

2017

2

FEBRUARY

日本を支える主役・中小企業を応援する

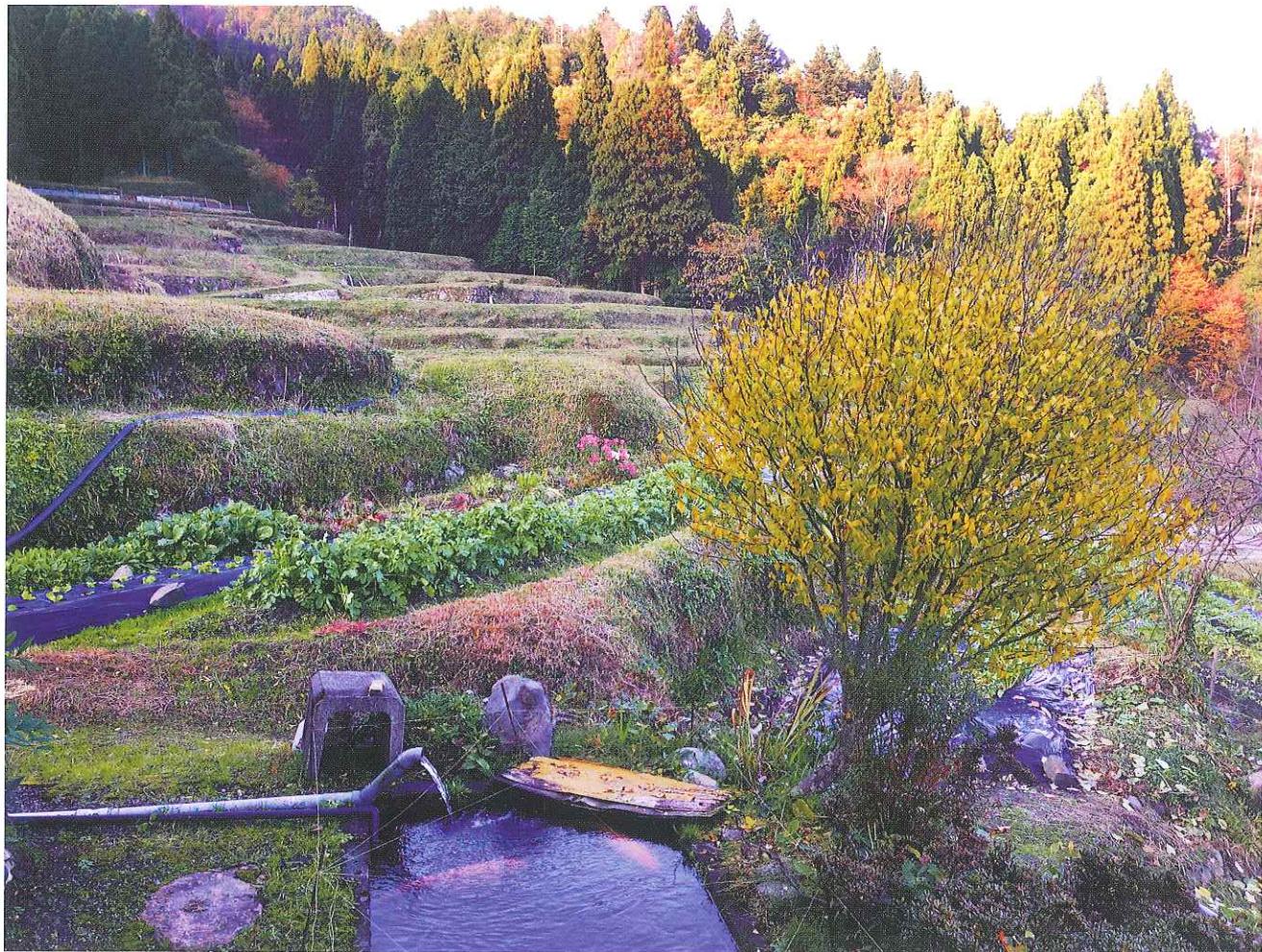
商工ジャーナル

S H O K O J O U R N A L

特集：「攻めのIT」で突破する

新連載：商店街にぎわう。／円頓寺商店街（名古屋）

今を語る：安岡定子氏「素読で『論語』を学び、実践する」





ニアサ工機(株)
伸縮ポール、シリンドラーなど
丸くて長い「もの」で伸びる

特集

「攻めのＩＴ」で突破する

新たな変革を生む
攻めのＩＴ投資を

(株)野村総合研究所 主任研究員 有賀友紀

30 24 21 18 14 13 1

「クローズアップ」
(株)矢野経済研究所 アナリスト 小林明子
「第三次ブーム」の先に見えるAI活用の可能性

30

グラントマート
(株)

