



## Index

### トピック ... P2

5月の通常総会時に開催した座談会「流通 BMS をさらに普及させるためには何が必要か」の様相を紹介しています。

### 協議会の活動紹介 ... P8

- ネットスーパーに関わる商品画像の運用ガイド公開
- 「流通 BMS 普及推進説明会 in 福岡」開催案内

### シリーズ 業界のキーマンに聞く ... P11

オール日本スーパーマーケット協会の中村伸一郎氏にお聞きしました。

### キーワード解説 ... P13

今回は「商品マスタメッセージの運用ガイドライン」について紹介しています。

### 流通 BMS 協議会会員 ... P14

### 社名公開企業 ... P17

### ロゴマーク使用許諾製品 ... P17

### 流通 BMS 入門講座 ... P18

### 入門講座（バーコード、電子タグ） ... P19

### 編集後記 ... P20

## 座談会

# 流通 BMS をさらに普及させるためには何が必要か

流通 BMS 協議会では、5月9日の通常総会後に、小売、卸の業界キーマン5名による座談会「流通 BMS をさらに普及させるためには何が必要か」を開催した。以下、その概要を紹介する。

**司会** 出席者の皆様から順番に、会社における流通 BMS 取組み状況とリーダーを務めておられる業界団体の活動状況についてご紹介いただきたい。

**角田** 流通 BMS については、2006 年に小売4社、卸7社で共同実証した時から参加しており、4年前から店舗、物流センターを含めてすべての業務が流通 BMS で動いている。取引先卸と EDI センターの間は現在 150 社ほどが流通 BMS で接続されており、生鮮を除くと来年の2月を目標に全社に切り替えをお願いするということを決めている。

次に、日本チェーンストア協会では、ネットスーパー用の商品画像の標準化を行った。これによって、より精度の高い商品画像をお客様にご提供する、あるいはそれに係る小売、卸、メーカーの作業を低減できる。標準化した内容は流通 BMS



協議会で運用ガイドラインの変更として承認され、公開されている。

**神藤** 流通 BMS は昨年からグロサリー対象に本格導入を始めて、約1年間で60数社の対象のうち50社ほどが導入しており、あと十数社に切り替えてもらえれば100%になるというところまでできた。

一方、残りの生鮮部門と呼んでいる生鮮、日配、惣菜関係が160社ほどあるが、今年の6月から切り替えということで準備に入った。生鮮部門に

### 座談会出席者

氏名	所属・役職(団体)	所属・役職(企業)
角田 吉隆氏	日本チェーンストア協会 ICT委員会 流通BMSプロジェクト座長	ユニー(株) 執行役員 IT物流本部本部長 兼 情報システム部 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	(株)ヤオコー 営業企画部 システム管理担当部長
津田 芳雄氏	日本百貨店協会 流通BMS検討分科会 座長	(株)高島屋 IT推進室 室長
染谷 信雄氏	日本チェーンドラッグストア協会 業界標準化推進委員会 副委員長	(株)ニュードラッグ 代表取締役社長
高波 圭介氏	情報志向型卸売業研究会(卸研) 研究委員会 座長	国分(株) 情報システム部長
司会：坂本 尚登(流通システム標準普及推進協議会 事務局長)		



についてはできれば11月くらいまでに切り替えをすべて終えたいと思っている。つまり、今年中には全社切り替えをお願いしたいということで進めている。

一方、日本スーパーマーケット協会では1年前から、他の食品スーパー系の団体と一緒に「スマクラ」と呼んでいる共同利用型のサービスを推奨する活動を行っている。スマクラは現在、18社が導入しており、日本スーパーマーケット協会に限ると8社が導入している。

**津田** 流通BMSについては百貨店業界で比較的早く、2009年に導入を開始し、現在では300社を超えるお取引先様と流通BMSでつながっている。

業界の活動では、2006年に日本百貨店協会が中心となって経産省の流通システム標準化事業に参加し、2009年に流通BMS百貨店版1.0をリリースした。経産省事業が終了した後も百貨店協会のシステム化推進委員会の下部組織として、百貨店業界流通BMS検討分科会を立ち上げて、流通BMSの普及拡大に向けた活動を現在まで継続している。

分科会では丸井さん、小田急百貨店さん、高島屋がフロントランナーとなって、流通BMSの共同実証をしながら標準メッセージをバージョンアップし、2010年12月に百貨店バージョン2.1をリリースして現在に至っている。現在は標準化の作業がひととおり終了して、各社の情報共有と標準仕様の維持管理を中心に活動している。

**染谷** 当社は、流通BMSはまだ導入しておらず、JCA手順でEOS発注を行っている企業である。ただ、次回システムに切り替える時は流通BMSに積極的に取り組みたいと考えている。

業界の活動としては、日本チェーンドラッグストア協会の中に業界標準化推進委員会があり、会員に対して流通BMSの導入事例を紹介したり、流通BMS導入に関するアンケート調査を実施して標準化の推進に努めている。

今年の3月に開催された日本ドラッグストアショーでセミナーを開催したが、今年は啓発よりも実際の導入に役立つ内容を、ということで、中堅の企業がASPで導入した事例や、業界を代表するドラッグストアが最近導入した事例を紹介した。合わせて、システム関連の会社から実際に導入するには費用がどれくらいかかっているのかを紹介してもらった。

**高波** 国分の流通BMSへの取組みだが、当初からEDIの標準策定と共同実証に参画し、2008年から流通BMSによるデータ交換に取り組み始めた。本年中に60社、来年中には80社ということで拡大していく計画を立てていたが、スピードが速まっており、6月末に60社と本年の目標を半年早く達成する勢いである。

また、流通BMSのデータ量について見ると、1年前の流通BMSによる月間のデータ交換量は520万データであったが、今年の4月で920万データということで、倍近いところまで増えている。これは当社の月間データ交換量の約1割を占めるまでになっている。

次に、卸研の研究委員会には、異業種の卸21社が参加しており、業種横断の研究テーマのひとつとして昨年「流通BMSの標準運用への提案と啓蒙」というテーマで取り組んでいる。昨年は、まだ標準ルールが決められていない「納品明細書の標準化」と「オフラインの受注に対して出荷データを返す際の項目の選定」の2つを取り上げた。これらを標準化することによって、卸側からもっと積極的に流通BMSの拡大普及ができるのではないか、という観点で検討している。

**角田氏** 物流改革で数億円のコスト削減

**司会** 次に、流通BMS導入の効果について、導入済4社の方から順番にご紹介いただきたい。

**角田** 流通BMSを検討する段階で、物流センターのあり方を見直す時期に当たっていた。当社はGMS（総合スーパー）とスーパーマーケットを



230店舗ほど展開しているが、1つの物流センターで2つの業態を運営するスタイルになっている。その難しさは、例えば、スーパーマーケットでは10億くらいの売上の店からGMSになると食品のゾーンだけでも70億から80億になる店まであるわけで、商品を持って行く単位が全く異なってしまう。

流通BMSは小売主導でデータを作るだけで、物流センターはそのデータに基づいて全ての梱包作業ができるという特徴を当初から持っており、これに沿って物流センターの業務プロセスを全部変えることで、GMSもスーパーマーケットも同じような形で運営することができた。流通BMSがなければ多分この業務はうまくいかなかったのではないかと思う。



