FINEFINET［ファイン・ファイネット］酒類・加工食品業界の業務効率化と標準化推進をめざす

FINE FINET

2026 Vol.71 May

ファイネット発行

FINET User's Voice

日清食品株式会社様
受発注EDIを推進し受注処理にかかる人的負荷と時間を大幅削減

株式会社日清製粉ウェルナ様
得意先への請求書発行における業務負荷と時間を大幅に削減

特集 日本食の未来 ～伝統と革新の融合～
豊富な食材と技術、繊細な味で食の多様化に応え、和食の進化は続く

［FINET INFORMATION］
物流効率化のカギとなる事業所コードの標準化

連載1　今さら聞けないVAN・EDI

連載2　森井ユカのスーパーマーケット漫遊記

日清食品株式会社 様

受発注EDIを推進し受注処理にかかる人的負荷と時間を大幅削減

「チキンラーメン」や「カップヌードル」など、常に市場ニーズに対応した商品を展開してきた日清食品様。同社では長年、得意先からFAXで送信される発注書の処理に多くの人手と時間を要していました。これらの課題を解決するため、ファイネットの商品流通VANサービスを活用し、得意先との受発注EDI推進に取り組まれました。その結果、これまで要していた6,500時間に及ぶ作業工数の大部分を削減することに成功しました。（本文中敬称略）

FAXの受注処理が大きな負担に

―― 初めに貴社の事業概要についてお聞かせください。

奈良 当社は1958年に世界初の即席麺「チキンラーメン」を世に送り出し、その後1971年には、こちらも世界で初めてのカップ麺となる「カップヌードル」を発売するなど、常に時代の先を行く新たな食のかたちを提案し続けてきました。近年では、「日本人の食事摂取基準」で設

日清食品株式会社
事業統括本部
サプライチェーン本部
SCM部
オペレーションセンター
受注グループ
グループマネージャー
奈良 洋平 様

定された33種類の栄養素とおいしさの完全なバランスを追求した「完全メシ」の販売や、認知・売上の拡大にも注力しており、「新しい食文化を創造し続ける企業」として引き続き挑戦し続けています。

　また、事業を支えるサプライチェーン領域においても、業務プロセスのデジタル化を推進し、安定供給と業務品質の向上を目的としたDXを積極的に進めています。

―― 受注業務が抱えていた課題について教えてください。

奈良 DX推進の中で、データ連携に基づくスムーズな業務実行体制の構築は不可欠だと考えていました。その中でも、とりわけ顕著な課題として捉えていたのが、得意先である卸売企業各社からFAXで送付される発注書の処理です。日々多数のFAXを受領しており、ピーク時には400枚以上/日に上ることもありました。

　その受注処理のため約30人の人員を配置し、得意先様ごとに異なるフォーマットの発注書を読み込み、基幹システムへ手入力していました。そのため当社では総数で約800～900に上る、得意先別の手順（マニュアル類）を用意していました。

小田 さらに、システムへ入力したデータは、別の担当者の目でFAXの発注書と突き合わせるダブルチェックを必ず行っており、結果、FAX1件当たりの処理に要する時間は5～10分。（社内試算で）年間約6,500時間相当の工数を当該作業に要していました。

　もっとも、そうしたダブルチェックを行っても、人手による作業では誤入力のリスクを100%は排除できません。

　仮に誤入力が発生した場合は、誤配送などのトラブルを引き起こし、出荷した商品の引き取りなど、作業の手戻りが発生するほか、それに伴って取引先への納品が予定通りに行えないといった事態を引き起こす可能性もありました。

酒類・加工食品業界で実績のあるファイネットに注目

―― 貴社では、そうした人手による受注処理にかかる時間の削減と人的負荷の低減を目指し、ファイネットが提供する商品流通VANサービスの活用を決定されました。そこに至る経緯や選定のポイントをご紹介ください。

奈良 当社がまず検討したのが、AI-OCRを活用してFAXイメージを解析し、テキスト化したデータを基幹システムへ自動入力する仕組みでした。実際にいくつかのベンダーからの提案を受けて検討を進めたのですが、AI-OCRは有効な選択肢ではあるものの、運用品質の観点から一定の確認工程が必要でした。

　また、帳票イメージを座標ベースで読み取ることから、当社が扱うおよそ900種類もの発注書フォーマットをあらかじめ設定（帳票定義）しておく必要があり、初期工数・コストが大きく、今回のスコープ／スケジュールでは採用が難しいと判断しました。運用開始後にもそうした帳票定義には引き続きメンテナンスが必要となることも、AI-OCR導入の大きな障壁となりました。

小田 そこで当社が注目したのが、ファイネットの商品流通VANサービスでした。商品流通VANサービスは酒類・加工食品業界において多くの実績があり、当社でも受発注を中心に活用しておりました。今回対象となった得意先様の中には既に他企業とファイネットでEDIを実施している企業もあり、それらの企業とは既存環境を前提にEDI化を進めました。

日清食品株式会社
事業統括本部
サプライチェーン本部
SCM部
オペレーションセンター
受注グループ
主任
小田 智彦 様

　一方、EDI未実施の得意先様もかなり多く、そのような得意先様に向けては、より簡易に導入できるWebEDIの活用を推進しました。得意先様にしてみれば、インターネット環境さえあれば大掛かりなシステム開発や初期投資を伴わずに導入できます。当社側も、先方が入力した内容をそのままデータとして取り込んで基幹システムに連携できます。得意先様・当社双方にとって、業務の確実性とスピードの向上につながると考えました。

奈良 他社サービスの利用や当社独自の仕組み構築といった選択肢についても検討を重ねましたが、ファイネットのサービスは酒類・加工食品業界で広く活用されており、業界標準に基づいた運用が可能です。さらに、今後得意先様が他のメーカー様とEDI化を進める際にも、ファイネットを利用していればスムーズに対応できます。こうした点から、将来を見据えたメリットが大きいと判断しました。

―― 切り替えに向けた社内外への対応はどのように進められたのでしょうか。

奈良 まずFAX受注を停止する期日を2025年9月末に設定しました。ファイネットの活用を決めてから、商品マスタの登録や基幹システム連携の開発など、システム面に関わる対応を、受注グループとビジネスアプリケーション部が協力して進めました。また、運用面の見直しも同時に実施しました。例えば、発注書の基幹システムへの手入力が不要となる一方で、製品の発売・終売に合わせたマスタメンテナンスなどは引き続き必要です。そうした具体的な手順の見直しについても、受注グループとビジネスアプリケーション部が協力して進めました。

