

プラネットヴァンヴァン

# PLANET

## 特集 GDSへの取り組み

メーカーの視点【バイヤーズネット活用事例】

エステー化学株式会社

The Wholesaler【基幹EDI、バイヤーズネットの活用事例】

株式会社大木

プラネット太くんのおじゃましまーす

キュービー株式会社

2007・SUMMER

75.....

# van van



撮影：小林製菓株式会社 沖崎 猛さん

# GDSへの取り組み

2007年度の本稼動に向けた実装実験が終了！  
国内のシステムとして第一歩を踏み出す

## 2007年の本稼動に向け、 実装実験を実施

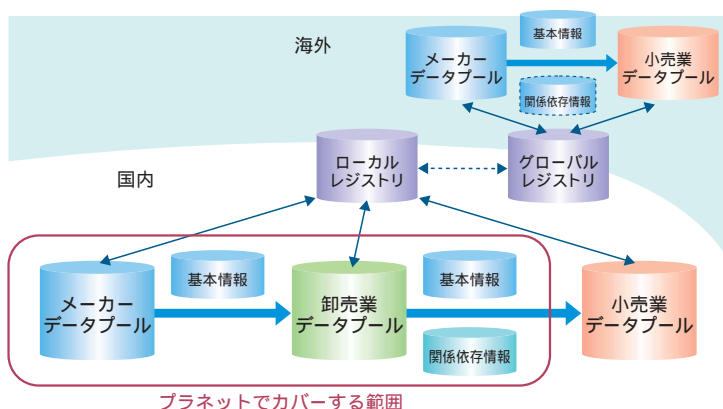
GDSは商品マスタを同期化するシステムとして、2002年に標準化を推進する国際的組織のGCIによって仕様が開示されました。欧米では、GDSを採用してグローバル小売業と取引メーカー間でデータ交換が行われており、近年ではアジア各国でもGDS実用化に向けての取り組みが進んでいます。

日本では2002年より、GCIジャパンがGDSの研究を開始。日用品、化粧品、酒類、加工食品のメーカー、卸売業とGMS、SMの小売業が中心となって活動を進め、2003年度にはグローバル標準のXMLとAS2を活用した国内初の接続実験が行われました。この結果をもとに、2005年度には経済産業省と共同で実証実験を実施。その後、実験で洗い出された290件もの課題の解決に取り組んで、最終的に20件にまで減らし、実働にかなった仕組みとしてブラッシュアップさせてきました。

そして2006年度には、2007年度の本稼動に向けた実装実験（実証事業）が経産省事業と共同で行われ、日用品化粧品業界からはメーカー・卸売業各8社と小売業5社が参加。プラネットもメーカー、卸売業のデータプール（商品情報の登録・受領窓口）として参加しました。

## 国際標準に準拠した 「GDSバージョン」

実装実験に先立ち、プラネットでは従来の商品データベースに加えて、国際標準に対応したGDSバージョンを用意。こ



れにより、実装実験参加メーカーが登録した基本情報は自動的にGDS対応のデータへと変換され、卸売業に送信されます。その後、卸売業が追加した関係依存情報と合わせて小売業のデータプールに送信され、小売業の商品マスタに登録されます。商品データベースGDSバージョンの誕生により、メーカーは商品データベースに登録、卸売業は「商品マスタ登録支援サービス」を利用することで、GDSに対応したデータ送信を容易に行えるようになりました。

## GDS版商品マスタ登録の手順

<メーカーでは>

従来と同様に商品台帳システムに基本情報を入力し、商品データベースに登録します。ただしGDSバージョンでは、必須項目がこれまでの26項目から33項目へと増えています。また、日用品雑貨・化粧品以外の商品は、ジャンル別の必須項目があります。

<卸売業では>

商品マスタ登録支援サービスのGDS専用画面にアクセスし、メーカーが商品データベースに登録した基本情報を取り込んだ後に、関係依存情報を入力します。

## 実験の結果、 「実働可能な仕組み」との評価が

今年1月30日から5月23日にかけて実施された2006年度実装実験におけるプラネットへの登録件数は、ユーザ数11件、登録アイテム数173件、公開アイテム数107件でした。

メーカーとして実験に参加した花王では、事前準備としてGDSシステムに登録する新製品を中心に社内の商品マスタの整備を行い、追加項目となった商品名称、商品特徴についての調整が行われました。

「特に苦労したのが商品特徴です。既存の200字に加えて新たに追加された50字・25字の2種類への対応が、思いのほか大変でした。単に文字数を減らすだけではなく、薬事法も考慮しつつ、商品の特徴を正しく伝えなければならない。この2点を念頭に置きながら、各商品のセールスポイントを限られた文字数で表現するよう努力しました。」（花王・向島マネージャー）

同じくメーカーとして実験に参加したライオンでも、「社内基幹マスタには文字数が異なる3種類の商品特徴を持ってお

日本の消費財流通における標準化の促進を目的に、GCI研究会（通称：GCIジャパン、現在は日本GCI推進協議会と改称。GCIは“Global Commerce Initiative”の略）が発足しては5年。三度の実証実験を行いながら、国内におけるGDS（“Global Data Synchronization”の略、製配販三層による商品マスタデータの同期化）の稼働実現をめざしてきた。こうした取り組みが実を結び、今年3月までの2006年度実装実験の結果、GDSが国内でも使える仕組みであることが証明された。世界に向けた新しい流通インフラとして、今後の展開が期待される。



**檀土 雅三さん**  
花王株式会社  
コンシューマープロダクツ  
国際事業本部  
ビジネスディベロップメント  
グループ  
シニアマネージャー



**向島 弘毅さん**  
花王株式会社  
コンシューマープロダクツ  
国際事業本部  
ビジネスディベロップメント  
グループ  
マネージャー



**紙谷 淳さん**  
ライオン株式会社  
流通開発部

りませんので、各商品の企画者が責任を持って登録しました。なお、ITFコードの14桁化、いわゆるGTIN化は順調に推移していますので、データの精度は前回実験時よりも品質が向上したのではないかと思います。(ライオン・紙谷さん)

こうした準備を経て、実装実験がスタート。今回の実験の大きな特徴は、これまでの実験環境でなく、業務に使用している通信回線やデータプールを採用したことです。その結果、ローカルレジストリ(商品情報の所在を特定する索引システム)を介して、メーカー、卸売業、小売業の各データプール間でのデータ交換がスムーズに行われ、実働可能な仕組みであることが証明されました。

