

西條商事株式会社 様

クラウド型発注サービスの導入で、発注業務を省力化 売り場づくりや接客に注力し、お客様サービスを向上

商品名 小売業様向け店舗発注サービス ValueAnswer EOB (バリューアンサーイーオービー)

課題	効果
<ul style="list-style-type: none"> ■ 発注業務が経験則に依存しており限られた担当者に作業が集中 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 発注の自動化・標準化により個人スキルにかかわらず誰でも適正な発注が可能
<ul style="list-style-type: none"> ■ 在庫の把握が難しく、過剰在庫や欠品などのチャンスロスが発生 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 精度の高い在庫管理と発注が可能になり売上向上・ロス削減・粗利改善を実現
<ul style="list-style-type: none"> ■ 高価な専用端末など導入にかかるコストの負担が心配 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 汎用タブレット端末とクラウド型システムで導入・運用コストを抑え、アップデートによる機能向上のメリットも

広島県内にてスーパーマーケットなどを展開する西條商事では、限られた担当者の経験と勤を頼りに発注業務を行っていたり、在庫の確認がリアルタイムでなかったりなどの課題を抱えていた。そこで、適正な発注により廃棄ロスやチャンスロスを低減すべく、富士通エフ・アイ・ピー(以下 富士通FIP)のクラウド型店舗発注サービスを導入。自動発注や在庫状況の見える化により発注業務を省力化し、ロス率の低減を実現した。結果的に担当者の残業を抑制し、「働き方改革」にも貢献。

背景と課題

廃棄ロスやチャンスロス削減の鍵は、発注の最適化

1951年に食品卸問屋として事業をはじめた西條商事。同社は、地元である東広島市西条の顧客の要望に応じる形で店頭販売を開始し、現在ではスーパーマーケット、業務用食品スーパーなど19店舗を展開。地元の方が付けた愛称の「ショージ」(社名の「商事」より)をそのまま店名としている。常務取締役の蔵田 亮氏は「当社は野菜や果物、魚、肉、惣菜、ベーカリーなどの生鮮食品にこだわり、地産地消の取り組みとして、地元農家のみなさんや市場、メーカーなどの生産者と提携したオリジナル商品を販売しています。

最近では、他店との差別化を図った、健康志向の方向けの自然食品や、充実した品揃えが話題のワインやチーズコーナーにもご好評をいただいております」と話す。

地元の人々に愛されて70年営業している同社であるが、ここ数年、競合の新規参入や、顧客の高齢化による来客数の減少など、業況が変化してきた。環境の変化のなかでもよい商品を探めやすく、仕入れ価格の交渉や経費削減の工夫をしていたが、一方で売り場では適正な在庫管理による廃棄ロスや値引きロス、チャンスロスの削減が課題として挙がっていた。

管理本部・電算課の課長である佐々木 勝年氏は、「私たち電算課は、システム側からのアプローチで、売り場での各種ロス率低減に貢献できないかと検討していました。そこで、ハンディターミナルと紙のオーダーブックによる



西條商事株式会社
常務取締役
蔵田 亮氏



西條商事株式会社
管理本部 電算課
課長
佐々木 勝年氏



西條商事株式会社
管理本部 電算課
チーフ
梅林 夕夏氏

お客様プロフィール

西條商事株式会社

所在地 広島県東広島市西条土与丸2-6-49
創業 1951年
資本金 1945万円
従業員数 556名(パートナー含む)令和元年12月末現在
概要 東広島市を中心に、食品スーパーや業務用食品スーパーなど19店舗を展開。「地域愛着」「誠実奉仕」「良質安価」の理念のもと、親しみやすい店づくりに取り組んでいる。
ホームページ <https://www.saijo-shoji.co.jp/>

従来の発注方法に着目。ハンディターミナルでは画面に数行しか情報が表示されませんし、オーダーブックは2週間単位ですので、リアルタイムの発注状況が把握できません。欲しいときにすぐ情報が入手できる運用ができれば、各種ロス率低減につながるのではと考え、発注の電子化を検討しました」と話す。また、限られた担当者の経験と勘を頼りに発注業務を行うために、担当者が思うように休めないという属人化の課題もあった。

導入のポイント

売り場に配慮した専門性の高い提案が採用の決め手

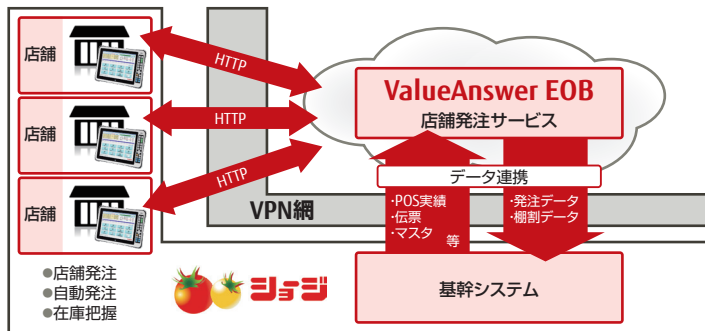
発注の電子化や自動発注の検討は、2016年から行われた。5社、6システムを比較検討し、3つに絞り込んだ。1つは導入型のもので初期費用がかかるもの、残り2つはクラウド型で、そのなかから、使いやすく、導入コストも見合った富士通FIPの「ValueAnswer EOB」が採用された。

