



Index

トピック ... P2

- ・アマゾンデータサービスジャパン総会記念講演

協議会の活動紹介 ... P6

- ・平成 27 年度通常総会を開催
- ・今年度の普及推進活動計画を承認
- ・6 月 1 日時点の卸・メーカーの導入企業数
- ・導入支援ガイドブックが完成
- ・流通 BMS 導入講座 e-learning を配信開始
- ・業界標準導入プログラムを作成

正会員インタビュー ... P13

協同組合ハウネット 高野・西部両氏にお聞きしました。

関連情報 ... P15

GS1 パートナー会員制度

流通 BMS 協議会会員 ... P16

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

小売業の DNA から進化したクラウド

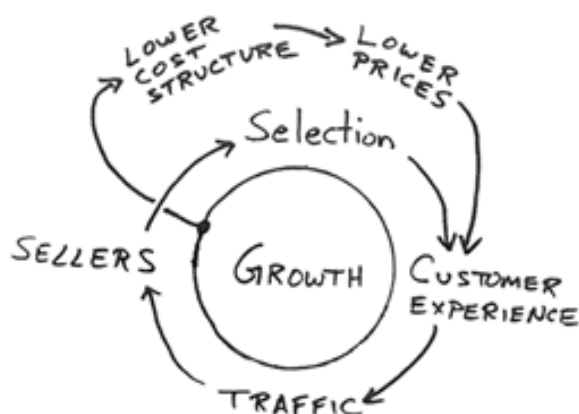
アマゾンデータサービスジャパン 小島本部長による記念講演要旨

本協議会では5月27日に今年度の総会を開催したが（6頁参照）、アマゾンデータサービスジャパンの小島氏による「小売業の DNA から進化したクラウド」と題する記念講演会を行った。以下、その要旨を紹介する。

Amazon の DNA

amazon がクラウドをやっていることを知っている人でも、実態に触れたことはあまり多くはないのではないか。今日の講演で、なぜ amazon が小売業の DNA を使ってクラウドをやっているのか。また、クラウドがビジネスにどう役立つのか、掘んでもらえれば良いと思っている。

実際のところ、amazon がどういう会社かということ、創設者である CEO のジェフ・ペゾスが紙ナプキンに書いた図が表している。客の使い勝手が良いとたくさんの注文が来て、結果的にもっと多くの物が仕入れられて、安くできる。そのために IT を使おう、というのが基本理念。



ジェフ・ペゾス CEO が書いた図

ネット書店というイメージが強いが、もともと本屋をやりたかったわけではなく、インターネットを使ったスケールの大きなビジネスをやりたかった。薄利多売をテクノロジーで実現する。顧客にとって最適なチョイスを提供したい、というのが amazon の根源的な理念だ。

薄利多売のために、スケール・スピード・テクノロジーを重視するのが amazon の DNA であり、生まれた時からテクノロジーカンパニーだった。今日紹介する AWS はクラウドの起源だが、これも amazon のカルチャーから生まれてきた。

AWS の成り立ちと現在

今日では出荷業務やキャンペーンを打つなど何をするにも IT の仕組み無しではできない。しかし、その要求に IT 部門がなかなか応えられなかった。キャンペーンやデータ分析をしたくても、サーバなどを調達するのが大変だった。調達しても、やっぱり使わない、などということも有りうる。

そこで、ジェフはミーティングは禁止だと宣言した。個別最適で摺合せをしてもうまくいかない。社員に、会議ではなくボタンで話すように要求した。ボタン一つでシステムを立ち上げ、必要なくなったら返却するように、と。

要望も聞かずにやっても大丈夫か、と不安の声も大きかった。しかし、全体の需要予測を基にした方が上手くいった。

それまでのシステムは買ったら後戻りできない、というのが常識だったが、サーバを返せるためコストやリサイズの問題が解消される。

amazonのコアとなっていたのは、やりたいことがすぐ出来るというITの仕組みの素晴らしさではないか、という意見が経営陣の会議中にあった。その素晴らしい仕組みをなぜ我々だけが使っているのだ。外部の顧客も欲しているはずだから、提供していけば良い、と考えた。

AWSでは余ったサーバを売っているという都市伝説があるが、きちんと外向けに作っている。9年前にAmazon S3というファイルサーバのサービスを始めた。ユーザに使っているという自覚は無くても、DropboxなどもS3で出来ているため、知らず知らずのうちに利用している。

今あるクラウドサービスはamazonのフォロワーに過ぎない。amazonがS3を始めた時には、まだクラウドという言葉がなかったため、クラウドという言葉が名称についていない。そのあとに、Googleのエリック・シュミットがこの種のサービスをクラウドと命名した。

AWSのサービスとして、世界11か所にデータセンター群がある。センターが1か所ではなく複数なので物理的に冗長性が保たれる。また、世界50か所以上のエッジロケーションにより、どこでも高速なクラウドサービスが提供できる。

調査会社のレポートでも、amazonは先進的だという評価を受けている。他の大手14社の10倍ほどの規模がある。

AWSの売上を先月初めて公開したが、全世界で年間6,000億円くらいになる。国内のサーバ出荷額が4,000億円程度、ストレージが2,000億円ほどという調査があるので、AWSは日本の総出荷額と同じくらいの売



