



PLANET vanvan

100 2013 Autumn
Presented by
PLANET, INC.
プラネットヴァンヴァン

**特集『PLANETvanvan』100号記念
創刊から100号まで、
四半世紀の歩みをたどる**

クローズアップ・ユーザー
可変長フォーマットへの切り替えで、
EDIの更なる活用へ
株式会社 資生堂

なるほど! MITEOS
中央物産株式会社
日本磨料工業株式会社
もっと知りたい!
商品データベース
プラネットくんの社会科見学
ロート製薬株式会社
PLANET PLAZA
プラネット ラボラトリー
プラン&ネット



特集『PLANETvanvan』100号記念

創刊から100号まで、 四半世紀の歩みをたどる

当社広報誌『PLANETvanvan』が本号をもって100号を迎えました。





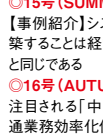


プラネット設立から3年後の1988(昭和63)年9月に創刊して以来、読者の皆様から賜りました多大なるご支援に、心より感謝申し上げます。100号を迎えたこの機会に、誌面と主な記事の変遷をたどってみました。

1988.9-1993.10(創刊号~20号)

1985年の電気通信事業法の施行により民間企業へ通信事業が開放され、沸き起こったVANブームの中、日用品化粧品業界の有力メーカー8社の合意の下、1985年に設立された株式会社プラネット。翌1986年から提供を開始したEDIサービスは、競合メーカーが業務効率化のためにシステムを共同利用するというユニークさが評価され、1987年2月に日経・年間優秀製品賞の「日経流通新聞賞」を受賞。さ

らに、100%オンライン発注を実現すべく、FAX受発注システムが稼働を開始した1988年9月、当社広報誌『PLANETvanvan』が創刊されました。

当時の誌面は表紙のみ2色、中身はモノクロの8ページで、隔世の感があります。しかし、消費財流通に携わる業界の皆様、新たなサービスの意義をお伝えしよう、との意気込みのもと、メーカー・卸売業幹部の方々にご登場いただいた座談会や対談、識者からの寄稿など、業界の当時を振り返る貴重な手がかりになる記事が盛りだくさんです。

1985(昭和60)年	1988(昭和63)年	1989(平成元年)	1990(平成2)年	1991(平成3)年	1992(平成4)年	1993(平成5)年
8月1日設立	<p>◎創刊号(AUTUMN) 【座談会】ネットワーク時代における卸売業の情報化と責務</p> <p>◎2号(WINTER) 【対談】卸売業における情報システム活用のパイオニア 宮崎 和男(株式会社大山 常務取締役)×山中 義昭(情報システムコンサルタント/リテイルシステムコンサルタント)</p>	<p>◎3号(SPRING) 【座談会】情報武装とは企業全体で有機的に情報を活用すること ★表紙デザイン変更</p> <p>◎4号(SUMMER) 【事例紹介】現場との密な交流がシステムを充実させる</p> <p>◎5号(AUTUMN) 【座談会】情報・物流・資金流通の3点を柱に新しいビジョンを展開する</p> <p>◎6号(WINTER) 日用品雑貨業界への警鐘</p>	<p>◎7号(SPRING) 【座談会】現場の視点から卸売業の情報システムを考える</p> <p>◎8号(SUMMER) VANの今、そして未来展望</p> <p>◎9号(AUTUMN) 【事例紹介】システム構築は「楽」をするための努力</p> <p>◎10号(WINTER) 設立5周年記念号 情報化社会における流通業のあり方</p>	<p>◎11号(SPRING) 【事例紹介】人材不足を克服する外注SE活用戦略 ★表紙デザイン変更</p> <p>◎12号(AUTUMN) 20XX ライフスケープの創造 ★16ページ構成の特別号</p>	<p>◎13号(WINTER) 【インタビュー】コンピュータとは四次元コミュニケーションのメディアだ 西 和彦(株式会社アスキー 取締役社長)</p> <p>◎14号(SPRING) 【対談】生産者の喜びと消費者の喜びをどのように結びつけるか 飛岡 健(株式会社現代人間科学研究所 所長)×玉生 弘昌(株式会社プラネット 専務取締役)</p> <p>◎15号(SUMMER) 【事例紹介】システムを構築することは経営することと同じである</p> <p>◎16号(AUTUMN) 注目される「中小企業流通業務効率化促進法」</p>	<p>◎17号(WINTER) 【座談会】日用品雑貨化粧品業界の情報化の将来</p> <p>◎18号(SPRING) 【特集】PSS(ピッキング・サポートシステム)</p> <p>◎19号(SUMMER) 【事例紹介】ITFコードの活用で出入荷の効率がアップ</p> <p>◎20号(AUTUMN) HUMAN NETWORK SPECIAL</p>
						
1985	1988	1989	1990	1991	1992	1993

バックナンバーから浮かび上がる業界の歩み

『PLANETvanvan』では創刊以来、当社のサービスや業界の動向をお伝えするだけでなく、多くのユーザー様や業界の有識者にご登場いただき、当社サービスの活用事例や活動の一端を紹介してまいりました。

創刊当初を振り返ると、物流システムの概要や構築についてお聞かせいただいた「THE SPOT」、システム開発担当者の声をお伝えする「HUMAN NETWORK」、日用品化粧品業界の情報化戦略を語る「FACE to FACE」などの企画がシリーズ化されています。これらはその後、「メーカーの視点」や「THE WHOLESALE」、そして「クローズアップ・ユーザー」へとシリーズ名は変わりましたが、現在も続いています。

誌面中段のタイムラインで、【特集】のタイトルを追っていきますと、「ノー検品」(21号)、「EOS」(22号)、「在庫管理」(24号)、「100%オンライン受発注をめざして」(28~32号)、「Webに対応する」(48号)、といった具合に、本誌のキーワードから業界が歩んできた道のりをうかがい知ることができます。本特集が業界の歴史を振り返るきっかけになれば、幸いです。



※本特集における社名・所属・肩書き・サービス名称等の表記は、発行当時のものです。また、敬称は略させていただきます。

1994.1-2000.10(21号~48号)

インターネットの普及という大きな変化に加え、どれだけのデータ種があればコンピュータで取引を完結できるかをプロジェクトで検証した「トータルEDI概要書」が発行され、業際統一伝票の導入によって新伝送フォーマットへの切り替えが始まったほか、全国で2,000カ所を上回る物流拠点を、フルライン機能を備えた大規模拠点 114カ所に集約すると、業界全体の物流コストは最小化するというシミュレーションを示した「業界サプライチェーン構想 (VOES)」を発表するなど、さまざまな動きがありました。小売業の一括物流システムが拡がり、卸売業の取扱品目の増加や業際化への動きが進むなか、日用品化粧品業界だけでなく隣接する業界からも多くのメーカーがプラネットのEDIサービスを使い始めたことから、EDIのご利用メーカー数がついに100社を突破しました。花王株式会社の参加もあり、プラネットが名実ともに業界インフラとなったのもこの時期です。

資材EDI(1997年7月)、商品データベース(1997年12月)、取引先データベース(1998年2月)など新サービスの稼働開始も相次ぎ、誌面にはEDI以外の各サービスの話題が取り上げられるようになりました。

また、27号から遂に誌面がフルカラーとなり、翌28号からはユー

ザー様の有志の方々からご提供いただいた写真が表紙を飾っています。本誌が現在のデザインにリニューアルする直前の84号まで、その数は57点にもものばり、本誌バックナンバーのうち過半数を占める人気企画となりました。ご協力いただきました方々には、この場をお借りして改めてお礼を申し上げます。なお、12ページ構成となったのは、37号からです。



(27号より)

(38号より)

1994(平成6)年

- ◎21号(WINTER)
 - 【特集】ノー検品/店頭での検品合理化のために何が必要か
 - ★表紙デザイン変更 社員によるエッセイ「お茶の水坂だより」連載スタート
- ◎22号(Spring)
 - 【特集】EOS/卸売業務の原点“受注”を考える
- ◎23号(SUMMER)
 - 【特集】LAN型バーコード検品システム
- ◎24号(AUTUMN)
 - 【特集】在庫管理/商品の扱い方が卸売業の将来を決める

1995(平成7)年

- ◎25号(WINTER)
 - 【特集】PLANET座談会
- ◎26号(Spring)
 - 【特集】トータルEDI
- ◎27号(SUMMER)
 - 創立10周年記念特別号
 - ★16ページ構成の特別号
- ◎28号(AUTUMN)
 - 【特集】100%オンライン受発注をめざして PART1
 - ★表紙の写真をユーザー様からご提供いただく企画を開始



