

わが国最大のeマーケットプレイス 「企業間ビジネス メディア サービス“TWX-21”」

—実績と新サービスの紹介—

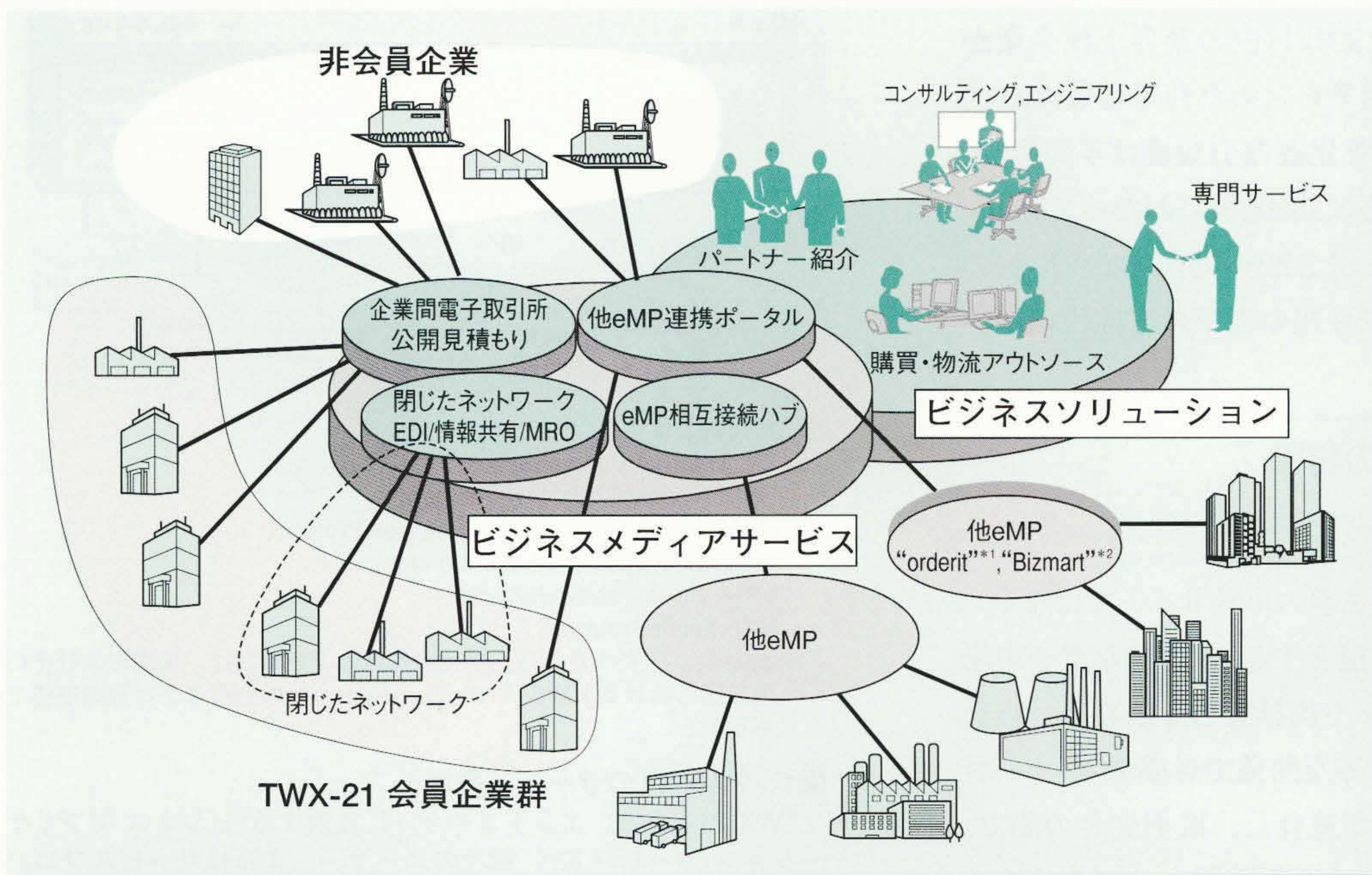
Achievements and New Services of Hitachi's Business Media Service

