



特集

食品工場の スマート化

導入事例

いちごの里ファーム 様

老朽化システムの入替をきっかけに業務改革を断行
ISO22000認証手続きもスムーズに

株式会社金谷ホテルベーカリー 様

軽減税率対応でスパカクに！
帳票加工し自分たちで使えるように

軽量&コンパクトな テレワーク向け スタンダードモデル

FUJITSU



Mobility

1kgを切る軽量&コンパクトな テレワークPC

持ち運びしやすく、どこでも快適に業務可能

Usability

利用者にも管理者にも優しい

利用者自身でバッテリー交換/メモリ増設可能なため、利用者は仕事が止まらず、管理者負担も軽減

Security

安心のエンドポイント セキュリティ

当社独自のハードウェア
「Endpoint Management Chip」で
ウイルス・マルウェア対策を強化

Fujitsu LIFEBOOK U6312/J

- OS: Windows 11 Pro (64bit) *Windows 10 Pro (64bit) へのダウングレード可能
- CPU: インテル® Core™ i5-1245U
インテル® Core™ i5-1235U*1
インテル® Core™ i3-1215U*1
インテル® Celeron® 7305
- 液晶: 13.3型フルHD (1920×1080ドット)、13.3型HD (1366×768ドット)
- バッテリー駆動時間*2: 約8.5時間 (標準バッテリー) *3
- 質量: 約0.94kg*4



*1 官公庁・自治体・教育機関・SOHO・個人事業者向けになります。*2 JEITAバッテリー動作時間測定法 (Ver.2.0) に基づいて測定。詳細な設定内容は富士通製品情報ページ (<https://jp.fujitsu.com/platform/pc/>) をご覧ください。
*3 Core™ i3-1215U搭載/HD搭載時。*4 標準バッテリー/フルHD搭載時。

外出・出張など持ち運びが多い方に最適



圧倒的な軽さで最高のモビリティを実現した
超軽量薄型モデル
LIFEBOOK U6312/J

バリュー シリーズ



インテル® Core™
プロセッサ搭載の
スタンダードノート
LIFEBOOK
A5511/HX



コンパクト・
高性能・高信頼性を
追求したモデル
ESPRIMO
D7011/HX

*ディスプレイは別売です。

24時間いつでもパソコン・サーバ製品構成をかんたん作成
「富士通パーソナルズ販売支援ポータルサイト」はこちら



Windows 11

Fujitsu recommends Windows 11 Pro for business

ITの力を食品業の力に

食品IT マガジン

Vol.12

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.12は、「食品工場のスマート化」について農林水産省の大熊 武氏より解説いただきます。



Contents

特集

P.4~7

食品製造業の更なる生産性向上を目指して ～スマート食品産業の推進～

農林水産省
大臣官房新事業・食品産業部食品製造課
食品企業行動室 室長
大熊 武氏

導入事例

P.8~11

老朽化システムの入替をきっかけに業務改革を断行 ISO22000認証手続きもスムーズに

いちごの里ファーム 様

軽減税率対応でスパカクに！ 帳票加工し自分たちで使えるように

株式会社金谷ホテルベーカリー 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8回 「引き算」の価値を見直そう

静岡県立大学 経営情報学部 教授
岩崎 邦彦 氏

セミナーレポート

P.14

【食品ITフェア2022】 「良い商品を良い売り方で」ごはんのおとも 「ゆかり®」で著名なわくわく協役企業三島食品の経営とは

イベントガイド

在庫適正化実践セミナーのご紹介 適正在庫を続ける仕組み構築のポイント

食品製造業の更なる生産性向上を目指して ～スマート食品産業の推進～

食品ITフェア2022セミナーより



<モデレータ>

大熊 武氏

農林水産省 大臣官房
新事業・食品産業部
食品製造課
食品企業行動室 室長

概要

農林水産省では、食品製造業の生産性向上に向けて、AIやロボットなどのスマート技術の実証支援を行っています。昨年度の実証事業で大きな成果を上げた、オーマイ株式会社・株式会社やまやコミュニケーションズ・株式会社山神の導入事例を通じて、スマート化の取り組みのポイントや成果についてご紹介します。

<ゲスト>

オーマイ株式会社様

株式会社やまやコミュニケーションズ様

株式会社山神様

INDEX

- [1] 食品製造業の現状
- [2] 食品産業におけるスマート化の必要性和チャンス
- [3] 事例1：オーマイ株式会社
AIでパスタの包装検査を自動化
- [4] 事例2：株式会社やまやコミュニケーションズ
たらこのグレード選別を自動化
- [5] 事例3：株式会社山神
手づけと同じ品質でほたてフライの生産を自動化
- [6] 座談会：スマート化の苦労と成果、今後について

本稿は、2022年3月に開催された食品ITフェア2022の講演をもとに構成しています。
モデレータの所属は講演当時のものになります。

食品製造業の現状

低い労働生産性と深刻な労働力不足

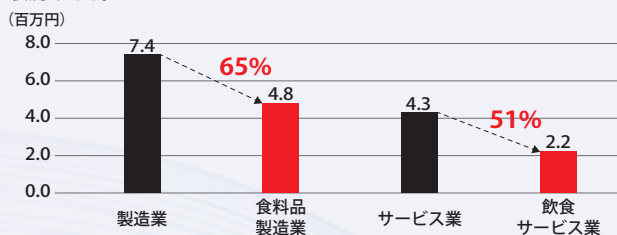
大熊様：今回は、食品製造業のスマート化をテーマにお話を進めたいと思います。

最初に、食品産業における労働生産性の現状についてお話しします。以下のグラフは1人当たりの年間付加価値額を表しています。黒い棒グラフがそれぞれ製造業、サービス業全体の平均値で、赤い棒グラフがそのうちの食料品製造業と飲食サービス業を抜き出した値です。グラフで見るとおり、食品産業の労働生産性は他産業に比べて低いことがわかります。

