



1ヶ月に100以上のスクリプトを開発し、3,276時間の削減に成功! ～「標準化スクリプト」でWebEDI業務の課題を解決～

RPAツール「Autoジョブ名人」導入事例：株式会社マツヤ



MATSUYA
株式会社 マツヤ

資本金 9,840万円
事業内容 食品製造卸

導入前

- 「IPORTER」と「BtoBプラットフォーム」から注文データを手作業でダウンロードしており、負担だと感じていた。
- RPAのシナリオ開発に時間が割けないと考えていた。

導入後

- 注文データのダウンロードをRPAで自動化し、年間3,276時間の効率化に成功。
- 「名人マーケット」や「カスタマーサクセスプラン」を利用し、1カ月に100以上のスクリプトを開発。年末の繁忙期に導入効果を実感できた。



EDI（Electronic Data Interchange：企業間電子データ交換）システムでデータをやり取りする際に広く利用されてきたINSネットのデジタル通信モードが、2024年1月に終了します。この「EDIの2024年問題」によって、今後従来のEDIシステムをWebEDIに切り替える企業が増えると予想されます。

大阪市浪速区に本社を置く株式会社マツヤは、東京、神奈川、名古屋、京都、神戸、福岡、沖縄に拠点を持つ食品卸売業の会社です。ホテルやレストラン、ハウスウェディングを中心にヨーロッパの食品を卸している同社は、取引先ごとに異なる仕様のWebEDIに対応するためにAutoジョブ名人を導入し、受注作業を自動化しました。

導入ではWebEDIの自動化に特化した

開発済みのシナリオ「標準化スクリプト」を利用し、1カ月あまりの間に100以上のシナリオを開発。全社で1日あたり約400回の自動処理を行い、年間3,000時間以上の削減を実現したそうです。RPAを導入し、早期に大きな成果を上げる秘訣を伺いました。

受注業務を効率化するために Autoジョブ名人を導入

——貴社が考える食品卸売業界の課題について教えてください。

小嶋康之氏（株式会社マツヤ システム管理部 次長）：食品卸売業界は朝が早いのが特徴です。大手のホテルですと必要な食材を前もって注文していただける

ことが多いのですが、ホテルと比べて小さなレストランは夜中まで営業した後に次の日の食材を発注します。我々はその注文を朝から処理し、その日のうちに取引先に配達しています。当社の取引先は全国で約1万店舗あり、発注いただく食材は多いところで50～60アイテムに上ります。

大谷浩平氏（株式会社マツヤ 管理本部 常務取締役）：当社の出社時間は定時が7時です。社員は通常6時から6時半に出社するのですが、受注書を出力するという単純作業のために30分早く出社している状況です。こうした作業を効率化できればと考えてAutoジョブ名人を導入することになりました。

標準化スクリプトを利用してIPORTERとBtoBプラットフォーム（インフォーマート）の受注業務を自動化

—どのようにして業務自動化プロジェクトを進められたのですか。

小嶋：そこで2021年9月からユーザックシステムが「名人マーケット」で提供している「標準化スクリプト※」を利用して、受注業務を自動化するスクリプト開発に取り組みました。

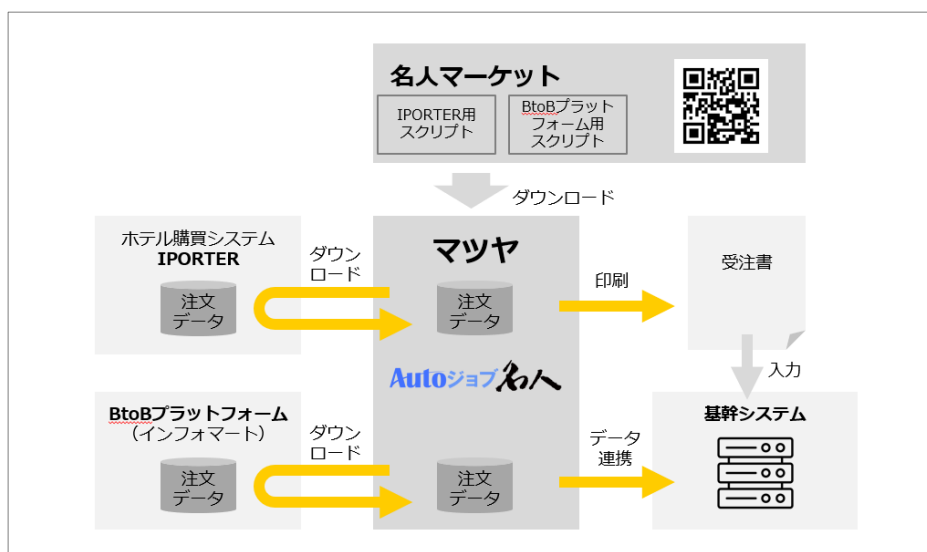
その結果、9月後半には「よし、これを全国の拠点に導入しよう！」と思えるまでになっていましたね。そして10月に顧客の数が最も多い大阪から、実際の導入と稼働をスタートしました。11月には東京、名古屋、京都、神戸、福岡の全国5つの拠点にも導入し、結果的に12月の繁忙期に間に合わせることができました。

