



「CGCグループにおける 流通BMSの導入実績と今後の戦略」



株式会社 シジシージャパン
ビジネスサポート事業部
システムチーム



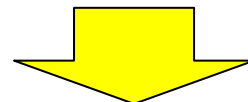
CGCとは？



の略称です。

昭和48年
協業活動

各地の中堅・中小スーパーマーケットが結集して設立
1社ではできないことをみんなで取り組む
商品開発・物流・情報システム・販売促進・教育



すべては地域のお客様のため



会社概要

株式会社シジシージャパン C.G.C.JAPAN CO.,LTD.

本社所在地 : 〒169-8531 東京都新宿区大久保2丁目1番14号

電話	: 03-3203-1111
資本金	: 5億2,375万円
設立	: 1973年10月27日
代表	: CGCグループ代表 堀内淳弘 取締役社長 森田隆夫
従業員数	: 342人(2008年5月現在)
本部取扱	: 6,627億1,400万円(前期比106%)
決算月	: 2月末
業務内容	: 商品開発および商品供給 物流・情報支援 教育支援(各種研修会の実施、現場指導)
海外事務	: シアトル・上海・ベトナム・パリ
支社	: 千葉支社(千葉県千葉市) 神奈川支社(神奈川県平塚市) 北関東支社(栃木県下野市) 新潟支社(新潟県新潟市)
センター	: 神奈川JDセンター(神奈川県平塚市) 千葉JDセンター(千葉県千葉市) 北関東JDセンター(栃木県下野市) 新潟JDセンター(新潟県新潟市) グロサリー広域センター(埼玉県所沢市) 生鮮広域センター(神奈川県川崎市) 青果広域センター(東京都江東区) チルド広域センター(神奈川県川崎市) 茨城トランスファーセンター(茨城県笠間市) 山形トランスファーセンター(山形県西村山郡)

■関連会社

エス・ビー・システムズ株式会社 *	CGCグループの情報VAN会社
株式会社 シジシー・ショップ	メンバーの経営相談、再建指導など
シジシーメンバーズサポート株式会社	メンバーの店舗指導
株式会社 シジシーアパレル	衣料品の商品開発、衣料店の指導

■友好団体

社団法人全国スーパーマーケット協会 *	協会員企業数371社3145店舗
-------------------------------------	------------------