食品産業における労働生産性の現状

食品産業の労働生産性(1人当たり年間付加価値額[※])は他産業と比べて低い状況である。

※1年間に新たに生み出された付加価値額を総人員で割った値



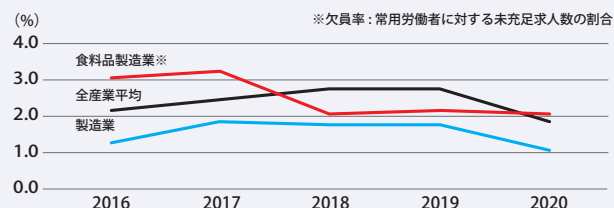
資料：財務省法人企業統計(令和2年度)を基に農林水産省において作成

次のグラフは、食品製造業における労働力需給の現状として、欠員率のデータを示しています。数字が高いほど労働力

が不足していることを表します。労働力不足はどの産業においても共通の課題となっていますが、食品製造業も深刻な労働不足にあることがわかります。

食品製造業における労働力需給の現状

食品製造業の欠員率[※]は製造業の中でも高い値で推移しており、人員確保は依然として厳しい状況が続いている。



資料：厚生労働省雇用動向調査を基に農林水産省において作成

※食料品、飲料、たばこ、飼料製造業を合わせた数値

食品産業におけるスマート化の必要性和チャンス

労働集約型産業からの脱却は、食品企業が抱える重要な課題です。労働集約型になってしまう主要因として、①工業製品に比べて食料品はデリケートに扱う必要があり、人手に頼らざるを得ないこと、②多品種少量生産の傾向があり、労働生産性の向上につながる設備の導入が進みにくいこと、③これまでの設備投資は大手事業者を中心に、オーダーメイド型の設備導入が一般的で、中小企業にまで広がりにくかったことなどがあります。

少子高齢化などで労働力不足は年々深刻化しているところ

ろに加えて新型コロナウイルスや自然災害の発生など、事業継続を困難にする多様なリスクが顕在化しています。

一方で、先端技術の進展により、人手を要する作業をAIやロボットで自動化したり、現場にいかなくても、IoT等で製造管理を遠隔でできるようになるなど汎用性の高いスマート技術の開発や産業への応用が進んでいます。

そこで、農林水産省では、「スマート食品産業実証事業」を創設し、食品企業を対象にスマートモデルの実証とその成果の横展開によって労働生産性の向上を支援してきました。

今回は、モデル例として3社に事例を報告していただいたと思います。

事例1：オーマイ株式会社

AIでパスタの包装検査を自動化

オーマイ株式会社は1955年に創業したニッポン食糧株式会社が前身です。当社からは、AIを利用した包装検査装置導入の取り組みを発表します。

スマート化の経緯と成果

当社は「スマート食品産業実証事業」に参加し、包装検査の自動化を行いました。

従来は、乾燥パスタの包装検査を手で行っていました。包装状態に異常がないか、「噛み込み」といわれる、シール部分に巻き込まれたパスタがないか、背張りのシールがしっかりされているかなどを人の目で確認します。これらのチェックを包装設備のラインスピードに合わせて行くと、検査者の負担が大きくなるため、正確な検査を行うためにはラインスピードを落とさなければならませんでした。検査項目の中でも、シール部分に巻き込まれたパスタの検査は大きさや形、発生する場所がさまざまなため、ほかの検査よりもとくに注意して行う必要があり、時間と集中力が必要な作業です。これを自動化できれば検査能力を高くしたまま速度を上げることができます。そこで、シール部分の検査を行う装置を開発し導入しました。

AIを活用し検査作業の効率がアップ

装置の特徴は、AIを利用してシール部分の検査をすることです。AIはパスタの色味といった特徴を学習し、大きさや形が変わってもシール部分に噛み込まれたパスタの特徴を見つけ出すことが可能で、高い精度で検査を行うことができます。

この装置を導入した結果、検査作業が自動化され、ラインスピードがアップし、工程の労働生産性を11.5%、工場の労

働生産性を3.7%向上させることに成功しました。

事例2：株式会社やまやコミュニケーションズ たらこのグレード選別を自動化

当社は創業47年を迎え、辛子明太子の製造販売を主要事業とするほか、一般食品加工製造販売、最近はもつ鍋などの外食産業にも進出しています。

AIを活用した、たらこ自動選別ラインの構築

今回紹介する取り組みは、辛子明太子の原料となるたらこの、AIを活用した自動選別ラインの導入についてです。

従来は、多人数で人海的に選別作業を行っていました。形や色、破れ具合などによるグレード選別と、重量による選別を同時に行います。1人の作業者が1本1本のたらこを、複数の選別項目でチェックしなければならず、とても大変な作業です。

これまでの「たらこ」選別工程



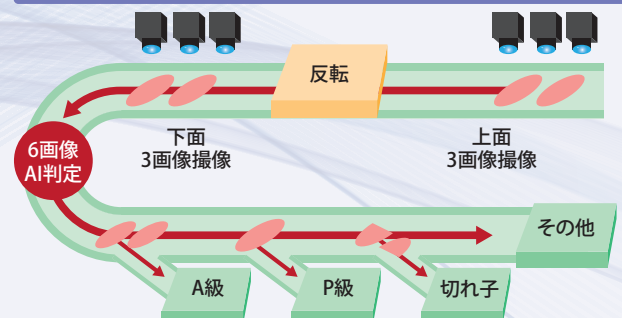
「たらこ」を、形や色や破れ具合などのグレード（等級）および規格重量毎に選別する作業。

