

いよいよ普及拡大に向け動き出す

「流通ビジネスメッセージ標準[®]」の導入に

失敗しないための

7つのチェックポイント

2

改訂版

ユーザック システム 株式会社

いよいよ普及拡大に向け動き出す

「流通ビジネスメッセージ標準[®]」の導入に

失敗しないための

7つのチェックポイント

②

改訂版

ユーザック システム 株式会社

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

はじめに

2007年春、「流通ビジネスメッセージ標準(流通BMS)」が発表されてから約3年が経過しました。約30年にわたり利用されてきた流通業界のEDIが大きく変わりつつあります。

最初に流通BMSの標準化に取り組んだスーパー業界では、グロサリー(酒類、加工食品、日用雑貨)において、すでに実運用した企業も多く、大きな効果もあげています。また、この2年で流通BMS対象業種、業務も大幅に拡大しました。

- ・生鮮食品
- ・アパレル、婦人靴
- ・百貨店
- ・チェーンドラッグ
- ・ホームセンター

などの各業界において標準化の検討・共同実証がなされ、順次運用が開始されつつあります。

当社においても、食品各社の流通BMS実運用のサポートや、百貨店とアパレル業界の共同実証に参加した企業の支援を通じ、通信から運用までの課題や効果の確認をおこないました。流通BMSは今後、確実に業界標準のEDIとして普及していくと実感しています。

この小冊子は、2007年8月の初版の内容を刷新し、新たな情報を追加いたしました。“もうすでに普及期を迎えた流通BMS”導入のご参考にしていただければと思います。

第1章 なぜ新しいEDIの標準化が必要なのか

1. 従来のEDIの問題点

日本チェーンストア協会(JCA)に加盟する小売企業が中心となって通信手順の標準化をおこない、通商産業省(現、経済産業省)が1982年に制定したのがJCA手順です。伝票の統一とともに、流通業の取引には不可欠な仕組みとなっています。

1985年にはVAN事業が全面的に自由化され、これまで小売企業自らおこなっていたデータの集配信をVAN事業者へ委託し、JCA手順によるオンラインが一気に普及しました。

しかし長年各企業にメリットをもたらしたEDIも、下記のような様々な問題点がクローズアップされるようになりました。

- ① **小売企業各社独自のメッセージフォーマット**が存在することで、注文を受ける企業にとっては無駄なシステム投資が発生する。メッセージごとにコンバートプログラムを開発する必要がある。
- ② JCA手順に必要なモデムが、製造されなくなってきた。
- ③ データ量が増大した現在、**通信回線が遅く**、業務に支障をきたす。また、定められた**データ表現に制限**があり、より高度な情報交換ができない。(漢字やイメージが扱えないなど)

これらの問題を解決するため、経済産業省では2003年度



より「流通サプライチェーン全体最適化促進事業（流通SCM事業）」を推進してきました。さらに2006年から「流通システム標準化事業」として引き継がれ、小売、卸、メーカーなど数多くの企業や団体が参加し検討を重ね、実証実験を通してまとめられたのが「**流通ビジネスメッセージ標準**」です。略して**流通BMS**といいます。BMS＝Business Message Standards

流通SCM事業ではEDIの標準化の他に、商品マスターデータ同期化も検討されましたが、この小冊子ではEDIの標準化に限定してご紹介いたします。

2. 流通BMSの概要

これらの問題を解決するために何を改善し標準化されたのでしょうか。

(1) インターネットを利用した通信基盤

まずは通信基盤をインターネットとしたことです。従来の電話回線(2, 400bps、9, 600bps)に比べ、通信速度が格段

に向上します。インターネットの場合、実行速度が保証されるわけではありませんが、大量のデータを短時間で送ることができます。通信コストが削減できるばかりか、今まで実現できなかった画像データも送れるなど、その活用範囲が広がることとなります。また専用のモデムも不要となり、通信基盤、通信機器ともに普及しているインフラを利用することができるのです。

(2)メッセージフォーマットの統一

次にメッセージフォーマットを小売業全体で標準化したことです。これまでは、JCAという通信手順が標準化されていました。しかし、送られるメッセージの内容は各企業ごとに異なっており、その統一化は難しいとされてきました。

大手小売企業が各社のメッセージフォーマットを持ち寄り、その内容を統一したことは非常に価値ある成果だといえます。標準化作業をおこなった小売企業10社で、延べ2, 100項目あったものを約520項目に整理したのです。

また、業務の変更や新たな業種・業態の参入によるデータ項目の見直しも予想されることから、メッセージ構造をXMLにしたことも大きな特徴のひとつです。XMLはタグと呼ばれる記号をつけてデータの意味をあらわします。国際的にもよく使われる方式ですので、今後EDIの標準化の普及に活用されることでしょう。

