

中小企業共通 EDI 普及計画書（ドラフト版）

2017 年 11 月 30 日

目次

はじめに	4
I. 普及に向けたロードマップ	5
1. 本事業期間内（平成 29 年度）	5
2. ロードマップ概要	5
II. 背景と目的	6
1. 背景	6
(1) 中小企業の生産性向上の必要性	6
(2) 受発注業務において中小企業が抱えている課題	6
2. 目的	7
(1) 目的	7
(2) 中小企業の生産性向上に向けて	7
III. 中小企業共通 EDI の概要	8
1. 名称	8
2. 主な仕様	8
IV. 普及方法	10
1. 普及ターゲットの設定	10
(1) サプライチェーン系ターゲット	10
(2) 中小ユーザー系ターゲット	10
2. 普及モデルの設定	11
(1) サプライチェーン系モデル	11
(2) 中小ユーザー系モデル	11
(3) ベンダー系モデル	12
3. 普及フェーズの設定	12
(1) フェーズ 1（開拓期：平成 30・31 年度）	12
(2) フェーズ 2（普及啓発期：平成 32・34 年度）	13
(3) フェーズ 3（普及拡大期：平成 35・36 年度）	14
4. モデル別支援施策	14
V. 普及に向けた体制	16
1. 普及推進協議会の主な機能	16
(1) 普及実績の評価、普及計画の見直し	16
(2) 中小企業共通 EDI 標準関連の情報発信	16
(3) 中小企業共通 EDI 標準の仕様管理	18
(4) 導入支援体制の整備・展開	18
(5) 仕様対応製品・サービスの認定	19

(6) 優良導入事例への表彰	19
VI. 今後の課題	20
1. ユーザーフレンドリーなサービス名称の決定	20
2. 事業終了後の情報連携の拡大取組み	20

はじめに

平成 28 年度経営力向上・IT 基盤整備支援事業（次世代企業間データ連携調査事業）の成果である業種の垣根を越えた企業間データ連携の仕組みの普及に当たっては、関係者間でその仕様や効果に関する共通の理解と、早期の実績の積み上げに向けた協力関係が必要である。

本計画書は、本事業の成果に関する仕様、効果、普及の基本的な方向性を示し、中小企業の生産性向上のため、事業終了後も自走的に普及されることを目的とし、策定するものである。

なお、本計画書は実証事業終了段階での計画であることから、事業終了後に本計画書に沿って民間主導で中小企業共通 EDI の普及を実施するに当たっては、目標の達成状況や技術、市場の変化を捉えて適時普及に関する計画を見直す必要がある。

I. 普及に向けたロードマップ

本事業成果の普及に向けたロードマップを以下とする。

年度	H29 (2017)	H30 (2018)	H31 (2019)	H32 (2020)	H33 (2021)	H34 (2022)	H35 (2023)	H36 (2024)
イベント	金融・ITネットワークシステムの稼働		軽減税率制度の導入 〔インボイス方式へ移行開始〕				インボイス方式 対応期限	ISDNサービスの 終了予定
フェーズ		フェーズ1 開拓期		フェーズ2 普及啓発期			フェーズ3 普及拡大期	
スケジュール	仕様（初版）の確定							
	効果の実証							
	12PJによる普及	注力期						
	サプライチェーン系モデル						注力期	
	中小ユーザー系モデル						注力期	
	ベンダー系モデル	製品リリース準備		注力期				
	中小企業共通EDIの確立							
	普及推進協議会設立							

1. 本事業期間内（平成 29 年度）

本事業にて、「中小企業共通 EDI 標準(初版)」を確定する。また、その利用効果を測定し、普及に向けた土台を整える。

2. ロードマップ概要

本事業終了後の平成 30 年度から平成 36 年度にわたって、本事業の事案に関連あるイベント、普及拡大に向けたモデルの進め方を考慮して、3つのフェーズを定義し、「中小企業共有 EDI 標準」の普及ロードマップを策定する。

