

流通BMS導入講座

動画配信 第1回 「導入手順と期間の目安」

本講座の目的

小売業及び小売業のシステム構築を支援するシステム会社向けに、標準仕様を遵守しながら流通BMSを効果的に導入する要点を解説する。(対象は基本形)
 詳細は「導入ガイドライン(業界編)第3.1版 2013年4月」をベースとしている。

基本となる考え:

- ✓ **発注・仕入業務は小売業の基本**であり生命線
- ✓ 流通BMS導入を検討している小売業で基幹システムを持たないところは(おそらく)ない
- ✓ 発注の電子化が部分的な小売業はあるが、基幹システムで仕入伝票処理は必ずしている(はずだ)
- ✓ **流通BMSの導入は、発注・仕入業務の電子化、精度向上、効率化の大きな機会**となる
- ✓ 折角コストと時間をかけて流通BMSを導入するのであれば
 - 既存EOS/EDI取引先のみではなく、**なるべく多くの取引先とEDI**ができるようにすべきだ
 - 現在がEOSのみであっても、流通BMSを“発注のみから始める”のではもったいない
 - 流通BMSを導入するのであれば、**発注・出荷・受領までは同時期に始める**べきだ
 - 請求・支払のEDI化は、発注・出荷・受領の本格稼働を待ってからでもよい
 (取引条件等が複雑で、早期のEDI化が難しいケースも多い)
- ✓ “**流通BMSの導入＝既存業務・既存システムの大幅変更**”とは限らない

第1回： 導入手順と期間の目安

第2回： メッセージの選択

第3回： 標準を正しく使う

第4回： 相対企業の範囲と対応

第5回： 既存システムの改修範囲

導入手順と期間の目安

小売業が流通BMSを初めて導入する場合の手順と標準的な期間は下図の通り。

③以降の設計・開発・構築・テストにも種々の要点が存在するが、成功の鍵はなんといっても①、②で実施する**メッセージの選択とマッピング、相対企業の範囲決め、既存業務・既存システムの対応策定**にある。

重要イベントである取引先説明会までに（取引先の対応期間を考慮して遅くとも本番の4ヶ月前には実施要）、これらを充分検討し確定することが成功につながる。

マスタープラン(例)

1ヶ月目	2ヶ月目	3ヶ月目	4ヶ月目	5ヶ月目	6ヶ月目	7ヶ月目以降
① 導入検討 流通BMS の仕様理解	② 社内調整 稟議と調達 PJ立上げ 要件定義	③基本設計 ④取引先との調整	⑤詳細設計 ⑥ネットワーク設計	⑦EDIシステムの開発・構築・テスト ⑧ネットワーク構築	⑨取引先との EDI通信接続確認	⑩ 取引先と 業務運用確認 ⇒ 本番
<ul style="list-style-type: none"> ・流通BMS仕様理解 ・導入目的の明確化 ・全体計画策定 	<ul style="list-style-type: none"> ・自社システムと流通BMSのギャップ解析 ・システム形態の選定 ・マッピング作業 ・開発内容明確化 ・RFP作成 ・稟議 (予算、人、物の確保) ・調達の実施 ・PJ体制確立 	<ul style="list-style-type: none"> ・設計／開発／テスト ・GLNの有無確認(なければ取得) ・電子証明書の取得 ・ネットワーク構築 ・EDIサーバー構築 ・既存システムの改造 ・XMLスキーマの入手 	<ul style="list-style-type: none"> ・取引先との調整 ・取引先説明会 ・共通確認シートによる業務の前提条件の確認 ・マッピングシートによる新メッセージ形式の調整 ・流通BMS協定シートによる通信パラメータの調整 	<ul style="list-style-type: none"> ・社内システムにおける総合テスト ・取引先との接続テスト ・取引先とのテストモードによる並行運用 (既存手順との並行運用) 	<ul style="list-style-type: none"> ・既存手順の通信環境閉塞 ・本番モードへ 	

メッセージの
選択とマッピング
相対企業の範囲決め
既存業務・既存システム
の対応策定

導入ガイドライン(業界編)第3.1版 6ページ

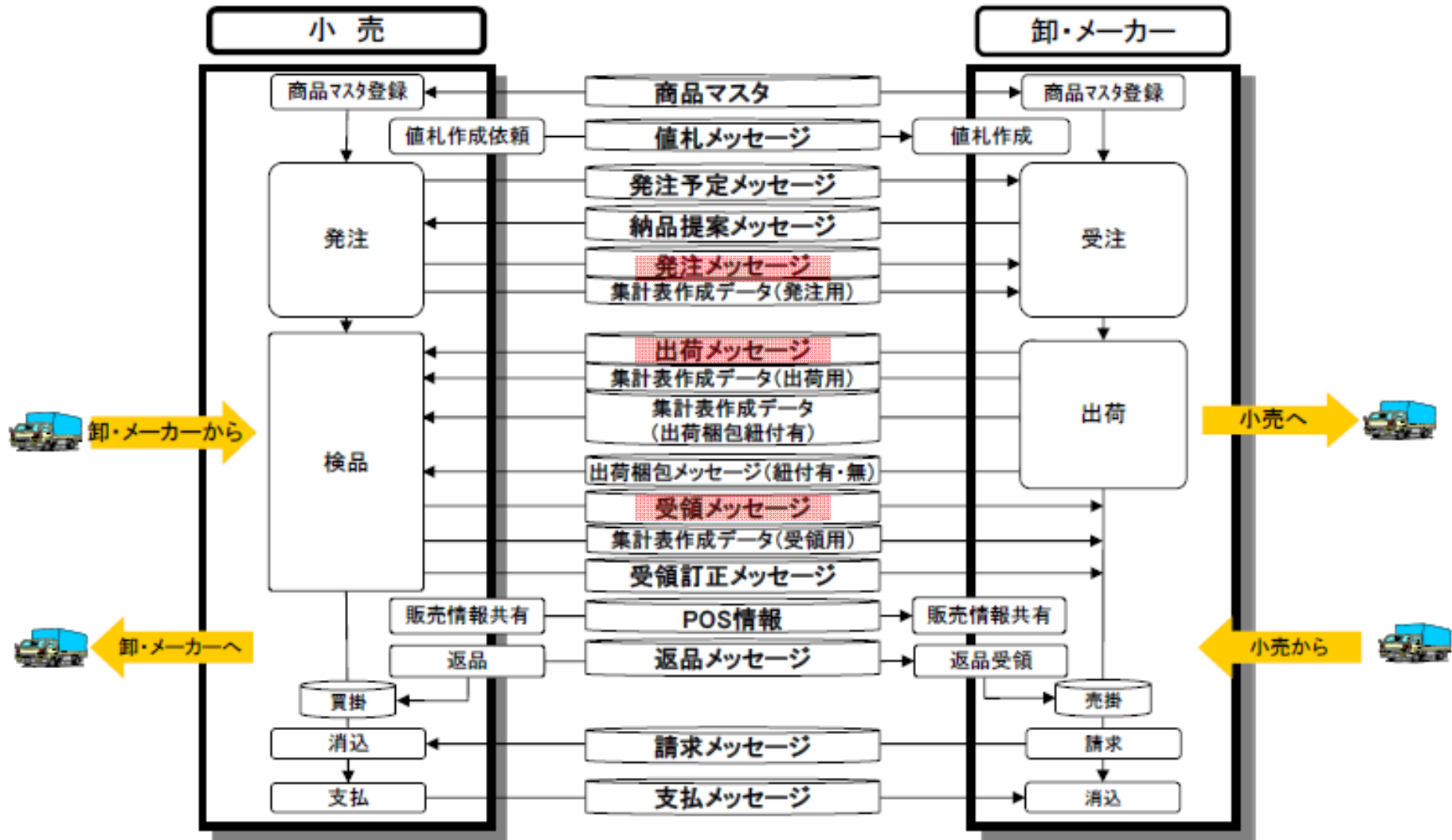
流通BMS導入講座

動画配信 第2回 「メッセージの選択」

メッセージの選択

基本形の業務プロセスとメッセージは下図の通り。(預り在庫型を除く)

商品カテゴリーや既存業務によって選択されるメッセージの組み合わせが異なってくるが、全てに共通するのは「発注」「出荷」「受領」であり、この3つはワンセットとして扱う。

