

未来のグローバル取引に向けて備える： 調達・購買のロードマップ

調達・購買の成熟度を高めてAIレディネスを通じて
調達・購買部門の価値を最大化する方法



AIによる調達・購買の成熟度レベル向上の加速と、 今それが重要な理由

5,000億ドル規模の機会

企業は、市場における先行きの不透明感、複雑化する国際貿易、AI革命を切り抜けていく中で、調達・購買がコンプライアンスと統制に重点を置いた従来通りの受け身の姿勢では、企業の持続的な成長とレジリエンスが阻害されることに急速に気が付きつつあります。

非効率性により最大5,000億ドルが調達・購買プロセスに 滞留し、自動化とAIにより活用されることを待っている

McKinsey, The state of AI: How organizations are rewiring to capture value, 2025年3月12日

スピードとデータは、競争を優位にするうえで重要です。実績のあるAIネイティブ技術を採用する企業は、迅速かつインテリジェントに対応できる態勢が整っています。しかし、多くの企業は**明確な戦略がない**ため、AIを十分に活用できず、脈絡のない実験と不明確な結果に終わっています。AI戦略への継続的な投資を確保するには、検証可能なユースケースにおいて、具体的な価値と真の効率性を示す必要があります。たとえば、不正やサプライヤーリスクの検知、請求書エラーの削減、潜在的なコスト削減機会の特定などです。明確な財務的効果がなければ、AIプロジェクトは打ち切れ、負担の大きなチームへの圧力がさらに大きくなり、企業は競争上不利な立場に追い込まれます。

では、企業は成長とレジリエンスの強化に向けた再投資というこの大いなる財務的機会をどう活用したらよいでしょうか。中核的な支出管理プロセスには、AIを組み込む必要があります。これにより、支出に関する意思決定のあらゆるポイントや、支出行為の前後とその過程で起きていることについてデータを収集します。調達・購買機能が継続的に強化されることで、自動化とAIの全社的な定着が進み、未来のグローバル取引に向けた企業基盤が整います。未来のグローバル取引は、自律型支出管理ネットワークとして行われるため、従来の調達・購買プロセスが不要となり、手作業から解放された部門や担当者は、単なるコスト削減ではなく収益を生み出すような戦略的業務に注力できるようになります。

調達・購買と未来のグローバル取引

AIエージェントに支えられているCoupaの自律型支出管理ネットワークは、バイヤーとサプライヤー間の取引の在り方を再定義しています。バイヤーが条件と運用パラメータを設定すると、AIエージェントがサプライヤーへのソーシング、契約処理、カテゴリディベロップメントから支払回収まで、あらゆる業務をシームレスに処理します。

サプライヤーは、ネットワーク上に商品やサービスを掲載することで、コストのかかる営業やマーケティング活動を省略できます。

どの企業にとっても、信頼できるAIデータと適切なAIネイティブ技術を選択することが、未来に向けた最初の重要なステップとなります。

- **信頼できるAIデータ:** 関連性が高く、タイムリーで、安全かつ倫理的に収集されたデータセット。学習・適応して実際の成果を促進するAIエージェントの原動力となる
- **AIネイティブ技術:** クラウドを前提としてネイティブに構築されたプラットフォームで、あらゆるレイヤーにインテリジェンスとオーケストレーションを組み込むことができる。ビジネスニーズの変化に応じて自動的に適応し迅速に学習・拡張できる

8兆ドル

グローバルな取引支出データ



巨大なネットワーク

1,000万社を超えるバイヤーと サプライヤー

19年間の実績を持つベストプラクティス

[Coupa AIについて詳しく読む](#)

