

進化する購買・原価管理システム ～経営を強力にサポートするツールとして～

(株)ユニコーン ソリューション事業部 小島 智宏

購買業務と原価コントロールは密接な関係があり、これを司るシステムとはどうあるべきか、購買・取引業務・経理・FBC・調理／料飲等の様々な視点から、その機能を整理してみた。

購買履歴の把握と計画立案

購買業務として、発注系は、依頼⇒承認⇒集計⇒発注または出庫、受注系は、検収⇒入庫という流れをサポートする。飲食材と一般品／経費の2系統で管理することでFB原価をより明確に把握しやすい。

依頼されたアイテムを、適正価格で、必要な量を必要な時期までに仕入れ可能な取引業者を選択し、適切なタイム

ングで発注を行う発注点の機能は欠かせない。納品検収時には、産地、規格、賞味期限などの追加情報も取得する。システム化により、購入履歴を把握し、購入計画の参考とし、より適切な発注に繋げることができる。更に原価算出には、部門間の原価振替、経費振替、日次の移動平均単価計算、月次の棚卸業務による在庫データ管理も必要となる。

仕入れアイテムの商品情報の入手も重要な業務の一つで、ゲストからの食の安全に対して、商品情報を求められた際に必要な商品規格書を入手するため、汎用データベースに繋げてデータを取得活用することも可能になってきている。

EDIによるペーパーレス化

取引業務は、従来の電話／FAXから、メールや電子取引（Web EDI）ツールを利用することで、取引業者はホテル・式場の購買部門とタイムリーな情報交換が可能となり、ペーパーレス化や請求業務におけるスピード化に大いに貢献する。

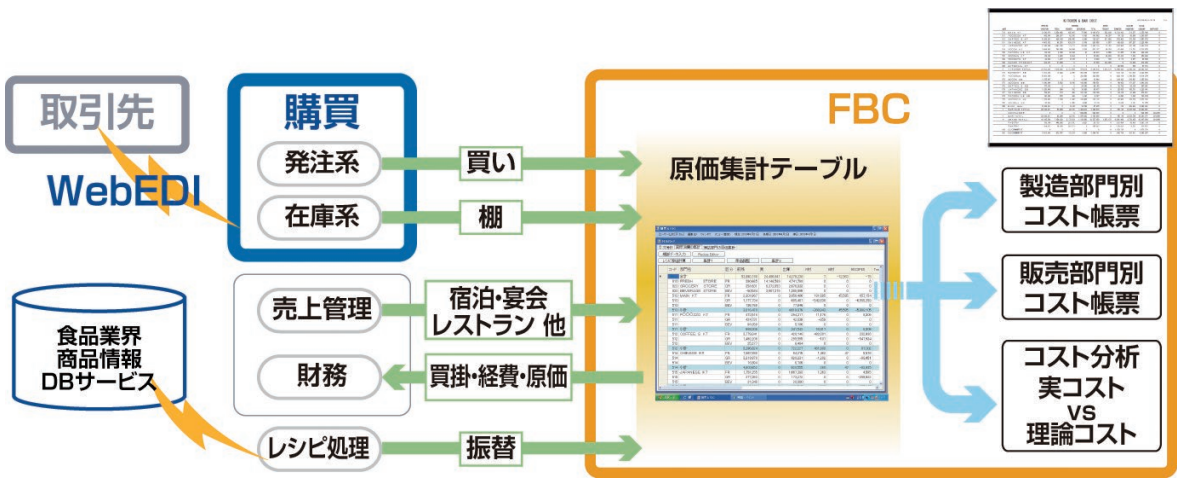
特に、見積依頼、発注依頼、検収通知に対して、取引業者からの価格提示、受注／納期回答、取引高の確定が、月中／月末を問わず即時にデータ反映できるという点で、威力を発揮する。

仕入れ先営業カレンダーによる休配を考慮した依頼発注の実現、仕入側と業者側の商品マスターコードの相互利用、生鮮食料品を中心とした市況状況の提供、主要商品単価の推移の見える化など、取引業者にもメリットのあるシステムを目指したい。

