

購買コスト削減・業務時間短縮を実現！

Amazonビジネス 活用事例集

vol.4 建設・製造・通信・サービス 編

業務のムダをなくしたい
購買・経理担当者が知りたい
業務効率化×コスト削減の事例を公開！

Amazonビジネスは、あらゆる業種の調達・購買ニーズに対応したビジネス専用の購買サービスです。購買・経理部門はもちろん、経営者にとっても見過ごせない“購買のムダ”を解消し、購買プロセスの効率化を実現。今回の「建設・製造・通信・サービス編」では8社の成功事例を紹介します。異業種でも参考になるヒントが満載！ぜひ貴社の購買プロセスの見直しにお役立てください。



P.1	<p>建設業界特有のニーズに応える品揃え。 Amazonビジネスと進めた 現場の声から始まるオンライン調達と効率化</p> <p>西松建設株式会社 (建設)</p>	コスト削減	業務効率化
		サプライヤー最適化	システム連携
P.3	<p>社員の「物品購入」と自社商品の「販売」の両面で Amazonビジネスを活用。 購買データがスピード経営を強化</p> <p>アイリスオーヤマ株式会社 (製造)</p>	コスト削減	業務効率化
		サプライヤー最適化	システム連携
P.5	<p>年間数千万円の立替精算を抑制し、 想定の上の5倍超のコスト削減を実現。 購買の利便性を重視した社内展開と バランスのとれた統制が成功のカギ</p> <p>DIC 株式会社 (製造)</p>	コスト削減	業務効率化
		サプライヤー最適化	システム連携
P.7	<p>消耗品やオフィス備品の 見積・発注作業を約75%削減し、 内部統制の強化にも貢献</p> <p>KDDI株式会社 (通信)</p>	コスト削減	業務効率化
		サプライヤー最適化	システム連携
P.9	<p>さらなる事業拡大に備えた効率性と ガバナンス維持を目指し、Amazonビジネスを活用。 10%以上の購買コストを削減し、 月間経理処理時間を1時間から10分に短縮</p> <p>株式会社GO TODSY SHAIRES SALON (サービス/シェアサロン)</p>	コスト削減	業務効率化
		サプライヤー最適化	システム連携
P.11	<p>経理処理の繁忙期がなくなった。 「電子帳簿保存法」を見据えた購買効率化に成功</p> <p>株式会社ノバレーゼ (サービス)</p>	コスト削減	業務効率化
		サプライヤー最適化	システム連携
P.13	<p>月数千万円の購買経費精算が3分の1に。 現場の利便性向上と備品購入の最適化を同時に実現</p> <p>株式会社バンダイナムコアミューズメント (サービス/エンターテイメント)</p>	コスト削減	業務効率化
		サプライヤー最適化	システム連携
P.15	<p>請求書処理の手間を軽減しながら、購買が見える化。 創造性を発揮しやすい環境を整備しつつ、 購買活動のガバナンスも強化する</p> <p>株式会社ブシロード (サービス/エンターテイメント)</p>	コスト削減	業務効率化
		サプライヤー最適化	システム連携

企業の購買コスト削減・業務効率化を支援！

Amazonビジネス 9つの強み

コストと調達を最適化できる！



コストを抑えて まとめ買いできる

法人向けの特別価格や、まとめ買いによる数量割引を活用して、必要なものをお得に調達できます。



業種を問わず 必要なものがすぐに見つかる

工業用品や学術用品、消耗品まで豊富な品揃え。急に必要になったものもすぐに注文できます。



送料無料&日時指定で 素早く届く

Businessプライム(年会費あり)に登録すると、お急ぎ便やお届け日時指定便*が注文金額に関係なく使い放題に。

※商品をお届けする日付または時間をご指定いただける配送オプション

購買管理を効率化できる！



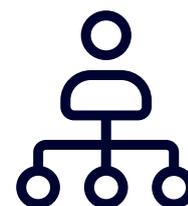
社内の購買を 一元管理できる

従業員をビジネスアカウントに追加すれば、複数人で利用でき、組織全体の購買をスムーズに管理できます。



購買ルールを決めて 無駄遣いを防げる

承認ルールを設定することで、「誰が何を買ったか」を追跡でき、組織全体で適切な購買が可能になります。



購買履歴をデータ管理し 経理処理を効率化

業務での購入履歴をデータで一元管理できるので、経費の処理や支出の分析がスムーズになります。

使いやすく、柔軟に運用できる！



経費精算の 手間を減らせる

請求書払いや法人カード決済に対応しているので、立替経費精算の負担を減らし、現金払いをなくせます。

※請求書払いのご利用には事前審査があります。



リモートワークでも 必要なものが届く

配送先をオフィスだけでなく、自宅などにも設定できるので、リモートワークでも安心してご利用いただけます。



登録無料で すぐに始められる

Amazonビジネスの登録は無料。気軽に試して、業務の効率化を実感できます。



西松建設株式会社
関東土木支社



西松建設株式会社 関東土木支社
総務部 経理課長(前現場工務革新センター)
高橋 英児様

建設業界特有のニーズに応える品揃え。 Amazonビジネスと進めた 現場の声から始まるオンライン調達と効率化

西松建設では、自社で利用している購買システム「KOBUY」にAmazonビジネスを組み込むことで、土木・建設現場特有の購買ニーズに柔軟に対応することに成功。現在は全国の現場で活用が広がっています。導入の経緯や活用成功の要因について、西松建設の高橋英児様（関東土木支社 総務部 総務課長）にお話を伺いました。

現場の労働時間削減のため 間接材購買のICT化を推進

西松建設は明治7年の創業以来、日本全国の土木・建築・開発事業に携わり、道路やダム、公共施設の建設や都市再開発などを手掛けています。高い施工品質を生み出しているのが当社の“現場力”。それを維持するうえでも、長時間労働の改善は喫緊の課題です。同社では、2024年4月から建設業でも適用になる時間外労働の上限規制に対応することを目的に、2019年、現場工務革新センターを設立し業務効率化や業務支援に取り組んできました。その一つとして着手したのが、購買システム「KOBUY」を活用した間接材購買のICT化です。当初は関東土木支社で利用をスタートし、利便性を向上させるべくAmazonビジネスをはじめとしたサプライヤーを購

従来課題

- ・現場の近隣に店舗がないことも多く、地域の商社に発注したり、社員が時間をかけてホームセンターまで買い出しに行ったりしていた
- ・商社への発注は電話やFAX。そのため、購買状況が不透明で、検証や統制が困難。購入先による価格のバラつきも…
- ・ホームセンターに買い出しに行く時間、領収書の精算業務にかかる時間のムダ・手間が発生

Amazonビジネス導入の決め手

- ・業務関連の専門書、地鎮祭等に必要なお酒類も調達可能。
IT機器や雑貨の品揃えも◎
- ・社員の多くが個人利用で慣れ親しんだインターフェースで使い勝手が良い

Amazonビジネス導入後の成果・展望

- ・Amazonの知名度、使いやすさが利用を後押し。
先行導入した支社では600件のオンライン調達が発生
- ・幅広い品揃え&遠隔地・山間部の土木現場にも送料無料というメリットはインパクト大。2年足らずで全国の現場に取り組みが拡大

買システム内で利用できるカタログサイトとして拡充。現場での評価が高まったことを受け、今では全支社でKOBUYを通じてAmazonビジネスでの調達を取り入れています。

全体の統制が取れず 立替精算が現場の負担に

土木現場は山間部や遠隔地にあること

が多く、近隣に店舗がないことも珍しくありません。欲しいものがあれば車を1時間走らせてホームセンターまで買い出しに行ったり、地域でなじみの商社に電話を入れて届けてもらったりと、昔ながらの方法で調達していました。ただし効率や透明性の観点で見れば課題が多かったのも事実です。買い出しは行くだけで時間がかかるうえに、領収書の精算業務も加わります。社

内システムに領収書を登録するのに一枚あたり3、4分はかかっていたでしょう。本来は施工管理に力を注ぐべき現場社員が、買い出しや事務処理に労力をかけてしまう状況は看過できません。もう一つ、購買の状況が不透明で検証や統制ができないという課題もありました。商社への注文は電話やFAXが多いため誰が何を頼んだのかが不明確。さらに何を、どこで買うかが現場ごとにバラバラで、同じ商品なのに買った先によって購入価格にバラつきが生じていました。