「今回の実装実験の主眼は、プラネットがデータプール事業者としてしっかりと機能するかどうかを確認することだったと思います。今回、私たちメーカーが正しい商品情報を登録し、まさにシングル・ポイント・オブ・エントリー という形で、卸売業、小売業まで一貫した商品マスタとして使えることを立証できたのは、今回の実装実験、さらには当社にとって最大の成果ですね。(ライオン・紙谷さん)

メーカーが一箇所に正確な情報を登録すると卸売業、小売業へ連携される仕組み

## グローバル対応を視野に入れつつ、まずは国内での普及を

GDSの本稼働および2010年のGTIN完全導入をふまえ、今後メーカーでは新商品から順次、国際標準に準拠した内容で商品マスタ登録を行うこととなります。このように、ビジネスの国際化に向けての準備は着々と進んでいます。

アジア、欧米を中心にグローバルなビジネスを展開している花王の檀土シニアマネージャーから、GDSの今後の展開について次のようなコメントを頂きました。

「これからは、海外の小売業のグローバル化がますます進むと思います。世界の企業を相手にビジネスを拡大していこうとしている当社にとって、商品マスタの国際標準化は必須の課題。GDSはその体制づくりのための重要なファクターといえます」

GDSの重要性については、ライオンの紙谷さんも「海外事業を展開していく上で、GDSのようなグローバル・スタンダードへの対応が当社にとっても大変重要です」と同じ意見でした。

GCIジャパンのGDSワーキング共同座長を務めた花王・向島

### 商品特徴の例

花王「ビオレ」さらさら素肌 ポンプ (GTIN 04901301206312)

商品コード区分		JAN	
共通商品コード	4901301206312		
全角商品名(25)	ビオレ さらさら素肌 ポンプ	580 ml	
全角商品名(14)	ビオレさらさら素肌ポンプ		
半角商品名(25)	ビオレ サラサラポンプ		
半角商品名(14)	ビオレサラサラP	580 ML	
メーカー	4901301 花王		
JCBS分類名	212205 ボディシャンプー・リンス		
業界カテゴリー分類名	21220501 スキンケアボディシャンプー		
単品内容量(×入数)	580.00ml		
単品サイズ(mm)	幅107×高さ206×奥行66		
単品重量	0.681 kg		
希望小売価格	オープン		
標準卸価格	****		
製販単価	****		
メーカー出荷可能日	2007/06/18		
発売中止日			
受注開始日			
初回登録日	2004/12/17		
更新年月日	2007/06/22		
正面画像更新日	2007/06/22		
商品特徴(200)		セールスポイント	
さらさらパウダー配合の弱酸性ボディシャンプー。汗のベタつきを抑え、タオルでふいたあとパウダーをつけたみたい、すべりやすい肌触り。お風呂上り、服もはりつかず、さらさらと着られる。汗をかきやすいお子さまや家族みんなの素肌をさらさらさらさら。豊かです。さわやかなグリーンシトラスの香りです。		汗をかきやすいお子さまや、家族みんなの素肌に！	
商品特徴(50)		商品特徴(25)	
さらさらパウダー配合の弱酸性ボディシャンプーパウダーをつけたみたい、すべりやすい肌触り。お風呂上り、服もはりつかず、さらさらと着られる。汗をかきやすいお子さまや家族みんなの素肌をさらさらさらさら。豊かです。さわやかなグリーンシトラスの香りです。		汗をかきやすいお子さまや、家族みんなの素肌に！	

商品特徴(200)	商品特徴(50)
さらさらパウダー配合の弱酸性ボディシャンプー。汗のベタつきを抑え、タオルでふいたあとパウダーをつけたみたい、すべりやすい肌触り。お風呂上り、服もはりつかず、さらさらと着られる。汗をかきやすいお子さまや家族みんなの素肌をさらさらさらさら。豊かです。さわやかなグリーンシトラスの香りです。	さらさらパウダー配合の弱酸性ボディシャンプーパウダーをつけたみたい、すべりやすい肌触り。お風呂上り、服もはりつかず、さらさらと着られる。
	商品特徴(25)
	汗をかきやすいお子さまや、家族みんなの素肌に！

マネージャーは、「GDSという概念は、今までの日本にはないものだったために、国内での認識もいまひとつ高まりませんでした。しかし、ここ数年の取り組みを経て、今回の実験により、GDSは国内でも十分使える仕組みであることが実証されたことで、皆さんの意識も変わっていくと思います。とはいえ、日本特有の仕組みになってしまっただけでは意味がありません。日本独自の商習慣をふまえて、より使いやすい仕組みになるように、日本からの意見や要望を世界に発信することも大事です。今の課題はグローバル標準を視野に入れながら、GDSをまず国内のシステムとして普及・推進すること。そのためには、より多くのメーカー、小売業の参加が不可欠です。そのためのご努力をプラネットさんにもお願いしつつ、今後の展開を大いに期待したいと思います」と結びました。

# メーカーの視点

## 【バイヤーズネット活用事例】

販促物管理支援システム・サービスの3社目のユーザーとなった同社では、準備期間2カ月足らずというタイトなスケジュールで当サービスを導入。これを機に自社ビジネスナビゲータの中身を一新し、充実した売場づくりのために不可欠な情報をサイト上に集約した。その狙いと効果などについてうかがった。

# 販促物、キャンペーン、店頭情報等々 多彩な情報をバイヤーズネットに集約 エステー化学株式会社

より使いやすいシステムを求め、  
準備期間2カ月弱で  
新サービスに切り替え

販促物の管理を支店ごとに行っている同社では、発送や管理業務の効率化や在庫の適正化をめざして、2003年から販促会社のWebを利用した販促物管理システムを導入し、自社用にカスタマイズして運用していた。しかし、いくつかの問題点を抱えていた。たとえば、出荷指示数を算出する処理が当日の締め切り時間の午後3時から行われるため午後3時から4時までシステムの利用を停止しており、その間に手配することができないという制限があったり、販促物の数が足りない場合に、急場しのぎとして支店間で貸し借りした際の在庫数更新や、マスタ変更などについても同じタイミングで処理を行っていたため、不都合が生じていた。また、グループ会社内の販促物についても、エステービジネスサポート株式会社で集中して管理していく事となったため、同一のシステム内で複数の倉庫管理をしていく必要性が出てきており、その点についての検討もしている最中であった。

こうした問題点を解決するため、もっと使いやすい他のシステムへの切り替えの検討に着手。そのような中で、プラネットが「販促物管理支援システム・サービス」を開始した。「システム構築にあたっては、様々な検討がなされたはず。メーカーの要望が随所に活かされた仕組みになっているのではないか」との期待を抱いて、昨年9月頃から本格的な検討が始まった。

