

対談

日本加工食品卸協会と流通4団体が協同し

流通BMS普及推進!



日本スーパーマーケット協会 専務理事 大塚明氏



一般社団法人 日本加工食品卸協会 専務理事 奥山則康氏



国分株式会社 情報システム部長 高波圭介氏

—今回の協同に至る経緯を教えてください。

大塚 これまで我々はスーパーマーケット(SM)業界を中心にBMSの普及を推進して参りました。今年の1月から7月にかけては、日本各地で「流通BMS普及説明会」を開催し、これまでに300人弱の方にご出席いただいています。また、サービス提供事業として共同インフラとなるEDIプラットフォーム「スマクラ」^{※1}を準備し、会員企業が流通BMSへ移行するための支援を行っています。

その説明会に参加いただいた162社に対し、流通BMSの普及状況の調査を行った結果が9月にまとまりました。48%の企業が3年以内の導入をすると回答し、2011年10月に行った同様の調査の「導入済み・導入予定は31%」という結果を大きく上回りました(図表①)。年商別には、大手・中堅企業が牽引し、地位別にみると東高西低の様相を呈しています

しかし一方では「投資対効果が見えない」という声も依然として多く(図表②)、より分かりやすい「投資対効果」を示すのが喫緊の課題と認識しております。ただ、これに対しては、SCSKさまのご協力の下で、もっと手軽にスマクラを導入できるような環境も整備されつつあります。

また、本調査結果によると、2番目の障害要因は(図表②)「対応できる取引先がまだ少ない」という回答が42.6%と高く、小売業は「卸売業界にBMS対応できる企業が少ない」と言い、一方の卸売業界の方からは「小売業にBMS対応ができる企業が少ない」と言っていて、齟齬が生まれている状況のようです。

日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会、一般社団法人新日本スーパーマーケット協会、一般社団法人ボランティアチェーン協会(以下、流通4団体)は、2012年1月から合同で流通BMSの普及を行ってきたが、この9月から加工食品卸企業の業界団体である一般社団法人日本加工食品卸協会(以下、日食協)と連携してさらなる普及推進活動に取り組むこととなった。

そこで、日本スーパーマーケット協会(JSA)の専務理事 大塚明氏と、日食協の専務理事奥山則康氏、情報システム研究会の副座長を務める、国分株式会社情報システム部の高波圭介氏に、小売業界・卸売業界が今回の協同に至った経緯と、今後の流通BMSの展望について聞いた。

そこでこの度、我々流通4団体は、加工食品卸売業の業界団体である日食協さんと連携し流通BMSの普及推進活動に取り組むことといたしました。—卸売業における流通BMSの普及はどのような状況なのでしょう?—
奥山:卸売業大手には、システム力や組織力があって、流通BMS導入に積極的な企業もありますが、一方で地方の地域卸などは、やらなければならない

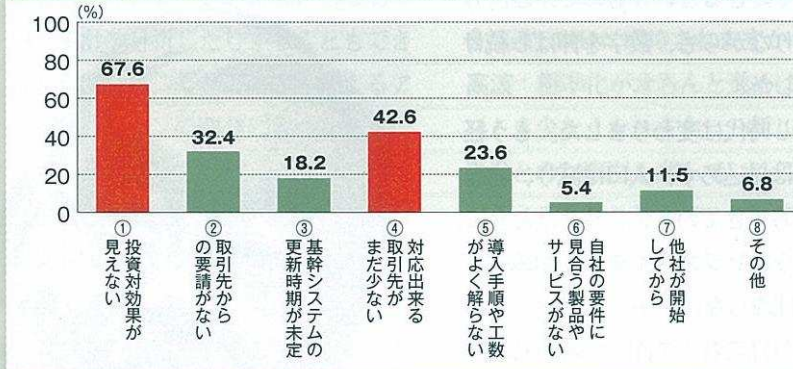
いと認識しつつも、仕事の優先順位の問題で、手が付けられていない企業が少なくありません。大塚:流通BMSの普及が遅くて、卸の負担が増えているのではないかとこのことを懸念しています。流通BMSのインフラを持ちつつ、JCA手順のインフラも運用しなければならないとなると、ローコストを目指して始めたものが、インフラだけで2倍の費用に

図表① 流通BMSの普及状況

流通BMS導入状況	2011年10月 ^{※1}	2012年7月 ^{※2}
「導入済み」「導入予定」	①導入済み16% ②導入予定15% 31%	①導入済み20% ②サービス選定中3% ③1年以内の導入9% ④3年以内の導入16% 48% ↑
「導入したい(時期未定)」	③導入したいが時期は未定42% 42%	⑤調査中51% 51% ↑
「導入するつもりはない」	④導入するつもりはない17% 17%	⑥導入する意思がない1% 1% ↓
「その他」	⑤その他8% ⑥流通BMSを知らない2% 10%	

