

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・常務）。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 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」（系統品や青果ネットシス 「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 動に当たっては、「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 応が可能になった。



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、無駄な仕入れを防止し、 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、「単純に前年比五％ 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 こが弱いかな」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 分のセンスで自由に、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、どれだけの利益が出て いるかなど、販売先に向い たきめ細かい情報を提供し、 営業員の意識改革に役立て たい」（細谷氏）としている。