

eBASE を利用し、より安全な商品を提供するための情報基盤を整備。

生協グループは、日本生活協同組合連合会の傘下に事業連合や会員生協が連なる生活者のための組織です。2004 年から、商品仕様書のフォーマットを決めるプロジェクトを実施し、仕様書の一元管理のためにマイクロソフトのプラットフォーム製品を活用した商品情報管理データベース「eBASE」の利用を積極的に展開しています。

ソリューション概要

○プロフィール

「コープ」ブランドで知られる生協グループは、日本生活協同組合連合会の傘下に、全国各地にある事業連合や会員生協が連なる組織形態をとって日本全国に根を張り、安全な商品を生活者に届けている組織です。

○ソフトウェアとサービス

Microsoft SQL Server™
eBASE

○メリット

- ・情報の一元管理
- ・サプライチェーンの自動化
- ・サプライヤの負荷削減

○ユーザーコメント

「eBASE の裏側で、SQL Server が私たちの業務を支えてくれていると認識しています。データを統合したいときなどに、その価値を理解して、私たちの思いどおりに進めてくれるパートナーがいることはありがたいですね」

日本生活協同組合連合会
事業企画室 IT 推進部 白井 正明氏 談

導入背景と狙い

商品仕様書を電子化し、サプライヤの負担を減らす試み

「コープ」ブランドで知られる生協グループは、日本生活協同組合連合会（以下、日本生協連）の傘下に、全国各地にある事業連合や会員生協が連なる組織形態をとって、日本全国に根を張り安全な商品を生活者に届けています。いわゆる小売業の“ビジネス”とは一線を画し、生活者の立場から商品を提供するというしくみを長年にわたって作り上げてきました。

この生協グループにおいて、何より優先されるのが「安全」であること。中でも食品の安全性には相当な神経を使っています。食品には合成着色料や保存料などが複数使われており、生協は一般的な小売店よりも厳しくそれらを審査し、安全であると判断したものを消費者に提供しています。また、大豆やそばなどのアレルギー物質はもちろんのこと、商品に遺伝子組み換え食品が使われているかどうかなど、消費者が気にかけている項目を案内チラシに表示したり、店頭表示で注意を促したりすることにも積極的です。

取り扱う商品は、自社とパートナー企業で開発するプライベートブランドと、一般小売店でも扱われているナショナルブランドです。プライベートブランドの商品は、生協の「連合会」という立場でもある日本生協連が商品開発しています。その商品情報を管理するためのデータベースシステムも自社開発しています。また、ナショナルブランドは、各事業連合や会員生協が独自にサプライヤから商品を仕入れ、組合員に供給しています。その商品情報管理は、各事業連合や会員生協が独自に進めています。ナショナルブランドのサプライヤは、法律や自主基準などに沿った細かな仕様書を作って納入基準に達していることを証明する必要があります。

一般に、商品はマイナーチェンジを繰り返します。メーカーでは、その商品の変更履歴情報をきちんと把握できていますが、生協へのサプライヤである卸業者が、そのたびに仕様書を書き直して再提出しなければ、生協に伝わりません。ほんの少しの修正でも、仕様書提出から審査を経て納品となると、それだけのリードタイムが必要となります。これでは、欲しい商品をすぐに手に入れたい消費者に対し、お客様の希望するタイミングで商品を届けられない生協、そして販売機会を逃すサプライヤという構造を生んでしまいます。

日本生協連は、こうした状況を改善するために、プライベートブランドを管理するために使っているシステムをナショナルブランド商品にも適用し、そのシステムを事業連合と共同利用することを検討しました。しかし、追加開発に数億円という見積りが上がってきており、負担費用が折り合いませんでした。

仕様書を電子化すると、サプライヤの負担を減らし、紙ベースでのやり取りと比べると大幅に効率をアップさせることが期待できます。日本生協連のシステムを使えないとなると、他のやり方を考えなければなりません。そんなタイミングで生協グループが出会ったのがマイクロソ

フトのプラットフォーム製品を活用した商品情報管理データベース「eBASE」だったのです。

■ 導入の経緯とシステム概要

テンプレート開発で協力し、短期導入を実現

eBASE は、eBASE 株式会社が開発、販売する Microsoft SQL Server ベースの商品情報管理システムで、小売業者、サプライヤ、卸業者に多くのユーザーを抱えています。ビジュアルな写真データを見ながら詳細な仕様情報を入力することができるなど、業務の視点から使いやすさに重点を置いて開発されていることが特長です。

eBASE 株式会社取締役 岩田 貴夫氏は、「卸や小売りの業務をよく知る人間が開発にかかわっているので、現場の使いやすさを第一としています。画面ももちろんのこと、データ構造も柔軟です」と話します。この eBASE を、生協グループの 2 つの事業連合が、異なるアプローチ視点から評価し、採用することになります。

