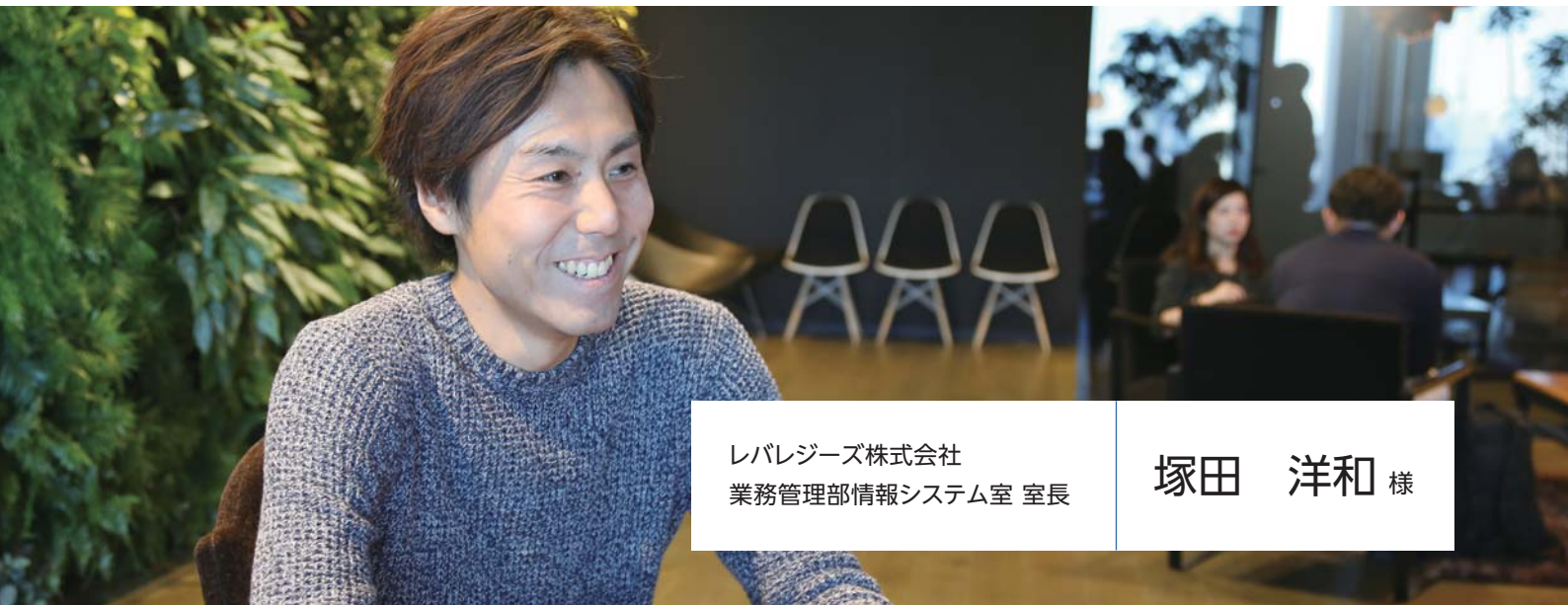


福利厚生にも寄与し、社員満足度に大きく貢献



レバレッジズ株式会社
業務管理部情報システム室 室長

塚田 洋和 様

事業で関わる人々へ多くの価値を提供するレバレッジズ

2005年の創業以来、弊社は多角的に人材ビジネスを展開しています。中でもIT人材支援の「レバテック」ブランドでは多様な形態のサービスを提供しており、数多くのエンジニアの方々、企業様にご利用頂いています。弊社がビジネスを始めた当初から、関わった人に多くの価値を提供することを重視しており、それが支持された結果だと思えます。現在では、人材不足や社会保障関連費用の急増など、さまざまな社会的問題となっている医療・介護などの分野にもサービス領域を広げてきており、私たちが架け橋になれるよう人材以外の部分も含めて注力しています。

充実したカスタマーサービスで導入時の不安要素がすぐに解消

弊社では以前からAmazonの個人アカウントにて備品の購入をおこなっていました。しかし会社の成長にともなって、新規支店や社員数が増加していく中でマンパワーによる対応に限界を感じていました。また、こうした運用だと申請時から決裁までのタイムラグによる欠品が生じることもありました。その場合、購買担当の私だ

けでなく、発注を依頼した社員も再度の商品選定が必要になるなど、双方に負担がかかってしまいます。こうした状況で何かしらの対策を講じる必要性を強く感じていた時、プレスリリースでAmazonビジネスのことを知りました。

プレスリリースの内容を見ると法人需要に合わせたサービスであると記載されていたので、すぐにトライアルに申し込むことにしました。トライアルでは特に、カスタマーサービスの充実に関心しました。一般的な法人向けサービスだとサポートも事務的でこちらはそれに従わざるをえないことが多いですが、Amazonビジネスのサポート担当は、自分たちのビジネスを深く理解いただいているので、親身なフォローで不明点もすぐに解消し、本導入に向けた細部の把握も速やかにおこなえました。

