

# 老舗蔵元が挑む、社内情報マネジメント

盛岡市に本社を置く株式会社あさ開は、創業から今年で133年を数える老舗酒造メーカー。全国的に清酒の需要が落ち込みを見せるなかでも、常に県内酒造業界のトップを走り続けている同社の強みは、蔵元という既存のイメージから脱却した多角経営戦略と、ITを駆使しての徹底した事務の効率化と情報の早期具体化にある。なかでもグループウェアを活用した情報共有システムは、社内改革に大きく貢献したという。今回は、20年以上に渡ってあさ開のIT戦略を一手に手掛ける経営企画室社内支援チーム 情報担当 東野勉さんに、同社の情報マネジメントの現在と展望を伺った。



昭和63年に完成した「昭和旭蔵」では、伝統の酒づくりにこだわる手造り工程と最新鋭設備による近代工程をともに見学することができる。白壁に黒瓦という純和風の外観は盛岡の都市景観賞も受賞した。

## 業界に先駆けてIT機器を導入

株式会社あさ開は、1871年、南部藩士だった初代村井源三によって創業された。社名は万葉集の中にある「船出」の喜びをたたえ祝福した歌の枕詞からつけられたもので、数々の試練のときを迎えても常に時代を拓き人々の心を開き、未来を展望しながら、いかなる困難にも打ち勝とうという創業精神が込められている。以来133年、5代に渡って受け継がれてきた酒造りへの思いは、「お客様の食の場における『喜び』『楽しみ』『くつろぎ』に貢献いたします」「全社員の物心両面の幸せを追求する」というふたつの経営理念に集約され、酒造メーカーとして岩手県内トップの売り上げを誇る同社の原動力となっている。

とはいえ消費者の日本酒離れが指摘されて久しい昨今、経営環境の改善を図ることはあさ開にとっても避けて通

れない課題だった。その対策のひとつとして同社が積極的にすすめてきたのが事務作業の効率化、つまりITの導入なのである。

今回話を伺った経営企画室社内支援チーム 情報担当 東野勉さんによると、あさ開では30年前にはすでにコンピュータが設置されていたという。酒造業界ではかなり先進的な取り組みだったといえるのだが、それはむしろ業界ならではの事情が大きかったと東野さんは言う。

「酒類の製造者には酒税の納税義務があるため、仕入れや出荷などの伝票記帳作業はもちろん、そのデータを基に詳細で正確な酒税報告書を毎月税務署に提出しなければいけません。そういう煩雑かつ複雑な業務の整合性を高めるためにも、コンピュータは入る価値があったんです。」