アマゾンデータサービスジャパン
小島 本部長

上規模になる。しかもクラウドは基本的に契約ビジネスなので、今後もこの数字は伸び続ける。

○日本でクラウドはどのくらい使われているのか

別の調査会社によると日本企業のITへの投資額はほぼ横ばい。一方、クラウド向けは右肩上がりに増えているので、既存の物を置き換えているということになる。

AWSの日本の顧客は2万社以上になる。都市部の大会社ばかりではなく、地方の少ない人数で情報システムをやっている企業ほど、クラウドを使うとメリットは大きい。

AWSの使われ方には、大きく三つのパターンがあり、「足りない部分・バックアップなど補完的な使われ方」「既存の物からクラウドへの移行」「新しいビジネス」となる。

クラウドというと企業の内部システムの予備として使うイメージが強いが、本当は逆。クラウドが主、内部が従という形になっているのが理想的。

例えば、大手自動車メーカーのコーポレートサイトは11ドメインすべてAWS上で動いている。キャンペーンなどで負荷に変動があってもクラウドなら耐えられる。

また、ERPをクラウドで動かすケースも増えている。クラウドでもソフトの挙動は変わらないし、早くて安く簡単に出来る。

某ネット証券の株価配信もAWSを使っている。大手商社も社内システムをプライベートクラウドで構築していたが、パブリックに全面移行中だ。いずれも、自社でサーバなどを持つことから解放された。

小売の事例では、オムニチャネルでは来店情報の分析が必要となる。日々のデータを貯めておくストレージが必要だが、データマイニングする仕組みは安く出来ないといけない。



システム無しでは「出荷できない」とか「給料が払えない」とかなら社内稟議を通しやすいが、分析は上手くいくか判らない。しかし社内で組むとなると、コストを導入時に全部払わないといけない。結果が判らないものに、稟議は通しにくい。

しかし、クラウドなら時間単位で借りられ、数千円～数万円程度で運用できる。技術的にはクラウドを使わなくても、同じことが前から出来ていた。しかし使い始めるためのバリアが下がった。クラウドは電算室の話ではなく、むしろビジネスに直結した話なのだ。

例として、回転寿司屋の事例がある。RF-IDが皿についていて、販売や廃棄の履歴を取っている。履歴を見て、これから注文がくるネタを予測して流すことで、客単価を上げ廃棄を減らしている。この会社は情報システム部門が5人くらいしかいないが、これだけのことが出来ている。

また、使用しているときしかクラウドはお金がかからない。例えば、昼間しか動かさないという方法がある。社内で買ってしまおうと電源を落としても導入コストは変わらないが、クラウドなら夜に8時間止めるだけで、費用は1/3削減される。

○クラウドが使われている理由

同じことをやるならクラウドの方が、社内に持つより早く安く簡単にできる。移行するのも楽にできるし、今まで挑戦出来なかったことが出来る。スタートするのに、社内に入れると数億円かかっていたのが、クラウドなら安価に挑戦出来、いつでも辞められるので、スピードが速い。

パブリッククラウドはファイアウォールの外側なのでwebサーバくらいにしか使えない、という誤解がある。しかしVPCで仮想的に直結され社内システムとして使える。また、専用線接続で、インターネットを介さずに使うことも可能だ。

新しい使い方としては、Kindleやタブレットなどから会社のwindows環境にアクセスできる。会社に行かなくても仕事出来る。

また、データの吸い上げや分析の仕組みを自社で作らなくても、既にあるものを組み合わせることで大体のことは出来る。上手く取り込んで活用することでフィードバックが素早く戻ってくるので、ビジネス的に次の一手を打ちやすくなるし、勘に頼っていたものも数字で出せるようになる。

マシンラーニングという、傾向と対策をコンピュータが自分で導き出してくれるものもある。目検や人手でカバーしていると、システムを入れた場合と比べてどんどん差が大きくなる。一店舗なら人力と大差がない場合でも、店舗が増えれば増えるほど人数はそれだけ必要になるが、システムなら流用できる。解決策まで出せるかはともかく、ボトルネックだけでも見つければ効果は大きい。ここ4、5年の話だが、使っている人と使っていない人の差がどんどん広がっている。しかし導入へのハードルは大きく下がっている。

大手ファミレスチェーンの事例では、クラウドを使ってキャンペーンの分析をやっている。効果を分析し一つ一つの精度をあげたところ、宣伝費は下がったが売上は上がった。

また、AWSを始めるのは簡単で、2~3分でサーバが調達可能だし、使わなくなればいつでも返せる。発注して届くのを待つ必要はない。

クラウドのさらなるメリットとして仕事量に対して、サーバを調整できることがある。ピークに合わせて機動的に変更できるので、少ない時には減らせるし、読み違えて足りなくなることもない。つまり、無駄なお金を払わなくてもいいし、突発的な事態にも対応できる。

クラウドは技術ではなく、ビジネスの話。実際のところ、クラウドから社内サーバに戻した顧客はいない。現場の人間ほどメリットを感じる。プライベートクラウドではこれは実現できない。

○クラウドに対する懸念点について

巷ではセキュリティに対する不安の声が聞かれるが、クラウドにするとセキュリティはむしろ上がる。

データセンターが一つしかない、何かあったら業務を継続できない。しかし二つ持つのは非常に手間とコストがかかる。AWSはデータセンタ群なので冗長化が来ている。

また、セキュリティ対策専門のチームがいるので、一般に公開されるよりも前に対策が出来る。セキュリティホールが見つかって発表されたときには、すでに対策済みのことが多い。公開前なので、理由は言えないけど再起動してください、とユーザに連絡してパッチを当てている。

こういったセキュリティの証明として、入退室やネットワーク、電源管理などの監査を受けて、第三者認証をきちんととっている。顧客にはデータセンターを公開していないが、プロフェッショナルの第三者機関が保証している。