採用の決め手について佐々木氏は次のように話す。「ValueAnswer EOBは、初心者でもすぐに使え、発注ミスの不安もなく、使うほど効率がよくなるといった機能面もさることながら、その製品コンセプトに惹かれました。「システム運用を通して見えてくる課題を解決することで、お客様へより良い売り場づくりとサービスを提供できる」というプレゼンを受け、「お客様を大切に」という当社の理念に合致すると思いました」。

またValueAnswer EOBの「商品カテゴリでの発注」という概念も大きな決め手になったという。たとえば牛乳という商品カテゴリにA商品とB商品の2種類がある場合、Aを特売商品にするとAの販売数は増えるものの、Bは販売数が減り、過剰在庫になってしまう。これを商品単位ではなく、商品のカテゴリ単位での需要に着目した発注をすればロスが防げるという発想が、同社の課題解消にぴったりと当てはまった。

さらに、自動発注機能も導入のポイントだった。佐々木氏は「提案の際、売り場の人手不足の原因が、毎日の発注にあるとの指摘を受けました。確かに毎日発注すると毎日納品があり、品出ししなければならず、人手が取られてしまいます。自動発注を活用すれば、商品の回転日数で発注されるので、毎日の品出しは不要となります。」と話す。

■店舗発注システム「ValueAnswer EOB」のサービス概念図



導入プロセス・効果

忙しい店舗スタッフの誰もが使えるよう粘り強くフォロー

2017年10月から導入が始まり、システム開発やテストを終えた2018年4月にパイロット店での運用がはじまった。その後、システムの運用部分に工夫を

加えて、以降2019年6月までに全店への展開を終えた。電算課で佐々木氏とともに店舗への導入を担当した梅林夏夏氏は「店舗からは人手不足で導入できないという意見もありました。そこでまず電算課が店舗を訪問し、棚と棚に並べる商品の定義をシステム上に登録したうえで、使い方の説明会を行い、導入を進めていきました。タブレットをはじめ触るスタッフもいましたが、端末の操作から店内での本番の発注まで、ご理解いただくまで粘り強く説明しました」とスタッフへの教育について説明する。

店舗への導入は、準備・説明会・アフターフォローと、1店舗あたり2週間ほどかけてじっくり行われた。梅林氏は、「アフターフォローのために、専門用語でなく平易な言葉を使ったマニュアルを作成し、スタッフのみなさんが発注業務をできるようにになりました」と話す。

導入の効果は如実に表れており、発注ミスは減っていった。「従来の仕組みですと、現在の発注状況はすぐにわかりません。新しい仕組みでは手に取るように状況がわかりますので、重複するなど、無駄な発注はなくなりました。また以前は発注ミスがあると事務所のスタッフが懸命にフォロー対応していましたが、その手間もなくなりました。以前は毎日の注文締め切り時間に在庫状況を見て注文していましたが、その必要もなく、担当者が休む前日に発注を済ませておくことも可能になりました」と梅林氏は効果を語る。



今後の展望

地元のお客様の笑顔のため、さらなる生産性向上を目指す

発注システムの導入や経費削減の努力の末、今期の粗利率は1%改善、12月の廃棄ロス率は前年より0.5%改善、また人件費も減少傾向にあるという。導入の手応えについて、佐々木氏は「ValueAnswer EOBでは様々なデータが見える化されることもあって、使う人を育ててくれます。自動発注で作業効率を高め、売り場の充実時間に時間を割けるようになり、さらに操作に慣れると、売れ筋商品の傾向から、バイヤーに対して売り場の提案をするなど、戦略的に動くようになります」と話す。

同社が展開する店舗の商圏によっては、人口が減っているエリアや、競争が激化しているエリアもあり、さらなる生産性の向上が求められている。同社の今後の展望について蔵田氏は「人手不足は続くと思いますので、店舗での作業をできるだけ効率化していきたいです。そのためにもValueAnswer EOBをもっと使いこなして、今後は現在対応できていない、特売品への対応や、日配品の自動発注などにも挑戦して生産性を高めていきたいです。そして、効率化で生まれた時間をお客様対応や売り場作りに戻し、地域の皆さんから選ばれるお店にしていきたいです」と語った。

富士通FIPではICTを活用し、西條商事のお客様サービスの向上をこれからも支援していく。

お問い合わせ先

富士通エフ・アイ・ピー株式会社

ビジネスプロモーション推進部

〒105-8668 東京都港区芝浦1-2-1 シーパンスN館

<https://www.fujitsu.com/jp/fip/>

●本カタログに記載されている会社名、商品名は、各社の商標または登録商標です。本カタログに記載されているシステム名、製品名などには必ずしも商標表示 (TM, ®) を付記していません。
●本カタログに記載の内容は2020年2月現在のものです。内容は予告なく変更することがありますので、あらかじめご了承ください。