

出張経費管理の新たな時代:

包括的なソリューションが実現する

コスト管理とコンプライアンス

アリバ出張・経費 CCTE

ソリューション ラインマネージャー

Charles Brossman

もし支出の3分の1が管理できていなかったとしたら、CFO(最高財務責任者)は、企業の支出状況を把握し、支出管理を改善することができるでしょうか？

今日のように購買業務が自動化されていれば、大きな割合の支出が管理されないまま放置されているケースは少ないように思われますが、実際には、このような状況が未だに多くの企業で見受けられます。たとえば、出張・経費管理(T&E)には、不確定な要素が多く含まれています。これまで出張・経費の購買は、社員の善意と信頼にゆだねられるところが大きく、上司や出張管理担当者ごとにその監視レベルも異なっていることから、契約外の単発的な購買が許される領域として社内に残っていました。

今、こうした状況を改善するための新ソリューションが市場に登場しています。コスト削減とコスト管理の効率化のためのプロセスとソリューションを導入しなければならないというプレッシャーが高まっている状況の中で、出張・経費管理のみに特化したポイントソリューションではなく、より包括的な方法で支出を管理できるソリューションを検討し始める企業が増えてきました。

テクノロジーとベストプラクティスが融合した包括的なソリューションは、出張・経費管理を他の支出管理と統合させることにより、効果的な支出管理をサポートします。また、オンライン(自動)/オフライン(手作業)による出張手配から経費精算に至るまで、他の支出商材の購買で使用する画面と同じ画面で出張・経費を管理することができます。この効果は、出張・経費とその他全ての支出を同時に管理し、短期間でのコスト削減の達成と企業の最終利益を改善します。また、社内のお出張・経費規定や法規への遵守も強化することができます。

出張・経費購買は本来、統一性がなく、閉鎖的なプロセスであるという性質から、このような効果を実現するには限界があると考えられていましたが、新しいソリューションの出現により、この出張・経費における管理が進化に向けて大きく前進したと言えます。

出張・経費管理の進化

かつて出張・経費の管理は、財務、人事、総務、さらには各工場といった社内の様々な部門にゆだねられてきました。また出張・経費は、実際のところこの部門が行っているのか明確ではなく、他の支出商材とは異なる支出管理として扱われていました。また、出張・経費管理は、手間のかかる業務のように考えられていたことから、出張・経費の担当者にとって、社員に満足してもらえるような出張手配プロセスを提供し、それと同時にコスト削減も実現することは不可能なことに位置づけられてきました。

このような課題に取り組むための新たな担当者の役職として「出張・経費管理者」が設けられ、この役職には、総務や経理の担当者から引き抜かれてくる場合が多いのですが、総務や経理担当者には十分な購買知識や旅行業界の専門知識がないので、コスト削減の効果を挙げるには至りません。出張・経費管理において有能な人材の必要性を理解している企業は、旅行業界からエキスパートたちを引き抜き始めました。しかし、旅行代理店や航空会社の営業を経験した人は、サプライヤの視点から物事を捉えることはできても、効果的にコスト削減するための購買原理や、企業環境において現場に方針を徹底させることを必ずしも理解しているとは限りませんでした。

出張・経費と購買の結合

航空会社やレンタカー会社、ホテルがこれまでのように手数料を支払わなくなるという大きな転換期が訪れ、企業の出張手配部門は、利益を生むプロフィットセンターから利益を生まないコストセンターへと変わってしまったのです。ですので、CPO(購買最高責任者)や CFO(財務最高責任者)は、コストの削減金額の提示を社内出張・経費の管理者に求め、出張・経費の管理者は出張経費にかかった金額を即答することを余儀なくされました。出張・経費管理は、もはや企業の付加サービスではなくなり、コスト意識が支配する状況へと変貌していき、多くの企業が、出張・経費管理を購買業務のひとつとして考えるようになってきたのです。

ProMedia の調査によると、出張・経費管理者の 33%が購買部門に属していることがわかりました。また、出張・経費を他の支出と同様に管理し、コスト削減目標の達成と、出張・経費管理におけるコンプライアンス強化のために、ソリューションやベストプラクティスを取り入れ始めた企業が出てきました。

