

酒類・食品卸売業における商品DBの取組み

株式会社ジャパン・インフォレックス

相談役 井口泰夫

はじめに

酒類・食品卸売業の協働事業基盤である㈱ジャパン・インフォレックス(J.I.I.)は、㈱ファイネットが運営する業界 DB(FDB)の大手メーカーを主体とする商品情報の同期化に加え、中・小メーカー向けの WEB 登録システム、参加卸売業各社を通じての地域メーカー情報の収集、以上 3 系統からの調達情報を元に、専門のスタッフによるデータバリデーションを経由して実務活用に欠かせない 3 要素(網羅性、迅速性、正確性)を実現した商品情報流通基盤として広く認知されてきた。

しかしながら、従来の卸売業のみを対象とする事業構造から脱却し、より広義で効果的なビジネスモデルが求められる時期を迎えており、後半でその一端を紹介したい。

酒類・食品業界の経緯と J.I.I.の現状

酒類・食品業界の取組み経緯

多量の商品を取り扱い、しかも改廃やリニューアルが多発する酒類・食品業界においては、EDIの進展や営業活動の支援ツール高度化などにともない、膨大且つ高精度な商品情報の提供や収集が業務課題であった。加えて、品質系情報や物流情報など 1 アイテムあたりの登録必要項目が大幅に増加したため、製配販各層における商品情報関連業務が煩雑の一途を辿り、情報流通の効率化は業界として解決すべき重要なテーマとなっていた。

そこで卸売業は、多メーカー、多商品、多小売という我が国特有の食品流通構造の中においては、流通の中間に位置して幅広い商品を調達し、且つ、多様な小売業に商品を供給する卸売業が核となつてこそ商品情報の整流化が進むと考え、さまざまな取組みに関わって現在にいたっている。酒類・食品業界における商品 DB への取組みは、今から 20 年程前の 1994 年、日本加工食品卸協会(日食協)が国税庁の委託により「情報ネットワークのための商品コードマスターモデル等の調査研究報告書」をとりまとめたことにさかのぼる。以降、1997 年にかけて、酒類業界、食品業界、中小小売業界などにおいて、商品マスターに関わる項目整備事業や実証実験が行われ、日々進化する IT 技術の変化を見据えつつ、業界としてのあるべき姿を模索していた。

これらの多重的な議論の成果として、1999 年に酒類・食品卸と酒類・食品メーカー共同運営による任意団体、酒類加工食品データベースセンター(SKDBC)が発足し、ITF/JAN コードをキーとする商品テキスト情報の収集・蓄積・提供という業界初の DB 基盤が整備されたが、2002 年、㈱ファイネットが新たに画像情報を付加した商品データベース(FDB)をスタートするにあたり、SKDBC の DB と業務を FDB に移管した。

一方、2001 年の時点で、大手卸売業の国分㈱と㈱雪印アクセス(現 日本アクセス)は、商品情報流通の効率化を目的とする㈱ジェフネットを設立していた。このジェフネットは両社向けの商品情

報、販促情報提供企業であったが、2004 年、国分、日本アクセス(株)の両社に菱食(現三菱食品(株))を加えた 3 社は、一層の効率化を図るために他同業卸売業の出資・参画を求めて我が国の商品情報流通合理化を目的とする新会社の設立について合意し、2006 年に卸売業の共同出資による(株)ジャパン・インフォレックス(J.I.I.)が設立された。

J.I.I.は商品情報に関わる事業をジェフネットから譲り受け、実務視点からの現実的な商品 DB 基盤を更に拡充するための取組みを開始。以降、商品情報に関わるさまざまな業界の動きと連携しつつ、現在にいたっている。

J.I.I.の現状

J.I.I.は、大手酒類・食品卸売業 6 社(国分(株)、三菱食品(株)、(株)日本アクセス、加藤産業(株)、三井食品(株)、日本酒類販売(株))の共同出資により、2006 年 4 月に設立された。その後、2011 年には事業基盤を更に強固にするための増資を実施し、同時に伊藤忠食品(株)、(株)トーカンが出資企業として加わった。J.I.I.に出資した酒類・食品卸売業の総売り上げは約 8 兆円であり、日経流通新聞による卸売業ランキング掲載企業総売上の 50%を超える売上を支える商品 DB が取り扱われている。

