

PLANET vanvan

96

2012 Autumn
Presented by
PLANET,INC.

プラネットヴァンヴァン

クローズアップ・ユーザー

EDI活用で受注量の増加にも スムーズに対応

日本サニパック株式会社

“全社一丸”を具現化する システム統合への軌跡

株式会社あらた

もっと知りたい！
販売データ

プラネット太くんの社会科見学
株式会社インテック 万葉スクエア

PLANET PLAZA

プラネット ロボトリー

プラン&ネット

クローズアップ・ユーザー CLOSE UP USER

EDI活用で受注量の増加にも スムーズに対応

日本サニパック株式会社

〒151-0072 東京都渋谷区幡ヶ谷1丁目25番5号
<http://www.sanipak.co.jp/>

ゴミ袋製造・販売業界をリードする日本サニパック株式会社では、2001年よりプラネットのEDIサービスを導入し、業務の効率化を図ってきた。今回、EDI導入の経緯や活用状況、さらに同社が進めるBCPへの取り組みについてお話をうかがった。

■取引先からの接続依頼を契機にEDI化を推進

日本サニパック株式会社は、1970年の創業以来、一貫してゴミ袋の製造・販売を行っており、現在、家庭用から業務用、自治体指定ゴミ袋まで、800種類近くの商品アイテムを展開している。早い時期からインドネシアに専用の自社工場を持ち、シンガポールの支店を経由して日本で販売するというビジネスモデルを確立。高品質で低価格な商品の安定供給を実現し、業界内で確固たる地位を築いてきた。

同じゴミ袋でも家庭用と業務用では販売ルートが異なり、業務用の卸先は各地域の小規模な企業が多く、ファックスでの受注が主流だが、日用品を扱う卸売業が主な取引先となる家庭用に関しては、90年代半ばにいくつかの量販店との間で、EOSによる直接取引を始めていた。

「量販店様は伝票が多いので、データを送信いただけるのはありがたかったのですが、フォーマットが統一されていないため、



情報システム室長
宇野 康典さん



情報システム室
小手川 勝己さん

新しいお得意先様ごとにシステム対応しなければならず、それが大きな負担となっていました」と、情報システム室長の宇野康典氏は振り返る。何とか統一フォーマットで入り口を集約する方法はないかと模索していたところ、2001年に取引先のある卸売業から、発注・仕入・請求照合データについて、プラネットのEDIで接続できないかと打診を受けた。

「プラネットが標準化されたEDIサービスを提供していることは知っていたのですが、どのように利用すればよいかわからずにはなかったのですが、どのように利用すればよいかわからずにはなかったのですが、そんな時にお客様からお声掛けいただいたことがきっかけとなり、EDI化の取り組みがスタートしました」(宇野氏)。

■EDIによって受注業務の作業負荷が軽減

EDI導入にあたっては、受注担当者を納得させることに最も注力した、と情報システム室の小手川勝己氏は語る。

「それまでは、FAXで届いた発注書に沿って基幹システムに受注内容を入力すればよかったため、受注担当者にはEDI導入で運用が変わることへの抵抗感がありました。また、既存の顧客管理マスタに加えて、接続先卸売業のステーションコードや納品先の標準取引先コードなど、新たなコードの登録が必要になるため、かえって手間がかかるという印象を持った担当者もいました。そのため、まずはプラネットEDIの一連の流れを説明し、EDI化を

