

コスト削減！

高付加価値化！

特集

ネット仕入れで 収益向上を図れ



発注はパソコンに打ち込むだけなので短時間で終了。ミスもない。店舗によってメニューが異なり、使用食材は数多いが、ASP受発注システム導入で、効率化が図られている

ASP受発注システムによる仕入れ改善が
リーディングカンパニーの成長戦略をサポート

(株)JCC (沖縄・糸満市)

沖縄の外食業界のリーディングカンパニーであるJCCが、ネット発注に転換したことで年間6285万円ものコストダウンを達成。さらに、メニュー政策や業態開発に経営資源を集中させ、多店舗展開を成功させている。本事例は、同社の成長戦略を支える仕入れ改善の概要とその効果まで、具体的にレポートする

外食企業の既存店売上高が総じて前年同期比を下回ってきている今日、店舗運営の見直しによる経営改善は限界のように思われる。しかし、インターネットを活用することで、既存業務を見直し、経営改善に成功している企業がある。

インフォマートが運営する、外食業界に特化した企業間電子商取引プラットフォーム「FOODS In fo Mart (フーズインフォマート)」の、「ASP受発注システム」



「文化と食を融合させ、沖縄の文化を広く、深く、正しく全世界に伝えることが使命」と語る代表取締役の浜辺俊一氏

琉球王朝の時代にタイムスリップしたかのような「琉球料理 首里天楼」。絵巻の絵は社員の芸術家が描いたものだ



昔の島の暮らしと料理をテーマにした「沖縄料理 波照間」は、国際通りの人気店だ



は、買い手の飲食企業と、売り手の食品や食材のメーカー、生産者が、Webサイト上で、受発注や伝票処理をするシステムである。
FAXや電話での受発注と異なり、買い手、売り手の双方が、同一の取引データを共有できる。また、発注は店舗ごとでも、本部にリアルタイムでデータが送られ、仕入れ管理がしやすい。さらに、仕入金額と請求金額が同一データに基づいているの



毎晩、沖縄のアーティストのライブで盛り上がる「舞台と地料理 らいら」



沖縄文化の発信をテーマに多業態戦略を推進

2006年にこのシステムを導入

で完全に一致し、月次の照合や、データ入力の手間もない。
サーバやソフトを同社が提供するASPサービスなので、独自にシステムを構築する必要はなく、インターネット環境が整っていれば低コストで導入できるのも魅力だ。

「多店舗展開ではあっても、1業態1店舗が基本。どの店も個店と同じで、それぞれ独自のコンセプトがあり、店名、外観、内装、メニュー

し、成果を上げているのが、沖縄の外食業界のリーディングカンパニーであるJCCだ。
同社は、1993年に1号店を出店。以来、和洋琉中の飲食店、宅配サービス、食品や惣菜の製造販売、給食業務など、幅広い分野に事業を拡大してきた。
「私たちは文化と食を融合させ、沖縄の文化を広く、深く、正しく全世界に伝えることを使命と考えています。伝統は大切ですが、これまでの文化を発信し続けるだけでは消耗してしまふ。新しいものを融合し、より力強い沖縄文化を発信していく。それがJCCの方向性であり、事業拡大のエンジンです」と、創業者で代表取締役の浜辺俊一氏は、同社の事業展開について語る。
外食の分野では、沖縄県内だけでなく、関東、九州も含めて、22業態、46店舗を展開する。この中には、FC加盟店として、主に商業施設内に outlet している7店舗が含まれているが、それを除くオリジナル業態では、同一業態の店舗が少ないのが特徴である。

なども異なります」と渡辺氏。

例えば、沖縄随一の繁華街、那覇市の国際通りには9店舗を構えるが、沖縄料理の店だけでも業態が異なる5店舗がある。

「琉球料理 首里天楼」は、琉球王国が栄えた時代を再現した業態である。壁面に描かれた、琉球王朝の歴史や文化の壮大な絵巻を見ながら、王朝のおもてなし料理を食べれば、琉球王朝時代にタイムスリップする。

人が住む日本最南端の島から名を取った「沖縄地料理 波照間」は、昔の沖縄の島の暮らしと食がコンセプトで、ゆったりとした島時間が流れる。「島唄と地料理 とぅばらーま」は、戦前の沖縄の活気あふれる村の暮らしがテーマで、店内は、サンゴを敷き詰めた広場やガジュマルの木、素朴な古民家、古民具で演出されている。

