

プラネットヴァンヴァン

PLANET

BtoBへの取り組み

製配販商品マスタ同期化プロジェクト(その1)

メーカーの視点【販売データ導入事例】

株式会社黒龍堂

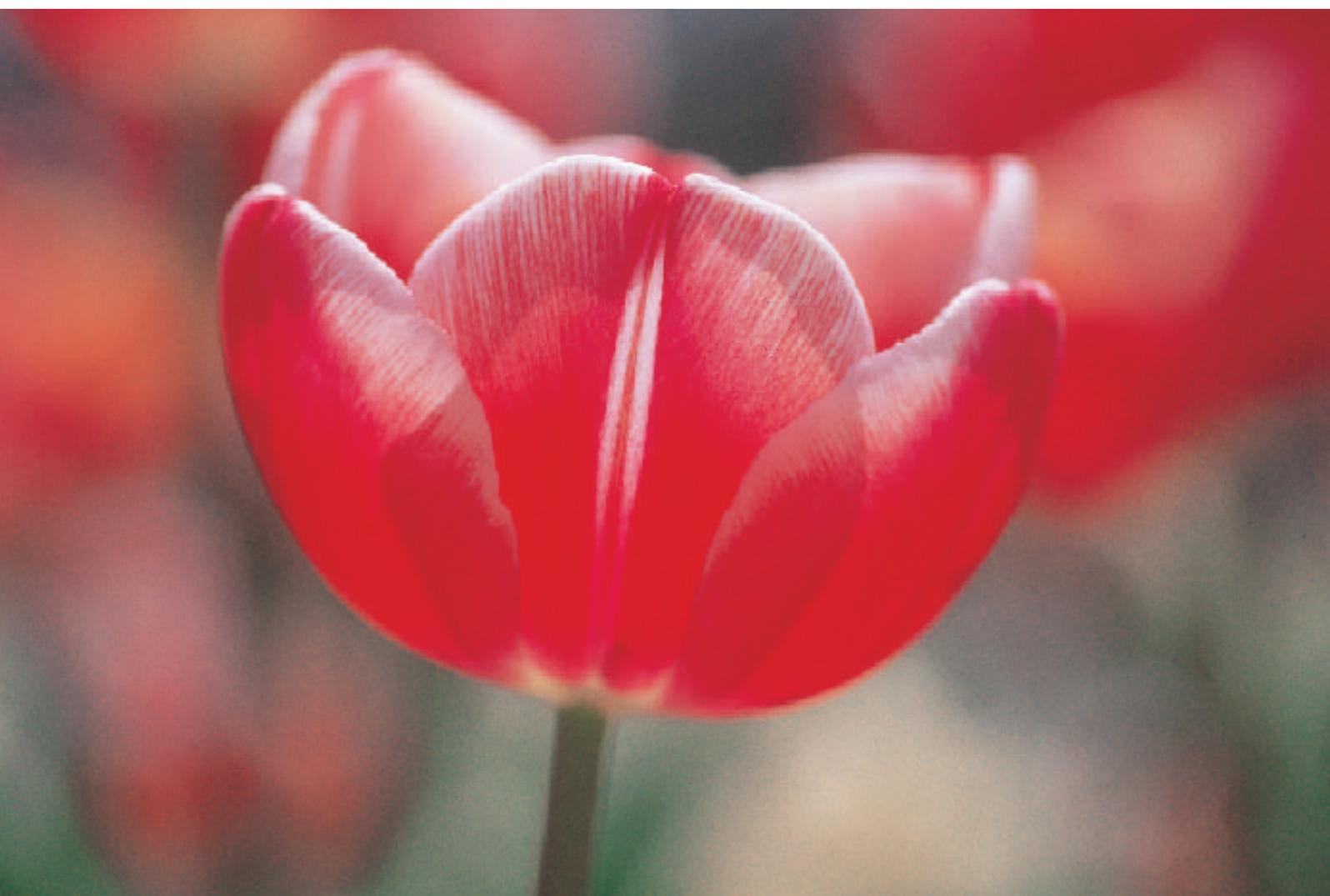
プラネット太くんのおじゃましまーす

サンスター 心身健康道場

2004・SPRING

62.....

