

PLANET vanvan

91

2011 Summer
Presented by
PLANET,INC.

プラネットヴァンヴァン

トップ
対談

変化する流通構造と 卸売業の役割

津田 隆雄 × 井上 美智男

もっと知りたい! 標準取引先コード

メーカーにおける
メンテナンスのフロー

プラネット太くんの社会科見学

オムロン株式会社
コミュニケーションプラザ

PLANET PLAZA

プラネット ラボロトリー
プラン&ネット

津田 隆雄 × 井上 美智男



トップ対談

変化する流通構造と 卸売業の役割

人々の生活、そして日本の経済に、多大な影響を与えた東日本大震災。今後、社会の構造的な変化は必至であり、日本の流通のあり方も大きく変わっていく可能性がある。そして、その中で卸売業という機能が果たす役割は、いっそう重要になってくるに違いない。卸売業と流通の今後について、ハリマ共和物産株式会社の津田社長にお話をうかがった。

撮影／細川隆平

阪神大震災では船で復旧に向かった

井上 今年に入って、ようやく少し景気も上向いてきたところで、3月11日に東日本大震災が起きました。被災された皆様には、心より御見舞い申し上げます。御社は姫路を拠点とされていますが、今度の震災では直接的な影響はなかったのですか。

津田 宮城と茨城に、受託物流のセンターがあって被災しました。ただ、幸いどちらとも内陸寄りでしたので、津波の影響はありませんでした。社員も無事で、海岸部に比べれば被害も最小限で済み、11日後には復旧して通常通りの業務ができました。

井上 16年前の阪神淡路大震災のときは、多くのお得意先が被災されて大変だったと聞いています。

津田 阪神大震災のときはまず、従業員の安全が第一なので、震災が起きた日に、姫路から車5台に分かれて、水や食糧を持って神戸まで救援に行きました。ふだん1時間ほどで行けるところが、12時間くらいかかりました。

次の日、たまたま実家が船会社だという社員がいたので船を借り、姫路港から向かうと1時間半くらいで着きました。神戸の街は、まだあちこちで火の手が上がっていました。食糧や水を近所の人に配り、社員の家族を引きあげたりして、結局、3日間、船で通って復旧に努めました。

井上 陸路がダメなら海路に行く、まさに紀伊国屋文左衛門のような英断ですね。

津田 阪神大震災では、人口密集地域で火災が起きたり、道路が閉鎖されたりして、神戸の街に入るのにすごく時間がかかりました。メーカーからの商品は姫路まで来るのですが、ここから神戸に持っていくのが至難の技でした。当時は一般小売店のお得意先が多かったので、とにかく苦労したことを覚えています。

井上 今回の震災報道を見ていると、小売業やメーカーといった目に見える部分は注目されますが、卸売業の機能はなかなかクローズアップされません。それを見て本当に残念に思います。卸はいつも縁の下の力持ちなので、それをもっと社会に認めて

もらいたいですね。

津田 卸の仕事は、日々必要な商品をきちっとお届けする、いわば社会生活のインフラです。阪神大震災の時は、大手お得意先の本部が被災し、コンピューターが使えなくなったので、手書き納品で対応せざるをえなくなりました。このときは、ちょうど当社は本社が姫路で、伊藤安さん（現在は株式会社あらたに統合）のセンターが神戸の東北にあったので、帳合は関係なしにしてお互いに協調し、兵庫県を東西に分けて運んだりもしました。

今回も、金曜日に震災が起きて、火曜日には水、食糧、紙おむつなどをトラックに仕立て、新潟経由で当社の物流センターに運び、そこから被災された東流社さんへ持っていきました。やはり早く持ってゆくことがいちばん重要ですから、大変喜ばれました。

井上 社会生活のインフラとしての使命感を持って、地域の卸売業のみなさんがお互いに協力し、助け合いながら、緊急事態を乗り切ってきたんですね。

再認識されるリスク管理の重要性

井上 今回の災害で改めて強く感じたのは、リスク管理の重要性です。「必ず災害は起こる」という前提で、万一災害が起きたときに、どのようにコアの事業を継続させるか。事業継続計画（BCP）の策定は、すべての企業にとって急務の課題です。プラネットでは毎年アンケートを取っていますが、この業界で事業計画を立てている、あるいは策定中という企業はまだ3割程度しかいらっしゃいません。おそらく今回の震災を機に、どこの会社も真剣に検討を始めるのではないのでしょうか。

津田 当社もコンピューターに関しては、もし壊れたら業務が動かなくなるという危機感をもって、ホストとサーバーはだいぶ前からデータセンターへ預けています。

井上 プラネットは、日々、業界の膨大なデータをお預かりしているので、万一システムが止まったら、日本中の日用品・化粧品・ペット業界などの受発注が止まってしまうというリスクを負っています。そういう意味で、安全対策にはずいぶん力を注ぎました。もともとサーバーは二重化していたのですが、それだけでは心配なので、さらに東と西にサーバーを分ける対策を取りました。しかしいざいざにしても、サーバー切り替え時には、ユーザー側での切り替え作業をお願いしなければなりません。そこで、今年の8月のシステム入れ替えに合わせ、ユーザーが意識なくても、自動的に切り替えられる仕組みにしようと思っています。