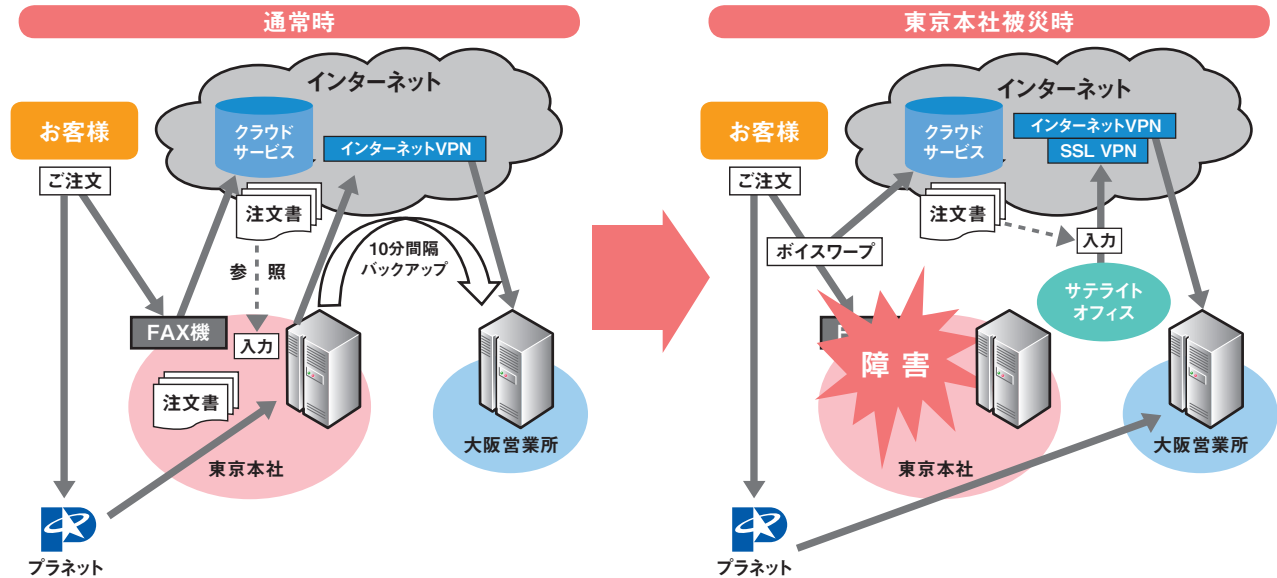


とって付きポリ袋「スマートキューブ®」
半透明45ℓ50枚組



とって付きポリ袋「スマートキューブ®」
半透明30ℓ50枚組

図 | 受注体制のBCP対策



進めることが当社やお客様の業務効率化にとってどれだけ重要かを説明し、理解してもらいました」(小手川氏)。

2005年ごろから家庭用商品を扱う卸売業各社との発注・仕入データの接続が本格化し、現在、売上ベースで全体の約5割、家庭用販売ルートだけをみると7割強をEDIでカバーしている。

EDI化の成果について、宇野氏は次のように語る。

「当社では受注時間が午前9時から11時と決まっており、その間に出来るだけ多くの伝票を処理したいというニーズがあります。15年前に比べると売上も伸び、商品アイテム数も倍増していますので、手作業のままであれば入力業務の負担はかなり増えていたはずですが、EDI化が進んだことによって短時間に大量の処理が可能になり、人員を増やすことなく、時間内で対応できています」。

具体的な成果として、EDI導入後は残業がほとんどなくなったという。また、手入力によるミスがなくなったことも大きなメリットだ。従来は、熟練した担当者でなければ膨大な入力を正確に行うことは難しかったが、EDIではデータを取り込むだけなので、スキルのない新人でも担当することが可能で、作業負荷は大きく軽減された。

今後は業務用ルートも含め、EDI接続の割合をいかに高めていくかが課題だ、と小手川氏は言う。

「EDIにまだ対応していないお取引先様も多いので、プラネットさんにはすそ野を広げる取り組みをぜひお願いしたいですね」(小手川氏)。

なかでもプラネットがメーカー・卸売業各社を対象に毎年実施しているEDI接続アンケートは、取引先の状況を把握できるとともに、自社のEDI化の意向を伝えることで取引先に対応を促すことにもつながるため、今後は実施頻度を高めてほしい、とのリクエストをいただいた。

■コストと効果のバランスを重視したBCP対策

同社では、昨年の東日本大震災を契機に、BCP(事業継続計画)にも積極的に取り組んでいる。

「東京で計画停電が実施されると基幹システムが止まって受

注できなくなるため、東京にあった基幹システムとメール関係、ファイルサーバを大阪営業所に一時的に移設しました。大阪を選んだのは、スペース的にマシンを置く余裕があったこと、自社社員の目の届く場所の方が有事の際に対応しやすい、という理由でした」と宇野氏。

当初は、しばらく様子を見て東京に戻す予定だったが、大阪でも計画停電の話が持ち上がるなど、どこにマシンを置いてもリスクは避けられないことを痛感。そこで、大阪のマシンはそのまま予備機として残し、東京に基幹システムの親機を設置して、システムの二重化を図った。

「当社の業務では、金融機関のように瞬時にバックアップ機に切り替える必要はないので、10分おきにデータを同期するシステムを構築しました。もちろん最も重視したのは“システムを止めないこと”ですが、BCPのコストが突出してしまえば本末転倒です。自社にとって何が必要で、何が可能なかを見極め、できるだけ費用面も抑えながら、確実に障害に対応できる態勢を考えました」(宇野氏)。

現在ではオンサイトだけでなく、VPNでインターネットに接続できる環境さえあれば、どこからでも東京・大阪のサーバにアクセスできる仕組みになっている。また、取引先の半数については、今もファックスによる受注を行っているため、平常時はファックス機で受信した内容をデータとしてクラウドサービス内に蓄積し、本社が被災して通信障害が起きた際には、ボイスワープで注文書の情報を直接クラウドサービスに送り、衛星オフィスなどで受注入力を行う際に参照できる仕組みを導入するなど、BCPに関して万全の体制をつくり上げている。

最後に、宇野氏から次のような言葉をいただいた。

「当社では、プラネットが受注に関するインフラとなっているので、もしプラネットが止まったら業務も止まってしまう。すでにプラネットさんではいろいろな対策を講じられていますが、時代とともに技術も変わりますので、今後も“止まらないサービス”を追求し続けていっていただきたいと思います」。

ご期待に応えられるよう、プラネットはこれからも研究を重ねて技術の向上に努め、さらに強固な体制づくりを目指していきたい。

クローズアップ・ユーザー

CLOSE UP

USER

“全社一丸”を具現化する システム統合への軌跡

株式会社あらた

〒273-0024 千葉県船橋市海神町南1丁目1389番地
<http://www.arata-gr.jp/>

企業合併の際、最も重要な経営課題となるのが、業務プロセスの統合である。各社、各部門が異なる仕組みや商習慣を持つ中で、いかにしてシステム統合を成功させるか。2004年4月から約1年半で新基幹システム「Genesis」を立ち上げ、業務の標準化と全社共通のサービス基盤を実現した株式会社あらたの事例から学んでみたい。

