

# PLANET

特集●「医薬品説明文書データベース」サービスをスタート!

THE WHOLESALER【商品マスタ登録支援サービス導入事例】

株式会社トゥディック

メーカーの視点【基幹EDIサービス活用事例】

玉川衛材株式会社

プラネット太くんのおじゃましまーす

サラヤ株式会社 ベジブル・キッチン

2009・SPRING  
82.....

# van van



# 「医薬品説明文書データベース」

『PLANETvanvan』79号以降の各号でお伝えしてきたように、今年6月1日から施行される改正薬事法によって、処方箋なしで購入できるOTC医薬品（一般用医薬品）の販売方法が大きく変わります。リスクの高い順に第1類から第3類まで3つに分類され、分類ごとの陳列や販売時の相談応需、第1類では販売時の情報提供が義務化されます。このOTC医薬品販売時の情報提供や相談応需業務を効率化するために、プラネットが4月から提供を開始した「医薬品説明文書データベースサービス」について、その特長やトピックスをご紹介します。

## そもそも、説明文書とは？

2月下旬に詳細仕様が決まった説明文書とは、医薬品の①名称、②有効成分の名称及びその分量、③用法及び用量、④効能又は効果、⑤使用上の注意のうち、保健衛生上の危害の発生を防止するために必要な事項、⑥薬剤師（または登録販売者）が必要とする事項、の計6項目をA4サイズ1枚にまとめて記載したものです。第1類医薬品の販売時には、説明文書に基づく情報提供が義務、第2類医薬品と指定第2類医薬品では努力義務とされています。

見本		医薬品を正しく購入するための 説明文書	
第一類医薬品		使用前には必ず添付文書を読んで下さい	
1	名称	〇〇〇	
2	成分・分量	9錠(1日量)中 イブプロフェン 450mg、アプロピキール塩酸塩 45mg、ジドロコチンリン酸塩 24mg、dl-メチルエフェドリン塩酸塩 60mg、ヨウ化インプロピル 6mg、クロルフェニラミンマレイン酸塩 7.5mg、無水カフェイン 75mg、アスコルビン酸 300mg、チアミン補化糖 24mg	
3	用法・用量	成人(15才以上)1回3錠、1日3回、食後なるべく30分以内に服用	
4	効能・効果	かぜの諸症状(発熱、悪寒、せき、たん、のどの痛み、鼻水、鼻づまり、くしゃみ、頭痛、関節の痛み、筋肉の痛み)の緩和 1. 次の人は服用しないで下さい (1)本剤によるアレルギー症状を起こしたことがある人 (2)本剤又は他のかぜ薬、解熱鎮痛薬を服用してぜんそくを悪化したことがある人 (3)15才未満の小児 2. 本剤を服用している間は、次のいずれの医薬品も服用しないで下さい 他のかぜ薬、解熱鎮痛薬、鎮静薬、鎮咳薬、抗ヒスタミン剤を含有する内服薬(鼻炎用内服薬、鼻物酔い薬、アレルギー用薬) 3. 服用後、薬物又は機械類の運転操作をしないで下さい	
5	保健衛生上の危害を防止するために必要な事項	4. 投薬中は本剤を服用しないか、本剤を服用する場合は投薬を避けて下さい 5. 服用時は飲酒しないで下さい 6. 5日間を超えて服用しないで下さい 次に該当する人はお申し出下さい ・医師又は歯科医師の治療を受けている人、妊婦又は妊娠していると思われる人 ・高齢者、本人又は家族がアレルギー体質の人 ・薬によりアレルギー症状を起こしたことがある人、高熱、体温調節の症状のある人 ・高血圧、心臓病、糖尿病、緑内障、肝臓病、腎臓病、甲状腺機能障害、全身性エリテマトーデス、今病性結合組織病の診断を受けた人 ・胃・十二指腸潰瘍、潰瘍性大腸炎、クローン病にかかったことがある人	
6	薬剤師が必要と判断する事項		

【注意事項】  
1. 本紙の内容は、お客様が医薬品を購入・選択時に、役立たせるために必要な情報です。  
2. 情報提供が不要とされるお客様には、申し出により情報提供は行いません。  
3. 使用後、体調に変化等があった場合(副作用など)には使用を中止し、すぐに購入された店舗の薬剤師にご相談下さい。

説明文書のイメージ

## 日々最新データを送信する、医薬品説明文書データベースサービス

OTC医薬品メーカーご担当者が入力した商品情報、説明文書や添付文書の情報は、プラネットが昨年10月から運用・管理を行っているセルフメディケーション・データベースに保存された後、利用申込みをいただいた小売業本部や卸売業、もしくは機器ベンダーに毎日提供されます。その後、各社のシステムを通じてOTC医薬品を販売する小売業店舗へと配信されます。プラネットが提供する的是商品情報、添付文書情報、説明文書情報の3種類、提供方法は前日時点の全件データ(テキスト)、前日に登録・更新された差分データ(テキスト、PDF)の2タイプをご用意しています。

なお、データは当社指定のURLにて取得いただけますので、インターネットにつながるパソコンがあれば受信できます。自動化される場合は市販のオートパイロット(自動巡回)ソフトなどをお使い下さい。

