

静岡パナソニックテレコム



静岡パナソニックテレコムが運営するMMシティ（静岡市）

既存システムとの連携を実現し
入力作業を大幅に軽減

限られた人員でいかにして効率的に業務をこなすかは、多くの携帯電話販売会社が直面している課題でもある。静岡パナソニックテレコムは、既存の業務システムと携帯電話総合管理ソフトのテレフォンマスターとの連携を実現、手数料事務を大幅に効率化しただけでなく、代理店のCS向上にもつなげている。

静岡パナソニックテレコム（以下SPT）は、携帯電話販売管理システム「テレフォンマスター」を既存システムと連携させ、業務の大幅な効率化を実現すると同時に、傘下店の囲い込みでも成果をあげている。

SPTは、AV機器やコンピューターシステム、通信機器の販売を行う松下グループの静岡販売の携帯電話販売部門として発足、昨年4月に100%子会社として独立した。

現在月に数千台を超える携帯電話を販売、NTTドコモの県内販売シェアは上位、携帯電話4社の扱い高でも10本の指に入る有力携帯電話販売会社だ。現在ドコモショップ2店舗（伊東、浜松中央）を含むNTTドコモの専売店4店と静岡市内で携帯4社の製品を扱うMMシティの計5店舗の直営ショップを運営



入庫時に製造番号を入力、バーコードシールにして、外箱に貼り付けておく

する他、傘下店の開拓にも力を入れ、販売数の6割程度をこれらの代理店経由で売り上げている。

同社が、テレフォンマスターを導入したのは、携帯電話市場の急拡大が始まった96年。導入の狙いはそれぞれの代理店に対する手数料の算出を効率化することだった。

テレフォンマスターは、携帯電話を番号管理することで、在庫管理から受け取り手数料の算出、さらには傘下代理店への支払い手数料の計算など携帯電話販売業務に必要な業務を処理できるシステムで、携帯電話販売の専門会社やショップに広く採用されている。

当時のテレフォンマスターはパッケージで使うのが普通だったが、導入に当たってSPTが強く希望したのが、販社全体の物流管理、財務管理を行っていたオフコンベースの「FALCON（販社リンクシステム）」との連携を図ることだった。

同社の携帯電話の物流は販社の他の製品と同じくFALCONで管理されている。テレフォンマスターで必要となる入庫、代理店への出庫のデータ入力も、すでにFALCONの端

末で行われており、これに加えて携帯電話の出庫時のデータ入力作業を加えるのは作業量から見て非現実的だったからだ。

SPTのテレフォンマスターは、このニーズを満たすために開発元のテラとともにパッケージを大幅にカスタマイズを施したものだ。

具体的には、FALCONでは各端末からあがってきた1日のデータを当日中に処理し、テキストデータの形で取り出せることから、この日次データから取引先や品目などをキーに、携帯電話の入庫、代理店向けの出庫データを抽出し、テレフォンマスターに取り込めるようにしたのである。

だが、これを実現するにはクリアしなければならない問題も少なかった。例えばFALCONは番号管理を行っていないため、出荷データもA代理店にP504iを10個という形で整理されている。これに対してテレフォンマスターのデータは携帯電話1台ごとで処理されるので、まず形式を変換しなければならない。

さらに、テレフォンマスターでは、入庫時に製品番号あるいは電話番号を入力し、これをベースに管理を

行うが、FALCONではもともとこうしたデータは扱わない。

そこでSPTでは、端末が入庫した時点で端末からバーコードリーダーで製造番号を読み取り、あるいはすでに番号が付与されている場合にその電話番号を、PCに入力、プリンターでバーコードシールに印刷し、外箱に添付することにした。出庫時にこれを取り外して代理店ごとにまとめておき、翌日にFALCONからテレフォンマスターに取り込んだフレームにハンディスキャナーで読み取った製造番号を入力し、出庫データを完成させるという、単純だが確実な方法で対処したのである。

