

PLANET vanvan



2013 Summer
Presented by
PLANET, INC.

プラネットヴァンヴァン

「シングルポータル」リニューアルと 新サービス「商品データベースプラス」のご案内

なるほど！ MITEOS
株式会社あらた
株式会社中外燐寸社

クローズアップ・ユーザー
実績の可視化で
営業力の強化を実現
デンタルプロ株式会社

カスタマー・コミュニケーションズ株式会社
マニュアル不要！
メーカー様向け購買行動分析ツール
「CAFÉ[®]クイックサーチ」

プラネット太くんの社会科学
養命酒製造株式会社

PLANET PLAZA
プラネット ラボラトリー
プラン&ネット

「シングルポータル」リニューアルと 新サービス「商品データベースプラス」のご案内

日頃よりプラネットのサービスをご利用いただきまして、誠に有難うございます。
常に時代の要請に合った最適なサービスをご提供できるよう、
プラネットでは既存サービスの見直しを図ると共に、情報技術(IT)や流通業における
標準の動向についての研究を行っています。今回は、2013年5月にリニューアルした
「シングルポータル」と、新サービス「商品データベースプラス」についてご案内します。

デザイン・メニューを一新、 より使いやすくなった「シングルポータル」

リニューアルの背景

プラネットが設立された1980年代は、業務データのやり取りには専用線や電話回線を使用していましたが、その後、急速にインターネットが普及しました。プラネットはこの変化にいち早く対応すべく、1996年に「次期ネットワーク構想」を発表し、インターネット技術を利用した、消費財流通業界向けの企業間ネットワーク「業界イントラネット」の構築に着手しました。1997年の「商品データベース」、1998年の「取引先データベース」に続き、1999年には電子掲示板などのコミュニケーションサービスの提供がスタート。さらに2001年には、一つのIDとパスワードで複数の業務用Webサイトを安全に参照できる「シングルポータル」サービスに基づき、メーカー・卸売業・小売業間のマーチャンダイジング業務を支援する「バイヤーズネット」を立ち上げるなど、インターネットの活用にも努めてまいりました。

その結果、Web画面からご提供するサービスメニューが増え、現在では主にメーカー・卸売業のシステムご担当者がEDIデータの送受信状況確認などに「業界イントラネット」を、メーカー・卸売業の営業ご担当者や卸売業・小売業のバイヤー様が商品マスタ登録や各種帳票のやりとりに「バイヤーズネット」を利用されるようになってきました。

ただ、これまで「業界イントラネット」「バイヤーズネット」にサービスメニューは幾度か追加されてきましたが、画面デザインは当初のままでした。サービス開始から十数年が経過し、その間にITが飛躍的に進化していることもあり、時代に即した、より使いやすいポータルサイトを目指して、このたび「業界イントラネット」と「バイヤーズネット」を全面リニューアルいたしました。

メニューを業務サービス、マーケティング情報に整理

今回のリニューアルの一番のポイントは、「業界イントラネット」と「バイヤーズネット」内の各コンテンツを「業務サービス」と「マーケティング情報」という、2つのメニューに整理したこと

です。プラネットのサービスには、「商品データベース」や「販売レポート」など、会社対会社の日常業務で使うBtoBのサービスと、マーケティング情報のように、ご担当者が情報収集のために利用するBtoE(“Employee”の略、「従業員」の意)のサービスがあります。従来はこれらのメニューが「業界イントラネット」や「バイヤーズネット」の中に併存している状態でしたが、これを整理して2つのメニューに分けることで、必要なページへスムーズにアクセスできるようになりました。

さらに、今回のリニューアルでは、セキュリティ強化に向けたシステム基盤の構築を行いました。昨今はモバイル化も進み、「バイヤーズネット」や「業界イントラネット」のサービスを社内からだけでなく、社外から利用する方も増えてきています。セキュリティに関しては、お客様企業毎のポリシーによって必要とされるセキュリティレベルが異なりますので、今回のリニューアルでは多様な活用シーンに合わせたセキュリティ設定へ対応するための基盤を構築しています。

また今回、パスワードを忘れた方への認証方法として、電話やファックスを使わず、オンラインで手続き可能な「ワンタイムパスワード機能」を追加しました。



▲「シングルポータル」ログイン画面

★使いやすい画面にカスタマイズできる「業務サービス」

業務サービスのページは、シンプルでわかりやすいデザインになっています。ご自分のIDとパスワードでログインすると、ご利用いただける業務サービスのページが画面上部のメニューに表示されます。



「業務サービス」トップ画面▶

業務に役立つ情報が満載！「マーケティング情報」

マーケティング情報のページでは、業界ニュースや市場動向など、マーケティング活動に役立つ、さまざまな情報を配信しています。プラネットではマーケティング情報の充実を目指したプロジェクトチームを発足させ、今後も皆様のお役に立つコンテンツのご提供に努めてまいります(皆様からのリクエストもお待ちしております)。

現在、「マーケティング情報」では以下の情報をご覧いただけます。

マーケティング情報をご覧になる際は、こちらのボタンをクリックしてください。



▼業界ニュース

日用品・化粧品、OTC医薬品業界の最新ニュースをお届けします。

▼消費者調査

ネットリサーチによる消費者調査レポートをご覧いただけます。

▼レポート率ランキング

ドラッグストアにおける購入個数上位20位までの商品とそのレポート率を、カテゴリ毎にご紹介します。

▼ピックアップ記事

流通専門誌の最新号からピックアップした注目記事3本をご紹介します。

▼今月の特集

日用品・化粧品業界紙、OTC医薬品業界紙等の特集記事をご紹介します。

▼広報誌PLANET vanvan

2013年春号以降の事例紹介、トップ対談をご紹介します。

▼商品の検索

メーカー名、商品コード、商品特徴など様々な切り口で商品データベースを検索できます。

▼新製品カタログ

1月と7月に発行している新製品カタログの最新号を、Web画面でご覧いただけます。

▼ツイート分析(β) ポジネガ判定

インターネットの「ツイッター」上の「つぶやき」の中から、入力したキーワードを検索することができます。また、言語解析エンジンにより、「つぶやき」内容をポジティブ／ネガティブ評価します。

