

営業戦略を支える新販売情報システム ～LinuxとJavaをベースに短期開発を実現

大手清涼飲料メーカーのキリンビバレッジは、同社の営業戦略を支援するWebアプリケーション「新販売情報システム」を構築。メインフレームからデータを移行し、Webブラウザから簡単に販売実績データを参照できる当システムは、全国に広がる数百名の営業担当者の営業活動を支援するもの。同社のシステム開発・運用を担当するキリンビジネスシステムは、開発パートナーとしてテナートニを選択し、LinuxとJavaをベースにした新システムの短期開発を実現した。

営業戦略においては 商品毎の販売実績データが必要

キリンビバレッジは、「新しい飲料文化の創造」を経営理念として、時代を先取りした質の高い商品とサービスの提供を続ける大手清涼飲料メーカーだ。同社は、東京に本社を置き、首都圏本部・近畿圏本部と全国9支社・2量販部を拠点として営業活動を行い、あらゆる販売チャネルを活用して、全国の市場をカバーしている。コンビニやスーパーなどへの卸(問屋)を介した販売ルートのほかに、小売店や自動販売機などに直接営業活動を行うダイレクトセールスも実施。また、全国を網羅する6つの自動販売機オペレーション会社において、独自

の自動販売機チャネル販売体制を構築している。キリンビバレッジは、これらの流通ルートをもつことによって強力な営業力を発揮している。

一方、キリンビジネスシステムは、キリンビールおよびキリンビバレッジを株主とするITサービス会社だ。キリングループに対するシステム開発・運用、ヘルプデスクセンター業務、情報処理・情報提供サービス等を主軸として、キリングループ以外の企業に対するシステム開発・運用事業も行っている。キリンビバレッジのシステムに関しては、情報システム部が全社的なシステム企画を担当し、実際のシステム開発および運用をキリンビジネスシステムが担当している。

キリンビバレッジでは、営業戦略

上必要となる販売実績データを入手するために、従来はキリンビール向けに構築された販売情報システム「RDP(Retail Data Pool)」を使用していた。しかし、このシステムは、キリンビールの業態に即したもので、キリンビバレッジの営業形態に沿ったものではなかった。従って、必要なデータが格納されていてもそれを望ましい形で取り出すことができず、データを有効活用することができていなかった。例えば、商品毎の販売実績データを入手することができず、キリンビバレッジとしてきめ細かい営業戦略を立てるには不十分だった。また、キリンビールのRDPシステムは、メインフレームベースであり、操作画面等のユーザインタフェースもエンドユーザにとって、使いやすいものとはいえなかった。

営業本部 営業部 部長代理の武田 俊紀氏は、「営業組織としては、営業戦略を立て、それにもとづいて販売目標を掲げ、その上で実績の検証を行えなければなりません。そのためにはまず、エリア毎、販売チャネル毎にどのような商品がどれだけ売れ

たか、という正確なデータを把握する必要があります。そのため、キリンビバレッジの営業形態に対応したシステムが不可欠でした」と語っている。

「LinuxとJava」の経験を重視し、 開発パートナーとして テナートニを選択

2003年10月に、営業本部から情報システム部に対してキリンビバレッジ独自の、新販売情報システムを構築してほしいとの要望が寄せられた。新システムに対する主な要件は、「キリンビバレッジの営業戦略に沿った、見やすい画面にすること」、および「Webブラウザから簡単にデータを参照できること」だった。キリンビバレッジの営業本部、情報システム部、そしてキリンビジネスシステムが協力して、同年12月から2004年2月まで、新システムに対する要件定義を行った。

キリンビジネスシステムは要件定義と並行して、4つの会社にRFP(提案要望書)を提出。各社からの提案を評価し、最終的に開発パートナーとして、テナートニを選択した。選択理由には大きくふたつあり、第一は「テナートニさんから提案された画面が、一番見やすいもので、シンプルで使いやすいと判断したこと」、第二は「以前にも、テナートニにLinuxとJavaをベースにした開発を依頼したことがあり、そのときの経験から、開発生産性の高さを認識していたこと」だった。

実際の作業としては、キリンビジネスシステムが、新システムの概要設計を行い、詳細設計とコーディングをテナートニが担当した。テストについては、相互に行う形をとった。そして、いくつかの機能ごとに、段階的に開発を行っていった。約35人月規模の第1次開発は2004年5月に、25人月規模の第2次、第3次開発はそれぞれ8月、12月に完了し、現在すでに本番稼働している。

