

**平成25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26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25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・調査及び実証結果を取りまとめたものである。

本事業では、加工食品等に比べて導入が遅れている青果・水産物等の生鮮食料品取引における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及び調査を行うとともに、導入効果等を検証するための実証事業を実施し、その結果を取りまとめて手引きを作成した。

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

平成26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	7
1.3.2	実証事業実施検討会	7
1.4	ヒアリング調査の実施状況	7
1.4.1	調査項目	7
1.4.2	ヒアリング調査先	8
1.5	ヒアリング調査結果の概要	9
1.5.1	取引情報の交換	9
1.5.2	産地情報の伝達方法	12
1.5.3	食品トレーサビリティの取組み	12
1.6	事業実施状況	13
2	実証事業	14
2.1	目的	14
2.1.1	達成目標（予想される効果）	14
2.2	概要	14
2.2.1	実証事業実施検討会の開催	14
2.2.2	実証事業の実施	14
2.2.3	実証事業実施要領	14
2.3	参加メンバー	15
2.3.1	イズミヤ株式会社	15
2.3.2	丸タ田中青果加工株式会社	15
2.3.3	富士通エフ・アイ・ピー株式会社	15
2.4	実施システムの概要	15
2.4.1	システム概要	15
2.4.2	イズミヤの EDI システム業務比率	16
2.4.3	イズミヤ～丸タ田中青果加工間の生鮮品受発注業務の流れ	16
2.4.4	生鮮 EDI 新旧システムの機能差異と期待効果	17
2.5	実施スケジュール	18

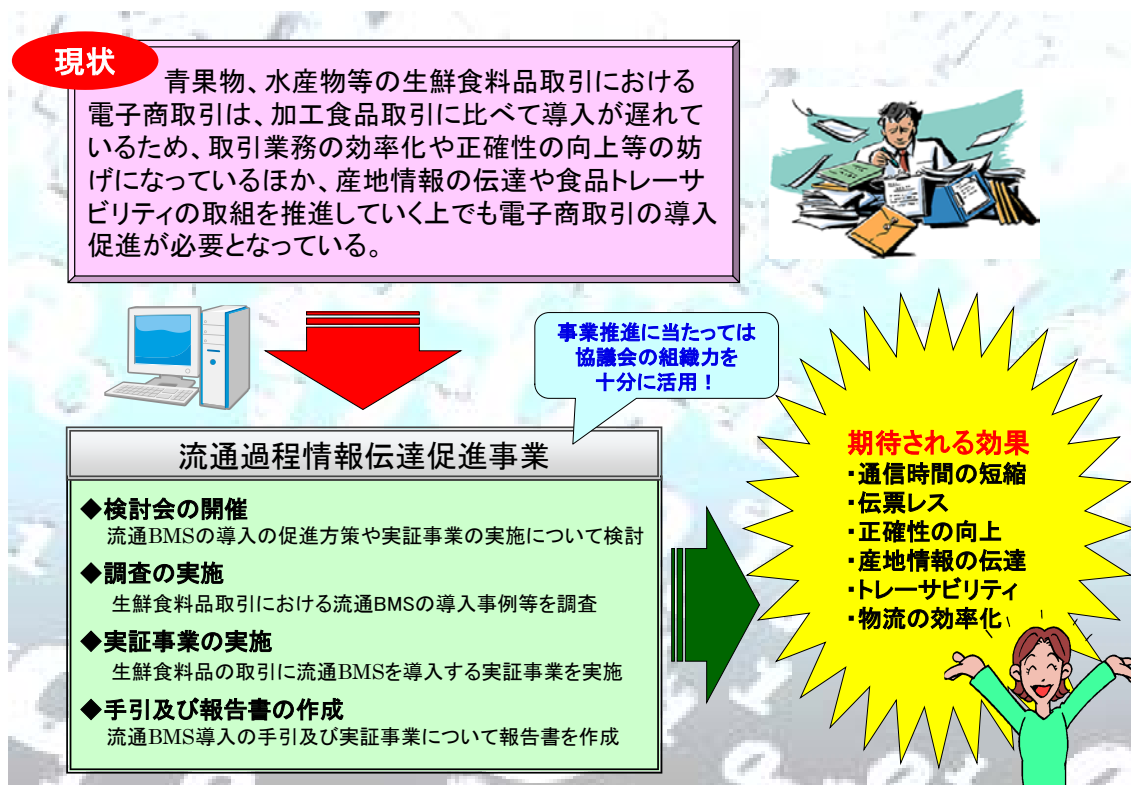
2.6	評価及び実績.....	18
2.6.1	達成目標に対する効果	18
2.7	流通 BMS 導入の評価と今後の課題.....	20
2.7.1	小売業.....	20
2.7.2	卸売業.....	21
3	おわりに	22
4	参考資料	24
4.1	ヒアリング関連資料.....	24
4.1.1	ヒアリング内容と解答例（生産者・出荷者用）	24
4.1.2	ヒアリング内容と解答例（卸・仲卸用）	25
4.1.3	ヒアリング内容と解答例（小売用）	26
4.2	流通 BMS の最新状況.....	27
4.3	専門用語の説明	33

1 事業概要

1.1 事業の背景および目的

インターネットの普及と IT（情報技術）の進歩はビジネスの世界に大きな変化をもたらしており、そのひとつが電子取引である。しかし、青果、水産物等の生鮮食料品分野における電子商取引は、加工食品分野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、生鮮食料品取引において他分野で普及の進んでいる「流通 BMS」の導入促進方策等に関する検討・調査を行うとともに、導入効果等を検証するための実証事業を実施し、流通 BMS 導入の手引きを作成することを目的とした。



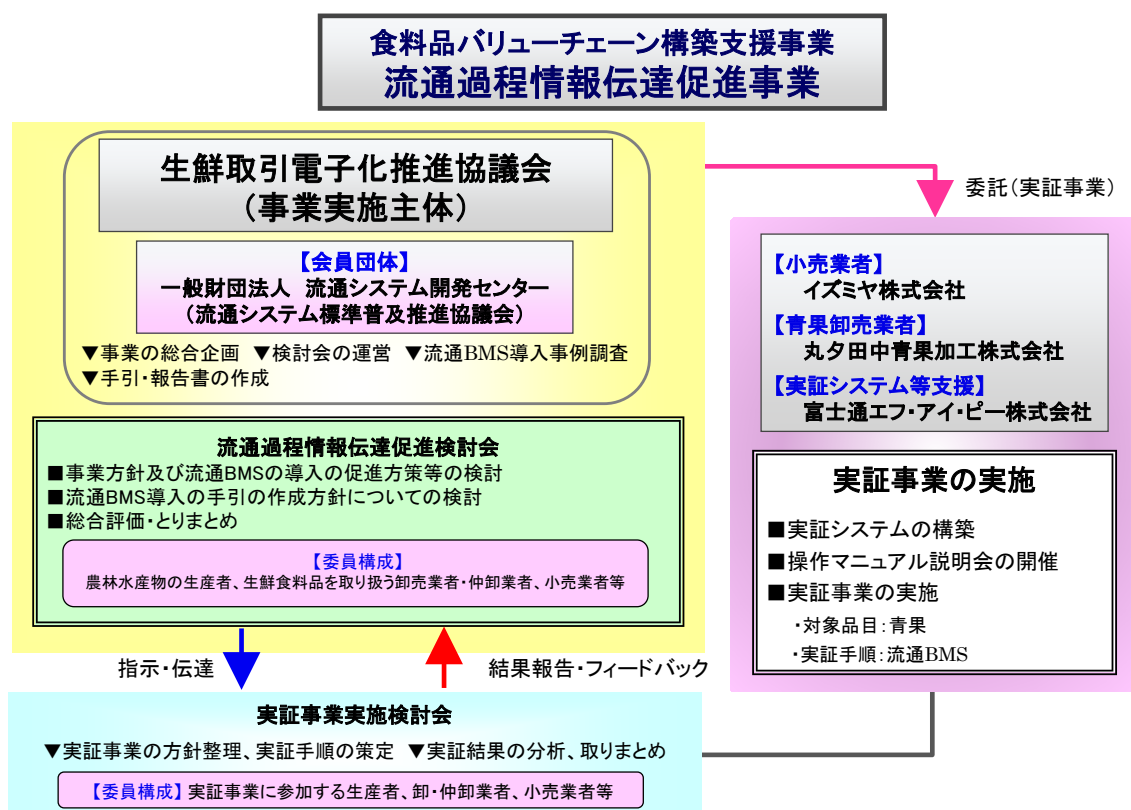
図表 1-1 事業イメージ

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、当協議会会員であるとともに、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、課題の検討及びヒアリングによる現地調査を行った。

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、当協議会会員である富士通㈱の 100%子会社で、流通 BMS について高度な運用・開発ノウハウを有する富士通エフ・アイ・ピー㈱に業務を委託し、青果卸売業者の丸夕田中青果加工㈱（三重県伊賀市）と小売業者のイズミヤ㈱（大阪市）の参加により、青果物の取引に流通 BMS を新たに導入し、その効果を検証した。