▼今日は何の日カレンダー

毎月の記念日を、カレンダー形式でご覧いただけます。

▼販促カレンダー

各月の販促記念日一覧、生活歳時記や部門別の売り方提案などを掲載しています。

▼業界イベントカレンダー

日用品・化粧品、OTC医薬品業界のイベントを一覧表形式で掲載しています。

▼九星気学占い

九星気学による日々の仕事運、健康運、恋愛運、金運と全体運をご覧いただけます。気分転換に、ぜひご利用ください。

多様化する販売チャネルへの対応の標準化をサポートする 「商品データベースプラス」

販売チャネルの多様化と、 詳細な商品情報へのニーズの高まり

1997年より稼働を開始した「商品データベース」は、消費財メーカー各社が登録した自社製品情報を、インターネットから配信するサービスです。現在、日用品・化粧品、ペットフード・ペット用品、OTC医薬品、酒類・加工食品など、あわせて762社、12万951アイテム(2013年5月末時点)の商品情報が登録されています。「商品データベース」には、受発注や棚割、商談などメーカー・卸売業・小売業間の日々の業務に必要とされる商品名、商品コードや商品特徴、単品や外箱のサイズ・重量などの文字情報や商品画像が登録されており、これらの情報を標準化し、集約することにより、業界内の業務効率化に大きく貢献してきました。

一方、流通業界を取り巻く環境に目を向けると、ネット通販やネットスーパーの市場拡大に見られるように、販売チャネルが急速に変化してきました。また、生活スタイルと共に商品の多様化も進み、商品情報についても生活者を意識した、より詳細な情報の提供が求められてきております。小売業各社は、このような変化に対応するため、「商品データベース」に登録されている基本情報の範疇を超えた、より詳細な内容の商品情報をメーカーや卸売業から個別に収集しているのが現状です。

こうした個別対応の情報提供はメーカー・卸売業にとって非常に大きな業務負担となっており、また、リニューアルや廃番の情報を管理できない、表示画像が古い、といった情報の信頼性に関わるさまざまな問題を抱えていることから、プラネットでは販売チャネルの多様化や求められる商品情報の変化への対応について、2010年以降、メーカー・卸売業と検討を重ねてきました。

その結果、多様化する販売チャネルに対応する小売業が求めている、生活者を意識した商品の詳細情報について標準化し、関係者が共有できる仕組みをつくることで、個別フォーマットや個別対応をなくし、業界全体での最適化と効率化を図ることを目指して、「商品データベースプラス」を構築することになりました。

「商品データベースプラス」とは

「商品データベースプラス」の目的は、メーカーが責任を持って商品の詳細情報を正確かつ効率的に伝えられるよう、デジタルコンテンツとして利用可能なデータの提供基盤を、業界として整備することにあります。

また、画像情報についても、生活者を意識した詳細情報を提供するという観点から、商品画像に加えて、商品パッケージに記載されている説明や販促情報などの画像を最大5点まで掲

表 | 商品データベースプラスが管理する14項目

	項目	項目説明	備考
1	正式商品カナ(全角カナ)	正式商品名を全角カナで入力	商品名の検索ワードにて使用
2	商品本体サイズ	パッケージから出した本体そのもののサイズを記入	
3	材質・素材	この商品の材質・素材(ロー・マテリアル)をパッケージ通り記入	パッケージの材質・素材(パッケージ・マテリアル)ではない
4	表示成分	パッケージに記載されている成分情報を記入	
5	成分説明	主要成分についての説明を記入	主要成分の説明
6	使用方法	パッケージに記載されている使用方法、または取り扱い方法を記入	
7	使用上の注意	パッケージに記入されている使用上の注意を記入	
8	裏面その他	パッケージに記入されている内容のうち、他の項目にセットしていない内容を全て記入	
9	ご注意(必ずお読みください)	商品情報に関する注意事項(免責事項)があれば記入	例えば、原産国、原材料、成分などは変更になる場合があることを明記
10	検索キーワード1	この商品を検索する際のキーワードを記入	商品名や商品説明にはないキーワード
11	検索キーワード2	この商品を検索する際のキーワードを記入	商品名や商品説明にはないキーワード
12	検索キーワード3	この商品を検索する際のキーワードを記入	商品名や商品説明にはないキーワード
13	生活者公開希望日	メーカーとして、この商品を生活者に公開する日付を記入	特に、キャラクター等の肖像権に関連した公開日を指定したい場合に記入
14	商品データベースプラス公開日	商品データベースプラスを、卸売業・小売業に公開する日付を記入	

なるほど! MITEOS

プラネットは今年2月、メーカー・卸売業間で手軽に発注・仕入データの双方向通信を実現する新サービス「MITEOS」をリリースした。サービス提供開始から5カ月経った今、営業の現場ではMITEOSをどのように評価しているのか。卸売業、メーカーそれぞれの立場から見たMITEOSのメリットについてお話をうかがった。

※MITEOSの詳細につきましては、弊社ホームページ、または「PLANETvanvan」97号の“Web-EDIサービス「MITEOS」のご紹介”をご参照ください。

卸売業様の声

**発注伝票が月100枚以上で、EDI未接続なら
MITEOS導入をお勧めします。**

株式会社あらた



営業本部 商品部
統括マネージャー
濱本 博光さん

トイレタリー業界大手卸売業の株式会社あらたは、企画段階からMITEOSの開発に関わってきた。営業本部商品部の濱本統括マネージャーは、その背景を次のように語る。

「流通業界のオンライン化率は高くなったとはいえ、まだEDIに接続していないメーカー様も多数いらっしゃいます。当社からの発注は、プラネットへ全てデータで送信する“100%オンライン発注”ですが、その発注データをファックスとして受け取るメーカー様は今でも1,000社以上あり、受注情報を手入力して、仕入伝票を郵送しています。手入力・伝票郵送、仕入計上などの膨大な事務作業と、用紙・伝票・切手・ファックス通信費などのコストが、メーカー様と私たちの双方に重くのしかかっているのが現状です。こうした事態を打開するためにも、メーカー様とのお取引に関わる業務で、オンライン化を促進したい、という思いがありました。しかし、EDIサービスを利用するにはシステム投資が必要なため、導入に踏み切れないメーカー様は少なくありません。このハードルを何とか越えられないかと思っていたところに、プラネットから新サービスの構想をご紹介いただきました。他の卸店様と共に仕様の検討を重ねて、つくり上げたのがMITEOSなのです」。

MITEOSリリース前にプラネットが開催したメーカー向け説明会を有効に活用し準備を進めた結果、あらたは5月末までに21社のメーカーとMITEOSでのデータ交換が実現できた。

「MITEOSを導入されたメーカー様からは、大変使いやすい、作業ミスもなく、また業務効率が上がった、とご好評をい

ただいています。いいサービスを紹介してもらったと、わざわざお礼に来てくださるメーカー様もいらっしゃるほどです。一方、私ども卸売業ではこれまで、大量の発注情報がファックスで送信された際のエラー確認や、送付いただいた仕入伝票を封筒から取り出し、内容の確認と照合を行う、という一連の業務に大きな負荷がかかっていました。今後、MITEOSを利用されるメーカー様が増えれば、こうした業務は大幅に効率化されるでしょう」。

