

PLANET

特集 ドラッグストア業界の流通システム標準化への取り組み

日本チェーンドラッグストア協会

SMOOTHEDI導入事例

株式会社パルタックKS

メーカーの視点【Web受発注サービス導入事例】

エムケー精工株式会社

プラネット太くんのおじゃましまーす

ミズノ株式会社 スポーツロジージャーナル

2008・SUMMER
79.....

van van



ドラッグストア業界の流通システム

業界の発展とマーケットの拡大に向けて

日本チェーンドラッグストア協会の概要

通称はJACDS(Japan Association of Chain Drug Storesの略)、1999年6月設立、本部は神奈川県横浜市。正会員(ドラッグストア、他小売業)約200社と、賛助会員(メーカー、卸売業、ストアサポート企業など)約250社等で構成。ドラッグストアの市場と産業の拡大、事業効率化のためのインフラ整備、セルフメディケーションの推進を目指して活動中。

インフラ不備、改正薬事法、マーケットの拡大...課題は次々と

ドラッグストア業界の流通システム標準化への取り組みは、2002年のカテゴリーマネジメントの研究からスタートした。狙いは、カテゴリーマネジメントの推進を通し、製・配・販それぞれの収益を最大化しつつ、顧客満足度を高めていくことにあった。

数々の勉強会を開催しながら、さまざまな研究を進めてくる中で持ち上がったのが、業界標準システムとなる情報インフラ不備の問題だった。

「ドラッグストア各社が各様の仕組みを持っており、業界で共有できる情報インフラが存在していないのが実情でした。競争力をつけるためには標準化された仕組みを使い、その上で各社が独自の戦略を打ち出していくべきです。そういう意味で、情報インフラの整備は不可欠でした。」

そして2006年、薬事法としては46年ぶりの改正となる一般用医薬品の販売規制緩和を柱とする改正薬事法が公布された。医療費削減の一策である同法の大きな目的は、一般用医薬品の正しい使用により、国民の健康を維持することにある。

2009年4月に施行される改正薬事法のポイントは、一般用医薬品をリスクの高い順に第一類から第三類まで分類、薬剤師のほかに、医薬品の専門家として「登録販売者」を創設、一般用医薬品第一類の販売は薬剤師が、第二類・第三類は薬剤師もしくは登録販売者が行う、の三点だ。

により、店頭で販売する第一類の医薬品(ガスター10やリアップなど)の販売の際には、リスク情報等を掲載した説明文書を購入者に説明することが義務づけられる。また、第二類(パファリンAやバンテリンコーワなど)医薬品にも、同様の努力義務が課せられるようになることから、店頭でのスムーズな情報提供のために、業界全体で使える標準化されたシステムの必要性は一段と増した。

さらに、により、リスクの低い一般用医薬品は、登録販売者がいるコンビニ、スーパーなどでも販売できる(現行では薬剤師を配した店舗のみ販売可)ようになる。したがって今後は、一般用医薬品販売における競争もますます激化するとみられる。こうした環境下での業界の課題は、ドラッグストア業界のマーケット拡大であり、そのためにも標準化の推進は不可欠であった。

「我々の目標は、現在の約5兆円産業から10兆円産業へと成長させること。そのきっかけとなったのが、今回の改正薬事法でした。」

「業界全体がメリットを享受できる仕組み」をめざして

JACDSが中心となり、業界標準となるシステムについての検討を開始。「より多くの企業が使える仕組みであり、それを活用することで業界全体がメリットを享受できるもの」を基本理念に掲げ、以下の条件が設定された。

1. 業界の発展に寄与するシステムであること。2. 代表的大企業から小規模企業まで参加できること。3. 業界インフラとして確実に普及すること。4. 業界の商習慣を反映させた標準システムであること。5. すでに機能しているインフラ・能力を活用できるものであること。

2006年にはEDI研究会を設置。翌2007年にはEDI推進委員会、およびチェーンドラッグストア流通システム標準化検討委員会が発足した。

チェーンドラッグストア流通システム標準化検討委員会では、業界標準EDIや商品情報共有の仕組みについて、3つのワーキンググループに分かれて検討を行った。

<ワーキンググループの活動内容>

WG1: 商品マスタの項目の標準化と伝達方法に関する検討

WG2: EDIメッセージ標準に関する検討

WG3: 店内における情報提供のプロセスと提供方法に関する検討

(注) 2008年4月からはWG1とWG3が統合された。

その結果、改正薬事法施行時に対応が必要となる店頭での情報提供のプロセスは、メーカー各社が医薬品に関する商品情報(説明文書、添付文書)を業界データベースに登録、小売業各社および各店舗さらには卸売業が必要に応じてそれらの情報を入手し、消費者に提供する、というかたちをとることになった。

「当初は紙による情報提供が主流となるかもしれませんが。しかし、先々、説明文書の提供範囲が第二類、第三類の一般用医薬品へと拡大しても、基本となる仕組みをつくっておけば、いつでも対応できます。」

リスク別販売における情報提供

	第一類医薬品 (特にリスクの高い医薬品)	第二类医薬品 (リスクが比較的高い医薬品)	第三類医薬品 (リスクが比較的低い医薬品)
情報提供	薬剤師 説明文書	薬剤師 登録販売者 説明文書	規定なし
相談応需	説明文書	説明文書	説明文書

義務

努力義務

情報提供・相談応需ともに添付文書に基づいて行われること。

テム標準化への取り組み



宗像 守さん
事務総長

製・配・販にまたがる全体最適の仕組みづくりのために、流通システム標準化に取り組んでいる日本チェーンドラッグストア協会（JACDS）2009年に施行される改正薬事法をきっかけに、標準化への意識は一層高まり、活動もより多様化している。改正薬事法への対応を含め、これまでの活動の経緯や今後の計画、将来の展望などを伺った。

改正薬事法がもたらす、さまざまな可能性に期待する

改正薬事法の施行を目前に控えた今年度は、ドラッグストアを巻き込んだ左記ワーキンググループ活動を踏まえたいいくつかの実証実験が計画されている。同時にEDIや商品マスタ項目に関する標準システムの確定や、メーカーから送られるデータの保存や配信を行う仕組みづくりなど、環境整備にも着手する。