さらに商品、荷姿、事業所など、コードの統一も合わせて

検討されており、流通BMSの概要は次のようにまとめられます。

EDI メッセージ	業務取引プロセス(メッセージ種)
	データ項目
	コード
	データ表現形式:XML
通信インフラ	通信手順: ebXML MS、EDIINT AS2、SOAP-RPC (JX手順)
	通信基盤: インターネット TCP/IP

(3) 通信手順(通信プロトコル)

従来のJCA手順は、あくまでも日本におけるEDIの標準でした。流通BMSでは国際的に標準となっている3つの通信手順が採用されました。これら3つの通信手順は、すべて小売企業が対応するものと思われそうですが、どの通信手順で流通BMSに取り組むかが重要なポイントとなります。

① ebXML MS

アジア圏を中心に利用が拡大している国際標準の通信手順 ebXML を利用した通信手順。インターネット上で高速かつ安全なEDIを構築できる。データが発生する都度、プッシュ型で相手に送信する方式(サーバー方式)。取引量が多く、取引先とのリアルタイムなデータ送受信を実現したい企業向け。

ebXML MSは、electronic business XML Message Service の略。

② EDIINT AS2

国際的なインターネット標準化団体IETFが策定した国際標準の通信手順。ウォルマートをはじめ欧米で広く採用されており、国内では日用雑貨業界で利用されている。データが発生する都度、プッシュ型で相手に送信する方式(サーバー方式)。取引量が多く、取引先とのリアルタイムなデータ送受信を実現したい企業向け。

EDIINT AS2は、Electronic Data Interchange-Internet Integration Applicability Statement 2 の略。

③ JX手順(SOAP-RPC)クライアント

分散環境でのXMLによるデータ交換の規約であるSOAPを利用した通信手順。必要の都度、相手のセンターにアクセスし、データを送受信するプル型(クライアント型)。取引量が少なく、低コストでインターネットEDIを実現したい中小企業向け。

SOAP-RPC は、Simple Object Access Protocol-Remote Procedure Call の略。

各通信手順をまとめると、次のとおりとなります。

	JCA手順	ebXML MS	EDIINT AS2	JX手順
通信環境	電話回線	インターネット	インターネット	インターネット
通信速度	2,400/9,600bps	10～100Mbps	10～100Mbps	10～100Mbps
通信可能なデータ	英数カナ	制限なし	制限なし	制限なし
システム形態	プッシュ／プル型 (クライアント／サーバー型)	プッシュ型 (サーバー／サーバー型)	プッシュ型 (サーバー／サーバー型)	プッシュ／プル型 (クライアント／サーバー型)
データ量	少量向け	大量向け	大量向け	少量向け
リアルタイム性	×	○	○	×
データ長	256KB	制限なし	制限なし	制限なし
添付データ	×	○	○	○

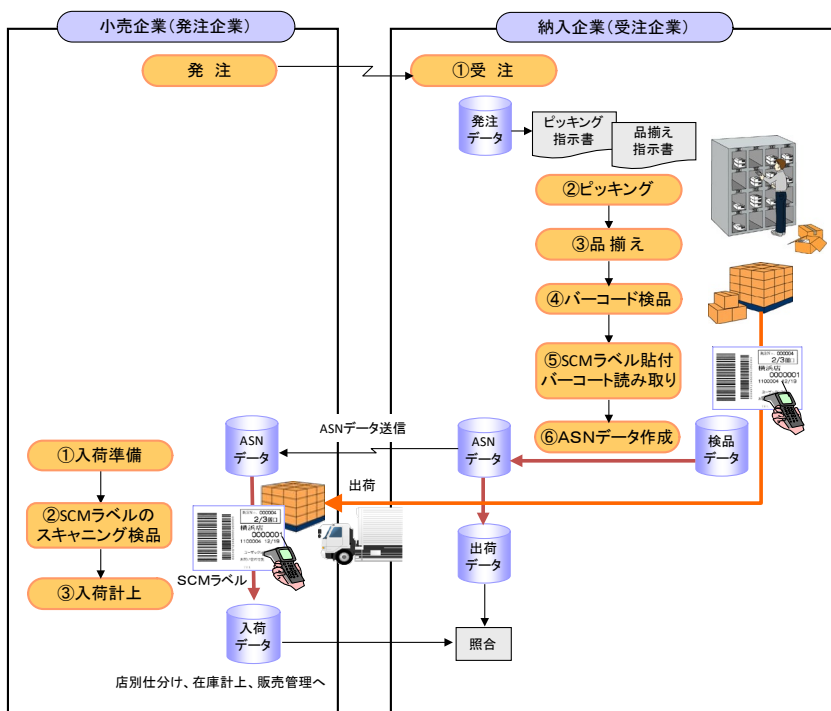
(4) 検品レス、伝票レス

これまでメッセージや通信インフラの技術的な標準化の内容を説明してきましたが、流通BMSには大きな業務改善の狙いもあります。それは、従来から一部の小売企業でも推進されてきた「**検品レス、伝票レス**」です。