また、ユーザー様と連携したEDI障害対応訓練を毎年実施して



おり、参加されるユーザー様も年々増えています。

津田 私どもの場合、一番のリスクは物流センターの火事です。地震は滅多にないことですが、火事は最も怖いので、火災訓練はずっと定期的に行っています。

井上 もし、どこかのセンターがつぶれたときに、その代替をどうするかという課題もありますね。

津田 当社は受託物流で16社の仕事をしているのですが、今回の震災を受けて、今まで関東の物流センターだけで全国をカバーしていたものを、東日本と西日本に分け、西のエリアは西のセンターに在庫を置いて供給するように変更されたお得意先もありました。

井上 これまでは効率重視で大型センターに集中してきましたが、これからはセンターの分散ということも考えないといけません。

津田 センターについては、大手メーカーがマスメリットによって物流コストを下げるという方向性なので、ある程度の規模はどうしても必要です。やはり100億から200億くらいの規模がないと採算が合わないのです。

ただ、卸のセンターは、あまり集約化してしまうのも、逆にデメリットがあります。100億を500億にしたらコストが下がるかというと、下がらない。得意先からはそれぞれ、何時に持って来てほしいといった要望があって、そのピッキングは人手で行わなければなりません。さらに、たくさん小売店の納品先を持って持つほど、アイドルタイムが出てくるのです。

井上 規模によって阻害される要因が出てくるんですね。

津田 配送距離も100km以内が良いとされます。それ以上になると、一日二便対応なども難しくなります。当社は姫路と高槻のセンターでちょうど100億を超えるくらいの規模で、距離もだいたい100km以内なので、どちらかに何かあっても、なんとか対応できるだろうと考えています。

井上 効率のいい規模のセンターを、一極集中ではなくネットワーク型でつくるのが理想ということですね。

変わりゆく日本の流通構造

井上 日用品・化粧品の世界では、これまでは極力在庫を減らして、ジャストインタイムで物を供給することが、最も効率的だと言われ続けてきました。そのために卸売業のみなさんは倉庫をできるだけ自動化してコストを下げ、涙ぐましい努力をされてきたわけですが、今回の地震で、そうした商品供給も含めて、流通が変わる可能性もあるのではないかと思います。

たとえば、コンビニのように全国的にネットワークを持っている小売業は、商品供給の復旧が比較的早いのですが、地場のスーパー等はなかなか難しい。とくに今、地方ではお年寄りを中心とした買い物難民が問題になっていますが、大きな災害があると、今までそういうところに貢献していた小売業も、復旧が難しいという現実があります。そういう意味で、中小小売業はさらに淘汰されて、調達力を持っている大手に集中していくのではないかということも言われています。

津田 卸売業として大小さまざまな得意先を見てきましたが、今、地方の一般小売店は、どんどん無くなってきています。それは震災に関わらず、時代の流れです。その次にはリージョナルが吸収合併され、淘汰されて、大手のほうに徐々にシフトしていくのでしょうか。

井上 卸売業も昔は県単位でたくさんあったわけですが、今は昔のように組合も存続できない状況になってきています。そうした中、御社はJ-NETという全国チェーンネットワークを組まれて、うまく対応していらっしゃいますね。ネットワーク機能の強化については、これからどうお考えですか。

津田 日用品・化粧品業界でも、昔は関東、関西、中部、九州、東北、北海道、四国などの地域（リージョナル）ごとに大手卸、県別に中小の卸があったのが、今は全国2大卸のほかに、リージョナルの卸が1社あるか2社あるかという状況です。兵庫県には卸が40数社あったのに、今は3社しかありません。関東は市場が大きいから別として、他の地方はだいたいそういう構

造になってきているので、そのリージョナルでどれだけお得意様に貢献できるかという集まりが、J-NETだということです。そのことをしっかり認識し、リージョナルの特徴を出していかないと、大手と同じような仕事をやっても厳しいと思います。

卸売業はメーカーと小売業をつなげる接着剤

津田 長いこと卸をやってきましたが、同業者の数は10年前からすると8割くらい減ってしまいました。このまま全体が集約化されていったら、業界自体がおかしなことになると思います。たとえて言うなら、姫路城の石垣は、大きな石と小さな石があるから頑丈なのです。大きな石だけでは、足元から崩れてお城ごとつぶれてしまいます。小さい卸の存在が、業界内の補完関係を保っているのだと思います。

もちろん、一方で、小さな石は小さな石なりに、お得意先に小さな石の値打ちをいかに感じていただくかという努力も必要です。いまさら大きな石と同一化競争をしても、小さな石は勝てませんから。

井上 そういう意味では、御社は従来の「物を仕入れて卸す」という仕事だけではなく、そこで得たノウハウを使って物流事業を展開し、あるいは、メーカーに近い事業を展開して、きちんとバランスを保ちながら、高い収益を上げておられて、すばらしいと思います。

津田 江戸時代から続く卸売業には、物流機能、商品調達機能、メーカーの代理店機能、金融機能など、さまざまな機能があります。当社は、日雑卸として培った低単価・少量多品種・多頻度配送のノウハウや情報システムの機能などを他の業界にアピールし、サードパーティ・ロジスティクス（受託物流）事業に活かすことで、独自の存在感を出し、生き残ることができたのです。日雑業界は情報システム分野に長いこと投資をしているため、システム運用力が高く、他の業界からすると非常に新鮮に写るのです。この業界に携わっていて、非常にありがたかったと思っています。

井上 プラネットの場合も、日用品・化粧品業界で取り組んできた標準化のノウハウを応用して、ペット業界やOTCの業界に広げてきたわけですね。多種類のデータ標準化や低コスト運用といった、この業界で培ったノウハウを、他の業界に適用している点では、御社と似ていると思います。弊社は、物の代わりに情報を運んでいるのです。