J.I.I.が設立当初目指していたのは、卸売業の共通基盤として各社で重複する商品情報管理業務を集約し、メーカーに対する Web 登録システムの運用、データバリデーション、商品マスター管理業務を行い、業界重複業務とコストの抑制を図ることであった。

また当初より、前述したFDBの情報のほぼ全てを同期化しており、このFDBを運営する(株)ファイネットと J.I.I.は密接な連携を保ち、実務上の協業のみならず、「業界の基盤は業界のプレーヤーの手で」を念頭に、更なる合理的な酒類・食品業界基盤のあり方を共同で検討している。

J.I.I.のデータフローや仕様に関しては、一般財団法人流通システム開発センターのホームページ <http://www.dsri.jp/>『2012 年度流通情報システム化先進事例調査報告書』「事例 2 商品データベースの事例」において詳細に報告されているので割愛するが、冒頭で記述したように、J.I.I.ならではの特徴は 3 系統のチャネルで膨大な商品情報(テキスト&画像)を逐次調達していることにある。改めてその 3 系統であるが、1つは前述の FDB であり、メーカーが FDB に登録した商品情報はほぼ全て J.I.I.に転送される。次に J.I.I.が運営する Inforex-Web システム(<https://www.inforex.jp>)で、メーカーに直接登録していただくチャネルである。3 番目は、J.I.I.参加卸売業の全国各拠点のマスター管理者が、上記 2 系統でも登録されない地域メーカーの商品情報を、商談時に受領するメーカーからの商品登録票に基づいて J.I.I.に対して登録する卸代行登録である。

J.I.I.の ID を取得して商品情報を登録しているメーカーは、FDB 加盟メーカーも含めて約 6,500 社におよぶ。しかしながら、食品業界におけるメーカー数は 2 万～3 万社と言われていて、まだまだ商品情報の EDI 連携に対応していないメーカーは多い。流通にとってはこれらロングテールに属するメーカーの商品群が極めて重要であり、継続的に J.I.I.の積極的な利用を呼びかけている。

とはいえ、上記 3 系統のルートを経由して J.I.I.に取り込まれる商品情報は、現状でも年間 25 万件前後という膨大なボリュームとなっており、これだけの商品情報を数千社のメーカーや卸売業の協力のもとに適切なタイミングで入手しているのが、他に類をみない最大の特徴である。

J.I.I.は参加企業が取り扱う全ての商品登録窓口となっているため、生鮮他の JAN 無し商品も登録対象としているが、それらを除く調達チャネル別の構成比は FDB が 14%、Inforex-Web が 44%、残る 42%が卸代行人力であり、EDI での入手率は過半数を上回る。

1. 約200万件の商品情報を保持

参加卸売業各社からの登録も含めて、年間約25万件の商品情報が追加されています。
酒類・食品・菓子などのカテゴリーを幅広くカバーし、約200万件の商品データをご利用いただけます。

JII保有商品情報登録件数(2014年7月現在)

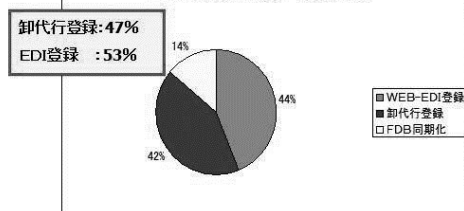
単位:千件

カテゴリー	基本	リンク	構成比
加工食品	537	668	27.6%
菓子	216	271	11.2%
日配・チルド	384	478	19.8%
冷凍食品	271	332	13.7%
酒類	239	286	11.8%
生鮮品	87	104	4.3%
その他非食品	217	281	11.6%
計	1,951	2,420	100.0%

