

PLANET vanvan

105

2015 Winter
Presented by
PLANET,INC.

プラネットヴァンヴァン

プラネット30周年記念ユーザー会

【パネルディスカッション抄録】

これまでの30年、これからの30年

プラネット太くんの社会科見学

株式会社シナノ

PLANET PLAZA

プラネット ロボトリー

プラン&ネット





あけましておめでとうございます。

おかげさまで、プラネットは30年目を迎えることができました。

30年前にプラネットは、日用品・化粧品業界の取引データを一つの通信基盤で処理をする、いわゆるEDIの共同利用ネットワークを創り上げて、業界VAN運営会社として誕生しました。

その後、業際化が進み、ペットフード・ペット用品、理美容、OTC医薬品業界のインフラとして、内外からも認められるようになりました。

これからも、幅広い業界のインフラとして「安全、中立、標準、継続、安価」という原則を大事にして、皆さまの信頼にお応えしていきたいと思えます。プラネットのEDIサービスは、Web発注やMITEOSなどの品揃えによって、かなり充実してきましたので、更なる普及に努めたいと思えます。

また、プラネットには商品データベースと取引先データベースの二つのデータベースがあります。これらは元々は、業界で標準コードを共同利用し、標準化レベルを上げるためのものでした。しかし、昨今の情報系システムの進展により、棚割システムや取扱店舗検索など様々な使い方が増えてきています。さらに、健康食品の表示の規制緩和と免税店の規制緩和により、商品データベースの情報内容の拡充と精度向上の必要性が高まっています。プラネットのデータベースは業界財産ですから、業界の意向を尊重しながら改良に努めてまいります。

幸い、プラネットの業績は好調ですが、現状に安住することなく、インフラとしての立場を堅持しながら、業界発展、日本の流通機構の機能強化、ひいては生活者の豊かな暮らしを支えるため、研鑽を積んでまいります。

本年もプラネットをよろしく願いいたします。

代表取締役会長

石生 弘昌

代表取締役社長

田上 正勝



写真提供: 株式会社石録新報社

「プラネット30周年記念ユーザー会」開催

「プラネット30周年記念ユーザー会」が、2014年11月6日に大阪のホテル阪急インターナショナル、17日に東京国際フォーラムにてそれぞれ開催されました。当日はメーカー、卸売業のユーザー様を中心に、大阪会場100社174名、東京会場245社442名という多数の皆さまにご来場いただきました。この場をお借りして、改めて御礼を申し上げます。

毎年、恒例となっているユーザー会ですが、今回はプラネット設立30周年を記念して、例年とは趣向を変えた特別プログラムとなりました。

初めに、当社社長の玉生が開会挨拶し、続いてキャリア教育センター代表で元株式会社オリエンタルランド理事の竹内昭氏による基調講演「ディズニーに学ぶ“おもてなしの極意”」が行われました。東京ディズニーランドの運営に設立当初から携わってこられた貴重なご経験をもとに、ディズニーランドがなぜ人々を魅了し続けるのか、なぜ事業として成功できたのかを具体例を交えながらお話いただきました。

休憩を挟んだ後半は、30周年特別企画として、「これまでの30年、これからの30年」と題したパネルディスカッションが行われました。コーディネーターに業界全体のIT・物流の発展に尽力されているカストプラス株式会社の田中社長、パネリストには株式会社あらた、株式会社井田両国堂、株式会社インテック、サンスター株式会社、ライオン株式会社(50音順)からお迎えし、それぞれの立場から、現在業界が抱えている課題とこれから進むべき方向性について熱く語り合ってくださいました(当パネルディスカッションの様子は本誌4～7ページに掲載)。

最後に、当社社長の田上が30周年記念行事の予定を皆様にご案内して、ユーザー会は終了しました。

その後、会場を移して開かれた懇親会では、賑々しく鏡開きが執り行われ、特別ゲストとして登場した書道家・武田双雲氏によるライブパフォーマンスがありました。巨大な筆で力強く「感謝」の文字が書き上げられると会場からは大きな拍手が沸き起こり、30周年記念にふさわしい華やかな盛り上がりのうちに中締めを迎えました。

パネルディスカッション抄録

これまでの30年、これからの30年

プラネットが設立から30年目を迎えたことを記念して、2014年のユーザー会では「これまでの30年、これからの30年」と題したパネルディスカッションを行った。メーカー、卸売業、IT企業それぞれの立場から、日用品・化粧品業界が抱える課題と今後のあり方について率直な意見を語り合っていた。

(注) この記事は、2014年11月6日(木)に開催されたユーザー会大阪会場でのディスカッション内容に基づいております。

パネリスト(企業名50音順)