図表 1-2 実施体制

1.2.1 流通過程情報伝達促進検討会

生鮮食料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 取締役 副社長	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
江里口 幸弘	J A全農 園芸総合対策部 総括課 審査役	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
中 幸雄	東京都水産物卸売業者協会 参与	水産物卸
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)シジシージャパン ビジネスサポート事業部	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とりまとめを行い、その結果を流通過程情報伝達促進検討会へフィードバックした。

「実証事業実施検討会」委員名簿

氏 名	団体・会社名および所属	役 職
笠井 元	イズミヤ株式会社 総合企画室 情報システム企画担当	マネージャー
寺岡 博司	イズミヤ株式会社 総合企画室 情報システム企画	
岡見 吉隆	丸夕田中青果加工株式会社	
登 光晴	丸夕田中青果加工株式会社	
大砂 伸介	富士通エフ・アイ・ピー(株) 関西支社 流通営業部	課長
本田 直規	富士通エフ・アイ・ピー(株) アプリケーションサービス推進部	課長
渡邊 真	富士通エフ・アイ・ピー(株) 関西支社 流通営業部	

(順不同、敬称略)

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回で流通BMSの導入促進方策等の検討、第2回で事業実施状況等の報告、第3回で実証事業の実施結果を報告するとともに、流通BMS導入の手引き（案）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2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25年 9月4日（水）	・事業概要について ・流通BMSの最新状況について ・生鮮取引における流通BMSの導入促進方策等について
第2回	平成25年 12月20日（金）	・事業実施状況について ・実証事業の進捗状況について ・流通BMS導入の手引き（案）について
第3回	平成26年 3月20日（木）	・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

1.3.2 実証事業実施検討会

	開催日時	主要検討議題
第1回	平成25年 12月11日（水）	・事業概要について ・実証事業実施検討会の対応について
第2回	平成26年 2月28日（金）	・実証事業実施結果の報告 ・流通BMS導入時の懸案事項及び課題

1.4 ヒアリング調査の実施状況

流通BMSの導入に関する課題等を調査するために、ヒアリングによる現地調査を実施した。ヒアリング調査先は、生鮮食料品流通を担う全国の中央卸売市場の卸売業者及び仲卸業者等を主な対象とし、その他、産地及び小売業者（ローカルスーパー等）を含めて都合42件に及んだ。

1.4.1 調査項目

調査項目は「基本情報（生鮮品の取扱額や仕入・販売先情報、取引形態等）」と「取引情報の交換（取引のプロセスと取引情報の交換方法及び内容、商品コードの内容、取引情報交換の課題やニーズ、流通BMSの認知度）」、「産地情報の伝達（産地情報の伝達方法等）」、「食品トレーサビリティの取組み（取組み状況）」の4つの構成とした（第4章のヒアリング調査関連資料参照）。

1.4.2 ヒアリング調査先

	調査月日	調査先		業態	地域
1	10月2日	J A全農青果センター(株)		青果産地・卸	埼玉県戸田市
2	10月10日	(株)ケーアイ・フレッシュアクセス		青果卸	東京都中野区
3	10月22日	東京都中央卸売市場築地市場	東京都水産物卸売業者協会	水産卸	東京都中央区
4	10月24日	日本水産(株)		水産製造・卸	東京都千代田区
5	10月29日	札幌市中央卸売市場	札幌市水産物卸売協同組合	水産仲卸	札幌市
6			(株)伊藤法夫商店	青果仲卸	
7			(株)池広	青果仲卸	
8			丸水 札幌中央水産(株) 情報システム部	水産卸	
9	10月30日	ホクレン農業協同組合連合会 種苗園芸部		青果産地	札幌市
10		生活協同組合コープさっぽろ		小売	
11		北雄ラッキー(株) 経理部システム課		小売	
12	11月6日	愛知県経済農業協同組合連合会 管理部		青果産地	名古屋市
13		(株)義津屋 生鮮部門本部		小売	愛知県津島市
14		(株)ヤマナカ 情報システム部		小売	名古屋市
15	11月7日	名古屋市中央卸売市場北部市場	名果(株)	青果卸	愛知県西春日井郡
16			名北魚市場(株)	水産卸	
17		名古屋市中央卸売市場本場	大東魚類(株) 総務部 企画業務課	水産卸	名古屋市
18			名古屋青果(株) 総務部	青果卸	
19	12月2日	みやぎ生活協同組合		小売	仙台市
20		マックスバリュ南東北(株)		小売	
21	12月3日	仙台市中央卸売市場	(株)宮果	青果卸	仙台市
22			仙台市中央卸売市場水産物卸協同組合	水産仲卸	
23			(株)やま高商店 (仙台中央青果卸売協同組合)	青果仲卸	
24			(株)仙台水産 情報システム部	水産卸	
25	12月12日	大阪市中央卸売市場本場	大阪本場青果卸売協同組合	青果仲卸	大阪市
26			大阪市水産物卸協同組合	水産仲卸	
27	12月13日	大阪市中央卸売市場東部市場	東果大阪(株) IT・マーケティンググループ	青果卸	大阪市
28			大阪市東部水産物卸協同組合	水産仲卸	
29			大阪東部市場青果卸売協同組合	青果仲卸	

30			(株)うおいち 市場営業本部 東部販促グループ	水産卸	
31	12月14日	(株)なかむら		小売	京都市 左京区
32	1月21日	東京都中央卸売市場大 田市場	(株)船昌 総務部	青果仲卸	東京都 大田区
33	1月23日	黒瀬水産(株) 食品部 営業開発課		水産養殖	宮崎県 串間市
34	1月24日	福岡市中央卸売市場鮮 魚市場	(株)福岡魚市場	水産卸	福岡市
35			福岡市鮮魚仲卸協同組合	水産仲卸	
36		(株)マルキョウ 電算センター		小売	福岡県 大野城市
37	2月4日	東京都中央卸売市場大 田市場	東京青果(株) 情報システム部	青果卸	東京都 大田区
38			東京荏原青果(株)	青果卸	
39	2月18日	J A 島原雲仙 営農部 北部基幹営農センター		青果産地	長崎県 雲仙市
40		伊万里市農業協同組合 営農畜産部		青果産地	佐賀県 伊万里市
41	2月19日	(株)佐賀中央青果市場		青果卸	佐賀市
42		福岡市中央卸売市場青果市場	大栄青果(株) 野菜部	青果仲卸	福岡市

(敬称略)

1.5 ヒアリング調査結果の概要

1.5.1 取引情報の交換

(1) 取引のプロセスと取引情報の交換方法及び内容

① 出荷者～卸売業者間

青果物の JA 系統出荷団体と卸売市場の間で、仕切データと出荷データを交換する共同利用型の EDI システムである「ベジフルネット」が 1983 年から稼働している。卸売市場における販売結果を出荷団体に報告する仕切データの実施割合が高い一方で、出荷団体から卸売市場へのお荷データはさまざまな理由から一部の出荷団体の実施に留まっている状況である。

出荷団体の出荷データは卸売市場の販売の元データとして利用されるので、仲卸への分荷が始まる夕刻頃までには入力を終えておく必要がある。EDI 化率が低い結果、青果卸では、出荷者から FAX で事前に送信されてくる、あるいは荷物と一緒に届く送り状の入力に多くの手間と時間をかけており、青果卸の間では出荷データの EDI 化が強く望まれている。

一方、水産物の出荷者と卸売市場間の取引データの交換は電話や FAX、郵送で行われており、EDI の実施例は殆どない。水産卸では青果卸と同様に販売開始までの短い時間に送り状の内容を手入力している。

② 卸売業者～仲卸業者間

卸売市場の卸売業者と仲卸業者の取引は、セリ時刻前に商品を搬出できる予約相対取引や時間前取引（先取り）と、現物を見ながら行うセリ取引やセリ残品取引の 2 種類に分けることができる。このうち、前者では仲卸業者から卸売業者へ事前に発注が行われますが、電話や FAX、口頭で行われており、EDI の実施例は殆どない。

すべての取引が終わった後の確定情報である売立案内や請求書は、FAX のほかにメールや EDI も利用されている。この場合の EDI は市場の情報センターや精算会社を介したやりとりになる。市場毎に異なった仕組みとなるが、その市場の中では標準化された共通の EDI といえる。

③ 小売業者～取引先間

小売業界における EDI は、1980 年の JCA 手順（後述）の制定によって取引先へのオンライン発注（EOS）が開始され、1990 年代以降、出荷、受領、請求、支払といった取引業務全般に拡大して今日に至っている。