「舞台と地料理 ライラ」は、沖



「良い食材を探したり、マスメリットを生かすなど、仕入れを工夫して、お客さまに良い商品をリーズナブルに提供したい」と意欲を燃やす伊波興治氏

縄のアーティストのライブで盛り上がるデイブな夜を過ごせる。そして、「沖縄地料理 龍潭」は、本格的な沖縄料理と泡盛にこだわった業態である。

石垣牛と琉球黒豚あぐーの専門店も、「八重山」は瓦屋根の沖縄風造りの焼き肉店、「国際」は70年代のアメリカ文化全盛期を感じさせる業態で、テイストが異なる。

各店舗が、同じ国際通りに面した至近距離にあるにもかかわらず、価格帯やターゲット、利用動機が異なるので競合することがない。それについて、大人数の席が必要な時は、全店が連携して、国際通りで10000人分の食事を用意することもできる。

食品製造では、泡盛に豆腐を漬けたんだ沖縄の伝統食、「豆腐よう」を世界に広めたいと、製造に力を注いでいる。オリジナルの「龍潭豆腐よう」は、「食品品評会モンドセレクション」で、07年に最高金賞、08年に金賞、09年に最高金賞を受賞した。

企業としては、07年に沖縄県産業振興基金事業として実施されている「平成19年度 沖縄ビジネス大賞事業」で、独創的な商品開発や事業経営を行っている企業を表彰する「ビジネスオンリーワン部門」において

図表① ASP受発注システムの導入効果(年間)

項目	詳細	推定金額
本部の人件費・経費	伝票入力、照合作業などの時間短縮による削減	256万円
店舗の人件費・経費	発注業務と棚卸の効率化	1,900万円
仕入費	食材の仕入れコストの削減	4,000万円
通信費	Web化による通信コストの削減	130万円
コスト削減効果		6,285万円

図表② ASP受発注システムの導入効果のプロセス

	導入前	導入後	効果
本部	伝票照合が3人体制で1日2時間を12日間。伝票入力も3人体制で1日6時間で14日間の作業。	伝票の照合作業がなくなり、伝票入力もダウンロードでデータ取得。月1回、20分の作業に軽減。	伝票の照合作業、入力作業の軽減により年間約1,728時間の業務削減。
	伝票枚数が全店舗で1カ月約3万枚。その保管コストが1カ月約5万円。	すべてがデータ化、保管コストも削減。	年間約36万枚伝票削減と6万円の保管コストの削減。
店舗	30店舗が毎日20社に発注するため、各店舗で毎日120分の発注業務が発生。	44店舗が毎日20社に、それぞれ20分で発注。	年間14,144時間の発注業務の削減。
	30店舗でそれぞれ1店舗当たり、4人で4時間の棚卸作業が発生。	毎月1店舗当たり2人で50分、44店舗がそれぞれ棚卸作業が軽減。	年間4,880時間の棚卸業務の削減。
経費	鶏もも肉、白絞油、豚三枚肉など、メインとなる食材の取捨選択を検討。	月間で、鶏もも肉25万円(20%)、白絞油34万円(50%)、豚三枚肉20万円(26%)など大幅に仕入れコストの削減。	年間約4,000万円のコスト削減。仕入れベースでは1.1ポイントダウンを実現。
	1店舗当たりの通信コストが1カ月12,000円。	44店舗で1カ月1店舗当たり4,000円のインターネット費用に改善。	年間約130万円の通信費の削減。

*人件費の削減の詳細
 本部：1,500円×1,728時間=2,592,000円 店舗：1,000円×19,024時間=19,024,000円
 人件費の時給は、社員1,500円、アルバイト1,000円として試算。1カ月は26日、1日の就業時間は実働7時間で算出。

大賞を受賞。09年には、中小企業のITの利用、活用に取り組み意欲の向上を図ることを目的とする「中小企業IT経営力大賞」で、「全国商工会連合会会長賞」を受賞した。

年間約6285万円の経費削減を達成

「業種に関係なく、すべての産業

は情報産業。情報力を備えたところが勝ち残り」と語る渡辺氏は、情報化には多大な投資をしてきた。一例を挙げると、社内の情報の共有や連絡には電子掲示板を利用。店長会議にはテレビ会議を導入している。

