

プラザオオノ有限会社

葬儀業とギフト業を 一つのパッケージシステムで統合管理 情報を一元化し、顧客とのつながりを強化する

SMILE BS

導入の狙い

- ・ギフト業と葬儀業の基幹業務システムの統合
- ・顧客情報の有効活用
- ・事務処理の効率化

導入システム

- ・基幹業務システム『SMILE BS 販売』

導入効果

- ・システムに合わせ業務を標準化
- ・部門を横断した顧客情報共有による営業力強化

USER PROFILE

プラザオオノ有限会社

【業種】葬儀業

【事業内容】葬儀業およびギフト販売

【従業員数】17名(2013年10月現在)



顧客第一主義を掲げ、ギフト業と葬儀業で地域を支えるプラザオオノ有限会社

埼玉県内でギフト業と葬儀業を営むプラザオオノ有限会社は、地域に密着した顧客本位のきめ細やかなサービスで業績を堅調に拡大している。同社では、OSKの基幹業務システム『SMILE BS 販売』を導入。パッケージシステムでありながらその高い柔軟性を活かし、本来、業務フローが全く異なるギフト業と葬儀業のシステム統合を実現。システム導入をきっかけに事務処理を含めた業務の標準化を図るとともに、顧客情報の有効利用で効果的な販促活動を展開するなど、売上増につながるシステム基盤を構築した。



2013年10月取材

感謝の思いを込め、地域に根ざした ギフト業と葬儀業を展開

プラザオオノ有限会社は、お中元やお歳暮、葬儀や法事の返礼品などを販売するギフト専門店として、1984年に創業した。取り扱っている品物は、食品や雑貨、衣料品など多種多様。地域の運動会やスポーツイベントの景品などの依頼も多く、地域に根ざしたフェイス・トゥ・フェイスのきめ細やかなサービスが大きな特長だ。

1994年には葬儀業を新たに立ち上げた。そのきっかけは、葬儀の返礼品を顧客の自宅まで届けに行ったときに見た光景だった。当時は自宅で葬儀を行うのが主流。ところが、その日は大雨で、会葬者のほとんどが外で傘をさして雨に打たれていた。そのときに、「葬儀場をつくれれば、地元の人に喜んでもらえるに違いない」と一念発起したのだ。

だが、葬儀の返礼品の仕事で葬儀に関わったことがあるとはいえ、葬儀自体を行った経験は全くない。初めてご遺体を引き取りに行ったときには怖くて触れず、見かねた警官に手伝ってもらったこともあった。まさに暗中模索の日々だった。

そのうえ、葬儀場を開設する道のりは決して平坦ではなかった。当時は葬儀場というものをほとんど目にする機会がなかった

取締役
大野 里織氏



「今回のシステムでは、ギフトと葬儀という異なる業務を一元的に処理できるようにするために、ずいぶん無理なお願いをしましたが、おかげさまで望み通りの環境が整いました。当社は今後もまだまだ成長していくので、その過程においては事業形態もいろいろ変化していくと思うので、その変化に対応したサポートに期待しています」

ために偏見を抱く人もいて、葬儀場建設の反対運動もあったという。またバブルが弾けた後だったので、金融機関からの借り入れ審査も厳しかった。

しかし、そうした幾多の苦勞を乗り越え、本社のある埼玉県北本市に「プラザオオノ北本店」を開業。その後、「プラザオオノ桶川店」「プラザオオノ上尾店」を順次オープンさせた。

葬儀事業でも、ギフト業で培った顧客本位のサービスを追求。社員教育にも一段と力を注ぎ、互助会などの大規模な葬儀業者と一線を画している。具体的には、祭壇・会館使用料の無料化や返礼品の2割引きなど、遺族の視点に立った心遣いが評判を呼び、葬儀業の業績も右肩上がりで伸びている。特に家族葬など新たなニーズに敏感に対応している点が特長で、まるで自宅から出棺するような感覚で故人を温かく送り出せる葬儀場として親しまれている。

「地元の方々のお力添えをいただきながら成長し、来年は創業30周年の節目を迎えます。その感謝の思いを込めて、お客様の気持ちに寄り添った細やかな心配りを実践しています。お客様にいかに安心して

葬儀部 主任
會森 慎氏



「以前は、ほとんど紙ベースで事務処理を行っていたので、先般のシステム化により、アナログからデジタルへ一気に切り替わった感じです。特に導入効果として実感しているのは、事務処理の作業時間が短縮されたことです。まだ使いこなせているとは言えませんが、今後は管理帳票も有効活用していきたいです」

