



MerQurius  
innovate on your brand



総合データマネジメント・ソリューション[メルクリウス] 導入事例

## 株式会社ダスキン ミスタードーナツ事業本部 様



Mercriusを使って、店舗、物流、企画、製造、販売の情報の流れを管理するための商品マスターデータベース(原材料・商品12,000点)を構築しました。

株式会社ダスキン ミスタードーナツは、1970年にミスタードーナツ・オブ・アメリカと契約、1971年に1号店をオープンして、日本での事業を開始しました。現在の店舗数は全国に約1,380店。バラエティ豊かなドーナツは、各店舗内のキッチンでひとつひとつ手作りしています。

株式会社ダスキン ミスタードーナツ事業本部 企画部 情報システム室 多田野 保氏、松重 泰子氏に、Mercrius(メルクリウス)を使って、基幹システムの商品マスターデータベースを構築した経緯と効果についてお聞きました。

### INDEX

- 基幹システムでの商品情報データベースの構築・管理に Mercriusを活用
- Mercrius導入の目的
- 目的1.「お客様への商品情報の提供体制の改善」
- 商品情報提供体制のビフォー・アフター
- 目的2.「在庫管理の改善(総在庫の把握)」
- 目的3.「商品ライフサイクル情報のデータベース化」
- 目的4.「ダスキン ミスタードーナツ事業本部内での情報共有の改善」
- 目的5.「原材料、消耗備品、販促物の一元管理」
- 「自分たちの『発想の殻』を破りたかった」
- パッケージソフトウェアに求めた要件
- MercriusとJFEシステムズへの評価
- 今後の期待

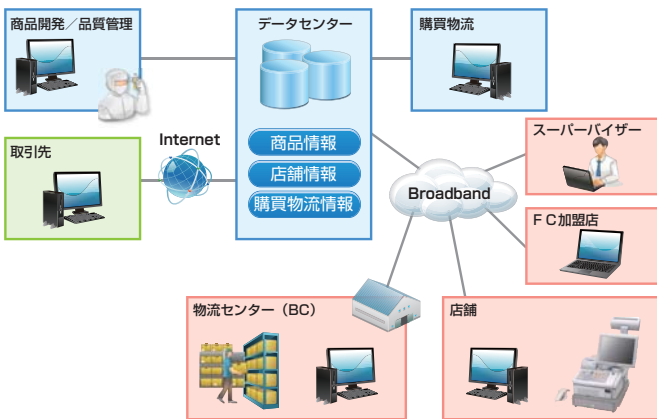
## ■ 基幹システムでの商品情報データベースの構築・管理にMercrusを活用

### — ミスタードーナツ事業本部では、Mercrusをどう活用していますか。

ミスタードーナツ事業本部は、2012年6月に、基幹システムを刷新しました。目的は、大阪の事業本部、原材料工場、物流センター(全国12箇所)、店舗(全国約1,380店)の間を流通する、原材料、商品、備品、販促物などの「店舗運営に必要なモノおよびその情報」の流れを統合管理するためです。

Mercrusは、その基幹システムの中の、「商品情報データベースの構築・管理」の部分で活用しています。

基幹システムの全体概念図



Mercrusで管理している情報は以下の通りです。

1. 商品情報  
「ボン・デリング」、「オールドファッション」など店舗で調理し、販売する商品の情報
2. 原材料情報  
ミックス粉、オイル、チョコレートなどの仕上げ材料など店舗調理に使う商品材料の情報
3. 物販商品情報  
「アイスクリーム」「おもちゃ(キッズセット)」など
4. 販促物情報  
ポイントカード、チラシ、ポスター、のぼり旗など
5. 消耗備品の情報  
包装材、カップ、トレイ、スプーンなど
6. 試作品情報  
新商品の企画・試作段階の情報

お皿、コーヒーカップ、スプーンなど「食器類」、トレイ、紙のトレイなどの「包材」、ナフキンが入った告知スタンドの「販促物」の情報も、すべて商品情報データベースで管理しています



