

アスカ株式会社

『SMILE BS 販売』の導入によって 顧客ごとの販売動向を“見える化”し、 リピート注文への対応強化でCSも向上

SMILE BS

導入の狙い

- ・本社移転を機に販売システムを刷新
- ・販売動向の“見える化”を実現
- ・量産できない製品の効率よい管理

導入システム

- ・基幹業務システム『SMILE BS 販売』
- ・自由帳票オプション

導入効果

- ・販売動向の“見える化”によって、積極的な提案営業が可能に
- ・リピート注文への対応が正確かつ迅速に
- ・自由帳票作成機能で、さまざまな切り口による経営分析が実現

USER PROFILE

アスカ株式会社

【業種】卸販売

【事業内容】制御系機器・建築部材卸

【従業員数】12名(2015年11月現在)

 **アスカ株式会社**
ASUKA CO., LTD.

2015年11月取材



工場の町大田区において、制御系部材の卸を中心に取り扱い。職人の技術力を活かし、顧客ニーズに対応した部材の加工も請け負っている

アスカ株式会社は、建設部材やプラント・工場などで使用される制御装置などを取り扱う技術商社だ。社員数12名という企業規模ながら、技術に関する豊富な知識や、ユーザーニーズに応じた柔軟な製品加工など、大手商社には真似のできないきめ細かさで業績を伸ばしている。同社は2012年9月に大田区へ本社移転したことを機に、リコー・ジャパン株式会社を通じてOSKの基幹業務システム『SMILE BS 販売』を導入。基本機能を十二分に活用し、顧客ごとの販売動向の“見える化”や、検索機能を活用したリピート販売への迅速な対応の実現など、予想以上の効果を得ることになった。

元メーカーとしての知識を武器に 提案力のある営業を展開

東京都大田区のアスカ株式会社（以下、アスカ）は、主に管材をはじめとする建設部材や、プラントや工場などで使用される制御系機器を取り扱う技術商社だ。1966（昭和41）年に設立され、間もなく50周年を迎える。

会社設立当初は、オイルバーナーや暖房器などを製造・販売するメーカーだった。ビジネスは軌道に乗っていたが、あるとき創業者である先代の代表取締役によって、「将来的には、オイルに代わる新たな資源が出てくるかもしれない。オイルバーナーの製造は維持しつつ、新たなビジネスモデルも検討していきたい。」との意向が示された。これを受けてアスカは、事業の方向性を見直し始め、結果として少しずつ商社としての機能が增強していくこととなった。そして1986（昭和61）年、オイルバーナーの製造からは完全に撤退する。

その後は、ビルや一般住宅などの建設に使用される空調、水道関連の商材を中心に、建設部材の商社として顧客を獲得してきたが、2007年、現在の代表取締役で2代目の酒匂 隆之氏が就任すると、元メーカーとしての歴史を持つアスカの経験や知識を生かしたもう一つのビジネスの柱を検討し始める。

「建設部材の市場は、2011年の東日本



本社移転を機に「SMILE BS 販売」を導入。顧客ごとの購買動向の分析が可能になり、提案営業において先手を打てるようになった

大震災の復興需要や、アベノミクス、東京オリンピックなどの影響で幾分盛り返してはいますが、2008年のリーマン・ショック以降の失速をまだカバーできてはいない状況です。そこで、私自身がもともと制御系の部材に関心が高かったこともあり、元メーカーとしての技術力を生かせる加工や制御系機器に“原点回帰”した部門を構築したいと考えました」と、酒匂氏は経緯を説明する。

同社の強みは、元メーカーとしての技術的な知見をもとに、顧客が求める最適な製品を提案できる点だ。たとえば酒匂氏は

はじめとして、営業担当者の多くが給水工事主任技術者や第二種電気工事士などの資格を持っている。制御系機器を主力取扱製品の一分野としてからは、プラント・工場などの空圧制御装置を操作・管理できる資格にも着目し、会社にとっての必要性も感じたため、社員に資格取得を奨励したという。