「生成AIはIT支出市場のあらゆる側面に変革をもたらす影響力を持ち、事業運営にAI技術がますます不可欠となる未来を示唆しています」

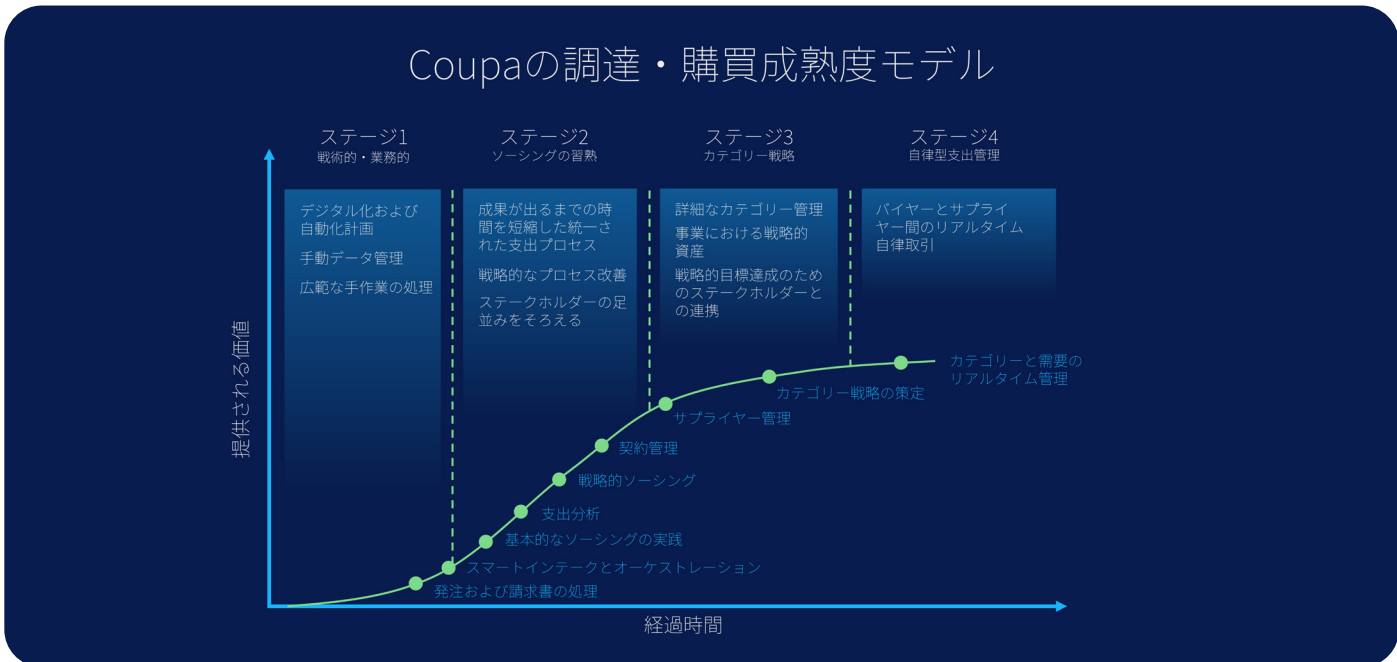
[Gartner](#)

Coupaの調達・購買成熟度モデル

この成熟度モデルは、調達・購買機能の発展における典型的な段階を概説しています。調達・購買が価値のイネーブラーとなりビジネスの競争力強化、成長、成功を支えるために必要とする人材とプロセスに対し、AIネイティブ技術への投資をどのように整合させていくかを大まかに示しています。AIはこのモデルのあらゆる側面を支え、初期段階では自動化インテリジェンスを提供し、その後拡張インテリジェンスへ移行し、最終的には自律型インテリジェンスへと進化します。

調達・購買の成熟度モデルとAIの進化の道筋	
自動化インテリジェンス	AI (人工知能)が補助を行います。人間がインサイトを理解し行動に移します。また反復作業を自動化し効率性を向上させます。
拡張インテリジェンス	AIが副操縦士として機能し、インサイトを基に人間の意思決定を強化します。
自律インテリジェンス*	AIが、事前設定されたガイドラインに基づき、人の介入を最小限にして、意思決定と実行を行います。

