

情報ビジネスNO7

B to B ビジネスNO.2

2014年5月30日
後 保範

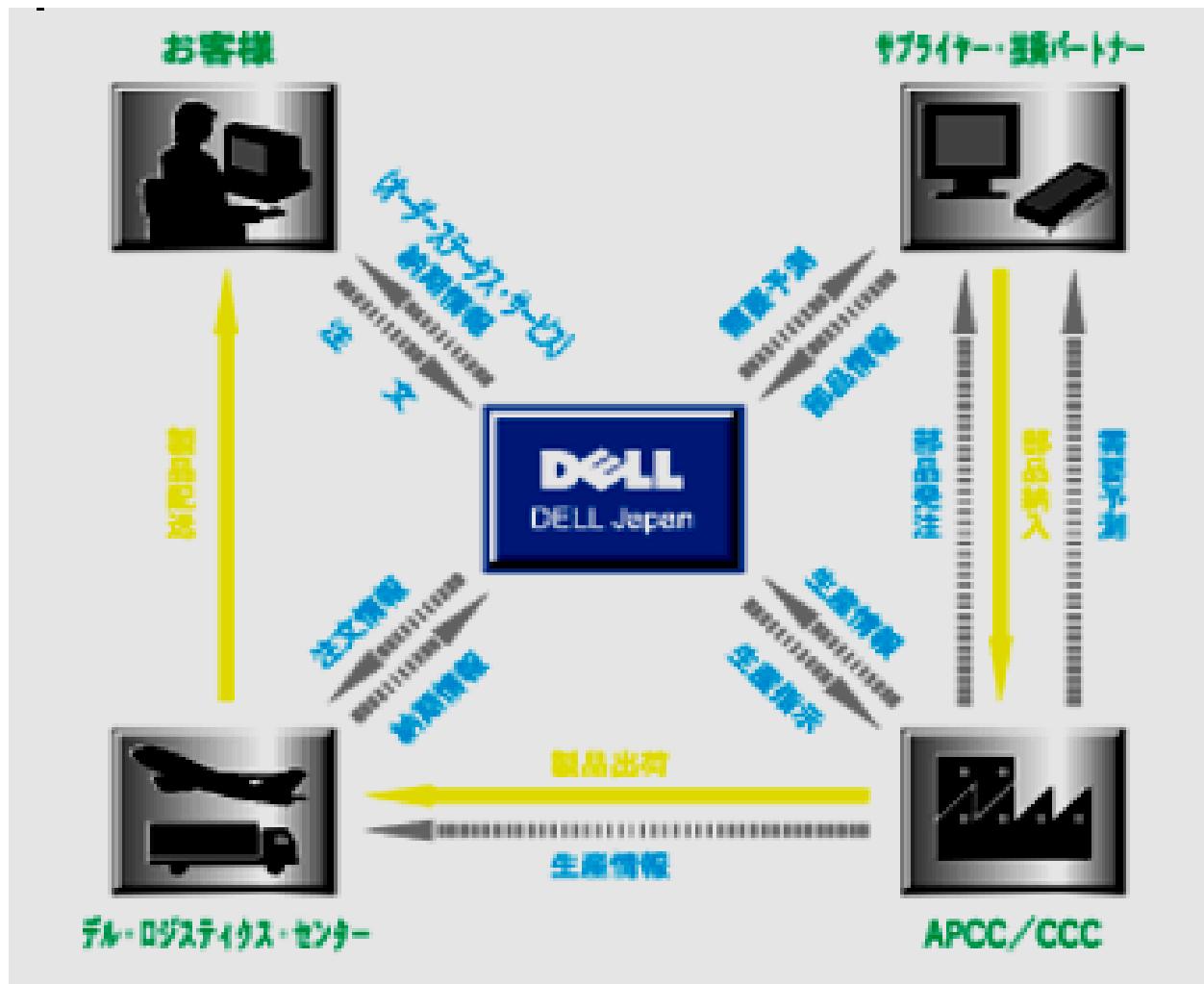
1. 仮想企業体

- ・ 特定の企業を中心に、部品・原料メーカー等のサプライヤや販売網が連携した仮想企業体
- ・ SCMを利用して仮想企業体を最適化する。
- ・ SCMではEDI(電子データ交換)を超え、需要予測情報などを交換することで、部品在庫も含めた全体の在庫量を削減し、製品リードタイムを短縮する。
- ・ SCM: Supply Chain Management; 供給連鎖管理

1.1 デルの仮想企業体

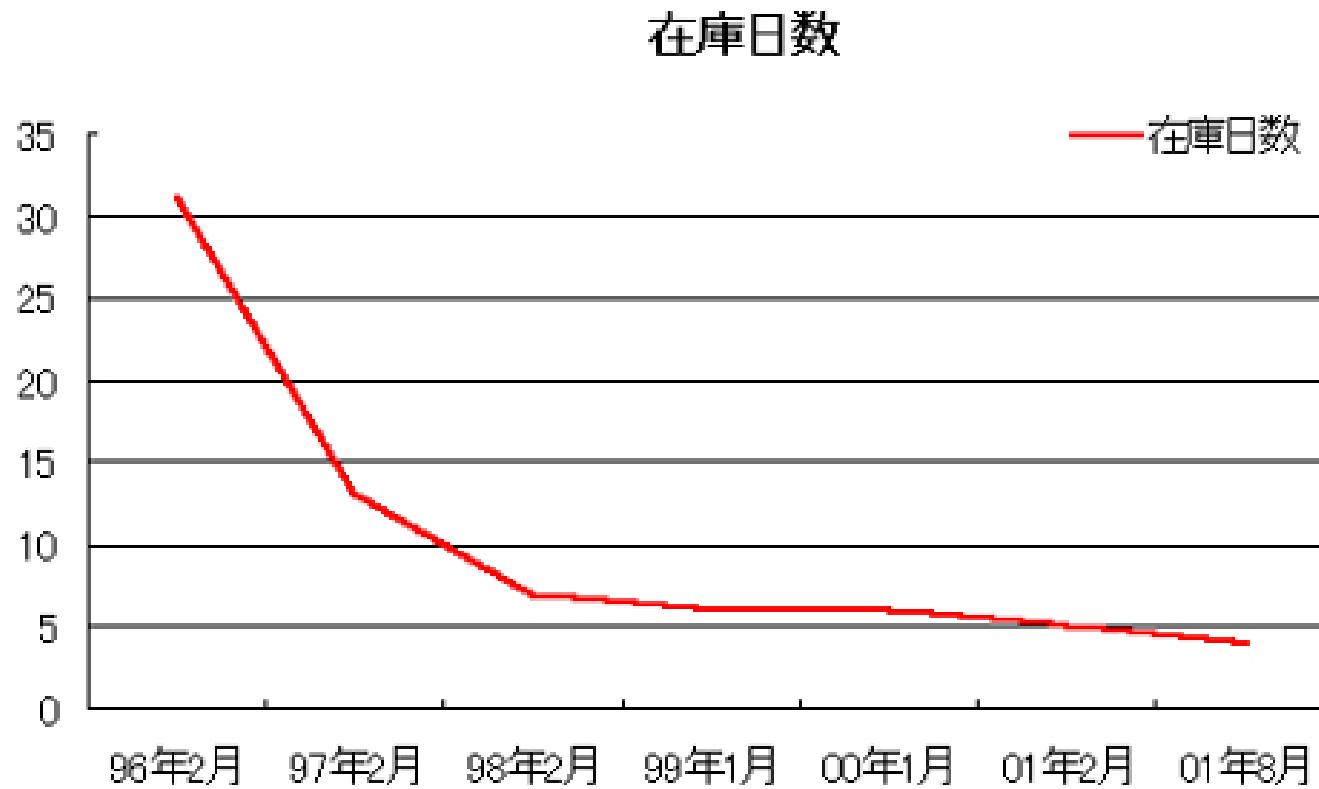
- ・ パソコン業界では、新モデルが年に数回発売されるため、売れ残りの不良在庫が問題
- ・ デルは部品メーカーも含めたネットワークで、全体最適をもたらす仮想企業体を実現
- ・ 基幹部品・組立て・物流・販売などの機能を、有力パートナーにアウトソーシング
- ・ インターネットを活用し、サプライヤやパートナー各社と販売予測データを共有→完成品の在庫なし
- ・ サプライチェーンマネジメントを握ることで、全体をバーチャルに統合→部品の在庫も低水準を維持

