

# FIP IT BOX

## ASPニュース

Contents / March.2001

■ EC ネットが変える企業間取引  
BtoB EC  
e-マーケットプレイス

発行日 2001年3月16日  
発行元 販売推進統括部 販売推進部  
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 2

## ネットが変える企業間取引

企業向け EC サービス (BtoB EC、e-マーケットプレイス)

21世紀に入り、国内では政府主導で「IT革命」が進められています。米国では「ネットバブル」という言葉が世間を賑わせていますが、ビジネスの世界でインターネットの活用が不可欠であることには変わりありません。

「BtoB」すなわち企業間における EC は、大きく「1:1」「1:N」「N:N」の取引形態に分けられます。また、「1:N」はバイヤ(買手)・サプライヤ(売手)のどちらが主体になるかによってさらに分けられるため、実際は4つのモデルで考えることができます。

### 「1:1」(特定企業間コラボレーション)

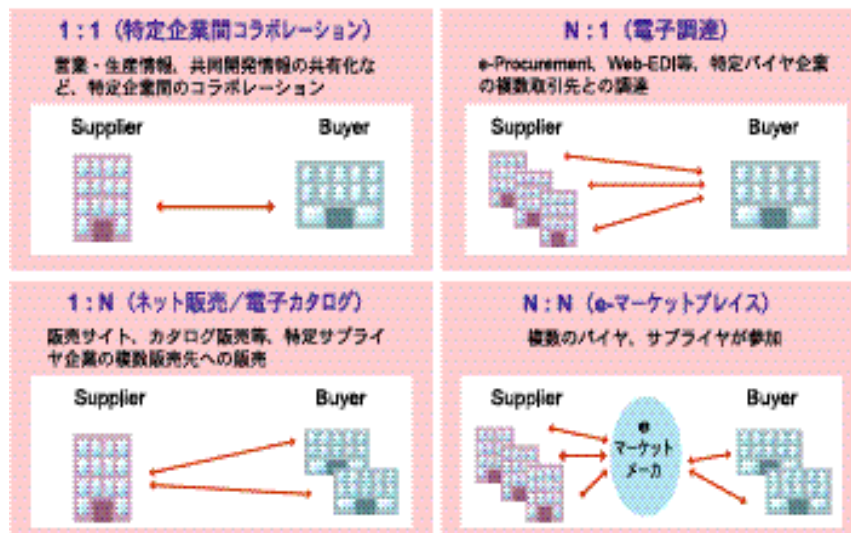
1対1の取引は、従来から専用線や独自の通信手段による EDI (Electronic Data Interchange: 電子データ交換) として行われていました。インターネットの普及に伴い、この EDI がインターネット標準のファイル転送手順を用いて行われるようになったのが「Internet

EDI」です。この手順では、ファイル転送のために専用ソフトを必要としないため、従来の EDI に比べ簡単かつ安価にファイル交換を行えるようになりました。しかしこの方法では、サーバが必要であったり、セキュリティ面から専用線での接続が望ましいなどの問

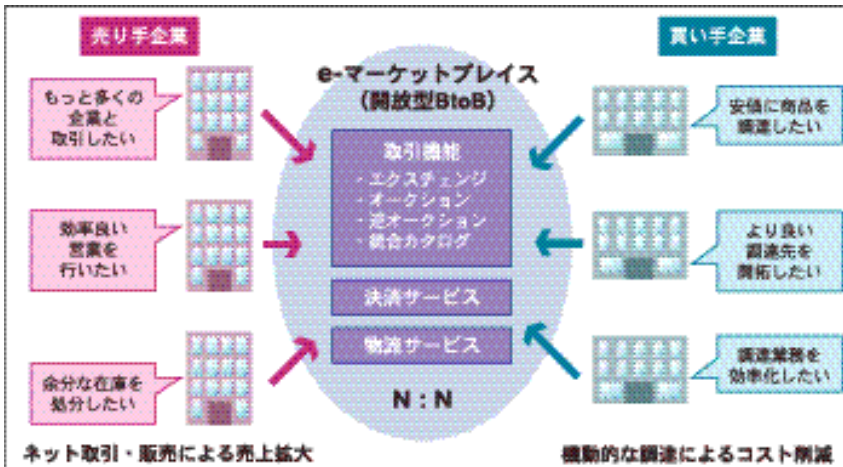
題から、小規模ユーザとのデータ交換には不向きでした。

このため、より簡単に EDI を行うためにブラウザだけを用いる方法が普及してきました。「Web-EDI」と呼ばれるこの方法は、ブラウザとインターネット接続環境があればデータの表示・確

