

流通 BMS Ver. 1.3 の導入と利用の解説

講師：財団法人 流通システム開発センター
研究開発部 上級研究員 梅本 康生 氏



— 流通 BMS とは —

流通 BMS とは、経済産業省主導のもと、流通業界が一丸となって取り組んだ「流通システム標準化事業」において3年（平成18～20年度）かけて策定され、広く普及導入を推進している業界横断の EDI 標準のことです。

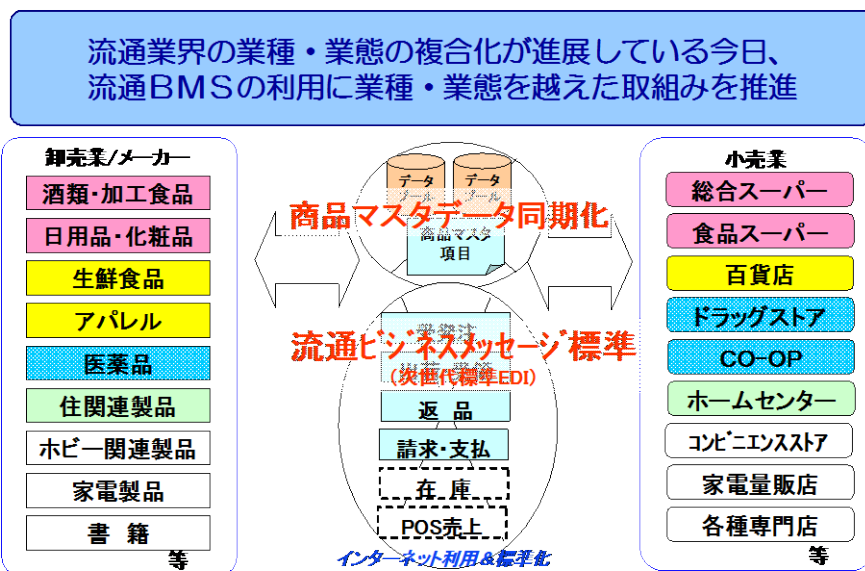
これまで作っただけで使われてこなかった標準というものは実は色々ございます。そういったところを反省材料にいたしまして、どうやったら多くの業界、あるいは多くの皆様に使っていただけるのかというところで、ユーザー主体の設計をしていただいております。

また、今後の新たな政策展開におけるインフラ活用として、この4月に施行されました通称、米トレーサビリティ法にどう対応していくかということも研究、検証をしています。そういうところを着実に時代に対応していくということと、この標準の維持管理と継続的なメンテナンス体制として、「流通システム標準普及推進協議会」も発足しています。

（流通 BMS の利用に業種・業態を越えた取組）

流通 BMS に参画いただきました業界団体ですが、当初は小売業さん主体で開始されましたが、やはりご賛同いただく業界さんはかなり多うございまして、小売業の方は総合スーパーさん、食品スーパーさんを含めまして、百貨店さん、チェーンドラッグストアさん、そしてホームセンターさんを含めて、それらの小売の業界さんに参加いただいております。卸、メーカーさん側に関しましても、従来からグロッサリー系で JCA で対応していただきました酒販、あるいは加工食品、日用雑貨に加えまして、生鮮食品さんもこの標準化の中にご参加いただいておりますし、あとアパレルさん、医薬品さん、住関連ですね。住関連は DIY、ホームセンターなどですけれども、こういった多くの業界団体さんのご協力、お知恵を搾っていただきましてできたのが流通 BMS ということでございます。

JCAの時は、どちらかといいますと小売さん主導で作られたのですが、今回、小売さんだけでなしに、製・配・販間、サプライチェーン全体というコンセプトをもって、卸、メーカーさんにつきましてもできるだけご参加いただいております。



(注1) 流通ビジネスメッセージ標準 (略称、流通BMS: Business Message Standards)

