

トキハソース株式会社

## 販売管理システムの導入によって 季節ごとのソース販売状況を正確に分析 得意先からの注文にもスピーディに対応

SMILE BS



トキハソース株式会社は、生野菜を原料とする本格派ソースを製造。業務用が主力だが、そのこだわりの味は、ネット販売などを通じて全国の個人顧客にも広く愛されている。同社は、顧客履歴や過去の販売実績をもとに、より積極的な営業を展開するため、OSKの基幹業務システム『SMILE BS 販売』を活用。季節ごとのソース販売状況の分析や営業担当者ごとの業績比較、得意先へのCS向上などの成果を上げている。

### 導入の狙い

- ・従来の基幹業務システムでは不十分だった販売管理の充実

### 導入システム

- ・基幹業務システム『SMILE BS 販売』

### 導入効果

- ・季節や日ごとの販売量を簡単に把握
- ・得意先や通販顧客への対応が向上
- ・商品の送り状発行業務が効率化

### 生野菜を材料とする こだわりのソースが人気

トキハソース株式会社（以下、トキハソース）は1923（大正12）年に産声を上げた東京最古のソース製造会社だ。洋食屋のコックをしていた初代が関東大震災で職を失い、一念発起してソースづくりを始めたのが原点。同社は、その初代の材料や製法に対するこだわりを現在に至るまで脈々と受け継いでいる。

「通常、ソースの材料には野菜パウダーやピューレ、缶詰の野菜などを使用しますが、当社は毎朝、市場から仕入れた生野菜だけを使用しています。加工済みの野菜と違って仕入価格は安定しないし、製造にも手間がかかりますが、その分、他社には真似のできないコクと香りが生まれるんです」と語るのは、代表取締役の田口 伊津子氏。

委託製造は行わず、ソースづくりから瓶詰、ラベル貼りにいたるまで、すべての製造工程を東京の下町、北区滝野川にある本社工場で完結しているのも同社のポリシーだ。「市場から届いた生野菜をひとつひとつ丁寧に洗い、大鍋に入れてアクを取りながらじっくり煮込む、手づくりこだわった製品づくりをしています。そうした努力によって、大量生産品には真似のできないソースの味を醸し出しているんです」と田口氏は話す。

製品の約7割は業務用として食品会社などに卸しているが、トキハソースの美味しさはテレビや雑誌などマスコミでも頻りに紹介され、根強いファンが多い。そのため同社は、市販用ソースの卸売や自社サイトによるネット通販も行っている。

「テレビで紹介された翌日にはネット注文が殺到します。食材にこだわるレストランなどから定期的にご注文をいただくケースも増えていきますね。業務用の販売は関東圏のお客様が中心ですが、個人やレストランなどのお客様が全国で少しずつ広がっていくのはありがたいことです。せっかく多くの方々から支持されているのですから、もっと販売努力をしなければと思っています」と田口氏は語る。

### 販売の強化を目指して 『SMILE』シリーズを採用

販売強化のためにトキハソースが活用しているのが、OSKの基幹業務システムだ。2008年にリコージャパン株式会社を通じて『SMILEのAD 販売管理』を導入。2011年に最新鋭の『SMILE BS販売』にバージョンアップした。選定理由について田口氏は次のように語る。

「以前は別の基幹業務システムを使っていたのですが、会計関連の機能は充実しているものの、在庫管理や顧客管理などの機能が不十分でした。例えば、得意先ごとの単価設定などが十分に



代表取締役  
田口 伊津子氏



経理部  
大山 真里菜氏

## トキハソース株式会社

できなかったのです。そこで入れ替えを検討していたところ、よその会社で利用していた社員から、『SMILE』シリーズは機能が豊富で、操作も非常に簡単だったという話を聞いたんです。そこで、以前から複写機導入でお世話になっていたリコージャパンさんに相談して、入れ替えを全面的にお任せすることにしました」

『SMILE』シリーズの導入によって、さまざまなメリットを実感しているが、なかでも過去の販売データの集計・分析が簡単にできるようになったことは、販売強化に大きく役立っているという。同社が販売する商品の点数は多く、従来のシステムではきめ細かな管理が困難だったが、『SMILE』シリーズならそれが可能だ。

