Case Study

株式会社〇SK

株式会社KURIYA

料理家プロデュースによる食器製品の 生産管理とデリバリー業務を 販売管理システムで効率化

SMILE BS 2nd











料理家・栗原 はるみ氏プロデュースによる生活雑貨は、30代~50代の主婦層を中心に多くの支持を集めている

株式会社KURIYAは、料理家の栗原はるみ氏らが代表を務める「株式会社ゆとりの 空間1の子会社である。その主な業務は、栗原氏がプロデュースする生活雑貨ブランド 「share with Kurihara harumi(シェア ウィズ クリハラ ハルミ)」で展開するオリジ ナル食器の生産・販売・物流管理だ。これまで商品の卸業務は他社に委託されていたが、 業務の効率化とコストダウンを図るためにKURIYAが設立され、先進的な販売管理シ ステムの導入が検討された。選定されたのは、販売と物流を一括管理できる『SMILE BS 2nd Edition 販売」。モバイル受発注システムとの連携による販売や在庫管理の 簡略化、カスタマイズ高生産ツール『SMILECAB』の活用による値札発行の自動化な どを進め、多岐にわたる業務の生産性を大幅に向上させる環境を構築した。

導入の狙い

- ・受発注管理と販売管理を一気通 貫で行える基幹システムの構築
- ・手書きFAXや電話で行われる受発 注書の処理にかかる人的コスト削減
- ・数万種類に上る値札発行業務の効率化

導入システム

- ・基幹業務システム 「SMILE BS 2nd Edition 販売」
- ・「自由帳票オプション」
- カスタマイズ高生産ツール SMILE BS Custom AP Builder (CAB)

導入効果

- ・ 基幹システムにモバイル受発 注システムを連携させること で、受発注と販売情報を一気 通貫で管理することが可能に
- 「自由帳票オプション」の利用 で、発注書の自動作成と、発注 データの蓄積が可能に
- ・カスタマイズ高生産ツール「SMILE CAB」の利用で、数万種類の値札 発行の自動化を実現

USER PROFILE

株式会社KURIYA

【業種】陶磁器・ガラス製品の販売卸売業

【事業内容】生活雑貨ブランド「share with Kurihara harumi(シェア ウィズ クリハラ ハル ミ)」の食器部門におけるライセンシー業務全般

【従業員数】8名(2015年3月現在)

KURIYA

2015年3月取材

料理家プロデュースの 生活雑貨ブランドを支える企業

東京都目黒区に本社を置く株式会社 KURIYA(以下、KURIYA)は、料理家 の栗原 はるみ氏が長男の栗原 心平氏と 共に代表を務める株式会社ゆとりの空間 (以下、「ゆとりの空間」)の子会社として 2014年4月に設立された。

「ゆとりの空間」は、栗原 はるみ氏が プロデュースする生活雑貨を販売する ブランドショップや、レストラン、カフェなど を経営している。その中核的存在である 生活雑貨ブランドショップ「share with Kurihara harumi(シェア ウィズ クリ ハラ ハルミ)」がつくられたのは20年ほ ど前。栗原氏が"主婦目線"で手がける 食器や調理器具をはじめとする商品群 は、シンプルなデザインと機能性を持ち味 とする。そこに生活に彩りを与える"遊び 心"が添えられていることで人気を博し、 メインターゲットである30~50代の主婦を 中心とするカスタマーから広い支持を集 めてきた。

「『share with Kurihara harumi』では、食器・調理器具に加えて、エプロンやルームウェアなどのアパレル商品も扱っており、百貨店から『リビングフロアで多彩な商品が売れる』と評価されています。百貨店ではブランドの枠を取り払う"平場化"が進んでいますが、

当ショップにおいては出店の引き合いを 多数いただき、現在約60店舗を展開し ています」と語るのは、KURIYA営業部 次長の谷 大輔氏。

商品の受発注や各店舗への物流管理はこれまで外部の企業に委託されていたが、卸業務の効率化と経費削減を目的に、子会社のKURIYAが設立された。同社は卸業務にとどまらず、商品企画やライセンス管理、さらには製造現場の生産管理までカバー。食器が主軸を担う商品であることから、美濃焼で有名な岐阜県多治見市にも拠点を置き、流を製陶業者とのリレーションシップも強化した。最近は後継者不足で廃業する窓元が少なくなく、その生産体制をサポートすることも重要な業務の一環なのだと谷氏は話す。

