

特集

食品表示の ギモンを解決



Nutrition Facts			
Serving Size 1 medium tomato (180g)			
Amount Per Serving			
Calories 32	Calories from Fat 3		
		% Daily Value*	
Total Fat 0g			1%
Saturated Fat 0g			0%
Trans Fat			
Cholesterol 0mg			0%
Sodium 9mg			0%
Total Carbohydrate 7g			2%
Dietary Fiber 2g			9%
Sugars 5g			
Protein 2g			
Vitamin A	30%	Vitamin C	42%
Calcium	2%	Iron	4%
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:			
Total Fat	Less than	2,000	2,500
Sat Fat	Less than	65g	80g
Cholesterol	Less than	20g	25g
Sodium	Less than	300mg	300mg
Total Carbohydrate	Less than	2,400mg	2,400mg
Fiber		30g	375g
Calories per gram:			
Fat 9		25g	30g
Carbohydrate 4			
Protein 4			

導入事例

株式会社ロマンライフ 様

事業部や店舗のデータを連携
BI 活用でデータを見える化し
業務を劇的に効率化

株式会社 半兵衛麴 様

食品業パッケージを採用して
業務フローを再構築
高度な次元で在庫管理実現



軽

*手のひら静脈センサーはカスタムメイドです。

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型の大きな画面ながら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

確実な本人認証



*1 Windows Hello対応 Webカメラ

データ保護



ウイルス・マルウェア対策



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

LIFEBOOK U9311/F

- 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™ i5-1135G7 (官公庁・自治体・教育機関・SOHO・個人事業者向けになります。)
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* : 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))

*標準モデルの場合。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



▶ 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

Modernize your business: Windows 10 Pro devices.
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.08

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.8は、「食品表示のギモン」について食品安全教育研究所 代表の河岸宏和氏より解説いただきます。



Contents

特集

P.4~7

食品表示のギモンを 解決

～食品表示への質問にすべて答えられますか?～

食品安全教育研究所 代表
河岸 宏和 氏

導入事例

P.8~11

事業部や店舗のデータを連携
BI活用でデータを見える化し業務を劇的に効率化

株式会社ロマンライフ 様

食品業パッケージを採用して業務フローを再構築
高度な次元で在庫管理実現

株式会社半兵衛麴 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4回 「引き算」のマーケティング

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

過去開催されたセミナーのアーカイブ動画をラインナップ!

食品業向け HACCP 対応の効率化やペーパーレスなど
ITソリューション紹介やお役立ちコンテンツ

食品市場の動向と需要予測 販路と収益拡大セミナー

株式会社 矢野経済研究所
フードサイエンスユニット フードグループ
大簗 麻奈 氏

食品表示の ギモンを解決

Q

食品表示への質問に
すべて答えられ
ますか？

- ☐ 賞味期限は何故二年持つのですか
- ☐ アミノ酸は何グラム入っていますか
- ☐ 包装資材の捨て方を教えてください



執筆者

河岸 宏和氏 食品安全教育研究所 代表

■ 経歴

1958年1月北海道生まれ。帯広畜産大学を卒業後、農場から食卓までの品質管理を実践中。これまでに経験した品質管理業務は、養鶏場、食肉処理場、ハムソーセージ工場、餃子・シュウマイ工場、コンビニエンスストア向け総菜工場、玉子加工品工場、配送流通センター、スーパーマーケット厨房衛生管理など多数。毎年100箇所以上の食品工場点検、教育を行っている。

✓ 表示は一括表示だけではない

お客様の事を考えて表示しているか

表示は原材料、添加物を表示している一括表示だけでなく、栄養成分、包装資材のプラマーク、品名、説明書きまでを含めてお客様の目に触れる物がすべて表示となります。

表示を作成するときには、表示を必要としている方の事を常に考えて表示を作成する必要があります。良質な食品は、安全で、おいしく、健康に対する機能が備わっている物です。大切な人の健康を考えて、商品を購入する方は、食品表示のすべてを確認しながら食材を選び購入します。

✓ 表示の管理方法について

大手の食品工場では表示の作成担当者、チェック担当者がそれぞれ専門部署であるために、商品表示ミスは少ない

のですが、中小の食品工場では、製造責任者が表示の知識のないまま、過去からの経験、営業の言われるままに表示を行っている場合を多く見かけます。製造責任者に表示の事を質問しても「表示の事は担当者に任せているから」と答えるのは、自分の仕事の責任を放棄していると言えるでしょう。表示を作成する方の知識が無いために結果として法律上不適切な表示をよく見かけます。商品の発売時点では、表示が適切であっても、原料事情などにより原料配合を変更しても、原材料表示、添加物表示はそのまましてしまい、結果として商品の表示が間違えてしまっている場合があります。特に、得意先から言われるままに「北海道コロッケ」、「北海道生乳使用」などといった品名、商品のコメントをつけてしまうと優良誤認表示になる場合がありますので注意が必要です。食品表示に関する法律は毎年変化するものだ

