

プラネットヴァンヴァン

# PLANET

特集

ITFコードが16桁から14桁に  
国際標準コード“GTIN”導入への対応

全銀TCP/IP導入事例

常盤薬品工業株式会社 / 森友通商株式会社

プラネット太くんのおじゃましまーす

ユニリーバ・ジャパン株式会社

2006・SUMMER

71.....

# van van

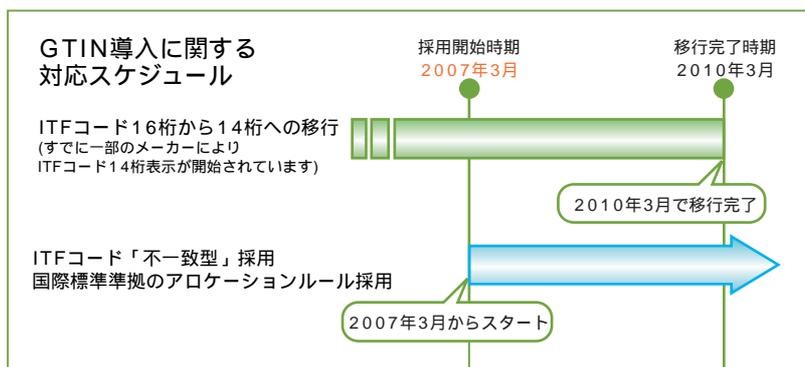


撮影：ビップフジモト株式会社 尾崎 千恵さん

# 特集 国際標準コード“GTIN”導入への ITFコードが16桁

2007年3月から商品識別コードが、国際標準の「GTIN」

## GTIN導入の背景とポイント



(財)流通システム開発センター資料から抜粋

(財)流通システム開発センターは、わが国における流通システム化推進の一環として、2005年4月に、商品識別のためのコードを14桁に統一して表示する国際標準コード「GTIN」の導入指針を発表しました。

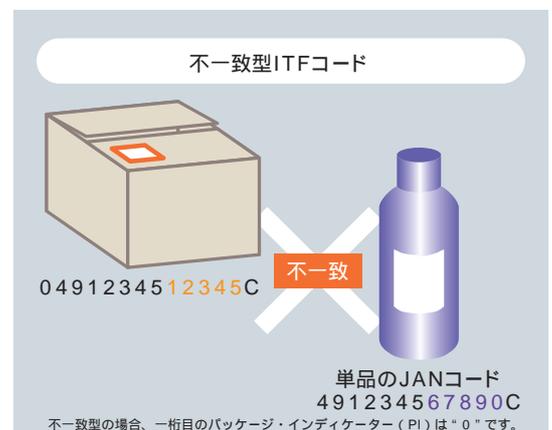
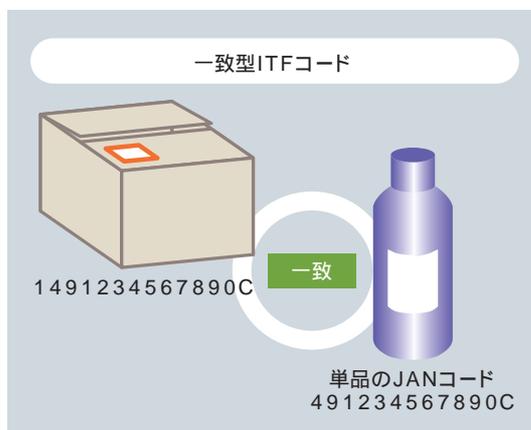
すでに欧米では企業間EDIに用いられる商品コードはGTINに統一されており、GTINに基づいてグローバルな商取引が行なわれています。こうした国際的な流れも視野に入れ、今回の指針が制定されたわけです。GTINを導入することにより、企業間データ交換における変換コスト削減などの流通情報システムの効率化がグローバルな商取引だけでなく、国内のサプライチェーン全体においても達成されることが期待されています。

### ポイント ITFコードが14桁になります。

日本ではITFコードは16桁が普及していますが、GTIN採用により、全て14桁に統一されます。16桁のITFコードは2010年4月以降、使用できなくなりますので新商品から14桁に移行し、できるだけコードの再付番を行う商品を減らしましょう。

### ポイント 単品JANコードと一致しない「不一致型」が登場。

「一致型」(ITFコード内に単品JANコードが含まれている)に加え、「不一致型」(ITFコード内に単品JANコードを含まない)のITFコードも利用可能となります。



# 対応

# から14桁に!

## に統一されます

グローバルな視点で流通の効率化を推進する財団法人 流通システム開発センターは、2007年3月から商品識別コードを国際標準の「GTIN」に統一するという指針を発表しています。これに伴って、現在使われているJANコードやITFコードの桁数が14桁に統一されます。今回の特集では、GTIN導入に向けたスケジュール、メーカー・卸売業のみなさまが準備すべきことやプラネットEDIにおける注意点を取り上げます。

ポイント

## 国際標準に基づいた アロケーション(付番)ルールを採用。

現行の付番ルールをすぐに変更する必要はありませんが、(財)流通システム開発センターよりGTIN付番のガイドラインが発表されています。詳細は同センターのホームページをご覧ください。