■各社各様だった業務プロセスの 違いを知ることからスタート

2002年4月、大手日用品・化粧品卸売業のダイカ、伊藤伊、サンビックの3社が核となって、株式会社あらたが設立された。それに合わせて各社から20～30代の若手システム部員が集められ、システム統合に向けて勉強会が発足。当初は共同持株会社の形態で、各社が個別に事業を行っていたため、まずは第一次統合として、請求業務・支払業務を(株)あらたとして一本化するなど、お得意先との接点を優先してシステム統合を図った。

そして2004年4月、設立当初の3社と徳倉が(株)あらたとして合併するのを機に、システム本部は新基幹システム「Genesis」を開発する第二次統合への挑戦をスタートした。

「地域ナンバーワン卸を目指すという目標は同じでしたが、その業務プロセスやシステムは各社で異なり、それぞれに長年の思い入れがありました。そのため、あらたという一つの会社として、お得意先に提供するサービスレベルを全国共通、いわば金太郎飴のようにするには、我々が全社で統一された仕組みを開発するしかない、と強い覚悟で臨みました」と、システム本部統合システム部の神野謙典リーダーは語る。

最初に取り組んだのは、互いの業務を一つ一つすり合わせて“違い”を洗い出す作業だった。その結果、在庫管理や売上計上のタイミングなど、137件の差分が判明した。そこで、差分に関わる部門から担当者が集まり、中立的な立場の外部コンサルタントも交え、各業務プロセスについて半年かけて徹底的に議論した。こうして137の差分を「137の統一事項」としたシステム統合計画が正式に会社から承認され、システム本部は2004年



システム本部
統合システム部 部長
山田 英幸さん



システム本部
統合システム部 リーダー
神野 謙典さん

秋よりGenesisの本格的な開発に着手することになる。

■全国共通のサービスレベルとお得意先への 個別対応を両立

Genesisのカットオーバーは、2005年10月と決められていた。しかし、お得意先向けプログラムは数千本にのぼり、約1年の開発期間でゼロからのシステム開発は時間的に不可能だった。そこで、基準となる既存システムを定め、それをベースに、137の統一事項を取り入れて開発することにした。このときに最も留意したのが、Genesisが新システムとして、全社員にスムーズに受け入れられることだった。

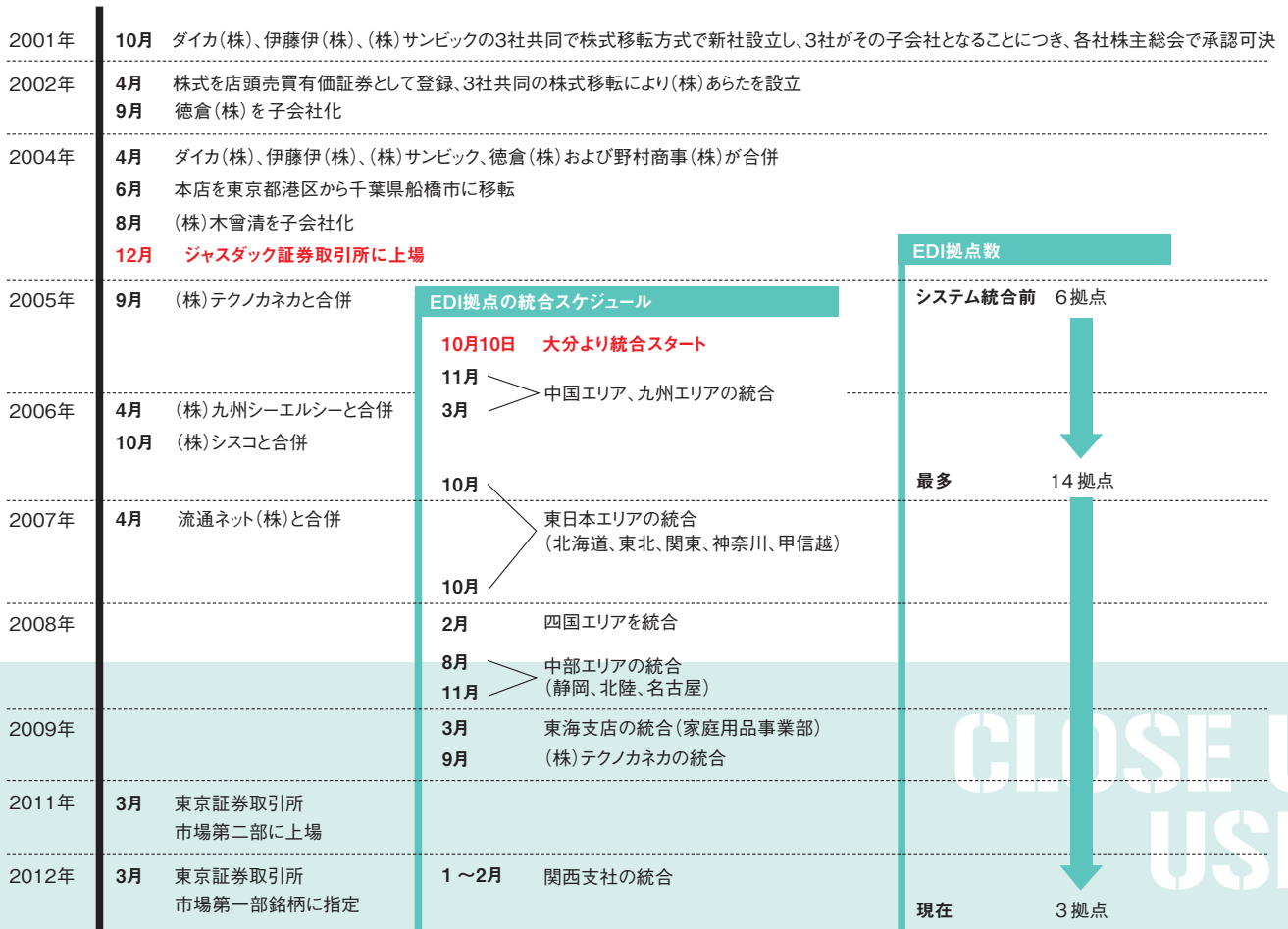
このように、あらたとしての共通基盤の構築を進めつつ、地域やお得意先ごとに異なる商習慣については、お客様に迷惑をかけないことを大前提に、業務機能をパターン化し、お得意先にあわせて、そのバリエーションを増やしていった。

