

# 抜本的な業務改革をめざした エクストラネット コンピュータサプライ品購買システム

株式会社 ツムラ

## 筆者 Profile



佐藤秀男

1982年 (株) ツムラ入社

1996年 イン트라ネットによる企画業務を担当

現在、情報システム部 企画課課長  
管理課課長(兼務)

## 論文要旨

近年の情報インフラとイントラネットの普及により、社内のコンピュータ機器が飛躍的に多く導入され、同様にサプライ品に関する経費や管理工数がアップした。

これらの問題に対し、今までの自前主義による運用形態では抜本的な業務改革が実施できないと考えた。その結果、ほとんどの業務を幹事会社(サプライ納入業者の中の一社)に委託(無料)/集中化することにより、購買業務を変革させコスト削減と社内購買専任担当者不要による小人数運用体制を可能とすることを提案した。

システム構築に際しては、社外ECビジネスの活用も検討したが、機能不足であると判断し自社開発を行った。当社イントラネット実行環境は、Webによる3階層とロードバランシング&フェイルオーバーを兼ね備え、かつ、スケーラビリティを追求している。既に多数稼動しており、今回も同様な形態を採った。

稼動間もないので期待も含め評価するが、社員の全体月間工数は驚くなかれ20%以下に軽減できると推測される。さらに、消耗品の購入価格も大量に消費する事を想定した発注ロットサイズなどの見直しにより、年間購入価格の10%程度の減額が可能となった。

本論文は、単一のシステム構築の事例を述べるだけでなく、エクストラネットにより具現化した内容や、幹事会社との相互ビジネス利害についても述べる。

## 論文目次

<b>1. はじめに</b>	<b>&lt;3&gt;</b>
1.1 会社概要	
1.2 論文趣旨	
1.3 進化する当社イントラネット環境	
<b>2. システム導入の狙いと背景</b>	<b>&lt;5&gt;</b>
2.1 現状システムと改革案	
2.2 インターネットECモール利用の是非	
2.3 いままでのコンピュータサプライ品の購入状況と問題点	
<b>3. 新システム（社内システム呼称：CC MALL）</b>	<b>&lt;7&gt;</b>
3.1 稼動にあたり	
3.2 業務機能概要	
3.3 ITの特徴	
3.4 イン트라ネット他システム連携	
3.5 社内ミクロ的効果	
<b>4. 新システムのマクロ的成果</b>	<b>&lt;12&gt;</b>
4.1 プロセスの簡素化と集中化	
4.2 トータル費用の削減	
4.3 単価交渉	
<b>5. 将来展望と今後の課題</b>	<b>&lt;14&gt;</b>
5.1 陳腐化への配慮	
5.2 他購買製品への適用	
5.3 社内ベンチャーへの展開	
<b>6. その他</b>	<b>&lt;15&gt;</b>
6.1 幹事会社選択理由とビジネス	
6.2 幹事会社の社内適用	
6.3 幹事会社へのビジネスメリット逆提案	
<b>7. おわりに</b>	<b>&lt;17&gt;</b>

## 図表目次

図1 エクストラネット システム概要	<b>&lt;4&gt;</b>
図2 画面サンプル	<b>&lt;7&gt;</b>
図3 業務機能概要	<b>&lt;11&gt;</b>
図4 プロセスの簡素化と集中化	<b>&lt;12&gt;</b>
図5 トータル費用の削減	<b>&lt;13&gt;</b>

## 1. はじめに

### 1.1 会社概要

当社は、明治26年創業以来100年を越える会社である。一般的には、浴用剤の代名詞「バスクリン」をはじめ、医療用漢方製剤の製造販売が主な事業内容といえる。

売上比率では医療用漢方製剤が7割以上を占めており、現在の「医療保険制度」改革論議は、医薬品業界に影響を及ぼすのが必至である。したがって、当社においても先行き不透明ながら予想される医療環境のめまぐるしい変化をどのように受け止め、かつ、対応できる企業体質を創るため「大規模な業務革新の必要性」が叫ばれている。

### 1.2 論文趣旨

近年の情報インフラとイントラネットの普及により、社内のコンピュータ機器が飛躍的に多く導入された。そのことは、昨今の経費抑制とはいえ業務改革の名のもとに最低限な投資が許されているからである。また、今年は10万円パソコンの出現により、当社もメーカー機種を問わない上限価格設定を方針として打ち出した。そうなると、必然的に限られた予算とはいえ保有台数も多くなることが想定できる。一部、工場製造ラインなどの直接部門は除き一人一台体制へ急速に近づくだらう。

