

広がる新たな業界インフラ

業界支える幅広い情報インフラを提供

プラネットでは、主力のEDIサービス以外にも幅広い情報インフラの提供に力を注ぎ、業界の発展を支えている。業界のさらなる活性化に向け、同社が取り組んでいる多彩なサービスを紹介する。

MITEOS

データ交換を手軽に実現、業務負荷を軽減

プラネットが2013年2月に提供を開始した「MITEOS（ミテオス）」は、メーカー・卸売業間の商取引データを確実かつ効率よく送受信できる「基幹EDI」の導入が困難なメーカーに、簡易的なEDIの機能を提供し、卸売業との双方向のデータ交換を実現させることで、業界全体の業務負荷の軽減につながるサービスだ。

立ち上げから3年近く経過し、医薬品業界での導入が一気に進み、利用メーカー数は今年1月末には46社だったが、10月末には160社に、卸売業も4社から7社に増加。高い評価を得ている。

同社のEDIサービスの利用企業数は基幹EDI、資材EDIを合わせると1200社を超えているが、そのEDIサービスでこれまで培ってきた機能性をより手軽に享受できるのが「ミテオス」だ。

「ミテオス」の利点は「スピーディ」、「シンプル」、「セーフティ」という3つのキーワードにまとめられる。まず、ミテオスを利用するメーカーは現在の業務をほとんど変えることなく、難しいシステムの準備も必要なく、受注、仕入伝票送付業務を簡素化できるので、「スピーディ」に導入できる。また、操作内容は伝票番号や商品単価などの情報を入力して送信するだけ、という「シンプル」さである。そ

して、データで受信・送信することによって、従来発生していたFAXの紛失や伝票が届かない等のトラブルを解消でき、確実で安心、という「セーフティ」を実現することができる。

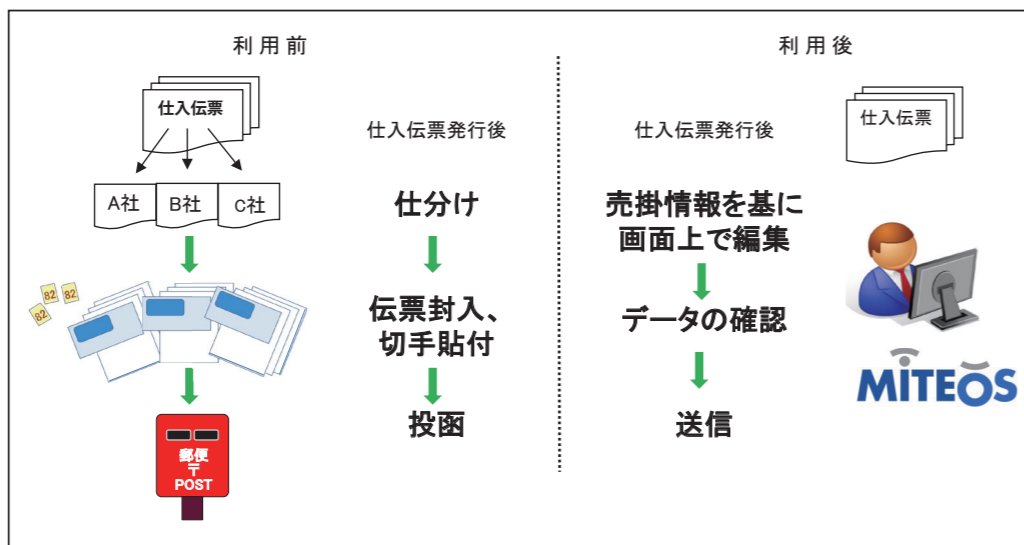
また個々の業務におけるメリットも大きく、まず、受注に関しては、受注情報をデータでまとめて受信できるので、得意先や件数などの受注状況を一覧形式で確認でき、効率的に作業を進められる。また、ダウンロード機能もあるので、自社システムにデータを取り込めば、受注内容を手入力する手間が省ける。

また、出荷確定した後の売掛情報をデータ送信できるので、これまでの仕入伝票の発送が不要となり、伝票の仕分け作業の手間や切手代などのコストを大幅に削減できる(図参照)。こうした便利な機能を、安価な定額料金で利

用できるのが、メーカーにとって大きな魅力となっている。

一方、既にEDIを活用している卸売業にとっても、仕入計上業務を効率化できるという点でミテオスは有効なサービスだ。数多い仕入先メーカーすべてとEDI接続ができていない状況では、郵送で届く仕入伝票に基づいて手入力で計上する必要があり、卸売業側に非常に大きな負荷がかかってしまう。EDIよりも導入しやすいミテオスの登場は、仕入先メーカーとのオンライン化率アップに向けた希望の光、と言えそうだ。

EDIサービスを使っていないメーカーはまだ多く、ミテオスの潜在ニーズは大きい。その一方で、ミテオスの利便性が、業界のメーカー・卸売業へまだ十分に伝わっていないのも現状だ。プラネットでは、ミテオスをインフラサービスとして定着させるために、パンフレットやホームページ、広報誌などを活用してミテオスの利点をしっかりと伝え、業界に広く根づかせる考えだ。



