

Autoジョブ名人の最新ユーザーインターフェイス

NOT FOR SALE

週刊アスキー ×

RPA MAGAZINE

USAC SYSTEM

Vol.

5

特別コラボ版

RW
Pe
Aで流通業界が
b
E
D
I
+

変わる

丸善の事例で学ぶ
RPAの導入成功は
チーム戦が鍵

徹底
討論！

RPAは
企業のDXを
推進するのか？



5年後、10年後を見据え、
業務の自動化を推進するために
Autoジョブ名人にリプレース

丸善株式会社

丸善の RPA導入成功は チーム戦が鍵だった



千葉の市川市を拠点に物流サービス業を展開する丸善は、増え続ける受注処理をAutoジョブ名人で自動化している。導入と定着を手がけた5人のメンバーにRPA導入までの苦労や成功の秘訣を聞いてみた。

**受注業務を自動化し、
人手の
カスタマーサービスを
充実させる**

丸善は化学品向け倉庫を提供する物流サービス企業で、2019年に創業100年を迎えた老舗だ。東京湾に面した千葉県市川市の千葉油槽所は、タンカーからの荷受け、分析やサンプリング、さまざまな荷姿に対応する保管、コンテナからドラムへの充填、ドラムからローリーへの抜缶、出荷までをワンストップで提供する。2016年には大規模な化学品物流倉庫である柏事業所を開設しており、ますますキャパシティを拡げている。同社が抱える課題は、受注するオーダー量と複雑さだ。新しい物流倉庫ができたこと

丸善株式会社
カスタマーサービス部
受注室(兼)
システム管理室
課長代理
青木克之氏



で、従来扱ってきたバルク品に加え、海外から輸入する倉庫品がほぼ3倍に増えた。また、サービスの付加価値を上げるための油槽所の作業がどんどん複雑になり、人手での処理が難しくなった。立地のよい敷地に倉庫を構えているとはいえ、大手メーカーが自前で倉庫を設置することも増えてきたため、より付加価値の高いサービスが必要になる。そこで同社は、受注処理を可能な限り自動化し、人手によるカスタマーサービスを充実させていくという方針を立てた。「ロボット化して人を減らすのではなく、空いた時間で人を育て、お客さまに向けたサービスを作っていく」というのがRPA導入の背景です」と吉川氏は語る。

**安定性を欠いていた
RPAから
Autoジョブ名人へ
乗り換え**

こうして2年前に導入したのが国内でもメジャーなRPA製品だ。製品選定の理由は、PC操作ができる程度のスキルで扱える点、そしてオンラインのユーザーフォーラムも充実している点。しかし、実際に運用を始めると、処理が途中で止まることがあったという。「途中で止まると、人がボタンを押しに行っていました。自動化するつもりだったのに、人手

丸善株式会社
カスタマーサービス部
(兼) 倉庫部
部長
吉川誠一郎氏



がかかってなんだかなあという不満がありました」(青木氏)。そんな不満を抱えた中、ユーザーザックシステムのAutoジョブ名人を試用したところ、今まで止まっていた処理が安定して動いたという。ロボットの開発に携わった鈴木氏は、「最初に導入したRPA製品は、私のようにプログラムを知らない人でも作れるのですが、止まってしまいう処理がありました。一方、Autoジョブ名人の場合、動作は安定していました」と語る。多くのRPA製品では、一連の操作をまとめた部品をつなぎ合わせて自動化を指示するフロー型での開発が一般的だ。これに対してAutoジョブ名人は、操作対象のボタンや画面をタグ単位で指定して、動作を登録していくため、動

作は安定している。丸善でも、今までは途中で止まってしまいうことを見越して、RPAは昼間しか動かししていなかったが、Autoジョブ名人になってからは夜間も動かせるようになった。

Autoジョブ名人に乗り換えた理由は安定性だけではない。試用期間が長いので、じっくり試すことができる点は大きかった。また、専任のサポート担当がつくという点も魅力的だった。「レスポンスも速いし、RPA以外のこともきちんと答えてくれます。なにより物流業界に強いので、われわれが使う用語も理解してくれました」(鈴木氏)。こうして最初の導入から2年後、同社は利用するRPA製品をAutoジョブ名人に乗り換えた。

今まで人手でやっていたのが信じられない

Autoジョブ名人の適用業務は多岐に渡っている。たとえば管理部の場合、入金消し込み処理に使っている。オンラインバンキングからデータを取得し、入金されている金額と請求書の金額を突合するという処理だ。神田氏は「多いと一日150件ほどの処理が発生するので、まるまる1日かかってしまう人もいます。これを部下にお願いするのもやはり酷なので、青木



丸善株式会社
京葉油槽所
管理部 管理室 主任
神田義幸氏

からのRPAの提案にいち早くのりました」と語る。

とはいえ、神田氏も操作は初めてだったので、RPAの動作シナリオであるスクリプト作成もそれなりに苦労した。どうやってファイルを開くのか、どこに置けば処理対象になるのか、Excelの特定のセルにどうやって値を入れればよいのか、イレギュラー処理をどのように扱えばよいのかなどを調べて試行錯誤したが、自己解決できない部分は専任サポートに聞くことで解決したという。

一方、鈴木氏は基幹システムから入手した在庫表の更新など現場の時短につながるスクリプトから手をつけた。そして周りのメンバーから「超大作」と呼ばれたスクリプトは、入荷した商品の写真を荷主ごとに分け

る作業の自動化だ。「1日100枚くらい撮影して、90近い荷主のフォルダに振り分けます。やらなくても大きな影響は出ないが、やらないと写真がどんどん溜まってしまふ。現場のメンバーが事務所に戻ってやっていたので、これはなんとか楽にしたいな」と(鈴木氏)ということだ。以前のRPAから含めて、地道に改良を加え、年単位で作り上げたものだ。

現場ではさまざまな導入効果が得られている。神田氏は、「うちの部署は単純だけど、工数の多い業務ばかり。昨年、入社したメンバーからは、『こんな仕事を人手でやっていたなんて信じられない』『RPAは小さくないでほしい』と言われています」と語る。また、業務が自動化されたのを見て、興味を持つ社員も出てきており、

「この業務を自動化できませんか?」という相談も持ちかけられるようになってきている。

RPAでは、お約束とも言える「月●●時間の削減」という導入効果はまだない。そのため、経営陣に向けては、とにかく長い目で効果を見てもらうよう働きかけているという。「経営者は概して短期的な導入効果を求めがち。ですから、弊社は経営のメンバーには、『やり続けていれば5年後はもっとよくなっています』と言い続けていきます」と吉川氏は語る。

