

## Web受注システムの導入で、電話問合せが1/3に減少。 来店客の問合せにも即答可能な体制が整い、 小売店・当社、双方の業務効率が大幅にアップしました。

管理部 販売物流部 佐野栄一さん

### Web受注・調達システム「i名人」導入事例

## PRGR 株式会社 プロギア

### “Fan to Golf”の理念を具現化-Web受発注サイトの充実で、 ゴルフ用品市場への高付加価値サービスを追求する

既成概念に捉われないゴルフ用品の提供と、取引先店舗へのサービスレベルの向上を図るうえで、「i名人」によるBtoB Web受発注サイトの運用は、プロギアさまのビジネスに大きな革新をもたらしました。サイトの立ち上げから6年を経た今日の運用効果を中心にをご紹介します。



#### アナログでは限界の取引先への対応

ゴルフ用品ブランド“PRGR”商品の販売元として、全国の量販店や専門店への商品供給と直営店の運営を担うプロギアさま。近年、ゴルフ用品を扱う大型量販店、専門店は、目覚ましい勢いで店舗展開を進めてきました。そのため、商品の在庫確認や納期の問い合わせなど取引先店舗への対応の充実は、売上拡大に直結した重大なテーマでした。

かつてプロギアさまでは、EOS(※1)以外の受発注に関する取引先からの問い合わせや客注商品には、電話やFAXで対応していました。

「オフィスではお客様からの電話が一日中鳴りっぱなしで、対応できないこともしばしば。また、休み明けの月曜日ともなればFAXの山ができており、その処理業務にも追われていました。とにかく内勤スタッフは日々オーバーワークの状態でした」と佐野さんが語るように、常時取引先への対応に追われる業務環境に

あって、口頭や文字入力によるアナログ的な処理はミスを起こしやすく、納品精度やリードタイムにも大きく影響します。

そこで検討されたのが、Web受発注サイトの構築でした。取引先店舗はWebサイトからメーカー在庫を確認し、正確かつスピーディーに商品の発注が行えます。さらに、業務を行っていない土日、祝祭日でも注文に応じることができることから、取引先店舗側の販売機会の損失防止にも絶大な効果が得られるなど、二重、三重のメリットが期待できます。

※1:EOS Electronic Ordering System オンラインによる自動受発注システム

#### PRGR商品の強みを際立たせた「i名人」

「i名人」の導入によるプロギアさまのWeb受発注サイト「PRGR Webオーダーシステム」(以下、Webシステム)の立ち上げは2008年のこと。同社サイトには、特に取引先店舗の有用性を高めるため、ゴルフ用品の特性にマ

ッチした独自の機能が盛り込まれています。

ゴルフクラブのグリップは、長年の使用により摩耗や擦り切れなどの劣化が生じます。グリップの交換に対するユーザーニーズは強く、PRGR商品ではグリップの品揃えの充実に努めてきました。ただし、ひと口にグリップといっても、カラーやデザインの他、シャフト径、重量等の違いにより、その品種は実に数百アイテムにも及びます。したがって、アナログ的な従来のやり取りでは非常に煩雑かつ非効率的であり、しかも、商品コードを一つ間違えただけで、注文とまったく異なる商品を発注してしまうことがあります。

こうした問題を解決するためにカスタマイズされた機能が「グリップ検索機能」です。クラブを選択すると、それに適合するグリップの商品一覧が画面に表示され、選択するだけで発注を行えます。注文したいグリップが欠品もしくは廃番の場合は、同じ規格の商品が画面に表示される機能も設けられています。

簡単明瞭で極めて利便性の高いこの機能について、佐野さんは次のように評価します。

「グリップの豊富なラインナップは差別化のポイントであり、このグリップ検索機能こそ、PRGR商品の強みを際立たせる機能と実感しています。

『i名人』の導入をお願いしたユーザックシステムさんは、サイトの構築やカスタマイズに関して、決してパッケージありきの構えではなく、現実的なユーザー感覚やお客様起点のソリューションをベースに、サイト運用の真の狙いを的確に具現化していただいた点を大きく評価したいですね」

### 電話件数1/3に、全体のサービス品質が高まる

では一方、プロギアさまの受注業務においてはどのような運用効果が表れたのでしょうか。ある大型量販店でのケースを見ると、以前は受注をいただく全国280店舗から、在庫確認や商品の問い合わせで月平均900回もの電話を受けていました。それが、Webシステムの運用によって3分の1の件数に減少したそうです。