そのためにも、MITEOSのメリットをより多くのメーカー様に伝え、さらなる普及を図っていかねばならない、と濱本統括マネージャーは指摘する。

「まだMITEOSの認知度は十分ではありません。また、説明会に参加されるメーカーご担当者の中には受注の現場をご存じでない方もいらっしゃいます。そのため、MITEOSのメリットを実感できず、採用を躊躇されるケースもあるようです。私どもは一つの目安として、月に100枚以上のファックス注文書を少人数で処理されているメーカー様は、MITEOSを利用された方がお得です、とお話しています。事務作業に手間が掛ってお困りのメーカー様、自社でシステム開発するのが難しいメーカー様にこそメリットがありますので、ぜひMITEOSをご検討いただきたいと思います」。

また、卸売業へも協力を呼び掛ける。

「こうしたサービスはメーカー、卸売業双方の利用が増えることで、インフラとしての効果も大きくなります。業界全体の業務効率化を実現するために、卸売業の皆さまにはMITEOSへの積極的な参加をお願いします」。

**導入が簡単で、すぐに使えるのがいい。
伝票の郵送も不要になりました。**

株式会社中外燐寸社



営業部 第一部長
福島 弘明さん

岡山に本社を構える株式会社中外燐寸社は、1890年の創業以来、伝統を守りつつ新しいチャレンジにも積極的に取り組んでいる日本最古のマッチ専門メーカーである。主に家庭用マッチを生産しており、同社が開発し製法特許を取得した「脱硫マッチ」は、人と環境にやさしいマッチとして、全国のスーパーマーケット、ホームセンターやドラッグストアなどで広く定番の商品となっている。

同社はこれまで、あらたをはじめ、主要な取引先からの受注は、すべてファックスで受け取っていた。

「月におよそ200枚のファックスを受信し、週に2、3回は仕入伝票をあらた様の各支社へ郵送していました。事務担当者が一人に対応しているため、繁忙期にはかなり大変な作業になっていました」と、営業部第一部の福島部長は言う。

「そうした中、あらた様からプラネットの新サービス『MITEOS』の紹介を受けたのです」。

当初はMITEOSの中身がわからず不安もあったが、今の業務のやり方のままではお互い無駄なコストがかかっているという話を聞き、説明会に参加することにした。

「自分が受注業務にタッチしていないので、何がどう改善されるのか、具体的にイメージするのが難しかったのですが、MITEOSの利用料が月々の伝票郵送費より安いのであれば、使ってみても良いのではないかと考え、早速、社内で稟議をあげて導入が決定されました」。

MITEOSの導入効果は予想以上で、「便利になったとすぐに実感できた」と福島部長。

「まず驚いたのが、導入が簡単だったこと。私が説明会で聞いたことを伝えただけで、担当者は特に問題なく、すぐに操作できるようになりました。まさに『見て、押す』という名前の通りです。ご注文が他のファックスにまぎれる心配がなく、印字

が鮮明なものとても助かりますね。MITEOSを導入して現場でいちばんメリットを感じているのは、仕入伝票の郵送が不要になったことです。これまでは伝票をあらた様の支社毎に仕分けして封入し、頻繁に郵送していました。宛先や金額が書かれている伝票を二重、三重にチェックをしていましたが、それでも数が多いときなどはミスが発生することもありました。導入後は、Web画面で仕入データを送信するだけで済むようになり、作業量が大幅に軽減し、経費削減において役に立っています」。

同社では現在、受注情報をダウンロードして社内システムに取り込めるよう、準備を進めている。今後、他の卸売業ともMITEOSを利用するようになれば、業務の効率化が一層進むと福島部長は期待している。

「MITEOSは、当社のような単品メーカーでも十分にメリットを感じられるサービスです。導入を迷われているメーカー様は一度、プラネットに相談されてはいかがでしょうか」。



MITEOS 利用の決め手

- 利用料金が手頃で、システム構築も不要

MITEOS 利用した感想

- 仕入伝票の郵送が不要になったので、業務が楽になり、コストも軽減
- すぐに導入でき、操作もとても簡単

EASY!!

COST DOWN!!



クローズアップ・ユーザー CLOSE UP USER

販売レポートサービス活用事例

実績の可視化で 営業力の強化を実現

デンタルプロ株式会社

〒581-0038 大阪府八尾市若林町2丁目58番地
http://www.dentalpro.co.jp

ハブラシや歯間ブラシなどのオーラルケア分野で、自社ブランド商品を全国展開するデンタルプロ株式会社。配荷実績をタイムリーかつ簡易に把握できる「販売レポートサービス」を徹底的に活用し、営業力の強化を実現している同社に、導入によって何が変わり、どのような効果が得られたのか、お話を伺った。

少数精鋭の営業担当を バックアップする販売レポート

デンタルプロ株式会社(2012年に株式会社ジャックスより社名変更)は、オーラルケア用品専門メーカー・大平工業株式会社の営業部門が独立し、1980年に設立された販売会社だ。“デンタルプロ”ブランドで多数の商品を展開しており、中でも黒いブラシが印象的なブラックシリーズハブラシは、プラチナコロイドセラミック入りの特殊毛により歯垢除去率が高く、リピーターの多い人気商品となっている。また、同社は歯間ブラシ市場を開拓したパイオニアであり、充実したラインナップと顧客ニーズへのきめ細かな対応で、現在も高いシェアを誇る。そのほか異業種とのコラボレーションにも積極的に取り組み、「クレパス風ハブラシ」などユニークな商品を次々と世に送り出し、話題となっている。

同社は2010年7月よりプラネットの販売レポートサービスを導入し、販売データを営業活動に積極的に活用している。

「もともと営業現場からは長年にわたり、小売店舗への配荷実績を把握できるプラネットEDIサービスの販売データ導入について強い要望があったのですが、費用対効果の問題や、社内で誰がシステムの対応をするかといった課題があり、なかなか導入には至りませんでした。そのため、当社内でシステムを構築しなくても、販売データを集計・加工した帳票を入手でき、配荷実績を検索できる『販売レポートサービス』は魅力的でした。社内調整を経て、3年前に導入に踏み切



営業統括部
営業企画室 主任
河合 春香さん



営業部
東日本支店 主任
三戸 章郎さん

ることができました」と、営業統括部営業企画室主任の河合春香さんは語る。

「当社は十数名の営業担当で日本全国をカバーしておりますので、販売レポートは限りある人的資源を補う大変有効なツールとして、今やなくてはならない存在になっています」(河合さん)。