1.1 デルのサプライチェーンマネジメント



Dell JapanのHPより

1.1 デル仮想企業体の効果



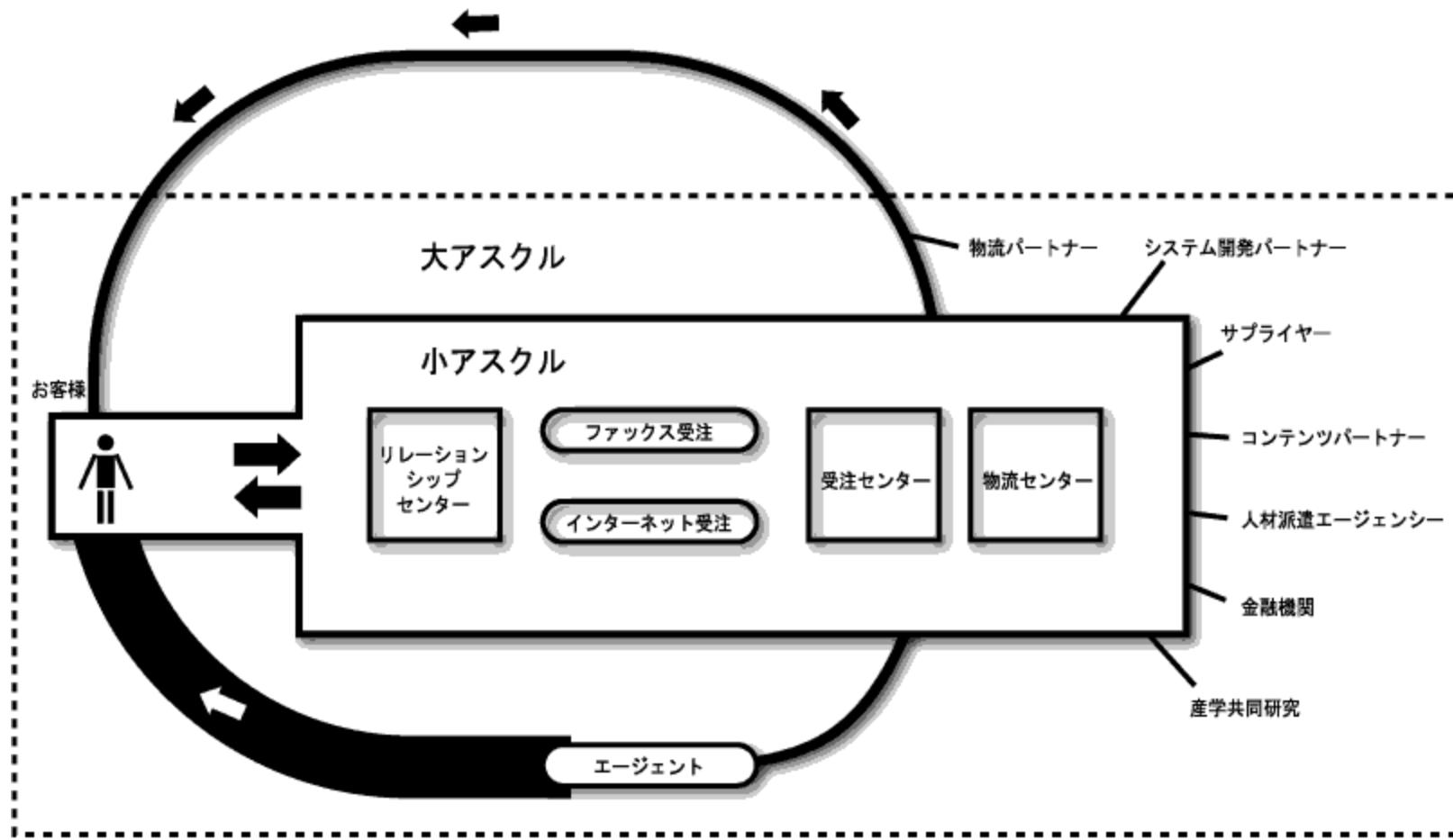
1.2 ボーイングの仮想企業体

- 1997年よりPART(Part Analysis and Requirement)と呼ぶWebサイトを開設
- 世界中の航空会社から部品の検索や発注が可能
- 発注された部品の情報はボーイング社の部品工場に転送され、発注から配送まですべて自動化
- 日本航空では、ボーイング社のVMIプログラムを利用し、ボーイングが所有する部品在庫をJALの倉庫に保管し、在庫管理はボーイングが行う。
- しかし、部品代はJALが使った分だけ後払い
- ボーイングは部品在庫動向がつかめ、在庫を削減

