

中小企業共通 EDI 普及計画書 別紙
普及モデル詳細（ドラフト版）

2017 年 11 月 30 日

目次

I. サプライチェーン系モデル	4
1. サプライチェーン系モデル概要	4
2. 想定ターゲット属性	6
3. 導入シナリオ	6
(1) 発注側企業が業界 EDI 標準を用いていない場合 (図 1b A 案のケース) ...	6
(2) 発注側企業が流通 BMS などの業界 EDI 標準を用いている場合 (図 1b B 案のケース)	7
(3) 【導入シナリオのポイント】	7
4. 導入支援策	8
(1) 啓発活動	8
(2) 導入相談・提案	8
(3) 導入・導入支援	8
(4) 利用・運用・保守	8
(5) 利用拡大	8
II. 中小ユーザー系モデルと導入シナリオ	9
1. 中小ユーザー系モデル概要	9
2. 想定ターゲット属性	10
3. 導入シナリオ	10
(2) 【導入シナリオのポイント】	10
4. 導入支援策	11
(1) 啓発活動	11
(2) 導入相談・提案	11
(3) 導入・導入支援	11
(4) 利用・運用・保守	11
(5) 利用拡大	11
III. ベンダー系モデルと導入シナリオ	12
1. ベンダー系モデル概要	12
2. 想定ターゲット属性	13
3. 想定ベンダー属性	13
4. 導入シナリオ	13
(6) 【導入シナリオのポイント】	14
5. 導入支援策	14
(1) ベンダー交渉	14
(2) 啓発活動	14

(3)	導入相談・提案	14
(4)	導入・導入支援	15
(5)	利用・運用・保守	15
(6)	利用拡大	15

I. サプライチェーン系モデル

1. サプライチェーン系モデル概要

サプライチェーン系モデルは、サプライチェーン（業界）軸での普及拡大を目指すモデルである。本事業の実証プロジェクトの中では「業務品の卸・小売業界における共通 EDI 連携（花王株式会社）」「自動車業界における共通 EDI 連携（トピックス株式会社）」「水インフラ業界における共通 EDI 連携（メタウォーター株式会社）」をイメージしてモデル化している。