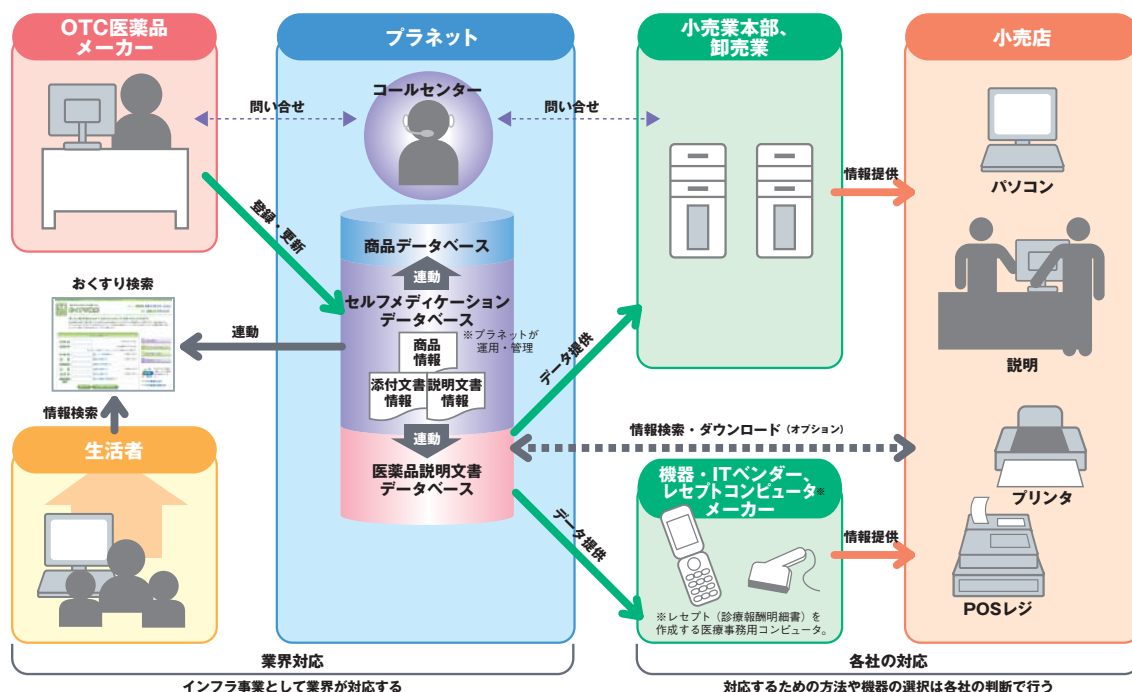
また、本部分店舗間の配信システムがない小売業様向けのオプションサービスとして、店舗からWeb画面で説明文書情報を検索できる「本部分店舗間配信代行サービス」を提供する予定です。

2月上旬以降、さまざまな説明会や展示会で当サービスのご紹介を行っておりますが、3月13日(金)の第9回JAPANドラッグストアショーの初日に開催された特別セミナー“ビジネスセミナー”にて「医薬品説明文書データベースの活用方法」と題した講演が事前予約だけで定員120名の枠が埋まるなど、高い関心を頂いております。

しかしながら、改正薬事法の施行を前に、当サービスへの理解をさらに深めて頂く機会が必要と思われるので、小売業ご関係者向け説明文書データベース利用説明会を右記日程で開催いたします。

# 「サービス」をスタート!

## 医薬品説明文書データベースサービスの概念図



### ●説明文書データベース利用説明会の開催日時・会場

4/21 (火) 10:00~12:00、14:00~16:00

4/22 (水) 10:00~12:00、14:00~16:00

会場: 株式会社プラネット 会議室  
東京都港区海岸3-26-1 パーク芝浦 9階

4/23 (木) 10:00~12:00、14:00~16:00

会場: 大阪国際会議場(グランキューブ大阪)会議室1005  
大阪市北区中之島5-3-51

※会場へのアクセスなど詳細は下記URLをご覧ください。  
<http://www.planet-van.co.jp/>



ドラッグストアショーでの講演風景

## 5月中はデータ代行登録が無料!

6月1日の改正薬事法施行までにはできるだけ多くのアイテムの説明文書情報を揃えられるよう、プラネットでは5月末まで無料でデータ作成と登録の代行を行います。(6月以降は有料になります)

将来的にはメーカー各社のご担当者がメンテナンスされるのが理想ですが、諸事情により対応が困難な企業のご担当者様は、ぜひプラネットのデータ作成・登録代行サービスをご活用ください。

OTC医薬品に関わる業界各団体や関係各社のみなさまのご協力を得て、いよいよサービスを開始した医薬品説明文書データベース。11年以上にわたる商品

データベース運営のノウハウを活かし、業界の情報インフラとしてみなさまのお役に立てるよう精一杯努めてまいりますので、ぜひご活用ください。

### ●お問合せ先

説明文書データベース利用説明会やデータ作成・登録代行サービスについてご不明な点がありましたら、下記窓口宛にお問合せください。

#### (株)プラネット コールセンター

Tel 03-5444-0811 Fax03-5444-0831

E-mail:sc@planet-van.co.jp

[http://www.planet-van.co.jp/isb\\_db/](http://www.planet-van.co.jp/isb_db/)  
(ホームページもぜひご覧ください)



# THE WHOLESALE

## 【商品マスタ登録支援サービス導入事例】

# 既存システムを最大限に活用するために、 商品マスタの精度を向上

### 株式会社トゥディック

化粧品・トイレタリーをはじめとする日用雑貨を扱う卸売業として、北陸でトップクラスの実績を誇る株式会社トゥディック。「早く知り、早く手を打つ」という経営方針ののっとり、情報システムの充実を図ってきた。昨年春に商品マスタ登録支援サービスを導入した同社を訪問し、導入の経緯や効果、今後の課題などを伺った。

本社：〒920-0371 石川県金沢市下安原町西262-1  
<http://www.todic.co.jp/>

#### 業務の基礎データとなる 商品マスタの精度が課題

同社の前身である株式会社トゥディック石川が1987年にプラネットの基幹EDIサービスを導入し、発注・仕入・販売データの利用を開始した。その後、棚割システムや自動発注システム、物流倉庫管理システム（WMS）を導入し、業務の効率化・迅速化を図ってきた。これらのシステムは、自社マスタに登録された商品情報に基づいて稼働している。

