

ベンダー取引企業のための

アマゾンEDI 入門ガイド

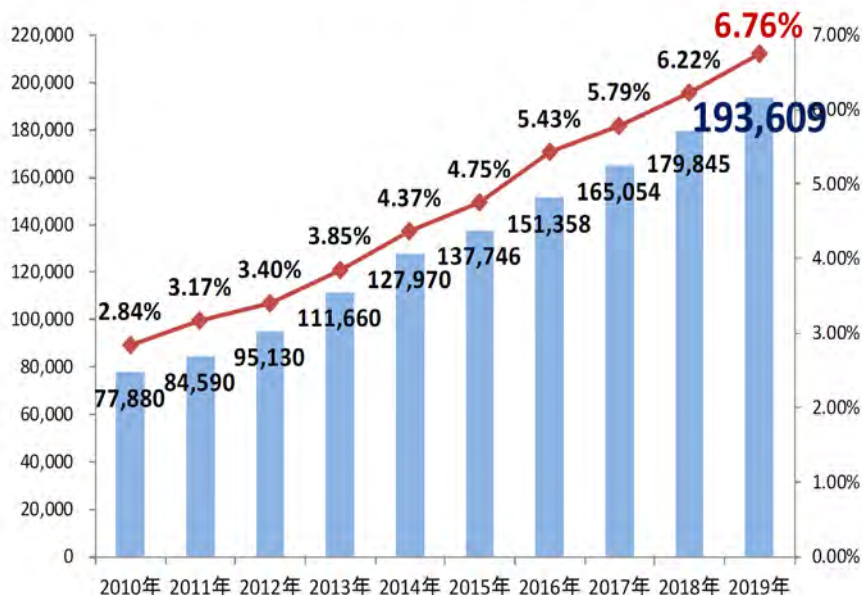
ユーザックシステム株式会社



はじめに



日本の BtoC-EC 市場規模の推移 (単位: 億円)



日本のBtoC-EC市場規模の推移 (経済産業省「電子商取引の市場調査」より)

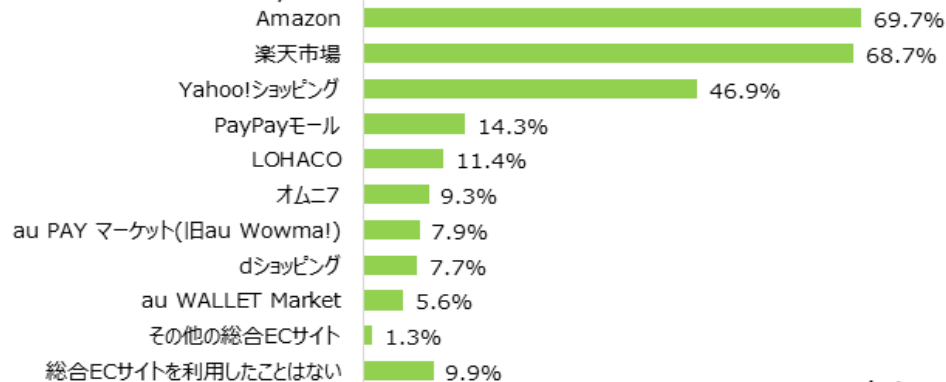
コロナ禍での購買行動の変化

2020年に世界を揺るがしたコロナ禍によりビジネスは大きく変わってきました。ビジネスシーンではオンライン商談といった非対面営業が浸透し、流通小売業界ではスマートフォンが普及し始めた2010年頃から拡大していたEC市場が巣ごもり需要を受け益々拡大しています。

経済産業省の「電子商取引に関する市場調査」において、2019年にBtoC-EC市場は19兆円市場となり、2020年以降も拡大していく見通しです。



● 総合ECサイトの利用経験 (n=10,000)



MMD研究所調べ

MMD研究所の調査 (「コロナ禍での総合ECサイトに関する調査」
2020年10月31日~11月2日調査)