## ■ Mercrus導入の目的

### — 今回、基幹システムを刷新した意義、目的を、Mercrusによる商品情報データベース構築に関連する事項を中心に、教えてください。

今回、基幹システムを刷新した目的のひとつが、「商品(原材料)情報の流れを一元管理すること」です。その目的を、商品情報データベースに関連する部分について詳細に述べると、次のようになります。

#### 1. お客様への商品情報の提供体制の改善(安全・安心をわかりやすく)

店舗で、お客様からアレルギー情報など、商品について問い合わせをいただいた時に、正確な情報を、より迅速に回答できるような仕組みを作ることを目指しました。

#### 2. 在庫管理の改善(需給管理の最適化)

ミスタードーナツ事業本部で原材料の需給を適正に管理するために、製造先の物流倉庫、店舗在庫をそれぞれ確認できるようにし、「総在庫」を把握することを目指しました。

#### 3. 情報共有の改善

商品開発の進捗状況など各種情報を、ミスタードーナツ事業本部の開発部門や運営部門など各部署で共有し、部門間の連携がスムーズに行えるようにすることで「どんな企画が、どれくらい進捗しているか」を見える化し、業務推進が円滑に行われることを目指しました。

#### 4. 原材料、消耗備品、販促物の一元管理

原材料、消耗備品、販促物など、店舗運営に必要な情報を一括管理することで情報確認までの時間削減を目指しました。

#### 5. 商品情報(アソート品含む)の管理

単品毎の商品情報だけでなく、各商品を詰め合わせたアソート品も一つの情報にまとめて管理できることを目指しました。このアソート品の管理機能は、今回、JFEシステムズに新規開発を依頼したものです。

## ■ 目的1. 「お客様への商品情報の提供体制の改善」

### — 「お客様への商品情報の提供体制の改善」について具体的に教えてください。

ミスタードーナツでは、ドーナツをはじめとする商品を、お客様に安心して味わっていただけるよう、商品の原材料の原産地や栄養成分、アレルギー成分などの情報を公開しています。現在の、ミスタードーナツでは、次の方法で、商品情報をお客様に公開しています。

#### 方法1. 商品陳列棚のプライスカードでの情報公開

ミスタードーナツでは、ドーナツの陳列棚のプライスカードに、アレルギー成分となる特定原材料(小麦、そば、卵、乳、落花生、かこ、えび)がその商品に含まれているかどうかを、○で分かりやすく表示しています。特定の原材料にアレルギーがある方は、この表示を通じて、アレルギー成分を避けることができます。

#### 方法2. 店舗スタッフへの問い合わせ

プライスカードや店舗レジ画面に書いてあること以外の、さらに詳しい情報を知りたい場合は、店舗スタッフにお問い合わせいただければ確認し、回答いたします。店舗スタッフは、POS端末(多機能レジ)から、商品マスターデータにアクセスして情報を得た上で、お客様に回答します。

#### 方法3. ホームページでの情報公開

ミスタードーナツのホームページでは、商品の栄養成分情報とアレルギー情報を常時公開しています。

#### 方法4. お客様センターなど各種お問い合わせ窓口

その他、弊社「お客さまセンター」にお問い合わせいただければ、すみやかにご回答いたします。

以上、情報提供には様々な方法がありますが、どの方法を使った場合でも、情報のソースは、Mercrusで管理している商品情報データベースです。

## ■ 商品情報提供体制のビフォー・アフター

### — Mercrusを導入する以前は、商品情報は、全国約1,380店舗で、お客様にどのように公開していたのですか。

Mercrusを導入する以前は、商品情報は、基本的に「帳票」で各店舗に伝えていました。

お客様から、商品の栄養成分やアレルギー情報について問い合わせがあった場合、店舗スタッフは、ミスタードーナツ事業本部から送信された、栄養成分情報やアレルギー情報の一覧など「帳票」を確認、出力して、回答していました。

この方法にはいくつかの課題がありました。

まず、店舗スタッフにとっては、

1. お問い合わせいただく度に、バックエリアで帳票を出力する必要があるためすぐに回答できない。
  2. そのためお客様にお待ちいただくこととなり、お問い合わせいただいたお客様だけでなく、すべてのお客様をお待たせすることとなっていた。
  3. 全ての商品情報が印刷されるため、手間とコストがかかっていた。
- などの課題がありました。