「それが済んだら、システムの改善と普及に力を入れてゆきます」と宗像事務総長。「業界共通の仕組みやインフラづくりに向けての試みは、他業界で過去に何度も行われましたが、いずれもあまりうまくゆきませんでした。その理由は、業界のご一部の関係者だけで話を進め、そこで決定したものを上から一方的に押し付けてきたからです。全体の足並みを揃えるためには、より多くの企業の声を聞き、それを仕組みづくりに反映させることや、情報の透明化と共有化が大事。これらが情報インフラの普及を促進させるポイントです。」

ドラッグストア業界の流通システム標準化の普及・拡大に向けて関係者にはこう要望する。

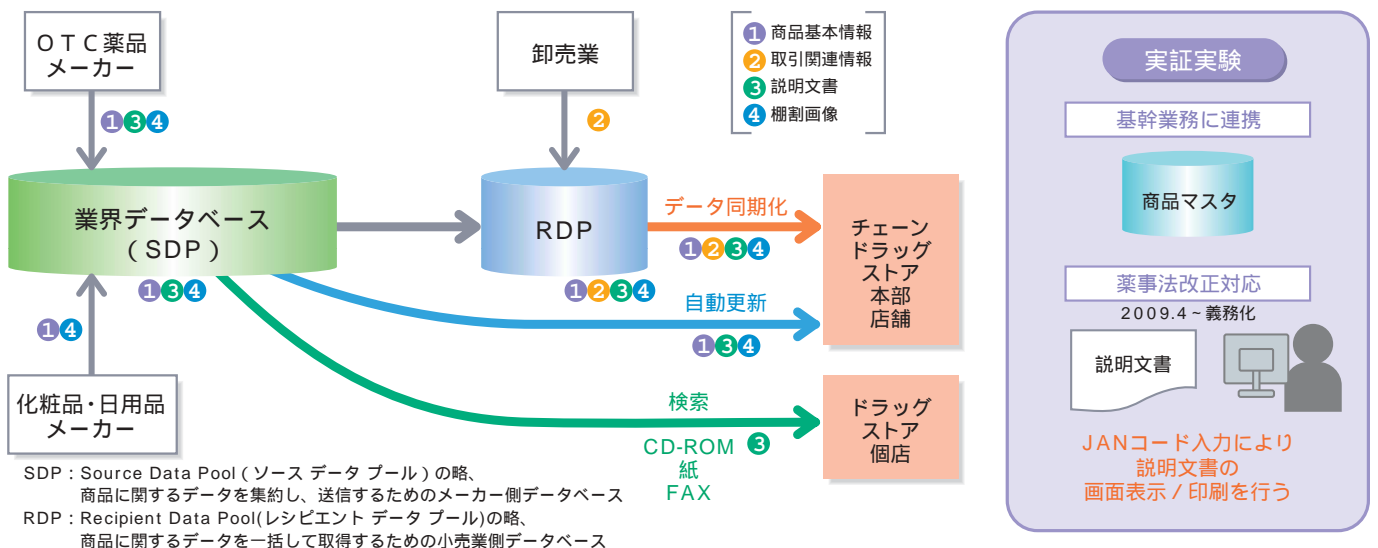
「まずメーカー各社には、説明文書や添付文書の情報を業界データベースへ登録することを徹底していただければと思います。そして、メーカー・卸売業のみなさんには早期のご対応をお願いしたいですね。それこそがドラッグストア各社の導入促進につながると思いますので。プラネットさんには、業界の標準化に向けた環境整備に力を注いでいただきたいと思っています。併せて、普及・拡大に向けてのご指導もぜひお願いしたい。」

最後に、ドラッグストア業界の今後の展望を伺った。

「改正薬事法施行により、ドラッグストアのあり方は大きく変化していくと思います。慢性的な薬剤師不足も解消されるでしょうし、長時間営業による利便性の向上、医療人である薬剤師の活用など、新しい可能性も見えてきました。登録販売者制度により、薬剤師が本業に力を入れることができるようになるため、生活習慣病の予防や未病改善といった“セルフメディケーション”にも貢献できます。こうした専門性と利便性を併せ持った健康づくりの場として、地域のドラッグストアが機能することで、マーケットの拡大も実現できると考えています。」

今回の法改正は、ドラッグストア業界にとって更なる飛躍のチャンス。今はそのスタート地点に立っている。

商品情報の流れ



商品情報の活用

品揃え管理

カテゴリーマネジメント
CPFR

販促・販売

FSP、レポート管理
プロモーション効果分析

POS情報

消費者への相談対応
消費者への情報サービス

社内教育

若手薬剤師教育など



SMOOTHEDI導入事例

「AS2手順+固定長フォーマット」 を使い、販売データの 送信時間を大幅に短縮

株式会社パルタックKS

〒541-0058 大阪府大阪市中央区南久宝寺町1丁目5番9号
<http://www.paltac.co.jp/>

SMOOTHEDIの 新サービスメニューを採用

同社は、株式会社メディセオ・パルタックホールディングスのグループ会社として、化粧品・日用品、一般用医薬品の卸売事業を展開。大手卸売業として、これまでに経済産業省が推進する消費財流通の標準化活動にも積極的に参加してきた。

事業所は大阪の本社のほか、北海道から九州に至る全国各地に10カ所の支社を設置。取扱商品は全国に配置された大規模物流センターを通じ、全国のドラッグストアやコンビニエンスストア、GMS、スーパーマーケット、ホームセンター等に供給されている。

これら小売業とのデータ交換の一部（GMSなど）は、2007年春に構築した「流通BMS（流通ビジネスメッセージ標準）に準拠したインターネットEDIを介して行われており、その通信プロトコルには国際標準通信規格であるAS2など3種が、通信回線はブロードバンドが採用されている。

一方、メーカーとのデータ交換は、従来からプラネット基幹EDIを活用。発注、仕入、請求照合、販売データなど7種類のデータがやりとりされている。通信サーバーは、西日本と東日本の2地区に集約され、ここからプラネットを経由しメーカー各社に送信される。しかし、データのボリュームが大きいため、送信にはかなりの時

間を要する。多い時で1日分のデータを伝送し終えるまでに4時間近くかかることも。特に月初は送信時間が長引き、メーカーが指定する時間までに送り終わることができないこともあった。

こうした問題を解決するのが、2005年にプラネットがサービスを開始した「大容量データを高速かつ安全に送信できるインターネットEDI「SMOOTHEDI」だ。

「ところが、当初の対応フォーマットは可変長のTSVのみ。固定長フォーマットを使っていた当社で利用するためには、フォーマットの変換と、それに伴う社内システムの変更が必要でした。その対応が困難なため、この時点では導入を見送りました」と荒井マネージャー。

