CASE STUDY

有限会社安田精米

純国産クラウド型統合ビジネスアプリケーション
Knowledge Suite

食料品製造業　米穀卸売業

事業内容：米穀類の仕入れ・販売／創業：1943 年
従業員数：32 名／ URL：https://yasuda-seimai.com/

管理部 業務課・経理課 係長
越智 聡 様

「これだったら使えそう」
IT に不慣れでも属人化された名刺を簡単にデータ化

有限会社安田精米様は、日本三大稲荷「最上稲荷」で有名な岡山市の西部、備中高松にある米穀卸メーカーです。
創業して 80 年、現在の取引店舗数は 400 店舗を超え、中四国でも有数の米卸業者となります。
今回、安田精米様は、社内コミュニケーションの効率化を見据え、営業支援ツール『Knowledge Suite』を導入されました。
そこで本事例では導入推進を担当された越智様にその経緯と詳細を伺いました。

※本事例は『Knowledge Suite』の販売パートナーである、株式会社百十四銀行様を通じてご紹介いただきました。

導入目的

- 拡大しつつある会社規模に合わせて、社内コミュニケーションの効率化を図りたかった
- 紙の名刺をファイリングしていたが、情報の閲覧性に問題があり効率化の方法を探していた

課　　題

- 名刺情報や営業情報は一部属人管理されており、会社としていつでも情報を閲覧できる体制ではなかった

導入効果

- 属人化していた名刺情報のデータ化に成功し、社内情報を集約するための体制が整った

運用方法

- 営業担当者が獲得した名刺を、見込みレベルに応じてランクの振り分けを行ってから名刺の取り込みを実施

BEFORE

名刺情報や営業情報など、
社内に様々な情報が散らばり、
各人の**情報共有が非効率な状態**になっていた

AFTER

『Knowledge Suite』に情報を蓄積する
ことで情報のハブとして活用
今後は社内**コミュニケーションの中心**としての役割を期待

岡山に根ざして80年。会社規模の拡大に合わせてDX化への一歩を踏み出す

まずは貴社の企業情報や業務内容についてお聞かせください。

越智様　当社について一言で言えば、米穀卸メーカーです。主な事業としては、まず農家様から玄米を仕入れて、精米を行ってから、飲食店やスーパーなどの量販店にお米を卸すのがメインとなります。 当社は、精米用の工場も自社で持っており、取引先への製品配送なども自社で行っています。

他社様の場合ですと、配送に関しては他の業者さんにお任せしている場合もありますが、当社は営業担当がセールスドライバーとして配送も兼ねており、直接店舗を回っています。その際、バイヤー様や店舗の担当者様と直接名刺交換をしてお話させていただく機会がございますので、お米の卸しだけではなく付加価値をつけるという意味で、売り場づくりのご提案やおいしいお米の炊き方などのプロデュースもさせていただいています。

主な取引先は地元岡山県の量販店がメインになるのですが、近年では広島の取引先も増え、それに対応するために広島県内にも営業所を設置して、規模を拡大させています。

『Knowledge Suite』のようなビジネスアプリケーションを探し始めた経緯についてお聞かせください。

越智様　私は管理部の係長として、主に売掛金や買掛金の管理といった経理・財務を担当しておりまして、その他にも社内の事務的な部分も包括的に管理しています。これまで当社はビジネスアプリの類は一切使っていませんでした。社内ではまだ会社支給の携帯もいわゆるガラケーを使用しています。スマートフォンが便利なのは分かるのですが、なかなか使いこなせるところまで行けていない状況でした。

そのため、情報共有などの社内コミュニケーションは主にメールや電話を活用しており、やはりそういったコミュニケーションが中心になることで、「**言った言わない**」のような状況も発生していました。

加えて、当社では名刺情報の管理なども紙の名刺をファイルに入れて管理しておりまして、名刺情報を確認するときは逐一ファイルを取り出してペラペラめくって…といった具合でやっていたため効率的な管理ができていませんでした。

当社としても、**徐々に拠点を増やして、会社としても大きくなりつつある段階なので、IT化にも踏み出していかないとどうにもならない部分もある**なと思いまして、今後を見据えて「何か良いものはないか」と探していたところでした。そんな折に日ごろからお付き合いのある百十四銀行様から『Knowledge Suite』の紹介を受けまして、検討を開始しました。

「これだったら使えそう」スマホで撮るだけでかんたんデータ化

『Knowledge Suite』の導入を決定された決め手は何でしょうか?

