



USAC SYSTEM

事例で学ぶEDI刷新 “ブラックボックス化した” EDIシステムをどう変えたか モランボンのDX戦略

DXという言葉がまだ浸透していない2011年、食品メーカーのモランボンは30年間利用してきたメインフレームのEDIシステムを刷新する業務改革を決意した。EDIシステムの刷新とDX推進の軌跡を、推進したキーパーソンに聞いた。



ビジネス環境が大きく変化している現在、多くの企業がデジタルトランスフォーメーション（DX）を重点課題として捉え、業務のデジタル化を進めている。一方で、DXという言葉だけがパスワードのように広がり、デジタル化はしたものの業務改革にまでは至っていないケースも見られる。

そうした中で、業務改革にとどまらず新たなビジネス価値の創造を目指してDXを推進するのが、焼肉のたれなどで知られる食品メーカーのモランボンだ。同社は、DXという概念がまだ一般的ではなかった10年以上も前からデジタル化による業務プロセス改革に取り組み続け、メインフレームで稼働していたEDI（電子データ

交換）システムをオープンシステム化するプロジェクトを2011年に開始し、受注業務プロセスの自動化・効率化を実現した。

刷新前のEDIシステムは30年近く使い続けていたもので、追加開発を繰り返してきたことによって内部プログラムがブラックボックス化し、システムの運用も属人化していた。受注データの処理に遅延が発生するなど、ビジネスにも影響が出始めていた。こうした課題を抱える中で、モランボンはどのような方法でEDIシステム刷新を進め、受注業務プロセスの改革を成し遂げたのか。同社の経営戦略室長に話を聞いた。

30年近く使い続けた EDIシステムのオープン化を決断

モランボンは、素材の味が生きる焼肉のたれ「ジャン 焼肉の生だれ」、韓国・朝鮮食文化の魅力を提案する「韓の食菜」、本場韓国の農産物 100%にこだわった「韓キムチ」、手作りによる美味しさ、だんらんを生む「中華皮」など、多様化する食ニーズ・食シーンをとらえた数多くの商品を製造し、全国各地のスーパーなどの販売店に展開する。それだけに同社の EDI システムは重要な役割を担っている。

この EDI システムをオープンシステムに刷新するプロジェクトを開始したのは 2011 年のことだった。当時、メインフレームはリプレース時期を迎えていた。そこで同社が選んだのが「オープン化」という選択肢だった。

「メインフレームで稼働していた EDI システムは追加開発を繰り返しながら 30 年近く使い続けていたもので、プログラムは継ぎはぎ状態でブラックボックス化し、運用も属人化していました。蓄積されたデータ量も膨大で、受注データの処理に遅延が発生するケースもありました。そのため保守チームは常にシステムの状態を監視し、遅延が起こらないように対処する必要があり、多大な運用負荷が掛かっていたのです」と、当時の状況を語るのは、モランボンの姜 永福（カンヨンボ）氏（経営戦略室 室長）だ。

さまざまな課題を抱えながらもどうにか使い続けてきた EDI システムだが、2011 年 3 月に発生した東日本大震災が決定打となった。震災時の計画停電などによってメインフレームが完全停止するという事態に陥った。