リリースから2年後の2007年末、SMOOTHEDIに新たなサービスメニューが追加され、これまでの可変長フォーマットに加え、固定長フォーマットも使えるようになった。

「嬉しいニュースでしたね。これなら、現行の固定長フォーマットでも対応できます。当社ではすでに流通BMSに対応していたのでシステム構築は不要でしたし、AS2を使ったデータ交換の実績もありましたから、SMOOTHEDI導入に必要な環境は準備できていました。ですから、迷うことなく導入を決定しました」と吉野本部長。

こうして2007年11月から情報シ

ステム本部が中心となって、導入のための準備を進めた。

データ送信時間の短縮、 通信費の削減などの メリットが

まずは東日本地区の販売データ集約拠点・関東支社からスタート。11月のテスト稼働を経て、翌月には本稼働に至った。その後、横浜、北海道、東京支社...と順次接続エリアを広げ、現在では東日本全域でSMOOTHEDIが稼働している。

追って2008年春には、西日本地区の販売データ集約拠点である近畿支社を皮切りに、順次、接続エリアを拡大中。夏には西日本全域での本稼働をめざしている。

「短期間で、特に問題もなく従来の基幹EDIから切り替えることができたのは、事前に流通BMSの導入と稼働というひとつの過程をクリアしていたからです。新しいことに取り組む際には、それなりのコストや時間、技術的な負担が発生しますが、新しい仕組みによってそれ以上に大きな効果を享受することができます。これは大きな魅力ですね（吉野本部長）。

SMOOTHEDIによる販売データ送信により、課題だったデータ送信時間の短縮も実現したほか、通信費も大幅に削減できたという。

「通信速度が速くなったため、これまで30分かかっていたデータ送信が

株式会社コバショウとの合併により、今春から社名を「株式会社パルタックKS」に変更した同社では、EDI標準化と業務の効率化を目的に、新たなサービスメニューが追加された「SMOOTHEDI」を導入。メーカーとのデータ交換は、プラネット基幹EDIからSMOOTHEDIへと切り替わろうとしている。



吉野 英行さん
執行役員
情報システム本部長



荒井 清一さん
情報システム本部
基幹システム開発部
マネージャー

たったの2分で終了します。これに伴い、従来は月に7～8万円かかっていた通信費も半分以下、年間を通せば50万円以上の経費節減になります（荒井マネージャー）。4月の合併により、売上はもちろん、お取引先や取り扱う商品の数、データ量も大幅に増えた当社にとって、SMOOTHEDIは心強いビジネスツールです（吉野本部長）と、評価は高い。

今後は活用範囲を拡げてゆくために、他の部署と相談しながら、発注データや在庫データなど他のデータも順次、SMOOTHEDIに切り替えていく予定だ。また、データのボリュームを縮小するために、将来的には可変長フォーマットへの移行も視野に入れているという。

導入の際は「無理をせず、できることから」が一番！

SMOOTHEDIの導入を検討している企業へのアドバイスを伺った。「可変長フォーマットにこだわらず、まずは固定長フォーマットでの切り替えを考えるなど、無理をせずできることから進めていけばいいと思います。また、インターネットを使った常時接続に伴うセキュリティの確保や、システム二重化などの災害時対策も、考慮しなければならない事柄です（荒井マネージャー）。

一方、吉野本部長は、「流通BMSやSMOOTHEDIは、これまで『次世代標準EDIシステム』といわれて

きましたが、これらが主流となった今では、『次世代』ではなく、もはや『当世代』のシステム。ビジネスを行う上では必要不可欠なものとなりつつあります。SMOOTHEDI導入にあたっては、すべてのデータを一度に接続しようと考えずに、最初はコストメリットを実感しやすい販売データから始めるといいと思いますよ」と語ってくれた。

プラネットへの要望として、荒井マネージャーはこう語る。

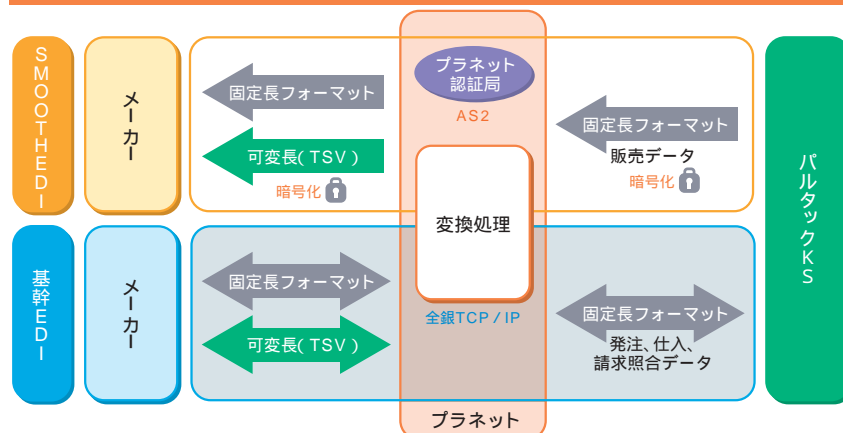
「SMOOTHEDI導入の拡大を期待するとともに、参加するメーカーさんの業種の拡大も望みたいです。また、現在、発注データは基幹EDIでやりとりしており、それに対応できないメーカーさんにはFAX発注で補完していますが、そのコストもかさむため、何とか削減したいと考えています。そ

ういう意味でプラネットには、FAX発注に代わるサービスとして、Web受注サービスの普及・拡大を進めていただければありがたいですね。」

また、吉野本部長からは、「今後は小売業にも裾野を広げてほしい」という声があがった。「プラネットに参加すれば、メーカー、卸売業、小売業それぞれがいつでも必要なデータを入手できる、そんな環境が実現するのが理想です。また、ドラッグストア業界は個人薬局、薬店など中小の企業が多いため、これらの企業向けの低コストで簡単に導入できる受発注の仕組みをつくっていただけると助かります。」

