

食品ITマガジン

ITの力を食品業の力に

Vol.28

特集 製造業の

生成AI活用最前線

導入事例

柳川冷凍食品株式会社 様

EDIで業務効率を改善
製販一体管理が可能に

株式会社波里 様

スパカクによる情報の一元化で
物の流れがクリアに。
時間外労働の減少やトレーサビリティ向上の効果も。

食品業向け 製販一体型統合パッケージ

スーパーカクテルCore FOODs

スーパーカクテルCoreシリーズが 選ばれる理由

1

450業種/

6,500本以上の
豊富な導入実績



2

お客様の業務プロセスに
フィットする
充実した機能



3

経営情報の"コア"として、
様々なサービスとの連携



標準プラットフォーム

PRIMERGY

オフィス空間をスマートに、
国産サーバでビジネスを加速



Fsas Technologies

エフサステクノロジーズ株式会社

ITの力を食品業の力に

食品IT マガジン

Vol.28

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.28は、「製造業の生成AI活用最前線」として、合同会社アルファコンパス 福本 勲 氏より解説いただきます。



Contents

特集

P.4~7

製造業の生成AI活用最前線

合同会社アルファコンパス 代表CEO
中小企業診断士、PMP(Project Management Professional)
福本 勲 氏

導入事例

P.8~11

EDIで業務効率を改善
製販一体管理が可能に

柳川冷凍食品株式会社 様

スパカクによる情報の一元化で物の流れがクリアに。
時間外労働の減少やトレーサビリティ向上の効果も

株式会社波里 様

連載コラム

P.12~13

働き方の再定義 ～なりたい自分になるためのヒント～

第4回 情報セキュリティ・原理原則3項目

株式会社圓窓 代表取締役
澤 円 氏

イベントガイド

P.14

ビジネスDXフェア2026
AIと共に、DXを活用して次のステージへ

製造業の生成

生成AIや AIエージェント活用の 最新動向と食品製造業 適用の可能性

AIの進化は製造業にも多くの影響と可能性をもたらしつつあります。

一方、日本の製造業においては現場のカイゼン力が足枷となり、AI活用の成果が創出されにくくなっているケースも見られます。本稿では、AIの進化の動き（生成AI→AIエージェント→マルチエージェント、AtoA(Agent to Agent)など）とハノーバーメッセなどにおける最新動向、食品製造業における適用の可能性についてお話するとともに、日本企業の活用状況、課題、活用に使われることなどについてお伝えします。

本稿は2026年4月に開催されたイベント講演を元に構成しています。

講演者

合同会社アルファコンパス
代表CEO
中小企業診断士、PMP (Project
Management Professional)

福本 勲氏



1990年3月 早稲田大学大学院修士課程(機械工学)修了。
同年に東芝に入社後、製造業向けSCM、ERP、CRMなどのソリューション事業立ち上げに携わり、その後、インダストリアルIoT、デジタル事業の企画・マーケティング・エバンジェリスト活動などを担うとともに、オウンドメディア「DIGITAL CONVENTION」の立ち上げ・編集長などをつとめ、2024年に退職。2024年6月より現職。

01 インTRODクシヨソ

本稿は、製造業における生成AI活用の最前線として、生成AIやAIエージェントの最新動向と、それが食品製造業にどのように適用できるのかについてお話しします。内容としては、大きく三つの観点で進めます。まず、製造業向けAI活用のトレンド変化、次に生成AIおよびAIエージェントの動きと活用領域、そして最後に日本の製造業に求められる取り組みです。

02 自己紹介

まず自己紹介をさせていただきます。

私は、合同会社アルファコンパスの代表CEOを務めております。また、いくつかの企業のアドバイザー、NewsPicksのプロピッカーなども務めております。ウェブメディアの連載、講演、書籍の出版などでもしており、『製造業DX Next Stage』という書籍を昨年12月に上梓いたしました。

こちらもぜひご覧いただければと思います。



03 製造業向けAI活用のトレンド変化

〈1〉AIの進化の流れ

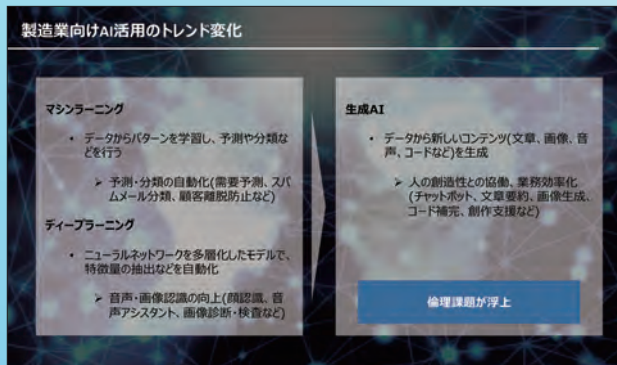
まず、AIの進化の流れを振り返ります。第3次AIブームでは、マシンラーニングやディープラーニングが注目されました。

マシンラーニングは、データからパターンを学習し、需要予測や顧客離脱防止といった予測・分類を自動化する技術です。

一方、ディープラーニングはニューラルネットワークを多層化し、特徴量の抽出を自動化することで、画像認識や音声認識の精度を大きく向上させてきました。そして、2022年11月にOpenAIがChatGPTを発表し、わずか2カ月でグローバルアクティブユーザーが1億人を超える驚異的なヒットとなりました。

AI活用最前線

生成AIは、文章や画像、音声、コードなど、新しいコンテンツを生み出す技術であり、人間の創造性と協働しながら業務の効率化を進めるものです。ただ、現在、倫理的な課題が浮上しているという状況です。