藤本弘士 Hiroshi Fujimoto

伊勢広敏 Hirotoshi Ise

池田一幸 Kazuyuki Ikeda

吉田貴宏 Takahiro Yoshida



注：略語説明ほか

TWX-21 (Trade Winds on Extranet-21)

EDI (Electronic Data Interchange)

MRO (Maintenance, Repair, and Operations)

eMP (Electronic Market place)

*1 orderit (オーダーイト) ; エヌ・ティ・ティ・データ・オフィス・インターネット株式会社のインターネット購買サービス

*2 Bizmart (ビズマート) ; 株式会社野村総合研究所のポータルサイト

“TWX-21”の今後の変革イメージ

“TWX-21”では、ITソリューションにとどまらない、他eMPやビジネスソリューションを組み合わせたビジネスメディアサービスの提供を行いつつある。

日立製作所は、B2B分野でのビジネス向けアプリケーション サービス プロバイダ事業として「企業間ビジネス メディア サービス“TWX-21”」を1997年10月から開始した。以来、サービスの充実と適用拡大を進め、今やわが国最大の会員規模のeMPとなっている。

現在、国内外ではさまざまなビジネスモデルに基づくeMPが立ち上がり段階にあり、TWX-21のサービスでも、マーケット状況に合わせた変化への対応を図ってきている。例えば、従来は大手企業と取引先間のEDIなどの閉じたネットワークによる業務の合理化が中心であったが、(1) パートナー企業とのコラボレーション(協業)によるSCM情報共有、(2) オープンなeMPとしての取り引きの活性化を行うためのパートナー紹介、(3) 消耗品などのMRO購買業務アウトソーシング、(4) 他eMPとの連携によるポータルサービスの提供など、ビジネスソリューションと組み合わせ、多岐にわたる新サービスの提供を進めている。

1 はじめに

ビジネスのグローバル化の進展とB2B(Business to Business)ベンダや商社によるプライベートeMP(Electronic Marketplace)、大手企業コンソーシアムによるeMPなど、国内外でさまざまなeMPが立ち上がりを見せている。例えば、製造業を中心とするB2Bのマーケットでは、(1) 従来のEDI(Electronic Data Interchange)のように、特定企業間とのパートナーシップ強化を目的とした「高信頼で閉じたネットワーク」と、(2)

オークションや逆オークションなどインターネットでのオープン性を生かした取り引きでの調達コスト削減、受注機会(=売り上げ)の増大を図るための不特定多数の企業間との商取引を前提とした「特定のeMPに所属する会員企業向けのオープンネットワーク」、さらに、(3) eMP間を連携させる機能を中心としたプロダクトやサービスが展開しはじめてきている。

日立製作所は、B2B分野でのアプリケーション サービス プロバイダ事業として「企業間ビジネス メディア サービス“TWX-21(Trade Winds on Extranet-21)”」を1997

年10月から開始した。TWX-21は、公正・安全・円滑な企業間の連携・取り引きの場と、この上で業務プロセスの流れに沿って統合化されたビジネスアプリケーションを提供するサービスであり、当初からeMPを志向したサービスを提供してきた。この結果として、企業間(B2B)取り引きでは圧倒的にわが国でトップの地位を築くに至っている。¹⁾ 現在の稼動実績としては、会員企業数4,400社(各業種売り上げ中、上位30社以内の業界上位企業が682社)、ファクシミリ利用企業を含めた利用社数は9,500社(2001年1月現在)となり、推定商取引規模は年間約5兆円、会員業種は製造業を中心に335業種にわたっている。