van van



BtoBへの取り組み

1999年にパリで設立された「GCI(Global Commerce Initiative)」の後を追い、日本で「GCI研究会」が発足したのが2002年。

消費財流通における標準化の促進を目的に、

4つのワーキンググループによる研究が進められてきた(詳細はvanvan58号に掲載)。

ここ(「GDS(グローバル・データ同期化)WG)から派生したのが

「製配販商品マスタ同期化プロジェクト」(2003年6月発足)。

「これまでに研究したことが、実際のビジネスで活用できるかどうかを実証実験により検証する」との目的のもと、日用品化粧品、酒類・加工食品のメーカー、

卸店、商社、ITベンダー有志23社(*参加企業参照)が集まった。

製配販の各企業が業界を横断して集結し、EAN・UCC標準XMLを活用した実証実験を行う、という初の試みの中での活動内容とメンバーの声を紹介する。

製配販商品マスタ同期化プロジェクト 〈その1〉 製配販の企業が業界を横断して集結

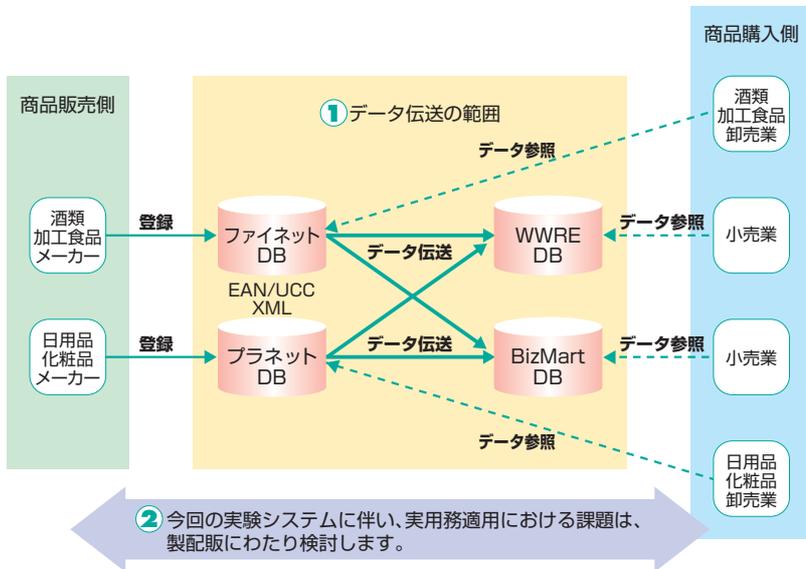
実験の概要と3分科会の活動内容

昨年12月からスタートした実験では、EAN・UCC標準(※1)に基づいた最新技術「XML」を活用しながら、日雑系の「プラネット」と食品系の「ファイネット」の2つのデータプール(※2)と、「WWRE」(流通向けグローバルBtoBエクステンジ)、「BizMart」(野村総研が運営する流通向けBtoBエクステンジ)の2つのデータプールとの間で日本初の同期化実験が行われている(図参照)。これにより、商品マスタデータ同期化に伴う業務プロセスの課題を明確にすることが目的であり、今年3月にその結果が報告書としてまとめられる。

実証実験に先立ち、マッピング、技術モデル、ビジネスプロセスの3分科会が設置された。マッピング分科会は、まず「プラネット」と「ファイネット」の単品に関する全項目をEAN・UCC標準グローバルデータ定義(GDD)の154項目と照合。そこで対応したデータをもとに、BtoBサーバーを使いトランスレーションできるようにマッピング表を作成した。原書となるEAN・UCC標準(BRD)については、英語の読解や、相次ぐバージョンアップへの対応でかなりの時間を要したが、照合の結果、EAN・UCC標準に対応しうるプラネットデータは30項目だった。「ファイネットはこれよりも対応する項目が多いのですが、XMLを使うことにより、データプール間での項目の差は問題なくコンピュータ上で処理できます」(植村さん)。

技術モデル分科会は、マッピングが済んだデータを「WWRE」と「BizMart」に伝送するための仕組みづくりと実際の伝送を行った。このときに使われるXMLは日本の流通業でまだ使われていないため、国内で活用するためには、BtoBサーバーを仲介させる必要がある。その仕様とデータ変換についての検証のほか、EDI-INTAS2という国際規格を使ったインターネット通信プロトコルについて検討を行った。

ビジネスプロセス分科会は、EAN・UCC標準に則した商品マスタデータを、実際のビジネスでどう活用するかを検証した。いわば、新しいビジネスのあり方を探るための分科会である。商談、棚割、商品マスタの登録など“実ビジネスにおける一連の流れの中で、データをいかに有効活用するか”、流通業界、食品業界の製配販ごとにプロセスを分けて検討している。



製配販商品マスタ同期化プロジェクト参加企業 (2003年11月21日現在)

<データプール事業者>4社

- 日雑・化粧品データプール (株)プラネット
- 酒類・加工食品業界データプール (株)ファイネット
- 流通向けデータプール WWR E アジアパシフィック、(株)野村総合研究所

<データプール参加企業>15社

- 日雑・化粧品業界……………10社
エスター化学(株)、花王(株)、小林製薬(株)、サンスター(株)、中央物産(株)、日本リーバ(株)、(株)バルタック、P&G・ファー・イースト・インク、ユニ・チャーム(株)、ライオン(株)
- 酒類・加工食品業界……………4社
アサヒビール(株)、加藤産業(株)、国分(株)、(株)菱食
- 総合商社……………1社
三井物産(株)

<IT関連企業>4社

- ネットワーク、ITベンダー (株)インテック コミュニケーションズ、(株)日立製作所、富士通(株)、マイクロソフト(株)

プロジェクト会議の詳細

本プロジェクト会議 15回開催 (60.5時間)

第1回出席者 20名(14社)

第15回出席者 48名(24社)

技術モデル分科会 14回開催 (43.5時間)

マッピング分科会 9回開催 (31.0時間)

ビジネスプロセス分科会 9回開催 (24.5時間)