一方で「仕入先のメーカー様対応は、合併した各社が既にプラネットのEDIを利用していましたので、システム開発の作業量は比較的少なくて済みました。プラネットという標準があったおかげで、お得意先様向けの開発に注力することができたのです」。

予定通り2005年10月、大分にてシステム統合を開始。その後、九州・中国エリアから順次、北海道・東北・関東・神奈川・甲信越エリア、四国エリア、中部エリアへと統合を拡大していった。たとえば納品時の荷姿一つとっても地域やお得意先によって異なるため、システムを動かして初めて問題が発覚することも多々あり、Genesisへの切り替えの都度、不眠不休で対応してシステムの変更・強化を図っていった。「お客様には絶対にご迷惑をかけられませんので、突発的な問題が発覚しても即時対応でシステム修正・開発を行い対応した事もありました」(神野氏)。こうして当初計画したシステム統合を2009年9月に終え、一つの区切りを迎えた。

■次世代卸の実現をシステムとして 全力でサポート

Genesisへのシステム統合の過程で数社との合併もあって、



最大14拠点あったEDIの拠点数は、現在では3拠点に集約された。目標としていた全国共通のサービス基盤はほぼ整ったかたちだ。プロジェクトの責任者として指揮をとったシステム本部統合システム部の山田英幸部長は、成功要因を次のように語る。

「最も大切にしたのは、現場の方々との意識のすり合わせでした。いきなり今日からシステム統合しますと言っても、現場は混乱するだけです。私たちは現場の方々と積極的にコミュニケーションを図ることで、単なるシステム統合ではなく、あらたとして一丸となってスタートするための業務統合なのだ、という意識を共有することに努めました」。

Genesisの導入により、システム効率は大幅に向上し、システム部門の人員も統合作業のピーク時に比べ、20名ほどスリムになった。さらに、システム統合による最大の成果は、それまで見えていなかった現場の課題が見えるようになったことだ、と山田氏は指摘する。「問題点が見えてくれば現場で対応できます。それが結果的に、全社的な業務精度の向上と高いレベルでの維持につながっているのだと思います」(山田氏)。

化粧品、トイレタリー、家庭紙、家庭用品、ペット用品という5大カテゴリーを取り扱うあらたは中期グループ構造改革の中で、今期の目標を「あらた ステージプラスワン」とし、次世代卸を目指すことを打ち出している。これは従来のようにメーカーから商品を仕入れて小売店へ販売するだけでなく、そこに新たな機能を

付加してサービス提供していくという新しい戦略だ。それに先立ち、システム本部では2009年より「Genesis Next」という新たなプロジェクトを進めている。

「会社が新しいことを支える仕掛けを提供するのが、Genesis Nextの役目です。より営業に役立つデータウェアハウスの提供など、様々なかたちで、“次世代卸”の実現をサポートすべく、日々奮闘しています」(神野氏)。

「今までは、システム部がつくる側、現場が使う側という線引きがありました。その一線を乗り越えて、今では現場とシステム部と一緒に考え、共同で会社に提案するという姿勢に変わりました。仕事を進めやすい環境が整った今、これからの私たちの本当のステージだと思っています」(山田氏)。

最後にプラネットに対する要望を伺った。

「メーカー・卸売業間の取引データ通信や商品情報の束ね役にとどまらず、コスト削減に向けた提案や、新たなトピックに関する情報交換に積極的なので助かっています。今後は私たち卸売業と、お得意先の小売業間でも同様の機能を果たしてもらい、サプライチェーン全体が効率化されることを期待したいですね」(山田氏、神野氏)。

消費財流通を支える情報インフラストラクチャーの運営企業として、お客様のご要望をしっかりと受け止め、この先も社会の役に立つサービスを提供してゆきたい。

自社商品が「どの店舗に・いくつ・いくらで」納品されているのか把握できていますか？ 把握していても、月次であったり、フォーマットがばらばらであったりして、正確に実績把握ができていなかったり、作業に時間が掛かったりでお困りではありませんか。

