

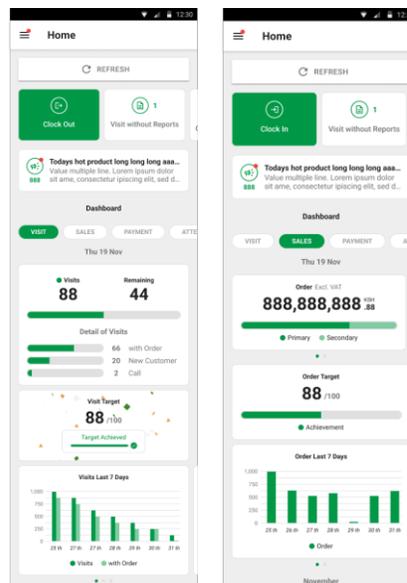


事業実施内容

2024年7月以降、サニタリー製品などの消費財メーカーに対し、訪問・オンライン面談を計100件以上実施し、市場からの需要が高い、①営業目標管理機能と②スケジュール管理機能を強化した。

具体的には、営業スタッフ向けのダッシュボードを改修し、日次・月次の目標設定や顧客グループ別のターゲット設定が可能になったり、地域単位でのスケジュール管理機能が可能となった。これにより、Medheight社（製薬）は顧客カテゴリー別の目標管理を導入、TAH PharmaceuticalやAmel Susan（食品）は訪問数目標のインセンティブ管理の活用が始まった。Ajinomoto社では国内のインフレに対応するため、営業実績を重量ベースで管理するようになった。Erisco Foods社では在庫管理機能を活用し、250名という比較的大規模な営業チームのパフォーマンスをデータに基づき評価できるようになった。

また2024年12月から翌1月にかけて、見込み顧客への訪問を40社以上実施し、中長期的な事業展開の可能性を探った。



事業成果

①売上データの蓄積増加：

週あたりの売上データが件数ベースで1.6倍、売上額ベースで2倍に増加。

②在庫データの蓄積増加：

週あたりの在庫変動データが1.7倍に増加。

③新規ユーザーの増加：

- 新規導入企業: 13社 / 280ユーザー（調味料大手: 約200ユーザーなど）
- 既存企業における追加: 16社 / 93ユーザー（2輪バイク・パーツ卸: 約30ユーザーなど）

今後の事業展開

SENRIのさらなる成長に向け、2025年以降は地域展開と機能開発の両面で事業を強化していく。

①周辺国への展開

- **ガーナ市場でのプロジェクト**を開始予定である。飲料メーカー大手が初期ユーザー数は約200名を見込んでいる。
- 2025年4月からは**マレーシア市場**でのトライアルを開始。日系大手企業への導入を目指す。

②システム開発の強化

加えて、**システム開発の強化**を進め、業務フローカバレッジの拡張、営業活動のさらなる自動化、在庫管理機能の強化の3つの領域で機能の最適化を行う。

- **業務フローカバレッジの拡張**：チケット機能で部署内・部署間での業務のやり取りの可視化、等
- **営業活動のさらなる自動化**：プライシング機能の補強（割引の自動計算など）、配送管理機能の自動化、インセンティブ・ゲーミフィケーションの導入
- **在庫管理機能の修正**：在庫承認システムの強化、販促グッズ管理機能の導入など

これらの施策を通じて、SENRIのサービス価値を向上させるとともに、新市場への拡大と既存市場での定着を両立し、持続的な成長を実現していく。