

通販事業者様へ

■ エスプレインがお手伝いできること 通販システム紹介

会社概要

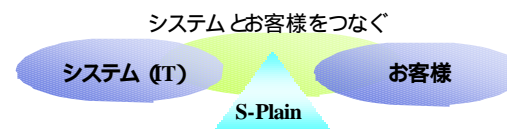
● 会社情報

社名	有限会社エスPLAIN
代表者	梅田 晴夫
設立	2004年9月
住所	大阪府大阪市淀川区西中島1-9-20 新中島ビル5階
HomePage	http://www.s-plain.jp

● 経営理念

「システム（IT）をわかりやすくお客様に伝えること」

わたしたちエスPLAINはお客様の立場に立ち、「わかりやすいシステム」を実現し、システムの価値をお客様にご理解頂けるように日々努力を続けます。お客様が便利にお使い頂けるIT（道具）をご提供し続けます。



● 実績

健康食品通信販売事業者
食品店舗通信販売事業者
旅行代理店（ホテル 客室予約システム連動 ネット販売）
広告代理店
賃貸家賃保証会社 (etc)

事業内容

● システムコンサルティング事業

『お客様の理想を実現するために』

お客様の理想を実現できるように、御社内調整、業務改善提案を致します。
課題解決を可能とするシステムの導入・調整・取り纏めを致します。
システム導入の有無にかかわらず、お客様をご支援させていただきます。

● システムインテグレーション事業

『わかりやすいシステム、こだわりを提供する』

システムインテグレーションとは、顧客の業務内容を分析し、問題に合わせた情報システムの企画、構築、運用などを一括して行なうこと。システムの企画・立案からプログラムの開発、必要なハードウェア・ソフトウェアの選定・導入、完成したシステムの保守・管理までを総合的に... 弊社ではわかりやすいシステム、こだわりを提供するために

経営者から現場、それぞれ立場が違うので、システムにできてほしいことも違います。
弊社オリジナルの提案書をご覧いただければ課題が一目瞭然。 目的、実現イメージ、効果を明確にすることで、常にわかりやすいシステムを提供できるよう心がけています。

**2つの事業を柱とし
特に通信販売事業者様に「わかりやすいシステムを提出する」展開に力を注いでおります。**

エスプレインの特徴 (通販事業者様へ)

●通販事業におけるITとは

通信販売にとってITはとても重要な道具である。

通信販売は全国のお客様を対象とすることが多いので、少人数で多くのお客様とやり取りするにはITという道具は必須となる。

お客様に確実に商品を届けること、商品代金を確実に回収すること。

店舗販売とは違い、見えないお客様に商品と共にサービスを届けること。

これらを円滑に行うためにITという道具を駆使することが重要であると考えている。

●エスプレインの特徴

通販事業者様の特徴、成長に合わせバランス取れた道具（IT）をご提供すること。

商品、企業特徴を把握し、戦略的に活用する道具から業務効率をはかる道具まで最適な道具をご提供すること。

お客様の目的を実現する道具を提供すること。

必要無い機能を持つ道具より、必要性の高い機能だけを備えた道具にこそ価値があると考えているため、

物（道具）作りが全てではなく、最適な道具を提供するため、調査した結果、他社を推奨することも可能である。

大切な事は、お客様が必要とされるものを的確に掴み、実現する手段を多く持つことである

通販システムの今後

● 通販システムの今後を考える（背景）

（一般に）

通販業界全体が成長を続ける中、今後は独自性を持った通販事業者が勝ち残ると言われている。独自性とは、有店舗小売との低価格競争に巻きこまれない「差別化が可能な商品」のことであるが、それだけでなく顧客セグメントの絞込みとリピート率の向上などが重要であると考えられている。通販は店舗を持たないため、販売管理費等のコストは抑えられるが、認知度UP等の販促費用にコストがかかるケースが多い。そのため物流コスト・代金回収コストなどの削減が課題となるため、売上に応じた業務の最適化は常に必要となる。マスに対する販促コストより既存顧客に対する販促コストが比較的小額のため、既存顧客のリピートに力を注ぐケースもあるが、顧客が見えていない状況では販促の効果は期待できない。