福利厚生の一環「レバカフェ」制度にてAmazonビジネスを積極的に利用

Amazonビジネスを積極的に活用しているのは、弊社独自の福利厚生制度「レバカフェ」で提供する物の購入です。レバカフェとは簡単に説明すると、オフィス内に一部スペースを設け、一息つく際のスナックやお茶菓子などを社員に提供して

いる制度です。もともとあった「ご飯無料制度」の延長線上として整備されました。この制度は無料で利用できるのがポイントですが、提供する物が体に良くないジャンクフードばかりだと健康や体調に悪影響を与えかねません。そのため、選定にもこだわりを持って購入しています。社員からもリクエストを受け付け、それぞれが希望するものを各支店の担当者がカートに入れて承認リクエストを上げてもらっています。

レバカフェでの購入を含め、Amazonビジネスは個別に選定して購入する際に利用しています。定番商品で、ある程度コンスタントに数量を発注する物はボリュームディスカウントがきく、オフィス向け通販サービスなどを利用というように使われています。Amazonビジネスは商品ラインナップが充実しているので、こだわった商品選定がスムーズにできるようになりました。それまでもAmazonの一般向けアカウントを利用したリクエストを受け付けていましたが、決裁までのタイムラグで購入時に在庫切れとなり、社員に提供できないといったこともなくなりました。社員のモチベーションアップを狙った制度にこうした不満がなくなったことは社員の満足度向上に大きく寄与していると思います。



Amazonビジネス導入で社員の意識にも変化

これまでいろいろなサービスを利用してきましたが、どれもユーザビリティの面で問題が生じることも少なくありませんでした。しかし、Amazonはプライベートで利用している社員も多いため、Amazonビジネス本導入に至った際もスムーズに進みました。中にはAmazonを初めて利用するというケースもありましたが、シンプルで使いやすく、周囲が少しサポートするだけでマニュアルを作る必要すらありませんでした。このように概ね好意的に社員に受け入れられたこともあり、運用はすぐに軌道に乗りました。



弊社の場合、Amazonビジネスのアカウントを全国に展開している支店それぞれにひとつ、購入担当者に付与しています。その社員が支店全体の購入リクエストを聞き、カートに入れた上で私が承認・否認をおこなうというフローです。導入前は全社のリクエストを受け、私がひとつ一つ判断しながらカートに入れ購入するというフローだったのが、カート内のものの承認可否だけで済むようになりました。加えて、誤発注、キャンセル、買い直しといった購

買業務で発生しがちなミスも少なくなるなど、対応工数を大きく削減することができました。

購買担当ということで、私の業務負荷は大きかったのですが、導入後はこれまでと比較して対応時間が3分の1程度にまで圧縮できています。実際に前後で数字を出しているわけではないので、あくまで肌感覚ですが、私の立場として本来やっていくべき業務へ注力できたのは大きな前進です。

各支店の担当社員がそれぞれ購入する物をカートに入れるというところまでおこなうため、購入に対する意識に変化が見られたことは興味深い点です。これまでは商品を選定して、あとは決裁者に委ねるという流れだったのが、自身でカートに入れて承認依頼をおこなうことで自分ごと化されたのではないかと考えています。納品後の検収・検品作業も自身でおこなうため、返品や誤発注などもほぼなくなりました。個々人の満足度が向上したことから、社員が購買プロセスに対して主体的に関与することの重要性を痛感しています。

今後は購買分析機能も活用していきたい

本格的な導入から数ヶ月が経過して運用も安定化してきています。今後はAmazonビジネスに備わっている購買分析機能も活用し、自社の購買動向の特徴を分析していきたいと考えています。弊社は核となるのは人材ビジネスですが、対応する業界が広いため、それぞれで購買する商品についても特徴や傾向があるだろうと仮説

を立てています。現在はまだ数ヶ月なので十分なデータが蓄積されていませんが、一定のタイミングで検証をおこなう予定です。その分析結果をもとに購入方法も最適化していけるのではないかと考えています。

まずAmazonビジネスを使ってほしい

すでに購買でAmazonを一般向けアカウントで利用している企業は少なくないと思いますが、Amazonビジネスを利用する理由がないと考えず、まずトライアルをしてみたいかがでしょうか。請求書払いや承認機能などビジネスでの利用で便利な機能が充実しているため、多くの企業で利用する価値を感じることができるでしょう。また、弊社のように社員の満足度向上のような副次的な効果も期待できるかもしれません。



Amazonビジネスに今後期待すること

Amazonビジネスを利用していく中で、アカウントを付与したメンバーから上がってくるリクエストも含めてAmazonにはいくつか改善要望をお伝えしています。あくまで弊社都合での要望となるので全てを受け入れるのは難しいかもしれませんが、他の企業にとっても価値があると感じているものを優先的にリクエストするよう心がけています。他企業からの声も取り入れ、より使いやすいサービスにアップデートされることを今後も期待しています。

* 取材時期 2018年12月

* 記載内容（役職、数値、固有名詞等）はすべて取材時の情報です。

活用事例紹介 | レバレジーズ株式会社

amazon business



www.amazon.co.jp/business