

岐阜（大垣惣菜）モデルプロジェクト
実証概要

実証検証の背景・目的

- ✓ 事務管理業務の生産性向上
- ✓ 廃棄ロスの低減
- ✓ 地域企業や取引先にEDIを広めたい

ミライコミュニケーションネットワークは岐阜県大垣市でデータセンターを運営するIT企業である。データセンターの利用促進を図るうえで、「地域の企業のIT化の促進」は弊社としても事業の重要なミッションであると言える。

岐阜県大垣市を拠点に、HMR、料理品小売を展開する「株式会社デリカサイト」その受発注においては手作業、紙ベースでの業務が主である。



IT化による事務管理業務の大幅な生産性向上

クラウドサービスを活用し共同利用システム、および全銀EDIシステム（ZEDI）への接続をおこなうことにより事務管理業務の大幅な生産性向上を目指したい。

食品の廃棄ロスの減少

廃棄ロスといった環境に与える影響も大きい業種です。

OS情報を活用した無駄のない発注を行い、発注入荷サイクルの短縮を図ることにより廃棄ロスの減少を実現したい。

地域の生産性向上に貢献

上記のようなメリットを多くの企業に展開し、地域企業の発展に貢献したい。

将来的にはスーパー、コンビニ等の業界EDIとも連携を図りたいと考えている。

モデルプロジェクトにおける現状と課題

- ✓ 取引はFAXや書類のやりとりがほとんどで本社業務を圧迫している。
- ✓ EDIシステムはあるが、取引先での導入が進まない。
- ✓ 60ほどある店舗の発注は、本社でとりまとめ処理している

【発注企業】

| | |
|------|-------------------------------|
| 社名 | 株式会社デリカサイト |
| 事業内容 | HMR、料理品小売業(惣菜、寿司、米飯等の調理・小売販売) |
| 所在地 | 岐阜県大垣市 |
| 資本金 | 3,800万円 |
| 従業員数 | 1,400名(正社員100名、パート従業員1,300名) |
| 年商 | 76億円 |

【現状】

EDIはあっても利用社数が少ない

デリカサイトで独自開発されたEDIは取引先への導入が煩雑で利用社数は約800社中20社程度。

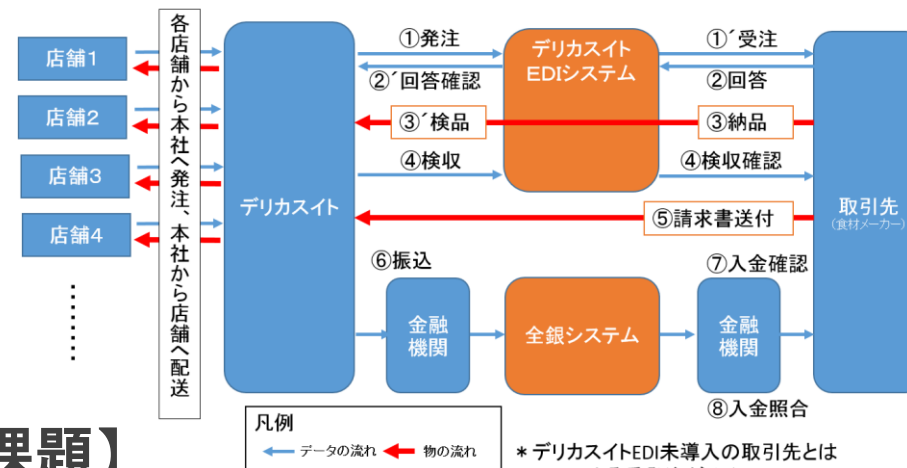
90%はFAXの受発注・紙ベースでの処理がメイン

発注の多くはFAXによる手続きとなっている。
受注企業でも入金消込は書類の目視確認、手入力している。

60店舗の情報を本社でとりまとめ

EDIにより集計された受発注情報は、本社にて手作業で行われる。配送も本社を経由し効率が悪い。

デリカサイトEDIシステム運用の現状



【課題】

⇒EDIの導入が進まず手作業

取引先へのEDIの普及を促進する必要がある
手作業による確認入力作業を削減したい

⇒各店舗が独自に受発注を行う

店舗が自走し、管理は本社が行う仕組みに変更
タイムリーな入出荷を実現したい

決済・商流情報連携基盤導入による解決策の提案

- ✓ 取引先が導入しやすいWebEDIで容易に利用できるようにする
- ✓ 受発注および請求入金処理を電子化し、金融EDIと接続し自動化を行う
- ✓ 店舗発注を促進するため、タブレットを導入する