* CoupaのAIに関する将来の方向性とビジョン



「今こそ、AI活用の時。今日のように変化の激しい市場では、テクノロジーを活用して先見性を高め、オペレーションを最適化する企業が優位に立ちます。人材をAIに置き換えるのではなく、人材の能力を増強し、テクノロジーとともに進化させることが重要です」

Josh Waldron氏 - Scale AI

自律型支出管理を活用し、継続的に進化

4つの段階を経て進化する中で、企業はCoupa自律型支出管理を完全に活用するようになります。AI自動化とAIエージェントが、ソーシングイベント、インテリジェントな3点照合、スマートインテークとオーケストレーション、支払照合など、S2P(調達から支払い)の全プロセスにおける日常的で反復的なタスクを自動的に処理します。Coupa AIは、世界累計支出額8兆ドル超、1,000万社以上のバイヤーとサプライヤーからなるネットワークの膨大なリアルタイムデータを活用しています。

Coupaの製品戦略ロードマップが、このビジョンをどのように実現するのかをご覧ください。

次のステップを見る

しかし、自律性とは、調達・購買業務が自動操縦で動くことを意味するわけではありません。人間のチームは、手作業のためではなく、戦略とイノベーションを導く上で依然として不可欠です。AIが実行を管理することで、調達・購買責任者は持続可能な調達(ソーシング)プログラムの開発や戦略的サプライヤー関係の構築といった、影響力の大きい取り組みに集中できます。

エージェント型AIジャーニー

ステージ1

戦術的・業務的

基本的なソーシングとガイド付き購買
自動化された発注書から請求書の取り込み
スマートインテークとオーケストレーション
コミュニティデータに支えられたAIと改善案のインサイト

ステージ2

ソーシングの習熟

S2C(調達から契約)の最適化/AIドリブンの業務効率化
AIを活用した支出分類
AIによるガイド付きソーシング
AIを活用したCLM
AIを活用したサプライヤーのリスクとパフォーマンス管理

ステージ3

カテゴリ戦略

AIを活用したカテゴリ戦略
需要計画
インテリジェントなリスク軽減計画とコンプライアンス

ステージ4

自律型支出管理

完全AIドリブンのS2Pプロセス
改善案を活かした最適化
自律的なバリューチェーンのオーケストレーション
サプライベースの革新

調達・購買の4段階の成熟度に応じたエージェント型AIの効果

人材	プロセス	テクノロジー
<p>調達・購買部門は、コンプライアンスの施行者から信頼されるビジネスアドバイザーへと進化を続け、AIエージェント向けのガードレールとビジネスルールの確立に注力しながら、ESG (環境・社会・ガバナンス)、サプライヤーの多様性、リスク軽減における戦略的取り組みを統率しています。</p> <p>手作業でデータ入力を行っていたチームメンバーはデータ分析を行うようになり、組み込みの分析機能を活用してトレンドと機会を特定します。</p> <p>サプライヤーはより主体的に関与し、リアルタイムの業務インサイトを活用して支払状況の管理、カタログ管理ツール、顧客開拓を行い、より協力的パートナーシップを育みます。</p>	<p>インテーク、調達(ソーシング)、請求書処理、支払承認にわたるインテリジェントで自動化されたやり取りはAIエージェントによって管理され、人間のチームは定型業務から解放されます。</p> <p>例外処理やエスカレーションは必要に応じて人間のステークホルダーに転送され、チームは複雑な交渉や規制コンプライアンスに集中できます。これは完全自律運用に必要な業務成熟度を構築する上で重要な要素です。</p>	<p>AIエージェントネイティブのエンゲージメントレイヤーは、スマートインテークとオーケストレーション、インテリジェントな3点照合などの機能により、調達(ソーシング)、契約、購買、支払いの全プロセスにわたる自動化されたインテリジェントなやり取りを可能にします。</p> <p>バイヤーとサプライヤーのあらゆるやり取りがデータポイントとなります。AIエージェントはこれらのやり取りから学習し、Coupaのコミュニティインテリジェンスから得られるドメイン固有の専門知識を適用して、推奨事項やアクションを洗練させていきます。</p> <p>AIエージェントは、単純な助言役から完全自律型システムへと進化しつつあり、企業のニーズに応えるようになっていきます。この進化は基本的なインテリジェンスとガイドンスから始まり、信頼性と能力が成長するにつれて、より複雑なタスクを徐々に自動化していきます。</p>

