

22-H010

資料

資料

平成22年度

EDI実態調査報告書

平成23年3月

財団法人日本情報処理開発協会

平成22年度  
EDI実態調査報告書

平成23年3月



財団法人日本情報処理開発協会



この事業は、競輪の補助金を受けて実施したものです。

<http://ringring-keirin.jp/>

## はじめに

平成 8 年度より(財)日本情報処理開発協会（以下、JIPDEC という）と次世代 EDI 推進協議会（以下、JEDIC という）では、国内企業の EDI の利用状況を把握するとともに、さらなる EDI の普及拡大のための方策を検討するための材料として標記の調査事業を行ってきた。この調査結果は EDI に対する現状を理解するための情報源として活用されていることから、経年的に調査を実施してきた。

平成 22 年度は、EDI の利用実態に加え、JIPDEC が企業や業界、国を越えて自由自在に情報の交換や共有が行える基盤を「ビジネスインフラ」と定義し、そのもとで業界標準 EDI の普及を推進していることから、それに関する設問を新たに追加した調査となった。

JEDIC 会員との連携の下で、会員団体または会員団体に加盟する会員団体に加盟する個々の企業が、現在どのように EDI を、どの程度利用しているか、EDI の将来像についてどのような展望を持っているか、またビジネスインフラとしての業界標準 EDI に関わる状況などを調査することを目的として実施し、その結果を取りまとめたのが本報告書である。

今回の調査は、調査票発送数と回答数がともに減少し、前者よりも後者の減少数が多かったことから、回収率としてはやや低下する結果となった。設問内容もある程度の範囲で入れ替えたことも多少の影響はあったかと思われるが、それでも相応の回収率に結び付けることができたのは、JEDIC 会員団体のご協力の結果、調査票の送付先の選定や回答への働きかけが適切に実施されたことが功を奏したためと考えられる。

また、JIPDEC がビジネスインフラ推進活動を適切に企画・運営していくうえでの参考とするべく、企業向けのアンケート調査のほかに、ビジネスインフラを推進するための課題及び解決方法について JEDIC 業界団体会員向けにアンケート調査を実施し、この結果も併せて本報告書に掲載した。

本調査から得られる実態や示唆される内容が、今後の EDI やビジネスインフラの普及発展のために利用されることになれば幸いである。

最後に調査の円滑な実施ができたことに対し、関係各位に厚く御礼申し上げます。

平成 23 年 3 月

財団法人日本情報処理開発協会

ビジネスインフラ推進会議 普及部会 名簿

<委員長>

藤野 裕司 株式会社データ・アプリケーション

<委員>

関根 直弘 NBS 研究所  
鈴木 修 特定非営利活動法人 IT コーディネータ協会  
斉藤 良一 共通 XML/EDI 実用化推進協議会  
内田 宏樹 石油化学工業協会  
矢野 晴一 社団法人電子情報技術産業協会  
中野 彰一 社団法人日本アパレル産業協会  
江口 郁夫 社団法人日本電線工業会  
磯貝 俊夫 社団法人日本物流団体連合会  
米澤 司 社団法人日本貿易会  
藤岡 慎弥 NPO 法人旅行電子商取引促進機構  
北川 鉄生 株式会社インテック  
高橋 徳好 株式会社大塚商会  
日野和麻呂 株式会社オービックビジネスコンサルタント  
湯浅利由起 キヤノン IT ソリューションズ株式会社  
稲野 清治 株式会社グローバルワイズ  
兼子 邦彦 小島プレス工業株式会社  
大矢 武則 日本情報通信株式会社  
池田 一幸 株式会社日立製作所  
鳥山 和伸 富士通株式会社  
湊本 智昭 株式会社データ・アプリケーション  
渡辺 昌男 テービーテック株式会社

<オブザーバー>

経済産業省 商務情報政策局 情報経済課

<事務局>

菅又 久直 (財) 日本情報処理開発協会  
若泉 和彦 (財) 日本情報処理開発協会  
村田 雅俊 (財) 日本情報処理開発協会  
水流 正英 (財) 日本情報処理開発協会  
神酒 絵里子 (財) 日本情報処理開発協会  
酒井 綾子 (財) 日本情報処理開発協会

## 目次

1. 概要	1
1.1 本調査の目的	1
1.2 調査の方法	1
1.3 調査の手順	1
1.4 調査票の概要	2
1.5 アンケートの回収状況	2
2. 調査回答企業プロフィール	3
2.1 回答企業の資本金	3
2.2 回答企業の売上高	4
2.3 回答企業の本社所在地	5
2.4 回答部門の所属部署	7
2.5 回答企業の主たる事業	8
2.6 回答企業の所属団体	9
3. EDI活用の実態 ～業務面～	11
3.1 回答企業の EDI 実施状況	11
3.2 回答企業の EDI を導入における相談の有無および相談先	14
3.3 回答企業の EDI を導入していない理由	15
3.4 回答企業の EDI を始める際の障害	17
3.5 回答企業の EDI の導入効果	18
3.6 回答企業の EDI の導入・利用の効果についての評価およびその指標	27
3.7 回答企業の EDI のランニングコスト	30
3.8 回答企業の受注者の立場における取引先社数の EDI 取引割合	32
3.9 回答企業の受注者の立場における受注件数の EDI 取引割合	33
3.10 回答企業の発注者の立場における取引先社数の EDI 取引割合	34
3.11 回答企業の発注者の立場における発注件数の EDI 取引割合	35
3.12 回答企業が所属する業界の EDI 標準	36
3.13 回答企業が利用している業界標準 EDI	37
4. EDI活用の実態 ～技術面～	39
4.1 回答企業が EDI で使用している外部サービス	39
4.2 回答企業におけるデータ変換機能のツール利用または開発	40
4.3 回答企業のインターネットを使用した EDI 方式	41
4.4 回答企業の Web-EDI の具体的な方式	42
4.5 回答企業の画面型 Web-EDI での取引先 UL/DL の仕組み	44

4.6	取引先画面型 Web-EDI での取引先 UL/DL の仕組み .....	45
5.	取引の健全性・業索性・国際性.....	46
5.1	取引の健全性（発注確定情報の提供） .....	47
5.2	取引の健全性（受領・検収情報の提供） .....	48
5.3	取引の健全性（違算の大きさ把握） .....	49
5.4	取引の業索性（回答企業の取引先の業種との EDI 実施状況） .....	50
5.5	取引の国際性（海外取引の EDI 実施） .....	53
5.6	取引の国際性（海外取引の相手国・地域） .....	54
5.7	業界標準 EDI に関する JEDIC 会員アンケート調査結果について .....	57
6.	まとめ .....	72
6.1	アンケート調査結果より .....	72
6.2	調査票に関する提案 .....	74
6.3	調査実施方法に関する提案.....	75

#### 参考資料

アンケート調査票

# 1. 概要

## 1.1 本調査の目的

「EDI 実態調査」は、従前より「国内外の EDI 実態調査」として、国内企業の EDI の利用状況等を把握するとともに、EDI の普及拡大に資するために、1997 年より EDI 推進協議会（事務局：財団法人日本情報処理開発協会 電子情報利活用推進センター）が主体となって継続的に行われてきており、今回はその第 15 回目として実施した。

平成 22 年度は、従来の EDI に関する質問のうち、技術面および JIPDEC が重点と考えるビジネスインフラとしての業界標準 EDI に関わる状況なども調査対象とした。JEDIC 会員との連携の下で、会員団体または会員団体に加盟する業界団体に加盟する個々の企業が、現在の EDI の利活用の状況や、EDI に関する健全性、業索性、国際性の観点から調査した。

本調査は「国内企業の EDI 利用の実態把握」「EDI に係る技術動向に対する国内企業の意識・取り組み」「EDI の普及拡大方策策定に資する資料、情報の提供等」を基本的な目的としている。そのような観点からこれまで行ってきた調査内容の多くを踏襲し、従来調査からの継続性を確保した上で実施しているが、各調査時点における一部調査内容の見直しなども行いながら実施している。

## 1.2 調査の方法

今回の調査は、国内企業に対してのアンケートにより行った。

調査を行う対象として、JEDIC の会員団体にご協力をいただき、会員団体から各団体に加盟している会員企業に今回のアンケート調査への協力を依頼し、回収率の向上を目指した。

また、調査票の送付にあたっては、以下のいずれかの方法により実施した。

- ・電子ファイル（MS-EXCEL 形式）の調査票を電子メールにより送付する方式
- ・電子ファイル（MS-EXCEL 形式）の調査票を回答者に Web サイトよりダウンロードしてもらう方式
- ・紙の調査票を郵送する方式

これらの方法は、さらに調査票または調査協力依頼の送付元（調査にご協力いただいている JEDIC 会員団体か、事務局か）、個人情報である宛名情報や回答者の情報のやり取りの状況等により、細分化したものを想定した上で実施した。

## 1.3 調査の手順

### (1) アンケート調査票および調査方法の決定

アンケート調査票は、JEDIC 会員団体にとって有益な価値のある調査を目指すことから、ビジネスインフラ推進会議の下に設置した普及部会で昨年度の調査票をもとに検討を行い、若干数の設問の削減、入れ替え等を行ったものとした。

また今年度は新たにビジネスインフラとしての業界標準 EDI を意識した設問として、健全性、業索性、国際性に関する設問を 6 問設けて実態を把握することとした。

## (2) JEDIC 会員団体への調査協力依頼（2010 年 11 月中旬～2011 年 1 月中旬）

JEDIC 会員団体 62 団体に対し、今回の調査方法について個別に電話でご説明のうえ調査への協力依頼を行い、最終的に前回調査より 1 団体多い 41 団体から協力を得られた。

また、調査協力の意思を示していただいた団体に対し、アンケート調査票の配付・回収方法について、(1)で提示したいずれの方法を採用するか、および調査時期の調整を行ったうえで実査を行った。

## (3) アンケート調査票の発送及び回収（2011 年 1 月上旬～2011 年 2 月下旬）

調査への協力依頼を受託していただいた団体に対し、または送付先情報としていただいた各団体の会員企業に対し、順次調査票を発送し、回答を回収した。

### 1.4 調査票の概要

アンケート調査票は、以下のような内容により構成されている。

なお参考までに、参考資料に調査票（紙で配付したもの）を添付している。

- ・ 回答企業のプロフィール  
回答企業の資本金、売上高
- ・ EDI の業務面に関する質問  
EDI の導入状況および活用の実態、その効果等について
- ・ EDI の技術面に関する質問  
現在 EDI で利用している外部サービス、EDI の技術的内容（Web-EDI 等）
- ・ ビジネスインフラとしての業界標準 EDI に関する質問  
健全性、業際性、国際性に関する EDI の実態

また、アンケート調査票は回答のしやすさを考慮し、全て選択式とし、かつ今回の調査では回答企業の企業名や部門名などの情報は回答者からいただかないものとした。

なお、アンケート調査票は原則として全団体共通の内容としているが、一部の会員団体による設問の追加等のカスタマイズも可能としている。

### 1.5 アンケートの回収状況

アンケート調査票の発送数、回収数、回収率は以下のとおりとなった。

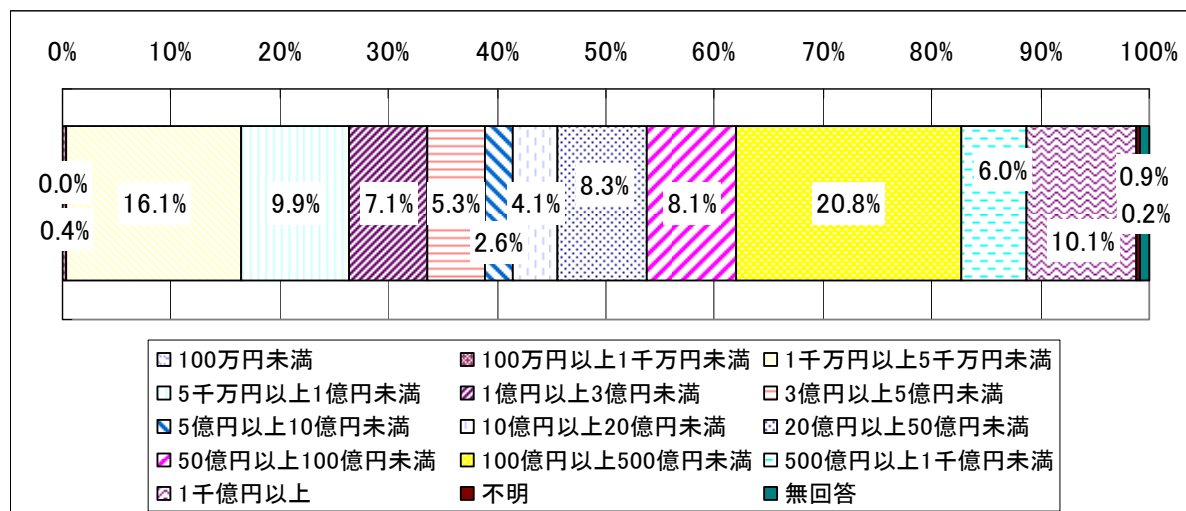
- ・ 発送数       : 2,943 社
- ・ 回収数       : 533 社
- ・ 回収率       : 18.1%

## 2. 調査回答企業プロフィール

### 2.1 回答企業の資本金

問1 貴社のH22年3月末時点の資本金はどれくらいですか。(1つだけ)

資本金	回答数	構成比
100万円未満	0	0.0%
100万円以上1千万円未満	2	0.4%
1千万円以上5千万円未満	86	16.1%
5千万円以上1億円未満	53	9.9%
1億円以上3億円未満	38	7.1%
3億円以上5億円未満	28	5.3%
5億円以上10億円未満	14	2.6%
10億円以上20億円未満	22	4.1%
20億円以上50億円未満	44	8.3%
50億円以上100億円未満	43	8.1%
100億円以上500億円未満	111	20.8%
500億円以上1千億円未満	32	6.0%
1千億円以上	54	10.1%
不明	1	0.2%
無回答	5	0.9%
計	533	100.0%



回答のあった企業は、資本金の規模別に見ると「100億円以上500億円未満」が20.8%で最も多く、さらに資本金規模の大きな層を合計すると36.9%となり、前回調査に比べ約0.3%増加している。

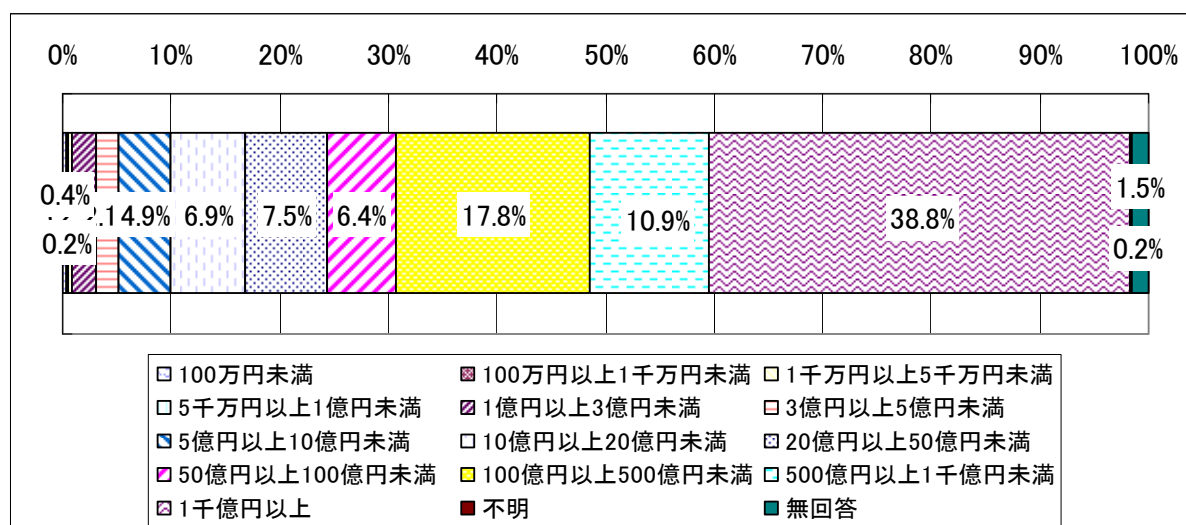
その一方で、1億円未満の企業が26.4%と2.8%減少しており、企業規模の大きな回答企業の割合が前回よりもさらに大きくなっている。



## 2.2 回答企業の売上高

問2 貴社（ご回答部門）のH21年度の売上高はどれくらいですか。（1つだけ）

売上高	回答数	構成比
100万円未満	2	0.4%
100万円以上1千万円未満	1	0.2%
1千万円以上5千万円未満	2	0.4%
5千万円以上1億円未満	0	0.0%
1億円以上3億円未満	11	2.1%
3億円以上5億円未満	11	2.1%
5億円以上10億円未満	26	4.9%
10億円以上20億円未満	37	6.9%
20億円以上50億円未満	40	7.5%
50億円以上100億円未満	34	6.4%
100億円以上500億円未満	95	17.8%
500億円以上1千億円未満	58	10.9%
1千億円以上	207	38.8%
不明	1	0.2%
無回答	8	1.5%
計	533	100.0%



回答のあった企業は、売上高の規模別に見ると10億円以上の層において約88%を占めておりこの傾向は変わっていない。各層別の前年からの変化では「1000億円以上」が合計で約3%増加しているのが目立っている。

ここでも企業規模の大きな回答企業の割合が大きくなっている傾向が見られた。

## 2.3 回答企業の本社所在地

問3 貴社(ご回答部門)の本社の所在地はどこですか。(1つだけ)

なお複数本社がある場合は、代表的な本社の所在地をお答えください。

本社所在地	回答数	構成比
北海道	6	1.1%
青森県	1	0.2%
岩手県	1	0.2%
宮城県	4	0.8%
秋田県	2	0.4%
山形県	3	0.6%
福島県	2	0.4%
茨城県	0	0.0%
栃木県	0	0.0%
群馬県	2	0.4%
埼玉県	11	2.1%
千葉県	2	0.4%
東京都	278	52.2%
神奈川県	18	3.4%
新潟県	4	0.8%
富山県	5	0.9%
石川県	7	1.3%
福井県	0	0.0%
山梨県	0	0.0%
長野県	4	0.8%
岐阜県	6	1.1%
静岡県	11	2.1%
愛知県	26	4.9%
三重県	4	0.8%
滋賀県	2	0.4%
京都府	9	1.7%
大阪府	72	13.5%
兵庫県	9	1.7%
奈良県	0	0.0%
和歌山県	1	0.2%
鳥取県	2	0.4%
島根県	0	0.0%
岡山県	3	0.6%
広島県	8	1.5%
山口県	2	0.4%
徳島県	0	0.0%
香川県	4	0.8%
愛媛県	3	0.6%
高知県	1	0.2%
福岡県	11	2.1%
佐賀県	0	0.0%
長崎県	0	0.0%
熊本県	1	0.2%
大分県	1	0.2%
宮崎県	1	0.2%
鹿児島県	1	0.2%
沖縄県	1	0.2%
不明	0	0.0%
無回答	4	0.8%
計	533	100.0%

今回新たに追加した設問である。

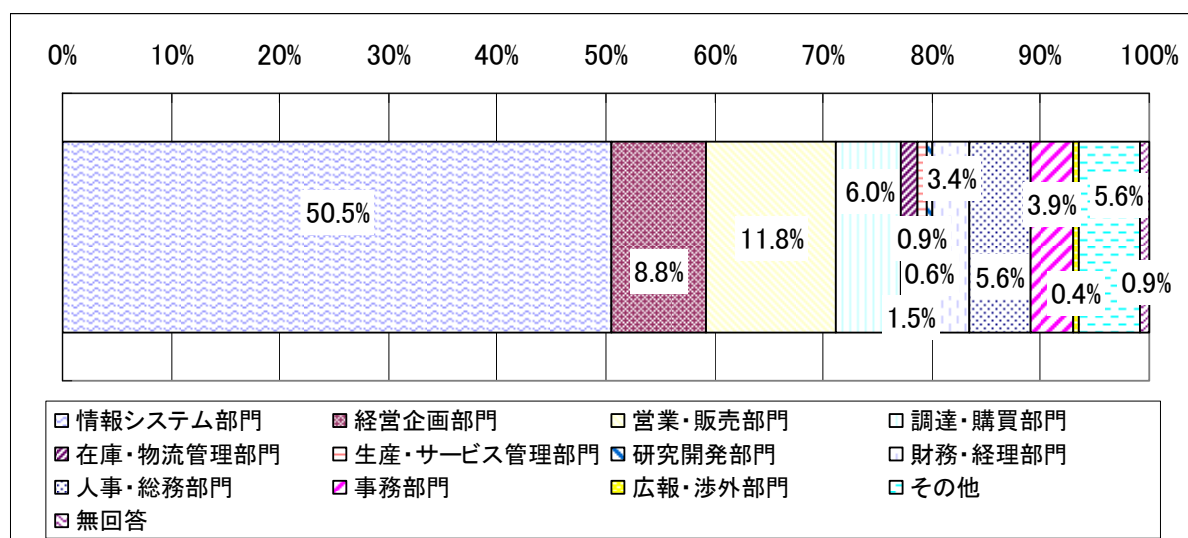
東京都が回答があったうちの過半数を占め、次いで大阪府、愛知県、神奈川県の間となっている。

一方、回答企業の本社所在地がない県も見られるが、広範囲に回答企業が全国各地に分散していることがわかる。

## 2.4 回答部門の所属部署

問4 ご回答部門の所属部署はどの部門に相当しますか。

所属部署	回答数	構成比
情報システム部門	269	50.5%
経営企画部門	47	8.8%
営業・販売部門	63	11.8%
調達・購買部門	32	6.0%
在庫・物流管理部門	8	1.5%
生産・サービス管理部門	5	0.9%
研究開発部門	3	0.6%
財務・経理部門	18	3.4%
人事・総務部門	30	5.6%
事務部門	21	3.9%
広報・渉外部門	2	0.4%
その他	30	5.6%
無回答	5	0.9%
計	533	100.0%



今回新たに追加した設問である。

回答部署としては、情報システム部門が半数を超えており、次いで営業・販売部門、経営企画部門の順になっている。

## 2.5 回答企業の主たる事業

問5 貴社の主たる事業は何ですか。

売りに上げに占める割合が最も高い事業を1つお答えください。

主たる事業	回答数	構成比
食料品・飲料・飼料・たばこ製造業	3	0.6%
繊維工業	8	1.5%
パルプ・紙・紙加工品製造業	26	4.9%
化学工業	10	1.9%
石油・石炭・プラスチック製品製造業	5	0.9%
窯業・土石製品製造業	3	0.6%
鉄鋼業	18	3.4%
非鉄金属・金属製品製造業	21	3.9%
電気機械器具製造業	82	15.4%
電子部品・デバイス・情報通信機械器具製造業	41	7.7%
輸送用機械器具製造業	16	3.0%
はん用・生産用・業務用機械器具製造業	6	1.1%
その他の製造業	23	4.3%
農林漁業・同協同組合・鉱業	0	0.0%
建設業	23	4.3%
電気・ガス・熱供給・水道業	22	4.1%
映像・音声情報制作・放送・通信業	1	0.2%
新聞・出版業	4	0.8%
情報サービス業	13	2.4%
運輸業・郵便業	17	3.2%
卸売業	139	26.1%
小売業	17	3.2%
金融業・保険業	3	0.6%
医療業	1	0.2%
教育・学習支援業	0	0.0%
その他の非製造業	19	3.6%
不明	2	0.4%
無回答	10	1.9%
	533	100.0%

前回調査から選択肢の詳細化を行い、合わせて回答を1つの事業に絞ることとした。

回答企業の主たる事業としては、卸売業が最も多く26.1%と約1/4を占めている。次いで電気機械器具製造業、電子部品・デバイス・情報通信機械器具製造業の順で、この3事業で49.2%とほぼ半数を占めている。となっている。

## 2.6 回答企業の所属団体

問6 貴社（ご回答部門）が所属する業界団体をお教えてください。

複数の団体に所属されている場合は、ご回答部門と関係の深い順に4つまでお答えください。

回答企業が所属する業界団体については、1企業で複数の団体に加入しているところがあり、次表の割合を合計すると100%を超えている。

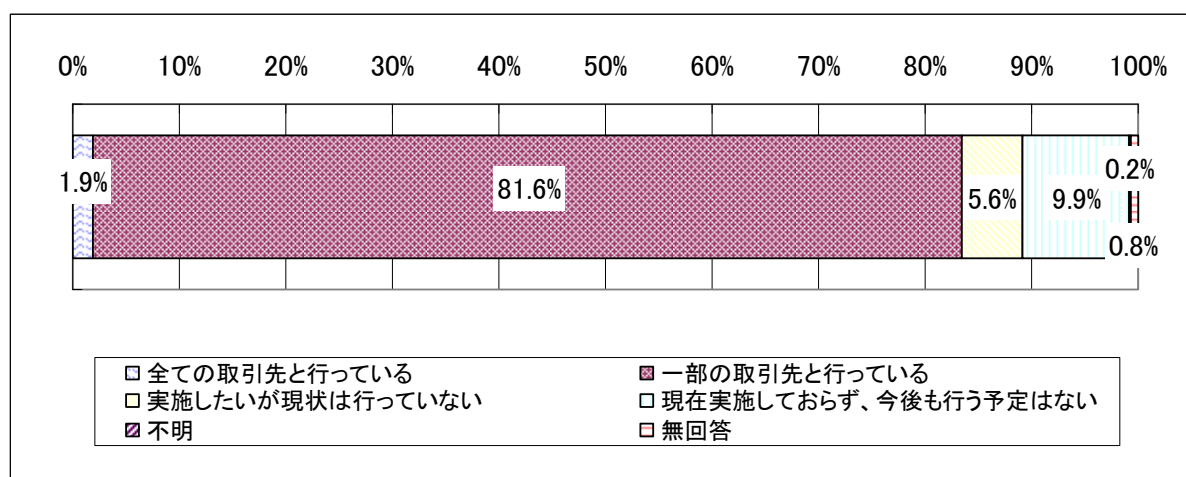
所属業界団体	対社数
アーティクルマネジメント推進協議会	1.1%
特定非営利活動法人ITコーディネータ協会	0.6%
(財)インターネット協会	0.0%
(財)家電製品協会	3.6%
共通XML/EDI実用化推進協議会	0.2%
(財)建設業振興基金	4.3%
(財)国際情報化協力センター	0.2%
(社)コンピュータソフトウェア協会	0.2%
写真業界流通情報システム協議会	0.0%
(社)情報サービス産業協会	0.6%
(財)食品流通構造改善促進機構	0.4%
(財)製造科学技術センター	0.0%
石油化学工業協会	3.0%
(財)石油産業活性化センター	0.0%
石油連盟	0.2%
繊維産業流通構造改革推進協議会	2.6%
全国家電流通協議会	0.0%
全国コイルセンター工業組合	0.6%
(社)全国自動車部品商団体連合会	0.0%
全国鉄鋼販売業連合会	0.0%
全日本電設資材卸業協同組合連合会	0.6%
電気・電子 情報連携推進協議会	0.0%
電気事業連合会	1.9%
(社)電子情報技術産業協会	17.1%
(社)日本アパレル産業協会	1.1%
(社)日本アルミニウム協会	0.8%
(社)日本印刷技術協会	0.9%
日本化学繊維協会	0.4%
(社)日本加工食品卸協会	1.3%
(社)日本ガス協会	2.6%
日本紙商団体連合会	17.4%
(社)日本金属プレス工業協会	0.0%
(社)日本建材・住宅設備産業協会	1.5%
(社)日本航空宇宙工業会	0.2%
(社)日本広告業協会	2.8%
一般社団法人日本自動車工業会	2.8%
(社)日本自動認識システム協会	2.3%
一般社団法人日本出版インフラセンター	0.9%
(社)日本情報システム・ユーザー協会	1.5%
日本スーパーマーケット協会	0.9%
日本製紙連合会	2.1%
日本チェーンストア協会	0.9%
(社)日本鉄鋼連盟	5.4%
(社)日本電気計測器工業会	1.3%
(社)日本電機工業会	11.8%
(社)日本電気制御機器工業会	2.1%
(社)日本電設工業協会	1.5%
(社)日本電線工業会	2.3%
(社)日本塗料工業会	0.0%
(社)日本配電制御システム工業会	4.1%
日本百貨店協会	1.7%
日本フォーム印刷工業連合会	2.1%
(社)日本物流団体連合会	2.6%
(社)日本貿易会	6.2%
(財)日本貿易関係手続簡易化協会	3.2%
日本紡績協会	1.1%
日本優良家具販売協同組合	0.2%
(社)日本ロジスティクスシステム協会	2.3%
(財)流通システム開発センター	1.1%
特定非営利活動法人旅行電子商取引促進機構	0.9%
(財)日本情報処理開発協会	0.4%
(社)日本自動車部品工業会	0.2%
不明	1.7%

### 3. EDI 活用の実態 ～業務面～

#### 3.1 回答企業の EDI 実施状況

問7 貴社（ご回答部門）では国内企業との取引で、EDI を導入していますか。（1つだけ）

EDI導入状況	回答数	構成比
全ての取引先と行っている	10	1.9%
一部の取引先と行っている	435	81.6%
実施したいが現状は行っていない	30	5.6%
現在実施しておらず、今後行う予定はない	53	9.9%
不明	1	0.2%
無回答	4	0.8%
計	533	100.0%



EDI の実施状況については、「一部の取引先と行っている」と回答した企業が 81.6%となり、「全ての取引先と行っている」と合わせると 83.5%と依然 80%を超える実施率となっている。前回調査より回答企業の属性の違いから若干実施率が上昇し、引き続き 80%台の実施率を維持している。

また、この EDI 実施状況について、売上高とのクロス集計を行ったのが次表である。

さらに売上高により、回答企業を 2 つのグループに分け、それぞれの導入状況についてみたものを表とグラフとで提示している。

これらによれば、「全ての取引先と行っている」「一部の取引先と行っている」（これら 2 つを導入済みとする）の分布は、導入済み企業の 10 億円未満が 45.3%、20 億円未満が 50.0%、50 億円未満が 53.1%であり、20 億円を境界とする場合と 50 億円を境界とする場合に比較的近い傾向が現れており、10 億円～20 億円に境界があるとみられる状況になっている。