その一方で、管理コスト低減といわれながらも、コンピュータ機器やサプライ品に関する経費や管理工数が同様にアップしていくことが往々に見落とされ気味である。経費は、抑制された中の消耗品費として包含されているからよいのか、煩雑な管理や業務工数は増えるばかりであった。ところが、どこの会社のシステム部門も、ユーザ部門の直接的な業務システムの開発が、プライオリティとして優先しているのが現状であらう。

そこであえて本論文は、このことにスポットを当て、21世紀に話題となると言われているインターネットECビジネスを意識した上で、コンピュータサプライ品の購買に関する抜本的業務改革をめざした内容をもとに当社の一例を述べてみる。

### 1.3 進化する当社イントラネット環境

本題に入る前に、当社イントラネットのことについてふれておきたい。

「イントラネット」という造語が世間で話題となりはじめた1995年当時、事例をふくめ調査分析を開始した。「無限の可能性」をWebに感じたが、いくつかの課題をクリアしなければならなかった。また、クリアすれば、今まで実現不可能だった「データ系から全社的情報系システム」への変貌を遂げることができると確信した。

情報系システムへ変貌させる前に

リテラシーや操作教育などの啓蒙が必要？

クライアント環境やネットワークの再整備が必要？

データベース連携など開発手段や方法は？

あれから4年、「イントラネット情報共有」環境を充実整備するため、情報インフラとして、パソコンやネットワークそして電子メール、グループウェアなど当社に続々と導入した。

イントラネットの変遷

1995年： 調査分析 PHASE      1996年： 試行開始 PHASE / 情報リテラシーの教育

(社内研修2,400人実施)

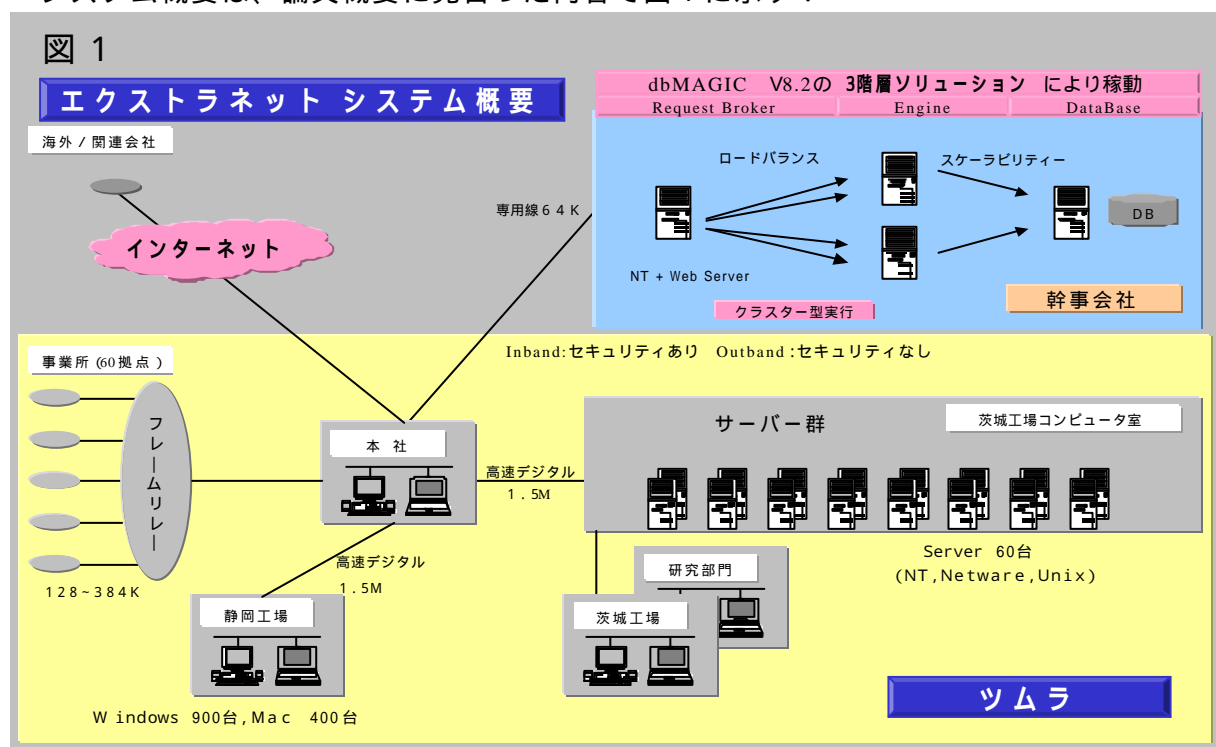
1997年： 改革開始 PHASE / 情報発信・情報共有の進め

1998年： 改革技術融合 PHASE / 情報共有, 次の一手

1999年： 企業情報ガバナンスを意識した的確な次の一手

これらの実施内容により、ツムラにおいても社員の情報インフラが利用できる環境が整い、この情報インフラの上に、企業の競争力を高めるアプリケーションを構築することが、情報システム部門の次の課題であると考えた。