※1: 出典: 流通BMS協議会「流通BMS導入実態調査」(N=134)(2011年9月~10月)
※2: 流通4団体合同「アンケート」(N=162)(2012年1月~7月)

図表② 流通BMS導入の障害要因 (小売企業アンケート) (n=148)



なってしまいます。それが5年、10年続いたら……。

奥山:卸には自らのローコストオペレーションよりも、個々のお取引先さまのニーズに優先して対応しなければならぬという使命感があります。すべてのお客さまが流通BMSに対応してくれるのが一番いいのですが、その経過の中に2重運用の時期が出てくることは仕方がありません。もちろん、そ

の期間は短ければ短い方がいいと考えています。

独自仕様に標準化で歯止めをかけたい

高波:現在弊社では、41企業さまと流通BMSでデータ交換をさせていたでいております。しかし、それ以上の広がりが見えていません。そうした中で、何か次のアクションをし

なければいけないのではないかとという問題意識も、流通4団体との協同の背景にありました。

実は弊社のお取引先さまで、既に流通BMSを導入されている企業の中で、独自仕様を使われているところが出てきています。だんだんバリエーションが増えている状態で、そのまま放置するとさらにバリエーションが増えて非常に厳しくなるのではないかとこの認識です。

大塚:それは、小売業にはなかなか認識できない問題ですね。卸売業界さんの方から、声を上げていただく必要があるのではないかと思います。

高波:そうですね、正しく標準化を進めながら、小売業界さんと協同して普及を推進していければと考えています。

—今回の協業でどのような活動をされるのか教えてください。

大塚:私ども流通4団体では、「流通BMS普及説明会」に流通BMS導入済みの卸売業の方を講師としてお招きし、事例や効果などをご紹介いただこうと考えています。また、スマクラ導入済・導入予定の企業と、加工食品卸の流通BMS対応企業とのマッチングを行います。さらに、流通4団体所属の小売業経営層と情報システム部責任者に向けて、流通BMS導入の意義を啓蒙する活動を行って参ります。

奥山:日食協では、「流通BMS普及説明会」への講師派遣、流通BMS導入済み企業のマッチングに協力するほか、日食協所属企業の小売業営業担当者へ、流通BMS教育を推進していく予定です。財団法人流通システム開発センターさまの「流通BMS導入の手引き」などを使い、流通BMSへの理解を深めようとしています。



大塚 明氏

グローバル化の中で
生き残るための変化のとき

—高波さんは元々流通BMSに否定的だったと伺いました。

高波：最初はJCAがありながら流通BMSの面倒も見なければならぬということ、コストの観点からも否定的にとらえていましたでした。

しかし、流通BMSはそれ自体がゴールではなくて、推進していくことで、次に標準化が見えてくることに気が付きました。1980年代から30年以上かけて、我々はデータ交換をさまざまな方法で実施してきましたが、これを一回まとめようというのが、今回の流通BMSの本質なのだと思います。この機会を逃したら、あと30年は同じ構造が日本に残ってしまう。これでは、小売りも卸も皆、不幸です。構造改

革しなければこのグローバル化の中で、海外の企業に負けてしまいます。流通にかかるコストを、きちんと圧縮していかなければ、業界全体が高コスト構造から抜け出せなくなります。そのチャンスが今なんです。

奥山：今まで我々は、データの入り口の部分に時間とコストをかけすぎました。今までは、そのデータの入り口部分に小売業の特徴があって、卸がそれに対する対応力を競っていました。小売業の皆さんがその部分を標準化してくだされば、卸もそこは標準化して、もっと物流オペレーションなどの本質的な部分に集中することができます。

大塚：今まで卸売業は、経済成長が続く環境の中でベストチョイスをしてきました。それは、微に入り細に入り、小売業の要望にもものすごく細かく対応をしてくださるというもので、ご苦労をなさりながらも、数字を伸ばし続けてきました。

しかし時代は変わりました。もう経済成長は見込めず、人口は減り、総需要も落ちてきている。こうしたときに、どのようなビジネスモデルを組み立てなければならないのか。

小売りはこれまで卸にいろいろな要望をしてきました。卸もそれに答えることで、成長するという環境があった。でももはやそういう状態ではなくなって、ステージを変えるタイミングが来たのではないかと思います。

