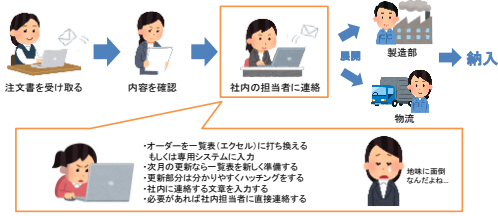


現状把握

まず「注文書展開」の説明...



↑この部分をもっと楽にしたい...

ここでまず注文書展開の業務についてご説明します。私たち営業アシスタントは、得意先からの注文書を受け取り、オーダーの内容を確認して、社内の担当者に発注内容を展開します。この社内に連絡という業務の中に、オーダーを入力する、連絡用の文章を考える、などの小さな作業がたくさん含まれており、1日に何回もオーダーの変更が送られてくるとなざりしてしまいます。この部分をもっと楽にできないか、改善を進めていくことにしました。

現状把握

現在使用している注文書打ち換えフォーム

- A社①
- A社②
- B社①
- B社②
- C社
- D社
- E社
- F社
- G社
- H社
- I社
- J社
- K社
- L社
- M社
- N社
- 合計16種類



主な困りごと

- ①次月フォーム作りが面倒がかかる
- ②品番の追加が大量
- ③展開方法が多い
- ④注文書が見にくい打ち間違えそう
- ⑤品番が多くて打ち間違えそう
- ⑥エクセルのリンク先が複雑
- ⑦変更点のハッチングが面倒
- ⑧情報量が多くて見にくい

現在、16種類の注文書打ち換えフォームを使用しています。そして、フォームに対する困りごとは大きく8種類に分類できました。

現状把握



先ほどの困りごと項目で各フォームを評価し、レーダーチャート図にしました。面積が大きいくほど使いやすいフォームということになります。D社・G社・H社のオーダーを展開する用のフォームが平均3以下となり、特に使い勝手が悪いことがわかりました。

目標設定と活動計画

(目標設定) 1.わかりやすい 2.品番追加 3.展開 4.見やすい 5.入力間違い 6.変更点 7.見やすい



(何をも)3社の注文書打ち換えフォームの使いやすさを(いつまでに)2024年10月末までに(どうする)レベル3以上にする

※全員参加、全員でステップを進める!

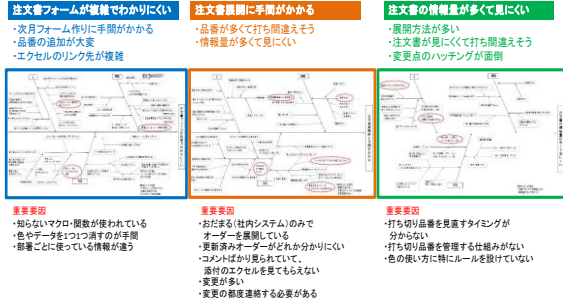
使いやすさレベル平均3以上にしよう!

目標設定と活動計画

3社の注文書打ち換えフォームを使いやすさレベル平均3以上にすると、このように計画を立てメンバー全員で活動を進めました。

要因解析

要因解析図を使って重要要因を探す



・現状把握で出た8つの主な困りごとを
・注文書フォームが複雑でわかりにくい・注文書展開に手間がかかる・注文書の情報量が多くて見にくいの3種類の特性に分け、要因解析を行いました。結果、重要要因を合計11個見つけました。

対策立案

項目	対策
1 マクロ・関数について教える	● マクロに詳しい人に教えてもらう ● 使い方・更新の仕方を今後のためにメモに残す
2 次月フォームの更新に作業負担を減らす	● 既存マクロを複製してマクロを複製する ● 注文書エクセルに反映させる ● 対応する期間を定める作業負担を軽減する
3 対応するまでの期間について改善	● 関係者にアプランスする ● 関係者にアプランスする ● 関係者にアプランスする
4 変化点がわかりやすい仕組みを作る	● オダー変更がわかりやすい仕組みを作る ● 色で切り品番を管理する仕組みがない ● 色で切り品番を管理する仕組みがない
5 コメントの仕方を見直す	● 関係者にアプランスする ● 関係者にアプランスする
6 注文書エクセルの関数の使い方を教える	● 関数について教える ● 関数について教える
7 注文書エクセルに反映させる	● 関係者にアプランスする ● 関係者にアプランスする

対策立案

11個の重要要因に対して対策を考えましたが、2つは実現性とセルフ解決度が極端に低いため不採用としました。25個の対策を行います。

対策実施

【重要要因】知らないマクロ・関数が使われている

→対策①マクロに詳しい人に教えてもらう



マクロを使っているようになること

- セルの色をボタン一つで色なしに戻せる
- 入力されている数字をボタン一つで消せる
- 次月フォームをフォルダ内に作成してくれる など...