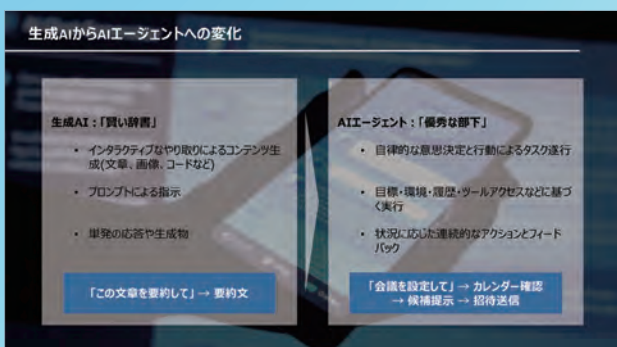


〈2〉生成AIがもたらしたコンピュータのインターフェース変革

生成AIのもう一つの大きな変化は、コンピュータのインターフェースです。Windows 95が1995年に登場しましたが、それ以前は、CUI (Character User Interface) で、コンピュータを動かすためにはコマンドを打ち込まなければならませんでした。次にGUI (Graphical User Interface) が登場。そして今、生成AIの登場によって、自然言語による対話を中心になりつつあります。さらに、音声や画像、動画といったマルチモーダル入力が可能になりました。CUIの時代は、人がコマンドを正しく打ち込まなければコンピュータが動いてくれなかったわけですが、生成AIの登場によって、「人がコンピュータに合わせる」のではなく、「コンピュータが人に合わせる」時代へと変わっています。

また、推論能力の面でもAIは大きく進化し、一部の領域では人間を超えるレベルに達しています。このことが、生成AIを単なる支援ツールを超えた活用を可能にしています。

〈3〉生成AIからAIエージェントへの変化



次に重要なのが、生成AIからAIエージェントへの進化です。

生成AIは、いわば「賢い辞書」のような存在で、指示に応じて単発の回答やコンテンツを生成します。

AIエージェントは「優秀な部下」に近い存在です。目標を与えると、自ら次の行動を考え、複数のタスクを連続的に処理しながら目的を達成します。そして、状況に応じて連続的にアクションやフィードバックを行ってくれる。例えば「会議を設定してほしい」と依頼すると、関係者のスケジュールを確認し、候補日を提示し、招待メールを送るといった一連のプロセスを自律的に実行します。このように、生成AIがコンテンツ生成を担うのに対し、AIエージェントは業務遂行そのものを担う点が大きな違いです。

生成AIとAIエージェントの違いを整理したのが以下の表です。

まず自律性。AIはプロンプトによる指示を待っている。一方、AIエージェントは目標を与えると人の指示を待たずに自分で次のステップを考えて実行してくれる。

実行範囲は、生成AIはテキストや画像の生成が中心ですが、AIエージェントはファイル操作やツール連携もやってくれる。

タスク処理は、生成AIが単発であるのに対して、AIエージェントは複数のタスクを連続的に処理してくれる。

生成AIとAIエージェントの違い

	生成AI	AIエージェント
自律性	指示待ち	人の指示を待たず、自分で次のステップを考えて実行
実行範囲	テキスト、画像などの生成中心	ファイル操作・ツール連携も可能
タスク処理	単発	複数タスクを連続処理
主体性	受動的	能動的
役割	コンテンツ生成	目標達成支援

主体性については、生成AIは受動的にプロンプトの指示を待っている。AIエージェントは能動的に行動する。役割は、生成AIがコンテンツ生成中心であるのに対してAIエージェントは目標達成支援まで行う。こういう違いがあります。

04 製造業における生成AIやAIエージェントの活用領域

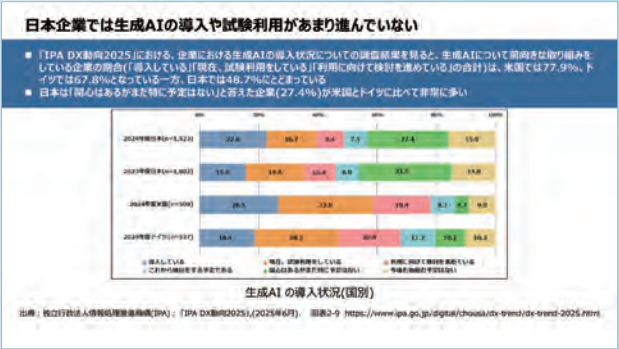
〈1〉製造業における生成AIの活用

現在、製造業における生成AIの活用領域は急速に広がっています。すでにPoC(概念実証)だけでなく、実運用に近い形で活用も始まっています。2025年のハノーバーメッセの展示では、

ロボット・機械制御のプログラミング変更を自然言語指示で生成AIが実施する事例、異なるコンテキストの多様なデータの二次利用を容易化した事例、インタラクティブなコミュニケーション能力を活かした適用例などが多数展示されていました。活用レベルも相当上がってきていると感じます。

〈 2 〉日本企業の現状と課題

ところが、日本では生成AIの導入や試験利用があまり進んでいません。独立行政法人情報処理推進機構（IPA）の「IPA DX 動向2025」に示された、2024年の国別生成AI の導入状況です。



生成AIを「導入している」「現在試験利用している」「利用に向けて検討をすすめている」企業の合計は、米国では77.9%、ドイツは67.8%。日本はその半分以上の48.7%に過ぎません。

「関心はあるがまだ特に予定はない」（緑の部分）が27.2%で、アメリカやドイツに比べて非常に高い。4社に1社を超えています。これは導入の意思決定が進んでいないことを示しています。

ただし、従業員1,001人以上、いわゆる大企業に限ってみると状況は異なります。2023年と2024年の比較をすると、試験利用や検討段階の企業は減少する一方で、導入をしている企業が32.8%から50%と大幅に上昇。これらは、アメリカやドイツよりも高い。

大企業のレベルではかなり本格的に導入が進んできているということがわかります。それなのに全体で見ると、米国、ドイツに大きく遅れているということは、中小企業で生成AI導入が進んでいない。つまり、二極化が起こっているということです。

生成AIは、業務の効率化や生産性の向上だけでなくバリューアップにも寄与します。中小企業が導入しないということは、大きな課題ではないかと思います。

〈 3 〉企業の生成AI活用の進化

企業の生成AI活用はどのように進化しているのでしょうか。

2023年頃から、生成AIをトライアル導入する企業が増えてきました。社内で生成AIの環境を作って、どんなことができるのか模索をする動きが出てきます。2024年頃からは、自社の業務データを連携や学習させて、たとえば、アフターサービス時に過去のトラブル情報と組み合わせ、適切な対処法を導き出すといった、カ

