

PLANET

5年半ぶり! 「プラネット 各部署の紹介」

標準化が拓く次のステップ ~ コラボレーティブ・コマースに向けて ~
(「プラネットユーザー会2006」基調講演より)

プラネット太くんのおじゃましまーす
ビジョン株式会社

2007・WINTER
73.....

van van





あけましておめでとうございます。

21年前に8メーカーで始まったプラネットも、皆様のご協力によりまして、ユーザーが1,000社を超え、業界を代表するネットワークとなりました。

ユーザーも増え、データ量も増えたことによって、規模のメリットが生まれ、原価が下がってきました。実は、それ以上にITの進歩でハードウェアのコストが大幅に安くなっています。ムーアの法則によると、1年半で半導体の集積度は倍になり、それに伴い価格も下がるとされています。プラネットの21年間では14回倍になっているはずで、(14回 = 21年 / 1.5年) 計算すると、実に1万6千倍になります。(16,384倍 = 2の14乗)

事実、21年前のセンターマシンは6畳の部屋ぐらいありました。価格も20億円もしたものが数千万円に下がりました。処理能力も大幅に向上していますので、価格当りの処理能力アップ率は概算で1万2千倍になっています。一応、プラネットはムーアの法則に沿った進歩をしています。

プラネットは、こうした技術の進歩を確実にキャッチアップし、最新のITによるサービスをユーザーに提供することは、業界インフラとしての責務であると考えています。こうした成果を得るために、プラネットはマシンを5回入れ換えています。そして、その成果を皆様に還元するために、今日まで6回の値下げを行いました。

ところが、一方で安全対策については、ますますコストが増える傾向にあります。プラネットでは、センターマシンを二重化していますが、ユーザーが1,000社を超えた今日、更なる安全対応を周到に行い、業界インフラとしての責任をまっとうして行きたいと決意を新たにしております。

株式会社プラネット代表取締役社長

玉生 弘昌

リテイルサプライチェーンの進化とその効果

日米大手小売業の売上に対する販売管理費の割合は、ウォルマートやホームデポなどの米国勢では20%前後なのに対し、日本の主な小売業のそれは30%前後と米国に比べ比率が高い。この主要因としてわが国特有の流通構造が挙げられるが、データフォーマットや通信手順の不統一、販売先での独自コードの使用、バラバラな小売業の発注システム、不十分な情報公開、といった情報化の遅れもその一因となっている。

米国におけるリテイルサプライチェーンの進化を振り返ると、1975年に標準バーコード読取のPOSシステムが稼動し、小売業が消費者の購買履歴を把握できるようになった。1985年には販売データの共有と標準EDI活用を基本としたクイックリスポンス（QR）が開始された。1993年にはECRが立ち上がったが、QRやECRの土台となっているのはカテゴリ・マネジメントである。それ以来、欧米の小売業では、それぞれのカテゴリにおける最大売上・利益を追求するために、カテゴリマネージャーとアカウントマネージャーとのコラボレーション、標準型EDIの開発や国際標準に準拠したAS1/AS2手順を使ったインターネットEDIの普及、商品コードの標準化、GTINへのアップグレードなどが進み、サプライチェーンの効率化が図られた。

1995年には、CFR（小売業と取引先が協力しながら販売計画を立て、予測をし、それに基づいて商品の補充を行う）がスタートした。これは、小売業が店舗別に作成する今後1年間の販売計画と販売予測と、取引先が作成する販売予測を対比させ、両者のベストタイミングで商品が自動的に発注・補充される仕組みである。そのためには、両者の協調関係を構築、共同ビジネス計画の作成、販売予測の作成、例外項目の明確化および例外の共同解決、発注予測の作成、予測の例外項目の明確化および例外の共同解決、発注書の作成、までの各ステップが必要になる。この仕組みがうまく稼動すれば、小売業では店舗の棚における在庫充足率の改善や在庫の削減、ロジスティクス・コストの削減、売上の増加、取引先では在庫の圧縮、商品補充サイクルの短縮化、売上向上などのメリットが生じる。同時に在庫切れも少なくなり、顧客サービスも改善されるという効果もある。