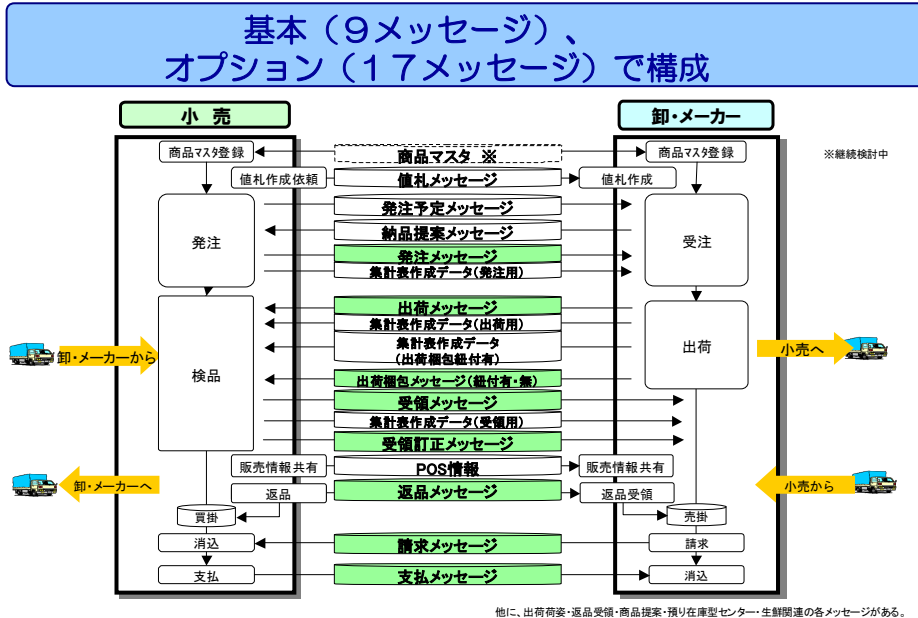
(注2) 商品マスターデータ同期化

製配販における商品マスターデータ伝達の効率化、正確化のために、データプールを介して取引企業間の商品マスターデータの同期化(一致)を実現するネットワークシステム

一 流通 BMS Ver1.3 の全体像一

流通 BMS Ver.1.3 の全体像ということで、図で示しています。この中にはいろいろなメッセージがあります。発注メッセージ、出荷メッセージ、請求、支払メッセージ等が書かれておりますが、このメッセージというものが具体的な流通 BMS になります。これは単純にコンピュータで情報をやりとりするというだけの話でありまして、電話、ファックスでも実はこれと同じようにされているかと思えます。それを単純にコンピュータのデータの流いで置き換えたのが、メッセージの単位です。それから、その単位の中の1つ1つの項目ですね。例えば商品コードですとか、青果ですと等級、サイズですとか、あるいは発注数量、納品先、こういったものを皆さんが同じものを使えるようにされたのが今回の流通 BMS ということになります。基本9メッセージ、オプション17メッセージで構成されています。

流通BMSの全体像(基本形)



一流通 BMS の特徴

大きく5つの特徴がございます。1つにはやはり皆さん共通で使うには、個別仕様の発生をまず抑えるということで、すべての企業間取引で共通の EDI メッセージを使いましょうということに、ご尽力されています。

2つ目には、作ったものが今後使っていただけないものであってはいけないということで、少なくとも今動いております業務につきましては、流通 BMS で担保しましょう、保証しましょうというところはもちろんコンセプトであります。誤解がないように、これはシステムということではなく、業務の中でのことを担保するというでございまして、今のシステムがそのまま使えるということでは必ずしもありません。多少、自社の業務とはやり方が違うけれど使えますというところは、やはり標準化、あるいは流通 BMS の特徴という形になっております。

3つ目に、将来の技術、当然今後、これから10年、20年使っていただくものになるということで、企業として、企業の識別のコードですとか、商品識別コード、あるいは商品マスターコード、こういったものも徐々に変わっていくものについても、将来的には入れていくことを考えております。

4つ目に、インターネットを使用した通信ですね。当然、通信速度が速くなりまして、

卸さんなんかで見ますと、例えば集荷の準備に着手できるのが早くなったと。当然、時間の余裕ができますと、集荷ミスですとか、漏れといったものがなくなって、きちっと欠品することなく納入できるというようなメリットが出てまいります。反面、セキュリティというところも考慮しなければいけないというような、コンピュータ的な要件が発生してまいります。ただ、そういったものに比べましてもやはり通信速度の高速化は非常に便利というような報告されております。

それから最後であります。伝票レスになってきます。伝票レスにつきましてはもっと詳しい内容が出てまいりますので、そちらの方で説明させていただきます。

—流通 BMS の標準化の対象—

では、どこまでを標準化したのかというところが次の図になります。大体大きく6つの項目を標準化しています。6つの項目を大きく分けると、まずはいわゆる通信のインフラですね。インターネットの上で、どういった手順で、コンピュータ上の情報のやりとりのスキームのことなんですが、いわゆるインフラストラクチャーの部分。それからメッセージの部分であります。受発注のデータをどういうコンピュータのファイル形式で導入するか、今回、形式を国際標準にならったもので作業しております。次はそのファイル形式の上で、ではどういったコードを使うかということです。生鮮のコードはいろいろございますが、GTIN、GLN といったものを使いますかという部分。それから、商品ですとか、値段、納品先、日付、こういったデータの項目、こういったところも規定をしています。

