

FIP IT BOX

ASPニュース

Contents / October.2001

EC eマーケットプレイスの現況
FIPが提供するサービス
今後のeマーケットプレイスへの取組み

発行日 2001年10月16日
発行元 販売推進統括部 企画推進部
東京都江東区青海2-45 タイム24ビル
連絡先 03-5531-5120/info@fip.co.jp
URL <http://www.fip.co.jp/>

富士通エフ・アイ・ピー株式会社

EC
Part 3

マーケットプレイスが支える21世紀型商取引

～ 実用段階を迎えたeマーケットプレイス ～

90年代後半に米国で相次いで設立された「eマーケットプレイス」は、2000年には600近いサイトが稼働または設立予定となり、ピークを迎えました。しかし2001年に入り、3月には化学分野の「ケムデックス」、6月には鉄鋼分野の「メタルサイト」などがサービス停止に追い込まれ、今はその役目や目的が明確で且つ市場で評価されたサイトだけが残るといふ、淘汰の時代を迎えてきています。

eマーケットプレイスの現況

米国では今、eマーケットプレイスの形態が大きく変わりつつあります。当初は多数の売り手と買い手が参加する「独立ベンチャー型」が殆どでしたが、現在は複数企業がメインの購入者となって市場をリードする「コンソーシアム型」や、大手企業や団体が独自に市場を構成する「プライベート型」が主流となってきています。

我が国におけるeマーケットプレ

イスは、1998年頃より設立が始まり、鉄鋼業界、紙、食品、電子部品など業界毎の製品・部品を対象として立ち上ったものや、業界に共通するMRO品*1（修理・消耗品関連）や余剰品を扱う特化型のものも出現してきました。そして2000年を境にして、単にコストダウンや効率化を追及した型から、企業間の協業（コラボレーション）によるSCMの効率化や情報共有化を中心とした型に質的な変化を遂げつつあります。

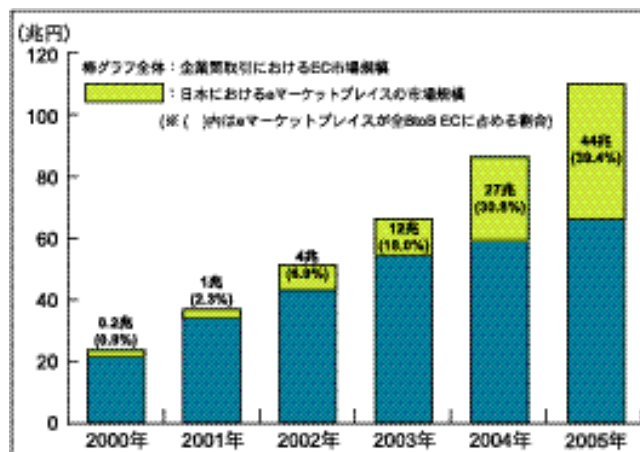
国内のB to BのEC市場規模は、右図のように今後大きな伸びが見込まれています。またその中に占めるeマーケットプレイスの割合は、