この境界の傾向は前回 20 億円～50 億円、前々回が 10 億円～20 億円程度となっており、



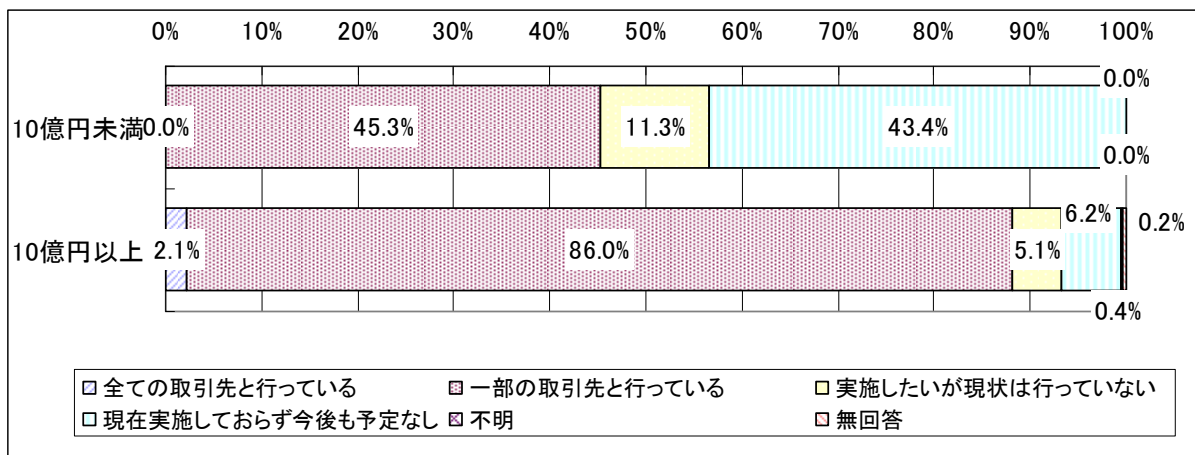
20 億円を挟んでの傾向が続いており、このあたりが導入状況を左右する境界と見る事ができるのではないかと考えられる。

○売上高と EDI 導入状況のクロス集計

売上高	EDI導入状況	全ての取引先と行っている	一部の取引先と行っている	実施したいが現状は行っていない	現在実施しておらず今後も予定なし	不明	無回答
100万円未満		0	2	0	0	0	0
100万円以上1千万円未満		0	1	0	0	0	0
1千万円以上5千万円未満		0	1	0	1	0	0
5千万円以上1億円未満		0	0	0	0	0	0
1億円以上3億円未満		0	5	0	6	0	0
3億円以上5億円未満		0	3	1	7	0	0
5億円以上10億円未満		0	12	5	9	0	0
10億円以上20億円未満		1	20	9	7	0	0
20億円以上50億円未満		1	23	7	9	0	0
50億円以上100億円未満		1	26	1	6	0	0
100億円以上500億円未満		0	88	4	2	1	0
500億円以上1千億円未満		1	54	1	2	0	0
1千億円以上		6	194	2	3	0	2
不明		0	1	0	0	0	0
無回答		0	5	0	1	0	2
計		10	435	30	53	1	4

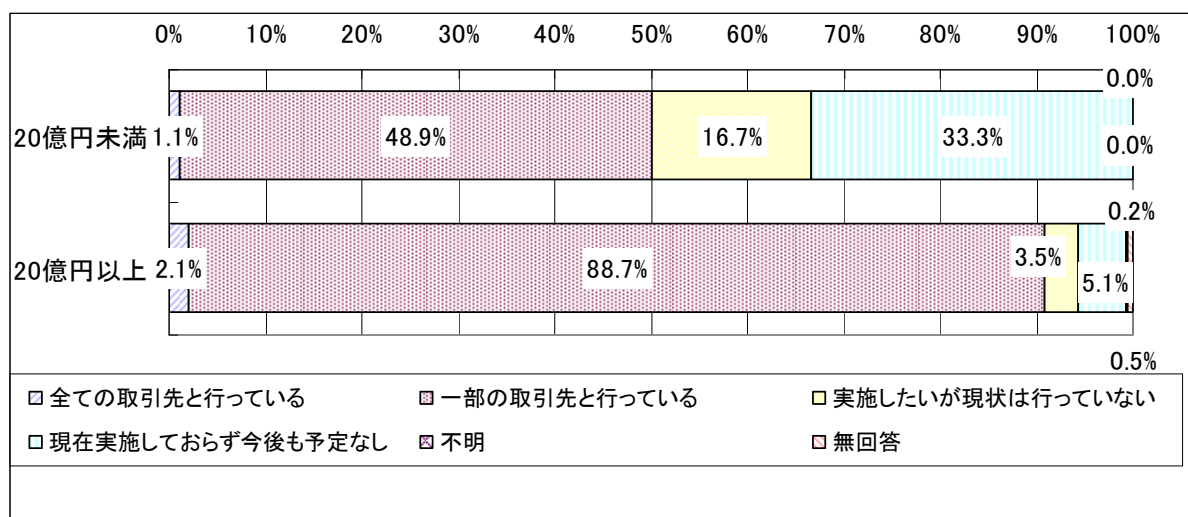
○売上高（10 億円を境界）と EDI 導入状況のクロス集計

売上高	EDI導入状況	全ての取引先と行っている	一部の取引先と行っている	実施したいが現状は行っていない	現在実施しておらず今後も予定なし	不明	無回答
10億円未満		0	24	6	23	0	0
10億円以上		10	405	24	29	1	2
不明		0	1	0	0	0	0
無回答		0	5	0	1	0	2
計		10	435	30	53	1	4



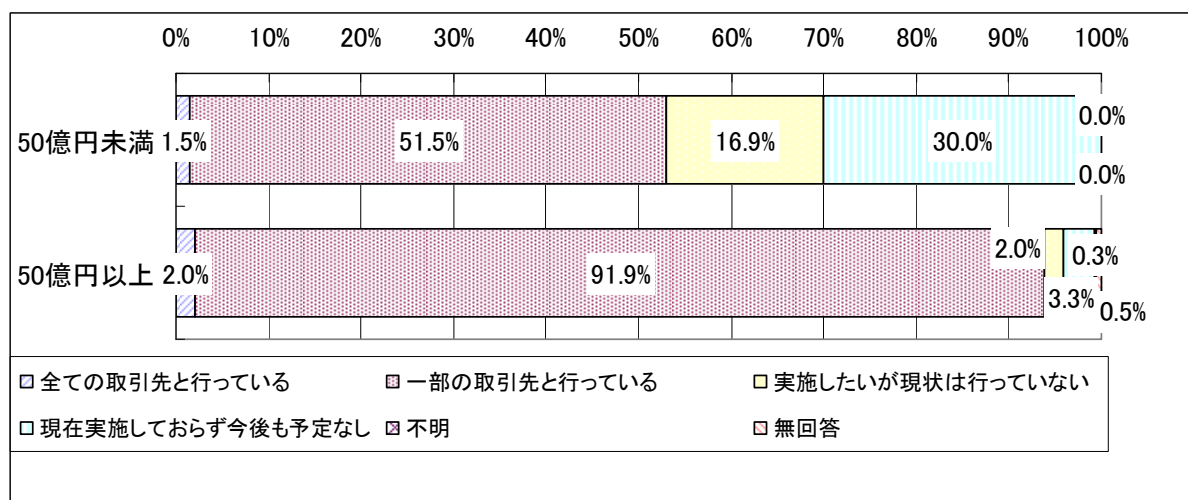
○売上高（20億円を境界）と EDI 導入状況のクロス集計

売上高	EDI導入状況	全ての取引先と行っている	一部の取引先と行っている	実施したいが現状は行っていない	現在実施しておらず今後も予定なし	不明	無回答
20億円未満		1	44	15	30	0	0
20億円以上		9	385	15	22	1	2
不明		0	1	0	0	0	0
無回答		0	5	0	1	0	2
計		10	435	30	53	1	4



○売上高（50億円を境界）と EDI 導入状況のクロス集計

売上高	EDI導入状況	全ての取引先と行っている	一部の取引先と行っている	実施したいが現状は行っていない	現在実施しておらず今後も予定なし	不明	無回答
50億円未満		2	67	22	39	0	0
50億円以上		8	362	8	13	1	2
不明		0	1	0	0	0	0
無回答		0	5	0	1	0	2
計		10	435	30	53	1	4



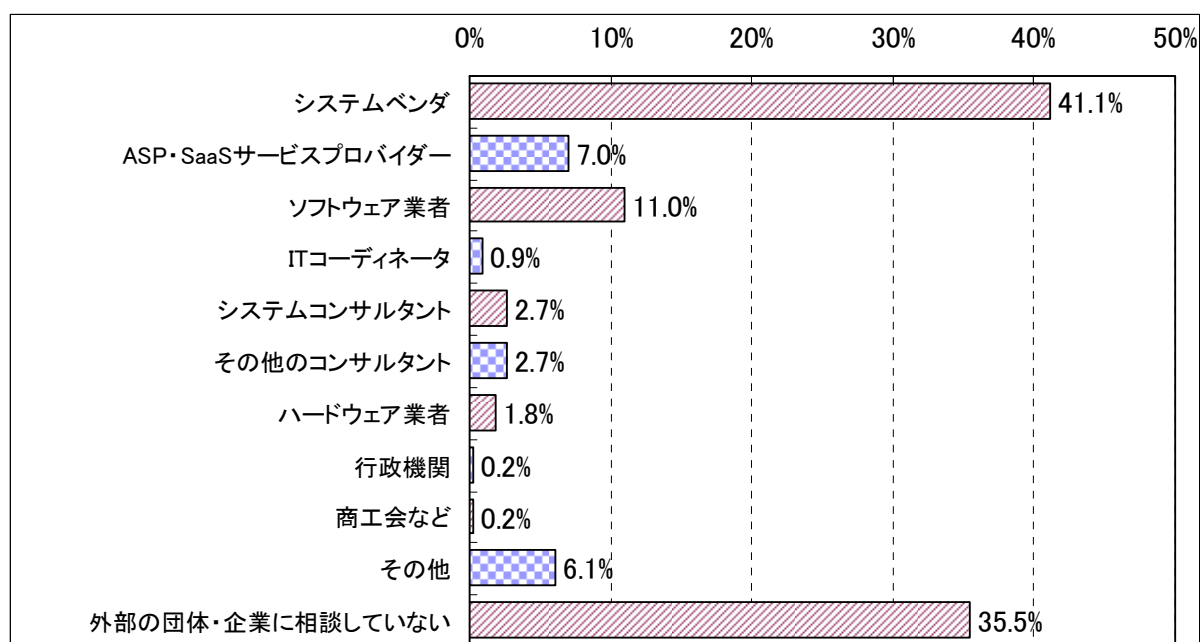
### 3.2 回答企業の EDI を導入における相談の有無および相談先

問 8 問 7 で「全ての取引先と行っている。」「一部の取引先と行っている。」とお答えの方に伺います。

EDI を導入されたとき、外部の団体・企業に有償でご相談されましたか。もしご相談された場合、どなたにご相談されましたか。3 つまでお答えください。

相談の有無および相談先	回答数	構成比	対社数
システムベンダ	183	37.7%	41.1%
ASP・SaaSサービスプロバイダー	31	6.4%	7.0%
ソフトウェア業者	49	10.1%	11.0%
ITコーディネータ	4	0.8%	0.9%
システムコンサルタント	12	2.5%	2.7%
その他のコンサルタント	12	2.5%	2.7%
ハードウェア業者	8	1.6%	1.8%
行政機関	1	0.2%	0.2%
商工会など	1	0.2%	0.2%
その他	27	5.6%	6.1%
外部の団体・企業に相談していない	158	32.5%	35.5%
計	486	100.0%	-

(回答：445 社)



今回新たに追加した設問である。

有償という条件があることが影響したか、約 1/3 が「相談していない」であったが、それを除いて最も多かったのは「システムベンダ」41.1%で、次いで「ソフトウェア業者」であり、この 2 つで約半数を占めている。

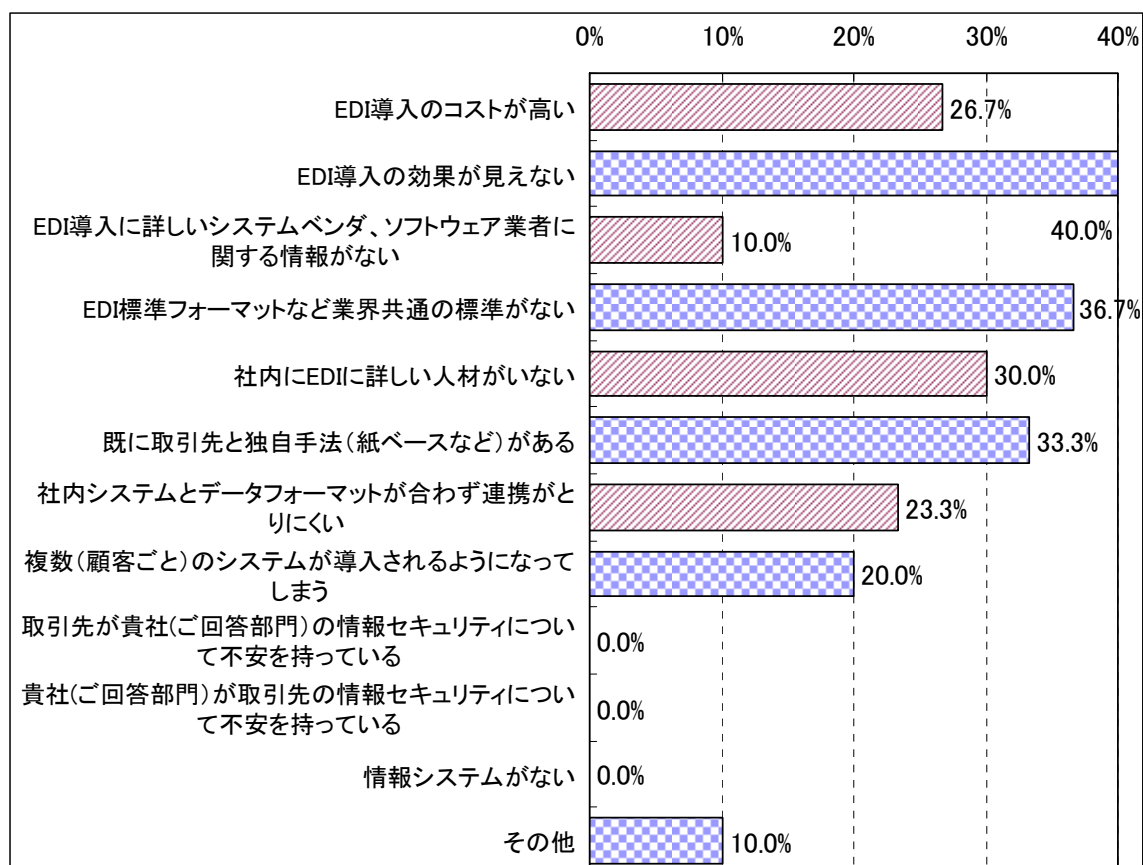
### 3.3 回答企業の EDI を導入していない理由

問9 問7で「実施したいが現状は行っていない。」とお答えの方に伺います。

EDI を導入していない理由は何ですか。3 つまでお答えください。

導入していない理由	回答数	構成比	対社数
EDI導入のコストが高い	8	11.6%	26.7%
EDI導入の効果が見えない	12	17.4%	40.0%
EDI導入に詳しいシステムベンダ、ソフトウェア業者に関する情報がない	3	4.3%	10.0%
EDI標準フォーマットなど業界共通の標準がない	11	15.9%	36.7%
社内にEDIに詳しい人材がない	9	13.0%	30.0%
既取引先と独自手法(紙ベースなど)がある	10	14.5%	33.3%
社内システムとデータフォーマットが合わず連携がとりにくい	7	10.1%	23.3%
複数(顧客ごと)のシステムが導入されるようになってしまう	6	8.7%	20.0%
取引先が貴社(ご回答部門)の情報セキュリティについて不安を持っている	0	0.0%	0.0%
貴社(ご回答部門)が取引先の情報セキュリティについて不安を持っている	0	0.0%	0.0%
情報システムがない	0	0.0%	0.0%
その他	3	4.3%	10.0%
計	69	100.0%	-

(回答：30社)



EDIを導入していない理由としては、「EDI導入の効果が見えない」が40.0%で、次いで「EDI標準フォーマットなど業界共通の標準がない」、「既取引先と独自手法（紙ベース）がある」が続いている。

2つ目、3つ目については、いずれもEDIによる標準化が十分には浸透していない状況を示しているといえる。これらの解決の1つの方策として、JIPDECがJEDICと連携して取り組んでいる、ビジネスインフラとしての業界標準EDIの普及推進を進めていくことの重要性を示唆しているものと思われる。

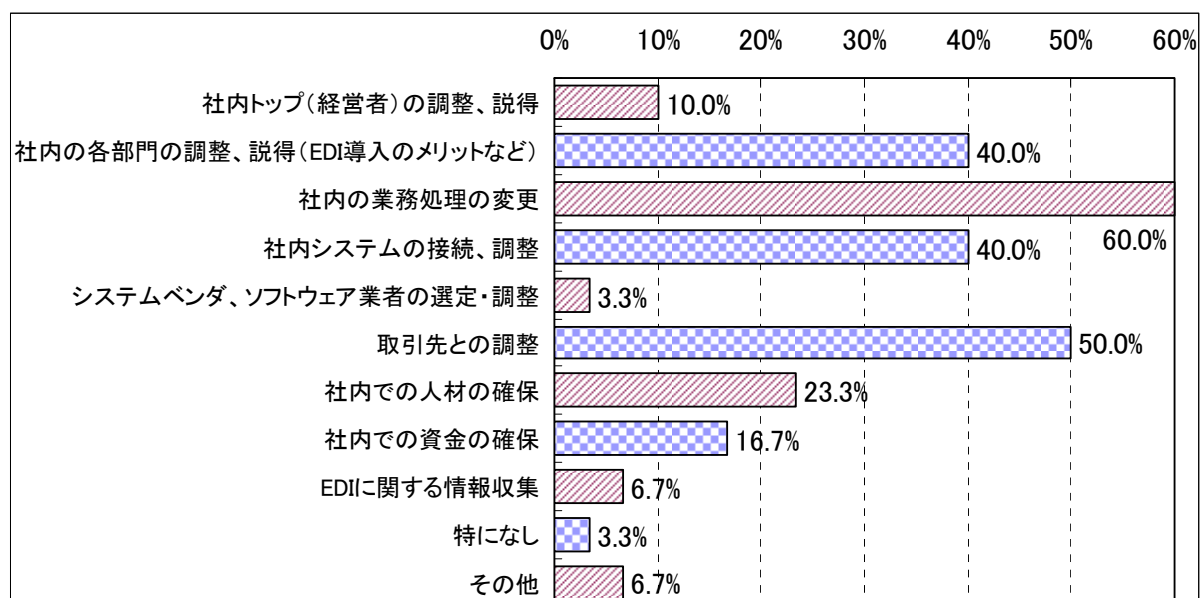
### 3.4 回答企業の EDI を始める際の障害

問10 問7で「実施したいが現状では行っていない」とお答えの方に伺います。

EDIをこれから始める際に障害となると思われる点について、3つまでお答え下さい。

開始にあたっての障害と思われる点	回答数	構成比	対社数
社内トップ(経営者)の調整、説得	3	3.8%	10.0%
社内の各部門の調整、説得(EDI導入のメリットなど)	12	15.4%	40.0%
社内の業務処理の変更	18	23.1%	60.0%
社内システムの接続、調整	12	15.4%	40.0%
システムベンダ、ソフトウェア業者の選定・調整	1	1.3%	3.3%
取引先との調整	15	19.2%	50.0%
社内での人材の確保	7	9.0%	23.3%
社内での資金の確保	5	6.4%	16.7%
EDIに関する情報収集	2	2.6%	6.7%
特になし	1	1.3%	3.3%
その他	2	2.6%	6.7%
計	78	100.0%	-

(回答：30社)



障害となる点では「社内業務の変更」が60.0%で最も多く、次いで「取引先との調整」が50.0%を占める結果となっている。

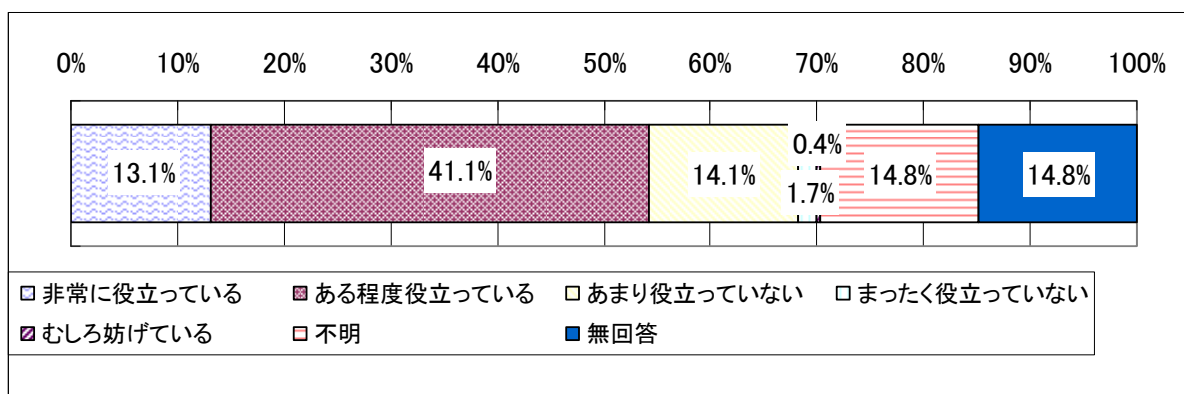
その後続く選択肢のうち、「社内の各部門の調整、説得」については、前回14.3%と低率であったが、今回大きく増加しているのが目立っている。導入メリット、導入効果といった点について、社内での調整に苦労しているところが回答として表れているといえる。

### 3.5 回答企業の EDI の導入効果

問 1 1 EDI の導入は IT 経営や業務改革、売り上げの拡大等に役立っていますか。

(1) IT 経営

EDI導入効果(IT経営)	回答数	構成比
非常に役立っている	70	13.1%
ある程度役立っている	219	41.1%
あまり役立っていない	75	14.1%
まったく役立っていない	9	1.7%
むしろ妨げている	2	0.4%
不明	79	14.8%
無回答	79	14.8%
計	533	100.0%



今回 EDI の導入効果については、「IT 経営」「業務改革」「売り上げの拡大」の 3 つにわけた設問とした。それぞれについて以降で分析した結果を提示する。

「IT 経営」に関する導入効果については、「ある程度役立っている」が 41.1%で、「非常に役立っている」と合わせると、何らかの効果を感じている企業が 54.2%となっており、半数超の回答企業で IT 経営に対する効果を実感している。

またこの EDI 導入効果について、売上高とのクロス集計を行ったのが次表である。

さらに売上高により、回答企業を 2 つのグループに分け、それぞれの導入効果についてみたものを表とグラフとで提示している。

なおこの分析では、特に売上規模の小さい企業についての分析の際、「無回答」の割合が大きく出てしまうことから、その分を除いた分析とした。

これらによれば、「非常に役立っている」「ある程度役立っている」の分布は、20 億円未満が 46.3%、50 億円未満が 53.1%、100 億円未満が 52.4%であり、50 億円を境界とする場合と 100 億円を境界とする場合において比較的近い傾向が見られる。このため、企業規

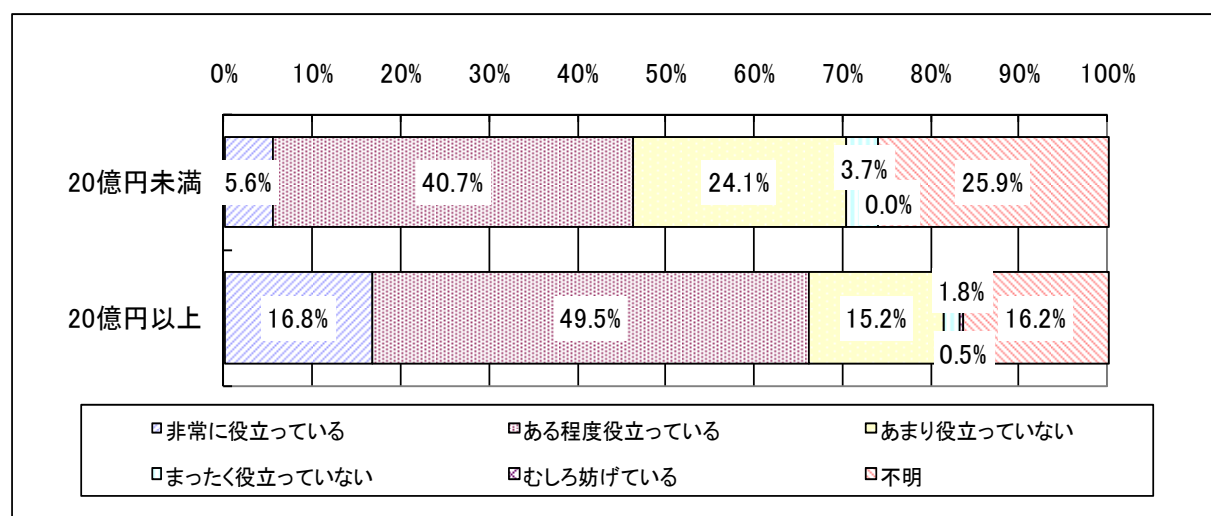
模による傾向の違いの境界は売上高 20 億円～50 億円程度にあるものと見られる。

○売上高と EDI 導入効果（IT 経営）のクロス集計

EDI導入状況	非常に役立っている	ある程度役立っている	あまり役立っていない	まったく役立っていない	むしろ妨げている	不明	無回答
売上高							
100万円未満	0	2	0	0	0	0	0
100万円以上1千万円未満	0	1	0	0	0	0	0
1千万円以上5千万円未満	0	0	0	0	0	1	1
5千万円以上1億円未満	0	0	0	0	0	0	0
1億円以上3億円未満	1	1	1	0	0	3	5
3億円以上5億円未満	0	1	2	0	0	3	5
5億円以上10億円未満	1	7	2	2	0	3	11
10億円以上20億円未満	1	10	8	0	0	4	14
20億円以上50億円未満	2	15	3	1	0	4	15
50億円以上100億円未満	4	9	4	1	2	6	8
100億円以上500億円未満	7	41	22	2	0	17	6
500億円以上1千億円未満	13	29	9	1	0	4	2
1千億円以上	40	101	22	2	0	33	9
不明	0	0	1	0	0	0	0
無回答	1	2	1	0	0	1	3
計	70	219	75	9	2	79	79

○売上高（20 億円を境界）と EDI 導入効果のクロス集計

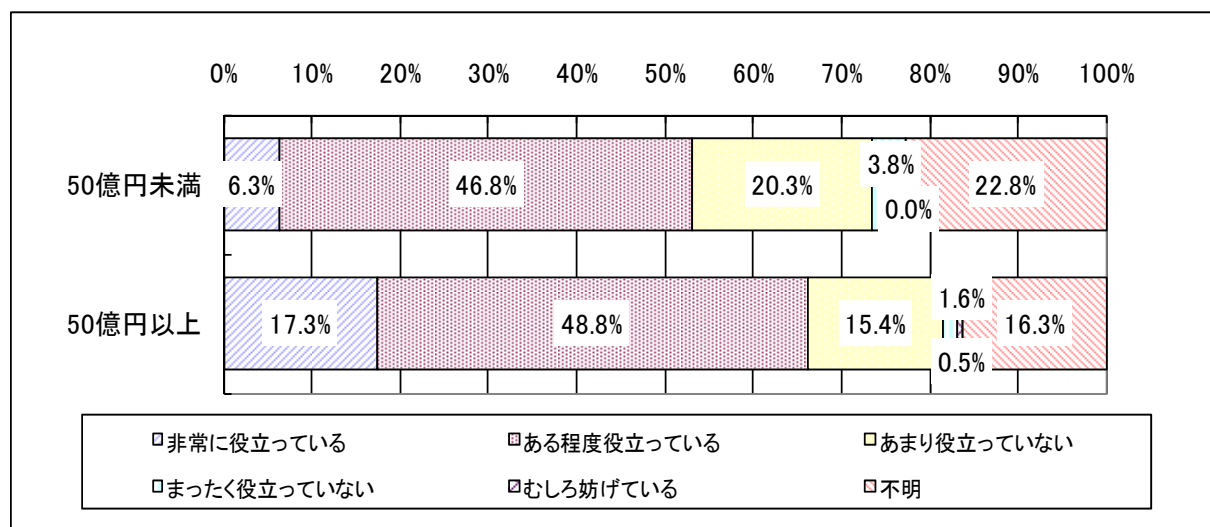
EDI導入状況	非常に役立っている	ある程度役立っている	あまり役立っていない	まったく役立っていない	むしろ妨げている	不明	無回答
売上高							
20億円未満	3	22	13	2	0	14	36
20億円以上	66	195	60	7	2	64	40
不明	0	0	1	0	0	0	0
無回答	1	2	1	0	0	1	3
計	70	219	75	9	2	79	79





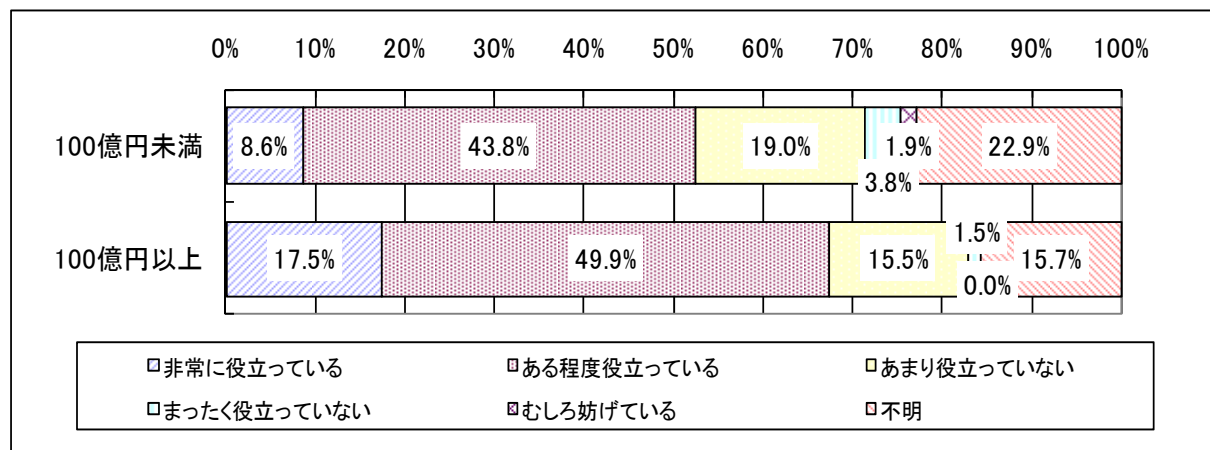
○売上高（50億円を境界）と EDI 導入効果のクロス集計

売上高	非常に役立っている	ある程度役立っている	あまり役立っていない	まったく役立っていない	むしろ妨げている	不明	無回答
50億円未満	5	37	16	3	0	18	51
50億円以上	64	180	57	6	2	60	25
不明	0	0	1	0	0	0	0
無回答	1	2	1	0	0	1	3
計	70	219	75	9	2	79	79