それから、一番大きいのは、先ほど既存の業務を担保するというお話をさせていただきましたけれども、やはり業務があってコンピュータのシステムがありますので、この業務がバラバラですと、当然それに基づきましてコンピュータのシステムもバラバラになってまいります。そこで、ある一定の業務プロセスについても標準化しております。

—流通 BMS の業務モデル—

(受発注業務モデル)

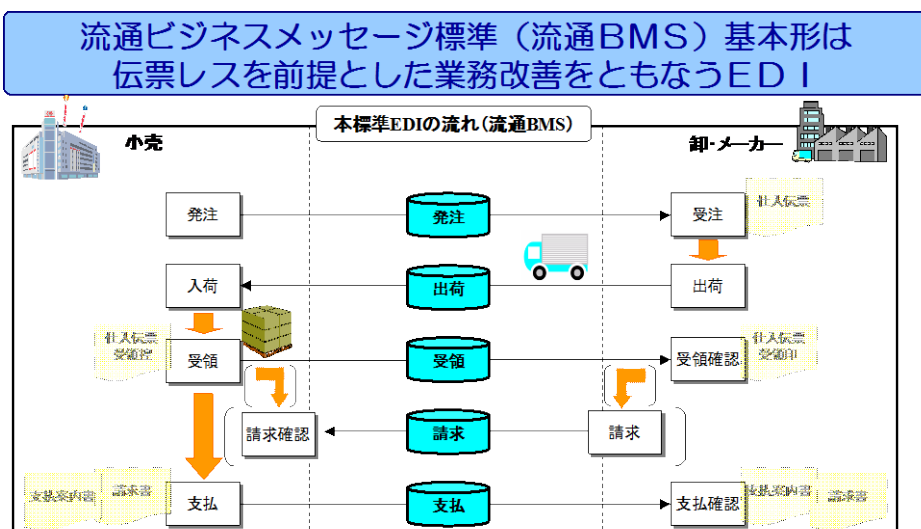
業務的な特徴を、2つばかり大きなところをご紹介します。受発注全体の構成と、伝票レスになりますが、まず受発注業務のモデルです。今までと違いますのは、メッセージのやりとりで発注から出荷、入荷、検品、受領、請求・支払というところまで、メッセージの引き継ぎといたしますか、前に決めたことを後ろにどんどん引き継いで行き

ます。その引き継ぎのやり方についても流通 BMS の中で、こういう形で引き継いで行きましようということで規定をしています。

今までどちらかといいますと、JCA の時代では受注のところはある程度 JCA という形で標準化されていましたが、それから支払いに至るところで、やっぱり各社個別の仕様だったので、なかなか支払いまでの業務全体としてまとまりがなかったというような状況だったと思います。今回の流通 BMS では、この発注から支払まですべて一連の取引を単位として考えています。あえてメリットということで申し上げさせていただきますが、支払照合、あるいは買掛、売掛の照合といったものを入れていただけてかなり楽になったというような導入企業の報告が出ております。

(ペーパーレス)

基本的には流通 BMS は伝票レスを基本としておりまして、今までですと、例えば仕入れ伝票ですとか、あるいは請求、支払請求案内書ですとか、こういった紙ベースでやる必要がかなり発生しております。伝票のコストもさることながら、例えば伝票を自社のシステムに入れますパンチの費用ですとか、あるいは7年間保管しておく費用等もやはりばかにならないという世界でございました。ただ、今回の流通 BMS に関しましては、そういったところをすべて支払・請求のところまで伝票レス、コンピュータ上のデータに入れていただくだけで管理をできるような仕組みとなっております。



「EDIメッセージ」を商品売買の証憑とみなすことにより、取引当事者間でやりとりされているペーパーの仕入伝票をなくし、運用費用（伝票代、発行時間、保存コスト、パンチコスト等）を削減する。 ※請求書レスが消費税法上問題ないことも国税庁に確認済み

こちらの方もかなり費用面では削減できるというふうに考えておりますし、実際、導入した企業さんからそういうご評価をいただいております。

当然、消費税法への対応等も国税庁の方で確認の上でやっておりますので、伝票レスが流通 BMS で実現できるということをご理解いただければと思います。

－生鮮品への対応－

生鮮分野での標準化について、5つの項目でまとめております。グロッサリー、加工食品等々と違いますのは、やはり生鮮の取引というのがございますので、生鮮の不定貫商品も対応できるような項目を入れております。商品区分の中に不定貫区分というものを設けて、受発注のやりとりの中で、これは生鮮ですよ、あるいは不定貫で出てきますよというふうな部分ができるような仕組みとなっております。

