平成26年度
食料品バリューチェーン構築支援事業
（流通過程情報伝達促進事業）

報　告　書

平成27年3月

生鮮取引電子化推進協議会

協力：一般財団法人　流通システム開発センター

ま　え　が　き

本報告書は平成２６年度農林水産省補助事業「食料品バリューチェーン構築支援事業（流通過程情報伝達促進事業)」における検討結果及びセミナー開催実績、実証事業の成果等を取りまとめたものである。

本事業では昨年度に引き続き、加工食品等に比べて導入が遅れている青果・水産物等の生鮮食品における EDI（電子商取引）について、他分野において普及が進んでいる流通 BMS（流通ビジネスメッセージ標準)の導入促進方策等に関する検討を行うとともに、流通 BMS 導入促進のためのセミナーを全国で開催した。加えて導入効果等を検証するための実証事業を、とりわけ EDI が難しいといわれる水産物を対象に行い、それらの結果を取りまとめて昨年度に作成した「生鮮食品取引における流通 BMS 導入の手引き」の見直しを図った。

末筆ながら、本事業の実施にあたり関係各位に多大なご協力をいただいたことを、ここに厚く御礼申し上げる。

平成２７年３月

生鮮取引電子化推進協議会

目　次

1　事業概要 4
1.1　事業の背景および目的 4
1.2　事業実施体制 4
1.2.1　流通過程情報伝達促進検討会 5
1.2.2　実証事業実施検討会 6
1.3　検討会開催状況 6
1.3.1　流通過程情報伝達促進検討会 6
1.3.1　実証事業実施検討会 7
1.4　生鮮食品取引における流通ＢＭＳ導入促進セミナー開催状況 7
1.4.1　プログラム（各会場共通※） 7
1.4.2　プログラム（成果報告セミナー） 8
1.4.3　セミナー開催状況 8
1.4.4　セミナー開催状況（事業成果報告） 8
1.4.5　後援団体 9
1.4.6　セミナーの模様（スナップ） 9
1.5　事業実施状況 9
2　実証事業 10
2.1　実証事業実施について 10
2.1.1　目的 10
2.1.2　概要 10
2.2　実証事業参加企業について 10
2.2.1　実証事業参加企業 11
2.2.2　実証事業参加企業の役割 11
2.3　実証事業実施検討会 12
2.3.1　第１回実証事業実施検討会 12
2.3.2　第２回実証事業実施検討会 12
2.4　実証事業のシステム概要について 13
2.4.1　フレッセイとマルイチ産商における受発注業務の経緯 13
2.4.2　システム概要 14
2.5　実証内容について 17
2.5.1　調査項目の設定 17
2.5.2　生鮮取引における伝票の種類（参考） 17
2.5.3　生鮮取引における伝票入力量のイメージ（参考） 18

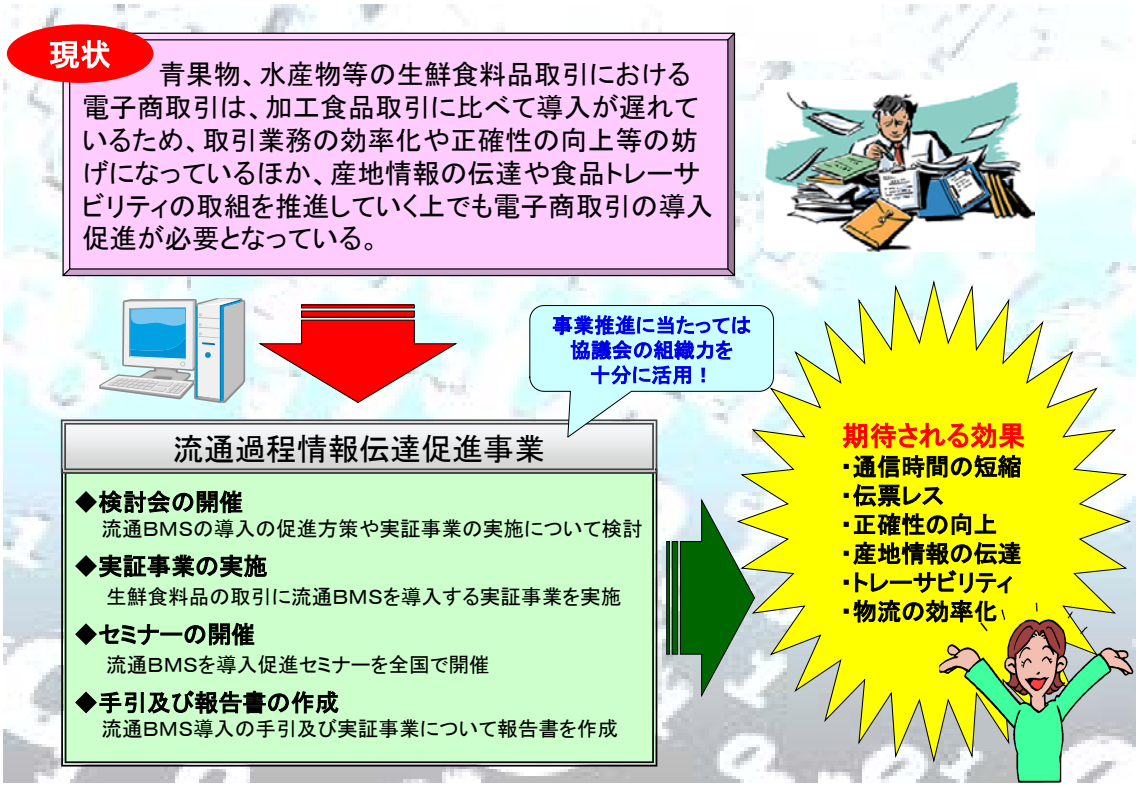
2.6　実施結果 18
2.6.1　目標１：発注集計作業を 5 割削減 18
2.6.2　目標２：伝票枚数を 8 割削減 19
2.6.3　目標３：伝票入力人時を 8 割削減 20
2.6.4　目標４：仕入照合作業の完全削除 21
2.6.5　目標５：これまでの運用（電話／メール／FAX）を 5 割削減 21
2.6.6　目標６：月次決算を 3 日短縮させ、経営数値の早期化を実現 22
2.6.7　目標７：卸システムへの入力作業を 5 割削減 22
2.6.8　目標８：請求・支払照合人時を 8 割削減 23
2.6.9　目標９：その他の効果または課題 23
2.7　実証事業を終えて 24
2.7.1　小売業の変化 24
2.7.2　卸売業の変化 24
3　おわりに 26
4　参考資料 28
4.1　流通 BMS の最新動向 28
4.2　専門用語の説明 36

1 事業概要

1.1 事業の背景および目的

青果、水産物等の生鮮食料品取引における電子商取引は、加工食品取引に比べて導入が遅れているため、取引業務の効率化や正確性の向上等の妨げになっているほか、産地情報の伝達や食品トレーサビリティの取組を推進していく上でも電子商取引の導入促進が必要となっている。

このため、生鮮食品取引における流通 BMS（流通ビジネスメッセージ標準）の導入促進方策等に関する検討会を開催するとともにセミナーを開催し、導入効果等の検証を行うための実証事業を実施することによってその成果を取りまとめ、生鮮食品取引における流通 BMS 利用の普及拡大を図ることを目的とした。



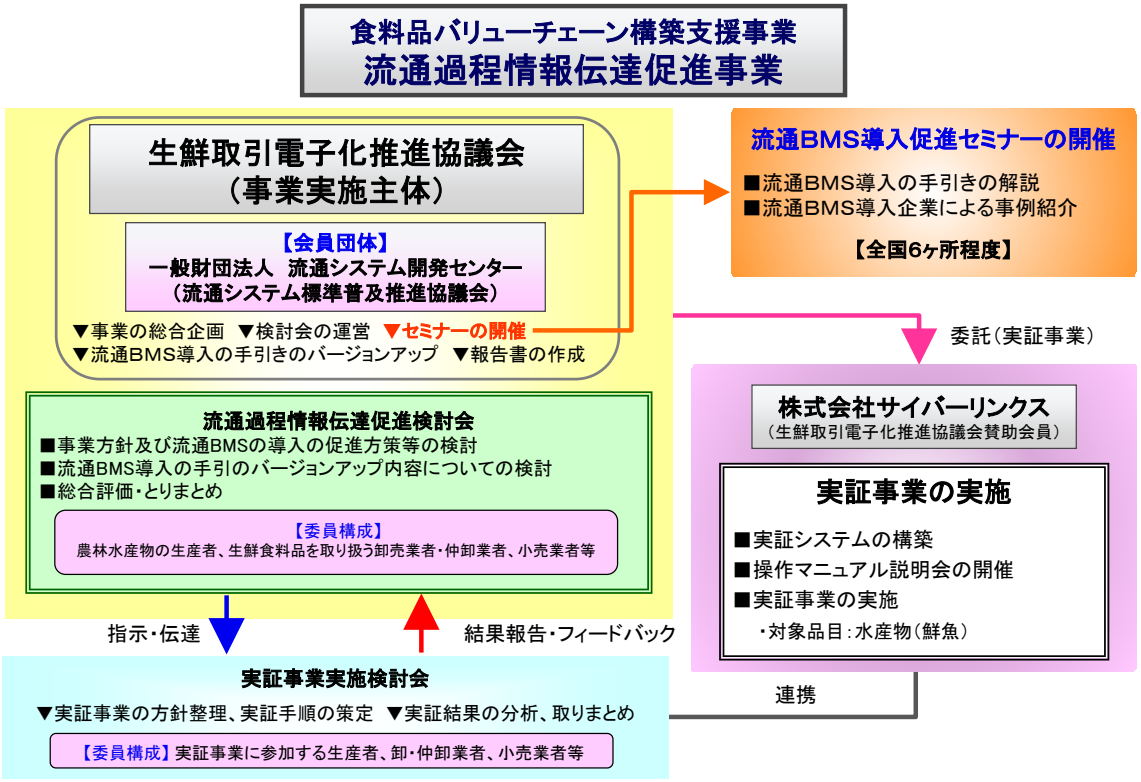
事業イメージ図

1.2 事業実施体制

本事業は、生鮮取引電子化推進協議会が事業実施主体となり、当協議会会員であり流通 BMS 協議会（流通システム標準普及推進協議会）の事務局を務める一般財団法人流通システム開発センターにも協力を仰ぎ、検討会を運営するとともに流通 BMS 普及セミナーを開催し、昨年度作成した流通 BMS 導入の手引きの改訂を行った。

また、本事業の実施にあたり、食品流通業者及び各種関係団体、システムベンダー等から構成される検討会を設置して諸課題の検討を行った。

なお、実証事業については、当協議会会員であり、流通 BMS について高度な運用・開発ノウハウを有する株式会社サイバーリンクスに業務を委託し、水産物（相場品）の取引に流通 BMS を新たに導入し、その効果を検証した。



実施体制図

1.2.1　流通過程情報伝達促進検討会

生鮮食品流通の各段階となる、農林水産物の生産者、卸売業者・仲卸業者及び小売業者であり、電子商取引についても知見を有する委員からなる検討会を開催し、生鮮食料品取引における流通 BMS の導入の促進方策や実証事業の実施方法等について検討を行った。なお、委員からの主体的な発言を期待し、特に委員長は設定しなかった。

「流通過程情報伝達促進検討会」委員名簿

氏　名	団体・会社名および所属・役職	専門分野
稲垣　憲一	有限会社　三秀　代表取締役	青果仲卸
井上　浩	社団法人　全国中央市場青果卸売協会　調査役	青果卸
浦和　栄助	東京都水産物卸売業者協会　新市場対策部　部長	水産物卸
江里口　幸弘	ＪＡ全農　園芸総合対策部　統括課	青果出荷者
北田　喜之助	北田水産株式会社　代表取締役社長	水産物仲卸
三浦　秀樹	全国漁業協同組合連合会　政策企画室　室長	水産物出荷者
吉田　賢司	株式会社シジシージャパン　システム室　主事	小売

（五十音順、敬称略）

1.2.2　実証事業実施検討会

実証事業に参加する卸売業者及び小売業者、システムベンダー等をメンバーとする検討会を開催し、実証事業の実施手順の策定や結果の取りまとめを行った。

1.3　検討会開催状況

本事業では、流通過程情報伝達促進検討会を都合３回開催し、第１回でセミナー開催内容の検討、第２回でセミナー開催状況及び実証事業の進捗状況等の報告、第３回で実証事業の成果を報告するとともに、見直しを図った流通 BMS 導入の手引き改訂版の確認を行った。また、実証事業実施期間の開始前後にあたる 12 月と 3 月に、実証事業実施検討会を開催した。

1.3.1　流通過程情報伝達促進検討会

	開催日時	主要検討議題
第１回	平成 26 年 6 月 30 日（月）	・事業概要について ・セミナー開催内容について ・実証事業の概要
第２回	平成 26 年 12 月 12 日（金）	・セミナーの開催状況について ・実証事業の進捗状況について ・手引きの改訂方針について
第３回	平成 27 年 3 月 9 日（月）	・事業実施結果について ・実証事業の実施結果の報告 ・流通 BMS 導入の手引き（案）の確認 ・事業報告書の構成（案）について

1.3.1　　実証事業実施検討会

	開催日時	主要検討議題
第１回	平成 26 年 12 月 11 日（木）	・事業概要について ・実証事業の実施について
第２回	平成 27 年 3 月 23 日（月）	・実証事業実施結果の報告 ・実証を終えての意見交換

