

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
実証PJの事業終了後の
普及計画案

特定非営利活動法人 ITコーディネータ協会

2017年11月30日（木）

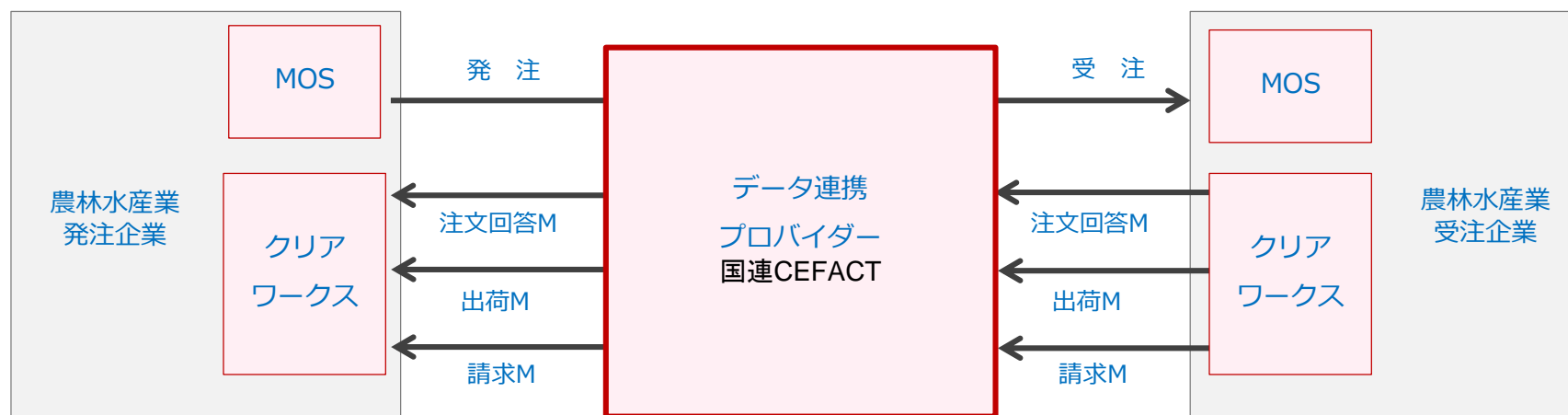
目次

No.	テーマ
01	農林水産業界（鮮魚）における日本とインドネシア間の共通EDI連携
02	北海道の中小企業における次世代共通EDI連携
03	大阪発の中小製造業におけるビジネス情報共通EDI連携
04	貿易手続に係る輸出業界の共通EDI連携
05	業務品の卸・小売業界における共通EDI連携
06	豊田商工会議所における商工会議所モデル共通EDI連携
07	碧南商工会議所における中小企業共通EDI連携
08	中小サービス業界におけるクラウド型共通EDI連携
09	自動車業界における共通EDI連携
10	多摩地域活性化のためのビジネス情報共通EDI連携
11	水インフラ業界における共通EDI連携
12	静岡発エンジニアリングチェーンにおける共通EDI連携

01.農林水産業界（鮮魚）における日本とインドネシア間の共通EDI連携普及計画の概要

農林水産業界に係るトレーサビリティ機能付き受発注システムパッケージの拡販

サービスモデルイメージ図



普及サービスの特徴

- ✓ 個体識別情報の登録機能
- ✓ トレーサビリティ機能
- ✓ 注文回答メッセージ機能※
- ✓ 出荷メッセージ※
- ✓ 請求メッセージ※

※国連CEFACT

普及ターゲット属性

- ✓ 農林水産業界
- ✓ 輸出入企業
- ✓ 諸外国の企業

連携チャネル

- ✓ 体制面
 - ・既存及び新規販売パートナー
 - ・既存顧客及び新規顧客
 - ・FTIJAPAN、アアル

01.農林水産業界（鮮魚）における日本とインドネシア間の共通EDI連携 普及展開計画・課題と解決策

普及展開計画

年度	2018	2019	2020	2021	2022
普及者数	30社	60社	90社	120社	150社
アクションプラン	① 紹介サイトの立ち上げ ② 各種広告 ③ 販売パートナーへの紹介活動	① 外国語対応 ② 該当国の選定作業 ③ 国外展示会対応	① バージョンアップ及び機能追加の検討		
普及サービス	トレーサビリティ機能付き受発注システムパッケージ				
普及ターゲット	農林水産業界				
	輸出入企業				
	諸外国の企業				
連携チャネル	販売パートナー（既存、新規）				
	既存顧客及び新規顧客				
	FTIJAPANからの紹介、アアルとの営業連携				

普及に向けた施策・アクションプラン

- ① トレーサビリティ機能付き受発注システムパッケージを紹介する専用サイトの立ち上げ
- ② 専用サイトを周知する各種広告
- ③ 販売パートナーへトレーサビリティ機能付きMOSの紹介と顧客の共有

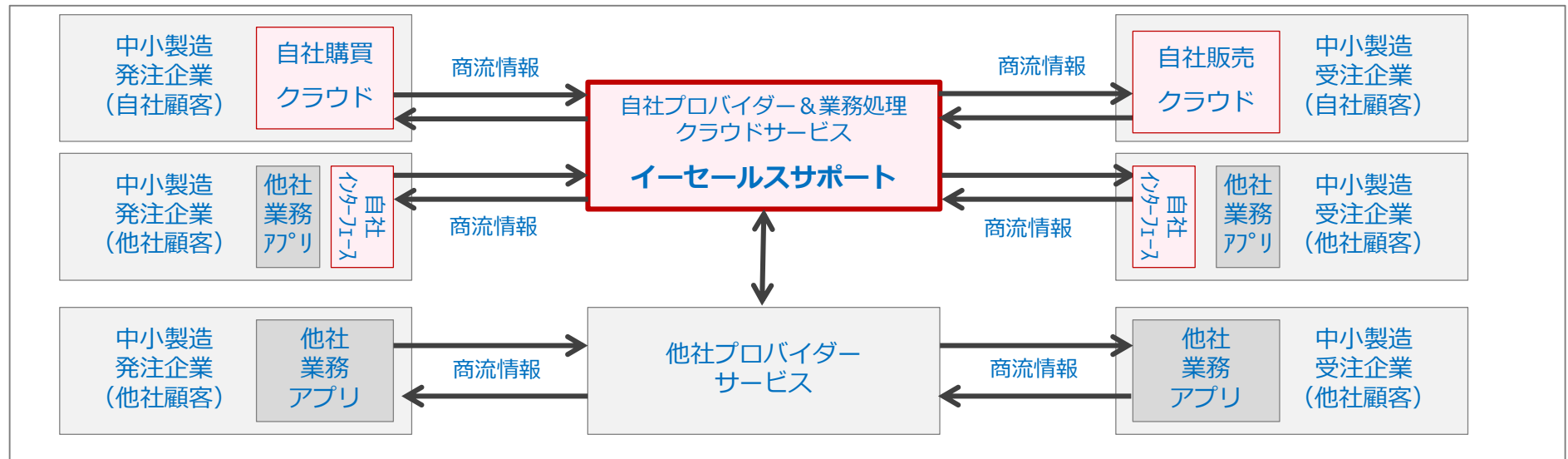
普及に向けた課題・解決案

- ✓ トレーサビリティ機能付き受発注システムパッケージがどこまで各顧客企業のニーズに対応しているか

02.北海道の中小企業における次世代共通EDI連携普及計画の概要

EDI導入地域一番の実績を活かし、様々な団体とのコラボレーションで北海道をEDI先進地域に！

サービスモデルイメージ図



普及サービスの特徴

- ✓ 導入企業内環境に依存しないクラウド型のサービス
- ✓ 業務システムを使用していない企業へは業務システムと一緒に提供
- ✓ 中小企業共通EDI仕様により様々な他EDIとのデータ交換が可能
- ✓ 地域に合わせたリーズナブルな料金設定

