

H&BCマーケティングニュース

プラネット

流通業界の期待集める情報系Webサービス「バイヤーズネット」

消費財流通に携わる企業間の非定型業務の効率化につながるネットワークサービス

プラネット(玉生弘昌社長)は、受発注など基幹EDIサービスのほかに、「バイヤーズネット」という情報系Webサービスを提供している。「バイヤーズネット」はインターネットを利用したメーカー・卸売業・小売業間のマーケティング、マーチャンダイジング(MD)、バイイング業務等を支援する情報提供サービスで、消費財流通に携わる企業間の非定型業務の効率化につながるネットワークサービスとして流通業界の期待を集めている。

安心・安全、かつ強固なセキュリティ

メーカー、卸、小売がそれぞれプライベートネットワーク(Webサイト)を開設して取引先にID、パスワードを発行するとパスワードだらけになる現象を危惧し、同社が01年10月に開始したサービスである。安心・安全、かつ強固なセキュリティとなっているのも大きな特長となっている。

スタートから10年目を迎えた現在(10年9月末)、メーカー2094社1万1638名、卸売業545社4711名、小売業383社1056名、合計3022社1万7405名がバイヤーズネットを利用している。この数は登録だけして活用していない会員を省いた、実際に活用している会員の数である。

バイヤーズネットには、大きく分けて、「商品の検索」「ビジネスナビゲ

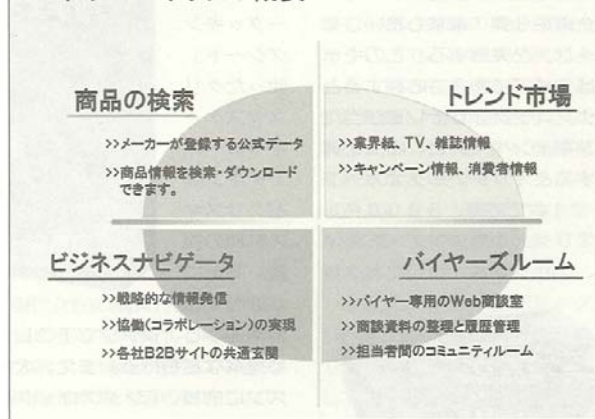
ータ」「トレンド市場」「バイヤーズルーム」の4つのメニューがある。

「商品の検索」では、商品の仕様や特徴などの文字情報と商品画像がデータベース化されており、ブランド、カテゴリ、新製品などのキーワードから検索できるサービスで、9月末現在、560社7万6611アイテムが登録されている。商品情報は常にメンテナンスされており、精度の高い商品情報入手することができる。

入手した商品データは、マスタ登録、棚割、POP制作、チラシ画像、オンデマンドカタログ、新製品カタログ、企画書などに利用することができる。現在、卸売業740社、小売業372社がこの「商品の検索」を利用している。

また、この「商品の検索」ではOTC医薬品メーカーが登録した医薬品の画像や文字情報も入手することができる。さらに11月15日からファイネ

バイヤーズネットの概要



の酒類・加工食品情報データベースとも連携を開始するなど、更なる充実化を図っている。

このほかにもプラネットでは商品データベースを活用した新たなサービス「商品マスタ登録支援サービス」を06年から開始し、このサービスが利用者から好評で広がっており、現在、卸売業16社、小売業5社が利用している。

この「商品マスタ登録支援サービス」は、商品の基本情報をプラネットの「商品データベース」から取り込んで、卸売業や小売業各社の商品マスタ情報を効率的に作成するというもので、その方法は、プラネットが用意した小売

業・卸売業の各社マスタと同じ項目の入力画面から、仕入先企業の営業担当が「商品データベース」から新規にマスタ登録を行う商品の基本情報を取り込んだ後、納品価格などの取引情報を入力すると、入力内容の自動チェックが行われる。卸売業や小売業は、これらの過程を経て作成されたファイルを自社の商品マスタに落とし込むだけでなく、商品マスタ作成の作業を大幅に軽減することが可能となる。商品マスタ登録を効率よく、正確に行うことができ、作業負担の軽減に貢献するサービスであり、今後も利用企業が増えるものと同社では見込んでいる。

