



クラシエ株式会社様

## 基幹E・D、商品データベース活用事例

# 「先日付」のオンライン受注で 物流と営業の効率化を推進

プラネットのサービスをお使いいただいているユーザーに、企業戦略やサービスご利用状況をお聞きする「CLOSE UP USER」。

今回は、トイレタリー・コスメティックス事業などを展開するクラシエ株式会社の松浦浩二様と長谷川聡様に、長年ご使用いただいている基幹E・Dや商品データベースの活用法、今後のプラネットへの期待などをうかがいました。

お話をうかがった方



IT戦略推進室  
情報システム部課長  
松浦 浩二 様

IT戦略推進室  
情報システム部係長  
長谷川 聡 様

## 3つのメーカー機能を統合 インフラも統一・標準化を図る

クラシエグループは2023年10月1日、ホームプロダクツ（トイレタリー商品、化粧品、薬品（漢方薬など）、フーズ（菓子、アイスクリームなど）のメーカー機能を経営統合し、クラシエ株式会社として新たなスタートを切りました。

「私が所属していた旧ホームプロダクツのシステム部の人員は8名でしたが、ホームディングス、薬品、フーズとの統合により60名を超える大所帯になりました。統合後のIT戦略推進室には情報システム、統合基盤企画、DX推進の3つの部署があります。これまで各事業部のシステムや文化、ルールで動いていたものを

統一・標準化することで効率的に運用していきます。また、各事業部のシステム部門が持っている技術やノウハウを共有することでユーザーへのサービス向上がよりいっそう期待できます」（IT戦略推進室 情報システム部課長 松浦浩二氏）

### オンライン受注比率は約97%

### 早期発注に対し割引特典を提供

プラネットの基幹E・Dは、スキンケア・ヘアケア用品、基礎化粧品などを手がけるトイレタリー・コスメティックス事業でご利用いただいています。3事業の売上構成比では、同事業が38・4%で最大です（2022年末現在）。

「トイレタリー・コスメティックス事業では、一般流通の定番品だけでSKU

が300弱あり、ホテルなどの業務用も同じくらいアイテムがあります。売上は一般流通が大半を占めています。

私がホームプロダクツ部門に異動してきた約20年前の時点で基幹E・Dはすでに使われていました。当時はオンライン受注の比率が87%ほどでしたが、現在は約97%まで上昇しています。

ホームプロダクツ部門では5年ほど前から、出荷日より中1日以上前に発注していただく、数量によって割引を行っています。これによって先日付の受注が当日受注を上回っており、物流や営業の効率化につながっています。こうした取り組みもFAXではなくオンライン受注だからこそ実現できました。

オンライン受注のシステム障害は、当

日の出荷業務への影響が非常に大きいため、障害を検知したら自動的に即メール送信されるなど、極力早く対応できるように体制をとっています」（松浦氏）

### 全国の支店で「販売データ」を活用 小売店への納品状況を毎日確認

卸売業が小売業に商品を販売した実績をメーカーに毎日送信する「販売データ」の活用状況もうかがいました。

「販売データは1日1回送信されるので、営業が日々確認し、スピード感を持って対応しています。一般流通だけで全国の7つの支店に100名以上の営業担当があり、誰でも販売データを見られるようにしています」（松浦氏）

「私は営業に携わっていたことがあり

# 「健やかで、快適な楽しい“暮らしへ”」を幅広い製品で実現

## 薬品カンパニー



第2類医薬品

### 葛根湯エキス顆粒Sクラシエ

「葛根湯」は体を温めて風邪を治してくれる、代表的な漢方薬。風邪のひき始めの発熱で体がゾクゾクし、寒気がとれないような症状のほか、頭痛や肩こりにも効果がある



第2類医薬品

### 漢方セラピー 「クラシエ」漢方茶桂朮甘湯エキス顆粒

漢方セラピーは、漢方薬を身近にわかりやすく、自分に合ったものを選べるシリーズ。「茶桂朮甘湯」はめまい、立ちくらみ、頭痛、耳鳴りなどに効果がある

## フーズカンパニー



### ねるねるね

水を入れて練ると色が変わってふわふわ膨らむお菓子。子どもに人気のブドウ味とソーダ味。カルシウム配合



### ヨーロピアンシュガーコーン バニラ

「ヨーロッパの街角で食べるようなアイスクリームショップのコーンアイス」を、日本の家庭でも気軽に楽しめる「がブランドコンセプト」サクサク食感が楽しめるシュガーコーンアイス

## ホームプロダクツカンパニー



### いち髪

日本の髪研究から生まれた「和草のちから」で、髪ダメージを補修＆予防するヘアケアブランド。インバスヘアケアシリーズは、理想の仕上がりに機能で選べる3ライン



### マー&ミー

「わたしにも、こどもにも、うれしい。」をテーマにした、親子で一緒に使えるヘアケア&スキンケアブランド。シャンプーやボディミルク、ボディソープなど多彩なラインアップ

ですが、卸店や小売店との商談で納品予定を決めても、行き違いや小売店の在庫状況などにより、期日を過ぎても納品されないことがあります。販売データをチェックしていれば、そうした場合にすぐに気づいて連絡を取ることもできます（一丁戦略推進室 情報システム部係 長長谷川聡氏）

**年2回「商品データベース」へ登録  
小売業への棚割提案にも活用**

続いて「商品データベース」と、それをもとにした「新製品カタログ」についてお聞きしました。

「新製品カタログは年2回発行されているので、その掲載期限に合わせて商品データベースへの登録を行っています。プラネットさんに登録を代行していただけるオプションサービスがあり、見本品がある商品についてはお送りして登録をお願いしています。見本を作っていない商品は自社で登録を行っています。

小売業の方が棚割を決める際にカタログを参考にされていると思うので、発売する商品はすべて掲載するようにしています。

当社でも営業推進の部署や支店などの担当者が棚割を提案することがあり、その際は他社の製品も組み合わせる必要があるため商品データベースを活用しています」（長谷川氏）

## 電子帳簿保存法への対応でも プラネットによる標準化を期待

最後に、プラネットのサービスに対する要望や今後の期待をうかがいました。

「商品データベースに登録した商品情報のダウンロード・閲覧状況や、新製品カタログWeb版のアクセス履歴は現在でも確認できますが、商品画像が販売店様のチラシに使われたことなど、登録の成果が一部でもフィードバックされるようになるとうれしいです」（長谷川氏）

「最近改正された電子帳簿保存法では発注データや仕入データも保存の対象になっています。保存要件を満たす仕組みを各企業が構築する必要がありますが、そのようなツールをプラネットさんから提供していただければ標準化でき、メーカーも、調査をする税務署も安心できるのではないのでしょうか」（松浦氏）

## 企業情報



企業名 クラシエ株式会社  
 設立 2007年  
 本社所在地 東京都港区海岸3丁目20番20号  
 代表者 岩倉 昌弘  
 事業内容 トイレタリー・コスメティックス事業、薬品事業、食品事業  
 ホームページ <https://www.kracie.co.jp/>