

Planet VAN VAN

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

デジタルマーケティング

2021 Spring Vol.130

特集

トレイグジスタンス社会

テクノロジーの進化が「時空間瞬間移動産業」を興す

東京大学名誉教授 舘 暉

VAN VAN Topics

「ロジスティクスEDI概要書」を策定

物流課題の解決を目指す



消費財や暮らしにまつわるトピックスをお届けする『Fromプラネット』。
今号では、マスクに関する意識調査の結果を一部ご紹介します。



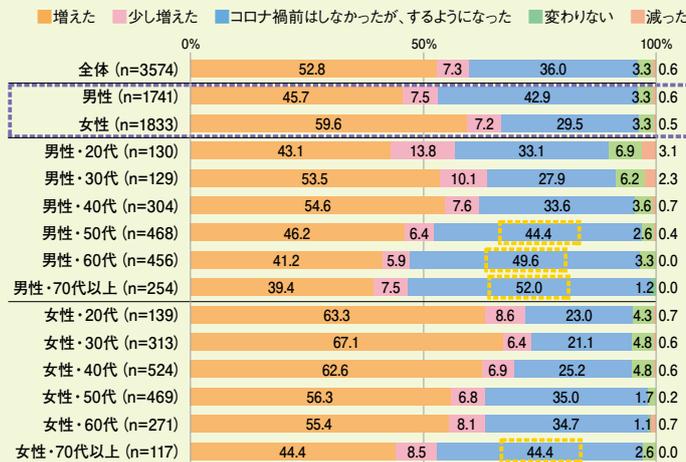
マスク

新型コロナウイルスで激変！日本人のマスク事情

マスクに求めたいのは
値段と性能の両方

新型コロナウイルス感染拡大の影響でマスクが手放せない生活が続いています。コロナ禍前と比べてマスクをする頻度はどう変わったのでしょうか（表1）。「増えた」と「少し増えた」の合計は6割となり、女性の方が「増えた」が約14ポイント高くなっています。

（表1）「コロナ禍前（2020年2月以前）と比べてマスクをする頻度は増えましたか」についての回答



（表2）「マスク選びの際に重視すること」についての回答

	全体 n=3574	男性 n=1741	女性 n=1833	男女差
価格	55.9	53.4	58.3	4.9
花粉やウイルス、ほこりなどの除去性能	55.7	51.5	59.6	8.1
息苦しくない	48.4	42.6	54.0	11.3
サイズ（大きめ、小さめ）	41.2	33.0	49.1	16.1
フィット性	37.4	34.3	40.4	6.1
耳が痛くならない	36.9	29.9	43.5	13.6
抗菌性	30.3	29.4	31.2	1.8
蒸れない、熱がこもらない	28.9	23.4	34.2	10.8
日本製であること	23.5	22.5	24.4	1.9
繰り返し使える・洗える	21.1	17.2	24.8	7.6
メガネがくもらない・くもりにくい	20.3	21.0	19.5	1.5
ファッション性（色、柄など）	9.6	6.1	12.9	6.7
保湿性	6.5	6.2	6.8	0.6
メイクが落ちない	4.8	0.6	8.7	8.1
顔が隠れる	3.6	1.4	5.7	4.2
その他	0.5	0.2	0.9	0.7

男女差青字…男性の方が数値が高い 男女差赤字…女性の方が数値が高い

（表3）「日本製不織布マスク（50枚入り）をいくらまでなら買いますか」についての回答

金額	(%)
600円未満	24.2
600～800円未満	15.8
800～1,000円未満	21.5
1,000～1,200円未満	9.3
1,200～1,400円未満	3.7
1,400～1,600円未満	6.3
1,600～1,800円未満	1.6
1,800～2,000円未満	6.0
2,000円以上	6.2
買いたくない	5.3

調査機関：株式会社プラネットによる調査企画のもとに、株式会社ネオマーケティングにて「マスク」に関する意識調査を実施。
期間：2020年7月17日～20日、インターネットで4,000人が回答。

詳細はこちらをご覧ください

「マスクに関する意識調査」
https://www.planet-van.co.jp/shiru/from_planet/vol139.html



バックナンバーより時節に合ったトピックスをご紹介します。

「コロナ禍前はしなかったが、するようになった」人も全体の3分の1いました。その比率は50代以上の男性が高く、特に70代以上男性では半数以上に。70代以上女性でも4割強にのびります。高齢者には従来、マスクをつける習慣があまりなかったのが、コロナの重症化リスクが高いと言われ、予防のためにマスクを日常的に使うようになったという行動変化があったようです。

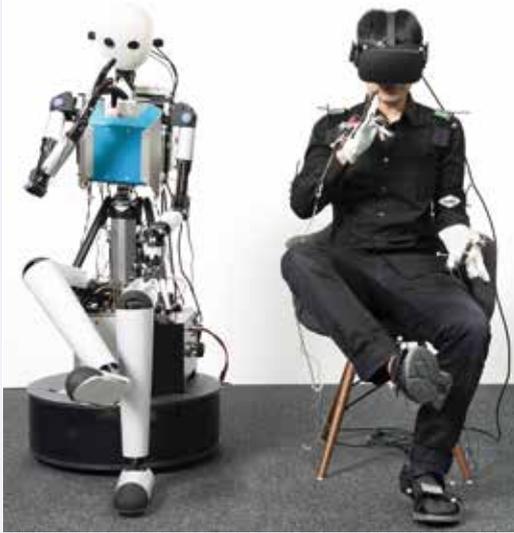
次に、マスクを選ぶ際に重視することを聞きました（表2）。半数以上が挙げたのが「価格」と「花粉やウイルス、ほこりなどの除去性能」。毎日使うものだから、できるだけ価格は抑えたい、でもウイルスなどの除去性能はしっかりとほしい」といったニーズがうかがえます。品質への信頼感などから、「日本製であること」を重視する人も2割にのびりました。