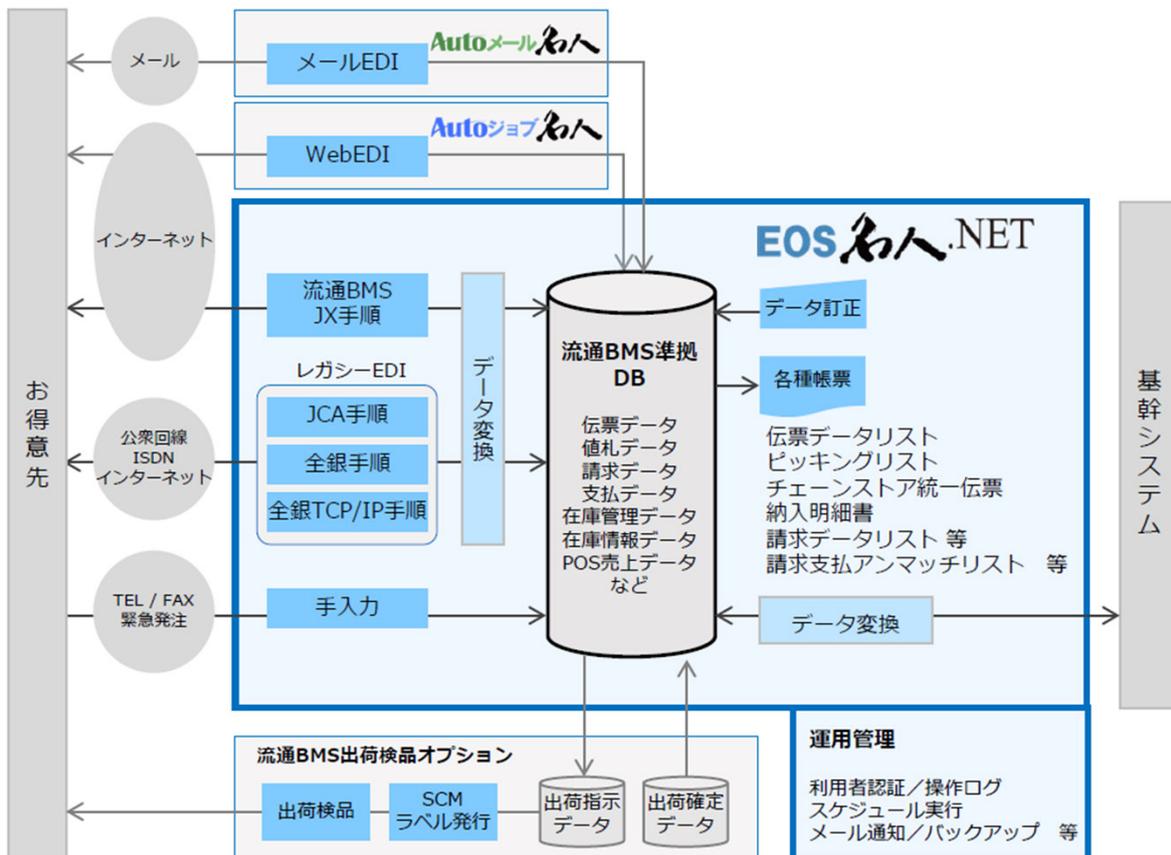


モランボン 姜 永福氏

「当時は自社にメインフレームを設置していましたが電源のバックアップが数時間しかなく、計画停電の影響を受けてしまいました。この事態を受けてデータセンターに移管することも検討しましたが、移管作業による数日間の稼働停止は避けられませんでした。そこで、先行してオープン化を進めていた生産管理システムの経験と実績を踏まえ、EDI システムもオープン化することを決断しました」（姜氏）

ミッションは、ビジネスを止めることなく EDIシステムの刷新を果たすこと

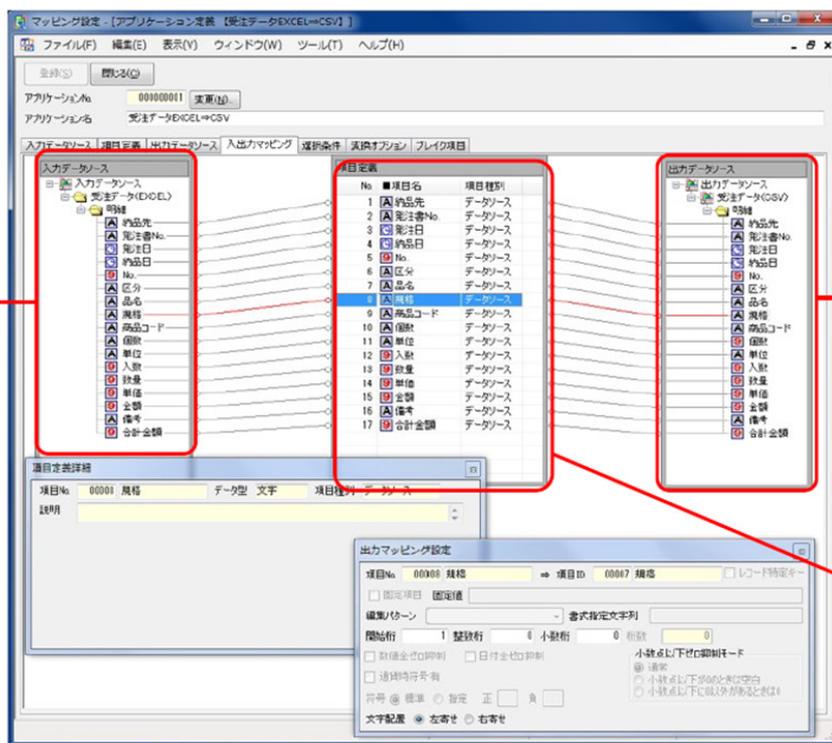
オープンシステム化に当たっては、複数ベンダーの EDI システムから候補を選んで比較・検討した。最終的に、ユーザックシステムのメーカー、卸売業向け EDI パッケージ「EOS 名人.NET」を新たな EDI システムとして導入することを決定した。