IT導入による生産性向上を力に
農援ショッピングの全国展開を目指す

24

業務をつなぐシステムを広げ
町工場の共同受注・分業生産へ

21

(株)今野製作所

「ＩＣＴ施工」を積極導入
生産性に加え採用にも成果

18

事例／守りから攻めへの転換

(株)佐藤工務店

14

新たな変革を生む
攻めのＩＴ投資を

13

商工中金＆商工研ビジネスマッチング広場
 (株)アルムシステム／(株)小野写真館／津田工業株／(株)ダイユー／
 (株)美松製菓／ヘルツ株／(株)ティオック／(株)若田鉄工所／中部工芸株／
 (株)ミヤゲン／(株)井上鉄工所／(株)明和工作所／三陽保安産業株／
 (株)マコセエージェンシー／沖縄ハム総合食品株

1

企業・事業・経営者

「商店街にぎわう。」(新連載)

円頓寺商店街(名古屋)
空き家対策で店舗を増やし 新たな商店街を構想する
〔ハンモト教授のあばれ中小企業〕政策研究大学院大学名誉教授 橋本久義

「動体裁断」採用で体にフィット
宇宙にも行く墨田のシャツ

丸和織維工業株
深澤隆夫社長

〔ユース会会員経営者が語る 私の革新〕

(株)テンセン代表取締役社長 長野中金ユース会代表幹事
若林順平氏

電設、ソフト開発、介護などグループ企業を再編し、
オーブンな社風を構築

〔地方創生 キラリと光る地域発企業〕

防災機能付きの三州瓦を業界標準に
革新を先駆ける屋根瓦のトップ企業

(株)鶴弥

〔「アボでいいつー」〕
ゴム製の堰で農業に貢献 高品質を売りにアジア展開
日本自動機工株

〔私の宝物〕

郷土の奨学会

竹下産業(株)会長 竹下 学氏

〔わが社の凄腕ウーマン〕

磯野暁絵さん(ハッソー(株)経理部部長)

「我が人生、我が事業」(第百八話第二回)
カイハラ(株)代表取締役会長 貝原良治

78

66

61

58

50

44

40

4

守りから
攻めへの
転換

事例 3

グラントマト(株)

IT導入による生産性向上を力に 農援ショップの全国展開目指す



南條 浩 社長

「一般消費者も対象に酒・食料品・日用品も販売するようになりましたが、農業生産者とともに発展していくという創業の精神が、他のホームセンターや食品スーパーとは一線を画す当社の事業のベースになっています」と南條社長は言う。

一号店出店の翌年には、早く

生活消費材・食品・農業生産資材の販売や農産物の買取・販売を手掛けるグラントマト(株)（福島県須賀川市、南條浩社長）は、まだ2店舗であった1997年から販売管理のシステム化に着手。成長に合わせて進化させてきたシステム活用により経営判断の質を高めてきた。店舗は現在28店に拡大、売上もこの5年で1.5倍に伸長するなど大きな成果を上げている。その根幹には、主な顧客である農家の経営への貢献がある。

代目として家業に入った南條氏（社長就任は九九年）が、株式会社への組織変更とともに打ち出した施策である。九六年には、二号店を出店、「農援ショップ・グラントマト」と改名して全国展開を目指す。

「一般消費者も対象に酒・食料品・日用品も販売するようになりますが、農業生産者とともに発展していくという創業の精神が、他のホームセンターや食品スーパーとは一線を画す当社の事業のベースになっています」と南條社長は言う。