プラザオオノの取り扱いメニュー

葬 儀	弔 事	●葬儀施行 ●仏壇 ●墓石 ●生花取扱 ●霊園墓地 ●喪中はがき
	法 事	●料理 ●返礼品 ●供物
	慶 事	●贈答品 ●内祝 ●お歳暮 ●各種イベント ●快気祝 ●他 ●トロフィー ●お中元

葬儀業とギフト業の両輪で、地域の人々を支えている

もらえるか、いかに喜んでもらえるか。その社長の思いは、従業員一人一人に深く浸透しています」と取締役の大野 里織氏は語る。

業務フローが全く異なる 二つの事業のシステム統合を図る

同社でギフト商品を購入している顧客はリピーターが多く、お中元やお歳暮を始め、快気祝いや出産祝い、さらに葬儀や法事の返礼品といったかたちで、一人一人の顧客と長い付き合いを続けている。そのつながりは顧客情報として保管され、同社の経営基盤を支える大きな強みになっている。

ところが、以前は、顧客情報を紙の台帳で管理していたので、顧客数が増えるにつれて業務が煩雑化し、それぞれの顧客の購入履歴を調べる作業に大変手間がかかっていた。

そこで、複合機の導入などで取引のあったリコージャパンに相談。ギフト業の顧客管理を効率的に行う仕組みとして、OSKの基幹業務システム『SMILEis 販売』の提案を受け、2009年に導入した。その後、新たにギフト商品を購入してもらった顧客の情報を順次登録しながら、ギフト業における事務作業の効率化を進めていった。

さらに同社は、葬儀業の効率化にも着手。その目的は、ギフト業と葬儀業の売上や顧客情報を一元的に管理できる業務基

プラザオノ有限公司

盤を確立することだった。というのも、二つの事業の顧客は重複していることが多く、ギフト商品を購入した顧客が葬儀を依頼したり、逆に葬儀を行った顧客が法事の返礼品などを購入したりするケースがよくあるからだ。

しかし、葬儀部では、まだ大半の事務処理を紙ベースで行っていたので業務が煩雑化していた。先行してシステム化を図ったギフト部の顧客情報を有効活用できず、葬儀の顧客にDMなどを発送する際に大変手間がかかっていた。

そのため、二つの事業を一つのシステムで一元的に管理し、事務作業の効率化と顧客情報の共有化を図ることにしたのである。ただし、ギフト業と葬儀業では業務フローが全く異なるため、その二つの異なる業務にいかに対応できるかが重要なポイントだった。

「オーダーメイドでシステムを構築すれば、多額の費用がかかります。当社のような小規模な会社では、そこまでの余裕はありません。しかし、リコージャパンさんに相談したところ、『SMILE BS 販売』は柔軟性が高いので、当社の業務内容に合わせた使いやすいシステムを構築できるという心強い提案をいただいたのです」と大野氏は語る。

その言葉が決め手になり、2010年に『SMILE BS 販売』への移行に踏み切

ギフト部 主任
福島 和代氏



「リコージャパンさんは、何か分からないことがあり電話をかけるとすぐに対応してくれるので、とても助かっています。そのおかげで、パソコンが苦手な人たちも、少しずつシステムの操作を覚えていきました。何も知らない社員同士で教えあうよりも、ITの専門家に直接教わった方が、断然わかりやすいですからね」



『SMILE BS 販売』の導入により顧客とのつながりが、より強化されている。

り、ギフト業と葬儀業を総合的に管理する基幹業務システムの構築に着手した。

一元化された顧客情報をもとに きめ細やかな顧客サービスを展開

異なる業務の基幹システムを一本化するにあたっては、その仕様を決める打ち合わせに多くの時間を費やした。パッケージシステムを使って、どこまで作りこめるのかわからないので、当初は不安もあった。

「パッケージシステムは、できることがある程度限られているので、その中でギフト業と葬儀業の二つの業務内容にどこまで対処できるのか、リコージャパンさんと相談しながら、かなりの時間を費やしてシステムの仕様を固めていきました」と大野氏は当時を振り返る。

まさに当初は手探り状態だった。しかし、偶然にも、大野氏は以前勤めていた会社で顧客管理システムの更新に二度ほど携わったことがあった。その経験が今回のシステム構築に役立ったのである。顧客管理の全体像や特有の用語を事前に理解していた

ので、システム構築を依頼したリコージャパンの担当者と比較的スムーズに意思疎通を図ることができたのだ。

その仕様を実現するにあたり、『SMILE BS 販売』の柔軟性と拡張性を最大限、活用している。具体的には、葬儀業界特有の業務に対応するために、拡張項目機能などを有効活用した。