EOS 名人.NET の概念図（出典：ユーザックシステム提供資料）

データレイアウトの変更や追加の場合に、パラメータ設定でカンタンに対応できるマッピング機能を提供。プログラムレスで取引先とのEDIが構築できます。

取引先の
発注データ
レイアウト
を登録する



EOS名人の
データベースと
ヒモ付けする

必要であれば
項目間の演算や
マスタ参照を
定義する

EOS 名人 .NET のマッピングツール (出典：ユーザックシステム提供資料)

姜氏は、EOS 名人 .NET を採用したポイントとして「データマッピングの簡単さ」「対応スピードの速さ」「サンプルシステムの活用」の3点を挙げる。

「EOS 名人 .NET には優れたマッピングツールがあり、データレイアウトの変更や追加の際に、パラメータを設定するだけで簡単にマッピングできます。ユーザックシステムのレスポンスも非常に良く、当社のさまざまな要望に素早く対応してくれました。EDI システムの開発では、実際のサンプルシステムを提供してもらったことで開発イメージがしやすくなり、スムーズに開発できると判断しました」(姜氏)

EOS 名人 .NET の採用が決定すると、EDI 刷新プロジェクトが本格的に始まった。ここで大きな問題になるのが、メインフレームからオープンシステムへの本番環境の移行だ。

「当時、メインフレームの受注システムでは 300 受信以上と月間約 120 万明細のデータを受信して、1 日に約 4 万明細を処理しており受注内容を各出荷拠点へ迅速に指示を出さなくてはならないため、メインフレームを止めることなくシームレスにオープンシステムに移行することが必須条件でした」(姜氏)

こうした問題に対して、モランボンはプロジェクトを 3 つのフェーズに分け、受注システムの規模に応じて、エリアごとに移行を進めるアプローチを採った。プロジェクトは、モランボンのグループ会社のさくらトータルサービスと二人三脚で進めていった。

さくらトータルサービスの青木聖史氏(システム開発事業部 開発 1 課 マネージャー)は、当時のプロジェクトの状況について次のように振り返った。

「第 1 フェーズでは、社員が常駐し、首都圏に次ぐ近畿エリア拠

点から移行に着手しました。メインフレームを稼働させたまま、オープンシステムで EDI システムを EOS 名人 .NET で構築し、約 2 週間の並行運用期間を経てオープンシステムに完全に切り替えました。ここで培ったノウハウをベースに、第 2 フェーズでは東北、中京、九州の各エリアにある受注システムを移行し、最後の第 3 フェーズでは基幹出荷センターである、首都圏エリアのメインフレームをオープンシステムに刷新しました」(青木氏)

システム構築で特に苦労したポイントについて、青木氏は次のように続けた。

「旧 EDI システムは度重なる追加開発でプログラムが煩雑化し、解析に非常に時間を要しました。プログラムで記述する分岐内容も多く、実際には使用していない幽霊プログラムも多数存在しました。EOS 名人 .NET の導入に当たっては、できるだけプログラムの内容をシンプルにするために分岐をプログラムで設定するのではなく、マスター処理で設定できるようにしました」(青木氏)