小野 雄三氏
株式会社あらた
常務執行役員
ロジスティックス室長
兼 業務改革推進室長



遠藤 茂氏
株式会社井田両国堂
情報システム室長



飯沼 正満氏
株式会社インテック
首都圏本部
流通事業部長



小林 洋氏
サンスター株式会社
営業戦略部
担当部長



宿岩 隆志氏
ライオン株式会社
流通政策部長



田中 伸治氏
カストラス株式会社
代表取締役社長

コーディネーター

メーカーと卸売業の関係は変わったのか

～現在のメーカー、卸売業間の問題点～

田中 初めにこれまでの業界発展の歴史を鑑みて、現在のメーカー、卸売業間の問題点を確認していきたい。

1985年にプラネットが発足し、これまでの30年を振り返ると、卸売業の物流改革や受注オンライン化の積極的推進により、最も進んだ業界と言われるようになり、そこにメーカーが物流標準化としてソースマーキングや商品ケースの最適化をはかり、さらに卸売業・メーカー間のオンライン化に対応し、その結果、最も標準化された業界と言われ、そして全国化粧品日用品卸連合会の活動により業界企業の方向性が定まった。

ただし、これからの30年を考えると、そこにはまだまだ多くの課題がある。たとえば卸売業はここ十数年で取扱商品アイテム数が激増した。それらの管理や物流、営業の工数は増える一方で、その分、有力メーカーとの関係が多少希薄になってきていると危惧されている。

また、最近は大手メーカーの営業が有力小売業に直接商談を行うケースも増えているという。お互いが納得した機能分担であればいいが、メーカーによっては商談をやらされていると感じており、極端な例でいうと卸売業が代理機能を果たしていな

いのではないかという声もある。一方、メーカーが勝手に商談を進めることに危機感をもつ卸売業もあるだろう。

まずは皆さんが、それぞれの立場で現在の業界の課題をどう考えているかをお教えいただきたい。

宿岩 設立当初にプラネットが提唱した「システムは共同で、競争は店頭で」という理念に基づいてこの業界は進んできた。それぞれ困難な状況や環境変化もあったが、それを乗り越えながら共存共栄を目指してきた。

我々メーカーは、多くの商品を全国津々浦々のおお客様にお届けするために卸売業様を重要なパートナーとして考えているが、流通環境の変化、とくに小売業様の変化が、お互いに期待される機能に大きな影響を与えているのは確かだ。

卸売業様には基本的な役割として、金融、物流、情報、営業という各領域の機能を求められている。この中でそれぞれが強みとする機能、強化すべき機能をよく検討し、業界内の消耗戦を回避して、小売業様に向かってメーカーを束ね、その上で交渉力、提案力を発揮していただきたい。

一方、我々メーカーは生活者のニーズを的確にとらえた商品開発により継続的に市場の活性化を図るとともに、卸売業様が商品を販売しやすい環境を整備することが求められているが、そのあたりはまだ不十分で今後の課題と認識している。

小林 かつて卸売業様は業種卸といわれ、化粧品系・雑貨系

などに分かれていた。また、得意なメーカーの強弱がはっきりしていたが、近年はフルライン化が進み、それぞれの特色が薄れると同時にメーカーとの付き合いが浅くなってきている気がする。今のメーカーの若いセールスなどは卸売業様の機能に関する知識が乏しく、それが相互の信頼関係の形成に影を落としているのではないかと思う。

この30年の間に、メーカー・卸売業間を取り巻く環境は大きく変化した。その主要な要因は小売業の業態変化と効率化の追求だ。効率化を追求したからこそ今日の流通業界があるが、一方で生産性の上がらない部分を切り捨てたことにより現状の流通にひずみを起こしているように感じている。

遠藤 我々卸売業にとって、プラネットがこの30年でメーカー・卸売業間の発注から請求に至る共通基盤をつくり上げてきたことは画期的だった。それ以前から一部の大手小売業様と卸売業の間でEOSによるオンラインデータ受発注に取り組んではいたが、各社によって仕様がばらばらで大変苦労していた。プラネットが標準化という一つのルールを敷いてくれたことで、メーカーとのオンライン受発注でそうした状況を避けられたのは本当にありがたい。

今、私がメーカー様にお願いしたいのは細かいことだが、卸売業からメーカー様に商品を発注した際、できれば商品が到着する前に仕入データをいただきたい。2点目に、1日も早くすべてのメーカー様がプラネットのEDIに接続しオンライン受発注できるようになればいいと思う。3点目として、時折、小売業様から手前どものコンピューターに登録されていない商品コードで受注をいただくことがあるため、新商品情報は卸売業側にも早めにご提供いただければいい。

小野 私はこの業界に入って35年ぐらいになるが、30年間で一番変わらないのは市場の売価だろう。本音を言えばもう少し上がったほうが良いと思うが、市場売価が変わらないということは、ある意味、業界をあげて効率化を実現してきたことの成果だと思う。

田中社長のお話にあったように、卸売業は取り扱いアイテム数を増やし、合併や統合などを通じて規模を拡大して厳しい環境を乗り越えてきた。そうした中で、卸売業が代理店機能を失ったという話があったが、卸売業の機能には営業だけでなく物流や情報提供、金融といったものがあり、いずれも流通の中間として立派な機能を果たしていると思っている。たしかに昔と違って営業や物流の現場が複雑になって、機能分担が錯綜しているのは事実だが、ある部門だけを見て機能を果たしていないと判断されては困る。卸売業の機能を理解いただけないとすれば、それは我々の説明不足もあるかもしれない。

