

ひろ あまね
広く遍く、消費財流通の情報インフラであり続けます

PLANET vanvan

118

2018 Spring
Presented by
PLANET, INC.

プラネットヴァンヴァン

消費財流通業のグローバル展開 【タイ・小売業編】

業界を越えた互換性の拡大が
これからのEDIの課題

株式会社バスクリン

基幹EDI、資材EDIにJX手順で
接続できるようになりました！

プラネット太くんの新☆ジバング見聞記

大阪(見る／楽しむ編)

PLANET PLAZA

プラン&ネット

消費財流通業のグローバル展開

【タイ・小売業編】株式会社ツルハホールディングス / TSURUHA (THAILAND) CO.,LTD.

本誌では、消費財流通業の海外展開をテーマに、これまで2号にわたってタイにおける事例を紹介してきた。今回はタイ取材のシリーズ3回目（最終回）として、小売業の株式会社ツルハホールディングスをご紹介します。同社は2012年7月、タイ・バンコクに同国初の日系ドラッグストアとなるツルハドラッグ1号店をオープンし、現在19店舗を運営している。海外で小売業を展開する苦労や可能性について現地で話を伺った。



やの だいすけ
矢野 大輔さん
TSURUHA (THAILAND)
CO.,LTD.
Director,Marketing



こやま しゅういち
小鹿 周一さん
株式会社ツルハホールディングス
海外事業本部 第2事業部長

タイ初の日系ドラッグストア出店

「ツルハドラッグ」を中心に、グループ全体で全国約1,900店舗を展開し、日本国内のドラッグストア業界をけん引している株式会社ツルハホールディングス。同社は2010年、タイの大手企業グループであるサハグループと業務提携したのを機に、海外事業本部を立ち上げ、ドラッグストア事業の本格的な海外展開に乗り出した。その第一歩として、サハグループとの合併会社TSURUHA (THAILAND) CO.,LTD.（以下「ツルハタイランド」と表記）をバンコクに設立。2012年2月に現地での事業を開始し、同年7月に「ツルハドラッグ ゲートウェイ・エカマイ店」をオープンした。

タイでの事業に当初から携わってきたツルハタイランドの矢野大輔さんと株式会社ツルハホールディングス海外事業本部の小鹿周一さんに、現地オフィスでお話を伺った。矢野さんは社内公募に名乗りを上げ、自らタイ配属を希望したという。

「新天地の開拓に興味がありました。当社初の海外出店であり、また、タイにおける初の日系ドラッグストアということで、最初の店はすべてが手探りでした」。

実は、ゲートウェイ・エカマイ店は、新規ショッピングモールの開業に合わせ、2012年5月にオープンする予定だった。だが開店まで3カ月を切っていた2月の時点で、社内に在庫はゼロ。とにかく商品を集めるため、社員の採用など事業立ち上げの実務をこなしながら、取引先を1社ずつまわる日々が続いた。仕入を担当した小鹿さんはこう話す。

「現地メーカーとの商談をタイ人スタッフに任せたのです

が、いつまで経っても商品が入ってこない。原因を問いただすと、『日本人はイライラし過ぎではないか、オープンはまだ先だろう』と、まるで焦る様子もないのです。日本的なスケジュール感覚がまったく通用せず、文化の違いや異国でのビジネスの難しさを痛感しました」。

その後、開店予定の5月になっても必要なSKUの半分も集まらず冷や汗をかいたが、ショッピングモールの開業が7月に延期となり、開店準備は間に合った。

まずは知名度を上げることから

ツルハドラッグは現在、バンコク市内を中心に19店の実店舗とeコマース（ネットショッピング）を展開している。

「当初は、拡大戦略をとって30店舗近くまで増やしたのですが、どうしても店舗によるばらつきが出てきたため、2016年に思い切って不採算店を整理して仕切り直し、新たなビジネスの体制を整えたところです」と矢野さんは言う。店頭では現地メーカーの商品も日本メーカーの商品も扱っているが、初出店してからここ5年ほどの間に、日本製品へのニーズは急速に高まってきたと感じている。

「タイ人にとっては、どちらかというと欧米メーカーの商品は憧れで、日本メーカーの商品は親しみやすく身近に使えるものというイメージがあります。とくに最近は日本に旅行するタイ人が急増し、日本の情報に触れる機会が増えた結果、タイ国内でも日本メーカーの商品を買い求める人が多くなったでしょう」（矢野さん）。

目下の課題は、ツルハの知名度の向上だ。ワトソンズやブーツといった外資の大手ドラッグストアチェーンが先行する中、ツルハの名前はまだまだタイ人には浸透していないと感じているようだ。その点を打開するべく、『美と健康を中心とした生活ストア』というコンセプトを打ち出し、日本メーカーとのタイアップ企画などで積極的にロゴや社名をアピールして、ツルハのイメージアップを展開中だという。

「外資のドラッグストアチェーンやコンビニとの違いを、明確に提示することが大事です」と小鹿さん。「“ツルハに来れば、ワンストップであらゆる生活の問題を解決できる”という日