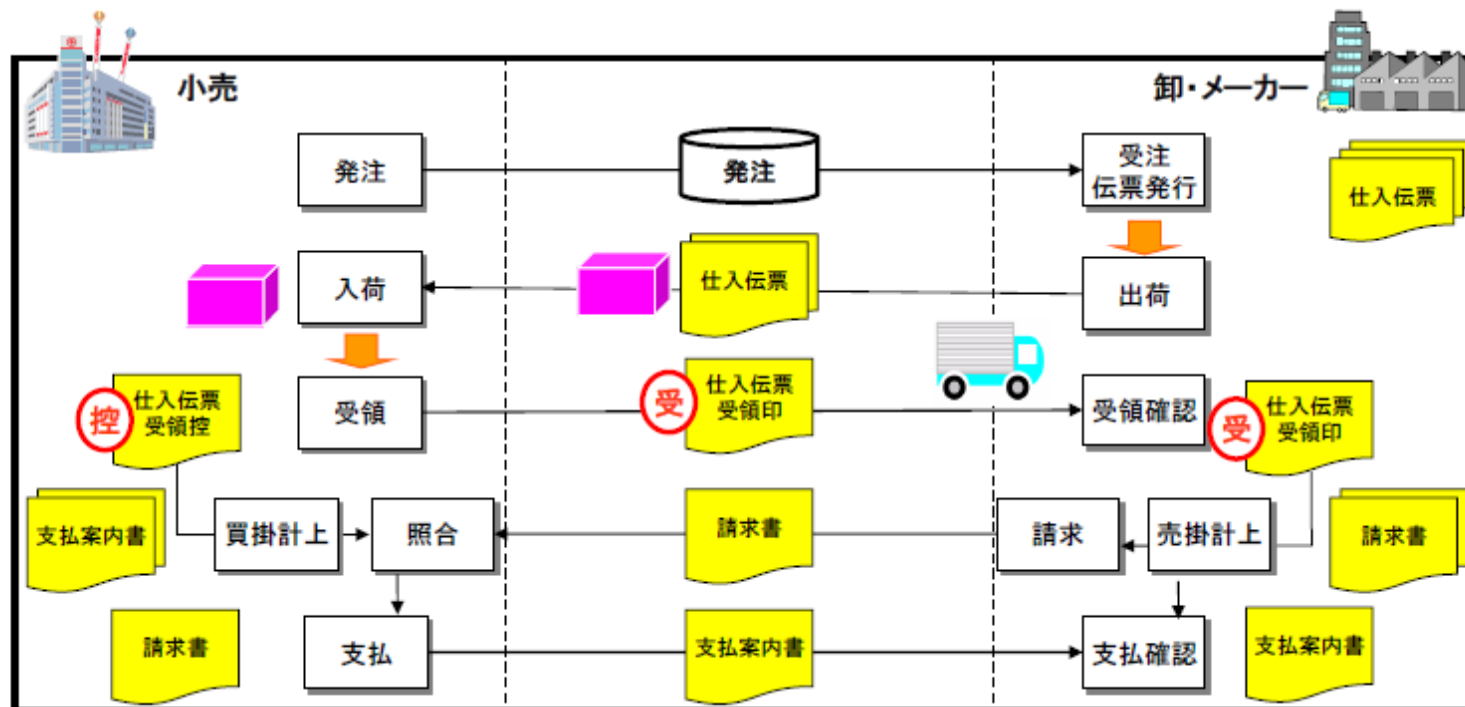


運用ガイドライン(基本編)第1.3.3版 18ページ

「発注」「出荷」「受領」はワンセットの理由

- ✓ 「発注」のみの電子化は、小売、卸双方にとってメリットが薄い
- ✓ 「発注」「出荷」で終わる電子化は、小売のみメリットが大きく、卸にとっては負担増で終わる
- ✓ 「受領」まで電子化すれば、小売、卸双方で大きなメリットを享受できる
- ✓ 「受領」(紙では受領印の押された仕入伝票)は国の認める商取引の証憑 (発注書・納品書ではない)

従来までの取引情報は紙を基本としており、取引の結果作成された仕入伝票他、請求書、支払案内書は国税関係帳簿書類として、納税義務の適正な履行を確保するため、7年間の保存を義務付けられている。支払消費税の控除額の裏づけにも請求書の保存が必要とされている。



運用ガイドライン(基本編)第1.3.3版 14ページ

「発注」「出荷」「受領」メッセージの検討で陥りやすい罠

- ① 既存システムがEOSなので、流通BMSも「発注」のみから始めよう??
 - 手間とコストをかけただけで実質的にはなにも変わっていない
 - 「出荷」「受領」の後追加は、小売・卸双方にとって3メッセージを同時に開始する以上の手間とコストになり、追加の時期を逸する

- ② 「出荷」は仕入計上に便利だが、「受領」はシステム対応が大変そうなので後回しにしよう??
 - 卸にとって、「出荷」で終わる電子化は負担増以外のなにものでもない
 - 「受領」まで対応して初めて、伝票レスや請求・支払の電子化など更に大きな効果に進める

- ③ 「受領」はとりあえず「出荷」の折り返しにして、検品で変更があれば「受領訂正」で対応しよう??
 - 「受領訂正」は小売で「受領」確定後に発覚した数量違い(“納品数量不足”)を小売・卸双方での調査・検討・合意を経て作成するメッセージ
 - 安易に使用しない、または後述するように運用で対処する

受領メッセージ	<ul style="list-style-type: none"> ・卸やメーカーから送られてきた出荷メッセージ、出荷梱包メッセージの内容と入荷内容を小売企業側が付き合わせた結果を連絡するメッセージ。 ・予定の梱包・商品が過不足なく入荷したかどうかを伝える。発注・出荷でセットした項目が引き継がれているので、受領メッセージを確認すれば、発注・出荷における取引が確認できる。
受領訂正メッセージ	<ul style="list-style-type: none"> ・小売店舗、物流センターへの納品に対し、小売受領後に発覚した納品数量不足を把握して、正しい決済を行うため使用されるメッセージ。 ・使用する際には、<u>小売・卸双方で調査及び訂正可否検討を行い、両者にて訂正合意がなされた場合のみ可能とする</u>。この時に発生したデータはすべて支払データにのせ、取引行為(受領後の訂正)があったことがわかるようにする。

メッセージ別定義一覧表(基本形V1.3)より抜粋 下線は本スライドで追加

「返品」メッセージ、「請求」「支払」メッセージ

■「返品」メッセージの考え方

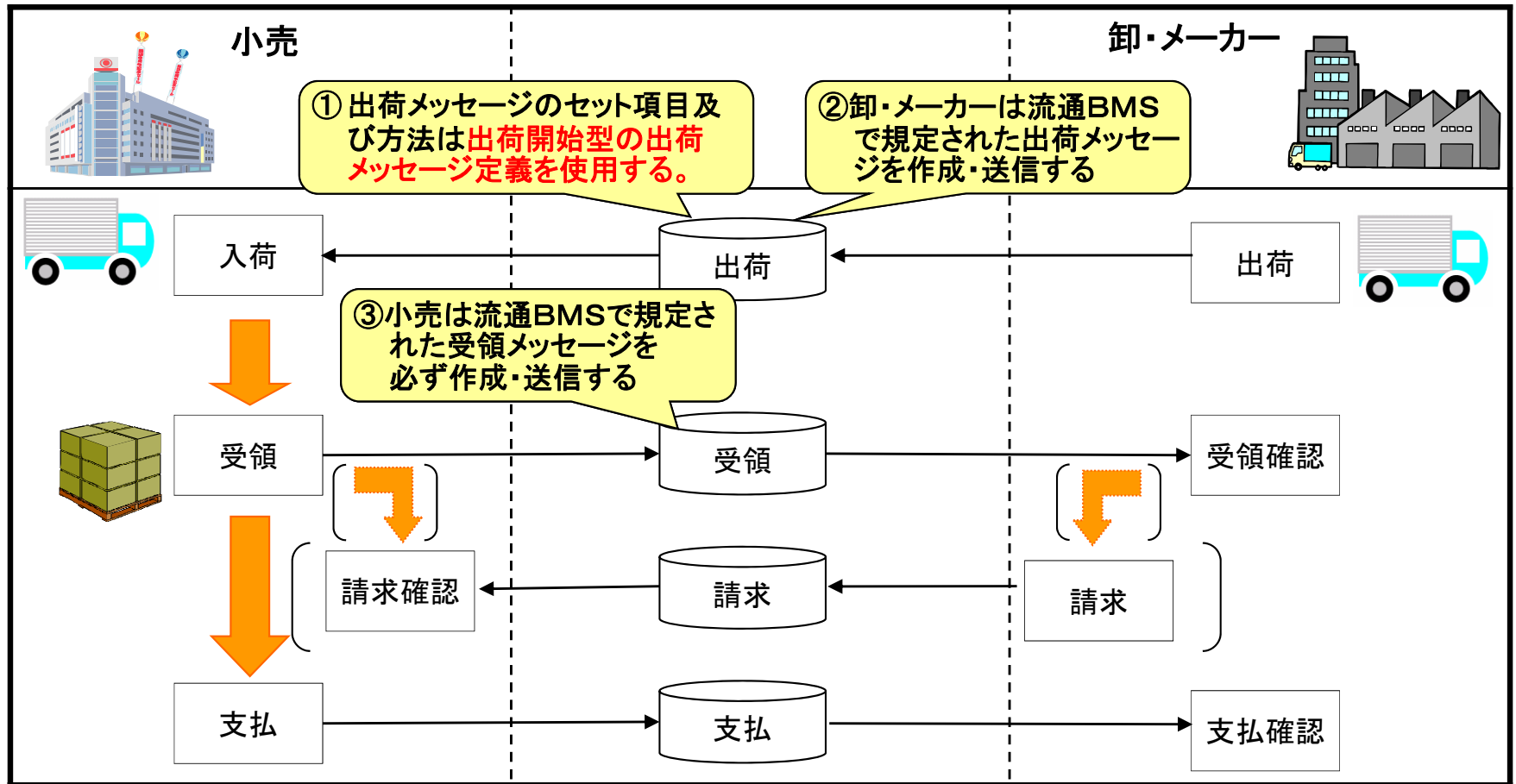
- ✓ 現行EDIで小売から卸に返品データを送信している場合や、EDI化はしていないが小売が返品伝票を起こしている場合などは、「返品」も流通BMSで対応
- ✓ 返品は頻繁でない、卸が返品伝票を起こす、などの場合は、あえて電子化しないという選択もあり
- ✓ 卸が起票するからといって、出荷メッセージに返品情報を押し込むようなことは論外

