

流通ビジネスメッセージ標準[®]

導入ガイドライン(概要編) 第3.0版

本ガイドラインは、流通BMSの導入を考えられている企業のユーザ部門の方々を対象に、流通BMSの概要や導入効果、及び流通業界における流通BMSの動向などについて記述しています。なお、導入手順に関する内容については業界編で、システム構築に関する内容については、システム編で詳しく解説しています。

2011年 5月

平成20年度 経済産業省委託事業
流通システム標準化事業の成果物を
基に、最新の情報を追記しています

導入ガイドラインの体系

- ◆導入ガイドラインは、「概要編」、「業界編」、「システム編」の3編で構成されています。
それぞれの位置づけは以下の通りです。

名称	対象者	使用目的
導入ガイドライン(概要編)	<ul style="list-style-type: none"> ・流通BMSの導入を考えられている企業のユーザ部門の方 ・流通BMSの概要を知りたい方 	<ul style="list-style-type: none"> ・流通BMSの導入を検討するにあたり、流通BMSの概要や導入効果、及び流通業界における流通BMSの動向などを理解することを目的に作成されたものです。
導入ガイドライン(業界編)	<ul style="list-style-type: none"> ・流通BMSの導入を考えられている企業のシステム企画部門の方 ・流通BMSの導入手順の概要を知りたい方 	<ul style="list-style-type: none"> ・流通BMSの導入を検討する際、または導入が決定した際に、流通BMSの導入に必要なコストを見積るための要素や導入手順の概略を理解することを目的に作成したものです。 ・本ガイドラインは、「導入ガイドライン(概要編)」の内容を理解していることを前提に記述しています。
導入ガイドライン(システム編)	<ul style="list-style-type: none"> ・流通BMSを実装する企業のシステム開発部門の方やSlerの方 	<ul style="list-style-type: none"> ・流通BMSを実装する際に、実装の手順の概要と留意点を理解することを目的に作成されたものです。 ・本ガイドラインは、「導入ガイドライン(業界編)」の内容を理解していることを前提に記述しています。

※ 事前に「概説 流通SCM」の内容を確認することで、上記の導入ガイドラインの理解が深まります。
 なお、導入ガイドラインに記述されている用語は、「概説 流通SCM」の付録2、付録3を参照して下さい。
 「概説 流通SCM」は、<http://www.dsri.jp/scmpjt/about_project/scm.html>からダウンロードすることができます。

目次

- 1. 流通BMS策定の背景
 - 1. 1 EDI標準化の背景
 - 1. 2 EDI標準化の目的と検討経緯
 - 1. 3 流通BMSの業界動向

 - 2. 流通BMSの概要
 - 2. 1 流通BMSの対象範囲

 - 3. 流通BMSの特徴
 - 3. 1 これまでのEDIとの違い
 - 3. 2 既存手順との違い
 - 3. 3 導入効果
-

1. 流通BMS策定の背景

1.1 EDI標準化の背景

● 流通BMSは、流通サプライチェーンの全体最適化(流通SCM)を目指して策定されました。

- ・現状の流通サプライチェーンは、製・配・販という業態間、あるいは商品分野の違いによる業種間で情報の連携がうまく図れず、消費者にメリットを提供する視点で見ると、全体最適な仕組みになっていない。
- ・全体最適化を実現するためには、サプライチェーン内で販売実績や需要予測などの情報共有を図ることが重要。
- ・情報連携が進まない原因のひとつが、情報交換の内容や方式の標準化が徹底していないこと。これは個別企業の努力だけでは解決しない。
- ・そのため、経済産業省では2003年度～2005年度の3年間で、「流通サプライチェーン全体最適化促進事業」(略称:流通SCM事業)を推進し、総合スーパーや食品スーパーにおけるグロッサリー商品(酒類・加工食品や日用品)におけるEDIの標準的な仕組みを検討した。
- ・さらに、2006年度からの3カ年計画で「流通システム標準化事業」を実施し、それらの標準的な仕組みが着実に実運用に移されるべく、検討中。その検討の中で、この標準EDIは今後「流通ビジネスメッセージ標準」(流通BMS)と呼ぶことが決まった。

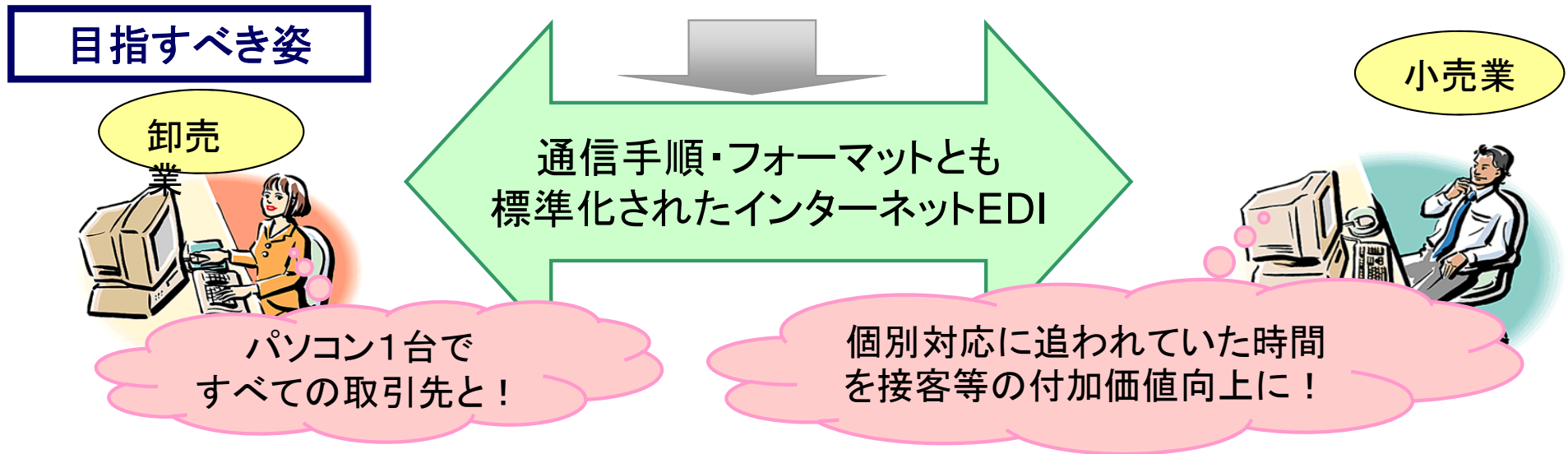
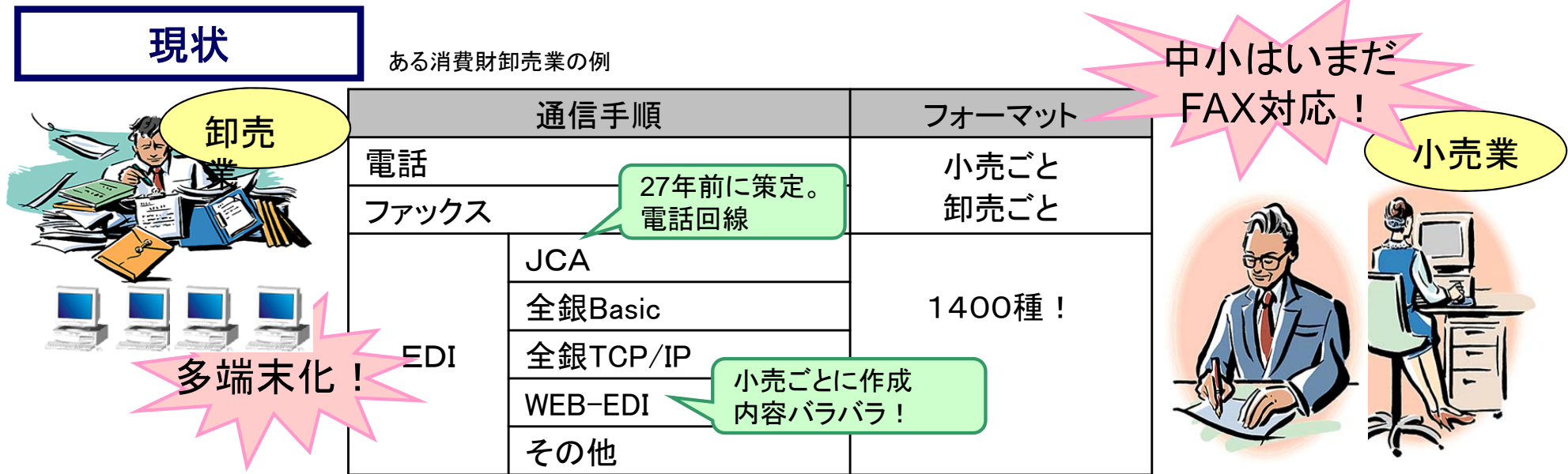


