



「検証」を継続することで激変する環境下でも増収増益を堅持

～ ベストプラクティスを全社標準にするDataNature/E ～

躍進を続ける山崎文栄堂

株式会社山崎文栄堂は、大正時代から続く文房具店だった。1990年代に入り流通革新の大波が文具業界に大きな変化をもたらす中で、同社はオフィス用品デリバリーサービス、アスクルエージェント(取扱販売店)事業を開始した。

現在では、当初50社だった取引先は3万社に、売上高も14年間で33倍にまで増え、全国でも屈指、東京西エリアのトップ販売店となっている。

同社の成長を支えるものは、常に仮説検証を怠らない真摯な経営姿勢とともに、平成16年度、18年度と2度にわたり経済産業省「IT経営百選」最優秀企業の1社に選ばれていることが示す通り、ITの積極的な活用にある。

そして、お客様とともに課題を解決する中から「書類整理サポート事業」「エコサポート事業(機密書類リサイクル)」などの新事業が生まれ、独自性の発揮とともに経営の幅を広げつつある。

分析の重要性和エクセルの限界

山崎文栄堂では、既存の文房具店といった業態が衰退期に入らる中で、通販という新たなチャンネルに注目し、アスクルエージェント事業に取り組み始めた。当初は、アスクルをお客様に直接訴えかけるドアツードアの営業による顧客開拓が中心だったが、やがてアスクルがブランドとして定着してくると、新聞の折込チラシやダイレクトメール、ポスティングなど営業手法が多様化するとともに、有効性にバラツキが目立つようになっていった。更にはインターネットも重要な営業手法として台

頭してくる。同社では、こうした一連の顧客開拓手法のそれぞれについて、検証を繰り返すことで時流を巧みに捉え、顧客数を増加させてきた。

検証ツールとしてエクセルを活用してきたが、①エクセルではお客様が何を買われたかなど細かくドリルダウンすることが難しいこと、②検証対象とするデータがエクセルの許容範囲を超えてしまうこと、などの機能面の問題に加え、人的な問題、即ち①エクセルや分析のスキルにバラツキがある中で、分析に要する時間や分析のレベルが人によって大きく異なってしまうこと、②スキルが高まってくると、「それぞれが好き勝手に分析してしまい、そこまでやらなくても良いというところまで凝ってしまう」という弊害も生じつつあったこと、など、解決すべき課題が明らかになってきた。

「当時、営業日報の作成時間は、平均すると1時間半程度にまで膨らんでしまっていた。」

(本部長 若狭謙治)

DataNatureを活用し、ベストプラクティスを定型化

こうした中で、「営業の分析に使える」と既に導入していた株式会社武蔵野の小山社長から紹介されたのが、DataNature/Eだった。導入当初、2度の社員向け勉強会を行うとともに、トップダウンで活用指示を出したこともあり、いろいろな部署でDataNatureを活用した分析にチャレンジした。そうした中で、エクセルで行ってきた新規開拓の分析、特に当時はいろいろな地域でいろいろなパターンのDMを作成していたが、この効果測定にまず威力を発揮した。



代表取締役社長
山崎 登 様



アスクル・オフィス事業部
本部長 若狭 謙治 様

会社概要

株式会社山崎文栄堂

- 本 社：東京都渋谷区
- 設 立：昭和49年4月1日
- 資本金：10,000千円
- 従業員数：30名
- 事業内容
 - ・オフィス用品通販
 - ・エコサポート事業
 - ・書類整理サポート事業