1.4　　生鮮食品取引における流通ＢＭＳ導入促進セミナー開催状況

平成 25 年度に作成した生鮮食品取引における流通 BMS 導入の手引を用いて、生鮮食品取引における流通 BMS 導入促進セミナーを全国（６会場）で開催し、都合 324 名の参加者を動員した。本セミナーの講演内容については、事業概要の説明及び流通 BMS 導入の手引きの解説に加え、生鮮食品取引においてすでに流通 BMS を導入している企業等から講師を招き、具体的な事例紹介を行った。さらに IT 企業の協力により相談・展示ブースを設け、セミナー参加者からの具体的な要望等にも対応した。 また本セミナーの他、生鮮取引電子化推進協議会の自主的な取組により、同様のセミナーを２会場（岡山・金沢）で開催し、加えて本事業の成果報告を行うためのセミナーを２会場（大阪・東京）で開催した。

なお、本セミナーの開催に当たり、生鮮取引電子化推進協議会の会員団体（９団体）にご後援いただいた。

1.4.1　　プログラム（各会場共通※）

時　間	講　演　内　容
13:00～13:05	主催者挨拶
13:05～13:20	食料品バリューチェーン構築支援事業の概要 生鮮取引電子化推進協議会　事務局
13:20～13:25	質疑応答
13:25～13:50	生鮮食品取引における流通 BMS の導入について 流通 BMS 協議会　事務局
13:50～14:00	質疑応答
14:00～14:50	生鮮分野における流通 BMS 導入事例 流通 BMS 導入企業
14:50～15:00	質疑応答
15:00～15:30	＜相談・展示コーナーでの相談および見学＞
15:30	閉　　会

※　成果報告セミナーの２会場（大阪・東京）を除く

1.4.2　プログラム（成果報告セミナー）

時　間	講　演　内　容
14:00～14:10	主催者挨拶
14:10～14:50	生鮮食品取引における流通 BMS の導入について 流通 BMS 協議会　事務局
14:50～15:00	質疑応答
15:00～15:50	水産物取引における流通ＢＭＳ導入実証事業の成果報告 株式会社サイバーリンクス　流通クラウドビジネス事業部 SCM 推進部　部長　三浦　明　氏
15:50～16:00	質疑応答
16:00	閉　会

1.4.3　セミナー開催状況

開催日	会　場	講　師（流通 BMS 導入小売業等）	参加者
7 月 24 日	ＪＪＫ会館　２階ＡＢ	㈱ヤオコー　営業企画部 情報システム担当部長　神藤 信弘　氏 日本スーパーマーケット協会 情報システム委員会　委員長	82 名
8 月 29 日	札幌市中央卸売市場 水産棟４階　会議室Ａ・Ｂ	マックスバリュ北海道㈱ 経営管理本部 情報システム部長　杉田　雅彦　氏	57 名
9 月 19 日	仙台市中央卸売市場本場 管理棟３階　会議室	㈱ヤオコー　営業企画部 情報システム担当部長　神藤 信弘　氏 日本スーパーマーケット協会 情報システム委員会　委員長	29 名
9 月 26 日	名古屋市中央卸売市場北部市場 管理棟２階　見学者ホール	ユニー㈱　執行役員　IT 物流本部 本部長　角田　吉隆　氏	66 名
10 月 10 日	大阪市中央卸売市場本場 業務管理棟 16 階　大ホール	イズミヤ㈱　総合企画室 情報システム担当 マネジャー　笠井　元　氏	66 名
10 月 24 日	福岡市中央卸売市場鮮魚市場 市場会館２階　第１・２会議室	㈱西鉄ストア　情報システム部 顧問　高橋　雄一　氏	24 名
11 月 21 日	岡山市中央卸売市場 管理棟３階　大会議室※	㈱天満屋ストア　取締役 管理本部長　加島　誠司　氏	28 名
11 月 28 日	金沢中央市場　食育会館 スタジオＤＯ※	アルビス㈱ 総合企画室長　若森　浩司　氏	23 名

※ 岡山会場及び金沢会場については協議会予算による自主開催

1.4.4　セミナー開催状況（事業成果報告）

開催日	会　場	講　師	参加者
3 月 12 日	大阪市中央卸売市場本場 業務管理棟 16 階　大ホール	流通 BMS 協議会　事務局 株式会社サイバーリンクス 流通クラウドビジネス事業部 SCM 推進部　部長　三浦　明　氏	25 名
3 月 20 日	ＪＪＫ会館　２階ＡＢ		39 名

※ 事業成果報告は協議会予算による自主開催

1.4.5　後援団体

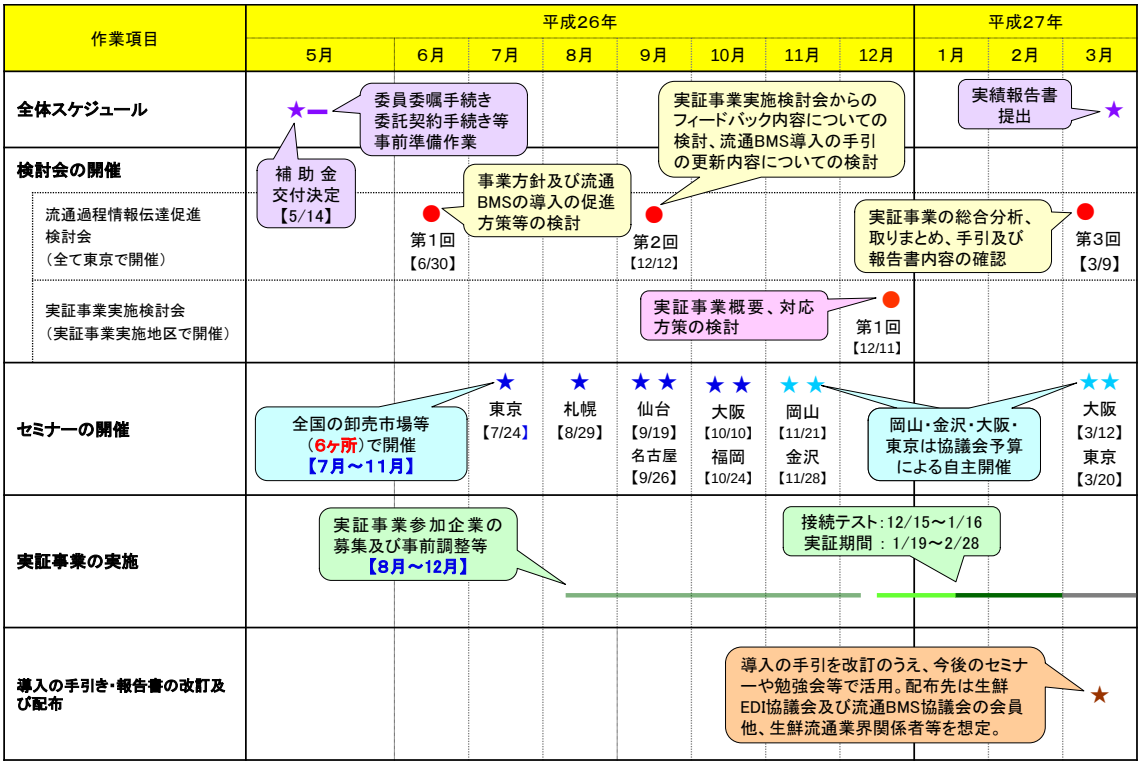
(一社)全国中央市場青果卸売協会　(一社)全国青果卸売市場協会　全国青果卸売協同組合連合会
(一財)流通システム開発センター　全国水産物卸組合連合会　(一社)全国水産卸協会
(公財)食品流通構造改善促進機構　(公社)日本食肉市場卸売協会　(一社)日本花き卸売市場協会

1.4.6　セミナーの模様（スナップ）

受講風景（7/24 東京会場）

相談・展示ブース（9/19 仙台会場）

1.5　事業実施状況



2 実証事業

2.1 実証事業実施について

2.1.1 目的

生鮮食品（水産物・青果物）の取引において、流通 BMS の導入促進を図るため、流通 BMS で構築された EDI で実運用し、効果や課題を検証すること。

【達成目標】

- 電子取引により伝票枚数・伝票入力人時を 8 割削減する。
- 仕入照合作業を完全削減する。
- 伝票入力電子取引により、これまでの運用（電話／FAX／メール）を 5 割削減する。
- 電子取引により月次決算を 3 日短縮させ、経営数値の早期化を実現し業務に役立てる。

2.1.2 概要

（1） 実証事業実施検討会の実施

実証事業参加者による検討会を開催し、実証事業の手順や運用方法の説明を行った。また、従来の取引方法における実績と、流通 BMS で運用した実績を比較し、そこから導き出された効果や課題を整理したうえ、その結果を流通過程情報促進検討会にフィードバックした。

（2） 実証事業の実施

① 実証システムの構築及び導入

② 実証事業前後の EDI 運用における業務分析。

③ 実証事業の効果や課題の整理。

④ 流通過程情報伝達促進検討会への結果報告。

2.2 実証事業参加企業について

当初は小売 1 社に対し水産・青果仲卸それぞれ 1～2 社の計 2～4 社で流通 BMS を導入した実証を行う予定だった。そこで水産仲卸 15 社、青果仲卸 18 社との間で検討を重ねたところ、流通 BMS の実証を行う余力がない等の理由より、最終的に小売 1 社と水産卸 1 社の協力を得て実証を行うこととなった。

しかし、今回の参加企業については、流通 BMS の導入が難しいといわれる鮮魚相場品取引での検証が可能であり、さらに、メール発注 → Web-EDI → 流通 BMS というステップアップの過程（データ）を確認することで、多くの効果や課題を把握することができた。

2.2.1　実証事業参加企業

（1）　株式会社フレッセイ

① 本社所在地　：群馬県前橋市力丸町 491-1

② 業種　　：食品スーパー

③ 店舗数　　：49 店舗

（2）　株式会社マルイチ産商

① 本社所在地　：長野県長野市市場 3-48

② 業種　　：水産物卸売業

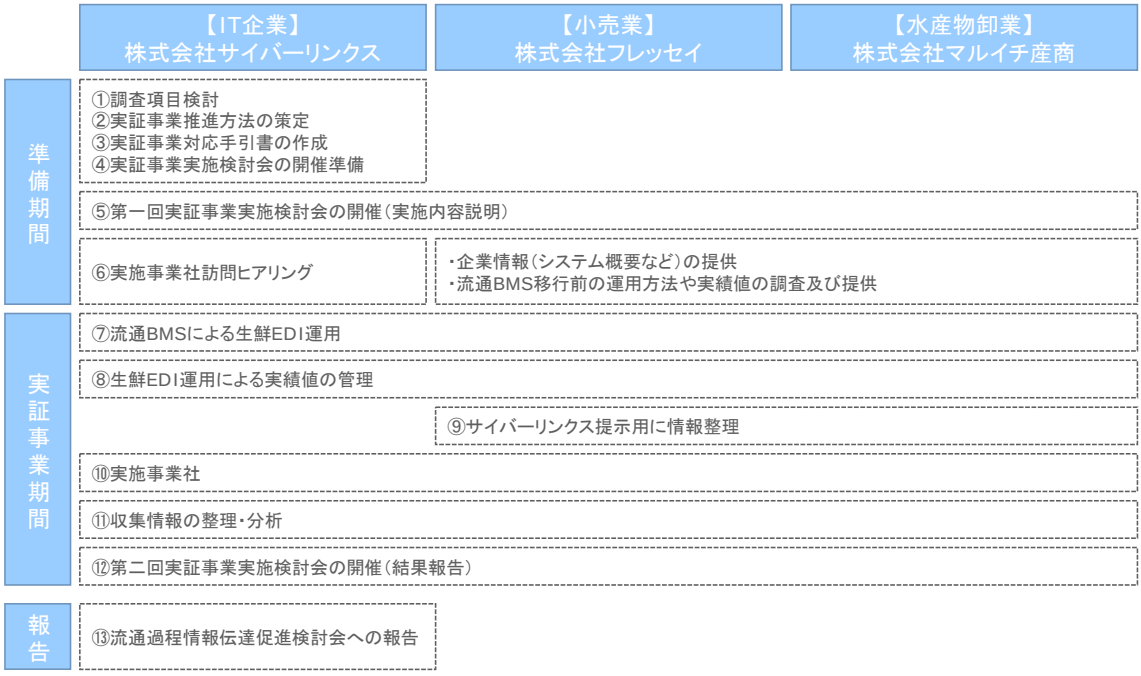
③ 店舗数　　：49 店舗

（3）　株式会社サイバーリンクス

① 本社所在地　：和歌山県和歌山市紀三井寺 849−3

② 業種　　：IT 企業

2.2.2　実証事業参加企業の役割



2.3　実証事業実施検討会

2.3.1　第１回実証事業実施検討会

(1)　日　時　：2014 年 12 月 11 日（木）11:00～12:00

(2)　場　所　：株式会社マルイチ産商　北関東支社

(3)　出席者

◆実証事業実施検討会　委員

氏　名	会社名／組織	所　属	役　職
高橋　義明	株式会社フレッセイ	業革本部	副本部長
桑原　淳一	株式会社フレッセイ	業革本部　情報システム室	室長
大塚　信幸	株式会社フレッセイ	生鮮部	チーフバイヤー
山崎　総一	株式会社マルイチ産商	情報システム部　システム開発チーム	チームリーダー
黒田　航	株式会社マルイチ産商	情報システム部　システム開発チーム	アシスタントチーフ
宮野尾　公一	株式会社マルイチ産商	水産事業部　北関東支社　総務経理課	課長
丸茂　浩人	株式会社マルイチ産商	水産事業部　北関東支社　情報物流課	マネージャー
大黒　義雄	株式会社サイバーリンクス	流通クラウドサービス事業部　運用部　開発2課	課長
神前　淳	株式会社サイバーリンクス	流通クラウドビジネス事業部　東日本リテイル営業	主任

