

PLANET

プラネットワンワン

B to B 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2

【ペット業界の商品データベース活用事例】

メーカーの視点

マスターフーズリミテッド

THE WHOLESALER

中屋商事株式会社

プラネット太くんのおじゃましまーす

大日本除虫菊株式会社

2004・SUMMER
63

van van



BtoBへの取り組み

GCI研究会の中のGDSワーキンググループから派生した「製配販商品マスタ同期化プロジェクト」による実証実験が2月末で終了した。実験の中身は、グローバル標準(EAN・UCC)XMLを活用し、日雑業界(プラネット)および食品業界(ファイネット)の商品マスタデータ同期化を試すも2ヶ月半にわたる実験の成果および今後の課題などについて、プロジェクトメンバーから報告いただいた。

製配販商品マスタ同期化プロジェクト その2 実証実験結果報告

技術モデル分科会

グローバル標準は英数字のシングルバイトを前提に作られているが、日本は全角(漢字、ひらがな)でのダブルバイトと半角カナのシングルバイトの対応が必要になる。今回は初の試みとして、全世界の言語が使える(マルチランゲージ)トリプルバイトの文字コード



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
澤田哲生さん

「マッピング項目、マッピング・通信ソフトの違いにより、伝送のトータル時間に差が出ていますが、通信時間は平均1分以内におさまりました」

を使用してデータ交換を行った結果、ダブルバイト文字だけでなく、小売店のPOSレジ等で使われている半角カナ文字のデータ交換が可能であることがわかった。なお、CSVからXMLへのマッピング時間やデータ伝送時間については想定通りだった(図1参照)

図1)通信の実績
<日用品・化粧品> PLANET-WWRE

	送信件数	マッピング時間 (分) ①	伝送時間 (分) ②	トータル時間 (分) ③+④
実数値	2~183	14~18	5~75	19~90
平均	51.5	14.9	25.2	40.1

<酒類・加工食品> FINET-Bizmart

	送信件数	マッピング時間 (分) ①	伝送時間 (分) ②	トータル時間 (分) ③+④
実数値	1~175	0~10	1~25	1~35
平均	35.9	2.4	14.4	16.9

(注) 実際にはマッピングする項目数、使用ソフトの違いによりトータル時間は異なる。

マッピング分科会

プラネットとファイネットの項目とグローバル項目のマッピングはスムーズに行えたが、XMLファイルのデータ容量が予想以上に大きかった(図2参照) 技術モデル・マッピング分科会はデータプール4社、ITベンダー4社が中心となって検証を行った。

図2)マッピングの実績
<CSVファイルからXMLファイルへのマッピング>

		CSVファイル		XMLファイル		倍率差分 (倍)
		対象 項目数	平均容量 (1件 byte)	対象 項目数	平均容量 (1件 kbyte)	
酒類・ 加工食品	WWRE	26	0.39	61	7.24	18.7
	BizMart	27	0.36	66	5.38	15.0
日用品・ 化粧品	WWRE	20	0.45	60	11.95	26.7
	BizMart	21	0.42	67	9.31	22.4



三井物産株式会社・
MBK流通パートナーズ株式会社
食品流通部食品流通事業室
プロジェクトマネージャー
永井浩一さん

「XMLのファイルはタグが入るため容量が増えるのですが(最大26.7倍) データとタグの容量比較をしてみると、約95%がタグという、想像以上のボリューム増加にちょっと驚きました」

ビジネスプロセス分科会

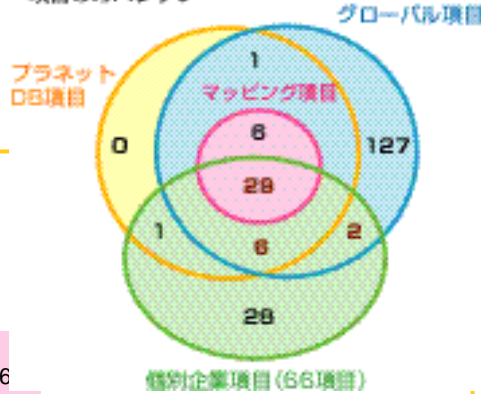
卸売業や小売業が、同期化されたデータを商品登録業務において正しく活用できるかを、項目カバレッジ、内容の精度、登録タイミングの3つに分けて検証した。その結果、項目カバレッジについては、約6割がカバーされていることがわかった。



中央物産株式会社
サプライ統括部東京ディビジョン
システムグループマネージャー
高橋和夫さん

「EAN/UCC標準は、各社で必要な項目の57% (37/66項目) をカバーしていることがわかりました。」(図3参照)

