# 食品ITマガジン

ITの力を食品業の力に

Vol.07

特集

# 消費税インボイス制度

## 導入のインパクト

導入事例

株式会社不二家 様

**出荷リードタイムの短縮に成功**
**オペレーションコストも大幅に改善**

株式会社にしき食品 様

**原料～製品までのトレーサビリティ**
**管理や販売データ有効利用**

## 圧倒的な軽さで働き方改革を加速させる超軽量モバイルPC

### ▶ 超軽量約738g*の使いやすいモバイルPC

**持ち運びたくなる軽さ/コンパクトさに加え、ビジネスシーンでの使いやすさも追求**

- 狭額縁設計により、13.3型の大画面ながら12型モバイルPC並みの筐体サイズを実現
- 衝撃、落下、振動、開閉の繰り返しなど、独自の厳しい評価基準をクリアした堅牢設計
- 滑らかな入力と軽いタッチで疲れにくいこだわり設計キーボード
- 豊富なインターフェース装備なので拡張アダプターいらず

＊標準バッテリー搭載時。平均値のため、各製品で質量が異なる場合があります。

### ▶ 多様化する利用シーンに安心を

**テレワークによるゼロトラストネットワーク時代のPCに備えるべきセキュリティに対応**

※1 Windows Hello対応 Webカメラ

※2 Endpoint Management Chip
当社独自の新開発ハードウェア
BIOSにおけるウイルス・マルウェア対策を強化

### ▶ 最新の技術で快適なテレワークを実現

- 無線WAN（5G）モデルでは外出先でもスピーディーなアクセスが可能な5G高速通信（NTTドコモのみ）に対応＊ ＊別途、ドコモとの通信サービス契約などが必要です

## LIFEBOOK U9311/F

MADE IN JAPAN

- ●OS：Windows 10 Pro（64bit）
- ●CPU：インテル® Core™ i7-1185G7
  インテル® Core™ i5-1145G7
  インテル® Core™ i3-1125G4（官公庁・自治体・教育機関・SOHO・個人事業者向けになります。）
- ●液晶：13.3型フルHD（1920×1080ドット）
- ●バッテリー駆動時間※3：約11.0時間（標準バッテリー）、約23.0時間（大容量バッテリー〔タッチパネル非対応モデル〕）

※3 JEITAバッテリー動作時間測定法（Ver2.0）に基づいて測定。

### テレワークに最適な富士通のモバイルパソコン

13.3型スリムコンバーチブル

**LIFEBOOK U9311X/F** 薄くて軽いペン内蔵 2 in 1

Windows 10

Windows 10 Pro powers the world's largest selection of business devices from leading manufacturers, creating a wide spectrum of devices that can meet the most exacting standards of performance, security, design, and experiences.

ITの力を食品業の力に

# 食品ITマガジン

Vol.07

## 食品ITマガジンとは？

食品ITマガジンは内田洋行が発行する食品業界のIT導入事例や、食に関するお役立ち情報、最新の業界動向などを紹介する情報誌です。
今後も各分野で活躍する皆様にご協力いただきながら、様々な情報を発信して参ります。
Vol.7は、「消費税インボイス制度」についてアクタス税理士法人代表社員の加藤幸人氏より解説いただきます。

## Contents


特集 P.4〜7

**消費税インボイス制度**
**導入のインパクト**

アクタス税理士法人 代表社員　税理士
加藤 幸人 氏

導入事例 P.8〜11

出荷リードタイムの短縮に成功
オペレーションコストも大幅に改善
株式会社不二家 様

原料〜製品までのトレーサビリティ管理や
販売データ有効利用
株式会社にしき食品 様

連載コラム P.12〜13

中小食品メーカーのマーケティング戦略
第3回 強いブランドを生み出す方法
静岡県立大学 経営情報学部 教授
岩崎 邦彦 氏

イベントガイド P.14

WEB配信セミナーのご紹介
脱属人化！最新の自動認識ソリューションで食の安心・安全を！
食品製造業・外食業界の事例ご紹介
株式会社サトー
グローバル営業本部 東京支社 食品営業部
株式会社内田洋行
情報ソリューション事業部

食品製造業様向け 利益確保を狙う原価管理セミナー
アットストリームパートナーズ合同会社
公認会計士
川上 徹 氏

特集

# 消費税インボイス制度導入のインパクト

執筆者
加藤 幸人氏
アクタス税理士法人 代表社員 税理士

東京と大阪を中心に５拠点、総勢約170名で構成する会計事務所グループ「アクタス」の代表を務める。税理士は、「接客・サービス・コンサル業」であるという考えにもとづき、いつもお客様の立場になって徹底的に考え、経営視点でのコンサルティングを提供している。セミナー講師も数多く行っており、受講者目線で、わかりやすく丁寧な解説には定評がある。

## 1 インボイス制度とは

消費税は、令和元年10月1日より軽減税率が導入され複数税率制度になりましたが、その複数税率に対応した仕入税額控除の方式として、令和５年10月１日から「適格請求書等保存方式」（いわゆる「インボイス制度」）が導入されます。

消費税は、課税売上げに係る消費税額から、課税仕入れ等に係る消費税額を控除（仕入税額控除）し、課税事業者が納付します。買手側が仕入税額控除を受けるためには、帳簿及び請求書等の保存が要件となっておりますが、この保存すべき請求書等は、原則として、適格請求書発行事業者から交付を受けた適格請求書等になります。

一方で売手側は、国内において課税資産の譲渡等を行った場合に、課税事業者である相手方からの求めに応じて適格請求書の交付の義務が生じます。適格請求書を発行するためには、適格請求書発行事業者の登録を行う必要があります。

## 2 適格請求書発行事業者の登録

### 1. 登録制度の概要

適格請求書を交付できるのは、適格請求書発行事業者に限られます。事前に、納税地を所轄する税務署長に適格請求書発行事業者の登録申請書を提出し、適格請求書発行事業者の登録を行う必要があります。なお、適格請求書発行事業者は、課税事業者でなければ登録を受けることができません。従って免税事業者については課税事業者を選択し、適格請求書発行事業者の登録を行う必要があります。