「過去の売上状況を季節別・月別などで分析すれば、どの時期にどんな商品がよく売れているのかがわかり、生産調整やプロモーションに役立てることができます。また、営業担当者別の販売成績も簡単にらせるので、営業現場に刺激を与えることもできます」と田口氏は語る。

『SMILE BS 販売』の導入と同時に本社と営業所間をWANで結んだ結果、営業所にいる担当者もリアルタイムで販売データが入手できるようになった。

トキハソースでは、得意先からの注文は受注担当者がファクスや電話、メールなどで受け付け、工場に在庫確認と出荷指示を依頼したうえで『SMILE』に情報入力し、伝票出力する流れとなっている。「従来は受注から出荷の流れの中に営業担当者が介在しなかったため、自分の得意先からどのくらい注文が出ているのか、注文が止まっているかどうかといった状況を把握するのが困難でした。『SMILE BS 販売』の販売情報を営業担当者がリアルタイムに共有できるようになったおかげで、得意先への働き掛けも、よりタイムリーに実践できるようになりました。以前は営業担当者が販売情報を確認するために、いちいち営業所から本社に足を運んでいたのですが、そうした手間も解消されました」と田口氏は満足そうだ。

### 電話番号を入力するだけで 顧客情報が瞬時に表示される

『SMILE』シリーズの導入は、トキハソースのCS（顧客満足）向上にも結び付いているようだ。

「例えば得意先ごとに、いつ、どの商品、どの

サイズを、どれだけ納品したのかという販売履歴が『SMILEαAD 販売管理』を導入した2008年から蓄積されています。お客様からお電話で『いつもと同じようにお願いします』などと曖昧に注文されても、そのお客様の過去の販売履歴を参考にしながら適切な出荷指示ができるのです」と田口氏。

顧客管理マスタを整えたおかげで、得意先の電話番号を『SMILE BS 販売』に入力すると、瞬時に購買履歴がパソコン画面に表示される仕組みが確立された。突然の電話注文でも、顧客を待たせることなくスピーディに、しかも正確に対応できる。

「新入社員に操作方法を説明するときも、『受けた電話の番号を入力するだけで、すぐにお客様のデータが出るからね』と教えています。操作が簡単なのも『SMILE』シリーズの魅力ですね」と語るのは、経理部の大山 真里菜氏。

また、商品を宅配便で発送する際の送り状の作成作業も、『SMILE BS 販売』の導入によって大幅に省力化されたと大山氏は言う。

「以前は、すべての送り状を手書きで作成していたのですが、オプションとして『送り状エース』という送り状・ラベル発行システムを付けていただいたおかげで、『SMILE BS 販売』のデータを使って送り状に自動印字できるようになったんです。いままでより格段に早く作成できますし、手書きによるミスも防ぐことができます」と大山氏は語る。

田口氏は今後より積極的に『SMILE BS 販売』を活用していきたいと考えている。「すでに用意されている機能の中にも、活用できていないものがあります。地域ごと、商品ごとの売れ筋動向なども販売データをもとに分析できるそうですが、これから活かしていきたいですね」と田口氏。

直販の顧客向けには、属性や過去の購入履歴に基づいてタイムリーな販促メールやDMを発信するなど、攻めの営業に役立てたいという。「例えば、以前ご注文いただいたソースを使い切るころに『再度のご注文はいかがですか』とメールを送ったり、季節ごとにさまざまな情報を発信したりすることによってリピート客を増やしていきたいですね」と田口氏は続ける。

OSKのサービスについても、「電話相談への懇切丁寧な対応やリモートサポートは非常に助かっています。システムにあまり強くない私たちでも安心ですね」と田口氏は高く評価している。



お歳暮シーズンには一日100件近くあるという注文も『SMILE BS 販売』で処理している

#### USER PROFILE

### トキハソース株式会社

【業種】食品製造業

【事業内容】業務用・小売用ソースの製造・卸売・直販

【従業員数】25名(12年5月末現在)



トキハソース株式会社様のホームページ  
http://www.tokiwa-sauce.co.jp/