

エム・エス・コミュニケーションズ北海道支店

インターネットVPN採用で 回線コストを半額以下に

エム・エス・コミュニケーションズ北海道支店は、携帯電話販売管理ソフト「テレホンマスター」をベースに道内8拠点をオンラインで結び、在庫、販売数をリアルタイムで管理するシステムを構築、在庫の圧縮、品切れの防止と同時に、営業活動の効率化を実現した。

エム・エス・コミュニケーションズ(以下MSCと表記)は、住友商事系の住商テレメイト、三菱商事系のエムシーテレネットの2社が2001年に合併して発足した大手情報通信販売社である。

同社の扱い商品は携帯電話、PHSからマイラインや専用線など通信サービス全般に及ぶが、商社系情報通信販売社2社が合併して誕生しただけに携帯電話販売でも高いシェアを持っている。

特に北海道支店は、NTTドコモ北海道とJ-フォンそれぞれの総販売数の約1割を同支店が販売するという、まさに北海道地区のトップディーラーといえる存在だ。



店舗でのテレホンマスターの入力作業。ここでは売り上げ伝票をもとに、まとめて入力作業を行う形をとっている。

現在、同支店では、北海道内にドコモショップ4店、J-フォンショップ3店、auショップ1店を直営店として展開、これに加え傘下店が運営するJ-フォンショップ5店舗を擁している。これらのショップでの販売が同支店の総販売数約3割程度を占める。残り約7割は札幌市に大規模店を持つヨドバシカメラ、道内に80店を展開するベスト電器など量販店での売り上げだという。

MSC北海道支店(当時は住商テレメイト北海道)がテレホンマスターを初めて導入したのは1998年。

当時、住商テレメイト北海道では各ショップなどからの売り上げ、出荷などの情報をエクセルデータで本社に集約していた。ところが、この方法では集計がどうしても翌日以降になってしまい、営業活動に利用しづらだけでなく、またデータ集計のミスも起こりやすいという問題があった。そこで、在庫管理、販売管理のための本格的なシステムの導入が課題となっていた。そこで当初、システムの独自開発が計画されたが、新たに赴任した米澤勉支店長は、パッケージソフトを採用すること

で導入コスト削減が図れると考え、この方針を転換、そこで浮上したのがテレホンマスターの導入だったという。

新システムには約1000万円の費用がかかる見込みであったが、開発元のテラが提示した金額は、ほぼ3分の1。しかも同社が必要とする機能をほぼ満たしていたことから、導入にゴーサインが出たという。

とはいえ、同社ではすでにエクセルベースのシステムが稼働している。これを一気に切り換えるのは容易なことではなかった。そこでMSC北海道支店では、試験的に、単独店であるau(当時は北海道セルラー)ショップにテレホンマスターを導入、既存のシステムと並行して運用する措置をとった。システムは、本格展開を前提に支店内のサーバーを店舗のクライアントネットワーク経由で結ぶ本格的なもの。スタッフの疑問に電話で答えられるよう担当者が常駐する体制も敷かれた。auでの導入が軌道に乗ると、次にJ-フォン、99年初頭に総販売数の7割を占めるNTTドコモにも拡大、これを機にシステムをテレフォ



エム・エス・コミュニケーションズが運営するドコモショップ伏古店。店舗は非常にゆったりとしたスペースがとられている。



北海道支店でテレホンマスターの導入を担当した平田美幸氏

ンマスターに一本化したという。システムの切り替えには約4カ月をかけたことになる。

MSC北海道支店でこのシステムの導入を担当した平田美幸氏は「導入には非常に慎重に当たった」という。その結果「在庫がリアルタイムで把握できるようになり、店舗による在庫のばらつきや欠品などが防ぎやすくなったことが大きなメリット」とその導入効果を評する。

米澤勉支店長も「以前は2日前の販売データ、在庫データを見ながら営業を行っていたのが、今現在のデータを把握して営業できるようになったことがありがたい」という。

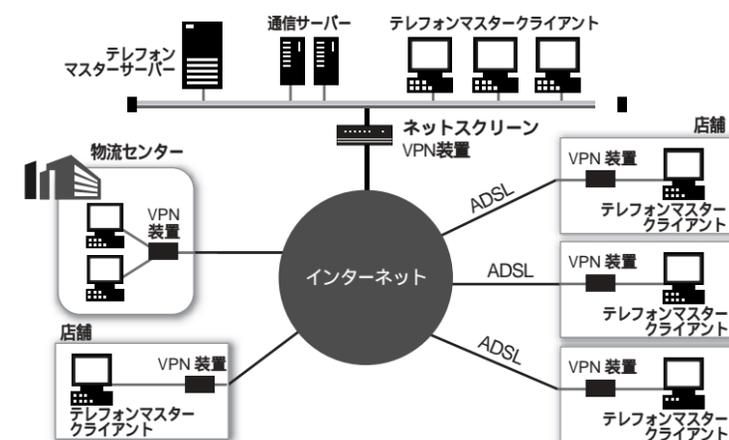
実際、同社では法人営業担当者の販売数もテレホンマスターで管理していることなどから、営業担当を中心にかなり増えているという。

テレホンマスターのクライアントソフトは、直営店全店と支店(開通センター)、物流センターなどのPCに導入されているが、その数は80台を超えている。「ライセンス数は33台なので、時間によっては接続待ちが起こる状況(平田氏)という。テレホンマスターが同社の中で、いかに活用されているかがうかがわれる。

量販店仕様の伝票にも対応

テレホンマスターの基本的な機能として、携帯電話を単品管理することで自社が事業者から受け取る手数料や傘下代理店の支払い手数料

エム・エス・コミュニケーションズの携帯電話販売管理システム



料の算出や支払い伝票の作成などを自動化できる点があげられる。

MSCのような一次代理店にとっては、この機能は不可欠だが、同社では昨年のV7.0へのアップグレードを機に大幅なカスタマイズを実施したという。その1つは同社の販売の相当部分を占める量販店向への取り引きに用いる専用伝票に対応した。さらに、傘下による支払い手数料のランク付けも、より細かく設定できるようにした。これにより手作業で残っていた処理のほとんどが自動化できた。

VPNで通信コストを半減

MSC北海道支店のシステムでは、支店に設置されたサーバーと直営店8店、物流センターのクライアントとの間は、NTTのデジタルアクセスや電力系通信会社の専用線を使ったスター型のネットワークで結ばれていた。

同支店では、今年2月にこのネットワークをADSLを用いたインターネットVPNに更新した。

本社と各拠点にVPN装置の「ネットスクリーン」を導入し、インターネットを完全に専用線として利用できるようにしたのである。サーバー側



ラックに組み込まれたテレホンマスターサーバー。通信サーバーやVPN装置も収容されている。

には通信サーバーを設置することでレスポンスの改善も図られている。

北海道支店のアクセス回線は光ファイバー(Bフレッツ)、クライアント側はVPNを導入するためにIP固定型のADSL回線が用いられているが、通信コストは従来の専用線の月額40万円から17万円と一気に半額以下になったという。

すでに導入後4年を経過し、さまざまなカスタマイズも行われた同社のテレホンマスターだが、これまでの総投資額は当初計画していたシステムの初期導入コストに相当する1000万円程度だという。同支店にとって、テレホンマスター導入のコストパフォーマンスはかなり高いといえるよさそうだ。

お問い合わせ先
株式会社 テラ
〒221-0832 神奈川県横浜市神奈川区綱島3-6
TEL: 045-412-2233
URL: <http://www.terracom.co.jp/>