■「請求」「支払」メッセージの考え方

- ✓ 現行EDIが「請求」「支払」を行っているのであれば流通BMSでも同様に対応
- ✓ 「受領」まで流通BMSで対応できていれば、
 - 卸の負担軽減となる“「請求」なしで「支払」メッセージのみ”の運用も可能
 - 「受領」により卸売掛、小売買掛の整合性が保たれるので、月一回の請求・支払処理は当面EDIの対象外とする選択もあり(取引条件等が複雑で、早期のEDI化が難しい場合もある)
 - その場合でも、請求書は廃止し、小売からの支払い案内送付と振込のみにすれば、卸の負担軽減につながる(違算チェックの考え方次第)

出荷始まりの「出荷メッセージ」

- ✓ 生鮮特有の業務プロセスを除き、追加・緊急時などの電話/FAX発注に対する出荷メッセージ作成・送信は卸の負担が大きく、これまで不可とされてきた。(流通BMSはターンアラウンドが基本)
- ✓ 2014年10月の運用ガイドライン(基本編)第1.3.3版で、出荷始まりに対応した「出荷」メッセージの標準が正式採用され、100%EDI化のハードルが高い中小小売業に対して流通BMSの効果が更に高まる。



出荷始まりの「出荷」メッセージ(続き)

詳しくは、運用ガイドライン(基本編)第1.3.3版の下記を参照。

3. 発注メッセージ～支払メッセージ (6)オフライン発注に対する出荷メッセージ標準化項目



オフライン発注に対する出荷メッセージを利用する場合は、SBDHと送受信ヘッダー、及び下記の項目を設定内容の通りに使用し、それ以外の項目は使用しない。
なお、メッセージ各項目の必須/任意やタイプ、桁数等は、通常の出荷メッセージの通りとする。

連番	メッセージ項目番号	項目名	必須/任意	タイプ	XMLデータ型*1	桁数	設定内容		コメント
16	21	支払法人コード	必須	数字	Identifier	MAX13	【小売企業コード】		小売毎に固定値を設定
17	22	支払法人GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	【小売GLN】または【0】		小売毎に固定値を設定
18	23	発注者コード	必須	数字	Identifier	MAX13	【小売企業コード】		小売毎に固定値を設定
19	24	発注者GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	【小売GLN】または【0】		小売毎に固定値を設定
20	25	発注者名称	任意	文字	Text	MAX20	【小売名称】		
21	26	発注者名称カナ	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX20	【小売名称】		
22	121	取引番号(発注・返品)	必須	数字	Identifier	MAX10	【小売範囲指定の伝票番号】		固定値【0】を設定
24	324	出荷者管理番号	任意	英数	Identifier	MAX10	【出荷者側発番の伝票番号】		
							センター納品(店別仕分)・店直納品	センター納品(総量)	
29	31	最終納品先コード	必須	数字	Identifier	MAX13	【店舗コード】	【センターコード】	
30	32	最終納品先GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	【0】	【0】	固定値【0】を設定
31	33	最終納品先名称	任意	文字	Text	MAX20	【店舗名称】	【センター名称】	
32	34	最終納品先名称カナ	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX20	【店舗名称】	【センター名称】	
33	35	計上部署コード	必須	数字	Identifier	MAX13	【店舗コード】	【センターコード】	最終納品先と同一内容を設定
34	36	計上部署GLN	必須	数字	Identifier	MAX13	【0】	【0】	最終納品先と同一内容を設定
35	37	計上部署名称(カナ)	任意	文字 (半角カナ)	Text	MAX20	【店舗名称】	【センター名称】	最終納品先と同一内容を設定

: 必須項目のため、格納内容がない場合でも固定値を設定する項目

114ページから116ページまで

その他のメッセージ

(1) 出荷梱包メッセージ (本講座の範囲を超えるため割愛)

(2) 集計表作成データ

- ✓ 集計表データの発注・出荷・受領が意味を持つのは、生鮮業務プロセスで特徴的な「集計表活用運用」のみとあってよい
- ✓ 店別仕訳をする物流センターへの指示データ、卸への店別内訳情報提供であれば発注の集計表データのみで充分
- ✓ むやみに集計表データを適用しない
- ✓ 既存EDIで集計表データがある場合には再度意味を確認する

(3) 値札メッセージ

- ✓ JCA、全銀TCP/IPなど旧来のEDIでもよくみられる
- ✓ 卸や物流センターで値付けを行っている場合は積極的に活用する

(補足)

商品マスタ、POS情報

- ✓ 基本形メッセージと組み合わせての利用はまだまだ少ないのが現状
- ✓ 小売企業と卸・メーカー間でやりとりするデータとして重要なものなので、流通BMSのインフラを利用した相対でのデータ交換手段として今後の普及が期待される

流通BMS導入講座

動画配信 第3回 「標準を正しく使う」

標準を正しく使う(標準外に陥らない)

流通BMSで目指したことは、“流通業界の全体最適化による、適正な利潤確保と消費者利益の最大化”。

小売にとっては、

- ✓ より多くの取引先がEDIに(より少ないコストで)対応できるようになり
- ✓ EDI取引が多くなることで、業務効率化(コストダウンや情報連携)が図れる

卸・メーカーにとっては、

- ✓ 今までより少ない手間で、新しい得意先とのEDIが始められる
 - どの小売でも同じフォーマット(XML)で
 - どの小売でも共通の項目は同じ様に値がセットでき
 - 小売別に異なる部分が明確になっているので
 - EDI取引を開始するに当たり、仕様打ち合せをすることも楽になる

標準を順守して導入しなければ、目指した効果は得られません。

2013年度 流通BMS普及推進説明会 ー標準順守を推進し、新たな標準化へー 配布資料より抜粋

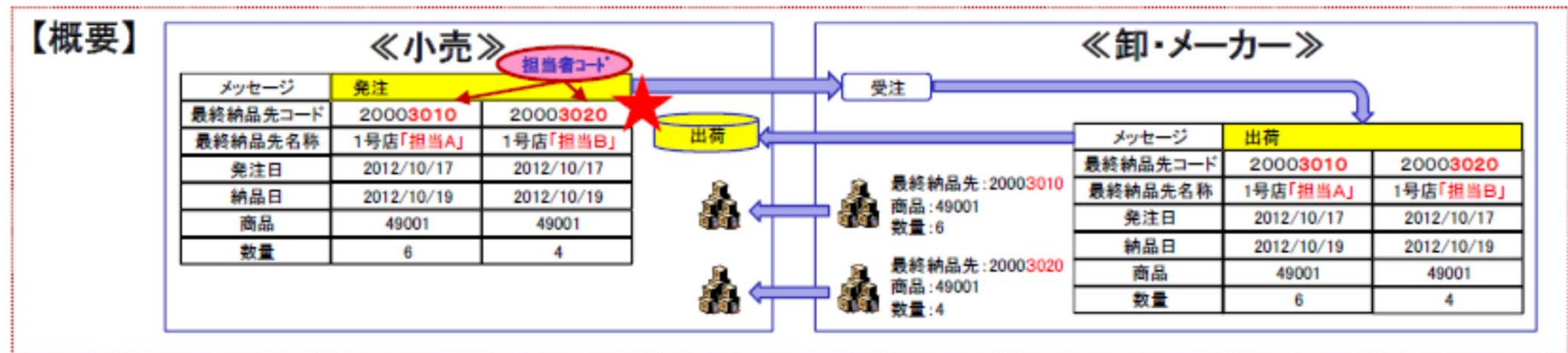
マッピングやメッセージの使い方を中心に、よく見られる標準外利用に陥りやすい事例と正しい対応について、解説する。

マッピング時： 既存EOS/EDI書式の悪影響を避ける

- ✓ 現行のJCA書式に引っ張られてマッピングを行うと標準外になってしまうことが多い。
- ✓ JCAの項目が既に現行業務と乖離している場合もあり、項目の単なる踏襲は不要になった(複雑な)仕様を生き残らせて、流通BMSの標準から逸脱する可能性が高い。
- ✓ 取引先の対応度合いでJCA手順を当面残す場合は、流通BMSとの整合性を保つよう、JCA書式の追加・変更も合わせて検討する。