津田 そうやって私どもの仕事を理解してくださる方はいいのですが、世間一般では、卸売業は何をしているかよくわからないといわれます。卸というと、時代劇では悪徳商人のように描かれていたり、土農工商では一番下の位として扱われていたりします。誰も卸の本当の機能を知らないから、中間搾取る悪人みたいなイメージばかり先行してしまうのです。

井上 それで、問屋無用論といった話まで出てくるのですね。

津田 いつも小売業やメーカーの方に言うのですが、卸というのは古女房と一緒に。なぜ古女房かというと、お母ちゃんは年を取って、シワだらけで疲れているけれど、お父ちゃんの腰が痛ければさすってくれるし、何も言わなくても、いいタイミングでお茶を淹れてくれる。これが、卸が担ってきた役割なのです。目に見える効果はわからなくても、長い間あうんの呼吸で



井上 美智男 (いのうえ みちお)

株式会社プラネット
代表取締役副社長

1969年 慶応義塾大学商学部卒業
後、ライオン油脂株式会社(現ライオン株式会社) 入社
1998年10月 株式会社プラネット常務
取締役営業本部長に就任、2007年
10月より現職。

お付き合いしてきたパートナーなのです。

井上 本当はなくてはならない大切な存在なのに、身近すぎてもありがたさが見えなくなっているということですね。

津田 実際、メーカーの論理と小売業の論理には、かなり大きな隔たりがあります。その溝の間に、ショックアブソーバーとして卸が入ることで、長いことうまくやってきたわけです。それがいきなり外れたら、絶対にひずみは来るはずですよ。

小売業の現場の声を伺うと、ほとんどの方が、やはり多少お金を払っても卸を使ったほうが得だとおっしゃいます。机上の計算で、卸がなければこれだけ得になるぞと考えて外したものの、現実には事務処理が増え、メーカーとのやり取りでその何倍もの苦勞をするわけです。いざ浮気してみたら、古女房の良さがわかる。これが私の持論です。

たとえば金額の面だけ見ても、業界には製販価格やリベート、さらに返品や情報料など、メーカー、小売業それぞれにややこしい要素がたくさんあって、お互いにわけがわからないところを相手しているわけです。これが儲かるとか、損していないかというコスト計算ができるのは、卸のノウハウです。とくに販促金は、直取引だと難しい。もちろん少量多品種の物流も、自社単独でやったら、とても採算は合わないでしょう。

要するに卸は、メーカーと小売業の基本的な論理が違う間に入って、接着剤のような役目を果たしているのです。

井上 すべてが直取引になったら、小さな小売店や多品種を扱う小売店は仕入れだけでも大変苦勞するでしょうね。そう考えると、現在のように小売業の多様性が保たれ、買物を楽しめるのも、卸売業のみなさんのおかげですね。卸がなくなったら、日本全国、画一的な大手チェーンだけになってしまうかもしれないのに、そういうことはなかなか社会では理解してもらえません。

津田 結局、卸売業はBtoBで、小売業やメーカーのように表に出ないからわからないのでしょうか。卸という機能を、もう少し世間にわかってもらえるとうれしいのですが。

業界を支える縁の下の力持ち

井上 でもそういう中で、御社はきちんと業績をあげて、今日まで素晴らしい卸売経営を続けていられています。これはすごいことです。

津田 この業界はメーカーがしっかりしていて、受発注の仕組みやシステムの構築などに積極的に取り組んでくれたので、ありがたかったです。とくにプラネットは、卸の効率化には本当に貢献しています。私はプラネットがない時代を知っているので、その頃の事務の煩雑さを考えたら、今は信じられないほど環境が改善されました。まさにプラネットは、業界のお助けマンです。大きなメーカーはそれぞれ独自の論理を持っていて、卸はそれに全部合わせなければいけないわけです。そこにプラネットが出来て、間に入ってしてくれたことによって、我々は大幅に事務の標準化を進めることができました。これは大きなメリットです。特に仕入れの部分では本当に助かっています。

井上 データや伝票がメーカーごとにばらばらだったら、大変なことですね。

津田 メーカーの制度は複雑で、原価がわかりにくいんです。仕入れの最後にリベートを計算して、初めて原価がわかって驚く



津田 隆雄 (つだ たかお)
ハリマ共和物産株式会社
代表取締役社長
1973年 神戸大学経営学部卒業後、
丸紅株式会社入社
1976年 ハリマ共和物産株式会社
入社、取締役、常務取締役、代表
取締役専務を経て、2000年より現職。

なんてことも昔はありました。

井上 発注や仕入れといったものは、本質はどこも一緒ですから、取り決めさえきちっとすれば標準化が可能です。プラネットが何度もやろうして、なかなかできないのは販促費処理の標準化です。これは個々の戦略も絡んでいるので、本来、標準化すべきものではないのかも知れません。でも、せめてもう少し、仕組みとして何かうまくできないものかと思っています。

津田 それにしても、市場では競争相手のメーカー同士が、よくここまでうまく協力できたと感じています。プラネットがずっと公平・中立な立場で通されてきたからこそ、可能だったのでしょう。

日用品・化粧品業界にとって、プラネットはとても大切な存在だと思います。今後も、常に情報に関する先進的なアピールや指導を続けて、我々を刺激していただきたいと思います。私は毎年、プラネットのセミナーに行くのを楽しみにしています。この業界で、あれだけたくさんの企業トップを集める会はほかにはないでしょう。それだけプラネットは、業界での存在感が大きいのです。

