

# 導入事例

## Case Study

各ショップの店頭情報を効率的に管理できるシステムを模索  
スマートフォンとアプリにより低コストで POS 機能を実現



総合雑貨製造販売企業を目指す川辺株式会社さまは、新規事業参入を機に少人数でも効率的に業務をこなせる環境の構築に着手。まずは、スマートフォンとアプリケーションソフトにより POS ライクなシステムを導入して、売り上げ集計や棚卸などの利便性と正確性を向上させました。

### 課題と効果



川辺株式会社  
リテール本部 リテール部  
第一課 マネージャー  
小田桐 輝彦 さま

**課題** ・少人数での新規事業立ち上げに伴い、それまで手作業で行っていた本部での売り上げ集計などの業務省力化を実現しなかった  
・新規事業のため投資コストを抑えて、POS レジに近いシステムを構築できるサービスを探していた

**効果** ・ソフトバンクのスマートフォンとオリンパスシステムズの店頭情報活用サービス「Lilliput (リリパット)」を組み合わせ、POS ライクなシステムを低コストで導入し効率化を実現できた

### 導入の背景 .....> 新規事業に伴う業務環境整備が課題に

川辺株式会社さまは、1923年(大正12年)創業と業歴90年近くになる老舗企業。ハンカチーフやスカーフ、マフラー、タオル、服飾雑貨などを中心にその関連事業も手がけています。特に、ハンカチでは圧倒的なシェアを持っており、百貨店などでは同社を含め、業界リーディングカンパニー2社で同分野の売れ筋上位を独占しています。

安定した需要があるハンカチ市場ですが、さらなる成長を目指す同社は“総合雑貨メーカー”としての地位確立を掲げる戦略で、2010年には新規フレグランス事業をスタートさせました。その中でも小売店舗の運営拡大に向け、新規出店及び既存店舗のリニューアルに積極的に取り組まれています。

しかし、新規事業の立ち上げと同時に業務効率化の課題が浮上しました。「社内に新設されたフレグランス事業は商品が特化している関係もあり割り当てられた担当社員数が少ない状況でした。その中、少人数で各店舗の売り上げや販売管理などに対応するにはシステム化が欠かせませんでした」と、リテール部第一課の小田桐輝彦さま。

事業を立ち上げた当初、各店舗から集められた紙ベースの売り上げ報告書を元に事業部で担当者が手作業で集計していました。しかし、フレグランスを扱う直営ショップは全28店舗にもなるため、この方法では仕事が回らないと実感。「POSレジのようなシステム(\*1)が必要だと考えました」(小田桐さま)。

(\*1) POSシステム: Point Of Sales system / 販売時点管理。店頭で商品が売れるごとに販売情報を記録し、集計結果をマーケティングやプロモーション、在庫管理などのデータとして利用するシステム

## 導入の内容 .....▶ スマートフォンが持つアプリの自由さを活用

当初は、業務効率化の実現に POS システムの導入を考えたといいます。しかし、「POS レジの購入や月々のシステム運用費を聞いて、あまりの高さに驚きました」と小田桐さま。「本来は POS レジを導入できれば最善だと思っていましたが、事業をスタートさせただけで投資を抑制したかったので他の方法を検討することにしました」とのこと。

そこで、別件で取引のあったオリンパスシステムズの店頭情報活用サービス「Lilliput (リリパット)」に注目したといいます。リリパットは、スマートフォンやバーコードスキャナーと組み合わせて売り上げや入出荷、棚卸といった小売店が扱う基本データの収集、データの加工や配信などの機能を提供する ASP サービスです。

これを見て、小田桐さまは「リリパットを利用することで、POS ライクなシステムを実現できる」と感じられたそうです。加えて、アプリケーション次第でパソコンのようにさまざまなツールとして使えるスマートフォンの将来性にも期待されたとのこと。最終的に、POS レジによるシステムではなく、スマートフォンとアプリによる POS 機能の実現を決められました。

この判断からわずか 2 カ月後の 2010 年 10 月には、28 ショップ全店で一気に本格稼働を開始しています。「システム立ち上げのスピードも重要でした。既存の携帯電話回線を利用できるなどスマートフォンの利点もあり、店舗スタッフへの操作教育期間も含めて 2 カ月でスタートできたことにはとても満足しています」と小田桐さま。

「販売数がそれほど多くないので負担は小さいと判断しまし

たが、POS システムと違い、読み取ったデータがレジと連動していない点は、二度手間となり店舗での負担増につながるのでは(同前)と気にされたとのこと。この点は、杞憂に終わったそうです。実際、フレグランス直営店「ジューシージュエル」の丹野友里店長は「レジ処理と同時に手もかからずバーコードを読み取れるので、お客さんを待たせることもなく作業負担も感じていません。データは一括送信できるので、並行処理している紙ベースの売り上げ管理表と付き合わせて後から送信することで、正確性も担保できています」といいます。

導入から半年。小田桐さまは、「売り上げ集計と棚卸の管理で主に利用していますが、データ入力の時間が削減されたことに加え、データなので集計ミスも減りました。当初の目的はほぼ達成できました」とのことです。

28 店舗の全ショップへソフトバンクの東芝製「X02T」端末とバーコードスキャナーを設置。スキャナーで読み取ったバーコードデータを Bluetooth によりスマートフォンへ送信し、そこからシステムへアップされます。



フレグランス直営店 ジューシージュエル



ジューシージュエル 丹野友里さま

## 今後の展開 .....▶ コミュニケーションツールとして活用

POS システムの代替として導入したスマートフォンですが、これからは「社内のコミュニケーションツールとしても積極的に使っていきたい」と小田桐さま。

現在、店舗情報の集計以外に、加工した売り上げデータや新商品情報などを各店舗のスマートフォンにメールで配信。さらに、現場の商品陳列や展示などをカメラ機能により各ショップで撮影してもらい本部へ送信させ、それをチェックして指導を行うといった用途にも使うなど、本社と店舗のコミュニケーションツールにもなっているといいます。

このコミュニケーションに、将来的には通話も加えていきたいとのこと。スマートフォンにソフトバンクの端末を選んだ理由もここにありま。す。「全店舗に『ホワイトプラン』ベースのスマートフォンが導入されているので、店舗間の通話料金はかかりません。

です。今後はショップ同士で通話による意見交換などに取り組んでみようと考えています」と小田桐さま。ただし、「店員がスマートフォンで通話していると私用だと誤解されるお客さまもいらっしやいますし、スタッフの携帯電話にかけてしまい通話コストが発生する可能性もあります」とのこと。これらの課題をルール化した上で、スマートフォンならではの利点を最大限に引き出そうとしています。

小田桐さまは、「純粋に店舗情報の集計や活用だけなら POS レジの方が便利ですが、スマートフォンを使ったシステムでは POS にはない利便性や可能性があります」といい、「百貨店内の店舗も含めて他店への導入も検討したいですね」と語ってくれました。

## 川辺株式会社

本社：東京都新宿区四谷 4-16-3

従業員数：186 名

概要：ハンカチーフやスカーフ、マフラーなどの製造・販売や輸出入を中心に、服飾雑貨、香水、化粧品など総合雑貨、および関連事業などを手がけています。

URL：<http://www.kawabe.co.jp/>

※パンフレット記載内容は 2011 年 5 月現在のものです。