

I. 会社概要

1. 会社の名称	越後製菓株式会社
2. 本社所在地	新潟県長岡市呉服町1-4-5
3. 電話番号	0258-32-2358
4. URL	http://www.echigoseika.co.jp/
5. 設立年月日	昭和32年3月28日
6. 資本金	2億3,400万円
7. 上場の有無(店頭/2部)	無し
8. 業種・業態	米菓、餅類、米飯等の食品製造
9. 代表者名(年齢)	星野 一郎(54)
10. 情報戦略責任者名(年齢、役職)	関矢 克裕(34) 生産管理部 部長
11. 直近の売上高(百万円、年)	172億(2005年度)
その1年前の売上高(百万円)	160億(2004年度)
その2年前の売上高(百万円)	165億(2003年度)
12. 直近の経常利益額(百万円、年)	339百万(2005年度)
その1年前の経常利益額(百万円)	196百万(2004年度)
その2年前の経常利益額(百万円)	303百万(2003年度)
13. 現在の従業員数(うち社員数、年)	1010人(420人 17年度)
その1年前の従業員数(うち社員数)	1050人(430人 16年度)
その2年前の従業員数(うち社員数)	1300人(406人 15年度)
14. IT部門の有無(名称)	生産管理部
15. IT部門の責任者名(年齢、役職)	関矢 克裕(34) 部長
16. IT部門の人数(うち社員数)	4名(4名)
17. 直近のIT関連の年間費用(人件費も含む、百万円、年)	70百万円
その1年前のIT関連の年間費用(人件費含む、百万円)	60百万円
その2年前のIT関連の年間費用(人件費含む、百万円)	53百万円

平成18年度IT経営百選応募記入シート(2/2)

越後製菓株式会社

18. 事業・商品・サービス内容	<p>包装餅、米菓、鏡餅、米菓、麺類の製造販売を行っている。 売上構成比 包装餅39%、米菓31%、鏡餅20%、米飯6%、麵惣菜類4%、販売チャンネルは7割がNational Brandで全国の量販店(イトーヨーカ堂、イオングループ等)食品問屋(菱食、国分等)、菓子問屋(サンエス、山星屋等)などで販売している。3割がPrivate BrandでCGCグループ、日本生協連等へ販売している。 また自社ホームページ上でインターネット販売も行っており、昨年度は一昨年に比べ300%強の伸びを示している。</p>
19. ビジネスの特徴	
① 強み	<p>米菓では、地域の6社の技術を継承しあらゆる商品アイテム製造が可能。また、口に入れるとふわっと溶ける新食感の米菓「ふんわり名人きなこもち」の開発に成功、各メディアで紹介されるなど好評。 米飯部門では、新技術・超高压処理を利用し一切添加物を使わない米飯の製造。 包装餅においては「無菌生餅・生丸餅・生鏡餅」など他社に先駆けて商品を開発。等より業界におけるリーディングカンパニーであることを自負している。 鏡餅商品においてはCMなどによって知名度No. 1、シェアNo. 1になり、ブランド力・品質重視の当社の姿勢をお客様より支持を得ている。</p>
② 付加価値	<p>機構開発部・生産技術部等による社内の生産設備、生産技術を自社にて開発し、生産ラインのメンテナンスも自社にて行っている。又、社員が博士号を取得し、生産技術の開発、推進を行っている。 当社 高梨工場(包装餅生産最大工場)では平成13年にISO9001を取得。片貝工場(米菓生産最大工場)・沼田工場(米飯生産最大工場)においても平成18年ISO9001を取得予定。徹底した品質管理を行い、安心・安全な商品の提供。</p>
③ こだわり	<p>安心・安全な商品市場供給することを目的として無添加で食品作ることを哲学とし、商品を製造している。 また、主力商品の他、アレルギーをお持ちの方向けにアレルギーカットごはん・パンの製造を行い、主食の摂取を制限されている方にも安心して食べられる商品を提供。</p>
④ 独自性	<p>高压技術を必要とする4000気圧の超高压という、食品事業界で初めての製造方法を導入し、高品質化・省資源・省エネルギー・安全性に優れた商品を製造している。 WEB上に社内向け情報共有サイトを開設(平成17年)。管理者を始め、全国の営業マンまでがほぼリアルタイムで情報共有を行うことを可能とした。日々受注・売上・請求データを収集し様々な角度から分析できる仕組みづくりを行うことで、営業マンの管理・競争意識改革を实践。</p>

Ⅱ. 自己評価表1/2(ビジネス戦略・経営改革の視点)

