

食品業界DXへの パ ス ポ ー ト 『IT導入補助金』



導入事例

株式会社アミノアップ 様

軽減税率、インボイス制度など
法制度改正には、実績ある汎用システムで対応

JAベジマルファクトリー株式会社 様

製造販売管理システムの導入で
受注・出荷検品業務の効率化を実現

静音性を実現し
オフィス利用に最適な
コンパクトサーバ

FUJITSU



Compact

オフィス利用に最適な優れた省電力性、設置性

- ・幅98mmのスリムな筐体で省スペース化、静音化(実測値約17dB(A))を実現しています。
- ・使用環境の周囲温度5℃~45℃(オプション適用時)の動作サポートにより、サーバ設置環境の省電力化を促進します。
- ・防塵フィルタオプション追加で、埃等の吸入を低減でき、安定稼働を実現できます。

Remote

場所や時間を問わず、 「いつ・どこから」でもサーバをコントロール

- ・OSの稼働状況に関わらず、サーバの各部品を監視可能。モバイル端末からも操作可能です。サーバ画面を遠隔地のパソコンに転送し、操作が可能。ビデオ録画で操作手順の保存も行えます。(「リモートマネジメントコントローラアップグレード」オプション適用時)

Fujitsu Server PRIMERGY TX1320 M5

- CPU: インテル® Xeon® プロセッサ、インテル® Pentium® Gold プロセッサ
- OS: Windows Server 2022 Standard
- メモリ: 最大128GB (16GB 3200 UDIMM ×4)
- HDD: 3.5インチノンホットプラグ: 最大24TB (BC-SATA HDD)
2.5インチホットプラグ: 最大19.2TB (SAS HDD) / 16TB (BC-SATA HDD) /
61.44TB (SATA SSD) / 16TB (PCIeSSD)

2023年10月

Windows Server 2012/2012 R2サポート終了

PCサーバの入れ替えはお早めに

第4世代インテル® Xeon® スケーラブル・プロセッサを搭載可能な2WAYラック型サーバ
インテルのテクノロジー採用によって進化する富士通のコンピューティング



PRIMERGY RX2530 M7



PRIMERGY RX2540 M7

●Intel、インテル、Intelロゴ、その他のインテルの名称やロゴは、Intel Corporationまたはその子会社の商標です。

●Microsoft、Windows、Windows Serverは、米国Microsoft Corporationの米国およびその他の国における登録商標です。●記載されている会社名、製品名は、各社の商標または登録商標です。

ITの力を食品業の力に

食品IT マガジン

Vol.16

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.16は、「食品業界DXへの『IT導入補助金』」として中小企業庁 経営支援部 経営支援課 課長補佐(2023年5月時点)の村山 香氏より解説いただきます。



Contents

特集

P.4~7

食品業界DXへの『IT導入補助金』

中小企業庁 経営支援部 経営支援課 課長補佐(2023年5月時点)
村山 香氏

導入事例

P.8~11

軽減税率、インボイス制度など
法制度改正には、実績ある汎用システムで対応

株式会社アミノアップ 様

製造販売管理システムの導入で
受注・出荷検品業務の効率化を実現

JAベジマルファクトリー株式会社 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12回 アートとサイエンスのバランス

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

UCHIDA BUSINESS IT FAIR 2023

食品業界DXへの『IT導入補助金』

特集

中小企業庁が所管する「IT導入補助金」は開始から今年度で7年目を迎え、毎年使いやすく改善し、内容も充実していくことで、今人気の補助制度として注目されています。そこで今回は、2022年度の申請・採択状況と、2023年度の強化のポイント、食品業界の中小企業がIT導入補助金を活用すべきポイントについて、中小企業庁の村山氏に話を聞きました。



Profile

村山 香氏

中小企業庁
経営支援部 経営支援課
課長補佐
(2023年5月時点)

2016年経済産業省入省。資源エネルギー庁に在籍し、2020年に中小企業庁に異動し、持続化給付金チームの所属となる。2021年6月より経営支援課に異動し、経営課題をデジタルの手段で解決するための「IT導入補助金」や「みらデジ」の設計を担当。



Index

- 01 自社の経営課題に合ったITツールを導入して効率化や自動化を支援するための補助金
- 02 ソフトウェアを動かすハードウェアも併せて申請できるのが人気の理由
- 03 「みらデジ」を活用し今後取り組むべき改善策を支援機関や専門家と共に検討
- 04 食に関わる全ての企業で業務効率化やデジタル化は重要
- 05 ITベンダーや専門家と企業をマッチングさせる環境作りが今後のテーマ

① 自社の経営課題に合ったITツールを導入して効率化や自動化を支援するための補助金

—— 中小企業庁 経営支援課の役割についてご紹介ください。

村山氏: 中小企業庁経営支援課は、中小企業や小規模事業者の経営支援を主な目的とし、そうした企業の皆さまが抱える悩みをサポートすることをミッションとしています。企業によって悩みは異なるため、47都道府県に「よろず支援拠点」を設置し、様々な悩みに対面や電話などで相談に応じるようにしています。経営改善に取り組む意欲的な経営者に対しては、まず課題を見つけるところから対話と傾聴を行い、本当にどこに課題があるのか、会話しながら見つけていくプロセスも重要ですので、よろず支援拠点やその他の支援機関とも協力しながら積極的に取り組んでいます。

—— IT導入補助金の概要をお聞かせください。

村山氏: IT導入補助金は、中小企業や小規模事業者などが自社の課題やニーズに合ったITツールを導入して、日々の業務の見える化や効率化、自動化、働き方改革などを通じた生産性向上の取組を支援するために、国が支出する補助金制度の1つです。ITツールとは、パッケージソフトやアプリケーションの本体費用や、クラウドサービスの導入・初期費用等をいいます。補助金であるため、補助の有無や補助の額については「事前の審査」と「事後の検査」によって決まります。また、原則、補助金は後払い(精算払い)なので、事業の実施後(ITツールの導入後)に必要な書類を提出して、検査を受けた後に、初めて受け取る形となります。