メーカー様の営業が直接小売業様と商談するという件につ

いては、卸売業の機能を理解しないで納入価やマージンが決められているのではと心配になる。卸売業と小売業の間ではこの30年間にリベートやセンターフィーといったものが発生している。これは経営上大変大きな問題だが、我々は事実として受け止めている。過去は取り扱いアイテムの拡大や合併などの規模の拡大でなんとか対応できていたが、今後は別の解決策が必要になる。メーカー様にもそれをしっかり理解したうえで価値配分をしていただきたいと考えている。

飯沼 これまでの30年をITの面からみると、業界をあげて受発注業務の業務改善に注力をされてきたことは非常にすばらしい。2014年10月末現在(以下同様)メーカー様483社、卸売業様465社がプラネットのEDIサービスを利用されているということで、まさにn対nのオンライン化を推進し、「システムは共同で、競争は店頭で」を実現されてきたのだと思う。

ITの基盤も当初は高価な汎用機で始まったが、プラネットは常に最新の技術を使うことで処理能力を向上させ、それによって料金改定をして、より多くの業界の方々が使えるかたちを追い求めてきた。また24種のEDIデータ種があり、787社・136,305アイテムの商品データベース、さらに約41万件の業界標準取引先コードを維持管理、運用している。これは非常に手間のかかる仕事であり、業界標準に対する縁の下の力持ち的存在といえる。

ただ、ここまでプラネットが努力してきても、まだEDI率が100%にはなっていないのは残念だ。業界特有の商いの理由があるかもしれないが、これはやはり100%になるように業界として進めていただきたい。

それぞれの機能の理解と 相互評価の重要性

～どうすれば業界がより良くなるか～

田中 現在の課題を挙げていただいたが、それらを解決するためにメーカーと卸売業がどう協調、競争していけば業界がより良くなるかお聞きしたい。

現状は個別最適の結果、あいまいに機能分担している傾向が強いようだが、どうすれば全体最適による機能分担が図れるのか。また、営業効率を向上するために、たとえばリアルタイムに情報交換できるインフラをつくり商談の情報共有ができる仕組みはできないか。そうしたアイデアも含め、単純な値引き競争から脱却していくにはどうすればいいのか。

宿岩 今後も卸売業様とメーカーが協調していくことを考えた場合、それぞれの流通段階における機能、役割を一方的でなく相互に、適正かつ合理的に評価することが重要だ。当然、開

示できる情報等を極力開示することが前提になるが、お互いに無駄や重複のない機能を発揮すべきだろう。

競争領域は個別企業に由来しても、全体最適に向けて業界全体で合意できる部分は多くあるはずだ。プラネットによってシステムのインフラを共同化し業界全体の効率化を実現できた業界だからこそ、流通全体を俯瞰した中で、非競争領域と全体の最適化をもう一度相互に研究、議論する必要があるのではないか。そういった機会を利用すれば人材育成も共通化できる領域だと考える。

小林 卸売業様とメーカーにとって、生活者に適時、的確に適正な価格で商品をお届けするという消費者流通の原点を共通のゴールとし、そのゴールに向かって課題を協働で解決することが重要だと考えている。とにかくお互いのコストの押し付け合いという構図が良くないわけで、いかに製品や流通の機能を高めて、その付加価値で利益をあげる構図にしていけるかを考え、それぞれの機能と役割分担を明確にし、それらの適正な対価を検討することが今後必要になってくると考える。

遠藤 メーカー様や自社の営業から話を聞くと、店頭で商品が売れすぎてメーカーの生産が間に合わなくなったり、逆に予定より売れなくて余ってしまったりということが時々あるようだ。こうしたことはメーカー様、卸売業、小売業様の関係が深まって連携が密になれば、かなり防ぐことができるのではないだろうか。

今、第一線で活躍されている若い営業の方々は、すでに出上がってきたシステムだけを見て営業活動をしている。ここに来るまでにどういう流れがあったのか。なぜメーカー様から卸売業への売価はこの値段なのか、この商品が小売業様の店頭と並ぶまでにどれだけの手間ひまがかかっているかという理解が浅いのかもしれない。そのフォローを厚くしていけば、お互いにもっと理解し合えるのではないかと。

小野 流通全体を考えると、今後、人口減少、高齢化により市場は縮小し、卸売業は今までのように商品アイテムを増やし、販売量を増やすという手法では成長が難しくなる。

この30年、一番変わったのは間違いなくITだと思う。30年前、今のようなIT化は想像もしなかった。おそらくこれからの30年でも大きな進歩があるだろう。システム部門は、そうした変化をとらえて現在の課題、将来の課題を解決するという非常に重要な役割を担っている。

そこでシステム部門を中心に、メーカー様、卸売業、さらに小売業様も巻き込んで、流通全体としてお互いのプロセスを見直す議論ができないか。私も昔、EDIの標準化を進める討議に若手として参加させてもらったが、当時はお互いに夢を語った気がする。メーカー同士はもちろん、卸売業同士、そして卸売業とメーカー間でもこれからどうなるかを議論し夢を語り合った。今、そうしたことが不足している気がする。小売業様やメーカー様、卸売業の有志が集まり、日常のビジネスから一歩離れて流