本式ドラッグストアの強みを、タイの人々にぜひ広く知ってもらいたいですね」。

従業員にツルハを好きになってもらう

商品の仕入は、現地で採用したバイヤーが中心となって行っており、現在は20代のタイ人女性4名がバイヤーとして活躍している。

「店頭に必要なのは、私たちが売りたい商品や、日本で売れている商品ではありません。タイのお客様が今ほしいと思っているものを並べることが、何より重要です。その意味で、客層に近い彼女たちの知識やセンスをとて頼りにしています」と矢野さん。

バイヤーの女性たちは、熱心にトレンドを調査したり、何か問題があれば自主的にミーティングを行って自分たちで解決策を考えたりするそうだ。バイヤーだけでなく、オフィスや店舗でも核となるスタッフがオープン当時から多数残っていて、そのメンバーが下の世代を育てるという好循環が生まれていると小鹿さんは言う。

「離職率はもっと高くなっていたので、うれしい誤算でした。従業員がツルハを好きになってくれれば、おのずと仕事にもやりがいを感じて頑張ってくれるのです。海外でも日本でも、やはり核となるのは人と人。コミュニケーションを大切に、信頼関係を築くことが強い組織をつくるのだと思います」(小鹿さん)。

初めの頃はいろいろな場面で、なんでこんなことができないのかと、つい大きい声を出してしまうこともあった。だが、なぜそれが必要かをきちんと話すようにしたところ、スタッフの反応も次第に変わっていったという。「たとえば欠品や品切れは、タイでは珍しいことではなく誰も気にしていませんでした。でも、品切れがどういう問題をもたらすかを丁寧に説明し続けたところ、最近では社内の在庫管理に対する意識も上がってきています」(小鹿さん)。

オフィスの壁にはツルハグループの企業理念が掲示しており、毎朝、全員でこれを唱和する。繰り返し声に出すことで、企業理念が自然と身に付くという。また、仕事ばかりではなく親睦の機会も多く設け、本社から役員が来れば事務所で懇親会を開き、新年には全社規模でニューイヤーパーティを行っている。

美と健康を中心にお客様が「あっと驚く」店づくりを

タイに進出して約5年が経ち、成功する店舗のパターンも少しずつ見えてきた。今はまだ、ツルハの認知度を上げることに注力している段階だが、海外事業本部からの支援体制もいっそう強化され、これから本格的な勝負になると矢野さん。とくに店の根幹である“美と健康”に関しては、他社と差別化を図れる競争力が十分あると、自信をのぞかせる。

「バンコク市内の店舗に関しては、既存の全店に自社で

教育した薬剤師がいます。海外に進出している日系ドラッグストアでも、自社で医薬品販売のライセンスを取って薬剤師を配置しているところは、少ないのではないのでしょうか。タイ人は調子が優れない時、すぐには病院に行かず、まずは薬局で薬を買って様子を見るという傾向があるので、この分野はこれからもっと伸びてくると思います」と矢野さん。

また、化粧品のビューティーアドバイザー（BA）も自社で育成し、社内勉強会やコンテストまで実施している。外資ドラッグストアチェーンなどではメーカーの派遣社員が化粧品を販売することが多い。それに比べて自社のBAがいることは、より客観的、総合的なアドバイスをできる強みがある。

ツルハグループは将来、世界で20,000店舗を目指す長期ビジョンを掲げている。その試金石となるタイでの事業を成功させるため、今後は、条件の良い立地を見極めて積極的に出店し、最終的には郊外型店舗も視野に入れていきたい、と矢野さん。

「会長の鶴羽^{たつる}(樹氏：ツルハホールディングス代表取締役会長)は、いつも『お客様が驚くような店をつくれ』と言っています。もちろん売上を伸ばすことも大事ですが、何よりタイのお客様をあっと驚かせて、便利になった、楽になったと喜んでいただけるような店を増やしていきたいと思います」。

* * * * *

タイで現地取材をして、受注業務のアウトソーシングを行うメーカー、日本メーカーの商品をタイに卸している卸売業、タイで店舗を展開する小売業、それぞれの事例を見てきた。いずれも初の海外進出で、文化の違いなどに戸惑いながらも、柔軟に対応しながら確かな成果を上げている様子が印象的であった。これからの流通業にとって、海外はもはや遠い世界ではない。ご紹介した事例が、海外展開を考える上で一つのご参考になれば幸いである。



現地バイヤーたちによるミーティングの様子



店舗(バンコク)の外観

CLOSE UP USER

業界を越えた互換性の拡大が これからのEDIの課題

株式会社バスクリン

「健康は、進化する。」をスローガンに掲げる株式会社バスクリン。長年にわたりプラネットのEDIサービスを利用いただいている同社に、日々の業務や、ご利用状況、ご要望などについてお話を伺った。