### 2. 登録のスケジュール

登録申請書は、令和３年10月１日から提出することができます。適格請求書等保存方式が導入される令和５年10月１日から登録を受けるためには、原則として、令和５年３月31日までに登録申請書を提出する必要があります。ただし、困難な事情がある場合には、令和５年９月30日までに申請すればよいという経過措置がありますが、その場合の「困難な事情」の程度は問わないこととされています。

### 3. 登録番号等

登録の申請を受けた税務署長は、氏名又は名称及び登録番号等を適格請求書発行事業者登録簿に登載し、登録を行い、その旨を書面で通知します。登録された事項は、インターネットを通じて公表されます。なお、登録番号の構成は、法人番号を有する課税事業者は「T＋法人番号」、それ以外の課税事業者（個人事業者、人格のない社団等）は、「T＋数字13桁」になります。

## 3 適格請求書発行事業者の義務（売手側）

### 1. 適格請求書の交付

適格請求書発行事業者が、国内において課税資産の譲渡等を行った場合に、課税事業者である相手方からの求めに応じて、適格請求書を交付する義務があります。そのほか、返品や値引き等の売上げに係る対価の返還等を行った場合の適格返還請求書の交付義務や、修正した適格請求書の交付義務もあります。これらの交付は書面だけでなく、適格請求書に係る電磁的記録で提供することができます。

### 2. 適格請求書の写しの保存

適格請求書発行事業者には、交付した適格請求書の写し及び提供した適格請求書に係る電磁的記録の保存義務があります。交付した日又は提供した日の属する課税期間の末日の翌日から２月を経過した日から７年間、納税地又はその取引に係る事務所、事業所その他これらに準ずるものの所在地に保存しなければなりません。

### 3. 交付義務の免除

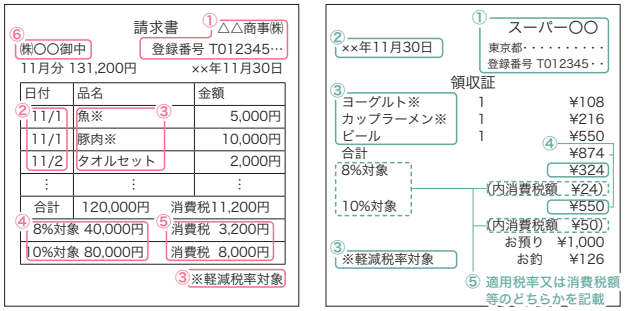
適格請求書発行事業者が行う事業の性質上、適格請求書を交付することが困難な、公共交通機関による旅客の運送で3万円未満の取引や、自動販売機及び自動サービス機により行われる商品の販売等で3万円未満の取引等、一定の取引については適格請求書の交付義務が免除されます。

## 4 適格請求書の記載事項

適格請求書の記載事項は次表のとおりです。なお、小売業、飲食店業、タクシー業等の不特定多数の者に対して資産の譲渡等を行う事業については、適格請求書の記載事項を簡易なものとした適格簡易請求書を交付することができます。

■ 適格請求書等の記載事項

| 適格請求書 | 適格簡易請求書※ |
|---|---|
| ①適格請求書発行事業者の氏名又は名称及び登録番号<br>②取引年月日<br>③取引内容（軽減税率の対象品目である旨）<br>④税率ごとに区分して合計した対価の額（税抜き又は税込み）及び適用税率<br>⑤税率ごとに区分した消費税額等（端数処理は一請求書当たり、税率ごとに一回ずつ）<br>⑥書類の交付を受ける事業者の氏名または名称 | ①適格請求書発行事業者の氏名又は名称及び登録番号<br>②取引年月日<br>③取引内容（軽減税率の対象品目である旨）<br>④税率ごとに区分して合計した対価の額（税抜き又は税込み）<br>⑤税率ごとに区分した消費税額等（端数処理は一請求書当たり、税率ごとに一回ずつ）又は適用税率<br>※不特定多数の者に対して販売等を行う小売業、飲食店業、タクシー業等の取引について、交付することができます。 |




※国税庁「消費税　軽減税率制度の手引き」（令和2年8月版）より

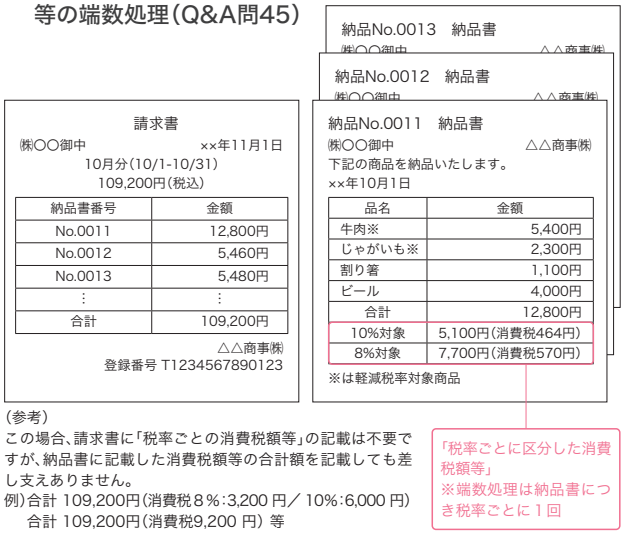
適格請求書の様式は、法令等で特に定められてはおりません。必要な事項が記載された書類であれば、請求書、納品書、領収書、レシート等その名称を問わず適格請求書に該当します。これらの記載事項は、一の書類のみで全ての内容を満たさなくても、例えば納品書と請求書との関係のように、交付された書類の相互の関連が明確であり、交付された事業者が内容を適正に認識できる場合には、これら複数の書類全体で適格請求書の記載事項を満たすことになります。

## 5 売手側におけるその他の注意点

### 1. 適格請求書の端数処理

適格請求書の記載事項である消費税額等については、一の適格請求書につき、税率ごとに1回の端数処理を行います。切上げ、切捨て、四捨五入などの端数処理の方法については、任意の方法とすることができます。なお、一の適格請求書に記載されている個々の商品ごとに消費税額等を計算し、1円未満の端数処理を行い、その合計額を消費税額等として記載することは認められません。また、納品書に「税率ごとに区分した消費税額等」を記載するため、納品書につき税率ごとに1回の端数処理を行うことは認められます。

