

シーズンごと約5000種に上るアウトドア商品の販売・仕入れ・マーケティング活動を緻密なデータ分析で強化

「Dr. Sum は、基幹業務プロセスを補完して戦略的なデータ活用を実現するツール」



▲ 販売管理コアシステム「SPACE」との連携ソリューションとして「Dr.Sum」を導入

“アウトドア” “アクティブ” “オーセンティック” “アメリカン” “バリュー” の5つのキーワードを商品コンセプトに、登山やトレッキング、ウォータースポーツ、マウンテンバイク、フリークライミングなどのウェアやシューズ、グッズの企画・製造・販売を手がけるコロンビアスポーツウェアジャパン（以降：コロンビア）97年に米Columbia Sportswear Companyの日本法人として設立されてから、毎年順調に業績を伸ばしてきた。こうした好調を背後から支えているのは、ERPパッケージを基盤として、全世界に展開する拠点をネットワークで結ぶ基幹システムだ。米国本社において業務プロセスを一元的に管理することで、戦略的かつ効率的な企業運営を実現しているのである。しかしながら、この基幹システムだけで、日本市場でのビジネスのすべてをカバーできるわけではない。コロンビア・管理本部長の井上香氏は、次のように語る。

「同じ会社であっても、実際には日米で業態がかなり異なっている。米国本社がほとんど卸のみであるのに対して、私たち日本法人はそれに加えて自らショップを展開し、小売まで手がけている。また、日米では商慣行の違いも大きく、こうした小売のプロセスまでも既存の基幹システムに組み込むのは無理があると考えられた。そこで日本法人として、独自に販売管理システムを構築することになった」

コロンビアは、イー・ティー・オー・エーが提供するアパレル業向け販売管理コアシステム「SPACE」を導入し、アウトドア商品ならではの業務プロセスに合わせてカスタマイズ。2002年10月、全国に展開する39店舗（03年4月末現在）のモバイル端末をWebで結ぶネットワークをカットオーバーしたのである。ちなみにSPACEは、アパレルに特有なカラーやサイズまでの詳細な商品管理をはじめ、委託や消化といった多様な販売形態への柔軟な対応を特長としており、春夏および秋冬のシーズンごと、約5000種におよぶコロンビアの商品群をきめ細かくハンドリングすることができる。

さらに、イー・ティー・オー・エーは、各店舗から上がってくる販売データを集積し、分析するためのサブシステムとして「Dr.Sum」を提案。このアプローチは、その頃すでにOLAPの効果に着目し、導入を検討していたコロンビアの戦略とまさにジャストなタイミングで合致した。こうして2003年3月、各店舗における販売活動はもとより、商品企画や営業、マーケティングなどのスタッフ部門における意思決定までトータルにサポートするデータ活用のインフラが完成したのである。

▲ 蓄積した販売データを瞬時に集計、時間を争うビジネスに対応できる

現在、SPACEを基盤とする販売管理システムのデータベース(Oracle)には、各店舗から集められる売上・返品・梱卸データをはじめ、基幹システムからは卸に関連する商品マスタ・出荷・返品データ、百貨店向けEDIからも売上・在庫・返品・店間移動データなど、様々なデータが蓄積されている。そして、これらのデータを多次元で集計し、自由な切り口で分析するツールとしてDr.Sumが活用されているわけである。

先に述べたように、コロンビアは早くからOLAPの効果に関心を持ち、独自に各種ツールの調査も始めていた。そうした中で、なぜイー・ティー・オー・エーの提案に飛びつき、Dr.Sumを採用するに至ったのだろうか。その理由について、コロンビア・営業部営業管理長の猿渡泰志氏は、次のように語る。

「本部オフィスではPC1人1台体制のもと、スタッフ全員がExcelの操作に慣れ親しんでおり、このExcelをそのままフロントとして活用できる点が魅力的だった。また、これまで蓄積した約1万5000件の販売データに実際に適用してみたところ、目の前で瞬時に集計を完了した。ビジネスは常に時間との闘いであるだけに、この高速性は決め手となった。いま在庫がどれだけあるのか、それはどういう種類の在庫なのか、何が売れ筋になっているのかなど、時々刻々と変わっていくデータを見たいときに即座に見られることが重要だ。実のところ従来は、基幹システムから出される定型フォーマットのデータを手作

INTERVIEW

井上 香 氏 (写真上)

株式会社
コロンビアスポーツウェアジャパン
管理本部長

猿渡 泰志 氏 (写真下)

営業部営業管理課
課長

USERS REPORT

株式会社コロンビアスポーツウェアジャパン

INTREVIEW 株式会社コロンビアスポーツウェアジャパン 管理本部長 井上 香氏/営業部営業管理課 課長 猿渡 泰志氏

業でExcelに再入力し、集計や加工を行うといった場面が少なからずあった。Dr.Sumを採用することで、こうした作業の非効率を改善するとともに、これまでになかった画期的なデータ分析の体制を確立できると判断した」

