

プラネットヴァンヴァン

PLANET

10月からOTC医薬品業界の
「セルフメディケーション・データベース」の運用を開始

大規模災害に備え、業界規模のEDI障害対応訓練を実施

THE WHOLESALER【商品マスタ登録支援サービス導入事例】

中央物産株式会社

プラネット太くんのおじゃましまーす

パール金属株式会社

2008・AUTUMN

80.....

van van



10月からOTC医薬品業界の「セルフメディケーション・データベース」の運用を開始

医薬品業界における 改正薬事法への対応として

2009年6月に全面施行が予定されている改正薬事法により、薬局・薬店等で販売されるOTC医薬品(一般用医薬品)のうち、OTC医薬品として使用経験が少ないものや、副作用、相互作用などの項目で安全性上、特に注意を要する第一類医薬品は、消費者が購入する際に書面での説明が義務付けられることとなった。

これを受けて日本チェーンドラッグストア協会(JACDS)では、店頭でのスムーズな情報提供につなげるために、説明文書を配信する仕組みづくりについて検討を重ねた結果、医薬品の説明文書データベースの開発・運用を、商品データベースで実績を持つプラネットに依頼することになった。同協会が2006年以来検討を進めているEDIの標準化にもデータベースは欠かせないが、プラネットは日用品、化粧品、ペットフード・用品など5万以上のアイテムが登録されている商品データベースを保有し、幅広いユーザーに有効活用されていることが決め手となった。

一方、OTC医薬品業界の商品データベースとしてはJSM-DBCが運営する「セルフメディケーション・データベース」(JSM-DB、2000年よりサービス開始)があり、OTC医薬品の流通EDI情報(受発注や納品連絡などの際に必要な商品マスタの情報)や添付文書の収集・管理を行っているほか、登録内容を活用して日本OTC医薬品協会のホームページ上でOTC医薬品の検索サービス「おくすり検索」を提供しており、このOTC医薬品に関する商品情報や添付文書は、業界関係者のみならず生活者も含めた幅広い層で活用されている。

そこへ浮上したのが改正薬事法への対応ならびにドラッグストア業界での流通システム標準化への動きだった。説明文書の効率的な収集と提供はJSM-DBCにとっても重要課題であり、内部でさまざまな検討がなされた。

「ここで注目したのがプラネットの商品データベースでした。運用実績のあるプラネットと組めば、JSM-DBの活用も促進されと考え、我々が保有しているシステムをプラネットの商品データベースと統合することを決定しました」(室伏専務理事)。既に複数のOTC医薬品メーカーがプラネット商品データベースに登録していることや、JACDSが進めるドラッグストア業界としてのEDI標準化を考えた際に、メーカー・卸売

業間のEDIでプラネットが実績を持っていることも、システム統合に向けての追い風となった。

説明文書、添付文書の データ統合は年度内に

これにより、JSM-DBの運用・管理業務はプラネットへ引継がれ、9月末をもって全面移管が完了した。当然ながら、「おくすり検索」システムの運用・管理業務もプラネットが担うことになった。

「プラネットと統合するために登録項目を見直し、カテゴリー分類の整備も行ったため、より使いやすくなりました」と室伏専務理事。

移管後もOTC医薬品メーカーの商品情報や添付文書はJSM-DBに登録されるが、登録システムはプラネット商品データベースと同じ方式になる。

プラネットでは並行してJACDSから依頼を受けた医薬品説明文書データベースの開発・整備を進め、年内にJSM-DBと統合させ、2009年6月の本番稼働を目指していく。医薬品説明文書データベースが稼働することで、小売業は次のようなメリットを得られる。

必要に応じて店舗の端末から説明文書データをダウンロードし、閲覧できる、店舗で説明文書を保管する必要がない、データベースの更新情報を利用することにより、説明文書データの差し換えや履歴管理の際にミスを防止できる、店舗では消費者への説明を効率的に行える。

なお、店頭で説明文書を取り出すシステムについては、レジ端末等を提供している業者がプラネット仕様に基づいて開発提供する予定である。

「必要な情報が1つのデータベースに集約され、それを製・配・販で共有するという意識が芽生えることは、我々の業界にとって大きなプラスです。これを機に、これまでなかなか進まなかったデータの活用も促進されるでしょう」(室伏専務理事)。

OTC医薬品業界の 流通システム標準化促進に期待

「OTC医薬品業界にとっては、これからが第2ステップだと思います」とは松本事務局長。「第1ステップは、業界共通の

プラネット商品データベースとの統合を図る

改正薬事法に備え、OTC医薬品業界のメーカー・卸売業・小売業や業界団体で構成される「セルフメディケーション・データベースセンター（JSM-DBC）」の運用・管理業務が、2008年10月1日よりプラネットに全面移管された。将来は、プラネット商品データベースとOTC医薬品のデータベースが統合され、医薬品の情報もプラネットに集約されることが計画されている。移管に至った経緯や今後のスケジュール、統合のメリットについて、同センターに携わる御三方にお聞きした。



大城 直樹さん
日本OTC医薬品協会
事業推進部長
セルフメディケーション・
データベース運営委員会
委員長



室伏 義之さん
セルフメディケーション・
データベースセンター
専務理事



松本 正樹さん
セルフメディケーション・
データベースセンター
事務局長
(9月30日に退任されました)

インフラ構築の必要性を関係者に理解していただくことでしたが、おかげさまで流通EDIを支えるJSM-DBが整備され、業界に浸透してきました。しかし、活用度合いや正確性・網羅性にはまだ課題がありました。今回の取り組みは、インフラを本格的に活用する次のステップですので、期待も高まります。」

