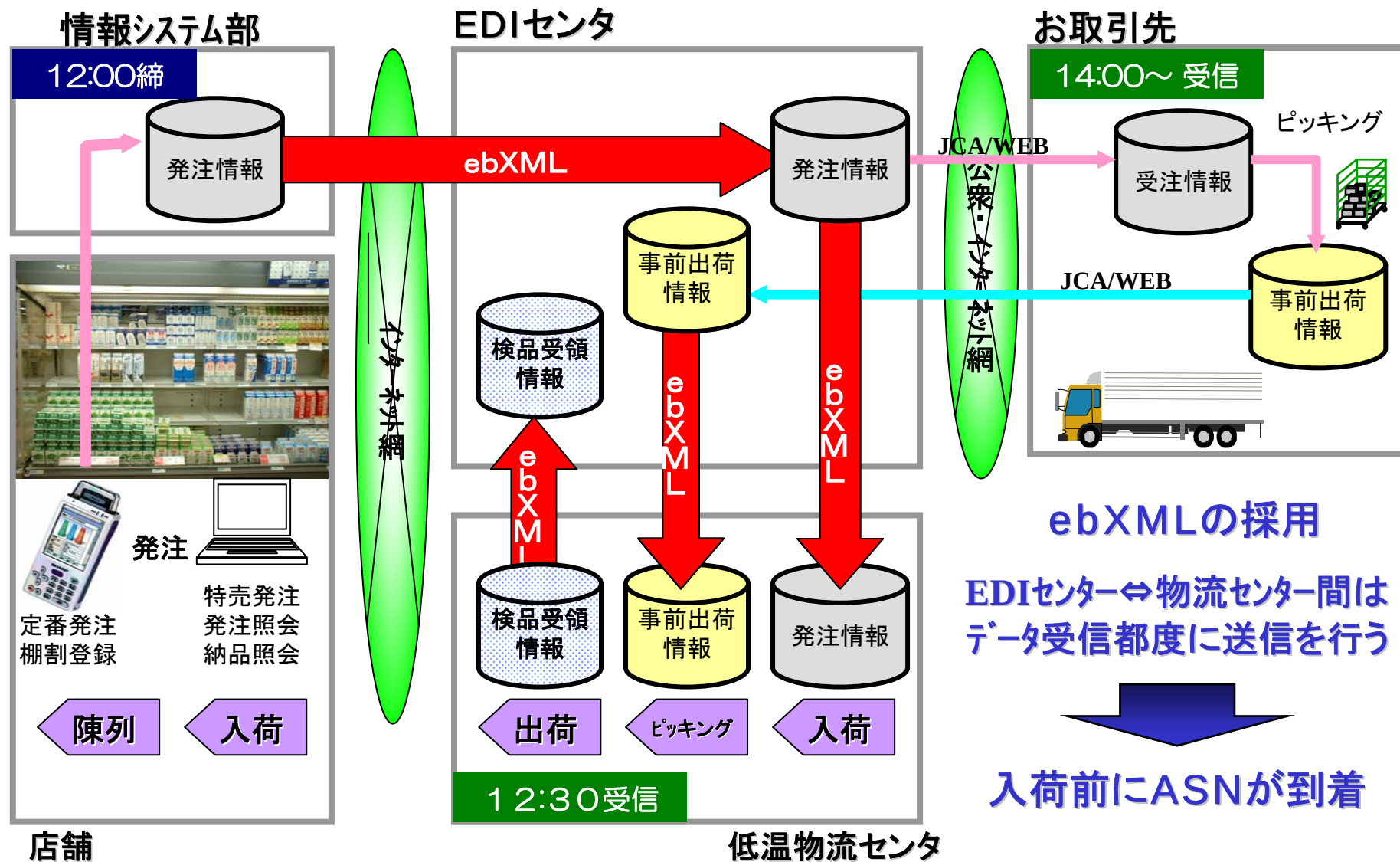
4. 流通BMSの期待効果

低温物流センター構築事例

ebXML採用



時間的にタイトな日配受発注をタイムリーに処理出来るEDI環境の実現



低温物流センター・システムの構築要件

いいこと、
プラス。

APIITA

ユニー

2005年

**発注から納品までタイトな日配商品でも
事前出荷情報を前提とした低温物流センターの実現**

1. 事前出荷情報 (ASN) 処理 → 伝票レス
2. クリーンデータを即時に物流センターへ
3. 自前のシステムがなくても、EDI化を実現

物流コスト削減
事務コスト削減
伝票コスト削減

- 
1. JCAに加えて、Web-EDI開発
 2. 漢字データをEDIセンタへ送信