▲ コアとなるパワーユーザを育成し、分析の基本となる様式ファイルを整備

Dr.Sumの活用における最初のターゲットユーザになっているのは、商品部門のスタッフである。

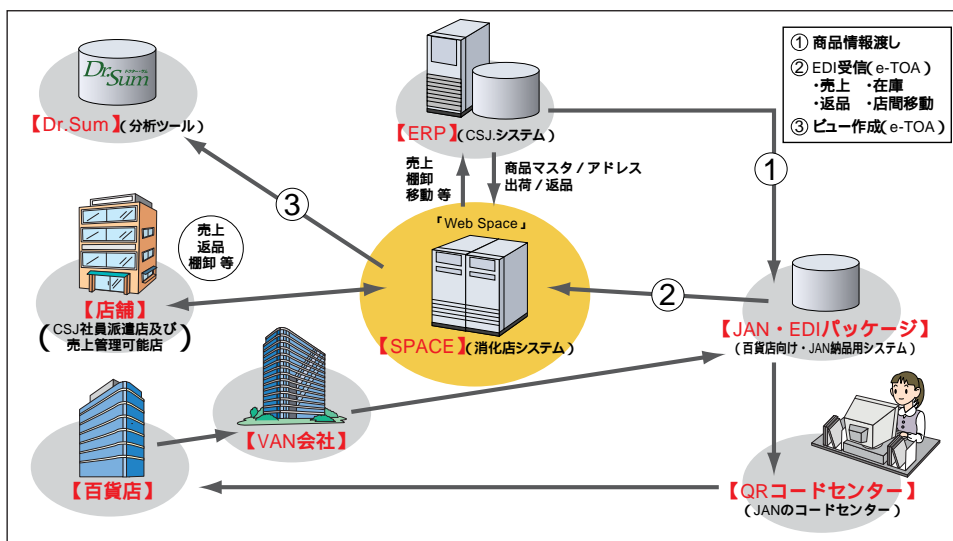
「商品はシーズンに入ってから仕入れることはできず、遅くとも半年前には数量を確定しなければならない。それだけにデータ分析が非常に重要になる。シーズン当初は慎重な数量で発注し、あとから小刻みに追加発注してくる取引先もあるため、需要予測やトレンド分析をあらかじめ緻密に行っておかないと、過剰在庫になって損失を招いたり、逆に品切れを起こしてビジネスチャンスを逃したりしてしまうのだ。そういう意味でDr.Sumは、商品部門のスタッフにとって、個々の商品ごとの販売傾向や分布を詳細に分析できるツールとして強力な武器になる」(猿渡氏)

もちろん、その一方でコロンビアは、Dr.Sumのユーザ層の拡大に向けた取り組みにも注力している。まずはコアとなる少数のパワー

ユーザを育成し、そこから徐々に周りのスタッフに利用を広げていくというのが基本方針だ。

「データを自由自在な切り口で素早く集計・分析できるのは大きなメリットだが、データ分析の経験がないエンドユーザにいきなりその環境を与えても、どう振舞えばいいのかわからず戸惑ってしまう。次元の切り替えやドリルダウンといったオペレーションの問題ではなく、核心となるデータにどういうプロセスで迫っていくのかという、思考そのものの「慣れ」が必要だ。先行するパワーユーザが基本的な分析パターン(様式ファイル)を用意し、その中から各自が目的にあったものを選択、カスタマイズして利用できるようにすることで、徐々にその土壌が育成されていくと考えている。セキュリティなど解決しなければならない問題もあるが、商品部門のほか営業部門やマーケティング部門などを中心に、段階的にデータを公開していく。ゆくゆくは自分の手で必要なキューブ(多次元データベース)を設計できるくらいの高度なスキルを持ったエンドユーザが、何人も登場してくれることを期待している」(井上氏)

Dr.Sumの導入から1か月を経て、販売管理システムは運用面でも準備が整った。これを原点として、本格的なデータ活用に向けたコロンビアの新たなチャレンジが始まったのである。



● 株式会社コロンビアスポーツウェアジャパン プロフィール

設立：平成9年6月 本社：東京都渋谷区
事業内容：米国を代表するアウトドア・スポーツウェアメーカー企業コロンビア・スポーツウェア・カンパニーの日本市場におけるコロンビア製品のさらなる販売強化を目指し設立。「コロンビア」ブランドの確立に向けた、ビジネスの全般的な管理と運営を目的に、販売・マーケティングおよび流通業務を直接担当。

システム提案

● 株式会社イー・ティ・オー・エー プロフィール

設立：平成7年4月 本社：東京都品川区
事業内容：本部業務から店舗管理業務までフルサポート出来る、アパレル企業様支援システム「SPACE」をはじめ、業種別の基幹システムを中心とした各種パッケージの提供や、お客様の様々なご要望に最新のIT技術でお答えするトータルソリューションプロバイダー。

URL：http://www.etoa.co.jp

Dr.Sum に関するお問い合わせ

Form&Data



ウイングアーク テクノロジーズ 株式会社

URL http://www.wingarc.com/

[本社] 〒150-0044 東京都渋谷区円山町28-5 1st渋谷ビル
TEL:03-5962-7300(代) FAX:03-5962-7301
[西日本] 〒530-0001 大阪府大阪市北区梅田1-8-17 大阪第一生命ビル11F
TEL:06-6225-7481 FAX:06-6225-7482
[中部日本] 〒460-0003 愛知県名古屋市中区錦2-3-4 名古屋錦フロントタワー3F
TEL:052-218-9520 FAX:052-218-9521

開発元: Digital Works デジタル・ワークス株式会社

詳細 URL <http://www.drsum.com>

本リーフレットに掲載した会社名および製品名は、各社の商標または登録商標です。掲載内容は2003年5月現在のものです。