「Mercuriusを導入する以前は、商品情報は、基本的に「帳票」で各店舗に伝えていました。」  
(多田野氏)

また、お客様にとっても

1. 問い合わせをしても、回答に時間がかかるため待たされてしまう。
  2. 帳票には全ての商品が印刷されるため、知りたい情報をお客様自身で探すこととなり、時間と手間がかかってしまう。
- という状態でした。

しかし2012年に、Mercuriusによる商品情報データベースが導入されてからは、栄養成分情報やアレルギー情報など必要な商品情報を、本部から全国約1,380店舗に配信することができるようになりました。店舗スタッフは、自店のPOSレジ画面で検索すれば、本部が承認した、正確な情報を知ることができます。たとえ経験の浅いスタッフであっても、お客様からのお問い合わせに、その場で回答できます。

お客様は、プライスカードやレジ画面の表示情報を見れば、7大アレルギー情報などについて概要を把握できます。特定原料のある商品を含まない商品といったようなさらに詳細な情報を知りたい場合は、店舗スタッフにお尋ねいただければ、回答が得られます。お客様ごとの、ご都合、ご要望に合わせて、知りたい情報を知り得ることができます。

Mercuriusの導入により、「お客様に安心してミスタードーナツ商品を楽しんでいただく」ための、商品情報提供の体制が、大きく進化しました。

## ■ 目的2. 「在庫管理の改善（総在庫の把握）」

### — 「在庫管理の改善（総在庫の把握）」について詳しく教えてください。

ダスキン ミスタードーナツ事業本部では、お客様に安全・安心をご提供できるよう賞味期限管理や出荷履歴管理を行っています。また無駄のない事業運営を求められており、これに応えるため「適正在庫」を実現することを目指しています。

この適正在庫を実現するには、まず「今、全体でどれだけの在庫があるのか」という前提情報を把握しなければいけません。しかし店舗調理による製造直売型の食品会社であるミスタードーナツの場合、総在庫を計算するには、原材料工場、物流拠点、全国約1,380店舗の在庫をすべて同時に把握する必要があります。かつては、この「店舗在庫と物流在庫の統一把握」には時間がかかっていましたが、今回の基幹システム刷新により、迅速に実施することが可能になりました。また、原材料の賞味期限やトレーサビリティ関連情報の管理も可能になりました。

## ■ 目的3. 「商品ライフサイクル情報のデータベース化」

### — 「商品ライフサイクル情報のデータベース化」について詳しく教えてください。

ダスキン ミスタードーナツ商品の「企画、開発から販売開始、そして終売に至るまでの商品ライフサイクル情報」を、データベース管理していけば、今後、新商品を開発する時に、過去の類似商品の商品仕様、配合表、販促物規格表などの情報を検索の上、その時の検討状況などを参照し、当時の開発メンバーの知恵を共有することが可能になります。これにより企画・開発の効率を上げることができると考えました。

たとえば、2012年夏に販売された「二度うまカレーパン」は「2012年夏限

定」の商品ですが、この商品の情報も、Mercuriusデータベースに保存されています。仮に数年後に、再びカレーパン系の商品を開発する計画が持ち上がった場合でも、Mercuriusで検索して、「二度うまカレーパン」という過去商品の情報を検索すれば、新規商品開発のための有益な情報を短時間で入手できます。

## ■ 目的4. 「ダスキン ミスタードーナツ事業本部内の情報共有の改善」

### — 「ダスキン ミスタードーナツ事業本部内の情報共有の改善」について詳しく教えてください。

ダスキン ミスタードーナツ事業本部の商品開発部門では、複数の新商品の企画・開発が、常に同時進行しています。Mercuriusを導入する以前は、部署間で情報を共有するための仕組みが十分でなく、情報が各部署のメンバー内にとどまり、会社全体に十分に行きわたらないという状態になっていました。