1.3 アスクルの仮想企業体

- ・ 通販のアスクルは情報システムを活用して、パートナー企業(メーカー等)と仮想企業体を構成
- ・ アクスルが提案する「大アスクル」は、メーカーから顧客までの流通のロスを省き、商品だけでなく情報もネットワークで結合
- ・ パートナー企業との情報共有システム「シンクロマート」は需要予測情報をパートナー企業と共有
- ・ この仕組みにより、アスクルとパートナー企業はそれぞれの在庫を削減
- ・ 情報システムを活用して、パートナー企業に付加価値を提供

1.3 アスクルの「大アスクル」構想



アスクルのHPより

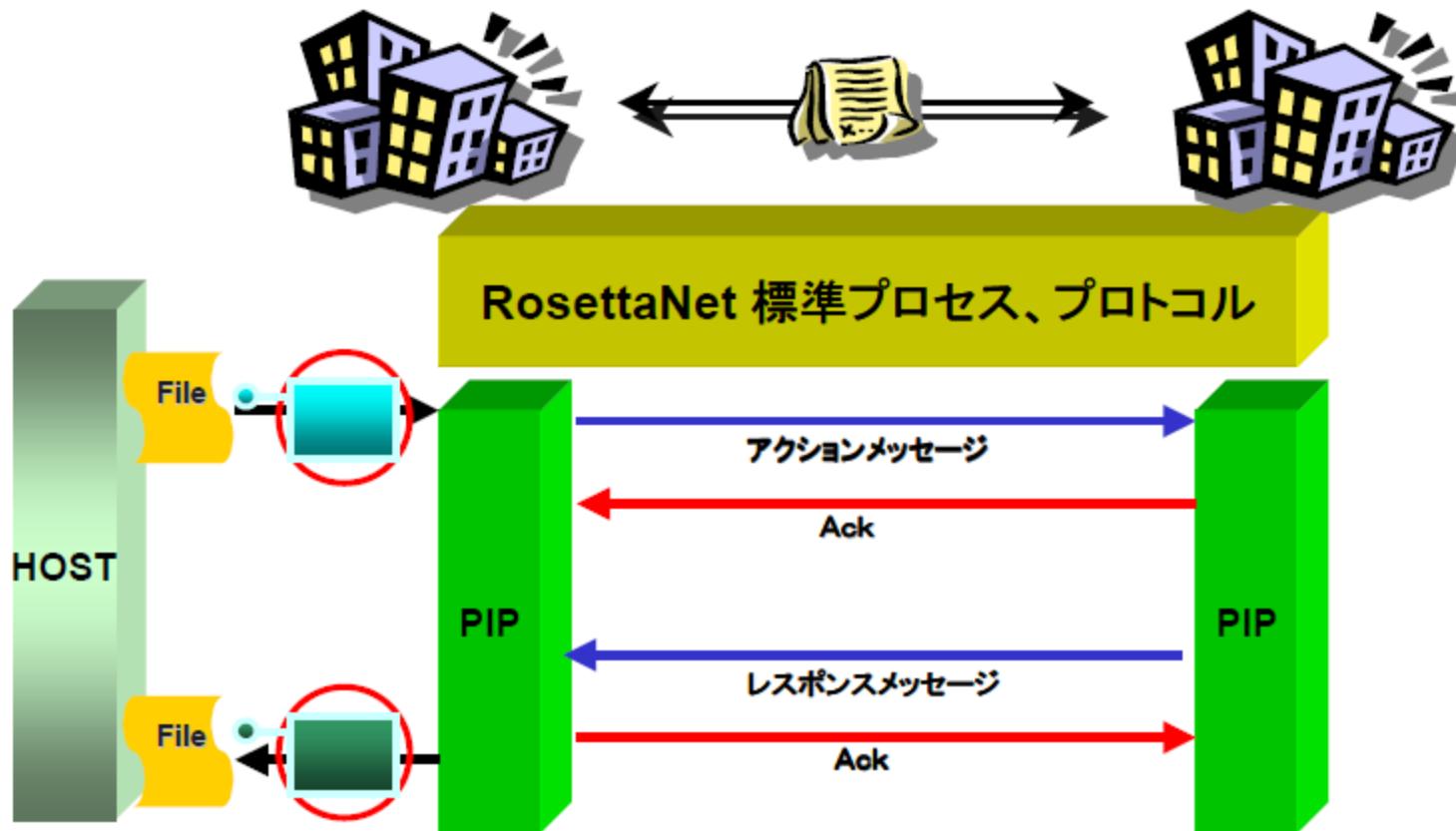
2. 業界のインフラ構築

- ・ 特定の企業を中心にするのではなく、業界の協調により、オープンな情報インフラを提供
- ・ IT業界(ロゼッタネット)
- ・ 建設業界(CIWEB)
- ・ 百貨店業界(百貨店ロビネス)
- ・ 建材・設備業界(KISSシステム)
- ・ 全国の青果卸売会社(青果マーケット)
- ・ 日本自動車工業会(JNX)

