

User Solution & Communication Magazine

Meijin PRESS

07
vol.

2012年1月 季刊誌
名人プレス

名人でソリューション 名人PRESSでコミュニケーション

■特別企画

「スペシャルインタビュー」

イオンアイビス株式会社

システム開発本部 本部長 北澤 清 様

■解説 話題のテーマ

「企業に広がる Facebook 活用」

キューフォー株式会社 代表取締役 磯島 大

■Catch the USAC

「ベトナム旅行記」

「東京本社、新オフィスに移転」

余暇ナビゲーション / 「城跡のある風景～小諸城～」

聖岳 (3013m)

USAC SYSTEM



ユーザックシステム株式会社
取締役オリジナルソフト事業部長
小ノ島 尚博(このしま たかひろ)

出身：大阪府豊中市
(1962年、京都生まれ)
趣味：登山、マラソン、ゴルフを少々
健康のために始めたランニングが次第にフルマラソン出場へと発展し、最近では日本アルプスやハケ岳など夏山登山を楽しんでいます。

ごあいさつ

新年あけましておめでとうございます。

日頃は名人シリーズをはじめ当社の製品・サービスをご利用いただき、誠にありがとうございます。名人プレスは第7号をかぞえ、創刊4年目となります。年2回の発行ですが、継続してこられたのもご愛読いただいている皆様、そしてインタビューをお受け頂くなど編集にご協力いただいた方々のおかげです。改めまして深くお礼申し上げます。継続といえば私の趣味、マラソンもちょうど4年目となります。始めたころはマラソンとは言えない距離、3kmが精一杯でしたが、それがなんと1年後にはフルマラソン(福知山)に出場するまでに至りました。そして昨年、幸運にも大阪マラソン、神戸マラソンの記念すべき第1回に出場することができ、体力・気力ともに充実した一年となりました。この喜びを知ってもらいたいと思い、現在、社内でもマラソン仲間を増やしているところです。

さて当社のオリジナルソフトEOS名人は、おかげさまで昨年、出荷累計が1100本を超えました。皆様のご厚情に深く感謝申し上げます。EOS名人は小売とのオンライン受発

注システムですが、新たなEDIのしくみ「流通BMS」対応のための導入も伸びつつあります。イオン、イトーヨーカ堂、ユニー、西友、マツモトキヨシなど大手小売が相次いで取引先説明会を開催し、卸・メーカーの流通BMS導入意欲が高まってきたことが主な要因です。特にイオングループが2012年末にJCA手順のEDIを終了すると宣言したことが業界に大きなインパクトを与えました。これについては当社も注目し、セミナーにてイオンアイビス北澤本部長にご講演いただき、またその後も詳しいお話をお伺いすることができました。ぜひ本誌特別インタビュー記事をご覧ください。

いよいよ今年、30年にわたり利用されてきたJCA手順がその役割を終え、流通BMSへとさらにシフトする年になるでしょう。当社はEDIに限らず、幅広く受発注業務の効率化や物流業務改善のご支援ができるよう、引き続き品質向上に努めてまいります。どうぞよろしくお願いします。

今年は皆様にとって、竜のごとく上昇志向で勢いのある年になることを祈願いたします。

経営理念

- 一、人財こそ命なり
- 一、顧客こそ命なり
- 一、創造こそ命なり
- 一、品質こそ命なり

contents

■特別企画 Special Interview

「スペシャルインタビュー」

イオンアイビス株式会社

システム開発本部 本部長 北澤 清 様

03

■解説

「企業に広がる Facebook 活用」

10

■Catch the USAC

「ベトナム旅行記」

「東京本社、新オフィスに移転」

余暇ナビゲーション/「城跡のある風景～小諸城～」

11

表紙／聖岳(ひじりだけ、3013m)

日本百名山にも数えられる南アルプス最南端の3000m峰。登山口の便ヶ島(たよりがしま)から山頂までは標高差2000mを超えるため、厳しい登山となるが、広範囲に咲き誇る高山植物が楽しめる。聖平小屋で疲れを取り、さらに南下し原生林を抜けると光岳(てかりだけ、2591m)にたどり着く。この2座は南アルプス南部の「最果てのピーク」といわれている。

撮影／オリジナルソフト事業部 小ノ島

完全移行まで1年— イオングループにおける流通BMSの取り組み



北澤 清 様

イオンアイビス株式会社
システム開発本部 本部長

●プロフィール／きたざわ きよし

1981年 イオン（旧ジャスコ(株)）入社
三重事業部伊勢店、四日市店勤務
1984年 本社情報システム部
・人事システムグループMgr
・商品システムグループMgr 等
1998年 イオン琉球(株)（旧(株)プリマート）出向
・物流・情報システム本部長
・ストアオペレーション本部長 等
2008年 イオンリテール(株)情報システム部長
2009年 イオンアイビス(株)設立に伴い現職