場所を公開していないのは、知られると危険だから。場所が判らなないと不安、という声があるが、実際には非公開の方が安全性は高い。

同じセキュリティレベルを維持しようとした場合、5年使うと自社で持つより運用コストが7割くらい下がるだろう、とされている。

○クラウド導入の本当の効果

クラウドの最大のメリットは失敗のコストが安くなるということ。やり直しが簡単にできる。

たとえば、eコマースのサイトを作って上手くいかなかったとき、サーバを買ってしまったら止められない。社内のほとぼりが冷めるまで延命され、貴重なお金とリソースが延々浪費され続ける。しかしクラウドなら少額で回せるので、駄目だったらすぐに辞められるし、何回でも挑戦できる。

伊藤穰一というMITのメディアラボ所長も、イノベーションを起こしたいなら失敗のコストを下げないといけない。と言っている。つまり、クラウドは技術の話ではなく、失敗のコストを下げる一番良い道具だ。

まとめると、運用が楽になる、コストを下げる、失敗のコストが下がる、といったメリットがAWSにはある。上手に利用してビジネスに役立ててほしい。



会場風景



平成 27 年度通常総会を開催

事業報告、事業計画、役員・運営委員の承認、会則の一部変更

流通 BMS 協議会では5月 27 日に東京港区の明治記念館で平成 27 年度通常総会を開催した。

冒頭、主催者を代表して当センター会長の林が開会の辞を述べ、経済産業省商務情報政策局流通政策課の野村課長と農林水産省食料産業局食品小売サービス課の朝倉課長補佐に来賓のご挨拶をいただいた後に、協議会の浅野会長の議事進行により予定した 5 つの議案がすべて承認された。

●第 1 号議案：平成 26 年度事業報告

(1) 維持管理活動

下記の 3 件の CR (Change Request) が提出され、11 月開催のメッセージメンテナンス部会と 2 月の技術仕様検討部会で検討した結果、いずれも承認された。

①オフライン発注に対する出荷開始型モデルの追加

②納品明細書の標準化

③流通業界共通認証局 証明書ポリシーの改定

(2) 導入支援活動

①業界団体に対する支援

・会議への出席：3 団体、7 回

・会合への講師派遣：5 団体、11 回

②ロゴマークの使用許諾

115 製品・サービス (55 社) (27 年 3 月末現在)

④流通 BMS ソリューション EXPO

リテールテック JAPAN (3/3~3/6) に 10 社・8 小間を出展

(3) 普及推進活動

①普及推進部会の下に、「地方」「中小」をターゲットとした推進を行うタスクチームを編成し、3 回開催。

②2 種類の講座を開催。

入門講座…東京 7 回、大阪 2 回、266 名参加
導入講座…東京 2 回、大阪 1 回、59 名参加

③普及推進セミナーを今年度承認された CR の報告、小売業の導入事例、NTT の回線網移行、を主なテーマに大阪、名古屋、東京で開催。317 名参加。

④リテールテック JAPAN2015 にて、小売業の導入事例 (2 社) を紹介。

⑤EDI 導入における投資減税説明会を東京で 2 回開催。62 名参加。

⑤卸・メーカーの導入企業数推計

8,000 社以上と推計 (26 年 12 月)

⑥普及推進用のリーフレットを改訂

●第 2 号議案：平成 27 年度事業計画

維持管理活動、導入支援活動は従来活動を継続。主な普及推進活動は 8 頁を参照。

●第 3 号議案：役員の改選

次頁の役員が承認された。

●第 4 号議案：平成 27 年度運営委員

次頁の委員が承認された。

●第 5 号議案：会則の一部変更

支援会員制度の廃止に関わる変更が承認された。

総会の後、アマゾンデータサービスジャパン (株) マーケティング本部 小島本部長を講師に、「クラウドサービスとビジネスインフラ」をテーマに記念講演会を開催した。(講演要旨を 2 頁から掲載)

講演会の後は、井上副会長の挨拶と乾杯で懇親会を開催した。



役員

(敬称略)

役職	氏名	所属・役職
会長	浅野 正一郎	国立情報学研究所 名誉教授
副会長	井上 淳	日本チェーンストア協会 専務理事
副会長	奥山 則康	一般社団法人 日本加工食品卸協会 専務理事

平成 27 年度運営委員会委員

(氏名 50 音順 敬称略)

氏名	正会員	所属・役職
東 賢一	日本 OTC 医薬品協会	顧問
遠藤 茂	全国化粧品日用品卸連合会	(株)井田両国堂 システム室 部長 (情報システム専門委員会 副委員長)
尾内 啓男	(一社)日本アパレル・ファッション産業協会	(株)ワコール 執行役員 情報システム部 部長 (SCM 推進委員会・情報システム小委員会委員長)
大津 直也	(一社)日本ドウ・イト・ユアセルフ協会	事務局長
金田 好男	(一社)日本医薬品卸売業連合会 大衆薬卸協議会	(株)大木 システム部 部長 (大衆薬システム専門委員会 委員長)
黒木 敏英	全日本菓子協会	森永ビジネスパートナー(株) シェアドサービス事業部 情報システムグループ システム管理担当 (流通情報システム委員会、 e-お菓子ねっと運営会議 委員)
坂口 正之	日本化粧品工業連合会	常務理事
篠原 豊	(一社)日本スーパーマーケット協会	流通推進部 情報システムアドバイザー (情報システム委員会 事務局)
鈴木 剛	日本生活協同組合連合会	コープ情報システム(株) 代表取締役社長
関 淳弘	日本百貨店協会	総務部 副部長
高波 圭介	(一社)日本加工食品卸協会	国分(株) 情報システム部長 (情報システム研究会 座長)
竹下 順	全国菓子卸商業組合連合会	(株)山星屋 執行役員 情報システム部長
西岡 秀和	日本チェーンストア協会	(株)セブン&アイ・ホールディングス システム企画部 グループシステム シニアオフィサー 兼 情報管理室セキュリティ シニアオフィサー (ICT 委員会 委員)
平松 秀郷	日本チェーンドラッグストア協会	(株)マツモトキヨシホールディングス 執行役員 IT・ロジスティクス統括部 部長 (業界標準化推進委員会 委員)
新木 雅之*	(公財)食品流通構造改善促進機構	専務理事 (生鮮取引電子化推進協議会 事務局長)