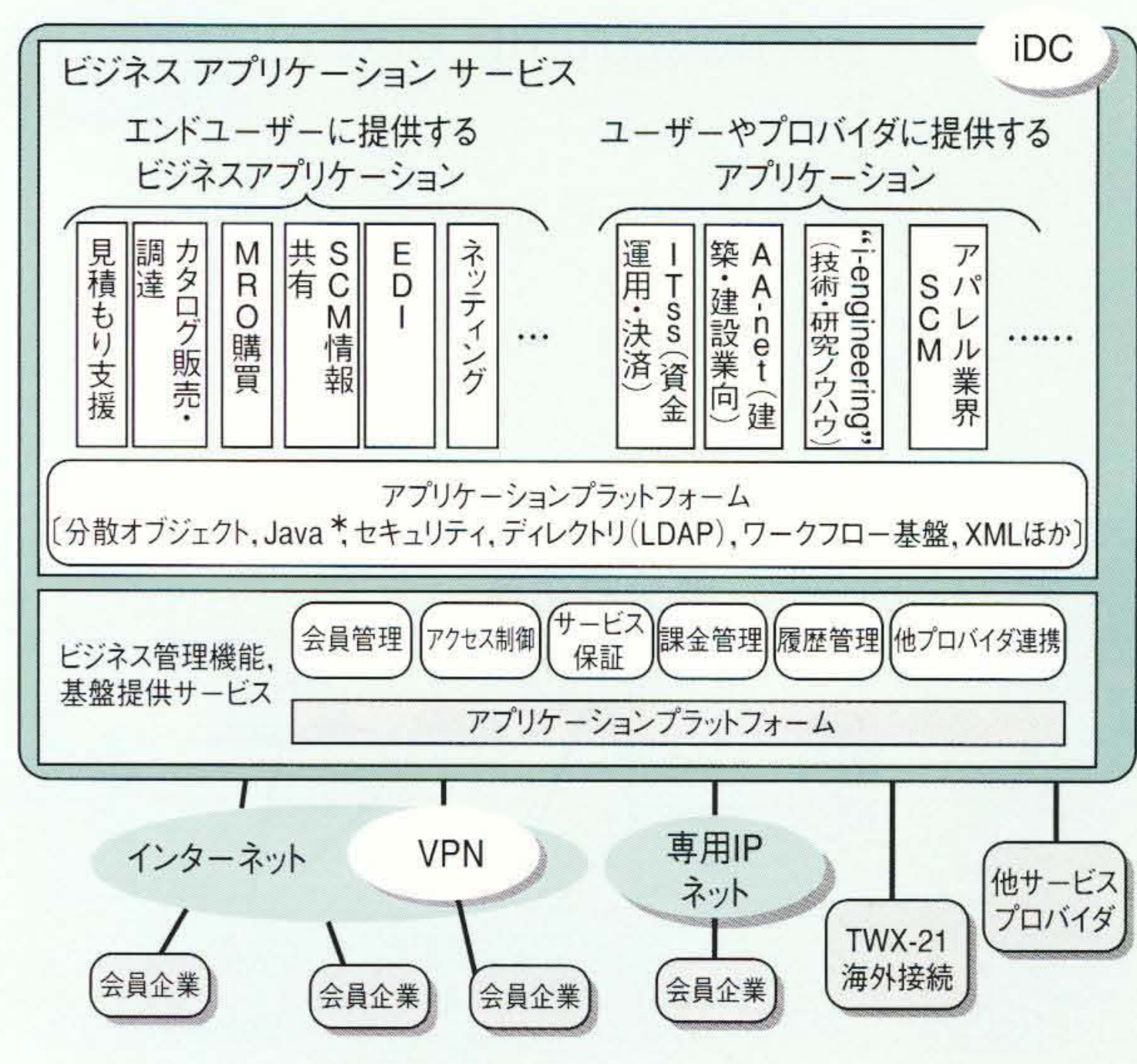
ここでは、eMPを中心としたB2Bの動向、TWX-21のサービスの位置づけ、および今後の変革の方向性について述べる。

2 TWX-21サービスの特徴

2.1 eMPの位置づけと動向

eMPは、バイヤー・セラー主導の単独サイトではなく、M:Nの取り引き・協業を可能とする「仮想的な電子市場空間」を指し、(1)ベンチャーや商社などを中心に、複数のバイヤー・セラーがほぼ対等な関係で形成する「オープンeMP」、(2)業界の大企業が連合し、取引先との間で、カタログやオークションなどによる購買、サプライチェーンや設計のコラボレーション(協業)を可能とする「連合eMP」、および(3)物流・金融業者の連合や商社などが運営し、他のeMPと連携して物流、決済などの業種に共通な機能に特化したサービスを提供する「業種共通eMP」に大別できる。

