

## 株式会社坂角総本舗 様



### 【企業プロフィール】

● 創業	1889年
● 設立	1953年設立
● 本社所在地	愛知県東海市
● 資本金	80,000千円
● 業務内容	海老せんべい製造 海老を中心に海の幸を主原料とするお菓子の製造と販売
● 年商	108億円（2014年2月期）
● 従業員数	530名
● 導入時期	2012年11月：POWER EGG2.0 Ver2.5 導入
● 稼働ライセンス数	ベースシステム、グループウェア、Webデータベース 225ライセンス

(注：企業データは2014年2月時点)

## 真のバリューチェーン実現に向けて Webデータベースを活用した情報の《一元化／見える化／活用》

海老せんべい「ゆかり」で名高い《坂角総本舗》。愛知県東海市に本拠を置く株式会社坂角総本舗様は創業が1889年（明治22年）、社歴125年を数える老舗企業です。覚えやすい社名《坂角》は創業者の坂角次郎様が由来するもの。海老を中心に、海の幸を主原料とするお菓子の製造・販売がメイン事業です。同社の強みは「製造・販売一体化」にあります。「海老せんべいは焼きたてが美味しい」、だから理想としては「今日作ったものを今日お客様にお届けしたい」。その目標のもと、東海市の2つの工場で作られた海老せんべいなどのお菓子が、全国各地のデパートやショッピングセンターの店舗で販売されています。すなわち製造と販売が一体的に連携したバリューチェーンとなり、お客様のニーズに応えることで「ゆかり」をはじめとする《坂角》ブランドが高い人気を集めているわけです。

ところがこの製販一体化は強みであると同時に、逆に製造・販売がバラバラだと弱みを生むアキレス腱となりかねません。実は、同社では従来、製造サイドの生産管理システムと販売サイドの「倉庫～店舗」の在庫管理・出荷管理システムが部門それぞれなりに最適、つまりは連携不十分な状態で運用されていました。

### ▼ 取材ご協力者

取締役／マーケティング部長	安藤 哲也 様
製造部商品管理課／課長	田平 優 様
製造部生産推進課／課長	竹内 雅康 様
営業部／主幹	船川 尚 様
総務部システム課	南昌江 様
経理部経理課／係長	小田 隆志 様
総務部システム課／課長	渡邊 勝也 様
総務部／部長	吉澤 清文 様
総務部／システム課	山地 孝 様

### 選定ポイント

#### 一 製販一体化による真のバリューチェーン実現に向けて 従来システムの見直しを。

従来の生産管理システムや在庫管理・出荷管理システムに致命的な問題があったわけではない。いずれも各部門毎に工夫されたものであった。しかしどちらかといえば相応のスキルを有した担当者のマンパワーに頼って構築し運用されており、またそれぞれの部門の最適を求めたものであったため、生産工程管理や販売環境改善など全社的製販一体の観点での業務効率向上はあまり期待できなくなっていたようである。

製造も販売も関係なく、社員ひとりひとりが坂角ブランドの顔として自ら気づき行動して「今やる、すぐやる、その場でやる」リアルタイムアクションを実行できるよう、そして「坂角ならではの製販一体化による価値観の連鎖」でお客様のニーズに応えられる真のバリューチェーンを実現できるように、本社・工場・支社・営業所・各店舗間での【モノ・カネ・情報の流れ】を一元管理できる統合システムの導入検討が始まった。

2011年6月、《坂角》の検討プロジェクトがスタート。当初は4社競合でのコンペで始まった。その1社がこのチームをまとめたシステムインテグレーターである。

そして提案されたのが

- ◎ 情報（データ）の一元化を図る《ERPシステム》
- ◎ 情報（データ）の見える化を促す《ポータルシステム》
- ◎ 情報（データ）を活用するための《分析システム》