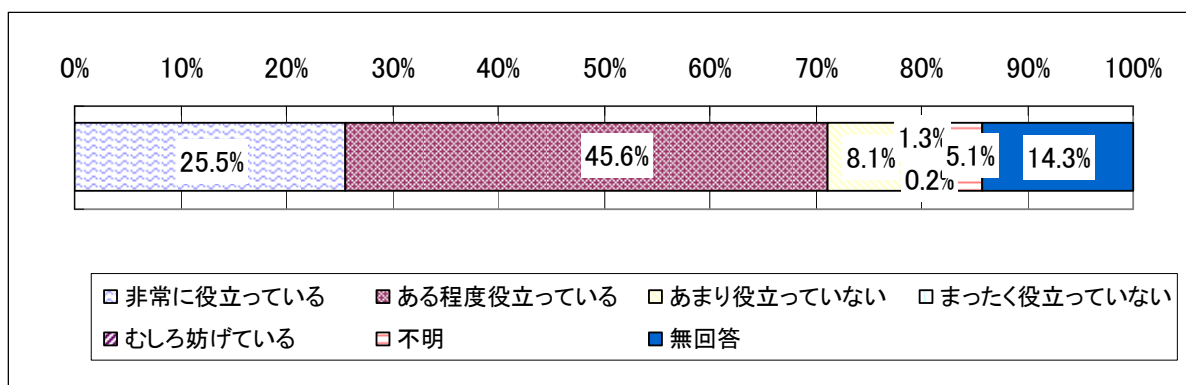
○売上高（100億円を境界）と EDI 導入状況のクロス集計

売上高	非常に役立っている	ある程度役立っている	あまり役立っていない	まったく役立っていない	むしろ妨げている	不明	無回答
100億円未満	9	46	20	4	2	24	59
100億円以上	60	171	53	5	0	54	17
不明	0	0	1	0	0	0	0
無回答	1	2	1	0	0	1	3
計	70	219	75	9	2	79	79



(2) 業務改革

EDI導入効果(業務改革)	回答数	構成比
非常に役立っている	136	25.5%
ある程度役立っている	243	45.6%
あまり役立っていない	43	8.1%
まったく役立っていない	7	1.3%
むしろ妨げている	1	0.2%
不明	27	5.1%
無回答	76	14.3%
計	533	100.0%



「業務改革」に関する導入効果については、「ある程度役立っている」が45.6%で、「非常に役立っている」と合わせると、何らかの効果を感じている企業が71.1%となっている。

またこの EDI 導入効果について、売上高とのクロス集計を行っている。こちらも「IT 経営」同様、特に売上規模の小さい企業についての分析の際、「無回答」の割合が大きくなってしまったことから、その分を除いた分析とした。

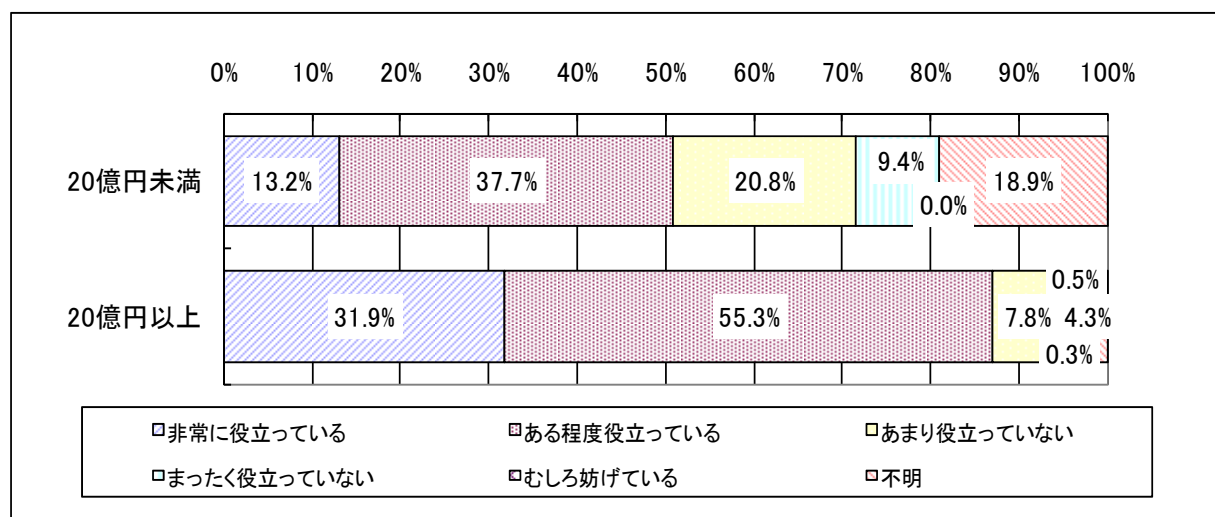
これらによれば、「非常に役立っている」「ある程度役立っている」の分布は、20 億円未満が 50.9%、50 億円未満が 60.8%、100 億円未満が 63.8%となっており、50 億円を境界とする場合と 100 億円を境界とする場合では、比較的近い傾向が見られる。このため、企業規模による傾向の違いの境界は売上高 20 億円～50 億円程度にあるものと見られる。

○売上高と EDI 導入効果（業務改革）のクロス集計

EDI導入状況	非常に役立っている	ある程度役立っている	あまり役立っていない	まったく役立っていない	むしろ妨げている	不明	無回答
売上高							
100万円未満	0	2	0	0	0	0	0
100万円以上1千万円未満	0	0	1	0	0	0	0
1千万円以上5千万円未満	0	0	0	0	0	1	1
5千万円以上1億円未満	0	0	0	0	0	0	0
1億円以上3億円未満	1	3	0	1	0	1	5
3億円以上5億円未満	0	2	1	0	0	2	6
5億円以上10億円未満	3	5	2	2	0	3	11
10億円以上20億円未満	3	8	7	2	0	3	14
20億円以上50億円未満	2	19	3	0	0	2	14
50億円以上100億円未満	6	13	3	1	1	2	8
100億円以上500億円未満	23	50	12	0	0	5	5
500億円以上1千億円未満	20	29	3	0	0	3	3
1千億円以上	76	109	10	1	0	5	6
不明	0	1	0	0	0	0	0
無回答	2	2	1	0	0	0	3
計	136	243	43	7	1	27	76

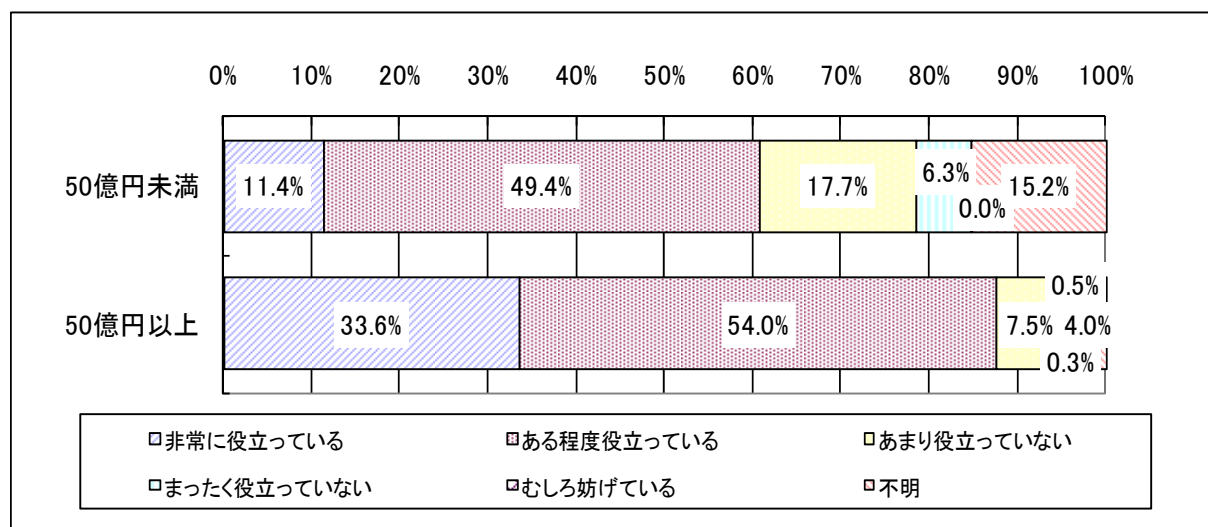
○売上高（20億円を境界）と EDI 導入効果のクロス集計

EDI導入状況	非常に役立っている	ある程度役立っている	あまり役立っていない	まったく役立っていない	むしろ妨げている	不明	無回答
売上高							
20億円未満	7	20	11	5	0	10	37
20億円以上	127	220	31	2	1	17	36
不明	0	1	0	0	0	0	0
無回答	2	2	1	0	0	0	3
計	136	243	43	7	1	27	76



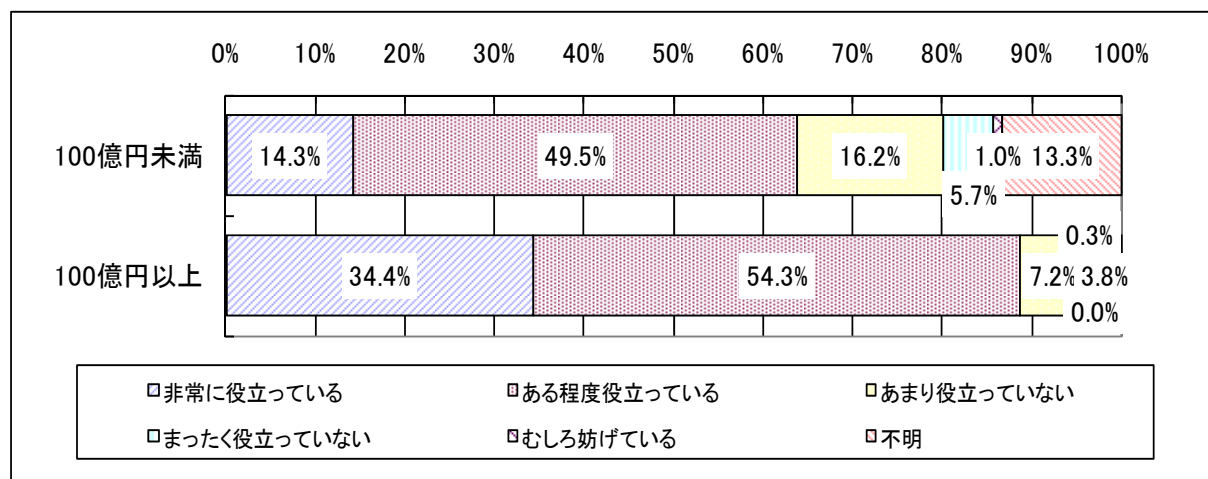
○売上高（50億円を境界）と EDI 導入効果のクロス集計

売上高	非常に役立っている	ある程度役立っている	あまり役立っていない	まったく役立っていない	むしろ妨げている	不明	無回答
50億円未満	9	39	14	5	0	12	51
50億円以上	125	201	28	2	1	15	22
不明	0	1	0	0	0	0	0
無回答	2	2	1	0	0	0	3
計	136	243	43	7	1	27	76



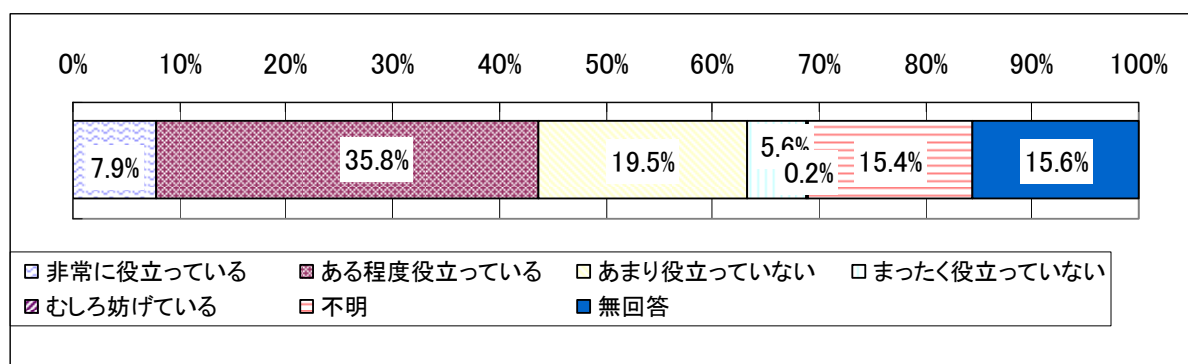
○売上高（100億円を境界）と EDI 導入状況のクロス集計

売上高	非常に役立っている	ある程度役立っている	あまり役立っていない	まったく役立っていない	むしろ妨げている	不明	無回答
100億円未満	15	52	17	6	1	14	59
100億円以上	119	188	25	1	0	13	14
不明	0	1	0	0	0	0	0
無回答	2	2	1	0	0	0	3
計	136	243	43	7	1	27	76



(3) 売り上げの拡大

EDI導入効果(売り上げの拡大)	回答数	構成比
非常に役立っている	42	7.9%
ある程度役立っている	191	35.8%
あまり役立っていない	104	19.5%
まったく役立っていない	30	5.6%
むしろ妨げている	1	0.2%
不明	82	15.4%
無回答	83	15.6%
計	533	100.0%



「売り上げの拡大」に関する導入効果については、「ある程度役立っている」が 35.8%で、「非常に役立っている」と合わせると、何らかの効果を感じている企業が 43.7%となっている。

一方で売り上げの拡大には役立たないという回答が 25.1%あり、IT 経営や業務改革に比べてこの部分での導入効果を大きく望むことは難しいとの結果となっている。

またこの EDI 導入効果についても、売上高とのクロス集計を行っている。こちらも「IT 経営」同様、特に売上規模の小さい企業についての分析の際、「無回答」の割合が大きくなってしまふことから、その分を除いた分析とした。

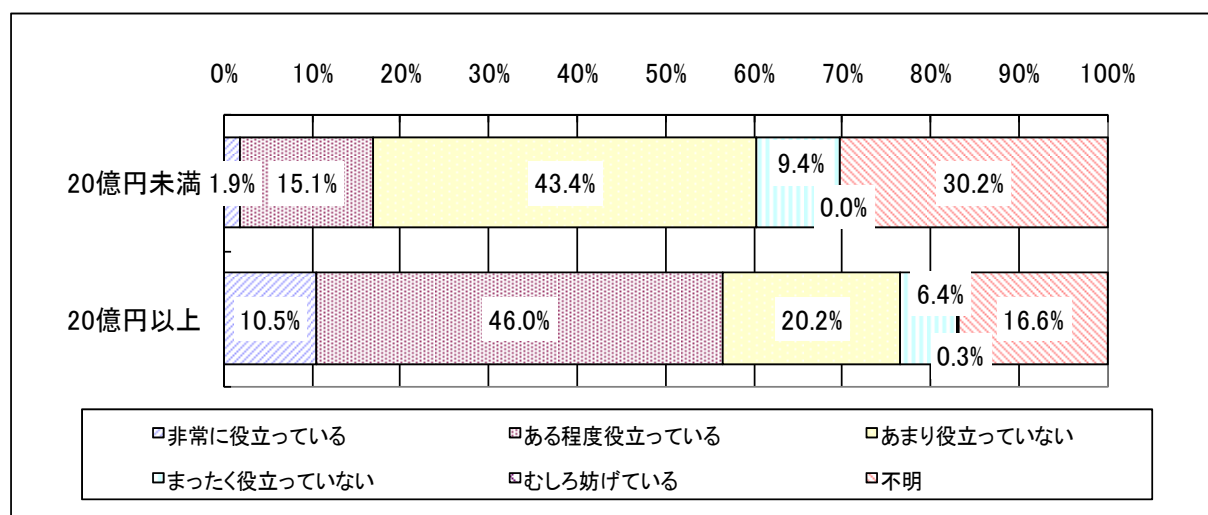
これらによれば、「非常に役立っている」「ある程度役立っている」の分布は、20 億円未満が 17.0%、50 億円未満が 23.1%、100 億円未満が 29.1%となっており、50 億円を境界とする場合と 100 億円を境界とする場合において比較的近い傾向が見られる。このため、企業規模による傾向の違いの境界は売上高 20 億円～50 億円程度にあるものと見られる。

○売上高と EDI 導入効果（売り上げの拡大）のクロス集計

EDI導入状況	非常に役立っている	ある程度役立っている	あまり役立っていない	まったく役立っていない	むしろ妨げている	不明	無回答
売上高							
100万円未満	0	0	1	0	0	1	0
100万円以上1千万円未満	0	0	1	0	0	0	0
1千万円以上5千万円未満	0	0	0	0	0	1	1
5千万円以上1億円未満	0	0	0	0	0	0	0
1億円以上3億円未満	0	1	2	0	0	3	5
3億円以上5億円未満	0	0	3	0	0	2	6
5億円以上10億円未満	0	4	6	1	0	4	11
10億円以上20億円未満	1	3	10	4	0	5	14
20億円以上50億円未満	0	9	5	6	0	5	15
50億円以上100億円未満	2	10	3	5	1	4	9
100億円以上500億円未満	5	41	24	4	0	15	6
500億円以上1千億円未満	6	26	14	2	0	7	3
1千億円以上	28	94	33	8	0	34	10
不明	0	1	0	0	0	0	0
無回答	0	2	2	0	0	1	3
計	42	191	104	30	1	82	83

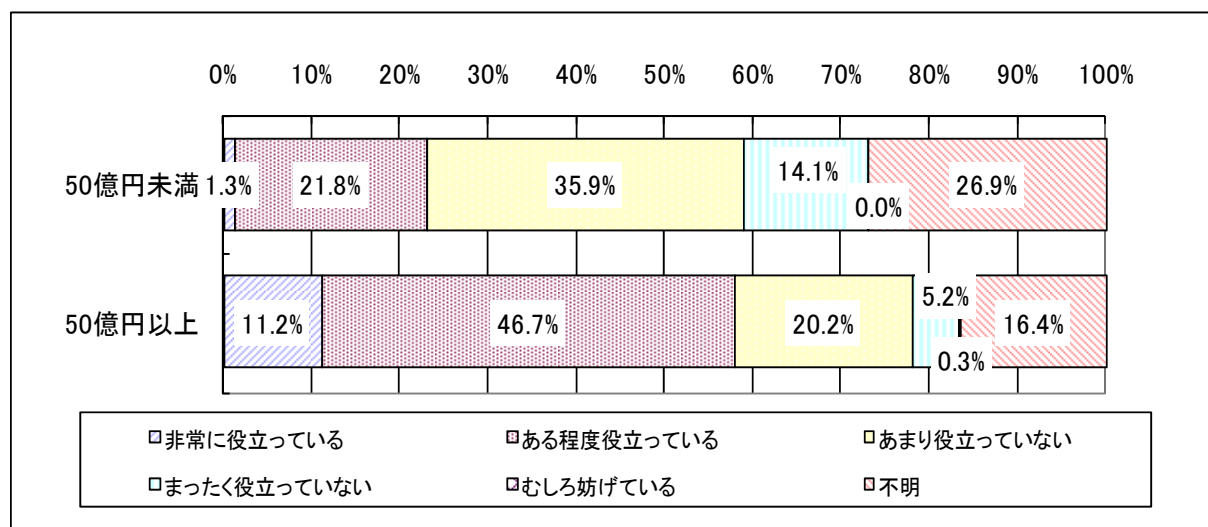
○売上高（20億円を境界）と EDI 導入効果のクロス集計

EDI導入状況	非常に役立っている	ある程度役立っている	あまり役立っていない	まったく役立っていない	むしろ妨げている	不明	無回答
売上高							
20億円未満	1	8	23	5	0	16	37
20億円以上	41	180	79	25	1	65	43
不明	0	1	0	0	0	0	0
無回答	0	2	2	0	0	1	3
計	42	191	104	30	1	82	83



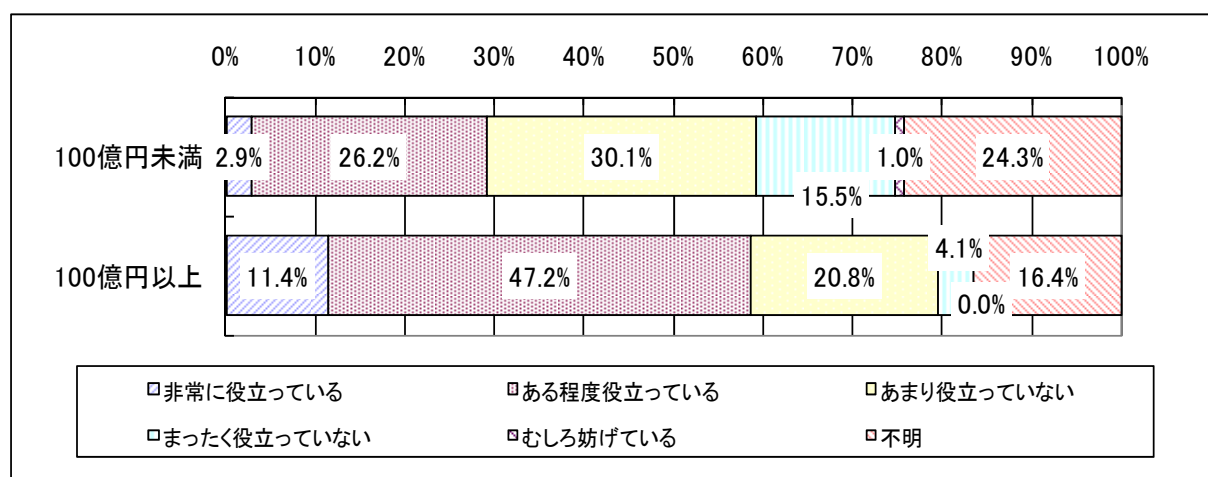
○売上高（50億円を境界）と EDI 導入効果のクロス集計

売上高	非常に役立っている	ある程度役立っている	あまり役立っていない	まったく役立っていない	むしろ妨げている	不明	無回答
50億円未満	1	17	28	11	0	21	52
50億円以上	41	171	74	19	1	60	28
不明	0	1	0	0	0	0	0
無回答	0	2	2	0	0	1	3
計	42	191	104	30	1	82	83



○売上高（100億円を境界）と EDI 導入状況のクロス集計

売上高	非常に役立っている	ある程度役立っている	あまり役立っていない	まったく役立っていない	むしろ妨げている	不明	無回答
100億円未満	3	27	31	16	1	25	61
100億円以上	39	161	71	14	0	56	19
不明	0	1	0	0	0	0	0
無回答	0	2	2	0	0	1	3
計	42	191	104	30	1	82	83

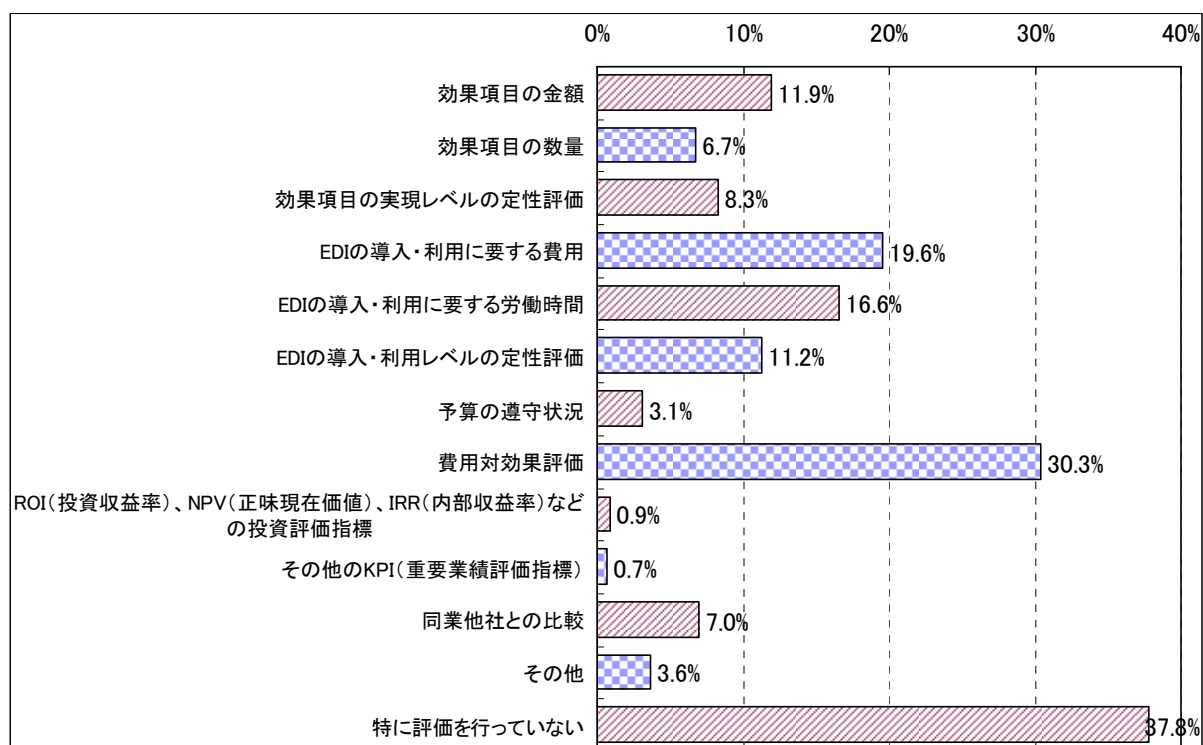


### 3.6 回答企業の EDI の導入・利用の効果についての評価およびその指標

問 1 2 貴社（ご回答部門）では EDI の導入・利用の効果について評価されていますか。  
評価されている場合、どのような指標を用いていますか。5 つまでお答えください。

EDIの導入・利用の効果についての評価およびその指標	回答数	構成比	対社数
効果項目の金額	53	7.5%	11.9%
効果項目の数量	30	4.3%	6.7%
効果項目の実現レベルの定性評価	37	5.3%	8.3%
EDIの導入・利用に要する費用	87	12.4%	19.6%
EDIの導入・利用に要する労働時間	74	10.5%	16.6%
EDIの導入・利用レベルの定性評価	50	7.1%	11.2%
予算の遵守状況	14	2.0%	3.1%
費用対効果評価	135	19.2%	30.3%
ROI(投資収益率)、NPV(正味現在価値)、IRR(内部収益率)などの投資評価指標	4	0.6%	0.9%
その他のKPI(重要業績評価指標)	3	0.4%	0.7%
同業他社との比較	31	4.4%	7.0%
その他	16	2.3%	3.6%
特に評価を行っていない	168	23.9%	37.8%
計	702	100.0%	—

(回答 445 社)



今回新たに追加した設問である。

EDI の導入にあたっては、最初のハードルの 1 つとして社内での調整、説得が挙げられている (3.4 参照)。導入にあたりどの程度効果が見込めるかについて評価することもある



ば、導入をした後に利用状況やその効果について評価することもある。

その意味で、導入利用としての効果にどのような評価がなされているかを見てみたのが今回の設問である。

最も多いのが「費用対効果評価」で 30.3%と約 1/3 を占めている。次いで「導入・利用に関する費用」 19.6%、「導入・利用に関する労働時間」 16.6%と続いている。

一方、「特に評価を行っていない」が 37.8%もあった。

導入段階においては、社内調整、説得が必要とされているが、導入後はその評価についてあまり行われていない企業もそれなりに多くあるのではないかと思われる。

この導入、利用の評価について、売上高規模とのクロス分析を行ったのが次表である。これを見ると、2つの傾向が見て取れる。

① 100 億円を境に、評価対象とする項目に変化が見られる。

具体的には、100 億円未満では「導入・利用に関する労働時間」が多くを占めるのに対し、100 億円以上では「費用対効果評価」が多く挙げられている。

② 50 億円を境に、評価を行うかどうかの割合が変化している。

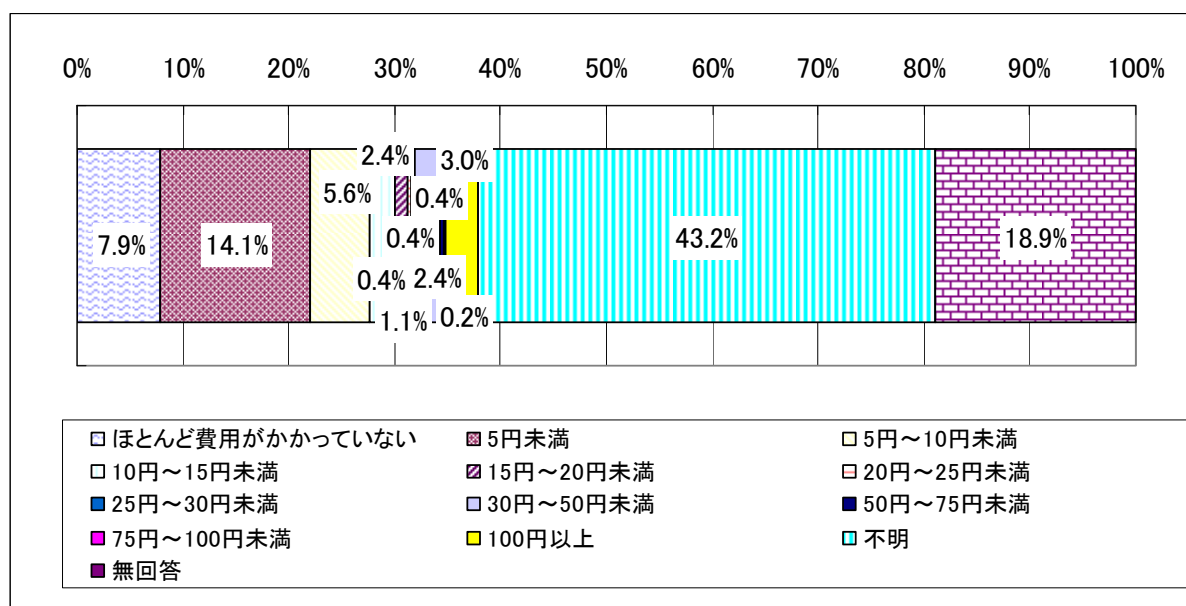
50 億円未満では、「特に評価を行っていない」が回答企業の半数近くを占めるのに対し、50 億円以上になるとその割合は徐々に減少していく傾向にある。