■ 既存書式を踏襲して標準外になってしまったと思われる事例

- ① 【発注】の[最終納品先コード](31)に、小売の管理している「店舗コード」+「売場担当者コード(下4桁)」が入っている。



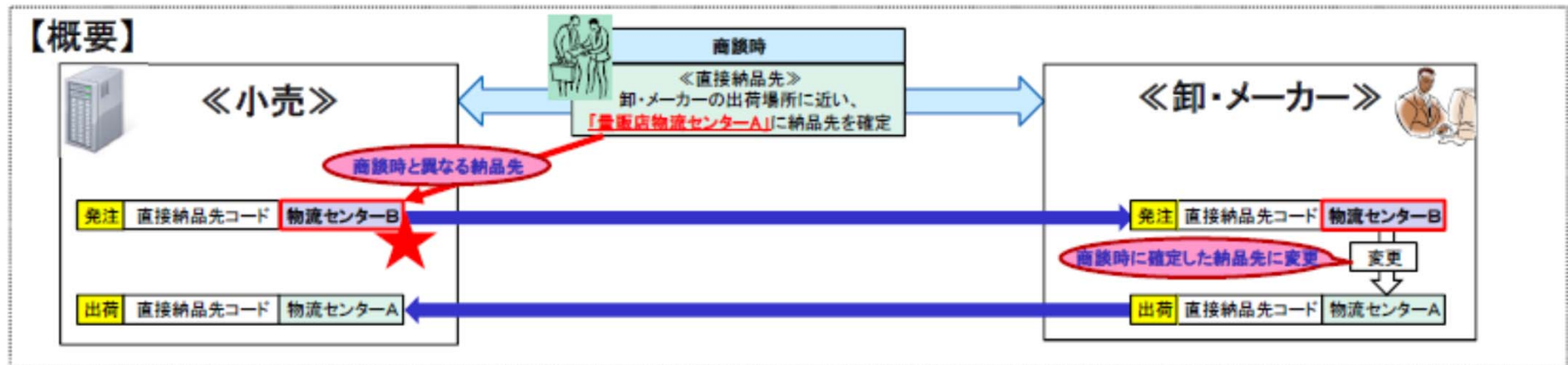
- ② 取引先名称に、事前出荷データ用取引先コード(取引先コードとは別コード)がセットされる。
- ③ 商品分類(中)に、伝票タイプのコード(1型6行、2型9行、3型10行、4型20行など)がセットされる。

マッピング時： 直接納品先、最終納品先の誤った設定をしない

■散見される標準外の事例

- ① 発注では直接納品先が未セット → 卸・メーカーが判断し、出荷で直接納品先をセット
- ② 発注では直接納品先にセンター区分(ドライ、チルドほか)をセット → 卸・メーカーが出荷で物流センターのコードをセット
- ③ さらに標準外の度合いが高い例としては

【発注】の[直接納品先コード](27)に、商談時に取り決められた納品先が入っていない。
卸・メーカーは【出荷梱包】の[直接納品先コード](27)を、実際に納品する場所に合わせて変更する。



■推奨する直接納品先、最終納品先の使い方

- ① 直接納品先は任意項目だが、発注で必ずセットするようにする
 - 店舗直納： 直接納品先、最終納品先の両方に店舗コードをセット
 - 通過型物流センター納品： 直接納品先に物流センターコード、最終納品先に店舗コードをセット
 - 在庫型物流センター納品： 直接納品先、最終納品先の両方に物流センターコードをセット
- ② 納品経路(任意項目)もしっかりセットする → 01:店舗直納 02:センター納品

返品メッセージ対応

- ✓ 現行業務で卸・メーカーが返品伝票を切るケース → 出荷メッセージに返品を押し込む仕様が見られる
 - たとえば、出荷の処理種別(任意項目、伝票区分に相当)に返品のフラグをセットなど
 - 現行JCAで同様な運用を行っているとしても、**流通BMSでは明らかな標準外**
- ✓ 卸・メーカーが返品伝票を切る現行の業務運用を変更したくない場合でも、紙伝票処理はそのままにして、返品計上後に小売から流通BMSの標準の沿った返品メッセージを送るようにすれば問題なし
- ✓ 返品が頻繁でないのなら、あえてメッセージとして電子化せず、請求・支払明細に従来の方法で反映させるという選択肢もあり

発注・出荷・受領メッセージの引継ぎ項目

- ✓ 発注から引き継がない情報を出荷に入れさせる仕様(あきらかな標準外)が多く見られる
 - 出荷で商品分類(中)に完納フラグ+理由コードをセット
 - 出荷で商品名に欠品数量をセット(本来の項目である欠品数量(バラ)を使用していない)
 - 出荷で最終納品先名称カナに出荷日+出荷時刻をセット
 - 受領で発注日の項目に処理日がセットされる(発注メッセージの発注日が引き継がれない)
 - 発注には商品名(漢字)がセットされるが、受領ではnullになる
などなど

- ✓ 流通BMSメッセージ別項目一覧の中に、「メッセージ引継項目一覧」という重要なドキュメントあり
 - 流通BMS構築では引継項目は“必ず”守る

- ✓ VANサービスにこのような例が散見される背景には、小売側基幹システムは流通BMS対応をほとんど行わず、VAN側に仕様のしわ寄せがきていることが想定される
 - 流通BMSの基本は発注から始まるターンアラウンド型のデータ交換
 - 標準遵守の出発点は発注を生成する小売基幹システム → 最初からVANにすべてを押しつけようとせず、できる範囲でよいので流通BMS対応を行う

受領訂正メッセージは難しい（なるべくなら使わない）

メッセージ別定義一覧

受領訂正メッセージ	<p>・小売店舗、物流センターへの納品に対し、小売受領後に発覚した納品数量不足を把握して、正しい決済を行うため使用されるメッセージ。 ・使用する際には、小売・卸双方で調査及び訂正可否検討を行い、両者にて訂正合意がなされた場合のみ可能とする。この時に発生したデータはすべて支払データにのせ、取引行為（受領後の訂正）があったことがわかるようにする。</p>	<p>【送信者】 小売企業 → 【受信者】 卸・メーカー</p>
-----------	---	--

メッセージ引継項目一覧

訂正数量(バラ)： 1受領明細での73「商品コード(発注用)」の訂正バラ数(差分)

- ✓ 受領訂正の使い方は、明細単位で差分(納品数量の不足分)による訂正に限られる： 受領訂正には符号の項目はないのでマイナス値が前提、納品数量過剰の訂正は想定なし
- ✓ 出荷メッセージをとりあえずオウム返しに受領にし、検品後受領訂正で確定のような使い方はできない
- ✓ 「同一取引番号の受領メッセージを送り直して後優先」のような例も見られるが、これも標準外

納品数量不足などが検品・受領メッセージ処理後判明した場合の対処は、

- ・ 小売・卸/メーカー間で調整の上、紙伝票を起票して双方のシステムでデータを訂正する
- ・ 赤黒伝票処理で対応する(次ページ参照)

などのほうが实际的

赤黒伝票や値引きにおけるメッセージの使い方(例)

■ 受領訂正に代わる赤黒伝票の処理例

受領送信後訂正が発生

→ 訂正対象の受領の赤伝を送信

取引番号は同一

処理区分(≡伝票区分)に受領赤伝のコードセット(相対であらかじめコード決め)

他の項目はすべて同じ

→ 訂正後の受領(黒伝)を送信

取引番号は新しく採番

元取引番号に訂正した受領の取引番号をセット

■ 値引きの処理例

① 月締めのボリューム値引き

例1) 請求、支払メッセージの支払内容(コード1004=値引明細)を使用

例2) 値引き処理に受領を使用

処理区分に値引コードをセット(相対であらかじめコード決め)

商品コードには商品分類の代表コードをセット

② 取引番号(≡伝票)単位での値引き

例えば100ケースに20ケースが無償でプラスされる注文では、明細を2行に分けて、100ケースは通常原価、20ケースは原価0とする、など

あくまでもひとつの参考。対応方法は様々考えられるが、項目の勝手使用(仕様)に陥らないように。

納品書の書式について

- ✓ 納品書は小売固有がまだまだ現状
- ✓ センター納品帳票の個口納品書、欠品連絡書(総量納品、店別納品)に続き、2014年10月の物流ラベル運用ガイドライン第1.3版では、店舗納品の「納品明細書」の標準書式が追加された。
- ✓ 納品明細書はA4横で1ページ14明細(2行1明細)と32明細(1行1明細)の2つのタイプが示されている。
- ✓ 納品関連帳票は現行業務と密接に結びついており、すぐには変更が困難なことも事実
- ✓ せっかく流通BMSを採用し効率化(小売のみならず卸・メーカーも含めて)をさらに進めるのであれば、納品書の標準準拠や伝票レスへの取り組みも検討する価値あり

レイアウトサンプル

Aタイプ(14明細)