角田 吉隆氏

次に、菓子の物流センターで大きな変革をやった。菓子は卸さんに専用の物流センターをお願いしているが、一般の加工食品と比べると商品の入れ替わりが激しいので、商品の消化がうまく行かず在庫

過多になりやすい特性を持っていた。卸さんからも汎用センターを使っていたという強いご要請があった。ただ、我々小売側からすると、店から今日発注して今日の夕方には店に商品を入れるという当日納品モデルも動いていたので、どうしても専用センターが必要であった。

これが、流通BMSを使うことによって発注をお渡ししてから出荷データが返ってくるまでに最大で3時間から4時間の時間短縮が図れたほか、商品についてもすべて総量で納品してもらって、ラベル付けについても全てセンターでやってしまう、あるいは便単位でデータを渡すといったことを全てやって、結果として卸さんの汎用センター利用が実現した。この結果、物流費で数億円の節約が図れた。

このような実績を見ても、流通BMSをやる際にはサプライチェーンで業務モデルを見直せば、十分効果を発揮できるという認識をしている。

神藤 ヤオコーの場合、ユニーさんのような物流センターの開設も特になかったが、導入するだけで



神藤 信弘氏

メリットが出たのは、通信時間が短くなったので、通信費用も含めて卸さんにご負担いただいている部分についてかなり圧縮されたと思う。通信時間についてはTC物流ということで、発注をお渡ししてから物流センターに来るまでのリードタイムが数時間というタイトな時間の中で1時間短縮できたことは、卸さんのピッキングの時間の猶予であったり、場合によってはセンター着時間を早くしていただくことによって店舗への納品時間が早められるというようなメリットが出ていると思う。

サプライチェーン上の卸さん、メーカーさん含めて標準化が進むことによって、トータルのコスト削減、効率化に進めると思っているのも、その要因も非常に大きいと思う。今日はIT企業の方も多数いらっしゃると思うが、標準化によって共同利用型のソフトウェアをどんどん作っていただいて、あるいは共同化のサービスをどんどん出していただいて、是非小売側や卸さん含めて、選択肢が増えてコストの安いサービスが利用できるようにしていただきたいという思いを持っている。

### 津田氏 伝票270万枚を全廃

津田 大きく2点あると考えている。1点目は電子化の推進による仕入れ事務の正確化、効率化とスピードアップである。流通BMSの推進はEDI化の大きな推進であり、紙によるやりとりから電子化への変換の大幅な推進ということで、紙に書く際の誤記入によるミスがなくなったり、伝票の



津田 芳雄氏

郵送やFAXのための時間が不要になるなど、事務の正確化、効率化、大幅なスピードアップにつながっている。

2点目はデータ把握の精緻化とスピードアップである。当社では一昨年の9月にお取引先様との受発注のやりとりを従来は

納品伝票でやっていたが、これを電子データに全面的に変更した。納品伝票は年間270万枚発生していたが、これを全廃している。これによって、従来は伝票入力を外注していたので、仕入れのデータを取り込むのに2日間かかっていたが、それがほぼリアルで取り込めるようになったので、在庫をリアルに把握できるようになった。また、粗利についても正確な値を日次で把握できるようになった。

お取引先様も売上げの情報や出庫の情報が正確に、ほぼリアルタイムで把握できるようになっているので、双方にとってやりとりを電子化したメリットは大きいと考えている。

### 高波氏 卸から見たらまだ過渡期

**高波** 私からは3点お話ししたい。まず、流通BMSによるメッセージフォーマットの統一が上げられる。これによって、我々の開発工数の大幅な削減、

開発の内製化からアウトソーシング化が実現でき、コスト削減につながっている。

2つめは、納品伝票がなくなってペーパーレスになったというのが非常に大きかった。これはすぐにコストに跳ね返ってくる。複写式の従来型の伝票を使



高波 圭介氏

っていくことによる紙代と印刷するプリンターのコスト、こういった費用が流通BMSの普及によってどんどんなくなっていく、ということは大きなメリットになっていくと思う。

3つめは、小売業の発注から納品までの時間軸が流通BMSによる時間の短縮で随分変わってきた。先ほど神藤さんからお話いただいたように、我々卸の物流作業は非常にタイトな時間の中でやっていたので、流通BMSへの移行の中でお互いが無理なくできるやり方を模索できたことは大きかったと思っている。

こういった3つのメリットがあるが、我々卸から見たら現在は過渡期である。冒頭申し上げたとおりまだ9割は旧来型のEDIで動いている。そういう中で旧来型の維持管理コストと流通BMSに移行するためのコストの双方が卸の中ではかかっている。そういう意味では今日のテーマである流通BMSの普及を推進していく、ということが、流通BMSの効果を卸が全面的に享受するための大きな要素であり、もっともっと早く普及させていかなくてはいけない、と思う。

**司会** 次に普及状況に対する認識と普及させるための対策をお聞きしたい。先行したスーパー業界は2012年度末までの移行を目標に掲げていたが。

**角田** 2012年度中には何とか終えたいということであったが、一番普及したかった2011年には非常に不幸な出来事が起こってそれどころではなかった。実質1年くらいは活動が止まっていたのが実情。

また、いろいろな調査結果を拝見しても小売の中では「投資対効果が見えない」というところがまだまだ多い。これについて私はよく言うのだが、流通BMSのメッセージを一度物流センターのセンター長や物流部長に見せてほしい。システム変更の原資は、EDIの単なる置き換えではなかなか出てこない。物流センターを移すとか、この標準メッセージを使えば一般の3PLにすぐお願いで

きるとか、サプライチェーンの中でどう使うかという議論を一度していただきたい。業務プロセスの変革を起こせるだけの非常に良い内容を持っているので、少なくとも物流の責任者にメッセージ項目を見てもらって、この項目が来たら物流現場はどう変わるんだという目で見てもらうと、意外に効果は見えて来るのではないかと思います。

2つめにまだまだ伝票レス、ペーパーレスは進んでいないので、そここのところのコスト感をきちんと数値化するということが重要ではないか。当社も先ほど言ったように今期中には残り10%ほどになるところまで行く。そうなれば、伝票レスによって決済のアンマッチもなくなるので、卸さんにもそういったもろもろのことを業務的によく見ていただくということが必要ではないかと思う。

当社も今期の目標に向けて、卸さんやメーカーさんと一緒になってお互いがサプライチェーン全体の変革をするわけだから、進捗状況に対する責任は各商品部の本部長とするなど、会社として営業の一番の肝という位置付けの中で取り組んでいく。

### 神藤氏 個別 Web の解消にも

**神藤** 普及については協会の話でいくと、導入済が30数社ということだったが、今年は2倍にして60社から70社に持っていけばほぼ浸透することになるのかなと思う。そのための活動ということで、今年になってからは流通4団体合同の普及推進説明会でも、導入そのもののプロセスとか、こんなことをやればできます、といった具体的な話をするようにしている。

流通 BMS を進めることによって、標準化された方式によるデータ交換の方が効率が良いということになれば、いずれは商談レベルで卸さんが提示される商品原価そのものにもはね返ると思っている。小売側から見て、個別の Web-EDI のように、取引条件がプラス側に働かないという選択肢を取り続けることはどうかと思うので、標準化をど