現在はまだ微々たるものですが、2005年には約4割にも達すると予想されています。

それでは、これだけ大きな伸びが予想されるeマーケットプレイスにおいて、当社が提供するサービス及び今後の取組みについて紹介いたします。

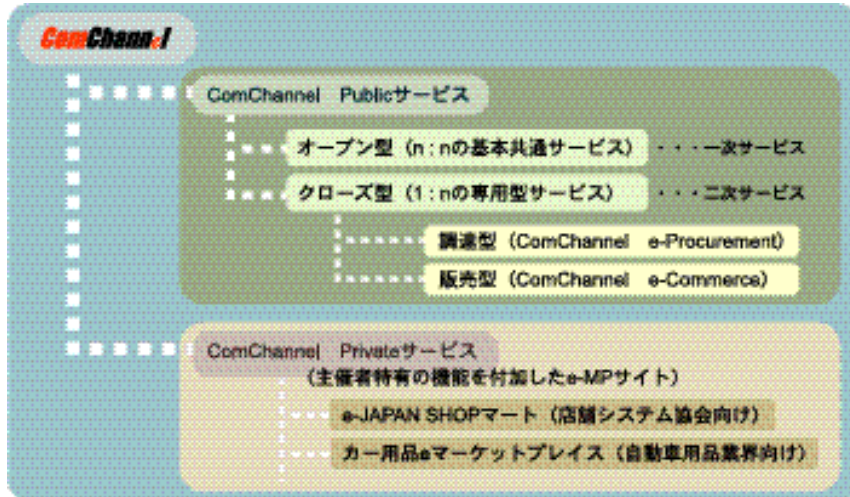
*1: Maintenance, Repair & Operation

【日本におけるBtoB市場規模予測】

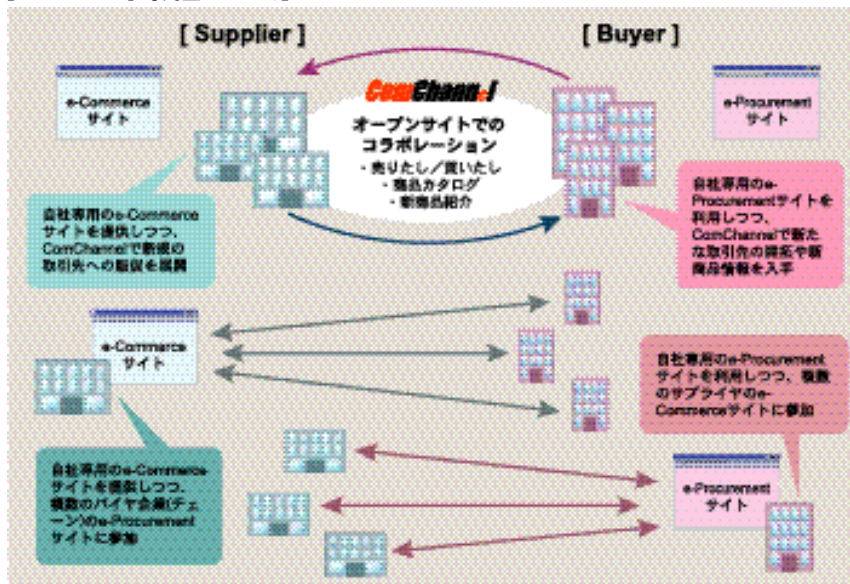


出典：ECOM（電子商取引推進協議会）

【「ComChannel」サービス体系】



【「ComChannel」専用型サービス】



「e-Procurement」は見積依頼から発注・支払処理までの一連の処理を全てネットで行う仕組みで、小売業のバイヤが今まで電話やFAXで行っていた調達業務を根本的に変革するものです。これにより、今までのようなFace to Faceの相対型商談が不要となるため、事前打合せの省力化や取引条件の明確化による調達コストの低減・調達業務の迅速化が図れます。

また「e-Commerce」の導入により販売側は、自社特有の販売促進情報や卸・メーカ連携の一貫性のある商品カタログ情報の提供など、小売側に向けた緊密なプロモーション活動が行え、商談のスピードアップと協業化につながってきます。

「ComChannel」の展開

既に某量販店では、数年前に自社でeマーケットプレイス相当の仕組みを構築し、対面式の商談をeメールに切替えました。必要な情報は商品カタログを参照し、仕入価格条件交渉や納入条件等を電子的に行えるようにして、仕入コストの削減や業務の効率化が図れた事例も実際に出てきています。

今後は右図に示す通り、eマーケットプレイスの諸機能を順次提供していく予定です。ComChannelは、これらの機能を低コストで且つASP型で実現するものであり、これからの流通業界の共通インフラとなるものです。

それでは、この共通インフラをベースとし、主催者の独自な仕組みを付加した「ComChannel」プライベート型サービスを2例ご紹介いたします。

FIPが提供するサービス

「ComChannel」の概要

当社ではこの4月、流通業界を対象として、既存の顧客である260社の小売業様と延べ3万社にも及ぶ卸・メーカ様に向けた「ComChannel」(コムチャネル)サービスを開始しました。

本サービスは、流通業界のバイヤとサプライヤをWin-Winの関係で結ぶインターネット上の「取引の場」・「情報交換の場」です。ここではまず二次サービスとして、参加企業がn:n型でオープンに情報交換及び取引できる