凡例 ●：普及の基点となる企業 ●：普及対象となり得る企業

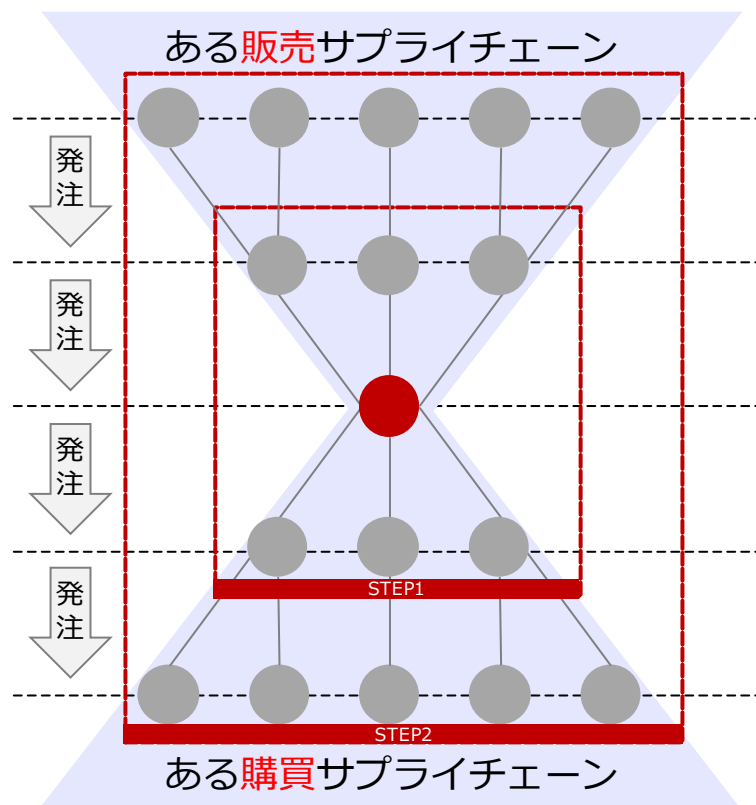


図1 サプライチェーン系モデル イメージ図

このモデルでは、あるサプライチェーンに結び付き（影響力）の強い企業をターゲットとして定め、普及の基点とする。

STEP1 として、ターゲットとした（普及基点）企業、およびその取引先企業群に対し、グループとして中小企業共通 EDI を導入することを目指す。

その後、**STEP2** として、サプライチェーンの階層的な構造から、取引先企業群から更に取引先企業に向けて、グループとして中小企業共通 EDI を導入することを目指す。

EDI 導入は、一般に取引の商慣習から、発注企業に対する働きかけが取引先を含めた普及に有効であると考えられるが、サプライチェーン系モデルでは、受注企業が大手企業の場合など、受注企業側が大きな影響力を持つケースもある。その場合は、受注企業が普及の基点になる。

サプライチェーン系モデルでは、サプライチェーンに着目するがゆえに、普及基点の企業からの受注、発注両面に向けての普及の余地のある、砂時計型のモデルとなる（図 1）。

参考として、大企業の既存システム等との接続形態による分類を提示する。

図 1a・図 1b は、あるサプライチェーンでの取引接続形態を示したものになる。

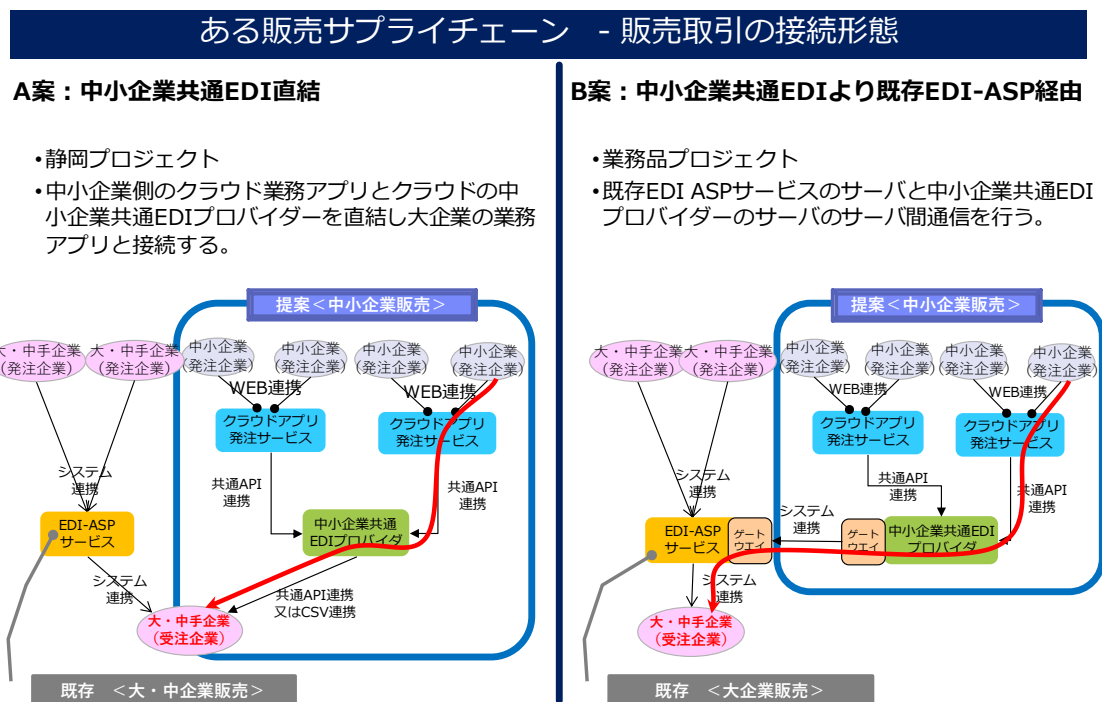
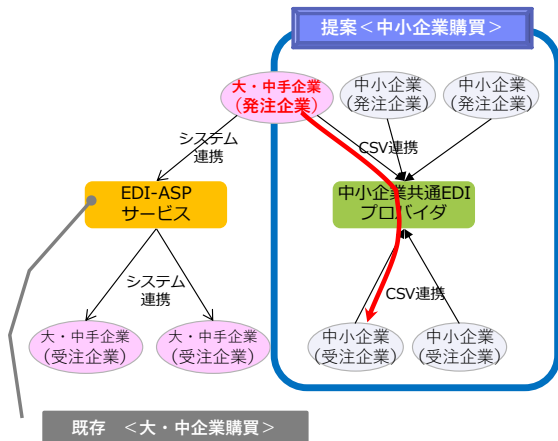


