



~2017

「導入現場から見える」石油流通~その先の未来へ

変化と試練が 人と企業を強くする

コンフィデンスソリューションシステムズ 代表取締役
ゆきひろサポートセンター 須賀 幸正

SS事業に限らず、企業経営は本場に難しいものだと思います。まして、SS経営者として社員とその家族の生活を支えながら、事業を持続的に成長させていくには、並大抵ではない努力が求められます。企業経営者は、経営的リスクをすべて自分自身で負います。失敗は絶対に許されません。一国一城の主より、宮仕えをしている方が抱えるリスクも少なく気持ちがラク、賢明な生き方だと考えるSS経営者がいて、当たり前だと思いません。

同じことの繰り返しでは前に進めない

人間誰しも、人に使われるより人を使う立場になってみたい。人より豊かな暮らしをしたい。美味しいものをたくさん食べたい。人がなかなか行けないところへ行ってみよう。自分の理想に描く家に住んでみ

たい。好きな車に乗りたい…。人間の欲望には際限がありません。そして、それら欲望を満たすため、むろん志を高く持ち、リスクと苦勞を承知で事業を立ち上げたり、無理難題に立ち向かう者はたくさんいます。

しかし、よく考えると「人を使う」ことは、結果として「人に使われる」ことなのです。ですから、どんな立場に立っても「楽はできない」のです。

そんな風に考えると、事業を立ち上げ企業を経営するというのは文字どおり、海図がない中で船を大海原(冒険の海)に漕ぎ出すようなもの。

新規事業のことを「ベンチャービジネス」とはよく言ったものです。

しかし、どんな事業でも経営者自身が思うような成果を挙げられるものではありません。

いま自分が携わっている仕事に日々、一所懸命に取り組んでいるか。それにより後々、大きな差が開きます。「飽きない」「空(あき)のない」ことが商売の成功への近道です。

SSビジネスの創生

世の中には、数え切れないほどの仕事があります。それを「業種」といいます。

時流の中心となっている仕事もあれば、これから中心となるであろうと予想される仕事もあります。

一つの業種・業界が30年間成長し続けることは難しい。現代の世の中の変化の速度は以前に増して速い。経営者として先見性やビジネスセンスが問われます。

いま多くの業界で問われているのは業態革新です。販売する商品や提供するサービスは同じでも、「売り方」「提供方法」を工夫することにより得る利益を飛躍的に増大させられるからです。

この業態革新を支えるうえで、IT(情報技術)を駆使した経営管理手法の活用は不可欠です。これを「イノベーション」(革新)といいます。

得る利益が増大し、反面、経営コストが劇的に抑えられたら、必然的に企業収益は大きく伸びます。

ただ現実として「収益向上」と「費用負担軽減」の両立は、大変難しい課題です。この課題に果敢に挑み、経営体質を強化している好例のひとつが、異業種による「灯油販売」(受注と配達方法の工夫)にみることができます。

そこではビジネスモデルの革新性が競合優位性を左右している。SS業界も学ぶ必要があります。

シャープ、東芝という老舗大企業でも、組織が硬直化し、いわゆる「大企業病」に罹れば経営危機を招くのです。

当社のような系列の枠にとられないシステム開発を生業とするIT企業(ソリューションベンダー)の立場に立つと、SS業界は系列の枠組みの中で長い間、固定観念にとらわれた経営をしてきた結果、「ビジネスの発想もシステムのにも随分遅れをとってしまった」ように映ります。

逆に言えば、幾つかの点を見直すだけで劇的に経営状況を変えられるSS企業が多い。当社の2017年のテーマはSSビジネス再生の課題について、より具体的な提案をしていくことです。いかにして、即効性のある経営効果を生み出せるか。皆様の期待に応えたいとさらに意欲を燃やしています。

「ビッグデータ」元年 SSでの活用を急げ!!

SS業界の後方処理システムは、請求書作成やクレジツト処理などの勘定系処理に特化したものが主です。流通管理の面では不備点が多いと指摘されてきましたが、まったくその通りです。

「油外販売」を一層強化するならば、今後ますます「ビッグデータ」(巨大なデータ群)の活用が求められてきます。

SSビジネスにおける新たな商品アイテムやサービスの開発するうえで、消費者と積極的に交流し、生の声や顧客の視点を日々の活動に生かしていくための、それが有効な手立てだからです。

「改正個人情報保護法」の全面施行日は2017年5月30日です。本年はまさしく「ビッグデータ元年」です。

異業種は、詳細な販売履歴データを活用し、業態革新へ新たな一歩を踏み出しています。ビジネスチャンスをつかむため、水面下での動きは活発化しており、また、関係する先々はその対応に追われて

います。

ビッグデータを活用すると、販売履歴から消費者個々の好みを的確につかんだり、その他諸々、過去の膨大な顧客情報を収集・分析できます。しかし、これまで有効に活用されてこなかった。それゆえに、大きなビジネスチャンスがふくらんでいるのです。

政府の個人情報保護委員会「個人情報保護法案の指針」(ガイドライン)を取りまとめられています。しかし、分りにくい解釈が少なくありません。その解釈の仕方や活用事例などは別稿で取り上げたいと思います。

既存のSS業界システムは、情報系データへの対応が不十分です。「ビッグデータ」の活用ができておらず、SSの油外ビジネスのさらなる強化―その成長戦略に生かせていないのが現実です。