2.1 ロゼッタネット

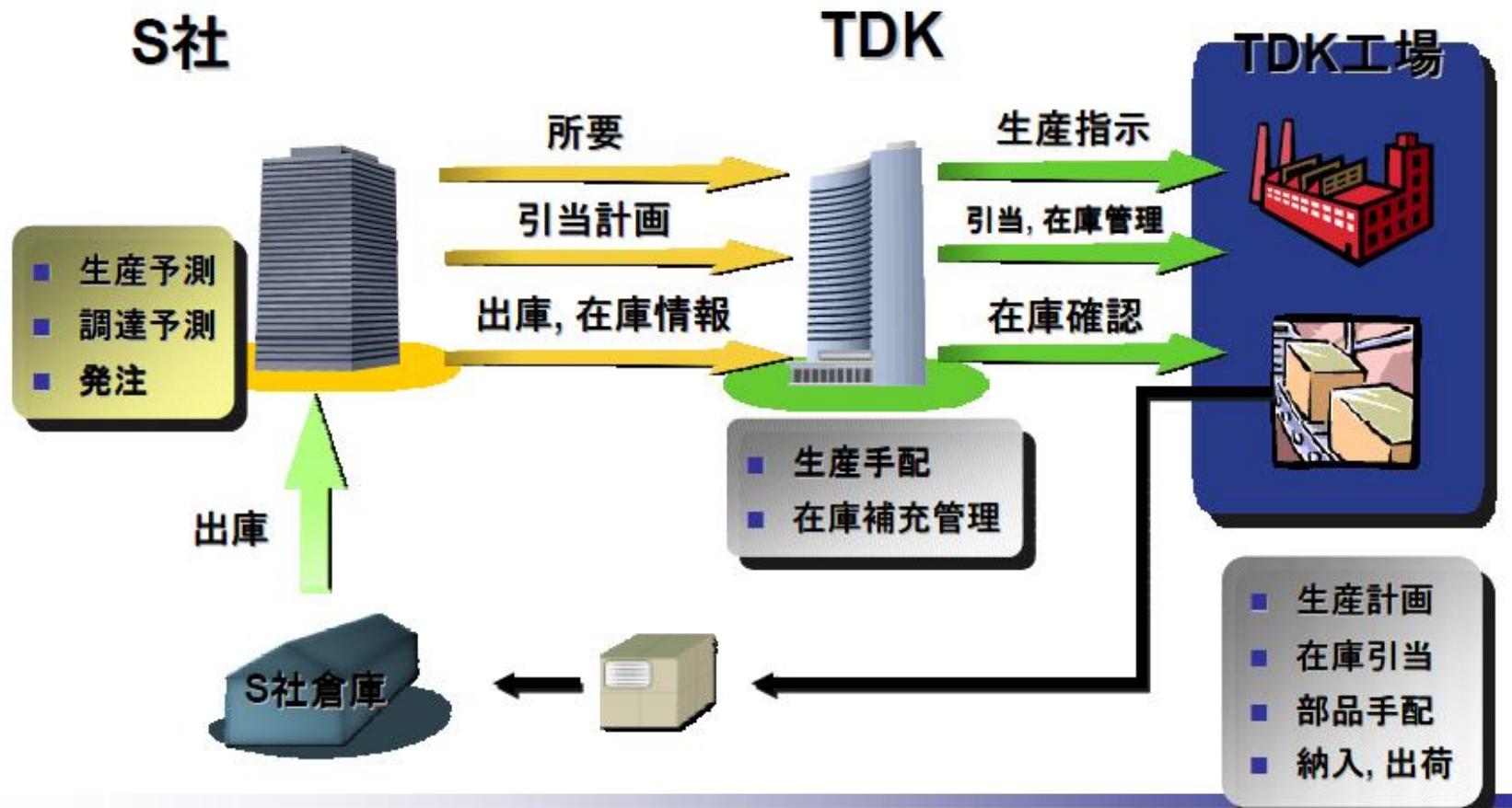
- IT産業での企業間のサプライチェーンECのための仕組み
- デルが1社で行っていた仕組みを、PC関連企業間で行うため、1998年に米国で誕生
- EDIを超え、PIP(Partner Interface Process)プロトコルとして、様々な情報を企業間で受け渡しできる仕組み
- ロゼッタネットジャパンは、国内のパソコン・メーカー や部品メーカー、卸・流通などにより2000年に設立