機能を提供しております。

「e-Procurement」と「e-Commerce」

またオープンな取引を行いつつ、従来の商慣習などからより密接な商談の場として利用したいというニーズも出てきています。そこで、クローズした環境でバイヤとサプライヤが取引をする二次サービスの提供も予定しています。このクローズ型には、小売側バイヤを中心とする調達型の「e-Procurement」と卸やメーカを中心とする販売型の「e-Commerce」があります。

「e-JAPAN SHOP マート」

(財)店舗システム協会様では、30年にわたり展示会「JAPAN SHOP」を主催されており、既にインターネット上で小売業向け店舗システムの製品情報の紹介等を実施されています。そして今般、加盟各社のニーズとITインフラの進展を背景に、当社 ComChannel をベースとした店舗に必要な什器備品・各種設備の調達サイト「e-JAPAN SHOP マート」の運営を、この8月より開始されました。

これは、小売業とサプライヤ、そして店舗作りの専門家を結ぶeマーケットプレイスで、ネット上であらゆる業種業態の店舗設営や改装に必要な什器備品の調達、デザイナーや建築・設計事務所等の専門家の情報検索と見積依頼・提案回答ができます。

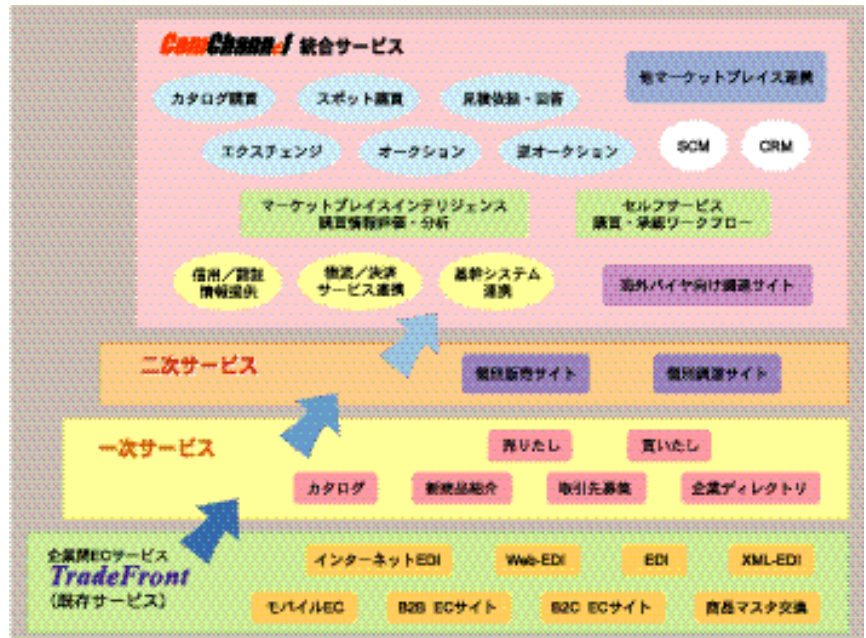
買い手側は小売・飲食業をはじめ内装業者なども参加されており、当初1年で1,000社、3年後には小売業の5% (約7万社) の参加を見込んでいます。また売り手側も、什器備品のサプライ

ヤが当初1年で100社、3年後には1,000社を、デザイナーなどの店作りのプロフェッショナルが同じく当初1年で100社、3年後には1,000社の参加を予定しています。

