

ASP活用で12店舗をネット化 入力作業分散し情報も共有

首都圏で直営併売ショップ「てるてるランド」を展開する有力携帯電話販売の株式会社テレステーションは、テレホンマスターASPサービスで12店舗をネットワーク化、入力作業の効率化と在庫情報、営業情報の共有を実現した。

データセンター内に業務システムを構築し、通信回線を介して企業に、その機能をサービスとして提供するASP(アプリケーションサービスプロバイダー)は、多額の初期投資負担をかけずに社内システムの整備ができることやシステムの運用負担が軽いことから、中小・中堅企業のIT化の有力手段として期待を集めている。

千葉県船橋市に本部を置く携帯電話販売会社(株)テレステーションは、11月から携帯電話販売管理ソフトベンダーのテラが提供するASPサービスを活用し、首都圏に展開する直営併売ショップ全店と本部を結びオンラインシステムを構築、経費削減・作業効率の向上を実現した。

(株)テレステーションは、千葉県京葉地区をはじめ茨城、神奈川、東



本部で集中処理している入力作業を店舗に順次分散していく

京都下に直営併売ショップ「てるてるランド」12店を展開する携帯電話販売会社。形の上ではメーカー系大手1次代理店を通じて、携帯電話・PHSを仕入れビジネスを展開する「2次代理店」だが、販売実績は携帯電話を多い月で8000台、平均でも5000台を売り上げる首都圏でも有数の有力販売店だ。

同社は、3年前から、船橋市の本部に携帯電話販売管理ソフトの「テレホンマスター」を導入、効率的な在庫管理や収益管理を実現していたが、昨年11月に本部のシステムをASPに移行、今年2月から順次店舗への導入を進めている。

今回、同社がASPを導入に踏み切った最大の理由は、システムのネットワーク化を実現することにあった。

その狙いの1つが入力作業の効率化だ。拠点数の増加や販売数の増加により、各店舗からFAXで送られてくる売上傳票のデータを本部で一括して入力するこれまでのやり方では処理が限界に近づいてきたことだった。もちろん人員を増やせば対応は可能だが、携帯電話販売の収益性が低下する中、間接部門

(株)テレステーション



ショッピングセンター内の「ららぽーと店」バックヤードに本部がおかれている

の肥大化は避けたい。ネットワーク化により、店舗スタッフが空き時間に販売データを入力することができ、本部での作業の軽減ができると考えられたのだ。

また、ネットワーク化により、各拠点の在庫状況が店舗のPCでリアルタイムで検索できるようになり、本部に在庫を電話で照会していた手間と通信費が省けるようになった。

もう1つ、ネットワーク化の目的としてあげられるのが、店舗が営業数値を把握できる環境を整えることだった。同社では、各店舗や近隣店舗数店からなるブロックなどの単位で販売や収益の目標を定め、採算性を重視した経営を行っている。新システムの稼働で店長やブロックの責任者が、エリアが自店および他店の業績をリアルタイムで把握できるため



アクセサリ類が充実する店内。全店では月1000万を超える売上有るとい



卯目英喜(左)社長とシステムを担当した吉家禎教商品管理部部長(右)

対策も立てやすくなるというのだ。

ASPで管理コストを削減

もちろん、ネットワーク化自体はASPでなくても実現できる。むしろ社内にサーバーを立て、インターネットVPNで接続する形をとるのが普通だ。

なぜ、ASPを採用したのかこのシステムを構築を担当した吉家禎教部長は、その理由を「停電時のバックアップやセキュリティ対策まではとても社内では対応できない。このサービスでは1クライアント当たり約2万円、全拠点に導入すると月50万円かかるが、サーバーの維持を委託するだけでこの程度はかかる。運用コストや管理コストを考えると、自社でサーバーを持つことは考えられなかった」と説明する。

また、テレホンマスターASPサービスでは、メタフレーム通信サーバ

ーを採用しているため、クライアント側ではインターネットの接続環境とブラウザ搭載のPCだけで導入でき、店舗の増減にも対応しやすいことも選択の大きな理由だったという。

入力作業の効率化を追求

レディメイドのサービスであるASPでは、企業ごとのカスタマイズの要望には応えにくいことが多い。テレホンマスターASPサービスでも現在のところこうした対応には限界があるが、(株)テレステーションでは、このシステムの構築にあたって、特別にデータセンター内に自社のデータベースをホスティングすることで、いくつかの独自の仕様を実現している。

中でも最も大きいのは、ユーザーインターフェースの変更だ。テレホンマスターは、1次代理店から2次代理店、専売店、併売店、量販店などの多様なニーズに対応する機能の豊富さが売り物だが、併売ショップである(株)テレステーションには不要な機能も少なくない。これを整理し、不要な画面や表示はスキップできるようにした。操作はほとんど、マウスを使わないで行なえるという。

同社が、コストを負担してまでこうした独自の機能拡張を行なったの



画面には、併売ショップに必要な項目のみが表示される

は、店頭で業務の合間に入力作業を行うには、作業をできる限り効率化する必要があるからだ。

また同時に追加された機能に掲示板機能の拡充がある。テレホンマスターの標準仕様でも、全クライアントの画面に文字情報を表示できる掲示板機能があるが、これを入力順に複数表示をさせることで、社内の情報伝達手段として使えるようにしたのだ。同社では「これによってFAXによる店舗への一斉連絡はほとんどなくなる」という。

さらに同社では、このシステムの導入に伴いほぼ全店でADSL環境が整うことから、IP電話の導入による通信コストの削減も図るとい

う。(株)テレステーションの卯目英喜社長は、「販売力・提案力のある店舗スタッフの育成、アクセサリなどの新規商品の開拓と同時に、社内のさまざまな仕組みを効率化することで、厳しい市場環境の中で生き残れる体質を作っていく。これができれば、競合他社が撤退する中で新しいビジネスチャンスも生まれてくる」という。

テレホンマスターASPサービスは、まさに同社の勝ち残り戦略の鍵を握る存在といえることができるようだ。

お問い合わせ先

株式会社 テラ

〒221-0832 横浜市神奈川区綱島3-6

TEL: 045-412-2233

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

図 (株)テレステーションの社内ネットワーク