先行したのは関西でした。コープきんき（生活協同組合連合会コープきんき事業連合）事業企画室 専務補佐 佐藤 敏雄氏は、「2003 年に eBASE の採用を大筋で決め、事前準備に入っていました。仕様書の要件などを先行して詰めていました」と当時を振り返ります。

他方、関東の日本生協連は、2004 年初めに eBASE の検討を開始しました。事業企画室 IT 推進部 白井 正明氏は、次のように話します。

「eBASE が飛び込み営業に来まして、ソフトウェアの説明を聞きました。細かに詰めていくと、機能は要件を満たしており、価格的にも十分に折り合えそうなので、コープネット（生活協同組合連合会コープネット事業連合）と共同で検討することにしました」。

この 2 つの流れが 1 つになり、日本生協連とコープネット、コープきんきは eBASE を交えて最初のミーティングを行いました。このプロセスで採用が正式に決まり、早くも 2004 年春に開発作業がスタートします。共通部分の仕様を固め、独自に必要な部分は別画面で入力するなど、事業連合としての主張ポイントを盛り込みながらも、できるだけ仕様を共通化する作業がスタートしたのです。

2004 年夏、ここに東北のサンネット（生活協同組合連合会コープ東北サンネット事業連合）が加わります。

業務システム室長 佐藤 清彦氏は、「eBASE の製品案内書が共同購入事業部に送られ、こうしたしくみを探していた私のところに回ってきたのです。『よさそうだ！』とピンと来て、東京に出張したときに eBASE の東京事務所にアポも入れずに飛び込んだのです」と話します。



日本生活協同組合連合会
事業企画室 IT 推進部
白井 正明氏



生活協同組合連合会
コープネット事業連合
商品業務管理部 次長
鈴木 隆夫氏

サンネットにおけるプロジェクトの立ち上げは、生協グループが検討を始めたちょうど 1 年後の 2005 年春からです。それ以前に 3 組織で進めていた仕様書作成の協議会に参加し、主要な役割を担いました。

コープネット 商品業務管理部 次長 鈴木 隆夫氏は、次のように話しています。

「仕様を決める議論が最も大変できつい作業でした。添加物の取り扱い基準や、産直商品の管理基準などのルールが、それぞれ微妙に違っていたのです。ただ、目的は同じですから互いに、削るところは削り、譲るところは譲るなどして共通化できるようにしていきました。こうして『生協のテンプレート』を作り上げた段階で、プロジェクトの目的はほぼ達成できたと言えます」。

生協グループの eBASE は、先行したコープきんきとコープネットで 2005 年から、サンネットで 2006 年 1 月から稼働しています。扱っている商品が多岐にわたるため、まずは万全の仕様管理が求められる食品分野の業務に適用し、卸業者との情報のやりとりを eBASE 上で行う新しい業務プロセスに移行させました。

■ システム導入効果

通販中心のきんきと店舗用のサンネット

生協グループでは、運営形態の特色が地域や事業連合ごとに異なります。コープきんきでは共同購入（通信販売）が売上の約 8 割を占めているのに対し、サンネットはまったく逆で、店舗販売が約 8 割です。そのため、eBASE の使い方も各組織で違ってきます。

全国に先駆けて導入したコープきんきでは、共同購入のためのチラシ作成システムと連携することがシステム開発において最も重視されたポイントです。

コープきんきの佐藤氏は、「組合員である消費者との約束が守られていないと、事業が成立しない。それが生協です。店舗なら、商品に仕様が表示されているため手に取って見てもらえるのですが、共同購入となるとチラシがすべて。情報の間違いや、誤解を与える表現は絶対に許されません」と語ります。

生協グループとしてのシステム導入プロジェクトにおいて、商品の管理基準やルールについては共通化することができました。コープきんきが独自に行ったのは、この共同購入におけるこだわりの部分である、eBASE のデータをチラシ作成システムにスムーズに受け渡すしくみを作ることだったのです。

従来、こうした仕様データは、サプライヤと紙でやりとりされており、それをチラシ作成システムに打ち込む作業が発生していました。今回のシステム導入で、チラシ作成システムとの連動が実現。仕様にかかわる情報をすべて持っている eBASE から直接データを取り込めるため、ミスが起こりにくい体制が整ったと言えます。

