

トータルコストカットを目指し
電子調達とDWHの連携により
仕入コストを削減！



千葉県を中心に冠婚葬祭サービスを展開する、株式会社ライフランド



中世イタリア・ルネサンスをイメージしたウェディング・テーマパーク「ラ・フォレスタ・ディ・マニフィカ」

- 業種：サービス
- 事業内容：冠婚葬祭互助会および総合結婚式場・総合葬祭式場の運営
- 従業員数：1706名
(平成13年12月末日現在)
- 電子調達システム：ie-Procurement
- データウェアハウス：Dr.Sum
- ネットワークOS：Windows 2000
- DBサーバ：SQL Server 2000

- 導入の狙い**
購買部による仕入窓口の一本化とデータに基づく価格交渉の実現
- 導入システム**
電子調達システムと連動したデータウェアハウス
- 導入効果**
ボリュームディスカウントにより導入初期段階で仕入コストが2%減少

コストダウンを図るため
電子調達システムを導入

株式会社ライフランドは、もともと千葉県新生活互助会という名称で発足。現在は、社団法人全日本冠婚葬祭互助協会の監督・指導のもと、千葉県を中心に茨城県、福島県下で互助会会員向けに「ヒューマンライフサービス」を提供している。婚礼・葬祭事業をもとに人

生に訪れる大切な瞬間をフルサポートしている全国屈指の冠婚葬祭ビジネス企業だ。具体的には、グループの基幹事業である冠婚葬祭互助会の運営、総合結婚式場「プラザヘイアン」(旧平安閣)の運営、千葉県近郊26カ所の総合葬祭式場の運営、以上の三つの事業を柱としている。

昭和40年頃から結婚式場ブームが訪れ、各地に互助会用の結婚式場が建



DWHと電子調達システムにより結婚式場で使う食材などのボリュームディスカウントに成功



情報システム部 部長
林 隆久氏

「今回の導入は仕入原価の削減が主な目的で、データウェアハウスを本格的に活用していくのはまだまだこれからです。しかし、すでにこれまで見えなかったものが徐々に見えるようになってきたので、今後は電話料金の削減など業務改善につながるような取り組みを全社的に展開していきます」

てられたが、現在は少子化などの影響で結婚式場ブームは下火になり、葬儀が互助会事業の中心だという。

「互助会運営会社にはそれぞれ事業地域があり、当社は千葉県を中心に展開しています。今は互助会グループが仲良く共存していく時代ではなく、勝ち組企業と負け組企業がはっきりしてきました。互助会で預かっているお金を社員の給与や経費に使っているところもありますが、当社はお客様に喜んで頂いたうえで利益を出せるような経営姿勢をトップダウンで徹底しており、葬儀や結婚式で上げた利益できちんと運用しています。しかし、そのためにはコストダウンを図ることが重要です」と情報システム部 部長の林 隆久氏は語る。

そこで同社は、コストダウンを図るために新たに電子調達システムを導入。結婚式場で使う食材などの仕入原価の削減に取り組んだ。

「この厳しい環境下、じっとしては潰れてしまう時代です。売上が200億円を超えると、仕入原価も60億円くらいになります。以前は事業所ごとに地域の取引先から商品を仕入れていたが、これを全社で取りまとめればかなりのボリュームになります。それを事業所ごとではなく、本社の購買部で

一括して仕入れれば、ボリュームディスカウントで交渉の余地が生まれるわけです。そういった考えのもと、電子調達システムを導入し、購買部で取引先の選定から単価交渉、受発注業務まで一貫して行える環境づくりに取り組みました」と林氏は、今回の電子調達システムの導入目的を語る。

パッケージで使いやすい
大塚商会のシステムを選定

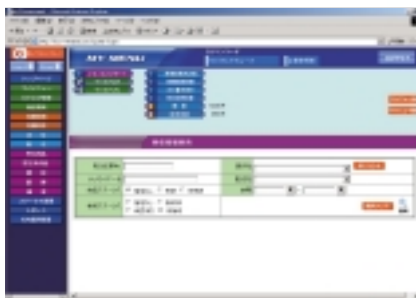
同社では、経営戦略の一環として、トータルコストの削減を目指して事業五カ年計画を打ち出し、全社的な課題として2002年1月からそれぞれの部署で検討を重ねている。情報システム部では、まず電子調達システムの選定から始めた。そして1月から3月にかけていろいろな電子調達システムのデモを見て、最終的に選定したのが、調達業務に必要な見積交渉から注文・検収まで一連の機能をもつ、大塚商会の電子調達システム「ie-Procurement」だった。