順不同、敬称略

◆オブザーバー

氏　名	会社名／組織	所　属	役　職
斎藤　順一	エス・ビー・システムズ株式会社	グループネットワークチーム	チーフ

順不同、敬称略

◆事務局

氏　名	所　属	役　職
田中　成児	生鮮取引電子化推進協議会 （公益財団法人　食品流通構造改善促進機構）	

(4)　議　事

①　事業概要の説明

②　実証事業実施対応に関する説明

2.3.2　第２回実証事業実施検討会

(1)　日　時　：2015 年 3 月 23 日（月）17:00～18:00

(2)　場　所　：株式会社フレッセイ　本部

(3)　出席者

◆実証事業実施検討会　委員

氏　名	会社名／組織	所　属	役　職
高橋　義明	株式会社フレッセイ	業革本部	副本部長
桑原　淳一	株式会社フレッセイ	業革本部　情報システム室	室長
丸茂　浩人	株式会社マルイチ産商	水産事業部　北関東支社　情報物流課	マネージャー
大黒　義雄	株式会社サイバーリンクス	流通クラウドサービス事業部　運用部　開発2課	課長
神前　淳	株式会社サイバーリンクス	流通クラウドビジネス事業部　東日本リテイル営業	主任

順不同、敬称略

◆事務局

氏　名	所　属	役　職
田中　成児	生鮮取引電子化推進協議会 （公益財団法人　食品流通構造改善促進機構）	

(4)　議　事

①　実証事業結果の報告

②　実証を終えての意見交換

2.4　実証事業のシステム概要について

2.4.1　フレッセイとマルイチ産商における受発注業務の経緯

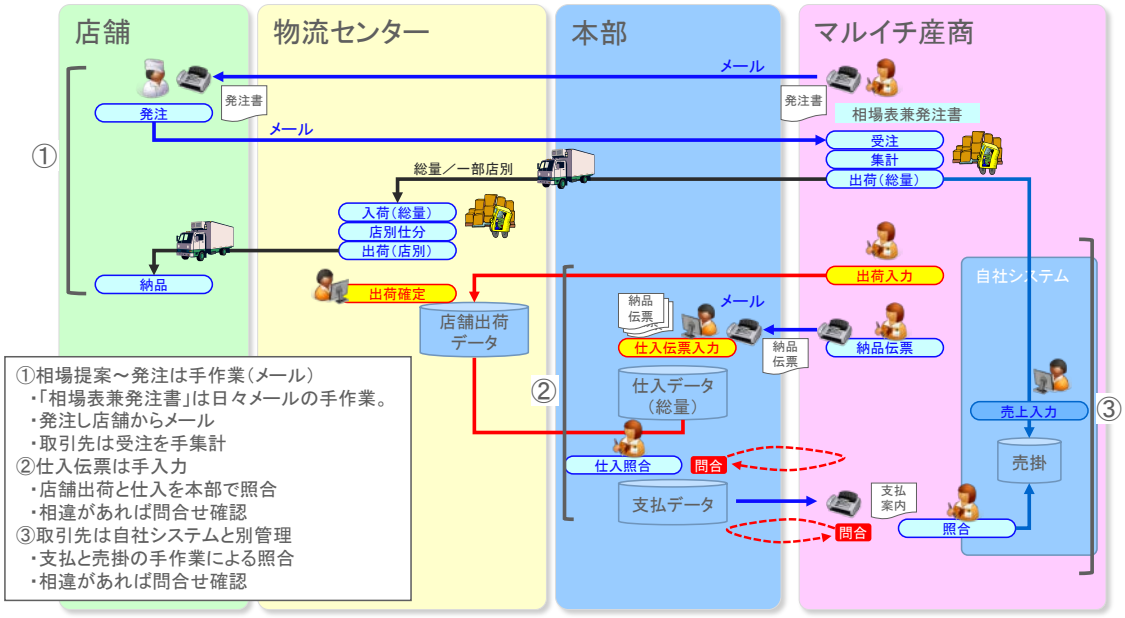
フレッセイとマルイチ産商とのこれまでの取引形態は、下表の通りステップアップしており、今回の実証事業で導入した流通 BMS により、卸側基幹システムとの連動が実現できることで、さらなる効果が期待される。なお、今回は下表項目１ → ２ → ３に対し、それぞれ効果検証を行った。

	運用時期／資料	発注方式	EDI データ種	納品伝票
1	～2013 年 10 月／ (1) ①：運用フロー (1) ②：システム概要	買付 電話 JCA	商品：メール、電話 発注：買付、電話、 JCA 出荷：伝票 受領：なし 請求:なし（支払案内）	必要
2	2013 年 11 月～ 2014 年 12 月／ (2) ①：運用フロー (2) ②：システム概要	Web-EDI 買付 電話	商品：Web、メール、 電話 発注：Web、買付、 電話 出荷：Web 受領：Web 請求:なし（支払案内）	不要
3	2015 年 1 月～／ (3) ①：運用フロー (3) ②：システム概要	流通 BMS 買付 電話	商品：Web、メール、 電話 発注：BMS、買付、 電話 出荷：流通 BMS 受領：流通 BMS 請求:なし（支払案内）	不要