■ 複数書類で適格請求書の記載事項を満たす場合の消費税額等の端数処理（Q&A問45）



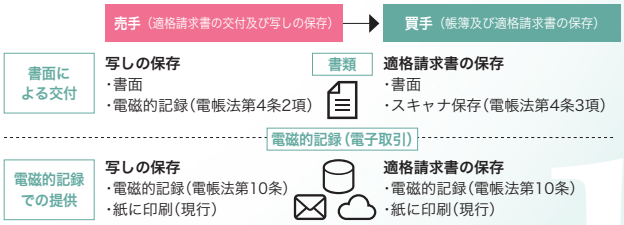

（参考）
この場合、請求書に「税率ごとの消費税額等」の記載は不要ですが、納品書に記載した消費税額等の合計額を記載しても差し支えありません。
例）合計 109,200円（消費税8％：3,200円／10％：6,000円）
　合計 109,200円（消費税9,200円）等

※消費税の仕入税額控除制度における適格請求書等保存方式に関するQ＆A 平成30年6月（令和2年9月改訂）国税庁　問45（複数書類で適格請求書の記載事項を満たす場合の消費税額等の端数処理）より

### 2. 適格請求書の電磁的記録での提供及び保存

適格請求書発行事業者が交付又は保存する適格請求書は、書面に代えて電磁的記録によることが可能です。電磁的記録での提供には、光ディスク、磁気テープ等の記録用の媒体による提供のほか、いわゆるEDI取引を通じた提供や、電子メールによる提供、インターネット上のサイトを通じた電子データでの提供が該当します。電子帳簿保存法による電磁的記録の保存要件は、令和3年度税制改正で改正がありますので注意が必要です。

■ 電磁的記録での保存と電子帳簿保存法の関係（現行制度）




### 3. 適格返還請求書

適格請求書発行事業者は、課税事業者に売上げに係る対価の返還等を行う場合、適格返還請求書を交付する義務があります。適格返還請求書の記載事項は、適格請求書とほぼ同様ですが、異なる点は「売上げに係る対価の返還等の基となった課税資産の譲渡等を行った年月日」の記載が必要となる点です。

この年月日の記載は、課税期間の範囲内で一定の期間の記載で差し支えなく、例えば、月単位や「○月～△月分」といった記載も認められます。また、返品等の処理を合理的な方法により継続して行っているのであれば、返品等の処理に基づき合理的と認められる年月日、例えば「前月末日」や「最終販売年月日」などを記載することが認められます。

## 6 仕入税額控除の要件（買手側）

適格請求書等保存方式では、一定の事項が記載された帳簿及び請求書等の保存が仕入税額控除の要件となります。

### 1. 帳簿の記載事項

帳簿の記載事項は、課税仕入れの相手方の氏名又は名称、年月日、内容（軽減対象取引である旨）、支払対価の額であり、現行の区分記載請求書等保存方式での帳簿の記載事項と同様です。

### 2. 請求書等の範囲

保存すべき請求書等は、次のものが含まれます。

①適格請求書又は適格簡易請求書
②適格請求書の記載事項が記載された仕入明細書等（課税仕入相手方の確認を受けたものに限る）
③卸売市場において委託を受けて卸売の業務として行われる生鮮食料品等の譲渡等について受託者から交付を受ける一定の書類
④上記①から③の書類に係る電磁的記録

### 3. 帳簿のみの保存で仕入税額控除が認められる場合

請求書等の交付を受けることが困難であるなどの理由により、一定の取引については、一定の事項を記載した帳簿のみの保存で仕入税額控除が認められます。例えば、従業員等に支給する通常必要と認められる出張旅費等（出張旅費、宿泊費、日当及び通勤手当）などは帳簿のみの保存で仕入税額控除ができます。

### 4. 免税事業者からの仕入に係る経過措置

適格請求書等保存方式の導入後は、免税事業者や消費者など適格請求書発行事業者以外の者から行った課税仕入れについて、仕入税額控除ができなくなります。ただし、制度導入後6年間は、仕入税額相当額の一定割合を仕入税額として控除できる経過措置があります。

■ 経過措置

①令和５年10月１日から令和８年９月30日までの期間
・・・・仕入税額相当額の80%

②令和８年10月１日から令和11年９月30日までの期間
・・・仕入税額相当額の50%

この経過措置の適用にあたっては、免税事業者から受領する区分記載請求書等と同様の事項が記載された請求書等の保存と、この経過措置の適用を受ける旨を記載した帳簿の保存が必要となります。

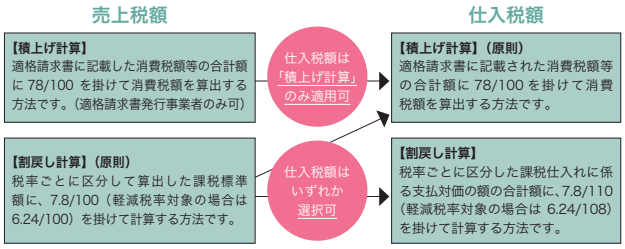
### 5. 仕入明細書での仕入税額控除

仕入税額控除にあたっては、買手が作成する一定の事項が記載された仕入明細書等を保存することで適用を受けることができます。仕入明細書は、課税仕入れの相手方である売手側の確認を受けたものに限られますので注意が必要です。

## 7 税額の計算方法

令和5年10月1日以降の売上税額及び仕入税額の計算は、①適格請求書に記載のある消費税額等を積み上げて計算する「積上げ計算」、②適用税率ごとの取引総額を割り戻して計算する「割戻し計算」、を選択することができます。

■ 税額計算の方法




※国税庁 「消費税の仕入税額控除の方式として適格請求書等保存方式が導入されます」（平成 30 年４月）（令和２年６月改訂）より

### 1. 売上税額の計算方法

売上税額の計算は、原則は「割戻し計算」ですが、取引先ごとに「割戻し計算」と「積上げ計算」を分けて適用するなど併用も認められます。なお、売上税額を「積上げ計算」により計算した場合、仕入税額も「積上げ計算」により計算しなければなりません。