通全体を俯瞰し、将来を考える場ができればいいと感じている。

飯沼 情報の共有という面では、在庫データとか販売データなど、メーカーや卸売業が共有する基準となるデータの利用が進んでいない。たとえば在庫データの利用はメーカーが41社、卸売業が72社で社数としては非常に少ない。まずはこれらのデータ活用をもっと促進していくことが、情報共有の第一歩ではないだろうか。

田中 そもそも販売データや在庫データは、メーカーでどのように活用されているのだろうか。

小林 弊社では、主に小売業様の店舗ごとの弊社製品の取り扱いのチェック、販促企画の成果のチェック、さらに営業やセールスの実績評価に販売データを活用している。一時期は小売店舗ごとに95%ぐらい捕捉できていたが、最近、小売業様の物流センターが多くなってきたり、従来と違う店舗形態が出てきたりしているため、大手の店舗ごとの売上としては捕捉率が落ちているのが現状だ。

田中 卸売業が小売業に納入する「セルアウト」ベースの販売データでみると、大手メーカーでも4割ぐらいしかフォローできていないところもあり、平均で6割ぐらいのようだ。ちなみに在庫データの提供は月1回という卸売業が多いが、データ分析のリアルタイム化が進んでいる中で、メーカーからすると月1回では厳しいという話も耳にする。

小野 話を聞いていて思うのだが、卸売業がお渡しする販売データなり在庫データをメーカー様がどのように使って、どういう価値を生んでいるのか、我々は意外と知らないと感じた。たとえば今、月末に送っている在庫データを毎日送った場合、それをどう使えるのか。どういう価値に変えていくのかを話し合えば、もっと新しい発想が出るような気がする。

業界を俯瞰し全体最適を議論する場が必要

～よりよい未来をつくるための協調、競争とは～

田中 メーカーと卸売業がうまく協調していくことが重要だという話だったが、具体的にどうしていけばよりよい未来をつくれるだろうか。

宿岩 今後、少子高齢化、人口減少がより進展する。すでに都市部でも地方においても買い物弱者のような方が存在する中で、優良な製品を適量、適時、適正な価格で継続的に全国のお客様の接点にお届けするという社会的な使命が、我々の業界にとって従来以上に重要になってくる。卸売業様は毛細血管機能といわれているが、これは業界の大きな財産であり、持続させなければいけない。

流通業界の活動には「作る」、「伝える」、「届ける」という領域がある。とくに卸売業様とメーカーが共同で行なう「伝える」、

「届ける」という領域を持続するためには、お互いに適正な利益を確保することが必要だ。そのための仕組みを今から話し合い、準備すべきだろう。

小林 生活者にとって選びやすく買やすい売り場を実現することは、1メーカーではできない。品ぞろえと流通コストを最適化していただける卸売業様は必要不可欠な存在だ。メーカーはより高機能、高付加価値な製品を開発することが責務だが、流通の皆様には、その製品を生活者に認められたブランドとして育成していくお手伝いをお願いしたい。

地域に根付いて活気のある食品スーパーに行くと、雑貨の売場がほとんどないことがある。お店の方に伺うと、みんなドラッグストアに買いに行くから雑貨の扱いはやめたと言われる。晩御飯のおかずを買いに来たついでにハミガキを買おうとしても、わざわざ遠くのドラッグストアに歩いて行かなければならない状況は流通の正しい姿なのか。このような生活者に不便を強いている状況を協働で知恵を出して解決できればと思う。

そのほかにも、最近話題になっているネット販売やグローバルビジネスにおける標準化など、これからの課題はいくらでもある。その辺りを含め、ぜひ流通の皆様と一緒に、生活者が満足できる将来のかたちを模索していきたい。

その中で、プラネットには従来のEDIの枠を越えて、企業間情報連携の幅を生活者まで広げた情報交換のあり方を検討する場をつくっていただき、流通業界の付加価値の向上に寄与していただければと期待している。

遠藤 卸売業はメーカー様の商品を小売業様へ販売する役割を担っているが、その副産物として得られる小売業様のPOS情報や卸売業の各拠点の在庫情報、卸売業から各小売業様への販売実績情報などをもっと活用していければいい。さらにメーカー様が将来、在庫情報などを開示していただければ、小売業様は店頭で品切れする前に手を打つことができるし、卸売業も品切れを避けることができる。あるいは小売業様の店頭の陳列を急変変更できるかもしれない。そのように機会損失を今後できるだけゼロに近づけていけば、小売業様も儲かる。メーカー様も不良在庫を抱えずに済む。卸売業側も潤沢にメーカー様からの商品を店頭で並べることができる。昔ながらの近江商人の「三方よし」で、今後30年、お互いに共存共栄できたらよいと思っている。

こうしたデータをシステム化して活用するためには、初めに全体でデータの基準を合わせることが重要であり、そういったことを協議する場合は当然必要になるだろう。

小野 よくメーカー様から工場見学の誘いを受けることがあるが、卸売業側ももう少し主体的になって、メーカー様に卸売業の機能を見てもらうことが必要なのではないか。たとえば、卸売業の業務システムにどんなプロセスがあるのか、物流センターに入荷して出荷するまでにどんなことをしているか。そういった