実験を通しての課題とメンバーの声

これまでの実証実験の結果、以下のような課題や提案も出てきた。

- メーカーの商品マスタ登録については、流通業界、食品業界とも、データ登録のタイミングと公開のタイミングは異なる。これをふまえ、登録と公開日をコントロールできるようにできればよい。その際、ユーザーごとに設定できればなおよい。
- 日本は、画像情報の交換においては先進的な立場にあり、データの活用範囲も広い。これを日本側からグローバル (EAN・UCC) に逆提案することもできるのでは。
- マッピング作業は多大な時間を要したが、各社が個別に対応することを考えると、共同作業によるコスト圧縮効果は大きい、など。

同プロジェクトの成果と今後の課題は、「RETAIL TECH JAPAN 2004」のフォーラム(3月3日・東京国際展示場)で報告されたが、これまでの活動を振り返って、メンバーは以下のようにコメントしている。

「業種の垣根を越えてひとつのものをつくり上げていく中で、『いいものをつくって、皆で共有しよう』との気運が高まり、自然と結束力が高まりました」(花王(株)・向島さん)。

「他業種や他業界のことを勉強できるいい機会。多くの時間が必要でしたが、メンバーの熱意でそれをクリアしました。実験を開始する直前に、1泊2日の合宿をして最後の詰めを行ったことも、志気を高める上で有効でした」(中央物産(株)・高橋さん)。

プロジェクトの幹事を務める植村さんは、「ネットワークビジネスは、参加する企業が多いほどメリットがあります。そういう意味では、もっと多くの企業に参加していただきたかった。1社では不可能なことも、大勢が集まることで可能になります。メンバーはいずれも才能のある方々で、チーム全体の質も高い。そういう中で最初の狙いが具体的なかたちになりつつあることは、大変意義のあることだと思っています」と評価している。

P & G
ファー・イースト・インク
ECR ネットワーキングマネージャー
植村文信さん



花王株式会社
家庭品国際事業本部
グローバル ECR グループ
向島弘毅さん



中央物産株式会社
情報システム部
第一グループマネージャー
高橋和夫さん



※1 世界的な標準化組織「国際EAN協会」開発による電子商取引における世界標準
※2 インターネット等によって商品情報の検索や入手ができるようにしたデータベース

メーカーの視点

【販売データ導入事例】

販売店拡大と顧客満足の追求を目的に導入 副産物的な効果も複数あらわれて

株式会社黒龍堂

化粧品メーカーとして明治40年に創業。

現在は中核となる化粧品事業のほか、ホテル事業、不動産事業なども展開している同社が、販売データの導入を目的にプラネットに参加（2002年秋準備スタート、2003年5月稼働）。

準備から利用に至るまで、驚異的ともいえるほどの短期間で実現。

その理由とは…？

データ導入の動機、導入のメリットなどを伺った。

住所 ●〒105-0011
東京都港区芝公園2-6-15
電話 ●03-3431-4881
資本金 ●3,150万円
従業員 ●130人

「もっと早く販売店の動向を把握したい!」が導入の動機

化粧品メーカーとして97年の歴史を持つ同社では、今から8年ほど前に商品の全面見直しを行い、パッケージも中身も一新した商品を生み出した。時代やトレンドの変化に伴い、化粧品ユーザーのニーズや価値観も大きく変わる中で、これは必然のことだった。新商品のターゲットは10代後半から20代の女性。この層に合わせて、商品開発も若い女性を中心としたチームに変更し、営業スタイルも変えた。

ターゲットを若い女性にしたのは、この年代は自分が気に入った化粧品が見つからない浮動層と読んだからだ。彼女らは今後会うさまざまな化粧品の中から、自分に合ったものを見つけていく。いわば固定客になる可能性を秘めた年代層である。ここに向かって価格的にも品質的にも満足してもらえる商品を提供するこ



取締役営業本部長
松前道朗さん

とで、市場の拡大につなげようというのがそもそもの狙いだった。

こうした戦略が功を奏したのか、同社には全国のお客様から問い合わせが入る。「友達が使っている御社の化粧品を買いたいのですが、どこに売ってますか?」。ところが、これに対応しようにも、直販ではないため販売店がわからない。卸店から提供された納品情報をもとに案内するのにも、卸店から届く情報はレイアウトが違うデータ（媒体）や紙。多くの販売店の中から、問い合わせしてきたお客様の居住地にもっとも近い店を紹介することさえままならないこともあった。

また、タイミングによっては、ご案内した販売店ではすでに品切れだったり、せっかくの納品情報も使いものにならないこともしばしばだった。

「こんな調子では顧客満足を上げられない。もっと早く、鮮度のいい納品情報を把握できる方法はないか」。松前道朗取締役営業本部長のこの思いが、販売データ導入のきっかけとなった。また、ドラッグストアのH&BC拡大など小売業の変化、商談スタイルの変更により、より高度なMD提案が要求されるなかで、従来の営業スタイル、情報では限度を感じていた。そんな折、松前営業本部長はプラネットの販売データの話を耳にした。このデータを活用すれば、どの商品がいつ、どこに、いくらで、いくつ配送されたかという納品実績が即座にわかるという。「これだ!」と思った松前営業本部長は、さっそくプラネットに連絡し、参加を決定した。2002年9月のことだった。