スタマーサポートの領域での活用が出てきました。

この頃に、複数のAIエージェントを活用したマルチエージェントの取り組みも始まっています。

例えば社内の業務に合わせて、複数の専門AIエージェントを持ち、



それらがオーケストレーターエージェントの下で議論をし、問題を解決する。複数のAIが役割分担しながら連携することで、より複雑な業務プロセスを自動化することが可能になります。

〈 4 〉ハノーバーメッセ2025の動向

前述のハノーバーメッセ2025について、展示の一部を紹介します。ドイツのSiemensは、生成AIによるロボットがロボットを作るような取り組みを紹介していました。

フランスのSchneider Electricは牛小屋の事例を展示。牛の位置に応じて天井のファンを制御し、快適性とエネルギー最小化を両立するソフトウェア制御を紹介していました。

同じSchneider ElectricとMicrosoftが共同開発した「Automation Copilot」は、生成AIが仕様書を読み取り、制御プログラムの作成からドキュメント生成、さらにテストシナリオに基づくシミュレーションまでを一貫して支援します。既存コードの内容を分かりやすく説明する機能もあり、ソフトに詳しくない技術者でも扱いやすい点が特徴です。特に教育用途では有効で、プログラミング習得の効率化と指導負担の軽減に寄与するのではと思います。

Schneider Electricのもう一つの展示は、飲料生産ラインの、AIによる品質管理の取り組み紹介でした。飲料は攪拌や温度によって味が変わるため、多数のセンサーで状態を取得し、エッジAIでリアルタイムに制御しています。

さらに、充填装置では注入速度やキャップ締付けなどの条件を、デジタルツイン上で事前にシミュレーションし、その結果を現場に反映して最適化します。物理設備とAIを連動させた高度な制御の例といえます。

AWS (Amazon Web Service) は、事前学習なしで、製造品データのみを学習し検査できる検査AIを紹介。従来の検査AIは、異常データを大量に学習させなければならず、これがユーザーの

大きな負担になっていました。この検査AIがあれば、高速ラインでの全量検査がかなり効率化すると考えられます。

Tulip社はマルチ言語対応の現場支援ツール (Frontline Copilot)を紹介。生成AIを組み込んだソリューションで、作業指示やチェック、さらには多言語対応まで自動化が進んでいます。ピッキングや組立、検査といった現場作業も、AIが指示・監視し、ミスを即座にフィードバックする仕組みが現実になりつつあります。

05 日本 の 製造業 に 求め ら れ る 取 組

〈1〉現場改善アプローチの比較(日本 vs 欧米)

欧米ではトップダウンでシステムを設計し、将来的にはヒューマノイドや産業用ロボットの導入を前提とした、AI導入が進んでいます。一方、日本は現場改善を軸とした独自の進化を続けています。

しかし、すべての仕事がヒューマノイドや産業用ロボットで自動化されてしまったら、その後改善が続けられるのかという疑問が残ります。生成AI自体が改善をし続けてくれるなら問題ありませんが、これまでやったことがないことを生成AIが考えられるかというと、現時点ではおそらく難しいと思います。しかし将来どうなるかはわからない。また、生産技術領域まで完全自動化できるのですが、これも現時点では難しいと思われます。

今後、複数のAIエージェントが相互に連携することで、単一のAIエージェントだけでは達成が難しかった、複雑で大規模なタスクを遂行できるようになっていく。AtoA (エージェントtoエージェント)の時代になっていくと思われます。AIエージェント同士がやりとりしていくための、共通ルール策定の動きも加速をしていくでしょう。

〈2〉フィジカルAI元年

NVIDIA (エヌビディア)のCEO、ジェンソン・フアン氏は、「2026年はフィジカルAI元年になる」と述べています。フィジカルAIとは、AIがロボットや自動車などの物理的な体(フィジカル)をもち、現実世界で自律的に動く技術のことです。

これまでのロボットは、マシンラーニングによって大量のデータから作業パターンを学習し、決められたルールの中で動くのが限界でした。例えば、不良品を検知して取り除く、あるいは倉庫で型番に応じて所定の場所に運ぶといった作業が主な役割でした。

これに対して、生成AIやAIエージェントの進化により、状況を自ら判断して動くロボットやヒューマノイドの実現が見えてきています。こうしたフィジカルAIは、2026年以降の成長領域として注目されています。

生成AIは情報の世界では大きく進展していますが、現実のフィジカルな世界との最適化はまだ十分に進んでいません。一方で、

日本の製造業は高い知見と現場の暗黙知を持っています。

これらを構造化・言語化し、フィジカルAIと組み合わせることができれば、大きな強みになる可能性があります。

〈3〉食品業界と生成AI

生成AIやAIエージェントを食品業界はどのように活用できるのでしょうか。その可能性をまとめたのが以下の表です。

食品製造業における適用の可能性		
	手段(例)	効果(例)
品質管理・検品	画像認識AIで製品の欠陥や異物混入を検出	外観検査を自動化することで、人手不足を補い精度を向上
需要予測	過去の傾向とさまざまな外部データによる予測をもとに生成AIが需要予測	過剰生産を減らし、食糧ロスを削減 やコスト削減を実現
新商品開発・レシピ提案	過去のレシピデータ、消費者の嗜好データ、SNS分析などをといて、生成AIが新しい商品アイデアを生産 [大量のアイデアを生成AIに作らせ、人間が取捨選択]	味の組み合わせや栄養バランスを自動シミュレーションし、開発期間や開発コストを短縮
生産工程の最適化、作業分析、マニュアル作成	工場全体の稼働状況を監視し、最適なものをもとに生成AIが作業分析やマニュアルの作成最適化を行う	作業工程ごとの作業時間短縮や設備稼働の把握、マニュアルの最適化、設備の予知保全やエネルギー効率改善などに貢献
マーケティング・顧客分析	AIを活用したペルソナなどを用い、SNSやレビューなどを組み合わせて消費者の好みなどを抽出し、商品改良や販促戦略に反映	パッケージデザインや広告コピー案を短時間で大量に作成することで [人間が取捨選択] 効率やコストを改善
翻訳・通訳	多言語での現場指示対応やマニュアル、ラベルなどの翻訳・通訳の自動化	グローバルな工場や市場の展開時や多国籍の従業員採用時の効率化やコスト削減に貢献