全体最適化を阻害する
企業間の壁(部分最適)

1. 流通BMS策定の背景

1.1 EDI標準化の背景

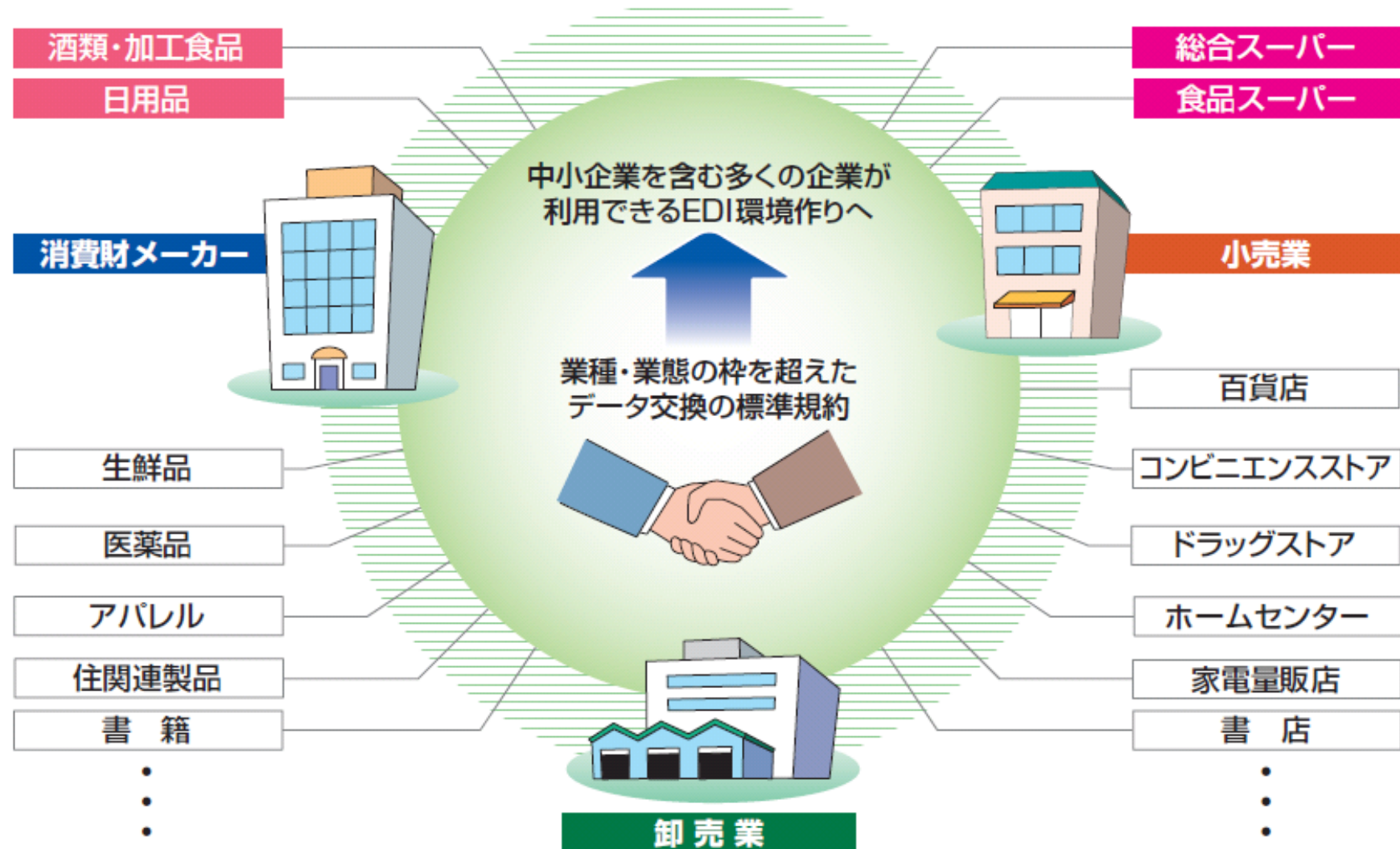
- 現在の流通業界におけるEDIシステムは、さまざまな問題点を抱えています。



1. 流通BMS策定の背景

1.1 EDI標準化の背景

- 多くの企業が利用できるEDI環境を整備するためには、業種／業態の枠を超えて、データ交換に関する標準規約を取り決めることが重要です。



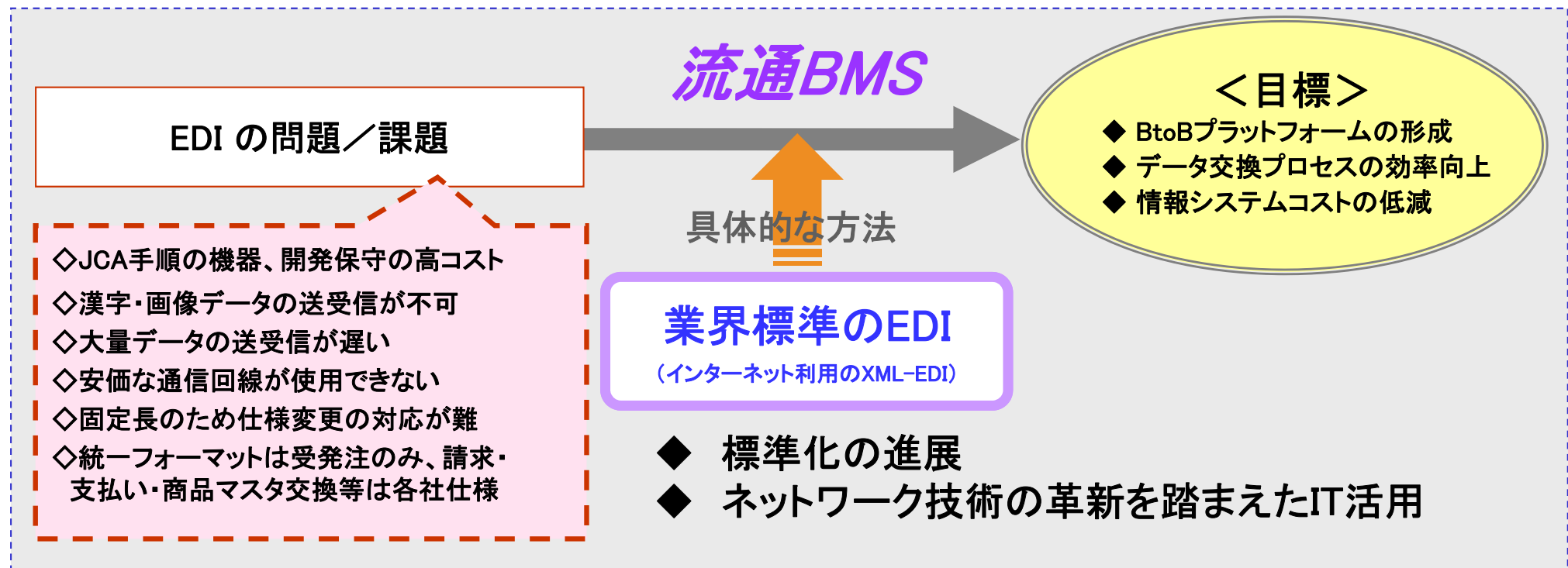
1. 流通BMS策定の背景

1.2 EDI標準化の目的と検討経緯

- 企業間の競争の視点を変えて、情報交換や共有部分のインフラは極力標準化することが目標です。今後は、EDIシステムを共通インフラとすることで、消費者へ付加価値を生む部分での競争に注力できる環境を整備していくことが可能になります。

狙い

- ・ 現在のEDIの課題を解消し、導入企業に業務革新をもたらす
- ・ 「標準化の進展」と「ネットワーク技術の革新を踏まえたIT活用」