ンドン進めることによってそういう状態を解消していければよいと思う。

**高波** 今年度の卸研のテーマで考えていることがある。それは卸の中での普及啓発活動にスポットを当てて行こうと。卸の営業マンがお取引先様との会話の中で利用できるような流通 BMS のガイドブック作りを卸研の研究委員会の中でテーマとして取り上げていきたい。

このように卸から見た課題をひとつひとつつぶして標準化の普及にまい進していきたいと思っている。

### 染谷氏 今年導入にはずみ

**染谷** 日本チェーンドラッグストア協会の現状だが、アンケートを取ってみると実際には21社が導入済または予定となっている。協議会の企業名公開ではドラッグストアは8社だが、それよりも実際には導入が進んでいる傾向にある。特に今年の1月に業界の代表格であるマツモトキヨシさんが導入されたことによって、業界にはずみがつくのではないかと思う。



染谷 信雄氏

**津田** 業界として普及の目標は立てていないが、現在の普及スピードは少し遅いかなという印象は持っている。各社にいろいろと話を聞くと、標準化という総論においては各社賛成をいただいているが、各論になるとやはり、相応のコストがかかる、また各社が固有の事情を抱えているということが大きい。

そこで各社には、今すぐには無理でも次の仕入れのシステムの更改とか、EDI を変えていくという場合には流通 BMS をまず第一にご検討いただきたい、ということを繰り返し訴えている。



また、こういう機会を通じて流通 BMS の効果というものをもっと訴えていかなければならない。電子化すれば早くなる、標準化すれば開発コスト

が安くなる、ということは明白に言えるので、そういった点を訴えていきたい。

## 平成 25 年度通常総会を開催

流通 BMS 協議会では5月9日(木)午後、東京・南青山のホテルフロラシオン青山で「平成 25 年度通常総会」を開催し、流通システム開発センターの井上会長の開会挨拶、経済産業省流通政策課 佐合課長の来賓挨拶の後、協議会の浅野会長が議長となって議事説明と審議を行い、平成 24 年度事業報告案、平成 25 年度事業計画案、役員案、平成 25 年度運営委員案が原案通り承認された。

総会後は前掲の座談会を行い、17 時からメッセージメンテナンス部会の部会長で座談会にも出席いただいた角田吉隆氏(ユニー(株)執行役員)の乾杯挨拶で懇親会を開催した。

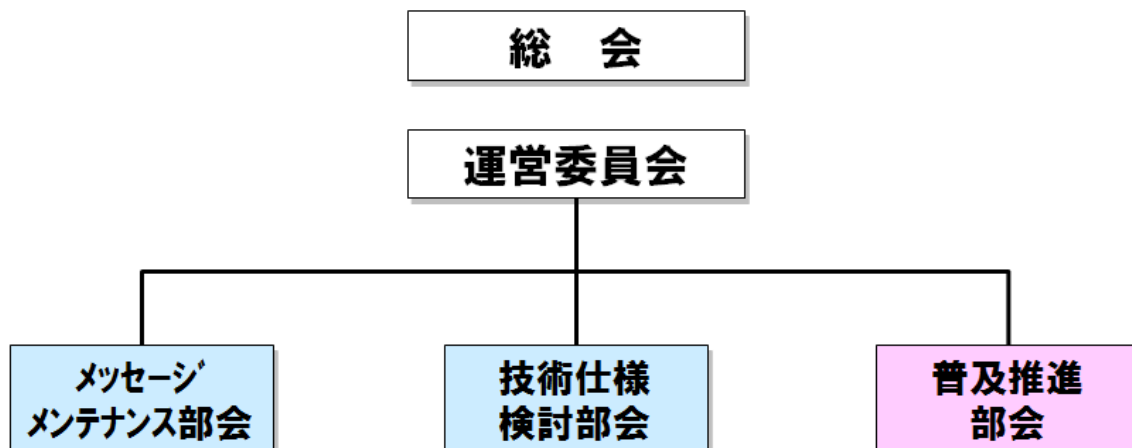
総会、座談会、懇親会を通じた参加者は合計 122 名にのぼった。



## 25 年度は 3 部会に

流通 BMS 協議会も発足 5 年度目を迎え、標準仕様に対する CR (変更要求) も少なくなってきたことから、維持管理関係の部会を「メッセージメンテナンス」と「技術仕様」の 2 つに集約し、「普及推進」と合わせて 3 部会構成とした。

昨年度まで設置した「商品マスタデータ」、「物流システム」、「Web-EDI」の 3 部会の機能は、メッセージメンテナンス部会に統合し、CR の内容によってそれぞれの WG を設置することとしている。





## 商品画像についての標準、運用ガイドラインを公開 ～ネットスーパーに関わる商品画像データ交換の標準運用について～

2013年4月に開催したメッセージメンテナンス部会において、日本チェーンストア協会から提出されたネットスーパーで使用する商品画像データの運用ガイドラインが審議され、当運用ガイドラインを流通業界標準とするチェンジリクエスト(CR)が承認された。これを受けて流通BMS協議会では、当運用ガイドラインを流通業界標準として公開した。

近年、ネットスーパーの存在感が増してきているが、この様な販売形態においては商品画像は非常に重要であり、消費者に商品の魅力を伝え選択してもらうために、必要不可欠なものである。しかしながら商品画像データの規格と収集プロセスは標準化されておらず、非常に煩雑となっているのが実情である。

日本チェーンストア協会では、この問題に対する解決策として、画像の規格、画像データ授受の業務プロセスを標準化することで、画像を見る消費者・画像を掲載する小売業・画像データを提供する卸売業およびメーカーが、それぞれにメリットを享受できるように、当運用ガイドラインについて2011年度の活動から検討を進めてきていた。

今回のCRは、日本チェーンストア協会での検討の結果で完成した運用ガイドラインを流通業界全体で活用するべく、流通BMS協議会で維持管理する標準とするために提出されたものである。

### 《目的》

当運用ガイドラインを前提として画像データの授受を行うことで、以下のような効果を期待している。

- ▶ 消費者から見て  
画像規格の統一で商品比較が容易になる  
商品掲載が容易となり取扱商品が増える  
最新の画像で確認できる
- ▶ 卸売業・メーカーから見て  
小売業別の画像管理・変換が軽減される  
業界DB化による効率化が可能になる
- ▶ 小売業から見て  
画像データ受領後の加工が軽減される  
画像管理しやすくなり掲載ミス削減に

### 《商品画像運用に関する標準化経緯》

商品画像の運用については、平成9年度通商産業省委託事業の「流通業における電子化取引標準化調査研究報告書」において、『商品画像運用ガイドライン(商品画像および画像関連文字項目仕様)』としてまとめられたものがあり、棚割画像や印刷用画像などの仕様が定められている。この仕様は現在も業界データベースなどが準拠した運用を続けており普及しているものである。

一方ネットスーパーでは、当時策定されていない画像規格が必要であるため、『商品画像運用ガイドライン(商品画像および画像関連文字項目仕様)』に対する追補版となる内容が日本チェーンストア協会で検討され、今回公開された運用ガイドラインに記載されている。