①原則【割戻し計算】
税率ごとに区分した課税期間中の課税資産の譲渡等の税込価額の合計額をもとに割り戻して売上税額を算出する方法。
②特例【積上げ計算】
相手方に交付した適格請求書等記載した消費税額等の合計額をもとに売上税額とする方法。

### 2. 仕入税額の計算方法

仕入税額の計算は、原則は「積上げ計算」ですが、さらに「請求書等積上げ計算」と「帳簿積上げ計算」に区分されま

す。原則の「積上げ計算」における2つの計算方法の併用は認められますが、原則である「積上げ計算」と、特例である「割戻し計算」の併用は認められません。

①原則【積上げ計算】

ア. 請求書等積上げ計算

交付された適格請求書などの請求書等に記載された消費税額等をもとに仕入税額を算出する方法。

イ. 帳簿積上げ計算

課税仕入れの都度、課税仕入れに係る支払対価の額に110分の10（軽減税率の場合は108分の8）を乗じて算出した金額（1円未満の端数が生じたときは、端数を切捨て又は四捨五入）を仮払消費税額等として帳簿に計上している場合には、その金額をもとに仕入税額控除を計算する方法。

②特例【割戻し計算】

税率ごとに区分した課税期間中の課税仕入れ等の合計額（税込）をもとに割り戻して仕入税額を算出する方法。

## 8 検討・準備すべき事項

### 1. 売手側

①請求書発行システム等の準備対応

販売管理システムや請求書発行システムは、適格請求書の記載事項に対応したシステムに改修する必要があります。自社開発のシステム等を使用している場合や、パッケージシステムでもカスタマイズを行っている場合には、システム改修等に時間を要すことが想定されるため早めの準備対応が必要です。

②適格請求書の端数処理

端数処理は、納品書につき一回の端数処理を行うのか、締日に発行する合計請求書において一回の端数処理を行うのかを検討し、システム改修を検討する必要があります。

③売上請求書に関する電子帳簿保存法の活用

適格請求書は、電磁的記録での交付と保存が認められるため、電子請求書など売上に係る請求書発行手続を電子化しペーパーレス化する機会としていただきたいです。電磁的記録での保存要件を定めた電子帳簿保存法は、令和３年度税制改正で大幅な要件緩和等が行われますので、その点をふまえた対応が望ましいです。電子取引については、書面に印刷して保存するという代替的な方法が認められなくなる予定ですので注意が必要です。

### 2. 買手側

①免税事業者からの仕入れ等の経過措置における経理処理

令和3年2月に「消費税経理処理通達」が改正されました。免税事業者からの仕入等については、仕入税額控除できる金額を仮払消費税等勘定として、それ以外は対価の額という扱いになります。自社開発の財務会計システムを利用している場合、税抜処理についてシステムはどう対応するかなどを検討する必要があります。

②受領する請求書等に関する電子帳簿保存法の活用

受領する請求書等が書面である場合には、一定の要件のもとでスキャンして保存すれば、その書面を廃棄することができる電子帳簿保存法「スキャナ保存制度」の活用が考えられます。このスキャナ保存制度は、令和３年度税制改正で大幅に要件緩和がされますので利用の検討が必要です。なお、電子取引については、上記１③の売手側と同様に注意が必要です。

③免税事業者との関係

インボイス制度では、原則として、適格請求書発行事業者でない免税事業者からの仕入れについては仕入税額控除を行うことができなくなります。免税事業者との取引条件を見直すことも考えられますが、その際には、消費税転嫁対策特別措置法や独禁法や下請法等の法律に抵触することのないように対応することが必要です。

④適格請求書発行事業者の登録番号との突き合わせ

適格請求書の記載事項である適格請求書発行事業者名や登録番号などは、国税庁のＨＰで公表されます。それを自社システムに連動させて自動的に検証ができるシステムなども検討していく必要があります。

## 9 最後に

令和3年10月からは適格請求書発行事業者の登録が開始されますので、令和5年10月からの適格請求書等保存方式について、徐々に関心が高まっていくことが予想されます。多くの課税事業者において、適格請求書に対応したシステム改修が必要となり、システム改修を行うべき事業者はかなりの数になることが想定されます。システム改修のためのＳＥ不足も想定されますので、早め早めの準備対応をおすすめ致します。

Case Study 01

株式会社不二家 様

# 出荷リードタイムの短縮に成功 オペレーションコストも大幅に改善

**お客様概要**

| | |
|---|---|
| 事業内容 | 菓子・食品・アイスクリームなどの製造卸売、洋菓子販売チェーン店・喫茶及び飲食店の経営、不動産事業　他 |
| 代表者 | 代表取締役会長　山田 憲典／代表取締役社長　河村 宣行 |
| 資本金 | 182億8,014万円 |
| 従業員数 | 1,161名 |
| 所在地 | 東京都文京区大塚2-15-6 |
| URL | https://www.fujiya-peko.co.jp/ |

富士裾野工場

**導入システム**

スーパーカクテルCore FOODs販売

**導入のメリット**

- ■出荷リードタイムの短縮
- ■オペレーションコストを削減
- ■伝票発行にまつわる業務の時間短縮と効率化

株式会社不二家は、1910年に横浜元町で創業した、110年の歴史を持つ老舗の菓子メーカー。同年12月にクリスマスケーキを販売したことでも知られています。「ミルキー」や「カントリーマアム」など誰もが知っているロングセラー菓子は、イメージマスコットのペコちゃん、ポコちゃんとともに多くの人に愛されています。

店舗を運営しケーキ等を製造販売する洋菓子事業と、スーパーやコンビニエンスストアで販売する日持ちのする菓子を扱う菓子事業の2つの事業を柱とする同社。今回、菓子事業の在庫物流システムとしてスーパーカクテルを導入。2019年10月から本稼働しています。その経緯を、営業本部物流部 部長小山直俊様、吉川圭志様に伺いました。

## 導入の目的と背景
### 伝票発行の時間を短縮したい

同社の菓子物流が担う範囲は各工場で生産した商品を、全国7カ所の出荷拠点に配送し、そこからスーパーやコンビニエンスストアなど各得意先様に納品しています。販売品目数は季節限定商品も含め250～400点。