そこで、日本製不織布マスク（50枚入り）をいくらまでなら買うかを聞いたところ（表3）、「1,000円未満」が6割強にのび、「1,000円台」は3割弱、「2,000円以上」という人も6%強いました。一時期すっかり姿を消した日本製マスクを店頭で見かけることも増えてきました。輸入品に比べて価格が高くて、それを受け入れている消費者は着実にいるようです。

テレレイグジスタンス社会 テクノロジーの進化が 「時空間瞬間移動産業」を興す

最先端のテクノロジーで、人がロボットの身体を用いて複数の場所に存在し、物理的な作業を可能にするテレレイグジスタンスの技術が実用化に向け大きく前進している。テレレイグジスタンス社会の実現が産業や就労、生活などにどのような影響をもたらすのか。テレレイグジスタンス研究の第一人者、舘暉 東京大学名誉教授が透視する。

東京大学名誉教授 舘暉



(図1) テレレイグジスタンスアバターロボット TELESAR VI
©東京大学 舘研究室

技術の進化、競争から 産業化が急速に進展

筆者は1980年9月にテレレイグジスタンスを着想し、爾来、多くの研究プロジェクトを通して実機システムを構築しテレレイグジスタンスの実現可能性と有効性を実証してきた。

表1のような国家プロジェクトを通して進展してきたテレレイグジスタンス技術であったが、ここに至るまで急速に産業化の兆しが見えてきた。

XPRIZE財団*1が主催する Visioneers Summit が、2016年10月に開催された。このサミットの目的は、次のXPRIZEの

対象テーマを9つの候補テーマの中から選ぶことにあり、学識経験者や企業のCEO、VC（ベンチャーキャピタル）の決定権者などからなる約300名のMentor（メンター）と呼ばれる審査員により、9チームの提案テーマが2日間かけて審査された。

筆者はXPRIZE財団のAvatar（アバター）チームから、『世界で最も進んでいるアバターである「TELESAR V」の実演を Visioneers Summit で行って欲しい』旨の要請を受け、2日間にわたり実演を行った。その結果、他のテーマを押し下げ、アバターが次期のXPRIZEのテーマとして

(表1) テレレイグジスタンスにかかわる国家プロジェクトのあゆみ

年	国家プロジェクト名
1983-1991	極限作業ロボット
1995-1999	人工現実感
1998-2003	ヒューマノイドロボットプロジェクト
2000-2006	テレレイグジスタンスを用いる相互コミュニケーションシステム
2006-2008	再帰性投影技術を用いた相互テレレイグジスタンス
2008-2011	多人数が自由に行動する実空間への身体性を有したテレレイグジスタンス
2009-2015	さわられる人間調和型情報環境
2014-2019	身体性メディア

*1 人類に利益を与える技術の開発を促進し、世界が直面する課題の解決を目的とした賞金レースである「XPRIZE」を運営している非営利団体



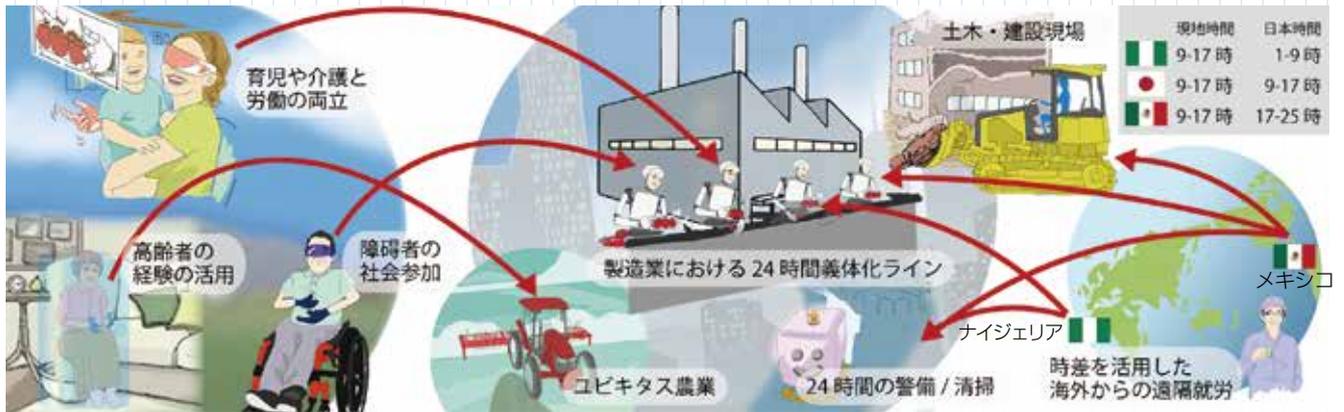
舘暉 (たちすずむ)
東京大学名誉教授

Webサイト / <https://tachilab.org/>

1973年、東京大学大学院工学系研究科計数工学専攻博士課程修了、工学博士。東京大学教授、慶應義塾大学教授・国際バーチャリアリティ研究センター長などを務める。現在、東京大学名誉教授。JST ACCEL「身体性メディア」研究代表者、日本バーチャリアリティ学会初代会長などを務める。盲導犬ロボット、テレレイグジスタンス、再帰性投影技術、TWISTER、触原色などの独創的な研究で世界的に知られる。