### (財)流通システム開発センターとは

流通システム開発センターは、日本の流通のシステム化を推進する専門機関として1972年に設立。流通の効率化を推進するために、JANコード、共通取引先コードなど流通コードの登録管理や導入の促進、統一伝票、POSシステム等の開発・普及、流通に関連する各種調査研究に取り組んでいる。また、同センターの流通標準本部は、国際的な流通標準化を推進している「GS1」のわが国における代表機関「GS1 Japan」として活動している。

ホームページ : <http://www.dsri.jp>

### GTINとは

Global Trade Item Numberの略で、「ジーティン」と読む。現在使われているJANコード(EANコード)の13桁や8桁、UPCコードの12桁、ITFコードの14桁や16桁など、各種の商品識別コードの桁数を14桁の体系に統一した国際標準の商品コード。

商品コード	従来の桁数	GTINコード(2007年3月から14桁に統一)													
		1	4	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	C
ITFコード (集合包装用商品コード)	16桁 or 14桁	1	4	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	C
JANコード(EANコード)	13桁	0	4	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	C
短縮JANコード	8桁	0	0	0	0	0	0	4	9	6	7	8	9	0	C
UPCコード	12桁	0	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	C

14桁に揃えるため、先頭に「0」を入れます

チェックデジット

GTINが導入されても、商品に印刷されているバーコード(JANコード13桁、8桁の表示)は変わりません。

# 2007年3月に向けて GTIN導入の準備事項

## メーカー

- 1 ITFコードを16桁から14桁へ切り替え開始  
(例)これから発売される新商品は14桁ITFコードへ一斉切り替え、  
既存商品は段ボールなど梱包資材の更新または追加印刷のタイミングで実施
- 2 商品のリニューアル時、キャンペーン品などのアロケーション(付番)ルールの見直し
- 3 お取引先への案内  
以下のタイミングでは必ずお取引先へご案内ください  
既存品のコードを変更する時(例: ITFコードを16桁から14桁に切り替え)  
「不一致型」のITFコードを採用する時  
現行と異なるルールで新規コードを付番する時

## 卸売業

- 1 GTINに対応したシステムの準備
- 2 入荷検品システムの確認  
**ご注意!!** ITFコード先頭のPI(パッケージインディケータ)を読み飛ばし、JANコード部分だけを読み、発注時の単品JANコードとの照合検品を行なっている場合、2007年3月より、以下の対応が必要になります。  
ITFコードの全桁を認識し、発注時の単品JANとの紐付け対応がされている場合、システム変更は不要です。

### 対応方法1 商品マスタでGTIN単位の情報を追加管理

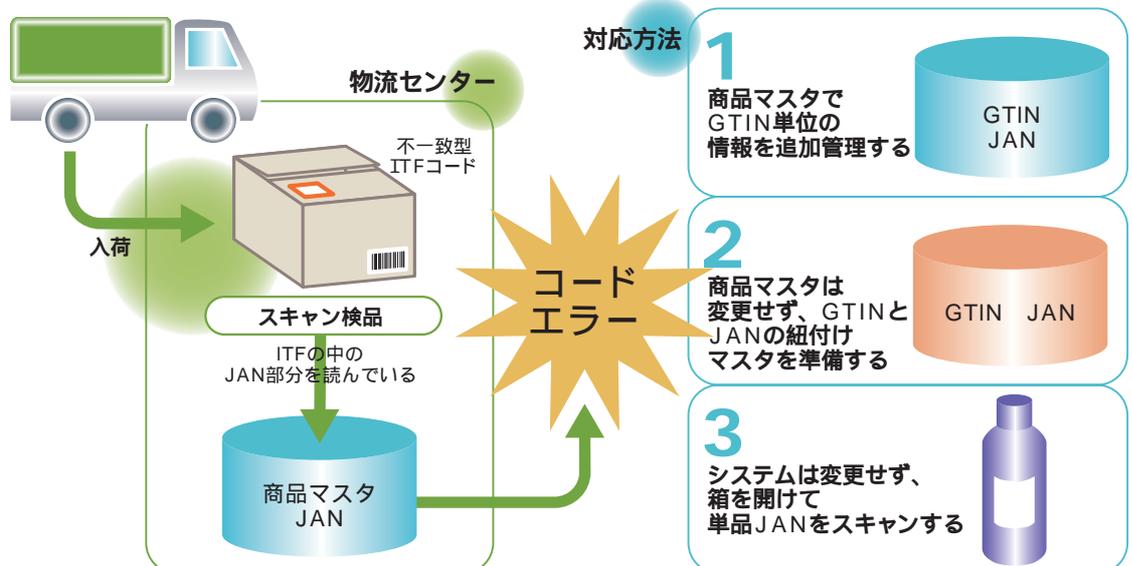
ITFコードの全桁を認識させるシステムに変更し、単品JANと紐付けられるようにします。

### 対応方法2 商品マスタを変更せず、PIを読み飛ばす仕組みを維持

事前にメーカーから不一致型に関する商品情報を入手し、既存の商品マスタとは別に、GTINとJANを紐付けるテーブルを準備し、発注時の商品コードと入荷時の商品コードを照合検品できるようにします。

### 対応方法3 システムを変更せず、運用で対応

不一致型ITFコードの場合は、箱を開けて単品JANをスキャンします。



# プラネット基幹EDIのGTIN対応について

来春のGTIN導入に合わせて、プラネットでは基幹EDIのデータ項目追加と、基幹EDI - SMOOTHEDI間の変換ルール策定を行います。ここでは、その概要をご紹介します。