プラネットは縁の下の力持ち

入浴剤の代名詞ともなっている「バスクリン」は、80年を超す歴史を誇るロングセラーブランドだ。株式会社バスクリンは、この「バスクリン」をはじめ、さまざまな入浴剤や関連製品を世に送り出し、お風呂の時間をこよなく愛する日本人の入浴文化と健康を支えてきた。

津村順天堂（現株式会社ツムラ）の家庭用品事業としてスタートした同社は、2008年にツムラグループから独立して、2010年に現社名となった。当社のEDIサービスを、ツムラ時代から30年以上にわたって利用している老舗ユーザーである。導入当初からEDIに携わってきた菊池健さんは、次のように振り返る。

「もともとツムラでは、JANコードの普及前から医薬品系の業界VANを利用していたのですが、その中で日用品は扱われていませんでした。そこにプラネットのEDIサービスが登場し、取引先からの強い要望もあって、早い段階で導入に踏み切ったのです。JANコードなど共通するインフラがすでにあったので、導入はスムーズでした」。

その後、プラネットのEDIが一般用医薬品（OTC医薬品）業界で利用されるようになったため、同業界の卸売業を中心に接続先は一気に増えた。今では、同社のEDIによる受注のカバー率は98%を超えているという。現在、東京支店、名古屋支店、大阪支店、東日本営業所、福岡営業所の各拠点に、受注担当が1人ずついて、本社では販売データの管理、商品データベースの登録などを行っている。



きくち たけし
菊池 健さん
生産部 企画課
マネジャー



にしお 晋尚さん
西尾 晋尚さん
販売管理部 計画管理課
マネジャー



かね 清さん
金木 清さん
総務部 総務グループ



いし 泰弘さん
石川 泰弘さん
販売管理部 営業企画課
マネジャー 広報専属 博士
（スポーツ健康科学）

「今でこそ、インターネットが普及して気軽に利用できますが、このような環境が整うずっと以前から、私たちはプラネットのEDIで、受発注のやり取りや販売データの照会ができていたわけです」（菊池さん）。

「日々利用していると当たり前に思っていますが、改めてプラネットは業界を支えてきた縁の下の力持ちであり、ありがたい存在だと実感しています」（西尾さん）。

日本人の健康と入浴文化を支える

同社の社員の中には、温泉入浴指導員などの資格を自発的に取得し、業務に役立てている人も多い。なかでも広報に携わる石川泰弘さんは、温泉入浴指導員のほかに、睡眠改善インストラクター、さらにスポーツ健康科学の博士号まで取得し、自社のホームページにコラムを掲載したり、著書を出したりと幅広く活躍している。

「学位は、仕事をしながら5年間かけて修得しました。睡眠改善インストラクターの資格も、弊社研究部門が『入浴と睡眠』をテーマに研究し始めて、睡眠学会を訪れたのがきっかけでした。そうした勉強を通じて、知識を得られただけでなく、外の世界に人脈が広がったことは私にとって大きな成果で、業務の上でも大変プラスになっています」と石川さんは言う。

今年はちょうど平昌冬季五輪開催の年であったが、株式会社バスクリンはスキージャンプ競技やコンバインドを中心に、アスリートのサポートを行っている。

「入浴と睡眠は、健康維持と密接に関係しています。」

アスリートが身体の疲れを取り、コンディションを整えるためには、良質な睡眠が不可欠です。それを実現する効果的な入浴方法のポイントなどを啓発することで、選手たちの活躍に少しでも貢献できれば良いと思って活動しています」(石川さん)。

かつての入浴剤は、冬にお風呂で温まるためのものというイメージが強かったが、最近では、温浴効果を高めることで美肌や疲労回復をはじめさまざまな効果・効能のあるものや、季節限定商品など、多彩なバリエーションがある。また同社は、生薬の研究から生まれた育毛剤や基礎化粧品など、新しい商品開発にも力を注いでおり、幅広いラインナップで消費者の健康ニーズにこたえている。

「とはいえ、当社の主力商品である入浴剤がいちばん売れるのは、やはり冬の時期です。週末の気温が1、2度下がるだけでも、売上は大きく変わってくるため、気象情報をベースに販売予測を立てています。予測の結果を、販売データですぐに確認できるのはとても助かります。とくに昨年は『温美浴』という新ブランドを立ち上げたので、販売データで市場での動向を細かくチェックして、営業戦略に役立てています」と、西尾晋尚さんは販売データを評価する。一方で、プラネットが提供する在庫データに関しては、まだうまく活用できていないと本音を漏らす。

「今はどうしても卸売業の在庫実数との差があるので、有益に活用できているかを問われれば疑問です。将来的に、大手卸売業の在庫を把握して、品切れしそうな他店へ転送するといったことが、在庫データを使ってできるようになるのが理想ですね。返品はメーカーにとって永遠のテーマですから」と西尾さん。

業界を越えたシステムに期待

システム担当の金木清さんは、次のように語る。

「システム自体の運用は、適切なアウトソーシングを行っており、うまくいっております。ただ近い将来、全銀TCP/IP手順が利用できなくなる可能性があるということで、JX手順等のインターネット手順に移行をする必要があります。これは社内での対応になるので、その際はプラネットにイニシアチブをとっていただきたいです」。

