

# 2021 年

2021年、わが国の経済は引き続き新型コロナによる緊急事態宣言の再発令、ならびにまん延防止等重点措置の適用により企業活動が大きな制約を受けるなど厳しい環境下にあった。またIT投資分野では、企業のデジタル化への対応などIT投資需要は底堅く推移したものの、コロナ禍により先行き不透明感が広がった。

そのような状況において、大塚商会は従業員やお客様、お取引先様の安全を守ることを心がけながら、訪問を伴わない営業・サポート活動、オンラインによるデモンストレーション・セミナーなどにも注力し、お客様との接点を確保。その上で、働き方改革や生産性向上・コスト削減につながるIT需要喚起に努め、テレワークやITの導入に積極的なお客様の事業活動をサポート。進歩と変化の著しい社会環境の中、創業から60年の節目を迎えた。

このように、大塚商会では自社の取り組みの中で育んできたさまざまな技術やノウハウをお客様に提供している。しかし国内の中堅・中小企業では依然として承認・契約フローを含む業務の多くが紙ベースで運用されているのが実情だ。

近年、ITの活用が事業継続や市場競争力向上に欠かせない要因であることが広く社会に理解され、ともすればスピードに欠けていたわが国の中小企業も変革していくことが期待される。デジタル庁創設や電子帳簿保存法の要件緩和など、インフラ面においても変革の機運が生まれてきている。

そして2021年4月1日、大塚商会は経済産業省が定めるDX認定制度に基づき、「DX認定取得事業者」としての認定を取得した。DX認定制度とは、2020年5月15日に施行された「情報処理の促進に関する法律の一部を改正する法律」に基づき、「デジタルガバナンス・コード」の基本的事項に対応する企業を国が認定する制度である。

1990年代より行なってきた社内システムのデジタル化への取り組みである大戦略は、財務体質改善および生産性向上のバックグラウンドとなってきた。また大戦略IIでは「お客様との新たな関係創り」を主眼とし、営業職個人（リアル）でお客様を守るという従来のスキームに、お客様マイページなどのWebとIBCなどのセンターを加えることでお客様と常につながり、「オール大塚」体制でお客様に寄り添う新たな関係を創ることを目指している。

DX認定の取得は、これらのビジョン、事業戦略、ITを含む社内体制など、DXへの取り組みが評価されたことによるものであった。今後も大塚商会はDXを実践し、そのノウハウを広くお客様と共有し、提供していく。

Topic

1

## DXとデジタルドキュメントソリューション

大塚商会は複写機を祖業とする。したがって創業60周年ということは、すなわち複写機を扱い出してから60年経過したことを意味する。事実、大塚商会は創業以来、ドキュメントソリューションのノウハウを蓄積してきた。

そうした歴史と伝統を踏まえ、2021年のスローガンを「DXとドキュメントソリューションでお客様に寄り添い、お客様と共に成長する」と掲げた。営業活動ではDX推進に関する課題やニーズに対する気づきの場を提供すると共に、オフィスにおけるデジタル化移行に向けた具体的でわかりやすい提案に注力。ドキュメントや契約の電子化などの需要掘り起こしに努めた。

そもそも大塚商会は時代の流れに合わせ、常にデジタル化の推進に注力してきた。1998年のワークフローシステム（現 eValue V）導入をはじめ、社内稟議のほか発注書や契約書などの社内外ドキュメントプロセスの変革を行ってきたのだ。社内の代表的な電子申請・稟議は小口旅費精算、立替精算、購入申請、採用申請、住所変更届、慶弔届、休職届、出張申請、機材貸与申請、紛失・事故報告など多岐にわたり、これら477種類の完全デジタル化を実現している（2021年8月末時点）。

Topic

2

## DX統合パッケージの提供

2021年2月、大塚商会は企業のDX推進の基盤創りを支援するソリューションパッケージ「DX統合パッケージ」の提供をスタートした。

これに先立ち2018年には、従来は独立していた販売・会計・人事給与などの基幹系システム「SMILE」と、ワークフロー・ドキュメント管理・コミュニケーション・スケジューラなどの情報系システム「eValue」のデータベースを統合し、データのシームレス化を実現している。初代SMILEは1979年の登場であり、初代グループウェアである「Joinus-PC」は1992年の登場であった。以来、長い歴史を持つ両ソリューション

の統合によりデータの一气通貫が実現し、業務フローが大幅に改善することとなった。

さらに他社ソフトウェアやサービスとのAPI連携、そしてAI・RPAツールとの連携により、導入企業の業務最適化を実現。企業の生産性向上に寄与すると共に、新しい事業価値の創出を支援している。