MMD研究所の調査によると、コロナ禍で利用を始めたのは4.8%、利用頻度が増えたユーザーは21.3%との数字が出ています。

総合ECサイトの中でもアマゾンの利用経験はトップで(69.7%)、アマゾンの独走状態は続く予想され、一般消費者向けの製品を取り扱っている企業はEC事業を見据えた活動、特にアマゾンの動向に注視する必要があると思われます。



アマゾンとの取引

「アマゾンで商品を販売するには、
2通りの取引形態があることは
ご存じでしょうか？」



▶ アマゾンで商品を販売する「セラー」

1 つめは**アマゾンで商品を販売する「セラー」**という取引形態です。

アマゾンに出品し、購入された際、アマゾンから配送先情報を受け取り、自社から購入者へ商品を発送し、代金はアマゾンから受け取ります。

現在、日本国内で15万社以上がこの方式でアマゾンと取引をしているといわれています。

この取引はアマゾンが出荷を代行するFBA（フルフィルメントバイアマゾン）という形態もあり、出荷手数料を引いた形で販売代金がアマゾンから振り込まれ、アマゾンの精度の高い出荷機能を利用できるので取引量が多い大口出品者に人気です。



アマゾンに商品を販売する「ベンダー」

もう一つは、**アマゾンに商品を販売する「ベンダー」**で、いわゆる卸販売です。

こちらはアマゾンがベンダーに発注（仕入）して商品を販売する形態で、ベンダーは消費者と直接取引はせず、アマゾンからの発注に応じてアマゾンに商品を納め、納品時点で売上が計上されます。

ベンダーによる取引にはスタートにも制約があります。セラーのように個人が登録（承認）すればすぐに取引を始められるのではなく、ベンダーはあくまでもアマゾンから招待されなければなりません。

アマゾンにとって魅力のある商品を取り扱っていないとベンダーとして取引はできないのです。



Amazonで売る



Amazonマーケットプレイスを利用し、
Amazonに出店する

利用するシステムは**セラーセントラル**

セラーセントラルとは、
Amazonから無償提供されるショップ管理ツール。

商品登録・管理、在庫管理、受注管理、発送管理の
ほか、広告作成管理や販売データ閲覧が可能



Amazonに商品を卸し、
Amazon本体が商品を販売する

利用するシステムは**ベンダーセントラル**や、
Amazon EDI

ベンダーセントラルは、
Amazonから無償提供されるWeb EDIサイト。
受注確認、納期回答入力、出荷入力、
納品ラベル発行などが可能

ベンダー取引の魅力

セラーとベンダーの取引形態はそれぞれメリット、デメリットはありますが、EC事業者にとってどちらの取引が良いのでしょうか。

EC参入の大きな障壁となっていたEC物流（送り状・納品書を含めた最終消費者への個別配送）の機能を持っていないメーカー、卸売業にとっては、一般小売りへの納品と同じ機能で対応可能なベンダー取引が物流への投資も少なく、販売促進活動もアマゾン自体がおこないますので、たいへん魅力的な取引方法と言えるのではないのでしょうか。



▶ ベンダー取引で必要なこと

晴れてアマゾンからベンダー取引を要請されると、これからは消費者ではなくアマゾンが取引先となります。ベンダー取引するにはどのような業務フローとなるのでしょうか。

アマゾンとのベンダー取引では「**ベンダーセントラル**」というアマゾンから提供されるWebEDIシステムを利用します。

ID/パスワードでログインし、発注情報の照会、ダウンロード、出荷情報の登録、アップロード、納品用ラベル発行などが可能で、アマゾンとの取引手順に必要な機能は全て網羅されています。

セラーが受注管理をするセラーセントラルとは大きく異なります。



ベンダーセントラルはベンダーのアカウントがあれば無償で利用可能ですが、一般的なウェブシステム同様、手操作を前提として構築されているため、取引量が増えるとオペレーションが負担となり、処理時間の増加やイージーミスや誘発などの問題が発生しやすくなります。