井上 私どもは、扱うものが情報であるという点では、ITの分野に近いかもしれませんが、実際にはインフラ事業です。地道にコツコツやってきたおかげで、みなさんから信頼をいただいて、ここまですることができたのだと思います。これからも、縁の下の力持ちで頑張る卸売業のみなさまを、さらにその下からしっかりと支えていく存在でありたいと思います。

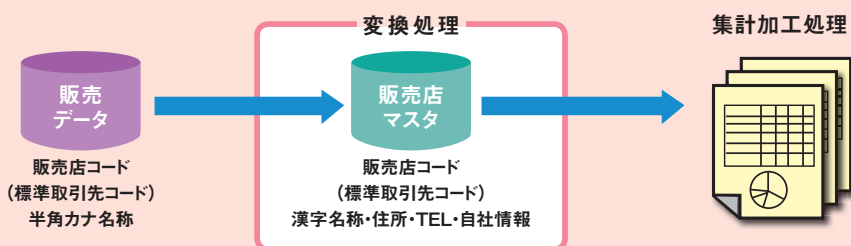
今日はありがとうございました。

標準取引先コード

シリーズで特集してきた「標準取引先コード」も、いよいよ最終回です。前回の卸売業に続いて、今回はメーカーにおけるコードメンテナンスのフローをご紹介します。
特に販売データを活用する際には、商品の納品先である販売店の標準取引先コード整備が大変重要です。以下ご紹介するメンテナンスフローを参考に、貴社の業務に合った方法で運用を見直していただければ幸いです。

メーカーにおけるメンテナンスのフロー

受信した販売データの中身は、いわば「数字と半角文字の羅列」に過ぎません。販売実績データとして活用するには、まずそれらを変換するための「販売店マスタ」が必要になります。