EDIシステムの刷新で終わらない モランボンのDX戦略

2011 年に EOS 名人 .NET の導入プロジェクトを始動してから足掛け 4 年で全受注出荷拠点のサービスインまでこぎ着け、EDI システムの完全オープン化を果たした。しかし、デジタル化の取り組みはここで終わりではない。2018 年にはユーザックシステムの RPA (Robotic Process Automation) ツール「Auto ブラウザ 名人」(現「Auto ジョブ名人」)を導入し、受注業務プロセスの自動化に着手した。

「EDI システムをオープン化した後、次なる課題として浮かび上



モランボン 島田伸夫氏

がったのが受注業務プロセスの効率化を図ることでした」とモランボンの島田伸夫氏（生産本部 物流部 業務課 課長）は言う。特に、受注業務で非効率なアナログ作業が発生していた。当時、Web 受注システムを利用する取引先は 100 受信以上あり、2 人体制で取引先の発注データを Web システムからダウンロードし、手作業で基幹システムに取り込んでいた。電車遅延や降雪などによる自然災害などで担当者が出勤できないときは作業が遅延することもあり、生産性向上と BCP（事業継続計画）の両面で問題を抱えていた。こうした中で、国内でも RPA による業務の自動化が広がり始めていることに着目し、Auto ブラウザ名人（現 Auto ジョブ名人）の導入を決めたという。

同社は、Auto ブラウザ名人（現 Auto ジョブ名人）によって取引先の発注データを指定の Web サイトからダウンロードし、基幹システムに取り込み、納品明細書を PDF 化する一連のプロセスを自動化した。

「この取り組みは、受注担当者の業務時間短縮につながりまし

た。以前は 9 ～ 18 時までフルタイムで作業が必要でしたが、現在は、自動化した処理の合計は月 150 時間程度削減となっています。RPA が人手を介さずに自動で作業するため出社の必要がなくなり、テレワークが可能になりました」（島田氏）

真のDXとはデジタル化の先で 新たな価値を生み出すこと

今や多くの企業が DX を急務の課題に掲げ、さまざまなアプローチでデジタル化に取り組んでいる。そして、モランボンの取り組みからは DX を推進するにはレガシー資産の見える化とシンプル化の重要性が分かる。2011 年にメインフレームのオープン化に着手したことに始まり、2018 年には RPA で受注業務の自動化・効率化を実現したモランボンは、時代によって解釈は変わっても、デジタルの力を使った業務プロセス改革、つまり DX に 11 年前から取り組み続けていたことに他ならない。

今後の展望について、姜氏は次のようにコメントし、意欲を見せた。

「私は、本当の意味の DX とはデジタル化をしたその先で新しい価値を生み出すことにあると考えています。しかし、それができる企業は限られているのが実情です。DX を進めるにはまずデータドリブン企業にシフトする必要があり、そのためには膨大な情報をデジタル化し、集約や共有することが重要になります。2019 年には営業社員にスマホを配布し、『LINE WORKS』などを導入することで情報共有のスピード化を図りました。今後は、社内・社外のさまざまなデータをビジネスにどう生かすかが DX に向けた課題になります。SFA（営業支援システム）や BI（Business Intelligence）、チャット bot、RPA などデジタルの力を借りて、生産性向上を図るとともに生活者・流通との接点を増やすことで新たな価値創造にチャレンジしていきます」（姜氏）

協力：株式会社内田洋行



左からモランボンの島田氏、姜氏、さくらトータルサービスの青木氏

●お問い合わせ

ユーザックシステム株式会社

TEL：東京本社：03-6661-1210 大阪本社：06-6228-1383 URL：<https://www.usknet.com/> e-mail：mejijn@usknet.co.jp

※この冊子は、TechTarget ジャパン（<https://techtargget.itmedia.co.jp/>）に 2022 年 5 月に掲載されたコンテンツを再構成したものです。
<https://techtargget.itmedia.co.jp/it/news/2205/18/news06.html>

copyright © ITmedia, Inc. All Rights Reserved.