本部長自らが折衝 「決裁権があるから交渉も早かった」

さっそく、プラネットに依頼し、役員会でのプレゼンを行ってもらい、承認を得た後、システムを委託しているディーラーに販売データを活用する帳票イメージや、納品状況を把握するためのプラネット取引先データベースの活用を依頼した。「取引先データベースのJIS住所コードや漢字情報は納品状況を検索するには非常に便利な項目ですね」と松前営業本部長。このような社内体制の整備を行うと同時に、接続カバー率70%達成を目標に、翌年2月頃から、営業本部長自らが全国の卸店を回り始めた。そして1社1社に、販売データ接続の依頼と運用体制等の折衝を行った。

こうした経緯を経て、社内で販売データ接続の準備が完了したのが2月。その後、約2カ月の間に、約20社の卸店との間でデータ交換ができるようになった。この異例ともいえる早さの理由を、松前営業本部長はこう語る。

「私が率先してお得意先を回ったのは、『早くデータがほしい。そのためには早く接続環境を整えなければ』という気持ちが強かったからです。それに加えて、私自身に決裁権があることも優位でした。こちらは接続をお願いする立場ですが、お得意先様もいろんなご事情やご要望があるため、その場で対応しなければならないことも多い。『社に帰って上司と相談して…』という余裕はありませんので、決裁できる者が出向いたほうが話が早いと思ったからです。これが結果的に、短期間で多くのお得意先との接続を可能にしたのではないかと思います」。

一般に、システム化推進は、システム部門が中心となって行うことが多く、同社のように営業部門が動くのは稀である。「企業規模が大きければ大きいほど、営業部門とシステム部門の横のつながりが希薄で、問題解決に時間を要している。これが、システム導入の進展を鈍らせているケースが多いようです。計画をスムーズに進めるためには、全体をコントロールしながらリードしていく決裁権のある人が介在するのが理想だと思います」。

メーカーは、自社商品を販売している小売店の売上実績を把握し、それに基づいた営業活動を行う時代になっている。商談の際にも、「信頼できるデータ実績に基づいた商談ができるかどうか」が売上を左右するといっても過言ではない。そういう意味でも、販売データはメーカーにとって必要不可欠なものといえる。

現在、接続先は27カ所に拡大。お取引先の60%の卸店から、販売データが受信できるようになった。



表面さらさら内側ふっくら肌へと導く『インナードライリベア』シリーズ

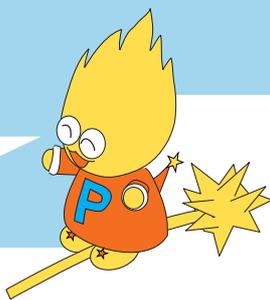
本来の目的以外に 数々のメリットも

販売データ導入後のメリットはたくさんある。各卸店から販売店への納品実績が即座にわかるようになり、お客様からの取扱い販売店のお問い合わせにもすぐに答えられるようになった。各販売店での商品の動きが把握できるため、販売計画が立てやすくなった。自社商品が納入されていない販売店に対してもアプローチができるようになった(取扱い販売店の拡大)。統一されたフォーマットデータで送信されるようになったため、セールスは紙からの入力作業や、媒体からのデータ変換作業等が省力化され本来の仕事に、より集中できるようになった、等があげられる。

「このほか、納品後の売上の動きから、その店の商品に対する扱い状況もわかります。たとえば、商品はあるはずなのに売上の動きがない販売店がある。理由を調べてみると、商品はバックヤードに置かれたままで店頭には並んでいなかった。こんなことも販売データを通して明らかになりました」。

さらに同社では、販売データと絡めて商品データベースの登録も行った。プラネットの情報系サービスである「バイヤーズネット」の会員数・アクセス数が拡大していること、小売業が商品情報を自社マスタに変換するサービスを利用していることなどから「商品導入の機会損失の防止や、当社の商品情報をより早く、より多くのお取引先に知っていただくため」。これにより、商談もよりスムーズに進むようになった。

「女性にとって美しくあることは永遠の夢。つまり我々は化粧品という商品を通し、夢を売っているわけです。生活様式も価値観もめまぐるしく変化するなか、お客様のニーズに合わせた商品を常に提供していくためにも、商品の動きがリアルタイムにわかる販売データは、我々メーカーにとってとても貴重なものです」。



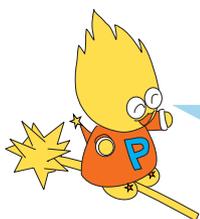
サンスター
心身健康道場

●住所 〒569-1044
大阪府高槻市上土室5-30-1
●TEL 072-692-3511

社員の健康は企業の活力 健康づくり実践の場として

健康に勝る宝なし。

今回は大阪府高槻市の「サンスター心身健康道場」を訪問しました。1995年にリニューアルされた道場は、イタリアのデザイナーによる設計。サウナ、プールも併設されており、14部屋ある客室はすべて個室で、リゾートホテルのよう。年間約350名が利用するという道場をレポートします。



大きな窓、南欧風のリトグラフ、フローリングの床…、イメージしていた「道場」と全然違う。明るくて清潔ですね。そもそも、ここをつくられた目的は何だったんですか？

当社は人々の健康に寄与する企業です。ならば、「その社員自身が健康であらねば」ということで、社員の健康管理や指導を目的に1985年に開設されました。健康のもとには日々の生活習慣にあります。そこで、ここでは自分の生活習慣を見直し、健康増進のためにどんな生活をすればよいかを、食事・運動・休養を主体とするカリキュラムに沿って学び体験していきます。



