

株式会社農健社

受注から発送、入金管理まで 通信販売業向けシステムで対応 少人数ながら顧客サービス向上を実現



導入の狙い

- ・通信販売業務の効率化
- ・顧客サービスの向上

導入システム

- ・通信販売業向け販売管理システム『SMILE V Smart 通販』

導入効果

- ・入金管理や回収管理の正確かつ迅速な実施
- ・ボタン一つで運送会社の送り状を発行
- ・正確で容易な情報抽出により、DMやプレゼント発送の効率化と顧客満足度向上を実現



古くより和漢の伝統的な高級健康素材として扱われる『靈芝』の個人向け通信販売事業を展開

株式会社農健社は、健康食品「靈芝」を通信販売し、多くの定期購入者から長年支持されている。従業員3名の小規模事業者ながら積極的にIT活用に取り組み、12年前に通信販売業向け販売管理システム『Smart通販』を導入。以来、バージョンアップしながら機能拡充を図り、受注から発送、入金管理までの一連の業務を効率化している。また、顧客情報を有効活用したDM発行や誕生日プレゼント発送サービスなど、サービス向上に向けてシステムの幅広い活用を実現している。

USER PROFILE

株式会社農健社

【業種】健康食品販売業

【事業内容】健康食品「靈芝」の通信販売

【従業員数】3名(2018年10月現在)



2018年10月取材

厳選された「霊芝」を通信販売 20年来の定期購入者も多数

横浜市中区に本社を構える株式会社農健社は、健康食品「霊芝」を個人向けに通信販売する会社として1995年に設立された。

「霊芝」とはマンネンタケ科のキノコの一つであり、健康維持に有用な成分が豊富に含まれていることから和漢の伝統的高级健康素材として珍重されてきた。農健社では、厳選された霊芝だけを原料として使用し、「循環多段式加圧抽出法」という画期的な手法を取り入れて、高品質化を実現すると同時に、抽出率を5倍に引き上げることが可能にしている。

もともと農健社は、NPO法人「日本成人病撃退推進協会」が主催する成人病予防や健康増進普及の講演活動の中で「霊芝」を紹介。そこから新規顧客を紹介してもらうという独自のビジネスモデルを展開していた。

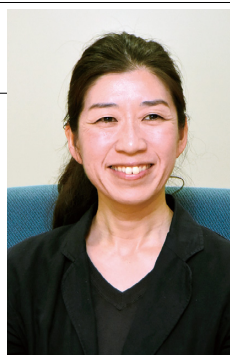
「30年くらい前に霊芝が一大ブームとなり、認知度も高まりました。特に、生活習慣病に対して将来不安を感じている高齢女性層に大変人気があります」と説明するのは、営業管理部の小野 亜佳音氏。

70～80代の女性を中心の顧客は、大半が60代のころから健康維持のためにと長年愛飲している。

「皆さん、健康維持に役立つことを実感されており、とてもお元気です。ご家族にも飲用を勧められ、毎月1本だった注文を2本、3本と増やしてくださるケースもあります」（小野氏）

営業管理部
小野 亜佳音氏

「通信販売向けに最適化されたシステムを導入したことで、商品の受注から発送、入金管理に至る一連の業務の効率化を実現できました。今後も当社の業務改善につながるような機能の拡充に期待しています」



12年前に通販システムを導入 機能拡充を図りながら継続活用

農健社の定期購入者への通信販売業務は、お客様の人数が多いうえ、本数、発送日、支払い方法などがまちまちなことから、基本情報を入念に確認し対応する必要がある。

たとえば「「霊芝」を毎月15日に1本発送し、口座振替で入金」という基本的な顧客情報に対して、「本数の増加」「配達日や配達先住所の変更」という要望を受けるケースもある。支払い方法も、銀行の口座振替や、郵便局、コンビニでの振り込み、代引きなど、通信販売だけとはいえ、その一連の業務と管理は非常に煩雑である。

これらをすべて手作業で行うと、人為的ミスが生じる危険が避けられないため、販売管理業務をシステム化する必要に迫られていた。

2006年にこうした課題を解決するため、リコージャパンより提案を受けて通信販売業向け販売管理システム『Smart通販』（当時は『e-shop Director』）を導入。以来、バージョンアップを重ねて機能拡充を図り、2018年8月に最新版へと移行した。最初の導入から12年間OSK製品を継続的に活用している。

「『Smart通販』は、当社のような小規模事業者も手軽に導入・運用できること

が魅力的でした」（小野氏）

最新版となる『SMILE V Smart通販』では、顧客の購入履歴、プロフィール、DM発行履歴、入金履歴、督促履歴を一つの画面で効率的に参照できる。これが、オペレーターの顧客対応力を強力に支援すると同時にきめ細かな顧客管理を可能にしている。