今まで小売業、特にSMは、規模の経済が効かない代表でした。例えば生鮮の比率が非常に高く、たくさん仕入れれば仕入れるほど値段が上がるだとか、必ずしも規模を拡大することがローコストにつながるわけではなかったのです。しかし、現在では上位集中が

進み、規模を拡大して生き残るという方向感が、かなり明確になりつつあります。

その中で、何に集中して投資をするのかを考えなければならない。ならば、インフラにはなるべくお金をかけない方がいいのではないのでしょうか？

道路を作るのも、これは自分の家の専用道路です。ここから先はあなたの家の専用道路ですというより、みんなでお金を出し合って作った方が、絶対に安くできます。それぞれが2億円を出して同じものを作るのであれば、みんな5000万円ずつ出して2億のものを作り、みんな使った方がいい。

奥山則康氏



棚割り、POS、商品画像……
BMSが開くデータ交換の可能性

大塚：ただ、地域特産品のメーカーなど企業規模の問題もあり、流通BMSがたった一つのスタンダードにはならないと思います。ローカルスーパーや、小さなメーカーも生き残ろうとしています。そうしたときに「受発注は流通BMSでないとダメ」というのはなかなか難しい。いくつかの選択肢を用意して、その中で最大の効率をあげることが大事なのではないでしょうか。ですから私は、流通BMSが「ED1のスタンダード」になればいい、という考えです。

BMS導入はゴールではなく、スタートです。例えば、BMSでデータ項目を統一できれば、全国の在庫状況を確認したり、データをいろいろな切り口で集計や分析したりすることもできるようになり、業務に効果を与えるアプリケーションの開発にもつながることでしょう。

—SCM(サプライチェーンマネジメント)の実現も見込めますね。

大塚：そこに至るまでには、もう少し取引上の慣習や習慣を変えていかなければならないでしょうね。将来を見据えて新しい制度をつくる。日本の小売業も、もっとリスクを負わないといけないと思います。今の商慣習の中で、流通BMSだけ入るようになったら物事が解決するかというと、そんなことはなくて、もっと複雑です。

ただ、少なくとも、流通BMSのような情報インフラを共有して持つことで、他国と比較して日本の生産性が低いという問題が解決する糸口にはなると思います。

ヤオコーは、流通BMSを導入することでコストが下がってきたそうです。下がった分だけ、取引先に何らかの形で還元をしようという取り組みが進んでいます。

流通BMSでは発注から支払いまでの業務におけるデータ交換が対象になっていますが、それ以外にも小売業と卸売業、メーカーの間でやりとりされているデータがたくさんあります。例えば、今でもPOSデータをCDに焼いて卸売業に渡しているという会社さんがあるような状況ですね。他にも、棚割り用画像、ネットスーパー用商品写真など、流通BMS普及の二次的効果として、担当者間でやりとりされていたデータが、業界内で標準化されて交換できる仕組みができるのではないかと期待しています。

—卸売業としては、どのようなことを流通BMSに期待されますか？

高波：標準化がきちんと進めば開発コストも少なくなりますし、新しい企業さんとの取引も進んでいくことでしょう。それが一番のメリットですので、実現していきたいと思います。間違いなく、開発コストは非常に低廉なんです。今までかかっていた開発・運用コストが、最終的にはここまで下がってくる。そこまでみんな頑張りましょう、と言いたいですね。流通BMSのデータは、30年後、誰が見てもその中身が理解できます。今までのデータ形式だと、データを見ても、何がなんだか分からない。透明性が高く、世代を越えて受け渡しができます。属人化がなくなると、アウトソースがしやすくなり、またコストが下がります。

奥山：先ほど申し上げました、独自仕様の問題なども、卸売業界として声を



高波圭介氏

上げていければと思っています。現在登場してきているさまざまな独自仕様を、卸レベルで共有化して、小売業界さんに申し入れをする必要もあるのかもしれない。そうしたことも、取り組んでいきたいですね。幸い流通BMSにはチェンジリクエストという、標準化について提案できる手段がありますので、そうしたものも活用していきたいらと思います。

高波：夢みたいなお話かもしれませんが、小売業界におけるスマクラのようなものを、卸売業界で作っていただければ、さらに標準化が進むでしょうね。そこまでいくとコストが全然違ってきます。長い目で見て、そうしたことも取り組んでいければと考えています。

※1:スマクラ
正式名称は、スーパーマーケット・クラウドEDIサービス。受発注システムを流通4団体の小売業で共同利用する事を前提にクラウド化することで、ローコストでのサービス提供を可能にした。