



店頭のテレビでインターネットを操作する金子社長



## 「羅針盤」で経営力アップ——総合情報管理システム導入実践例

# 在庫管理まで一貫した活用に取り組み

エリアマーケティングの手法で、顧客と深い絆の関係を築き、「再購入と一生客づくり」、いわゆるワン・トゥウ・ワン・データベース・マーケティングCRM（カスタマー・リレーション・マネージメント）を構築する経営支援ソフト「羅針盤」が持つ機能は多彩だ。活用しきることによってパワーが十二分に生かされるが、そこに至るまでの道のりは販売店によってさまさま。神奈川県小田原市内で創業60年を迎えるユニオンデンキは、顧客管理、売上げ管理に満足しながらも、在庫管理まで活用し切る社内の仕組みを作るといって、導入当初の課題に取り組んでいる。

### LAN機能に優れた点を評価

創業60年のユニオンデンキは、金子社長が2代目。男性社員が4人、夫人とパート事務員が一人。「羅針盤」は端末が店頭の3台、2階の1台、ノートパソコン1台、合計5台がLANでつながっている。

「羅針盤」を導入したのは5年前。店舗が市からの要請で8000坪ほど離れた現在地に移転することになったのを機会に、店や事務所、倉庫など社屋の中で離れた場所でもLANでつなげたシステムを組もうと、それまで使っていた市販ソフトからL

AN機能に優れた「羅針盤」に乗り換えることにした。

導入当初、データは羅針盤を開発したメディア・ネットワークジャパに依頼して、以前に使っていた顧客管理ソフトのデータを「羅針盤」に移してもらった。金子社長は15年ほど前、Dベースで顧客管理ソフトを自作した。そのデータが市販のソフトに移り、さらに「羅針盤」へ。コンパットは2回目。

顧客データは稼動しなくなった分も含め、5千件を超える。そこには、創業60年の歴史が数の重みとなっているが、稼動客は3割ほど。今年は1800件ほどに年賀状を出した。

### <導入店プロフィール>

ユニオンデンキ

所在地：神奈川県小田原市南町2-2-58

創業：1948年（昭和23年）

代表者：金子不二夫社長

従業者数：6人

店舗数：1

導入時期：2003年

その数が現在の経営を支える顧客と云える。日頃、売上伝票から顧客データを担当者がそれぞれ自分で入力し、入力できていない伝票をパートの事務員が打込むという2段階構成になっている。

### 便利で重宝なCTIシステム

「羅針盤」シリーズは専門電器店向けに4種類ある。POSレジで簡単に売上げ作業ができる「総合情報管理PRO・POS」、POSレジ機器などを使用しない「総合情報管理PRO」顧客売上・簡易商品管理機能の付いた、「売上管理PRO」さらに



正月恒例の箱根駅伝が走る国道1号線沿いの店舗



創業60年の経営を担う金子社長は2代目

このように「羅針盤」シリーズは、電話応対から売上管理まで電器店すべての日常業務を網羅する支援のソフトだ。さらに情報システムを応用し、エリアマーケティングの手法で、顧客と一度きりでない関係を築き、「再購入とお店の一生客づくり」、いわゆるワン・トゥ・ワン・データベース・マーケティングCRM（カスタマー・リレーション・マネージメント）を構築できる。電器店の業務のすべての経営シーンに対応するオールマイティな経営支援ソフトだ。

「売上管理カスタマイズPRO」。

「羅針盤」を導入している販売店が一番わかりやすい特徴としてあげるのが、全国4000万件の電話番号データを活用するCTIシステムだ。金子社長も「お客から電話がかかる」と、顧客宅の地図をはじめ、購入履歴や商品保有データ、保守・修理履歴情報などを自動的に表示される顧客への販売実績や商品の在庫状態、発注仕入・買掛、売上付与ポイントなどがわかるので「便利」という。

## RFM分析も得意

さらに「羅針盤」は、業務日報が

管理でき絞込み多重検索管理で部門別・担当者別・商品分類別・メーカー別などの売上分析ができる。「羅針盤」はRFM分析も得意だ。最新の購買日と購買頻度、購買金額によって貢献度を判定したり、商品ごとの売上分析なども楽にできる。