システム概要は、論文概要に見合った内容で図1に示す。



## 2. システム導入の狙いと背景

### 2.1 現状システムと改革案

既に当社イントラネットで2システムほど稼働しているECシステム設計思想に基づき、導入されたコンピュータ機器に関するサプライ品の発注から支払いに至るまでの管理業務を再考してみた。また、イントラネットで同じく、ワークフローと電子承認による一般購買システムが稼働している。今回、適応する品目は包含された形で運用されていたが、当部門並びにユーザ部門の負荷を根本的に軽減するものではないと判断した。

その一方で、当社はリストラという名のもとに、人員削減/部門定員制の実施/欠員補充社員の減少(派遣社員増大傾向)/新入社員の不採用などの政策を余儀なくされている。こうした現状を踏まえた上で、現行サービスや運用を維持向上し、かつ、小人数で遂行していく体制にすることが急務であった。そのため、主としてコンピュータ機器のサプライ品購買に関わる業務や、その運用を手助けするシステムを構築し、そのほとんどの業務を幹事会社(サプライ品納入業者の中の一社)に委託(無料)/集中化することにより、購買業務を変革させ「コスト削減と購買専任担当者不要による小人数運用体制が可能となる企画書」を社内に提案した。

### 2.2 インターネットECモール利用の是非

具現化させるとき、どんなシステムでも自社による「自前主義」で行うかどうか検討する余地があることはいうまでもない。購読しているコンピュータ関連の新聞や雑誌などに、モールの紹介記事が掲載されており、インターネットでは、数多くのECモールサイトが既に実在している。一般的に、インターネットECの特徴は、売れる商品や大量消費商品を多く取り扱っている。また、配送の短リードタイムなどの手軽さと利便性も売り文句にしている。しかし、現状を調査してみると、以下のような当社が要望する機能がままならないことが判った。

当社、導入済み機器の新旧サプライ品目の有無と購入期間  
(リースの関係上最長5年程度)

現状、当社への納入価格より全体的高価

購入価格帯による送料負担(低価格品購入時)

ビル内指定納入場所への納入物品搬送(重量のあるもの)

納入後の在庫管理機能と受払出納業務並びに会計振替伝票の発生

当社、管理会計に促した付加項目の入力

ワークフローや電子承認機能

情報インフラが整っている当社にとって、外部の便利な機能が利用できれば自前での開発が少なく済むと考えたが、運営している幾つかの会社に確認したところ、稼働時期や機能的な面を含め具体的な返事を得られなかったので時期尚早と自社開発の道を選択した。

### 2.3 いままでのコンピュータサプライ品の購入状況と問題点（図3参照）

前述してきたことと一部重複する内容もあるが、具体的な事柄を順不同で記述してみた。消耗品購買専任担当者のBPRが陳腐化傾向にあり、現行事務処理の方法だと軽減が見込めない。

トナー、ドラムなどのプリンタ消耗品はメーカーによって、コンピュータ用紙は業務によってフォームが異なるため購買品目は、多品種にわたる。

大量に消費される物品（NIP フォームなど）の在庫管理や発注時期の把握を常に意識しなければならない。

ビジネスユースの物が多く、コンピュータ用紙などの当社専用品があるため、量販店で購入できるものが少ない。

品目が多種にわたるため、多業者への発注、納品、請求、支払業務が必要であり、在庫管理や経費付替え処理も含めた運用が煩雑である。

消耗品の購入単価は購入時、販社からの条件提示に対する当社の要望により決定されるが、その後の価格交渉はあまり実施されない。また、新規販社からさらに低価格が提示された場合、それまでの取引販社の対応如何により変更する場合がある。取引業者からの請求額と、部門ごとに入力される支払伝票の合計額がデータ入力遅延（担当者の認識不足）により度々異なりチェック処理と対応に手間取る。

社内発注ルート、発注先、発注ロットサイズにより、同一物品にも関わらず購入単価が異なる。

コンピュータ部門に在籍している関係上、全然把握していなかったわけではないが、社内の環境の変化に見落とされ気味な間接業務の効率化を早急に図らなければならないと再認識した。