CGC=Co-operative Grocer Chain

CGCグループは、小売業主催のコーペレティブ・チェーン

◆基本理念

地域企業が共同して、流通の革新を図り、
生活者の安全と健康と心豊かな暮らしに貢献する

◆創業の理念

- ・BIG対策
- ・商品こそすべて
- ・協業活動自助努力
- ・地域密着顧客サービス



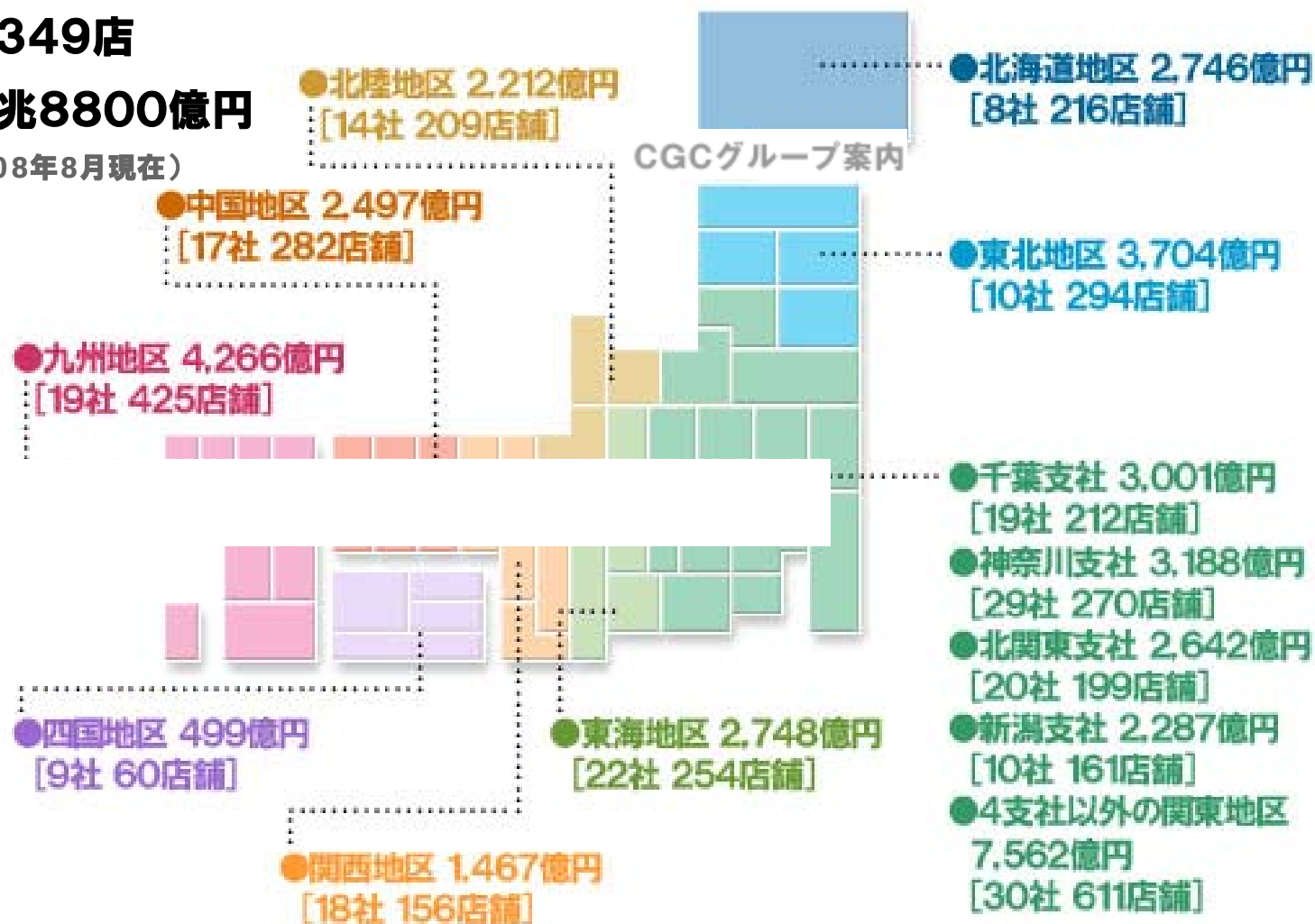
全国に広がるCGCグループ

総企業数 225社

総店舗数 3349店

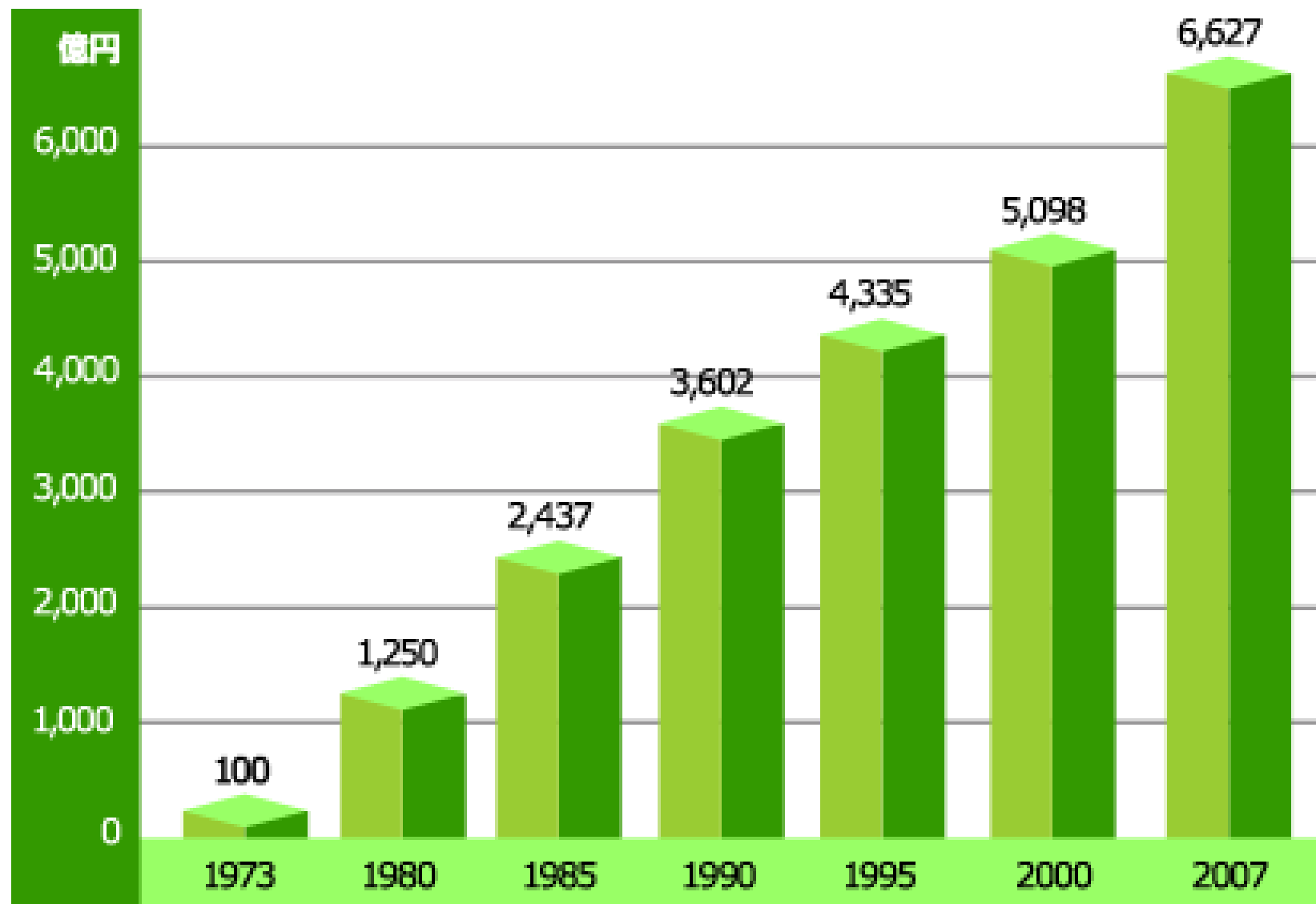
年商総額 3兆8800億円

(2008年8月現在)





