

## 「流通ネットワーク」

### 1.地域流通業と地域VAN

地域流通VANは、地域の卸売業、小売業が厳しい流通革命の中で生き残るための有効な手段の一つとされている。また、他地域からの流通資本の急激な流入を防ぎ、地元の企業の活性化を自ら実現する仕組みとして位置づけられている。

流通業における“情報化”は自社内のテーマから、自社の営業拠点や取引先、また物流業などとの通信ネットワークによる情報流通が課題となってきた。しかし、中小流通業が自身でネットワークシステムを構築し運用するのは、技術力、資金力、運営体制の整備などの点から実現が困難である。また、個別企業のそれぞれが自社ネットワークを構築すれば、輻輳するネットワークができあがることになり、個々の費用負担が過大となるばかりでなく、重複投資による社会全体としての損失も多大である。

### 2.共同利用型である地域VANの優位性

EOSをはじめとするネットワークによる取引関係の強化と困り込みが、あたかもSIS(戦略的情報システム、Strategic Information System)の典型的な事例であるかのようにとりあげられてきた。これは、特殊な業種を除き、きわめて誤った理解であることが地域VANによって証明されつつある。

一時期、大手卸売業が自社のコンピュータとネットワークを利用し、小売業からの発注を、それまでの電話やファックスに替わる手段として構築した。これは、共同利用型のVANが世に現れなかった時期には、一見ネットワークによる困り込みが成功したかに見えたのである。

しかし、この仕組みは決定的な欠陥が存在した。特定卸売業が運営するVANの発注端末機からは、原則的にはその企業にしか発注ができない。小規模のコンビニエンスストアやミニスーパーであっても、商品納入業者の数は5から10社、あるいはそれ以上であることが一般的であり、特定卸の発注端末機では数千アイテムの商品の数分の1しか発注できない。仮に、すべての卸売業が自社VANを運営したとなれば、小売業は卸売業の数の端末機を用いて発注作業を行わなければならないことになり、小売・卸双方がきわめて煩雑な操作を行わなければならない、事実上運用ができなくなってしまうであろう。複数の納入業者から商品を仕入れる小売業に対するEOSシステムは、卸売業の自社VANでは原理的に合理的な仕組みとなりえないのである。

これに対し、共同利用型の地域VANでは納入業者がそのVANに参加しておれば1台の発注端末機で単一の方法で発注作業が可能になる。あたかも、どこでも通信ができる電話やファックスと同様の利用が可能になるのである。

事実、この数年、状況は大幅に変化しはじめている。自社VANを運用しこれまでは大きな成果を得たとされる大手日雜、食品卸売業が、大都市圏をかわきりに自社VANの利用は大口取引先に限定し、中小規模の取引先については、地域VANの利用を検討し、一部では地域VANに移行し始めてきたのである。

### 3.地域のためのネットワークづくり

ネットワークは情報伝達に関して、全国さらには世界中どこでも時間距離をゼロにしてしまう。これは、地域にとってより広い範囲に業務を拡大することができる可能性を与えられ、地域活性化の大きなチャンスとなる一方、他地域からの資本の流入を促進するものでもある。

「地域流通VAN」はこのような地域流通業のため、地域のためのネットワークサービス機能を果たすために生まれたものである。

この地域VANは、豊富な資金と設備をもち全国的なサービスを行う大手VAN事業者に比べると、全ての点で不利な立場にあると一般には考えられているが、事実には反しており、地域VANが運営上の有利な点も多い。

第1は、地域VANは地域特性を反映したシステムを構築するのに有利なことである。地域VANは立地する地域の業界の特性や、企業同士の取引関係に精通しており、全国的なVANに対する、最大の存在意義である“地域の産業にきめこまかく対応する仕組み”を実現できることである。