5年後、10年後 RPAをやっているとよかつた実感するために

田中氏は、RPAプロジェクトを振り返り、「ここまで成功するとは思わなかった」と語る。というのも、過去に顧客管理や棚管理、営業支援などさまざまなIT製品を導入し、使われずに風化してしまつたという経験がいくつもあつたからだ。「プロパーで20年働いてきたので、使われずにゴミとして捨てられたシステムはいっぱい見てきました。だから、やりたいメンバーがやらないとダメだと思っていました」(田中氏)。

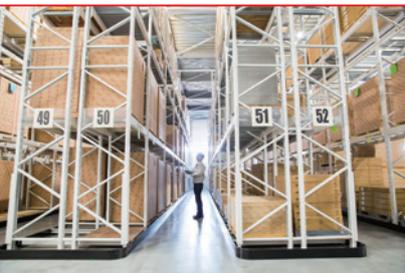
今回のRPAに関して、導入当初から社内勉強会をやっていたが、結局参加者は減つてしまつたという。しかし、



丸善株式会社
カスタマーサービス部
受注室(兼)
システム管理室 室長
田中康文氏

やりたいメンバーだけで地道にRPAの活動が続け、結果としてその活動は効を奏した。まずビジョンをしっかりと作り、組織の枠組みを超えて、やりたいメンバーがチャレンジできたからだ」と田中氏は分析する。田中氏は、「とにかくみんなに試してもらい、スキルアップする流れがよかつた」と振り返る。

鈴木氏は、「RPAを使って、省ける仕事はとにかく省き、人しかできない荷主との話に時間を割きたい。5年後、10年後、人手不足で働くメンバーが少なくなつたときに、自分で業務を自動化できるRPAやっついておいてよかつたな」と実感するために」と先を見通す。今後も焦らず社内での適用範囲を拡げつつ、同業や業界のプレイヤーにも知見を共有していきたいという。



自動化・省力化に進む流通業界

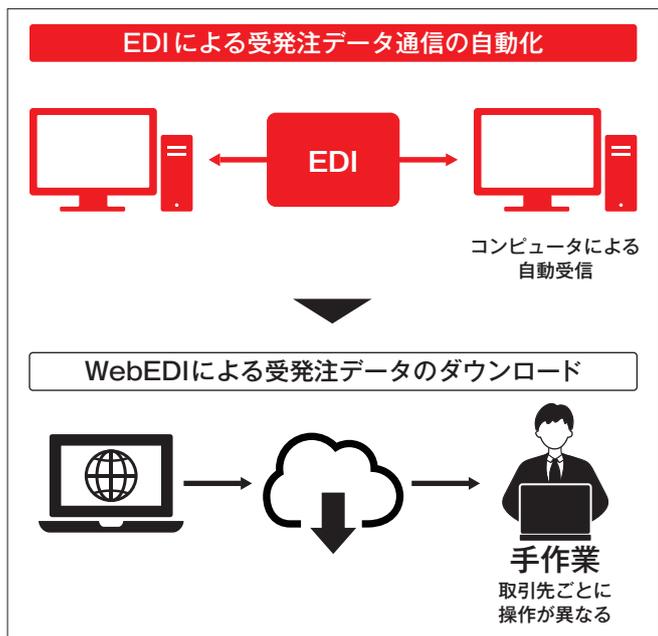
WebEDI+RPA

特集

最新動向

データ交換をWeb経由で行うWebEDI。これとPC業務をロボットが代替するRPAを組み合わせれば、受発注業務の自動化が可能となる。出荷業務を行う企業にとって大いなる朗報だが、導入、活用に向けてのハードルもある。その解決策は？ EDIが直面している課題と可能性を解説する。

EDIで受発注を自動化



電話回線などを利用して、企業間の商取引の受発注、出荷、納品、請求、支払いなどの情報取得を自動化できるシステムがEDI (Electronic Data Interchange)だ。電話やFAX、郵送といった旧来の手段と比べて、コストや手間を省けるうえ、紙の書類や伝票は不要になり、用紙代、印刷代も削減でき、書類を保管するスペースも不要となる。

企業間で売上や在庫の情報リアルタイムで共有できれば、情報の検索性が向上し、欠品や無駄な在庫を最小限に抑えられるため、臨機応変、迅速な対応が可能となり、サービス向上にもつながる。このように多くのメリット

EDIを変革したインターネット

業務効率も劇的に改善する。伝票情報の入力や人の手作業に頼らなくてよいため、データの誤入力、不備、重複などのミスがなくなるし、蓄積するデータの精度が上がるため、売上や在庫を正確に把握できるようになる。

流通業界の課題

があるEDIは1970年代から企業間の電子データのやりとりで用いられていたが、転換期をもちあがったのがインターネットの普及だった。

固定電話回線を利用するJCA手順や全銀手順は、「レガシー手順」と呼ばれる。現在も多くの企業が利用しているが、通信速度が遅く、画像データを送受信できないといった欠点がある。

これに対してインターネット回線を利用したWebEDIは通信速度が圧倒的に速く、通信費だけで利用できるため低コストでの運用が可能というメリットがある。

ただし、WebEDIは一つの問題を抱えていた。「標準化」という概念がなく、各社各様のブラウザ操作があるため、取引先の数が増えた分だけ手間とコストが増えることになり、基幹システムへのデータ入力作業も膨大な労力を要したのだ。

これを解決するため、業界ごとにEDIを標準化する動きが進んだ。

流通業界では2007年から流通BMS標準 (Business Message Standards) が進められた。通信手順となるプロトコルは「JX手順」「ED

INTERNET AS2「eBXML MS」のうちから選択でき、メッセージ形式はXMLを採用している。

まずはスーパーマーケット業界で導入が始まり、大手量販店から中規模チェーン店まで流通BMS標準の採用が進んでおり、現在は流通BMS協議会が管理運営している。

流通業界全体のメッセージを統一することで、取引先ごとに行っていたシステム開発の無駄が削減できる。また利便性が拡大した際、簡単に項目を追加できるという柔軟性もそなえている。

標準化が進んだことにより、流通業界のEDIは発展期を迎えることになった。

WebEDIの主なメリット(クラウド型サービスの場合)

◎ 導入のしやすさ	PCの互換性などが不要。短期間で導入できる
◎ 低コスト	自社サーバーの設置や専用システムを構築する必要がなく、運用費用も抑えられる
◎ 高速で安定した通信	高速なインターネット回線が利用可能。従来の電話回線とは違い、大量なデータ処理による遅延も少ない
◎ 業務の効率化	EDI導入により、ペーパーレス化が実現可能。経費も大きく削減できる