30年前といえば、ITの主流はまだミニコンや汎用機。当然だが現在のよう

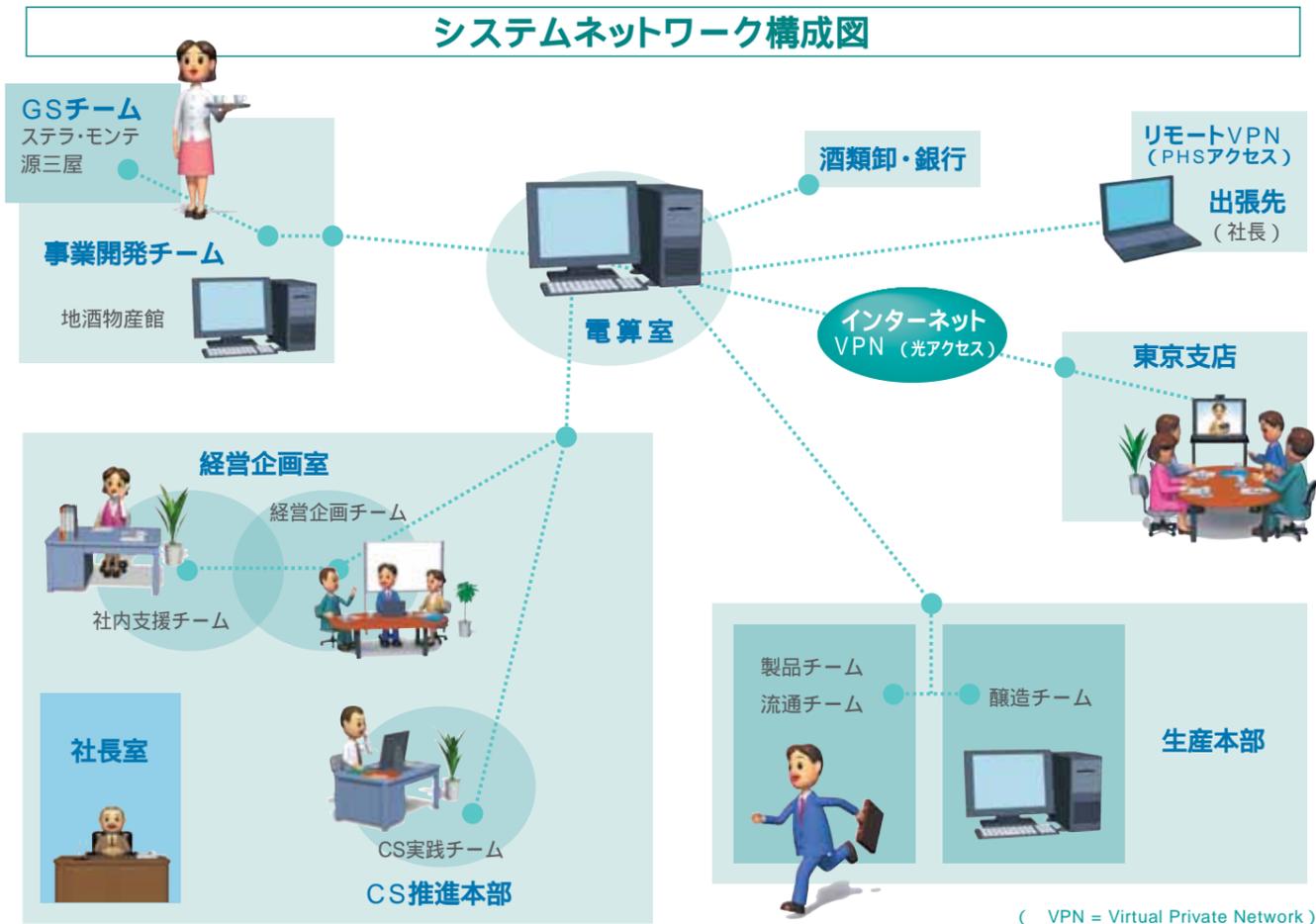
な時代である。

「販売や給与、経理部門での使用から始まって、原酒管理システムの構築、売上仕入経理の連動…。ソフトはまったくの手作りでしたから、私の最初の仕事もバグつづしという具合でした。今はサーバ&クライアント方式の優れたソフトが市販され、いろいろできるようですが、当社では経理と連動をしていることもあり、独自仕様のままですね。」

システムの構築・運用から社員へのパソコン普及まで、同社のITの変遷とレベルアップを支えてきた東野さん。文字どおり、あさ開のITの生き字引的存在である。

## ITの導入で得られた様々なメリット

事務処理の効率アップもさることながら、ITの導入で大きく改善されたものが、情報の早期具体化と共有化だったと東野さんは話す。



現在、あさ開では販売や購買、給与・経理といった会社の基幹業務にはオフコンを利用しているほか、8年ほど前からは社内サーバーによるグループウェア「ロータス・ノーツ」を導入し、社員が必要な情報をパソコン上で確認することができるようにしている。

「自社のデータベースは全部で21あります。まず営業担当一人ごとに日報を書き込むデータベースを設けています。また月例会議や業務連絡会議などのほか、業務やプロジェクトごとのチームのデータベースも設け、定型的な議事録を随時アップしています。こちらには掲示板機能もあるので、意見や要望などを書き込むことができるようになっています。」

情報は社員が個々のパソコンで閲覧できるのはもちろんのこと、会議の場でも大いに活用されている。

「月例会議に提出される資料は決算書のみ。あとの報告はパソコンにプロジェクターを接続して、担当者が必

要な画面を表示させながら説明するようになっています。ペーパーレスのメリットもさることながら、必要に応じて販売・経理データもすぐに表示することが出来るので、個々の問題についてもその場で解決が図れるようになりました。」

報告書の作成、検討、決裁といった一連の工程をITの活用で簡略化し、タイムラグを極力減らした結果は、経営戦略立案のスピード化にもつながっているという。

もうひとつ、グループウェア上で営業日報を社内公開したことも大きな成果を生んだようだ。

「セールスの目的のひとつは競合情報や顧客情報、そして市場動向を掴むこと。そういったリアルタイムの情報が製造部門にダイレクトに伝わるようになって、顧客ニーズにあった商品開発ができるようになりました。」