流通業界における新しいEDIビジネスメッセージ標準である「流通BMS」は、2006年の共同実証以来、スーパー、チェーンストア業界等の小売業を中心に、確実にその導入が進みつつあります。今回は、特別企画として、早期から流通BMSに取り組んできたイオングループのITを担当するイオンアイビス株式会社 システム開発本部の北澤 清氏より、流通BMSの基礎知識、導入による製・配・販共通のメリット、さらには、2012年の12月末をリミットとしたイオングループにおける完全移行へのお取り組みについてお話をうかがいました。

流通業界に特化した実用性の 高い標準EDI「流通BMS」

■流通BMSについて、あまり馴染みのない方も多いと思います。まずは、JCA手順をはじめ、従来のEDIから切り替えられる背景をご解説いただけますでしょうか。

北澤 電話回線を用いたこれまでのJCA手順の通信速度は2400bps/9600bpsです。ブロードバンド環境が整備された現在の感覚ではあま

りにも遅過ぎ、大量のデータをやり取りすると、発注だけで1、2時間もかかります。また、画像データはもちろん、漢字も送信できない欠点が指摘されています。

しかも、通信には専用のモデムや通信ボードが必要です。これらのハードウェアを用意するには、もちろんコストがかかりますが、機器が壊れた場合、現在はその入手が困難となり、保守コストが膨大なものとなってしまいます。また、データ長が256Bに固定されているため、新しく項目を追

加しようにも拡張ができない点など、様々な欠点が目立ってきました。

インターネットが普及した今日、このインフラをEDIに利用しない手はありません。これが、流通BMSへの展開とつながるのです。

■インターネットの活用という点では、すでにWebEDIがありますが、これとはどう違うのですか。

北澤 たしかに、WebEDIにより通信速度は飛躍的に向上しました。ですが、この方式は、手動操作による入力やファイル転送を必要とするため、EDI本来の目的である自動処理はできません。操作上の手間やタイムラグの発生により、かえって業務の効率が損なわれてしまうケースも見受けられます。

流通BMSにおいて、何よりも特長な点は、GMSや食品スーパー、



サプライチェーン全体のコスト低減、新たなビジネスの創出など、流通BMSは、製・配・販全体のメリットに直結した標準化のための仕組みです。だからこそ、小売主導で、イオングループが積極的に取り組む意義は大きいと考えます。

チェーンドラッグストア、ホームセンター等の小売業全体で共通利用できることを目的に作られたEDIであることです。基本形の「Ver.1.0」では、特に使用頻度が高い「発注」「出荷」「受領」「返品」「請求」「支払」の6業務のメッセージフォーマットを用意し、そして、「出荷」に関しては「伝票」「梱包紐付けあり」「梱包紐付けなし」の3メッセージに細分化し、これらを標準化することで実用性を高めています。

2009年の10月には、この基本形に生鮮版を付加した最新バージョン「Ver.1.3」がリリースされました。これを機に流通BMSは本格導入期に突入したといえるでしょうね。

画像データの規格化— デジタルビジネスの進展に 大きな期待

■従来のEDIの問題点の解消に加え、流通BMSの普及のメリットとして、どのようなことが考えられるでしょうか。

北澤 まず、標準化のメリットがあげられます。JCA手順による従来型のEDIでは、メッセージフォーマットが小売ごとにすべて異なっているため、メーカー・卸は個別にフォーマット変換プログラムを用意して対応する必要がありました。流通BMSに準拠したEDIを導入することで、フォーマット変換プログラムの開発とメンテナンスの負荷を大幅に軽減することがで

きます。特に取引相手が多いほど効果的で、個別対応プログラム本数が50分の1以下に削減できたという事例も報告されています。

次に、コスト削減や生産性向上のメリットですね。伝票レスになりますから、伝票代や処理費用をはじめ、物流面でのオペレーションコストも大幅に削減されます。

それから、発注データはオンラインでとっていても、請求データまで自社で作成・発行できないメーカー・卸が多くあります。流通BMSでは、パッケージソフトを活用して発注データを受け、ここで出荷処理をして、受領データを受ければ、請求データが自動的に作成でき、そのまま、発行・送信することが可能になります。こうした省力化による生産性の向上はきわめて大きなものであり、製・配・販一貫して享受できるメリットと考えます。