年末には導入が決まり、本稼働は今年5月と計画されたが、防虫剤を扱っているメーカーであり、シーズ

本社：〒161-8540 東京都新宿区下落合1-4-10  
<http://www.st-c.co.jp/>

### 社名が変わります！

同社では創業60周年と新体制への移行を機に、来る8月1日より社名を「エステー株式会社」に変更します。これまでの経営理念を継承しつつ、「化学」にとらわれない柔軟な発想を図り、常に新しいことにチャレンジしていく姿勢が、新社名にはこめられています。

ンが始まる前に何とか新しいシステムを導入したいという営業部門からの要望もあって、年明けとともに、それが急遽2月に変更されることになった。

「正直に言って、焦りました。しかも、最初は名古屋支店と販促グループの2カ所のみ先行導入という話だったのが、1月中旬には全支店一斉に導入することになりましたので、スケジュールは非常にタイトでした。慌ててマスタの見直しと整備を行い、全国の営業担当者を対象に、操作方法の説明会を実施しました。たまたま導入時期と人事異動が重なったこともあって、新担当者への引き継ぎも含め、現場はかなりバタバタしました」(小倉さん)

こうした状況の中で旧システムからの切り替えが行われたが、トラブルもなく、安定した状態でスタートした。「当社に先行して2メーカーが導入していたこともあったと思いますが、何よりもプラネットさんに、きめ細かいフレキシブルな対応をしていただいたことによって、スムーズに移行できたのだと思います。また、画面の基本的な操作は以前の仕組みと似ていたため、営業担当者も違和感なく新しい仕組みに馴染むことができたようです」(箱守リーダー)

本稼働後は、以前のようにデータ更新のタイムラグもなくなり、各販促物について、支店ごとの在庫状況がリアルタイムで把握できるようになった。これにより在庫の適正化は従来以上に向上した。現在のところ大きな問題はないが同社としては、さらに使い勝手のよい仕組みとなるよう、より多くのメーカーの意見や要望が吸収されることを望んでいる。

## エステー化学株式会社



玉木 弦士さん  
営業本部 営業推進グループ



前橋 涼子さん  
営業本部 営業推進グループ



加治屋 裕美さん  
営業本部 営業推進グループ

新サービス導入を機に、  
情報の共有化を促進  
4つのメニューが提供する多彩な情報

販促物管理支援システムは、社内公開に限られているが、バイヤーズネットを介したサービスであり、同

社にとってはすでに公開している「ヒヨコ情報ネット」に次ぐ、第2のサイトメニューとなる。

「ならば、本稼働を契機にバイヤーズネットの中身をさらに充実させ、社内外のいろんな情報が集約された利便性の高いサイトにしよう。そこで、『システム1010(てんとう)』や住友スリーエム株式会社との『連絡掲示板』もメニューに加えることにしました」(岡田エステビジネスサポート(株)代表取締役社長)。

いずれも、営業担当者にとっては日々の業務に欠かせない情報ツールであり、入口をバイヤーズネットに一本化することにより、社内外での情報の共有化も進む。事前に各メニューを管理する部署が集まって、情報の公開範囲や閲覧のルールなど詳細を決めていった。「販促物や店頭の商品陳列に関する情報も加わったので、営業担当者全員分のバイヤーズネットIDを取得し、いつでも閲覧できるようにしました」と前橋さん。バージョンアップした「ヒヨコ情報ネット」および、新たに加わった「システム1010」「連絡掲示板」の中身は以下の通りである。

### <ヒヨコ情報ネット>

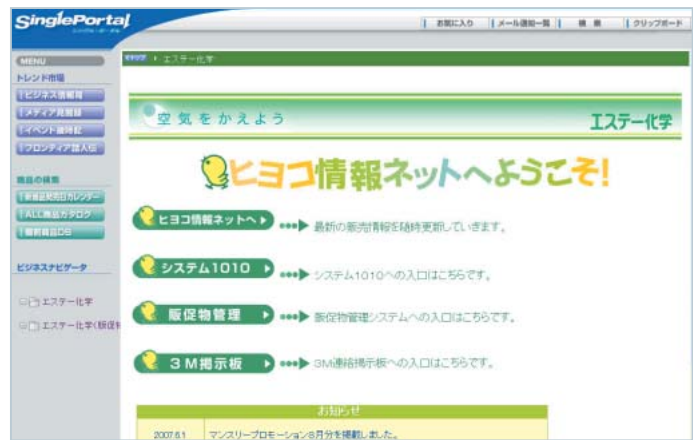
これまでの新商品情報やキャンペーン情報、マンスリープロモーションのほかに、主力商品であるカイロと防虫剤に関する情報「オンパックス指数」「ムシューダ指数」(気温と売上の相関関係をもとに、販売動向の予測をグラフで表示)も掲載されており、登録会員は毎週更新される予測情報をリアルタイムで閲覧でき、営業担当者はこれをもとに商品が流通するピーク期を予測し、的を射た企画提案へとつなげることができる。

### <システム1010>

全国2千数百店におよぶ小売店(フォロー対象店舗)店頭での商品の陳列の状況がインターネットを通して閲覧、確認できるシステム。管理・運営は昨年4月に分社し、エステグループのビジネスセンター業務と小売店店頭サポートを担当するエステビジネスサポート株式会社がやっている。

「本来、プロモーションなどは、店舗で実施されますが、それがなかなか商談で決めた通り実現されていないのが実情でした。そこで分社を機に“フィールドスタッフ”を増強し、現在では40数名のスタッフが毎日、担当の小売店を巡回し、どの商品がどのように陳列されているかをチェック、メンテナンス等を行うことにしました」(寒林部長)。

活動報告書の内容は、商品陳列の状況や画像、各店舗からの要望や売れ行きの動向などフィールドのコメント、今後の巡回スケジュールなどが主たるものです。これらの情報はパソコン、携帯電話で閲覧できるため、出張先の営業担当者もリアルタイムで担当の小売店の様子を確認できる。一方、フィールドスタッフもバイ



エステー化学 ビジネスナビゲータトップページ

ヤーズネットにアップされている様々な販促物情報やプロモーション情報をもとに、自分が担当する店頭をさらに充実することができる。

このほか、システム1010では、複数の小売店の販売状況を地図情報と連携して提供している。任意のエリアを選択すると、店舗の位置や規模、巡回回数、売場シェア、販売業績などを色別されたアイコンや円グラフで一覧できる。「この仕組みを利用して、効率的な訪店計画案や分析が可能であることがわかりました。特定エリアの世代別人口構成比とその地域で売れている商品を比較し、販売促進につなげることも将来的に可能になります」(寒林部長)。