テレレイグジスタンス (teleexistence : 遠隔存在)

遠隔を意味するtelあるいはteleと存在を意味するexistenceを合わせた造語で、人間が自分自身の現存する場所とは異なった場所に実質的に存在し、その場所で自在に行動するという人間の存在拡張の概念であり、また、それを可能とするための技術体系。



(図2) 時空間瞬間移動産業の創出とテレグジスタンスの社会実装を通じて、新たな働き方、生き方、社会の在り方の実現を目指す

©東京大学 館研究室

選定され、世界中からの参加者による AVATAR XPRIIZE に向けての競争が開始されるに至った。財団はこの競争を通して、時空間瞬間移動産業ともいべき、バーチャルリアリティ (VR)、ロボティクス、AI、ネットワークといった最先端のテクノロジを用い、複数の場所に人間がロボットの身体を用いて存在し物理的な作業までを可能とするテレグジスタンスの産業化をめざしている。

プロトタイプが公表されベンチャー企業も登場

この動きに呼応するように2017年になって、KDDI、新日鉄住金ソリューションズとNTTドコモやトヨタなどが、臨場感を有した作業が可能なテレグジスタンスを指向した製品をめざしたプロトタイプを公表。また、テレグジスタンスそのものの産業化を目指す、TELEXISTENCE INC. などのベンチャー企業も生まれるに至った。さらに2020年には、内閣府のムーンショット型研究開発事業^{※2}の第一目標として、人が身体、脳、空間、時間の制約から解放された社会を実現するための研究開発プログラムが開始され、テレグジスタンス社会への動きが加速されたのである。

世界中のどこからでも身体を使った労働が可能

COVID-19が蔓延する中、我が国でもテレワークの活用が行われ始めている。しかし、現在の遠隔からの在宅勤務は、遠隔コミュニケーションやコンピュータを使ったデスクワークに限られ、実際にその場に行かないと行えない工場での労働や建設現場の作業などを在宅で行うことは不可能である。

一方、我が国の社会を支えている社会インフラとそれを守る多くの仕事、例えば、医療、福祉、電気、ガス、水、道路、鉄道、物流、コンビニやスーパーマーケット、建設、土木などは、人間の身体性を必要とする仕事であり、現在のテレワークの範疇では解決できない。

それを解決する方法が、テレグジスタンスである。テレグジスタンスは、五感のみを伝える遠隔コミュニケーションという従来の範疇を逸脱して、人間の身体機能そのものを伝達してしまう画期的な方法である。身体機能を移動できるテレグジスタンス社会が実現すれば、人と産業との関わりや社会の在り方が、根幹から変革する。現在は通勤を余儀なくされている多くの職種で、テレワークが可能にな

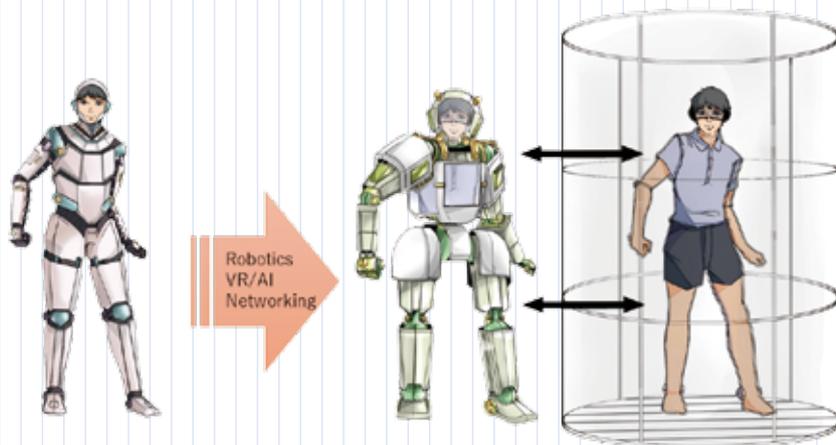
る。そうなれば、都心から離れて家で働くこともでき、子育てや介護に忙しい長時間勤務ができない人でも働きやすくなり、一方、高齢者もロボットを自分の新しい身体として使うことにより、身体の衰えをカバーして働けるようになる。

また、世界中のどこからでも身体を使った労働ができるようになるので、仕事のために家族と離れて外国に移住する必要がなくなる。また、24時間の労働が必要な職場では夜勤をなくし、時差を利用して昼間の国の人たちに働いてもらうことが可能になるのである。もちろん、テレグジスタンスは、観光や、ショッピング、レジャーなどの業界にも大きな変革をもたらし、「瞬間移動産業」といった新しい産業分野を形成するに至ると考えられている。

