

「流通BMS」って何だ？

最近よく見かける「流通BMS」という言葉。

システム分野はとかくカタカナ文字、横文字が日常的に使われがちなのに、流れにキャッチアップしていかないと簡単に取り残されてしまう。そこで今回、流通BMSの意味を知らない人のために20年以上にわたって第一線で活躍するブラネットの玉生社長に基礎から解説してもらった。

ブラネット社長 玉生弘昌

経済産業省と流通システム開発センターは、次世代EDI (Electric Data Interchange=電子データ交換。日々の取引情報をコンピューターとコンピューターとによる通信で交換し取引の自動化をすること) 構想を掲げて、日本の小売流通業界のEDI化の再チャレンジを始めている(図表①参照)。

幸い大手小売業が委員会に参画することで従来は行われることがなかったライバル会社同士のデータ仕様の開示が実現した。結果、小売業と卸売業間の日々の取引に必要なメッセージとその項目について標準が制定された。

これに力を得て、通信仕様も最先端のインターネットEDI方式を標準として制定した。ところが、これがかなり高度な仕様であるため、対応できる企業が少なく、進展が思わしくない。力のある小売業が強力に進めても、なかなか満足する展開にはならない。能力がなく対応できない卸売業もあるが、能力ある卸売業でもその仕様が本流になるかどうかを見極めたいと考え、見合わせているところもあるようだ。

さて、ここまで読んだ読者の中には「何のことか分からない」人も多いのではないだろうか。そこで、元々の経緯から解説したい。

これまでの「J手順」は遺物(レガシー)となった

1980年に日本チェーンストア協会

(JCA) が、JCA手順と呼ばれる通信プロトコル(通信手順)を制定し、小売業⇔卸売業間でEOS (Electric Ordering System=電子的発注システム)が始まった。その後、それを当時の通商産業省(現経済産業省)が認定し、JCA手順は「J手順」と呼ばれるようになった。

85年になると、電気通信事業法によって民間に通信が開放され、いわゆるVAN (Value Added Network =付加価値通信網)がブームとなった。非常にたくさんのVAN会社が誕生したため、メーカー⇔卸売業間ではVAN運営会社が設立され、統一性の高いEDIを指向した展開が始まった。これ以降、「小売業⇔卸売業間」と「卸売業⇔メーカー間」とは別々の進展を見せる。

EOSは小売業から卸売業への発注データの電送システムとして広く定着している。しかし、EOSは発注データ1種類の片方向通信で、EDIとしてはごく初歩的なものでしかない。

しかもEOSはフォーマットの標準がなく、1000通りものフォーマットが乱立しているため、EDIとしては標準化レベルがかなり低い(JCAによるフォーマット標準はあるが順守している小売業はほとんどない)。

さらに、今、焦眉の急となっているのは、J手順が陳腐化してしまっているということである。J手順は、30年

以上も前の技術であるから、今日から見るとかなり遅れた、まさに前世紀の遺物(レガシー)のような仕様である。

電話回線を用いることを前提としているため、モデムという装置でデジタル信号をアナログ信号に変換し回線に乗せ、受信した側はアナログ信号をモデムでデジタルに戻しコンピュータに入れる。そのため通信速度がかなり遅い。今日の世界標準となっているTCP/IPの100分の1のスピードである。さらに機器メーカーはすでにモデムを製造していないため、故障した場合、取り換えがきかない。

それではなぜ日本の小売業界でEDIが進まないのだろうか。

世界では、UN-EDIFACTという標準があり、欧米の大手小売業ではそれに基づいたEDIが広く行われている。日本でも、UN-EDIFACTを導入すればよいのだが、アルファベットしか搭載できず漢字が扱えなかった。そこで、流通システム開発センターはUN-EDIFACTに準拠したJEDICSという日本標準を制定し、普及を図った。

日本百貨店協会をはじめ流通業界で経済産業省の補助金を受けて実証実験が行われたが、実務に移行したところはずかしくなかった。大手コンビニがしばらく実務で用いていたが、一昨年停止した。標準として定着する見込みがなくなったためである。

「流通BMS」の違いは 納得性の高さ

このような状況の中、今あらためて「流通BMS (Business Message Standards)」による再チャレンジが行われている。流通BMSはフォーマットが制定されたことが評価できるが、JEDICOSでも当然フォーマットが定められていた。しかし、従来は小売業の参画が十分でなかったのに対して流通BMSは大手小売業が同じテーブルについて納得性の高いものになっている点が違う。