### 《当運用ガイドラインの内容》

当運用ガイドラインには以下の内容が記載されている。

1. 画像規格
  - ◆ 撮影の向き  
原則、正面
  - ◆ サイズ  
500×500ピクセル
  - ◆ 解像度  
72dpi
  - ◆ 保存形式  
JPEG
  - ◆ カラーモード  
RGB
  - ◆ 背景色  
原則、白
  - ◆ ファイル名  
JANコード.jpg
  - ◆ 画像作成の注意点  
(事例を掲載し説明)
2. 標準業務プロセス  
メーカー・卸・小売の間で画像データを授受する際の業務プロセスの概要が示されている。

画像データの伝送方法については特に限定していない。それぞれの企業の運用において様々



# 協議会の活動紹介



な業務環境での画像データ授受が考えられるが、これまでに画像データの交換を行っている場合には既に運用されている仕組みで画像データの交換が可能である。このような状況下で新たに伝送方法を取り決めても、それに合わせるためには追加コストも発生し、標準化による効率化

メリットが出しにくいと想定されていることも理由の一つである。

また、グロサリー商材を前提として策定されたが、用途はそれに限定するものではなく、他の商材への展開も期待されている。

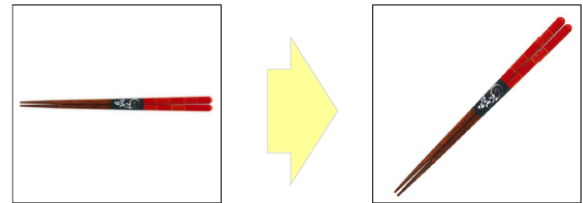
## 《運用ガイドライン掲載内容の一部》

### 運用ガイドライン表紙

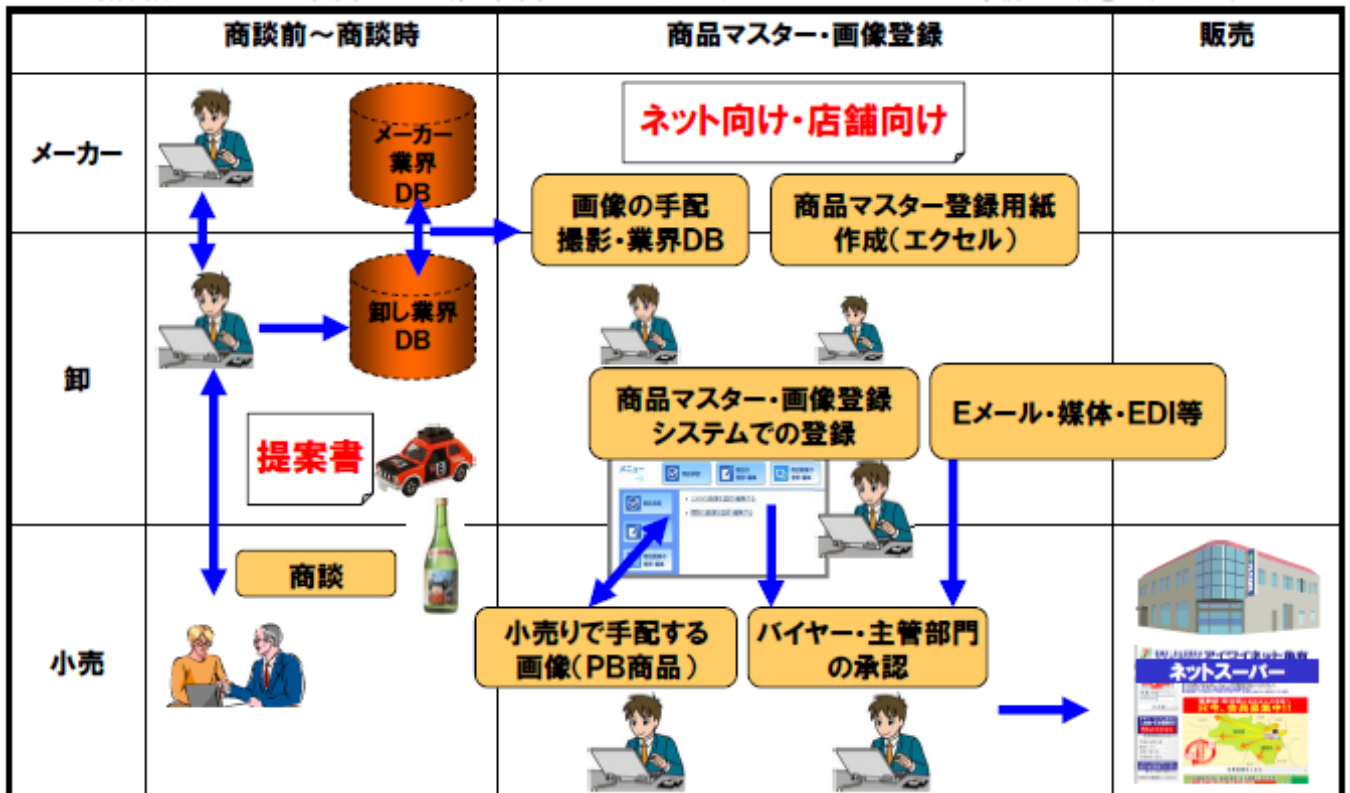


### 画像作成の注意点

(例：長いものは斜めに配置)



## 標準業務プロセス





## 「流通 BMS 普及推進説明会 in 福岡」開催 6月28日(金) TKP ガーデンシティ博多で

本協議会主催の「流通 BMS 普及推進説明会 in 福岡」（受講料無料）を6月28日（金）14時から福岡の TKP ガーデンシティ博多で開催する。

流通 BMS の概要や最新状況を伝えるとともに、導入済企業に導入効果などについて紹介する。

会場では、併設で流通 BMS の製品・サービスを提供する IT 企業 10 社による“相談・展示スペース”を設け、より具体的な相談にも応えるようになっている。

申込みは、[流通 BMS 協議会ホームページ](http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/)より受付けている。

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

相談・展示スペース協力企業

(株)インターコム
SCSK(株)
キヤノン ITソリューションズ(株)
(株)サトー
東芝テック(株)
(株)ニュートラル
富士通エフ・アイ・ピー(株)
(株)ミンクス
ユーザックシステム(株)
(株)リンネット

### 2013年度 流通 BMS 普及推進説明会

# in 福岡



日時 2013年 6月 28日(金) 14:00~16:30 (受付開始: 13:30)

「流通ビジネスメッセージ標準」「流通 BMS」は一般財団法人流通システム開発センターの登録商標です。

**流通 BMS 最新情報の発信！**

**地元密着企業による事例紹介！**

**流通 BMS をサポートする IT 企業による相談・展示コーナーの設置！**

#### プログラム

(予定)

●定員 60名

※席数には限りがあります。定員になり次第締め切らせていただきますので、お早めにお申し込みください。  
※プログラム、講師は、予告無く変更となる場合があります。予めご了承下さい。

#### <概要と普及状況>

14:00

●流通 BMS 協議会(流通システム標準普及推進協議会)

事務局

14:35 (10分休憩)

#### <流通 BMS 利用事例および効果>

14:45

セッション 1

●ヤマエ久野(株)