※総会時の(公財)食品流通構造改善促進機構の運営委員は三宅氏だったが 7/1 に交替。



今年度の普及推進活動計画を承認

第1回普及推進部会を開催

本協議会では7月16日（木）に今年度の第1回普及推進部会を開催した。

部会で決定した、重点活動項目は次のような内容を予定している。

●流通 BMS 導入実態調査

正会員団体の協力を得て隔年で実施しているもので、2009年の1回目からはじめ今年で4回目。今年度も小売9団体、卸・メーカー20団体の協力を得て9月末回答締切で実施する予定。

●導入支援ガイドブック作成

昨年度からタスクチームを設置し、普及推進部会のIT企業を中心としてガイドブックを作

成している。そのガイドブックが普及推進部会にて確認され完成した。詳細は10頁にて紹介。

●小売向け導入促進

より多くの小売向けに情報を伝えるため、正会員の小売団体連携した活動を強化。導入支援ガイドブックを活用し導入促進を図っていく。

●卸・メーカー向け導入促進

流通 BMS を既に導入した小売企業と連携し、未導入の取引先向けに情報展開を行っていく。

●新たにタスクチームを設置

普及推進部会の一部小売団体と卸・メーカー企業によるタスクチームを新たに設置。普及の課題を洗い出し、具体的な施策を検討していく。

平成27年度普及推進部会に参加する正会員、IT企業

（平成27年7月21日現在）

正会員	IT企業
(一社)日本ボランティアチェーン協会	エス・ビー・システムズ(株)
(一社)日本アパレル・ファッション産業協会	(株)インターコム
日本チェーンドラッグストア協会	(株)リテイルサイエンス
(一社)新日本スーパーマーケット協会	SCSK(株)
全国化粧品日用品卸連合会	(株)サイバーリンクス
食肉流通標準化システム協議会	(株)データ・アプリケーション
全国菓子卸商業組合連合会	富士通エフ・アイ・ピー(株)
(一社)日本スーパーマーケット協会	(株)インテック
日本百貨店協会	キヤノンITソリューションズ(株)
日本チェーンストア協会	(株)HBA
(一社)日本加工食品卸協会	



卸・メーカーの導入企業数 8,290 社 6月1日時点の推計 この半年の増加数は約 300 社

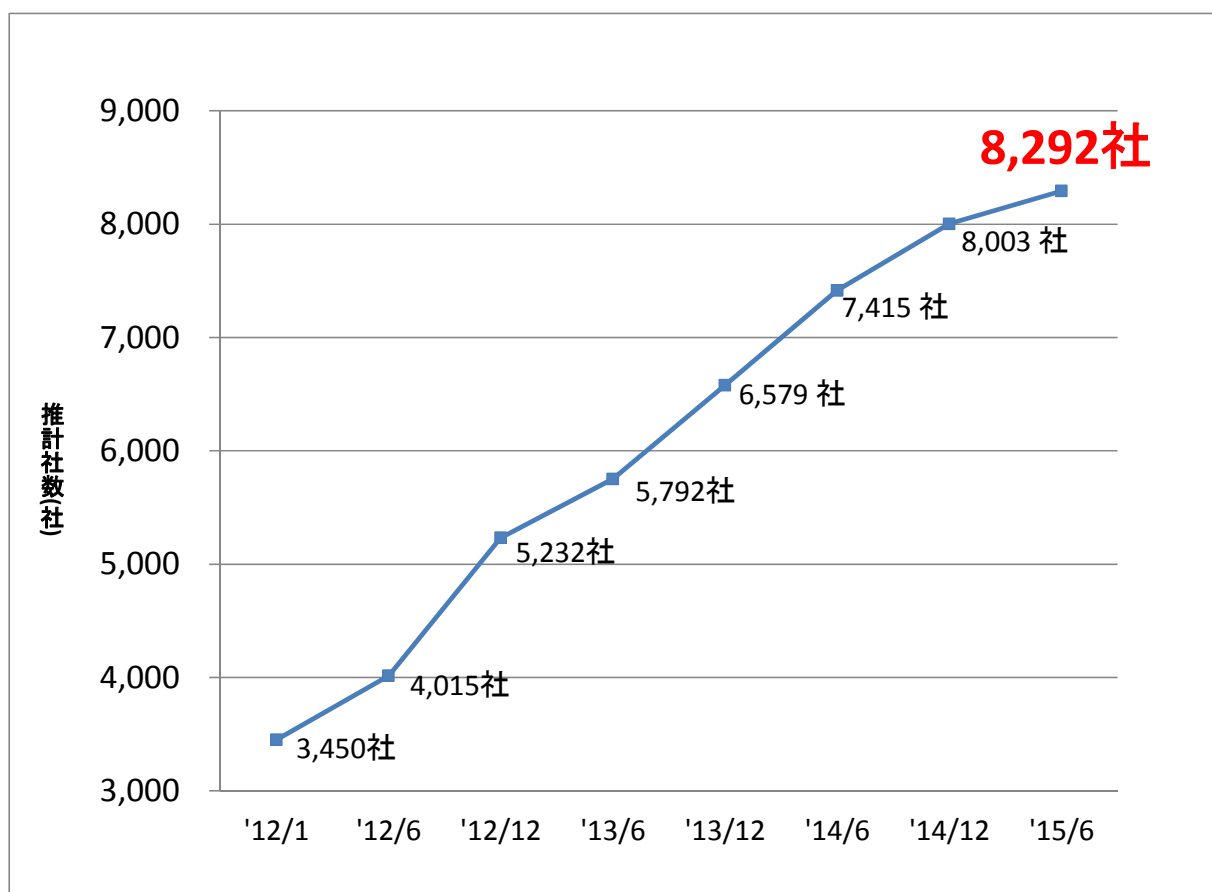
流通 BMS 協議会では、半年毎に卸・メーカーの流通 BMS 導入企業数調査を行い発表している。

