

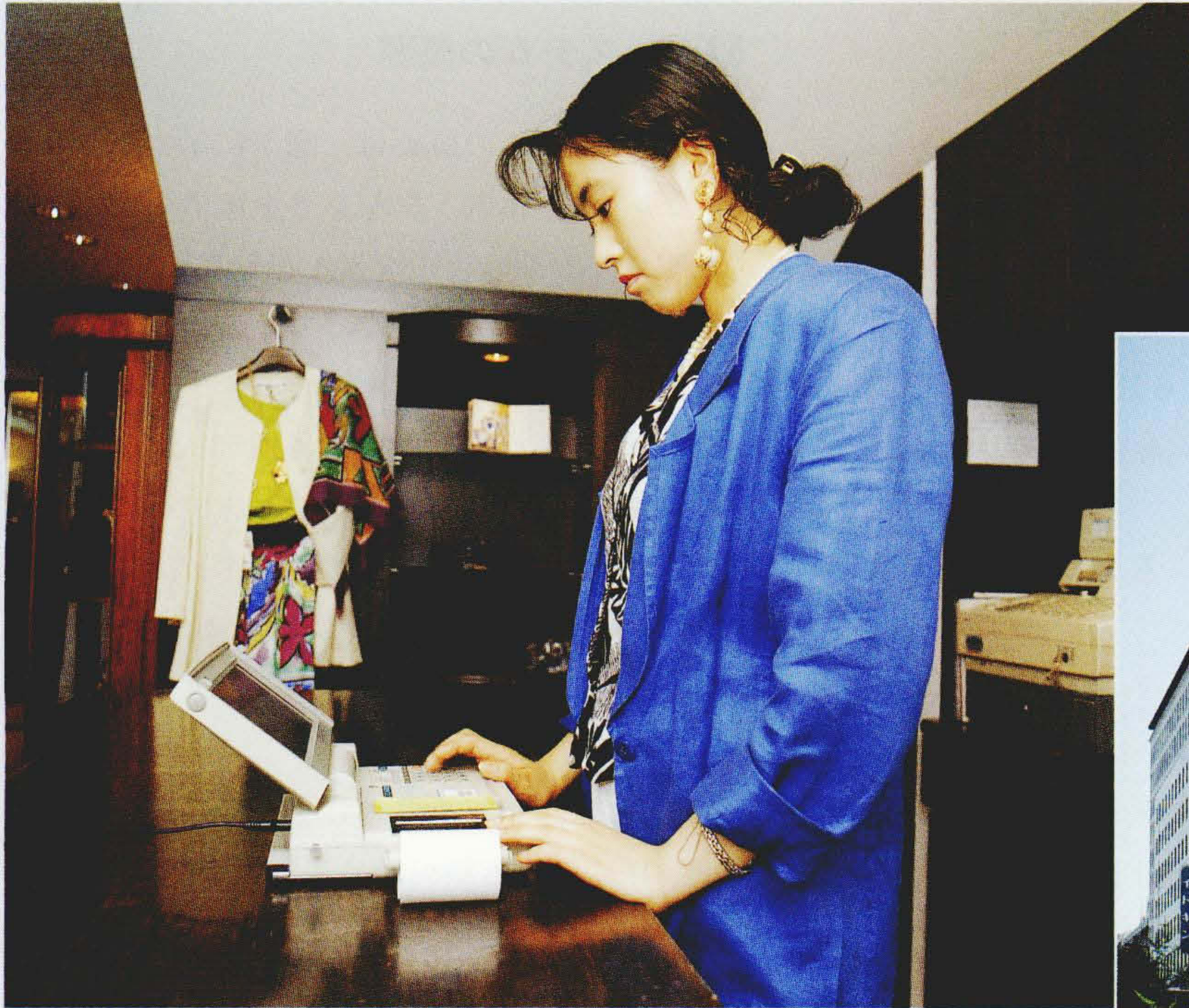
イトキン株式会社における全国店舗端末 オンラインシステム

Nationwide Shop Terminal Online System

川北 豊* *Yutaka Kawakita*

田林啓二** *Keiji Tabayashi*

岸田功理*** *Katsumasa Kishida*



イトキン株式会社本社ビルと店頭端末入力風景
を入力することができる。

全国店頭でバーコードリーダとタッチパネルによる簡単な操作で売り上げデータなど

近年アパレル業界は、DC (Designer's and Character's) ブランドの大ブーム後も、イタリアを中心とした欧州系高級ブランドブームにより、高成長を遂げてきた。しかし、現在ではバブル経済の崩壊とともに、消費者は単に流行を追うだけでなく、自分の個性にあったスタイルであるか、価格に見合った品質であるか、といった面を重視し始めた。消費者のニーズは、大衆の時代から小衆の時代、さらに

