

トヨタホーム株式会社 様

工事受発注電子化サービス easyHousing 導入事例

現場の利便性はそのままだに、セキュリティ強化を実現 取引先1000社の受発注業務に多要素認証を追加

事例のポイント

課題背景

- ・住宅工事に関わる発注・請負／請求業務のリードタイムを短縮したかった
- ・10年の保管が必要な契約書面の管理負荷が高かった
- ・個人情報保護に向けたセキュリティ強化が求められていた

成果

・受発注業務のデジタル化でリードタイムを短縮

基幹システムと連携するeasyHousingの導入で、工事の受発注／請求業務をデジタル化。スマートフォン対応で、発注から請書の回収までを大幅にスピードアップした

・紙帳票に関わるコストや印紙代の経費を削減

発注書の郵送に加え、契約書類の長期保管に関わるコストと業務負担が削減できた。また請書に貼る印紙代が不要になったことで、取引先のコスト削減も実現した

・多要素認証の導入でセキュリティをさらに強化

グループ会社のガイドラインに沿った個人情報保護対策として、メールによる多要素認証を導入。管理者のみ設定可能な権限設計を行うことで、セキュリティをさらに強化した

導入ソリューション



メールMFAによるeasyHousingのログインは、PC版／スマホ版ともに4ステップ。①ログイン画面へアクセスし、②ユーザーID・パスワードを入力。③登録メールに届くワンタイムパスワード(コード)を入力することで、④通常どおりログインできる。これにより、不正ログインやなりすまし対策を強化できる。



トヨタホーム株式会社
技術・商品開発本部
設計建設推進部 建設推進室
室長

山下 強 氏



トヨタホーム株式会社
技術・商品開発本部
設計建設推進部 建設推進室
安全推進グループグループ長

川合 栄一朗 氏



社 名 トヨタホーム株式会社
所 在 地 名古屋市東区泉1丁目23番22号
創 業 年 1975年(設立:2003年)
資 本 金 129億円
売 上 高 1,787億円(24年度実績)
従 業 員 数 3,942名(25年3月時点)(グループ計)
事 業 内 容 住宅の技術開発、生産、販売、
建設、アフターサービス
U R L <https://www.toyotahome.co.jp/corporate/>

TOYOTA HOME

導入前の背景や課題

受発注業務の効率性を高める easyHousingを活用

ブランドビジョン「Sincerely for You ～人生をぐいっしょに。～」のもと、戸建・分譲・賃貸・まちづくり・リフォームを展開するトヨタホーム様。住まいの約85%を工場生産し、鉄骨ユニット工法で災害に強い住まいを提供しています。

住まいに関わる最高の満足を生涯にわたって提供するため、トヨタホーム様は全国14のグループ販売店を通して、約1000社の協力業者との結びつきを強め、安定した品質とサービスを提供する関係性を構築してきました。その業務スピードと効率性を高めるために導入したのが、NECのeasyHousing

選択のポイント

セキュリティ強化に向けて 多要素認証を導入

そして2025年、トヨタホーム様はeasyHousingにセキュリティ強化機能をオプションで追加しました。それがMFA(多要素認証)によるログインです。「グループ会社では内部からの情報漏えい防止やサイバー攻撃に対応する仕組みとして、『セキュリティガイドライン』を定め、情報セキュリティの徹底に取り組んでいます。その具体策の1つとして、お客様情報を扱っているシステムログインにすべてMFAが必須要件となりました。当社ではもともと協力業者との間で、easyHousingのセキュリティ

導入後の成果

1社の取りこぼしもなく MFA運用がスタート

easyHousingへのMFAログインは2025年1月からスタートし、対象となる協力業者は既に100%が活用しています。また、グループ販売店および協力業者でメンテナンス権限を持つ担当者のみがメールアドレスを登録できるようにしたため、なりすましのリスクも極小化されています。