※標準化スクリプト：BACREX、ChainFlow、BtoBプラットフォーム（インフォーマート）、FINET、IPOTERなどとのWebEDIの操作を自動化するための開発済みシナリオ（スクリプト）。RPAツール『Autoジョブ名人』で動作する。標準化スクリプトは名人マーケット（<https://meijin-market.com/>）よりダウンロード可能で、2022年3月現在、34種類のシナリオがダウンロードできる。

—自動化した受注業務について詳しく教えてください。

小嶋：当社は取引先にホテルが多いこともあり、受注業務の多くをホテル専用のWebEDIシステム「IPORTER」を使って行っています。今回メインで自動化したのは、このIPORTERとBtoBプラットフォームで行っている受注業務です。

IPORTERの画面はそれぞれのホテルでURLが異なるため、受注データを出力するためにはホテルごとに受注画面を開かなければなりません。この作業に手間がかかり、以前から効率化できないだろうかと思っていました。そこで、まずは「IPORTER 受注データ自動DL&納品書印刷標準化スクリプト」を利用してスク



リプトを開発し、受注書を出力するところまでを自動化しました。

BtoBプラットフォームに関しては、基幹システムに受注データを取り込み、受注書を出力するところまでを自動化できると判断し、一連の作業を「インフォーマート BtoBプラットフォーム 受注データ自動DL標準化スクリプト」を利用して自動化しました。

—標準化スクリプトを利用した開発はいかがでしたか。

小嶋：開発したスクリプト数は、IPORTERが89本、BtoBプラットフォームが17本、合計106本です。9月中にこれだけの数のスクリプトを開発できたために、12月の繁忙期に間に合わせることができました。

—通常は月に1~3本のペースでスクリプト開発を行います。1カ月に100本以上というのは、通常の30~100倍のペースですね。

小嶋：標準化スクリプトを使えば、取引先のホテル名やID、パスワードなどの決められた項目を入力していくだけで、それぞれのWebEDIに適したスクリプトが簡単に開発できます。しかし、簡単とは言ってもカスタマーサクセスプランを契約していなければ、短期間でこれほど大量にスクリプト開発を行うのは難しかったと思います。

—貴社と同じような課題に悩んでいる同業他社に向けて、アドバイスをお願いします。

大谷：食品卸売業界は社員の労働時間が長い業界です。ですから特に人手に余裕がない中小企業は、業務の中に自動化できる部分があれば自動化すべきだと考えています。

RPAは導入コストがかかり費用対効果が出にくいイメージがあるかもしれませんが、当社は年間3,276時間もの削減に成功しました。これは時給を2,000円だとしても600万円以上の労務コストが削減できたということですから、かなりの費用対効果があると言えるのではないのでしょうか。

小嶋：業務を自動化しようと考えたら、今回メインで自動化した受注業務は、人の手で行うと2分ほどで完了できるちょっとした作業です。こうした作業を自動化することをためらう企業もあるかもしれませんが、実際に自動化してみると削減時間のような定量的な効果だけでなく、「ミスがなくなった」「業務改善に対する社員の意識が変わった」などの定性的な効果を実感しています。

これまで当たり前だと思っていた業務に対する考え方が、自動化によって「もっと改善できるのではないか」などと変化した。これは会社にとって大きな成果です。費用対効果はもちろん重要ですがこうした目に見えない効果を積み重ねていくことも大切だと考えています。