『販売店マスタ』の初期構築方法

自社内に販売店情報がない場合

- ★取引先データベースから一括取得
- ★販売データの標準取引先コードを蓄積して取引先データベースに照会

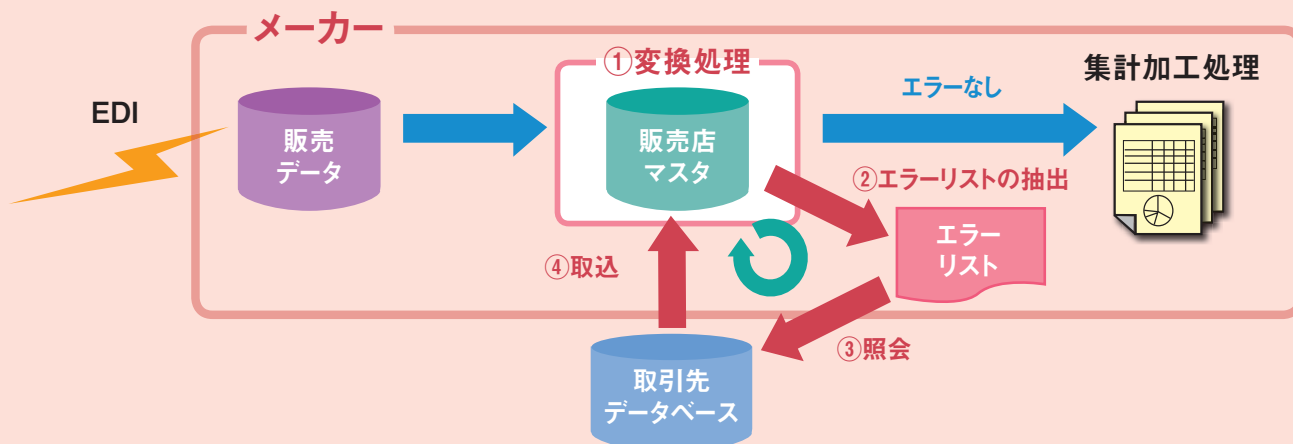
自社内に販売店情報がある場合

- ★自社の販売店マスタから取引先データベースに照会

『販売店マスタ』の継続的メンテナンス方法

1. 変換処理後のメンテナンス

販売データの変換処理を行う際に、販売店マスタとの照会でエラーとなった販売店コードだけをメンテナンスする方法です。

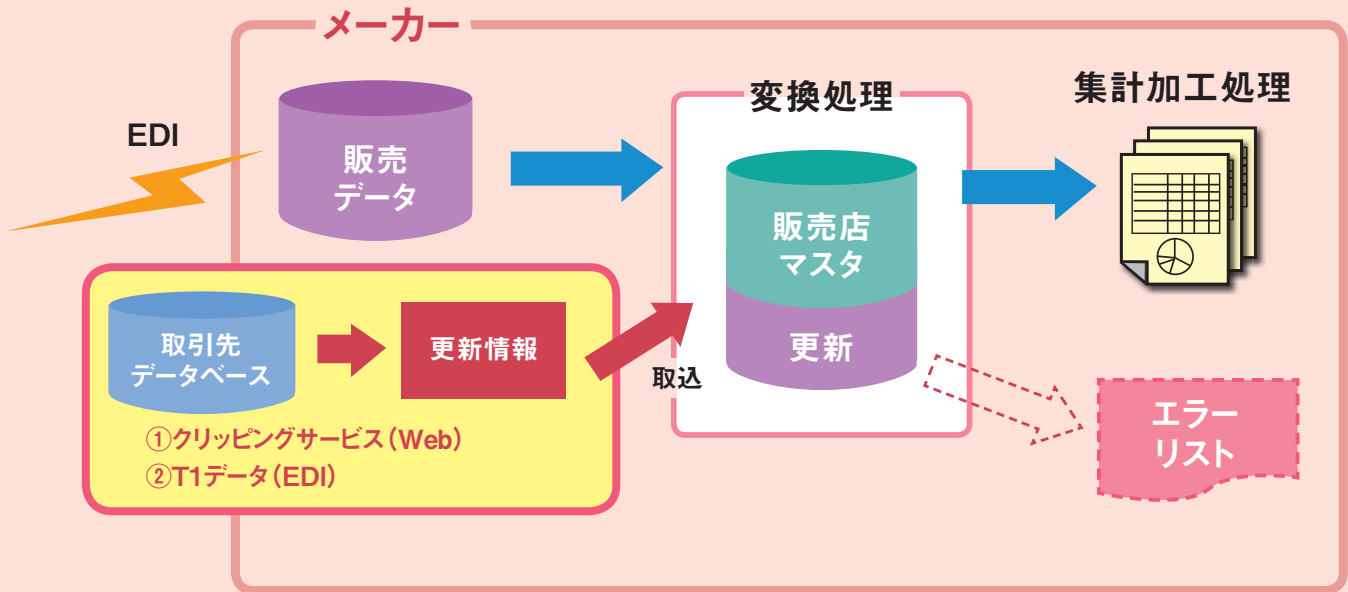


- ①変換処理 販売店マスタなどを使って、販売データを集計や加工がしやすい状態に変換します。
- ②エラーリストの抽出 販売店マスタに登録のない標準取引先コードを抽出します。
- ③照会 抽出した標準取引先コードを取引先データベースで照会します。
- ④取込 照会結果の標準取引先コードや店舗情報を、販売店マスタに反映させます。

2. 変換処理前のメンテナンス

取引先データベースの更新情報を日々取得しメンテナンスすることで、変換処理時のエラーが少なくなります。

※更新情報とは、取引先データベースへの新規登録、変更、統合の日々の差分情報です。



① クリッピングサービス (Web) …… 貴社専用Webサイトより更新情報 (CSVデータ) がダウンロードできます。

※クリッピングサービスのご利用には別途お申し込みが必要です。

お申込み時に店舗形態や地域を選択することにより、必要な更新情報だけをダウンロードできます。

② T1データ (EDI) …… TSVフォーマットの更新情報をEDIで受信できます。

販売店マスターへ自動連動させることで、作業負荷の軽減が図れます。

※T1データは、更新情報の取得だけでなく、1ファイルでコード照会もできます。

詳細は『Vol.3』(本誌90号7ページ)で紹介しています。

第1営業部より

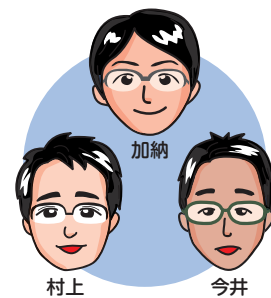
店舗情報のご提供に多大なるご協力を頂きまして、誠にありがとうございます。

これまでの記事を通じて、標準取引先コードがEDIを行う上で非常に重要である事をご理解頂けたかと存じます。

メーカー・卸売業双方の業務を効率化するには、取引先データベースへの情報ご提供に加えて、各社販売店マスターのメンテナンスが必要です。

これを機に、貴社における販売店マスター整備の運用を見直して頂けたら幸いです。

標準取引先コードについてご不明な点がございましたら、どうぞお気軽にご相談下さい。



「もっと知りたい! 標準取引先コード」は私達が担当しました。1年間どうもありがとうございました。

サービスに関するお問い合わせ先
株式会社プラネット 第1営業部
Tel. 03-5962-0811
E-mail eigyo@planet-van.co.jp

標準取引先コードについてのお問い合わせ先
株式会社プラネット DBセンター
Tel. 03-5962-0813
E-mail code-center@planet-van.co.jp



※このコーナーでは、当社のオリジナルキャラクター「プラネッ太くん」が、プラネットサービスご利用のお客様を訪問し、さまざまなトピックスについてお話を伺います。

プラネッ太くんの 社会科見学

イラスト/松島むう

最先端のセンシング技術と、ドラッカーが 賞賛した創業者に逢える場所

みなさんがオムロンと聞いてパッと思い浮かぶのは、体温計や血圧計、体重体組成計といった健康医療機器かもしれませんが、ところが、それらは同社事業の1割を占めるに過ぎず、その他、制御機器やファクトリーオートメーション、電子部品や車載電装部品、鉄道や道路交通を支える社会システムなど、「センシング&コントロール」をキーワードとして、実に多岐に渡っています。また、同社創業者の立石一真氏は、「現代経営学の父」と呼ばれ、再び注目を浴びているピーター・F・ドラッカーが絶賛した経営者としても知られています。今回は、ユニークな同社の技術と歴史を紹介する「コミュニケーションプラザ」を見学しました。

今回
おじゃま
したのは…



オムロン株式会社 コミュニケーションプラザ

〒600-8530 京都市下京区塩小路通堀川東入
オムロン京都センタービル啓真館内

<http://www.omron.co.jp/about/promo/showroom/plaza/>

楽しみながら先端技術を体験

当社では、社会の様々な課題を解決する技術・製品・サービスを世に先駆けて開発し、提供する「ソーシャルニーズの創造」を創業以来のDNAとして経営理念に組み込み、企業活動を展開しています。コミュニケーションプラザのオープンは、2007年。来場者の皆様が当社についての理解を深めていただけるよう、創業から現在、そして未来へと続く「ソーシャルニーズの創造」の取り組みをご紹介します。毎年およそ3,000名の方にご来場頂いております。