CGCの売り上げ規模の拡大





C G C グループの活動＜商品活動＞

■ 3兆円の販売力をバックに独自商品 (プライベートブランド/PB)を開発・販売

→製造委託は国内および海外の一流メーカーまたは産地

■ 有名メーカー商品の集中仕入れ





CGCグループの活動＜商品活動＞

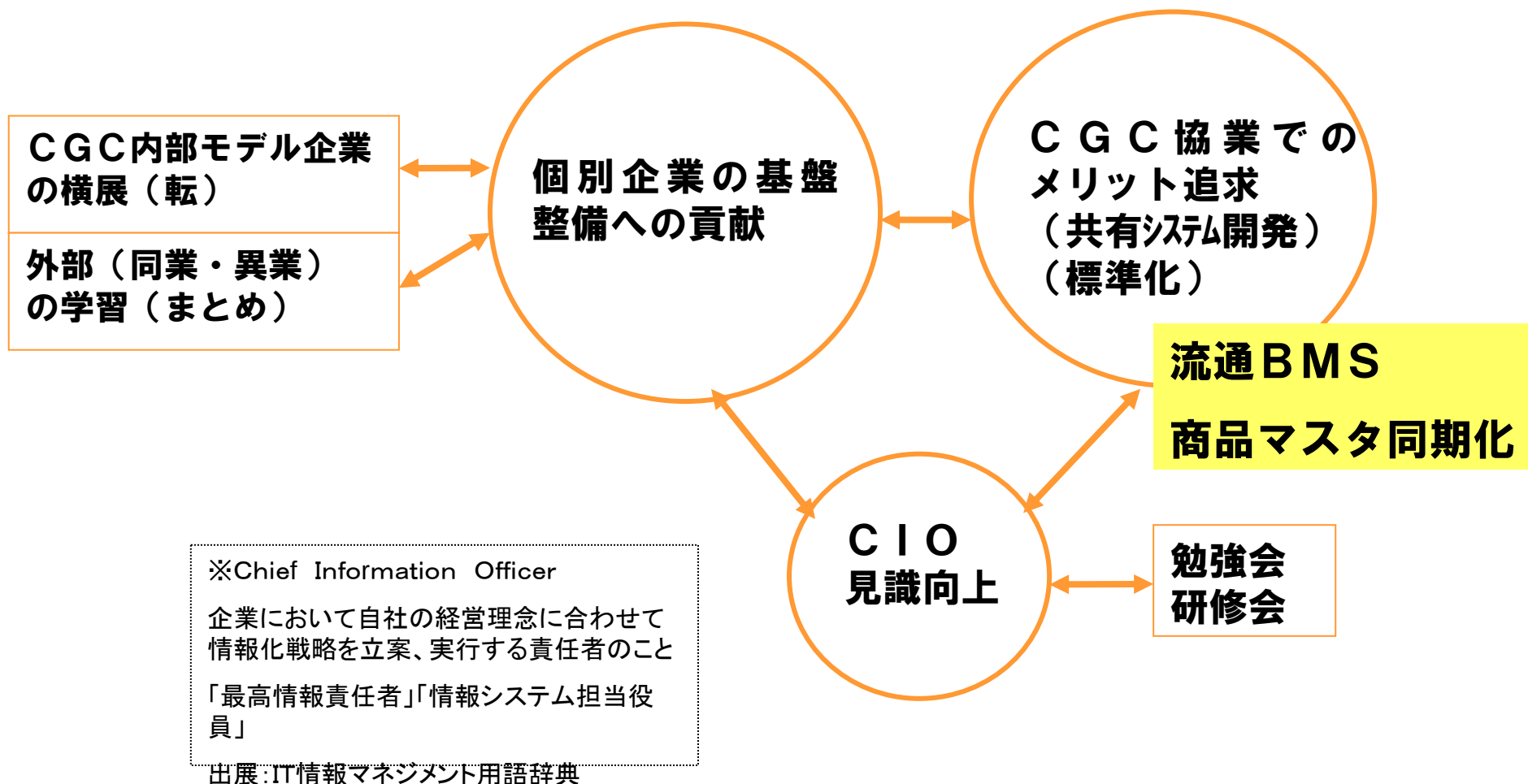
CGCのPB商品ブランド



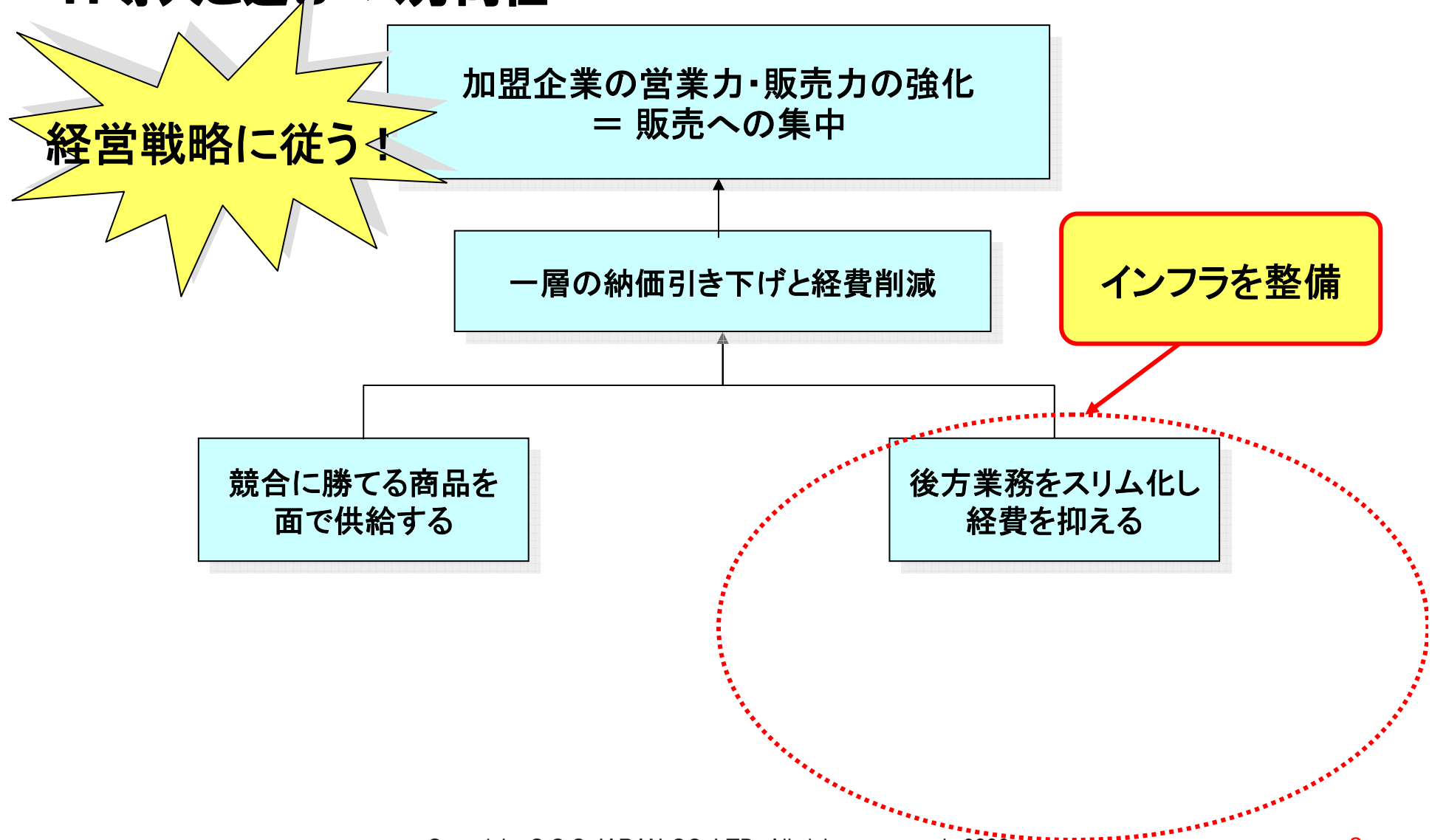


CGCグループの活動＜情報システム＞

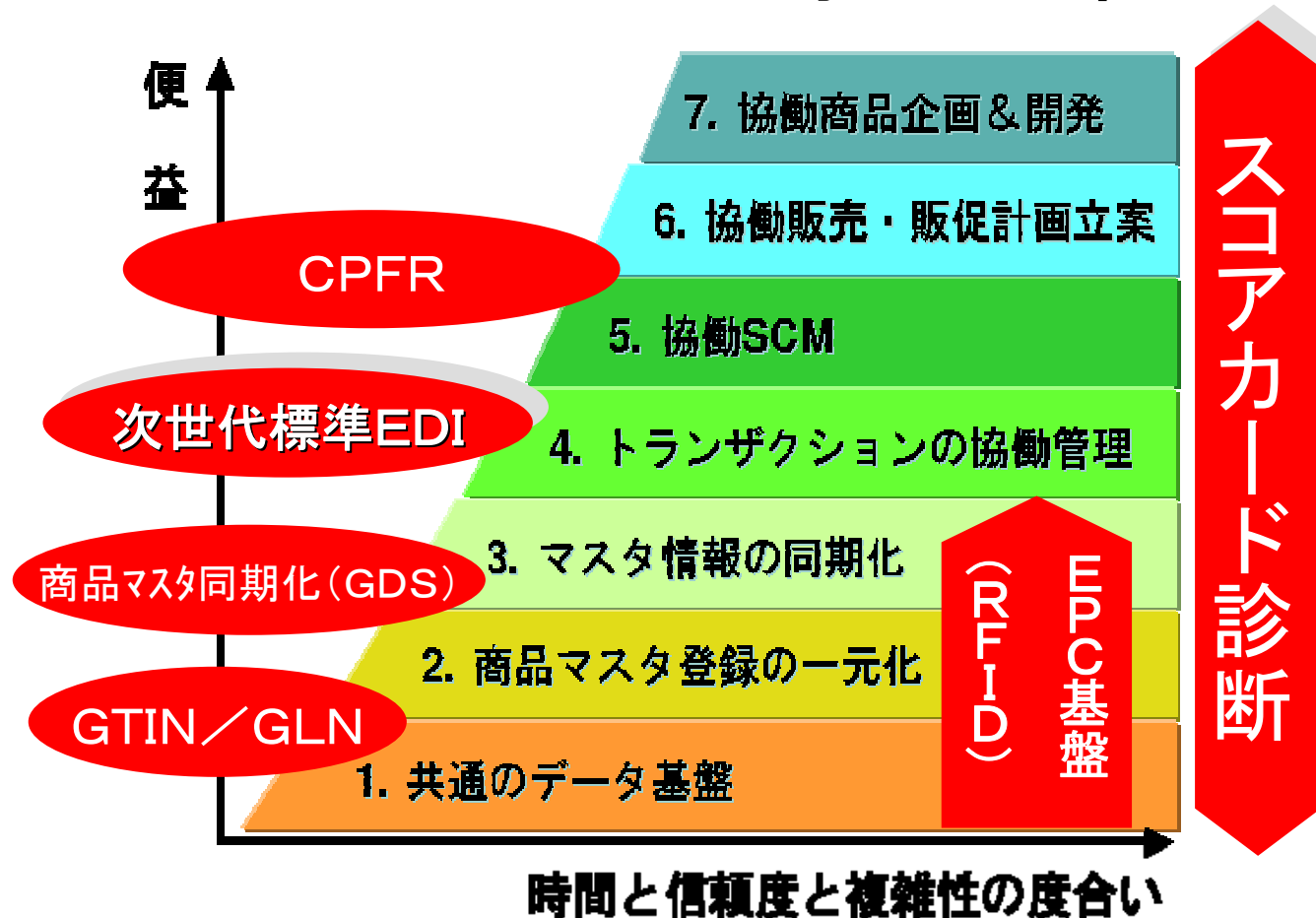
～1社で実現できないことを協業で実現する
《情報システム戦略委員会を中心に政策を提言》



IT導入と進むべく方向性



標準化の動きとKearney's 7step



スコアカード診断

ECRスコアカードとは？

- ・流通全体がパートナーシップを結ぶ為に、客観的・標準的基準でお互いを評価検討する「**取組評価表**」のこと
- ・ECRスコアカードは4つの分野をベースにして、各企業がECRを実現するための支援ツールとして位置付けられる

4つの分野

- ・D需要動向管理