枠は大きく1)「通常枠」、2)「セキュリティ対策推進枠」、3)「デジタル化基盤導入枠」の3つがあり、通常枠には補助の上限・下限が異なる「A類型」「B類型」があり、デジタル化基盤導入枠には「商流一括インボイス対応類型」「デジタル化基盤導入類型」「複数社連携IT導入類型」があります。(図1参照)

図1 IT導入補助金2023の概要

枠内	通常枠		セキュリティ対策推進枠	デジタル化基盤導入枠					
	A類型	B類型	—	商流一括インボイス対応類型	デジタル化基盤導入類型			複数社連携IT導入類型	
補助事業者	中小企業・小規模事業者等			大企業等					
補助額	5万円～150万円未満	150万円～450万円以下	5万円～100万円	ITツール (インボイス制度に対応し、受発注機能を有するもの) ～350万円	ITツール ～50万円以下	50万円超～350万円	PC等 ～10万円	レジ等 ～20万円	a.デジタル化基盤導入類型の対象経費 ⇒左記と同様 b.それ以外の経費 ⇒補助上限額は50万円×グループ構成員数、補助率は2/3 [1事業あたりの補助上限額は、3,000万円((a)+(b))及び事務費・専門家費]
補助率	1/2以内	1/2以内	1/2以内	2/3以内	1/2以内	3/4以内	2/3以内	1/2以内	
対象経費	ソフトウェア購入費、クラウド利用費(利用料最大2年分)、導入関連費		サービス利用費(最大2年分)	クラウド利用費(利用料最大2年分)	ソフトウェア購入費、クラウド利用費(利用料最大2年分)、ハードウェア購入費、導入関連費 【複数社連携IT導入類型のみ】上記に加え事務費・専門家費				

② ソフトウェアを動かすハードウェアも併せて申請できるのが人気の理由

—— IT導入補助金は以前から実施されてきた制度なの
でしょうか？

村山氏:平成28年度(2016年度)補正予算から開始されたので、今年度で7年目となります。国の予算事業で7年も続くものはそう多くないようですね。

IT導入補助金の対象となるソフトウェアは、中小企業でも個人事業主でも、また、製造業でも建設業でもサービス産業でも、規模や業種を問わず使われるものなので、毎年申請希望が多いです。

—— 昨年度の「IT導入補助金2022」の実績と、各枠の申請の傾向や特長などをお聞かせください。

村山氏:昨年度は、デジタル化基盤導入枠(デジタル化基盤導入類型、複数社連携IT導入類型)とセキュリティ対策推進枠を新たに設けて実施しました。

図2 IT導入補助金2022の申請・採択結果(2023年3月23日時点)

申請類型	申請件数(件)	採択件数(件)
通常枠	24,095	13,959
デジタル化基盤導入類型	45,836	37,639
複数社連携IT導入類型	7	4
セキュリティ対策推進枠	297	287
Total	70,235	51,889

2023年10月に開始するインボイス制度を見据えて新設したデジタル化基盤導入類型は、通常枠以上の申請件数がありました。特に、ソフトウェアを活用するにあたり、パソコンやタブレット、キャッシュレジスターなどの必要なハードウェアを併せて導入できるのがありがたいという声が多く寄せられました。通常枠の方が補助額の上限は大きいのですが、

クラウドサービスなど安価なものも増えてきたので、デジタル化基盤類型を幅広く活用いただけたのではないかと考えています。

業種別の特徴としては、従来通り建設業や製造業での利用が多かったものの、卸・小売業の申請も増えていきます。

③ 「みらデジ」を活用し今後取り組むべき改善策を支援機関や専門家と共に検討

—— 今年度は昨年度と補助内容がさらに拡充している印象です。

村山氏:その通りです。IT導入補助金2023ではインボイス制度対応に必要なITツール導入を促進すべく、昨年度に引き続き、デジタル化基盤導入類型において、補助率の引上げや、クラウド利用料補助(最大2年分)、PC等のハードウェア購入補助を実施しています。また、安価なITツール導入も可能にするため、今年度から補助下限額の5万円を撤廃しました。さらに、通常枠においても、より安価なITツールの導入や、導入したITツールの継続活用を促進するために、補助下限額の引き下げとクラウド利用料2年分補助を措置しています。そして、取引関係における発注者がインボイス制度に対応したITツール(受発注ソフトなど)を導入し、取引関係にある中小企業・小規模事業者等に対して、そのITツールを無償で利用させる場合に補助を行う商流一括インボイス対応類型も新設しました。

昨年度はトータルで約7万件の申請があり、例年よりも多かったです。今年度はインボイス制度対応もあり、どこまで申請件数が伸びるのか予測が難しいですが、是非、多くの中小企業・小規模事業者等の皆様に申請をご検討いただけるとありがたいです。

—— 昨年度から開始された「みらデジ」も支援の大きなポイントですね。

村山氏: はい。みらデジとは、未来のビジョンに向けて会社の経営課題をデジタル化により解決することを目的とした無料のサポートサービスです。まずステップ1では、「みらデジ経営チェック」という設問に回答していくことで、会社のデジタル化を中心とした経営状態を可視化することができます。また、同地域・同業種の他社と比較した自社の経営課題やデジタル化の進捗状況を知ることもできるので、おすすめですよ。