全現場を職員が回り メリットを説明する

そこで導入したのが、間接材の購買システム「KOBUY」です。KOBUY経由で複数のサプライヤーから物品を購入できるうえ、全社でまとめて請求書払いとなるため、社員個人による立替精算の手間がなくなり、労働時間削減に大きく貢献します。しかし、「慣れているやり方で構わない」「新しい方法を覚えるのは面倒」と考える人もいます。それが理由でKOBUYを導入してもほとんど使われなかったり、現場力をそいでしまったりすることになれば本末転倒。まずは現場の社員に購買ICT化のメリットを実感してもらうべき——。そう考え、KOBUYの導入当初は現場工務革新

センターの職員で手分けをして全現場を回り、利用方法や利点を丁寧に説明するように努めました。当初、KOBUYのメインサプライヤーはあるECサイト1つのみでしたが、現場の声を受け建設資材や日用品などが得意なサプライヤーとしても取引を拡大。さらに現場から既存サプライヤーでカバーできない書類や酒類もオンラインで購入したいとの声が挙がり、Amazonビジネスとの連携に至りました。Amazonビジネスは土木現場に欠かせない専門書の取り扱いが豊富なおうえ、地鎮祭や起工式、打ち上げなどに必要な酒類も調達可能。さらにIT機器や雑貨などの品揃えも豊富で使い勝手が良いので、以前はAmazonの個人アカウントで購入して立替精算していた人もいました。そんなAmazonビジネスがサプライヤーに加わったことでオンライン調達はかなり楽になったと思います。

Amazonビジネス地の連携・ 送料メリットで利用者が増加

現場ニーズの高いAmazonビジネスが加わったおかげで、KOBUY利用件数はぐっと伸びていきました。Amazonビジネスを連携してから関東土木支社では600件超のオンライン調達が生まれています。やはりプライベートでほとんどの社員が利用しているAmazonの知名度は絶大。加



えて、Businessプライム加入による送料無料の特典は購買システムを普及させる強力な後押しになりました。オフィス用品であればある程度計画的に購入でき、購入品の予想が立てやすいのですが、土木・建築では現場の状況に応じてその都度物品を購入するので、少量を何度も購入する事になりがちです。そのうえ、土木現場は遠隔地にあることも多く、必要な物品を揃えようとすると自然と送料がかさんでいきます。その点、Businessプライム会員であればAmazonビジネスから日用品や書籍、IT機器など幅広い品物を送料無料で購入できる。このインパクトは大きいです。

購買データを分析し さらなる効率化を目指す

商社への電話発注は減少傾向にあり、関東土木支社における商社との取引額は、以前に比べて4割程度減少。その差を埋めるように、オンライン調達が伸びています。新しい仕組みが受け入れられるまでは時間がかかると考えていたので、導入から2年足らずで全国の現場に取り組みが広がったのは驚きでした。現場との対話を重ね、ニーズに応じて支援を手厚くしていく。一見遠回りに見える姿勢が、結果的に現場のDXを促進したと思います。必要な品物の大半をオンラインで調達できる環境が整ったことで、誰が何をどこ購入したかが明確になりつつあります。現在はAmazonビジネスの購買分析ダッシュボード(Businessプライム会員特典)により、蓄積された購買データの分析を進めているところです。今後は現場のみならず管理部門でもKOBUY、ひいてはAmazonビジネスを利用していきましょう。データ活用と規模の拡大で、さらなる効率化を図っていけると期待しています。

現場の声

若手社員が活用し、調達は次第にオンラインへシフト

KOBUYの連携先にAmazonビジネスが加わったこともあって、若い世代ほどオンライン調達に積極的です。領収書が必要になる従業員個人による立替精算はかなり減りました。これまで月末にたまった領収書を処理するのに1時間弱かかっていましたが、今では殆どありません。よく利用するのは書籍ですね。土木現場では常に最新法令や仕様を確認しながら作業を進める必要があるのですが、建設土木関連の書籍は通常の書店での取り扱いが少ないので、Amazonビジネスを重宝しています。事務用品や日用品などの品揃えも豊富で、最近では新型コロナウイルスの抗原検査キットを手配する際にも活用しています。配送が迅速なことに加え、発注すると到着するまでの予定日数が表示され、スケジュール管理がしやすいのも助かりますね。現場の合理化を進めるうえで、調達は次第にオンラインへシフトとしていくと思います。



西松建設株式会社 関東土木支店
外環中央南工事事務所
今原 経介様



株式会社アイリスホールディングス
グループ経本部 経理部 部長
黒田 裕司様

株式会社アイリスホールディングス
グループ経本部 経理部 経理課 リーダー
日下 未和子様

社員の「物品購入」と自社商品の「販売」の両面で Amazonビジネスを活用。 購買データがスピード経営を強化

アイリスオーヤマでは、会計システムとAmazonビジネスの連携により、購買における仕訳業務の負荷を大幅に軽減しています。さらに、購買データを活用して自社商品の販売を強化。導入の経緯や効果について、アイリスホールディングスの黒田 裕司様（グループ経本部 経理部 部長）、日下 未知子様（同 経理課 リーダー）にお話を伺いました。

1日200件近くに及ぶ経費精算 処理が経理部の業務を圧迫

アイリスグループの中核企業であるアイリスオーヤマは、エンドユーザーのことを第一に考える「ユーザーイン経営」を推進。「変化はチャンス」「ピンチはビッグチャンス」と捉え、刻々と変わる社会情勢や市場ニーズに柔軟に対応し、多様な製品を通じてお客様に新たなアイデア、価値を提案しています。

経営のスピードを重視する当社にとっては、管理部門の業務効率化も継続的なテーマです。組織が拡大する中、例えば経費精算業務の負荷も見逃せない課題の一つで、まさにその解決策として導入したのがAmazonビジネスでした。

経理部には、本社と一部のグループ会社の社員から毎日200件近くの経費精算申

従来の課題

- ・毎日200件近くに及ぶ経理精算処理のうち約半数が個人によるもので、処理業務の負担が大きくなっていった
- ・家電など高額な立替が発生するため、個人の費用負担や不正・ミスの防止に対する改善が必要だった
- ・経費精算申請の内容に不備が多く、1日10～20件の問い合わせが発生していた

Amazonビジネス導入の決め手

- ・経費精算業務や仕訳業務の迅速化が期待でき、立替払いに伴うミスや不正も抑制できる
- ・自社の詳細な購買データを商品開発に活用でき、Eコマース強化につながる

Amazonビジネス導入後の成果・展望

- ・約半年で1,000時間近くの業務時間削減を達成。経理担当者と現場、双方の満足度が向上
- ・会計システムへのデータ取り込みが容易になり、仕訳業務の負荷を大幅に軽減
- ・Amazonビジネスを自社商品の販路として活用し、Eコマースを強化

請が上がってきます。そのおよそ半分は個人による物品購入の立替精算。申請を受け付けた当日に社員の銀行口座への振り込み手続きまで行うようにしているため、経理部の処理業務の負担が大きくなっていました。

加えて当社では、高額な立替も発生。開発部門では、商品サンプルとして冷蔵庫や洗濯機が立替払いで購入されることもあ

り、個人の費用負担、不正やミスの防止などの観点からも改善が必要な状況でした。

約半年でおおよそ1000時間の削減 効果。現場の社員からも喜びの声

以前からアイリスオーヤマの商品を法人に販売する場として利用していたAmazonビジネス。それを社内の購買ツールとしても利用する取り組みは、開始直後

他のビジネス通販とは次元が異なるAmazonビジネスの利用価値をさらに引き出していきたい

社員が日々物品を購入するツールとして、また当社の商品を販売するツールとして、Amazonビジネスを大いに活用しています。まず購買面では、働き方改革への要請が強まる中、バックオフィス業務改革に力を発揮しています。経費の流れの透明化は、内部統制の面でもプラスに働くと考えています。