第2は地域の自治体、経済団体等と協力して地域の情報インフラストラクチャーとして事業展開することができることである。

第3は、流通ネットワークは地域的なまとまりを必要とするものであり、大都市が資本の系列化が進み、資本系列の異なる企業同士の連携は非常に困難であるのに対し、地域は資本の壁を越えた協力関係を持ちやすいことである。

このような、地域VANの優位性を生かして、多くの地域VANはこの数年、(表1)に示すように、利用者の数を大幅に伸ばしている。

表 1. 地域VAN事業者の小売業、卸売業の接続数の推移

	平成 4 年度		平成 6 年度		増加数		伸び率(%)	
	事業所数		事業所数		事業所数		事業所数	
	卸	小売	卸	小売	卸	小売	卸	小売
(株)コミネット仙台(宮城)	131	193	174	325	+43	+132	+33	+68
(株)信州流通ネットワーク(長野)	210	99	260	180	+50	+81	+24	+82
(株)オリオン(静岡)	317	280	451	395	+134	+115	+42	+41
東海流通ネットワーク(愛知)	394	155	452	198	+58	+43	+15	+28
大阪商工会議所(大阪)	576	172	850	380	+274	+208	+47	+173
四国データネットワーク(香川)	110	100	152	123	+42	+23	+38	+23
(株)高知流通情報サービス(高知)	154	205	237	233	+83	+28	+54	+14
福岡流通VAN(株)(福岡)	150	350	423	1046	+273	+696	+182	+199
(株)熊本流通情報センター(熊本)	115	83	164	116	+49	+33	+43	+40

(株)ひむか流通ネットワーク(宮崎)	124	271	148	369	+24	+98	+19	+36
--------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

全国地域VAN事業者協議会会員のうち、平成4年度に接続小売店舗数が100を超える事業者の接続数の推移

#### 4.地域VAN発展の要件

このような背景のもとに存在する地域流通VANが、地域の発展にとって円滑に運営され、今後継続的に発展し地域の情報インフラストラクチャーとされるためにはいくつかの要件を満たさなければならない。

第1は、センターの中立性と開放性の確立である。地域流通VANが“地域のためのセンター”として地域の事業者の支持を受け、有効に機能し、事業として成立するためには、絶対的な「中立性」と「開放性」をセンターの基本的な理念としなければならない。

中立性とは、VANセンターを利用することにより、従来の取引関係に利用者が望んでいない変化が生ずることがないことである。すなわち、特定資本に有利に運用されることがないことである。

地域VANのは自治体を中心となって設立される、いわゆる第3セクターや、地域の多くの企業が共同で設立した地域協力型、中立機関が運営するもの、地域の計算センターが運営するものなど多くの形態が存在するが、その多くが、特定資本のための作られたものではない。このため必然的に中立的な運営が行われることになっている。

開放性とは、競争関係にある卸売業、小売業がそのVANに同時に加入できるなど、地域の事業者がVANを利用する意思に対して制約が存在しないことである。また、ホストコンピュータと異なるメーカーのコンピュータ、EOS端末機、POS機器などの情報機器をネットワークに接続し利用できることである。

大手VAN事業者のサービスを受けるに際し、接続事例の有無などを理由に、特定メーカーの情報機器の接続を強く要求されることなどは、この開放性を損なう代表的な事例である。

地域の事業者が何の障害もなく自由に参加し、利用できるネットワークサービスシステムが、地域VANの理想的な姿である。

第2は、効率的な運営体制の確立である。地域の中小企業者の財政基盤は一般に脆弱である。大手ネットワークサービス業が提供する割高なサービスを利用できない企業は多い。

過大な情報化コストは企業体質をむしろ弱めるものになりかねない。このため、効率的な運営による低価格のサービスを実現するため、最大の努力が必要とされる。地域VAN事業者の組織が小さいのは、そのためにはむしろ有利な点であるといえる。ネットワーク業は、事業規模が一定以上の水準をこえると、運営のための経費負担率が急速に大きくなる傾向がみられる。これは、ソフト開発料について大手業者と中小業者の受託単価の大幅な