【BtoB 取引の4つの形態】



【e-マーケットプレイス】



従来の取引慣習の上に築かれており、従来のEDIを多少使いやすくしたものに過ぎません。インターネットの世界は元々オープンであり、企業系列などにとらわれず取引自体をオープンにすることが望まれています。そこで、インターネット上での様々な取引を「N:N」で行えるようにしたものが、「e-マーケットプレイス」です。

1:Nなどの仕組みと大きく違うところは、システムの主催者と参加ルールの決定方法です。ネット販売や電子調達では、特定のバイヤやサプライヤが主催者となって参加者や取引ルールを決定します。一方、e-マーケットプレイスでは中立的な第三者が主催者となって共通のルールを定め、そのもとで参加者は取引を行います。このため取引に関わる機能の他、汎用的なサービスとして参加者を審査したり与信・決済などを行う機能が必要となっており、最近では金融機関や商社がインターネット上で与信・決済サービス

認やダウンロードが可能のため、少量のデータでもコストをかけずに導入することができます。

「1:N」(ネット販売) / 「N:1」(電子調達)

この形態には、サプライヤが主催するものとバイヤが主催するものがあります。前者はサプライヤがWebサイトで商品カタログを提供し、これをバイヤが検索して商品発注するもので、「ネット販売」や「電子カタログ」と呼ばれています。カタログ表示や発注のための機能は BtoC のオンラインショップと同じですが、バイヤ毎の契約条件によって価格が異なったり、発注承認プロセスでワークフローが必要になったりする部分が大きく異なります。

一方後者は「電子調達」と呼ばれ、

Web-EDIやe-Procurement (e-プロキュアメント)などのシステムがこれに該当します。特にe-Procurementシステムでは、これまでのEDIでは電子化の対象外であった見積依頼や入札のプロセスを電子化し合理化できるため、調達コストの大幅な削減が図れます。

「N:N」(e-マーケットプレイス)

しかし、「1:N」や「N:1」の取引は

【世界の巨大e-マーケットプレイス】

グループ名	分野	主な参加企業
WWRE (World Wide Retail Exchange)	流通	Kマート(米)、トイザラス(米)、JCペニー(米)、マークス&スパンサー(英)、オーシャン(仏)、ジャスコ(日)、西武百貨店(日)
GNX (Global Net Exchange)	流通	カルフル(仏)、シアーズ(米)、セインズベリー(英)、メトロ(独)、コールズマイヤー(露)、ダイエー(日)、マイカル(日)
RMX (Retailers MarketExchange.com)	流通	ウォルマート(米)、シェブロン(米)、マクレーン(米)、フィリップモリス(米)
Covisint	自動車	ダイムラークライスラー(米)、フォード(米)、ゼネラルモーターズ(米)、ルノー(仏)、日産(日)

【国内の主なe-マーケットプレイス】

サイト名	運営企業 (主な出資企業)	主な商材	サービス開始	URL
鋼材ドットコム	鋼材ドットコム (日鉄商事、住金物産 等)	鋼材	2000年6月	http://www.kouzai.com/
いととドットコム	伊藤忠商事	綿糸	2000年6月	http://www.ito-ito.com/
カーサナビ	旭化成	建材	2000年6月	http://www.casarnavi.co.jp/
EC-OIL	イーシーコム	石油	1999年8月	http://www.ec-oil.com/
eHTEX.com	米イーハイテックス社 (NEC、米コンパック 等)	電子部品	2000年8月	http://www.ehtex.com/
SuppMART	富士通	オフィス用品	2000年4月	http://www.suppmart.ne.jp/
フーズインフォーマート	インフォーマート	食料品	1998年6月	http://www.infomart.co.jp/
キレイコム・ウェブ・コマース	キレイコム	化粧品	2000年12月	http://www.kireikom.co.jp/
いい在庫ドットコム	いい在庫ドットコム (伊藤忠商事、三井物産、オリックス 等)	一般消費財	2000年9月	http://www.e-zakko.com/

を提供し始めています。

e-マーケットプレイスは、様々な面で効果があります。例えばサプライヤ側は、新規取引先の開拓や販売機会の拡大・営業コストの削減。またバイヤ側も、調達コストや部品在庫の削減など幅広い範囲に及びます。

米国では既に巨大な e-マーケットプレイス市場がいくつも運営されており、日本国内でも徐々に立上がってきています。今後は SCM(Supply Chain Management)との関連強化や、e-マーケットプレイス同士を接続した MtoM(Marketplace to Marketplace)の提供が計画されています。