図3) ビジネスプロセス分科会
項目のカバレッジ



【実証実験の総論】
マスタ同期化は技術的には実現可能。今回の実験の対象範囲に限定すれば、EAN/UCCで提唱されているグローバル標準は若干補正すれば、日本でも利用可能である。

標準化のメリット：EAN/UCC標準を活用することにより、実装のコストが大幅に削減できる（標準作成の必要はなし）
 通信プロトコル：国際規格EDIT-INT AS2バージョン1.1 非圧縮版
 XMLスキーマ：バージョン BDR7.0、7.2、7.3

ただし、価格などの項目（関係依存項目）は、国際的にも論議している最中であり、早急に標準化する必要がある。内容の精度については、商品コード・サイズはクリアしたが、ブランド名、商品名などは各社バラバラだった（図4参照）



ユニチャーム株式会社
企画本部情報システム部
神保聖治さん

「メーカー、卸、小売業ともに必要な項目は共通していますが、入力のルールが統一されていない。今後は、業界・業態を超えた統一の概念や定義が必要になるでしょう。」

図4) 商品名の比較検証

	商号名称 (半角)	商品名称
実験データ	アガ`EhR3syo	消臭プラグエッセンシャルオイル付替レモングラス
小売業A		消臭プラグEオイル替レモン
小売業B	アガ`EhR	消臭プラグエッセンシャルオイルインつけ替レモン
卸売業A	アガ`EhR	消臭プラグエッセンシャルオイルイン替レモン
卸売業B	アガ`EhR3syo	ST消臭プラグEオイルつけ替えレモングラス

登録タイミングについては、メーカーの発売前、日雑業界は約3カ月、食品業界は約1カ月という違いがあったが、棚割、マスタ登録にはほぼ間に合

っていた。
 ビジネスプロセス分科会はメーカー・卸売業・商社15社が中心となって検証を行った。

国際的にも高い評価を。さらなるスタンダードをめざして

「今回の実験は『各社が利用している既存データベースをもとに』国際標準を使ったデータ交換ができるようなルールをつくるのが目的でした。国際標準といえども、まだ細部の取り決めが少なく、実験結果で出た疑問や改善点などは逐一GCIに報告し、それに対応していただいています。これにより、既存の標準をより使いやすいものに統一しようということです。もともとあった机上の論理を、実験により検証したのは日本が初めて。ヨーロッパで今回の実験結果を報告したところ、その実績が高く評価されました。」(永井さん)
 「国際標準が日本でも十分に使えるということがわかったのは意義深いことです。しかも、小型のサーバーがひとつあればできる。そういう中で、商品名などの統一や企業認証をどうするかなど、いくつかの課題も出てきました。」(神保さん)

「よく、日本で商売しているのになぜ国際標準なのかといわれますが、外資系企業の日本進出などビジネスがグローバル化している現在、これは必要なことです。プラネットに登録することで、自動的に国際標準でデータのやりとりができるようになるという将来像を見据え、そのための手順を勉強したわけです。」(澤田さん)
 「『スタンダード』であるためには、もっともっと多くの企業の参加が必要です。そのための仲間づくりとして、小売業さんや菓子や医薬品などの業界にも呼びかけ、オールジャパンというかたちでの標準にしたいと思っています。」(高橋さん)
 今後は経済産業省も加わり、製配販+官というかたちで、日本としてどういうものが使えるかということを検証し、よりスタンダードに近づいたものをつくっていく予定だという。

メーカーの視点

【ペット業界の商品データベース活用事例】

まずは中身の充実を! ゆくゆくは業界の商品ガイドと なり得るほどに

マスターフーズリミテッド

ペット業界での商品データベースの利用が活性化している。その中でも早くから登録を開始したマスターフーズリミテッドでは、活用推進のためにどんな工夫や努力をしてきたのか。社内での取り組みの様子や登録後のメリット、今後の展開などについて伺った。

住所 〒211-0063
神奈川県川崎市
中原区小杉町1-403
小杉タワープレイス3F
電話 044-712-1122
事業内容 ・ペットフード類 ("ペディグリー" "カルカン" "シーザー" "シーパ")・チョコレート ("M&M's" "スニッカーズ")・食品 ("シーズオブチェンジ")・飲料等自社ブランドの製造、海外調達、販売、マーケティング活動

業界が 足並みを揃えることの意義

2003年夏以降から、商品データベースに登録するペットメーカーが急激に増えている。これはペットフード工業会、日本ペット用品工業会、全国ペットフード・用品卸商協会のペット業界3団体による『商品DB推進プロジェクト』の働きかけによるもので、商品データベースの活用が業界全体に広がったためといえる。