品質管理・検品、需要予測、新商品開発など、さまざまな活用方法があるのではないかと考えています。

〈4〉人のやるべき仕事はどこまで変化するか

欧米は、すでにルーティン業務のデジタルへのシフトや無駄なプロセスの削減に長く取り組んできていますが、生成AIやAIエージェントなどの新たなデジタルテクノロジーの活用によって、この対象がノンルーティン業務の一部にもシフトし始めているように感じます。

一方、日本は、少子高齢化が急速に進んでいるにもかかわらず、ルーティン業務のデジタルへのシフトや無駄なプロセスの削減が進んでいないと感じられます。生成AIなどをいかに活用して、この壁を越えられるかが今後の課題になっていくでしょう。

しかしながら、日本の産業界からは、まだ生成AIにはできないことも多く、業務には使えないという声もよく聞きます。あるいは、使ってはみるのですが、使ってつまずくとその先は使わないという企業も少なくありません。これは、数年後には大きな活用格差になっていくのではと危惧しています。

とにかく使ってみて、何が使えて何が使えないのか、使えないところはどこで解決するのかということを、試行錯誤をしながら、小さな成功事例を積み重ねていく。そういった取り組みが非常に大事ではないかと思っています。

新たなテクノロジーの登場により、事業や組織、人材など企業全体の在り方を見直す時期にきています。世界から遅れないために、日本もこれらの活用を積極的に推進していくことが求められるのではないのでしょうか。

EDIで業務効率を改善 製販一体管理が可能に



工場外観

導入のメリット

- EDI 連携で受注入力時間を2割削減
- 手入力による帳票作成が不要になり業務効率化を実現
- 利益率などの経営データ把握や施策実施の迅速化

導入システム

スーパーカクテルCore FOODs 販売、会計

お客様概要

会社名	柳川冷凍食品株式会社
本社	福岡県柳川市西蒲池1028番地
設立	昭和47年10月
事業内容	食品卸・小売業及び食品加工販売業
従業員数	社員60名、パート40名
URL	https://yanarei.co.jp/

柳川冷凍食品株式会社様は、福岡県柳川市に本社を構え、主に水産物を取り扱う卸売業と食品製造業の2本柱で事業を展開しています。売上げの8割を占める卸売事業では、九州北部を中心に約20の配送ルートを持ち、飲食店やホテルに業務用冷凍水産品などを供給しています。近年注力している食品製造事業では、具材の鮮度と大きさにこだわった本格冷凍パスタ「魚屋がパスタ」シリーズが人気を博しています。新基幹システム「スーパーカクテルCore」は2025年4月に稼働しました。導入経緯やプロジェクトの進め方、導入効果について伺いました。

導入の経緯

基幹システム(ERP)刷新の主な目的

は、商取引に関する各種情報のEDI化と属人化の解消です。いくつかのシステムを比較した結果、「スーパーカクテルCore」の導入を決定しました。旧システムでは運用ルールが統一されていなかったためデータ移行に時間を要しましたが、製販一体管理が可能になったことで業務効率が大幅に改善しました。コア業務にリソースを割くことが可能となり、残業時間が減少するなど、働き方改革にもつながっています。

非デジタルの現場

以前のシステムはCSVファイル(カンマ区切りテキストファイル)の取り込み機能がなく、受注に関する業務はすべて手作業で行っていました。電話やFAXなど

で受けた注文を営業スタッフが入力し、積み込みや配送をした後で各種帳票を作成していたため、コア業務に割ける時間が限られている状況でした。

また、商品マスターが常にトランザクションデータにひも付いていたため、商品コードの変更が容易にできませんでした。商品マスターへの登録方法など社内ルールも徹底されておらず、同じ業務であっても担当者によりやり方が大きく異なることが多くありました。在庫管理機能も不十分な状態でした。

こうした課題を解決するため、同社では各部署から選出されたメンバーで構成された「業務改善プロジェクト」を立ち上げました。中小企業基盤整備機構の支援の下、各部署での課題を洗い出し、対策を検討した結果、基幹システムを刷新することとなりました。