一方、販売ツールとしてのAmazonビジネスの魅力は、第一に幅広い顧客層です。現在、当社はBtoB市場にも力を入れており、これまでリーチできていなかった特に中小規模の事業者への販路を開拓できるのは大きなメリット。加えて、紙のカタログと違い、オンラインなら新商品をタイムリーに販売できるため、機会損失を防ぐことにもつながります。

ビジネス通販の中でも、その認知度や浸透度、使い勝手など他のビジネス通販とは次元が異なるAmazonビジネス。今後も、社内業務の効率化やマーケティング施策の強化など、さまざまな側面で利用価値を引き出していきたいと思えます。

から大きな効果を生みました。実はもともと、個人向けのAmazonで業務上必要なものを購入していた社員が多かったため、その立替精算がすぐ4割以下に減少。現場の社員と経理部門双方の作業が減り、経費精算業務に掛かっていた時間は導入から約半年で1000時間ほど削減されました。

これまで、経費精算に当たって紙の領収書の撮影、精算システムへの入力、領収書原本の経理部への郵送などを行う必要がありました。Amazonビジネスの導入によって、それらの多くがなくなり、社員からは「本当に楽になった」との声が聞かれます。一方、経理部としてはかねてから申請内容の不備の問い合わせが大きな負担で、1日に10~20件は社員に承認の有無や正確な購入品名などを確認していました。それがAmazonビジネスなら、必ず上長の承認が済んでおり、購入品もいつでも確認できるので、非常に便利です。

会計システムにそのまま購買データを取り込むことができる

そして、もう一つ助かっているのが会計システム用のデータがすぐに手に入ることです。当社はBusinessプライム会員で、会計システムにそのまま取り込めるデータが提供されます。併せて社員が発注する際、商品と一緒に「事務用品」「書籍・雑誌」「開発用サンプル」などの項目を選ぶようにして、裏側で勘定科目と結び付ける仕組みにもしているため、仕訳業務の負荷

が大幅に軽減しています。

経理部には、迅速な経営の意思決定を支える「月次決算」の提供にも極めて高い水準のスピードが要求されています。経理業務の生産性向上に貢献するAmazonビジネスは、ここでも強力な武器になります。社内での利用率が高まれば高まるほど、効率化のメリットも大きくなりますから、いっそうの周知を図り、立替精算を従来の10分の1程度にまで減らすことが目標。そうして生み出した時間を経営判断のサポートや人材育成などに充てていきたいと考えています。

自社の購買データを商品開発などに活用する動きも

一方、社内では、開発、製造、物流、営業などの各部門が日々購入するさまざまな物品のデータを法人向け商品の開発や需要予測に生かす動きも出てきています。自社のデータであれば、どんな規模の組織が、どれだけの頻度で、何を買ったか、正確に把握できる。それが、オフィスで必要とされている商品や数量の詳細な情報になるというわけです。

自社データの分析によって法人のニーズを精緻に捉えられれば、それをAmazonビジネスでのアイリスオーヤマ商品の販売促進につなげられます。当社がAmazonビジネスで自社商品を本格的に販売するようになったのは、法人市場のEコマース拡大が目的です。カタログを基本とした法



株式会社アイリスプラザ
営業本部 執行役員 営業統括部長

岩崎 亮太様

人営業で中小の事業者をすべてカバーするのは難しい。まして今は、多くの企業が事務用品や日用品ばかりでなく、相応に高価なものもEコマースで購入するようになっており、この分野の強化は必須です。実際、コロナ禍には当社のAIサーマルカメラが温度測定用として多く引き合いをいただきました。

EC販売におけるAmazonビジネスの割合は1年で倍増。購買データ活用が今後のカギ

当社の法人向けEコマースに占めるAmazonビジネスの割合は1年で倍増しており、存在感は着実に高まっています。具体的な商品でいえば、先のAIサーマルカメラの他、サーキュレーターやシュレッダー、シーリングライトなども好調。お客様も、一般企業ばかりでなく、クリニックや各種学校、塾など多岐に広がっています。ただ、ここまではいわば想定範囲内。今後は、潜在的なニーズを掘り起こしていかなければならないと考えています。

そこで重要になってくるのが、社内、社外から収集した各種データに他なりません。そこにはスピーディーに新たな商品を開発する、既存の商品を改良するためのヒントが眠っている。特にネット通販の先駆者であるAmazonには他とは一線を画す充実したデータが日々蓄積されています。今後はそれをいっそう活用することによって、お客様にこれまでない価値やアイデアを届けていきたいと思えます。





DIC株式会社
購買部 間接材グループ
グループマネジャー
福西 一裕様

DIC株式会社
購買部 間接材グループ
マネジャー
坂田 勇樹様

DIC株式会社
購買部 間接材グループ
加瀬 朗子様

年間数千万円の立替精算を抑制し、想定5倍超のコスト削減を実現。購買の利便性を重視した社内展開とバランスのとれた統制が成功のカギ

DICは、国内のグループ全体でAmazonビジネスを一斉導入し、間接材購買の大幅なコストダウンと同時に内部統制の強化も実現しています。社内での利用が急拡大した要因や今後の活用計画について、DICの福西 一裕様（購買部 間接材グループ グループマネジャー）、坂田 勇樹様（同グループ マネジャー）、加瀬 朗子様（同グループ）にお話を伺いました。

年間数千万円規模で発生していた立替精算を抑制する

DIC株式会社は印刷インキと有機顔料、PPSコンパウンドで世界トップシェアを占める化学メーカーです。1908年に印刷インキの製造・販売で創業し、その基礎素材である有機顔料、合成樹脂をベースに事業を拡大してきました。現在は60を超える国と地域で展開しています。私たち購買部間接材グループでは、グループ全体に



従来の課題

- ・ 全社共通の購買システムは現場からの不満が高く、年間数千万円規模の立替精算が発生していた
- ・ 承認が事後になる立替精算が多く、内部統制の観点からも改善が必要だった
- ・ グループ全体で間接材購買の最適化を図るうえで、海外との連携にハードルがあった

Amazonビジネス導入の決め手

- ・ 内部統制を固く、現場が使いやすいインターフェースも◎
- ・ 国外のグループ会社を含めた、グローバルレベルでの間接材購入最適化が可能

Amazonビジネス導入後の成果・展望

- ・ 1日20~30件の利用が定着し、立替件数が大幅に減少。導入から半年で200万円のコストダウンに成功し、不適切な備品購入も抑制
- ・ 将来的には海外の子会社でも採用し、グループ全体で間接材購買最適化を図っていく

おける間接材調達最適化やコストダウンをミッションとしています。この数年、解決に向けて取り組んできたのが立替精算の抑制です。もともとDICグループでは全社共通の購買システムを構築し、必要な備品を購入できるように整備していました。しかし現場からすれば「購買システムでは時間がかかる」「品揃えが物足りない」などの理由で、立替精算による備品購入が年間数千万円規模で発生していました。

現場での使いやすさが評価され、1日20~30件へ利用が伸びる

承認が事後になる立替精算が多い状況は、内部統制の観点から見ると望ましくありません。現場の利便性を損なわずに、内部統制を効かせた備品購入はできないか—その第一歩として、本社を含めた国内のDICグループで一斉にAmazonビジネスの導入を決めました。購買システム利用者



左：購買部がおすすめする商品を「推奨商品」として優先的に表示
右：注文時に上長を承認者に都度設定する運用に

に活用を促す案内メールを送ったところ、ユーザー申請が後を立たず、利用規模はDIC本社を含めた国内グループ15社、登録ユーザー数は5,500人に上っています。使い慣れたインターフェースですので、研修なしでも一挙に利用が広がりました。品揃えが豊富で、納期が1~2日と短いため、特に近隣では購買の選択肢が少ない工場などで重宝されています。全体の購入品目ではディスプレイやWEB会議用のヘッドセットなど、IT関連機器での利用が多いですね。当初は1日当たり数件程度の利用にとどまると予想していましたが、実際の利用件数は20~30件に上ります。今後はさらに増えていくでしょう。

大幅なコスト削減効果という “嬉しい誤算”が生じた

導入効果は期待以上でした。特にインパクトが大きかったのは、商品購入時のコストダウンです。立替精算からAmazonビジネスへ移行したことで、導入半年を過ぎて確認できているところでも200万円分の備品購入額を削減できています。これは当初想定5倍近い数字です。Amazonビジネスの利用が急拡大しているため、この先の削減額はさらに大きくなると予想しています。実は導入前は、立替精算が