ビッグデータを有効に活用するにはクラウド環境を駆使したシステム構築が前提にな

ります。(当社は灯油配送管理システム「雪ん子」を用い、「油外増収」を可能とする新たな仕組みの構築を低予算で請け負っています)

ビッグデータの活用でSSビジネスは変わる

SSの油外増収を考えた時、SSの商品アイテムを見直し、SSが提案・提供するサービスについて、特別なものを新たに用意しなくてはならないと受け止める方がいるかもしれません。

消費者が買い求めやすい、より注文しやすい方法を形付けていく。そういうのも油外増収の策。システムとして確立することが大変重要なポイントになります。

取り扱う商材の特性や、地域性なども加味する必要があります。新たな商材を探し見つけ出すことがすべてではありません。

SSが店頭待ち受け型ビジネスから脱却する。Webを

留意し、また、今後の推移を見守る必要があります。

いずれにせよ、個人の嗜好や消費(購買)動向といったSSに集積された膨大なデータを分析し、商売に役立てることで新たな「油外増収」の可能性は大きくふくらみます。

SSビジネスの可能性もっとふくらませられる

ビッグデータの活用とは、言うなれば、データベースマーケティングをより緻密にし、多大な成果を挙げることを目指すことです。

従来のSSビジネスモデルを、これまでとまったく異なる次元で変えていく。Web型ビジネスへ対応できるように変化させる必要があります。

この部分ではこれまでのSS運営における「顧客管理データ」は最大の経営資産となり、また、とりわけ地域戦略を強化するうえでは顧客管理データベースの構築が急がれます。

活用した外販(配送)ビジネスへ乗り出す。「配達灯油」はその良いきっかけを与えてくれます。

各地で開設されているSS業者による「配送基地」(配送センター)の多くは、「配達灯油」のほかに軽油や重油も取り扱い、通年で配送需要に応じています。

SSの顧客データベースは最大の経営資産

元売指定計算センターの位置付けについて。

前述のように、SS-PO Sデータは、請求書作成やクレジット処理などの「勘定系処理」を行うために、後方処理を担う先々(元売指定計算センター)へデータ送信がされています。

また、それらは一定期間、電子データとして保存(保存期間は計算センターにより異なる)されていますが、多くの場合、「紙による記録」でしか履歴詳細は残らない。

ですから、SSが後々、これらデータを販売計画に活用したいと考えても、実際のところ、それが容易ではありません。

販歴履歴データを有効活用する際、「紙による記録」を前提とすると時間がかかるうえ、煩雑な作業を伴い、骨が折れます。しかし、過去の販売履歴データの詳細が長期間にわたって残っていれば、瞬時にそのデータを基に、今後の拡販戦略を練り上げることができ

「配達灯油」「油外商品」を始めとする販売履歴がきちんと残されていれば、「商品別」「顧客別」「エリア別」「販売期間」などの条件の絞り込みにより、お客様個々への確かつ適切な働きかけができます。

過去の販売履歴データを抽出すれば、例えば、見込み客をすぐに見つけ出せる。そこから電子メールとかを用いて即座に有益な情報発信が可能となります。

当社の灯油配送管理システム「雪ん子」最新版は、ビッグデータの活用を前提とした仕様です。顧客データを簡単に取り込めるので多用途の立ち上げ(スタートアップ)が可能です。

SSの油外販売に関して、最新の3G対応ハンディP

OSの採用により、販売履歴を「雪ん子」にビッグデータとして収納し、既存の勘定システムと連動します。SSの油外販売でも、ハンディP-OSによる処理が可能です。セルフSSや、今後想定される「駆けつけ給油」での売り上げ処理にも対応します。

多様化するSSの油外ビジネス

SS業界における新たなビジネスモデルの開発は、各地で試行的な取り組みがいくつも認められます。

その試行的な取り組みは、多岐にわたる。石油製品や車関連とは直接関係ない分野にまで拡大しています。

外食産業、警備会社、派遣ビジネス、美容院、フィットネスクラブ、地域特産の食品



新規事業のことを「ベンチャービジネス」とはよく言ったもの

自社の顧客管理データベースと販売履歴データは、最大の経営資産です。これこそが最強の拡販ツール。生かさない手はありません。

ビッグデータ活用のポイント

過去の販売履歴や流通に関するデータをビッグデータとして保有し活用することは、単に、販売強化を促すだけではなくありません。経営管理コストを大幅に抑制できます。

例えば、流通管理データの情報は、SS特約店(軽油税申告特別徴収義務者)の軽油税納税帳票作成作業の省力化に活用できます。

前述のとおり、本年5月より、「改正個人情報保護法」が全面施行されます。

改正個人情報保護法のポイントのひとつは、個人が特定できないように匿名に加工した情報は、本人の同意なしで利用できるようにした点です。それを活用するにあたり、

製造、リフォーム等々、数えたらキリがありません。

「配達灯油」を事業化する際、閉鎖したSSを活用し配送センターを設置するケースが各地で急増しています。

このケースでの課題は、季節商品である灯油の配送業務をいかに通年の宅配ビジネスとすることが出来るか。そのためアイディアにも注目は集まっています。

SS店頭販売で収益増大が見込めないとしたら、Webを活用した受注体制を整備することが有効な一手です。そして、ここでも顧客管理データベースの構築と活用がポイントとなります。

2017年は「ビッグデータ元年」。

顧客管理データベースを基軸とする新たな市場がSS業界に生まれます。

当社はSSビジネスを蘇生させるためにSS業界の皆様と共に考え、行動をとる所存です。