ウォルマートのビジョン実現手法

ウォルマートでは、“顧客の信用と評価を作り上げる”というビジョンを実現するために、まずは目指すゴールを決め、それに基づいた目標を設定し、戦略を練るという方法を実践している。戦略の中核となるのは、商品の最適補充システムであり、それに基づくクロスドッキングである。同社では、

標準化が拓く次のステップ

「コラボレーティブ・コマースに向けて」

「プラネットユーザー会2006」基調講演より

2006年11月、東京と大阪で「プラネットユーザー会2006」が開催された。

玉生社長の挨拶に続く基調講演では、舟本流通研究室代表の舟本秀男氏が

国際的な標準化の動向、そして日本はどうか対応すべきかについて説明された。ここにその概要を、紹介する。



舟本流通研究室 代表
舟本 秀男 氏

1980年代後半から通信衛星ネットワークを使った各店舗のPOS情報収集、配送センターの自動化や効率的な輸送システム、EDIやQRの積極活用、超大型データウェアハウスの設置、サプライヤーとの提携を推進し、6,500以上の全店舗の過去2年間の日々の売上データや単品別年間売上予測データなど詳細にわたる膨大な情報をデータベースに記録し、それらを自社のみならず取引先にも公開した。こうして現在は約6万の取引先との間で、約80種類のデータを、主にAS2の手順を使ったインターネットEDIでやりとりしている。

コード体系・データ交換の標準化によるコラボレーティブ・コマース

米国ではサプライチェーンのさらなる効率化を追求するために、2005年からコラボレーティブ・コマースが開始し、製配販におけるコラボレーションの強化が図られている。そのためのステップは、共通データの標準化、商品情報の一元登録、マスタデータの同期化、EDIによる効率的な取引、情報共有に基づく、サプライチェーンにおける商品販売動向の正確な把握（見える化）、小売業と取引先の協働による販売・販促計画の作成、協働による製品開発、の7段階がある。こうした動きを受けて、2005年1月に世界の流通標準化組織が統合し「GS1」が誕生。国際的な流通標準化を推進するため、電子機器産業も含めた100万社を超える企業を対象にバーコード、物流コード、EDIの国際標準化やマスタデータの同期化、RFIDタグの標準化などを進める普及活動を開始した。同時にこれまで各国でバラバラだった商品コード体系を14桁の国際標準（GTIN）に統一した。マスタデータの同期化ネットワークも本格的に開始し、約6,000メーカーの商品情報がGS1データ・レジストリーに集約して登録されている。ただし、この情報は1商品につき8項

目の基本情報のみ。その他の150種類にもおよぶ詳細情報は小売業とメーカーがそれぞれ参加するデータプールに蓄積される。日本の場合は、ここに卸売業のデータプールも加わり、3者間でマスタデータの同期化が行われていく。

同期化の次なるステップは前述の～だ。そのための新しいC P F Rモデルが2004年に発表された（図参照）。これにより、メーカー・卸売業・小売業が協力しながら、協業関係の構築、需要・供給マネジメント、販売予測、発注計画および予測、発注書作成、フルフィルメント（納品や受領などの実務）、例外管理およびギャップ分析、成果評価分析を行っていく。米国ではこのシナリオを、販促を中心としたチャネル・カテゴリー、小売業の配送センターでの商品補充、店舗直納品の補充配送、補充のきかないアパレル・季節商品の4分野に適用している。日本の場合は、大手小売業とメーカー間の直接取引、メーカーと原材料サプライヤー間の取引、共同仕入機構とメーカー間取引、配販連携とメーカー間の取引、B2Bエクステンジを活用した取引、プライベート・エクステンジを活用した取引、海外大手小売業とメーカー間の取引などに適用できそうである。