2.1 ロゼッタネットの構成



<http://www.rosettanet.gr.jp/>より

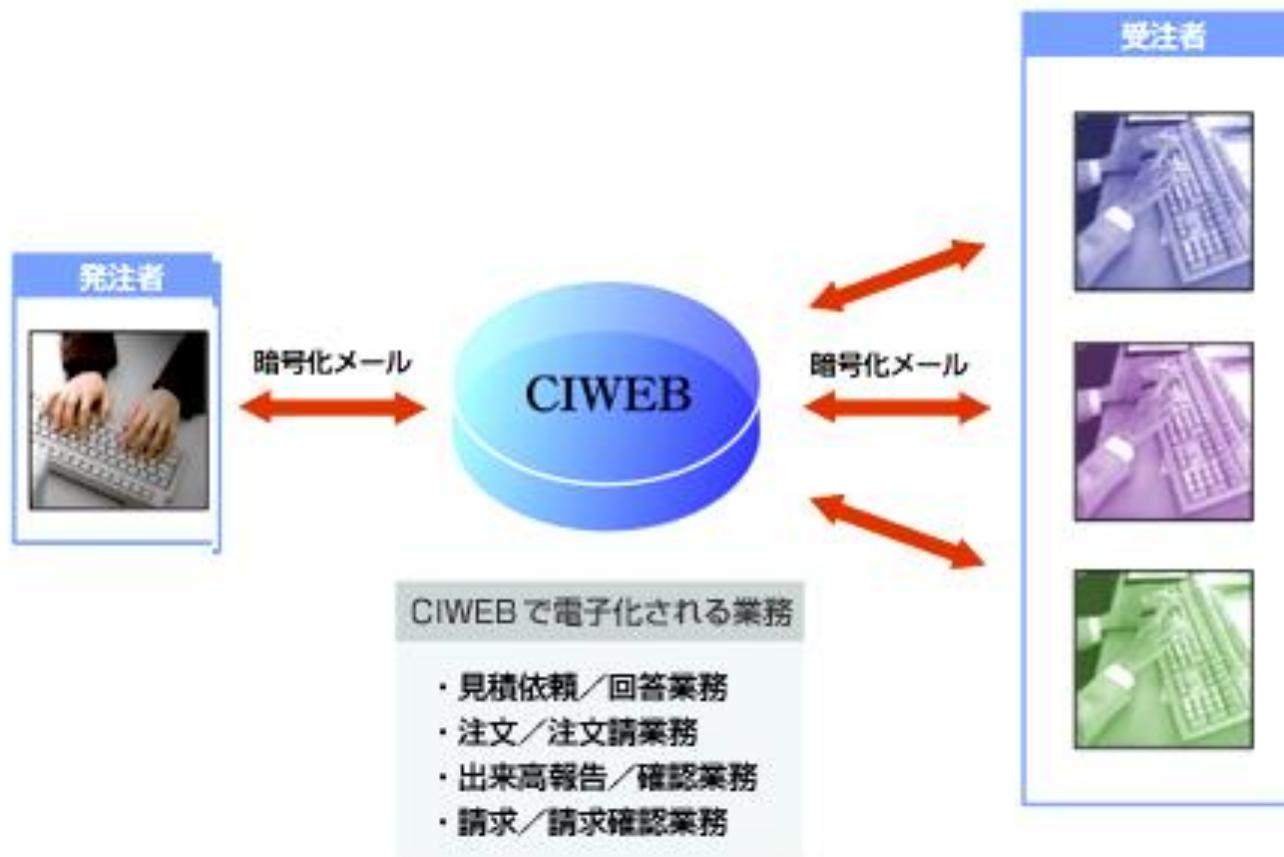
2.1 ロゼッタネットの適用例



2.2 建設業界

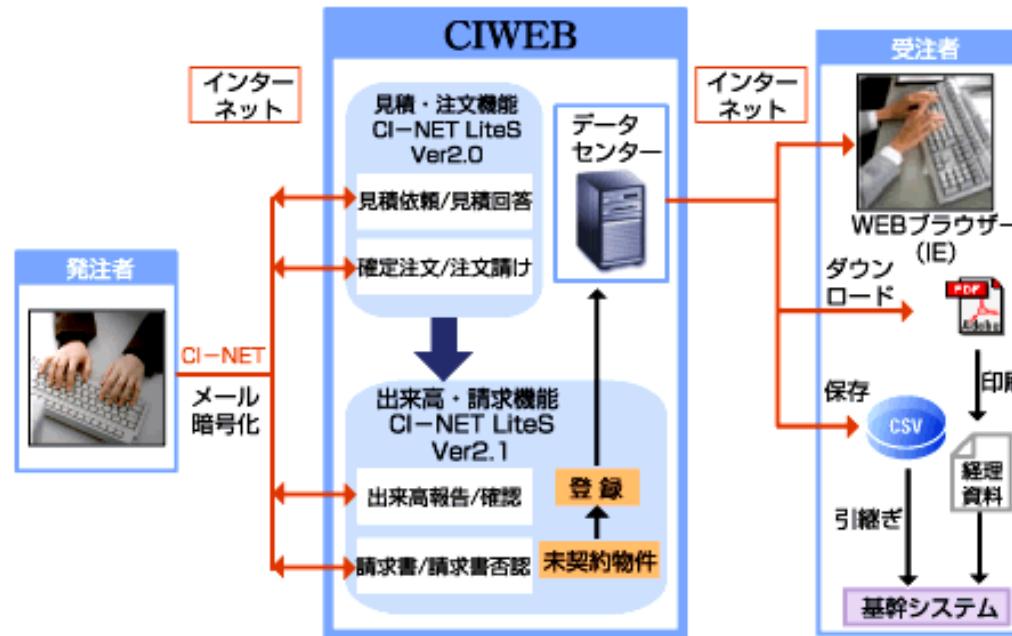
- CI-NET(Construction Industry NETwork)は建設業界のEDI標準
- CIWEBは大手ゼネコン4社が開発したASPサービスでインストラクション・イーシードットコムが運営
- CI-NET ListSに則って、取引先が簡単に暗号化メールでEDIを行える。
- 2005年3月時点で、建設部門の取引先3,500社のうち約3,000社が利用。
- 500万円以上の発注で約70%、100万円以上で約50%の取引がEC調達となった。

2.2 CIWEBによるEC化



<http://www.construction-ec.com/>より

2.2 CIWEBの構成



1 発注者は社内システムで CI-NET LiteSに、CIWEBシステムへLiteSメールでデータ送信

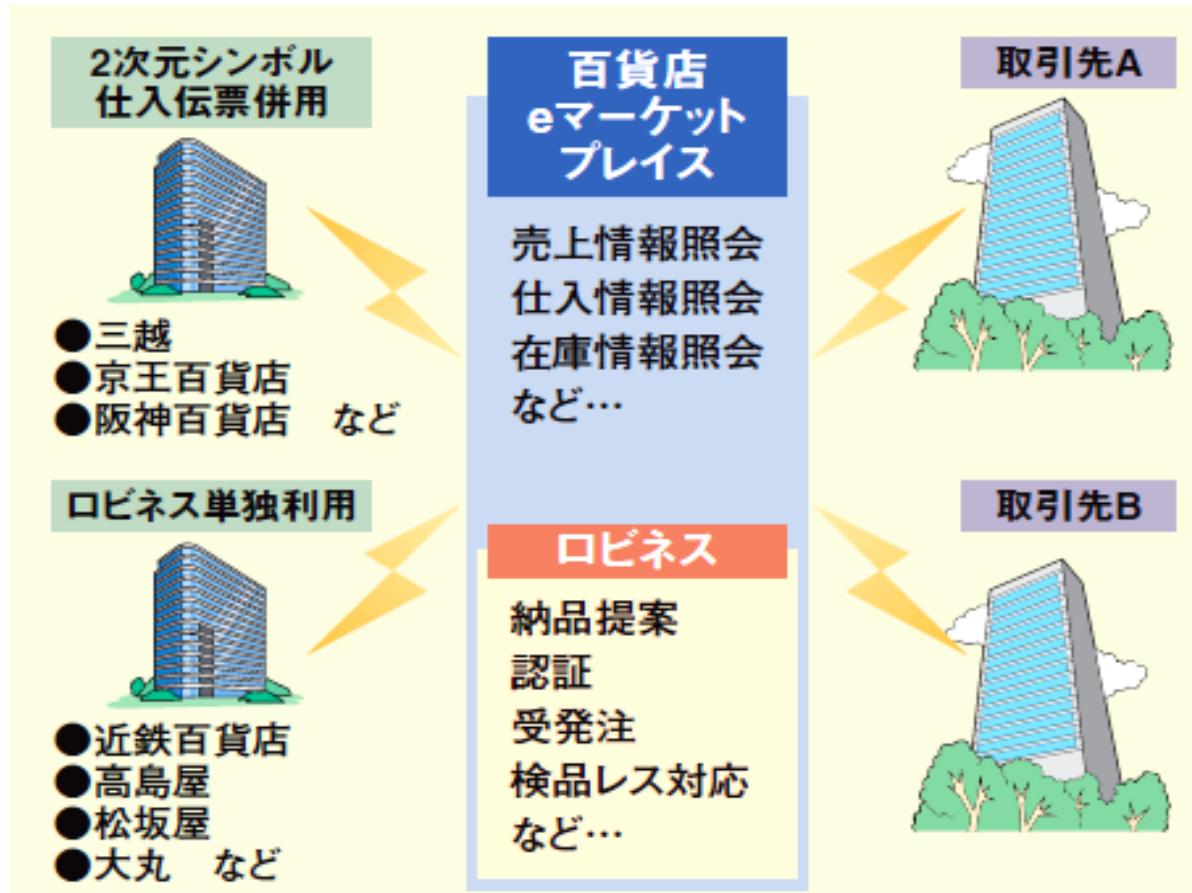
2 CIWEBシステムは発注者から送られてきたメールをそれぞれの受注者のデータに分別し格納

3 ユーザ(受注者)はWEBブラウザを利用して、CIWEBシステムへログインすることで発注者から送られてきたデータを確認し、回答を作成

2.3 百貨店業界

- ・「百貨店ロビネス」は、メーカー・卸～納入代行～小売のサプライチェーンにおいて、伝票の電子化と受発注などのEDI取引を可能にする共通システム(ASPで提供)
- ・2003年4月サービス開始、現在は多くの百貨店とその取引先が利用している。
- ・仕入伝票の電子化で、膨大に発生する伝票を大幅に削減
- ・発注から納入までのリードタイムが短縮