不二家様　ブランドシンボル

スーパーカクテル導入の経緯を、小山氏はこう語ります。

「当社の基幹システムは20年ほど前に手組したオリジナルの古いシステムで、とにかく紙の運用がベースでした。受注から納品までの流れを見ると、各拠点の担当者が、基幹システムから出力された紙に受注内容を手書きし、受注センターにFAX送信。FAXを受けた受注センターは、手書きの数字を1件1件手入力し、人の手でダブルチェックした後、ようやく伝票が発行されます。これを外部委託の物流業者に送付し、そこから商品のピッキング⇒積込⇒発送⇒納品という流れです。当社の伝票発行が遅れると、物流業者に迷惑がかかることになります。伝票発行までの時間をもっと短縮できないかというのが悩みでした」。

基幹システムのリプレースを待たずに物流部門だけでも改善できないかということで、情報収集を始めました。

## 導入の決め手は？
### 将来を見据えた提案力

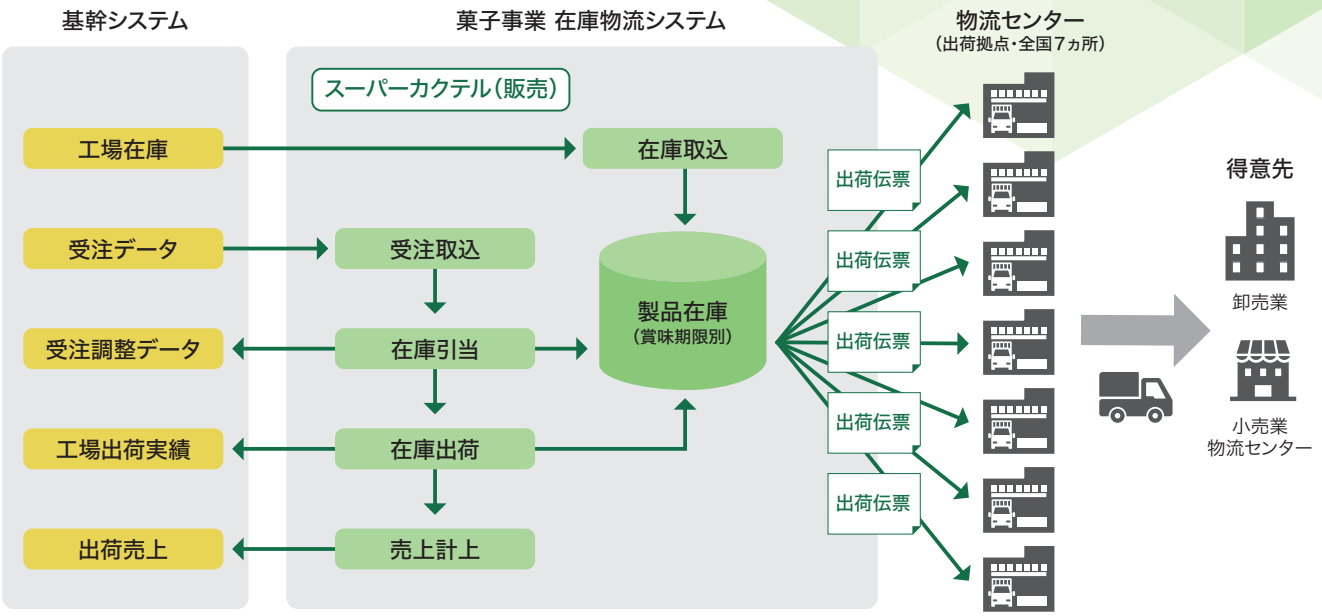
既存の基幹システムは、グループのシステム子会社が構築したものでしたが、それを含め4社からの提案がありました。「価格的には子会社が一番安かったのですが、決め手となったのは内田洋行の提案力ですね。スーパーカクテルの将来の拡張性を踏まえた提案に魅力を感じました。」と小山氏は振り返ります。

## 導入の経緯
### 各拠点のフォーマットを統一

2018年10月に導入プロジェクトがキックオフ。

導入にあたり、現状の業務を見直したところ、工場から物流拠点へ製品を入庫する際の配送計画書が各工場でばらばらだったので、スーパーカクテルの仕様に合わせてフォーマットを統一。

## システム構成図




そのほか、菓子業界特有の商習慣も鑑みて、若干のカスタマイズも行いました。

スーパーカクテルにデータを移行した後、2019年5月に2回ほど試運転及び並行稼動を経て、2019年6月から本稼働しました。

### 導入の効果
### 伝票発行にかかる時間の短縮

導入によって「かなりの効率化が実現した」と小山氏。

午前中の注文分を締めて伝票発行し、物流拠点に送るまでに、従来は13時半までかかっていたものが、12時半には完了。1時間の短縮となりました。ダブルチェック等、手作業もなくなったため、人件費の削減にもつながりました。「30分も短縮できればいいほうだと思っていたので期待以上でした」（同）

物流拠点からも「伝票が早く届くので助かっている」という声が挙がっているそうです。「物流拠点は他の菓子メーカーとも共配しているので、他社に迷惑をかける心配もなくなり、大変助かっています」（同）。

今までは午前中のみ注文を受け付けていましたが、スーパーカクテル導入後は午後も注文を受ける態勢になり、こちらも想定より30分早く伝票発行できているそうです。

### 導入時の苦労
### 新システム導入の不安を払拭

新しいシステム導入にはつきものですが、前向きな人もいれば、不安を表す人もいました。

内田洋行のSEも同行して各拠点を回り、使用法をレクチャー。「まずはやってみましょうよ」と、導入に踏み切りました。「実際に使ってみて、明らかに時間が短縮され、現場の負担も軽くなることを実感すると、当初の不安感もなくなりました」と吉川氏は振り返ります。