ステップ2では、みらデジ経営チェックの結果を基に、みらデジ事務局の専門家に無料で相談することができ、デジタル化に向けたアドバイスや、補助金などの施策、最適なITツールなどの紹介を受けることができます。なお、みらデジの利用者登録を行うことで「マイページ」が作成され、過去のチェック結果や専門家からのアドバイス内容も振り返ることができます。

ステップ3では、専門家からのアドバイスを基に経営課題解決に向けて取り組むに当たって、みらデジのホームページ内の「みらデジ知恵袋」から役に立つ情報を収集することができます。

課題が解決された後の状況をみらデジ経営チェックでも

う一度確認することで、新たな課題を発見した場合は、みらデジ事務局の専門家へご相談いただくことも可能です。今年度からIT導入補助金2023の申請要件にもなっておりますので、是非、みらデジをご活用ください。(図3参照)

④ 食に関わる全ての企業で業務効率化やデジタル化は重要

—— 中小企業や小規模事業者の経営者は対面での相談を望まれる方も多いようです。

村山氏: その点についても、みらデジでは無料で専門家とオンライン相談ができる機能を用意しています。IT導入補助金は、IT導入補助金事務局に登録された「IT導入支援事業者」とパートナーシップを組んで申請することが必要なため、みらデジ経営チェックでITベンダーとうまくマッチングできた場合は、IT導入補助金のサポートはしていただけるものの、これまでITベンダーとのつながりがなかったり、これから探したりする場合は、どなたに相談しようか迷われると思います。また、ITベンダーが見つかったとしても、自社の課題を整理してうまく伝えることができるのか、自社の課題に本当にマッチしたツールなのかなど、様々な疑問がある場合

図3 「みらデジ経営チェック」と「みらデジリモート相談」

①『みらデジ 経営チェック』

経営課題やデジタル化への取組状況を確認しましょう！

同業種・同地域の事業者と比較しながら、あなたの会社の経営課題やデジタル化への取組状況を確認出来ます！

事業者が**経営課題を発見**するためのツールです！

■ 事業者基本項目 (6問)

- Q1 経営者としての夢・ビジョンについて (3問)
- Q2 夢・ビジョンの達成に向けて取り組んでいること (7問)
- Q3 現状のデジタル化/IT化について、用語の理解と導入状況について (13問)
- Q4 経営やデジタル化、インターネット環境について (12問)
- Q5 経営課題の解決方向について / デジタル化のやり方・進め方について (5問)

パソコンでも！スマホでも！簡単入力！

②『みらデジ リモート相談』

専門家に相談しましょう！ **無料！**

中小企業診断士 ITコーディネータ

「みらデジ専門家」が相談対応と課題解決に向けたアドバイスをを行います！

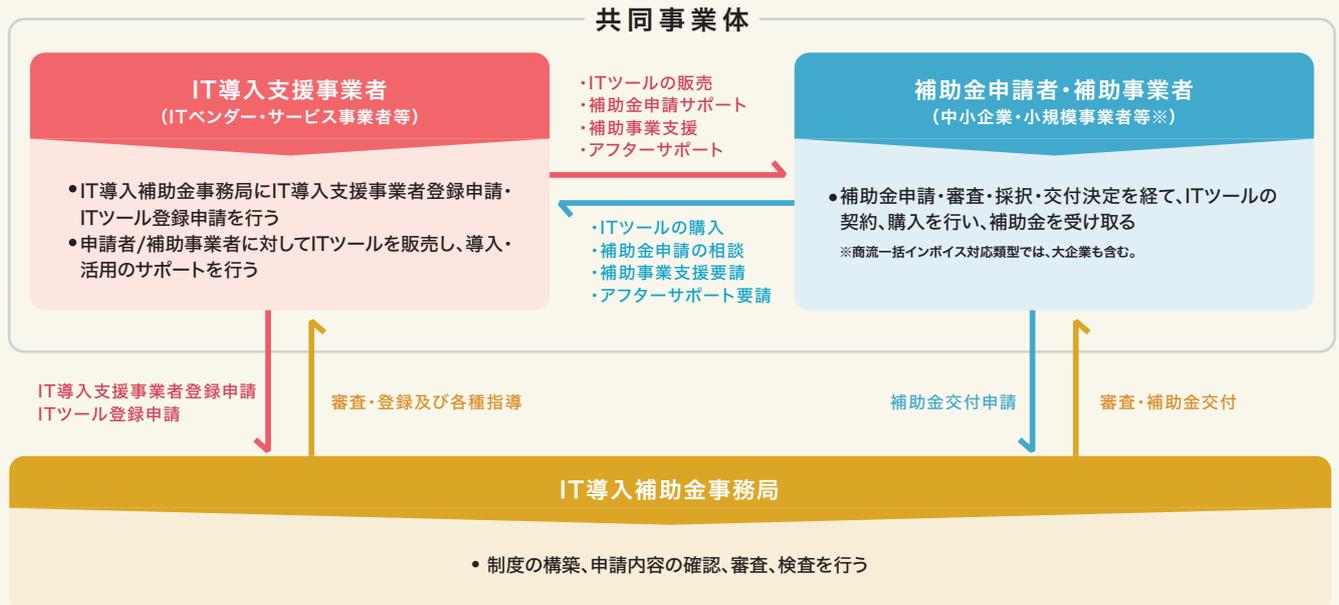
電話 リモート面談

中小企業等事業者 ↔ みらデジ専門家

中小企業診断士 ITコーディネータ

- ・事業者のみらデジ経営チェックの解説
- ・事業者の経営課題への対応策
- ・支援施策の紹介
- ・個別支援の実施
- ・ITツールの導入アドバイス
- ・経営計画の見直し
- ・IT導入補助金等への申請アドバイス
- ・デジタル対応人材の育成・採用、等