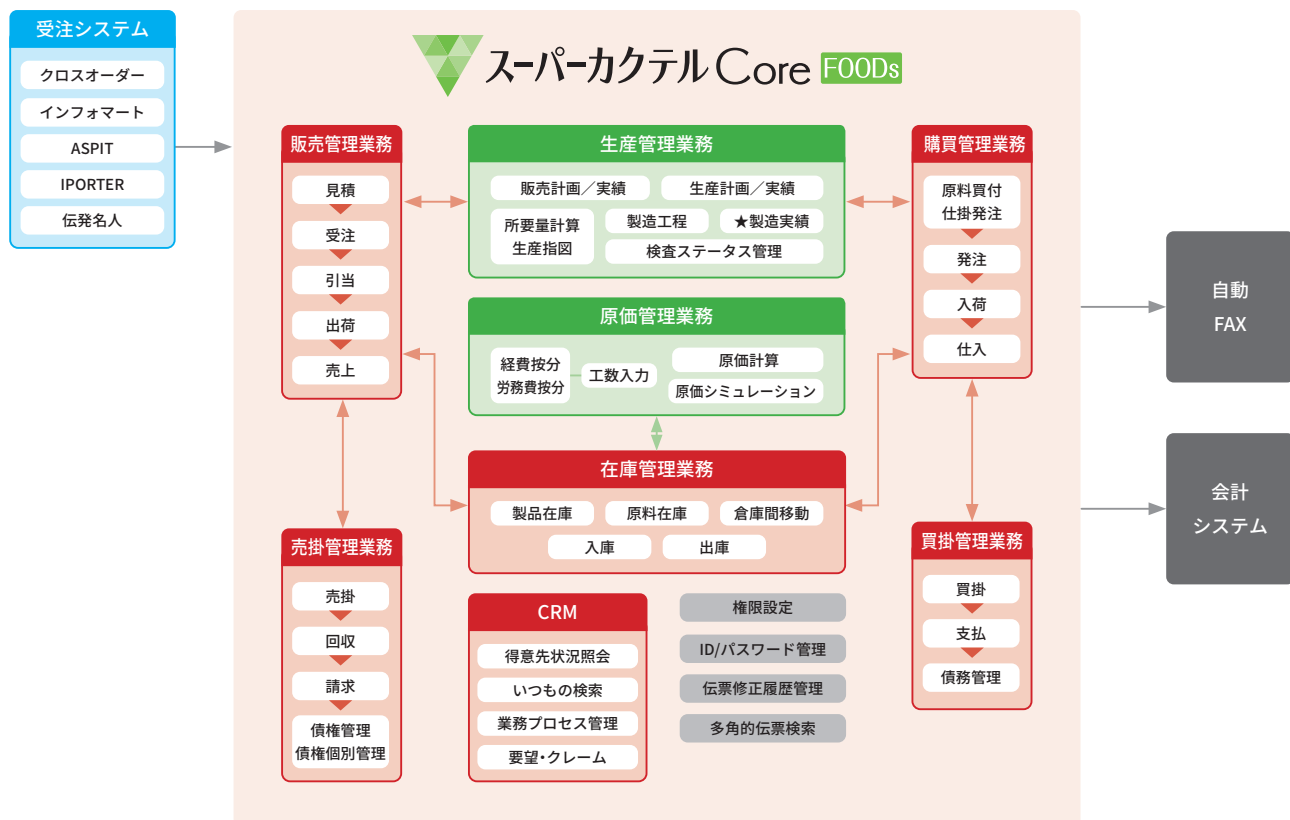
導入の決め手 基幹業務に必要な機能が 標準搭載

「スーパーカクテルCore」導入の決め手は、販売・生産・原価管理など基幹業務に求められる機能が標準搭載されていた点です。基幹システムから帳票を出力できるなど、自社の業務フローに沿った形で運用できる点や、デモ画面がシンプルで使いやすい点も評価されました。

データ移行には予想以上の労力がか



システム概要



かりましたが、要件定義に時間を割いたことで、抱えていた課題を内田洋行やテクノ・カルチャー・システム(システム導入支援パートナー)としっかり共有することができました。2024年4月のベンダー決定から要件定義、基本設計、マスター整備、運用テストなどを経て、2025年4月に新システムが本格稼働しました。

導入の効果

受注処理2割減で業務全体を効率化

「スーパーカクテルCore」の導入により、EDIデータを取り込み処理できるようになり、受注入力にかかる時間が約2割削減されました。LINEとFAX-OCRを利用して受発注業務をペーパーレス化するシステムを導入したことも相乗効果を生みました。

それに伴い、営業スタッフが行っていたピッキングや配送作業も効率化されました。営業スタッフが本来の業務に充てられる時間が増えた点は大きなメリットとなっています。旧システムでは実地棚卸とシステム上の金額との間に大きな差異が生じることがあり、月次決算の確定が中旬ごろになっていましたが、新システムでは早期確定が可能となりました。

手入力による帳票作成作業も不要となり、業務の効率化が実現しました。その結果、残業時間の削減にもつながっています。また、利益率などの経営データを迅速に確認できるようになり、スピード感を持った施策立案が可能となりました。属人化していたデータの取り扱いも解消されています。

今後について

本格稼働から間もない段階ではありますが、今後は部署ごとにマニュアル作成や勉強会を実施し、さらなる社内浸透を図っていく予定です。(取材当時)



スパカクによる情報の一元化で物の流れがクリアに。 時間外労働の減少やトレーサビリティ向上の効果も



導入のメリット

- 売上・出荷量が増加する中、業務部の時間外労働が前年比400時間減
- 社内の原料や商品の流れが可視化され、トレーサビリティ向上や物流効率化も
- 生産のムダがなくなり廃棄も減少、利益を押し上げた

導入システム

スーパーカクテルCore FOODs

お客様概要

会社名	株式会社波里
事業内容	米粉、胡麻、きな粉など業務用・家庭用製品の製造・加工・販売
代表者	藤波 孝幸 様
資本金	4,840万円
所在地	栃木県佐野市村上町903
URL	https://www.namisato.co.jp/

栃木県佐野市で70年以上の歴史を持つ株式会社波里様は、社は『「種を想い」「人を想い」「幸せを想う」』の下、米粉や胡麻、きな粉を主力に多彩な商品を展開。なかでも、米粉事業では、国内では2例しかない「ノングルテン」AS認証」を取得しており、家庭用米粉製品ではトップクラスのシェアを誇ります。

また、近年はEC部門の売上も伸長し、さらに業容を拡大しています。同社では2022年、既存のシステムから移行する形で、内田洋行ITソリューションズ(以下ITS)の統合システム「スーパーカクテル(スパカク)Core FOODs」を導入。

情報の一元化で社内の原料・商品の流れが見える化されたことで、時間外労働の減少などさまざまな効果が生まれています。

導入の背景

**在庫管理などの情報を一元化すべく、基幹システム導入を検討
基本機能が充実し、食品業に特化しているスパカクに決定**

株式会社波里様は長年、他社の販売管理システムを利用して業務を進めてきましたが、2020年ごろからシステムの見直しの検討を始めました。アップデートされたOSに、それまでのシステムが対応できなくなることがきっかけでした。

また、従来のシステムだけでは解決できない課題があったと、同社業務部の諏訪智大課長は振り返ります。

「以前のシステムでは、仕入や売上

の入力、顧客管理はまかなえていたのですが、在庫管理などには対応していませんでした。在庫については、毎月の棚卸をもとにExcelでつくる在庫帳をもとにしていて、システムとは紐づいておらず、情報の一元化ができていませんでした。

そもそも理論在庫が存在せず、実棚で数えたものが正になる仕組みなので、棚卸差異率という概念がありませんでした。数え間違えて金額がずれたら手打ちで修正をかけるので、原因を探ることもできませんでした。倉庫間移動も記録していなかったため、『いま、在庫がどこにどれだけあるかわからない』という状態。製造日別のロット管理もできておらず、トレーサビリティの面でも課題を抱えていました」

こうした状況を受け、同社では基幹システム導入を構想。諏訪氏が業務部に異動したタイミングで、さまざまなベンダーの製品を比較・検討しました。最終的に3社に絞り、プレゼンなどを経て、ITSの「スーパーカクテル(スパカク)Core FOODs」導入を決定しました。