直近の昨年 12 月 1 日時点では「流通 BMS を導入している卸・メーカーは 8,000 社以上と推測される」という内容で発表し、半年後の本年 6 月 1 日時点の調査結果では、8,290 社以上となり、この半年間で 300 社近く増加している。

大手 GMS では既存 EDI から流通 BMS への完全移行が完了するなど、スーパーの取引先を中心に多くの卸・メーカー企業が既に対応してきていることを示している。

次回の第 9 回調査は今年の 12 月 1 日時点で実施する予定。

卸・メーカーの導入企業数推移



調査方法の詳細は下記 URL を参照。

<http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/info/release20141226.pdf>

導入支援ガイドブックが完成 既存 EDI が利用できなくなる/導入コスト/中小小売事例

流通 BMS が策定されて以降、本協議会にて様々な普及推進活動が行われ、現在小売は 310 社（情報志向型卸売業研究会 2014 年度報告より）、卸・メーカーは 8,290 社以上（卸・メーカー導入数推計：前頁参照）と併せて 8,600 社以上の企業が流通 BMS の導入を行っている。流通 BMS はある程度認知され、あとはいつ導入するかというタイミング次第になってきている。そこで、本協議会では昨年度より普及推進部会の IT 企業を中心としたタスクチームを編成し、流通 BMS の導入を促すための「導入支援ガイドブック」を作成した。

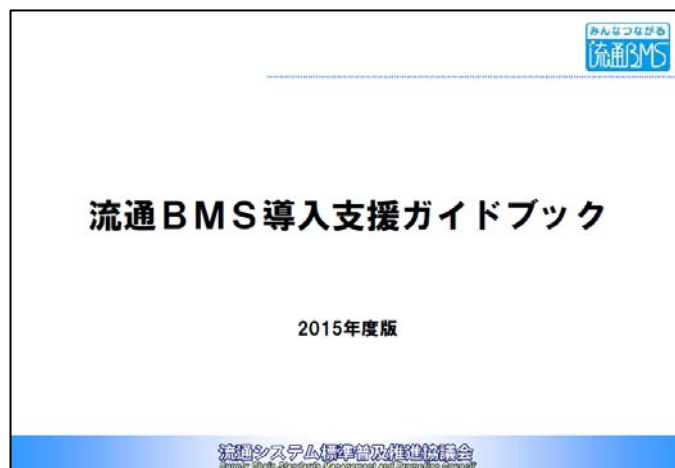
本ガイドブックは、今までの「流通 BMS とは」という説明に重きを置いた資料ではなく、導入するために知りたい情報に絞ったものとなっている。主にポイントは次の様なものである。

●NTT の公衆回線網廃止と EDI への影響

東西 NTT が 2020 年度後半に INS ネットのサービス提供を終了する予定であるとしている。そのため、INS ネットを利用する JCA 手順や全銀手順、全銀 TCP/IP 手順といった、今でも多くの小売企業が利用しているレガシー手順の EDI が利用できなくなる可能性が高い。2020 年まではまだ時間があると考えがちだがそうではない。システムのリースを考慮すると大体が 5 年であるため、次のリース更新のタイミングが最初で最後のタイミングとなる。

●流通 BMS 導入コスト

導入コストは、それぞれの小売業の状況や導入の目的により大きく変わるため、今まではその提示を避けてきた。ただ、大体どれくらい掛かるのかも分からないといった意見があったり、確認していないが「流通 BMS 導入コスト＝分からない＝高そう」というイメージを先行して持つ企業も



いた。これが普及の障害にもなっていることから、本ガイドでは初めてコストを提示している。

自社導入型とサービス利用型それぞれに対して、導入する際に掛かるコストを示しているが、前述の通り、それぞれの状況によりコストは変わってくるため、あくまで参考とし、流通 BMS のロゴの許諾をしている幾つかの IT 企業に確認してもらいたい。

●中小・地域密着小売の流通 BMS 導入事例

これまで主に大手小売を中心に各地域でセミナーを開催し、導入事例を紹介してきた。しかしながら、現在の普及状況から大手小売は殆どが対応しており、今後は中小規模の小売が対応を加速させていくものと推測される。大手のみならず、インターネットでの EDI であれば、サプライチェーン全体を考え流通 BMS であることは既に中小小売にも理解されている。そのため、本ガイドでは今後対象となる規模を想定し、自社導入型とサービス利用型の導入事例を 2 つ掲載している。

資料は以下 URL に掲載している。

協議会ホームページ⇒情報コーナー⇒無料頒布資料

<http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/info/info03.html>



流通 BMS 導入講座 e-learning を配信開始 ～いつでも、どこでも、何度でも、受講が可能に～

昨年度、東京と大阪で開催した「流通 BMS 導入講座」を、5 月より e-learning として配信を開始した。インターネット環境を利用することで、場所や時間を選ばず、受講することが可能になる。費用は無料。PC に限らず、スマートフォンやタブレットなどのモバイル環境でも受講が可能である。