⇒ n : n 取引の標準化、インターネット技術の活用

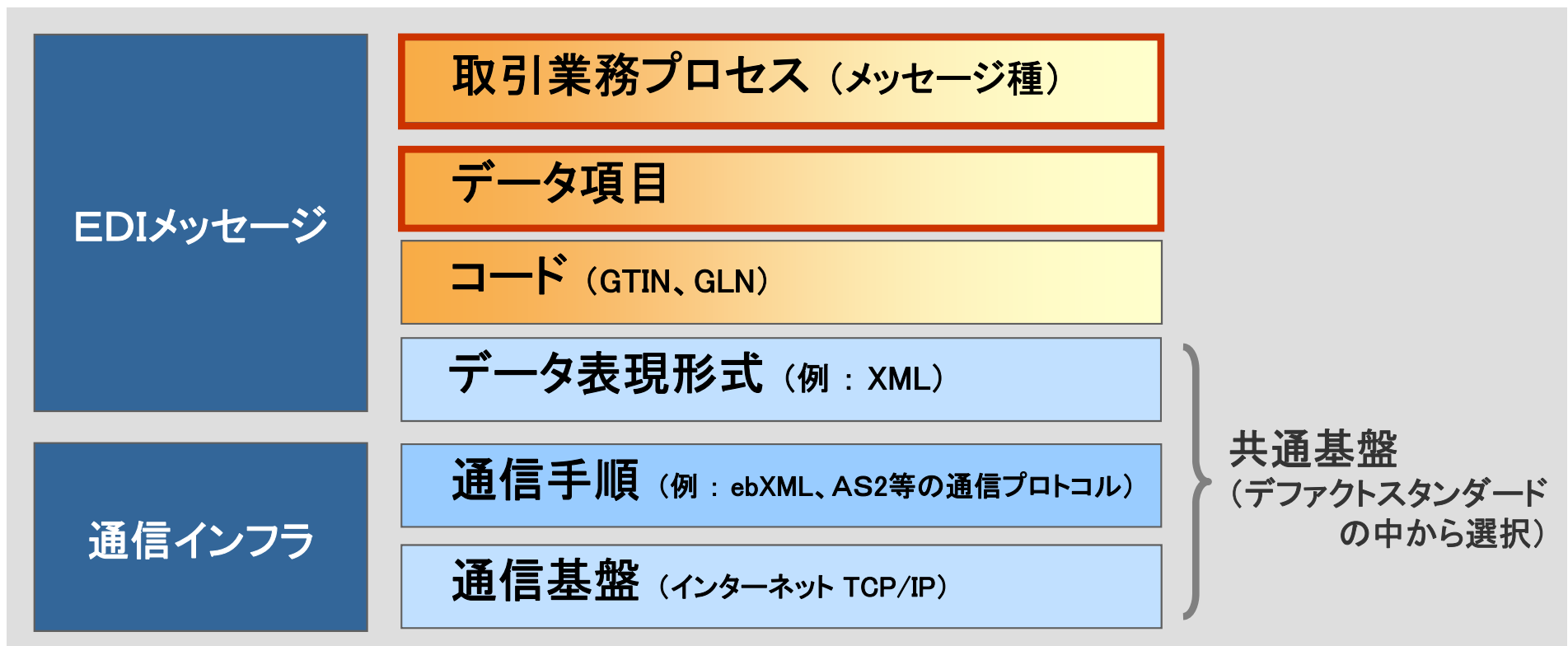


1. 流通BMS策定の背景

1.2 EDI標準化の目的と検討経緯

- EDIシステムの標準化とは、メッセージ形式やデータ送信のルールを定め運用することであり、流通業界における共通課題を解決する一つの手段です。

◆流通BMSでは、EDIシステムを共通インフラとするために、通信インフラとEDIメッセージが標準化されました。
特に、「**データ項目**」とその前提となる「**業務プロセス**」の標準化が鍵となっています。



1. 流通BMS策定の背景

1.2 EDI標準化の目的と検討経緯

- EDIシステムの標準化は、システムの単純切替だけが目的ではなく、業務改善効果を考慮して検討されています。

①個別仕様の発生を抑える

- すべての企業間取引で共通のEDIメッセージを使えるように、「メッセージ種別」、「メッセージ構造」、「データ項目」と「データ項目の意味」、「データ属性」を標準化する。