導入が容易なWeb-EDIを構築

インターネット接続ができれば、URLとログインID・パスワードで利用開始できるため、**即日、導入可能**。

取引のデータ化

導入したEDIからの受発注で**情報はデータ化**される。データ化された情報を元に、請求・入金消込とも連動させる（ZEDIへ接続する）ことで、**手作業による確認・入力を削減**する。

タブレットによる発注を導入

パソコンに対して不慣れな印象を持つ従業員でも抵抗なく、**店舗からの発注**ができるよう、「使いやすい」「便利」といったイメージのタブレットでの受発注を行う。

【受注企業1】

| 社名 | 株式会社飼沼 |
|------|---------------------------------|
| 事業内容 | コンテナ・業務用パレット・パック等の卸売り。洗剤・雑貨の卸売り |
| 所在地 | 岐阜県大垣市 |
| 資本金 | 1,500万円 |
| 従業員数 | 15名 |
| 年商 | 8億4,000万円 |

【受注企業2】

| 社名 | 株式会社烏骨鶏本舗 |
|------|----------------------|
| 事業内容 | 烏骨鶏を主原料としたお菓子及び食品の販売 |
| 所在地 | 岐阜県大垣市 |
| 資本金 | 1,000万円 |
| 従業員数 | 15名 |
| 年商 | 3億円 |

実証検証概要

- ✓ 全ての工程で実取引にて実証をおこなった。
- ✓ タブレットによる店舗からの発注業務を実施
- ✓ ZEDIを利用した振込・入金確認業務を実施

当モデルプロジェクトでは、全て**実取引**のデータにて検証を実施。

○受発注処理の検証

発注企業デリカサイト10店舗を対象としてタブレットを店舗にて活用、受注企業として実証検証を行う2社に対する発注時に使用し、かかる時間の測定を進めた。

○振込・入金消込処理の検証

ZEDIシュミレータ：

振込を3社各1回 入金消込2社各1回

商用ZEDI：

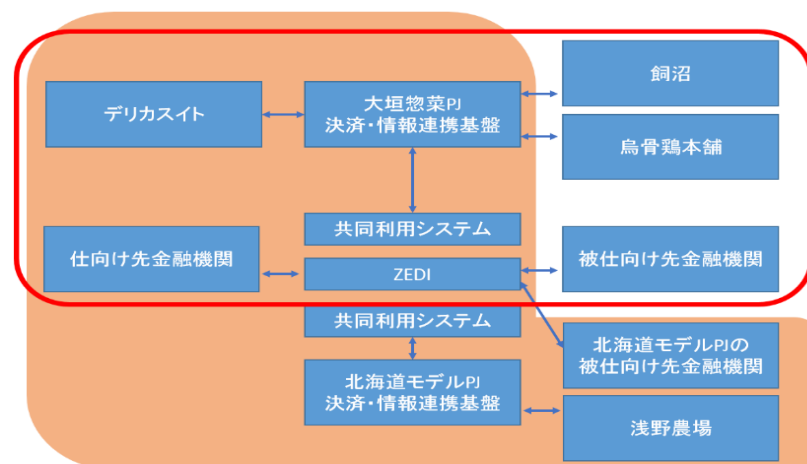
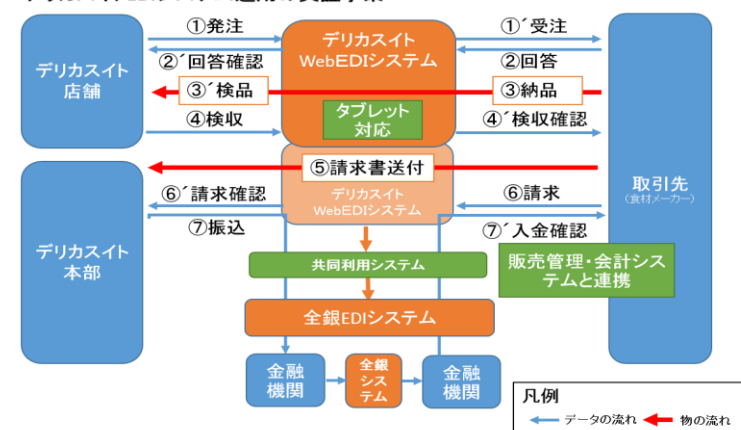
振込を3社各1回 入金消込2社各1回

