

業界における喫緊の課題解決へ、購買・原価管理DX



『UniCC』が実現する、データドリブン経営と業務効率化

株式会社ユニコーン
ソリューション事業部 主任 SE **小島 智宏**

株式会社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。

政権の変化により若干の改善も見られ始めましたが、原材料価格やエネルギーコストの高止まりが続き、人手不足からの人件費の上昇も深刻化しており、飲食業の経営を圧迫しています。円安基調が長期化している事から食品価格の上昇が続いており、物価高騰を懸念した消費者の外食控えも見られる一方、観光需要による値上げなどによる客単価の上昇で売上が伸びている業態もあり、経営体力の差が広がっています。

こうした状況は避けられない現実であり、企業のコスト構造に大きな影響を及ぼしています。このため、リスクに正面から向き合い、柔軟かつ長期的な視点での対策が求められます。効果的な原価管理を構築し維持することで、こうした影響を最小限に抑えることが可能となるでしょう。

そこで、原価管理の運用をサポートするツールのひとつとして、弊社がご提供する『UniCC：購買原価管理システム』を紹介させていただきます。

『UniCC』では、各部門からの依頼、購買部門での承認・集約・発注、WebEDI（受発注専用サイト）やメー

ルを駆使して協力会社と密な情報共有が可能な購買業務機能に加えて、原材料・中間製品（半製品）・完成製品の部門間振替、メニュー及びレシピの管理・シミュレーション、販売部門及び製造部門の原価管理、売上管理、分析レポートの作成やFBC（Food And Beverage Cost Control）機能とデータの一元管理を可能にし、従来の手作業による業務を最小限に抑え、業務の効率化や標準化をサポートします。

【図1】

Food And Beverage Cost Control (以下、FBC) の役割

婚礼や宴会、レストランがあるいわゆるフルサービスホテルでは、Food、Beverage の収支が収益最大化の大きなファクターとなるため、理想的なFBCの運用の重要度が高く、FBCのシステム化はとて有益な取り組みといえます。

FBCの役割として、特にコストをコントロール（コスト削減）することに注目されますが、本来、FBCの目的は、利益を最大化し、適正なコストを維持するために、商品企画・購入計画・仕入・製造・販売・分析の業務をサポートす

ることにあります。単に、原価や経費を下げることは難しいことではありません。例えば、材料の質を下げたり量を減らしたり、調理方法、サービスの質を下げれば一時的に原価、経費を下げるができます。

しかし、このような施策では、一時的な目標を達成することはできても、長期的には顧客満足を得られず、結果、継続的な顧客の利用と売上を維持することが難しくなります。そこで、効果的な施策を行う為に、組織としてのFBCの運用目的や考え方、ポジションづけを明確にし、スタッフに浸透させる必要があります。さらに、理想的なFBCの運用に近づけるには、現状の原価、経費、売上、運用を把握、分析し、課題、目標の達成状況を明確にし、それに対する施策を打ち出し、実行し、実行結果を分析し、また、新たな施策を重視するという、PDCAサイクルを形成・維持することが重要となります。

FBCの実現とAIの活用

FBCを実現するにあたり、現状を確認、把握、理解することが第一歩となり、次に課題を明確にし、改善方法の検討が必要となります。各部門の依頼（仕入、出庫、振替）から検収、実績（仕入、出庫、振替）登録に至るまでのプロセスをシステムで管理することで、部門毎の日々の仕入、出庫、振替の発生金額や原価の速報値、単価変動や科目単位、材料単位などの集計値の確認、抽出が容易になり、作業負担が軽減されます。

合わせて、営業系システムと連携することで、日々の売上データがメニュー（販売部門、製造部門）と紐づき、売上と原価の分析に必要なデータが自動的に蓄積され、売上メニュー単位の原価、材料単位の消費、前年同月との消費差異分析、在庫回転率などの原価分析や、メニュー単位のABC分析などの売上分析など、より幅広い分析が可能となります。

原価分析、売上分析のデータを基に次期商品の計画が立てやすくなり、販売部門と管理部門の間で売価、原価の根拠を共有できると共に、例えば新しい商品のプライスラインが3種類であった場合に、どのラインを重点販売商品とするかといった販売戦略を単純な売上金額ではなく粗利（原価）まで踏まえて計画する事が可能となります。

さらに昨今ではこれらの売上データ以外に天候や客足といった多様なデータをAIにより収集・分析し、高精度な需要予測が可能となってきます。それにより、最適な発注数を自動提案することも期待され、フードロスと業務工数の削減も期待されます。

ここからは、業務の軽減、改善をサポートする機能についてご紹介させていただきます。これらの機能は、単なるIT化にとどまらず、DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進の一助となることを目指しております。

QRコード棚卸機能

商品の棚卸を行うセクション（部門）ごとに、棚卸対象商品のQRコードを

作成し、対象商品や対象商品の保管場所などに、貼り付けておくことで、棚卸を行う際、スマートフォンやタブレットなどの端末でQRコードを読み取ることで、商品情報、帳簿（理論）在庫数量を参照しながら、棚卸業務を行うことができます。

これにより、誤った商品への棚卸数量の誤入力防止や、商品検索の手間、紙に手書きした内容をシステム入力するような2度手間の作業軽減を目的とした機能となります。（QRコードをリストとして印刷し、棚卸に利用することも可能となっております。）【図2】

将来的には倉庫・冷蔵庫内からの出庫時にQRコードの読み取りと出庫数の入力により、システムへの入力の手間を軽減し、リアルタイムでの在庫状況の把握が可能となります。さらには出庫状況をAIが分析し、最適な発注タイミングや発注数を自動提案し、自動発注につなげる事も期待されます。

調理システム連携機能（オプション機能）

調理システムは、料理を調理するためのレシピの管理及び調理担当者が調理するための手順を管理し、調理する際に必要な帳票やメニュー表などを作成するシステムとなっており、弊社のBVManager（婚礼集宴会総合支援システム）にて、お客様の料理・アレルギー情報を登録すると、調理システムに連携され、調理担当者に必要な情報を提供できます。更に、購買システムには、中間製品（半製品）などの部門振替データを自動的に作成することが

でき、料理を作成するにあたり、必要な各部門への指示の一元化をサポートします。【図3】

AI（人工知能）活用の現状と未来の展望

昨今、AIは多くの分野で飛躍的な進歩を遂げ、社会やビジネスの変革を加速させつつあり、様々な分野での進展が目まぐるしく進んでいます。今後、AIは業務の効率化と戦略的活用を加速させる重要な要素となり、業務システムに組み込まれる事が予想されますし、弊社としても情勢を見定めながら有効的な活用方法を検討しております。

購買システムとしての活用を考察してみますと、初期段階としては、業務システムのアシスタントとしての活用や、データ分析での活用が現実的ではないかと考えています。

未来の展望として、

- 単なるデータ分析にとどまらず、分析レポートの自動生成から経営戦略に基づいた購買戦略の提案（複数のシナリオをシミュレーションし、それぞれの選択肢が原価に与える影響の可視化など）
- 自然言語処理技術の進化により、サプライヤーや社内部門とのコミュニケーションを効率化し、購買に関するドキュメントの解析、自動化
- リアルタイムデータを活用し、購買プロセス全体をモニタリングすることで、需要変化やリスクに即座に対応
- レシピだけでなく調理プロセスの標準化を行い、品質の向上と均一化を図るといったことが考えられます。

引き続き、ユーザー様や業界のニーズに寄り添い、最新技術にも常にアンテナを張り続けることで、システムの進化を実現し、業界全体に貢献できる企業であり続けることを目指します。

