

新たなEDI標準

「流通ビジネスメッセージ標準」がスタート
流通業界で情報を軸にした変革が加速中

今、日本の流通業界を支えるITの仕組みが変わろうとしている。スーパーマーケット業界の小売業18社が集まって新しいEDI標準を策定するなど、流通過程の全体最適を実現するための取り組みが大きく動き始めた。

著作権の関係上、表示できません。

27年ぶりに変わる仕組み

店頭に並び多種多様な商品。これらの商品は生産者から消費者に届くまでの間に、受発注や物流など多くのプロセスを経る。その中には日々多くの情報がやりとりされている。

これらの情報のやりとりに使われているのがEDIだ。EDI（Electronic Data Interchange）は企業間の商取引データを電子的に交換する仕組みで、発注や出荷、請求、支払などの伝票をデータ項目の桁数や並びなどを定めた標準フォーマットで電子化し、ネットワークを通じてやりとりする。業界によって手順は異なるが、流通業界で普及しているのは日本チェーンストア協会（JCA: Japan Chain stores Association）が1980年に作成したJCA手順である。今、この仕組みが27年ぶりに変わる。とてついで。

JCA手順の限界

日本の流通業界のEDIの歴史は1970年代に遡る。71年に電話回線をデータ通信に利用できるようになり、店舗と本部間でデータ交換をする社内オンライン発注が始まった。ところが「コンピュータメーカーによって通信手順が異なっていたため、日本チェーンストア協会（JCA）に加盟する小売業が中心となって通信手順を標準化し、JCA手順を作成した。1982年に第2次通信開放によって他社とのデータ交換が可能になり、オンライン発注は急速に普及した。これが90年代以降はEDIと呼ばれるようになり、現在に至っている。

しかし、誕生してから27年を経てJCA手順は次

のようになった問題点が指摘されるようになった。

通信回線を使ったため、通信速度は2400bpsもしくは9600bpsと、低速度であり、大きな卸と小売の間では送受信に数時間もかかってしまう。データ表現に限界があり、漢字や画像を送ることができない。また、消費者の安心・安全への関心の高まりに伴って必要とされるトレーサビリティや産地、品質などの情報のやりとりに対応できず、小売ごとにフォーマットが異なっており、卸側で小売の仕様に合わせてデータ変換が必要である。JCA手順に必要なモジュールの製造中止が続き、確保できなくなってきた。

また、インターネットを用いたWebEDIを独自に構築し始める小売もあり、様々な対応が必要になってきた。各企業が独自の仕様でシステム構築をすることで、却って全体の非効率を招いていたといえる。

小売業18社が集まり、流通ビジネスメッセージ標準を策定

これらの状況に対応するため、イオンやイトーヨーカ堂、ダイエー、ユニなど小売各社がワーキンググループを作り、2005年から検討してきたのが「流通ビジネスメッセージ標準（流通BMS）」である。日用品・加工食品の卸も加わって共同実証を実施し、今年4月に公開された。

流通BMSがこれまでのJCA手順を用いたEDIと異なる点は大きく分けて2つ。インターネットやXMLなど最新技術を取り入れたこと、また、取引業務プロセスとデータ項目を決めたことである。

流通業界で 唯一のEDI標準を目指して



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
坂本 真人氏
(さかもと・まさと)

財団法人流通システム開発センターは、平成15年度より開始された経済産業省 流通システム標準化事業(EDIのメッセージ標準化および共同実証、商品マスターデータ同期化、共通インフラの標準化など)に関わる活動の全体調整や標準の普及促進を担っています。

共同実証の成果を公開

流通ビジネスメッセージ標準(流通BMS)Ver 1.0は、ターンアラウンド型発注の基本形として、本年4月に公開しました。昨年度の共同実証参加企業は、実験ではなく本番稼働を前提として本番業務と同じデータ環境を用い、実用に耐えうる精度までメッセージの内容と通信プロトコル・セキュリティの相互運用性を高めました。そのため、共同実証終了から時をおかず、本年4月中旬以降、順次本番業務へと移行しています。

また、この事業ではメッセージ標準仕様作成とともに、これから流通BMSの導入を開始する企業の方々に向け、共同実証で得られた様々な情報などを整理し、導入ガイドライン、運用ガイドライン等も作成し公開しています。

さらに幅広い分野へ

流通BMS Ver 1.0は、幅広い商品分野に適用できますが、今年度の流通システム標準化事業では、さらに生鮮・アパレル分野における特有の取引業務に対応したメッセージの開発を行います。平行して、百貨店業界の商習慣へ対応したメッセージの追加や、ドラッグストア業界における標準メッセージの検討も実施していきます。