これまで商品マスタの登録申請は、独自のExcelフォーマットを使って行われており、①メーカーの営業担当者が入力した情報をバイヤーがメールで受信、②データの中身をチェック、③間違いがなければ承認し、自社マスタに手入力で登録、という手順で、毎年1,400アイテム前後のマスタ情報が登録・更新されている。

しかし、情報が届くタイミングが遅いほか、受け取ったデータの中身は必ずしも正確ではなく、全角文字と半角文字の混在、サイズや商品コード、価格などの入力ミスや入力漏れが目立った。さらに、社内で作業を行う過程でチェック漏れや転記ミスが発生するなど、登録申請作業における負担は少なくなかった。

「既存のシステムが有効に機能するためには、基礎情報である商品マスタが正確でなければなりません。例えば物流においては商品の縦・横・高さの寸法、受発注業務では価格が重要ですが、なかなかマスタの精度が上がらず、EOSで受注してからマスタを準備するようなこともありました。そのため、営業部門や商品部門から『商品マスタ情報の精度を上げてほしい』という要望が挙がり、自社で取り組んでいたところ、このサービスを紹介されたのです。すべての項目を標準化することにこだわらず、利用できる項目は利用して、そうでない部分は自社に合わせてカスタマイズできるのが魅力でした」と導入のきっかけを岩倉専務は語る。

2007年秋から商品マスタ登録支援サービスの導入に向けた検討を開始し、社内調整やテスト運用を経て、2008年4月に「ワークフロータイプ」を導入。これにより、商品マスタ情報の収集・集計から自社情報の登録・承認、社内マスタへの連携までが可能になった。

検討から導入までにそれほど時間を要しなかった理由は2つある。1つは、操作が簡単で、実務を行うバイヤーが違和感なく活用できるものであったこと。もう1つは、上層部の理解が

あったことだった。

導入に際しての目標は、既存の各システムの機能を最大限に生かすこと。そのため、既存システムとの連動には細心の注意を払ったという。

#### 商品マスタの精度が向上し、 登録作業も迅速化

現在は、仕入先の8割強を占める130社の営業担当181名（2月末現在）が当サービスを利用しており、導入によって以下の3つの効果が現れている。

1つは、自社独自の物流用コードを除き、自社マスタ登録の際の手入力が必要なくなったことによる登録申請業務の迅速化。2つ目は、申請時に商品情報が自動的にチェックされるため、入力ミスを防止でき、商品マスタの精度が向上したこと。そして3つ目は、棚割用の画像データが入手できるようになったことだ。

登録申請業務の迅速化について、長田執行役員は今春の新製品情報登録を例に挙げて説明する。

「1月中旬に発行されたプラネットの『2009年春夏新製品カタログ』制作に合わせて、メーカーさんが例年より早いタイミングで商品情報を商品データベースに登録したこともあり、春の新商



**岩倉 隆幸さん**  
専務取締役



**長田 桂一さん**  
執行役員 業務統括



トップ画面

入力画面

品のマスタ登録作業は無事年内に完了しました。棚割も例年に比べて半月ほど早い2月半ばにはすべての作業が終了しました。

また、棚割用商品画像データについては、「当サービスを導入する前は、自社で画像を集めており、データを入力できない場合にはバイヤーが商品を撮影し、データを加工していましたが、その必要がなくなり、バイヤーが本来の業務に集中することができるようになったのは大きなメリットです。従来よりも画質が鮮明になったのもありがたいですね」。

岩倉専務は別の視点から効果をこう捉える。「やはり一番のメリットは、標準化された情報をメーカー・卸売業双方で共有できることではないでしょうか。お互いに業務負荷が軽減され、効率化が図れる。そういう意味でも有益なサービスだと思います」。

ただし、家庭用品は日用品・雑貨に比べて商品データベースへの登録が少ないため、従来通りの手法で情報収集しなければならず、業務手順を集約できないほか、『2009年春夏新製品カタログ』に載っている商品が必ずしも商品データベースに登録されているわけではない、などの問題点があるという。

### より多くのメーカーの参加と 正確な登録を期待する

「まずはこの仕組みをより多くの仕入先に利用いただき、マスタ登録をさらにスピードアップさせたい」と長田執行役員。「そして、入手した商品情報をいかに有効活用していくかが、これか

らの課題です。そのためにも、プラネット商品データベースに商品情報を登録するメーカーさんが1社でも多くなることを期待します。同時にメーカーさんには、正確な情報の登録をお願いしたいと思います」。

続いてプラネットへの要望を伺った。「現在、小売業の店頭では、商品用途や価格帯、生活シーンなどで分類し、それらに合わせた提案を行っています。たとえば、シャンプー・リンスなら、傷んだ髪用、高級品、汎用品、低価格品というように。我々としてはこうしたニーズに対応し、よりよい売場づくりにつながる商品情報を提供したいと思っていますが、既存の商品分類ではカバーできないので、カテゴリ分類の見直しも必要になります。プラネットさんにはその辺もご理解いただき、商品データベースや商品マスタ登録支援サービスがさらに使いやすいサービスになるよう、ブラッシュアップをお願いしたいと思います」(岩倉専務)。

「商品データベースに登録されている棚割画像と寸法情報がリンクしていないケースが散見されます。当社でデータを修正することはできますが、業界全体の効率化という観点からすると、プラネット側でのチェック強化により、一層正確なデータ提供をお願いしたいですね」(長田執行役員)。

このほか、販促情報のデータベース化についての要望も挙げられた。TV CMのGRPやキャンペーン情報など、鮮度の高い販促情報をリアルタイムに入手できれば、営業活動をより強化できるというのが、その理由だ。