## データ項目追加の内容

基幹EDI各データの商品コード区分に「G：GTIN」を追加します。  
(SMOOTHEDIは既にGTIN対応済みです)

商品コード区分	商品コード
J	JANコード
K	疑似JANコード(セット品など)
E	EANコード
U	UPCコード
I	ITFコード
G	GTIN

使用にあたりメーカー・卸売業双方の事前確認が必要です。

## 基幹EDI(固定長)からSMOOTHEDI(TSV)への変換ルール

商品コードはGTIN項目にセットしない。  
16桁ITFコード(2010年4月廃止)は、GTIN項目にはセットしない。  
14桁ITFコードは、そのままGTIN項目にセットする。  
GTINは、そのままGTIN項目にセットする。

基幹EDI(固定長)

区分	商品コード
J	4912345123459
J	49123456
K	4912345123459
E	3912345123450
U	0912345123453
I	0204912345123458
I	14912345123456
G	04912345123459



SMOOTHEDI(TSV)

区分	商品コード	GTIN
J	4912345123459	セットしない
J	49123456 <small>そのまま セットする</small>	
K	4912345123459	
E	3912345123450	
U	0912345123453	
I	0204912345123458	
I	14912345123456	
G	04912345123459	
		14912345123456 <small>商品コードを セットする</small>
		04912345123459

## SMOOTHEDI(TSV)から基幹EDI(固定長)への変換ルール

商品コードと区分は、そのまま商品コードと区分にセットする。  
商品コードと区分がブランクの場合は、GTINを商品コード・区分にセットする。

基幹EDI(固定長)

区分	商品コード
J	4912345123459
J	49123456 <small>そのまま セットする</small>
K	4912345123459
E	3912345123450
U	0912345123453
I	0204912345123458
I	14912345123456
G	04912345123459
G	04912345123459 <small>GTINを セットする</small>



SMOOTHEDI(TSV)

区分	商品コード	GTIN
J	4912345123459	04912345123459
J	49123456	00000049123456
K	4912345123459	04912345123459
E	3912345123450	03912345123450
U	0912345123453	00912345123453
I	0204912345123458	
I	14912345123456	14912345123453
G	04912345123459	04912345123459
		04912345123459

## プラネット今後のスケジュール

- 2006年11月 ユーザー会で説明
- 2007年3月 基幹EDIのGTIN対応を開始
- 2007年3月 基幹EDI - SMOOTHEDI間の変換をリリース

その他サービスのGTIN対応については、別途ご案内します。

# 業務のスピードアップ、コスト削減を実現する

全銀

# TCP/IP 導入

## 業務効率化と コスト削減を 目指して

### 常盤薬品工業株式会社

本社 〒541-0052  
大阪市中央区安土町3-5-12  
<http://www.tokiywayakuhin.co.jp/>



常盤薬品工業株式会社  
システム担当  
株式会社ノエビア  
情報システム部 課長代理  
滝川 奈緒美さん

### 通信サーバーの オープン化がきっかけに

1949年に設立された同社は2002年にノエビアの子会社となり、2004年9月には同じくノエビアの子会社であった株式会社サナ（ティーン用一般セルフ市場向け化粧品メーカー）と株式会社ノブ（敏感肌用低刺激性化粧品メーカー）の2社と合併した。現在は肩こりドリンク剤「パスピタン」などの大衆薬から、配置薬、医薬部外品、化粧品、機能的飲料や健康補助食品まで、多岐にわたる商品の製造・販売を行っており、「南天のど飴」のようなロングセラー商品に加えて、「睡眠打破」「なめらか本舗」など数々のヒット商品を出している。

合併を機に、それまでサナ・ノブ両社が個々に利用していた基幹EDIサービスの接続を常盤薬品工業として一本化し、化粧品やサプリメントを中心にデータ交換が行なわれている。なお、自社にシステム部門がないため、親会社のノエビアが各種システムの管理・運用を行なっている。

基幹EDIサービスの利用は、サナが販売データを導入した1997年から始まった。その後、販売データのみ接続がしばらく続いたが、合併に伴う変更が落ち着いた昨夏、更なる業務合理化を目指してデータ種の拡大が検討され、3ヶ月近い社内システム整備を経て、昨年末に仕入データを導入した。この時に通信手順を従来の全銀手順から全銀TCP/IPへと切り替えた。「当時は電話回線を使って全銀手順やJCA手順で外部とのデータ交換を行なっていましたが、対象はプラネット、ノエビアの販売代理店、ドラッグストア数十社、大衆薬や食品業界のVANなど、非常に広範囲にわたっていたため、すでに回線はパンク状態でした。そのため、回線を強化しようという話が持ち上がり、グループ共有のオープン系通信サーバーを設置しました。このサーバーと導入した通信ソフトが全銀TCP/IPに対応していたため、業務のスピード向上やコスト削減というメリットを踏まえ、一気に全銀TCP/IPへと切り替えたのです。」

通信環境が改善されたことからデータ種も順次増やし、現在は販売、仕入、請求照合、請求鑑の4データが稼働している。当然、発注データ導入も検討されたが、在庫管理や物流の見直し、スタッフの教育などが必要なため、本格