プラネットの販売データは、フォーマットとコードが標準化されており、日々のデータ入手も可能です。今回の「もっと知りたい!」シリーズでは、販売データの基本的な内容から具体的な活用方法まで幅広くご紹介していきます。

こんなことでお困りではありませんか？

営業部門

販売店の「配荷実績」は把握できていますか？

- 上司：新規開拓したAADラッグの売上はどうなっているんだ？
部下：多分、目標達成しているはずですが、来月にならないと…。
上司：来月になれば、店舗ごとの状況もわかるのかね？
部下：チェーン全体の売上しか把握できません。



営業統括部門

業態別の売上を把握していますか？

- 上司：〇〇ブランドはどの業態で売れているのかね？
部下：多分ドラッグストアだと思いますが…。



お客様窓口

スムーズな受け答えはできていますか？

- お客様：〇〇石鹸はうちの近くだと、どこのお店で売っていますか？
担当者：お調べして、折り返しご連絡いたします。
➡ 営業部門に確認するがすぐに分からず1時間が経過



システム部門

販売実績の集計・加工に苦勞していませんか？

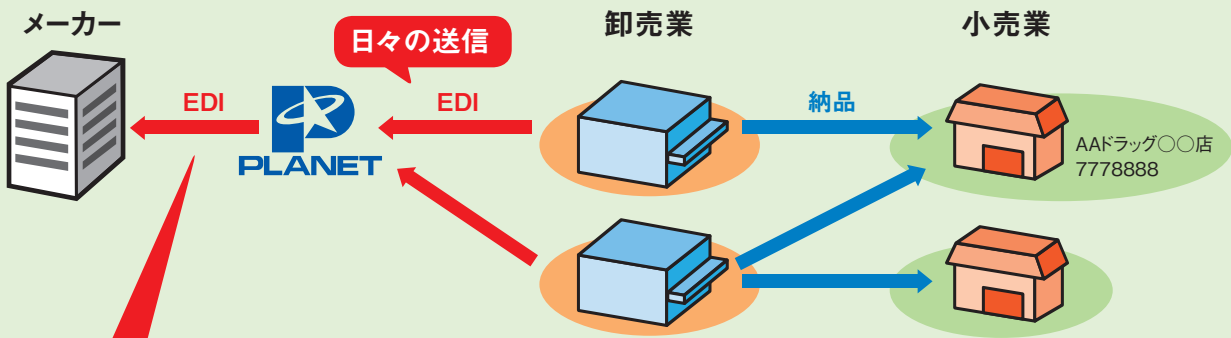
- 営業部門：先日依頼した資料はもうできた？
システム部門：卸売業ごとの販売実績はフォーマットもコードもばらばらで、まとめるのに何日も掛かって大変なんだよ。



これらの課題解決に欠かせない、詳細な販売実績をタイムリーに入手できるのがプラネットの販売データです。

プラネット販売データの特徴

販売データとは、卸売業が小売業に商品を販売した実績をメーカーに毎日送信するデータです。



標準フォーマット

販売データの主な項目



■標準フォーマット

全ての卸売業から標準フォーマットで提供されるため、集計・加工作業が軽減されます。

■標準取引先コード

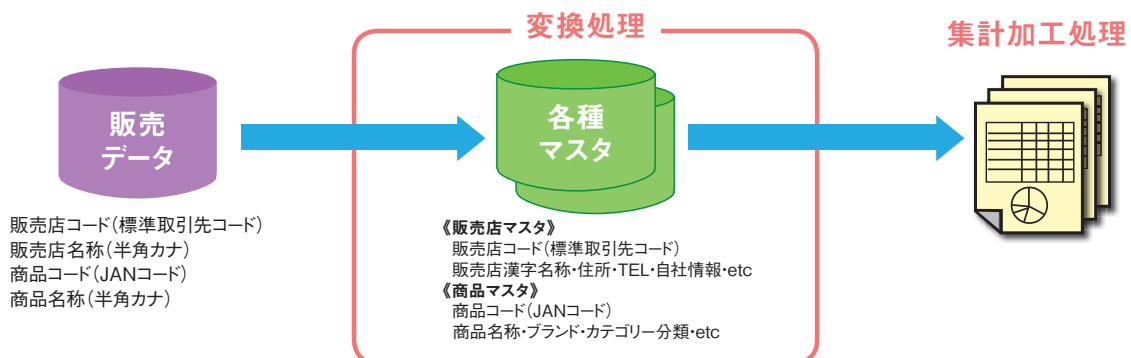
販売店コードは、どの卸売業からも「AADラッグ〇〇店」は「7778888」という同一の標準取引先コードで提供されるため、メーカーでのコード変換作業が軽減されます。

■タイムリーな実績把握

基本的にメーカーへ日々送信いただいています。

活用するためには

受信した販売データの中身は、「数字と半角文字の羅列」に過ぎません。販売実績データとして活用するためには、まずそれらを変換するための販売店マスタ、商品マスタなどが必要になります。