しかし、生鮮食品の取引は、加工品や冷凍品のような在庫可能な商品を除くと以下のような特徴があり、グロサリーなどと比べて EDI 化が難しいといわれてきた。

- ・発注に対して品種、規格、産地、数量などが変更になることがある
- ・相場によって価格が変動することがある
- ・重量によって価格が決まる不定貫商品がある
- ・市場の仲卸など中小零細の取引先が多い
- ・現物の評価能力（目利き）で商品の価値が決まる要素がある
- ・市場では夜中に取引が行われる

一方、2009 年に上記のような生鮮取引の特性にも対応した標準 EDI（流通 BMS）が策定されたことで、標準仕様に沿った ASP 型の EDI や生鮮取引に特化した使い易い Web-EDI のサービスなどが充実してきたこともあって、生鮮 EDI が急速に拡大する様相にある。

(2) 商品コードの内容

生鮮標準商品コードは、主に生鮮 EDI で利用することを想定した標準商品コードであるが、現在の小売と生鮮取引先間の取引は主に、帳票に打ち出された商品名をキーに行われている。しかし、今後、生鮮 EDI 取引が拡大すると、小売業の自社コードで発注が行われた場合、多くの小売業と取引する仲卸や卸では、小売

側の商品コードと自社コードの変換（紐付け）対応に困難が予想される。

現在の小売の生鮮発注商品コードには一定の桁数のSKUコードが利用されている。このコードは商品部のバイヤーが連番で管理しており、品名、規格・等階級、産地、態様などの情報が含まれている。このコードと生鮮標準商品コードを対応付けしようとした場合、すべての発注商品に対応できない、対応する標準商品コードを検索するのが面倒、といったことが指摘されている。また、現在の小売の基幹システムの構造上、標準商品コードにない属性情報（産地など）を別項目として管理し、EDI送信することができないのが現状である。

(3) 取引情報交換の課題やニーズ

取引情報交換の主な課題やニーズは以下のとおり。

- ・小売側の Web-EDI システムが（ダウンロード機能のみで）アップロードの機能に対応していないので、修正入力の際、（自社と取引先への入力の）二度手間が発生している。
- ・Web-EDI は人手を介してデータを取りにいく必要がある。EDI であれば時間になったら自動的にデータをとりにいき、社内システムに取り込める。出荷データを返す場合、特に重量入力が必要な場合は大変である。
- ・各店舗の発注をバイヤーが最終確認して取りまとめて発注するケースが多いが、その際（センター納品ができないので）店別データに展開した納品明細の（エクセルでの）作成に困っている。
- ・出荷者に出荷データを発信してほしいが、対応している（できる）出荷者は少ない。そのため、データ入力に相当な人的コストが掛かっている。
- ・伝票レスは理想だが、欠品した時や産地が変わった時は納品明細書が必要になる。また、物流センターにはサードパーティーが絡んでくる場合も多く、納品明細書をなくすのは難しい。
- ・生鮮は商品コードが標準化されていないため、個別対応が必要になっており、かなり例外的な処理をしている。現在の標準コードについては、使わない品名が多くある一方、必要な品名が足りない。
- ・FAX を利用した受発注が多いが、この書式だけでも統一してほしい。
- ・鮮魚は一品一品で質が異なるため、電子商取引は鮮魚では難しい。一方、冷凍品や加工品であれば電子商取引で対応はできる。また、ブランド化されていれば（品質が担保されるので）EDI 取引は可能である。
- ・一部の産地でバーコードを外箱に付けているが、標準化されていないので卸売市場では利用できない。送り状情報を標準シンボルにしてバーコード化してもらえれば、検品とデータ入力の効率向上が期待できる。

1.5.2 産地情報の伝達方法

産地情報の伝達は主に商談や送り状を介して行われており、現状において、特に課題として認識している業者は少なかった。主な意見は以下のとおり。

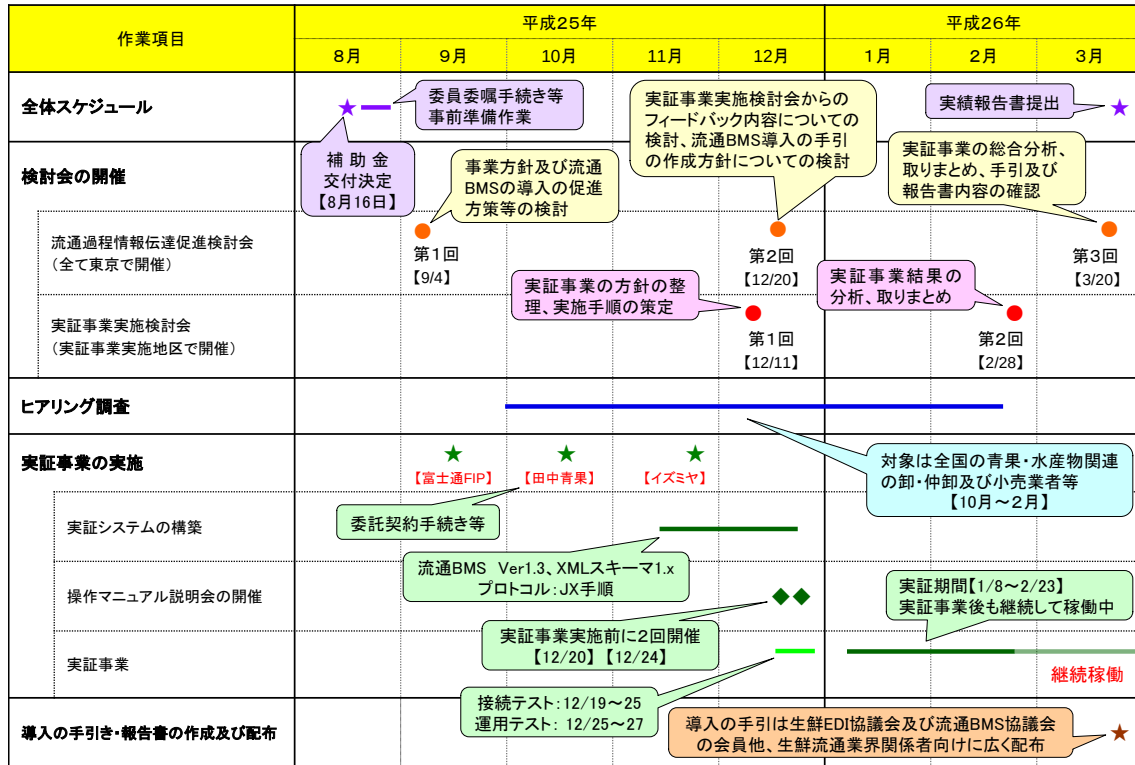
- ・商談レベルで口頭や FAX で伝達されていることが多く、商談時に決めた産地以外のものを出荷することは殆どない。
- ・原産地（都道府県または国（輸入品））が送り状に必ず書かれているので、その情報を FAX 等（紙レベル）で伝達している。
- ・東日本大震災以降、水産物では海域情報も伝達している。
- ・EDI での情報提供はしていない。商品の外箱に記載されている産地で確認している。
- ・包装加工して出荷する製品には、ラベルにも印字している。
- ・チェーンストア伝票に産地情報は記載できないが、Web-EDI で値決めの際に産地も入力してもらっている。また、分荷指示書でも伝達している。
- ・買付の冷凍品関係は産地証明の書類を付けている。

1.5.3 食品トレーサビリティの取組み

食品トレーサビリティについては、（システムを用意するなどの）特別な対応をしている業者は見当たらなかったが、通常取引において多くの場合、商品の仕入先や販売先を確認できる体制がとられていた。また、生鮮品は消費期限が短く単価の安い商品が多いうえ、コストの問題もあり、対応には消極的な状況となっている。主な意見は以下のとおり。

- ・出荷履歴等を保持しているので、遡って確認することは可能である。
- ・トレーサビリティについては、何か問題が発生した場合に速やかにデータ確認ができればよいのであって、商品にラベルを貼付して対応するなどコストに見合わない。
- ・市場を流通した商品の品質については基本的に開設者の責任と考えている。新しい取組として、ロゴマークを作って商品に貼付し、市場経由の商品として安心・安全を打ち出している。
- ・市場に入る前の生産プロセスについては、個々の産地への信用により担保している。
- ・改正された食品表示法への対応等は今後の課題。

1.6 事業実施状況



図表 1-3 事業実施状況

2 実証事業

2.1 目的

生鮮食品（青果物・水産物）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、効果や課題の調査を行った。

2.1.1 達成目標（予想される効果）

- (1) 電子商取引の通信時間を 1/10 に削減
- (2) 伝票枚数を 8 割削減
- (3) 伝票入力作業時間を 5 割削減
- (4) 仕入原価をリアルに把握し、経営・企画に役立てる