配信開始からわずか 1 か月の間に、IT ベンダーのみならず、小売や卸・メーカーなどから 100 名以上の受講申込が殺到しており、注目の高さが窺われる。

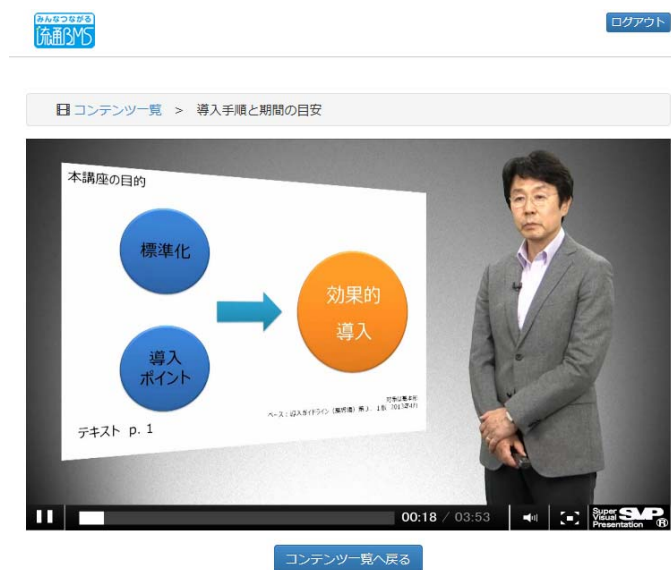
講座内容は、(株)リテイルサイエンスの今淵真太郎社長を講師に迎え、導入に当たっての実際的な手順や注意事項、標準仕様を遵守する重要性、避けるべき標準外事例とその対応策などを詳しく解説するものとなっている。

また、動画視聴後は、講座の内容を定着させるための問題が出題され、受講者のスキルアップに大きく寄与している。

受講に当たっては下記 URL で申込を受付中。

<http://www.dsri.jp/ryutsu-bms/event/edi2.html>

受講画面



出題画面



「流通 BMS 導入講座 e-learning」内容

	タイトル
第 1 回	導入手順と期間の目安
第 2 回	メッセージの選択
第 3 回	標準を正しく使う
第 4 回	相対企業の範囲と対応

動画選択画面





業界標準導入プログラムを作成 日本チェーンドラッグストア協会

本協議会の正会員団体である日本チェーンドラッグストア協会では、会員であるドラッグストアチェーン向けに流通BMSの導入推進を目的とした「標準EDI(流通BMS)業界標準導入プログラム」を作成した。

本プログラムは15周年を迎えた記念事業として、また、成長戦略のプロジェクトの一つとして流通BMS策定当初から同協会に設置されている業界標準化推進委員会に、特別にグループを設け作成された。

プログラムのポイントは以下の2つである。

- 導入コスト
- IT企業選び

この2つをポイントとする背景には、実際に導入を行おうとしたドラッグストアが、IT企業に見積もりを依頼した結果、想定以上の導入費用が提示されたという事例があった。このドラッグストア

は、その後、多方面に相談し、再度見積もりを依頼した結果、想定内の(適正と思える)見積もりが提示され、導入することができた。このドラッグストアは1回目の見積もりで諦めなかったため、導入する事ができた。同協会では、このケースを重く受け止め、上記2つのテーマを重点ポイントとし、導入プログラムを作成している。

全体の構成としてはドラッグストアはオーナー企業も多いため、イラストを多用し、分かり易いものとなっている。NTTの公衆回線網移行についても触れ、まずは、流通BMSへの移行を促す、その際にどういったことに気を付けなければいけないのか、少し踏み込んだ資料となっている。

資料は同協会ホームページより近々公開される予定である。

<http://www.jacds.gr.jp/>



回線網移行計画の対策が急務

協同組合 ハウネット
専務理事 **高野 隆 氏**
たかの たかし

顧問 **西部 弘司 氏**
にしぶ ひろし



左から高野氏、西部氏

協同組合ハウネットは1991年8月1日に設立され、家庭用品並びに食品軽包装業界のシステムの標準化と普及促進を行うとともに、卸・メーカーが利用できる業界VAN「ハウネット」を運営している。現在では加入している卸・メーカーの270社にデータ交換によるEDI取引を提供しているほか、Web-EDIの提供も行っている。

今回はこの5月に開催された総会で新たに専務理事に就任された高野氏と前専務理事の西部氏にお話を伺った。

一協同組合ハウネットの発足の経緯と、現在の主な活動内容を教えてください。

設立の経緯としては、(一財)生活用品振興センター内に「生活用品流通情報システム化協議会」が1988年に発足し、91年に協同組合となりました。元々は家庭用品業界のEDIシステムだったのですが、97年より、食品軽包装業界のEDIシステムも稼働しています。

活動としては、家庭用品と食品軽包装業界それぞれのシステム化検討委員会に加え、メーカー部会、卸売部会を運営しています。それぞれが抱えている共通の問題点について、各部会で協議を行い、必要があれば部会が横で連携し、情報を共有しながら解決策を探っていきます。委員会や部会の頻度はテーマによって異なります。

最近のテーマとしては、(一財)流通システム開発センターと協力して作成した「食品軽包装業

界バーコード(JANシンボル・ITFシンボル)ソースマーキングガイド」があります。食品軽包装用の商品は、消費者が直接購入するものではないため、POSを通しません。そのため、バーコードの必要性が認識されておらず、マーキング率は5割程度という状況です。しかし、受発注のコード標準化や在庫管理の簡便性を考えると、ソースマーキングには大きなメリットがあります。