新たな店舗オペレーション検品・陳列も遠隔操作

現在すでに、コンビニなど社会を支えている社会インフラともいえる業種で、商品検品・陳列業務を遠隔操作化・自動化することで、店舗の省人化や物理的な店舗立地に制約されない自由度の高いスタッフ採用が可能で、新しい店舗オペレーションがテレグジスタンスにより可能に

※2 日本発の破壊的イノベーション創出をめざした、従来技術の延長にない、より大胆な発想に基づく挑戦的な研究開発(ムーンショット)を推進する新たな事業



(図3) 左：外骨格型人力増幅機 右：テレイグジスタンス（実質的外骨格型人力増幅機）

©東京大学 館研究室

なってきた。

将来は、どこからでも店舗スタッフ
がロボットを通じて就労可能な、
全く新しい店舗オペレーションが可
能となる。人と人との接触を減らす
ことにより、新型コロナウイルスの
感染拡大防止につながるだけではなく、
少子高齢化や就労人口の減少に
より人手不足に悩む店舗に導入する
など、社会課題の解決に貢献するこ
とになる。

このように、コロナ禍を乗り越え、
そして、新たな働き方、生き方、社会
の在り方を実現する、テレイグジスタ
ンス社会への挑戦が始まっている。

人がロボットの体を手に入れ 自分の身体機能を拡張する

図3の左図は、パワースーツとか
外骨格型人力増幅機と呼ばれるシス
テムで、人間がロボット型スーツを
着込み、能力を拡張して危険な環境
下でも人間の大局的判断や目と手の
協調作業などの器用さを失わずに作
業を可能にするものである。しかし、
このシステムにはいくつかの欠点があ
る。一つは、ロボットが勝手に動
くと人の身体までが動かされてしま
い自動的にシステムを動かすことが
極めて困難であり、AIによる自動
化との相性が悪いことである。第二

の欠点は、壊れた際に使用者に被害
が及ぶことで、第三は、その場に行
かないと使えないことであった。

それらの欠点を解消したバーチャ
ル（実質的）な、外骨格型人力増幅
機が、テレイグジスタンスシステム
だ。図3の右図のように、使用者は
遠隔にいるにもかかわらず、ロボッ
トをあたかもスーツのように着込み、
その中に入った状態を実現している。
それにより、外骨格型人力増幅機
の長所はそのまま、その欠点を補え
る。すなわち、人が新しいロボット
の身体を手に入れ、その機能を使っ
て自分の身体機能を拡張することが
できるのである。その上で、ロボッ
トに自動で作業をさせるときには、
自分が動くことはない。従って、複
数のロボットに順次テレイグジスタ
ンスして使用することも可能となる。

また、ロボットが壊れても人には危
害が加わらないし、もちろん、その
場に直接赴く必要もない。

実用化に向け加速 あらゆる産業で広く活用

しかし、この実現には、ロボティ
クス、AI、VR、ネットワークの
すべての技術の進展と統合が必須で
あった。1980年の着想から、そ
の実現のために多くのプロジェクト

を起こし、技術を蓄積し、その可能
性を説いてきたが、今、40年の時を
経て、時代が追い付いてきた。ロボ
ティクスは、第四世代を迎え、工場
内から市中に出て利用されるべく進
展した。AIは、第三世代となり、
深層学習で一段と人間の通常の認識
の能力に近づいてきている。VRは、
第二世代になり、世の中に浸透しつ
つある。ネットワークは、5Gや6
Gといわれ、視聴覚情報だけでなく、
触覚情報も遅延なく送れるようにな
った。それらの技術がテレイグジ
スタンスを実現するに十分なほど進
展してきているのである。

技術要素がテレイグジスタンス実
現に向けて育ってきた現在、世界的
にはAVATARXPRIIZEによ
り、そして、国内的にはムーンショッ
ト型研究開発が機動力となり、環境、
距離、年齢、身体能力など様々な制
限に関わらず自在に瞬時に移動する
ことを可能とするテレイグジスタ
ンス技術が実用化され始めた。まもな
く時空間瞬間移動産業が生まれ育ち、
遠隔就労やレジャーはもとより、卸・
小売業、金融・保険業、不動産業、
運輸・通信業、電気・ガス・水道・
熱供給業、医療・福祉、飲食宿泊業、
サービス業、公務などといわゆるサー
ビス産業でも広く活用されると期待
されている。



Vol.4

「販売レポートサービス」のご紹介

前回までは、売上を伸ばすための販売データ活用方法をご紹介しました。今回の「もっと知りたい! 販売データ」Vol.4では、パソコンとインターネット環境があれば、すぐに利用を開始できる「販売レポートサービス」をご紹介します。

販売データを開始するための準備

3回にわたり「販売実績の見える化の重要性」や「活用方法」について紹介しました。導入したいと思われたユーザー様も多いのではないのでしょうか。では具体的に、販売データを利用するためにどのような準備が必要かを説明します。