最後に、菊池さんから、これからのプラネットへの期待とご要望についてお話しいただいた。

「業界の情報インフラであるプラネットには、業界の枠にとられない仕組みづくりを積極的に推進していただきたいですね。今はメーカー、卸売業、小売業、そして物流業ともに、従来のカテゴリーを超えて、多種多様な商品を取り扱う時代になっています。しかし、業界ごとにシステムやデータ種が違っている。導入には費用が伴うため、私どもはいくつものシステムは持てません。もともとプラネットは、業界VANという位置づけからスタートしていますが、カバーするデータは日用品、化粧品業界の受発注に留まらずどんどん広がっている。そんなプラネットなら、流通業のデータのサードパーティとして活躍いただけると期待しています。異業種とも共通の仕組みでやりとりができれば、日本の流通業全体がより効率的になって、生産性の向上にも繋がるのではないのでしょうか」。

また、ユーザー会のような大きなイベントの他に、少人数の情報交換会などを開催してもらえると、業界内のコミュニケーションが活性化されるので、是非企画して欲しいと具体的なご要望をいただいた。当社としては、今後も皆様のお役に立てる施策を考えていきたい。

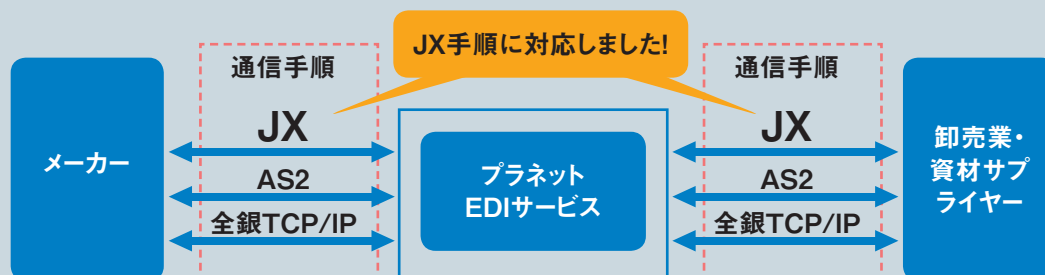


基幹EDI、資材EDIに JX手順で接続できるようになりました！

NTT東日本とNTT西日本からの公衆回線網IP化や、全銀TCP/IP手順で利用されている「INSデジタル通信モード」のサービス提供が2024年1月に終了するとの案内を受け、ここ数年、EDIサービスに接続するための通信手順をこれまでの「全銀TCP/IP手順」から、「AS2手順」や「JX手順」(*1)等のインターネット手順に切り替える必要性が高まっています。

これまで当社の基幹EDI、資材EDIサービスで利用可能なインターネット手順はAS2手順のみでしたが、ユーザーの皆様からのご要望にお応えして、2018年2月よりJX手順をご利用いただけるようになりました。

EDIサービスの接続方法



(*1) JX手順とは

- JX手順は、国際標準で定められている通信プロトコル(SOAP-RPC)を使用した、インターネット通信手順です。流通BMSで採用され、流通業界で広く利用されています。
- 1回あたりの取引データ量が少なく、低コストでEDIを導入したい企業様向けの通信プロトコルです。(1回あたりの通信のデータ量が10MB(固定長フォーマットで約8万レコード)までが目安です。)

全銀TCP/IP、AS2、JX手順の比較

AS2手順・JX手順はどちらもインターネット網を経由して通信を行います。送受信とセキュリティ方式の違いから、必要な通信環境が異なります。AS2手順はサーバ間で通信を行うので、EDIサービスに接続するための通信ソフトに加え、外部からの通信を受け入れるためにWebサーバやグローバルIPアドレス(*2)をユーザー様にご用意いただく必要があります。一方JX手順はインターネット回線が利用可能であれば、通信ソフトをご用意いただくことで接続できるため、通信環境の導入コストはAS2手順に比べて安価です。

