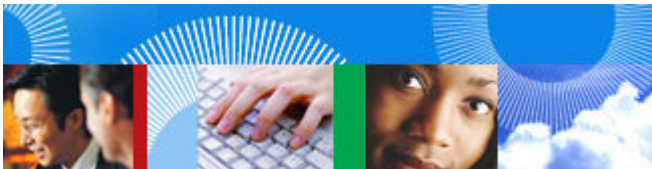


平成26年度

# 「直送データ利用促進説明会」

平成26年7月  
e-お菓子ねっと



- I. 直送データの概要
  - 1. 直送データとは？
  - 2. 直送データの利用状況
  - 3. メーカー企業のメリット
  - 4. 卸企業のメリット
  
- II. 直送データ開始までの準備、調整
  - 5. メーカー企業の対応
  - 6. 卸企業の対応
  - 7. 留意点
  
- III. 導入事例
  - 8. メーカー企業事例
  - 9. 卸企業の事例
  
- IV. その他
  - 10. 卸企業からの要望
  - 11. 直送データ活用の効果

# I. 直送データの概要

1. 直送データとは？
2. 直送データの利用状況
3. メーカー企業のメリット
4. 卸企業のメリット

# 1. 直送データとは？

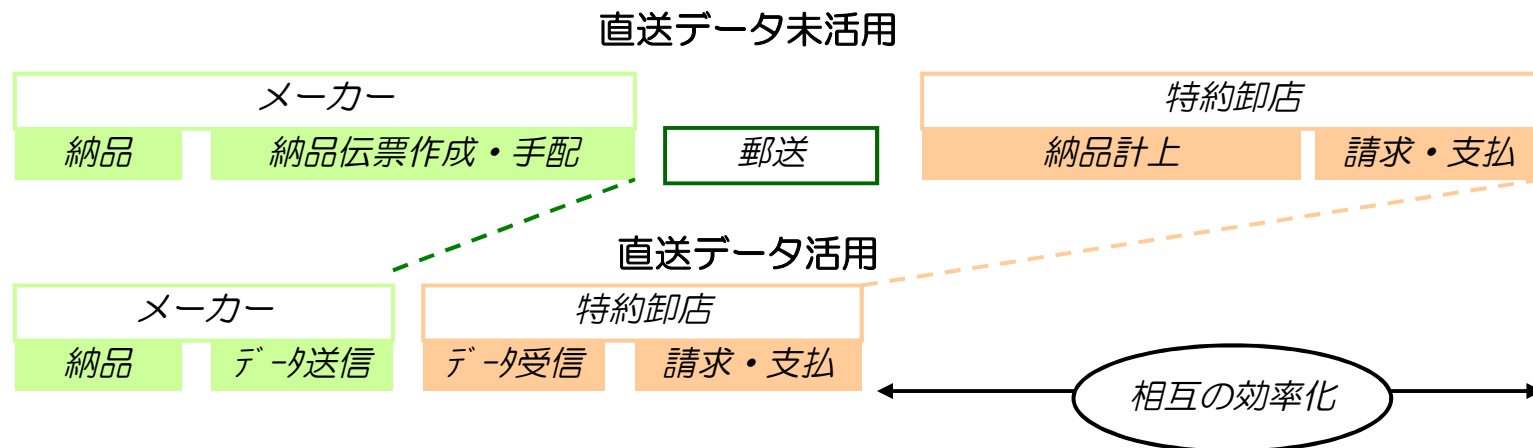
メーカーから特約店以外の届先に直接納品した結果の案内情報 EDIにすることで、請求照合業務の効率が高まる。

◎ 直送データ未活用の場合、（例：二次卸店へ納品）

メーカーは二次卸店に納品後、当該特約卸店に二次卸店分の伝票を数日かけて作成・提出する。  
特約卸店では受け取り後に数日かけて計上し、メーカーへの支払・二次卸店への請求に使用する。