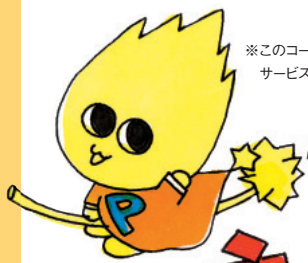


サービスに関するお問い合わせ

株式会社プラネット 第1営業部

Tel.03-5962-0811

E-mail eigyo@planet-van.co.jp



※このコーナーでは、当社のオリジナルキャラクター「プラネット太くん」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。

プラネット太くんの 社会科見学

イラスト／松島むう

おともの やかもち

大伴家持の愛した風光明媚の地で

末永い発展を支える最新鋭ITステーション

今回
おじゃま
したのは……



株式会社インテック 万葉スクエア

〒933-8777 富山県高岡市京田626番1

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

プラネットのサービスをシステム面で支える株式会社インテックは2010年、首都圏・関西圏の両エリアからアクセスしやすい北陸に「インテック万葉スクエア」を開設しました。昨年の東日本大震災を機に、災害対策やBCP(事業継続計画)の見直しを図る企業が増えている現在、日本海側にあるデータセンターとして、大いに注目されています。今回は、「インテック万葉スクエア」の信頼性を支える最新の免震構造と万全の災害・セキュリティ対策をご紹介します。

万葉の地で皆様と共に末永い発展を

当データセンターの万葉スクエアという名称は、社員の応募から採用されたものです。ここ高岡市は、万葉の歌人・大伴家持が越中国守として赴任した土地で、万葉集に残っている家持の歌473首のうち223首が、この地に在任した天平18(746)年からの5年間に詠まれました。このような歴史的背景が、名称の由来となっております。また、万葉という言葉には“よろずの世に渡る”という意味もございまして、私どもの使命である継続性を象徴しているのに加え、お客様や地域の皆様と共に“万世”“万代”末永く発展していこうとの願いも込められています。

建物の外観には地域の伝統建築に多く見られる“千本格

子”を意匠に取り入れ、その素材には地域の代表的な産業であるアルミ製品を使用しております。さらにビル正面の銘板には、これもまた地域の伝統産業である銅鑄物を用いました。ちなみに、高岡市は美術銅器の全国シェア90%を誇る土地柄です。今から400年ほど前、当時越中・加賀一帯を治めていた前田利長公が高岡築城に際し、高岡に鑄物工場を開設したことに始まり、その技術と品質は“高岡銅器”として現代まで受け継がれております。

当社が創立50周年を迎える2014年には、北陸新幹線も開通する予定です。当センターはその新高岡駅(仮称)に隣接しており、伝統と未来が調和する新駅周辺の景観にも配慮したデザインとなっているんですよ。



北陸地区本部
高岡センター 所長
矢坂 信幸さん



北陸地区本部
アウトソーシングサービス部長
中山 雅人さん



※歌の意味＝立山に降り積っている雪を夏中ずっと見ても見飽きることはない。神の山だからだろう。

堅牢で信頼性の高いデータセンター

万葉スクエアの最大の特長は、なんといってもその堅牢性にあります。まずは耐震性ですが、天然ゴム・オイルダンパー併用の全体基礎免震構造と設備機器の個別固定(架台設備、アンカー固定など)によって、震度6強の地震にも耐えうる構造となっております。さらに雨量計や雷センサーなどを設置してゲリラ豪雨や洪水、落雷等の自然災害に備えておりますし、給電方式やさまざまな設備管理システムを組み合わせる構築しておりますので、火災、浸水、停電に対する備えも万全です。

もちろんセキュリティについても対策は徹底しております。ICカード、生体認証での入退館識別装置、多段階のアク

セス制御によるセキュリティレベル管理、館内警備モニターによる防犯監視によって何重ものチェック機能を設け、信頼性の高いサービスを実現しているのです。

昨年の東日本大震災以降、BCPに関する企業の意識も高まっていますが、富山県は地震が少ないことから、BCP対策に適した立地条件にあります。インテックは、本社のある富山県と首都圏に複数、さらに関西にも自社データセンターを所有しており、これらを広帯域のネットワークで接続しております。ならんかのアクシデントによりネットワーク障害が生じた場合でも、速やかに対応できますので、どうぞ安心してお任せください。

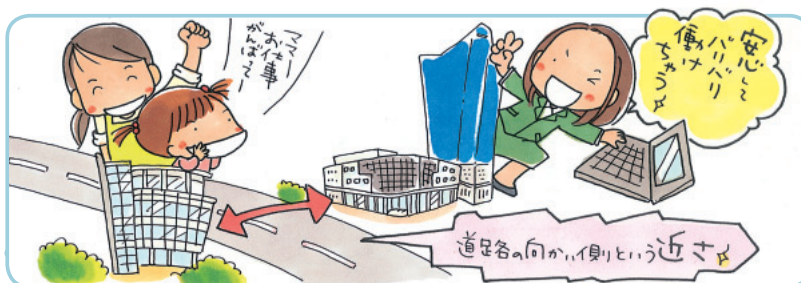


「女子力」が活きる環境づくり・「インテックキッズホーム」(富山市)