導入に向けて準備が進められている。

### 通信時間が激減！ 業務効率もさらにアップ

切り替えに際しては、大きなトラブルもなくスムーズに移行できたという。「通信ソフトの初期設定に手間取ったり、接続テストのときに回線が繋がらないというアクシデントが起きたりしたくらいです。これは、ノエビアグループ初の通信サーバ運用ということもあり、あまりネットワークに詳しい担当がいなかったのが原因です。」本稼働後は安定して動いており、通信コストと通信時間の削減というメリットも生じた。「通信費も削減しましたが、最大のメリットは通信時間の激減です。接続本数・データ量ともに多い販売データでは特に顕著で、以前の1~2時間が10分以内になったので、感動しました。」

従来はデータの受信時間を考慮して、早朝にサーバーを起動させて、データ受信とその後の社内処理を行って、業務時間までに販売実績を照会できるようにしていたが、現在はその必要がなくなり、空いた時間を他の処理に充てることができる。「常に通信時間を考慮して、業務の優先順位を決めなければいけないというプレッシャーから解放されたことや、業務の効率化が図れたこともメリットといえます。」今夏には課題であった発注データの本格導入も実施する予定だ。「当社ではオープン化をきっかけに全銀TCP/IPに切り替えましたが、インフラさえ整備されれば容易に移行できると実感しました。これからオープン化を進める企業では、そのタイミングで通信手順の切り替えを行なうのが良いと思います。」

# 事例

EDIで使用される通信手順は、これまでJCA手順や全銀手順が多数派だった。しかし、モデムやTAの製造・販売中止という時代の流れを踏まえ、プラネットは2008年12月末日をもって、JCA手順および全銀手順のサポートを終了する。そのため、ユーザーの皆様には「AS2」や「全銀TCP/IP」への切り替えをお勧めしている。今回は、通信手順を「全銀TCP/IP」に最近切り替えた常盤薬品工業、森友通商の事例を通じて、切り替えの経緯やそのメリットをご紹介します。

## 通信速度が速い！ 業務のスピードも さらに増して

### 森友通商株式会社

本社 〒103-0016  
東京都中央区日本橋小網町15-9  
<http://www.moritomo.co.jp/>



森友通商株式会社  
業務統括部長  
氏家 勇人さん

### 新システム構築を機に 切り替えを実施

同社は1854年（安政元年）に荒物雑貨問屋として創業、現在は関東を中心に日用品雑貨、医療用具、乾物食品を全国各地に卸している。「自らの変化こそ最大の安定」をモットーに掲げ、1995年には「モリトモコーポレーション」を設立して自社製品開発という新たな事業を興し、2000年にはネット販売によるBtoC事業を「卸合衆国株式会社」として立ち上げている。

同社がホストコンピュータをオフコンからオープン系に切り替えたのは1997年。「いろいろと勉強した結果、『これからはオープン化の時代だ』と痛感し、

さっそく実践したわけです。これを機に販売管理システムもオープン系に移行させ、通信回線も公衆回線からINS回線へと切り替えた。

ところが、その直後に通信が不安定になるといふトラブルが発生。業者に相談しながら一ヶ月ほどかけて原因を追究した結果、TAとの相性に問題があることがわかり、TAを交換したことで通信も安定した。

2002年に販売管理システムの再構築に着手した。「このとき、通信手順をJCA手順から全銀TCP/IPに切り替えようとも思ったのですが、以前にTAの相性の問題でつまづいたことが頭をよぎり、躊躇してしまいました。新しい販売管理システムが安定稼働するのを見極めてからでも遅くはないと、この時点では切り替えを見送りました。」

2005年4月には、これまでのシステムを一本化した新たなシステムが完成した。販売管理システムも問題なく稼働したことから、今年2月、プラネット基幹EDIへの接続をすべて全銀TCP/IPへと切り替えた。（利用データ種は発注、仕入、販売、請求照合、請求鑑の5データ）

### 通信時間は従来の1/10、 業務スピードもアップ

接続テストの際は通信ソフト設定に多少まごついたものの、それ以外は問題なくクリアし、本稼働へ。「全銀TCP/IPは通信速度が速いということは知っていましたが、実際に動かしてみても、その速さに驚きました。例えば仕入データの受信所要時間はおよそ1分半と、それまでの1/10近くまで短

縮されました。プラネット以外の通信にはまだJCA手順を使っていますので、比較すると通信速度の速さがよくわかります。」

通信時間の短縮によって空いた時間を他の通信に回すことができ、業務がスムーズに流れるので、自然と仕事の量も幅も広がったほか、業務全体のスピードアップや通信費の削減などのメリットが生じた。

「通信時間に関するストレスがなくなったのが嬉しいですね。百聞は一見にしかず、他のユーザーの皆さんにも、この速さをぜひ体感してほしいと思います。」

JCA手順や全銀手順に対するプラネットのサポートは2008年末まで。そのため、これらの手順を採用しているユーザーは、あと2年半以内に通信手順を全銀TCP/IPかAS2に切り替えなければならないが、現在の環境で安定稼働しているとそのタイミングを逸しがちだ。そのような企業へのアドバイスとして、氏家部長は自らの経験を踏まえ、こう語る。