実績の可視化によって 卸売業と課題や戦略を共有

販売レポートサービスの導入にあたって、社内で勉強会などは行わなかったが、営業担当はすぐに使い方をマスターし、必要に応じて各自のやり方でデータを利用するようになったという。販売データ活用を待ち望んでいた一人であり、日々の営業活動に駆使している営業部東日本支店主任の三戸章郎さんは、次のように話す。

「ただ数字を見ているだけではピンとこないのですが、実際にデータを使って、商談での成功体験が増えてくると、データの有用性や使い方のコツがわかってきます。最近では、営業は皆、定期的に販売レポートをチェックするのが習慣になっています」。

たとえば卸売業との商談で効果的な情報となったのが、「企業別商品別納品実績」だ。得意先・商品毎の納入状況をデータで可視化することにより、どの商品をどの小売業にアプローチすべきかといった課題を、卸売業と共有できるようになった。それが具体的な卸側の対応にもつながっているという。

また、月ごと、半期ごと、対前年などの時系列で実績を追えるので、販売促進活動の効果を数字で明確に検証でき、

販促企画の成果を踏まえた対応策を打てるようになった。

「卸様幹部の方へプレゼンを行う際は、プラネットの販売データは信頼性が高く説得力があるので、全社的な販促企画の立案に必須のツールになっています。最近ではこのデータをもとに、卸様と営業活動の共同戦略を立てることもありますし、卸様側から『次はこういったデータがほしい』といったリクエストもいただけるようになりました。営業担当の人数が少なく、自分たちだけでできることは限られていますので、プラネットのデータによって卸様との信頼関係が深まり、協力体制が強化されたことは、本当にありがたいと感じています」(三戸さん)。

データの加工法などについて他の部署から質問が来るようになり、これまであまり交流のなかった営業拠点間で横のつながりが広がったことも意外な効果だったという。また、営業の担当変更があった場合にも、販売レポートのデータが残っているため引き継ぎがスムーズになった。

小規模メーカーこそ販売レポートの有効活用を

もう一つ、大きなメリットを実感しているのが、配荷店舗検索の機能だ。お客様窓口の本社カスタマーセンターには全国各地から毎月40～50件、商品販売店舗についての問い合わせ電話がかかってくるが、これまでは担当営業に確認する以外に手段がなく、調べるのに手間と時間がかかる上、必ずしも精度の高くない情報をお客様に伝えざるを得なかった。それが配荷店舗検索により、お問い合わせの住所に近いどの店舗に、いつ、商品が何個納品されたのかを専用のWeb画面ですぐ確認できるようになったので、業務負担の軽

減と顧客満足度の向上を同時に図ることができたと河合さんは言う。

また、昨年8月に追加された「日別店別検索」機能は、店頭実績の定点観測に効果を発揮している。新商品の配荷にあわせ、2週間おきに営業担当が同じ店舗を訪ね、店頭をチェックすることをルール化した取り組みだ。

「日別店別検索で配荷状況を確認した上で対象店舗を決めるので、効率よく店頭を回るできるようになりました。データと店頭の両側面から見ることで、商品の実際の動きを把握でき、新商品の評価も早い段階で行なえるようになりました」(三戸さん)。

最後に、販売レポートサービスを徹底活用してきた経験をもとに、これから導入の検討を始めるメーカーへ、お二人から次のようなメッセージをいただいた。

「当社は決して大きなメーカーではありませんが、小回りのきく会社だからこそ、きめ細かな対応で差別化を図ることができます。販売レポートサービスは、そのための強力な武器になります。営業の実績管理や商品提案力の幅を広げるといった目的をしっかりと持っていれば、投資に見合う効果は出せますので、当社のように自社システムを持たないメーカーにこそ、販売レポートをお勧めしたいですね」(河合さん)。

「販売レポートのメリットは営業現場だけのものではありません。卸様と共同で営業戦略を立てられるような、Win-Winの関係構築をサポートするツールとして、経営面でも大きくプラスになると思います」(三戸さん)。

販売レポートサービスをより多くのメーカーにご活用いただけるよう、プラネットとしてもサービスの周知とさらなる改善に努めていきたい。



(左)ブラックホワイトニング
(右)ブラック大き目ヘッド

(左)瞬足ハブラシforガールズ
(右)瞬足ハブラシforボイズ

クレパス風ハブラシ

歯間ブラシI字激細

フロスピック

マニュアル不要! メーカー様向け購買行動分析ツール 「CAFÉ[®]クイックサーチ」 カスタマー・コミュニケーションズ株式会社

プラネットの関連会社であるカスタマー・コミュニケーションズ株式会社は、全国のドラッグストアの顧客ID付POSデータをもとに、簡単かつスピーディーに購買行動分析ができるメーカー様向け新サービス「CAFÉ[®]クイックサーチ」を今春リリースしました。その内容をご紹介します。



マーケティング営業部 次長
吉村 孝衣さん

マニュアルいらずの簡単操作、 圧倒的な処理スピード、日次のデータ更新

個人消費のニーズが多様化する現在、消費財メーカーの皆様にとって、さまざまなデータから生活者の購買行動を読み解くことは非常に重要なテーマとなっています。しかし、膨大な量の情報を入手できる機会は増えたものの、実際にそれを十分活用できている企業は、いまだ多くはありません。

マーケティングやCRM（顧客関係管理）、マーチャンダイジング、販促の領域では、データの有効活用を阻む6つの壁があると言われています。つまり、①意味のあるデータをタイムリーに入手できない ②大量データを扱うシステムを構築できない ③大量データの分析ロジックがわからない ④分析結果を活用するノウハウがなく、人材もない ⑤大量データを扱うには、商品マスタのメンテナンスが大変 ⑥コストが見合わない、といった要因があります。

マーケティング支援を手がけるカスタマー・コミュニケーションズ株式会社（以下CCLと表記）は、独自に構築した全国ドラッグストア購買履歴データベースをもとに、これらの要因を取り除き、メーカーの皆様にとって真に価値のある情報をスピーディー、かつ低コストでご提供する新たな購買行動分析ツール「CAFÉ[®]クイックサーチ」を開発しました。

CAFÉ[®]クイックサーチが一番に目指したのは、マニュアルレスの使いやすさです。分析のためのシステム構築や難しいスキルなどは一切必要ありません。Web画面に従って分析条件を入力するだけで、各種分析を簡単に実行することができます。