と思って最新の情報を確認しながら表示作成の対応を行う事が大切なのです。食品表示は、製品に書かれている表示だけでなく、製品の近くに貼られているポスター、POP、店内放送、のぼりなども、関係省庁からの指導の対象になります。例えば、北海道の形をした容器に入れた弁当は、食材が北海道産か製造者が北海道であると認識されてしまいます。北海道と書かれたのぼりが立てられた、売り場に並んでいる弁当はすべて、北海道産の食材で作られた弁当か、北海道で作られた弁当と認識してしまいます。もし、埼玉で作られた弁当で、北海道産の原材料が一切使われていなければ、「偽装表示」という事になります。店頭で販売のマネキンさんが、「北海道のお弁当いかがですか」と売り場で声をを出していると、その売り場が全て北海道産とわれてしまいます。私もスーパーの物産展で「新潟燕三条・関、金物市」の大きなのぼりが上がっている売り場に、品だしをしている段ボール箱には「made in China」と表記されているのを見ました。売り場の方に聞くと「関の方が中国で指導して作っているから問題無い」と話されました。もちろん私は、売り場責任者と大きな声でお話をしたものです。少なくとも、北海道で製造しているか、メインの食材が北海道の食材であることが必要です。



✓ 賞味期限の終期は理論理屈が必要

缶詰、レトルト殺菌のように細菌が完全に死滅した商品を除けば食品は必ず細菌により腐敗してしまいます。滅菌を行っていない食品を賞味期限まで日持ちさせるためには、商品を日持ちさせるための理論理屈が必要です。昔ながらの梅干しは、梅を漬けるときに塩を20%配合し漬けていまし

た。昔ながらの梅干しは、かびることなく、室温で保存をすることができました。食品を日持ちさせる理屈は、なぜ「塩を20%使用すると室温でかびなどが生えないか」が科学的に説明できないとならないのです。カステラなどのお菓子類でも定めた賞味期限まで日持ちさせるためには理論理屈が必要になります。理論理屈があり、理屈をまず工程表に落とし込み、工程表どおり製造する事が大切なのです。食品がなぜ日持ちするかの理由がわからない開発の方が、塩分を落として薄味で設計し、食感を良くするために殺菌時間、温度などを変更してしまうと、賞味期限前に問題を起こしてしまう結果となるのです。お客様から質問をされたときに、「賞味期限まで保管した検査結果があります」と言う答えだけでなく、「こういう理論、理屈で商品が変質しないのです」といった説明が出来る事が必要です。

✓ 理論が無いのに配合を変更しない

現状の細菌検査では問題無い商品を、時代に合わせるために、薄味に改良して新商品開発を行うときには、「なぜ日持ちをするか」の理論理屈を理解して、開発する事が必要なのです。現状の商品の賞味期限を延長するときにも、延長できる理屈が説明できる方が設計し、設計した商品が設計通り製造できている事を確認するために、細菌検査を行うのです。商品を試作し、細菌検査結果が賞味期限まで問題無かったからといって安易に新商品を発売すべきでは無いのです。特に包装後の二次殺菌、レトルト殺菌を行わない商品については、包装室がたまたま綺麗で二次汚染が無かったときに、日持ちしてしまったのかもしれませんが。包装室で起こりうる危害を十分に考え、商品を設計すべきなのです。

✓ お客様の質問に答えられますか

食品表示法は2013年6月28日に公布され、2015年4月1日に施行されました。今回の改正は「わかりやすい食品表示」を求めて様々な法律が一元化され、加工食品と生鮮食品の区分の統一、製造所固有記号の使用に係わるルールの変更、アレルギー表示に係わるルールの変更、栄養成分表示の義務化、栄養強調表示に係わるルールの変更、栄養機能食品に係わるルールの変更、原材料名表示等に係わるルールの変更、表示レイアウトの改善などが変更されます。2022年4月1日からは、原料原産地表示の猶予期間が終

わり、一括表示の原材料の配合が一番多い原材料に産地表示を行う事が求められます。ハムであれば、豚肉(国産)と表示する必要がある、国産とアメリカの原料を使用したソーセージなどは、豚肉(国産、アメリカ)と表示することが求められます。また、砂糖、小麦粉のように原料を加工する商品は、砂糖(国内製造)と表記することが必要です。詳細は、最新の農林水産省の資料での確認が必要です。食品の表示は、毎年のように変更されています。使用できる添加物の種類、添加物の表記方法なども変更があるので、必ず最新の情報を入手保管し、常に確認する事が必要です。