2.4.2　　システム概要

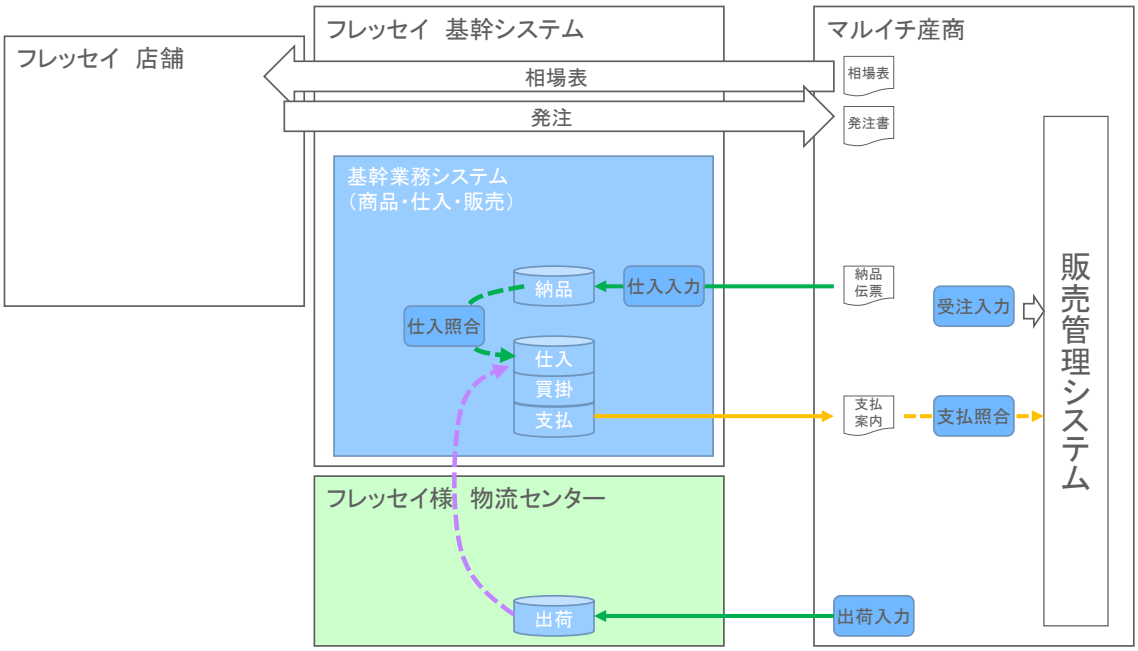
(1)　実証事業実施前（～2013 年 10 月）

①　運用フロー



実証事業実施前（～2013 年 10 月）の運用フロー図

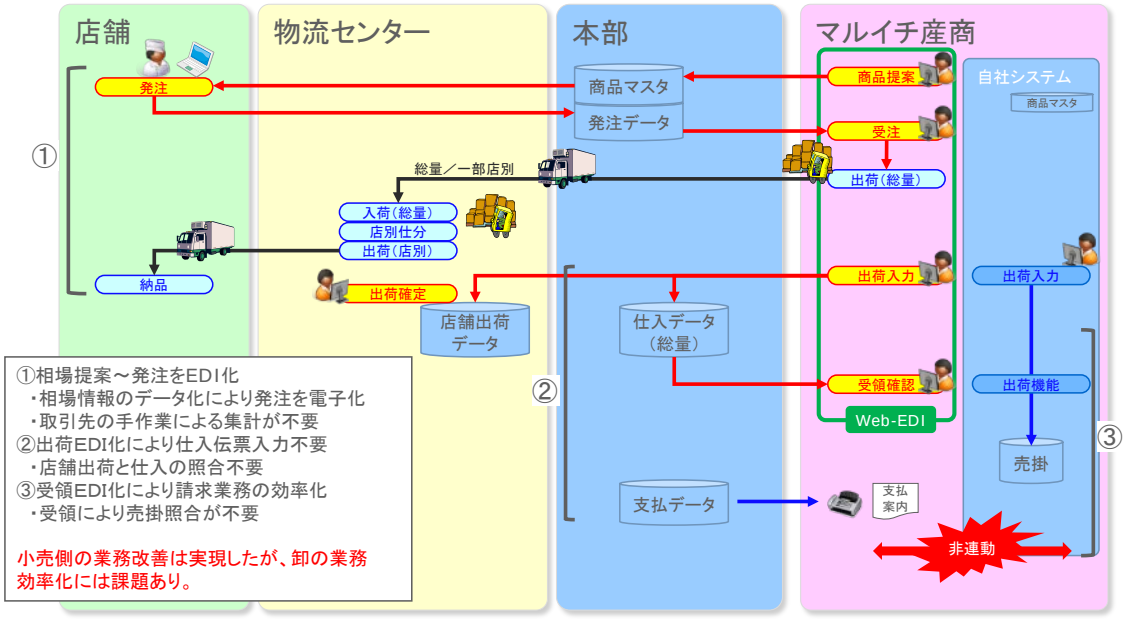
②　システム概要



実証事業実施前（～2013 年 10 月）のシステム概要図

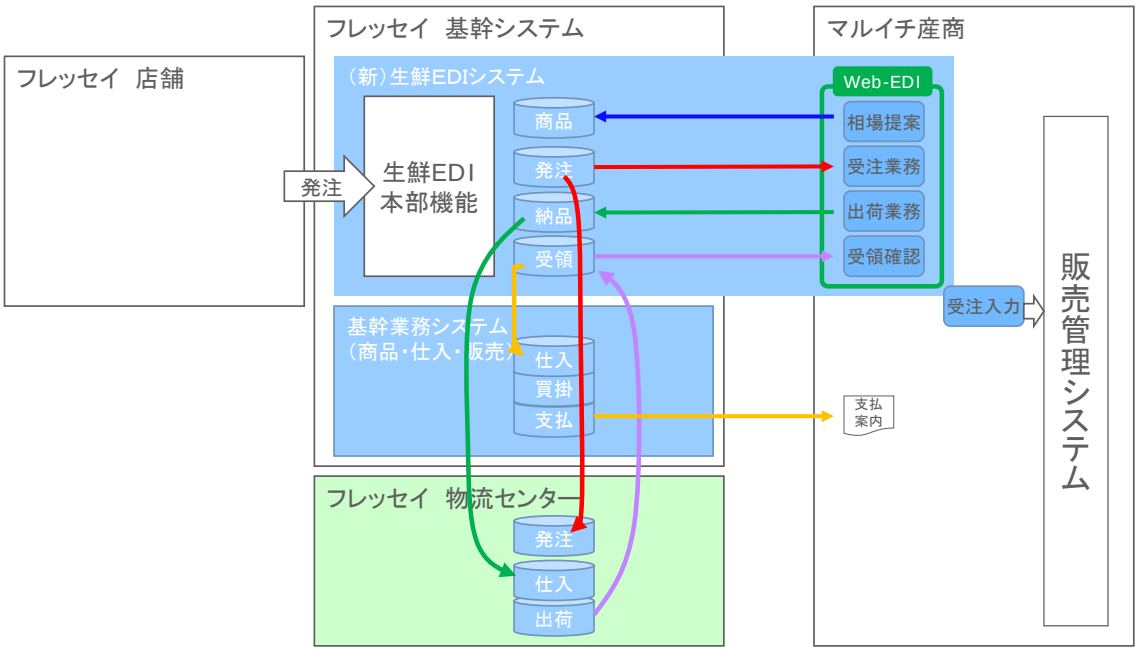
（2） 実証事業実施前（2013 年 11 月～Web-EDI）

① 運用フロー



実証事業実施前（2013 年 11 月～Web-EDI）の運用フロー図

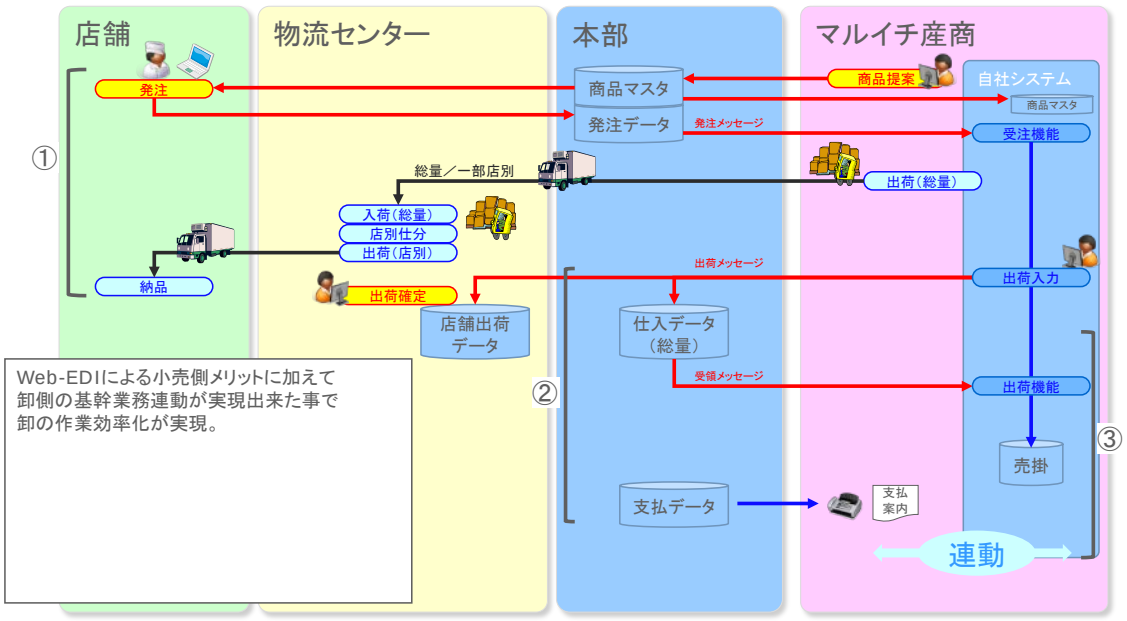
② システム概要



実証事業実施前（2013 年 11 月～Web-EDI）のシステム概要図

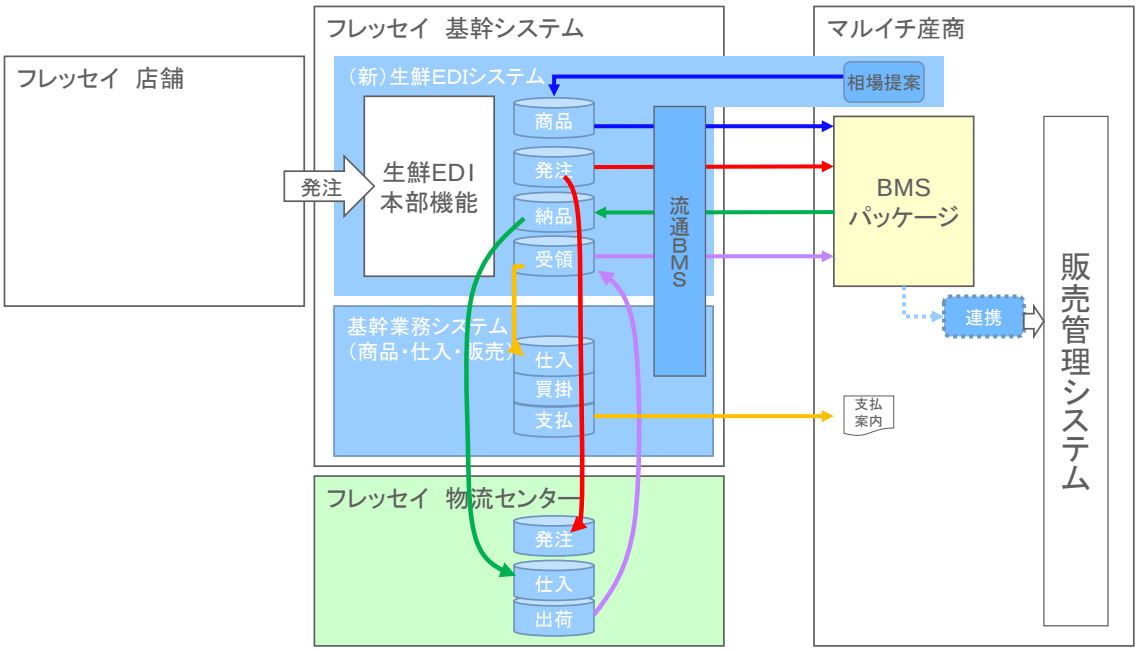
（3） 実証事業実施後

① 運用フロー



実証事業実施後の運用フロー図

② システム概要



実証事業実施後のシステム概要図

2.5　実証内容について

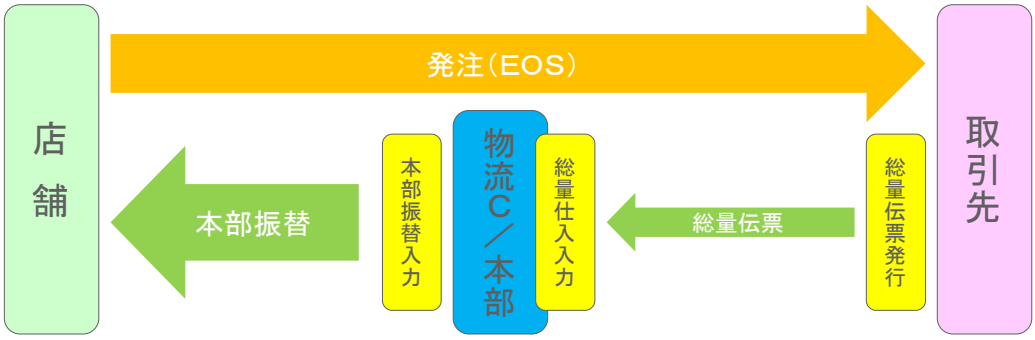
2.5.1　調査項目の設定

下表の内容のとおり、9 つの調査項目を設定した。

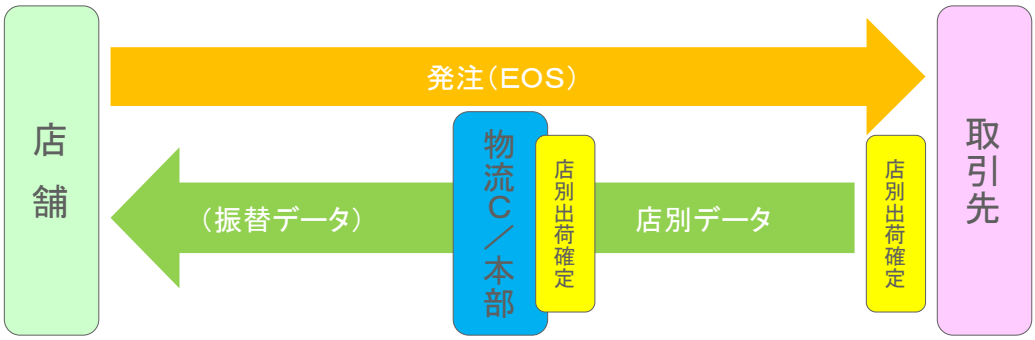
No	達成目標	比較対象		フレッセイ様	マルイチ産商様
1	電子取引により発注集計作業を5割削減	EDI導入前（2013年2月）と導入後（2015年2月）との比較	比較前		受注作業（発注集計・入力）時間の1ヶ月試算
			比較後		週単位の受注作業時間 ※毎週の数値より1ヶ月換算し比較
2	電子取引により伝票枚数を8割削減		比較前	1ヶ月の仕入伝票枚数	
			比較後	週単位の伝票枚数（種類） ※毎週の数値より1ヶ月換算し比較	
3	電子取引により伝票入力人時を8割削減		比較前	1ヶ月の仕入伝票枚数と入力人時	1ヶ月の仕入伝票枚数と発行人時
			比較後	週単位の伝票枚数（種類）と入力人時 ※毎週の数値より1ヶ月換算し比較	週単位の伝票枚数（種類）と発行人時 ※毎週の数値より1ヶ月換算し比較
4	仕入照合作業の完全削除		比較前	仕入照合時間の1ヶ月試算	
			比較後	稼働後の実態把握	
5	電子取引により、これまでの運用（電話／FAX／メール）を5割削減		比較前	相場表メール受信～発注書メール送信に関わる人時・課題の把握	
			比較後	上記の作業変化項目とトータル人時の測定	
6	電子取引により月次決算を3日短縮させ経営数値の早期化を実現する。		比較前	比較前の月次決算までの日数を確認	
			比較後	稼働後の実態把握	
7	流通BMSにより卸業務システム作業の人時を5割削減する。		比較前		基幹システムへの受注～入金までの作業人時を1ヶ月試算
			比較後		週単位の受注作業時間 ※毎週の数値より1ヶ月換算し比較
8	電子取引により請求・支払照合人時を8割削減		比較前	請求・支払時の作業時間の試算	請求・支払時の作業時間の試算
			比較後	請求・支払時の作業時間の測定	請求・支払時の作業時間の測定
9	実証事業を終えて			・目標以外の効果 ・新たな業務課題	・目標以外の効果 ・新たな業務課題

2.5.2　生鮮取引における伝票の種類（参考）

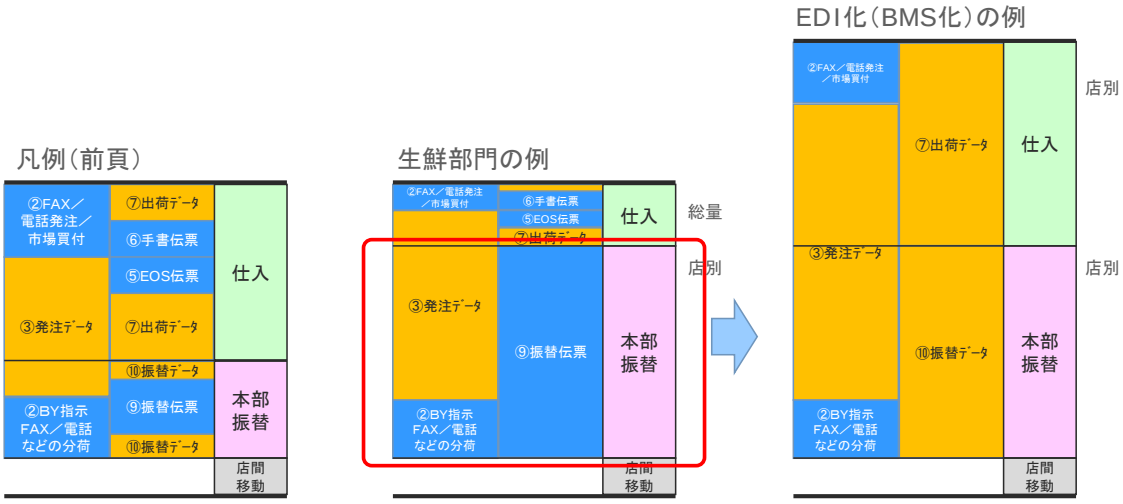
（1）　実証事業実施前（～2013 年 10 月）の伝票の流れ



（2）　実証事業実施後の運用フロー



2.5.3　　生鮮取引における伝票入力量のイメージ（参考）

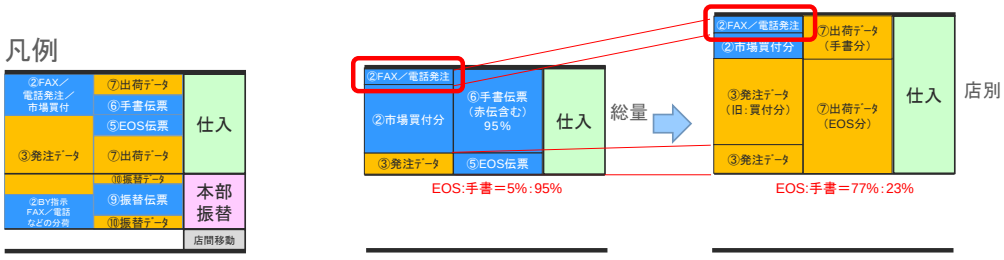


2.6　　実施結果

2.6.1　　目標１：発注集計作業を５割削減

発注データを受信することで、受注業務が軽減される。（マルイチ産商）

検証項目			ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）前 2013年2月1日～2月28日	ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）後 2015年2月1日～2月28日
1	発注	EDI化（EOS率向上）により、電話やＦＡＸ受注が減少した事で関わる作業人時が削減する。	目標２での検証結果 EOS率：非EOS率＝5%：95%	目標2での検証結果 EOS率：非EOS率＝77%：23% EOS伝票が大幅に改善した理由は、市場買付分がEDI化された為であり、電話／ＦＡＸ分がEOS化されたものではなかった。 電話／ＦＡＸ量に大きな変化は無い為、当人時の変化は認められなかった。
	削減時間		－	**削減時間：なし**

