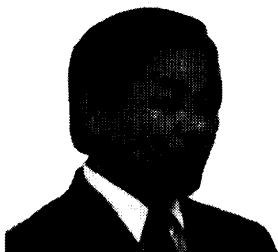


トップ インタビュー

「新商品管理システム」

本日は、今月号に「事例」を掲載していただいたジャスコ(株)の榎本恵一専務取締役にて経営と情報活用の考え方についてお伺いいたしました。

—最初に、企業としてのジャスコの方針についてお聞きしたいのですが？



話し手 榎本 恵一氏
ジャスコ(株)
専務取締役

ジャスコを中核とするイオン・グループのグループ・カルチャーとして、お客様第一、革新、社会への貢献としてのコーポレートシチズンシップをあげています。

—なぜこれらのものがあげられているのでしょうか？

現在、市場環境としては第2流通革命が到来しつつあると考えています。大店法改正による、大規模化や、問屋を通らないメーカー直の形態の革命です。特に今回の流通革命は顧客から生活者の視点に立った立場で情報を川下から川上に発信するといった今までの枠組みとまったく異なった考え方に変わっています。もう一つは国際化の価値基準で物を考えるグローバル化です。

—具体的な変化で言いますと？

商品、価格、提供方法、ライフシーンで業態を考える業態革命、郊外化現象にみられるような立地革命、世界的な基準でみた

価格革命、そして最後に忘れてならないのが情報の活用が企業の生死を決める情報革命です。

—情報革命といった点では現在の情報化はいかがですか？

94年10月から映像なども送れる衛星通信網がスタート、95年9月からは単品で在庫を把握できる仕組みが稼働、96年5月からは店舗・売場サイドでもこれらの情報を活用できるシステムが予定されています。今までのような、商品からの切り口からではなく、お客様の切り口から買い物をしやすい形の実現です。つまり、お客様との接点でものを考えるということです。

—このような現場で使う情報はどのようにして選択されましたか？

はじめはあれもこれもといった要求がありましたが、最終的にはりつに絞りました。これらが有効に活用されるようになれば、増やしていくつもりです。

—トップの方の情報活用はいかがですか。また情報技術をどう位置づけられていますか？

社長から店長まで、すべての組織の段階で活用しています。私も毎日店舗の売上・荒利益のベスト20やワースト20をみては指示をしています。

意思決定するときの価値基準はコンピュータがすべてではありません。しかし数字は重要です。なげりや困る。これがないと意思決定できないともいえます。次に今の時代一にも、二にもスピードです。たとえば昨日の時点のワースト、ベストデータも個店別にも今日の朝、掴めます。そしてこれを生かせる組織上の仕組みはできています。

—今後の情報化の進め方は？

情報活用は3つのステップで実現しようと考えています。最

初が情報伝達、次に情報の共有化、アイデアの創造そして最後が決済です。

—今我が社は第2ステップの始まりですが、もっとネットワーキングができれば十分に活用できると思っています。

—情報の共有化は3カ年計画で可能になりました。



聞き手 丸丸 哲朗
情報処理学会誌編集委員

—最後に将来の方向についてお聞きしたいのですが？

モータライゼーションを背景とした住宅の郊外化や道路網の整備、地域行政による雇用開発など、これからは本格的なショッピング・センター・エイジが来るでしょう。いずれ電子決済などのノンストア・リテーリングに変わることもありえます。経営戦略は時代とともに変わるべきものです。これを支える情報技術も当然これに応じて変化するものと考えています。

—インフラとしてはイオン・グループでのシナジーを出し、さらに取引先とも輪を拡げて活用しあえるようなものを構築しようとしています。

—これをグローバル情報コンピナートとよんでおり、海外諸国を含めたスケールで計画しております。

—本日はどうもありがとうございました。

(平成8年3月4日実施)