(株)バスコ MarketPlanner GIS version

### <連絡掲示板>

これまで業務提携先の住友スリーエム株式会社と同社の営業担当者間でメール交換していた、住友スリーエム商品の各店頭での動きや週単位の売上データ、キャンペーン情報、小売店の要望などの情報を一括して掲載。「営業部門だけでなく、マーケティング部門など他の部署と共有すべき情報をここに集約しましたので、業務が効率的になりましたね」(玉木さん)。

多くの情報が盛り込まれた同社のビジネスナビゲータが公開されて、約3カ月が経過。グループ各社やパートナー企業がユーザーとして加わったため、コンテンツの参照権限には気を使っているとのこと。「事業部制の強化や分社化など、企業を取り巻く状況にマッチした微妙な調整が簡単にできるといいのですが」と岡田社長。「とはいえ、日々の業務に必要な情報がバイヤーズネットに集約され、社内外を問わず、複数の関係者が情報を共有できるようになったのは大きなメリットです。これをどのように活用し、競争力へと発展させていくか。これがサイト利用者全員の共通課題といえるでしょう」。

## エステービジネスサポート株式会社



岡田 章一さん  
代表取締役社長



寒林 恒人さん  
フィールドスタッフ事業部部長



不藤 智子さん  
フィールドスタッフ事業部課長



箱守 直人さん  
シェアードサービス事業部  
データベースグループ  
リーダー



小倉 繁さん  
シェアードサービス事業部  
データベースグループ

# THE WHOLESALE

## 【基幹EDI、バイヤーズネットの活用事例】

# 業務の効率化、 スピードアップのために 標準化、情報の共有化に取り組む

## 株式会社 大木

1658(万治元)年創業、一般医薬品(大衆薬)をはじめ  
衛生雑貨、乳製品など、幅広いカテゴリーを取り扱う老舗卸売業。  
最近では健康食品や化粧品にも力を入れ、  
ドラッグストアで扱われる商品を幅広くカバーする豊富な品揃えで販路を拡張している。  
2008年には創立350周年を迎える同社のプラネットサービス活用状況をご紹介します。

本社：〒112-0013 東京都文京区音羽2-1-4  
<http://www.ohki-net.co.jp/>

### 標準化されたフォーマットにより 事務業務はさらに効率的に

同社がプラネットの基幹EDIを利用しはじめたのは1996年。メーカーからの要請で、販売データを導入したのがきっかけだった。導入の際のシステム構築は自社で行い、必要に応じてフレキシブルに仕組みを変えられるような体制をとったため、送受信やデータの交換におけるトラブルもなく、スムーズに稼動した。

医薬品業界では発注や仕入などメーカー・卸売業間の基幹業務に関するデータのやりとりは通常、医薬品業界のVANを介して行われているが、こちらは医療用医薬品(医家向けチャンネル)を主な対象としており、フォーマットが一般医薬品とは異なっているため、一般医薬品を中心に扱う卸売業にとっては使いづらい点もあった。

そこで2003年12月から、大衆薬卸協議会(社団法人日本医薬品卸業連合会の関連団体)が中心となって一般医薬品用の標準EDI導入についての検討を開始し、翌2004年7月にはプラネットの基幹EDIをベースにした一般医薬品用のフォーマットと仕様がまとまった。

プラネットのEDIは、医薬品業界VANに比べてデータ種が多く、標準化された商品コードと取引先コードでデータ交換ができるほか、医薬品業界VANの利用開始に際して必要となる他社からの推薦や会議での審議といった手続きがプラネットでは不要。こうしたメリットに注目した同社では、過去の利用実績も踏まえ、EDIはプラネットを標準として利用することとし、データ種および接続メーカー数の拡大に取り組んできた。

接続先を増やすためには、メーカーの理解が必要になる。そこで、EDIの役割や機能、標準EDIのメリットなどが詳しく説明されている『EDIがわかる本』(プラネット発行)をメーカーの営業担当者配布するなどしながら、プラネットへの参加を促してきた。

その結果、ここ数年で接続本数は急増。現在では発注・仕入データ(25社)・請求照合・販売データ(22社)および在庫・返品予定・請求鑑・出荷予定データを複数のメーカーとやりとりしており、同社のオンライン比率は約80%と向上



渡辺 政美さん

執行役員 業務本部副本部長  
兼 システム部長



金田 好男さん

管理部 管理課  
課長

した。また、事業の拡大に伴い、扱う商品のカテゴリーも増えたことから、最近では新たな取引先として健康食品メーカーや化粧品メーカーなども加わるようになった。

「発注、請求業務など事務業務の効率化を図るために、EDIは不可欠です。プラネットでは使用するコードとフォーマットが標準化されているため、メーカーごとの対応をしなくて済みますので、作業効率は大幅にアップしました。市場競争が激化する中、他社との差別化を図るためには、効率的でスピーディーな業務処理が求められます。標準EDIは、それを可能にする仕組みです。より多くのメーカーさんがプラネットに参加することを希望します」(渡辺部長)。

同社では今後も引き続き、接続先メーカーとデータ種の拡大を図っていく予定だという。

## 個人薬局への情報提供ツールとして バイヤーズネットを活用

同社の得意先にはドラッグストア、スーパー、ホームセンターなどのほか、全国に点在する個人経営の薬局ボランティア加盟店は（以下、個店と表現）約400店がある。そのうち約300店とEOS端末を使った受発注を行っているが、この端末をリニューアルした際に、以前は可能だった受信確認や欠品連絡ができないという問題が発生した。

「個店さんでは、発注情報が当社に間違いなく届いているか、あるいは発注した商品があるのかわからないのかさえわからないという状況でした。これを何とか改善したいと思っていたときに、バイヤーズネットにファイル振分機能があると知り、今年3月に導入しました」（渡辺部長）

導入にあたり、社内ではシステム部と個店を担当するID事業部が連携。システム部が作成した個店向けの案内や画面の操作マニュアルは、ID事業部のセールスを介して全国に配られた。このほか、個店を対象に定期的開催している説明会を利用して、バイヤーズネットの機能やメリットなどをアピールした。インターネットに接続できるパソコンさえあれば、バイヤーズネットを利用できる。この簡便さに惹かれて導入する個店も増え、現在は約20店舗が受発注のサポートツールとしてバイヤーズネットを利用している。