ED)導入効果の 評価・指標	100万円未満 満	100万円以上 1千万円未満 未満	1千万円以上 5千万円未満 未満	5千万円以上 1億円未満 未満	1億円以上 3億円未満 5億円未満	3億円以上 5億円未満	5億円以上 10億円未満	10億円以上 20億円未満 未満	20億円以上 50億円未満 未満	50億円以上 100億円未満 未満	100億円以上 500億円未満 未満	500億円以上 1千億円未満 未満	1千億円以上	不明	無回答	合計
効果項目の金額	1	0	0	0	2	0	0	2	5	7	8	29	0	0	0	54
効果項目の数量	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	2	20	0	0	0	30
効果項目の実現レベル の定性評価	1	0	0	0	0	0	0	0	1	5	5	24	1	0	0	37
EDIの導入・利用に要 する費用	0	0	0	1	0	2	2	5	15	12	51	0	0	0	0	88
EDIの導入・利用に要 する労働時間	0	0	0	0	0	0	4	2	7	9	11	12	31	1	0	78
EDIの導入・利用レベル の定性評価	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3	5	41	0	0	51
予算の遵守状況	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	11	0	0	0	14
費用対効果評価	1	1	0	0	1	2	2	4	4	23	21	78	1	0	0	138
ROI(投資収益率)、 NPV(正味現在価値)、 IRR(内部収益率)など の投資評価指標	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	4
その他のKPI(重要業 績評価指標)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	3
同業他社との比較	0	0	0	0	0	0	0	1	1	5	2	23	1	0	0	33
その他	0	0	0	0	0	1	1	0	1	5	2	7	0	0	0	17
特に評価を行っていない	1	0	1	0	3	6	12	18	14	14	39	20	53	0	0	187
計	4	1	1	0	8	7	19	25	30	42	122	90	375	4	6	734
(参考:売上高別社数)	2	1	2	0	11	11	26	37	40	34	95	58	207	1	8	533

### 3.7 回答企業の EDI のランニングコスト

問 1 3 貴社（ご回答部門）では EDI のランニングコストとして、トランザクション 1 件当たりどれだけかかっていますか。

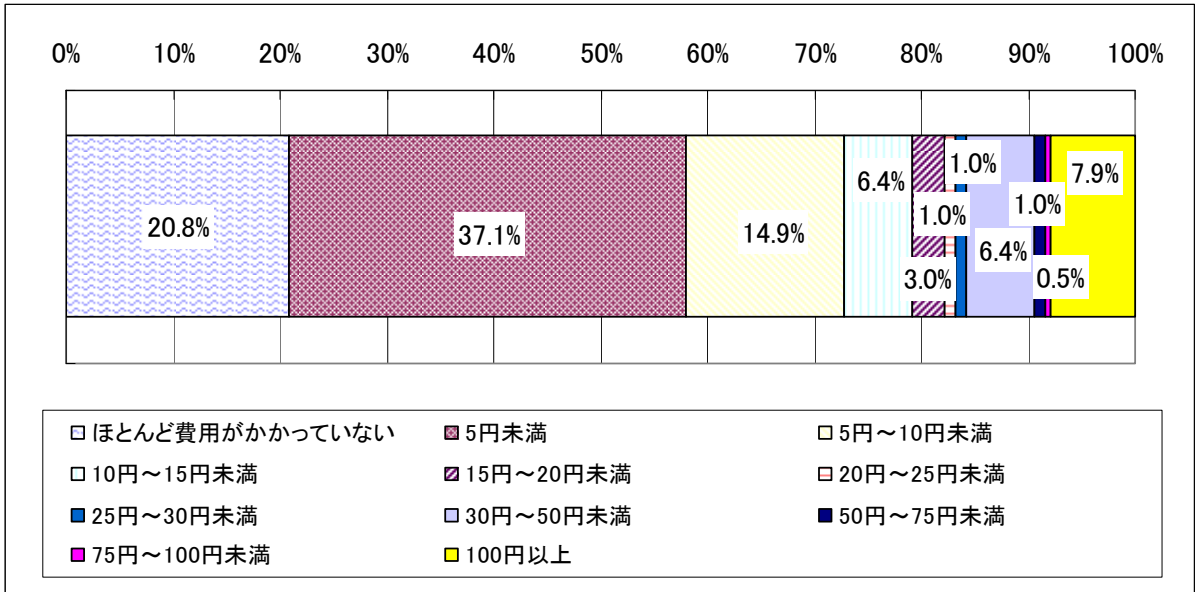
EDIのランニングコスト	回答数	構成比
ほとんど費用がかかっていない	42	7.9%
5円未満	75	14.1%
5円～10円未満	30	5.6%
10円～15円未満	13	2.4%
15円～20円未満	6	1.1%
20円～25円未満	2	0.4%
25円～30円未満	2	0.4%
30円～50円未満	13	2.4%
50円～75円未満	2	0.4%
75円～100円未満	1	0.2%
100円以上	16	3.0%
不明	230	43.2%
無回答	101	18.9%
計	533	100.0%



今回新たに追加した設問である。

最も多いのは「不明」で 43.2%を占めている。上記 3.6 で「特に評価していない」との回答が多かったが、それと関連しているのか、ランニングコストについて十分把握していない企業も多いように思われる。

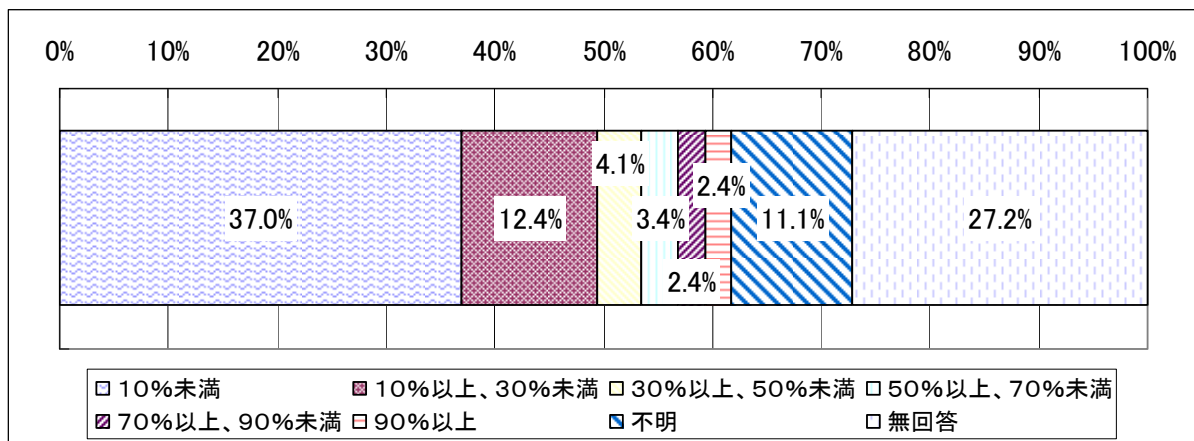
なお具体的な金額まで回答があった企業（100 円以上まで）に絞って構成比を見てみると、5 円未満の企業が 57.9%と半数超となっている。



### 3.8 回答企業の受注者の立場における取引先社数の EDI 取引割合

問 1 4 貴社（ご回答部門）が受注者の立場で EDI を実施している場合、取引先社数の何%と EDI 取引を実施していますか。（1つだけ）

受注者におけるEDI取引先社数比率	回答数	構成比
10%未満	197	37.0%
10%以上、30%未満	66	12.4%
30%以上、50%未満	22	4.1%
50%以上、70%未満	18	3.4%
70%以上、90%未満	13	2.4%
90%以上	13	2.4%
不明	59	11.1%
無回答	145	27.2%
計	533	100.0%



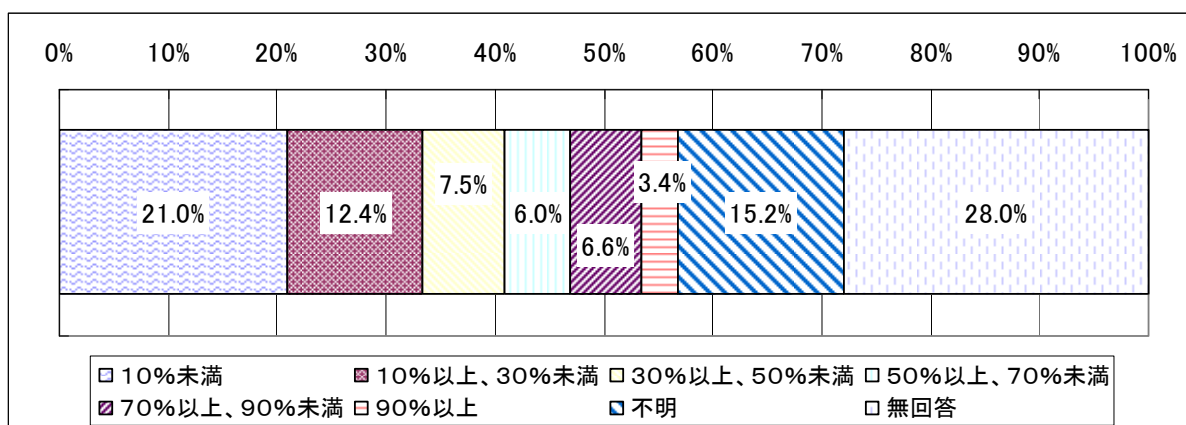
「10%未満」が最も多くなっている。

前回に比べ「30%以上 50%未満」が約 3%少なくなり、その分不明が増えているが、その他は前回とほぼ同様の割合となっている。

### 3.9 回答企業の受注者の立場における受注件数の EDI 取引割合

問 1 5 貴社（ご回答部門）が受注者の立場で EDI を実施している場合、受注件数の何%が EDI で取引されていますか。（1 つだけ）

受注者におけるEDI取引金額比率	回答数	構成比
10%未満	112	21.0%
10%以上、30%未満	66	12.4%
30%以上、50%未満	40	7.5%
50%以上、70%未満	32	6.0%
70%以上、90%未満	35	6.6%
90%以上	18	3.4%
不明	81	15.2%
無回答	149	28.0%
計	533	100.0%

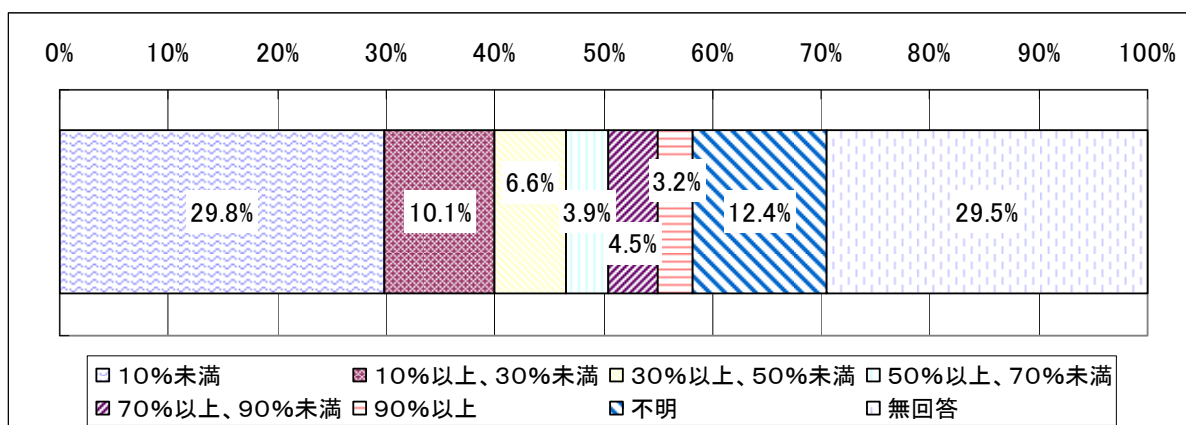


取引社数の比率同様、数字としての比率が出ている中では「10%未満」が最も多く、次いで「10%以上 30%未満」となっている。前回より不明が約 5%増加している。

### 3. 10 回答企業の発注者の立場における取引先社数の EDI 取引割合

問 1 6 貴社（ご回答部門）が発注者の立場で EDI を実施している場合、取引先社数の何%と EDI 取引を実施していますか。（1 つだけ）

発注者におけるEDI取引先社数比率	回答数	構成比
10%未満	159	29.8%
10%以上、30%未満	54	10.1%
30%以上、50%未満	35	6.6%
50%以上、70%未満	21	3.9%
70%以上、90%未満	24	4.5%
90%以上	17	3.2%
不明	66	12.4%
無回答	157	29.5%
計	533	100.0%

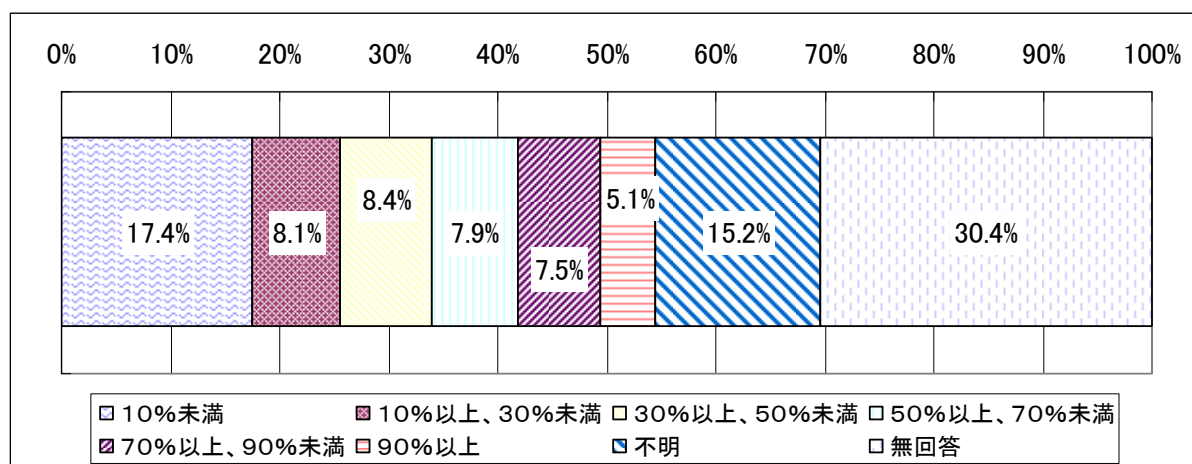


受注者の立場の場合と同様の傾向が出ており、数字としての比率が出ている中では「10%未満」が最も多く、次いで「10%以上 30%未満」となっている。「70%以上 90%未満」に関しては約 3%減少しており、その分不明が増加している。

### 3.11 回答企業の発注者の立場における発注件数の EDI 取引割合

問 17 貴社（ご回答部門）が発注者の立場で EDI を実施している場合、発注件数の何%が EDI で取引されていますか。（1つだけ）

発注者におけるEDI取引金額比率	回答数	構成比
10%未満	93	17.4%
10%以上、30%未満	43	8.1%
30%以上、50%未満	45	8.4%
50%以上、70%未満	42	7.9%
70%以上、90%未満	40	7.5%
90%以上	27	5.1%
不明	81	15.2%
無回答	162	30.4%
計	533	100.0%



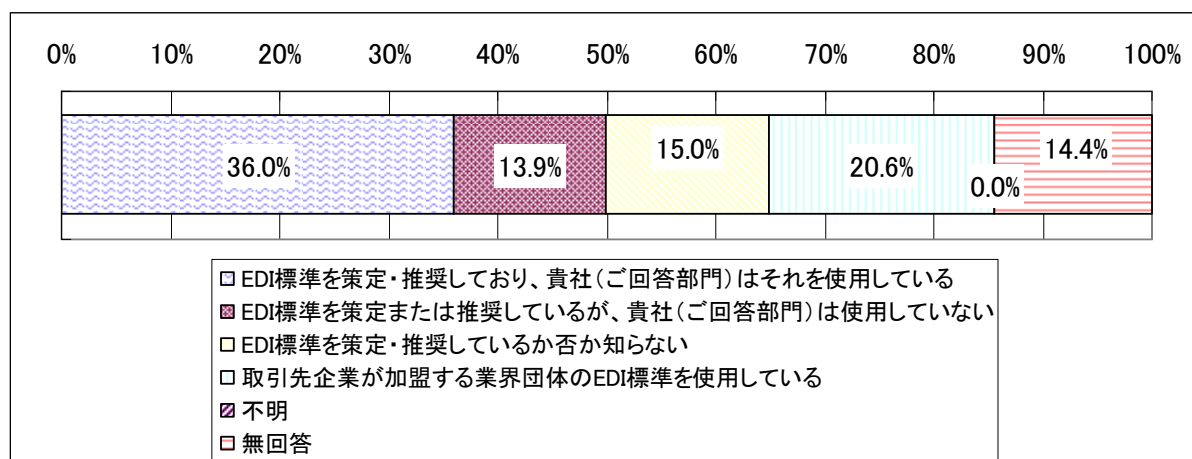
発注者の場合の取引先社数の EDI 割合と同様、数字としての比率が出ている中では「10%未満」が最も多いが、前回より約 3%減少している。次いで多いのが「30%以上 50%未満」であるが、これは前回より約 3%増加している。問 14～16 と同様不明の割合が増加（約 4%）している。



### 3. 12 回答企業が所属する業界の EDI 標準

問 1 8 貴社（ご回答部門）が所属する業界の EDI 標準についてお答えください。

所属業界のEDI標準	回答数	構成比
EDI標準を策定・推奨しており、貴社(ご回答部門)はそれを使用している	192	36.0%
EDI標準を策定または推奨しているが、貴社(ご回答部門)は使用していない	74	13.9%
EDI標準を策定・推奨しているか否か知らない	80	15.0%
取引先企業が加盟する業界団体のEDI標準を使用して	110	20.6%
不明	0	0.0%
無回答	77	14.4%
計	533	100.0%



最も多いのは「EDI 標準を策定・推奨しており、貴社はそれを使用している」であるが、前回に比べ約 3%減少している。

一方、「取引先企業が加盟する業界団体の EDI 標準を使用している」が約 5 %増加しているのが目立っている。

### 3. 13 回答企業が利用している業界標準 EDI

問 1 7 貴社（ご回答部門）では、主にどの業界標準 EDI を利用されていますか。  
8 つまでお答えください。

利用している業界標準EDI	対社数	構成比	対社数
CII標準	71	11.5%	17.4%
UN/EDIFACT標準	35	5.6%	8.6%
ANSI.X12標準	11	1.8%	2.7%
ebXML標準	6	1.0%	1.5%
UBL	0	0.0%	0.0%
ECALGA標準	4	0.6%	1.0%
ECALS標準	6	1.0%	1.5%
EIAJ標準	113	18.2%	27.7%
RosettaNet	16	2.6%	3.9%
Chem eStandard	7	1.1%	1.7%
JPCA-BP	17	2.7%	4.2%
CI-NET標準	20	3.2%	4.9%
鉄鋼EDI標準	26	4.2%	6.4%
電気事業連合会の定める各種EDI標準	21	3.4%	5.1%
DIY標準	1	0.2%	0.2%
日本ガス協会の定めるEDI標準	3	0.5%	0.7%
JAIC標準	3	0.5%	0.7%
新聞広告EDI	5	0.8%	1.2%
広告取引EDI標準	4	0.6%	1.0%
JTRN	11	1.8%	2.7%
物流XML/EDI標準	5	0.8%	1.2%
JAMA-JAPIA-EDI標準	12	1.9%	2.9%
CPSD標準	3	0.5%	0.7%
HWSW標準	0	0.0%	0.0%
JEDICOS	9	1.5%	2.2%
流通BMS標準	17	2.7%	4.2%
SJAC-EDI標準	5	0.8%	1.2%
EANCOM	0	0.0%	0.0%
旅行EDI	0	0.0%	0.0%
Travel-XML	1	0.2%	0.2%
その他の業界標準EDI	105	16.9%	25.7%
不明	83	13.4%	20.3%
計	620	100.0%	—

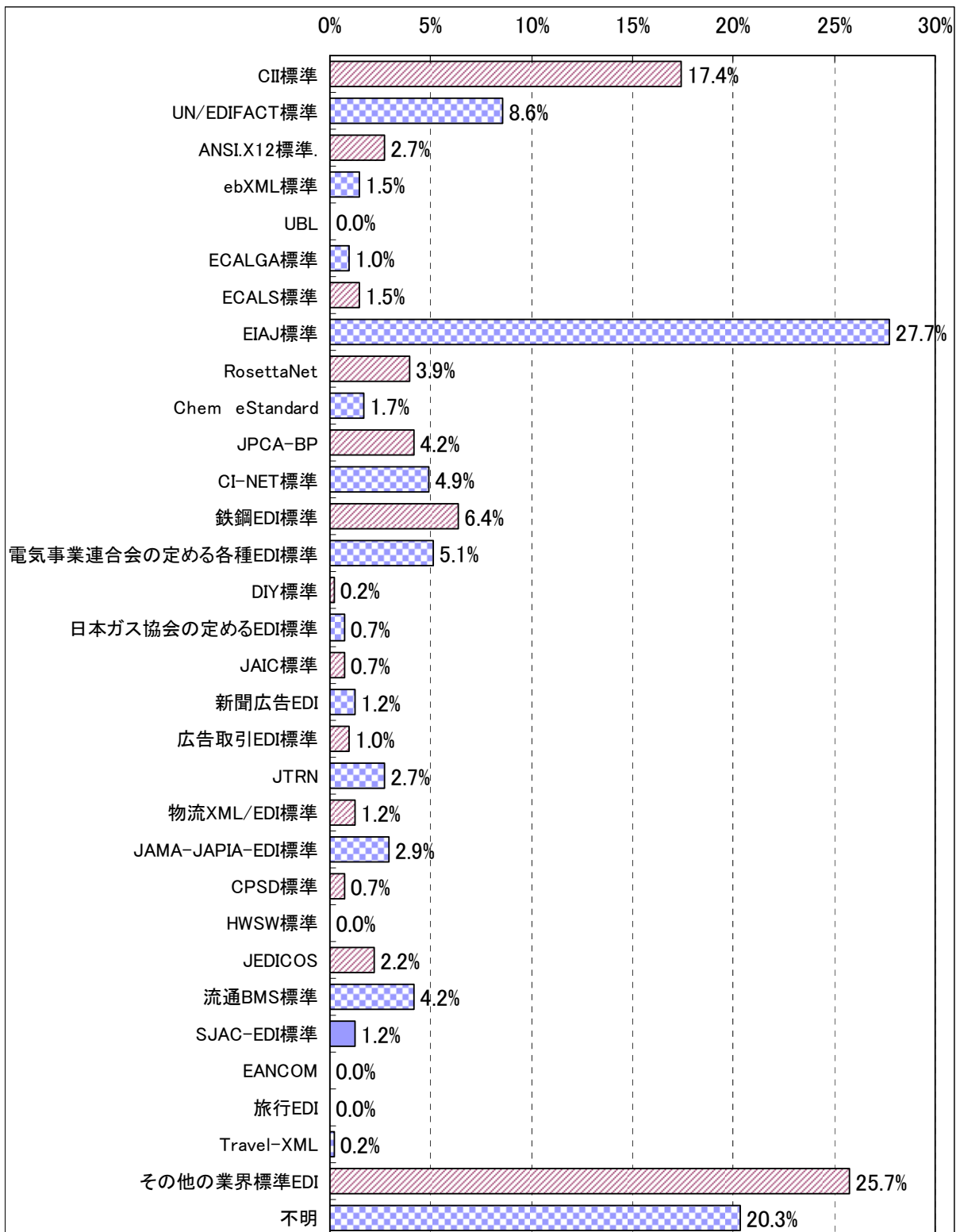
(回答 408 社)

今回新たに追加した設問である。

EIAJ 標準が 27.7%と最も多くなっている。

その後 CII、UN/EDIFACT が続いているが、これはいずれかの業界標準で使われているものと考えられる。

多くの業界からの回答を得ている結果として、多くの業界別標準が使われている結果が表れたといえる。



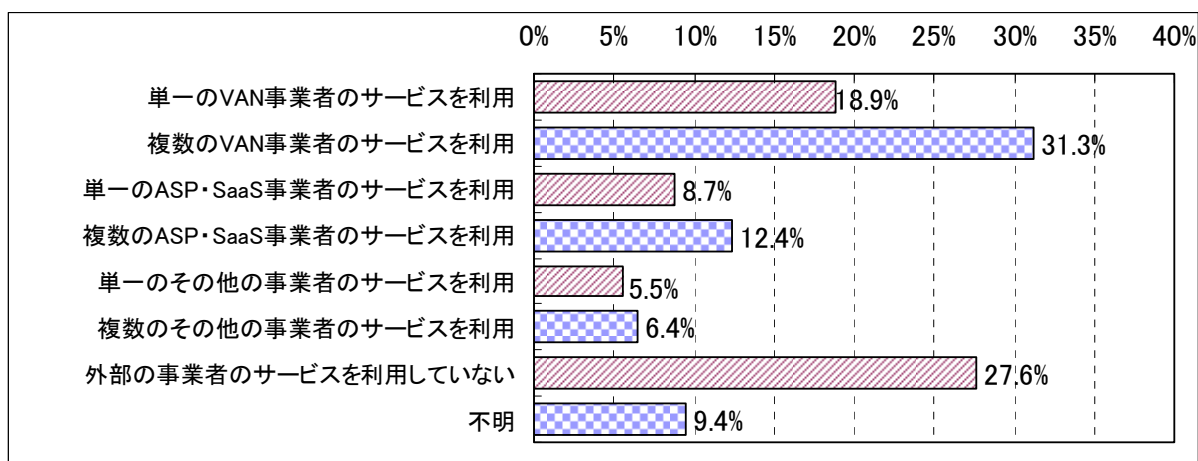
## 4. EDI 活用の実態 ～技術面～

### 4.1 回答企業が EDI で使用している外部サービス

問1 現在 EDI を実施するとき、外部の VAN 事業者や ASP・SaaS 事業者などのサービスをもし利用されている場合、複数の事業者を利用されていますか。  
 主要なものを 8 つまでお答えください。

EDIで使用している外部サービス	回答数	構成比	対社数
単一のVAN事業者のサービスを利用	82	15.7%	18.9%
複数のVAN事業者のサービスを利用	136	26.0%	31.3%
単一のASP・SaaS事業者のサービスを利用	38	7.3%	8.7%
複数のASP・SaaS事業者のサービスを利用	54	10.3%	12.4%
単一のその他の事業者のサービスを利用	24	4.6%	5.5%
複数のその他の事業者のサービスを利用	28	5.4%	6.4%
外部の事業者のサービスを利用していない	120	22.9%	27.6%
不明	41	7.8%	9.4%
計	523	100.0%	-

(回答 435 社)



今回新たに追加した設問である。

最も多いのは「複数の VAN 事業者のサービスを利用」で 31.3%と約 1/3 を占めている。「VAN 事業者」「ASP・SaaS 事業者」「その他事業者」のいずれについても、「複数」サービスの利用が「単一」サービスよりも多くなっている。

一方、「外部の事業者サービスを利用していない」は 27.6%と 1/4 を超えている。

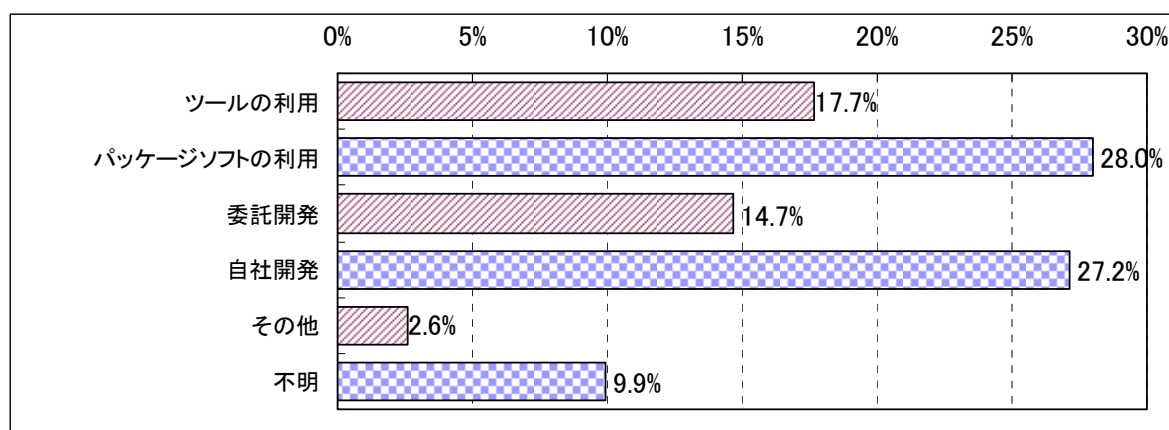
## 4.2 回答企業におけるデータ変換機能のツール利用または開発

問2 問1で、「外部の事業者のサービスを利用していない」及び「不明」を回答しなかった方（すなわち、外部の事業者のサービスを利用していると回答された方）に伺います。

貴社（ご回答部門）では、データ変換機能についてツールを利用されていますか。それとも開発されていますか。もし開発されている場合、どのように構築されていますか。代表的な EDI についてお答えください。

データ変換機能のツール利用または開発	回答数	構成比	対社数
ツールの利用	41	17.7%	17.7%
パッケージソフトの利用	65	28.0%	28.0%
委託開発	34	14.7%	14.7%
自社開発	63	27.2%	27.2%
その他	6	2.6%	2.6%
不明	23	9.9%	9.9%
計	232	100.0%	