このような技術的な知識の裏付けがあるからこそ、顧客にも販売メー

カーにも納得してもらえる製品の提案ができるという。

「物流体制の充実や品ぞろえの豊富さでは大手商社にかないませんが、顧客ニーズにかなった製品の提案力では大手にも負けない競争力を持っていると思います」と酒匂氏は語る。

技術的なバックグラウンドを基に、単なる“御用聞き”ではなく、より優れている機器の組み合わせや、システムとしての最適化を見極めて製品を提案できるソリューション営業が実践できることが、アスカの最大の強みなのだ。

またアスカは、メーカーから仕入れた製品をそのまま卸すだけでなく、顧客の注文に応じて加工を施すカスタマイズ受注にも対応できる体制を整えている。

2012年9月、東京都大田区に本社を移転した。京浜工業地帯であり古くから町工場が立ち並ぶその地で酒匂氏は、非常に高度な技術を持っていながら、どこにアピールしたらいいかわからずに足踏みし、閉めざるを得ない工場がある状況を目にする。そこで、この技術と顧客ニーズの橋渡しが

代表取締役
酒匂 隆之氏

「顧客別、商品別の販売動向が“見える化”できるようになったのは大きな成果です。まだ基本機能のすべてを使いこなせていませんが、今後ますます活用の幅を広げて営業力や経営力の強化に役立てたいですね」



できる体制作りができないかと考えた。

「お客さまにとっては、より使いやすく最適化された部材や部品が使用できるようになりますし、町工場の経営者にとっては新たなビジネスチャンスが生まれます。仕入れ先も含め、あらゆるステークホルダーに“Win-Win”の関係をもたらす架け橋になれないかなと考えたのです」と酒匂氏は語る。

使いやすさと充実した機能で『SMILE BS販売』を選定

本社移転と共に、酒匂氏はもうひとつ大きな変革を行うことを決断した。それは、長年気にかけてきた販売システムの刷新だった。その狙いについて、酒匂氏は次のように振り返る。

「それまで使っていた販売システムは、売上処理や伝票管理ができる程度の単純なものでした。できれば、経営や営業戦略に活かせるようなデータが柔軟に集計・分析できるシステムがほしいと考えました。また、メーカーの製品だけではなく、加工提供した製品の管理にも限界を感じていました。そんなときに、リコージャパンさんから『SMILE BS 販売』の提案を受けたのです」

アスカは、以前からリコージャパンを通じて複合機をリースしていたが、基幹業務システムなども販売していることは知らなかったという。

リコージャパン株式会社
首都圏事業本部 東京支社
河原 生義氏

「『SMILE BS 販売』の完成度だけでなく、リコージャパンの営業力や提案力も高く評価していただきました。今後もご期待を裏切らないように誠心誠意努力してまいります」



導入を支援したリコージャパン株式会社（以下、リコージャパン）首都圏事業本部 東京支社 大田営業所チーフの河原 生義氏は、「じつは、当社が提案する以前に、すでに他社の販売システムの導入を検討されていました。しかし『SMILE BS 販売』を知り、自社のニーズを照らし合わせたときに、その基本機能の充実ぶりや使い勝手の良さに注目してくださったため、お声をかけていただきました」と語る。

そして、最終的にはリコージャパン株式会社を通じて、OSKの最新鋭販売システム『SMILE BS 販売』を導入するに至った。

システムそのものの優秀さに加え、河原氏をはじめとするリコージャパンの提案力の高さや、対応のよさも導入の決め手となった。顧客本位のソリューション営業を重視するアスカにとって、リコージャパンの行き届いた営業対応は自社のサービスのあり方と重なるものがあつたようだ。

顧客別の販売動向が一目瞭然提案営業に役立つ

こうしてアスカは、本社の移転と同時期に『SMILE BS 販売』を10ライセンス導入した。移行段階こそ、膨大な商品と顧客マスターの入力作業に追われたが、完了すると取りたててトラブルもなくスムーズに本稼働した。

「現在、営業担当や社内の業務担当など、ほぼ全員が使っていますが、操作についてリコージャパンさんに問い合わせたことはほとんどありません。インターフェイスの良さやユーザビリティの高さは、さすがに作り込まれた販売システムだと実感します。」（酒匂氏）