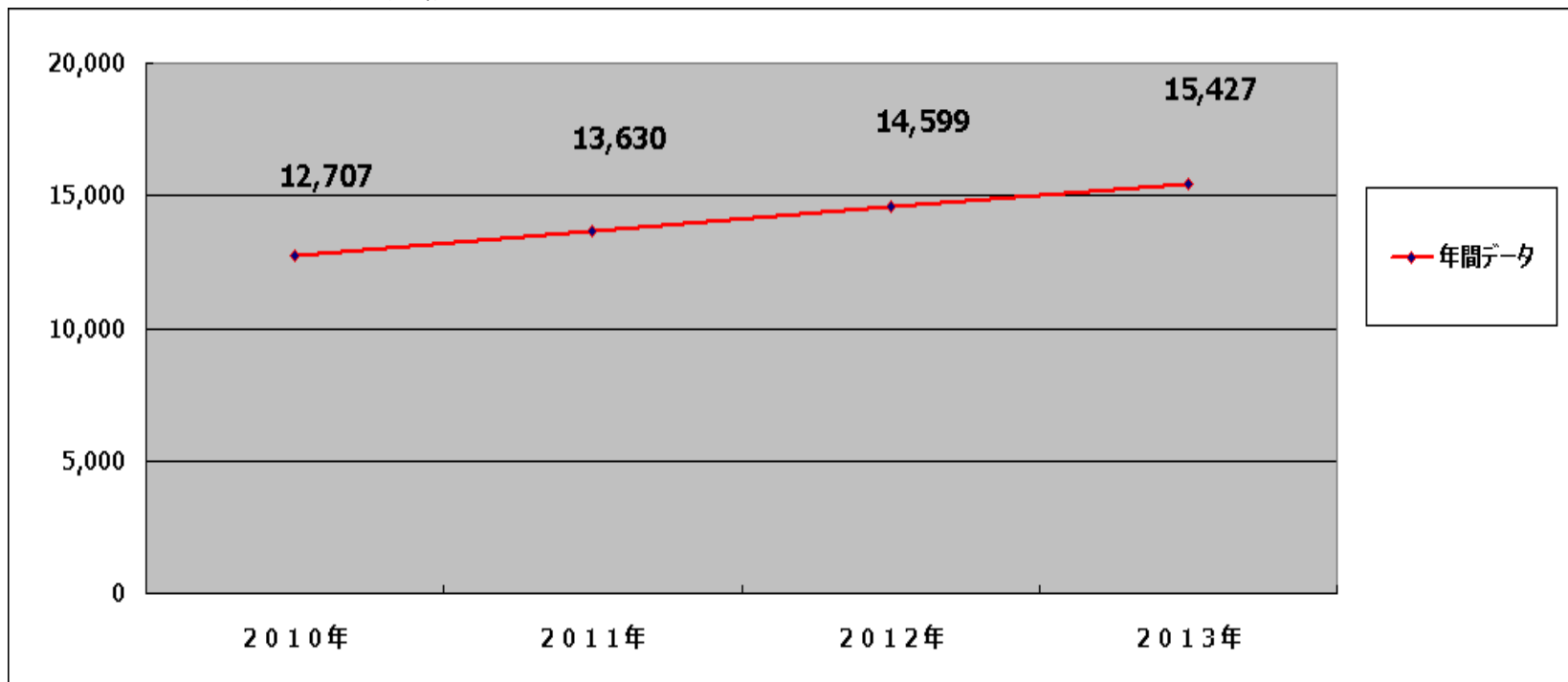
◎ 直送データ活用の場合、（例：二次卸店へ納品）

メーカーは二次卸店様に納品後、EDIにて同日中に当該特約店にデータ送信可能。  
特約卸店ではEDI受信により即時計上して、メーカーへの支払・二次卸への請求に使用する。



## 2. 直送データの利用状況

### ◆直送データ件数累計推移



### 前年対比

(単位:千件)