✓ 一括表示の作成

一括表示の原材料名の欄には、原材料が多い順に表示され、続いて食品添加物が多い順に表示していますが、食品表示法では、原材料と食品添加物を明確に区分して表示することが義務づけられました。例としては、原材料と食品添加物の間に「/ スラッシュ」を入れる、改行する、ラインを入れて区別するなどが示されています。食品表示法の変更により、固有記号の変更などに興味が行きがちですが、食品の表示は、お客様目線で本当にお客様の知りたい情報が表示されているかを再度考えるべきです。お客様に専門知識が無くても、アレルゲン、添加物、原材料が理解でき、お客様が知りたい情報がわかりやすく伝わる表示を作成すべきです。お客様から「使用している添加物の使用量が知りたい」という問い合わせがあったときに、公表できる範囲で、「添加物の使用量は、100gあたり、アミノ酸は何グラムです」と答えられる事が必要です。市場で販売されている商品の中には、図のようにいいかげんな表示の物も多数存在します。特に、飲食店のテイクアウト商品、出前商品の中には、一切表示のないものも存在します。食器のまま出前していた時代であれば、出前が届いたら直ぐに食べていたものでも、プラスチック製の容器に詰められた出前品は、コンビニ弁当のように、次の日に食べられるかもしれません。いつまで安全に食べる事ができるか、アレルゲンは何が入っているかなど、最低限の表示は必要だと思っています。一括表示だけでなく、栄養成分表示が必要になりました。栄養成分の表示は、検査した値だけでなく、計算値、推定値なども認められており、一般的には、使用した原材料から計算されています。表示した栄養成分値は、必ず修正アットウォーター法で

計算を行い確認する事が必要です。基本的には、たんぱく質(4kcal/g)、脂質(9kcal/g)、炭水化物(4kcal/g)のエネルギー換算係数を乗じ、その総和がエネルギーとなります。製造者の欄には、製造者名だけでなく、住所、お客様からの電話が受けることのできる電話番号の表記が必要です。プラスチック容器などは、廃棄方法、リサイクル方法の解る、プラマークの表記が必要です。

不適切な表示

名 称	弁 当
品 名	おにぎり(2個入)
原 材 料	米、塩、海苔
消費期限	21,4.28
220円 税別	237円 税込
製造者	
 2 3 1 0 8 5 3 1 0 2 2 0 1 栄養成分表示(サンプル分析による推定値) 100gあたり	
エネルギー	たんぱく質
脂質	炭水化物
食塩相当量	

正しい表示内容

① 品名
② 名称
③ 原材料/添加物(一部にアレルゲン) すべて書く必要あり
④ 内容量
⑤ 保存方法
⑥ 消費期限 賞味期限
⑦ 製造者 コールセンター
⑧ カロリー表示 →アットウォーター
⑨ リサイクル表示
⑩ 価格(税込み)

✓ 包装資材の変更、入荷時の確認

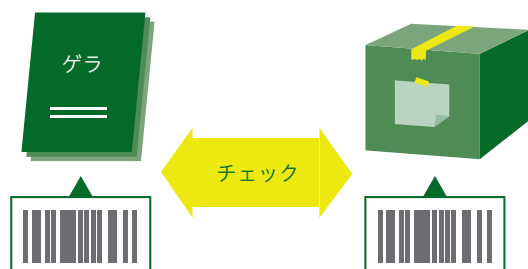
包装資材の変更時

食品工場では、季節ごと、キャンペーン時に包装資材のデザインを変更する場合があります。月曜日製造から包装資材の切り替えとするとときに、前日の日曜日に変更分の包装資材で製造してしまうと、製造した商品は、出荷することができなくなってしまいます。製品自体に問題が無くても、製造した商

品は不良品ということになってしまいます。特に、新しいフィルムが入荷した時点で段ボール箱から出して、資材倉庫に保管するときに、フィルムの表面に「何月何日から使用分」と大きく表示し、間違えない工夫が必要です。フィルムの保管場所の棚にも「何月何日から使用分」と表示し、チェーンなどで括り、鍵を掛けるくらいの事がが必要です。キャンペーンなどが終了し、使用しなくなり廃棄するフィルムは、重さを量り、フィルム名を記録し、廃棄します。この場合、どのように廃棄されるかの確認を行い、確実に焼却などの処分がされていることを、マニフェストを見るだけでなく、抜き打ちで確認する事がが必要です。確実に廃棄するといった業者が山中に不法投棄し、新聞一面にあなたの工場の製品フィルムが載ってしまう可能性があることを忘れてはなりません。

初回受け入れ時の確認

包装フィルム、段ボール箱等の包装資材を受け入れるときにどんな確認を行っていますか。特に新商品などで工場に初めて入ってくる包装資材には注意が必要です。包装資材の確認は、注文時に納品先と打ち合わせをして交わした、仕様書と同じかどうかを確認します。包装資材の外観、厚さ、高さ、幅、材質などが仕様書どおりかどうかの確認が必要です。フィルムの厚さなどはマイクロメーター等を使用し測定します。フィルム、ラベルなどは、入荷時点では段ボールの中に入っているので、段ボールを開けないと確認ができません。しかし、入荷場で開けてしまうと、異物混入上の問題があるので、フィルムなら1ショット分、ラベルなら1枚を、段ボールの表面にメーカーの方で貼ってもらうようにします。荷受け時に段ボールの表面に貼ってある物を剥がして仕様書と確認を行います。一括表示の文字の内容などを確認しますが、バーコードが印刷されている包装資材は必ずバーコードリーダーを使用して、機械的に読み取りが可能かどうかを確認します。バーコードが印刷上正しく見えても、印刷の微妙なずれなどで、リーダーで読まない場合があるので注意が必要です。