- ・S供給管理
- ・I 統合技術
- ・E実現可能技術

出典：GMA/FMI Trading Partner Alliance



流通BMS「流通ビジネスメッセージ標準」への取組み



攻めの組織と個の力の創造
— 機能の結集・行動する力 —

2008

CGCグループ活動計画

「グループの“協業のちから”を強くする」
「加盟企業の“店のちから”を強くする」
「加盟企業のコストを削減する」



その実現のための基盤=情報・システムの整備

4. 流通ビジネスメッセージ標準の普及

- 1) 発注・出荷・受領・返品の流れを業界標準の伝票明細で処理
・EOS比率の向上による加盟企業、取引先の負担軽減
- 2) 単品管理や自動発注体制を構築するための必須条件となる



「EDI」の本質と「流通BMS」について

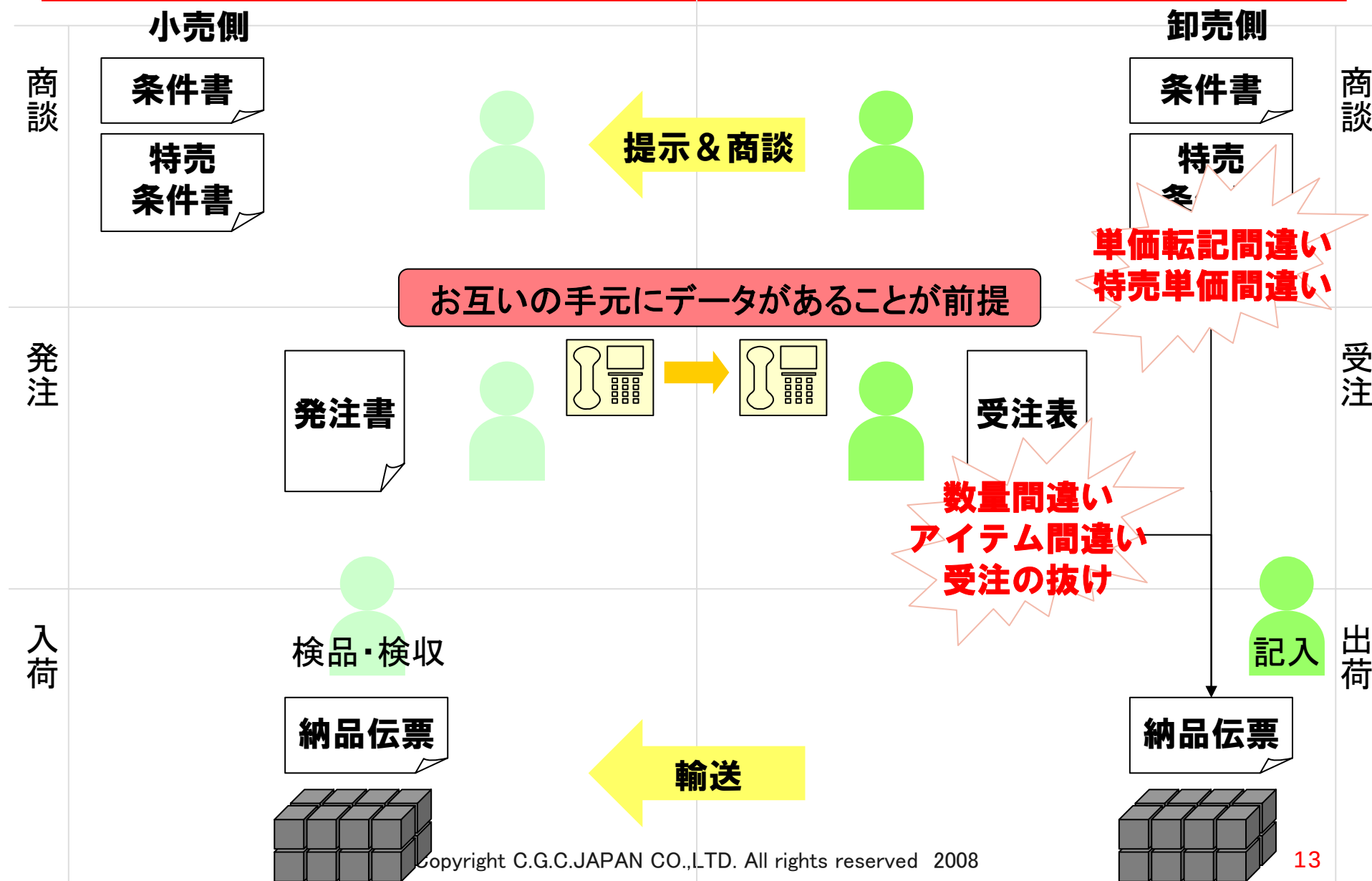
EDIの「本質的」効果とは？

- 契約通り、注文通りの納品が実現する
 - マスタ情報の一元管理が前提
- 単品管理の実現が容易になる
 - 全データ補足、在庫情報などの共有（発注システム変化！）
- 業界標準による標準化メリット
 - システム化コストの最小化
 - 情報連携のための基盤

