

営業戦略のツールとして 購買システムを考える

オリーブ情報処理サービス(株)

今年1月からSaaS (Software as a Service: サース)による「ホテル購買システム」の提供を開始したオリーブ情報処理サービス(株)。プロフェッショナル版の機能「レシピ原価」を使いこなせば、購買データの管理のみならず、営業戦略の強化も実現できるという。ワンランク上の購買システム活用法によってもたらされる可能性について考察してみた。



代表取締役社長
堀田 錦二氏

内部統制の強化につながる 購買システムの導入

ホテル業界において、購買システムの導入はまだ初期段階にあるようだ。売りに直接結びつく投資ではないため、購買データを管理する仕組みのための費用は、お客さまへのサービスなどにかかる費用に比べて、どうしても予算上の優先順位が低くなってしまおうのだろう。確かに従来通りのやり方で業務上支障をきたさないのであれば、あらためて購買システムの導入に踏み切るのは経営上難しいことなのかもしれない。

そうした状況の中で、購買システムの導入動機を考えると、内部統制に関する必要性が最もリアリティーのあるきっかけと言えるのではないだろうか。時代の流れとともに、内部統制の強化は上場企業を中心に重要なテーマとなってきた。特に生鮮食品を取り扱うレストラン部門で、食材の流れをしっかりと管理していくという動きが一部のホテルにおいて目立ってきているようだ。

使用する食材が複数のメニューにまたが

り、天候による集客数の変化や季節要因などにも左右される飲食業務において、品物の流れを正確につかむことは非常に手間のかかる作業だろう。不正防止も含め、内部統制を厳密に行なおうとすればするほど、購買システムの必要性は高まるはずだ。自社の規模や形態、風土や慣例などに適したカスタマイズをほどこした購買システムの導入は、あいまいだった品物の流れをより明確にさせるとともに、ロス削減も実現してくれるだろう。

サーバーを持たずに利用できる 「ホテル購買システム」のメリット

合理的な経営が求められる時代において、内部統制上のニーズから購買システムの導入に踏み切るホテルが増えていく傾向は、これから強まっていく可能性があるかもしれない。もちろんそれは一つの方向性として考えていく必要があるだろう。ただ一方で、購買システムをもっと積極的に活用していく方向性も考えられるのではないか。ビジネスチャンス拡大するツールとして、購買システムを検証すること。そのことは購買管理のみならず、より精度の高い営業戦略にも結びついていくかもしれないのだ。

オリーブ情報処理サービス(株)は、「ホテル購買システム」を1984年から提供している。これまで買い取り、リースの形でシステムを販売してきたが、今年1月からはSaaSによる導入方法を新たに加えた。SaaSとは、ネットワーク経由のサービスとして、期間貸し方式でシステムを提供・販売する仕組みのこと。インターネットに接続できる環境があれば、料金を

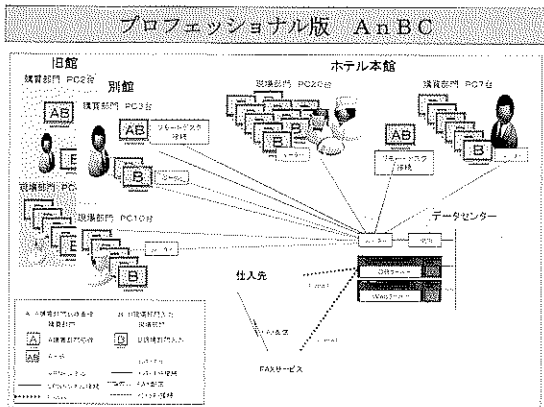
支払い利用することができる。

導入すれば自社でサーバーを持つことなく「ホテル購買システム」を利用できることから、運用管理面でのコスト削減につながる。サーバー管理者の設置や、OSのバージョンアップ、ウイルス対策などの手間がなくなることは、具体的なメリットとして実感できるだろう。ある程度の期間で見ると、買い取りやリースに比べて費用そのものも安くなるケースが、今後の実例として出てくるものと思われる。