Amazonビジネスに置き換わっても金額面で大きな差は望めないと考えていたので、まさに“嬉しい誤算”でした。さらに従業員自ら「同じものを買うにもAmazonビジネスのほうが安いから」と、既存の購買システムからAmazonビジネスに乗り換えるケースも出ています。既存の購買システムにAmazonビジネスが加わり、必要な備品をほぼ網羅できる体制が整いました。すでにグループ全体の物品調達に関する立替精算件数は大きく減っていますが、

これからはさらに減少していくものと思います。

Businessプライム特典で 購買コントロールを効かせる

Businessプライムは様々な特典を受けられる有料の会員サービスですが、お急ぎ便などの配送料無料特典だけでも十分な費用対効果があります。その他、Businessプライム特典で便利に使っているのが推奨購買ルールの設定です。何を購入するかを従業員任せにするのではなく、適切な品物を選択するためのサポートも大切です。特にAmazonビジネスは取扱アイテムが豊富ですので、会社である程度道筋をつけておくとその後の購買管理が円滑になります。これによって購買部がおすすめの商品を「推奨品」として優先的に表示できます。リストにない製品も購入できますが、備品にこだわりのない従業員からすると、会社で最適な商品を決めておいたほうが迷わずにすむという声も多いです。推奨商品を登録することで、不適切な備品購入が起きにくく、購買コントロールを効かせやすくなっています。Businessプライムは、当然、今後も継続利用していく予定です。

承認フローを簡略化し、 導入のハードルを下げ、 利用スピードを上げる

導入にあたっては、できるだけ初期設定の手間を減らし、シンプルにすることを重視しました。通常、購買システムを導入する際は、組織情報の登録や役職者への承認権限の付与、承認フローの整備などがが必要です。この方法では導入に時間がかかるうえ、組織変更や人事異動が起きるたびに大掛かりなメンテナンスが発生します。この手間が障壁となり、導入を断念することになれば本末転倒です。そこで今回のAmazonビジネス導入では、購買部による役職者の情報入力や承認権限の付与といった初期設定は行なっていません。各自

が直属の上長を承認者情報に入力し、上長の承認を得て発注する流れになっています。最後は、確実に上長承認が行われていることを購買部が確認するフローを通したのち、正式に購入しています。

5,000人を超える利用者が1つのグループ内で承認者を自ら設定する方法を採用し半年以上が経過しますが、現在まで運用はおおむね順調です。最初のうちは入力忘れなどのうっかりミスもありましたが、使い慣れてくると入力漏れは減ってきました。ただAmazonビジネスの利用頻度が予想以上に急激に高まっていることもあり、今後は、既存の購買システムとの連携によって既存の承認フローに乗せていくことも検討しています。



将来的な海外展開も視野に、 国内で活用を深めていく

まずはトライアルとして導入を決めたAmazonビジネスでしたが、導入してみると従業員の評判は上々。運用面・価格面で利点が大きく、もはや備品購買において不可欠なツールの一つになっています。将来的には、海外の子会社でもAmazonビジネスを採用し、グローバルレベルで間接材購買の効率化を図れればと考えています。間接材購買の内部統制をいかに取っていくかは、国内外で共通の課題です。DICグループ全体で間接材購買の最適化を図りたいと考えても、国境を越えるとサプライヤー事情が変わってしまうため、海外と連携していくのは難しいなどハードルがありました。グローバル企業から生まれたAmazonビジネスは、その有力な解決策となり得るツールです。いずれは日本と海外でAmazonビジネスの連携運用まで可能になればと期待をしています。



KDDI株式会社
購買本部 PI推進部
シェアードグループリーダー
松本 圭嗣様

KDDI株式会社
購買本部 PI推進部
シェアードグループ 課長補佐
玉村 瑤子様

消耗品やオフィス備品の見積・発注作業を約75%削減し、内部統制の強化にも貢献

KDDIは、工数の多さが課題だった消耗品・オフィス備品の購入プロセスを、Amazonビジネスの導入によって改善し、大幅な業務効率化を実現しています。導入のポイントや運用上のメリットについて、KDDIの松本圭嗣様（購買本部 PI推進部 シェアードグループリーダー）、玉村瑤子様（同グループ 課長補佐）にお話を伺いました。

購買本部を通じた 日常的な物品購入の手間が課題に

KDDIは現在、auブランドを主力とするモバイル通信事業を中心に多様な事業を展開。中期経営計画で「通信とライフデザインの融合」を掲げ、5G/IoT時代における新たな価値創造を追求しています。あわせて、それを支える経営基盤の強化を全社で進めており、購買部門にも業務効率化を推進するPI推進部が2020年4月に新設されました。

購買関連の課題の一つに、消耗品やオフィス備品などの“日常的な物品購入にかかる手間”がありました。当社では文房具など購買本部があらかじめソーシングを行いカタログ化したものを除き、消耗品やオフィス備品も含めて業務で使うものの購入はすべて購買本部を通すのが原則。各部署から購買本部への見積依頼、購買本部での

従来の課題

- ・消耗品やオフィス備品の購入はすべて購買本部を通して行っていたため、専任スタッフを4人配置する必要があった
- ・消耗品やオフィス備品の購入にかかる工数の多さが購買業務を圧迫していた
- ・社員が個人用のAmazonで商品検索し見積依頼するケースも見られた

Amazonビジネス導入の決め手

- ・自社のルールに合わせた承認フローの設定が可能
- ・内部統制を強化でき、購入元を把握しづらい個人の立替購入を減らせる

Amazonビジネス導入後の成果・展望

- ・見積依頼が月平均120件から30件に減少し、専任担当者の配置が不要になった
- ・導入から約半年で月間発注件数が倍増
- ・蓄積した購買データを分析し、サプライヤー比較やコスト削減にもつなげていく

見積取得、各部署での申請・承認、さらに購買本部での発注といったプロセスが必要で、購買本部内に見積・発注処理だけを行う専任スタッフを4人置かなければならない状況でした。購買本部では、例えば基地局設置に伴う高額な設備や機器の調達なども担っており、各種ベンダーとの関係強化をはじめ、ほかにも力を注ぎたい業務が多くある。そこで、消耗品・オフィス備品購入の工数を削減するツールとして導入したのがAmazonビジネスです。

社員の立替払いによる物品購入を減らすのにも有効

導入にあたり、当初はAmazonビジネスと既存の購買システムとの連携も検討しましたが、当社では開発の費用や時間を考慮してそれぞれ独立して運用する形に。それができたのは、Amazonビジネスに予め十分な機能が備わっていたからです。当社のルールに則った承認フローを容易に設定でき、請求も部署ごとに分けられる。で

● Amazonビジネス導入により、消耗品やオフィス備品購入の手間が大幅に削減



あれば、いち早く取り入れて業務効率化のメリットを享受しようということになりました。

もう一つ今回の導入を後押ししたのが、Amazonビジネスが“内部統制の強化”にも貢献するという点です。KDDIの社員数は単体でも1万人超。消耗品やオフィス備品の購入では、社員個人による立替払いが一定数発生していました。緊急時など仕方のない場合もありますが、立替払いだと会社が購入元を正確に把握できないこともある。ここに内部統制上の課題があったのです。立替不要で、購入履歴もきちんと残る仕組みを入れることでそうした問題を相当程度解消できる。役員がAmazonビジネスの導入を決裁する際、これが大きな決め手となりました。

各部署から購買本部へ 見積依頼がおよそ4分の1に

Amazonビジネスの導入に伴い、消耗品やオフィス備品の購入において各部署が購買本部を通さずに発注処理を行えるよう、ルール変更も行いました。万一規則に従わない購入があっても詳細な追跡ができるため、十分に統制を保つことが可能。またAmazonビジネスには、発注時に入力する追加情報を任意に設定できる機能があるため、別途稟議が必要な購買では、そこに社内の決裁番号を打ち込む決まりとしました。それをAmazonビジネスの管理画面で確認すれば、部署内の承認が正しく行われているか、購買本部でもすぐに調べられます。