一号店出店の翌年には、早く

POS導入で判断の質とスピードが向上

グラントマトの歴史は一九四九年、福島県古殿町の肥料販売と米穀集荷を主業務とする南條商店の創業から始まる。以来、農業生産資材を農家に販売し、農家から米穀を集荷する農協にも似たビジネスモデルで成長を続けてきた。現在の、農業生産資材を充実させた小売店舗「農家の店とまと」一号店をオープンしたのは九五年。八七年に二

これは結果的に失敗に終わる。
もPOSを導入した。ただし、

「あるベンダーのシステムを導入すると数千万円もかかりま

した。それでも必要な機能だけを独自に開発すれば数百万円でできるというので、そのベンダーから紹介されたシステム開発会社に委託したのです。ところ

が、結果的に使い物にならなかつたのです。やはり、多少高くてもしつかりしたものを見入しなければダメだと学びました」

九九年には、「メタフレーム」というシステムを導入する。

従来は端末側にプログラムをインストールし、データベースを格納しているサーバーとデータ

企業データ グラントマト(株)

本社	福島県須賀川市狸森字下竹ノ内9-5 ☎0248-94-2014、㈹0248-94-2015 http://www.grantomato.jp/
事業内容	生活消費材・農業生産資材の店舗販売および訪問販売
創業	1949年1月
設立	1981年11月
資本金	9600万円
年商	約104億円(2016年)
社員数	400名

をやり取りして登録や検索を行ってきた。対してサーバー側にデータとプログラムを置き、結果のみを各端末に送る。これで処理スピードの向上が図れる。

「メタフレーム」はこうした方式のシステムである。



二〇〇一年、酒・食品部門を開設し、「トマト」も七店舗に増えたところで、数千万円を投じて本格的なPOSを導入する。POSは当時、スーパーでは普及していたが、大手ホームセンターでも未導入のところがあつた。商品や取引先マスター登録、POSレジへの転換を進め、社内の端末で前日の各店舗の売上状況を誰でも見られる環境もつくり上げていった。その後、顧客カードを導入し、購入履歴も

増えたところで、数千円を投資して本格的なPOSを導入する。POSは当時、スーパーでは普及していたが、大手ホームセンターや未導入のところがあつた。商品や取引先マスター登録、POSレジへの転換を進め、社内の端末で前日の各店舗の売上状況を誰でも見られる環境もつくり上げていった。その後、顧客カードを導入し、購入履歴も

増えたところで、数千円を投資して本格的なPOSを導入する。POSは当時、スーパーでは普及していたが、大手ホームセンターや未導入のところがあつた。商品や取引先マスター登録、POSレジへの転換を進め、社内の端末で前日の各店舗の売上状況を誰でも見られる環境もつくり上げていった。その後、顧客カードを導入し、購入履歴も

把握できるようにした。

「〇二年には社内教育機関『グランツマト大学』も開設して、ツールとしてのPOSの使い方だけでなく、その情報を現場で上手に活用できる『人財』の意識改革にも取り組みました。

一方だけでなく、その情報を現場で上手に活用できる『人財』の意識改革にも取り組みました。

あの店舗は調子いいね、この店は厳しいね、といった情報をタダで手に入れる。この店舗は厳しいね、といつた情報を見てほしいと考えました。良いイムリーヒーに共有して、そこでなぜだろうと考える習慣を身につけてほしいと考えました。良いところを見つけて学ぼう、悪いところは直そうという気づきです。その後、売れ筋や死に筋がつかめることで予測仕事ができるようになり、在庫不足による売り損じや過剰在庫を抑制する

など、社員一人一人の判断のスピードや質が向上していきました。このことこそ、POSを導入した最大のメリットであり、狙いとしたところです」と南條社長は強調する。

POSが最もわかりやすく力を使揮するのは、POSを有効活用するには「人財」の意識改革が不可欠

った初步的な問題である場合が多いというのだ。

「小売の現場とは得てしてそういうものです。天候とか、市場の変化といった大きなことでなく、問題は案外足元に転がっているものです」

POSの導入や人材育成に取り組んだ背景には、小売業に後発として参入した中での競争戦略があった。

「一号店の隣に大手チェーンの店舗が存在し、誰からも『勝てるはずがない』と言われました。規模で勝てないのならば、従業員の能力を高めて勝つしかありません。システム化を進めて従業員の業務処理能力の底上げを図ろうと考えたわけです。システム化により、それまで人がカバーできた一〇〇の業務処理量を一二〇にも一五〇にも高めることができます。POS