心と体の健康について考え直す場、ということですね。カリキュラムの内容は、どうなっているんでしょう？

通常は、4泊5日の研修コースで行います（一般の人でも状況により参加可能、参加費75,000円。詳しくはお問い合わせください）。

入門すると、まず自分のことを知る目的から、生活習慣を中心とした健康に関するセルフチェックを行います。翌日から、健康に関する講義を聞いたり、ウォーキングや整体運動、プール運動、太極拳、座禅、歯磨き指導などを行い、最



え！？ やせるほどヘビーなカリキュラムなんですか、それとも食事の特徴があるとか？

食事は少量で玄米、菜食が中心です。朝は青汁、昼と夜は玄米ごはんや豆腐や野菜などの煮物で、エネルギー摂取量を1日1,200kcalに抑えています。成人に必要なカロリーの約半分ですね。こうすることで、体内に蓄積した余分なものを切り捨て、新陳代謝を高めるのです。青汁の成分はフレッシュな野菜（ほうれん草、小松菜、キャベツ、パセリ、セロリ、ニンジン、リンゴ、レモン）。飲みやすく食物繊維も豊富で、抗酸化力を高めたり、腸内環境を整える役目もあるんです。ちょっと飲んでみませんか？



…お、いける！ 食事もおいしい～！これに運動や休養を並行させながら、体を健康な状態へと導くわけですね。

そうです。運動は、背骨のゆがみを治し、血液循環を改善し、神経のバランスを整えることで生理機能を高めるプールやウォーキング等の有酸素運動やストレッチ、太極拳等を行います。また、休養ということでは入浴と睡眠に留意しています。入浴は42℃の温浴と18℃の冷浴を交互に行う温冷浴。



道場長
永田 剛さん



日頃の生活習慣を見直し、
これからの健康管理について学ぶ



自宅でも手軽に作れる
フレッシュ青汁



栄養バランスとカロリーに配慮した玄米菜食中心のメニュー

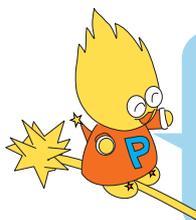
●フレッシュ青汁のレシピ●

【材料(1人分)】

ほうれん草10g、小松菜10g、
キャベツ10g、ニンジン10g、
セロリ5g、パセリ1g、
リンゴ30g、レモン10g、
水80cc

材料の切れ端が見えなくなるまで、
ジューサーにかける。
(ガラガラ感が少し残る程度)

温浴は右脳を、冷浴は左脳を刺激するので、自律神経のバランスが整いやすくなるんです。血液の循環がよくなり、細胞の活性化や老廃物の排出も高めるので、むくみも解消しますよ。まずは体験してみてください。



それはいい傾向ですね。
道場長さんも健康管理には
気をつけていらっしゃるんですか？
健康を維持するための秘訣って
何でしょうか？

ひゃ〜っ! み、水風呂はつらい!
細胞がキュッと引き締まる感じがする
けど、やっぱりお風呂はお湯がいいよね…。
(※温冷浴の方法=水から始めて、水で終わる。
水に1分→湯に1分を4回繰り返す、最後は水に
1分つかって締めくくる)

寝るときは畳+薄マットの硬いベッドと木枕で。硬いベッドは背骨のゆがみを矯正するため、木枕は首の下にあて、頭の重さで頸椎(けいつい)と背筋をぐっと引っ張るためです。

胸を張ると呼吸が深くなるので、ぐっすり眠れますよ。さらに、就寝前には緩下剤・水酸化マグネシウムを飲み、腸内滞留物を排出して腸をきれいします。健康も商売も「在庫期間短縮」ということですね(笑)。

就寝時は、木枕と畳敷きのベッドで

うまい!(笑)
ところで、客室はすべて個室なんですね。
ベッドも木枕も思ったより違和感ないし、
静かにゆっくり休めそう。
ここはどんな人が利用されるのですか？

血糖値やコレステロール値の高い人とか、ダイエットの必要がある人などが多くですね。皆さん、どんな食事をしていかわからない、ということで入門されます。体にいい食事をしながら、規則正しい生活を送るので、食生活を改善したい人や生活習慣が乱れがちの人にはおすすめです。おかげさまで、少しずつですが、社員の医療費が減少しつつあります。

実は私も、昔、海外出張中に病気になりまして…。これではいかんと思い、生活全体を改善したんですね。ですから、自宅でも青汁、玄米、菜食の毎日。食事は「人に良い事」と書きますよね。それだけに、食べ物は選ばなければなりません。まずは自分の体を知り、問題点を見つけて改善していくことです。こうした生活改善は、毎日の積み重ねが大事。根気よく続けることが健康維持の秘訣といえるでしょう。これからも「社員の健康は企業の活力、健康づくりは人づくり」をモットーに、みなさんの健康増進のために貢献したいと思います。