「最初に大塚商会さんのセミナーに参加して使えそうだなと思い、その後、品川で開催された実践ソリューションフェアでデモを見せていただきました。検討段階では他のメーカーの製品も見ましたが、いずれも昔の銀行のオンラインシステムのようなものでした。それに比べ、大塚商会さんの「ie-Procurement」はパッケージで使いやすいWebシステムになっていたことが魅力でしたね。当社独自の業務部分だけカスタマイズすれば、Web上で取引する部分についてはパッケージなので使いやすいとの説明があり、デモを見て確かにそうだと実感しました。電子調達で必要な仕組みは決まっていま



情報システム部 主任
福本 靖氏

「電子調達システムを導入するにあたり、取引先の方に理解してもらうまでに苦労しましたが、導入後は特にトラブルはありません。特に『ie-Procurement』はデータが加工しやすく、オプションも豊富なので将来的に機能拡張する上でも最適なものだと思います」



電子調達システムのログイン画面
電子調達システムの構築で
発注から支払いまでの流れがスムーズになった

すから、その核になる部分がパッケージで割安で手に入る上、ソフト面ではすでに多くの運用実績もあり、立ち上げた後でトラブルが起こりにくいのではないかと判断できたことが決め手になりました」と林氏は大塚商会の電子調達システム『ie-Procurement』を選定した理由を語る。

電子調達システムの導入・運用を担当している情報システム部 主任の福本 靖氏は、「他のメーカーからも同様のシステムが出ていますので、そのなかでどれが当社の業務に一番合っているのか選ぶのに時間がかかりました。情報システム部だけではなく他の部署と連携を取りながら、最終的に『ie-Procurement』に決めました。その理由は、当社ではデータベースにSQL Serverを使っていたので、それを利用してデータが加工しやすいことや、『ie-Procurement』はオプションも豊富なので購買部の要求を満たしやすく、将来的に機能拡張する上でも効果的だと考えたからです」と語る。

電子調達の導入に先立ち 取引先の啓蒙活動に尽力

実際に電子調達システムを導入するにあたっては、それに協力してくれる取引先の選定を行い、事前に準備を進めた。

「電子調達は仕事のやり方を大きく変えるものです。当社では、お互いに新しいステージで業務改善しましょうというスタンスで、電子調達に切り替える際、それまで1000社くらいあった取引先を400社弱まで絞り込みました。当社の主な事業地域は千葉県と福島県ですが、取引先も1社でそのエリアを

すべてカバーできれば、ボリュームは大きくなりますから、利幅が少しくらい小さくなくても利益は増えるので、弊社と取引先の両方にメリットがあるわけです」と林氏は、電子調達が取引先にもメリットをもたらす点を強調する。

しかし、取引先のなかには、通常業務でパソコンを使っていないところが多く、電子調達という新たなステージに対する啓蒙活動に多くの時間と労力が必要だった。

「大塚商会さんにご協力いただいて、取引先への説明会を2002年10月から1回1時間、30名程度で本社といわき事業所において合計12回程実施しました。その後は随時メールで情報を送って計画的に進め、こちらからテストデータを渡し、最後の請求書発行まで対応できたという返事をメールでもらった段階で準備OKという流れでした。ところが、取引先は肉屋さんや八百屋さんが中心ですから、パソコンを初めて使うところがほとんどで、日常業務のなかでメールを開く習慣もないわけです。そのため、こちらから電話で準備ができたかどうか確認しなければならず、結局、その作業が12月末までかかりました。1月に本稼動した後も、3月まで大塚商会さんにサブライヤ向けのヘルプデスクを設置してもらい、取引先からの操作方法などの問い合わせに応じてもらうように配慮しました」と林氏は導入時の苦労を語る。

また福本氏は、「1月にスタートした当初は、取引先から電話が鳴りっぱなしで、特に1月末から2月初頭にかけて請求書を発行する際には電話回線がパンクしそうでした。それでも、3月には電話がほとんどなくなりました。それだけシステムがわかりやすくしっ

かりしていたからだと思います。導入当初はメモリ不足で若干トラブルもありましたが、正月早々から大塚商会のSEの方に来ていただいて、メモリアップしてもらったので問題はすぐに解消されました。それ以外では特にトラブルもなくスムーズに動いています。ただ、月末月初は請求書を発行するために取引先の方が一斉にアクセスしてくるので、どうしても負荷が上がってしまいます。そのため、今後はサーバを2、3台に分けて負荷分散するとともに、仮に1台のサーバが止まっても別のサーバに自動的に切り替えることで止まらないシステムにしたいと考えています」と語り、すでに負荷分散装置の導入に着手している。

