

プラネットヴァンヴァン

# PLANET

特集 「商品マスタ登録申請サービス」をスタート!

メーカーの視点【販売レポートサービス活用事例】

株式会社柳屋本店

プラネット太くんのおじゃましまーす

ASK TOKYO アカデミーシュワルツコフ

2006・SPRING

70.....

# van van



撮影：サンスター株式会社 上田 好一さん

# 商品マスタ登録申請

## 商品マスタ登録業務の効率化をめざして

「取引先から申請された商品マスタの内容チェックが大変」  
 「自社パンチャーの業務負荷を減らせない」  
 このような卸売業・小売業の悩みを解消すべく、  
 プラネットはバイヤーズネットを使って  
 商品マスタ登録業務を効率化する  
 「商品マスタ登録申請サービス」を2月からスタートしました。  
 当サービスの内容や特長、活用法をご紹介します。



今村 佳嗣  
 株式会社プラネット  
 営業本部 ユーザーIT支援室  
 チーフ・プランナー



藪本 聖和  
 株式会社プラネット  
 情報技術本部  
 ネットワーク企画部

## 業務の効率化、情報の精度アップを目的に

メーカーや卸売業・小売業にとって、商品情報は業務に欠かすことができないものです。これらなくして日々の営業活動や棚割、仕入業務は遂行できない、といっても過言ではありません。また、EDIの基礎情報となる商品マスタには正確な情報が登録されていなければなりません。しかし、マスタ登録の過程で商品名称や商品コードなどの商品基本情報の精度が落ちてしまうケースは、決して少なくありません。

商品マスタ登録業務については、様々な問題があります。例えば、メーカーや卸売業などの商品マスタ登録申請を行なう側では、ただでさえ多忙な営業担当者が申請業務に追われてしまうこと、そして、登録申請書を作成する段階での記載ミスや入力ミスの発生などが挙げられます。一方、卸売業や小売業など登録申請を受け取る側では、複数の取引先から紙やメール、フロッピー・CDといった様々な媒体で届く情報をひとつの商品マスタにまとめなければなりません。そのため、情報の収集・集計業務における作業負荷が膨大になっています。さらには商品情報の転記ミス、入力・チェック漏れ、あるいは膨大な紙やデータの管理の他、取引先から受け取った情報の精度の低さも大きな問題でした。

そこでプラネットでは、これらの問題点を解決すべく、担当者の作業負荷を軽減し、業務の効率化を図る「商品マスタ登録申請サービス」を今年の2月からスタートしました。

このサービスは、プラネットの商談・MD業務支援サイト「バイヤーズネット」を通じて提供するサービスで、商品データベースに登録されている基本情報を活用して卸売業や小売業の商品マスタへの登録を行なうものです。

これにより、申請情報の窓口がバイヤーズネットに一本化されるため、効率的な情報収集ができます。また、商品情報の大半の項目は自動チェックが行われるため、桁数が多く入力ミスが発生しやすいJANコードやITFコードが正確に登録でき、受け取った情報を再入力せずに自社マスタへ連携できるなど、中身の精度も維持できます。そのうえ、同じ情報をメーカー、卸売業、小売業それぞれの実務担当者が共有できる、というメリットも生じます。

当サービスを導入することにより、卸売業・小売業における商品データベースの活用が一層活性化するほか、仕入担当者はこれまで以上に商談に注力できるでしょう。サービス開始と同時に、卸売業2社が商品マスタ登録申請サービスを導入し、活用されています。今後、ご利用企業の数はさらに増える見込みです。

## 商品マスタ登録 申請サービスの特長

卸売業、小売業向けの個別ソリューション・サービス  
 各企業の自社商品マスタ項目に対応  
 商品マスタの「登録申請」受付から「社内承認」、  
 さらには「マスタ情報の管理」までをサポート

取引先からの登録申請や棄却、承認情報が届いたことを  
 お知らせする便利なメール通知機能を搭載  
 (メール通知のタイミングは1日ごと、半日ごとなど、  
 各社で自由に設定可)  
 卸売業の仕入担当者や小売業のバイヤーは出先においても、  
 どの取引先から何件の申請情報が届いたかを確認できます  
 登録申請を行った営業担当者は、申請した商品情報の承認件数や  
 登録完了件数、棄却件数を把握できます  
 ご利用料金は、サービスメニューごとの定額制です