こうして先行したコープきんきのしくみの中で、仕様管理に重点を置いて eBASE の活用を図っているのがコープネットです。コープネットの鈴木氏は、「われわれの場合、業務に使うという意識より、紙で管理していた商品情報をデータベース化して、原材料管理までをきちんとやりたいというニーズが強かったのです」と話します。

稼働後は、新しく取り扱う商品から eBASE で仕様管理を行うことにし、現在では、生鮮食品を含む食品は、完全に eBASE で管理できるよ



生活協同組合連合会
コープきんぎ事業連合
事業企画室 専務補佐
佐藤 敏雄氏



生活協同組合連合会
コープ東北サンネット事業連合
業務システム室長
佐藤 清彦氏

うになりました。農薬散布の履歴を含む栽培管理や、養殖魚に与えたエサの履歴管理なども可能になりました。

稼動が約1年後となったサンネットは、店舗を中心とした使い方をしています。

中でも総菜には多様な食材を使うため、紙の仕様書を確認しながら商品に貼るシールを個別に作っていくと、法律で定められているアレルギーの表示漏れなどが起きるリスクが高くなります。サンネットでは、eBASEが稼動したことで、こうしたリスクを大幅に低減することに成功しました。

それに加えて、サンネットの佐藤氏は、「私の仕事は、上流の卸業者やメーカーに協力いただきながら、安全で安価な商品を早く消費者に届けるための一連のしくみを作っていくことです。商品情報をデータで受け渡しできるようになったことで、サプライチェーンで情報をよどみなく流せるようになったことが最大の効果でしょう」と話しています。

これで、サプライチェーンが一貫性を持ち、サプライチェーン上のあらゆるプレイヤーがeBASEによって電子的に情報を共有するための基礎ができ上がりました。生協内の審査プロセスの合理化だけでなく、卸業者の手間を削減することもできます。サプライヤによる商品情報が卸を通してスムーズに流れてくると、消費者の手に渡るまでの期間を大幅に短縮することが期待できます。

します。

日本生協連がeBASEを利用し、全国の生協に対して統合商品情報データベースを提供する役割を担うというものです。これが実現すると、サプライヤは全国の生協に個別に提出していた仕様書を1か所に提出するだけでよくなり、仕様書作成にかかる時間を大幅に圧縮することが期待できます。

消費者への説明責任を果たし、サプライヤも手間をかけなくてもよくなるしくみ。生協の新しい試みによって、サプライチェーン上にあるすべてのプレイヤーがWin-Winの関係を構築することが期待されます。

■ 今後の展望

全生協の共通システムとして、eBASEを展開したい

生協グループでは、eBASEを導入した3つの事業連合のノウハウを全国の生協へ提供しています。その結果、既に四国と九州の事業連合がeBASEの導入作業を始めるなど、生協グループ内でeBASEを使う事業連合は増えています。そこで日本生協連では、「生協版商品情報インターフェイス仕様」を定義したいと考えています。これは、サプライヤと生協が協力し、情報をサプライチェーンの中できれいに流せるようにしようという取り組みです。



eBASE 株式会社
取締役
岩田 貴夫氏

また、非食品分野のデータベース化への展開も予定しています。食品分野と仕様管理のやり方が大きく異なるため、この部分はこれからeBASEを導入する生協グループと協議しながら進めていく予定です。

さらなる計画もあります。日本生協連の白井氏は、「壮大な構想なのですが、商品情報を日本生協連として一元管理してeBASEを利用する生協に提供したいという考えがあります」と話

<http://www.microsoft.com/japan/showcase/>

導入についてのお問い合わせ

本ケーススタディは、インターネット上でも参照できます。<http://www.microsoft.com/japan/showcase/>
本ケーススタディに記載された情報は製作当時(2006年11月)のものであり、閲覧される時点では、変更されている可能性があることをご了承ください。
本ケーススタディは、情報提供のみを目的としています。Microsoftは、明示的または暗示的を問わず、本書にいかなる保証も与えるものではありません。
製品に関するお問い合わせは次のインフォメーションをご利用ください。
■インターネットホームページ <http://www.microsoft.com/japan/>
■マイクロソフトカスタマーインフォメーションセンター 0120-41-6755
(9:30~12:00 13:00~19:00土日祝日、弊社指定休業日を除きます)
_電話番号のおかけ間違いにご注意ください。

© 2006 Microsoft Corporation. All rights reserved.
Microsoft、Microsoftロゴは米国Microsoft Corporationの米国およびその他の国における登録商標または商標です。
その他、記載されている会社名および製品名は、各社の商標または登録商標です。

マイクロソフト株式会社 〒151-8583 東京都渋谷区代々木2丁目2番1号 小田急サザンタワー