普及ターゲット属性

- ✓ 業種：食品製造・卸から小売業
- ✓ 業態：食品に関わる全て
- ✓ 企業規模：個人事業から中小企業
- ✓ 地域：北海道全域と東北

連携チャネル

- ✓ 体制面
- ✓ 販売代理店形式は取らず、導入頂いた企業様のお取引先へ、企業様と連携して訴求を行う。
- ✓ 北海道庁や札幌市、札幌商工会議所様主催の普及セミナー等を活用し地域の信頼を備えた活動を行う。

02.北海道の中小企業における次世代共通EDI連携 普及展開計画・課題と解決策

普及展開計画

年度	2018	2019	2020	2021	2022
普及者数	10	27	65	123	175
アクションプラン	① 行政とのコラボ	② 金融機関とのコラボ			
普及サービス	基本EDIサービス				
	金融EDI連携サービス				
	IoT連携サービス				
普及ターゲット	北海道地域 中小食品製造・卸・小売				
	東北地域 中小食品製造・卸・小売				
	海外企業				
連携チャネル	北海道庁・札幌市、札幌商工会議所				
	北洋銀行・北海道銀行				

普及に向けた施策・アクションプラン

- ① 2018年度に、札幌市の協力を仰ぎ、中小企業EDI導入に対する支援制度を活用。
- ② 2019年度より、実装した金融EDIの効果を訴求するため、地場銀行と協業。
- ③ 2019年度にベトナムの最大手書籍販売会社への導入を皮切りに東南アジアへ展開

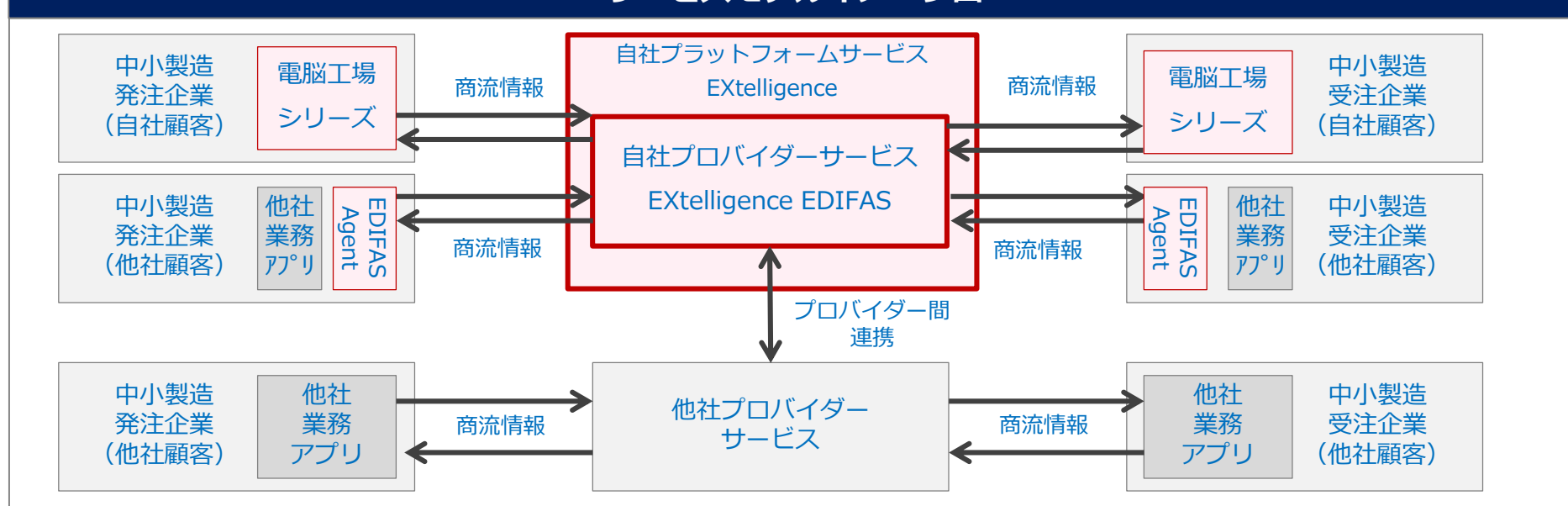
普及に向けた課題・解決案

- ✓ IT投資に消極的な地場中小企業経営者に対する、行政とタイアップした効果説明活動を積極的に行う。
- ✓ 商流の最上位に位置する大手小売企業との接点を密にし良好な関係を保ちながら地域流通小売全体のIT利活用を促進する。

03.大阪発の中小製造業におけるビジネス情報共通EDI連携 普及計画の概要

IT化が遅れている中小製造業を対象に、当社パートナーを中心としたITベンダーと共に、共通EDI対応の生産管理システムと製造業向けプラットフォームサービスを展開する。プラットフォームにはIoTやAI技術を活用した付加価値サービスを今後実装し、EDIによる事務作業効率化以上の価値を提供することで普及を図る。

サービスモデルイメージ図



普及サービスの特徴

- ✓ 1,400本以上の導入実績がある生産管理システム「電腦工場シリーズ」に共通EDI対応機能を実装。
- ✓ 月額¥2,000から利用可能なクラウド型EDIサービス「EDIFAS」では見積、受発注、出荷検収、請求支払の取引プロセスに対応する。サプライヤーは限定機能であれば無料利用可能。また、他社業務アプリとの連携を推進するAgentサービスを提供する。
- ✓ 製造業向けプラットフォームサービス「EXtelligence」には、IoTを活用した工程進捗、品質管理、AI技術を活用したB2Bマッチング等のサービスを今後搭載していく。

普及ターゲット属性

- ✓ まずは、国内の加工業、組立業を中心とする中堅・中小製造業をターゲットとする。
- ✓ 企業規模はFAX・紙取引が主体の年商10～300億程度を想定。
- ✓ 国内での普及加速後、中国、東南アジアなどの海外日系企業への展開を図る。
- ✓ 将来的には国内他産業への展開も計画。

連携チャネル

- ✓ 電腦工場ユーザ（約1,100社）
 - ・ 国内加工業、組立業が中心
 - ・ 平均年商は約50～70億
- ✓ 全国に展開する電腦工場販売店網（約100社）
 - ・ 国内：事務器系、独立系Sier、NEC系列、三菱電機系列
 - ・ 海外：中国、ベトナム、タイ、シンガポール等

03.大阪発の中小製造業におけるビジネス情報共通EDI連携 普及展開計画・課題と解決策

普及展開計画

年度	2018	2019	2020	2021	2022
普及社数	4 0 0	8 0 0	1,5 0 0	2,5 0 0	4,0 0 0
アクションプラン	① EDIFAS販売インセンティブ制度	②金融EDIと連携したサービス確立	③ISDN回線からの移行キャンペーン		
普及サービス	基本EDIサービス				
			金融EDI連携サービス		
		B2Bマッチングサービス			
普及ターゲット	全国 中小製造業				
			海外 製造業		
				国内 他産業	
連携チャネル	電脳工場パートナー網				
	電脳工場ユーザ				
		他パッケージベンダー			

普及に向けた施策・アクションプラン

- ① 当社パートナーに対してEDIFAS展開のインセンティブ制度を設け、パートナーメリットを訴求し、普及に協力いただく。
- ② 金融EDIとの連携サービスを確立し、インボイス方式の対応と合わせて認知度を向上させる。
- ③ ISDN回線を利用した既存EDIからの移行キャンペーンを打ち、共通EDIへの移行を促す。