合併により、企業規模も競争力も一層強化された同社。SMOOTHEDIが今後の事業拡大の一助となることを期待したい。

パルタックKS様EDIデータのフロー



メーカーの視点

Web受発注サービス【Web受注機能】導入事例

CSVファイルを活用し、 作業の効率化を実現 受注に関するトラブルも解決

エムケー精工株式会社

本社：〒387-8603 長野県千曲市雨宮1825番地
<http://www.mkseiko.co.jp/>

インターネットに接続できるパソコンがあれば、簡単に受発注データを送受信できる「Web受発注サービス」導入が容易であることから、化粧品・日用品業界のみならず、さまざまな業界で利用されている。今回は受注機能を活用している生活機器メーカーのエムケー精工株式会社を訪ね、導入の経緯やメリットなどを伺った。

FAXに代わる 受注システムとして

同社の設立は1956（昭和31）年。本社のある長野県千曲市で、灯油ポンプの製造・販売からスタートした。以来、徐々に事業分野を拡大し、現在はガソリンスタンド等で使う洗車機やオイル交換機等を扱う「オート機器」、街頭やホール向け大型カラービジョンや工事現場用表示器などのLED表示装置をはじめとする「情報機器」、家庭用のパン焼き機、もちつき機、精米機といった家電商品やレンジ台など家電収納庫を扱う「生活機器」の3事業を展開している。

事業所は長野県千曲市にある本社と本社工場、信濃町工場（長野県上水内郡）、東京本社（東京都葛飾区）のほか、全国14カ所の支店および23の営業所、3つの出張所がある。

同社で製造される製品は業務用の大型機器が多いため、JANコードによる受発注が行われているのは生活機器事業の商品のみ。売上の約4分の1を占める同事業の商品は、卸売業を通じて全国のホームセンターや大手スーパー・家電量販店等へと納品されている。



竹尾 一さん
東京支店 第一営業部部長



長田 寿実さん
東京支店 管理経理課
管理経理係

「生活機器の受注は、これまでFAXを使っていましたが、受注の増加に伴って紙が増えてしまい、書類の整理や管理が大変でした。また、お取引先が送信した発注書がなんらかの理由で届かず、『送った』『いや、届いていない』という受注トラブルが発生することもありました。その度に大至急で受注手続や在庫確認を行って発送を手配する、といった一連の対応にかなりの時間を費やしていました」（竹尾部長）

こうした問題を解決するために、社内で独自にインターネットを使ったWeb受注システムを構築。FAX受注に代わる新しい仕組みとして、取引先への拡大を図った。しかし、取引先の各社はすでに自社の仕組みを持っていたため、浸透させるのに時間がかかっていた。

そんな時、取引先からプラネットのEDIサービスを使った受注を打診され、2007年春頃から導入に向けた検討を始めた。

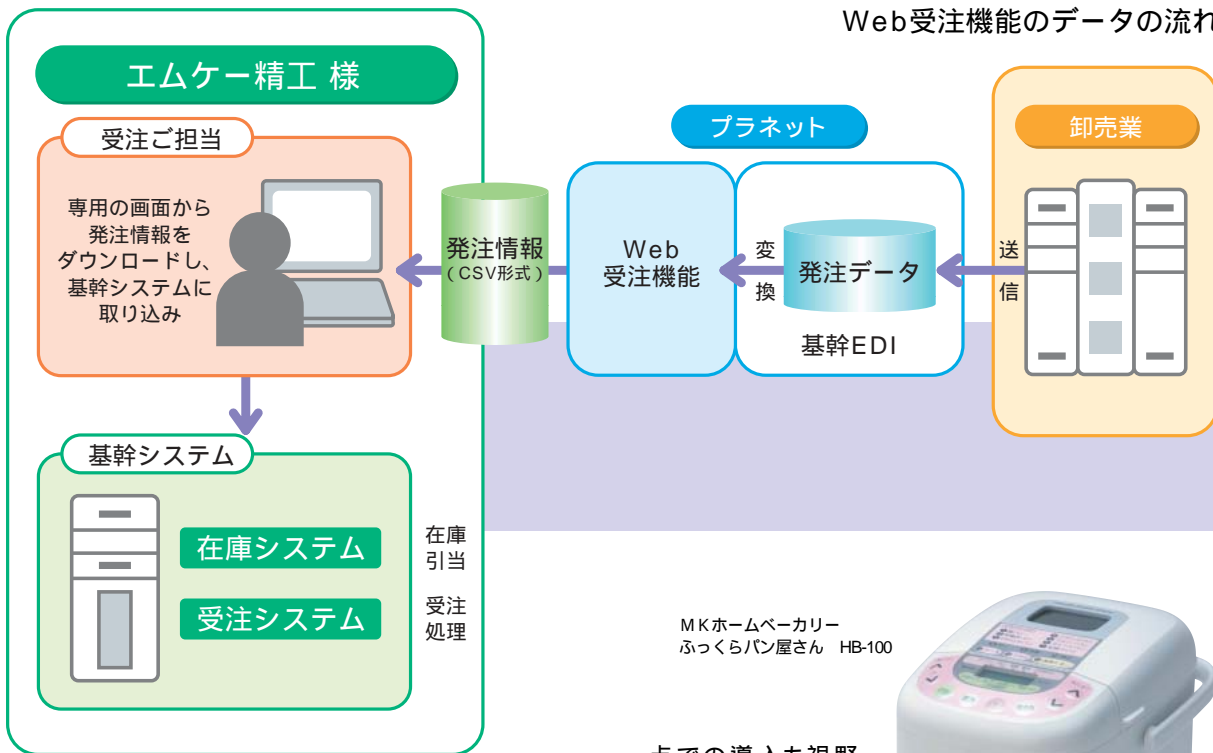
「プラネットを知ったのはこの時が初めてでしたが、EDIサービスを利用している企業は多いと聞き、興味を持ちました。すでに当社とお取引のある卸売業さんも複数社が利用されていましたし、Web受注機能なら当社のWeb受注システムと似ており、受注後の処理もスムーズに行えそうだったので、情報システム部と打合せを行い導入を決めました」と竹尾部長。

まずは取り扱いの多い東京支店から導入し、受注方法はCSVファイルの受注データを基幹システム（在庫システム・受注システム）に取り込むことになった。

CSVファイルの活用で、 作業時間は激減

「CSVファイルを使うことにしたのは、作業効率を考えたからです」と長田さん。「発注データのCSVファイルを

Web受注機能のデータの流れ



例えば、発注情報を手入力する必要がなくなりますし、データのダウンロードから基幹システムへの取り込み指示まで一台のパソコンで一貫して行えます。」

導入に際しての事前準備として実施したのは、システム調整や直送先のマスタ整備。前者は本社の情報システム部門が、後者は東京支店が主体となって進めていった。すでにWeb受注に対応できる社内環境が整っていたため、発注データから必要な項目だけを選択して基幹システムに取り込む仕組みの構築に若干時間を要したことを除くと、特に大きなトラブルもなく、順調に進んだという。