DX 統合パッケージ

終了後、好評だったテーマを中心に本社3Fにリアル会場のステージを再現。2021年4月にDXオフィスを開いた。ペーパーレス、テレワーク、コミュニケーション、セキュリティ、AI、IoT、RPAなど幅広いテーマの展示を行ない、お客様が実際の業務をイメージでき、課題やニーズの「気づき」へとつなげる場として好評を得た。

直接来社できないお客様のためには「DXオフィス オンライン」も開設。オンデマンドセミナー、新規コンテンツも順次追加していった。

## Topic 4 横浜物流センター開設

大塚商会在2016年より進めている営業部主導の運営体制整備でキーとなるのが、物流ネットワーク強化である。そのランドマークとも言えるのが2021年10月、横浜市金沢区に開設した「横浜物流センター」である。

「たのめーる」の受注量拡大に対応する意図で生まれた同センターは、東日本物流センター（東京都大田区）、高島平物流センター（東京都板橋区）に続く、首都圏における大塚商会第3の物流拠点と捉えられている。

横浜物流センターは横浜ベイサイドに面した立地で横浜市中心部にほど近く、都内・都下へのアクセスはもちろんのこと、神奈川県全域を網羅することが可能であった。また環境に配慮した建屋として、大塚商会横浜ビルと同様に、建築環境総合性能評価システム「CASBEE」においてA評価を取得している。

横浜物流センターでは省スペース化と省人化を実現する最新鋭のロボットストレージシステム「オートストア」2基を導入した。既存の物流センターと比較して、保管効率が3.5倍以上になると共に、作業人員の省人化も実現した。横浜物流センターは、「オートストア」の導入事例としては国内最大規模となっている。

倉庫内には最新の各種マテハン（マテリアルハンドリン



横浜物流センター

## Topic 3 フェアメインステージをDXオフィスで再現

大塚商会在毎年2月に取り扱い商品・ソリューションの見本市「実践ソリューションフェア」を開催している。同フェアは1978年から続く伝統的なイベントであるが、コロナ禍を受け2021年は初めてWebを活用し、オンラインを中心としたイベントとして開催した。

これに合わせてご希望のお客様向けには、感染予防など安全に十分配慮したリアル会場も用意した。密集を避けるため完全予約制とした上で、例年よりも規模を縮小しての開催となった。そしてイベント後はリアル会場の模様を動画で公開するという、リアルとオンラインとのハイブリッドイベントとして展開した。

結果としてオンライン集客は約3,700社、約4,300人と、多くのお客様にご訪問いただいた。中でもドキュメントの電子化やテレワークなど、DX時代に必須となるテーマは特に好評を博した。

実践ソリューションフェア



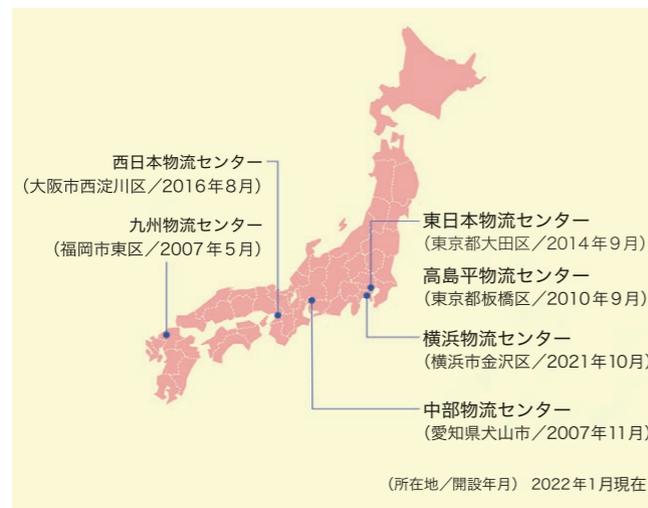
DXオフィス



オートストア上部



オートストア全体



全国をカバーする物流センター

(所在地/開設年月) 2022年1月現在

グ) 設備を導入し、DPS (デジタルピッキングシステム) のステーション数を、既存の東日本物流センターの1.75倍となる28ステーションに拡張。画像処理とデジタルチェックを組み合わせ、商品知識などのスキルに頼らない作業環境を構築した。

また、高能力ケース荷揃えシステム (シャトルラック) による配送引き渡し待ちの一時保管や、コンベアラインの渋滞を抑制するなど、出荷スピードの向上を実現した。さらに出荷頻度に応じた在庫配置の最適化のみならず、各設備の特色に応じてその能力を十分に引き出す自動分析や解析機能など、AIやビッグデータを活用したシステムを構築している。