○またぎ実証

北海道モデルPJの浅野農場と取引の一連のプロセスにおいて検証を実施。



デリカサイトEDIシステム運用の実証事業



当プロジェクト内の検証
で使用するシステム構成

プロジェクト間連携の検証
で使用するシステム構成

実証検証結果と効果および課題

- ✓ Web-EDI活用により受発注にかかる時間が約 3 5 %減
- ✓ ZEDI連携により、請求・入金消込にかかる時間が約 7 1 %減
- ✓ 全体の業務を通して約 4 8 %減

【実証検証結果】

○事務処理負担の軽減

商流（受発注）においては、約35%減

* 所要時間合計平均
（改善前）約50分 → （改善後）約33分

金流（振込・入金消込）においては、約71%減

* 所要時間合計平均
（改善前）約29分 → （改善後）約 8 分

【効果】

- ・ 注文情報の送受信の工程が10分の1に短縮。
（FAX送信～ファイリングの作業がデータ化された）
- ・ 店舗の現場担当者にタブレットが非常に好評だった。
業務改善を進めやすい手法だと言える。

【課題】

○対費用効果（コスト増を伴う）

- ・ 金融機関のFB利用料が高額（月額2万円）
- ・ タブレットの導入費用
- ・ 導入店舗にはWifiの整備が必要

この出費以上の効果があるのか？

○金融機関毎の処理可能日の差

- ・ 振込指示の時間と振込日の指定可能日がまちまち。

金融機関によって、受付時間等が異なる。

○連携されたデータの活用

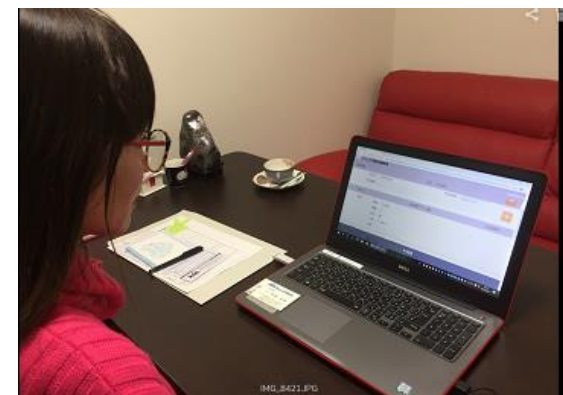
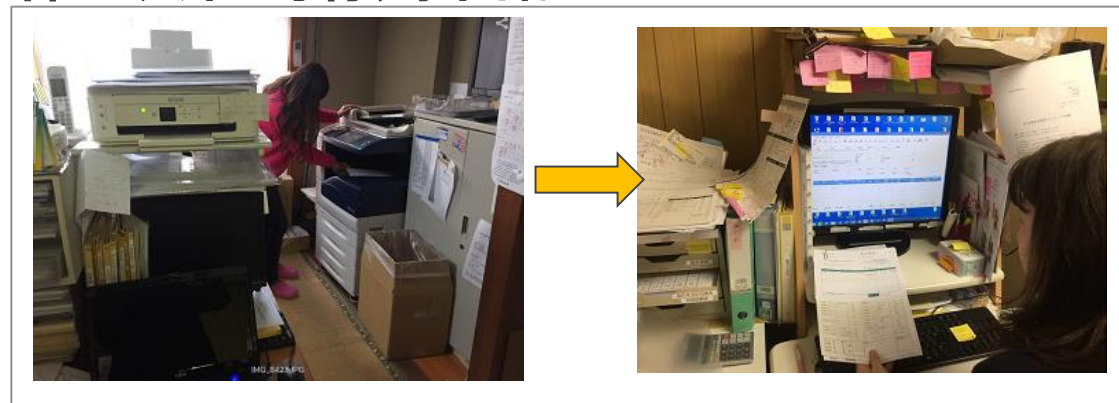
- ・ 業者毎に、異なる請求金額の計算方法（丸めや税）が存在する場合がある。
- ・ 最終的な支払は話し合って調整を行う商習慣がある
- ・ よって、最終的な金額が商流情報とは異なるため、EDI上の情報と突き合わせても消込が不一致となることがわかった。