これらの個店から同社に届く発注は1日7回。受注内容はその都度、欠品情報は一日4回バイヤーズネットにアップロードしているため、個店ではいち早くそれらの情報を閲覧できるようになった。

ただし、こうして手間隙かけてアップロードした情報も、先方が見てくれないと意味がない。そこで、誰が見て、誰が見ていないかを一覧形式でまとめて確認できる機能があると便利だという。（現在はファイル単位でのみ確認可能）また、手作業で日に何回も行っているファイルのアップロードを自

動化できると、さらに業務が効率化すると要望も挙がった。

「大手ドラッグストアの台頭により、地域の薬屋さんとして地元の方に親しまれてきた個店さんは苦戦されています。そうした厳しい環境の中で、生き残っていくためのノウハウやサービスを提供するのも卸の役目。バイヤーズネットが競争力をつけるための1ツールになることを期待します」という渡辺部長。それに応えるかのように、今もなお全国の個店から利用申込が続々と届いているという。

ゆくゆくは全個店での導入をめざしている同社では、申込の有無に関わらずすべての個店をカバー

ファイル振分トップ画面



ダウンロード画面

するデータをバイヤーズネットにアップロードしている。「申込のないところは、ファイル未登録でエラーになるのを承知の上で行っています。こうしておけば利用開始と同時に、先方に情報が公開されます。それを見据えての策です」（渡辺部長）

## バイヤーズネットを活用した メーカーへの帳票配信も近日開始

もともとは個店対応のために導入したバイヤーズネット・ファイル振分機能だが、今後はその対象をメーカーにも広げていく。これまで取引先メーカーに郵送やFAX、メールで発送していた帳票を、バイヤーズネットからの一括配信に切り替えようとの意向である。

「毎月半ばにアローワンスの請求書を、月末には支払い関係の案内を200～300社に送らなければなりません。以前は郵送でしたが、発送の手間と費用を減らすために、一昨年あたりからそれぞれメール配信と自動FAXに切り替えました。それでも、作業としてはまだまだ大変です。そこで、個店との間で使っているファイル振分機能を、メーカー向け帳票配信にも活用しよう。まずはアローワンス請求書を、その次は支払案内、という

ように段階を踏んで進めていきたいと思えます」（金田課長）

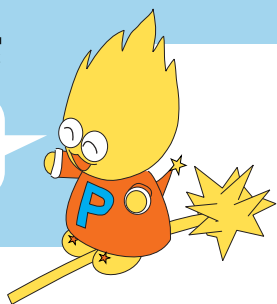
FAXやメールで送信された情報には、紛失というアクシデントもつきものだが、バイヤーズネット上に掲載されたデータなら、いつでも見たいときに閲覧でき、自分のパソコンにダウンロードして保管することもできる、というメリットがある。

「バイヤーズネットを利用して、いろいろな活用法があることに気づきました。さらに工夫すれば、もっと広い範囲で活用できるでしょうね。インターネットがこれほど普及した今は、お取引先との情報交換や情報の共有化も容易になりました。こういった環境を生かし、メーカーさん、小売業さん共々、ビジネスの質を高めていけたらと思います」（渡辺部長）

### バイヤーズネット・ファイル振分機能とは

規則性のあるファイル名がつけられた複数のファイルをまとめて圧縮し、バイヤーズネット内の指定箇所にアップロードすると、ファイル名称ごとにそれぞれの宛先に自動的に振り分けられる、という機能。メリットとしては、データ送作業の省力化、情報漏洩のリスク低減、取引先のファイル参照状況がファイル毎に確認可能、などが挙げられる。

## おじゃましてーす



キューピー株式会社

〒150-0002  
東京都渋谷区渋谷1-4-13  
<http://www.kewpie.co.jp/>

# 一人ひとりの お客様のために 安心して使っていただける商品を

マヨネーズ、ドレッシングなどでおなじみのキューピー株式会社。

同社はこれら調味料・加工食品事業をはじめ、

健康機能事業、タマゴ事業、サラダ・惣菜事業、物流システム事業を展開しています。

今回は育児食、介護食、医療食への取り組みを中心に、お話をうかがいました。



「マヨラー」という言葉が流行るほど、マヨネーズは多くの人に愛用されていますが、日本ではいつ誕生したのですか？

缶詰関係の仕事をしていた創始者・中島董一郎が、大正時代の始めに缶詰の勉強のために渡米し、そこで出会ったのがマヨネーズでした。現地では野菜サラダが日常的に食べられており、その調味料としてマヨネーズが使われていたのです。ポテトサラダに使われているマヨネーズのおいしさと栄養価の高さに驚き、日本にも紹介したいと思いました。

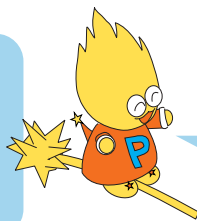
ただ、当時の人々の生活様式は純日本型。洋風の調味料が受け入れられる時代ではなかったのです。でも、関東大震災を境に女学生の服装が着物から洋服に変わり、衣食住の洋風化が進んだことから、大正14年に日本初のマヨネーズを発売。日本人の体格向上を願って、外国製品の約2倍の卵黄を使った栄養豊かなマヨネーズを開発し、鮭やカニ缶につけるソースとして紹介しました。マヨネーズという言葉さえ知られていない時代だったので、マヨネーズをポマードと間違えて髪に塗った人もいたそうです。

そこで、普及のために新聞広告やポスター、デパートでの試食など多額の広告費を投入したほか、さまざまな工夫を凝らしました。今でも新しいレシピ、新しい使い方の提案を続けており、シーザーサラダや水菜サラダ、ゴーヤサラダ、

具沢山のコブサラダなど、多数の人気サラダが登場しました。



堀池 俊介さん  
広報室課長



調味料を通じて新しい食生活を提案なさっているんですね。このほか、赤ちゃんやお年寄りのための食事も提供されているとか。

ええ、健康機能事業の一環として育児食（ベビーフード・幼児食）、介護食、医療食を提供しています。当事業はこれらを柱とするヘルスケア部門と、「卵と鶏」を起源とした健康機能・医薬用素材を柱とするファインケミカル部門で構成されています。

育児食ではアレルギーのお子様のために、1994年に日本で初めてアレルギーに配慮した商品「よいこになあれ」シリーズを発売。2002年にはアレルギー特定原材料等24品目（当時）と米を使用しない主食・主菜メニューが、さらには今年からはアレルギー特定原材料5品目不使用の商品が加わり、和洋中全52品のメニューが揃いました。ご購入の際、店頭で選びやすいようにと、キャップの色を変えたり、パッケージ前面にアレルギー特定原材料の使用状況を明記したり、など様々な工夫をしています。