また、何よりありがたさを実感しているのは、顧客別、製品別などの販売動向がリアルタイムに集計され、月次、週次の販売状況が“見える化”されたことだという。

「たとえばあるお得意先が、今年に入ってからAという部材を大量かつ定期的に仕入れるようになったという分析結果が出てくれば、そのお得意先が、どんな製品づくりに新たに取り組んでいるかといったことが分かります。そうすると先手を打って、『ほかにこんな部材や部品がありますがいかがですか?』という提案営業ができるようになります。これは、システムの刷新によって、私が何よりも実現したかったことでした。」（酒匂氏）

『SMILE BS 販売』の導入によって、アスカが誇る提案力に、より磨きがかかったことは間違いない。

もうひとつ、『SMILE BS 販売』の活用が、アスカの営業力の底上げに大きく役立っていることがある。

それは、商品マスターに型番登録されていない加工品でも、瞬時にその情報を探し出し、レポート注文に迅速に対応できるようになったことだ。

じつは、アスカの膨大な取扱品目の中で、型番登録がされているのは全体のわずか半数程度だ。前述のとおり、アスカの取扱商品のなかには、仕入れ品にカスタマイズ（加工）を施して提供しているものも多いので、型番が付けられない。

以前は、こうした型番のない加工品の情報を探すのには非常に時間がかかり、見つけ出せずに失注してしまうことも頻繁にあった。ところが『SMILE BS 販売』の優れた検索機能のおかげで、キーワードを入力するだけでも、以前に顧客から注文を受けた加工品の情報が、かなり正確に絞り込んだ状態で出せるようになったのだ。

「型番外の加工品の情報には備考欄を設けていて、注文を受けた内容や加工の方法などを入力しています。そのうちのひとつでも検索キーワードにヒットすれば、瞬時に情報を取り出すことができるのです」（酒匂氏）

過去に注文を受けた加工品について

は、顧客側にも発注指示書が残っていません。記憶があいまいだったりすることも珍しくないが、今ではどんなリピート注文にもほとんど問題なく、速やかに対応できるようになった。

仕入れ品をカスタマイズして提供できるというアスカの大きな強みを、『SMILE BS 販売』の導入によって、チャンスを逃さず最大限に生かせるようになったのだ。

このほか『SMILE BS 販売』は、正確な経営分析や判断をするためのツールとしても活用されている。顧客別、商品別の販売動向は月次、週次などでタイムリーに集計されるので、仕入れや販売のタイミングを逃すことがない。もちろん在庫の圧縮にも大きく役立っている。

「顧客別、商品別のほか、営業担当者別など、さまざまな切り口でデータを分析できるのありがたいですね。オプションで自由帳票機能も付けていますが、この機能のおかげでデータを見たい形に加工して分析できるのも便利です」と酒匂氏は満足そうに語る。

充実した基本機能により さらなる活用を見込む

アスカは、自由帳票オプションこそ採用したものの、ほとんどパッケージのままの状態です。『SMILE BS 販売』を導入した。

「『SMILE BS 販売』は、パッケージの



技術系の有資格者が揃う元メーカーとしての知見と経験を生かした提案力に加え、ITを活用した情報分析で、12名精鋭が大手商社に負けない競争力を維持している

状態でも必要な基本機能が十分網羅されているので、あえて細かくカスタマイズする必要はありませんでした。同じく技術力を強みとする会社として、完成度の高い販売システムを作り上げたOSKさんの技術力の高さは素晴らしいと感じます(酒匂氏)

導入からすでに3年近くが経過したが、いまのところ特別なシステムの変更や入れ替えを検討しなくても不便はなく、十分活用できているという。「今後は、もっと機能を活用して、営業力の強化や経営力アップに結び付けたいですね」と酒匂氏は抱負を語る。

また、『SMILE BS 販売』導入を支援したりコーポレーションの河原氏は、「アスカ様には、製品のよさだけでなく、当社の提案

力や対応力のよさも高くご評価いただいています。今後ご期待を裏切ることのないように、誠心誠意サービスに努めてまいります」と語った。



アスカ株式会社のホームページ
<http://www.asuka-web.co.jp/>

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2015年11月現在のものです。
Copyright©2015 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/>