国際標準化の場へも発信

流通BMSの策定は、企業規模に関係なく日本の流通業界全体で利用される唯一のEDI標準を目標・目的とし、各業界の方々の積極的な参加・ご協力のもと事業を推進しています。

今後、標準の維持管理組織を構築し、標準化対象の業種業態の拡大を継続していく予定です。また、財団法人流通システム開発センターは国際標準化団体でもあり、わが国における標準化動向を国際標準化の場へ情報発信することも行っていきます。

インテックには昨年度の事業において、通信プロトコル・セキュリティ技術の標準化、共同実証の参加企業のシステムベンダーとして、大いに貢献していただきました。今年度以降の標準化事業にも積極的に参画していただき、流通業界の情報システムの効率化・高度化に貢献していただくことを期待しています。

間の情報がスムーズに流れることで、消費者が望む商品を見む時に必要なだけ供給することができるようになり、欠品や在庫の削減につながる。また、伝票レスの取引など業務の効率化の実現や注文から納品までの時間短縮なども実現することができる。さらには欧米に比べて高いといわれる販売管理費を削減することで、国際競争力の向上にも貢献すると期待されています。

インターネットやXMLを用いたEDIはこれまでその利点が言われるものの、なかなか普及が進まなかった。しかし、小売業で始まったJCA手順が他の業界でも標準として長く使われてきたように、日本のEDIのフロンティアである小売業で本格的な標準化の流れが始まったことは、普及への大きなきっかけとなり、情報を軸にした業界の変革が加速すると予想される。

最も重要なことは、各社がデータ項目を独自の意味に使い始めると標準を決めた意味がなくなるため、流通BMSは各社独自の応用や改変をせず、不都合な点があれば提案して標準自体を変えていくという思想で作られていることだ。

また、商品コードが2010年4月に全面的にGTIN(Global Trade Item Number)に統一されたことにも対応している。

2 取引業務プロセスとデータ項目を標準化

データ項目の決定にあたっては、小売各社が自社のデータ項目を持ち寄り、重複や不足分の項目を調整するなど検討を重ねた。その上で、発注や出荷、受領、返品請求、支払などの取引業務プロセスと、それぞれを構成するデータ項目の標準化を実現した。どの会社が使っている項目も、名前と意味が同じであるという姿を目指す第一歩が始まったのである。

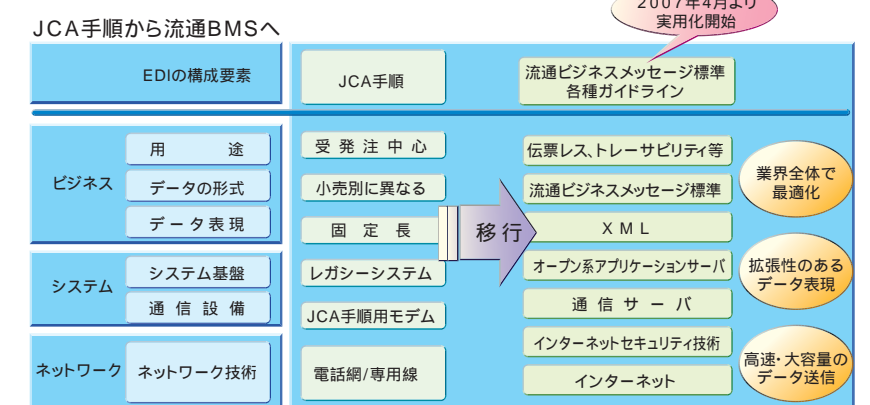
1 インターネットやXMLなど最新技術をベースに

電話回線や専用線ではなく、ブロードバンドのインターネットを用いることで、大量の情報を高速に低コストで送受信することが可能となる。これまで2時間程度かかっていた処理も10分程度に短縮され、画像などの大きなデータの送信などにも対応できる。また、XMLは柔軟性・拡張性があり、標準フォーマットの利用が拡大し、変更の必要が生じた場合でもデータ項目の追加や修正が容易に行えるという利点がある。

流通BMSは、すでに一部の小売卸間で実際に使用されている。当初はスーパー業界の日用品と加工食品でスタートし、2007年度は生鮮とアパレルに拡大、さらにスーパーだけでなく百貨店にも広げていく予定だ。

企業枠を超えた業界連携

流通業界のもう一つ重要な流れが、国際標準



このように流通業界の各企業が自社の枠を超えて協調することによって、これまで企業ごとに分断されていた情報の連携が本格的に始まったといえよう。消費者を起点にしてサプライチェーンを組み立てなおし、水が流れるように小売・卸・メーカー・生産者の

商品マスターの同期化である。各業界に存在する商品情報のデータベースを共有化するもので、企業間の情報共有のもっとも基礎の部分となる。2005〜2006年度に経済産業省が大規模な実証実験を行い、実用化を目指している。