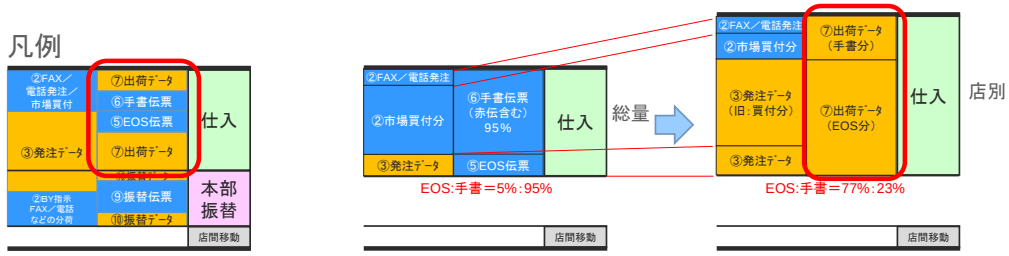


当取引においては、FAX／電話比率は高くなく圧倒的な買付比率により当結果となった。

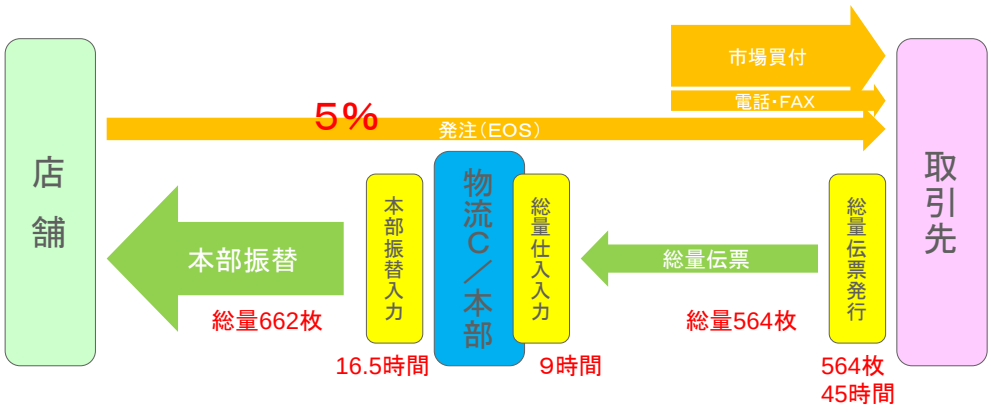
2.6.2　　目標２：伝票枚数を８割削減

EDI 化（流通 BMS 化）に伴い、納品に関わる下記伝票がデータ化されることで実伝票は削減され、それに伴う伝票コストが削減される。（フレッセイ・マルイチ産商）

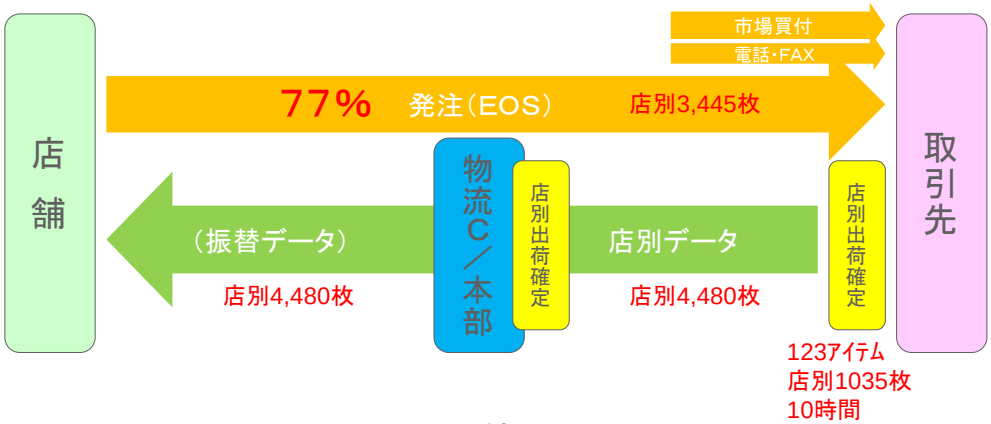
検証項目			ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）前 2013年2月1日～2月28日	ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）後 2015年2月1日～2月28日
1	ＥＯＳ分	実ＥＯＳ伝票枚数（総ＥＯＳ伝票枚数）	枚数：総量伝票27枚（総量伝票27枚）	枚数：店別伝票0枚（店別伝票3,445枚）
2	手書分	実手書伝票枚数（総手書伝票枚数）	枚数：総量伝票537枚（総量伝票537枚）	枚数：店別伝票0枚（店別伝票902枚）
3	赤伝分	実訂正[赤伝]枚数（総訂正[赤伝]伝票枚数）	枚数：総量伝票0枚（総量伝票0枚）	枚数：店別伝票0枚（店別伝票133枚） ※この差が請求違算削減の要因
4	総枚数	実伝票枚数（総伝票枚数）（１＋２＋３）	枚数：総量伝票564枚(総量伝票564枚)	枚数：店別伝票0枚（店別伝票4,480枚）
5	比率	実伝票比率	比率：100%	比率：0%
	削減率		（参考） フレッセイ様店舗数49店舗 1総量伝票が全店の16%として店別伝票換算すると 総量伝票：564枚×（49店×0.16） ＝店別伝票：4,422枚	削減：**100%の伝票削減率**



（1）　実証事業実施前（～2013 年 10 月）の伝票の流れ



（2）　実証事業実施後の運用フロー

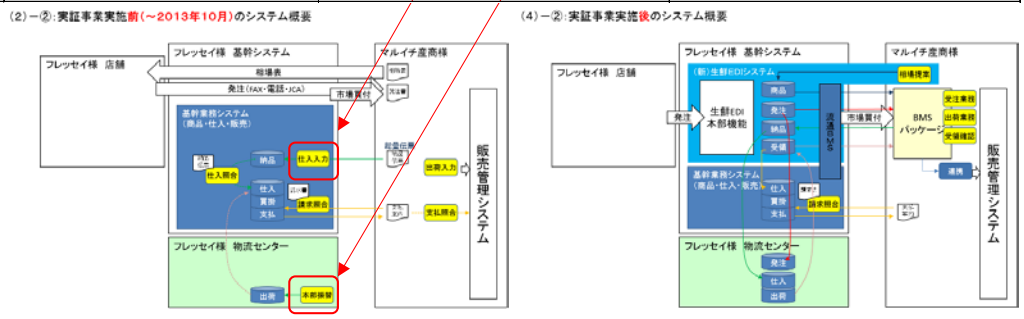


2.6.3　　目標３：伝票入力人時を 8 割削減

EDI 化（流通 BMS 化）に伴い、納品に関わる下記伝票がデータ化され伝票入力が不要となることで、入力人時を削減する。（フレッセイ・マルイチ産商）

【フレッセイ】

検証項目			ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）前 2013年2月1日～2月28日	ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）後 2015年2月1日～2月28日
1	ＥＯＳ分	ＥＯＢ伝票入力総時間（１枚：約3秒） ※物流センター（本部）仕入分も含む	枚数：総量伝票27枚（総量伝票27枚） 人時：27枚×3秒＝**約1.3分**	枚数：店別伝票0枚（店別伝票3,445枚） 人時：**なし**
2	手書＋赤伝	手書＋赤伝入力総時間（１枚：約60秒）	枚数：総量伝票537枚（総量伝票537枚） ＋　総量伝票0枚（総量伝票0枚） 人時：537枚×60秒＝32,220秒＝**約9時間**	枚数：店別伝票0枚（店別伝票1,035枚） 人時：**なし**
3	本部振替	本部振替伝票枚数	枚数：662枚（アイテム） 662枚　２０枚を３０分程度	枚数：店別伝票0枚（店別伝票4,480枚） 全て本部（ｾﾝﾀｰ）経由品となる為 EOS+手書と同数となる。 EOS+手書から自動生成の為、実伝票は無く全てEDI
		本部振替伝票入力総時間 1日平均20ｱｲﾃﾑを30分程度で入力＝1.5分	人時：1日平均20ｱｲﾃﾑを30分程度で入力 662枚× 1.5分＝993分=**約16.5時間**	人時：**なし**
4	総人時	上記月間総伝票枚数（１＋２＋３）	枚数：総量伝票 27枚＋537枚+662枚 ＝1,226枚	枚数：店別伝票0枚 （店別伝票8,960枚に赤伝も含む）
		上記月間総人時（１＋２＋３）	人時：約0時間＋約3時間＋約10時間 ＝**約25.5時間**	人時：**なし**
	削減時間		－	**削減時間：月間約25.5時間**



検証項目			ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）前 2013年2月1日～2月28日	ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）後 2015年2月1日～2月28日
1	ＥＯＳ分	ＥＯＢ伝票入力総時間（１枚：約3秒） ※物流センター（本部）仕入分も含む	枚数：総量伝票27枚（総量伝票27枚） 人時：27枚×3秒＝**約1.3分**	枚数：店別伝票0枚（店別伝票3,445枚） 人時：**なし**
2	手書＋赤伝	手書＋赤伝入力総時間（１枚：約60秒）	枚数：総量伝票537枚（総量伝票537枚） ＋　総量伝票0枚（総量伝票0枚） 人時：537枚×60秒＝32,220秒＝**約9時間**	枚数：店別伝票0枚（店別伝票1,035枚） 人時：**なし**
3	本部振替	本部振替伝票枚数	枚数：662枚（アイテム） 662枚　２０枚を３０分程度	枚数：店別伝票0枚（店別伝票4,480枚） 全て本部（ｾﾝﾀｰ）経由品となる為 EOS+手書と同数となる。 EOS+手書から自動生成の為、実伝票は無く全てEDI
		本部振替伝票入力総時間 1日平均20ｱｲﾃﾑを30分程度で入力＝1.5分	人時：1日平均20ｱｲﾃﾑを30分程度で入力 662枚× 1.5分＝993分=**約16.5時間**	人時：**なし**
4	総人時	上記月間総伝票枚数（１＋２＋３）	枚数：総量伝票 27枚＋537枚+662枚 ＝1,226枚	枚数：店別伝票0枚 （店別伝票8,960枚に赤伝も含む）
		上記月間総人時（１＋２＋３）	人時：約0時間＋約3時間＋約10時間 ＝**約25.5時間**	人時：**なし**
	削減時間		－	**削減時間：月間約25.5時間**

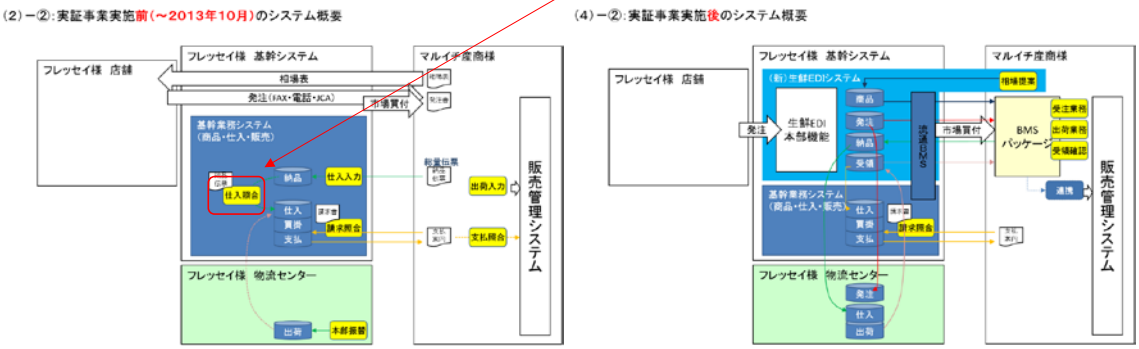
【マルイチ産商】

検証項目			ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）前 2013年2月1日～2月28日	ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）後 2015年2月1日～2月28日
1	ＥＯＳ分	ＥＯＢ伝票発行総時間 人時：EOS伝票の為、人時発生なし	枚数：総量伝票27枚（総量伝票27枚） 人時：**なし**（入力は不要な為）	枚数：店別伝票0枚（店別伝票3,445枚） 人時：**なし**（実伝票が無い為）
2	手書＋赤伝	手書＋赤伝発行総時間 総量伝票１枚の入力～発行を**約5分**と試算 出荷追加で1ｱｲﾃﾑ（店別）を**約5分**と試算	枚数：総量伝票537枚（総量伝票537枚） ＋　総量伝票0枚（総量伝票0枚） 人時：537枚×約5分＝2,685分＝**約45時間**	枚数：店別伝票0枚（店別伝票1,035枚） 人時：出荷確定時間を下記として試算する 期間中の追加ｱｲﾃﾑ数123件 （店別を一括入力） 123件×約5分＝615分＝**約10時間**
3	総人時	上記月間総人時（１＋２）	人時：約0時間＋約47時間＝**約45時間**	人時：**約10時間**
	削減時間		－	**削減時間：月間約35時間**

2.6.4　目標４：仕入照合作業の完全削除

小売が認識（検品）している入荷数と納品伝票との照合が、EDI 化（流通 BMS 化）により不要となり、照合作業人時が不要となる。（フレッセイ）

検証項目			ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）前 2013年2月1日～2月28日	ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）後 2015年2月1日～2月28日
1		仕入照合の有無と人時	EOS伝票以外に対し仕入照合を実施していた。 （手書＋赤伝[537枚]と本部振替[662枚]） 1日２名(7h＋4h）×作業比率7割×20日 ＝**約154時間**	なし EDIにより仕入照合は不要となった。
	削減時間		－	**削減時間：月間約154時間**