そうして購買本部を経由しないで済む体制を整えたことで、現場からの日常品の見積依頼は大幅に減少。従来、平均して月に

120件ほどあったものが30件ほどになりました。1件あたりの処理時間は平均30分程度。商品によっては、購買本部が購入先から探さなければならないこともあるため、かなりの業務効率化につながっています。実際、4人いた専任の見積・発注担当は0人となり、ほかの仕事と兼務で対応できるようになりました。

一方で、Amazonビジネスは現場の各部署の作業軽減、利便性向上にも大きく貢献しています。部署内の承認ですぐ発注でき、当社はBusinessプライム会員でもあるため、お急ぎ便で必要なものを迅速に入手できる。実はこれまで、社員が個人用のAmazonで商品を検索し、それを購買本部に見積依頼するケースも見られました。今は、そうした手間は一切なし。かつて繁忙期には数日かかっていた発注作業が、わずか数クリックで完了するようになりました。

Amazonビジネスでの 月間発注件数は半年ほどで倍増

導入後、各部署からの見積依頼に対して購買本部から「それなら、Amazonビジネスで買えますよ」といった返信のメールをする機会も少なくありませんでした。社内にはその利便性や有効性がすぐに浸透し、導入当初、月200件ほどだったAmazonビジネスでの発注件数は半年ほどで倍増。期末の時期には700件ほどまで増え、なくてはならない購買ツールとなっています。

購入されているのは、PC周辺機器、コロナ禍を受けての消毒用商品や空気清浄機、また工事現場で使う安全ベルトなどさまざま。今後は、購買分析レポート機能の活用もテーマの一つです。すでに、部署ごと、カ

テグリーごとの購買実績などを簡単にグラフで表示できるため、部門長への定例の報告に利用していますが、将来的にはより有意義な形で活かしていきたい。購買データが着実に蓄積されているので、その分析を行い、サプライヤーの比較やコスト削減にもつなげられればと思います。

既存業務の効率化により、 より戦略的な購買活動に 取り組んでいく

Amazonの担当者には、導入の検討段階から運用面の提案をいただくなど、大いに助けられました。対応で印象的なのは、そのスピード感。どんな相談にも迅速に返してもらえるので、導入後も各種機能の効果的な使い方や配送場所の追加など、いろいろと細かな問い合わせをさせてもらっています。

KDDIグループは現在、金融や電力など新しい事業も多く手掛け、購買本部に求められるものも変化してきています。これまでにない購買ニーズにも迅速に対応して変革を後押しするなど、コストダウンにとどまらない役割がいつそう大きくなっている。そこで、新設のPI推進部でもグループ会社への購買シェアードサービスの導入推進、社内の購買システムの改修、RPA（ロボットによる業務自動化）の組み込みなど多様な業務に取り組んでいます。そうした中、既存業務の効率化はやはり必須。Amazonビジネスを上手に使いながら、高い理想や目標を掲げて能動的に動き、企業競争力に貢献する購買部門として、今後もさらなる業務改革を進めていきたいと考えています。

GO TODAY
SHAIRE SALON株式会社GO TODAY
SHAIRE SALON
広報・PR
橋本 多良様

さらなる事業拡大に備えた効率性と ガバナンス維持を目指し、Amazonビジネスを活用。 10%以上の購買コストを削減し、 月間経理処理時間を1時間から10分に短縮

GO TODAY SHAIRE SALONは、急速な事業拡大により、調達の効率化とガバナンス強化が急務でした。店舗が増え、会社が成長するほど管理が難しくなるという課題を、Amazonビジネスによって解決し、さらにはコスト削減も実現。導入の経緯や活用方法について、GO TODAY SHAIRE SALONの橋本 多良様（広報・PR）にお話を伺いました。

店舗の自由度を残しながら 本社が一元的に全店舗の調達を管理

株式会社GO TODAY SHAIRE SALON（以下、GO TODAY）は、フリーランスのビューティシャンが自由に働けるシェアサロンを全国に展開する企業です。コンセプトは、「ハサミとスマホがあれば起業ができる」。美容師は“SHAIRE”という自社アプリで顧客とつながり、サロンの1区画で顧客にカットやカラーリングなどのサービスを提供します。一方の顧客はアプリやサロン紹介ポータルや各ビューティシャンのSNSを通して、美容師の空き時間の中から、自分の都合の良い時間を予約できる仕組みです。

2016年創立のまだ若い企業ですが、ビ

従来の課題

- ・店舗の日用品・消耗品の発注業務が各店舗の裁量に委ねられており、内部統制を回りにくい
- ・カタログ通販を利用する際、1万円を超える発注には承認が必要で、承認申請に時間がかかれば必要期日に間に合わないリスクも……
- ・1万円以内での発注を維持するために、複数発注などの非効率な業務が発生していた

Amazonビジネス導入の決め手

- ・調達プロセスを一元化し、ガバナンスを強化できる
- ・購入頻度の高い商品の調達コストを下げられる

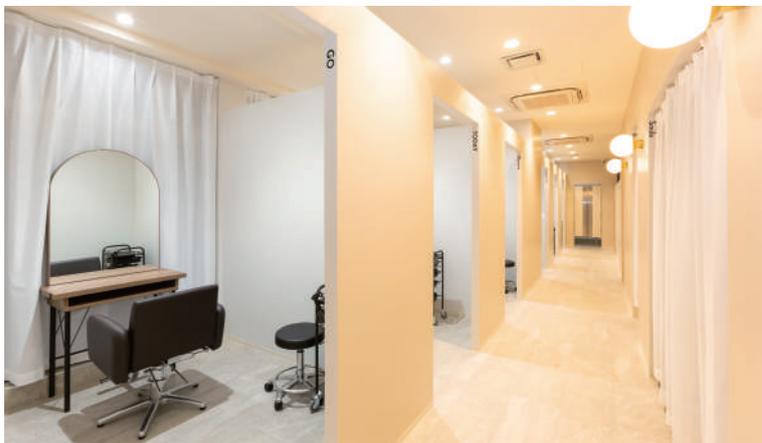
Amazonビジネス導入後の成果・展望

- ・本社のガバナンスの下、各店舗の自由度を維持した調達体制が実現し、ほぼすべての調達プロセスを一本化、経理処理の負担も軽減
- ・Amazonプライベートブランド商品への切り替えで購買コストが10%以上ダウン

ジネスモデルの可能性を高く評価され、資金調達は順調。すでに全国に48店舗を展開しています。店舗展開が急速に進む中、日用品・消耗品の発注業務は店舗側の裁量に委ねられる部分が残っていました。基本的にはカタログ通販が中心でしたが、その場合でも決済範囲を超えると承認が必要で、そのために稟議システムに情報を入

力しなければなりません。発注担当者の権限で決済できるのは1万円以内。これを超える発注もあり、承認申請に時間がかかれば欲しいときに欲しいものが届かないリスクもありました。また、1万円を超えないように2度にわたって発注するなど、業務の非効率も散見されました。

この課題解決に向けてプロセスを効率化



し、発注担当者の負担を下げると同時に、店舗の自由度を残しながら本社が一元的に全店舗の調達を管理する方法が求められました。店舗数が増えれば増えるほど管理しづらくなるこのプロセスを、いまの段階で最適化することで、将来にわたってガバナンスの効いた業務の維持が可能になります。そのために同社は、複数の選択肢の中からAmazonビジネスを全社導入することに決めました。

現在同社で広報・PR業務を主管し、当時は総務・人事を含めた業務を一手に引き受けていた橋本多良氏は、「主に購入している商品約200点について、調達コストを下げられることがわかりましたし、導入にあたってきちんとサポートもしていただけるといってお話もいただきました」と当時を振り返ります。「最も重視していたのは調達プロセスの一元化によるガバナンスの強化で、その部分もAmazonビジネスなら二重を充たせると判断しました」。

ガバナンスを効かせながら柔軟性のある調達プロセスを実現

Amazonビジネスを利用する際に、発注担当者は専用のアプリを使用します。専用とはいえ、ルック&フィールは個人向けAmazonと同様で、「購入する」ボタンが「承認を依頼する」ボタンに変わっているだけです。そのため、大掛かりなユーザー教育の必要はありませんが、「推奨品リスト」の見方や承認申請状況の確認など、社内利用における利用方法を周知したいと考えました。そこで、「小学生にもわかるくらい簡単に伝えていこう」（橋本様）というコンセプトのもと、丁寧な社内利用向けマニュアルを用意しました。

