

# PLANET vanvan

86

2010 Spring  
Presented by  
**PLANET,INC.**

プラネットヴァンヴァン

©Takahira Hosokawa

標準EDIサポーターVol.2

## 先陣を切って標準EDIに対応

株式会社イレブン

クローズアップ・ユーザー

## 改正薬事法施行に合わせ、 医薬品情報提供システムを自社構築

株式会社ユタカファーマシー

カスタマー・コミュニケーションズ株式会社  
顧客ID付POSデータに基づく  
マーケティングデータを  
消費財メーカーに提供

プラネット太くんの社会科見学  
小津和紙

**PLANET PLAZA**

プラネット ロボトリー

プラン&ネット



## ドラッグストア標準EDI活用事例 先陣を切って標準EDIに対応

### 株式会社イレブン

本社 〒590-0153大阪府堺市南区大庭寺756番地 <http://www.drug11.com>

南大阪、和歌山を中心にドラッグストア・調剤薬局計63店舗を展開する株式会社イレブンは、流通BMSの共同実証に参加し、そのまま本番運用へと移行した。業界の先頭を切って流通BMSに取り組んだ同社に、導入の経緯や感想を伺った。



システム・物流部  
部長  
古川 博章

#### Web EDIでの挫折と流通BMSへの挑戦

株式会社イレブンは、3年前に基幹システムの入替えを行った。その際Webサーバーを導入し、自社仕様のWeb EDIを立ち上げようとしたが、取引先との足並みがそろわず、結局Web EDIを実現することはできなかった。

「当時はJ手順によるEOSの導入が8割ほどに留まっており、EDIへ移行すればお互いにメリットが大きいと考えたのですが、取引先各社から、当社独自システムへの対応に社内で決裁を得るのは難しい、と指摘されました」と、古川部長はその背景を説明する。

この経験を機に、EDIの動向について調べていたところ、チェーンドラッグストア業界で、流通BMS(当時の呼称は「次世代EDI」)をベースにした標準EDIをつくる動きが進んでいることを知った。「すぐ実現するとは思いませんでしたが、業界標準ということで興味はありました」。そこへ日本チェーンドラッグストア協会から、流通BMSに関する検討委員会のワーキンググループが発足するという案内が届き、勉強のため思い切って参加してみることにした。

委員会では、小売業、卸売業とメーカーが集まり、業界における流通BMS適合の可能性や問題点について、約1年かけて検討を行った。委員会に参加した当初は、とにかく何もわからず、まず流通BMSとは何かを理解するところからスタートしたという。難解な専門用語が多く、用意された分厚い

資料と日々格闘した。

もともと流通BMSは、スーパーマーケット業界から始まった取り組みで、スーパーマーケットのビジネスモデルに基づいて設計されている。そのため、さまざまな商習慣の違いから困惑することも多かった。

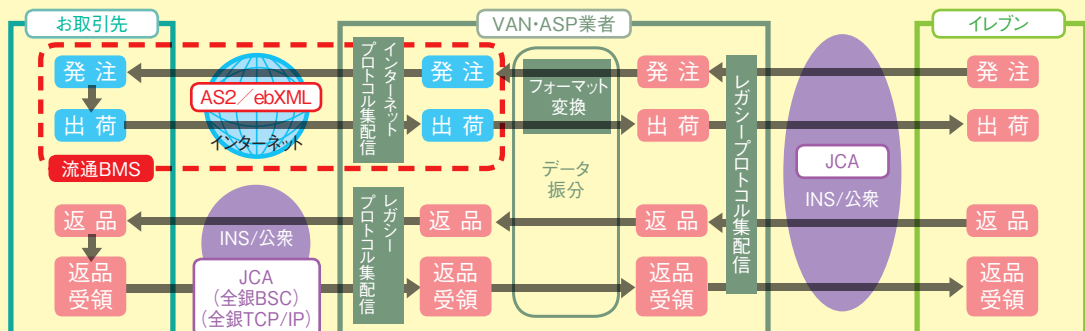
「たとえば返品に関して、当社では返品予定、返品確定という言葉を使っていますが、流通BMSには返品メッセージ(電子取引文書)しかなく、返品受領に関するメッセージがありませんでした。さらに言うと、スーパー業界は商品を返送した時点で返品処理が完了するそうですが、当社では取引先から受取が返ってきてはじめて返品計上されます。こういった細かい部分では、業界ごとに商習慣が異なり、また、業界内でも個々の会社によって処理が違って来るわけで、はじめは委員会に参加している企業同士でコンセンサスをとるのも大変でした」。

時間をかけて全体像がつかめてくると、使うべきメッセージや問題点、不足しているメッセージなどが見えてきた。それらを委員会で取りまとめ、チェンジリクエスト(変更要望)として提案してメッセージを確定させ、共同実証へ移行する段階になった。

#### 共同実証から本番稼働へ

共同実証については、「今、あえて流通BMSをやる意味があるのか」といった懐疑的な意見も社内にあって、古川氏は参加すべきかどうか迷っていた。それを上司に相談したと

図1 流通BMS対応システム概要



ころ、「業界の先頭に立って新しい技術に挑戦するか、最後の1社になるまでJ手順にしがみつくな、どちらがいいか考えて判断すればいい」と背中を押され、流通BMS導入を積極的に推進することを決意し、経営層を説得した。

このとき判断材料となった要素を、古川氏は二つ挙げる。

「ひとつは、VAN・ASPモデルによる流通BMSという選択肢が出てきたことです。それまでは自社開発で考えていたため、費用面がネックになっていましたが、VAN・ASPモデルなら投資コストをかなり圧縮できるので、これで一気に実用化が現実味を帯びました。もうひとつ、私が委員会に参加して、流通BMSに関する基礎知識をすでに身につけていたことも、大きなポイントでした」。