小田 並行して得意先様への告知・依頼を開始しました。そちらの作業は営業担当者が担うこととし、社内では営業担当者向けにWebEDIの機能や、得意先様での使い方をまとめた資料を作成し、全社説明会を2度にわたり実施しました。

その後、2025年6月初頭には、FAX受注を停止してEDIに切り替える旨の文書を、経営層名義の正式文書として全得意先様へ発信しました。発信後、営業担当者が順次出向いて、EDIへの対応を依頼して回りました。中には、「ファイネットとの契約にコストが発生する」と誤解され、切り替えに難色を示す得意先様もいらっしゃいましたが、費用面も含めて誤解を解き、移行条件を整理した上で、EDIへの切り替えを受け入れていただいたケースもあります。また、拠点・業務環境の事情により、すぐにオンライン利用へ移行しづらい得意先様も一部いらっしゃいましたが、営業担当者が個別に訪問し、切り替えをサポートしました。

EDIの推進で 大幅な省力化を実現

―― EDIの推進により、具体的にどのような成果が得られたかお聞かせください。

奈良 都合1年程度を要した導入準備も完了し、2025年9月末には、当初の予定通り、原則としてFAXによる受注処理を停止しました。その後、運用定着が進んだ現在では、従来のEDIに加えてWebEDIの活用も拡大し、受注の相当部分がEDIへ切り替わっています。特に取引ボリュームの大きい得意先からの受注は、ほとんどEDI化されています。これにより、従来人手で行っていた発注書の読み取りや基幹システムへの入力作業が自動化され、年間6,500時間に及ぶ工数をほぼ削減することができました。

そうした工数の削減により、これまでは出荷指図後に行っていたマスタメンテナンスや返品に関わる対応などの付随的な業務に定常的に取り組める余裕を生み出すことができ、受注グループの人員最適化にもつながっています。

―― 今後の展望とファイネットへの期待についてお聞かせください。

小田 現状、EDI化が完了していない得意先様は、やむを得ない理由で移行できていない企業のみです。こうした得意先様は、暫定的な代替手段で受注を行っています。以前ほどの負荷はないものの、営業担当者には相応の負担が残るため、当社としてもできる限りそうした得意先様に対して、EDIへ切り替えていただけるよう、引き続き依頼していきます。

奈良 ファイネットが採用している日本加工食品卸協会が策定するEDIフォーマット(日食協標準EDIフォーマット)が、メーカー・卸売業・小売業をつなぐ標準フォーマットとして一層普及するよう、当社としてもファイネットの活用をさらに推進していきたいと考えています。

得意先様から寄せられるサービスの使い勝手に対する意見や要望に対し真摯に耳を傾け、そうした声を速やかにファイネットへフィードバックすることで、より使いやすいサービスへと改善されることを期待しています。こうした取り組みが、食品業界全体のEDI化推進に寄与すると確信しています。

―― ご期待に沿えるよう引き続き取り組んでまいります。本日は貴重なお話をお聞かせいただきありがとうございました。

CORPORATE PROFILE

日清食品

■**商号:**日清食品株式会社
■**代表者:**代表取締役社長 安藤 徳隆
■**創業:**1948年9月4日(日清食品ホールディングス株式会社として)
■**本社所在地:**
【東京本社】東京都新宿区新宿6-28-1
【大阪本社】大阪市淀川区西中島4-1-1
■**事業内容:**即席麺等の製造および販売

1958年に世界初の即席麺「チキンラーメン」、1971年に世界初のカップ麺「カップヌードル」を開発するなど、新たな食のかたちを提案し続けてきた、即席麺をはじめとする総合食品メーカーです。

現在は、栄養とおいしさの両立をめざした「完全メシ」をはじめとする新規事業にも力を入れ、マーケティングとイノベーションを通じて、多様な食のニーズにお応えしています。

第5回

\\ 今さら聞けない //

VAN・EDI

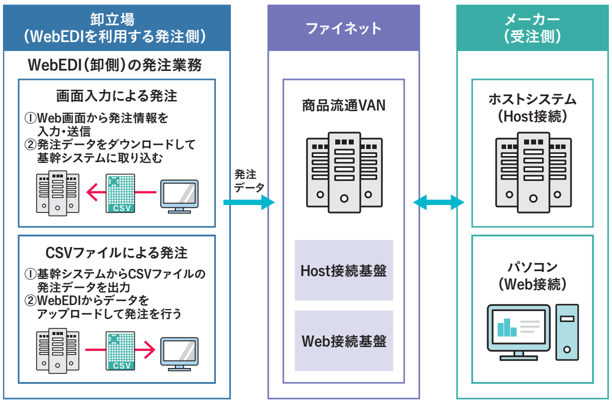
WebEDIが電子商取引にもたらすメリットとは

今回は商品流通VAN EDIサービスの「WebEDI」が商取引にもたらすメリットについてご紹介します。

ファイネットが提供している商品流通VAN EDIサービスには、基幹システムと直接連携して大量データを高速処理する「Host接続」と、Webブラウザを介して送受信を行う「WebEDI」の2種類の接続形態があります。

WebEDIは、インターネット環境とPCがあればすぐに利用できる点が最大の特徴で、Microsoft Edge、Google Chrome、Firefoxといった一般的なWebブラウザでアクセスできます。WebEDIでデータを送信する場合、例えば、卸立場ユーザーは、下図のように画面入力による発注だけでなく、事前に作成したCSVファイルをアップロードして大量のデータを送信することも可能です。現在お使いのシステム環境や業務フローに合わせて、柔軟に使い分けられます。

WebEDIでの発注業務の概略図



作業ミスや負荷、コストを削減

FAXや電話による受発注では、手入力や口頭確認が多く、誤入力や確認作業などの負荷が発注側・受注側の双方に発生しやすくなります。

WebEDIを利用することで、発注データを画面入力やCSVファイルで送受信でき、作業の省力化とデータの正確性向上が期待できます。また、業界標準フォーマットに準拠したデータでやり取りできるため、取引先ごとの個別対応や変換作業の時間を抑え、基幹システムとの連携もしやすくなります。結果として、立場や接続形態を問わず、受発注業務全体の効率化とコスト削減につながります。

継続的に進化するサービス

共用サービスとして提供されるWebEDIでは、ユーザーの声を取り入れながら、サービス開始後も継続的な機能改善が行われています。例えば2025年には、定型の注文が多い場合の入力作業軽減のため、卸立場ユーザー向けに過去の発注内容を活用して入力作業を行う「前回発注反映」機能を追加しました。