各フェーズ・位置づけは以下の通りとなる。詳細は本資料「IV. 普及方法 3. 普及フェーズの設定」に記載する。

- フェーズ1： 開拓期（平成 30 年度・31 年度）
普及に向けたユーザーおよびベンダーの開拓を行う。
- フェーズ2： 普及啓発期（平成 32 年度・33 年度・34 年度）
普及ターゲットを拡げ、普及に向けた啓発を行う。
- フェーズ3： 普及拡大期（平成 35 年度・36 年度）
更なる普及ターゲット拡大と共に、中小企業全体を対象に普及拡大を行う。

II. 背景と目的

1. 背景

(1) 中小企業の生産性向上の必要性

我が国では、生産年齢人口が減少に転じ既に久しい。また、今後もその勢いを弱めることなく減少することが予測されている。

そのような環境の中、中小企業においては、「人手不足」が経営上の大きな不安要素となっており、またその不安が年々高まってきている状況にある。

一方、我が国の中小企業の労働生産性は、大企業と比較した場合、全ての業種で顕著に低くなっている。

人手不足の対策が早急に求められる中で、中小企業共通 EDI 導入により、中小企業の生産性を向上することの有効な一手となる。

(2) 受発注業務において中小企業が抱えている課題

人手不足問題の解消に向けた中小企業の生産性向上へ向けて、本事業では中小企業の商取引に着目する。

受発注業務における中小企業が抱えている主な課題として、以下の 3 つが考えられる。

① 受発注作業の工数が大

取引先企業ごとに注文書や納品書などの作成が必要となり、かつ、取引先ごとに異なるフォーマットを使用するため、工数が多く掛かってしまう。さらに、これらに付随した問題として、作成した書類を郵送する手間や代金負担なども発生している。

② 人的ミスによる手戻り発生

電話や FAX を使った受発注においては、電話での聞き取りミスや FAX 内容をシステムへ入力する際のミス、手元での数量・金額計算のミスなど、取引件数に比例して人的ミスが増える可能性があり、そのための手戻り工数が発生する。

③ 資料の管理、二次活用が困難

過去に取引した内容を確認したい場合など、書類を探す必要が発生した際に探す手間が発生する。さらに、保管場所が必要、書類紛失の危険性といった問題も発生する。

また、受発注情報の分析などの二次活用が困難であり、生産性向上の取組みに繋げることが出来ていない問題が発生している。

2. 目的

(1) 目的

受発注業務において中小企業が抱えている課題解決により、中小企業の生産性向上（受発注業務の効率アップ、人的ミスの軽減、過去取引情報の簡易検索及び活用など）を実現することが本取組みの目的である。

そのために、国連 CEFACT 共通辞書準拠の「中小企業共通 EDI 標準」の普及を図る。

(2) 中小企業の生産性向上に向けて

上記の背景を踏まえて、中小企業の生産性向上を実現するために EDI 商取引の普及を図る際には、以下の点に配慮する必要がある。

- ① 中小企業がなるべく EDI を意識せずに受発注操作出来る環境の整備（多画面問題・紙媒体保存による非効率の解消、容易な操作性の確保）
- ② 仕様が異なる受発注 EDI が共存するために、他の作業と重複してデータ入力（二重入力）させられることが無いような、企業内の関連システムや業務アプリケーションとの連携の実現（社内の他のシステムや業務アプリケーションとのデータ連携等による中小企業の作業効率化）
- ③ 中小企業の IT リテラシーや経済力でも導入可能な EDI 受発注環境の提供（クラウド業務システムによるイニシャルコストの低減、プロバイダー経費（ISP, ESP）の極小化、など）

Ⅲ. 中小企業共通 EDI の概要

1. 名称

平成 28 年度経営力向上・IT 基盤整備支援事業（次世代企業間データ連携調査事業）の成果である業種の垣根を越えた企業間データ連携の名称を「中小企業共通 EDI」とする。