(27号より)

1996(平成8)年

- ◎29号(WINTER)
 - 【特集】100%オンライン受発注をめざして PART2
- ◎30号(Spring)
 - 【特集】100%オンライン受発注をめざして PART3
- ◎31号(SUMMER)
 - 【特集】100%オンライン受発注をめざして PART4
- ◎32号(AUTUMN)
 - 【特集】100%オンライン受発注をめざして PART5

1997(平成9)年

- ◎33号(WINTER)
 - 【特集】P端8000で100%オンライン受発注へ前進
 - ★オフィス移転に伴い「お茶の水坂だより」を「かもめ通信」に
- ◎34号(Spring)
 - プラネット参加メーカー100社突破
- ◎35号(SUMMER)
 - 【特集】業界商品データベース
- ◎36号(AUTUMN)
 - 【特集】業界インターネット共同利用研究会



(34号より)

1998(平成10)年

- ◎37号(WINTER)
 - 【トップ対談/1】※トップ対談の詳細は、下段のコラム参照
 - プラネットの基本データを活用してローコスト化を
 - ★「THE WHOLESALER」、メーカーの視点、“トップ対談”のシリーズ化開始
- ◎38号(Spring)
 - 【特集】THE・物流 業界商品データベース
- ◎39号(SUMMER)
 - 【トップ対談/2】
- ◎40号(AUTUMN)
 - 【特集】THE・物流 業界商品DBの普及と利用促進

1999(平成11)年

- ◎41号(Spring)
 - 【トップ対談/3】
 - コンピュータ2000年問題への対応
- ◎42号(Spring)
 - 【特集】業界イントラネットサービス
 - 医薬品・医療品業界のEDI推進
 - 西暦2000年まであとわずか!!
- ◎43号(SUMMER)
 - 【REPORT】プラネット「マーケティングネットワーク」セミナーin京都
 - 家庭用品業界のEDI推進
- ◎44号(AUTUMN)
 - 【特集】卸売業の情報システム戦略を考える
 - ペット業界のEDI推進
 - 西暦2000年まで秒読み段階

2000(平成12)年

- ◎45号(WINTER)
 - 【トップ対談/4】
- ◎46号(Spring)
 - 【特集】第1回プラネットマーケティングフェア開催レポート
- ◎47号(SUMMER)
 - 【トップ対談/5】
 - 電池業界のEDI推進
- ◎48号(AUTUMN)
 - 【特集】Webに対応する



(46号より)

1994

1995

1996

1997

1998

1999

2000

トップ対談

現在も年1回ペースで掲載されているトップ対談は、37号からシリーズ化され、98号までの間に17回を数えています。主に流通やITの分野における第一人者を招いてのトークは毎回白熱し、限りある誌面に凝縮されたテキストには、時間が経過しても色あせることのない有益な情報がたくさん詰まっています。

※ご登場いただきましたのは、以下の方々です。(敬称略)

- 第1回(37号) これからの情報化社会を展望する
北城 悟太郎(日本アイ・ビー・エム株式会社代表取締役社長)
- 第2回(39号) 卸流通業界のさらなる発展に向けて
大山 俊雄(全国化粧品日用品卸連合会名誉会長)
- 第3回(41号) 21世紀の情報化推進とマーケティング戦略
水口 健次(株式会社戦略デザイン研究所代表取締役社長)
- 第4回(45号) 流通新時代 時代のニーズとそれの対応を探る
伊藤 昌弘(全国化粧品日用品卸連合会会長/伊藤伊株式会社代表取締役社長)
- 第5回(47号) インターネットが流通を変える
佐々木 経世(オートバイテックジャパン株式会社代表取締役会長)

- 第6回(49号) 21世紀の流通を語る
大 公一郎(全国化粧品日用品卸連合会会長/ダイカ株式会社取締役社長)
- 第7回(53号) 今後のIT戦略と情報活用のための環境づくり
國領 二郎(慶應義塾大学ビジネススクール教授)
- 第8回(58号) レガシーマイグレーションの時代
金丸 恭文(フューチャーステムコンサルティング株式会社代表取締役社長)
- 第9回(61号) ネットビジネスに新しい価値を
吉松 徹郎(株式会社アイスタイル代表取締役 兼 CEO)
- 山田 ムユミ(株式会社アイスタイル取締役 @cosme主催)
- 第10回(69号) 2006年の流通動向を展望する
舟本 秀男(舟本流通研究室代表)
- 第11回(77号) 流通業界の行方と今後の戦略展開
上原 征彦(明治大学大学院グローバルビジネス研究科教授)
- 第12回(81号) 2009年の流通を展望する
結城 義晴(株式会社社商人会代表取締役社長)
- 第13回(85号) 歴史小説の舞台にみる物流戦略
山本 兼一(歴史時代小説作家)
- 第14回(89号) 2011年の流通を展望する
石井 淳蔵(流通科学大学学長)

- 第15回(91号) 変化する流通構造と卸売業の役割
津田 隆雄(ハリマ共和国産株式会社代表取締役社長)
- 第16回(94号) 狭小商圏時代に流通業は何をなすべきか
平野 健二(株式会社サンキュードラッグ代表取締役社長)
- 第17回(98号) ネットとリアルとの融合
吉松 徹郎(株式会社アイスタイル代表取締役社長 兼 CEO)



(85号より)



(91号より)



(98号より)

※第1~10:13・14・16回:玉生 弘昌(当時代表取締役社長)、第11・12・15回:井上 美智男(当時代表取締役副社長)、第17回:田上 正勝(現代表取締役社長)が対談しております。

2001.1-2009.10 (49号~84号)

インターネットとその関連技術が社会に広く定着したこの時期、1999年にEDIサービス通信手順のラインナップに加わっていた全銀TCP/IPが、業務のスピードアップ、コスト削減というメリットが評価され、ご利用が進みました。また2005年には、世界標準のAS2手順に準拠したインターネットEDIを実用化しました。一方、それまで主流だったJCA手順や全銀手順向け通信機器にサポート終了の動きが出てきたことから、通信手順の全銀TCP/IP、AS2への切り替えを皆様にお願いました。『PLANETvanvan』誌面でも、全銀TCP/IP、AS2を導入したユーザー様に、折に触れご登場いただき、おかげさまで2009年10月に切り替えが完了しました。

また、Webを活用した業務効率化の研究と、その成果の実用化にも精力的に取り組み、2001年にWeb受発注サービス、業界シングルポータルとバイヤーズネット、2006年に商品マスタ登録支援サービスや販売レポートサービスなど、今ではすっかりお馴染みのサービスが開始しました。その基盤を盤石とすべく、2004年にジャスダック市場に株式を公開し、情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)も導入致しました。また、一般用医薬品分野への取り組みを強化すべく、2008年にセルフメディケーション・データベースの運用・管理業務を

受託。翌2009年には、改正薬事法の施行に先駆けて医薬品説明文書データベースの提供を開始しました。さらにマーケティング分野での機能強化を目指し、顧客ID付POSデータ分析を行うカスタマー・コミュニケーションズ株式会社が2008年に関係会社になりました。

これらの取り組みをご評価いただき、2005年にはEDIユーザー様が1,000社に到達しました。



(50号より)

(80号より)



(56号より)

(71号より)

2001(平成13)年

- ◎49号(WINTER) 【トップ対談/6】 ★誌面リニューアル
- ◎50号(SPRING) 【特集】21世紀におけるIT化の展望とプラネット全銀TCP/IP
- ◎51号(SUMMER) 【特集】One to Oneマーケティングの手法「クーポンサービス」
- ◎52号(AUTUMN) 【特集】B to Bへの取り組み



(49号より)

2002(平成14)年

- ◎53号(WINTER) 【トップ対談/7】
- ◎54号(SPRING) 【特集】シングルポータル第1回
- ◎55号(SUMMER) 【特集】シングルポータル第2回
- ◎56号(AUTUMN) 【特集】シングルポータル第3回
- 全銀TCP/IP



(54号より)

2003(平成15)年

- ◎57号(WINTER) 【特集】シングルポータル第4回
- ★「プラネット太くんのおじゃましませーず」連載開始
- ◎58号(SPRING) 【トップ対談/8】
- ◎59号(SUMMER) 【特集】B to Bへの取り組み/ビジネスナビゲータ開設
- ◎60号(AUTUMN) 【特集】B to Bへの取り組み/小売業とのコラボレーション強化を目指して バイヤーズネットにサイト開設
- ペット業界の取引伝票統一化への取り組み