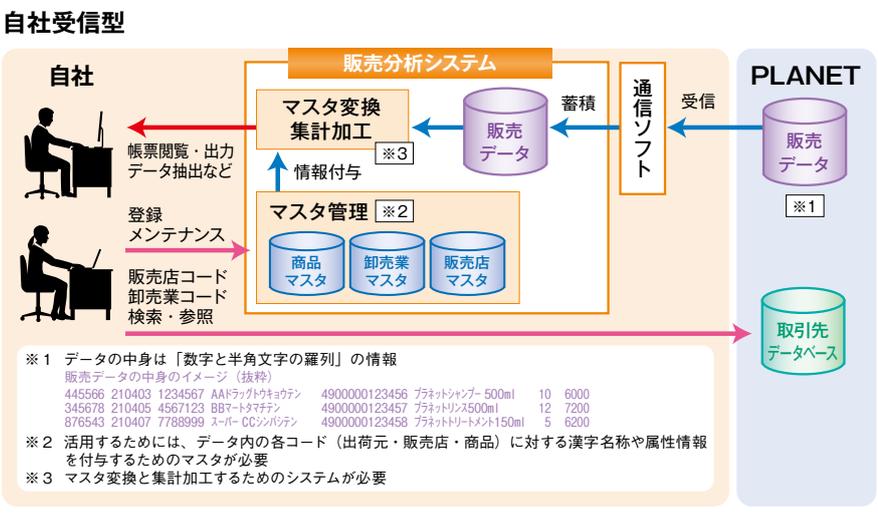
- ① プラネットと接続する通信ソフトやデータを蓄積するための環境
- ② データを見やすく加工し、分析するためのツールと、帳票を閲覧・出力できる機能の開発(プラネットのデータは業界統一のフォーマットになっていますが、数字と文字を羅列したデータのため)
- ③ 自社の商品マスタ・出荷元の卸売業マスタ・納品先の販売店マスタなどの管理

プラネットのデータは、出荷元コードや販売店コードが標準化されているので、卸売業ごとにマスタ管理を行う必要はなく、開発しやすいのが特徴です。自社でシステムを開発することで、利用用途に合わせた自社オリジナルの機能を準備でき、経営層や営業担当者、マーケティング担当者からの細かな要望に対応することができます。

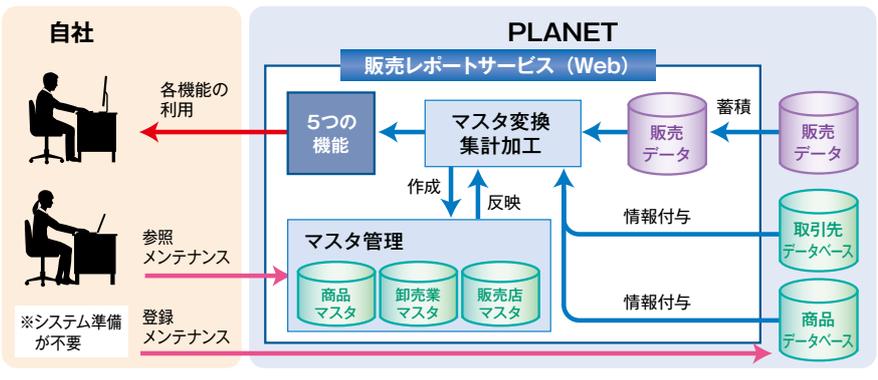
販売レポートサービスならば簡単

販売データを利用したいが、システム部門がない、システム導入費用を抑えたい、マスタを継続的に管理する人がいない、といった課題があるユーザー様に向けたサービスが「販売レポートサービス」です。販売レポートサービスは、販売データをプラネットが代行受信し、集計・加工した

(図1) 自社受信型と販売レポートサービス



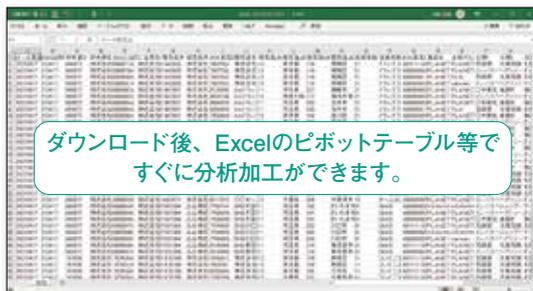
販売レポートサービス



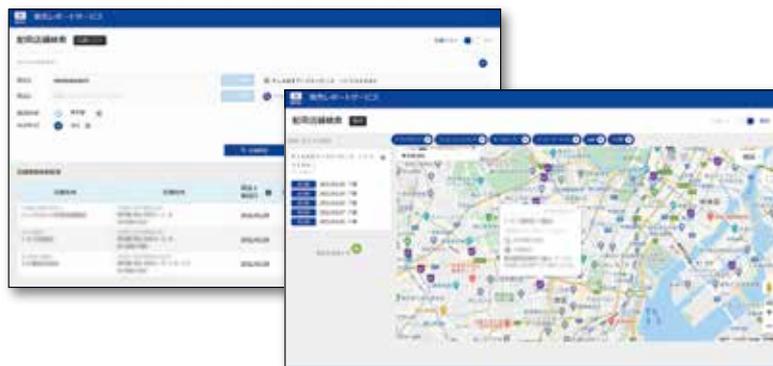
(図2) 販売レポート
フラットファイル (TSV) の主な項目

項目名	参照元
出荷年月日	EDI データ
卸本部名	取引先 データベース
ご出荷元名	
販売店本部名	取引先 データベース
販売店名	
販売店住所名称 (都道府県)	
販売店住所名称 (市区町村)	
店舗形態名	商品 データベース
商品名	
ブランド名	
分類 (大・中・小)	EDI データ
バラ換算数量合計	
納入金額合計	
バラ換算数量売上	
納入金額売上	
バラ換算数量返品	
納入金額返品	