まず、表記をわかりやすくするために納品先マスタをお客様マスタに名称変更。そのうえで、『SMILE BS 販売』の拡張項目機能を使って、故人の名前など葬儀業務特有の項目をマスタに追加入力して関

リコージャパン株式会社
関東営業本部 埼玉支社
ソリューション営業部
システム販売4グループ
星野 美香氏



「OSKの統合基幹業務システム『SMILE BS 販売』は、パッケージシステムの範囲内で、お客様の業務内容に即したシステムを構築できることが魅力の一つです。特に今回は、拡張項目と自由帳票設計オプションがとても役立ちました。大野氏が顧客管理システムに精通していたことも、プロジェクトが成功した大きな要因です」

連付けられるように工夫を施した。

また、ギフト用と葬儀用では請求書の書式が全く異なる。ギフト用の請求書は一枚の用紙を三分割して利用していたが、葬儀用の請求書は項目内容が非常に多いので、一枚の用紙を丸ごと使って出力していたのである。そのため、以前はそれぞれ個別に請求書を作成していたが、システムを一本化した場合に、それにどう対処するかも話し合った。

しかし、『SMILE BS 販売』の自由帳票設計オプションを利用することで、その問題も難なくクリア。項目数の少ないギフト用とは別に、項目数の多い葬儀専用の請求書を作成・発行できるように改善したのである。

「パッケージシステムの範囲内で、こちらの希望に沿う形で可能な限り作り込んでいただいたので、当社の業務内容にかなりの部分でフィットする理想的な基幹業務システムが完成しました。その結果、導入コストも最小限に抑えることができたので、今回のやり方が、当社に一番適していた最善策であるとあらためて実感しています」と大野氏は語る。

拡張項目や自由帳票を活用し 葬儀業界特有の業務に対応

新システムを運用する際には、社内でプロジェクターを用いた操作研修を実施した

が、事務環境が一気に様変わりしたため、操作に慣れるまで苦労したという。

「請求書一つ作成するにも、規定の業務ルールに基づいて行わなければならないので、当初は戸惑いもありました。しかし、これまで手作業で処理していたことがシステム化をきっかけに、業務の標準化を図ることができました。その結果、事務作業に費やす時間が大幅に削減され、正確な情報を必要なときに迅速に入手できる環境が整ったのです」と葬儀部 主任の會森 慎氏は語る。

とりわけ、最大の導入効果は、顧客情報が一元化され、さまざまな用途で効果的に活用できるようになったことだ。同社の強みである顧客との継続的な取引による商談もやりやすくなった。

例えば、葬儀を終えた後も、一周忌や三回忌を迎える顧客を顧客情報のデータベースから抽出し、ダイレクトメールでその旨を知らせて、「何かお役に立てることはありませんか?」と書き添えることで、法事の返礼品の販促活動を効率的に行えるようになった。

顧客の過去の販売履歴をシステム上で管理できるようになったことも大きな収穫だ。

「例えば、四十九日と一周忌の法事に同じ返礼品を使うわけにはいかないのですが、お客様から『前は、どの品物を使ったか

覚えていますか?』と質問されることが多いのです。そのときにお客様の販売履歴を見て、『今回はこの品物でいかかでしょうか?』とその場で提案できるので、お客様からも喜ばれています」とギフト部 主任の福島 和代氏は語る。

また、オーダーメイドではなく、パッケージシステムを利用したことにより、今後のOSの入れ替えなどに伴うバージョンアップがやりやすくなるという副次的なメリットももたらした。

今後は、『SMILE BS 販売』の管理帳票を有効活用し、担当者ごとや会社全体の売上分析などを活用し経営面にも役立てていく考えだ。さらに、三カ所ある葬儀場のネットワーク化を進め、顧客情報のさらなる共有化を推進していく。



プラザオオノ有限会社様のホームページ

<http://plaza-oono.com/>

お問い合わせ

・会社名、製品名などは、各社または各団体の商標もしくは登録商標です。
・事例中に記載の肩書きや数値、固有名詞等は取材当時のものであり、配付される時点では、変更されている可能性があることをご了承ください。
・この記載内容は2013年12月現在のものです。
Copyright©2013 OSK Co., LTD. All Rights Reserved.

株式会社OSK
マーケティング部
〒130-0013 東京都墨田区錦糸1-2-1
TEL: 03-5610-1651 FAX: 03-5610-1692
<http://www.kk-osk.co.jp/>