



流通BMS®探訪



2010. 6. 18

No.7

目次

株式会社 マルシゲ 流通 BMS 導入事例 1

今回の流通 BMS 探訪では、関西地区で食品スーパーマーケットを展開している株式会社マルシゲを取り上げました。マルシゲのスーパーマーケット事業は、店舗名「ループ」または「マルシゲ」で出店しており、地域密着型の経営で売上を伸ばしています。流通 BMS を導入し、精度の高い日次決算をめざしているマルシゲの常務取締役 大高 滋男氏、営業本部次長 濱田 敏昭氏にお話を伺いました。

スーパー マルシゲにおける流通 BMS 導入事例 ～日次決算の実現をめざして～

—まず、貴社の事業内容についてお伺いします。

【大高】

株式会社マルシゲは、昭和 28 年 10 月大阪府大阪市旭区千林で創業しました。最初は、公設市場や私設市場の中で、菓子の小売店を出店しました。そこから菓子の専門店として展開を始め、昭和 40 年代から菓子小売の FC 展開も進めて来ました。現在、菓子 FC・菓子直営・菓子卸・スーパーマーケットという 4 つの業態があります。

スーパーマーケット事業については、昭和 38 年頃から立ち上げたと聞いています。大店法の規制が厳しかった時代は、一時期スーパー事業を別法人＝「株式会社 繁輪」としましたが、近年、合理化のために「繁輪」を「マルシゲ」に経営統合しました。スーパーは現在、16 店舗あり、主に大阪府内と隣接する近県に出店しています。

店の特徴としては、菓子 PB(200 アイテム以上)を持っており、その PB 商品が差別化の要因になっています。価格競争に巻き込まれないで済むメリット、強みを生んでいると思います。

—最近では、どんな商品が売れ筋ですか。

【大高】

最近では、PB 商品の中から大きなヒット商品が生まれました。「呼吸チョコ」(ティラミスチョコ。3 種)といい、ここ数年は、昨年対比 300%以上の売上を記録しています(小林 麻央さん、中川 翔子さんのブログで紹介され人気に火がつく)。

こうした PB でのヒット商品を持てたということはありがたいことです。

—貴社のスーパーに来店される顧客層、商圈などについてお伺いします。



株式会社マルシゲ
常務取締役
大高 滋男氏

【大高】

主な顧客層は主婦層です。店の商圈は歩ける範囲(数百メートル内)、地域密着型で、主婦が冷蔵庫代わりにエプロン姿で毎日立ち寄れる店、というのがコンセプトですね。利便性が高く品揃えも多い、生鮮などは新鮮でかつお買い得感のある店を目指しています。

—EOS を始められたのはいつごろからですか？

【大高】

15 年以上前からです。最初は店に発注端末を入れ、仕入先へ発注データを流す仕組みを作りました。その後 1995 年ごろにはサイバーリンクス社の基幹システム (CAPS) を導入し、システムを刷新しました (本部店舗管理、売上・仕入・発注・支払・買掛管理等)。

しかし、商品マスタ整備が不十分でシステムの機能を十分には生かしていませんでした。今回サイバーリンクス社からの提案で、システムを切り替えることになり (@rms=アームズ)、これに合わせて「流通 BMS」を導入することになったのです。

—流通 BMS の導入時期、流通 BMS の接続先数についてお伺いします。

【大高】

仕入先業者は全部で 200 社以上あります。そのうち EDI 接続は 40 社程度です。その 40 社中、流通 BMS 接続は 15 社。6 月 1 日時点で JCA 手順接続がまだ 25 社残りますが、順次流通 BMS へ切替えて頂く予定です。伝票明細行数ベースでは、取引の 6 割がすでに流通 BMS での取引になっています。

流通 BMS への切り替えは、2009 年 7 月 1 日からでした。導入取引先説明会は 2009 年 4 月以降集合説明会を 1 回開催し、あとは個別相談会で導入をフォローさせて頂きました。

大手の食品卸は、既に流通 BMS 対応の準備ができていましたから、その部分はスムーズに導入していただけました。ただカテゴリーとして、豆腐、うどんなどの仕入先卸は地場の小規模卸が多いので、Web-EDI や流通 BMS への切り替えに伴う新たな設備投資をお願いし辛く、導入の足並みが揃いにくい状況です。

—流通 BMS を導入された理由、狙いは何でしょうか？

【大高】

当初マルシゲでは、JCA 手順から Web-EDI に切替えたいと考えていました。しかしサイバーリンクス社からの提案もあり、これからは流通 BMS だ、ということで導入しました。