流通BMSでは伝票レスの取引を想定しています。納品書や受領伝票のやり取りも、EDIに置き換えることで紙の伝票をなくし、事務処理コストや伝票の保管を削減する狙いがあります。

また、納品伝票に代わる**ASNデータ(事前出荷明細)**をあらかじめ小売企業に送信しておくことで、小売企業での受け入れ時に、入荷検品業務の大幅な改善を見込んでいます。これが「**検品レス**」です。そのため**納入側の企業では正確な出荷検品の体制と梱包ごとのラベル貼付が必要**となります。

この梱包ラベルは**SCM**(Shipping Carton Marking)**ラベル**と呼ばれ、梱包ごとに連番をつけ梱包内容の紐(ひも)付けをデータ上でおこないます。小売企業では事前には送信されてきたASNデータと梱包に貼付されたSCMラベルのバーコードを読み取るだけで、入荷検収とするしくみです。



「検品レス、伝票レス」のしくみ

従来のような、梱包を開けて全商品を検品する作業から解放されるため小売企業にとっては大きなメリットがある反面、納入企業には精度の高い物流体制が求められるのです。

以上のように流通BMSは、

- (1) インターネットを利用した通信基盤
- (2) メッセージフォーマットの統一
- (3) 通信手順
- (4) 検品レス、伝票レス

が大きな特徴といえますが、ここで一番注意すべきポイントは、**通信手順の選択**です。通信手順はその運用方法に大きく影響しますので、自社にあったものを選択しなければなりません。第2章で詳しくみていきましょう。

第2章 今までと大きく異なるシステム形態

1. 従来のシステム形態

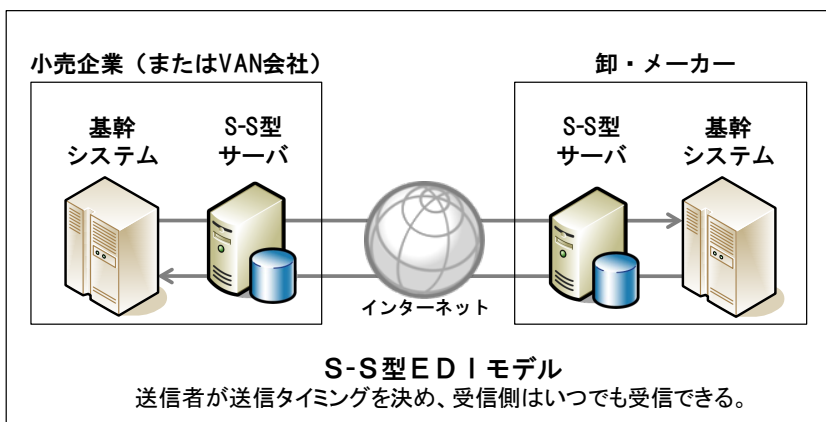
JCA手順による従来のEDIのシステム形態は、データを集配する1次局と、必要な時にセンターにアクセスする2次局で構成されます。通常、小売企業やVAN会社が1次局で、納入企業(受注側)が2次局となります。

両者間は電話回線で都度接続するため、通信速度は遅いもののセキュリティ面においては安全であるといえます。また、お互いに送受信するデータをまとめてやり取りするため、他のシステムとの連携はバッチで処理します。大量のデータを扱う企業にとっては、そのバッチ処理に時間がかかるためデメリットとなります。

2. サーバー・サーバー(S-S)型EDIモデル

サーバー・サーバー型は、このようなバッチ処理の欠点を補い、お互いにリアルタイムでの通信を可能にしたプッシュ型のシステム形態です。通信手順は、ebXML MSまたはEDIINT AS2を利用します。

このモデルは、インターネットの特徴を活かし、他拠点との同時接続が可能で、基幹システムなどバックエンドと密に連携できるため、大企業向けのモデルといえます。



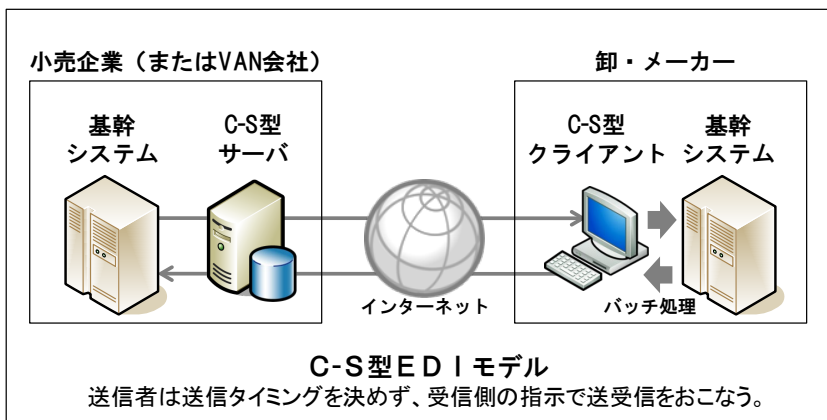
＜S-S型EDIモデルの特徴と留意点＞

特 徴	留意点
・リアルタイム処理 ・プッシュ型高信頼性通信 ・他拠点同時接続 ・バックエンドとの密な連携	・高いインシャルコスト ・特徴を活かすには、バックエンドを含めた全体の設計と技術者が必要