テナートニと共同でシステム構築を行ったキリンビジネスシステム システム管理2部リーダーの今福 亮氏は、テナートニについて、「短期間で開発するという厳しいスケジュールだったのですが、予定通り対応してもらえて感謝しています」と語り、続けて「この1年間で、1次、2次、3次開発を行い、テナートニさんもキリンビバレッジのシステムに関するノウハウを蓄積されたところですので、これからも協業してシステム構築を進めていきたいですね」と語る。

数値にもとづいた 確かな営業活動が可能に

新販売情報システムは、OSとしてLinux、アプリケーションサーバとしてWebSphere、開発フレームワークとしてテナートニのDeveloperCafeを採用し、Javaを用いて開発されている。同システムでは、メインフレーム上のシステム(キリンビールのRDP)から必要なデータを抽出し、UDB上にデータを保持。ユーザはWebブラウザからデータを参照することができる。

キリンビバレッジでは新販売情報システムに関して、北海道から九州まで、すでに数回の説明会を行い、システムの活用を促している。新システムは、約百名にのぼる現場の営業担当者のほか、営業管理者や支社長、そして本社の営業本部や各部にも利用されている。

新システムによるメリットとして、現場の営業担当者が商品毎の販売量

を正確に把握できるようになり、実際の数値にもとづいた確かな営業活動を行えるようになったことが第一にあげられる。これまでは、お得意先に確認して実際の販売量を把握していたため、即時に正確なデータを収集するのは難しかった。武田氏も、「新システムによって、例えば“生茶”をリニューアルした場合に、リニューアル前と後の販売量をすぐに把握できるようになり、大変便利になりました」と述べている。

システムは現在、第4次開発が進行中である。同じ販売実績データでも、実際には組織によって見る角度が異なるため、第4次開発ではエリア毎、チャネル毎、問屋毎に販売量を把握できるように機能追加を行っている。

武田氏は、「戦略課題は定性的で



あいまいになりがちですので、そこに数値を加えることがもっとも重要となります。数値にもとづいて、営業組織、そして営業担当者一人一人の目標管理を行うことで、評価につなげることができます。現在は実績データの蓄積が中心ですが、企業としてはシェアや利益拡大につなげられるようにシステムを拡張していきたいと考えています」と語る。

同社情報システム部主任の阿部 聡氏も、「新販売情報システムはこれからも発展していきます。今後、組織としての目標管理や評価にも、このシステムのデータを活用できるようになります」と語っている。新販売情報システムは同社の営業戦略を支えながら、さらに進化をつづけていく。



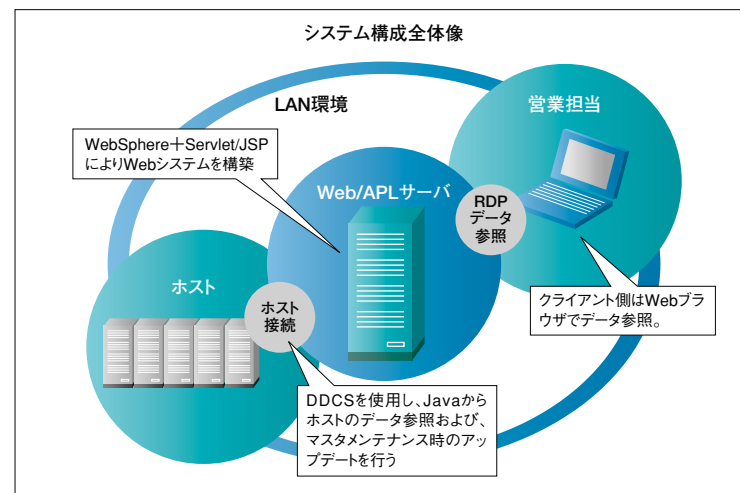
キリンビバレッジ株式会社
営業本部営業部
営業企画担当 部長代理
武田 俊紀氏



キリンビバレッジ株式会社
情報システム部
情報システム担当 主任
阿部 聡氏



株式会社キリンビジネスシステム
システム管理2部 リーダー
今福 亮氏



◎会社概要
社名:キリンビバレッジ株式会社
設立:1963年4月
本社:東京都千代田区神田和泉町1番地 神田和泉町ビル
資本金:84億1,650万円
従業員数:連結4,061名、単体1,756名(2004年12月31日現在)
事業内容:清涼飲料の製造および販売
URL: <http://www.beverage.co.jp/>

Java 構築事例

導入システム

Server OS
Linux
Web Application Server
WebSphere
Framework
DeveloperCafe