これらの課題を解決する手段として、アマゾン側もファイル転送式のEDIを用意しています。取扱量の多いベンダーはファイル転送を利用するとよいでしょう。

しかし、一般的な日本のEDIとは異なり、アマゾン独特のファイル転送方式のため、そう簡単には対応できません。

次にアマゾンのEDIを導入する際の留意点を見ていきましょう。



アマゾン独自のEDIとは



アマゾン独自のEDI

EDI関連

①通信方式

SFTP+ANSIフォーマット

日本では利用されていない通信方式
SFTP=SSH File Transfer Protocol
ANSIフォーマット=American National Standards Institute
(米国国家規格協会)
米国統一規格のセキュアなFTPを指す。

EDI関連

②データ種別

納期回答

発注データ受信後、出荷前に
「在庫の有無」
「入荷予定日」
の返信が必要。

EDI関連

③発注区分

(メッセージ種別)

BackOrder

「在庫なし」=「注残」として
入荷後に発送する。
欠品やキャンセル扱いとならない。

物流関連

④出荷ラベルと梱包情報 SSCCラベル+送り状No.

SSCCラベル
(Serial Shipping Container Code)
日本のSCMラベルと似たラベル。
梱包情報+運送会社の送り状No.を
ASN(事前出荷通知データ)として
送信する。

米国企業であるアマゾンはEDIの仕様も米国基準で作成されており、日本の標準EDI規格である「流通BMS」とは随所で仕様、運用方法が異なり、一般的なEDIシステムでは対応しきれません。

■通信方式の違い

日本の流通BMSで採用されているJX手順+流通BMSフォーマットではなく、SFTP(もしくはAS2)+ANSI X.12での通信手順やフォーマットが、日本のEDIパッケージはほとんど対応していません。

■業務フローの違い

日本のEDIではあまり聞かない「納期回答」というフェーズがあります。

アマゾンの発注に対してベンダーは「受注する」か「受注しない」をまず回答する必要があります。「受注する」と回答したデータについてはそのまま発注となり、「受注しない」と回答したデータは破棄します。

アマゾンを受け取った納期回答を元に再計算し、当日中に他のベンダーへ再発注をかけるため、**当日午前中に回答**しなければなりません。

日本のEDIの多くは「納期回答」を必要としないため、時間制約付きの1フェーズの処理が増えます。この部分を考慮してシステムを構築する必要があります。



また、発注の区分も

- ① **Standard発注** (通常発注)
- ② **BackOrder発注** (発注残可能な発注)
- ③ **NewRelease発注** (新製品発注)

と3つに分かれており、BackOrderとNewReleaseについては発注残管理をベンダー側で対応しなければなりません。

■ 専用ラベルの発行

アマゾンの在庫拠点であるフルフィルメントセンター(以下FC)に商品に納品する際、納品するケースに**SSCCラベルの貼付**が必要です。このラベルはアマゾン独自のレイアウトで、発注書No. (PONo.)を記載する必要があり、ラベルの発行時点で梱包内容を確定させます。

SSCCバーコード付きラベルのサンプル



アマゾンはこのラベルのバーコードをFCで読み込み、箱単位で受領確認を行います。それにより受領処理時間の短縮、ひいては支払サイトの短縮もメリットとして挙げていおり、ベンダー取引にはSSCCラベルの発行が求められるのです。

このように、ベンダーセントラルからファイル転送式のEDIへ変更をすることとしても、日本式EDIシステムとの違いも多く、そのまま利用できるかどうか十分に確認しなければなりません。

ラベル発行を含めたアマゾンEDIの構築には、それなりの時間と費用が掛かりますが、いつまでもWeb操作（手作業）が必要なベンダーセントラルを継続利用するわけにもいきません。取引量との関係で、いつかはファイル転送型のアマゾンEDIに対応したシステム導入が必要となるでしょう。



アマゾンEDI対応の チェックポイント

FROM:	SHIP DATE:
Seller	WED
	STANDARD FREIGHT
	WED
TO:	DELIVER BY:
Customer	PostMail
TRACKING #:	Free Shipping Parcel
	

