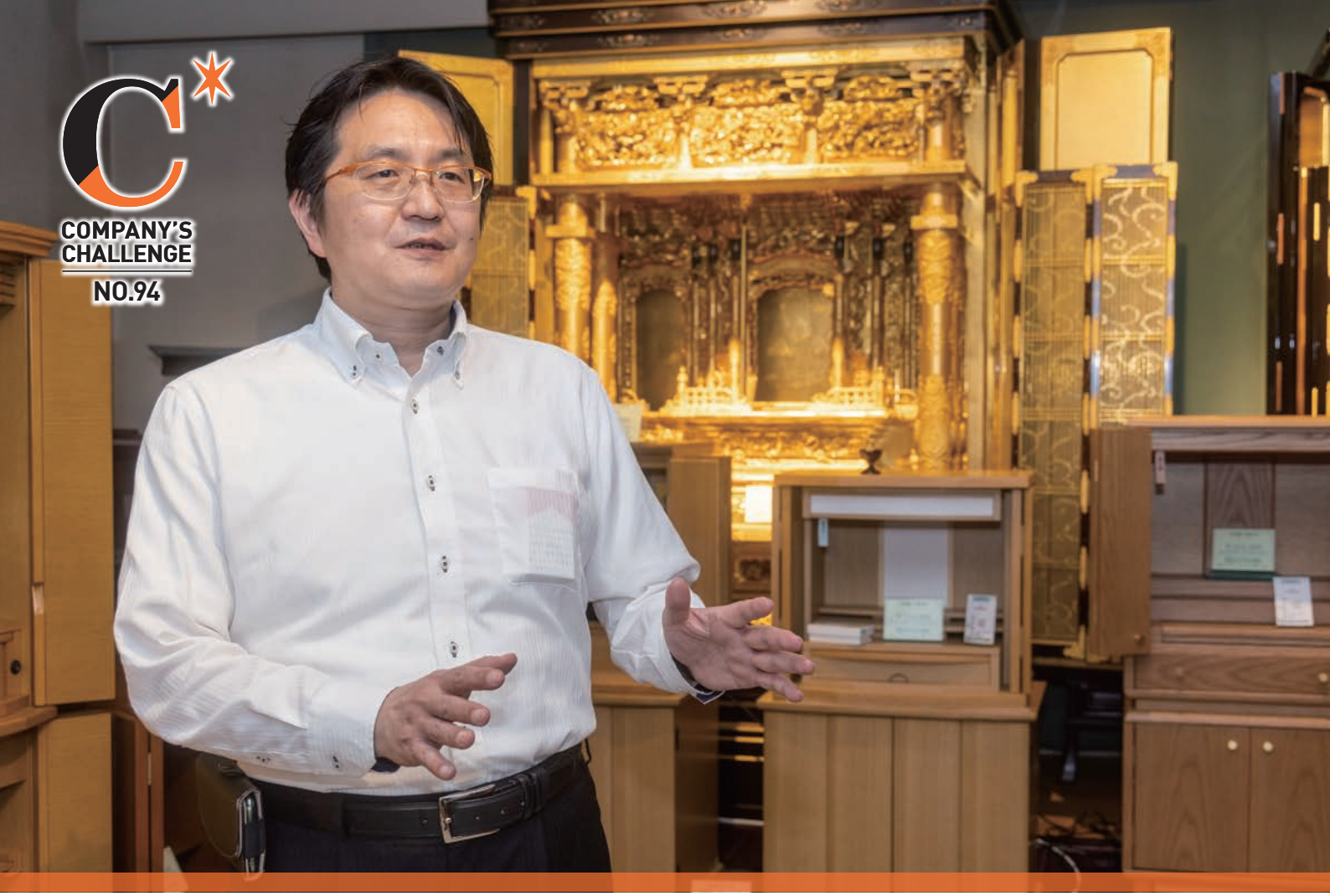

COMPANY'S CHALLENGE
NO.94

40年分の手書き顧客情報をクラウド化 老舗が挑む社内DXの効果と営業戦略の変化

【プロフィール】
福岡県出身。ソフトウエア会社を経て、2001年に家業である、みどりや仏壇店に入社。2015年に代表取締役に就任し、5代目として社内DXを進めている。休日にはバイクでツーリングへ。

株式会社みどりや仏壇店　代表取締役　吉川 和毅氏

明治６年創業の老舗が抱えていた業務課題

川端中央商店街にある㈱みどりや仏壇店は、明治６年に長崎で創業されました。創業当時は仏師として仏像を彫ってきた歴史を持ち、戦後の1954年に博多へと移転。昭和の時代からは、仏壇をはじめさまざまな仏具の販売店として地元住民に愛され、現在は川端中央商店街の本店と宗像店の２店舗で営業しています。