図 1a 大企業の既存システム等との接続形態（販売取引）

ある購買サプライチェーン – 購買取引の接続形態

A案：中小企業共通EDI直結

- ・水インフラプロジェクトと静岡プロジェクト
- ・中小企業側のクラウド業務アプリとクラウドの中小企業共通EDIプロバイダーを直結し大企業の業務アプリと接続する。



B案：既存EDI-ASP経由中小企業共通EDIより

- ・自動車プロジェクト
- ・既存EDI ASPサービスのサーバと中小企業共通EDIプロバイダーのサーバのサーバ間通信を行う。

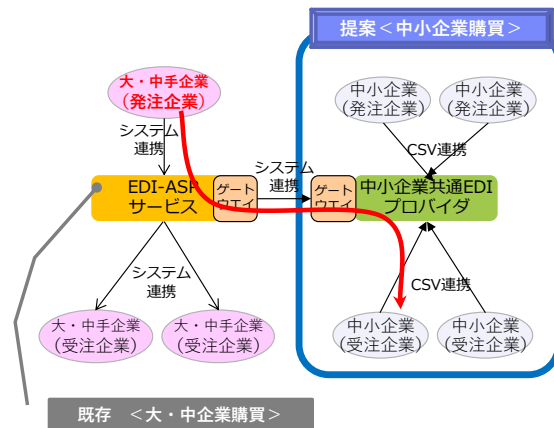


図 1b 大企業の既存システム等との接続形態（購買取引）

2. 想定ターゲット属性

ターゲットは、サプライチェーン系ターゲットとして、サプライチェーンでつながる企業群の獲得を目指す。その普及基点となる企業は、そのサプライチェーンにおいて影響力のある Tier1/Tier2 程度の中堅企業、または大企業を想定する。

発注企業として影響力を持つ場合は、その受注企業群、受注企業として影響力を持つ場合は、その発注企業群を含めた、サプライチェーンで繋がる企業群がターゲットとなる。

3. 導入シナリオ

ここでは、普及基点となる企業が発注企業である場合を想定し、導入シナリオを記載する。

(1) 発注側企業が業界 EDI 標準を用いていない場合

(図 1b A 案のケース)

- ① 発注側企業が、地域団体等の周知活動により中小企業共通 EDI のことを知る。

- ② 発注側企業は、普及推進協議会から提供されている普及用ツール（普及パンフレット、導入チェックシート、簡易ツールなど）を活用し、受注側企業に導入を働きかける。
- ③ 受注側企業の実情が得られたら、EDI 導入時期を決め、開始時期までに間に合うように、EDI サービスプロバイダとの接続手続きを行い、試験運用を済ませる。必要に応じて普及推進協議会に問い合わせ、専門家紹介などの支援を受ける。
- ④ 開始日時から EDI での受発注を開始する。

(2) 発注側企業が流通 BMS などの業界 EDI 標準を用いている場合

(図 1b B 案のケース)

- ① 発注側企業が、業界団体からの広報や、業界団体による EDI 導入の申し合わせ、取引先からの EDI 導入要請、普及推進協議会などの周知活動により中小企業共通 EDI のことを知る。
- ② 発注側企業は、当該業界 EDI 標準仕様と中小企業共通 EDI 仕様との変換をサポートしている EDI サービスプロバイダを普及推進協議会に相談して探す。
- ③ 発注側企業は、普及推進協議会から提供されている普及用ツール（普及パンフレット、導入チェックシート、簡易ツールなど）を活用し、受注側企業に導入を働きかける。
- ④ 受注側企業の実情が得られたら、EDI 導入時期を決め、開始時期までに間に合うように、EDI サービスプロバイダとの接続手続きを行い、試験運用を済ませる。必要に応じて普及推進協議会に問い合わせ、専門家紹介などの支援を受ける。
- ⑤ 開始日時から EDI での受発注を開始する。