### 商品情報の提供は、 印刷物からWebの時代に

最後に岩倉専務から、今後の商品情報提供のあり方について一点指摘があった。

「情報化時代の今、小売業でも卸売業でも商品情報はパソコンで入手するのが当たり前になっています。商談の際の情報収集ツールとして、パソコンは欠かせません。こうした現状を考えると、商品カタログも従来の冊子よりも、リアルタイムで情報の更新ができるWebの活用が求められてくると思いますので、『オンデマンド・カタログ作成機能』※のさらなる充実を期待しています」。

地域密着卸売業として、常に新しい視点で先進的な取り組みにチャレンジしている同社。商品マスタ登録支援サービスをはじめとしたプラネットの各サービスが、更なる発展を支える情報インフラになることを期待したい。

※オンデマンド・カタログ作成機能  
プラネット商品データベースの専用画面で、必要なアイテムとカタログのフォーマットを選択すると、カタログ形式のExcelファイルでダウンロードできるという機能。

### ユーザーの声

**南 昌宏さん**  
ライオン株式会社  
ハウスホールド西日本営業部  
東海北陸エリア

最初は少し不安でしたが、実際にやってみると簡単で作業負担が軽減されました。商品の価格設定で粗利率が低いと、「これで登録しますか」と表示があるので少し気がひけますが、入力漏れも警告がでてチェックできるので便利です。

## メーカーの視点

### 基幹EDIサービス活用事例

# トップの強い意思の下、 全売上の約8割で オンライン受注を達成！

## 玉川衛材株式会社

今年で創業110年を迎える老舗の医薬品、衛生用品メーカーの玉川衛材株式会社。「スピードが命」をモットーとする会社では、2003年からプラネット基幹EDIの活用を開始し、業務の効率化を実現している。同社のシステムを担当している谷本課長に導入に至るまでの経緯や、今後の取り組みについて伺った。

本社：〒101-0032  
東京都千代田区岩本町2-2-16 玉川ビル  
<http://www.tamagawa-eizai.co.jp/>

### 時代に即した仕組みが必要 企業としての生き残りも見据えて

殺菌消毒用の『リバガーゼ』『マッキン』にはじまり、最近ではマスク『フィッティ』シリーズを主力商品に、医薬品、衛生用品、日用雑貨『かかとケア』『ひやしま専科』など300以上ものアイテムを製造販売している同社。これらの製品は、2台のPCサーバーを中核とした販売管理システムを介して卸売業へと販売されており、プラネット基幹EDIはその仕組みの1つとして活用されている。

同社の基幹系システムはオフコンからスタートしたが、1996年にベンダーの協力を得てオフコンからPCサーバーのNetWare環境へと切り替え、クライアント・サーバー型の販売管理システムを立ち上げた。翌年にはWindowsの情報系サーバーを導入し、LAN環境の活用も開始したが、社内にはシステム専任の担当者がおらず、販売管理システムもいくつかの問題点を抱えた状態であった。

そこで1998年、外部のシステム・エンジニアとして同社のシステム構築に携っていた谷本課長が入社。情報システム担当として、既存システムの改修や新規導入・運用保守など、システムに関わるあらゆる業務を一手に受け持つことになった。

この頃の受注は電話やFAXが主流だったので、切り貼りをした紙や手書きのメモなどを見ながら、4人の社員が毎日始業前から入力作業に追われていた。何とかこの状況を一新したい、というのがトップの思いだった。



谷本 智彦さん  
生産購買部  
情報システム課 課長

「お得意先様からもEDI導入を要望する声が多く、時代の趨勢として将来的にはEDIが取引上の必須条件となるのではないかと危機感もあったようです」

市場競争が激化する中で生き残っていくためには、取引先へのスピーディーで効率的な対応が求められる。EDIはそれを可能とする仕組みであり、企業として必要不可欠なインフラなのだ、というトップの熱い思いを受け、候補として挙がっていたプラネットと医薬品業界VANを詳細に比較検討し、最終的にプラネットに絞り込む事となった。

「仕様やサービス体系が明確であり、標準化されたコードやフォーマットでデータ交換を行うので導入工数が抑えられそうなこと、通信手順としてオープン系に対応した全銀TCP/IPを推奨していたことなどが決め手となりました。逆に医薬品業界VANは当社規模では運用不可能と判断しました」

当時、EDIはホストコンピュータで行うのが通例だったが、谷本課長はプラネットであればPCサーバー環境で十分に運用可能と判断し、プラットフォームをWindowsに統一。EDI接続PCと販売管理システムをLAN上で連動させようと考えた。

2001年にEDI導入へ向けプラネットとの打ち合わせを開始し、ベンダーの協力を得て2002年夏には兼ねてからの課題であった物流のアウトソーシングと共に、新規の販売管理システムが本稼働となり、プラネット接続可能なシステム環境が整った。

しかし、そこからがEDI導入の本当のスタートだった。

### EDI経験値ゼロからの挑戦 手探りで作業手順の標準化を模索

谷本課長はSEとしてのキャリアは豊富だったが、EDIに関する実務経験はなかった。

システム自体はプラネットの仕様書通りに構築した





同社注力商品の  
「フィットィ 吸着分解マスク」

が、接続希望の卸売業とはどのように話を進めて行くのか。プラネットが提供する『基幹EDIサービス導入フロー』を唯一の指針として模索の日々が続いた。

「経験が無いと具体的な世界として把握が出来ない、関係が見えてこないのです。紙ベースの商取引をデータに置き換えていくとはどういうことか。それぞれに異なる文化を持った企業がお互いのマスタを1対1で紐付けていくにはどうすれば良いのか。今、自分が持っているEDIに関するノウハウが開始当時があったら、どんなに楽だったろうと思います」