### 今後の展望
### トレーサビリティ管理が課題

「目下の課題はトレーサビリティ」と小山氏。食品メーカーとしては避けられないこのテーマ、次のバージョンアップ時での実現を検討中だそうです。

「現在は賞味期限ごとに製品を管理していますが、今後はロット番号で納品先まで追跡できるようにしたい。そのためにはロットごとの倉庫スペースも必要ですし、各物流拠点のWMS（倉庫管理システム）とも連携しなければなりません。物流拠点は外部委託なので、各社ごとにWMSが異なり、簡単に連携できないのが課題ですね。また、将来的には基幹システムとすべてのデータを連携させたいのですが、まずはスーパーカクテルだけでどこまでできるかを検討しているところです」（同）。

### 内田洋行について
### 今後の提案にも期待

「トラブルがあるとすぐに対応していただけるし、毎月定例会も開催していただいています。今後の提案にも期待しています」

不二家　数寄屋橋店

Case Study 02

株式会社にしき食品 様

# 原料～製品までのトレーサビリティ管理や販売データ有効利用

NISHIKIYA KITCHEN

**お客様概要**

| | |
|---|---|
| 事業内容 | レトルト食品製造 |
| 設立 | 1952年3月 |
| 資本金 | 3,000万円 |
| 従業員数 | 310名（2019年11月現在） |
| 本社所在地 | 宮城県岩沼市下野郷字新関迎265番地1 |
| URL | https://www.nishiki-shokuhin.jp/ |

**導入システム**

スーパーカクテルデュオFOODs
販売・生産・原価

**導入のメリット**

■不定貫品など原料の単位がバラバラでも統一単位へ変換し管理を可能に
■手書き対応していた納品書や請求書は、希望する形でシステムから抽出できるようになり迅速な顧客対応を実現

にしき食品は1939年に仙台市で、佃煮製造業者として創業しました。1975年にレトルト殺菌装置を導入し、現在は市販向けにレモンクリームカレーやパスタソースなどレトルト食品の製造・販売を主軸に事業展開をしています。コロナ禍の巣ごもり需要や通販市場で販売実績も拡張傾向です。

(左)一番人気の「レモンクリームチキンカレー」
(右)北海道産の甘みの強いとうもろこしのペーストを使用した「コーンポタージュ」

## 導入の背景

**『スーパーカクテルデュオFOODs』導入当時の御社の状況を教えてください。**

### トレーサビリティのシステム化で質の向上を目指して

商品はPB・NB合わせて500アイテム程あり、属人的な管理では対応できない状況になりました。2008年に内田洋行ＩＴソリューションズ（内田洋行ITS）が、スーパーカクテルデュオFOODs（スパカク＝内田洋行製）を提案しました。導入以前のシステムはハードも老朽化しサーバが止まると復旧までに2日以上かかることもありました。当時は食の安全に関して消費者の目が厳しくなっており「原料～製品までのトレーサビリティ(トレサビ)をシステム化し、質を向上したい（三浦専務取締役）」という思いがありました。営業面ではシステムからの販売データ出力を容易にして有効利用したいとも考えており、スパカクの導入を決めました。

## 選定時の状況

**新システム選定時の状況はいかがでしたか。**

### システム化されている工場の視察も

システム導入時、スパカクを含め3社から検討しました。検討にあたり、シ

化学調味料・香料・着色料に頼らず厳選素材で作られた本格カレーは、充実した多彩なメニュー

生産能力増強のために新設された「空港南工場」が2020年1月より稼働

2021年1月27日 仙台パルコ本館1階にオープンした「NISHIKIYA KITCHEN」はイートイン併設店

ステム化されている工場の視察も行いました。「3社比較して、自社の規模・運用形態に一番近いと感じ、内田洋行ITSのSEの熱意も伝わったためスパカクを選択しました」と三浦氏は当時を振り返ります。2009年3月の新年度に併せ稼働するため、2月中は旧システムと平行稼働しました。

### 先入れ先出し徹底

導入までの業務改善として倉庫の担当者任せだった賞味期限管理も先入れ先出しを徹底し、賞味期限の早いものをリスト化し、システム上で管理された在庫を出荷できるようにしました。得意先の賞味期限管理に対する要求も高まっていました。

### 重量管理機能

食品製造業では一般的だが、原料の単位が液ものや不定貫品などでバラバラでした。システム上でそれらをkgに変換し管理できるようカスタマイズをしました。

## 導入後の効果

**実際に『スーパーカクテルデュオFOODs』を導入してどのような効果がありましたか？**

### 迅速な顧客対応を実現

スパカク以前は、複雑化する得意先のニーズにシステムが対応できず、納品書や請求書の手書き対応も求められていました。販売データの出力は管理部門が一括対応しており、営業がすぐに利用できる形でデータを提供できていませんでした。現在は、営業が求める形でシステムから抽出でき迅速に顧客対応ができるようになりました。導入後、販売管理は当初の目標をほぼ達成できています。一方、生産管理では原料の賞味期限データ入力に課題があります。トレサビ向上に向けてスパカクとは別に倉庫管理システムも構築中です。原料の棚卸しにはハンディーターミナルを導入し、スパカクや生産設備とのデータ連携も検討しています。

## 今後の展望

**今後の課題や展望はございますか？**

### 原料誤投入防止や製造工程をチェックできるシステムの構築を目指して

今後はトレサビも含めて食の安全に対してさらに注力をしていく意向だそうです。原料や在庫の管理を徹底し「原料誤投入防止や製造工程をチェックできるシステムの構築を目指している」と三浦氏。

宮城県岩沼市のにしき食品本社・工場に併設する直営店舗

連載コラム　中小食品メーカーのマーケティング戦略

# 第3回：強いブランドを生み出す方法

執筆者

静岡県立大学
経営情報学部
教授

岩崎 邦彦氏

静岡県立大学 経営情報学部 教授・学長補佐・地域経営研究センター長 博士（農業経済学）。
専攻は、マーケティング。とくに、地域や中小企業に関するマーケティングを主な研究テーマとしている。
これらの業績により、日本観光研究学会賞、日本地域学会賞、世界緑茶協会 学術研究大賞、財団法人商工総合研究所 中小企業研究奨励賞などを受賞。
著書に、「地域引力を高める 観光ブランドの教科書（日本観光研究学会観光著作賞）」「農業のマーケティング教科書：食と農のおいしいつなぎかた」「小さな会社を強くするブランドづくりの教科書」「引き算する勇気：会社を強くする逆転発想」（いずれも日本経済新聞出版社）などがある。
公職は、静岡県地域づくりアドバイザー、中小企業診断士国家試験委員、世界緑茶協会世界緑茶コンテスト審査委員、近江米振興協会オーガニック近江米ブランディングアドバイザーなど多数。