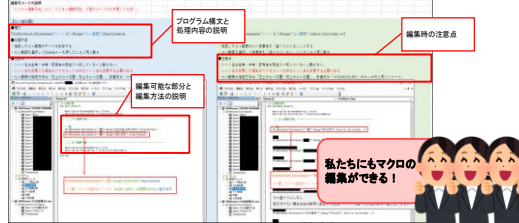
勉強会で作業工数を大幅に減らせる技を学ぶ!

・対策①マクロに詳しい人に教えてもらう注文書の打ち換えや次月フォーム作りを楽にするために、マクロを活用しようと考えました。まずはマクロへの理解を深めるために、総務のYさんに協力してもらい勉強会を行いました。マクロとはどんなものか見本を見せてもらい、注文書の更新や次月フォーム作りが楽になりそうな技を教えてくださいました。

対策実施

【重要要因】知らないマクロ・関数が使われている

→対策②使い方・更新の仕方を今後のためにメモを残す



編集方法を明記して安定して運用できる!

・対策②使い方・更新の仕方を今後のためにメモに残す Yさんに教えていただいたことは「マクロ管理メモ」としていつでも見返せるようにしました。マクロの内容を理解して使うことで、今後も安定して運用することができます。

対策実施

14/37

【重要要因】更新時に色やデータを1つ1つ消すの手間
→対策③次月フォームを簡単にしてくれるマクロを調べる
→対策④注文書エクセルに反映させる

注文書フォームにマクロを反映させました！



作成したマクロ

- ・背景色を色なしにする
→更新時に前回のハッチングの消し忘れが防げて便利
- ・入力してあるデータを消す
→無駄などの計算式を気にせず一気に消せて便利
- ・次月フォームをつくる
→何も入力されていないフォームをすぐに容易できる
日付の更新忘れなどもなく便利

マクロ活用で毎月の手間がかなり減らせた！

対策④(マクロを)注文書エクセルに反映させる
Yさん協力のもと、ほぼすべての注文書フォームにマクロを反映させました。
作成したマクロは、・背景色を色なしにする・入力してあるデータを消す・次
月フォームをつくる、の3つです。これで、毎月の手間を大幅に削減出来ま
した。

対策実施

16/37

【重要要因】おだまるのみでオーダーを展開している
→対策⑥おだまる以外での展開方法を考える
→対策⑦展開の仕組みをつくる

イメージ



今後は社内メールで展開しよう！

社内メールでの展開なら、
・他の得意先の展開方法と同じやり方
に統一できる！
・更新履歴も追やすい！

1ヶ月1件のメールを送り、更新はコメントで行う。
コメントには注文書打ち換えフォームを添付。

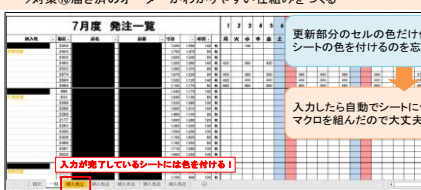
おだまるに代わる展開方法を決定！

・対策⑦(新たな)展開の仕組みをつくる
おだまる展開をやめたオーダーは、社内メールで展開することになりました。社
内メールでオーダー展開をすることのメリットとして、・他の得意先の展開方法
と統一できる・更新履歴がコメントで見られるがあります。すでに社内メール展
開を行っている得意先を参考に、1ヶ月1件のメールでコメントにて更新、注文
書エクセルも添付する、という方法に決めました。

対策実施

18/37

【重要要因】更新済みオーダーがどれか分かりにくい
→対策⑩届き済のオーダーがわかりやすい仕組みをつくる



更新部分のセルの色だけ付けて
シートの色を付けるのを忘れちゃう時ある...

入力したら自動でシートに色がつくように
マクロを組んだので大丈夫！

変化点の更新ルール② オーダーの入力が完了している「納入先シート」には色を付ける
→オーダーが届いているか一目でわかる！

対策⑩届き済のオーダーがわかりやすい仕組みをつくる
注文がないのか届いているのかわかりづらいと他部署から相談があったた
め、入力が完了しているオーダーはシートに色を付けるというルールも設けま
した。「シートにも色を付けるのは手間だし忘れそう」という不安がありましたがこ
こはマクロを利用して、入力したら自動で色がつくように工夫しました。ルールを
決めて更新方法を統一することで、より分かりやすくなりました。