2024年問題にすみやかな対策を

長年利用されてきた電話回線を使うレガシーEDIから流通BMSやWebEDIへの移行をさらに加速させようとしているのが「2024年問題」だ。

NTT東日本とNTT西日本が、固定電話回線への新たな加入者の減少などを理由に2024年1月をもってISDN回線のサービスを終了すると発表した「問題」である。両社は順次IP網への移行を進め、2025年1月にIP化を完了する予定としている。問題は固定電話回線のIP化にともない、レガシーEDIに通信遅延が発生すれば、出荷や納期の遅れにつながる

流通BMSとは



荷や納期の遅れにつながる。業務に支障をきたさないようにするためにはインターネット回線を利用した流通BMSやWebEDIへ移行する必要がある。流通BMSへの移行は、取引先との移行タイミングのすり合わせや通信方法の調整があるので自社の都合だけで進めるわけにはいかない。また多くの企業が同時期にレガシーEDIからの移行を行うとすれば、ベンダーとの調整も必要となる。自社の基幹システムとEDIとの連携を再構築する必要もあり、多大なコストや時間がかかることも想定しなければならぬ。

EDI再構築成功のポイント

ソフトウェアの選定がシステムを再構築するポイントとなる。EDIと基幹システムの連携における自社に最適なシステムの再構築の検討はできるだけ早めにスタートするべきだ。

EDIのシステムを再構築する際の注意点として、基幹システムも同時にリプレースすることはおすすめできない。問題が発生した場合、どちらに原因があるか分かりにくくなってしまつたためだ。

取引業者から送られてくるデータを基幹システムに直接接続しているのであれば、システムを再構築する際、業界標準の中間ファイルを活用するという方法がある。たとえば流通業界なら、流通BMSのフォーマットをベースにした中間ファイルを設定しておけば、基幹システムをリプレースして新しくする際、中間ファイルから基幹システムへのファイル変換プログラムの部分を修正するだけで移行できるから便利だ。

レガシーEDIや流通BMS、WebEDI、メール受注など取引先によってプロトコルが異なる場合も業務が同じならまとめるのも一つの手だ。自社の基幹システムとは1業務につき1インターフェースとしよう。EDIシステムと基幹シス

テムの再構築にはさまざまなコストがかかる。次の3つの観点を考慮して検討しよう。

① 総保有コスト(TCO(Total Cost of Ownership))で評価する

ハードウェアやOSのリース代、ハードウェアの保守費用、システム管理費、転換サービスを利用している際のVAN利用料、ホスティング費用など運用にかかるコストを総合して見積もっておく。

② EDI以外に取引先の要請から派生するシステムの工数分析

今はレガシーEDIから次世代EDIへの過渡期にあり、取引先からのさまざまなシステム対応の要請が少なくない。工数が発生すれば、コストアップに直結するので、あらかじめ想定しておく必要がある。

③ 長期スケジュールによる費用分散シミュレーション

システムの再構築は多大な費用、人員、時間を要するため、複数年度にまたがる予算を組むことを前提に検討しておきたい。



DXに向けた 取り組みとして

近年デジタルトランスフォーメーション（DX）という言葉に耳にする機会が増えた（「DX」と略されるのは、米国で「transformation」の「trans」を「X」と略すため）。

直訳すれば「デジタルによる変化」だが、日本ではどのように定義されているのか。

経済産業省が2018年に発表した「デジタルトランスフォーメーションを推進するためのガイドライン（DX推進ガイドライン）」では、「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること」とされる。

情報処理推進機構（IPA）は「AIやIoTなどの先端的なデジタル技術の活用を通じて、デジタル化が進む高度な将来市場においても新たな付加価値を生み出せるよう従来のビジネスや組織を変革すること」とする。

このように定義されるDXへの取り組みが、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）が拡大する中、リモートワークの普及とともに加速しつつある。

DXを実現していくには、「デジタルイノベーション」「デジタルイノベーション」というステップを踏む必要がある。デジタルイノベーションは、工程の効率化のため、デジタルツールを導入するといった部分的なデジタル化であり、デジタルイノベーションは、プロセス全体をデジタル化していく取り組みだ。

WebEDIもまさにDXに向けた取り組みといえる。

RPAで受注業務や 出荷業務を効率化

受注業務や物流業務においてDXを実現しようとするのが、ユーザックシステム「Autoジョブ名人」など、従来手作業で行っていたPC業務をソフトウェアロボットが代替してくれるRPA（Robotic Process Automation）だ。

RPAは、特に作業手順がパターン化されているルーチン業務で威力を発揮する。発注データをダウンロードす

る。Excelから欲しいデータだけを抽出してコピーする。データの数値を確認する。抽出したデータを基幹システムへ入力するといった作業を人間が命令した通りに自動で行ってくれるのだ。

WebEDIはブラウザベースで運用され、パソコンとインターネットの通信環境があれば、すぐに導入できるのだが、ブラウザの操作は人間が行う必要がある、このことが導入のハードルになりがちだった。

これを解決するためRPAを導入する企業が、今増えている。

受発注の仕事においてはルーチン化されている業務が多い。これを人間が行う場合、売上が急増して発注数が増えるだけ、作業時間が膨大になり、大きな負担となる。

そこにRPAを導入すれば、ブラウザ操作をソフトウェアロボットが代替することで業務の自動化が推進され、効率よく業務改善を行えるようになる。またブラウザ操作を自動化することで誤入力などのエラーも削減できる。

自動化できる業務はダウンロードやアップロード、データ訂正、緊急発注入力、納品書、

一括納入明細書、ピッキングリスト発行、受注業務、調達・購買業務の効率化、FAX受注の効率化などさまざま。

導入を検討する際は、RPAは従来のソフトウェアに比べて開発コストが安いこと、そして費用対効果が分かりやすいことを覚えておこう。これまで人間が行っていた業務を代替するので、業務の作業時間が分かれば費用対効果を計算できる。導入を図りたいとき、数字をもって上司や経営陣を説得しやすはずだ。

「物流テック」が 急速に普及

物流業界でもRPAの導入に大きな効果が期待できる。

近年のネットショッピングの普及にともない、物流の業務は煩雑化している。商品の品揃え、納入スピード、コストなど、顧客の要望のレベルは日ましに高まり、当日配送というサービスも事業者にとって大きな負担になっている。このような状況では手作業による出荷業務が限界を迎えるのもごく当然だ。