通販事業者が抱える課題は通販事業初期、通販事業成長期それぞれの状況により変わってくる。また、商品、会社の事業形態によっても変わる場合がある。

（弊社では）

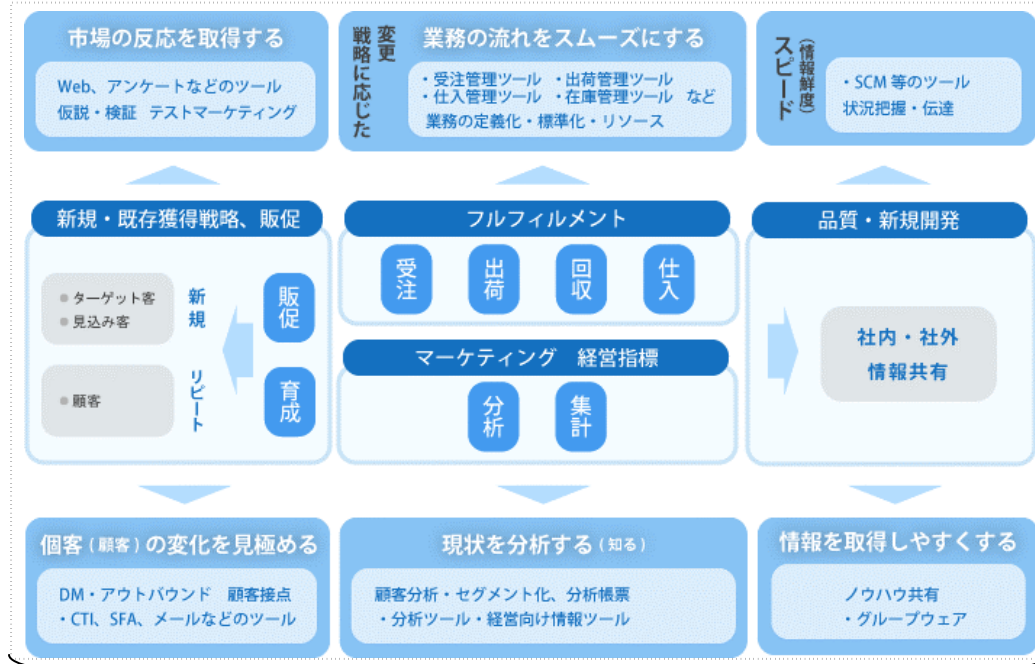
例えば、モール展開中心の事業者は、モール自体の管理費用が大きくかかるため、事業拡大をはかりたいが、モール上の制限がかかるため伸び悩む傾向にある。

リピートしない商品を扱う場合、新規獲得に力を注ぎ、市場に対してどれだけ早く商品を供給できるかが勝負のカギとなる。また、商品点数を増やすことで、多くの新規顧客獲得を目指す。リピートする商品を扱う場合、新規顧客がどれだけリピーターとなるかが勝負のカギとなる。獲得シェアの中でリピートさせることを常に目指す。

通販全般において、コストをかけない業務最適化への取り組みは必須であるが、今後は顧客戦略が重視されるべきであり、戦略による業務の影響まで考えたシステム作りが必要となると予想される。

弊社はお客様の変化に対応できるシステムを常にご提供することが可能です。

弊社が考えるシステム導入のポイント



戦略面 情報活用した戦略のPDCAサイクル ダイレクトマーケティング

集計・分析

- ・売上系、仕入系の集計結果
- ・商品、媒体(販促)系の集計結果
- ・回収系の集計結果
- ・顧客分析、商品分析(見込み客管理)

販促

- ・分析による効果的な販促
- ・分析による地域、年代等の販促戦略

DM等

- ・分析による効果的なDM(リピート率アップ)
- ・分析によるアウトバウンドの実行

(情報の活用)

業務により蓄積された情報を集計・分析に利用する
経営の指標として利用

(戦略による業務の見直し)

戦略により、情報を受け取る受注を始め業務側に影響がある

業務面(フルフィルメント)

チャンネル拡大や業務効率化は

売上に応じて ~ を繰り返し拡大する

受注

- ・チャンネルの拡大(EC,TEL,FAX,葉書等)
- ・受注業務の効率化(EC取込,CTI,OCR等)
- ・情報の取得(顧客、販促結果等)

梱包

- ・ピッキング方法の最適化
- ・梱包作業の効率化
- ・検品管理

- ・梱包物と同梱する販促物添付

出荷

- ・出荷検品管理
- ・各配送業者との連携(送り状など)
- ・代金回収

- ・顧客支払方法の充実

- ・ネット通販 カード決済

- ・代金回収代行の利用(コンビニ,代引,郵振,カード)

- ・後払いの自動督促管理

在庫

- ・在庫管理、入庫・出庫管理
- ・ロット、賞味期限、製造年月日管理
- ・適正在庫

発注・仕入

- ・発注管理、納期管理
- ・買掛、支払等

弊社が考える成長に合わせたご支援のポイント

● 通販事業者様の成長に合わせたご支援のポイント

・ 通販事業初期

事業展開

短期、中期的な目標、計画

コンセプト、戦略

商品、顧客、販促、チャネル、支払、配送

リソース

内部リソース、外部リソース（アウトソーシング先）

販促効果測定（テストマーケ）

必要な集計、分析帳票の用意

業務基盤の整備

受注～代金回収までの業務設計、運用

必要最低限のシステム機能をご提供できること

システム投資範囲を考える

業務中心で運用され
効率化としてのツールを
導入する
(一般的なツールを推奨)

