KOWA COMPUTER

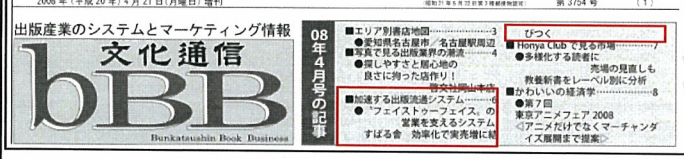
「出版ERP」システム　「実売管理システム」　株式会社 すばる舎 様

（文化通信bBB　2008/4/21掲載）

出版システム
Publishing ERP

■“フェイストゥーフェイス”の営業を支えるシステム、効率化で実売増に結びつく！

「出版ERP」システム


2008年（平成20年）4月21日（月曜日）増刊　第3754号　（1）

出版産業のシステムとマーケティング情報
文化通信 bBB
Bunkatsushin Book Business

08年4月号の記事

■エリア別書店地図……3
●愛知県名古屋市／名古屋駅周辺
■写真で見る出版業界の潮流……4
●探しやすさと居心地の良さに向った店作り！
■加速する出版流通システム……6
●“フェイストゥーフェイス”の営業を支えるシステム　すばる舎　効率化で実売増に結びつく
■Honya Club で見る市場……7
●多様化する読者に売場の見直しも
■かわいいの経済学……8
●第7回
東京アニメフェア 2008
◁アニメだけでなくマーチャンダイズ展開まで提案▷

加速する出版流通システム

“フェイストゥーフェイス”の営業を支えるシステム
▷すばる舎　効率化で実売増に結びつく◁

総合出版 すばる舎

営業部企画課
野村尚輝マネージャー

■株式会社すばる舎
設立　1989年4月1日
代表取締役　八谷智範
従業員　26名
本社所在地
東京都豊島区東池袋3-9-7

［事業内容］
出版事業――書店売り単行本の出版（ビジネス書・語学書・資格書・自己啓発書・一般書など年間約100点を出版）

すばる舎は販売業務の効率化を目指し、昨年4月に「販売管理システム」、今年3月には「実売管理システム」（いずれも光和コンピューター）の導入に踏み切った。注文受注から商品出荷までの時間が短縮し、書籍の売上データも迅速に分析できるようになったという。データを重視した販売活動が実売増加の一因になっているようだ。

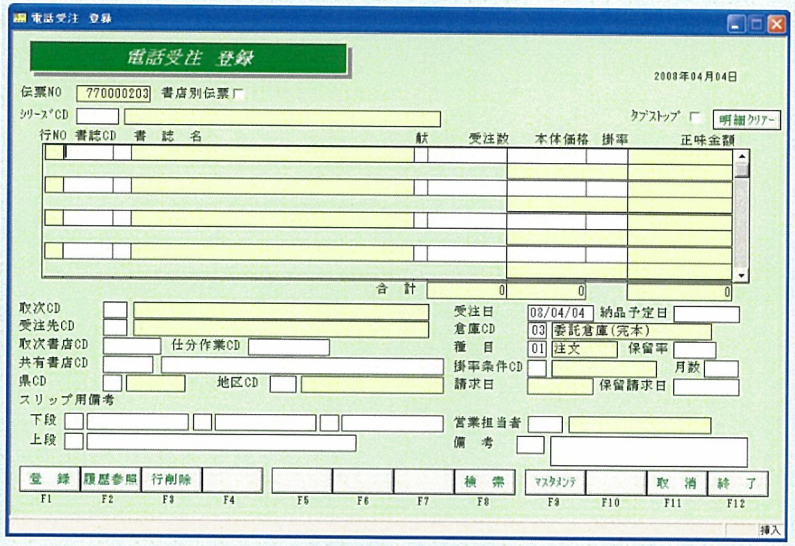
■実売実績は15%以上の伸び

同社はかつて「ビジネス＆コンピューター」を中心に書籍を発行してきたが、設立当社から目標だった「総合出版」を目指し、ビジネスを中心に資格、語学、教育、学参などにジャンルを広げている。