ステージ1: 戦術的・業務的

購買業務は構造化されておらず事後対応になっています。従業員は独自に調達を行うことが多く、例えば好みの業者から購入し、後で経費精算するといった方法を取ります。一方、財務部門は請求書処理や支払業務に追われ、価格設定、コンプライアンス、不正防止、サービスレベル、需要管理などに注力する時間がほとんどありません。包括的な調達・購買戦略は存在せず、戦術的・業務的な活動のみが行われています。

今こそ、企業はP2P(購買から支払い)の卓越性を実現する強固な基盤を築く絶好の機会です。特にスマートインテーク機能やインテリジェントな3点照合の追加、AIネイティブ技術と統合型の支出管理プラットフォームによるAIレディネスの構築が重要です。この投資により、過重な負担を抱えるチームはプロセスとワークフロー全体を自動化できます。これは、成熟度の高い後期ステージにおいてAIを事業全体に運用する上で不可欠な第一歩となります。

成熟度モデルの早期ステージ

人材	プロセス	テクノロジー
財務部門は、請求書の支払いを確実に行うという厳密な管理機能を担っています。多くの企業には、誰から何をいくらで購入しているかを追跡する調達・購買専門の担当者がいません。	サプライヤー管理のためのプロセスはほとんど、あるいはまったく整備されていません。確立されているプロセスは、通常、請求書の照合と会計処理の正確性の徹底に重点が置かれています。一方で、サプライヤー承認や購買決定のプロセスは、ワークフローの不整合や手動での回覧、遅延などによって滞りがちです。これでは、業務は遅れリスクが生じます。	調達・購買戦略を持たない企業は、調達や契約ライフサイクル管理(CLM)のポイントソリューションを組み合わせ利用しているか、そもそもP2Pテクノロジーがないかのいずれかです。経営陣は、ERPを利用して総勘定元帳の経費勘定に基づく限定的な支出分析を行う傾向があります。

CFOの投資における優先事項

40%

自動化に投資し、手作業の処理とコストを削減する予定

出典: Coupa、2025年CFO戦略調査

61%

自社の基幹ERPやGLプラットフォームのアップグレードに次ぐ最優先事項として購買を位置付ける

出典: AlphaWise, Morgan Stanley Research, 2Q24 Domain Survey

調達・購買における主要な優先事項や課題、およびステージ2への移行方法について詳しくご覧ください。

概要をダウンロード

ステージ2: ソーシングの習熟

企業は、上流活動(調達から契約)と下流活動(購買から支払い)を連携させ、購買を通じて価値を創出・拡大し始めます。さらに正式な購買の役割が生まれ、ソーシング、契約、交渉を管理するようになり、チームはビジネス支出を戦略的手段として捉え始めます。これにより財務、法務、購買部門はステークホルダーと連携し、電子オークションなどの正式なソーシングイベントを数件追加し、正式なインテークや契約プロセスを導入します。また、意思決定の効率化で早期成果を上げ、特定のツールの価値を実証し、技術によるソーシングの拡大に向けた勢いとステークホルダーの支持を構築します。

各部門は初期段階で確立した自動化を基盤とし、ワークフローへの深い組み込みや自動化されたインテリジェンス(ベンチマークなど)の活用を進めます。拡張インテリジェンスも登場し始めます。例えば、サプライヤーからのEメールを発注確認として処理したり、自然言語を用いてユーザーの日常業務をガイドしたりする技術です。

成熟度の進み方は、主に4つの分野に分類されます。

- 基本的なソーシング(調達)
- 支出分析
- 契約管理
- 調達最適化(より複雑なソーシングイベント)