業務の流れを理解してもらった上ではじめてマージンも要求できると考える。若い人がそういう議論をすることが、この業界をいい方に変えていくのではないかと思う。

今日の議論で、課題解決にはお互いを理解することが大事だとわかった。ただ具体的に進めるのはなかなか難しいので、個人的にはプラネットにその仲介役を期待したい。今の24種のEDIデータ種のままでいいのか。個人的にはもう少し卸売業が活用できるデータ種を増やせないかという思いもある。そういうことを議論できる研究会をぜひつくってほしい。卸売業とメーカーの中間点にいるプラネットの役割をさらに広げてくれれば、次なる30年に夢が持てる。

飯沼 ITの世界では、「データフュージョン」という言葉を最近よく使っている。ID-POS、POSデータ、さらには実販データ、消費者のSNSといった、今ある様々なデータを組み合わせることによって新しい価値を生み出す。そういったことができるIT基盤がそろい始めている。

ただ、それらを安心、安全に、かつ標準的に使っていただく環境がまだできていない。プラネットはこの30年でn対nの環境をつくりあげてきたが、さらに次なる環境基盤における運用基準、業界標準を策定し、リードしていただきたいと考えている。

田中 皆様のお話から、5つの結論を導き出すことができた。まず、流通全体のプロセスを良くしようという夢を持って未来を語るべき、ということ。2つ目は、実は弊害の多い「部分最適による高効率」や、商品や企業ブランド活用・育成が不十分という現状の是正。3つ目が、勉強会や見学会などによる相互理解の促進と人材育成。そして、EDIデータ種の見直しと、さらなるIT活用の5つだ。一つひとつを掘り下げる時間がないのが残念だが、これからの方向性を考えるヒントになったのではないだろうか。日用品、化粧品業界はメーカーと卸売業の協力によってシステムの共同利用を実現してきた実績がある。その自負を持ち、相互理解を一層深めながら、流通全体プロセスの改善に取り組むことが重要だ。プラネットには是非、そのけん引役になっていただきたい。



※このコーナーでは、当社のオリジナルキャラクター「プラネットくん」が、プラネットサービスご利用のお客様を訪問し、さまざまなトピックスについてお話を伺います。

プラネットくんの 社会科見学

イラスト/松島むう

今回
おじゃま
したのは……



株式会社シナノ

<http://www.sinano.co.jp/>

ご利用のサービス：
MITEOS、商品データベース、取引先データベース

ポール技術で Walking Lifeを支える

スキーポールをはじめ、トレッキングポールやウォーキングポール、歩行杖など、“身体を支える技術”を磨き続けてきた株式会社シナノは、製品を安心・安全に使っていただくための取り組みが評価され、2013年経済産業省の“製品安全対策優良企業”として表彰されています。今回は、シナノブランドを支えるものづくりにかける同社の取り組みについてお話をうかがいました。

スキーポールの技術をさまざまな製品に展開

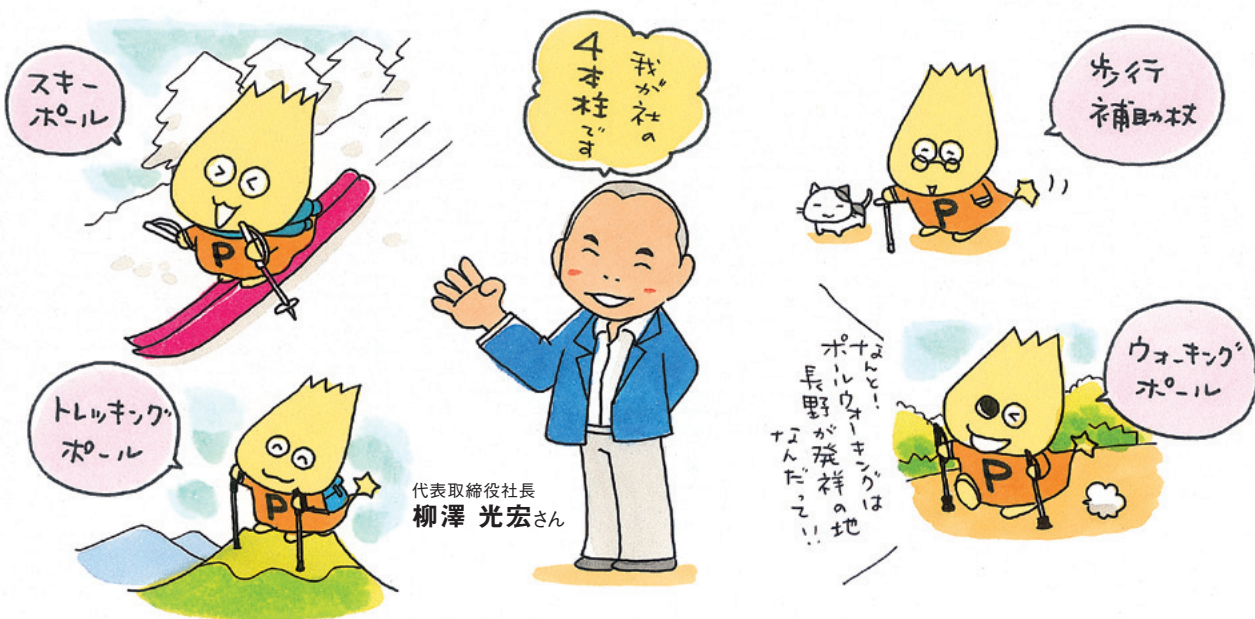
信濃スキー製作所として1919（大正8）年に創業した当社は、1969（昭和44）年に株式会社シナノとなりました。創業以来ずっと、スキーポール国内シェアNo.1です。ちなみに設立当時は、和竹を使った合竹スキーポールを製造し、南極観測隊にもそのポールを提供していたんですよ。素材の進化に応じてアルミ合金、カーボンなど、より強度が高く使いやすいものを追求し続け、現在はスキーポール、トレッキングポール、歩行補助杖、ウォーキングポールの4つを主に製造しています。