納品明細書											
発注者名 取引先 業種 最新納品先(店舗) 備考	① 株式会社日本スーパー ② 81808100 東京食品 ③ 0 ④ 001821 日本橋	作成日時 発注日 納品日	⑤ 2012-10-16T13:50:30 ⑥ 2012/10/16 ⑦ 2012/10/17	部門 E O S区分 伝票区分	⑧ 425 ⑨ 01 ⑩ E O S発注 ⑪ 01	ページ 1/2	※1				
取引番号 (伝票番号)	行	商品コード JANコード	商品名 規格	発注単位 (入数)	発注数量	納品数量	欠品数量	出荷数量	欠品理由	原単価 先単価	原価金額 先価金額
464408368	01	22221800	ザンサイ	6	6	6	0	0	0	150	900
		489445572230	1 O O G	1	0	0	0	0	0	200	1,200
464408368	02	22248917	メンマ	6	6	6	0	0	0	150	900
		4813227182419	1 O O G	1	0	0	0	0	0	200	1,200
464408368	03	22248894	たくあん	6	6	6	0	0	0	150	900
		4826982188372	1 O O G	1	0	0	0	0	0	200	1,200
※2: 数量合計				18	18	18	0	0	0	原価金額合計	2,700
				3	0	0	0	0	0	先価金額合計	3,600
464408371	01	22243345	べつたら漬	6	6	6	0	0	0	150	900
		4894455771895	1 O O G	1	0	0	0	0	0	200	1,200
数量合計				6	6	6	0	0	0	原価金額合計	900
				1	0	0	0	0	0	先価金額合計	1,200
464408383	01	22248221	きゅうり漬	6	6	6	0	0	0	150	900
		484445578021	1 O O G	1	0	0	0	0	0	200	1,200
464408383	02	22248533	かぶ漬	6	6	6	0	0	0	150	900
		4895833111287	1 O O G	1	0	0	0	0	0	200	1,200
数量合計				12	12	12	0	0	0	原価金額合計	1,800
				2	0	0	0	0	0	先価金額合計	2,400
464408395	01	22228544	きゅうり漬	6	6	6	0	0	0	150	900
		4874455772230	1 O O G	1	0	0	0	0	0	200	1,200
464408395	02	22228797	ごまたくあん	6	6	6	0	0	0	150	900
		4864455772508	1 O O G	1	0	0	0	0	0	200	1,200
464408395	03	22248168	ザンサイ	6	6	6	0	0	0	150	900
		4864455778254	1 O O G	1	0	0	0	0	0	200	1,200
464408395	04	22248368	メンマ	6	6	6	0	0	0	150	900
		4893288180489	1 O O G	1	0	0	0	0	0	200	1,200
数量合計				24	24	24	0	0	0	原価金額合計	3,600
				4	0	0	0	0	0	先価金額合計	4,800

レイアウトサンプル

Bタイプ(32明細)

納品明細書												
発注者名 取引先 業種 最新納品先(店舗) 備考	① 株式会社日本スーパー ② 81808100 東京食品 ③ 0 ④ 001820 青山	作成日時 発注日 納品日	⑤ 2012-10-16T13:50:30 ⑥ 2012/10/16 ⑦ 2012/10/17	部門 E O S区分 伝票区分	⑧ 425 ⑨ 01 ⑩ E O S発注 ⑪ 01	ページ 1/1	※1					
伝票番号	行	商品コード	商品名・規格	発注単位	発注数量	納品数量	欠品数量	出荷数量	原単価	原価金額	先単価	先価金額
464408310	01	22221800	ザンサイ	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	02	22228919	メンマ	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	03	22243345	たくあん	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	04	22248221	べつたら漬	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	05	22248533	きゅうり漬	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	06	22228368	かぶ漬	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	07	22228544	きゅうり漬	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	08	22228797	ごまたくあん	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	09	22221800	ザンサイ	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	10	22248917	メンマ	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	11	22248894	たくあん	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	12	22243345	べつたら漬	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	13	22248221	きゅうり漬	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	14	22248533	かぶ漬	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	15	22228544	きゅうり漬	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	16	22228797	ごまたくあん	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	17	22248168	ザンサイ	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	18	22248368	メンマ	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	19	22221800	たくあん	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	20	22228368	べつたら漬	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	21	22243345	きゅうり漬	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	22	22228368	かぶ漬	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	23	22228797	ごまたくあん	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	24	22248168	ザンサイ	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	25	22221800	ザンサイ	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	26	22228919	メンマ	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	27	22243345	たくあん	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	28	22248221	べつたら漬	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	29	22248533	きゅうり漬	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
464408310	30	22228368	かぶ漬	6	6	6	0	0	150	900	200	1,200
*** 伝票合計 ***										27,000	36,000	

流通BMS導入講座

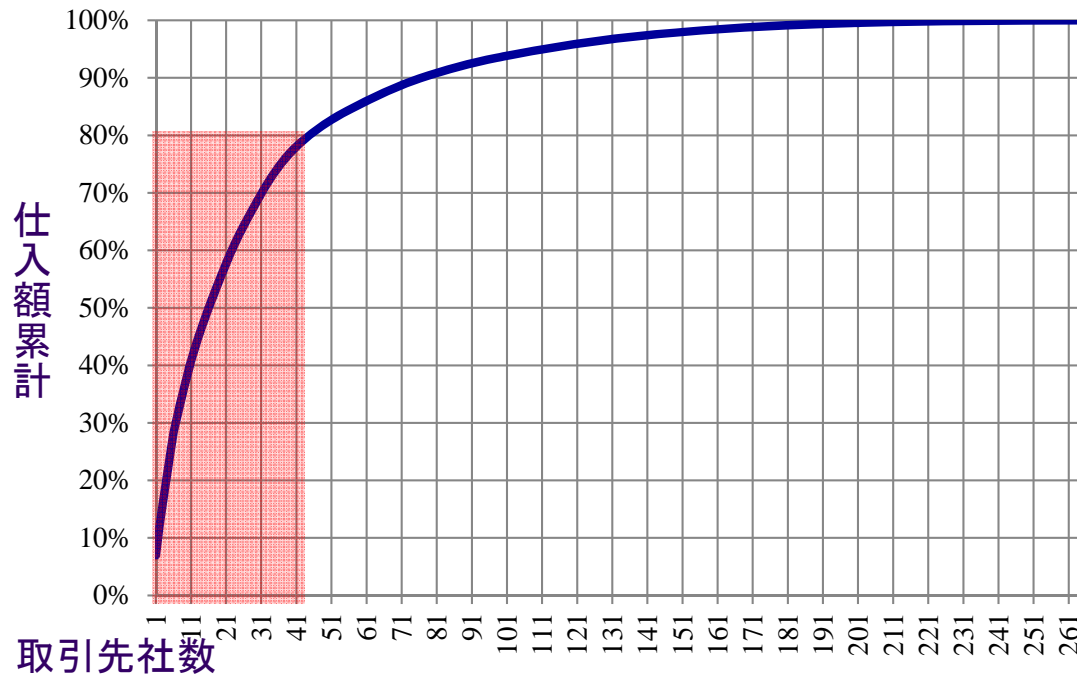
動画配信 第4回 「**相対企業の範囲と対応**」

相対企業の範囲

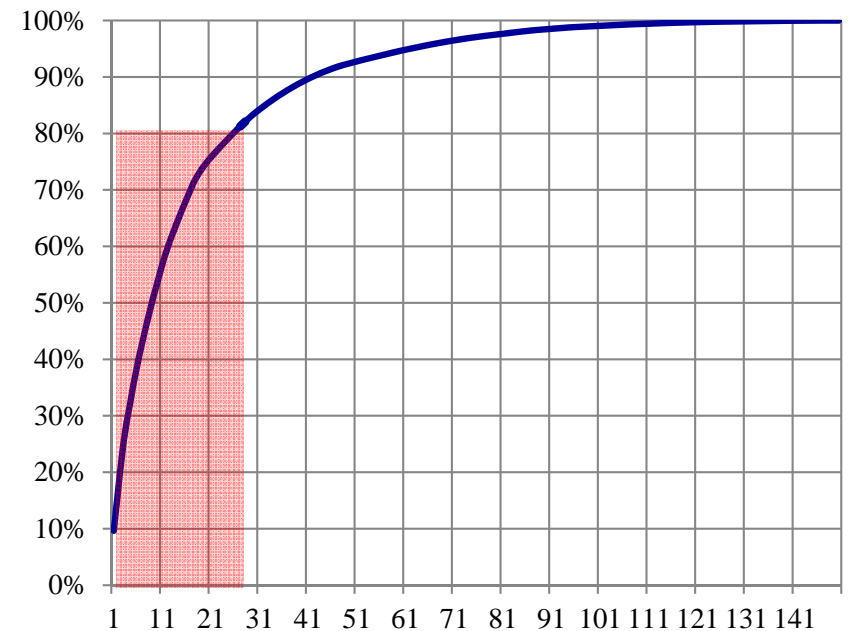
流通BMS導入にあたって、現行EOS/EDI実施企業を主たる範囲として想定するケースが散見される。そのこと自体は間違っていないが、流通BMSの効果拡大のために、相対企業の範囲はより広く設定すべきだ。

EDI化の比率は「仕入額」ではなく「実施社数」で評価する。

食品スーパーの例：全商品（取引先265社）



食品スーパーの例：生鮮品除く（取引先150社）



大手中心で仕入金額の8割をEDI化できても、社数の比率では15%程度にとどまる

より多くの相対企業(取引先)に流通BMSに対応してもらうには

- ✓ EOS/EDI実施済みか否かを問わず、定常的に発注を行っている相対企業について、まずは範囲に含めて考える(包材、専用発注端末使用の取引先なども含めて検討)
- ✓ 緊急時などの例外を除き、**定常的な発注は全て電子化**できるよう、業務やシステムを整備する
- ✓ 現行EOS/EDIの仕様に縛られず、ターンアラウンドを基本としたより**シンプルな発注・出荷・受領メッセージを策定**する(往々にして既存JCA書式に現業務とはそぐわない項目が存在することがある)
- ✓ 複写式納品伝票の廃止、請求書なし支払い案内方式の導入、EDI課金の工夫など、**中小の相対企業に対しても、人的負荷や経費の削減効果**が生まれるようにする
- ✓ システム開発が不要で導入が容易なパッケージやサービスの選定・推奨、流通BMSに準拠したWeb-EDIの補完的適用など、**相対企業のシステム対応を容易にする選択肢**を用意する
- ✓ 十分な猶予期間をとって取引先説明会を開催し、流通BMS稼働開始日、及びそれまでに相対企業で検討・決定・実施すべき活動を明示して、流通BMS対応への自社の**熱意と姿勢をアピール**する
- ✓ 説明会後の**フォロー体制**を用意する(相対企業向け専用ホームページや問い合わせ用メールアドレス、商品部バイヤーへの相対企業フォローアップ割り振りと定期確認、ほか)