3. クライアント・サーバー (C-S) 型EDIモデル

クライアント・サーバー型EDIモデルは、従来型のシステム形態に近いモデルです。JCAという2次局をクライアントと呼び、必要な時に相手側のサーバーにアクセスし、データを受信または送信するシステム形態です。通信手順は、JX手順(SOAP-RPC)クライアントを利用します。

クライアント側はそのつど接続するため、セキュリティ面では比較的安全です。バックエンドとはバッチ処理になりますが、データ量が少ない中小企業向けのモデルといえます。



＜C-S型EDIモデルの特徴と留意点＞

特 徴	留意点
・少ないインシャルコスト ・導入が容易で短期間 ・今までの運用と大きく変わらない ・高い専門知識は不要	・1拠点毎に接続処理 ・相手側にサーバーが必要 ・大容量のデータ交換は不向き ・バックエンドとはバッチ連携

このように、S-S型EDIは従来できなかったリアルタイムで大容量のデータの送受信が可能となります。しかし、常時インターネットに接続するため、セキュリティには十分に考慮が必要となります。これに対し、C-S型EDIはリアルタイムではないものの、初期投資や運用面を考えると導入しやすい形態といえます。バックエンドとの連携方法や運用していくための体制も考えた上で、採用するEDIモデルを決定する必要があるでしょう。

第3章 標準化の経緯と対象業務

1. 基本形のバージョンアップと生鮮の追加

2007年4月に発表された**流通BMS基本形 Ver1.0** は、「受注」「出荷」「受領」「返品」「請求」「支払」の6業務8メッセージです。

これはグロッサリー（酒類・加工食品、日用品）を念頭に置いた基本メッセージでした。2008年4月にはアパレルでも利用できるよう、新たなメッセージとして「値札」が加わった**基本形 Ver1.1** が発表されました。

また、生鮮食品に対応するため、2008年7月に**流通BMS生鮮 Ver1.0** が標準化されました。生鮮食品は、不定貫（1個当たりの重量が異なるため単価が一定しない）取引や、原産地を指定して発注するなど、業界特有の対応が必要だったのです。そのため、**流通BMS基本形**とは別のメッセージとして標準化されました。

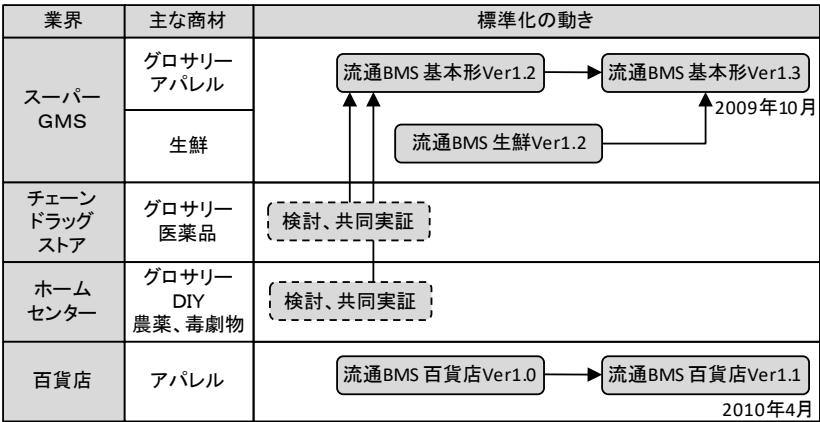
基本形においては、さらにドラッグストアやホームセンターの取引にも対応するための内容の見直しが検討され、2009年4月に**流通BMS基本形 Ver1.2** が発表されました。

また、**流通BMS基本形 Ver1.2**においては、新たに「預かり在庫型センター納品プロセス」にも対応しました。預かり在庫型センターとは、卸・メーカーが、小売のセンターあるいは物流会社に運営委託しているセンターに、あらかじめ商品を自