(3) 【導入シナリオのポイント】

- ① 受注側企業の EDI 導入により、発注側企業にも大幅な業務効率化メリットが生じることを発注側企業（又は業界団体）に示して、サプライチェーンを構成する複数企業が同時に導入するように働きかける。
- ② 受注先企業への EDI 導入の説得にかかる労力が導入メリットと比較して過大になると導入の妨げになる可能性があり、普及用ツールなどの提供により労力を極小化することが重要。
- ③ 商慣習などから、中小企業は発注側大企業の都合による取引を行なうことで生産性が低下している背景があり、全体の生産性向上には、EDI 導入に併せて大企業都合の取引改善も必要。

4. 導入支援策

上記の導入シナリオに対して、有効と思われる導入支援策は以下のとおり。

(1) 啓発活動

業界団体に対して、セミナーの開催等を行い、中小企業共通 EDI 導入の魅力を訴求する。

(2) 導入相談・提案

相談窓口の開設やウェブサイトによる情報公開により、興味を抱いた業界団体、ユーザーに期待に合った情報を提供する。

また、普及用ツール（普及パンフレット、導入チェックシート、簡易ツールなど）の提供により、取引先企業も含めた啓発が容易に行なえるようにする。

普及推進協議会にて検討するビジネスマッチングシステムの稼働後は、ビジネスマッチングによるビジネスチャンスの拡大を訴求する。

(3) 導入・導入支援

導入において、必要があれば、中小企業共通 EDI の導入支援者を派遣する。導入支援者は、中小企業共通 EDI の導入専門教育を受けた者であり、当該業界に明るい者とする。

導入支援業務

- ・ 共通 EDI の設計（現行取引業務フロー・取引情報項目の分析ならびにマッピング作業）
- ・ 共通 EDI サービスの選定（導入ソフト・契約プロバイダー選定）の助言。
- ・ 受注候補企業への導入に関する交渉（各種条件・手順・効果の説明など）支援。
- ・ 共通 EDI サービス導入支援（システム環境や利用者情報の設定など）
- ・ 総合接続、動作確認・評価
- ・ 導入後のアフターフォロー（操作等の相談窓口、導入拡大の相談など）

(4) 利用・運用・保守

運用のための要員がない場合など、保守・運用面でも支援者派遣を行なう。保守に限らず、導入による効果測定や、利用状況調査を行なうことで、より効果的に中小共通 EDI が活用される状況を作り上げる支援をする。

(5) 利用拡大

利用拡大にあたり、支援者が技術的な支援や、取引先との交渉支援を行なう。効果の高い取り組みに関しては、普及推進協議会が設ける表彰制度にて表彰する。その表彰実績、導入実績を以って、利用拡大が促されることを期待する。

II. 中小ユーザー系モデルと導入シナリオ

1. 中小ユーザー系モデル概要

中小ユーザー系モデルは、地域のユーザー企業群を普及基点として、地域軸で普及拡大を行なうモデルである。

本事業の実証プロジェクトの中では「豊田商工会議所における商工会議所モデル共通 EDI 連携（小島プレス工業株式会社）」「碧南商工会議所における中小企業共通 EDI 連携（株式会社サンアドバンス）」「多摩地域活性化のためのビジネス情報共通 EDI 連携（武州工業株式会社）」「静岡発エンジニアリングチェーンにおける共通 EDI 連携（矢崎部品株式会社）」をイメージしてモデル化している。