アマゾンEDIの対応



当社は1998年に、JCAや全銀手順による小売業のオンライン受発注に対応した「EOS名人」を開発しました。2008年には流通BMSのJX手順にも対応し、これまでに1000社以上のメーカー、卸に導入してきました。

対応している小売業も100社500メッセージを超え、国内の小売企業であれば、ほとんどEDIが可能いっても良いでしょう。

しかし、アマゾンと同じSFTP、ANSIフォーマットを利用している小売業は日本ではありません。そのためアマゾンのEDIに対応する場合は、EDIシステムや検品、送り状発行システムと連携し、カスタマイズしてきました。

その経験をもとに、アマゾンEDI対応のポイントをお伝えいたします。

アマゾンEDIの対応

①通信・変換

②データ編集

③出荷支援

④SSCCラベル発行

⑤実績データ送信

アマゾンEDIの対応には5つのポイントを抑えなければなりません。順に説明しましょう。

①通信・変換

アマゾンとのEDIには、SFTP通信+ANSIフォーマットが必要です。一般的なEDIパッケージで対応していない場合が多いので、対応していない場合はEDIシステム提供会社にSFTP通信モジュールの追加を依頼しましょう。

さらにANSIフォーマット※で受け取ったデータは基幹システムと連携するためのCSVなどへのデータ変換が必要です。できればアマゾンEDI専用のデータベースを構築することをお勧めします。

※ANSIフォーマット=American National Standards Institute（米国国家規格協会）が定めたファイル形式。このファイルを開くにはANSIファイルに対応した専用のソフトウェアが必要。

アマゾンEDIの対応

②データ編集

受信した発注データに対して納期回答が必要となります。基幹システムでデータの更新が難しい場合は、別途データ内容の確認と回答情報を付与するアプリケーションを構築しましょう。回答区分・出荷予定日の一括更新など、納期回答作業の工数を可能な限り削減できるように配慮したシステムが望ましいです。

③出荷支援

納期回答が完了したデータは出荷予定データとして扱います。その通り確実に出荷作業を行うためにはピッキングリストとハンディターミナル（HT）を利用し、誤出荷を防止しましょう。

2021/07/16 13:52:40	<<<P O 別 ピッキングリスト>>>		
	堺センター		出荷倉庫
	出荷予定日: 2021/06/18		発注ベン
PO番号バーコード	PO番号	オーダー区分	
	20000001	Standard	総行数: 5
商品コード 自社品番	商品名 規格		
4977564002268	アルカリ乾電池 単3×10単3形		
4977564002268	電池		
4902870680442	ホッチキス針2000本入り		
4902870680442	ホッチキス		
4977564408626	アルカリ乾電池 単3×40単3形		
4977564408626	電池		

アマゾンEDIの対応

④SSCCラベル発行

ピッキングが完了して、梱包時にリストに記載されているバーコードをHTで読み込み検品します。出荷箱が満載になったタイミングで、HTからの指示で出荷用SSCCラベルを発行し、送り状の問い合わせ番号を読み込みます。SSCCラベルには梱包情報と伝票番号を記載します。