②現行業務の担保を図る（現行システムの担保ではない）

- 各社の現行業務をできるだけ担保し、移行の負担を軽減する。

③将来の技術・業務に対応できる準備を盛り込む

- 商品マスター情報の同期化（GDS）
- 共通企業識別コード（GLN）
- 共通商品識別コード（GTIN）

④インターネットを使用した通信を前提とする

- XML、セキュリティ

⑤伝票レスモデルの確立

- 取引証憑の要件を満たすEDIメッセージとすることで、伝票レスへのスムーズな移行が可能。

1. 流通BMS策定の背景

1. 2 EDI標準化の目的と検討経緯

- 2007年に流通ビジネスメッセージ標準(流通BMS)Ver1.0 を初めて公開して以降、業界・商材の拡大に向けた標準維持管理の取組みを継続して実施しています。

【平成16年度】 インターネットを利用したEDIメッセージの伝送実験

- ・JCA手順(9600Bps)で、2時間かかっていたデータ伝送時間が10分になった効果を確認。

【平成17年度】 次世代標準EDIの研究：日本チェーンストア協会と日本スーパーマーケット協会の合同WG

- ・取引業務プロセス(メッセージ種)の標準化検討 (ターンアラウンドモデル)
- ・各メッセージで使用するデータ項目の標準化検討 ⇒約2100項目を171項目へ名寄せ
※小売業10社が使用しているメッセージ・データ項目を全て出し合って検討を行った。

【平成18年度】 次世代標準EDIの実装：日本チェーンストア協会と日本スーパーマーケット協会の合同WG

- ・平成17年度で検討した取引業務プロセスとデータ項目をベースに生鮮食品の標準化を検討
- ・検討した取引業務プロセスとデータ項目を使用し、グロッサリを対象に本番を前提とした共同実証
⇒共同実証の成果を反映した、流通BMS (基本形) Ver 1.0 を2007年(平成19年)4月に公開

1. 流通BMS策定の背景

1. 2 EDI標準化の目的と検討経緯

- 2007年に流通ビジネスメッセージ標準(流通BMS)Ver1.0 を初めて公開して以降、業界・商材の拡大に向けた標準維持管理の取組みを継続して実施しています。

【平成19年度】 流通BMSの拡大：日本チェーンストア協会と日本スーパーマーケット協会の合同WG

- ・アパレルと生鮮食品を対象に、本番を前提とした共同実証を実施

⇒共同実証の成果を反映した、流通BMS (基本形)Ver 1.1と(生鮮(暫定版))ver1.0を2008年(平成20年)4月に公開

【平成20年度】 対象業種拡大：日本百貨店協会、チェーンドラッグストア協会、日本ドウ・イト・ユアセルフ協会

- ・生鮮食品の商材拡大、DIY業界、チェーンドラッグストア業界を対象に、本番を前提とした共同実証を実施
- ・百貨店業界での共同実証を実施

⇒共同実証の成果を反映した、流通BMS (基本形)Ver 1.2、(生鮮(暫定版))ver1.2、(百貨店版)Ver1.0を2009年(平成21年)4月に公開

⇒流通BMSメッセージ項目からなる物流(SCM)ラベル5種を標準化

1. 流通BMS策定の背景

1.2 EDI標準化の目的と検討経緯

- 2007年に流通ビジネスメッセージ標準(流通BMS)Ver1.0 を初めて公開して以降、業界・商材の拡大に向けた標準維持管理の取組みを継続して実施しています。

【平成21年度～】 流通BMS協議会の設立と運営：維持管理／普及推進活動を開始

- ・2009年4月に、正会員44団体、支援会員83社で流通BMS協議会を設立
- ・維持管理に関する各種部会を設置、共同実証やチェンジリクエスト(改変要求)の検討・審議を実施
- ⇒生鮮(暫定版)を統合した流通BMS(基本形)Ver 1.3 を 2009年10月に公開
- ⇒ギフト業務への対応を強化した流通BMS(百貨店版)Ver2.0、Ver2.1をそれぞれ2010年4月
2010年10月に公開
- ⇒アパレル商材での共同実証の結果を反映した流通BMS(商品マスタ)Ver1.0を2011年5月
に公開

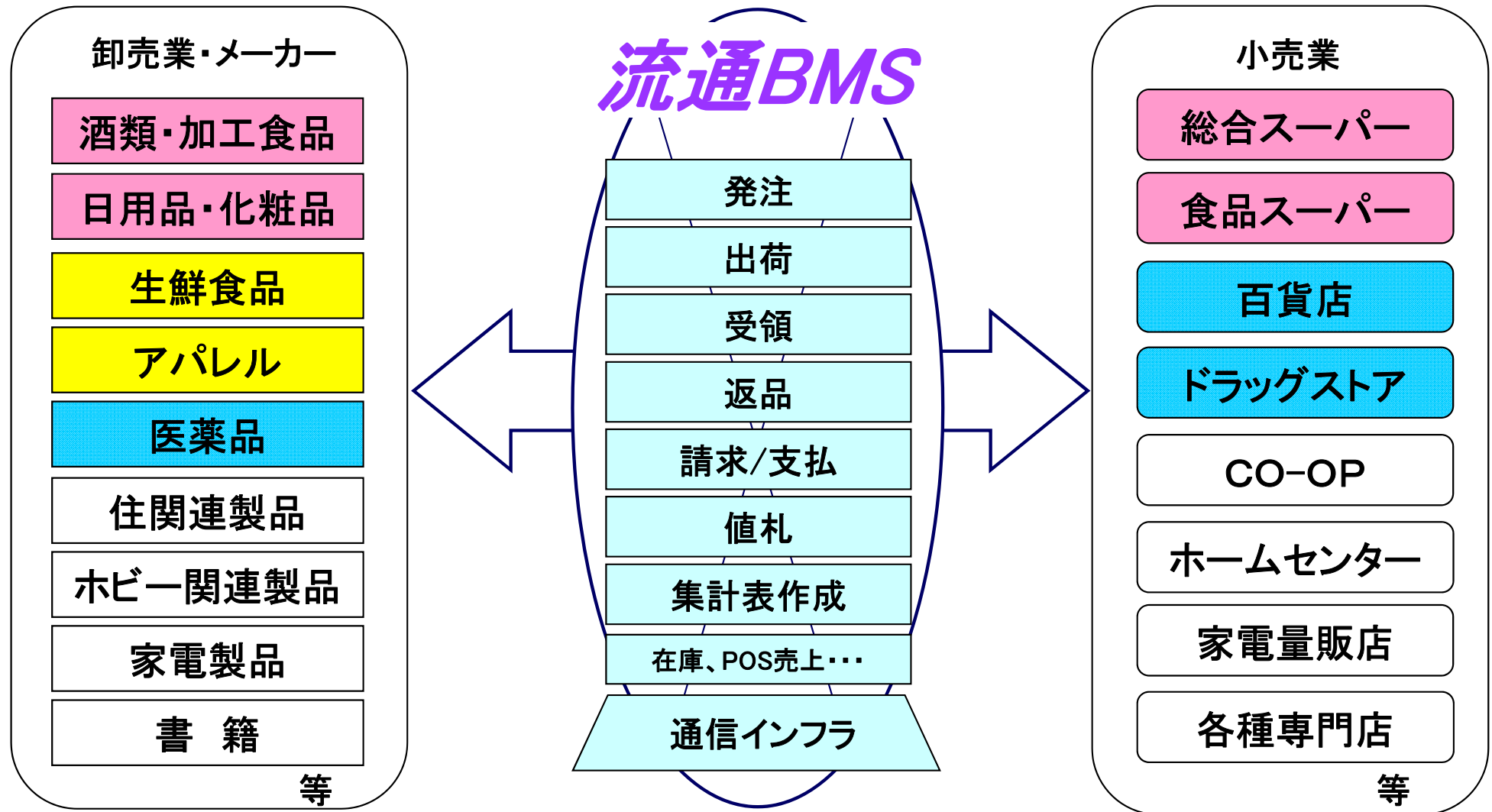
維持管理に関する最新の活動内容や成果物公開情報は流通BMS協議会ホームページで確認ください。

