

キントーン活用事例

日産自動車株式会社 様



日産自動車株式会社 様

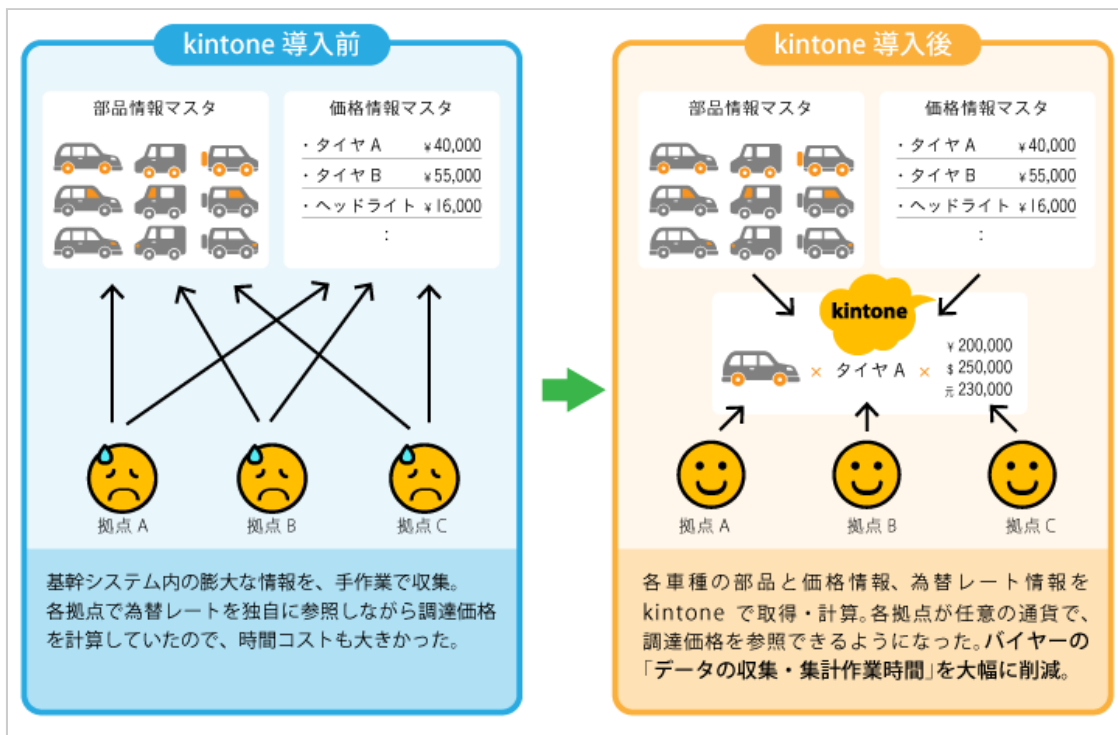
業務内容: 自動車の製造、販売および関連事業

利用用途: 基幹システムから取り出した情報を活用したGlobalでの調達活動推進サポート

業務改善に向けた課題解決プロジェクトに大きく貢献 グローバルな調達部門のミッションを支援する kintone

“人々の生活を豊かに”を企業ビジョンに据え、自動車メーカーとしてグローバル市場を強力にけん引している日産自動車株式会社。世界20の国と地域に生産拠点を展開しながら、160以上の国や地域で商品やサービスを提供している。現在は、2011年6月に発表した中期経営計画「日産パワー88」の最終年度を迎えており、積極的な事業展開を行っている。

そんな同社では、V-upと呼ばれる課題解決手法を用いたプロジェクトが全社横断で数多く立ち上がっている。このV-upにおけるプロジェクトの1つとして、市場の中でコスト競争力が発揮できるよう調達価格を適正に把握・分析する仕組みが検討され、その基盤としてkintoneが採用された。このプロジェクトが起案された背景を紐解いていくなから、kintoneがどう生かされているのか、購買企画部 主担 石川 歩氏、購買管理部 主担 吉村 孝之氏、そして購買管理部 塩田 千賀子氏にお話をうかがった。



課題 Global 戦略車における効率的な生産拠点毎の購入部品価格ベンチマーク手法の構築

日産が行う課題解決手法「V-up」

同社が2000年より実践してきたV-upは、会社の業績に貢献する課題を設定し、部門を超えてチームを編成したうえで課題を解決していくプログラム。V-upはそれぞれ数か月単位の期間を設け様々な課題解決に取り組んでいるが、石川氏が所属する購買部門でも当然ながら様々なV-upがプロジェクト化されている状況だ。