また、データフォーマットは全銀TCP/IP手順と同様に、当社のEDIデータ標準仕様でご利用いただけます。

(*2) インターネットに接続する際に利用されるIPアドレスで、PCなどのインターネットに接続している機器の一台一台に、一意に割り振られる番号のこと。

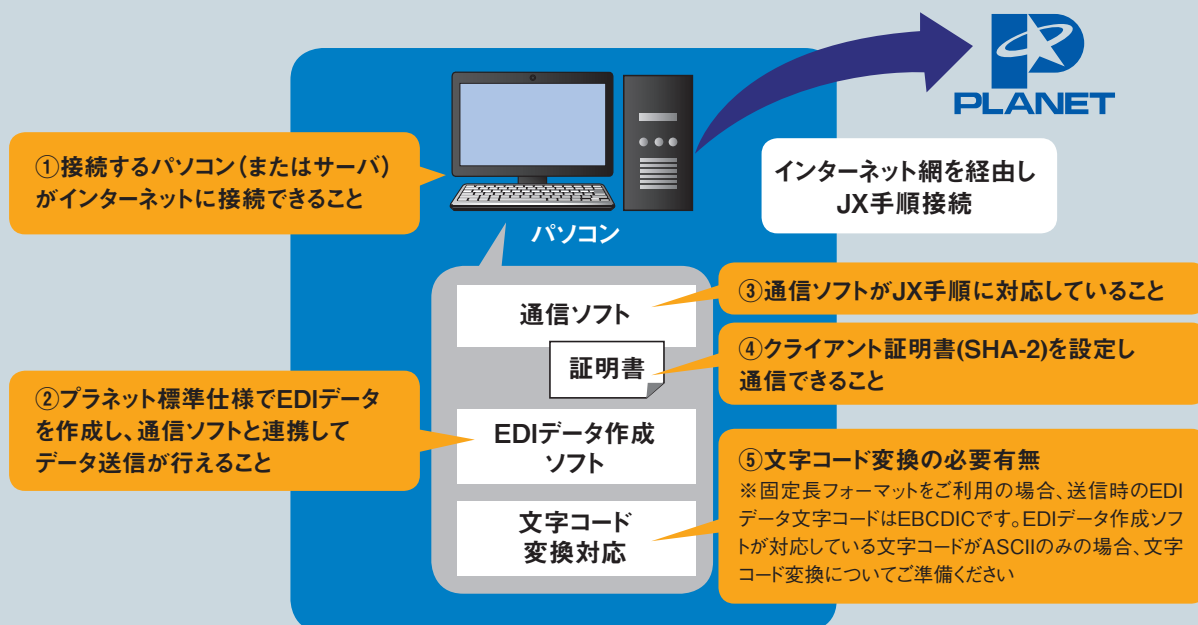
	全銀TCP/IP	AS2	JX
ネットワーク	公衆電話網(公衆・INS)	インターネット網 ※AS2ではグローバルIPアドレスが必要	
送受信方式	プル型	プッシュ型	プル型
セキュリティ方式	ID+パスワード	TLS(*3) S/MIME クライアント証明書	TLS(*3) クライアント証明書 ID+パスワード
データ量 (1回あたり)	少量～大量	大量データ向き (100MB程度)	少量～中量 (10MB程度)
データフォーマット (文字コード)	固定長(EBCDIC) / 可変長TSV(ASCII/SJIS) ※プラネットのEDIデータ標準仕様		
通信環境コスト	安価	高価	安価

(*3) インターネットなどのコンピュータネットワークで通信を暗号化して送受信する暗号化通信技術の一つ。通信を暗号化することにより、相手のなりすましやデータの盗み見、改竄などを防ぐことができます。

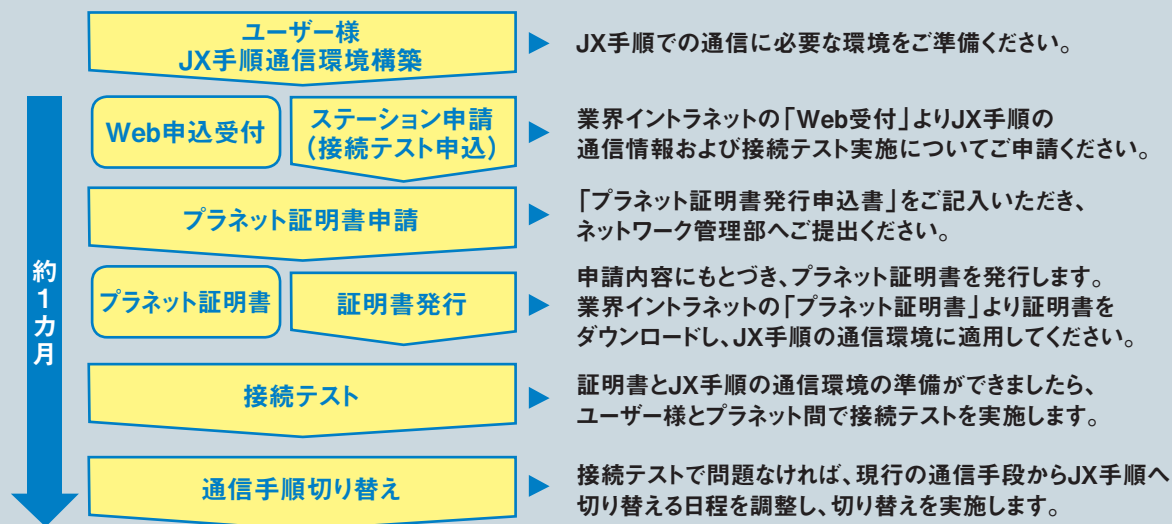
当社EDIサービスにおけるJX手順ご利用のポイント

当社EDIサービスをJX手順で利用するにあたり、インターネット環境に接続できるパソコン、JX手順に対応した通信ソフト、当社標準フォーマットに準拠したデータを作成できるソフトなどをご準備いただく必要があります。