しかし、Mercuriusの導入後は、各部署での企画、開発、試作の進行状況や、各試作品の配合表などの最新情報を、いつでも自分のパソコンから検索して行うことができます。※検索は、アクセス権限のある関係者のみ可能です。

また新商品の開発進行情報は、開発部門以外の原材料調達部門、販促物の制作部門にとっても重要です。たとえば、商品開発が完了した後に業務を引き継ぐ購買部門の部門長は、商品開発の最新の状況を知ることにより、「商品開発の進捗と発売時期を確認した上で、確定している原材料の調達を前倒しで行う」など、自部門のスケジュールを事前に組むことができます。

Mercuriusの導入により、「情報共有を推進し、企画・開発・購買・運営・販促など部門間の連携を促進する。それにより新商品のスムーズな発売を実現する」という、会社組織にとっての良い循環を生み出す基盤を構築することを目指しています。

## ■ 目的5. 「原材料、消耗備品、販促物の一元管理」

### — 「原材料、消耗備品、販促物の一元管理」について詳しく教えてください。

今回、Mercuriusにより、ドーナツなど商品の情報だけでなく、トレイ、お皿、カップ、ナプキンなど備品・包材、ポイントカードなど販促物類も、すべて一元的に管理することを目指しました。商品データベースを構築する際には、商品、備品・包材、販促物を、統合的に管理できるよう設計しました。のぼり旗、ポスターは、当初管理対象に含んでいませんでしたが、実際に運用を開始すると、これらも管理可能であることが分かりました。

## ■ 「自分たちの『発想の殻』を破りたかった」

### — 商品情報データベースのソフトウェアの選定はどのように行ったのでしょうか。

最初に、手作りで構築するか、パッケージを用いて構築するかという選択肢を検討し、その結果、パッケージソフトを用いて構築することに決めました。理由は、「自分たちの『発想の殻』を破りたかったこと」と、「法規の変化に、確実に低コストで対応したかったこと」の2点です。

第一の理由、「自分たちの『発想の殻』を破りたかったこと」ことについて。システムを手作りで構築した場合、「意図通り、思い通りにシステムが作られる」、「自分たちの従来の仕事の進め方に、システムの方を合わせられる」というメリットがあります。しかし、「自分たちの思い通りに作られる」ことは、裏返せば、「自分たちの知識、意識の範疇内のものしか作れない」ことをも意味します。

そこで、「導入実績の豊富なパッケージソフトウェア」を使うことにしました。そうしたパッケージソフトには、食品業界各社の「良いやり方（ベストプラクティス）」がバージョンアップの度に反映されていくと期待できるからです。パッケージソフトの仕様に沿って、仕事の進め方を組み直すことで、自分たちの発想の範囲を超えた「より良いやり方」を取り入れられるのではないかと考えました。

第二の理由、「法規への確実かつ低コストの対応」について。食品業界は、刻々と変化する関連法規に確実に対応する必要があります。しかし、この法規対応を手作りのシステムで行うとなると、多大な人的リソースとコストが必要になります。しかし、法規への対応は、一般性が高く、「独自の仕事のやり方」を適用する必要はありません。「法令に基づく表示」など法規への対応には、社内の人的リソースを使うよりは、Mercuriusのようなパッケージソフトの導入を通じて、外部の専門企業に開発とコンサルティングを委ねる方が合理的であると考えました。

以上、「パッケージソフトウェアの活用」という基本方針を決めた上で、次に具体的な製品の選択を始めました。候補となったのは、Mercuriusを含む2製品です。

## ■ パッケージソフトウェアに求めた要件

### — 各製品を比較検討した際の、比較基準を教えてください。

今回、採用するパッケージソフトウェアに求めた要件は次の5つです。

#### 要件1. 機能の網羅性

前述した、商品マスターの統合管理の目的、すなわち「お客様への商品情報の提供体制の改善」、「在庫管理の改善」、「商品ライフサイクル情報のデータベース化」、「ダスキン ミスタードーナツ事業本部内での情報共有の改善」、「商品、原材料、消耗備品、販促物の一元管理」を確実に実現できる機能、仕様を有することを求めました。