本社敷地内にあるSGマーク（※）認定の自社工場で、企画開発から設計、製造、販売までを一貫して行っておりますが、身体を支える製品を扱うメーカーとして、安心と安全に関しては、特にこだわっています。たとえば、社外専任モニターを通じたテスト結果からリスクを洗い出し、製品開発に活かしているほか、耐久性や破壊強度などに

ついては、独自の設計基準や試験規格をつくり、徹底した検証試験を実施するなど、国産品として購入いただくお客様が納得できる製品の提供に努めています。

ところで、ポールウォーキングをご存知でしょうか？ 両手に専用のポール（ウォーキングポール）を持って歩くだけで、すぐに始められるのですが、上半身も使うため、通常のウォーキングよりもエネルギー消費量が増えます。また、2本のポールが足腰への負担をやわらげるため、軽度の膝関節症と診断された方でも安心して実施できます。シェイプアップだけでなく、ロコモティブシンドローム予防にもつながるとして注目されているんですよ。ちなみに、ポールウォーキングの考案者は、長野県の整形外科医です。そのお医者さんなどからの依頼がきっかけで、“握る”“突く”の動作を突き詰めたデザインのウォーキングポールを当社が開発しました。

※SG=Safe Goods（安全な製品）の略で、一般財団法人製品安全協会が定めたSG基準への適合を示す「安全な製品」の目安。



使う人の声を活かした製品づくり

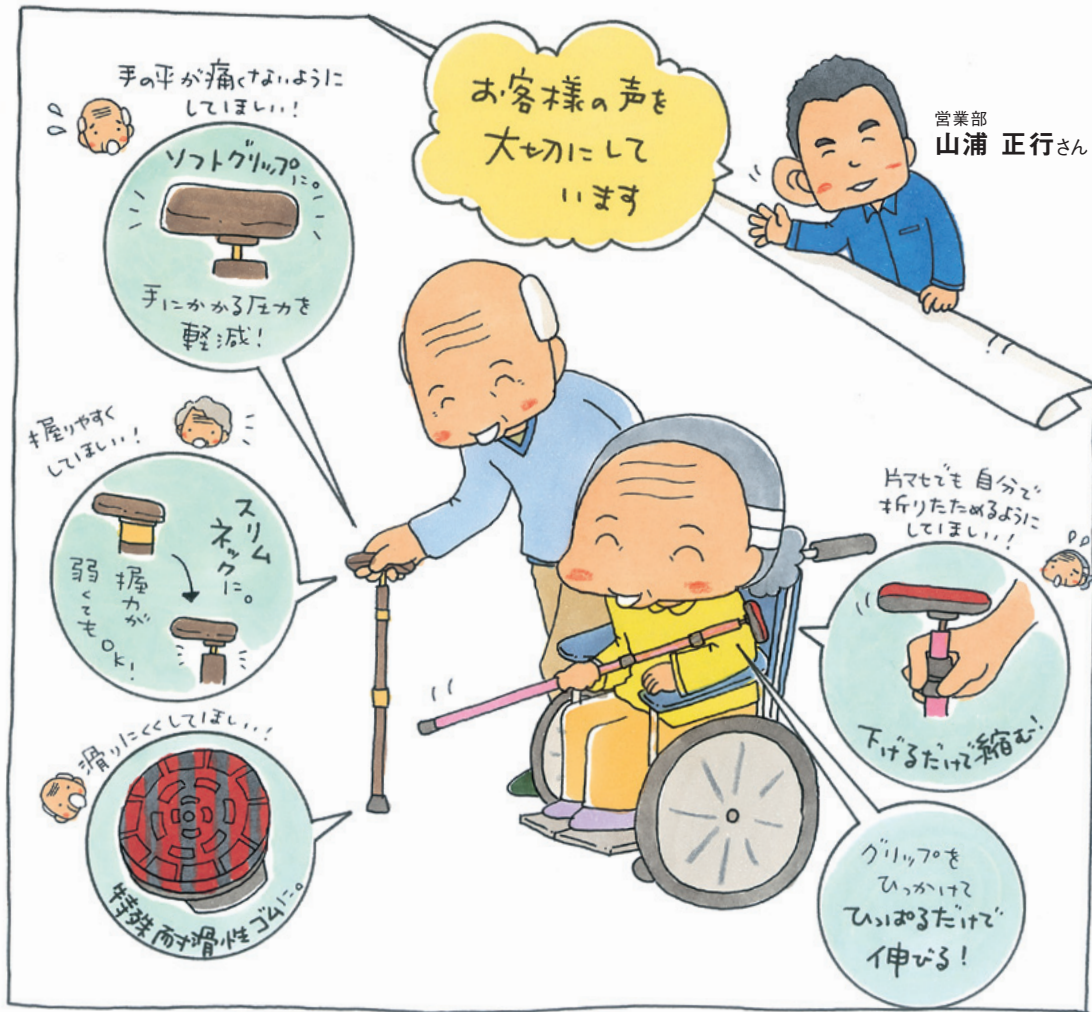
長年培ってきたボール技術を活かした歩行杖「カインス」シリーズは、1999年の発売以来多くの方々に支持を受け、今では売り上げの2割近くを占めるまでに成長を遂げています。