現在、米国を中心に、ほとんどあらゆる業種でeMPが計画中か稼動中である。米国では、製造業だけでも、コンピュータや電子部品(Converge, e2Openなど)、自動車(Covisintなど)、鉄鋼金属(e-Steel, MetalSiteなど)、化学・薬品(Chemdex, Chemconnect)、航空機など多岐にわたっている。サービス業では、流通業でシアーズ、Kマートおよびウォルマートをそれぞれ中心とするeMPの構築が進んでいる。このほかにも、物流、不動産、旅行業などでも大きな動きがある。業種共通なサービスを提供するものとして、間接材、いわゆるMRO(Maintenance, Repair, and Operations)や余剰品を対象とするeMPがさまざまな市場で稼動している。



注：略語説明ほか

iDC (Internet Datacenter)

SCM (Supply Chain Management)

LDAP (Lightweight Directory Access Protocol)

XML (Extensible Markup Language)

VPN (Virtual Private Network)

IP (Internet Protocol)

* JavaおよびすべてのJava関連の商標およびロゴは、米国およびその他の国における米国Sun Microsystems, Inc.の商標または登録商標である。

図1 TWX-21のサービス機能

TWX-21自身が、エンドユーザーに提供する「ビジネス アプリケーション サービス」と、個々のユーザー、またはサービスプロバイダに共通ビジネス管理環境を提供する「基盤提供サービス」の機能を提供している。

2.2 TWX-21が提供するサービス

TWX-21は、複数の受発注者が共通のビジネスの場を利用して商取引を行うeMPである。TWX-21のサービスには、共通のビジネス管理機能を利用することにより、TWX-21自体がエンドユーザーに提供する「ビジネス アプリケーション サービス」と、TWX-21以外の個々のユーザーまたはサービスプロバイダに共通のビジネス管理機能を提供する「基盤提供サービス」がある(図1参照)。

2.3 サービスの拡充

サービスの拡充に伴い、提供するビジネス アプリケーション サービスのニーズにも変化が出てきている。会員企業の拡大により、TWX-21が提供するサービスへの要求内容にもさまざまなバリエーションが発生している。このため、日立製作所は、次章に述べる新サービスの提供を開始した(図2参照)。