正式な調達・購買役割: 生産性とコスト削減の飛躍的向上

人材	プロセス	テクノロジー
<p>財務、法務、調達・購買部門は、物品やサービスの購入を支援し契約を監督するために採用されます。</p> <p>これらのチームメンバーは、前回の契約交渉はいつ行われたか、契約は締結されているか、この特定のビジネスニーズに対応できる他のサプライヤーは存在するか、といった質問を行います。また、主要な事業の購買のためのソーシングイベントの支援も開始します。</p>	<p>財務、法務、調達・購買部門がソーシングイベントを運営し始めると、ステークホルダーの意見を集約する正式なプロセスを確立し、それらのイベントにおける連携のSLA (サービスレベル契約)を設定します。</p> <p>(詳細は7ステップのソーシングプロセス図を参照)</p> <p>時間を優先的に配分するため、企業はサプライヤー区分プロセス*を通じて重要度に基づきサプライヤーを分類します。</p> <p>* 各企業のサプライヤー区分プロセスはそれぞれ異なります。一般的に、基準には総支出に占める割合、支出の種類、事業にとっての重要度、競合状況などが含まれます。</p>	<p>初期のソーシングイベントから得られる成果を拡大し、四半期ごとに複数のソーシングイベントを管理するには、テクノロジーが必要であることがすぐに明らかになります。</p> <p>業務を効率化し断片化を軽減するため、企業はポイントソリューションから脱却し、統合型P2PやS2Pプラットフォームへの移行を開始します。このエンドツーエンドのアプローチは、ソーシングとインテークを、購買・契約・請求書処理・支払いといった下流業務と連携させます。これにより、単一システム内で可視性と制御を強化し、節減の漏れや契約更新を迅速に特定する能力を実現します。</p>

自動化されたインテリジェンス: リアルタイムベンチマークを強化し、
パフォーマンスの理解と改善を促進

55.3%

支出に占める発注の割合

96.4%

事前承認済み支出率

98.8%

電子処理された発注書の割合

4時間

発注書処理にかかる営業時間

Coupaコミュニティの上位25%に入る企業の実績を反映したこれらのベンチマークは、Coupa AIアルゴリズムによって導き出されたインサイト、改善案、および推奨事項を活用した結果です。

調達・購買、リスク、請求、経費、支払いにおけるトップクラスのパフォーマンスについては、Coupa Clarityの年次総支出管理ベンチマークレポートをご覧ください。[レポートをダウンロード](#)

調達・購買の主要な優先事項と課題、およびステージ3への移行方法について詳しくご覧ください。

概要をダウンロード

ステージ3: カテゴリー戦略

企業はカテゴリー戦略に焦点を当て、広範なビジネス目標に沿ったカテゴリーの最適化を図ることで、総支出管理ソリューションのあらゆるポテンシャルを引き出します。カテゴリーマネージャーは、カテゴリーとサプライヤーの両方に対する完全な可視性を持ち、これらのカテゴリーにおける支出が企業のサステナビリティとレジリエンス目標に与える影響を反映させなければなりません。サプライヤーセグメンテーションは、重複の特定と排除、必要な統合、高価値カテゴリーにおける戦略的調達を通じて、カテゴリーマネージャーが7ステップソーシングプロセスで価値を最大化するのに役立ちます。

この段階で規模拡大を図るには、調達・購買部門は以下の支援ツールを強化する必要があります。

- 事実とデータに基づき、よりスマートで迅速な分析と複数の選定シナリオを提示できる能力
- ビジネスニーズとサプライヤー環境の明確な理解
- 現在および進化するサプライヤー関係に整合した、高水準のリスク許容度

この段階では、企業は拡張インテリジェンスを一貫して活用します。カテゴリーマネージャーはAI搭載ツールを用いて、過去の支出、サプライヤーのパフォーマンス、市場動向をリアルタイムで分析し、機会を見つけ出します。また、上流・下流活動の連携基盤を土台に、支出分析と調達・購買実行の間にカテゴリー戦略エンジンを構築します。