本社アカウントの傘下に各店舗のアカウントを紐づけ、それぞれの店舗に承認者を

設定し、承認プロセスはシンプルに構成しました。同社では、店舗に紐づくエリアのマネージャーが承認者であるとは限らず、たとえば大型店舗では発注担当者が承認者を兼ねるなど、組織のピラミッド構造と承認プロセスが一致しないケースがあるためです。この部分を柔軟かつシンプルに作り上げたことで、店舗数がどれだけ増えても、組織変更があったとしても、本社のガバナンスの元で容易に追加/変更できる仕組みが完成しました。

発注プロセスの変更はスムーズに行われました。橋本様は、「唯一何かあったとあげるとすると、PCで注文しようとして、個人アカウントとビジネスアカウントの切り替えにとまどった人が数人居たくらいです。ほとんどの担当者はスマホから発注していて、その場合はアプリが別なので最初から問題ありませんでした」と話します。「初期は、承認者に、“早く承認してあげてください”と連絡するなど、現場がスムーズに発注できるようサポートする方に力を入れました」。

現場の評判は上々でAmazonビジネス内で承認プロセスが走るため、Amazonビジネス利用時には稟議システムを使用する必要がなくなり、担当者の業務負担が軽減しました。カタログを使っていたころには、リストに載っていない商品を担当者が立て替えて購入していましたが、Amazonにないものはほとんどありません。立替払いの場合は経費精算に時間を取られることもあり、それがなくなったことにメリットを感じている担当者も多いといいます。

現在、各店舗は平均で月間5万円程度をAmazonビジネスで発注しています。専門問屋から購入する美容商材と新規出店時の美容什器などを除き、ほぼすべての調達プロセスをAmazonビジネスに一本化

できています。

低コストで高品質なAmazonプライベートブランドの商品を活用し、購買コスト10%以上削減

運用を続ける中、Amazonビジネスユーザーコミュニティに参加する機会がありました。そこにはAmazonのプライベートブランドの商品を紹介するコーナーがあり、トイレトペーパーやウェットティッシュ、飲料など、頻繁に発注する商品の品質を確かめることができました。価格メリットも十分にあったため、同社はその後、推奨品をAmazonブランドへと切り替えていきました。

「現場から、“前の方が良かった”という声がないのです。厳密に言うと、“トイレトペーパーは花の香りの方が……”という声が1件だけありましたが、個人の好みですよ。日用品の切り替えで反応がないのは良いことです。コストも以前より抑えられました」（橋本様）。



Amazonビジネスにおいて、Amazonブランドの割引プログラムが始まったころのことでした。GO TODAYはこのプログラムに日本で初めて加入し、さらなるコストメリットを得ることができました。今では、本社部門と店舗のどちらでも、利用できるものはすべてAmazonブランドになっています。

こうしてAmazonビジネスを本社および全店舗で活用するようになったことで、全社的により低価格・高品質のものを購入するという方向へ意識が変わりつつあるといいます。調達の一元化が実現し、経営層からは購買分析によって可能になる調達の可視化についても高い評価をもらうことができました。そして、毎月の該当する経理処理時間は1時間から10分へと短縮しています。

「店舗網が急速に拡大していて、いくつかの店舗では発注担当者が業務委託の美容師さんというケースもあります。ガバナンス強化は急務でしたが、Amazonビジネスのおかげでガバナンスに加えて現場の効率化とコスト削減という3つを同時に達成することができました」（橋本様）。



株式会社ノバレーゼ
管理本部 財務経理部長
金田 鮎美様

株式会社ノバレーゼ
管理本部 総務人事部マネージャー
幡 明恵様

経費処理の繁忙期がなくなった。 「電子帳簿保存法」を見据えた購買効率化に成功

ノバレーゼでは、経費精算システム「楽楽精算」とAmazonビジネスの自動連携により、会計処理の効率化を実現しています。現場の利便性や自由度を高めながら、迅速かつ正確な購買体制をどのように構築しているのか、ノバレーゼの金田 鮎美様（管理本部 財務経理部長）、幡 明恵様（同 総務人事部マネージャー）にお話を伺いました。

店舗のテイストや地域特性に合った購買ができる体制が必須

ブライダル事業を展開するノバレーゼは、全国各地で結婚式場やレストラン、ドレスショップを運営。2000年の創立以来、常に自己改革し、新しい価値を創造し続けることを目指して、約50に上る各店舗、またそこで働く社員一人ひとりの個性やチャレンジ精神を大事にする経営を実践しています。

自主性を大事にする姿勢は店舗における備品等の購入にも表れており、各式場やレストランがそれぞれの規模や設備、さらにテイスト、雰囲気にあったものを購入できる自由度を確保しています。実際、式場だけを見ても、そのタイプはリゾート型ゲストハウス、スタイリッシュな都市型ゲストハウス、歴史的建造物を再生した施設な

従来の課題

- 各店舗が独自に備品等を購入しており、個人立替や小口現金のやり取りが頻繁に発生していた
- 店舗ごとに異なる特性や雰囲気を生かすため、備品や機材の統一が困難
- 購入品によっては稟議を通したり、業者に相見積もりを取ったりするなど社員の手間が多く、購入後も精算書の提出が必要だった

Amazonビジネス導入の決め手

- 品揃えや検索性に優れ、業務に必要なものをほとんどカバーできる
- 経費精算システム「楽楽精算」との連携によって効率的な会計処理体制を構築できる

Amazonビジネス導入後の成果・展望

- 購買にかかる手間が大きく減少し、現場の利便性が向上。経費精算システムとの連携でさらに効率化され、店舗での小口現金廃止を実現
- 経理処理の生産性向上&コロナ禍の在宅勤務促進を同時並行で実現

ど多样。地域特性も考えると、備品や器材を全体で統一するのは難しく、店舗にとってのベストを追求するにはやはり柔軟な購買体制が求められます。

ただ、現場の判断による物品購入は個人による立替、精算の手間を生み、小口現金のやりとりも頻繁に発生することなどが管理上の課題です。そこで、自由度の高い購買と業務効率化を両立する手段として導入したのがAmazonビジネスでした。

立替精算の手間がなくなり、現場からは「時代が変わった！」の声も

以前から当社では、業務上必要なものを個人のAmazonアカウントで購入していた社員も多かったため、Amazonビジネス導入時は現場から「これで領収書を出しなくてもいい」「時代が変わった!」と大きな反響がありました。実際かつては、上司に稟議を上げたり、購入品によっては業



株式会社ノバレーゼ
営業本部
広島地区ゼネラルマネージャー
伏木 学様

者に相見積もりを取ったりする必要があり、購入後も紙の領収書を添付した精算書を提出しなければなりません。それが導入後は承認もオンラインで済み、精算も不要。大幅に手間が減っています。

特にAmazonビジネスは、圧倒的な品揃えで、同時に検索性が高いのも魅力。例えば「落ち葉掃除」と検索すれば、多様な商品が提示され、まさに各店舗に合った種類や価格のものを見つけられます。その他、式場の控室で使うスリッパやハンガー、消毒用アルコールのスタンド、事務所用のラックなど、業務で使うものはほとんどカバーされているので、現在、社として利用を認めているオンライン通販は、オフィス用品の通販サイトとAmazonビジネスの二つだけ。おかげで店舗によっては、立替による物品購入がほぼなくなりました。

購入品の“利用目的”を明確にすることで、迅速かつ正確な会計処理が可能に

当社でのAmazonビジネス活用の特徴に、経費精算システム「楽々精算」との連携があります。当初、Amazonビジネス単独で運用していましたが、さらなる経理業務の効率化を目指して経費精算システムの

導入を検討。Amazonビジネスと楽々精算を簡単に連携できると知り、すぐ実行しました。

使い方はシンプルです。楽々精算の画面からAmazonビジネスを開いて商品を選び、「承認依頼」をクリック。上長による承認後、自動的に発注されます。人事異動で承認ルートなどが変わっても、楽々精算が人事データと紐付いているので、Amazonビジネス上で設定を変更する必要がないのも便利。メンテナンスの手間がかかりません。