販売レポート
フラットファイル (Excel展開イメージ)



(図3) 配荷店舗検索
検索結果のリストと地図表示



(おわりに)

今回をもって「もっと知りたい!販売データ」は終了いたします。4回の連載を通して、より販売データをご理解いただけたかと存じます。今や企業活動を行う上で販売実績の分析は欠かすことのできないものとなっています。ぜひ、これを機にご利用の検討をお願いいたします。

ご不明点や、もっと詳しく知りたいことがございましたら、お問い合わせください。

お問い合わせ先

株式会社プラネット 営業部

Mail:eigy@planet-van.co.jp ホームページ:「お問い合わせ」フォームより

お気軽にご相談ください。

ものをWebで提供するサービスなので、簡単に導入することができます。卸売業の出荷元や販売店のマスタ整備もプラネットが管理している「取引先データベース」の情報を自動で付与するため、メンテナンス作業が軽減できます。ご利用いただける機能は5つあり、その中から選択して導入することができます。

「販売レポートサービス」機能のご紹介

◆「販売レポート(日別店別抽出機能)」

日次単位・販売店単位に集計された販売データを、ブランド別、卸本部別・チェーン別、期間などの抽出条件を指定して、分析加工用のフラットファイル(TSV)

でダウンロードできます(図2)。

前日までの売上進捗や配荷状況がすぐに確認でき、現状を踏まえた対応が可能になります。

商品ブランドや商品分類、店舗形態・住所などの情報が付与されるので、さまざまな切り口で分析ができます。

◆「配荷店舗検索」

商品の指定とエリアの絞り込みを行うと、そのエリアで配荷実績がある店舗情報(店舗名称・住所・電話番号)と納品日・数量がリストまたは地図上に表示されます(図3)。

消費者からのお問い合わせに対し、すぐに回答することができます。

店舗名称と住所にはルビが振ってあ

り、読むのが難しい地名でもスムーズに回答できます。

◆「商品別配荷検索」

販売店チェーンの各店舗別・商品別の配荷状況「星取表」がダウンロードできます。

(Vol.2の表2・表3をご参照ください)

◆「月次レポート」

商品別集計、卸売業本部別集計、販売

店本部別集計の3種類の月次帳票(数量・金額)がWeb画面で確認できます。

また、抽出条件を指定して分析加工用のフラットファイル(TSV)がダウンロードできます。

◆「ヒートマップ」

都道府県ごとに商品別またはブランド別の売上情報(金額または数量)を地図表示します。青く赤の色の濃淡で色分けされ、売上の大小が一目で把握できます。

「ロジスティクスEDI概要書」を策定 物流課題の解決を目指す

プラネットは昨年2月、物流におけるデータ活用と業務改善の指針を示す「ロジスティクスEDI概要書」を公表し、今年1月にはその改訂版（Ver.2.0）をリリースしました。概要書を策定するに至った経緯と、化粧品日用品業界のメーカー・卸売業がロジスティクスEDIを導入する意義についてご説明します。

物流危機解消やCO2削減に 業界全体で取り組む

近年、ドライバー不足で物が運べなくなる「物流危機」や、物流拠点での納品時の長時間待機などを原因とするドライバーの過重労働が業界全体の課題となっています。

また、低い積載率での非効率な輸配送は温室効果ガスである二酸化炭素（CO₂）の排出増につながります。気候変動対策は国連で採択されたSDGs（持続可能な開発目標）にも盛り込まれるなどして社会からの要請が高まっており、荷物を極力まとめて運ぶことでトラックの台数を減らすなどの効率的な運用が求め

られています。

これらの課題に対する取り組みは各企業でも行われていますが、個々の企業単独では解決が難しい問題もあり、より高い効果を挙げるためには業界全体が協力してルールの整備などを進めていく必要があります。

化粧品日用品業界においては、EDIによる効率化によって業界全体で物流情報を活用する仕組みが、まだ構築されていません。

プラネットは30年以上にわたり、受発注に関するデータ交換を中心とする商流EDIを提供することで業務の効率化を支援してきました。その実績を評価していただいたメー

カー・卸売業各社からの要望も受け、前述の課題解決のため、新たに物流EDIの標準化に取り組んでいます。

「ロジスティクスEDI概要書」で 目指すべき物流の将来像を提示

実際にはデータ種を段階的に提供していきませんが、まずは物流EDIの目指す全体像を示す必要があると考え、メーカー各社や有識者にもご協力いただきながら、「ロジスティクスEDI概要書」を2020年2月に策定・公表しました。

「ロジスティクスEDI概要書」では物流業務に関わる問題点を整理し、たうで、その解消のために活用す

私がご紹介します



森 高宏
ネットワーク推進本部付
ロジスティクスEDI担当
マネージャー

お問い合わせ先

株式会社プラネット ロジスティクスEDI担当
Mail: logi@planet-van.co.jp

お気軽にご相談ください。

べき様々なデータ種を定義しました。それぞれのデータ種について具体的にどのような情報を交換し、その情報を活用することでどのような業務改善効果が図れるかを示しています。たとえば、メーカーから卸売業に商品を納入する際、何台のトラックに分けて発送するのか、それぞれのトラックに積んだ商品や到着予定日などをASN（事前出荷案内）で共有すれば、卸売業はそれに合わせて人員配置などの入荷準備を行うことができて検品作業がスムーズになります。トラックの待機時間削減にもつながります。