✓ 初回納品ロットと差異が無いか

初回入荷時と同じ製造ロットの包装資材であれば、数量の確認だけで問題は無いのですが、製造ロットが異なる場合は、初回ロットの包装資材と材質、表示内容などが異ならないかの確認が必要です。私の経験でも、包装フィルムの印刷の色が異なった事、一括表示の文字が何故か異なっていた事、バーコードが読めなかった事等がありました。印刷物は初回の版を用いて次のロットも製造するので、初回製造と異なっても色くらいしか考えられないのですが、印刷会社で、初回の版を無くしてしまったため誤字が発生してしまいました。

✓ まとめ

食品表示は、製品に書かれている表示だけでなく、製品の近くに貼られている、ポスター、POP、店内放送、のぼりなども、関係省庁からの指導の対象になります。最近では、ネット販売の文言も指導の対象になっています。お客様からの問い合わせに直ぐに答えられるように、原材料表示の計算の根拠、栄養成分表示の計算の根拠といった、最終商品に関わる物だけでなく、ネット販売の文言の状況、店頭販売のPOPの状況などを含めて、直ぐにお客様に説明できるように、日常的に情報を集め、ファイリングしておく事が重要です。



事業部や店舗のデータを連携 BI活用でデータを見える化し業務を劇的に効率化

お客様概要

事業内容	マールブランシュ事業部(洋菓子の製造・販売)、 佗家事業部(レストラン運営、食品の販売)
代表者	代表取締役社長 河内誠
資本金	3000万円
従業員数	650名
所在地	京都府京都市山科区大塚北溝町30
URL	http://www.romanlife.co.jp/



導入システム

- ・スーパーカクテルデュオFOODs
- ・Dr.SUM EA

導入のメリット

- 売上・発注・生産などのデータ連携
- 店舗データ(売上・顧客情報)と基幹システムを連携させ経営データに活用
- 業務の劇的な改善
- 賞味期限管理の自動化

ロマンライフ様は1951年に京都の咖啡店「純喫茶ロマン」として創業しました。1956年にロマンフーズとして株式会社化し、1989年に現在の社名に変更。「食を通じて「ありがとう」の喜びをリレーする」をモットーにしています。日本人の感性に合った洋菓子製造・販売を行うマールブランシュ事業と、外食運営や食品販売を行う佗家(わびや)事業が2本柱となっています。

コロナ禍において、観光客が激減し、売上にも少なからず打撃を受けましたが、ステイホームによる自家需要が増加し売上に貢献しています。従来はギフト需要が中心でしたが、ECサイトの運営を強化することで自家需要を取り込み売上を伸ばしました。また、洋生菓子のデリバリーも開始(京都市内・会員限定)し、ギフト以外の新たな需要に手応えを感じているといいます。「お菓子は生活必需品ではありませんが、幸せ必需品と考えています。おいしいお菓子を食べて、また明日もがんばろうと思っていただけたら嬉しいですね」と、経営サポート部ITグループの清水智子様。

同社では、2015年に「スーパーカクテルデュオFOODs」を導入。その経緯や効果を清水様に伺いました。

導入の背景

システム入替を機に、事業・店舗ごとのデータ連携を実現したい

パッケージの基幹システムをカスタマイズして利用していた同社では、システム老朽化に伴いシステム刷新を検討していました。これまでの課題として、各事業部や店舗のデータが連携しておらず、売上管理では、各店舗の売上データを紙で出力し基幹システムに手入力していました。またシステム刷新を機に、POSデータと基幹システムも連携したいと考えました。

導入の経緯

7つの目標を掲げ、慎重に導入を検討

2013年9月にシステム入替に向けたプロジェクトをキックオフしました。

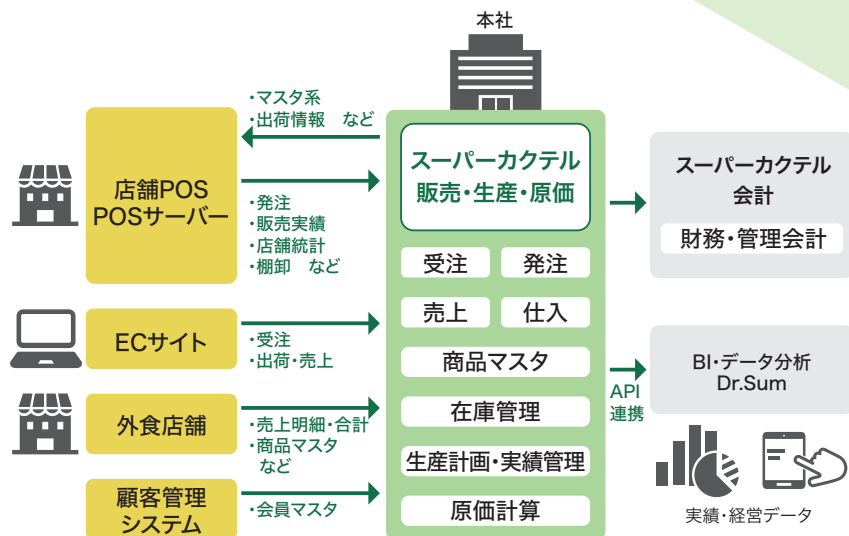
「8社のシステムを比較検討し、導入実績が豊富で食品業界に特化したシステムであるスーパーカクテルデュオFOODsに決定しました。内田洋行は食品業に精通していて業界独自の言語や業界特性、慣習にも詳しく、サポートSEも洋菓子業界に明るかったため、安心感がありました」