凡例 ●：普及の基点となる企業 ●：普及対象となり得る企業

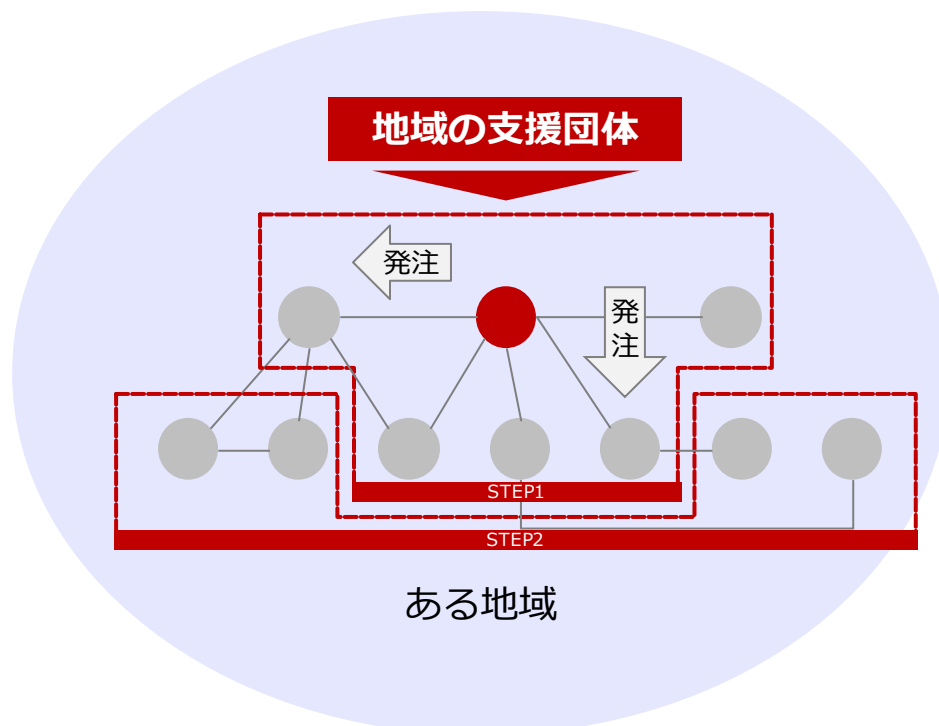


図2 中小ユーザー系モデル イメージ図

このモデルでは、地域の支援団体が、その地域の状況から、商取引の地域波及効果の大きい発注企業をターゲットとして発掘する。

STEP1として、地域の支援団体の啓発活動、導入相談などのアプローチから、ターゲットとした発注企業を普及基点として、その取引先数者に対し、中小企業共通 EDI を導入する。

その後、STEP2として、更にその受注企業群に向けて、グループとして中小企業共通 EDI

を導入することを目指す。

2. 想定ターゲット属性

ターゲットは、中小ユーザー系ターゲットとして、ある地域に属する取引企業群の獲得を目指す。その普及基点となる企業は、その地域において多く取引のある中堅中小発注企業を想定する。地域に属するその取引先受注企業を含めた、地域グループがターゲットとなる。

【要継続検討】

中小企業を、中規模企業と小規模企業の2つに分け、それぞれのアプローチ方法・時期を含めて、今後、具現化していく。

3. 導入シナリオ

- ① 発注側企業が、地域団体の周知活動により中小企業共通 EDI のことを知る。
- ② 発注側企業は、普及推進協議会から提供されている普及用ツール（普及パンフレット、導入チェックシート、簡易ツールなど）を活用し、受注側企業に導入を働きかける。
- ③ 受注側企業の了解が得られたら、EDI 導入時期を決め、開始時期までに間に合うように、EDI サービスプロバイダとの接続手続きを行い、試験運用を済ませる。必要に応じて普及推進協議会に問い合わせ、専門家紹介などの支援を受ける。
- ④ 開始日時から EDI での受発注を開始する。