この作業を、要素ごとに機械化しました。

重量については、市販の選別機を活用しました。形や色や破れなどのグレード選別はAIで識別できるシステムを開発。また、その結果をさらに選別する機械を独自に開発しました。

以下は、グレード選別ラインのイメージ図です。

グレード選別ラインイメージ



まず、たらこの上面を3か所から撮影。次にたらこを反転させ下面も3か所から撮影。6画像をAI判定し、贈答用、量販店用、自家需用の各グレードごとに排出します。このあと重量選別機による選別を行い、選別作業が完了します。

これにより、作業者はたらこを等間隔にラインに並べるだけの作業で正確に選別ができるようになりました。

選別精度は最大15%アップ、生産性は142%に

選別制度は、導入前に比べて、5%から15%向上。生産性の向上率は142%となりました。

副次的効果として、初心者でも高精度で高効率の選別が可能になり、人材不足の製造現場に大きく貢献する結果となりました。

事例3：株式会社山神

手づけと同じ品質でほたてフライの生産を自動化

当社は昭和48年6月に青森で創業した、ほたて専門メーカーです。ボイルほたては、近年価格競争が厳しくなっており、付加価値をつけるために、5年前から「漁師のほたてフライ」という冷凍食品を販売しています。

こだわりの蒸しほたてを使用した人気商品
漁師のほたてフライ サクサクの衣にほたてをまるごと閉じ込めた贅沢フライ



100万件のオーダーを受け、 人の手による製造を断念、機械化へ

発売当時のキャッチフレーズは「新鮮なパン粉を一つひとつ手づけした」というもので、当社のホタテフライ工場で、ラインの人たちが約7人、ラインから出てきたほたてを4人が手で1個1個パン粉をつけていました。1日に約2,500粒を朝8時から夕方5時までフル稼働して生産してきました。ところがある年、100万個というおそろしい数の注文が入ってきました。1日2500粒前後だったものを100万粒に増やすことはとうてい4人ではできません。そこで、手づけと同じものを自動化できないかと、いろいろな方策を模索しました。

機械トレードショーを訪れて機械メーカーを探し、2社か

らデモ機を借りて試作をしました。試作には工場の責任者、製造担当者、機械メンテナンスの担当者のほか、機械メーカー、機械のベンダー、パン粉や小麦粉メーカーにも集ってもらい、率直な意見を交わして、当社オリジナルの機械づくりを目指しました。

いままで手づけしていたものを機械でつけたら、力が強くなりすぎてしまい、パン粉が粉々になって従来のサクサク感がなくなってしまう。またほたてフライはゴルフボールのような球状が理想的な形ですが、平たい円盤状になってしまう。

味も、生産性も落とさないことを目標に、試作・試食を繰り返し、ようやく、手づけと同じ形と食感のほたてフライを完成することに成功しました。

11名から4名へ省人化、出荷高は205%に

生産スピードが大幅にアップしました。作業従事者数も、従来は機械回りの人員7名と手づけの4名の11名でしたが、4名ですべての工程に対応できるようになりました。製造出来高は205%。生産指標数は300～400%を達成しました。

座談会：スマート化の苦勞と成果、今後について スマート化にあたって苦勞した点

大熊様：スマート化にあたり苦勞した点とどのように克服したかを教えてください。

オーマイ株式会社 金野様：苦勞した点は、多品種を生産するラインに導入したことです。

噛み込みのある製品の検査モデルを作るにあたって、AIに不良品の画像と良品の画像を学習させる必要があります。不良品サンプルを集めるのが大変でした。

また、品種の数だけ不良品サンプルを集めようとすると、大変な時間と労力がかかります。そのために、色や特徴が似ている製品をグループ化し、似ているデザインの製品は、同じモデルを流用できるように取り組みました。

導入の際に気を付けたことは、噛み込み検査精度の設定と評価方法の決定です。予め、検査精度の具体的な数字目標を設定することが重要です。そのために、実際に目視検品でピックアップされた噛み込み製品のサイズや形状などの情報をもとに、適切な閾値を決めました。また正常な製品をNG判定する誤検出率の評価基準を定め、噛み込みは確実に排除しつつ、誤検出率を一定範囲内に収める努力をしました。これによって製品ロスやNGとして排除された製品の処理にかかる労力を最低限に抑えることにつながりました。

株式会社山神 松本様:ほたてフライは球体のゴルフボールみたいな形が理想。ところが最初の機械でできた製品は、円盤状のものでした。これでは以前のほたてフライではありません。形状を球体にするにはどうしたらいいか、まず機械の部品1個1個をチェックしていきました。また、機械の圧力をパン粉にかけるため、パン粉のけん立ちがつぶれてしまい、最終的には砂状になってしまう。これを克服しない限りは機械を導入することができなかったのも、何度も試食を重ねながら、部品を何度も微調整していきました。パン粉についても、メーカーと相談し、機械のプレッシャーに勝てるパン粉に改良していきました。機械の細かい調整とパン粉の改良によって、今はしっかり球体のほたてフライができるようになりました。

株式会社やまやコミュニケーションズ 浜野様:一緒に取り組めるパートナーを見つけるまで非常に時間がかかりました。粘り強く、一社一社確認しながら、2年かけてようやく、パートナーを見つけました。

AIの学習は、数万枚の画像を読み込ませましたが、それだけでは通常の70%程度の精度しか上がりませんでした。たうらはは原卵の状態がさまざまで、変化の状況に合わせて検証モデルをいくつも作成して、やっと精度をあげることができました。パートナーと一緒になつて、絶対に精度を上げるんだと粘り強く取り組んだからこそできたことです。信頼できるパートナーと出会うことが非常に大事です。