取締役 経営・情報企画部長

矢野 友敬 氏

15:15 (5分休憩)

15:20

セッション 2

●(株)イズミ

情報管理部 課長

平村 正典 氏

15:50

#### <相談・展示スペースでの相談および見学>

16:30

(終了)



### 第12回 スーパー業界

## AJS は知恵のコーペラティブ スマクラは推奨製品のひとつ

オール日本スーパーマーケット協会  
総務部長 兼 経営企画グループ マネジャー

中村 伸一郎氏  
なかむら しんいちろう



数あるスーパーマーケット業界団体で極めてユニークな存在のオール日本スーパーマーケット協会（現在会員56社（内台湾1社）、賛助会員378社、会員総売上1兆7000億円）。西日本で15社のスーパーマーケットが勉強会をしたのが始まりで設立され、その伝統を受け継ぎ、知恵を出し合う場を提供し続けている。

最近では、流通4団体で流通BMSの共同利用型クラウドサービスを推奨し、普及に力をいれている。そのような活動を行い、さらに流通BMS協議会の普及を担う部会である普及推進部会で部会長も務める中村部長に活動内容や普及の状況について聞いた。

—最近の協会の活動内容を教えてください。

**中村** オール日本スーパーマーケット協会（以下、AJSと略す）は昨年50周年を迎え、一つの節目の年でした。AJSではセミナーを年50本ほど開催しています。毎月1回、経営トップおよび役員の皆様に集ってもらい、店頭を視察し、売場やバックヤードの改善指摘や意見交換などを実施しています。その他40本ほどは、店舗では店長やチーフ、レジ担当、接客担当、本部系としてはバイヤーや店舗運営部門、間接部門の経理や財務、人事、情報システム部などを対象に開催しています。

情報システム部については年に2回交流会を開催し、主に会員企業に講師になってもらい、

事例を紹介してもらいます。研修会でのこのような勉強はもちろんですが、こういった場で築いた人間関係により、個別に教え合うということで、より深い知恵の習得に繋がっていただいていると思います。

我々はこのような活動を「知恵の共同仕入れ」とっており、現場を中心とした情報交換の場を作るのがAJSの活動の柱となります。

研修会は、先進的な会員企業に事例を発表してもらっていましたが、最近は会員全体のレベルが上がっており、発表企業の立場になってもっと良くするためにはどうすべきか、といった聞くだけではないディスカッションが中心になっています。

AJSの活動のもう一つの柱は、PB（プライベートブランド）の開発です。ただ、名誉会長（故・北野祐次氏）も会長（荒井伸也氏）も、メーカー様のNB（ナショナルブランド）を大事にして、第一に考える方針であり、本当に価値あるものをPBとすべきというのがAJSの志向です。売場としてみても、お客様にとって魅力のない売場になると思いますので、10%程度のPB構成率の中で本当にお値打ちな商品をPBとすべきであろうと我々は考えています。ただ、この低価格の競争が続いている中で、大手メーカー様の意識に変化が起きており、PBの位置付けが変わってきているのも事実です。そのため、若干ではありますがPB構成率が増えてきているのではないのでしょうか。





一協会の活動の中でも、情報システムや EDI 関連の活動についてお聞かせください。

**中村** 交流会の企画がメインとなります。昔から交流会の場で、システムの共通利用という話が出ますが、これまで具体的に動いたことはありませんでした。同じ様な規模の企業同士が融通しあって共同で利用されるということはありませんでしたが、協会が音頭をとって用意するということはしていませんし、システムは経営と密接に絡んでくるので、規模や経営の志向が違つとなかなか共同で利用することは難しいと考えていたからです。

仮にこの指止まれで集まってもらっても 5 社集まれば良かなという感じです。そのため、そういった仕組みを作るために、会費を使うというのは非常に難しいことでした。ただ、会員の皆様からの不満も昔から上がっていました。情報システムにはお金がかかります。それをなるべく安くするには共同で利用する仕組みを考えて欲しいという意見もありました。

そのような時に、流通 BMS という標準ができたことで、長いスパンで考えると協会としては普及促進に協力をさせていただく必然性もありました。

まずは EDI を推進する。しかし、なるべく負担を減らして効率的に運用する。そして、やるなら標準の流通 BMS を使ってもらおう。そのお手伝いをさせていただくために、流通 4 団体でスマクラという共同利用型クラウドを推奨し、流通 BMS の普及の後押しをしています。今までは、会員から問い合わせがあった際に、具体的に踏み込むことができなかった。しかし、1つのサービスを推奨とすることで、流通 BMS には多くの製品・サービスがありますが、もしよろしければまずはこのサービスを確認してもらって、それを取り掛かりとして、本格的に流通 BMS の

導入の検討をしてみたいか？といった少し踏み込んだ普及推進活動ができるようになりました。

あくまでスマクラは強制ではなく推奨する一つの製品で、どのサービスを導入するかを決めるのは会員それぞれですが、我々の普及活動により説得力を持たせることができ、普及に拍車をかけることができたと思っています。

一貴団体会員における流通 BMS の導入割合と今後の見通しについてお聞かせください。

**中村** グロサリーの EDI 化率でいうともうほとんどの会員が対応していると思います。流通 BMS としては 2 割強ほどが対応している状況です。今では EDI 化は必須だと思っています。EDI により利益をできるだけ早く確認でき、経営の舵取りをすることは、厳しい経営環境のなでとても大切になっています。

一最後に流通 BMS 協議会の活動に対してご要望がありましたらお聞かせください。

**中村** 取引先がどれだけ対応するかが気になるところです。

標準を考え、流通全体の効率化を考える小売は流通 BMS に肯定的ですが、取引先にあまり負担をかけずに効率化を考えたいと言っている小売は、流通 BMS はハードルが高いというようなことを聞くことがあります。

したがって、地方の中堅どころの取引先の対応状況が一番気になるところで、今まで EDI を実現していなかった取引先に流通 BMS の導入が進めば流通 BMS が広く普及したと言えるのではないかと考えています。そういったところへの導入の後押しをしていただきたいと思いますね。

(聞き手：坂本尚登、まとめ：梶田瞳)

## 商品マスタメッセージの運用ガイドライン

流通 BMS の商品マスタメッセージでは、商材別の運用ガイドラインを作成しています。

商品マスタデータの標準化は、メーカーや卸売業が小売業の商品マスタ支援を効率的に行えるよう、2002 年度以降、GCI 推進協議会や経産省事業で検討されてきました。