ご検討の際は、下図①～⑤のポイントをご確認ください。



JX手順への切り替えの流れ



※現在、当社のEDIサービスを全額TCP/IP手順でご利用のユーザー様がJX手順に切り替える場合の手順です。

ステーション申請をいただいてから手順切り替えまでに1カ月程度必要となります。

新規に当社のEDIサービスをご利用の場合は、上記以外にも手続きが必要になりますので、別途お問い合わせください。

※「Web申込受付」「プラネット証明書」のご利用については、事前に業界イントラネットのIDをご用意ください。

※データフォーマットの変更を行う場合は、別途ダンプチェックを実施させていただきます。

※接続テスト実施後、実データを利用した送信、受信テストを行うことも可能です。

お問い合わせ先

株式会社プラネット ネットワーク推進本部 ネットワーク管理部 Tel : 03-5962-0812 E-mail : syskan@planet-van.co.jp

新★見聞記 プラネットくんの

関西地方の中心で、観光庁の発表した2016年の外国人延べ宿泊者数が1,000万人泊を超え、東京都に次いで2位の大阪府。今回は1885年に大阪で創業し、「KINCHO」ブランドで知られる大日本除虫菊株式会社の鹿毛様、大阪に本社を構える株式会社日本医療衛生新聞社の北山社長と松川取締役、株式会社粧業界展望社の中記者にご登場いただき、「見る・楽しむ」という観点から、大阪の魅力をご紹介します。

※本記事における数値は、原稿作成時点で確認できた関係機関の発表に基づいています。



大日本除虫菊株式会社
マーケティング部
営業企画課

かげ まりこ
鹿毛 真理子さん

お城やテーマパークなど、
新旧の見どころがギュッと
詰まっている大阪は、
こどもから大人までみんなが
楽しめる街です♡

海遊館

巨大水槽を有する世界最大級の水族館。以前から
海中トンネルなどで有名でしたが、今や、その人気は
グローバル規模に!! 家族連れや個人旅行者が多い。

海遊館がプロデュースした
万博記念公園の展示施設
「こつり」も要注目ですね

株式会社日本医療衛生新聞社
取締役編集主幹
まつかわ 俊明さん

四天王寺

聖徳太子が593年に建立した、由緒あるお寺。
中華圏をはじめ、世界各地からの観光客で
にぎわっている。

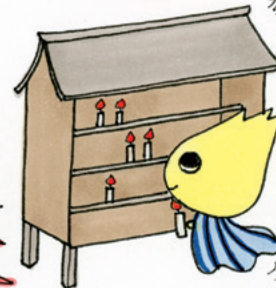
株式会社
日本医療衛生新聞社
代表取締役社長
きたやま 裕一さん

毎月
21日
22日
9時
から
人混み
です



中国では
販売していない
「虫がいない」の
スプレーは、クルーズ船など
来日する香港や
台湾の客に大人気。

「虫おけ香リング」は、重カサの
開け心地がかわいすぎて、安定の
人気っ!



参拝のしかたがわからず、
日本人のやり方を見て
マネている人もいました。



池に亀が
わんさかと!!
撮影スポットに
なっていました。



大阪は圧倒的に中国と韓国
の旅行者が多いよー

大阪城

天下統一を果たした豊臣秀吉ゆかりの名城。天守閣は、「黄金の茶室」の原寸大模型や歴史資料を展示。展望台からの眺めも必見。



梅田 スカイビル 空中庭園展望台

「世界的な建築トップ2020」に日本で唯一選ばれている☆

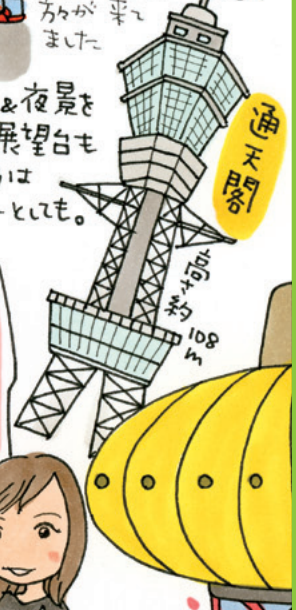


あべのハルカス



大阪の街と夜景を一望できる展望台も人気☆夕方は夕日スポットとしても。

写真が撮れる建物には人気ですわね



日本一の高さの超高層複合ビル

株式会社粧業界展望社 編集部記者

なか 香織さん

上舞洲工場

レジャー・スポーツ施設で有名な大阪湾の人工島「舞洲」にある超ド迫力な建物!! テマパークかと思いきや...なんと、大阪市、八尾市、松原市の3市にまたがる「ウィーン」の芸術家と自然と共生する建築を手がけるフリー・デズライヒ・フンデルトヴァッサーのデザイン。事前に予約すると、無料で館内を案内してもらえる。日々満員御座の館内ツアーには、海外からの観光客も大勢参加しているのだとか。大阪のあつたな注目スポット!! 関西国際空港着陸時に気になって、見に来たというオタクなファンも!!