スマート化による成果

大熊様:スマート化による成果を教えてください。

株式会社やまやコミュニケーションズ 浜野様:初心者でも高精度で高効率の選別作業が可能になったことが大きな成果です。このシステムのおかげで、新人でも高精度で選別ができ大変助かりました。

株式会社山神 松本様:以前は大きな注文が重なつた際、分納したり、3か月待つてくたさいと言うしか方法がありませんでした。しかし、機械の導入によってリードタイムが短縮でき、順調に100万個を計画生産できるようになりました。また、工場人員の負担軽減ができました。

オーマイ株式会社 金野様:生産性が11.5%向上という目に見える成果がありました。結束パスタは主力商品ですので、大変うれしい結果です。

また検品作業は「集中力が必要で疲れる」というイメージが払しょくされました。人材確保が困難な中、肉体的精神的にストレスのかかる作業を軽減できたことは意味があることです。

今後のビジョンとアドバイス

大熊様:最後に、今後のビジョンとこれからスマート化にチャレンジする食品企業へのアドバイスをお願いします。

株式会社山神 松本様:今後も労働力不足は深刻な課題です。ほたてには中腸線という内臓が外側についています。これを取つて計量し、重さ別に選別するという3つの作業を一度に行つており、この作業に従業員の60%を投入しています。

人の手の力は当社の誇りとするところですが、いつかは人がいなくなることを考えるとこの作業を機械化できないかということが課題です。今後も機械化、スマート化を進めていきたいと考えています。

オーマイ株式会社 金野様:導入した装置で、噛み込み以外の不良の検査もできるよう取り組みを進めています。将来的には目視検品自体を削減したい。また、他の生産ラインにも水平展開していきたい。水平展開することで、各ラインで取得したデータを活用して、生産ラインごとの癖やトラブルの発生しやすい品種の改善につなげられればと期待しています。

株式会社やまやコミュニケーションズ 浜野様:新工場稼働に向けて、これまでの経験を活かしより省人化を進めたい。将来的には工場の無人化ができるよう努力したい。同時にIoT化、工場全体のスマート化も推進したいと考えています。

これからスマート化に取り組む企業様には、最後まで共に粘り強く推進してくれるパートナーを見つけることを強くおすすめします。

まとめ

大熊様:3社の方々にお話を聞いてまいりました。スマート化に関するヒントが数多くあつたのではないのでしょうか。

技術は今この瞬間も確実に進歩しています。解決できる領域も広がっていますので、ぜひ多くの食品企業のみなさまに、スマート化に関心を持ち経営発展のツールとして活用していただきたいと思います。

老朽化システムの入替をきっかけに業務改革を断行 ISO22000認証手続きもスムーズに

お客様概要

会社名: 農業生産法人 (株)いちごの里ファーム
事業内容: 観光農園、レストラン、製菓製造、販売
代表者: 代表取締役 小黒 弘征 様
資本金: 1,000万円
従業員数: 約130名 (パート・アルバイトを含む) (2021年4月現在)
所在地: 〒323-0058 栃木県小山市大川島408
URL: <https://www.itigo.co.jp/>

スローライフリゾート

いちごの里



導入システム

スーパーカクテルCore FOODs

導入のメリット

- 経理業務の効率化、データ活用の促進
- 業務省力化によりマネジメント業務により注力
- ISO22000認証の取得手続きに大きく貢献

いちごの里ファーム様は、カリフォルニアにあるワインの世界的産地ナパバレーをいちごで作り、会社の所在地である小山市一帯を世界的な観光地にしていきたいという夢を持っています。フルーツ狩りが楽しめる広大な農園、地産地消のカフェ・レストラン、農産品や自社製品の洋菓子・和菓子を販売するマルシェ、動物広場などが集まった「いちごの里」は家族で一日中楽しめるお出かけスポットになっています。同社ではほかに道の駅内の直営店、菓子製造工場、オンラインショップを運営しています。



いちごの里ファーム

役の小黒弘征様。コロナ禍には団体客がゼロとなり、「苦しい1年だった」と振り返ります。打開策として、2020年8月にEC(イーコマース)事業部を立ち上げ、通販サイトをリニューアル。「今年(2021年)の1～3月は順調に売上を伸ばし、おかげ様で食品ロスをかなり回避できました。今後も通販には力を入れていきます」(同)。そのほか、地元企業にいちごを直接販売などの営業努力により、業績は徐々に盛り返しています。「いちご狩りのハイシーズンは12月から。今年は団体旅行客数も回復していくと期待しています」(同)。

導入の背景

老朽化したシステムの入替と 業務の効率化・数字の見える化

スーパーカクテルの導入が決定したのは2019年12月。その後、2020年1月から導入準備を開始し、同年8月から正式に移働しました。導入の中心となったのは、小黒代表取締役を筆頭に、片野裕朗本部部长、清水武仁課長、国田洋子主任、小林静香様の5人からなる本部メンバー。

「スーパーカクテルを導入する以前は、桐(データベース管理システム)をベースに自社で開発したソフトを使用していました。今回、入れ替えに至った理由は、システムが古く、それを扱える人も高齢化していたこと。もしトラブルがあればすべての業務が止まってしまう。それを回避することが最大の課題でした。同時に、当社には工場もありますから、業務を効率化し、製造工程の数字の見える化もしたいと考えていました」と小黒代表取締役。

他社製品とも比較検討し、最終的にスーパーカクテルに決めた理由は「同業他社で導入実績が大変多かったことと、生産管理・販売管理・原価計算まで、すべて同じパッケージの中で連動していて使い勝手がよかったことです。また、システムサポートの大興電子通信の担当者の迅速な対応が信頼できた」と、片野本部部长。