実装にあたっては、現場の動きをできるだけ変えないことを最優先にして準備を進めた。詳細なマッピングシートを作成し、J手順による交換データ（発注、出荷、返品、返品受領）の各項目が流通BMSではどのメッセージ項目に該当するか、1件1件確認していった。

「これは他人任せでなく現場をわかる人間がやったほうがいいので、私がすべて担当しました。手間はかかりますが、マッピングシートの段階で真剣に検討しておけば、後が楽なのです。またこの工程は、J手順による交換データの項目をすべて洗い出したという意味で、自社の業務プロセスの再確認にもつながりました」。

共同実証は、2008年11月から2009年2月まで実施された。運用を開始してみると、拍子抜けするほど何ごともなく、スムーズに移行できたという。同社では、共同実証終了後も引き続き、流通BMSを本番運用している。

### 標準であることの重要性

流通BMSが本番環境でも順調に稼動することを確認し

た後、同社では取引先を招いて説明会を開いた。

「対応を強要するのではなく、イレブンが流通BMSを始めたことを、広く知っていただくのが目的でした。やはり標準というのは大きな魅力のようで、独自システムと違って業界内での横展開が可能のため、多くの企業が興味を持って説明を聞いてくれました」。

なかでも、スーパーマーケットとすでに取引実績がある食品関係の企業などは反応が大きかったといい、今後順次、流通BMSに対応する取引先は拡大していくと思われる。

現時点では、J手順によるデータ交換が並行稼働していることもあり、まだ流通BMS導入による具体的な効果は少ないが、将来的に、流通BMSによるEDI実施の企業が増加してゆけば、伝票レスによる大幅なコスト削減も期待されている。

「業界大手ではない当社が、今回、先頭を切って最新の流通BMSを導入できたのは、大変名誉なことです。標準EDIは、利用企業が増えるほどメリットが大きくなりますので、これからより多くの企業に、チャレンジ精神を発揮して、流通BMSの導入を進めていただきたいと思います。委員会で業界向けガイドラインを作成し、わかりやすいツールも整備されつつあるので、私たちのときのように導入で苦労することはないはずです」。

最後に、プラネットに期待する役割について、次のように語った。

「私たちはたまたま委員会に参加できたため、流通BMSに関する情報を得ることができましたが、多くの会社ではまだ、流通BMSって何?という段階でしょう。プラネットさんにはぜひ、そうした会社への情報発信による啓発や、スピーディに流通BMSに接続できる環境の実現を通じて、流通BMSの普及推進をバックアップしていただきたいと思います」。

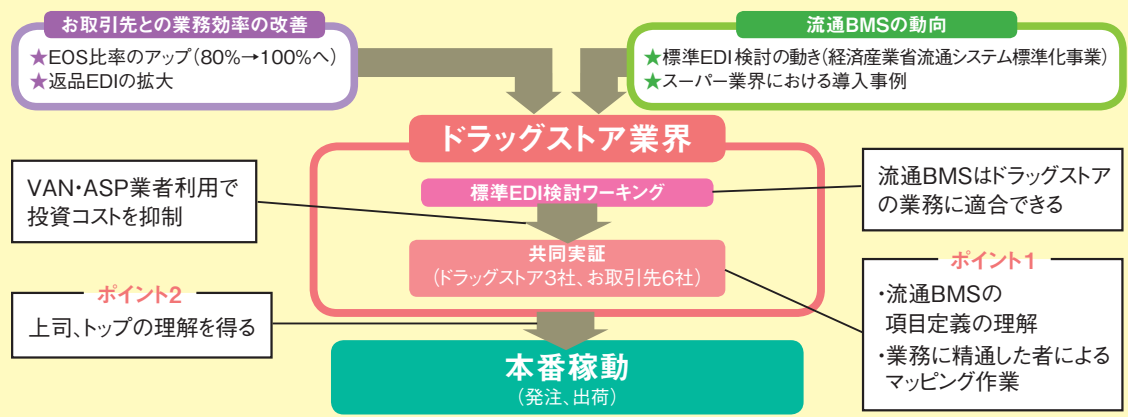
(注)「流通BMS」は、財団法人流通システム開発センターの登録商標です。

流通BMSについてご不明な点やご要望などがありましたら、お気軽にプラネットまでどうぞ。

お問い合わせ先  
株式会社プラネット コールセンター

Tel. …… 03-5962-0811  
E-mail… sc@planet-van.co.jp

図2 | 流通BMS導入の背景・経緯とポイント



クローズアップ・ユーザー

# CLOSE UP USER

## 医薬品説明文書データベース活用事例 改正薬事法施行に合わせ、 医薬品情報提供システムを自社構築



経営戦略グループ  
副リーダー 兼  
IT戦略チームリーダー  
岡地 勝美さん

### 株式会社ユタカファーマシー

本社 〒503-0015 岐阜県大垣市林町十丁目1339番地1  
<http://www.d-yutaka.co.jp/>

昨年施行の改正薬事法によって義務付けられた  
OTC医薬品販売時の情報提供や相談応需業務に、  
小売業は今後、どのように対応すべきなのか。  
今回は、医薬品説明文書データベースを活用して  
自社システムを構築し、店舗のパソコン・PDA からの  
説明文書印刷を実現した株式会社ユタカファーマシーの  
先進的事例をご紹介します。

#### 情報提供の義務化に際して何が必要か

岐阜、滋賀、京都を中心にドラッグストア、調剤薬局138 店舗を展開し、地域の“オンリーワンストア”を目指すユタカファーマシーでは、改正薬事法の施行にあわせ、2009年6月に社内向け医薬品情報提供システムをサービスインした。これはプラネットが提供する医薬品説明文書データベースを利用し、各店舗においてパソコンや無線PDAから説明文書・添付文書の検索、閲覧、印刷ができる自社開発のシステムである。