（回答 232 社）



今回新たに追加した設問である。

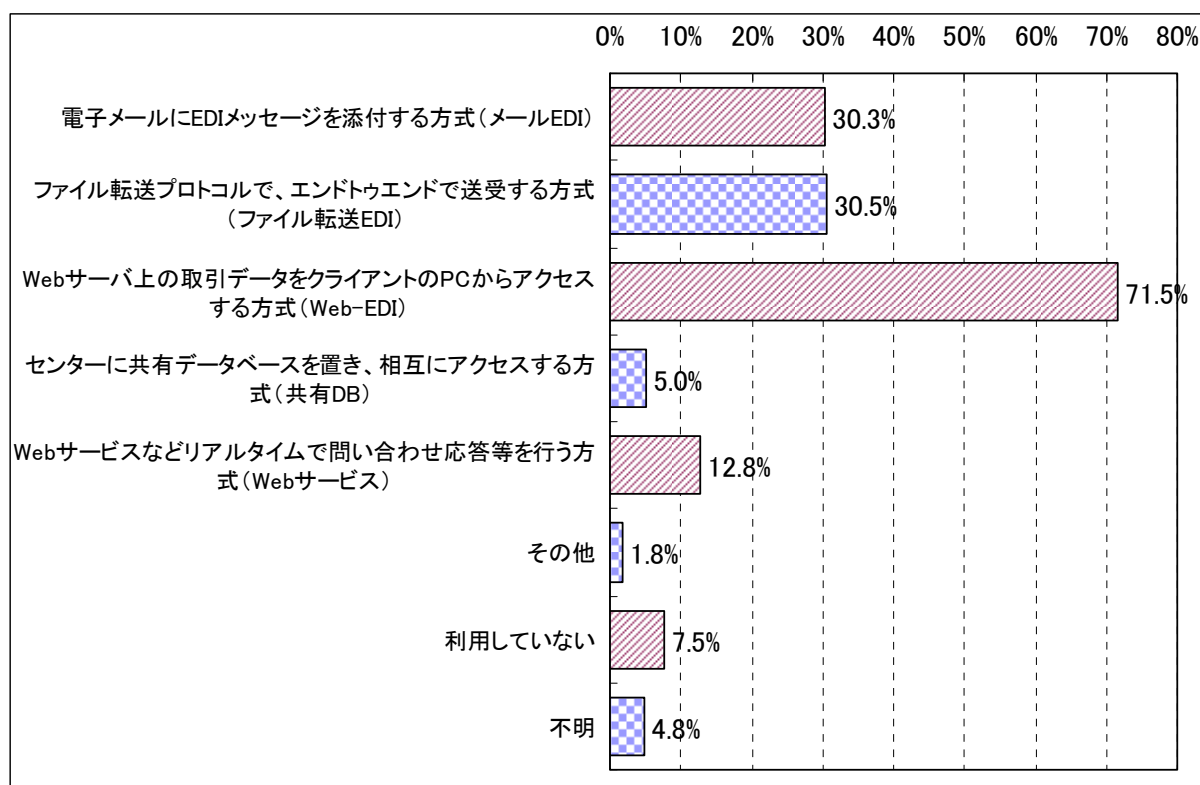
データ変換を行う機能としての「パッケージソフトの利用」が最も多く 28.0%、次いで「自社開発」が 27.2%で、この 2 つで半数を超えている。

### 4.3 回答企業のインターネットを使用した EDI 方式

問3 インターネットを使用した EDI を利用されていますか。もし利用されているとすれば、その方式はどれですか。主要なものを3つまでお答えください。

インターネットを使用したEDI方式	回答数	構成比	対社数
電子メールにEDIメッセージを添付する方式(メールEDI)	133	18.4%	30.3%
ファイル転送プロトコルで、エンドトゥエンドで送受する方式(ファイル転送EDI)	134	18.6%	30.5%
Webサーバ上の取引データをクライアントのPCからアクセスする方式(Web-EDI)	314	43.6%	71.5%
センターに共有データベースを置き、相互にアクセスする方式(共有DB)	22	3.1%	5.0%
Webサービスなどリアルタイムで問い合わせ応答等を行う方式(Webサービス)	56	7.8%	12.8%
その他	8	1.1%	1.8%
利用していない	33	4.6%	7.5%
不明	21	2.9%	4.8%
計	721	100.0%	

(回答 439 社)



前回と比較して、対社数比では「メール EDI」から「Web サービス」までのすべての項目で割合が減少している。中でも「Web サービス」は 10%、「共有 DB」は 5%それぞれ減少する結果となっている。

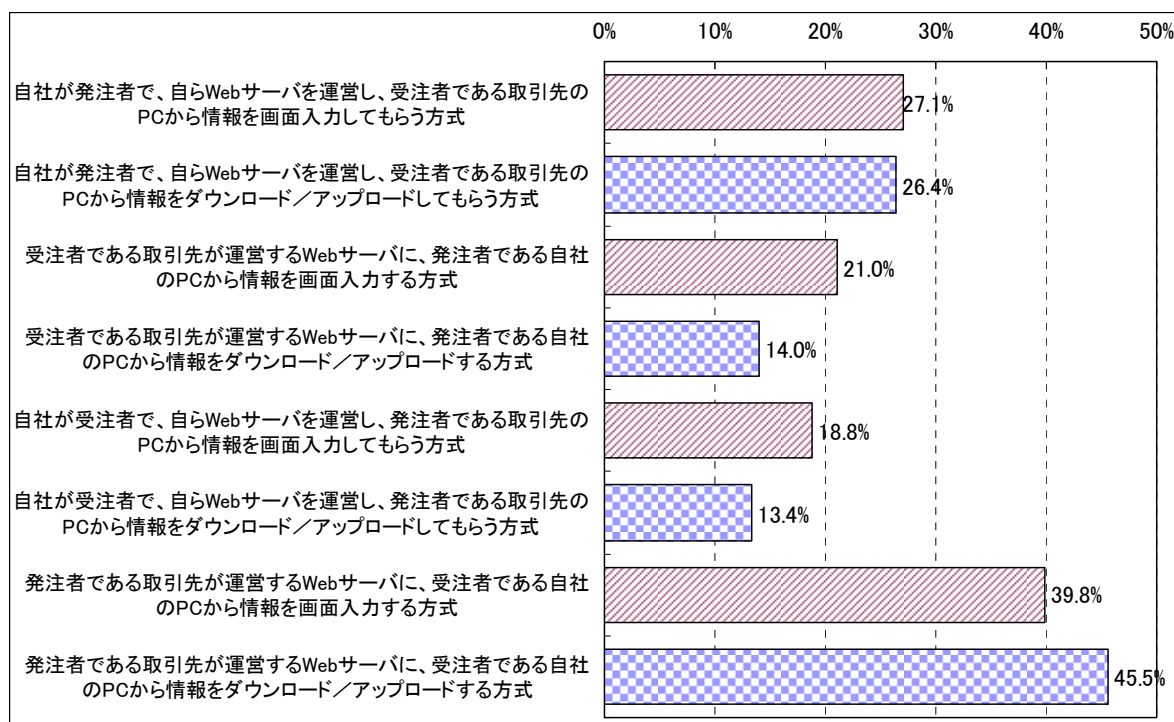
#### 4.4 回答企業の Web-EDI の具体的な方式

問4 問3で Web-EDI とお答えの方にお伺いします。

Web-EDI の具体的な方式はどれですか、8つまでお答えください。

Web-EDIの具体的な方式	回答数	構成比	対社数
自社が発注者で、自らWebサーバを運営し、受注者である取引先のPCから情報を画面入力してもらう方式	85	13.1%	27.1%
自社が発注者で、自らWebサーバを運営し、受注者である取引先のPCから情報をダウンロード／アップロードしてもらう方式	83	12.8%	26.4%
受注者である取引先が運営するWebサーバに、発注者である自社のPCから情報を画面入力する方式	66	10.2%	21.0%
受注者である取引先が運営するWebサーバに、発注者である自社のPCから情報をダウンロード／アップロードする方式	44	6.8%	14.0%
自社が受注者で、自らWebサーバを運営し、発注者である取引先のPCから情報を画面入力してもらう方式	59	9.1%	18.8%
自社が受注者で、自らWebサーバを運営し、発注者である取引先のPCから情報をダウンロード／アップロードしてもらう方式	42	6.5%	13.4%
発注者である取引先が運営するWebサーバに、受注者である自社のPCから情報を画面入力する方式	125	19.3%	39.8%
発注者である取引先が運営するWebサーバに、受注者である自社のPCから情報をダウンロード／アップロードする方式	143	22.1%	45.5%
計	647	100.0%	

(回答 314 社)



最も多かったのは「発注者である取引先が運営する Web サーバに、受注者である自社の PC から情報をダウンロード／アップロードする方式」で 45.5%、次いで「発注者である取引先が運営する Web サーバに、受注者である自社の PC から情報を画面入力する方式」で 39.8%となり、これらはそれぞれ前回より 2.9%、2.1%増加している。なおいずれも発注者が運営する Web サーバにアクセスする方法である。

これらの回答を売上高の規模（50 億円を境界）としてみたのが下表である。

Web-EDIの具体的な方式	50億円未満	50億円以上	不明
自社が発注者で、自らWebサーバを運営し、受注者である取引先のPCから情報を画面入力してもらう方式	2	86	1
自社が発注者で、自らWebサーバを運営し、受注者である取引先のPCから情報をダウンロード／アップロードしてもらう方式	1	82	1
受注者である取引先が運営するWebサーバに、発注者である自社のPCから情報を画面入力する方式	3	61	2
受注者である取引先が運営するWebサーバに、発注者である自社のPCから情報をダウンロード／アップロードする方式	2	43	1
自社が受注者で、自らWebサーバを運営し、発注者である取引先のPCから情報を画面入力してもらう方式	4	57	2
自社が受注者で、自らWebサーバを運営し、発注者である取引先のPCから情報をダウンロード／アップロードしてもらう方式	0	40	2
発注者である取引先が運営するWebサーバに、受注者である自社のPCから情報を画面入力する方式	20	104	2
発注者である取引先が運営するWebサーバに、受注者である自社のPCから情報をダウンロード／アップロードする方式	24	119	3
計	56	592	14

(回答 314 社)

50 億円未満の企業は発注者よりも受注者の立場となる可能性が高いと推測される。その状況において比較的多くの回答があったのは、発注者の Web サーバにアクセスする 2 方式（各 20 社、24 社）、が多かった。また受注者の運営する Web サーバにアクセスする方式については前回の 21 社から大幅に少なくなり 3 社にとどまった。

一方、他の方式では回答が 1 桁にとどまっている。これらを考えると自社で Web サーバを立ち上げ運用できるのはある程度の企業規模でないと難しく、規模が小さい企業はクライアント側での対応となっていることが多いといえ、この傾向は前回と変わっていない。

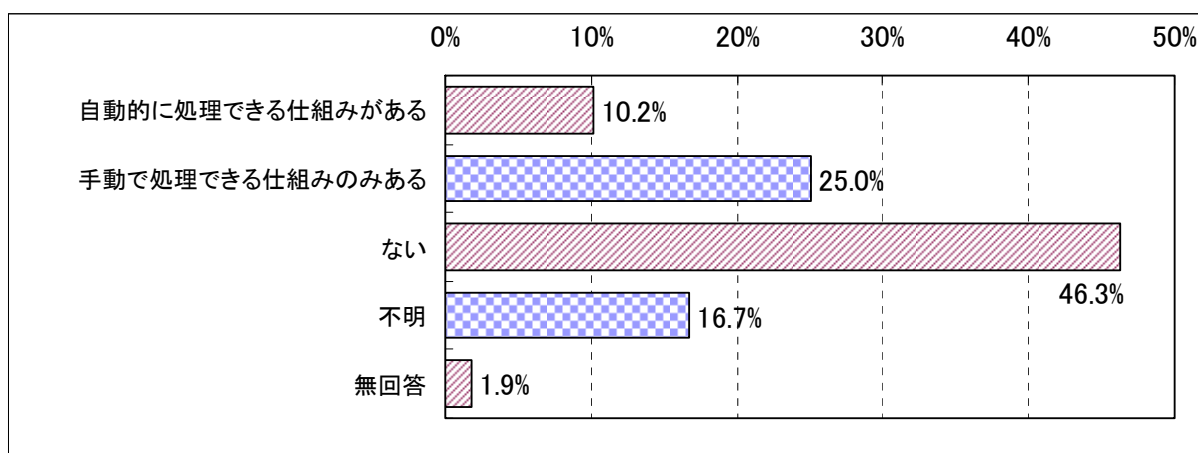


#### 4.5 回答企業の画面型 Web-EDI での取引先 UL/DL の仕組み

問5 問4で「1」または「5」（自社が Web サーバを運営し、取引先に画面入力してもらう方式）をお答えの方に伺います。貴社（ご回答部門）の画面型 Web-EDI では、取引先が業界標準 EDI メッセージのダウンロード・アップロードを可能にする仕組みがありますか。

貴社画面型Web-EDIでの取引先UL/DLの仕組み	回答数	構成比	対社数
自動的に処理できる仕組みがある	11	10.2%	10.2%
手動で処理できる仕組みのみある	27	25.0%	25.0%
ない	50	46.3%	46.3%
不明	18	16.7%	16.7%
無回答	2	1.9%	1.9%
計	108	100.0%	

(回答 108 社)



今回新たに追加した設問である。

取引先に画面入力してもらう方式において、「取引先でアップロード、ダウンロードできる仕組みがない」というのが 46.3%を占めた。

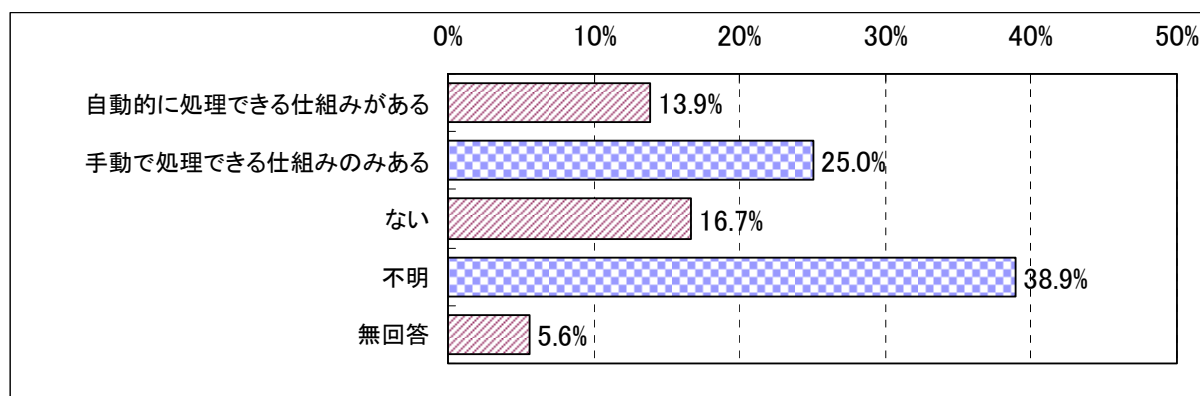
つまり取引先では Web 画面への入力と、自社システムへの入力との 2 重入力が発生している可能性があり、それが約半数の企業で生じているということになる。

#### 4.6 取引先画面型 Web-EDI での取引先 UL/DL の仕組み

問 6 問 4 で「3」または「7」（取引先が Web サーバを運営し、自社で画面入力する方式）をお答えの方に伺います。取引先の画面型 Web-EDI では、貴社（ご回答部門）が業界標準 EDI メッセージのダウンロード・アップロードを可能にする仕組みがありますか。

取引先画面型Web-EDIでの取引先UL/DLの仕組み	回答数	構成比	対社数
自動的に処理できる仕組みがある	15	13.9%	13.9%
手動で処理できる仕組みのみある	27	25.0%	25.0%
ない	18	16.7%	16.7%
不明	42	38.9%	38.9%
無回答	6	5.6%	5.6%
計	108	100.0%	

（回答 108 社）



今回新たに追加した設問である。

最も多かったのが「不明」で約 4 割を占める結果となっている。そもそも利用者側でダウンロード、アップロードを行う状況が生じなければ、仕組みとして持っていて意識していない可能性がある。

一方、何らかのダウンロード、アップロードの仕組みがあるとの回答は 2 つ合計で 38.9% と不明と同割合であった。

## 5. 取引の健全性・業際性・国際性

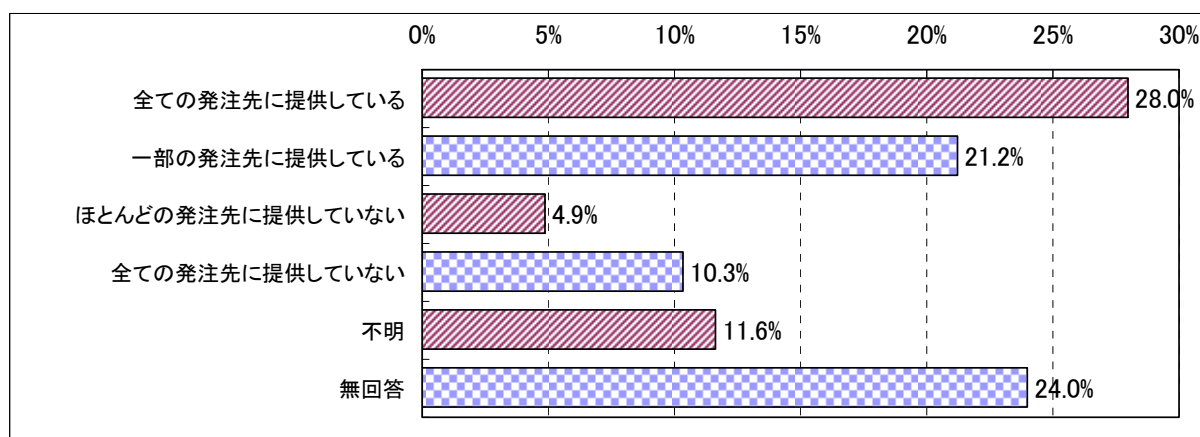
JIPDECでは、企業や業界、国を越えて自由自在に情報の交換や共有が行える基盤を「ビジネスインフラ」と定義し、取引の可視化、業際性、国際性などを満たす業界標準 EDI をビジネスインフラとしての EDI とし、JEDIC と連携してその普及を推進している。

そこで、EDI における取引の可視化や業際性、国際性の状況を調査した。

## 5.1 取引の健全性（発注確定情報の提供）

問1 貴社（ご回答部門）がご使用の EDI では、取引の実施前に、発注先に対し、発注書など発注を確定する情報を提供されていますか。

発注確定情報の提供	回答数	構成比
全ての発注先に提供している	149	28.0%
一部の発注先に提供している	113	21.2%
ほとんどの発注先に提供していない	26	4.9%
全ての発注先に提供していない	55	10.3%
不明	62	11.6%
無回答	128	24.0%
計	533	100.0%



今回新たに追加した設問である。

ここで取り上げる「取引の健全性」という点から、「取引の可視化」として 5.1、5.2、「違算」については 5.3 でそれぞれ取り上げる。

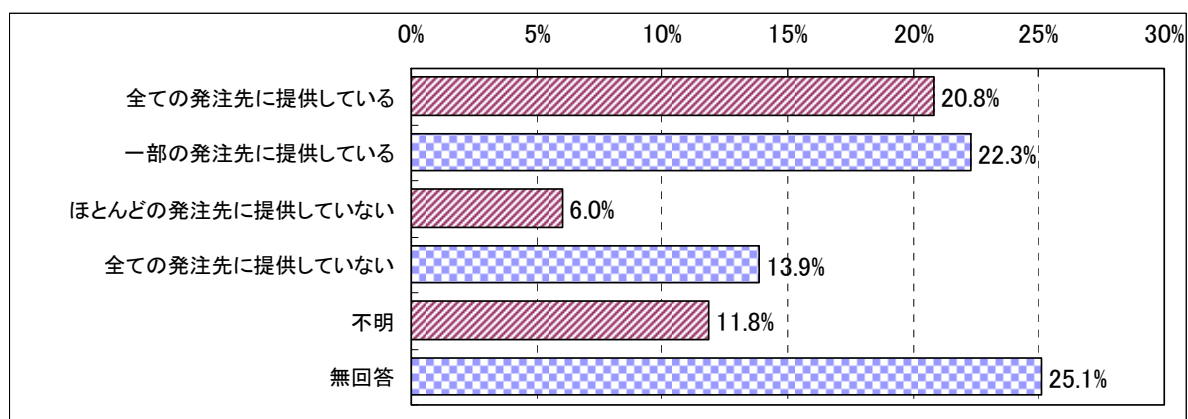
「取引の可視化」については、発注者において発注情報の送信により、対象製品の引き取り義務が発生したり、約束された製品を発注者が受領することで製品の所有権が移転し、検収を行うことで受注者の確実な売掛を計上できたりするなど、取引のプロセスが明確化されることを、「取引の可視化」という。一連の取引のイベントごとに EDI によりタイムリーにデータを交換することで、この取引の可視化が実現することが期待されている。

発注確定情報の提供について、集計結果としては「全ての発注先に提供している」が 28.0%で最も多く、次いで「一部の発注先に提供している」が 21.2%で、両者合わせるとほぼ半数の企業で EDI による発注確定情報の提供を行っている。

## 5.2 取引の健全性（受領・検収情報の提供）

問2 貴社（ご回答部門）がご使用の EDI では、着荷後遅滞なく、発注先に対し、受領・検収情報を提供されていますか。

受領・検収情報の提供	回答数	構成比
全ての発注先に提供している	111	20.8%
一部の発注先に提供している	119	22.3%
ほとんどの発注先に提供していない	32	6.0%
全ての発注先に提供していない	74	13.9%
不明	63	11.8%
無回答	134	25.1%
計	533	100.0%



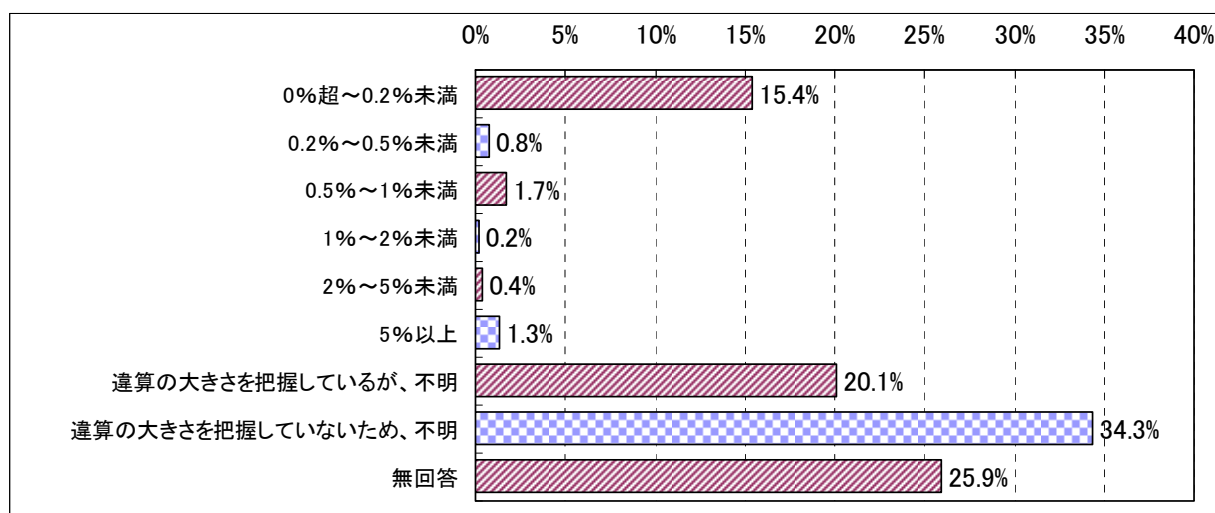
今回新たに追加した設問である。

受領・検収情報の提供について、集計結果としては無回答を除くと「一部の発注先に提供している」が 22.3%で最も多く、次いで「全ての発注先に提供している」が 20.8%で、この両方で4割強の企業で EDI による受領・検収情報の提供を行っていることになる。

### 5.3 取引の健全性（違算の大きさ把握）

問3 貴社（ご回答部門）では、取引額に占める違算の大きさを把握されていますか。  
もし把握されている場合、違算の大きさはどのくらいですか。

違算の大きさ把握	回答数	構成比
0%超～0.2%未満	82	15.4%
0.2%～0.5%未満	4	0.8%
0.5%～1%未満	9	1.7%
1%～2%未満	1	0.2%
2%～5%未満	2	0.4%
5%以上	7	1.3%
違算の大きさを把握しているが、不明	107	20.1%
違算の大きさを把握していないため、不明	183	34.3%
無回答	138	25.9%
計	533	100.0%



今回新たに追加した設問である。

「違算」とは、発注者と受注者がそれぞれ認識している債権・債務が不一致であることを意味し、具体的には発注者の買掛金と受注者の売掛金が一致しない状態をいう。EDIによる取引の可視化が図られれば、公明な取引情報が発注者・受注者の双方のシステムに反映されるため、この違算の予防に資することが期待されている。

本問は具体的な割合の回答があったのが約20%にとどまり、回答が難しかったと想定される。「違算の大きさを把握しているが不明」が20.1%、「違算の大きさを把握していないため不明」が34.3%と、「不明」とする回答も半数を超えた。

#### 5.4 取引の業索性（回答企業の取引先の業種との EDI 実施状況）

問4 貴社（ご回答部門）における取引先の業種との EDI 実施状況について伺います。

① 取引先のうち、どの業種の企業と EDI を実施していますか。

どの業種の企業とEDIを実施しているか	回答数	構成比	対社数
食料品・飲料・飼料・たばこ製造業	33	3.0%	7.6%
繊維工業	29	2.6%	6.7%
パルプ・紙・紙加工品製造業	50	4.5%	11.5%
化学工業	39	3.5%	9.0%
石油・石炭・プラスチック製品製造業	47	4.2%	10.8%
窯業・土石製品製造業	7	0.6%	1.6%
鉄鋼業	56	5.0%	12.9%
非鉄金属・金属製品製造業	63	5.6%	14.5%
電気機械器具製造業	113	10.1%	26.0%
電子部品・デバイス・情報通信機械器具製造業	136	12.2%	31.3%
輸送用機械器具製造業	39	3.5%	9.0%
はん用・生産用・業務用機械器具製造業	32	2.9%	7.4%
その他の製造業	68	6.1%	15.6%
農林漁業・同協同組合・鉱業	2	0.2%	0.5%
建設業	39	3.5%	9.0%
電気・ガス・熱供給・水道業	22	2.0%	5.1%
映像・音声情報制作・放送・通信業	7	0.6%	1.6%
新聞・出版業	17	1.5%	3.9%
情報サービス業	16	1.4%	3.7%
運輸業・郵便業	55	4.9%	12.6%
卸売業	102	9.1%	23.4%
小売業	64	5.7%	14.7%
金融業・保険業	39	3.5%	9.0%
医療業	3	0.3%	0.7%
教育・学習支援業	1	0.1%	0.2%
その他の非製造業	21	1.9%	4.8%
不明	16	1.4%	3.7%
	1116	100.0%	—

（回答 435 社）

今回新たに追加した設問である。

「業索性」とは、業界を跨る企業間情報共有において、それぞれの業界 EDI 間で相互運用性があることや、異なる業界に属する取引先との情報交換において、業界ごとの異なる対応が最小限となる EDI となっていることをいい、その実態を把握することとした。

回答企業の主たる事業（2.5 参照）で回答の多かった電気関連、卸売業関連がここでも多くなっている。ここでは取引先について質問していることや、取引相手先の業種を複数選択することとしていることから、1 社平均 2.57 業種の相手先を回答してきている。

自社と異なる業種に属する企業との EDI についても行われていることが見てとれる。

②取引先のうち、EDIを実施していない企業の主な業種はどれですか。

どの業種の企業とEDIを実施していないか	回答数	構成比	対社数
食料品・飲料・飼料・たばこ製造業	33	5.4%	11.8%
繊維工業	31	5.0%	11.1%
パルプ・紙・紙加工品製造業	39	6.3%	13.9%
化学工業	22	3.6%	7.9%
石油・石炭・プラスチック製品製造業	21	3.4%	7.5%
窯業・土石製品製造業	10	1.6%	3.6%
鉄鋼業	16	2.6%	5.7%
非鉄金属・金属製品製造業	19	3.1%	6.8%
電気機械器具製造業	26	4.2%	9.3%
電子部品・デバイス・情報通信機械器具製造業	32	5.2%	11.4%
輸送用機械器具製造業	10	1.6%	3.6%
はん用・生産用・業務用機械器具製造業	8	1.3%	2.9%
その他の製造業	34	5.5%	12.1%
農林漁業・同協同組合・鉱業	17	2.8%	6.1%
建設業	22	3.6%	7.9%
電気・ガス・熱供給・水道業	11	1.8%	3.9%
映像・音声情報制作・放送・通信業	15	2.4%	5.4%
新聞・出版業	21	3.4%	7.5%
情報サービス業	9	1.5%	3.2%
運輸業・郵便業	19	3.1%	6.8%
卸売業	37	6.0%	13.2%
小売業	22	3.6%	7.9%
金融業・保険業	12	2.0%	4.3%
医療業	14	2.3%	5.0%
教育・学習支援業	14	2.3%	5.0%
その他の非製造業	17	2.8%	6.1%
不明	84	13.7%	30.0%
	615	100.0%	—

(回答 280 社)

今回新たに追加した設問である。

「不明」が30%を超えて目立っているものの、EDI未実施の業種としてパルプ・紙・紙加工品製造業、卸売業などを挙げる企業が多く、1社平均2.2業種程度の業種を回答している。



③ EDI を実施していない取引先のうち、今後どの業種の企業と EDI を実施したいとお考えですか。

今後どの業種の企業とEDIを実施したいか	回答数	構成比	対社数
食料品・飲料・飼料・たばこ製造業	6	1.9%	2.6%
繊維工業	3	1.0%	1.3%
パルプ・紙・紙加工品製造業	10	3.2%	4.3%
化学工業	5	1.6%	2.1%
石油・石炭・プラスチック製品製造業	7	2.3%	3.0%
窯業・土石製品製造業	0	0.0%	0.0%
鉄鋼業	6	1.9%	2.6%
非鉄金属・金属製品製造業	9	2.9%	3.8%
電気機械器具製造業	16	5.2%	6.8%
電子部品・デバイス・情報通信機械器具製造業	23	7.4%	9.8%
輸送用機械器具製造業	4	1.3%	1.7%
はん用・生産用・業務用機械器具製造業	6	1.9%	2.6%
その他の製造業	14	4.5%	6.0%
農林漁業・同協同組合・鉱業	1	0.3%	0.4%
建設業	5	1.6%	2.1%
電気・ガス・熱供給・水道業	1	0.3%	0.4%
映像・音声情報制作・放送・通信業	3	1.0%	1.3%
新聞・出版業	3	1.0%	1.3%
情報サービス業	2	0.6%	0.9%
運輸業・郵便業	9	2.9%	3.8%
卸売業	22	7.1%	9.4%
小売業	10	3.2%	4.3%
金融業・保険業	1	0.3%	0.4%
医療業	2	0.6%	0.9%
教育・学習支援業	3	1.0%	1.3%
その他の非製造業	4	1.3%	1.7%
不明	135	43.5%	57.4%
	310	100.0%	—