昨年11月から本稼動に入り、現在は順調にデータ交換が行われている。受注を担当している長田さんは、「作業はとても簡単ですね。ボタンひとつで処理できるようになりましたから、およそ3分で完了します」と、使い勝手のよさを語る。

これにより、受注に要する作業時間の短縮や作業の効率化が図れた。なかでも大きなメリットは、受注内容が画面で確認できることだ。データを受け取った時点ですぐに内容を確認できるため、以前のような受注トラブルは一切なくなったという。また、転記ミスや入力ミスもなくなり、受注精度がアップするという効果も出た。

「しかもコストはインターネットに接続するための通信費だけ」と竹尾部長。「大量のFAXを受信しないで済むので、通信費も大幅に削減できるなど、さまざまな効果を感じています。費用対効果を考えれば導入メリットは大きいですね。」

情報システム部はこうした東京支店での活用をはずみに、今後は接続先の拡大を進めていく予定だ。各拠

点での導入も視野に入れているが、ゆくゆくは長野の本社に受注センターを置き、そこで一括受注することも検討したいという。



MKホームベーカリー
ふっくらパン屋さん HB-100

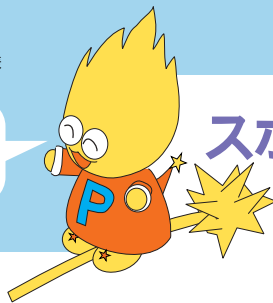
さらなるユーザーの拡大を期待したい

今後の接続先拡大のために、「プラネットにも一役買っていただきたい」という長田さん。「お取引先の中には、当社がプラネットに参加していることをご存じでない企業もあります。その橋渡し役になっていただければありがたいですね。まずは当サービスに参加するメーカーの拡大を、次は卸売業というように、徐々にユーザーを広げていただければと思います。」

「化粧品・日用品業界だけでなく、生活機器関連の企業への拡大を図っていただけると嬉しいです」と付け加える竹尾部長は、プラネットへの要望を次のように語った。

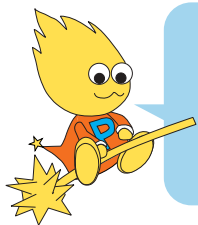
「現在、メーカー・卸売業の多くは独自に受発注システムをはじめとする各種システムを構築していますが、互換性がないために活用の幅が広がらない、という問題を抱えています。しかし、構築に多大なコストと時間をかけているため、簡単に既存のシステムを手放せないのが実情です。そんな各社の状況を汲んで、プラネットにはコストが安く、導入も簡単でかつ標準化された仕組みを提案していただきたいと思います。」

各社の業務の効率化に向けて、プラネットでは今後も引き続きシステムの標準化に注力する考えだ。



「すべての子どもたちにスポーツを」 スポーツの振興を通じて、 平和で健康な社会づくりに貢献

世界でも屈指の総合スポーツ用品メーカーとして、国内外から高い評価を受けているミズノ株式会社。品質の高い同社の製品は、さまざまなスポーツ分野で活躍するプロ選手からも認められ、愛用されています。今回は大阪本社に併設された「スポーツロジージャーリー」を訪ね、スポーツの歴史やスポーツ用品の移り変わり等を学びました。



スポーツ用品との関わりは、いつ、どんなところから始まったんですか？

当社の創業は1906年。創業者の水野利八と弟・利三が大阪市北区に「水野兄弟商会」という洋品店を開店したところからスタートしました。当初は靴下やシャツ、ハンカチなどを販売していましたが、野球が好きだった利八は、野球観戦を通じてスポーツ選手との親交を深めていきました。そんな彼らの要請で運動服をつくって販売したところ、これが大評判に。今のスポーツウェアの始まりとなりました。

「運動服だけではなく、野球のボールやバットも自分の店で作って売りたい」「もっと人々に野球を楽しんでもらいたい」と考えた利八は、数々の野球大会を企画。1911年には大阪実業団野球大会を、2年後には関西学生連合野球大会を相次いで開催しました。前者は今の都市対抗野球、後者は全国高校野球選手権大会の母体となっています。

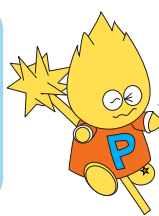
同時に、この頃から野球ボールやグラブの製造も開始しました。特にボールづくりにはこだわり、公平性を追求して、硬式野球で使うボールの規格化に力を注ぎました。このとき、バウンドの高さにも基準を設け、「4.12mの高さから大理石板に落とし、1.32～1.37mまで跳ね上がったもの」を公式

ボールとしました。（注：現在は基準が変更されています）以来、高校野球の試合球の規格は、周囲9～9.25インチ（22.9～23.5cm）、重さ5～5.25オンス（141.7～148.8g）となりました。

「最高の品質で球児たちに野球を楽しんでもらいたい」との利八の思いが今も引き継がれ、野球ボールの価格は長年据え置きとなっています。



吉川 暢子さん
広報宣伝部 大阪広報課



創業者の野球好きが商品の拡大へとつながったんですね。当時のヒット商品にはどんなものがありますか？

1918年から売り出したカッターシャツやポロシャツ、ボストンバッグなどは、若者を中心に大流行しました。メモ魔だった利八は常にメモ帳を携帯し、頭にひらめいたことはすべて書きとめていました。そんな中から次々とアイデア商品が誕生したんですね。ちなみに「カッターシャツ」というネーミングは、野球を観戦する人たちが「勝ったあ!」と喜ぶ声をヒントに生まれたそうです。

一方では、製造するスポーツ用品のアイテムも広がり、スキー用品、ゴルフ用品、水着などの販売も始めました。1923年にはさらなる会社の発展を願い、個人運営の店舗から「美津濃運動用品株式会社」へと組織変更しました（1942年に「美津濃株式会社」、1987年に現在の「ミズノ株式会社」に社名変更）。

翌1924年の第8回オリンピック・パリ大会では、日本選手が使う用品やウェアを初めて納品しました。そして1964年の第18回・東京大会では、聖火リレーランナーのユニフォームやシューズをはじめ、日本選手団の公式ウェアなど、20万点にもおよぶスポーツ用品を納品。この実績が認められ、以後の札幌、パルセロナ、シドニー、アテネ大会など、冬季オリンピックを含む数々の大会で当社の製品が採用されました。

これら当社のスポーツ用品の変遷を通し、幅広い世代にスポーツの歴史を学んでいただくとの目的で、1992年に開設したのが「スポーツロジージャーリー」です。1Fと3Fの2フロアで、過去から現在、そして未来のスポーツ用品、約300点を展示しています。



近未来の野球シーンを想定したコーナー



北京オリンピック
日本選手団のウェア



野球用具の歴史が一目でわかるように年代順に野球グラブ等を展示



これが北京オリンピックの
日本選手団のウェアですか!?
赤と白の日の丸カラーを
基調にしたデザインですね!