相対企業のシステム対応を支援する

- ① 現行EOS/EDI実施済みで流通BMS未対応の相対企業向けシステム支援例
 - 現行EOS/EDI項目と流通BMSメッセージ項目の詳しい対応表を作成・提供し、相対企業の受注・出荷システムが流通BMSメッセージにどのように対応すべきかを明示する
 - 流通BMSメッセージと現行EOS/EDIレコードの変換ができるパッケージ、ツール、サービスなどを検討・評価し、推奨・提供する
 - 特に現行がEOS「発注」のみの場合は、「発注」メッセージから「出荷」メッセージを簡便に作成できたり、受注・出荷システムから最小限の項目(取引番号=伝票番号、取引明細番号=伝票行番号、商品コード、出荷数量など)を取り込んで「出荷」メッセージを生成できるパッケージ、ツール、サービスの推奨・提供が有効

- ② EOS/EDI未実施の相対企業へのシステム支援例
 - 他の小売業とEOS/EDIを実施済みの相対企業に対しては、前述の支援策が有効
 - EDIが初めての相対企業に対しては、システム開発が不要で導入も容易なパッケージやサービスを選定し、推奨・提供する（自社の仕様に即したメッセージ対応処理、例えば任意項目処理などが用意されているパッケージやサービスであればなお良い:いわゆる〇〇対応テンプレート）
 - 取引がわずかで頻度も低い相対企業に対しては、流通BMSに準拠したWeb-EDIを“補完的”に提供することも検討の余地有り(自社構築やサービス利用を含む)

■ 期限設定で全面切り替えか？ レガシーも継続か？

- ✓ NTT東日本/西日本から示された将来展望： JCA/全銀などレガシー通信の基盤である公衆交換電話網(PSTN)は平成37年(西暦2025年)頃までに交換機が寿命に達し、関連するサービスは平成32年(西暦2020年)頃から順次廃止される見通し
- ✓ JCA/全銀から**流通BMSへの切り替えは、今後5年以内**が一つの目安に
- ✓ 相対企業に対する流通BMS切り替え時期の提示例
 - 例1 流通BMS切替グループとレガシーEDI継続グループに分ける。流通BMSグループは6ヶ月で切り替え完了。レガシーEDI継続グループの流通BMS切替には期限を設けない(但し、データフォーマットは新EDIに切替)。
 - 例2 流通BMS本格導入開始から2年程度で現行EDIを廃止し、流通BMSへ全面切替。
 - 例3 流通BMS稼働開始後、4～6ヶ月で流通BMSへ全面移行。
 - 例4 相対企業と3ヶ月間の接続テスト実施後、納品形態に応じて最長4ヶ月で流通BMSに切り替え。

- EDIの切り替えには相対企業の理解と同意が必須(レガシーEDI“当面”継続の必要性もあり)
- しかし、今後5年ぐらいでレガシーEDIの切り替えが否応なく必要になる可能性大
- そうであれば、**流通BMS切り替え時期の設定と明示**は、相対企業にとっても役に立つ
- 相対企業が多数存在する大手GMSや百貨店は切替期間の設定も長期になる
- 中堅以下の小売業であれば、最長6ヶ月程度での全面切り替えも現実的
- **2度手間にならず、スムーズに流通BMSに対応してもらえる工夫**がなにより重要

補足： Web-EDIの補完的適用

流通BMS策定の背景の1つには、流通業界の効率化を阻害する**小売固有仕様のWeb-EDIの氾濫**がある。

「流通BMSにおけるWeb-EDI基本方針」

1. 流通BMSにおけるWeb-EDIの位置づけ

Web-EDIは流通BMS S-S型およびC-S型の補完手段である。

2. 流通BMSにおけるWeb-EDIの適応要件

Web-EDIを提供する場合は、標準XMLスキーマを使用した流通BMSのC-S型手順(JXサーバ)を同時に提供する。

3. 流通BMSにおけるWeb-EDIの機能要件

Web-EDIでは流通BMSの各メッセージ内で使用されているデータ項目のみを使用する。

■補完的にWeb-EDIを提供する観点

- ✓ 現行EOS/EDI取引先の多くがブラウザベースのWeb-EDIを利用しているので、流通BMS切り替え後も中小取引先には同様な手段を残したい
- ✓ 流通BMS対応に期間を要する取引先に当面はブラウザベースのWeb-EDIを利用してもらおう
- ✓ 少額取引や発注頻度の低い取引先向けにはより簡便な手段を用意することでEDI化率を高めたい

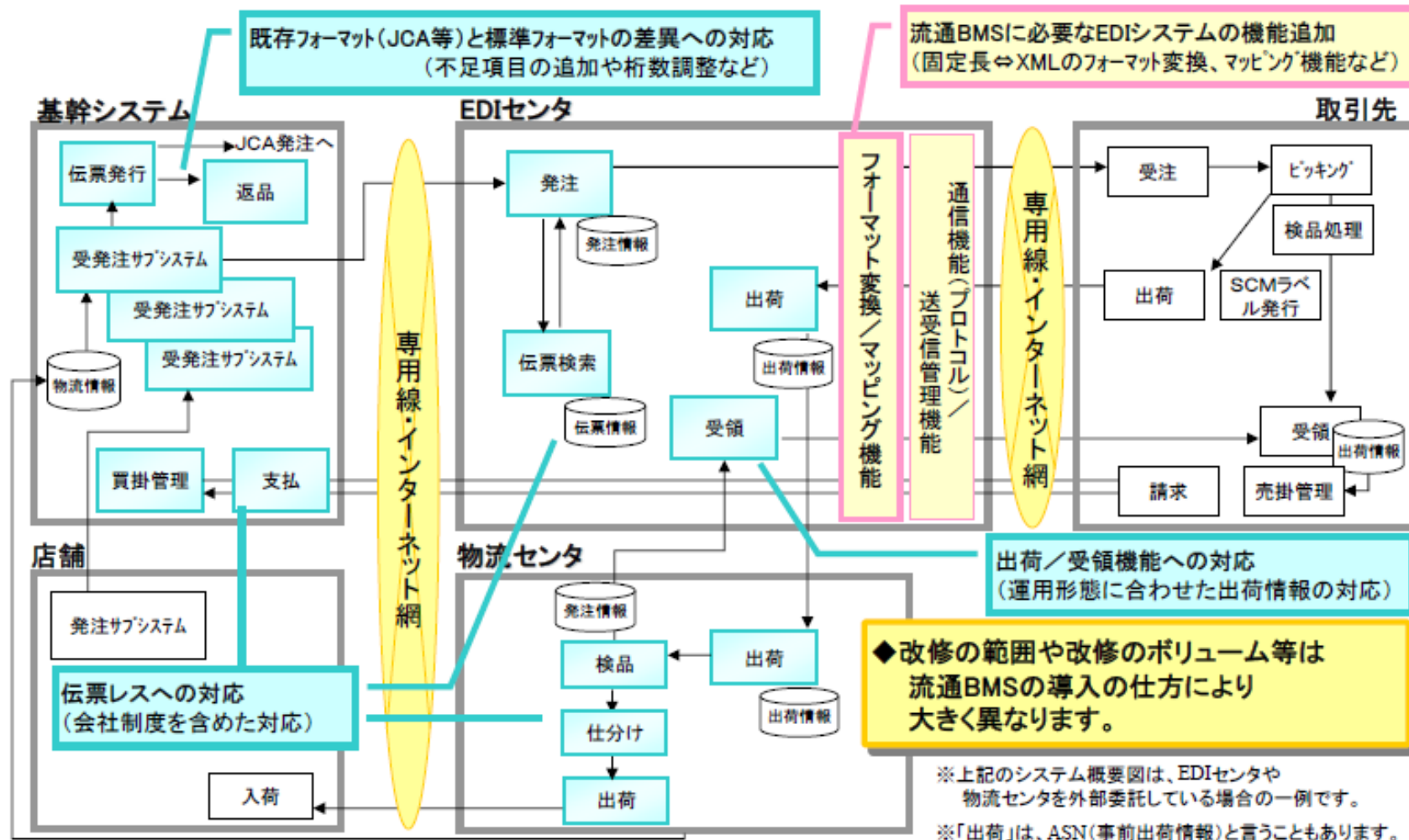
流通BMS導入講座

動画配信 第5回最終回 「既存システムの改修範囲」

既存システムの改修範囲

小売企業がシステム改修対象範囲を検討する参考として、導入ガイドライン(業界編)に下図が掲載されている。本講では、現行がEDI実施済み/EOSのみ実施済み/電話・FAX発注中心のパターンに分けて、既存システムの対応を整理する。