同社では、システム入替にあたって次の7つの目標を掲げていました。

- ① 販売管理・生産管理のシステム連携
- ② 顧客管理のシステム化
- ③ 商品安全性の可視化
- ④ 利益向上が実現できる仕組の構築
- ⑤ マールブランシュ事業、佗家事業のオペレーションの統合
- ⑥ 現場オペレーションの簡素化
- ⑦ システム環境とデータ連携の最適化

これを踏まえて、業務の棚卸やシステム要件定義を進め2015年3月に第1次稼働。先行して稼働していたPOSシステムのデータを導入し、売上や顧客データを基幹システムに連携し、データ収集しやすい環境を構築しました。2015年10月に第2次稼働として、会計システムとの連携やBI分析ツール(Dr.SUM EA)を導入しました。「24時間365日稼働しているという業務の特性上、全体構想の実現まで2年の時間を要しましたが、無事システム本稼働となりました」と清水氏は当時の苦労を振り返ります。

システム構成図



MALEBRANCHE
京都 北山

導入の効果

業務の平準化とタイムリーな 経営データの提供

誰かが休んでもサポートできる体制に

「以前はシステム部門がなく、ITが得意な人が担っていました。スーパーカクテル導入に際しITグループができ、当初は2人体制でサポートしていましたが、今ではマンパワーを半減してできるようになりました。システム導入プロジェクトの過程で業務の棚卸・整理を行ったことで、事務作業にかかる時間も大幅に削減されたと感じています」

また以前は、営業部の発注を受けるとピッキングや生産管理等、各部門の担当者が朝早く出勤して、紙の伝票を発行していかなければなりませんでしたが、しかしスーパーカクテルを導入したことで、情報がシステム上で一気通貫するため、早出対応する必要がなくなりました。

さらに業務が平準化されたことで、誰かが休んでも他の人がサポートするということが可能になりました。

BIツールで業務を劇的に改善、 資料作成のための残業も不要に

今回BIツールを導入したことで、資料作成が劇的に効率化しました。「以前はExcelで個々に必要な資料を作成して

いました。時間もかかりますし、複数の人が同じような資料を作成していたこともあり。BIツールを導入したことで、ボタン一つで必要なデータを閲覧したい形で瞬時に見られるようになったのは大変便利です」。営業が取引先に提出する資料作成のために残業をすることもなくなりました。社外からでもiPadなどの端末でデータ閲覧ができ、各店舗でもデータを確認して仕入時の判断に活用しているそうです。

経営層もBIツールで見える化された売上情報を日々確認し、意思決定に役立てています。

賞味期限管理と

食品ロスの削減にも貢献

スーパーカクテルによって賞味期限の管理精度も向上しました。ギフト商品は、単品販売と、単品を詰め合わせた商品がありますが、ギフト商品はロスを減らし発注精度を上げるために個々の商品をばら分解しています。詰め合わせ商品でも単品ごとに賞味期限を管理でき、賞味期限の逆転防止や安全性を確保できるほか、食品ロスの減少にも貢献しています。

今後の課題

さらなる業務の効率化、需要予測も

今後の課題は、洋菓子部門の出荷先が、百貨店、路面店、買取、商品のみ配送

など複数あり、それぞれ計上単位が異なるため、移動の場合に一度返品倉庫を経由しないと返品ができないこと。「仕組みが複雑なため、ある程度熟練した人でなければ対応できません。移動方法が簡略化できれば事務作業はさらに削減できます」

さらに、「今後は、需要予測ができてシステムで自動発注できれば、店舗の発注業務が軽減できていいですね」

今後の展開

バージョンアップ、 クラウド化も検討したい

スーパーカクテルを導入してから5年が経過し、クラウド化も視野に入れてバージョンアップを検討中です。「店舗と本部のデータが連携できたことで、過去を振り返ることができ、未来を考えることもできます。今後もスーパーカクテルの機能をもっとよく知り、フル活用していきたいですね」



左から製造部湖南スタジオスタジオ長 植野恭司様、経営サポート部ITグループ 清水智子様、広報課係長 徳本智史様(取材当時)

食品業パッケージを採用して業務フローを再構築 高度な次元で在庫管理実現

お客様概要

事業内容 京都の麴、ゆば専門店(創業330年を越える「京麴」のしにせ)
資本金 3,000万円
従業員数 132名
本社所在地 京都市東山区問屋町通五条下る上人町433
URL <https://www.hanbey.co.jp/>