### FIP が提供する企業間ECサービス「TradeFront」

現在約3万社にご利用いただいている「TradeFront」(トレードフロント)は、流通業・製造業を中心とした受発注の EDI 業務を、インターネットをベースとして提供するサービスです。

万全なセキュリティ環境を誇る「BeStage」センタで運用する本サービスは、国内企業間や海外拠点・海外企業とのグローバルな取引を実現するオープンなネットワーク環境を提供し、CII・EDIFACTなど国内/国際標準の取引フォーマット変換機能を備えています。また従来の汎用ホスト処理を行っている企業においても、既存EDIに本サービスを付加して使うことも可能です。

それでは、「TradeFront」を導入されている事例をご紹介します。

#### 「e-お菓子ねっと」

全日本菓子協会殿、全国菓子卸商業組合連合会殿、及び菓子業界 VAN システム運営委員会殿では、インターネットをベースとした新たな菓子業界取引ネットワーク「e-お菓子ねっと」サービスを昨年 10 月より開始しました。

菓子業界では消費者の好みの多様化に対応して、多品種かつスピーディな新商品の投入が求められています。「e-お菓子ねっと」では「画像付商品情報提供サービス」を実施し、メーカーが登録した新商品情報を卸売業者が即座に参照することができます。またメーカー代行サービスとして、当センタで商品情報を作成することも可能です。さらにブラウザで簡単に受発注もできますので、業務の効率化にもつながります。