を入れただけではなく、『人財』の育成と意識改革を同時に進めることができ、「攻めのIT」の実現には重要です」

社内情報共有システムで社員の意識が変わる

二〇一四年には、コミュニケーション／コラボレーション系の社内インフラとして、グループの「G Suite」を導入した。メールやカレンダーのほかに、一つのドキュメントやスプレッドシート（ワードやエクセルのようなファイル）を複数のユーザーが同時編集できる機能や、インターネットの掲示板を簡単に作成する機能があり、カメラ付きの端末を使えばどこにいてもビデオ会議ができる機能などを持つ便利なツールがセットになっている。パソコンだけでなく、スマートフォンやタブレットなどのモバイル端末でいつでもどこでも使える。

「当社では、POSを販売管理面の『G Suite』を社内情報共有の基幹システムに位置付け、全社員とリーダークラスのパート社員にスマートフォンを配布

し、『G Suite』で各店舗の業績

状況などを共有化しています。

私はこのことを『人のI・O・T』と呼んでいます。これにより、

例えば当社の物流機動力は一〇倍は向上できたと評価しています」と南條社長は言う。

同社は〇三年に物流センター

を設けているが、一四年の初めから自前のトラックとドライバーで、『G Suite』を活用した運

行管理を行なうようになつた。運送会社を使つていたころは、例

えば物流センターから店舗に商品を配達したらそれで終了であつた。それが、配達した帰路に工場に寄つて荷物を積んで戻るといった効率的なルート設定が積載率の向上にも大いに役立つて、いるといふ。

「ドライバーには荷物を積んだ状態の画像をスマートフォンで撮影し、それを『G Suite』で上司に報告することを義務付けています。この画像で積載状況をチェックし、ルート変更など必要な指示を出すわけです。

また、日報も書かせて労務管理に活用しています」

実は、導入当初、手間や作業

が純増するドライバーは抵抗を示した。そこをなだめながら

わってきたという。全員が会社の業績状況をチェックできる。

自分が荷物を運ぶことで、その業績に貢献できることが実感で

きるようになつたためだ。一

また店舗スタッフに対しても、カレンダー機能を活用し、各作業を時間単位で区切つたスケジュール管理を導入し、生産性向上を促した。ここでも、なかなか使おうとしない人がいた。

ところが、積極的に使う者と消極的な者の間で、生産性に差が出始めた。その成果が「見える化」され、仕事にゆとりもでるようになると、全体の意識が変わつていった。

「これまで荷物を積んだ状態の画像をスマートフォンで撮影し、それを『G Suite』で上司に報告することを義務付けています。この画像で積載状況をチェックし、ルート変更など必要な指示を出すわけです。

スピーディアップに取り組んでく

は本来、向上心が備わつていま

す。これを『見える化』して刺

激し、『プロ意識』が醸成でき

たことが一番の成果です」

会議では、必ず『G Suite』

で数字などの人つた資料を共有

したり、動画や画像を確認しな

がら進めるようになつた。これ

で理解度が段違いに高まり、具

体的に議論ができるので会議時間も短縮化できたという。

は本來、向上心が備わつていま

す。これが『見える化』して刺

激し、『プロ意識』が醸成でき

た。商品調達と物流機能が大幅

に向上した一二年からは出店ス

ピードを加速させて、現在、福

島県、茨城県、栃木県、山形県

に二十九のグラントマートをはじ

めとしたフードマートなどを開

店し、全国展開が視野に入つて

きました。全国展開を目指す根

底には、これまで農家の経営を

振り回し、農業の衰退を招いて

きた不条理に対する疑問があり

ます。当社は農業生産者とともに

に発展していくことを経営の根

幹に据え、米穀などは、どこよ

りも高く農家から買い入れ、農

業生産資材はどこよりも安い値

段で提供し、貢献していくたい

と思っていました。成長を持續させていくには、現場の生産性を