導入システム

「スーパーカクテルデュオFOODs」

導入のメリット

- 高度な次元での在庫管理の実現により、現場の意識改革～品質向上につながった
- 在庫の見える化が販促や営業における効率アップにも貢献
- 新システムの導入プロジェクトは部門長を交え全員参加型に

半兵衛麴は京都で創業330年を越える麴のしにせです。日配ものの手作りなま麴と日持ちするやき麴がメイン商材で、卸・小売に加え、生協向けPBなども含めると約1,000アイテムを超えます。



もっちりやわらかで、弾力のある食感の「なま麴」



つるつるとなめらかな食感の「やき麴」

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。

カスタマイズ対応の限界と業務の複雑化を業界パッケージ採用で再構築

長年スクラッチの業務システムを利用し、都度カスタマイズ対応してきましたが、業務が複雑化し、効率の悪さを感じており、基幹システムの入替を業務改善の機にしようと、業務フローを再構築し、極力パッケージに合わせることを検討していました。内田洋行ITソリューションズ(内田洋行ITS)が2019年4月に提案した「スーパーカクテルデュオ販売・生産・原価(スパカク)」(内田洋行製)の導入が決まり、本稼働から2年半が経過しましたが、従来に比べて高度な次元での在庫管理が実現できています。一昨年、FSSC22000の認証を取得し、効率的なロット管理や在庫管理、トレーサビリティ対応も求められますが、現場の意識も変わり大幅に品質が上がっています。



長岡弘樹 経営革新室室長

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。

初のシステム移行は大事をとり 2カ月の並行稼働

年末が繁忙期の麴業界で、2018年末に商品コードの取り直しや基本マスタを作成し、年始から運用を始め4月の稼働に向け準備を進めました。初のシステム移行で大事をとり約2カ月の並行稼働を経て、本稼働になりましたが「大きなトラブルはありませんでした」(同社長岡弘樹プランニング室室長)という。



新しい麴の味わい方などを提案する「ふふふあん」。チョコでコーティングしたお麴やスープに入れるお麴など、洋風でもお楽しみいただけます。



検討は3社。担当者の丁寧さや 問合せのしやすさも評価

システム選定には約半年かけて3社の販売管理システムを比較検討し、自社の業務フローに最適なスパカクを選定しました。営業やSE(システムエンジニア)の説明が丁寧で分かりやすい点も高評価でした。3社中、内田洋行ITSだけが京都に支店をもち「トラブル発生や不明点があっても密に連絡がとりやすい」とも考えました。

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？

在庫の見える化が販促や営業に おける効率アップにも貢献

旧システムでは在庫管理もさほど緻密ではありませんでした。実際に端末上で在庫が見える化され、販売促進や営業活動でも大幅な効率アップに繋がっています。

新システムの導入プロジェクト は部門長を交え全員参加型に

システム移行で大幅な業務改善も行いました。従来は長岡氏とシステムベンダーの1対1のやりとりでしたが、今回はシステム選定や構築段階から部門長を交え全員参加型に切り替えました。「最初から自分たちが利用するという

意識付けができ、移行もスムーズだった」と当時を振り返ります。

今後の展望

今後の課題や展望はございますか？

原価管理とEDIやEOSなどの外部連携を検討

現在の課題は、システムが標準でも「生産原価管理」の部分で一部対応できていない機能があるため「年内を目処に稼働させたい」と考えていることです。コロナ禍で製造や出荷が減り、従業員を自宅待機にしましたが、今後、EDIやEOSなどの外部システムの連携で一段の省力化を図る予定です。

同社ではSDGsにも注力しています。在庫管理を強化すれば適正在庫を保ち食品ロスの削減にも繋がります。製造現場では今後、タブレット端末導入も検討中で現場での実績入力による効率化に加え、紙帳票も減らす方向です。



なま麴製造：小麦たんぱくにもち粉を加えた生地を木枠に入れ、蒸します。

麴の認知度向上へ

若者への麴の認知度向上を目指し小学校での食育活動や東京・銀座ではセカンドブランドで菓子や洋風化した麴商品の展開も行っています。北米や中東などのエアラインではファーストクラスで同社の麴が機内食に提供されています。海外の有名シェフが採用した実績を国内にフィードバックし、国内基盤の強化も図る考えです。



やき麴製造：小麦たんぱくにもち粉を加えた生地を細く棒状に伸ばしながら釜入れします。

第4回:「引き算」のマーケティング



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がり」「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。

●「いろいろ」という色はない

「よい商品がいろいろあるのに、成果が出ない」
「長所がたくさんあるのに、選ばれない」。
企業経営の現場で、次のような言葉を聞くことが多い。
もしかすると…。
「いろいろあるから、成果が出ない」
「たくさんあるから、選ばれない」のかもしれない。