## ●ブランドは「品質」を超える

突然だが、ここに全く同じ価格、同じ品質の２つの牛肉のステーキがあるとしよう。ひとつには、「松阪牛」と書いてある。もうひとつには「静岡和牛」と書いてある。

あなたは、どちらを選ぶだろうか。繰り返すが、価格、品質は全く同じだ。

「松阪牛」

「静岡和牛」

全国の消費者に聞いてみた。結果は表１に示したとおりである。

まったく同じ品質と価格にもかかわらず、「松阪牛」を選んだ人の割合は、「静岡和牛」の20倍だ。

これがブランドの力である。

まったく同じ品質であったとしても、選ばれるものと選ばれないものがある。選ばれるのは、「強いブランド」だ。

表1：松阪牛　vs　静岡和牛

| 松阪牛 | どちらともいえない | 静岡和牛 |
|---|---|---|
| 72.9% | 23.4% | 3.7% |

出所）岩崎「小さな会社を強くするブランドづくりの教科書」

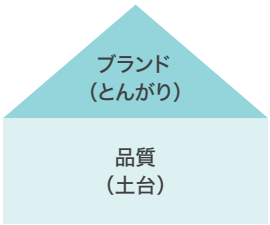
## ●モノづくり ≠ ブランドづくり

牛肉のステーキの例が示すように、選ばれるためには、品質を超えた「何か」が欠かせない。では、品質を超えた「何か」とは何か。

それが、「ブランド」だ。

「ブランドづくり」は、「モノづくり」を超える。ブランドとは、品質を超えた「とんがり」である（図２）。

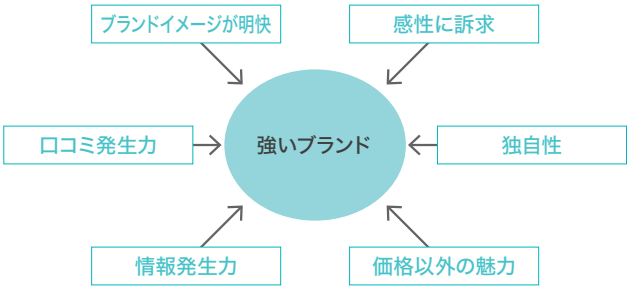
図2：ブランドは、品質を超えた「とんがり」




## ●「強いブランド」にはどのような特性があるのか

では、どうすれば、強いブランドは生まれるのだろうか。以下では、「消費者調査」と「経営者調査」から導出された、強いブランドに共通する６つの特性を紹介しよう（図３）。ブランドづくりの方向性がみえてくるはずだ。

図3：「強いブランド」の6つの特性




出所）岩崎「小さな会社を強くするブランドづくりの教科書」より作成

### 強いブランドの特性①　イメージが明快である

強いブランドに共通するもっとも重要な特性は、「イメージが明快である」ということだ。

ブランド名を聞いたときに、買い手の心の中にイメージが浮かぶから、選ばれるのである。名前を聞いても、イメージが浮かばなければ、選ばれることはない。

では、どうすれば、買い手の心に、明快な「ブランド・イメージ」をつくることができるのだろうか。

そのためには、売り手側が「ブランド・アイデンティティ」

引用文献:
岩崎邦彦「小さな会社を強くするブランドづくりの教科書」
(日本経済新聞出版社)

(ブランドの理想の姿)を明確化することが欠かせない。

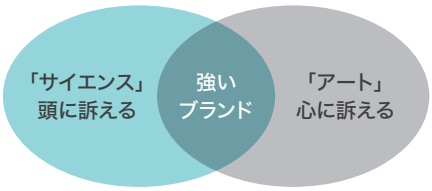
「ブランド・アイデンティティ」と「ブランド・イメージ」は、原因と結果の関係だ。明快なブランド・イメージをつくるためには、明確なブランド・アイデンティティが前提になる。

### 強いブランドの特性②　感性に訴求している

強いブランドは、顧客の「理性」(頭)だけでなく、顧客の「感性」(心)にも訴求している(図4)。

顧客を引きつけるためには、ネーミング、パッケージ、デザイン、物語、接客などで、顧客の感性に訴えていくことが欠かせない。

図4:強いブランドは、買い手の「頭」と「心」に訴える




### 強いブランドの特性③　独自性がある

「無難」「平凡」は、どれもブランドづくりのNGワードだ。

まだ世の中に「難」が多かった過去は、「無難」だから選ばれた。かつて、日本が貧しかった時代は、「平凡」が魅力だった。

だが、今は違う。今は、「無難=難有(なんあり)」の時代である。「平凡」という名の雑誌も、今は廃刊だ。強いブランドをつくりたければ、「脱・無難」、「脱・平凡」で、周りがやっていないことをやる必要がある。

### 強いブランドの特性④　価格以外の魅力で顧客を引きつけている

価格を下げなければ顧客を生み出せないとすれば、それは「ブランド」ではなく、ただの「商品」だ。

消費者がブランドに求めているのは、「低い価格」ではなく、「高い価値」である。強いブランドをつくるためには、「いかに安く売るか」ではなく、「いかに、安く売らないか」に知恵を絞るべきだろう。

