

■11 群 (社会情報システム) - 6 編 (流通情報システム)

1 章 流通情報システムとは

(執筆者：笹川雅幸) [2009年3月 受領]

■概要■

流通 (Distribution) とは、生産者から消費者へ商品 (財) を移転すること、または移転するための活動のことである。その流通の担い手は、一般的には「小売業」、「卸売業」、「物流業」であり、流通情報システムとは、これら流通企業が使う情報システムのことである。

「小売業」、「卸売業」、「物流業」などの区分けは一般的なものであり、生産者が直接、消費者へ販売する活動、つまり小売活動をすることもあるし、小売業が物流業務まで行うこともある。生産者から消費者までの役割を各流通企業でどう分担するかで、各企業の業務範囲は様々であるが、流通経路全体では、新商品開発、マーチャンダイジング計画、需給計画、需給管理、物流、取引管理などの各流通活動が行われることとなる。

流通活動を支援する流通情報システムも同様に、様々なシステム機能の分割が考えられるが、本質的には必要なシステム機能が流通経路全体で整備されることが求められる。

昨今、消費者ニーズの変化が早くなっており、その変化をタイムリーに把握し、それを新商品開発や生産活動に結びつけることが必要となっている。そのため、複数の流通企業が、あたかも一つの仮想企業体として活動できるような流通情報システムの整備が求められている。各企業内での情報システム整備とともに、企業間で伝達するデータやそのコード体系の標準化や、業界情報インフラの整備も並行して進められている。

【本章の構成】

本章では、流通システム (1-1 節)、流通情報システム (1-2 節) に関して、流通の定義から始まり、流通企業や流通経路、流通システム機能、具体的な活動としての業務機能、それを支える流通情報システムの全体像や関連する標準体系について述べる。

■11 群 - 6 編 -1 章

1-1 流通システムとは

(執筆者：笹川雅幸) [2009年3月 受領]

商品（財）の生産者と消費者は主体者が異なる場合が多く、その隔たりを埋めるために流通活動が必要となる。流通システムとは、生産者から消費者まで商品（財）を移動するための仕組みであり、流通情報システムは、この流通システムを支える情報システムである。本節では「流通」について最初に定義し、その流通の機能を担う経営主体や商品（財）が移動する経路、流通システムの機能について説明する。

1-1-1 流通とは

流通（Distribution）とは、「生産者から消費者へ商品（財）を移転すること、または移転するための活動」と定義できる。

流通活動は、商品（製品）を直接生産しないが、商品を生産者から消費者へ必要に応じて適時・適価・適量・適質で移動したり、消費者に販売したり、製品・商品に関するコト・サービスを提供することにより消費者の商品に対する需要を喚起させたり、消費者のもつニーズに合わせて品揃えをしたりすることが含まれる。この流通活動は、大きく四つの視点で捉えることができる。

- ・ **商流**：商品（財）の所有権を移転すること
- ・ **物流**：商品（財）自体を移動・保管すること
- ・ **金流**：商品（財）自体や付加サービスの対価として資金を移動すること
- ・ **情報流**：商品（財）の需要と供給に関する情報を移動すること

この「商品（財）」には、有形なものと同形のもの（ソフトウェア、コンテンツ、サービスなど）があり、それぞれを「財」、「サービス」と表現して区分する場合もある。

また、「商品（財）」は、消費財と生産財の二つに分けられる。

消費財とは、個人の消費を目的とした商品であり、例えば、食品、日用品、衣料品などを指す。消費財は、一般的に不特定多数のエンドユーザが購買対象者であり、居場所が特定できないため、マスマーケティング手法が中心的な販売方法となる。また、商品を必ずしも合理的・経済的に選択するとは限らない。例えば、好き嫌い、トレンド、ブランドなどイメージなどが重要な購買判断基準となる傾向がある。

一方、生産財は、原材料や部品、設備品など生産のために消費される商品であり、例えば、工作機械、部品などを指す。生産財の購買対象者は、法人や政府機関などの組織となり、消費財より大規模で少数となる傾向がある。また、専門知識をもっていることが多く、その購買の判断基準も概してコストパフォーマンスを見る傾向にある。一般的には、人的販売が有効とされている。

1-1-2 流通企業と流通経路

流通の機能を果たす企業を「流通企業」あるいは「流通業者」という。具体的には「小売業」、「卸売業」、「物流業」が該当する。一方、商品（製品）を生産する企業を「生産者」あるいは「製造業」と呼ぶ。生産された商品（製品）を利用することを「消費」といい、消費する