パーソナルニーズへと移行している。

イトキン株式会社では、この変化の激しい市場環境の中で、多種多様な消費者ニーズにこたえる商品をタイムリーに提供するため、顧客との窓口である店頭の情報をすばやく収集・分析して、経営戦略に反映できる情報システムを日立VANを用いて構築し運用している。

* イトキン株式会社 システム開発本部 ** 日立製作所 関西支店 *** 株式会社日立情報システムズ

1 はじめに

イトキン株式会社は、昭和25年の創業以来「世界のファッション……イトキン」というスローガンのもとに常に新しいファッションの創造へと力を注いできた。

「ファッションの交流を通じて、世界の人々の生活文化の向上に貢献したい。」というのが創業以来の一貫した方針である。

新世代層の成長とともに大きな変革期を迎えているファッション業界にあって、イトキン株式会社は創造性、革新性、行動力をもって多種多様な消費者ニーズに合った企画、商品化を推進し供給するため、全国に多数の専門店をチェーン展開してきた。現在では、全国広域に2,200店舗の規模にまで達している。

イトキン株式会社では、昭和63年から日立VANを利用した全国店頭端末オンラインシステムを構築し、サービスを開始した。

ここではその主な内容について述べる。

2 システム導入の背景

昭和60年イトキン株式会社では、第一次店頭端末システムのサービスを開始した。このシステムは、それまで売り上げ日報を手作業によって日々集計していたものを商品バーコード入力に変更し、本社センターに集中伝送・処理させるもので、これにより、現場の作業工数を削減することに成功した。

しかし、この業界は消費者ニーズの個性化、多種多様化など市場環境の変化が激しく、これに対応するにはまだ十分なシステムとは言えなかった。そこで、第二次システムでは以下の目標を掲げた。

- (1) 商品の売り上げ情報、在庫情報をスピーディに収集し単品管理する。
- (2) 収集した情報を即座に集計分析し、社内商品企画部門などへフィードバックする。
- (3) 情報量の増加に伴う大規模なネットワークシステムを構築する。

しかし、この目標を達成するには、以下の問題点を解決する必要があった。

- (1) 情報量の増大に伴い、当日のデータ処理を翌朝までに終了させるためには、店舗の営業時間終了後、相当時間残業しないと処理できない。
- (2) 店舗の営業形態は、本社と違い休日、祝日、年末年始も営業していることが多いためホストコンピュータ運

用要員を増員し、かつシフト勤務に変更する必要がある。

- (3) 全国2,200店舗のデータを本社ホストで集中伝送・処理させるには限界があり、伝送費用もかなり増大する。

そこで検討の結果、豊富な運用経験、リソースを持ち、全国に高速ネットワークを提供している日立VAN、およびVANのホストマシンを利用してこのシステムを開発し、サービスを提供することとした。さらに、日立VANを社内電話・ファクシミリ通信にも活用することとした。

3 システムの概要

このシステムの概要は、図1に示すとおりコンピュータセンターホストマシンと全国の事業部、支店端末および2,200店舗の店頭端末とを日立VANによって接続したトータルシステムとなっている。

各店舗では、店頭端末のバーコードリーダとタッチパネルによる簡単な操作で、各種データを入力できる仕組みになっており、売り上げ情報を中心に仕入れ、返品、在庫データを最寄りのアクセスポイントに伝送することによってVANホストマシンに集め、その後、コンピュータセンターホストマシンへデータを送り、集中処理している(図2)。

夜間には、バッチ処理によって各種統計データを作成し、翌日には各店舗へ商品管理表などをVANホストマシンを経由して送っている。

さらに、商品を企画運用する各事業部に対しては、問い合わせ処理によって前日までの詳細な売上実績、商品出入、在庫状況などマーケティングデータが提供され、経営戦略の面にも大いに役立っている。