2004(平成16)年

- ◎61号(WINTER) 【トップ対談/9】
- ◎62号(SPRING) 【特集】B to Bへの取り組み/製配販商品マスタ同期化プロジェクト(その1)
- おかげさまでプラネットは、2月24日ジャスダックに上場いたしました。
- ◎63号(SUMMER) 【特集】B to Bへの取り組み/製配販商品マスタ同期化プロジェクト(その2)
- ペット業界の商品データベース活用事例
- ◎64号(AUTUMN) プラネット20周年にやせて理美容業界のEDI推進

2005(平成17)年

- ◎65号(WINTER) ISMS(情報セキュリティマネジメントシステム)取得!
- プラネット創立20周年・株式公開記念パーティー開催
- ◎66号(SPRING) 【特集】在庫データの活用提案
- ◎67号(SUMMER) スーパーバリュー社の競争力強化戦略
- ◎68号(AUTUMN) 【特集】EDIユーザー1,000社を突破!
- プラネット創立20周年記念米国視察研修報告

2006(平成18)年

- ◎69号(WINTER) 【トップ対談/10】
- ◎70号(SPRING) 【特集】「商品マスタ登録申請サービス」をスタート!
- ◎71号(SUMMER) 【特集】ITFコードが16桁から14桁に
- ◎72号(AUTUMN) 【特集】商品マスタ登録支援サービス導入事例 SMOOTHEDI(インターネットEDI)導入事例



(71号より)

2007(平成19)年

- ◎73号(WINTER) 標準化が拓く次のステップ~コラボレーティブコマースに向けて~(プラネットユーザー会2006 基調講演より)
- ◎74号(SPRING) 商品マスタ登録支援サービス導入事例
- ◎75号(SUMMER) 【特集】GDSへの取り組み
- ◎76号(AUTUMN) 【特集】「プラネット・マーケティング・フォーラム」開催



(76号より)

2001

2002

2003

2004

2005

2006

2007

プラネット太くん

「プラネット太くんのおじゃましませーず」

プラネットのオリジナルキャラクターである「プラネット太くん」が、ユーザー様のもとへ赴き、ユニークな施設や活動をお伝えしました。57号から連載が始まり、82号までの間に、合計26箇所におじゃましました。

- | | |
|-------------------------|----------------------------|
| 57号 エステー化学株式会社 | 70号 ASK TOKYO アカデミーシュワルツコフ |
| 58号 株式会社インテックコミュニケーションズ | 71号 ユニバーパジャパン株式会社 |
| 59号 株式会社ニッソー | 72号 株式会社ファンケル |
| 60号 ハーブハーモニーガーデン | 73号 ビジョン株式会社 |
| 61号 株式会社日本香堂 | 74号 マスターフーズ リミテッド |
| 62号 サンスター 心身健康道場 | 75号 キュービー株式会社 |
| 63号 大日本除虫菊株式会社 | 76号 FUJIFILM フォトエントランス日比谷 |
| 64号 高砂香料工業株式会社 | 77号 大島椿株式会社 |
| 65号 貝印株式会社 | 78号 おもちゃのまち バンダイミュージアム |
| 66号 株式会社あらた | 79号 ミズノ株式会社 スポーツロジージャラール |
| 67号 伊勢半本店紅資料館 | 80号 ハール金属株式会社 |
| 68号 株式会社クレシア | 81号 牛乳石鹸共進社株式会社 |
| 69号 株式会社ツムラ | 82号 サラヤ株式会社 ベジブルキッチン |

「プラネット太くんの社会科見学」

86号からスタートし、現在も連載中のこのコーナーでは、鳥を旅するイラストエッセイシリーズの著者でもある松島むうさんがイラストを担当。お馴染みの「プラネット太くん」が、訪問先で驚いたことや感動したことをお伝えするこの企画は、当社ホームページに掲載しているバックナンバーへのアクセス数も多く、たくさんの方々に親しまれています。

「プラネット太くんの社会科見学」バックナンバーのURL
http://www.planet-van.co.jp/planetta_sk/

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| 86号 小津和紙 | 94号 株式会社龍角散 |
| 87号 東芝ライテック株式会社 | 95号 株式会社ヤマサキ 西風新都工場 |
| 88号 nepia 千のトイプロジェクト | 96号 株式会社インテック 万葉スクエア |
| 89号 株式会社タニタ | 97号 徳武産業株式会社 |
| 90号 印刷博物館 | 98号 株式会社ファンケル |
| 91号 オムロン株式会社 コミュニケーションプラザ | 99号 養命酒製造株式会社 |
| 92号 シバセ工業株式会社 | 100号 ロート製薬株式会社 |
| 93号 日本ロレアル株式会社 | Smart Camp(スマートキャンプ) うめきた |



2010.1-2013.10 (85号~100号)

2010年3月の浜松町への事務所移転に先だって、『PLANET vanvan』誌面を大幅にリニューアルし、現在のデザインとなりました。2011年3月11日、東日本大震災が発生。被災された皆様に、謹んでお見舞いを申し上げます。また、被災後の状況についてお話くださったハリマ共和物産株式会社(91号)、株式会社東流社(95号)の両社様に改めて御礼を申し上げます。

当社は震災後、かねてからの事業継続計画の対策もあり、通信サービスは安定して稼働を続けました。消費財の流通インフラとしての社会的責任を果たすべく、今後も万全の対応に努めます。

2011年8月にはクラウド技術を採用してシステム基盤を刷新、センターマシンは第6世代となりました。同年、当社ホームページもリニューアルを行い、本誌の記事やバックナンバーを皆様により手軽にご利用、ご活用できるように致しました。翌2012年10月には20年ぶりに社長が交代、組織体制を大幅に見直しました。本誌97号で会長の玉生、社長の田上がご挨拶を申し上げます。2013年よりスタートした新たなWeb-EDIサービス「MITEOS」は誌面でも大きく取り扱い、現在、ご利用の卸売業様・メーカー様の声をご紹介します「なるほど！MITEOS」が連載中です。5月にリニューアルしたシングルポータル、

新たにスタートした「商品データベースプラス」をはじめ、読者の皆様のお役にたてるサービスの提供と、その紹介、ご提案をできる誌面作りにこれからも励んでまいります。



(92号より)



(97号より)



(97号より)



(99号より)

2008(平成20)年

- ◎77号(WINTER) 【トップ対談/11】
- ◎78号(SPRING) 【特集】レガシーマイクレーション事例 SMOOTHEDI導入事例
- ◎79号(SUMMER) 【特集】ドラッグストア業界の流通システム標準化への取り組み
- ◎80号(AUTUMN) 10月からOTC医薬品業界の「セルフメディケーション・データベース」の運用を開始 大規模災害に備え、業界規模のEDI障害対応訓練を実施

2009(平成21)年

- ◎81号(WINTER) 【トップ対談/12】 改正薬事法によって日本の流通はどう変わるか～プラネットユーザー会2009から～
- ★誌面リニューアル
- ◎82号(SPRING) 【特集】「医薬品説明文書データベース」サービスをスタート!
- ◎83号(SUMMER) 「まさか!」の緊急事態に備える
- ◎84号(AUTUMN) ドラッグストア業界の標準EDIへの取り組み

2010(平成22)年

- ◎85号(WINTER) 【トップ対談/13】 製配販協業化の鍵を握るもの～プラネットユーザー会2009から～
- ★誌面リニューアル
- ◎86号(SPRING) 【クローズアップ・ユーザー】 改正薬事法施行に合わせ、医薬品情報提供システムを自社構築
- ★「クローズアップ・ユーザー」シリーズ化開始、オフィス移転に伴い「かも通信」改め「浜松町の社窓から」
- ◎87号(SUMMER) エコパワートエコロジーの両立を目指して共同物流を推進
- ◎88号(AUTUMN) プラネットとファイネットの商品データベース相互連携

2011(平成23)年

- ◎89号(WINTER) 【トップ対談/14】 【クローズアップ・ユーザー】 バイヤーズネットを活用した業務効率化
- ◎90号(SPRING) 【クローズアップ・ユーザー】 「全銀TCP/IP+可変長」による基幹EDIサービス活用事例
- ◎91号(SUMMER) 【トップ対談/15】
- ◎92号(AUTUMN) クラウド・コンピューティング技術を採用した第6世代の新EDIシステムが稼働/PC・スマートデバイス対応の高機能Webカタログをリリース

