

東京ケータリング(株)に聞く、 導入効果と給食業界への可能性



左から、(株)インフォマートの丸山氏、東京ケータリング(株)の鈴木氏、(株)インフォマートの山内氏、八田氏

働き方改革特集の冒頭を飾るのは、(株)インフォマートの「BtoBプラットフォーム」。インターネット上で商品の売り手と買い手を結びつけ、企業間の商取引、即ち受発注や支払い請求、商品規格、契約署名などのやり取りを電子化するサービスである。これまで紙で行われてきた取引情報のペーパーレス化を進めることで業務効率と情報精度を向上。また、取引データが可視化され共有可能になることから、経営課題の見える化と新たな経営改革を支援する。

老舗給食サービス企業、東京ケータリング(株)では昨年1月に導入が決定。同年6月に稼働を開始した。それから1年経ち、どのような効果が得られたのか。(株)インフォマート フードソリューションセールス部の八田陵平氏、丸山健太氏、CSエンゲージメント部の山内三和氏と一緒に、東京ケータリング(株)経理部の鈴木あい氏に詳しい話を聞いた。その導入効果と給食業界への貢献の可能性を掘り下げる。

導入前の現場・本社の課題

— 導入以前の課題を教えてください。

鈴木 現場では、紙の納品書が多くその整理が大変でした。月末、本社経理部へ提出してもらおう書類の転記作業に時間がかかり、転記ミスもあり、その原因究明にも時間がかかっていました。納品書の紛失や受け取り忘れも発生していました。

一方、本社では紙の請求書が一度にくるのでその整理に追われ、経理システムには手入力をしていたので時間がかかっていました。明細データは取引先・事業所単位しかなく、商品単位はありませんでした。

また、事業所では取引先企業とそれぞれ個別にやり取りをしているので、本社ではその詳細が分からなかったことも課題でした。そのため事業所ごとの仕入れ先情報を把握するのにも苦勞していました。

「受発注ライト」が導入前の不安を解消

— 「BtoBプラットフォーム」を知ったきっかけ

インフォマート「BtoBプラットフォーム」の導入状況

導入実績は企業数73万社、事業所数140万店舗、担当者数約200万人。年間流通金額は18兆5,000億円と、プラットフォーム型サービスではトップシェアを誇る。業態では、飲食店や外食が多いが、近年はホテル業界での採用が増えており昨年比1.7倍で増加している。給食業界では従来、事業所給食を受託運営する企業が多い傾向だが、近年は、病院や介護施設からの依頼を受けて、給食サービス企業の引き合いが高まっている。

は？

鈴木 DXが進む中、取引先から導入依頼のご案内がよく届いており、その中でもインフォマートさんの「BtoBプラットフォーム」が多く、いろいろな方が利用されていると思っていました。

—導入の決定要因は何でしたか？

鈴木 もともと、当社の鈴木隆文社長が会社全体でDX化を進める意向がありました。また、導入前に無料で体験することができ、デジタル化の効果を肌で感じる事ができたのが大きかったです。

丸山 いきなりスタートするのは事業所の数が多く、ご不安があったかと思います。取引先様のご協力もあり、契約前に無料で画面を見て体験できる「受発注ライト」を見ていただくことで安心につながりやすかったです。

仕入れ先との3者面談も

—昨年6月に「BtoBプラットフォーム 受発注」が稼働しましたが、導入はスムーズでしたか？

鈴木 システム面はインフォマートさんが形作ってくれているので、特段大きな問題は起きませんでした。しかし当社は、2、3年ほど前に全事業所へパソコンがわたったくらいのアナログな会社だったので、デジタルで効率化できるという意識が社内になく、その説明とフォローが大変でした。社内だけではありません。取引先もデジタルスキルが様々なので、その問い合わせを通常業務と並行して対応するのが大変でした。

—導入時にインフォマートさんではどのようなサポートをされましたか？

山内 パソコンを置いてない取引先様もおられるので、そこへシステムの説明をインフォマート側からさせていただきました。それでもご理解が難しい場合は3者面談という形で取引先様と鈴木様と私でWEBをつないで、仕組みの説明やネックになっているところを詳しく聞いて対応しました。また、システムがどのようなものかわからない方にはデモ画面

をお示しして操作感をみていただき導入いただいたケースもあります。そのようにして取引先様への取り込みを、時間をかけてやってきました。

鈴木 インフォマートさんがサポートしてくれますが、やはり当社が依頼する立場なので、当社がコンタクトを怠ると導入まで結びつかないこともあり、仕事と並行して問い合わせをこなしていました。

