

30分ごとに更新される最新の受注情報で販売を効率化 営業担当者自身が必要なデータを抽出でき、システム担当者の負荷も軽減

イーストフード・乳化剤無添加にこだわったパン作りにより、市場での差別化を図る神戸屋。パンの製造や販売の過程で蓄積された大量のデータの分析を目的にDr.Sum EAを導入。売上や受注状況、生産状況の迅速な把握により販売業務や生産管理の大幅な効率化を実現している。

✓ 課題

- 蓄積された情報を有効活用したい
- なるべく少ない投資で大量データを活用したい
- 日々営業の進捗を把握し、タイムリーな対策を打ちたい

✓ 導入ポイント

- 大量データをストレスなく分析できる
- 容易な操作性で直感的に利用できる
- グラフやチャートで迅速に状況を把握

✓ 導入効果

- 30分ごとのデータ更新で受注作業を効率化
- 商品別、チャネル別などをリアルタイムに分析
- データ抽出依頼の減少でシステム管理の負担軽減
- 進捗管理で予算の達成率なども迅速に把握

Company Profile



株式会社神戸屋

設立 :1918年

所在地 :大阪市東淀川区

事業内容 :パン、洋菓子、冷凍生地、デリカ食品の製造販売、並びにベーカリーレストランなど各種業態直営店舗の企画開発・運営。

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

Interview



左：情報システム部 関西システム課 係長 渡部次雄氏

中：執行役員 情報システム部 部長 南雅人氏

右：経営企画部 企画・秘書グループ 課長 藤田容氏

Surprise! Dr.Sum EA導入後の驚きの声!

Before

「せっかく多くの情報が蓄積されているので、業務に生かすことが重要です。しかし以前は、19時ごろ基幹システムから出力される帳票で、当日の受注状況を把握できる状況でした。また、売上データも基幹システムから出力される帳票やデータを利用していただけ、データ活用の自由度が低い点も課題でした」

After

「Dr. Sum EAの活用により、必要なときに、必要な情報を容易に確認できます。特に受注データは、30分ごとに最新の情報を確認できるので、受注漏れを減らすことができ、販売業務を効率化できました」

大量データを扱うパン製造業 その大量の受注・売上データを活用したい

1918年創業の神戸屋は「明日の食文化を拓く」を使命として掲げ、パンの卸事業・直営店事業・レストラン事業を通じ、社会に貢献することに取り組んでいる。その企業姿勢としてFresh&Pureを掲げ、1973年には全商品無漂白小麦粉に切り換え、1980年には全商品臭素酸カリウム使用を自粛、さらには1994年にはイーストフード・乳化剤無添加食パンを発売するなど、小麦粉本来の美味しさを生かす取り組みを行ってきた。

また2012年はパンのワールドカップである「クープ・デュ・モンド」で優勝し、世界一になった日本代表3名のうち2名を神戸屋レストランから輩出している。昔ながらの手づくりの良さと新

しい技術の融合により、『本物の美味しさを後世に伝える』会社を目指し、イーストフード・乳化剤無添加への挑戦を続けている。さらにITを活用することで、業務効率や生産性、業績の向上を目指している。

その一環として神戸屋では、約6年前よりDr.Sum EAを利用。執行役員 情報システム部 部長、南雅人氏は、「パンの製造販売という事業は非常にデータ量が多いのが特徴です。せっかく情報が蓄積されているので、この大量データを、なるべく少ない投資で活用したいと思っていました。そこで良い分析ツールがないか探していたときにDr. SumEAを知りました」と当時を振り返る。

さらに2011年後半より、情報活用の促進と進捗管理と呼ばれる営業担当者の評価を見える化する仕組みが必要となり、そのための仕組みとしてDr.Sum EA PremiumおよびDr.Sum

EA Datalizer for Webを採用。南氏は、「大量のデータをストレスなく分析できる点を評価して、Dr.Sum EAの導入を決めました」と話している。

営業と製造でDr.Sum EAを採用 情報活用のさらなる促進を目指す

神戸屋ではDr.Sum EAを、主に営業部門で使用しているが、製造部門の一部でも使っている。まず営業部門では、売上データと受注データの分析に活用。情報システム部 関西システム課 係長の渡部次雄氏は、「今日どれだけ、どのパンが売れたのか、そして明日どれだけ、どのパンの注文が入っているのかといった分析を行っています」と言う。

