

パートナーDATA

株式会社エム・エス・アイ

本社 山形県山形市松栄1-5-7

URL <http://www.msi-net.co.jp/>

TEL 023-647-3966

Mail s-sol@msi-net.co.jp

設立 平成4年2月

事業内容 業務アプリケーションソフトの開発、インターネット・イントラネットなど情報インフラシステムの企画・開発・構築・メンテナンス、ハードウェアの販売など

売上高 8億8000万円

従業員数 56名

株式会社エム・エス・アイ

パートナー事例

製造ソリューション営業本部 取締役本部長

渡辺 一夫 氏

製造ソリューション営業本部 システムグループ 部長

大場 和成 氏

競争力の強さを予見しFLEXSCHEを選択。 “適応力”が決め手となり現場も次々と導入

山形県でシステム構築やソフトウェア開発、

ハードウェアの販売などを主な事業としている株式会社エム・エス・アイ。

商圏のほとんどは山形県内でしたが、ここ数年は東北6県にエリアを拡大しています。

エム・エス・アイがインテグレーターとしてFLEXSCHEを本格的に取り扱い始めたのは2004年。

以後、積極的にFLEXSCHEの拡販を進め、2007年時点で10本の導入実績があります。

現在も複数の案件を抱えており、短い期間に次々とFLEXSCHEの導入を図っています。

同社はなぜFLEXSCHEという商品を取り扱うようになったのでしょうか？

また、なぜ製造業の現場ではFLEXSCHEを次々と導入しているのでしょうか？

営業担当の渡辺一夫氏とインテグレーションを担当している大場和成氏に話をお伺いしました。

販売管理ソフトから生産管理システムへ

株式会社エム・エス・アイが設立されたのは平成4年。山形県内を中心に事業を展開し、下請けはせず、すべて元請けで受注しています。

事業内容は、インターネット・イントラネットなどの情報インフラシステムの企画・開発・構築などで、業務用ソフトウェアの開発やハードウェアの販売もおこなっています。

「納入先は官公庁、組合団体、建設業、流通業、食品製造販売、サービス業と多岐に渡っていますが、長いこと売上げの柱となっていたのが業務用のソフトウェア開発です。中でも販売管理ソフトは取り扱い数をもっとも多く、フルオーダーでソフトを開発していました。ところがここ数年、そうした状況に大きな変化が生じています。パッケージソフトの機能向上です」

さまざまな業種向けのテンプレートが出てくるようになった結果、フルオーダーでソフトを開発することが少なくなり、販売管理ソフトを扱う業者も増加し、以前ほど大きな利益を生まなくなりました。そこで同社が目にしたのが製造業です。



株式会社エム・エス・アイ

"FLEXSCHE"および"フレクシェ"は株式会社フレクシェの登録商標です。
その他、記載されている会社名および製品名は各社の商標または登録商標です。

Copyright (C) FLEXSCHE Corporation All Rights Reserved.



株式会社フレクシェ

〒140-0013 東京都品川区南大井6-7-9 大森FNBビル5F Tel:03-3298-1534 E-Mail:info@flexsche.com URL:<http://www.flexsche.com/>

初版2006.02
改版2007.05



株式会社フレクシェ

<http://www.flexsche.com/>

「当初、拡販を図ったのが自社開発の生産管理システムです。しかし、生産管理システムはどの工場でも程度の差こそあれ導入している企業がほとんどです。そのため企業を訪問しても、反応らしい反応はありませんでした」

そんなとき、大場氏はあるものに注目します。生産スケジューラーです。

「生産管理システムを提案している中で、どの現場も計画立案などに大きな手間と時間をとられている現状でした。そこで、インターネットでスケジューラーの情報を収集し、その中でFLEXSCHEを含め3つのスケジューラーが候補として残りました」

大場氏がもっとも気に入ったのはインターフェースです。

「調べてみたところFLEXSCHEのデータ形式はオープンなCSVテキストファイルでした。これなら他のシステムとも連携が容易にできると判断しました。ただ、それ以上のことはそれほど把握できておらず、正直「やれそうだな」という勘で決めた部分もありました」

こうしてエム・エス・アイではFLEXSCHEを取り扱うことを決めますが、その後あることをきっかけに、同社は一気にFLEXSCHE拡販を図っていくことになります。

FLEXSCHEで営業の壁を突破する

FLEXSCHEの導入ユーザー第1号となったのが株式会社スペリア様です。2004年前半のことです。当時スペリア様では人員配置の効率化を模索していましたが、発注担当者が部門ごとにおり、発注担当者だけで6人もの人員を抱えていました。