1998年に日本で初めて発売した介護食「やさしい献立」シリーズは、噛む力や飲み込む力が弱くなった方々のためのもの。いつまでも楽しく食事がとれるように、おいしさ、栄養、食べやすさに配慮して仕立てています。一方、「美味元気」をはじめとする医療食は、糖尿病や腎臓病など、食事療法が必要な方のための商品で、それぞれの病状に合せミネラル補給食品、カロリーや塩分、たんぱく質に配慮した食品をご用意しています。いずれも、各商品に求められる機能はもちろん、「おいしさ」の追求に力を入れています。ただ、医療食やアレルギー配慮食を扱うお店は多くはなく、ご不便を感じている方もいらっしゃるので、今年から専門通販をスタートさせ、全国どこへでも発送できるようにしました。





上・ベビーフード  
左・介護食「やさしい献立」シリーズ

また、多くの方に不自由なく商品を使っていただくために、2004年から「ユニバーサルデザイン」にも力を入れています。



ユニバーサル...デザイン？  
きっかけは何だったのでしょうか？

ユニバーサルデザインとはできるだけ多くの人に使いやすいデザイン、見やすい表示のことです。表示でいうと、原料や栄養成分の表示を見やすい場所に配置する、文字を大きく明瞭にする、レトルトパックの開け口をはっきりとわかりやすく表示するなどです。

容器の対応例としては、アラハタ55ジャムのキャップに凹凸を加え、瓶にもへこみをつけて握りやすく開封しやすくしたほか、ミートソース缶詰には手を切る心配のないダブルセーフティ缶を採用、ドレッシングのブルリングを指がかりが良いように細かい刻みを入れて開けやすくしたことなどが挙げられます。このほか、使い終わった後の分別も考慮して、瓶のドレッシングはプラスチックの中栓を取り外しやすくし、外側の紙ラベルも簡単にはがせるようにしました。これらの開発は、お客様相談室に寄せられたご意見やご要望がヒントになっています。商品の購入から廃棄に至るすべてのプロセスを、「お客様視点」に立って見直し、使いやすく環境にやさしい商品をつくり上げています。



おおっ、ラベルがスルッとはがれる！  
おいしさだけでなく、  
使いやすさや環境にも  
配慮しているんですね。

はい、常に「お客様が求めているものは何か」ということを第一に考え、商品開発を行っています。健康ニーズへの対応もその一環です。これまでも低カロリーのマヨネーズや

## マヨネーズを使った 裏ワザレシピ

キユーピーマヨネーズを油の代わりに使った料理です。  
ぜひお試しあれ！

1. フライパンにマヨネーズ大さじ2をひき、溶き卵1個分と温かいご飯(400g)を入れて炒める。
2. ムラなく混ぜたら焼豚・長ねぎなど好みの具を加えてさらに炒め、塩、こしょうで味を整える。
3. 最後に、太めにせん切りしたレタス(2~3枚分)を加えてさっと混ぜる。  
マヨネーズに含まれる卵の働きで、パラッとしたチャーハンに。

このほか、ホットケーキ、厚焼き卵、ハンバーグのタネにもマヨネーズをどうぞ。マヨネーズの中の乳化した植物油の働きで、卵焼きやホットケーキはフワフワに、ハンバーグはジューシーに仕上がります。  
詳しくはキユーピーホームページ内の「マヨネーズの裏ワザレシピ」をご参照下さい。



([http://www.kewpie.co.jp/recipe/mayo\\_recipe/urawaza\\_recipe/](http://www.kewpie.co.jp/recipe/mayo_recipe/urawaza_recipe/))

ドレッシング、ジャムなどを発売してきましたが、今年2月には50~60代のアクティブシニアをターゲットとしたカジュアルヘルスケア商品「キラキラ元気&」を発売しました。食生活にこだわりたい、いつまでも健康であり続けたい、と思っているこの世代のために、いつものおいしさに健康素材をプラス。ヒアルロン酸や植物性ステロールを配合したドレッシング、ジャム、酢ドリンク、パスタソースなど14品をラインアップしています。

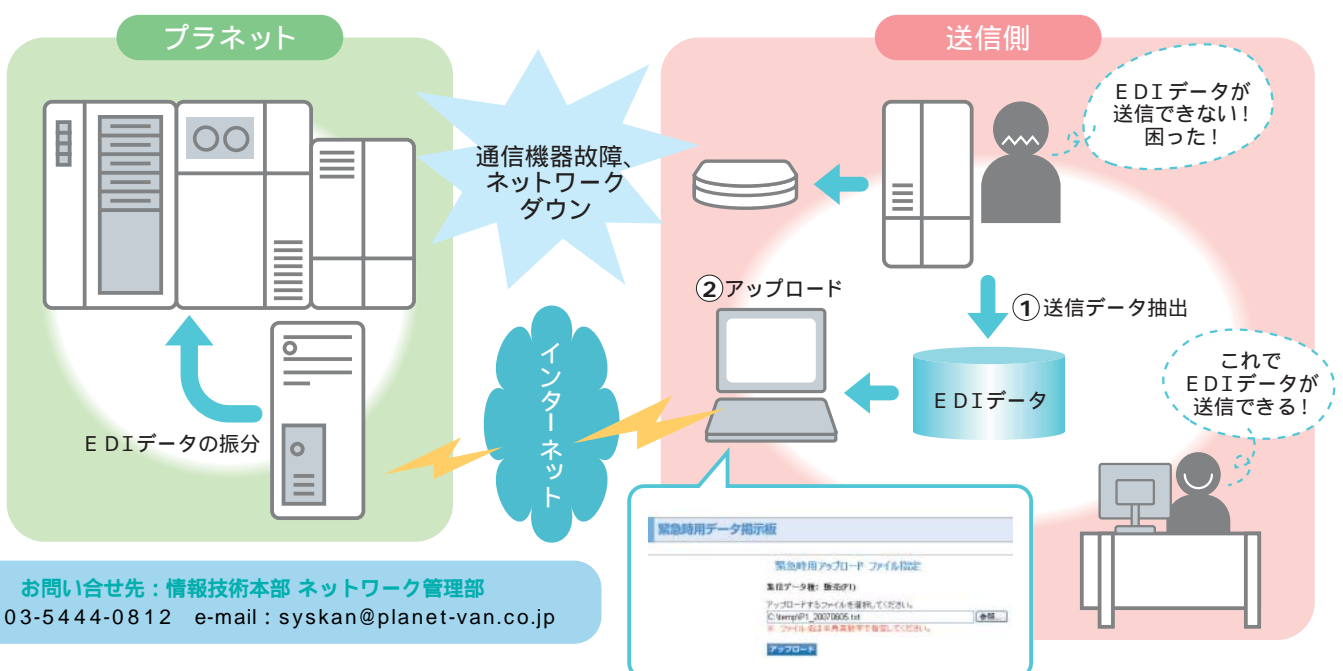
今後も創業以来の理念「良い製品は良い原料からしか生まれない」のもと、「おいしさ・やさしさ・ユニークさ」のある個性的な商品を開発し、皆様の食生活に貢献していきたいと思っております。

