

9/1: SEJはなぜEOSからIT化をスタートしたのだろう

百貨店のようなスペースも無く、派遣店員による発注の手配も期待できないため、人員削減が必要。

低コストの主婦パート労働の導入にあたり、仕事の標準化・マニュアル化が必要となった。

どの店舗も同じ品揃えが必要で、受発注の統一化が必要だった為。

当初から2000～3000店舗の展開を目指していたため。

当時EOSは総合スーパーを中心に既に確立されていたため。

顧客である加盟店への情報システムサービス提供が業務であったから。

9/1: SEJはなぜEOSからIT化をスタートしたのだろう

- ・30坪の店舗で3000アイテムを超える商品を陳列できるようにするために、こまめな仕入れを実現するため。
- ・発注周りの業務で混乱が発生したため、そこから手をつけざるを得なかった。
- ・毎日、発注するためオペレーションを簡単にする必要があったため。
- ・少量多品種の商品を管理できるようにするため。
- ・各店舗の発注をとりまとめることで配送コスト削減するため。

9/1: SEJはなぜEOSからIT化をスタートしたのだろう

- ・アルバイトなど誰でも出来る必要があった
- ・店と本部ではなく、店とメーカーなので相手が多数いたためIT化したほうが便利
- ・IT化されていることで店舗側でも仕入れ状況などの集計がしやすい
- ・本部でまとめて注文ではなく、店舗ごとに注文するスタイルであり、かつ店舗ごとの注文数が2, 3個と少数なので、電話対応では効率が悪いため。
- ・仕入れ等について本部側で知りたい情報があり、データ共有するためにはシステム化が必要だった。
- ・仕入れの手順を統一・標準化する必要があり、これによって生産性を向上させたい
- ・情報を早く知るためにIT化が必要だった。
- ・仕入れのIT化は店舗と仕入先双方の生産性に影響するため優先した

9/2: SEJにとってPOSシステムはどういう意味を持つのだろうか

コンビニとPOSの関係

購買分析からロイヤルカスタマーを見つけ、FSPへ発展していった。

加盟店オーナー自身がマーチャンダイジングやOFCとのディスカッションが可能となった。

(が、忙しくて出来ない場合が多かった)

レジ業務の簡素化

バーコード(POS)の普及を行った。

加盟店が本部側のデータ収集に使われた

加盟店への商品販売のアドバイスが出来る(売れ筋調査が出来る)

クレジットやCM等、マルチメディアに対応出来た。

9/2: SEJにとってPOSシステムはどういう意味を持つのだろうか

- ・会計のスピードアップ、正確性
- ・商品の売れ筋・死に筋、購買層のリアルタイムなデータ収集
 - 分析して販売戦略・仕入れへの活用
 - PB商品の開発
- ・廃棄漏れお弁当等の賞味期限のチェック(レジで会計した時にチェックされた実体験あり)
- ・少量多品種の商品の効率的な在庫管理

9/2: SEJにとってPOSシステムはどういう意味を持つのだろうか

- ・販売傾向を掴む
 - ・売れる商品、売れない商品を抽出し、商品入替の参考にする
 - ・地域ごとに売れる商品、売れない商品をまとめ、メーカーへ提供
 - ・販売層(性別、年齢)が分かる。販売戦略に活かせる
 - ・季節によって売れるもの、売れないもの
- ・クレジット決済ができる
 - ・誰が(店員)が操作したから記録する(セキュリティ的に)
- ・POSを使用することで、扱えるもの(宅急便、収納などのサービス)が増えた
- ・簡単にスキャンできるのでアルバイトでも対応可能
- ・支払い時間が短縮できるので、回転率が良くなる。待ち時間が少ないので顧客満足にもつながる
- ・販売数が分かるので在庫管理に活用
- ・店舗ごとの売上を正確に把握し、ロイヤルティを徴収する(店舗側の不正防止)
- ・新店舗を増やす際の手順(教育)が統一できる

9/3: SEJはなぜ加盟店オーナーの使わないような高度は店舗情報システムを作ったのだろうか

システム利用料の値上げ

店舗の監査人が使用するため

リーダーとしての体面を保つため

IT化を印象付けるため(加盟店増加のため)

他社コンビニチェーンより情報システムが進んでいることをアピールするため。(加盟店増加のため)

9/3: SEJはなぜ加盟店オーナーの使わないような高度は店舗情報システムを作ったのだろうか

- ・高い使用料を取るため
- ・独立させないため(本部が情報を握る)
- ・小売店の経験が無い人でも安定した経営が出来ると宣伝する(思わせるため)
- ・本部側のOFCとディスカッション出来るようにして安心感を持たせる

9/3: SEJはなぜ加盟店オーナーの使わないような高度な店舗情報システムを作ったのだろうか

- ・ISDN普及のため
- ・新規加盟店を増やすための販促品・広告として活用
 - ・世の中のさきがけ的存在をアピール

9/4: SEJはなぜeコマース、電子マネーで出遅れたのだろうか

他のコンビニのeコマースの方法を観察・調査していた。

1998年の店舗情報システム更新に予算をかけすぎた。

予算が無くて光回線化ができなかった。

店舗の多さが仇になった。

セブンイレブンを危険視した他コンビニチェーンに仲間はずれにされた。

NECがローソンの相手をしていたため、セブンが後回しになった。

同業他社と組まなかった

電子マネー導入によるメリットがほぼ無かった。

9/4: SEJはなぜeコマース、電子マネーで出遅れたのだろうか

- ・技術がこなれてきた後発組のほうがコストが掛からずに導入できた
- ・先に導入して安定した経営状況が確立したため、実験的なことがやりづらかった
- ・圧倒的なシェアを持っているため、技術が普及してからの導入でも問題ないと判断した
- ・トップとしてのプライドがあり、eコマースへの参加をせず独立路線を取りたかった
- ・セブン銀行を設立しようとしており、既存の銀行との取引は重要視してなかった

9/4: SEJはなぜeコマース、電子マネーで出遅れたのだろうか

- ・他のコンビニと比べて資産が多く、eコマース、電子マネー導入によって資産を増やしたくなかった
- ・店舗数が多いので端末等の設置費用がかかる。入替にかかる費用も考慮した結果、出遅れた
- ・eコマースに「乗らず」と書かれているが、実際は他のコンビニから参画を拒否された
- ・セブンオリジナルの仕組みを構築したかった
- ・すでに一定数顧客を確保していたので、急いで電子マネーを導入する必要が無かった(電子マネーは顧客の囲い込み目的)