 3. 高速・大容量通信 → 次世代通信手順

独自フォーマット
開発コスト増大
テストコスト増大
維持コスト増大

流通BMSを導入するには

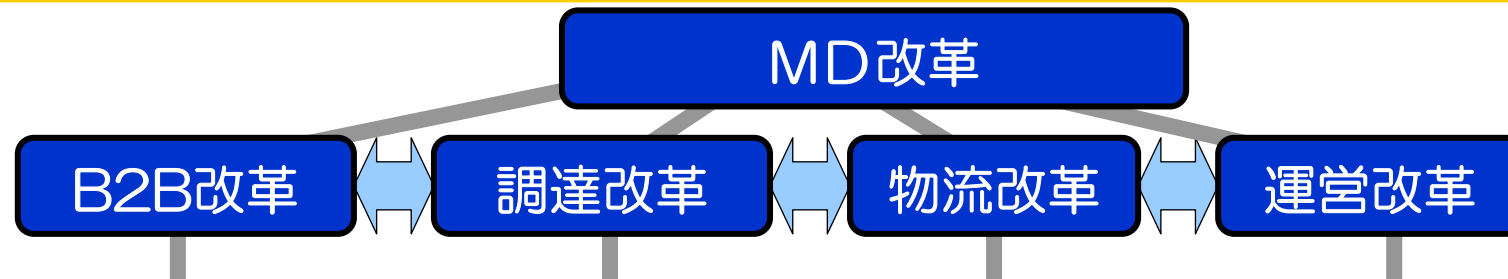
既存の業務とのマッピングの実施 ～EDIフォーマット／伝票／SCMラベル等～

1. JCA－EDI／WEB－EDIとの対応表策定
2. 標準フォーマットと「伝票」「SCMラベル」の対応表策定
3. カテゴリー等メッセージからそのまま表示出来る体系整理



1. お取引先のEDI関連ソフトの共通化の実現
2. お取引先説明会等の共通化を目指す
3. 高速通信による通信時間の短縮化→出荷作業の早期化

MD改革へのIT活用



ITを活用 → 調達コスト削減／ロ・コスト削減を志向／「食の安全・安心」