## 「緊急時用データアップロード」のご案内

「緊急時用データアップロードサービス」は、ネットワーク障害等でプラネットとの接続ができない緊急時に送信対象データを「業界イントラネット」の画面からインターネット経由で送信できるサービスです。『PLANET vanvan』69号でご紹介しました「緊急時用データダウンロードサービス」と合わせて、障害対応策の一つとして是非ご検討ください。

ご利用に際しては、事前に業界イントラネットサービスのお申込（無料）が必要です。

### 緊急時用データアップロードサービスの概要



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

## 8月からサービス料金値下げを実施します

8月1日より、基幹EDIサービスのネットワーク接続料金・FAX変換料金とWeb受発注サービス・発注機能の月次基本料金を値下げいたします。1985年の発足以来、メーカーと卸売業のみならず効率的な業務を行うための通信サービスを提供し続けているプラネットは、コストダウンの成果をユーザーに還元することを基本的な方針としており、今回は通算で第7回目のサービス料金の値下げとなります。料金改定の概要は以下の通りです。

- 1. 基幹EDIサービス・ネットワーク接続料金の値下げ (対象：メーカー様)**  
メーカー様のEDI接続用コンピュータ(拠点)とプラネットのEDIネットワークの中継点とを回線接続するための月次料金を、全銀TCP/IP手順でご接続の場合には20%値下げいたします。
- 2. 基幹EDIサービス・FAX変換料金の値下げ (対象：卸売業様)**  
卸売業様がFAXシステムサービスをご利用になる際のFAX変換料(A4サイズ)を10%値下げいたします。  
本サービスは卸売業様が基幹EDIデータを発信すると、EDIをご利用でないメーカー様がFAXで受信できるというサービスで、これによって卸売業様の「100%オンライン発注」が可能となります。
- 3. Web受発注サービス・発注機能 月次基本料金の値下げ (対象：メーカー様)**  
メーカー様がWeb受発注サービス(Web発注機能)のネットワークをご利用になる際の月次料金を、固定料金から相手先卸売業様の数に応じた従量制の料金体系に変更することで値下げをいたします。  
当サービスは卸売業様がWeb画面からプラネット標準の発注データをメーカー様へ送信するしくみで、これによってメーカー様の受注コスト削減・受注センター集約化につながる「100%オンライン受注」実現が可能となります。

今回の料金改定を機に、ぜひEDIサービスの接続拡大についてご検討を賜りますよう、お願い申し上げます。

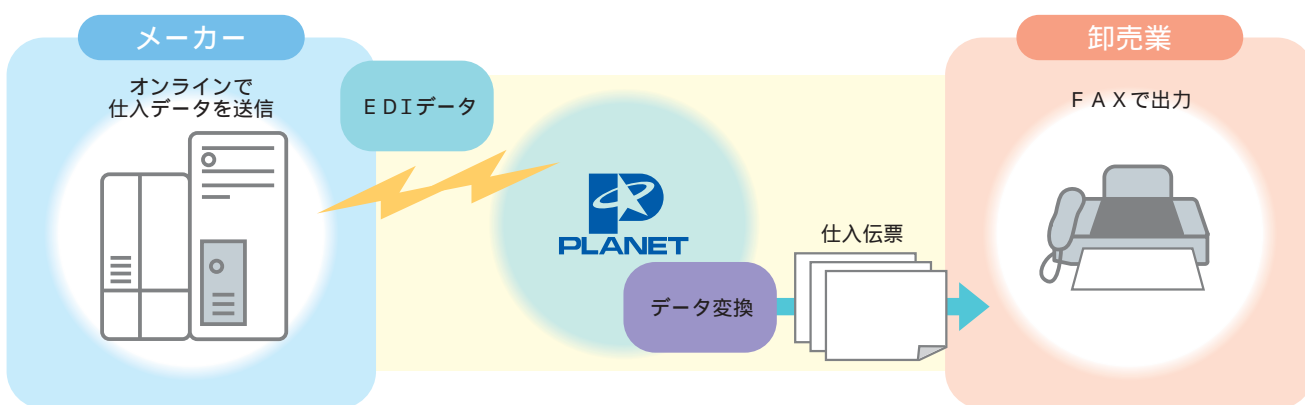
お問い合わせ先：営業本部 営業部  
Tel : 03-5444-0811 e-mail : eigyo@planet-van.co.jp

## 「仕入データFAX変換サービス」のご案内

仕入データFAX変換サービスとは、オンラインで仕入データを受信できない卸売業様に対して、プラネットが仕入データを変換した仕入伝票をFAXで出力するオプションサービスです。

このサービスをお使いになりますと、仕入伝票の郵送作業などが省力化できますので、EDI化が進んでいない業界とお取引のあるメーカー様の業務効率向上が可能となります。仕入データのオンライン化率を引き上げたいメーカーのご担当者様、導入を是非ご検討下さい。

### 仕入データFAX変換サービス



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

### 地区ユーザー会を開催しております

6月から7月にかけて、福岡・広島・名古屋にて、「プラネット・地区ユーザー会2007」を開催しております。

この地区ユーザー会は、卸売業のシステム部門・仕入部門・営業部門・企画管理部門の方々を主な対象に、昨今の流通環境およびIT・流通技術動向を説明し、今後の対応を含めた提案を行うものです。プラネットは従来から、東京・大阪にてユーザー会を定期的を実施していますが、ユーザー様の参加の便宜を図るため、今年は福岡・広島・名古屋の3会場で開催することにいたしました。

当日はプラネット社員から下記内容の説明を行っております。

- ・バイヤーズネット活用による業務効率化のご提案：商品マスタ登録支援サービスの導入事例ご紹介
- ・流通技術の標準化の動向：グローバルスタンダードの状況とその対応方法
- ・EDI活用による業務効率化のご提案