2.6.5　目標５：これまでの運用（電話／メール／FAX）を５割削減

EDI 化（流通 BMS 化）により、商品・発注・欠品などに関わる商品部や店舗の手作業（電話／FAX／メール）が削減される。（フレッセイ）

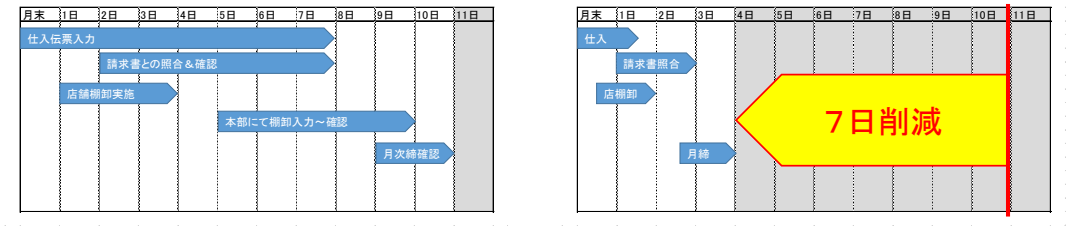
検証項目			ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）前 2013年2月1日～2月28日	ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）後 2015年2月1日～2月28日
1	商品提案	商品情報をメール、ＦＡＸなどで受け取っている？	塩干定番、特売買付分の商品情報をメール、電話で受け取る	変化なし 当取引の特性上、相場提案を電子化
		メール、ＦＡＸで受け取った情報を発注台帳へ反映？	メール、電話で受け取った商品情報を発注台帳へ登録。	していない為、作業時間に大幅な変化は無い。
2	発注	ＥＯＳ発注以外のＦＡＸや電話発注など？ ＥＯＳ発注後訂正ＦＡＸや電話訂正など？		目標１の通り 電話／ＦＡＸ／メールによる作業不可に大きな変化は無い。
3	欠品情報	納品伝票店着前に、欠品情報などの速報をメールや電話で行っている？	なし	変化なし
	削減時間		－	**削減時間：なし**

⇒他卸への非EOS率削減（電話・FAXの削減）の効果は認められている。

2.6.6　　目標６：月次決算を３日短縮させ、経営数値の早期化を実現

EDI 化（流通 BMS 化）により日々の仕入計上を早期化することで、月次決算を 3 日短縮させる。（フレッセイ）

検証項目			ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）前 2013年2月1日～2月28日	ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）後 2015年2月1日～2月28日
1	仕入確定	月末の仕入伝票確定までの日数	手書伝票入力に加え、月末の請求書との違算による調査などに時間を要し、 **翌月７日まで掛かっていた。**	他取引先もEDI化により納品日当日確定。 また、月末の請求違算（目標8）も無くなった事で　毎月1日には完了＝**短縮7日**
2	棚卸入力	店舗棚卸実施日数	棚卸入力及び起票作業に**3日を要した。**	棚卸入力をシステム化した事で、店舗棚卸は **1日で**完了。
3	月次確定	月次確定完了日数	棚卸店舗起票に３日、本部入力～確定まで10日程度（その間、仕入確定に7日） 結果、**月次確定に10日程度を要した。**	店舗棚卸入力1日、本部確認で最大3日（この間、仕入確定も1日） 結果、**月次確定を3日には完了**
	削減日数		－	**削減日数：-７日**



2.6.7　　目標７：卸システムへの入力作業を５割削減

流通 BMS と卸システムの連携により、入力作業を削減し全体の作業人時を 5 割削減させる。（マルイチ産商）

検証項目			ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）前 2013年2月1日～2月28日	ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）後 2015年2月1日～2月28日
1		EDI化により、卸システムへデータ連携によりこれまで別途作業を行っていた人時を削減する。	EDI化前は、データ化されておらず、卸システムへは別途入力作業が必要である。 **人時：約20分（1日平均）×20日＝400分** **＝6.6時間**	ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）により、卸システムへの連携を図る事で、別途入力作業は不要となる。 今回、卸システムへの連携は検証期間内での実装が出来ず　結果、当人時に変更は無い。 継続し今後対応を図る。
	削減時間		－	**削減期待値：6.6時間**

2013年当時の総量での出荷確定情報を入力する作業量。 6．6時間

作業の2重化を最小限にする為、現状も総量入力をしている。

もし、店別入力をすれば数倍の作業量に増加する。

BMSを連携できれば、2重入力を避けるだけでなく、情報を基幹システムに一元管理でき、さらなる情報付加価値によるサービス向上が期待できる。

2.6.8　　目標８：請求・支払照合人時を８割削減

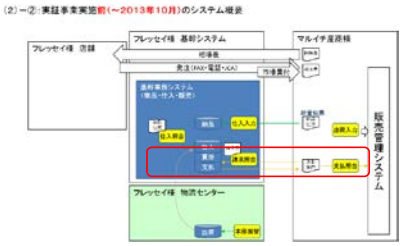
請求データを EDI 化（流通 BMS 化）することで、双方の請求・支払作業および照合作業が削減される。（フレッセイ、マルイチ産商）

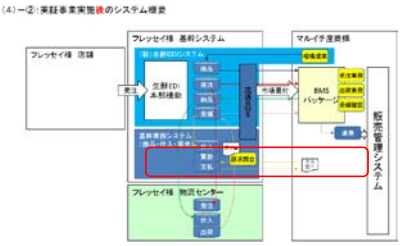
【フレッセイ】

		検証項目	ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）前 2013年2月1日～2月28日	ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）後 2015年2月1日～2月28日
1		支払業務の運用方法	月２回の支払作業がある ・仕入計上額にて支払案内を作成 ・請求書も受け取る ・15日分は請求書に基づき支払を行い 月末は請求照合により差異を調査・対応する。	基本的に運用方法は同じだが、EDI化（BMS化）により差異が大幅削減され、人時削減した。
2		請求照合・支払差額に伴う人時	３名（8h+8h+4h）×作業率0.8%×4日 ＝**64時間**	1名（8h）×作業率0.8%×2日＝**13時間**
	削減時間		－	**削減時間：51時間**

【マルイチ産商】

		検証項目	ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）前 2013年2月1日～2月28日	ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）後 2015年2月1日～2月28日
1		請求書発行業務	請求書発行に対し、2.5時間の人時を要した。 **人時：月2.5時間**	受領データにより請求書発行は、鏡だけで良くなり 作業が0.5時間に削減した。 **人時：月0.5時間**
2		違算に対する対応作業	違算が発生した場合、調査や確認作業が発生 **人時：おおよそ月0.5時間**	ほぼ違算が無くなった。 **人時：なし**
	削減時間		－	**削減時間：2.5時間**





2.6.9　　目標９：その他の効果または課題

目標１～８以外に、EDI 化（流通 BMS 化）により得られた効果及び新たな課題については下表のとおりである。（フレッセイ、マルイチ産商）

【フレッセイ】

		ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）によるその他「効果」・または「課題」
1	効果	EDI化（BMS化）によって、翌日には仕入確定が徹底された事で、利益管理が月次から週次に管理レベルが向上した。
2	効果	EDI化（BMS化）によって、部門レベル（水産のみ）からラインレベル（丸魚・魚卵・塩干・・）での利益管理が可能になった。
3	効果	ほぼ違算が無くなった事で、作業効率だけでなく、安心感が高まった。
4	課題	EDI化によって、取引先のコンピュータ化（投資）が必要となる為、中小の卸との取引に課題を要す。

【マルイチ産商】

		ＥＤＩ化（ＢＭＳ化）によるその他「効果」・または「課題」
1	効果	ほぼ違算が無くなった事で、作業効率だけでなく、安心感が高まった。
2	課題	Web-EDIでは、小売毎に画面や機能が異なる為、オペレーションが煩雑となり負担が大きい。 BMSではこの点は改善されるが、システム投資が課題。
3	課題	小売側の部門違い（水産と日配）によりEDIシステムに相違があり、それぞれに合わせたシステム対応が必要である。
4	課題	不定貫の商品では、ケース単価を重量単価に変更する必要があるなど、まだまだ生鮮特有課題を解消する仕組みの構築が必要である。

なお、下表のとおり EDI 化（流通 BMS 化）により、仕入伝票入力が不要になり当日仕入確定が可能となった。また、仕入照合や請求照合に掛けていた人時が大幅削減できた。

No	達成目標	検証結果	コメント
1	電子取引により発注集計作業を5割削減	変化なし	EOS率：非EOS率＝ 5%：95%⇒77%：23% と向上したものの 当取引は「市場買付」の比率が高く、電話・FAX発注の量は変化が少なく、 大幅な改善は見られなかった。 一般的なD1～D2 FAX発注を行なっているケースでは改善されると考える。
2	電子取引により伝票枚数を8割削減	完全削減	完全EDI化が実現できた為、実伝票は完全に削減された。 10割削減 さらに、これまで訂正伝票が追い付かず、未発行（請求時対応）であったが 日々の赤伝発行が可能となり、請求時の差異が削減されている。
3	電子取引により伝票入力人時を8割削減	完全削減 25．5時間／月（フレッセイ） 35時間／月（マルイチ産商）	EDI化によりフレッセイの仕入・赤伝入力が不要となった。 さらに、店別伝票にした事で、本部振替入力も完全不要となった。 マルイチ産商では、総量伝票⇒店別伝票になった事で作業量の増加 が懸念されたが、EOS化改善により全体的にも軽減されている。
4	仕入照合作業の完全削減	完全削減 154時間／月（フレッセイ）	EDI化100%により、日々の仕入照合が完全になくなった。
5	電子取引により、これまでの運用 （電話／FAX／メール）を5割削減	変化なし	目標No1と同様
6	電子取引により月次決算を3日短縮させ 経営数値の早期化を実現する。	7日短縮 （フレッセイ）	仕入伝票確定が7日短縮された。 月次決算は10日⇒3日となり、7日短縮されている。
7	流通BMSにより卸業務システム作業の 人時を5割削減する。	6．6時間～それ以上の期待値 （マルイチ産商）	6．6時間とは総量伝票の出荷結果を入力する場合での試算である。 店別EDI化ではデータ量はさらに数倍～数十倍の増加となる為、さらに大きな 人時が予想されるが、未実施である為予想不可能とした。
8	電子取引により請求・支払照合人時を 8割削減	約8割削減 51時間／月（フレッセイ） 2．5時間／月（マルイチ産商）	請求照合に関わる作業手順は基本的に変更していないが、EDI化により 違算が減った事で効率化が実現できた。 また、マルイチ産商の請求書発行作業も軽減されている。
9	実証事業を終えて		

2.7 実証事業を終えて

2.7.1 小売業の変化

これまで、市場買付が主体であった水産物の相場品取引においても、流通 BMS と生鮮標準商品コードによって事前の取引情報をデータ化することで EOS 率を 5%から 77%に向上し、完全 EDI 化（完全伝票レス）を実現し、これまでのグロッサリー部門における EDI 効果と同等のメリットを、生鮮相場品でも実現できることが検証できた。

さらに、出荷データを総量データから店別データに変更したことで、本部・店舗振替伝票入力作業が完全に不要となり、年間約 2,000 時間もの作業時間の軽減が図れた。取引データは、日々の仕入に止まらず訂正データにも対応することで手入力を完全になくし、スピードだけでなく正確性も実現できた。これにより、「月間部門別マネジメント」から「週間クラス別マネジメント」へとより詳細な業務管理ができるようになった。

2.7.2 卸売業の変化

これまでの市場買付が主な取引においては出荷伝票（始まり）が大半であったが、事前に商品情報をデータ化することで EOS 化率が 5%から 77%にまで高まったのは予想外だった。また、小売側への総量伝票から店別伝票への変更は、大幅

な作業量の増加を予想したが、トータル作業量では軽減となった。日々の訂正伝票もデータ化されたことで、月末の請求業務の効率が高まった。

なお、今回の実証では、流通 BMS メッセージは卸側基幹システムと直接連携できていないため、卸側のデータ入力作業の軽減は図れていないが、今後、システム対応してデータ連携ができれば、さらなる業務の効率化とサービス向上が期待される。

3 おわりに

生鮮取引電子化推進協議会は昨年度に引き続き、事業実施主体として本事業に取り組んだ。今年度は昨年度の検討内容やヒアリング調査結果等を踏まえ、「生鮮食品取引における流通 BMS 導入促進セミナー」を開催し、生鮮流通業界への流通 BMS の普及推進を図るとともに、昨年度に作成した「生鮮食品取引における流通 BMS 導入の手引き」の内容についても、図表や解説を増やすなどより分かり易く改訂した。

一方、実証事業については、昨年度は体制が整わず実施できなかった水産物の取引に流通 BMS を導入し、実証テストを通してその効果検証を行った。その結果、小売側では流通 BMS を導入したことで単に納品伝票の削減効果が得られただけでなく、水産物特有の市場買付分についても完全に EDI 化できることが分かり、一層の効率化が確認できた。また、取引先の卸側でも全体の EDI 化率が向上したことにより、業務効率の改善につながった。

なお、「生鮮食品取引における流通 BMS 導入促進セミナー」で紹介された流通 BMS の導入事例について一つ取り上げると、埼玉県を中心に事業展開している食品スーパーのヤオコーでは、2013 年から生鮮・チルドの全取引で流通 BMS の導入が始まった。その結果、グロッサリーも含めて既に 9 割以上（約 360 社）の取引先が流通 BMS に切り替わったということである。従来、ヤオコーでは高価格帯の商品を中心に品揃えを絞っていたが、最近は場面により商品を使い分ける消費者が増えたため品揃えの幅が広がった。そのために発注単位が細かくなり、アイテム数も増えて商品管理がより複雑化し、これに対応するために EDI が前提となった。また、細かな品揃えに対応するとなると取引先の数も増えてくるので、その取引先の負担が出来るだけ軽くなるようなシステム運用を考慮した結果、流通 BMS を選択することになったということである。また、流通 BMS のメリットとして通信時間の短縮が挙げられるが、ヤオコーの標準的な取引件数における送受信時間を合計すると、1 日に約 1 時間の短縮が可能となり、その結果、取引先の作業負担（通信待ち時間等）が減って、物流センターの荷受けにも余裕ができて全体の作業効率化が図られたという。ヤオコーではこうして削減できたコストを、サービス利用料を下げることなどにより、できるだけ取引先に還元するように努めているとのことだった。