「私は3社を比較しているとき、肌感覚で『スーパーカクテルがいいかな』と思っていました。一見すると、他社さんのほうが価格はリーズナブルなんですけど、私たちに必要な機能をオプションでつけていくと、金額が高くなっていく。一方のスーパーカクテルは、基本パッケージに入っている機能が豊富だったのが好印象でした。

また、SEの方によるカスタマイズの対応が充実していそうなこと、食品業に特化していて、当社にとって使いやすいシステムであることも決め手となって、最終的にスーパーカクテルを導入することになりました」



導入の成果

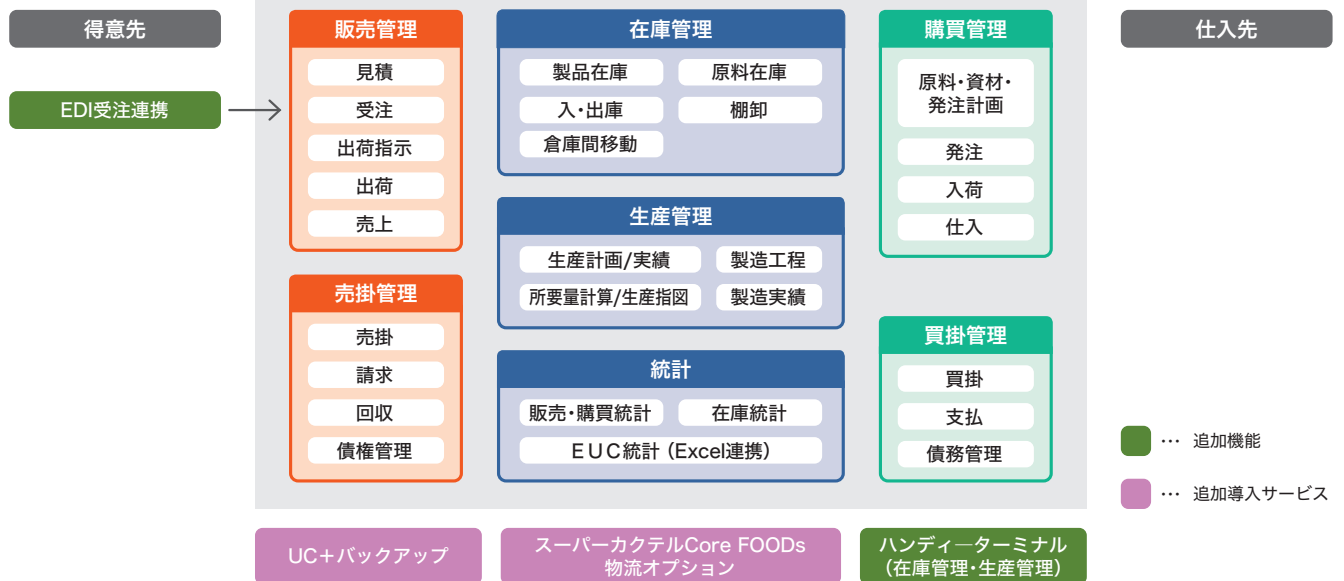
**スパカクで業務の仕組みを再構築
売上・出荷量は増加も、業務部の時間外労働は前年比400時間減**

導入にあたり同社は、各部署のメンバーからなる約10名のプロジェクトチームを発足させました。基幹システム導入による新しい仕組みづくりについて議論し、それをもとにITSとカスタマイズを進めていきました。

「例えば新たに導入したハンディターミナルには、出荷指示のほか、製造指示・移動指示の情報が流れるようにカスタマイズ。自社で送り状を発行し、運送会社さんにピッキング・出荷までお任せするという従来の仕組みにも合わせてもらいました。

導入時にはITSの担当者に、来社のうえ長時間対応してもらったこともありましたが、嫌な顔ひとつせず親身になって作業いただきました。また、当社側では専任の担当者を置くことができなかったため、各部署の担当者と都度やりとりしてもらいましたし、定期的に現状の問題点を聞きに来てくれました。困ったことがあればWebでも電話でも気軽に相談できますし、レスポンスも早いのは助かりました」

こうして導入したスーパーカクテルは、残



業時間の削減という効果をもたらしました。
「例えば棚卸は、出力した棚卸表に数を手書きして、それを集計してExcelに打ち込んで…という作業。棚卸のある日は、1人あたり平均2～3時間の残業が発生していました。それが、スーパーカクテル導入で業務時間内に終わるようになったんです。」

私たち業務部でいうと、年間の残業時間が前年比で412時間削減されました。部員は9名ですから、単純に平均しても1人あたり45時間あまり残業が減っている計算ですね。一方で、出荷のために出入りするトラックは前の年に比べて2割増え、売上も1割アップしています。こなすべき業務は増えているのに、スーパーカクテルで省力化ができていますので、増員もせず、しかも残業を抑制できているのは大きなメリットだと思っています」

原料・商品の流れが見える化され、トレーサビリティ向上+物流効率化 ムダな生産・廃棄も減少し、利益アップに貢献

さらに、スーパーカクテルで在庫管理や購買管理を含めて一元管理ができるようになったことで、社内の原料や商品の流れ全体が可視化されたと諏訪氏は語ります。

「かつては原料の管理にしても、『いまどれくらい在庫があるか』『15日時点と月末とを比べてどのくらい減っているか』などが把握できない状態でした。スーパーカクテル導入で、原料のカテゴリーごとに、どの倉庫にどのくらいあるか、ボタン一つで確認できるようになりました。」

また、帳票類を出力する際にも、以前は

それなりにシステムに慣れている人物でないと対応できず、属人化している面がありました。今は、スーパーカクテルからさまざまなデータを簡単に下ろせるので、会議の際も『いま、あの商品の在庫はどれくらい？』と聞かれても、5分と経たずに数字を出せるように。データをもとにした資料作成もかなり楽になりましたね」

加えて、トレーサビリティの向上や物流の効率化にも、スーパーカクテルが寄与しているようです。

「スーパーカクテルとハンディターミナルを連携させることで、厳密にロット管理ができるようになったのもメリットです。旧来の仕組みだと、出荷した商品に何か問題が生じると、紙の日報を隅々まで調べあげて『この日に生産されたものだ』と特定しなければなりません。スーパーカクテルによって、そうしたトレースの作業がぐっと簡素化されて、トラブル発生時にも迅速に対応できるようになりました。」