2012(平成24)年

- ◎93号(WINTER) プラネットユーザー会2011開催
- ◎94号(SPRING) 【トップ対談/16】
- ◎95号(SUMMER) 東日本大震災を振り返る
- ◎96号(AUTUMN) 【クローズアップ・ユーザー】 EDI活用で受注量の増加にもスムーズに対応 / “全社一丸”を具現化するシステム統合への軌跡



(95号より)

2013(平成25)年

- ◎97号(WINTER) プラネットユーザー会2012開催
- ◎98号(SPRING) 【トップ対談/17】
- ◎99号(SUMMER) 「シングルポータル」リニューアルと「商品データベースプラス」のご案内
- ◎100号(AUTUMN) 【特集】 「PLANET vanvan」100号記念



(100号より)

2008

2009

2010

2011

2012

2013

2014

30周年へ向けて

ネットワークの拡がりに伴って、当初の日用品化粧品業界の枠を超え業務を拡大してきた当社は、情報インフラとしての使命を更に果たすべく、2004年にはジャズダック市場に株式を公開し、パブリックカンパニーになりました(62号)。2005年には、ユーザー数が1,000社を超え、68号でその詳細をお伝えしています。皆様に安心してご利用いただけるよう、徹底した安全化対策や事業継続計画へ積極的に投資を行い、2013年現在は、「見える化」サービスを構想中です。2015年はいよいよプラネットが設立30周年を迎える大きな節目の年に当たります。本誌でもさまざまな企画を計画しておりますので、どうぞご期待ください。



(62号より)



(65号より)



(68号より)

編集部 歴代担当者より

管理本部 経営企画部長 滝山 重治

21～48号の時期に「PLANET vanvan」制作を担当していました。EDIやSCMの将来ビジョンを業界へ向けて積極的に発信し始めたプラネットの成長期にvanvanを通じて様々な方々と交流できたことが大きな財産となっています。98号から再び編集メンバーに加わりました。

営業本部 CRM部長 井上 美恵子

49～65号は主担当、66～97号は社内プロジェクトの責任者として制作に関わっていました。取材ご対応やご寄稿、表紙写真のご提供など、さまざまな形でご協力を賜りました皆様に、改めて御礼を申し上げます。100号の発行は感慨無量です(涙)。

管理本部 経営企画部チーフプランナー 小中 健太郎

66号から「PLANET vanvan」制作を担当しております。今回の特集記事制作に際し、バックナンバーを手取る度に新たな発見がありました。初心を忘れず、よりよい誌面を皆様にお届けできるよう、日々精進してゆきたいと思っております。

※誌面の編集協力及びデザインは、以下の通りです。
 (創刊号及び2号/編集協力=株式会社ヒューマンプランニング・タイトルデザイン=長谷川 徹)
 (3号～19号/編集協力=株式会社ヒューマンプランニング・タイトルデザイン=板垣 千恵)
 (20号～84号/編集協力=株式会社社誌書房・タイトルデザイン=板垣 千恵)
 (85号～/編集協力=株式会社社誌書房・デザイン=太田 康士 [Hitrico Graphic Service])

クローズアップ・ユーザー CLOSE UP USER

基幹EDI活用事例

可変長フォーマットへの切り替えで、 EDIの更なる活用へ

株式会社 資生堂

〒104-0061 東京都中央区銀座七丁目5番5号
<http://www.shiseido.co.jp/>

プラネット設立に携わったメーカーの1社であり、長年にわたりプラネットの基幹EDIを利用している株式会社資生堂。「日本をオリジンとし、アジアを代表するグローバルプレイヤー」を目指し、さらなる飛躍へと歩みを進める同社に、プラネットサービスの利用状況や最近の取り組みについてお話をうかがった。



情報企画部 課長
稲川 弘さん



情報企画部
熱田 昌彦さん

物量の多いトイレタリー事業に 標準EDIは必須

株式会社資生堂では、化粧品に次ぐ主力事業であるトイレタリー関連の事業について、1986年のサービス開始当初より基幹EDIを利用している。

「過去から専門店チャンネルをメインに成長してきた化粧品事業とは商品戦略も異なり、ドラッグストア・量販店を主要チャンネルに、圧倒的に多い物量を取り扱うトイレタリー事業は、取引先も卸売業が中心となるため、システムの面でも化粧品とは違ったアプローチが必要です。収益性をあげるためには物流業務の効率化が欠くことのできない重要な要素であり、EDIへの取り組みも早い時期から積極的に行って来ました」と情報企画部課長※注の稲川弘さんは語る。

同社のトイレタリー事業では、「TSUBAKI」や「シーブリーズ」をはじめ、最近ではメークがお湯で落とせる化粧下地「フルメーク ウォッシュアップ ベース」が注目されている。現在その事業売上の9割以上がEDI化されている。かつて、全国10か所の支店にそれぞれ複数名を置いて対応していた受発注業務も、今日では受注センターの3名の担当者がすべて処理するようになっている。

そのような流れの中で、プラネットの基幹EDIは業界標準として、もはや無くてはならない存在だ、と稲川さん。

「企業との取引が主である以上、EDIは必須の流れです。しかしメーカー、卸売業が各々に対応すると、システムは非常に複雑になってしまいます。プラネットが“標準化”を堅守し、業界全体に働き掛けを続けてくれたからこそ、多数のメーカーや卸売業が「業界共通の情報インフラ」として基幹EDIを利用できるようになったわけです。つまり、プラネットの取り組みは、消費財流通における業務効率化に大きく貢献しているのです」。

基幹システム刷新に合わせ EDIフォーマットを可変長に変更

同社は2008年より「日本をオリジンとし、アジアを代表するグローバルプレイヤー」となることをビジョンとし、成長に向けた取り組みを推進している。これを実現するIT基盤として、ERPを利用したグローバル統一システムへの刷新をグループ全体で順次進めており、トイレタリー事業においては2013年4月に基幹システムをカットオーバーした。それに伴いEDIのフォーマット

トを、固定長から可変長(TSV)へと切り替えた。

新基幹システム構築プロジェクトの実務を中心となって指揮した情報企画部の熱田昌彦さんは、可変長へ変更した経緯を次のように話す。

「コスト削減の効果はもちろん、業界として今後EDIをより幅広く使っていくためにも、いずれは将来性のある可変長への変更を考えていました。ただ、EDIのフォーマットのためだけに基幹システムに手を加えるというのは現実的ではないので、タイミングを待って、今回のシステムの入替えを機に実行したのです」。

プロジェクトの立ち上げは、2012年2月。それからわずか1年強という短い準備期間にも関わらず、新システムへの移行は、大きな混乱や問題もなくスムーズに完了したという。その理由について熱田さんはこう語った。

「稲川のサポートにより実務に没頭できたことは、社内環境として大変恵まれていました。また、私自身が長年トイレタリー事業に携わってきたので、経験と知識に基づいて、関係者に詳細な仕様まで説明することが出来ました。これにより、ポイントを押さえた判断ができたのに加え、社内のユーザー部門やプラネットをはじめとする社外のパートナーの皆さんとの間に、無理を言い合える信頼関係が出来上がっていたことが大きいと思います。それは、毎日のコミュニケーションの積み重ねの賜物であり、さまざまな立場の人間が集まっていながら、まるで1つのチームのような一体感でシステム移行を推進できました。結局、人と人との関係が一番大切なのだと改めて感じました」。

メーカー、卸売業間でハブの役割を果たす プラネットに期待

基幹業務だけでなく、日々、蓄積される膨大な販売データについても積極的に活用している。

「ロジスティクスの組み立ての指標として、販売データによる需要予測は不可欠です。また、レポートも販売

データをもとに処理をしていますから、当社にとっては非常に重要なデータです」(熱田さん)。

プラネット設立前は、自社で個別に各卸売業から販売データを集めていた時期もあったが、プラネットの販売データを利用するようになり、常に最新の実績データを標準フォーマットで一括入手できるようになったため、商品供給からマーケティングまで、各部門でのデータ利用も容易になり、活用の幅もますます広がっているという。

最後に、稲川さんにプラネットへのご要望をお聞きした。

「日雑業界は、他の業界と比べてメーカー間、そしてメーカーと卸売業間の情報交換が活発でコミュニケーションがとれています。それは、プラネットが勉強会や意見交換会などを頻繁に開催し、メーカーと卸売業間のハブの役目を果たしてくれているからです。今では、プラネットのEDIは我々にとって、空気のように当たり前の存在です。逆に言うと、プラネットに何かがあったら、業界自体が機能しなくなる、それほど重責を担っているわけです。今後も使命感をもってインフラとしての責任を果たして欲しいと思います」。