# サービスをスタート!

## 各社のニーズに対応する3つのサービス

商品マスタ登録申請サービスのサービスメニューは、エントリー機能のみの「ライト」、エントリー機能に承認機能を加えた「ワークフロー」、エントリー機能からマスタ管理・公開機能までカバーした「フルパッケージ」の3タイプがあります。自社システムやニーズ、課題に合わせてサービスをお選びいただけます。

## 各機能の説明

### 【エントリー機能】

複数の取引先が登録した商品マスタ申請情報を収集・集計する機能です。完成した情報は自社マスタへと連携されます。

「マスタ登録の仕組みは自社にあるが、情報収集が負担」というお客様向けの機能です。

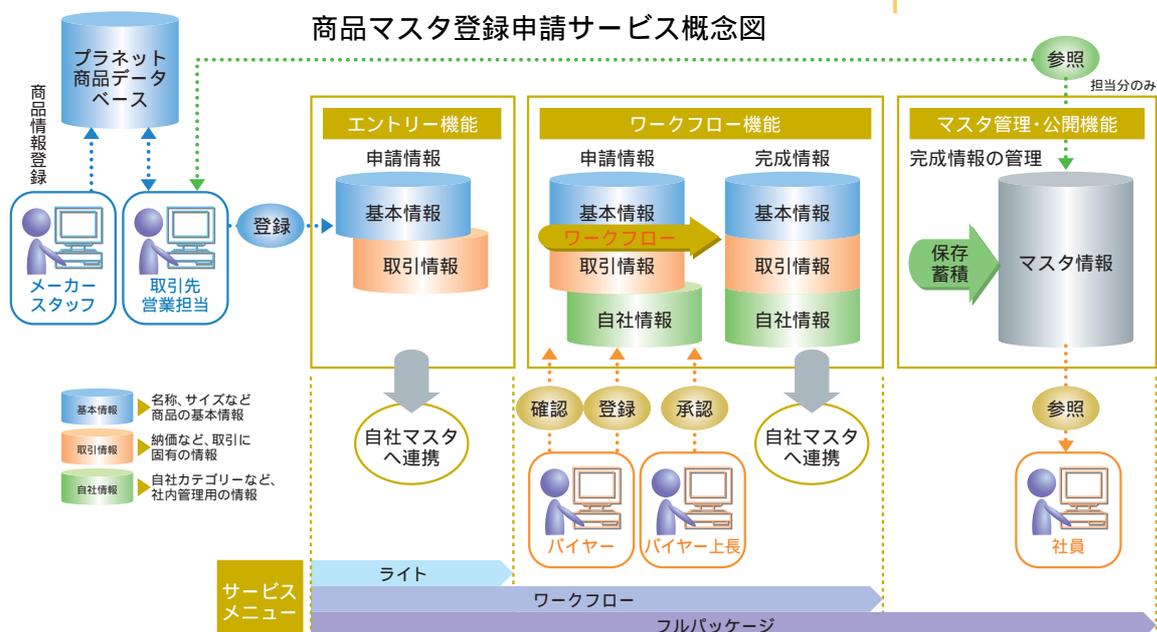
### 【ワークフロー機能】

申請された商品マスタ登録情報の内容確認に加えて、自社カテゴリーや売価などの自社情報の登録、責任者の承認までサポートする機能です。承認された情報は、自社マスタへ連携されます。なお、承認できない場合はその理由を書き添えて、申請者に棄却情報として返送されます。

申請情報の確認、自社情報の登録や決裁など、お客様の社内業務をサポートする機能です。

### 【マスタ管理・公開機能】

完成したマスタ情報を保存、蓄積、管理する機能です。最新版の商品マスタ内容がバイヤーズネット上から参照できますので、各取引先は自社取扱商品の情報を常に最新の状態にメンテナンスすることができます。なお、他の取引先企業の情報は参照できないよう、セキュリティ設定がなされています。



# 商品マスタ登録申請の手順

## 申請側の画面

(ライト、ワークフロー、フルパッケージの全サービスに共通)



### 申請一覧画面(申請前)

申請区分には、新規・変更・廃番の3種類があります。  
変更の場合は「変更申請」をクリックして、変更する情報のみを入力。「廃番申請」はJANコードと廃番日を入力します。