改めて整理すれば、物流の出荷は、顧客から注文を受け、納品するまでの一連の業務で、商品を発送するだけでなく、

倉庫の在庫管理やピッキング、検品等の作業も含まれる場合もある。

こうした出荷業務には人手に頼ってきた部分が多いが、効率的とはいえないばかりか、ヒューマンエラーがトラブルの原因になるのも見逃せない問題だ。最近では人手不足が事業者を悩ませるようになっており、このことも誤出荷や在庫差異、入荷・出荷遅延などのトラブルにつながっている。

発生頻度の高いトラブルに「ピッキングミス」と「送り状の貼付ミス」がある。ピッキングミスは、注文伝票とは違う商品や個数をピッキングしてし



まうトラブルで、送り状の貼付ミスは複数の商品を1つの梱包にまとめるとき、送り状や納品書等の伝票類と出荷する商品を間違えてしまうトラブルだ。

事故の大半を占めるこれら2大トラブルを避けるには、業務工程を簡素化し、人が行う作業をできるだけ減らす必要がある。

出荷業務にまつわるトラブルを回避するには、過去のトラブルの傾向を分析し、ヒューマンエラーが発生しやすい部分にシステムを導入することが効果的な対応となる。加えて仮にトラブルが発生しても大きな事故につながらないようにする仕組みを考えることも大切だ。

今、テクノロジの進歩がこういった問題を解消しようとしている。比較的古い体質とされていた物流業界においても近年、物流とITテクノロジを融合した「物流テック」が急速に普及しており、送り状などの正確性を求められる書類作成をシステム化するなど、省人化を図りつつ、トラブルを回避する企業が増えてきているのだ。

Amazonや日本通運など



物流大手はロボットやソフトウェアなどのテクノロジで自動化を推し進めている。時代の趨勢をみれば、事業規模の大小にかかわらず、出荷業務の工程の見直しは必然であり、在庫管理、出荷業務、配送など物流に関わる業務を効率化するにはテクノロジの導入が欠かせない時代といえるだろう。たとえ巨大企業のような大規模なインフラ投資ができなくとも、納品書や送り状の作成をソフトウェアで自動化することなどは十分可能だ。最新のテクノロジを用いた業務改善で作業の確実性と生産性の向上を図っていたきたい。

なぜWebEDIのRPA化は難しいのか

パソコン操作を自動化してくれるソフトウェアであるRPAは、画像認識で自動化を行う際、次のような状況でエラーになることがある。

- ① 開発時と実行時では画面の解像度が異なる
- ② 画面をスクロールしない
- ③ 対象画像の色やテキストが変化している
- ④ 似た画像が同一画面に複数存在する
- ⑤ ウィンドウが縮小され、対象画像が隠れてしまう

また取引先の都合でメニューや項目の追加など画面仕様が突然変更されることもある。人間はその都度、画面変化に対応して操作できるが、RPAは変化に対応しにくい。WebEDIを確実に自動化するには、操作対象の認識方法を画像認識ではなく、画面の構成要素を解析し、各要素のタグ情報を識別して操作対象を特定するタグ認識で行うのが確実だ。

タグ情報を手軽に確認できるツールに「ユーザックシステムの「Autoジョブ名人」」がある。このツールにはタグ解析ビューアが搭載されており、指定した項目のタグ情報を分

かりやすく表示してくれる。ほかにもスケジュール機能の選定やデータ変換をExcelに頼らないこともポイントとなる。

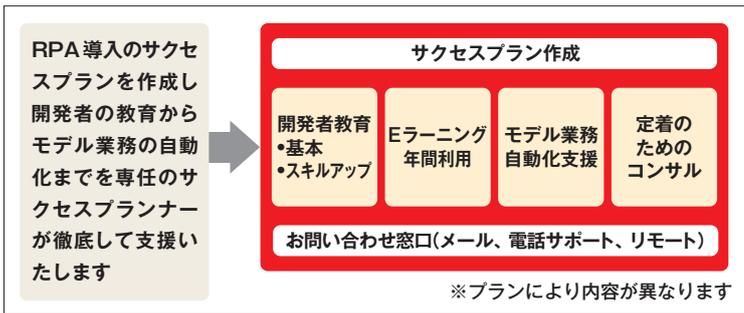
RPAツールの選択や導入体制の検討時、初期の開発のしやすさだけで判断せず、安定した自動化シナリオの開発ができるかどうか、大量データの繰り返し処理やエラー時のシナリオ設計など稼働後の運用面も含めた検討をしよう。

RPAで確実に自動化するポイント

- 画像認識ではなくタグ認識で開発する
- 確実に処理できるスケジュール機能を選定する
- データ変換はExcelに頼らず、プログラムや変換ツールを利用する

特集

自動化・省力化に進む流通業界



「RPAを導入したが、業務改善プロジェクトをどう進めればいいのか分からない」「シナリオ開発が難しく、思った通りに作れなかった」「問い合わせでも対応が遅く、予定通りに開発が進められなかった」

RPA導入の問題点を解決！ 「カスタマーサクセスプラン」

カスタマーサクセスプランとは、このような声から生まれた新しいサービス。RPAの導入時に、業務改善を成功させるための「プラン」を作成し推進していくもの。RPAシナリオ開発者の教育や、顧客が実現したい業務をモデル業務として取り上げて、その自動化を専任のCSP（カスタマーサクセスプランナー）が徹底して支援する。

カスタマーサクセスプランのメニューは、ライト、スタンダード、プレミアムの3種類。自社にあったプランを選びたい。また、カスタマーサクセスプランのメリットは次のとおりだ。

- ① 開発面だけでなく、運用面社内展開面の相談も可能
- ② 現場の運用を理解しているため、RPAの機能だけでなく、顧客の業務に合わせた回答が可能
- ③ RPAに組み込むと便利なVBSなどの質問にも対応可能

カスタマーサクセスプランの詳細は、本冊子裏表紙にあるQRコードからアクセスしてみよう。

導入事例

ECモールとのWebEDIを「標準化スクリプト」で自動化

株式会社パルグループホールディングス(大阪府)

事例概要

導入前

- ECモールから受注データや在庫データを手作業でダウンロードしていた。
- 毎日、欠かさず定時に作業することは難しかった。また土日はできなかった。
- RPAは高額とのイメージがあった。

導入後

- 「Autoジョブ名人」でダウンロード作業を自動化。土日も含め、毎日確実にダウンロードできるようになった。
- 標準化スクリプトを利用することで導入費用を抑えられた。また即稼働できた。

※標準化スクリプト：ユーザックシステムが開発したWebEDIを自動化するためのシナリオ。「名人マーケット」で提供中。

衣料品販売、雑貨販売を手がける東証一部上場企業のバルグループホールディングスは、2021年5月にユーザックシステムのRPAツール「Autoジョブ名人」を導入した。