ロット管理ができるようになったので、商品がさまざまな倉庫に分散していても『何がどこに、どれくらいあるか』をきっちり把握できます。従来は1つの運送会社さんに出荷を委託していましたが、その他の企業にもアウトソーシングできるようになり、より効率的に物流業務を進められています。

こうして、スーパーカクテルで社内の物の流れが見える化されたことで、ムダな生産・廃棄も減少。会社の利益増に一役買っています」

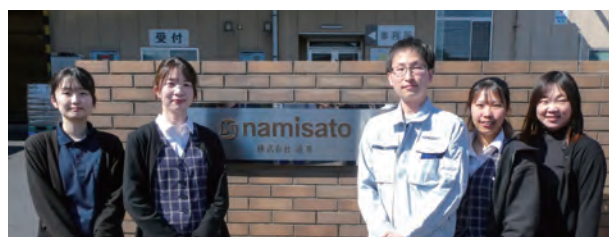
今後の展望

スパカクを活用しきれていない部署へのフォローが課題
今後は原価管理機能を追加導入し、さらなる業務効率化を推進

時間外労働の削減やトレーサビリティ向上など、スーパーカクテル導入でさまざまな効果を実感しているという同社。一方で、まだスーパーカクテルを活用しきれていない部分があるといいます。

「お話ししたように、会社として専任のシステム担当者を配置できていないこともあり、部署によってはまだスーパーカクテルの操作への理解度が低く、活用しきれていない状況が見られます。今後は、各部署長と連携しながら、スーパーカクテルの理解度を測ったり、活用方法についてレクチャーするような会を定期的に行う必要があるかもしれません。」

今回のスーパーカクテル導入は、まだ最初のステップ。現状活用している生産管理や在庫管理などに加えて、これからは原価管理の機能を導入し、さらなる業務効率化を進めていきたいと考えています」



左から
営業本部 受注係 金井 様
営業本部 受注係 清水 様
業務部 課長 諏訪 様
営業本部 受注係 熊倉 様
営業本部 受注係 梅澤 様

第4回

連載コラム

働き方の再定義 ～なりたいたい自分になるためのヒント～



情報セキュリティ・原理原則3項目

こんにちは、澤です。

ボクはマイクロソフト時代に「サイバークライムセンター」というチームの責任者をさせてもらっていました。

これは、物理的な何かの施設を指しているというよりは、組織横断で結成されたサイバー犯罪に関する情報発信を行うチームでした。

ここでの体験は本当に学びが多く、今のボクのキャリアにも大きく役立っています。

今は、セキュリティそのものを仕事にしているわけではないのですが、あらゆる場面でセキュリティの知識を前提に考えることができるようになりました。

今回は、セキュリティに関して全てのビジネスパーソンに知って欲しい「原理原則」をお伝えします。

原理原則その1

あなたはすでにお客様

サイバー犯罪というのは、実に儲かるビジネスです。

色々な計算によってROI=対投資効果が算出されていますが、軒並み1,000%を超え、やりようによっては15,000%なんていう数字が叩き出されることもあります。

なぜここまで儲かるかといえば、「コンピューターを使うあらゆる人間がお客様」になっているからです。

お客様、ということはお金を払うという立ち位置なわけですが、問題は「得るものは何もない」ってことなんですよね。

サービス提供しなくてお金だけ取るんだから、そりゃ儲かりますよね。

例えば、ランサムウェアという攻撃手法があります。

パソコンにあるデータを全て暗号化することで読み書きをできなくして、元に戻すためにお金を払わせるというやり方です。

お客様であるあなたが得るのは「元に戻る」という体験だけ。

厄介なのは戻る保証もありやしないということです。

ちなみに、感染するのはめちゃくちゃ簡単です。

一つファイルを開くだけ、リンクをクリックするだけで、あっという間に感染してしまうのです。

感染するのは一瞬、戻すのは膨大な時間がかかる。

ありがたくない顧客体験ですよ。

ちなみに「私なんか狙っても仕方がない、そんな大事なファイルは持っていない」という発想は無意味です。

サイバー犯罪者は、ある意味とても平等です。

コンピューターを使っている人を、分け隔てなく大事な顧客として扱います。

顧客になる・ならないを決めるのは、あなたではないのです。

原理原則その2

攻撃は必ず成功する

「サイバー攻撃を受けないようにするにはどうすればいいですか？」という相談を受けることがありますが、これは無理な話です。

先ほどお伝えした通り、人類は皆全て「お客様」としてエコシステムに組み込まれています。

そして、攻撃対象になった時、ほぼ確実にその攻撃は成功します。

攻撃と防御において、攻撃側が圧倒的に有利なのは自明の理です。

防御だけで勝負に勝てるわけがないですからね。

「そんな身も蓋もない…」と嘆かないでください。

ここで言っている「攻撃が成功する」と「完全に敗北する」は別の話です。

格闘技をイメージしてください。

ボクシングにおいて、相手に全く触れせずに勝つというのはどれほどの実力差があっても、なかなかできないものです。

相手が様子見で出したパンチが、ガードの上に軽く当たったり、避けるために一歩下がったりすることは、「攻撃が一定の効果を挙げている」と定義できます。

ここでポイントになるのは「攻撃はされているが致命傷には至っていない」ということなのです。



株式会社圓窓
代表取締役

澤 円氏

さわ まどか

元・日本マイクロソフト株式会社業務執行役員。
マイクロソフトテクノロジーセンターのセンター長を2020年8月まで務めた。
DXやビジネスパーソンの生産性向上、サイバーセキュリティや組織マネジメント
など幅広い領域のアドバイザーやコンサルティングなどを行っている。
複数の会社の顧問や大学教員、Voicyパーソナリティなどの肩書を持ち、「複業」の
ロールモデルとしても情報発信している。また、ファッションや美容、自動車などの
インフルエンサーたちとも積極的に共創活動を行っている。