### 商品DB検索画面

新規の登録申請方法には商品DBから基本情報を取り込む「商品DBを検索」と、「画面から入力」、「CSVデータ取込」の3種類がありますので、いずれかを選択します。



### 申請者入力画面

申請一覧画面で商品コードをクリックすると、商品の詳細情報が参照できる申請者入力画面が開きます。(表示商品すべてをダウンロードしてExcel形式で見ることでもできます)  
納価などの取引情報の入力完了したら、一覧画面に戻って該当商品を選択し、申請します。

### 申請一覧画面(申請後)

申請一覧画面の「申請後」タブをクリックすると、申請完了アイテムの申請先での進捗状況が確認できます。



## バイヤー側の画面

(ワークフロー、フルパッケージのみ)

### バイヤー申請一覧画面

バイヤーは申請一覧画面で自分が参照したい商品を検索した後に、商品コードをクリックして商品詳細画面を開き、取引先から届いた申請内容を確認します。問題がなければ自社情報を登録し、上長へ送信します。

### バイヤー上長画面

バイヤーの上長が申請内容を確認して承認すると、その情報は自社マスタへと連携します。

これらのプロセスの進捗状況は申請一覧画面の「状況」欄にてご確認いただけます。

【お問合せ先】コールセンター  
Tel.03-5444-0811  
e-mail:sc@planet-van.co.jp

## 業界インフラからグローバル標準へ

プラネットでは、業界全体の業務効率化とコスト削減のために、商品マスタ登録申請サービスを業界のインフラとして普及させてゆきたいと考えています。そのためには、企業規模の大小にかかわらず利用できるサービスでなければなりませんので、料金を抑え、公平なサービスとして提供できるように努めています。

また、グローバル標準を視野に入れた経済産業省の商品マスタデータ同期化実証実験に参画しているプラネットとしては、今後このサービスをGDS (Global Data Synchronization、国際的な商品マスタ情報の同期化) に準拠した仕組みへとブラッシュアップさせてゆく予定です。そうすることで、ユーザーの皆様がグローバル仕様に基づいてサプライチェーン内でデータを簡単にやりとりできるような環境を作ってまいります。

## メーカーの視点

【販売レポートサービス活用事例】

# 情報の中身や鮮度、スピードもアップ 営業活動や消費者対応もより迅速に

## 株式会社柳屋本店

創業は1615年。390余年もの歴史を持つ老舗化粧品メーカーとして、ポマードをはじめ、ヘアクリームやヘアトニックなど数々のロングセラー商品を生み出してきた。

また、近年は女性向けのヘアケア商品「椿ちゃん」シリーズなどもユーザーの高い支持を得ている。

同社では1998年に販売データを導入。

ここで入手した情報を、よりスムーズに有効活用するために、2005年9月には販売レポートサービス(プロトタイプ)を導入した。約半年にわたる活用の様子や導入効果などをうかがった。

### 販売データを拡大したいが、 集計・加工処理が大変で...

同社では現在、プラネットの新サービス「販売レポートサービス」を活用し、さまざまな営業活動を展開している。サービスの導入に至るまでには、次のような経緯があったという。

プラネットの基幹EDIを使い始めたのは1997年。発注データと仕入データの利用により、それまで電話やFAXで行っていた受注業務が軽減され、社内業務は効率化した。そのため、EDIによるメリットを実感した営業部門や販売企画部門から、「次は、商品の配荷情報を把握できる販売データを導入したい」との声が次第に高まっていった。そこでシステム構築を行い、1998年9月に卸売業1社と販売データの接続を開始するに至った。

当時の業務フローは、ホストコンピュータで販売データを受信し、パソコン用のデータに変換した後に、さらに営業担当が使いやすいようにExcel形式に加工する、という非常に手間のかかる工程だった。この一連の作業を一人で行っていた田中室長は当時の様子をこう振り返る。

「販売データは他のデータと比べてデータ量が多いた

め、その処理が大きな負荷となってしまう、結果的にコンピュータが動かなくなる、ということも多々ありました。この主な原因は、ハードウェアの問題。具体的には、ディスクの容量不足やCPUの処理能力不足、EDIや自社物流センターとのデータ送受信のための回線が一本しかないなど、色々と制約が多かった。また、データの送受信だけでなく、受信後のホストコンピュータの処理にも時間がかかるため、販売データを受信してから最終的な帳票に加工するまでには、かなりの時間を要したという。