国際競争力の強化に向け、日本企業が取り組むべきこと

新たなリテイル・サプライチェーン改革モデルとして「フローキャストイング」が登場している。これは、「小売店舗は情報フローの出発点であり、商品配送の終結点である」という考えから生まれたもので、「商品が工場から消費者の手に渡るまでのすべての活動を把握し、それらを精査し改善する」仕組みである。具体的には、あらゆる商品別予測は小売店舗段階（店舗別、52週間別、単品別）のものを唯一とし、リテイル・サプライチェーンを通して在庫、補充、要員、スペースおよび使用機材に関する計画を、今後1年間52週の時系列で作成し、日々発生する数値（売上、発注、入荷、在庫等）を把握し、その数値によって年間計画値を日々継続的に修正する、ことが求められる。そのためには小売店舗や小売業・卸売業の配送センターでは、現時点の在庫、店舗における最小発注量、入荷可能スケジュール、補充リードタイムを明確にしなければならない。同様に製造工場には現在のオンハンド、生産ロットサイズ、生産スケジュール、受注から出荷までのリードタイムの明確化が求められる。日本企業が国際競争力を取り戻すには、IT化と標準化の推進が必須である。このことを念頭に置き、各企業は世界の流通業界の動向を注視しながら、国際標準コード・手順の採用、インターネットEDIの活用、マスタデータの同期化、取引先との情報共有、各種取引慣行の見直し、C P F R実証実験への取り組み、業界を超えたユーザー団体の設立と参画を進めていただきたい。これらの取り組みがわが国におけるコラボレーティブ・コマースの構築へとつながる。



（出典：プラネットユーザー会2006資料）



ピジョン株式会社

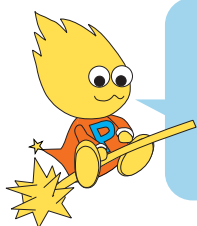
〒103-8480

東京都中央区日本橋久松町4番4号

http://www.pigeon.co.jp

企業理念は「愛」 愛を必要とするすべての人に

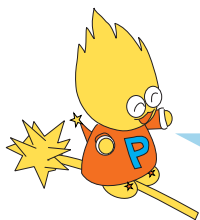
哺乳びんやベビーカップ「マグマグ」でおなじみの大手ベビー用品メーカー、ピジョン。マタニティケアや介護用品、そして保育分野でも積極的に事業を展開しています。今回は哺乳びん開発の歴史や、最近注目を浴びている子育て支援事業などについてお伺いしました。



まずは、会社設立のきっかけや社名変更の経緯について、お伺いしたいと思います。

当社は1957年に、株式会社ピジョン哺乳器本舗として設立されました。前身は貿易会社で、創業者の仲田 祐一 前会長（故人）が哺乳器を扱っていたことが、設立のきっかけです。「赤ちゃんのために、よりよい哺乳器を」と考えた仲田は、以来足かけ6年にわたり女性の乳首を研究。仕事にかける情熱と奮闘ぶりが世の中の注目を浴び、当時の週刊誌に「おっぱい社長奮戦す」というタイトルで紹介されたほどです。こうした地道な努力により、お母さんのおっぱいに限りなく近い哺乳器が開発されたのです。

当初の扱い商品は哺乳器や乳首でしたが、おしゃぶりや国産第一号の紙おむつ、おまるなどの育児用品も販売するようになったことから、1966年に社名をピジョン株式会社へと変更しました。「ピジョン」は、平和のシンボルである「鳩」の英語。赤ちゃんの幸せを願い、平和で豊かな社会であってほしいとの願いを込めて名づけられました。これを機に育児用品事業に力を入れるようになり、海外輸出も始めました。



日本初の哺乳器はどんな形だったんですか？海外事業や介護事業についても教えてください。

第1号は、1949年に前身企業から発売された「キャップ式広口哺乳器」です。それまでのびんに直接乳首をかぶせる直付式哺乳器と比べ、衛生面で優れていました。その後、びんや乳首の形状や素材を変え、次々と新しい商品が発売されました。最近支持いただいているのは、本物のおっぱいのよ