### 3. 新システム（社内システム呼称：C C MALL）

#### 3.1 稼動にあたり

新システムは、当たり前ではあるが旧システムの購入状況と問題点を整理し、これからの社内外環境を意識した上で是正するために再構築するのである。内容に関しては後述するが、コンピュータのサプライ品は、当初、社内のすべての取扱い品目を調査したわけではなく、大きな拠点の昨年度の実績を元に調査分析し、結果として、とりあえず約250品目の商品を登録し稼動させた。このことは、当部門での導入/購入実績情報と、ある程度の推測により重複した商品が多いと認識したからだ。つまり、工数をかけて調査しても9割以上が初期登録された商品の範疇でことが足りると判断したためである。今回は、稼動にあたり地域限定商品もさることながら、全国への配送を加味した運用を販社にお願いしてあるので、イントラネット掲示板：業務通達（当社情報伝達の標準手段）や、CTIユニファイドメッセージによるFAX配信などにより、活用を促すようなアナウンスを随時することでカバーできると考えた。

#### 導入スケジュール

- 1999年3月：システム企画書作成（機能仕様設計）/社内承認
- 1999年4月：社内サプライ品の調査/詳細設計
- 1999年5月：発注ロットサイズ、納入価見直し/幹事会社決定/開発開始
- 1999年6月：販社への新システム趣旨説明実施（値引き交渉/サービス内容）
- 1999年7月：オンラインカタログ情報の整理と登録開始/イントラ社内告知
- 1999年8月：本番準備（サーバ環境/マニュアル作成/操作教育）

1999年9月1日 システム稼動告知：本番開始

#### 3.2 業務機能概要（図3参照）



図2に示したように一般的なインターネットECモールと同様、商品を検索などにより表示選択後、必要な物をバスケット（買い物カゴ）に入れ最後に注文する。再度注文を簡素化するためにカタログを作成する機能も持ち合わせている。ここまでは同じだが、企業の場合、購入行為自体は、同一部署や組織を越えた同一管理の元、グループ（一人でも可）的な操作を行える機能も必要だ。このグループに属した社員は同一属性で処理でき、購入に必要なあらゆる情報が共用されている。

この概念のもと、経費予算管理における費目残高＋発注中の表示により購入途中の情報も把握できるようになっている。予算オーバーに対する操作上の制限は、警告表示のみとし、購入は行えるようにした。この機能は、各企業や担当により意見が分かれることだと思う。また、会計システム連携の際、財務会計情報のみならず管理会計情報も付加している。次に、商品により、都度発注するよりは一括大量発注し納品後社内分配するような品目（コピー用紙など）にも対応している。その際、在庫管理や社内受払い出納機能により、費用付替えも自動（付替えするか否かは選択可）で行える。

一連の操作に関し、社員は必要だから購入操作するわけだが、経費責任者（部門長）に電子承認を促す際、毎日承認画面を表示して確認しなくても、システムから自動的に承認通達メールを配信し、認識できるようになっている。

納品処理と請求は、一度発注してしまえば、後は当社との取り決めにより設定したリードタイムに商品が納品される。発注した社員が、納品操作をあえて行わなくても幹事会社と販社により納品確定処理が行われる。もちろん、滞納や分納に関するトラブルとその請求に関しても配慮してある。さらに、支払い業務は、当社経理規定に合わせ会計システムに取り込めるようにした。もちろん、購入行為を行った社員は、何も操作する必要がないのである。

一般的な特徴といえるものをまとめてみた。

#### （１）商品選択の効率化

いつも使用する商品を発注画面に登録することによる簡単発注。  
ツムラ専用のカタログが作成できるため、商品選択が容易。

#### （２）発注プロセスの簡素化・迅速化

購買専任担当者ではなく、各社員がイントラ画面で商品選択や発注可能。  
従来の紙ベースからペーパーレスへの運用移行。  
イントラネット電子承認業務による購入責任の明確化。  
大量に消費するものはシステム上で在庫管理を行うことによる自動発注。

#### （３）購買データの有効活用

購買データを活用することにより、サプライ品の予算管理や経費振替の自動化。

#### （４）幹事会社の有効利用

多岐にわたる取引業者との発注、請求など煩雑な事務作業は幹事会社が代行することにより専任担当者は不要。  
値引き交渉、サービス内容などの必要業務は当社と幹事会社共同で決定。



