

倉庫からフロントまで一貫したシステム整備で 売上向上につながる体制に

メフィストジャパン(株)

アイルの在庫管理システム「アラジンオフィス」導入で大幅な業務効率化を果たし、リアルタイムでの売上、在庫情報の把握を可能にした仏製コンフォートシューズの日本人メフィストジャパン。現実の売上アップ、社内でのモチベーションアップに貢献し、次のB to B販促、E C強化へと構想は膨らんでいる。

システム設計と 導入コストが最適

1965年にフランスで創業した『メフィスト』は、コンフォートシューズの先駆けとして内外で知られる。競合の多くが他国生産にシフトするなか、仏国内の自社工場で職人たちの手仕事と最新素材・構造をハイブリットした履きごころの良い高品質な靴を生産、世界80か国で愛用されている。

日本では1985年から販売開始、現在日本法人のメフィストジャパンが展開する直営店は、百貨店など30店に及ぶ。また、全国100を超える専門店でも扱



上杉謙治社長。

われ、クルルビズなどカジュアルシューズの着用シーン増加を追い風に、直営、卸ともに売上を伸ばしている。

2012年8月、上杉謙治社長が就任した当時同社で管理業務に使われていたのは20年以上も前のオフコンだった。倉庫や直営店の在庫は月4回行っていた決算時にしか実数がわからず、毎日の売れ行きや各店の在庫の状況把握は本部・店舗間の電話・FAX連絡に頼っていた。オフコンでカバーできない業務をE X C E Lで管理していたため、データの整合性をとるのも時間が掛かっていた。業務が属人的になっており、入力ミスによるロスも発生していたという。

「社長着任時、真っ先にやらなければと思ったのが在庫管理システムの導入でした」(上杉社長)

リアルタイムに直営店の売上・在庫情報を一括して把握できて、卸先からの受注状況もわかるシステムの導入が必須だった。急ぎ直営店に他社製の店舗管理P

OSを配置。次は会社全体の売上・在庫管理と、卸での展示会受注・発注から納品までを管理できる体制を整える番だった。

「とはいえシステム導入のために数千円ものコストをかけるわけにはいきませんでしたし、そのための人材を割く余裕もない。当社向きの機能を備えた、ちょうどいいシステム」を探していたところ、合致したのが『アラジンオフィス』でした」(同)

アラジンオフィス選定の最大の決め手は、靴業界向けのパッケージシステムを用意していたことだった。同じ型でも色・サイズ別に商品管理しなければならぬ靴業界では、帳票ひとつとっても横長の特殊なサイズになり、アパレル専用を含む一般のシステムでは大幅なカスタマイズが必要になる。だが、靴業界向けアラジンオフィスでは初めから靴の取り扱いに最適化された入力フォームで処理することができ、同社でも違和感なく使うことができた。

2012年11月にアイルへのシステム発注が決定。同社の決算期に合わせて、2012年12月初めにまずカスタマイズ

煩雑な靴の卸業務・在庫管理が一気に効率的に

3月初めからの本格稼働以降、社内業務は一変した。

まず、伝票等の作成がケタ違いに高速化した。以前のオフコンは、商品マスターの仕様が靴業界向けではなく、項目が限定されていた。そのため、倉庫から直営店へ商品の出荷時、フランス本社から届くE X C E Lで作られた商品マスターと照合しながら、I S K Uごとの商品情報を手入力して伝票を出していた。今はE X C E Lの商品マスターをアラジンオフィスに一括登録し、各伝票を作成する。検索機能も充実しており、入力の手間は大幅に削減された。また、アラジンオフィスに登録したマスターを店舗管理P O Sと連携することで、2重登録の手間も軽減された。

丸1日かかっていた月4回の決算作業の負担も軽減された。売上・倉庫や店の商品在庫もすべてリアルタイムで分かる。本部在庫および各店の棚卸と突き合わせ作業でも、劇的な時間短縮と精度向上を実現した。