社在庫として保管しておく業務形態です。

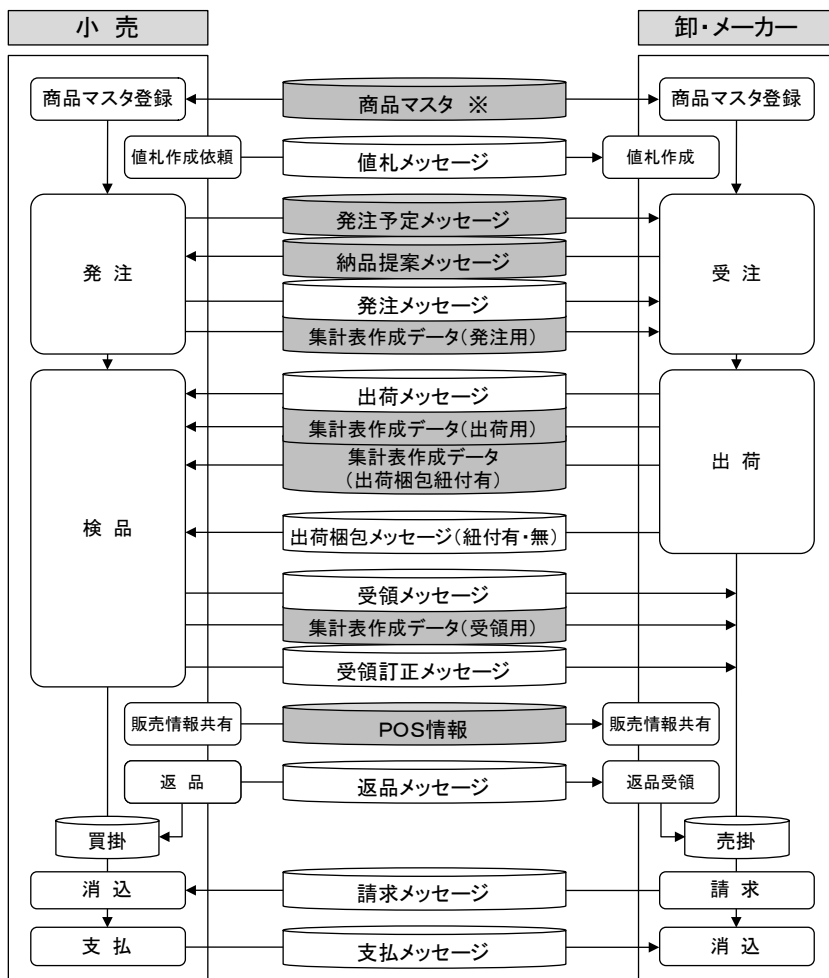
2. 基本形と生鮮を統合した**基本形 Ver.1.3**

これまで2つに分かれていた基本形と生鮮が2009年10月に**流通BMS基本形 Ver1.3**として統合されました。スーパー業界において、加工食品と生鮮食品のEDIが統一されたことは非常に大きなメリットです。**基本形 Ver1.3**ひとつでスーパーでの取扱商品ほとんどをカバーできるようになりました。いよいよ流通BMSが普及期を迎えたといえるのではないのでしょうか。



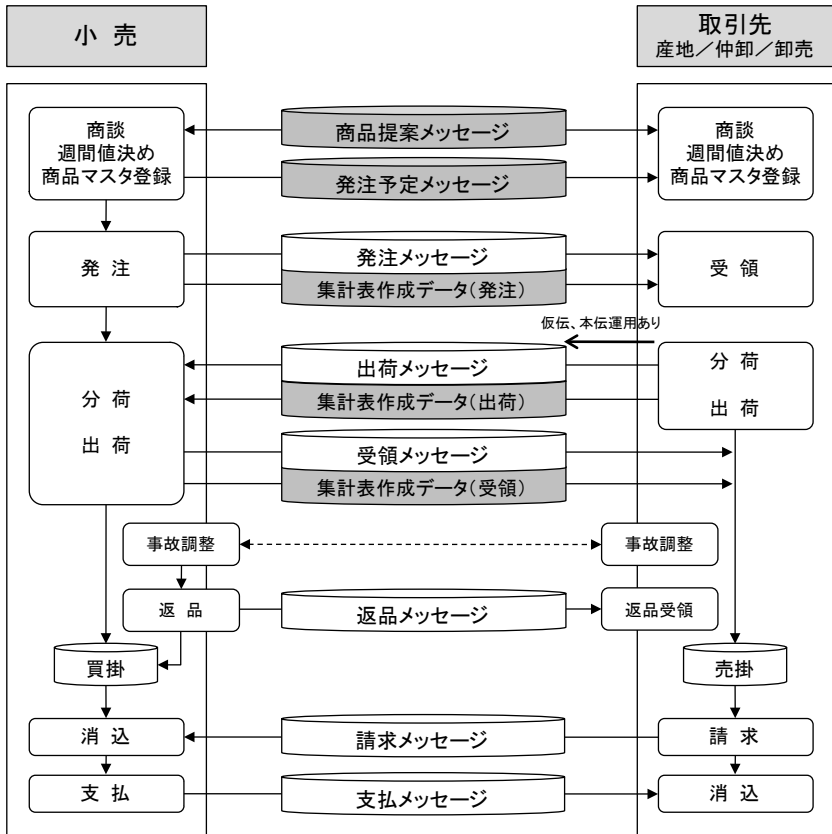
流通BMSの標準化の動き

流通BMS基本形 Ver1.3 メッセージ一覧



グレーの部分が平成20年度以降で追加されたメッセージ(※商品マスタは次年度以降継続検討)

