

施策情報のグループ共有化

①情報連携の取組み(EDI化の推進、UI/UXの取組み、IT推進の取組み)について

	北海道西濃	神奈川西濃	三河西濃	関東運輸	ココネット
現状 (状況及び、課題)	<p>【EDI化比率】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・90%未満店所が2店所(札幌支店・札幌西支店) <p>【EDI課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お客様が現行の運用内容に変更が生じることや付帯作業が増えることに対して難色を示される 	<p>【EDI化の推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大手顧客様へのEDI導入 <p>【EDI課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・非EDIのため、SDによる原票入力作業発生 ・送り状、荷札が分かれており業務が煩雑 ・送り状の控えを紙で印刷 	<p>【EDI化の推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お客様の多くは現状維持の希望が多く足踏み状態 	<p>【IT推進の取組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品加工メーカーよりセンター出荷における一部アナログ的な運用に関し、お困りごととして相談を受けた。使用中であるラベル発行システムへのデータ連携の改善を行う 	<p>【IT推進の取組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①総合窓口(宅配を置き配、エコポス等へ)の提案をする中で、各社伝票を出し分けすることがお客様の負担になっている →課題:カンガールマジックにて一括出力を可能としたい ②置き配の配達日指定や荷物追跡(置き配、エコポス)などができず、着荷主の利便性が比較劣位になっている →課題:カンガールマジックにて配送指示、配送ステータス管理等を一元化し着荷主へ提供したい ③ラストワンマイルグループ内での顧客情報、及び接点履歴の統合(Sansan、Salesforceの利活用) →課題:顧客情報、及び接点履歴が共有されず営業で無駄が発生している
新たな取組み (課題解決)	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様の当日出荷指示データに、他社と当社のデータが混入してしまう問題が発生 当社への出荷データだけを切り分け出来る様、データの加工を依頼 	<ul style="list-style-type: none"> ・EDI化によりSDの出荷登録作業の自動化 ・出荷控の廃止 ・連続フラット原票への切替 ・連続フラット原票導入による送り状と商品の分離防止、及び見やすさによる作業性向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・送り状印刷サービスの廃止のお知らせとともに併せてKMⅡを案内 	<ul style="list-style-type: none"> ・ラベルデータ作成のシステム改修を行い、手入力によるアナログ運用を排除する 	<ul style="list-style-type: none"> ①・②カンガールマジックの機能強化により、お客様へ各社伝票作成～配送情報、配達ステータスまでをワンストップで提供可能とするシステム構築を相談 ③各社推進担当者によるアプローチ状況入力カールの周知・徹底を実施。また、4月からはSansanとSalesforceの連携で、LOMグループ内での顧客情報と接点履歴の共有を行い、営業活動の効率化、共同化に努める
効果・実績について	<ul style="list-style-type: none"> ・EDI化比率90.9% ・上記取組みにより、月間1,500～2,000枚(約1ポイント上昇) 	<ul style="list-style-type: none"> ・SD入力作業短縮30分→0分 ・出荷控のペーパーレス化 ・連続フラット原票により作業軽減 △30分 	<ul style="list-style-type: none"> ・20社以上の申し込みや問い合わせが寄せられる 	<ul style="list-style-type: none"> ・ラベルの必要枚数を出荷指示書を見てエクセルで入力することで平均60分要していた作業が、出荷指示データからのWMSデータ連携によりラベル出力での作業時間が約30分となり半減した 	<p>【期待効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①・②お客様での伝票出力作業負担の軽減及び、一元管理可能なシステムの提供が契約の糸口となり、toCも含めた出荷作業のプラットフォームになることで、総合窓口(宅配を置き配、エコポス等へ)として案件の定常化に繋げる ③アカウントのない顧客に対してのグループ内連携営業
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・現行より運用手順が増えることに難色を示すお客様に対し、将来的にDX化の必要性をアピール 	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様と当社の両方にメリットが生まれた ・EDI化による作業軽減DX ・ペーパーレス化への貢献 ・作業性の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・将来的にアナログからDX化によりEDI化の必要性をアピール 	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様の出荷業務システム変更により人員不足解消につながる ・センター業務(入荷～保管～出荷)においての不具合を見つけ出すだけでなく、作業時間短縮になる提案をし、お客様支援をしていきたい 	<ul style="list-style-type: none"> ①・②総合窓口(宅配を置き配、エコポス等へ)として競合他社と交渉を続け、システムに反映させる ③各社の接点履歴に登録名刺情報・閲覧履歴を紐づけることで、ワンストップでの共同セールスと、キーマンの共有化を行い、営業を科学していく