多くのグループ会社とブランドを有するバルグループホールディングスでは、全ブランドの前日分の受注データと在庫データを365日、翌朝8時にダウンロードするよう設定していた。手作業で10分ほどだが、毎朝の操作は面倒で朝から打合せが入るなど対応できな

いこともある。またEC（電子商取引）は土日にも最も商品が動くから、月曜日の朝に土日の売上状況などを確認したいということもあった。

ダウンロード作業を何とか改善したいと考えていたとき、RPAで解決できる可能性があることを知り、「Autoジョブ名人」と標準化スクリプトがあれば、アップロードやダウンロードが安価に短期間で自動化できることが分かり、導入を決めた。

ファッショントレーディングの既存のスク립トはライブラリにはなかったが、「名人マーケット」に収録するという条件でユーザックシステムが無償で開発、提供することに。同社は「Autoジョブ名人」によりファッショントレーディングから受注データと在庫データをダウンロードする業務を自動化するだけでなく、ダウンロードしたデータを新たに導入した在庫分析クラウドサービスにアップロードする業務の自動化にも利用している。

バルグループホールディングスは、WebEDIを自動化した後、「Autoジョブ名人」の開発版も追加導入すると同時に、ユーザックシステムが提供するRPA開発支援サービス「カスタマーサクセスプラン」も契約した。

同社には同じような業務がほかにも多くあり、これらの自動化も自社で推進する計画だ。

推進するか

特別対談

企業を変える 対話をもたらしRPA

— 最初にRPAとの関わりを含め、自己紹介をお願いします。

高橋 ICT市場のリサーチ・コンサルティングを行う株式会社MM総研でRPAなど法人向けICT市場などを担当しています。最初にRPAを市場調査したのは4年前で、あのお客様に調査依頼をされたことがきっかけでした。お客様の反応も良く、市場のニーズもありそうだと感じました。また汎用性が高い点が面白く、うまく使えば、私が行う調査業務なども効率化できるし、現場になじめば良いツールにな

る、と興味を持ち、以来注目し続けています。

小ノ島 私はユーザックシステム株式会社の営業畑ですが、開発プロジェクトやマーケティングにも関わっています。当社は2004年にEDI（電子データ交換の周辺ソリューション）として受注業務の自動化に着手しました。RPAについては、お客様の業務の課題やニーズに対応するために生まれた製品ととらえています。汎用性が高く、導入されるとお客様のほうでいろいろな分野に利用されるようになることもあり、当社で

はカスタマーサービスも強化しています。

RPAはDXを 推進するか

— 政府が旗振り役となっていることもあり、近年よく耳にするようになったDXですが、少なからぬ企業が、何から着手すればいいか迷っているのが現状のようです。まず、RPAはDXを推進するか、という命題を設定してお話しただきたいと思います。

高橋 そもそもDXとは何か、ということから始めますと、やはり経済産業省の*定義はう

まくできていると思います。すなわち、製品やサービス、ビジネスモデルの変革という目的ありきで、競争上の優位性を確保する手段として、データやデジタル技術を活用しよう、という趣旨のものです。

小ノ島 経産省の定義にある「ビジネス環境の激しい変化」への対応の必要性は長い間、言われ続けてきたことですが、デジタル化の波が押し寄せ、より変革しやすい環境が到来した。この機をとらえた政府が「DX」という言葉を企業に対する推進の掛け声とした。私としてはそんな感覚でとらえています。

高橋 政府の定義を踏まえて結論をいえば、RPAはDXを推進するツールになります。「DXの推進」といわれて、何から取りかかれればいいかわからな



ユーザックシステム株式会社
常務取締役

小ノ島尚博

TAKAHIRO
KONOSHIMA

*「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること」(平成30年12月「デジタルトランスフォーメーションを推進するためのガイドライン」Ver.1.0)

RPAはDXを

政府が推進を図り、ブームとなりながら、実現への具体的なプロセスが見えにくいという実態もあるDX。RPAはその入り口となりうるツールなのか？ ユーザックシステムでRPAを扱う立場、研究者の立場、それぞれの観点からRPAの可能性について語り合ってもらった。

いとき、大事なものは、成功体験を一つ作ることです。その点、RPAの良い点は、すぐに効果が出ることです。しかも成果はわかりやすいので社内のコセンサスを得やすい。社内RPAを推進する組織を立ち上げれば、現場で効果が得られるたび、次はこれをやろう、次はこれだ、となり、その組織がDXの推進部隊になるという展開が考えられます。

小ノ島 もちろん、RPAには業務の自動化というわかりやすい効果があり、機能面では、当社の「Autoジョブ名人」は手書きの書類や帳票をAIが読み取り、データ化するシステムであるAI・OCRと連携しているので、紙からデジタルへ、デジタルから自動化へという流れも作りやすくなるのですが、RPAについて

強調したいのは社内の業務を見直し、整理するきっかけにもできる点です。経産省の「DXレポート」も対話の重要性を強調していますが、DXを進めるうえで業務の棚卸をしなければなりません。そのための対話をもたらしがRPAです。

高橋 おっしゃる通りで、DXを推進するならば、社内での細分化されている業務の在り方を変えていく必要があります。時には痛みがともなっても、地道に変えていくしかありませんが、その際、RPAは部署間の会話のきっかけとなり、コミュニケーションの土壌になるのが大きいですね。

小ノ島 RPAを推進する人は社内誰が、どこで、どのような業務をしているのか、これを知るため各部署に行き、業務についてヒアリングを行



株式会社MM総研
研究主任
高橋樹生氏

TATSUKI
TAKAHASHI

「がっかりさせない」ことが 導入のポイント

ここ数年の RPAの普及の理由

——新型コロナウイルス感染症が拡大する中、Web会議などのツールが急速に普及しました。ところが、複数のツールが導入され、業務や取引先ごとに異なるといった状況も生まれ、これでDXが実現するのか、という不審も芽生えているようです。

高橋 他方、RPAも普及しています。これまでデジタル化に二の足を踏んでいた経営層も、いよいよ使わなければならぬ、という意識になり、リモートでのコミュニケーションやコラボレーションのツールの利用が広がった。では、この先、これらはどう活用しようか、となり、ツールをつなげるものが必要となり、「RPAというのがあるらしい」という流れになっているのです。

小ノ島 そのようなかたちで導入されれば、その後の展開はこれまでと変わってきます。日本企業のIT化は長らく与えられたツールを現場が使うという歴史をたどってきましたが、RPAは自分たちの課題を解決するために使うものであり、かなり性格を異にするツールです。

