

東京新宿ベジフル

販売管理システム刷新

新分析機能で「見える化」実現

東京新宿ベジフル(内田秀社長、東京・淀橋市場)では、昨年十一月に全面リニューアルした販売管理システムが徐々に効果を発揮してきた。売上げデータの処理が二時間程早まるなどの事務処理効率化に加え、分析ツールとして導入した都築電気の経営トップ向け情報分析ツール「マネージング・マスター」(MM)および担当者が簡単にデータをその場で作成できる「インテリジェント・レポート」(IR)を活用。社内分析や、産地に対する戦略的なデータ作りに活用している。

同社は、平成十七年六月、だまし使用していた「石田に東京新宿青果と東京淀橋 義一郎 賞務)。データ分析青果が事業統合して発足。はペーパーで、処理も遅い統合後もしばらくは販売管 など、営業実績を検証する理システムを別々に稼働さ には不向きだった。せ、その後片方に統合した このため、一部手直しでが、この時点では「旧シス はなく、根本から刷新するテムを手直しして、だまし ことを計画。「入力作業の

省力化」「ペーパーレス化」(システムや青果ネットシス「分析、検証の強化」などを念頭におき、二年間をかけて新システムの導入を検討。その結果、販売管理システムを都築電気製に一新するだけでなく、分析ツールとしてのMMおよびIRも同時に導入した。システム稼働に当たっては、「信じられないくらいトラブルがなかった」(石田常務)という。入荷データの大半を事前処理し合理化。新販売管理システムの威力は、入力作業の省力化やペーパーレス化などに発揮される。ベジフルシステム



社内のあちこちでみられるようになった「ミニ会議」

また、社内体制は、品目担当制と産地担当制を併用

しているが、以前は同じ品目が複数の部署で在庫となるなど、非効率的な面もあった。これに対応するため社内データの閲覧は役職等で制限せず、基本的にオープンに。どこかに在庫がないかをまず確認するなど、無駄な任入れを防止し、顧客に「組織」として対応、効率化につなげている。

短時間で傾向を把握 戦略的データも作成

一方、MMおよびIRでは、分析・検証機能が強化された。まず、「短時間で傾向を的確に把握できる」MMにより、売り先別の売上高や利益に加え、「予算

(販売計画)達成率」もひと目で把握できるようになったことが大きい。その波及効果として細谷輝男・執行役員は、「今後は予算の立て方がきちんとされていくだろう」と期待する。これまでの予算といえは「何事も前年比で考える」傾向が強くなり、「単純に前年比5%増の数字を出してくるなど、根拠のない予算が非常に多かった」。とくに今月からは現場のあちこちで「ミニ会議」が行われ、販売において「どこが弱いか」を、各々の立場で、あるいは会社全体として検証する様子が見られる。サーバの記録を見れば、「誰が毎日データを見て、分析しているか」までわかる。まだまだではあるが、当初に比べればMMを活用するようになっていく。

これに対しIRは、商談に必要な部分だけをピンポイントでエクセルに抽出できることから、営業員が自分のセンズで自由に、産地の会議に行く際の資料作りに役立っている。これまでは電算室に依頼して作成していたため、時間や社内コストがかかっていたうえ、内容も販売データが不足し、やや「産地寄り」という欠点があった。今後は、営業員が産地、シェアや単価などに加えて、「どのような業態に販売しているか」などの利益が出てくるか、販売先に向いたき細かい情報を提供し、営業員の意識改革に役立たい(細谷氏)としている。