2.2 概要

2.2.1 実証事業実施検討会の開催

実証事業参加者による会議を開始時及び終了時の 2 回開催し、実証事業手順や運用方法の説明とスケジュール及び実施結果の報告を行った。

2.2.2 実証事業の実施

- (1) 実証事業の対応手引書に沿った、実証事業前の情報提示と流通 BMS 運用での実績管理
- (2) 実績管理した情報を富士通エフ・アイ・ピーへ提示
- (3) 富士通エフ・アイ・ピーにて、提示された情報を纏め、効果や課題を整理
- (4) 実証事業実施検討会にて実証結果報告
- (5) 流通過程情報伝達促進検討会へ実証結果報告

2.2.3 実証事業実施要領

- (1) 期間 : 接続テスト【2013 年 12 月 19 日～25 日】
運用テスト【2013 年 12 月 25 日～27 日】
実証期間 【2014 年 1 月 8 日～2 月 23 日】
- (2) 商品カテゴリ : 青果部門
- (3) メッセージ : 流通 BMS Ver1.3
- (4) スキーマ : XML 1.X
- (5) 接続形態 : 1 対 1（小売対卸） 但し EDI 環境はマルチベンダ対応
- (6) プロトコル : JX 手順（他に ebMS にも対応）

2.3 参加メンバー

2.3.1 イズミヤ株式会社

- (1) 本社所在地 : 大阪府大阪市
- (2) 業種 : 総合小売業
- (3) 年商 : 2,999 億円 (2012 年実績)
- (4) 店舗数 : 90 店舗 (2013 年 3 月末時点)

2.3.2 丸夕田中青果加工株式会社

- (1) 本社所在地 : 三重県伊賀市
- (2) 業種 : 青果卸業 (バナナ、アボガド、キウイ、他)
- (3) 年商 : 58 億円 (2012 年実績)
- (4) 事業所数 : 3 事業所

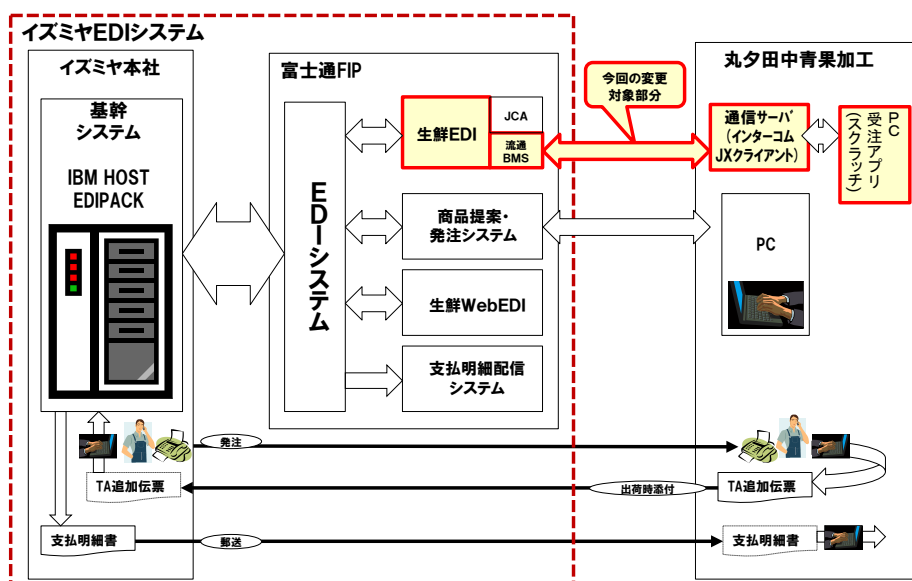
2.3.3 富士通エフ・アイ・ピー株式会社

- (1) 本社所在地 : 東京都江東区
- (2) 業種 : アウトソーシングサービス業
- (3) 年商 : 1,026 億円 (2012 年実績)
- (4) 事業所数 : 主要事業所 11 ヶ所、IDC センター 18 ヶ所

2.4 実施システムの概要

2.4.1 システム概要

イズミヤ～丸夕田中青果加工間での従来の EDI システムに対し、下図太線部分に流通 BMS を導入し、実証実験を実施した。



図表 2-1 実施システムの概要

2.4.2 イズミヤの EDI システム業務比率

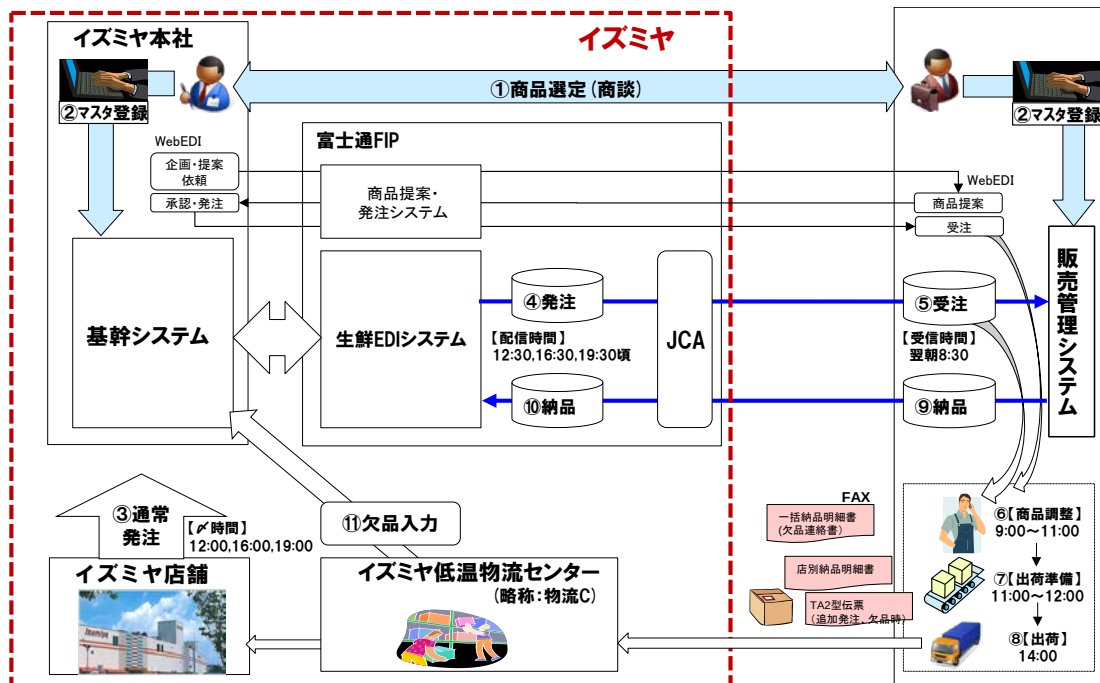
イズミヤの EDI システムは下表の 4 種である。そのうち、今回の流通 BMS 対応は「生鮮 EDI」にのみ導入した。なお、「生鮮 WebEDI」システムについては丸タ田中青果加工間では未使用となっている。

発注業務		旧システム				新システム			
		データ種	帳票類	田中青果採 取取扱品目	田中青果採 業務比率	データ種	帳票類	田中青果採 取扱品目	田中青果採 業務比率
生鮮EDI	リト2受注・ リト1送信(本部) に使用	・発注(小売) ・納品(卸)	・一括納品明細書 (欠品連絡書) ・店別納品明細書	定番品 ・バナナ ・アボカド	50%	・発注(小売) ・出荷(卸) ・受領(小売) ・返品(小売)	無し	定番品 ・バナナ ・アボカド	50%
商品提案 ・発注システム	スポット商品の提案 ・リト2受注に使用	・企画/テーマ(小売) ・商品提案 ・商品提案承認(小売) ・発注(小売) ・荷受け検品(小売) ・計上(小売)	納品明細書	定番品以外の 企画商品 ・限定商品 ・特売商品 など	20%	変更なし	変更なし	変更なし	20%
生鮮WebEDI	週間発注・受領確認 に使用	・発注(小売) ・出荷(卸) ・受領(小売) ・返品(小売)	無し	無し	未使用	変更なし	変更なし	変更なし	未使用
追加伝票(TA)	FAX対応など 送り込み商品 の場合に使用	—	TA2型伝票	取扱商品全般	30%	変更なし	変更なし	変更なし	30%