その他、展示会・セミナーなどの継続的プロモーション

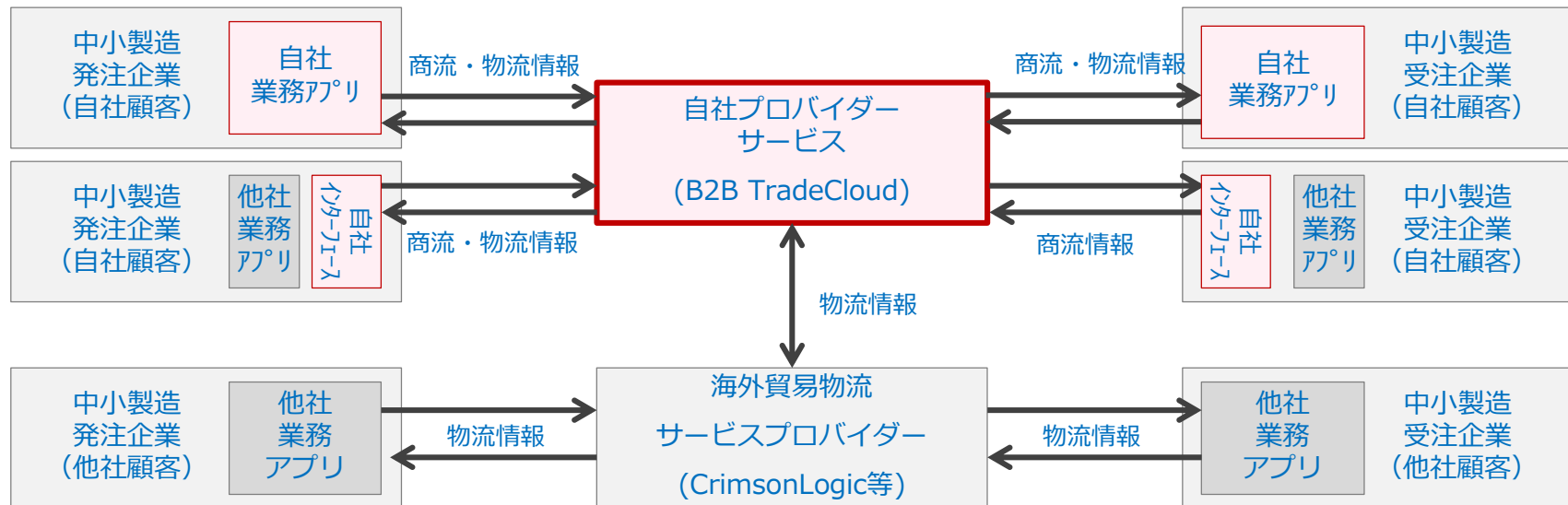
普及に向けた課題・解決案

- ✓ 他ITベンダーが共通EDIを提案・提供するメリットが少ない
 - ・ インセンティブのみならず、他社ITベンダーが持つクラウドサービスとの協業を積極的に図る
- ✓ 中小企業ではEDI以前に自社のIT化が不十分
 - ・ 共通EDIに対応した業務アプリを展開することで、将来的な共通EDI普及の足掛かりとする
 - ・ 中小企業を支援するIT導入補助金等には、共通EDIへの対応も要件として盛り込んでいただきたい。

04.貿易手続に係る輸出業界の共通EDI連携普及計画の概要

- 国内および海外の貿易を行う企業（中小、および大企業含む）に展開。
- 国内ではクラウドサービス推進機構様の認定を活用してプロモーションを実施。海外では現地商工会議所、通関業界団体を介したサービス紹介、海外実証プロジェクトを活用したプロモーションにより普及展開を図る。

サービスモデルイメージ図



普及サービスの特徴

- ✓ 貿易に関わる多数のステークホルダーが、貿易関連情報の新設・変更を電子データとして瞬時に共有できるクラウド環境
- ✓ 国内唯一の通関システムであるNACCSの許可情報との紐付け
- ✓ 将来的に金融XML-EDIとの連携により決済・消込の自動化

普及ターゲット属性

- ✓ 貿易を行っている荷主企業
- ✓ 業種、業態は問わない
- ✓ 企業規模は中小中心であるが大企業でも利用可能
- ✓ 地域は海外含め問わない（多言語対応）

連携チャネル

- ✓ 販売パートナー
 - 国内NTTデータグループ
 - 海外NTTデータグループ
 - 海外サービスプロバイダー
- ✓ 連携団体
 - クラウドサービス推進機構様

04.貿易手続に係る輸出業界の共通EDI連携 普及展開計画・課題と解決策

普及展開計画

年度	2018	2019	2020	2021	2022
普及者数	20	50	100	150	200
アクションプラン	① クラウド認定 ② 金融EDI連携	③IoT連携 ④海外SP連携			
普及サービス	基本EDIサービス				
	金融EDI連携サービス				
	IoT連携サービス				
普及ターゲット	全国 中小荷主企業				
	海外 荷主企業				
	全国 荷主企業（大企業）				
連携チャネル	クラウドサービス推進機構様				
	国内・国外NTTデータグループ				
	海外サービスプロバイダー				

普及に向けた施策・アクションプラン

- ① 2017年度クラウドサービス認定をクラウドサービス推進機構様より頂く。これを介してクラウドサービス推進機構様主催の展示会を含め、広く中小荷主企業様にサービスをアピール
- ② 併せて金融EDI連携を進め、貿易手続きに関わる決済・消込の自動化を実現

普及に向けた課題・解決案

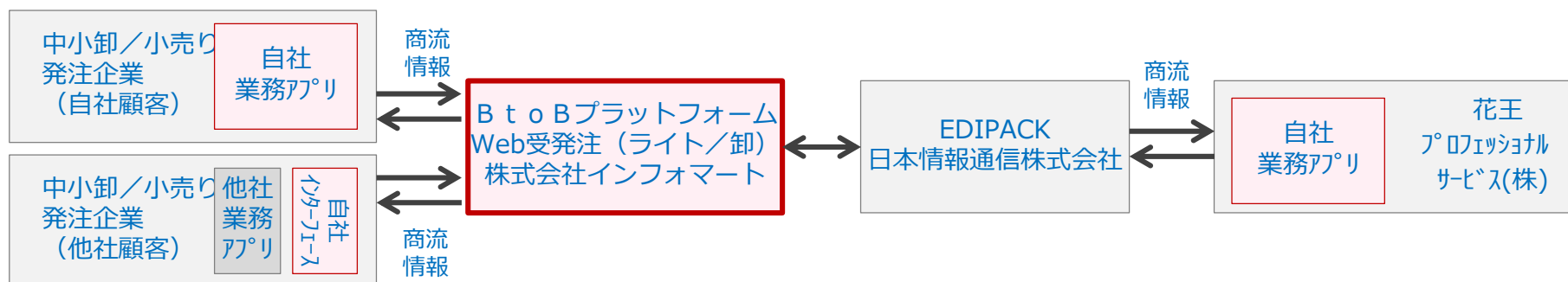
- ✓ 広く中小企業の海外展開、特に貿易に関する困りごとをヒアリングする機会がない。
- ✓ その困りごとへの理解を踏まえて、本クラウドサービスの中小企業への普及におけるプロモーションが足りない。
- ✓ 中小企業側で初期導入費用が負担

05.業務品の卸・小売業界における共通EDI連携普及計画の概要

【対象】売上実績より、E O Sを実施している得意先を除外し、5,000口座（店舗）余りの得意先を抽出する。

【取り組み区分】①Web受発注：K P Sの標準発注書を使用している得意先 ②得意先書式：販売管理など先方システムより出力された発注書をFAXしていただいている得意先 ③FAX外受注：受注エントリーシステムにてFAXデータが存在しない、電話や御用聞き受発注の得意先