価格交渉に必要なデータを データウェアハウスで分析

さらに同社では、電子調達システムで集めたデータを分析して有効活用するために、基幹業務システムや電子調達システムと連動したデータウェアハウスを導入。仕入コストの削減を具現化する取り組みを行っている。

「電子調達システムはこちらから発注して、取引先が納品して請求書を発行するまでの仕組みですから、仕入コストを削減するためには、データに基づいて価格交渉するための道具が必要です。ただ、一般的にデータウェアハウスはシステムが大掛かりなのが難点でした。大手ベンダーの製品は日々データを分析して使う発想のもので、価格が高くて手が出せません。当社が求めているのは、電子調達で集めたデータを加工せずにそのまま分析できるもので、機能の一部があればいいわけです。そ

こで、以前からお付き合いのあった翼システムさんから、データウェアハウスを簡単に構築できる『Dr.Sum』という多次元集計ツールがあると聞き、価格も安いし、当社にはピッタリの製品であると感じました。翼システムさんは代理店を通して販売する形態を取っていたので、電子調達システムと併せて大塚商会さんに『Dr.Sum』の導入とサポートをお願いしました」と林氏は『Dr.Sum』導入の経緯を語る。

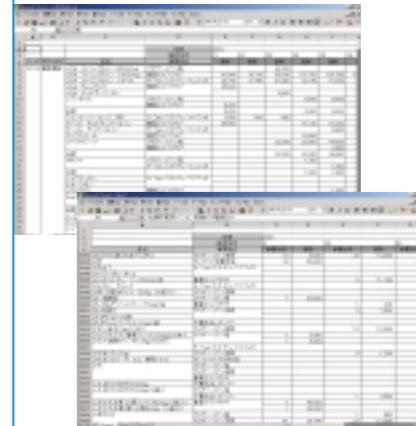
導入の結果、電子調達システムで入力された発注データが支払い管理まで一貫して流れるようになるとともに、そのデータを『Dr.Sum』を使って容易に分析できるようになった。

具体的な導入効果については、「引き出物などは価格が決まっていますが、食材などの時価商品は発注段階で、その時々に応じた単価を入力してもらう作りになっています。同じ商品でも季節や量によって単価が異なるので、その辺をデータウェアハウスで分析することによって、これまで見えなかった年間を通したボリュームが見えるようになってきました。要は、年間でこれだけ購入しているのだから、少し値下げしてほしいという交渉ができるわけですね。まだシステムが本稼動して半年余りですが、これが1年経つと、価格戦略のためのデータが溜まるので、年間の取り扱いが多い商品については仕入価格を下げるのが可能になります。また、昔なら、このような分析は情報システム部しかできなかったわけですが、『Dr.Sum』はフォーマットさえ用意すれば、現場の人が直接データの加工や分析ができるので、そのメリットは大きいと思います。すでに目に見える形で投資対効果も現れています。経営会議で



情報システム部 主任
高木 正氏

「今回導入した『Dr.Sum』は、現場サイドで必要なデータを簡単に検索して、ドリルダウンで詳細なデータ分析ができる点が大きなメリットです。今は購買部だけで活用していますが、各事業所でも活用されるようになりますと、さらにその効果が発揮されるでしょう」



「Dr.Sum」画面
電子調達システムで入力されたデータを
「Dr.Sum」によって分析することが可能



電子調達システムとDWHの連携により、発注から支払いまでの流れがスムーズに運ぶようになった

各事業所の全体の売上や粗利が発表されるのですが、粗利は通常に比べて2%くらいよくなっています。これは1年前からコストダウンに向けた業務改善に取り組んだ成果であり、今回のシステム導入が大きな役割を果たしている証しです。その意味では、ほぼ計画どおりにコストダウンが図れているので、今後が楽しみです。来年になれば、もっと大きく数字が変わるでしょう。特に、データに基づいて年間の生鮮食品の仕入対策ができることは大きなメリットです。インターネットを利用すれば、世界中の人と取引できるわけですから、1年、2年、3年…と時間が経つにつれて会社に大きく貢献できるようになるでしょう」と林氏は十分な手応えを感じている。