また、膨大なデータの量にも関わらず、これまでにない圧倒的な分析処理スピードを実現しました。ボタンを押すと、即時に分析結果が画面に表示されるので、結果を確認しながら期間や切り口を変更して、次々と分析を深く掘り下げていくことも可能です。さらにWebを利用したサービスのため、インターネットに接続でき、サービス時間内でしたらいつ

でも、どこでも分析が実施できるのも魅力となっています。

CAFÉ[®]クイックサーチが使用する購買履歴データベースは、CCLが保有する全国ドラッグストア350万人分の顧客ID付POSデータをもとにした日本最大規模のデータベースです。チェーンの偏りなどを考慮し、政府の商業統計が示しているエリア分布に合わせて対象店舗を抽出しているため、ほぼ正確なドラッグストア市場の縮図となっており、高い質的安定性と信頼性を有しています。また、新鮮な情報をタイムリーにご利用いただくため、データは日々更新されており、前々日までの最新速報データを使った直近分析にも対応します。

商品マスタについては、日次にてCCLがマスタメンテナンスを行い、常に最新のメーカー・ブランドマスタをご提供しています。

最新データで新商品の早期分析・評価も可能、 過去データも3年分掲載

一般的なPOSデータは商品と紐付けられており、そこから見えるのは、「何が」「いくつ」「いくらで」売れたかといった商品の売り上げ情報のみです。一方、顧客ID付POSデータは人に紐付けられた情報ですので、「誰が」「何を」「いつ」「何の代わりに」「いくらで」購入したかといった、消費者の詳細な購買行動まで読み取ることができます。

CAFÉ[®]クイックサーチでは、こうした顧客ID付POSデータならではの特徴を活かして、「顧客の購買行動」にフォーカスした7つの分析メニューをご用意しています【画面参照】。これらの分析メニューを組み合わせることにより、新商品トラッキングやイベント効果の測定、ブランド管理、売り方の検討など、メーカー様のさまざまなテーマに合わせ、購買行動分析を活用することができます。データベースには常に最新データが反映されているため、特に新商品の発売直後など、早期に商品力を診断したい時には大いに威力を発揮します。

2013/06/08までのデータは確定しています。

[分析レポート>>](#)

<p>▶ 属性別購入者分析</p> <p>👤 基準商品がどの年代に購買されているかを確認します。</p> <p>分析する</p>	<p>▶ 直前期間購入者分析</p> <p>🛒 基準商品の購入者がその前にどのような商品を購入していたかを確認します。</p> <p>分析する</p>	<p>▶ 直後期間購入者分析</p> <p>🛒 基準商品の購入者がその後のような商品を購入したのかを確認します。</p> <p>分析する</p>
<p>▶ 期間併買分析</p> <p>🛒 分析期間内に、基準商品以外に購買した商品が何であるかを確認します。</p> <p>分析する</p>	<p>▶ 同時併買分析</p> <p>🛒 基準商品購入者が基準商品と同時に併買した商品を確認します。</p> <p>分析する</p>	<p>▶ ABCL分析</p> <p>📊 基準商品の売れ行きとリピート率の状況を確認します。</p> <p>分析する</p>
<p>▶ トライアル・リピート分析</p> <p>🏠 基準商品のトライアル率、リピート率を確認します。</p> <p>分析する</p>	<p>CAFÉ®クイックサーチでご利用可能な7つの分析</p> <p>※直前期間購入分析、直後期間購入分析、期間併買分析、同時併買分析、トライアル・リピート分析は属性別(10歳刻み・5歳刻み)での結果出力もできます。</p>	

ツールが優れていても、それを使いこなさなければ意味がありません。そこでCCLでは、CAFÉ®クイックサーチを有効にご活用いただくためのサポート体制も充実しました。サービスご利用時には、目的に合った分析をすぐに実施いただけるよう、よく使われる分析テンプレートをご用意。さらに、お客様の実データに基づく分析結果と、そこから何が読み取れるかを解説した報告書もサンプルとしてご提供しています。また、サポートデスクも設置されており、安心してサービスをご利用いただくことができます。

CAFÉ®クイックサーチは、メーカー様の販売戦略に大

きく貢献する、画期的で非常に有効な購買行動分析ツールです。

現在、お試しかンペーンも実施しておりますので、ぜひお気軽にお問い合わせください。

お問い合わせ先
 カスタマー・コミュニケーションズ株式会社
Tel. 03-6430-0721
URL. <http://www.cust-communications.com/>

ごあいさつ

消費財市場の情報を深く洞察し、最適のソリューションを創出する「マーケティング・ソリューション・プロバイダー」を目指します

代表取締役社長 **米倉 裕之**さん



カスタマー・コミュニケーションズ株式会社(CCL)は、流通というリアルな場におけるビッグデータの活用に圧倒的なノウハウを持っています。それは、2000年の設立以来、顧客ID付POSデータというビッグデータとともに歩み、専門的な研究開発やマーケティングでの実践、効果検証のサイクルを10年以上積み重ねてきた実績に裏付けられています。

CCLは、食品スーパー、ドラッグストア等の小売業様向けASPサービスを通して、顧客ID付POSデータを収集・分析し、それをマーチャンダイジングや販促等に活かすためのPDCAの推進や実行をご支援しています。さらに小売業様の現場で収集された購買履歴データを集積して独自のノウハウで加工・分析し、メーカー様向けマーケティング支援サービス「CAFÉ®」としてご提供しています。

またCCLでは、このたび新しい取り組みとして、公益財団法人流通経済研究所と共に「消費者購買行動年鑑2013」を発行いたしました

た。これは、CAFÉ®データを用いて1年間の食品・日用品カテゴリーなどの購買実績を集計したデータ資料集です。データの使い方や用語の定義など、データ分析をする上で欠かせない基礎知識も掲載されており、小売業様、メーカー様はもちろん、卸売業の営業・経営企画ご担当者様にも大変有用な内容となっておりますので、ぜひお手にとってご覧ください。

ビッグデータの活用によって市場の変革を先導し、着実にクライアント様の成果に結び付けていく。それがCCLの目指す姿です。CCLは今後も、SNSや口コミといった他データとの連携を深めながら、低価格で高品質、誰でも気軽に活用できる「購買行動データのプラットフォーム」として進化し続けてまいります。



『消費者購買行動年鑑2013』ドラッグストア編

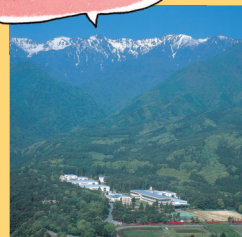


※このコーナーでは、当社のオリジナルキャラクター「プラネットくん」が、プラネットサービスご利用のお客様を訪問し、さまざまなトピックスについてお話を伺います。

プラネットくんの 社会科見学

イラスト/松島むう

今回
おじゃま
したのは……



駒ヶ根工場



くらすわ

養命酒製造株式会社

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

(ご利用のサービス:基幹EDI、商品データベース、
取引先データベース)