商品マスタ支援業務には大きく分けて「商品情報 DB 方式」と「EDI メッセージ方式」の 2 つがあります。

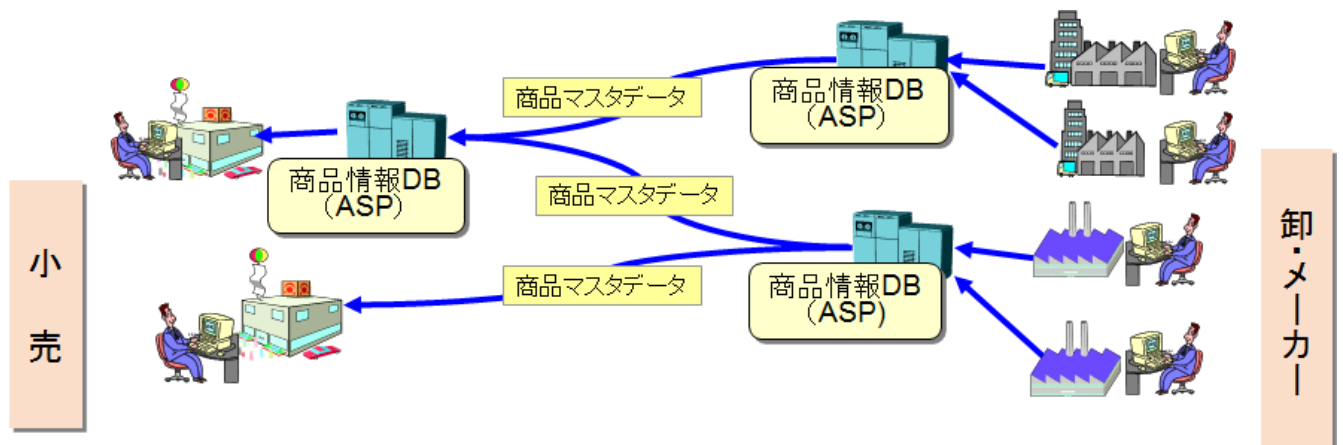
商品情報 DB 方式は、共通性の高い情報をメーカーが業界共同利用のデータベースに保管して卸や小売が利用するもので、商品寿命が長く、かつ NB 商品が多くの小売業で取り扱われるグロサリー業界で一般的に見られる方法です。酒類・加工食品や日用品・化粧品、一般医薬品などで業界 DB が運用されています。

これに対して、EDI メッセージ方式は、取引企業間で直接、商品マスタデータを授受するもので、商品の改廃が激しいアパレルやファンシー商品などで典型的に見られる方法です。流通 BMS の商品マスタメッセージはこの EDI 方式を標準化したものです。

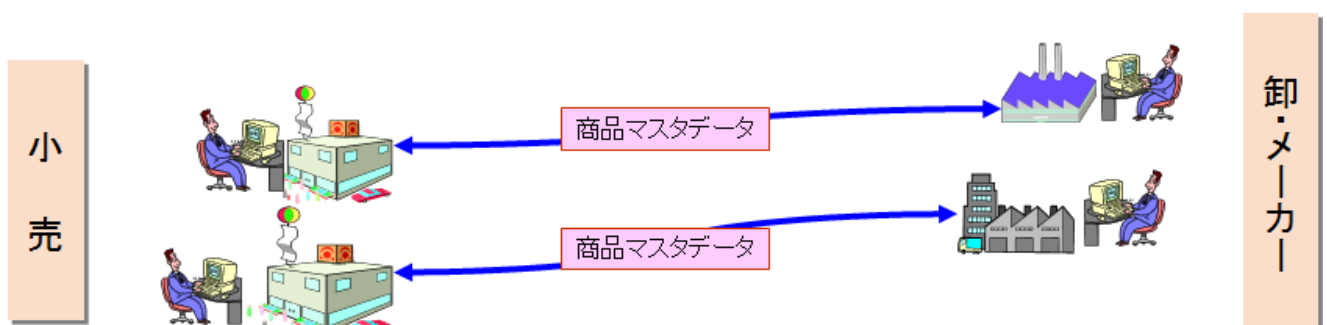
2 つの方式で共通に利用されるのが「標準商品マスタ項目」と呼ばれる 236 に及び商品情報項目です。この膨大な項目はいわば「共通辞書」と呼べるもので、EDI で実際に利用する場合は業界ごとに最低限必要な項目を絞り込んだ「専門辞書」（運用ガイドライン）があった方が便利です。

2011 年に公開した「アパレル商材編」では使用範囲を 78 項目に限定、2012 年 11 月に公開した「グロサリー商材編」では多くの場合に使う 70 項目の「専門辞書」を作成しています。

商品情報 DB 方式



EDI メッセージ方式





## 正会員

(2013年5月23日現在、49団体)

- |                         |                       |
|-------------------------|-----------------------|
| オール日本スーパーマーケット協会        | 日本OTC医薬品協会            |
| (一財)家電製品協会              | (一社)日本加工食品卸協会         |
| 酒類加工食品企業間情報システム研究会 (F研) | (一社)日本玩具協会            |
| 情報志向型卸売業研究会 (卸研)        | 日本化粧品工業連合会            |
| 食肉流通標準化システム協議会          | (一社)日本出版インフラセンター      |
| (一財)食品産業センター            | 日本スーパーマーケット協会         |
| (公財)食品流通構造改善促進機構        | (一社)日本スポーツ用品工業協会      |
| (一社)新日本スーパーマーケット協会      | 日本生活協同組合連合会           |
| (一財)生活用品振興センター          | 日本石鹼洗剤工業会             |
| 全国医薬品小売商業組合連合会          | (一社)日本専門店協会           |
| 全国卸売酒販組合中央会             | 日本チェーンストア協会           |
| 全国菓子卸商業組合連合会            | 日本チェーンドラッグストア協会       |
| 全国化粧品日用品卸連合会            | (一社)日本ドゥ・イット・ユアセルフ協会  |
| (一社)全国水産卸協会             | 日本歯磨工業会               |
| 全国青果卸売協同組合連合会           | 日本ハム・ソーセージ工業協同組合      |
| (社)全国中央市場青果卸売協会         | (一社)日本パン工業会           |
| (公社)全日本医薬品登録販売者協会       | 日本百貨店協会               |
| 全日本菓子協会                 | (一社)日本フードサービス協会       |
| 全日本履物団体協議会              | 日本文紙事務器卸団体連合会         |
| 全日本婦人子供服工業組合連合会         | (一社)日本ボランタリーチェーン協会    |
| (一社)全日本文具協会             | (一社)日本レコード協会          |
| (一社)大日本水産会              | (公社)日本ロジスティクスシステム協会   |
| (一社)日本アパレル・ファッション産業協会   | 協同組合 ハウネット            |
| 日本アパレル物流連合会             | <退会した会員>              |
| (一社)日本医薬品卸売業連合会 大衆薬卸協議会 | ・日本GCI推進協議会(3月。解散のため) |
| (一社)日本衛生材料工業連合会         |                       |

## 支援会員

(2013年5月23日現在、193社)

- |                  |                      |
|------------------|----------------------|
| (株)アール           | (株)アスコット             |
| (株)アイ・シー・エス      | (株)アットマーク            |
| (株)アイシーエス        | アトラスシステム(株)          |
| (株)アイシーエヌシステム    | (株)アルケミックス           |
| (株)アイティフォー       | (株)イークラフトマン          |
| (株)ITビジョナリー      | イーサポートリンク(株)         |
| (株)アイネス          | (株)イーネット             |
| (株)アイネット         | eBASE(株)             |
| (株)アグリコミュニケーションズ | イー・マネージ・コンサルティング協同組合 |
| アクロスソリューションズ(株)  | (株)イシダ               |
| (株)あじよ           | 伊藤忠テクノソリューションズ(株)    |