2.3 百貨店ロビネス



2.4 建材・設備業界

- KISS(Kenzai Information Service System)は、日本建材産業協会の運営する建材・設備業界の情報検索サイト
- KISSはユーザー(設計者・施工者)とメーカー(建材・設備メーカー)との情報共有のためのシステム基盤
- ユーザーが求める商品や技術の特注仕様を提示し、メーカーが回答
- メーカーがリアルタイムに自社の得意技術・商品、新技術・商品等を掲載しユーザが閲覧

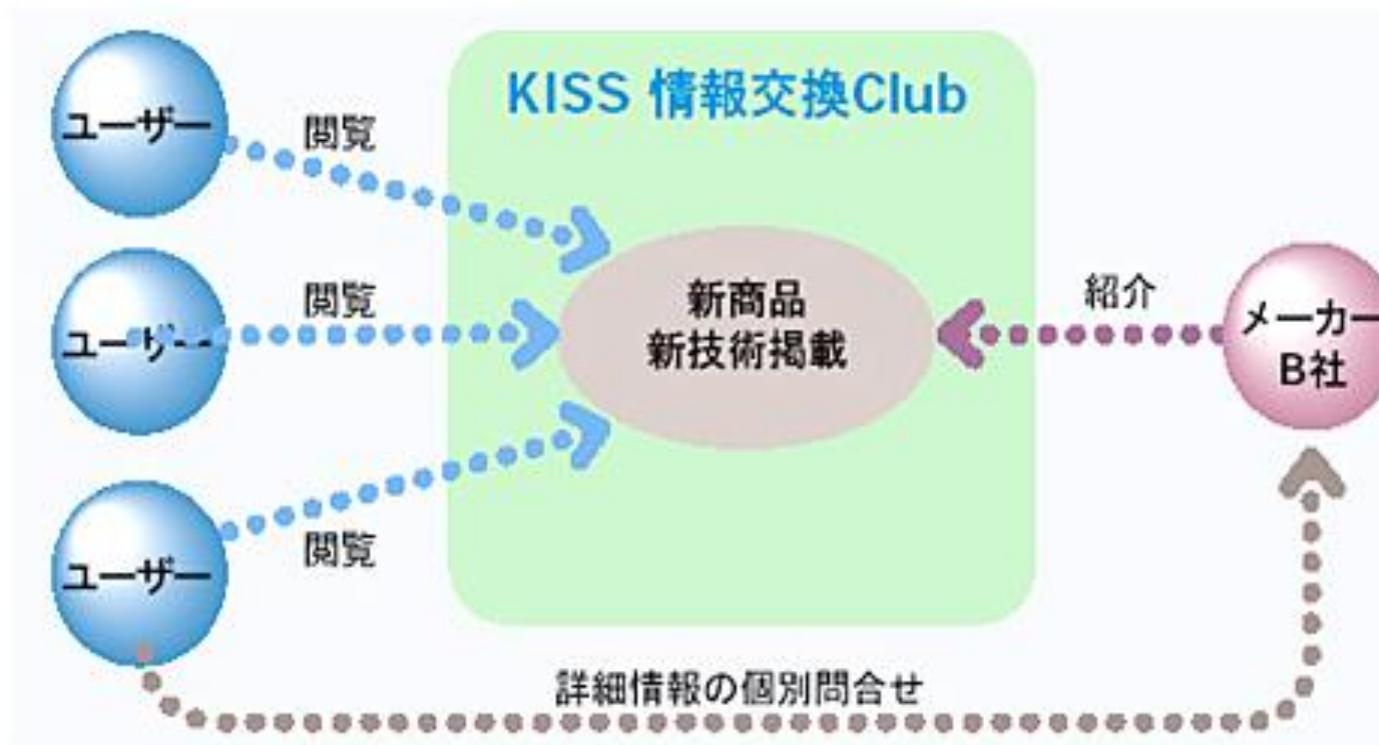
2.4 KISSシステム(問合せ回答)

特注仕様問い合わせに回答



2.4 KISSシステム(掲示・閲覧)

得意又は新技術・商品の掲示し、ユーザが閲覧

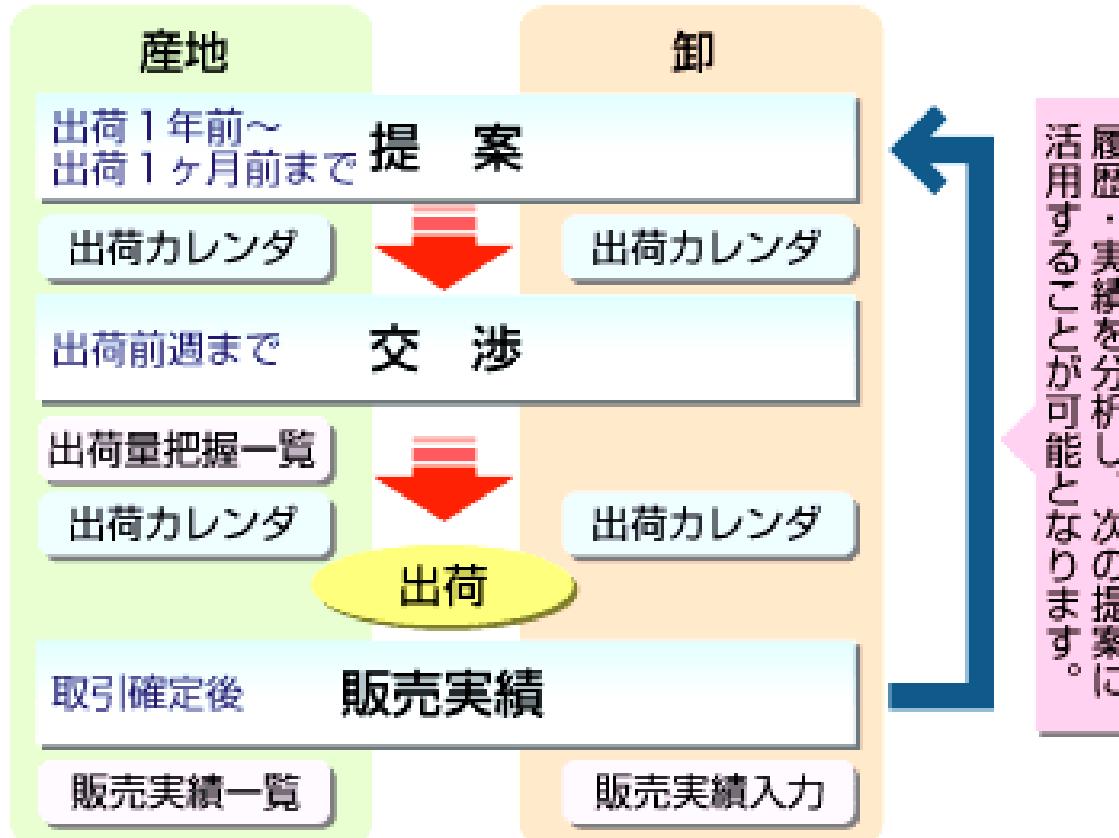


2.5 青果マーケット

- ・「青果マーケット」はWeb上で産地と卸間の取引を可能にする取引システム
- ・全国の青果卸売会社5社(札幌、東京、名古屋、大阪、福岡)が共同で開発、2004年11月稼働
- ・基本的な予約相対取引の他に、「提案」「交渉」「実績」の3年分の取引履歴をデータベース化し、容易に参照分析を可能にした
- ・2005年12月時点で、卸会社11社と全国の県連17団体が参加