ええ、これは、日本選手がメダルを獲得し表彰台に立つときに着用するウェアです。ギャラリーの一角では、過去のオリンピック日本代表のウェアも展示しています。

1F中央は、当社の主力商品、野球関連製品の展示コーナーです。イチロー選手や松井選手など、プロ野球の現役トップ選手たちが使用しているグラブや、バットもあるんですよ。いずれも、選手の好みやポジション、バッティングスタイルによって形状や素材が違ってきます。

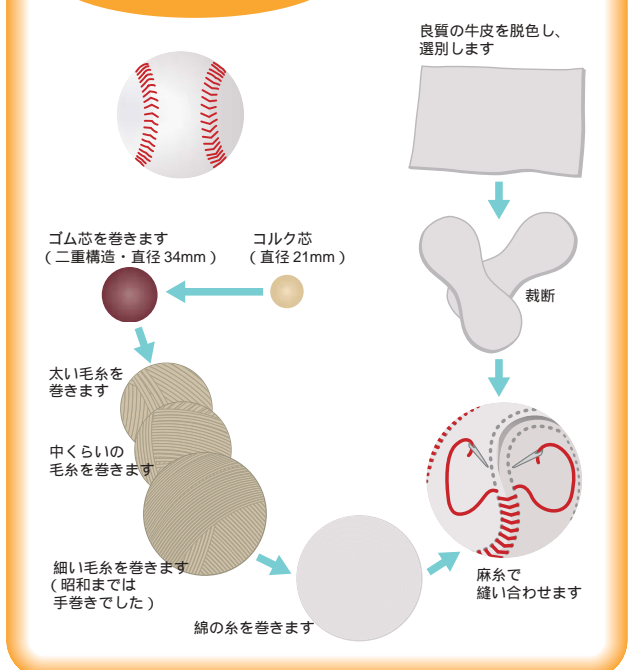
バット材としては、アオダモやメイプルなどが主流ですが、木には一本一本個性があるため、それぞれの選手の好む木は異なります。選手が求めるバットをつくるために、職人は木の個性を見極めるところからスタートします。その後の製造工程は、ギャラリー内のビデオで詳しくご紹介しています。このほか、ボールやグラブの製造工程もご覧になれますよ。

ラブ担当の坪田は今年の3月末をもって退職しましたが、マリナーズ・イチロー選手、ヤンキース・松井選手のバットを手掛ける久保田は、後進の育成にもあたっています。

では3Fへ。入口では、未来型の野球のバットやグラブ、スパイクのプロトモデルの展示のほか、近未来の野球シーンを映像でご紹介しています。このほか、ゴルフ、テニス、水泳、陸上等々、競技別の最新アイテムも多数展示しており、幅広い年齢層のお客様に楽しんでいただけるギャラリーとなっています。開館時間は平日10時から6時、入場料は無料ですから、夏休みにはぜひご家族でお越しください。

当社では「より良いスポーツ品とスポーツの振興を通じて社会に貢献する」を理念に100余年にわたり活動を続けてまいりました。今後も未来を担う子どもたちのために、スポーツを通して夢と感動を提供していきたいと思えます。

硬式野球ボールの製造工程



うわー!!
いずれも緻密で精巧な作業ですね。
まさに職人技!
こうやってひとつずつ
手作業でつくられているんだ!

はい。野球ボールの最終工程である縫製は、今も手作業で行っています。牛革も1頭ずつ性質が異なります。規格に合わせるためには伸びすぎても収縮しすぎてもだめ。最後は熟練工の感覚に頼るところが大きいのです。

バットとグラブづくりに関しては、国から「現代の名工」と認定された名人(マイスター)を2名輩出しています。グ

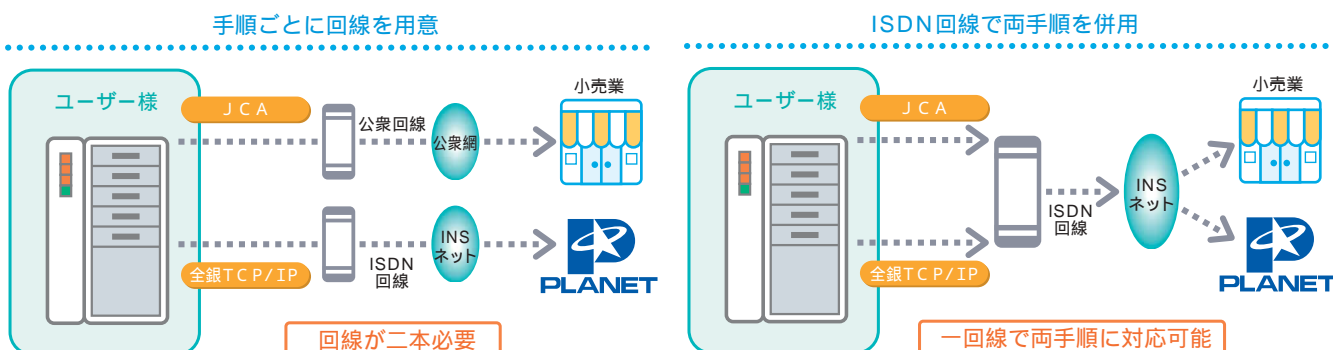
基幹EDI・資材EDIサービスでのJCA・全銀手順サポート終了 EOS通信にJCA手順が必要なら、 「手順併用」という選択肢も

