



「Webとメールによる注文を自動的に取り込むことで、
1日5時間かかっていた受注入力作業がゼロになりました。
FAX注文からの切り替えも進みました」

(左から)総務部情報システム課 佐藤さん、営業本部セールスサポートセンター 草間さん、秋山さん、阿部さん

Web受注・メール受注 自動処理システム導入事例

TWINBIRD ツインバード工業株式会社

導入前の課題

- FAX注文書が多いため、入力やチェックに時間がかかっていた。
- Webでの注文が増え、ブラウザの操作が煩雑になっていた。
- メールでの注文の処理や納期回答業務が負担になっていた。

対応策

- お客さまにFAX注文からWebへの切り替えを依頼。
- Webやメールによる受注を効率的に処理するシステムを導入。
- 自社開発が可能なシステムを選択。



個性あふれる家電メーカー

家電メーカーのツインバード工業さまは、洋食器の生産で知られる新潟県燕市に本社工場をかまえています。

同社は1951年にメッキ製品製造で創業。その後1980年代に家電製品分野に参入。以来「お客さまの暮らしに感動と快適を」という創業当初からの願いとともに商品開発に取り組んでいます。

同社の製品は、AV機器や掃除機、理美容機器、照明器具、調理家電、生活家電と多種多様。消費者の節約志向による内食化の広がりを背景に、電子レンジやホームベーカリーなどの出荷が特に好調です。

今回、同社にご採用いただいたのは、ブラウザ操作を自動化しWeb受注業務の効率化を支援する「Autoブラウザ名人」と、メールに関するあらゆる処理(送受信・添付ファイルの処理・データ変換など)を自動化する「Autoメール名人」。

ご採用の経緯や効果について、同社営業本部 セールスサポートセンター 部長 遠藤さま、総務部 情報システム課 佐藤さま、セールスサポートセンター 清水さまにうかがいました。

—まずは「Autoブラウザ名人」についてお尋ねします。どのような業務にお使いでしょうか？

佐藤 ギフト関係のA社さまをはじめ、7社とのWebEDIを自動化しています(図1)。そのほとんどが受注データのダウンロードです。

導入時、ユーザックさんにA社さまのスク립ト(自動化手順)を開発していただき、それを参考にしつつ6社分のスク립トを開発しました。

「Autoブラウザ名人」には自動化したいサイトの構造を解析するツールがありますので(図2. Enterprise版のみ)、スク립トの開発はさほど難しくはありません。1つ開発するのに3時間くらいでしょう。今後は、あと2、3社分のスク립トを開発したいと考えています。



写真1 受注業務効率化の検討を重ねてきた（左から）清水さん、佐藤さん、遠藤さん。



写真2 持ち運びが可能なDVDプレーヤー。風呂場でも安心の防水性能が魅力。



写真3 家庭用のコンパクトな精米機。独自の「かくはん方式」がおいしさの決め手。

—導入前の課題をお聞かせください

遠藤 セールスサポートセンターでは受注業務を担当しています。セクション内で以前から「受注簡素化プロジェクト」を立ち上げ、受注業務を効率化するにはどうすればよいか、検討を重ねてきました。プロジェクトで取り組んだテーマの一つが「FAX注文書の削減」です。FAX注文書は入力やチェックに時間がかかりますし、残念ながら「送った・送らない」のトラブルもあります。

FAX注文書を減らすにはオンライン化しかありません。しかし、カチッとしたオンライン（レガシーEDI）はコストが発生しますので、お取引のボリュームがある程度ないと、お客さまも当社も取り組みにくい。となると比較的ローコストで取り組めるWebでということになります。

そこで私たちは、お客さまにFAX注文からWebへの切り替えについてご相談いたしました。有難いことに、それに応えてくださったお客さまがたくさんいらっしゃいます。

その一方、当社はWebでのご注文に悩んでいました。2008年ごろからWebでの発注が徐々に増えてきたのですが、

サイトごとにブラウザの操作が異なるので煩雑な手作業に困っていたのです。

Web注文はFAXに比べデータを入力する必要がない分効率的ですが、決して満足はしていませんでした。Web注文の改革も、常に検討していたのです。

そのようななか、「Autoブラウザ名人」の存在を知り、さっそくセミナーに参加しました。セミナーで、ブラウザ操作は自動化できるということを初めて知りました。まさに、我々の課題を解決してくれるソリューションだと確信しました。

—導入後の効果はいかがですか？

清水 非常に効率化されました。導入によって、一日平均3時間程度の受注入力作業がゼロになりました。ダウンロードを忘れてしまうという単純なミスが防げる点も良いですね。また、毎週月曜日は土・日・月の3回分をダウンロードしなければならないお取引先があるのですが、これなどは自動化ができて特に助かっています。