流通BMS基本形 Ver1.3 生鮮納品プロセス



商品提案メッセージは生鮮納品プロセス用に新たに追加されたメッセージで、その他は基本形メッセージと同じものとなっています。

3. 百貨店業界の標準化

百貨店業界では、主にアパレルと婦人靴の取引において標準化を進めてきました。

百貨店とアパレルの取引には複雑な業務プロセスが存在します。スーパー業界のような買取型ビジネスに加え、消化型(店頭で販売された時点で百貨店の仕入が計上＝卸・メーカーの売上が計上される)ビジネスがあります。

また、買取型ビジネスには百貨店からの発注だけでなく、卸・メーカーが納品提案するケースがあります。その他、商品マスタのやり取り、搬入予定、店頭在庫、POS売上など様々なメッセージが必要となります。

このような検討を経て、百貨店業界においては**26メッセージの標準を策定しました**。(次ページ参照)

分類	買取型	消化型
商品マスタ	商品マスタ(カタログ・プロフィール)	
	商品マスタ(PLU)	
	商品マスタ(マークダウン)	
納品提案 発注 入荷予定 検品受領 返品	納品提案	搬入提案
	発注	搬入依頼
	入荷予定(梱包)	搬入予定(梱包)
	入荷予定(伝票)	搬入予定(伝票)
	納品数量	搬入数量
	検品受領(梱包)	搬入確認(梱包)
	検品受領(伝票)	搬入確認(伝票)
	返品	返品
仕入計上	仕入計上	
支払案内	支払案内	
POS売上	POS売上(レシート単位)	
	POS売上(商品別集計)	
店頭在庫	店頭在庫	
店頭在庫移動	店頭在庫移動	
値札	値札	

どのメッセージを採用するかは、小売企業ごとに異なりますのでご注意ください。

第4章 物流システムも対応が必要

新しいEDIの標準化はネットワークのしくみが変わるだけではありません。物流システムにも大きな影響を与えます。

それは、「伝票レス」への対応です。

流通BMSの大きな目的は、流通業界全体の業務の効率化にあります。そのため、第1章でも説明したように「伝票レス」というしくみが非常に重要なポイントとなります。では、「伝票レス」に対応するにはどのような前提条件が必要になるのでしょうか。この前提条件は非常に重要ですので、自社の物流システムの現状を再確認し、いつでも「伝票レス」に対応できるよう準備しておきましょう。

(1)EDIメッセージの内容とその現物対象(商品、数量、価格、納期)が常に一致していること

卸・メーカー側においては高精度の出荷体制、小売側においても**高精度の検品体制が必要**となります。実施可否の判断は、各社の管理方針によりますが、内部統制の観点からも取引先の方針にとわられず、自社の管理基準に基づいた入出荷の体制を築いておく必要があります。

たとえば、誰がどの出荷指示に基づいてピッキングをおこなったか、またその検品作業は誰がおこなったか、誤出荷のチェック機能など、棚卸在庫や売上計上に直結する業務は内部統制の対象となります。特に多品種をバラで出荷する企

業においては、バーコードの活用など精度の高い管理体制が求められます。

＜高精度の出荷体制を構築した物流センター＞



医薬品卸のピッキング作業。ハンディの画面に表示されたピッキング指示に基づき商品棚を移動する。商品知識の少ない作業員でも正確にピッキングできるしくみを実現した。



色・サイズの種類が多いアパレル業における、梱包直前の最終検品。出荷指示どおりの商品、数量かどうか、バーコードで全数検品をおこなっている。

(2) 仕入伝票に代わる証憑として受領メッセージの電子保存

現在は、仕入伝票が商品売買の証憑(しょうひょう)であり、受領印の押された仕入伝票に基づき、商品代金の請求、支払がおこなわれます。そのため、卸・メーカーは小売への納品の際に、小売からの発注データに基づいて発行された仕入伝票を商品に添付し、受領印をもらう必要があります。

しかし流通BMSでは、「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紙の伝票をなくします。その狙いは、伝票代、発行時間、保存コスト、パンチコストといった運用費用を削減することです。

では仕入伝票をなくすにはどうすればよいのでしょうか。今のところ下記の運用が考えられています。

- ① EDI上の「受領データ」を、小売側と卸・メーカー側の双方が「電子保存」する。
- ② 「受領データ」の各項目には、取引番号、取引明細番号をキーとして、小売の発注内容、卸・メーカーの出荷内容、小売の受領内容が履歴として残っている。
- ③ 小売からの電話やFAX発注の場合も、卸・メーカー側が、出荷内容と発注内容を設定した出荷データを送信し、小売はこれに対する受領データを必ず送信する。

伝票レスの運用は、事前に当事者間で合意した場合のみ実施するとなっていますが、電話やFAX発注の場合も互いにデータで保存する必要があるようです。なお、電子帳簿保存法では「電子取引」に該当する取引に関しては申請不要とされておりますが、地域によっては申請が必要な場合もあるようです。あらかじめ地元の税務署にてご確認ください。