図4 補助金申請者は、IT導入補助金事務局に登録された「IT導入支援事業者」とパートナーシップを組んで申請することが必要



は、このみらデジの専門家無料オンライン相談機能をフルに使っていただきたいと思います。

また、みらデジ経営チェックを受けて一定期間が経過した後、みらデジ事務局からその後のアクションに関するフォローの電話をさせていただく場合もあります。(図4参照)

—— 中小企業庁が食品業界に期待されることや要望などをお聞かせください。

村山氏: 令和3年度の農林水産省発表「農業・食料関連産業の経済計算」によれば、農業・食料関連産業の国内生産額は108兆円以上で全経済活動の1割にも及ぶそうです(※1)。中小企業庁としても、大きな影響力のある食品業界において、デジタル化によって生産性向上をしていただけることは大変重要だと思っています。また、質の高い日本の食は、ブランド化されることによって、海外での人気も高いと聞いています。EC活用によって海外への販路開拓に取り組むことも、デジタル化による生産性向上につながると考えています。

※1 令和3年農業・食料関連産業の経済計算(概算)
https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/keizai_keisan/

⑤ ITベンダーや専門家と企業をマッチングさせる環境作りが今後のテーマ

—— 最後に、今後のIT導入補助金の計画や取り組むべきテーマなどがございましたらお聞かせください。

村山氏: 企業のIT導入において、どのツールを導入するのか、どのベンダーのサポートを受けるのかなどは、最終的には経営者の判断に委ねられます。判断に必要なポイントをわかりやすく案内できることや、中小企業・小規模事業者等の経営課題に沿った適切なITベンダーや専門家とマッチングできる環境作りが、中小企業庁としてやるべき課題であり今後のテーマだと考えます。また、既にIT導入補助金を受けた事業者の成功事例も大いに参考になります。IT導入補助金を申請するきっかけは何だったのか、誰に相談したのか、どこから始めたのかなど、業種別・従業員数別・地域別に事例を豊富に公開していけば、経営者の判断に当たって少しでも参考になるのではないかと考えています。

また、ITツールの導入がゴールではないと考えています。しっかりと社内で定着し、そこから生み出される膨大なデータを分析するなどして今後の経営に活用していくことも視野に入れることが重要だと思っています。中企庁が実施したアンケート調査では、ITツールを利用している状態の事業者よりも、さらにデータ分析まで取り組んでいる状態の事業者の方が、労働生産性や売上高の伸び率が高くなっています。データの抽出～可視化～連携～分析を行って業務効率化につなげるまでを見据えた導入計画を促す取り組みも重要だと思っています。

—— 今回は参考になるお話をいただきありがとうございました。

株式会社アミノアップ 様

軽減税率、インボイス制度など 法制度改正には、実績ある汎用システムで対応

お客様概要

会社名	株式会社アミノアップ
事業内容	天然由来の機能性食品・サプリメント原料および植物活力資材の自社開発・製造・販売
代表者	代表取締役会長 小砂憲一様 代表取締役社長 北館健太郎様
創業	1984年6月
資本金	3億6千9百万円
従業員数	101名(2022年11月現在)
所在地	〒004-0839 北海道札幌市清田区真栄363番地32
URL	https://www.aminoup.jp/

The Power of Nature
AminoUp

導入システム

スーパーカクテル

導入前の課題

- 自社開発のシステムの老朽化
- 法改正への対応が負担に

導入後のメリット

- 業務の効率化
- 業務フローの標準化
- 品質管理体制の強化

株式会社アミノアップ様は、札幌市郊外に本社・工場を構える機能性食品原料メーカーです。第一号の製品は、天然由来の生理活性成分から調整された植物活力資材「Dr.アミノアップ」。これが社名の由来となっています。その後、独自の研究開発によって、シイタケ菌糸体の培養抽出物「AHCC®」、ライチから抽出したポリフェノール素材「Oligonol®(オリゴノール)」、アスパラガスの有効成分を抽出し濃縮させた「ETAS®」などの製品を開発してきました。これらの製品は、サプリメントや機能性食品等に使用されています。国内製造販売だけでなく、世界40カ国への輸出も展開し、売上は国内・外でほぼ半々。コロナ禍において、免疫調整機能成分のニーズが高まり、右肩上がりの成長を続けています。

同社では、自社開発のシステムを利用されていましたが、2019年にスーパーカクテルを導入。その経緯を、取締役経理部長の本城清晴様、営業部広報担当の藤堂卓也様に伺いました。

導入の背景

システムの老朽化

軽減税率やインボイス制度への対応

従来は、MSアクセスを使った仕入れ・生産・販売をカバーした統合型の基幹システムを、システム会社とともに自社開発していたアミノアップ様。「現場のニーズに細かく対応したシステムで、不自由はなかった」と本城様。しかし、OSのバージョンアップに対応できず、動作が不安定なことが悩みだったそうです。また、「今後導入される消費税の軽減税率やインボイス制度にも対応することを考えると、自社開発には限界がありました。実績のある汎用システムを導入すれば、法改正にも対応してもらえると考え、軽減税率開始の2019年10月本稼働を目標に、パッケージシステムの導入に踏み切りました」(同)。

導入の経緯

プロジェクトチームの結成

ベンダーとの連携

ベンダーHDCの提案で、食品業界の導入実績が豊富なスーパーカクテ

ル生産・販売(以下スーパーカクテル)の採用を決定。導入にあたっては、社内で各部署から集めた14人のメンバーでプロジェクトチームを結成。「HDCさんが各部署を回って社内のニーズをヒアリングしてくれ、並行してプロジェクトメンバーによる月1回の協議で業務の棚卸や業務改善について協議を重ねました」と藤堂様。