図表 2-2 新旧システムの業務比率の比較

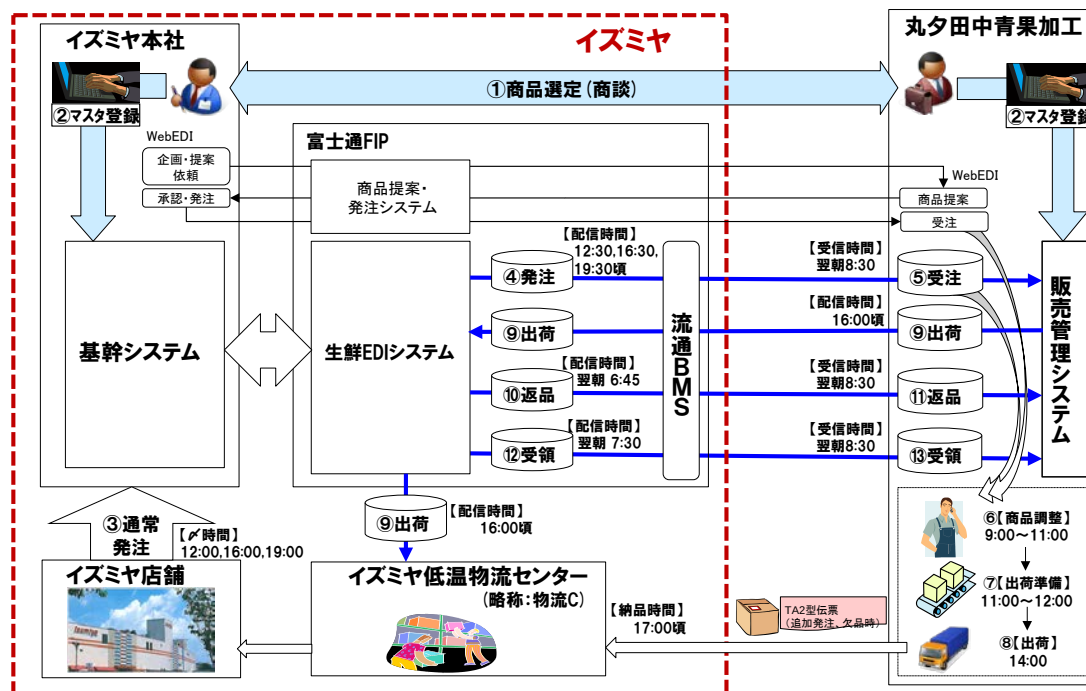
2.4.3 イズミヤ～丸タ田中青果加工間の生鮮品受発注業務の流れ

(1) 旧 EDI システムフロー



図表 2-3 旧 EDI システムフロー

(2) 新 EDI システムフロー



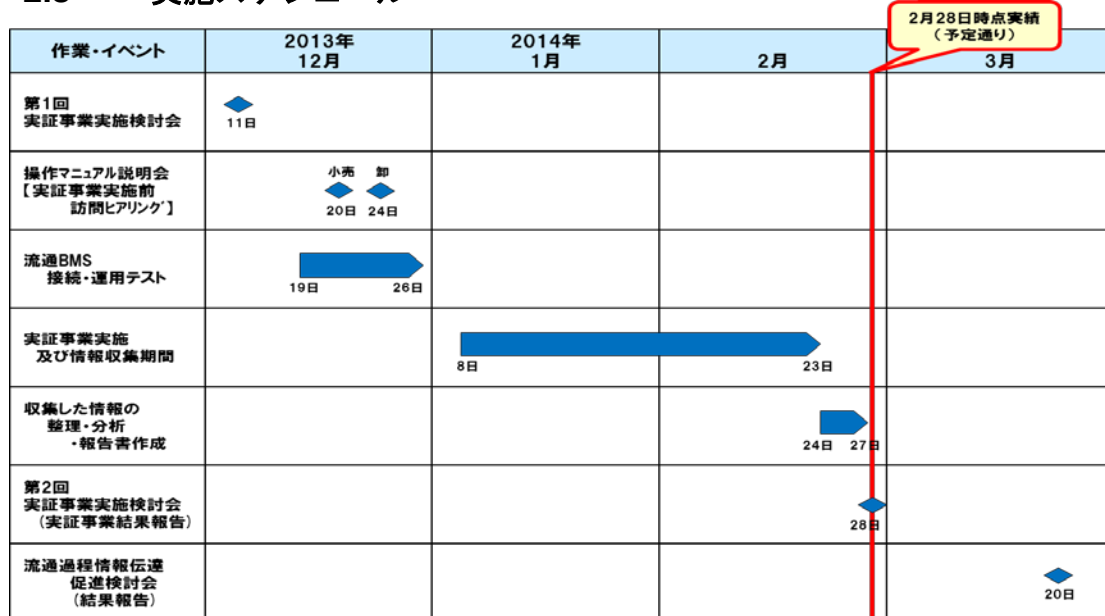
図表 2-4 新 EDI システムフロー

2.4.4 生鮮 EDI 新旧システムの機能差異と期待効果

項目	新・旧システム機能差異		期待効果
	旧	新	
①通信プロトコル	JCA	JX手順 (流通BMS)	1) 通信時間の大幅な削減 2) 通信コストの削減
②取扱いデータ種	・発注 ・納品	・発注 ・出荷 ・受領 ・返品	1) 売掛・買掛の計上時間を大幅に削減 2) 売掛・買掛照合作業の軽減
③納品時の帳票種	・一括納品明細書 ・店別納品明細書 ・TA2型伝票	・TA2型伝票	1) 出力帳票種類や枚数、コストの削減 2) 出力作業の軽減 3) 請求・支払作業の軽減

図表 2-5 機能差異と期待効果の比較

2.5 実施スケジュール



図表 2-6 実施スケジュール

2.6 評価及び実績

2.6.1 達成目標に対する効果

達成目標	結果	効果
電子商取引の通信時間 を1/10に削減	①データ種が2種から4種に増加 ②データ長は増長 ③通信時間は、99%を削減 ④通信コスト縮小 ※但し、通信費用の実証抽出は困難	①伝票入力作業時間の削減 【人件費削減:約430千円/年】
伝票枚数を8割削減	①3種類あった帳票から1種類に削減 ②67.7枚/日⇒20.0枚/日に削減	②伝票・帳票の種類及び枚数 削減【コスト削減:約170千円/年】
伝票入力作業時間を 5割削減	①伝票・帳票の削減より、データ入力 時間が大幅に削減 ②約60分/日⇒約25分/日に削減	③通信コストの削減
仕入額をリアルに 把握し、経営・企画 に役立てる	①卸:返品・受領の活用により、迅速で 正確な出荷額の把握が可能	④出荷・仕入額を迅速で正確 に把握
		⑤物流センター業務の効率化

図表 2-7 達成目標に対する効果

(1) 電子商取引の通信時間を 1/10 に削減

流通 BMS では、データ種及びデータ長の増幅に伴いデータ量が増加したが、インターネット接続により通信時間約 99%の削減を実現した。

データ種	旧システム					新システム					旧・新比較	
	2013年12月					2014年1月～2月						
	データ長/明細 (bytes)	平均件数/日 (明細)	データ長/日 (bytes)	通信時間/日 (秒)	合計通信時間/日 (秒)	データ長/明細 (bytes)	平均件数/日 (明細)	データ長/日 (bytes)	通信時間/日 (秒)	合計通信時間/日 (秒)	差分 (秒)	比率
発注	128	90	11,520	58.5	105.3	—	72	527,312	0.6	1.2	▲ 104.1	▲99%
納品	128	72	9,216	46.8		—	—	—	—			
出荷	—	—	—	—		—	42	158,890	0.2			
受領	—	—	—	—		—	42	35,960	0.3			
返品	—	—	—	—		—	1.5	7,418	0.1			

図表 2-8 電子商取引の通信時間の比較

(2) 伝票枚数を 8 割削減

流通 BMS によって帳票種類が格段に省略されたことで、紙やプリンタ出力、帳票の整理や管理などの経費が抑制された。

帳票種類	旧システム		新システム		旧・新比較	
	2013年12月		2014年1月～2月			
	平均枚数/日	平均合計枚数/日	平均枚数/日	平均合計枚数/日	差分(枚数)	比率
一括納品明細書	4.7	67.7	-	20.0	▲ 47.7	▲70%
店別納品明細書	47.0		-			
TA2型伝票	16.0		20.0			

図表 2-9 伝票枚数の比較

(3) 伝票入力作業を 5 割削減

今まで帳票でやり取りされていた業務がデータ化されたことで、伝票入出力作業時間が大幅に削減された。

旧システム		新システム		旧・新比較	
2013年12月		2014年1月～2月			
平均合計 伝票・帳票枚数/日	平均伝票・帳票データ入力作業時間/日	平均合計 伝票・帳票枚数/日	平均伝票・帳票データ入力作業時間/日	差分(時間)	比率
67.7	約60分/日	20.0	約25分/日	▲35分/日	▲58%

図表 2-10 伝票入力作業時間の比較

(参考) 伝票作業入力作業内訳と時間比較

作業項目	作業時間(分)		効果
	旧システム	新システム	
①前準備	10	9	専用伝票手配の時間削減
②システム使用	13	6	通信時間・フォーム呼出時間の短縮
③印刷	10	1	専用伝票の印刷時間削減
④チェック	5	4	一括チェック 時間減少
⑤帳票準備	12	3	専用伝票の抜取時間削減
⑥後処理	10	2	ファイリング・保管の手間減少
合 計	60	25	—

図表 2-11 伝票入力作業時間の比較 (内訳)

(4) 仕入額をリアルに把握し、経営・企画に役立てる

イズミヤでは、これまでも EDI 化していたこともあり、本項目にあてはまる効果には至らなかった。

丸タ田中青果加工では卸では、返品・受領メッセージの利用により、迅速に且つ正確な出荷額を把握できるようになった。現段階では、リアルに経営や企画に役立てるまでの活用には至っていないが、今後活用方法の検討も進めていきたいと考えている。