なお、普及を促す愛称（サービス名称）やマークの設定については、普及を推進する主体による中小企業向けにも親しまれやすい愛称等の設定が望ましいことから、本事業終了後に検討が必要な事項（本計画書 VI 章 1.）とする。

2. 主な仕様

本事業では、中小企業共通 EDI の仕様を「中小企業共通 EDI 標準」と呼称し、その初版を公開する。

この仕様は、中小企業における受発注業務の課題を解決するためにプロバイダーによるメッセージ変換等の必要な機能を備えることにより、中小企業でも安価で比較的簡易に利用可能なものとする 것을 目指す。

仕様の策定に当たっては、経済産業省のビジネスインフラ事業（2009 年～2011 年）報告書の提言内容に基づき、国連 CEFAC MESSAGE 仕様に基づき、特定非営利活動法人 IT コーディネータ協会が一般社団法人サプライチェーン情報基盤研究会との協同により中小企業用に拡張し、維持・管理を行ってきた「中小企業共通 EDI 仕様書(v3.1)」が元となっている。

この仕様に対し、本事業内の実証プロジェクトによりメッセージ項目等の利用検証を行い、仕様の更新を図った上で、普及観点として普及部会の意見を参照しながら、技術部会にて本事業の原案が承認された。

その後、本事業の原案としての仕様に対し、意見公募（パブリックコメント）を行い、広く意見を取り入れた中小企業の標準仕様として、本事業の成果となった。

中小企業共通 EDI 標準は、以下の文書から構成される。

1. 中小企業共通 EDI 標準仕様書

1-1 中小企業共通 EDI 標準メッセージ仕様

1-2 中小企業共通 EDI 標準相互連携性仕様

<付表> 中小企業共通 EDI 標準メッセージ辞書・BIE 表 (EXCEL)

2. 中小企業共通 EDI 標準メッセージガイドライン

3. 中小企業共通 EDI 標準実装ガイドライン

仕様の詳細については、本計画書の別添とするこれら資料を参照するものとする。（仕様未確定につき、本ドラフト版資料では別添は省略する）

以下に、中小企業共通 EDI 標準の構文書それぞれの目的・特徴を記す。

1. 中小企業共通 EDI 標準仕様書

中小企業の企業間商取引を現状の紙取引からデジタル取引へ移行することを目的として、中小企業が汎用的に利用できる中小企業業界 EDI 標準仕様として策定。その内容は中小企業共通 EDI 標準メッセージ仕様、中小企業共通 EDI 標準相互連携性仕様、＜付表＞中小企業共通 EDI 標準メッセージ辞書・BIE 表を含む。

「中小企業共通 EDI 標準メッセージ仕様」は国連 CEFACT 標準に準拠したプロセスの定義、メッセージの概念データモデル、メッセージ定義、メッセージ辞書・BIE 表、コード定義表を掲載。

「中小企業共通 EDI 標準相互連携性仕様」はこの仕様を実装した業務アプリのデータ相互連携性を保証することにより、ユーザー企業が接続先の業務アプリ仕様を意識しなくても EDI データ交換が間違いなく出来る環境を提供することが狙い。

2. 中小企業共通 EDI 標準メッセージガイドライン

ユーザー企業がこれまでの紙による取引からデジタル取引へ移行するための留意事項、並びに EDI プロバイダー・業務アプリベンダーがメッセージ実装に際しての留意事項を解説した参照文書。

本ガイドラインを参照し、受発注企業間で EDI 導入前に事前に協議しておくべき留意点、明確にするべき点を明らかにすることにより、取引ルールの擦り合わせをスムーズに行うことが可能になる。

3. 中小企業共通 EDI 標準実装ガイドライン

中小企業共通 EDI を構成する中小企業共通 EDI プロバイダー、および業務アプリの相互連携を実現する実装方法を解説するベンダー向けの参照文書。業務アプリベンダーおよび EDI プロバイダーは、当ガイドラインに準拠して実装することにより中小企業共通 EDI サービスを提供することが可能になる。

