

# フジオックス・経営改革への挑戦(上)

事業所ごとの売上高は把握できても利益の確定が遅い。事務処理に一貫性がない。情報が全社で共有されにくい。事業分野が広く、事業所の数が多い企業ほど、多かれ少なかれ、このような悩みを抱えているといえるだろう。激しい変化の時代を生き抜くために、いまLPガス企業には業務の効率化と標準化とともに、経営のスピードアップが求められている。このため経営トップにとって、社長室でパソコンを操作すれば居ながらにして全事業分野、全事業所の事務内容、さらには社員一人ひとりの成果まで把握できれば理想。ところがこれに、これまで事業・業務分野ごとに分散していた管理システムを一元化し、ネットワークを利用したパソコンの活用を図ることで、その理想をほぼ実現に近づけている企業がある。



藤本社長

フジオックス(東京・荒川区、藤本孝雄社長)は、LPガス、産業ガス、医療用ガスとその関連機器設備、化学品などを幅広く扱うガス関連の総合商社。各種ガスの製造・充填基地として生活関連部門の越谷工場(埼玉県越谷市)、生産関連・化学関連部門の幸手工場(同幸手市)を持ち、関東を中心に東北、甲信越、近畿に13営業所を展開。うちLPガス部門の売上高は全社の37%占め、卸・オートガスのほか、直売顧客数は簡易ガス事業4700件を含め一方80000件を数える。



全営業社員がパソコンを活用(越谷営業所)

事業所ごとの売上高は把握できても利益の確定が遅い。事務処理に一貫性がない。情報が全社で共有されにくい。事業分野が広く、事業所の数が多い企業ほど、多かれ少なかれ、このような悩みを抱えているといえるだろう。激しい変化の時代を生き抜くために、いまLPガス企業には業務の効率化と標準化とともに、経営のスピードアップが求められている。このため経営トップにとって、社長室でパソコンを操作すれば居ながらにして全事業分野、全事業所の事務内容、さらには社員一人ひとりの成果まで把握できれば理想。ところがこれに、これまで事業・業務分野ごとに分散していた管理システムを一元化し、ネットワークを利用したパソコンの活用を図ることで、その理想をほぼ実現に近づけている企業がある。

## 利益の確定を早め、業務効率化

### 「スーパーX」で経営スピードアップ

成7年から、従来のオフコン系システムをパソコン系システムに切り替えていったが、当初導入したシステムはいくつかの課題を抱えていた。一つは一般高圧ガスの容器管理、同販売管理、LPガス(販売・保安管理、顧客管理)の4分野でそれぞれ別々のシステムを導入したため、データベースが分散し、使いづらかったこと。例えばLPガスと溶接機材で共通の顧客が発生したような場合、顧客データはそれぞれのシステムに入力する必要があった。

第二には、例えば商品を買った営業社員が売上高を計上する場合、まづ伝票を手書きで作成し、女性事務員が伝票を

見て入力するため、二重の手間がかかっていた。商品知識の乏しい女性社員では、入力時にミスを犯す可能性もある。第三には、データ入力には本社の経理部で集中して行っていたため、各事業所には事務処理の方法に個性があつて、全社で標準化されていなかったという面もある。

企業特性に合った統合管理システム導入

同社は先にもみたように事業分野が多岐にわたるため、扱われる商品の種類が極

めが多い。しかも事業所数も多い。

このような企業特性に合致した統合型のデータベースで顧客管理を行い、利益の確定を早めた。業務の効率化、一般事務の標準化も図られた。

このように要望に応えたのがカナデンブレインのLPG統合情報管理システム「スーパーX」だった。

導入したシステムは、全社の販売管理、LPガスの配送・容器管理、一般高圧ガスの販売管理と容器管理を基幹システムに、LPガス充填システム、銀行自振、コンビニ決済、LPガス集中監視システム、新容器購入、容器検査などのサブシステムを連携させている。

一般高圧ガス・溶材、化学関連部門の販売管理は標準機能で行い、売上げ画面はそれぞれの商品向けにカスタマイズし、一般高圧ガス容器管理機能と出荷ハンディシステムを追加した。

同時に営業事務用に33台、90人の営業社員には

「スーパーX」で経営スピードアップ

営業利益レベルの数字が翌月に確定

これによりデータベースを活用した計数管理や顧客管理が行き届き、経営情報が把握できるようになった。

経営にスピードが求

各1台と計123台のパソコンを導入した。営業社員のパソコンはweb版ブラウザを使って入力できるノート型パソコン。全社では129台のパソコンを運用しており、本格的な稼働を始めたのは今年3月から。

運用の実際は、LPガス部門の直売担当営業社員でいえば次のようにな

営業社員が自らデータ入力

営業社員がガスコンロを受注したとき、営業社員がまずその成果をパソコンに入力すると売上伝票兼納品書が出てくる。と同時にデータは「A営業所のB社員がいつどの顧客に何を販売したか」という明細が社内ネットワークで本社に配信され集積される。集積されたデータは個人、営業所、部門ごとの販売実績や顧客管理など必要な資料に加工できる。

営業社員が入力するデータは売上げだけでなく、仕入れ、発注、保安点検調査、顧客情報照会からクレーム処理等に至るまで多様。

営業社員がガスコンロを受注したとき、営業社員がまずその成果をパソコンに入力すると売上伝票兼納品書が出てくる。同時にデータは「A営業所のB社員がいつどの顧客に何を販売したか」という明細が社内ネットワークで本社に配信され集積される。集積されたデータは個人、営業所、部門ごとの販売実績や顧客管理など必要な資料に加工できる。

営業社員が入力するデータは売上げだけでなく、仕入れ、発注、保安点検調査、顧客情報照会からクレーム処理等に至るまで多様。

営業社員がガスコンロを受注したとき、営業社員がまずその成果をパソコンに入力すると売上伝票兼納品書が出てくる。同時にデータは「A営業所のB社員がいつどの顧客に何を販売したか」という明細が社内ネットワークで本社に配信され集積される。集積されたデータは個人、営業所、部門ごとの販売実績や顧客管理など必要な資料に加工できる。

営業社員が入力するデータは売上げだけでなく、仕入れ、発注、保安点検調査、顧客情報照会からクレーム処理等に至るまで多様。

営業社員がガスコンロを受注したとき、営業社員がまずその成果をパソコンに入力すると売上伝票兼納品書が出てくる。同時にデータは「A営業所のB社員がいつどの顧客に何を販売したか」という明細が社内ネットワークで本社に配信され集積される。集積されたデータは個人、営業所、部門ごとの販売実績や顧客管理など必要な資料に加工できる。

営業社員が入力するデータは売上げだけでなく、仕入れ、発注、保安点検調査、顧客情報照会からクレーム処理等に至るまで多様。

営業社員がガスコンロを受注したとき、営業社員がまずその成果をパソコンに入力すると売上伝票兼納品書が出てくる。同時にデータは「A営業所のB社員がいつどの顧客に何を販売したか」という明細が社内ネットワークで本社に配信され集積される。集積されたデータは個人、営業所、部門ごとの販売実績や顧客管理など必要な資料に加工できる。

営業社員が入力するデータは売上げだけでなく、仕入れ、発注、保安点検調査、顧客情報照会からクレーム処理等に至るまで多様。