人を「消費者」と呼ぶ。消費者には個人も、法人などの組織も含まれる。

消費者に直接販売する活動を「小売」といい、小売の機能を果たす企業を「小売業」あるいは「小売業者」という。製造業や他の卸売業から商品を仕入れ、小売業や卸売業、あるいは他の製造業へ再販する活動を「卸売」といい、卸売の機能を果たす企業を「卸売業」あるいは「卸売業者」という。

生産者から消費者へ商品が渡るまでの過程を流通経路というが、その経路は、生産者から消費者へ直接販売する形態や、小売業を介して消費者へ販売する形態、複数の卸売業を介して販売する形態など様々なものがある。

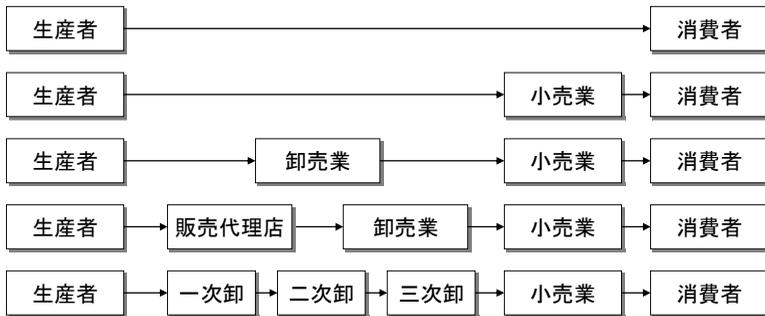


図 1・1 様々な流通経路

1-1-3 流通システムの機能

システムとは、「個々の要素が有機的に組み合わせられた、特定の目的を果たすためのまとまりをもつ全体、体系」のことを指す。流通システムとは、「生産者から消費者へ商品（財）を移動するための体系」のことを指す。

現在の社会において、生産者と消費者は多くの場合、別人である。生産者と消費者の間には社会的、経済的、地理的、時間的、情報的な隔りがある。流通システムはこのような、生産者と消費者の様々な隔りを埋める移転の機能を果たしている。この流通の果たしている機能を整理すると次のようになる。

- (1) **販売機能**：消費者が購入する場を提供し、また、購入に対して決済する場を提供すること。具体的には、店舗などが該当する。また、接客など顧客サービスも販売機能の一つである。インターネット販売においても仮想店舗を出店し、消費者が購入できる機能を提供している。
- (2) **品揃え機能**：消費者が顕在的・潜在的に求めるものを、様々な企業から調達し、多くの商品を取り揃えること。取扱商品が最寄品か買回り品か、品揃えの幅や深さによって店舗立地・フォーマットも異なる。また、同じ商品でも、ケース単位か単品単位か消費者の購買ニーズに応じて品揃えも異なる。
- (3) **保管・小分・配送機能**：生産者から消費者まで商品が受け渡されるように商品を在庫・保管し、各流通段階に応じて商品を小分し、それらを物理的に移動すること。

- (4) **流通加工機能**：商品の簡単な加工や組み立てを行うこと。例えば、小口包装，詰め合わせ，値札付け，ラベル貼りなどが該当する。また，鮮度が求められる生鮮品・惣菜品を店内加工することも含められる。
- (5) **経営金融機能**：流通業者は，消費者に代わって商品を先行購買し，その代金を生産者に支払い，在庫金利の負担を行う機能を果たしている。消費者による“つけ買い”などの信用販売も含まれる。
- (6) **リスク負担機能**：流通業者は，ある商品が売れるか売れないか，価格が安くなるか値上がりするか，将来の動向が不確実な中で，商品を生産者から購入するというリスクを負担している。
- (7) **需要喚起機能**：消費者の顕在的・潜在的な需要を喚起するために，商品情報を提供したり，POP や陳列方法を工夫することを，流通業者が実施している。また，顧客に対してダイレクトメールを送付したり，顧客の好みに応じて商品提案することも含まれる。
- (8) **需給調整機能**：必要な商品が欠品したり，過剰在庫にならないように需要量と供給量を調整する機能を流通業者が果たしている。
- (9) **情報伝達機能**：既存商品に対する評価や，潜在的な消費者のニーズを把握し，これを生産者に伝達する機能を果たしている。

■参考文献

- 1) 佐藤 誠，“基礎から学ぶ流通情報システム，”中央経済社，2007.
- 2) 秋山哲男，“実践流通情報システム，”中央経済社，2003.