IV. 普及方法

1. 普及ターゲットの設定

ここでは、中小企業共通 EDI の普及のターゲットを設定する。

本計画書において、普及のターゲットの考え方は、大きく以下の二つに分かれる。

- ① 各実証プロジェクトが定める普及ターゲット
- ② 各実証プロジェクトが定める普及ターゲットから外れるが、普及が見込めるターゲット

①については、自走的な普及を前提として定めたものであり、各実証プロジェクトの普及計画に詳しい。②については、実証プロジェクトの普及ターゲットと類する属性でありながら、実証プロジェクトが普及ターゲットとしていないユーザーを普及ターゲットとして定める方針とする。

これは、実証プロジェクトが普及を目指すターゲット属性には、中小企業共通 EDI 利用のニーズがあるという仮説に基づく。ニーズがありながら、実証プロジェクトがリーチできないユーザーに対して、横展開で効果的なフォローを図る。

実証プロジェクトが普及を目指すターゲット属性について分析をすると、業界軸でターゲットを定めるケースと地域軸でターゲットを定めるケースの大きく二通りの分類に分けられた。これらを、それぞれ、「サプライチェーン系ターゲット」「中小ユーザー系ターゲット」と名づける。

(1) サプライチェーン系ターゲット

サプライチェーン系ターゲットとしては、ある業界のサプライチェーンにおいて、影響力のある中堅企業を基点に、その川上、あるいは川下の取引先である中小企業、および更にその先の取引先である中小企業をターゲット企業群として定める。

また、将来的には、そのサプライチェーンに繋がる大手企業との接続を見込む。

(2) 中小ユーザー系ターゲット

中小ユーザー系ターゲットとしては、地域での取引が多くを占める中堅企業を基点に、その取引先となる中小企業をターゲット企業群として定める。

2. 普及モデルの設定

サプライチェーンターゲット、中小ユーザー系ターゲットへの普及においては、それぞれ異なるアプローチが必要である。このアプローチについても、実証プロジェクトの取り組みを類型化することで、有効な普及の進め方の示唆を得ることが出来る。

これらを普及の進め方を含めて普及ターゲットを類型化したものを、本計画書では「普及モデル」または「モデル」と呼称する。

普及ドライバーとして、大きく「ユーザー／ユーザー支援団体」と「ベンダー／ベンダー団体」に分けられた。これら普及ドライバーを踏まえ、2つの普及ターゲットに対する普及拡大アプローチの観点で整理すると、「サプライチェーン系モデル」・「中小ユーザー系モデル」・「ベンダー系モデル」の3つに定められる。

本計画書では、普及モデルをこれら3つに定める。但し、これらモデルは仮説であり、今後の検討や、普及に向けた取り組みの中で随時見直されるものとする。

(1) サプライチェーン系モデル

サプライチェーン系モデルでは、普及の基点となる企業から、サプライチェーン（業界）軸で普及拡大を目指す。

アプローチとして、中小企業共通 EDI に関心を寄せている業界に本事業の成果を PR し、業界内での普及プロジェクト立ち上げを検討する。業界団体等と協力し、業界内で中小企業と多く取引があり、紙での受発注等に悩まされている企業を抽出し、その取引先を含め業界軸（サプライチェーン軸）で EDI 利用を普及させる。

また、このアプローチを通して、将来的な大企業による中小企業共通 EDI 利用、業界 EDI との連携協議を行う。

(2) 中小ユーザー系モデル

中小ユーザー系モデルでは、地域のユーザー企業群を基点として、地域軸で普及拡大を目指す。

アプローチとして、地域の支援団体に本事業の成果を PR し、地域での普及プロジェクト立ち上げを検討する。地域の支援団体と協力し、当該地域で取引が多く、先進的な取り組みに興味強い企業を抽出し、その取引先を含め地域軸で EDI 利用を普及させる。