AIを活用したカテゴリー戦略機能により、チームはAIを用いて以下を実現します。

- データの正規化、標準化、分類を行い、戦略構築に必要な適切な分類体系とデータを提供
- 機会を特定し戦略を構築し、次にソーシングパイプラインとサプライヤーへのアクションで運用化して利益率への影響を創出

カテゴリー戦略: ビジネスパートナーシップの構築

人材	プロセス	テクノロジー
専門家の採用により支出カテゴリーに注力し、調達(ソーシング)部門が真のビジネスパートナーとなるよう支援します。 専門家はコスト削減をはるかに超えた価値を提供し、価値重視、総所有コスト、仕様合理化、目標コスト設定、事実に基づく意思決定を推進します。 調達・購買部門は、早々に全社的な戦略的資産と認識され、経営陣の会議に席を置くに至ります。	調達(ソーシング)プロセスは、Responsible (実行責任者)、Accountable (説明責任者)、Consulted (相談対象者)、Informed (情報提供対象者)と呼ばれる明確な責任分担モデル(RACI)で定義されます。多くの企業は、カテゴリー管理から最大の価値を引き出すため、5段階または7段階の調達モデルも採用します。調達責任者は四半期ごとに四半期ビジネスレビュー(QBR)を実施し、サプライヤーのパフォーマンスを測定するとともに、継続的な価値創造の機会を特定します。	ビジネスに最良の結果をもたらすためには、調達・購買部門は財務、サプライチェーン、製品開発部門など、直接的な職務範囲外のステークホルダーと連携する必要があります。 単一プラットフォームアプローチにより、チームはリアルタイムで最適なデータと適切な実行能力を備えた体制が整います。また、ビジネス全体の戦略強化の一環として、購買部門全体がサプライヤーや他部門の目的を理解するのにも役立ちます。