また、今まで東京、大阪、九州、名古屋の各営業所で行っていた受注入力作業を本社に移管し、受注を本社で一元的に管理する体制が整いました。

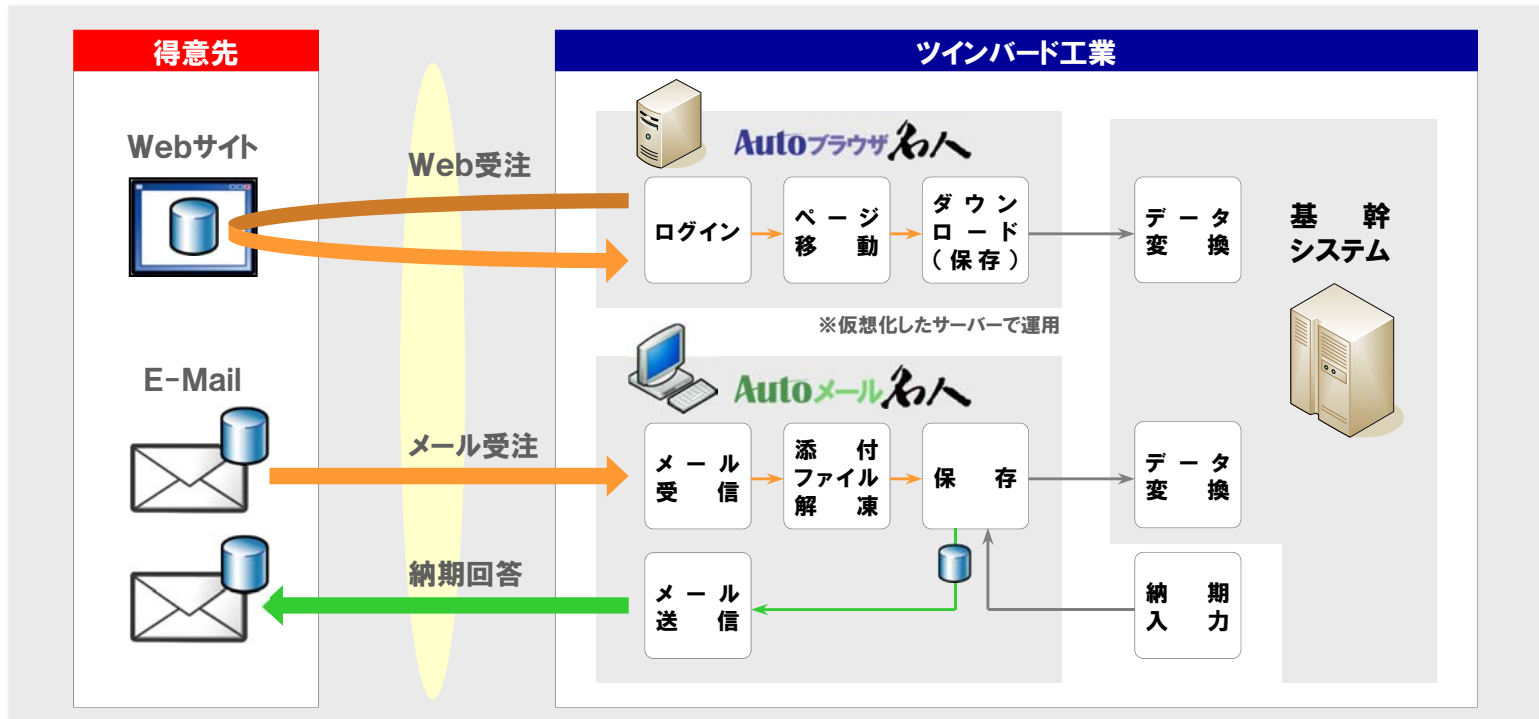


図1:システム概要図

そのほか、新しいパートさんへの教育という面でもラクになりました。今までは、取引先コードや商品コードを覚えてもらったり、入力の方法を教えたりと結構大変だったのですが、自動化が進みましたので、これらの作業もずい分軽減することができました。

遠藤 月曜日は特に注文が多いので、受注入力や入力後のチェックのため、どうしても夜遅くなることがありました。現在は、繁忙期に差しかわり、受注が増えているにもかかわらず、残業をする必要がなくなっています。また、仕事の効率が上がりましたので、ワンランク上の仕事や他拠点の仕事をカバーできるようになりました。

「Autoブラウザ名人」は、人がついていなくても業務が進む点が良いですね。

佐藤 今までは、注文があってもなくてもとりあえずWebサイトにアクセスしていました。しかし、注文がなかったら、この作業は無駄です。システムの導入によって、このような無駄を排除することもできました。