対策実施

20/37

【重要要因】変更の都度連絡が必要がある
→対策⑭変更があったら自動でアナウンスされる仕組みを作る
→対策⑮関係部署に相談する

RPAを導入し、注文書の変更を自動でアナウンスする

RPAとは、人間が事前に設定したルールに基づいて業務を遂行・自動化する仕組みのことです



総務部協力のもと、外部システムを使用することに！

・対策⑭変更があったら自動でアナウンスされる仕組みをつくる
システム会社にお願いで、注文書の変更があったら自動でアナウンスされ
る仕組み・RPAを構築しました。RPAとは、人間が事前に設定したルールに基
づいて業務を遂行・自動化するプログラムです。初めての試みでしたが、業
務フローはサークルメンバーが中心となって作成し総務部との協力でなんと
か実行まで実現することができました。

対策実施

15/37

【重要要因】おだまる※のみでオーダーを展開している
→対策⑤おだまる展開をやめる得意先を判断する

※おだまるとは、オーダーを管理する社内システム



展開方法が多くて工数がかかる...

展開方法が複雑で
担当者以外がフォローしにくい...

おだまる展開中の得意先

- ・C社 ・J社 ・M社
 - ・H社 ・K社 ・N社
 - ・社 ・L社
- 計8社分

→関係部署に相談し、
展開方法を変更する許可を得た！

より効率の良い展開方法を検討

対策⑤おだまる展開をやめる得意先を判断する
一部オーダーで「おだまる」という社内システムを使用していましたが、
工数の多さやフォローのしづらさで問題がありました。そこで、関係部署
に相談し、現在おだまるで展開している8種類のオーダーの展開方法を
変更する許可をいただきました。

対策実施

17/37

【重要要因】更新済みオーダーがどれか分かりにくい
→対策⑨オーダー変更がわかりやすい仕組みをつくる



変化点の更新ルール①

「一覧シート」と「納入先シート」の両方にハッチングをする

※「一覧シート」は得意先名が見える、「納入先シート」は数量が見える(納入先1か所につき1シートある)

対策⑨オーダー変更がわかりやすい仕組みをつくる
今までもオーダー内容を変更したときには変更部分を分かりやすくハッチング
していましたがやり方は人それぞれで統一されていなかったため、ルールとし
て「一覧シートと納入先シートの両方にハッチングする」と決めました。

対策実施

19/37

【重要要因】コメントばかり見られていて、肝心のエクセルを見てもえない
→対策⑫コメントの仕方を見直す



納入先、品名、納期、数量○○m→○○m
コメント入力に時間がかかる。
注文書を添付する意味もなくなっている...

コメントは
「納入先 品名」だけにします！

工務・物流関係者は添付エクセル
を確認するようお願いします！

更新コメントにかける工数を最小限に！

対策⑫(展開時の)コメントの仕方を見直す
今までは更新内容をコメントで細かく記載していましたが、分かりやすいだろ
うと思ってやっていたのですが、時間もかかるし肝心の添付ファイルを見てもら
えないこともありました。そこで、関係部署と打合せを行い、コメントは納入
先、品名だけにし、納期や数量は添付の注文書を見もらうことに決まりま
した。コメントを入力する時間を最小限に抑えることができました。

対策実施

21/37

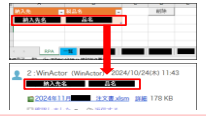
【重要要因】変更の都度連絡が必要がある
→対策⑯仕組みを反映させる

RPA用シートの用意

協力:総務部 12人

オーダーの変更があった場合に、
変更内容が自動で入力されるシートを用意。

このシートの内容をコピーして
コンピュータが自動でコメントを書き込む。



メール・フォルダ名の統一

コンピュータが認識できるよう、名称を統一

・注文書の保存先
→営業部のフォルダ内「00_★注文書」

・注文書のフォルダ名
→YY年m月 得意先名_注文書.xlsx

・展開メールの表題
→★【得意先名】m月注文書

・展開メールの表題

→★【得意先名】m月注文書

・展開メールの表題

→★【得意先名】m月注文書

自動化の下準備をしました

対策⑯仕組みを反映させる
仕組みができたところで、実行する準備をしています。注文書エクセル内に
RPA用のシートを作成し、更新した納入先・品名が自動で表示されるようにしま
した。この内容をコンピュータがコピーしてコメントに反映します。コンピュータ
が対象のエクセルやメールを認識できるよう、注文書のフォルダの保存先、注
文書のフォルダ名、メールの表題を統一しました。