(2) 【導入シナリオのポイント】

- ① 所在する地域又は近隣地域からの仕入や取引が多く地域の雇用や経済に貢献している発注企業が導入することで成功事例となり、他の企業にも波及することで、地域の EDI 導入の推進力とする。
- ② 地域性を推進力とする普及モデルは、サプライチェーン系モデルと異なり、共通 EDI 連携機能を実装したパッケージソフトを導入すれば、企業固有の業務プロセス等への対応が低減されるので、導入準備にかかるコストは少なく済むのではないかと。
- ③ 受注先企業は IT 化が進んでいない場合も想定され、EDI 導入に加え IT 化推進の支援も必要になることから、地域の支援機関、専門家およびベンダーによる地域ぐるみの推進が重要。

4. 導入支援策

上記の導入シナリオに対して、有効と思われる導入支援策は以下のとおり。

(1) 啓発活動

地域の支援団体と連携し、地域の中小企業に対しセミナーを開催する。

特に、地域の中核企業であり、中小企業共通 EDI の利用により普及が進む基点となる企業の候補に対しては、専門の説明員を派遣するなど、戦略的な啓発活動を実施する。

(2) 導入相談・提案

地域の支援団体が相談を受けることを想定し、中小企業共通 EDI の基礎情報を理解いただくためのプログラムや資料を普及推進協議会にて準備する。

また、技術的に高度な質問や、最新の事例など、専門家の対応が必要なケースについては、連携をしている普及推進協議会から専門家を派遣し説明等を行なう。

(3) 導入・導入支援

導入においては、普及推進協議会への連携のもと、中小企業共通 EDI の導入支援者を派遣する。導入支援者は、中小企業共通 EDI の導入専門教育を受けた者とする。

導入支援業務

- ・ 共通 EDI の設計（現行取引業務フロー・取引情報項目の分析ならびにマッピング作業）
- ・ 共通 EDI サービスの選定（導入ソフト・契約プロバイダー選定）の助言。
- ・ 受注候補企業への導入に関する交渉（各種条件・手順・効果の説明など）支援。
- ・ 共通 EDI サービス導入支援（システム環境や利用者情報の設定など）
- ・ 総合接続、動作確認・評価
- ・ 導入後のアフターフォロー（操作等の相談窓口、導入拡大の相談など）

(4) 利用・運用・保守

運用のための要員がない場合など、保守・運用面でも支援者派遣を行なう。保守に限らず、導入による効果測定や、利用状況調査を行なうことで、より効果的に中小共通 EDI が活用される状況を作り上げる支援をする。

(5) 利用拡大

利用拡大にあたり、支援者が技術的な支援や、取引先との交渉支援を行なう。効果の高い取り組みに関しては、普及推進協議会が設ける表彰制度にて表彰をする。その表彰実績、導入実績を以って、利用拡大が促されることを期待する。

Ⅲ. ベンダー系モデルと導入シナリオ

1. ベンダー系モデル概要

ベンダー系モデルは、ベンダー製品利用顧客を普及基点として、その取引先へ普及拡大を行なうモデルである。

本事業の実証プロジェクトの中では「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（株式会社アクロスソリューションズ）」「北海道の中小企業における次世代共通 EDI 連携（株式会社イークラフトマン）」「大阪発の中小製造業におけるビジネス情報共通 EDI 連携（株式会社エクス）」「貿易手続に係る輸出業界の共通 EDI 連携（株式会社 NTT データ）」「中小サービス業界におけるクラウド型共通 EDI 連携（株式会社スマイルワークス）」をイメージしてモデル化している。