「全銀TCP/IPを使えば、いま以上に快適な仕事環境になります。切り替えに際して新たなプログラムをつくる必要はありませんし、ルータと通信ソフトさえあれば良いので初期投資もそれほどかかりません。切り替え作業もソフトをインストールして設定を行うだけ、と簡単ですから、半日が1日もあれば完了します。これからシステムの変更を検討されるのであれば、この機に全銀やJCA手順よりコストパフォーマンスに優れる全銀TCP/IPへの切り替えをお勧めします。」



# 多様化するニーズを捉え 最新のダメージケアを お届けする

中目黒駅隣のインテリジェントビル・中目黒G Tタワー内に  
本社オフィスがあるユニリーバ・ジャパン株式会社。  
150カ国以上で事業を展開する世界最大級の消費財メーカー・ユニリーバの  
日本法人として、ホームケア製品、パーソナルケア製品、  
食品の開発・製造・販売を行なっています。  
今回はパーソナルケア製品のシャンプーを中心に、  
ブランドの変遷や開発の様子をお伺いしました。



自然光をふんだんに取り入れた、  
明るい快適なオフィスですね。  
まずは御社の歴史からお伺いしたいと  
思います。



かわいいデザインですね。  
ところで、御社のシャンプー「ラックス」  
は市場での人気も高いようですが、  
ヘアケア製品の第1号が  
ラックスだったのですか？

ユニリーバの創立は1930年、ホームケア、パーソナルケ  
ア製品メーカーのリーバ・ブラザーズ（イギリス）と、マー  
ガリンメーカーのマーガリン・ユニ（オランダ）の2社の合  
併により誕生しました。日本に進出したのは1964年、当初  
は豊年リーバという社名で、マーガリンの製造販売を行なっ  
ていました。パーソナルケアへの進出は1972年（化粧石鹸  
「ラックス」の輸入販売）、ホームケアへの進出は1980年  
（クリームクレンザー「ジフ」の発売）からです。昨年6月、  
社名を日本リーバからユニリーバ・ジャパンに変更。「暮ら  
しに生き生きとあふれる輝きを」をコーポレート・ミッシ  
ョンとして採用し、社名、企業ロゴも世界共通のものへ統一  
しました。

いいえ、1976年に発売された「サンシルク」が第1号で  
す。その後発売した「ティモテ」が市場で支持され、当社の  
新しい顔になりました。元々は石鹸のブランドだったラッ  
クスをヘアケア製品に展開したのが1987年、「ラックスビ  
ューティ」というブランド名でシャンプーとコンディショナ  
ーを売り出しました。1989年には枝毛、パサつきを予防して  
“スターのように輝く髪”を目指す「ラックス スーパーリッチ」  
を発売しました。ダメージケアにフォーカスした先駆的な製  
品でした。パールホワイトカラーのパッケージやフローラル  
ブーケの香りも好評で、多くのファンを魅了しました。



武市 陽子さん  
コミュニケーション  
広報マネジャー

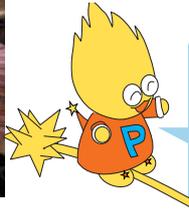
2005年に世界的に統一されたユニリー  
バの企業ロゴ。太陽（バイタリティ）  
DNA（命を次の世代に伝えるもの）  
蜂（創造性、勤勉さ、多様性）髪（美  
柔らかさ）など、同社の事業やブラン  
ドを象徴する25個のアイコンが社名の  
頭文字「U」をかたどる。



ラックス スーパーリッチシャイン



アジアの黒髪を研究する、ユニリーバグループ研究開発拠点の1つ「アジアテクノロジーセンター」製品評価をおこなうためのヘアサロンを併設する。



最後に、ヘアケア製品に関する商品開発の最新情報を教えて下さい。

今年3月には「ラックス スーパーリッチシャイン」  
7月には「ラックス スーパーダメージリペア」を発売されましたね。

はい、現在女性の60%強が髪のダメージを感じており、しかもダメージが多様化しているという状況にいち早く応え、ダメージをケアする2つの商品を開発しました。「スーパーリッチシャイン」は保湿力に優れたヒアルロン酸を配合。「つやがない」「パサつき」といった悩みに応え、髪の表面に働きかけ、つやのある輝く髪を実現します。「スーパーダメージリペア」は、20種類のアミノ酸を配合した処方で、「切れ毛」という最も進行したダメージに応え、スカスカな髪内部にアミノ酸をしっかり供給し、内側から強く健康な髪を実現します。なお、新製品発売にあたっては、TV広告、街頭広告、店頭、イベント、Webなど生活者の動線上にある複数の媒体を使って製品を認知、体感いただける機会を設けるようにしています。



「ラックス スーパーリッチシャイン」キャンペーンの模様



商品開発においては時代ごとのトレンドを的確に捉え、それにマッチした商品づくりに努めています。新しい製品はもちろん、リニューアル製品についても、リニューアル前のお客様の支持・信頼を上回るものをご提供できるよう、以前の商品より高い基準を設定して取り組んでいます。ユニリーバグループでは昨年の社名変更を機に世界的な組織改革が実施され、研究開発拠点を再編しました。これに伴って、これまで日本向け製品の開発拠点だった宇都宮イノベーションセンターがアジアテクノロジーセンターと改名され、ここでアジア市場向け製品の研究開発が行なわれるようになりました。各国の開発チームと協働することで、各地で異なる消費者ニーズに対応しつつ、グローバルに蓄積した知識や経験、ネットワークを従来以上に活用することができる体制になりました。美しい髪は女性共通の望み。その思いに応えるべく、今後もお客様の声に耳を傾け、みなさまに信頼されるブランドを市場に送り続けていきたいと思っております。