受付を済ませて2階へ進むと、技術のフロアがあります。こちらでは、「人と機械のベストマッチング」をテーマに、当社が開発、提供

する主な技術をご紹介します。たとえば、顔属性推定技術に基づく「セグメントセンサ」は、カメラで撮影した人物の映像をもとに、性別や年代といった属性を自動で推定・収集できますので、商業施設でもご活用いただいております。「OKAOキャッチ」では、読み取った顔の表情から笑顔の度合いを0%から100%の間で自動測定できますので、接客業の研修などでご好評頂いております。そのほか、カテテルを使用しなければ測定できなかった中心血圧が手軽に測れる中心血圧計、環境に優しい蓄電池キャバシタなど、さまざまな先端技術を実際に見て、触れて、楽しみながらご理解いただけます。



川元 康司さん
コーポレート
コミュニケーション部
主査

技術の
フロア

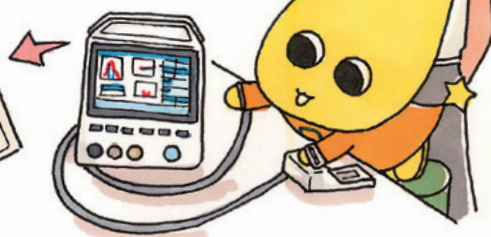
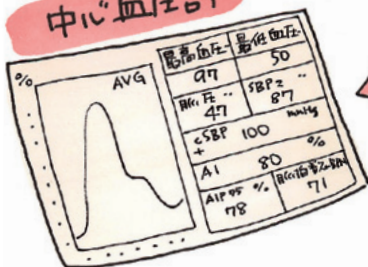
何10万人もの人物を
言わば読ませることで
毎日、性別や年齢を
判断できます。

セグメントセンサ



脳心血管系疾患の
予兆に重要な
中心血圧は、今まで
心臓近くにカテテルを
入れないと測定
できなかったん
ですよ！

中心血圧計



多種多様な製品とエピソードでたどる 創業から今日に至る歴史

3階は、パネルや実際の製品、展示用モデルによってオムロンの歴史をご紹介します。フロアです。

こちらは、「製造業の生産性向上をめざして～オートメーション時代への挑戦」、「市民生活の革新をめざして～サイバネーション革命への挑戦」、「人と機械の新しい関係をめざして～高度情報化への挑戦」の3コーナーで構成されています。それぞれのコーナーで、レントゲンタイマ、電子自動信号機、ファジィ技術など、1933年の立石電機製作所としての創業から今日に至るまでの当社製品や歴史と実績、社会との関わりを紹介。中でも

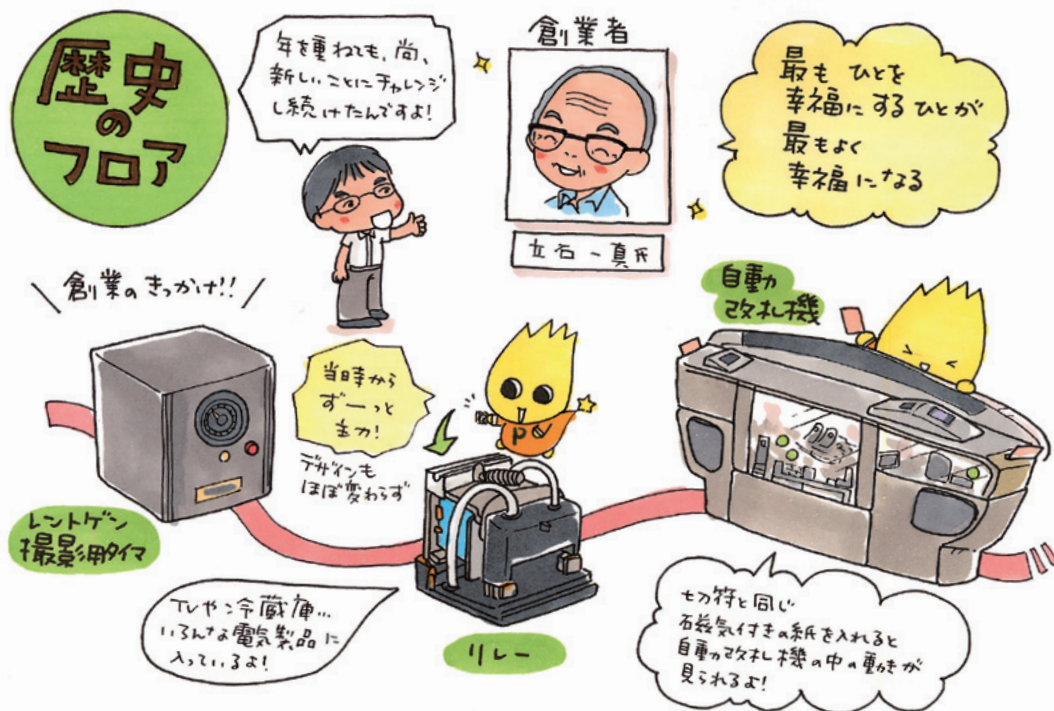
自動改札機の内側を見られる展示では、実際に切符が機器の中で運ばれる過程が見られるとあって、見学者に大好評です。子どもだけでなく大人の方も足を止めて熱心にご覧になっていますよ。