経理業務の視点

経理業務においては、取引で発生した買掛データの取込みや振替処理で発生した部門仕訳の自動化は元より、月次請求処理の短期日処理化への取組み、また、損益分析の点から経営をサポートする上で、販売部署別の製造原価の集計や、販売金額（割引前）との突合による原価率の確認が、重要となってくる。

製造原価の一つとしてのサービス・調理部門の人件費の配賦の実現、次年度の売上計画に対する、販売部門別売上予算、製造部門別原価予算算出機能の実現が今後の課題である。



FBC部門の役割と重要性

経営面から、コストコントロールを管轄するFBC部門の役割と重要性が最近改めて注目されてきた。原価管理は、裏を返せば利益管理ということであり、販売される料理・飲料という商品の利益管理というのが本来の求められる形である。

FBCは利益と適正コストの維持を目的として、仕入れから製造・販売・商品企画・結果の分析・購入計画までのサイクルを形成しなければならない。従来の発注業務を主軸とした購買システムではこの流れを網羅することは出来ず、システム自体がこのサイクルを包括し、対応・補佐するための必要な機能と監査機能を持つ「原価管理システム」とならなければならない。

これらのタスクを補佐する最適なシステムの必要条件として、次の3点を挙げたい。

1. 原価日報の活用

売上日報と同様にコストコントロールをする上で原価日報は不可欠である。

売上に対してコストを連動させなければ月次の売上原価に大きな影響を与える。しかも原価は常に売上よりも先に発生する。

売上日報が結果を表すレポートであるのに対して原価日報はコントロールするためのレポートとして活用する。

2. 詳細な原価情報と売上情報

アイテム単位の原価情報を把握し、メニューマスターファイルによって販売されたメニュー一件毎の明細情報として売上情報を形成する。

3. 原価差異分析ほか分析データの活用

原価の改善は原因の分析から始まり、業務フローの見直し、効率化へとつなげていくが、この原因の分析に手間取ってはいは先に進まない。価格差異分析・在庫

回転率などの原価分析、ABC分析などの売上分析、さらに原価差異分析などがレポート化されていることが必須となる。

調理／料飲部門の視点

最後に、製造現場である調理／料飲部門の視点から見てみたい。

フルサービス提供型ホテルの場合、製造部門の生産性と効率化を図り、加工品振替を集約し、原材料の分散ロスを抑えるモデルとして、メインキッチンシステム方式の採用が挙げられる。料飲サービスは、ゲストから評価を直接受ける点で、最も重要な部門でありながら、まだまだ、シェフやバースタッフの知識と経験が標準化され、データベースとして活かされているとは言えない。

予約されたコース料理、メニュー／アラカルト料理の単位で、依頼元の宴会やレストランのシステムとデータを共通化することで、料理提供時の指示内容がダイレクトに伝わり、ゲストの利用形式別の料理販売分析が可能になる。さらに、レシピ登録されていれば、調理に必要な材料、数量を容易に確認でき、更に利益率を即座に把握できるだけでなく、発注依頼に必要な材料・数量の参考データとして活用も可能だ。

昨今の非アレルギー、低アレルギー特別料理のレシピ開発にも活用できるように、飲食材だけでなく、加工食品の成分、アレルギー情報などを参照するためのデータを自社のデータベースに容易に取得できるようになってきた。

料理イメージやレシピ、アレルギー情報、盛り皿等を組み合わせたデータベースはメニューカードとして、部門内はもちろん、営業現場にも、情報共有が可能になる。

これからの購買システムは、原価コントロールという役割機能を果たすべく原価管理システム、そして経営を強力にサポートするツールとして進化していくものと思われる。



小島 智宏 (こはた・ともひろ)
(株)ユニコーン ソリューション事業部
(株)ユニコーンに入社後、婚礼・宴会業務支援システム及び購買原価管理システムの開発・導入に携わり、ホテル業界の多くのシステム開発、導入を経験。現在は購買原価管理システムの開発責任者として、主力商品となるよう力を注いでいる。