今回のシステム連携で一つ大事なポイントは、発注する人に商品の“利用目的”を申請してもらうようにしたこと。これによって、迅速、正確な会計処理が可能になりました。というのも、当社では全く同じ商品でも、社内でする場合、新郎新婦や来場者が使う場合の両方あり、当然経理上の仕訳が変わってきます。そのため以前は、本社から店舗に確認したり、過去の事例を見直して判断したりしていました。そうした追加の作業がなくなり、自動的に仕訳ができるようになったことは、システム連携の大きなメリットです。

紙ベースの作業が大幅に削減され、現場も、財務経理部門も生産性が向上

現場のスタッフ、申請を承認するマネージャー職、本社の管理部門、すべてにとって価値がある今回のシステム導入。特に財務経理部門は、月初に集中していた精算処理の業務から解放されました。従来、全国の店舗から毎月月初までに届けられる書類を5、6人の社員で手分けして対応。記載内容や領収書に不備がないか、本社でも改めてチェックし、到着後数日間入力作業を行っていました。それが、現在はシステム上で随時処理できるため、月初に作業が集中するという“繁忙期”がなくなりました。

これによって助かるのは、在宅でも十分に業務ができることです。コロナ禍もあり、テレワークの率が高まる中、紙ベースの作業を減らしていくことは重要なテーマでした。もともと一連のシステム化は「電子帳簿保存法」の改正も見据えたものだったので、それへの対応と生産性の向上、在宅勤務の促進を同時並行で進められていることは、見逃せない成果だと思っています。

小口現金の廃止に成功、購買分析により、さらなる賢い購買、コスト削減を目指す

導入からおよそ1年半、経費利用に占めるAmazonビジネスの割合は6～7割程度に。その利便性は全社に浸透し、利用件数、金額とも着実に伸びています。またAmazonビジネス導入の具体的な効果として、店舗での小口現金廃止をすでに実現しました。今後は本社で購買データの分析を進め、購買をいっそう合理化していくことも目標です。各店舗のデータからベストプラクティスを見だし、全店に共有することで、これまで以上に賢い購買、コスト削減が実現できると考えています。



私たちノバレーゼの企業理念は「Rock your life 世の中に元気を与え続ける会社でありたい」。出会ったすべての人の心を揺さぶり、感動を呼び起こすことにより、その人の人生を豊かにすることを目指しています。その実現のためにも、引き続きデジタル化やオンライン化で効率化できる部分は効率化し、本来の業務であるお客様と向き合うことに力を注いでいきたいと思えます。

※2022年4月取材。記載内容(役職、数値、固有名称等)はすべて取材時の情報です。



株式会社バンダイナムコアミューズメント
コーポレートディビジョン 総務部 ゼネラルマネージャー
小林 聡様

月数千万円の購買経費精算が3分の1に。 現場の利便性向上と備品購入の最適化を同時に実現

バンダイナムコアミューズメントは、各アミューズメント施設が創意工夫を発揮できる店づくりと同時にガバナンス強化を両立した購買体制を整えています。社員の発案で導入したというAmazonビジネスの活用法について、バンダイナムコアミューズメントの小林 聡様(コーポレートディビジョン 総務部 ゼネラルマネージャー)にお話を伺いました。

多数の拠点・従業員が 求める環境を提供しながら、 いかに内部統制を図るか

バンダイナムグループは、世界中の人に「夢・遊び・感動」を提供するエンターテインメント企業グループです。なかでも私たちバンダイナムコアミューズメントは同グループのアミューズメントユニットの主幹会社として、全国のアミューズメント施設の企画・運営や、アミューズメント機器の企画・生産・販売を担っています。全国200店舗以上のアミューズメント施設を展開するほか、屋内型テーマパーク「ナンジャタウン」、様々なIP(知的財産)と連動したエンターテインメント施設やバラエティスポーツ施設なども運営。従業員数はアルバイトも含めると5,000人に上ります。多数の拠点と従業員を擁するなかで、いかに内部統制を行っていくかは総務部の

従来の課題

- ・購買システムが現場のニーズにマッチせず、様々なサイトの購買アカウントが乱立していた
- ・各店舗で経費の小口現金精算が頻発し、備品購入の実態とお金の流れが把握しづらい
- ・品物を重複購入したり、店長への報告がないまま現場判断で備品を購入したりするケースがあった

Amazonビジネス導入の決め手

- ・個人でAmazonを利用している人が多く、使い勝手が良い
- ・現場の利便性向上とガバナンス強化を両立できる

Amazonビジネス導入後の成果・展望

- ・月数千万円だった経費精算額が3分の1に減少。備品購入が最適化され、コスト削減にもつながった
- ・商品を少量取り寄せて試してから本格発注するなど柔軟に活用することで、現場の利便性が向上

ミッションの一つ。そこでかねてから課題に上がっていたのが、店舗における備品購買です。

現金精算の多い不透明な 承認フローに課題

アミューズメント施設では、店舗やマシンを魅力的に見せることで、その場でしか体験できないワクワク感を創り出すことも重要な要素となります。季節に合わせた装

飾を行ったり、新規マシンが登場したら特別な演出を施したりと、現場のスタッフが地域性や客層などを考慮したうえで店づくりに取り組んでいます。会社から消耗品や備品を購入できるシステムを提供してはいましたが、



経費精算額とAmazonビジネスでの購買額の推移

経費精算 Amazonビジネス



オフィス用品中心で、現場からすると物足りない部分があったようです。その結果、店舗ごとにより使い勝手のよいECサイトを独自利用し、様々なサイトで複数の購買アカウントが乱立する状況になっていました。また、従業員が店舗の小口現金で経費精算するケースも多かったですね。これは内部統制の面から言えば望ましくありません。会社としては備品購入の実態を把握しづらく、お金の流れが不透明。店舗の立場にしても、立替払いによる経費精算の手間が増大し、現金管理の煩雑さが増します。現場の利便性と会社全体の内部統制を両立するにはどうすればいいか。その解決策として、Amazonビジネスの導入に踏み切りました。

3カ月間で承認フローを整備し、社員約2,000人にアカウントを付与

きっかけとなったのは、総務部で実施している「企画アイデア会議」です。総務部は定型業務が多い部署というイメージを持たれがちですが、エンターテインメント企業に在籍する以上、部署にかかわらずクリエイティブな思考で業務にあっていくべき。そこで、経営課題に対するアイデアを持ち寄る会議を実施したところ、購買管理の効率化を目的としたAmazonビジネス導入の企画案が挙がりました。個人ではほとんどの従業員がAmazonを利用したことがあり、現場からもAmazonビジネス導入を求める声が上がっていたことから、取り入れることが決まりました。この機会に合わせ、曖昧だった備品購入における承認フローも整備。アルバイトを除く社員、パートナー社員約2,000人にアカウントを付

与する大掛かりな整備が必要になりましたが、導入決定からわずか3カ月間で迅速にリリースできたのは、Amazonからのサポートも大きかったですね。

月数千万円の経費精算が激減

導入から1年半経過し、コスト面でも大きな効果が出ています。Amazonビジネスの導入以降、領収書による経費精算が急減したのです。Amazonビジネス導入前までの経費精算額は月数千万円程度で推移していました。これがAmazonビジネス導入後に漸減し、新型コロナウイルスによる営業短縮による購買の圧縮意識も高まり、1年弱経って店舗営業が安定した中でも月間の経費精算額はAmazonビジネス導入前の3分の1程度となっています。精算額の減少幅はAmazonビジネスでの利用額を上回っており、領収書による経費精算がAmazonビジネスに置き換わっただけでなく、備品購入そのものがスリム化していることがわかります。購買を可視化し、承認体系を整えたことで、備品購入が最適化された結果だと見ています。例えば品物を重複購入してしまうような無駄がなくなったり、店長への報告がないまま現場判断で備品を購入することがなくなったということです。また、領収書による立替精算が減少したことで、店舗での現金管理の負担も軽くなりました。

現場が本当に欲しいものを買えるという、利便性向上にも貢献しています。例えばツタや造花などの装飾品をサンプルとして少量で取り寄せ、雰囲気がよければ翌日には本格発注するなど柔軟に使っているようです。Amazonビジネスの利用金額は

