

「チラシの注文方法を手書きのFAXからメール+Excelの自動処理に変更。使い慣れたツールを利用するので、切り替えもスムーズでした。」

(左から)IT推進部 田中主任、島垣さん

FC本部～加盟店間のチラシ受注業務を効率化「Autoメール名人」導入事例

LIXIL
住宅研究所

株式会社 LIXIL住宅研究所

Before

加盟店からチラシの注文をFAXで受け付けていた。注文書の内容確認や社内での取りまとめに、担当者2名で1週間かかりっきりとなっていた。

After

注文方法をFAXからメール+Excelに切り替えとともに、メールの自動処理を可能にするシステムを導入。受注処理が大幅に効率化した。



新築住宅累計契約実績14万棟超。住宅FCのトップブランド「アイフルホーム」を運営。

住まいと暮らしの住生活総合企業を展開するLIXIL(リクシル)グループ。LIXIL住宅研究所さまは、同グループの事業会社として、住宅のFC(フランチャイズ・チェーン)カンパニーを運営しています。

同社が運営する住宅FCカンパニーは「アイフルホーム」、「フィアスホーム」、「GLホーム」の3つ。なかでも、「高品質な家を合理的な価格で提供する」ことにこだわり続ける「アイフルホーム」は、新築住宅累計契約実績14万棟超(平成25年4月現在)と住宅FCのトップを走り続けています。

今回、同社にご採用いただいたのは、メールをとともう一連の操作を自動化する「Autoメール名人」。導入の背景や効果について、同社広報・宣伝部の千明(ちぎら)さんと上田さん、IT推進部の田中主任と島垣さんにうかがいました。

—住宅FCとはどのような仕組みでしょうか

千明 商品の違いはありますが、基本的には他業界のFCと同じです。すなわち、本部と日本全国各地の加盟店＝工務店さんによって構成される事業展開が住宅FCです。

地場の工務店さんには、長年その地域に密着して経営してきた強みがあります。一方、工務店さん単独では困難な新商品の開発、部材の一括仕入れ、テレビ・ラジオなどでの広告・宣伝活動、合理的な省コスト化などをわれわれ本部が担当します。つまり、住宅FCは、工務店さんと大手メーカーの強みを、相乗効果で最大限に発揮するための仕組みと言えるでしょう。

一方、お客さまにとりましても、統一された品質の家を合理的な価格で安心して建てていただけるというメリットがあります。

—「Autoメール名人」をどのような業務でご利用ですか

島垣 私たち「アイフルホーム」の本部では、各加盟店さまに新聞の折り込み広告などにご活用いただくため、チラシを企画・作成しています。毎月、加盟店さまから次月分のご注文をいただくのですが、このチラシの受注業務に「Autoメール名人」を利用しています。

まず、チラシのデザインが決定すると、デザイン見本と注文書(Excelファイル)を加盟店さま専用のWebサイトに掲載します。その後は①チラシデザインのご確認、②注文書のダウンロード、③注文書へのご記入(必要部数など)、④本部への注文書のメール送信をお願いしています。

「Autoメール名人」が担うのは、メールの受信とExcelファイルの解析、そして注文数量などをAccessで作成したデータベースへ書き込むところ。

データベースへの書き込み後は、すべてのご注文内容を取りまとめ、チラシ印刷の手配をおこないます。

田中 チラシのご注文は、単に数量のみご連絡いただければ完結するわけではありません。チラシに挿入する地図や店舗名、売り出しの期間など、加盟店さまにご指定いただきたい項目がたくさんあります。

「Autoメール名人」を導入する前は、FAXでご注文をお受けしていました。しかし、紙の場合は記載できる情報の量に限りがありますので、前述のような項目をすべて網羅するのは困難でした。また、お送りいただいたご注文書の7割には何らかの記載漏れがありましたので、加盟店さまへの再確認にも時間がかかりました。そのため、なんとかしてこの業務を効率化したい、自動化したいという思いを持ち続けてきたのです。一時はWebによるシステム化も検討しましたが、コスト面や開発の難しさなどから断念したこともあります。

島垣 チラシのご注文メールは月100件以上受信しています。メールの受信は、受付期間の最終週に集中しているようです。

「Autoメール名人」の導入前は、電話による確認を含め、担当者2名が1週間、受注業務にかかりっきりでした。

一ご導入いただいて、いかがですか？

島垣 本稼働後、1年が経過しました。当初、加盟店さまのPC環境によってはメールが送信できないなどのトラブルも散見しましたが、

現在は問題なく運用できています。ご注文内容の確認作業も大幅に減少しました。

田中 「Autoメール名人」の良い点は3つあると思います。

一つめはExcelファイルを取り扱えること。今回、注文方法をFAXからメールとExcelに切り替えたわけですが、加盟店さまには概ねスムーズにご対応いただけたと感じています。それはやはり、メールやExcelが加盟店さまにも使いなれたツールであったため、切り替えへの抵抗感が薄かった点があげられると思います。さらに、Excelファイル自体の使い勝手を向上させるため、概算金額の計算機能やメール送信機能を組み込んだ点もご評価いただけたのでしょう。