基本(基本レコード): JANコード+メーカーPVコード単位で一意に管理されている情報

リンク(リンクレコード): 荷姿違い等、基本レコードの情報が重複した単位で管理されている情報

2014年1月～7月ルート別登録率



※基本レコードのみ(JANなし商品除く)

2. EDIによる商品情報授受の効率化

FDBメーカー約300社を含む約6,500社のメーカーによる、商品情報のEDI登録を実現しています。

表1

1

今後の取組み計画と課題

J.I.I.の新たな方向性

昨今、商品マスターを取り巻く環境が大きく変化していることに注目している。

①プロモーションの変化

昨今、従来の店内における販売促進手法に加えて、店舗内における買物客の心理や行動を理解して購買刺激につなげようとするショッパーマーケティング、さらには、買物客のライフスタイル分析を通じてそれぞれの生活シーンに合わせた提案をするライフスタイルマーケティングの実践が始まっている。

これらは多拠点のID-POS、消費者パネル等の膨大なデータ分析が大前提となることから、消費者が購買する全ての商品に関わる標準的なカテゴリー体系や商品情報が求められてきている。

②ネット通販、ネットスーパーの進展

ネット販売の特性上、必要項目を充足する商品マスターが極めて重要になる。特に、売り場という物理的制約のないネット通販事業においては、より一層網羅的な商品マスターの整備が必要で、相当な業務負担になると考えられる。その中でも最も重要な情報は、サイトに掲載するための画像情報(商品単品、ボールやケース、調理済等)と、消費者に提供する品質系情報である。

③品質系情報の対応

消費者の食品に対する信頼性を担保するため、品質系情報の表示、提供は、業界としても必須のテーマになってきている。売り場における商品説明、デジタルサイネージやネット通販・ネットスーパーでの商品説明、外食産業のメニューなど食に関わる多くの場面で、品質系情報(少なくとも一括表示情報やアレルギー情報)の正確な表示は社会的な責務となってきた。