第5章 何をすればよいのか

さて、実際に取引先小売企業から新しいEDIの要請があった場合、何をすれば良いのでしょうか。導入までのモデルをご紹介します。

1. マスタープランの作成

全体スケジュール、プロジェクト体制などを決定します。プロジェクトは、ネットワーク構築、EDIシステム構築、業務アプリケーション構築、物流システム構築など、役割を明確にしておきましょう。

2. 標準EDI仕様の理解

財団法人流通システム開発センターより「流通ビジネスメッセージ標準」が公開されていますが、実際に要請されている小売企業の標準EDIの仕様（メッセージ種別やその内容、通信手順など）をしっかりと理解するため、必ず小売企業が主催する説明会には参加しましょう。

3. システム開発内容の検討

自社にとって最適なシステム形態を決定します（第2章を参照）。パッケージの選定や基幹システムとの連携方法、伝票レスへの対応方法などを決定します。

4. インターネット環境の整備、セキュリティ対策

不正アクセスやウィルスなどに対するセキュリティの確保、ファイアーウォールの設定、監査用ログ監視などの整備をおこないます。

5. パッケージ導入、システム構築

新しい通信手順に対応したEDIパッケージの導入および周辺システムの構築をおこないます。

6. 電子証明書の取得

各通信手順および相手先との取り決めに準拠した暗号化・証明書が必要になります。

7. 接続テスト

接続相手との送受信テストをおこない、自社の基幹システムと支障なく連携できるか確認をおこないます。

8. 運用マニュアルの整備

運用部署への業務引き継ぎやエラー発生時の対応方法などをまとめ、新しいシステムがスムーズに流れるように運用マニュアルを整備します。

導入までの全体の流れは上記を参考にとするとよいでしょう。スケジュールは導入するシステム形態にもよりますが、おおむね4～6ヶ月かかると思われます。小売企業から出された稼働までのスケジュールに基づき、自社におけるプロジェクト活動には余裕をもって取り組みましょう。

第6章 システム構築時の留意点

通信手順の選択については第2章でご説明しました。ここでは、代表的なシステムの導入形態を3つご紹介します。

1. パッケージソフト自社導入モデル

通信ソフトやアプリケーションなどEDIに必要なシステムがすべて含まれたパッケージソフト(「EOS名人」など)を自社に導入するモデル。基幹システムとの連携もしやすく、自社にあったシステムを構築できます。障害発生時に迅速な対応ができる反面、専任者を設置する必要があります。

2. 通信ソフト+アプリケーション自社開発モデル

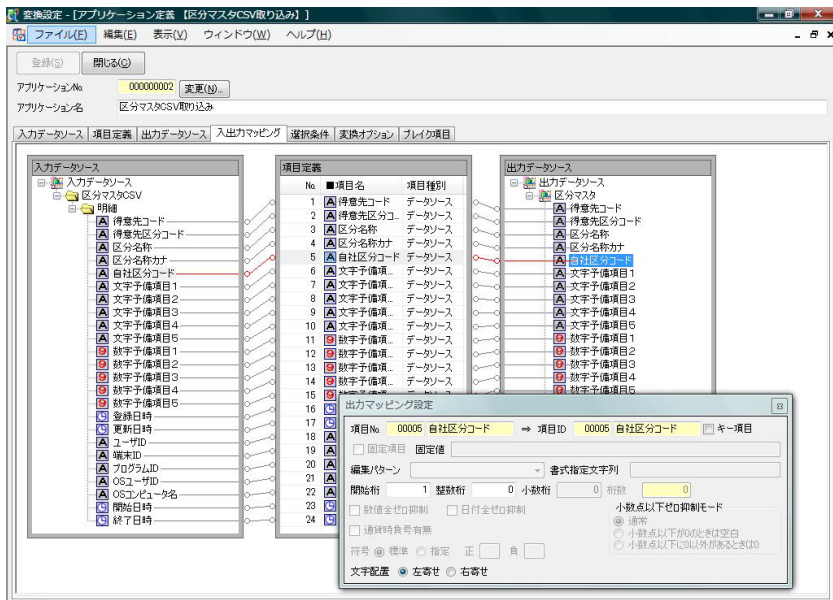
通信ソフトのみ購入し、EDI業務に必要なアプリケーションは自社開発するモデル。汎用機やオフコンでEDIシステムを運用してきた企業に多いパターンで、1よりさらに自社にあったEDIが構築できる反面、開発できる要員が必要です。

3. ASP利用モデル

自社にシステムを導入するのではなくASPを利用するモデル。初期投資は安く抑えられますが、利用料金は従量制のため、大量データを扱う場合は割高になります。また、基幹システムとの連携やアプリケーションなどの自由度は比較的悪くなります。

自社に合うのはどのパターンか、コスト、要員、使いやすさなどを検討してください。基幹や物流など他システムとの連携や従来のEDIとの統合など、総合的に判断しましょう。