実はこの製品、随所にお客様の声が反映されているんですよ。たとえば、「握る部分が硬いと掌が痛くなる」という声からは、グリップを柔らかい発泡ゴムで覆い、手にかかる圧力を吸収し、痛みを軽減する仕上がりを実現しました。また、グリップ下を握りやすくしたスリムネックは、「今までの杖に比べて、とても楽に握れて疲れにくい」と好評で、さらに細さと丈夫さを両立したSSネックも登場。そのほかに

も、「ワンタッチで折りたためると、旅行や外出時に便利」という声からは、折りたたみ杖が生まれ、片手でも伸縮自在な杖の開発には、片マヒ（注：左右どちらかの半身でマヒが発生する症状）の方の意見が活かされるなど、当社の杖は、お客様の声で元になって進化しています。

実際に製品をお使いいただいた方や杖をプレゼントしたご家族の方から、感謝のお便りが寄せられることもあって、ものづくりに携わる企業としてよりの喜びであり、私たちの励みにもなっています。

これからも、「いつまでも楽しく歩きたい」と願う人々の身体を支えるだけでなく、心の支えとしても選ばれる杖でありたいと強く願っております。



製品とお客様をつなぐ活動

当社では、製品をつくるだけでなく、自社のホームページや動画サイト、各地で開催されているイベントや研修会への参加、冊子などを通じ、製品の選び方や使い方、メンテナンスの方法など、製品をより安全に使っていただくための情報も積極的に発信しています。

製品づくりの体制に加え、これらの取り組みも評価され、おかげさまで2013年には経済産業省から“製品安全対策優良企業”としての表彰を受けています。

同社ホームページから、以下の2作品が閲覧できます。

冊子『山とストックと私』

<http://www.sinano.co.jp/comic/start.html>

動画『ポールウォーキングのある暮らし』

<http://www.sinano.co.jp/revita/>

(ホームページ右下のバナーから、動画サイトへ移動できます)

親しみやすく
わかりやすい



PLANET PLAZA

TOPIC 01

2014年EDI障害対応訓練およびDR[※]起動訓練のご報告

EDI障害発生時の障害連絡手順の確認および、大規模災害発生に備えたDRシステム起動の確認訓練を、それぞれ2014年10月14日(火)、11月21日(金)に実施しました。春と秋の年2回の訓練を繰り返すことで、新たな課題への対応や作業の定着化を進めております。

※DR=「ディザスタ リカバリ」の略、「災害復旧」の意味。

TOPIC 02

『2015年春夏新製品カタログ』発行のお知らせ

2009年にメーカー共同カタログとして発行を開始し、おかげさまで7年目を迎えた新製品カタログの2015年春夏号は、1月23日(金)に全国各地の小売業ご担当者様へお届けする予定です。

なお、新製品カタログのWeb版は、冊子より早く1月14日(水)にオープンいたします。お手持ちのスマートフォン、インターネットに接続されたタブレット端末やPCで、ぜひご覧ください。

※Web版カタログのご利用に際しては、アカウントのご登録(無料)が必要です。

【お問い合わせ先】株式会社プラネット CRM部 コールセンター
Tel: 03-5962-0811 E-mail: sc@planet-van.co.jp



TOPIC 03

設立30周年記念 フットサル大会開催のご案内

おかげさまで設立から30年目を迎えたプラネットは、業界内の交流を通じて相互の親睦を深めるため、フットサル大会を開催いたします。参加は無料ですので、ふるってご応募下さい!

- 日 時：2015年5月23日(土)10:00～15:00
- 会 場：トーヨータイヤ豊洲ドーム(東京都江東区)※屋内のため雨天決行
- 参加資格：当社サービスご利用企業の従業員様 ならびに 当社とお取引のある企業の従業員様
- 応募締切：2015年3月31日(火)
- 募集数：10チーム(応募多数の場合は先着順)

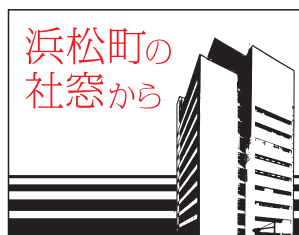
【お問い合わせ先】フットサル大会本部(担当:久木元、白岩、山口)
Tel: 03-5962-0811 E-mail: 30th-prj@planet-van.co.jp