取引先導入率は6～8割

—導入時の取引先の割合は？

鈴木 最初のマッチング率は6割でしたが、その後、導入にご理解いただき、稼働時には8割くらいでスタートしました。導入済の取引先が多いことがインフォマートさんの「BtoBプラットフォーム」の強みだと思います。

丸山 東京ケータリング様は全国で事業展開され、導入対象の取引先企業数が450社もあったので最初は6割でしたが、通常50社程度の取引先企業の場合、規模の大きいメーカー・卸様はほぼ導入されているので、だいたい8割くらいになります。

同じ画面を見ながら丁寧に説明 テーマごとの説明も

—導入時のサポートで良かった点は？



東京ケータリング(株)経理部の鈴木あい氏、デジタル化を強力に推進した功績が認められ21年度社長賞に輝く

鈴木 オンラインで同じ画面を見ながら丁寧に操作説明をしていただきました。現場に伝える時も、現場の方の操作画面を見ながら分かりやすく説明いただきました。コロナ禍で対面が難しくなったことで、逆に理解が進んだと思います。打ち合わせ時間が取りやすくなり、遠くの事業所でも難なく実施できました。

山内 仰るとおりですね。コロナ前は来社型の説明会を実施していましたが、遠方の仕入れ先企業が参加できないなど不都合がありました。現在はZOOMを使ったWEB説明会を開催しており、時と場所を選ばないため、参加しやすくなったと思います。

これまでにない取り組みとしては、テーマごとの操作説明会も実施しました。稼働前なら発注について、稼働後は棚卸について、というように毎回テーマを決めて開催したので、現場の方々にとってその時期に必要なことをお伝えすることができたと思います。

鈴木 当社ではそれを録画させていただき、保存して各事業所で共有しています。いつでも見返せるのがとてもありがたいです。

働き方改革の鍵はデジタル化

現場主義から脱却目指す

—インフォマートさんから見て、導入時の東京ケータリングさんはどう見えてましたか？

丸山 2020年のコロナ禍に入った頃、「BtoBプラットフォーム」をご提案したとき、他の給食サービス企業様と同じように完全現場主義で、本社に中枢機能をまとめようとしているのを感じました。そのとき、当社のサービスの導入で「効果を実感いただける！」と強く思ったことを覚えています。

鈴木 そうですね。当時は本当に現場主義でした。

八田 どうして本社に中枢機能を集約しようと考えられたのでしょうか。

鈴木 働き方改革が一番大きかったと思います。本社経理部では全国からくる書類を毎日遅くまで手作業で処理していました。給食業界ではよくあることかもしれませんが、それは生産性の高い仕事とは決して言えません。そのような状況が社長交代で変わり、経理人事、総務の仕事にも見直しを図られ、DXの導入で生産性向上を図られるようになりました。

現状の可視化で原価率10%減へ

—続いて、導入効果について教えてください。

鈴木 当社はこの1、2年、いろいろな取り組みを実施してきたので、「BtoBプラットフォーム」だけの効果を算出できていませんが、導入事業所では原価率も、人件費率も、確実に下がり、現場では数字を見る力をどんどんつけているのを感じます。

本社ではその状況がデータで見えるのがとてもありがたいと思っています。例えば、事業所給食の原価率の目標値を今年度は前年比10%減を目指して予算を組んでいます。

丸山 原価率10%減はすごいですね。

鈴木 それだけ、当社では原価率の認識が低かったとも言えます。当社には、運営を受託して管理費をいただいているケースもあるので、原価を抑える意識がほとんどありませんでした。「BtoBプラットフォーム」の導入で現状が可視化されて、何度も見返すことで高い原価率の問題が明らかになりました。毎週のミーティングで原価率低下への進捗状況を確認し、PDCAサイクルを回せることが最大の効果と言えるかもしれません。

丸山 営業をしていると、給食業界の原価意識は外食とは違うのを強く感じます。給食の方に原価をもっと下げてみたらどうですか？と聞くと、そこまで考えていないという方も多いです。導入により、そういう会話が生まれていることをとても嬉しく思います。

鈴木 実際、ある事業所ではお客様から原価で提供して欲しいとも言われます。そうしたご依頼も受ける中、原価意識が生まれたのはよかったと思います。

納品書の整理時間を解消

働きやすい環境整備へ

—原価意識の醸成以外の導入効果は？

請求書を受け取る仕入れや経費の処理はもともと2人でやっていましたが今では私1人でできています。デジタル化することで私の業務の幅は広がり、会社全体では人員を減らすことができました。