御三方にプラネットへの要望について伺った。

「現在はOTC医薬品と日用品の垣根がどんどん低くなり、ドラッグストアで扱う商材も日用品や化粧品が大きなウェイトを占めるなど、状況が変わってきました。そうした中で業務の効率化やコスト削減を図るには標準化されたデータベースとその有効活用が必要ですから、この分野で先行している日用品・化粧品業界に学ぶことは多々あると思います。その意味で、両業界の流通システムをリードしてきたプラネットには大いに期待しています。ただ、運用・管理で気をつけていただきたいことが2つあります。1つは、医薬品が人の命に関わる商品であるという認識を持ち、情報の管理・提供には慎重に対応いただきたい、ということ。2つ目は、これまでのデータの品質を維持しつつ、より効率的な運営に努め

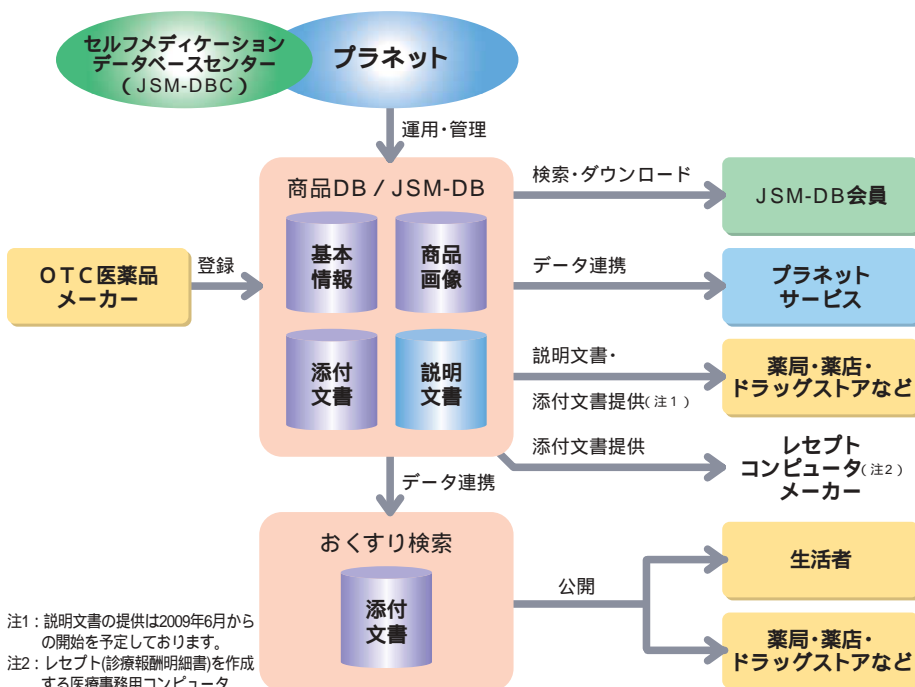
ていただきたいということです」（室伏専務理事）。

「今回の取り組みはJACDSが中心となって行っているため、物事はスムーズに運ぶと思います。プラネットの組織力とこれまでのノウハウを運用に生かして、OTC医薬品業界の流通システム標準化が促進されることを期待しています」（大城部長）。

「卸売業はフルライン化に力を入れており、一方では小売業の本部も卸売業並みの機能を備えつつあります。こうした動きに対応するための大前提は、メーカーの商品情報を一元化する、標準化されたデータベースが存在すること。プラネット商品データベースはこの前提に合致するデータベースですから、登録された情報をうまく活用することで、OTC医薬品業界は大きなメリットを得られると思います。説明文書や添付文書のデータベースは広範囲で活用される、社会性が高いものですので、しっかり管理していただくようお願いいたします」（松本事務局長）。

製・配・販がそれぞれの役割を果し、より進化したデータベースに

10月以降のセルフメディケーション・データベース（JSM-DB）の概念図



一方、OTC医薬品業界に対するお願いとして、室伏専務理事はこう語った。「充実したデータベースにするためには、JSM-DB設立時の原点に立ち返って、製・配・販それぞれが自分の役割を改めて認識する必要があります。メーカーは商品登録の推進を、卸売業は小売業への活用啓蒙を、そして小売業はメーカーへの商品登録依頼や生活者へのPRを行う。これらを実践することで、より良いデータベースへ進化していくと思います。」

プラネットではドラッグストア業界とOTC医薬品業界の期待に応えるべく、まず実証実験を成功させて来春からスタートする説明文書提供への備えを万全にし、さらに既存の商品データベースとの相乗効果によって、両業界の業務効率化を実現する仕組みの構築を目指す考えだ。

大規模災害に備え、業界規模のEDI 障害対応訓練を実施

新たにEDIバックアップシステムへの
切り替え訓練を開始

プラネットはEDIネットワークに大規模な障害が発生した場合を想定し、2006年からEDIサービスをお使いのユーザー様を対象とした年一度の障害対応訓練を実施しており、今年8月26日に行いました。第3回目となる今回は従来の内容に加え、この度新設されたEDIバックアップシステムへの切り替え訓練も実施されるなど、内容が一段と充実。EDIサービスにおける安全化対策は、ますます強化されています。

事業継続性向上への 取り組みの一環として

プラネットのEDIサービスは、日用品・化粧品、家庭紙・介護用品、ペットフード・用品、理美容、大衆薬などのメーカー、卸売業および資材サプライヤー約1,000社で利用されており、毎月平均1億レコード以上もの大規模な通信が行われています。

(注：1レコードはおよそ伝票1行に相当します)

こうした現状をふまえ、プラネットは消費財流通業界になくてはならない産業規模の情報インフラストラクチャーとして、万全な事業継続を行うという観点から、BCP(Business Continuity Planの略、「事業継続計画」の意)活動に積極的に取り組んでいます。特に危機管理についてはインフラの責務と捉え、EDIサーバーの二重化をはじめ、データ保護のための設備投資を積極的に行うなど、さまざまな安全化対策を講じています。