同社が商品データベースに登録を開始したのは2001年8月。画像情報やテキスト情報は既存のものがあつたため、それらを利用、加工するなどして登録はスムーズに進んだ。さらに、「昨年あたりからペット業界全体で商品データベースを活用していこうという機運が高まり、これに共感した弊社では販売戦略企画部が中心になって、その運用をより強化することにしたのです。『業界全体が商品データベースを使用するようになれば、業務の効率化はおのずと達成されるはず』ということでの取り組みであった。

まずは社内（特に営業部門）での意識を高めようと、営業マンに文書で呼びかけ、商品データベースのメリットや目的について理解してもらうことから始めた。そして、各営業マンが商談の際必要に応じて卸店担当者に、商品データベース活用に関する説明も行った。

「それまでは、各人が自由に扱えるようにと、営業マン全員に棚割用画像を渡していたのですが、それを廃止して、卸店さんが必要とする画像はすべて商品デ

ータベースからダウンロードしていただくことにしたのです。これも、商品データベース活用の徹底を図るための方策だった。『とはいえ、最初は十分にご理解いただけなかったと思います。』

全国ペットフード・用品卸商協会から活用促進の動きとあわせて商品データベース活用が徐々に卸店に浸透し始めた。そこで、2004年春の新製品から本腰を入れて運用を開始（登録アイテム数308）した。

次は印刷用画像の登録へ

以来、半年が経過した。『もともと弊社から棚割り画像を送付して棚割りを行っていたところでは、使用率が上がってきています。』

これにより、営業マンの作業の軽減や効率化も推進された。また、商品データベースの利用状況が確認できるため、商品情報の提供卸店もすべて把握できるようになったなど、いくつかのメリットが生まれた。

『新商品だけでなく、既存品の情報もいつでも閲覧・ダウンロードできるので、卸店さん側でも便利になったのではないのでしょうか。』

『この取り組みでは、かなり強硬な方法をとったために、営業マンからやりにくいという意見も出たこともありましたが、卸店さんとともに業界全体の効率化という大きな視点でものを考えていこうということで、社内でも活用が促進されるように努めました。』

商品データベースの活用状況については、まずまずの手ごたえを感じているため、2004年秋の新製品から



個々の犬種の特徴を考えて開発された高機能総合栄養食『パーフェクトフィット』シリーズ

は、小売店で必要とされる商品については印刷用画像も登録する予定だという。

「現在、印刷用画像はポジフィルムを提供していますが、コストもそれなりにかかります。このコストの低減と、お取引先での利便性や業務の効率化を考えて、画像データをさらに増やしていくことにしました。当面はポジフィルムと併用していきますが、徐々に画像データに切り替えていくことになると思います。」

活用促進のカギは、登録メーカー数の増大

「商品データベースの活用を促進するためには、登録メーカーの数が増えることが第一条件」という山口みどりさん。「商品データベースは、より多くの商品情報が集まってこそ価値が高まるもの。業界全体の効率化ということを考えれば、まずは登録を徹底させるべきではないでしょうか。そのためにも、プラネットさんには、引き続きメーカー各社に登録の呼びかけを行なっていただきたいと思います。」

ペット業界は商品の入れ替わりが非常に激しいのが特徴である。ゆえに、「商品データベースに多くのメーカーが登録して中身が充実すれば、メーカー側でも商品ガイドとして活用することもできるのでは」と山口さんは提案する。

「ペット業界のルールとして、新製品の登録は発売日の2カ月前ということになっていますから、メーカーとしてはこれをきちんと守ることが必要だと思えます。それが徹底すれば、卸店さんや小売店さんの棚割

作業も楽になるでしょうし、情報の流れが速くなったぶん、売り場づくりの時間が増えて、より効果的な売り場提案ができるのではないのでしょうか。」

ちなみに、同社が現在力を入れている商品は犬種別のペットフード。小型犬ブームをふまえて、ミニチュア・ダックスフンド用、シーズー用、チワワ用と栄養配分や形状を変えた3種類を発売している。飼い主のペットに寄せる愛情が深まる中、今後はペットケア製品もより多種多様化するであろう。そうなったとき、商品データベースの価値は今以上に高まり、業務上、重要なツールになると思われる。