しかし、そんな中でも常に心掛けたのは、手順の簡素化・標準化だった。社内向けの「取引内容確認書」「作業手順書」や先方と接続前に取り交わす「仕様及び運用事項確認書」を作成し、常に内容を見直しながら、どんなパターンにも対応できるよう知恵を絞った。このことがその後の接続先拡大の工数短縮に繋がったと言う。

半年に渡る接続先との打合せや社内調整作業、およびシステムへの一部機能追加を経て、2003年1月に取引額の最も高い卸売業1社との接続がスタートした。まずは発注データから開始し、徐々に仕入データ、請求照合データへと広げていった。同年8月には接続先がさらに1社増えたが、その後はなかなか進展しなかった。

「情報システム1人体制で基幹系・情報系取り混ぜて日々の業務をこなしながら、グループウェア導入やセキュリティ対策等の課題と共にプラネット接続を進めていくことは中々難しく、行き詰った時期もありました。そこで2006年から一年半の間、外部のシステム業者に毎週2日間常駐で運用保守業務を委託し、私は課題に専念することで、順調に接続先を増やすことが出来ました。また、プラネットのスタッフのみなさんに多くの局面での確なご支援をいただいたことも、大きな励みとなりました」

なお、「機械は必ず壊れる」との前提に基づき、不測の事態に備えて2007年5月には、プラネット接続環境の二重化を実施(EDI接続用PCとモデムを2セット並行で用意し常に切替え可能な状態へ)。さらに昨年8月には、プラネットが実施した障害対応訓練(大阪センターのバックアップ・サーバーへの接続切替テスト)にもいち早く参加、問題なく受信できることを確認した。

「不測の事態を考え始めると切りがありませんが、オンライン受注の比率が50%を超えた時点で、最低限このレベルまでのシステム二重化は必要だと考えました」

## 受注・請求業務の効率化を実現 販売データの活用も視野に

現在では10社36拠点と接続、売上ベースで全体の約8割のオンライン受注を実現しており、発注、仕入、請求照合の3データ種と商品DBを活用している。

プラネット基幹EDI導入によるメリットには、①フォーマットが統一されているため、取引先ごとの個別対応が容易、②受注作業・請求関連を含めた基幹業務の効率化、③ペーパーレス化による伝票コスト・郵送代の低減などがある。

「ここへ至るまで予想以上に時間がかかりました。苦労も多く、エネルギー源は『情熱』しかありませんでしたが(笑)、社内の多大な協力があつたからこそ実現できたと感謝しています。この経験は私にとって大きな財産です。情報システム担当の仕事は『会社の仕組みを変えること』なので大変ではありますが、非常に遣り甲斐がありますね」

そんな谷本課長が、プラネットへ要望するのは、EDI接続をサポートするサービスだ。「一定期間、EDI導入希望企業にスタッフが出向し、仕組みづくりや社内環境の整備など接続に関する業務をフォローするサービスがあると、システム専任者を持たない企業もEDIをより導入し易くなるのではないのでしょうか。私もこんなに苦労しなかったかも(笑)」

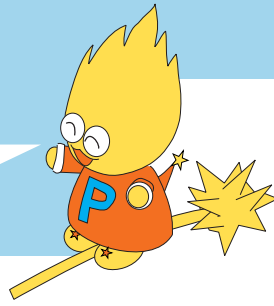
今後は販売データの導入も予定しており、販売店の管理やエリアマーケティングなどの営業活動をより強化して行くという。

メーカーとして、自社製品がいつ、どこで、いくつ、購入されたかをいち早く把握し、それに即した戦略を立てて行動に移して行くことは必須の課題だ。プラネットの販売データは、販売店コードが標準取引先コードで統一されているのが最大の利点である。しかしフル活用するにはマスタメンテナンス等の新たな工数や仕組み作りも必要となるため、データ分析ツールを導入の上でそれらの準備を進めているとのこと。

「ダーウィンの進化論で言えば、世の中は強いものが生き残るのではなく、環境に適応したものだけが生き残ります。当社が創業110周年を迎えられたのも、時代の変化に即して常に進化=適応してきたからではないでしょうか。これからも世の中の変化やお客様のニーズに合った商品・サービスを提供し、“小さくてもキラリと光る会社”でありたいと願っています。

その中で私の役目は、常に最新の技術を駆使して社員がより効率良く快適に仕事のできる環境を作り出し、利益向上につなげて行くこと。そして、お客様により良い製品をよりお安くお届けできる仕組みを支え続けて行くことです。

これまでIT業界と玉川衛材で培った知識や経験をもとに、さらなる環境改善に努めて行きたいと思います」



# 大地と太陽の恵みがいっぱい! “美と健康”を追求する 直営健康レストラン

環境にやさしい植物性の台所用洗剤「ヤシノミ洗剤」や天然素材でカロリーゼロの甘味料「ラカントS」など、「衛生・環境・健康」に関わる商品を提供しているサラヤ株式会社。

そんな「自然派のサラヤ」が、2008年12月に直営レストラン「ベジブル・キッチン」をオープンしました。

同店責任者の大槻さんに開店の目的やお客様の反応、今後の展望などをお聞きしました。

(※取材は、3月16日のリニューアル前に行いました。4月現在とは一部メニューや金額が異なっております)



う〜ん、おいしそうなカレーのにおい。  
スープやジュースもあるんですね!  
ここをオープンした目的は?