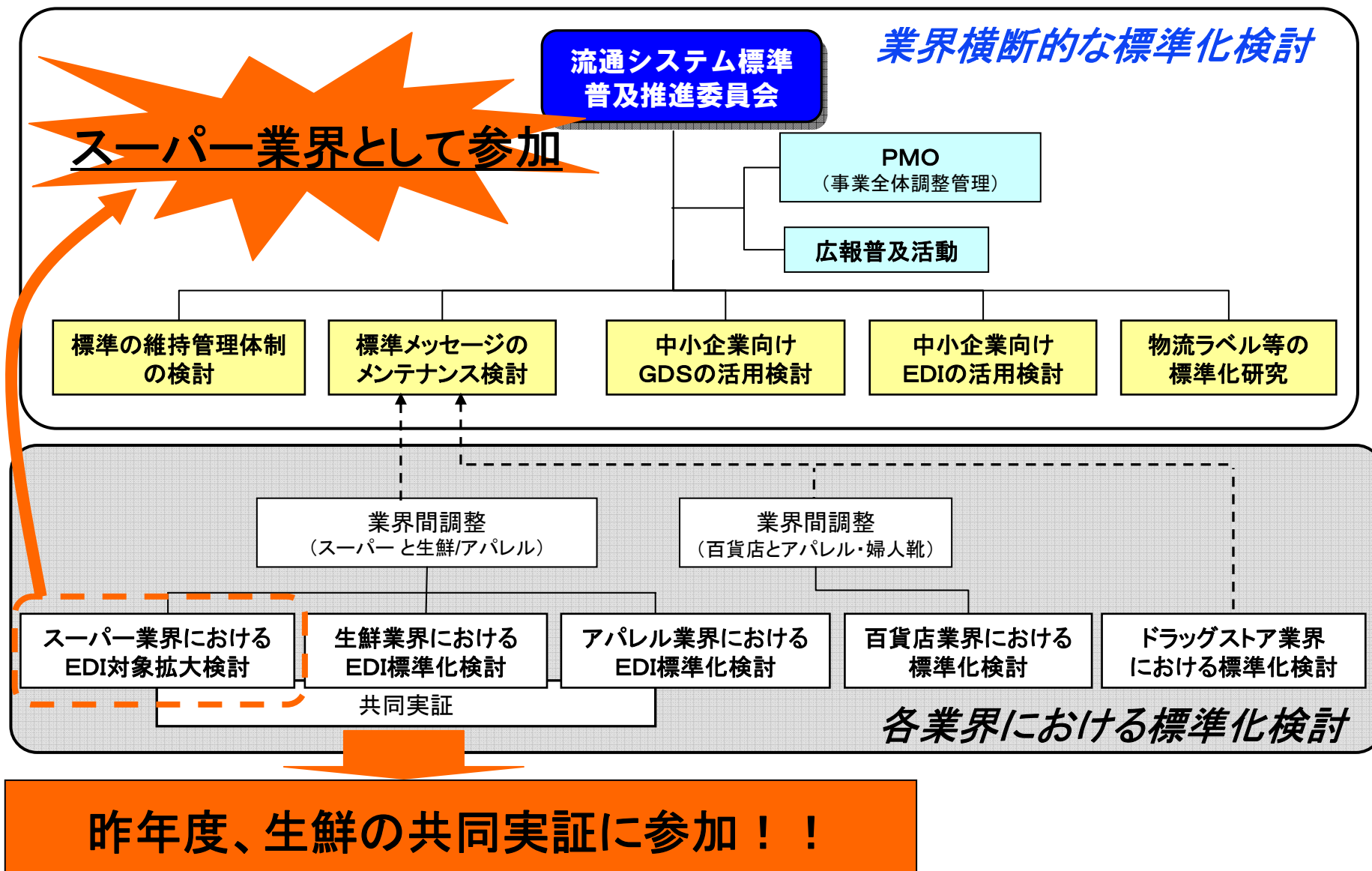


商談～発注業務プロセスの整理①

問題点



CGCと標準化事業の関係



なぜ流通BMS(次世代)か？

流通業に対応が迫られる課題

更なる業務効率化

伝票レス・買掛照合・SCM等

安心・安全の仕組みづくり

トレーサビリティ等

更なる消費者への価値創出

CRM・カテゴリマネジメント等

必要な条件

多種多様な情報



高速通信



大容量データ



柔軟な仕組み

低速で高コストな
従来の手法では実現困難

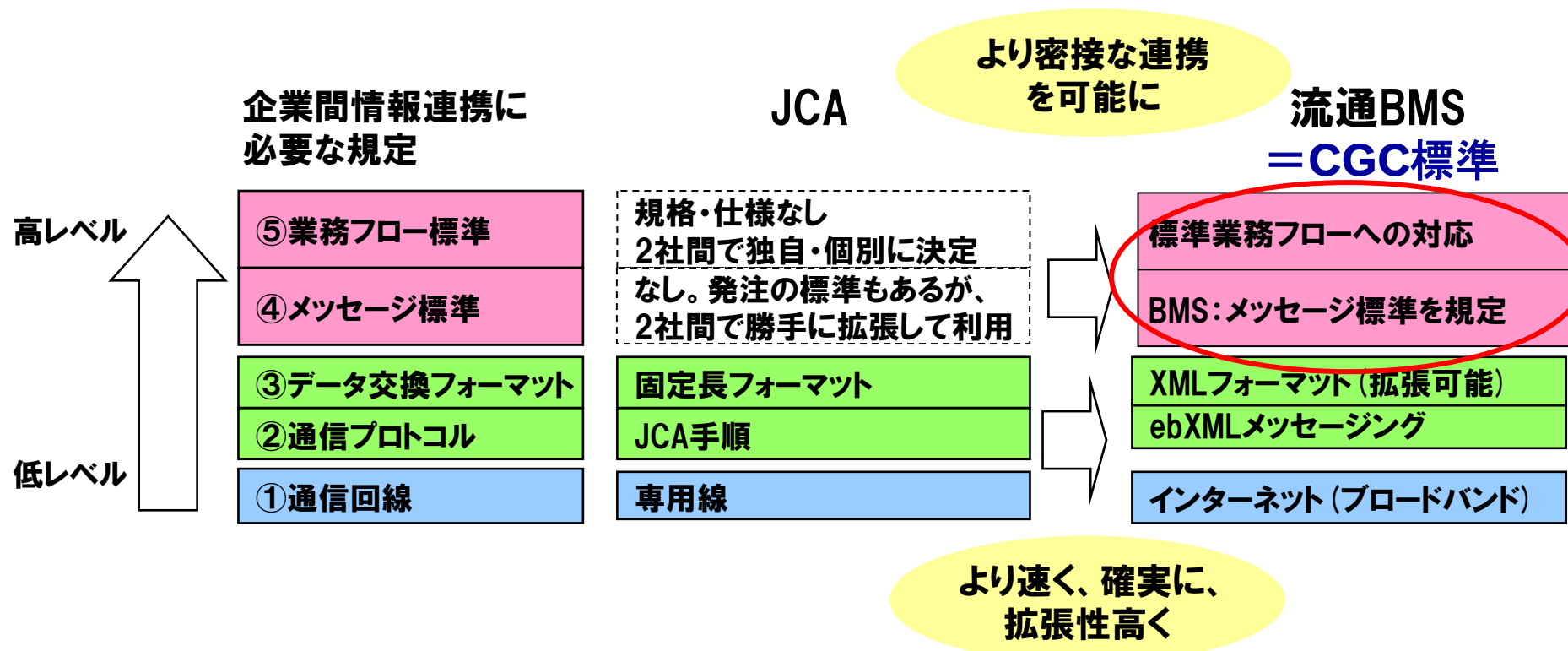
インターネット通信

次世代の新たな手法が必要となる

XML形式

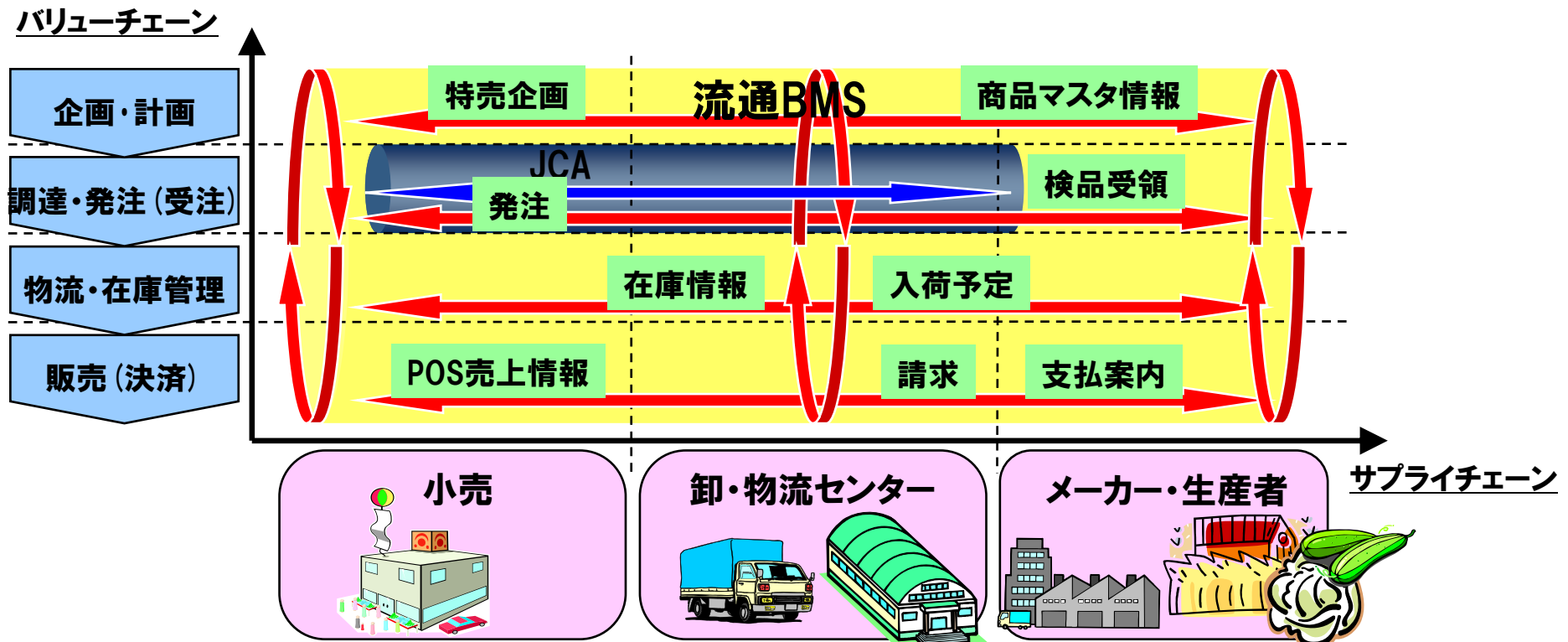
流通BMSの特徴①（上位層でのEDI連携が可能）

- ebXMLの採用で、高速なインターネットで安全確実に通信する
 - 取引先ごとに独自に決めていた、業務フローとメッセージを標準化して、サプライチェーン複雑化の原因を解消する
 - 「連携が重視されている」=従来のEDIとはレベルが異なる
 - 伝票レスを前提として仕様



流通BMSの特徴②（カバーする業務範囲が広い）

- JCA手順の標準化の範囲が受発注のみ。流通BMSでは広範囲のバリューチェーンとサプライチェーンをカバー
- より広い範囲の業務を取引先との間で、リアルタイムに情報共有が可能になる（ターンアラウンド）
- 各業務および業務アプリケーションとの連携により実現される





「流通BMS」採用の狙い①

～お取引先様との取組み強化

CGCが目指す業務効率

取引先様が望む業務効率

両社のメリットを相互に享受し取組みを強化

流通業界で標準化された仕組みを利用することが不可欠

「流通ビジネスメッセージ標準」を基盤に実現へ

データ交換の高速化 通信は現状の70倍以上のスピード！

変化に柔軟 取引の変化による、EDIデータ項目追加・変更に強いXMLを採用

コストメリット 業界標準なので個別開発が不要

Internet
環境

高速化

・公衆回線を使った通信
の70倍以上

XML
技術

柔軟化

・生産履歴情報などの
新たな情報を、今後
付加する場合も簡単
にできる

比べて
下さい

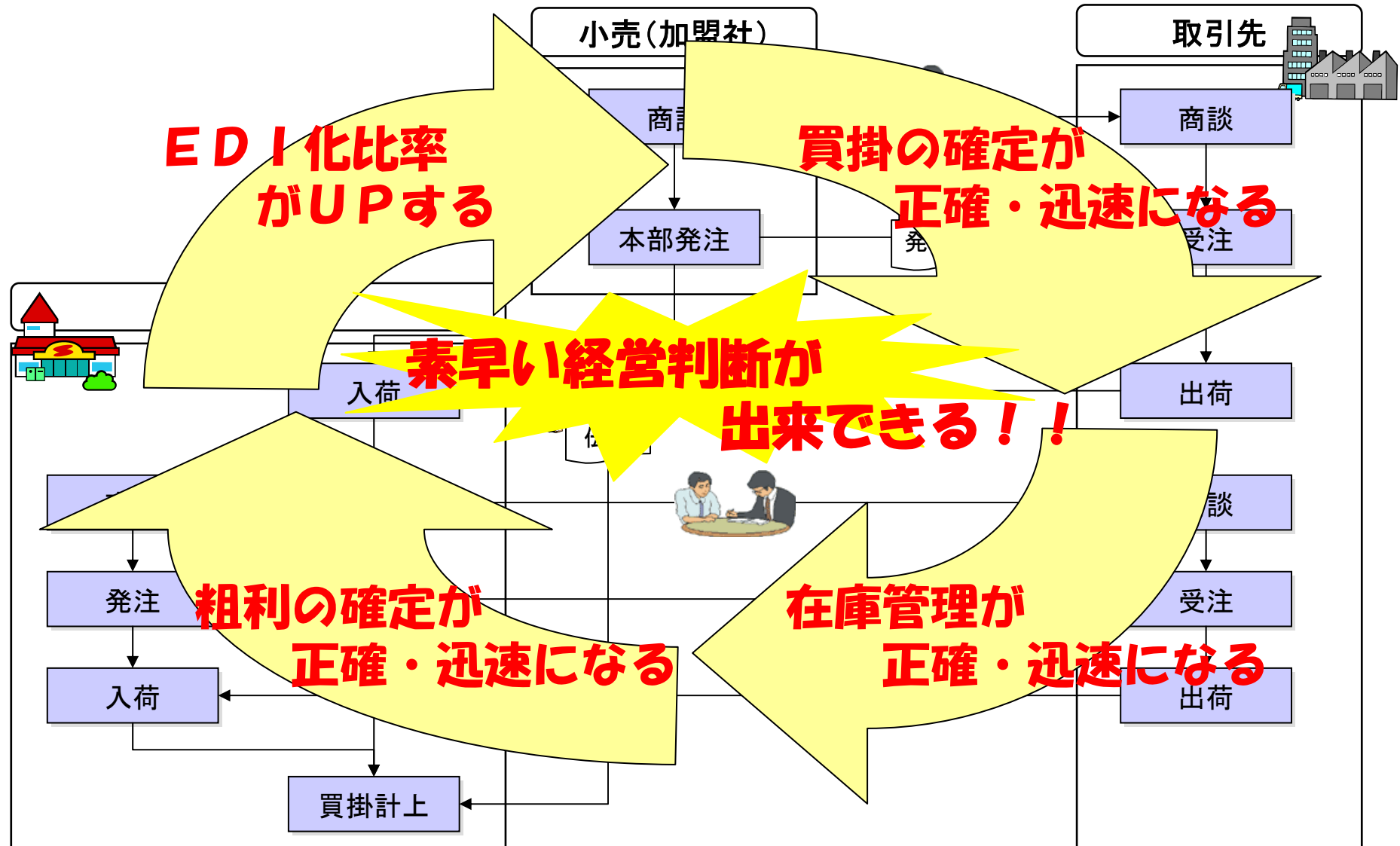
ローコスト化

・通信回線コスト削減
・照合など業務コスト
削減

「流通BMS」採用の狙い②

～現状の業務を底上げすること

◆手書仕入伝票は業務効率化及びデータ精度向上の妨げになっている





「流通BMS」採用の狙い③

～戦略的経営の実現

・・・現行でできていることをそのまま置き換えても意味がない!!