うにやわらかく、赤ちゃんの舌の動きに合わせて乳首が伸びる「母乳実感」という広口タイプの哺乳器です。赤ちゃんは、母乳を飲むときの動きに近い動きで飲むことができます。育児用品



母乳実感

事業は国内だけでなく、海外でも展開しています。海外に設立した工場では、その地域の赤ちゃんとお母さんのために育児用品やマタニティ用品を製造し、販売しています。特に中国は、日本の約16倍にもあたる1,600万人もの赤ちゃんが毎年誕生していることに加えて、一人っ子政策のため一人の子供にかける支出が多いので、今後の可能性も大きいですね。

1975年にスタートした介護用品事業は、それまでの育児用品の開発技術を生かしたもので、育児用品事業に次ぐ第2の事業として力を入れています。企業理念の「愛」に基づき、「手助けを必要とするすべての人々に」商品やサービスをご提供する、という考えから始まったものです。当初は簡易浴槽や洗髪器、大人用紙おむつなど介護用品が主体でしたが、次第に快適で健康な生活を応援するホームヘルスケア商品へと広がり、今ではスキンケア、軽失禁ケア用品などさまざまな商品のほか、栃木県においては、在宅介護というサービスもご提供しています。



ベビー用品の新シリーズ「育ち応援シューズ」



経営企画本部
IR・広報室 マネージャー
有川 裕子さん



赤ちゃん誕生記念育樹キャンペーン



「愛」を商品やサービスというカタチで提供されていると、子育て支援事業も同じ発想ですか？



さすが！ 育児への理解があるなあ。昨年は、中国で海外初の子育て支援事業も始められたそうですが。

ええ。1993年に保育・託児サービスを開始し、企業や商業施設、病院など各事業所内の保育施設の受託運営や保育・託児施設の開設コンサルティング、研修など幅広く展開しています。外国人の先生と遊びながら英語に親しむ「ビジョンキッズワールド」という幼児教育事業もその一環です。このほか、ベビーシッターがお客様のお宅を訪問し、乳幼児のお世話をする「ベビーシッター派遣サービス」も行っていきます。最近伸びているのが、事業所内の保育施設の受託運営です。2003年7月に公布された「次世代育成支援対策推進法」により、さまざまな企業・病院等が事業所内に保育所を設置し始めたことから、今では全国約140ヶ所の保育施設を受託運営しています。

当社では子育て支援策として、昨年2月に従来の制度を改訂し、育児休暇を1カ月間有給としました。これにより配偶者が専業主婦でも経済的な不安なく育休がとれるようになりました。すでに数人の男性社員がこの制度を利用しており、「子育てを通して、自社商品を見る目が変わった」「実際に商品を使ってみると、使い勝手の良さ悪しがよくわかる。今後の仕事に役立てそう」など、前向きな声が挙がっています。このほか、子供が小学校1年生終了時まで、短縮勤務も認められています。

はい、11月に上海市内に子育て支援センター「ビジョンランド上海古北」を開園しました。当初の対象は日本人駐在員のお子様ですが、今春にはこれを中国人のお子様へと広げていく予定です。ここでは7つのプログラムに基づき、中国人の保育士が日本語、英語、中国語の3ヶ国語で保育を行っています。今後は、中国全土への展開を予定しています。

今後も育児と介護を事業の2つの大きな柱としていきますが、その一方でCSRの一環として、毎年、茨城県の国有林で実施してきた「赤ちゃん誕生記念育樹キャンペーン」も継続したいと思います。これは「育児」と「育樹」をかけたもので、「かけがえのない命を大きくたくましく育てたい」という願いを込め、1987年からスタートしたものです。昨年で20回を数え、これまでに80,000名を超える赤ちゃんが全国から参加しました。今年からは植樹場所を変え、新たなスタートを切る予定です。

おかげさまで今年は設立50周年という節目を迎えます。これからも日本をはじめ世界中の赤ちゃん和妈妈、お年寄りのために、よりよい商品・サービスをご提供していきたいと思っています。

ビジョンのロゴ

ママとおなかの赤ちゃんの2つのハートの組み合わせにより、同社の企業理念である「愛」をカタチにしたい、という想いを表現したもの。



赤ちゃんの哺乳運動

赤ちゃんは母乳等を飲むときに、「舌をうねらせるような」蠕動様（ぜんどうよう）運動を行っています。乳首を上あごの哺乳窩（ほにゅうか・授乳期の赤ちゃん特有のくぼみ）に固定しながら、哺乳します。



哺乳運動のシュミレーター

基幹EDI仕入データフォーマットに消費税項目を追加します!