当店は、「世界の『衛生・環境・健康』の向上に貢献する」という当社の使命に基づいて、“健康の向上”への取り組みを具現化した店舗です。当社では創業以来“衛生・環境・健康”をテーマに、天然素材を用いた商品の開発に努めてきました。“衛生”分野では、トイレでお馴染みの「緑の手洗い石鹸液」をはじめとする各種洗浄剤や殺菌・消毒剤などを開発し、ホテル、食品工場をはじめ病院などの医療施設におい



大槻 安宏さん  
食品事業開発部 部長

外観



店内の様子

て衛生管理や感染予防のお手伝いをさせていただいています。また“環境”への取り組みにも早くから着手し、石油系の合成洗剤が主流だった時代に、ヤシ油を原料に用いた植物性の「ヤシノミ洗剤」を発売。以来、他社に先駆けて洗剤やシャンプーの詰め替えパックを発売して、省資源やゴミ・CO<sub>2</sub>の排出削減、食品廃棄物のリサイクルなどにも力を入れてきました。

一方、“健康”分野では、カロリーゼロの自然派甘味料「ラカントS」や塩分1/2の低ナトリウム塩「リソルト」など、人々の食生活向上と健康増進に役立つ商品の開発・販売を行っています。この健康食品事業の拡大を目的に、オープンしたのが直営健康レストラン「ベジブル・キッチン」です。

これまで、エンドユーザーである消費者の声を聞く機会が少なかったんですね。そこで、当店を通じてお客様の率直なご意見を伺って、今後の食品開発のヒントにしたいと。この店はそんなアンテナショップ的な役割も担っているんですよ。



メニュー開発やオペレーションなど、オープンに向けて  
いろんなご苦労があったのでは?

店舗の企画からオープンまでわずか3ヶ月半でしたので、検討すべき課題も多く、事前準備は大変でした。メニュー開発は、当社が衛生管理を担当している食品加工会社と共同で行いました。

とはいえ、外食事業は初の挑戦なので、正直、試行錯誤の部分もありました。ですので、最初から完璧なカタチを求めず、まずは開店し、お客様の反応を見ながらよりよい店をつくっていかうと柔軟な姿勢で始めたのです。

近年は、相次ぐ食の不祥事や生活習慣病の増加などにより、人々の食に対する安全・安心に対する関心や健康志向は一段と高まっています。そこで、当店では“美と健康”をテーマに、野菜中心の低カロリーでヘルシーなメニューを提供することにより、これらのニーズに応えてゆこうと思っています。

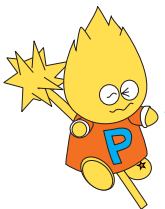




10種の低カロリー野菜カレー



ミネストローネ



**なるほど、野菜が主役の健康に配慮したお店なんですね。こだわりやメニュー構成を教えてください。**

当店のこだわりは、「キレイ・ヘルシー」「厳選素材」「あったか笑顔」の3つ。「キレイ・ヘルシー」とは、コラーゲンやビタミン、カルシウムなど栄養素を考えたメニューや低カロリーメニューを提供するということ。「厳選素材」とは、減農薬や無農薬など安全性にこだわった野菜をふんだんに使い、野菜本来のおいしさや栄養素を最大限に引き出したメニューづくりに努めるということ。「あったか笑顔」とは、お客様とのふれあいを大切に、温かいスープと笑顔でおもてなししようというものです。

メインメニューは、野菜ポタージュやクラムチャウダーなどスープ4種(550円)とカレー3種(680円〜)。中でも人気があるのが、多くの野菜を鰹と昆布の出汁でじっくり煮込んだ「10種の低カロリー野菜カレー」です。かつおと昆布だしで煮込んだ和風味のルーには『ラカント』も含まれており、カロリーは市販品の1/4、100gあたり30.5kcalに抑えています。

このほか、野菜ジュース、フルーツジュース(290円〜)など8種のドリンクと、デザートとしてコラーゲン配合の「コラーゲンロールケーキ」(250円)も用意しています。

商品はすべてテイクアウトできますから、ご家庭やオフィスでも楽しめますよ。

周辺はオフィス街なので、ランチタイムには31席の店内が満席になります。そのうちの約8割が健康に気づかう20代半ば〜30代半ばの女性です。



**たくさんの野菜を素材にしているから、体によさそう! 調理は店内で? お客様の反応はいかがですか?**

食材は衛生面での安全性を高めるため、大阪市内のセントラル・キッチンで調理され、できあがったものが店舗に配送されます。店内での調理は温める程度。このような経営工夫により、スピーディーに安定した品質でプロの味をお客様に届けることを実現しました。

お客様からこれまでいただいたご意見・ご要望の中には、「味や店の雰囲気はいい」というお褒めの言葉のほかに、「メニュー表示がわかりにくい」「注文の仕方がわからない」などのご指摘もあります。

これらの声におこたえできるよう、さまざまな見直し・改

善を図っているところです。たとえば、接客サービスのあり方。今はセルフサービス方式をとっていますが、3月からフルサービス方式に切り替えます。このほか、営業時間の見直しやディナーメニューの開発、メニュー表示の改善なども順次進めていくつもりです。

中でも大きな課題は、野菜の高い栄養価やおいしさをお客様にお伝えできていないこと。お客様からも「店のこだわりをもっと打ち出してほしい」とのご要望をいただいておりますので、今後はポスターや卓上POP等を使って、野菜の効能をアピールしていこうと考えています。具体的には、各メニューに栄養素やカロリー、生産地を表示したり、病気予防のヒントになるような情報を書き入れるなど、皆様の健康に役立つ正しい情報を提供していきたいと思ひます。