かつてのように常に電話が鳴り続けている業務環境では、店舗1件毎の対応に十分な時間を当てることができませんでした。しかし電話の件数が大幅に削減され、1件1件の応

対時間とその内容が今まで以上に充実したことで、販売機会の損失防止のみならず、サービスレベル、CS(お客様満足度)の向上にも大きく役立ちました。

さらに、業務効率の向上やスピード化の効果として、佐野さんのご意見をまとめると次の3点があげられます。

#### ①休日明けの受注処理のスピード化

今までは、休日の間に送信されたFAXの内容を一つひとつ確認しながら出荷の段取りをとっていた。WebシステムではPC操作一つで出荷指示を出すことができ、そのスピードと利便性の高さは革命的。

#### ②デリバリー時間が確定できる

アナログ作業の場合、受注を受けても業務時間内に出荷の段取りをとれないこともあった。タイムリーに処理するWebシステムでは、発注した時点でその商品がいつ店舗に納品されるか確定できる。

#### ③モバイル端末の活用

この1、2年のスマートフォンをはじめとするモバイル端末の急速な普及は、Webシステムのさらなる拡大につながった。店舗では接客しながら在庫確認を行うことで、来店客の問い合わせやご要望に即答でき、また、当社営業

担当の提案活動にも大きな効果を発揮している。

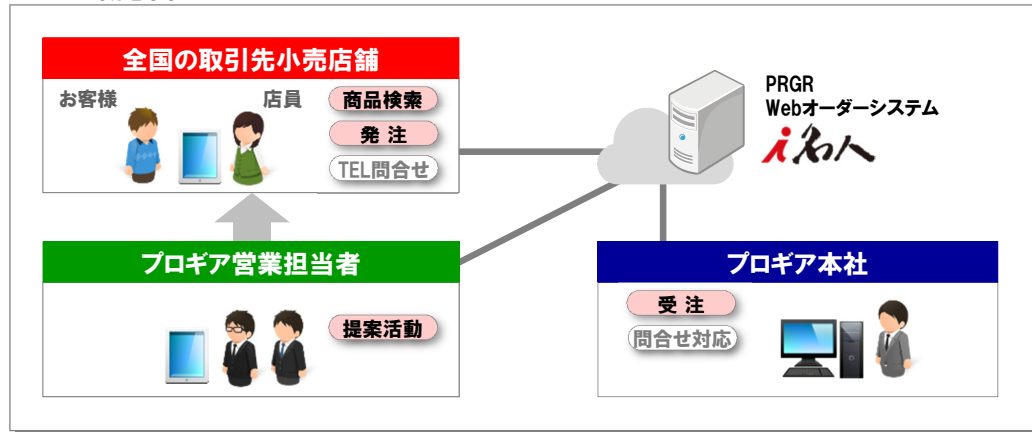
### 進化するPRGR Webオーダーシステム、特注品のオーダー機能も視野に

Webシステムの運用から得られた様々な効果—とりわけ「グリップ検索機能」の利便性の高さを評価し、将来的には特注クラブを自在にオーダーできる機能をサイト上で展開したいと考えていらっしゃいます。ゴルフクラブを構成するヘッド、シャフト、グリップの3点をユーザーの好みに応じて組み合わせる特注販売は現在もありますが、これを販売店がサイト上で一括発注するアイデアです。

「ユーザー一人ひとりのニーズにマッチしたクラブをもっと手軽にオーダーしていただき、スピーディーにお渡しする仕組みが完成すれば、ゴルフをより楽しめる環境を提供できますし、組み合わせによる販売動向からより優れた商品の開発にも役立つでしょう」と佐野さんは大きな期待を寄せます。

ユーザー・販売店・メーカーを結ぶコミュニケーションインフラとして、ゴルフ文化のさらなる活性化の推進力として、高付加価値のビジネススキームを構築すべく、Webシステムのさらなる可能性を追求するプロギアさまです。2014年5月取材(記載内容は取材時の情報です)

### システム概念図



**グリップ検索機能**  
グリップを交換したいクラブを入力すると、該当するクラブに対応するグリップが表示される。



PRGR GINZA(直営店)

### 企業プロフィール

社名	: 株式会社プロギア <a href="http://www.pgr-golf.com/">http://www.pgr-golf.com/</a>
設立	: 1983年11月
資本金	: 5,500万円 ※2013年4月1日現在
代表者	: 鈴木 貴弘
従業員数	: 79名※2013年4月1日現
本社	: 東京都港区新橋5-36-11 浜ゴムビル3階
事業内容	: ゴルフ関連商品 (PRGRブランド) の販売、クラブ開発から得たゴルファーのデータを活用したScience Fit事業・ゴルフスクール事業