サイバーセキュリティにおいて大事なことは「致命傷を受けないこと」であって、「一切攻撃を受けないこと」ではありません。

例えば、情報漏洩を例にしましょう。

情報漏洩は企業にとって非常に厄介なものです。最大の問題は「漏洩したこと」そのものではなくて「漏洩したデータが使える状態であること」なのです。

氏名、電話番号、口座情報がまとめて漏洩すると、盗み出した側としては色々な使い道があります。

しかし、苗字のリストだけが漏洩して、かつそれが暗号化されていると、盗んだところで使い物になりにくいよね、という考え方です。

攻撃は確実に届くという前提のもと、「何が致命傷で、そうならないようにするにはどうすればいいか」を考えるのが重要です。

原理原則その3

最新であることが最強

スマートフォンやパソコンに一定周期で巡ってくる「更新」。

面倒だなんて思う方も少なくないでしょう。

でも、これは「すぐにやる」が鉄則だと心得てください。

更新プログラムがオープンになっているということは、「ここに問題がありますよ」という情報が全世界にアナウンスされたことを意味します。

つまり、「今、この住所の家は鍵が開いていますよ」と触れ回っている状態なのです。

更新プログラムを当てると、この鍵をしっかりと締めることができます。

「更新プログラムを当てると、既存のシステムが動かなくなるかも」という理由で、更新を先延ばしにしたがるユーザーに何度も遭遇したことがあります。

これ、相当ヤバいですね。

「ことの重大さの順位づけ」ができてないのは、めちゃくちゃヤバいことです。

更新プログラムによって会社のシステムが動かなくなるのは、確かに問題がないとは言いません。

ただ、サイバー攻撃を受けて被害が出たら、それ以上の問題に対応しなくてはなりません。

単なるシステムの問題ではなく、あっという間に経営責任レベルにまで深刻度が跳ね上がってしまうのです。

自分の会社の経営陣が謝罪会見とかに出てるのを見るのは、あまり心楽しい体験ではないと思うんですよね……

スポーツカーの名門ブランドであるポルシェには、脈々と受け継がれている言葉があります。

「The newest is the best」

ポルシェは、モデルチェンジをしても基本的なコンセプトを大きく変えないことで知られています。

なので、ポルシェと聞いたらあのカエルっぽい顔をしたデザインをすぐに思い出す人も多いですね。

でも、中身は時代と共にアップデートをし続けている。

これぞポルシェのフィロソフィーなのです。

最新であるということは、サイバー犯罪者にとってはかなり都合が悪いことでもあります。

新しくされてしまうと、それまで通用した攻撃手法が使えなくなります。

防御する側は、攻撃側の「嫌がること」をするのが大事です。

最も手軽にできる嫌がらせが、システムアップデートです。

ぜひ習慣にしましょう。

ということで、今回は三つの原理原則についてお伝えしました。是非とも、このことをいろんな人に伝えてください。

これを読んだあなたがセキュリティ・エバンジェリストになることで、サイバー空間の安全は高まります。

さあ、戦う準備はできましたか？

UCHIDA BUSINESS DX FAIR 2026



～ AI と共に、DX を活用して次のステージへ～

販売DX

会計DX

製造DX

物流DX

働き方変革

ローコード開発

セキュリティ

〈参加無料・予約申込制〉現地開催セミナー + ソリューション展示

TOKYO

10/30

会場 | 明治記念館



〈特別講演〉

強い組織作りと合理的思考
～天才じゃなくても
世界一になれた僕の思考術～

野球解説者・
(元) 千葉ロッテマリーンズ選手
里崎 智也氏

OSAKA

10/2

会場 | グランフロント大阪 北館 B2F
(ナレッジキャピタル コングレコンベンションセンター)



〈特別講演〉

諦めない心と
モチベーションの保ち方

(元) プロ野球選手・野球解説者
鳥谷 敬氏

8月上旬
申込受付
開始

こちらのQRコードからメールアドレスをご登録ください。
申込開始時にメールにてお知らせいたします。

https://www.uchida.co.jp/system/dxfair/?ss_ad_code=DX26006



- 主催 株式会社内田洋行
- 特別協賛 株式会社内田洋行ITソリューションズ

品質保証業務の効率化をご検討の方

品質保証業務ソリューション

不具合調査

原因分析

報告資料作成

などの効率化に



品質業務、情報が
散在していませんか？

●過去不具合がすぐ見つからない

不具合票・仕様書・検査記録がPDFやExcelに分散し、必要な情報を探すのに時間がかかる

●設計・製造・品質で情報が分かれている

品質・設計・工場ごとに情報が分かれ、原因調査や対策検討に必要な事実をすぐ共有できない

●報告資料作成に時間がかかる

会議資料や報告書を毎回手作業で作成しており、分析や対策検討より資料作成に時間を取られる

分散する品質関連データを一つに

散在する品質データを一つにつなぎ、即判断できる状態へ

01. 既存データをそのまま活用 RAG/AI-OCR

紙・PDF・Excelをそのまま活用し、今ある資料をすぐに検索可能に

02. 過去不具合を瞬時に横断検索 横断検索

不具合・仕様・過去トラブルを横断し、必要な情報に数秒でたどり着く

03. 報告資料を自動生成 生成AI

会議資料・報告書を自動生成し、説明や意思決定をスムーズに

品質保証業務ソリューションの

資料ダウンロードはこちら

<https://smartsight.jp/solution/quality-form/>


対象の資料例：

不具合票

検査記録

市場品質

PDF/Excel

次号予告 特集

アヲハタの製造現場DX

～年間約30,000枚削減実績から学ぶ帳票電子化の進め方～

食品ITマガジン

Vol.28

2026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 デジタルマーケティング部

【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

〒135-0034 東京都江東区永代1-14-5 永代ダイヤビルディング

TEL:03-6773-7538

<https://food.uchida-it.co.jp>

禁転写転載

編集後記

コンビニやスーパーで飲料コーナーを見ると、機能性のある商品が今まで以上に増えてきたような気がします。

付加価値を付けることで、消費者の購買欲を刺激するのでしょうか。

私はまんまとその策略に乗せられて色々購入していますが、気付くと気に入った商品がなくなって残念な気持ちになることもよくあります。入れ替わりが早いのか期間限定だったのか...新たなお気に入り求めて今日も新商品に手を伸ばします。

外にいただけで汗が止まらなくなる季節です。皆様も水分補給をしつつ熱中症にはお気を付けください。