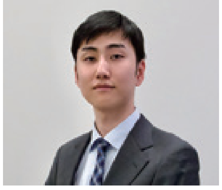
こうした改善はすべてのユーザーに反映されるため、WebEDIを導入することで、常に最新のサービスを利用できます。特に、これまでFAXや電話で発注・出荷指示を行っていた企業にとって、導入効果の大きい仕組みと考えています。

WebEDIを利用するメリット

FAX・電話での受発注	WebEDIによる受発注
手入力や転記作業により、人的ミスが発生しやすい	・CSVデータの利用で誤入力リスクを大幅に低減できる ・メーカーが商品登録を行うため卸側の入力ミスがない ・テンプレートなどを作成して業務効率化が可能
受発注内容の台帳への記入や基幹システムへの手入力が必要になる	受発注データが記録されるため、管理画面での確認やダウンロードしたデータを基幹システムに取り込むなど、管理作業が容易
FAX送信費用、紙代、保管スペースが必要になる	FAX送信費用や紙代、保管スペースが不要となるほか、作業効率の向上により人件費を含めたコスト削減につながる
取引先ごとの違いに対応する必要があり、運用が煩雑になる	業界VANを介して業界標準フォーマットでデータを送受信するため、取引先ごとの仕様対応が不要
根本的な改善や継続的な業務効率化が難しい	利用実態やお客さまからの要望を基に機能追加・改善が実施され、継続的に使いやすさの向上や業務効率化などの効果が得られる

WebEDIは、専用環境が不要で導入しやすく、人手作業の削減によるミス防止やコスト低減、標準フォーマットによる効率化、継続的な機能改善など、多くのメリットを備えています。今後も電子商取引の効率化を検討している卸・メーカーにとって、有効な選択肢となるよう、ファイネットはWebEDIの改善を続けてまいります。

今回の解説者
株式会社ファイネット
システム統括部主任
髙橋 颯真



日本食の未来 ～伝統と革新の融合～

豊富な食材と技術、繊細な味で
食の多様化に応え、和食の進化は続く

笠原 将弘 氏

1972年東京の焼鳥店を営む家庭に生まれる。高校卒業後は都内の有名日本料理店で9年間修業を積み、家業の焼鳥店を継ぐ。2004年に恵比寿に自身の店である「賛否両論」を開店。一躍、予約のとれない人気店に。店頭で料理の腕を振るうほか、テレビやラジオ、雑誌、講演会でも活躍し、和食料理界をけん引している。著書も多数。近著に『うまい旅 笠原将弘のあちこち出張日記』（光文社）がある。
家庭でもつくりやすいレシピを多数紹介するYouTubeも好評。

【賛否両論】笠原将弘の料理のほそ道
https://www.youtube.com/@sanpiryoron

健康志向や環境志向の高まり、人、モノ、情報のグローバル化などを背景に、食に求めるものが多様化している近年、和食もまた変化を迫られています。本質を守りつつ時代に対応していくには、どうしたらいいのでしょうか。和食料理界をけん引する『賛否両論』店主の笠原将弘さんに、和食の真価と可能性をお聞きしました。

自然の恵みと伝統、心遣いがつくる和食の魅力

2013年、和食が「日本人の伝統的な食文化」としてユネスコ無形文化遺産に登録されてから、10年以上経過しました。和食文化の持つ「多様で新鮮な食材とその持ち味の尊重」「健康的な食生活を支える栄養バランス」「自然の美しさや季節の移ろいの表現」「正月などの年中行事との密接な関わり」といった特性は、世界中の人々に広く知られる存在となりました。今、和食が持つこれらの価値をどのように未来につなげ、発展させていくかが問われています。

「日本は海に囲まれていて四季があるので、おいしい食材がそろっています。白いご飯と一汁三菜を基本に、だしのうま味や日本独自の発酵調味料を使いながら、旬の食材の持ち味をできるだけ生かす。そんな考え方で発展してきた料理だと考えています」

和食の価値が凝縮された代表例が懐石料理です。笠原将弘さんは、こう解説してくれます。

「僕は、懐石料理の料亭で長く修業したこともあり、季節や食材に合わせて器を替えたり、食べる人のことを考えて盛り付けを工夫したりする点に大きな魅力を感じます」

懐石料理は、本来は茶道の茶会で提供される軽い食事のこと。懐石料理を見ると和食の特徴がよく分かります。

一般的な会席料理の献立

先付ー食欲を刺激するための最初に出てくる料理

椀物ー季節感とだしのうま味を感じる吸い物

向付ー新鮮な旬の魚の刺身

八寸ー酒肴を少量ずつ華やかに盛り合わせた一品

焼物ー魚や肉を焼いた一皿。メインに当たる

煮物ー野菜と肉や魚を軟らかく煮込んだ料理

揚物ー天ぷらなど、素材を香ばしく揚げたもの

止椀・ご飯ーみそ汁や吸い物、白米や炊き込みご飯など

香の物ー口をさっぱりさせる漬物など

水菓子ーデザート。果物やシャーベットなど

「懐石料理は“おもてなしの心”を表すためのもので、細かくルールが決まっています。最初に出すのは少量のご飯と汁物、昆布締めにした刺身や酢の物などのお向こう（向付）で、ご飯は“あなたの到着に合わせて炊き上げました”というメッセージを込めて、炊き立ての軟らかい状態で供します。その後、茶道の流派や亭主により変わる場合もありますが、煮物椀や焼き物、八寸などが続きます。八寸とは八寸四方の盆にのせた料理で、8品あるから八寸というわけではありません。そして、必ず山のものと海のものが用意されます」

会席料理は、懐石料理から派生した宴会料理のこと。懐石料理がお茶をおいしく飲むことを目的にしているのに対し、会席料理はお酒と一緒に料理自体を楽しむことを目的にしています。

「そのため最初の白ご飯と汁物がなくなり、お向こうが先付として残りました。八寸も、いろいろな料理を少量ずつ出す、いわゆる前菜の盛り合わせのような位置付けになりました」

季節感を表現し、目でも楽しめるよう工夫する点、旬の食材を中心に食べる人のことを考えて献立を組む心遣いは、懐石料理と同様。しかし、出す順番などは自由になっています。例えば笠原さんは、「多彩な料理を少しずつ楽しめる八寸で期待感を高め、乾杯のビールが残っていて食欲もあるうちに揚げ物を出す。次いで椀物でゆっくりおだしのおいしさを味わってもらう」という考えでコースを組み立てているそうですが、「八寸の次に椀物を出しておなかを温めてもらおう」と考える店もあります。

