

コスト削減のためのツール

フォーチュン 500 の企業、アリバのソリューションで無駄な支出を把握し、コスト削減を実施

2009 年 4 月 10 日 10 時 45 分(米国東部標準時間)

ニューヨーク発 (フォーチュン) ・ ヒューレット・パッカード社(HPQ、フォーチュン 500)の Mark Hurd 氏や、JP モルガン・チェイス(JPM、フォーチュン 500)の Jamie Dimon 氏など、かつては一部の CEO(最高経営責任者)だけが熱心に企業のコスト削減を提唱していましたが、売上成長が完全に停止した今日の経済状況では、誰もがコスト削減に乗り出しています。当然ながら、市場ではこうした財政危機を救うべく新しい企業向けソフトウェアが現れてきています。

例えばそのひとつが、企業の支出状況の実態を明らかにするソフトウェアを販売しているアリバ社 (ARBA)です。一般的に、大きな組織においては、何千人もの社員がそれぞれに物品を購入し、そのコストを異なるシステムで追跡管理しているというケースがよく見られ、特に、買収を繰り返してきた企業に多く見られます。「1 本のボールペンを一体いくらで購入しているのか」という単純なことでさえ、面倒な事務処理を経てはじめてわかることもあります。

アリバは、まさにこのような問題を解決します。全ての企業情報をひとつに集約することで、例えば 7 社のサプライヤからペンを購入しなくても、1 社に絞って取引すればよいことがわかります。アリバ製品を使ってリバース・オークションを実施してサプライヤに入札させることも、ペンを大量に購入しようとしても、アリバのソフトウェアが予算を超過するような購買ができないようにすることもできます。これが企業のコスト削減といえるのです。

AMR リサーチ、アナリストの Mickey North Rizza 氏は、次のように述べています。「これは、今まさに企業が投資している唯一のテクノロジー分野です。なぜなら、企業の収益性に差が顕れるからです。」

巨大ソフトウェア企業であるオラクル社(ORCL、フォーチュン 500)や SAP 社(SAP)も同様のサービスを提供していますが、アリバ社は「スPEND・マネジメント(支出管理)」と称する分野に特化したソフトウェアを提供しているプロバイダの最大手であり、米国フォーチュン 500 社の半数以上がアリバ社の製品を採用しています。

アリバは、Salesforce.com 社(CRM)と同様に「クラウド・コンピューティング」と呼ばれるサブスクリプションのビジネスモデルを使っており、顧客企業は基本的にアリバのソフトウェアへのアクセスをレンタルで使用し、オンラインでアクセスしています。ガートナーのアナリストによると、今年の IT 投資は全体で 4%近く減少する一方で、「クラウド・コンピューティング」の売上は 21.3%増の 464 億ドルに達すると予測しています。

アリバの前四半期のサブスクリプション売上は、前年に比べて70%以上増加し、売上全体も12%上昇しています。

ATM機械や自動投票機を製造するDeibold社(DBD)は、2001年からアリバ製品を使っています。同社は2006年に今後3年間のうちに1億ドル(約100億円)削減することを目標に掲げ、オフィス用品から出張経費、ATM機械を製造するための供給品に至るまで、アリバのツールを使ってコスト削減の可能性を発見することができました。

アリバ製品を利用する前は、全社の支出を管理するためのソフトウェアプラットフォームが統一されておらず、全ての支出状況を把握することが困難でした。Diebold購買エグゼクティブのMichael Rager氏は、次のように述べています。「アリバのソフトウェアは、どんなサプライヤから購入しているのかを知るためのカギとなりました。英語やポルトガル語、中国語を入力したら、みんなが理解できる言語で返してくれる、まるでブラックボックスのような存在です。」

その他の事例として、アリバ社は近年、某大手ファーストフード・チェーン企業の複雑な購買統合を支援しました。また、某銀行の派遣社員コストを見直して、契約の再交渉も支援しました。アリバ社のソフトウェアは、同銀行がこれまで13社のサプライヤとの間に30種類の異なる契約を結び、4,000万ドル(約40億円)も支出していたという実態を掴みました。そして、オンラインオークションを実施して、全体コストを3,000万ドル(約30億円)削減することに成功しています。

では、景気が回復するとどうなるでしょうか？

たとえコスト削減が可能な新しい取引先サプライヤを発見できたとしても、社員がそのサプライヤを使うように徹底するためのシステムがなければ意味がない、とアリバ社CEOのBob Calderoni氏は指摘します。「スPEND・マネジメント(支出管理)には、「これで終わり」というようなことはありません。導入後に社員がさらに使用するということはあっても、使わなくなるようなことはありません。コスト削減は、今企業がまさに求められていることであり、今後も継続的に必要とされるでしょう。」