①スピード経営のためのインフラ

－月次決算 ⇒ 週次決算へ 移行

②商品管理を細分化するためのインフラ

－売上、仕入、在庫、荒利の管理レベルを デプト⇒ライン⇒クラス⇒単品 への移行

③業務を標準化して、伝票レス（電子化）などの業務の刷新

－M&Aや事業統合 などの変化に耐えられる基盤整備

④産地表示等の法制度への対応（トレーサビリティ）



流通BMS への対応について

CGCグループの対応(2つのステップに分けて進める)

① (JCAから) 流通BMSに対応することで合理化を進める

流通BMSを開始することによって、通信・運用コストの削減など実質的なメリットの享受

まず、速くなる、安価になる実利を享受

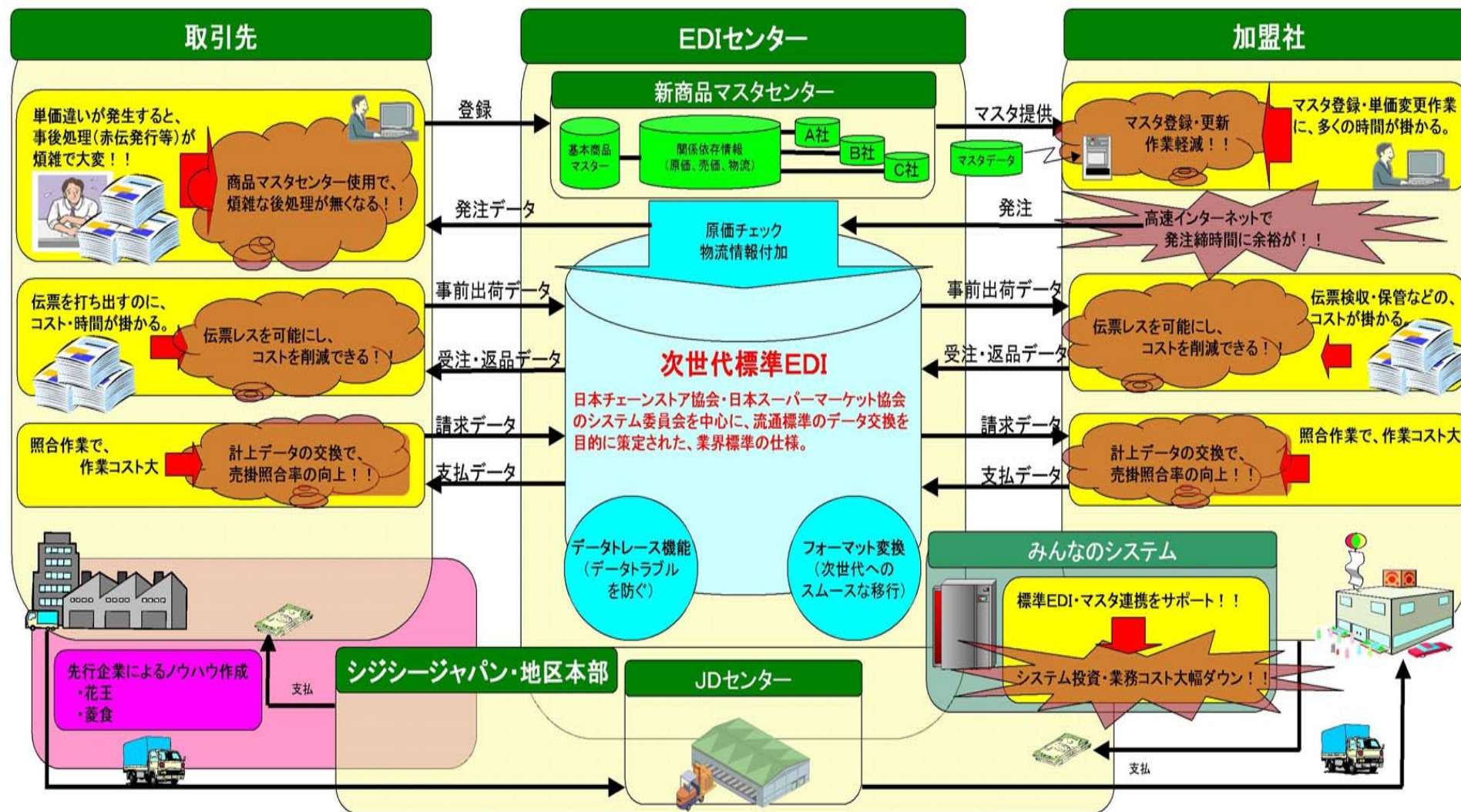
②あわせて、CGCグループの取引方法・業務改善などの包括的な合理化を進める(既存の社内システムの見直しも必要)

取引方法を改善・合理化することで「取引業務の効率化」という最終的なメリットを享受

- ・支払い請求データのEDI化、複写伝票レス化
- ・CGCグループEDIガイドラインの作成(特売発注、手数料、生鮮発注 など)

「戦略的経営」の基盤を実現する

CGCグループEDI構想



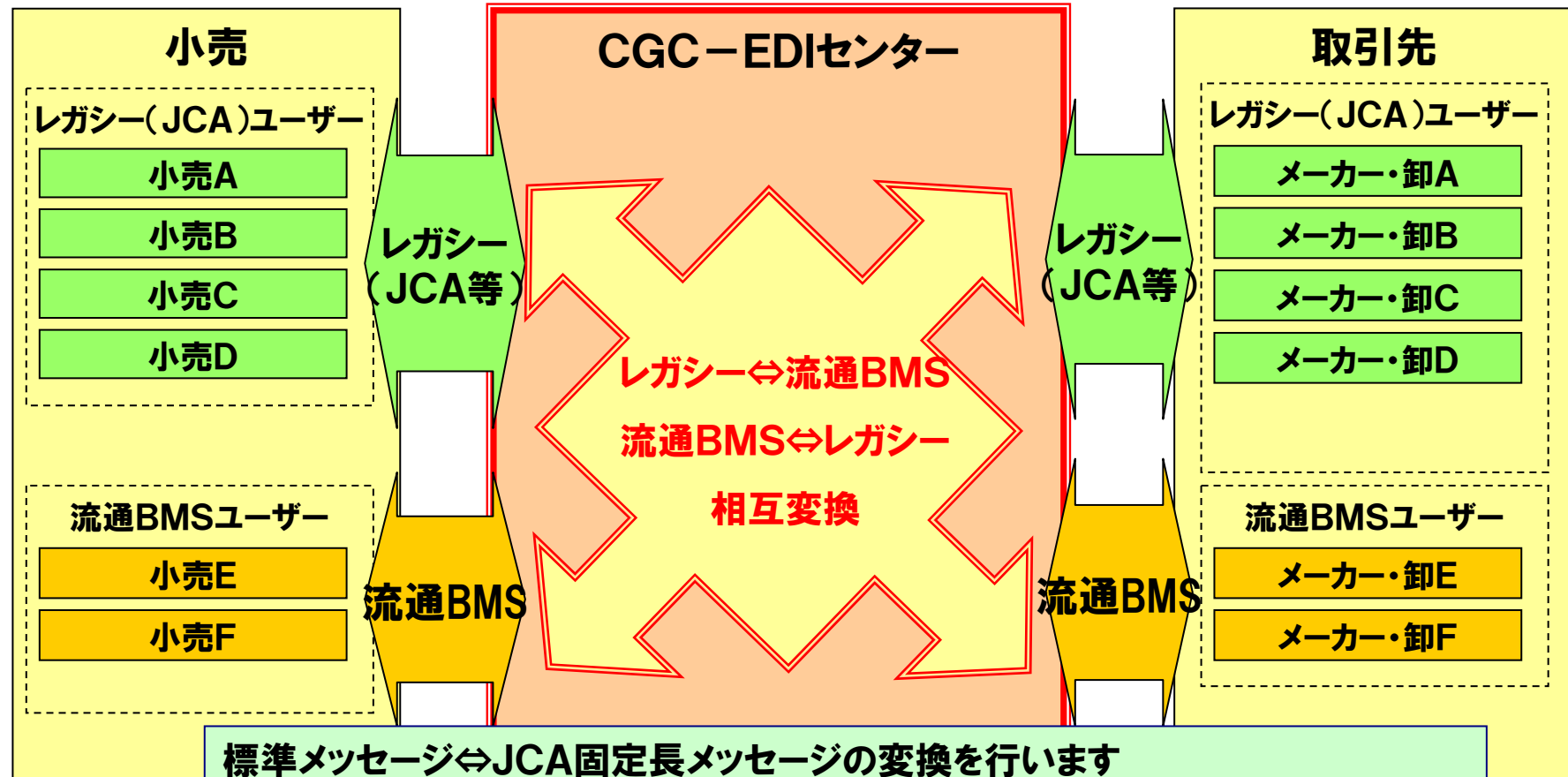
標準仕様によるシステムコスト削減

高速常時接続による通信コスト削減

業務改善によるコスト削減



CGC-EDIセンター機能イメージ ～流通BMSへの移行期間をサポート



標準メッセージ⇔JCA固定長メッセージの変換を行います
小売様は、取引先のシステム対応によって接続方法を変える必要はありません

企業コードからGLNを付加する機能を搭載しています。他コード変換機能搭載
EX) 取引先CD XXXXXX → GLN(13桁)45XXXXXXXXXXXX

互いのバージョン(スキーマ)を意識せず接続が可能です



2007年度導入実績

1)取引先導入実績

101社(花王CMK様、菱食様など ※50音順)

