

消耗品やオフィス備品の見積・発注作業を約75%削減し、内部統制の強化にも貢献



KDDI 株式会社
購買本部 PI 推進部
シェアードグループリーダー

松本 圭嗣 氏

KDDI 株式会社
購買本部 PI 推進部
シェアードグループ 課長補佐

玉村 瑤子 氏

購買本部を通じた日常的な物品購入の手間が課題に

KDDIは現在、auブランドを主力とするモバイル通信事業を中心に多様な事業を展開。中期経営計画で「通信とライフデザインの融合」を掲げ、5G/IoT時代における新たな価値創造を追求しています。あわせて、それを支える経営基盤の強化を全社で進めており、購買部門にも業務効率化を推進するPI推進部が2020年4月に新設されました。

購買関連の課題の一つに、消耗品やオフィス備品などの“日常的な物品購入にかかる手間”がありました。当社では文房具など購買本部があらかじめソーシングを行いカタログ化したものを除き、消耗品やオフィス備品も含めて業務で使うものの購入はすべて購買本部を通すのが原則。各部署から購買本部へ見積依頼、購買本部での見積取得、各部署での申請・承認、さらに購買本部での発注といったプロセスが必要で、購買本部内に見積・発注処理だけを行う専任スタッフを4人置かなければならない状況でした。購買本部では、例えば基地局設置に伴う高額な設備や機器の調達なども担っており、各種ベンダーとの関係強化をはじめ、ほかにも力を注ぎたい業務が多くある。そこで、消耗品・オフィ

ス備品購入の工数を削減するツールとして導入したのがAmazonビジネスです。

社員の立替払いによる物品購入を減らすのにも有効

導入にあたり、当初はAmazonビジネスと既存の購買システムとの連携も検討しましたが、当社では開発の費用や時間を考慮してそれぞれ独立して運用する形に。それができたのは、Amazonビジネスに予め十分な機能が備わっていたからです。当社のルールに則った承認フローを容易に設定でき、請求も部署ごとに分けられる。であれば、いち早く取り入れて業務効率化のメリットを享受しようということになりました。

もう一つ今回の導入を後押ししたのが、Amazonビジネスが“内部統制の強化”にも貢献するという点です。KDDIの社員数は単体でも1万人超。消耗品やオフィス備品の購入では、社員個人による立替払いが一定数発生していました。緊急時など仕方のない場合もありますが、立替払いだと会社が購入元を正確に把握できないこともある。ここに内部統制上の課題があったのです。立替不要で、購入履歴もきちんと残る仕組みを入れることでそうした問題を相当程度解消できる。役員が

Amazonビジネスを導入した理由

- 日常的な物品購入にかかる作業工数を大幅に削減
- 社員による立替払いの抑制による内部統制の強化に有効
- 承認フローの設定、部署ごとの請求書発行、購買実績の中央管理を実現

会社名

KDDI 株式会社

業種

通信

設立

1984年

本社所在地

東京都千代田区飯田橋3丁目10番10号
ガーデンエアタワー

事業内容

電気通信事業

従業員数

47,320名(連結ベース)
2021年3月31日現在

ホームページ

<https://www.kddi.com/>

●Amazonビジネス導入により、消耗品やオフィス備品購入の手間が大幅に削減



Amazonビジネスの導入を決裁する際、これが大きな決め手となりました。

各部署から購買本部へ見積依頼がおよそ4分の1に

Amazonビジネスの導入に伴い、消耗品やオフィス備品の購入において各部署が購買本部を通さずに発注処理を行えるよう、ルール変更も行いました。万一規則に従わない購入があっても詳細な追跡ができるため、十分に統制を保つことが可能。またAmazonビジネスには、発注時に入力する追加情報を任意に設定できる機能があるため、別途稟議が必要な購買では、そこに社内の決裁番号を打ち込む決まりとしました。それをAmazonビジネスの管理画面で確認すれば、部署内の承認が正しく行われているか、購買本部でもすぐに調べられます。

そうして購買本部を経由しないで済む体制を整えたことで、現場からの日常品の見積依頼は大幅に減少。従来、平均して月に120件ほどあったものが30件ほどになりました。1件あたりの処理時間は平均30分程度。商品によっては、購買本部が購入先から探さなければならないこともあるため、かなりの業務効率化につながっています。実際、4人いた専任の見積・発注担当は0人となり、ほかの仕事と兼務で対応できるようになりました。

一方で、Amazonビジネスは現場の各部署の作業軽減、利便性向上にも大きく貢献しています。部署内の承認ですぐ発

注でき、当社はBusinessプライム会員でもあるため、お急ぎ便で必要なものを迅速に入手できる。実はこれまで、社員が個人用のAmazonで商品を検索し、それを購買本部に見積依頼するケースも見られました。今は、そうした手間は一切なし。かつて繁忙期には数日かかっていた発注作業が、わずか数クリックで完了するようになりました。

Amazonビジネスでの月間の発注件数は半年ほどで倍増

導入後、各部署からの見積依頼に対して購買本部から「それなら、Amazonビジネスで買えますよ」といった返信のメールをする機会も少なくありませんでした。社内にはその利便性や有効性がすぐに浸透し、導入当初、月200件ほどだったAmazonビジネスでの発注件数は半年ほどで倍増。期末の時期には700件ほどまで増え、なくてはならない購買ツールとなっています。

購入されているのは、PC周辺機器、コロナ禍を受けての消毒用品や空気清浄機、また工事現場で使う安全ベルトなどさまざま。今後は、購買分析レポート機能の活用もテーマの一つです。すでに、部署ごと、カテゴリごとの購買実績などを簡単にグラフで表示できるため、部門長への定例の報告に利用していますが、将来的にはより有意義な形で活かしていきたい。購買データが着実に蓄積されているので、その分析を行い、サプライヤーの比較やコスト削減にもつなげられればと思

います。

既存業務の効率化により、より戦略的な購買活動に取り組んでいく

Amazonの担当者には、導入の検討段階から運用面の提案をいただくなど、大いに助けられました。対応で印象的なのは、そのスピード感。どんな相談にも迅速に応じてもらえるので、導入後も各種機能の効果的な使い方や配送場所の追加など、いろいろと細かな問い合わせをさせてもらっています。

KDDIグループは現在、金融や電力など新しい事業も多く手掛け、購買本部に求められるものも変化してきています。これまでになかった購買ニーズにも迅速に対応して変革を後押しするなど、コストダウンにとどまらない役割がますます大きくなっている。そこで、新設のPI推進部でもグループ会社への購買シェアードサービスの導入推進、社内の購買システムの改修、RPA（ロボットによる業務自動化）の組み込みなど多様な業務に取り組んでいます。そうした中、既存業務の効率化はやはり必須。Amazonビジネスを上手に使いながら、高い理想や目標を掲げて能動的に動き、企業競争力に貢献する購買部門として、今後もさらなる業務改革を進めていきたいと考えています。

*取材時期 2021年3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 | KDDI

amazon business



インタビュー動画はこちら