当社で提供しています「EOS名人」は、流通BMSのJX手順に加え、従来のEDI(JCA、全銀)にも対応しています。また、データマッピング機能により比較的簡単にメッセージ変換できますので、流通BMSだけでなく既存EDIの再構築にも安心してご利用いただけるパッケージソフトです。



データコンバートが簡単に設定できるEOS名人のデータマッピング

第7章 流通BMS導入のメリットと今後の動き

1. 流通BMS導入のメリット

流通BMS基本形 Ver1.3 および百貨店メッセージの標準化により、大手量販店や百貨店が流通BMSによる新たなEDIへの切り替えを表明しました。取引先向けの説明会も数回にわたり実施され、JCA手順などによる旧来のEDIからの移行によるメリットを訴え、賛同を求めています。

イオンさまでは共同実証をした時から、通信時間短縮のメリットを実感し、メッセージなどが標準化されたことによるシステムの維持コストや業務プロセスの改善が図られるなど、取引先にとっても大きな効果があると説明しています。

ユニーさまでは全社的なSCM改革のひとつとしてEDIの見直しを推進してきました。流通BMSを採用することで、1) 伝票レスによるコスト削減、2) 送受信の高速化による物流業務の迅速化、3) 標準を利用することによる個別仕様対応の費用の削減などのメリットをあげています。

取引先(卸、メーカー)にとっても、通信時間の短縮、取引追加時のシステム構築などの負荷軽減、物流業務の効率化、伝票レスによる経費節減などの効果があります。単に受発注という範囲で考えるのではなく、受注から出荷、請求など様々な業務改善に取り組むことが大切です。また、そのほうがより大きな効果を生むのではないのでしょうか。

2. 今後の動き

経済産業省の流通システム標準化事業は、平成20年度（2009年3月）で終了しましたが、平成21年度以降は引き続き財団法人流通システム開発センターが主体となり、「**流通システム標準普及推進協議会**」を発足し、次の活動が引き継がれています。

- ・標準メッセージのメンテナンス
- ・技術仕様の検討
- ・物流ラベルの標準化検討
- ・GS1データバーに関する検討

この協議会では中小企業に対する普及推進のため、Web型BMSの基準作りもおこなわれています。取引先企業が流通BMSの各手順に対応したシステムを導入するのではなく、小売企業が用意するWebEDIサービスを利用し、流通BMSのメッセージをやり取りするという仕組みです。

基幹システムとのデータ連携や大量データの処理には向いていませんが、小規模な取引の場合には新たな選択肢として考えられます。

おわりに

「流通ビジネスメッセージ標準(流通BMS)」の基本はご理解いただけましたでしょうか。2年前にこの小冊子(初版)を発行した当時は、まだ様子見の企業が多くあったと記憶しています。しかし現在、小売企業の要請があればすぐに流通BMSに移行したいという声をよくお聞きします。

スーパー業界では、2012年までにJCA手順によるEDIを撤廃すると表明しました。これからも小売企業が標準化の普及をけん引していくことでしょう。新しい仕組みづくりにはコストも発生します。しかし、コスト以上のメリットを再認識し、また周辺業務を合わせて改善していくことや、業界全体の効率化を考えることも大切です。

流通システム標準化事業の成功につながるよう、小売、卸、メーカー、関係各社・団体それぞれが連携し、流通BMSの普及に努めていきましょう。

参考文献

財団法人流通システム開発センター

- ・「流通SCM事業 成果報告会テキスト」
- ・「概説 流通SCM」
- ・「流通ビジネスメッセージ標準 運用ガイドライン(基本編)第 1.3版」(流通システム標準普及推進協議会)

参考URL

財団法人流通システム開発センター

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

流通システム標準普及推進協議会

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

流通BMS.com

<http://www.mj-bms.com/>

ユーザックシステム株式会社 「流通BMSとは」

http://www.usknet.com/original_soft/eos/bms1.htm

ユーザックシステム株式会社

1971 年創業。経済産業省登録 SI 業者。中小企業の基幹システムから大企業の物流、EDI システム、Web システムなどの業務システムや RPA ソリューションの開発、スマホ用アプリやクラウドサービスを開発しています。マイクロソフト認定ゴールドパートナー。

ホームページ

<https://www.usknet.com/>

物流コスト削減.COM

<http://www.logistics-costdown.com/>

「流通ビジネスメッセージ標準」の導入に失敗しないための 7つのチェックポイント 改訂版（非売品）

平成 19 年 8 月 21 日 第 1 版発行

平成 27 年 2 月 10 日 第 7 版発行

著者 ユーザックシステム株式会社
EDI 推進グループ

〒103-0015

東京都中央区日本橋箱崎町 4-3 国際箱崎ビル 4F

TEL 03-6661-1210

FAX 03-5643-0909

<https://www.usknet.com/meijin@usknet.co.jp>

©USACSYSTEM 2015 Printed in Japan

USAC SYSTEM

「流通ビジネスメッセージ標準」
の導入に失敗しないための
7つのチェックポイント 改訂版