販売戦略企画部
スペースマネジメント・アナリスト
山口みどりさん

ペット業界の商品データベース活用事例

商品データベースは業界の財産 トップダウンで活用は急速に浸透

中屋商事株式会社

明治24年創業。畜産用配合飼料の取り扱いからペット事業に着手した中屋商事(株)では、ITを活用した高精度物流システムにより、迅速かつ効率的な物流を実現している。商流に、物流にと商品データベースをフル活用しているがゆえ、課題や要望も多い。卸の立場から見た商品データベースについて、さまざまな視点からお話を伺った。

住所(事業本部) 〒379-2203
群馬県佐波郡赤堀町大字曲沢776-1
電話 0270-63-1351
事業内容 ペット関連商品
・園芸用品卸売り

活用は思うように進まず。 ならばとプロジェクトを発足

2003年7月、ペット業界3団体(全国ペットフード・用品卸商協会、ペットフード工業会、日本ペット用品工業会)の理事会にて、『商品DB推進プロジェクト』を発足。以来、業界全体でその推進に取り組んでいる。

「そもそもこの話は、1999年に始まったものでした。商品情報は我々卸にとって必要不可欠なもの。ところが、当時はそれらをまとめた業界のデータベースがなかったのです。これでは業務の合理化はなかなか進まないということで、全国ペットフード・用品卸商協会情報インフラ部会が中心になって、ペット業界の商品データベース構築について検討を始めたわけです」と商品データベース活用の動機を話す曾我孝之社長。

そして翌年5月、ペット業界3団体の中で、この取り組みが正式に決定した。「数ある情報インフラ企業の中からプラネットさんを選んだのは、日用品・化粧品業界にて実績がおりになったことと、中身が非常に優れていたからです」。

それから3年が経過したが、登録や利用は思うように進まなかった。「このままではせっかくの商品データベースが朽ちてしまう」。危機感を持った業界トップたちは、商品情報の一元化の徹底をめざしプロジェクトを発足。プロジェクト内に卸売業・メーカーの実務担当者によるワーキンググループをつくり、何度も会議を重ねながら、商品登録のガイドラインを作成するなど、データベース構築に向けての具体的な一歩を踏み出した。以上がこれまでの大まかな経緯である。

物流面でも活用する卸では、 外箱サイズは重要項目

こうしたプロジェクトの働きかけにより、商品データベースの活用は一気に加速。登録状況は2003年6月末のメーカー数61社・7,054SKUから、71社・11,193SKU(2004年5月末現在)へと、約1年で大幅に伸びた。

「おかげさまで、今では棚割用の画像情報はほとんど商品データベースからダウンロードできるようになり、担当者の業務も軽減しました。ただし、未登録のメーカーさんや、登録が間に合わないメーカーさんの商品

については、自社内でカバーしています」とペット商品部・森村英樹部長。

同社では、かなり早くから棚割ソフトを導入し、これまでに蓄積した独自の商品マスタには約20,000SKUの登録がある。

「専属社員を一人置き、商品の撮影やサイズの採寸、テキスト情報の作成を独自に行い、2年がかりで商品マスタを構築しました。こうした作業を軽減するために、共同で使えるデータベースがあったら、と常々思っていたくらいです」(森村部長)。

「メーカーさんのサイズ表示は、現物商品のサイズではなくパッケージサイズが主で、必ずしも棚割がそのまま組める状態ではないので、現物商品をはかったりして。そんなことでなかなかサイズの統一ができなかったため、この業務をもっと効率的に行なうために基となるデータベースがあればと思っていたわけです。当時はメーカーさんからいただくものは、商品カタログなどの紙情報が主流で、データ情報は少なかったですね」と初期の頃の作業を振り返る阿久沢文男・取締役事業本部長。

現在は、商品情報の管理は商品部が、プログラム開発やオンラインシ



代表取締役社長
曾我孝之さん



取締役事業本部長
阿久沢文男さん



ペット商品部部长
森村英樹さん

システムについては、情報システム部門が担当しているが、「メーカーさんに登録をお願いする以上、それを大いに活用しなければ」という意識のもと、商品データベースを棚割作業のほか、併設の物流センター（NALC）の業務の中でも活用している。「外箱サイズ、重量などの情報は、物流面では非常に重要な項目となります。特に外箱サイズは、卸には不可欠な情報ですね。これさえわかれば、正確な棚割ができるだけでなく、折りコンやパレットの積みつけやトラック輸送も合理的になるからです。これはセンターを抱えている小売店さんでも同じだと思います。先ほど出たサイズの登録および統一の問題、画像の問題と含めて、今後の検討課題となりそうですね」（阿久沢事業本部長）