導入の経緯

カスタマイズゼロでコストを圧縮 業務改善のきっかけにも

導入に至るまで、本部の担当者5名と

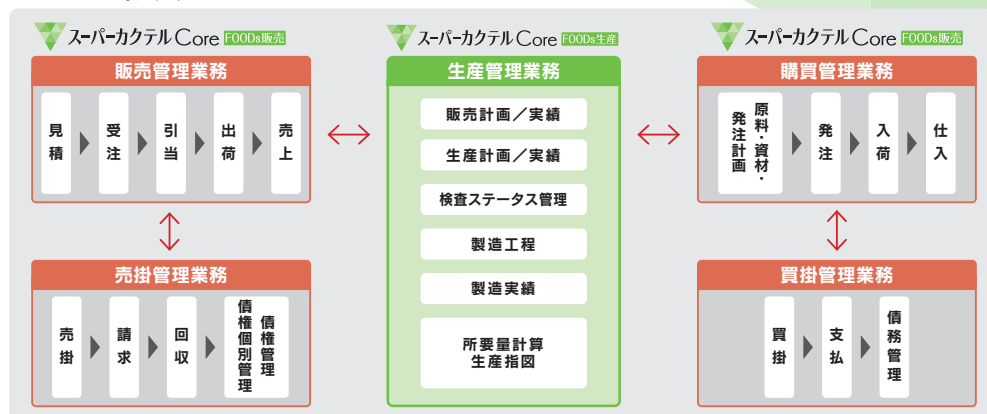
コロナ禍の影響

団体客の激減を

通販サイトの売上でカバー

「コロナ禍以前は、東京、千葉、埼玉などから毎日のように観光バスで団体旅行客が訪れていました」と代表取締役

システム概要



いちごの里ファーム
空いちご

大興電子通信のエンジニアが10回を超える打ち合わせを繰り返したとのこと。

パッケージシステムを導入する場合、現場の業務に合わせてシステムをカスタマイズすることが一般的です。しかし「社長の指示は、『カスタマイズゼロで導入すること』でした。つまり、業務にシステムを合わせるのではなく、システムに合わせて業務を変えることが、基本方針でした」と片野部長。

小黑代表取締役が、「カスタマイズゼロ」にこだわった理由は「一番は、コスト削減。システムをカスタマイズすればするほどコスト高になることは最初に聞いていました。もう一つは、システムに業務を合わせることで、無駄な業務を見直す良い機会になると考えたのです。

試行錯誤して工夫しながら、業務をシステムに合わせるようにし、カスタマイズゼロを実現しました」(片野本部長)。

導入成功の秘訣

強力なトップダウンと

粘り強い布教活動

使い慣れたシステムを刷新する場合、どこの会社でも現場の抵抗は少なくありません。しかし、「導入が成功したのは、強いトップダウンがあったから」と、片野本部長はいいます。「現場の声は確かに大事なのですが、新しいやり方に抵抗感を示す人には、『以前のやり方が正しいとは限らない。より一層効率的にこの業務をするためにはどうすればいいか、原点に戻ってゼロベース

で考えてほしい』と繰り返し伝え、少しずつでもわかっていたできるように対応しました」(同本部長)。

「従来のシステムに慣れていた社員は抵抗があったと思いますが、逆にシステムに詳しくない若手社員はすんなりスーパーカクテルに移行でき、その人たちが率先して活用するようになってくれたのは助かりました」と清水課長。実際に使い始めて、作業時間が短縮できるなどメリットを実感できると現場も変わっていきます。現在は順調に運用が進んでいるそうです。

導入の効果

経理業務で期待通りの効果を発揮 作業の効率化により

マネジメント業務の質が向上

スーパーカクテル本稼働から1年数カ月。「棚卸や支払業務、財務諸表の作成など、月次決算にかかる時間が大幅に削減されました」と片野本部長。国田主任は、「従来はモノの移動の際には、各部署から届く紙の伝票を本部が一括して端末に入力するという手順を踏んでいましたが、今は各部署で直接入力できるようになりました。本部は確認のみとなっただけでなく、リアルタイムで数字を見られるように。また、モノの動きと数字のタイムラグがなくなりました」と効果を実感しています。

「以前は入力作業で手一杯でしたが、今は、各部署が入力したデータをより精度の高い経営資料に活かせるようにな

りました。時間をより戦略的な業務に使えるようになり、仕事の質が上がったと思います」と清水課長。

さらに大きな効果は、ISO22000認証の取得手続きがスムーズに進んだこと。「スーパーカクテルで数字を一元管理できるようになり、ISO22000認証取得の手続きにも大変貢献しました。HACCP管理も含め、食の安全や品質の裏付けを得た上で、おいしいものを届けられていることは当社の誇れる点です」(片野本部長)。

今後の展開

さらなる業務の効率化

電子帳簿保存法への対応も

「生産管理、仕入・販売管理の運用・活用は順調に進んでいます」と片野本部長。「今後は、需要予測をいかに生産計画に活かしていけるかが課題。そのほか、ペーパーレス化、クラウド化などさらに業務改革を進めたい。22年から制度化される電子帳票保存法も、スーパーカクテルとの連携を検討していきたい」(同本部長)。



後列左から
小黑弘征代表取締役、片野裕朗本部長、
清水武仁課長、国田洋子主任、小林静香様

株式会社金谷ホテルベーカリー様

軽減税率対応でスパカクに！
帳票加工し自分たちで使えるように

お客様概要

事業内容 パン・クッキー・洋菓子・冷凍冷蔵食品の製造販売、その他食品の仕入販売
 代表者 代表取締役 申橋 弘之
 資本金 3,800万円
 従業員数 約200名（パート・アルバイトを含む）
 所在地 栃木県日光市土沢992-1
 URL <https://www.kanayahotelbakery.co.jp/>
 オンラインショップ <https://kanayahotelbakery-shop.jp/>