著書『伝えていきたい日本の味』(扶桑社)が、2011年に"料理本のアカデミー賞"と呼ばれる「グルマン世界料理本賞」の3部門を受賞した栗原 はるみ氏が提唱するライフスタイルは、世界的にも注目を集めるようになっている。その栗原ブランドを縁の下で支える存在として、KURIYAの果たすべき役割は非常に大きい。

| 販売・物流を一括管理できる | システムの導入を模索

KURIYAの設立に際して何よりも重

点的に検討されたのは、受発注業務の 負担を軽減する体制づくりだ。各店舗からの商品の発注は、百貨店ごとに異なる フォーマットの発注書で、主としてFAXに よってなされる。それだけに受注処理が 非常に煩雑で、これを解消するには販売 管理向けの基幹業務システムを導入する ことが不可欠だが、そこには大きな問題が あった。

「店舗は『ゆとりの空間』の直営店ばかりではないため、全店に当社の用意する基幹システムを利用させることが不可能だったのです。しかし新会社が設立されたからには、抜本的な業務効率化が図られなければ意味がありません。当社としては、どの店舗からの受注も簡易に販売管理システムに取り込める仕組みを持つことがどうしても必要でした」と谷氏。

ブランドショップで扱う食器は約300種類だが、そのおのおのに豊富なサイズやカラーバリエーションがあるため、実質的なアイテム数は数千種に上る。限られた数のスタッフが膨大な受発注業務に追われる状況は、何としても改善されなければならなかった。

「と同時に私どもは、販売と物流を一括管理できるシステムの構築も望みました。何社かのベンダーからは、販売管理と物流管理のシステムを併用することを勧められたのですが、株式会社綜合システムプロダクツ社(以下、SSP)からは、販

営業部次長 谷 大輔氏

「基幹システムの選定において、システム導入にいくらかかるかという予算規模もボルネックとなります。「SMILE BS 2rd Edition 販売」のように、一つの基幹システムで販売管理と受発注管理を行える商品は、私たちのような中小企業にとって非常にありがたい存在です」



^{営業事務} 金子 睦氏

「以前は、販売店舗から FAXで送られてくる受注書 の処理だけではなく、受注 内容を確認する各店舗と の電話応対も、営業事務 において大きなコストとなっ ていました。システムを導 入することによって、これら の手間がほとんど解消され たことが一番の収穫です」



株式会社綜合システムプロダクツ SI営業部 セールスエキスパート 杉本 叔也氏

「物流業界において、サードパーティロジスティクスを活用して、 在庫管理を外注する企業が多くなってきました。『SMILE BS 2nd Edition 販売』のように、他社の基幹システムと柔軟に 連携できるパッケージソフトは、お客様にお勧めしやすいので、 私たちベンダーとしても非常に助かっています」 売と物流を一気通貫で管理できるOSK の『SMILE BS 2nd Edition 販売』を提案されました。この基幹業務システムにモバイルWeb受発注システム『MOS (Mobile Ordering System)』を連携させれば機能的な受発注管理ができ、当社の抱える課題を一挙に解決できると説明されて、迷うことなく導入を決めました」(谷氏)

『MOS』はブラウザで動作する業務クラウド型のモバイル受発注システムで、Webブラウザを閲覧できるあらゆるスマートフォン、タブレット、PCで利用可能だ。端末から発信された発注データを自動的に『SMILE BS 2nd Edition 販売』に取り込ませれば、従前のようにFAXによる受注をスタッフが手作業でデータ化して処理する手間をかけずに済む。

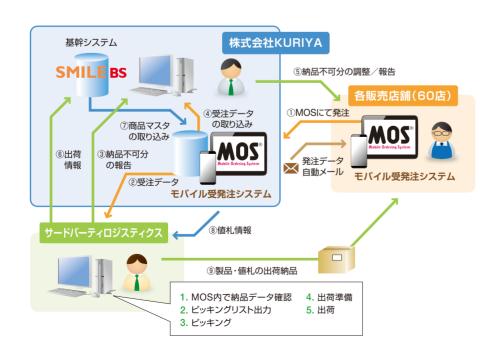
この方法には、外部委託している物流倉庫が独自に持つシステムとの間で受発注データを共有できるというメリットもあった。出荷時に物流倉庫の基幹システムから送信されるデータが自動的に『SMILE BS 2nd Edition 販売』

に売上データとして登録され、受注データと売上データの食い違いが生じることを防止する。在庫管理体制を見直すことも同社の課題の一つだったが、物流倉庫とのシステム連携がなされれば、実在庫と帳簿在庫の管理も効率的になる。

「基幹システムを2本利用する場合と比べ、導入・運用コストの負担が小さいのも魅力でした。当社のような規模の会社には、まさに『SMILE BS 2nd Edition 販売』がうってつけだったと思います」と、谷氏は導入の経緯を振り返る。