同社では、改正薬事法により医薬品の情報提供が義務化されることを受け、速やかに対応の検討を開始した。

「早い段階で医薬品説明文書データベースというサービスがあることを知り、それを使って自社で情報提供の仕組みをつくるイメージを固めました」と、経営戦略グループ副リーダー兼IT戦略チームリーダーの岡地勝美氏は語る。「ITベンダーのデモ等も見ましたが、社内の要件への対応の柔軟性やコストの面から、自分たちでシステムをつくったほうがいざらうと判断しました」。

システムの開発にあたって最も苦労したのは、医薬品の情報提供に関して業界の明確な指針がなく、他社動向もわからないため、システム要件がなかなか決まらないことだった。

「たとえば第1類医薬品の取り扱い方法などはガイドラインが提示されましたが、情報提供についてはほとんど情報がありませんでした。そこで私たちは、さまざまな利用シーンを想定し、“必要とされる機能をすべて用意する”ことを目指して、どのような状況にも対応できる仕組みを自分たちで考えることにしたのです」。

お客様から売り場でご相談を受けた場合、商品をお買い上げ



いただいた場合、レジで医薬品の売り上げを計上する場合など、さまざまな状況において必要な機能を検討した。特に情報提供に際しては、お客様へ印刷した説明文書をお渡しするのが前提となる。そのため既存の店内業務用パソコン・無線PDAとは別に、医薬品相談カウンターの接客対応用ネットブックや店頭接客用の無線PDAを新規導入し、それら全てで文書の検索・印刷を可能とすることで、店舗における情報提供で想定されるあらゆるケースに対応できるシステムの構築を目指した。

#### PDAから説明文書を印刷できる仕組みを構築

「技術的に苦労したのは、無線PDAからの印刷でしたが、試行錯誤の結果、無線PDA・パソコンのどちらからでも店舗にあるプリンタで印刷ができる環境を整えました」。

システムの要件さえ詰めてしまえば、開発自体はさほど難しいものではなかったと岡地氏は振り返る。実際、4月から5月までわずか2ヶ月の間に、情報提供だけでなく、店舗別の医薬品取り扱い制限などの機能も盛り込んだ改正薬事法対応のシステム

を構築し、2009年6月1日の改正薬事法の施行を迎えた。

情報提供に関わるシステムでは、医薬品説明文書データベースの全件テキスト情報がプラネットから毎日、自動的に本社DBサーバーへ取り込まれる。ここに蓄積された情報を、無線PDAからはJANコード検索、各種パソコンからはJANコードおよび商品名検索などで検索し、文書を閲覧・印刷する。

「商品をお買い上げの時に、説明をご希望のお客様には説明文書を出力し、担当した薬剤師がサインと日付を記入してお渡ししています。そのため、店舗名や捺印欄などが入った当社の独自フォーマットを使いたかったので、医薬品説明文書データベースに登録されているPDFは利用せず、テキスト情報のみで運用しています」。

ただし医薬品説明文書データベースに未登録のメーカーや商品については、メーカーから直接PDFを入手して自社のWebサーバーにアップし、パソコン向けのWeb検索画面を用意してPDFをダウンロード・印刷できる仕組みを別途用意している。

システム構築にあたっては、あらゆる状況を想定するという考えに従って、障害対策にも重点を置いた。本社データベースの情報はPOSサーバーに毎日同期させ、本社・店舗間のネットワーク障害時には緊急用サーバーとして使用できる態勢を整備。さらにネットワーク回線・システム機器がすべて使えない場合に備えて、携帯電話から要求メールを送信すれば、必要な情報をファックスに返信できる機能の準備も進めている。

## 総合データベースへの拡張を視野に

既存のパソコンや無線PDAは発注作業等の店舗業務にも使用されるため、今回、情報提供用のネットブックや無線PDAを増設した。説明文書を事前に印刷しておくケースが大半なので、増設したこれらの機器を情報提供の場で利用される頻度はそれほど多くはないが、将来を見越した上での投資だったという。

「実は以前から、店頭で活用できる総合データベースをつくりたいという思いがありました。具体的な用途がないまま店舗に新しい機器を導入するわけにはいきませんが、今回の情報提供はちょうどいいきっかけとなったのです。今後この仕組みを利用



して、説明文書等の情報提供だけでなく、社内にあるさまざまな医薬品情報を統合したデータベースをつくり、PDAを含む各情報端末から自在に検索できるようにしていく予定です」。

その布石として、情報提供専用ではなく、最初から拡張を前提にした統合的なメニュー画面を用意した。今はそこに医薬品の説明文書検索、添付文書検索のボタンが表示されているが、本部側で追加プログラムをつくってサーバーにおけば、店舗側の画面に自動的にそれらのボタンが出て処理できるようになっている。

続いて、プラネットの医薬品説明文書データベースへのご意見を伺った。

「ほとんどの商品データをカバーしており、全件テキストの取り込みも一瞬で済むので、何の問題もありません。そもそも今回は、医薬品説明文書データベースが整備されていることを前提にシステムを構築しているので、もしこれだけの情報を自社で管理しなければならなかったら、と考えとぞっとしますね」。その上で、次のような要望が寄せられた。「以前、PDFは登録されてもテキストデータが登録されていないことがあったので、必要なタイミングで全てのデータが登録されるようにメーカーに運用の徹底をお願いしたいですね。また、現在はテキストデータ上で文書の体裁を整えるための制御コードは改行しかありませんので、印刷フォーマットに埋め込むと、必ずしも読みやすい文書にはなりません。インデントや箇条書きなどの制御コードや、推奨折り返し文字数の設定などでテキストの体裁を整えられるようになると、さらに扱いやすくなるのではないのでしょうか」。

最後に、説明文書を紙で運用している小売業に対しては、「入手した紙やデータを印刷して紙の状態店舗に送り、店舗がそれを受け取って保管するという現状の業務フローにどれくらいコストがかかっているかを、一度きちんと調べた方が良くと思います。説明文書データベースを使って社内データで共有し、検索・印刷できるようにするのは難しい話ではありませんし、既存のPCやプリンタを活用できるように工夫すれば導入費用は抑えられますので、全社規模ではかなりコストが削減できるはず」と岡地氏は締めくくった。