によって構成される統合システムである。

もちろん《ポータルシステム》はPOWER EGG が選ばれた。当初エントリーの4社はすぐ2社に絞られた。そして2011年11月に残った2社による最終コンペが行われ、チームリーダーのシステムインテグレーターが《坂角》の主力販売チャンネルであるデパート商取引での実績を有していることもあって、われわれ統合システム提案チームが協働パートナーとして選ばれることになった。そしてゼロベースですべての業務を見直し、数ヶ月かけて要件定義を行い「必要な機能／不要な機能」を十分にチェック。

約1年後の2012年10月からこの統合システムの稼働が開始されたのである。

### POWER EGG への期待

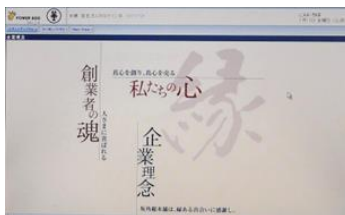
#### 一 《情報（データ）の見える化》を担うポータルシステム

2014年1月現在同社では、各部署全ての端末でPOWER EGGが導入されている。稼働機能はグループウェア、およびWebデータベースで、いずれも225ライセンス導入されている。

今回導入・推進される統合システムにおいてPOWER EGG に望まれている役割は、本社・工場・支社・営業所・各店舗間で必要な情報をタイムリーに共有し課題発見・解決に導くことにより、とくに以下のようなPOWER EGGの特長への期待が高い。

#### 一 企業理念を全社ポータル（スタートアップナビ）に

全社ポータル（スタートアップナビ）には、同社ホームページの《会社のご案内-企業理念》のページデザインを活かし、イメージワードの「縁」を背景にして【創業者の魂】【私たちの心】【企業理念】が明記されている。非常にすっきりして格好がよい画面だ。コーポレートナビには今のところ、ホームページに新着情報が表示されている。



《スタートアップナビ》



**安藤取締役** 「この部屋に掲示されている《クレド》や《坂角の行動指針》は、会議の前などに皆で唱和する機会が頻繁にあります。でも、企業理念はなかなか唱和機会がありません。だからホームページに掲載しているものを、こういう形で全社ポータルにも活かしています。全社員に企業理念を常に意識してもらえるので、結構いいんじゃないかと思っています」

## POWER EGGのWebデータベースは何が評価されているのか？

同社では実は以前も、リプレイス前のシステム（Notes）を使ってデータベースの構築が行われていた。しかし、その方法には弱点がありました。



**総務部システム課／渡邊課長** 「データベースの構築に相応のPCスキルが必要で、本来ならもっと広く展開して各部門ごとに構築・管理・運用したいがそれがなかなかうまくできない。各部門で自ら作れないと結局なかなか気軽には取り組めない。要はデザイナーというツールは使える人が限られるので思うように展開できない。結果、かつて何回か試みたけどあまりうまく行かなかったんです」

そこで、次に新たなシステムに取り組む際に一体何が欲しいか？ そう考えた時、各部署で自ら作れて手軽に運用できるWebデータベースが求められたのである。

**経理部経理課／小田係長** 「POWER EGGのWebデータベースは、特別なスキルはなくても普通のPCスキルがあれば利用者自身が作れます。自分たちが得た情報を他部署へ展開したい時、自分たちで利用しやすいデータベースを作成し情報を載せ、望むタイミングできちんと公開できる、という点でとても使いやすいです」



## Webデータベースの活用例

### ●活用例：CSマニュアル

「お客様相談窓口」や「各店舗の売場」などで集められた《お客様の声》を集約して、Webデータベース上で公開するもので全社・全店舗で見られるようになっている。

ネタ元は《お客様の声》だが、単純にそれを集めて掲載するだけではない。各店舗からのテキスト入力により皆で互いにコメントを付けたりしてPDCAを回し、顧客サービスコンセプトの充実や商品の改良・改善に繋げたり、また各支社では「新開発された商品がどういった条件のお店で反響があるか？」などを追いかけて期間限定商品などの店舗での動きの把握に活用している。

