

SAP 成功事例



SAP® BWは、日々SAP® R/3®に蓄積されていく膨大なデータや、社内外からの様々な情報を、あらゆる角度から分析可能な新世代のデータウェアハウス・ソリューションです。株式会社ヨドバシカメラでは、5億件のデータを格納したSAP BWによるデータウェアハウスを最大限に活用することで、変化の激しい環境にも迅速に対応し、さらなる売上、利益向上を目指しています。

ヨドバシカメラ



株式会社ヨドバシカメラ

膨大な情報を価値のある情報資産へSAP Business Information Warehouseが、ヨドバシカメラの「情報武装」を支援する

取引先、そして顧客がもたらす膨大な資産情報を企業経営に活かす

パソコン、デジカメ、電化製品。情報家電機器小売業の株式会社ヨドバシカメラでは、早くからSAP R/3の可能性に注目しており、1995年にSAP R/3の財務、管理会計を、96年には人事管理モジュールを導入。「売上計画から利益計画へ」という同社の経営方針転換と「キャッシュフロー重視の経営実現」をSAPのソリューションが支えてきました。97年末からはSAP for Retailを導入し、「ヒト、モノ、カネ、情報」の統合を実現、ヨドバシカメラの基幹業務は完全リアルタイム処理が可能となったのです。同時に、取引先とのEDI（電子交換データ）を構築、商品の仕入れから、在庫管理、店頭での販売までを結ぶヨドバシカメラのサプライチェーンマネジメントを展開しています。100万種類を超える製品群、それを供給するための400社にのぼる取引メーカ、ゴールドポイントカードを通じてもたらされる延べ1,300万人にのぼる顧客情報、さらに2,500名の従業員の人事情報と全国19店舗の売上と会計データ。同社では膨大な経営情報の戦略的な分析と意思決定支援のために、98年10月にSAP BWの採用を決定。約3.5カ月の短期導入後、綿密なテストを重ね、99年5月よりSAP BWを本稼働させています。

SAP R/3との高い親和性とExcelによる使いやすい インタフェース

急激に変化する経営環境において、長期、短期の戦略策定には、過去の膨大なデータから必要な情報だけを選び出し、時系列、プロダクト別のデータ分析や、仮説を立てながらのシミュレーションが意思決定に不可欠です。「SAP BWはSAP R/3のデータの中から必要な情報を見やすい形に表示できる。情報の分析を行うには、当然ながら抽出される情報が正確で、データの出所が明確であること、つまり正規化を迅速に行えることが重要です。SAP R/3と最も親和性の高いSAP BWはそれを迅速に行うことが可能だったのです。またフロントエンドが使い慣れたExcelなので操作性も良く、社員もストレスを感じずSAP BWを活用しています」（株式会社ヨドバシカメラ 常務取締役 兼 業務本部長 藤沢和則氏）現在ヨドバシカメラでは多くの社員が、それぞれの業務でSAP BWによる情報集計、分析を行っています。

現場に必要なレポートが直ぐ手に入る

SAP BWによって、カテゴリーマネージャと呼ばれる仕入れ担当は、仕入先との交渉の際、過去の販売実績を自分なりに分析した上で商談に臨むことが可能となりました。また店長など、売り場と従業員を直接目にする立場の社員がSAP BWを使うことで、売り場作りや人材配置に即応できます。しかしながら、藤沢氏は、SAP BWの活用で最も重要な点は機能性ではないといいます。「SAP BWの細かな機能性うんぬんではなく、SAP BWという分析ツールの存在自体がむしろ重要

なのです。必要な時に必要なレポートが手に入ること、そこに価値があるのです」（藤沢氏）独自のレポートを用意しておけば、日々の業務で必要なレポートをタイミング良く取り出すことができ、それをマネジメントが日々のチェックに使うことによって、Plan/Do/Seeのサイクルを滞りなく回すことができる。それはごく小さなグループでも可能であり、レポートは全社的に均一なものである必要はなく、各人が個人的に応用できるものだというのです。「現場に直結したレポートが容易に

作成できること”が大切であり、現在もそのレポート作りのための問い合わせが、毎日現場からひっきりなしにあるということです。「さらに重要なことは、分析に必要な項目は日々変化していくものであり、何かの時に直ぐに対応できるかどうかです」（藤沢氏）新製品が毎日のように生まれ、消費者を取り巻く環境も激しく変化しています。それに対応した戦略を立て、大

胆な仮説を瞬時に検証できるデータウェアハウスを、現場の人間が直接使いこなしていくことがどうしても必要になります。藤沢氏は「それができれば自信をもって商売していける」と強調します。

先進的なサプライチェーンの展開へ

SAP BWを最大限に活用しているヨドバシカメラのシステムは、藤沢氏の「小売業はリアルタイム性が非常に重要である」との言葉どおりに、サプライチェーン全体においても極めて即時的な処理を可能にしています。例えば、欠品による販売機会損失を極力減らすことに成功し、在庫の適正化も実現。さらにPOS販売データから利益やキャッシュフローをリアルタイムに把握しています。また、サービスの多様化も推し

「取引先、そして顧客がもたらす膨大な情報資産をいかに企業経営に活かしていくか。SAP R/3の資産を十分に活かせるデータウェアハウスとしてSAP BWを選びました」

株式会社ヨドバシカメラ 常務取締役 業務本部長 藤沢和則氏

進められています。マーケティングにおいては、SAP BWにより販売データとポイントカードによる顧客情報を連携させることで地域性や顧客年齢など購買動向を多角的に分析、これをダイレクトメールのセグメンテーションに反映させています。さらに、バスケット分析による購買パターン分析や、一人ひとりの顧客への情報提供を通じて行う“one to one”マーケティングへの対応も検討されており、ヨドバシカメラの新しいビジネスモデルへの積極的な取り組みは、留まることを知らないほどです。

ヨドバシカメラのもう一つの「店舗」オンラインショップを支えるSAPソリューション

ヨドバシカメラではインターネット上のオンラインショップを97年にオープンして以来、驚異的な勢いでその売上高を伸ばしています。このオンラインショップを陰で支えているのもSAP R/3です。お客様がインターネットの画面で注文した瞬間から、SAP for Retailにより注文は自動的に処理され、データはSAP BWに蓄積されます。人手をほとんど要しないこのオンラインショップは、ヨドバシカメラの超効率経営を実現するもう一つの「店舗」として大きく位置付けされています。SAP BWの担う役割はヨドバシカメラのビジネス戦略にとって非常に重要なものとなっています。

ソリューション概要

ハードウェア	hp superdome
オペレーティング・システム	HP-UX
データベース	Oracle
ユーザ数	3,000人
SAP BWのサイズ	400GB
導入期間	3.5カ月

THE BEST-RUN BUSINESSES RUN SAP



SAP ジャパン株式会社
〒100 - 0004
東京都千代田区
大手町1丁目7番2号
東京サンケイビル
TEL 03-3273-3333(代表)
FAX 03-3273-3339
<http://www.sap.co.jp/>