このほか、きれいになりたいとか、貧血気味だ、メタボが気になるというような、お客様一人ひとりのニーズにも対応したいと考えています。



**よりよい店づくりのために、今後もまだまだ挑戦していくということですね。そんな中での抱負をお伺いしたいと思います。**

野菜は高い栄養素を含んでおり、新鮮な野菜には大地と太陽の恵みがたくさん詰まっています。こうしたメッセージを、メニューを通してお客様にお伝えしたいと思ひます。生産者の方の作物に対する思いを大事にしながらメニュー化することで、お客様の健康を維持するお手伝いできたら…。それがベジブル・キッチンのめざすところです。

多くのお客様が気軽に来店され、ここで飲食されることで健康が保てるような、そんな店にしていきたいですね。そして、お客様から頂いたご意見やご要望を参考にしながら、今後の商品開発に生かしてゆきたいと思ひます。

## ベジブル・キッチン VEGETABLE KITCHEN

### <店名の由来>

“VEG”は“VEGETABLE”(野菜)、“BLE”は“ABLE”(可能性)。野菜をはじめとする食物の栄養素を最大限に引き出し、美と健康への可能性をお客様に提案する舞台(KITCHEN)を創出する意味が込められている。

- 住 所：大阪市中央区備後町4-2-4
- 電 話：06-4706-3939 ●営業時間：7:30~23:00
- 定休日：土、日、祝日
- 最寄駅：地下鉄御堂筋線「本町駅」下車、2番出口より徒歩約2分

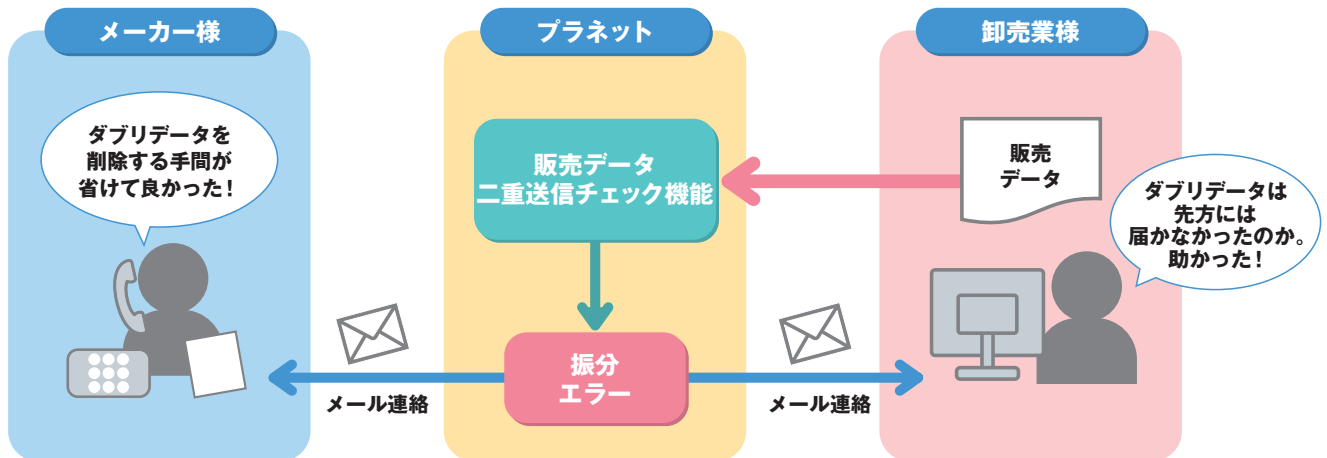
<http://www.vegeble-kitchen.com/>

## 販売データ・チェック機能提供開始のご案内

プラネットは、卸売業様が納品した商品の販売実績をメーカー様に送信する「販売データ」の精度向上を目指し、5月11日(月) (予定) より以下の販売データ・チェック機能の提供を開始いたします。

### 販売データ二重送信チェック機能

卸売業様から送信された販売データの一部項目について、前日と当日の既送信データとの比較を行います。その結果、同一データと判定された場合には、送信データは振分エラーとなって、メーカー様・卸売業様双方のご担当者にデータが二重送信された可能性があることをメールにてご連絡します。



※当機能は販売データをご利用の全ユーザー様が対象となりますので、お申し込みは不要です。

### 販売データ伝送状況確認レポート作成機能(メーカーご担当者向け)

卸売業様から送信された販売データの伝送状況を、業界イントラネットの「Web運用照会」画面から、Excel形式の日次レポートとしてダウンロードできるようになりますので、ぜひご活用ください。

#### レポートのイメージ

最始送信元コード	最始送信元名称	出荷元コード	出荷元	3/26	3/25	3/24	3/23
				木	水	火	月
123456	ABCDE(株)	123456	ABCDE(株) 本社	100	120	100	110
123456	ABCDE(株)	123456A	ABCDE(株) 新港支店	97		97	97
123456	ABCDE(株)	123456B	ABCDE(株) 海岸支店				
123456	ABCDE(株)	123456C	ABCDE(株) 浜辺支店		30		31
123456	ABCDE(株)	123456D	ABCDE(株) 湾岸支店	66	55	52	54
987654	○△商事(株)	987654	○△商事(株) 本社	10000	10000	11000	11000
987654	○△商事(株)	987654A	○△商事(株) 千葉支店				
987654	○△商事(株)	987654B	○△商事(株) 神奈川支店	100	150	150	

※ご利用に際しては、業界イントラネット「Web運用照会」のお申し込み(無料)が必要です。

両機能の詳細につきましては、販売データご利用各社の連絡窓口の方に別途お送りする資料をご参照ください。



お問合せ先：(株)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

## 使わないのはもったいない！ 請求関連の便利機能をご紹介します

### 預金口座振替

電気やガス、水道料金のように、プラネットサービスの利用代金も口座振替にできたら、と思われたことはありませんか。実はプラネットでは預金口座振替をご用意しております。所定の用紙にご記入・ご捺印の上、お申し込みいただきますと、ご請求月の翌々月12日（銀行休業日の場合は翌営業日）に貴社ご指定の口座より自動振替いたします。