(3) ベンダー系モデル

ベンダー系モデルは、ベンダー製品利用顧客（既存・新規）の発注企業を基点として、その取引先へ普及拡大を目指す。

アプローチとしてベンダー系団体が主導してベンダーに本事業の成果を PR し、普及プロジェクト立ち上げを検討する。

ベンダーの持つパッケージアプリケーションに、中小企業共通 EDI の機能を標準実装することで、ベンダーの既存顧客に対しては、バージョンアップ等のイベントを通して、中小企業共通 EDI が利用できる状況へ移行することを目論む。

これら各モデルの、具体的な導入の流れのイメージについては、別紙「普及モデル詳細」に導入シナリオとして示す。

【要継続検討】

ベンダーが主体的に中小企業共通 EDI の機能を実装しビジネス展開をするためには、ベンダーに相応の参入インセンティブが必要である。

3. 普及フェーズの設定

前項で示した普及のターゲット、またその獲得を目指したアプローチは、普及の進展に伴い、その状況に適した内容となるべきである。また、外部環境として、金融・IT ネットワークの稼働、軽減税率の施行（インボイス方式への対応開始）、ISDN サービスの終了など、強く意識すべきイベントも存在する。

これら状況を整理した結果、本事業終了後のフェーズとして、以下の 3 フェーズが設定できると考えている。なお、各フェーズの開始時期は前倒し（互いに重なる）で進めていく。

(1) フェーズ 1（開拓期：平成 30-31 年度）

平成 30-31 年度をフェーズ 1 と定め、主に普及に向けたユーザー、ベンダー双方の開拓を行なう。

事業終了直後の時点では、中小企業共通 EDI 標準に準拠した製品が市場に少ないことから、まず中小企業共通 EDI の普及準備が整っている本事業の実証プロジェクトの普及計画を支援することで、早期に効果的な普及を図る。

実証プロジェクト以外の普及拡大について、普及モデルのうち、サプライチェーン系モデル、ユーザー系モデルについては、市場に少ないながら存在する中小企業共通 EDI 標準に準拠した製品を武器とし、中小企業共通 EDI の導入を

試みることで、普及モデルの仮説検証を行い、普及モデルの確からしさを高める。

また、それら導入に際し、軽減税率の施行に伴い予定されている軽減税率対策補助金の活用を促し、普及の動機を高める。

大企業や、業界団体に対しては、普及初期においては実績に欠ける中小企業共通 EDI の利用・接続の促進は難しいことが想定されるが、早期から大企業、業界との対話・調査を開始させ、中小企業共通 EDI の利点やビジョンの周知を継続的行なうことで、将来の利用・接続にむけての障壁を下げる。

普及モデルのうち、ベンダー系モデルについては、中小企業共通 EDI 標準に準拠した製品を持つベンダーを普及の基点とするモデルであるが、事業終了直後は、中小企業共通 EDI の普及に向けた啓発と、その後の開発・テスト期間のリードタイムがあると想定され、フェーズ 1 ではベンダー系モデルの本格始動に向けた準備期間と位置づける。

(2) フェーズ 2（普及啓発期：平成 32-34 年度）

平成 32-34 年度をフェーズ 2 と定め、フェーズ 1 よりもターゲットを拡げ、普及に向けた啓発を行なう。

事業終了後、二年が経過した平成 32 年度には、中小企業共通 EDI 標準に準拠した製品が市場に多く出回り出すことを想定している。それら多様な製品の選択肢が増えることにより、サプライチェーン系モデル、中小ユーザー系モデルの候補としながら、フェーズ 1 にて価値を訴求し切れなかった企業に対しても、改めて価値を訴求できることで、より広範な普及啓発が可能となる。

また、大企業や業界団体に対しても、中小企業共通 EDI の利用実績や、対応製品の増加を根拠として、具体的な利用・接続の交渉を進める。これらの利用・接続が実現すれば、特にサプライチェーン系モデルについては普及が加速することが想定される。