横浜物流センターの開設により、大塚商会は地域密着型サービス展開の拡充と、お客様への円滑な商品供給、そして品質のさらなる向上を目指す体制を構築した。

Topic **5** TV・Webで新コンテンツ、新TVCMを開始

2021年4月4日より、大塚商会が冠スポンサーとなるテレビ番組「グロースの翼」がBSテレビ東京にてスタートした。

日本企業の99%あまり、約350万社はいわゆる中小企業である。さまざまな課題をどう克服し、独自のグロース (成長) を果たすのか。各企業が翼を広げて奮闘する姿に密着、応援するのが同番組の主旨である。

また同年には、大塚商会と日経BP総研が共同運営するWebメディア「一歩先への道しるべ ビズボヤージュ」がスタートしている。急速に普及したテレワークや、次世代に向けたイノベーション創出、環境や社会課題を意識したESG経営など激しい変化の

時代を、遠い未来ではなく「一歩先」読みし、これから直面するとされる課題の解決や、新しいビジネスのヒントを提供する番組である。ITをはじめとする技術を活かし成長・変革する企業、少し先の未来を感じさせる注目製品やサービス、さらにパイオニアたちの知見を紹介する。

大塚商会はこれまでもメディアなどを通じ、情報発信に注力してきた。「たのめーる」のCMは、大塚商会について広く知ってもらう意味では効果的だが、今後は大塚商会の特徴をもっとアピールし、「たのめーる」だけの会社ではないことを発信していく必要がある。大塚商会が中堅企業のお客様とのビジネスを通じ、市場環境の変化や雰囲気を感じているのに対し、日経BP総研は同じ対象を違った視点で見つめている。両者の視点を組み合わせることで、お客様により充実した発信が可能となるとし、新たなメディアに対して期待を寄せている。

2020年7月に放映されたテレビ東京「知られざるガリバー〜エクセレントカンパニーファイル〜」では、大塚商会がトータル&ワンストップソリューションプロバイダーとして常にお客様の期待に応え続け、お客様と共に成長していく姿が描かれた。また営業活動をサポートするAIツール活用の様子や、実際にお客様の元に訪問し、提案を行なう様子も取り上げられた。

一般には「たのめーる」で知名度が高い大塚商会だが、たのめーる事業は全体の2割であるという事実に大きな反響があった。取り扱い商材や事業が多岐にわたる組織の全体像をひとまとめで表すのは困難だが、今後は「たのめーる」以外の部分にスポットを当て



グロースの翼



一歩先への道しるべ ビズボヤージュ



テレビCM「あなたのための、DXでありたい。」

るなど、広告宣伝の戦略を変えていくことを検討し、2021年8月12日からは「あなたのための、DXでありたい。」をキャッ

チコピーとしたテレビCM放映をスタートさせた。ITの活用によりDXが実現したさまざまな働き方の場面を集め、ロゴマークを用いたチェックマークで変化を表現。今後、企業や個人のニーズに合わせ、さらに多様化していく働き方をサポートするパートナーとして存在をアピールしている。

こういう時世だからこそ、大塚商会は創業以来の「サービスに優る商法なし」という理念の下、お客様に寄り添い「オフィスまるごと」という窓口一つでさまざまな経営課題を解決するワンストップソリューション&ワンストップサポートの提供に回帰し、1回のお客様から一生のお客様へと信頼関係が強化できるように創意工夫を続けていく。

Topic

6

## 持続的な成長に向けて

2015年9月、国連サミットにおいて、社会・経済・環境の3つの課題を解決するための目標であるSDGs (Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標) が採択され、世界中の多くの企業・個人が「2030年までに持続可能でより良い世界を目指す」ための活動を続けている。

国際社会の一員として大塚商会は、その達成にどのように貢献できるだろうか。2021年10月、大塚商会はホームページで、サステナビリティ（持続可能性）に関し、以下のメッセージを発信している。

「大塚商会の使命は情報・通信技術の進化を具体的なソリューションの形で提供し、お客様を元気にすることだと思っております。お客様の事業活動とその持続的な成長を支援する。元気なお客様が増えれば、心豊かな社会が創造される。それは、国際社会が目指すSDGsの達成に貢献するものです」

今までも、そしてこれからも、ミッションステートメントの具現化に向けて歩み続けることが国際社会への貢献につながる。大塚商会はミッションステートメントの実現に向け、これからも着実な歩みを続けていく。