また、現在は多品種少量の多頻度発注が積載効率の低下の原因となっ

「ロジスティクスEDI」導入の狙い

配送車両運用の改善【配車計画・便数削減・ドライバー工数の削減等】を実現し社会に貢献する

商品情報の
整備・連絡

最適発注・発注支援

新商品代替
商品の案内

最適・最高の
物流条件確保

早期欠品把握と
その対処

配送車情報の把握と
入荷準備

積載商品と入荷予定
の高精度な一致

待ち・滞りのない
入荷検品

仕入・販売事務
作業の効率化

発注提案

卸売業への最適発注支援が可能。最適な発注数量・タイミング・頻度の提案、アイテムの紹介等ができ、互いの売上利益に貢献できます。

発注確認

発注データのエラー告知に加え、発注もれの改善・代替商品や新商品の紹介・切替の示唆・品薄商品の警告・納期案内等もできます。

仕入条件案内

利益管理を重視する卸売業の発注担当者/商品部担当者に対して車引きなどの適用・成立可否を案内し安心して発注していただけます。

品切れ連絡

メーカーが受注直後の早いタイミングで通知できれば、卸売業は対処【納期変更・同カテゴリの別商品発注・小売業への連絡】ができます。

在庫引当情報

メーカーの出荷場所ごとの積み込み予定【在庫引当情報】により車両が分かれることが認識でき、また今回納品分の欠品も把握できます。

出荷予定

納品商品が何号車に積まれたかや、予定された納期時間を通知できます。バス予約も可能で、卸売業の入荷の受入準備ができます。

ASNおよび物流ASN

配送車情報【輸配送会社・ドライバー・連絡先・車番】と積み込み商品情報のリンク【パレットNoと積載ケース商品の個別識別番号・カゴ車などのケースまたは通函等の商品識別番号・ケースまたは通函内単品の個別識別番号】を知ることができます。

入荷検収

卸売業が受け入れた検品結果をデータで渡すことで違算の確認等、卸売業の仕入買掛、メーカーの販売請求の事務処理が効率化されます。

「ロジスティクスEDI概要書」Ver.2.0より

ています。受発注においてはすでに商流EDIが存在しますが、発注精度を高めて物流の効率化を図る目的で、機能強化や新たなデータ種の定義を行っています。

卸売業の物流拠点では、発注データと実際に納入される商品との間に差異があることが検品作業の煩雑化につながっています。この作業による負担も、発注精度を高めたりASNを活用したりすることで緩和できます。

ロジスティクスEDIではメーカーと卸売業の間でデータを交換しますが、輸配送は外部委託されている部分が多いため、メーカーから卸売業に送信するデータの一部については、作成にあたって輸配送業者の協力が不可欠です。物流が効率化されればトラック便数の削減、納品時の待機時間短縮などにつながるため、輸配送業者にもメリットがあります。

各企業の実情に応じた運用想定と導入ステップ案を設定

昨年8月にデータ種の第一弾とし

てASNとしても利用可能な「出荷予定データ」を稼働開始し、今年1月には「ロジスティクスEDI概要書」をVer.2.0に改訂して公表しました。

基本的な考え方や全体像は初版から変わりませんが、導入・運用のイメージをより具体的に理解していただけるように、「運用想定」と「導入ステップ案」を追加しました。物流に関わる業務の運用のあり方や抱えている課題は企業ごとに異なるため、EDI活用の進展の度合いに応じて各企業がどのデータ種交換から着手すればよいかかわかるモデルを提示しました。

最後にロジスティクスEDIについては、昨年11月のユーザー会でもご紹介し、すでにメーカー・卸売業各社からお問い合わせをいただいています。

各企業にとって物流の効率化は、生産性アップやコスト削減のみならず、環境負荷低減や地球温暖化防止に取り組む企業として社会的評価の向上にもつながることが期待できます。

今後も概要書に基づき、物流業務を改善するためのEDIやプラットフォームの整備を進めていきます。

NEWS & TOPICS

PLANET PLAZA

TOPIC
01

「中国市場に向けた商品PR」研究会を
開催しています

新型コロナウイルスの感染拡大により、インバウンド市場が大きな影響を受けています。インバウンド市場の回復までには時間がかかることが予想されていますが、コロナ収束後の新たなインバウンド市場の構築準備も必要です。特に「新しもの好き」の中国市場においては、世界中のブランドがネットを活用してマーケティングを強化しています。このような状況を踏まえ、弊社では毎年開催してきた『インバウンド研究会』の内容を変更し、2021年3月から5月にかけて全4回で「中国市場へ向けた商品PR」をテーマとした研究会を開催します。

業界をあげて日本ブランドを効果的にPRしたいと考えています。



(写真はイメージです)