高橋 これまでは与えられたツールを使い、命じられたことだけをしてきたIT部門だったとしても、RPAを入れれば、必然的に現場とコミュニケーションを図らなければならず、自ずから変わらざるを得ません。一方、ユーザー部門にすれば、残業しなくてよくなったなど効果が見えやすいので理解が進み、利活用のモチベーションも生まれる。双方に利があり、双方に変化をもたらすツールです。

小ノ島 大事なのは自分たちの業務を知ったうえで作るから成功するということです。日本企業は今、「こうありたい」から「こういう仕組みに変えていこう」というような行動変容に迫られているとすれば、まさにRPAはそうした能動的な行為との親和性が高く、活用することにより自分たちが自律的に変わっていくことを実感していただけでしょう。

RPAはボトムアップで導入できる

——RPAのツールを選択するさいのポイントはどういうものでしょうか。

小ノ島 端的に表現すれば、がっかりさせないことです。導

入したものの、しょっちゅう止まっているようなことでは現場での信頼感がなくなり、使わなくなるようになります。取り扱っている私たちとしてはせっかく導入されたのに、RPAは効果があるといわれているけれど、こんなものかという結末にしたくありません。そのためには製品の出来そのものだけでなく、使いこなすまでの社内の体制、支援も大事です。

高橋 がっかりさせない、というのはいはいい表現ですね。

小ノ島 これは当社の事業になります。導入時にツールの使い方をひと通りレクチャーして終わり、ではなく、成功するまで伴走させていただこう、ということ。カスタマーサクセスプランというサービスを提供しています。ちよつとした躓きで、「RPAはダメだ」と決めつけるのはもったいない。壁があったとき、越えるため、お手伝いします。製品の良し悪しだけでなく、このことも、がっかりさせないことにつながると思えます。サポートをさせていただき、二つの業務を確実に自動化し、成果を出していただければ、あとはお客様のほうで開発して、どんどん新しい業務を実施されるようになります。



高橋 現場の視点が入ったツールでなければ活用されませんが、その点、RPAは現場の業務に合わせられるツールですから、いったん利用が始まれば、社内の口コミで利用が広がっていくようですね。ある企業のITの推進部門の方に「RPAを現場に広げるコツは何ですか」とお聞きしたところ、「まずは各部門の現場のリーダーに『とにかく使ってくれ』と頼み込む。使ってもらえれば、『良かったよ』となり、部下など周りの人にも使わせるようになる。その段階で社内セミナーを開催する。これを繰り返せば、全社に広まっていき、社長も無視できなくなる」ということでした。

小ノ島 それはボトムアップ型の導入ですが、トップダウン

型で導入する場合も、RPAはどれだけの労働時間が減らせるかなど成果指標がわかりやすいベンチマークがあり、経営者のみなさんは判断しやすいはずですね。

高橋 トップダウンで物事が進む企業であれば、ツールの選択もトップがコミットメントすることになるでしょう。特にトップダウン型のアプローチでRPAを選択するような企業であれば、デジタルに対する感度が高いでしょうから、放っておいてもいずれDXに取り組むものと思います。強調したいのは、あらゆる企業がデジタル化への対応に迫られるようになっていこう、RPAはボトムアップで導入できるツールであるという点です。

RPAはDXを推進するか

デスクトップ型か
サーバー型か

——RPAに関する選択肢にサーバーか、デスクトップか、ということもあります。これについてはどうお考えですか。

高橋 現場を含めた「とつつきやすさ」では、やはりデスクトップ型です。サーバー型だと、どうしても管理の視点が強くなりますので、特にポトムアップのアプローチを進めるのであればRDA (Robotic Desktop Automation)と呼ばれるデスクトップ型から入るのがいいと思います。

小ノ島 デスクトップのほうが色々使いやすいのは事実です。現場から、こうしてほしい、と要求されたり、自分たちで、こう作りたい、というとき、いちいちサーバーに申

請したり、ネットワークやセキュリティについても来期の予算でない無理というようなどでは話が進みにくくなります。社内にも広めるには、一部の開発者だけでなく、ICTに興味のある現場のみなさんも開発に加わったほうがよく、そのためにもツールとしての使いやすさは大切なポイントとなります。

高橋 情報システムの人員に限りのある中小企業の場合、現場でとつつきやすいデスクトップ型から入るのがよいと考えます。まずは試しに使ってみるか事業部単位でスピード感をもつてやりたい時手元があり、自分たちで動かせるデスクトップのほうが向いています。

小ノ島 たしかに大企業にも、とりあえず自分たちで決裁で

きるデスクトップを入れてみて、というお客様が少なくありません。またサーバーかデスクトップ、どちらか一つということではなく、全社的な基幹系の業務は情報システム担当が管理するサーバー型で、部門単位で広げるにはデスクトップ型で、というようにツールの得意不得意、かけられるコスト、開発スピードなどの要素を考慮して使い分けするため、複数のRPAを利用するという選択もあります。

高橋 実際にそのような利用法が進んでいるようでして、導入率について調査すると、RPAのツールを複数使っている企業が3割ほどあります。推移としては少し前まで半分くらいだったのが3割になり、そこで止まっています。この動きは現場でRPAを使い分けている実態を表したものと分析できます。

小ノ島 当社は目下、サーバー型とデスクトップ型の良いとこ取りのハイブリッド型サービスの開発も進めています。

高橋 それは期待できますね。

DXの実現に必要なことは

——RPAを活用し、組織に根づかせ、DXに結びつ

け、競争力に変えていくうえで、どういう人材が必要になってくるでしょうか。たとえば「Autoジョブ名人」を導入して成功している企業にはどういった人材がいますか。

小ノ島 社内を変えていかなければならないという使命感、それを実現する推進力を備えた人ということになります。自分の業務が自動化で楽になったということにとどまらず、全社のことを考え、ここで成功したから、ここでも、さらにここでも推進しようという視野の広さや熱意のある人ですね。

高橋 私が見る限り、RPAでうまくいっている企業を人材という切り口で見ると3つのタイプが活躍しています。推進役の現場のリーダー、ユーザー目線で業務がわかっている人、そして技術がわかる人です。システムインテグレーターの方々と仕事をさせていただきますと、このような人材を育てようとしていることがわかります。企業を取り巻く環境変化が激しい時代です。上から言われたことをやるだけの人が集まったところでは、ビジネスは先細っていくばかりでしょう。これを打破し、お客さんと一緒にビジ

ネスを作っていくとすれば、先にあげた3つのタイプの人材が必要であり、RPAはそれらの人材をつなぐコミュニケーションの強力なツールとなります。

小ノ島 これまでは仕事のやり方が固定化され、手順通りにこなしていれば、それなりの成果が出せたかもしれませんが、また、業界や社会の変化に少しくらい遅れても、既存のビジネス環境が維持されたかもしれませんが、今や、求められる働き方がこれだけ変わってきているのですから、しっかりと対応しなければビジネスが立ち行かなくなる可能性があります。変化に対応していくためには、ルーチンワークから付加価値の高い仕事にいかにかシフトするか、考える時間をいかに確保するか、という視点が重要になります。RPAを利用することで事務労働を省けた分、クリエイティブな作業や、お客様のために時間を使えるはずであり、またRPAをそのように活用することで変化に対応できる人材が育つことにもなるはずですが、より有効なDXの実現を求められているみなさんに、ぜひRPAを体験していただきたいですね。

RPAを成功に導くための
3種の人材

メジャーバージョンアップ!