情報提供のあらゆるニーズを想定し、さらに将来的な総合データベースへの拡張まで視野に入れた同社の取り組みは、説明文書データベースの先進的な活用事例として大いに参考になるだろう。



# 顧客ID付POSデータに基づく マーケティングデータを消費財メーカーに提供

2008年10月よりプラネットの関連会社となったカスタマー・コミュニケーションズ株式会社では、顧客ID付POSデータを利用した先進的なデータ分析サービスを展開しています。プラネットが提供する販売データとはまた違った視点から、メーカーのマーケティング戦略をサポートする同社の「CAFÉ®」サービスをご紹介します。

## カスタマー・コミュニケーションズ株式会社

本社 〒105-0011 東京都港区芝公園2-3-3 寺田ビル6F  
TEL:03-6430-0721 FAX:03-6430-0724 http://www.cust-communications.com/

### CAFÉ®とは

カスタマー・コミュニケーションズ株式会社（以下CCLと表記）は、独自のデータ分析力を誇るマーケティングサービスプロバイダーとして、小売業向けASPサービスとメーカー向けサービス「CAFÉ®」(Customer Accurate Fact Findings Exploitation の略)の二つを柱に事業を展開しています。

同社の小売業向けASPサービスは、ポイントカード導入による顧客の囲い込みに留まらず、会員カードから得られる顧客購買データを詳細に分析し、各小売業の実態に即した販売支援の提案を行うことで、利用企業から高い信頼と支持を得ています。

今回ご紹介する「CAFÉ®」は、このASPサービスで日々収集される膨大な顧客ID付POSデータを利用して、巨大な購買履歴データベースを独自に構築し、そこから導き出される最先端のマーケティング情報をメーカー向けに提供するサービスです。

CCLのデータウェアハウスには、ASPサービスを利用する全国の小売業(食品スーパー、ドラッグストア)から、1ヶ月の実稼働顧客数で1,000万人規模の顧客ID付POSデータが集積されます。この広範なデータを統合し、チェーンや地域の偏りを補正し、さらに個人が特定できる情報をすべて取り除いた状態でCAFÉ®のサーバーに移行し、各メーカーのご要望に応じた分析レポートを行っています。

一般にマーケティングの指標として利用されているPOSデータは商品に紐付けられており、そこからわかることは、「何が」「いくら

で」「いくつ」売れたか、という商品の売上情報のみです。一方、顧客ID付POSデータでは、「誰が」「いつ」「何を」「何の商品の購入後に（その後何を購入したのか）」「何と一緒に」購入したか等、顧客の購買行動と商品売上の詳細な関連性を見ることができ、つまり、顧客ID付POSデータでは顧客一人ひとりの購買履歴から、「併買状況」や「スイッチング状況」まで把握することが可能となります。

### CAFÉ®データの特長

CCLは食品スーパーおよびドラッグストアを中心にASPサービスを展開しており、日本最大規模の購買履歴データベースを独自に保有しています。ドラッグストアにおいては、エリア分布を反映させておりドラッグ市場の縮図と言えます。それらのデータを元に構築されるCAFÉ®のデータには、次のような特長があります。

#### ①2,000万人規模の巨大購買履歴データ

膨大なデータボリュームにより、数値のブレが少なく、信頼性の高い分析が行えます。また、このことにより十分な検出力を発揮しますので、これまで購入率が低く分析できなかった商品も分析可能となっています。

#### ②迅速で的確な分析

週ごとのデータを都度取り込んでいるため、検出スピードが速く、「商品発売後、すぐに購入者の分析を行いたい」などの要望や課題への迅速な対応が可能です。また、買いまわり補正や同

【図1】顧客ID付POSデータ(CAFÉ®データ)とは

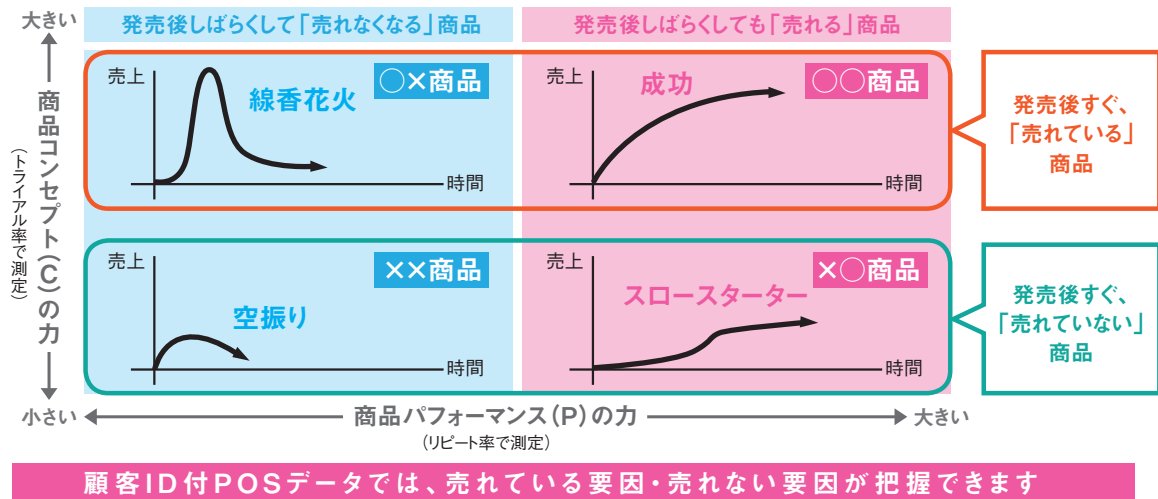
POSデータで見えること ▶ 「何が」「いくつ」売れたか



顧客ID付POSデータで見えること ▶ 「誰が」「何を」「何と一緒に」「いつ」「いくつ」「いくらで」買ったか



【図2】「トライアルカ・リピート力を知る」 トライアル・リピート分析



時併買時の重み付け処理など、分析目的に応じた的確な分析手法を活用しています。

### ③全属性・全年代を捕捉

従来の他社サービスでは、高齢者、単身者、男性などのデータが不足していましたが、CAFÉ®では個人がカードを保有する為、世帯に限らず全属性、全年代のデータが収集されるため、より広範囲なマーケティング分析が可能となっています。