具体的なBCP活動としては、2006年から障害発生時の連絡訓練として各ユーザー企業の緊急時連絡先ご担当者宛にFAXでの一斉送信を実施しているほか、2007年にはシステム対策として、首都圏センターにあるEDIサーバーのマスターデータなどのバックアップデータを大阪センターに保管。併せて、代替サーバーにおけるEDIシステムの再構築訓練も実施してきました。さらに今年8月には、首都圏で発生した大規模災害等による首都圏センター機能不全を想定し、大阪センターにEDIバックアップシステムを常設。これにより、メーカー・卸売業間取引の要となる発注データ・仕入データの2データ種についてはバックアップ体制が整いました。

ちなみに現在の首都圏センターで



宮本 考二
株式会社プラネット
情報技術本部
情報システム部
チーフプランナー



大槻 洋平
株式会社プラネット
情報技術本部
ネットワーク管理部

は、EDIサーバーが常時2台稼働。1台が何らかの障害で停止した場合、待機中のもう1台にすぐ切り替えるというホットスタンバイ体制の二重安全構造になっています。これに加え、新たに設置された大阪センターのバックアップシステムにより、三重の安全構造となりました。流通関連の通信サービスでは初の三重化対応となります。

今年の障害訓練はこうした環境下で実施され、訓練内容にEDIバックアップシステムへの接続切り替えが加わりました。

障害対応訓練に先立ち、7月30日にはユーザー様を対象とする「EDIバックアップシステムへの切り替え訓練説明会」を開催し、プラネットのBCPへの取り組みや、障害対応訓練およびEDIバックアップシステムの概要、訓練手順等について説明しました。

初の試みとなる当訓練は、万一の場合の切り替え手順をユーザー様に実際にご確認いただくこと、そして課題の把握の二点を目的として実施しました。

EDIバックアップシステムの 概要

大規模災害等によって既存のEDIシステムが機能しなくなった場合にEDIバックアップシステムは稼働します。当システムの対象となるサービスはSMOOTHEDIと基幹EDI、対象の通信手順はAS2と全銀TCP/IP、対象データは発注データと仕入データの2種類です(2008年8月現在)。ご利用にあたっての留意事項として、以下の3つが挙げられます。

災害発生時にEDIバックアップシステムが利用可能となるまでの所要時間は3時間以内(早ければ1時間以内)ユーザー様側で接続先をEDIバックアップシステムに切り替える作業が必要
本番環境の未受信データは、EDIバックアップシステムへの再送が必要

2つの内容で 障害訓練を実施

以上の流れを踏まえ、8月26日に通算で3回目となる障害対応訓練を実施しました。

当日スケジュール表示案

当日は 全ユーザー様を対象とする従来の訓練(緊急連絡手段の作動確認、FAX送信先の妥当性確認)と、

希望ユーザー様を対象とするEDIバックアップシステムへの切り替え訓練の2つが実施され、のEDIバックアップシステムへの切り替え訓練には、ユーザー様24社(メーカー17社、卸売業7社:詳細は当ページ下部をご覧ください)が参加されました。当日のスケジュールは右記の通りです。

一日にわたる訓練の結果、EDIバックアップシステムへの切り替えはスムーズに行われ、既存のEDIシステムと同様に問題なく利用できることが確認されました。

訓練とバックアップシステムのさらなる充実を目指して

プラネットでは引き続き、消費財流通業界の情報インフラとして業界全体の事業継続基盤として機能することを目指します。訓練終了時には、切り替え訓練に参加されたユーザー様にアンケートを実施。ここで寄せられたご意見・ご感想に基づいて訓練内容およびシステムの評価・見直しを行い、今後の改善に反映させていきます。

なお、今回の切り替え訓練に参加できなかったユーザー様向けに、年内に再度EDIバックアップシステムへの接続テストを実施する予定です。

さらに、EDIバックアップシステムの対象となるサービスやデータ種類の拡充に努めるなど、業界のためにより充実した安全化対策をこれからも追求していきます。

EDIバックアップシステムへの切り替え訓練参加ユーザー様 (敬称略、五十音順)

メーカー(17社)