計算方法の違いなどにより、受発注≠支払金額のケースがある。

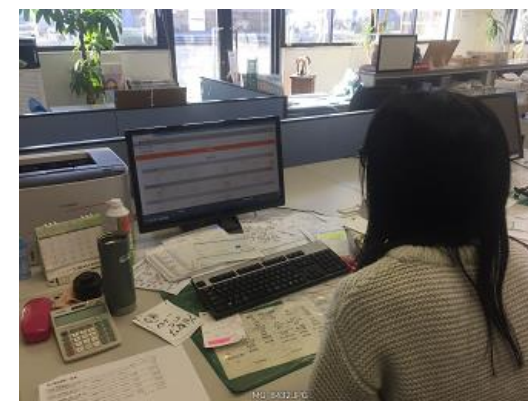
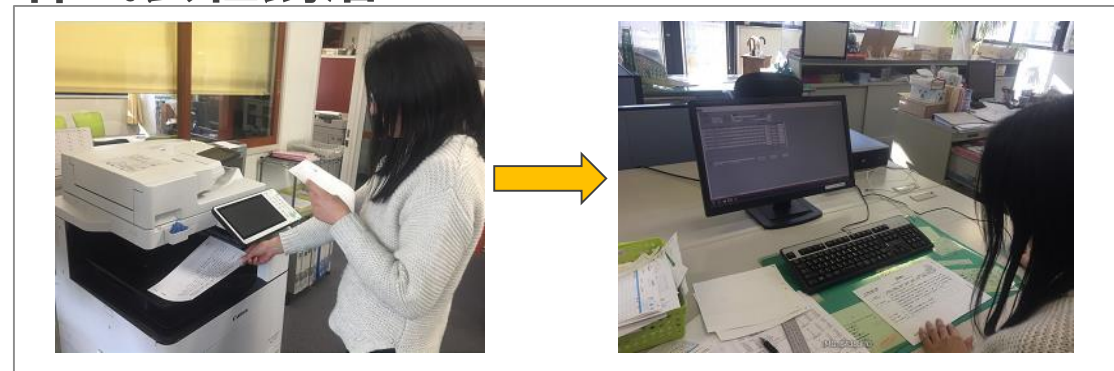
実証検証（受注企業の様子）