「Autoメール名人」は、どのような業務にお使いでしょうか？

清水 ギフト関連のB社さまからメールで送られてくる注文情報の取り込みと、それに対する納期回答をメールで送信する業務に利用しています(図1)。

取り込み業務の流れは、①メール受信(ZIP形式に圧縮されたCSVファイルが添付)、②ZIPファイルを解凍、③添付ファイルを保存、となります。

一方、納期回答業務の流れは、先に送られてきたCSVファイルに納期を入力し、メールに添付して送信となります。

佐藤 取り込みの自動化はユーザックさんが、送信の自動化は清水とユーザックさんが開発してくれました。

こちらについては、情報システム課はほとんどタッチしていません。システム選定の際にフロー設定の画面(図3)を見たところ、パズルをはめていくみたい処理の流れを決めていくので、これなら現場で開発できると思いました。

清水 プログラミングの経験はありませんが、少しずつ自動化を進めています。

遠藤 何でも情報システム課に頼むのは私もつらいです。全部はできなくても、自分たちで大体のところまでができるならいいね、と考えて導入を決めました。

導入後はいかがですか？

清水 導入の効果としては、1日2時間以上かかっていた作業がゼロになりました。また、ギフト関係ということで直送が中心となります。そのため、お客さまの個人情報を取り扱う機会が多く、非常に気を使います。その点、入力間違いなどの事故を防ぐ意味でも、自動化した意義は大きいと思います。

今後は、ギフト系のお取引先さまを中心に、あと6社とのメール受注を自動化したいと考えています。

佐藤 最近、ギフト系の企業さまからの直送のご依頼が増えています。個人情報を取り扱う関係で慎重にということで、直送のご指示もFAXからWebに切り替えるケースが増えてきているようです。

