

販売対象を変え、事業を立て直す

兵庫県神戸市・婦人服小売業 紅屋の場合

# 短サイクル小ロット型のヤング服へ転換 店舗と市場のデータで翌週の品揃えを決定！

10代、20代の女性たちが、自分らしく毎日を楽しむ過ごすための服。紅屋（兵庫県神戸市）の店舗「GLAMOROUS GARDEN」には、そんな「等身大の服」が並ぶ。新しい商品が頻繁に入荷する「鮮度の高さ」も特徴だ。夏物セールの終盤となる8月下旬でも、まだ夏服が入荷するという。十数年前まで、紅屋はミセス向けの婦人服を扱う洋品店だった。しかし、ミセスはもともと買い物

に慎重で手ごわい層だったところに、不景気や消費税の導入で消費が低迷。阪神淡路大震災以降はさらに厳しい状況に置かれた。「銀行の融資も慎重になり、周りには閉まる店も出てきました。このままでは会社の存続が危うい。元氣な市場へ移ろうと調べた結果、それがヤングの分野だったのです」松谷齊泰社長は事業転換の時期をこう振り返る。

**会社概要**  
**株式会社紅屋**  
兵庫県神戸市中央区三宮町1-6-18  
ニューセンタービル7F  
設立：昭和29年  
従業員数：46名  
売上：約10億円  
事業内容：若い女性をターゲットにした婦人服飾専門店。関西に4店舗、名古屋に1店舗を持つ。店舗ブランドは「GLAMOROUS GARDEN」「Flash Be」  
URL: <http://www.beniya.co.jp/>



神戸三宮にある店舗風景



代表取締役社長 松谷齊泰氏（右）  
CIOを務める取締役 浅羽 徹氏（左）

消費が衰えないヤングレディースファッションは、トレンドが優先される世界。いち早く流行をキャッチして短サイクルで商品を回転させる必要がある。

紅屋では、メーカーからの仕入れによる品揃えを、自社企画による委託生産（主に韓国）に変更。さらに店舗の売れ行きを見て小ロットずつ発注する方式を取り入れた。「週末の動きを見て日曜日に追加発注をし、その週の金曜日には商品が届いているのが理想的なサイクル」（松谷社長）だという。

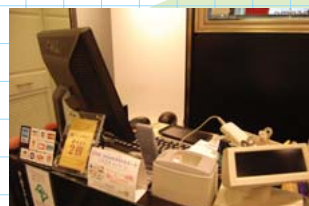
## バラバラだったシステムを再構築するには？

関西を中心に5店舗を運営する同社が、本社で各店舗の売れ行きを正確にとらえ、また来店顧客との関係を強めるためには、ITの

番号のみの時よりも商品の特定がスムーズになったという。

「店舗の追加発注数量が適切かどうかを、数日の販売動向を見て本部で検討・助言できるようになりました。逆に、追加生産された商品がいつ入荷するかを店舗側で把握できます。店舗と本部のコミュニケーションがしやすくなり、問い合わせの電話が減りました」（浅羽氏）

一方、顧客とのコミュニケーションについては、従来から行っていた携帯電話による会員システムを外部運用から自社運用に変更。来店客にその場でQRコードの会員証や割引クーポンを発行できるようにした。顧客がQRコードを専用端末にかざすとレジのパソコンに購買履歴が表示され、接客に活かせる仕組みとなっている。



顧客の携帯電話を会員カード代わりに活用。指定のアドレスに空メールを送ると、会員登録画面が通知され、その場で会員登録が済み、500円の割引クーポンを手に入れる。レジでは、ケータイのQRコードを読み取り機にかざして利用。

活用が不可欠だった。

そこで必要に応じて顧客管理、販売管理、販売情報分析の3つのシステムを構築しデータを活用してきた。しかし、情報活用が進み「経営スピードを上げるために各システムのデータを同期させようとしたところ、それぞれ別のベンダーに構築してもらったため、うまくつながらない」（松谷社長）という事態に直面した。

困った松谷社長は、ITコーディネータに相談を持ちかけ、2006年秋より、川端一輝氏、米田宗義氏、堀本禎氏の3名のサポートを受けることにした。

まず、きちんと時間をかけて経営戦略を立て、会社の方針を明確



販売管理のデータは画像付きなので追加工品追加発注がしやすくなった。商品の委託生産発注は松谷伊奈副社長が担当。

若者向けのビジネスでは、携帯電話対応は必須と松谷社長は考えている。「進んでいる会社」であることはイメージアップにつながるのです。当社はインターネット販売にも力を入れています。そのうち40%は、すでに携帯電話からの販売になっています」

10代、20代の女性が何に興味を示し、何がトレンドなのか。これらを常にキャッチしてスピード対応していることが、顧客からの支持につながっている。紅屋は「最先端の売り方」、そして顧客との深い関係を追求し続けていく。

紅屋は「中小企業IT経営力大賞2008」においてIT経営実践企業に認定されました。また平成19年度の「中小企業戦略的IT化促進事業」に採択されました。

## サポーター紹介

ITコーディネータ  
有限責任事業組合ITC-Labo.  
<http://www.itc-labo.com/>



川端一輝氏（写真中央）、米田宗義氏（左）、堀本禎氏（右）

ITC-Labo.は関西に拠点を置き、数々の支援実績を挙げているITコーディネータの事業組合。

システム統合に悩んだ松谷社長は中小企業金融公庫の勧めでIT経営応援隊の経営者研修会に参加。そこでインストラクターを務めた川端氏らに出会った。その後、いくつかのステップを経て、システム再構築に向けコンサルティング契約を結んだ。

「ITがわかる方は会社のことを知らないケースが多いですが、経営内容や会社の組織、システムそれぞれを全部理解してくださった。これなら大丈夫、と思って仕事を依頼しました」と松谷社長は話す。経営戦略と情報化企画が明確だったため、システムの構築はスピーディに進んだ。

経営分析や情報化戦略策定は3人のメンバーで行い、開発が進む段階では、米田氏、堀本氏が「紅屋さんの目的に合ったシステムが構築されているかどうかをモニタリングし、またベンダーとの橋渡し役も担った」（堀本氏）とのことだ。導入目的の明確化とその目的に従ってシステムが構築できているかどうかのチェックは、ITコーディネータを活用する意義の大きい部分である。

川端氏は「社長が求められていた仕組みがブレずに形になり、戦略を実現する基盤ができました。柔軟な店舗政策が展開できるでしょう」と今回の取り組みを分析している。

化。そして業務フローを洗い出し、社内で共有して見直しを行った。そのうえで、システム提案依頼書を作成し、再構築への歩を進めた。

## スピーディな適正発注と顧客との関係強化を実現

2008年春に完成した新システムは、限界のあった3つのシステムを無理につなげず、「今までの操作性を活かしつつデータベースを一元化するために新規に作り上げた」（川端氏）。

新システムへの要件は2つあったとCIOの浅羽徹取締役は言う。

「店舗と本部で情報を共有して適切な在庫管理や発注ができることと、顧客の会員管理をさらに便利にすることです」

紅屋では店舗や市場のマーケティング情報を本社に集約し、商品企画と委託生産の発注を行っている。また、店舗側は日々の売れ行きを見ながら、本社に在庫された商品に発注をかける。新システムでは、一品ごとの在庫や販売情報に基づいて統合され、ネットワークを通じて本部と店舗で共有できるようにになった。さらにデータベースには商品画像が追加され、商品