▶ アマゾンEDIの対応

⑤実績データ送信

受注データに出荷実績数とラベル情報を付加し、出荷実績データと請求データをSFTP通信にてアマゾンに送信します。



以上のポイントを3つに集約すると次の通りとなります。



通信機能

SFTPによる通信

- ・アマゾンEDIの標準といえるSFTP方式
- ・接続先、ID/パスワードを登録して接続する
- ・自動受信できるスケジュール機能



変換機能

ANSI変換

- ・ANSI形式で送られる発注データをデータベースに格納する
- ・自社で扱えるデータ形式に変換する
- ・送信するデータのANSI形式への変換をおこなう



業務アプリ

業務を円滑にする機能

- ・データベースを利用する際のデータ編集が容易なしくみ
- ・手間のかからない納期回答のしくみ
- ・誤出荷を防止する検品体制とSSCCラベルの発行

アマゾンEDIの導入事例



煩雑だったAmazon独自の出荷フローを劇的に改善
ラベル発行・受注処理等の業務負荷を95%以上削減
株式会社イケヒコ・コーポレーション

アマゾンEDI導入事例

企業概要

会社名	株式会社イケヒコ・コーポレーション
本社	〒830-0424 福岡県三潴郡大木町三八松1052
設立	昭和32年(明治19年創業)
資本金	100百万円

い草関連製品を主力として全国量販店との取り引きを拡大してきたイケヒコ・コーポレーションは、こたつ布団、カーペット、クッション、マット類など様々なインテリア商品に取り扱いジャンルを広げ、現在ではオールシーズン日本全国の専門店、量販店、ホームセンターなど、小売業との取り引きを拡大、年間売上100億円を超える規模のビジネスを展開している。



導入の背景

同社においても近年拡大基調にあるのはEC。通販関連の売上で、10年来続くAmazonとの取り引きも右肩上がり
で増大しており、今後の展開を見据えると、現状の作業
手法やシステムを抜本的に見直す必要に迫られていた。

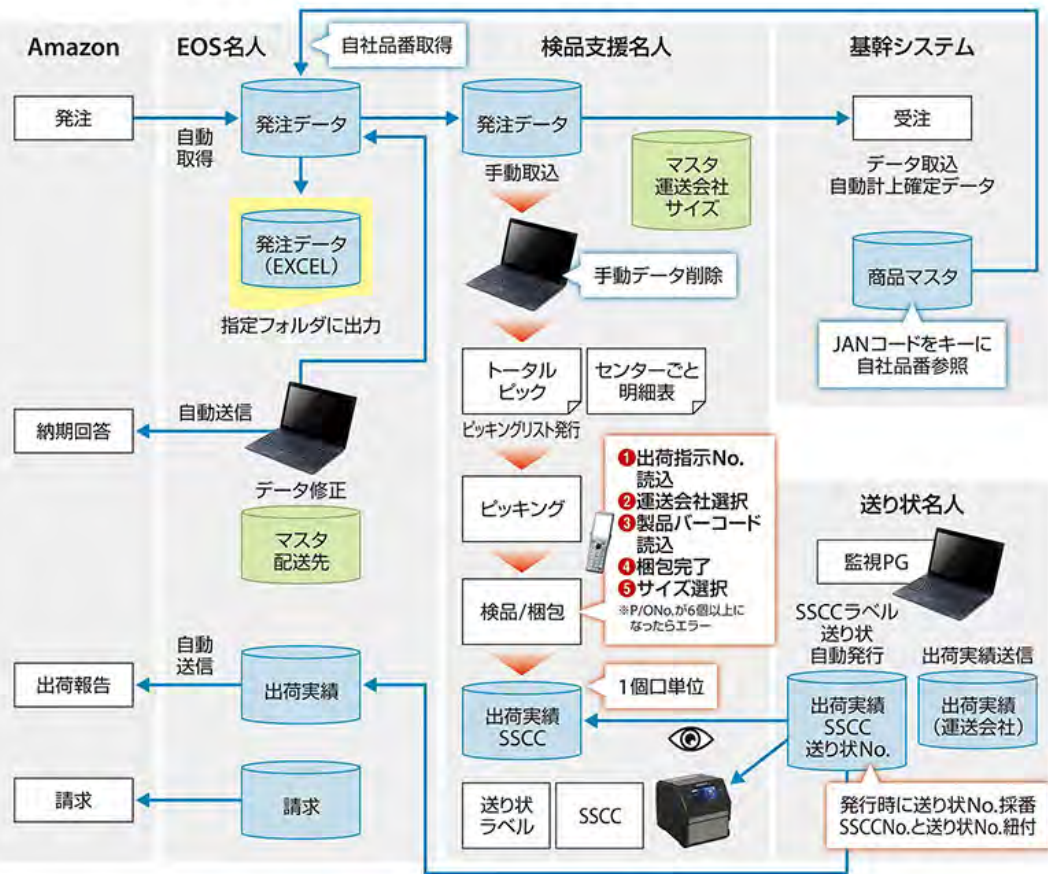
検討を開始し、約1年が過ぎた2019年の夏。

一層の物流量の増加もあり、現場作業者の負荷もこれ以上
看過できない水準になってきたことから、このままでは物流が滞る懸念がいよいよ現実味を帯びてきた。

もともと名人シリーズのユーザックシステムは知っていたが、あるシステム会社の紹介もあり、これまでの実績
やノウハウがあり信頼できると判断し、アマゾンとの取引に対応するシステムの本格的な導入に至った。