PLANET PLAZA

TOPIC 01

商品データベース 商品情報の提供範囲を広げました

当社では、2018年3月より、商品データベースの商品情報の提供先拡大を実施しております。新たな提供先となったのは流通を支援する事業会社と一般財団法人流通システム開発センターで、これは、近年のビジネススタイルの変化などによる商品データベースを取り巻く新たなニーズへの対応であり、その背景には主に以下のような“BtoB”や“BtoBtoC”の動きがあります。

商品情報の提供先拡大の背景

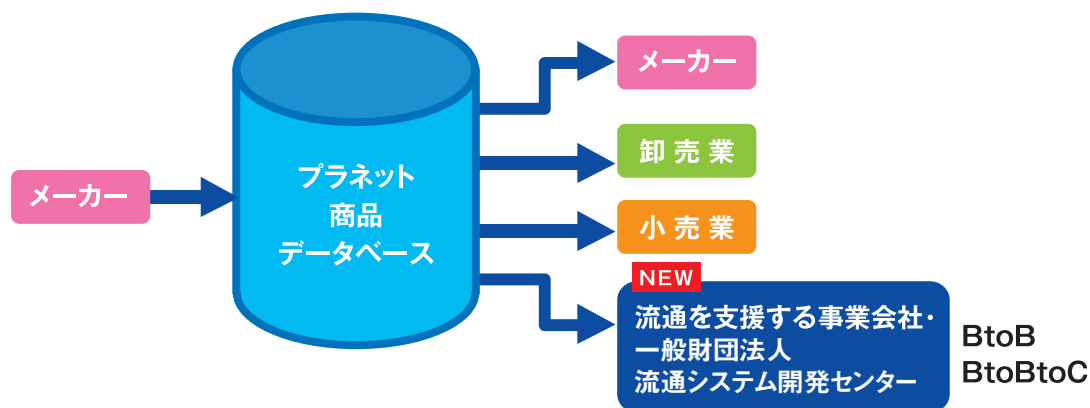
(BtoB)

商品情報登録の作業効率化を図るメーカーを支援する事業会社による商品データベース利用ニーズ

(BtoBtoC)

訪日外国人向け商品情報(多言語)の発信に向けた製・配・販連携協議会・多言語商品情報プロジェクトの活動と連携した商品データベース利用ニーズ

【商品情報の提供先(2018年3月より)】



商品データベースは、1997年より効率的なマスタ管理や棚割ソフトの活用などで、メーカー・卸売業・小売業の皆様にご利用いただいております。今後も登録者・利用者の双方にとって更に信頼性の高い商品データベースとなるよう努めてまいりますので、何卒ご理解を賜りますようお願いいたします。

お問い合わせ先

株式会社プラネット サービス本部 CRM部 Tel:03-5962-0811 E-mail:crm@planet-van.co.jp

TOPIC 02

「預金口座振替」のご案内

当社では、サービスのご利用代金のお支払い方法に「預金口座振替」をご用意しております。預金口座振替とは、お客様ご指定の預金口座からご利用代金をご請求月の翌々月12日※に引き落とすお支払い方法です。毎月の振込手続き、振込手数料のどちらも不要になり、お客様の経理業務の効率化につなげていただければ幸いです。なお、ご請求書の送付は今まで通りとなり変更ございません。

2018年2月末現在、ご請求書をお送りしているお客様の55.5%にあたる550社でご利用いただいております。

預金口座振替のお申し込み、またご不明点がございましたら、お気軽にお問い合わせください。

※2018年4月分ご請求を例に挙げると、6月12日です。なお、金融機関が休業日の場合は翌営業日になります。

お問い合わせ先

株式会社プラネット 経営本部 管理部 Tel:03-6432-0480 E-mail:kanri@planet-van.co.jp

TOPIC 03

第18回JAPANDラッグストアショーに出展

2018年3月16日(金)から18日(日)までの3日間、当社は幕張メッセで開催された「第18回JAPANDラッグストアショー」に出展しました。

展示内容として、ドラッグストアが取り扱う日用品・化粧品・OTC医薬品などの商品情報が登録されている「商品データベース」の役割や特徴をスマートアバター®で紹介、また、生活者向け意識調査『Fromプラネット』のテーマの中から、性別、年代別、職業別、エリア別のランキングなどをご紹介します。

そして、今年も医療費控除の特例「セルフメディケーション税制」について、ブースご来場者を対象にしたアンケートを行いました。このアンケートでは、「認知度」「昨年1年間の購入金額」「確定申告について」などを質問し、集計結果を当社ホームページの“ニュース・お知らせ”で発表しております。