購買部門と現場部門を インタラクティブに結ぶ

さて、「ホテル購買システム」の機能とどのようなものなのだろうか。システムのパッケージは3段階に分かれている。購買部門処理管理のための「ベシック版」は、見積処理や発注処理、仕入管理、部門在庫処理などを行なう基本ソフトだ。購買部門が処理管理し、現場部門は入力しない。その上の「スタンダード版」はベシック版をベースに、現場部門入力の機能が加わる。購入依頼や納品在庫状況、部門棚卸などのデータを現場部門が入力し、購買部門が処理管理することで、部門間のインタラクティブなデータ活用ができる。

注目したいのが、さらに上のステージを提供する「プロフェッショナル版」だ。スタンダード版をベースに加えられるオプションは、「レシピ原価」という機能。現場部門が入力するレシピ計算マスタに基づき、購買部門がレシピ処理を管理する。「レシピ原価」は、レストランでの原価を計算し適正な売価を決める、宴会で使う



パッケージと商品種類

A 購買部門処理管理		B 現場部門入力		C レシビ原価	
1 見積管理	21 買掛金(発生)	51 購入原価入力	60 現場部門の入力	81 レシビ計算	
4 免状管理	23 部門原価管理	52 納品在庫状況	72 権限管理		
7 仕入管理	26 経理システム連携	57 部門間振替入力	75 マスタ参照		
10 振替処理	29 マスタ入力管理				
13 倉庫処理	32 マスタ設定管理				
16 部門在庫処理	35 全てのメニュー	54 納品入力	66 倉庫振替入力	84 レシビ処理	
19 倉庫在庫管理		63 倉庫売上入力			

OLIVE Copyright © 2007 Olive Data Processing Service Co., Ltd. All Rights Reserved.

「ホテル購買システム」の全体像。購買部門と現場部門をリンクさせることで、透明化・合理化につなげる

「ホテル購買システム」は、「購買部門処理管理」「現場部門入力」「レシビ原価」の3パッケージがある

(例) イベント番号 32416752 2009年8月24日

コード	レシビ名(商品名)	売上数量	単位	売上単価	原価単価	利益単価	売上金額	原価金額	利益金額	原価率	利益率
1	4101014 ジャガイモのビンソワーズ	100	人		150.33			15,033			
2	4101009 ニース風サラダ	100	人		77.40			7,740			
3	4101024 牛赤ワイン煮込み	100	人		288.82			28,882			
4	4101013 海の香りのグリーンリゾット	100	人		218.95			21,895			
5	4101033 梨のコンポート	100	人		315.50			31,550			
15	料理合計	100	人	4,300	1,051.00	3,249.00	430,000	105,100	324,900	24.44	75.56
16	2611001 アサヒビールスーパードライ500	10	本		224.00			2,240			
17	2611005 キリンビール500	50	本		224.00			11,200			
18	2612010 男山国芳乃名取酒1級	3	本		2,500.00			7,500			
19	2914001 アップルジュース100%	40	本		400.00			16,000			
20	2913005 サントリーウーロン茶パック1L	30	本		136.00			4,080			
29											
30	飲料合計	100	人	1,000	410.20	589.80	100,000	41,020	58,980	41.02	58.98
31	6201004 室料	1	室	41,000	0.00	41,000.00	41,000		41,000	0.00	0.00
32	6201005 飾花・演出	1	式	140,000	120,000.00	20,000.00	140,000	120,000	20,000	85.71	14.29
33	6201045 印刷物	1	式	60,000	50,000.00	10,000.00	60,000	50,000	10,000	83.33	16.67
34	6201047 花束	1	式	5,000	3,000.00	2,000.00	5,000	3,000	2,000	60.00	40.00
35	6201045 美装着付	1	式	50,000	30,000.00	20,000.00	50,000	30,000	20,000	60.00	40.00
36	6201013 写真	100	枚	200	150.00	50.00	20,000	15,000	5,000	75.00	25.00
37	6201023 お土産	100	個	2,000	1,800.00	200.00	200,000	180,000	20,000	90.00	10.00
56	料外合計						516,000	398,000	118,000	77.13	22.87
	総合計						1,046,000	544,120	501,880	52.02	47.98