(株)インターコム  
(株)インタージ  
(株)インテック  
(株)インフォマート  
(株)インフォメーションプロセッシングリサーチ  
ヴィンクス(株)  
ウェブスペース(株)  
(株)エイ・アイ・エス  
エイジテック・アンド・ブレインズ(株)  
(株)HBA  
(株)エクサス  
エス・エー・エス(株)  
(株)エス・エフ・アイ  
SCSK(株)  
(株)SJC  
(株)S-Parts  
エス・ピー・システムズ(株)  
NEC エンベデッドプロダクト(株)  
(株)NEC情報システムズ  
NECネクソソリューションズ(株)  
エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ(株)  
エヌ・ティ・ティ・コムウェア(株)  
(株)エヌ・ティ・ティ・データ  
(株)NTTデータNCB  
(株)NTTデータ スミス  
大阪市中央卸売市場  
大阪商工会議所  
(株)大塚商会  
(株)岡山情報処理センター  
沖縄流通VAN(株)  
オフィスフナヤマ  
オリンパスシステムズ(株)  
カスタプラス(株)  
(株)ガルフネット  
キヤノンITソリューションズ(株)  
(株)クライム  
クラウドランド(株)  
グロースエクスパートナーズ(株)  
(株)ケイ・コム  
けいしんシステムリサーチ(株)  
K・ビジネスサポート(株)  
小坂ITコーディネータ事務所  
(株)コスモコンピュータシステムズ  
小林クリエイイト(株)  
(株)コムアソート

(株)サイバーリンクス  
(株)佐賀電算センター  
(株)さくらケーシーエス  
(株)サトー  
サンケーバイナリィ(株)  
(株)サンレックス  
(株)シイエスシイ  
GMOグローバルサイン(株)  
シーガルサイエンティフィックアジアパシフィック(株)日  
本支社  
SEEBURGER Japan(株)  
(株)ジェイ・エス・エス  
(株)JSOL  
JBアドバンスト・テクノロジー(株)  
(株)システム・トラスト  
(株)システムベース  
(株)シスラボ  
シャープシステムプロダクト(株)  
(株)ジャパン・インフォレックス  
SOOP(株)  
(株)スコープ  
住友セメントシステム開発(株)  
セイコーソリューションズ(株)  
(株)セゾン情報システムズ  
創玄塾  
大興電子通信(株)  
(株)大洋システムテクノロジー  
(株)タドラー  
TIS(株)  
(株)DTS  
(株)TKC  
(株)データ・アプリケーション  
テクトランシステム  
(株)テクノブレーション  
(株)デジタルコンセプト  
(株)デジタルデザイン  
デジタルトランスコミュニケーションズ(株)  
(株)テスク  
鉄道情報システム(株)  
(株)寺岡システム  
(株)寺岡精工  
(株)デンソーウェーブ  
(株)TOKAI コミュニケーションズ  
東京システムハウス(株)  
(株)東計電算



東芝情報機器(株)	富士ゼロックス(株)
東芝テック(株)	富士ゼロックスシステムサービス(株)
(株)東新システム	富士ソフト(株)
東北インフォメーション・システムズ(株)	富士通(株)
(株)トータルシステムデザイン	富士通エフ・アイ・ピー(株)
トッパン・フォームズ(株)	(株)富士通システムズ・イースト
(株)トライ	(株)富士通システムズ・ウエスト
(株)AAA システム	(株)富士通総研
(株)トレンズ	(株)富士通マーケティング
西日本オフィスメーション(株)	フューチャーアーキテクト(株)
日経メディアマーケティング(株)	(株)プラス
(株)ニッセイコム	(株)プラネット
日本アイ・ピー・エム(株)	(株)フリーポート
日本アドバンストリーダーズソフトウェア(株)	(株)プレネットシステムズ
日本経済新聞社	ベストパートナー(株)
日本事務器(株)	(株)ハリオス
日本情報通信(株)	ポールスターロジスティクス(株)
日本電気(株)	北陸コンピュータ・サービス(株)
日本ヒューレット・パカード(株)	ホンダロジコム(株)
日本ベリサイン(株)	ミツイワ(株)
日本ユニシス(株)	三菱電機インフォメーションテクノロジー(株)
日本ラッド(株)	三菱電機インフォメーションシステムズ(株)
(株)ニュートラル	(株)南日本情報処理センター
ネオアクシス(株)	(株)Minor iソリューションズ
(株)ネクステージコンサルティング	(株)ミンクス
(株)ノーチラス・テクノロジーズ	メルシーネット(株)
(株)野村総合研究所	(株)山清 (システム運用部)
パナソニック システムネットワークス(株)	ユーザックシステム(株)
パワー・ワークス(株)	(株)U-Think
(株)日立システムズ	(株)ユニックス
(株)日立製作所	ユニバーサルフード(株)
(株)日立ソリューションズ・ビジネス	(株)ライドウェーブコンサルティング
(株)ビット・エイ	ライトシステムコンサルタント(株)
(株)ひむか流通ネットワーク	(株)ラック
(株)ファーストテクノロジー	(株)リウコム
(株)ファイネット	リックシステム(株)
(株)ファインネット	(株)リテイルコム
(株)フィンチジャパン	(株)リテイルサイエンス
(株)フォーサイト	(株)リンネット
(株)福岡CSK	ロジ共働促進(株)
福岡流通VAN(株)	(株)ワイ・ディ・シー

新規：支援会員(5社) (株)アイシーエヌシステム、グロースエクスパートナーズ(株)、小坂ITコーディネータ事務所、(株)東新システム、(株)プレネットシステムズ



流通 BMS 協議会では正会員、支援会員の協力を得るなどして、流通 BMS 導入済/予定企業を独自に把握し、それぞれの企業に社名開示の承認を得て公開しています。2013年5月8日現在の状況は下記のとおりです。

## 小売業

業態	済	予定	小計
スーパー	100	12	112
百貨店	8	2	10
ドラッグストア	7	2	9
ホームセンター	4	0	4
生協事業連合	3	0	3
倉庫型会員制ストア	0	1	1
ボランタリーチェーン本部	1	0	1
ディスカウントストア	0	1	1
合計	123	18	141

具体的な企業名は下記サイトをご覧ください。

[www.dsri.jp/ryutsu-bms/info/info06.html](http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/info/info06.html)

## 卸売業・メーカー

業種	済	予定	小計
食品・飲料卸	55	0	55
菓子卸	18	4	22
日用品・化粧品 卸・メーカー	21	2	23
医薬品 卸・メーカー	5	2	7
アパレル・靴・スポーツ用品 卸・メーカー	23	11	34
食品メーカー	24	2	26
家庭用品 卸・メーカー	9	1	10
包材資材 卸・メーカー	11	9	20
玩具・ホビー 卸・メーカー	3	0	3
家電 卸・メーカー	2	0	2
その他 卸・メーカー	1	0	1
合計	172	31	203

(注 1) 上表の企業数は、社名公開企業の数であり、導入企業の数ではありません。

実際に流通 BMS を導入している、または導入を予定している企業数の一部です。

(注 2) 実際に流通 BMS を導入している卸・メーカーの企業数を調査した結果、5,200 社以上に導入されていると推測しております。(2012年12月現在)