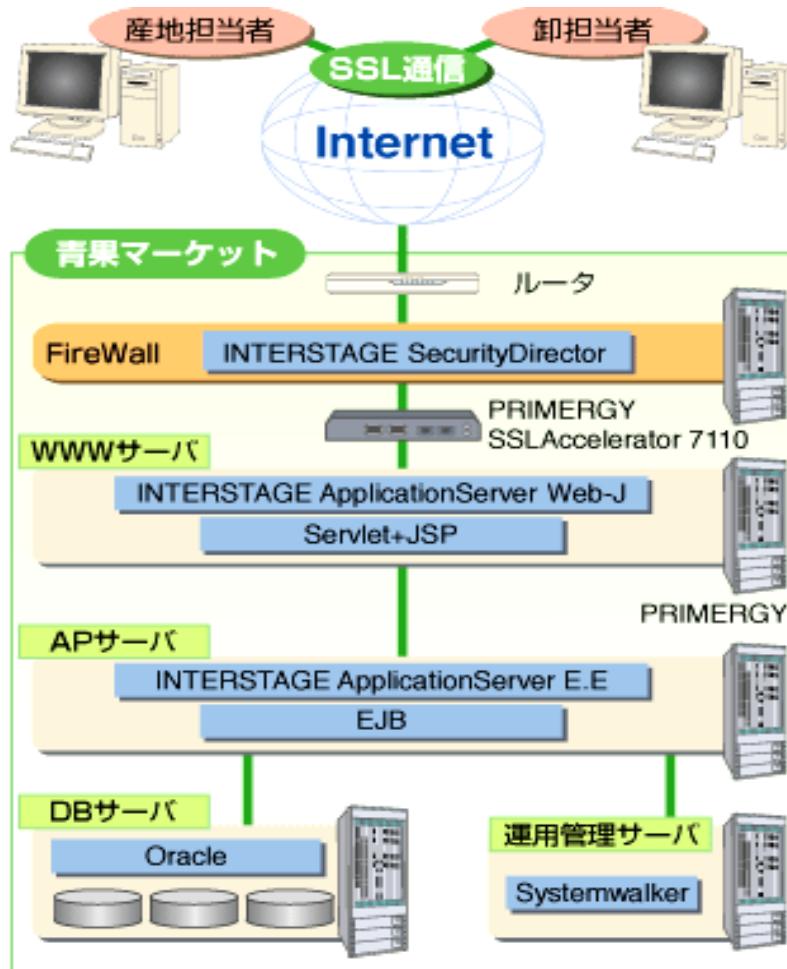
2.5 青果マーケットの適用

[図] 提案から販売実績把握までの全体イメージ図



<http://jp.fujitsu.com/featurestory/2006/0124seika/>より

2.5 青果マーケットの構成

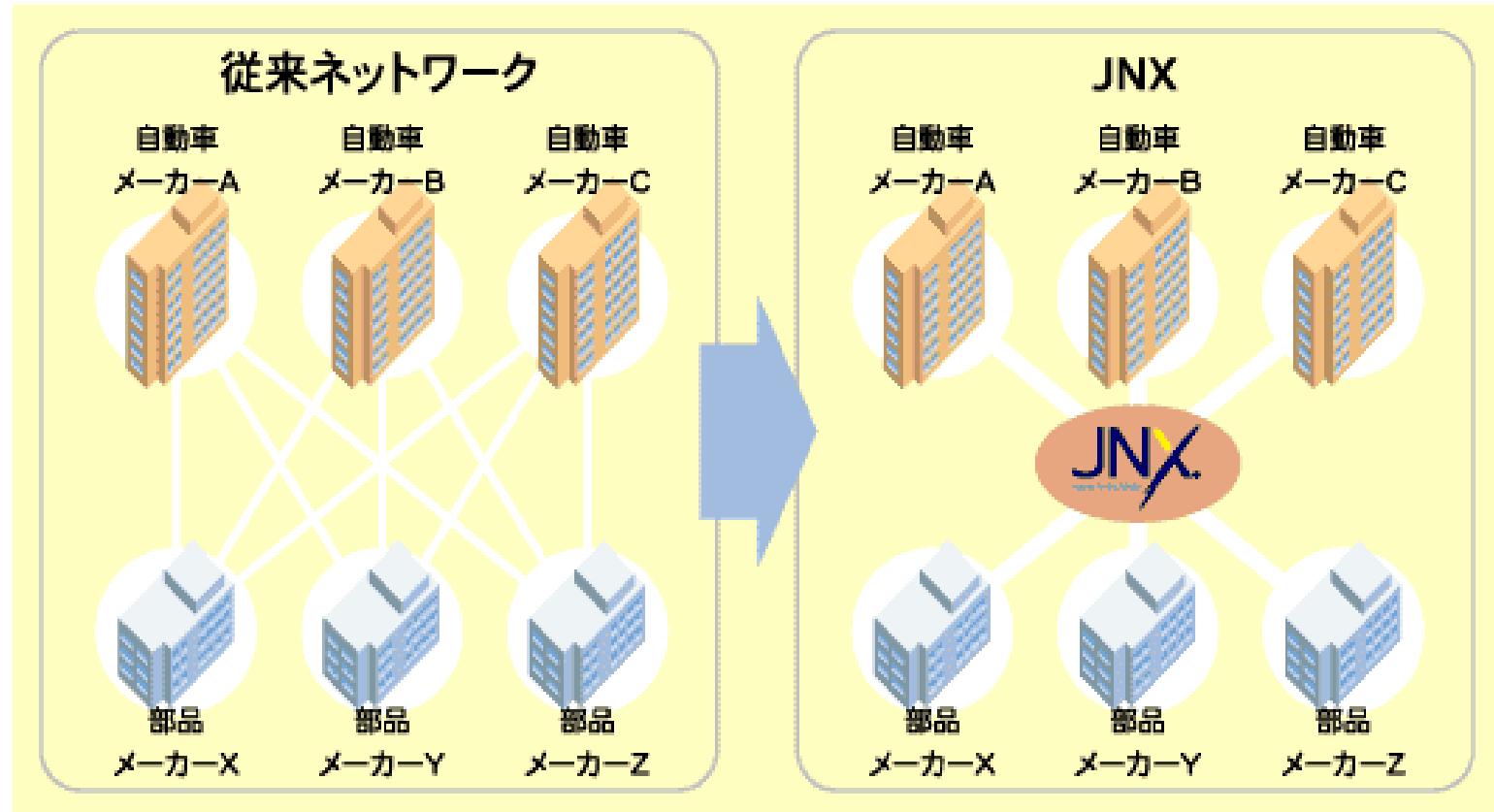


<http://jp.fujitsu.com/featurestory/2006/0124seika/>より

2.6 自動車業界

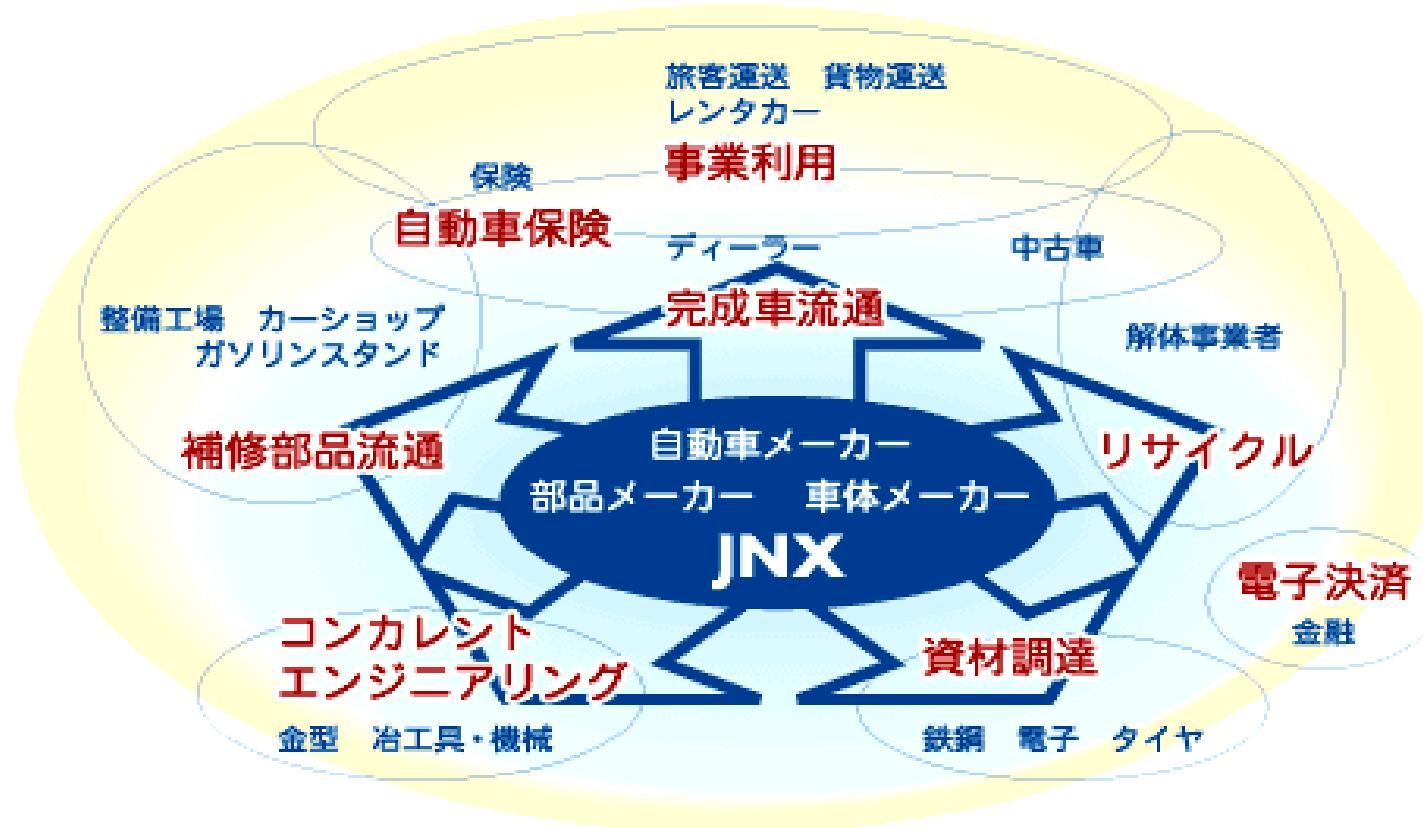
- JNX(Japanese automotive Network eXchange)は米国ANXに対抗して、2000年に日本自動車工業会が中心に立ちあげた組織
- 2005年10月時点で、自動車メーカー全14社、部品メーカーなど約1300社が会員
- B to Bの取引のための基盤ネットワーク(TCP/IPベースだが、インターネットではなく独自のネットワーク)を提供
- JNXにより、系列以外の取引の活性化が狙い

2.6 JNXネットワーク



「<http://www.jnx.ne.jp/about/about.html>」より