情報を共有することで、あさ開では部門間の結びつきが強まっている。と同時に自分の「声」が経営に反映されること

で、社員一人ひとりの仕事に対する意欲の向上に一役買っているようだ。

## 情報共有化を一步進めた取り組み

あさ開ではこの情報共有マネジメントをさらに進め、盛岡に本社を置く(株)情報システム研究所が開発したソフトウェア「元気が出るシステム(ゲンシス)」を導入し、販売・購買・給与・経理など各部門ごとのデータをCSVファイルへと変換して新たな運用方法を探りはじめている。( CSV=Comma Separated Value )

「我々のような製造業の場合、製造原価の確認は販売システムではなく経理システムでないとできない仕組みになっています。結果として経理システム上の総勘定元帳で調査することになるのですが、システムの操作に慣れていないと検索することも難しいので、総勘定元帳のデータをCSVデータにして、容易に閲覧できるようにしたというわけです。」

CSVとは、数値やテキストなどのデータをカンマ(,)で区切って並べたファイル形式。実体はテキストファイルなので、機種やアプリケーションが違ってデータ交換が行えることに加え、テキストエディタやワープロなどで編集することも可能。もちろんこの形式で作成したファイルなら、エクセルなどの表計算ソフトで開くこともできる。

しかし、その導入過程では様々な苦労もあったと東野さんは振り返る。

「当然のことながら、運用するためには事業所や部署などのコードを一致させなければなりません。また、チーム別損益計算書を作成するために製造原価を使っていた部署ではこれを廃止して、商品別固定原価を採用しました。この業務システムの変更とゲンシスの導入が同時進行だったので立ち上げに1年ほどかかり、さらに運用が定着するまでに半年かかってしまいました。」

1年のテスト期間を経て完成したデータベースでは、ダブルクリックだけで総勘定元帳データが閲覧できるようになったほか摘要検索で容易にデータ集計が行えるようになり、業務はもちろん経

営の判断材料に使えるというメリットをもたらした。現在は、毎月の月次更新後に情報システム研究所の担当者が来社してデータの変換業務を行うという方法でシステムが運用されている。

「わからないことはその場で担当者に聞けますし、ソフトのバージョンアップも随時行ってもらえます。こういった方法は、当社にもビジネスパートナーにとっても、ベストな方法だと思います。」

## ITにさらなる可能性を見出して

長年にわたって社内IT化を進めてきたあさ開では、このほかにも様々な取り組みが行われている。

そのひとつが構内PHSの活用である。「以前は社員の呼び出しに構内放送を使っていましたが、当社は盛岡の住宅地の中に位置していることもあり、使用を中止しました。」

現在構内にはPHSアンテナが設置されており、社員の呼び出しに使われている。「騒音のない静かな会社」への取り組みは他企業からも注目されており、

このシステムを導入するところも出始めているという。さらにあさ開では商品運搬するフォークリフトも騒音の少ない電動式に切り替えるなど、一歩進んだ周辺環境への配慮にもつとめている。

一方、社内ネットワークシステムでは昨年から本社と東京支店の間に光ケーブルを導入。それ以前に利用していたフレームリレーと比べやりとりのスピードが格段にアップし、東京支店でもグループウェアの営業日報を閲覧・掲載する作業が楽に行えるようになった。この実績を踏まえつつ、東野さんはすでに光ケーブルの新たな活用法の準備にも入っていると話す。

「当社では、組織全体の目標やその達成度・進捗状況を確認するために、特に週間PDCAサイクルを重要視しています。毎週月曜には朝会、本部長会議、業務連絡会議、そして各チームのミーティングが行われるのですが、このサイクルに東京支店のメンバーがリアルタイムで参加できるように、テレビ会議システムを導入したいと考えています。こちらも、来期から稼働できるようになると思います。」

## 老舗蔵元が取り組む革新的経営戦略

「創業133余年」「老舗蔵元」...そういったキーワードから連想される企業イメージからすると、あさ開のITへの取り組みは驚くほどに革新的といえるだろう。しかもその経営ポリシーはIT分野にだけにとどまっていなかったことが、本社を訪れてみるとわかる。