J手順という通信手段を放棄するしかない状況になっている今、流通BMSに対する期待が大きい。すでに一部の先進的小売業で実用化が進んでいる。

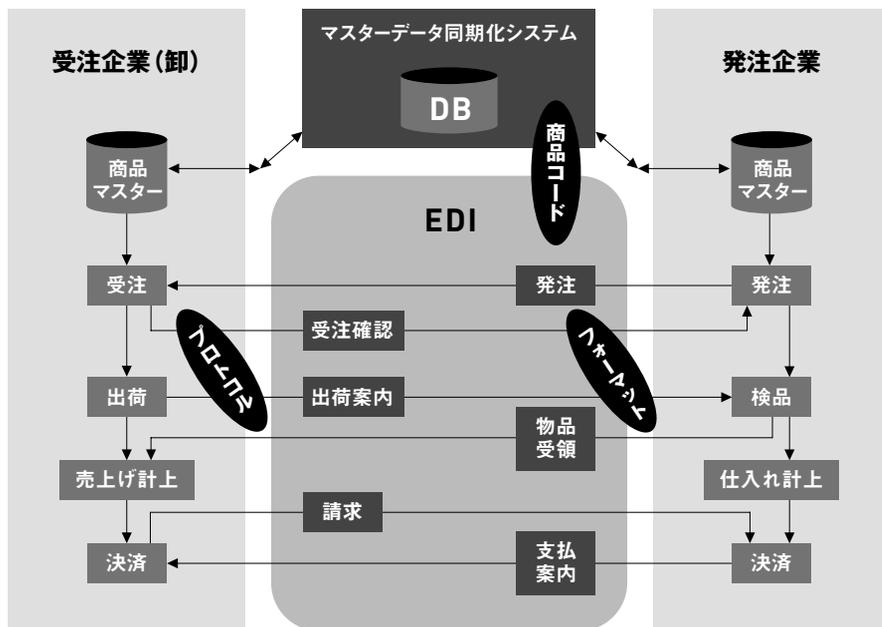
だが、そこにいくつかの注意すべき点がある、流通BMS仕様をシステム会社に渡し開発を進めると、解釈の違いで仕様に違いが生じやすい。このようなちょっとした違い、いわゆる「方言」といわれるものが発生しないようにしなければならない。

2つ目は、流通BMSに対応できる卸売業が少ない段階では、従来方式と流通BMSとの二重手間となる時期が続いてしまう。この期間を乗り越える必要があるのだが、競争が激しい流通業界で、どれだけ忍耐強く待ち続けることができるかが、懸念される。

3つ目は、インターネットという個人向けに開放されているネットワークをビジネスで使うわけだから、十分にセキュリティに気を付けなければならない。

そのためには、2つの対策が必要である。暗号化と電子認証である。暗号化はそれ用の通信ソフトを装備すれば

図表① EDIの概要



できる。問題は電子認証である。通信相手の指定するプロバイダーごとに認証を受けなければならない。その都度、費用が発生する。相手が増えれば増えるほどコストがかさむことになる。

流通BMSでは高度なインターネットEDIを指向し、XMLという先進的な仕様を採用している。現在の通信の多くは、固定長あるいは可変長フォーマットで通信している。固定長と可変長は項目の並び順を定義し、ファイルを作成し送信する方式のことである。固定長は項目のけた数を決めるが、可変長はけた数を定めずカンマで区切る方式(CSV)である(タブで区切るTSV方式もある)。

XMLは、項目にタグ(荷札)を付けて、受け側はタグを見てデータを組み直す方式である。1つの項目に10~20ものタグがつくため、電気信号としては20倍ぐらいに重たくなる。この方式は、DB(データベース)に直接DB to DBで組み入れることができる長所があるのだが、この特性を有効に使えるシステムを持っている日本企業

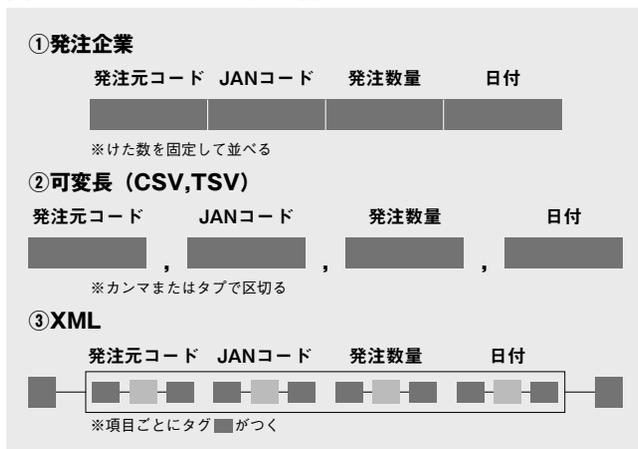
はほとんどない。

「流通システム化普及推進協議会」は暫定的な手段としてWeb-EDIの検討をしている。しかし、Web-EDIはインターネットの機能を使い、データをパソコンの画面に送る方式で、基本的には、人に見せるだけの仕様である。つまり、EDIがマシンtoマシンの通信だと定義するならば、Web-EDIはEDIではないのである。手っ取り早く始めることができるため、過渡的手段であるということを双方が理解して採用するならば、意味のあることなのだが、これでEDIが実現できたと安易に認識するようなら始めない方がいい。