信州の豊かな自然に育まれた

おもてなしの心

「生活者の信頼に応え、豊かな健康生活に貢献する」という企業理念に基づき、健康的な暮らしを支える商品やサービスを提供している養命酒製造株式会社。標高800mの恵まれた自然環境のもと、400年以上前に創製された「薬用養命酒」(以下「養命酒」)をはじめ、さまざまな商品を製造する「駒ヶ根工場」とその敷地内の“健康の森”、開業3周年を迎えたショップとレストランの複合施設“くらすわ”を訪れ、商品づくりとサービス提供に対する同社の真摯な取り組みに触れてきました。

大自然の恵みから造られる商品と癒しの空間 駒ヶ根工場、健康の森(長野県駒ヶ根市)

養命酒の歴史は、1602(慶長7)年に信州・伊那谷で塩澤宗閉翁が、世の人々の健康長寿を願って創製したことにさかのぼります。養命酒は、14種類の生薬を同時に原酒に漬け込む“合醸法”という、薬酒本来の製法で造られ、健康の基本となる治癒力を高める商品として、多くのお客様にご愛顧いただいております。

その養命酒のふるさとである駒ヶ根工場は、3,000m級の山々が連なる中央アルプスの麓に広がる大自然と良質な水資源に恵まれています。1972(昭和47)年に「自然との調和」「伝統と科学との融合」を合言葉に新設された当工場では、養命酒に加えて、13種の東洋ハーブを配合したリキュール“ハーブの恵み”や養命酒にも使われている“家醸本みりん”、中央アルプス生まれの硬度約15mg/Lの極軟水“養命水”などを製造しております。ちなみに、これら商品の原料となる水には、中央アルプスの地下150mの水脈から汲み上げられた地下水が使用されています。

見学コースでは、養命酒の製造工程や当地の四季を撮影したハイビジョン映像を大型スクリーンでご視聴の後、瓶詰包装ラインのご見学、最後に養命酒やハーブの恵み、養命水の試飲ができます。

工場の敷地は、緑あふれる自然のなかにあり、流れるせせらぎの音に耳を傾けながら散策できます。

2005年、工場内に“健康の森”と名付けられた憩いの空間が設けられました。“健康の森”には、養命酒の歴史や生薬の知識に触れられる“記念館”、ハーブを用いたスイーツやお茶、ランチが楽しめるカフェ“ヒーリングテラス”、主力商品や各種グッズ、工場限定商品が購入できるショップがあります。

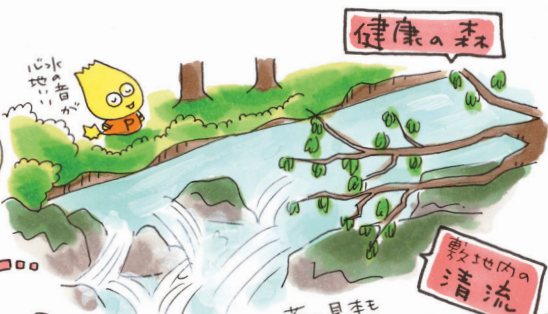
おかげさまで今年3月24日には、前年4月からの見学ご来場者数が10万名を超えました。癒しの空間と時間をご提供できていることに、私たちも大きな喜びを感じております。

駒ヶ根工場 見学のご案内=<http://www.yomeishu.co.jp/plant/study/>

駒ヶ根工場見学



養命酒には
中央アルプスの水脈から
汲み上げられた
地下水が
使われています



健康の森

敷地内の
清流

50種類の生薬の見本
店内にストック!

試飲

カフェ
ヒーリング
テラス



駒ヶ根工場
総務グループリーダー
松田 浩一さん



駒ヶ根工場
総務グループ主任
木下 喜文さん

信州の四季と食文化を体感できる“地産地集”スポット くらすわ(長野県諏訪市)

2010年4月、当社の企業理念を具現化する健康生活提案型の空間として諏訪湖畔にオープンした“くらすわ”は、1階がショップとイベントホール、2階がレストラン、屋上が展望ガーデン(夏期はビアガーデンとして営業)というフロア構成です。当社がこの地で培ってきたネットワークと地域の方々のご協力を得て運営しております。「暮らしの和」にちなんで命名された“くらすわ”のロゴマークは、「生活に小さな一石を投じる」ことから生じる波紋と、「+(プラス)」のイメージを重ね合わせて表現しています。

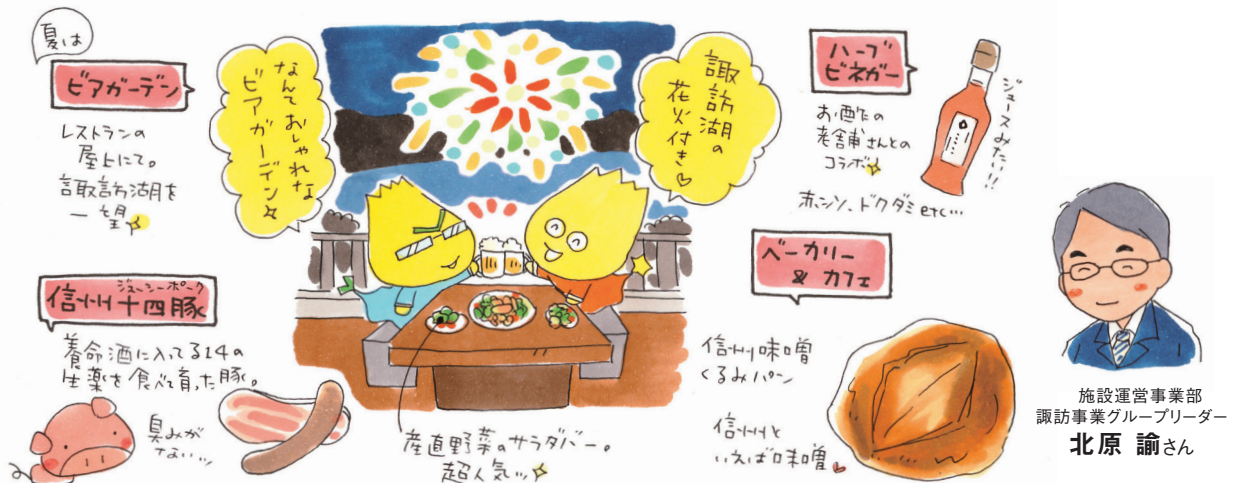
1階のショップには、“地産地集”をテーマとした「四季ギャラリー」(信州の食材を活かした健康志向のノンシュガージャム、和漢素材を用いたお菓子など)、「醸し蔵」(信州伝統の調味料や発酵食品、ワインなど)、「匠工房」(ベーカリーや、当社独自のブランド豚である信州十四豚を用いたハム・ソーセージなど)という3つのコーナーがございます。店内に並ぶ商品は、スタッフが信頼関係を築いた生産者や販売者の方々から仕入れており、自信と責任を持ってお勧めできるものばかりです。ま