### 3.3 ITの特徴

メインフレーム時代は、開発ツールとしてCOBOLやPL/Iなどがあげられ多くの技術者がいた。しかし、近年のC/SやOPENな環境の開発ツールにおいて、世間の話題性はともかくデファクトと呼べるものがなく選択肢が増えた。常にコンピュータ社会の変革の激しさは驚かせられるが、当社もシステムの拡張性のある実行環境やGUIに配慮した開発を心がけている。このことを実現するにあたり、当社ではその中核となるIT技術を、現在、マジックソフトウェアジャパン株式会社(MSJ)が販売しているdbMAGIC V8.2で大半を構築した。1997年の夏ごろからMSE社(MSJの親会社)のインターネットホームページよりUS版をダウンロードし評価開始、1998年1月の正式バージョンがリリースされたのと同時に購入。今では、当社イントラネットのデファクト開発ツールとして日本語版を活用し、下記の開発コンセプトを実施している。もちろん、今回のシステムにも適応した。

**全社業務システムのWeb化イントラネット実行環境**既存イントラネット業務とシームレスに連携Webによる3階層の環境ロードバランシング&フェイルオーバーを兼ね備えたスケーラビリティの提供(大量トランザクションへの克服対応) **ブラウザ利用環境を配慮した開発**ブラウザソフトの制限/相違を配慮ブラウザ内「戻る」「進む」ボタン使用不可制御ダブルクリック制御二重ログインによる不正アクセス制御 **ベンダー流行に左右されずらい** **持続性のあるシステム**HTML3.2とJAVASクリプトのみで構築最小限のプラグイン利用(Acrobat Readerのみ:アドビシステムズ株式会社)

補足するならば、ブラウザによるアプリケーションが話題となっている昨今、ブラウザメーカーや特定バージョンレベル(当社のブラウザ稼動条件:Netscape Navigator3.01以上)しか動作しないようなシステムでは、企業情報システムの根幹をなすシステムには適用できないと考えたいが、ブラウザが今後もパソコンに標準バンドルされて出荷される以上当たり前前に活用すべきだと考えている。その対策として、特定のHTML文法やプラグインの利用を多様化しないことが一つの対処方法だと思う。いつまで、その進化する環境に追随し動作できるかは判断しかねるが、システムの継承性や持続性をできる限り延命させようと意識している。

### 3.4 イン트라ネット他システム連携

その他、今回のシステムを構築するに当たり、既にイントラネットで稼動している当社システムと有機的に連携を図った。

#### 連携イントラネットアプリケーション

イントラメニューシステム	: 利用制限などの制御
PDF帳票配信管理システム	: 注文明細を含む各種帳票配信
PDF全文検索システム	: 電子保存された帳票検索
Eメール	: 電子承認通知
HELPデスクシステム	: 問合せ業務との連携

コンピュータ関連物件管理システム：サプライ品目情報の取得

C T Iユニファイドメッセージ連携：注文書F A X自動送付

(通信費が当社負担になるため保留)

さらに経費データは、1999年4月度より、西暦2000年対応の一環として再構築した会計システムが稼動しているが、当社作成の汎用インターフェイスにより連携させている。

E R P会計パッケージ連携

Super Stream (エス・エス・ジェイ株式会社)

### 3.5 社内ミクロ的効果

システム稼動効果を整理すると、

#### (1) イン트라ネットを進化させる、全社情報システムの位置付け

購買データ発生現場からの情報収集      経理業務の軽減社員満足度の向上  
簡単操作・的確なサプライ品の購入管理レベルの向上      経費予算・実績管理の  
早期実現

#### (2) 経費削減に大きく貢献

全社的ロットサイズによる納入価の低価格化  
社員の仕入れから支払い業務までの大幅な軽減  
経理部門による伝票チェック業務の大幅な軽減電子承認を採用することにより、ペーパーレス化の促進