導入システム

スーパーカクテルCore FOODs

導入のメリット

- データ連携が向上し、自分たちで帳票の加工から出力まで可能に
- 外部データがそのまま取込可能となり、転記ミス激減
- 追加カスタマイズで、通販部門との情報の一元化に成功

日光金谷ホテルは明治時代に東照宮の楽師、金谷善一郎氏が観光地を訪れる訪日外国人向けに自宅を宿として提供した、今でいう民泊がはじまりで、宿泊する外国人からパン作りを教わり、その技術を確認し、宿泊客向けに食事用パンを提供していました。パンの評判が高まり、ご自宅でもこのパンを食べたいという要望を受けて、1968年からパンの外販を開始しました。1949年創業の木工品製造会社を業態転換して現在は金谷ホテルベーカリーとして、関東に9店舗の直営店を構えています。その内1店舗はレストランも経営。直販以外に、通信販売、10店舗の特定契約店、大型小売店、百貨店や駅の催事、帳合先より高級スーパー向けに、パン、クッキー、洋菓子などの自社製品に加え、レトルト食品、冷凍惣菜、スプレッド・ジャム、ドレッシングなど100以上のオリジナル品を販売しています。



抹茶大納言



金谷バウムセット(ホール)

導入の背景

軽減税率への対応

2019年10月に消費税率が10%に増税され、それに伴い軽減税率も導入されました。軽減税率に未対応だった旧システムを内田洋行の「スーパーカクテル」(スパカク)に切り替えました。帳票も自分たちで加工し利用できるなど自由度が高まり、使い勝手が良くなりました。

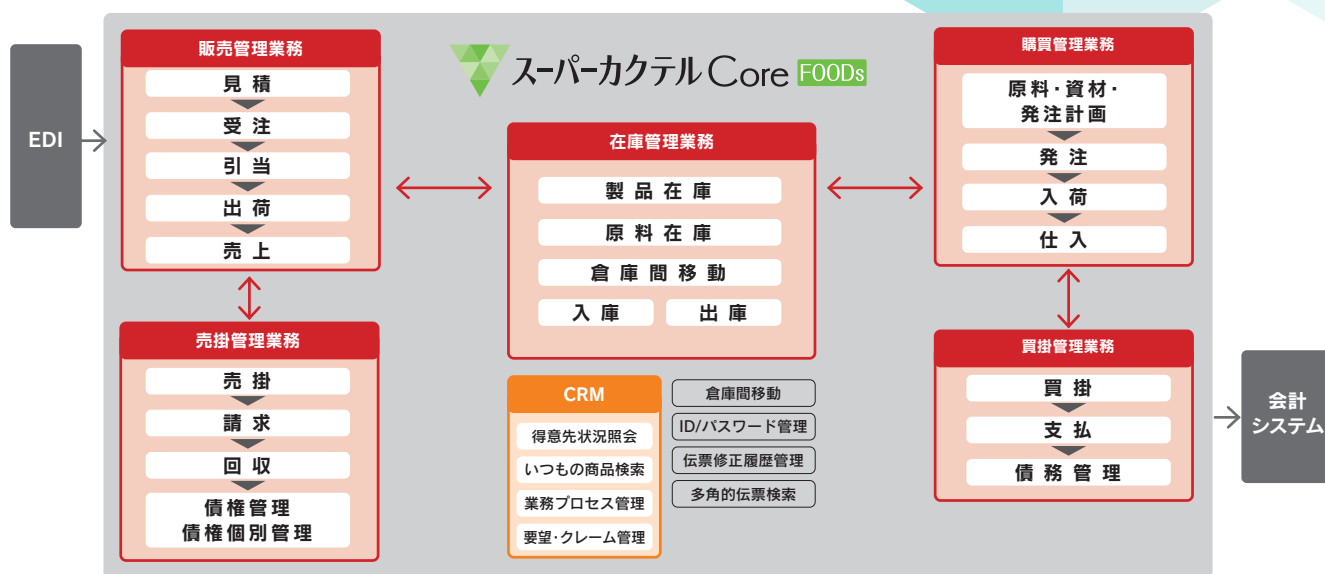
導入の効果

自分たちで帳票を加工→出力！受注の外部データもそのまま取り込め、ミス激減

旧システムも内田洋行が導入していましたが、当初は他社システムで生産管理まで拡張する案もありました。軽減税率導入までの切り替え時間が短く、当時からスパカクは食品業で業界標準として実績も多かったです。加えて、ベンダーが同社の業務フローを熟知しており「ゼロベースでシステムを把握してもらう必要がなかった」といいます。軽減税率以外でも旧システムはデータのインポート／エクスポートがしづらく、使えるようにカスタマイズするには都度、時間とコストがかかっていました。スパカクに代わりデータ連携は格段に向上し、自分たちで帳票を加工し、吐き出せるようになりました。受注も外部データをそのまま取り込め、転記も不要でミスも減りました。「会議用の資料も以前は事前の手集計が必要だったが、今は短時間で取り出せるようになった」といいます。

コロナで日光周辺の観光需要は激減

システム連携図



しましたが、通販部門は好調でした。ただ、この分野だけは旧システムを継続で使用しており、2021年3月にカスタマイズしデータ移行の手間を減らし情報の一元化に成功しました。

帳票自由度向上

スパカクの導入で、小倉一之管理部長は「取りかかるのが遅れ、軽減税率の実施までに稼働させなければならなかったのが、業務の棚卸しが十分にできず、カスタマイズゼロで導入をした」と振り返りますが、今は「帳票も使いながら変えていく」方法で業務を回せるようになりました。以前は、売上データを会計システムと相互に更新するという複雑な流れがあり、データの整合性が取りづらかったですが、今はそれも解消できています。帳票の自由度も向上しました。ただ、帳票作成では、該当箇所からデータを取り出す必要があり「データの取り方にはコツがいるかもしれない」と語ります。

