

デジタル化成功事例・取組事例

株式会社 丸富士（業種：食品卸売、ベーカリー等の開業支援コンサルタント）

URL : <https://maru-fuji.biz/>

企業概要		事業概要	企業理念
資本金	10,000千円	<ul style="list-style-type: none">・ 製菓製パンの原材料、包装資材、専門器具の販売・ 厨房機械の販売・メンテナンス・ ベーカリー・洋菓子店・和菓子店・喫茶店等の独立開業支援・ 食品製造・リパック作業	「“食”を支えて、地域を照らす。」
従業員数	20名		
代表者	倉石 匡啓		



株式
会社 丸富士

デジタル化を進めた背景・抱えていた課題

1957年の創業以来、地域密着型で歩んできましたが、多品目を扱う中で紙ベースの受注管理やアナログな在庫管理が成長のボトルネックとなっていました。卸売業の限られた利益率の中で収益を伸ばすには取引数量を増やす必要がありますが、それに比例して人件費が増えては意味がありません。人手をかけずに「仕組み」で業務を処理し、情報のリアルタイム共有と効率化を図ることが不可欠でした。

導入したソリューション・工夫したポイント

【導入したソリューション】「情報の流動性・検索性・共有性」を最大化するため、以下のクラウドツールを連携させています。

- ・ **基幹・受発注**： Bcart（ECシステム）、クロスオーダー、クラウド型在庫管理システムFLAM
- ・ **バックオフィス**： マネーフォワードクラウド、atena（クラウド郵便受取）、DocuWorks
- ・ **コミュニケーション・情報発信**： Google Workspace、LINE WORKS、studioCMS、fondesk、slack

【工夫したポイント】

- ・ **徹底したペーパーレス化の追求**： 紙に依存することで発生する「保管コスト」や「処理にかかる人件費」を徹底排除。紙を介さないことで、情報の即時性を高めている。
- ・ **「平易さ」による属人化の防止**： 高度なシステムを一部で使いこなすのではなく、誰もが直感的に使える平易なツールを選定。特定の担当者に依存しない、持続可能な仕組み作りを心掛けている。

導入の効果・成果

1. 業績の飛躍的成長と事業基盤の強化

- ・ **過去最高売上への更新**： 長年5～8億円台で推移していた売上が、デジタル化とM&Aの相乗効果で急伸し、第65期（R7期）には14億円を達成。
- ・ **M&Aの早期収益化**： 埼玉県の老舗卸売業をM&Aし自社に統合。自社のデジタル基盤を移管することで、現場の混乱を最小限に抑え、人件費を増やすことなく、スピーディな事業承継と収益化を実現。

2. 「自計化」がもたらす経営判断の高速化

- ・ **経理業務の内製化**： マネーフォワードクラウドの導入により、会計事務所からの報告を待たず、自社でリアルタイムに試算表を抽出。
- ・ **タイムラグゼロの意思決定**： 現在の利益状況が即時に可視化されることで、設備投資や販促活動における「攻め」の判断が迅速に。

3. 収益構造の最適化による「高利益体質」への転換

- ・ **ITコストの最適運用**： 導入初期の投資フェーズを経て、現在はシステムの最適連携により低コスト・高効率な運用体制を確立。
- ・ **徹底したペーパーレス化**： atenaやDocuWorks等の活用で、紙に係る作業・保管費・人件費を排除。BPOが可能になり、脱属人化に成功。取引量が増えても管理コストが増えない「筋肉質な経営」へ。

4. 人的資本への再投資と競争優位性の確立

- ・ **利益の余白を採用力へ**： 収益性の向上により、優秀な人材の採用・教育への投資を強化。
- ・ **「デジタル×人」の役割分担**： 繰り返しの定型業務はDXを活用しながら効率的に行う。競争優位の源泉となる対顧客対応は「人」が担う。
- ・ **唯一無二の強み**： ツールでは代替不可能な「人的資本」の育成をする余裕が生まれた。地域密着型企业としての圧倒的な差別化・競争優位性を堅持し、客が客を呼ぶ好循環を達成。「弾み車の法則」が走り出した段階。

デジタル化成功事例・取組事例

これからデジタル化に取り組む企業へのメッセージ

～衰退する日本で存在し続けるために～

かつて大和民族が、その生存権を賭し、持てる叡智と心血を注ぎ込んで築き上げた日本軍という組織は、軍隊という組織それ自体の存在の発露する戦争の場において、徹底的な「自己否定」を突きつけられる結果となりました。その後、経済という別の戦場においても、日本はいま再び「自己否定」を迫られる局面に立たされていると考えます。

この二つの失敗に共通する構図は、次の三点に集約されます。

- ① 成功体験への過度な適応
- ② 優秀な人的資本への過剰な依存
- ③ 情報技術をはじめとするソフト面の軽視

信用・信頼・協調を重んじる姿勢は、大和民族の特性であり、私たちの価値観に深く根差した日本の美徳です。しかし同時に、環境変化が激しい局面においては、それが致命的な弱点へと転じることがある。その現実を、私たちは直視しなければなりません。

バブル期、モーレツな働き方によって得られた成功体験を捨て去るには、国際競争の舞台において、あまりにも多くの失敗事例が積み重なってしまいました。対米デジタル赤字は年間7兆円規模に迫り、かつて世界を席巻した白物家電は、ほぼ中国製・韓国製に置き換わっています。日本経済の屋台骨とされてきた自動車産業でさえ、その将来は不透明です。

多くの日本人が真面目で優秀であり、素直で勤勉な若者に触れる機会ばかりです。しかし、企業経営とは個々人の資質に依存して成り立つものではありません。組織をデザインする際には、まずはデジタル化を軸に組織基盤を整え、優秀な人材を定型業務で摩耗させない仕組みを構築すること。その土台の上に人の能力は最大限に発揮されると考えます。

日本はすでに、急激な人口減少という転換点を越え、強烈な労働供給制約の時代に突入しています。外国人労働者の受け入れといった小手先の対応では到底糊塗できず、インフレは続き、人件費は上がり続ける。生産性を高められない企業は、既存のやり方に固執し、人的資本を摩耗させながら足掻くほど、蟻地獄に吸い込まれるように、否応なく市場からの退場を迫られるでしょう。

今、日本で求められているのは「量」ではなく、「質の高い労働」です。

労働生産性の向上、特にデジタル化への取り組みは、もはや選択肢ではありません。企業が生き残るための絶対条件です。デジタルは日進月歩で進化しており、組織の頭脳である経営者自身が主体的に関与しなければ、適応は不可能です。受け身の企業は、環境変化に翻弄され、市場やベンダーの餌食になるだけです。

一方で、デジタル化への取り組みの敷居は、かつてないほど下がっています。膨大な失敗事例と、わずかながらも確かな成功事例がすでに存在しています。いずれ選択を迫られるのであれば、追い込まれてから動くよりも、主体的に取り組んだ方が成果が出るのではないのでしょうか。