右の二次元コードから、該当のWebページ(URLは以下の通り)を是非ご覧ください。

<https://www.planet-van.co.jp/news/info>

弊社ブースにご来場くださったみなさま、誠にありがとうございました。



お問い合わせ先

株式会社プラネット 経営本部 経営企画部 Tel:03-6432-0482 E-mail:keiei@planet-van.co.jp



編集後記

今年の冬は例年以上に寒かったのようやく春が訪れ、とてもうれしく日々を過ごしております。

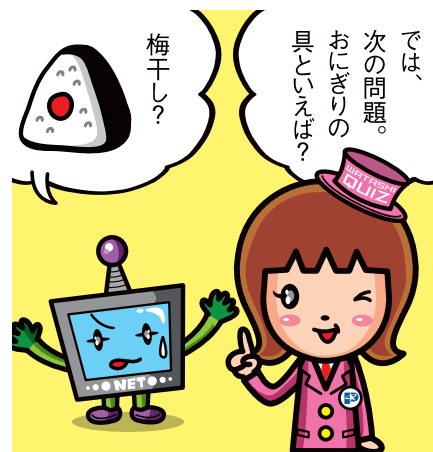
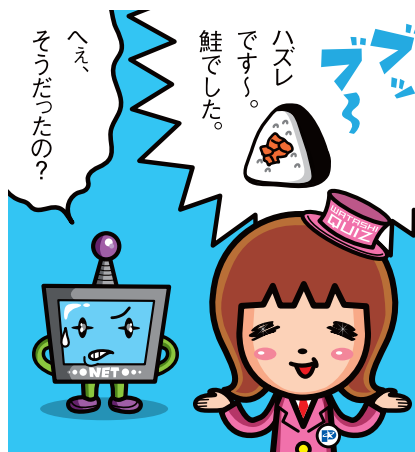
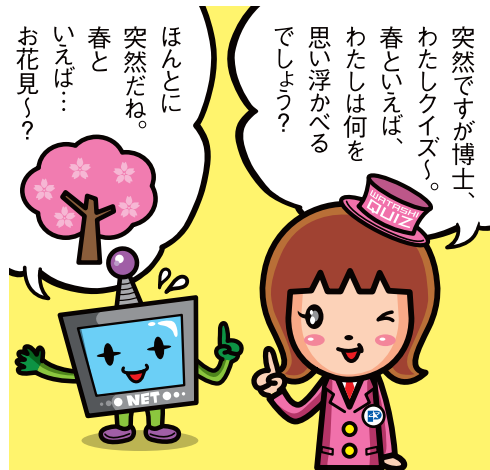
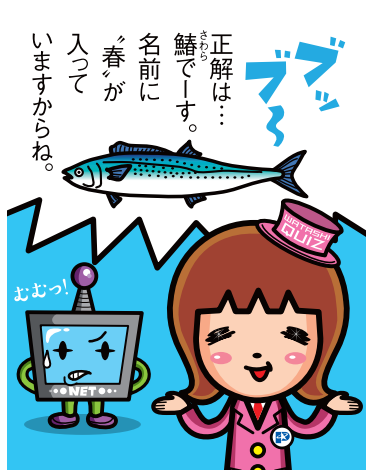
先日、年少の娘の進級説明会へ参加した際、先生が「年少さんにとって、年中さん・年長さんは憧れの存在なんです」とおっしゃっていました。

確かに(遠い昔で忘れてしまいましたが)、学生時代は1~2学年違うだけでもとてもお兄さんお姉さんに感じ、憧れたものです。

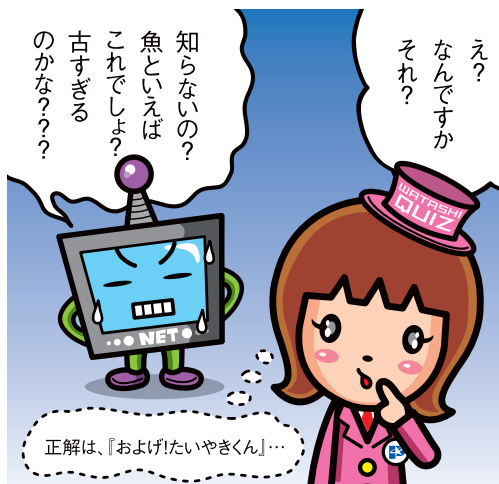
新入社員や異動により新しい方が増える春、みなさんも憧れの先輩になるかもしれませんよ。

さて、今号から新たな取り組みとして、二次元コードを掲載しております。裏表紙 右下の二次元コードは、当社のホームページのトップにリンクされています。画面 右上の“お問い合わせ”をクリックして、本誌に対するご意見、ご感想をぜひお寄せください。お待ちしております。(広報委員会 岡田)





※モルデブ：魚介類の1人当たり年間消費量が世界一



今回はタイや入浴に関連のある会社の記事を掲載しています。

詳しくはP.2~3の「流通の次世代を考える」、P.4~5の「CLOSE UP USER」をご覧ください!



PLANET van van 118

第118号 2018年4月

発行/株式会社プラネット
〒105-0013
東京都港区浜松町一丁目3 1 番
文化放送メディアプラスビル3階
Tel: 03-5962-0811
<https://www.planet-van.co.jp/>
発行人/田上正勝
編集協力/株式会社砵書房
デザイン/太田康士 (Hitricco Graphic Service)
印刷/株式会社太平印刷社