これまで仕入データのリザーブフィールド内に「消費税率・額項目」を暫定的に設定していましたが、近年様々な業界のユーザー様によるご利用が増加しておりますので、仕入データ消費税項目フォーマットの見直しを行い、2007年4月1日より正式に消費税項目を設定致します。見直し対象箇所をご利用のユーザー様は、新しい項目への変更をお願い申し上げます。

見直し対象箇所

現在

伝票単位の消費税・・・「T2」(仕入トレーラー)レコード

新

No	必須	項目名	項目種類	桁数	開始桁
⋮	⋮	⋮		⋮	⋮
5	使用不可	リザーブフィールド		計11桁	106
		率	9	2V2	106
		額	S9	07	110
6	使用不可	リザーブフィールド	X	12	117

No	必須	項目名	項目種類	桁数	開始桁
⋮	⋮	⋮		⋮	⋮
5	限定使用	伝票合計消費税		計17桁	106
		消費税区分	X	01	106
		消費税率	9	2V2	107
		消費税額	S9	10V2	111
6	使用不可	リザーブフィールド	X	06	123

現在

伝票単位の消費税・・・「L2」(仕入アイテム)レコード

新

No	必須	項目名	項目種類	桁数	開始桁
⋮	⋮	⋮		⋮	⋮
5	使用不可	リザーブフィールド		計17桁	46
		率	9	2V2	46
		額	S9	07	50
			X	06	57
6	使用不可	リザーブフィールド	X	66	63

No	必須	項目名	項目種類	桁数	開始桁
⋮	⋮	⋮		⋮	⋮
4	限定使用	伝票合計消費税		計15桁	46
		消費税区分	X	01	46
		消費税率	9	2V2	47
		消費税額	S9	8V2	51
5	使用不可	リザーブフィールド	X	68	61

(注)1.項目種類とその内容：X...文字項目、9...数字項目、S9...サイン付数字項目
2.桁数の“V”の左の数値は整数部分の桁数、“V”の右の数値は小数点以下の桁数を表します

新設する「消費税項目」についての使用例

消費税の種類	消費税区分	売上金額など	消費税率	消費税額
使用しない	スペース	10,000	0.0	0
外税	1	10,000	5.0	500
内税	2	10,500	5.0	500
非課税	3	10,000	0.0	0
不課税	4	10,000	0.0	0

(注)・非課税：課税対象になじまないことや社会政策的配慮から消費税を課税しないものを指します
(例) 土地、有価証券、商品券の譲渡・預貯金の利子・社会保険医療費など
・不課税：消費税対象外のものを指します
(例) 国外取引・対価を得て行うことにならない寄付・単なる贈与・出資など
詳細は国税庁ホームページ (<http://www.taxanswer.nta.go.jp/6209.htm>) をご確認ください

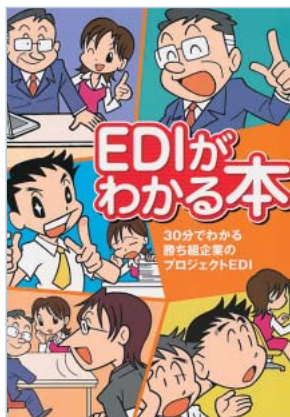
お問い合わせ先：ネットワーク管理部

Tel:03-5444-0812 E-mail:syskan@planet-van.co.jp

From PLANET

ユーザー会2006ご来場のお礼

昨年11月9日に東京、15日に大阪で開催されたユーザー会には、それぞれ141社279名、95社174名のユーザー様にお越しいただきました。この場をお借りして、改めて御礼を申し上げます。本年も一層充実した内容をご提供できるよう、努めてまいります。