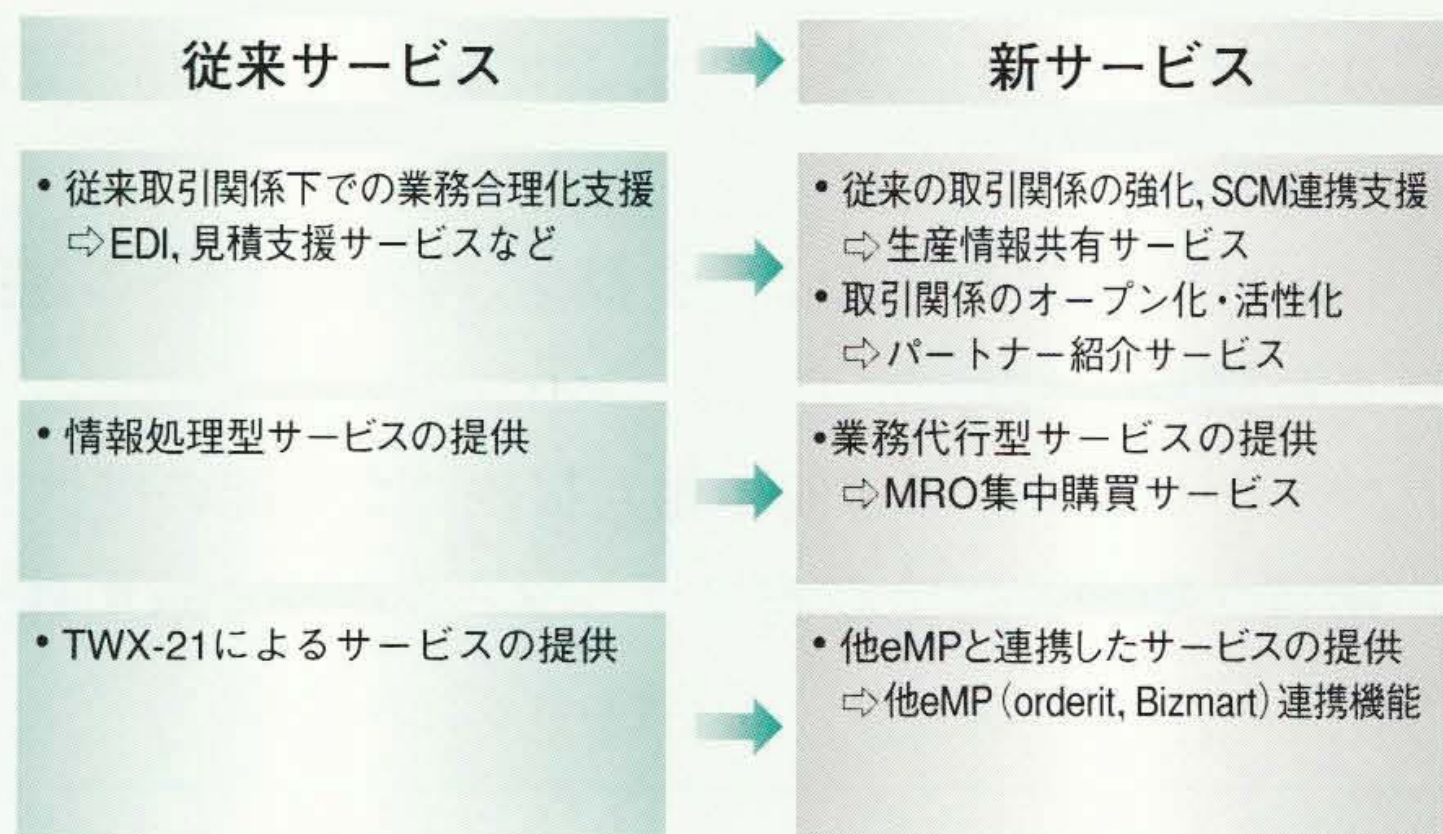


図2 新サービス提供の方向性

従来サービスを発展させる方向で新サービスの提供を行っている。

3 TWX-21の新サービス

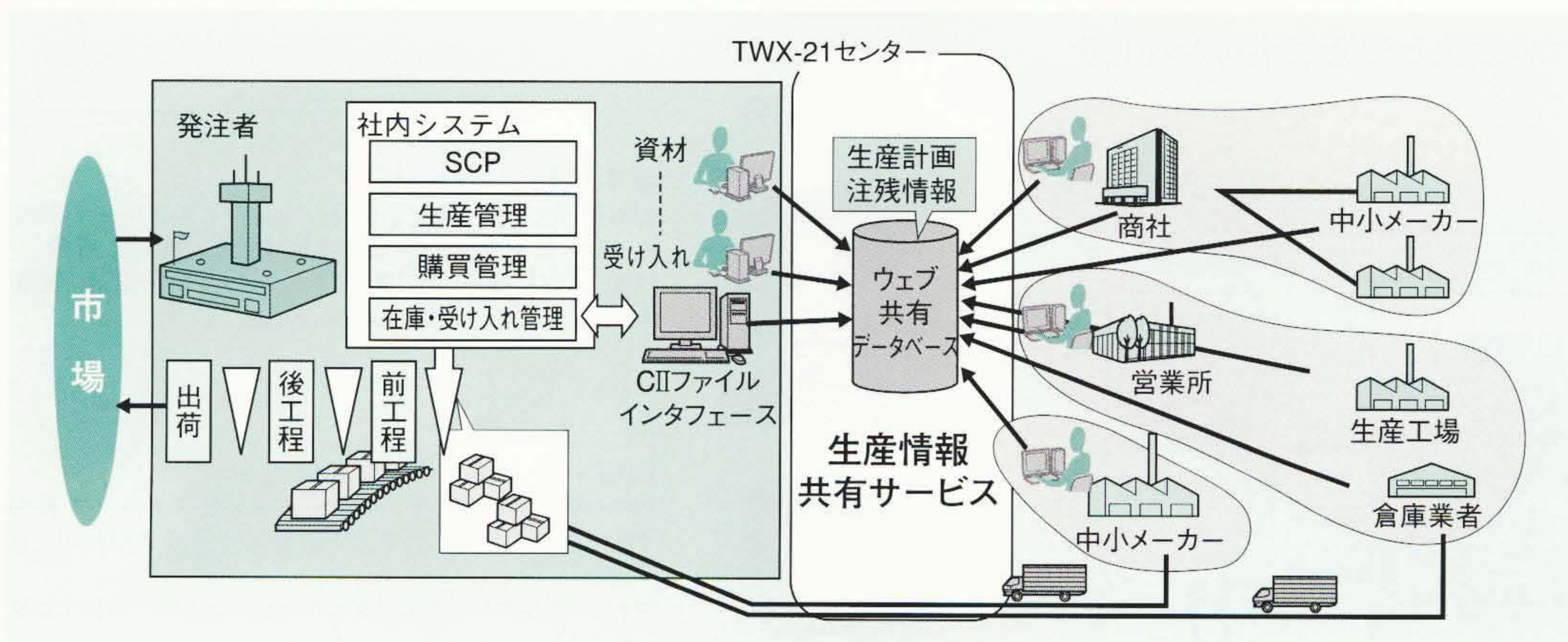
3.1 生産情報共有サービス

従来のEDIでは、中小の受注企業から先への情報の電子化には限界があり、実際の営業窓口から生産部門、出荷部門や二次メーカーなどへの情報伝達が紙やファクシミリなどで行われているケースが多い。TWX-21の生産

情報共有サービスは、従来の取引関係の強化により、調達リードタイムの短縮や在庫削減、納期把握を支援し、取引先とのSCMを構築するためのものである。幹事企業（発注者）と複数の取引先企業が生産計画情報などの同一情報を一元的に共有し、同期的に業務を遂行するためのセンター ウェブ アプリケーションを提供することにより、自社独自のウェブサービスを立ち上げるよりも短期でかつコストを抑えた形での導入が可能となる（図3参照）。

3.2 パートナー紹介サービス

TWX-21には、数年前からB2B電子商取引の実績を持つ会員企業がすでに多く参画している。ビジネスの変化に即応するためには、短時間で信頼性のある新しいビジネスパートナーを開拓することが、企業の重要なビジネス戦略となってきた。パートナー紹介サービスは、TWX-21上で実ビジネスを実施している会員のプロフィール情報を基に調達・販売企業側のニーズにマッチしたパートナー企業候補を短期間に探すことを支援する。また、調査要求に基づくパートナー企業の絞り込みだけでなく、コンテンツ（情報の内容）配信や、バナー広告など



注：略語説明
SCP (Supply Chain Planning)