おいしい青汁

ブロッコリー、大根葉、セロリなど8種類の青野菜を丸ごとすりつぶした中に、リンゴとレモン果汁をプラス。食物繊維がたっぷり入った飲みやすい缶入り青汁(1缶160g)。長期保存も可能なので、いつでも手軽に飲むことができます。このほか、12種類の野菜を配合した「青汁」、有機野菜100%の「緑黄野菜」、紫芋を使った「おいしい紫甘藷」もあります。



「チェックリストメール連絡サービス」を開始しました

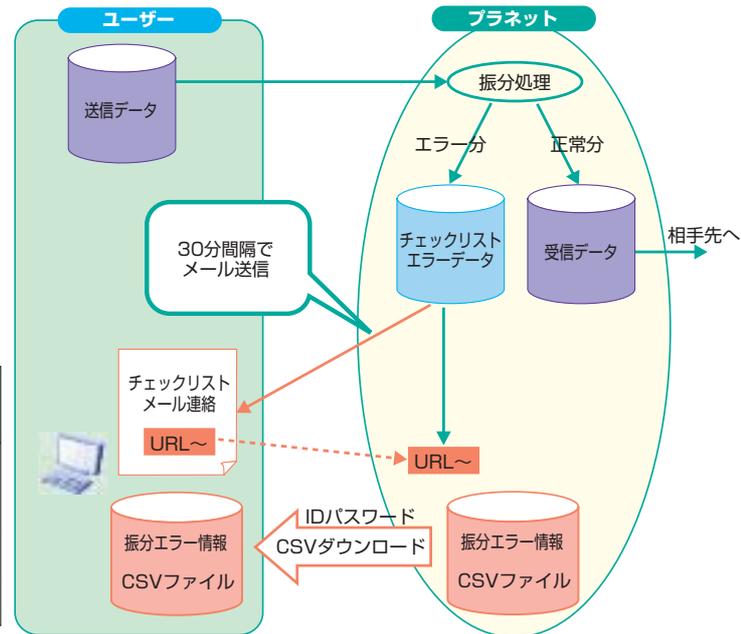
EDIデータの「振分エラー」「FAX配信状況」「送信先での未受信状況」「メーカーからのエラー通知(卸のみ)」を、30分間隔(一部夜間バッチ)でメールにてお知らせするサービスです(主な機能は、9ページに掲載)。

業界イントラネットのIDと、インターネットのメールアドレスがあれば簡単に利用できます。

ご利用にあたっては、別途お申し込み手続きが必要となります(無料)ので、下記までご連絡ください。

データ内容	ファイル形式	基幹EDI メーカー <46>	基幹EDI 卸店 <47>	資材EDI メーカー <ER>	資材EDI サプライヤ <ER>
振分エラーの詳細情報	CSV	○	○	○	○
FAX配信状況	CSV	○	○	—	—
送信先の未受信状況	CSV	○	—	—	—
メーカーからのエラー通知情報	テキスト	—	○	—	—

<サービス概念図>



▼▼ プラネットサービスにおける消費税総額表示方式への対応について ▼▼

2004年4月1日より施行された「消費税総額表示方式(=消費税込み表示)」とは、消費者が物品を購入する際の「店頭価格を総額表示する」ことで、本来は企業間取引には影響がありません。しかし、一部の小売業様から「消費税込みの総額」での「納入価格・原価」にて企業間取引を実施する旨が発表されています。

プラネット基幹EDIサービス「販売データ『P1』」において、卸店様からメーカー様への報告は、「本体価格」で行うのが原則となっていますが、一部、やむを得ない理由で「本体価格」での報告ができない卸店様があります。

この場合は、販売データ「P1」H1レコードの「消費税総額区

分」(新設)に「S」を設定します。

「消費税総額区分」をご利用になる場合は、事前にお取引企業様と確認を行ってください。

なお、「総額」での「納入価格・原価」を実施する小売業様と卸店様の対応状況は、業界イントラネットの「電子掲示板」に掲示していますのでご確認ください。

(1月下旬より卸店様へのアンケート・ヒアリング結果を順次掲示しています。)

※「販売データ」をご利用のユーザー様には2004年1月にご案内済みです。

●このページに関するお申し込み・お問い合わせ先●

EDIシステム管理部

TEL 03-5444-0812 E-Mail syskan@planet-van.co.jp

From PLANET

1 メールによる連絡がきます

(チェックリスト連絡メールのサンプル)

プラネットEDIサービス ご利用ユーザー様

毎度プラネットサービスをご利用いただき、ありがとうございます。

ステーションコード：P12345
 テスト株式会社：代表
 のチェックリスト（またはエラーデータ）について下記の内容のご連絡をいたします。

・振分エラー

詳細は、下記URLをクリックし、ご確認ください。
 (注…業界イントラネットの会員ID、パスワードが必要です。)
https://net.planet-intra.ne.jp/edi_reference/index.cgi?P12345+20040202145024

ご不明の点がありましたら、下記までお問い合わせください。

なお、当メールは自動送信されています。

(当メールはプラネットには送信されていません。)

株式会社プラネット EDIシステム管理部
 〒108-0022 東京都港区海岸3-26-1 パーク芝浦 12F
 TEL：03-5444-0812(直通) FAX：03-5444-0831
 TEL：03-5444-0811(代表)
 E-mail：syskan@planet-van.co.jp