## ヘアケア豆知識

### 上手なシャンプー法

- 1 シャンプー前にブラッシングし、髪のもつれをほぐく
- 2 ぬるま湯で髪を数回すすぎ、粗汚れを流す
- 3 シャンプーを手のひらで泡立て、手のひらを使って洗髪する
- 4 軽くすすぎ、再度泡立てたシャンプーをつける
- 5 額から頭頂に向かい、指の腹でマッサージするように頭皮を洗う
- 6 泡が残らないように十分すすぐ
- 7 ヘアリンス/コンディショナーをなじませ、しっかりすすぐ
- 8 髪を押さえるようにしてタオルドライをする

### コンディショナーとトリートメントの違い

洗髪剤はシャンプー、ヘアリンス、ヘアトリートメントの3種に分けられます。

コンディショナーはヘアリンスの別称で、ヘアリンスと同じく、シャンプー後の髪の状態を整える機能があります。コンディショナーとトリートメントは、いずれも髪に潤いを与え、滑らかでまとまりのよい状態にするものです。ただ、同一ブランドで比較した場合にはトリートメントの方が保湿成分が多く配合されていることが多いため、傷みがひどい髪にはトリートメントを。

通常はシャンプーの後、コンディショナーで仕上げますが、傷みの度合いによっては、さらにトリートメントすると効果的です。

なるほど

スムーズ イーディーアイ

## SMOOTHEDI!

第3回

2005年8月からサービスを開始したインターネット EDI『SMOOTHEDI』をさまざまな角度からご紹介する当コーナー、第3回目は「PKI」に焦点を合わせます。

### 『PKI』とは？

「PKI」…Public Key Infrastructure(公開鍵基盤)

インターネットのようなオープンなネットワーク上では、「なりすまし」「盗聴」「改竄」(データの改変)といった様々な危険が存在します。機密性の高いデータでなければ、このような危険性はあまり意識されていないのかもしれませんが。しかし、ビジネスで使用される重要なデータでは、常に「正しい相手と正しい通信」が行なわれることが要求されます。それだけ

でなく、ごく一部の利用者だけに対応した仕組みではなく、誰もが利用できる仕組みが必要です。

このようなニーズをネットワーク上で実現する仕組みが「PKI」というわけです。

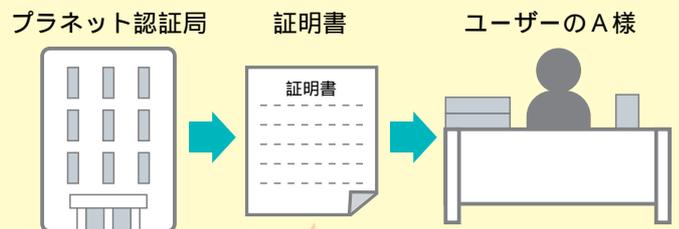
注：ここでは通信を傍受することや、データを盗み見することもまとめて「盗聴」と呼びます。

### 「相手が正しい相手であること」を証明するために

現実の社会で、自分の話している相手が本人かどうかを、皆さんはどのように確認されていますか？

おそらく、運転免許証やパスポートのような、公的機関が発行している身分証明書で確認されていることでしょう。ネットワーク上でも同様に、通信している相手が本人なのかどうかを証明する“公的機関”が必要です。「SMOOTHEDI」において、“公的機関”に相当するのが「プラネット認証局」というわけです。

右の図で発行された証明書は、ユーザーのA様が「確かにユーザーのA様である」ことを「プラネット認証局」が証明する、データ交換時に欠かせない文書です。万が一、この証明書がない場合には、A様であっても「ユーザーのA様ではない」と判断され、通信上は正しい相手ではないということになります。



「あなたはユーザーのA様です」という証明書を発行

### 「公開鍵」を利用して盗聴対策！

自宅や会社の鍵は、開けるときも閉めるときも同じ鍵を使うのが普通です。これに対し、PKIの仕組みでは必ず「公開鍵」と「秘密鍵」という2種類の鍵を1組のペアとして開閉に用い、ネットワーク上での盗聴を防ぎます。



公開鍵……他人に知られても良い鍵

秘密鍵……本人だけが知っている鍵

「公開鍵」と「秘密鍵」の2つが必ず1組のペアを形成

「公開鍵」と「秘密鍵」には次の特徴があります。

「公開鍵」、「秘密鍵」はそれぞれ閉める鍵であり、開ける鍵でもあります。

「公開鍵」は誰が持っていても良い鍵なのに対し、「秘密鍵」は他人に絶対に見せてはいけない鍵です。

「公開鍵」で鍵をかけると、「秘密鍵」でしか鍵を開けるこ

とができません。

「秘密鍵」で鍵をかけると、「公開鍵」でしか鍵を開けることができません。

上記4つの特徴を利用すると、2つの大きなメリットがあります。

1 「公開鍵」で鍵をかけると、「秘密鍵」でしか鍵を開けることができないということは…

特徴 の機能にご注目ください。もしも悪意を持つ第三者に「公開鍵」で鍵をかけたファイルを盗まれたとしても、本人の「秘密鍵」でしか鍵を開けられないので、悪意の第三者がデータの内容を確認することはできません。