卸業務では、従来、商品マスターをも



2013年春夏はパステルカラーのローファー、スタッズつきのサンダルなどフランスらしい色使い、ディテールの商品が人気



本格革靴仕様のグッドイヤーウェルト製法で複合素材の底材を縫いつけるなど、伝統と革新を取り入れたもの作りが人気の秘密。



各種帳票の付け合わせがなくなり、店舗・本部の在庫状況が一覧できるように。

とに手作業でカタログや注文用紙を作り、展示会や営業訪問した得意先で注文を記入。これら手書きの注文用紙をE X C E Lに集約、フランス本国に送って商品の発注・入荷管理をしていた。だが、営業本部集約フランス本社への発注の間で入力ミスが起きたり、マスターにない商品を受注してしまったりなどのロスが付きまといっていた。

システム導入後は、商品マスター・カタログ・注文用紙で扱う商品情報はすべてシステムで管理している。以前のような齟齬はなくなり、ミスのない受注や正確な本国発注・入荷管理をスムーズに行えるようになった。

一番の成果は スタッフのモチベーション向上

大幅な業務効率化で作業時間は「従来の25%相当の削減につながりました」(同)。

現在の事業業務効率化や各種ロスの削減だけでも、店頭業務のスピードアップや業務を組み立てる余裕につながり、今期の売上アップに大きく貢献している。好調な直営店を年内に4店から6店舗増やす計画を後押ししている。

しかし、システム導入の一番の成果は「社内のモチベーションアップ」だという。「以前のシステム環境では、問題解決や業務提案があっても、先が見えていないオフコンの改修に投資はできず、『それは無理』、『できない』と断念するしかあり

ませんでした。今は自分たちが操作、機能を習熟し使いこなすことで、今以上に効率的になるし、業務内容も進化すると感じています。社内が、今の業務がやりがいのある仕事に必ずつながるといふ、ポジティブな空気がなっています。その際には、オペレーションの時間が50%減に及ぶのではないのでしょうか」(同)。

上杉社長自身、蓄積したデータをもとに、時系列ごとの売れ筋を知るとともに、売れない商品についても、ニーズに合わない死に筋なのか、それとも価格設定など条件を見直せば売れるようになるのかを分析し、商品政策に反映させたいと期待している。

「業務効率化自体が目的になりがちなシステム導入ですが、本来の目的はデータを分析したり、前線でデータを使いこなしたりして、一人ひとりが会社の状況を把握し売上向上につなげていくこと。イ

ンフラを整えフロントにまでつなげていく『一貫した流れ』を作ったことで、システム導入の意味があると思います」(同)。

今後の事業拡張構想にもアラジンオフィスの機能がキーとなるという。

「アイルは、アラジンオフィスと連携が可能なE Cサイトの構築・管理サービスを提供していることも他社との違いでした。今後は、HP上で商品情報・在庫情報をいつでも開示しておき、取引先からの注文を受けられるWeb受発注システムの構築を検討中です。E C事業は伸びているため、自社E Cサイトを構築し、いずれは複数のE Cサイト間での在庫を管理・調整する、アイルのE C管理ソフトの導入も考えています」(同)

社内のリソースをデータ処理から戦略構築に集中して振り分けできるようになったことが、同社のシステム導入の成果につながったといえそうです。

柔軟な営業・支援体制と 提案でサポート

アイル
システム・ソリューション事業部
東京営業グループ
プロジェクトチーム
主任



鵜ノ澤 一樹

通常、システム設計通りの仕様にカスタマイズを済ませ、動作確認の末、お客様に納入・運用指導するのが流れなのですが、今回はメフィストジャパン様のご要望に合わせ、分納・早期納入など、柔軟に対応させていただきました。

第1段階では商品マスターの連携を、第2段階では業務の流れに合わせて受発注のカスタマイズを、第3段階ですでに稼働していた店舗管理POSとの連携を実現させました。

システムを設計するSEと、納品後に使い方を指導する指導担当との社内での連携はもちろん、お客様との連携も密にとりながら進められ、スムーズに本稼働を迎えることができました。本格稼働後、メフィストジャパン様に喜んでいただけたことを何より嬉しく思っております。