調達・購買の主要な優先事項と課題、およびステージ4への移行方法について詳しくご覧ください。

概要をダウンロード

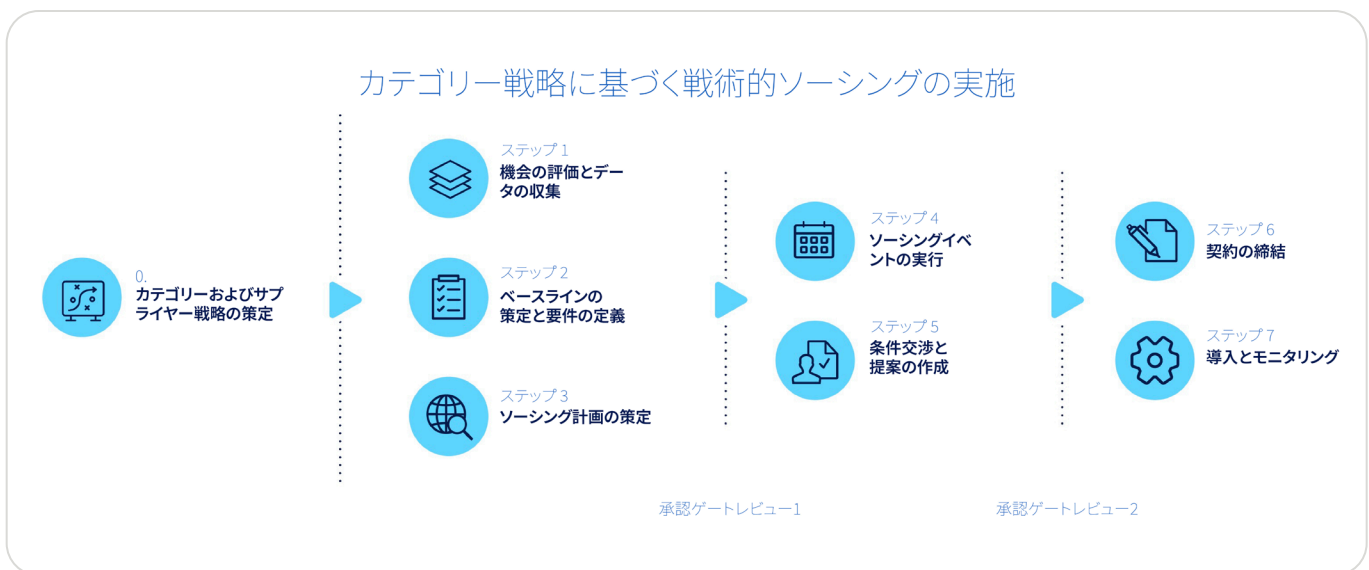
ソーシングから戦略まで: 7ステップソーシングプロセスで最大の価値を獲得

正式なソーシングの導入は、カテゴリー戦略の分析、策定、実行を行い、調達・購買プロセスから得られる価値を最大化するために不可欠です。多くの企業は、この整備を7ステップソーシングプロセスに従って進めています。

このモデルにおいて、最初の最適なステップは、幅広いビジネス要件に対応するための包括的なカテゴリー戦略を策定することです。この戦略的計画が、成功へのロードマップとなります。その後、7段階の調達プロセスが戦略を実行するための戦術的計画として導入されます。

調達・購買の成熟度が上がるにつれ、この統合プロセスの様々な側面に調達・購買部門は焦点を当てることが可能になります。ステージ2に到達した際の目標は、ソーシングプロセスのステップ3から5に注力することで、戦術的実行を形式化することです。これにより、アプローチの標準化を通じて即座に付加価値が生まれます。

ステージ3の成熟度を達成することで、ソーシング責任者は戦略から実行までの全プロセスを統括し、ビジネスにとって真の付加価値パートナーとなることが可能になります。ここでは、サプライヤーのパフォーマンスを測定し、継続的な価値創造の機会を特定し、サプライチェーンとコンプライアンスの両方の取り組みを強化するための統合型プラットフォームを展開できます。これにより、あらゆる行動が最大の価値を生み出し、より広範なビジネス目標と整合することを保証するクローズドループアプローチが構築されます。



ステージ4: 自律型支出管理

企業は各カテゴリーから最大限の価値を引き出します。調達・購買とソーシング部門の責任者はパートナーとして緊密に連携し、ステークホルダーが購買活動やサプライヤー関係から最大の価値を得られるよう支援するとともに、それらのサプライヤーとの連携によりイノベーションを推進する機会を特定します。経営陣は積極的に関与し、全社的な事業目標との整合性を強化するとともに、それがもたらす価値を実証します。

この段階において、調達・購買部門は新たなレベルのレジリエンス(回復力)を経験します。信頼できるAIによる最良のデータと拡張インテリジェンスを利用することで、チームは不況を乗り切り、新たな顧客ニーズに対応できます。そして、これまで以上に多くの手段で変化する市場状況に迅速に対応できます。技術的に、プラットフォームは企業が自律型支出管理を実現するために活用できる状態です。

未来対応型: イノベーションの推進力としての調達・購買部門

人材	プロセス	テクノロジー
<p>調達・購買部門には、サプライヤーの問題点と各カテゴリーにおけるベストプラクティスを理解するカテゴリーマネージャーが配置されています。</p> <p>優れた調達・購買担当者は、ビジネス革新を支える高度な計画プロセスを定義し管理します。彼らは中・長期目標を支援しつつ、サプライチェーンにおける制約要因と機会を特定します。</p>	<p>ソーシング責任者はステークホルダーと連携し、今後1~3年間の戦略計画を見直し、既存および新規のサプライヤー関係を通じて事業目標を支援する方法を調査します。</p> <p>四半期ごとのQBRでは、サプライヤーのロードマップを確認し、新製品や機能、サービスへの早期(および場合によっては独占的)アクセス権を獲得するための交渉を行うことがあります。これにより競争優位性の獲得、新規ビジネスの獲得、新市場の開拓を図ります。</p>	<p>業界トップクラスの調達・購買組織では、直接材、間接材、サービスを含むすべての支出が単一の設計から支払い(D2P)プラットフォームで管理されています。</p> <p>このプラットフォームは、ソーシング、購買、請求書処理、契約、リスク管理、支払処理、経費精算を最初から最後まで処理します。</p> <p>D2Pプロセスの各段階でAIが適用され、自動化による生産性向上を実現し、機械学習アルゴリズムを通じて支出パターン、サプライヤーリスク、業界別パフォーマンスベンチマークに関するインサイトを特定します。</p>