2 「秘密鍵」で鍵をかけた場合、「公開鍵」でのみ鍵を開けられるということは…

特徴 の機能にご注目ください。「公開鍵」で鍵が開くということは、本人の「秘密鍵」で鍵を閉めたということが証明されます。つまり、「本人性の確認」が可能になるというわけです。この仕組みを「デジタル署名」に利用します。それでは、さらに詳しく「デジタル署名」について見てみましょう。

# From PLANET

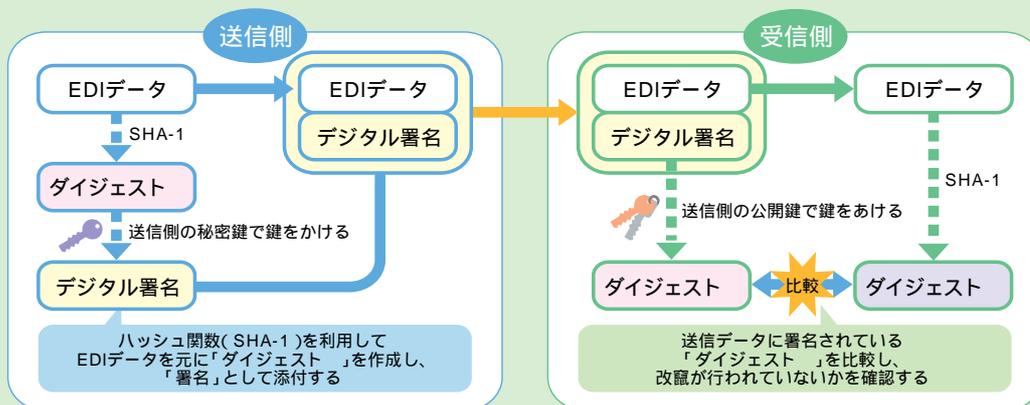
## 「デジタル署名」を利用して「本人性の確認」と「改竄」のチェック!

送信側が「デジタル署名」を作成する時には、EDIデータに対して「SHA-1」という関数を用いて作成した「ダイジェスト」を作成します。そして、送信側の「秘密鍵」で鍵をかけ、署名として添付します。

受信側でも同様に、受信したEDIデータへ「SHA-1」関数を使用して、「ダイジェスト」を作成します。また、「デジタル署名」

に対して送信側の公開鍵で鍵を開け、「ダイジェスト」を取り出します。そして、「ダイジェスト」と「ダイジェスト」が同じであれば、改竄は無かった、ということになります。

もしも「ダイジェスト」と「ダイジェスト」が一致しなければ・・・それは誰かが「改竄」を行なっているということ意味します。



以上、ネットワーク上でどのように「正しい相手と正しい通信」を行うのかについて、じっくりと掘り下げてきましたが、如何でしたか？  
次回は、どのようにして「基幹EDI」と「SMOOTHEDI」のデータ交換を可能にしているかについて解説いたします。乞うご期待!

## 「緊急時用発注PDF出力サービス」のご案内

**受信側**

受注の締め時間が迫っているのに受注用のホストコンピュータが故障してしまった...

こんな時、緊急時用発注PDF出力サービスをお使いになると.....

業際統一伝票の様式で発注伝票のPDFファイルがダウンロードできます

**<サービス内容>**  
緊急時に業界イントラネットサービスから発注データを、業際統一伝票様式のPDFファイルでダウンロードできる機能です。

**<ご注意ください>**  
このサービスは発注データ(D1)の受信データにご利用いただけます。発注データの送信データにはご利用いただけません。業界イントラネットからPDFファイルをダウンロードする機能です。FAX出力サービスではありません。事前に業界イントラネットサービスへのお申込が必要です。(お申込は無料)

## 「テスト送信モード」のご案内

**新システム**

新システムからのデータは正しく振り分けられるかな？

振分エラーチェックが可能  
お取引先には届きません

**<サービス内容>**  
新規接続または、システム切替時の送信テストにご利用いただけます。本番データを利用した送信テストができます。振分エラーのチェックができます。

**<ご注意ください>**  
テスト送信モードご利用時は、お取引先にデータは届きません。

**お取引先**

【お問い合わせ先】情報技術本部 ネットワーク管理部  
Tel : 03-5444-0812 e-mail : syskan@planet-van.co.jp

# Human Network



## メーカー

中井 伸幸さん  
株式会社ワイズ  
営業本部 統括部長

### 自分自身のパーを目指して

ゴルフは自分を見つめるのに非常に良いスポーツだと思います。大自然の中で気の合う仲間とまたある時は全然違った職業の方々と一緒に過ごす機会を与えてくれ、老若男女を問わず、自分の技量に合わせて楽しむ事ができます。