2点目、商売の方法ということで、当然、産地ですとか、サイズの変更というものが日々発生する形になっております。今まではサイズの変更のやり方、あるいは種類の変更のやり方というのは、これもやはり各企業さん、小売さん等々で個別に行っていました、今回、このメッセージを標準化、共通化しまして、こういった商品の変更の場合はこういう対応をしましょうということで取り決めをしております。商品の変更につきましてもこの流通 BMS の中で、発注、受注から支払請求まですべて一連で流れるという作業にしております。

3点目、グロッサリーに比べまして、生鮮品の方は特徴的な部分がございます、事前商談等々である程度商品の金額は決まるということのはあったのですが、夜間の物流の中で最終的な出荷時の金額の合意ができないということだとか、あるいは価格面と数量が、そこで初めて確定するといった、いろんなパターンがあります。これもすべて検討の中で持ち寄りまして精査し、それぞれに対応できるように、例えば出荷型の業務、価格が確定できない場合の仮伝運用、あるいは納品時に価格・数量が確定する場合の発注書型の業務、ということで、先ほどのメッセージの一連の流れの中で対応できるようなバリエーションを持たせているのが生鮮の特徴です。

4点目、これはオプションのメッセージになりますが、市場で今日、こういった商品が出てきますよというものですとか、商品の情報を流すとかそういった共通のメッセージということで商品提案、あるいは、集計表は小売さんの物流センターに委託して個店に配送される場合、その検品に活用される、あるいはピッキングリストのようなものが集計表です、

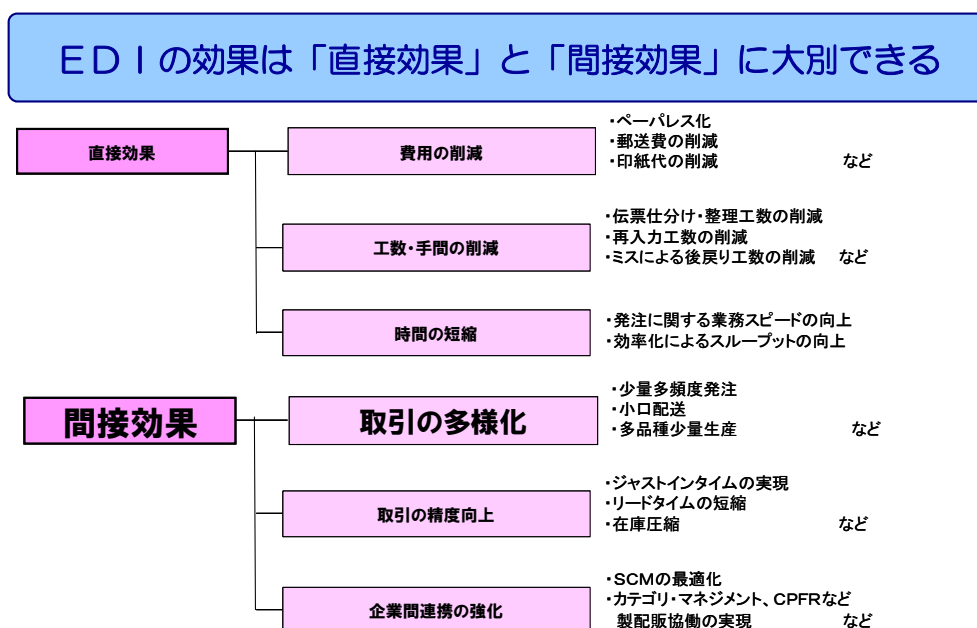
こういったものを付け足してあります。

5点目に、標準商品マスターということで、4922（生鮮標準コード）から始まる標準商品コードを整備しております。大体この5つの特徴があるということで、これらを使っていただければと思います。

流通 BMS Ver.1.3 になる以前は、基本形の外に生鮮版 Ver.1.0、生鮮版 Ver.1.2 とそれぞれありましたが、今回、基本形 Ver.1.3 で統合されましたので、グロッサリー商品、加工食品と生鮮商品を同じ形態で利用できるというのが今回の Ver.1.3 の大きな特徴となっています。