情報の共有化をめざすために、小売店への働きかけを

最後にプラネットへの要望を、森村部長に伺った。「商品データベースの活用を推進するためには、まず、そのよさをPRする必要があります。活用例など具体的事例を紹介して、卸やメーカーさんにアプローチするのほひとつの方法ではないでしょうか。また、市場ではプラネットさんに登録していないメーカーさんの商品が増えています。今後は、より多くのメーカーさんに登録していただくこともお願いしたいことです。また、ゆくゆくはパイアーズネットを介して、小売店さんともそれらの情報を共有できるようにになるとありがたいですね。」

経営資源の要素は「人・金・モノ・情報」。そのうち、情報で重要なことは、「経営や業務運用に必要な情報を的確に把握し、それらを集め、分析、蓄積できるシステムを構築する力」と「それを活用できる人づくり」「システムを常にメンテナンス、リニューアルできること」という曾我社長は、「卸売業が成長するためのベースとなる条件は、物流システムとマーチャンダイジング機能、情報システムの3つ」という。その中のひとつ、「情報システム」分野の1ツールとして、商品データベースは位置づけられる。

登録メーカーや登録の項目がさらに増えれば、活用の頻度や用途も広がるであろう。



ペット関連商品の拠点・広域物流センター（NALC）
2001年1月より稼働。延床面積2,300坪、ケースエリア・最大1,800パレット分、ピースエリア・流動142本、平棚285本、取扱商品数約10,000SKU。IT活用による精度・品質管理、計画的な人の配置などにより、高精度物流の確立と広範囲の物流対応をめざす。



作業効率を徹底追及したセンター内部。



世界初、棒状の蚊取り線香を開発。除虫菊から始まったKINCHOの歴史

夏の夜空を彩る大輪の花火を見ながら家族で夕涼み。そこにそっと忍び寄り寄る憎き蚊。ハエや蚊のシーズンを迎え、家庭用殺虫剤や防虫剤・各種家庭用品でおなじみの大日本除虫菊(株)を訪問し、蚊取り線香を中心にいろいろなお話を伺いました。



御社は歴史ある企業と伺いましたが、創業はいつですか？
 どんな目的で創業されたのでしょうか？

弊社の創業者は上山(うえやま)英一郎です。和歌山のミカン農家の七男坊でしたが、志が高く慶應義塾で英語を習得し、明治18年にミカンの輸出を始めようと郷里の箕島に上山商店をつくりました。それが弊社の始まりです。その頃、英一郎は恩師・福沢諭吉を通じてアメリカの植物会社社長H・E アモア氏と出会い、珍しい植物種苗の交換を約束。みかんの苗と交換に除虫菊の種子を譲り受け、



全国に種子を広げ栽培を始めたのです。その結果、国内では和歌山と北海道、尾道、因島が除虫菊の三大産地となりました。

意外にも可憐な除虫菊の花



なるほど。蚊取り線香は除虫菊から発したんですね。それが渦巻状になった経緯は？

蚊が最も活動するのは夏の明け方や夕方の涼しいとき。だから寝る前につけた蚊取り線香が明け方まで効力を発揮するためには、7時間くらい燃焼しないといけないわけです。ところが棒状だと40分ほどしかもたない。それに細くて煙が少ないため、同時に三本くらい必要になる。そこで、もっと長時間使えるようにと発案されたのが渦巻状の蚊取り線香でした。アイデアを出したのは英一郎夫人・ゆきさんで、明治35年に「金鳥の渦巻」の名で発売されました。当時は手巻き方式で、現在のような機械打ちの左巻きのダブルコイルになったのは、ずっと後のことですが、この時すでに現在の形とほぼ同じものになっています。



ミカン輸出と除虫菊、その除虫菊と今のご商売はどのような関係があるのでしょうか？

当時、海外では除虫菊を粉にして家畜のノミとり粉として活用していたんですね。ところが当時の日本ではノミより蚊に悩まされており、古来から虫よけのために、ヨモギなど草の葉を燃やす「蚊遣り火」という習慣があったくらいです。これにヒントを得た英一郎は、仏壇線香に除虫菊の粉を混ぜることを思いつき、明治23年に世界初の棒状の蚊取り線香を開発したのです。これが今の事業の始まりです。



内助の功だったんですね。当時としてみれば、さぞ画期的な商品だったんでしょうね。

そうですね、蚊取り線香は蚊遣り火や水田、仏壇線香を使う仏教国という日本独自の風土、気候や文化が生み出した商品といえるでしょう。ですから、蚊取り線香ができた当時は弊社では全世界に輸出しており、昭和40年頃にはそれが80カ国にまで及んでいました。ちなみに戦前の農作物輸出品で最も多かったものは生糸、除虫菊はそれに次ぐ二位でした。しかし、化学合成で殺虫成分ができるようになってからは輸出もなくなりました。つまり、弊社は昔のほうが今よりグローバルな商売をしていたというわけですね(笑)。