Autoジョブ名人 Ver.5.0



見やすい、 使いやすい、 UIに刷新!

ユーザーインターフェイス

国産RPAツール「Autoジョブ名人」がUIを刷新したVer.5.0として登場。さらに見やすさ、使いやすさを追求した新UIと、Ver5.0で新しく加わった「フロー型」編集画面の魅力を見ていこう。



ポイント!

すっきり見やすく、
使いやすい画面

スクリプトの一覧画面を刷新

新UI



ポイント!

新機能!
「フロー型」
「リスト型」の
編集画面へ

編集モード	スクリプトコード	スクリプト名	最終更新日時	開発中	再生用
フロー型	リスト型	Sample_01011_JE_OrderDL-CSV	サンプルJE011_発注データ一括受信(csv)	2021/05/07 14:17:51	
フロー型	リスト型	Sample_01011_JE_OrderDL-CSV2	サンプルJE011_発注データ一括受信(csv)	2021/05/07 11:05:43	
フロー型	リスト型	Sample_01012_JE_OrderDL-CSV_4Times	サンプルJE012_発注データ一括受信(csv)(4支店分繰り返し)	2021/05/07 14:18:14	
フロー型	リスト型	Sample_01021_JE_OrderCheckDL-CSV	サンプルJE021_発注データ受信(圧縮ファイル)	2021/05/07 14:18:59	
フロー型	リスト型	Sample_01022_JE_OutputCSV	サンプルJE022_発注データ受信画面の情報をCSVに出力	2021/05/07 14:19:21	
フロー型	リスト型	Sample_01031_JE_Print	サンプルJE031_納品書印刷	2021/05/07 14:21:06	
フロー型	リスト型	Sample_01041_JE_Syukka-CSV_Upload	サンプルJE041_出荷確定データ送信CSVアップロード	2021/05/07 14:21:27	
フロー型	リスト型	Sample_01051_JE_CSV-Syukka_DataLoop	サンプルJE051_CSV→出荷確定データ格入力(繰り返し)データ数	2021/05/07 14:21:47	
フロー型	リスト型	Sample_01052_JE_Excel-Syukka_DataLoop	サンプルJE052_Excel→出荷確定データ格入力(繰り返し)データ数	2021/05/07 14:22:20	
フロー型	リスト型	Sample_01061_JE_CSV-Syukka_FileLoop	サンプルJE061_CSV→出荷確定データ格入力(繰り返し)ファイル数	2021/05/07 14:22:40	
フロー型	リスト型	Sample_アプリ011_受注入力_自動化(固定値入力)	サンプルアプリ011_受注入力_自動化(固定値入力)	2021/05/07 14:22:57	

旧画面

スクリプトコード	スクリプト名	最終更新日時	開発中	再生用
Sample_01011_JE_OrderDL-CSV	サンプルJE011_発注データ一括受信(csv)	2021/05/07 14:17:51		
Sample_01011_JE_OrderDL-CSV2	サンプルJE011_発注データ一括受信(csv)	2021/05/07 11:05:43		
Sample_01012_JE_OrderDL-CSV_4Times	サンプルJE012_発注データ一括受信(csv)(4支店分繰り返し)	2021/05/07 14:18:14		
Sample_01021_JE_OrderCheckDL-CSV	サンプルJE021_発注データ受信(圧縮ファイル)	2021/05/07 14:18:59		
Sample_01022_JE_OutputCSV	サンプルJE022_発注データ受信画面の情報をCSVに出力	2021/05/07 14:19:21		
Sample_01031_JE_Print	サンプルJE031_納品書印刷	2021/05/07 14:21:06		
Sample_01041_JE_Syukka-CSV_Upload	サンプルJE041_出荷確定データ送信CSVアップロード	2021/05/07 14:21:27		
Sample_01051_JE_CSV-Syukka_DataLoop	サンプルJE051_CSV→出荷確定データ格入力(繰り返し)データ数	2021/05/07 14:21:47		
Sample_01052_JE_Excel-Syukka_DataLoop	サンプルJE052_Excel→出荷確定データ格入力(繰り返し)データ数	2021/05/07 14:22:20		
Sample_01061_JE_CSV-Syukka_FileLoop	サンプルJE061_CSV→出荷確定データ格入力(繰り返し)ファイル数	2021/05/07 14:22:40		
Sample_アプリ011_受注入力_自動化(固定値入力)	サンプルアプリ011_受注入力_自動化(固定値入力)	2021/05/07 14:22:57		

こんなに
変わった!

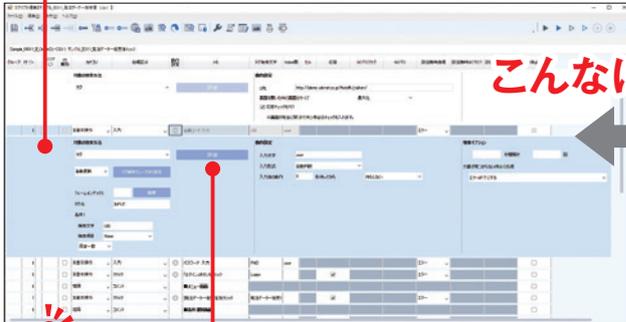
ひと目見て、“操作しやすそう、取り組みやすそう”な新UIに刷新した。すっきり整理された画面で、頻度の高いボタンに色付けして配置している。そのため、操作も迷わずでき、使い勝手も向上した。また、今回のバージョンアップで、「編集モード」から新機能の「フロー型」、そして新しくなった「リスト型」の編集画面へボタン1つで切り替えができるようになった。

新UI

新しい「リスト型」編集画面

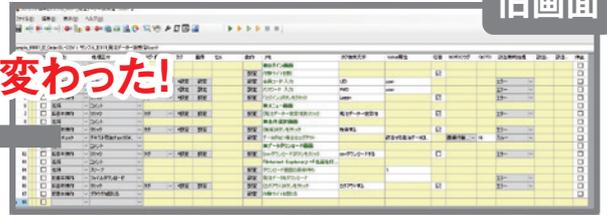
ポイント!