また、標準化された商品マスタは今のところ利用されていませんが、Excelベースなど、利用しやすい形での標準化を目指して検討を始めたところです。改廃や商品画像など、データを増やそうと思うときりがなくなりますが、カタログ情報ベースでの情報なら各社とも提供できると考えています。トレーやシール、ラップなど、商材によって項目が大きく異なりますが、年内にはまとめて、前述のソースマーキングとともに普及させていきたいと思っています。

また、ハウネットで利用している固定長フォーマットと流通BMSのフォーマットを比較検討しよう、という計画もあります。

一業界VANの概要と現在の状況はどのようになっていますか？

データ交換によるEDIは加入企業270社が利用しています。昨年より稼働した新しいWeb-EDIは組合に加入していなくても利用できますが、40社ほどが利用しており、利用量は増加を続けてい



ます。Web-EDIはメインではなく、あくまでも補完という位置づけで、取引量が少ない企業に投資額を抑えて導入するための手段として提供しています。月間の伝票枚数が200枚程度の取引量を一つの目安にしています。

当組合のVANで流れている情報は「発注」「仕入れ」のほか「請求」「支払」などがあります。食品軽包装業界については、「仕入れ」データを利用すればペーパーレス化を実現でき、照合処理も自動化されるので、それを目的に加入した卸も多いです。また単に卸売企業からメーカーへの発注だけではなく、卸同士やメーカー同士の取引も存在します。

喫緊の課題はNTTの回線網移行の問題への対応です。EDIではJCA手順が使われていますが、2020年度後半以降使えなくなる可能性が高い。現在インターネットを利用する手順はWeb-EDIしかないのですが、今後は流通BMSへの切り替えなども含めて考えています。

しかし、いずれにせよ企業内のシステムの切り替えが必須となり、急にお金が必要になると対応は難しくなります。リース期間との兼ね合いもありますし、いかに早い段階から周知していくのが重要となるでしょう。その点で、NTTと流通システム開発センターが連携し、情報を広く発信してもらおうとありがたいです。

一流通BMSの利用状況や、標準仕様への要望を教えてください

ハウネットに加入している卸やメーカーの立場としては、小売側が対応方針を決めてくれないと動きようがないため、なるべく早く小売に決断してほしい、というのが本音です。

一方で、小規模の小売企業が、初期投資額の小さい独自仕様のWeb-EDIに流れていかないか心配しています。Web-EDIではシームレスなデータのやり取りができないため、人手を介することになり、卸側の実質的なコストが増大します。

現状、卸やメーカーは、小売に要望された通りの形で受注するという姿勢が一般的で、自分たちから積極的に活動する企業は少ないです。しかし、今後は業界団体などで、「独自仕様のWeb-EDIを避けたい」というような声明を出せれば、と思っています。

全加入企業に聞いて導入率を調べたわけではありませんが、利用している企業は多くあります。大手小売からの受注に使っているケースのほか、珍しい例としては、卸からメーカーへの発注に使っているケースもありました。

いくつかの流通BMS利用企業にヒアリングも行いました。EDI化の比率を高め、販管費を抑えるのに成功している企業がある一方で、標準仕様に対する要望も聞こえてきました。

例えば、せっかくEDI化してペーパーレスになっても、結局紙の納品明細書が必要になってしまうとか、物流ラベルの標準が拡がっていない、といった声がありました。

ハウネットでは、卸・メーカー間の取引で、運賃や値引きの処理が必須となるため、そういった取引が出来るようにメッセージを構築しています。流通BMSでもこれらが利用できるようなになれば、もっと普及していくのではないかと感じています。

今後の課題や展望を教えてください

何といたっても、NTTの回線網移行への対策が急務だと考えています。NTTや流通システム開発センターとも協力して、情報の周知・共有を図り、早めに対策を取っていきたいと思っています。

また、小規模の小売企業の間では、流通BMSに対する認識がまだ深く持たれていない印象があります。そういった企業に、いかに情報を伝えていくかが今後の課題だと思います。

(聞き手：梶田・根岸)



GS1 Japan パートナー会員制度を発足

～EDIのみならず、流通システム全体に関する情報提供と標準の普及推進～

流通 BMS 協議会の発足以来、IT ベンダーを中心とした各社様に支援会員として、流通 BMS の普及推進や標準順守に協力をいただいていたが、2015 年 4 月より、(一財)流通システム開発センターにおけるソリューションプロバイダーなどを中心とした各種会員組織[流通 BMS 支援会員、EPCglobal 会員、流通情報システム研究会(シス研)会員、センター会員]を統合し、新たな会員制度として“GS1 Japan パートナー会員制度”を発足させることとなった。

●新会員制度設立の目的

近年、ネット利用の取引を含め、IT 技術の急激な進歩・利用端末の変化など、流通情報システムを取り巻く環境は目まぐるしく変化している。その中で流通業界の国際標準である GS1 標準も標準コードだけの単一利用ではなく、自動認識技術や情報連携・共有にと流通活動の全般のソリューションとして利用される場面が拡大している。

流通業における情報システム化に関わる各種キーワード(EDI、GS1 標準、EPC など)を中心として、最新のシステム技術、システム化事例、業界動向、国際動向などの情報を共有し、流通業界全体のシステム化、標準化を推進することを目的とする。

●新会員制度のサービス内容(予定)

既存会員制度にて提供していた各種サービスを統合し、セミナー、見学会、資料提供などに加え、個社開催セミナーへの後援や当センター主催の展示会への優待料金設定など“GS1 標準をはじめ、流通業界における各種標準を普及推進する”ための事業に対する支援を今まで以上に厚くご提供する予定だ。