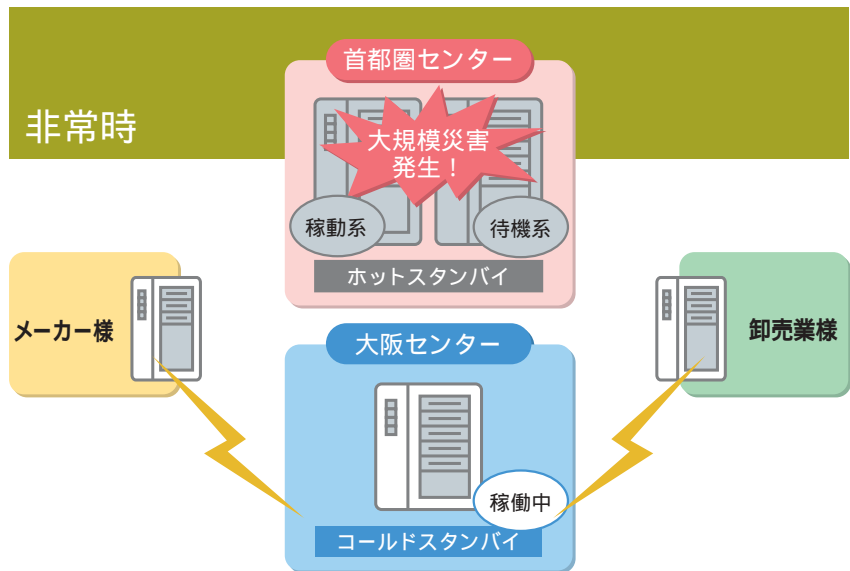
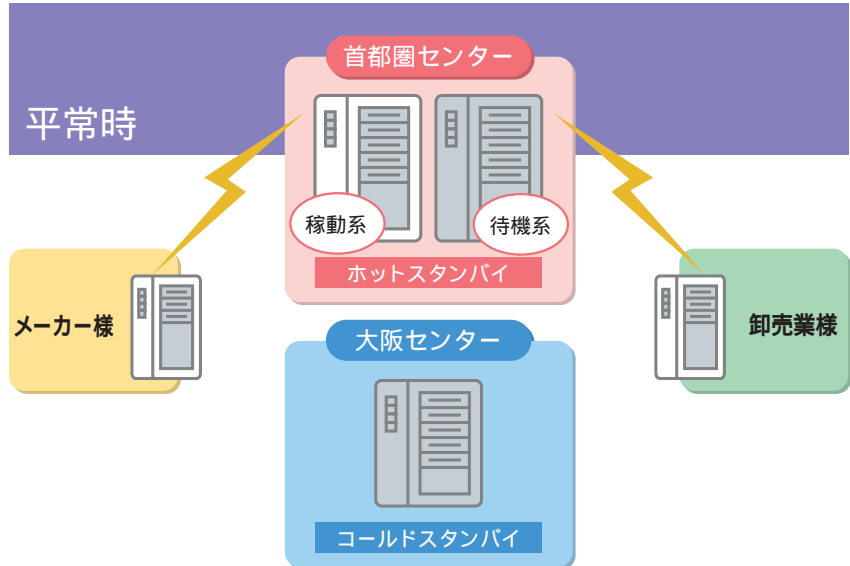
アース製薬(株)、エステー(株)、FDK(株)、カルビー(株)、牛乳石鹸共進社(株)、サンスター(株)、ソニーマーケティング(株)、玉川衛材(株)、(株)ディーエイチシー、テルモ(株)、日清紡績(株)、日本ベッフード(株)、不二ラックス(株)、ポシュロム・ジャパン(株)、ユニ・チャーム(株)、ライオン(株)、ロート製薬(株)

卸売業(7社)

(株)大木、中央物産(株)、(株)チューチク、(株)東京堂、トーショー(株)、(株)バルタックKS、(株)リードヘルスケア

- 午前9時 / 障害発生(想定)
- 全ユーザー様へ同報FAXを送信して緊急連絡先を確認、EDIバックアップシステムを立ち上げ
- 正午 / EDIバックアップシステム稼働開始
- 対象ユーザー様へメールにて稼働開始を連絡
- 午後1時 / EDIバックアップシステム切り替え訓練開始
- 対象ユーザー様各社が切り替え作業を実施 訓練パターンは次の2種類のいずれかを選択
- テスト用データのプラネットへの送信と、プラネットからの受信
- 卸売業からの発注データ送信、バックアップシステムでのデータ振り分けと、メーカーによる発注データ受信
- 午後5時 / 訓練終了
- 対象ユーザー様へメールにて切り替え訓練の終了を連絡

EDIバックアップシステムの概念図



参加企業様の声

メーカー

荒井 操子さん

ポシュロム・ジャパン株式会社 I M & T 部

サーバーの設定で不明な点があり、バックアップシステムへの接続に手間取りました。予想外に時間がかかりましたが、障害発生時の設定作業が不要になったと考えれば、良い機会でした。

なお、バックアップシステムに関しても通常環境と同様に、Web画面で運用照会ができるかと助かります。

卸売業

永沼 朋秀さん

株式会社リードヘルスケアシステム部 システム課 主任

バックアップシステムには問題なく接続できました。今後の要望としては、バックアップシステムでのWeb運用照会機能のほか、再送信時の漏れやダブリを防ぐために、障害前の相手先受信状況が確認できる仕組みがほしいですね。

また、対象を販売・在庫データまで拡大いただければと思います。

THE WHOLESALE

【商品マスタ登録支援サービス導入事例】

自社の商品マスタ登録業務効率化に加えて、仕入先の業務負荷も軽減

中央物産株式会社

本社：〒107-8545 東京都港区南青山2-5-17 6F
http://www.chuo-bussan.co.jp/

サプライチェーンにおける全体最適を見据えた「カテゴリー・コントラクター」を目指す中央物産株式会社では、商品マスタ登録業務の効率化や自社マスタの精度アップを図るべく、2007年7月から商品マスタ登録支援サービスを活用している。同社の福島部長と小杉マネージャーに同サービス活用のメリットや現在の課題、今後の展開などを伺った。

メーカーと卸売業、双方のメリットを考えて

同社では、商品マスタの登録・管理はMD部門の業務であり、MD統括部が、商品マスタの登録と登録されたマスタ関連の維持・管理を担当している。

これまでの登録申請は、独自のExcelフォーマットを使用し、メーカーの営業担当者が必要事項を入力し、MD統括部の担当者へメールで送信、

MD統括部の担当者が受け取ったデータの内容をチェックした後にプリントアウト、出力内容に基づき、手入力自社マスタに登録、という手順で行われていた。

「正確な情報さえ入手できれば、マスタ登録はスムーズに行える環境にありましたが、メーカー様から入手したデータ中の不備を再確認する業務が発生したり、当社マスタ登録時の入力ミス、手入力に要する時間が膨大など、いくつかの問題点がありました。また、MD統括部の担当者

が出張等で不在のときは、メーカー様から送られたデータがそのまま保留されてしまうことも問題でした」（小杉マネージャー）

そこで注目したのが、プラネットの商品マスタ登録支援サービスだった。マスタ項目を変更することなく、従来通り申請を受け付けることができ、申請情報の精度が上がり、マスタ登録完了までの所要時間が短縮される等のメリットに加え、メーカーの営業担当者も商品マスタ登録に費やす手間を軽減でき、余った時間を商談に回すことができるなど、双方にとって有益なサービスであると判断し、2007年春に導入を決定した。