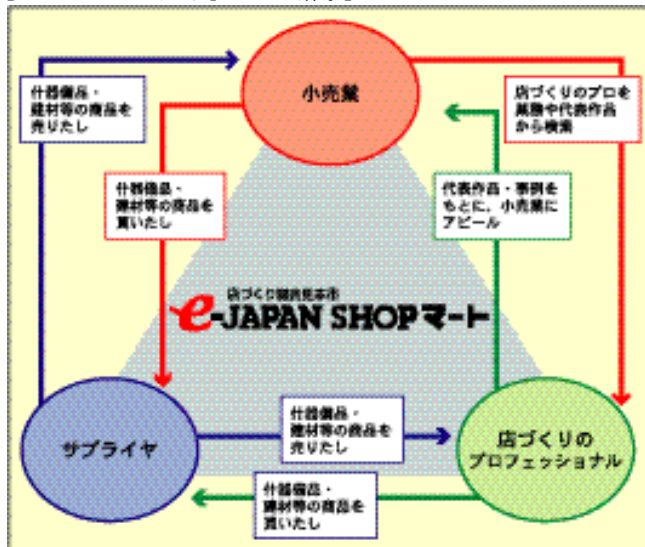
(財)店舗システム協会様は、消費

者や小売業の川下からの発想を原点に様々なシステムを考案・提供されており、今後も小売の活性化・発展をeマーケットプレイスの機能充実により考えられています。

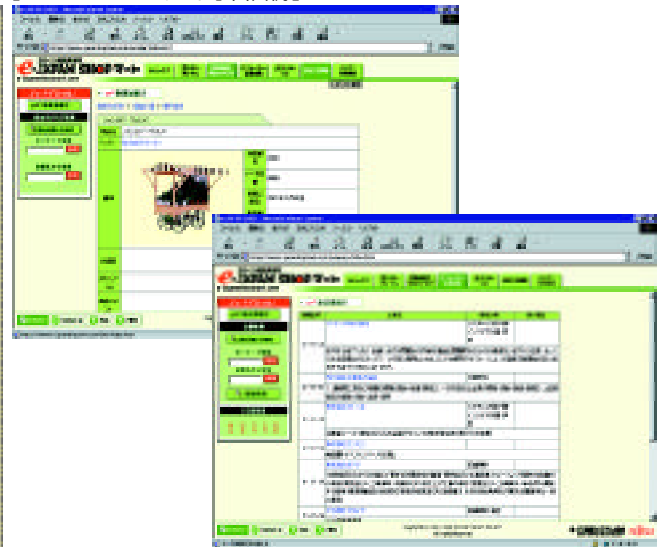
【「ComChannel」の展開】



【「e-JAPAN SHOP マート」サービス体系】



【「e-JAPAN SHOP マート」画面例】



「カー用品eマーケットプレイス」

自動車の関連用品やアクセサリ等を扱う小売業や卸・メーカーの業界団体様では、この度、それぞれの本部および各店舗間の情報インフラの整備と業界のコラボレーション推進を目的に、ComChannelをベースとした「カー用品eマーケットプレイス」の構築を行っています。これは電話やFAX・印刷媒体の商品カタログをもとにした従来型のビジネスの仕組みを電子化するもので、商品流通の迅速化や最終消費者の満足度向上を図ろうとしています。

このシステムでは、ComChannelの共通機能に業界特有の機能を付加しています。その一つである商談管理機能は、小売側や卸・メーカー側それぞれの出先と本部が常に商談状況を把握できる仕組みで、現場の担当者と本部の管理者が共通情報をもとに商談推進することが可能となります。これにより、商談把握に要した日報作成や会議が不要となり、迅速な意思決定に結びつきます。

また、販売実績（POS）データの集

計や分析機能を付加することにより、小売側は販売動向・売れ筋等の把握が可能となり、過剰在庫リスクの軽減、品揃えや売り場作りの見直しに役立てることもできます。また、卸・メーカー側も小売からの発注実績と販売実績の両データの分析を合わせることで、的確な販売戦略が立案できるようになります。

今後のeマーケットプレイスへの取組み

日本のeマーケットプレイスはようやく実用段階に入ってきましたが、本格的な展開はまだこれからと言えます。しかし、これらを既に有効活用している企業と未活用の企業との格差も徐々に表面化してきており、今後も益々広がっていくことが想定されます。従来の方で行っていたものが、ある時点で取引の仕組みが全く変わってしまう可能性もあるので。

当社では、現在提供中のサービス機能をもとに、二方向で機能拡充を図ってまいります。

一つは共通基盤の機能拡充です。直接取引関係のない企業間取引に必要な認証・信用保証機能やオークション・逆オークション機能、メーカーのカタログを流通の各段階で共通に利用できる機能、そして他のマーケットプレイスとの連携機能などです。更には、物流・決済機能も国際化や市場環境に合わせ充実させていきます。

二つ目はプライベート型サービスの拡充です。各業界の特性を組み入れた機能を提供するとともに、各企業の基幹業務システムとの連携サービスも実施していく予定です。

eマーケットプレイスの活用は、今後の商取引において不可欠なものです。当社では万全なセキュリティ環境を持つインフラの提供とともに、お客様のビジネス戦略を支援するコンサルティングから実際のシステム運用まで総合的にサポートし、eマーケットプレイスの活性化に寄与していきたいと考えています。

【「カー用品eマーケットプレイス」概要図】