「プラネット式IT 起業で成功する方法」 「EDIがわかる本」発行のお知らせ

昨年11月、プラネットの歩みや事業の仕組みについてまとめた書籍「プラネット式 IT 起業で成功する方法」(著者：玉生弘昌、発行：株式会社東洋経済新報社、定価：本体1,600円+税)と、プラネットの主たる事業であるEDIについてわかりやすく解説した小冊子「EDIがわかる本」を発行しました。

「プラネット式 IT 起業で成功する方法」は、全国主要書店にて好評発売中です。「EDIがわかる本」のPDFデータは、プラネットホームページ(www.planet-van.co.jp)にてご覧になれます。冊子入手ご希望の方はコールセンター宛にお問合せ下さい。

お問い合わせ先：コールセンター
Tel:03-5444-0811
E-mail:sc@planet-van.co.jp

ベーシック系通信手順切り替えのお願い

ベーシック系通信手順(JCA手順、全銀手順)用のモデム・TAメーカーに弊社が独自調査を行いましたところ、ほとんどのメーカーで製造または販売が終了となっております。そのため、ベーシック系通信手順をご利用で機器故障が生じた場合、代替機器の調達が難しくなりますので、復旧が困難になることも想定されます。こうした事態を防ぐための新たな通信手順として、弊社では「AS2」と「全銀TCP/IP」を用意しておりますので、ベーシック系通信手順からの切り替えを是非ご検討くださいますよう、お願い申し上げます。

プラネット推奨の通信手順

「AS2」

常時接続のインターネットを利用して企業間データ交換を安全に行うことを目的として定められた通信仕様の国際標準規格です。通信の高速化、オープンシステムとの親和性などのメリットがありますが、可変長フォーマットのインターネットEDI「SMOOTHEDI」への切り替えが必要です。

「全銀TCP/IP」

専用TCP/IPネットワークを利用した通信手順です。基幹EDIでのご利用が可能で、通信速度が向上するというメリットがあります。

切り替え期限

2008年12月末

お問い合わせ先：ネットワーク管理部

Tel:03-5444-0812 E-mail:syskan@planet-van.co.jp

NEW FACE

プラネットの
新メンバーです。
皆様どうぞ
よろしくお願いたします。



情報技術本部
ネットワーク企画部
白倉 秀高

9月末よりネットワーク企画部に配属となりました白倉です。これまでは、開発業務を担当しておりました。

まだ不慣れなことも多いですが、これまでの経験を活かしながら、ユーザー様により良いサービスのご提供ができるよう頑張りますので、よろしくお願申し上げます。

Human Network



メーカー

貝塚 将司さん

小泉成器株式会社
経営企画室 システム企画 課長

休日は釣り三昧です

営業に出ておりました時に得意先からメバル釣りを誘われたのが最初で、釣れた時のプルプル感が堪らず、以来二十数年間釣りバカやっています。休日となると釣り仲間や息子と播磨灘、和歌山、若狭日本海へと出かけては「惜しい！今のはデカかった！」などと己のウデの悪さを隠す為に逃げた魚に未練を残しています。潮任せ、喉が渇けばビール片手に釣り三昧。気分最高デス。

小売VAN展開に期待

弊社は家電雑貨を中心に扱うメーカー兼卸売業です。2007年は、GDSへの対応でGTINコードの統一、RFIDや次世代EDIへ向けたシステム拡張の検討などが目白押しで忙しくなりそうです。(お取引先全てがブラネット経由であれば楽かな・・・初夢)今年から小売流通様とのVAN展開が始まると聞き、大変期待しております。本年もよろしくお願致します。



卸売業

井上 隆司さん

司紙業株式会社
代表取締役社長

ゴールを目指せ!