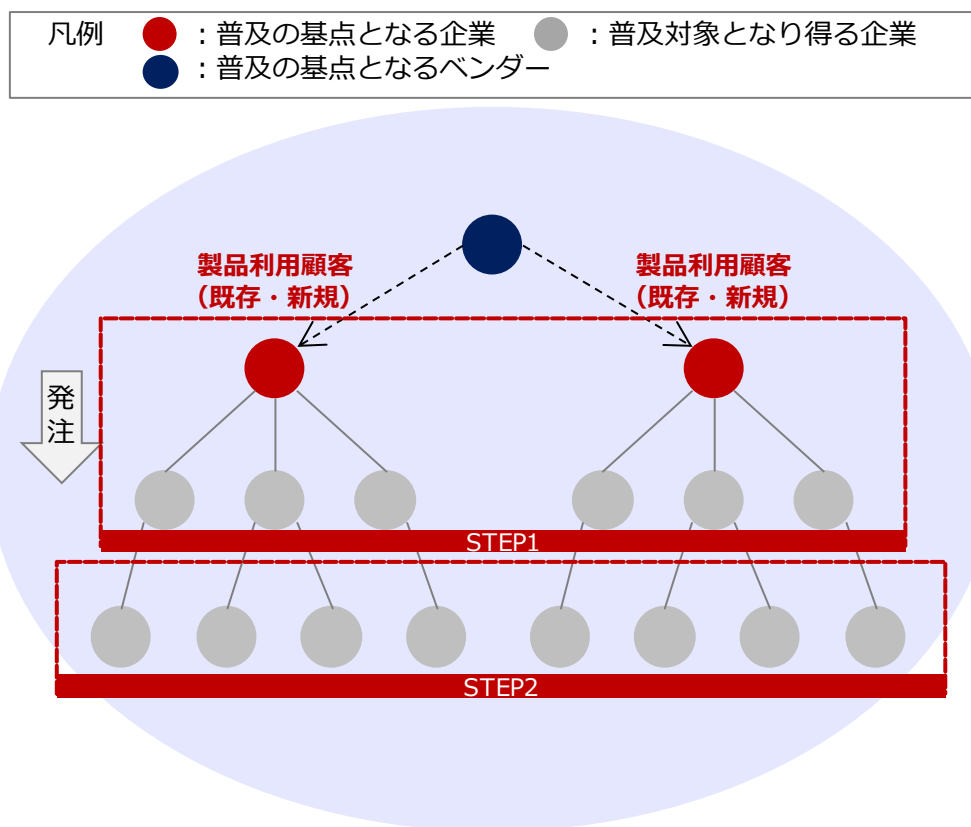


図3 ベンダー系モデル イメージ図

このモデルでは、まず、ベンダー企業の持つ業務パッケージアプリケーションに、中小

企業共通 EDI 標準に準拠した機能を開発・実装してもらう。そのベンダーの既存・新規顧客を対象に、バージョンアップ等で、中小企業共通 EDI 標準が使える環境へと移行を図ることで、EDI 導入を自然に成立させ、また普及の規模も見込める。

STEP1 として、既存顧客を中心に新規顧客も含めた発注企業が、その取引先と中小企業共通 EDI 標準での取引を開始する。

その後、STEP2 として、更にその取引先まで中小企業共通 EDI 標準の利用を促進する。

2. 想定ターゲット属性

ターゲットとしては、普及基点となるベンダー製品利用顧客、または新規導入の顧客を見込む。

ユーザー側で分類を考えると、サプライチェーン系モデルと中小ユーザー系モデルのターゲットと重複する。重複するターゲットについては、それぞれのモデルを有効に組合せ、有効なアプローチを検討するものとする。

3. 想定ベンダー属性

ベンダー団体などと連携し、その属するベンダーに広くアプローチする。

その中でも、中小企業共通 EDI の思想から、親和性の高いベンダーは、中小企業向けの受発注業務アプリケーションをパッケージとして提供するベンダーである。EDI として導入を進めるのではなく、受発注アプリケーションの一機能として自然に提供されることが、本モデルのメインシナリオとなる。

また、初期費用の面等から、中小企業とクラウドアプリケーションの親和性は高いと想定される。

これらベンダーに、中小企業共通 EDI 標準の実装を促す。

4. 導入シナリオ

- ① 普及推進協議会から業務アプリベンダーへ中小企業共通 EDI 標準の仕様の提示、説明を行い、受発注 EDI 対応機能の標準実装を求める。
- ② 普及推進協議会から、仕様に対応した簡易ツールの提供を行い、利用企業の増加を図る。
- ③ 普及推進協議会から、仕様に基づく実装確認を行えるテストサイト等の提供を行い、業務アプリベンダーの受発注 EDI 対応機能の標準実装を行いやすくする。
- ④ 発注側企業が、ベンダーからの業務アプリのバージョンアップ通知等により中小企業共通 EDI 標準の機能が標準実装されたことを知る。
- ⑤ 発注側企業は、普及推進協議会から提供されている普及用ツール（普及パンフレット、導入チェックシート、簡易ツールなど）を活用し、受注側企業に