【内容】

中国の大手口コミサイト「美团点评」を活用し、実際に日本製品のPRを実施し検証します。

● 在日KOC※と日本の商品に関する座談会の開催

● 日本への興味関心の高い中国人生活者へのPR動画作成と配信

※KOC：Key Opinion Consumer
＝ 口コミを発信する影響力の高い消費者。本研究会では、美团点评が認定している複数の達人KOCが参加

研究会終了後、活動内容をホームページにアップする予定です。
過去の「インバウンド研究会」の活動内容はこちらをご覧ください。

<https://www.planet-van.co.jp/shiru/research/inbound/inboundstady.html>



お問い合わせ先：株式会社プラネット イノベーション推進部
Mail：ri@planet-van.co.jp

弊社へのお問い合わせについて

弊社では昨年より全社員を対象に在宅勤務（テレワーク）を実施しております。お問い合わせは、誌面の各記事に記載しているメールアドレス、またはホームページ「お問い合わせ」フォームよりお願いいたします。

営業時間：8:30～17:00（月～金）※祝日、年末年始を除く

なお、サービスについてのお問い合わせは、以下のサービスサポート窓口で受け付けております。

① EDIサービスのお申込み、お手続きのお問い合わせ

【EDIヘルプデスク】

Tel. **045-450-5983** Mail : helpdesk@planet-van.co.jp

受付時間：8:30～17:00（月～金）※祝日、年末年始を除く

② EDI通信状況のご確認、MITEOS・Web発注・Web資材EDIの操作方法のお問い合わせ

【EDIヘルプデスク】

Tel. **045-450-5626**

受付時間：8:00～20:00（月～土）、8:00～18:30（日）

③ バイヤーズネット、商品データベース等のお問い合わせ

【コールセンター】

Tel. **0120-023-811** Mail : sc@planet-van.co.jp

受付時間：8:00～20:00（月～土）、8:00～18:30（日）

引き続き、よろしくお願いいたします。

Planet VAN VAN contents

2021 Spring Vol.130

2 意識調査 From プラネット

3 特集 **トレイグジスタンス社会**

テクノロジーの進化が「時空間瞬間移動産業」を興す

東京大学名誉教授 舘 暁

6 もっと知りたい！～販売データ

Vol.4「販売レポートサービス」のご紹介

8 VAN VAN Topics

10 PLANET PLAZA

12 一度は行ってみたい 日本の祭り

表紙イラスト／神田ゆみこ

AFTER_WORDS 編集後記

新型コロナウイルス感染症がもたらしたパンデミックにより、私たちの行動やライフスタイルが変わり、それと共に流通を取り巻く環境も流通業自体も大きな局面を迎えていると言えます。今号の特集にある通り、「トレイグジスタンス」の技術が実用化に向けて大きく進展しているようです。コロナ収束後の新たな働き方、社会の在り方がどのように進化していくのか、とても興味深く期待が膨らみます。(M・I)



【広島県】

安芸のはやし田

豊作を願い賑やかに歌い踊る



©一般社団法人安芸高田市観光協会

か

つて日本人の祈りの大半は「豊作」への願いであった。

その方法にもいろいろあるが、最もわかりやすいのは、米を作る田の神さまに元気になってもらうこと。そのため田植えどきに、踊りと音楽で賑やかに囃し立てるといふ祭りが生まれた。それが、広島県などに伝わる「はやし田」だ。「花田植」と呼ぶところもある。

最初に美しく着飾った「飾り牛」が登場し、田の泥を耕す。いくつかの作業を終えると、いよいよ田植えが始まる。写真右側に小さく見えるのが、苗を植える早乙女※1たちである。彼女らが植えている間、太鼓を腰につけた男たちが、時折ばちを投げ上げながら、軽快に囃す。早乙女の前にもサンバイ※2と呼ばれる男性が立って、鉦やささらを鳴らしながら歌を交わしていく。

とにかく賑やかな田植えだ。これだけ楽しめれば、田の神さまも元気になるだろう。田植えとは、神さまを招いて行う祭りでもあるのだ。古い中世の絵巻にもこうした様子が描かれており、よほど古くから続く行事だといえる。かつては各地で見ることができたようだが、現在は広島県をはじめとする中国山地にわずかに残されている。

※1 稲苗を田に植える女性。植女ともいう ※2 はやし田の指揮役。本来は田の神のこと



安芸のはやし田

■開催日：広島県安芸高田市／5月最終日曜日、広島県山県郡北広島町／5月第2日曜日 ほか

■開催地：安芸高田市高宮町原田、北広島町新庄 ほか

■アクセス：安芸高田市／中国自動車道「高田I.C.」から車で5分、北広島町／浜田自動車道「大朝I.C.」から車で10分

※最新の開催状況などは以下よりご確認ください

安芸高田市観光協会 <http://akitakata-kankou.jp/> 北広島町観光協会 <http://kitahiro.jp/>

監修・文 久保田裕道 独立行政法人国立文化財機構 東京文化財研究所 無形民俗文化財研究室長

著書に『日本の祭り解剖図鑑』（エクスナレッジ）、共著に『民俗芸能探訪ガイドブック』（国書刊行会）など

Planet van VAN
2021 Spring Vol.130

2021年4月1日発行

発行/株式会社プラネット

〒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

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

■発行人/田上正勝 ■編集製作/株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア



送付先変更などのお問い合わせ先

プラネットコールセンター Tel.0120-023-811 Mail:sc@planet-van.co.jp



古紙パルプ配合率60%再生紙を使用