#### (3) 情報インフラを最大限活用社内情報インフラの活用により、劇的なシステム展開を実現

導入、展開、維持管理などトータルのT C O削減

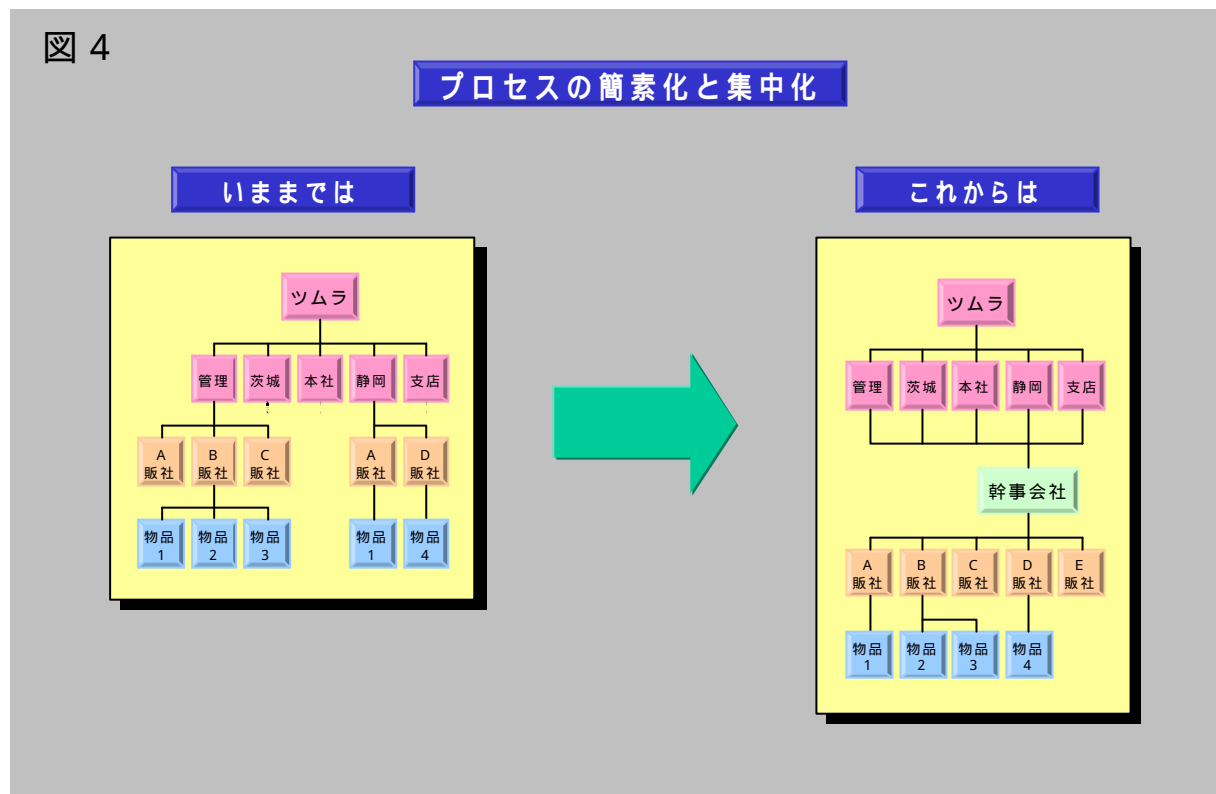


## 4. 新システムのマクロ的成果

### 4.1 プロセスの簡素化と集中化

図4に示したように、社内のいくつもの部署がいくつもの販社と取引し、異なる取引条件のもと購買業務を実施していたが、幹事会社配下に整理統合した結果、重複した販社や品目がなくなった。また、支払いに関する業務も窓口としての幹事会社1社だけの取引となった。もちろん、今までの支払いは、販社からの購入金額により現金や手形であったが、少しでもキャッシュフローが向上するように手形の支払いのみとした。