サービスモデルイメージ図



普及サービスの特徴

・（株）インフォーマットのBtoBプラットフォーム受発注（ライト／卸）を活用することで紙＋FAXに比べ、低コストにて利便性や効率性や正確性を向上させることが出来る。また日本情報通信(株)のEDIPACKは流通BMSとの連携も視野にクラウドサービスと各社業務アプリの連携を実現する。

普及ターゲット属性

花王プロフェッショナルサービス株式会社が日々FAX受注で受注入力している得意先の総数は約5,000口座（店舗）であるが、それぞれの得意先毎にシステム化などの状況が異なる事を勘案し、大きく3つに区分したうえで最適なアプローチを検討する。

連携チャネル

連携チャネルについての目論見は現時点ではございません。

05.業務品の卸・小売業界における共通EDI連携 普及展開計画・課題と解決策

普及展開計画 ※当初計画を下方修正しております。					
年度	2018	2019	2020	2021	2022
普及者数	100口座	400口座	500口座	1,000口座	3,000口座
アクションプラン	東京支社エリア 20明細／月以上 165口座の60% (目標)	東京支社エリア 20明細／月以下 662口座の60% (目標)	マスター自動連携 運用体制の構築	全国展開 フェーズ①	全国展開 フェーズ②
得意先との商談 Web受発注 への切り替え 東京⇒全国	<div> <div>計画策定</div> <div>東京支社①</div> <div>東京支社②</div> <div>全国展開計画策定</div> <div>全国 得意先商談①</div> <div>全国 得意先商談②</div> </div>				
インフラ構築 運用体制整備	<div> <div>マスター自動連携</div> <div>運用体制の整備・構築</div> </div>				

普及に向けた施策・アクションプラン

- ① 2018年～2019年にかけては東京支社エリアを中心に受発注業務のWeb化を推進
- ② 2020年までを目処にマスターの自動連携やWeb化推進の運用基盤を整備・構築
- ③ 2020年から全国の得意先との商談開始

普及に向けた課題・解決案

- ✓ Web受発注だけでは、中小企業側の経営基盤強化は限定的になってしまう。

販売管理データの活用、仕入れ計上への自動連携、会計ソフトへの取込みによる効率化などが求められるが、この計画上ではコストを含めたリソースが足りない。中小企業側のコスト／メリットをいかに訴求するかが鍵。

05.業務品の卸・小売業界における共通EDI連携 花王プロフェッショナルサービス Web受注普及計画

【対象抽出条件】

2016年1月～6月の売上実績よりEOSを実施している 得意先を除外し13,890件の得意先を抽出

【対象候補区分】

Web対象 :KPS標準発注書使用得意先
得意先書式 :先方システムより出力された発注書
FAX外受注 :受注エントリーシステムにてFAXデータが存在しない

対象候補区分	得意先口座数	チェーン数	平均売上/月(百万)
Web対象	7,315	466	617
得意先書式	5,185	290	392
FAX外受注(EOS除く)	1,390	186	81

※Web切替目標→対象得意先の約7割5,000口座

導入展開計画

	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
東京支社エリア(20明細以上/月) 165口座 60%目標	得意先 商談	導入開始 (100口座目標)				
東京支社エリア(20明細以下/月) 662口座 60%目標			導入開始 (400口座目標)			
マスター自動連携			連携開 始予定			
全国展開準備		対象得意先調査 導入計画作成	得意先商談			
全国導入開始				500口座目標	1,000口座目標	3,000口座目標

本事業の成果見込

<中小企業側>
・仕入れ商品の問い合わせ作業効率化
・メーカー別の発注書への手書き(転記)作業0化
・メーカー別の発注書のFAX送信作業0化

<花王ほかメーカー企業側>
・新商品、商品改廃、価格等の連絡業務効率化
・FAX受注入力作業0化



事業終了後の普及計画

- ・2020年までに最大1,000口座(目標)
- ・2022年までに最大5,000口座(目標)

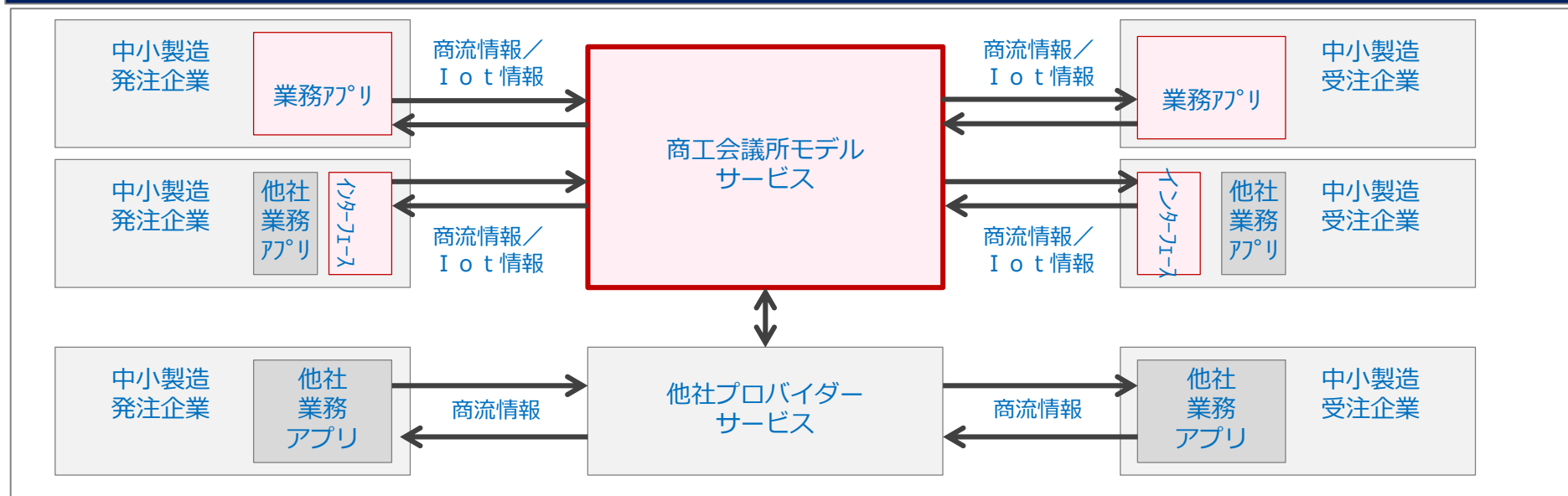
ユーザー 企業計	2018年	2019	2020	2021	2022
	100口座	500	1,000	2,000	5,000

空白ページ

06.豊田商工会議所における商工会議所モデル共通EDI連携普及計画の概要

豊田商工会議所会員（会員：6000社）に対し、今回の実証事業の成果説明会を実施する。更に、他商工会議所（岡崎商工会議所、名古屋商工会議所等）に対しても同様の説明会を実施する。その後、豊田商工会議所会企業及び他商工会議所会員企業に対し順次導入を行う。

サービスモデルイメージ図



普及サービスの特徴

- ・利用製品：商工会議所モデル
 - ・利用プロバイダ：ひまわりネットワーク（各地域のケーブルTV等）
- など、普及を目指す仕組みの特徴について記載

普及ターゲット属性

一次として、豊田商工会議所下院企業（約6000社）を対象として展開する。二次として、岡崎商工会議所・名古屋商工会議所等に対し対象とする。

更に、ある程度の実績を積んだ後に、日本商工会議所モデルとなる様に各種申請を行う（対象：515会議所）。

連携チャネル

豊田商工会議所＜企画等＞

近隣商工会議所（岡崎商工会議所・名古屋商工会議所等）・日本商工会議所

地域ケーブルTV（ひまわりネットワーク等）＜運用・保守＞

NTT西・東＜管理＞

06. 豊田商工会議所における商工会議所モデル共通EDI連携 普及展開計画・課題と解決策

普及展開計画

年度	2018	2019	2020	2021	2022
普及者数	60社	200社	500社	1000社	2000社
アクションプラン	① 各種説明会の実施（豊田等）	② 他商工会議所への拡大（岡崎等）	③ 全国商工会議所への展開		
普及サービス	基本EDIサービス				
	金融EDI連携サービス				
	IoT連携サービス				
普及ターゲット	豊田商工会議所 中小製造業				
	近隣商工会議所（岡崎・名古屋等） 中小製造業				
	日本商工会議所 中小製造業				
連携チャネル	豊田商工会議所・岡崎商工会議所・名古屋商工会議所等				
	三菱東京UFJ銀行・名古屋銀行・豊田信用金庫・岡崎信用金庫等				