た、信州の老舗メーカーとのコラボレーションで開発されたオリジナル商品もございます。2階のレストランは地元の食文化発信の場として、信州の旬の野菜や十四豚を楽しめるメニューを中心にご用意しております。

“くらすわ”にはリピーターのお客様も大勢いらっしゃいます。「安心してショッピングできる」「地元の食材をいただくのが毎回楽しみ」などのお声を頂戴しますと、「今度はどんな商品やサービスで、お客様に喜んでいただこうか」と、私たちにとって大変よい刺激になります。

諏訪湖祭湖上花火大会(今年は8月15日開催)に合わせて販売する“くらすわ特別観覧席”は、発売後10分ほどで完売してしまっていますが、花火大会当日を除く8月1日から9月6日までの毎晩、諏訪湖上に800発打ち上げられる花火は、屋上のビアガーデンで1オーダーいただければ、大迫力でご覧いただけますので、ぜひお越しください。

くらすわホームページ=<http://www.clasuwa.jp/>



“女性のキレイをサポートする”新商品、好評発売中!

当社が6月より全国発売している「フルーツとハーブのお酒」は、「飲んでキレイになる」というコンセプトのもと、長年培った薬酒づくりのノウハウを生かして開発したリキュールです。クコの実など5種のハーブによる「うるおい・温める・保つ」の3つの恵みをレモネード風味で仕上げた「檸檬とハーブのお酒」、ハスの葉など5種のハーブによる「すっきり・温める・ほぐす」の3つの恵みをアップルパイ風味で仕上げた「林檎とハーブのお酒」がございます。お食事中、お休み前のお供におススメです。

同じく6月より、「食べる前のうる酢」を関東1都6県のコンビニエンスストアで発売しております。こちらは、食事のはじめに野菜を食べることで、糖質の吸収を緩やかにするという“ベジタブルファースト”の考え方を応用した美容系飲料です。お酢をベースに「AGハーブMIX」というハーブ由来の美容素材と「難

消化性デキストリン(レタス約1個分の食物繊維)」を配合し、アセロラ&キウイ風味の微炭酸で仕上げた爽やかな飲み口が特長です。お食事前に、ぜひお試しください。

「フルーツとハーブのお酒」ホームページ=<http://www.yomeishu.co.jp/fruit/>
「食べる前のうる酢」ホームページ=<http://www.yomeishu.co.jp/ururusu/>



マーケティング部
お客様コミュニケーション
グループリーダー
渡来 正さん



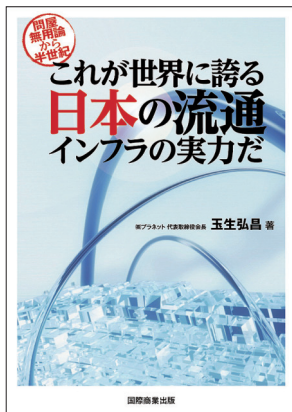
PLANET PLAZA

TOPIC 01

当社会長・玉生の新刊、国際商業出版より発行 『問屋無用論から半世紀』

これが世界に誇る日本の流通インフラの実力だ

前号でご案内した、当社会長・玉生弘昌の新刊が6月25日(火)に発売されました。一般消費財を全国津々浦々に滞りなく安価に供給する、という社会的な機能を果たしながら、半世紀前の「問屋無用論」の影響で過小評価されてきた日本の卸売業の重要性、そして卸売業が支えている社会インフラである日本の流通機構の優秀性に光を当てるべく執筆された著作です。消費財流通に携わる皆様にご一読いただけましたら幸いです。



■目次■

[第I章] 日本の流通機構の中核 卸売業	[第V章] 成功したプラネットのインフラ
[第II章] 「問屋有用論」数学的証明	[第VI章] レガシー問題と流通EDI
[第III章] 健全な日本の流通機構と日本人の幸せ	[第VII章] 日本のインフラを世界に
[第IV章] 社会インフラとしての流通機構	発行所:国際商業出版株式会社

【お問い合わせ先】

株式会社プラネット 管理本部 経営企画部
Tel.03-5962-0811 E-mail keiei@planet-van.co.jp

TOPIC 02

「2013年秋冬新製品カタログ」発行のお知らせ

一般消費財流通の関係者に2013年秋冬の新製品情報をタイムリーにお届けし、サプライチェーン全体の業務効率化に貢献するため、通算で10冊目となる「2013年秋冬新製品カタログ」を7月に発行します。今回のカタログには、2013年6月以降発売の104社・約1,700アイテムが収録される予定です。また、Web版の新製品カタログは専用サイトにてご覧になれます。棚割提案や仕入れ業務、また商談などの営業活動に、「商品データベース」と合わせてぜひご利用ください。

「2013年秋冬 新製品カタログ」概要

- 冊子発行予定日：2013年7月19日(金) (Web版の公開予定日は 2013年7月12日(金))
- 掲載製品カテゴリ：日用雑貨、化粧品、ヘルスケア、ベビー関連品など(ナショナルブランド製品)
- 掲載内容：メーカー別新製品情報、カテゴリ別新製品情報、廃番・リニューアル品リスト

【お問い合わせ先】 株式会社プラネット CRM部 コールセンター Tel.03-5962-0811 E-mail sc@planet-van.co.jp



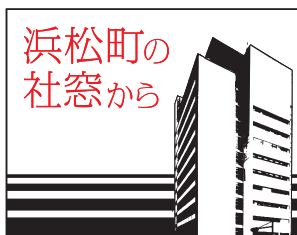
TOPIC 03

「プラネットユーザー会2013」開催概要のお知らせ

今秋開催の「プラネットユーザー会2013」の日程と会場が下記の通り決定しました。

- 大阪会場:11月13日(水) ホテル阪急インターナショナル(大阪市北区)
- 東京会場:11月21日(木) 東京国際フォーラム(東京都千代田区)

詳細につきましては、改めてご案内申し上げます。



営業本部 営業部
橘 正剛(たちばな まさたか)