J.I.I.はこれらの変化に対応するため、引き続き商品情報のEDI化推進と未参加卸売業への参加促進を図りつつ、

- ①画像情報の更なる充足
- ②品質系情報の標準実装
- ③マーケティング企業などとの取組み拡大

以上の3点を踏まえ、生配販3層各社、関係諸企業、諸団体との連携をもって諸施策を推進し、一層の機能充実を図っていく所存である。

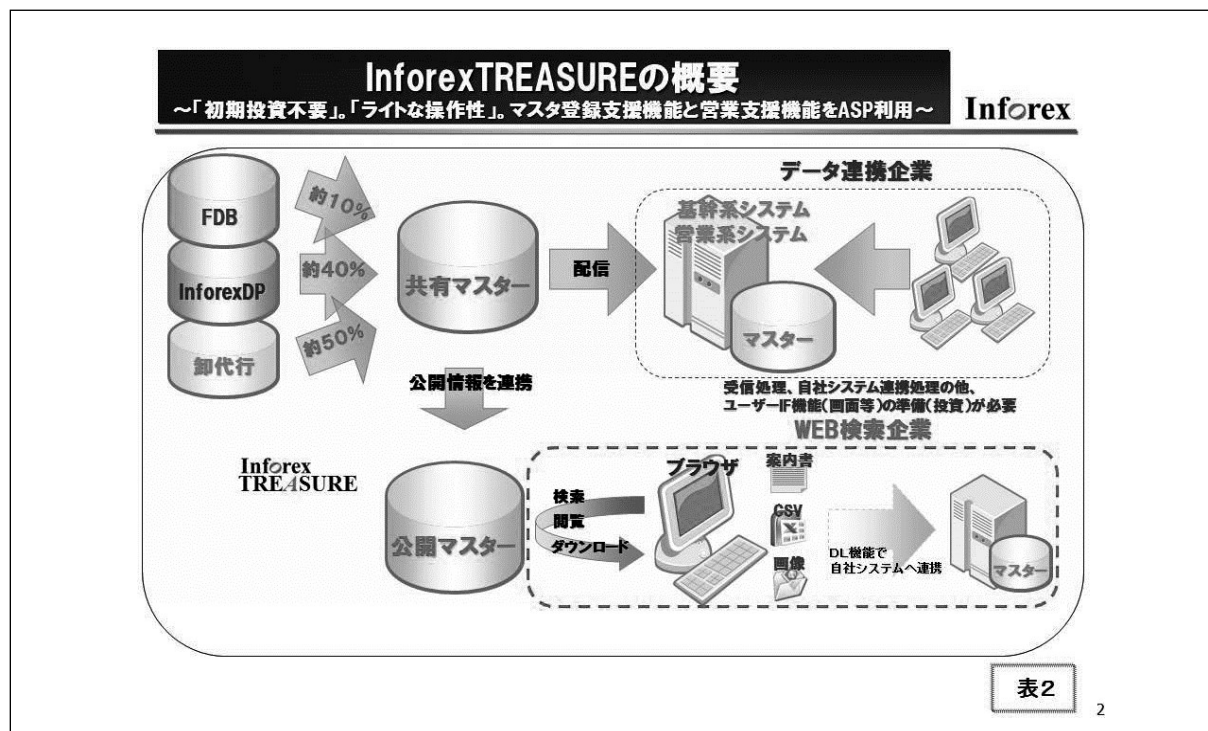
Inforex TREASURE

前項の変化対応に向けて J.I.I.が開発した仕組みの一つが WEB 型検索システム「Inforex TREASURE」で、かねてより一層簡便な仕組みでのデータ提供要望が多かったこともあり、昨年導入を開始したシステムである。

「Inforex TREASURE」は、パソコンを使って簡便に当社の保有する商品 DB にアクセスできるサービスで、新商品や特産品等も簡便に検索できる機能等によって商品マスター登録業務の合理化に資することに加え、取引先への商品案内をサポートする機能等を具備しており、WEB が利用できる環境さえあれば、専門的な知識やインフラが無くても利用できることをコンセプトに開発したものである。メニューとして以下を用意している。

- ①JAN、カテゴリー、メーカー毎の商品情報検索・閲覧・ダウンロード機能
- ②外観画像を自動的に添付した汎用の商品カルテ(案内書)作成、印刷機能
- ③画像情報の閲覧・ダウンロード機能
- ④実務者の意見を反映した、多様な切り口による商品情報提示機能

展開開始後1年で、既に各地域を代表する全国の卸売業やマーケティング企業等10数社が本システムの利用を開始しており、現在も数社と導入に向けた打合せを実施しているところである。このサービスの拡大によって、弊社の設立趣旨である「業界の標準化と合理化」を一層進めるとともに、利用企業の利便性の更なる向上を図っていきたい。



今後の課題

物流情報、マーケティング情報、原材料や原産国、アレルギーなどの品質系情報、画像情報など、必要項目の増加や深化に起因する3層の商品情報関連業務の煩雑化は一気に解消するもの

ではない。J.I.I.はいくつかの定量的な切り口で成果を確認しているが、まだ満足するには遠い状況にある。以下、代表的な3点について記述する。

①EDI 登録メーカー数

FDB 加盟メーカーを含む EDI 登録実績のあるメーカーは 2014 年 7 月時点で約 6,500 社となり、直近 1 年(2013 年 8 月～2014 年 7 月)では 3,434 社からの EDI 登録をいただいている。これに卸代行登録を加えた商品数では、おそらく 80%に近いシェアになると推測している。

しかしながらメーカー数では全体の 20～25%程度と想定しており、全国に点在する中小メーカーへの登録要請を更にメッシュを細かくして行うことが必須となる。

②EDI 化率

これは、3 チャンネルで登録された総商品数のうち、J.I.I.の WEB システムと FDB を経由してメーカーから登録された合計商品数のウェイトである。毎年着実に上昇しており、2014 年 7 月末日時点では 58%となった。しかしながら、J.I.I.としては 80%を越える EDI 化率の達成が目標で、今後も前述のメーカー数の拡大はもとより、既に FDB/J.I.I.に参加しているメーカーに対しても、自社商品の全てを確実に登録していただくことをお願いしていく。