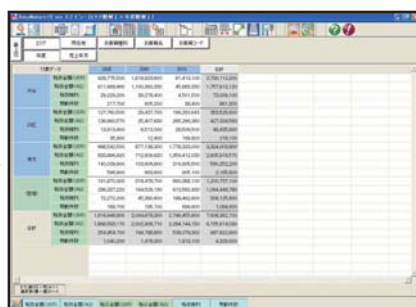
<http://www.bun-eidou.co.jp/>

DataNature/E ご使用事例



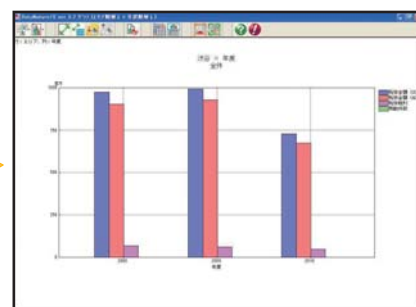
① ボタン画面でデータを選択

売上実績データからボタン画面を表示。
エリア別のお客様情報が一目で分かります。



② クロス集計表で売上実績を集計

エリア別の売上実績を年度や月毎に表示。
ドリルダウン分析で、お客様毎に細かく分析!



③ グラフ画面へ展開

ワンタッチでグラフ画面へ。
より分かりやすい表示で分析もスムーズに。

そして、営業手法毎にバリエーションを持たせながら様々な効果測定に活用していく中で、成果を定型登録し共有する仕組みが出来上がり、やがてお客様への提案資料までDataNatureに定型登録されるに至っている。こうした定型化により、①手作業で行っていた資料作成を自動化できるとともに、②ベストプラクティスを共有することで、組織全体のレベルを高めることが出来た、など顕著な効果が現れているという。

「アスクルアリーナ購買分析報告書」でお客様に提案営業

実は、アスクルエージェント事業全体でみると、数年前から市場の成熟化、競合会社の台頭などから、成長力に陰りがみられるようになっていた。こうした中で、同社では、お客様の声を集めることに注力するとともに、上述したようにDataNatureを活用しこれまで以上にきめの細かい分析を行い、営業チャネルの見直し、エリア戦略の再構築などを進めてきた。

特に、市場が成熟化する中でお客様のニーズが変化しており、自由に選択できることがメリットだった通販チャンネルにも、大手のお客様を中心として「見える化」の要望が強くなってきた。こうした要望に対して、「営業マンそれぞれが思いのままに提案しても上手くない。そこで、DataNatureで定型登録した「アスクルアリーナ購買分析報告書」をアスクルアリーナご利用のお客様に定期的にお持ちすることとしたところ、非常に高評価を頂戴している。」「こうした活動は、既存のお客様との関係を強化するだけでなく、新規顧客開拓にも力を発揮している。」(本部長 若狭謙治)