「Autoブラウザ名人」や「Autoメール名人」は、データをそのまま取り込みますのでミスが無くて良いですね。

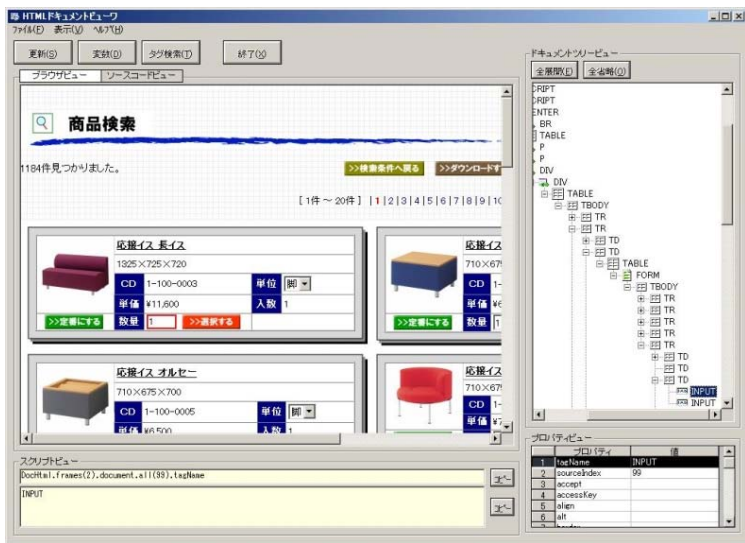


図2 「Autoブラウザ名人(Enterprise版)」のHTMLドキュメントビューワ。Webページの構造が視覚的に理解でき、スクリプトの開発生産性が向上する。

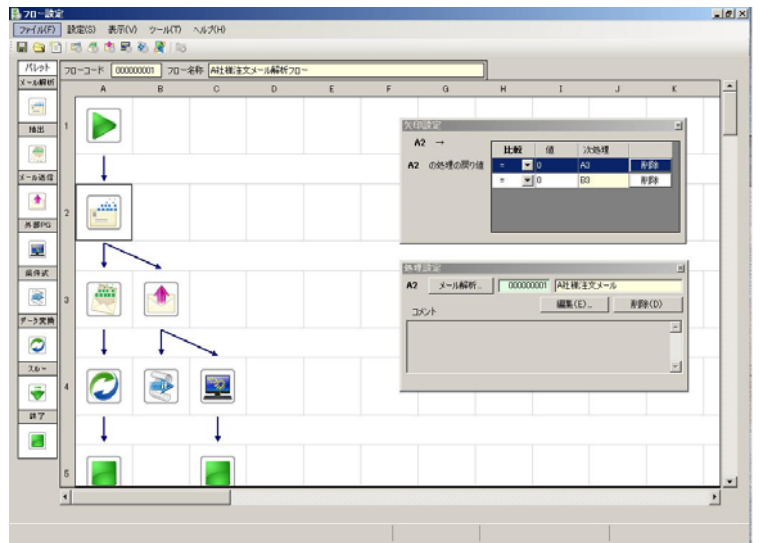


図3 「Autoメール名人」のフロー設定画面。アイコンをつないでいくことで自動化したい業務フローがプログラムレスで設定可能。

受注業務の改革が進んだようです

遠藤 お客様に、FAX注文からの切り替えをお願いしたのが良かったのかもしれない。

例えばC社さま。こちらは当社としても大口のお客さまなのですが、通常のEDIに加え、FAXでもご注文をいただいています。しかもFAXの方が圧倒的に多い件数で。プロジェクトで、これは何とかしようということになり、C社さまへFAXからWebへの切り替えが可能かどうか、お尋ねしてみました。すると意外なことにご賛同いただき、3か月後にはFAXからWebに切り替えていただくことができました。またD社さまにもWebへの切り替えのお話しでうかがったところ、快くご賛同いただきました。目下、切り替えに向け打合せ中です。

FAXからWebへの切り替え交渉は、最初は担当営業に任せます。しかし、思うようには話が進まないことも多いです。やはり、業務に直接携わっている者がお話しをさせていただいた方が、ご理解をいただきやすいのかもしれない。

Webへ切り替えてもらえれば「Autoブラウザ名人」がありますので、受注業務がどんどん効率化できます。ね、佐藤さん(笑)。

佐藤 頑張ります(笑)。また、Webサイトの立ち上げが大変だなあ・・というお客さまには「Autoメール名人」がありますので、その場合はメールでの注文をお勧めすればいいですね。お客さまも、それならやってみましょうか、と言ってくださると思います。清水さん、頑張って(笑)。

遠藤 お客様の体制やシステムは常に変わりますから、当社としても、変化に柔軟に対応できる仕組みを用意しておく必要があります。その点、今回導入したシステムは社内での開発や保守、変更が可能ですので、余分なコストをかけず、しかも迅速な対応が可能になったのではないかと思います。

当社はもう、Webでもメールでも大丈夫です。このような仕組みがないと、今後は大手企業さまとのお取引も難しくなっていくのではないのでしょうか。

お客さまに合わせた受注の仕組みが複数用意できたことは、受注簡素化プロジェクトの大きな成果ですね。ありがとうございました。

2010年11月取材(記載内容は取材時の情報です)



担当者の声

ユーザックシステム(株)
東日本システムサポート部
濱野 晋平

ツインバード工業さまのサポートを担当いたしました。当社で開発したスクリプトは1本でしたが、その後は、佐藤さまがスクリプト作成を担当され、現在7

社まで増えているとのこと。自動化の対象が広げれば広げるほど、導入効果が顕著に現れると思います。

Autoブラウザ名人のサポートに好印象を持っていただけたことが、その後のAutoメール名人のご採用に繋がったとすれば私も大変うれしいです。Autoメール名人も、ツインバード工業さまの受注業務の効率化にお役立ていただいているようです。サポートをさせていただいた甲斐がありました。



写真4 ツインバード工業さま本社ビル。

※1: Autoブラウザ名人

インターネットエクスプローラーの起動、取引先のWebサイトへのアクセス、IDパスワードの入力、メニュー選択、ダウンロードやアップロードなど、担当者の負担になっているブラウザ操作を自動化するためのソフトウェア。またブラウザ操作だけでなく外部プログラムの起動も自動化できるため、バッチプログラムなどを起動させ、基幹システムとの自動連携を実現することなども可能。

※2: Autoメール名人

メールに注文や出荷データなどのファイルを添付して取引先とやり取りするメールEDI、基幹システムから定期的にデータを抽出して取引先や社員にメールで配信する業務、通販サイトからの注文情報をメールの本文からデータ抽出するなど、メールを利用する様々な業務を自動化するパッケージソフト。

企業プロフィール

社名	: ツインバード工業株式会社	http://www.twinbird.jp/
所在地	: 新潟県燕市吉田西太田2084-2	〒959-0292
創業	: 1969年(昭和26年)	
資本金	: 17億4,240万円	
代表者	: 代表取締役社長 野水 重勝	
売上高	: 123億円(平成22年3月)	
従業員数	: 284名(平成22年3月)	
事業内容	: 家庭用電気機器、家庭用照明器具、理美容・健康機器、電気音響機器の製造及び販売／新冷却技術FPSC(フリーピストンスターリングクーラー)及びその応用商品の製造販売	

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。

ユーザックシステム株式会社

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