差からも容易に想像できるところである。また、ネットワークサービスは、利用者に対するきめ細かい対応がとりわけ必要とされる業種である。通信トラブルなどに対する短時間での解決の必要性がそれを示している。大手VAN事業者の利用者対応が不十分であり、利用者の不満が大きくなっていることは良く知られたことである。

## 5.地域VANの協力と連繫

### ○地域VANの協力の必要性

このような地域VANが協力し、地域のためのネットワークサービス機関としてさらに展開を図ろうとするとき、いくつかの課題が存在する。

第1は、地域VANサービスの内容や運営方法のばらつきの是正である。これは、歴史的には個々の地域VAN事業者は、それぞれが独自に事業を企画し、システムを構築し、サービスを行っていることから生じたことであり、相互の協力調整による標準化が望まれる。

第2は、地域VANの基本的なサービスエリアである府県または地域ブロックを超えた広域サービスへの要求への対応である。これは、各地の地域VAN事業者が協力し、VANtoVANの仕組みを作ること、全国に展開するVANと連繫すること、地域VAN事業者独自の共同広域ネットワークを構築するなどの方法での対応が考えられる。

第3は、隣接する地域VANとの競合である。現在の競合は、可能な限り早期に協力関係に移行すべきである。それは、一つのネットワークは一つの性格しか持ちえず、中立性・開放性をうたい、どれほど汎用性のあるシステムを構築しても、業務運営の中で実現できるのは、その地域で構築された、そのネットワークの固有の価値観と運営基準に従ったものであるからである。また、地域独特の取引慣習に沿ったネットワークの処理方法はその地域にしか通用しないこともある。東日本と西日本、大都市と中小都市では卸と小売の取引慣習が細かい部分で異なる点も多い。このため、各地に存在する地域ネットワークの連携による協調・協力のメリットが、競合に打ち勝って得られるメリットよりはるかに大きいと考えられるのである

### ○全国地域VAN事業者協議会の結成と活動

平成4年10月の全国地域VAN事業者懇談会を経て、平成5年2月に設立された「全国地域VAN事業者協議会」は、幾つかの課題を抱える全国各地の地域VAN事業者が協力し、ネットワークサービスを地域活性化と、豊かな地域社会を構築するための情報インフラストラクチャーとして発展させるための全国組織であり、大商VANを運営する大阪商工会議所商工会議所が事務局となり年3回の全体会議とテーマ別に、任意に開催する分科会を中心に活発な活動を行っている。

#### 全国地域VAN事業者協議会規約(抜粋)

##### 第2条(目的)

本会は、地域情報化の進展に対応し、全国の地域VAN事業者がその特色を生かしつつ、相互の技術面、運営面の協力によって、地域の事業者によりすぐれたサービスを提供し、あわせてVAN事業者それぞれの発展に寄与することを目的とする。

##### 第3条(事業)

本会は前条の目的を達成するために、次の事業を行う。

(1) 各地域VAN事業者が、よりすぐれたサービスシステムを開発・運営するため、相互の運営ノウ

ハウ・技術交流の場を提供する。

- (2) 各地域VAN事業者が、相互に協力し、個々では実現できないサービスを実現するための事業をおこなう。
- (3) 各地域VAN事業者が、相互に情報を交換するための媒体をもうける。
- (4) 地域の情報化促進のための意見のとりまとめをおこなう。
- (5) その他、第2条の目的を達成するための事業をおこなう。

## 第2章 会 員

### 第4条(会員)

本会の会員は、次の4種とする。

- (1) 正会員 本会の目的に賛同するVAN事業者。
- (2) 準会員 正会員の事業運営について、コンピュータ、ネットワークなどの設備の提供や、システム構築、業務運営について提携関係を持つ者。
- (3) 協賛会員 地域VANの運営に必要な情報機器、ソフトウェアなどを製造販売する者で、本会の目的に賛同し、会が認める者。
- (4) 特別会員 本会の目的に賛同する、国、自治体等、またその関係機関