### ④カテゴリーフリー

CAFÉ®はカテゴリーごとの契約ではありませんので、例えば、未開拓市場へ参入を検討している場合の新規マーケット調査やカテゴリーを跨いだカテゴリー間の購買状況を把握する場合などにおいて、複数カテゴリーの商品を自由に組み合わせて分析することができます。

### ⑤調査バイアスフリー

顧客ID付POSデータは店舗での実購買データですので、アンケートやグループインタビュー、ホームスキャン型購買履歴データでは調査が難しい商品(購入や使用をあまり人に知られたくないような商品)も購買者に調査されているというバイアスがかかる事なく普段のお買い物行動としての購買情報を入手し、容易に分析ができます。

このように、特定小売業のデータとは異なり、CAFÉ®のデータは複数企業の実績を統合したデータとなっていますので、業界全体を把握するマーケティングデータとして活用できます。

## メーカーの様々な課題解決に対応

CAFÉ®を利用する一番のメリットは、分析可能なサンプル数をスピーディーに確保できることです。データ量が豊富なため、年代別・性別・量層別など詳細な切り口による分析もタイミングを逃さずに実施することができ、次の販売促進の対策に役立てやすいのです。

また、CAFÉ®ではコンサルティングを重視しており、CCLが持つ最先端の情報システムと豊富な経験・ノウハウにより、お客様が抱える課題に対して効率的で的確な分析手法を提案しています。また、単に分析結果のデータを納品するのではなく、傾

向や課題をレポートにまとめたものが納品されますので、利用メーカーはデータ分析に時間を取られることなく、「分析結果を使って考える」というコア業務に専念できるのです。

CAFÉ®でよく使われている分析メニューには、次のようなものがあります。

【属性別購入者分析】…商品(群)のターゲット層がどこにあるのかを性別・年代別に確認

【トライアル・リピート分析】…商品(群)の商品力や販売促進効果を確認

【属性別トライアル・リピート分析】…性別・年代別にトライアル・リピート分析を行い、商品力を支えているターゲット層を確認

【直前期間購入分析】…ある商品(群)購入者が前にどのような商品(群)を購入していたかを確認

【直後期間購入分析】…ある商品(群)の購入後、どのような商品(群)を購入しているかを確認

【期間併買分析】…分析期間内にある商品(群)購入者が他にどのような商品を購入していたかを確認

【同時併買分析】…分析期間内のある商品(群)購入時に同時に購入された商品(群)を確認

この他にも多数の基本分析メニューが用意されており、さらに必要に応じて、定型分析以外に課題・仮説に合わせたカスタマイズ分析も可能となっています。

なおCCLでは、CAFÉ®をより手軽にご利用いただけるよう、「属性別購入者分析」や「トライアル・リピート分析」など重要性の高い5つの分析に絞って月額定額料金で提供する「miniCAFÉ®EX」のサービス運用を開始しています。

顧客ID付POSデータは、商品開発や販売促進において、より具体的な方向性を示すことができる新しいマーケティングデータとして、近年、非常に注目されています。まだお使いでない方はこれを機会に、顧客ID付POSデータを活用した新たなマーケティング戦略の立案を、ぜひご検討ください。

※CAFÉ®に関する詳細はカスタマー・コミュニケーションズ株式会社へお問い合わせください。

TEL:03-6430-0721、<http://www.cust-communications.com/>



# プラネ...太... 社会科見学

イラスト/松島 むう

今回  
おじゃま  
したのはい...



## 「小津和紙」

<http://www.ozuwashi.net/>

■所在地：東京都中央区日本橋本町3-6-2 小津本館ビル

■営業時間：10:00~18:00(日曜・年末年始定休)

■電話：03-3662-1184(いい和紙)

■アクセス：

・東京メトロ銀座線・半蔵門線「三越前」駅A4出口より徒歩8分

・東京メトロ日比谷線「小伝馬町」駅3番出口より徒歩5分

・JR総武線快速「新日本橋」駅5番出口より徒歩2分

和紙の魅力を伝えたい!

日本の伝統を守る文化拠点

古くは番傘や提灯、書物を記す紙として活用されてきた和紙。洋紙が普及した現在でも、和紙特有の趣が注目され、さまざまなシーンで用いられています。そんな和紙の魅力が凝縮された「小津和紙」を見学しました。

## 店舗



店長  
一瀬 正廣さん

小津和紙は和紙を販売する店舗と手漉き和紙体験工房、小津史料館、小津ギャラリー、小津文化教室で構成されています。オープンしては1982年。紙問屋としてスタートした当社の歴史を重んじ、日本の伝統文化である和紙の素晴らしさや、和紙に関するさまざまな情報発信を行う拠点として、ここから1ブロック先の小津ビル内に開設されました。そして2005年に

当社創業の地である現在の場所に移り、今日に至っています。

1階の店舗では手漉き和紙や書道用紙、日本画・水墨画向けの紙、染和紙、工芸紙など、3,000点余りの商品を販売しており、書家や日本画、版画、和紙工芸をたしなむ方や美大の学生さん、外国のお客様といった方々がよくお見えになります。





