

# 販促金EDI説明書

2012年5月本番予定

(2012. 01. 20)

# 販促金EDI課題の背景

## 営業マンや営業サポートの想い

### 背景・課題

ITを核とした商取引の世界標準採用による効率化が各産業で進展している中、菓子業界においては事務処理業務の標準化、効率化が不十分な状況にある。



本来の営業活動に集中できていない←営業マンの内勤業務が多い  
(メーカー、卸様共通)

### 目的

菓子業界全体の継続的な成長のため、ITを活用し、卸様・メーカー間の営業事務の効率化を図り相互の生産性を向上させる。

EDIデータ交換の菓子業界インフラの構築を目指す。

# 課題事項

- 営業マンの経費関連作業業務は、その大半がチェックや入力作業などオペレーショナルな業務であり、毎月、かなりの労働時間を割いている
- 紙ベースのデータが多く、フォーマットが統一されていない  
そのため処理が属人化しており、別部署に処理を依頼できない
- 実施店、商品毎の経費管理(予実績管理)を実施したいが、作業工数が膨大になるために処理できていない。
- 大手卸様では個々に業務改善にとりくまれているが、仕組みが統一化されていない。

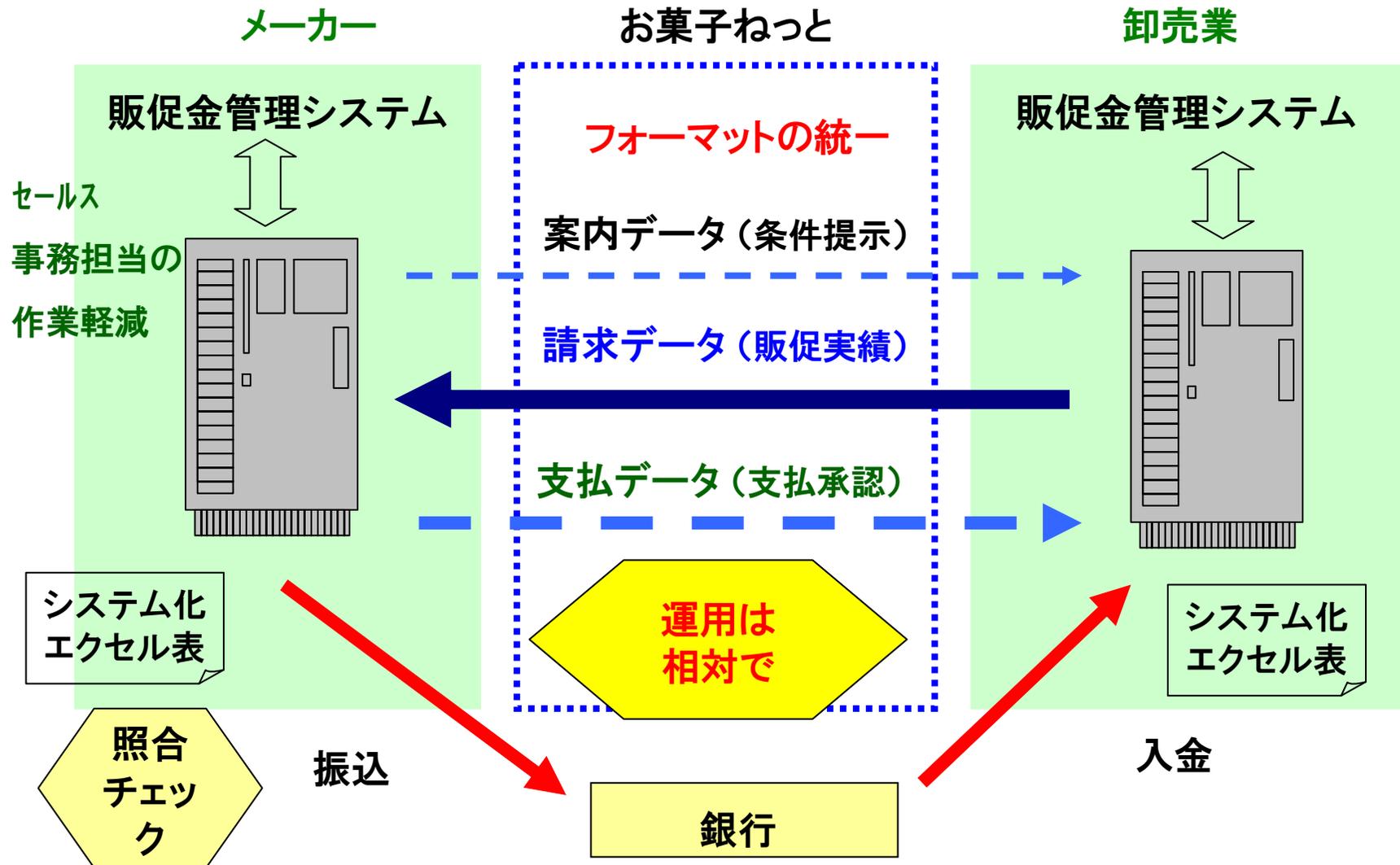
# 実現したいこと

## 販促金データEDIを機に実現したいこと

- 主に、メーカーの営業マンの処理工数削減  
(販促データ処理にかかわるワークフロー見直しによる効率化)
- 販促金データEDI化による案内・請求・支払・清算処理の迅速化
- 販促実施店、単品毎の予実管理の実現

# 販促金EDIの概要図

2012年5月に本番化  
(当面はオンラインのみ)



注)食品業界では既に販促金EDIが導入され、利用拡大化しています。

# 今後の進め方 ①

## I. 導入運用方法（営業面）

- ① 今回の取り組みは、E D I データ交換の仕様の取り決めが目的であり、メーカーと卸売業の取引の条件や制約に影響を及ぼすものではない
- ② もし、営業面の協議を必要とする場合は、  
e お菓子ねっと外の外部協議機関で協議する
- ③ 運用はあくまでも**相対**であり、運用の標準化は  
e お菓子ねっとでは行わない

# 今後の進め方 ②

## Ⅱ. eお菓子ねっとへのシステム化

- ① 「案内・支払」と「請求」の2データ種とする
- ② 販促金EDIデータは、「店出し」データと連動するケースが多く、料金体系は「店出し」データと同様とする
- ③ 当面は、オンライン接続「全銀TCP/IPのみ」を対象に、システム化を行う。  
(Web2008対応は、安定運用後にシステム化する)
- ④ 運用は、卸・メーカー相対で決定するので、最低限のデータのチェックのみを行う。

# 今後の進め方 ③

## IV. スケジュール

- ① 11.06～11.09 基本仕様の検討／決定
- ② 11.08～11.09 基本仕様による実証実験
- ③ 11.09～11.12 基本設計／詳細設計／開発
- ④ 11.11 実務者研修会にて、普及活動
- ⑤ 12.01 ホームページにて、情報開示
- ⑥ 12.01～12.02 システムテスト
- ⑦ 12.03 システム検証
- ⑧ 12.05 本番カットオーバー（予定）