いただいた言葉をしっかりと受け止め、皆様の信頼にお応えできるよう、プラネットは今後もシステムの安定した運用とサービスの一層の向上に努めていきたい。

※注

稲川弘さんは2013年10月1日現在、資生堂アステック株式会社へ異動されています。

なるほど! MITEOS

メーカーと卸売業の間で手軽に発注・仕入データの双方向通信を実現できるサービス「MITEOS」を、各社ではどのように活用し、評価しているのか。前回に引き続き、卸売業、メーカーそれぞれの立場から見たMITEOSのメリットや課題についてお話をうかがった。

※MITEOSの詳細につきましては、弊社ホームページ、または「PLANETvanvan」97号の「Web-EDIサービス「MITEOS」のご紹介」をご参照ください。

卸売業様の声

**MITEOSによって作業負荷が軽減。
入力ミスやエラーも減らすことができました。**

中央物産株式会社

「価値創出型マーケティング&セールス・カンパニー」を標榜し、新たな付加価値をもった中間流通機能の強化を推し進める中央物産株式会社。

「当社は単なる品揃えだけではなく、商品の本当の価値を伝えるマーケティング的な発想を取り込み、新しい需要を創出できる次世代の卸売業を目指しています。そのためには合理化できる業務は徹底して合理化し、人的資源を有効活用することが必須です」と松島取締役MD本部長は語る。その意味で、発注・仕入業務の効率化につながるMITEOSにも大いに期待しているという。

中央物産におけるMITEOSへの取り組みを、MD部の小杉マネージャーは次のように説明する。

「当社の場合、発注・仕入伝票の85%はEDI化されています。つまり残りの15%がMITEOSの対象となるわけです。その中からMITEOSの導入によって現場にメリットが出るメーカーを選び、1社1社、直接交渉を進めますので、担当部署が現場のことをよくわかっている必要があります。そこでMITEOSに関しては現場主義を重視し、管理オペレーション部買掛グループが主体となって推進しています」。

7月末現在、同社は8社のメーカーとMITEOSによるデータ交換を行っている。現場で発注・仕入業務に携わる買掛グループの石田マネージャーは、MITEOSのメリットをこう話す。

「やはり最も実感するのは、作業時間の短縮と作業負荷の軽減です。これまで仕入伝票は郵送でしたから、メーカー様も伝票発送の手間や郵送料がかかっていましたし、私どもも受け取った伝



取締役
M&S本部
MD本部長
松島 淑雄さん



営業本部
M&S統括
MD部
マネージャー
小杉 晃さん



管理本部
管理オペレーション部
買掛グループ
マネージャー
石田 一夫さん

票を開封して整理し、目視で照合するという手順を踏まなければなりません。それがデータ化され、自動照合できるようになったのは大きいですね。さらに、翌日にはデータを配信いただいているので、伝票郵送によるタイムラグもなくなり、締日間際の処理も期越えすることなく、早めに処理できるようになりました」。

また、入力ミスやエラーも大幅に減ったと石田マネージャー。

「こちらが送った発注データをそのまま返していただけるので、変換エラーがありません。さらに、メーカー様からのご要望を受けて、発注データに単価を設定するようにしたところ、メーカー様は入力作業が軽減され、また、当社としても単価の差異がなくなって助かっています。MITEOSの導入によって、業務の流れ全体がスムーズになりました」。

今後のMITEOSの展開について、小杉マネージャーに伺った。

「パソコンとWeb環境さえあれば利用できるMITEOSは、EDI接続が難しいというメーカー様に、ぜひお勧めしたい新しい選択肢です。当社では、月50枚以上の伝票のやり取りがあるメーカー様を対象を広げ、MITEOSのメリットをご説明して、地道に普及を図っているところです。いずれはMITEOSが業界で当たり前の存在になり、新規のお取引の際には初めからMITEOSの利用を前提にお話ができるようになればと思っています。また、メーカー様側の視点に立つと、各卸売業に共通して使えるサービスであることがより大きなメリットにつながります。そのためにも、まだ参加していない卸売業各社には、一日も早くMITEOSにご参加いただきたいと思っています」。



取締役
営業本部長
齋藤 篤さん



営業本部
伊藤 正智さん

**MITEOSを利用する企業が増えれば、
業界にとって大きな財産になります。**

PIKAL 日本磨料工業株式会社

日本磨料工業株式会社は、家庭用・自動車用ケミカル用品及び工業用研磨剤の製造、販売を行うメーカーだ。同社の主力商品である金属磨き「ピカール液」は、金属・銅・ステンレス等に適し、家庭から工場まで幅広く多くの人に愛用され続けているロングセラーである。品質を重視した国内生産にこだわり、すべての製品を東京の大森工場で生産。札幌、名古屋、大阪、福岡に営業所を設けて、全国へ商品を出荷している。

同社は、MITEOSのサービス開始と同時に導入準備を進めた。ブラウザ上で手軽に受注情報の受信と売掛情報を送信できるサービスと聞いて興味を持ったと、営業本部長の齋藤篤さん。

「一つのシステムをみんなで利用して業界全体の生産性を上げようという標準EDIの考え方には、私自身大いに賛同しますが、大手ではない当社のようなメーカーにそこまで必要なか、という気持ちも正直ありました。それが今回のMITEOSは、システムを構築する必要もなく、料金もリーズナブルなので、これならやってみてもいいかもしれない。サービス利用卸売業のリストに既存取引先3社のお名前もあり、将来性を考えて導入するなら今だと思い決めました」。

今年3月よりMITEOSの利用を開始し、現在、3社と接続している。ただし、既存の受注業務をそのままMITEOSに置き換える、という本来の使い方にはなっていない。

「当社の業務フローでは、受注・出荷業務は営業所ごとに行っているのですが、MITEOS経由の受注については、一旦本社に受注情報を集約した後、PDFを出力して担当営業所へ送付して

います。MITEOSの受注機能の特性や、現在の当社における業務フローを考慮した受注管理を行なうため、本社から各営業所に受注内容を振り分けることにしました」(齋藤さん)。

イレギュラーな対応だが、まだ接続先も少ないため、問題なく処理できているという。本社でMITEOSの業務を担当している営業本部長の伊藤正智さんは、MITEOSを実際に使ってみて次のように評価する。

「操作が非常に簡単で、最初からスムーズに使うことができました。一つの画面で複数のお取引先からの受注について操作できるので、週明けなど発注が多いときに、まとめて処理できて便利です。今後、MITEOSが普及すれば、ファックスやお取引先ごとの個別システムも不要になり、指定伝票を送付するという手間もなくなりますので、コスト削減や業務効率化のメリットは大きいと思います」。

ただ、接続先が増えると今の対応では処理が難しく、業務フローの見直しやMITEOSの機能追加を望んでおり、今後プラネットに期待している、と伊藤さん。そして、MITEOSが更に高機能化するためには、利用メーカーの母数を増やすことが大事だと齋藤さんは言う。

「今後、受発注業務は間違いなくオンラインが主流になっていきます。MITEOSが軌道に乗れば、業界にとって大きな財産になるはず。時代に乗り遅れないためにも、できるだけたくさんのお客様にMITEOSにご参加いただき、皆さんと一緒にMITEOSを育てていきたいと思っています」。



MITEOS 利用の決め手

- 複数の得意先に対して、すぐに始められる手軽さ

MITEOS 利用した感想

- 操作はとても簡単、さらに、指定伝票の送付などの個別対応が不要で便利

SPEEDY!!



SIMPLE!!