“流通BMSの導入＝既存業務・既存システムの大幅変更”とは限らない。

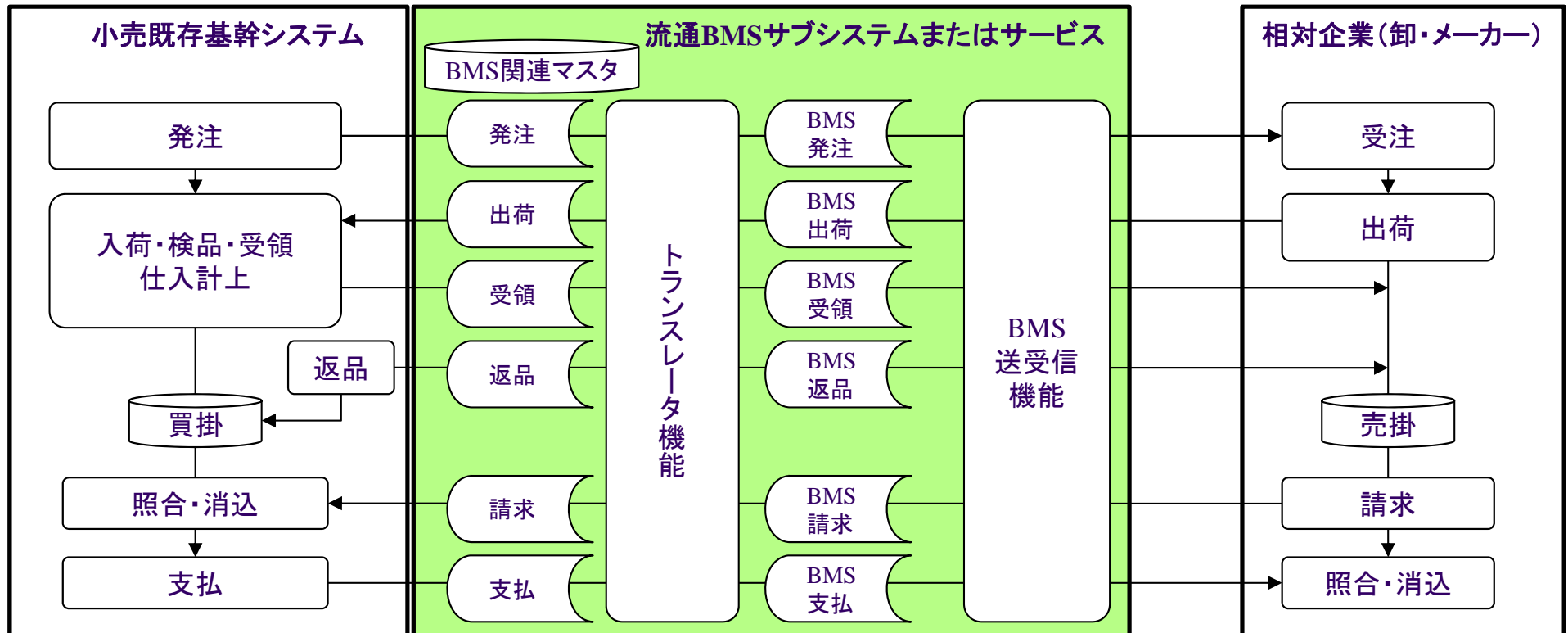


導入ガイドライン(業界編)第3.1版 15ページ

EDI実施済みの場合

- ✓ JCA/全銀等でEDI実施済みの小売業では、図のような機能をサブシステムとして追加すれば、基本的に既存基幹システムの大幅改造なしで流通BMSに対応できる
- ✓ トランスレータ機能、BMS送受信機能とも、カスタム開発が不要なミドルウェアやツールが多数存在する
- ✓ 同様な機能を持つサービスの採用も有力

機能	項目
BMS送受信機能	流通BMSメッセージ送受信(発注、出荷、受領、返品、請求、支払など)
	JX手順、ebXML(またはAS2)手順のサポート
	送受信ファイルのスキーマチェック ほか
トランスレータ機能	既存EDIのデータ項目補完(固定値、マスタ名称など)
	既存EDIと流通BMSの区分変換
	データ項目の型変換(文字列、数値、日付型など)
	Shift-JISへの文字コード変換
	JCA/全銀レイアウトと流通BMS-XMLレイアウトの双方向マッピング ほか



データ項目補完の例

項目補完テーブルなどを用意し、基幹システム側でセットできない流通BMS項目に対し、固定値または、簡単な計算式・条件式の結果をセットする。

【項目補完テーブル】

項目	変換方式	固定値・変換式
送信者ID	変換式	[送信先マスタ].[送信先ID]
識別ID	変換式	'ID-' & [送信先ID] & 'YYYYMMDD'
支払法人コード	固定値	000100
支払法人GLN	固定値	4901234567890
取引番号	変換式	Format([取引番号]'000000000')
取引先コード	なし	
発注日	変換式	Format([発注日]'YYYY-MM-DD')
納品日	変換式	Format([納品日]'YYYY-MM-DD')
計上日	変換式	Format([納品日]'YYYY-MM-DD')
原価金額合計	計算式	SUM([明細].[原価金額])

【送信先マスタ】

項目	値
取引先コード	000001
取引先GLN	4900000000001
取引先名称	株式会社リテイル商事渋谷支店
取引先名称カナ	リテイルショウジツヤシデン
請求取引先コード	900001
請求取引先GLN	4900000900001
請求取引先名	株式会社リテイル商事本社
請求取引先名カナ	リテイルショウジツホンシャ
送信先ID	4900000000001
送信先発行元	GLN
送信形態	BMS

【変換前】

項目	値
送信者ID	
識別ID	
支払法人コード	
支払法人GLN	
取引番号	123456
取引先コード	000001
取引先名称	
請求取引先コード	
発注日	20100501
納品日	20100502
計上日	
原価金額合計	

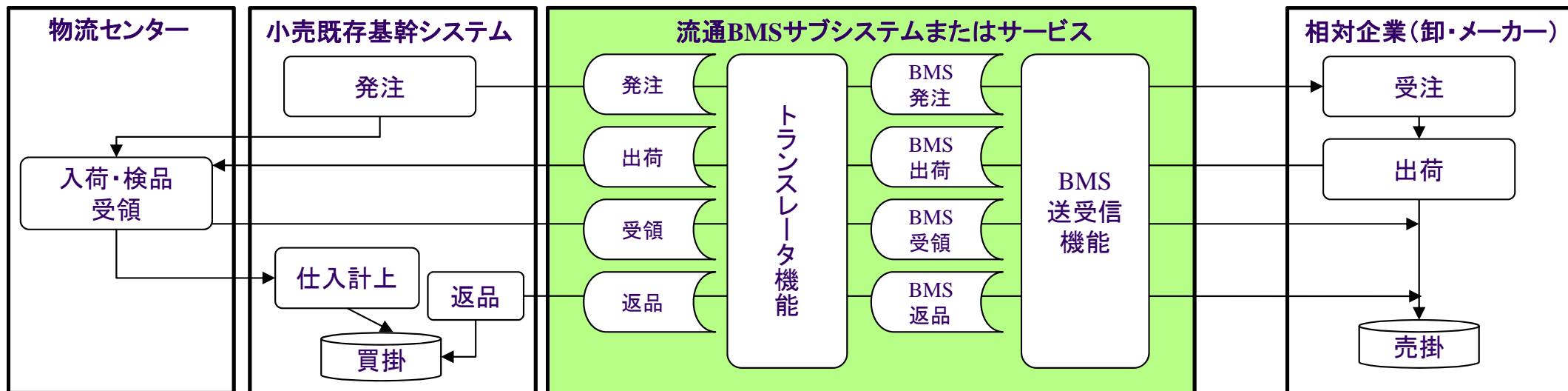
【変換後】

項目	値
送信者ID	4900000000001
識別ID	ID-4900000000001-20100501
支払法人コード	000100
支払法人GLN	4901234567890
取引番号	0000123456
取引先コード	000001
取引先名称	株式会社リテイル商事本社
請求取引先コード	900001
発注日	2010-05-01
納品日	2010-05-02
計上日	2010-05-02
原価金額合計	5,258

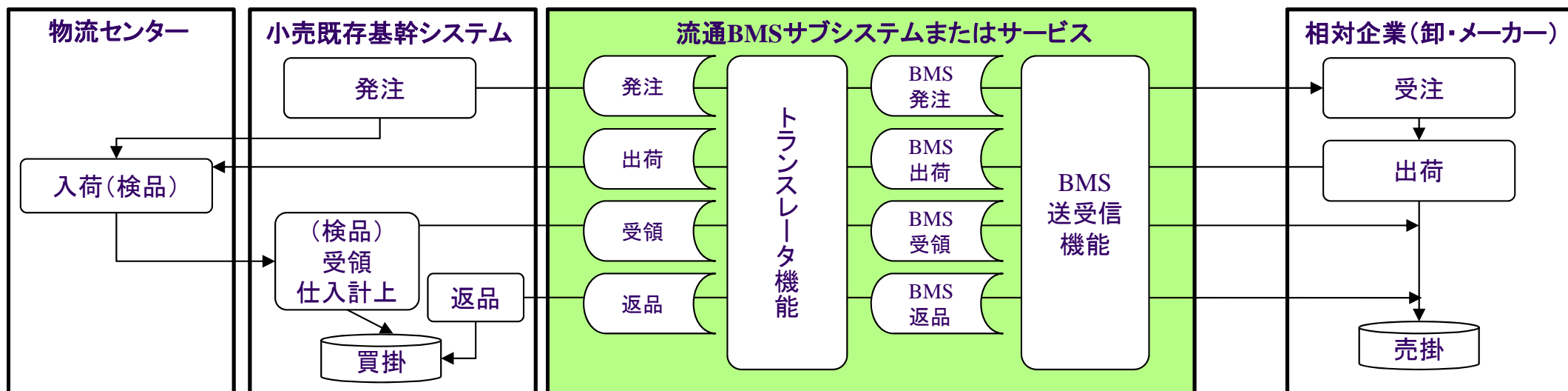
物流センターがある場合(預り在庫型センターは除く)