基本設計はスーパーカクテルの標準を踏襲し、カスタマイズは極力避けて、業務フローをシステムに合わせる方針としました。たとえば、導入前にはなかった、仕入れ発注時の発注計上、生産完成時の完成計上というフローが加わり、現場では戸惑いがあったそうです。しかし、徐々に慣れ「結果的には業務の標準化ができた」と本城様は評価しています。

また、スーパーカクテル導入を機に、操作ログを保存するなど、業界のデファクトスタンダードである健康食品GMP(Good Manufacturing Practice=製造工程管理基準)への対応も重視しました。

システム概要



導入の効果

業務改善、業務の効率化、 品質管理体制の強化も

同時期に会計システムも更新し、スーパーカクテルと連携させたことで会計システムと基幹システムに同じ数字を2度入力するという手間がなくなり、業務が飛躍的に効率化できました。

また、スーパーカクテルの在庫引き当て機能により、在庫なしで受注するリスクが軽減。製品・原料をロット別にトレースフォワード・トレースバックする機能が向上し、品質管理体制も強化されました。

さらに、各種データを簡単にCSVで出力できるため、各部署で欲しいときにデータを抽出し、集計・分析作業ができるようになりました。

そのほか、印刷物を複写方式から単票方式に変更し、不要な複写帳票を削減。請求書の社印も印刷化しました。コロナ禍でリモートワークが中心になった際には、「押印だけのための出勤」もしなくて済み、大変助かったそうです。

スーパーカクテル導入を機に、マスターコードを見直し、商品コードの付番ルールの統一、不要な得意先や商品コードの削除等も行いました。

同社特有の事情としては、10グラム単位の小分け商品は、従来はExcelで別途在庫管理していましたが、グラムごとに商品コードを付けることで、システム上で一元管理できるようになりました。

カスタマイズで付加した機能としては、「従来、営業部門と品質管理部門間で、紙のやり取りで行っていた検査成績書をシステム上で確認できるようにしました。また、販売受注時の承認フローを紙からデータに移行。仕入れの注文書も手書きからシステムに切り替えました」と藤堂様。

導入時の苦労

スケジュールに余裕がなく 5カ月間の並走稼働が負担に

導入当初、約5カ月間は、修正・調整をしながら旧システムとスーパーカクテルを並行稼働しました。「新旧のシステムに2度同じ入力をしなければならず現場には大変負担をかけた。軽減税率スタートに間に合わせるという目標があったため無理をしたが、事前に準備期間を設けるなど他のやり方もあったかもしれない」と本城様は語ります。2020年3月からようやくスーパーカク

テル単独稼働となり、現在は安定しているとのこと。「2023年10月のインボイス制度にはメーカー側で対応してくれるのでその点でも導入してよかったと思います」(同)。

今後の展開

時代の流れに合わせ 更なる電子化・効率化

さまざまな面で効率化を実現した同社。「HDCさんが積極的に各部署をまわって意見を集めてくださり、また、プロジェクトメンバーも主体的にかかわってくれたおかげでいろいろなことが実現できた」と本城様は振り返ります。オンラインで作業が完結できるようになったことで、コロナ禍にも企業運営に支障がなかったことは想定外の成果でした。

今後は電子帳簿保存や電子承認などさらなる電子化、効率化を進めていく考えだそうです。



製造販売管理システムの導入で 受注・出荷検品業務の効率化を実現

お客様概要

会社名	JAベジマルファクトリー株式会社
事業内容	野菜サラダ、カット野菜、野菜関連商品の開発・製造・販売
代表者	代表取締役社長 久世訓 様
設立	2021年(創業 2006年)
資本金	9,000万円
従業員数	128名(パート含む。2022年3月現在)
所在地	三重県津市一志町井生1158-13
URL	https://www.ja-mienaka.or.jp/agri/vegemaru/



導入システム

スーパーカクテルCore

導入のメリット

- ピッキング作業のシステム化で生産性向上
- Web-EDI対応で業務効率化
- 二重チェックを排除し残業時間の削減

ベジマルファクトリーは2006年に地域の発展と安全安心な国産野菜の提供を目指して設立し、2021年4月にはJAみえなかとJA全農との共同出資で業務を引き継ぎJAベジマルファクトリー株式会社として再スタートしました。

小売用・業務用のカット野菜を生業としており、顧客はスーパーが約8割を占めています。人気のカップサラダは野菜の組み合わせだけで130種類もあり、コロナ禍の巣ごもり需要や健康志向、少子高齢化に伴い需要が右肩上がりとなっています。

導入の背景

アイテム数の増加、 受注・出荷検品対応に課題

人気のカップサラダは野菜の組み合わせだけで130種類もあり、出荷先ごとに容器、ラベルなど個別対応が必要でした。事業拡大に伴い、スーパーカクテル(以下、スパカク)を導入、受注だけでなく、出荷検品に対応できるように販管システムを入れ替えました。

導入のポイント

業務効率と出荷管理への危機感

創業時の商品は業務用弁当・惣菜向けカット野菜20種類(内容量も3種のみ)で、原料から出荷までをExcelで管理していました。その後、小売り用の袋入りカット野菜やカップサラダと業容が拡大しました。