直ぐそこでも車で行っていった私が、健康の為に5年前からマラソンを始めて学んだ事は、どんなに苦しくても足を前に出し続けなければならないとゴールは来ると言う事。(ゴール後の水やフルーツは絶品!)もう一つ、最近気に入っているのが「辛い」という字があるもう少しで「幸せになれそうな字である」という詩。なんだかマラソンに共通しているでしょ?残りの人生頑張りますよ!

本当に便利?

最近思うのですが、本当にPCの導入で以前より便利になったのでしょうか?受注するのに得意先様ごとに手順や仕様が異なりますから、都度プログラムの変更をしなければなりません。便利な面もありますが、その分俗に言う“コンピューター”が鈍り、融通が利かないマイナス面もあります。一体良くなったのか悪くなったのか...アナログが懐かしいのは私だけでしょうか?

表紙の写真



幸運を招く猪

この猪は、17世紀イタリアの彫刻家ピエトロ・タッカによる彫像「ポルチエリーノ(幸運を招く猪)」の複製です。

1973年の前本社ビル竣工時から当社の玄関前に鎮座しています。「鳩でなく、なぜ猪?」との質問をよく頂きますが、一度のお産で多い時には12頭もの子宝に恵まれるという、その高い繁殖力が当社にとって「守り神」的存在なのです。鼻をなでると幸運に恵まれるという言い伝えがあり、鼻先はピカピカに輝いています。

(ビジョン株式会社経営企画本部 IR・広報室
マネージャー 有川 裕子さん談)

第7回 JAPANドラッグストアショー 出展のお知らせ

ブラネットは2007年3月2日から4日まで
幕張メッセで開催される
「第7回JAPANドラッグストアショー」に
出展します

商品マスタ登録支援サービスや次世代EDIへの対応を中心にプレゼンやデモを行います。第6ホール内ストアファシリティゾーンの小間番号6-019にて、皆様のご来場をお待ちしております。

『PLANET vanvan』73号は如何でしたか。より良い誌面づくりのため、ご意見・ご感想をメールでvanvan運営チームへお寄せ下さい。なお、1月中にメールを頂いた方の中から抽選で10名様に1,000円分の図書カードをプレゼント致します。(当選発表は、商品の発送をもって代えさせていただきます。)

vanvan運営チーム
vanvan@planet-van.co.jp

基幹EDI (社数)

利用社数	メーカー 329	卸売業 471
発注	265	238
仕入	265	245
販売	115	248
請求照合	105	123
請求鑑	21	86
在庫	26	77
Web受発注	27	183

各サービスのご利用状況(2006年11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	5	246	商品DB	589	601	
Web資材EDI	3	202	取引先DB	271	474	
商品DB登録状況			Web運用照会	250	425	
	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)			
商品DB	310	41,054		メーカー	卸売業	小売業
棚割商品DB	441	53,079	バイヤーズネット	428	334	382

かもめ通信

社長室 部長 榎井 完治

ブラネットの入っている港区海岸にあるパーク芝浦ビルから西を見渡すと、最近の数年でオフィスビルやマンションの高層ビルがどんどん立ち並ぶようになりました。まさに湾岸に出来た城壁のようで、ヒートアイランド現象と言われている状況が実感できます。

ブラネットがこちらに移ってきた10年ほど前には、冬の晴天時には富士山もくっきり見えたのですが、ビルのおかげで見えなくなりました。がっかりです。そんな典型的な都会のオフィスにも、冬には東京湾に冬鳥たちが集まってきます。ユリカモメやマガモ、ホシ

ハジロ、スズガモなどが窓越しに見られるようになると、ようやく季節感が取り戻せる気分になります。

ブラネットでは、昨年9月から社員教育体系の検討に着手しました。以前は出向者が多く各自出向元で社員研修を受講していた訳ですが、ブラネット採用の正社員が多くなり、当社として身の丈に合った教育体系の確立が望まれるようになったためです。今年はブラネット教育体系が出来上がり、階層に応じた教育や自己啓発の支援となる教育制度が実現すればいいと思っています。