商品データベース

精度、鮮度の高い商品情報を一元管理

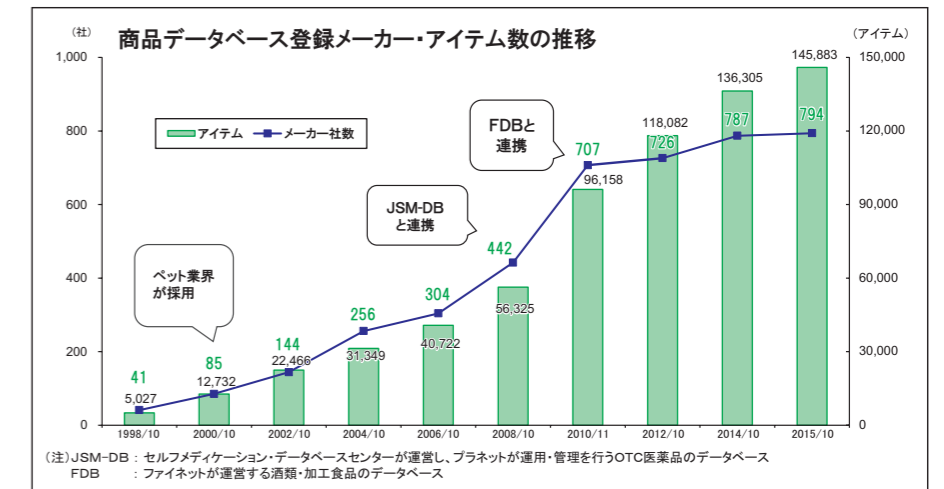
プラネットが提供する「商品データベース」は、日々の受発注や棚割検討など、さまざまな場面でやり取りされる商品情報を集約。メーカー、卸売業、小売業それぞれの業務負担を軽減することを目的し、1997年に立ち上げられた。

2015年10月現在、日用品、化粧品をはじめ、ペットフード、ペット用品、OTC医薬品、介護用品、酒類・加工食品(2010年に酒類・加工食品業界のVANを運営するファイネットとデータ連携し実現)など794社・14万5883アイテムが登録され、商品の文字情報と画像情報が一元管理されている。

メーカーの担当者が商品情報の登録を行っているため常に「精度」は高く、新商品の情報は、発売の2~3カ月前を目安に登録され、随時メンテナンス

されているため、「鮮度」も抜群だ。

メーカーにとっては「商品に紐づいた正しい商品情報を広く発信できる場」として、卸売業や小売業などの情報利用者にとっては「精度と鮮度の高い、メーカーが登録した商品情報を網羅的に入手できる場」として、業界にな



カスタマー・コミュニケーションズ

生活者の購買行動に関する真実を提供

カスタマー・コミュニケーションズ(以下CCL、米倉裕之社長)は、マーケティング支援などを手掛けるプラネットの関連会社。

14年秋からは「TRUE DATA」という企業ブランドを打ち出し、それに合わせてホームページやロゴも一新。自らのサービスをID-POSデータのプラットフォームと位置づけ、先進企業も満足する高水準でありながら、あらゆる企業がビッグデータを簡単に活用できるインフラとソリューションを提供。消費財流通業界全体がより強くなるためのサポートへの取り組みを広げている。

様々なサービスを提供するCCLだが、中でも今春デジタルガレージと共同開発し立ち上げた「ウレコン」(図参照)は、これまでにない全く新しい購買行動分析のエントリーツールとして、大きな注目を集めている。「ウレコ

ン」という名称は、「リアルなマーケットでの売れ筋を測るコンパス」を意味している。

分類メニューから調べたい商品を選択すると、その商品のエリア別売上ランキングや、性別・年齢別構成比、平均価格トレンドなどが、カラフルなグラフになって表示。同じカテゴリーの商品全体との対比もあり、商品の位置づけやトレンドも把握できる仕組みを提供。ID-POSデータという宝の山から真実を見つけ出し、それぞれの現場で役立てるためのツールとして展開。ID-POSデータを活用したビッグデータ・マーケティングの認知度を高め、利用の裾野の拡大につなげる

なくてはならないインフラとなっている。

また同社では、「商品データベース」を、訪日外国人によるインバウンド消費をさらに活性化させるための土台としても位置づける。商品データベースの情報を日本語から英語、中国語などの多くの言語に翻訳して提供することで、利便性を高める「多言語化対応」の検討を推進。他のデータベース事業者などとの連携にも取り組み、早期の展開につなげていく考えだ。

考えだ。

このほかにも同社では、顧客のさまざまな購買行動にフォーカスしたID-POS分析を行う「Eagle Eye」や、汎用タイプの購買行動分析ツール「Dolphin Eye」なども提供。ビッグデータを有効活用するための様々なサービスを広げている。