今年3月、中央経済社から『IT女子がそっと教える究極の「女子力」活用法』という書籍が発売されました。これは、インテックの女性社員4名が執筆したもので、IT業界で働く女性たちの仕事術をメインに構成されています。企業の発展には、女性特有の能力が不可欠。そのためには、労働環境の整備がたいへん重要です。同書に綴られた女性たちのリアルな声は、IT業界に限ったものではなく、多くの企業に共通するものではないでしょうか。

同書でも紹介されている本社の事業所内保育施設「インテックキッズホーム」(富山市)は、2007年に開所しました。定

員50名は、事業所内託児所としては富山県内最大規模で、現在は0歳から3歳まで計十数名の利用があります。8名の保育士によって運営されており、インテックのグループ社員はもちろんのこと、近隣企業にお勤めの方にもご利用いただけます。これは、社員の仕事と育児の両立を支援するとともに、地域にも貢献する企業でありたいという思いから実現しました。利用者からは、「職場に近くてありがたい」「何かあったらすぐに対応できるので安心」といった声が多く聞かれます。夏場には、プールで水遊びをする子どもたちをお母さんたちが会社の窓から眺めている、というほほえましい光景も見られるんですよ。



PLANET PLAZA

TOPIC 01

「プラネット ユーザー会 2012」のご案内

11月に開催するユーザー会の概要を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。

開催日時・場所

- **大阪会場**：11月 8日(木) 13:30～17:00 於一ホテル阪急インターナショナル 4F 紫苑(大阪市北区)
- **東京会場**：11月16日(金) 13:30～17:00 於一東京国際フォーラム ホールB7(東京都千代田区)

※両会場とも、17:20頃より懇親会を予定しております。

プログラム

● 基調講演

テーマ：『新時代の本質とプライシング』

講師：学習院大学経済学部 教授

学習院マネジメント・スクール 所長

上田 隆穂 氏

● ユーザー事例紹介

● プラネットからのご報告、ご説明

備考

ユーザー会、懇親会ともに無料でご参加いただけますが、事前のお申込が必要です。

お問い合わせ先

(株)プラネット ユーザー会事務局

Tel: 03-5962-0811

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

TOPIC 02

「インターネットは日用品流通をどう変えるか 2012」を発行

インターネットの急速な普及が一般消費財の流通チャネルにもたらしている変化の現状を把握するため、消費者へのアンケートと製配販各社へのヒアリング調査を昨年到现在に続いて実施し、その結果を報告書として発表しました。

今回の結果から、インターネットが世代・性別を問わず日常的な購買チャネルとして定着し、生活スタイルや買うモノに合わせ、実店舗とネットを上手に使いわけている消費者の姿が伺えました。スマートフォンやSNSの普及により、更なる変化も予想されます。

報告書はプラネットホームページに掲載しておりますので、ぜひご覧ください。



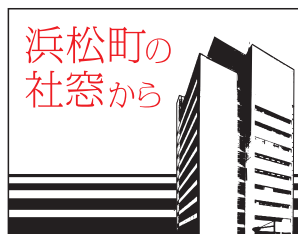
TOPIC 03

2012年EDI 障害対応訓練のご報告

大規模災害発生に備え、恒例の「EDI 障害対応訓練」を9月5日に実施しました。当日はEDIサービスご利用の1,091社、1,377名のご担当者に緊急連絡先のご確認をお願いしたほか、DR[※]システムの起動と試用を行いました。訓練にご協力いただいた皆様、誠に有難うございました。

なお、緊急連絡先のご確認をお願いする際、これまではFAXでご連絡しておりましたが、ご要望にお応えして、メールでの連絡も今回より開始しました。

※DR="ディザスタリカバリ"の略、「災害復旧」の意味。



管理本部 経営企画室
岡田 由佳里

残暑厳しい夏もようやく終わり、秋らしい季節となりましたが皆様いかがお過ごしでしょうか。秋といえば食欲の秋。学生時代にある外食チェーンでアルバイトをしていたのですが、その時に都市伝説のように言われていたことがあります。「雨が降ると魚バーガーが売れる」と。確かに雨が降ると売上が伸びていました。私が働いていた店舗だけかもしれませんが、顧客ニーズを明らかにするマーケティングを学んでいたら、その理由を解明できていたの

かもしれません。

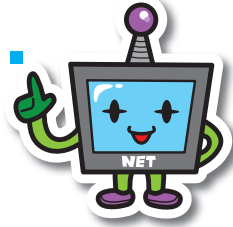
さて、毎年恒例の「プラネットユーザー会」が11月に開催されます。今年は基調講演で上田教授によるマーケティングのお話や、ユーザー様によるプラネットの活用事例など、皆様のお役に立つ情報が今年も盛りだくさんとなっております。是非ともご参加頂けますよう、よろしくお願い申し上げます。社員一同、みなさまにお会いできることを心より楽しみにしております。

Pfizer And Me+ presents



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。

「コンカイノテマ」 「新製品カタログ」とは？

プラネットの新製品カタログは、卸売業各社で発行されていたカタログを集約し、流通業の皆様へ新製品情報をタイムリーにお届けする、日用品・化粧品業界のメーカー共同カタログです。メーカー各社のご協力を得て、2009年から年2回、春と秋に発行しており、全国各地の小売業、卸売業ご担当者に約15,000冊をお届けしています。