進んでいない 日本企業のオープン化

少々専門的になるが、オープン系では文字コードはASCII(アスキー)、通信仕様はTCP/IPという世界標準で構成されている。パソコンやサーバーを買ってくれば、必ずASCIIとTCP/IPで構成されているため、極めて安価に通信を始めることができる。

図表② フォーマットの種類



ASCIIでもなくTCP/IPでもない仕様で、業務処理をいまだにやっているのは日本だけである。アメリカは15年以上も前にダウンサイジングと称してオープン系マシンに入れ替えた。アジアの新興国では、オープン系が普及してからシステム化をしているため、最初からオープン系を導入している。いわゆる「後発の優位性」である。

日本は、30年以上前にコンピュータを導入しているため、今日の世界標準ではない仕様で基幹システムを作ってしまった。そのために今日の高度に進歩した世界標準に適合できないのである。

「もし、伝票がカナ文字であれば」「もし、EXCELで作成した販売計画を一晚かかってセンターマシンに入力していれば」「もし、売上速報をパソコンや携帯電話に即日配信できないとしたら」「もし、モデムを使ったJ手順の通信しかできなければ」、貴社のマシナールームの奥にあるマシンは間違いなくレガシーである。

レガシーを捨て去ることをしていない日本企業は、レガシーを温存し、周りをオープン系サーバーで囲い、表向きをオープン系に装っている。言うならば見た目は新幹線なのに車体の中に

は蒸気機関が押し込まれているようなものである。

ハードの進歩でそれなりのスピードは出ても変化に対応できない。オープン系に切り換えるのは当たり前の時代なのだが、日々の業務に忙殺されているシステ

ム部門は、いつのまにか新技術に適合できなくなり、古い基幹システムをだましだまし運用しているのが実態なのである。

なぜ、このようなことになってしまったのか。それは、経営の立場でITを判断し使いこなすCIO (Chief Information Officer=情報担当役員) がいないからである。名目上の情報部門の担当役員はいるものの、ITの知識がなく社内の「専門家」に丸投げしている。

しかも、ITは一定の結果を出すだけの自動化機械とみなし「省力化・迅速化・ミスの防止」効果のみを求め、ひたすらコストダウンを追求、じっくり勉強する暇すら与えてこなかった。

流通業界EDIには「運用センター」が必要

このように日本の小売業界のEDIは前途多難な状況にあるわけだが、大きな光明が見えている。それは、冒頭に述べたように標準が制定されたことである。BtoBの通信に必要な標準は①コード、②フォーマット、③プロトコル(通信手順)であるとされている。

コードは必ずしも統一化されていないが、現在、何とか情報交換が行われ

ている。将来商品DBが機能すればよりよくなるのだろうが、多少の違いは克服している。プロトコルの違いも、実は今日の技術で乗り越えられるようになってきている。

ただし、その前提としてフォーマットがきちり守られている必要がある。だから、流通BMSでフォーマットが制定されたということは重要な意味がある。ただし、プロトコル変換は技術的には可能となったが、コストがかかる。1対1の接続の中で個々の企業が負担するには、かなり高額の変換料金となると見込まれる。

もし変換センターのようなものがあるれば、個別に負担する必要がなくなり、しかも、ユーザーのレベルの違いも解消できる。できれば「流通業界EDI運用センター」を設け、そこが接続交渉と運用とレベルの違うユーザー相互の接続、などを行えば、インフラとしての定着ができる可能性が開ける。

欧米のように寡占化していると、大手に集中しディファクト化するのだろうが、日本のような多様性のある小売業界では運用センター方式が望ましいと考える。

小売業界のEDIはまだまだ多くの障害を乗り越えていかなければならないが、自社だけの最適化ではなく、隣の同業者も視野に入れて、徹底して標準を順守するという姿勢を保ち続けてほしい。

Profile (たまにゅう ひろまさ)

1944年埼玉県生まれ。68年早稲田大学政治経済学部卒業、ライオン油脂(現ライオン)入社、1985年プラネット設立・常務取締役、93年社長就任。著書に『流通VANの戦略』(産業能率協会出版部)、『なぜ日本企業のITは遅れているのか』(日本能率協会マネジメントセンター)など。