食事に行った際、和食の特徴やその料理店ならではの工夫や配慮を探すのも面白いかもしれません。

世界から注目を集める文化としての奥深さ

和食は海外からも注目されています。観光庁の調査（『訪日外国人の消費動向』2024年 年次報告書）によると、外国人が訪日前に期待することのトップが「日本食を食べること」（82.2%）です。日本食の満足度は96.9%で、次回の訪日時にしたいことのトップも「日本食を食べること」です。

どのような点が人気を集めているのでしょうか。『訪日外国人からみた日本の“食”に関する調査』（農林中央金庫 2023年）によると、日本に滞在したことのある5カ国1200人が、「日本の食について驚いたこと・感心したこと」として、「味がおいしい」（45.7%）に次ぎ、「盛り付けが美しい」（42.7%）と回答しています。また過半数の人が、「食前食後に挨拶をする」ことを印象的な食事マナーと答えています。料理として味わうだけでなく、提供の仕方、食べ方などを新鮮な食体験として楽しんでいることがうかがえます。

日本人にとって和食文化は日常のため、意外と知らないことも多いもの。「刺身のつまはすべて食べていいのか？」「ワサビはしょうゆにとくべきか、刺身にのせるべきか」といった話題がマスメディアでたびたび取り上げられるのがその表れだといえます。

ちなみに、これらを笠原さんに尋ねると、「掻敷（かいしき）の葉っぱ以外、つまは全部食べていい」とのことでした。

「マグロには細く切った大根が添えられますね。あれはもともと、マグロのトロの脂がしょうゆをはじくので、大根にしょうゆを吸わせてマグロと一緒に食べる目的で添えたものです。脂ののった

日本食の未来 ～伝統と革新の融合～

トロとつまの大根を一緒に食べると、"通"に見られますよ。ワサビをしょうゆにとくかとかないかは、好みです。ただ、ワサビの香りは揮発性なので、しょうゆにとくと飛んでしまう。ワサビ本来の香りを楽しむなら、お刺身の上にのせたほうが理にかなっています」

なお、「カツオにはワサビではなくカラシをつけてもおいしい」と笠原さん。「江戸時代はカツオにはカラシが一般的だったそうです。ワサビは高価だし、葉っぱが葵の御紋に似ているので、庶民は食べてはいけなかったといいます」

和食が伝統や風習、知恵の上に成り立つ奥深い文化であると分かります。

異質なものを受け入れる 豊かな多様性も日本料理の特徴

一方で、和食も海外の食文化から大きな影響を受けています。

「日本酒の酒肴にアボカドやクリームチーズを使ったり、和菓子にバニラエッセンスを加えたりする光景は珍しくありません。食材だけでなく和食の範囲も広がっています。ラーメンは今や日本食の代表格だし、カレーうどんをインド料理に分類する人はいないでしょう」

和食が多様化し、どこまでが和食でどこまでが外国の料理なのか、線引きがあいまいになっているともいえます。

なぜ、和食は海外の食文化を受け入れられることができるのでしょうか。

「味付けが淡泊なので、新しいものを融合させやすい。食材が豊富だからつくろうと思えば何でもつくれる環境でもあります。そもそも日本人は外から来たものを積極的に取り入れる国民性だとも感じますし、新しいおいしさを追求する日本の料理人の勤勉さ、器用さも背景にあると思います」

料理のプロにとっても、和食の線引きはあいまいで、「人それぞれ」なのだと笠原さんがいいます。

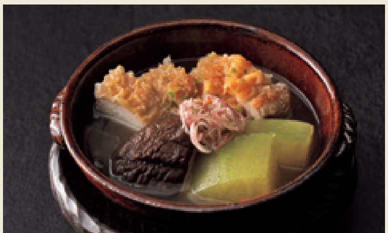
「僕は箸で食べられるかどうかで線を引いています。また、フォアグラを食べたい人はフランス料理店に、ふかひれを食べたい人は中華料理店に行くと思うので、そういった食材は使いません。でも和食の料理人で、フォアグラを使う人もいます。人それぞれでいいと思います」

海外のものを取り入れて、和食が変化していくことも、悪いことではないと、笠原さんが続けます。

「和食はいろいろな食材や調理法を取り入れて発展してきました。鍋料理でよく使う白菜だって、明治期に日本に入ってきたものなんですよ。今だったらケールやルッコラを使う感覚で白菜を取り入れたのです。牛乳も明治期には和食に使われ始めました。牛乳を葛で固めた嶺岡(いどう)豆腐はその例です。千葉県の嶺岡(みねおか)という土地で乳牛が飼育されたことが名前の由来です」

多様なものを受け入れ、従来の食文化に融合させることで、料理のバリエーションを増やしてきたわけです。

鶏焼き浸し 冬瓜含め煮 ジャンボしいたけふり柚子


撮影／日置武晴『賛否両論 味の世界』(KADOKAWA)

材料(作りやすい分量)
鶏もも肉…適量
冬瓜…適量
塩…適量

A［だし：薄口しょうゆ：みりん＝12：1：1
ジャンボしいたけ…適量

B［だし：薄口しょうゆ：みりん＝15:1:1
塩…少々
茗荷(小口切り)…適量
青柚子の皮…適量

1	鶏肉は余分な脂や小骨を取り除き、全体に塩を軽くあてる。フライパンに油をひかずに鶏肉を皮目から入れ、パリッと焼き目がつくまで焼く。身のほうはさっと焼いてひと口大に切る。
2	冬瓜は皮をむき、種とワタを取り除いてひと口大に切る。皮目に塩適量をすり込み、10分ほどおく。熱湯で10分ほどゆで、氷水におとして水けをきる。
3	鍋にAを合わせ入れ、火にかける。煮立ったら2を加え、再び煮立ったら弱火にして10分ほど炊いて火を止める。そのまま冷まして味を含ませる。
4	ジャンボしいたけは軸をおとし、焼き網で焼いてひと口大に切る。
5	別の鍋にB、1、3、4を入れて火にかけ、鶏肉に火が通るまで弱火で煮る。
6	器に盛り、茗荷をのせて青柚子の皮をすりおろしてふる。