3 確認画面の「詳細」ボタンをクリックするとファイル(CSVまたはテキスト)のダウンロードができます

(ダウンロードファイルのサンプル)

株式会社テスト会社 振分エラーデータ

取引先：テスト会社
 取引日：2024-01-01

取引種別：振分エラーデータ 振分エラーデータ
 取引先：テスト会社 振分エラーデータ

振分エラーコード	振分エラー名称	振分エラー内容	振分エラー発生日時	振分エラー発生回数
001	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
002	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
003	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
004	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
005	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
006	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
007	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
008	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
009	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
010	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1

2 メールに表示されたURLをクリックして、ログインすると確認画面が表示されます

(Web確認画面)



株式会社テスト会社 振分エラーデータ

取引先：テスト会社
 取引日：2024-01-01

取引種別：振分エラーデータ 振分エラーデータ
 取引先：テスト会社 振分エラーデータ

振分エラーコード	振分エラー名称	振分エラー内容	振分エラー発生日時	振分エラー発生回数
001	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
002	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
003	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
004	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
005	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
006	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
007	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
008	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
009	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1
010	振分エラー	振分エラー発生	2024-01-01 10:00:00	1

From PLANET

おかげさまでプラネットは、 2月24日ジャスダックに 上場いたしました。 (証券コード：2391)

この度は、皆様方のお蔭様をもちまして、無事ジャスダックに上場することができました。

創業以来19年、皆様方の絶大なるご協力とご指導によりまして、今まで漕ぎ着けることができましたことを、心より感謝申し上げます。これを機に、プラネットはパブリックカンパニーとして皆様方からなお一層のご信頼を頂戴できるようにより開かれた経営を遂行していく所存でございます。

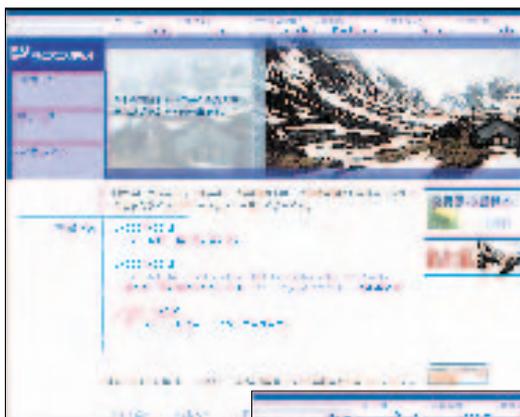
今後も公平で安全なサービスを永続すべく、努力をしてみまいますので、なお一層のご支援ご鞭撻を頂戴致したくお願い申し上げます。



写真・左から
社長室部長 鈴木正秀
代表取締役社長 玉生弘昌
執行役員管理部部长 染谷実
管理部 角田賢紀



写真・左
日本証券業協会副会長
高橋厚氏



ホームページリニューアル!!

上場にあわせホームページをリニューアルいたしました。

<http://www.planet-van.co.jp>

PLANETvanvanのページも充実いたしましたので、是非、ご覧ください。

お問い合わせ先

TEL 03-5444-0811 E-Mail sc@planet-van.co.jp



第4回 JAPAN ドラッグストアショー 出展報告

2004年2月13日～15日の3日間、日本コンベンションセンター(幕張メッセ)で開催された「第4回JAPANドラッグストアショー」にプラネットも出展しました。

毎年恒例となっている当ショーは、ドラッグストア業界における国内最大のイベント。今回は、「健康新時代」をメインテーマに、494社(1,141小間)がヘルスケア、サプリメントケア、ホームケア、ビューティケア、ストアファシリティ、調剤システム・介護用品等の各ゾーンに分かれて、各社が主力製品や新製品を大々的にアピールしました。

ストアファシリティゾーンに属するプラネットブースは、現在、もっとも力を入れている「バイヤーズネット」を目玉に、PRを展開。バイヤーズルーム、ビジネスナビゲータ、商品の検



索、トレンド市場で構成されるバイヤーズネットは、各種商品情報からトレンド情報、消費者情報などを網羅するバイイング・MD支援ツール。1つのID・パスワードで、特定の相手先のページが閲覧できるというメリットもあわせて多くの皆様にご紹介しました。

ブースには、バイヤーズネットに興味をお持ちの卸売業、小売業様が多数訪れ、その仕組みやビジネスでの具体的な活用法などについて質問されました。食品系卸売業様など、プラネットとは直接取引のない分野の方にも訪れていただいたこともたいへん印象的でした。

プラネットe年賀状プレゼント企画 当選者発表

“2004年プラネットe年賀状のアンケートにご協力いただいた方のなかから、抽選で5名様にSONY製 電子手帳「クリエPEG-TJ25」をプレゼント!”という懸賞企画を実施したところ、多数で応募いただき、誠にありがとうございました。

厳正なる抽選の結果、当選者は下記の方々に決定いたしました。

株式会社同仁社:伊藤靖彦様
日世株式会社:神戸 久様
サンスター株式会社:西村真吾様
株式会社カトリア美容商会:馬越弘泰様
マルナカ通商株式会社:藤沢伸夫様

各サービスのご利用状況

(2004年2月末現在)

基幹EDI (社数)

利用社数	メーカー 283	卸売業 441
発注	220	210
仕入	226	234
販売	100	245
請求照合	90	123
請求鑑	10	84
在庫	21	78
Web受発注	22	153

資材EDI (社数)

	メーカー	サプライヤー
資材EDI	6	242
Web資材EDI	3	190

商品DB登録状況

	メーカー (社数)	アイテム (アイテム数)
商品DB	314	36,348

業界イントラネット (社数)

	メーカー	卸売業	小売業
商品DB	289	500	272
取引先DB	197	411	—
Web運用照会	171	345	—

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	96	228	236

Human Network

卸店



松本幸雄さん

株式会社松本商店
代表取締役社長
〒491-0913
愛知県一宮市中町1-2-4
TEL 0586-45-7040

目指せ入賞!