シナジー効果

協業化

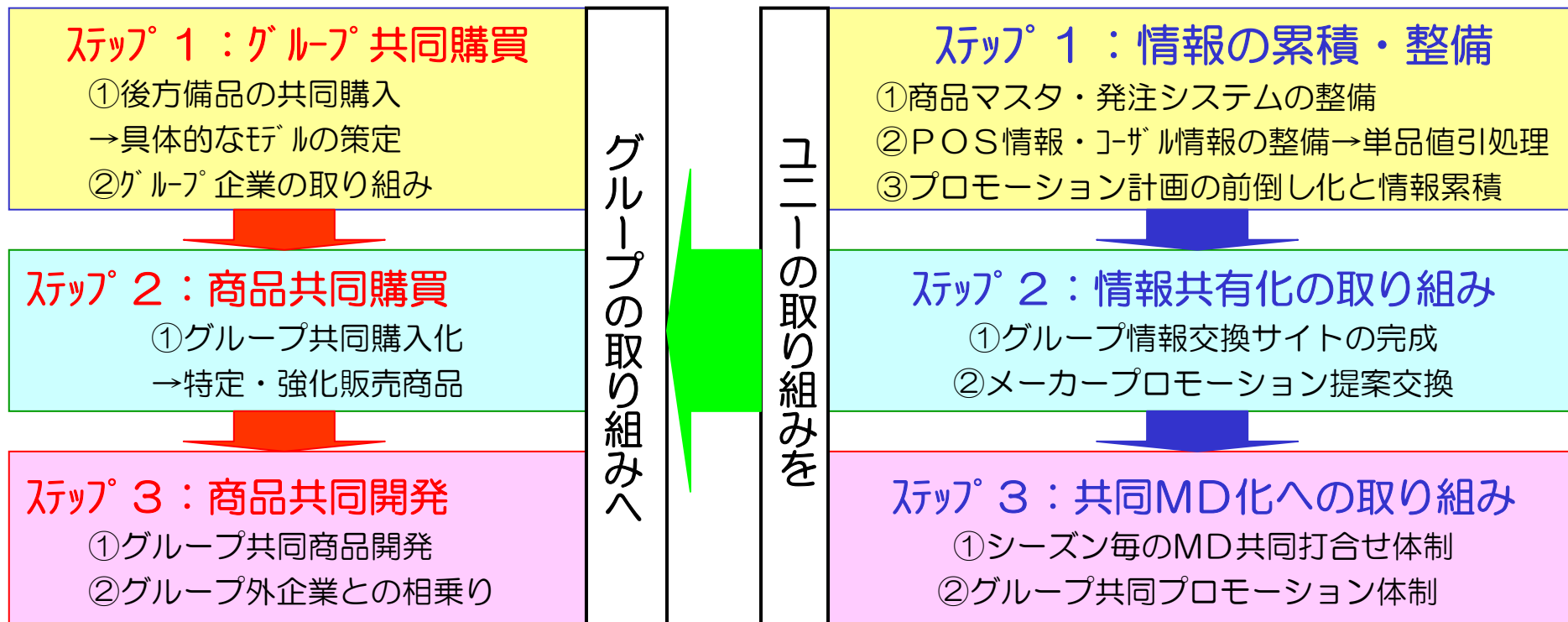
個店MD

業界標準の活用

協業化の取り組み

	メーカー	取引先	小売業
情報	新製品情報 新製品プロモーション	需要予測 在庫量コントロール	プロモーション情報 POS情報 コーザル情報 (競合・インド・チリ・バングラ) 他) 顧客 (FSP) 情報

協業化のメリットは、①販売数量の最大化 ②流通在庫と流通コスト削減



協業化の取り組み

DCMとSCMの融合

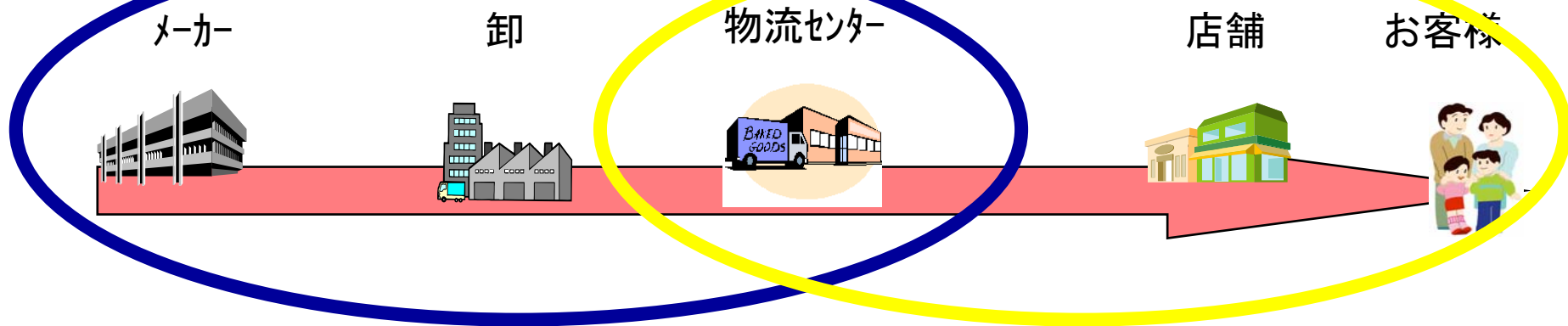
イイこと、
プラス。

APITA

ユニー

SCM(サプライチェーン)

DCM (ダイヤモンドチェーン)