最近運動不足の私もコースやホールが決めたものではなく、自分自身のパーを目指して未永く楽しみたいと思います。

### システムは一日にして成らず

4月から始めたプラネット基幹EDIサービスもようやく軌道に乗り、受発注業務効率化の一役を担うようになってきました。

今後も自社のレベルに合わせて一步一步確実に前進し、システム導入の効果が目に見えるような形にしていきたいと考えております。『システムは一日にして成らず』まさにその言葉の通りだということを感じている毎日です。



## 卸売業

小田 光範さん  
小田光株式会社  
代表取締役

### ソフトボール

地元のソフトボールのクラブチームでキャプテンをしています。若者に負けず今でもショートを手堅く守っています。3年連続広島県大会に出場し、昨年は県でブロック優勝いたしました。近頃は下腹が出張り、体も硬く無理をしないため、怪我もありません。自分の子供とほとんど同じ年代の子とポジション争いをしていますが、勘と度胸で、今年もレギュラー死守だ!!

### 竹の子の里

本業は家庭紙卸ですが平成9年に「竹の子の里」という名で介護分野に進出しました。私自身がケアマネージャーで、社長兼業で高齢者のお世話をしています。福祉用具のレンタルやケアプラン作成に加えて5月よりデイサービスも始めました。日用雑貨などの販売と介護を組み合わせた、介護コンビニを目指しています。広島市民球場に「竹の子の里」の広告看板を出してみたいですね。

## 表紙の写真



尾崎 千恵さん  
ビップフジモト株式会社  
MD部 商品調達グループ  
仕入管理チーム

### 自然セラピーかな?

仕事が忙しくてパンク寸前だった時、「一旦リセットしよう」とケアンズへ出発。海へ山へと3日間、大自然を満喫しました。楽しかった時間を惜しみつつ、帰りの飛行機の窓から外を見ると、そこには広大な海を眩しく照らす太陽が。ふと、「また頑張れる」と感じました。コレって“何セラピー”と言うのでしょうか? 自然が与えてくれる“力”ってスゴイ! 帰国後の今の方が断然忙しいのですが、不思議と頑張れています。

(イラストは、ご本人の手書きによるものです)

## NEW FACE



梶原 基陽  
管理本部 管理部 チーフ

6月より管理本部のメンバーになりました梶原と申します。これまで培った経理の経験を生かして、プラネットの将来に向けてのバックアップを確実にしていきたいと思っております。宜しくお願い申し上げます。

利用社数	メーカー 327	卸売業 472
発注	264	241
仕入	265	244
販売	115	252
請求照合	104	128
請求鑑	21	86
在庫	24	77
Web受発注	27	184

### 各サービスのご利用状況 (2006年5月末現在)

資材EDI (社数)			業界イントラネット (社数)			
	メーカー	サプライヤー		メーカー	卸売業	
資材EDI	6	246	商品DB	534	595	
Web資材EDI	3	203	取引先DB	255	487	
商品DB登録状況			Web運用照会	236	439	
	メーカー (社数)	アイテム (アイテム数)	バイヤーズネット (社数)			
	メーカー	卸売業	メーカー	卸売業	小売業	
商品DB	274	39,215	バイヤーズネット	383	303	373
棚割商品DB	414	50,803				

## 「プラネットユーザー会2006」開催概要のお知らせ

今秋開催の「プラネットユーザー会2006」の日程と会場が下記の通り決定しました。

東京会場：11月9日(木)  
リーガロイヤルホテル東京(東京都新宿区)  
大阪会場：11月15日(水)  
リーガロイヤルホテル(大阪市北区)

詳細につきましては、改めてご案内致します。

## かもめ通信

情報技術本部 ネットワーク企画部 宮崎 悌二

昨年から友人に誘われて、米作りをしています。春の田植えから秋の収穫まで一通りの過程を経験しましたが、田んぼに足を踏み入れ、泥まみれになって田植えをしたり、無数の雑草を抜いたり、蛙と遊んでみたりと、自然と真正面から触れ合うことで、季節の移り変わりを敏感に肌で感じるようになりました。それと同時に、米作りを通して、物作りの大変さと楽しさの両面を実感しました。もちろん今年も既に田植えが終わったのですが、例年になく雨や曇りの日が多く、発育が気になるところです。消費財の市場動向も天候によって左右されるかと思いますが、「夏は暑く」「冬は寒く」と

メリハリのある天候が良いようです。私のお米と消費財市場のためにも、今年の夏は「夏らしい」天候を期待したいものです。

さて、プラネットでは、皆様のお役に立つ天候を提供することはできませんが、皆様のお役に立つサービスを多数準備しております。たとえば商品データベースサービス。春、秋の新品を中心に、多数のメーカー様に発売前の商品情報を登録いただいております。メーカー各社の注力商品や季節感あふれる商品をお取り扱いの際には、是非プラネット商品データベースにアクセスください。商品マスタや棚割作成のお役に立てることと思います。

## PLANET Van Van 71

第71号 2006年7月

発行 / 株式会社プラネット  
〒108-0022 東京都港区海岸3-26-1 パーク芝浦12階  
TEL 03-5444-0811  
発行人 / 玉生弘昌  
編集協力 / 株式会社社書房  
〒160-0023 東京都新宿区西新宿7-18-9 神成ビル305  
TEL 03-3366-4451

タイトルデザイン / 板垣千惠  
印刷 / 株式会社太平印刷社