平成7年4月現在協議会会員は、正会員18、準会員5、協賛会員18、特別会員2と合計43の会員で構成されている。

協議会では、以下のような具体的なテーマについて活発な活動を展開している。

- (1) JICFSと連繋した商品コードサービスシステムの構築の研究
- (2) 低価格発注端末機の開発と普及
- (3) 流通VANに関わるサービスシステムのノウハウの交換と技術交流
- (4) 地域VAN運営のノウハウの交流
- (5) 料金体系の現状の調査と標準化に関する研究
- (6) その他地域VANの相互協力に関する検討

これらのテーマにいかに本格的に取り組んでいるかをご理解いただくために、商品コードサービスシステムの開発に取り組んでいる、「地域VAN連繋商品コードサービスセンター構想」分科会(平成7年2月の会合)での論議のための資料の一部を以下に示す。

### 「地域VAN連繋商品コードサービスセンター」企画より抜粋

#### I 現状

地域VAN事業者は、サービスの中核であるEOSサービスを実施、拡大していくに際し、卸売業、小売業に対し、タイミング良く商品コードならびに商品属性情報の提供を行うことを要求されているが、十分にその機能を持つ事業者は少ない。

一方、JICFSディストリビュータ、また地域JICFSセンターなどJICFS再販業者による、JANコードサービスは十分にその機能を果たしているとは言いがたい状況にある。(中略)

#### 地域VAN事業者に求められているもの

- (1) 卸・小売間EOSに必要な商品コード・属性情報のタイムリーな通知・登録機能
- (2) 卸・小売業務システムへの商品コード・属性情報の更新情報の通知と簡易な登録機能
- (3) 小売業におけるPOSシステムの導入初期の商品マスター登録支援機能と、システム運営時の更新情報の提供機能

## II 地域VAN事業者による商品コードサービス

地域VAN事業者が前項の機能を持つことは、以下の理由でさほど困難でない。

- (1) 地域VAN利用者の持つ商品コードマスターの大半をシステムで管理している。  
地域VAN事業者は基本的なサービスとして、卸・小売間のEOSサービスを行っている。このサービスは、小売から卸への発注データのメールボックスによる受渡しだけではなく、取引関係を決定する[小売 商品 卸]の商品別帳合マスターファイルをもち、データの流れを制御するシステムで運営しているケースが主流である。このため、システム運営のために、取引にかかわる全ての商品コードマスターを保管管理している。
- (2) 管理する商品コードマスターがタイムリーに更新されている。  
小売・卸間EOSを有効に運用するには、商品の取引きに先立ち、商品コードマスターへの新規に取引きする商品情報の登録が必要である。地域VANのEOS運用のためには、卸売業または小売業からの商品コードの迅速な登録が不可欠である。
- (3) ローカルブランド商品の登録が十分に行われている。  
地域VANは、地域の流通業のネットワークサービスを行っているため、当然の結果として、当該地域のローカルブランド商品の商品コードを保有管理している。
- (4) 廃番商品の特定と通知が可能な仕組みを構築できる。  
地域VANのEOSサービスシステムに若干の機能を追加することにより、流通過程を一定期間通過していない商品の検出が可能となる。この機能により、廃番商品の特定と通知サービスを行うことができる。
- (5) 地域の流通業とのデータ交換の仕組みを持っている。  
地域VANは地域の卸・小売を利用者としているため、それらの事業者とのネットワークを既に確保しており、商品データの交換が容易である。また、地域の他の流通業者とのネッ

トワークによるデータ交換のネットワーク作りも容易である。

- (6) 地域VAN事業者の持つ商品データは、製造業者だけでなく、取扱い卸売業をキーワードとして持っている。

商品コードをキーとして、取扱い卸の検索や、POS導入時の確率の高い商品マスターデータの絞り込みと提供が可能である。また、類似の規模、環境の小売業の取扱い商品も特定できる。