「導入したのはバイクや自動車の部品をつくらしているラインですが、在庫がどれだけ不足しているのかを正確に把握できておらず、発注作業に手間がかかっていました。そこで「見える化」を図るために、当社からFLEXSCHEを提案したのです」

導入効果は予想以上でした。FLEXSCHEによってオーダー数と在庫の状況がすべて把握できるようになったことで、発注者は画面に表示された在庫不足分をそのまま機械的に発注するだけで済むようになり、6人だった発注担当者は1人に集約されていきました。

この事実には、営業担当の渡辺氏はこれまでの方針を大きく変えることとなります。

「実は当初、営業サイドとしてはFLEXSCHEを拡販していこうとは考えていませんでした。それよりむしろ、自社の生産管理システムをメインにしていきたいと思っていたのです。そんなときインテグレーションした大場からFLEXSCHEについて詳しい話を聞きました。そのとき感じたのは、スケジューラーが営業の切り口として非常に有効な手段になるということです。生産管理システムを導入している企業は多いものの、スケジューラーを導入している企業はまだまだ少ないのが現状です。さらに、地元でもスケジューラーを扱っている会社はほとんどなく競合も少ないため、これはいけるのではないかと思ったのです」

そして、渡辺氏はFLEXSCHEという商品にも他社にはない魅力を感じました。その1つがカスタマイズが容易な点です。それまでもパッケージソフトをカスタマイズすることはありましたが、その多くは内部のデータを完全に別なものにしてしまうカスタマイズでした。そのため、ソフトそのものが独自のシステムになってしまい、バージョンアップが一切できませんでした。

「バージョンアップする際には、パッケージを再度入れ直し、もう一度同じカスタマイズをかけなければいけません。そのため、更新のたびに膨大な手間とコストがかかっていました。ところがFLEXSCHEは内側をいじることなく外側からルールをつくり込むことができる。つまり、カスタマイズしてもバージョンアップができるわけです。これはすごい競争力のある商品だと、FLEXSCHEの拡販に本腰を入れることにしたのです」

地道な営業活動で次々と拡販

エム・エス・アイは地道な営業活動によって拡販を図っていきます。ファックスDMを送付後、1軒1軒足を使って訪問しFLEXSCHEを切り口として営業していきました。そうした根気強い営業活動の中で反応があったのが山形カシオ株式会社様でした。山形県内の製造業でもベスト10に入る企業です。

「2004年の末でしたが、ちょうど山形カシオ様の中で『イエスプロジェクト』という改革を進めているところでした。時計や携帯電話をつくらしている事業部で外注のスケジュールを管理したいという話でしたが、4社競合となりました」

山形カシオ様では4つのスケジューラーを綿密に検討。その中でFLEXSCHEを含めて2つに絞り、さらに検討を重ねました。一度は他社にほぼ決まりかけ、エム・エス・アイもあきらめかけていました。ところが、予想もなかった結論が出ます。

「最後の最後で当社を選んでいただいたのです。山形カシオ様の場合、工程も特殊なため大幅なカスタマイズが必要でしたが、他社はカスタマイズ要求に対応できず、スケジューラーの中に機能として取り込むことができなかったそうです。一方、当社が扱っているFLEXSCHEはその難しい要求にも応えることができた。FLEXSCHEは競争力のある商品だと感じていましたが、図らずもそれが実証された形となったわけです」

そしてその数か月後には、もう1つの案件が生まれます。株式会社トプコン山形様です。

エム・エス・アイでは「ITセミナー」として数十回ものセミナーを自社で開催してきましたが、FLEXSCHEを取り扱うようになってからスケ

ジューラーのセミナーも3か月に1回のペースで開いてきました。

集客方法はDMやファックスDM、メール。送付先は取り引きがないか、まだ取り引きが浅い企業です。そうした活動の中でセミナーに参加したのがトプコン山形様です。

「トプコン山形様は自社で生産管理システムを構築していましたが、スケジューラーは導入しておらず、スケジュールは現場任せの状態でした。社内で『生産改革プロジェクト』が立ち上がったのをきっかけに、電子顕微鏡の部品加工の工程にスケジューラーを導入したいという話でした」

生産改革プロジェクトがわずか半年の期間ということもあり競合はありませんでしたが、1つ問題がありました。パレットチェンジャーです。これはパレット上に部品を置いておくと、工作機械に流れていき自動的に加工するという複雑な機械です。この工程をFLEXSCHEに取り入れられるかが大きなカギとなりました。