でした。「それまでは発注書、請書などのやりとりをすべて紙ベースで行っていました。しかし建築業においても電子契約が可能となったことや、リードタイム短縮によるお客様への提供価値を高めるため、当社でもデジタル化を図ることになりました。数あるサービスの中からeasyHousingを選んだのは、信頼性の高いNECのシステムである上、大手住宅メーカーの現場視点が盛り込まれていたこと。さらにグループ会社でも導入済みだったことなどが決め手になりました」と振り返るのは同社の山下 強氏です。同社の基幹システムと連携したeasyHousingは、本社および全国14の販売店で活用され、約1000社の協力業者との間で受発注の電子化を実現しています。

機能も含めた情報漏えい対策を行っていましたが、さらにその発注先となる工事業業者や職人さんが操作する端末も含めた、より厳格なセキュリティが必要になったのです(川合氏)。トヨタホーム様は2023年、easyHousingのセキュリティ強化を図るMFAの導入検討に着手。NECと共に「発注・請負/請求といった中核機能にMFAを連携できること」「管理者のみ設定可能な権限設計」「グループ販売店や協力業者が導入しやすい簡易な操作性とモバイル対応」といった要件を満たすソリューションを模索しました。候補には、ID/パスワードと合わせたメール認証、SMS認証、電話認証、生体認証などが挙げりましたが、最終的に、誰でも容易に操作ができるメール認証を選定しました。

「運用をスムーズに開始できるよう、1年前から販売店向けの説明会を行い、事前準備マニュアルとログインマニュアルを提供して、販売店から協力業者へMFAの説明を徹底してもらうようにしました。利用者のメールアドレス登録も早くから開始したのですが、どうしても思ったようには進みませんでした。本番開始前に登録が終わっていないとeasyHousingにログインできなくなるので、各業者へのフォローを徹底しました(川合氏)。その努力が実り、1社の取りこぼしもなくMFAの活用がスタートしました。現在まで全くトラブルなくセ

「easyHousingは基幹システムと連携しており、既存の原価・経理フローを維持したまま、発注メールを自動送信できます。協力業者もPCやスマートフォンから操作するだけで請書を送信できるため、業務スピードが大幅にアップしました」と語るのは、同社の川合 栄一朗氏です。業務のデジタル化は工事前発注の徹底によるコンプライアンスの遵守やペーパーレス化の効果も生み出し、現在は9割以上の取引先とのやりとりがeasyHousingで行われています。「使い慣れたスマートフォンで操作できるので、現場で発注書がすぐに確認できて便利になった、郵送時間がかからず急ぎの受発注でも余裕ができた、印紙代も必要なくなりとても助かる」といった声が非常に多く、取引先も含めたコスト削減と業務効率向上に大きく寄与しています」と川合氏は評価します。

「モバイル対応を考えると、MFAは個々のスマートフォンの機能にどうしても依存します。また、約1000社もの協力業者に素早くMFAを行き渡らせるためには、複雑な仕組みではなく、安全・確実・低コストであることも不可欠でした」と川合氏は説明します。メールによるMFAログインは、ID/パスワードに加え、システム側からメールで送られてくるワンタイムパスコード(OTP)を入力することで、アカウントのセキュリティを強化する仕組みです。これなら万一パスワードが漏えいしても、不正ログインを防ぎ、セキュリティレベルを大幅に向上できます。メールが受信できる端末なら機種を選ばず導入できることも大きなポイントになりました。

キュアなeasyHousingの運用が行われています。「NECにはセキュリティ要件の落とし込みから、使いやすいログイン画面のUI設計、管理者承認フローの設計支援など、さまざまなアドバイスをいただきました。今後も基幹システムとの連携をさらに強化してeasyHousingの導入効果を最大化していきたいですね(川合氏)。今後もトヨタホーム様では、さまざまなテクノロジーを活用すること、お客様に理想の住まいを提供し続けていく考えです。

NEC 第二製造ソリューション統括部 easyHousing事務局

E-mail: easyhousing@contact.jp.nec.com

- このカタログの内容は改良のために予告なしに仕様・デザインを変更することがありますのでご了承ください。
- 本製品(ソフトウェアを含む)が、外国為替および外国貿易法の規定により、輸出規制品に該当する場合は、日本国外に持ち出す際に日本国政府の輸出許可申請等必要な手続きをお取り下さい。詳しくは、マニュアルまたは各製品に添付しております注意書きをご参照ください。
- 記載の製品名および会社名は、各社の商標または登録商標です。