

ニッコー株式会社様



『EX経費』導入に伴い 出納業務工数が半減！ 社内メールの活用等、 コミュニケーションツールとしての効用に着目！

【企業プロフィール】（注：企業データは2014年3月時点）

- 創業 1908年
- 設立 1950年設立
- 本社所在地 石川県白山市
- 資本金 32億円（2013年3月末）／名証2部上場
- 業務内容 住設環境機器事業／陶磁器事業／機能性セラミック事業
- 年商 166億3900万円（2014年3月末）
- 社員数 880名（連結）（2013年3月末）
- POWER EGG導入時期 2009年 POWER EGG Ver1.6導入
- バージョンアップ時期 2013年10月 POWER EGG 2.0 Ver2.5導入
- 稼働機能&ライセンス数
 - ・ ベースシステム750LS
 - ・ グループウェア／汎用申請ワークフロー／ファイル管理／SFA／Webデータベース 各630LS
 - ・ EX経費、EX経費請求書支払オプション
 - ・ SDK API 使用権許諾
 - ・ スマートフォンオプション 20LS
- 利用者（利用部門） 一般事務職／営業担当／工場管理者（係長以上の職責者）



今回の取材先であるニッコー株式会社様は、石川県金沢市で日本硬質陶器として創業したのが明治41年(1908年)のことだから、つまり100年を越える歴史を有する名門セラミクスメーカーです。現在の社は石川県白山市。タイル・システムバス・浄化槽などの住宅設備や環境機器、洋食器などの陶磁器、基板・圧電素子などの機能性セラミック商品、小型風力発電機などの環境エネルギー機器を製造・販売されています。

▼取材ご協力者

常務取締役	三谷 明子 様
管理本部内部統制部／部長	川端 茂 様
戦略本部特命事項担当／部長	高木 誠 様

導入・バージョンアップ背景

2009年に《POWER EGG Ver1.6》を導入し運用されてきたニッコー様は2013年10月、経費管理ソフト『EX経費』の導入をきっかけに《Ver2.5》へのバージョンアップを実施されました。



高木部長 「まず《経費精算業務の効率化》を目的に『EX経費、EX経費請求書支払オプション』の導入を決めました。そのために《POWER EGG 2.0Ver2.5》へのバージョンアップを実施しました。具体的な目標は各拠点での“小口現金の廃止”、つまり各営業所に金庫は置かない、出納係も置かずキャッシュレスで運営する。そして各拠点での毎月約200時間の時間を大幅に削減して、その余力を他の営業の仕事にもっと向けたいという事です」

三谷常務取締役 「パワーエッグは使い慣れればとても便利なシステムですから“もっとみんなで使おう”と全社に働きかけたのですが、従来のVer1.6だとなかなか思うように動かない、活かせない、イライラするといった不満が目立って来ました。そこで『EX経費』の導入もあって2013年9月、現在のVer2.5にバージョンアップしました。そうするとみんな積極的に使うようになったんです。もう今では、あまり使わなかった頃のことをみんな忘れてしまってるんじゃないですかね」



一 『EX経費』の導入効果と魅力

最初は慣れなくて少し苦労する。しかしシステム化することに慣れてしまうと、紙（伝票）を回していた時よりも経費精算業務が整流化され、わかりやすくなる。それに伴い、仕事の標準化が進むので工数そのものが削減される。こうした評価については、高木・川端両部長ともに同じ見解だ。

川端部長 「『EX経費』の導入効果は、経費精算業務の整流化と作業工数の削減に現れます。実際の所、導入当初社員にとっては、紙（伝票）に書いていたものが電子申請に変わるだけで作業負荷の変化はありません。むしろ、慣れのことを考えると苦労する人もいたと思います。導入によるメリットは、会計担当にはつきり出てきますね。



なぜなら、従来は一般社員に対して会計担当がサービス過剰だった部分があるからです。今までは伝票が出てくるのはギリギリなのに、“出張に行くから経費を頂戴”みたいなこともあって、そこまでは必要があるの？と思える過剰サービスがありました。それを整流化して、今度からはシステムルールに従ってやろうね、ということを経営文化として当たり前の状態にしたかったです」