導入を働きかける。必要に応じて普及推進協議会に問い合わせ、専門家紹介などの支援を受ける。

- ⑥ 受注側企業の了解が得られたら、中小企業共通 EDI 標準の導入時期を決め、開始時期までに間に合うように、業務アプリの導入・改修、EDI サービスプロバイダとの接続手続きを行い、試験運用を済ませる。

(6) 【導入シナリオのポイント】

- ① 業務アプリケーションベンダーが受発注 EDI 対応機能を標準装備するかどうか。また、簡易ツールを無償で提供するベンダーのビジネスモデルをどのように確立するか。
- ② ベンダーが自社の業務アプリに受発注 EDI 対応機能を標準装備しても、取引相手の業務アプリが対応しなければ普及は進まない。如何に、受発注 EDI 対応機能を標準装備した業務アプリを増やすかが需要。

5. 導入支援策

上記の導入シナリオに対して、有効と思われる導入支援策は以下のとおり。

(1) ベンダー交渉

ベンダー団体に対し、中小企業共通 EDI の価値を訴求し、中小企業共通 EDI 標準の仕様に対応した製品の開発を会員ベンダーに促していただく。普及推進協議会は、ベンダー団体に適宜情報提供や、説明者派遣、セミナー実施等を行なう。

(2) 啓発活動

ベンダーからの通知として、中小企業共通 EDI が利用できることを知り、そのメリットを含めユーザーに訴求することで、利用を促す。

あわせて、ベンダーからの啓発活動以外でも、普及推進協議会から広く中小企業へ啓発活動をすることで、ユーザーの導入に向けた意識の醸成を図る。

(3) 導入相談・提案

ベンダーの営業担当などへ、普及推進協議会から教育を行ない、また各種情報適用を行なうことで、ベンダーが独自でも普及促進を図れるよう支援をする。

一方、必要に応じて説明者の派遣や、相談窓口の案内など、ベンダーの負担を下げる支援施策を実施する。

また、普及推進協議会が広く相談を受け付ける際に、認定制度に登録されているアプリケーションについては適宜推薦を行い、ベンダーにとっては営業活動の支援となる。

(4) 導入・導入支援

ベンダーが導入をスムーズに実施できるよう、分かりやすい導入手順書の公開を行なう。また、ベンダーの導入支援者の教育プログラムを準備する。

一方、必要に応じて導入支援者を派遣するなど、ベンダーの負担を下げる支援施策を実施する。

尚、次の2つの区分で導入支援内容が異なることを想定している。

【区分1】すでに業務システム（受発注システム）を導入済企業

<導入作業>

- ・ 共通 EDI 連携のための CSV ファイルのエクスポート、インポート機能作りこみ
- ・ 発注企業については現在利用している紙帳票のマッピング作業
- ・ 発注先企業への EDI データ取り込み可否のチェック作業（相互連携性確認作業）

【区分2】共通 EDI 連携機能実装パッケージを新規に導入する企業

<導入作業>

- ・ 取引先業務アプリと相互連携性確認を相互に行う作業
- ・ EDI を導入してメリットが得られるようにするため、社内 IT システムの見直し支援

(5) 利用・運用・保守

ベンダー側に運用のための要員がない場合など、保守・運用面でも支援者派遣を行なう。保守に限らず、導入による効果測定や、利用状況調査を行なうことで、より効果的に中小共通 EDI が活用される状況を作り上げる支援をする。

(6) 利用拡大

認定制度にて登録があり、導入実績のあるアプリケーション、プロバイダーサービスについては、普及推進協議会が成功事例として公開し、また利用候補者に推薦するなど、その拡大を支援する。

また、受発注のみならず社内システムを統合、または連携し、ストレートスルーな環境を作り上げ金融 EDI との連携をするなど、先進的な取り組みについては積極的に公開し、普及推進協議会が優先的に利用拡大支援をする。