日産自動車の生産がグローバルに拡大する中、部品の調達も複数国にまたがる。今回紹介するV-up活動の背景には、購買部門として果たすべき役割への期待の大きさがある。「部品調達を担うバイヤー自身が各国での調達価格を適正に把握し、コスト競争力を強化するための活動をサプライヤー様との共同でタイムリーに行っていくことが求められています。」と石川氏は説明する。



購買企画部 主任
石川氏

情報はあるが比較・分析する基盤が不十分

しかし、基幹システム内には情報がすべてそろっているものの、各国で調達している部品の価格情報を車種やカテゴリごとに比較できるような仕組みは十分に備わっていない状況だったと石川氏は当時を振り返る。

「同じアウトプットを行うにもバイヤーによって情報を取得/加工する手法が属人化してしまい、本来期待される調達活動の前段で、多くの工数をかけてしまうこともありました」。

競争力のある調達価格の実現によって会社に貢献する、という購買部門本来の役割をさらに強化していく必要があったという。そこで、購買部門として取り組むV-up活動の1つとしてプロジェクトが動き出し、各国の部品調達価格がタイムリーに比較できるような仕組みづくりが始まることになる。

環境変化に対応できる仕組みは以前から必要だった

このV-upプロジェクトを動かすにあたって石川氏が相談したのが、購買管理部でシステムを管轄している吉村氏、塩田氏だった。

「これまでは各バイヤーが手作業で情報を収集し、担当者によって異なる手法でデータ作成が行われていました。この環境から脱却し、誰でも同じように情報が把握できる環境にしたいという相談でした」。

そもそも価格を調べる際には、タイヤなどの各種部品の価格情報を管理するシステムと、車種ごとに必要な部品情報を保持している仕組みがそれぞれ基幹システムとして動いており、この2つを付け合わせる仕組みが必要になってくる。

しかし「社内でこの仕組みを構築しようとする、大規模なシステム改修が必要となり、要望に応じた時期での対応が困難」と見立てたのは吉村氏だ。実は技術革新や経済環境の変化に応じて仕事を柔軟に変えていくという機動性の高さが購買部門には求められている。しかし、その都度基幹システムを改修しているようでは変化にタイムリーに追隨していくことは難しい。

「永久普遍的に変わらない仕事やプロセスは基幹システムで実現し、環境変化に柔軟に対応するための仕組みは、外部のソリューションを活用するという使い分けができないかと以前より考えていました。実は今回のプロジェクトの相談が来る前から、最適なソリューションがないものか探していたのです」と吉村氏。



購買管理部 主任
吉村氏

ドラック&ドロップだけで作れる衝撃と圧倒的なコストパフォーマンス

そこでたどり着いたのがkintoneだった。

「サイボウズ自体は育休を取得した青野社長が話題となっていたことで知っていましたし、知人がkintoneを活用していたこともあって以前から興味を持っていたのです」と塩田氏。

そんな折、偶然セミナーが開催されることを聞きつけ参加してみたところ、大きな衝撃を受けたという。「ドラック&ドロップだけで簡単に項目追加でき、仕組みがすぐに作れるということが衝撃的でした」。

従来のシステム開発では非常に限られた短期間に要望を実現するのが困難だったのが一般的。「kintoneであれば自分たちで容易に仕組みを構築し、項目の追加も容易に行えます。フレキシブルな仕組みとして使えるのではと考えたのです」（塩田氏）。

また決め手となったのは、月額で安価に利用できる料金体系だった。「従来のインフラ開発と比べると“ありえないくらい”のコストパフォーマンスでした。」と塩田氏。



購買管理部
塩田氏

大手企業が活用しているという実績も考慮し、苦労しながらも同社のセキュリティ要件に合致させることができたことで、kintoneが価格情報の比較・分析のための基盤として採用されることになったのだ。

効果

大幅な工数削減に貢献
購買部門として必要な機能を迅速に実装

工数削減に大きく寄与しながら、属人化の排除も

今回構築したのは、車種ごとの部品情報を管理するシステムと価格情報を管理するシステムという2つの基幹システムからデータをkintoneにて取得し、拠点間の購入部品価格を任意の通貨で一覧で比較できる仕組みだ。kintoneで作成したアプリは、基幹システムから価格情報や車種情報を取得するアプリ、為替情報を取得するレートマスターアプリ、取得した情報を統合するアプリなど。