<http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/index.html>

1. 流通BMS策定の背景

1.3 業界動向

- 共同実証を実施した業界では既に実運用及び普及段階に入り、その他の業界においても、少しずつではあるが導入が開始されています。



平成18年度共同実証実施

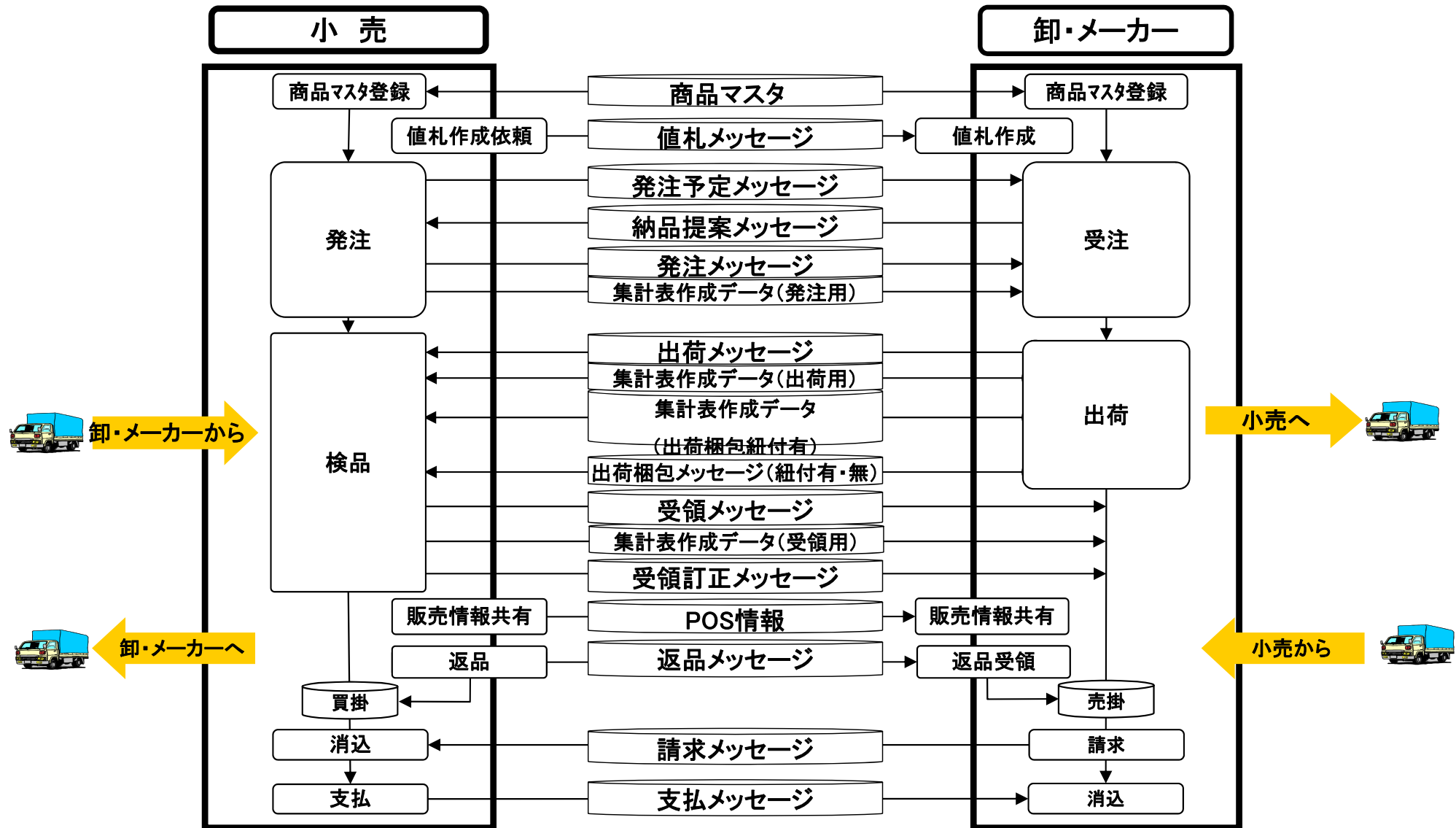
平成19年度共同実証実施

平成20年度共同実証実施

2. 流通BMSの概要

2.2 流通BMSの対象範囲

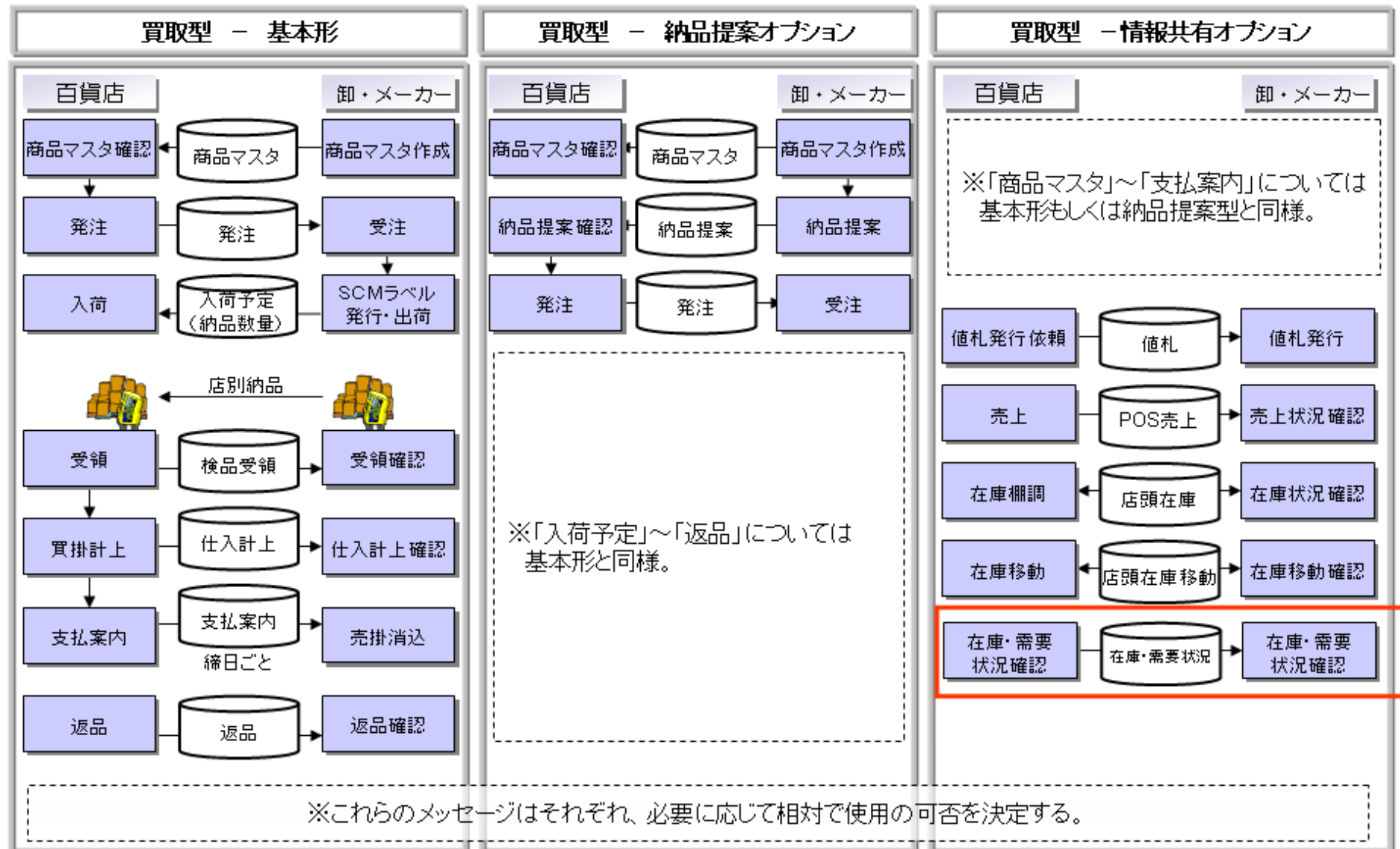
- 2011年5月現在、一般的な受発注業務プロセスをベースに8業務27メッセージまで標準化されています。
(基本形Ver1.3) (商品マスタ ver1.0)



2. 流通BMSの概要

2.2 流通BMSの対象範囲

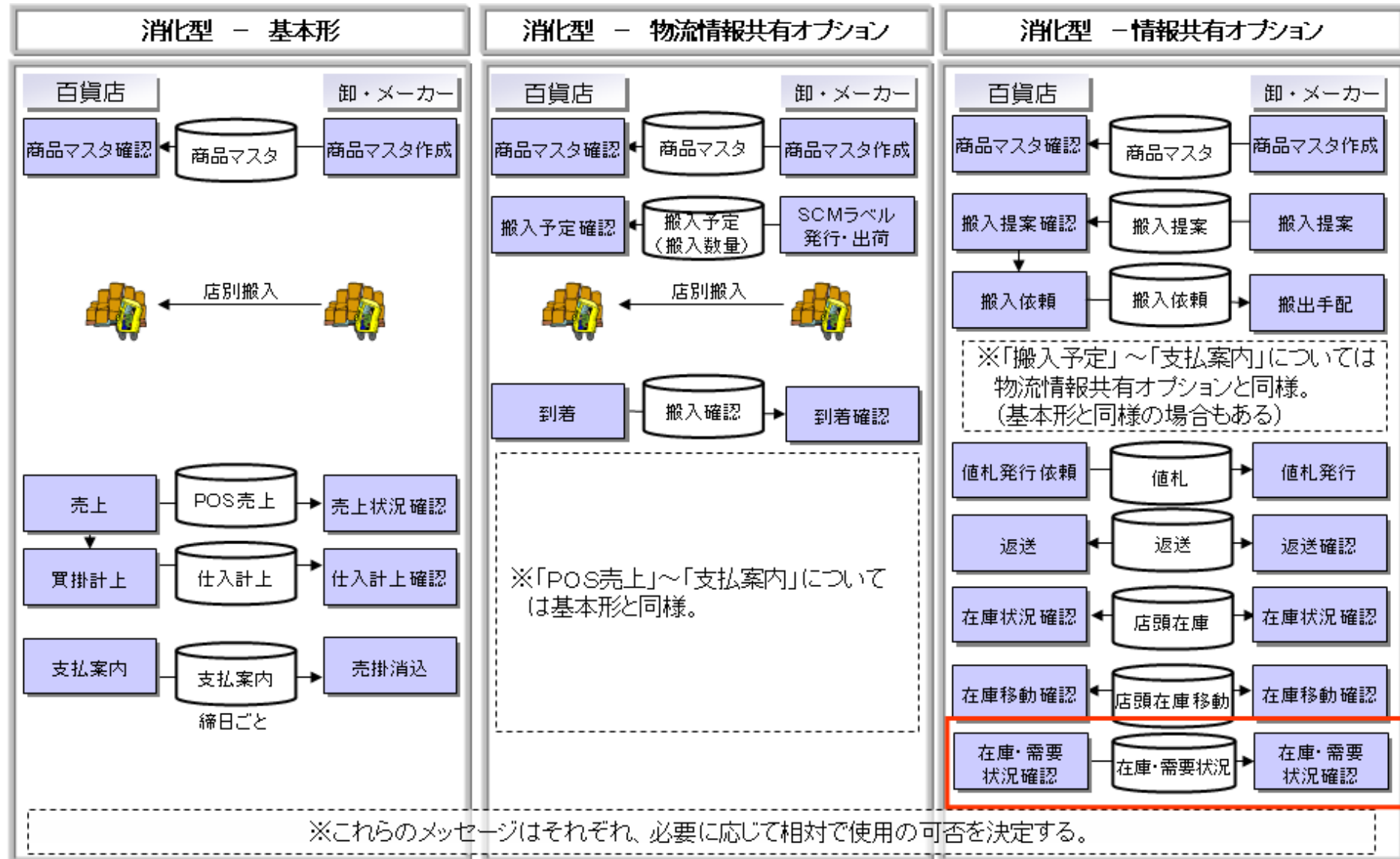
- 2011年5月現在、買取型、消化型を含む27メッセージまで標準化されています。(百貨店版ver2.1)



2. 流通BMSの概要

2.2 流通BMSの対象範囲

- 2011年5月現在、買取型、消化型を含む27メッセージまで標準化されています。(百貨店版ver2.1)



2. 流通BMSの概要

2.2 流通BMSの対象範囲

- 流通BMSが提供しているガイドラインやツール類は以下の通りです。

標準化されている対象		対象となるガイドライン	ツール類
Eディメッセージ	取引業務プロセス（メッセージ種）	導入ガイドライン	共通確認シート
	データ項目		
	コード（GTIN、GLN）	運用ガイドライン	<ul style="list-style-type: none"> ・マッピングシート ・メッセージ別項目一覧（※） ・コードリスト一覧
	データ表現形式（例：XML）		
通信インフラ	通信手順（例：ebXML、JX手順等の通信プロトコル）	XMLテクニカルガイド	XMLスキーマ（※）
	通信基盤（インターネット TCP/IP）		
		通信プロトコル 利用ガイドライン	<ul style="list-style-type: none"> ・通信パラメータ協定シート ・CPA雛形