常務取締役 マーケティング本部長
上山久史さん



マーケティング本部 宣伝部
安久多恵子さん



執行役員 中央研究所所長
中山幸治さん



中央研究所 生物研究室室長
神崎 務さん

商標について



マークの変遷

鶏マークは、中国の「史記」の一節、「鶏口と為るも牛後と為る無かれ」に由来。「大きな組織の中で尻尾として生きるよりも、小さくてもいいから頭(カシラ)になりたい」との創業者の思いを込めたもの。商標登録は明治43年。以後、いくつかのデザイン変更を経て現在に至る。ちなみに、「金鳥」とした理由は、金は一番を、鳥は鶏を表すのではないかと推測されている。「キンチョール」は金鳥にオイルを加えた造語。



あー、以前からの疑問なんですが、なぜ蚊取り線香で蚊が死ぬのですか？

除虫菊の花に含まれているピレトリンという成分に殺虫効果があります。そのピレトリンと、ピレトリンに似た化合物を化学的に合成したものの総称がピレスロイドで、蚊取り線香の中にはこの成分が含まれています。それが蚊の体表から体内に入り、神経を麻痺させて落下して死んでいくのです。ただし、蚊にはよく効くピレスロイドも、人間やペットなど温血動物に対しては安全性が高いのでご安心ください。



よ〜わかりました
中央研究所では、そのピレスロイドに関する研究を行なっているのですか？

ええ、それも含め殺虫剤の効力試験などを実施して、弊社の全商品の研究・開発を行なっています。殺虫剤に求められる要素は、有効性、安全性、安定性(保存がきく)の3つ。これをふまえ、どの虫にどの種のピレスロイドがどれくらい必要であるかということ、幾多の実験の中から見つけていくわけです。



地道な研究が
明日のヒット商品へとつながる

アトピー患者が多い現在、問題になっているのがヒョウヒダニ。この駆除についても、さまざまな実験を積み重ね、より有効な製剤の開発を行っています。



根気のいる仕事なんですね。では、最後に蚊はなぜ人や動物の血を吸うのかについて教えてください。

血を吸うのはメス。卵を発育させるために吸血するんです。それで人や動物(温血動物)に近づくのです。温血動物は呼吸しているので炭酸ガスが出ます。この炭酸ガスや体温、体表面の湿気、汗などの体臭をセンサーでキャッチして近づいてくるわけです。ですから、一般的に炭酸ガスをたくさん出す(新陳代謝が高い)人の方が刺されやすいことになります。大人より赤ちゃんが刺されやすいのは、そういう理由からです。

蚊用殺虫剤・タイプ別特長

線香型...拡散性が高く安定的な効果がある。開放的な純日本家屋や屋外での夕涼み、草取り、屋外飼いの犬の蚊よけなど用途は多い。7時間用のほか、3時間用、12時間用もある。
マット式...低温でも有効なピレスロイドをマットに含浸。それを電熱ヒーターで温めて使用。一枚で12時間有効。
液体式...35日用、60日用など長期間使用できる。熱を加えて使用するため、蚊取りマットとほぼ同じ成分。
ファン式...熱を加えず、遠心力とファンによる風力により有効成分を空中に拡散させる。常温でも揮散するピレスロイドを使用。2ウェイ電源方式(電池と100V電源)を採用。
水性エアゾール式...従来の油性を改良。火気に対する安全性が高く、環境にもやさしいKINCHO独自の商品。



(左)=水性エアゾール式の“水性キンチョール”
(右)=ファン式の“カトリス”

プラネット 部署紹介

第一弾

管理部



何をしている部署なの？

経理、総務、人事、秘書、財務、庶務、課金システム管理・・・わかり易く言えば会社の中の何でも屋で、会社が日々円滑に活動していけるようバックアップしております。

具体的には来客されたお客様へのお茶出し、社長秘書業務、請求書発送作業、給与計算、決算書類作成、株主総会運営などです。最近ではジャスダック市場上場に伴い、IR窓口も担当することになり、社外の方と接する機会も多くなり、現在5人の全員精鋭!?!なメンバーで一部署以上をこなしております。