2.7 流通 BMS 導入の評価と今後の課題

2.7.1 小売業

イズミヤでは、流通 BMS に切替え、出荷データを活用したことで物流センターの運用に効率化が図られている。

旧 EDI システムでは、欠品が発生した際は一括納品明細書にて欠品情報を物流センターで、FAX 受領・欠品入力し、データ化する必要があった。そのため、人手を介すことでミスを誘発する可能性もあり、正確性に欠ける不安があった。

新 EDI システムでは、出荷データ及び返品・受領データを活用することで、欠品入力作業から解放され、正確な仕入価格を迅速に把握できるようになった。

電話・FAX の追加発注や欠品発生時は、取引先に TA 伝票を発行して貰い、納品されている。しかし、TA 伝票での納品は伝票入力作業や保管など、年間約 5 千万円の経費が発生しており、改善の必要性に迫られている。対策として、「出荷はじまり」のメッセージ追加が候補に挙がっており、データ化することで人手を介さず、効率化や正確性の向上に繋がると考えている。現在、メッセージ項目が生鮮業務に合わせられるか検討している。

また、直近の取組みとして、取扱高の多い水産部門取引先との流通 BMS の移行を進める予定であり、効果が際立つものと期待している。

2.7.2 卸売業

JCA 手順の EDI では帳票が 3 種類あり、納品の都度、帳票の準備に手間が掛かっていた。流通 BMS に移行により帳票が減ったことは、作業の軽減に繋がっている。また、データ化により人手の介入がなく、人的ミスの削減に繋がり、正確性が向上している。

また、システム構築において JCA 手順は始めから開発が必要だったが、流通 BMS では 30～40%の流用ができたことで工数の削減が図れた。返品メッセージなどでは他社量販店と違いのないメッセージ項目の為、効率よく開発することができた。

しかしながら、イズミヤとの取引方法は、生鮮 EDI（流通 BMS）と商品提案・発注システム、追加発注の 3 通りある。業務の効率化は、複数の取引方法を流通 BMS に集約されることで一層享受できるものと考えられる。

3 おわりに

生鮮食料品の取引の現状をみると、依然、電話や FAX による受発注が大半を占め、また、EOS や EDI を利用しているケースでも Web-EDI といった独自仕様のシステム利用が多く、取引先毎に異なるシステム対応が必要となるといった非効率な状況が多くみられる。例えば、昨年の 2 月、農林水産省大臣官房統計部が公表した「食品流通の電子商取引等に関する意識・意向調査結果」（URL：<http://www.maff.go.jp/j/finding/mind/pdf/densyo.pdf>）によると、現在、電子商取引を実施している業者（対象：流通加工業者モニター554人）は約4割に留まっており、その中で電子商取引を実施している品目をみると、加工食品が7割程度と最も多く、水産物では2割、青果物でも4割に届かないのが現状である。

一方、小売業界における EDI は、1980 年の JCA 手順の制定によって取引先へのオンライン発注（EOS）が開始され、1990 年代以降、出荷、受領、請求、支払といった取引業務全般に拡大して今日に至っているが、生鮮食料品の取引は、加工品や冷凍品のような在庫可能な商品を除くと以下のような特徴があり、グロサリーなどと比べて EDI 化が難しいといわれてきた。

- ・ 発注に対して品種、規格、産地、数量などが変更になることがある
- ・ 相場によって価格が変動することがある
- ・ 重量によって価格が決まる不定貫商品がある
- ・ 現物の評価能力（目利き）で商品の価値が決まる要素がある
- ・ 卸売市場では夜間に取引が行われる
- ・ 卸売市場の仲卸など中小零細の取引先が多い（事業規模に見合った設備投資しかできない）
- ・ 卸売市場の従事者に比較的高齢者が多く、情報リテラシーを有する人材が少ない

そのため、2009 年に上記のような生鮮取引の特性にも対応した標準 EDI（流通 BMS）が策定され、標準仕様に沿った ASP 型の EDI や生鮮取引に特化した使いやすい Web-EDI のサービスなどが充実してきたが、すでにグロサリーやアパレル分野で流通 BMS を導入している GMS でも、前述のような理由から生鮮分野だけは別のシステムを併用しているケースが多いのが現状で、生鮮分野も含めて流通 BMS にシステムを一本化することができれば、その維持・管理コストの削減にもつながってくるため、今後導入事例の増加が期待されている。

また、商品を特定するための商品コードの標準化は EDI の基本に位置付けられるため、国内唯一の生鮮品向け標準コードとして生鮮標準商品コード（JAN コー

ド体系に即した 13 桁コード）が開発されているが、普及状況はまだ一部の利用に留まっている。問題点として、小売業の商品名に含まれる情報（産地、ブランド、量目、等級など）が生鮮標準商品コードの中で指定できない場合があり、その場合は、13 桁の外で指定するというのが生鮮標準商品コードの基本的な考え方であるが、小売業の基幹システムの仕組み上、その対応は難しいケースが多い点等があげられる。そのため、特に小売サイドにおいては、インストアコードと呼ばれる独自コードの利用が依然大勢を占めている。

本事業では、このような状況を検証し、生鮮食料品取引における EDI の普及を図るため、専門家による検討会を開催し、全国 42 件に及ぶ生鮮流通業者へのヒアリング調査を実施するとともに、生鮮食料品取引における流通 BMS 導入の実証事業を実施し、その結果を取りまとめた「生鮮食品取引における流通 BMS 導入の手引き」を作成した。この手引きの読者は、生鮮食品のサプライチェーンに関わる全ての者を対象としているが、特に以下の者に向けて書かれている。

- ・ 生鮮食品の電子取引をまだ導入していない、あるいは導入済のシステムに課題を抱えている小売業
- ・ 小売業の生鮮食品取引先（仲卸、卸、出荷者、メーカーなど）
- ・ 上記企業の電子取引の導入をサポートする IT 関係企業

また、この手引きはシステム部門だけでなく、商品調達や販売の現場に携わる者にも理解してもらえよう、できるだけ平易な記述を心掛けた。

EDI による効用は、業務の効率化や最適化だけではなく、情報を正確に伝えることにより商品そのものの価値創造（付加価値化）やトレーサビリティの実現につながる側面もある。TPP（環太平洋戦略的経済連携協定）への参加問題を始めとする昨今の国際情勢を鑑みるに、輸入食品に対抗して我が国の生鮮食品の競争力を向上させるためには、美味しさや鮮度、安全性などを裏付けとしたブランド化が大きなカギになるものと思われる。また、ブランド力を強化することで、我が国の生鮮食品を海外へ輸出する道が拓けるものと考ええる。

最後に、本事業で行った検討及びヒアリング調査、実証事業により、生鮮分野における流通 BMS 導入の可能性がみえてきており、今後は普及のフェーズと捉え、今回新たに作成した「生鮮食品取引における流通 BMS 導入の手引き」を最大限に活用し、当協議会の開催するセミナーや勉強会等を通して啓発活動を進めていくことで、生鮮業界の発展に努めていく所存である。

4 参考資料

4.1 ヒアリング関連資料

4.1.1 ヒアリング内容と解答例（生産者・出荷者用）

質問内容	ご回答いただきたい内容
------	-------------

◆基本情報

生鮮品取扱い額 注）生鮮品とは青果、水産、食肉を指す。	●●億円
販売先	社数 割合
	例）卸売市場の荷受け●社、市場外卸●社、小売●社、外食●社 上記のおおよその販売額割合
取引形態	例）卸売市場向けは委託と買付が●対●の割合

◆取引情報の交換

取引のプロセスと取引情報の交換方法	取引形態ごとの取引の手順（商談、受発注、出荷・受領、請求・支払など）と取引情報の交換方法（電話、FAX、メール、EDI など）
取引情報の内容	上記取引情報の帳票サンプルをご提供ください。
商品コードの内容	取引に使用されている商品コードの種類（自社コード、取引先のコード、標準コードなど）とそのコード体系のサンプルをご提供ください。
取引情報交換の課題やニーズ	電子化されていないことによる問題、データフォーマットの違い、商品コード運用の問題などの課題と課題解決のために国や業界団体にしてほしいことをお聞かせください。
流通BMSの認知度	「流通BMS」はご存知ですか。また、利用されていますか。

◆産地情報の伝達

産地情報の伝達方法	JAS法で規定されている産地情報（都道府県、水揚げ漁港など）はどのような方法で販売先に伝達されていますか。
上記以外の産地情報の伝達	販売先からJAS法規定より細かいレベルの産地情報（単協、特定水域など）の提供は求められていますか。 また、それ以外の情報（生産履歴情報、品質情報など）の提供は求められていますか。 求められている場合、どのような内容、方法で提供していますか。