自律型支出管理は今起きている

DX (デジタルトランスフォーメーション)の初期段階にある企業も、調達・購買の成熟度が高い企業も、[現在のパフォーマンスをベンチマーク](#)し、AIがさらなる価値を提供できる影響力の大きい領域を特定することが極めて重要です。

調達・購買の成熟度レベルに関わらず、今こそあらゆる企業が自律型支出管理への道のりを歩み始める絶好の時期です。AIの運用化こそが、リーダー企業とその他の企業を分かち決定的な要素となります。ただし、重要なのは適切なテクノロジーと最良のデータが不可欠で、必ずしもより多くのデータである必要はありません。

未来は思っているより近い

エンタープライズの80%

が、今後2年以内に、エージェント型AIが自社の事業運営に大きな影響を与えると信じている

IDC, The Agentic Evolution of Enterprise Applications, 2025年4月

調達・購買の成熟度が上位4分の1にある企業は、成熟度が低い競合他社と比べて

EBITDAマージンが少なくとも5ポイント高い

McKinsey, Where procurement is going next, 2024年

Coupaはクラウドで生まれたAIネイティブの製品です。Coupaの競争優位性は、クラウドネイティブの起源と、他にはない顧客の許可を受けたデータの規模とスケールに由来します。これにより価値の持続可能な好循環が生まれ、コミュニティ全体でのあらゆる購入、請求書、支払いがシステムのインテリジェンスに蓄積されます。この好循環が、世界最高の自律型支出管理ネットワークを支える理想的な基盤を形成します。

この業界をリードするB2B取引データセットが、Coupa AIの基盤を構成しています。コミュニティから生成された膨大なデータと組み合わせることで、CoupaのAIアルゴリズムは分野固有の専門知識を適用して関連性の高い予測と改善案を提供し、よりスマートな調達・購買判断を実現し、最終的には調達・購買部門が自社の成長エンジンを推進する一助となります。

Coupaを活用した調達・購買について

「調達・購買を包括的に把握することで、企業戦略に沿ったロードマップと戦略を策定できます。私たちは毎年これらの戦略を設定し、毎年確実に達成しています。Coupaなしでは実現できませんでした。その透明性、可視性、そして拡張性こそがその理由です」

Linda Siegert氏、グローバル購買担当シニアディレクター

SailPoint Technologies, Inc.、エンタープライズセキュリティを専門とするテクノロジー企業
世界中に2,600人以上の従業員

「調達・購買と当社のDXが、今や当社の成長と、お客様への約束を果たす能力を支えています。これは本当に素晴らしいことです」

Martin Fog氏、購買、プロセス、デジタル化担当バイスプレジデント

Novo Nordisk、デンマークの多国籍製薬会社
世界中に77,000人以上の従業員

Coupaについて

Coupaは総支出管理をリードするAIプラットフォームです。Coupaはコミュニティが生成した8兆ドルのデータセットを基盤として、AIエージェント、1,000万社以上のバイヤーとサプライヤーのネットワーク、先進のアプリケーションを、1つのプラットフォームで提供し、購入プロセスをシームレスに自動化します。Margin Multiplier™として、Coupaはお客様の利益拡大を支援します。

詳細は、coupa.co.jpをご覧ください。また、[Facebook](#)、[LinkedIn](#)と[X \(Twitter\)](#)でもCoupaをフォローしてください。

