

支援事例① 株式会社オールハンズ
締め作業のペーパーレス化。より働きやすい環境に。



BEFORE

内職スタッフ約60名分の納品実績集計と
照合作業に、毎月2人で丸2日間かかっていた

AFTER

手書きからデータ入力に変えることで、
入力者も集計者も工数大幅削減

【取材担当者からのコメント】

「毎月発生する社内業務を効率化したいが、進め方がわからない」
「社外の有識者に支援を依頼したことがなく、相談に躊躇がある」
そんな課題感をお持ちの企業様が参考にして頂ける事例です。

株式会社オールハズ 「締め作業のペーパーレス化。より働きやすい環境に。」

業務効率化

働き方改革

- | | | | |
|-----------|-----------------------------|-----------|--|
| ■業種： | 印刷、物流 | ■創業： | 2010年（福岡県本社） |
| ■社員数： | 4名 | ■代表： | 西田 亨 氏 |
| ■商品・サービス： | ①DM発送代行
②流通加工
③物流サービス | ■Mission： | 多様な働き方が求められる未来の為
多様な「In house job」を創造します。 |



デジタル化に取り組む背景

内職さんの地位の底上げ、働きやすい環境提供を目標に、孫請けではなく直請け、適正価格での提供などに積極的に取り組んできた当社。その内職さんにとって負担になっていると感じていた業務を改善したいとの思いでデジタル化に踏み込む。周囲の企業がデジタル化に積極的に取り組んでいない今だからこそ、先手を打った取組をすることが生き残るためにも必要と考えている。

支援前の状況・課題

- ・社内にダイレクトメールの封入作業や商品の箱詰めから包装・梱包を主に担当している内職さんが50~60名おり、1人1人が毎月アナログで納品実績を計算し、紙ベースの納品計算書を作成したうえで、社員に提出していた。
- ・社員2名は受領した納品計算書を取りまとめ、データに改めて打ち込んだうえで、集計・照合しなければならなかった。
- ・その入力作業に2人がかりで約1日、照合作業に1日と、合計2日を要する状態。こうした内職さんやスタッフの負担を減らしたいという想いと、デジタル化をしなければこの先人材不足になったときに更に課題になっていくという危機感から、今回応援隊の活用で踏み切った。

支援内容とその後の成果

- ・該当業務のフローを把握したうえで、内職さんの納品計算書の起票からデジタル化し、自動集計・一括管理できるようにGoogle Spread Sheetを導入。
- ・高齢スタッフに対して丁寧に入力サポートを行うことで、ツールの活用浸透に努めた。結果、2人で2日かかっていた納品計算業務が数時間に短縮された。
- ・スタッフからは「紙に記載していた時は自分の用紙を探すのが大変だったが楽になった」「以前は引き取り・納品の際に所定用紙に記入するため出社し並ぶことがあったが、今は内職用の資材だけ引き取れば自宅でオンライン記入できて楽になった」などの声が挙がっている。
- ・効率化は進んだものの、納品日変更があった案件で照合エラーが出るという課題が一部出てきた。今後は残課題の解決と機能向上での更なる効率化を図るために、RPA導入を検討していく予定。

デジタル化を推進し続けるための工夫・ポイント

- スピードを重視した経営 / 「速さ」こそ競争力強化に不可欠だという経営方針がある。例えば、聞いたことにすぐ答えないままにしているような会社とは、お客様は取引をしたくない。そのようなお客様の視点で考えて早さを大事にしようという意識を持っており、今も見積もりを1時間以内に出す、と決めて行動をしている。デジタル化に関しても、自分たちよりも歴史のある他社よりも先にデジタル化に取り組み先手を打つ意識でやっていく必要があると考えている。
- 有識者の巻き込み / 実際にデジタル化を進めるにあたっては、お金をかけてでも依頼をしてしまう方が時間効率としても良いという考えで、外部に頼るべきところはしっかり頼っており、プロの意見を積極的に聞くようにしている。

今後デジタル化で目指したいこと

これまでデジタル化に関わらず業務効率化に取り組んできていた。例えば、封筒に両面テープを貼るような熟練した人でないと採算が合わない業務を自動化する機械を導入。今後に向けては、業務効率化からビジネス拡大へと注力する方向をシフトし、デジタルも今後売上拡大に向けて活用していく。WEBを中心とした集客施策を本格的に実施するため、現在はその一歩として、ホームページの運用強化や効果的なWEB広告の配信に取り組み始めている。