■11 群 - 6 編 -1 章

1-2 流通情報システムとは

(執筆者：笹川雅幸) [2009年3月 受領]

情報システムはあらゆる産業や公的機関において利用されている。このうち流通企業、具体的には「小売業」、「卸売業」、「物流業」において利用される情報システムのことを「流通情報システム」と呼ぶ。本節では流通企業における業務機能について最初に説明し、それらの業務機能を支える流通情報システムの全体像、そして流通 IT 基盤やコード・データ標準について説明する。

1-2-1 流通企業の社内業務機能と企業間情報流

流通企業である「小売業」「卸売業」「物流業」など各企業は 1-1-3 節で述べた流通システムの機能を果たすために、様々な業務を行っている。社内業務を整理した典型例を図 1-2 に示す。大きく分けると上段が計画・企画系業務、下段が実行系業務となる。これらをまとめて社内業務機能と呼んでいる。具体的には経営計画管理、商品企画・開発、販売計画、顧客管理、店舗在庫管理、発注活動、財務会計などである。業務の詳細度や括り方により様々な名称で呼ばれる。

一方、生産者と流通企業間、また流通企業間で、商品情報、計画情報、実績情報（発注・出荷・決済など）の伝達が発生する。これらをまとめて企業間情報流と呼んでいる。図 1-2 では明示的に示していないが、インターネット店舗では消費者と小売業の間で、商品や発注などの情報流がやり取りされる。

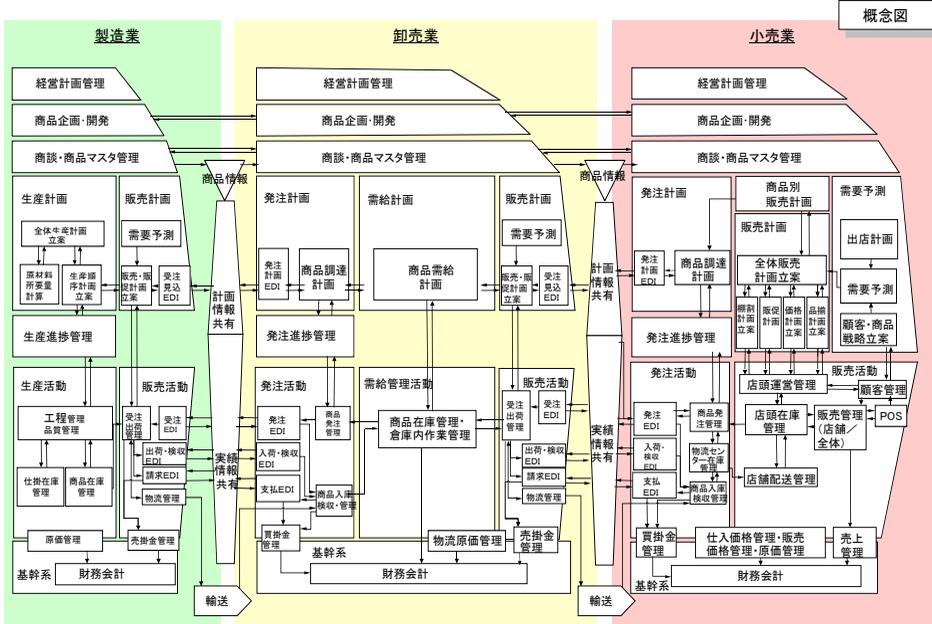


図 1-2 流通システムを構成する社内業務機能と企業間情報流

1-2-2 流通情報システムの全体像

流通企業，具体的には「小売業」，「卸売業」，「物流業」における社内業務機能を支援する情報システム，及び企業間情報流を担う情報をシステムのことを，まとめて「流通情報システム」と呼ぶ。流通情報システムは，企業内情報システムと企業間情報ネットワークの二つに大別することができる。

企業内情報システムは，経営管理システム，商品管理システム，店舗管理システム，物流管理システム，顧客管理システム，小売業支援システムなどが該当し，対象とする業務機能の範囲によって様々な名称で呼ばれる。

図 1-3 に示すように，生産者，卸売業，小売業は一気通貫で，商品開発，マーチャンダイジング計画，需給計画，需給管理，取引管理などの協働活動を行い，企業連携して消費者ニーズに応えようとしている。生産から小売までの活動を一社にて実施することも可能であり，SPA（Speciality store retailer of Private label Apparel：消費者ニーズに迅速に対応するために，ファッション商品の企画・製造・販売を垂直統合させたビジネスモデル）などの業態もあるが，消費者にとっての購買時のワンストップ性を高めるため，また，ある業務範囲における規模の経済性を高めるため，生産者，卸売業，小売業，物流業など企業単位が分かれ，一方で，それら複数企業があたかも一つの仮想企業として活動することも行われている。企業間情報ネットワークは，企業間にわたり商品情報，計画情報，実績情報を正確に，タイムリーに，効率的に伝達するための情報システムである。