アマゾンEDIの業務フロー



具体的に導入されたのは、ユーザックシステムの流通業界向けEDI統合パッケージ「EOS名人.NET」を軸に据えたソリューションの組み合わせ。

アマゾン専用パッケージではないため、同社の業務に合わせてカスタマイズもおこなった。

従来の業務フローを振り返る。

まずベンダーセントラル上で先方のPO (Purchase Order) という注文No.が来る。それを自社システムに落とし込み、次に社内の受注業務にデータを切り替え、その後、商品部門の出荷業務にペーパーの情報が回る。

アマゾンEDIの業務フロー

作業者はそれを見ながら出荷業務を行い、出荷終了後、発注書を元に数量を確認。

再びベンダーセントラル上で、商品を個々に確認しながらSSCCラベルを発行する。非常に複雑で手間のかかる工程だった。

「こうした工程の効率化について率直に相談を重ねて調整し、完成・導入に至ったが、この分野についてはユーザックシステムの技術やノウハウのおかげで、とてもスムーズに効率化を進めることができた」（導入担当者）

どんな現場でも、それまでと異なる新しい試みの導入に際しては、従来の手法と比較して「これまでの方がやりやすかった」といった抵抗感やフリクションがつきものではあるが、このソリューションに関しては、効率化、時短化が明白なことから、現場はもとより、業務管理のセクションからも、高く評価され、またスムーズに受け入れられたという。



アマゾンEDIの導入による改善効果

■改善効果

事務作業	<ul style="list-style-type: none">①センター別にSSCCラベル発行が無くなる②センター別の荷札作成が無くなる③受注作業等の処理が無くなる	▶ 作業時間 25時間削減/週
出荷作業	<ul style="list-style-type: none">①伝票仕分け作業が無くなる②運送会社個数計算等の作業が無くなる	▶ 昨年比 作業時間 3割削減

■システムへの要望

- ハンディで運送会社の変更したい
→ EOS名人で修正し、送り状名人へ変更情報を同期して対応
- SSCCラベル発行(検品支援名人)と送り状発行(送り状名人)のタイムラグ発生
→ 送り状名人でSSCCラベルも発行して対応

■今後の展開

- 通販 個人様直送検品 → 得意先が送り状を発行してそれをキーに検品する
- B2C検品

担当者の印象によれば、

「事務作業部分では従来比で95%以上のカットを実現した手応えはあります」

という。

従来作業がほぼ不要になったかのような業務削減が達成され、システムの新規導入効果としては破格の水準と言える。

取材時の11月末が同社の冬の物流量のピークで、ここでの波動による作業負荷をクリアする目的で導入されたソリューションなのだが、想定を上回る水準でその目的が達成されたことになる。

ベンダー取引企業にとって アマゾンEDIの対応をどうすべきか？



まだベンダーセントラルを
使い続けますか？

それとも、
アマゾンEDIの対応システムを
構築しますか？



ベンダー取引企業への提案

他社ソリューションとAmazon EDI対応パッケージ「amazingEDI」の比較

各システムの寄せ集め

様々な企業が提供するシステムを連携させて運用



カスタマイズが必要、
割高な仕組みになりがち。

Amazon EDI専用受注出荷システム amazingEDI

AmazonのEDI業務向けに
最適化したパッケージ



ノンカスタマイズで、すぐに効率化。
導入コストも抑えられる。

ユーザックシステムは、アマゾンとのベンダー取引企業のため、これまではEDIや検品システムなど既存システムを組み合わせ、個別にアマゾンEDI対応システムを構築してきました。