出来上がった帳票は各営業担当に紙で配布され、レポート計算や、消費者からの問い合わせ等に利用された。営業担当にとって最も魅力だったのは、自社の商品が「いつ」「どの卸売業から」「どの販売店に」「いくつ」「いくらで」納入されたという詳細が把握できるようになったこと。「もっと多くの取引先の情報がほしい」という要望が増えたのも、当然の成り行きだった。しかし、前述のハードウェアや運用面での問題により、接続を拡大したくてもできない状況にあった。

そうこうするうちに同社では西暦2000年問題への対応のためにコンピュータを一新。これにより、コンピュータの性能もディスク容量もアップし、販売データの更なる拡大も可能になった。2002年には接続先の卸

売業も5社に増えた。しかし一方では、受信する販売データの量が増えれば増えるほど、受信後の集計・加工処理作業における負担も増加した。

プラネットから、サービス開始予定の「販売レポートサービス」を紹介されたのは2004年の秋。その内容は、販売データをプラネットが代行受信し、集計・加工した帳票類をバイヤーズネット上で提供するというものだった。インターネットに接続

住所：〒103-0002 東京都中央区  
日本橋馬喰町1-10-6  
プレクシードビル  
電話：03-3808-2727(代)  
資本金：2億円  
従業員数：72人(2004年3月現在)  
事業内容：頭髮化粧品、スキンケア化粧品、バラエティグッズ、家庭用品などの製造販売  
<http://www.yanagiya-cosme.co.jp/>



田中 豊さん  
システム開発室 室長



永沼 健一さん  
販売企画室 副室長



前川 美保子さん  
販売企画室

できるパソコンがあれば導入でき、データを蓄積するためのハードウェアも、自社のシステム構築も不要ということから、社内での検討の結果、2005年9月にプロトタイプを導入した。

## データ処理時間の削減、情報が新鮮、使いやすい等々、メリットは多く

現在は営業担当が各自のパソコンで必要な帳票類をダウンロードし、閲覧している。「これまで行なっていた販売データの変換・加工、印刷という煩雑な作業はすべて不要になったほか、随時変化する販売店の店舗情報を更新する手間も軽減しました。営業からみると、ふだん使い慣れたExcelでデータを受信できることは大きなメリットでしょう。帳票類に表示される担当者名を見れば、個々の担当卸売業や各販売店の売上・配荷商品などもわかります」と田中室長。

また、従来は販売データを受信して有効活用するには、受信した販売データに販売店や卸売業の最新マスタ情報を付加する必要があり、マスタの鮮度を保つために苦勞をしてきた。これに対し、販売レポートサービスでは、プラネットが常に最新情報に更新している取引先データベース、あらかじめメーカーで登録している商品データベースや各種マスタの情報が付加されて帳票に表示されるため、マスタメンテナンスの負荷が大幅に軽減され、販売データを自社で集計・加工する際の課題が改善されたのも、メリットの一つだという。

「以前社内で作成していた帳票類は受け取る枚数も多く、すべてに目を通すのは困難でした。それに、集計も各自が行なわなければならず、受け取った情報を活用するためには高いスキルが必要でした。しかし、今はその必要はなく、誰もがパソコン画面で帳票類を見ることができます。また、以前は田中室長が一人で集計から加工まで行っていたため、月次情報が翌月の終わりでないと思われられないなど、情報を活用できるようになるまでに長い時間を要していました。しかし、今は週次、月次の帳票類を従来よりも早く見ることができます。また、情報が新鮮なので、消費者の方からのお問い合わせにも的確に対応できるようになりました」(前川さん)

永沼副室長もこう付け加える。「以前だと、営業担当は自分が担当している販売店本部の販売実績しかわかりませんでした。販売レポートサービスを使えば、担当以外の販売店本部の販売実績も把握できます。た



「椿ちゃん」シリーズ

たとえば、店舗形態が同じドラッグストアなのにAチェーンは他のチェーンよりも売上が多いとか、この地域での売上はこうなっているとか。それらの情報を参考に、地域ごとの売れ筋商品や季節ごとのニーズの変化をいち早くつかみ、効果的な販促につなげることができるのも嬉しいですね」