●シンプルだと、小さくても強くなれる

突然だが、「日本の国旗」を頭に思い浮かべてみよう。さ
て、日本国旗の赤い丸の面積は、全体の何パーセント程度
だろうか。想像してほしい。

実際に、全国1000人の消費者に回答してもらった。結果
はどうだったか。

もっとも多くの人、赤色の面積は30%と回答した。40%
と答えた人も2割弱、50%と答えた人も全体の1割いる。
1000人の消費者が入れた数字の平均値は、31.6%だ(出
所:「引き算する勇気:会社を強くする逆転発想」)。

では、実際には赤色の面積は何パーセントだろうか？

実は、意外に小さい。日本国旗の赤の面積はわずか
18.8%だ。つまり、全体の80%以上が白なのである。この簡
単な調査結果から示唆されるのは、“シンプルだと、小さく
ても、力強くなる”ということだ。日の丸は、我々に「引き算が
力になる」ことを教えてくれる。

多くの人は、小学校で引き算をならって以来、「引き算 =
減らすこと」だと思ってきた。だが、引き算には「減らす引き
算」だけでなく、「生み出す引き算」もある。

●いま、なぜ引き算なのか

時代は、「量」から「質」へ、「機能」から「情緒」へ、「効率」
から「感性」へ動いている。にもかかわらず、いまだに日本企
業の多くは、何かを「足し算」することで価値を生み出そうと
しているようだ。

「品ぞろえを減らすと、売上が減るのではないか？」

「ターゲットを減らすと、売上が減るのではないか？」

このように語る経営者は多い。日本の大多数の企業は、
「引き算」に、恐れを抱いているように感じる。現実には、その
逆だ。

引き算によって、本質的な価値が引き出され、人を引きつ
けることができる。「足し算」から「引き算」へ。現代の企業に
は、視点の転換が求められている。

●足し算による個性の希釈化

あなたは、どちらの店の「ケーキ」に魅力を感じるだろうか？

A店 こだわりのオリジナルケーキを販売する店

B店 こだわりのオリジナルケーキ、菓子、パン、
清涼飲料水、食料品を販売する店

消費者1000人調査の結果は以下のとおりである。

A	どちらともいえない	B
58.4%	25.2%	16.4%

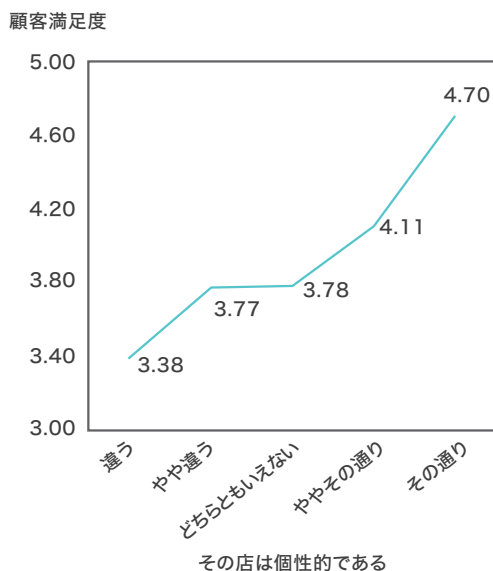
圧倒的に多くの回答者がA店のケーキに魅力を感じると
答えている。このシンプルな調査結果からわかるのは、足し
算をすると「個性」や「こだわり」が薄まるということだ。ケー
キ以外に様々な商品を足し算すればするほど、ケーキの個
性が薄まってしまう。

引用文献：
岩崎邦彦「引き算する勇気：会社を強くする逆転発想」
(日本経済新聞出版社)



消費者のニーズが多様化する21世紀は、「個性」が顧客満足度に直結する(図1)。今日、「平均」「無難」「普通」「まあまあ」といった言葉は、すべてNGワードなのである。

図1：個性が顧客満足度につながる



出所)「引き算する勇気：会社を強くする逆転発想」

注)「顧客満足度」は5ポイントスケール

「小さな企業が引き算?あたりまえだろう」。こう言う人がいるかもしれない。現実はどうだろうか?

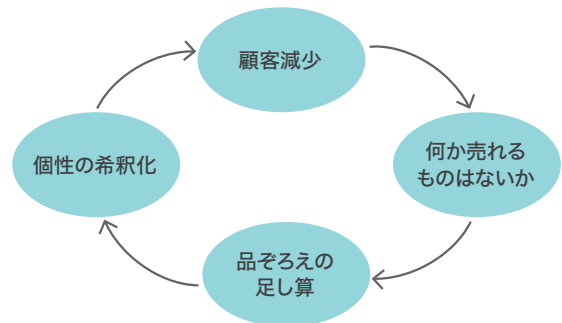
ためしに地域の商店街に行って、いくつかの店をみてみよう。元気がない店に目をやると、ほとんどが「足し算型」の品ぞろえだ。