## 小津史料館など



松浦 節也さん

2階の小津史料館は、当社の歴史と紙との関わりを展示しています。1653年(承応2年)に、創業者である小津清左衛門長弘が伊勢松阪から江戸に下り、現在の本社社屋がある江戸大伝馬町に紙問屋を開業したところから始まり、時代とともに変遷する紙の歴史や商売の歴史を、古文書や用具類等でご紹介しております。当時の世相や商売の様子がわかる貴重な資料です。



展示品の一部は、東京都中央区の区民有形文化財として指定されています。また、史料館の他にも下記のようなスペースがご利用いただけます。

- 小津文化教室：書道をはじめ、ペン字、ちぎり絵、押し花、水墨画、水彩画等、多彩なジャンルの講座を開講。
- 小津ギャラリー：教室の生徒さんや、一般の方にも開放しており、個展やグループ展等にも利用可。

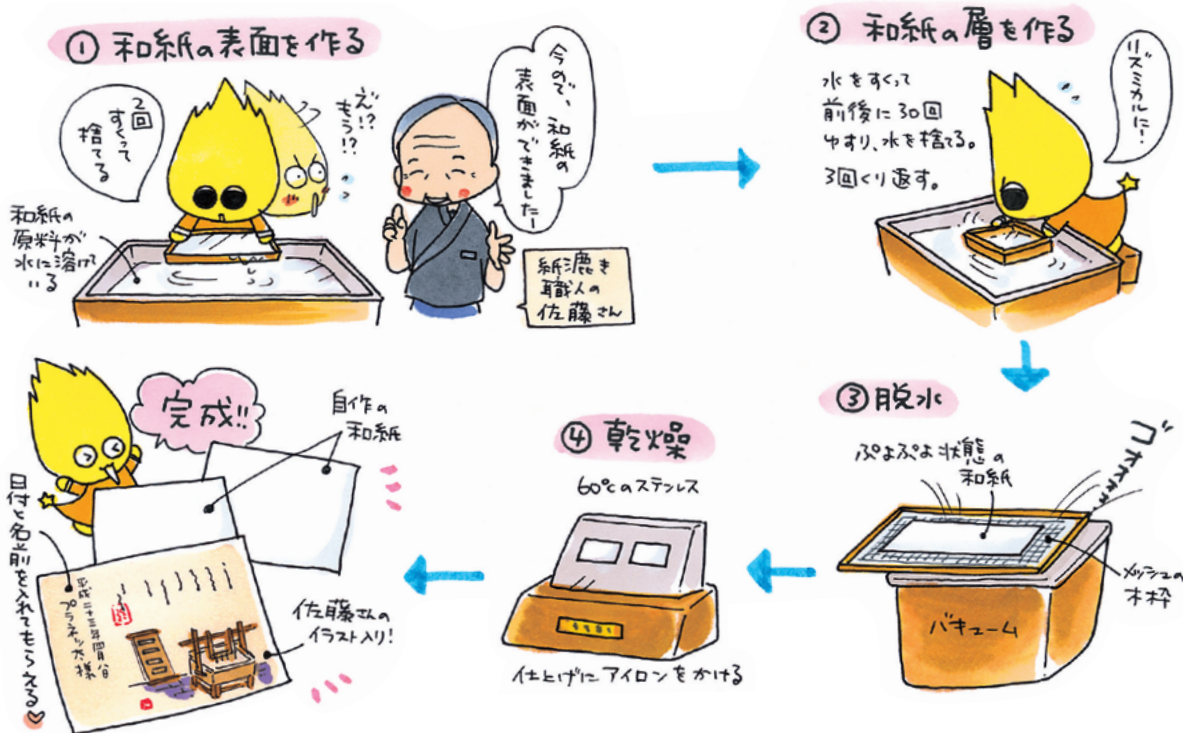


## 紙漉き体験

### 自分だけの手漉き和紙を作ろう! ~手漉き和紙体験~

職人さんが原料から和紙のできるまでの工程を説明しながら、親切に指導してくれます。

- ◎所要時間：紙漉きから仕上げまで1時間半程度(時間帯は10:30~12:00、もしくは13:30~15:00)
- ◎料金：大人1,000円(A4判3枚)、子供500円(A4判2枚)
- ◎備考：要予約、人数は1名から30名程度まで受付。ただし、グループの場合は事前打ち合わせが必要。



## 和紙のはなし

和紙の原料として有名なのは、楮(こうぞ)、三桠(みつまた)、雁皮(がんび)ですが、いずれも、植物の外皮の下にある柔らかな内皮繊維が和紙のもとになっています。

日本各地で栽培されている楮は、蒸して皮をむき、外皮を除いた部分を紙にします。主に書道用紙や障子紙、民芸紙などに利用されています。三桠は、枝が三つに分かれていることからこの名がつけました。黄色くかわいらしい花が咲くので、観

賞用としても用いられています。楮で作った紙より平滑で、透かしを入れるような精巧な印刷に適していることから、紙幣などにも用いられています。雁皮は3つの原料の中でもっとも栽培がむずかしい植物。雁皮から作られた紙には美しい光沢があり、昔から書写用紙として用いられています。ちなみに、小津和紙の入口脇には3つの原木が植えられています。



# PLANET PLAZA

## TOPIC 01

### 第10回JAPANドラッグストアショー出展報告

2010年3月12日から3月14日までの3日間、プラネットは幕張メッセで開催された「第10回JAPANドラッグストアショー」に出展しました。

今回は「業界標準で行ってみよう!」というテーマで、『PLANET vanvan』誌面にも登場頂いている株式会社イレブン、株式会社ユタカファーマシーの小売業2社と株式会社Paltac、武田薬品工業株式会社の計4社による、ドラッグストア業界標準EDIや医薬品説明文書データベース活用に関するミニセミナーを行いました。

ミニセミナーへは大勢の方にお越しいただき、ドラッグストア業界標準EDIと医薬品説明文書への注目度の高さを改めて認識いたしました。

お忙しい中、弊社ブースへご来場くださったみなさま、誠に有難うございました。

これからもプラネットは流通業界のみなさまのお役に立つサービスの提供に努めて参りますので、EDIや医薬品説明文書データベースをはじめとした当社サービスについてご不明点がございましたら、お気軽なお問い合わせ下さい。