普及に向けた施策・アクションプラン

- ① 2018年3月豊田商工会議所会員への説明会の実施。
- ② 他商工会議所の拡大（岡崎商工会議所、名古屋商工会議所等）
- ③ 全国商工会議所度への展開（クラウドサービス推進機構の認定取得等）

普及に向けた課題・解決策

中小企業の業務効率化は、「商工会議所モデル共通EDI」のみの導入では成果は少なく、平行して会計等のサブシステムの導入が必要。

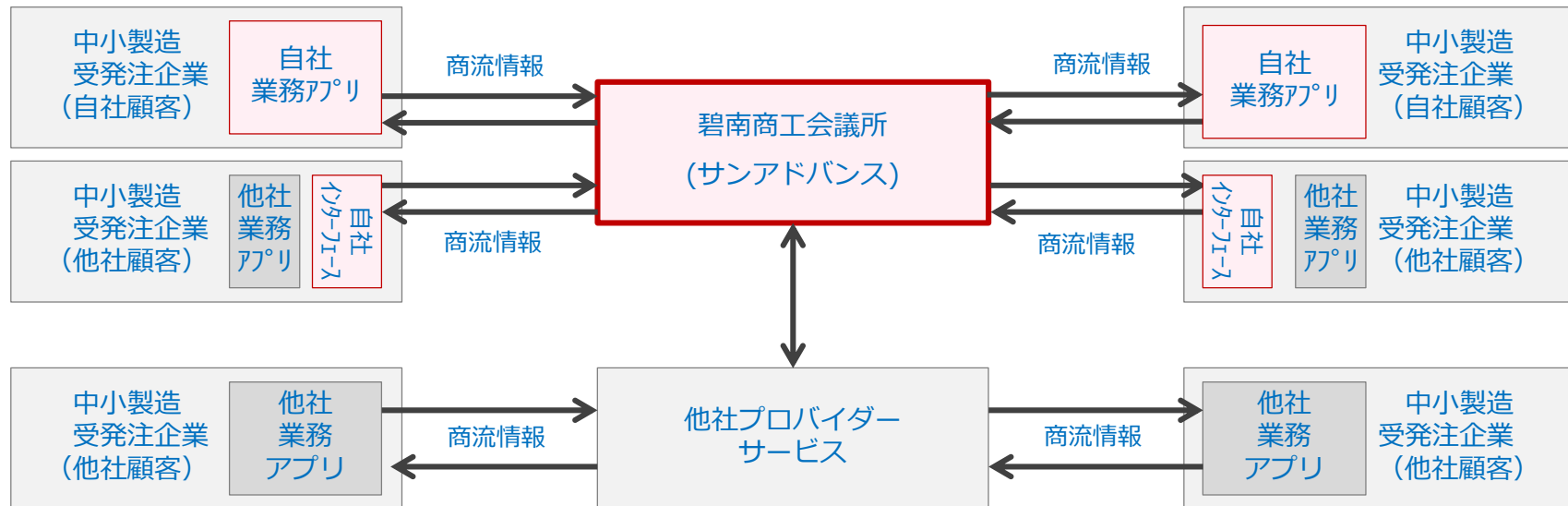
<解決策>

商工会議所・ITCA認定のサブシステムの提供が必要。

07.碧南商工会議所における中小企業共通EDI連携普及計画の概要

碧南商工会議所を中心に、さまざまな形のビジネスマッチングの可能性を広げる。

サービスモデルイメージ図



普及サービスの特徴

- ✓ EcoChange/MobileEcoChange
- ✓ すべてのユーザが受発注企業になる得るビジネスマッチング

普及ターゲット属性

- ✓ さまざまな業種
- ✓ さまざまな業態
- ✓ 中小、零細企業
- ✓ 碧南市を中心に

連携チャネル

- 碧南商工会議所
- サンアドバンス
- グローバルワイズ

07.碧南商工会議所における中小企業共通EDI連携 普及展開計画・課題と解決策

普及展開計画

年度	2018	2019	2020	2021	2022
普及社数	5社	20社	85社	200社	800社
アクションプラン	① 商工会議所セミナーの開催 ② 個別相談会の開催	3.導入事例企業セミナー 4.導入事例見学会			5.商工会議所会員特典参加
普及サービス	基本EDIサービス				
	金融EDI連携サービス				
	IoT連携サービス				
普及ターゲット	碧南地域 中小・零細企業				
	全国 中小・零細企業				
	国外 中小企業				
連携チャネル	碧南商工会議所				
	??銀行				

普及に向けた施策・アクションプラン

- ① 碧南商工会議所主催の会員向けセミナーを開催。
- ② EDIに興味がある企業様向けに個別相談会を開催
- ③ EDI導入企業様にセミナー講演を依頼し、碧南商工会議所にてセミナーを行う
- ④ EDI導入企業にセミナー開催を依頼
- ⑤ EDI導入時、商工会議所会員企業の特典を検討

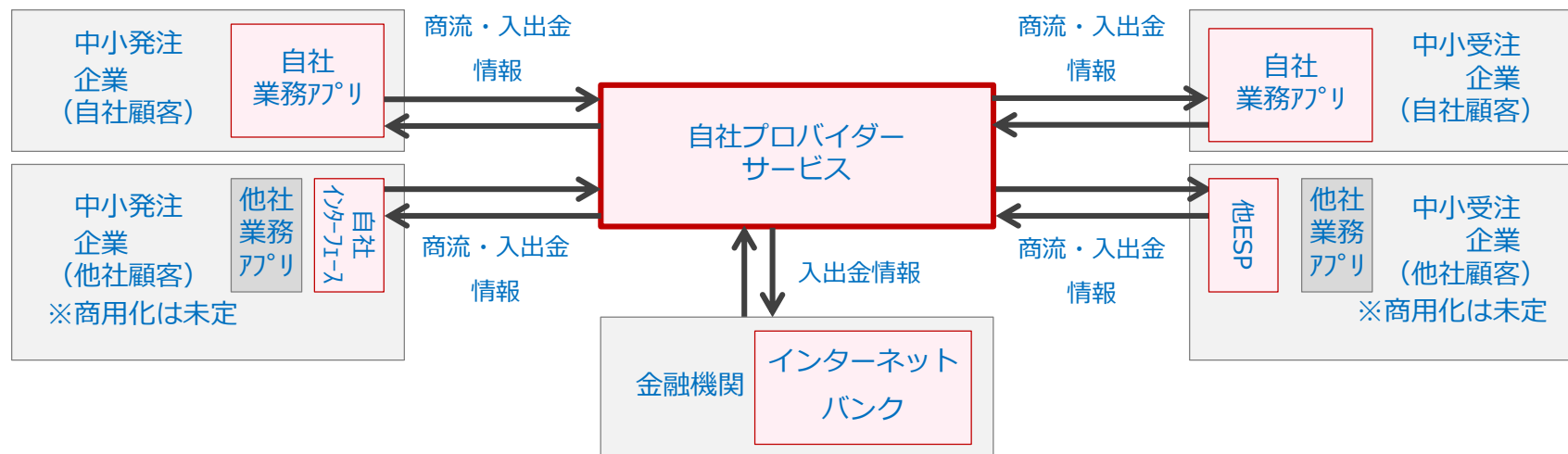
普及に向けた課題・解決案

- ✓ 中小企業側に、IT担当者がおらず、導入が進まない
 - ✓ コストがかかる
 - ✓ EDIの存在を知らない
- セミナー、講演を積極的に行い認知させる。

