■□ 情報インフラ企業の潮流・戦略 □■

プラネット「見える化」サービスを構築

新たなインフラで業界を支援

プラネットは昨年10月、3代目の社長として田上正勝常務を昇格させた。これを機に新たな業界インフラ「見える化」サービスの構築を推し進める。メーカー・卸間の取引データを、営業やマーケティングなどへ活用できるように加工するもので、企業ユーザーのシステム投資やコストの低減をサポートしつつ、消費財流通業界の活性化を目指す。田上社長に新サービスの概要と今後の経営方針について話を聞いた。

田上正勝社長

田上社長は1993年にプラネットに入社した後、システム管理部、営業推進部、ネットワーク企画部を歴任した。商品データベースや「バイヤーズネット」といった業界の情報インフラの企画・開発を担当し、システムの構築に主導的な役割を果たした。

社長就任を機に、EDI（電子データ交換）など従来からのインプット業務の効率化に貢献するサービスの充実と並行して、日々蓄積された膨大なデータをアウトプットとして活用する「見える化」サービスの構築を積極的に進める。

「今後も流通業界に、安全・中立で標準化されたサービスを提供していく。ネットワークシステムの高度化や複合化に対応し、先進的なユーザーも満足できるサービスをタイムリーに提供していく。国内だけでなく、今後各社が進出するアジアでも、当社の情報インフラを活用いただき、低コストで成果を挙げられるようにサポートする。

こうした活動を維持・継続・発展させながら、新たな業界インフラを築くことで、流通業界の発展に貢献したい」と話す。

グループ資源活用で企業価値の向上を

「見える化」サービスは、メーカーと卸が受発注等で取り交わした電子データを加工し、取引先別やカテゴリー別など、ユーザーのニーズに即した切り口で、リアルタイムにデータを抽出できるようにする。外勤が多い営業部門の需要が高いと見込んでおり、パソコンやタブレット端末、スマートフォンでも閲覧・利用できる。

「受発注のオンライン比率は年々上昇を続けており、基幹業務の自動化はほぼ完成しつつある。大容量の取引データを『ビッグデータ』として活用する事例が出ていることや、POSデータを開示する小売業が増えていることを踏まえると、将来的にこうしたデータの活用は不可欠になる。しかし現場レベルで活用するには、大規模なシステム開発と運用費用、セキュリティ対策が必要であり、やりたくても実現できなかった企業が多いと思われる。流通業界の情報インフラを自任する当社が、これらのデータを可視化することで、各社の費用や労力を省き、安心して利用できるようにする。

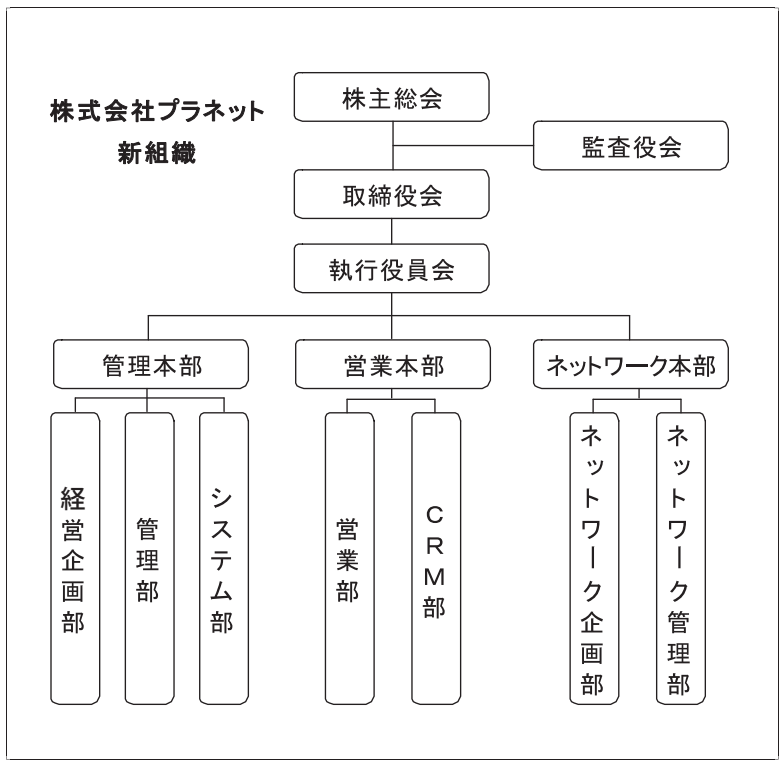
サービスの具体的な内容については今後、業界各社のキーパーソンと意見交換を行い、すぐ実現できるものと、時間をかけるべきものとを切り分け、優先順位をつけて形にしてゆきたいと考えている。

当社は2年後の2015年に、設立30周年を迎える。その頃までにサービスの詳細を発表できるよう、取り組みたい」（田上社長）

同社の関連会社で、顧客ID付きPOSデータの分析やFSPの導入支援をおこなうカスタマー・コミュニケーションズとも、外部データのひも付けなどで協働することも検討している。

新サービスに向け組織体制も改編

「VAN構築と同様の労力必要」



田上社長は就任にあたり、「見える化」サービス構築などを見据え、営業、開発、運用体制の見直しをおこなった。

営業面では情報インフラを志向して、サービス毎に分かれていた営業組織を統合し、業界各社のニーズを把握しやすい体制に変更した。

「設立時の当社は、共同での業界VAN（付加価値通信網）運営を目指すため、複数の企業との意見交換に適した組織形態だった。その後、MD業務支援サービス『バイヤーズネット』の強化のため、個々の企業ニーズに対応する営業体制を採ってきた。今回、新たな情報インフラ構築に向け、設立時に通じる営業体制に改めた。業界インフラは個別対応では実現できないものであり、「見える化」サービスはVAN構築と同等の労力が必要だろう」（田上社長）