高生産ツールを活用して 膨大な値札発行業務も効率化

『SMILE BS 2nd Edition 販売』は特別なカスタマイズを施すことなく KURIYAの販売管理業務に適合したが、システム構築のスタート後に、「値札印刷を物流会社で行い、出荷時に自動的に商品に付すようにすれば、業務効率がアップするのではないか」との提案がベンダーよりなされた。





「SMILE BS 2nd Edition 販売」とモバイル受発注システムの連携により、膨大な受発注業務も2人体制で対応できるようになった

百貨店ごとに仕様が異なる値札のパターンもまた膨大な数に上り、その発行業務が自動化されればKURIYAに大幅な省力化をもたらす。そのために活用されたのが、高生産ツール『SMILE BS Custom AP Builder』(以下、『SMILE CAB』)である。

『SMILE CAB』は、『SMILE BS 2nd Edition 販売』のオリジナル帳票の作成や入力画面の自由設計、各種形式に対応したテキストの入出力、各種データ分析などの機能を追加できるシステムだ。『SMILE』シリーズのアドオンシステムなので、パッケージそのものをカスタマイズするより、短期間かつ低コストで必要な機能を付与できる。

KURIYAの発行する値札情報には商品コード、百貨店固有のコード、価格などが含まれるが、『SMILE BS 2nd Edition 販売』に登録されたそのデータを『SMILE CAB』を介して『MOS』に入力すれば、物流倉庫側が出荷時にデータを出力して値札が商品に添付される。この仕組みがあれば、百貨店が随時行うセールなどにも柔軟な対応が可能だ。

「『SMILE CAB』を利用した値札情報のシステム連携は当初想定していなかった追加変更ですが、当社の業務にマッチするプログラムを的確に組んでいただけたと

感謝しています」と谷氏はそのサポート体 制を高く評価する。

こうして2014年9月、KURIYAの基幹業務システムが本稼働した。受発注管理についてはまだ運用の初期段階にあり、各店舗からのFAXによる発注データをKURIYAのスタッフが『MOS』に入力しているが、将来的には全店舗がFAXに代わって『MOS』で発注できるようにする意向だ。フロアにインターネット接続環境が整備されていない百貨店もあるが、モバイル接続でも利用可能なのが『MOS』の強みである。

「店舗からの注文のほかに個人のお客様から直接受注されるケースがあり、その場合は通常時よりもレスポンスのよい対応が求められます。『MOS』の入力データには自由に書き込める項目があるので、そこに『客注(個人客からの発注)』のフラグを立てておけば、優先的にその処理を行えます」と語るのは、営業事務を担当する金子睦氏。

在庫の不足時には製陶業者へFAXで発注書を送信することになるが、『SMILE BS 2nd Edition販売』の『自由帳票オプション』を活用すれば、出力したデータがそのまま発注書となる。発注書を手書きする手間が省ける上、発注データをシステムで確実に管理できるようになったのも大きな成果の一つだと同氏

は言う。

| グループ企業間のデータ連携で | さらなる販路拡大を目指す

基幹業務システムの運用はまだ緒についたばかりだが、『SMILE BS 2nd Edition販売』と『MOS』の連携には、今後の販路拡張に向けて大きな可能性を感じる、と谷氏。

親会社の「ゆとりの空間」が運営するレストランやカフェでも食器類などの販促をしたいが、スペースの制約から商品を陳列できない店舗がほとんどだ。

「レストランやカフェをご利用になったお客様は、そこで供された皿などの食器をお求めになりたいとおっしゃることがあります。当社には発注を受けると直ちに物流会社から出荷される仕組みがあるわけですから、レストランやカフェでも『MOS』を活用すれば、商品在庫を持つことなくスムーズな物販ができます。システムの利点をフルに生かして、卸だけではなく小売の分野も活性化させていきたいですね」(公氏)

今後、グループ企業間で『SMILE BS 2nd Edition販売』に蓄積された売上データを全社・全店舗にフィードバックすれば、 貴重なマーケティング情報として活用することもできる。

「『SMILE BS 2nd Edition販売』に

は多彩な機能がありますが、まだその機能のごく一部しか使っていません。グループ会社の共通プラットホームとしての利用や『MOS』との連携には、私どもがまだ気づいていない活用の余地がたくさんあると思うので、その面での積極的なアドバイスをしていただけることを望みます」と谷氏はベンダーへの期待を口にする。

利用する企業の業態に合わせて最適なシステムを組むことができる『SMILE BS 2nd Edition販売』は、KURIYAひいては「ゆとりの空間」グループ全体の業務効率化にまだまだ貢献してくれそうだ。



株式会社KURIYAの関連会社 株式会社ゆとりの空間のホームページ

http://www.yutori.co.jp/

お問い合わせ

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/

[・]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2015年4月現在のものです。

Copyright©2015 OSK Co., LTD. All Rights Reserved.