

明治23(1890)年に小間物問屋として創業した株式会社小六は、1950～60年代にかけての業界再編と北海道の観光ブームの流れを受けて観光業に参入。観光土産品や日用品を扱ってきたが、2000年前後からの外国人旅行者の増加で扱う品目数が増大し、受発注業務の効率化と、卸販売・直営店・Web販売各部門の情報連携が課題となっていた。

ハンディターミナル導入による販売システム効率化とWeb・直売店舗・卸を連動させた統計システムの構築

11,000にも膨れ上がった商品アイテム数

外国人に人気の土産品には洗剤や歯磨き粉、爪切りなどの日用品も多く、日本人が好む土産品の傾向とは少し異なる。創業時から日用品を扱ってきた株式会社小六は、こうした新しいニーズにうまくマッチングできる環境にあったが、他方で、取扱品目数が大幅に膨らみ、仕入先は700社、店頭レジなどで商品を識別するJANコード付きのアイテム数は11,000にも上った。また、観光土産品からは今まで入れていなかった日用品の受注があり、逆にドラッグストアへは観光土産品を出荷することになるなど、商品の流れにも変化が現れ、在庫管理と受発注業務が煩雑化していた。

小六では30年前にコンピュータを導入していたが、セールスの得意先からの受注業務のほか、直営店やWeb販売から本社に上がってくる注文は電話・FAX受けなどの紙ベースで、商品のピッキング等で間違いが生じる原因にもなっていた。そこで今回は、JANコードを軸に受発注および商品管理が行えるシステムの構築を検討。受注から出荷までの効率化を図り、なおかつ、Web・直営店・卸の各販売データを連携させ、顧客への商品提案につなげることが計画された。

圧倒的なスピードアップで当日出荷も可能に

受発注業務の効率化に向けては、JANコードを読み取るハンディターミナルを導入。ホテルや販売店などから注文を受けた営業マンは、該当する商品のJANコードにハンディターミナルをかざして読み取り、数量などを入力。その情報はリアルタイムで本社に届き、商品のピッキングなど出荷に向けた準備が進められる。これにより、伝票への書き写し等で起こっていたミスはなくなり、スピード感も圧倒的に向上。従来のアナログな方法であれば、本社に情報を送る前の受注段階で30～40分かかっていたものが半分ほどに短縮でき、午前中の早い段階で入った注文は当日出荷が可能になるなど、ケースによっては丸1日の時間短縮が図れるようになった。

業務の効率化と同時に、ハンディターミナルで吸い上げた情報をデータとして蓄積。毎月の売れ筋商品の把握なども容易にできるようになった。これらのデータは営業会議での検討材料になるだけでなく、顧客への商品提案にも大いに活用できるため、今後さらにその分析を進め、売上げアップにつなげたいと考えている。

〈業務の連携図〉

従来は、本社(卸販売)、直営店、Web販売が別々に販売統計を分析していたが、今後は本社の販売管理システムにデータを統合し、業種別や商品分類等の分析を行っていく



余剰時間とデータを
生かして、お客様に
プラスαの提案を



常務
加藤 一男

今回の事業によって得ることができた時間の余裕を、社員一人ひとりが何にどう生かすか。それが、これからの課題です。営業面では売れ筋・死に筋など販売データの分析を進め、得意先に、いかにリアルタイムで的確な提案を行えるか。直営店・Web販売とあわせて、データに裏付けられた「攻めの営業」を展開したいと考えています。