図3 生産情報共有サービスのイメージ

生産情報共有サービスでは、逐次伝播型情報交換を行うEDIサービスとは異なり、センターに情報を共有することにより、同期的な業務遂行を支援する。

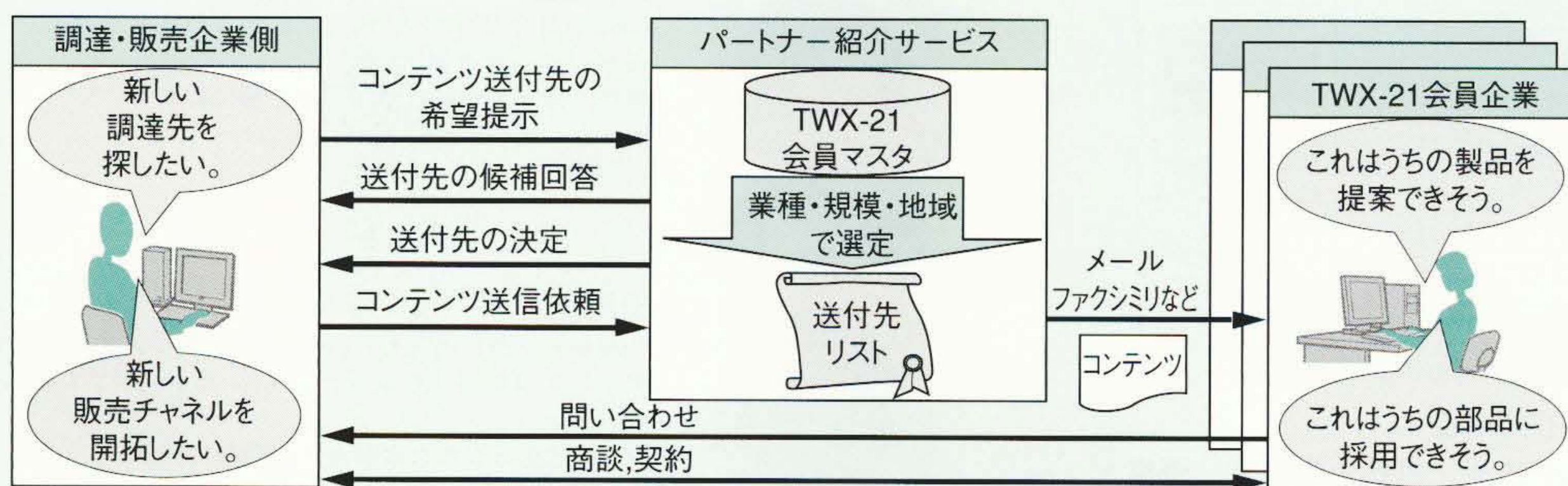


図4 パートナー紹介サービスのイメージ

パートナー紹介サービスは、新規パートナー企業を開拓する企業に対し、TWX-21の会員プロフィールを基に、それぞれのニーズにマッチする企業候補を短期間に探すことを支援する。

の出稿代行を行う(図4参照)。

3.3 MRO集中購買サービス

事務用品など消耗品関連の経費削減や業務合理化を目的とした、大規模企業のためのサービスである。ほかのMROサービスと異なり、購買対象商品の品ぞろえを厳選し、供給企業選定や価格・納期交渉などの購買業務を代行することにより、利用企業の管理コストを低減し、消耗品の購入量に応じた定期的な削減の検討を行う。またエンドユーザーへの翌日配送、発注承認機能、社内システムとの連携機能などを提供する(図5参照)。

3.4 他eMPとの連携

他eMP提供ベンダとの提携により、TWX-21が単独で提供しきれないサービスや機能を会員ユーザーに提供する。例えば、エヌ・ティ・ティ・データ・オフィスマート株式会社のインターネット購買サービス“orderit”とTWX-21を連携させ、認証連携機能を含む他eMPへのポータルサイトとしてサービスを提供している。

3.5 今後の計画

TWX-21では、上述の四つの新サービスに加え、今後のB2B事業の進展に合わせて、ITソリューションの範囲にとどまらない、以下のビジネスソリューションを提供していく考えである。

(1) 既存パートナーシップの強化と受発注業務合理化を

図るサービスの提供と、いっそうの利便性の向上

(2) オープン取り引きを活性化させる電子取引所“B2B-exchange”の提供

(3) 他eMPとの提携による、会員向け他eMPへの連携ポータル機能の充実

(4) マーケットプレイス間の相互接続ハブ機能の提供

(5) 購買・販売、物流業務アウトソーシングや取引仲介など

4 おわりに

ここでは、TWX-21の新サービスを中心に、今後のeMPの変革の方向性について述べた。

B2Bのマーケットでは、俊敏にかつさまざまな業界への展開が図られている。日立製作所は、TWX-21などで実績のあるビジネス アプリケーション サービスとサービス運用技術、およびビジネスソリューション提供能力を核にして、B2B事業のニーズと動向を踏まえたサービス展開を図っていく考えである。

参考文献

1) 週刊東洋経済, 2000. 1. 22, 東洋経済新聞社

執筆者紹介



藤本弘士

1993年日立製作所入社, i.e.ネットサービスグループ 情報サービス事業部 ECシステム本部 TWX-21推進部 所属
現在, TWX-21ビジネスアプリケーション企画・開発に従事
E-mail: hifujimo@itg.hitachi.co.jp



池田一幸

1989年日立製作所入社, i.e.ネットサービスグループ 情報サービス事業部 ECシステム本部 e-サービス基盤開発部 所属
現在, TWX-21ビジネスアプリケーション企画・開発に従事
E-mail: kazuike@itg.hitachi.co.jp



伊勢広敏

1986年日立製作所入社, i.e.ネットサービスグループ e-marketplace推進室 所属
現在, 日立製作所のeMP事業企画に従事
E-mail: hise@itg.hitachi.co.jp



吉田貴宏

1995年日立製作所入社, i.e.ネットサービスグループ 情報サービス事業部 ECシステム本部 ビジネスプロデュース部 所属
現在, B2Bビジネス事業企画・開発に従事
E-mail: takahyo@itg.hitachi.co.jp