実証プロジェクトについては、フェーズ 1 にてそれぞれの普及活動が計画に乗ることを見込み、平成 32 年度以降は、元より計画していた自走的な普及にシフトする。

フェーズ 2 では、特にベンダー系モデルに注力する。フェーズ 1 の取り組みから、フェーズ 2 ではベンダーの中小企業共通 EDI 標準に準拠した製品が市場に出回る。ベンダーの既存顧客を中心に、製品のバージョンアップ等で EDI 機能が利用できるようにするベンダー系モデルは、ユーザー系モデルに比べ、大きな普及規模が見込める（この想定は、類似する実証プロジェクトの普及計画から導いている）

フェーズ 2 は、平成 34 年度までを想定している。平成 34 年度にはインボイ

ス方式の導入が予定されており、中小企業においても広く受発注 EDI のニーズが高まることが想定される。そのニーズに応えるための普及基盤を事前に形成することが、フェーズ 2 の目標となる。

(3) フェーズ 3（普及拡大期：平成 35-36 年度）

平成 35-36 年度をフェーズ 3 と定め、フェーズ 2 よりも更にターゲットを広げ、中小企業全体を対象に普及拡大を行なう。

フェーズ 2 までの取り組みにより、中小企業においては一定の普及規模を実現し、多くの成功事例（生産性向上等）を持つことで、有力なプラットフォームとして認知が広まっていることを想定する。また、普及に伴う規模の経済性や、競争原理により、各業務アプリケーションベンダーやプロバイダーから、利用しやすい価格水準の中小企業共通 EDI のサービスが提供されていることを想定する。更に、導入作業面においても、マニュアル化が進むことで、普及当初よりも導入し易くなるなど、それまで価格面等で導入が難しかった小規模事業者なども含め中小企業全体を対象とした普及を見込む。

また、ISDN サービスの終了が平成 36 年度に予定されている。ISDN サービスの終了は、本事業の背景としても大きなマイルストーンであることから、この時点までに、ISDN サービス利用者の乗り換えによる駆け込み需要の受け皿となれることを、フェーズ 3 の目標として定める。

4. モデル別支援施策

啓発活動、導入・運用、利用拡大までの導入プロセスを 5 つに分け、各プロセスに対する施策（案）を考案しました。これら施策（案）に対して、実現・実行可能性を精査し、今後、普及モデル 3 パターンに対する普及シナリオへの適用を検討していきます。

【施策案】

- 1. 啓発活動プロセス： 施策案 3 つ
 - 情報公開サイトの開設 [ユーザー向け]
 - 地域団体セミナーの開催 [ユーザー向け]
 - IT ベンダー展示会・イベントでの出展 [ベンダー向け]
- 2. 導入相談・提案プロセス： 施策案 4 つ
 - 相談窓口の開設
 - 導入相談員の派遣

- 普及用ツール・情報の展開
- ビジネスマッチング

3. 導入・導入支援プロセス： 施策案 2 つ

- 導入作業情報の公開
- 導入支援者の派遣

4. 運営・保守プロセス： 施策案 1 つ

- 伴走支援者の派遣

5. 利用拡大プロセス： 施策案 1 つ

- 表彰制度の立ち上げ

V. 普及に向けた体制

本事業終了後、実証プロジェクトのみで普及が進むことはなく、IV章にて定義した普及モデルの横展開の推進や、EDI 導入に伴う支援、中小企業共通 EDI 標準の維持・メンテナンス等を担う体制が必要である。

ここでは、個々の機能別に体制を定義するのではなく、本事業の成果を引き継ぎ、中小企業共通 EDI の普及促進を統括的に行なう母体組織として、広く関係者が属する「普及推進協議会」（仮称）を事業終了後に立ち上げることを計画する。