	2010年	2011年	2012年	2013年
年間データ	12,707	13,630	14,599	15,427
増加率	-	107%	107%	106%

### 3. メーカー企業のメリット

#### 伝票送付作業の軽減

特約伝票の生成・仕分け・保管業務などが減ることで、作業工数を抑制できる。  
あわせて、郵送コストなどを抑制できる。

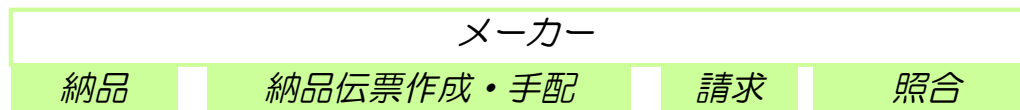
#### 特約卸店への案内効率化

メーカーが認識している納品実績と、特約卸店が認識している納品実績の差異がなくなる。  
伝票が少ない場合でも停滞なく直送情報の共有が出来る。

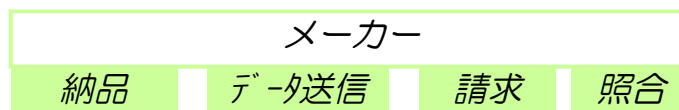
#### 請求残の解消

同じタイミングで直送納品実績を共有できることで、月末納品においても請求残が発生しない。  
このため請求管理の効率が向上する。

#### 直送データ未活用



#### 直送データ活用



### 伝票入力作業の軽減

メーカーからの直送情報をEDIで社内情報に連動させるため、入力工数を抑制できる。  
登録方法は自社固有の社内管理に変換し保管できる。

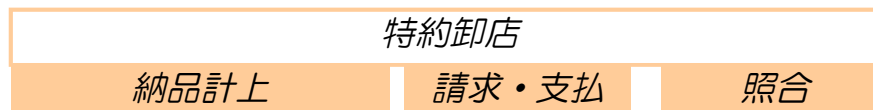
### 二次卸店への請求

二次卸店への納品実績が時間差なく特約卸店で把握できるので、請求残が発生しない。  
直送伝票到着待ちなどの停滞無く、請求業務を開始できる。

### メーカー請求照合

メーカーからの納品実績が時間差なく特約卸店で把握できるので、支払い齟齬が発生しない。  
請求書待ちなどの停滞無く、高い精度の照合作業が出来る。

#### 直送データ未活用



#### 直送データ活用



## Ⅱ. 直送データ開始までの準備、調整

5. メーカー企業の対応
6. 卸企業の対応
7. 留意点



## 5. メーカー企業の対応

### (1) 準備から利用開始までの対応

#### ①契約

「e-お菓子ねっと」で使用している取引先コードが直送データを使用できる契約になっているかご確認をお願いします。

- 未契約の場合…接続申込書にて、直送データの追加申請をお願いします。
- 契約済の場合…接続申込書の手続きは不要です。

参考(契約の確認方法)

- EDIの場合……………ご契約完了時、「e-お菓子ねっと」から届いた[登録内容のご案内]でご確認ください。
- Web2008の場合…[直送データ送信] ボタンが表示されていれば、契約済になります。

#### ②通信環境

自社の通信環境に直送データの通信定義が登録されているかご確認をお願いします。

- EDIの場合……………通信定義に直送データの送信が登録されていること。  
登録されていない場合は、通信定義に直送データの送信を登録して下さい。
- Web2008の場合…通信環境の準備は必要ありません。

#### ③自社システムの構築

直送データを作成する環境を各メーカー企業様でご準備をお願いします。

- 発注データから直送データを作成(ターンアラウンド)する機能
- 発注データ以外から直送データを作成する機能

#### ④接続テスト

作成した直送データの送信先コードを以下の通り変更して、接続テストの実施をお願いします。

- EDIの場合……………直送データの送信先コードに[00000000]を設定して、「e-お菓子ねっと」に送信して下さい。
- Web2008の場合…直送データの送信先コードに[01350282]を設定して、「e-お菓子ねっと」に送信して下さい。

#### ⑤データ項目確認

取引を行う卸企業様に直送データを送信して、双方でご確認をお願いします。

#### ⑥利用開始

取引を行う卸企業様と利用開始日を調整して実施をお願いします。

## 5. メーカー企業の対応

### (2) 直送データ作成時の注意点

- ①取引を行う卸企業様とデータ項目の設定については相対で調整をお願いします。
- ②発注データから直送データを作成(ターンアラウンド)する場合
  - ・直送データの卸伝票Noと明細行については、発注データの卸伝票Noと明細行を必ず引き継いで下さい。

## 6. 卸企業の対応

### (1) 準備から利用開始までの対応

#### ①契約

「e-お菓子ねっと」で使用している取引先コードが直送データを使用できる契約になっているかご確認ください。

- 未契約の場合…接続申込書にて、直送データの追加申請をお願いします。
- 契約済の場合…接続申込書の手続きは不要です。

#### 参考(契約の確認方法)

- EDIの場合…………… ご契約完了時、「e-お菓子ねっと」から届いた[登録内容のご案内]でご確認ください。
- Web2008の場合…[直送データ受信] ボタンが表示されていれば、契約済になります。