■XMLで画像データを送受信できることから、その活用による将来的な可能性にも期待できますね。

北澤 今や、ネットショップやネットスーパーがコンシューマから大きく支持される時代です。ところが、Web上に掲載する画像データを用意する際、A社とB社でデータフォーマットが異なると、それだけで大変な労力やコスト負担となります。一方、ネットショップを運営する側も、運営コストがどんどん膨れ上がっている現状にあります。

デジタルビジネスにまつわるこうした問題を解決するためにも、流通BMSは有効です。共通のルールやフォーマットを設け、商品マスタや画像データを標準規格化するだけで、間違いなく工数もコストも削減できるはずですよ。

また、今後の商取引の規格化を検討する場合、デジタル対応のソリューションは必須です。「うちはリアルのお店があるからWebでの展開は必要ない」というところはおそらくないと思います。

デジタル対応というのは、必ずしもWebの領域での売り上げをアップさせることだけが目的ではありません。たとえば、コンシューマから情報を得る、もしくは、新たな情報を提供するためのツールとしてもインターネットが機能するからです。

あるいは、今は「クリック&モルタル」の時代です。コンシューマは、購入を検討する商品の情報をインターネットで詳細にチェックし、十分に納得したうえで、リアルな店舗で購入する傾向にあります。そのためにも画像情報が重要な役割を担うのです。

2012年末までにJCA手順 からの切り替えを要請。商品部 中心の体制で、取引先のご理解 とご協力に注力する

■イオングループでは、お取引様の件数も膨大な数に及ぶと想像されます。流通BMSへのスムーズな移行

イオンアイビス株式会社

設立 2009年8月21日
 本社所在地 千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1
 資本金 4億9千万円
 社員数 812名
 事業内容 イオングループ各社のITサービス
 バックオフィス業務のシェアドサービス

のために、特にどのような点に配慮して来られましたか。

北澤 お取引先様のご理解とご協力なしに、流通BMSへの移行は実現できません。そのため、これまでも流通BMS導入についての説明会を何度も開催しており、とにかく、十分な移行期間と無理のない導入スケジュールの中で、余裕をもって移行していただくことに配慮致しました。

2011年も7月から11月にかけて、全国8ヶ所、計26回に及ぶ説明会を開催し、北海道から沖縄まで、延べにして全国約1,700社のお取引先様にご参加いただきました。特に今回は、財団法人流通システム開発センターさまからもご説明いただきました。その狙いは、流通BMSがイオングループだけのものではなく、業界全体で製・配・販の連携強化を促進するものであり、それによりサプライチェーンの機能とメリットを高めていく仕組みであるということをご理解いただきましたかったからです。

■イオングループでの推進スキームとしては、どのような体制が組まれているのですか。

北澤 オンラインシステムの変更となると、どうしてもIT部門が前面に立った仕事と受け取られがちですが、実際には、商品担当の執行役員がヘッドに立ち、商品部スタッフと一緒に移行計画を立てていき

ました。そして、説明会のご案内についても、日頃お取引先様とお付き合ひのある全国の商品部からご連絡させていただいています。

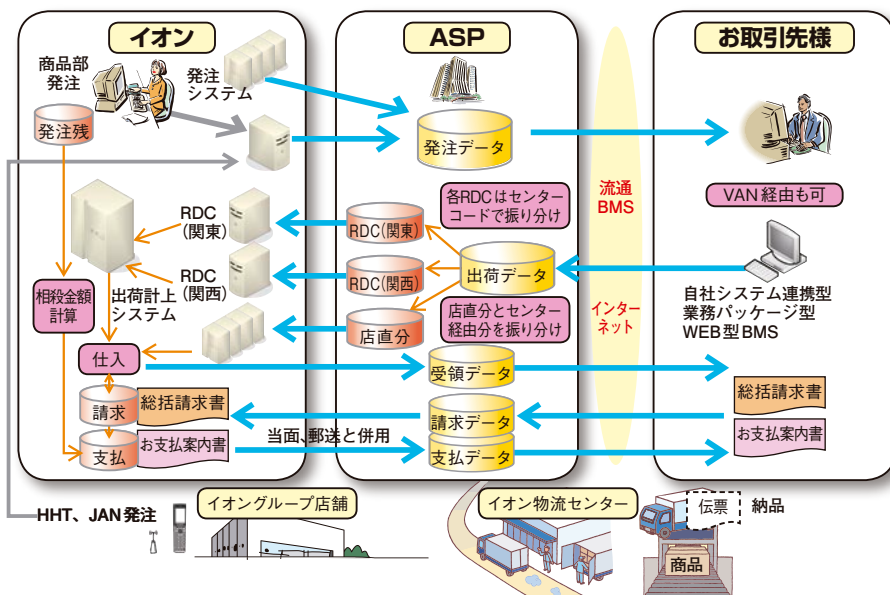
そうした体制で、私どもイオンアイビス(株)は、どちらかといえばシステム運用のサポートに徹する役割を担います。イオンの流通BMSの運営は、3社のASPベンダー会社様に委託していますが、特に、食品のお取引先様は、地場企業も多いので、この3社を通じ、VAN to VANという形で各地域のVAN会社とスムーズに連携できるよう、当社が取りまとめ役となり、最適な体制づくりを図っています。