また、事業所にアンケートをとったところ、納品書の整理の時間がなくなり、紙の保管が無くなったとよく聞きます。壁に貼ってある注意喚起のメモも無くなり整理整頓ができるようになったようです。

丸山 最終的に会社の利益が上がり、従業員の皆様が働きやすくなり、業界全体で明るい方向に向かってほしいと思います。

「メニュー統一化プロジェクト」始動！

—導入をきっかけにした新たな取り組みは？

鈴木 経営企画室では、「メニュー統一化プロジェクト」を進めています。原価管理をしたレシピを全事業所が使用できるようにする取り組みです。

当社には学校給食、社員食堂、保養所、コンビニと食関連の4事業部があります。社員食堂だけだと本社で原価を管理してデータ化もしていたと思いますが、業態が違くと委託管理費や売上げが違い、それぞれのやり方があるので、横のつながりができていませんでした。大学や社員食堂等でも売価設定が違い、苦労していました。

このプロジェクトが成功すれば、100円の原価でこうしたものが作れる、という基準を設けることができ、従来、社員食堂だけで提供していたメニューを保養所でも提供が可能になります。原価率低減とお客様への提案力強化の両方を実現できます。この4月には、基本のラーメン（みそ、しょうゆ、しお、とんこつ）と麻婆豆腐など中華料理を統一して、動き始めました。この2、3年で組み立てたいと考えています。

八田 「メニュー統一化プロジェクト」は導入当初より構想されていたのでしょうか。

鈴木 原価率がとれることが分かってからです。

このプロジェクトの最終目標は「目指せ！社食のファミリーレストラン」です。誰が作っても味が統一できて、衛生面やアレルギー対応含め栄養面も管理できて、原価管理もできる。この3本柱が整えば当社の大きな強みになります。メーカー様にも相談して、メニュー提案をいただき、まずはこの1年で統一メニュー100品を目指していきます。

八田 導入を機に新規事業の可能性が広がり大変嬉しいですね。

鈴木 こうした導入効果がどんどん見えてきたことで、21年度は社長賞をいただきました。デジタル化の推進で会社の事業成長に貢献できて嬉しいです。—最後の質問です。「BtoBプラットフォーム」は給食サービス企業に貢献するサービスと言えますか？

鈴木 もちろんです。高い普及率が業界への貢献を顕著に物語っていると言えます。

また、給食業界は食の安全が重要視されるので「BtoBプラットフォーム」の受発注と規格書が連携されている点でも貢献されています。当社では、受発注、規格書だけでなく、請求書とメニュー管理機能も利用しています。

原材料価格高騰への対応にも

—インフォマートさんへのご質問です。各業界で引き合いが高まっている理由は？

八田 導入企業からは「仕入れ明細が全く見えないから次の手が打てない。現状を可視化したい」といった声をよく聞きます。

特に、コロナ禍で増えていることを言えば、原材料価格高騰への対応です。「仕入先の集約がしたい」、「値上げは仕入先単位なのか、食材なのか、それも分からない」といったお問い合わせが今年に入って増えており、その内実を知るため導入や資料請求をするケースが増加しています。

給食業界では、事業所ごとにお取引先があるのでいくらで何を買っているのかを本社で一元管理できる点を評価いただいております。また、働き方改革を実施する上で、DXを進めて紙を無くしたいことから当社にお問い合わせをいただくこともあります。

外食産業全体へDX化を推進

—給食業界のDX化に向けて意気込みをどうぞ。

八田 DXと一口に言っても、目的がなければ実現しません。しかし、最近は見え始めています。原価高騰然り、テレワーク化然り。様々な変革に対してインフォマートのサービスをはめていくことが可能です。人材不足に対しては、本部はできても現場はできない、ということもあります。給食業界であれば献立ソフトからの発注・連携で生産性向上をさらに高まります。また、献立ソフトを活用しない一部の受託給食であっても、外食企業向けの仕組みではありますが、(株)Goalsが提供するAI自動発注『HANZO自動発注』を導入することで、人材不足解消の一助になると考えています。その他課題も、いろいろなテック企業とタイアップしているので対応可能です。今後とも、外食産業全体に向けてDX化を促していきたいと思っております。

お問い合わせ先

BtoBプラットフォームに関するお問い合わせ・資料確認はこちら。

株式会社インフォマート
TEL: 03-5776-1456