「レシビ原価」では、数値を変えて何度でもイベントの利益をシミュレーションすることができる

食材の発注数量を確認するなど、料理メニューを企画する際のツールとして役立つ。もちろん、適正な量を発注しているかを確認するといった内部統制に関する活用もできる。

**イベントごとの利益を把握
営業のレベルアップにつなげる**

さらに、オリープ情報処理サービス株式会社取締役の堀田錦二氏は、「レシビ原価」の機能を営業的に使いこなすことを提案する。「イベントごとにどれだけの利益が出るのかシミュレーションすることは、しっかりとした営業戦略を立てることにつながります。そのためのツールとして「レシビ原価」は有力なソフトと言えるのです。その意味では、購買よりも、むしろ営業スタッフに使っていただきたいと考えています」

営業スタッフが料理長と相談して立てたメニュー案に基づき、食材のデータや宴会の人数を打ち込む。そうすれば各イベントの料理にかかる原価が自動的に算出できるわけだ。お客さまと打ち合わせをし、その予算に応じたメニュー作りを正確に行なうこともできる。

これからの時代、それぞれのイベントや宴会がどれだけの利益をもたらすのか把握することは、より精度の高い経営を実現するために必要不可欠な要素となっていくだろう。予算ごとに最大の満足をお客さまに与え、ロスを最小限に止める。

長期的な経営戦略を立てていくためのツールとして、「レシビ原価」の導入を考えると、お客さまに対するワンランク上のサービスへとつながっていくのではないだろうか。

「レシビ原価」では、数値を変えて何度でもイベントの利益をシミュレーションすることができる

さらに、オリープ情報処理サービス株式会社取締役の堀田錦二氏は、「レシビ原価」の機能を営業的に使いこなすことを提案する。「イベントごとにどれだけの利益が出るのかシミュレーションすることは、しっかりとした営業戦略を立てることにつながります。そのためのツールとして「レシビ原価」は有力なソフトと言えるのです。その意味では、購買よりも、むしろ営業スタッフに使っていただきたいと考えています」

営業スタッフが料理長と相談して立てたメニュー案に基づき、食材のデータや宴会の人数を打ち込む。そうすれば各イベントの料理にかかる原価が自動的に算出できるわけだ。お客さまと打ち合わせをし、その予算に応じたメニュー作りを正確に行なうこともできる。

これからの時代、それぞれのイベントや宴会がどれだけの利益をもたらすのか把握することは、より精度の高い経営を実現するために必要不可欠な要素となっていくだろう。予算ごとに最大の満足をお客さまに与え、ロスを最小限に止める。

長期的な経営戦略を立てていくためのツールとして、「レシビ原価」の導入を考えると、お客さまに対するワンランク上のサービスへとつながっていくのではないだろうか。

さらに、オリープ情報処理サービス株式会社取締役の堀田錦二氏は、「レシビ原価」の機能を営業的に使いこなすことを提案する。「イベントごとにどれだけの利益が出るのかシミュレーションすることは、しっかりとした営業戦略を立てることにつながります。そのためのツールとして「レシビ原価」は有力なソフトと言えるのです。その意味では、購買よりも、むしろ営業スタッフに使っていただきたいと考えています」

営業スタッフが料理長と相談して立てたメニュー案に基づき、食材のデータや宴会の人数を打ち込む。そうすれば各イベントの料理にかかる原価が自動的に算出できるわけだ。お客さまと打ち合わせをし、その予算に応じたメニュー作りを正確に行なうこともできる。

これからの時代、それぞれのイベントや宴会がどれだけの利益をもたらすのか把握することは、より精度の高い経営を実現するために必要不可欠な要素となっていくだろう。予算ごとに最大の満足をお客さまに与え、ロスを最小限に止める。

長期的な経営戦略を立てていくためのツールとして、「レシビ原価」の導入を考えると、お客さまに対するワンランク上のサービスへとつながっていくのではないだろうか。