ほとんどの通信機器メーカーがベーシック系通信手順のモデム・TAの製造または販売を終了していることを受け、かねてからのご案内の通り、プラネットは基幹EDI・資材EDI両サービスにおけるJCA手順・全銀手順のサポートを本年12月末にて終了致します。

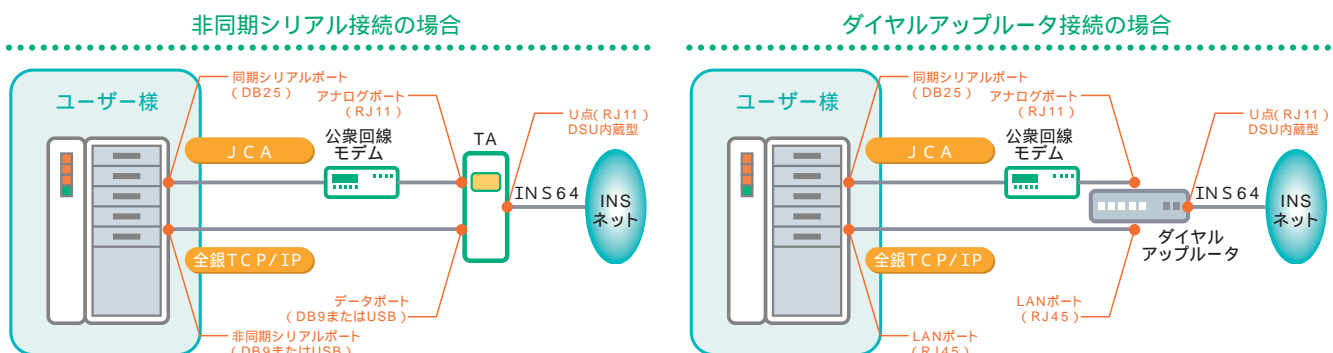
そのため、両手順をお使いのお客様には全銀TCP/IPへの切り替えをお願いしておりますが、お取引先とのEOS通信にJCA手順が必要であり、全銀TCP/IP移行のためだけの回線増設は難しい、というお客様もいらっしゃるかと思います。

このような課題の解決策として、ISDN回線で全銀TCP/IPとJCA手順を併用できる通信設定をご紹介します。通信機器の構成が複雑にはなりますが、両手順向けに個別に回線を引くよりは低コストで済む場合もありますので、通信切り替え時の選択肢の一つとしてご検討ください。

JCA・全銀TCP/IP手順併用方法の比較



ISDN回線で両手順を併用する場合の機器構成・設定



！ 重要なお知らせ

ISDN回線でのJCA・全銀TCP/IP手順併用はすべての通信ソフトが対応している設定ではなく、通信機器の相性によっては接続できない可能性もありますので、事前に通信ソフトベンダー様にご確認のうえ、十分なテストをお願い致します。

通信手順の切り替えに関してご不明な点がありましたら、お気軽にお問合せください。

お問い合わせ先：情報技術本部 ネットワーク管理部
 Tel:03-5444-0812 e-mail:syskan@planet-van.co.jp

2008年秋の新商品登録状況 - 期限までに55社が登録 -

今年秋の新商品につきましては、6月13日(金)を目標期限として商品データベースへのご登録をメーカー各社にお願いし、55社から期限までにご登録いただきました。55社の内訳は下記の通りですので、棚割や商品マスタなどの貴社業務に是非ご活用ください。

お問い合わせ先：コールセンター
Tel:03-5444-0811 e-mail:sc@planet-van.co.jp

登録目標期限内にご登録いただいたメーカー一覧(五十音順)

(株)犬印本舗	相模ゴム工業(株)	象印ペビー(株)	日本ロレアル(株)	ホーユー(株)
(株)ウェ・ルコ	サラヤ(株)	大王製紙(株)	(株)バイソン	P&Gマックスファクター合同会社
エステー(株)	(株)サンコー	(株)ダリヤ	パイロットインキ(株)	(株)マンダム
花王(株)	ジェクス(株)	ツムラライフサイエンス(株)	(株)白元	(株)桃谷順天館
キャドバリー・ジャパン(株)	(株)資生堂	(株)テルコーポレーション	(株)B & Cラボラトリーズ	(株)柳屋本店
牛乳石鹸共進社(株)	シック・ジャパン(株)	常盤薬品工業(株)	(株)p d c	ユースキン製薬(株)
紀陽除虫菊(株)	(株)ジャックス	中山式産業(株)	(株)ファンケル	(株)友和
クラシエフーズ販売(株)	シャボン玉石けん(株)	(株)ナリスアップコスメティックス	フマキラー(株)	ユニ・チャーム(株)
クラシエホームプロダクツ(株)	ジュジュ化粧品(株)	日本製紙クレシア(株)	プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン(株)	ユニリーバ・ジャパン(株)
(株)幸和製作所	シュワルツコフ ヘンケル(株)	日本ランウエル(株)	平和メディク(株)	ライオン(株)
コスメテックスローランド(株)	ジョンソン・エンド・ジョンソン(株)	日本パフ(株)	ベットライン(株)	ローヤル(株)

Web受発注サービス発注機能リニューアルのご案内

2000年の稼働開始以降、多くの卸売業ご担当者様にご利用いただいておりますWeb受発注サービス発注機能は、お客様からのご要望や国際標準コードへの対応、更なるセキュリティの強化などを旨とし、下記日程にてリニューアルを実施致します。

1 リニューアル日時

2008年9月15日(月)午前1:00より、新画面に切り替わります。
なお、リニューアル作業は下記のサービス停止時間帯に実施します。

9月14日(日)17:00 ~ 9月15日(月)午前1:00

2 新画面テスト期間

今回のリニューアルに先立って、8月中旬から9月中旬まで新画面の操作性を事前に試せる練習環境を用意致します。詳細につきましては事前に別途ご案内申し上げます。

3 リニューアルに伴う変更点、機能追加

(1)推奨環境の変更

マイクロソフト社が現在サポートしている下記環境を推奨致します。

OS : Windows2000 / 2003 / XP / Vista (追加)

Webブラウザ : Microsoft Internet Explorer(IE)

6.0、7.0 (追加)