このように一部の企業ではすでに流通 BMS の導入を済ませてその効果を確認し、さらに次のステップであるマーチャンダイジングや物流効率化への流通 BMS 活用に向けて取り組んでいる。しかし、一方で生鮮流通業界においてはまだ多くの企業が EDI にすら手付かずの状況にある。上述のとおり生鮮取引でも流通 BMS（EDI）の導入が可能であり、有効なことは実証済みであるが、システム面で対応

が可能なことと実際に活用ができることはまた別次元の問題であり、生鮮取引において流通 BMS を有効に運用するには、（情報システム部門以外の）現場の人間に対する継続的な教育とサポートがその成否を決める重要なカギになるものと思われる。そのためにも当協議会が実施する今後の普及活動に、本事業で作成した「生鮮食品取引における流通 BMS 導入の手引き」を有効活用していきたいと考えている。

最後に、我が国の GDP の約 70%、さらに従業員数では約 75%を占めながら、製造業と比較してその生産性の低さが指摘されるサービス産業において、とりわけ旧弊が多く残る生鮮流通業界では、まだまだ業務プロセスに改善の余地があるものと思われるので、当協議会としては、強力な啓発活動等を通して流通 BMS の普及を進めることで、生鮮流通業界の発展に努めていく所存である。

4　参考資料

4.1　　流通 BMS の最新動向

流通BMS最新動向

2015年3月

一般財団法人 流通システム開発センター
流通BMS協議会　事務局

流通システム標準普及推進協議会
Supply Chain Standards Management and Promotion Council

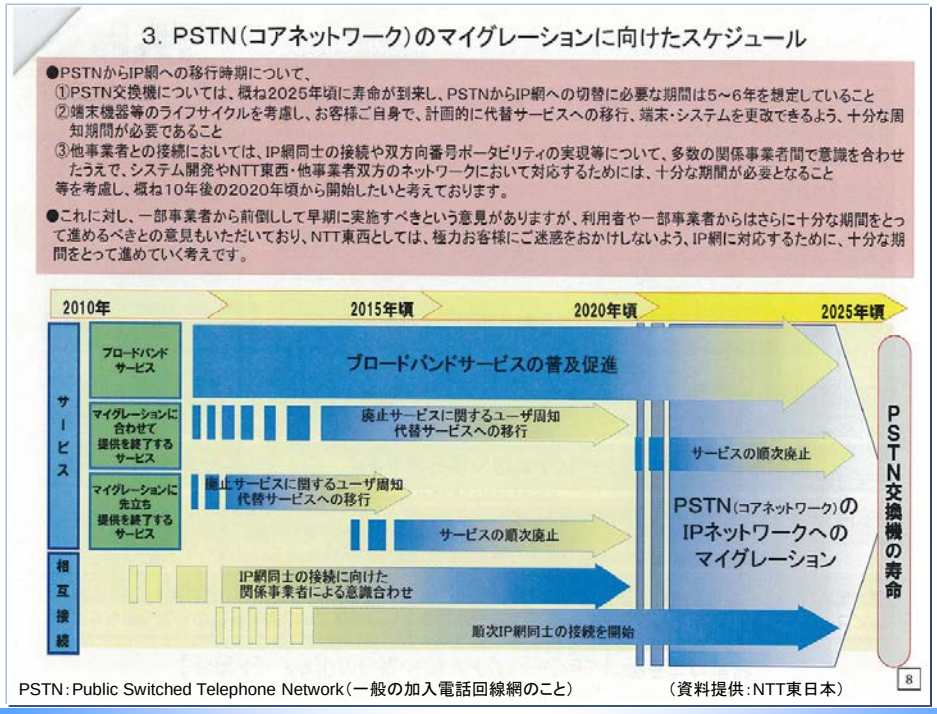
ポイント

- NTT PSTNマイグレーション
  - インターネットへの移行期限迫る
- 普及状況
  - 着実な増加
- 新たな効率化への取り組み
  - 2件のCR（チェンジリクエスト）承認
  - 金融、生鮮など次なる活用への取り組み
- さらなる普及活動
  - 業界団体における取組強化
  - 「地方」、「中小企業」への普及に向けて

© 2015 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

NTT PSTNマイグレーション -移行計画

東西NTTの回線交換網からIP網への移行計画



PSTN:Public Switched Telephone Network(一般の加入電話回線網のこと)　　(資料提供:NTT東日本)

© 2015 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

NTT PSTNマイグレーション –EDIへの影響

NTT移行計画からみるEDIの影響とやるべきこと

NTT東西発表のスケジュール

2020年頃～　ISDNサービス(INSネット)を終了(予定)

ISDN回線を利用する通信プロトコル※が利用不可に・・・

～2025年頃　アナログ回線を含めたPSTN(公衆回線網)からIP網へ移行

アナログ回線を利用する通信プロトコル※も利用不可に・・・

2025年頃　光等IPネットワークへの完全移行

ISDNやアナログ回線を利用する通信プロトコルは、利用できなくなる可能性が高く、インターネット網利用のプロトコルへ移行が必要となる。

※電話回線利用のプロトコル:　JCA手順、全銀手順(ベーシック)、全銀TCP/IP手順

2020年以降は

⚠ **電話回線を利用する「JCA手順」は利用不能になる**

⚠ **インターネット網で利用できる「流通BMS」への移行が必須に**

© 2015 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

普及状況 -社名公開企業数

社名公開企業数 **2015年2月2日 現在**

小売業

業態	導入済	導入予定	小計
1. スーパー	117	12	129
2. 百貨店	8	3	11
3. ドラッグストア	24	0	24
4. ホームセンター	4	0	4
5. 生協事業連合	4	0	4
6. 倉庫型会員制ストア	1	0	1
7. ボランタリーチェーン本部	1	0	1
8. ディスカウントストア	2	0	2
合計	**161**	**15**	**176**

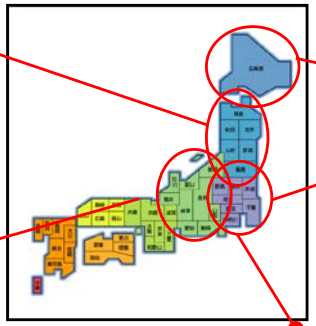
卸売業・メーカー

業種	導入済	導入予定	小計
1. 食品・飲料卸	57	0	57
2. 菓子卸	21	4	25
3. 日用品・化粧品　卸・メーカー	25	0	25
4. 医薬品　卸・メーカー	6	2	8
5. アパレル・靴・スポーツ用品　卸・メーカー	29	8	37
6. 食品メーカー	30	2	32
7. 家庭用品　卸・メーカー	10	1	11
8. 包装資材・副資材 卸・メーカー	14	8	22
9. 玩具・ホビー　卸・メーカー	3	0	3
10.家電　卸・メーカー	2	0	2
11.その他　卸・メーカー	2	0	2
合計	**199**	**25**	**224**

© 2015 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

本社所在地	企業名	導入状況	業種
青森県	㈱サンデー	済	ホームセンター
岩手県	イオンスーパーセンター㈱	済	スーパー
	㈱スーパーマーケットマルイチ	済	スーパー
	㈱薬王堂	済	ドラッグストア
宮城県	マックスバリュ南東北㈱	済	スーパー
	㈱ダルマ薬局	済	ドラッグストア
	㈱マツモトキヨシ東日本販売	済	ドラッグストア
秋田県	マックスバリュ東北㈱	済	スーパー
	よねや商事㈱	済	スーパー
山形県	㈱たかき	済	スーパー
	㈱ヤマザワ	予定	スーパー
福島県	㈱鎌倉屋	済	スーパー
	わしお㈱	済	スーパー

本社所在地	企業名	導入状況	業種
新潟県	㈱魚栄商店	済	スーパー
	㈱カワマツ	済	スーパー
	㈱コメリ	済	ホームセンター
石川県	㈱鍛冶商店	済	スーパー
	マックスバリュ北陸㈱	済	スーパー
	㈱マルエー	予定	スーパー
	㈱クスリのアオキ	済	ドラッグストア
福井県	㈱かじ惣	済	スーパー
	(協組)ハニー	済	スーパー
	㈱ユース	済	スーパー
山梨県	㈱イタヤマメディコ	済	ドラッグストア
長野県	マックスバリュ長野㈱	済	スーパー
	㈱マツヤ	済	スーパー
	㈱マツモトキヨシ甲信越販売	済	ドラッグストア
岐阜県	㈱バロー	済	スーパー
	㈱ファミリーストアさとう	済	スーパー
	㈱岐阜高島屋	済	百貨店
	中部薬品㈱	済	ドラッグストア
	㈱ユタカファーマシー	済	ドラッグストア
静岡県	㈱ヒバリヤ	済	スーパー
愛知県	えぶろんフーズ㈱	済	スーパー
	㈱カネスエ	済	スーパー
	㈱キシショッピングセンター	済	スーパー
	㈱清水屋	済	スーパー
	マックスバリュ中部㈱	済	スーパー
	㈱ヤマナカ	済	スーパー
	ユニー㈱	済	スーパー
	㈱養津屋	予定	スーパー
	杉浦薬品㈱	済	ドラッグストア
	㈱スギヤマ薬品	済	ドラッグストア
	東海コープ事業連合	済	生協事業連合



本社所在地	企業名	導入状況	業種
茨城県	㈱かわねや	済	スーパー
	㈱サンユーストアー	済	スーパー
	㈱スーパーマルモ	済	スーパー
	㈱セイミヤ	済	スーパー
	㈱結城ショッピングセンター	済	スーパー
	㈱カスミ	予定	スーパー
栃木県	㈱ダイユー	済	スーパー
	㈱ヤオハン	済	スーパー
	㈱福田屋百貨店	予定	百貨店
群馬県	㈱ベイシア	済	スーパー
	㈱高崎高島屋	済	百貨店
	㈱クスリのマルエ	済	ドラッグストア
	㈱カインズ	済	ホームセンター
埼玉県	㈱ベルク	済	スーパー
	㈱ヤオコー	済	スーパー
	㈱ヤオヨシ	済	スーパー
	㈱与野フードセンター	済	スーパー
	㈱トウブドラッグ	済	ドラッグストア
	㈱LIXILビバ	済	ホームセンター
千葉県	イオンリテール㈱	済	スーパー
	㈱おどや	済	スーパー
	㈱尾張屋	済	スーパー
	㈱セレクション	済	スーパー
	㈱ナリタヤ	済	スーパー
	マックスバリュ関東㈱	済	スーパー
	㈱マツモトキヨシ	済	ドラッグストア

本社所在地	企業名	導入状況	業種
北海道	イオン北海道㈱	済	スーパー
	マックスバリュ北海道㈱	済	スーパー
	㈱アークス	予定	スーパー

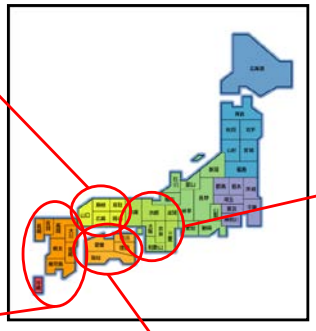
本社所在地	企業名	導入状況	業種
東京都	㈱イトーヨーカ堂	済	スーパー
	㈱いなげや	済	スーパー
	㈱エネルギースーパーたじま	済	スーパー
	サミット㈱	済	スーパー
	㈱サンベルクス	済	スーパー
	㈱信濃屋食品	済	スーパー
	㈱スーパーアルプス	済	スーパー
	㈱スーパーいずみ	済	スーパー
	(同)西友	済	スーパー
	㈱ダイエー	済	スーパー
	㈱東急ストア	済	スーパー
	㈱トップ	済	スーパー
	㈱ニューヤヒロ	済	スーパー
	㈱保土田	予定	スーパー
	㈱マルエツ	済	スーパー
	㈱ヤマイチ	済	スーパー
	㈱ライフコーポレーション	済	スーパー
	㈱エコス	済	スーパー
	㈱花正	予定	スーパー
	㈱三浦屋	予定	スーパー
	㈱小田急百貨店	済	百貨店
	㈱そごう・西武	済	百貨店
	㈱丸井	済	百貨店
	㈱ウェルパーク	済	ドラッグストア
	㈱トモズ	済	ドラッグストア
	㈱ばんどう	済	ドラッグストア
	全日本食品㈱	済	ボランタリーチェーン
神奈川県	㈱小田原百貨店	済	スーパー
	㈱成城石井	済	スーパー
	㈱たまや	済	スーパー
	㈱やまか	済	スーパー
	百合ヶ丘産業㈱	済	スーパー
	㈱ロピア	済	スーパー
	㈱カメガヤ	済	ドラッグストア
	コストコ ホールセール ジャパン㈱	済	倉庫型会員制

（2015年1月5日時点で流通BMS協議会が把握している企業）

.5 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

本社所在地	企業名	導入状況	業種
鳥取県	㈱米子高島屋	済	百貨店
島根県	㈱キヌヤ	済	スーパー
	㈱みしまや	済	スーパー
岡山県	㈱マルイ	済	スーパー
	㈱岡山高島屋	済	百貨店
	㈱ザグザグ	済	ドラッグストア
	㈱マツモトキヨシ中四国販売	済	ドラッグストア
	㈱ラブドラッグス	済	ドラッグストア
広島県	㈱イズミ	済	スーパー
	㈱Aコープ西日本	済	スーパー
	㈱ニチエー	済	スーパー
	㈱ハローズ	済	スーパー
	㈱藤三	済	スーパー
	マックスバリュ西日本㈱	済	スーパー
	㈱三和ストアー	済	スーパー
	㈱フレスタ	済	スーパー
	コープ中国四国事業連合	済	生協事業連合
山口県	㈱中央フード	済	スーパー
	㈱丸久	済	スーパー
	㈱岩崎宏健堂	済	ドラッグストア