H&BCマーケティングニュース

4つのサービスメニューを展開

バイヤーズネットのもう1つのサービス「ビジネスナビゲータ」は、メーカーや卸売業が特定企業向けに戦略的な情報発信及び情報共有を行う専用ページである。キャンペーン、プロモーション情報、CM情報、販促情報、販促物、市場動向などビジネスに必要な情報を提供したい特定企業と交換することができる。あるメーカーでは店頭展開の画像を掲載して店頭状況の情報交換を行っており、工夫次第で様々な使い方ができる。ビジネスナビゲータは現在メーカー8社、卸売業6社が専用ページを設けており、各社のコンテンツを928社(卸売業545社、小売業383社)が参照している。

もう1つのサービス「トレンド市場」は、プラネットが提供するお役立ち情報のページで、弊紙「石炭日用品新報」とドラッグマガジン社「ドラッグトピックス」からの業界ニュースを紹介する「ビジネス情報局」、テレビ番組や雑誌掲載記事の情報、マクロミルの消費者動向調査などを提供する「メディア見聞録」、歳時のテーマや市場動向等を発信する「イベント歳時記」、流通の現場で活躍している人へのインタ

ビューを届ける「フロンティア話人伝」で構成されている。

そして「バイヤーズルーム」は、小売業バイヤー個人ごとに専用ページを設け、メーカー、卸売業の担当者と商談資料管理や情報提供を行うサービス。バイヤーが取引先メーカーや卸売業に企画提案、見積提案などをリクエストし、情報交換や商談を行うことができる。ある小売業ではメーカー・卸との情報交換を、メールを使わずセキュリティ面の心配がないバイヤーズネットに統一して行っているところもあるという。「バイヤーズルーム」は現在、小売業5社、参加企業32社が活用している。

バイヤーズネットには、この他にも業務効率を向上できる「ファイル振分機能」というサービスもある。各取引先向けのファイルをまとめてバイヤーズネットを使ってプラネットに送信するとプラネットが各取引先に振り分けて送信するサービスである。日々の配信業務を効率化するだけではなく、大容量のファイルの送受信も簡単に実現でき、送信先の既読確認もできる。

また、「問い合わせ掲示板」というサービスもあり、情報発信を一斉に行い、案内に対する大量の返信の有無を一覧で確認できる。

非定型業務の効率化や情報共有
できるインフラとして進化を目指す

このような機能を持つバイヤーズネットについてプラネット・黒岩昭雄常務取締役営業本部副部長兼第2営業部長は、「バイヤーズネットは10年目に入って、流通業界への認知もかなり進んできたが、目標は利用会員10万名の達成であり、まだまだ認知を広げていく必要がある。バイヤーズネットに入れば業界の様々な情報を入手でき、特定企業とのコミュニケーションも取れる一大ネットワークサービスとして普及拡大していきたい。そのためにはバイヤーズネットを使いこなすリテラシーも必要となるので、リテラシーアップのための講座の開講も予定している。また、営業活動は現在、当社のセールスのみが行っているが、ソフトウェアのベンダーとも連携しながら、認知を拡大していくことも考えている。当社では今後もバイヤーズネットを流通業界のマーケティング、MD、バイキング業務など非定型業務の効率化や情報共有ができるインフラとして進化させていく考えであり、現場のニーズに合致したサービスの開発と展開を図る」と話す。



黒岩昭雄

具体的には現在のサービスメニュー別の提案から、小売業や卸売業の利用者の業務場面に合わせたバイヤーズネットの使い方の提案を行っていく予定であり、それにより業務効率の改善など取引先も含めたソリューションにつなげていく考えである。現在、新提案に向けて、パンフレット制作などを進めている。

また、iPadを活用したバイヤーズネットの活用の研究も進めており、さらなるバイヤーズネットの充実を図っている。