メーカー（生産志向）

- ・ブランド戦略
- ・在庫コントロール
- ・効率のよい製造
- ・効率よい補充

共通基盤

GDS
CPFR

流通BMS

小売業（顧客志向）

- ・販促の消費者反応
- ・競合店の動向
- ・店舗在庫の確保
- ・商品カテゴリー変更

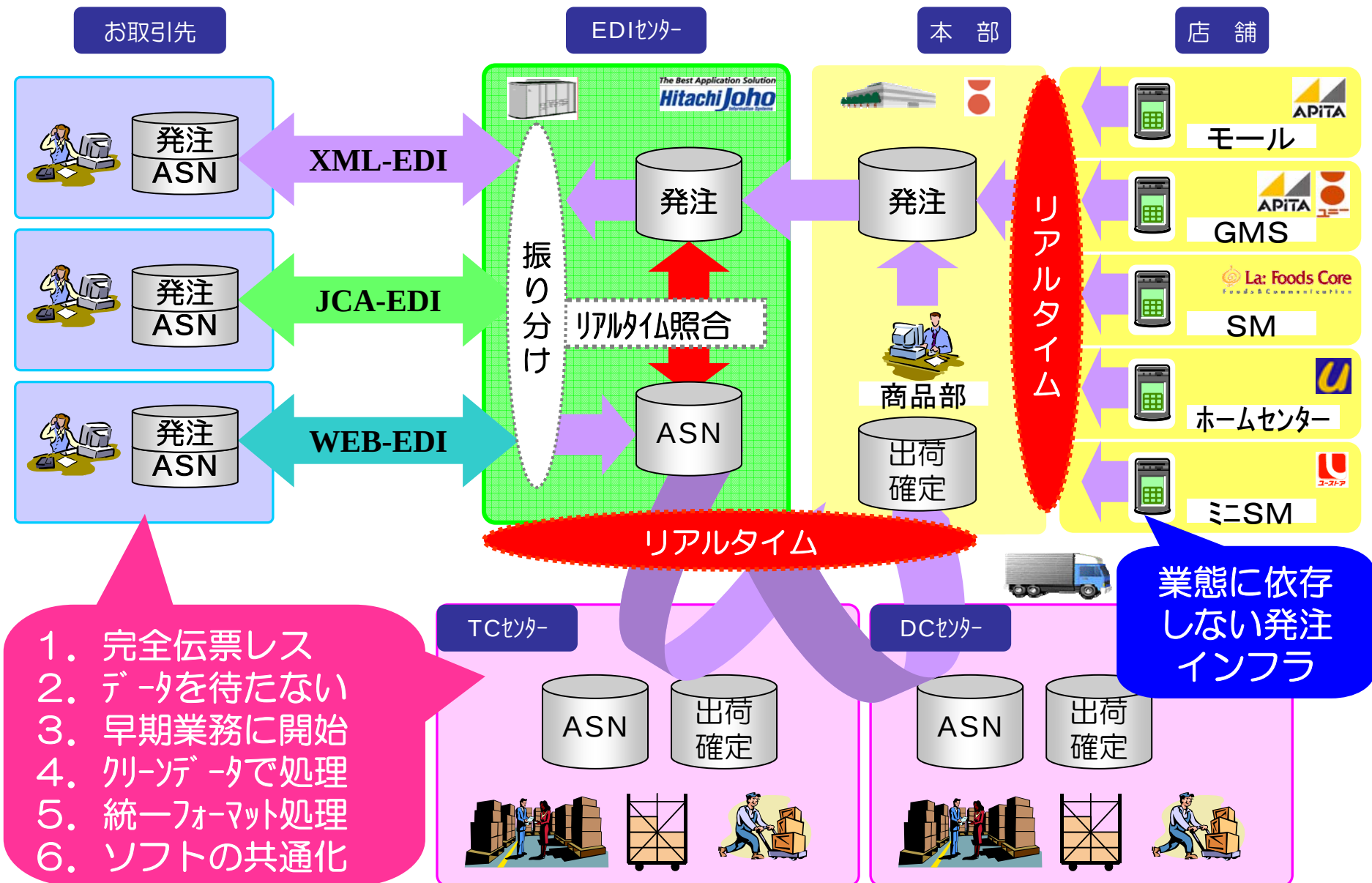
両者の視点の違いで
需要予測の差異発生

協働により差異を調整
共有基盤を活用

より有効で、精度の高い
需要予測策定、補充実施

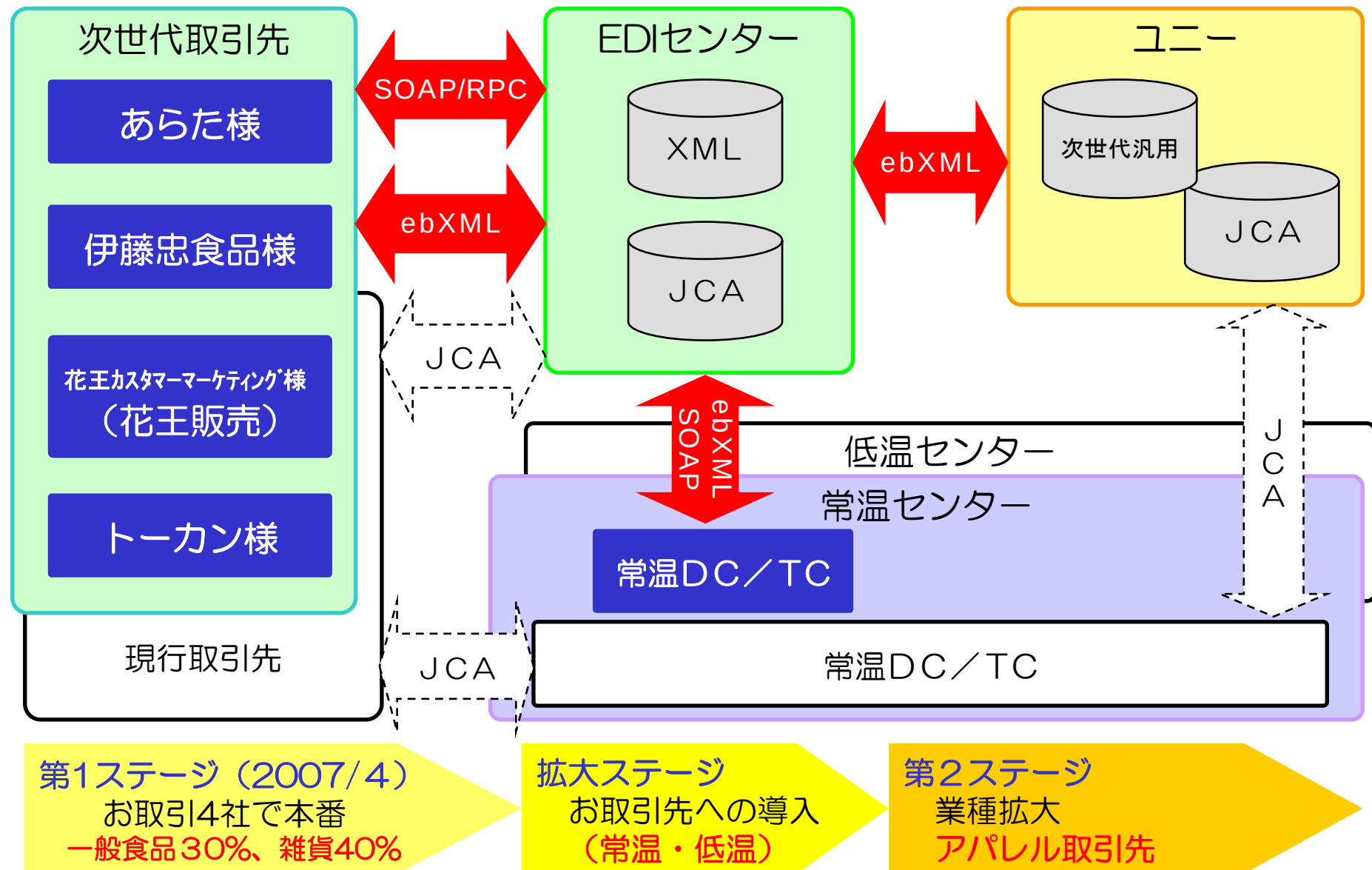


店舗業態に依存しないインフラ



1. 完全伝票レス
2. データを待たない
3. 早期業務に開始
4. クリーンデータで処理
5. 統一フォーマット処理
6. ソフトの共通化

ユニーの流通BMS展開計画



最後に

①EDI化を推進することで

- 伝票レスによる削減（伝票作成費・保管費）
- 情報精度向上による省力化（物流業務・買掛業務）

②インターネット環境を利用することで

- 受発注、物流業務の迅速化
- 通信費用の削減（通信回線費、通信費）

③標準を利用することで

- 個別仕様対応費用削減（初期・運用費用）
- 複数企業間同士での共通SCM改革のノウハウにも・・・

より多くの企業の参画が効果回収の最大ポイント

皆様の積極的な参画をお願い致します

ご清聴ありがとうございました