創業者・立石一真の91年にわたる人生と仕事に対する哲学や、メッセージを紹介するコーナーもおすすめですので、ぜひご覧下さい。

(参考)立石一真氏について詳しく知りたい方には、同社ホームページ内の「創業者物語(立石一真)」や、2011年4月に新潮文庫から発行された「[できません]と云うなーオムロン創業者立石一真」もおすすめです。

オムロン ホームページ内「創業者物語(立石一真)」

<http://www.onrion.co.jp/about/corporate/history/founder/>



電話番号 Tel. 075-344-6092 (代表)

開館時間 10:00～12:00 13:00～16:00 (ご入館は15:30まで)

休館日 土・日曜日、祝日およびオムロンの休業日

入場料 無料(事前申込が必要です)

※見学のお申込は、Webサイト、電話、FAXにて承ります。日時によりましては、ご希望に沿えない場合もございます。予めご了承ください。

簡単・安全に内臓脂肪面積の算出が可能に!

DUALSCAN (デュアルスキャン)

健康医療機器・サービス事業を展開するオムロンヘルスケア株式会社は、医療用内臓脂肪測定装置「DUALSCAN」を8月29日に発売します。現在、内臓脂肪蓄積の確定診断には主にX線CT装置が使われていますが、被曝リスクを伴い、装置が高価である上に専門技師を要するため、どこでも簡単に使用できる、という訳にはゆきませんでした。そこで、「脂肪は電気を通しにくい」という性質を利用して、被曝リスクがなく、簡便でリーズナブルかつ高性能な同機を開発。肥満を伴う生活習慣患者への指導や治療のフォローアップに貢献します。



PLANET PLAZA

TOPIC 01

新サーバ移行に伴う プラネットEDIサービス停止について

プラネットEDIサービス新サーバ移行のため、以下の通りサービスを停止いたします。ご迷惑をお掛けして申し訳ございませんが、よろしくお願い申し上げます。

■サービス稼働状況

2011年8月	11日(木)	12日(金)	13日(土)	14日(日)	15日(月)	16日(火)
サービス稼働状況	通常稼働		サービス停止	通常稼働		

■サービス停止期間………2011年8月13日(土)午前0時～2011年8月15日(月)午前1時

■対象サービス………基幹EDI、SMOOTHEDI、Web受発注、資材EDI、Web資材EDI

【本件に関するお問い合わせ先】 株式会社プラネット ネットワーク管理部 Tel.03-5962-0812 E-mail syskan@planet-van.co.jp

TOPIC 02

2011年秋の新商品登録状況

今秋の新商品につきましては、6月10日(金)を目標期限として、商品データベースへの登録・公開をメーカー各社にお願い致しました。期限日までに新商品を公開いただいた61社の内訳(50音順)は下記の通りですので、棚割や商品マスタなどの貴社業務に是非ご活用ください。ご協力頂きましたメーカーの皆様、誠に有難うございました。

アース製薬(株)	クラシエホームプロダクツ販売(株)	象印ペビー(株)	(株)フィッツコーポレーション
旭化成ホームプロダクツ(株)	(株)黒ばら本舗	(株)ターキー	(株)ベーネコスメティクス
(株)アロイン化粧品	(株)コージー本舗	(株)ダリヤ	(株)ペリカン石鹸
イースター(株)	コーセーコスメポート(株)	(株)ディーエイチシー	(株)マンダム
(株)伊勢半	佐久間製菓(株)	トイレットリージャパンインク(株)	(株)桃谷順天館
(株)イトウアンドカンパニーリミテッド	サラヤ(株)	常盤薬品工業(株)	(株)柳屋本店
(株)犬印本舗	(株)三晃商会	(株)ナリスアップコスメティクス	柳瀬ワイチ(株)
エステー(株)	サンスター(株)	日本製紙クレシア(株)	ユニ・チャーム(株)
エビス(株)	(株)資生堂	日本ランウエル(株)	ユニバーパジャパンカスタマーマーケティング(株)
(株)エリザベス	シャボン玉販売(株)	日本ロレアル(株)	ヨック(株)
大島椿(株)	シュワルツコフ ヘンケル(株)	ノーブル(株)	ライオン(株)
花王(株)	ジェクス(株)	(株)バイソン	ロート製薬(株)
カネヨ石鹸(株)	(株)ジャパンコーポレーション	ヒガシマル醤油(株)	ロケット石鹸(株)
川西商事(株)	ジュジュ化粧品(株)	(株)ヒューマンシステム	
九州ベツトフード(株)	ジョンソン・エンド・ジョンソン(株)コンシューマーカンパニー	ブロクター・アンド・キャンブル・ジャパン(株)	
牛乳石鹸共進社(株)	(株)スタイリングライフ・ホールディングス BCLカンパニー	(株)pdc	

TOPIC 03

「プラネットユーザー会2011」開催概要のお知らせ

今秋開催の「プラネットユーザー会2011」の日程と会場が下記の通り決定しました。

●大阪会場：11月 8日(火) ホテル阪急インターナショナル(大阪市北区)

●東京会場：11月17日(木) 東京国際フォーラム(東京都千代田区)