導入に際しては、商品マスタ登録支援サービスで作成されるマスタ情報を社内の基幹システムに取り込めるように改修する必要があったため、MD部門とシステム部門が連携して作業を進めた。

「部分的な改修でしたので、大きなトラブルもなくスムーズに導入できました。以前からプラネットさんと頻りに情報交換していたことも、スムーズに導入できた要因だと思います」（福島部長）

同年6月には仕入先メーカー85社を対象に操作説明会を開催して周知を図り、翌7月に同社と仕入先向けの「MDsite」をバイヤーズネット上に設置し、仕入先からのマスタ申請（新規・変更・廃番）の受け付けと、申請された商品マスタ情報の内容確認および自社情報の登録、責任者の承認

までをカバーする「ワークフロータイプ」の利用を開始した。

登録業務が軽減され、自社マスタの精度もアップ!

2008年8月末現在で、73社・144名の各メーカー担当者が「MDsite」経由で商品マスタ申請を行っており、同社では次のようなメリットを感じている。

申請された商品情報のチェック負荷が軽減され、自社マスタの精度がアップした。自社マスタへの手入力業務が削減された。バイヤーズネットの活用により、メーカーの営業担当者とMD部門（東京・静岡）での情報共有が可能になった。なかでも便利なのは、自社の項目に沿った情報収集ができることだという。

一方、メーカーのメリットとしては、商品データベースに新商品の基本情報が正しく登録されていれば、マスタ情報作成の際に担当MDや商品分類などの同社独自項目と納価などの取引情報だけを入力すればよく、商品マスタ申請業務の負荷が軽減されたこと、申請の進捗状況を画面で確認できることなどがある。

とはいえ、課題もある。ひとつは「MDsite」利用IDの管理だ。

「現在「MDsite」の利用は商品マスタ登録支援サービスが主ですが今後は他の機能を使用してメーカー様への情報配信を予定しています。配信情報の内容により配信者の選択が必要となります。しかしながらメーカー様営業ご担当者は頻りに異動さ

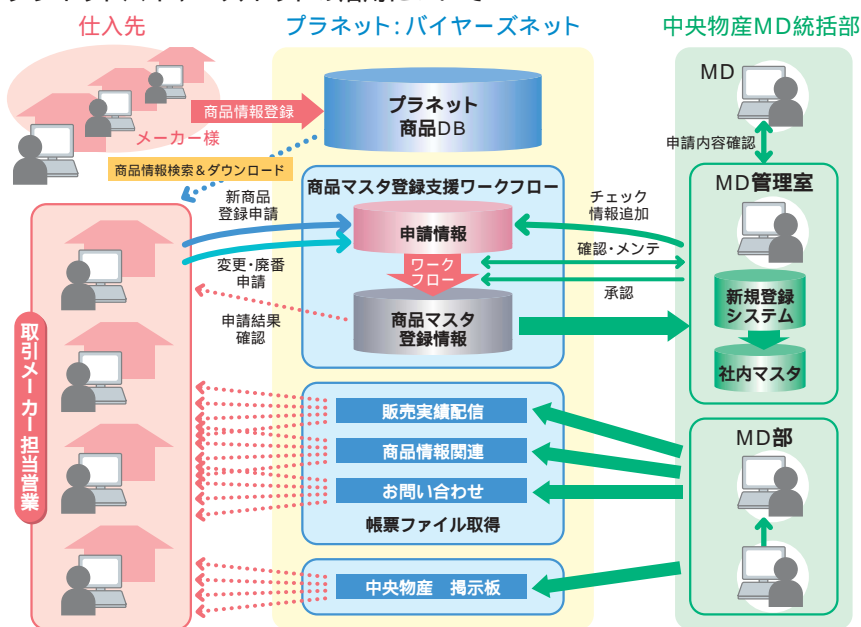


福島 通博さん
MD統括部
MD第一部長



小杉 晃さん
MD統括部
MD管理室マネージャー

プラネットバイヤーズネットの活用について



「MDsite」トップ画面

ん。プラネットのEDIサービスを利用してなくても、商品データベースや商品マスタ登録支援サービスは無料で利用できるわけですから、さらなる啓蒙活動をお願いしたいと思います。そうすれば、商品データベースに登録される商品アイテムも増え、卸売業もより使いやすくなると共にメーカー様の新商品申請業務の軽減にも繋がります」(小杉マネージャー)

「情報の標準化、一元化、共有化の重要性は、皆さん理解されていると思います。当サービスのメリットをもっと大々的にアピールすれば、ユーザーも拡大すると思います」(福島部長)

同社では第2ステップとして、随時、お取引メーカー様との間での商品マスタ登録支援サービスの利用開始、そしてファイル振分機能や掲示板の本格活用を進めるという。ファイル振分機能を使って、これまで個別にメール送信していた商品情報等を一括送信するほか、取引先に対するお知らせ等は、掲示板にまとめて掲載する予定だ。

ユーザーの声

石崎 幸治さん

貝印株式会社 国内営業本部
リージョナルグループ美粧東京本店
セールスマネージャー

商品名の字数制限では少し苦労をしていますが、以前のExcelフォーマットに比べて入力作業が減りましたので、商品マスタの申請業務は楽になりましたね。

さらなる効率化のため、商品マスタに必要な項目がもれなく商品データベースに登録されるよう、プラネットから各メーカーへのアプローチをお願いしたいと思います。

れるケースがあり、その都度、情報公開内容の確認とID管理を行わなければならないかもしれませんが、このID管理の精度が今後の潤沢な「MDsite」運用のカギとなります」(小杉マネージャー)