「現代は、これまで以上に多様な食材が入手できるようになっています。和食は今も進化の途中だと思います」

世界の料理家にとっても、日本料理は興味深いようです。

「2000年頃から、海外のシェフが日本料理の技術や調味料、柚子や山椒といったフレーバーに注目し始めました。かつて、外国人はうま味を理解できないといわれていましたが、今は海外の一流シェフがかつお節と昆布で一番だしをとっています。シェフたちが一番喜ぶ日本土産は、和包丁ですよ」

笠原さんは毎年海外のレストランに行き、厨房を見せてもらっているそうで、たいていの厨房に柳刃包丁や鮫皮のおろし器、しょうゆやみそが並んでいるといいます。かつお節削り器を見ることさえあるとも。

柔軟性と可変性の高さで時代のニーズに応え続ける

近年、ライフスタイルや価値観が多様化し、和食に期待するものも変化しています。和食を食べる人の中には、ベジタリアンやヴィーガン、宗教的な制約のある人、低糖質や低脂質を期待する人もいます。環境配慮も、従来に増して強く求められています。

しかし、柔軟性や可変性に富む和食であれば、「期待に応え得る」と、笠原さんは話します。

「もともと精進料理の文化があるので、ベジタリアンやヴィーガン向けの料理の提供は難しくありません」

精進料理は基本的には宗教的な制約のある人も食べられます。インターネットで検索すると、ハラール認証を受けた和食店も探せます。

「サステナビリティに関しても、仏教に由来する“もったいない”の考え方が浸透しているためか、野菜の皮でおだしをとったり、あまった食材を干したり漬けたりして保存するなど、和食には食材を使い切る知恵が数多くあります」

今後も多様なニーズに応えながら進化を続けるのは間違いなさそうです。

ただし一方で課題もあります。

「気候変動で、食材によっては入手できなくなったり旬が変わったりしている点は心配です。また、本格的な日本料理を食べさせる料亭が減っていることに危機感を覚えます。料亭は、漆器や花器、掛け軸、日本庭園など、日本食をとりまく産業の受け皿という側面も持っています。料亭が相次いで閉じている今、そうした技術や産業をどう存続させるのか、考える必要があります」

笠原さんは若手の育成に関しても危惧しています。

「日本に限ったことではないのですが、料理人を志す人にも就労時間の厳守が求められています。そうすると、1日がかりでつくるような手の込んだ料理は学びにくくなります。海外から日本文化を体験しに和食を食べに来る人が増えても、迎える側の料理人が十分に腕を磨く環境が減っているというのは問題です」

文化として和食をどう保護するか、多面的に考える必要がありそうです。

お店の紹介

「万人に好かれなくていい。自分の料理とやり方を好きだと言ってくれる人が来てくれれば…」という、笠原氏の想いから、2004年に恵比寿に【賛否両論】開店。恵比寿のほか、名古屋・金沢にも直営店を構える。

●恵比寿
東京都渋谷区恵比寿2-14-4
03-3440-5572　日曜休み
※臨時店休日あり

●名古屋
愛知県名古屋市千種区高見2-1-12 ナゴヤセントラルガーデン
052-753-7677　月曜休み
※臨時店休日あり

●金沢
石川県金沢市野町2-25-19 にし茶屋街
052-753-7677　火曜・水曜休み

株式会社日清製粉ウェルナ 様

得意先への請求書発行における業務負荷と時間を大幅に削減

「マ・マー」や「青の洞窟」などのブランドで知られるパスタ・パスタソースをはじめ、小麦粉を中心とした幅広い事業を展開されている日清製粉ウェルナ様。
ファイネットの提供する「ファイル配信サービス」の導入により、得意先への請求書発送に伴う、印刷・封入などの作業を大幅に削減しています。(本文中敬称略)

年間1,000時間を請求書発行に費やす

── 初めに貴社の事業概要についてお聞かせください。

大田 日清製粉グループの食品事業を担う中核企業として、パスタやパスタソース、プレミックス(調整粉)、家庭用小麦粉、調理食品、乾麺及び冷凍食品などの製造・販売を行っています。70年以上の歴史を誇る「マ・マー」ブランドをはじめ、30周年を迎えた「青の洞窟」など、家庭用加工食品において幅広いトップブランド製品を有しています。

簡便、本格、健康の提供を念頭に、グローバル規模での製品展開に注力しています。また近年では、「環境」をキーワードに、家庭での調理に用いる電気、ガス等の消費削減に貢献する、早ゆで

株式会社
日清製粉ウェルナ
DX推進部
部次長
大田 健司 様

パスタシリーズ「FineFast」を提供するなど、おいしさと機能性に加え、持続可能な社会に貢献する製品の開発にも積極的に取り組んでいます。

―― 貴社の請求書発行業務が抱えていた課題についてお聞かせください。

髙屋 当社では、月間約1,300件、枚数ベースでは1万ページ超の請求書を郵送していました。請求書の印刷・封入・郵送といった作業は、各拠点の担当者が分担し、人手で対応していました。

月初はこれらの作業に追われ、他の業務に手が回らない状況が常態化していました。

当社では、受注から出荷、販売、請求書作成までの一連の処理はシステムにより電子化・自動化していたものの、紙での請求書発送という物理的な作業は自動化が困難でした。

できるだけ月初の早い段階で得意先様に請求書を届ける必要があるため、作業が特定の時期に集中する傾向にあり、複数部署が同時期に対応していました。その作業量は延べ数で年間250人、1,000時間程度のボリュームでした。

株式会社
日清製粉ウェルナ
管理部
髙屋 友樹 様

業界での圧倒的な知名度が決め手

―― 貴社では、そうした請求書発行業務における膨大な人的負荷と時間の低減を図るために、ファイネットが提供する「ファイル配信サービス」を導入されました。導入までの経緯や選定のポイントについて教えてください。

飯田 髙屋が話したように、当社では以前から各種業務のシステム化による自動化・省力化に取り組んできました。請求書発送業務についても同様に検討を進めていたところ、当社が既にEDIサービスで利用しているファイネットから、新サービスとして提供準備が進められていたファイル配信サービスの検証プロセスへの参加を打診されました。

この検証プロセスへの参加を決めた時から、本サービスが当社のこの課題を解決する最有力の選択肢になるであろうと予想していました。

その理由として、EDIサービスを通じて当社や多くの得意先様が既にファイネットを利用しており、知名度を含めた導入障壁が低い点に加え、ファイネットが酒類・加工食品業界の共通基盤として、業界特有の商慣習や法令を的確に踏まえたサービスを提供している点が、比較検討していた他社サービスに対して絶対的なアドバンテージだと思えたからです。

