

リーベックスのIT経営化年表

年次	事項	IT経営化
1995	(有)リーベックス設立 小売業「こだわりの卵」の宅配・通信販売を行う	販売・顧客管理ソフト導入
1999	通販事業を本格化	通信販売専用ソフトにリプレース
2001	通販事業規模拡大	同上ソフトの機能アップ サーバー導入
2002	産直直販店開店 「おひさま市場」地元名産品の販売を行う	通販ソフト導入 (本社と同一システムを別途購入)
2005	ひよこカンパニー分社 インターネット導入	業態分離で通販業務へ専門化 メール環境の構築
2007	通販機能強化 グループウェア導入	CTI・受電システム 全体的な情報共有
2008	ココガーデン開店 卵・菓子等の直販店(喫茶)	クリック&モルタル
2009	グループウェア強化	顧客対応などの情報共有を図る
2010	顧客分析システム導入 グループウェアリプレース	顧客のクラス分析・個客単位のROI分析、 プロモーションのROI分析 機能的な不足から別のグループウェアに入替

作成：ITコーディネータ後中氏

は初めての経験である。パートナーベンダーとなったのは、地元のIT企業・アクセスだった。同社のソリューション事業部コンサルティング担当マネージャーである後宏明氏は、ITコーディネータとしての10年の実践経験をともに丁寧なヒヤリングを行い、小原社長の思いをシステム企画へとつなげた。



代表取締役 小原利一郎氏

通信販売の要は新規顧客の獲得に向けたプロモーション活動である。店舗のように通行人が「ふらりと入る」ことはできないので、ダイレクトメール、新聞(折込含む)、雑誌、テレビ、Webなどに広告を出して商品を案内し、購入後、リピーターになってもらう方法を考えていく。

# 中小企業IT経営力大賞2011 IT経営実践認定企業

## 通信販売の投資対効果を測定する！ 手に入れたのは「未来が見えるシステム」

鳥取県・小売業 リーベックスの場合

プロモーション手段はそれぞれ特性があり費用も異なるが、自社にとって有効な策はどれなのか、きちんと測定できているだろうか。

**瞬間の効果より  
長期の視点で見る**

最近Webサイトの利用が増え、検索連動型広告やバナーなど、Web上の広告が数多く使われている。1回当たりのコストも比較的安く、クリック数のデータもわかるなど、費用対効果が高いともいわれている。実際のところはどうなのだろうか。

「現在、価値が高いのは紙媒体です。というのも、紙媒体からのお客様は、購入を継続してくださる率が高く、当初費用がかかっても、長期的にみれば十分取り返せるのです」

後中氏は「お客様、商品の販売、プロモーションの3つを関連付けて分析しようという小原社長のお考えは、従来のシステムにはない発想でした」と話す。中小企業のシステム活用では、P・I・D・C・AのD(実行)・いかに効率よく業務を進めるか)を実現するものが多く、リーベックスのように時間軸でC(チェック、結果分析)を意図するものは少ないという。

そのため、システム構築の途中で再度要望を聞いて調整を行う場面もあったそうだが、既存の通販システムから販売データを読み出し、プロモーション記録を加える形で、ダイレクトマーケティングシステムを完成させた。

**今後の投資内容が見える！  
ITは適所で活用していく**

小原社長は、このシステムを「未来が見えるシステム」と称す。「さまざまな切り口で分析を行えば、今後のプロモーションにおける投資内容もより良く変わっていくでしょう」とのことだ。

この他にも、仕事の手を止めず

こう話すのは、鳥取県八頭郡・リーベックスの小原利一郎社長である。同社は平飼いの飼育したニワトリの卵と、これを使った食品を個人向けに直販する「大江ノ郷自然牧場」を運営している。東京、大阪をはじめ全国各地に顧客を持つ。

小原社長は故郷の鳥取に戻って、一からリーベックスを立ち上げた。大量生産はできなくとも、納得のいく飼育方法、生産者の顔が見える販売方法を貫いている。

現在、同社の商品を購入した顧客データはのべ20万に及ぶ。経験の蓄積によりプロモーション内容とその結果についてはおおよそ把握していたものの、小原社長はプロモーション別の結果を詳しく分析したいと考えた。それも、内容と購入率といった1対1の関係ではなく、2回目以降の購買活動も

**会社概要**  
**株式会社リーベックス**  
 鳥取県八頭郡八頭町橋本877  
 設立：1995年  
 従業員数：10名  
 事業内容：平飼いの卵、卵加工食品などの通信販売。  
 小売業  
 URL：http://oenosato.com/  
 八頭町の店舗「ココガーデン」(上)と「大江ノ郷自然牧場」の商品紹介(下)

に情報共有ができるよう(電話対応)している従業員も多い、無料電話サービス「スカイプ」のチャット機能を使ってメッセージを送ったり、文書共有のクラウドサービスを利用したりと、情報共有へのIT活用が進んでいる。

小原社長の夢は、地域を観光地化し、多くの人に訪れてもらうことだ。すでに小売店舗「ココガ

電話やFAXによる販売が中心だが、Webサイトによるネット通販も行っている。  
<http://oenosato.com/>

**サポーター紹介**

ITコーディネータ  
 株式会社アクセス  
 後宏明氏  
<http://www.t-axis.co.jp/>

アクセスは、リーベックスの隣に本社を構え、業務アプリケーション開発、パッケージ・アプリケーション販売、アドオン開発などを手がけている。鳥取銀行が開催したマッチングイベントで小原社長と縁ができ、販売管理データとプロモーションデータを統合したデータベースシステムを無事完成させた。

小原社長は、「動作のスピードなどにも配慮してもらいました。良いITベンダーがあっても東京や大阪だとすぐに話ができませんが、地元でこうした企業があると大変ありがたい」と話している。

後中氏は、システム開発の上流工程にあたる部分を担当。ITコーディネータのスキルを活かして経営者の意図をヒヤリングし、システム開発者に橋渡ししている。今回は、ハイレベルの内容であったゆえ「まだまだ聞き取りが甘いと反省する面もある」と謙虚に感想を話すが、後中氏の活躍が要望に沿ったシステムの実現を下支えしたことは間違いない。

「自分たちの取り組みが正しいかどうかを見極めるためには、プロモーションの瞬間だけでなく、長期的に見て投資対効果を測る必要がある」(小原社長)との理由からである。

**地元のITベンダーが見つかり  
システム開発に着手**

すでに通信販売用のパッケージソフトやグループウェアなどのIT製品は利用していたものの、オリジナルのシステムを構築するの