流通 BMS を導入した狙いですが、ひとことで言えば「日次決算の実現」ですね。特に「粗利の日次把握」、「利益の日次把握」です。流通 BMS にすれば「仕入入力の手間・工数」が大幅に削減されるだけでなく、「出荷データ」＝「仕入確定」ということになり、「日次決算」が実現できます。「日次決算」は経営から見て、非常に大きなメリットがあるのです。導入の狙いは、この「日次決算」を実現して、より店舗の現実 (実態) に近い数値を把握することです。

—導入の効果についてお伺いします。

【大高】

小売の業務運用オペレーションとして、伝票入力が必要で、タイムリーに伝票入力 (仕入確定) をするためには、店舗毎に入力人員や入力端末を配置する必要があります。しかし全店舗にそれを配置するのはムダなので、結局本部でまとめて伝票入力していました。

ただ、それでは入力タイミングが数日遅れます。当然「日次決算」の精度は落ちてしまうのです。本部で入力をしていた時代は、店舗からその日の伝票が全部は集まらず、数日から1週間も後になってから上がってくる店や伝票がありました。そうすると遅れて決算するにしても、いつの時点での決算をしたら良いか、についても判断に困るし、決算をしたとしても過去の数値しか把握できない、という状態でした。

かつて仕入確定がタイムリーに出来ていない段階では、予測として売上・利益を出していましたが、経営トップも私も、早く「正しい、現実のデータで日次決算をしたい」という思いが非常に強かったのです。

今回、流通 BMS を導入し「出荷データ」＝「仕入確定データ」として把握できるようになりましたので、やっと正確な「日次決算」が実現できました。これが、一番やりたかった導入の狙いと効果です。

—経営トップは喜ばれたでしょうね。

【大高】

「日次決算」が出来るようになり、社長は大変喜びました。特に「正確な粗利の把握」の面です。オーナーとしてはそれが一番欲しい数字です。売上は上がっても粗利を上げるのはなかなか難しいですから。

今回、粗利が正確に把握できるようになり、さらに人件費・経費等、販管費もコンピュータに打ち込んでいますから、その結果日次で「今日は、粗利はいくらで、経費はいくら、収益はいくらでした」と正確に把握、報告できるようになりました。

—今後の課題についてお伺いします

【濱田】

そうですね。「粗利の日次把握の精度」をさらに上げたいですね。そのためにはタイムリーに仕入確定をしないと精度はあがりません。まだ仕入先卸のすべてが流通 BMS に切り替えられている訳ではありませんので、早く切り替えを促進してすべての仕入れについて「出荷データ」＝「仕入確定」にすることで、「タイムリーな仕入確定」→「粗利把握の精度向上」を図りたいです。

それから正確な「在庫数値の反映」です。日次決算に現段階では「売り」「仕入れ」しか反映できていないので、在庫数値を正確に反映したいのです。月次で実棚はしていますが、仕入確定が全数は出来ない状況であるため、まだ日次在庫数値が日次決算に反映しきれていない状況です。

「請求照合」もしていますがアンマッチがまだ多いです。違算ゼロまでは行っていません。原因は、卸との「返品データ」のやりとりにおいて、「返品受領データ」が「請求データ」に反映されていなかったりなど、卸によってはその運用精度が低いためです。返品についての「もの・伝票・データ」がマッチせず、請求データへの反映が正しくされていなかったり、運用の締めが守れていないケースが散見されます。

また、手書き受領や特売発注についても EDI 化比率をさらに高め、仕入計上の手間を減らし、請求照合のアンマッチも減らして、決算精度の向上と効率化を図りたいと考えています。



株式会社マルシゲ
営業本部 次長
濱田 敏昭氏

—ご苦労された点がありますか

【濱田】

マスタ整備に手間がかかりました。特に導入に当たって EDI（流通 BMS）をなかなか始められない零細な仕入先卸分の商品マスタ登録・整備です。マルシゲ側もマスタ整備には、時間とコストがかかるため、思い切って十分な人手を割くことがなかなかできないでいました。

—社内の評判はいかがでしょうか

【大高】

経営データの活用について、昔から取り組んできましたが、この2年ぐらいで店舗の意識が変わってきました。デフレなど時代の流れの中で「単品ベースでの細かな数値・変化をデータでしっかり掴まなければならない」と、店舗も経営者もみんなが感じ始めてきました。

同時にサイバーリンクス社のシステムの導入もあり、前日までの単品データを、各店別に把握したり、単品別の販売数量を全店ベースで把握したり、それらのデータを比較して分析するようになりました。特に店長がデータを見るようになりましたね。

みんながデータを見るようになり、商品名の正確な登録も意識して行うようになっています。

今後、単品別の分析データ精度を上げるためには、メーカー・卸・店舗・本部間の商品登録のルール付け等についても、さらにしっかり取り組まねばならないと考えています。

—本日はどうもありがとうございました。

（聞き手：流通システム標準普及推進協議会 上級研究員 新宮 徹也）

＜マルシゲの EDI システム概要図＞