池田真由美 副部長 / 牛島 操 角田賢紀 岩崎めぐみ
部長 / 染谷実



業務中は真剣そのもの？

部の座右の銘

段取り。某社のカンバン方式ではありませんが、効率良く仕事するためには不可欠！と部長の染谷が、毎日クチに出しております。

ご連絡

貴社への前月分請求予定金額を、毎月 弊社第一営業日よりご確認いただける「請求予定照会サービス」を、無料で行っております。

お問い合わせ

E - M a i l : kanri@planet-van.co.jp

NEW FACE



営業部課長
前 岩夫

5月から営業部に仲間入りさせていただいた前です。

「亀の甲より年の功」で、皆様へのサービス向上に努めたいと思っている、初めての単身赴任と格闘中の、ちょっとシニアなNEW FACEです。宜しく申し上げます。



営業部
小中健太郎

4月より営業部で勤務しております。三田駅から会社まで、NHKスペイン語講座を聴きながらの徒歩通勤にも慣れてきました。素材メーカーからの転身ですが、一日も早く皆様のお役に立てるよう、精一杯職務に取り組み所存です。お見知り置きの程、どうぞ宜しくお願い致します。



営業部
今井正宏

4月より営業部に配属となり、日々、皆さまにはお世話になって、もっか色々勉強中です。また、スポーツが好きで、休日は、やんちゃな息子とスイミング通いです。仕事、スポーツをも通じて、皆さんと一緒に汗流して頑張っていきたいと思っております。こんな私ですが宜しくお願い申し上げます。



企画開発部
河合英明

これまでプログラマ、SEをメインの業務として勤務してきました。流通業界は自身にとって初めてでわからないこともたくさんありますが、その分やりがいを感じております。宜しく願い致します。



EDIシステム管理部
大槻洋平

5月からEDIシステム管理部に配属になりました大槻です。まだまだわからないことも多いですが、早く仕事を理解し、よいシステムを提供できるように頑張っていきますのでよろしく願い致します。

「Web受発注サービス / Web受注機能」について

61号にてご紹介しました「Web受発注サービス / Web受注機能」について、今回は主な機能を2つご紹介させていただきます。

1 Web受注機能とは

卸店から送信された発注データを、メーカーがWebで受信することができるサービスです。パソコンとインターネットに接続できる環境さえあれば、卸店と簡単にEDI接続することが可能になります。

2 Web受注機能の主な機能

PDF出力機能

受信した発注データを、Adobe社のAcrobat Reader (無料ソフト)を使用して、PDF形式で閲覧・印刷することができる機能です。この機能を使用することで、受信した発注データを伝票イメージにきれいに形成して、パソコンの画面で閲覧することが可能です。また、印刷機能を使用すると伝票イメージをそのまま紙に印刷することも可能です。さらに、伝票イメージをそのままPDF形式のデータでパソコンに保存することもできますので、伝票を紙でファイリングする手間を省くことも可能です。

CSVダウンロード機能

受信した発注データを、CSV形式に変換してダウンロードすることができる機能です。この機能を使用することで、受信した発注データを自社システムへ連動したり、表計算ソフトに取り込んで社内で二次活用することが可能です。また、ダウンロードを支援する機能として、ダウンロード項目の並べ替え・追加・削除などお客様のご要望に合わせた形でCSVデータを取得することが可能です。

リリースは今年の8月を予定しております。今後の「Web受発注サービス」にご期待ください。(お問い合わせは営業部 eigyo@planet-van.co.jpまで)

各サービスのご利用状況 (2004年5月末現在)

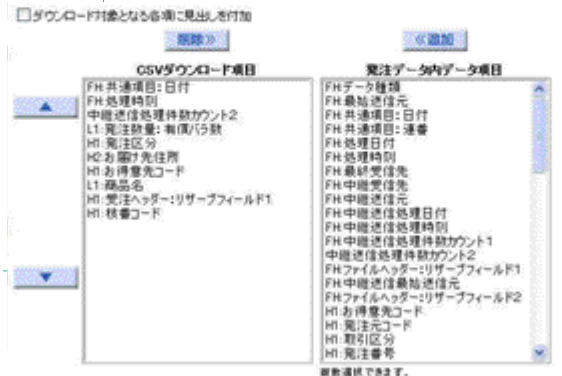
利用料数	メーカー	卸業者
発注	225	213
仕入	229	234
販売	100	246
卸付割合	90	121
卸付差	11	82
在庫	20	75
Web受発注	22	165

	メーカー	サプライヤー
資材EDI	6	239
Web資材EDI	3	191

	メーカー	アイテム
商品DB	324	39,378

	メーカー	卸業者	小売業
商品DB	375	524	274
取引先DB	204	429	—
Web運用割合	180	368	—

	メーカー	卸業者	小売業
バイヤーズネット	185	247	239



CSVダウンロード画面 (拡大)