商品データベース

貴社では「商品データベース」を活用していらっしゃいますか？消費財の文字情報と画像情報を一元管理する商品データベースは、業界の大きな財産であり、工夫次第でさまざまな業務にその情報を活かすことができます。今号からの「もっと知りたい!」では、商品データベースの特長や活用方法について、4回にわたってご紹介していきます。

Vol.1 商品データベース概要のご紹介

商品データベースとは？

プラネットの「商品データベース」は、日用品・化粧品各メーカーの商品情報を集約し、卸売業・小売業へインターネットで提供するサービスとして、1997年にスタートしました。その後、ペットフード・ペット用品が加わり、さらにOTC医薬品の「セルフメディケーション・データベース」(JSM-DB)、酒類・加工食品の商品情報データベース(FDB)とのデータ連携によって、流通業界を幅広くカバーするデータベースへと成長しました。商品データベースに登録される商品情報は業界共通の標準フォーマットで管理されていますので、ユーザーは個別に情報を集める手間が省けるだけでなく、効率的に利用することができます。また、文字情報と画像情報が一元管理されているため、商品マスタの登録から棚割まで、さまざまな場面でご活用いただけます。



商品データベースの特長

商品情報を集めたデータベースは他にもいくつかありますが、プラネットの商品データベースの特長として、以下の3点が挙げられます。

▼精度が違う！

メーカーのご担当者が商品情報の登録を行っていますので、情報が正確です。各メーカーには情報入力担当者、入力された情報をチェックする責任者を決めていただき、メーカーが発信する商品情報を流通の現場でお使いいただける仕組みにしています。

▼鮮度が違う！

新商品の情報は発売の2～3カ月前※を目安に登録され、随時メンテナンスされます。ユーザーは最新の情報を入手できますので、余裕をもって企画提案や棚割にご活用いただけます。

※JSM-DB、FDBからの連携データは除きます。

▼網羅性が違う！

商品データベースは、日用品・化粧品をはじめ、ペットフード・ペット用品、OTC医薬品、酒類・加工食品類など、幅広いカテゴリーの商品情報を網羅しています。

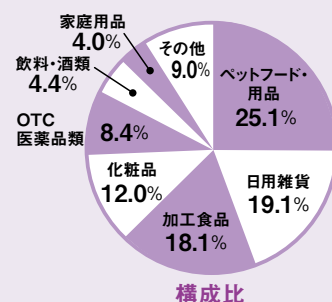
JICFS分類	件数
ペットフード・用品	31,798
日用雑貨	24,151
加工食品	22,830
化粧品	15,201
OTC医薬品類	10,617
飲料・酒類	5,508
家庭用品	5,025
その他 (内訳は以下の通り)	11,351
菓子類	3,741
その他食品	2,869
衣料・衣服	1,907
家電	1,315
その他日用品	286

JICFS分類	件数
時計・メガネ	247
DIY用品	205
玩具	195
車両用品	179
靴・履物	134
身の回り	71
その他文化用品	69
その他商品	44
文具・事務用品・情報文具	40
寝具・寝装品	23
スポーツ用品	18
その他耐久消費財	6
生鮮食品	2

登録件数 126,481件

登録メーカー 782社

(2013年 9月20日時点)



商品データベースをもっと活用しよう！

商品データベースには、業務に使える生きた情報が満載されています。必要な商品情報をインターネットからタイムリーに入手して、みなさまの業務にぜひ活用ください。詳しい内容については、次号以降の「もっと知りたい！」のコーナーでご紹介していきます。

ブランド	ソフラン
希望小売価格	オープン
サイズ	幅81mm × 高さ262mm × 奥行69mm
内容量	650 ml
メーカー出荷可能日	2013/09/20
分類	一般衣料用洗剤柔軟剤

商品名/規格/分装情報	
商品階層	単品
全内ブランド名(20)	ソフラン
全内サブブランド名(20)	
全内商品名(14)	ソフランANアロマソープ
全内商品名(14)	ソフランANアロマソープ
全内商品名(26)	ソフランアロマナチュラルアロマソープの香り 650ml
全内商品名(25)	ソフランアロマナチュラルアロマソープの香り 650ml
登録商品名	ライオンソフランANアロマソープ650ml
全内商品名(50)	ライオン 香りどぞドラフトのソフランアロマナチュラルアロマソープの香り 650ml
商品規格	650 ml 650 ml
単品内入数	1 個 / 1 本

▼流通業界のニーズに応える「ワンソース・マルチユース」

・企画提案資料／チラシ・POP作成

商品データベースに登録された文字情報と画像情報を組み合わせると、企画書やチラシ・POP制作をスムーズに行うことができます。

・棚割支援

商品データベースからダウンロードした商品画像と文字情報は、国内で現在市販されている3社の棚割システムへ、容易に取り込むことができます。

・商品マスタ連動

商品データベースに登録された文字情報・画像情報は、自社内の商品マスタに連動することができます。

・オンデマンドカタログ

カタログ誌面のようにレイアウトされた商品情報を、Excelデータでダウンロードすることができます。

・新製品カタログ

1月と7月の年に2回、新製品の情報を冊子とWebで公開しています。まだ新製品の情報を掲載していないメーカー様は、ぜひ掲載のご検討をお願いいたします。

▼商品データベースをさらに有効活用するための各種サービス

・クリッピングサービス

商品データベースに登録・更新された商品情報を自動で抽出し、日次でご提供。商品情報収集の効率化が図れます。

・商品マスタ登録支援サービス

商品データベースの情報活用によって、お取引先の入力負担軽減とマスタ情報の精度向上を実現。商品マスタ登録業務の効率化を支援します。

・商品データベースプラス

多様化する販売チャネルへの対応の標準化をサポートすべく、生活者を意識した商品情報を提供。2013年5月からの新しいサービスです。

商品データベース担当者よりひと言

日ごろは「商品データベース」をご利用いただきまして、誠にありがとうございます。おかげさまで2013年8月末現在、4,008社、19,489名の方々にユーザーとしてご登録をいただいております。

商品データベースは、メーカー様のご理解、ご協力のもとに運用されています。常に最新の情報を反映したデータベースとなるよう、メーカーのみならずには引き続き、迅速な商品情報登録をお願い申し上げます。

また、商品データベースをより良いサービスにしていきたいため、ご利用の際にお気づきの点やご意見、ご提案などございましたら、お気軽にプラネットのコールセンターへご連絡ください。

サービスに関するお問い合わせ **株式会社プラネット CRM部 コールセンター** Tel.03-5962-0811 E-mail sc@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「プラネットくん」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。

プラネットくんの 社会科見学

イラスト/松島むう

今回
おじゃま
したのは……



スマート キャンプ
ロート製薬株式会社 Smart Camp うめきた

(グランフロント大阪 ナレッジキャピタル6F)

<http://smartcamp.rohto.co.jp/>

(ご利用のサービス:基幹EDI、商品データベース、
取引先データベース)

食と美と健康のパワースポット

1899 (明治32)年の創業以来、こだわりと挑戦の企業努力により、ヘルス&ビューティ分野において広範な製品を開発してきたロート製薬株式会社。同社は、「驚きを伴う喜び=驚喜^{おどろき}」を提供する企業として「Happy Surprise! よろこびっくり誓約会社」というスローガンのもと、人々の健康や美容を核にした事業の発展だけではなく、社会の公器としての責任を果たすべくさまざまな活動を展開しています。今回は、その活動の一端である“Smart Camp うめきた” (以下、Smart Campはスマートキャンプと表記)をご紹介します。

家庭薬膳とフレンチのコラボレーション (旬穀旬菜)

ロート製薬は2004年7月、「健康産業に従事するものは、心身ともに健康でなければならない」という考えから、大阪本社に社員向けの福利厚生施設“スマートキャンプ”を開設しました。その後、広く一般の方々にご利用いただけるようにと、「福利厚生のおすそわけ」をコンセプトに“スマートキャンプ東京”を2008年にオープンしました。

その東京店をさらに進化させた“スマートキャンプうめきた”は、今年(2013年)4月、グランフロント大阪のオープンと同時に営業を開始しました。ここには薬膳フレンチレストランの“旬穀旬菜”、都市型農園の“旬穀旬菜シティファーム”、頭からつま先までのトータルケアを行う“ホリスティックラボ”といった3つの施設があります。

薬膳フレンチレストランの“旬穀旬菜”は、「オテル・ドゥ・ミクニ」(※1)のオーナーシェフで日本を代表するフレンチの巨匠・三國清三氏のご協力を得て、厳選した旬の食材をふんだんに使ったメニューを提供しております。旬の食材から今の自分に必要なエネルギーや栄養を取り込んで、巡らせるという発想を活かしたロートオリジナルの家庭

薬膳と三國シェフによるフレンチのコラボレーションを美味しくお楽しみいただける空間です。週替わり・月替わりにて提供しているランチは、ワンプレートで価格もお手頃(平日=1,150円、土日祝=2,620円)なことから、ときには1時間待ちになってしまうほどの大人気です。ディナーは予約制でA、B、Cのコースに加えてフレンチでありながら全9品の糖質量計が40g以下という低糖質コース(2日前までに要予約)の計4コースをご用意。いずれも三國シェフのこだわりが存分に発揮されています。

