

DXで伝統産業をオープンに

業務効率化で顧客接点を増やします!

平岡旗製造株式会社

京都市下京区四条通西洞院東入郭巨山町18番地 ヒラオカビル

1887年(明治20年創業)の京都の旗専門店 旗を通じて「誇り」「誉」「思い」をお届けしています



当社は1887年(明治20年)の創業以来、各種旗を中心に、祭礼用品・幕・幟・のれん、カップ・トロフィー、バッジ・各種記念品、緞帳・テーブル掛、その他の染製品の製造販売を行っている会社です。甲子園の優勝旗や数々の校旗・社旗など刺繍の旗をはじめ、多くの職人さん(伝統工芸士や人間国宝の方も)の技術をお借りし、これまで旗を作っていました。伝統的な工法に加え、近年はデジタルを使った新たな技術も取り入れています。基本的には、受注生産でオーダーメイドによる製造が中心になりますので、様々な専門用語と知識が必要とされる業界です。各種団体や企業様の他に、スポーツ用品店や文具店などのお客様との取引、つまりBtoBの案件と、お電話やインターネットでお問合わせから、お見積りの後に、ご注文いただくBtoCのお客様がいらっしゃいます。

伝統ゆえの課題をDXでスマートに 受注・製造の効率化でタッチポイントを増加

まず、伝統産業ならではの課題があります。例えば、社内や職人さんなどの仕入先とは、「尺」、「寸」といった古来からの計量法の単位を使用しますが、一般のお客様には伝わらないことが殆どなのでメートル法でお答えする、といった具合に専門用語を変換し、取引相手によって言葉を使い分けることをスタッフは身につけて対応しています。このような変換作業等をDX化することで、お客様がよりスムーズに発注いただけるようになると同時に、新規のお客様にも欲しい情報に早く辿り着け、満足度の高いサービスが提供できるものと考えました。また、BtoBとBtoCで異なるお取引条件を新人にもわかりやすく、社内でも共有したいという課題がありました。これまでは、見積から納品までを管理している担当者が不在であったりすると、問い合わせの対応に時間がかかってしまいました。そこで、担当営業以外が当該案件の履歴を追跡でき、進捗が確認できる情報の可視化が必要と言うことでDXの導入を検討することになりました。

受発注だけでなく、お客様ともSNSで情報共有

今回、講座内で制作した「DX推進企画書」や個別指導を通じ、社内での問題を整理し、取り組むべき課題を絞り込むことができました。

まずは、受発注の効率化には「楽ポチ」というシステムを利用することにし、商品登録を開始しました。時間はかかりますが、商品写真やスペック類、説明文、データ類などをしっかり登録することでお客様にもオーダーしやすいわかりやすいシステムになると思っています。さらに、「楽ポチ」のSNSではお客様とつながることもできるので、顧客接点を増やすことも望め、お客様の条件に沿ってカスタマイズされたオーダーメイドのご注文もこれからはスムーズになることが予想され、期待しています。発注業務もスムーズになり業務の省力化ができ、また発注書が自動生成され、仕入れなどの発注管理も共有化できる見込みです。今夏を目処に本格的な運用に向けて準備を進めているところです。

機会ロスを減らすためのDX

問い合わせ条件が新規かそれ以外か。また、新規もしくは既存のお取引先様か、といったように条件と属性を共有化できていなかったため、担当者以外が対応する場合には、確認と対応に時間かかっていた問題がありました。それらをなるべく低コストで解決するため、Googleフォームとスプレッドシートを、社内全体で問い合わせ情報を共有するツールとして採用することにいたしました。お電話のお問い合わせの場合でも、お客様の電話番号から顧客リストより抽出、属性や条件が見える化されたため、担当者不在であってもお問い合わせ内容や取引履歴、進捗状況などを共有化し、効率よく管理することができるようになりました。これによりミスを防ぐための確認作業や時間的ロスなど余分なコストを削減。レスポンスの迅速化につなげることができました。また、問い合わせの取りこぼしを無くし、機会ロスを減少させることができ販売活動の効率化にもつながりました。専門家派遣や個別指導では、以前から社内でも問題になっていた会議資料作成のためのデータ引用やエクセルのさらなる活用の点で具体的な改善策が示され、また関数の修正なども行っていただき、スムーズな業務運営になったことが大変嬉しく思っています。



今後は情報の有効活用でさらなる挑戦を

勤怠管理のデジタル化などに取り組んでいます。現在は伝統的な手法で保存している案件の記録も、電子帳簿保存法への対応を含めて販売管理システムと連動した形で顧客情報を問い合わせから受注、生産、納品までをアーカイブ化することも検討しています。取引履歴のアーカイブ検索をスムーズに、リピート案件の情報共有をスマートにし、WEB上で販売チャネルを増やしていくための各種SNSの有効活用も現在取り組みははじめました。これらの改革によって、業務時間の省力化、効率化を進めて、顧客接点をデータ化・可視化しながら増やしたいと思っています。