今後の展開

現場主体のシステムを活用しつつ、段階的な連携を推進

本来、生産管理までデジタル (DX)

化したいところですが、パンという日配商品の特性から生産システムを新旧二重で並行稼働はしづらい状態です。現場は年配者も多く、画面入力への抵抗もあり、メモができる利便性から紙による属人性から抜けきれません。天候や室温など季節変動は職人的な勘に頼るところも多く数値化しづらいのです。DX化に向けた現場意識の改革は必要ですが、現場主体のシステムを活用しながら、段階的にスパカクと連携し最終的な一元化を目指す方針です。すでに、レシピは社内で

電子化し、DX化に向けた一歩を踏み出しました。さらに、現場の閑散期・繁忙期が客観的に「見える化」できれば、部署ごとの生産性の高い、低いも把握でき、社員のモチベアップにもつながります。

スパカクの利用で「現場からは不明点を質問したいが、IT用語が難解なので分かりやすいQ&A集があれば利用したい」(星野仁子営業部次長)という前向きな要望も出ていているといいます。



左から 管理部 小倉 様(次長)、営業本部 星野 様(次長)、管理部 清水 様(取締役部長)
左側のパンが売れ筋No1.の「ロイヤルブレッド」、右側の円筒形のパンが売れ筋No2.の「チーズロード」

第8回:「引き算」の価値を見直そう



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。

はじめに

中小企業のマーケティング戦略の「略」は、省略の「略」だ。手元の辞書をひくと、「略」とは、“大事なことだけ残して、他をのぞき去ること、はぶくこと”と書いてある。「戦略とは捨てることなり」とも言われるゆえんだ。だとすると、「何をしないか」を考える「引き算の戦略」こそが、戦略の本質だといえるだろう。

「何をしないかを決めることは、何をするかを決めるのと同じぐらい重要だ」(スティーブ・ジョブズ)

アップルも最初は従業員数人の零細企業だ。この考えがなければ、アップルが世界一のブランドになることはなかったはずだ。

なぜ企業は「足し算」を続けるのか

数を競う社会は終焉した。逆に、商品、機能、情報の「引き算」が価値になる時代が来ている。にもかかわらず、多くの企業は「足し算」をつづけているようだ。

なぜ、足し算企業がこれほどまでに多いのか？
なぜ、企業は足し算に陥ってしまうのだろうか？

ここでは、この理由について検討していこう。足し算に陥る理由がわかれば、それに対処する方法もわかるはずだ。

足し算に陥る理由1:「隣の芝生は青く見える」

次の質問に答えてほしい。

Q あなたは、自分自身について、下記のA,Bのどちらに目が行くことが多いですか？

- A 自分が持っているもの・自分が持っている能力
B 自分に足りないもの・自分に足りない能力

全国消費者1,000人調査の結果は以下のとおりだ。

A 30.5% B 69.5%

7割の回答者は、「自分に足りないもの・自分に足りない能力」に目が行くと答えている。

では、次の質問はどうだろう。

Q あなたは、友人について、下記のA,Bのどちらに目が行くことが多いですか？

- A 友人が持っているもの・友人が持っている能力
B 友人に足りないもの・友人に足りない能力

結果は以下のとおりだ。

A 81.9% B 18.1%

圧倒的に多くが、「友人が持っているもの・友人が持っている能力」に目が行くと回答している。

ここで、この2つの質問の回答結果をクロス集計してみよう(表1)。

表1 隣の芝生は青く見える

		どちらに目が行くか。	
		友人が持っているもの	友人に不足しているもの
どちらが気になるか。	自分が持っているもの	24.1%	6.4%
	自分に不足しているもの	57.8%	11.7%

出所)「引き算する勇気:会社を強くする逆転発想」

表1に示すように、突出して多いのが、「自分に不足しているものが気になり、他人が持っているものに目が行く」と回答する人である(全体の57.8%)。

まさに、「隣の芝生は青く見える」ということだろう。人は、自分が「持っているもの」ではなく、自分に「足りないもの」に価値を見出してしまふ。

企業も、人の集まりである。同様の発想に陥りがちだ。

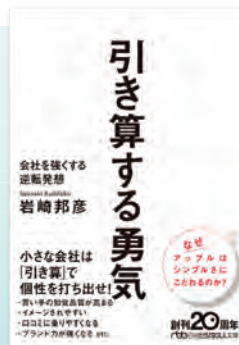
ライバルを研究して同じことをやろうとしたり、ある企業が成功すると「当社もやらねば」と追随する。競争相手に対抗するために、次々と商品や機能を「足し算」していく。

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



人も企業も、自らの「引力」を高めるためには、この心理的傾向の逆を行く必要がある。つまり、「自分が持っていて、他人が持っていないもの」に着目することだ。

表1に示した通り、こういった人はもともと少数派だ。わずか6.4%しかない。

「ないものねだり」で競争相手の真似をしても勝ち目はない。ライバルに遅れをとりたくなければ、ライバルと違うことをすべきである。自社にあるものでしか、他社との違いを出すことはできない。

図1:マーケティングに成功するには、「自社にあり、他社にないもの」に注目すべき

	他社にあるものに注目	他社にないものに注目
自社にあるものに注目		「自分の芝生は青い」 マーケティング的発想 ↓ ○ 差別化できる
自社にないものに注目	「隣の芝生は青い」 多数派の心理 ↓ × 差別化できない	

出所)「引き算する勇気:会社を強くする逆転発想」

「隣の芝生」は決して青くない。他人には、あなたの芝生が青く見えているかもしれない。自分の芝生をもっと青くすることに力を集中すべきだろう。大切なものは自分の足元にある。

足し算に陥る理由2:

「引き算=消極的」という勘違い

足し算に陥ってしまう理由は、他にもたくさんある。質問を続けよう。

Q どちらの人物の発言が高い人事評価を受けるとおもいますか?