08.中小サービス業界におけるクラウド型共通EDI連携普及計画の概要

機能制限無償版の拡散を通して中小・中堅企業への普及を目指す

サービスモデルイメージ図



普及サービスの特徴

- ✓ 利用製品
SuiteWorks/ClearWorks
- ✓ 機能制限無償版の開発
- ✓ 他システムとのAPI連動
- ✓ 金融機関とのAPI連動

普及ターゲット属性

- ✓ 従業員50人～300人程度の中小・中堅企業
- ✓ サービス業を中心として法人売掛先・買掛先を持つ全ての業種
- ✓ 販売・仕入・在庫・経費・給与計算・会計を全て連携したい企業
- ✓ 部門間連携ができておらず全社最適化を進めたい企業
- ✓ プロジェクト別収支管理を行いたいなど管理会計を行いたい企業

連携チャネル

- ✓ 体制面
 - 各地商工会議所
 - ITコーディネーター
 - 地域金融機関
 - 各地会計事務所
 - 既存EDIプロバイダー

08.中小サービス業界におけるクラウド型共通EDI連携 普及展開計画・課題と解決策

普及展開計画

年度	2018	2019	2020	2021	2022
普及者数	10社	50社	100社	200社	500社
アクションプラン	① 専用Webサイト ② プレスリリース	③ 共同セミナー			
普及サービス	基本EDIサービス				
	金融EDI連携サービス				
普及ターゲット	中小・中堅企業				
	大手企業				
連携チャネル	ITコーディネーター・各地商工会議所				
	地域金融機関・各地会計事務所・既存EDIプロバイダー				

普及に向けた施策・アクションプラン

- ① 専用Webサイトの構築とそのサイトの告知・啓蒙
- ② 経済産業省や中小企業庁にもご協力頂き広くプレスリリースを実施
- ③ 各地商工団体様や金融機関などと共同でセミナー開催

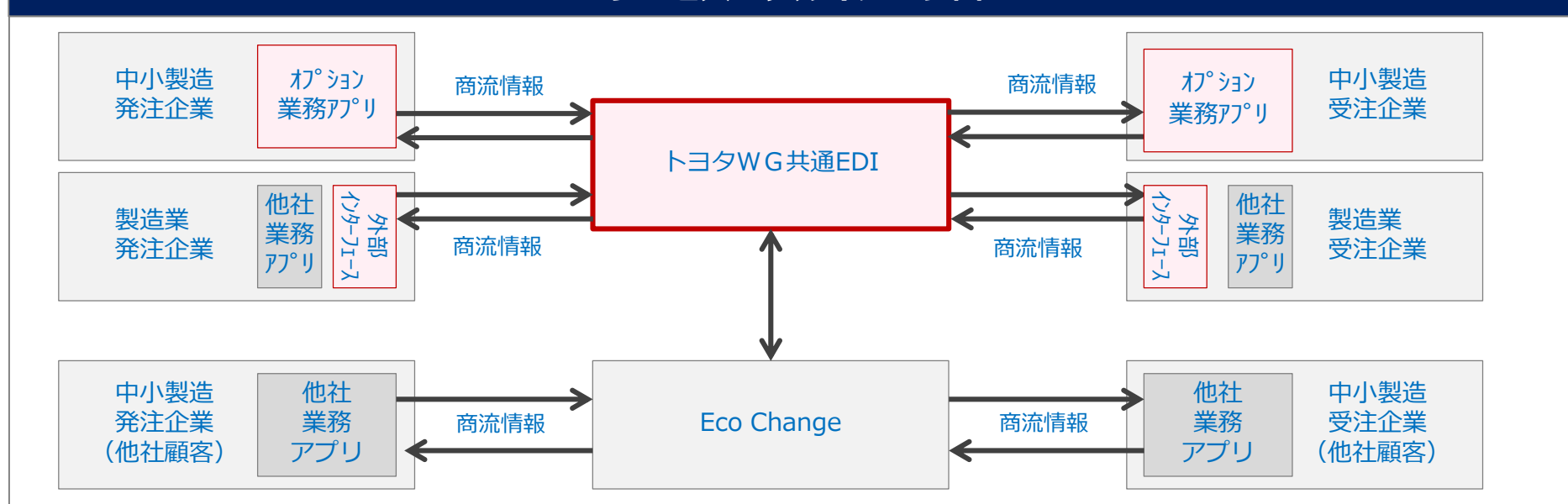
普及に向けた課題・解決案

- ✓ 「EDI」という言葉及びシステムの認知度が低い
- ✓ 大企業グループが採用している”国際標準ではない”既存EDIとスキームを合わせる必要がある
- ✓ 中小企業に対する認知度の向上

09.自動車業界における共通EDI連携 普及計画の概要

1. トヨタグループ 1 次仕入先の発注側利用の導入拡大
2. 同 2 次、3 次仕入先への拡大展開（受注／発注）

サービスモデルイメージ図



普及サービスの特徴

- トヨタWG共通EDIサービスにて
- ・ 運用／帳票などの標準化推進
 - ・ 2 社間のみでなく直送支給に対応
 - ・ 外部標準I/Fを介した業務アプリ連携
 - ・ 自社工場アプリを利用した業務改善

普及ターゲット属性

業種：自動車部品製造業
規模：売上10億程度～
地域：全国の自動車製造拠点中心

連携チャネル

サービス提供プロパイダ
トヨタWG共通EDI推進協会
普及／改善活動
トヨタWG、各地方自動車協議会
販売
認定ベンダー（現在5社）

09.自動車業界における共通EDI連携 普及展開計画・課題と解決策

普及展開計画

年度	2018	2019	2020	2021	2022
普及者数	900	1200	1500	2000	2500
アクションプラン	①1次仕入先拡大 (プレス)	②1次仕入先拡大 (内装・艀装)	③1次仕入先拡大 (化成品)		
普及サービス	基本EDIサービス				
	各種オプションサービスを順次拡大				
普及ターゲット	1次仕入先展開 (リターナルかんばん)				
	2次・3次仕入先への展開 (FAX、メール)				
連携チャネル	トヨタWGメンバー会社				
	九州・東北地区の自動車産業協議会				

普及に向けた施策・アクションプラン

- ①協豊会の1次仕入先を順次訪問し提案
- ②1次仕入先展開時の2次・3次仕入先支援
- ③遠隔地 (九州・東北地区) 中小企業へ展開
(三河地区の支給品の取扱い)