#### 要件2. 業務理解力、提案力

ソリューションエンジニアが食品業界のことを良く知っていること、その知識に基づいて適切な提案をする力があることを求めました。

#### 要件3. 製品の実績と将来性

食品業界各社のベストプラクティスや、最新の法規への対応などが、バージョンアップやユーザー会を通じて、的確に製品に反映されることを求めました。選定に際しては、パッケージソフトを選考導入している企業での利用状況を知るために、複数の食品メーカーを訪問し、担当者から直接話を伺いました。

#### 要件4. 商品情報の設定項目の柔軟性

商品情報の設定管理項目に、こちらの要望にきめ細かく対応できるだけの柔軟性があることを求めました。

#### 要件5. 費用対効果

要件1～4を満たした上で、かつ製品の価格に競争力があることを求めました。

以上の基準に照らして候補製品を比較したところ、Mercuriusがダスキン ミスタードーナツ事業本部が求める要件を最もよく満たしていたので、採用することを決めました。2011年1月のことです。



「Mercuriusがダスキンミスタードーナツ事業本部が求める要件を最もよく満たしていました」  
(松重氏)

## ■ MercuriusとJFEシステムズへの評価

### — 2011年の稼働開始以来の、商品情報データベースのベースパッケージとして採用したMercuriusを使い続けての評価をお聞かせ下さい。

第一に、手作りにせずパッケージソフトを選んだことは正解だったと改めて感じました。今回の基幹システム刷新は、企画、開発、店舗、物流、在庫管理などダスキン ミスタードーナツ事業本部のほぼすべての業務領域にわたり、システムを同時進行で全面改変するという大規模なプロジェクトであり、私たち情報システム部門にとっても、経験したことのない「未知の世界」でした。しかし、実績あるパッケージソフトを使っていれば、要件定義さえ確実であれば、正しく稼働することはほぼ確実に見込めるわけで、これは大きな安心材料でした。今回の新基幹システム構築は大きな遅れもなく予定通り進みました。これはプロジェクトの最初に立ち上げたMercuriusで構築した商品情報データベースがトラブルなくオンスケジュールで遂行できたことも要因の一つだったと考えます。

第二に、JFEシステムズのエンジニアのみなさんの業務知識や提案力、実現力は、予想以上の水準でした。商品規格書の管理項目のあるべき姿など、細部に到るまで熟知しています。何でもよく知っているのが驚きました。

第三に、Mercuriusは、ダウンすることなく、安定稼働を続けており、その安定性の高さを高く評価しております。

第四に、Mercuriusは、大きな可能性を秘めた、「伸びしろの大きい」ソフトウェアだと改めて感じています。

従来、Mercuriusは、品質保証部門の主導により原材料情報管理システムとして構築されることが多い製品であると認識していました。しかし、発想を柔軟にすれば、品質情報だけでなく、物流、調達・購買、店舗など、あらゆる業務分野での根幹の仕組みとして活用が可能です。

現在、Mercuriusにより商品情報データベースは、ミスタードーナツおよび、蒸しドーナツの販売店「和っ花(わか)」で活用しておりますが、将来的には、「カフェデュモンド」、「かつアンドかつ」など他のフード事業にも横展開することを検討しています。

## ■ 今後の期待

### — JFEシステムズへの今後の期待をお聞かせ下さい。

今回、基幹システムを刷新し、Mercuriusで商品マスターを構築・管理したことにより、ミスタードーナツの商品・備品の管理体制、お客様への情報提供体制は大幅に進化しました。ダスキン ミスタードーナツ事業本部は、今後とも、お客様の安全・安心のための必要な投資を続けていく所存です。JFEシステムズにはこれからも優れた製品とサポートを継続提供していただき、ミスタードーナツの顧客満足度向上の取り組みを支援していただくことを希望します。今後ともよろしくお願いいたします。

本日はお忙しい中、貴重なお話をありがとうございました。



JFE システムズ 株式会社

〒105-0023

東京都港区芝浦一丁目2番3号（シーバンスS館）

TEL.03-5418-2375

E-mail:foods-sales@jfe-systems.com URL:https://www.jfe-systems.com