

株式会社 味のちぬや

導入の背景

企業として 100年存続させる為にも、 ブランド力を高めていきたい

当社は、業務用のコロッケやメンチカツを主力とした冷凍食品メーカーになります。

業務用冷凍コロッケのシェアは国内トップを誇ります。私達が送料や人件費等のコストがかかる通販事業を始めるのには、下記の理由がありました。

- お客様との直接の繋がりをもちたい
- 企業として100年存続させる為にも、ブランド力を高めていきたい

販売先は主にコンビニ・スーパー・量販店様になり、業務用商品の為「味のちぬや」の名前がお客様の目に触れる機会が少ないのが実情です。メーカーとして、“直接お客様が「味のちぬや」の冷凍食品を手にして頂く機会を増やしたい”“お客様とのダイレクトな反応を感じたい”“ブランド力を高めていきたい”という想いから、通販事業を始めました。

ただ、生産ラインの都合上、通販事業用商品を製造することが難しい為、同じ業務用商品を居酒屋・飲食店様といった個人事業主様へ販売を開始。その後、業務用商品をばらして新たに作ったセット商品を個人消費者様向けに販売しています。

お客様からの注文は、ECサイトからだけではなくFAX・電話での注文もあり、顧客や注文情報を纏めて管理できるシステムが必要でした。また、ロット管理・消費期限等の管理がある為、自社の基幹システムへのデータ連携も必須でした。

【システム導入検討時の課題】

- 自社ECサイトのほか、FAX・電話での注文などがあり、まとめて管理できるものがなかった。
- 自社ECサイトが自社の基幹システムとデータ連携できない為、個別に注文の処理と自社システムへの入力、ヤマト送り状の作成を行う必要があり、かなり手間がかかっていた。

採用ポイント

自社の基幹システムと 連携できる通販システムの導入。

新システム選定にあたり、弊社のシステム管理部門も参加して様々なシステムを検討しました。その結果、以下の理由で「通販Best」を採用することに決めました。

【通販Best選定理由】

- 自社の基幹システムとデータ連携ができる。
- ECカートシステムからの注文だけでなく、電話やFAX注文も纏めて管理できるシステムである。
- イニシャルコスト・ランニングコストが安価。



導入後の効果

通販Best導入後、基幹システムへの入力作業・送り状作成業務など、業務効率化を大幅に図ることができました。

また、通販Bestの各種アラート機能による受注オペレーションの負荷軽減、受注情報の一元管理によるECカートシステムの柔軟な選択も実現することができました。

基幹システムへのデータ連携で業務効率化

通販Bestから自社基幹システムへのデータ連携を行うことにより、ロット管理・消費期限管理の効率化を図ることができるようになりました。

現在、通販Bestからは受注データを基幹システムへ受け入れしています。

「納品書・送状等は通販Bestで出力」「出荷指示は基幹システムで実施」というように、業務フローに合わせた形で運用が出来るようになりました。

出荷日カレンダーで安心した出荷業務を実現

通販Bestでは「出荷日カレンダー」を設定することができます。

予め通販Bestに休業日を登録しておくことで、自社ECからデータを取り込んだ際に休業日を考慮した出荷日が自動設定されたり、電話注文の際の出荷日選択で休業日を選択した場合はアラートが表示されたりするので、安心して受注処理が行えるようになりました。

また、祝日情報については、内閣府の祝日データをボタン一つで取り込んで設定できるのも大変助かっています。

自社ECカートが状況に応じて選択可能に

自社ECカートシステムは、今まで3社利用してきました。

当初は自社ECサイトのページ制作を外部業者へ委託していたので、外部業者が用意したECカートシステムを採用していました。ただ、商品情報の掲載をスピード感をもって対応していく必要が出てきた為、より使い易い別のカートシステムへ変更。その後、お客様の支払方法の充実度・ランニングコストを考慮して、現在のカートシステムの採用に至っています。

こうしてカートシステムを状況に応じて変更できるのも、通販Bestに受注情報が一元管理できているからだと思います。

株式会社 味のちぬや

今後の課題

生産ラインの都合で量販用商品との差別化や通販で売れる新商品開発等の課題もありますが、通販事業を始めたことで、直にお客様の声を商品開発に活かしており、通販事業の有用性を大いに実感しています。

現在、個人事業主様向けと個人消費者様向けの商品は荷姿が違っており、通販Bestでは全ての受注情報を管理出来ていません。今後は他モールへの出店も検討しており、ECサイト運営業者様やアール・シー・エス様と連携して進めていければと考えています。

担当者様インタビュー



商品部
元木様・小沢様

通販事業をスタートして間もなく、yahooやGoogleのリスティング広告を実施しました。その効果もあり、売上は順調に推移しましたが、その内、頭打ちの状況になってしまいました。

その状況を打開する為、約2年前に楽天市場・amazonへ出店。自社ECサイトでは、個人事業主様を中心としケースでの販売。楽天市場店・amazon店では、個人消費者様を中心としたバラ・セット商品での販売を行う形にしました。

また、楽天の店舗運営については外部業者へ委託し、ページ制作・広告をお任せすることにした。広告を出したことにより売上も順調に推移。相乗効果で、広告等の販促は行っていなかった自社ECサイトでの売上増加にも繋がりました。現在では外部業者との契約を見直し、運営コストの最適化に努めています。

売上が拡大していく中で、通販Bestを導入していたことで、対応人員を増やすことなく、順調に受注・出荷業務をこなすことができました。

また、インボイス制度への対応など、速やかに実施いただいたことで、業務に支障をきたすことなく運用できています。



当社は1976年の創業以来、冷凍食品に特化し第一にお客様の満足度向上を理念に、より新しい食文化の創造に取り組んでまいりました。

冷凍食品業界は、業界再編や消費構造等の市場環境変化が激しい中、技術改善・品質向上の進化により着実に成長・拡大しております。今後においても少子高齢化や個食化等の社会環境の変化に伴い、冷凍食品は21世紀をリードする食品産業として期待されています。当社は存在価値のある企業を目指し喜ばれる商品を提供し続けていく所存です。

食の安全や健康志向の高まりの中、お客様により安全安心な商品を提供する為、「ハイクオリティ・グッドテイスト・ローコスト経営」をさらに推進し、品質の向上改善に全力で取り組んでまいります。

また、味のちぬやグループは「人間づくりと未来への適応」、「本業特化による健全経営」、「身の丈経営による安定成長」を経営方針とし、事業を通して社員の幸福の実現と社会的貢献を果たしてまいりますので、より一層のご支援、ご指導をお願い申し上げます。



会社情報

株式会社 味のちぬや

所在地：(本社) 香川県三豊市豊中町本山乙708番地
(東京) 東京都江戸川区東瑞江1丁目26番13号

代表者：代表取締役会長 今津 秀
代表取締役社長 松村 信人

資本金：1億円(グループ計 2億6,000万円)

従業員：グループ計 992名

事業内容：冷凍食品の販売及び研究・開発

- コーポレートサイト <https://chinuya.com/>
- オンラインショップ (自社 EC サイト) <https://shop.chinuya.com/>
- オンラインショップ (楽天市場店) <https://www.rakuten.co.jp/chinuya-shop/>
- オンラインショップ (amazon店) <https://www.amazon.co.jp/>