# ロゴマーク使用許諾製品



流通 BMS 協議会では流通 BMS の標準仕様準拠した製品やサービスに対して、流通 BMS のロゴマークの使用を許諾しています。

2013年5月28日現在の状況は下記のとおりです。

許諾総数：90製品・サービス  
(提供企業数 47社)

## 《90製品・サービスの内訳》

- EDI (通信+XML) 製品：47
- サービス (ASP/SaaS)：33
- 通信基盤：4
- 認証サービス：3
- 物流ラベル作成ソフト：3

## 検索サービスの提供

上記の製品・サービスの詳細は下記サイトから検索することができます。

[www.dsri.jp/ryutsu-bms/info/detail.html](http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/info/detail.html)





流通 BMS 入門講座は、誰でも無料で参加できる講座です。流通や EDI の基礎知識から流通 BMS の利用方法まで幅広く学ぶことができます。

## 流通 BMS 入門講座

対象者	これから流通業のシステムを担当する方、 流通 BMS の導入を検討しているユーザー企業の現場部門・システム部門の方、 上記ユーザー企業をサポートする SI 企業の方やコンサルタント等
開催時間	13:30~16:30 (受付開始: 13:00~)
プログラム	第 1 部: 流通 EDI の基礎知識 流通の基礎、EDI の基礎、流通 EDI の歩みなど 第 2 部: 流通 BMS の基礎知識 制定のねらい、標準化の内容、導入手順、導入効果、最新の状況など 第 3 部: 流通 BMS の利用方法 運用ガイドライン※のポイントと見方など ※運用ガイドラインとは、流通 BMS の業務プロセスと各メッセージおよびデータ項目 について解説したものです。
参加費	無料 (各種ガイドブックは有料販売となります)

### 開催日・場所

東京会場: 2013 年 6 月 21 日 (金)、7 月 26 日 (金)、8 月 23 日 (金)

(一財) 流通システム開発センター 2 階会議室

東京都港区赤坂 7-3-37 プラース・カナダ

大阪会場: 2013 年 6 月 7 日 (金)

新大阪丸ビル別館 5-2 号室

大阪市東淀川区東中島 1-18-22 新大阪丸ビル別館

**申込み方法** ウェブサイト上のお申し込みフォームよりお申込みください。

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

本講座で使用するテキストも上記サイトで公開しておりますので、事前にご覧ください。



（一財）流通システム開発センターが主催している EDI 以外の入門講座をご紹介します。

## バーコード入門講座

第1部 JANコード・集合包装用商品コード・GTINの基礎	
13:30~15:00	(1) JANコード：コード体系、利用方法、申込方法など (2) 集合包装用商品コード：コード体系、利用方法など (3) GTIN (Global Trade Item Number) とは (4) その他関連事項
第2部 GS1-128・GS1 データバー・電子タグ(RFID)の基礎	
15:10~16:30	(1) GS1-128 コード体系、利用方法、業界動向など (2) GS1 データバー：シンボルの種類、利用方法、今後の動向など (3) 電子タグと EPC：電子タグとは、電子タグの特徴、電子タグの国際標準 コードである EPC など

### 開催日・場所

東京会場：2013年6月18日（火）、7月9日（火）  
（一財）流通システム開発センター2F 会議室

大阪会場：2013年6月12日（水）  
大阪商工会議所

申込み方法 ウェブサイト上のお申し込みフォームよりお申込みください。

<http://www.dsri.jp/semsal/seminar/barcode.htm>

## 電子タグ入門講座

### プログラム

- |  |
|--|
| (1)はじめに<br>(2)電子タグとは<br>(3)電子タグの活用シーンと導入事例<br>(4)電子タグシステムの導入に向けて<br>(5)EPCglobal 標準の紹介 |
|--|

大阪会場

2013年7月12日（金）

大阪商工会議所 5F 502A 会議室

申込み方法 ウェブサイト上のお申し込みフォームよりお申込みください。

[http://www.dsri.jp/semsal/seminar/epc\\_seminar.htm](http://www.dsri.jp/semsal/seminar/epc_seminar.htm)

### 開催日時・場所

東京会場

2013年9月12日（木） 14:00~16:30

（一財）流通システム開発センター2F 会議室



◇本号は、5月9日に開催した平成 25 年度通常総会を特集しています。総会後は例年、外部講師を呼んで記念講演会を開催してきましたが、今年は協議会発足5年目という節目に当たることから、主な小売業界と卸業界のキーマンによる座談会を開催しました。

その模様は2頁から7頁に亘って紹介していますが、これ以外に来場者から用紙で質問を受け、あらかじめ事務局で取捨選択したものに答えることも行いました。採用した質問は2つで、1つは卸の方から角田さんと神藤さんに対して「標準外利用」と「商品情報のデータ交換」に関するもの、もうひとつは、卸の方から高波さんに「卸-メーカー間 EDI の流通 BMS 化」に関するものでした。

来場者参加型の座談会としたことで、壇上と会場に一体感が生まれ、最後は大きな拍手で終了しました。

◇今年度の3つの部会のうち、普及推進部会は5月早々に委員を確定し、5/28に第1回部会を開催しました。今年は隔年で実施している「流通 BMS 導入実態調査」の実施年に当たるほか、昨年からの「小売個別利用状況調査」も同時に行いますので、準備を早めにしようということです。

普及推進部会ではその他に「効果事例集」を作ることを決めました。「投資対効果が見えない」というのが導入しない理由として相変わらず多いことから、小売と卸の導入効果を定量的に、体系的に、分かりやすく解説するのが狙いです。

その他、2年前の「拡がる流通 BMS—最前線レポート」に続く2作目のDVDを作成中です。小売の現場から具体的な導入効果を報告してもらうほか、小売と卸の経営トップが標準化の必要性を熱く語っています。8月には完成の予定です。

◇昨年度の東京、大阪、仙台に続く普及推進説明会を6月28日に福岡で開催します(10頁参照)。仙台を皮切りに、支援会員による製品・サービス展示コーナーを併設していますが、仙台の3社から福岡では10社に増え、さながらミニ展示会の様相を呈しています。

普及段階に入ると、事例紹介だけでなく、導入の方法やコストなどに関する具体的な相談が増えることを想定してこの形式を基本に、今後も開催希望がある都市で開催していきます。

◇協議会発足後、正会員は増える一方でしたが、3月に1団体の退会があり、初の減少となりました。退会したのは、4月の総会で解散した日本 GCI 推進協議会です。

2002年にGCI研究会として発足し、2008年度までの7年間は流通システム開発センターが事務局を務めていました。しかし、流通 BMS 協議会が発足するなどの理由により、2009年度以降は流通経済研究所(流研)に事務局を置いて活動してきましたが、2012年度を以って11年間の活動を終えました。今後は、流研主催の研究会として活動を継続する計画です。

(尚)

発行 : 2013年5月31日  
 発行人 : 流通システム標準普及推進協議会  
 (流通 BMS 協議会)  
 住所 : 〒107-0052  
 東京都港区赤坂 7-3-37  
 プラス・カナダ 3階  
 一般財団法人 流通システム開発センター内  
 Tel : 03-5414-8505  
 Fax : 03-5414-8513  
 E-mail : ryutsu-bms@dsri.jp  
 URL : www.dsri.jp/ryutsu-bms