比較検討の結果、そうした直感が正しいことが確認でき、サービスの正式リリースを待ってから導入決定の判断に至りました。

―― ファイル配信サービスの活用に向けた社内外への対応はどのように進められたのでしょうか。

飯田 ファイル配信サービス自体、ファイネットのEDIサービスの仕組みを利用したものであるため、総じて技術的なハードルは高くありませんでした。

システム面での定義設定や、当社の会計システムを担うERPなどの開発管理はDX推進部が、請求書内容の要件確認は管理部の経理担当が担いました。

要件の確定と既存システムの改修などの開発には、利用開始までのおよそ6カ月のスケジュールで取り組み、比較的余裕を持って作業を完了できました。

請求書発送はもともと営業部の業務でしたが、業務プロセス移行に当たっては、EDIサービスに精通したDX推進部と管理部の2部署による事務局体制を構築しました。

この体制の下、営業部への周知をはじめ、各地区との相談・調整を主導したことで、社内合意形成を円滑に進めることができ、スピード感のある対応を実現しました。

株式会社
日清製粉ウェルナ
DX推進部
IT課
課長
飯田 貴俊 様

矢野 一方、得意先様への告知や業務プロセス切り替えに伴う各種依頼については、事務局が窓口となり、電話やメールを通じて個別にご案内を進めました。まずは請求書を電子化して送付する際の宛先となるメールアドレスを各得意先様からヒアリングしました。次にDX推進部がそのメールアドレスを登録した送付先マスタを整備して、実際に請求書の電子イメージを送付できる環境を整えました。

その後、得意先様にはファイル配信サービスにログインしていただくようご案内し、不明点があれば当社か、もしくはファイネットに直接問い合わせもしていただくようお願いしました。

当社が行ったファイル配信サービス利用に向けた体制整備のアプローチは、一見すると手間が多く時間がかかる方法に思われるかもしれませんが、結果的には切り替えに関するトラブルが最小化され、円滑に電子化を進められました。

約7割の作業量削減を達成

株式会社
日清製粉ウェルナ
管理部
矢野 真泉 様

―― ファイル配信サービスの導入により、具体的にはどのような成果が得られたかをお聞かせください。

矢野 2024年10月の本格稼働以降、2026年2月までに得意先様の社数ベースで約5割、請求書の枚数ベースでは約7割が電子化されました。

これにより計算上は、当初、請求書発送業務に費やされていた1,000時間のうち、7割程度、すなわち700時間相当の作業が削減されたことになります。特に月初の作業負荷が大きく軽減され、日々の業務に大きな余裕が生み出されているという感謝の声も我々のところに届いています。

郵送すべき請求書の数が減ったことは導入当初から実感できたようで、従来課題となっていた作業量、負担感の大幅な削減を実現できたことで、今回のサービス導入についての社内の評価も大いに高まりました。

得意先様にとっても、月初の早いタイミングで遅延なく、確実に当社から請求書が届くようになったことのメリットは大きいものと思います。

例えば従来であれば、昼間に請求書の出力や封入の作業をして、夕方に発送しても、得意先様の下に届くまでに早くても約2日かかります。ファイル配信サービスを利用している現在では、請求書が作成された当日の午前には配信されますので、リードタイムが劇的に短縮されたといえます。

―― 今後の展望とファイネットへの期待についてお聞かせください。

髙屋 実は、まだファイル配信サービスへの切り替えをご案内できていない得意先様もあります。そうした意味では、移行の取り組み自体はいまだ途上にあると言わなければなりません。

当社では今後も引き続き、現状未案内の得意先様に対し、本サービスへの切り替えのご案内と準備のお願いを進めていきたいと考えています。

そして基本的には、すべての得意先様にファイル配信サービスによる請求書の電子化へ移行していただけるよう、取り組んでいきたいと考えています。

もっとも、得意先様の中には、現在は固有の事情により請求書の電子化へとかじを切れない企業があるのも事実ですが、今後状況の変化もあると思いますので、その際は用意されているファイル配信サービスのオプションメニューの活用を含めて柔軟に対応をしていければと考えています。

大田 ファイネットは、酒類・加工食品業を支援するEDIサービスを中心に、業界の共通基盤として重要な役割を果たしてこられました。業界特有の商慣習にフィットしたサービスの提供や帳票の標準化は、加盟企業にとって様々な業務効率化の糸口になると思います。

今後も引き続き、業界の商慣習や特性に合わせた各種サービスの機能強化に取り組んでいただきたいと考えています。

当社としても、業界内での連携フォーマットや業務プロセスの標準化に貢献すべく、加盟企業の皆さんに対するサービスの普及を積極的に進めていきます。

―― ご期待、ご要望に沿えるよう引き続き取り組んでまいります。本日は貴重なお話をお聞かせいただきありがとうございました。

●記事内のデータや組織名、役職などは2026年1月29日の取材時のものです。

CORPORATE PROFILE

日清製粉 welna

Wellness by nutrition from nature

自然の恵みで、世界の人々に健康をお届けする

■**会社名**:株式会社日清製粉ウェルナ
(Nisshin Seifun Welna Inc.)
■**代表者**:取締役社長　岩橋 恭彦
■**設立**:2001年7月
■**本社所在地**:東京都千代田区神田錦町一丁目25番地
■**事業内容**:パスタ、パスタソース、プレミックス、家庭用小麦粉、調理食品、乾麺および冷凍食品など加工食品の製造・販売

当社は、小麦粉、プレミックス、パスタ・パスタソース、冷凍パスタ等の加工食品を製造し、家庭用・業務用の各市場にお届けする総合食品メーカーです。

日清製粉グループの食品事業を担う中核企業として、「信を万事の本と為す」と「時代への適合」の社是を前提に、皆様の「健康で豊かな生活づくりへの貢献」を推進しております。

FINET INFORMATION

ファイネットインフォメーション

社会・経済問題の解決は個別最適から全体最適視点での取り組みへ

わが国における代表的な社会・経済問題の1つとして、人口減少に伴う慢性的な労働力不足があります。各社では、人材確保のための労働環境整備や社員待遇改善とともに、限られた人材で事業を展開するために必要な業務効率化、生産性向上への取り組みが進められています。近年では人工知能(AI)や生成AIを活用することで、課題解決につなげる事例も増えつつあります。

自社完結型の課題解決の取り組みが進められている一方で、業界全体さらには国全体での枠組みによる課題解決の取り組みも進められています。その代表的なものの1つとして、経済産業省と国土交通省が2021年に立ち上げた「フィジカルインターネット実現会議」を通じた物流効率化の取り組みがあります。