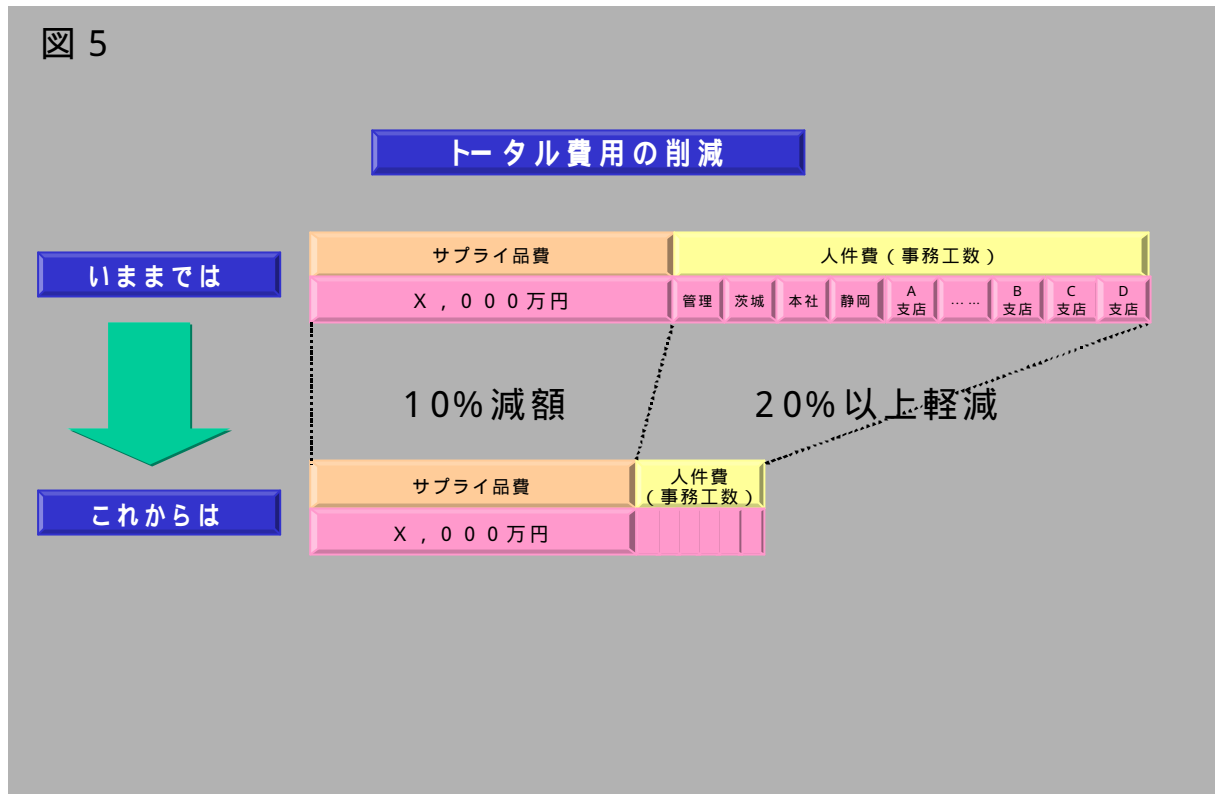
図 4



### 4.2. トータル費用の削減

言うまでもなく、社員の発注から支払いに関する業務工数は人件費なので、専任ではあるが他の業務も行っていることから如実に数字として表せない。しかし、ほとんどの社員がコンピュータに向かって発注操作するだけなので全体月間工数は驚くなかれ20%以下に軽減できると推測される。さらに、消耗品の購入価格も大量に消費することを想定した発注ロットサイズなどの見直しにより年間購入価格の10%程度の減額（幹事会社の通常ロイヤルティ2~3%は含まない）が可能となった（図5参照）。一方、今回のシステム導入に際し、当社専用（特定）品目のみを扱っていた販社には、幹事会社が間に入ることでありデメリットになってしまうことを、無理を承知でお願いした。

図 5



#### 4.3 単価交渉

納入価が全社員にイントラネットで公開されることにより、あらゆる要望や意見が社員から挙がるだろうが、取扱い品目や納入価に関しては、今までどおり幹事会社とその配下にある販社や新規紹介販社などに要望を聞き入れてもらい、適正な価格と運用が契約により約束されている。具体的には納入状況などにより、半年に一度の単価見直しを行うつもりだ。このことは、幹事会社や納入販社への規制にもつながる。

## 5. 将来展望と今後の課題

### 5.1 陳腐化への配慮

イントラネットで公開しているので、取扱い品目の有無や適正納入価格がやはり社員の一番目に留まると考えられる。そこで、別途「コンピュータ関連物件管理システム」を構築した上で連動させ、取扱い品目の有無やコンテンツなども陳腐化させない運用を考えている。そのことは、度重なる購買の機会損失により今回の趣旨がいつの間にか忘れられ、再度、部門や社員が独自に購入してしまう行為をさせないようにしなければならないと思うからだ。

### 5.2 他購買製品への適用

当社が企業活動を行う上で、部署により特定の商品などを特定の販社から大量購入している場合があるが、今回のシステムを適応したいという社員の声を耳にする。今回のシステムポイントは、幹事会社を販社との間に置き、当社と販社との細々とした取引を軽減する役割が非常に大きい。コンピュータのサプライ品以外の物をどう扱うかは、幹事会社と別途相談しなければならず、取引品目や販社をどのような形で分類し対応したほうがよいのかは、現在稼動したばかりなので判断しかねている。

### 5.3 社内ベンチャーへの展開

5.2 に記述した内容と相反するが、今回のシステムと同様に今後適用するものが増えると、その都度、頭の中を過ぎるのが自社への還元である。当社は、全社的な消耗品を取り扱う部門がなく、社内ベンチャーを発足させたとして、どれくらいの取扱量があり、採算が取れるのか、社内的に具現化させられるのか、など不明な点が多い。論じるには無理があるが、目の前でロイヤリティやインセンティブが自社への購入品により発生しているのからである。しかも、配送に関して、全社を往来している「社内便」を活用すれば、一箇所/部署で購入し送料負担や届け先に関しても無理がないなど、その一方で思ったからである。安易かもしれないが、新ビジネスを創出することも念頭に、検討の余地はあると思える。