こうした使い勝手のよさが追い風となって、導入後1ヶ月余りで販売データの接続本数は6本から18本へと急増した。

しかし、一方では課題もある。「データ量が多いため、見たい箇所にたどり着くまでに時間がかかることです。ですから、担当者名、商品名など自分が知りたい項目のキーワードを入れれば、見たい情報が画面に表示されるような対話型の機能があるとより便利でしょうね」(永沼副室長)

とはいえ、同社での評価は高い。「プロトタイプを使ってみて、これなら販売データをさらに有効活用できると感じました。4月からのサービス本稼働に期待しています」(田中室長)

卸売業から販売店本部への売上実績を容易に把握できる販売レポートサービスにより、メーカーでは一層効果的な販促活動も可能になる。受け取ったデータをどう分析し、どう活用するか。今後の各社の手腕に期待したい。

### 販売レポートサービスとは

2006年4月からサービス開始。卸売業からメーカーに送信された販売データを、プラネットが代行受信した後、集計・加工し、販売実績の帳票をバイヤーズネット上で提供するメーカー向けのサービス。販売実績帳票はパソコンにExcel形式でダウンロードでき、必要に応じて印刷もできる。帳票の種類は、月次帳票5種類および週次帳票1種類の全6種類。

【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



Schwarzkopf  
PROFESSIONAL  
ASK TOKYO  
アカデミーシュワルツコフ

〒105-0021  
東京都港区東新橋1-5-2  
汐留シティーセンター3F  
Tel.03-6215-9661  
<http://www.schwarzkopf.co.jp/>



## サロンサポートの頂点に立つ 世界最大級のトレーニングスタジオ

美容界のパイオニアとして100余年にわたる歴史を築いてきたシュワルツコフ。  
2003年には、世界最大級のスケールを誇るトレーニングスタジオ  
「ASK TOKYO」を開設、ここを拠点として、  
ヘアサロンへの様々なサポート活動を行なっています。  
同社の理念に基づくスタジオ開設の目的や、具体的な活動内容について伺いました。



わっ、すごい！  
白を基調とした近未来的な  
スタジオですね。まず御社の歴史や  
商品についてご説明いただけますか？

シュワルツコフの創立は1898年。薬剤師ハンス・シュワルツコフがベルリンに薬局を開店したことから始まりました。以来、シャンプーやパーマ液などヘアサロンを対象とした頭髪化粧品を製造・販売するメーカーとして、その地位を確立してきました。1969年には日本に進出、1996年にはドイツの総合化学メーカー・ヘンケル社のグループ企業となりました。プロフェッショナル事業本部はプロ向け頭髪化粧品の製造・販売を行なう部門で、ヘアカラー、パーマ、シャンプー、トリートメント剤などを扱っています。最近ではファッションカラーの流行により、ヘアカラーによるダメージを防ぐカラーヘア専門のトリートメントがよく売れており、「カラーケア プラス」や「カラーケア スペシフィック」などが人気商品となっています。

消費者は質の高いもの、自分の価値観に合ったものを求めています。髪の色やカラーテクニクにもそれらが要求されるため、当社では商品とテクニクの両面から商品開発を進めています。2月に発売された「イゴラ ロイヤル プラス」は、ファッションカラーと同様にバリエーション豊かな色味と色調が楽しめるグレイカラーで、白髪染めに抵抗があったお客様も違和感なく使用できる商品です。また6月には、こ

れまでのファッションカラーを一新し、新製品を発売します。豊富な色味、染まりのよさ、髪ツヤや手触りのよさ、薬剤臭の改善等々、カラー剤に求められる項目すべてを網羅した商品づくりと、その一方で求められるエコロジーへの対応、薬事法の規制など、商品開発においてはかなりの苦労がありました。



顧客ニーズに沿った商品が  
生まれるまでには、陰で大変な努力が  
なされているんですね。そうした御社の  
姿勢と「ASK TOKYO」の開設とは、  
どのような関係があるのですか？