「これが売れない。だから、あれも売ろう」
「他社が売っている商品を、うちでも売ろう」
「売り上げが伸びないから、対象顧客を広げよう」

売上が減少すると、「何か売れるものはないか」と場当たり的、対処療法的に商品を足し算してしまう。その結果、個性

が希釈化し、今まで以上に売上が減少してしまうという悪循環だ(図2)。

図2：足し算の悪循環



出所)「引き算する勇気：会社を強くする逆転発想」

●大切なのは「押す力」よりも「引く力」

企業の経営資源は有限である。限りある資源を有効に活用するためには、「何を売るか」を決めるのと同様に、「何を売らないか」を決めることが重要である。

品ぞろえをむやみに拡大し、何もかも詰め込もうとすると、企業や商品の「引力」は低下していく。

地域産品の「詰め合わせセット」はブランドにならないし、食材をいろいろと使った「幕の内弁当」はブランドにはならない。百貨店のイベントでも、「日本のうまいもの市」よりも「北海道のうまいもの市」の方が、集客力が圧倒的に高い。「全国の伝統工芸展」よりも「京都の伝統工芸展」の方がインパクトはありそうだ。

事実、強いブランドを持つ企業の多くは、品ぞろえを広げるのではなく、絞り込んでいる。品ぞろえを引き算することによって、「引力」が増加するのである。

連載の第一回で述べたとおり、企業にとって大切なのは、「押す力」ではなく、「引く力」である。すなわち、「売り込む力」ではなく、「人を引きつける力」だ。引き算によって、本質的な価値が引き出され、顧客を引きつけることができる。

小さな企業が強くなるためには、「積極的な引き算」があることを知る必要があるだろう。

Event guide

WEB配信セミナーのご紹介

「製品・セミナー動画ライブラリ」のご紹介

いつでもどこでも視聴可能！

過去開催された セミナーの アーカイブ動画を ラインナップ！



食品業向け HACCP対応の効率化やペーパーレスなど、
ITソリューション紹介やお役立ちコンテンツをご覧ください。

QRコードよりサイトへアクセス！

動画視聴にはお申込が必要です。

<https://www.uchida.co.jp/system/video/>



アーカイブ動画

Pick UP 01

食品業様必見！

HACCP対応支援セミナー（記録、分析編）

株式会社内田洋行／ウイングアーク1st株式会社

Pick UP 02

誰でも素早く簡単に、HACCP文書を効率的に
作成・メンテナンスできる専門ツールご紹介

株式会社サン・プランニング・システムズ

Pick UP 03

原価削減、価格決定の迅速化を支援する
原価シミュレーションご紹介

株式会社内田洋行

Pick UP 04

食品業におけるBCP対策！

請求・支払いのペーパーレス化どうする？

株式会社内田洋行

食品市場の動向と需要予測 販路と収益拡大セミナー

Seminar 01

withコロナにおける食品業界トレンドと これからの商品開発

新型コロナウイルス感染拡大は、食品業界に大きな影響を及ぼしました。観光や外食に関連する業種業態で大きな打撃を受ける一方、内食化が進み、自宅調理機会は増加するなど、加工食品業界にとってはプラスの影響をもたらしている側面もあります。長期化が予想されるwithコロナ時代、消費トレンドはどのようなのか。そして食品業界はどう対応すべきかについて、考察します。



講師

株式会社 矢野経済研究所
フードサイエンスユニット
フードグループ

大籠 麻奈 氏

Seminar 02

多様化する販路対応と コスト削減事例セミナー

check
▶▶

7/21 WED

9:00
~
17:00

- オンライン配信
- 事前申込制
- 無料

<https://www.uchida-it.co.jp/seminar/20210721/>



スーパーカクテルシリーズ

成長し続けるビジネスプラットフォーム

450業種 /
5,500本以上の実績

業界特有の
業務にフィット

食品業向けERP
6年連続No.1

ビジネスプロセスを
強力に支援



食品業様向けERP市場で内田洋行
「スーパーカクテル」が6年連続シェアNo.1※!!
1997年の発売以来、
累計450業種・5,500本導入！

※出典：ITR「ITR MARKET VIEW:ERP市場2021」

ERP市場—食品：ベンダー別売上金額シェア(2015-2020年度予測)

※ スーパーカクテルCore、スーパーカクテルイノーヴァが対象

次号予告

特集

人手不足と従業員教育

食品ITマガジン Vol. 8

【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

「食品ITマガジンVol8」発刊、早いもので、次号で創刊3年です。これからも継続して「食品×IT」をお届けできるよう一同頑張っております。また、国立国会図書館にも毎号保管されていますので、ご興味ありましたら「国立国会図書館オンライン」から「食品ITマガジン」で検索してみてください。これまでの発行履歴が確認できます。お近くに寄った際には、国立国会図書館（東京本館）での閲覧も是非！（S.M.）

東京オリンピックは始まっていますか？ 今日、G7で東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けて各国首脳が支持したという報道があった翌日です。菅総理は「安心・安全」を繰り返し強調していますが、ワクチン接種が進み始めたというぐらいで、「安心・安全」に対する具体的な説明は全くありません。言葉だけがとても空虚に響くばかりです。（D.K.）

UCHIDA