対策実施

22/37

【重要要因】変更の都度連絡する必要がある
→対策⑥仕組みを反映させる

社内展開 自動化のために人間の手で行うこと

1. RPA用のパソコンを毎日起動する
2. RPAを起動する
3. RPAの再生ボタンを押す

プログラム通りに動き、
オーダーの更新があれば自動でエクセルを開いて
更新内容を社内メールで展開する

帰宅時 RPAの停止ボタンを押し、パソコンの電源を切る

業務の自動化によって効率化につなげる！

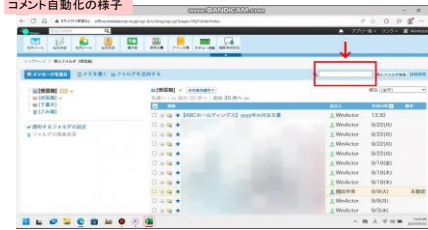
RPAの使用方法是この通りです。毎朝PRA用のパソコンを立ち上げソフトを起動、再生ボタンを押す、帰宅時にはデータ保護のため、パソコンをシャットダウンします。毎日最初と最後だけ人の手を要しますが、これだけでオーダーの展開をコンピュータに任せることができます。

対策実施

23/37

【重要要因】変更の都度連絡する必要がある
→対策⑥仕組みを反映させる

コメント自動化の様子



こちらが実際にコメントを自動で行なっている動画です。画面が動いていますが、キーボードやマウスは誰も触っていない状態で。注文書の変更を認識すると自動でこのように書き込みを行ない、ファイルを添付、コメントを送信します。

対策実施

24/37

【重要要因】打ち切り品番を見直すタイミングが分からない ※打ち切り品番 = もう発注が来ない品番
→対策⑪打ち切り品番を見直すタイミングを決める
対策⑫打ち切り品番を非表示にするルールを決める

打ち切り後の翌月
から灰色ハッチング

打ち切り品番をわかりやすく！

対策⑪打ち切り品番を見直すタイミングを決める
今までは打ち切り品番についてのルールがありませんでした。打ち切り品番をいつまでも注文書に載せておくと、間違いが起こったり、見にくくなってしまします。今後のルールは、打ち切り後の翌月から灰色ハッチングすることにしました。

対策実施

25/37

【重要要因】打ち切り品番を管理する仕組みがない ※打ち切り品番 = もう発注が来ない品番
→対策⑫打ち切り後の品番をどうするか決める
対策⑬注文書エクセルに反映させる

打ち切り後の翌月
から灰色ハッチング

打ち切り後の翌々月
から非表示にする

最終的に打ち切り品番は非表示に！

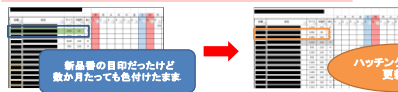
対策⑫打ち切り後の品番をどうするか決める
打ち切り後の翌月から灰色ハッチングしたあとは、翌々月から非表示にすることにしました。

対策実施

26/37

【重要要因】色の使い方に特にルールを設けていない
→対策⑭現状について調査する
対策⑮分かりやすい色使いを決める

- ・土日に赤青もしくは灰色
- ・更新箇所が目立つ色
- ・納入先・品番の種類ごとに区別化のハッチング
- ・新規品番に目印のハッチング
- ・打ち切り品番に灰色ハッチング



新品番の目印だったけど
数か月たっても色付けたまま

ハッチングを見直し
更新！

ハッチングを見直し、情報を分かりやすく！

対策⑭(注文書フォームの)わかりやすい色使いを決める 情報量が多くて見にくいという困りごとの1つの原因にもなっていた色使いを、ルール化し統一することで改善しました。それぞれの注文書フォームを見直し、無意味に色を多く使っていたり消し忘れなどがあつたところは、ルールに沿って更新しました。

対策実施

27/37

【重要要因】色の使い方に特にルールを設けていない
→対策⑯注文書エクセルに反映させる

オーダー数量の変更点は
黄色でハッチングする！

色の使い方ルールを統一！

対策⑯注文書エクセルに反映させる
決定した色の使い方のルールを、各得意先の注文書に反映させました。

対策実施

28/37

対策⑪⑫⑬関係部署にアナウンスする



3つのルールを社内アナウンス！

連絡内容
①以前の展開方法の廃止
②注文書の更新方法について
③自動送信でオーダーが展開！

今後のルールを社内に周知する

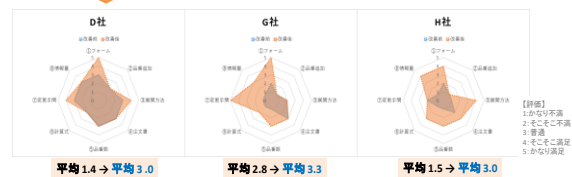
関係部署に今後のルールをアナウンスする
おだまる展開の廃止、注文書の更新方法、今後は自動送信でオーダーを展開することを連絡しました。

効果の確認

29/37

目標

D社・G社・H社の注文書打ち換えフォームを
使いやすさレベル平均3以上に！



目標達成！ 平均3以上にできた！

・効果の確認
目標「3社の注文書打ち換えフォームを使いやすさレベル平均3以上に！」に対し、対策後平均3以上に達成することができました！