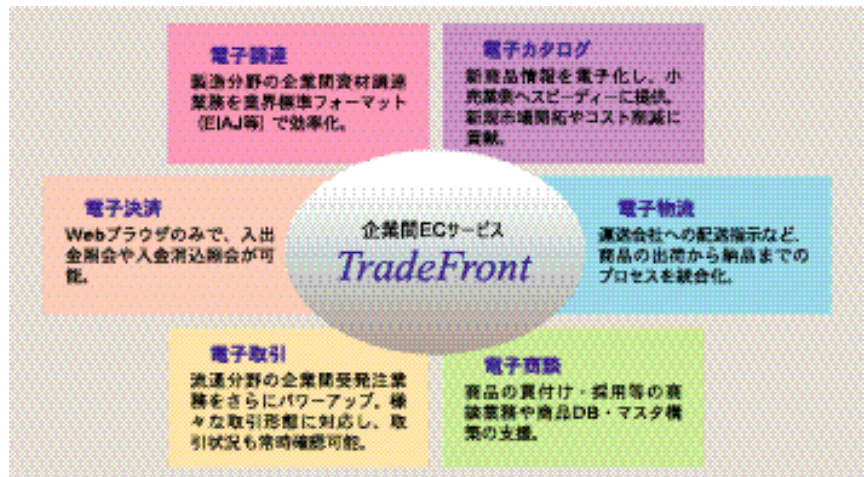
取引企業は、現在メーカー約 800 社、

卸売業者約 80 社。今後もさらに取引先を拡大するとともに、21 世紀型菓子業界取引ネットワークとして、より使いやすいシステムを目指していく予定です。

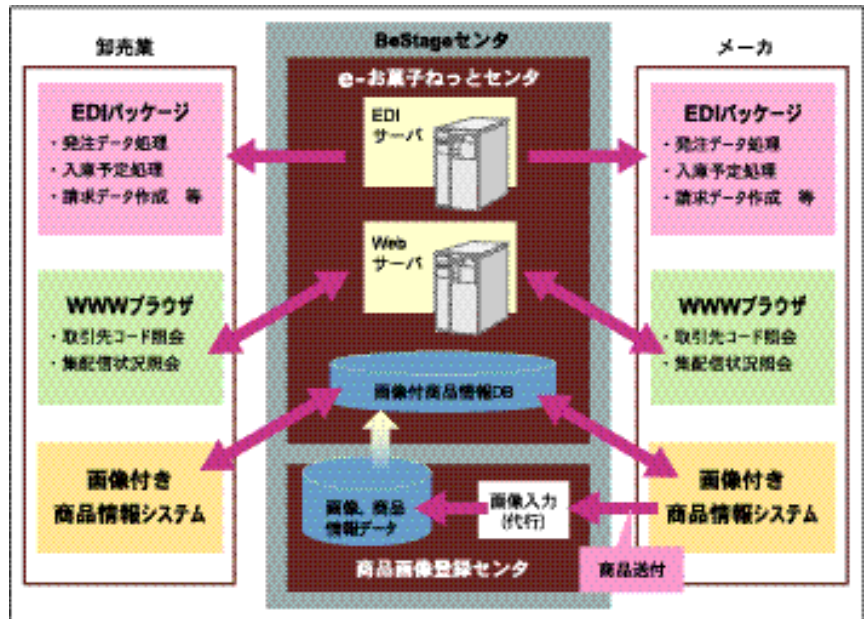
#### 「Siyaku.Com」

試薬業界の大手メーカーである和光純薬工業(株)殿は、昨年 7 月に当社と共同で試薬品の受発注システム「Siyaku.Com」を立ち上げました。これは、試薬を利用する大学や企業の研究室向けに、インターネットを活用し豊富な検索機能と受発注機能を兼ね備え

【TradeFront サービス概要】



【e-お菓子ねっとサービスイメージ図】



た、試薬業界初の統合eコマースサービスです。

取引メーカは和光純薬工業（株）殿をはじめとして約30社、50万種以上にも及び試薬情報を提供しています。この導入により、紙媒体のカタログを大幅に削減するとともに、商品検索のスピードアップが図れました。また購買システムとの連携で発注業務の合理化（ペーパーレス）も実現しています。

今後は、取引メーカや登録商品を順次拡大。メーカ各社や他業種との相互リンクにより試薬業界におけるマーケットプレイスを目指しています。

### FIPのe-マーケットプレイスへの取り組み

当社では、「TradeFront」で培った豊富な経験と信頼性の高いビジネスインフラを活用し、より戦略的な調達とサプライチェーン全体の最適化を支援するためのe-マーケットプレイスの提供を計画しています。

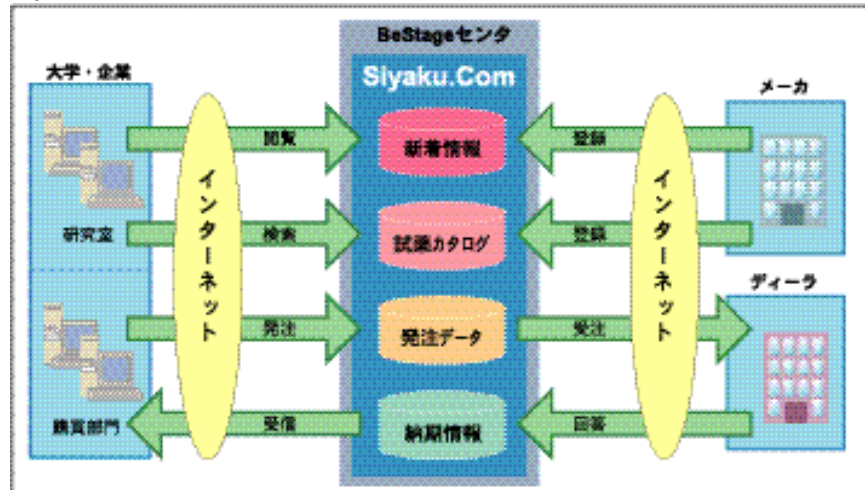
この4月には流通業界を対象に、インターネット上でのインタラクティブな取引情報の交換を実現するビジネスコミュニティサイトを開設。さらに年内には本格的なネット販売、ネット調達を実現するための「流通業e-マーケットプレイス」を立ち上げる予定です。有力な他業種や海外のe-マーケットプレイスとの連携なども視野に入れ、バイヤ・サプライヤ双方にとって価値のあるサービスの提供を目指しています。

#### ビジネスコミュニティプレイス

##### 「ComChannel（コムチャネル）」

本年4月よりサービスを開始する「ComChannel」は、流通業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。

【Siyaku.Com サービスイメージ図】



参加各社の企業情報や取扱い商品情報を提供する「企業ディレクトリ」・「商品カタログ」。バイヤの仕入れ情報を素早くサプライヤに伝え、より良い商品仕入れにつなげる「買いたし」コーナ。サプライヤの売り込み情報を広くバイヤに伝える「新商品紹介」・「売りたい」コーナなど、便利な機能が簡単かつすぐにご利用いただけます。

e-マーケットプレイスなどインターネットの活用が今後の企業活動の明暗を分けると言っても過言ではありません。「ComChannel」は、参加企業各社がネット上での新たなBtoBコラボレーションを体験してその効果的な活用方法を見出すとともに、企業活動をネット化するための第一歩として、ぜひ活用いただきたいと考えています。

【ComChannel サービスイメージ図】