当時は出荷確認表を見ながら出荷ピッキングを行っていましたが、売価の違い、栄養成分・添加物表示など複

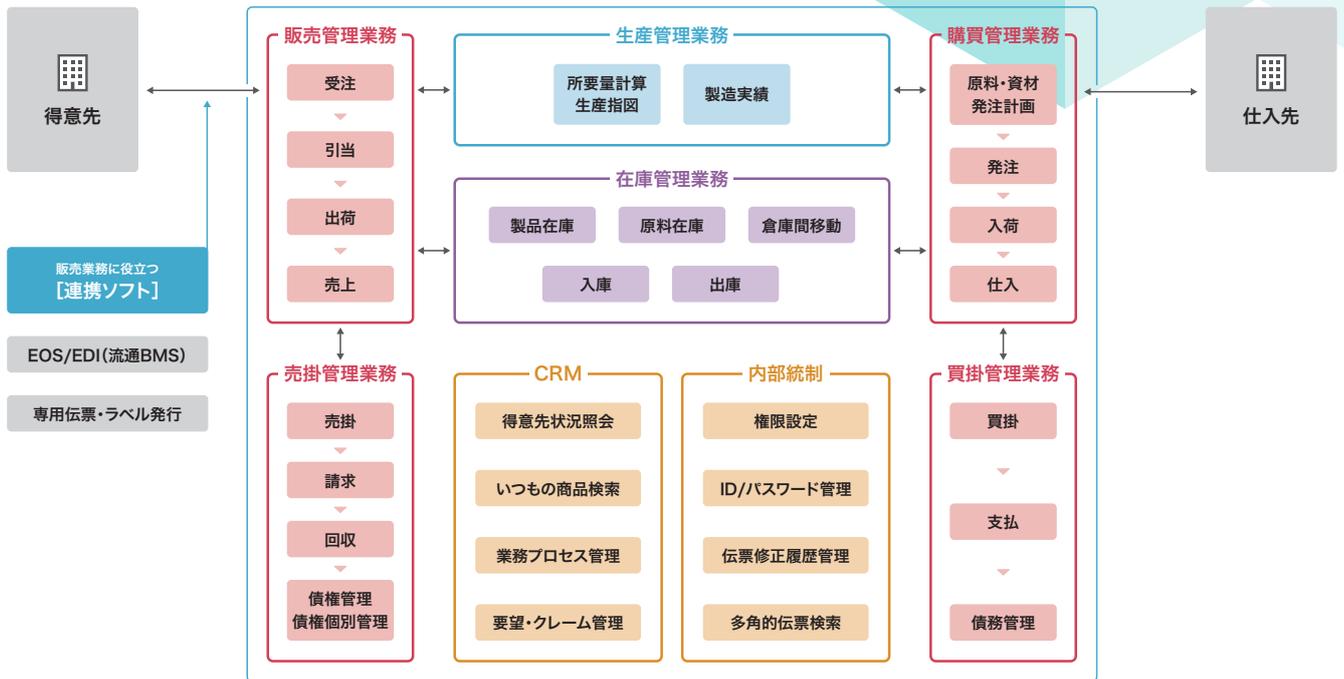
雑で間違いが多く、売上時に入力したデータを再度出荷データとして重複入力をしていました。人海戦術で入力ミスをチェックするため時間もかかり、配送トラックを待たせて納品することもありました。

アイテム増で出荷データは顧客商品別に製造現場でも把握しないと出荷できないと危機感を感じるようになりました。



JAベジマルファクトリー株式会社の主力商品「カップサラダ」

システム連携図



導入の成果

パッケージ導入で

製造現場の生産性向上

スパカク導入で、Excelで作りこんだ出荷検品システムをパッケージに置き換えカスタマイズし店舗別のピッキングがしやすくなりました。

また、現場は年配の女性が多く、新しいことを取り入れるのが難しい環境なので、Excel帳票を大きく変えず、現場が混乱しないように移行しました。旧システムでやりづらい部分を改善し、現場から「追加で必要な帳票が欲しい」という要望にも応えています。売上データは情報システム側で管理できるようになれば、データの重複入力も減らせます。

「製造現場はモノづくりに徹してもらえるように配慮した」と久世訓代表取締役社長は話します。

受注・出荷業務の効率化

大手の取引先は仕分けが不要ですが、その下に150店舗程度の支店を持つ取引先6社は仕分けが必要です。システム化によりWeb-EDIで受注でき

るようになり、出荷もスムーズになりました。

残業時間の大幅な削減

人海戦術でやっていたころはひと月の残業時間が多かったが、今はその頃と比べて大幅に抑えられています。

業界特有のカスタマイズとしては、食品表示のラベルに関して、1日800枚程度の商品確認表を見ながら打ち出しとラベルシールを付け合せる業務があります。4桁の呼び出しコードでラベルが出力されますが、数字ひとつ違っても注文と違ってしまうため、呼び出しコードを入力するだけでラベルが出力されるようにシステムを変更しています。



JAベジマルファクトリー管理課の皆様

今後の展望

システム化による

さらなる効率化で「安全・高品質」なものづくりを

コロナでハンディターミナル化が遅れているものの、出荷検品で確認表にバーコードを入れることで、大幅に時間短縮になります。ただ、単純に効率化すればよいわけではなく、安全性を担保する必要があります。

今後は「機械など製造システムも含め販売システムを連動させ高品質な商品を効率的に市場に出せるようにしたい」と意欲的です。



JAベジマルファクトリー株式会社社屋

第12回：アートとサイエンスのバランス



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」「引き算する勇氣: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

マーケティングとは、一言でいうと、「顧客を創造し、維持するための活動」ととらえることができる。では、「顧客を創造し、維持する」ためのポイントは何だろうか。

今回は、マーケティングに成功するために欠かせない発想を考えてみよう。

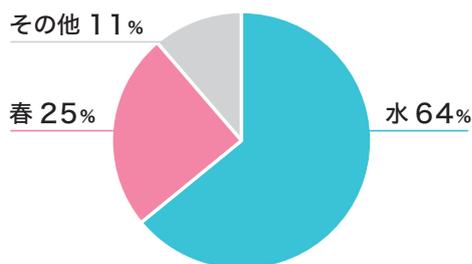
ここで質問。下の文章の空欄に、あなただったら、どのような言葉を入れるだろうか。

雪がとけると、 になる。

実際に、全国の消費者1000人に空欄に言葉を1つ入れてもらった。結果は、図1のとおりである。

もっとも多かったのは、「水」と入れた人である。全体の64%にのぼる。次に多かったのは、「春」である。こちらは、全体の25%である。ちなみに、「その他」の11%に含まれる回答をみると、「川」「ぬかるみ」「ぐちゃぐちゃになる」「気分が晴れる」「歩きやすくなる」など様々だ。

図1:雪がとけると何になる?