業務処理にも活用

同社では、営業活動のみならず、業務処理にもDataNatureを活用している。特に、販売管理システムと経理システム双方に入力しなければならない

ような、特例処理データの登録内容確認(チェック)などのために、数種類の定型が登録されており、業務処理の効率化とスキルの共有に役立っている。

それぞれがそれぞれの分野でもっと活用したい

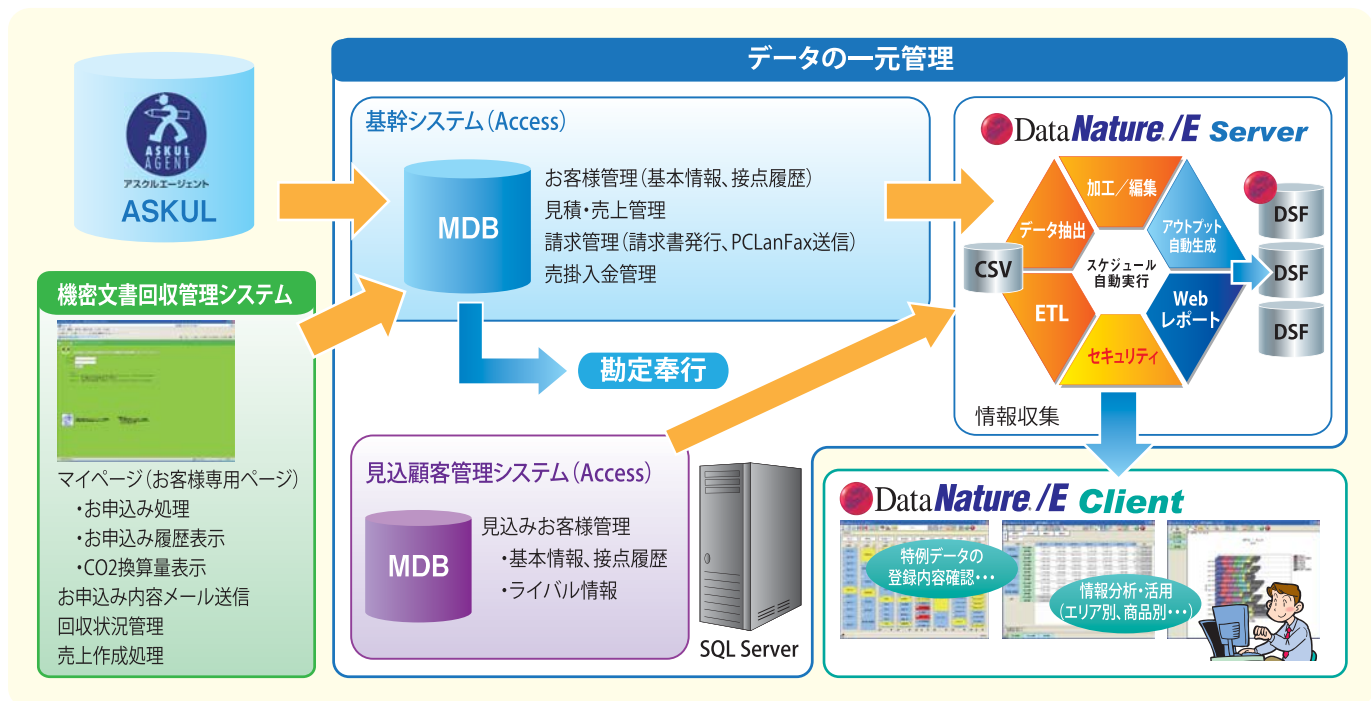
同社では、それまでは個人のノウハウであったり、個人がエクセルを使って作業していたものをDataNatureに定型登録し自動化することで、組織として共有し、利用をルール化することで仕組化してきている。

こうした流れの中で、山崎社長は今後の展開について、次のように話す。「これまでは、スキルの高いものの知見を共有することを中心に進めてきた。これからは、もう一度、導入当初のように皆で使うことに注力したい。それぞれがそれぞれの分野でデータをみつまめ分析していくことで、更なる知見が生まれ、そこからまた新たな仕組みを作っていきたい。」

WebとHRの連携を目指す

山崎社長は、お客様との関係においてもDataNatureを活用した新たな展開を考えておられる。前述の「アスクルアリーナ購買分析報告書」は、「月別の利用金額に異常値がないか」とか「部署によって利用にばらつきが出ていないか」など、お客様とのフェイストゥフェイスの営業活動の中で、コミュニケーションツールとして活用しているが、これをデジタル化して(DataNature/Eのwebreport機能を活用し)例えばwebなどでお客様にお届けすることで、お客様が分析データを再利用できるなど、営業担当者とのコミュニケーションとデジタルデータとの相乗効果をもたらす新たな営業の仕組み作り。データと向き合い、常にデータを検証し次なる展開を進めてきた同社ならではの、次なる展開に期待したい。

システム構成図



販売店名

株式会社 エヌジェーケー

ソフトウェアパッケージ事業部

〒153-8641 東京都目黒区中目黒 4-8-2

TEL:03-5722-5766 FAX:03-5722-5767

●記載された商品の内容は予告なしに更新される場合があります。

●記載された会社名・製品名は各社の商標または登録商標です。

DataNature は株式会社エヌジェーケーの登録商標です。