越智様　決め手としては、操作画面を見せていただいたときに**「これだったら使えそうだな」**と感じた部分が大きいですね。先ほども申し上げたように当社はITに慣れている従業員が多くなく、その点『Knowledge Suite』はスマートフォンで撮影するだけで名刺がデータ化され自動的にデータベースが構築されていくので、問題なく使えるのではないかと思いました。
また、**料金が安い**と感じたのも決め手の一つです。こういったITツールは実際に使用してみないことには、「本当に社内に浸透するのか」といった部分はなかなか判断できません。その点、『Knowledge Suite』は初期費用がかからずランニングコストも抑え目なため、導入するハードルは低かったです。

現在、『Knowledge Suite』をどのように利用されていますか?

越智様　まず、やっているのは名刺の取り込みです。現在は営業担当者が保管していた名刺をもらってひたすら取り込んで、名刺の一元化を進めています。今のところ取り込んだのは数百枚ほどなのですが、今後社内の名刺をすべて集めると数千枚以上はあるのではないかと思います。
また、当社は仕入れ先や販売先もかなり多いので、名刺を取り込む際のひと工夫として、お客様の中でも見込みのあるなしで大きく区分けして後から『Knowledge Suite』で抽出しやすいようにしています。

スモールスタートで名刺・営業情報の一元化を目指す

今後、『Knowledge Suite』をどのように使いたいとお考えですか?

越智様　導入してそこまで日が経っていないので、まだフルに活用できていない部分がありますが、まずは導入担当者の私が、名刺読み取り以外にも掲示板やメッセージなど各機能を触って使用感を確かめています。おおむね使い方は把握することができたので、今後は社員の主要なメンバーに向けて『Knowledge Suite』の使い方を説明していこうと考えています。
他にも、当社では営業報告なども日報に記入してもらっているのですが、日報の管理が現状はできていないため、後になって営業状況を確認するといったことが難しい状況です。そこで、今後は『Knowledge Suite』の営業報告機能を活用して、「今日こういう人にあって、こういうことを話してきました」といった情報を蓄積し、社内の全員が『Knowledge Suite』を見れば営業状況を確認できる体制を目指していきたいです。

成長中の会社に寄り添う『Knowledge Suite』独自の特徴

『Knowledge Suite』の長所はどういったところですか?

越智様　まず名刺の読み取りをおこなって感じたのは、名刺を読み込んだ際の文字認識精度が高いところですね。一度読み取ってしまえば誤字もなくデータベースに取り込まれるため、その点は非常に素晴らしいと思います。

後は、ランニングコストが安いところです。特に『Knowledge Suite』の料金プランは**ユーザー数による従量課金ではない**ところが良いと思っています。当社のようにこれから使用する人間がどんどん増えていく予定の企業にとっては、料金の変動が少ないので、今後の展開を考える上でも非常に助かっています。

『Knowledge Suite』の先輩ユーザーとして、現在導入を検討されている皆様にアドバイスやおすすめのメッセージをお願いします。

越智様　当社では幸いそういった場面は訪れていないのですが、今後担当者が退職や休職などで予期せず不在になることもあると思います。そういったときに備えてしっかりと会社内の名刺をデータ化し、共有しておくことで、引継ぎなども大変スムーズになるのではないでしょうか。名刺が属人化してしまっている企業はまず『Knowledge Suite』を活用して、名刺情報の一元化をスタートしてみてはいかがでしょうか。

※掲載内容は取材当時のものです。(2024年11月時点)

社　　名：有限会社安田精米
事業内容：米穀類の仕入れ・販売
創　　業：1943年
従業員数：32名
U　R　L：https://yasuda-seimai.com

吉備の米蔵 Yasuda RICE 有限会社 安田精米

blue tec ブルーテック株式会社

開発元・お問い合わせ先

ブルーテック株式会社
〒105-0001 東京都港区虎ノ門三丁目 18 番 19 号 UD 神谷町ビル 7 階　TEL：03-5405-8111