- ✓ FAXメインの受注から、パソコン画面上での受注確認へ。
- ✓ 振込があった際の、明細消込も簡単にできました。

株式会社烏骨鶏本舗



株式会社飼沼

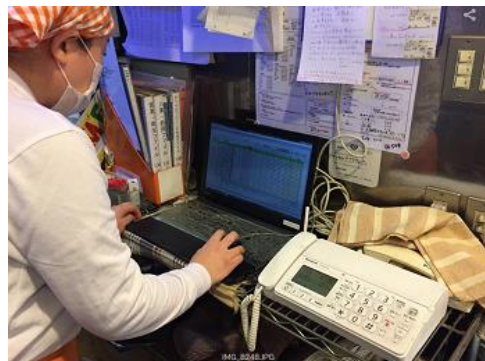


株式会社 ミライ コミュニケーション ネットワーク

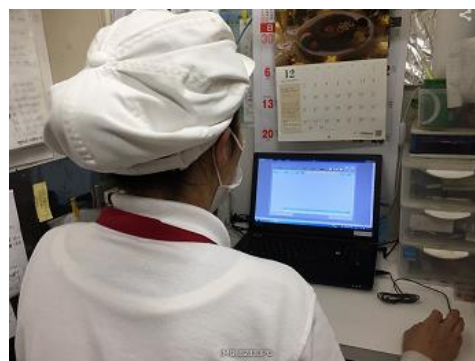
実証検証（発注企業の様子）

- ✓ 現場からは「いつ導入するの？」と早期導入の期待を込めた声が聞かれました。
- ✓ 先進的なイメージで、自社の企業イメージUP＝モチベーションUP

【OSOZAI KiTCHEN mino mishoマーサ21店】



【デリカスイト アピタ岐阜店】



株式会社 ミライ コミュニケーション ネットワーク

事業終了後の普及計画

- ✓ 商流EDIをデリカサイトの取引先メインに3年で200社に普及
- ✓ IB版ZEDI、業界EDIとの連携を含め、5年後500社の普及を目指す

【普及のためのロードマップ】

| 年度 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---------|--------------------|------|----------------------------------|------|------|------|
| 累計普及者数 | 20者 | 100者 | 200者 | 250者 | 300者 | 500者 |
| 普及サービス | 惣菜EXアプリサービス（商流メイン） | | | | | |
| | | | ZEDI IB版サービス | | | |
| | | | 業界EDIと連携可能なサービス | | | |
| 普及ターゲット | 小規模事業者・中規模事業者 | | | | | |
| | | | 大規模事業者 | | | |
| 連携チャネル | デリカサイト取引先 | | | | | |
| | | | ソフトピアジャパンIoTコンソーシアム（地域企業へのアプローチ） | | | |

【普及のためのアクションプラン】

- ・ 2019年度はデリカサイト社の取引先20者にて運用実績を積む、2020年度はデリカサイト社の取引先（約100社）へ拡大を計画している。
- ・ 合わせてミライネットとしてもEDIを地域の企業へ展開し、デリカサイト社に依存しない横展開を進めたい。

【業界EDIとの連携】受発注のみならず、発注企業である大手スーパー、コンビニエンスストアの業界EDIとの連携可能となる仕組みも視野にいた見込みとなっている。

【IB対応】金融機関の利用料が安価なIBに対応したアプリを構築し、付加価値を高め、2024年までに500者への普及を目指す。



普及に向けた課題と解決策・提言

- ✓ コスト：対費用効果を踏まえたメリット
- ✓ ZEDI連携の際の利用料金の低減、契約の容易さ
- ✓ 発注企業の買掛消込機能

【普及に向けた課題】

○コスト面

(ESP事業者側)

- ・ IB対応に**改修するための費用**がかかる
- ・ インターネット上の**セキュリティ対策**

○電代業登録・金融機関との連携

- ・ 電子決済等代行業の登録時および金融機関との締結に求められるセキュリティレベルの想定がしづらく感じ、非常に戸惑った。**新規事業者が参入しづらい**と感じる。

○発注企業側のメリット

- ・ 実証検証で行った「入金消込の自動化」は**受注企業のためのメリット**である。

【解決策・提言】

○導入時補助

(ESP事業者側)

- ・ 金融機関の利用料が安価なIB対応のための改修や、金融機関へ接続する際のセキュリティ対策について国等からの**補助**があることが望ましい。

○参入要件の明確化

- ・ 多数の事業者がより参入しやすいよう、**要件が明確に公表**されることが望ましい。

○発注企業の買掛消込

- ・ 発注企業での「**買掛消込の自動化**」も合わせて実装可能となることで、受注側・発注側の両企業にメリットが生まれ、より普及が進むものと思われる。