いつも皆様には大変お世話になりまして、ありがとうございます。私は営業を担当しており、全国各地の企業様に訪問し、プラネットサービスをご紹介させて頂いております。今日は、出張で福島県に来ているところです。PCや書類等を持って、各地へ出張する事は体力のいる仕事です。しかし、その地域ならではの良さに出会う事を楽しみに頑張っています。歴史ある街並みや城跡、山や川などの美しい自然、そして美味しい食べ物。見たり、食べたりし

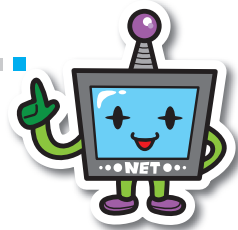
ながら、地域について理解を深めていきたいと思っています。

プラネットのある浜松町・大門エリアは、「東京タワー」と徳川将軍が眠る「増上寺」があります。最近の東京見物といえば浅草・スカイツリーエリアが人気ですが、人混みに疲れましたら、プラネット周辺散策はいかがでしょうか。(1)東京タワー→(2)増上寺→(3)プラネット。業務効率化推進と運動不足解消の付加価値があると思います。

PLANET

プラネット ラボラトリー

LABORATORY



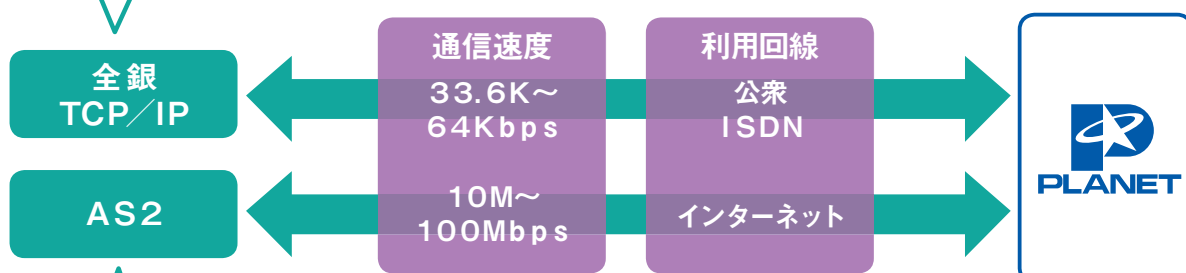
このコーナーでは、プラネットのサービスやお寄せいただくお問い合わせについて
毎回詳しくご紹介・解説いたします。

？ココがテーマ？ 全銀TCP/IP手順、AS2手順とは？

プラネットのEDIサービスは、日本国内で広く普及している『全銀TCP/IP』手順、国際標準の『AS2』手順の2つに対応しております。両手順の特徴は以下の通りですので、貴社に合った手順をお選びください。

全銀TCP/IP手順の特徴

★通信機器や環境などの準備が容易 ★情報を取りに行く必要がある「プル型通信」(ダイヤルアップ接続)



AS2手順の特徴 ※AS2の正式名称は「EDIINT AS2」です。

- ★通信速度が速い
- ★受信スケジュールを登録する必要がある「プッシュ型通信」
- ★自社セキュリティポリシーによっては、ファイアウォールの設置やプラネット発行の証明書による暗号化、デジタル署名によるセキュリティ強化などが必要

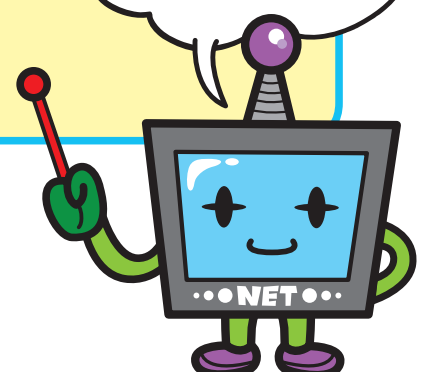
ココに注目！

- ★EDIのデータ量が小さければ、全銀TCP/IP手順の方が容易に導入できます。データ量が多い場合、AS2手順の導入効果が高まります。但し、セキュリティ対応など、事前に準備すべき項目は多岐にわたります。

※全銀TCP/IP手順は、「ひかり電話」などIP電話サービスでは接続できません。

※AS2手順をご利用頂く場合、グローバルIPアドレス、プラネット証明書などが必要になります。

適切な通信手順を選べば、運用も楽になるのであ〜。



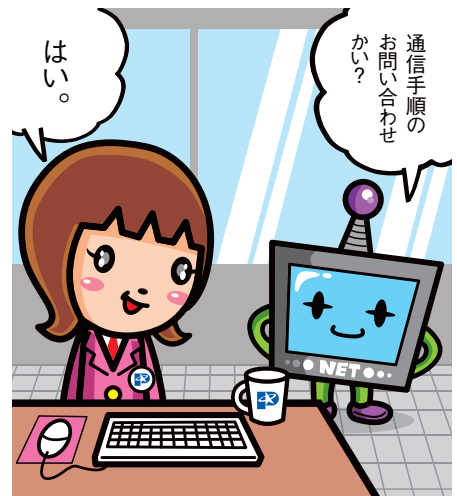
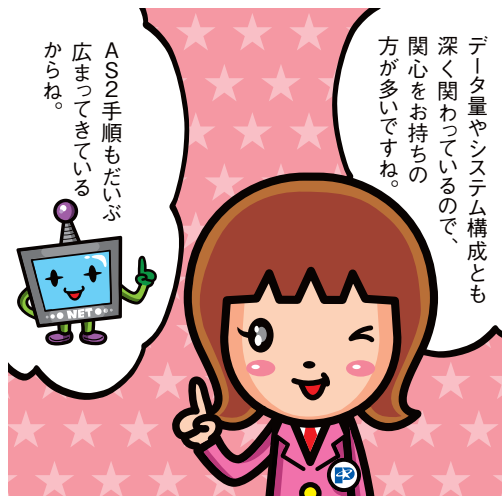
全銀TCP/IP手順、AS2手順に関してご不明な点やご要望などございましたら、お気兼ねなくお問い合わせください。

お問い合わせ先 | 株式会社プラネット ネットワーク管理部

Tel. 03-5962-0812 E-mail syskan@planet-van.co.jp



例えば、貴社のデータ量が多く、Webサーバをすぐ手配できる場合、大きな効果が得られるのはAS2手順です。データ量がそれほど多くなく、すでにISDN回線をお使いでしたら、導入しやすいのは全銀TCP/IP手順です。



全銀TCP/IP手順とAS2手順のポイントをまとめました！

詳しくは、15ページのPLANET LABORATORYをご覧ください。

PLANET van van 99

第99号 2013年7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/田上正勝
 編集協力/株式会社砦書房
 デザイン/太田康士 (Hitricco Graphic Service)
 印刷/株式会社太平印刷社