シュワルツコフの理念は「プロフェッショナルパートナー」、つまり、サロンを訪れるお客様の思いに応えるために、サロンや代理店とともに「美しい髪」を追求していきこうというものです。そのためには、ファッションから消費者ニーズに至る最先端情報を他社に先駆けて収集し、どこよりも早くサロンへと発信する必要があります。そこで、こうした情報の発信拠点および商品PR、教育、交流の場として東京、ロンドン、ハンブルグ、パリ、ニューヨークの世界5拠点にフラッグシップアカデミーをつくらうということになり、その第1号として2003年9月、東京・汐留に「ASK TOKYO アカデミーシュワルツコフ」が誕生しました。ちなみに、「ASK」とは、素晴らしい美容師であるために重要な“Attitude(姿勢)”、“Skill”(技術)、“Knowledge”(知識)を意味しています。

宇宙をイメージしたような近未来的な造りのASK TOKYOは、総面積650㎡、最大収容人員250名という大規模なトレーニングスタジオ。館内は最新式のAV機器が設置された3つのレクチャールーム、シャンプー台やセット鏡などを設置した2つのプラクティスルーム、商品情報やイベント・セミナー情報を発信するプロモーションスペース、開放感あふれるラウンジで構成されています。なかでも特筆すべきは、レクチャールーム1に用意されたフォトスタジオ設備です。ここにはプロ仕様の充実した機材が完備されており、ファッション雑誌やサロン販促用ツールの写真撮影などに利用されています。



小原 寛司さん  
サロンサポート部  
ASK TOKYO  
マネージャー



安部 和恵さん  
サロンサポート部  
ASK TOKYO



ラウンジ



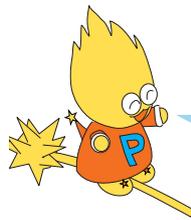
レクチャールーム1



プラクティスルーム



セミナーの様子



汐留という立地、最新の技術、最先端のトレンド…。ここには美容師さんの創造力を刺激する要素がたくさんありそうですね。今後の予定、目標などはいかがでしょうか？



セミナーも多数開催されているようですが、その中身や人気の講座は？

セミナーにはベーシック、アドバンス、クリエイティブ、マネージメントの4コースがあり、個々のキャリアに応じてサロンワークに必要な知識とテクニックを学べます。年間約550回のセミナー・イベントが開催され、1万人強が参加しています。

私どもでは2003年から、サロンを訪れるお客様の満足度を高め、生涯顧客を獲得するために「顧客理解」という活動を実施しており、消費者トレンドの分析に基づいたホスピタリティ、トレンド、品質管理の3種類のセミナーを通じて、時代のキーワードやビジネスのヒントをサロンにご提案してきました。2006年のキーワードは「モテる」。それに対応した“モテプロ”や“モテ髪”など、モテるための演出法を学ぶホスピタリティセミナーに人気が集中しています。また、有名サロンとタイアップした、一般の方々を対象とする「美人ファクトリー」も人気イベントのひとつです。これまでに、自分でできる前髪カットや上手なメイク法、美しいしぐさなどをレクチャーしました。このほか、独自のセミナーとして、顧客からの指名が集中する美容師になるためのワークショップも実施しています。これは、参加者の普段の接客や立ち居振る舞いを一般のお客様から評価していただき、それをもとに参加者全員で「素晴らしい美容師とは」について議論し、追求していくというものです。ここで学んだことをサロンで実践し、1ヶ月に30人もの新規顧客を獲得された方もいます。利用者は東京近郊のサロンのほか、地方や海外からも研修の一環として来られます。

6月にカラー剤が一新されることを踏まえ、今年は当社の強みであるカラーに重点を置いた情報発信やセミナーに力を入れたいと思います。これにより、美容師の方々の技術力やサービスのさらなる向上に貢献できれば、と考えています。また、技術水準では世界トップレベルといわれる日本の美容師の皆さんが、世界に向けて情報発信できる場になれば、というのが私たちの願いです。



カラークアスペシフィック

### ヘアカラー剤の種類と特徴

- 1 永久染毛剤** ▶ 一般のヘアカラー（ヘアダイ）  
1液と呼ばれる酸化染毛料と2液と呼ばれる酸化剤を混ぜ合わせ、化学反応を起させて発色・染毛するもので、一般のカラー剤がこれにあたる。染毛効果は約1ヶ月間。
- 2 半永久染毛料** ▶ ヘアマニキュアなど  
茶・赤・青など、絵の具のような直接染料をポリマー樹脂の溶剤に溶かしこみ、髪に塗布し吸着させる。これにより色味やツヤが出る。染毛効果は約3週間。化学反応を起さないため、髪や地肌へのダメージは比較的少ない。
- 3 一時染毛料** ▶ カラーズプレー、カラースティックなど  
染めたい場所に直接吹き付け、または塗布して髪に好みの色を付着させる。付着した色は洗髪で落ちるため、効果は一時的。