(回答 235 社)

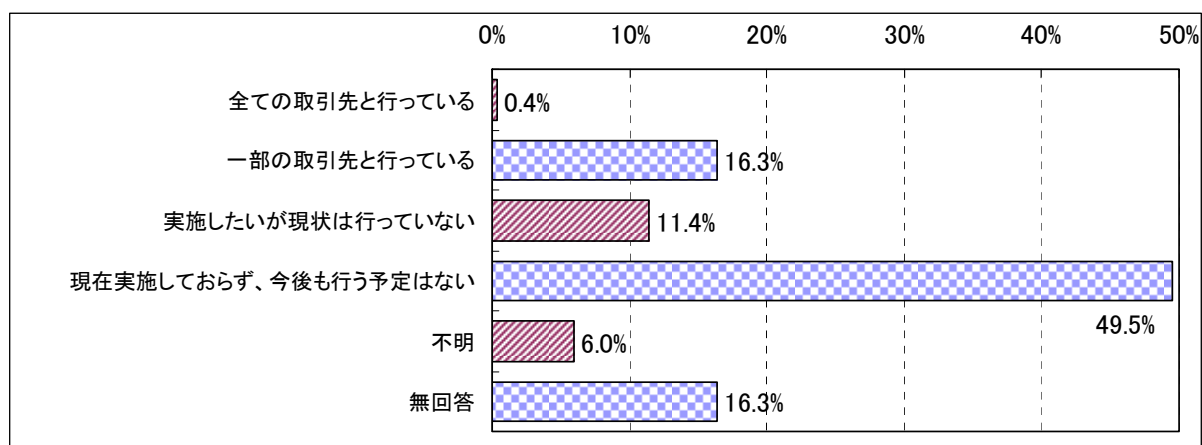
今回新たに追加した設問である。

「不明」が 57.4%と半数を超えているのが目立っており、具体的な相手先業種まで決めている企業が少ないことがうかがわれる。

## 5.5 取引の国際性（海外取引の EDI 実施）

問5 貴社（ご回答部門）では海外の国・地域の企業との取引で、EDIを導入していますか。

海外取引のEDI実施	回答数	構成比
全ての取引先と行っている	2	0.4%
一部の取引先と行っている	87	16.3%
実施したいが現状は行っていない	61	11.4%
現在実施しておらず、今後行う予定はない	264	49.5%
不明	32	6.0%
無回答	87	16.3%
計	533	100.0%



今回新たに追加した設問である。

「国際性」とは、EDIが国内外の取引で使用できる規範となる国際標準EDIに準拠し、産業の競争力の向上に資することをいい、その実態を把握することとした。

「全ての取引先と実施している」（0.4%）または「一部の取引先と行っている」（16.3%）のいずれかを回答した企業が16.7%となり、「実施したいが現状は行っていない」（11.4%）または「現在実施しておらず、今後行う予定はない」（49.5%）のいずれかを回答した企業（60.9%）を大きく下回っている。このため、海外の国・地域の企業との取引でEDIを導入している企業は一部にとどまっていることがわかる。

## 5.6 取引の国際性（海外取引の相手国・地域）

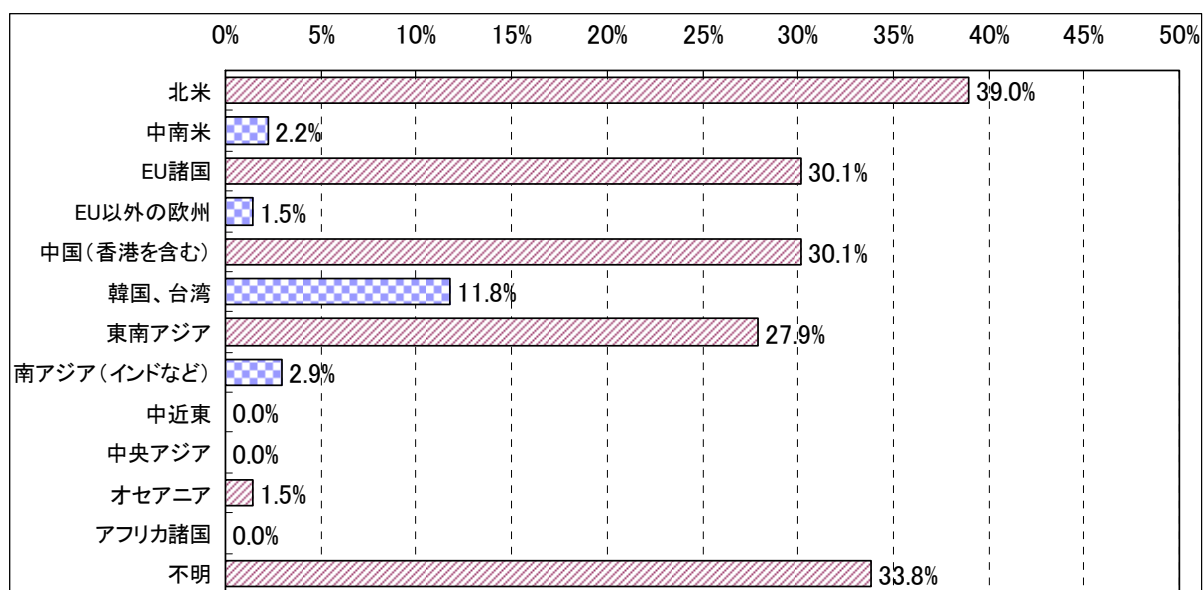
問6 貴社（ご回答部門）における取引先の国・地域との EDI 実施状況について伺います。

①から③のそれぞれについて代表的な国・地域を3つまでお答えください。

① 取引先のうち、どの国・地域の企業と EDI を実施していますか。

どの国・地域の企業とEDIを実施しているか	回答数	構成比	対社数
北米	53	21.5%	39.0%
中南米	3	1.2%	2.2%
EU諸国	41	16.7%	30.1%
EU以外の欧州	2	0.8%	1.5%
中国(香港を含む)	41	16.7%	30.1%
韓国、台湾	16	6.5%	11.8%
東南アジア	38	15.4%	27.9%
南アジア(インドなど)	4	1.6%	2.9%
中近東	0	0.0%	0.0%
中央アジア	0	0.0%	0.0%
オセアニア	2	0.8%	1.5%
アフリカ諸国	0	0.0%	0.0%
不明	46	18.7%	33.8%
	246	100.0%	—

(回答 136 社)



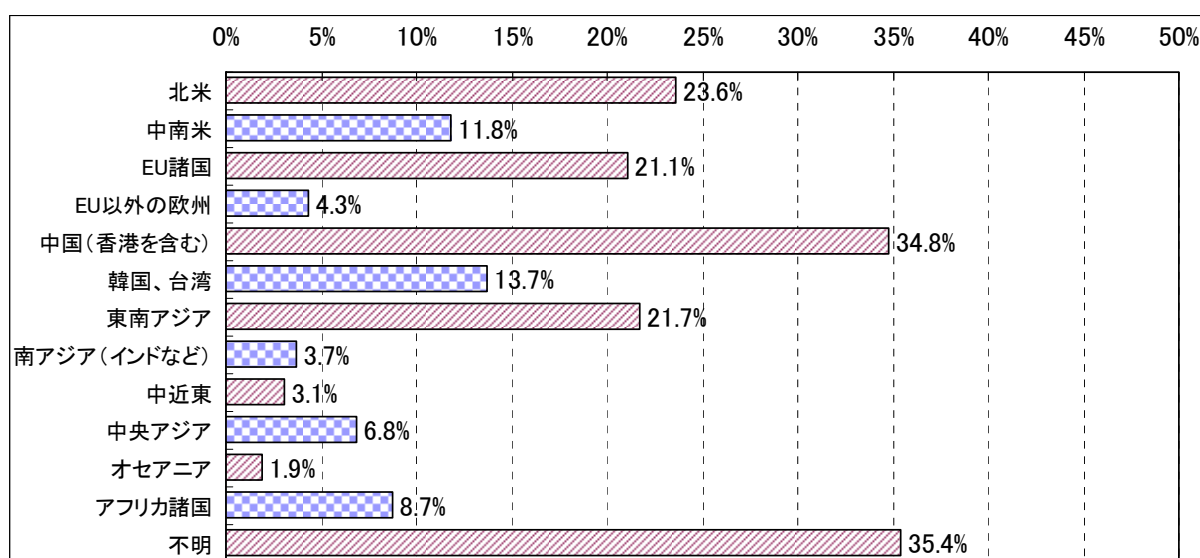
今回新たに追加した設問である。

海外取引 EDI の相手先国、地域としては、北米が最も多く 39.0%で、次いで EU 諸国、中国が並んで 30.1%、さらに東南アジアが 27.9%となっており、欧米からアジアまで多地域に渡って EDI が実施されている状況にある。

② 取引先のうち、EDIを実施していない企業の主な国・地域はどれですか。

どの国・地域の企業とEDIを実施していないか	回答数	構成比	対社数
北米	38	12.4%	23.6%
中南米	19	6.2%	11.8%
EU諸国	34	11.1%	21.1%
EU以外の欧州	7	2.3%	4.3%
中国(香港を含む)	56	18.2%	34.8%
韓国、台湾	22	7.2%	13.7%
東南アジア	35	11.4%	21.7%
南アジア(インドなど)	6	2.0%	3.7%
中近東	5	1.6%	3.1%
中央アジア	11	3.6%	6.8%
オセアニア	3	1.0%	1.9%
アフリカ諸国	14	4.6%	8.7%
不明	57	18.6%	35.4%
	307	100.0%	—

(回答 161 社)



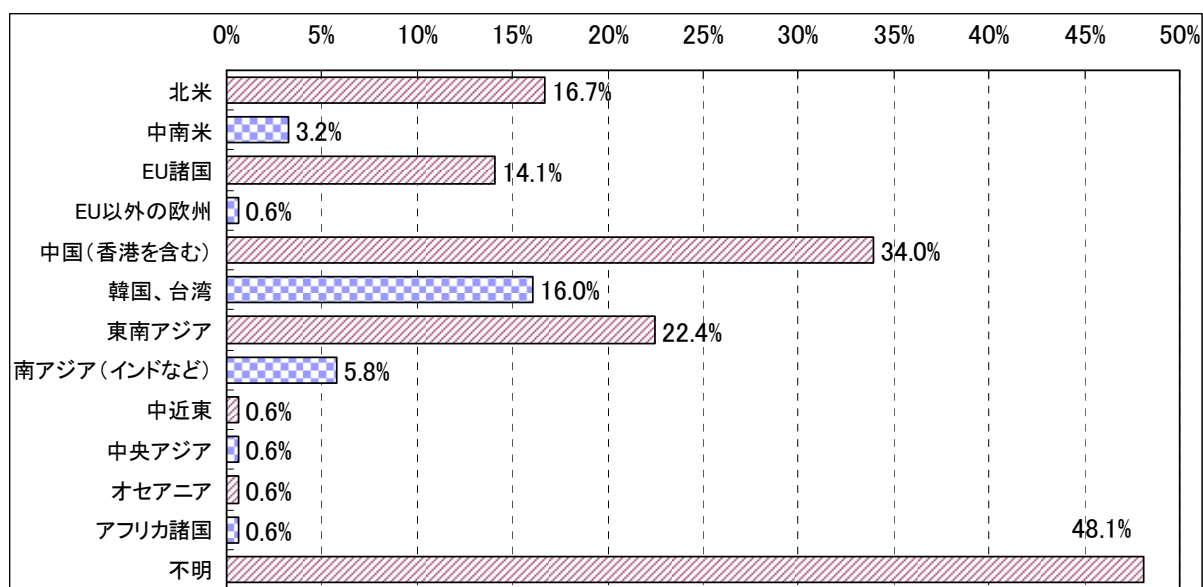
今回新たに追加した設問である。

海外取引 EDI で回答企業から見て現在相手先になっていない国、地域としては、中国が最も多く 34.8%で、次いで北米が 23.6%、東南アジアが 21.7%の順になっている。

③ EDI を実施していない取引先のうち、今後どの国・地域の企業と EDI を実施したいとお考えですか。

今後どの国・地域の企業とEDIを実施したいか	回答数	構成比	対社数
北米	26	10.2%	16.7%
中南米	5	2.0%	3.2%
EU諸国	22	8.6%	14.1%
EU以外の欧州	1	0.4%	0.6%
中国(香港を含む)	53	20.8%	34.0%
韓国、台湾	25	9.8%	16.0%
東南アジア	35	13.7%	22.4%
南アジア(インドなど)	9	3.5%	5.8%
中近東	1	0.4%	0.6%
中央アジア	1	0.4%	0.6%
オセアニア	1	0.4%	0.6%
アフリカ諸国	1	0.4%	0.6%
不明	75	29.4%	48.1%
	255	100.0%	—

(回答 156 社)



今回新たに追加した設問である。

海外取引 EDI の希望実施先としては、こちらも中国が最も多く 34.0%で、次いで東南アジアが 22.4%、北米 16.7%、韓国・台湾が 16.0%の順になっており、アジア中心に今後の展開を希望する声大きいことがわかる。

## 5.7 業界標準 EDI に関する JEDIC 会員アンケート調査結果について

### 5.7.1 調査方法

業界標準 EDI を「ビジネスインフラとなりうる EDI」に引き上げるための方策を検討する材料を収集し、これらの活動改善に資することを目指し、JIPDEC では JEDIC と連携して、JEDIC 業界団体会員が推進している業界標準 EDI の健全性、業際性、国際性の課題に関する「業界標準 EDI に関する JEDIC 会員アンケート調査」を、以下の要領で実施した。

#### (1) 調査期間

平成 23 年 1 月 11 日～平成 23 年 2 月 8 日

#### (2) 発送数

JEDIC 業界団体会員 61 団体 (JIPDEC を除く)

#### (3) 回収数

34 団体 (回収率 55.7%)<sup>1</sup>

#### (4) 主な調査項目 (調査票は、巻末の参考資料：アンケート調査票を参照)

##### ① 業界標準 EDI の利用状況 (SA<sup>2</sup>)

##### ② 健全性の状況

健全性を高めるための課題 (MA)、健全性を高めるための課題及び解決方法 (FA)、下請企業との EDI 利用を進めるための課題及び解決方法 (FA)、多画面問題の問題点と問題解決のための方法 (FA)

##### ③ 業際性の状況

異なる業界の企業との EDI の実施状況 (SA)、業際性を高めるための課題 (MA)、業際性を高めるための課題及び解決方法 (FA)

##### ④ 国際性の状況

国際性を高めるための課題 (MA)、国際性を高めるための課題及び解決方法 (FA)

<sup>1</sup> 今回ご協力くださった団体は、以下の通り (平成 23 年 2 月 28 日時点の団体名)。

全国コイルセンター工業組合、日本スーパーマーケット協会、(社) 日本アパレル産業協会、(社) 日本配電制御システム工業会、(社) 日本物流団体連合会、(社) 日本鉄鋼連盟、日本百貨店協会、日本製紙連合会、日本紙商団体連合会、公益社団法人日本ロジスティクスシステム協会、(社) 日本広告業協会、一般社団法人日本出版インフラセンター、(財) 流通システム開発センター、(社) 日本建材・住宅設備産業協会、日本優良家具販売協同組合、(社) 日本ガス協会、特定非営利活動法人 IT コーディネータ協会、(財) 家電製品協会、(社) 日本自動車部品工業会、繊維産業流通構造改革推進協議会、共通 XML/EDI 実用化推進協議会、石油化学工業協会、(社) 日本電線工業会、(社) 日本貿易会、(社) 電子情報技術産業協会、アーティクルマネジメント推進協議会、電気事業連合会、(社) 日本電設工業協会、NPO 法人旅行電子商取引促進機構、(社) 日本印刷技術協会、全日本電設資材卸業協同組合連合会、(社) 日本電設工業協会、(社) 日本アルミニウム協会、日本フォーム印刷工業連合会

<sup>2</sup> SA とは Single Answer (1 つのみ回答) の略称。MA は Multi Answer (複数回答可) の略称。FA は Free Answer (自由回答) の略称。

⑤ 「業界横断 EDI 仕様」<sup>3</sup>

「業界横断 EDI 仕様」への対応状況 (SA)、「業界横断 EDI 仕様」への対応や今後の整備の方向性 (FA)

### 5.7.2 業界標準 EDI の利用状況

問 1：貴団体では、業界標準 EDI を定めていますか。該当するものを 1 つ選び、回答欄に ○をつけるか、回答内容をご記入ください。

	回答団体数	構成比
1. 独自に業界標準 EDI 仕様を定めている	15	44.1%
2. 他の業界標準 EDI 仕様を推奨している	2	5.9%
3. 業界標準 EDI 仕様の必要性を感じていない	1	2.9%
4. 業界標準 EDI 仕様を知らない	1	2.9%
5. その他	15	44.1%
無回答	0	0.0%
合計	34	

「独自に業界標準 EDI 仕様を定めている団体」と「その他」が最も多く、いずれも 15 団体 (44.1%) となっている。

「その他」の具体的な内容をみると、次ページの表の通りであり、「業界標準 EDI 仕様と呼べるものがない」、「EDI の標準団体ではない」、「EDI の標準化を行おうとしたが失敗した」などの意見がみられることが注目される。

<sup>3</sup> 「業界横断 EDI 仕様」とは、平成 21 年度 JIPDEC が JEDIC と連携して開発した、EDI の「業実性」を実現するためのツールで、異なる業界標準 EDI 間で企業間業務プロセスの運用を可能にする EDI 仕様である。詳細については、旧 ECOM 「業界標準 EDI 整備に関する調査研究報告書」(平成 22 年 3 月) 第 3 章を参照。

回答内容
当業界は仕入先メーカーのEDI標準を念頭に置いているが、そのEDI標準自体が各仕入先メーカーで完全に「標準化」されていないため、参考にはなっているが、それ以上には浸透していないように思われる。
業界標準として「流通BMS」への転換を推奨しています。
当業界の標準として流通 BMS を推奨している。
JEDIC(旧 EIAJ)EDI 標準を基に、工業会仕様を定めている。
業界標準のEDIの必要性を認識し、過去に研究もおこなったが、まだ採用に至っていない。理由として、 ・業界のすそ野がひろく、また、業際の範囲も多岐に亘るため、業界内の温度差が大きい。 ・需要先業界の仕組みがバラバラで、個別対応とならざるを得ない。
当協会はEDI標準団体ではありませんが、JEDICへ会員として参加すると共に、協会内に委員会を設置し、中小企業の企業間・企業内データ連携の方策について調査研究を進めています。この調査研究成果をベースとしてEDI仕様案を策定し、本年度のJEDICビジネスインフラ事業へ提案を行っています。2011年度に業界横断EDI仕様によるEDIソリューション認定がJEDICで実施されれば、これの普及活動を推進する計画です。
標準EDIメッセージの維持管理を行っている。
当団体では過去に幾つかの実証実験を経て使用可能なモデルを実装して進めて来ていますが、まだ普及段階には至っていない。現在は、JEDICで進行中の業界標準と業界横断EDI仕様の成立を見て普及活動を開始したい。「ソリューション認定」を前提に普及活動を推進したい。また、中小企業への普及支援に付いては、他団体とも連携して進めて行きたい。
当会として、業界標準EDI仕様に関する取り組みは行っておりません。また、当会会員企業におけるEDI仕様の必要性については把握しておりません。
標準EDIネットワークの活用を各社に自主的に活用するよう懇願している。
UN/CEFACTに準拠した業界標準EDI仕様を定めを推奨している
当業界は基本的に個別受注生産であり、一品ずつ仕様が異なり、かつ種類も多岐にわたります。そのため、製品のコード化は事実上不可能で、データ交換のためには製品仕様の標準的な記述方法の策定が必要となりますが、それもなかなか難しいのが現状です。策定したところで、受発注企業双方が、それを記述・解釈できるシステムを導入することはコスト的に厳しいと思われれます。これが当業界における標準EDI普及の最大のネックと考えております。EDIとは直接関係ありませんが、こうした課題が顕著に現れているのが、官公庁の入札で、発注者と受注者間で仕様情報がうまく伝わらないがために不適切な価格で応札して、いざ仕事を始めてみたら、こんなはずではなかったのに・・・ということが起こります。一方で、EDIと呼ぶことが適切かどうかはわかりませんが、ネット通販という業態があります。これは、仕様をあらかじめ限定するかわりに格安で提供するものです。オーダーメイドではなく、既製品・半製品を販売するようなイメージです。当業界で非常に売上を伸ばしている業態ですが、各社が独自にWebサイトを構築しており、今後とも標準化の方向に進むことは考えられません。以上のような背景から現在は、当業界における標準EDIは存在しておりませんので、問2以降で回答できない設問が多くあります。悪しからずご了承ください。なお、EDIの出発点として、業際である流通業界との取引から始めようとチャレンジしているところです。
独自EDI間に、各企業の変換作業を代行するサービスを置くことで、EDIを実施する
標準EDIネットワークの活用を各社に自主的に活用するよう懇願している。
過去に標準化を模索し、標準を規定したが、例外が多く実運用はとん挫した。
幣団体は業界内の取引より他の様々な業界との取引が多いので業界標準の枠には当てはまらないと思う。しかし産業全体を見ると業界標準EDIは必要。



### 5.7.3 健全性を高めるための課題及び解決策

問 2(1) 貴団体の業界標準 EDI の健全性を高めるためには、どのような課題があるとお考えですか。該当するものをすべて選び、回答欄に○をつけてください。

	回答団体数	構成比
1.業界標準 EDI において必要情報項目が不足しているため、各社が独自の方式を適用せざるを得ない	4	11.8%
2.健全性向上に伴い、ビジネスプロセスを大幅に変更しなければならない	2	5.9%
3.健全性向上を図ろうとすると追加コストが発生し、そのコストの関係者間における分担方法の調整が難しい	8	23.5%
4.EDI ソリューションサービスを提供している ASP・SaaS 事業者が、相互のサービス連携に消極的である	3	8.8%
5.健全性の概念が曖昧なため、どのように対応したらいいかわからない	4	11.8%
6.健全性の向上に既に対応しているため、課題はない	4	11.8%
7.その他	12	35.3%
無回答	3	8.8%
合計	34	

健全性を高めるための課題としては、「その他」(12 団体、35.3%) が最も多く、次に「健全性向上を図ろうとすると追加コストが発生し、そのコストの関係者間における分担方法の調整が難しい」(8 団体、23.5%) が続いている。

問 2(2) 貴団体の業界標準 EDI の健全性を高めるための課題や解決方法についてご意見がある方は、以下の欄にご記入ください。

具体的な回答は、次ページ以降の通りである。このうち課題にかかる回答で、問 2(1)の選択肢群になかったものとしては、「ニーズの把握が困難」、「買い手主導の 1 対 1 連携を迫られる」、「大企業からの購入取引のとき、下請法が適用できない」などが挙げられる。このため、問 2(1)と併せて考えると、追加コストの発生及びコスト分担の調整や解決策の検討に必要なニーズの把握ができないこと、発注者優位の EDI 利用を迫られること、法的な保護が必ずしも十分ではないことなどが、健全性を高めるための阻害要因になっていることがうかがわれる。

一方、解決方法についての意見としては、「業界横断 EDI 仕様の中に中小企業向けのサブセットを設けるべき」、「メッセージ以外の EDI 仕様の標準化を進めるべき」、「ガイドラインの策定」、「業界内のコミュニケーション」、「PR 活動の継続」、「経営層への啓蒙」などの意見がみられ、業界横断 EDI 仕様の開発の工夫、業界内のコミュニケーションの促進、健全性にかかる啓発活動などの提案があった。

回答内容
「健全性」については、真に利便性があればそのような観点からの問題はないのではないか。
<p>大多数の企業は、何らかのシステムを利用している。このため、EDIを進めるにはこれらのシステムとの整合が必要であり、人・金が重要な課題となる。更にEDI用データの整合、データの最新版管理等インフラ整備も常に行う必要もあり、実使用に際しては様々な課題がある。更に団体としてASPを提供するとき、基本OSが次々に変わる現状に対応するためには、専門メーカーに一任せざるを得ず、それ相当の費用が必要である。</p>
健全性の対象は、発注元企業または中小の発注先企業となるが、これらの中小企業の実態やニーズを把握することが難しく、適切な対応が取れていない。
現在の業界標準EDIは、小売と卸／メーカー間のEDIについて規定しているものであり、今まで多くの場合は、下請法の適用外であるとの判断されてきた。しかし、昨今の流れの中で、物流フィーやEDIフィーと言ったものがその対象となる場合があるとの、症例も出てきていることから、EDIにおいての対応策の検討も必要となってきた。特に、PB商品については、小売が直接製造メーカーに対し商品の仕様を出して製造させていることもあり、発注書(発注メッセージ)に、事前商談の取り決めによる××等の記載が必要となる場合がある。
大手企業の中小企業に対するEDI取引に現実に利用されているデータ項目は、大手業界EDI標準の一部であることが、2004年度のECOM調査研究でも明らかになっています。大手企業が許容できる中小企業取引用EDIデータ項目セットを中小企業取引用「業界横断EDI仕様」としてJEDICの検討の場において大手業界の皆様にご合意していただくことができれば、健全性対策は大きく進展すると予想しています。
情報項目だけではなく、EDIを展開するための各種要素(ネットワーク、通信プロトコル、ASP機能等)の標準化を推進する必要がある。特に中小企業は、VANサービスのような蓄積交換を利用するケースが多いが、従量課金が一般的で、標準EDIではデータ容量が増加するため、安易な標準化はコストアップを招く。発注者へ過度な負荷を掛けないように、健全性を求めなければ、EDIの促進を妨げる。
当業界は、システム基盤の企業間格差が大きく、中小企業では未だ紙・伝票を中心とした取引が主流となっている。また、大企業も自社内効率を優先した情報・システムを構築しているため、システム連携を行う場合も「買い手」主導の1対1連携が多い。
中小に適用できるコスト負担の少ないソリューションの実現に苦慮している。
健全性向上のために、1インターフェースでEDI化が可能なASP連携のためのガイドを作成中。また、Web-EDIの認定制度を推進中。
各社が独自の方式を適用しないよう、業界内でコミュニケーションを十分図ることが必要。また、業界内だけでなく、取引先からの情報提供を随時受け付ける体制が必要。
業界内でも、大手、中小企業により業界内標準の進捗度が異なるので逐次PR活動を継続する。
日本における当業界関連団体の取引は、世界とは異質で伝統的にサプライヤ側よりバイヤー側が企業規模が大きくシステム化も先行している。そのバイヤー側が自社の優位性を保つ最良の手段であるとの誤認から脱却を可能とする経営環境の整備と、ビジネスに精通したCIOの人材の必要性を経営TOPに啓蒙すべきである
中小企業が大手から購入する場合、下請法には該当しないので、大手の独自EDIに対抗する手立てが無い
業界内でも、大手、中小企業により業界内標準の進捗度が異なるので逐次PR活動を継続する。
業界標準EDIを多くの企業で各社に負担なく導入する必要がある。

問 2(3) 貴団体に属する業界において、下請法の対象となる企業の EDI 利用を進めるための課題や解決方法についてご意見がある方は、以下の欄にご記入ください。

回答内容
<p>機器メーカーから最新機材電子データの提供。(著作権等の撤廃)            導入費用の無償補助。(システム変更費用・導入人件費等)            通信回線の大容量高速化(利用工場施設のある場所へのインフラ補助)</p>
<p>現在の業界標準 EDI は、小売と卸/メーカー間の EDI について規定しているものであり、今まで多くの場合は、下請法の適用外であるとの判断されてきた。しかし、昨今の流れの中で、物流フィーや EDI フィーと言ったものがその対象となる場合があるとの、症例も出てきていることから、EDI における対応策の検討も必要となってきた。特に、PB 商品については、小売が直接製造メーカーに対し商品の仕様を出して製造させていることもあり、発注書(発注メッセージ)に、事前商談の取り決めによる××等の記載が必要となる場合がある。</p>
<p>健全性対策のために大きな負担がかかる方式では普及は難しいと考えており、特に大手バイヤー企業に大きな負担がかからない方式を工夫することが重要です。            大手バイヤー企業に最も負担のかからない方法は、健全性対応した EDI-ASP 経由で取引情報を受信する手段を新しく追加して中小サプライヤ企業に提供することです。中小サプライヤ企業には従来提供してきた個別 WEB-EDI と健全性 EDI-ASP の2つの取引手段を提供し、どちらを選択しても良いようにします。            2つの取引手段を中小サプライヤ企業が選択できるように提供すれば、取引手段の強要問題は解消します。EDI-ASP はアウトソーシングですから自己投資は最小にできます。</p>
<p>情報項目だけではなく、EDI を展開するための各種要素(ネットワーク、通信プロトコル、ASP 機能等)の標準化とその利用拡大(活用料金の低額化)を推進する必要がある。</p>
<p>当業界として、EDI メッセージだけでなく、川上から川下までを包含した“汎用性”と“国際性”のあるシステム基盤を含めた EDI 標準の採用と、あわせて、中小企業向けの簡易・安価なシステムパッケージの提供が必要である。</p>
<p>ASP方式の普及・推進が1つの解決方法と考えている。            企業間での情報のやり取りは、どこかで変換が発生する。発注者がやるのか、受注者がやるのか、第三者がやるのか、といった問題である。これを第三者(例えばASP事業者)がやる方式で尚且つASP間の連携が出来るしかけ(ビジネスインフラ)の実用化段階の早期実現を期待する。</p>
<p>下請法の対象となる企業が、データ交換(EDI)を導入してメリットを享受するためには、社内処理の IT 利用が前提になる。その上、中小企業向け ERP パッケージに標準 EDI をサポートする機能が必要であり、米国 OAGi のように多くのベンダーがアプリケーション・インターフェースの標準化を目指すべきである。</p>
<p>Web-EDIのガイドラインの中に、下請対象取引先に対する守るべき規準を制定。</p>
<p>中小企業においては、工事受注のアップを図り経営力のアップが必要。業界統一基準を安く普及させる。</p>
<p>日本における当業界関連団体の取引は、世界とは異質で伝統的にサプライヤ側よりバイヤー側が企業規模が大きくシステム化も先行している。そのバイヤー側が自社の優位性を保つ最良の手段であるとの誤認から脱却を可能とする経営環境の整備と、ビジネスに精通したCIOの人材の必要性を経営TOPに啓蒙すべきである</p>
<p>元請けが下請けから購入する際に生じる不公正は、大手が中小が購入する場合にも存在する。同一条件でも、大企業が購入する金額と、中小企業の購入額には大差がある。</p>
<p>少数企業の団体ですので、大手企業が所属する団体や上部団体で業界標準 EDI を設定すべきと考えている。</p>