#### ②通信環境

自社の通信環境に直送データの通信定義が登録されているかご確認ください。

- EDIの場合……………通信定義に直送データの受信で登録されていること。  
登録されていない場合は、通信定義に直送データの受信を登録して下さい。
- Web2008の場合…通信環境の準備は必要ありません。

#### ③自社システムの構築

受信した直送データを自社システムに取込む機能を、各卸企業様でご準備をお願いします。

#### ④接続テスト

「e-お菓子ねっと」に対して接続テストの実施をお願いします。

- EDIの場合……………「e-お菓子ねっと」に対して0件受信を行って下さい。
- Web2008の場合…通信テストを行う必要はありません。

#### ⑤データ項目確認

取引を行うメーカー企業様から送信された直送データを受信して、双方でご確認をお願いします。

#### ⑥利用開始

取引を行うメーカー企業様と利用開始日を調整して実施をお願いします。

## 7. 留意点

### (1) 接続申込書

①直送データを追加申込みする場合、e-お菓子ねっとホームページの接続申込書をご利用下さい。

※e-お菓子ねっとHP (<http://www.eokashi.net/>) →加入のご案内→「e-お菓子ねっと」接続申込書  
**接続申込書にてデータ種追加をご選択頂き、下記までご送付下さい。**

e-お菓子ねっとセンター  
 富士通エフ・アイ・ピー株式会社 本社 e-お菓子ねっと担当  
 TEL : 03-5730-0737 FAX : 03-5730-0747  
 E-mail : fip-eokashi-info@ml.jp.fujitsu.com

### (2) 費用

①初期費用・・・申請区分とサービスによって費用が発生します。

申請区分	サービス	費用 (単位:円)
拠点追加	EDI	10,000
	Web2008	15,000
データ種追加	EDI	無料
	Web2008	無料

②月額費用・・・基本料金と従量制課金の費用が発生します。

データ種	業種	基本料金 (単位:円)	従量制課金 (単位:円)		
			単位	EDI	Web2008
直送	卸企業	3,000	アイテム	無料	無料
	メーカー企業	3,000	アイテム	1.8 (2.0)	2.0
		8,000	アイテム	1.3 (1.5)	—

※ ( ) 内はJCA手順または全銀手順をご利用の場合の単価

## Ⅲ. 導入事例

- 8. メーカー企業の事例
- 9. 卸企業の事例

## 8. メーカー企業の事例

### (1) 郵送、EDI処理日数差異

標準的なパターン	1日	2日	3日	4日	5日	6日	7日	8日	9日	10日
	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水
直送伝票	◎納品		卸店入力		◎納品			卸店入力		
EDI	受信	→	2~3日		受信	→→→		3~4日		

- 直送データは納品日午前中にセットされ、受信可能となります。
- 直送データを利用する事により、2~4日の処理日数が短縮できます。

### (2) メーカー経費比較

\*条件(月間) : 1,000データ、伝票1枚当たり5行、伝票枚数200枚、郵送回数50回

直送伝票 : 伝票代(2円×200枚) = 400円 郵送代(82円×50回) = 4,100円  
計4,500円

EDI : 基本料3,000円の場合  $1.8 \times 1,000 = 1,800$ 円  
基本料8,000円の場合  $1.3 \times 1,000 = 1,300$ 円  
\*プラス処理費

## 8. メーカー企業の事例（2）

### （3）請求残の解消

	29日	30日	31日	1日	2日	3日
商 品	○ 納品	△ 納品	□ 納品			
直送データ	○ 受信	△ 受信	□ 受信			
	データ活用により作業効率化					
伝票郵送			○ 受領	△ 受領	□ 受領	
			伝票の入力作業等			
	当月請求			翌月請求		

- 直送データの活用により、月末納品においても請求残が発生しない。

メーカーA社の場合（卸B社の月末3日間の直送データの対象額から月間の割合を算出）

	4月	5月	6月	3ヶ月平均
請求の前倒しの割合	14.38%	17.06%	6.91%	12.96%

- 月平均 12.96%の請求・回収が改善されています。

### メーカーB社の直送データ移行に関して事例（卸A社での事例）

#### e-お菓子ねっと利用前 2010年度

- 月間直送売上平均 約140万円
- 直送伝票枚数 1日/約15枚
- 直送伝票入力作業時間 1月/約5時間
- 伝票送付郵送費用 1月/約4,000円
- 作業コスト（人件費）1月/約4,000円
- 総コスト合計 1月/約8,000円  
（年間で96,000円が必要）