健康のためにと、夫婦で近くのスポーツクラブに通い始めて早10年が経ちました。毎晩ごくあたり前の様に泳いでいたクロールの奥の深さを再認識し、基本のバタ足から見直しをしています。夢は大きく、マスターズの県大会に出場、夫婦でアベック入賞です。

さらなる基盤強化を

濃尾平野の中央に位置する弊社は、トイレタリー主力の卸問屋です。数年来、業務の効率化に努めてまいりましたが、本年よりシステムの効率化を図るべくWeb発注を導入しました。流動的な時代に柔軟に、素早く対応すべく、より強固な基盤を構築したいと思います。

表紙の写真



P & G
ファー・イースト・インク
榎村 文信さん

撮影したのは、兵庫県加西市の加西フラワーセンター。

シーズン真っ盛りということもあり、入り口から一面咲き誇るチューリップ。その中の一つです。

たくさんの中から、なぜその一輪をとったのか。思いをめぐらせてみてください。

メーカー



米田 豊さん

ウェルジャパン株式会社
情報システム部
部長
〒105-0014
東京都港区芝3-23-1
TEL 03-3456-6585

自分探し

ビジネスマンからゆっくりマンへと自分探しの途中です。仕事も趣味も時間に追われながら頑張ってきましたが、心に残っているものがないことに気が付きました。歩みを止めて周りをじっくり観察すると身近な世界にも感動が…。心の余裕の大切さが、わかる年になったのかな?

仕事の近況

理美容業界のメーカー12社では業界発展のため、卸店様・メーカーの相互の合理化を図ることを目的に、プラネットを利用した「理美容業界標準システム」を立ち上げ、卸店様とメーカー間でのEDI導入を推進しています。苦労もありますが、やりがいのある仕事です。

Web受注サービス いよいよ8月スタート

本誌61号でご案内いたしました「Web受注」サービスを、本年8月にリリースいたします。

このサービスは卸店様からのオンライン発注データと、Web発注による発注データをメーカー様がWebで受信することができます。

●主な機能●

- ・発注データの着信を電子メールで確認可能
- ・受信した発注データはPDF形式で出力可能、また、CSV・D1形式でダウンロードも可能

お問合せ先
企画開発部

TEL 03-5444-0811

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

プラネットOB



澤田 哲生さん

エステー化学株式会社
コーポレートスタッフ部門
ITグループ
〒161-0033
東京都新宿区下落合2-3-18
SKビル3F
TEL 03-5988-2378

デジタル化でスリムに

HDビデオを昨年末購入したところ、かなり画像がきれいなのでデジタル保存にめざめました。ビデオテープ、レーザーディスクから雑誌までデジタル化に励んでいます。結果としてかなりの場所がスリムになりました。あとは自分の体のスリム化が残っています。

スローガンは「空気をかえよう」

今年のが社は「空気をかえよう」をスローガンにいろいろな改革を行っています。

IT部門でも汎用機をなくすべくレガシーマイグレーションに挑戦しています。システム変更は少し先ですが、データ交換でトラブルを起こさないよう頑張ります。

かもめ通信



吉田一生

4月1日付で、ユニ・チャーム(株)のヘルスケア事業本部近畿リージョンで、介護施設や病院ルートの営業として帰任する事となりました。

2年半の短い間でしたが、貴重な経験をさせていただき、本当にありがとうございました。この場をお借り致しまして、御礼申し上げます。

プラネット在籍中は、主にバイヤーズネットの普及に努めて参りましたが、ユーザー様に広く認知され、インフラとしてご利用頂けるレベルには、到達できていない状況です。

成果が経営数値に直結する物流は、各企業、主要課題として改善を進めていますが、営業部門の効率化とりわけ商談ツールの効率化についても、数値化された目標に向けて改善に着手する企業も増えてきたと感じております。バイヤーズネットが商談、受発注、情報収集のプラットフォームとして様々の業界で定着する事を期待しております。

日雑業界以外の貴社でも効果が期待できるとお思いますので、一度プラネットまでご一報されては如何でしょうか?

PLANET van van 62

第62号 2004年4月1日

- 発行/株式会社プラネット
- 東京都港区海岸3-26-1 パーク芝浦12階 〒108-0022
- TEL 03-5444-0811
- 発行人/玉生弘昌

- 編集協力/株式会社砧書房
- 東京都新宿区西新宿7-18-9 神成ビル305 〒160-0023
- TEL 03-3366-4451

- タイトルデザイン/板垣千恵
- 印刷/太平印刷社