不完全なデータ + ポイントソリューション = 支出管理の欠如

支出管理において、目に見えない領域の支出は、思わぬところで企業に大きな影響を与えている場合があります。多くの企業では、購買や財務システムと孤立した出張・経費のシステムで管理されています。ERP システムに支出データを集計することができないため、購買部門では、誰がどのサプライヤから何を購入しているのか把握できていません。また、サプライヤとの交渉によって契約条件を有利なものにする等、コスト削減の機会を発見することさえできていません。財務部門では、社員の経費精算を払い戻す前に、出張規程と照らし合わせて各明細が適正かどうかを判断することができず、現状として、購買担当者は出張管理におけるコンプライアンスを徹底することができていません。しかし、出張管理を購買プロセスと統合させ、包括的な支出管理ソリューションを導入すれば、このような状況を迅速に改善させることが可能になります。

包括的なソリューション + ベストプラクティスのプロセス = 高い支出管理能力と効果

最新テクノロジー、商材商材に関する専門的知識、ベストプラクティスのプロセスを最適に組

み合わせて活用することで、出張経費を管理し、コスト管理の仕組みを改善して業務プロセスを効率化すると共に、出張・経費規定への遵守を強化し、高い効果と ROI(投資回収率)を達成することが可能になります。このようなソリューションは最近まで存在していませんでしたが、出張購買を有効管理することから生まれるコスト削減の効果について、企業が明確に理解してきたことにより、こうしたソリューションが市場に登場し始めました。その具体例として、スPEND マネジメント (Ariba® Spend Management™:企業向け支出管理)ソリューションにおける世界トップベンダーであるアリバは、出張・経費管理の統合ソリューションを市場に発表しました。このソリューションは、出張・経費を他の支出商材と統合させ、ソーシング(調達)から契約、購買、請求・支払、支出分析に至るまで、全ての購買業務プロセスをひとつのシステムで管理することが可能になります。アリバの出張・経費管理のソリューションの主なメリットは、以下の通りです。

- 出張・経費規程への社内遵守を高め、契約されていない単発購買を削減することができます
- 経費データの精度を高め、監査や財務報告書作成プロセスを改善することができます
- 支出の可視性を高め、最適なソーシング(調達)を実現します
- サプライヤとの取引関係の管理を改善します
- 出張カテゴリについての詳細なレポートを作成することができます
- 購入申請や注文書のプロセスを自動化して管理することができます
- 全ての支出商材において、コーポレートカードによる精算を効率的に照合することができます
- 資材、サービス、製品を含む全ての支出商材において、サプライヤとオンラインで接続することができます

ポイントソリューションとは異なり、ソーシング(調達)から契約、購買、請求・支払から支出分析までの全ての購買プロセスの一部として出張購買を管理することができるので、購買部門は、全支出を可視化し、コスト削減の機会を発見することが可能になります。また、購買部門は出張管理の担当者とともに、企業のコスト目標と出張手配における社員の要望の両方を満たすことのできる最適なサプライヤを発見し、サプライヤとの交渉によって有利な契約を獲得することもできます。出張管理者は、テクノロジーとベストプラクティスを使って効果的な出張プロセスを設計、導入でき、また社員は、指定されたサプライヤから契約単価で簡単に出張を手配することができます。さらに財務部門では、発生した出張経費が社内規定に遵守しているかどうか常に確認・把握することができます。

戦略的アプローチ

出張・購買管理は、新たな時代を迎えました。新しい時代には、新しい戦略が必要とされます。支出管理ソリューションとベストプラクティスを企業に取り入れることで、出張管理担当者は、日常的

に出張手配のやり取りだけに従事するのではなく、より高いコスト効果を生み出すための戦略的な業務に注力することができるようになります。この戦略的業務には、新規サプライヤの国内外での評価や、既存サプライヤとの関係強化、最適な契約条件での交渉や経営意思決定をサポートし、企業が最終利益を改善するための必要な支出分析といった作業が含まれます。そして購買部門では、これまで手付かずだった領域でのコスト削減の機会を得ることが実現できるのです。