だが以前は、仕入れに関してはアナログ的であった。店舗が個店感覚で、店内調理を基本としているため、

仕入れにかかっていた時間を 他の業務に生かし効率アップに

「琉球料理 首里天楼」店長 兼
国際通り5店舗のエリアリーダー

緒方聖治氏



発注先は約20社、使用食材や消耗品は200アイテム以上。厨房やホールの担当者など、何人かで発注を分担していますが、以前は、電話やFAXで、それぞれの取引先に発注していたので、トータルで1日、2時間はかかっていたのではないのでしょうか。FAXが届いていない、電話の聞き違いなどのトラブルもあり、その処理に時間を取られることもありました。でも今は、パソコンで短時間に発注でき、間違いもありません。

また以前は毎月、納品書を業者ごとに分けてチェックし、パソコンに入力する作業に丸1日取られていましたが、その作業からも解放されました。棚卸も、今は、リストをパソコンで出力して在庫数を記入し、それをパソコンに打ち込むだけでよく、3時間以上かかっていた作業が1時間で済みます。

うちは地下1階、地上3階の大型店で、最大300人収容できます。私は毎日、各フロアを飛び回り、合間に、他の担当店も回ります。コスト削減だけでなく、空いた時間を他の業務に生かせるので、非常に助かっています。

仕入れは個店単位で、FAXや電話で発注していたのである。

「時間がかかる上、トラブルもありました。共通食材も個々に仕入れていたので、無駄が多く、価格もまちまち。納品書と請求書の突き合わせも大変な作業でした」と、測辺氏は以前を振り返る。

仕入れの改善を考えていた時に、情報部のスタッフが、インターネットでインフォマートの「ASP受発注システム」を見つけてきた。ぐずぐず迷うより、いいと思ったものはすぐに導入するのが同社の方針だ。「説明を聞いて、ロジックはすごいが、あまりにもいい話過ぎて、本

当なのかなという不安もありました」(測辺氏)と、一抹の不安を覚えつつも、06年に会員登録した。

飲食企業が会員になると、従来からの取引先企業にも会員になってもらい、「ASP受発注システム」での受発注に切り替える必要がある。そのため、稼働前に、取引先を集めて説明会を開催する。パソコンに不慣れな小規模業者からは抵抗もあったが、最終的には全社が納得してくれた。

発注は従来通り店舗単位で行うが、パソコンでの発注なので、店舗では、発注に要する時間が大幅に短縮。間違いもなくなった。また、全店の仕

入れ状況を本部で把握でき、比較検証できるようになったことで、仕入れコストの削減も図れた。

「まさに見える化で、仕入れ価格やスペックの違いなど、さまざまな問題点が明確に見えるようになりました」

特に目立ったのが、同じものを別々の業者から、異なる価格や異なるスペックで購入しているケースだった。

「例えば、全店で使用するゴーヤは週に1t、米は8t。同じものは1つの取引先に統一することで、マスメリットが生まれ、適正価格で仕入れができる。大量に使用する肉も、可能なものはスペックを統一しました。こうした改善で、仕入れコストが削減でき、原価率が約3ポイント下がりました」

また、本部での月次の伝票照合や入力の作業が激減し、ミスもなくなった。伝票のデータ化で紙の使用が減り、保管スペースも不要。Web化で、通信コストも削減できた。

店舗での棚卸業務も自動更新される棚卸リストを出力して、数字を入力するだけなので、時間が短縮した。

こうしたさまざまな改善点を金額に換算すると、年間で、本部の人件費や経費が約256万円、店舗の人

件費や経費が約1900万円、仕入れ費が約4000万円、通信費が約130万円減り、年間で約6285万円の経費が削減できた。「今まで得るはずだった利益を失っていたことに気がきました」と測辺氏。

さらに、稼働3カ月経過後は、Web上での商談も可能になる。そこで新たな取引開拓もでき、取引先は広がった。

「全国の多数の業者が登録しているので、沖縄にいながらにして、Web上で良い食材や取引先を見つけられることができる。こんなものが欲しいと発信するとアンサーもある。JCCという企業を広く知ってもらえたことも大きなメリット。いい話は本当でした。今後、もっと有効活用していきたい」と測辺氏。

「良い食材を探したり、マスメリットを生かすなど、仕入れを工夫して、お客さまに良い商品をリーズナブルにご提供したい」と同社調達責任者の伊波興治氏は意欲を燃やす。

事業面では、9月に国際通りに新たに2店舗をオープン。また玉城には、来年4月にオープン予定のリゾートホテルを建設中で、ホテル事業にも乗り出す。仕入れ規模はさらに拡大し、「ASP受発注システム」も、ますます活躍しそうだ。