

# バイヤー業務を支援する次世代 IT インフラ



## プラネット「バイヤーズネット」

情報化および高齢化社会の進展、また異常気象、パンデミックなどの環境要因に伴う生活様式の変化、購買行動の多様化を背景に、今やバイヤーはいかに臨機応変かつ確実、効率的な姿へと業務を進化させるかが問われている。そうした流通事情に対応し、商品データベースを軸に IT を駆使して製配販の企業間の情報共有を飛躍的に果たすのがプラネットの『バイヤーズネット』だ。

WEB を介して商品や市場に関する様々な情報の一元化を図るとともに、企画提案や見積もりなど密度の高い商談・情報交換も個々の担当者レベルで実現。バイイング・MD 業務の抜本的な効率化に貢献する、名称の通りバイヤーを支える次世代の IT インフラとも言える機能について、同社の黒岩昭雄常務・営業本部副本部長兼第2営業部長（写真）に解説いただいた。

### 1つのID・パスワードであらゆる情報にアクセス

プラネットと言えば流通業界にとってはEDI運営で馴染みが深いですが、そうした受発注などの定型業務は商品関連業務全体の1割程度に過ぎないという。「実際にはバイイングやMDといった非定型業務が多くを占めるだけに、この部分での情報供給をIT化し、製配販の企業間でシステムの共同利用を図ることで全体の業務が飛躍的に向上する」と、黒岩常務はバイヤーズネットのコンセプトを強調する。

もともとサービスの成り立ちとして、かつて小売企業が各社独自にWEBサイトを立ち上げて情報共有のIT化が図られつつあったが、「利用するために各社ごとにIDとパスワードが必要で管理が煩雑化してきたため、共有利用のシステム化で『関連する全ての情報を1つのID・パスワードで共有する』仕組みが求められた」のが出発点だ。そうして2001年に運用が開始されたバイヤーズネットは、昨年末現在の状況でメーカー2220社、卸587社、小売427社の合計3234社／会員数にして1万8219人が活用する一大ネットワークとなっている。

バイヤーズネットのメニューは大きく分けて①商品DB情報の検索・閲覧、ダウンロード活用②業界ニュースおよ

びTV・雑誌掲載情報、消費者情報といった市場動向に関わる最新情報を提供する『トレンド市場』③戦略的な情報発信、コラボレーションの実現などが行える『ビジネスナビゲータ』④バイヤー専用のWEB商談室的機能の『バイヤーズルーム』——の4つで形成される。

①と②の情報の検索・閲覧は登録さえすれば無料だ（登録も無料）。商品情報は当然ながらメーカーが供給する公式データで、新製品などは原則発売3ヶ月前に登録されるなど、ITだけに最新の情報へ素早くアクセスできる仕組みが構築されている。1月からは顧客ID付POSデータ分析大手でプラネット関係会社のカスタマー・コミュニケーションズが集計した『ドラッグストア商品購入リピート率ランキングトップ20』の掲載

#### ●バイヤーズネットの概要

#### 商品の検索

メーカーが登録する公式データ  
商品情報を検索・ダウンロードが可能

#### トレンド市場

TV・雑誌掲載情報  
キャンペーン情報、消費者情報  
ドラッグストア商品購入  
リピート率ランキングトップ20

#### ビジネスナビゲータ

戦略的な情報発信  
協働（コラボレーション）の実現  
各社 BtoB、BtoE サイトの共通玄関

#### バイヤーズルーム

バイヤー専用の Web 相談室  
商談資料の整理と履歴管理  
担当者間のコミュニティルーム

を開始。実際の消費動向を確認しながら商品政策に結びつけられる機能強化も図られている。

## 統一フォーマットと情報の一元化で 業界全体の効率化に貢献

キーコンテンツとなる商品DBについて黒岩常務は、「本来メーカーごとに登録の形式やルールが異なり、活用や二次利用などでは手間を要する。そこで統一したフォーマットでのデータベース化を果たし、誰もが使いやすい形で提供することで効率化・省力化、確実性を実現する意義は大きい」と指摘する。

例えばDBでは商品の概要に加え、棚割や販促物などに使える外観画像なども登録されており、ダウンロードして活用する際にボタン操作1つで主要な棚割ソフト形式に変換して取り込めるようになっている。また、『商品マスタ登録支援サービス』ではDBの登録情報を活用することで精度が高く、効率的に個々の企業専用の仕様を構築。取引情報などの管理やWEBを介した取引先との様々な情報共有にも対応と、ITのメリットを強く発揮する点で導入企業から高い評価を受けており、「様々な方面でシステム化の可能性が広がる」と自負している。

2011年1月末現在、商品DBは日用品から薬粧、食品・酒類まで多岐にわたるカテゴリで711社・100,434件におよぶ膨大な商品情報を網羅している。

## BtoEのIT武装で バイヤー業務は進化する

一方、WEBを介して取引先との密な情報連携を図るバイヤーズルームでは、キャンペーンやプロモーション、CM、販促、市場・消費動向などの提案の投げかけから商談、見積もり依頼などが担当者レベルで直接やり取りでき、まさにITならではの機能性をフルに発揮する。「例えば最近のバイヤーは業務が多忙でなかなか店頭を回り切れていない傾向があるが、現場スタッフやメーカー・卸の巡回を通じ、商談で決めた企画が店頭できちんと実践されているかといった確認作業に使われているようなケースもある」と黒岩常務は説

明する。

取引や企画提案に関わるデリケートな情報を扱う関係上、暗号化通信やウイルス対策などEDIで培った堅牢な運営が図られているのもバイヤーズネットの大きな特長だ。もともと「全ての情報を1つのID・パスワードで共有する」コンセプトにおいて、ID登録は企業単位ではなく担当者ごと、BtoBではなくBtoE (Employee) での情報共有が果たされていることから、「ID発行時はもちろん、部署異動なども勘案して一定期間ごとに実際に本人確認を行う」ほか、担当者一人ひとりでアクセス権限をコントロールするセキュリティレベルを実施。これによって安全、確実にダイレクトな情報共有による取り組み強化を促す仕組みが提供されている。

「煩雑化するメールでのやりとりと比べ、バイヤーズネットでは相手への到着・閲覧状況を確認でき、本来手間のかかるデータや大容量ファイルなどの振り分け配信機能なども含め、取引先担当者単位での通知、既読確認が行える点で確実な情報共有が図れる」と黒岩常務。まさにバイヤー業務そのものをITに置き換えることの可能性は大きい。

さらにプラネットでは現在、バイヤーズネットのモバイル化を進めつつあり、iPadやスマートフォンなどに対応することで、さらにきめ細かなサービスに発展しそうだ。この第一段階として先ごろ発刊した新製品情報カタログのモバイル版（写真参照）が完成し、3月に行われるJAPANドラッグストアショーの出展ブース内でデモが行われる。バイヤー業務における最新のIT武装の手触りをぜひ現場で体感したい。



# バイヤーズネット™

お問合せ

株式会社プラネット

☎ 03-5962-0811 <http://www.planet-van.co.jp/>