### 強いブランドの特性⑤　情報発生力がある

強いブランドには、「情報発生力」がある。「発信力」ではない。「発生力」だ。

具体的には、新聞、テレビ、雑誌などのメディア経由で、そのブランドがとり上げられやすいということである。

自分で「この商品はすばらしい」と広告するよりも、「この商品はすばらしい」とメディアが伝えてくれた方が、はるかに信頼性が高く、説得力も強い。

### 強いブランドの特性⑥　口コミ発生力がある

強いブランドには、「口コミ発生力」がある。「顧客が、顧客を生み出す」というメカニズムが作用しているということだ。

次の2つのメッセージのどちらにひかれるだろうか。

- **「このスイーツ、とても美味しいの」(友人・知人の言葉)**
- **「当社のスイーツは、とても美味しいです」(売り手の言葉)**

消費者に聞くと、圧倒的に多くの人が友人・知人の言葉にひかれると回答する。売り手の言葉よりも、知人・友人の口コミが勝るということだ。

## ●「ブランド」は成り行き任せでは、できない

今回は、強いブランドに共通する条件をみてきた。これらの条件に、ブランドづくりのヒントがあるはずだ。

- **その商品は、イメージが明快だろうか**
- **消費者の感性に訴求しているだろうか**
- **独自性があるだろうか**
- **価格以外の魅力で消費者を引きつけているだろうか**
- **メディアに取り上げられることはあるだろうか**
- **消費者が口コミをしやすい特徴があるだろうか**

強いブランドは、成り行き任せではできない。戦略性と創造性を持ってつくりあげるものである。

# Event guide

WEB配信セミナーのご紹介

## UCHIDAビジネスITオンラインセミナー

UCHIDA Business IT online seminar

**IT関連の旬な情報と解決策を**
**オンライン(Youtube)でご提供！**

- 自宅や会社などどこからでも参加できます！
- スマートフォン・タブレット端末からも参加できます！
- 会場まで移動する必要がありません！

### 脱属人化！最新の自動認識ソリューションで食の安心・安全を！
### 食品製造業・外食業界の事例ご紹介

講師　株式会社サトー
グローバル営業本部 東京支社 食品営業部

株式会社内田洋行
情報ソリューション事業部

SATO Powered On Site

**▮概要説明**

感染症対策、HACCP義務化、顧客ニーズの変化、人材不足…ニューノーマル時代の食品最前線は？工場や店舗に求められる管理手法が急変する今、生産性と安全性の担保が課題になっています。今回は、調味料製造業/外食業のお客様の改善事例を中心に、自動認識のソリューションに強みのあるサトーと内田洋行によるセッション形式でお送りします！

▮セミナー配信日
**2021年5月28日(金)16:00~16:50**

**WEBでお申し込み受付中！**
www.uchida.co.jp/it-online/

## 食品業様業務支援セミナー

### 食品製造業様向け 利益確保を狙う原価管理セミナー

講師　アットストリームパートナーズ合同会社
公認会計士　川上 徹 氏

内田洋行ITソリューションズ × @Stream Business Consulting

**▮概要説明**

食品製造業にとっても、自社の原価管理のあり方を磨いていくことは、現場実務と経営判断を支える上での大きな課題です。そこで、原価管理の仕組みづくりをどのように進めていくのか、さらに、利益確保に向けてはどのような見方、使い方が求められるのか、本セミナーではその考え方の一例をご紹介させて頂きます。

### 食品製造業で手軽に始める原価管理・生産管理

▮セミナー配信日
**2021年5月18日(火)**

講師　内田洋行ITソリューションズ

**▮概要説明**

製造業にとって原価管理は最も重要な課題である一方で、ハードルが高そうなイメージも…。パッケージシステムで「原価計算」を簡単にスタートさせるための生産管理/原価管理の手法について、ご紹介いたします。

**WEBでお申し込み受付中！**
www.uchida-it.co.jp/seminar/

UCHIDA

## 情報の価値化と
## 知の協創をデザインする。

2021年、内田洋行グループは111周年を迎えました。受け継がれてきたのは開拓を続けるDNA。これまで培ってきた膨大なデータや知見を、ICTやIoT、AIといった先進のテクノロジーで人が創造力を最大限に発揮するために。私たちがこれから起こすイノベーションが、まだ誰も想像していない新しい世界をつくる。

■お問い合わせ［お客様相談センター］
**0120-077-266**
（受付時間 9:00～17:00土・日・祝日を除く）

株式会社内田洋行 広報部
〒104-8282 東京都中央区新川2-4-7
TEL：03-3555-4072　FAX：03-3555-4620
E-mail：info@uchida.co.jp　www.uchida.co.jp

次号予告

**特集** 食品表示のギモンを解決

# 食品ITマガジン Vol. 7

**【企画・発行】**
株式会社内田洋行　事業企画部
株式会社内田洋行ITソリューションズ　企画部

**【制作・デザイン】**
株式会社デジタル・アド・サービス

**株式会社内田洋行**
〒135-0016　東京都江東区東陽2-3-25　住生興和東陽町ビル
TEL：03-6659-7083
https://www.uchida.co.jp/cocktail/

**株式会社内田洋行ITソリューションズ**
〒105-0004
東京都港区新橋６丁目１番１１号　Daiwa御成門ビル
TEL：03-5777-5315
https://www.food.uchida-it.co.jp/

禁転写転載

## 編集後記

今号はインボイス特集でしたが、世の中では4月から消費税の総額表示の義務化が始まりましたね。以前は昼食を食べに行き、安いなと思って入った店が実は税別表示で全然お得感が無くなったといった経験もあったのですが、ようやく解消されるのですね。しかしながら10%の差額に驚き、消費税を意識していたのが有耶無耶になると思うと一概に良いこととも言えないのかも。個人的にはこれ以上消費税が上がらないことを願うばかりです。
（S.F.）

「インボイス制度導入のインパクト」はいかがでしたでしょうか。令和5年10月１日スタートなので、「軽減税率に対応したばかりだし、まだ２年もあるし・・・」２年前の軽減税率は、皆様のような食品を扱う企業がおもな対象でしたが、今回のインボイス制度はほとんどの課税事業者が対象になるので、ケタ違いに多くの企業が対応を迫られます。まずは自社の「請求書発行システム改修の要否」をご確認いただき、合わせてデジタル化・ペーパーレス化のご検討をオススメ致します。
（T.K.）

株式会社内田洋行
株式会社内田洋行ITソリューションズ
〒135-0016 東京都江東区東陽2-3-25 住生興和東陽町ビル TEL：03-6659-7083
〒105-0004 東京都港区新橋 6-1-11Daiwa 御成門ビル TEL：03-5777-5315

UCHIDA