まず課題にかかる意見としては、「健全性対策のために発注元に負担がかかる」を挙げる団体があり、健全性対策が進みにくい要因になっていることが示唆される。

一方、下請企業との EDI 利用の課題への解決策の意見としては、「機器メーカーから最新機材電子データの提供」、「導入費用の無償補助」、「通信回線の高速化」、「健全性に対応した EDI-ASP の提供」、「川上から川下までを包含した“汎用性”と“国際性”のある標準 EDI の採用」、「中小企業向けの簡易・安価なシステムパッケージの提供」、「アプリケーション・インターフェースの標準化」、「下請企業に対する守るべき基準を制定したガイドラインの制定」など多岐にわたる意見が出された。これらをみると、下請企業の EDI 利用を支援するためのインフラの整備やツールの提供、EDI の標準化、経済面や法制度面の支援の 3 パターンに類型化できると思われる。

問 2(4) 発注企業やその契約している ASP が提供する Web 画面により EDI を実施する企業が多いですが、発注企業により Web 画面に入出力するデータ項目が異なり、受注企業の負担が重くなっている「多画面問題」が、現在問題となっております。「多画面問題」はどのような問題をもたらし、その問題解決にどのような方法があるとお考えですか。以下の欄にご記入ください。

回答内容
「多画面問題」は結局人手による解決しかないので、業務効率を下げる要因となる。但し、それ以前の電話やFAXによる情報伝達よりは正確性、記録性に勝るのでその点は評価しなければならないと考える。
受発注をどのようにするかは当該企業同士の取り決めであって、問題解決も同様。
機器機材の特性によりデータ項目に違いがでるのは当然であるが、同一機材で項目が違うのは、発注側・受注側の長年の対応も一要因と考える。理想は発注側データ項目を基に、機器機材データと照合させ受注側の必要項目に変換できれば可能と考える。ただし基本データの作成、保守を誰がどのようにするか等、問題は山積する。
多画面問題は従来の多端末現象と同様な問題をもたらすと考えています。その解決方法としては、ASP間連携の環境を整え、1ユーザは1つのASPで全ての取引先と接続できるようにすることです。このために、JEDIC殿には全産業界に対応したASP間連携のための標準基盤の整備とASPベンダーへの適用を進めて頂きたい。
・「多画面」問題は、企業の業務合理化を妨げ、業界全体の情報処理コストを増大させる。 ・業界EDI標準規約の厳密な維持管理と、利用促進のためのPR活動が重要である。
Web-EDIには、用語、データフォーマット、操作手順等が標準化されていないためデータ交換の自動化や作業のルーティン化が困難である、導入にコストがかかるといった問題がある。Web-EDIにもメリットはあるので一概に否定はできないが、使用頻度の高いトランザクション等においては、上記各要素の標準化が必要である。
Web画面と自社システムとの二重運用、データの転記作業による負荷・ミスが起こりうる。 WebサービスのAPI公開、汎用フォーマットによるWebシステムへの入出力機能提供が望まれる。
発注企業および受注企業のどちらにおいても、Web-EDI導入のメリットを享受できる企業もあり、全否定すべきではないと考える。 当業界の標準EDIにおいても、Web-EDI導入時のガイドライン作成を行っている(現在調整中) ※他のEDI方式を同時に提供すること等の条件をつける。etc
現在、当業界でも大手発注元を中心に、客先ごとの入力を求められたり、逆に大手メーカーにおいては、流通業者が発注先メーカーごとの画面入力を求められており、「多画面問題」が存在している。結果として ・大手メーカーでは、発注元ごとに自社システムからのトランザクション処理を開発しており、システム開発コストが膨らんでいる。 ・中小のメーカーや流通業者は、費用を負担しながら大手の提供するシステムを導入している。 解決方法は、発注元と出荷先のそれぞれの業界が標準間の連携を考慮しながらEDIの標準化を図ること以外にはないと考える。
「多画面問題」は、多数の大手企業と取引をしている中小サプライヤ企業にとって深刻な問題であり、健全性対策で解決を求められている最も重要な課題です。 「多画面問題」は、複数のバイヤー企業との取引情報を中小サプライヤ企業がシングルインターフェースでダウンロードできるEDI-ASPサービスを提供することで解決できます。JEDICのEDIソリューション認定においてこのような機能を実装した健全性EDI-ASPの認定が早期に実現することを期待しています。
一部発注元企業様においてWeb-EDI方式を採用されております。このため手作業で当該発注元企業様のWeb画面への登録と自社システムへ登録が必要となり自動化・標準化の阻害要因となっております。当業界標準フォーマットに変換するサービスを利用することも可能ですが、変換サービス費用が発生しますので、メーカー個々の方針により対応方法を決めております。
Web-EDIにおけるアップロード・ダウンロード機能の必須化により多画面問題を解消する。
多画面問題は、入力ミスや入力コスト(人件費・時間)の増大、入力者の習熟度による業務品質の格差等、企業の生産性向上への大きな壁となっている。 システム標準の問題においても国際会計基準(IFRS)のような業界内・業界間、国際化に向けた標準化の必要性の議論を高め、国全体としての合意形成に向けた動きが必要と考える。
「多画面問題」は、特に1:Nの多くの大手企業と取引をしている中小企業にとって深刻な問題です。 ①運用面での費用負担 ②自社システムとの接続費用負担或いは自社システムとの断絶などIT化を

回答内容
<p>阻害 解決方法としては、統一標準仕様（画面、フォーマット）、アップロード／ダウンロード機能、シングルインターフェースなどによる改善が必要。</p>
<p>①「多画面問題」を解決するには、ビジネスルール、必須項目、コードなどの標準化検討および受注伝票の統一などが必要 ②画面には依存しない、単一の標準ファイル形式でのデータ交換を目指すべきである。</p>
<p>・Web-EDI がシステムの自動連携の妨げになる。・Web-EDI のみの対応はやめ、選択型にする方が良い。（例：社内系は、自動連携不要であり、Web-EDI を活用、その他は自動連携が必要であり別のものを活用する。） ・画面数が多く、オペレータ教育が大変であり画面統一が必要である。</p>
<p>当業界では、多画面現象を解決するために、Web-EDI のガイドラインを制定。その中でメッセージは業界標準を利用する事を明記。またASP連携のガイドにより1インターフェース化を実現。</p>
<p>多画面問題は、発注側および受注側双方にとって、取引先選択の幅を狭めてしまい、コスト削減あるいはビジネスチャンス拡大といった機会が損なわれる可能性がある。解決方法としては、画面作成のガイドラインなどで、共通化を促進することが考えられる。</p>
<p>画面、入力方法等、業界統一基準を設け進めることのできる団体で推進する。国交省でかつて進めた、電子入札等の標準コアシステムの構築等。</p>
<p>日常業務の煩雑性を引き起こし、結果生産効率を低下させると同時に販売機会を喪失を招いている 多画面問題は、中小が複数の大手と取引する際に生じる問題で、大企業が販売に供する際に行う契約では、事実上中小が複数大手と売買契約を締結するのは困難であるから、殆ど生じない。例えば大手メーカーと売買契約を結ぶには、多額の保証金と月々の現金決済が求められており、支払は現金入金手形の状況では、多くの資金投入は不可能である。</p>
<p>EDI 策定時に業界として受発注業務の標準化が必要と考える。</p>

多画面問題の問題点についての意見としては、「業務効率の低下」、「データの転記作業による負荷・ミス」、「システム開発・運用コストの増大」、「入力者の習熟度による業務品質の格差」、「システムの自動連携の阻害」、「ビジネスチャンス拡大の逸失」などが挙げられており、効率性の低下、コストの増大、正確性の低下、ビジネス機会の逸失などを指摘する意見がみられる。

一方、多画面問題を解決する方策にかかる意見としては、「当該企業同士で取り決めるべき」、「ASP 連携」、「EDI の標準化」、「業界標準 EDI の PR 活動」、「Web-EDI における用語、データフォーマット、操作手順、ビジネスルールの標準化」、「Web サービスの API 公開」、「入出力機能を提供する Web サービスの汎用フォーマットの開発」、「Web-EDI 導入ガイドラインの策定」、「シングルインターフェース」、「EDI ソリューションにおける健全性の認定」、「Web-EDI におけるアップロード・ダウンロード機能の必須化」、「統一標準仕様（画面、フォーマット）」、「受注伝票の統一」、「Web-EDI 以外の選択肢の用意」、「国交省でかつて進めた電子入札等の標準コアシステムの構築」と多岐にわたる意見が出されている。これらを整理すると、Web-EDI そのものの標準化と、EDI や受注伝票、Web-EDI の利用ルールなどの標準化、シングルインターフェース（ASP 連携も含む）を提案する意見が出されていることがうかがわれる。

なお、多画面問題は当事者間の問題であり、第三者は関与すべきではないとの意見もみられる。

#### 5.7.4 業際性を高めるための課題及び解決方法

問 3(1) 貴団体の業界標準 EDI を利用して、貴団体の属する業界とは異なる業界の企業との EDI は可能ですか。該当するものを 1 つ選び、回答欄に○をつけてください。

	回答団体数	構成比
1.ほとんどすべての異業界の取引先と、業界標準 EDI による EDI を実施することができる	3	8.8%
2.一部の異業界の取引先と、業界標準 EDI による EDI を実施することができる	13	38.2%
3.ほとんどの異業界の取引先と、業界標準 EDI による EDI を実施することができない	9	26.5%
4.全ての異業界の取引先と、業界標準 EDI による EDI を実施することができない	5	14.7%
無回答	4	11.8%
合計	34	

異業種との EDI については、「ほとんどの全ての異業界の取引先と実施することができる」が 3 団体(8.8%)、「一部の異業界の取引先と実施することができる」が 13 団体(38.2%)あり、両者を合わせた異業種の取引先と実施できる団体は 16 団体(47.0%)と、実施できない団体(14 団体、41.2%)を上回っている。

問 3(2) 貴団体の業界標準 EDI の業際性を高めるためには、どのような課題があるとお考えですか。該当するものをすべて選び、回答欄に○をつけてください。

	回答団体数	構成比
1.取引先の業界標準 EDI において、取引における必要情報項目が不足しているため、業際化が難しい	3	8.8%
2.ビジネスプロセスや商慣行が異なるため、他の業界標準 EDI との共通情報項目やその構造を定めることが困難	16	47.1%
3.業際性向上を図ろうとすると、追加コストが発生し、そのコスト分担方法に関する取引先業界との調整が困難	13	38.2%
4.業界標準 EDI に準拠した EDI ソリューションサービスを提供する ASP・SaaS 事業者が、他の業界標準 EDI に準拠した同サービスを提供する ASP・SaaS 事業者との連携に消極的である	4	11.8%
5.業際性を高めるための対応方法がわからない	4	11.8%
6.業際性の向上に業界としてのメリットを感じない	4	11.8%
7.その他	8	23.5%
無回答	3	8.8%
合計	34	

業際性を高めるための課題としては、「共通情報項目の策定が困難」が 16 団体(47.1%)が最も多く、次に「追加コストの発生」(13 団体、38.2%)、「その他」(8 団体、23.5%)が続いている。

問 3(3) 貴団体の業界標準 EDI の業際性を高めるための課題や解決方法についてご意見がある方は、以下の欄にご記入ください。

回答内容
業界標準EDIは、機能としては既に業際性を兼ね備えていると考えている。しかしながら、発注元企業と受注企業との間のEDIでは、取引の優位性から発注元企業独自仕様を使用するケースが多く、業界標準EDIが普及しない状況となっている。ASP事業者と連携しつつ、業界標準EDIを使用すれば荷主企業のメリットとなるような環境作りを模索していきたい。
・他業界の業態やビジネスプロセスについて、十分な調査が必要である。 ・情報項目やコードのマッピングを、どこまで精査できるかがポイントである。 ・一方通行ではなく、双方にメリットのあるEDIシステムを提供する。
業界特性として業務内容が業際的であるため、特定業界に限定して利用されているということはない。
当業界の標準EDIは、流通内では、ほぼ問題なく使用することが可能であるが、金融や原材料調達といった、他業界または上流工程の部分は今後の検討課題である。
業際にあたる業界のEDI標準化も決して進んでいるとは言えない状況。 各社が共通部分(標準化)と独自性(競争優位性)をしっかりと切り分けて考えることが重要。
仕入れ先は発注元のビジネスプロセスに合わせてEDIを実施するため、発注元の業界標準EDIに従う。 商取引であるため、多くの基本項目やプロセスは共通ではあるが、全てが共通にはなり得ない。 最大公約数的な共通項目が明確になれば、他項目はその業界団体やASPに任せるべき。
業際性を高めるための具体的な課題や解決方法について知るには、実際にやってみないと分からない。現時点では、その機会さえもないのが課題。
現在、他業界との業際EDI化を推進中。
関連業界との必要項目の洗い出し検討会等を実施する団体が必要。
材料に関しては業界標準EDIの実現が可能だと考えており、同業界のEDIネットワーク運営企業と実現に向けた取組みを行っています。
当業界では、メーカー代理店間だけでなく、販売内部にも独自EDIが存在しており、これらの解決が重要課題である。但しパソコンの導入は進んでいるため、何らかの対策が講じられれば対応は可能である。
関連業界との必要項目の洗い出し検討会等を実施する団体が必要。
主要取引先での発注業務EDIを定める事で、業界標準EDIの業際性が促進する様に思う。

まず業際性を高めるための課題にかかる意見の中で、問 3(2)の選択群にない意見としては、「取引の優位性から発注元企業独自仕様を使用」を挙げるものがあった。このため、問 3(2)の回答結果と併せて考えると、業界を跨った共通項目の策定の困難性、業際性対応のための追加コストの発生とコスト分担の調整、発注元優位の取引関係などが、業際性を妨げる大きな要因と受け取られていることがうかがわれる。

また、業際性向上のための解決方法の意見としては、「情報項目やコードのマッピングの精査」、「発注者、受注者の双方にメリットのあるEDIシステムの提供」、「共通部分と独自性の切り分け」、「最大公約数的な共通項目以外は業界団体やASPに任せるべき」、「主要取引先の発注業務EDIの標準化」などが挙げられており、標準化の徹底を主張する意見がある一方、共通部分と独自部分を切り分け、後者については個々の業界に独自に取り組ませるべきとの意見もあった。



### 5.7.5 国際性を高めるための課題及び解決方法

問 4(1) 貴団体の業界標準 EDI の国際性を高めるためには、どのような課題があるとお考えですか。該当するものをすべて選び、回答欄に○をつけてください。

	回答団体数	構成比
1.国際標準 EDI において、取引における必要情報項目が不足しているため、国際化が難しい	4	11.8%
2.ビジネスプロセスや商慣行が異なるため、他国の標準 EDI との共通情報項目やその構造を定めることが困難	12	35.3%
3.国際性向上を図ろうとすると、追加コストが発生し、そのコスト分担方法に関する取引先国との調整が困難	5	14.7%
4.業界標準 EDI に準拠した EDI ソリューションサービスを提供する ASP・SaaS 事業者が、他国の業界標準 EDI に準拠した同サービスを提供する ASP・SaaS 事業者との連携に消極的である	3	8.8%
5.国際性を高めるための対応方法がわからない	1	2.9%
6.国際性の向上に業界としてのメリットを感じない	13	38.2%
7.その他	8	23.5%
無回答	2	5.9%
合計	34	

国際性を高めるための課題としては「メリットを感じない」を挙げる団体が、13 団体（38.2%）と最も多く、「共通情報項目の策定が困難」（12 団体、35.3%）、「その他」（8 団体、23.5%）が続いている。

問 4(2) 貴団体の業界標準 EDI の国際性を高めるための課題や解決方法についてご意見がある方は、以下の欄にご記入ください。

回答内容
国内EDIと国際EDIでは、通関の有無、各国の商慣習の違いなどのため、ビジネスプロセス、データ項目の相違もあり、別々に取り扱っているのが実情である。また、企業における業務においても、国内と国際は別々に取り扱っているところが多い。国内EDIと国際EDIとは、相互にデータ項目連携が取れればよいと考えており、現在のところは国内EDI標準の国際性対応は特に考えていない。
・海外企業の商慣習やビジネスプロトコルへの理解を深めること。
基幹業務は業界VAN(全銀手順)で行っているが、日本固有の商慣習に基づいているため国際性は不可能。 商品コードについては国際標準(ISBN)があり、全世界共通になっているので問題なし EDIフォーマットについては EDItEUR の定める国際標準(ONIX)の普及をはかっているところ
現段階において、流通では、海外との取引のほとんどは商社などを經由して取引されることが大半であり、国際との連携の必要性は少ない。(小売と卸/メーカー間の標準EDIのみで見た場合:現在の業界標準EDの範囲)
各社の海外拠点とのやり取り以外の取引については、業界として時期尚早との感がぬぐえない。
当業界の場合、海外の現地工場から日本の本社が直接EDIによる出荷指示を受けるケースは少ない。現地法人が受注するため、その現地の標準に従うのが基本となっている。但し、各地区の業界標準の整合性を図るため、日米欧の業界団体の標準化推進組織体にて協議している。
当業界は、これまで、川下企業の国内重視・自己完結型・売るシステム重視の考え方が優位であったが、経済のグローバル化もあり、川上・川中企業では国際間・企業間・調達システム重視のシステムづくりが不可避となり、川下企業においても国際化が経営課題となってきている。 当団体では、当業界のSCMの観点から、ビジネスプロセスや商慣行の見直しを行い、取引のためのガイドラインを策定した。このガイドラインは取引のルールを定めただけでなくSCM構築に必要な情報共有の項目も取決めていた。これを踏まえ、昨年は「仕入・納品伝票」のフォーマットを取決め、統一伝票を策定した。今年度は、統一伝票を実施することに併せ生産工程の情報共有化事業に取組むが、既存の国際標準の準用を軸に検討していく。 なお、業界EDI標準を定めた後の当業界としての維持・管理体制については、組織・人材・資金等を含め課題が多い。
国際的に現在の日本より高品質の材料、人材等が出てくればEDIは自然と進むと考える。
当業界の取り扱い商品は世界的には北朝鮮以外に無い固有の規格である。よって扱品目そのものが、国際流通に適していない。

まず国際性を高めるための課題に関する意見としては、問4(1)の選択肢群以外の回答としては、「組織・人材・資金等の面で維持・管理体制を運営しにくい」という意見がみられ、維持・管理体制の難しさが指摘されている。このため、問4(1)と併せて考えると、国際性を高める上で、そのメリットを感じない団体や企業が多いこと、共通項目の策定が困難なこと、維持・管理体制の難しさが大きな阻害要因となっていることがうかがわれる。

また、国際性を高めるための解決方法としては、「海外の商慣行・ビジネスプロセスへの理解」、「ガイドラインの策定」、「統一伝票の策定」、「高品質の材料、人材等の登場」などが挙げられており、海外のビジネスプロセスの理解促進、国際性推進のための普及啓発、伝票の統一化、人材の確保が重要であることがうかがわれる。

#### 5.7.6 「業界横断 EDI 仕様」への対応について

問 5(1) 貴団体において、「業界横断 EDI 仕様」への対応をどのようにお考えですか。該当するものを1つ選び、回答欄に○をつけてください。

	回答団体数	構成比
1.「業界横断 EDI 仕様」への整合化をすでに計画中である	2	5.9%
2.「業界横断 EDI 仕様」への整合化を検討している	2	5.9%
3.「業界横断 EDI 仕様」の整備状況を注視している	17	50.0%
4.特に関心はない	5	14.7%
5.「業界横断 EDI 仕様」を知らない	3	8.8%
6.その他	4	11.8%
無回答	2	5.9%
合計	34	

「業界横断 EDI 仕様」への対応状況では、「注視している」が多く、17 団体（50.0%）と半数の団体が回答している。

問 5(2) 「業界横断 EDI 仕様」への対応や今後の整備の方向性についてご意見がある方は、以下の欄にご記入ください。

回答内容
「業界横断 EDI 仕様」が整備された段階では、業界標準 EDI の「業界横断 EDI 仕様」への整合化を検討していきたい。
・「業界横断 EDI 仕様」の策定上のプロセスを参考にさせていただき、考え方を当業界にも取り入れていきたい。
中小企業の業界団体は多数存在しますが、EDI に取り組んでいる団体はほとんど無く、中小企業取引の EDI 化を横断的に検討するための場も確立していません。 JEDIC へ提案した中小企業取引用の業界横断 EDI 仕様を、今後広く多様な中小企業団体の取引に拡張し、普及してゆく活動が必要であると考えています。 今後の中小企業 EDI 標準化と普及のための推進組織のあるべき姿について、ご相談させていただきたいと考えています。
昨今、チェーンストア業界や百貨店業界など流通 BMS を採用する企業が増えており、当業界として動向に注視している。
各業界団体が業界標準 EDI を制定する際の参考資料とする。
JEDIC に頑張ってもらいたい。
対応や整備に関する詳細なロードマップを、各業界や関係者の意見等を踏まえ作成し、その上で着実に進めてもらいたい。
メーカー、代理店等必要とされる対象業務から順次進める。
当業界では、すでに EDI のインフラが確立されているので、業際 EDI の実現にあたっては、まずはその利用を前提とすることが現実的と判断しています。 中長期的には、業界横断 EDI 仕様への対応が必要かと認識していますが、現時点では、具体的な検討はまったくしておりません。
当団体には EDI の主導権は無いが、導入に関しての協力が得られる場合は、対応は可能である。
メーカー、代理店等必要とされる対象業務から順次進める。
業際性の回答と同様になって仕舞うが、主要取引先での発注業務 EDI を定める事で、業界横断の EDI が促進する様に思う。

「業界横断 EDI 仕様」への対応や今後の整備の方向性に関する主な回答は、『業界横断 EDI 仕様』への整合化を検討したい」、「対応や整備に関する詳細なロードマップを作成してほしい」、「発注業務の EDI の策定が業界横断 EDI 仕様の普及につながる」などがあり、「業界横断 EDI」の対応に関するロードマップの提示を求める意見や、発注業務の EDI の重要性を主張する意見があった。

## 6. まとめ

### 6.1 アンケート調査結果より

調査票の構成に基づき、「EDIの業務面に関する部分」「EDIの技術面に関する部分」「取引の健全性・業索性・国際性」の各観点からアンケート調査結果について言及できることを以下に示す。

#### (1) EDIの業務面に関する部分について

##### ①企業規模によるEDI導入や効果の差

今回の調査では過去3回と同じように企業規模(代表的には売上高等)によるEDIの導入やその利用効果等について分析を行った。その差が出てくるところについての企業規模を把握すること、また導入効果についてはこれまで1つであったものをIT経営、業務改革、売り上げの拡大の3つの観点と変えた上で調査を行った。

その結果、今回はEDI導入については10~20億円が境界線となった。また導入効果については、3つの観点とも売上高で20~50億円が1つの境界線になっているという分析結果が得られた。

導入効果については、企業規模の集計分析に入る前段階として全体の集計分析を行った中で、業務改革についてはより有効性があるとの評価であった一方、売り上げの拡大については結びついていないとの評価はあまり高くはなかった。

EDIが業務効率化や生産性向上などを前面とした目的、メリットとしていることから、概ね妥当な結果となったのではないと思われる。

##### ②EDI未導入の理由・導入拡大にあたっての障害

前回に比べ、EDIを含めたIT投資が難しくなっている状況にあることを感じる回答結果となった。未導入の理由としてこれまではEDIの効果が見えない、また導入拡大にあたっての障害として社内各部門との調整説得、社内業務処理の変更、社内システムとの接続調整などが取り上げられていた。中でも社内各部門との調整説得についてはこれまでよりも多くの回答割合となり、導入拡大に対しハードルが高くなっていることがうかがわれた。

その一方で、導入利用の効果の評価に対しては、思ったほど関心が向けられていないのではないと思われる結果となった。ランニングコストに関しても十分な把握ができていないとは言えない結果となっており、導入段階のハードルをいかに越えるかが大きな課題になっているといえる。

我が国産業界へのEDIの普及促進策としてこれらの課題解決に向けた支援を行っていくことが、今後求められる1つのテーマであるといえる。

#### (2) EDIの技術面に関する部分について

##### ①Web-EDI方式

Web-EDIについては、以前から問題意識を持って動向をみてきているところであり、前

回から実態把握を行ってきており、今回も継続して調査した。

今回の結果は、前回と大きな傾向の違いはなかったものの、発注者サーバに受注者が直接入力する方式と、ファイルをアップロード／ダウンロードする方式がともに増加する結果となっている。

前者は受注者に EDI の運用負担を高めるリスクのある方式であり、その増加は今後の EDI 普及において必ずしも好ましいとは言えないと思われる。一方後者はユーザ企業のデータ入出力負担を軽減する可能性がある方式であり、その増加は EDI 普及促進の視点から好ましい方向と考えられる。ただしこの方式を採用している企業の多くは手動での対応となっていると思われ、今後は自動処理の仕組みの普及が望まれるところである。

## ②外部サービスの利用

外部 VAN 事業者や ASP・SaaS 事業者の利用についての設問を新たに追加したが、複数サービスの利用が多いとの実態が明らかになった。取引相手先との関係もあって、単一サービスに統一するというのは難しいことではあるが、業界標準から業際標準へ、といった動きが利用サービスについても 1 つ使えばよい状況を徐々に作り出すことにつながっていくのではないかと思われる。

## (3) 取引の健全性・業際性・国際性

### ①健全性

今回新たなキーワードとして取り上げているものであるが、具体的に EDI を利用する可能性のある業務場面での実態について把握を試みたものである。

この結果をみると、受発注確定情報や受領・検収情報等を EDI で提供する企業が半数近くになっており、これらの EDI 化が進みつつあることが注目される。また、JEDIC 会員団体向けアンケートの結果、健全性を高めるためには追加コストの発生及びコスト分担の調整、ニーズ把握の困難さなどが阻害要因となっている可能性があることも注目される。

### ②業際性

これまでの EDI は業界内に閉じての利用が主であったが、今後は業界間いわゆる業際という使い方に展開していくとの考えに基づき、今回はその基礎情報を収集している。

この結果をみると、他業種との EDI を実施している企業は多く、業界標準 EDI の業際性を高める必要があることが注目される。また、JEDIC 会員団体向けアンケートの結果、業際性を高めるためには、業界を跨った共通項目の策定の困難性や追加コストの発生及びコスト分担の調整などが阻害要因となっている可能性があることも注目される。

### ③国際性

国際性に関しては、3 年ぶりに EDI による海外取引の有無について調査し、その詳細として国や地域に関しても設問を設け、実態把握を行った。

今後の方向としてはアジア中心になるという実態ビジネスとの同期が求められているとの結果が出てきており、これについても今後 EDI 標準化活動にどう結び付けるかがテーマとなってくると思われる。

## 6.2 調査票に関する提案

アンケート調査票に対して、次年度以降に対する示唆されることを以下に示す。

### (1) 継続の必要性が高いと思われるもの

#### ① EDI 導入状況

本調査の大きな目的の1つであり、また今後導入を図っていこうとする企業の動向について把握しておくことが重要と考える。

#### ② EDI 導入効果

導入メリットについては、EDI 導入時の関心が最も高いところであり、引き続いての調査が必要と考える。特に今回3つの観点に分けての調査となっているが、引き続き注視するという意味で継続性を持って調査を行っていくことが必要と思われる。

#### ③ 受発注に占める EDI 割合

導入状況の把握として、取引先の拡大と、対象業務の拡大の2つがあり、いずれの指標も重要な調査であると考えられる。

#### ④ 技術面での動向

EDI を利用する企業の技術的関心がどこにあるかについて、継続的に把握しておく必要があると考える。特に Web-EDI については、拡大こそすれ縮小することはしばらくないと思われることから、継続的な調査が求められる。

#### ⑤ 取引の健全性・業索性・国際性

今年度から調査を開始した項目でもあり、EDI の今後の展開を考える意味で継続しての調査が必要と思われる。

### (2) 見直し・追加を検討してもよいと思われるもの

#### ① EDI の導入効果に対する評価の詳細について

今回新しく調査内容に加えた「EDI の導入・利用の効果についての評価およびその指標」において、「特に評価は行っていない」の回答が4割に上った。導入に際しては社内調整を始めとしてハードルが高くなっているのに、いざ導入してしまうと評価に関心がなくなるといふところの関係がよく見えなかった。

ここはなぜ「特に評価は行っていない」ことにつながるのかについて、把握しておく必要があるのではないかと考える。それはひいては今後導入を考える企業に対してのヒントを得ることができる可能性があるという意味と、EDI の普及促進策を考えるために、把握がである。

### 6.3 調査実施方法に関する提案

アンケートの実施方法に関して、今回実際の調査を行った観点から示唆される点を以下に示す。

#### (1) JEDIC 事務局・委員会と会員団体との連携強化の継続

今回、過去 14 回行った調査と比較して、今回調査は発送数の増加に比べて回収数が追いつけなかったことから、回収率は若干の低下という結果になった。

協力いただいた JEDIC 会員団体は昨年度とほぼ同数の 41 団体であり、これらの団体からの協力が得られたことは本調査以外の部分で会員団体との連携を高め、取り組みの趣旨が浸透してきている結果であると考えられる。

今後も引き続き連携を強化していくことで、調査実施においてもプラスになる面が多いと思われる。

#### (2) 調査実施時期・期間

前回調査同様、今回も調査時期を 1 月に入ってからとしたことで相応の回答率につながることができた。年末よりは年始の方が回答者側にとって多少でも時間的余裕を持った中で回答できる環境であったことが挙げられる。