#### ご参考 3/12(金)のミニセミナースケジュール

- 13:30-13:45 \_\_\_\_\_  
標準EDI活用事例 (株式会社イレブン)
- 13:45-14:00 \_\_\_\_\_  
標準EDIへの取り組み (株式会社Paltac)
- 14:30-14:45 \_\_\_\_\_  
説明文書データベース活用事例 (株式会社ユタカファーマシー)
- 14:45-15:00 \_\_\_\_\_  
OTC医薬品情報提供への取り組み (武田薬品工業株式会社)
- 15:30-15:45 \_\_\_\_\_  
説明文書データベース活用事例 (株式会社ユタカファーマシー)
- 15:45-16:00 \_\_\_\_\_  
OTC医薬品情報提供への取り組み (武田薬品工業株式会社)



【お問い合わせ先】コールセンター Tel.03-5962-0811 E-mail sc@planet-van.co.jp

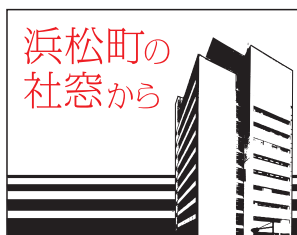
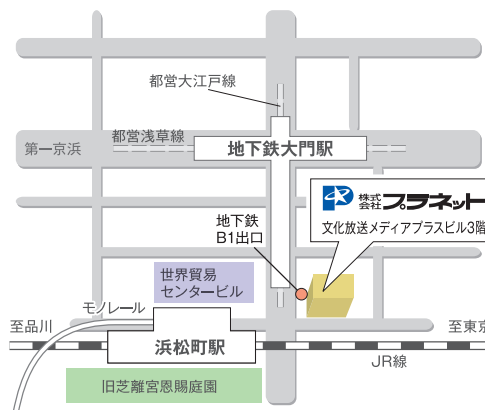
## TOPIC 02 新事務所での業務を開始いたしました

2010年3月8日(月)より、浜松町駅前の文化放送メディアプラスビル3階で業務を開始いたしました。以前と比べて、とても駅に近い場所ですので、お近くにお越しの際はぜひお立ち寄り下さい。

なお、ビル入り口は2階です。文化放送共通の受付をお済ませ下さい。

また、事務所移転に伴って電話・Fax番号も変わりましたので、ご登録の変更をお願い致します。

〒105-0013  
東京都港区浜松町1-31文化放送メディアプラスビル3階  
Tel.03-5962-0811 Fax.03-6402-8421



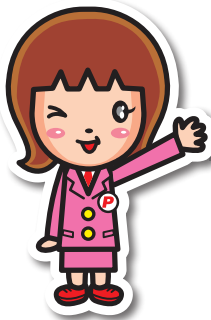
ネットワーク本部 ネットワーク管理部  
藪本 聖和

3月8日から浜松町の新オフィスへ移転し、まだ少し落ち着かないといった感じです。前のオフィスには10年間も通ったので、楽しい時、辛い時の思い出がいっぱいあり、少し寂しい気もします。今までは駅から遠い立地だったため、お客様にもご不便をおかけしていたところがありますが、今度は駅近なので気軽に立ち寄っていただければと思います。

また昨年、部署異動もあり仕事の内容もWEB系の開発から社内、EDI系の開発と変化があり、外勤

ばかりしていた私にとって毎日社内に居ることに少し違和感がある毎日をおくっております。

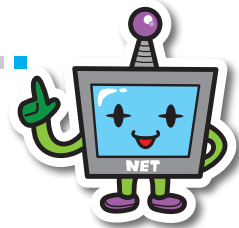
最近のプライベートな話ですが、昨年元気な男の子を授かり、週末に子供と遊ぶことが何よりの活力です。残念なことに母親よりは人気がなく、よく泣かれることが悲しいのですが……。少しでも単語を話すようになってきたのですが、なぜか私に向かって「ブタ」と言います。ブタのTシャツをよく着ているからでしょうか?それとも太り過ぎ?



# PLANET

プラネット ラボラトリー

# LABORATORY



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。

## ココカイノテーマ? 「BCPとは？」

BCPとは、事業継続計画を意味する“Business Continuity Plan”の略称です。緊急事態を想定し、事前に事業を継続する方法や手段および、復旧に向けた対策を取り決めておくことをいいます。例えば大規模な震災が発生すると、交通網や通信回線の寸断、コンピュータの故障、データセンターの倒壊など、インフラ機能やハードウェアにも大きなダメージが及ぶ事態が考えられますので、従業員に向けた対策に加え、システム面での対策を講じておくことも重要になります。

プラネットではEDIサーバの二重化やEDIバックアップシステムの設置による三重化、業界規模でのEDI障害対応訓練を行うなど、2006年よりBCPに取り組んでいます。

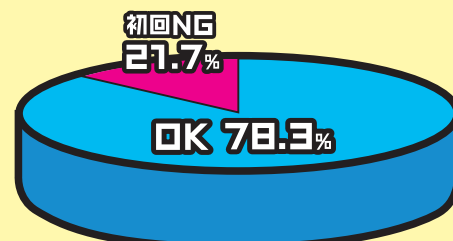
### ココに注目!