## これは便利!「Web運用照会」のご紹介

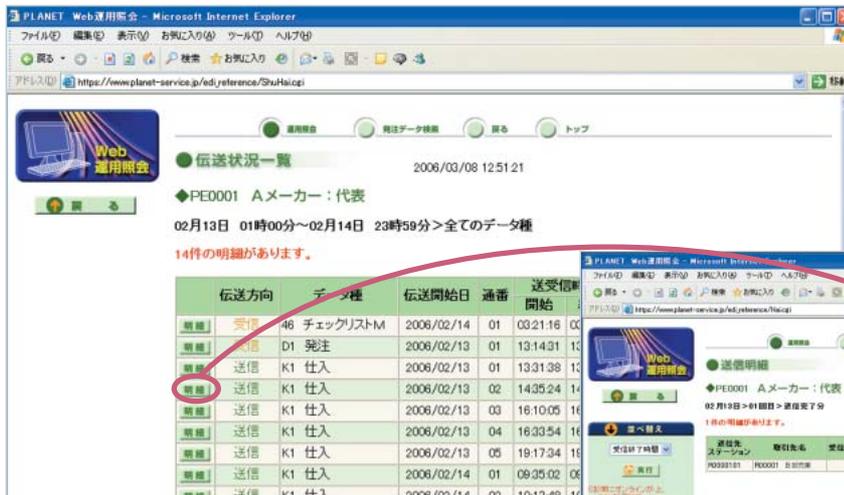
E DIデータの送信後に「正しく送信されているかを確認したい」、「お取引先がデータを受信したかどうかを確認したい」と思われたことはありませんか。

業界イントラネットのIDを取得されますと、インターネットに

接続されているパソコンなら「Web運用照会」の画面から、E DIデータの送受信状況をご覧になれます。

こちらは無料サービスですので、まだお使いでないユーザー様は是非ご利用をご検討ください。

【お問合せ先】コールセンター  
Tel.03-5444-0811  
e-mail:sc@planet-van.co.jp



伝送状況一覧

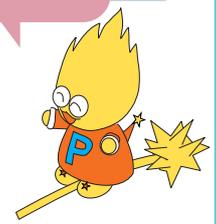
送信明細  
送信単位ごとの明細にて、  
受信日付・時間や、受信状況が  
確認できます。

送受信状況が  
すぐわかるね!

発注データ検索結果  
伝票単位で発注番号、  
発注元、レコード数、  
アイテム数などが確認  
できます。



伝票単位で  
送受信の状況を  
確認できるんだね!



## 第6回JAPAN ドラッグストアショー出展報告

毎年恒例の当ショーは、ドラッグストア業界における国内最大のイベント。  
今回は「さぁはじめよう! Do セルフメディケーション - きれい元気はドラッグストアから」をテーマに、375社(1,081小間)がヘルスケア、ビューティケア、サプリメント、調剤システム・介護用品、フーズ&ドリンク、ホームケアなどの各ゾーンに分かれて、各社の主力商品や新商品をアピールし、3日間で12万人強が来場しました。



# Human Network



## メーカー

**馬場 智彦さん**  
 大王製紙株式会社  
 H & P C 事業部 東日本営業本部  
 東日本営業業務部 情報システム課

### ダイビング

ダイビングを始めて3年程が経ちます。脱力してぶかりと海中に浮かぶと、身も心も癒されます。今までは近場の伊豆で潜っていましたが、1月に初めて沖縄で潜りました。全国的な寒波は沖縄も包んだようで、ボートの上では凍えていました。2月に入って一段階上のライセンスを取得したので、活動範囲を広げていきたいと計画を立ながら、シーズンを心待ちにしています。

### データ種拡大に向けて

プラネット基幹EDIサービスによる発注オンラインの比率も80%を超え、受発注のオンライン化100%が視野に入ってきたように思います。最近ではweb発注による接続を中心に、接続先が順調に増えています。今後は仕入れデータ、請求照合データの接続、活用を進め、受発注業務から請求支払業務の効率化へ軸足を移して行きたいと考えています。