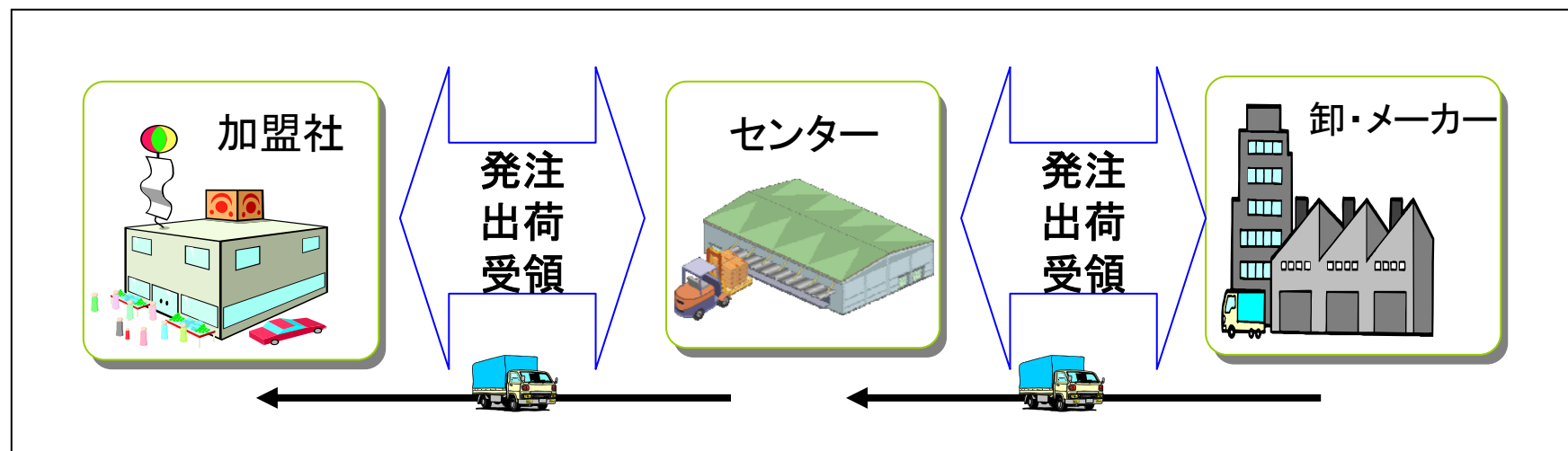
2)加盟社導入実績

4社

導入効果①

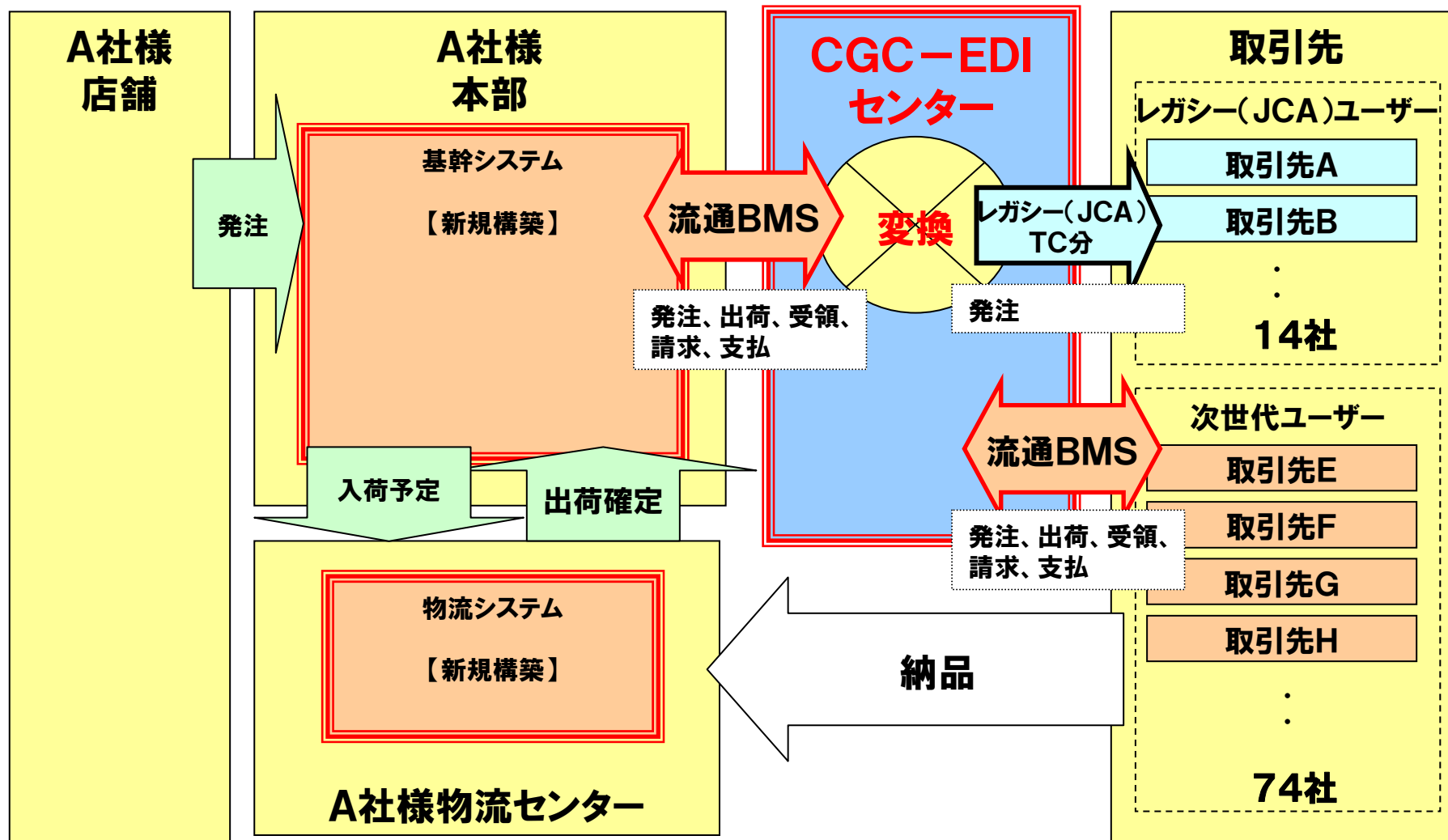
<取引先における効果>

- ・お取引先様(加工食品卸)との実証を開始(2007年4月～)
 - ※2007年7月～神奈川JDセンター分を完全切換
 - ・発注データ受信「40分」→「2分」に短縮、
 - ・出荷確定データ送信「20分」→「1分」に短縮
 - ・通信時間短縮でセンター作業時間にゆとり
 - ・通信コスト削減(インターネット利用により電話代約6万円/月節約)



導入効果②-1

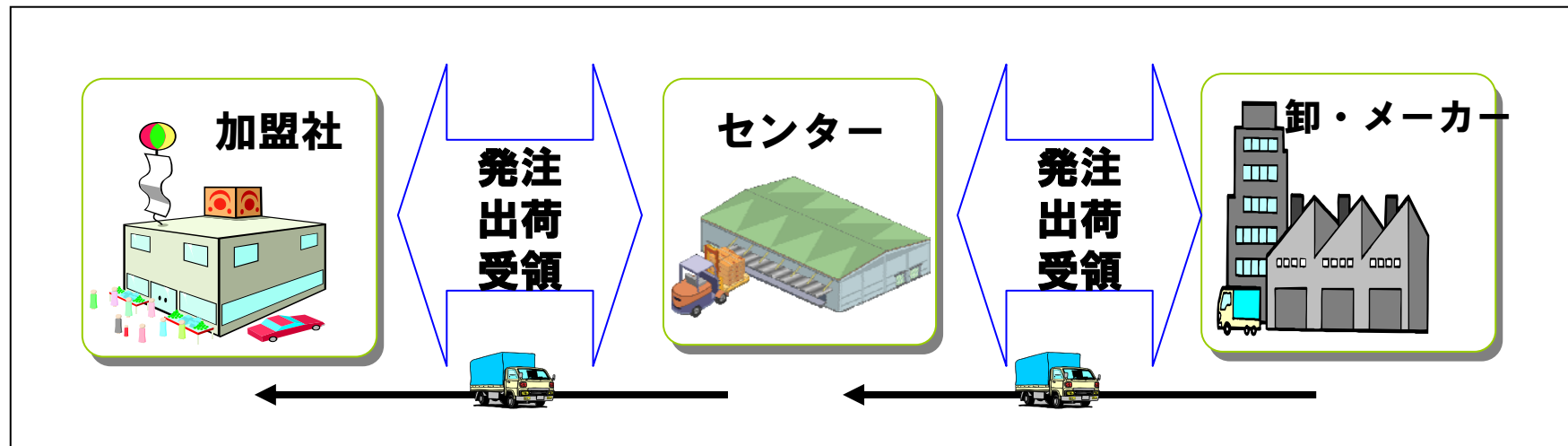
- ・A様ではJCA手順を完全廃止し、JCAへの変換を実施。
- ・平成19年10月22日(月)発注より、日配取引先から順次切替スタート、11月1日正式スタート