このほか、メーカー様へのお願い事項として、「春と秋の新商品登録時には1,500から2,000近いSKUのマスタ登録を行いますので、混乱を避けるためにも、商品情報が確定した時点で随時データを送信していただけたらありがたい」営業ご担当者が早くマスタ申請を行えるよう、商品データベースへの新商品の登録は早めをお願いしたい」「商品画像の画質を上げていただきたい」の3つが挙がった。

マスタ登録のタイミングについて同社では、春の新商品情報は12月初め、秋の新商品情報は6月初めに登録が完了するのを理想としている。「というのも登録完了後に、当社の営業担当が売り場の棚割提案に使いやすいう、社内でデータを加工するからです」と小杉マネージャー。

また、画像データに関しては、現行の商品画像だと画素数が低くて粗いので、提案書やPOPのように、大きな画像が必要な場合に活用できない、という不便さを感じているためだ。

福島部長は、商品マスタ登録の今後の課題として、「消費者ニーズへの対応が必要では」と指摘する。「環境問題や品質管理に対する消費者の関心が高まっていることから、当社では商品パッケージの裏面情報(製造

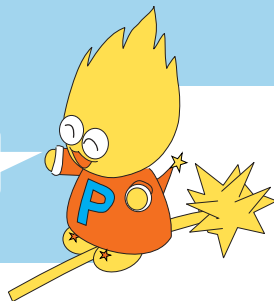
年月日、容量、成分表示、使用上の注意、容器材質、「まぜるな危険」などの表示)のチェックもしています。今は必要に応じ、不明な点はメーカー様から情報を入手していますが、ゆくゆくは、これらの裏面情報も商品マスタに登録されるようになるといいですね。

過去の商品情報は発行側のメーカーが主体でしたが、今は受け手が主体になっています。こうした動向をふまえ、情報の中身も消費者や小売業を基準にしたものに変化させていかなければならないと思います。たとえば、商品パッケージがリニューアルされれば、裏面情報も更新される。これに伴い商品データベースも新しい情報へと更新される、というのが理想です。常に新しい情報が登録されている商品データベースをメーカー、卸売業、小売業が共有することで、業界全体の業務の効率化やコスト削減も一層加速されると思いますよ。

多くのメーカーが利用すれば、中身もさらに充実する

商品マスタ登録支援サービスは、同社以外の卸売業でも導入しており、「使いやすくて便利」業務の効率化やコスト削減が図れる」など、高い評価を得ている。

「ですから、もっと多くのメーカー様に利用してほしいと思います。当社の場合、このサービスを利用しているメーカー様はまだまだ少なく、全体から見るとまだ一部にすぎませ



豊富な品揃えと使いやすさが人気！ より快適で、より楽しい アウトドアライフのために

食欲の秋、行楽の秋。家族や友人たちと一緒に、青空の下でバーベキューを楽しむには最適の季節。そんなアウトドアライフに欠かせない、各種レジャー用品を製造・販売しているパール金属株式会社を訪問し、商品開発にまつわるお話を中心に伺いました。



ひゃあ！大きなショールーム！
バーベキューコンロからテント、
自転車、カヌーまで、
アウトドア用品がいっぱい！

はい、この1,000坪のショールームには、アウトドア用品を中心とする当社のさまざまな商品をラインナップしています。2階にはバーベキュー用品やテント、シュラフ(寝袋)、テーブル、チェアなどが、3階には自転車、カヌー、ウエア、シューズなどが展示されています。

当社はもともと、地場産業である金物やステンレスを使った包丁やおたまといったキッチン用品からスタートしました。創業当時の社員は、現社長の兄と私の2人だけ。販売ルートを確認するために全国の間屋や小売店を回り、商品のPRに努めました。そんな中で生まれたのが、「マダムハイライン」という商品でした。おたまや包丁の柄に花柄を入れたおしゃれな感覚が受けて、販路は一気に全国に広がりました。

これらキッチン用品に続く新たなカテゴリーとしてアウトドア用品を開発したところ、評判がよく、「こんなものがあったら便利」と思われるものを次々と商品化した結果、今では2万を超えるアイテム数になりました。



高波 文雄さん
代表取締役専務



ガスカートリッジ



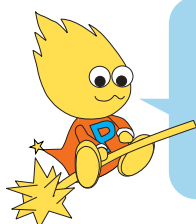
う～ん、圧巻！
見ているだけでアウトドア気分
になりますね。ところで、
キッチン用品からアウトドア用品へ
進出したきっかけは？

昔からアウトドアが好きだった私は、家庭用品を戸外に持ち出しては食事を作っていました。当時は鉄板や網がなかったので、バーベキューをするときは、網の代わりに金属製の玄関マットを使っていたんです。ここからヒントを得て、バーベキューコンロを作ったところ、大ヒットしました。コンロができれば、ガスも必要になる。ところがこの頃のアウトドア用ガスカートリッジは、外国製が主流でした。ならば当社でガスカートリッジを作ろうということで、試行錯誤の末に、財団法人日本ガス機器検査協会による適合性検査に合格して日本初のアウトドア用ガスカートリッジが誕生し、「CAPTAIN STAG」(キャプテンスタッグ)というブランド名で売り出しました。すると、食事をするテーブルやチェアも必要になりますし、テントやパラソルもいるということで、商品アイテムはどんどん拡大していきました。

なかでも消耗品であるガスカートリッジの需要は多く、今でも年間50万本を売り上げる勢いです。つまり、「CAPTAIN STAG」のブランド力を高めたのは、このガスカートリッジといっても過言ではないでしょう。