◆食品トレーサビリティの取組み

取組み状況	食品トレーサビリティへの取組み有無と取り組まれている場合はその内容についてお聞かせください。
-------	--

4.1.2 ヒアリング内容と解答例（卸・仲卸用）

質問内容	ご回答いただきたい内容
------	-------------

◆基本情報

生鮮品取扱い額 注）生鮮品とは青果、水産、食肉を指す。	●●億円
仕入先	社数 割合
販売先	社数 割合
取引形態	

◆取引情報の交換

取引のプロセスと取引情報の交換方法	取引形態ごとの取引の手順（商談、受発注、出荷・受領、請求・支払など）と取引情報の交換方法（電話、FAX、メール、EDI など）
取引情報の内容	上記取引情報の帳票サンプルをご提供ください。
商品コードの内容	取引に使用されている商品コードの種類（自社コード、取引先のコード、標準コードなど）とそのコード体系のサンプルをご提供ください。
取引情報交換の課題やニーズ	電子化されていないことによる問題、データフォーマットの違い、商品コード運用の問題などの課題と課題解決のために国や業界団体にしてほしいことをお聞かせください。
流通BMSの認知度	「流通BMS」はご存知ですか。また、利用されていますか。

◆産地情報の伝達

産地情報の伝達方法	JAS法で規定されている産地情報（都道府県、水揚げ漁港など）はどのような方法で販売先に伝達されていますか。
上記以外の産地情報の伝達	販売先からJAS法規定より細かいレベルの産地情報（単協、特定水域など）の提供は求められていますか。 また、それ以外の情報（生産履歴情報、品質情報など）の提供は求められていますか。 求められている場合、どのような内容、方法で提供していますか。

◆食品トレーサビリティの取組み

取組み状況	食品トレーサビリティへの取組み有無と取り組まれている場合はその内容についてお聞かせください。
-------	--

4.1.3 ヒアリング内容と解答例（小売用）

質問内容	ご回答いただきたい内容
------	-------------

◆基本情報

生鮮品取扱い額 注）生鮮品とは青果、水産、食肉を指す。	●●億円（全社売上の約●%）
青果仕入先	社数 割合
水産仕入先	社数 割合
取引形態	

◆取引情報の交換

取引のプロセスと取引情報の交換方法	取引形態ごとの取引の手順（商談、受発注、出荷・受領、請求・支払など）と取引情報の交換方法（電話、FAX、メール、EDI など）
取引情報の内容	上記取引情報の帳票サンプルをご提供ください。
商品コードの内容	取引に使用されている商品コードの種類（自社コード、取引先のコード、標準コードなど）とそのコード体系のサンプルをご提供ください。
取引情報交換の課題やニーズ	電子化されていないことによる問題、データフォーマットの違い、商品コード運用の問題などの課題と課題解決のために国や業界団体にしてほしいことをお聞かせください。
流通BMSの認知度	「流通BMS」はご存知ですか。また、生鮮取引で利用されていますか。

◆産地情報の伝達

産地情報の伝達方法	JAS法で規定されている産地情報（都道府県、水揚げ漁港など）はどのような方法で販売先に伝達されていますか。
上記以外の産地情報の伝達	販売先からJAS法規定より細かいレベルの産地情報（単協、特定水域など）の提供は求められていますか。 また、それ以外の情報（生産履歴情報、品質情報など）の提供は求められていますか。 求められている場合、どのような内容、方法で提供していますか。

◆食品トレーサビリティの取組み

取組み状況	食品トレーサビリティへの取組み有無と取り組まれている場合はその内容についてお聞かせください。
-------	--

4.2 流通 BMS の最新状況



流通BMSの最新状況

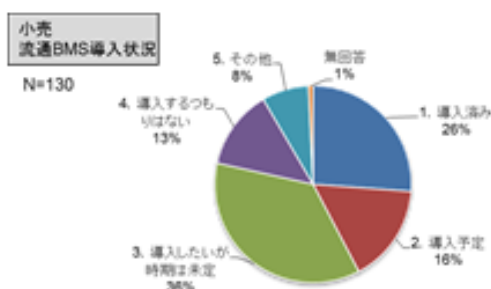
流通BMS[®]は「流通ビジネスメッセージ標準[®]」の略称です。
Business Message Standards

2014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（流通システム標準普及推進協議会）事務局

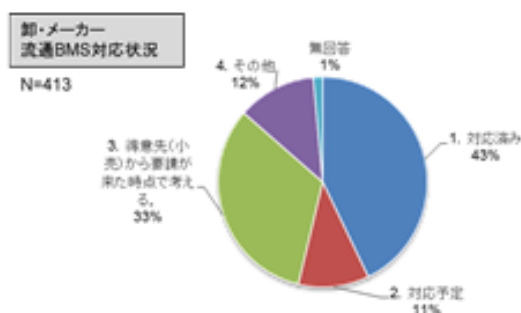
流通システム標準普及推進協議会
Supply Chain Standards Management and Promotion Council

流通BMS導入状況



小売の導入済みは10ポイント増

	2011年 (N=134)	2013年 (N=130)
導入済み	16%	26%
導入予定	15%	16%
時期未定	42%	36%



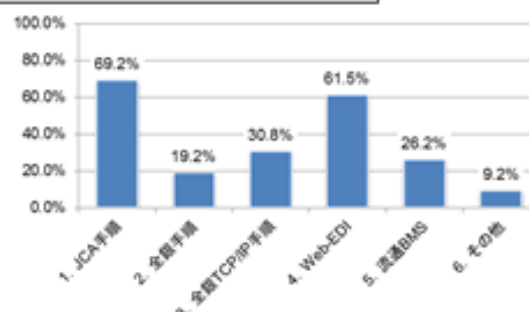
卸・メーカーの対応済みは17ポイント増

	2011年 (N=432)	2013年 (N=413)
対応済み	26%	43%
対応予定	21%	11%
要請時点	39%	33%

通信手順の利用状況



小売
取引先とのEDI(EOS)で対応している通信手順 N=125



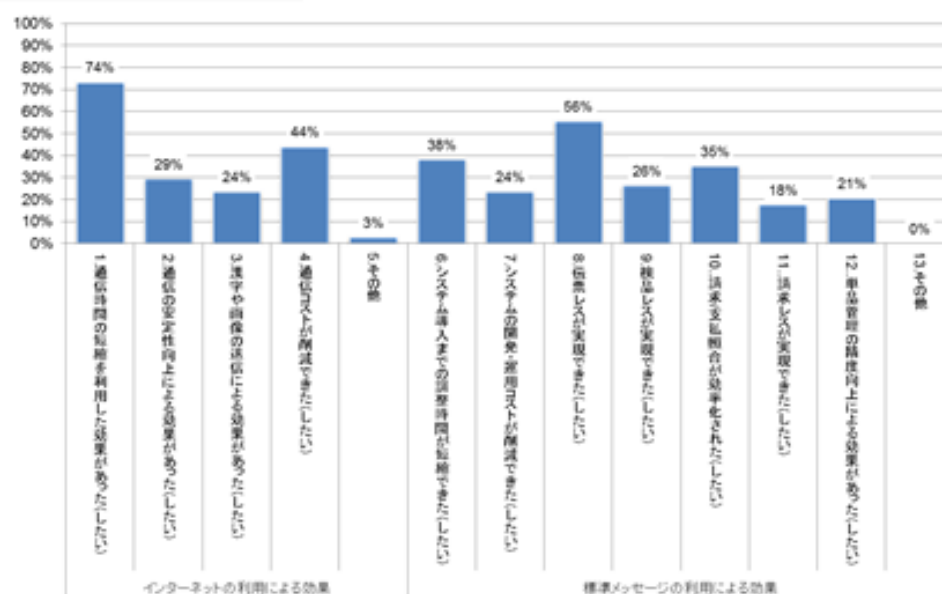
JCA手続は漸減、Web-EDIは横ばい
流通BMSは着実に増加

	2011年 (N=134)	2013年 (N=125)
JCA手続	84%	69%
Web-EDI	59%	62%
流通BMS	16%	26%

流通BMSの導入効果(小売)