（※）【対象メッセージ】

・発注 / 出荷 / 出荷梱包（紐付けあり） / 出荷梱包（紐付けなし） / 受領 / 返品 / 請求 / 支払 / 値札 /
生鮮発注 / 生鮮出荷 / 生鮮受領 / 生鮮返品 / 集計表作成データ

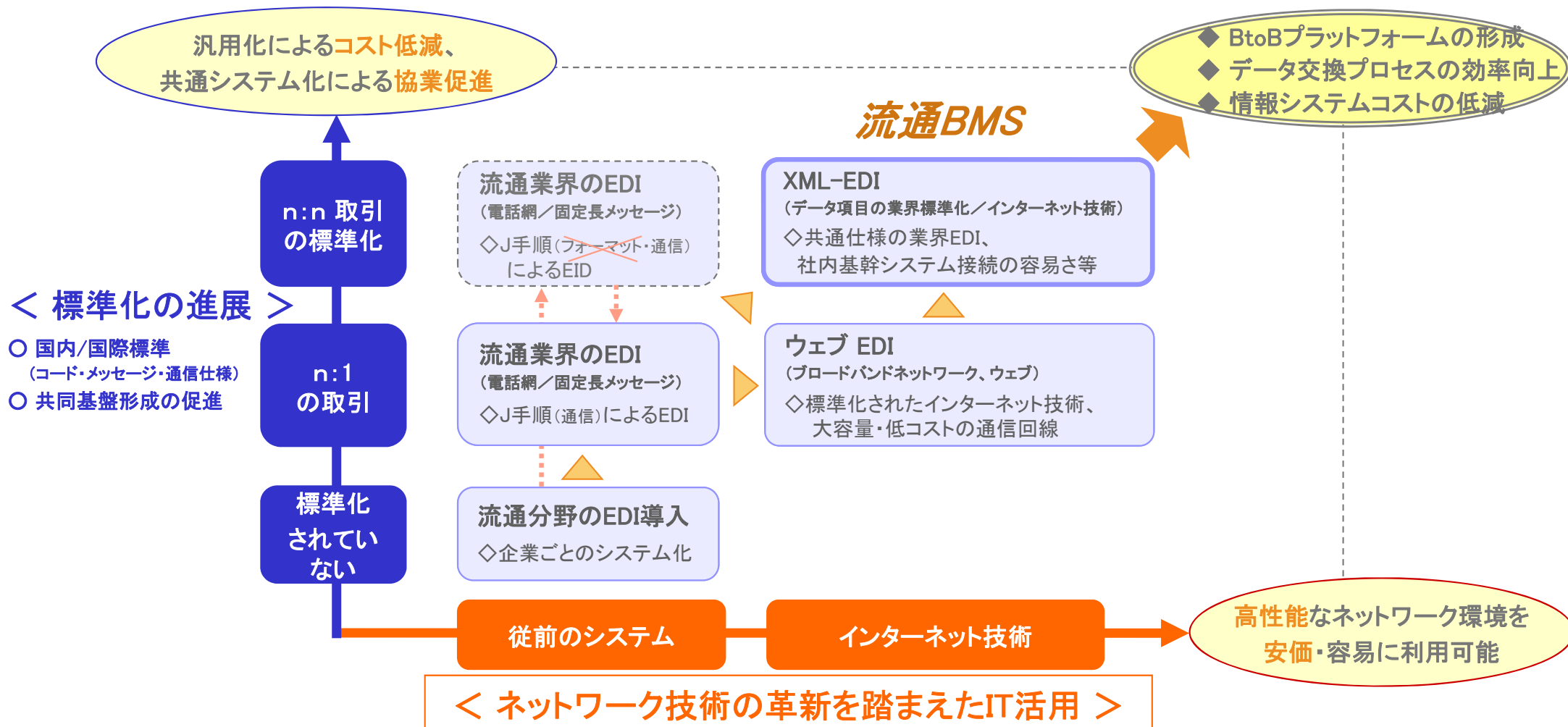
（※）【XMLスキーマの配布パック】

・アパレル対応パック / 生鮮メッセージパック

3. 流通BMSの特徴

3.1 これまでのEDIとの違い

- これまでのEDIと、これからのEDI の違いを以下に示します。
“流通BMS” の特徴は、業種・業態を超えた標準化とITの活用による有効性にあると言えます。

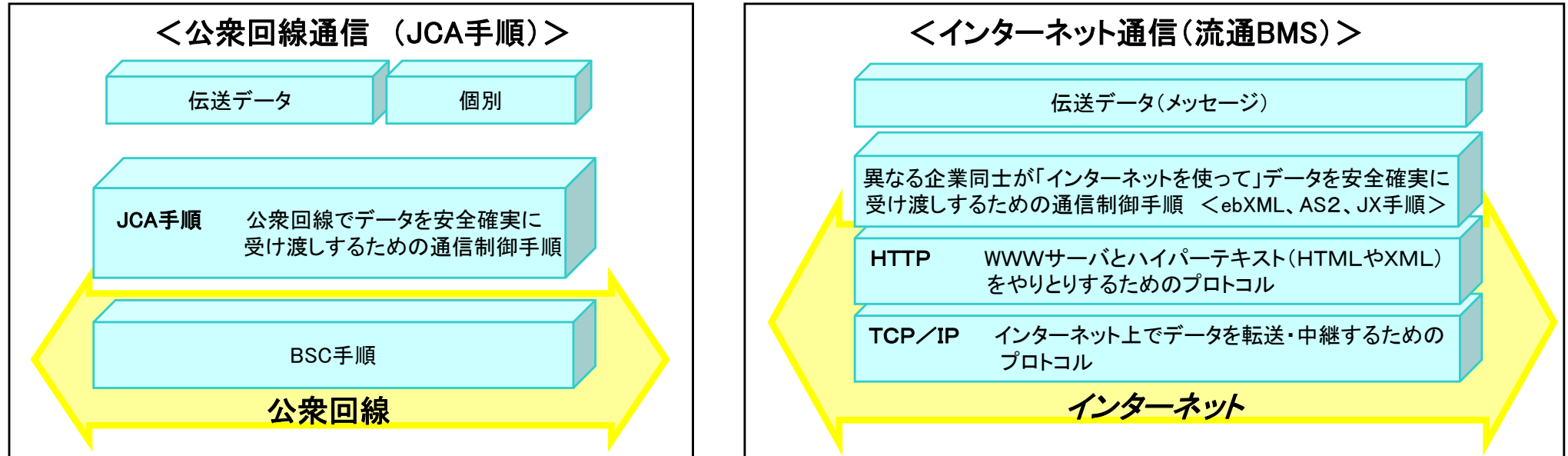


3. 流通BMSの特徴

3.2 既存手順との違い

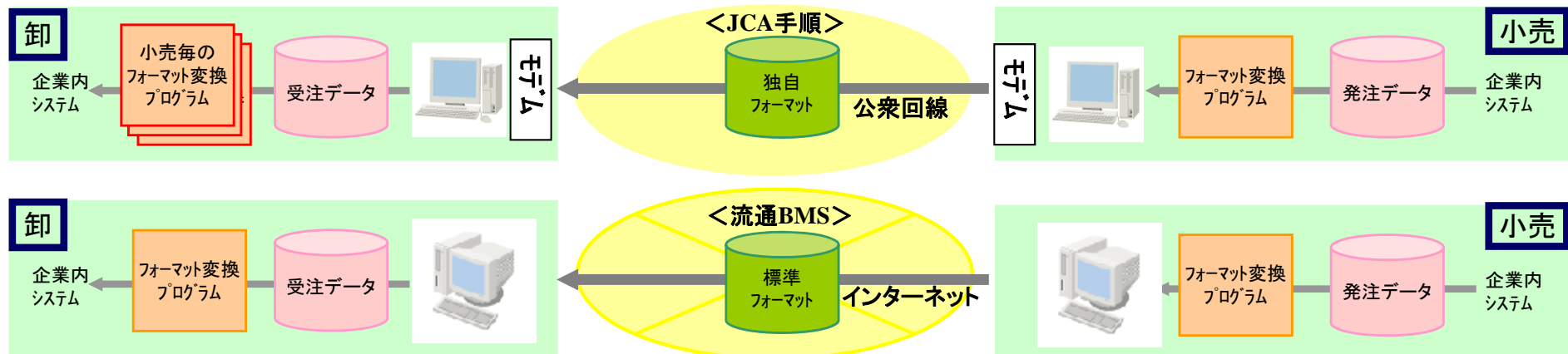
- 既存手順との大きな違いは、通信基盤とデータ表現形式が変わることです。

◆流通BMSの通信基盤はインターネットとなるため、既存手順で利用している公衆回線に比べると、通信速度は格段に速くなります。



◆データ表現形式は固定長から可変長のXML形式となります。

また、フォーマットが統一されるため、小売企業毎の仕様に合わせた変換処理は不要になります。



3. 流通BMSの特徴

3.3 特徴

- 流通BMSの特徴は以下の通りです。

(1) 標準化の徹底

次世代EDIの標準化検討では、現行の業務が回ることを念頭に置き、現行メッセージ項目を基にデータ項目を整理し、同一意味・機能のものを集めて項目を一本化しました。

これら項目の標準化によって、「どの会社も使っているメッセージ項目の名前とその意味が同じ」という姿を目指しています。

(2) 柔軟性のあるメッセージ構造

一度標準を決めても、業務のやり方が変わったり、新規の業種・業態において利用を始めた時に、データ項目の追加が必要になることがあります。そこで、各データ項目ごとに意味を表わす「タグ」と呼ばれる記号をつけて、メッセージを構成する手法を採用しています。これは、国際標準のEDIメッセージでも使われているXMLという方式です。これによって利用の拡大と時代の変化に対応できる柔軟性、汎用性を持った標準EDIメッセージを実現しています。