・ 通販事業成長期

事業展開

中期、長期的な目標、計画

戦略

商品、顧客、販促、チャネル 拡大

リソース

内部リソース強化、外部リソース強化（アウトソーシング先）

販促効果測定（テストマーケ）

独自の分析帳票の用意

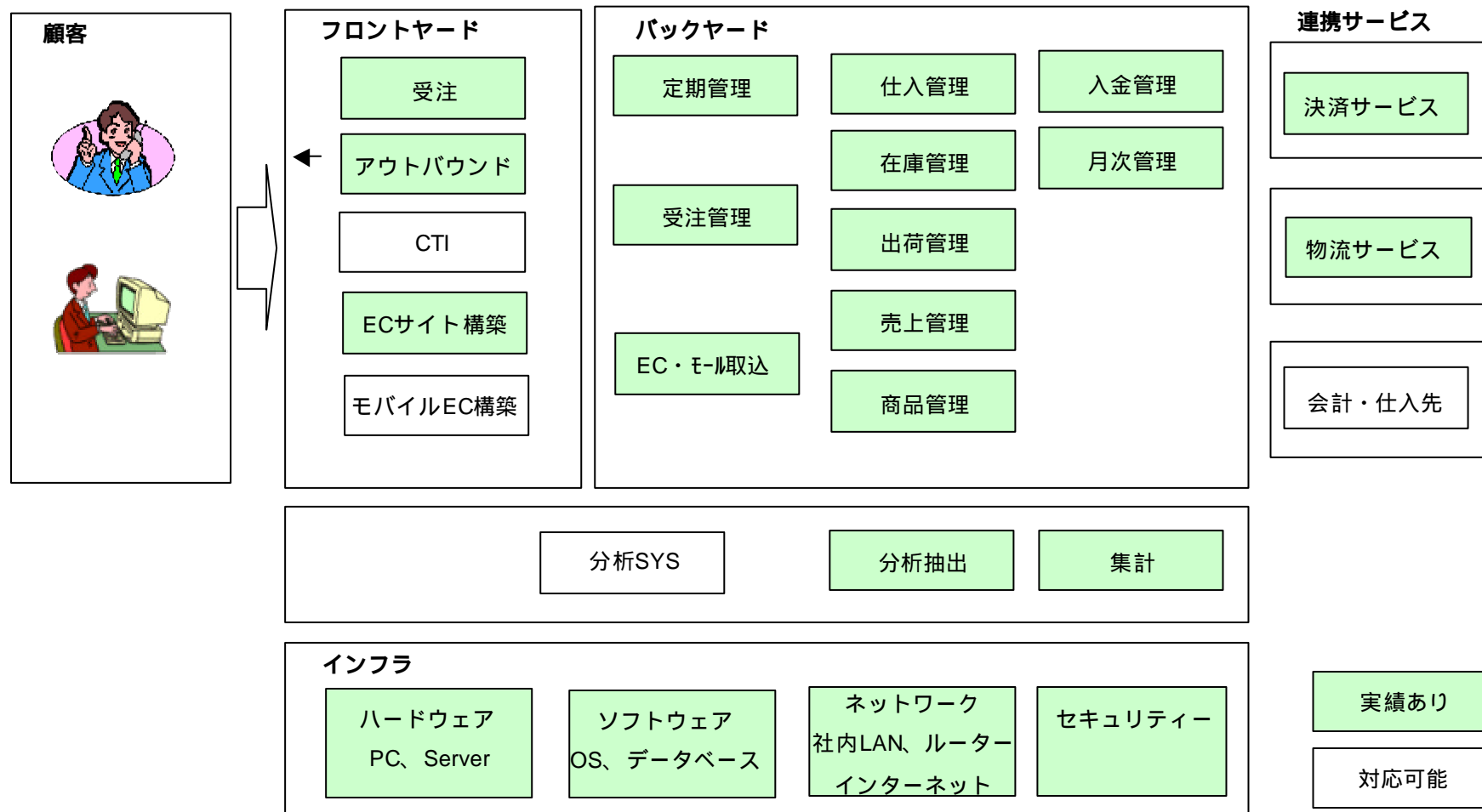
業務基盤の見直し

受注～代金回収までの見直し 受注強化 発送強化 回収強化のサイクル化

戦略が業務に影響する
業務全体が連携の取れた
ツールを導入する
(独自性が強いカスタマイズツールを推奨)

弊社がご支援できるシステム上のポイント（機能）

● システム側から見たご支援のポイント



弊社は総合的なサービス（ワンストップサービス）が可能です

弊社通販システム導入の実績

● 弊社の代表的な実績のご紹介

導入先企業例

- ・通販業種 健康食品（サプリメント）取扱企業 単品系通販
- ・会社規模 売上高100億円以上
- ・商品価格 1,000円～10,000円以内
- ・購入形態 80% 定期購入「毎月お届け」（リピート）
- ・購入チャネル TEL、FAX、葉書、Web（PC、携帯）
- ・媒体 Web、TV、NP、FPなど
- ・支払方法 コンビニ、郵便振替、代引、自動引落、カード（Web）

弊社提供システム

- ・導入システム 受注から代金回収までの総合通販システム ECサイト 物流のシステム 分析サーバ
- ・ハード系 稼働率99%以上のクラスタ構成 サーバ、ストレージ導入
ECサイトの大手センター導入
- ・支援 システムのプロジェクトを取り纏めるコーディネート
- ・データ量 顧客100万件以上、受注件数 4000万件以上 1日1万件以上の出荷

導入実績の全体イメージは次ページをご覧ください

参考 (通販システムの開発実績)

システム実現範囲