完全移行までのリミットは、残すところ1年となりました。すでに多

くの取引先様が流通BMSへの切り替えを済ませており、テスト運用から本稼働まで、短期間でスムーズに移行したケースもあります。これまでのよい実績や手順を参考にしながら、すべてのお取引様が期限までに流通BMSへの完全移行を果たし、なおかつ、移行後もそのメリットを十分に生かせるよう、当社としても努力していきたいと思っています。

■流通BMSは、新たなビジネスモデルの構築や業務改革を推進するグループインフラとしての可能性をもっています。移行後も引き続き、IT部門の役割が大きく期待されますね。本日は、誠にありがとうございました。

■流通BMS導入・運用モデル



「企業に広がるFacebook活用」

磯島 大

■ 話題のFacebookとは？

Facebook（以下FB）は世界最大のソーシャルネットワークサービス（SNS）で、全世界では既に7億人を超えるユーザが利用しています。アメリカではインターネットユーザの65%（約1億5600万人）、アジアでもマレーシア70%（1200万人）、タイ74%（1200万人）、台湾69%（1100万人）などと軒並み広く普及しています。

では日本はというと、実は5%（500万人）というのが現状です。これをもって日本ではまだまだという声もありますが、この500万人という数字、2011年のはじめに比べると3倍という急速な伸びを見せており、企業のインターネット活用における選択肢としても注目を集めるようになってきました。

企業利用としてはFBページと呼ばれるファンサイトの機能が期待されています。これはFB内に設置するホームページのようなもので、ユーザがページに「いいね！」をつける（ファンになる）と友達の近況と同じようにそのページからの情報が手元に届く仕掛けになっています。いちいち開封してリンク先を参照するメルマガや、わざわざ訪問する必要があるWebサイトよりも確実かつダイレクトに情報が届けられ、また、コメントなどが簡単にやりとりできるので、企業とユーザのつながりを促進することが可能になります。また、FBは実名制を採用して

おり、個人のプロフィールに顔写真を掲載している人も多いのでネット上でよく心配される“荒らし”などが起きにくい点が特筆されます。

国内でもこれまでに5万件以上のFBページが開設されており、企業や商品、サービスについてのものもどんどん増えています。ただ、注意が必要なのはまだ日本のユーザ数が十分に多くはないということです。海外では広く行われている幅広い層にリーチして新規顧客開拓を、と考えるにはまだ早い段階かもしれません。

しかし、だからといって手をつけたいのはもったいない。これだけ充実した機能を無料で使えるオンラインサービスを活用しない手はありません。

■ いますぐできるFacebookのビジネス活用

ここでは、中堅中小企業、B2BビジネスでもFBを味方にする方法を3つご紹介したいと思います。

1. 既存顧客や取引先との密なコミュニケーションの場としての活用

FBページで数万、数十万というファンを獲得するのではなく、数十数百というオーダーでも既存顧客や取引先を巻き込んで情報発信、意見や質問などのフィードバックを得ることを通じて関係を継続的なものとして深めるという使い方です。新規開拓手段というよりCRMツールとしてとらえると可能性が広がります。

2. 自社Webサイトへ誘導するSEOの手段としての活用

FBのコンテンツの大半は会員登録をしないと見ることができませんが、FBページは公開されており、YahooやGoogleなどの検索対象にもなっており、それも比較的上位に表示されるので、専門性の高い業種などではFBページから自社サイトに誘導するSEO的な効果も期待できます。

3. グループ機能の活用

ここまで主にFBページについて述べてきましたが、実はいますぐにでも大きな成果を出すことができるのは、グループ機能を使った社内コミュニケーションです。FBページが1対多の情報発信に重きが置かれているのに対し、グループではメンバー間の多対多のやりとりを促進します。秘密のグループとして設定すればメンバー以外からはグループの存在を含め非公開にできます。一定規模の企業であれば既にグループウェアを使った社内情報共有が行われていることも多いですが、テーマ別に臨機応変にグループを作ってテーマに応じた軽い情報共有には操作も簡単なFBグループが活かされます。出先でちょっと拾った情報や、思いつきのアイデア交換など、いわゆるタバコ部屋のコミュニケーションのようなことがこの禁煙時代にパソコンやスマートフォン上で実現できるというわけです。営業所など離れた拠点間や部門をまたがったタスクフォース、さらには取引先の担当者も含めた目的別のグループの情報共有を活発にするうってつけのツールになるのです。