月に1,000万円以上に上り、他の購買システムよりも頻繁に利用されているのがわかります。加えてAmazonビジネスでは購入履歴の閲覧などもできるため、店舗づくりの成功事例を横展開する際にも便利に使ってもらえるのではないかと思います。

大きな組織変更や人事異動にも安心なBusinessプライム

Amazonビジネスを購買管理に組み入れていくうえで、有償のBusinessプライム契約は我々にとって不可欠でした。ユーザー数無制限で利用できるUNLIMITEDのプランです。当社では年に1度大きな組織変更や人事異動が行われるため、承認権限の移行などを含めて大掛かりなデータ修正が必要になります。会員の特典としてAmazonのプロフェッショナルサービスの方に常時サポートしていただき、メンテナンス作業を担ってもらったおかげで乗り切れました。送料無料のインパクトも大きいですね。Amazonビジネスの購買金額は年間ベースで1億円を超えており、送料だけでも十分に回収できます。今後はオフィス用品などの定期的に購入する日用品も含めて、Amazonビジネスへの集約も検討しています。

備品購入は店舗や部署に裁量が委ねられており、本来は総務部の立ち入るところではありません。しかしガバナンスの視点からシステム改善を進めたことで、現場の利便性が高まると同時にコスト削減が見込まれるなど大きな収穫が得られました。こうした成功体験を積み重ねていくことが、総務部の本来のミッションと考えるDX推進の足掛かりになっていくはずだと



株式会社ブシロード
管理部総務チーム
千田 梓様



株式会社ブシロード
経理部部長
中村 新様

請求書処理の手間を軽減しながら、購買を見える化。 創造性を発揮しやすい環境を 整備しつつ、購買活動のガバナンスも強化する

ブシロードは、全社的なDXを推進するなかで、Amazonビジネスを活用した購買活動の効率化を進めています。導入により、これまで1枚の請求書の処理に30分近くかかっていた業務負荷の大幅カットに成功。導入のメリットや今後の展望について、ブシロードの中村 新様（経理部部長）、千田 梓様（管理部総務チーム）にお話を伺いました。

30分かかる請求書の処理が軽減され、 購買記録もチェックできる

ブシロードはトレーディングカードゲーム事業から始まり、アニメやゲーム、コミック、ライブなどの多角的なメディアミックスを展開しています。全社的にDXを進めていく過程で、購買活動も効率化すべくAmazonビジネスを本格的に導入。社長の号令のもとで全社のメイン購買手段として活用しています。

数ある購買システムのなかからAmazonビジネスを採用したのは、会計システムとの連携が可能。うえ、請求書と購買履歴

を紐づけてアーカイブできるなど検索性に優れているからです。もともとオフィス用品などの購入は請求書払いとしていましたが、その処理にかなり人手が取られていました。これまでは請求書を受け取ると、会計システムのフォーマットに対応するように処理したうえで、別のエクセルデータと照合して購入品目をチェックし、高額品があれば稟議の有無を確認する作業も加わります。1枚の請求書を処理するのに、長いときは30分近く時間がかかっていました。そこに社員の立替払いの精算も加われば、経理事務が煩雑になります。

その点Amazonビジネスは会計システムと連携しているため、請求書をシステムに登録する手間がかかりません。請求書から購買記録を迎えるので「いつ、何を買ったのか」などのチェックも容易。Amazonビジネスが全社に広がれば立替払いも減るため、経理事務の大幅な改善につながると期待しています。

決済は法人カード払いという選択肢もありましたが、カード会社からの請求書では、まとまった請求額しか把握できないことが

多く、結局は明細との付き合い合わせといった後処理が発生します。カードの管理や発行コストなども考慮すると、請求書払いが合理的な選択となりました。

現場の裁量を尊重しながら データを生かした施策を展開

もう一つの魅力は、「Business プライム」の特典によって、購買データの分析が可能になることです。エンターテインメントの現場では、思いもよらない物が必要になることもあります。そのため備品の購入は現場に裁量を委ねていますが、会社の実態を把握できないのは問題です。Amazonビジネスで購買活動を「見える化」すれば、現場の裁量を尊重しながら、ガバナンスを効かせやすくなります。データが積み上がっていけば、より効果的な購買施策を打つことも可能です。例えば各グループで重複購買している物品があれば、本社で一括購入し価格を抑えることも考えられます。Amazonビジネスを活かしながら、現場がより創造性を発揮しやすい環境整備を進めていきます。

Amazonビジネス導入後の成果・展望

- ・請求書処理の時間が短縮され、経理事務が大幅に改善。
購買活動の「見える化」によってガバナンス強化にも一役

登録は無料！ Amazonビジネス ご利用開始までの流れ

ご登録時に必要なもの

- **基本情報**
(会社名、担当者名、本社所在地など)
- **業務用のメールアドレス**
- **書類** ※個人事業主のみ
個人事業主のお客様は登録情報確認のため、書類をご提出いただく必要があります。提出書類はWebサイトをご確認ください。

Step 1 基本情報登録



基本情報登録は、主に下記情報を登録いただきます。

- ご担当者様氏名
- Eメールアドレス
- パスワード

※情報登録いただいた後、Emailアドレスの確認のために確認コードが送られます

Step 2 法人・事業情報登録



法人・事業情報登録は、主に下記情報を登録いただきます。

- 代表電話番号
- 法人名・個人事業主名・屋号
- 住所

※個人事業主の場合は、確認書類などのご提出をいただきます



Amazon側で登録情報を確認



登録情報に問題がなければ登録手続き後、3営業日程度でご利用いただけます。



新しいビジネス購買を実感！
ご登録はこちらから！

https://www.amazon.co.jp/abregi_csb04



お問い合わせ・よくあるご質問

<https://business.amazon.co.jp/ja/contact-us>

※Amazonビジネスは、法人・個人事業主のお客様専用の購買サイトのため、ご登録いただいた情報の認証を行っています。連絡先などの基本情報、法人・事業情報をご登録いただいた後、通常3営業日以内に登録内容の確認を行います。その際、お電話での在籍確認や書類の提出をお願いする場合があります。登録が完了し、その通知メールを受け取られ次第、ご利用を開始できます。

国内TOP100社の約8割が利用！ ビジネスでの活用が進むAmazonビジネス

Amazonビジネスは、国内時価総額上位100社のうち、80社以上が導入するなど、企業の購買活動における新しいスタンダードとなっています。大企業から教育機関、個人事業主まで、業種・業界を問わず活用が広がっています。



導入・運用のノウハウを公開！
お客様事例集はこちら



Amazonビジネスのお役立ち情報

他社はどう活用している？ 業務改善の具体的なアイデアを共有
オンラインセミナー

<https://business.amazon.co.jp/ja/discover-more/event-info>



最新のオンラインセミナーやイベント情報を掲載。購買業務の効率化やコスト削減のヒント、最新トレンドなどをご紹介します。ぜひお気軽にご参加ください。

購買コストをスマートに削減
キャンペーン情報

<https://www.amazon.co.jp/b?node=8112820051>



期間限定のキャンペーンやクーポン情報を随時更新中！ 業種や季節に応じた特集もあり、Amazonビジネスをさらにお得に活用できるチャンスです。



本資料に記載された情報（データ類も含まれます。以下同じです。）は、皆様に対する弊社の情報提供を目的として作成されておりますが、弊社がその内容につき、正確性、妥当性および完全性を保証するものではありません。本資料に記載の内容は2024年8月現在のものであり、弊社において、これを予告なく変更等する場合がありますことを、あらかじめご了承ください（なお、各記事の取材時期については、各記事の末尾の記載をご参照ください）。本資料に関連するサービス内容、およびインターネットサイト上の表示等は変更となることがありますのでご了承ください。弊社は、本資料の記載内容につき細心の注意を払っておりますが、記載された情報の誤り等に関し、一切責任を負うものではありません。
© 1996-2024, Amazon.com, Inc. or its affiliates. Amazon及びこれらに関連するすべての商標は、Amazon.com, Inc. またはその関連会社の商標です。無断転載・改変・複製等の一切の行為を禁止します。

アマゾンジャパン合同会社

<https://business.amazon.co.jp/ja/home>