また、小売店の自立経営に欠かせない機能として、商圏内の量販店や競合店の新聞折り込みチラシや店頭での価格を入力しておく、顧客との商談時に、そのうちの最安値を瞬時にチェックできる。現金問屋のWebサイトにも連動し、何処から仕入れたら、どれだけ利益が出るかなどの粗利益率が自動表示される。

## 他店購入のリコル品も見つかる

「顧客管理だけでも充分に重宝している。営業担当全員にとって、毎日の仕事に無くてはならない「羅針盤」と金子社長。

「DMを出したりするだけでなく、最近ではメーカーからリコル品も多く、対象機種はお客が他店で購入した場合でも、修理した時に保有商品に入力しておく、検索される。消費生活用品安全法が改正され、製品安全が重視されるほどに、こうした機能はお客から信頼を得ることにつなが



日常業務は「羅針盤」とともに動いている



営業スタッフ全員が端末を操作する

「羅針盤」で経営力アップ



技術が売り物のユニオンデンキ

る」と語る。  
金子社長は「羅針盤」に搭載された豊富な機能を充分に使いこなして、日常業務をさらに効率化することに挑戦中である。「羅針盤が持っている先進機能を使いこなしていないのは、確かに勿体無い」と語る。

確実な在庫管理への挑戦

在庫を「羅針盤」できめ細かく確実に管理することに挑戦するのが当

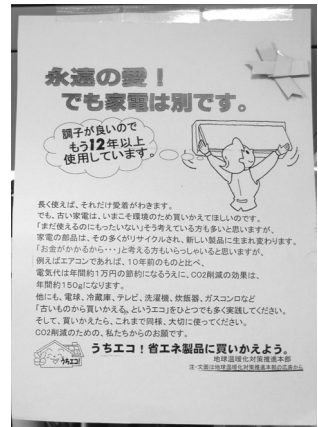
面の課題だ。

当初は、LANで5台のパソコンをつなぎ、全員が端末から羅針盤を活用し、売上げ、在庫、発注、仕入の管理までできる仕組みを構築する計画だったが、限られた人員の中で、ついつい業務多忙を極め、思うように進まなかった。

在庫管理をするのは、入庫の時点で商品データがあり、仕入価格と台数を入力しておかなければならない。「羅針盤」にはメーカーごとの新しい商品リストをダウンロードし、必要な種類のデータを選び出して初期データとする便利な機能もある。

在庫管理のスタートは、今ある棚卸在庫を調べ、個数と仕入れ価格を入力することからだが、売上げ入力の際に型番（色の違いも管理できる）を正確に入力しないと、データが合わなくなる。

だが、商品が登録できてさえいれば、在庫もデータ管理できる体制になる。担当者を決め、入力作業を定着させ、社員みんなが手軽に活用できる社内システムづくりが大切だ。商品はどんどん新しくなり、半年も経つと荷動きがないまま死に在庫



環境保護の立場から家電品の買い替えを勧めるPOP

になってしまいうケースも出てくる。手作業の台帳管理では、在庫があるのに発注してしまうこともある。

「在庫は過剰気味。ムダはできるだけ省かなければ。バーコードリーダーを活用する方法も検討している」と話している。

献身的に同業他店を支援

金子社長は神奈川県電機商業組合の副理事長として技術・教育情報を担当している。今、各地の電機商業組合が活動テーマにしている「デジタル110番」体制構築を掲げているが、神奈川県は昨春秋に立ち上げた。その技術資料やテキストをまとめ、「デジタル110番」参加店にCDロムとして用意したのが、他ならない金子社長だ。「デジタル110番」スタートに向けた技術講習会の



電機商業組合の仲間のために献身的にまとめたデジタル技術資料

講師も務める。金子社長が加盟店に用意したCDロムは、他県からも注目されている。

一方、全国電機商業組合連合会は「デジタル110番」と並行して、流通環境正常化をめざし、不当販売・差別対価の申告にも力を入れている。「全国3万店の加盟店が1年間に1件申告するだけで、公正取引委員会は1日100件の審査をしなければならぬ状況になる。小さな努力で大きなうねりを作り出せる。もっと1店1店が意識を高めて取り組まなければ」と話している。