個別の機能に対する体制、役割については、普及推進協議会にて検討し、定義するものとする。

また、この協議会は、国とは独立した存在であるが、中小企業庁をはじめ、国と適宜連携する。

1. 普及推進協議会の主な機能

普及推進協議会は、普及推進の統括組織として、段階的に以下の普及支援機能を提供することを見込む。

- 平成30年度
 - ・ 普及実績の評価、普及計画の見直し
 - ・ 中小企業共通 EDI 関連の情報発信
 - ・ 中小企業共通 EDI 標準の仕様管理
 - ・ 導入支援体制の整備・展開
- 平成31年度
 - ・ 仕様の対応製品・サービスの認定
 - ・ 優良導入事例への表彰

これら機能について、詳細を以下のように考えている。

(1) 普及実績の評価、普及計画の見直し

普及推進協議会は、中小企業共通 EDI の普及計画を立案する。（ただし、本事業の成果を引き継ぐことから、当初の計画は本書と近い内容となることを想定する）

普及計画に基づき普及の推進を統括的に行い、普及実績の収集、評価、普及計画の見直しを実施する。

(2) 中小企業共通 EDI 標準関連の情報発信

普及推進協議会は、中小企業共通 EDI 標準の普及に向けて、中小企業共通 EDI

標準に関連する情報を、ウェブサイト開設等を通して一般公開する。また、関連支援機関に対し、情報の活用に向けて、積極的に情報提供を行なう。

発信情報は、以下のような情報を想定している。

(ア)中小企業共通 EDI 標準仕様

中小企業共通 EDI 標準仕様の情報として、関連ドキュメントを公開する。

(イ)開発ベンダー支援ツール

本事業にて開発した「業界横断 EDI 仕様活用ツール」及び「データ連携 IT ツール（テストプロバイダー機能）」の情報を公開、利用促進を行なう。

(ウ)生産性向上効果

本事業内にて、実証プロジェクトが測定した生産性向上効果を、中小企業共通 EDI 標準の活用による効果として公開する。これら情報は、普及に向けた広報物等での基礎情報として活用することを見込む。

(エ)対応プロバイダー、業務アプリケーション

中小企業共通 EDI 標準仕様に対応しているプロバイダー、業務アプリケーションの情報をユーザーへ公開する。

後述する対応製品の認定制度が開始された後は、認定状況を公開する。

(オ)中小企業共通 EDI 標準導入手順書

ユーザー、ベンダーが、中小企業共通 EDI 標準の導入を実施できるよう、導入手順書の公開を行なう。

(カ)導入支援サービス、導入相談員・導入支援者

中小企業共通 EDI 標準導入サービスの紹介、導入相談員および導入支援者（中小企業共通 EDI 標準導入サービスの専門家）の情報を公開する。

(キ)導入事例

本事業の実証プロジェクトの事例、および事業終了後の成功事例を公開する。

(ク)ビジネスマッチング

中小企業共通 EDI 標準の導入・活用企業を公開し、同仕様によるデータ連携が可能である取引先企業を検索可能とすることで、新たなビジネスマッチングの機能を提供する。

(3) 中小企業共通 EDI 標準の仕様管理

普及推進協議会が、仕様の見直しを含めた維持管理を実施する。

- ・ 中小企業共通 EDI 標準の仕様の見直し（バージョンアップ）
- ・ 国連 CEFAC 準拠メッセージの開発・申請
- ・ 各種ガイドラインの維持管理

(4) 導入支援体制の整備・展開

中小企業共通 EDI 標準の導入の効果を最大化するには、単にこれまでの FAX 等の手作業を EDI に対応した作業に見直すだけでなく、受発注業務全体を見直し業務の改善を図ることが期待される。

また、紙の帳票を EDI で交換するメッセージ項目へ対応付けるマッピング等の作業、個別の企業のみならず企業グループ（EDI を導入する取引先企業の集合）としての取引ルールや手順の調整、システム間の調整など、EDI の特有の作業が必要になることから、中小企業の限られた人材での対応が難しい場合も少なくない。