経済産業省の資料(*)によると、フィジカルインターネットは“占有回線ではなく共通の回線を用いてパケット単位で通信を効率的に実現しているインターネット通信の考え方を物流(フィジカル)に適用した物流効率化に向けた新しい物流の仕組み”と定義されています。具体的には、物資や倉庫、車両の空き情報等の物流リソースに関する情報を、各種インターフェースの標準化を通じて、企業・業界の垣根を越えて共有し、保管・輸送経路等の最適化などの物流効率化を目指す考え方です。さらには、輸送部門における温室効果ガスの削減や、物流の強靭(きょうじん)化、物流産業の活性化も目指し、2040年を目標とした物流のあるべき将来像として、「フィジカルインターネット・ロードマップ」が策定されました。

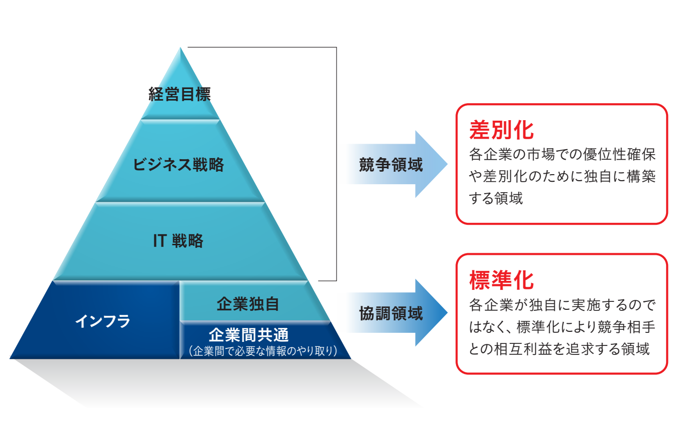
*出典：経済産業省「フィジカルインターネットの実現に向けた取組について(令和5年9月6日)」

物流効率化のカギとなる事業所コードの標準化

物流効率化に向けて、2022年度より消費財分野では、①物流インフラ・貨物の見える化を通じて共同輸配送や共同拠点利用の促進につなげる「商流・物流におけるコード体系標準化」、②荷物を物理的に運びやすくするための「物流資材の標準化」、③荷物を運びやすくするための「商慣習の見直し」、④共同輸配送や共同拠点利用に欠かせないリアルタイムでのデータマッチングを実現するための「データ共有する際のルール化」を中心とした取り組みが進められています。ファイネットは、このうち「商流・物流におけるコード体系標準化」の検討テーマの1つである、「納品場所を一意に識別できる物流標準事業所マスタの構築」に向けた実証と課題整理を支援しています。

現在、多くの事業者では納品先情報を自社固有のコード体系で管理・運用しています。大規模物流センターは様々な事業者がテナントとして利用しているため、同一住所に複数の納品先が存在することも少なくありません。例えば、小売専用センターを卸売業が運営するケースでは、同じ納品先でありながら、小売業の拠点として管理する事業者と卸売業の拠点として管理する事業者があり、事業所コードも事業者ごとに異なっている状況です。このため、事業者間で物流情報をデータ連携させることが難しく、共同輸配送をはじめとする物流効率化を進める上での課題となっています。

物流標準事業所マスタの整備は、物流リソース情報の共有を通じた共同輸配送や共同拠点利用には欠かせない取り組みであり、事業所コードの標準化は、今後における物流効率化のカギとなると言っても過言ではありません。



「酒類・加工食品業界標準化推進会議」におけるコード標準化の取り組み

ファイネットでは、事務局を務める「酒類・加工食品業界標準化推進会議」の活動を通じて、会議のメンバー企業と共に、EDI用企業識別(取引先)コード及び商品コードの標準化に取り組んでいます。

統一取引先コードの普及推進

企業識別(取引先)コードは、酒類・加工食品業界として、統一取引先コードの利用による標準化を目指しています。統一取引先コードは、屋号店名や住所などコードにひもづく取引先の属性情報と一体になっており、皆様にとってより使いやすいものになるよう「統一取引先コード運営部会」を通じて、コード及び属性情報の登録申請ルールなど運用上の課題整理を行っています。

●統一取引先コード運営部会(2019年11月活動開始)

参画	メーカー 9社/卸 6社
目的	「統一取引先コード付番ルール」の維持・管理

統一取引先コードについて

＜コード体系＞
都道府県コード(2桁)+連番(6桁)で構成される8桁の企業識別(取引先)コード、屋号店名や住所を基にひもづく取引先(事業所・店舗)の属性情報と一体管理

＜コード利用＞
ファイネット商品流通VANサービス利用企業は無料でコードの登録申請及び利用が可能

加工食品業界におけるEDI用商品コードの標準化

商品コードについて、酒類業界では古くからSDPコード(7桁の商品コード)の利用による標準化が進んでいたのに対し、加工食品業界では、JANコード(GTIN-13)の利用による標準化を目指してきたものの、商品を一意に特定できない(通常品と期間限定品でコードが同じ)ケースがあるなどの課題があり、標準コードの利用は50%にも満たない状況が長く続いていました。この状況を打開するために、2023年6月に「加工食品EDI用商品コード検討部会」を立ち上げ、データ種ごとに最適な運用が可能となる商品コードの検討を進めました。現在では、検討結果を踏まえ、メンバー企業から商品マスタの整備やシステム改修等、EDI用商品コードの標準化に向けたアクションプランを提出いただき、定期的に対応状況の進捗確認、支援を行っています。

●加工食品EDI用商品コード検討部会(2023年6月活動開始)

参画	メーカー 8社/卸 5社
目的	・加工食品業界のEDIにおいて、メーカー・プライベートコードと 1対1となり、商品を一意に特定できる商品コードを模索する ・メーカーの商品コード体系、卸への伝達方法も同時に検討する

主な検討結果

＜受発注、出荷案内データ＞
EDI用商品コード → 集合包装用商品コード(GTIN-14/通称 ITFコード)

＜販売実績データ＞
EDI用商品コード → JAN(GTIN-13)または集合包装用商品コード(GTIN-14/通称 ITFコード)

皆様のための「全体最適」を目指して

EDIなどの企業間情報交換において、コードの標準化は業務効率化の重要な要素であることをご理解いただけていても、業務フローやシステム環境などを変えるには大きなリソースが必要であり、簡単ではありません。現在の業務が問題なく運用できているのなら、“なぜコードを変える必要があるのか”という声が社内から上がっても不思議ではありません。一方、自社にとって最適な状態は、取引相手先から見たらどうでしょう。自社固有のコードによる運用であれば、少なくとも取引相手先では、それが何を意味するかを特定するための変換処理作業が発生することになり、コードが標準化されていなければ、取引先の数だけ同じような対応が必要になります。