本社所在地	企業名	導入状況	業種
三重県	㈱一号館	済	スーパー
	㈱ぎゅーとら	済	スーパー
滋賀県	㈱フタバヤ	済	スーパー
	㈱平和堂	済	スーパー
京都府	㈱なかむら	済	スーパー
大阪府	イズミヤ㈱	済	スーパー
	㈱近商ストア	済	スーパー
	㈱光洋	済	スーパー
	㈱ショッピングセンター池忠	予定	スーパー
	㈱スーパーサンエー	済	スーパー
	㈱マルシゲ	済	スーパー
	㈱万代	予定	スーパー
	㈱高島屋	済	百貨店
	弘陽薬品㈱	済	ドラッグストア
	コープきんき事業連合	済	生協事業連合
兵庫県	㈱主婦の店 赤穂店	予定	スーパー
	タキヤ㈱	済	ドラッグストア
	ヒラキ㈱	済	ディスカウントストア
和歌山県	㈱オークワ	済	スーパー
	㈱サンキョー	済	スーパー
	㈱松源	予定	スーパー



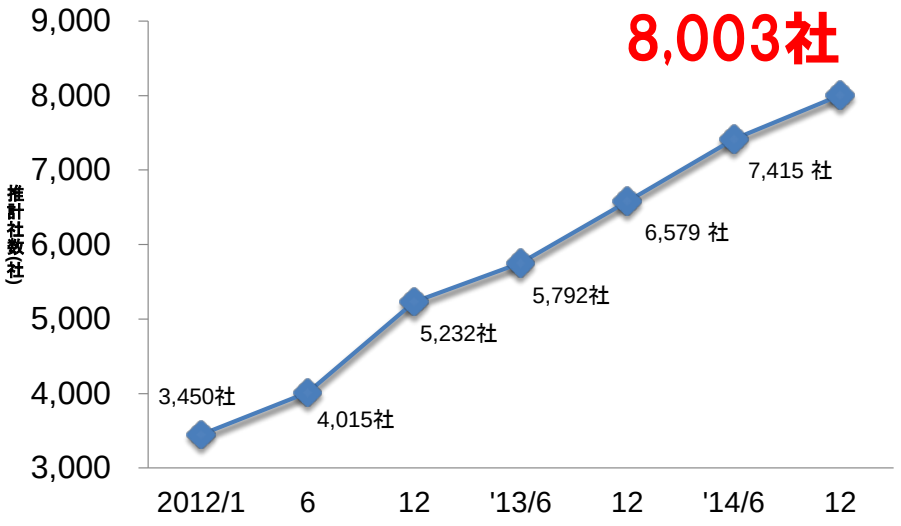
本社所在地	企業名	導入状況	業種
福岡県	イオン九州㈱	済	スーパー
	㈱Aコープ九州	済	スーパー
	㈱西鉄ストア	済	スーパー
	マックスバリュ九州㈱	済	スーパー
	㈱井筒屋	予定	百貨店
	㈱コレット井筒屋	予定	百貨店
	㈱マツモトキヨシ九州販売	済	ドラッグストア
	コープ九州事業連合	済	生協事業連合
	㈱ミスターマックス	済	ディスカウントストア
長崎県	㈱つばき屋	済	スーパー
	㈱東美	済	スーパー
大分県	㈱サンライフ	済	スーパー
鹿児島県	㈱大丸	済	スーパー
	㈱タイヨー	済	スーパー
沖縄県	イオン琉球㈱	済	スーパー
	㈱サンエー	済	スーパー
	㈱丸大	済	スーパー
	㈱リウボウストア	済	スーパー

本社所在地	企業名	導入状況	業種
徳島県	㈱オオキタ	済	スーパー
香川県	㈱マルナカ	済	スーパー
愛媛県	㈱大見屋	済	スーパー
	㈱波止浜スーパー	済	スーパー
	㈱フジ	済	スーパー
高知県	㈱くりはら	済	スーパー
	㈱サンプラザ	済	スーパー
	㈱末広	済	スーパー
	㈱土佐山田ショッピングセンター	済	スーパー

（2015年1月5日時点で流通BMS協議会が把握している企業）

5 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

普及状況 -流通BMS導入済の卸・メーカー企業数推移



出典）卸・メーカーの流通BMS導入企業数調査（流通BMS協議会が半年毎に実施）

推計の方法：主要なIT企業から、通信ソフトの出荷本数とASP/クラウドサービスの接続先数を提供してもらい、導入企業数を推計。
調査対象となった協力IT企業は、通信ソフトベンダー：6社、サービスベンダー：5社

© 2015 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

新たな効率化への取り組み -CRの承認

- 2件のCR（チェンジリクエスト）承認
  - オフライン受注分の出荷メッセージ標準化

小売業の発注データから始まる運用が標準だが、特売や追加発注で電話・FAXがどうしても残るものがある。これに対して、仕入計上のために出荷メッセージがほしい。

卸売業では債権債務を明瞭化するため、小売業から受領メッセージがほしい。

CR

- 『出荷開始型』モデルに、出荷メッセージ運用のバリエーションを追加
- 出荷メッセージのセット項目及び方法は、オフライン発注に対する出荷メッセージ定義を使用することとし、その標準化項目を取り決め

© 2015 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

新たな効率化への取り組み -CRの承認

- 2件のCR（チェンジリクエスト）承認
  - 「納品明細書」標準化

ペーパーレスが目標だが、小売業では店舗での検品、仕入計上の控として納品帳票がほしい。

卸売業では受領証憑がほしい。

CR

- 従来、納品明細書は検討対象外であったが、今回標準化対象として印字項目・レイアウトを定義した

© 2015 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

新たな効率化への取り組み –適用分野の拡大

- 生鮮への取り組み

流通BMSの対応は行ったが、まだ生鮮は取り組んでいない・・・

生鮮も同じ流通BMSでやりたい！

そのために

農林水産省補助事業「食料品バリューチェーン構築支援事業」
導入の手引きを作成 / 全国でセミナーを開催

今後の取り組み

3/12(大阪)、 3/20(東京)

流通BMS導入の手引き改訂、生鮮EDI実証に関する報告セミナーを開催

URL:http://www.ofsi.or.jp/kyougikai/seminar/BMS-seminar.htm

© 2015 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

新たな効率化への取り組み -適用分野の拡大

- 金融業界との連携

受発注から請求・支払業務の効率化はできたけど、資金決済業務は・・・

流通BMSと同じインフラを利用し、決済情報のやりとりで消込の効率化をしたい！

そのために

銀行業界と連携し、決済業務効率化の実証を実施
結果を協議会HPで公開　http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/info/info07.html

今後の取り組み

一定の効果を確認

実運用に向けて検討を継続 / さらなる取り組みも期待

© 2015 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

新たな効率化への取り組み -適用分野の拡大

物流との連携

流通BMSはやりたいが、物流は外部に委託・・・
あまり理解されていない・・・

物流業者の流通BMS理解度アップをしてほしい！

そのために

日本ロジスティクスシステム協会（JILS）主催のテーマ別研究会で
「小売業の物流分野における流通BMS活用事例」セミナーを開催

今後の取り組み

**流通BMSを利用した物流での
さらなる活用に向けた取り組み強化**

© 2015 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

さらなる普及活動 -業界連携強化

業界団体における取組強化＆協議会との連携

流通4団体注)

- 共同利用型の流通BMSサービス普及に向けて取り組みを強化

注）日本スーパーマーケット協会
新日本スーパーマーケット協会、
オール日本スーパーマーケット協会
日本ボランタリーチェーン協会

日本チェーンドラッグストア協会

- 経営層へのアピールのため総会にて流通BMSを紹介
- 導入のハードルを下げるプログラムの作成
- ドラッグストアショーでの流通BMSセミナーを開催しアピール

卸研

- 卸研参加の主要卸で流通BMS実態調査を実施
- 結果を精査し卸として提言を発表

さらなる普及を狙う！

© 2015 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

さらなる普及活動 -地方・中小へ

- 「地方」、「中小企業」への普及に向けて

地方への的確な情報提供

- 各地域の状況を分析し、地域に合わせたセミナーを実施
- 導入に関するポイントを紹介する導入講座のe-learning構築

中小企業サポート強化

ノウハウや情報が不足している中小企業を支援するツール作成
- 導入のハードルを下げるための「ガイドライン」
- 導入で何が変わるかを直感的に理解できる「パンフレット」

大手はほぼ対応してきている
今後拡大が予想される地方、中小企業へ
攻めの普及活動を行う！

© 2015 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

まとめ

- NTT PSTNマイグレーション
  - インターネットへの移行期限迫る

流通BMSは → 避けられない

- 普及状況
  - 着実な増加

2020年に向けて → 加速度的に進む

- 新たな効率化への取り組み
  - 2件のCR（チェンジリクエスト）承認
  - 金融、生鮮など次なる活用への取り組み

標準化のメリットが → さらに拡がる

- 更なる普及活動
  - 業界団体における取組強化
  - 「地方」、「中小企業」への普及施策

今後の導入企業を → 正しい方向に導く

© 2015 Supply Chain Standards Management & Promotion Council , All rights reserved

4.2　専門用語の説明

用　語	説　明
EDI	異なる企業・組織間で、商取引に関連するデータを通信回線を介してコンピュータ間で交換すること。EDI は Electronic Data Interchange の略称。
Web-EDI	パソコンに標準装備されているブラウザ（ウエブサイトを閲覧するためのソフトウェア）とインターネットを使って取引先の Web サーバと接続し、データを送受信する簡易型の EDI のこと。
EOS	Electronic Ordering System の略で「電子発注システム」の意味。
流通 BMS（流通ビジネスメッセージ標準）	XML形式で記述した流通業界の新たなEDI標準メッセージ等の総称。小売業とその取引先である卸売業や商品メーカーとの間で取引する際のビジネスプロセス、メッセージ、利用方法を標準化したもの。BMSはBusiness Message Standardsの略称。
J 手順（JCA 手順）	日本チェーンストア協会（JCA）が、流通業界において企業間のオンライン受発注を実現することを目的として、1980 年 7 月に定めた通信手順。規定しているのは伝送制御手順、メッセージ・フォーマット、電文形式およびメッセージ・フローなどとなる。使用可能な通信回線は公衆回線（2、400bps）と DDX 回線（9、600bps）で、漢字や画像データの伝送はできない。
JX 手順	クライアントーサーバ間の EDI で使用される通信手順のこと。国際規格を利用し、現在広く利用されている JCA 手順と同等の機能を実現している。
XML	eXtensible Mark Up Language の略称で、流通 BMS の標準メッセージの記述言語。
ASP	Application Service Provider の略称で、インターネットを通じて業務アプリケーションをレンタルサービスする事業者のこと。
JAN コード	商品にバーコード表示されている 13 桁（または 8 桁）の共通商品コードのこと。JAN は Japanese Article Number の略称。
POSシステム	店舗で商品を販売するごとに商品の販売情報を記録し、集計結果を在庫管理やマーケティング材料として用いるシステム。緻密な在庫・受発注管理ができるようになるほか、複数の店舗の販売動向を比較したり、天候と売り上げを重ね合わせて傾向をつかむなど、他のデータと連携した分析・活用が容易になるというメリットがある。このため、特にフランチャイズチェーンなどでマーケティング材料を収集するシステムとして注目されている。また、店舗で販売している商品の情報をあらかじめホストコンピュータに記録しておくと、販売時にバーコ

	ード情報を元に商品情報を検索し、レシートに購入商品を正確に記録できるのもPOSシステムの副次的な利点となっている。POSはPoint Of Salesの略称。
SKU	Stock Keeping Unitの略称で「最小在庫管理単位」すなわち「単品」のこと。
ASN	事前出荷予定データのこと（事前出荷明細送付）。EDI システムでベンダーから　センターまたは店舗への納品予定として送られる。商品が入庫あるいは納品される前に、納品予定数などの情報を事前に相手先へ送付することで、荷受け場での検品作業が軽減され、作業効率が向上させることが可能となる。ASN は Advanced Shipping Notice の略称
SCM	企業活動の管理手法の一つであり、高度な情報技術を活用して実現される。ある商品に係る資材や部品の調達から生産、在庫管理、配送・販売等までの上流から下流までのプロセス全体を統合管理することで、全体最適化（在庫の適正化、業務コストの削減等）を図る概念およびシステムのこと。SCMはSupply Chain Managementの略称。
GMS	ゼネラルマーチャンダイズストア（general merchandise store）の略称で、総合小売業、大規模スーパーのこと。
マーチャンダイジング	マーケティング戦略。価格や販売形態を決定する際のプロセスのこと。販売機会を逃さないためには、品揃えや仕入れ、在庫などを対応させる必要があり、最近は IT を駆使して、品揃え、棚割り、仕入れ発注など、一連の商品化計画を自動的に行なうシステムが開発されている。
グロサリー	加工食品や日用品の総称。
トレーサビリティ	追跡可能性のこと。その商品がどこで生産され、どのような流通経路を辿り、どのように加工がされたか、といった情報を追跡できること。
商品マスタ	商品に関する情報（データ）の集合であり、各商品に対して、商品コード、商品名、通常価格、特売価格等のデータを有しているもの。

平成 26 年度 農林水産省補助事業（農山漁村６次産業化対策事業）

平成26年度

食料品バリューチェーン構築支援事業
（流通過程情報伝達促進事業）

報　告　書

平成27年3月

生鮮取引電子化推進協議会

協力：一般財団法人　流通システム開発センター

〒101－0032
東京都千代田区岩本町３－４－５　第１東ビル 6F