「バージョンアップで一度画面デザインが大きく変わりましたが、それ以降は大きな変更はありません。どれだけ機能が強化されても、操作性はそのまま継承されていて、最新版でも運用面で戸惑うことはほとんどありません」と営業管理部の中島 佐世子氏は語る。

受注から送り状自動発行まで 一連の業務を効率化

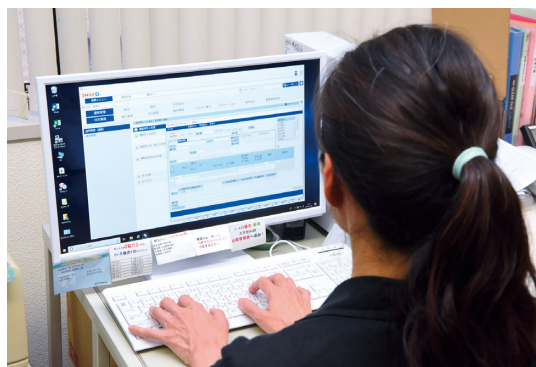
同社は現在、小野氏と中島氏の2人で1台のPCを共有しながら日々の業務を行っている。しかし、定期購入者が大半を占めるため、作業において特に不便を感じることはないという。

「顧客台帳は、初代システムからデータを引き継いで活用しています。最新版に引き継がれたメモ書きの履歴を保存する機能では、注文の休止理由や、毎月注文する本数を切り替えた時期などを入力しておくことができ、どちらが対応してもお客様の状況を詳細に把握できます」と、小野氏は効果的な使い方ができることに

営業管理部
中島 佐世子氏

「システムから抽出できる顧客情報や購入履歴は、お客様にお誕生日のプレゼントなどを発送するときにも役立っています。これからもシステムを効果的に活用しながら顧客サービスの向上に努めたいと思います」





今回のシステム導入によって、運送会社の送り状をボタン一つで作成できるようになるなど、日々の業務を正確かつ迅速に行えるようになった

満足している。

商品発送には複数の運送会社を利用しているが、システム導入以前は、送り状を1件ずつ手書きで作成していた。

「入力済みの売上データから、送り状用のデータが作成できます。商品の発送日付と顧客コード、または伝票番号の指定で、お客様の氏名や住所を再度入力することなく送り状が発行できるので、発送業務が飛躍的にスピードアップしました。現在は基本的に佐川急便と郵便局のゆうパックを利用していますが、特別な操作をすることなく両タイプの送り状を出力できる点はとても便利です」(中島氏)

商品に同梱される納品書には、管理用バーコードが記載されたコンビニと郵便局の振込用紙が付いていて、請求業務や入金管理の効率化に役立っている。コ

ンビニ収納代行会社を経由して送信される回収実績データで、確実な消込処理が行える。

「『SMILE V Smart通販』では伝票に連番が付与されるので、顧客の入金処理が正確に行いやすくなりました。たとえば、8月分は未入金なのに、9月分が既に入金されている場合もすぐにわかりますし、2カ月以上未入金のお客様に督促状の発行もできます。商品が1種類で同金

額のため、煩雑になりがちだった回収業務も、この機能のおかげで手間なく確実に行えます」と中島氏は評価する。

同社は商品の受注から発送、請求、入金管理に至る一連の業務をシステムによって最適化し、少人数でも円滑に事業を展開できる体制を整えている。

条件検索で任意の情報を抽出し 顧客サービスの向上を図る

通信販売事業で売り上げを伸ばすためには、魅力的な商品を提供するとともに、顧客サービスの向上に努めることも重要になる。同社は任意の条件指定で抽出した顧客に対してダイレクトメール(DM)を発行する機能をフル活用して、定期購入者との良好な関係を築いている。

「毎月、誕生日を迎えるお客様にはDM

と一緒にプレゼントを贈っています。さらに、年に1回、過去の購入履歴から上得意様に記念品を贈呈していますが、顧客台帳の名前と住所をそのままシールに印刷できるので、商品発送の際の宛名書きの手間が省けて大変便利です」(小野氏)

一方で、直近2年間の定期購入がない顧客には、販売キャンペーン時にDMを発送し、PR活動を行っている。抽出したデータをExcel形式で書き出して、傾向を分析する取り組みも積極的に行っている。こうした努力が実を結び、定期購入者の減少はほとんどないという。

販売業務のシステム化によって在庫管理や仕入管理もスムーズになった。

「商品の売上げ、仕入れと在庫が連動するので、商品の棚卸結果と、システムの在庫数はピッタリと合います。返品や紛失があった場合は手入力処理になりますが、もともと当社の商品は「灵芝」だけです。それほど苦勞することはありません」(中島氏)

今後は販売用、プレゼント用のように商品区分を詳細に設定し、より細かな顧客管理を行っていく予定だ。将来的な業務拡大も視野に入れつつ、業務効率や顧客サービスの向上を図る重要な業務基盤として『SMILE V Smart通販』はこれからも大いに活用されることだろう。

お問い合わせ