広大な本社敷地内には、製造工場である「昭和旭蔵」を中心に、自社製品を販売する「地酒物産館」ほか地ビールと多国籍料理を提供するレストラン「ステラ・モンテ」、蔵を利用したカフェ「AZ」(エージーダッシュ)などが立ち並ぶ。蔵の公開も随時受け付けており、今や盛岡の観光スポットのひとつとして旅行者に定着している。そのほかにも、空き瓶の集団回収に取り組むアサビラキ・リサイクルサービス株式会社と卸売業の拠点として東京支店を擁している。

「製造部門の昭和旭蔵、卸売部門の東京支店、小売部門の地酒物産館に加え、レストランの飲食業。こういう事業形態をとっている蔵元は、岩手では今のところ当社だけです。」

ITの積極的な導入と多角的な経営

戦略。老舗の暖簾を守りつつ新たな分野に取り組んでいくこの姿勢に、企業としての成功要因があるように思う。そしてその戦略を支えるのが、ITを使った情報マネジメントなのである。

「製造業にとって一番大切なものは、顧客情報、競合情報、あるいは市場や季節予測といった先行データ。これがあってこそニーズに合わせた商品開発ができ、かつタイムリーな販売戦略も立てられます。当社は20年かけてIT環境のレベルアップに努めてきましたが、今後はいかに情報システムを活用していけるかが重要になっていくでしょう。」

## リーディングカンパニーとしての挑戦

最後に、東野さんに今後のIT分野の計画を伺った。

「導入から2年経ち、ゲンシスも一通り使いこなせるようになりましたが、さらなる運用レベルへステップアップを目指したい。まずは売上明細の取り込み、そして来年度の『日本経営品質賞』へ申請するための準備として各部署評価指標も取り込みたいと思っています。そのためにも、今一度使用講習会を開催

したいと考えているところです。」

日本経営品質賞(JQA)とは、経営品質の仕組み改善に取り組む企業に与えられる全国的な表彰制度。あさ開は、2000年度に県が開催した「岩手経営品質賞」の中小企業部門において奨励賞を、そして2002年度には最優秀賞を受賞している。奨励賞での受賞理由のひとつが、ITを駆使して消費者の声を積極的に経営改善に取り入れたことだったという。その企業活動をさらに高めていくため、全国版のJQAへの申請を予定しているのだ。

目指すものは顧客ならびにビジネスパートナーの満足、そして社員の成長。県内有数のリーディングカンパニーとして、あさ開は数々の可能性に今日も挑戦し続けている。

会社名	株式会社 あさ開
住所	岩手県盛岡市大慈寺町10-34
TEL	019-652-3111
FAX	019-624-4303
URL	http://www.asabiraki-net.jp/
代表	代表取締役 村井良隆
業種	清酒製造・販売業
社員数	60名



1 20年以上にわたって情報システムを担当している東野さん。「システムを運動させればさせるほど、業務自体の変更も余儀なくされます。IT環境の整備というよりは、むしろ扱う人間の意識の方を変化させなければなりません。」



2 現在の社内パソコンは40台。経理などの業務部門ではデスクトップ型だが、半数はノートブック型。すべてがネットワークに接続され、営業日報や承認申請書などは画面で操作できる。



3 ノーツは議事録などのほか業務連絡会議というデータベースも用意されている。また営業部でのカレンダー共有ほか役職クラスの予定も閲覧できるようになっており、スケジュール管理



4 構内PHS端末は、社の敷地内での使用はもちろん、外出すると自動的に外線に切り替わる。現在は11台だが徐々に増やしていく予定という。



5 あさ開は、清酒だけではなく地ビール分野にも進出している。レストラン「ステラ・モンテ」では、この出来立てのビールが味わえる人気スポット。各種イベントや結婚式などにも利用されている。



6 創業者の名前をとった飲食スペース「源三屋」も新たにオープン。昼はランチスペースになるが、夜は一般客に貸し切りで提供されている。古い酒蔵をそのまま利用した店内は雰囲気も抜群。

7 大吟醸酒・純米酒・本醸造酒などの多彩な商品のほか、この蔵元だけでしか販売されていないオリジナル商品も数多く揃う「地酒物産館」。岩手の海産物や菓子、厳選された酒器などの特産品もある。

8 「地酒物産館」にはここでしか買えない限定品も用意されている。蔵元ならではの商品は旅行者にも人気。