アコーディオンで画面遷移が少なく



こんなに変わった!

旧画面



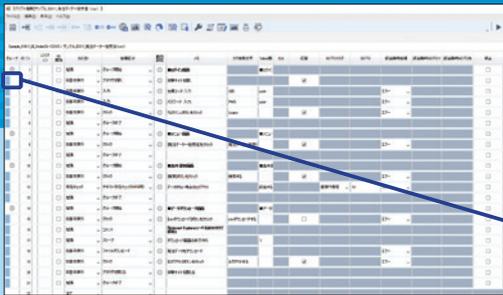
「リスト型」編集画面は、従来の編集スタイルを新しいUIにバージョンアップ。アコーディオン（選択した項目がその場で広がって詳細な内容を表示する仕組み）機能により、設定内容を比較する際も、画面遷移が少なく容易になった。また、初期表示列は必要最低限に留めることも可能だ。

ポイント!

処理区分の具体的な動作は「詳細」から

新機能

煩雑なスクリプトもすっきり表示
「グループ開始」「グループ終了」



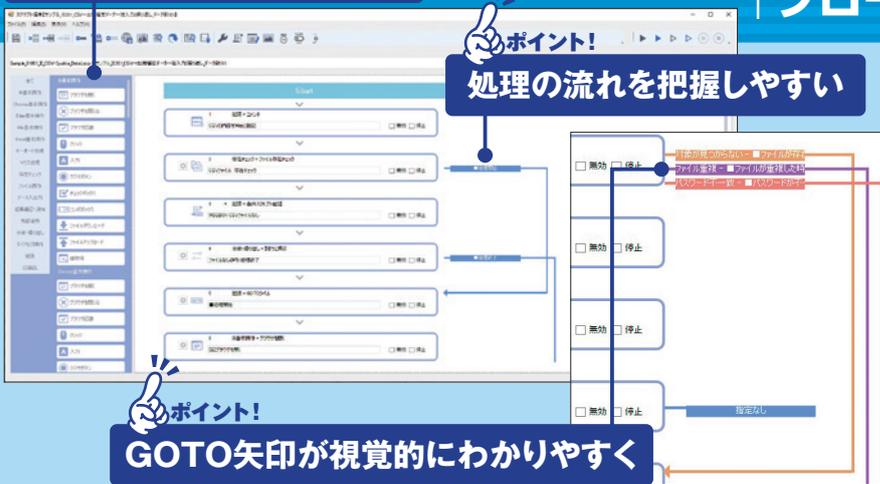
行をグループ化することで、複雑なスクリプトもすっきり表示することができる。

新機能

新しく追加された
「フロー型」編集画面

ポイント!

より簡単にスクリプトを開発



ポイント!

処理の流れを把握しやすい

ポイント!

GOTO矢印が視覚的にわかりやすく

新しく追加された「リスト型」編集画面。従来の編集スタイルとは違い、フローでスクリプトを構築することができる。視覚的に処理の流れを把握しやすいのが特徴で、複雑な処理をしない簡単なスクリプトを手早く作成可能だ。また、GOTOが多いときの確認用にも重宝。設定内容は「リスト型」と同様、アコーディオンで行う。

確実な稼働を支援する充実したサービス

充実したサポートとサービスでRPAの導入の成功をお約束いたします。

おすすめ導入パターン ① 標準化スクリプト + Autoジョブ名人(実行版) + 導入サポート

名人マーケットで提供される標準化スクリプトを利用し、取引先やECサイトのWebEDIを自動化。開発要員がいなくても、導入をサポートいたしますのでご安心いただけます。

開発工数の削減 最大99%

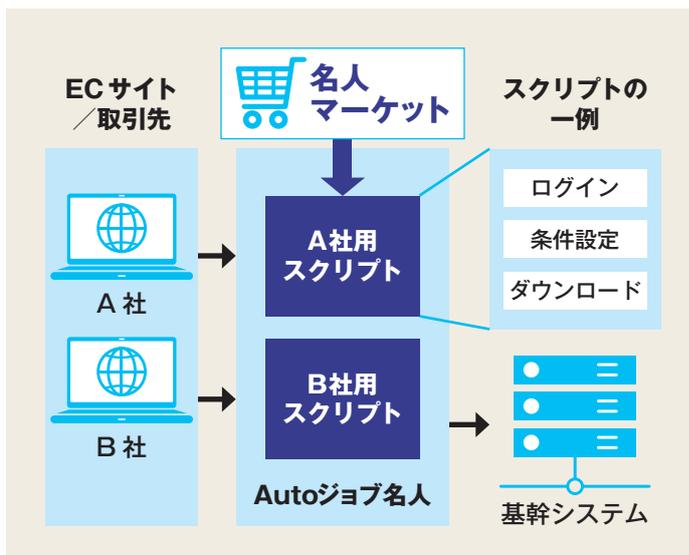
名人マーケット

受注データダウンロードや商品情報のアップロードを自動化するスクリプトを1本5万円で提供。稼働実績があるのですぐに利用でき、開発工数を大幅に削減できます。

標準化ライブラリ(順次拡大中)

BACREX (イズミ他)、FINET (日本アクセス他)
ZOZO、マルイ、MAGASEEK、
ChainFlow (Aコープ他) SHOPLIST、
IPORTER (ホテル)、BtoBプラットフォーム 他

名人マーケットへの
アクセスはこちら!



おすすめ導入パターン ② サクセスプラン + Autoジョブ名人(開発版・実行版) + モデル業務の自動化

カスタマーサクセスプラン

3ヶ月以内



専任の カスタマーサクセス プランナーがサポート

- 業務の自動化を成功させるための計画書「サクセスプラン」を作成します。
- RPA開発者の教育を実施します。
- 自動化したいモデル業務の3ヶ月以内の稼働をサポートします。
- 稼働後の運用保守や全社展開に向けたコンサルテーションを継続して行います。

サクセスプランの
ご紹介動画↓



※プランによりサービス内容が異なりますので、詳細はお問い合わせください。

あなたの満足が私たち名人の誇りです

ユーザックシステム株式会社

東京本社 〒103-0015
東京都中央区日本橋箱崎町 4-3 国際箱崎ビル 4F
TEL : 03-6661-1210

大阪本社 〒541-0048
大阪市中央区瓦町 1-6-10 JPビル 3F
TEL : 06-6228-1383