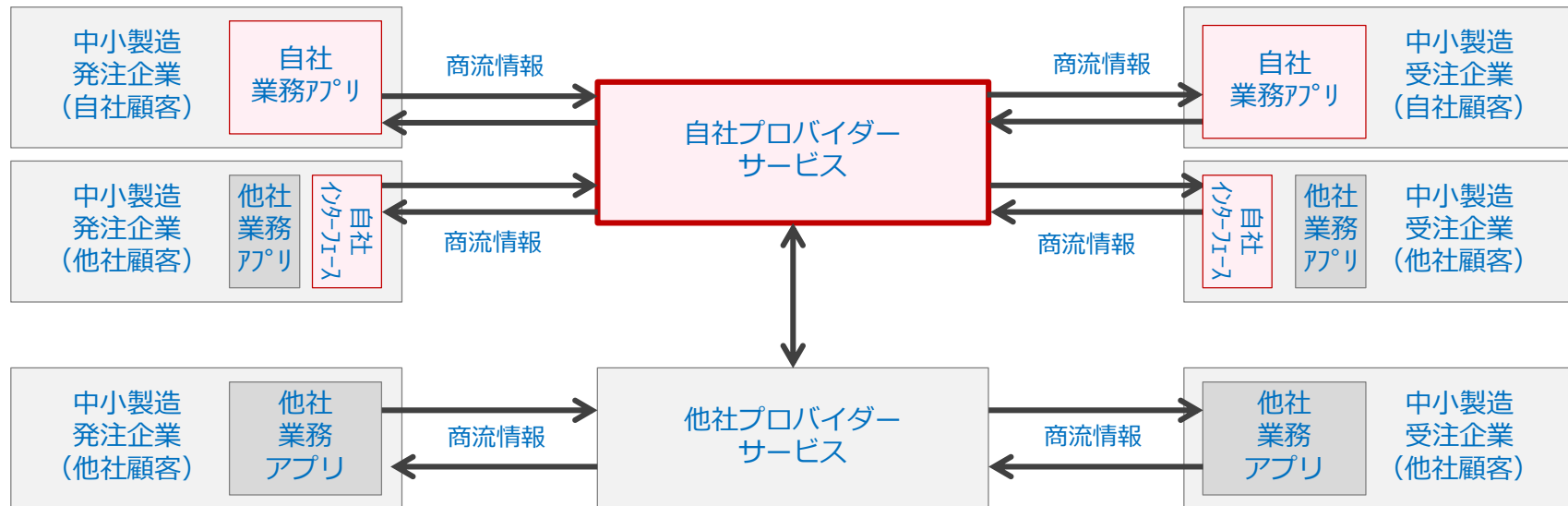
普及に向けた課題・解決案

- 中小企業側が、導入効果を算出できない。
⇒標準の改善シート配布で効果を数値化
- 中小企業側に、ITの専門家がない。
⇒一般インターネットでの簡易導入

10.多摩地域活性化のためのビジネス情報共通EDI連携普及計画の概要

2015年度の中小企業白書より全国にある製造業は50万社。その内、従業員20名～300名の企業は約11%、55,000社である。BIMMSOnCloudのターゲットとして、その1割（5,500社）への普及を最終目標とする。

サービスモデルイメージ図



普及サービスの特徴

- ✓ 利用製品: BIMMSOnCloud
- ✓ 利用プロバイダ: 武州工業（株）
- ✓ 付加サービス: EDI/アプリ
- ✓ 対象取引プロセス:
受発注/各種データの共有・活用等

普及ターゲット属性

- ✓ 業種: 製造業
- ✓ 業態: 多品種少量生産
- ✓ 企業規模: 20名～300名
- ✓ 地域: 日本全国

連携チャネル

- ✓ 体制面
 - NCネットワーク
 - 地域商工会議所
 - 中小企業診断士
 - ITコーディネーター

10.多摩地域活性化のためのビジネス情報共通EDI連携 普及展開計画・課題と解決策

普及展開計画

年度	2018	2019	2020	2021	2022
普及者数	10社	50社	100社	200社	500社
アクションプラン	① 展開に向けての社内体制強化	②取引先紹介制度立ち上げ		③銀行間連携への対応	
普及サービス	基本EDIサービス				
	IoT連携サービス				
				金融EDI連携サービス	
普及ターゲット	多摩地域 中小製造業				
			全国 中小製造業		
					国外 中小製造業
連携チャネル	青梅・東京都商工会議所				
				銀行（未定）	

普及に向けた施策・アクションプラン

- ・製造業のポータルサイトを運営する（株）NCネットワークと連携し、最新のIT・IOT活用企業の紹介・セミナー等でBIMMSのPR、啓蒙活動のサポートをお願いします。
- ・地域の商工会議所のチャネルを利用し、全国各地にBIMMS導入のモデル企業を育成する。

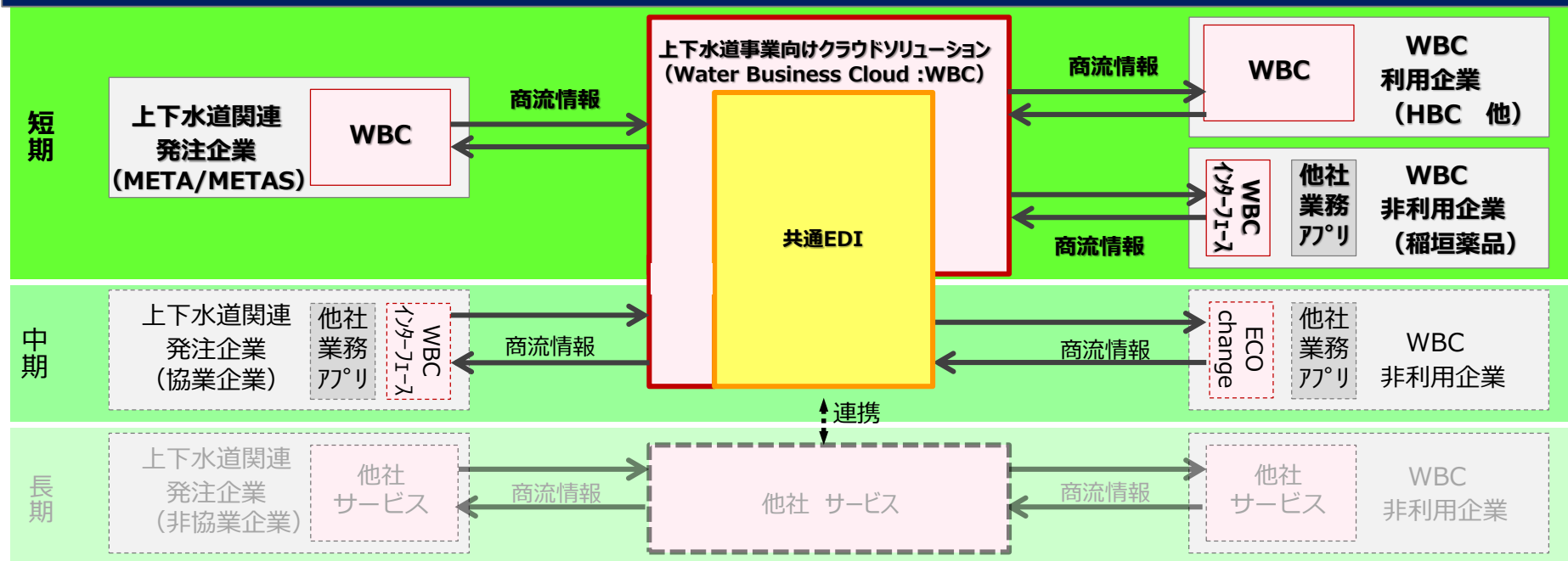
普及に向けた課題・解決案

- ✓ 中小企業側に、IT担当者がおらず、導入が進まない（担当者の育成サポートをお願いしたい）
- ✓ IT活用を刺激するような助成金等の整備検討
- ✓ プログラムやIOT機器、AI等に精通する人材の教育プログラムの確立（人材確保）

11.水インフラ業界における共通EDI連携 普及計画の概要

短期的には、薬品取引/メタウォーター社取引先企業への事務効率化による普及を推進し、長期的には、上下水道業界全体での連携によるストックマネージメント支援等の付加価値を生み出すことで普及を図る。

サービスモデルイメージ図



普及サービスの特徴

✓ 上下水道分野での企業間取引をEDI化

- 短期：薬品取引からスタート
※問屋－小売り－購入者（現場／店社）の複合取引の効率化
- 中期：運転管理現場での購入品（ユーティリティ）全般への拡大
- 長期：プラント建設側取引への拡大