上記以外のバージョンはマイクロソフトのサポートが終了しておりますので、この機にアップグレードをご検討下さい。

(2)ご要望機能の追加

商品名(漢字)、お気に入り台帳機能、アイテム備考欄の追加
お届け先マスタメンテナンス、台帳編集の簡便化

(3)利便性の向上

画面デザイン、お届け条件選択方法、商品検索発注検索条件の変更
発注確認画面への「発注登録を続ける」ボタン追加

(4)その他

セキュリティ強化
発注内容確認メールアドレス
指定方法の変更
国際標準コードへの対応
(GTIN, GLN)



発注台帳編集画面

お問い合わせ先：情報技術本部 ネットワーク企画部
Tel:03-5444-0811 e-mail:kikaku@planet-van.co.jp

Human Network

メーカー



佐藤 宏彦さん
株式会社アラミック
常務取締役

環境教育

6年生の娘が、日常生活の中で「もったいない」をやたら言います。最初は単なるケチな子供と思っていたのですが、最近理由がわかりました。どうやら小学校で環境教育なるものが行われているようなのです。そうした教育は子供には受け入れられやすらしく、ゴミの分別、水や電気の使い方等、結構うるさい生意気な小学生になっています。10年後が楽しみでもあり、怖いです。

最先端

弊社は様々な業態での商流を経験させてもらっています。つくづく感じるのは、日用雑貨業界の仕組というのは、遅れているようで最先端であるということです。ここでいう最先端とは、技術的なことではなく、あくまでもノウハウの部分です。プラネットのシステムは本当の意味での最先端であると考えています。これからしっかりと活用させていただきます。

小売業



山本 裕二さん
有限会社慶愛堂
代表取締役

趣味は？

今、「彼方の趣味は？」と聞かれるとふと悩む。若い時はライブハウスや演劇鑑賞にも足繁く通ったし、釣りや山歩きも楽しんだ。さて今は.....、そうそう、彼女がいた！ 小学校の入学式で私の三列前で澄まし顔していた少女。今では、我が家でニュースのコメントを肴に一杯呑む、よき相棒「女房殿」おじさんの域に達しつつある私の趣味は、これかもしれない、何にせよ夫婦円満は善き事、善き事。

商売も同じ事

父の創業から61年、地域密着型の小売業を継続させる事は容易ではない経済環境になってきた。商売もまた夫婦同様、情報・問題意識の共有、意見・意思の疎通と言う社会性を常に心におくべきだろう。プラネットが消費者と向き合う小売業に、活かした情報・活かされる情報を発信し続け、頑張る小売業のよき相棒であり続ける事を願っている。

表紙の写真



株式会社バルタックKS
関東支社 総務部 部長
佐藤 由雄さん

「夏富士とくじら雲」

この日は梅雨も明けて、「赤富士」をねらいに山中湖に出かけました。ひとまず撮り終わると、刻々と変わる雲に遭遇することができました。「吊るし雲」と言われる雲です。夏空に浮かぶ「くじら雲」に似ていませんか？
いつ出掛けても、同じ富士山に出会えるとは限りませんが、思わぬ情景に会う事が出来るのも富士山を撮り続ける魅力でしょうか。時を忘れてシャッターを切ったこの日でした。

障害対応訓練実施のお知らせ

プラネットは事業継続計画（BCP）の取り組みの一環として、大規模な障害対応訓練を今年も実施致します。

< 訓練の対象 >

全EDIサービス（基幹EDI、資材EDI、SMOOTHEDI、Web受発注サービス）

< 主な訓練内容 >

障害発生時におけるユーザーご担当者への一斉同報FAXの作動確認、影響範囲の調査、および復旧手順の確認。

今年は、一部サービスにおいてバックアップシステムを利用した訓練も予定しています。

< 実施日程 >

8月下旬
詳細につきましては、改めてご案内致します。

「プラネットユーザー会2008」開催概要のお知らせ

今秋開催の「プラネットユーザー会2008」の日程と会場が下記の通り決定しました。

東京会場：11月12日(水) 午後
大手町サンケイプラザ（東京都千代田区）

大阪会場：11月19日(水) 午後
ホテル阪神（大阪市福島区）

詳細につきましては、改めてご案内致します。

基幹EDI (社数)

各サービスのご利用状況 (2008年5月末現在)

データ種	メーカー 335	卸売業 484
発注	278	238
仕入	272	244
販売	121	229
請求照合	112	124
請求鑑	23	88
在庫	28	78
Web受発注	29	210

資材EDI (社数)

	メーカー	サプライヤー
資材EDI	5	177
Web資材EDI	3	136

商品DB登録状況

	メーカー社数	アイテム数
商品DB	373	49,605
棚割商品DB	484	61,123

業界イントラネット

	メーカー	卸売業
商品DB	1,021	668
取引先DB	269	521
Web運用照会	252	481

バイヤーズネット

	メーカー	卸売業	小売業
バイヤーズネット	955	377	332

注：商品データベースの登録アイテム数は6月に5万アイテムを超えました。

かもめ通信

営業本部 ユーザーIT支援室 杉岡 秀生

夏になると思い出す地獄の日々...学生時代から始めたアメリカンフットボール。溶けてしまいそうな猛暑の中、背筋が凍るような練習メニュー。コーチの怒声に「お前もやってみよ！」と心の中で叫び、半べそを掻きながら、リーグ優勝を目指して必死に練習したのを昨日のように思い出します。

アメフトに出会い、10年。アメフトに魅せられ、今でも学生のように仲間と一緒にグラウンドを走り回っています。年齢的な限界を感じながら、落ちにくくなった脂肪に失望しつつ、楽しく激しく元気よく、アメフトをエンジョイしています。

怪我した回数、数十回。担架で運ばれた回数、2回。気を失った回数、1回。増えた体重、20kg。破れたLサイズのトランクス、3枚。青春を謳歌した時間、ブライスレス！ Noアメフト NoLife！

さて、プラネットの商品データベースもサービス開始から10年半が経ち、登録アイテム数も皆様の協力のお陰で、5万アイテムを超えました。商品データベースには限界がございません。6万、7万とアイテム数が増えるよう、今後も素早く正確な商品の登録とリニューアル時のメンテナンスをお願いいたします。No商品登録 No業務効率化！

PLANET van van 79

第79号 2008年7月

発行 / 株式会社プラネット
〒108-0022 東京都港区海岸3-26-1 パーク芝浦12階
TEL 03-5444-0811
発行人 / 玉生弘昌
編集協力 / 株式会社碓書房
タイトルデザイン / 板垣千惠
印刷 / 株式会社太平印刷社