#### 各地区での開催日時・場所は下記の通りです。

福岡会場.....	日時：2007年6月27日(水) 13:30~16:00
	場所：東京第一ホテル福岡(福岡市博多区)
広島会場.....	日時：2007年7月11日(水) 13:30~16:00
	場所：ホテルグランヴィア広島(広島市南区)
名古屋会場.....	日時：2007年7月18日(水) 13:30~16:00
	場所：メルパルクNAGOYA(名古屋市東区)

なお、今秋開催の「プラネットユーザー会2007」の開催日・会場は下記の通り決定しております。

東京会場.....	日時：2007年11月7日(水)
	場所：大手町サンケイプラザ(東京都千代田区)
大阪会場.....	日時：2007年11月14日(水)
	場所：ホテル阪神(大阪市福島区)

お問い合わせ先：営業本部 営業部  
 Tel : 03-5444-0811 e-mail : eigyo@planet-van.co.jp

# Human Network



メーカー

**岡村 拓朗さん**  
ボシユロム・ジャパン株式会社  
販売企画本部  
販売管理部マネージャー

## 息子と過ごす休日

1歳2ヶ月になる息子と一日過ごす休日  
が最近が一番楽しい時間です。今まで行  
く事なかった公園、ベビーショップ、  
玩具店での新たな発見。

街の中で今まで気付かなかった子供、  
親子連れの姿が目につき、気になりま  
す。モノの見方が変わるっていうのは  
こういうことなんだと改めて実感す  
る日々です。

## EDI拡大に向けて

弊社はコンタクトレンズとレンズケア用  
品を中心にお取り扱いさせていただいて  
おります。

PLANET基幹EDIサービスに  
つきましては、現在は販売データの活  
用が中心ですが、今後は発注・仕入・  
請求各サービスへの対応準備を進めて  
おります。

今後ともよろしくお願い致します。



卸売業

**福井 孝治さん**  
太田株式会社  
営業部部长

## エンジョイの探索

私の息子も大学を卒業し、就職する年  
になりました。そうすると息子に合わせなが  
ら楽しんできた趣味(釣りやゲーム等)が、  
面倒になってきました。そこで自分の楽し  
みを何に変換するかと考えたりします。

考えると、本当の自分の趣味と言えるの  
は無いんだなあと思います。それでも人生  
のエンジョイを目指し、楽しみを探しなが  
ら仕事をしている毎日です。

## EDIの活用

プラネットのEDIを始めて1年半近く  
が経過し、発注業務は混乱もなくきちんと  
回っていますが、業務効率の向上手段とし  
てはまだ十分に活用できていないのが現状  
です。とはいえIT化の進む昨今、お取引  
先とのデータ連携の必要性は痛感していま  
すので、社内システムとの調整を進め、さ  
らに活用したいと前向きに考えています。  
今後ともご指導宜しくお願いいたします。

表紙の写真



**沖崎 猛さん**  
小林製薬株式会社  
業務管理部  
販促費管理グループ 課長

「神戸ハーバーランド」

梅雨も明けて、天気の良い  
日に神戸港に行ったら、  
夏らしい白い雲が六甲山に  
浮かんでいました。白い雲  
と停泊している白い観光船  
が、夏の強い日差しを受け  
て眩しいくらいの神戸ハー  
バーランドでした。

右遠方に見える赤いタワ  
ーは、神戸港のシンボルでもある神戸ポ  
ートタワーです。パノラマ展望からは、メリ  
ケンパークや神戸港の全景が、夜には神戸  
の夜景を見ることができるといことです。

## 障害対応訓練実施のお知らせ

プラネットのEDIサービスは現在、  
1,000社を超えるユーザーのみなさまに  
ご利用いただいております。ネットワ  
ーク情報インフラとして万全な事業継  
続という観点から、大規模災害時を想  
定した障害対応訓練を昨年に引き続き  
実施致します。

### <訓練の対象>

全EDIサービス(基幹EDI、資材EDI、  
SMOOTHEDI、Web受発注サービス)

### <主な訓練内容>

稼働ピーク時間帯での障害発生を想定  
し、ユーザーご担当者への一斉同報FAX  
の作動確認、影響範囲の調査、および  
復旧手順の確認。

### <日程>

7月下旬(詳細日程は事前にFAXにて  
ご連絡いたします)

### 【お問合せ先】

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

## 基幹EDI (社数)

## 各サービスのご利用状況(2007年5月末現在)

データ種	メーカー 333	卸売業 465
発注	272	239
仕入	272	246
販売	118	245
請求照合	107	125
請求鑑	21	91
在庫	26	82
Web受発注	27	184

## 資材EDI (社数)

	メーカー	サプライヤー
資材EDI	5	251
Web資材EDI	3	210

## 業界イントラネット

	メーカー	卸売業
商品DB	652	644
取引先DB	273	476
Web運用照会	253	429

## 商品DB登録状況

	メーカー社数	アイテム数
商品DB	321	43,608
棚割商品DB	450	55,889

## バイヤーズネット

	メーカー	卸売業	小売業
バイヤーズネット	503	397	434

## かもめ通信

営業本部 営業部 副部長 川村 涉

スポーツが好きで、フットサル、テニス、  
スキー、そしてトライアスロンと下手なりに  
楽しんでいます。ただ、ここ1、2年は、腰、  
背中、ヒジ、ヒザといろいろな箇所を故障す  
るようになり、無理が効かなくなってきたこ  
とを実感しています。今年の夏もトライア  
スロンに参加しますが、自己記録更新を狙うモ  
ードから、楽しみながら完走するモードへ変  
更して、体調を崩して仕事に影響が出ないよ  
うにしたいと思います。そして、皆様ともい  
っしょに楽しめる種目として、そろそろゴル  
フも復活させなければと考えています。

ここ数年、クールビズが定着して夏でも涼  
しげなスタイルで通勤する人が増えていま  
す。ただ、お客様への訪問が多い営業はその  
恩恵を受けられる日が少なく、上着を片手に  
ネクタイ姿で外勤をしています。お客様へ  
伺う際も、カジュアルが抵抗無くなる日が来  
ることを切望しております。

弊社では夏季だけでなく通年でビジネスカ  
ジュアルを実施しております。社内の温度も  
高めに設定されている(はず)ですので、弊社  
へご来社の際は、カジュアルなスタイルでお  
越してください。

# PLANET 75 van van

第75号 2007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/株式会社砧書房  
〒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/板垣千恵  
印刷/株式会社太平印刷社