この形式の場合、調査に協力いただくにあたっての JEDIC 会員団体との調整作業は年末（12 月）にかかってしまうが、回答者第一を考えればまずは実際に回答する企業側の負担感の軽減に力点を置き実施することが重要であると思われる。



【参考資料：アンケート調査票】

次世代EDI推進協議会 (JEDIC)

平成22年度「EDI実態調査」質問票1

質問票1は、EDIの実施状況、EDIの認知度、標準化へのご関心などを伺います。お分かりになる範囲で結構ですので、なるべくお答えください。

\*この質問票で使用している「用語」について

EDI：

企業と企業の間で、取引に関する情報(データ)や業務遂行上必要な情報を通信ネットワークによりやり取りすることです。したがって発注・受注などの取引データのほか、画像や、設計図面、仕様書、その他、企業間または業界内で合意された帳票類のやり取りやデジタルコンテンツの売買のためのやり取りもEDIに含めます。ただし、やり取りする情報は業界や企業間で定めた書式に従っているものとし、通常の文章を電子メールで送ることはEDIには含みません。

また、EDIに使用する通信ネットワークは公衆回線、専用線、VAN、インターネットなどあらゆるものを含みます。

同一法人である企業内での部門間の情報のやり取りはEDIには含みませんが、別法人であれば、グループ内の企業との情報のやり取りはEDIに含みます。

さらに、EDIは企業間の情報のやりとりだけを意味し、個人の顧客との取引データのやり取りは含みません。

受注者：

商品(製品)やサービス(役務)などを他の企業に提供し、代金を受け取る企業を受注者と定義します。物流事業などでは運送・保管等の業務の委託を受ける企業が受注者です。

発注者：

他の企業から商品(製品)やサービス(役務)などの提供を受け、代金を支払う企業を発注者と定義します。物流事業などでは運送・保管等の業務を委託する企業が発注者です。

問1 貴社のH22年3月末時点の資本金はどれくらいですか。(1つだけ)

1 100万円未満	2 100万円以上1千万円未満
3 1千万円以上5千万円未満	4 5千万円以上1億円未満
5 1億円以上3億円未満	6 3億円以上5億円未満
7 5億円以上10億円未満	8 10億円以上20億円未満
9 20億円以上50億円未満	10 50億円以上100億円未満
11 100億円以上500億円未満	12 500億円以上1千億円未満
13 1千億円以上	14 不明

問2 貴社(ご回答部門)のH21年度の売上高はどれくらいですか。(1つだけ)

1 100万円未満	2 100万円以上1千万円未満
3 1千万円以上5千万円未満	4 5千万円以上1億円未満
5 1億円以上3億円未満	6 3億円以上5億円未満
7 5億円以上10億円未満	8 10億円以上20億円未満
9 20億円以上50億円未満	10 50億円以上100億円未満
11 100億円以上500億円未満	12 500億円以上1千億円未満
13 1千億円以上	14 不明

問3 貴社(ご回答部門)の本社の所在地(実際の本社機能を有する場所)はどこですか。なお、複数本社がある場合は、代表的な本社の所在地をお答えください。(1つだけ)

1 北海道	2 青森県	3 岩手県	4 宮城県
5 秋田県	6 山形県	7 福島県	8 茨城県
9 栃木県	10 群馬県	11 埼玉県	12 千葉県
13 東京都	14 神奈川県	15 新潟県	16 富山県
17 石川県	18 福井県	19 山梨県	20 長野県
21 岐阜県	22 静岡県	23 愛知県	24 三重県
25 滋賀県	26 京都府	27 大阪府	28 兵庫県
29 奈良県	30 和歌山県	31 鳥取県	32 島根県
33 岡山県	34 広島県	35 山口県	36 徳島県
37 香川県	38 愛媛県	39 高知県	40 福岡県
41 佐賀県	42 長崎県	43 熊本県	44 大分県
45 宮崎県	46 鹿児島県	47 沖縄県	48 不明

問4 ご回答部門の所属部署はどの部門に相当しますか。(1つだけ)

1 情報システム部門	2 経営企画部門	3 営業・販売部門	4 調達・購買部門
5 在庫・物流管理部門	6 生産・サービス管理部門	7 研究開発部門	8 財務・経理部門
9 人事・総務部門	10 事務部門	11 広報・渉外部門	12 その他

問5 貴社(ご回答部門)の主たる事業は何ですか。売りに占める割合が最も高い事業を1つお答えください。

1 食料品・飲料・飼料・たばこ製造業	2 繊維工業
3 パルプ・紙・紙加工品製造業	4 化学工業
5 石油・石炭・プラスチック製品製造業	6 窯業・土石製品製造業
7 鉄鋼業	8 非鉄金属・金属製品製造業
9 電気機械器具製造業	10 電子部品・デバイス・情報通信機械器具製造業
11 輸送用機械器具製造業	12 はん用・生産用・業務用機械器具製造業
13 その他の製造業	14 農林漁業・同協同組合・鉱業
15 建設業	16 電気・ガス・熱供給・水道業
17 映像・音声情報制作・放送・通信業	18 新聞・出版業
19 情報サービス業	20 運輸業・郵便業
21 卸売業	22 小売業
23 金融業・保険業	24 医療業
25 教育・学習支援業	26 その他の非製造業
27 不明	

問6 貴社(ご回答部門)が所属する業界団体をお教えてください。  
複数の団体に所属されている場合は、ご回答部門と関係の深い順に4つまでお答えください。

1 アーティクルマネジメント推進協議会	2 特定非営利活動法人ITコーディネータ協会
3 (財)インターネット協会	4 (財)家電製品協会
5 共通XML/EDI実用化推進協議会	6 (財)建設業振興基金
7 (財)国際情報化協力センター	8 (社)コンピュータソフトウェア協会
9 写真業界流通情報システム協議会	10 (社)情報サービス産業協会
11 (財)食品流通構造改善促進機構	12 (財)製造科学技術センター
13 石油化学工業協会	14 (財)石油産業活性化センター
15 石油連盟	16 繊維産業流通構造改革推進協議会
17 全国家電流通協議会	18 全国コイルセンター工業組合
19 (社)全国自動車部品商団体連合会	20 全国鉄鋼販売業連合会
21 全日本電設資材卸業協同組合連合会	22 電気・電子 情報連携推進協議会
23 電気事業連合会	24 (社)電子情報技術産業協会
25 (社)日本アパレル産業協会	26 (社)日本アルミニウム協会
27 (社)日本印刷技術協会	28 日本化学繊維協会
29 (社)日本加工食品卸協会	30 (社)日本ガス協会
31 日本紙商団体連合会	32 (社)日本金属プレス工業協会
33 (社)日本建材・住宅設備産業協会	34 (社)日本航空宇宙工業会
35 (社)日本広告業協会	36 一般社団法人日本自動車工業会
37 (社)日本自動認識システム協会	38 一般社団法人日本出版インフラセンター
39 (社)日本情報システム・ユーザー協会	40 日本スーパーマーケット協会
41 日本製紙連合会	42 日本チェーンストア協会
43 (社)日本鉄鋼連盟	44 (社)日本電気計測器工業会
45 (社)日本電機工業会	46 (社)日本電気制御機器工業会
47 (社)日本電設工業協会	48 (社)日本電線工業会
49 (社)日本塗料工業会	50 (社)日本配電制御システム工業会
51 日本百貨店協会	52 日本フォーム印刷工業連合会
53 (社)日本物流団体連合会	54 (社)日本貿易会
55 (財)日本貿易関係手続簡易化協会	56 日本紡績協会
57 日本優良家具販売協同組合	58 (社)日本ロジスティクスシステム協会
59 (財)流通システム開発センター	60 特定非営利活動法人旅行電子商取引促進機構
61 (財)日本情報処理開発協会	62 (社)日本自動車部品工業会
63 不明	

問7 貴社(ご回答部門)では国内企業との取引で、EDIを導入していますか。(1つだけ)

1 全ての取引先と行っている	2 一部の取引先と行っている
3 実施したいが現状は行っていない	4 現在実施しておらず、今後も行う予定はない
5 不明	

問8 問7で「全ての取引先と行っている。」、「一部の取引先と行っている。」とお答えの方に伺います。EDIを導入されたとき、外部の団体・企業に有償でご相談されましたか。もしご相談された場合、どなたにご相談されましたか。3つまでお答えください。

1 システムベンダ	2 ASP・SaaSサービスプロバイダー
3 ソフトウェア業者	4 ITコーディネータ
5 システムコンサルタント	6 既に取り先と独自手法(紙ベースなど)がある
7 ハードウェア業者	8 行政機関
9 商工会など	10 その他
11 外部の団体・企業に相談していない	

問9 問7で「実施したいが現状は行っていない。」とお答えの方に伺います。EDIを導入していない理由は何ですか。3つまでお答えください。

1 EDI導入のコストが高い	2 EDI導入の効果が見えない
3 EDI導入に詳しいシステムベンダ、ソフトウェア業者に関する情報が無い	4 EDI標準フォーマットなど業界共通の標準がない
5 社内にEDIに詳しい人材がいない	6 既に取り先と独自手法(紙ベースなど)がある
7 社内システムとデータフォーマットが合わず連携がとりにくい	8 複数(顧客ごと)のシステムが導入されるようになってしまふ
9 取引先が貴社(ご回答部門)の情報セキュリティについて不安を持っている	10 貴社(ご回答部門)が取引先の情報セキュリティについて不安を持っている
11 情報システムがない	12 その他

問10 問7で「実施したいが現状では行っていない」とお答えの方に伺います。EDIをこれから始める際に障害となると思われる点について、3つまでお答え下さい。

1 社内トップ(経営者)の調整、説得	2 社内の各部門の調整、説得(EDI導入のメリットなど)
3 社内の業務処理の変更	4 社内システムの接続、調整
5 システムベンダ、ソフトウェア業者の選定・調整	6 取引先との調整
7 社内での人材の確保	8 社内での資金の確保
9 EDIに関する情報収集	10 特になし
11 その他	

問11 EDIの導入はIT経営や業務改革、売り上げの拡大等に役立っていますか。それぞれの効果についてお答えください。(それぞれ1つずつ)

(1)IT経営

1 非常に役立っている	2 ある程度役立っている
3 あまり役立っていない	4 まったく役立っていない
5 むしろ妨げている	6 不明

(2)業務改革

1 非常に役立っている	2 ある程度役立っている
3 あまり役立っていない	4 まったく役立っていない
5 むしろ妨げている	6 不明

(3)売り上げの拡大

1 非常に役立っている	2 ある程度役立っている
3 あまり役立っていない	4 まったく役立っていない
5 むしろ妨げている	6 不明

問12 貴社(ご回答部門)ではEDIの導入・利用の効果について評価されていますか。評価されている場合、どのような指標を用いていますか。5つまでお答えください。

1 効果項目の金額	2 効果項目の数量
3 効果項目の実現レベルの定性評価	4 EDIの導入・利用に要する費用
5 EDIの導入・利用に要する労働時間	6 EDIの導入・利用レベルの定性評価
7 予算の遵守状況	8 費用対効果評価
9 ROI(投資収益率)、NPV(正味現在価値)、IRR(内部収益率)などの投資評価指標	11 同業他社との比較
10 その他のKPI(重要業績評価指標)	12 特に関係ない
12 その他	

問13 貴社(ご回答部門)では、EDIのランニングコストとして、トランザクション1件あたりどれだけかかっていますか。(1つだけ)

1 ほとんど費用がかかっていない	2 5円未満
3 5円～10円未満	4 10円～15円未満
5 15円～20円未満	6 20円～25円未満
7 25円～30円未満	8 30円～50円未満
9 50円～75円未満	10 75円～100円未満
11 100円以上	12 不明

問14 貴社(ご回答部門)が受注者の立場でEDIを実施している場合、取引先社数の何%とEDI取引を実施していますか。(1つだけ)

1 10%未満	2 10%以上、30%未満	3 30%以上、50%未満	4 50%以上、70%未満
5 70%以上、90%未満	6 90%以上	7 不明	

問15 貴社(ご回答部門)が受注者の立場でEDIを実施している場合、受注金額の何%がEDIで取引されていますか。(1つだけ)

1 10%未満	2 10%以上、30%未満	3 30%以上、50%未満	4 50%以上、70%未満
5 70%以上、90%未満	6 90%以上	7 不明	

問16 貴社(ご回答部門)が発注者の立場でEDIを実施している場合、取引先社数の何%とEDI取引を実施していますか。(1つだけ)

1 10%未満	2 10%以上、30%未満	3 30%以上、50%未満	4 50%以上、70%未満
5 70%以上、90%未満	6 90%以上	7 不明	

問17 貴社(ご回答部門)が発注者の立場でEDIを実施している場合、発注金額の何%がEDIで取引されていますか。(1つだけ)

1 10%未満	2 10%以上、30%未満	3 30%以上、50%未満	4 50%以上、70%未満
5 70%以上、90%未満	6 90%以上	7 不明	

問18 貴社(ご回答部門)が所属する業界のEDI標準についてお答えください。(1つだけ)

1 EDI標準を策定・推奨しており、貴社(ご回答部門)はそれを使用している
2 EDI標準を策定または推奨しているが、貴社(ご回答部門)は使用していない
3 EDI標準を策定・推奨しているか否か知らない
4 取引先が加盟する業界団体のEDI標準を使用している

問19 貴社(ご回答部門)では、主にどの業界標準EDIを利用されていますか。8つまでお答えください。

1 CII標準	2 UN/EDIFACT標準
3 ANSI.X12標準	4 ebXML標準
5 UBL	6 ECALGA標準
7 ECALS標準	8 EIAJ標準
9 RosettaNet	10 Chem eStandard
11 JPCA-BP	12 CI-NET標準
13 鉄鋼EDI標準	14 電気事業連合会の定める各種EDI標準
15 DIY標準	16 日本ガス協会の定めるEDI標準
17 JAIC標準	18 新聞広告EDI
19 広告取引EDI標準	20 JTRN
21 物流XML/EDI標準	22 JAMA-JAPIA-EDI標準
23 CPSD標準	24 HWSW標準
25 JEDICOS	26 流通BMS標準
27 SJAC-EDI標準	28 EANCOM
29 旅行EDI	30 Travel-XML
31 その他の業界標準EDI	32 不明

## 次世代EDI推進協議会(JEDIC)

### 平成22年度「EDI実態調査」質問票2

質問票2は、皆様にご現在使用されているEDIの方式について伺います。お分かりになる範囲でお答えください。  
 なお、技術がご専門の方がいらっしゃらない場合は、回答されなくても結構です。

**問1** 現在EDIを実施するとき、外部のVAN事業者やASP・SaaS事業者などのサービスを利用されていますか。もし利用されている場合、複数の事業者を利用されていますか。主要なものを8つまでお答えください。

1 単一のVAN事業者のサービスを利用	2 複数のVAN事業者のサービスを利用
3 単一のASP・SaaS事業者のサービスを利用	4 複数のASP・SaaS事業者のサービスを利用
5 単一のその他の事業者のサービスを利用	6 複数のその他の事業者のサービスを利用
7 外部の事業者のサービスを利用していない	8 不明

**問2** 問1で、「外部の事業者のサービスを利用していない」及び「不明」を回答しなかった方(すなわち、外部の事業者のサービスを利用していると回答された方)に伺います。貴社(ご回答部門)では、データ変換機能についてツールを利用されていますか。それとも開発されていますか。もし開発されている場合、どのように構築されていますか。代表的なEDIについてお答えください。(1つだけ)

1 ツールの利用	2 パッケージソフトの利用
3 委託開発	4 自社開発
5 その他	6 不明

**問3** インターネットを使用したEDIを利用されていますか。もし利用されているとすれば、その方式はどれですか。主要なものを3つまでお答えください。

1 電子メールにEDIメッセージを添付する方式(メールEDI)
2 ファイル転送プロトコルで、エンドトゥエンドで送受する方式(ファイル転送EDI)
3 Webサーバ上の取引データをクライアントのPCからアクセスする方式(Web-EDI)
4 センターに共有データベースを置き、相互にアクセスする方式(共有DB)
5 Webサービスなどリアルタイムで問い合わせ応答等を行う方式(Webサービス)
6 その他
7 利用していない
8 不明

**問4** 問3で3.のWeb-EDIとご回答の方にお伺いします。  
 Web-EDIの具体的な方式はどれですか、8つまでお答えください。

1 自社が発注者で、自らWebサーバを運営し、受注者である取引先のPCから情報を画面入力してもらう方式
2 自社が発注者で、自らWebサーバを運営し、受注者である取引先のPCから情報をダウンロード/アップロードしてもらう方式
3 受注者である取引先が運営するWebサーバに、発注者である自社のPCから情報を画面入力する方式
4 受注者である取引先が運営するWebサーバに、発注者である自社のPCから情報をダウンロード/アップロードする方式
5 自社が受注者で、自らWebサーバを運営し、発注者である取引先のPCから情報を画面入力してもらう方式
6 自社が受注者で、自らWebサーバを運営し、発注者である取引先のPCから情報をダウンロード/アップロードしてもらう方式
7 発注者である取引先が運営するWebサーバに、受注者である自社のPCから情報を画面入力する方式
8 発注者である取引先が運営するWebサーバに、受注者である自社のPCから情報をダウンロード/アップロードする方式

**問5** 問4で「1」または「5」(自社がWebサーバを運営し、取引先に画面入力してもらう方式)をお答えの方に伺います。  
 貴社(ご回答部門)の画面型Web-EDIでは、取引先が業界標準EDIメッセージのダウンロード・アップロードを可能にする仕組みがありますか。(1つだけ)

1 自動的に処理できる仕組みがある	2 手動で処理できる仕組みのみある
3 ない	4 不明

**問6** 問4で「3」または「7」(取引先がWebサーバを運営し、自社に画面入力してもらう方式)をお答えの方に伺います。  
 取引先の画面型Web-EDIでは、貴社(ご回答部門)が業界標準EDIメッセージのダウンロード・アップロードを可能にする仕組みがありますか。(1つだけ)

1 自動的に処理できる仕組みがある	2 手動で処理できる仕組みのみある
3 ない	4 不明

## 次世代EDI推進協議会(JEDIC)

### 平成22年度「EDI実態調査」質問票3

質問票3は、ご利用されているEDIによる取引の可視化、EDIの業索性、国際性の状況などを伺います。お分かりになる範囲で結構ですので、なるべくお答えください。

#### \*この質問の背景について

次世代EDI推進協議会では、企業や業界、国を越えて自由自在に情報の交換や共有が行える基盤を「ビジネスインフラ」と定義し、取引の可視化、業索性、国際性などを満たす業界標準EDIをビジネスインフラとしてのEDIとし、その普及を推進しています。このため、業界横断EDI仕様の管理などの各種活動を行っておりますが、これらの活動の進捗管理などを適切に行うため、ビジネスインフラの浸透度を把握する必要があります。

そこで、貴社が利用されているEDIによる取引の可視化、EDIの業索性、国際性の状況をさまざまな角度から調査することで、この浸透度の計測を行おうとしております。

#### \*この質問票で使用している「用語」について

##### 取引の可視化：

発注者において発注情報の送信により、対象製品の引き取り義務が発生したり、約束された製品を発注者が受領することで製品の所有権が移転し、検収を行うことで受注者の確実な売掛を計上できたりするなど、取引のプロセスが明確化されることを、「取引の可視化」といいます。一連の取引のイベントごとにEDIによりタイムリーにデータを交換することで、この取引の可視化が実現することが期待されています。

##### 違算：

「違算」とは、発注者と受注者がそれぞれ認識している債権・債務が不一致であることを意味し、具体的には発注者の買掛金と受注者の売掛金が一致しない状態をいいます。EDIによる取引の可視化が図られれば、公明な取引情報が発注者・受注者の双方のシステムに反映されるため、この違算の予防に資することが期待されます。

##### 業索性：

業界を跨る企業間情報共有において、それぞれの業界EDI間で相互運用性があることや、異なる業界に属する取引先との情報交換において、業界ごとの異なる対応が最小限となるEDIとなっていることをいいます。

##### 国際性：

EDIが国内外の取引で使用できる規範となる国際標準EDIに準拠し、産業の競争力の向上に資することをいいます。

#### 【取引の可視化にかかる設問】

問1 貴社(ご回答部門)がご使用のEDIでは、取引の実施前に、発注先に対し、発注書など発注を確定する情報を提供されていますか。(1つだけ)

- |                    |                  |
|--------------------|------------------|
| 1 全ての発注先に提供している    | 2 一部の発注先に提供している  |
| 3 ほとんどの発注先に提供していない | 4 全ての発注先に提供していない |
| 5 不明               |                  |

問2 貴社(ご回答部門)がご使用のEDIでは、着荷後遅滞なく、発注先に対し、受領・検収情報を提供されていますか。(1つだけ)

- |                    |                  |
|--------------------|------------------|
| 1 全ての発注先に提供している    | 2 一部の発注先に提供している  |
| 3 ほとんどの発注先に提供していない | 4 全ての発注先に提供していない |
| 5 不明               |                  |

問3 貴社(ご回答部門)では、取引額に占める違算の大きさを把握されていますか。もし把握されている場合、違算の大きさはどのくらいですか。(1つだけ)

- |                     |                       |
|---------------------|-----------------------|
| 1 0%超～0.2%未満        | 2 0.2%～0.5%未満         |
| 3 0.5%～1%未満         | 4 1%～2%未満             |
| 5 2%～5%未満           | 6 5%以上                |
| 7 違算の大きさを把握しているが、不明 | 8 違算の大きさを把握していないため、不明 |

**【業際性にかかる設問】**

問4 貴社(ご回答部門)における取引先の業種とのEDI実施状況について伺います。①取引先のうち、どの業種の企業とEDIを実施していますか。②取引先のうち、EDIを実施していない企業の主な業種はどれですか。③EDIを実施していない取引先のうち、今後どの業種の企業とEDIを実施したいとお考えですか。①から③のそれぞれについて代表的な業種を5つまでお答えください。

1 食料品・飲料・飼料・たばこ製造業	2 繊維工業
3 パルプ・紙・紙加工品製造業	4 化学工業
5 石油・石炭・プラスチック製品製造業	6 窯業・土石製品製造業
7 鉄鋼業	8 非鉄金属・金属製品製造業
9 電気機械器具製造業	10 電子部品・デバイス・情報通信機械器具製造業
11 輸送用機械器具製造業	12 はん用・生産用・業務用機械器具製造業
13 その他の製造業	14 農林漁業・同協同組合・鉱業
15 建設業	16 電気・ガス・熱供給・水道業
17 映像・音声情報制作・放送・通信業	18 新聞・出版業
19 情報サービス業	20 運輸業・郵便業
21 卸売業	22 小売業
23 金融業・保険業	24 医療業
25 教育・学習支援業	26 その他の非製造業
27 不明	

**【国際性にかかる設問】**

問5 貴社(ご回答部門)では海外の国・地域の企業との取引で、EDIを導入していますか。

1 全ての取引先と行っている	2 一部の取引先と行っている
3 実施したいが現状は行っていない	4 現在実施しておらず、今後行う予定はない
5 不明	

問6 貴社(ご回答部門)における取引先の国・地域とのEDI実施状況について伺います。①取引先のうち、どの国・地域の企業とEDIを実施していますか。②取引先のうち、EDIを実施していない企業の主な国・地域はどれですか。③EDIを実施していない取引先のうち、今後どの国・地域の企業とEDIを実施したいとお考えですか。①から③のそれぞれについて代表的な国・地域を3つまでお答えください。

1 北米	2 中南米
3 EU諸国	4 EU以外の欧州
5 中国(香港を含む)	6 韓国、台湾
7 東南アジア	8 南アジア(インドなど)
9 中近東	10 中央アジア
11 オセアニア	12 アフリカ諸国
13 不明	

業界標準 EDI に関する JEDIC 会員アンケート調査票

問 1：貴団体では、業界標準 EDI を定めていますか。該当するものを 1 つ選び、回答欄に○をつけるか、回答内容をご記入ください。なお、業界標準 EDI の定義は 1 ページをご覧ください。

選択肢の内容	回答欄 (○をつけてください)
1. 独自に業界標準 EDI 仕様を定めている	
2. 他の業界標準 EDI 仕様を推奨している	
3. 業界標準 EDI 仕様の必要性を感じていない	
4. 業界標準 EDI 仕様を知らない	
5. その他	
「その他の内容」(その他をご回答された方は、具体的な内容を下の欄にご自由にご記入ください。)	

問 2：貴団体の業界標準 EDI の健全性や関連事項についてお伺いします。なお、健全性の定義は 1 ページをご覧ください。

(1) 貴団体の業界標準 EDI の健全性を高めるためには、どのような課題があるとお考えですか。該当するものをすべて選び、回答欄に○をつけてください。

選択肢の内容	回答欄 (○をつけてください)
1. 業界標準 EDI において必要情報項目が不足しているため、各社が独自の方式を適用せざるを得ない	
2. 健全性向上に伴い、ビジネスプロセスを大幅に変更しなければならない	
3. 健全性向上を図ろうとすると追加コストが発生し、そのコストの関係者間における分担方法の調整が難しい	
4. EDI ソリューションサービスを提供している ASP・SaaS 事業者が、相互のサービス連携に消極的である	
5. 健全性の概念が曖昧なため、どのように対応したらいいかわからない	
6. 健全性の向上に既に対応しているため、課題はない	
7. その他	

(2) 貴団体の業界標準 EDI の健全性を高めるための課題や解決方法についてご意見がある方は、以下の欄にご記入ください。

--



(3)貴団体に属する業界において、下請法の対象となる企業の EDI 利用を進めるための課題や解決方法についてご意見がある方は、以下の欄にご記入ください。

--

(4)発注企業やその契約している ASP が提供する Web 画面により EDI を実施する企業が多いですが、発注企業により Web 画面に入出力するデータ項目が異なり、受注企業の負担が重くなっている「多画面問題」が、現在問題となっております。「多画面問題」はどのような問題をもたらし、その問題解決にどのような方法があるとお考えですか。以下の欄にご記入ください。

--

問 3：貴団体の業界標準 EDI の業実性についてお伺いします。なお、業実性の定義は 1 ページをご覧ください。

(1)貴団体の業界標準 EDI を利用して、貴団体の属する業界とは異なる業界の企業との EDI は可能ですか。該当するものを 1 つ選び、回答欄に○をつけてください。

選択肢の内容	回答欄 (○をつけてください)
1. ほとんどすべての異業界の取引先と、業界標準 EDI による EDI を実施することができる	
2. 一部の異業界の取引先と、業界標準 EDI による EDI を実施することができる	
3. ほとんどの異業界の取引先と、業界標準 EDI による EDI を実施することができない	
4. 全ての異業界の取引先と、業界標準 EDI による EDI を実施することができない	

(2)貴団体の業界標準 EDI の業際性を高めるためには、どのような課題があるとお考えですか。該当するものをすべて選び、回答欄に○をつけてください。

選択肢の内容	回答欄 (○をつけてください)
1. 取引先の業界標準 EDI において、取引における必要情報項目が不足しているため、業際化が難しい	
2. ビジネスプロセスや商慣行が異なるため、他の業界標準 EDI との共通情報項目やその構造を定めることが困難	
3. 業際性向上を図ろうとすると、追加コストが発生し、そのコスト分担方法に関する取引先業界との調整が困難	
4. 業界標準 EDI に準拠した EDI ソリューションサービスを提供する ASP・SaaS 事業者が、他の業界標準 EDI に準拠した同サービスを提供する ASP・SaaS 事業者との連携に消極的である	
5. 業際性を高めるための対応方法がわからない	
6. 業際性の向上に業界としてのメリットを感じない	
7. その他	

(3)貴団体の業界標準 EDI の業際性を高めるための課題や解決方法についてご意見がある方は、以下の欄にご記入ください。

--

問 4：貴団体の業界標準 EDI の国際性についてお伺いします。なお、国際性の定義は 1 ページをご覧ください。

(1)貴団体の業界標準 EDI の国際性を高めるためには、どのような課題があるとお考えですか。該当するものをすべて選び、回答欄に○をつけてください。

選択肢の内容	回答欄 (○をつけてください)
1. 国際標準 EDI において、取引における必要情報項目が不足しているため、国際化が難しい	
2. ビジネスプロセスや商慣行が異なるため、他国の標準 EDI との共通情報項目やその構造を定めることが困難	
3. 国際性向上を図ろうとすると、追加コストが発生し、そのコスト分担方法に関する取引先国との調整が困難	
4. 業界標準 EDI に準拠した EDI ソリューションサービスを提供する ASP・SaaS 事業者が、他国の業界標準 EDI に準拠した同サービスを提供する ASP・SaaS 事業者との連携に消極的である	
5. 国際性を高めるための対応方法がわからない	
6. 国際性の向上に業界としてのメリットを感じない	
7. その他	

(2)貴団体の業界標準 EDI の国際性を高めるための課題や解決方法についてご意見がある方は、以下の欄にご記入ください。

--

問 5：貴団体における JIPDEC が JEDIC と連携して策定した「業界横断 EDI 仕様」についてお伺いします。

(1)貴団体において、「業界横断 EDI 仕様」への対応をどのようにお考えですか。該当するものを 1 つ選び、回答欄に○をつけてください。

選択肢の内容	回答欄 (○をつけてください)
1. 「業界横断 EDI 仕様」への整合化をすでに計画中である	
2. 「業界横断 EDI 仕様」への整合化を検討している	
3. 「業界横断 EDI 仕様」の整備状況を注視している	
4. 特に関心はない	
5. 「業界横断 EDI 仕様」を知らない	
6. その他	

(2)「業界横断 EDI 仕様」への対応や今後の整備の方向性についてご意見がある方は、以下の欄にご記入ください。

--

ご協力ありがとうございました。ご回答内容について確認等をする場合がございますので、お手数ですが、ご連絡先を下記にご記入ください。

貴団体名	
所属部署名	
ご担当者名	
お電話番号	— — (内線 )
メールアドレス	@
(内部処理用：ご記入しないでください)	
整理番号	

禁 無 断 転 載

平成 22 年度 EDI 実態調査報告書

平成 23 年 3 月 発行

発行所 財団法人 日本情報処理開発協会  
東京都港区芝公園三丁目 5 番 8 号  
機械振興会館 3 階

TEL : 03 (3436) 7500

印刷所 株式会社プリコ  
東京都千代田区神田須田町 1-4-6

TEL : 03 (3252) 1641

(本報告書は再生紙を使用しています。) 21-H010