アウトドアは春のお花見から始まり、GW、夏休み、秋の行楽シーズンまで、長いスパンで楽しめますが、そこで使われている用品の中には、当社の商品も入っているとされます。ですから、「パール金属は知らないけど、『CAPTAIN STAG』は知っている」という方は多いと思いますよ。

「CAPTAIN STAG」ブランドをはじめ、たくさんの商品が並ぶショールーム



「CAPTAIN STAG」は多くの方に愛用されているんですね。魅力的な商品を開発するための秘訣やポイントは？

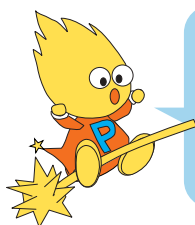
アウトドア用品は戸外で使うものですから、人の目も意識します。ですから、カッコいいものが受けますね。もちろん、使い勝手のよさや利便性、持ち運びの便利さなども重視されますが、それ以上にデザインやブランドにこだわる方が多いんです。

こうしたニーズに対応するために、当社ではファミリー層をターゲットに、お手ごろ価格で使いやすく、デザイン性にも優れた商品を開発しています。最近では、「CAPTAIN STAG」の1つ上のクラスである「CS+」という、高級感のある商品も誕生しています。

また、アウトドアライフをより充実させるために、ギア付きの折り畳み自転車も開発しました。軽量でコンパクトですから、車に積んでキャンプ先で気軽にサイクリングが楽しめます。アウトドアだけでなく街中でも利用していただけるよう、デザインにも凝ったところ、人気商品となり、年間20万台近くも売れています。

このように、「CAPTAIN STAG」ではこれまでにさまざまなヒット商品を生み出してきましたが、その中には私が考案したものもたくさんあります。メッシュ付きのタープ(日差しを防ぐ布製の屋根)もその1つです。子供が小さい頃は家族でキャンプを楽しむことが多かったのですが、タープの下で食事をしていると、タープの裏にたくさんの虫が集まってくるで大騒ぎになるんですね。そこで、蚊帳をヒントに考案したのがメッシュタープです。このほか、海辺や山で使われているビーチテントや、ワンタッチで開くポップアップビーチテントも私の発案です。

ビーチテントは、これまで使われていたパラソルに代わるものとして、ポップアップビーチテントは、テント張りの労力を軽減する商品として開発したものです。おかげさまでいずれも評判がよく、売れ筋商品になっています。どれも私のアイデアから生まれた商品ですから、思い入れも強く、愛着がありますね。

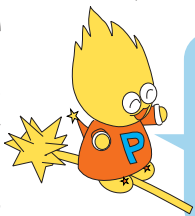


出す商品、出す商品が必ずヒットするとは！次々と生まれるアイデアの源はどこにあるのですか？

商品開発のヒントは、「こういうものがあつたらいいな」という自らの思いや、お客様のお声です。もともと潜在的なニーズがありますから、それらを実用化すれば必ず売れます。この繰り返しで商品アイテム数がどんどん増えてきたため、1993年から物流倉庫として複数の流通ステーションを建設してきました。

社内には商品開発を行う部署として、プロダクトデザイン室があります。ここにはデザイナーをはじめとする50名弱のスタッフがおり、新商品のデザインや企画から図面の設計、パッケージデザインまでを行っています。なかでもパッケージデザインは、商品の売上を左右する大事な要素ですから、専任デザイナーを採用するなど、ここにかかなりの力を入れています。

商品開発に対する私のモットーは、“常に挑戦。頭で考えたことはまず実行する、失敗したらやめればい”。これに沿って、今もいろんなジャンルに挑戦しています。



最新の商品にはどんなものがありますか？また、今後の展開についても教えてください。

1つは、ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社と提携した「ディズニー・アルミボトル」です。キャラクターの可愛らしさと、直飲み・ストロー飲みの両方に対応できる飲み口が受けて、お子さんを中心に大ヒットしています。マイボトルとして持参すれば、ペットボトルも不要になることから、マイバックのような環境に配慮したエコ商品となっています。

このほか、イタリアのファッションブランド“ベネトン”と提携したおしゃれなボトルも人気があります。ベネトン・シリーズとしては、ボトルのほか、自転車、ショッピングカート、ウェア、シューズ、キャップなどがあります。

今後もチャレンジ精神を持ち続け、アウトドア愛好家の方々だけでなく、幅広い年齢層のお客様に愛される商品を開発し、提供していきたいと思えます。



ベネトンの自転車

取引先データベース リニューアルのご案内

1998年2月の稼働開始以来、EDIサービスを支える標準取引先コードの情報源として多くの卸売業・メーカーご担当者様にご利用いただいております取引先データベースは、さらなる利便性向上と国際標準コードへの対応のため、下記日程にてリニューアルを実施いたします。

1. リニューアル日時

2008年10月13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時間帯に実施します。
10月12日(日)午前8:00～10月13日(月)午前1:00

2. リニューアルに伴う変更点

(1) 利便性の向上

- A. トップ画面でのキーワード検索を実現
- B. トップ画面と条件指定検索画面で前方一致検索に加えてあいまい検索を追加
- C. 検索結果一覧での「新規」「変更」「削除」アイコンの表示、ソート機能を追加
- D. ダウンロードするデータ形式に従来のCSVに加え、Excelを追加
- E. 取引先情報詳細画面に地図データの表示機能を追加
- F. DBセンターに標準取引先コードを照会する「センター照会」に回答タイミング通知機能を追加

(2) 国際標準への対応

GLNコードへの対応 (GLNコードの登録があるデータのみ掲載しております)