会社名 越後製菓株式会社

1 ビジネス戦略・経営改革の視点	評価を行なうに当たっての具体的事実
①業績の好調さ	<p>独自性のある新商品にて包装餅・鏡餅商品のシェア拡大。 米菓「味の追求」商品全国約4500店舗導入。 他社にない新食感米菓(口どけの良い米菓)の販売が順調に伸びている。 新潟県中越地震の影響で2004年度は増収とはいかなかったが、その年を除けば過去13年間連続増益。過去6年間連続増収。</p>
②ビジネスモデル	<p>米菓「味の追求」商品において、店舗より注文を頂くと発注日の翌日午前中に全国に納品を行っている。又、店舗での販売期間を製造日から15日に設定し販売期間を超えた商品は店頭より回収し、米菓の鮮度(おいしさ)にこだわった米菓を販売。 鏡餅・米飯等では知的財産を活用しての商品製造。 食品の高圧処理技術開発育成で平成16年度文部科学大臣賞受賞。知財功労賞(産業財産権制度活用優良企業表彰)で平成16年度経済産業大臣賞受賞。</p>
③経営の自立化	<p>自社にて営業活動、商品開発、商品製造を行い商品の取り扱い先の依存度は最大手でも1割に過ぎない。 OEM商品において機能性のある商品開発を提案、採用を頂いている。</p>
④経営のオープン化	<p>翌日に売上高の社内公開、取引先・担当者別の営業情報の公開。 原材料における契約栽培農家様への会社情報等の公開。 お客様相談室によるお客様より寄せられた内容を社内公開。 月次決算内容を幹部に公開。 ホームページ・メールマガジンにて会社情報の開示。 グループウェアを使用し社内情報の共有。 片貝工場へ「越風馨」(庭園)を設け、一般にも開放。 地元学生・他企業等の工場見学の実施。</p>
⑤満足度経営	<p>鮮度と品質を追求、環境に配慮した商品製造。ホームページ等での顧客の声を収集。顧客の立場にたつての商品開発。「社会に役立つ企業となるよう努めること」「安心して食べられる食品を作ること」「自然の摂理を尊び資源を大切にすること」「何事も相手の立場で物事を考えること」を訓として経営を行っている。 食品工業会等において他社の工場見学を定期的に行い、自社に活かしている。社内留学制度があり、大学等へ就学が可能。再雇用制度にて再就職が可能であり以前の雇用形態で再就職できる。 社員全員からの総合評価(個人)を行い評価をフィードバック。年俸制度を導入(成果が反映・総合評価反映)。 繁忙期におけるパート雇用。 社内に図書室を設け多分野の書籍を社員へ公開。</p>

Ⅱ. 自己評価表2/2(IT高度活用の視点)

会社名 越後製菓株式会社

2 IT高度活用の視点	評価を行なうに当たっての具体的事実
①コミュニケーション	工場間・営業所間の情報共有。 取引先との受注出荷情報の連携。電子メール・グループウェアの活用。 携帯電話を営業員に配布し、営業活動、携帯メールなどを利用した営業活動の遂行。 WEB社内情報公開システムで、掲示板を開設し情報交換。
②営業・マーケティングの改革・新商品や新サービス開発への活用	販売データを一元管理し、過去5年間の販売分析が可能。販売活動、生産活動への情報管理を行い、データ分析のソフトを自社開発。 WEB社内情報公開システムを構築し、営業マンがいつでも、どこにいても目的のデータを手で取り、営業活動へ有効利用。 ホームページを活用し通信販売を行っている。
③プロセスの高度化・連携	受注情報から生産・出荷までのプロセス全体を電子データでの連携(最終的に販売データでは、伝票単位でわかる)。 WEB上で社内公開することにより、それらの情報をすぐに営業に活かすことが可能。また、問い合わせに対するレスポンスの向上効果も有り。
④人材・ノウハウの高度活用・高度な経営管理への活用	ナレッジマネジメントシステムの有効利用、知財活用。 給与に成果、社員による評価を反映させた年俸制を導入。 人材情報(キャリア等)をデータベース化し管理している。 自社知的財産権をデータベース化し管理、運用を行っている。 商品開発において販売分析、POS分析を行っている。
⑤情報セキュリティ対策	ウイルス対策、ファイアウォールの設置、VPNの活用、パスワードによるアクセス管理。 データのバックアップはハードディスクのミラーリングとテープバックアップの二重対策。 また、ホストコンピュータの設置を耐震構造としている。