渡部氏はまた、「特売の予定などを加味して月間の計画を立て、その計画に対して今日時点でどこまで達成しているかを確認し、軌道修正することが重要になります。受注データと売上データがシームレスに確認できることがポイントです」と話す。

分析のための売上データは1日1回、基幹システムからDr.Sum EAにデータが登録される。また受注データは30分に1回、スーパーやコンビニなどからEDIで入ってくる受注データを基幹システムで処理したもの、一般店や学校の売店などからFAXで入ってくる注文をオープン系の受注システムに入力したものの2系統でデータがDr.Sum EAに登録される。

一方、製造部門では、工場に導入されているシンククライアント端末から、製造指示に基づいて、製造した数と時間が入力され、その生産管理データが1日1回、Dr. Sum EAに登録される。

渡部氏は「何月何日の何時に、どの商品をいくつ作ったのかを把握できます。いつ、どれだけ作ったのかは、これまで意外につかみにくい情報でした」と話している。

営業、生産の効率化を促進 1年分のデータも10秒で抽出

Dr.Sum EAの導入効果について南氏は、「以前は19時ごろ基幹システムから出力される帳票で、当日の受注状況を把握できるという状況でした。また、売上データも基幹システムから出力される帳票やデータを利用していましたが、データ活用の自由度が低い点も課題でした。しかしDr.Sum EAでは、必要なときに必要な情報を確認できます。特に受注データは、30分ごとに最新の受注情報を確認できるので、受注漏れなどを減らすことができ、業務の効率化を実現できました」と話す。

また経営企画部 企画・秘書グループ 課長の藤田容氏は、次のように語る。「会社として今何がどれだけ、どこで売れているのかを分析し、目標達成に向けてのシナリオ作りに大変有効です。特に、商品別、チャネル別などのデータを、リアルタイムに分析できるのは非常に便利です。レスポンスも問題なく、1年分のデータの抽出でも10秒程度で返ってきます」

一方、システム管理面での効果を渡部氏は、「営業担当者が必要なデータを自分で抽出できるので、データ抽出依頼が大幅に減り、本業に専念できるようになりました。以前は過去のデータはテープで保存されていたので、そこから必要な

データを抽出して、依頼者に提供しなければならぬため、非常に手間がかかっていました」と話している。

そのほか南氏は、「これまで予算・実績管理は、工場単位で行っていましたが、進捗管理システムで入力された予算データも1日に1回、Dr.Sum EAに登録することで、営業担当者ごとに売上の進捗管理が可能になりました。これにより、予算の達成率なども迅速に把握できるようになりました」と話している。

“お気に入り”でより使いやすく 経営向けダッシュボードにも期待

今後の機能拡張について渡部氏は、「月別、前年対比、流通チャネル別など、Dr.Sum EAのメニューが100種類近くあるので、利用者ごとに必要なものをまとめられる“お気に入り”のような機能を提供していきたいと思っています。また主力商品の売り上げ推移などの分析に、Dr.Sum EA Datalizer MotionChartを使いはじめましたが、今後グラフ化をさらに推進していきたいと思っています」と話す。

また南氏は、「製造系の情報も強化していきたいと思っています。たとえば工場別、ライン別の生産性は、何時間ラインを動かしたか、それに何人関わったかで生産性が計れます。現状では人件費が入力されていないので、それを入力できれば生産性が見える化できます。また経費データも取り込めていないので、これを取り込むことで、経営者向けのダッシュボードもDr. Sum EAで実現できます」と今後の期待を語っている。

導入製品・サービス

Dr.Sum EA

大容量のデータを部署間や全社規模で集計分析するための多次元高速集計検索エンジン

Dr.Sum EA Datalizer for Web

ブラウザ上で Dr.Sum EA のデータを集計・分析するための環境を構築するツール

Dr.Sum EA Datalizer MotionChart

Dr.Sum EAの集計データをもとに、さまざまなチャートを使用して、チャートの見方をダイナミックに変えることができるチャートOLAPツール