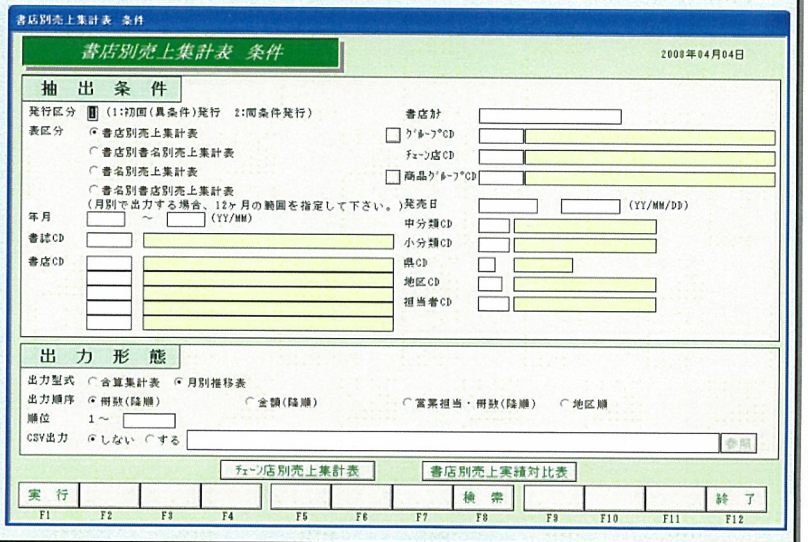
現在、従業員は26人、年間の新刊点数は85～90点に達しており、「実売の実績は前年比15%以上伸びています」と営業企画課・野村尚輝マネージャーは話す。

販売、在庫、売上などを管理するシステムは、5年以上前から自社で構築し、たびたびカスタマイズをしてきたが、刊行点数の増加および発行ジャンルの拡大に伴い、新たなシステムの導入を決めたという。その経緯の中で最終的に光和コンピューターを選んだ理由として大量のデータを迅速に分析し同社の販売形態にマッチしている点を野村マネージャーは挙げている。

■在庫を確認しながら注文を入力する



■販売データの加工がスピードアップ



■搬入が一日早く

在庫管理と出荷は倉庫業者の日本ブックサービスに委託しているが、以前は1日1回の回収便に電話やFAX注文短冊を渡していたが、現在は販売管理システムの注文データをメール送信することで、物流にかかる時間短縮を図っている。

電話を受けた人が受注用のサーバーに注文情報を入力し、さらにシステム入力担当者が取次、番線、冊数、品切れなどの間違いをチェックし、さらに野村マネージャーのチェックを経て倉庫業者にデータを送っている。

これは、クライアントサーバーシステムの「販売管理システム」では、編集者やパートなど誰でも注文入力ができるためだ。

この仕組みになったことで、以前は前日受注分を翌日に倉庫会社に渡していたものを、当日の午前中までの注文をシステムで処理することで、以前より1日早い翌々日に取次搬入できるようになったという。

■リアルタイムの在庫把握で機会損失が減少

取次の注文は倉庫業者がVANか納品便で回収しているが、受注、出庫、返品、さらに直接販売や商品移動などもすべて反映したデータが毎日CSV形式で送信されてくる。これを「販売管理システム」に取り込むことで、パソコンで出荷入力する段階で製品在庫、返品在庫などが分かるようになった。

このように在庫をリアルタイムで管理するようになったことで、「売上をみながら早めの増刷ができるようになり、品切れを起こすことが少なくなった」と機会損失の減少が実売増に結びついていると野村マネージャーは述べる。

■「実売管理システム」でデータ加工の時間短縮

書店の販売データは、従来からPネット、紀伊國屋書店「Publine」、日本出版販売「オープンネットワークWIN」、丸善「MC-Square」や、Webで公開しているチェーン書店のデータを活用するための加工に時間がかかり、上位書店でも翌月のデータが来る頃にようやくまとまるといった状況だったという。

このほど「実売管理システム」を導入したことで、「自動的に分析帳票を出せるようになったので、書店担当者はより多くの仕事ができるようになりました」と野村マネージャー。

■データ分析で書店営業に説得力

単品、単店別はもちろん、ジャンル別、チェーン店別、地域や規模など任意にグルーピングした書店抽出もできるようになった。こうしたデータを持って担当者が書店を訪問することで、これまでよりも説得力のある営業活動が可能になったとみている。野村マネージャーは、「システム化が進んだ出版社は情報で攻めてきますから、出遅れるわけにはいきません。以前のように、『これがお勧めです』では書店さんも納得してくれませんし」と話す。

■データ分析で販売戦略を立てる

また、社内でも、どのように商品を売り伸ばすかを協議する材料に、こうした帳票を利用しているという。

「前年同月比で売上や出荷が増えていたり減っていたりすれば、前年にどんな書籍があったのか、どうようなフェアがあったのかといったことを確認します。その数字をもとに、次に何をしていくのか戦略を立てています」（野村マネージャー）ということが日常的に行われている。

同社の営業体制は東京に5人、大阪に2人だが、「当社はまだまだ中堅でないと思っていますから、書店さんとフェイストゥーフェイスで納得してもらうことが一番大切」（同）というだけあって、いつも外回りに出払っている。それをサポートするのがシステム導入の狙いであり、しっかりと成果を上げているようだ。