（例：3月分ご請求は5月12日(火)に振替）

振替手数料等は一切不要ですので、毎月の振込業務の省力化・経理事務の合理化に役立つ預金口座振替を是非この機会にご検討下さい。

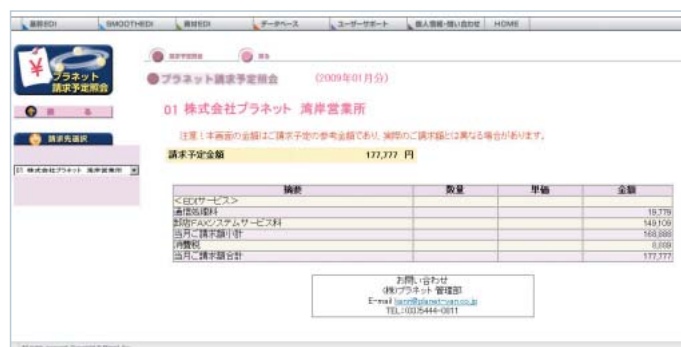
※3月末日現在、256社がご利用中です。



お問合せ先：(株)プラネット 管理本部 管理部  
Tel:03-5444-0811 E-mail:kanri@planet-van.co.jp

預金口座振替のほか、EDI サービスをお使いのお客様は、業界イントラネットのIDを取得されますと、いろいろな便利機能を無料でご利用いただけます。今回は請求関連の2つの機能をご紹介します。貴社の経理事務の効率化に、是非ご活用下さい。

### 請求予定照会



毎月初旬に前月分のご請求書をお送りしておりますが、弊社第一営業日の午前9時から、その鑑（表紙）部分を業界イントラネットの画面上でご確認いただけます。

（例：4月1日（水）の午前9時には、3月分ご請求書鑑の内容が閲覧可能）

※3月末日現在、374社924名様がご利用中です。

### 請求明細データ配信

（注）FAXシステムサービスご利用の卸売業様向けの機能です



FAXシステムサービスご利用の卸売業様は上記の「請求予定照会」のほか、第一営業日の午前9時から請求明細の下記内容をCSV形式でダウンロードいただけます。

データ集計の効率化に是非お役立て下さい。

- FAXシステム利用明細データ
- FAX配信状況利用明細データ
- 請求データ（各費目合計データ）

※3月末日現在、40社95名様がご利用中です。



お問合せ先：(株)プラネット コールセンター  
Tel:03-5444-0811 E-mail:sc@planet-van.co.jp



# Human Network

## 基幹EDI (社数)

データ種類	メーカー 344	卸売業 477
発注	284	223
仕入	278	228
販売	128	210
請求照合	118	118
請求鑑	27	77
在庫	32	68
Web発注	30	220

## 各サービスのご利用状況 (2009年2月末現在)

### 資材EDI (社数)

	メーカー	サプライヤー
資材EDI	4	169
Web資材EDI	3	132

### 商品DB登録状況

	メーカー社数	アイテム数
商品DB	481	60,503
JSM-DB	82	4,339

### 業界イントラネット (社数)

	メーカー	卸売業
商品DB	1,320	718
取引先DB	287	528
Web運用照会	272	502

### バイヤーズネット (社数)

	メーカー	卸売業	小売業
バイヤーズネット	1,271	433	396

※2008年10月より、JSM-DBは  
プラネットが運用・管理を行っております。

## 障害対応訓練実施のお知らせ

プラネットが事業継続計画(BCP)への取り組みの一環として、毎年開催している障害対応訓練の次回概要が下記の通り決定しました。

### <実施日程>

9月9日(水) (予定)

### <訓練対象>

EDIサービス

### <訓練内容>

- EDIバックアップシステムへの切り換え訓練
- ご担当者への一斉同報FAXの作動確認
- 復旧手順の確認 など

昨年より開始したEDIバックアップシステムへの切り換え訓練にユーザー企業様24社が参加されるなど、他のVANサービスには例のない、業界規模の訓練です。貴社の大規模災害時の障害対応訓練の一環として、ぜひ参加をご検討ください。

※詳細につきましては、改めてご案内致します。

## かもめ通信

営業本部 営業部 加納 宣範 よしのり

いよいよ今月からプロ野球が開幕しました。昨年は地元の千葉ロッテマリーンズのファンクラブに入会し、家族でお揃いのユニホームを身に着け、千葉マリンスタジアムへ何度も足を運びました。試合を見るのも勿論楽しいですが、フラッグを振って大声で応援したり、マリーンズの得点やファインプレーに喜んだり、にぎやかな雰囲気の中でお弁当を食べたり、試合前のイベントに参加したりと、家族みんなで一日たっぷり楽しめますので、すっかりはまってしまいました。今年は4歳になった息子に少しずつ野球のルールを教える

いくつもりです。だんだん暖かくなり、家族で出かけるにはいい季節ですので、みなさんもスポーツ観戦は如何でしょうか？

さて、いよいよ今月から、といえ、6月からの改正薬事法施行に向けて、プラネットは医薬品説明文書データベースのサービス提供を開始しました。OTC医薬品メーカーのご担当者が登録した商品情報、説明文書や添付文書のデータを小売業・卸売業のお客様へお届けする当サービスのスムーズな運営を通じて、ユーザーの皆様へ信頼頂けるよう、精一杯努めたいと思っております。

# PLANET 82 van van

第82号 2009年4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
- TEL 03-5444-0811
- 発行人/玉生弘昌

- 編集協力/株式会社社書房
- タイトルデザイン/板垣千恵
- 印刷/株式会社太平印刷社