2.6 JNXネットワークの将来構想



「<http://www.jnx.ne.jp/about/about.html>」より

3. オープンな取引環境

- 現在は、「仮想企業体」、「e マーケットプレイス」を利用、「業界のインフラの構築」などがある
- EC化B to B(B2B)はどのような形になるか
- 理想は、「業界インフラの上でのオープンな取引環境」である → 到達する道のりは容易でない
- 推進方法を考える上で、企業間B to Bシステムを、情報インフラ(情報のみ共有)と取引インフラ(売買を含む)に分けて考える

3.1 情報インフラ

- ・ 情報インフラだけでは利益を生みにくいで、活動を継続できる運営体制が必要
- ・ WebサービスやASPのサービス提供が必要
- ・ 中立的な運営を行えば、利害の面での大きな衝突にはならないため、参加企業が集めやすい
- ・ 行政が推進する場合が多い

3.2 取引インフラ

- ・ ユーザー企業に便益をもたらすとともに、自らが利益を上げ、参加企業（中間業者やメーカー）にも有利な仕組みが必要
- ・ 情報インフラをもつ（か結びつくこと）が重要
- ・ 付加価値サービスが重要（在庫管理のアウトソーシングなど）
- ・ 業界横断サービス（与信決済や物流）との連携が必要

3.3 B to Bの展開