(3) 伝票レス取引への対応

伝票レスの実現に向けてメッセージの内容だけでなく、法制度面の条件をクリアするための要件も併せて検討しました。その結果、電子帳簿保存の対象となる取引データを保存し、発注時に小売が付番した発注No.をキーとして出荷・受領が行われ、最終的には受領データ上で、発注～出荷～受領の履歴(数量、金額、日付)が確認でき、各社社内会計帳簿と相互追跡ができるようにすることを前提としています。

(4) 国際標準コードへの対応

我が国では2007年3月から国際取引の標準商品コード(GTIN)および企業／事業所コード(GLN)に対応することが目標になっており、流通BMSにおいても、発注の商品コードはGTINを、EDI上の企業／事業所を表わすコードはGLNを使用することを想定して検討しています。

3. 流通BMSの特徴

3.4 導入メリット

- 流通BMSの導入効果と投資対効果は以下の通りです。

導入効果

- ◆インターネット回線の利用による
通信時間の削減
- ◆標準化による個別対応の削減
- ◆伝票レスによるコスト削減
- ◆物流業務効率の向上
- ◆取引先追加時の作業効率向上 など

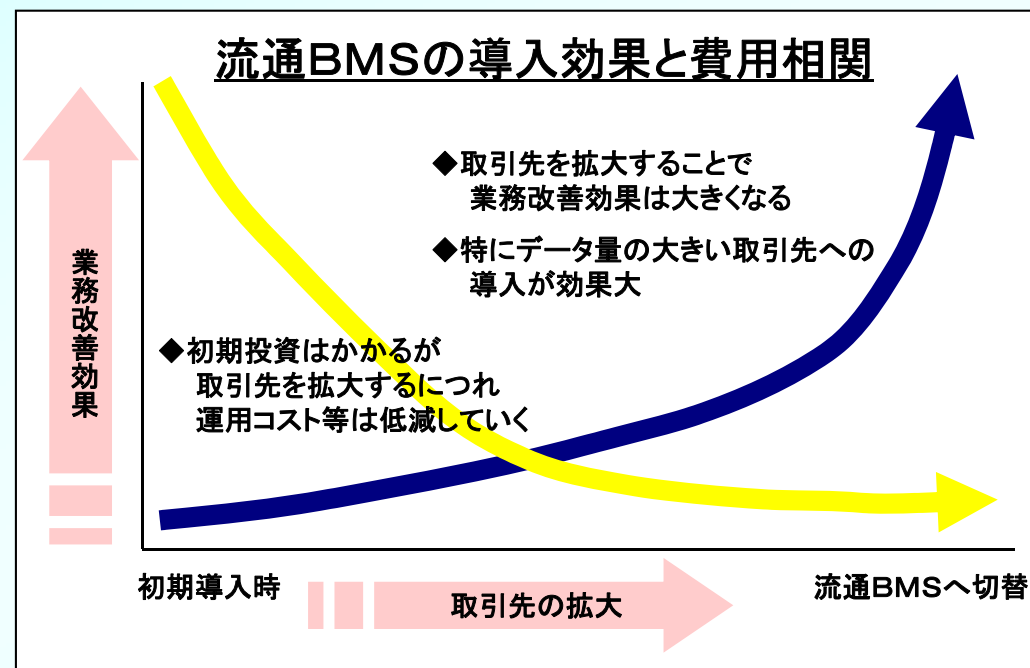
投資対効果

◆初期費用

⇒流通BMSを初めて実装する場合は、システム構築のための初期費用がかかる。
しかし、取引先追加時は、標準化されてこることにより、より安価に、容易に対応が可能。

◆運用費用

⇒既存手順との並行期間は、運用費用がかかるが、流通BMSへの完全移行後は、
運用負荷も減りコスト削減が可能。



※流通BMSの導入効果の概要は、「導入ガイドライン(業界編)」を参照して下さい。

また、平成18年度共同実証における評価結果の詳細内容については、<<http://www.dsri.jp/scmpjt/index.html>>からダウンロードすることができます。



<http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/>