⇒事務業務効率化から付加価値の提供へ

普及ターゲット属性

✓ 上下水道事業関連企業

- 短期：メタウォーター社の取引先企業群への普及
- 中期：核となる企業を拡大し取引先企業数の拡大を図る
- ハイブリットケミカル社の共同出資企業への普及促進
- 長期：水業界におけるサービスプロバイダー間の連携

連携チャネル

✓ メタウォーター社関連企業から業界全体へアプローチ

- 短期：メタウォーター社調達先
- 中期：協業企業の調達先
※WBC連携企業、HBC社の共同出資元等
- 長期：上下水道業界全体での連携
※業界団体参画企業

11.水インフラ業界における共通EDI連携 普及展開計画・課題と解決策

普及展開計画					
年度	2018	2019	2020	2021	2022
普及社	15	45	100	170	250
アクションプラン	①利用料負担軽減				
		②他中核企業への効果訴求			
		③業界団体への普及働きかけ			
普及サービス	複合取引の効率化				
			運転管理現場全般へのサービス		
普及ターゲット	プラント建設側へ				
	メタウォーター社の取引先企業群				
		協業企業を核にした取引先企業			
連携チャネル	プロパイダ間連携				
	メタウォーター社調達先				
		協業企業の調達先			
				上下水道業界全体	

普及に向けた施策・アクションプラン

短期～中期

- ① 実証成果をベースにシステムを構築しコストを削減。当該削減分にて取引先企業の利用料負担を軽減し、普及を促進する。
- ② 新たな核となる協業先企業（中核企業）に対し実証結果にて効果を訴求し、中核企業の取引先での採用促進を図る。

長期

- ③ 経産省及び厚労省の推進する水道IoT活用検討において補完的機能としてのEDIを提案することで、業界団体への啓発・普及協力を働きかける。

普及に向けた課題・解決案

✓ 短期

- 小規模取引先のEDI理解と利用料負担への自発的同意（利用料負担強制は下請法違反）

✓ 中期

- 核となる協業各社が積極的に採用するためのインセンティブとしての付加価値の創出

✓ 長期

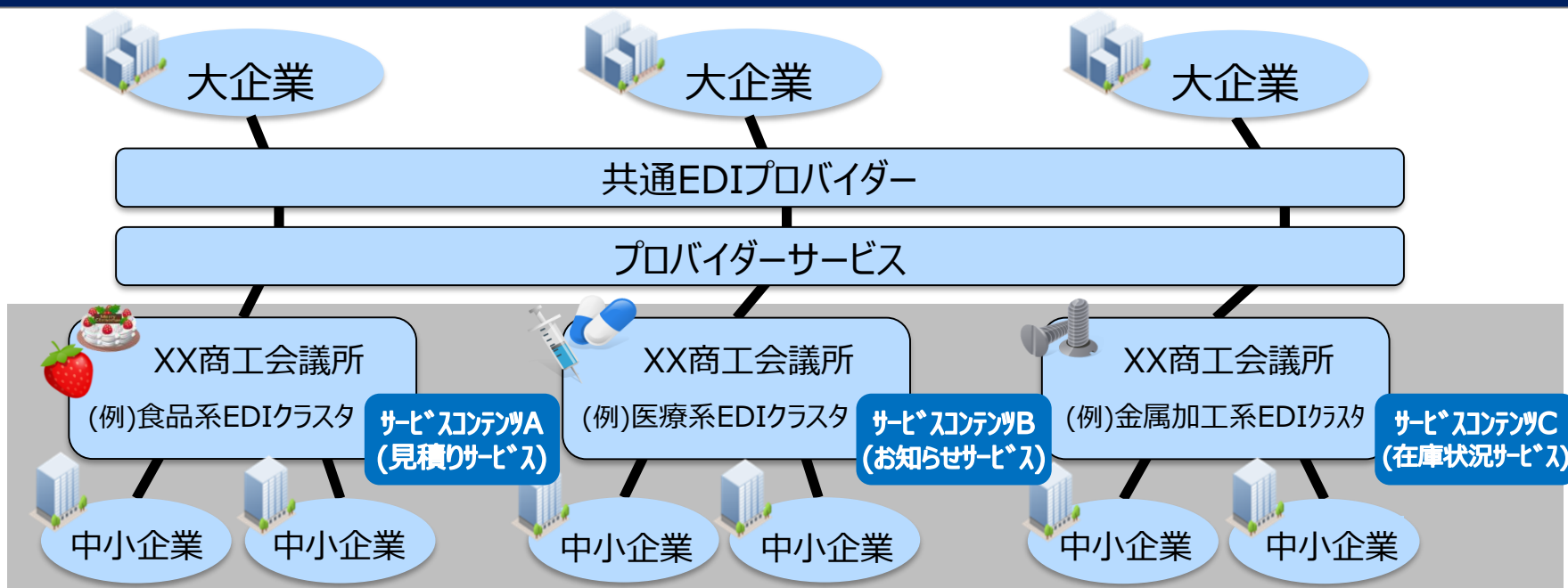
- 関係官庁・協会等の理解と普及推進へ向けた人的リソースの確保（業界全体のメリットのために個別社が労力を使うのには限界がある）

12. 静岡発エンジニアリングチェーンにおける共通EDI連携普及計画の概要

静岡県発オープンEDIによるつながるエンジニアリングチェーン

中小企業が抱える困りごとをEDI化に付与する形で、解決手段となり得るサービスを追加し、それを利用することで間接的にEDIを使っただけ利用促進を狙う。

サービスモデルイメージ図



普及サービスの特徴

各市町村の商工会議所等を起点とする
中小企業のクラスタ化

中小企業の困りごとを解決する手段となり得るサービスの付加を、以下のサイクルを回すことで拡充していく

困りごとの抽出 → AS-ISの整理 →
TO-BEの検討 → 実証実験

普及ターゲット属性

業種：業種は問わず商工会議所・
商工会に加入している企業
規模：中小企業
地域：静岡県内

連携チャネル

静岡県IoT活用研究会
└ 静岡県経済産業部商工業局
└ 公益財団法人静岡県産業振興財団
└ 企業間データ連携分科会

12. 静岡発エンジニアリングチェーンにおける共通EDI連携 普及展開計画・課題と解決策

静岡県発オープンEDIによるつながるエンジニアリングチェーン

普及展開計画

年度	2018	2019	2020	2021	2022
普及者数	15社	30社	100社	200社	300社
アクションプラン	EDIのクラスタ化運用体制のモデル化	静岡、三島商工会議所と連携して仕組みを構築	サービスコンテンツ、クラスタ及び協力商工会議所の拡充	サービスコンテンツ、クラスタ及び協力商工会議所の拡充	サービスコンテンツ、クラスタ及び協力商工会議所の拡充
普及サービス	基本EDIサービス				
	第1回サービスコンテンツの拡充	第2回サービスコンテンツの拡充	第3回サービスコンテンツの拡充		
普及ターゲット	GW企業15社				
		県内商工会議所・商工会加入企業			
連携チャンネル	静岡IoT活用研究会・静岡県産業振興財団				
		静岡・三島商工会議所			
		静岡県内〇〇商工会議所・〇〇商工会			

普及に向けた施策・アクションプラン

- ① 静岡県産業振興財団が所有する既存の仕組みを利用し、クラスタ化運用体制のモデルを構築
- ② ①の結果をもって静岡・三島商工会議所へクラスタ化運用体制の連携を提案
- ③ クラスタ化運用体制を県内商工会議所・商工会へ展開

普及に向けた課題・解決案

- ✓ 県内商工会議所が連携した活動促進を自走していく環境が整っていない

END