開通処理にOCRを活用

このシステムでは、代理店への手数料の算出は、出荷された端末が新規加入や機種変更などにより「開通」した時点でカウントされる。

開通作業の、一般的な流れは、販売店が事業者に対してFAXで必要書類を送り、これを受けて事業者が開通処理を行い新しい端末が使えるようにするというものだが、この開通データがSPTにその翌日通知さ

れる。これをSPTではテレフォンマスターに入力するのだ。

だが、SPTの主力となるNTTドコモの場合はもう少し複雑になる。開通処理が可能な専用端末「アラジン」を販売会社（NTTドコモの一次、二次代理店）に配置して、いったん事業者のファックスサーバーで受け取ったFAXを販売会社に転送、開通処理は販売会社で行う形をとっているからだ。そこで、SPTではアラジンの入力データをプリントアウトし、必要なデータをOCRで読み込むことで、重複入力を回避している。

代理店での入力作業を不要に

SPTのシステムにはもう1つ大きな特徴がある。2001年のバージョンアップに合わせて、大手代理店数社に導入されたSPT仕様のテレフォンマスターとの間でデータ連携を可能にしているのだ。具体的には、SPTのテレフォンマスターのデータのうち、その代理店の分だけを毎朝メールに添付して送り、代理店のテレフォンマスターに取り込む。

代理店では、テレフォンマスターを自社の業務に独立して利用する



バーコードシールをスキャナーで読み込み、既存システムの出庫データと組み合わせて、テレフォンマスターの出庫データを完成させる

が、SPTとの取引分については入庫や開通のデータ入力は一切不要になる。

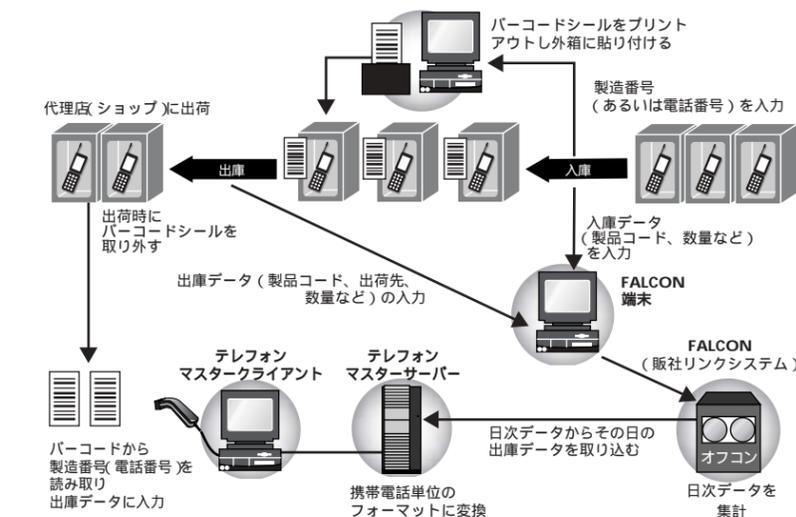
SPTでテレフォンマスターの導入に取り組んだ加藤浩二サポートセンター所長は「月販2000台程度の販売店ならば、確実に1人分の人件費が浮く計算になる」という。

STPはこのシステムの導入により自社だけではなく代理店の業務改善も図り、販売力のある代理店の囲い込みにもつなげているのである。

2002年4月は、STPは、直営店5店舗と営業部門にもテレフォンマスタークライアントを設置、プライベートネットワークで沼津のサーバーに全クライアントからアクセスできるようにした。

このシステムの稼働により、直営店を含めた日次の販売データを営業部門が、すぐに把握できるようになった他、ショップのDM発送や店舗ごとの採算管理などにも利用されるようになったという。これからはテレフォンマスターはさらに進化を続けることになりそうだ。

図 静岡パナソニックでのテレフォンマスターと販社リンクシステムとの連携



お問い合わせ先

株式会社 テラ

〒221-0832 横浜市神奈川区桐畑3-6

TEL: 045-412-2233

URL: <http://www.terracom.co.jp/>