詳細につきましては、改めてご案内申し上げます。



ネットワーク本部 ネットワーク企画部
荒木 祐介

夏のレジャーは色々ありますが、私の夏のレジャーといえばプールです。やはりこの時期は屋内より屋外プール！いつも子どもと一緒にプールに行くのですが、子どもと遊ぶというのは半分口実。私が勝手に楽しんでしまっています。プールに浮かんで眺める夏の空はなんとみえず綺麗で、心も体も綺麗になったような気がします。プールで散々遊んだ後にビールを飲んで昼寝などすれば、もう極楽気分です。

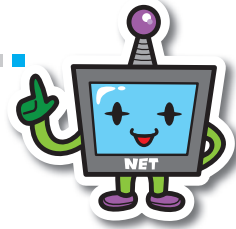
さて、いよいよ5年振り、6回目のセンターマシン入れ替えが目前に迫ってまいりました。皆様には新サーバへの接続テストにご協力いただき、誠にありがとうございました。今回は、新たな試みとして、プライベート・クラウド環境を採用しております。

新しい環境の下、さらに安定したサービスのご提供と皆様の業務の効率化への寄与を目指し、邁進していきたいと思っております。ご期待ください。



PLANET LABORATORY

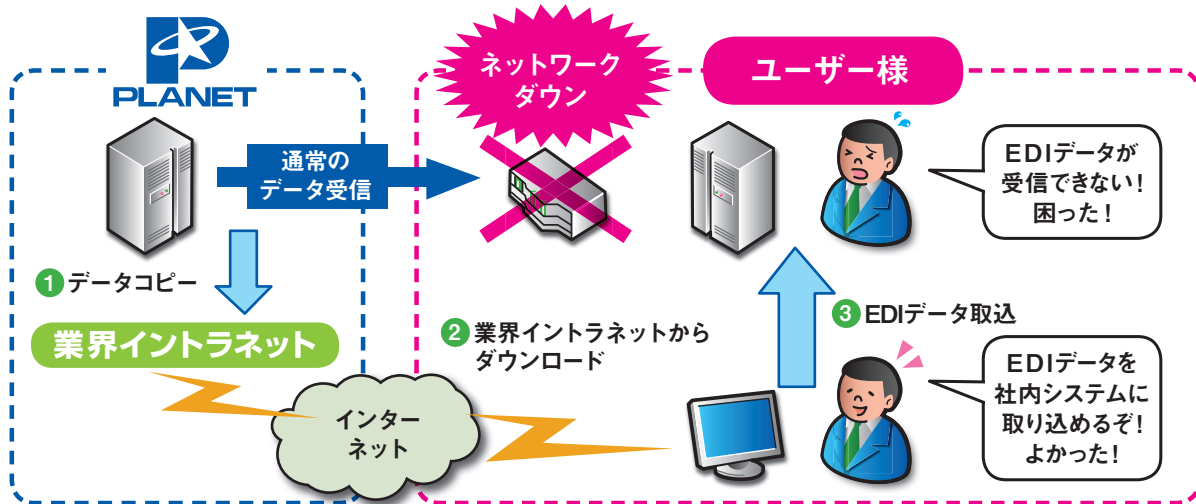
プラネットラボラトリー



このコーナーでは、プラネットのサービスやお寄せいただくお問い合わせについて
毎回詳しくご紹介・解説いたします。

？コトカイノテーマ？ 緊急時用データダウンロードサービスとは？

緊急時用データダウンロードサービスは、ユーザー様の通信環境のトラブルにより、プラネットのEDIデータが受信できなくなった場合に、業界イントラネット上からデータをダウンロードできるようにするサービスです。



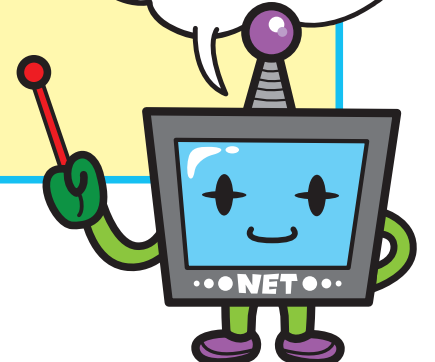
ココに注目!

- ★基幹EDI、資材EDIの全オンラインデータ種が対象です。
- ★基幹EDIの発注データは、PDF形式で発注伝票が出力できます。

- 設定が必要なため、サービスご利用の際はプラネットへご連絡ください。
- 事前の業界イントラネットID取得(無料)をお勧めします。
- 対象データ量が多いと処理に10分程度かかる場合があります。

※業界イントラネットはEDIデータの送信状況の確認や、マニュアル・申込書などをダウンロードできる、EDIご担当者向けの便利なサイトです。

次回は、障害発生時のデータ送信をサポートする「緊急時用データアップロード」である。

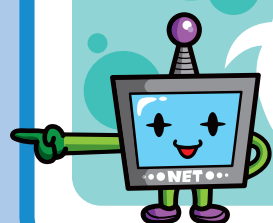


お問い合わせ先 | (株)プラネット ネットワーク管理部
Tel. 03-5962-0812 E-mail syskan@planet-van.co.jp



緊急時用データ
ダウンロードサービスを
知っている、いざという
ときも安心です。

詳しくは、
11ページの
**PLANET
LABORATORY**
をご覧ください



PLANET 91
van van

第91号 2011年7月

発行/株式会社プランネット
〒105-0013 東京都港区浜松町一丁目31番
文化放送メディアプラスビル3階
TEL. 03-5962-0811
発行人/玉生弘昌
編集協力/株式会社砦書房
デザイン/太田康士 (Hitricco Graphic Service)
印刷/株式会社太平印刷社