## 卸売業

**山田 英幸さん**  
 株式会社あらた  
 システム本部  
 統合システム部 部長

### 偏食は転勤に強い

北海道から千葉に転勤して早いもので2年が経ちました。食べ物が口に合うのかな？なんて考えていましたが、自分の好物はカレー・ハンバーグ・ラーメン・餃子・コロッケ... んっ？考えてみると、全国どこにでもあるようなものが好物で、魚も一切食べない私には関係ないことのような。たぶんお子様系の食生活をしている方は転勤に強いのかも？

### システム統合

昨年10月より新システム「GENESIS」の展開がスタート致しました。全社の先陣を切って、まずは九州支社・中国支社の10拠点から3月一杯で展開完了しております。本年も東日本地区を中心にGENESISの展開を行って参ります。早く全社が均質のサービスを提供し、お取引先様に貢献できるよう誠心誠意努めて参ります。今後とも宜しくお願い致します。

## 表紙の写真



**上田 好一さん**  
 サンスター株式会社  
 ファイナンス&  
 アカウンティング  
 グループ  
 I T S チーム

### 健やかにのびのびと

この写真は、毎年4月下旬頃より、こどもの日まで高槻市内の芥川桜堤公園で開催される「こいのぼりフェスタ1,000」というイベントの風景です。この催しは、未来を担う子どもたちに、こいのぼりのようにのびのびと育ってほしいと約1,000匹のこいのぼりがあげられます。勇壮に泳ぐこいのぼりたちのように、わたくしの子供も健やかに育って欲しいと願っています。

## NEW FACE



**寺岡 健**  
 情報技術本部  
 ネットワーク管理部

2月よりネットワーク管理部のメンバーとなりました寺岡です。

新しい環境に悪戦苦闘の毎日ですが、これまでの経験を活かして、早く皆様のお役に立てるよう頑張ってお参りますので、どうぞよろしくお願い致します。

4月からプラネットに入社しました小野です。

22歳の新社会人として、これから始まる新生活に期待を胸を膨らませていきます。

一日も早く皆様のお役に立てるように一生懸命努力しますので、どうぞよろしくお願い致します。



**小野 和哉**  
 営業本部  
 営業部

### 基幹EDI (社数)

### 各サービスのご利用状況 (2006年2月末現在)

利用社数	メーカー 321	卸売業 471
発注	257	235
仕入	261	242
販売	114	251
請求照合	103	128
請求鑑	17	85
在庫	24	77
Web受発注	27	184

### 資材EDI (社数)

	メーカー	サプライヤー
資材EDI	6	246
Web資材EDI	3	202

### 商品DB登録状況

	メーカー (社数)	アイテム (アイテム数)
商品DB	240	38,718
棚割商品DB	376	49,912

### 業界イントラネット (社数)

	メーカー	卸売業	小売業
商品DB	441	592	405
取引先DB	255	488	—
Web運用照会	235	432	—

### バイヤーズネット (社数)

	メーカー	卸売業	小売業
バイヤーズネット	250	301	370

## かもめ通信

情報技術本部 情報システム部 渡辺 大介

昨年から話題の「想定外」。言葉の生みの親の境遇を含め、とどまるところを知りませんが、遂に我が家でも、そのような事態が発生してしまいました。これまで、私の家族は花粉症とは無縁の生活を送っていましたが、今年、とうとう妻が花粉症デビュー。ゴーグル & マスクの完全装備で出掛ける妻を見て笑っていた私も、葉やティッシュ、花粉除去スプレーなど「想定外」の費用に、もはや笑ってはいられなくなりました。

さて、今もニュースを賑わしている「情報漏洩」や「不正侵入」。これらの事件もよく見てみると、実は対策はしていたものの、

「想定外」の出来事でセキュリティを破られてしまった、というケースが多いようです。プラネットでは2004年にI S M S (情報セキュリティマネジメントシステム) 適合性評価制度の認証を取得して以来、情報セキュリティ管理体制の下、あらゆる脅威を想定しリスクに対応する活動に全社を挙げて取り組んでいます。新サービスのリリースのような話題と比べると、ちょっと地味に見えるかもしれませんが、ユーザーのみなさまに安全で安定したサービスを継続してご提供するための大事な活動との意識を持って、日々の業務に取り組んでおります。