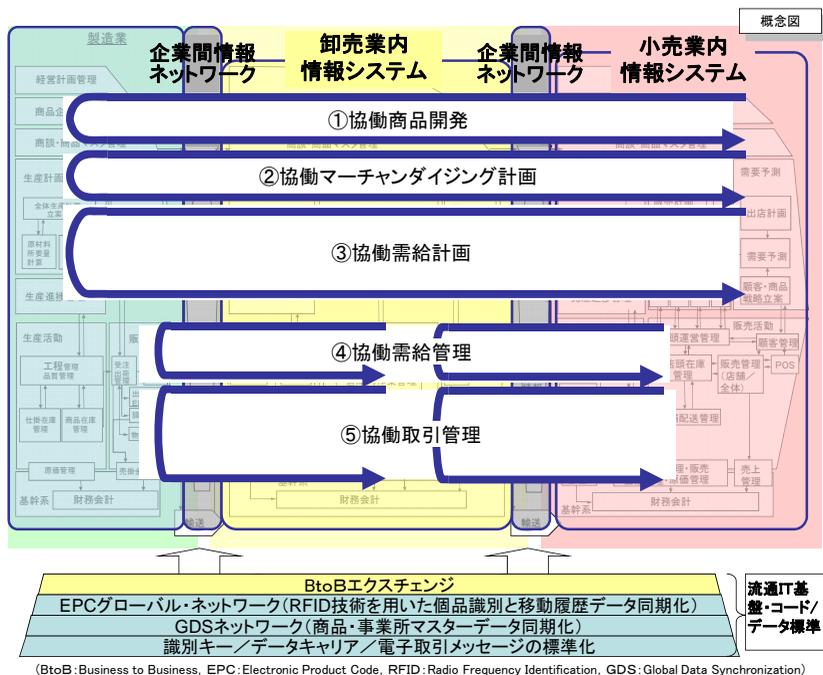


図 1-3 企業横断型業務連携モデルと流通情報システムの全体像

1-2-3 流通 IT 基盤とコード・データ標準

企業間情報ネットワークで利用される，データ項目名やコード体系が各企業ごとに異なり，伝達先ごとにコード変換が発生してしまう．そこで業界標準が必要となる．

流通情報システムに関連する標準化は，GS1（シーエスワン）という国際機関が推進しており，日本においては財団法人流通システム開発センターが加盟窓口となっている．

商品や事業所などの識別キーの他，バーコードなどのデータキャリア，発注・納品・決済などで用いる電子取引メッセージが標準化されている．また，GDS ネットワークという，商品・事業所マスターデータを各企業で同時変更するための仕組みや，EPC グローバルネットワークという，RFID 技術を用いた個品識別と移動履歴データの登録・参照の仕組みも GS1 により国際標準化されている．

この他，複数の企業間で N 対 N で取引を行うためのマーケットプレイス（B to B エクスチェンジ）も企業間情報ネットワークの一つの形体である．

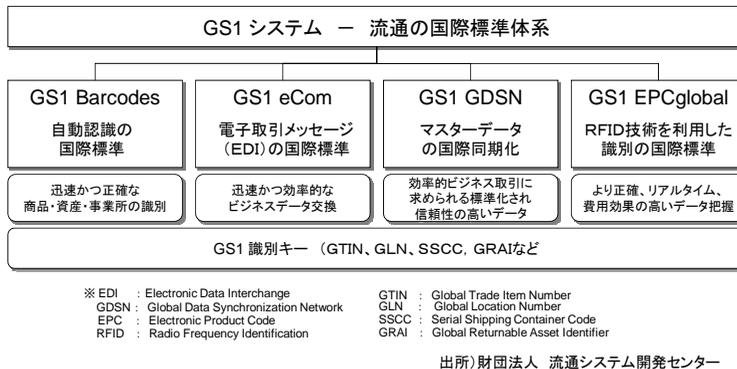


図 1・4 GS1 の標準体系

■参考文献

- 1) 藤野直明・笹川雅幸，“マスターデータ同期化ネットワークと流通コラボレーションの展望，” 知的資産創造，2005 年 3 月号，pp.32～45，2005.
- 2) 財団法人流通システム開発センター，“2008～2009 流通情報システム化の動向，” 財団法人流通システム開発センター，2008.