FBのビジネス利用についてはここに書ききれないほどいろいろな可能性があります。一度自社での活用についても考えてみてはいかがでしょうか。

注釈：本稿では <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/> の各国Facebook登録ユーザ数（2011年11月現在）を参照いたしました。

企業によるFacebookページの例（スマートフォン）



磯島 大

(いそじま ひろし)

キューフォー株式会社

(Q4 Inc.) 代表取締役



マーケティングコンサルタント、専門は企業のマーケティング戦略、商品・サービス企画、ソーシャルメディア活用、「マーケティング2.0」(翔泳社刊)などの著書(共著)がある。

<http://www.q4-inc.co.jp>

<http://www.facebook.com/dai.isoijima>

弊社 社員お薦めの、“あんなこと” “こんなこと” をご紹介。

1

流通BMS[®]対応パッケージソフト

EOS 名人.NET

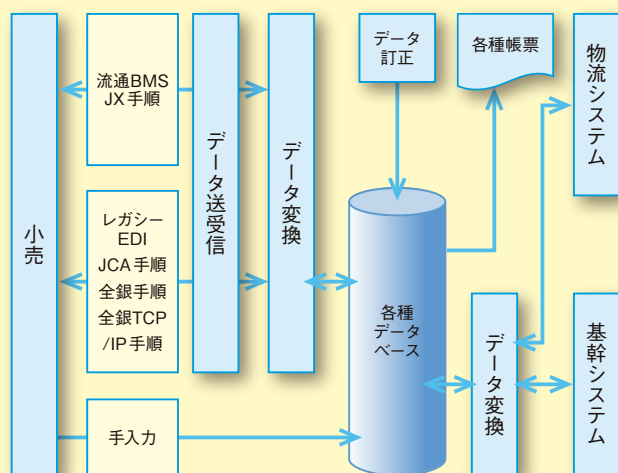
EDI Original Suite Meijin.NET

流通BMS
(JX手順)
対応

- JCA・全銀手順から流通BMS (JX手順) までサポート。
- 使いやすいデータマッピング機能により、受信データの変換や基幹システムとの連携も簡単に開発できます。
- データ訂正、伝票、各種帳票など、導入即稼動を実現するアプリケーションが充実。

お取引先からのEDIの要請に、
迅速・ローコストで対応します。

受注業務全体をカバーするEOS名人.NET



流通BMSの導入前に知っておきたい
大切な情報を一冊にまとめました。

こんな情報が
知りたかった!

貴社のご準備は、
もうお済みですか？



EOS名人.NETは、流通システム標準普及推進協議会が定める流通BMS (基本形V1.3、JX手順クライアント) の技術仕様に適合宣言した製品です。

「EDI MAGAZINE」は
こちらからお申込みいただけます。(無料)
<http://www.usknet.com/>

名人シリーズ最新情報

EOS 名人.NET Ver1.3.2

- ・流通BMS Ver.1.3の集計表作成データ(発注・受領)/発注予定/受領訂正データに対応
- ・全銀通信 可変長データ通信仕様に対応
- ・64ビットOS (Windows7、Windows Server 2008 R2)に対応

Auto メール名人 Ver1.3

- ・機能追加(フォルダ参照、ファイル操作、データ更新など)
- ・フロー設定改善(行の追加と削除)
- ・64ビットOS (Windows7、Windows Server 2008 R2)に対応

名人ソリューション 名人PRESSでコミュニケーション

Meijin
PRESS

名人プレスVol.07

あなたの満足が私たち名人の誇りです

ユーザックシステム株式会社

東京本社 〒103-0015 東京都中央区日本橋箱崎町4-3 国際箱崎ビル4F

大阪本社 〒541-0048 大阪市中央区瓦町1-6-10 JPビル3F

名古屋オフィス 〒460-0003 名古屋市中区錦1-17-11 伏見山京ビル

<http://www.usknet.com/> e-mail: meijin@usknet.co.jp

TEL 03-6661-1210(代)

TEL 06-6228-1383(代)

TEL 052-219-1381(代)

FAX 03-5643-0909

FAX 06-6228-1380

FAX 052-219-1370

Microsoft
GOLD CERTIFIED
Partner