まだ定量的には把握できていないが、印象としては「経理はかなり効率化できた」とのこと。各拠点で月平均200時間要していた小口現金出納業務が、『EX経費』を導入して半年経った今では「恐らく半分以下の工数になっている」という。

経費精算業務の整流化・効率化を目指して

一 『EX経費』の運用

現在『EX経費』を運用して「交通費／出張／購入／接待」の経費精算が行われている。「仮払」については、機能はあるが運用上は使われていない。キャッシュレスで“仮払はしないですよ”が前提になっているからだ。

《請求書支払オプション》は、まず社員が《汎用申請ワークフロー》で支払い依頼を行う。そして業者から請求書が届いたらそれを入力して処理するという手順でごく普通に運用されている。目標は『小口現金の廃止』。こうして交通費や出張経費などの小口現金はすべてキャッシュレスにした。

高木部長 「目指すはキャッシュレスですから、まだまだ手を打つ必要があります。それはともかく『EX経費』はパワーエッグのエンジンに紐付いているところが魅力です。弊社ニッコーの『白い皿がいいでしょ』と同じで、製品コンセプトが明確なところがいい。組織の異動などがあってもワークフローと一緒に変わって行くので混乱やストレスがない。このようなエンジンに紐付いているから、ひとたび使い出すともうやめられないですね。」

同社は2009年に《POWER EGG Ver1.6》を導入、パワーエッグの運用を開始した。しかし導入初期の頃は全社社員が活用するという状態ではなかったようだ。非常に活発的に使う人がいる一方で、全く使わない人も結構いたという。

高木部長「振り返ると2012年7月の段階で、毎月カウントされるナレッジポイントはわずか163ポイントでした。さすがにこれじゃまずい。そこで改めてパワーエッグの使い方の講習会を行い、運用活性化を図りました。“ああ使え、こう使いなさい”と指導したんです。すると半年後の12月には月間ポイントが6,749ポイントまで増加、特に社内メールの活用が定着してきました。ポイント設定はごく標準的なやり方ですが、現段階（2014年4月）で毎月大体18,000ポイントぐらい活用されていますね」

社内メール

「社内メール」を中心に、運用がかなり活性化しているようである。中には延々とコメントのやり取りが続きチャットのようになってしまう、「こんなことみんなで集まって話したらどうよ？」「電話で話し合ったら？」と思うことも増えたという。

三谷常務取締役「バージョンアップしてから《社内メール》で『宛先追加』できるようになり、これがとても便利ですね。『話し合いや協議検討の履歴を見られる』という点では、とても評価できますね。人から中途半端な報告を聞くよりは、少々手間がかかるが遡ってその件の経緯を確かめられるので、正確な状況把握が可能になります」

川端部長「確かに社内メールを見る時間が長くなったことは否めません。ただ『宛先追加』は、『この人にも話を聞いておいてほしい／あの人の意見も知りたい』といった『ワイガヤの世界』を実現できる点が良い。社内の情報共有がスムーズになっています。以前は外部メールを使っていましたが、今はメールするとなると当たり前のようにパワーエッグを使います。」

業務報告と目標管理制度

《業務報告》は、経営層から活用を強く指示されている機能であり、標準機能の業務報告書で行うものと、汎用申請ワークフローを使い独自の入力項目の業務報告画面で行うものの2種類ある。

現状の業務報告は、営業担当に関しては《簡単なフォーマット》が決まっていて報告書が作れるようになっている。みんな忙しいのはわかっているので、あまり複雑なフォーマットだとみんな使わなくなるから1記入スペース最大30文字ぐらいで、1日10分もあれば入力できる簡単な書式になっている。『業務報告』には次のような利点もある。『業務報告』を書いている担当も、毎日振り返りができるという利点だ。1日1回自分自身で振り返って、次のアクションを決めるために役立つ。

三谷常務取締役「上司からすれば、部下のスケジュールの項目と『業務報告』とを照らし合わせることで“何をしたか／しなかったか”が分かるわけです。上司が気になる『業務報告』にはコメントも入れられます。また、より詳しいことを上司が知りたかったり、部下が報告したかったりする場合は直接電話でやりとりすればいい。まあこんな感じで今は、《上司と部下とのコミュニケーションツールの1つ》として運用されているという一面もありますね」