## 今年のEDI障害対応訓練は 9月1日(水)「防災の日」の開催を予定しています。

昨年9月に実施しましたEDI障害対応訓練では、基幹EDIサービス利用ユーザー様818社(2009年9月末時点)のうち60社にご参加いただきましたが、ユーザー様全体に占める比率は7.3%と、1割に満たない状況です。また、今回参加された60社のうち、2割以上のユーザー様では、接続先をバックアップシステムに切り替えた最初の接続でエラーが発生しています。

“備えあれば憂いなし”の言葉のとおり、事前にバックアップシステムへの接続確認を済ませてお

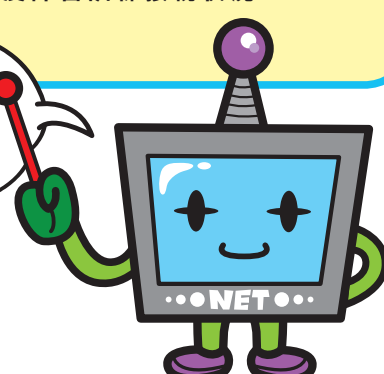
くと、いざという時に安心です。貴社におけるBCP取り組みの一環として、ぜひEDI障害対応訓練への参加をご検討ください。

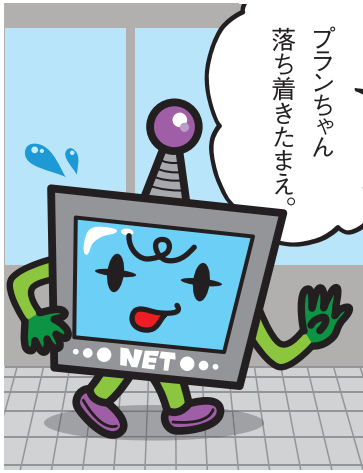


2009年度障害訓練接続状況

備えあれば  
憂いなしで  
あーる。

お問い合わせ先 | (株)プラネット ネットワーク本部 ネットワーク管理部  
Tel. 03-5962-0812 E-mail syskan@planet-van.co.jp

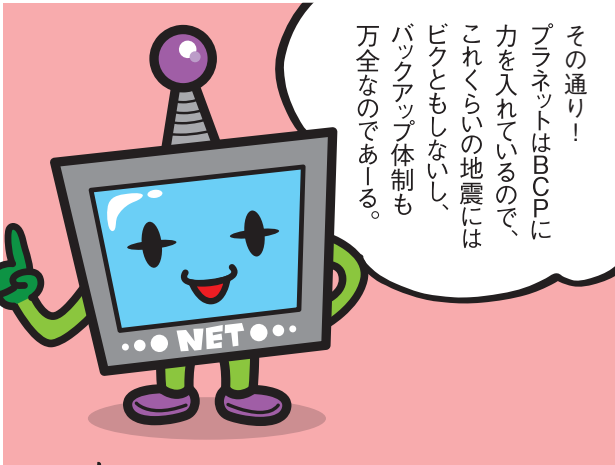




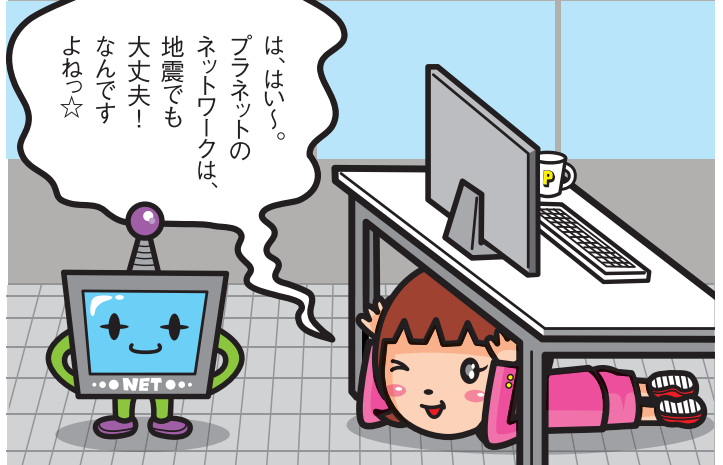
プリンちゃん  
落ち着きたまえ。



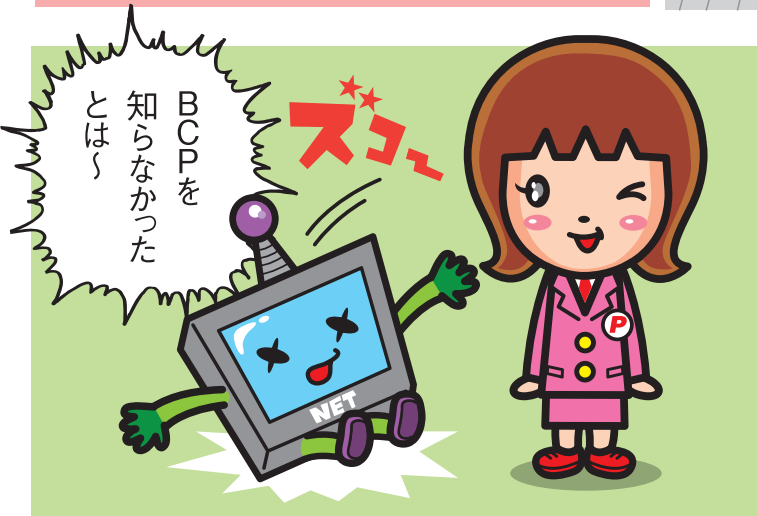
ギャー!!  
もしかして  
地震ですか。



その通り!  
プラネットはBCPPに  
力を入れているので、  
これくらいの地震には  
ビクともしないし、  
バックアップ体制も  
万全なのである。



はい。  
プラネットの  
ネットワークは、  
地震でも  
大丈夫!  
なんです  
よねっ☆



BCPPを  
知らなかった  
とは

スコッ



ですよね。  
どうですか?  
BCPPは  
なんですか???



BCP???  
びくともし<sup>C</sup>ない<sup>P</sup>プラネット?  
バッチリ<sup>C</sup>している<sup>P</sup>プラネット?  
それとも...

このウラ  
PLANET  
LABORATORY  
に続く!

# PLANET van van 86

第86号 2010年4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/玉生弘昌  
編集協力/株式会社社書房  
デザイン/太田康士 (Hitrico Graphic Service)  
印刷/株式会社太平印刷社