通過型センター(TC)、買取在庫型センター(DC)でも、「入荷・検品・受領」処理が外部に存在するだけで、店舗直接納品と比べ流通BMS対応に大きな差はない。 → そのようにシステム対応するのが素直

●物流センターで入荷・検品を行い、受領データを生成できるケース



●物流センターでは受領データを生成できない、または店別仕分納品のTCで店舗で検品するケースなど



EOSのみ実施済みの場合

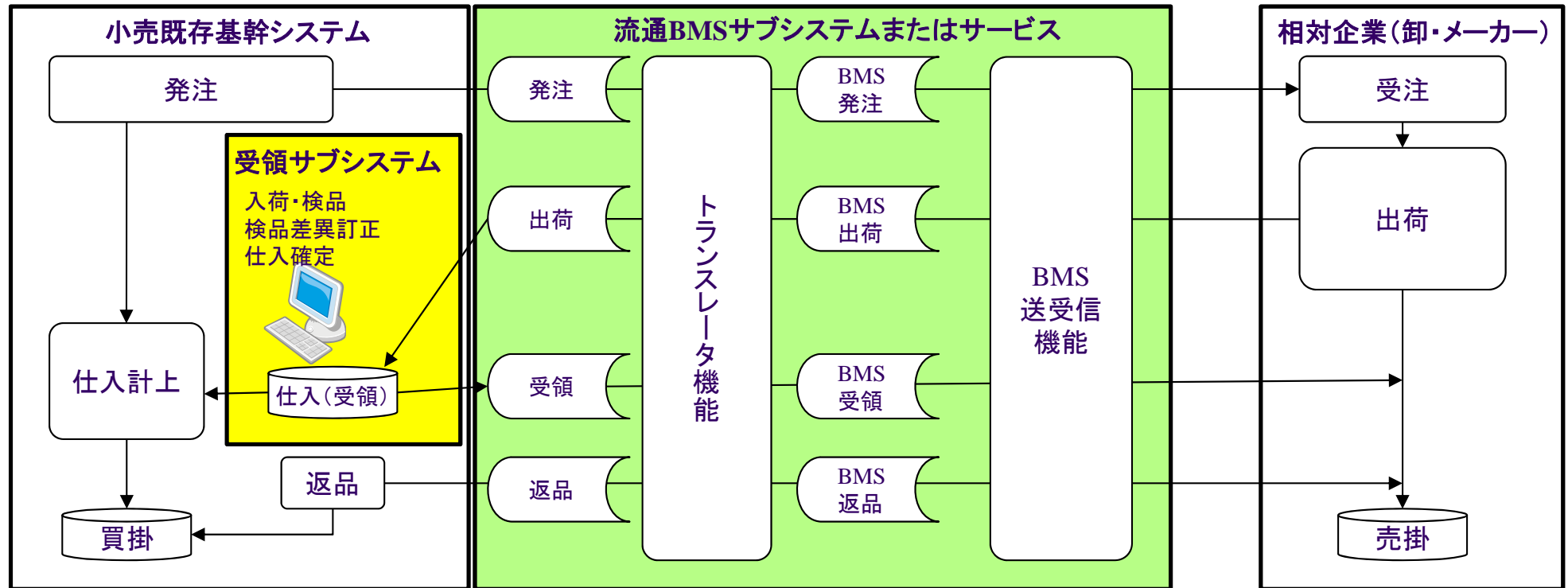
前述のサブシステムまたはサービスに変わりはない。出荷・受領の対応としては以下の2つが代表的。

対応例①

出荷メッセージはとりあえずそのままにして、基幹システムで通常の入荷・検品・仕入計上処理を行う。出荷データと仕入計上データを照合して受領データを生成するプログラムを用意する。

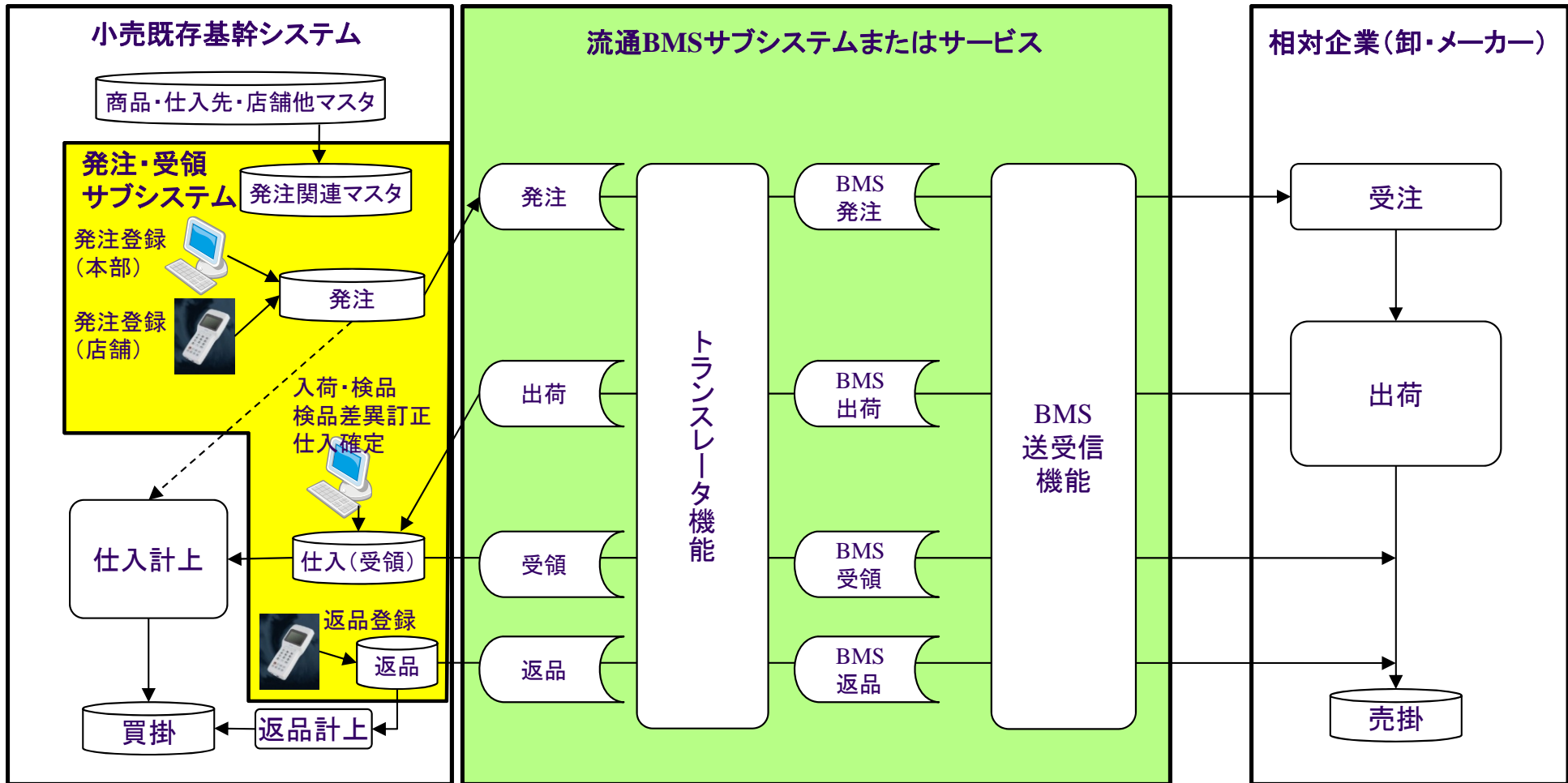
対応例②

入荷・検品を行う店舗または物流センターの端末で利用する簡易受領サブシステムを用意し、出荷データと検品結果を照合して、仕入データ=受領データを作成する。通常はこの場合でも既存基幹システムの大幅改修とはならない。



電話・FAX発注が中心の場合

大前提として、定常的な発注は全て電子化できるよう、業務やシステムを整備することが必要。
基幹システムの入替えや既存基幹システムの大幅改修は当面行わず、発注・受領を電子化する以下のようなサブシステムを追加する対応も有力。



まとめ： 流通BMSの一層の普及に向けて

特に、小売業および小売業のシステムを支援する情報システム企業の皆様へ

- ✓ よい品揃え、お客様に喜ばれる売場作りには小売・卸・メーカーの協働が不可欠
- ✓ 厳しい経済環境の中、小売業と卸・メーカーが互いに協力してよりよい仕組みを作る必要あり
- ✓ 流通BMSは小売・卸・メーカーが共同で策定した日本で唯一の流通EDI標準
- ✓ 中堅・中小の小売業でも、流通BMSの構築・運用はできる
- ✓ システム化が進んでいる大手小売業に比べて、導入効果はむしろ大きい
- ✓ 適切な判断と選択をすれば、投資回収も明確に

流通BMSを正しく使い、流通業界の発展に寄与しましょう。