#### e-お菓子ねっと利用後 2013年度

- 月間直送売上平均 約360万円
- 直送データ処理数 1日/約50枚分
- 直送データ処理時間 1日/約2~3分
- データ配信費用 1日/0円
- 総作業コスト（人件費）1月/800円
- ※ 売上が3倍となったが作業コストは大幅に削減され約10分に1となりました。

1. 郵送で届いた直送伝票を処理入力する為に掛かる時間と費用は、月間約8,000円掛かっていました。
2. メーカー（B社）においても直送伝票の発行に同様な作業が発生し時間やコストが掛かっていました。
3. 直送データに切替えることで作業コストが大幅に改善されると共に、月末の計上漏れや次月への繰り越しが大幅に改善されました。
4. お得意先への請求遅れによる繰越し残がなくなり、メーカーへの支払いにおいても遅れることなく違算が減少しました。
5. 結果的に直送伝票の処理に関わっていた社員1名減で全ての作業が進められる状況になりました。



### メーカーB社の直送データ移行に関して事例（卸A社での事例）

#### 経理における「e-お菓子ねっと直送データ利用」による改善効果

##### 【eお菓子ねっと利用前】

- 1.毎月メーカーから郵送される直送伝票と請求明細の照合作業に多くの時間を要していました。
- 2.その際の違算確認に関しての問い合わせ対応とそのやりとりにお互いに無駄な時間が掛かっていました。
- 3.直送伝票の未着や月末納品による計上遅れ等で、翌月への繰り越し残が多発していました。



##### 【eお菓子ねっと利用後】

- 1.直送データで届くことで請求明細と伝票No.の違いが無く、短時間で照合作業が行われる様になりました。
- 2.違算件数も削減されることでお互いの確認作業に掛かっていた時間が無くなり、効率的に処理出来る様になりました。
- 3.郵送による伝票の遅れや月末納品の計上も月内に行われる事で、翌月への繰り越し残が無くなり早期に請求処理が行われ、メーカーへの支払いも早められました。

## IV. その他

- 10. 卸企業からの要望一覧
- 11. 直送データ活用による効果

# 10. 卸企業からの要望一覧

## e-お菓子ねっと 卸企業から直送データ交換の要望が多いメーカー一覧

凡例    ○：要望  
：データ交換実績あり ：データ交換実績なし ：契約なし ☆：実績有

項番	取引先コード	メーカー名	要望数 “○”	卸企業様の要望状況					
				A社	B社	C社	D社	E社	F社
1	04600001	丸川製菓（株）	5	○	○		○	○	○
2	05010001	ローヤル製菓（株）	5		○	○	○	○	○
3	05290017	山脇製菓（株）	5		○	○	○	○	○
4	08260001	チロルチョコ（株）	5	○	○	○	○	○	
5	01030016	（株）ヤガイ	4		○	○	○		○
6	01500001	サクマ製菓（株）	4		○		○	○	○
7	04410086	有楽製菓（株） 豊橋夢工場	4	○	○		○	○	
8	04420036	（株）香月堂	4		○		○	○	○
9	04850002	（株）リボン	4	○	○	○	○		
10	04850006	（株）エースベーカリー	4	○	○	○	○		
11	06700246	丸中製菓（株）	4	○	○			○	○
12	06790001	常盤堂製菓（株）	4	○	○	○			○
13	09980001	酒田米菓（株）	4	○	○	○			○
14	01210031	日清シスコ（株）	3	○		○	○		
15	01210040	みの食製菓（株）	3	○	○				○
16	01410025	アサヒフードアンドヘルスケア（株）	3			○	○	☆	○
17	01640011	（株）金吾堂製菓	3	○	○		○		
18	01830001	（株）エイワ	3		○	○	○		
19	02100390	谷貝食品工業（株）	3		○			○	○
20	03000001	関口醸造（株）	3	○	○				○

## 1 1. 直送データ活用による効果

## 直送データを活用すると・・・



直送データは、卸企業、メーカーの双方にメリットがあります。

ぜひ、各社様とも直送データの利用、拡大をご検討いただき、  
業務改善や請求・回収の効率アップにご活用下さい。



e-お薬子ねっと