これらのアプリを駆使することで、各バイヤーが多大な時間をかけて比較していた作業がボタン1つで行えるようになり、大幅な時間削減に繋がると塩田氏は分析している。当然のように誰でも同じ作業ができることで属人化を排除することにも成功している。

レコード番号	ALLOC	FAMILY	PART NUMBER	PART NAME	MAKE	QUANTITY	SUPPLIER	SUPPLIER	購買拠点	部品番号	サプライヤー	コモディティ	バイヤーコード	部品名称	価格	材料費小計	加工費小計	部品費
1																		
2																		
3																		
4																		
5																		
6																		
7																		
8																		
9																		
10																		

部品価格と車種別部品情報のマッチングアプリ サンプル画面

上5桁	Part Name	Commodity	G-B	P/(JAPAN)	Supplier(JAPAN)	Currency(JAPAN)	Price(JAPAN)	P/C(JAPAN)	P/(USA)	Supplier(USA)	Currency(USA)	Price(USA)	Price円(USA)	P/C(US)
1														
2														
3														
4														
5														
6														
7														
8														
9														
10														

各国の部品調達価格の比較アプリ サンプル画面

強固なセキュリティとユーザーニーズに合致したシステム構築を実現

今回の仕組みはグローバルで部品の調達価格が取得できるものであり、この情報が外部に漏れるとコンプライアンスに大きく影響してしまう代物だ。そこで、セキュリティには十分配慮された仕組みとなっているのが1つの特徴だ。

「社外の人が利用できないよう社員IDによるシングルサインオンでのアクセスで、誰が何の作業をしたのか一目瞭然です」と吉村氏。担当者ごとにスペースを設けてアプリケーションを分けており、自分の作業スペースにしかアクセスできないよう制限をかけている。

「取得したデータを利用した後は、必ず削除してもらうようデータ削除アプリも作成しています」と塩田氏は説明する。

また、同社内のセキュリティ基準をクリアする作業にも多くの時間をかけており、開発期間はわずか1か月程度だったものの、セキュリティ要件の合意には数か月を要したという。「正直我々社内のセキュリティを突破するのは並大抵ではありません。解決策を見出しながら2か月程度で合意にまでこぎつけたのはサイボウズさんだからこそ。誠意ある対応をいただき感謝しています」。

今回のプロジェクトでの成功要因は、ユーザーニーズに沿ったプロセスを構築することができたことだろう。「人に頼るだけのプロセス改善ではなく、アプリケーションの開発を伴うことで実業務として定着させる道が開けました」と石川氏は高く評価する。

海外も含め、社内外での kintone 活用をさらに推進

仕事の方法などが変わっても柔軟に対応できるインフラが整備できたと吉村氏は現状を評価する。「業務として普遍的に定着するものであれば基幹システム側での対応ですが、地域ローカルなもの、スピードが重視されるようなものを解決するにはkintoneを活用していきたい」。また、社内のバイヤーからは様々な相談が寄せられており、購買部門以外の部署からも興味を持っているという声が挙がっている状況だ。いずれは様々な課題を解決に導くツールの1つとしてkintoneを広めていきたいと塩田氏。

さらに、現状は日本の購買部門だけが活用しているが、今後は海外の拠点でも活用出来るよう展開させていきたいという。「そのためにも、世界中でサポートいただけるような体制づくりをサイボウズさんをお願いしたい」と吉村氏。すでにアメリカのほうにはサイボウズの拠点があるため、まずはアメリカでの展開に期待を寄せている。他にも、日産グループ会社にも同様に紹介していきたいとその思いを語る塩田氏。「身近な課題を解決してくれるものであり、悩んでいるならすぐに使ってみるべき。まさに“やっちゃえ日産”ですね」。

最後にkintoneとは何かについて尋ねたところ、塩田氏は「専門技術がなくても簡単にやりたいことができるツール」、吉村氏は「入れてすぐに綺麗になる洗濯機のように」、そして石川氏は「まっすぐ走るとハードルがあるところをうまく回避してくれる“ショートカット”」とそれぞれ表現してくれた。