

ユニコーン ホテル専用「購買FBCシステム」を 新開発

(株)ユニコーンは来年早々をめどに、ホテルの購買業務に特化した購買FBCシステムをリリースする。この新製品によってホテルのビジネスはいかに変わるのか。開発担当者に聞いた。

フロントだけでなく 裏方支援のシステム開発

長年、婚礼・宴会会支援システムを提供してきた(株)ユニコーン。しかし、同社の過去を振り返ってみると、販売管理、給与管理、財務会計というような裏方支援のシステム開発も行なってきた歴史もある。

「BV Manager」を筆頭に、婚礼・宴会会支援に特化してからはしばらくの間は、そうした裏方支援からは遠ざかっていたのですが、もともとは得意分野の一つだったということ。婚礼・宴会会支援の仕事を通してホテルの方々とお話をしていく中で、どうも購買に関しては一般企業向けのシステムを無理やり運用している所が多く、なかなか担当者も「苦労されているようだ」ということが分かってきました。ホテルが困っているらっしゃる業務をシステムで解決するのがユニコーンの使命ですから、それならば、弊社でホテルの購買に特

化したシステムを作りましょうということになり、今回の新製品開発に至ったのです」

購買業務に科学的分析データを

物を仕入れ、それを商品化して売っていくという商売の流れは一般企業もホテルも変わらない。ただ、ホテルの場合には仕入れるものの多くが料飲の材料として消費されていくということが大きなポイントだ。

「食材を買って、それを料理にして販売していくという過程を踏む以上、一般企業向けの購買システムでは限界があります。例えば肉を10キロ仕入れても、販売時にそれが同じく10キロであることはないからです」

現状では、こうした料飲における特性を無視して結果だけを記録していくシステムがほとんど。これでは100万円で購入した肉を使った料理で200万円の売り上げが上げれば原価率50%という単純な分析しかできない。

「200万円の売り上げが上がるまでの過程で、何をどれだけ、どこから買って、どのように使うかということはすべてキッチン経験則に基づいて判断されていて、将来的により効率を高めるような分析をしていくことができないのです。そのあたりも含めて、購買担当者が原価管理、売上管理、分析までの確に行なえるのが今回の購買FBCシステムの特徴です。」

このシステムによって、商品一つ一つの仕入れと、宴会、レストラン、宿泊のそれぞれの業務から上がってきた売り上げをきちんとリンクさせ、どこでもっとコスト削減ができるのか、どこでもっと利益を追求できるのかをホテル全体で把握することが可能になります。それらが明確に見えてくれば、例えば、「年末のフェアではこういう材料を使ったメニューを前面に出してプロモーションすることで、これぐらいの利益が見込めるだろう」などというように、これまで勘と経験に頼っていたメニュー開発が科学的な判断によって、より効果的な結果につなげることが可能になります」

ホテルに合わないシステムを無理やり使っていた「購買システム」と、料飲担当者の勘と経験に頼っていた「FBCシステム」をユニコーンがホテル専用システムとして統合することで、体系的なデータを得ることが可能になるだろう。

Microsoft.NETを開発

「BV Manager」の最新バージョンと同様、今回の購買FBCシステムもMicrosoft.NETで



プロダクト事業部
統括プロジェクトマネージャー
梅田浩一氏



プロダクト事業部
技術統括プロジェクトマネージャー
馬場基晴氏

よってサービスが提供される。

「当社にとってもMicrosoft.NETでのシステム開発は新たな挑戦でした。『BvManage』の最新版の開発が購買FBCシステムよりも1年ほど先行していましたが、そちらで蓄えた技術を盛り込むことになりました。間もなく『Windows 7』もリリースされるようですが、長く使っていたたくものなので、なくなってしまうOSに対応したシステムではお客さまに不安を与えます。常に最新の技術でサービスを提供することが必要だと考え、Microsoft.NETで開発するという判断をしました」

Microsoft.NETによるホテル側のメリットとしては、導入時における手間やコスト削減、それにメンテナンスの手軽さが挙げられるだろう。

「クライアント・サーバー型のシステムではパソコンが壊れたり、新しいものに入れ替えるだけですべてのアプリケーションを再インストールする必要があります。

この作業だけで管理者の方は一日を忙殺されることもあると聞いています」

システム管理に手間をかけるのは本業以外の労力が増えることであり、ここを省くという努力は今後必須であろう。

買ったものが利益に変わるための構造

最後に、今回の新システムによって、購買部そのものがどのように変貌できると考えているのかを聞いた。

「購買部の方の使命は、『いかに効率よく』、『いかに安く』、『いかに品質を落とさずに』だと思えます。現在も、各ホテルの皆さんがこれを必死に遂行されています。しかし、購買という仕事は決して一部署だけでは完結せず、キッチンをはじめとしてホテルのすべてのフロントサイドの協力を得られなければ成立しないものです。キッチンはシェフの経験と勘に基づいて『これが必要なんだから、どうしても買ってほしい』と言ってくる。それに対して購

買部は、キッチンに見せられる数字を持っていなければ有無を言わずに買うしかありません。この状況では購買部の努力にも限界が生じてしまいます。

今回のこの購買FBCシステムの一つの大きな使命は、そういったフロントサイドの皆さんに対して、購買部が提示できる数字を作ってあげることだと考えています。

「今、〇〇をいくら買っている。この材料は去年と比較して、原価率がこのくらい上がってるんですよ。もう少し効率よく使用する方法を一緒に考えましょうよ」と、購買部がこういう提案をフロントサイドにぶつけられる部署になることで、ホテル全体の効率が各段に上がるでしょう」

今回のシステム開発にあたり、梅田、馬場の両氏は協力ホテルに延べ1年以上の

ヒアリングをかけ、購買担当にべったり張りつきで日々の業務、さらにはそれを進めるうえでの悩みを共有したという。

「この膨大なヒアリングの中で購買部の方とわれわれが共通して抱いた思いとしては、フロントサイドの皆さんに日々の業務の中で、買ったものが利益に変わるためにはどうすればいいか? を考えてもらうというものでした。

フロントサイドの皆さんにそういう意識を持ってもらえるような仕事を購買部側がしなければ、本来の使命である『いかに効率よく』、『いかに安く』、『いかに品質を落とさずに』は達成されないからです」すなわち、購買部がホテル内コンサルティング機能を身に付け機能することで、ホテルの業務は各段に効率化されるはずなのだ。



購買FBCシステムの概念図