取引先の選定から価格交渉まで 全社の窓口を購買部に一本化

今回の一連のシステム導入によって、取引先の選定から価格交渉まで全社の窓口が購買部に一本化されたメリットも大きい。

「これまでは、各事業所長が取引先の口座開設のお伺いを本社に立てて、それが承認されてからマスター登録していましたが、今はその窓口が購買部に一本化され、データに基づいた価格交渉を行った上で口座を開設する形になっています。その意味では、仕事の流れが大きく変わり、取引先の選定から価格交渉までスムーズに運ぶようになりました。その道具として、電子調達システムやデータウェアハウスが使われ



サーバ:NEC Express 5800

ているわけですね。また、従来は紙ベースで支払管理を行っていたので、各事業所や本社などでそれぞれ伝票の入力作業を行わなければなりませんでした。それが今は解消されました。発注から支払いまで一貫してデータが流れるからです。その意味では、今回導入した一連のシステムは、事務処理の時間短縮にも役立っています」と林氏は語る。

また、データウェアハウスの導入・運用を担当している情報システム部主任の高木 正氏は、「今回導入した『Dr.Sum』はAccessに似た形状でとても扱いやすいですね。私の方で電子調達システムのデータを取り込めるようにしたのですが、最初に葬儀部門のデータを取り込む部分を大塚商会さんに作っていただき、それを見ながら割とスムーズに手を加えることができました。現在、『Dr.Sum』は主に購買部で電子調達のデータ分析に活用されています。これまでは各部門からこういうデータが欲しいという要望を受け、情報システム部の方で資料を作成していましたが、

今は『Dr.Sum』のお陰で、現場サイドで必要なデータを簡単に検索し、ドリルダウンで詳細なデータ分析ができるようになりました。その点は大きなメリットです。ただ、各事業所に操作方法などを直接指導するタイミングがなく、まだ現場では使い切れていませんが、今後、現場でも活用されるようになると、さらにその効果が発揮されるでしょうね」と語り、『Dr.Sum』が誰でも簡単に使える点を評価している。

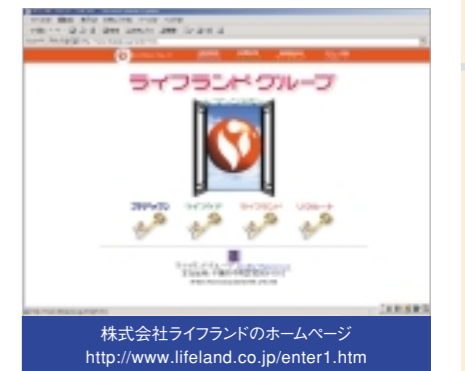
トータルコストを削減する 全社での活用が今後の課題

今回は、購買部における電子調達のデータ分析に主眼を置いてデータウェアハウスを導入したが、今後は全社レベルの幅広い用途でデータウェアハウスを有効活用していく考えだ。

「まだ『Dr.Sum』を使っているのは購買部だけですが、今後は全社で活用していきたいと考えています。ただ、いくら便利なツールだと言っても、現場の人たちは自分の仕事に必要なものしか使わない傾向にあるので、現場の業務改善に役立つ具体的な活用方法を示す必要があります。そのひとつが、電話料金のコスト削減です。現在の電話をIP電話に切り替えると、料金が約3割安くなるといわれているので、導入を検討しているところですが、それを裏付ける詳細なデータがないのです。例えば、電話料金の中には固定電話から携帯電話にかけると通話料も含まれていますが、この料金が結構高いのです。今は取引先の人もみんな携帯電話を持っているので、何の気なしに電話していても、それを所属別にデータとして表示すれば、おのずと業務改善の余地が

生まれるわけです。仮に毎月10万、20万円という数字が出れば、なるべく携帯電話にかけるとはやめてメールを使うように努力できるじゃないですか。こうした全社レベルでの業務改善がデータウェアハウスを活用することで実現できるわけです。要は、問題を発見・提起して、その改善策を実施する。それを全社展開していくことが今後の大きな課題です。もうひとつの活用方法は、毎月1回行っている革進会議の資料を『Dr.Sum』を使って作成することです。というのも、革進会議では各所属長が売上報告や経費分析を行っているのですが、これまでは経理担当者がさまざまなアプリケーションを立ち上げて集計しないと、経費の内訳を調べることができなかったのです。それを『Dr.Sum』を使って簡単に調べることができる仕組みを作れば、現場の所属長がいつでも把握できるようになります」と林氏はデータウェアハウスの全社展開に大きな期待を寄せている。

このようにライフランドでは、電子調達システムとデータウェアハウスの有効活用により、最終的に顧客満足度の向上につながるトータルコストの削減に積極的に取り組んでいる。



株式会社ライフランドのホームページ <http://www.lifeland.co.jp/enter1.htm>