出所)「小が大を超えるマーケティングの法則」

自由に単語を入れてもらったにも関わらず、「水」と「春」の2語だけで全体の9割に達する。日本人は、大きく、「水タイプ」と

「春タイプ」に分けることができるということかもしれない。

興味深いのは、この次だ。

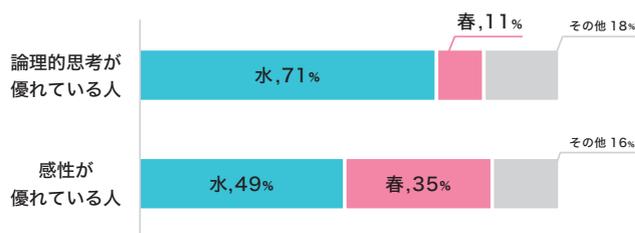
この質問と一緒に、回答者には、自分は「論理的思考が優れている」と思うのか、「感性が優れている」のかを聞いている。

「論理的思考が優れている」と回答した人に限ってみると、「水」と回答する人が全体の71%にのぼり、「春」はわずか11%であった。

一方、「感性が優れている」と回答した人に限ると、「水」と回答する人は半数を割り、「春」と回答する人が前者の3倍以上の35%にのぼる(図2)。

つまり、「水タイプ」=“論理”、「春タイプ」=“感性”といった傾向がみられるということだ。

図2:「論理タイプ」と「感性タイプ」の回答の違い



出所)「小が大を超えるマーケティングの法則」

「水」と「春」のバランスが大切

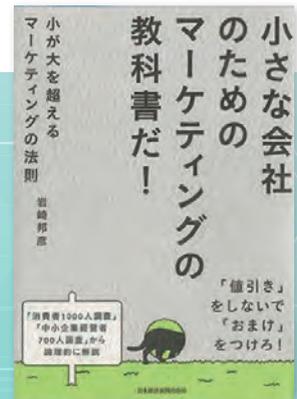
「雪がとけると「水」になる」。これは論理的な考え方であり、法則性がある。雪をとかず実験をしてみると水になる。すなわち、サイエンス的な考え方といってよい。

一方、「雪がとけると「春」になる」。こちらは情緒的な発想であり、法則性はない。すなわち、アートの発想だ。

この質問を取り上げたのは、マーケティングに成功するためには、「水」の発想(サイエンス)と「春」の発想(アート)のバランスが大切だからである(図3)。

「水の発想」は、理性、機能、分析、論理などに関連する、お

引用文献：
 岩崎邦彦
 「小が大を超えるマーケティングの法則」
 (日本経済新聞出版社)

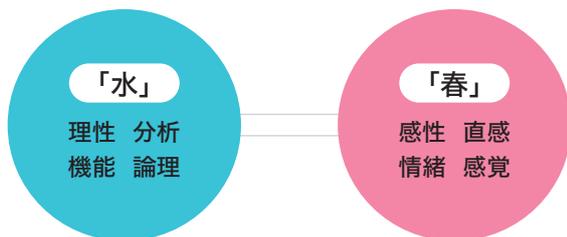


もに左脳がつかさどる機能である。顧客を客観的に理解し、企業の舵を定めるためには、論理的な思考力、リサーチ力、市場データや経営データの分析力が必要だ。仮説を設定し、それを検証するといった科学的なアプローチも大切になる。顧客に納得して買ってもらうためには、商品の機能を訴求することや、顧客の理性に訴えることも欠かせないだろう。

ただ、それだけでは、マーケティングはうまくいかない。

顧客をひきつけるためには、感性、情緒、感情、直感といった右脳をベースとした「春の発想」も必要になる。デザイン、ネーミング、パッケージ、カラー、キャッチコピー、店舗ディスプレイ、BGMなどで顧客の感性に訴えていくことや、顧客の情緒への訴求、顧客を思いやる心、顧客感情に対する共感力、経験から生み出される直感的なひらめきなども、マーケティングには欠かせない。

図3: マーケティングは「水」と「春」のバランス



自社はどちらのタイプだろうか

自社で、さきほどの質問をしてみてください。ほぼ全員が「水」と答える企業は、もしかすると将来危ないかもしれない。ほぼ全員が「春」と答える企業も、おめでたすぎるだろう。「水」と「春」のバランスが取れている企業が理想的だ。

「水」と「春」のバランスとは、たとえば、以下のようなことである。

効果的なマーケティングを行うためには、こういった「水」と「春」の両面からのアプローチが必要なのである。

- ・顧客の「理性」と「感性」の両方に訴える商品づくり
- ・「情緒的価値」で顧客をひきつけて、「機能的価値」で納得して買ってもらう
- ・「機能的価値」で顧客をひきつけて、「情緒的価値」で顧客の生活シーンに浸透させていく

どちらのタイプの経営者がよいか

ところで、経営者自身は、「水タイプ」と「春タイプ」のどちらがよいのだろうか。

全国700社の経営者を対象に、「経営者のタイプ(水タイプか、春タイプか)」と「業績」との関連を調べてみた。

その結果はどうだったか。

水タイプの経営者と春タイプの経営者の間に、統計的に有意な関連性はみられなかった。おそらく、「水タイプ」の経営者には「春タイプ」のパートナーやスタッフがいればよいし、「春タイプ」の経営者には「水タイプ」のパートナーやスタッフがよいということだろう。