Human Network

卸店



梅田孝夫さん

株式会社藤栄
ソリューションサポート
〒152-0032
東京都目黒区平町1-2-2
TEL 03-3723-6521

たこ焼き

我が家では、よく「たこ焼き」をします。ところが最近その「蛸」が値上がりをしています。多くはモロッコ産なのですが日本向けの乱獲によって、急激に数が減って捕ることが制限されたそうです。庶民の味も幻の高級食品になってしまうかもしれません。

情報リテラシ

パソコンでレポートや表の字が綺麗に書けるようになりました。でも、それは、ほんの入り口です。企業における情報リテラシの向上には、その環境作りが重要です。時代に合わせて、新しいシステムを取り入れて行く事になります。ビジネスは、日々は変化ですね。

メーカー



古本雄太さん

ジェックス株式会社
営業企画部
情報システム課チーフ
〒578-0903
大阪府東大阪市
今米1-14-15
TEL 0729-66-0053

肝に銘じて

私の座右の銘、「責任ではなく、責任感を持った仕事を...」
誰が言った言葉かは忘れましたが、責任は与えられるもので、責任感を持つもの。与えられた責任にも責任感を持って仕事をしているか？ とても考えさせられる言葉です。

ISO9001を更新

昨年3月、2000年3月に取得したISO9001を2000年度版に更新。ISO2000年度版は、よりマーケットに近づいた商品開発をするための仕組みです。ジェックスはお客様にご満足いただくため、より価値のある商品と品質を提供するべく、社員一同日々努力しております。

プラネットOB



神保聖治さん

ユニ・チャーム株式会社
企画本部情報システム部
〒108-0074
東京都港区高輪3-25-23
京急第2ビル
TEL 03-3449-5181

当たりました！

先日、あるイベントの抽選で我が家にSONYのPSXが当たりました。TVのDVD録画やゲーム・音楽などが楽しめます。
しかし色々と接続機器（ブスタ-など）の購入は、1万円以上でした。（結構なお値段！）業界部員の方、お楽しみに！

オススメです！

商品マスタや、得意先マスタ、POSデ-タなどを使っての仕事で、やっぱり"Access"って便利だなと実感しています。社内でもAccessを布教していこうと思っています。
＜追伸＞ PLANETユ-ザ-の皆様、是非GCI研究会へ御入会ください！！

表紙の写真



オススメですよ 石垣は！！

株式会社あらた
システム本部 東日本システム
センターマネージャー
清水目 一典さん

4月10日から夫婦で石垣島へ行って来ました。北海道はまだ気温10度を越えた程度でも石垣島ではいきなり27度、真夏でした。
デイゴの花、ハイビスカス、ブーゲンビリアなどが花盛り、島バナナ、パッションフルーツ、グアバも美味しく、民宿の陽気な「おばあ」の歌や踊り。まるで夢のような3泊4日でした。

バイヤーズネット説明会へのご参加 ありがとうございました

6月18日に“バイヤーズネット説明会”を大阪（グランキューブ大阪）で開催いたしました。

お忙しい中、99社327名の方にご参加いただきありがとうございます。

拓殖大学商学部 根本教授による講演「グローバル・リテライ-参加後の市場、流通の状況と取引、流通ビジネスモデルの革新」の後、バイヤーズネットサービス内容と活用事例紹介および、メーカービジネスサイトのビデオ上映を行いました。

なお、講演の内容は64号の誌面でご紹介いたします。

かもめ通信

去年の夏、うちの（小さな）庭の垣根のサザンカにも流行の波はやって来ました。異常気象で大量発生したチャドクガです。（夫が）こまめに駆除を行い、流行もすたれた秋の終わりに草むしりを行ったのですが、チャドクガは卵にも毒針毛がついているので、しばらく激しいかゆみを伴う湿疹に悩まされました。今年ももうすぐ夏がやって来ますが、発生量はいかに（駆除の精度に期待）！

「製配版マスタ同期化プロジェクト」では、役不足ながら、事務局として実験に参加いたしました。実験には、業界、業種の壁を

越えて、多忙なメンバーが多くの時間を割き、試行錯誤しながらグローバルに基づいた標準化に取り組みました。

プロジェクトは解散いたしましたが、標準化への取り組みはGCI研究会に引き継がれました。

今後、さらに多くの企業さまにご参加いただき、この実験で得た成果やノウハウを活かし、流通業の全体最適が実現することを期待します。

企画開発部

新聞 幸（にいぜき ゆき）

PLANET 63

PLANET
Van Van

第63号 2004年7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 / 株式会社社研書房
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