

最新のオークションシステムを舞台に、 新鮮で高品質な花の流通をコーディネート

「Dr. Sum は、数百万件の取引データを瞬時に集計できるツール」



INTERVIEW

西嶋 英通 氏

株式会社世田谷花き
システム部 課長

▲ セリに関する取引データを、 営業活動に活用する統計サーバを構築

2001年早春にオープンした東京都中央卸売市場。観賞用の生花や植物の売買の舞台となる世田谷市場花き部において、卸業務の中心的な役割を担っているのが株式会社世田谷花きである。全国各地の生産者と東京都下のフラワーショップを結び、「新鮮で高品質、個性的で魅力あふれる」をキャッチフレーズに、花の流通を手がけている。

そこで繰り広げられるセリ(競売)の光景は、きわめて近代的だ。セリ人が声を張り上げて売買を仲介する昔ながらの市場の姿はそこにはない。目に映るのは、大型プロジェクターが並べられたコンサートホールのようなセリ場だ。買い付けに来た顧客は、卓上の端末を操作し、商品の品質を見極めながら、セリ値を決定する。こうしたオークションシステムにより、日々大量に入荷される商品の、迅速かつ正確な荷さばきを実現しているのである。

とはいえ、単にセリの効率アップを追求するだけでは、幅広い市場ニーズに応えるビジネスを展開することはできない。システム部課長の西嶋英通氏は、次のように語る。

「どんな花が、どんな顧客に好まれるのかといったマーケティング情報は、これまでセリ人の頭の中にしかなかった。セリ人は長年の経験から、誰が、どの商品を、いくらくらいで落札するか、大

まかな見当がつくのです。そして、その動に基づいて顧客にアプローチします。当社はもともと、自由ヶ丘市場、青山生花市場、氷川生花市場の卸業3社が合同して設立された経緯があり、各社がそれぞれの市場で売買を仲介していた当時は、取り扱う件数が相対的に低く、それでも十分に成り立っていたのです。しかし、新市場がオープンした現在、売買を行う生産者や仲卸業者、フラワーショップの数は大幅に増えており、一人のセリ人で対応できる限界を超えています。ようするに、人間の感覚だけに頼っていたのでは、的確な仲介を行うことはできません。花の取引や流通に関するデータを統計的に集計できる仕組みが必須だと考えました」

取引データの利用は、既存の基幹システムにおいても行われてきたことである。ただし、それは毎月の請求や支払いなどの業務処理を目的として編成されたものであった。営業スタッフなどのエンドユーザに対して、そのデータベースを直接公開するわけにはいかない。また、多角的な切り口から集計するとことも不可能だった。そこで、世田谷花きが導入したのが Dr.Sum である。基幹系ホストから ODBC ドライバ経由で取引データを抽出し、統計サーバ上に多次元データベースとして展開。

「営業スタッフが自由に加工し、レポートを作成するなど、ビジネスに積極的に活用できる仕組みを整えました」(西嶋氏)

●最新のセリ場設備



セリ端末機

●株式会社世田谷花き プロフィール

設立：1998年4月 本社：東京都世田谷区
事業内容：東京都中央卸売市場で観賞用生花・植物の卸業務を担当。コンピュータシステムによる「セリ」を運営。

システム提案

●パーソナル情報システム株式会社 プロフィール

設立：1972年4月
本社：東京都港区 支店：大阪、福岡
事業内容：花き卸売市場を中心に農林水産分野全般を支援するシステム・ECの開発・運営。
中堅企業を中心に会計・販売生産管理を統合するERPソリューションの提供。
ガス・厨房業界に特化したCADシステムの開発・販売。

URL：http://www.pjs.co.jp

INTREVIEW 株式会社世田谷花き システム部 課長 西嶋英通 氏

▲ 集計テンプレートを作成し、営業スタッフに提供

今回のシステムを構築する上で一番の問題となったのは、データ量の大きさである。1日あたり8000～1万5000件の取引データが発生し、これまでの累積は300万件以上になる。