小売
流通BMSの導入効果(期待効果含む) N=34

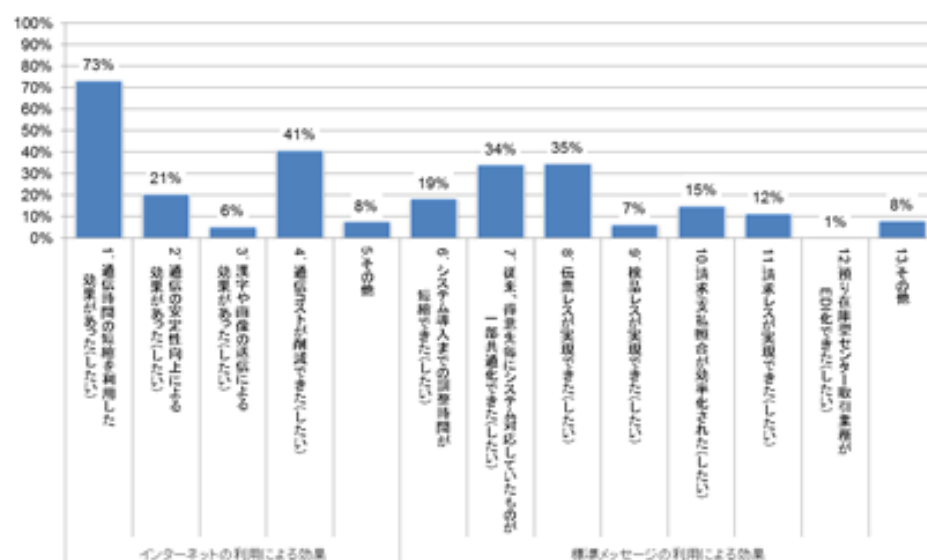


流通BMSの導入効果(卸・メーカー)



卸・メーカー
流通BMSの導入効果(期待効果含む)

N=177



© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

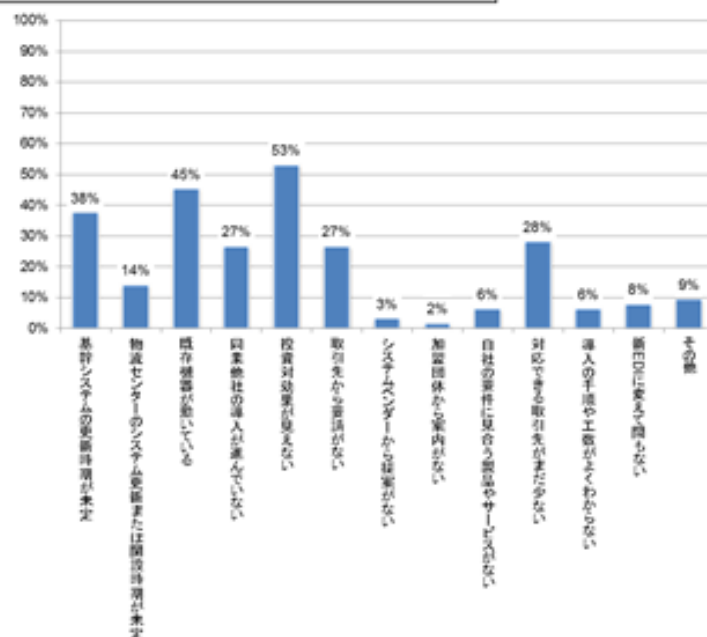
4

流通BMS未導入の理由(小売のみ)



小売
「導入したいが時期は未定」または「導入するつもりはない」とする理由

N=64



取引先の対応を理由とする割合が減少している

	2011年 (N=79)	2013年 (N=64)
投資対効果が見えない	59%	53%
既存機器が動いている	—	45%
取引先から要請がない	48%	27%
基幹システムの更新時期が未定	42%	38%
対応できる取引先がまだ少ない	42%	28%
同業他社の導入が進んでいない	—	27%

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

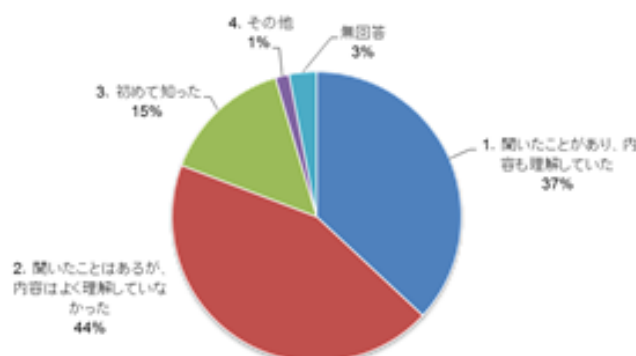
5

Web-EDI基本方針の認知度(小売のみ)



小売
流通BMSにおけるWeb-EDI基本方針の認知度

N=130



認知度は着実に高まっている

	2011年 (N=134)	2013年 (N=130)
理解していた	28%	37%
聞いたことはある	35%	44%
初めて知った	34%	15%

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

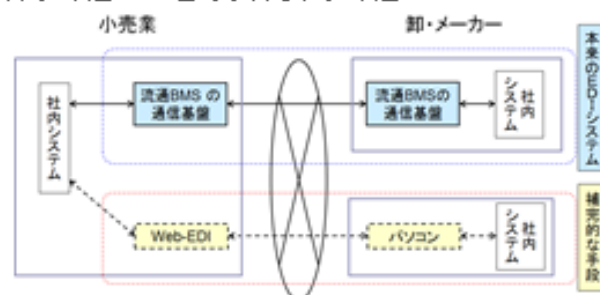
6

(参考)流通BMSにおけるWeb-EDIの基本方針



1. 位置付け

- Web-EDIは流通BMSのS-S型およびC-S型の補完手段である
用語注) S-S型: サーバ-サーバ型 C-S型: クライアント-サーバ型



2. 適応要件

- Web-EDIを提供する場合は流通BMSのC-S型手順を同時に提供する

3. 機能要件

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

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

7

卸・メーカーの導入数推計



【調査方法】

IT企業の協力を得て、卸・メーカー向けの
①通信ソフト出荷本数
②外部サービスの接続先数
を調査し、その結果から重複分を除いて
推計。

【2013年12月の結果】

- ①自社導入型
5,433社(10.6%増)
- ②外部サービス利用型
1,146社(36.4%増)

導入企業名公開数



社名公開企業数

2014年1月6日現在

小企業

業種	導入済	導入予定	小計
1. スーパー	102	13	115
2. 百貨店	8	2	10
3. ドラッグストア	8	3	11
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	0	1	1
合計	128	18	147

卸売業・メーカー

業種	導入済	導入予定	小計
1. 食品・飲料等	58		58
2. 菓子等	18	4	22
3. 日用品・化粧品 卸・メーカー	23	1	24
4. 医薬品 卸・メーカー	5	2	7
5. パネル・電・スポーツ用品 卸・メーカー	23	11	34
6. 食品メーカー	25	2	27
7. 衣類用品 卸・メーカー	9	1	10
8. 包装資材・印刷材 卸・メーカー	11	9	20
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	1	0	1
合計	178	30	208

大手小売業の導入・拡大計画



会社名	流通BMSの導入・拡大計画
イオンリテール	現状 1,110社 (2012.10末)、目標 1,970社 (2012.12末)
イトーヨーカ堂	現状 150社 (2012.11)、目標 350社 (2014.2)、500社 (2015.2)
ユニー	現状 150社 (2012.11)、目標 600社 (2014.2)、800社 (2015.2)
西友	現状 185社 (2012.10)、目標 450社 (2013.12)
ダイエー	現状 24社 (2012.12)、要冷で50%、非冷で75% (2013.12)
イズミ	現状 107社 (2012.10)、目標 155社 (2013.2)、400社 (2014.2)
平和堂	現状 15社 (2012.11)、目標 150社 (2013.12)、250社 (2014.12)
イズミヤ	現状 2社 (2012.10)、目標 50社 (2013.9)、500社 (2014.9)
ベイシア	現状 171社 (2012.11)、目標 200社 (2013.2)、500社 (2014.2)
フジ	現状 4社 (2012.11)、目標 40社 (2013.3)、200社 (2014.3)
イオン九州	現状 500社 (2012.10末)、目標 1,100社 (2012.12末)
サミット	現状 100社 (2012.10)、目標 220社 (2013.3)
ヤオコー	現状 19社 (2012.9末)、目標約 65社 (2013.3末)、約 160社 (2013.11末)

出所：製・配・販連携協議会ホームページ（「流通BMS導入宣言書」に署名した小売業の流通BMS導入・拡大計画）

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

10

流通BMS協議会の普及推進活動



- 流通BMS普及推進説明会
 - 仙台・福岡・広島・札幌・金沢 ⇒ 全て開催済み
 - 標準順守をテーマに、2014年1月～2月 東京・名古屋・大阪で開催
- リテールテック JAPAN 2014
 - 2014年3月4日（火）～7日（金）@東京ビッグサイト
 - 流通BMSソリューションゾーンの設置を予定
- 流通BMS入門講座（無料、東京・大阪・名古屋）
- 流通BMS ロゴマーク使用許諾制度
- 各種会合への講師協力
 - 小売業の取引先説明会
 - 正会員団体主催の会合
 - 支援会員企業主催の会合 など
- 各種資料の頒布
 - 概説 流通BMS－小売経営の見える化をめざして（有料）
 - 流通BMS導入の手引き－その特徴と効果、導入手順の概説（無料）
 - 流通BMSパンフレット（無料）
 - 動画：流通BMS－その現状と未来－（15分）

© 2013 Supply Chain Standards Management & Promotion Council, All rights reserved

11

4.3 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（ウェ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、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。
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 25 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25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26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