導入効果②-2

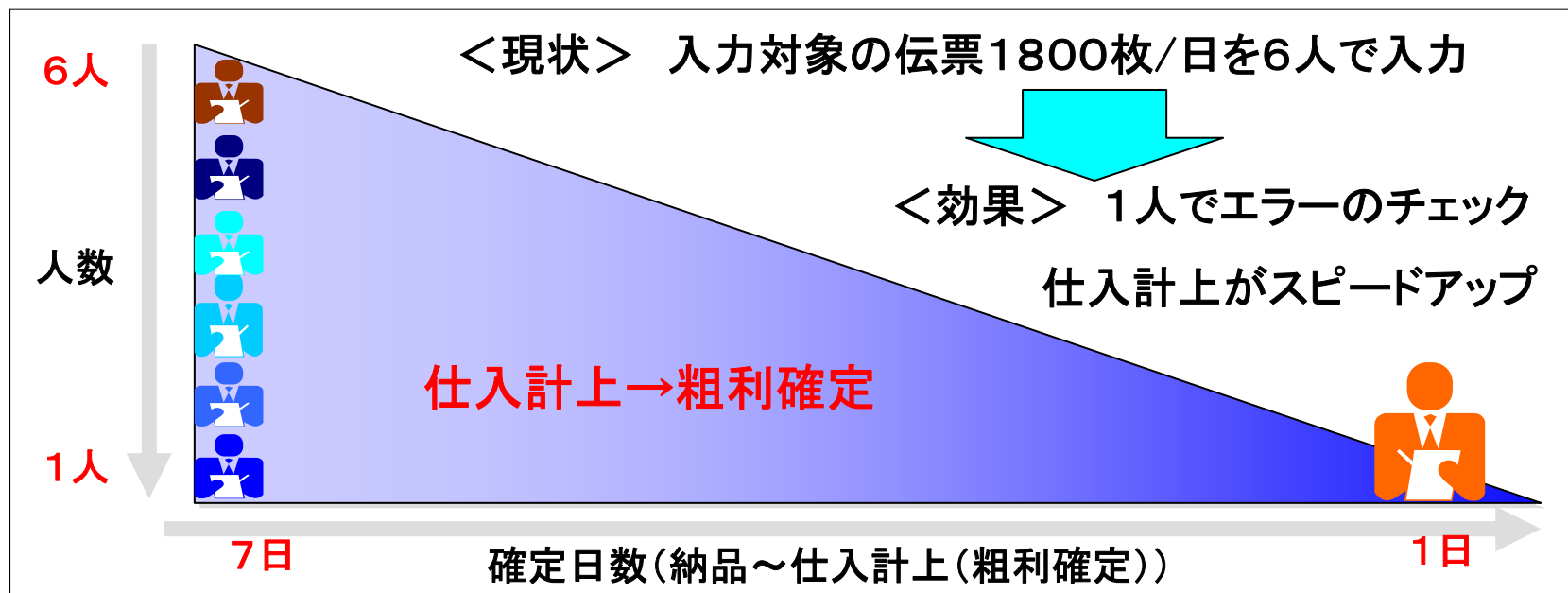
＜A加盟企業における効果＞

- ・伝票レス／月間40万枚の完全ペーパーレス化実現とコスト削減（約160万円／月削減）
- ・陳列情報を付加することで店舗別陳列順に各店配送。
陳列作業の効率アップを実現
- ・通信時間の削減により発注締め時間の延長
- ・ASN(出荷梱包)とSCMラベルとの連動で大幅な検収作業
時間の効率化アップを実現

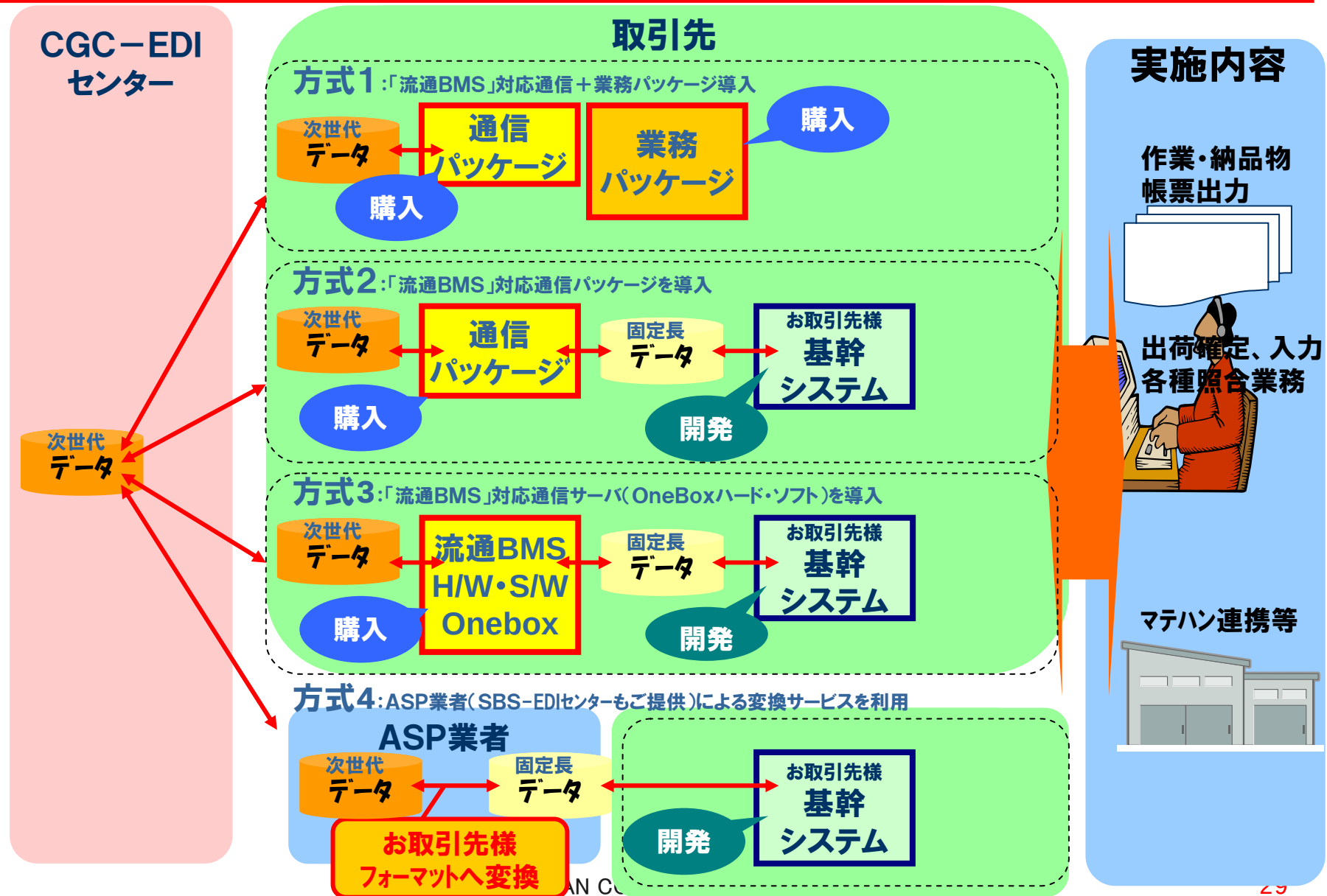


＜B加盟企業における効果＞

- ・「複写式伝票」を普通紙(A4)による「納品リスト」への変更とASN化の併用により
 - 伝票コストの削減（100%EDI化で約30万円／月削減）
 - 仕入計上のスピードアップと違算の大幅減少で請求照合時間の削減



<ご参考>「流通BMS」導入パターン(取引先)



<ご参考>導入方式概要

	方式1 「流通BMS」対応 通信＋業務 パッケージ導入	方式2 「流通BMS」対応 通信クライアント導入 方式3 流通BMS対応通信サーバ ハード・ソフト導入	方式4 指定のASP業者による (SBS－EDIセンターもサービスご提供)変 換サービスを利用
対象の取引先	取引量、扱いSKU⇒小 基幹システムを持たない、 又は、連携の必要がない	取引量、扱いSKU ⇒小～大 自社基幹システムと連携	取引量、扱いSKU⇒大 マテハン連携も含めた 自社基幹システムと連携
システムの概要	通信手順 JX手順(SOAP－RPC) データ表現 XMLスキーマV1.0	通信手順 方式2:JX手順(SOAP－RPC) 方式3:ebXML(ebMS) データ表現 XMLスキーマV1.0	通信手順 お取引先様指定の手順 データ表現 お取引先様指定の形式
システムの特徴	通信及び業務(作業帳票出力、 確定入力)についてパッケージ を使用(購入)します	方式2:通信パッケージのみ 使用(購入)します 方式3:複数接続をする場合の通信 サーバ製品とH/W、S/Wの 一体で導入します	お取引先様基幹システム と指定ASP業者と連携します 仕様は個別検討いたします
取引先準備 (システム変更 ・開発・準備)	インターネット接続環境の 整備及びソフト導入費用が発 生	インターネット接続環境の整備及びソフト 導入費用が発生。また標準メッセ ージの各項目と基幹システムとの連携 (開発)が必要	標準メッセージの各項目と 基幹システムとの比較検討が必要

ご清聴ありがとうございました