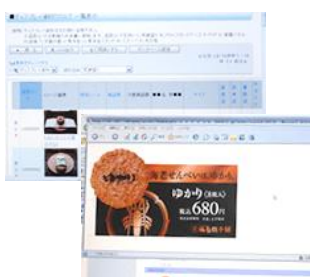
そのやり取りは以下の画面例で見ると、まるでSNS的なやり取りで店舗の女性スタッフたちが気軽に参加できるしくみになっている。つまり一種の社内コミュニケーションツールとしても機能している。



「お客様をお名前でお呼びする」ことに関連して各店舗から寄せられたSNS的なやり取りのコメント一覧画面。サービスコンセプトを具現化するための動機付けとして、女性スタッフたちが参加しやすくなっている。

お名前をお呼びすることで、お客様がすっかり間違えて娘さんのカードを使っていたことに気づき感謝された、というエピソードを紹介している。

### ●活用例：ビジュアルを貼り付けてPOPマニュアル



Notes利用時は、データベースにビジュアルを貼り付けることができなかった。それがWebデータベースでは可能になった。その結果、各種ディスプレイ資材やプライスカード、POPなどのビジュアルがデータに貼り付けて保存され、各店舗で閲覧できるようになったのである。

**安藤取締役** 「今までは季節が終わると（廃棄か保存か）を検討していたものが、そのビジュアルレコードが残り店舗で確認できるようになりました。販売チャネル別の特別資材のレコードも残り、『うちの店でも使えないか？』などと他店舗で参考にしてもらえよう運用したいと考えています」

### ●活用例：製品クレームデータベース

「生産部門の方では、製品に対するクレームデータベースとして活用しています。『缶が凹んでいる』『キズが付いている』とかの資材に関するクレームや『箱の中に入っている商品の数が足りない』など、各店舗から吸い上げた《お客様の声（クレーム）》を一覧で見えるようにしたり、『どういう対応をしたのか／どんな対策を取って行くのか』を全店に展開し、ハウツーを共有しています」

### ●活用例：各種の通知関係

『今度こういう商品が出ますよ』とか『配合上、こういう規格でやってください』など店舗や工場への通知関係のデータベースとしても活用されている。

たとえば次のような画面。これは去年やったイベントの様子を会場画像付きのデータベースにしたものである。

同社では《名古屋城／本丸御殿復元》記念の《ゆかり黄金缶》を発売し、1缶販売あたり5円の寄付を行っている。その関係で2013年5月、『名古屋城／本丸御殿復元オープンイベント』に出展し、消費者参加型イベントを実施した。その際の状況情報がマーケティング部のスタッフによりデータベース化されているのだ。



その他、売上速報メニュー、売り上げ動向の追跡、業界情報や原材料関係の相場情報に活用したりと約50のデータベースが稼働している。

Webデータベースの活用に見られるように、若い人も女性も皆が意欲的に参加しているコミュニケーションツール型の利用が同社の特徴である。これはITリテラシーを問わないPOWER EGGの特長を上手に活かした進め方である。自ら気軽に作り運用管理する…。この《坂角方式》が今後もますますユニークな活用を生むのではないかと大いに期待される。

## 【POWER EGG 導入効果まとめ】

### ◆情報の見える化

- 必要な情報を必要な人にタイムリーに伝え、課題に気づかせることができる。
- 然るべき人に必要な情報を規程通りに配信でき、[従業員1人当たりの生産性向上]や[業務パフォーマンスの向上]を実現

### ◆簡単に作れ、全員で活用・情報共有できるWebデータベース

CSマニュアル、売上速報メニュー、POPデータベース、製品クレーム、売上動向・商品動向の発信、業界情報、その他店舗・工場への通知データベース など約50データベースが稼働中



## ディサークル株式会社

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町2-36-1  
住友不動産千代田ファーストウイング  
TEL:03-3514-6060 FAX:03-3514-6069  
<http://www.d-circle.com/>

※POWER EGGはディサークル株式会社の登録商標です。  
※その他記載されている会社名、製品名およびサービス名等は各社の登録商標または商標です。  
※本事例に記載された情報は初掲載時のものであり、閲覧される時点では変更されている可能性があることをご了承ください。

取り扱いパートナー