ゆったりとおくつろぎいただけるように、レストラン内には本棚や、幸せを呼ぶオリーブの木を配置しております。オリーブの樹齢はなんと200年で、「そら植物園」(※2)の活動で知られるプラントハンター・西島清順氏自らがアンダルシアから運び入れたもの。「食と美と健康のパワースポット」をコンセプトとする“スマートキャンプうめきた”のシンボルツリーとして親しまれています。

旬穀旬菜=<http://smartcamp.rohto.co.jp/syunkoku>



← アンダルシアから、はるばる1万8千キロも
おんねいもてきた。本樹は産年200年。オリーブ



シタヤマトは、旬穀旬菜
シティファームで採れたもの

旬穀旬菜の
食材は
おんねいも
てきた



経営企画本部
広報・CSR室
吉本 有希さん
(薬剤師)

※1/オテル・ドゥ・ミクニ=<http://www.oui-mikuni.co.jp> ※2/そら植物園=<http://from-sora.com>

「よろこびっリ」をかたちにした都市型農園 (旬穀旬菜シティファーム)

グランフロント大阪の名称には、未来に向けて大阪の新しい玄関口にふさわしい「世界に開かれた最前線の“まち”であり続けたい」との思いがこめられており、“スマートキャンプうめきた”があるナレッジキャピタルは、「人がつながって未来をつくる知的エンターテインメント大空間」という位置づけになっています。そこで、『未来』というキーワードから“旬穀旬菜シティファーム”の構想が浮かびました。

土を必要としないセラミック栽培により、都会で行う近未来農園のイメージを具現化し、銅版画家の山本容子氏制作の壁画と合わせて独特な雰囲気を感じていただけるよう設計しております。セラミック栽培とは、無数の極小の穴をあけたセラ

ミックの筒を使い、腐葉土と同じような環境下で野菜や植物を栽培する方法。野菜は適度なストレスを与えられ風味よく育ちます。また、徹底した管理のもと閉鎖型の室内にて作付けから収穫までを行うため、葉菜や果菜、根菜を計画的に生産できます。害虫などの侵入もシャットアウトし、ほぼ無菌で無農薬、安定的に供給できるという利点があります。随時、季節の野菜、ハーブなど約30種類を栽培しており、収穫した野菜は“旬穀旬菜”のメニューに使用することで、フードマイレージ0の地産地消にもつながっているんですよ。

旬穀旬菜シティファーム=<http://smartcamp.rohto.co.jp/cityfarm>



頭からつま先までをトータルケア (ホリスティックラボ)

“ホリスティックラボ”は、当社が実績を積んできたウェルネスメニューを集めた完全予約制の施設で、今の健康を維持し、未来の健康をも手に入れていただけるようにサポートします。

現代人に必要な「排出する、緩める、鍛える、高める、巡らせる」といった5つの健康機能を整えるために、熟練された施術とサービスを用意しております。頭からつま先まで、リラクゼーションや疲労回復、ストレス解消のお手伝いをする7つのサービス(詳細は下表ご参照ください)を、ご自身のコンディションに

じてお選びいただけます。

いずれのサービスにも自信を持っておりませんが、「どれを選んだらいいかわからない」という方には、深部疲労®対応のアロマトリートメントがおすすめです。こちらは、眠ってもとれないと感じる疲労感をリンパに働きかける手技でときほぐすので、丁寧なカウンセリングを行い、ラボオリジナルの体質・体調判定からお客一人ひとりに合ったメニューをご提案しております。

ホリスティックラボ=<http://smartcamp.rohto.co.jp/holisticlab>

ヘッドスパ
ヘッドスパ

ヘアカラー
ヘアカラー

鍼灸
鍼灸

深部疲労®対応アロマトリートメント
深部疲労®対応アロマトリートメント

フット(ストレス)ケア
フット(ストレス)ケア

エステ・コアトリートメント
エステ・コアトリートメント

ホリスティックピラティス
ホリスティックピラティス

【頭部リラクゼーション】
ヘッドスパ&ヘアカラー

【肌のエイジングサインに着目】
エステ・コアトリートメント
(ロート製薬の高級化粧品ブランド エピステムによるエステティックメニュー)

【なかなかとれない疲労感に】
深部疲労®対応アロマトリートメント
鍼灸

【ストレスに強い体づくり】
ホリスティックピラティス

【足から全身の健康を考える】
フット(ストレス)ケア
フットピラティス

「プラネット ユーザー会 2013」のご案内

11月に開催するユーザー会の概要を以下の通りご案内いたします。
皆様のご来場を心よりお待ちしております。

開催日時・会場

●大阪会場：11月13日(水) 13:30～17:00 於一ホテル阪急インターナショナル 4F 紫苑(大阪市北区)

●東京会場：11月21日(木) 13:30～17:00 於一東京国際フォーラム ホールB7(東京都千代田区)

※両会場とも、17:20頃より懇親会を予定しております。

プログラム

●基調講演

テーマ：『(仮)時代と共に変化する生活者と@cosmeの取り組み』

講師：株式会社アイスタイル 代表取締役社長兼 CEO 吉松 徹郎氏

●ユーザー事例紹介

ユニ・チャーム株式会社、森川産業株式会社

●プラネットからのご報告、ご説明

備考

ユーザー会、懇親会ともに無料でご参加いただけますが、事前のお申込が必要です。

お問い合わせ先

株式会社プラネット ユーザー会事務局 Tel: 03-5962-0811 E-mail: userkai@planet-van.co.jp

『インターネットは日用品流通をどう変えるか 2013』を発表

インターネットの急速な普及が一般消費財の流通チャネルにもたらしている変化の現状を把握するため、消費者へのアンケートを一昨年・昨年に続いて実施し、その結果を報告書として発表しました。

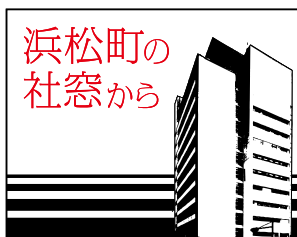
日用品の多くのカテゴリにおいて、購入場所としてドラッグストアを挙げる回答が一昨年の結果と比べて10%以上伸びている一方、基礎化粧品・メイクアップ化粧品では、ドラッグストアに次ぐ2位にインターネットが挙がり、両者合わせて約7割を占めています。

インターネットでの買い物は、頻度・一回あたりの購入金額ともに増加傾向にあり、90%以上の人「今後も利用したい」と回答しています。

報告書と集計データはプラネットホームページに掲載しておりますので、ぜひご覧ください。

<http://www.planet-van.co.jp/research/> (研究会・構想トップページ)

※報告書には冊子版もございます。ご希望の方は、プラネット CRM部 コールセンターにご連絡ください。 Tel.03-5962-0811 E-mail sc@planet-van.co.jp

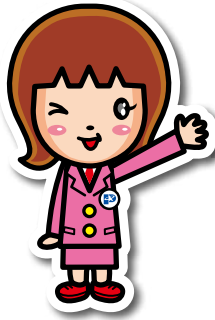


ネットワーク本部ネットワーク管理部
山口 和也 (やまぐち かずや)

本誌『PLANETvanvan』も皆様にお力添え頂き今回で100号を数えるまでに至りました。第1号は25年前の1988年です。その25年間で技術もめざましく進歩しました。私の最近の関心事は3Dプリンタです。3Dデータから物を立体出力できる。まるでSF映画のようですね。今後の進展が楽しみです。

さて、毎年恒例の「プラネットユーザー会」が11月に開催されます。ユーザー様のプラネット活用事例

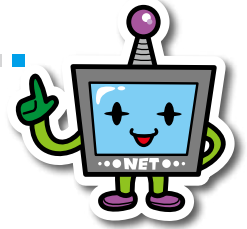
や、講師の方の基調講演等、プラネットをご利用頂いておりますユーザー様には、役立つ情報が盛り沢山です。部署の性質上、内勤が多い私にとっても、ユーザー様に直接会ってお話できる貴重な機会です。ユーザー様の生のお声を頂き、3Dプリンタのようにサービスに反映することができればと思っています。社員一同、皆様にお会いできる事を心より楽しみにしておりますので是非ともご参加頂けますよう、宜しくお願い致します。



PLANET

プラネット ラボラトリー

LABORATORY



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。

『CONCEPT』テーマ? 広報誌『PLANETvanvan』とは?