- (7) 全国の地域VAN事業者と協力し、商品コードサービスの広域的な展開が可能である。地域VAN事業者協議会による各地の地域VAN事業者の協力・連繋の体制作りが進んでおり、商品コードサービスもその主要なテーマとして推進することができる。

小売から卸売業への発注データのスイッチング業務であるEOSサービスが基本業務である地域VANにおける商品コードサービスは、JICFSで管理する数十におよぶデータ項目の全てを対象とする必要性は低い。

POSシステム、EOS、商品在庫管理などへの利用に目的を限定することにより、比較的入手が容易で、データ入力のコストが低くなるよう、なるべく少ない項目を収集管理対象とする。

### III 地域VANによる商品コードサービスの仕組みと対象

より完全な商品マスターデータの収集と、管理がサービスの基本となる。地域VAN事業者による商品データ収集には以下のルートが考えられる。

- (1) EOS用の商品マスターの利用
- (2) 他の地域VANのEOS用の商品マスターの利用
- (3) JICFSデータの利用
- (4) モニター小売店からのデータ入手
- (5) モニター卸からのデータ入手
- (6) JAN登録メーカーからのデータ入手
- (7) VANセンターによる独自のデータ収集

## 6.地域VANの今後

地域VAN事業者の多くが、サービス対象である、小売業、卸売業の接続数を大幅に伸ばしていることは第 表の通りである。一方、サービスの多くはEOSサービスであり、このサービスの収益性が低いのは周知のことである。地域VAN事業者が地域の情報インフラストラクチャーとしての地位を確立し、経営基盤の安定をはかるには、新しいサービスシステムの提供による収益性の向上が必須である。これはまさに、“鶏と卵”の関係ではあるが、個々の事業者の努力と、協議会での協力により実現しなければならないことである。

VAN事業者がかかえる当面のテーマは以下のようなものであると考えられる。

### 1. EOSサービス機能の拡大

多くの地域VANが、単純なEOSサービスから、“EOSを基本機能とする付加価値の高いサービス”の開発と、提供を始めている。

代表的な事例が、チェーン店と本部ならびにその取引卸売業を地域VANと中心にネットワークする「小売本部システム」である。これは、複雑なネットワークとシステム運営を地域VANに委託し、本部では、運営用の端末機を設置し、あたかも自社でVANを運営しているのと同様の利用が実現できるアウトソーシング型のサービスである。

この他、ひむか流通ネットワーク(宮崎)で実現している、無線ハンディ端末機とネットワークを利用した、効率的な納品、検品、請求、支払いシステムなども大手VAN事業者が実現できないきめ細かいサービスとして今後各地の地域VANでサービスがはじまるものと期待される

### 2. 物流システムとの連繋

中堅中小卸売業は、特定の物流業者と特別の関係をもって取引を行っているわけではない。より安価で、合理的・効率的な物流サービスが存在すれば、それを利用することに何の障害も存在しない。その一つが共同物流である。すでに、仙台市のコミネット仙台では本年度より本格的な共同物流の仕組みを実験的に実施しており、確かな手応えをえているとしている。

大阪商工会議所が主催する大商VANでは、100店舗で構成するボランタリーチェーンと80店舗のボランタリーチェーンについて、日配品に限定した共同配送システムを本格的に稼働している。

### 3. 地域VANの連繋による広域VANの実現

地域VANの利用が拡大するにつれ、当初のサービスエリアを超えたネットワーク利用の要望は増大する。

四国では、通商産業省の指導により、香川、愛媛、高知の地域VANの相互接続利用が本格的に検討されている。

地域VAN協議会としても、きわめて大きな課題として取り上げられており、利用料金体系の標準化や、利用端末機・システムの標準化、商品コードサービスの実現とあわせ、早期の実現を目指している。