しかし、個別開発のシステムはコストが高くなる傾向があり、アマゾンEDIに踏み切れない企業が多いのも事実です。

そこで当社はこれまでアマゾンEDIに対応してきた経験を生かし、必要な機能に絞ったアマゾンEDI専用パッケージを開発しました。それが**amazingEDI**(アメイジングEDI)です。

amazonEDI



通信
機能

SFTP通信

変換
機能

ANSI変換

検品
機能

SSCCラベル

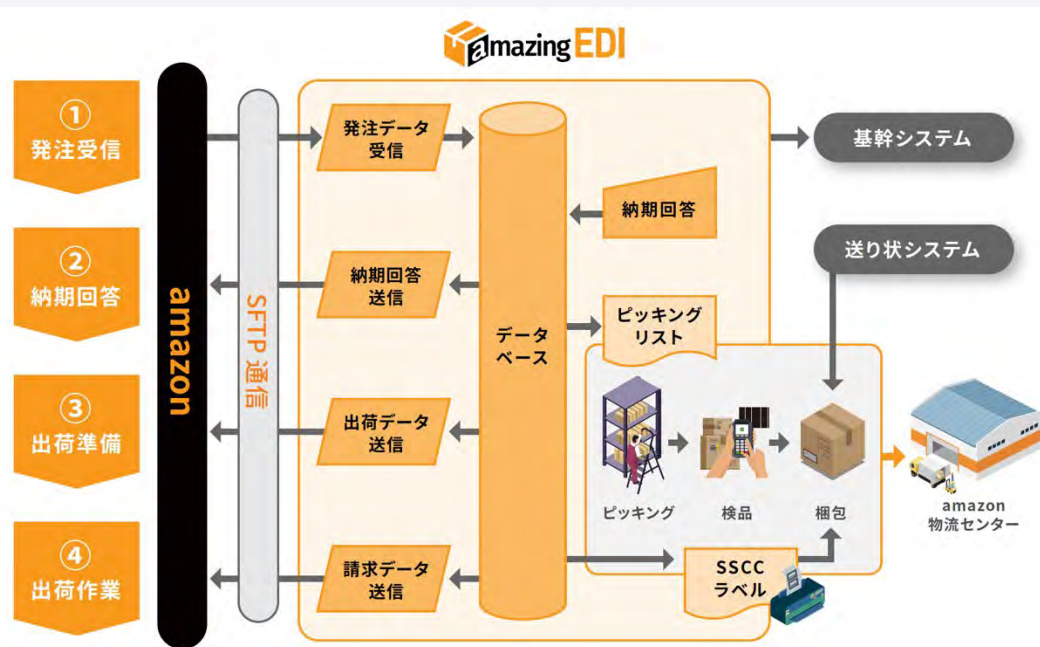
amazonEDIはアマゾン特有の

- ・ SFTP通信
- ・ ANSI変換
- ・ SSCCラベル

などの必要機能に加え、バーコード検品のための無線ハンディターミナルなど、出荷業務に必要な機器もご提供いたします。

ベンダー取引企業に対し、ビジネスの成長と業務の効率化をバックアップする、アマゾンEDI専用パッケージamazonEDIをご提案いたします。

amazon amazingEDIの概要図



amazonEDI標準構成




さいごに

アマゾンのEDIは、SFTPによる通信や納期回答など**新たなメッセージ種別の対応**だけでなく、**出荷時の検品体制や専用ラベルの発行、各種データ連携**が求められます。

アマゾンとの取引が始まり、売上が増えるにつれてEDI化の必要性が高まります。これまで、他の小売とのEDIの実績があるから大丈夫と構えていると、日本流のEDIとの違いにとまどうことになるでしょう。

アマゾンとの取引が拡大し、ベンダーセントラルによる受注業務や出荷体制が追いつかなくなる前に、アマゾンEDIの対応を準備しましょう。



「アマゾンEDI入門ガイド」に関する
お問い合わせは下記までお願いします。

ユーザックシステム株式会社

マーケティング本部 meijin@usknet.co.jp