また営業の新組織として、CRM（Customer Relationship Management）部を発足させた。問い合わせ対応、各データベースのメンテナンスといった後方支援に留まらず、新サービスの説明会運営など、サービス利用の促進に取り組む。なおCRM部は、部長を含め全員女性で構成している。

ネットワーク企画部は、既存サービスのメンテナンスを継続しながら、サービス戦略担当を中心に「見える化」サービスをはじめ、新規サービスの企画開発を行っている。

ネットワークの運用面では、大きな組織変更をおこなわなかったが、EDIサービスの安全性向上とWeb系サービスの運用改善を進めている。

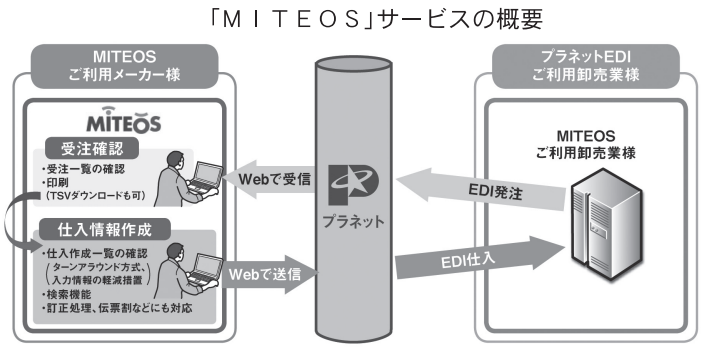
「昨年8月、受発注が集中する時間帯にEDIシステムで障害が発生し、ユーザーの皆様にご迷惑をおかけした。システム環境自体を改善して再発を防止すると共に、緊急時にタイムリーで的確な情報発信を行うように改めた」（田上社長）

◇

EDIサービスも拡張

2月に「MITEOS」スタート

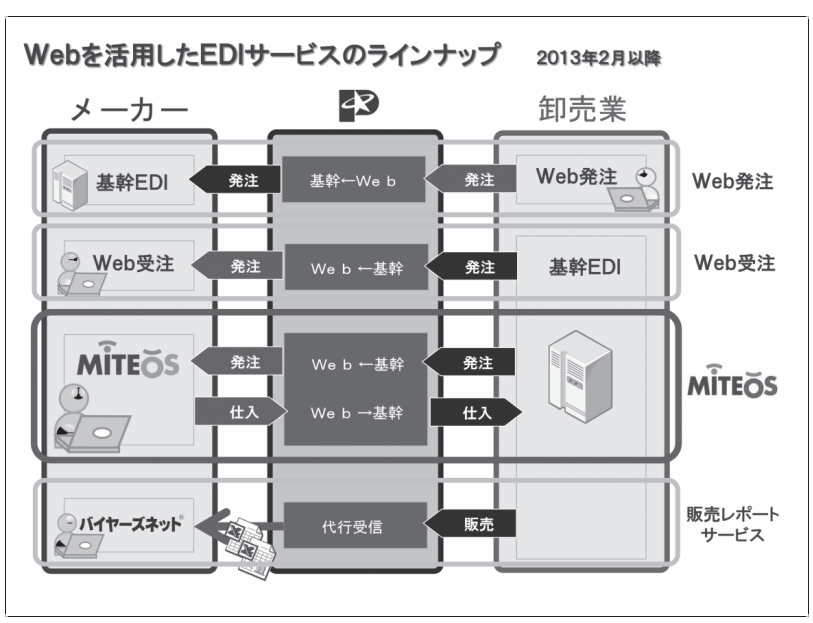
2月から、従来のEDIサービスの拡張をめざし、これまで基幹EDIを利用していなかったメーカーを対象に、新サービス「MITEOS（ミテオス＝見て押すの意）」をスタートする。基幹EDIを利用するメーカーは400社を超えているが、取引の量や頻度、システム環境の問題から、導入していない企業もある。



「MITEOS」は、パソコンとインターネット環境があれば取引先とのデータ交換を実現できるため、大規模な初期投資が必要ない。ユーザーのメーカーは、仕入伝票の印刷コストや郵送費の削減が期待できる。一方の卸は、メーカーから郵送されていた伝票を電子データで受信できるため、迅速化と正確化を図れるほか、発注書を送信する際のファクシミリ通信費の大幅な削減が見込める。

すでに多くのメーカーに「MITEOS」を案内しており、導入に向けた準備を着々と進めている。

卸―小売間の次世代EDI「流通BMS」は、大手のGMSやSMで導入が始まっているが、ドラッグストア業界では普及が遅れている。プラネットも「流通BMS」に対応したサービス環境を整えているが、多くの小売業は通信速度が遅く、対応機器の製造も終了しているJCA手順を使い続けている。



田上社長は今後、大手の小売や卸による導入が進むとの見通しを示しつつ、将来的な課題が存在することも指摘している。

「大手が流通BMSを導入した後、中小の小売・卸の導入を進める方策がまだ十分ではない。この流れに対応できない企業も出てくるだろう。また、流通BMSによって、データのフォーマットが標準化されたのは大変素晴らしいことだが、データの項目や、コードの標準化はまだ徹底されていない。業務の効率化を進める上で、今後こうした点は改善していく必要があると思う」。

◇