約150年続いてきた老舗ですが、大きな経営課題を抱えていました。それは商品情報や会計情報のデータ化。代表取締役の吉川和毅さんがソフトウエア会社を退社し、みどりや仏壇店へと戻ってきた2001年、顧客名簿はすべて手書きの状態。商品や売上についてもノートにまとめるという、アナログでの管理だったそうです。

「お客様のお名前や宗派、商品名などがノートに手書きしてある状態で、それが何十冊も保管してあったことに驚きました。お客様から問い合わせを受けたとしても、何冊もノートを確認しなければならず、情報を探すだけでひと苦労。前職のソフトウエア会社での経験を活かし、顧客情報を検索できるよう社内サーバーにデータベースをつくりました」

それが、みどりや仏壇店の最初のDXだったそう。「社員からすればノートを調べればわかるという声もありましたが、実際にデータベースが稼働するとその便利さを理解してもらえました。古くからの商習慣を変えるのは大変かもしれませんが、利便性を体感してもらうことが重要」と吉川さん。約40年分の顧客データを集約して活用してきましたが、約20年前のシステムで設計していたため、時間が経過するにつれて周辺機器との連携も困難に。また一方で売上や仕入などの会計情報のデータ化という課題も残っていたため、福岡商工会議所の専門家派遣を通じ、DXのプロである㈱ライクブルーと連携。2022年9月から、本格的な社内DXに着手しました。

専門家と二人三脚でクラウドシステムを導入

手始めに吉川さんは専門家と課題を

1 みどりや仏壇店のDX化を支援するライクブルー代表取締役社長の池田治彦さん（右）。「データの民主化を通じて組織も変わっていく」のが理想という

2 長年にわたって受け継がれてきたという手書きの帳簿類。データ化することで、さまざまな経営課題の“見える化”につながった

3 本店の2階と3階にはショールームが併設されている。貴重な仏壇からリーズナブルなものまで多くのラインナップが揃っており、見学も可能

4 現在は顧客情報もパソコンで簡単に検索可能。データを整理することで顧客の管理だけではなく、新たな営業戦略の立案にも役立っている

抽出。システムの互換性等も検討し、顧客管理のデータベースをサーバー型からクラウド型に変更することにしました。続けて、売上や仕入などの会計処理についても、クラウド上のソフトで行うように移行。「これまでの会計作業は経理担当者がつくった紙の帳簿を私が確認し、その帳簿を税理士事務所に渡すという、非常に手間のかかる作業でした。クラウド化することで、全員に同じデータが共有できるので、作業を大幅に簡略化することができました。従来の商習慣にこだわらず変えてみることも重要です」と吉川さんは振り返ります。システム側の仕組みに商習慣を合わせることで、システムのカスタマイズにかかるコストや準備期間の短縮につながるのです。

現在は、レジのクラウド化にも取り組んでおり、商品管理についてもデータ化を進めています。「過去に仕入れた在庫もたくさん眠っており、見方を変えれば宝の山。しっかりと管理することで次の営業戦略も見えてきます」と力を込めます。今後は、豊富な在庫を活かしてEC戦略の展開を検討しています。国内向けだけではなく海外に向けての販売も強化していくと言います。

また、みどりや仏壇店ではDXを行ったことで、業務効率化だけではない副次的な変化もありました。吉川さんは「これまでの“当たり前”を変えていいんだという意識が社員に芽生えたように感じます。新しい店舗レイアウトについてのアイデアも積極的に出てくるなど、思ってもいなかったような効果が出ています」と強調。加えて「もっとこうできないか」「こんな機能を追加してほしい」など、業務改善に対するモチベーションも高まっているそうです。

さらに、マーケティングの手法にも変化がありました。顧客情報をデータ化したことで、初盆のタイミングや商品の購入履歴などからダイレクトメールを送付。従来よりも多くの顧客に適切なタイミングでのリーチが可能になるなど、営業面にも大きな効果をもたらしています。

スモールスタートが社内DXのポイント

中小企業の中には、まだまだアナログな顧客データ管理、会計作業が主流なところも少なくありません。吉川さんは「社内DXにおいて大切なのはスモールスタート。ちょっとした計算であっても、電卓から表計算ソフトに変えることでミスは少なくなりますし、時間も短縮できます。まずは、小さいところから始めて便利さを実感してもらうことが重要だと思います。一気にすべてをDXするのではなく、進められるところから進めていけば、社員の皆さんもついてきてくれるはずです」とエールを送ります。

取材日：7月4日

株式会社みどりや仏壇店
〒812-0026 福岡市博多区上川端町11-286
TEL 092-291-3081
https://midoriya-butsudan.co.jp/