—一般的な EDI 化の効果—

流通 BMS といいましても、EDI、EOS の一種でございますので、実際の効果というのは EOS 等と変わらない。ただ、若干流通 BMS が進んでいるのは、先ほど言いました伝票レスが標準でできている、標準なので、例えば一社対応すれば次の対応が同じ手順であるといったところであります。大きくはその直接効果として、ペーパーレスを実現でき、紙をひっくり返さなくても伝票検索できるとか、あるいはインターネットの高速化で時間短縮、こういったことで直接効果が出てくることです。



参考文献：経済産業所委託事業：企業間電子商取引事例等に関する調査研究報告書（2005年3月 三菱総合研究所）

あと、業務の時間が早くできますので、配送が簡単になったり、あるいは集荷が、品ぞろえが早く着手できることによって、小売さんに対する納品サービスの向上であったり、あるいは、例えばカテゴリーマネジメント、製・配・販協働の実現というような、いわゆる間接的な効果の2つがあるかと思えます。

流通 BMS につきましては、標準化されておまして、発注から支払のすべての範囲を対象としておりますので、この辺の効果も、お取引さんとの相対のやりとりによって範囲というのは決まってくると思えますが、すべて実現可能というふうに思っております。

ー流通システム標準普及推進協議会ー

標準というのはやっぱり社会、あるいは時代に合わせて変えていかなければならない。変わらないと、だんだん使っていただける方が少なくなって、やがては廃れるというところがございます。また、多くの業界で、今お使いの以外の、例えば家電ですとか、書籍ですとか、こういったものにも広げていきたいと思っておりますが、こういった業界でやる時には、当然こちらの方で詳細に商品による特徴と取引形態もいろいろ出てくると思えます。そういったことにも対応しなければいけないということで標準化というのは必要になってきます。

流通システム標準普及推進協議会は、大きく2つの活動をしています。1つは標準の維持管理の活動。もう1つは広報・普及です。より多くの皆さんに流通 BMS の存在、あるいは導入メリットというものをご理解いただいて導入していただきたいと思っております。

協議会は10月20日現在、業界団体の正会員46団体と、情報関連企業等の支援会員110社となっております。

組織の運営につきましては、運営委員会として正会員（業界団体）46団体の組織体で行っています。そのもとに部会として、先ほど流通 BMS の小売さんと卸さんの間のメッセージをいろいろご紹介させていただきましたが、これに関する維持管理・メンテナンス等を行っている「メッセージメンテナンス部会」、また、グロッサリーを中心に商品マスターの標準化あるいは共通化をしていくという「商品マスターデータ部会」、そしてネットワーク技術や情報処理技術に関するガイドラインの維持管理業務を行う「技術仕様部会」があります。他に物流システム部会、普及推進部会があります。

46の正会員の業界団体には、その傘下にご加入いただいている企業が約1万8000社ご

ございました。業界団体で、消費財に関する団体さんはほぼご加入入いただいております、間接的にはございますけれども、1万8000社がご加入いただいている協議会は日本に類を見ない組織ではないかと思っております。

(広報・普及活動)

普及活動は、会員の要請に応じて行う方法と協議会が主体となって行う普及セミナー、流通BMS講座やホームページの運営も含めて行っております。

一昨日、「流通BMSフォーラム」ということで、バージョン1.3の紹介を大々的にさせていただくイベントがありました。流通BMS導入企業の紹介では株式会社成城石井の大久保社長からは、経営者から見た流通BMSの意義、効果、期待などについてお話いただき、生鮮関係では、小売の株式会社ベイシアさん、卸の株式会社仙台水産さんから導入事例のご紹介がありました。かなり雨が降って天候も芳しくなかったのですが、ほぼ満席のご来場をいただいたということで、かなり期待が高いのかなと思っております。

こういった形で、小売さんの方からも実際、流通BMS Ver.1.3に対する期待というのは非常に大きく、今後もこの流通BMSというものをいろんな形で広報させていただきたいと思っております。

最後にまとめでございます。流通BMSって何なのということで、受発注に関する支払までの一連の業務を標準化いたしました。単純に今までのJCA時代のグロッサリーだけでなく、アパレル、生鮮、医薬品等の異なる業種・業態で利用できる流通業界唯一のEDI標準です。バージョン1.3では生鮮対応も基本形に包含し、スーパーさん、仲卸さん、卸さんが使いやすい形態になっています。導入効果は伝票レス等々、実際の導入企業さんから評価のお声をいただいております。共同実証という形の中でもある程度予想はしていたのですが、それを上回るような導入効果の声をいただいております。

やはりこのバージョン1.3を機会に、スーパー業界さんを中心に流通BMSというのは取り組まれる企業が多くなると思います。協議会もその普及・推進を支援する形で力を入れさせていただきたいと思います。