カテゴリ別に見ると、菓子・加工食品などでは既に上記目標に近い数字を達成しているが、日配・チルド、冷凍食品などでは依然 30%代に低迷している。これについては、当該業界の環境や販売形態の違いに原因があることを把握しているが、やはり業界としての知恵をどう出すかというテーマである。

③画像登録率

J.I.I.は日食協画像専門部会の事務局として活動する一方、(株)ファイネット、(株)サイバーリンクス両社と協働し、2007 年から画像仕様の標準化と登録啓蒙活動を推進している。これらの活動の結果、メーカー関係者に充分なご理解をいただき、主要メーカー 224 社の 2014 年春夏新商品の画像登録率は 72%を達成している。

「Inforex TREASURE」の商品検索やカルテ作成、あるいは前述のネット系チャンネルへの対応において、商品画像はコア因子になるため、今後更に画像情報の登録率や精度の向上に向け、メーカー各社に対して引き続き個別の啓蒙活動を実施し、迅速な登録をお願いしていく。

画像情報のEDI登録

Inforex

■ 画像情報登録

①春夏、秋冬の棚割提案タイミングに合わせての棚割画像登録を推進しています。(主要メーカー224社対象)

画像情報のEDI登録により、棚割提案をスムーズに行うことができるようになります。

※主要224社棚割シーズン画像登録状況

シーズン	画像登録率
2012年(秋冬)	63.3%
2013年(春夏)	62.1%
2013年(秋冬)	64.0%
2014年(春夏)	71.6%

②外観画像情報の登録により、Inforex TREASUREの『商品検索画面』や『商品案内書』に反映され、より効果的な提案活動につながります。

表3

最後に

J.I.I.の概況と今後の課題について述べてきたが、我々酒類・食品業界における商品 DB については約 20 年という非常に長い時間をかけて取り組んできたにも関わらず、まだまだ成長途上に過ぎない。これは時間の経過と共に、業界環境変化、IT 技術進展、新サービス創出等が進み、DB 基盤に対する要望が日々変化していることに起因する。

したがって、今後もさらに種々の新たな取組みが始まることが予測されるが、J.I.I.は関係者の総意に基づく事業構造改革の取組みを進め、他 DB との更なる連携強化によるワンシンク体制の実現、その原動力となるデータ登録企業と利用企業両面の拡大、そして新たなサービスの提供を通じて、業界の一層の合理化と標準化に寄与していく所存である。

支部活動

第12回実務研修会開催

— 近畿支部 —

近畿支部は、9月18日(木)大阪府食品卸同業会と共催で「第12回実務研修会」を大阪市都島区の太閤園で開催し会員、賛助会員 180 人が出席した。開会に先立ち、大阪府食品同業会会長の大釜賢一氏(伊藤忠食品(株))は、「今日はユーグレナの出雲 充社長にご講演をいただくが、バイオ燃料、食品、化粧品、環境技術などにミドリムシを活用しようと研究開発が進められており、ミドリムシを使った食品が大変数多く出てきつつある。われわれも食の安全・安心、おいしさを追求して人類の発展に寄与していきたいということで一生懸命やっているが、このミドリムシは、われわれ食品業界にとっても非常に将来性があると思っている。ぜひ協業ができる案件があれば、伊藤忠商事やユーグレナさまに直接お話していただき、新しい商品開発ができれば、われわれも地球を救うお手伝いができるのかなと思っている」と挨拶した。この後、出雲ユーグレナ社長が「僕がミドリムシで世界を救うことに決めました」をテーマに講演した。「ミドリムシ」(学名:ユーグレナ)は虫ではなく、昆布やワカメの仲間の藻の一種。動物と植物の両方の性質を持ち、ビタミン、ミネラル、アミノ酸、不飽和脂肪酸など 59 種類もの栄養素を備えている。光合成によって二酸化炭素を固定して成長する時、油脂分を作り出しており、バイオ燃料の元としても利用可能。ミドリムシの驚くような可能性から現在、様々な分野で研究が進んでいる」と講演された。



近畿支部実務研修会会場