

# Compass × 情熱で 成長戦略を軌道に



アンダーツリー株式会社 執行役員  
営業戦略部 坂原裕一 副部長

## Compassの基本機能と活用イメージ

機能	売上日計表	営業検証シート	ランキング表
目的	業績把握	予算進捗状況の把握	シェア動向

### 日々のデータ収集

日々の営業確認や営業会議で使用。全店・エリア別・店舗別に迅速なデータ確認ができる。対象期間や比較期間のデータ項目など、状況判断に必要な情報のみの抽出も可能。

### データを深掘り

さらに業績判断する際は、ドリルダウン機能でデータを深掘りして要因を把握する。

### 効率的なデータ分析・管理

定期的なデータ分析と状況に応じたデータ分析管理を効率的に行えるシステム環境。定期的にカスタマイズ対応のミートンクを実施し、機能拡充やシステム改修を行う。

「キコーナ」のブランドで近年店舗数を急激に増やし、業界で群を抜いた存在感を示しているアンダーツリーグループ（大阪市）。成長戦略のスタートは2013年頃で、その後展開するM&Aを支えたのが、この年導入したITCの経営基幹システム「Compass」だった。

## Compassに切り替えて 業務効率が大幅に向上

月刊アミューズメントジャパン12月号に掲載された「ホール企業売上上げランキング500社」で、アンダーツリーグループは第3位。154店舗で2487億4000万円の売上高を記録した。成長戦略が始まった2013年には48店舗だったので、8年間で100以上の店舗が増えたことになる。アンダーツリーの執行役員・坂原裕一（営業戦略部副部長は、当時キコーナ豊中上津島店の店長。Compass導入前の旧本部署システムについて次のように語る。

「旧システムは、売上管理や営業日報を作る程度の機能しかありませんでした。しかも、ワークリックで複数の操作をまとめて呼び出せるマクロ機能がなかったため、エクセルのVBAを使いこなせない、たいへんな手間でした。『三大帳票（売上日計表、営業検証シート、ランキング表）のうち営業検証シートは手作

Compassの大きな特徴のひとつは、ニーズに合わせ機能をカスタマイズしたり、新たな機能を追加できることだ。『誰が店長になっても、一定基準の店舗運営を維持できる』。この命題を実現するために、ITCさんに現場の声を反映した機能拡充やシステム改修をしてもらっています」。

## ポテンシャルを引き出し 経営の土台を確固たるものに

オリジナルの機能の一例として、「スロット設定別開店時稼働状況」がある。高設定台の情報を入力し、朝一からピンポイントで当該台で打つ不正を防止するために役立つ。開発では、現場の要望を入れ、実装後もブラッシュアップして使いやすくしていった。

「Compassは、営業管理だけでなく、台管理や賞品の発注・在庫管理の一元化など様々なカテゴリーで使うことができます。営業企画や広告宣伝、イベント時の稼働検証のほか、各店舗の修繕が必要な箇所のデータを収集・分析することで、リニューアル時期の検討などにも役立てられます。各部署から「Compassでこんなことはできないか」という要望もよく上がってきます。Compassのポテンシャルをどんどん引き出し、経営の土台となる部分をさらに広げ、堅固にしていきたいと思っています」

業で作っていたので、誤りがあると、どこが間違っているかわかるまで相当時間がかかりました」

特に本部が店舗ごとの業績を管理し分析するためには、旧システムでは限界があった。そこで白羽の矢が立ったのが、Compassだった。

「当時は、店長が転勤するたびに、新任者は一からやり方を覚える必要がありました。ところが、Compassが導入されると、作業が標準化されたので誰でも同じレベルで作業できるようになり、引継ぎも楽になりました」

三大帳票を自動作成するペーシックなフォーマットを作ったことで、業績が一目瞭然になった。こうした数字を基に店舗管理の効率化を図ると共に、的確な営業戦略を立てていった。

「各店舗の機種別データまで見られるので、業績のいい店舗のやり方を他店でも見習うことができました。本部機能としてすごいシステムだと思いました」

## 情報共有で本部機能を強化 M&A推進の原動力に

2015年、成長戦略が本格的にスタート。坂原副部長も店長から本部に異動していた。この年、「キコーナ」が11店舗新規出店、M&Aで傘下になった「金馬車」を含めると30店舗が増えた。アンダーツリーグループは、これ以降6年連

www.itccl.jp

株式会社 ITC

〒101-0047 東京都千代田区神田 1-14-8  
神田スクエアゲート 9F TEL.03-6275-0701

アイティーシーコンパス

検索

課題が見える、解決できる。

「以前は、エリアマネージャーやプロック長が現場に行って、ホールコンの数字を見たり、店長の話を聞かないと営業戦略を立てられませんでした。Compass導入後は、本部にいながらにしてそうした情報が把握でき、細かな機種別戦略も立てることができた。新規出店にも弾みがつきましたし、オープン後の稼働向上にも貢献しました」

M&Aで傘下に入った金馬車の企業文化をアンダーツリーグループと無理に統一するのではなく、優れた点は積極的に取り入れた。Compassで作成する検証シートやランキング表なども

従来の物とはガラリと変え、アンダーツリー・金馬車両社出身の社員が使いやすい、情報を共有しやすい新たなプラットフォームを創出していった。このことは、人事面での公平な登用にも貢献。実力があれば、他のホール企業出身者でも、役員やエリアマネージャー、プロック長といった重職に就くことができる仕組みづくりにつなげて行った。

「Compassで情報共有することで、いい人材に巡り合えましたし、みんなが情熱をもって仕事に取り組みるようになりました。これが8年間で100店舗以上を増やしてこられた原動力になっていると思います」