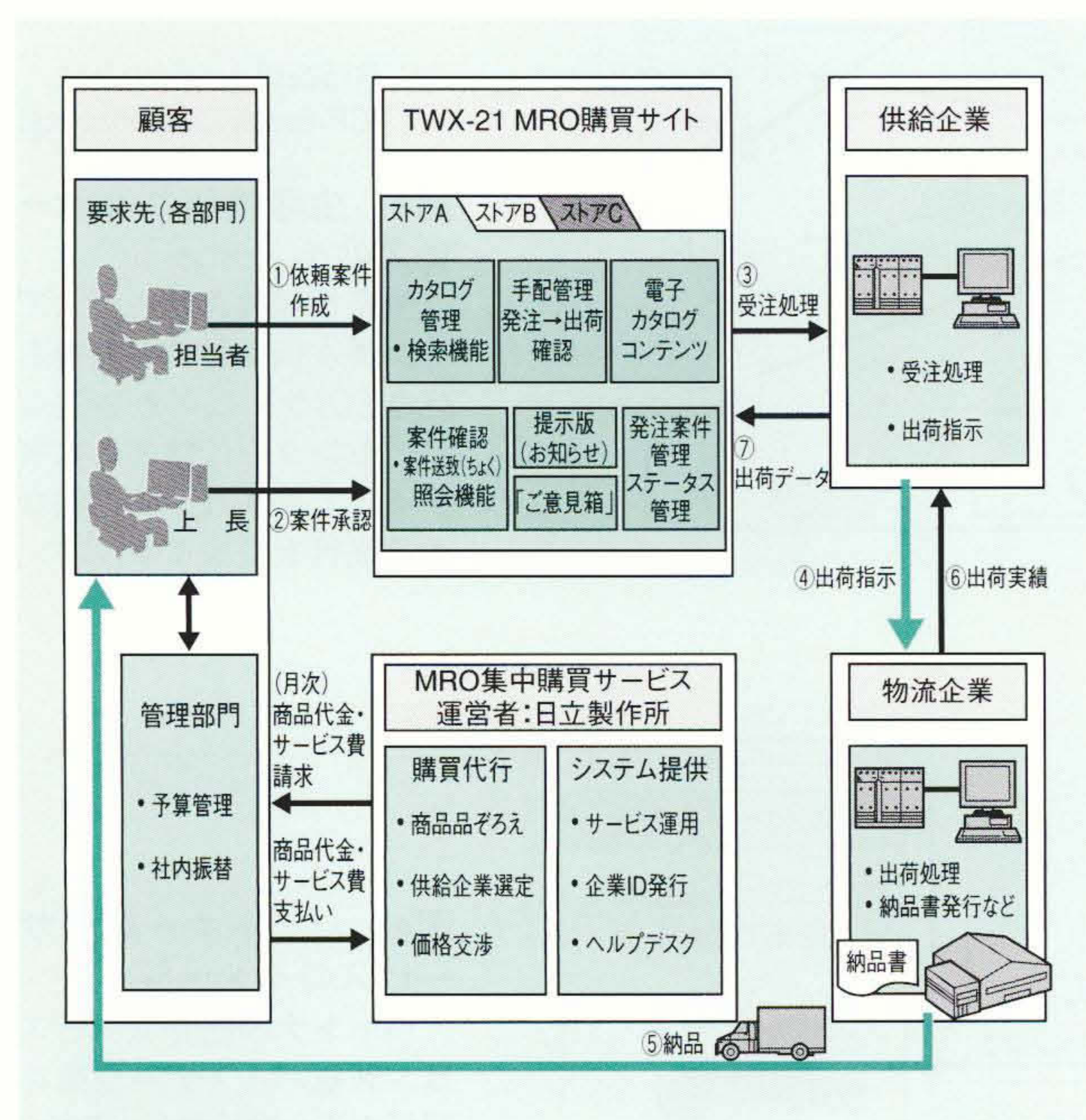


図5 MRO集中購買サービスのイメージ

MRO集中購買サービスでは、品ぞろえ、供給企業選定、価格・納期交渉などの購買業務と、Webオンラインカタログからの注文受付から商品配送を一括して代行する。