二つめは、Excelファイルの情報をデータベース化できたこと。複雑に、自由に作れるところがExcelの良い点ですが、逆に、Excelから数字を拾うのに時間がかかるようでは困ります。データベース化を可能にしたことによって、われわれの業務が一気に効率的になりました。

三つめは、外部プログラムとの連携が容易な点です。「Autoメール名人」で出来ることと出来ないことをはっきりさせ、出来ないことは別途プログラムを開発して連携させる。この割り切り方が、スムーズに稼働できた要因の一つではないかと思います。

島垣 「Autoメール名人」は、アイコンの組み合わせによってメール処理の自動化フローが作成できる点がいいですね。プログラムの知識がなくても簡単です。

田中 開発した自動化フローがうまく動かなくても、アイコンのおかげでフローの間違いが発見しやすいと思います。

現在、「Autoメール名人」は月31,500円で利用しています。Webでシステム化した場合、開発費を1,000万円以上と試算していましたので大幅に抑制できましたね。

一今後のご活用について

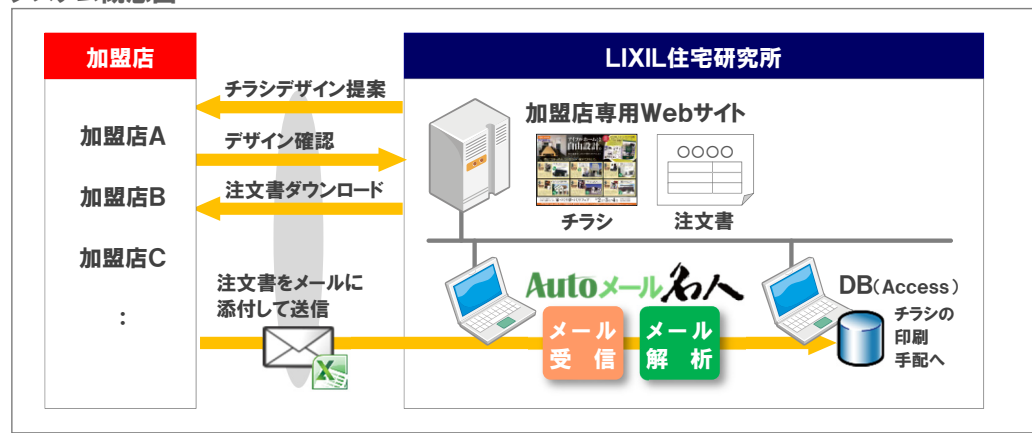
田中 短期間での情報収集には、Webでシステムを開発するよりも、「Autoメール名人」を活用した方が、開発コストが抑えられそうです。IT推進部には、社内各所からさまざまな要望が上がってきますので検討します。

島垣 複数の自動化フローが同時に実行できるようにすると、さらに活用の幅が広がると思います。期待しています！

「FC本部の業務効率を上げたい。もちろん加盟店への負担は増やさずに…」Autoメール名人ご採用の背景には、加盟店へのサポートを重視する、本部の想いがありました。本日はありがとうございました。

(2013年3月取材(記載内容は取材時の情報です))

システム概念図



企業プロフィール

社 名 : 株式会社 LIXIL住宅研究所 <http://www.lixil-jk.co.jp/>
 設 立 : 2002年(平成14年)3月
 本 社 : 東京都江東区亀戸1-5-7 日鐵NDタワー 5階
 事 業 内 容 : 住宅FCカンパニーの運営/住宅FC事業の戦略立案・シナジー効果の創出/
 住宅FCカンパニーの経営監査



「チラシのご注文メールは、月100件以上受信しています」(島垣さん)



「アイフルホーム」が提唱する次世代スマートハウス「GURU GURU」。

All Rights Reserved. Copyright© USAC SYSTEM Co., LTD.

あなたの満足が私たち名人の誇りです。

ユースネットシステム 株式会社

東 京 本 社 : TEL.03-6661-1210(代) FAX.03-5643-0909
 大 阪 本 社 : TEL.06-6228-1383(代) FAX.06-6228-1380

<http://www.usknet.com/> meijin@usknet.co.jp