マーケティングはサイエンスとアートの融合

マーケティングで大切なのは、経営者が「水タイプ」か「春タイプ」ということではない。企業全体として、サイエンスとアートのバランスが取れたマーケティングが実践できているか否か。消費者の「あたま」だけでなく「こころ」もとらえることができるか否か、ということである。

マーケティングに成功するためには、消費者の「あたま」と「こころ」の両方をとらえることが不可欠である。マーケティングは、サイエンスでもあり、アートでもあるといわれる所以だ。

さて、あなたの会社や商品は、ターゲットとする消費者の「あたま(理性・機能)」と「こころ(感性・情緒)」に訴えているだろうか。

UCHIDA BUSINESS IT FAIR 2023

〈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

デジタル化企業に移行する！
ビジネスプロセスがつながる

in TOKYO

10/20 THUR

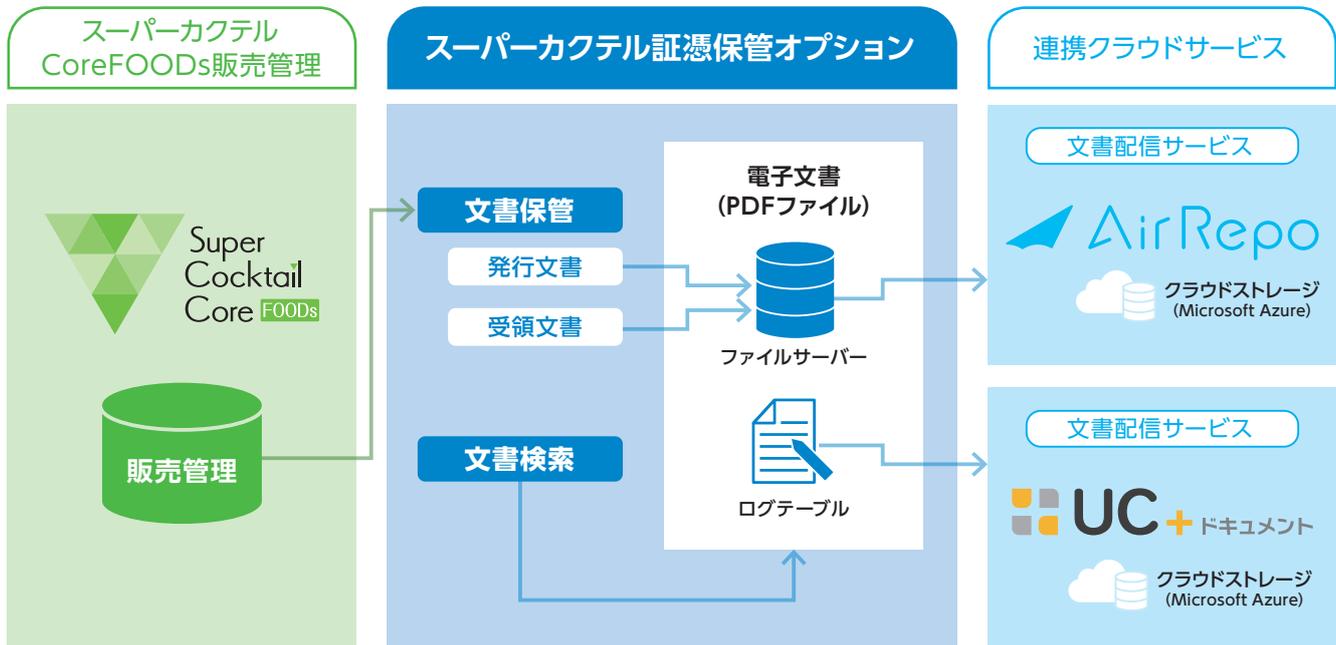
会場 | 明治記念館

in OSAKA

11/1 WED

会場 | グランフロント大阪

スーパーカクテル証憑保管オプション^{*}リリース！ 基幹業務のデジタル化と電帳法対応を支援



^{*}スーパーカクテル証憑保管オプション
スーパーカクテルCore販売と連携することで、自社発行した注文書・請求書、得意先から受領した証憑（見積書・注文書・納品書・請求書）を保管するスーパーカクテルシリーズのオプションサービスです。

次号予告

特集 食品工場のAI活用

食品ITマガジン Vol.16

2023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
〒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:03-6773-7788
<https://food.uchida-it.co.jp>

禁転写転載

編集後記

朝ごはんにもお弁当づくりにも必須の卵ですが、在庫不足と価格高騰が続いていますね…。私の地元・北海道では、特に深刻なようでまだまだ店頭で見かけるのはレアだそうです。運良く見つけても1パック300円以上すると母が嘆いていました。東京でも仕事終わりの時間では、売り切れている為、在宅勤務のお昼休みには必ず卵をゲットしに出かけています。先日「卵不足が回復の兆し」のニュースを見かけてちょっと嬉しくなりました。

(F.I)

GWにフランスとイタリアに行ってきました。素晴らしい経験でした。フランスではクロワッサンやチーズをたくさん食べました。イタリアではピザやパスタを堪能しました。海外で日本と違う食文化に触れると刺激的でした。でも日本食はどここの国でも人気で、日本食のお店は人がいっぱい入っていて誇らしくなりました。特に寿司は大人気でした。私も寿司が恋しくなって、一度だけ日本食のお店に入りました。でも、そこで出された寿司は、私が知っている寿司とは全然違っていました。マヨネーズやチーズが乗っていたり、揚げ物が入っていたりして、驚きました。それでも美味しかったです。やはり日本の寿司は最高ですね。

(R.M)

UCHIDA