「当社は購入決定の前に、必ず導入先の資源とオーダーを使って実際にスケジューリングしてみます。もちろん無償での対応です。スケジューラーは決して安いものではないため、『試しに入れてみる』という動機で購入することはありません。『間違いなく効果がある』という確信があって初めて購入するものだからです。トプコン山形様の場合も、実際にFLEXSCHEを使って、懸案だったパレットチェンジャーの工程の取り込みが可能かどうかを検証しました。あまりに複雑な機械だったため、担当者の方から『無理だろう』と言われていたのですが、フレクシ社の協力もあって標準機能だけで問題なく解決できることがわかり、即購入決定となりました」

売る側に自信を与えたFLEXSCHE

そして同じ2005年、さらに引き合いが続きます。岩手県に工場のある基盤製造メーカーです。携帯電話やパソコンの基盤製造のラインにスケジューラー導入が検討されました。「実装した基盤ではなく、基盤のみを製造するラインです。一見単純そうな工程に見えますが、携帯電話やパソコンごとに基盤を製造しなければいけないため、多品種で、工程数も多いものは50もありました。計画担当者が計画を組んでも、現場から『こんなスケジュールではできない』という声があったため、それをなんとかしたいということでした。ただ、こちらは1社と競合となりました」

競合の結果、一度は大手インテグレーターが提案した他社のスケジューラーに決定します。ところが、しばらくしてエム・エス・アイに「FLEXSCHEにしたい」と連絡が入ります。

「一度負けてしまった理由は、他社のスケジューラーが基盤製造の工程に導入した実績があったからでしたが、いざ導入しようとしたときに、思ったようにやりたいことができなかった。さらに、パフォーマンスやスケジューリング速度などの問題もあったため、当社の扱うFLEXSCHEに再び白羽の矢が立ったのです。そして、もう1つ大きかったのはマスターの考え方です。FLEXSCHEはマスターといわれるデータが、資源なら資源、工程なら工程と、項目ごとに分かれています。ところが、他社のスケジューラーは項目が統合されており、それが『わかりにくい』と言うのです。マスターの分かりやすさでも他社と比べて優位性があるということは、当社にとっても大きな発見でした」



製造ソリューション営業本部
システムグループ
部長
大場 和成氏

たとえ同じ業種であっても要求するものは企業によって違います。業種別の導入実績よりも、ニーズに対して実際に対応できるか否かが、もっとも重要であることがわかります。

こうして次々とFLEXSCHEを拡販していったエム・エス・アイですが、現在、同社ではさらに複数の案件を抱えており、2006年はこれまで以上にFLEXSCHEの拡販が進みそうな勢いです。

「スケジューラーの導入に当たって、検討に検討を重ねたお客様が最終的にFLEXSCHEを選んでくれるのは、当社にとっても大きな自信になっています。ここで大事なのは、この自信が営業の際に大きな武器になっているということです。提案する商品に自信がないと、どうしてもそれが相手に伝わってしまいますが、当社はFLEXSCHEに絶対的な自信を持っているため、『この商品は絶対にいいんです』と言葉に力が出る。売る側に自信と情熱を与えてくれたという意味でも、FLEXSCHEとの出会いはとても大きなものでした」

そして、渡辺氏は「もう1つ強調したいことがある」と言います。

「商品に付加価値がないと、どうしても価格で勝負せざるを得ません。しかしFLEXSCHEは他社にはない高い付加価値が支持されて導入されている。そのため無益な価格競争に陥らず、より本質的なソリューションやサービスで勝負できるのです」

製造業を柱にするべく営業に取り組んできたエム・エス・アイですが、現在、すでに製造業向けの売り上げが稼ぎ頭となるまで成長しました。社員数も創業当時の16名から年々増え、現在は47名まで膨らみ、2006年中には新社屋が完成する予定です。

「FLEXSCHEは奥が深いので、もっと勉強してインテグレーション能力を高めたいと思っています。要望としては、FLEXSCHEのマニュアルに上級編・応用編など、ステップアップできるようなものがあるとよいと思います。しかしフレクシ社はアフターフォローもとても迅速で、それには本当にいつも助かっており、お客様の要望が解決できずに困るといったことはありません。製造業にシフトできなかったら、今の当社はなかったと思います。今後もよきビジネスパートナーとして、フレクシ社と共に歩んでいけたらと思っています」

※2007年5月にこの事例記事を改訂しました。
2007年5月現在、エム・エス・アイではFLEXSCHEを10社に導入しています。



製造ソリューション営業本部
取締役本部長
渡辺 一夫氏