高木部長「出張の多い人は《出張報告》で、それなりにこまめに提出します。でも出張のない担当だと、その日何をしていたのか本当に見えない時もあります。上司が思っている行動とは違うこともままあります。だから、毎日『業務報告』を上げるよう指導しています。自分の仕事を整理して、次、いつまでに今度このお客様に何をするかをまとめられるようになっています」

そしてこの業務報告が目標管理制度に活かされている。「何はともあれ、営業担当には徹底的に外へ出てもらいたい」とのこと。そこで《お客様を訪問する》《お客様に向け

た提案・見積を作る》《お客様にお礼状を書く》《お客様をご紹介いただく》といった業務報告に、それぞれ4ポイントから1ポイントのポイントを賦与している。

高木部長「この業務報告ポイントを目標管理制度に組み込み人事評価の対象にはしようと検討を行っています。営業担当を評価する場合、もちろん実績数字は重要だが、必ずしもそれだけではない。プロセスも重要で『訪問／提案・見積／礼状／既存お客様からの新規お客様の紹介』にポイントを賦与し、そういう営業活動をしてくれたらこの仕組みできちっと評価しようということです。」

Webデータベースの活用 ～“親分てえへんだあ～”

『Webデータベース』は主に「トラブル報告」で使われている。業務報告とは別に、工場や営業現場のすべてから各事業部毎に決めた様式で報告が上がる。何かあればひとまず“親分てえへんだあ～”という感じで、問題度の軽いものから重いものまで取りあえず上げて行く仕組みである。そして重いものは役員まで通知が行き、軽いものは役員には行かず当事業部の部長職全員に一斉メールが配信される。

三谷常務取締役「使い始めて半年になりますがたまにドキッとする報告が上がって来ますね。最後まで読まないで大ごとなのか、それほど大したことないのかわからないですが、ともあれトラブル情報を共有できる点がいいですね。『こういったことが起きたよ』というのを瞬間にみんなで知ることができます。当然、対処の知恵も出やすい的確かつ迅速な対応が可能になりますね」

高木部長「今まで握りつぶされがちだった情報がきちんと全社にオープン化され、それに対して今後どう対応していくかを考えるという点で評価できていると思います」

最後にパワーエッグで評価できる点について皆さんからコメントを頂いた。

三谷常務取締役「情報共有ツールとして使いやすいし、まだまだ可能性を感じます」

高木部長「いろいろ注文付けましたが、そもそも最も便利だと実感しているから使っているんですよ」

川端部長「全体観がいいですね。自分が『社会人として』『企業人として』『ある部署の社員として』知らなければいけない情報は『掲示板』とか『社内メール』とかで上がってくる。そういう意味で気づきや情報共有の点などとても重宝しています。そして直感的に操作できる所もいいですね。みんなすぐに慣れるから指導する方も楽です」

新入社員にパワーエッグの使い方を説明する際に、彼らが一番最初にビックリするのは社員名簿に顔写真が付いて出てくることだと言う。「誰かに話をしに行く時に、これを見たら相手がすぐわかる」から皆これいいですねと感心するらしい。

三谷常務取締役「名前だけでなく“どんな顔の人かな？”と認知できるから、普段は会うことがない社員同士でも初対面の壁が低くてコミュニケーションが取りやすいですね。このあたりが、いかにもパワーエッグらしい良さだと思いますよ」

【POWER EGG 導入効果まとめ】

◆EX経費

- ・各拠点での“小口現金”の廃止
- ・手書き伝票の廃止（ペーパーレス化）
- ・経費精算業務の標準化・効率化

◆グループウェア機能

- ・コミュニケーション機能による運用の活性化
- ・社内メール機能のコメント機能や宛先追加による情報共有の推進

◆業務報告書（SFA）機能

- ・ナレッジポイント機能を使った定量評価とP D C A
- ・将来は、定量評価値と目標管理のリンクを検討

◆Webデータベース機能

- ・トラブル情報の情報共有と的確・迅速な対応



ディサークル株式会社

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町2-36-1

住友不動産千代田ファーストウイング

TEL:03-3514-6060 FAX:03-3514-6069

<http://www.d-circle.com/>

取り扱いパートナー