## 6. その他

### 6.1 幹事会社選択理由とビジネス

新システムを管理／運営する上で、社員が購入の中核として介在すると、作業工数が集中し劇的な効果が生まれないと判断した。その結果、当社との取引が既に10年になる信頼できるディーラを幹事会社として任命させていただいた。この幹事会社は、当社がパソコン機器のヘルプデスクを既にアウトソーシング（1999年5月運用開始）している会社であり、さらに、パソコンやプリンタの発注から廃棄までのライフサイクルをカバーしてくれている。今回は、アウトソーシングとしての業務代行ではなく、正気の企業経済行為としてのロイヤルティが発生するビジネスとした。本来は、社内業務なので単純に工数を軽減するためだけならアウトソーシングということになり、別途労務費がかかるところだった。また、通常のロイヤルティやインセンティブがアウトソーシングとの費用相殺に当たらないことも判断理由である。

システムそのものは、当社のシステムコンセプトと有機的な連携を考え、当社側の操作する部分のみならず、幹事会社として必要不可欠な管理業務や販売管理システムとの連携を含め当社が担当した。さらに、幹事会社とは、アウトソーシングを実施した際、当社との間に、本専用線を敷設し、セキュリティを考慮したエクストラネット接続環境が既に存在していたのも可能となった要因といえる。

### 6.2 幹事会社の社内適用

通常の商品注文は、営業活動による One To One、電話やFaxなどにより受注する場合が大半を占めているのではないだろうか。その際、幹事会社の各営業の方々が、当社社員同様、1ユーザとして、当システムを活用すれば、幹事会社の受注におけるBPRやワークフローも一元化され効果を得ることができる。つまり、当社のみならず、他社にも流用できる仕組みを兼ね備えており、会社の垣根を越えて活用してもらいたいものだ。

### 6.3 幹事会社へのビジネスメリット逆提案

幹事会社は、当たり前だが当社のみならず他社とも取引を行っている。現在、コンピュータ機器の販社は、家電の取扱い品目としての商品群やインターネット直販などの話題により、販売ルートや販売方法が変革していく最中、低価格化のあおりをどう受け止めているのだろう。私は、コンピュータ販社業界のことは無知だが、「他社と差別化した付加価値サービス」として、今回のシステムを他のお客にも提案してもらいたいと思っている。そういうことをお互い実施していくことにより共存共栄やギブ・アンド・テイクが図られ、当社にもいろいろな意味で近い将来、別のノウハウが多く還元されることを期待するからなのである。つまり、もう少し広義に言い換えれば、ユーザが何をしたいのかを聞き出すだけでなく、何ができるのかを提案するソリューションを相手に伝えることにより、ユーザの曖昧な要望が具現化するビジネスチャンスにつながると思えるからだ。

今回のシステムにおけるビジネスチャンス拡大の意義

発注、会計業務軽減策を提案

購入後のアフターフォローによる信頼関係の確立

購買データ分析による戦略的営業活動の推進  
担当変更や受注連絡漏れによる機械損失の削減  
販路拡大による品目の充実と利益拡大



## 7. おわりに

今回のシステムも、今までのスタンスは「自前主義」によるOA化やオンライン化の推進のおり集中分散を幾度となく繰り返してきた業務である。自前による限界を感じつつ単純再構築では、当社が抱える問題や是正策を抜本的に解決するには至っていなかっただろう。しかし、近年のECビジネスをヒントに検討を重ねたら今回の形態が想定でき、幹事会社に相談したところ、快い返事が返ってきた。お互いのビジネスゴールや経営戦略を理解する能力と姿勢が伴にマッチして構築できたケースであるといえる。

システム自体は稼動してまだわずかな時間しか経っていないので、想定していなかった新たな課題が発生するかもしれないが、今後不足している機能を付け加えて充実と拡大を図っていきたい。そのことは、前述したように他部門から「他購買製品への適用」の提案の声が出てきたのも、今回のシステム形態を理解し賛同してくれた結果だと思う。

現在、先行き不透明な時代があとどのくらい続くのかは判断しかねるが、まだまだ社内の業務革新する内容は山積している。当社のみならず、メーカー特性として自前主義で行ってきた業務が他社でも数多くあると思われる中「持たざる経営」と世間では話題になっているが、急には変わらない...

最後に、今後、情報システム部門として益々社内外の変革を敏感に受け止めて、業務遂行の羅針盤を模索しながら少リスクで業務改革を実施していきたいと考えている。