TOPIC 04

「第15回JAPANドラッグストアショー」出展のお知らせ

プラネットは2015年3月13日(金)から15日(日)まで幕張メッセで開催される「第15回JAPANドラッグストアショー」に出展します。

商品データベース、商品データベースプラス、医薬品説明文書データベースについての展示と説明・デモンストレーションを行いますので、第5ホール内ストアファシリティゾーンの小間番号5-006へ、ぜひお越しください。



執行役員 ネットワーク本部長
川村 渉 (かわむら わたる)

あけましておめでとうございます。2015年もどうぞよろしくご挨拶申し上げます。

さて、プラネットは現在、30期という節目の年を迎えており、各種の記念イベントを行っております。本誌やホームページ等で順次ご案内申し上げますので、よろしければご参加ください。

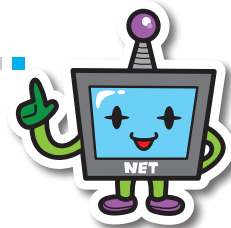
私自身も4月より社会人30年目に入ります。入社時は「新人類」と言われた世代ですが、今となっては立派な「旧人類」。新しい技術、サービスに対

応していくのに四苦八苦の状況です。また健康には比較的自信を持っていましたが、体のあちこちでメンテナンスが必要になり、老化を実感しております。弊社サービスもきちんとメンテナンスを継続し、みなさまに安心してご利用いただけるサービスを目指してまいります。また、新しい技術を取り入れたサービスも検討しご提供申し上げる予定です。引き続きご支援、ご協力賜りますようよろしくお願い申し上げます。



PLANET LABORATORY

プラネット ラボラトリー



このコーナーでは、プラネットのサービスやお寄せいただくお問い合わせについて
毎回詳しくご紹介・解説いたします。

？コトカノテーマ？ 「設立30周年記念行事」とは？

2015年8月に設立30周年を迎えることを記念して行なわれる「設立30周年記念行事」について、ご紹介いたします。

設立30周年記念行事

日頃お世話になっているみなさまへの感謝を込めて、2015年はさまざまな行事を予定しております。

- | | | |
|-------------|----|--|
| 2015年 | 1月 | 30周年記念論文募集
流通の未来をテーマとした論文を募集し、30周年記念パーティーで表彰を行います。 |
| 2014年10月～ | | |
| 2015年 | 3月 | 大縄跳び大会
次の30年に向けた飛躍を目指し、みなさまとチームワークが大事なスポーツにチャレンジしたい！との主旨で開催しております。ご参加の際は、大縄跳びを跳んでいる動画を事務局にお送りください。 |
| 2015年 | 5月 | フットサル大会 (詳しくは10ページをご参照ください) |
| 2015年 | 5月 | 欧州流通視察ツアー
GS1ドイツ訪問やフランスの小売業視察を予定しております。 |
| 2015年 | 9月 | 30周年記念パーティー |
| 2015年10-11月 | | 地区ユーザー会
複数の会場で開催する予定です。 |



イベントの詳細につきましては決まり次第、プラネットホームページ上の「設立30周年記念イベント」ページ
(<http://www.planet-van.co.jp/30th/>)にてご紹介いたします。

事務局からのメッセージ

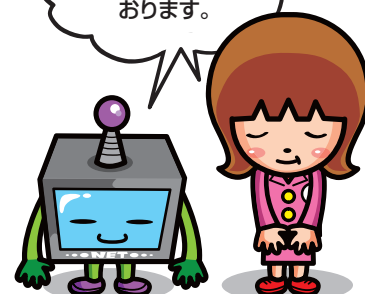
2014年10月から動画募集を開始した大縄跳び大会の応募締切は2015年3月31日(火)ですので、運動不足の解消やストレスの発散に、仕事仲間の方々とぜひふるってご参加ください。また、『PLANET vanvan』104号に同封した「30周年応援メッセージ」、「シードペーパー」の花や芽の写真もお待ちしております！

ココに注目！

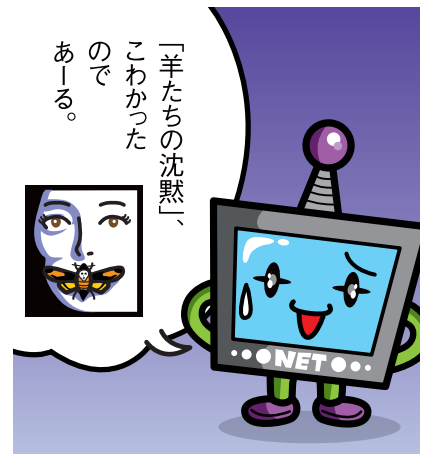
- ★『PLANET vanvan』105号の発送に際し、
30周年記念のクリアファイルを同封しております。
ぜひご活用ください。



みなさまのご参加を、
心よりお待ちしております。



お問い合わせ先 | 株式会社プラネット 設立30周年記念プロジェクト
Tel. 03-5962-0811 E-mail 30th-prj@planet-van.co.jp



PLANET van van 105

第105号 2015年1月

発行/株式会社プラネット
〒105-0013 東京都港区浜松町一丁目31番
文化放送メディアプラスビル3階
TEL. 03-5962-0811
発行人/田上正勝
編集協力/株式会社砦書房
デザイン/太田康士 (Hitricco Graphic Service)
印刷/株式会社太平印刷社