ココに注目！

インターネット環境からWebカタログをご覧いただけます。

- ★スマートフォンやタブレット端末からも閲覧できます。
- ★マイリスト機能で、ご自身専用の新製品カタログを作成する事ができます。PDFやCSVでの出力が可能です。
- ★販促物のダウンロード、メーカー商品紹介ページへのリンクなど、Webページならではの機能も搭載しています。

URL : <http://www.pmf.ne.jp>

プラネットカタログ

検索

ユーザー名 : autumn
パスワード : 2012

Webカタログが、
じつに便利である。

※Web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。

WebカタログTOPページ



マイリスト

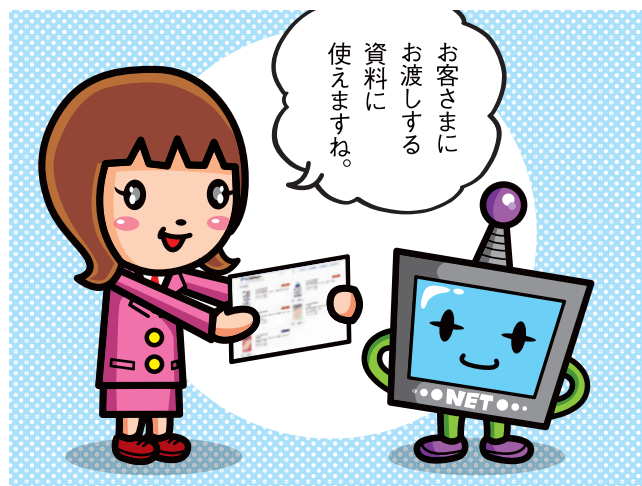
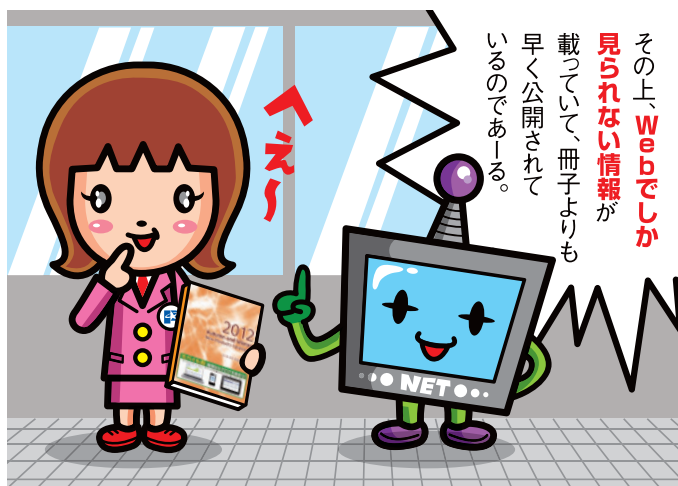
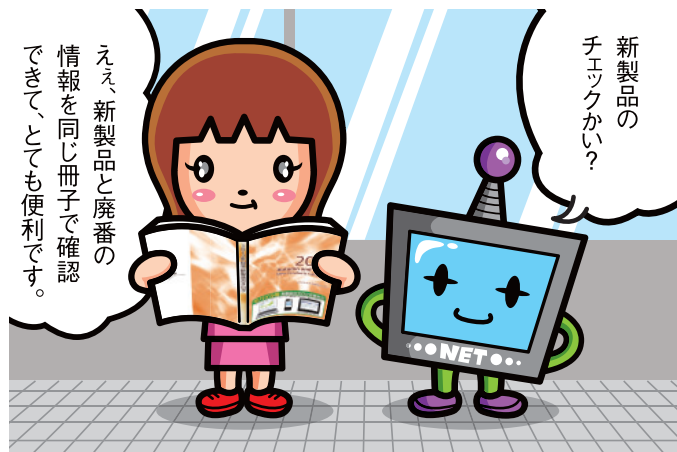
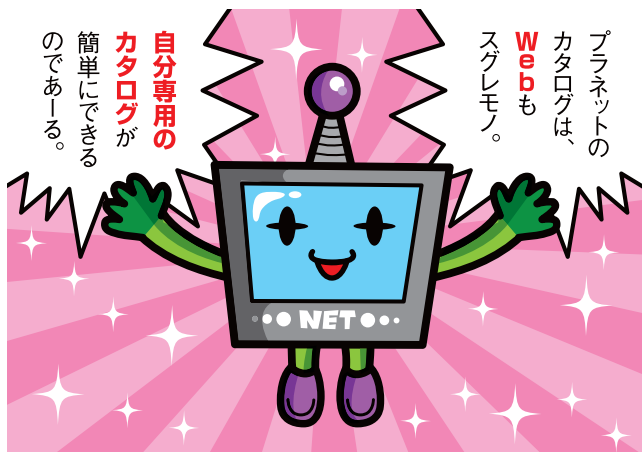


詳細画面



【お問い合わせ先】

(株)プラネット コールセンター Tel. 03-5962-0811 E-mail sc@planet-van.co.jp



PLANET van van 96

第96号 2012年10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/株式会社砧書房
デザイン/太田康士 (Hitricco Graphic Service)
印刷/株式会社太平印刷社