普及を促進するためには、EDI の専門的な知識を持った人材によりこれらの作業を支援することでユーザーの負担を軽減し、スムーズな導入を可能にすることが有効である。

役割としては、EDI の検討段階での相談に対応する相談員と、導入段階を支援する導入支援者を設定し、以下のような支援を行う。

➤ 導入相談員

- ・ 中小企業共通 EDI 標準の紹介
- ・ EDI ニーズの把握
- ・ 導入効果の明確化
- ・ 導入支援者等の紹介、取次

➤ 導入支援者

- ・ 発注企業の現行業務ヒアリングと分析支援
- ・ 受注企業の現行業務ヒアリングと分析支援
- ・ EDI 導入要件定義支援
- ・ ベンダー、プロバイダー選定支援
- ・ 導入プロジェクト推進支援
- ・ 導入効果測定・評価支援

(5) 仕様対応製品・サービスの認定

中小企業共通 EDI は、従来の EDI で導入の妨げとなっていた、取引先との接続にあたっての交渉負荷（データ連携する項目について有無、内容の申し合わせ）や利用負荷（中小企業にとって不要な多数の入力項目）について極小化する思想を持っている。

この中小企業共通 EDI 標準の仕様が、確実に製品・サービスに実装されていれば、この思想は効果的に活かされるが、一方で不十分な実装があった場合は、思想に反し、必要以上の各種負荷が生じかねない。

中小企業共通 EDI の普及効果が十分に発揮されるためには、ある製品やサービスが、中小企業共通 EDI 標準の仕様で確実に利用できることの保障が必要であり、その手段として、中小企業共通 EDI 標準の「認定制度」の立ち上げを見込んでいる。認定制度の運用に際しては、認定マークの発行なども望ましいと考えている。

認定制度があることで、ユーザーにとっては、例えば認定マークの付いている製品・サービスであれば安心して購入・利用することができる。またベンダーにとっても、有力な販促策になり得る。また、中小企業共通 EDI の全体品質の向上に繋がることで、ブランディングとしても機能するなど、様々な相乗効果を発揮することを見込んでいる。

(6) 優良導入事例への表彰

個別の企業ではなく「データ連携」を行い生産性向上が大きく進んだグループを表彰する。中小企業共通 EDI の取り組みは、個別企業の IT 化の話ではなく、取引先企業群で成果が上がる取り組みであることの認知を目指し、また優良事例の収集を兼ねる、広報施策として位置づける。

VI. 今後の課題

本事業内にて結論に至らないものの、今後の普及に向けて、検討が求められる事項を以下と想定している。

1. ユーザーフレンドリーなサービス名称の決定

本事業の成果の正式名称を「中小企業共通 EDI」としているが、「EDI」という言葉への先入観、「中小企業」という言葉への限定的なイメージ、名称の長さによる親しみにくさなど、ユーザー目線での普及を考慮した場合、正式名称とは異なる愛称（サービス名称）の定義やマークの決定が有効であると想定される。

これらの決定は、サービスの印象を大きく左右することから、本事業内での拙速な決定ではなく、普及推進協議会が公募を行ない選定するなど、慎重に取り組むことが必要だと想定している。

【事務局案】

- ・ 中小企業スマートビジネス
- ・ 中小企業ビジネス連携
- ・ スマートビジネスメール
- ・ リンクトレード
- ・ つながる君
- ・ クラウド伝票連携機能（CTX：Cloud Transaction eXchange）

2. 事業終了後の情報連携の拡大取組み

本実証検証では、商流取引工程のうち、発注／受注工程の業務を対象として取り組んだが、今後、社会基盤の一つとして整備・運用が開始される金融・IT ネットワークシステム（いわゆる金融 EDI）との情報連携による効果検証ならびに、注文品の在庫・進捗・品質情報などの IoT 情報との連携による効果検証については、本事業終了後に新たに取り組むことで中小企業の更なる生産性向上への貢献が期待される。