世田谷花きは当初、これらのデータをCSV化し、AccessやExcelを使って加工・活用することを検討していた。しかし、日次分のみのデータ抽出こそ5分程度で済むものの、月単位などで期間指定してデータ抽出を行う場合、処理時間は数10分にもおよびることが判明。とても実務に適用することはできなかった。「そうした時にシステムインテグレータ（パーソナル情報システム）から提案を受けたのが、Dr.Sumだったので。デモを見せてもらったところ、1000万件のデータを数秒で集計することができ、しかも、切り口を自由自在に替えられます。これなら十分に実務で使えると即断しました」（西嶋氏）。こうして世田谷花きは、2002年5月にDr.Sumを導入。そのわずか2ヶ月後の同年7月に統計サーバの運用を開始した。現在、世田谷花きの20数名の営業スタッフ全員が、このシステムを利用できる体制にある。もっとも、コンピュータ操作に関するスキルはそれぞれに格差があり、全員にDr.Sumのマニュアル操作による集計を要求するには無理がある。そこでシステム部の管理者が中心になって基本的な集計テンプレートを作成し、営業スタッフに提供することにした。

「フラワーショップ別に指定月の販売本数、売上金額、前年比を見たいなど、実務の中から要望を受けたものについてテンプレートを作成しました。営業スタッフは、登録されているテンプレートから必要なものを選択し、検索条件を設定するだけで目的に合った集計を行うことができます。システムの運用を開始してから半年で30程度のテ

ンプレートを用意しましたが、ほとんどの業務はこれでカバーできているようです。今後1年を通じて運用することで、四季それぞれの商品に関する集計ニーズを汲み取りながら、テンプレートの一層の充実を目指します」（西嶋氏）

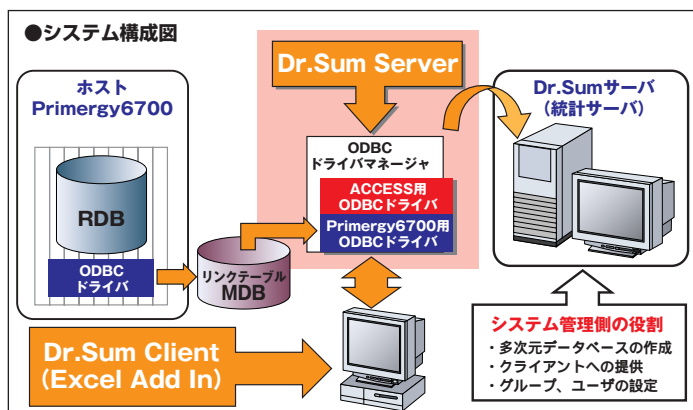
▲ 売れ筋の“背景”を分析するための、戦略的なデータ拡充に取り組む

もちろん、まだまだ課題も残っている。例えば、花をデータ化すること自体にも大変な困難がともなうのだ。

「生き物である花は品種が非常に多く、しかも、嗜好性の高い商品であるだけに、流行によって激しく淘汰されていきます。日本で流通する花や植物には、JFコードと呼ばれる業界標準の取引コードが決められており、現在その数は約5万種にも上ります。しかし、それでも最新の品種にコード化が追いつかず、取り扱い高の60%程度しかカバーできていないのが実情なのです。また、JFコードだけでは花の色までは識別できません。一口にピンクといっても淡いものもあれば、ショッキングピンクのように濃いものまで様々です。複数の色が混在する場合があります。これをどうやってデータ化していくかが課題です。完全には無理かもしれませんが、Dr.Sumを使って市場の大きなトレンドを読み取ることができるよう、我々として独自の分類を進めていきます」（西嶋氏）さらに、その先にあるのが、売れ筋の背景まで探れるようなデータの拡充だ。花の需要には、母の日、彼岸、入学・卒業など、いくつかのピークがあり、過去の売り上げがどうだったかといった実績は、即座に見ることができる。しかし、昨年の同じ日の実績が、そのまま今年にも当てはまるとは限らない。その年の気候、大安や仏滅などの日柄、曜日などが大きく影響するのである。

「そうした不確定要素も含めてデータ化して取り込み、分析できるようにしたいと考えています。それによって産地に対してより細かい出荷要請を行い、売れ筋商品を確保したり、フラワーショップに対して効果的にセールスすることが可能になります。当社が仲介する取引の中には、セリを通さないものもあり、その売上高は全体の約50%を超えています。インターネットの普及などにより、こうした事前取引は今後ますます拡大していくと予想されるだけに、マーケティング力の強化が急務なのです」（西嶋氏）

時代の流れと顧客ニーズにマッチした、新たな花の流通の姿を模索しながら、世田谷花きは、戦略的な情報活用のための基盤整備を進めている。



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 ティジタル・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6月現在のものです。