ファイネットは、業界全体の業務効率化とコスト削減のため、コードの標準化をはじめ、企業間情報交換の標準化に資する取り組みを実施・支援していくことで、皆様にとって最適な状態になることを目指してまいります。

「酒類・加工食品業界標準化推進会議」に関する詳細はこちら

⇒ https://www.finet.co.jp/hyojyunka/

FINET ANNOUNCEMENT

ファイネットアナウンスメント

FINE FINETはWebでもご覧いただけます

業界動向や活用事例、当社の取り組みなどをお届けする広報誌「FINE FINET（ファイン・ファイネット）」は、最新号からバックナンバーまで、コーポレートサイトにてPDF版を掲載しています。

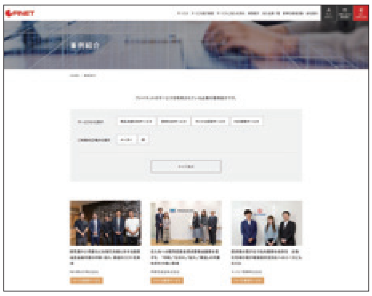
広報誌「FINE FINET」ページ

URL https://www.finet.co.jp/finefinet/

これまでにご紹介した活用事例は、サービス内容やご利用立場ごとに分類し、Webサイト用にHTML化して掲載しています。こちらもぜひご覧ください。

事例紹介ページ

URL https://www.finet.co.jp/case/



FINE FINET 送付先等の変更について

お届けの宛先や部数の変更、送付停止をご希望の場合は、「FINE FINET送付先変更（受付）」フォームよりお申し込みください。お申し込み完了後、申請者情報にご登録いただいたメールアドレス宛てに、受付完了メールをお送りします。

なお、お申し込み内容に確認事項がある場合はヘルプデスクより別途ご連絡差し上げます。

「FINE FINET送付先変更（受付）」フォーム

URL https://member.finet.co.jp/fts/ffcr/

当フォームへは、コーポレートサイト内「FINE FINET」ページ（最新号右側のリンク「冊子版の送付先変更はこちら」）、及び「手続きサイト」ログインページからアクセスできます。

「手続きサイト」ログインページ

URL https://member.finet.co.jp/fts/

※手続きサイトログイン画面右側「ヘルプデスク」のご案内欄にリンク
「FINE FINET送付先情報変更はこちら」がございます

ご担当者様情報変更時のお願い

FINE FINETは、各サービスの利用窓口担当者様宛てにもお送りしています。
担当者変更に伴い送付先も変更しますので、ご利用窓口情報やご担当者変更の際は、「手続きサイト」にて登録情報の更新をお願いします。サービスに関する重要なお知らせをお届けするため、ご協力をお願いします。
FINE FINETは、今後も皆様のお役に立つ情報をお届けできるよう、内容の充実に努めてまいります。

お問い合わせ先 | ファイネット ヘルプデスク **0120-091-094**（年中無休7:30〜23:00）

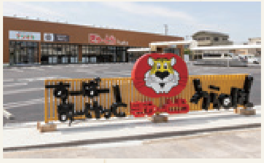
森井ユカの スーパーマーケット漫遊記

三重のおやつや夜食の王様に君臨 意外なものをお茶漬けに？

　三重県南部において絶大なる知名度を誇る、伊勢発祥のスーパー、ぎゅーとら。伊勢うどんやはんぺい（はんぺん）など、伊勢のものを積極的に取りそろえている。数年前にワーケーションで10日間ほど伊勢に滞在したときには、毎日のようにお世話になった。ぎゅーとらオリジナルのコロッケは大人気で、確実に手に入れるには、店頭に並ぶ時間を店員さんに尋ねて把握しておかないといけないほどだった。年末だったので店頭には木材と縄でつくられた独特の正月飾りが並び、自宅用とお土産用に何個も買ったことがある。

　さてこのぎゅーとら、いつでも確実に手に入るように、たくさん並んでいるものがある。それが「田舎あられ」。見た目はなんら珍しいものではなく、私もあられは年に数回は食べる。ただ、店員さんに地元ならではの食べ方を聞いてちょっと驚いた。もちろんそのままポリポリ食べてもよいが、当地ではお茶やお湯をかけてお茶漬けにして食べるそうだ。肝心なのは、ある程度おいてふやけてから食べること。好みで砂糖や塩をかけたり、塩昆布と合わせたりするらしい。それを聞いてたまらなくなり、ホテルで早速食べてみたところ、ほんのり香ばしく、少しもっちりしながらもあっさりとした美味さに思わずはまってしまった。夜中に小腹がすいたな……というときにいただいても、消化がよく罪悪感もあまりない。あられは全国ほとんどのスーパーにもあるが、三重のあられはお茶漬けを前提につくられているので、硬くはなく、より軽い歯触りとなっている。

　店員さんによると、昔の農家で米の収穫後にこのようなあられを家庭でつくり、忙しいときにささっと食べる保存食にしていたのが始まりとのこと。友人の三重県出身者の中には小さい頃によく食べたという人も少なくないが、今は手軽なおやつが他にもたくさんあるため、この習慣を知らない子供たちもいるそうだ。私はたまに妙に懐かしくなり、冬の寒い東京で食べては伊勢を想い出している。



ぎゅーとら うらのはし店

住　所　三重県伊勢市常磐2-7-30
電　話　0596-28-7015
営業時間　9:00～21:00
（電話受付時間 9:00～21:00）

文＝ 森井ユカさん

立体造形家、雑貨コレクター。小さいものを作ることと愛でることを仕事にしている。著書に『おいしいご当地スーパーマーケット』『地元スーパーのおいしいもの、旅をしながら見つけてきました。47都道府県！』（どちらもダイヤモンド社刊）など多数。全日空『翼の王国』に「ニッポン47妖怪さんぽ」を連載中。

株式会社ファイネット　FINE FINET（ファイン・ファイネット）Vol.71 2026 May 2026年5月1日発行

［発行］（株）ファイネット
〒103-0027　東京都中央区日本橋3-9-1　日本橋三丁目スクエア6階
https://www.finet.co.jp
［編集・発行責任者］久我　章良

FSC ミックス 紙｜責任ある森林管理を支えています www.fsc.org FSC® C022337
VEGETABLE OIL INK