サービスの詳細内容については、
下記を参照のこと。

<http://www.dsri.jp/partnership/pdf/partnership.pdf>

●入会方法について

下記を参照のこと

<http://www.dsri.jp/partnership/join.htm>

●本件に関する各種問合せ窓口

一般財団法人流通システム開発センター

GS1 Japan パートナー会員制度 事務局
partnership@dsri.jp

各種セミナーの開催

- ・定例セミナー(2～3ヶ月に一度開催)
 - GS1 標準に関する最新情報
 - GS1 EPCglobal 標準の導入事例紹介 など
- ・特別セミナー(半期に一度開催)
 - 会員企業による事例紹介 など

見学会開催(年に1～2回程度)

- ・国内外の各種施設の視察
 - 小売業や卸売業などの物流センター など

2015年8月26日

第1回定例セミナーを開催いたします

〈セミナーテーマ〉

- 「GS1 QR コードと製品安全」
- 「ASN を活用したメーカー～卸間の検品レスシステム」
- 「食肉標準物流バーコードの利用事例」



(2015年7月29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 | (一社)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 |
| 全国卸売酒販組合中央会 | (一社)日本専門店協会 |
| 全国菓子卸商業組合連合会 | 日本チェーンストア協会 |
| 全国化粧品日用品卸連合会 | 日本チェーンドラッグストア協会 |
| (一社)全国水産卸協会 | (一社)日本ドゥ・イット・ユアセルフ協会 |
| 全国青果卸売協同組合連合会 | 日本歯磨工業会 |
| (一社)全国中央市場青果卸売協会 | 日本ハム・ソーセージ工業協同組合 |
| (公社)全日本医薬品登録販売者協会 | (一社)日本パン工業会 |
| 全日本菓子協会 | 日本百貨店協会 |
| 全日本履物団体協議会 | (一社)日本フードサービス協会 |
| 全日本婦人子供服工業組合連合会 | (一社)日本物流団体連合会 |
| (一社)全日本文具協会 | 日本文紙事務器卸団体連合会 |
| (一社)大日本水産会 | (一社)日本ボランタリーチェーン協会 |
| (一社)日本アパレル・ファッション産業協会 | (一社)日本レコード協会 |
| 日本アパレル物流連合会 | (公社)日本ロジスティクスシステム協会 |
| (一社)日本医薬品卸売業連合会 大衆薬卸協議会 | 協同組合 ハウネット |
| (一社)日本衛生材料工業連合会 | |

社名公開企業



本協議会では正会員、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。2015年7月1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	122	10	132
百貨店	9	2	11
ドラッグストア	24	0	24
ホームセンター	4	0	4
生協事業連合	4	0	4
倉庫型会員制ストア	1	0	1
ボランティアチェーン本部	1	0	1
ディスカウントストア	2	0	2
合計	167	12	179

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

卸売業・メーカー

業種	済	予定	小計
食品・飲料卸	57	0	57
菓子卸	21	4	25
日用品・化粧品 卸・メーカー	25	0	25
医薬品 卸・メーカー	6	2	8
アパレル・靴・スポーツ用品 卸・メーカー	29	8	37
食品メーカー	30	2	32
家庭用品 卸・メーカー	10	1	11
包材資材 卸・メーカー	15	7	22
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	2	0	2
合計	200	24	224

(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、8,290 社以上に導入されていると推測しております。(2015年6月現在)

ロゴマーク使用許諾製品



本協議会では流通 BMS の標準仕様に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。

2015年7月22日現在の状況は下記のとおりです。

許諾総数：104 製品・サービス
(提供企業数 49 社)

《104 製品・サービスの内訳》

- EDI (通信+XML) 製品：49
- サービス (ASP/SaaS)：37
- 通信基盤：12
- 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



流通 BMS 協議会では、流通 BMS について学んでいただくための講座を定期的を開催しています。流通 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。参加無料ですので、ご活用下さい。

流通 BMS 入門講座

対象者	流通に携わる方全般 特に、 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
開催時間	14:00~16:30 (受付開始: 13:30~)
プログラム	第 1 部: 流通 EDI の概要 第 2 部: 流通 BMS の基礎知識
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

東京会場: 2015 年 9 月 11 日 (金)

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 プラス・カナダ

大阪会場: 2015 年 9 月 15 日 (火)

新大阪丸ビル別館
大阪市東淀川区東中島 1-18-22 丸ビル別館 5-2 号室

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。

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

※入門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。



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、JANシンボルなど ② 集合包装用商品コード：コード体系、利用方法、ITFシンボルなど ③ GTIN（Global Trade Item Number）とは ④ その他関連事項
第2部 今後期待される国際標準のバーコードなど	
15:10~16:30	① アプリケーション識別子（AI）：AIとは、AIの必要性・メリットなど ② GS1-128バーコード：GS1-128バーコードとは、シンボルの特徴など ③ GS1データバー：GS1データバーとは、シンボルの種類と特徴など ④ 電子タグとEPC：電子タグとは、電子タグの特徴、EPCとはなど

開催日・場所

東京会場：2015年7月30日（木）
8月20日（木）
9月10日（木）
流通システム開発センター2F 会議室
大阪会場：2015年9月4日（金）
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
- (2)電子タグとは
- (3)電子タグの活用シーンと導入事例
- (4)電子タグシステムの導入に向けて
- (5)EPCglobal 標準の紹介

開催日時・場所

東京会場：
2015年11月20日（金）
2016年2月17日（水）
流通システム開発センター2F 会議室
大阪会場：
2015年9月3日（木）
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/epc_seminar.htm