1988年の創刊以来、プラネットのサービスをご利用の皆さまにお届けしている広報誌『PLANETvanvan』についてご紹介いたします。

『PLANETvanvan』が出来るまで

お客さまにとって価値のある情報をお届けすることを目指し、社内各部のメンバーが集まる編集会議で企画や誌面構成を決定。事例紹介や「プラネット太くんの社会科見学」の取材では、日本各地のお客様を訪問いたします。制作にあたっては、社外の編集者、ライター、デザイナー、イラストレーター、写真家、印刷会社と緊密に連携。より良い誌面づくりを常に心がけています。

取材先様、社内外メンバーによる校正を経て、刷り上がった『PLANETvanvan』は、プラネットのサービスをご利用のお客様、プラネットの活動をご支援くださっている皆さまにお送りしております。

もし送付部数や宛先変更のご希望がございましたら、お気軽にプラネットCRM部 コールセンターにご連絡ください。

Tel. 03-5962-0811 E-mail sc@planet-van.co.jp

主要コーナーのご紹介

「クローズアップ・ユーザー」…… プラネットサービスを活用されているお客様の事例をご紹介します。

「なるほど! MITEOS」…… メーカー・卸売業間の双方向通信を手軽に実現する「MITEOS」。ご利用企業に合った、そのメリットをまとめています。

「もっと知りたい!」…… 日々の業務にプラネットサービスをご利用いただけるよう、テーマ毎の連載で、わかりやすくご説明しています。

「プラネット太くんの社会科見学」 オリジナルキャラクター「プラネット太くん」が当社サービスご利用のお客様が展開するユニークな企業活動について、お話を伺います。

Web版のご紹介

最新号から58号までのPDFファイルはプラネットホームページ、98号以降の「クローズアップ・ユーザー」「なるほど! MITEOS」のHTMLファイルはバイヤーズネット「マーケティング情報」に掲載されています。是非こちらもご活用ください。

ココに注目!

★ 100号を迎えたのを機に、『PLANETvanvan』への「皆さまの声」を募集します。

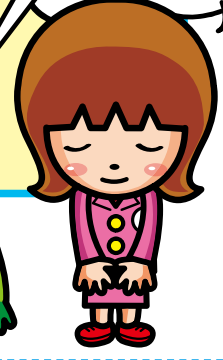
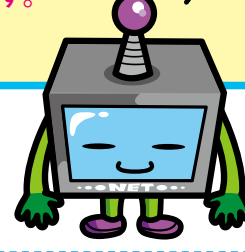
「PLANETvanvan」に関するご意見やご要望、ご感想、お気づきの点、プラネットへのメッセージなど、どのような内容でも結構です。是非「皆さまの声」をお聞かせください!

100号に同封の用紙へご記入の上、FAXにて「03-6402-8421」へ、もしくはプラネットホームページのお問い合わせ画面で件名に「vanvanアンケート」とご記載の上、お送りください。

回答用紙のPDFファイルは、下記URLよりダウンロード頂けます。

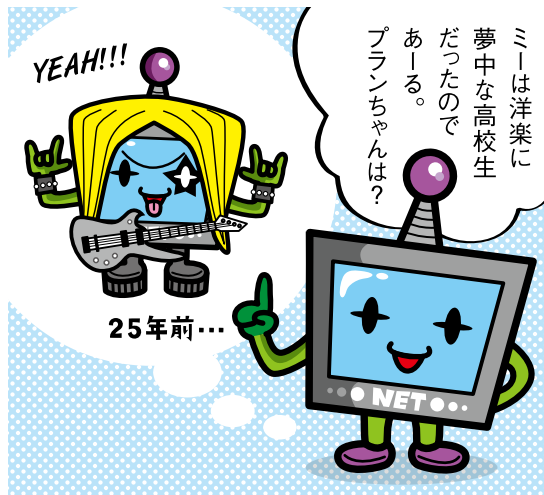
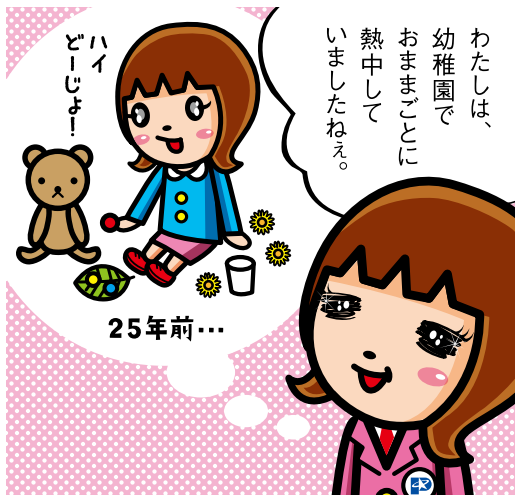
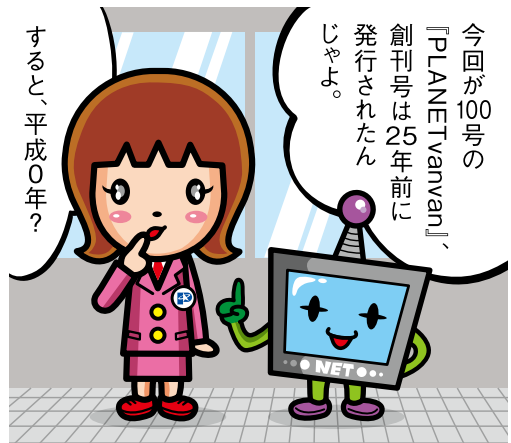
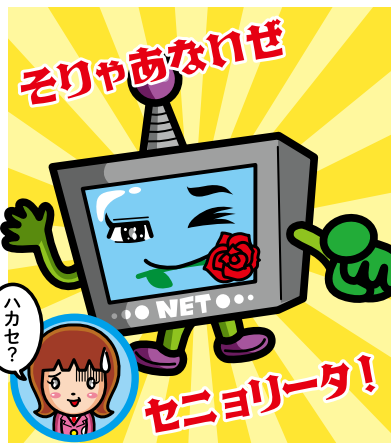
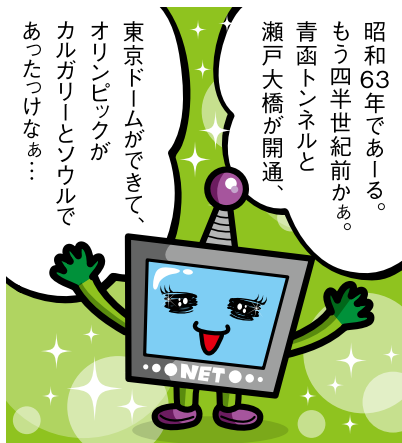
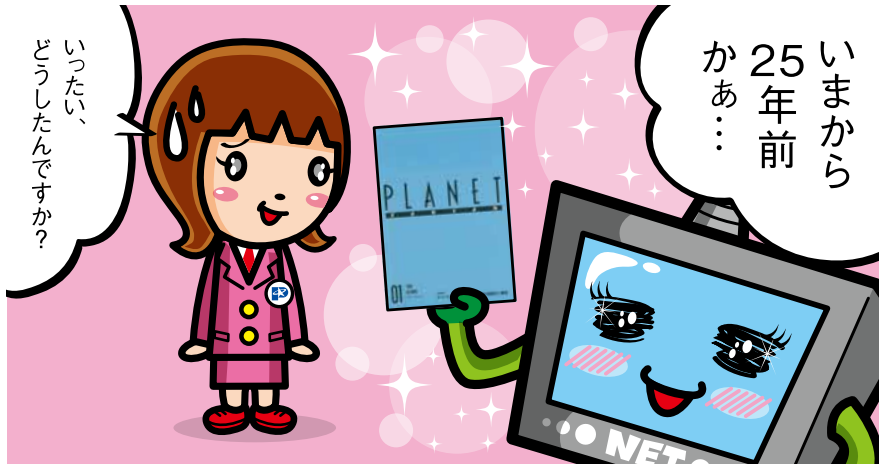
<http://www.planet-van.co.jp/vanvan/enquete.pdf>

読者の皆さまの
お声、お待ちしております。
おります。



お問い合わせ先 | 株式会社プラネット 管理本部 経営企画部

Tel. 03-5962-0811 E-mail keiei@planet-van.co.jp



100号を迎えた
『PLANETvanvan』への
「皆さまの声」を募集します!

詳しくは、
15ページの
**PLANET
LABORATORY**
をご覧ください。

PLANET vanvan 100

第100号 2013年10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31番
文化放送メディアプラスビル3階
TEL. 03-5962-0811
発行人/田上正勝
編集協力/株式会社砦書房
デザイン/太田康士 (Hitrico Graphic Service)
印刷/株式会社太平印刷社