これらの情報は、各店舗では店舗のデータを検索することができるため、在庫の状況によってはタイムリーに商品の店間移動も実施している。

4 日立VAN導入による効果

4.1 本社システム部門の運用負荷の低減

全国店舗からの集信処理をVAN側に任せることによって、煩わしい夜間の運用作業を低減することができた。

また、休日、祝日、年末年始もVANは無休で運用しているため、システム要員の休日出勤も不要となり大幅な人件費の削減効果を上げることができた。

4.2 通信費用の削減

日立VANの全国のアクセスポイントを利用することにより、各店舗では最寄りのアクセスポイントまでの通信費だけを負担すればよく、全社的に大幅な通信費の削

イトキン株式会社ネットワーク系統図

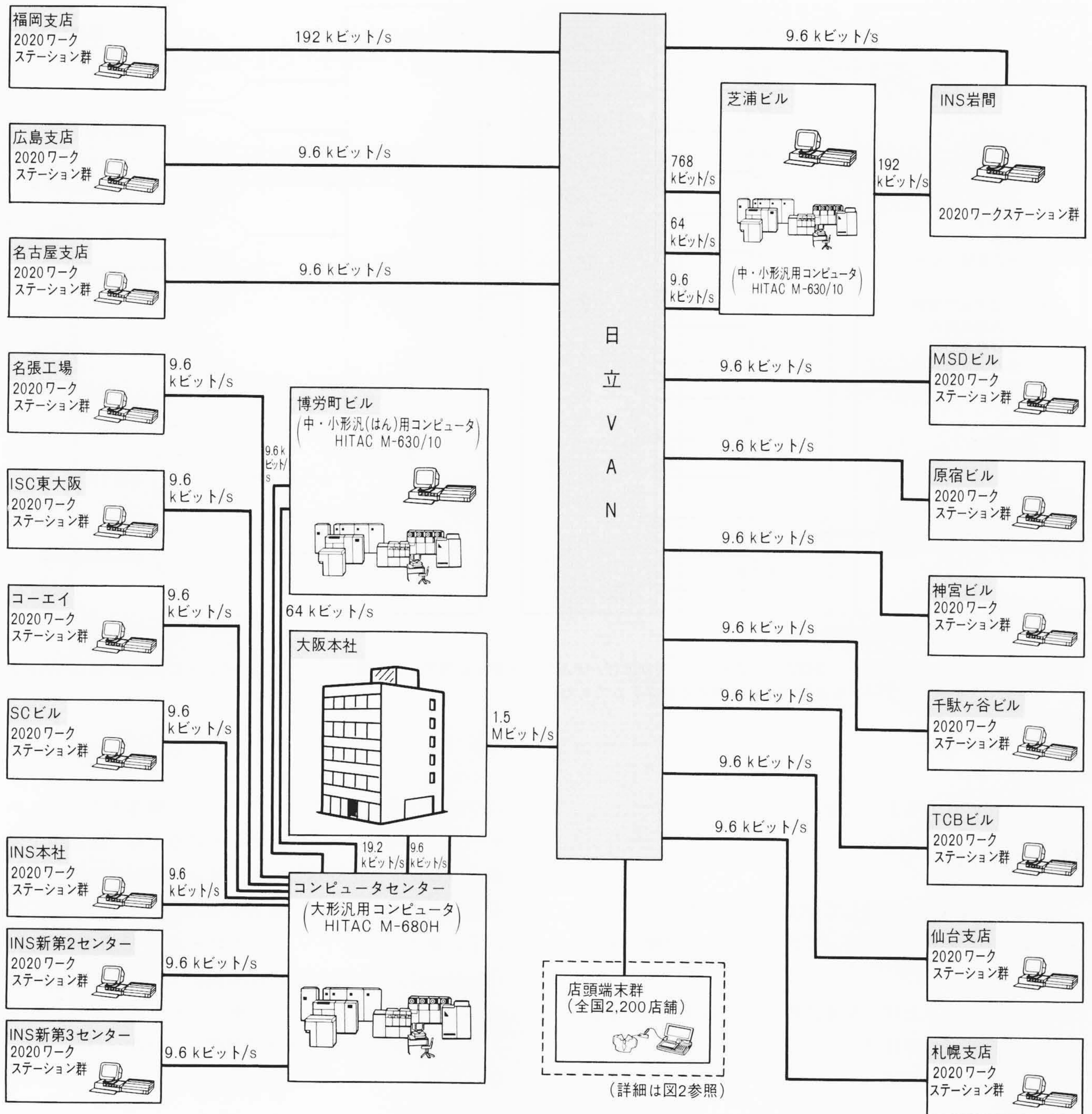


図1 イトキンネットワーク系統図 全国の支店・事業所および2,200店に及ぶ店舗端末を日立VANを用いて接続したトータルシステムである。

減を実現できた。

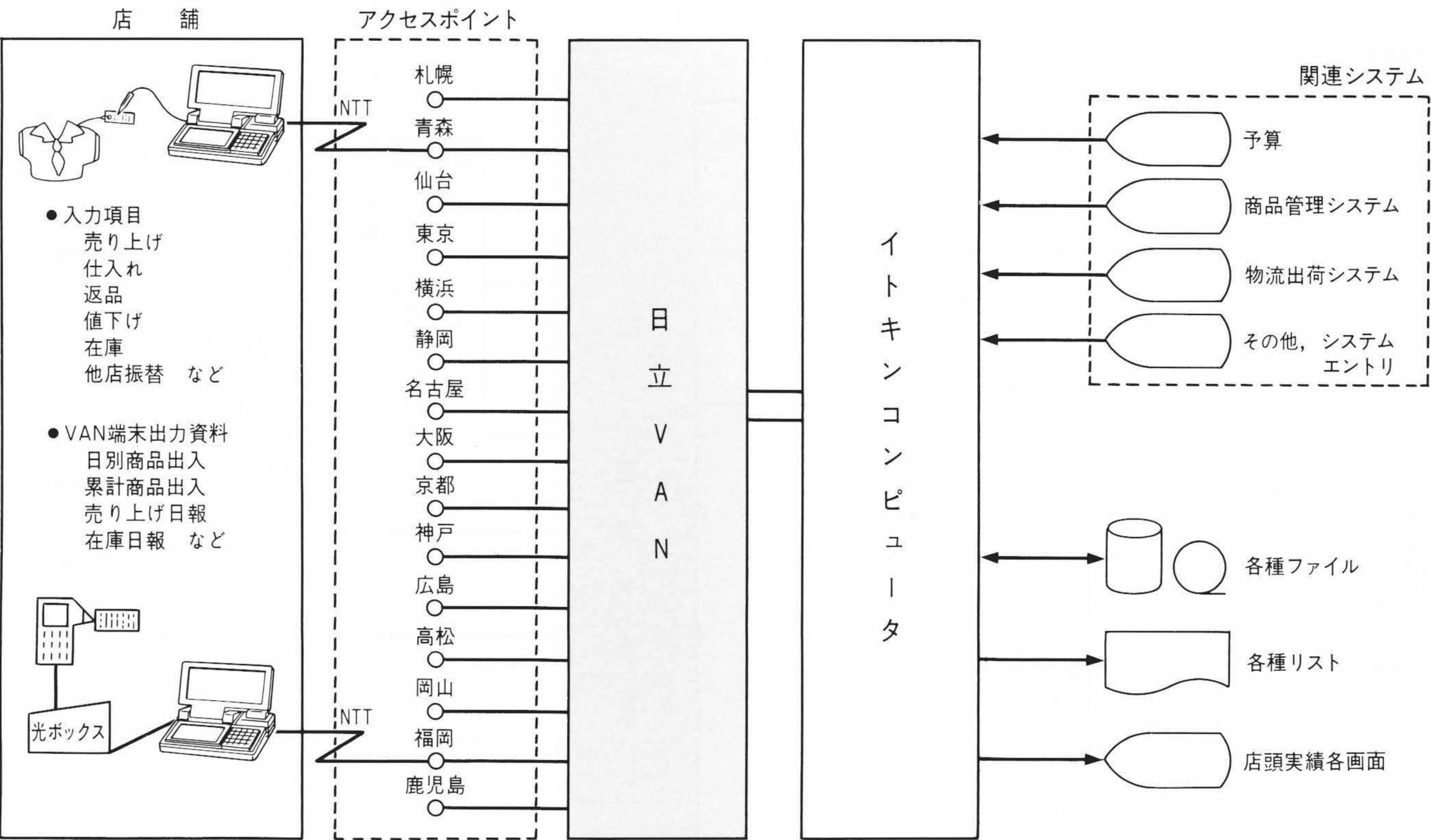
4.3 ピークに合わせた設備投資の削減

日立VANの豊富なリソースを利用できるため、従来のピークに合わせた設備投資が不要となり、煩わしいリソース管理業務から解放された。これもEDP(Electronic

Data Processing)費用の投資額の低減に大きく貢献している。

4.4 ネットワーク管理工数の低減

全国2,200店舗とのネットワーク接続管理はすべてVAN側で対応するため、新規に店舗を開設、移転などの



注：略語説明 NTT（日本電信電話株式会社）

図2 店頭システム概略図 全国2,200端末から、売り上げ、仕入れ・在庫などのデータを最寄りアクセスポイントに伝送し、またVANセンターを経由して各種統計データを全国端末に配信するシステムである。

作業が迅速に行えるようになった。

5 おわりに

現在、日立VANを利用して全国店舗端末オンラインシステムサービスの提供を行っており、当初の目標であった、

- (1) 各店舗の売り上げ、在庫情報などの即日収集および集計・分析結果の翌日フィードバック
- (2) 運用コストの低減

については達成できた。今後さらに、顧客とのコミュニケーションの場である店頭を第一に考える「店頭至上主義」のモットーを継承し、店頭オンラインシステムによる単品管理、在庫管理、顧客管理の充実を図ろうとしている。また、経営トップのスローガンであるP.P.W (Partnership Prosperity Welfare……繁栄と福祉のための協調)の精神をもって今後ともトータルファッション界のリーダーとして社会に貢献していかなければならないと考えている。