- (1) Aさん「この商品を売りましょう」
Bさん「この商品を売るのをやめましょう」

- (2) Aさん 「この仕事をやりましょう」
Bさん 「この仕事はやめましょう」

- (1) Aさん 65.9% Bさん 34.1%
(2) Aさん 74.3% Bさん 25.7%

高い人事評価を受けるのは、(1)(2)ともに「Aさん」である。「やりましょう」という主張だ。足し算的な発言をすると「積極的」「前向き」だと思われ、評価が上がるのだろう。足し算型の人が出世しやすい。これが「足し算企業」が増えていく一因だ。

「Bさん」のように「やめましょう」と主張すると、企業で評価を受けにくい。おそらく、引き算的な発言イコール「消極的」だとか「後向き」だとか思われてしまうのだろう。出世の妨げになるかもしれない。

ここで、あなたの組織の会議シーンをイメージしてほしい。「何をするか」は盛んに議論するが、「何をしないか」を議論することは少ないはずだ。組織に足し算思考が蔓延していると、何かを「やめましょう」と言い出すには、よほどの度胸が必要である。

引き算には、「生産的な引き算」や「攻めの引き算」がある。引き算の発想は、決してネガティブではないということを理解する必要がある。

前向きな「やめましょう」を言える組織風土がなければ、いつでも足し算経営から脱却することができない。

おわりに

本章では、なぜ企業が足し算に陥ってしまうかをみてきた。ここで明らかなのは、意識をしなければ、「足し算」が進んでしまうということだ。

ここで、足し算に陥らないため、心に刻んでおくべきことをまとめておこう。

- ・ 隣の芝生は青くない。大切なものは自分の足元にある
- ・ 前向きな「やらない」、積極的な引き算がある

ダイエットで病気になる人よりも、食べ過ぎで病気になる人の方が圧倒的に多い。企業も同じだ。「引き算」で病気になるのではなく、「足し算」で病気になる企業が多い。

引き算の価値をもう一度、見直してみよう。

Event guide

WEB配信セミナーのご紹介

セミナーレポートのご紹介

【食品ITフェア2022】

「良い商品を良い売り方で」ごはんのおとも
「ゆかり®」で著名なわくわく協役企業三島食品の経営とは

WEBで
全文公開中！



【目次】

- 三島食品のご紹介
- 自分のようなぼーっとした管理者でもやって行ける仕組みを考えるぞ！
- IoTにも取り組んでいます！
- 営業に行ったらしばらくしてあることに気づいたぞ！
- 自然発生的に始まったお客様参加型のマーケティング

■セミナー概要

「良い商品を良い売り方で」売することは、作り手を信頼する「良い消費者」を大切にしていく。働く人の知恵を活かし、啓蒙し、協役としての製品価値を高め、事業を継続する経営。今回は具体的なエピソードを交えて、その背後にある社風や会社を支えるITの活用も含めた創意工夫についてお話します。

→続きはWEBで！全文公開中です。

三島食品株式会社
代表取締役社長

末貞 操 氏



在庫適正化実践セミナーのご紹介

適正在庫を続ける仕組み構築のポイント

■概要説明

<講演概要>

1)序説

- ・なぜ在庫は減らない？在庫削減の失敗例
- ・これからの在庫管理 ～流動特性に目を向けよ～

2)事例に基づく具体的な在庫適正化手法の説明

- ・問題構造分析
- ・新ABC分析による施策展開

3)事例に基づく施策モニタリングのポイント

- ・在庫削減スコアカード
- ・月末在庫削減と連動した面積在庫削減

→お申込みはWEBから！

お申込みは
WEBで！

アットストリーム
パートナーズ合同会社

杉原 健史 氏



開催日程

2022年7月27日(水) 9:00~17:00

URL

<https://www.uchida-it.co.jp/seminar/20220727/>



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
7年連続No.1

ビジネスプロセスを
強力に支援



出典: ITR「ITR MARKET VIEW: ERP市場2022」
ERP市場-食品: ベンダー別売上金額推移およびシェア (2015-2021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

食品業様向けERP市場で内田洋行
「スーパーカクテル」が7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2022」

ERP市場-食品: ベンダー別売上金額推移およびシェア (2015-2021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 フードテック

食品ITマガジン Vol. 12

2022年7月発行

【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://food.uchida-it.co.jp>

禁転写転載

編集後記

出勤時に駅で電車を待っていると、隣にどこかで覚えのある顔が。

誰だったかな? どこであった人かな? と考えていたらコロナが流行する前にいつも同じ電車を待っていた人であることを思い出しました。

この2年間、テレワークの導入で出勤形態が変わり、同じ電車に乗る人たちも少なくなり、顔触れも変わりました。

ここ数ヶ月は感染者数も大きく減っていますが、以前の生活に戻りつつある実感を得た出来事でした。

(D.K.)

今年も新人が多数入社をしました。研修などで新人と会う機会もあり、話をしているとフレッシュさとエネルギーの大きさに圧倒されるときもありますが、先輩として負けていけないと自分に言い聞かせています。新人の中には本マガジンのことをきっかけに入社を決めたという新人がいて驚きでした。わたくしも制作に携わってまだ1年ですがマガジンがより多くの人に読まれる一冊になるようにコンテンツ作りを今後も頑張っていきたいと思います。

(R.M.)

UCHIDA