お問い合わせ先：株式会社プラネット コールセンター
Tel:03-5444-0811 e-mail:sc@planet-van.co.jp



トップページ



地図データを表示した取引先情報詳細画面

「プラネットユーザー会2008」のご案内

来月開催されるユーザー会の概要が決まりましたので、下記の通りご案内いたします。
皆様のご来場を心よりお待ちしております。

プログラム

基調講演
プラネットサービス活用事例紹介(メーカー・卸売業各1社)
プラネットからのご報告(セルフメディケーションデータベースセンターの運用開始、医薬品説明文書の提供、EDI活用のご提案、取引先データベースリニューアルなど)

開催日時・場所

東京会場 11月12日(水) 13:30～17:00(予定)
於 - 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) 13:30～17:00(予定)
於 - ホテル阪神(大阪市福島区)
両会場ともにユーザー会終了後に懇親会を開催いたします。

お問い合わせ先：株式会社プラネット 営業本部 営業部
Tel:03-5444-0811 e-mail:eigyo@planet-van.co.jp

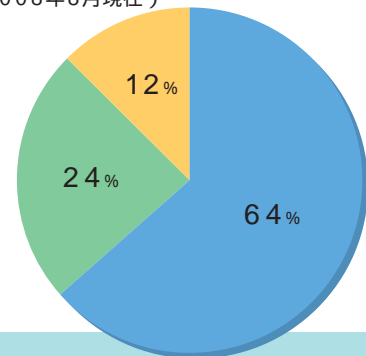
ベーシック系通信手順切り替えのお願い

ほとんどの通信機器メーカーがベーシック系手順のモデム・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とおり、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。

皆様にご理解、ご協力いただきました結果、2008年8月現在、弊社をご利用いただいている全ユーザー様の64%が既に「切り替え済み、切り替え中等」とご対応いただいております。また、24%が「今後、通信手順切り替えを予定」していただいている状況です。

現在ご検討中のユーザー様におきましても、前向きに通信手順の切り替えをお進め下さいますよう、よろしくお願い申し上げます。

ベーシック系通信手順切り替え状況
(2008年8月現在)



● 切り替え済み、切り替え中等
● 切り替え予定あり
● 検討中等

【お願い】

切り替えの際には、通信手順切り替えによるトラブルを防ぐため、必ず接続テストを実施させていただいております。

年末に向けて弊社テスト環境が混み合っており、接続テスト日程についてご希望に沿えない場合もございます。

もしスケジュールの前倒しが可能でしたら、早めのご対応をお願い申し上げます。

全銀TCP/IP切り替えユーザーご登場!

すでに通信手順の切り替えが完了したユーザーのご担当者に切り替えのメリットや作業のポイントについてコメントを頂きました。切り替えご検討の参考になりましたら幸いです。

中庄株式会社 管理本部 総務部 情報システム課 課長代理 柴田 和寛さん
切り替え時期：2008年5月 以前の通信手順：JCA手順



(1) 全銀TCP/IPに切り替えてよかった点

最近、お得意先からのご注文が届く時間が遅れがちですが、切り替え後は通信速度が以前より早くなりましたので、受注締め間近まで安心して待っていただけるのは助かります。

また、EOSとは別の回線を使っていますので、効率よく通信ができるようになりました。

(2) これから切り替え予定のご担当者様へのメッセージ

データフォーマットはそのまま通信手順のみの変更でしたから、手間は大きくはかかりませんが、通信ソフトの設定で不明な点ありましたが、プラネットさんの窓口にて無事解決できました。

通信手順を切り替えると日常業務が効率化されますので、早目の切り替えをお勧めします。

通信手順の切り替えに関してご不明な点などございましたら、お気軽にネットワーク管理部までご相談ください。

お問い合わせ先：株式会社プラネット 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

Human Network

基幹EDI (社数)

データ種類	メーカー 340	卸売業 489
発注	281	238
仕入	276	245
販売	123	225
請求照合	114	126
請求鑑	26	89
在庫	29	78
Web受発注	28	216

各サービスのご利用状況 (2008年8月末現在)

資材EDI (社数)		業界イントラネット (社数)				
	メーカー	サプライヤー				
資材EDI	4	168	商品DB	1,109	676	
Web資材EDI	3	132	取引先DB	278	527	
商品DB登録状況		Web運用照会		246	490	
		メーカー社数	アイテム数	パイヤーズネット (社数)		
商品DB	386	52,466		メーカー	卸売業	
棚割商品DB	493	63,948		パイヤーズネット	小売業	
				1,042	382	342

かもめ通信

情報技術本部 ネットワーク管理部 大槻 洋平

今年の4月から柴犬系雑種の子犬「小梅」を飼い始めました。4kgほどだった体重が今や13kgを越え、成長の早さに驚きと喜びを感じています。我が家に来た当初は、やんちゃっぷりを発揮して手を焼きましたが、最近はずつと落ち着きを見せ始めています。しつけの悩みはまだまだ尽きそうにありませんが…。

私が帰宅すると、普段ぴんと立っている耳を思いっきり垂らして喜びのダンス? で迎えてくれる「小梅」。日々愛情を注いで信頼関係を築き、いつか一緒に旅行できたらと思っています。

さて、企業のBCP(事業継続計画)が注目される中、プラネットでは2008年8月にEDIバックアップシステムを新規に設置しました。8月26日に実施した障害対応訓練では、システムを起動した後、実際にご希望のユーザー様からご接続いただきました。対応データ種類はまだ限られておりますが、EDIバックアップシステムが機能することを確認できたのは大きな一歩かと思っております。ご協力いただきました皆様、誠に有難うございました。

障害対応訓練や日々の業務を通してユーザー様のご意見やご要望をお聞きして、より安定した、価値あるサービスをご提供したいと思っております。

PLANET 80 van van

第80号 2008年10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 / 株式会社砦書房
タイトルデザイン / 板垣千恵
印刷 / 株式会社太平印刷社



古紙/リサイクル配合率100%再生紙を使用