



# 飯島畜産株式会社 DX戦略 2024

2024年4月30日  
飯島畜産株式会社  
代表取締役 飯島 俊明

---

# 1.DXに関するトップメッセージ

---

## 【DXに取り組む背景】

私たち飯島畜産は、1949年(昭和24年)地元茨城県にある畜産農家を巡り、養豚を仕入れ・販売したことから始まりました。品質・衛生管理の向上やブランド化に努め、いまでは全国の皆さまに、安全で安心、おいしいお肉をお届けしています。

コロナ禍を経て、海外の事情、円安や天候不順等の影響を受けて、年々、物の値段は上がる一方ですが、食肉業界はIT化やDXが遅れている会社が多く、お客様ニーズの変化への対応や原料の価格を販売価格に転嫁できない会社が多い現状にあります。当社が、飲食店をはじめ、流通や大手の卸業者を含め約300社のお客様の満足度を上げ、他社との差別化を図るためには、デジタル技術やデータを使ってDXに取り組み、お客様のニーズを適切に把握し、社内の生産性を向上し、より良い商品やサービスを提供できるように自社変革していくことが重要だと考えております。

## 【社長が目指すビジネスモデル】

私たちは、現在提供している豚肉や加工品の品質向上、衛生管理の徹底に加えて、特に茨城県銘柄豚(いばらき地養豚・常陸の輝き豚・まごころ豚)の流通や加工に力を入れ、ブランド強化を図ってまいります。また、供給者である農業者の所得向上や、お取引先様にも美味しく価値のあるお肉で、販売力を付けていただけるような取り組みを進めていきます。そのためにデジタル技術とデータを活用することで会社のDXを進め、各営業所でのお客様の声を大事にし、ECサイト・自社HPやSNSによる情報発信を強化し、お客様に対して付加価値の高い商品及びサービスを提供してまいります。

---

---

## 2.経営理念・経営ビジョン

### 【経営理念】

安全で安心な食肉の供給

地域社会の食生活への貢献

社員の幸せと人格の形成

### 【経営ビジョン】

飯島畜産株式会社は、デジタル技術やデータを活用し、お客様、生産者やお取引様と共に成長し、茨城県の食肉サプライチェーン全体の価値を高めていきます。これからも食肉のブランド化、流通改革や加工品開発に力を入れDXを推進し、食肉流通業界の中で、最も安心安全でスピーディにお客様のニーズに合わせた高付加価値の商品をお届けできる企業となることを目指します。

## 3.DX戦略

私たち飯島畜産は、経営ビジョン及びビジネスモデルの達成のために、下記のようなDX戦略でデジタル化やデータ活用及び社内変革を推進してまいります。

### 戦略①対応力強化

→現場からの報告の仕組みを確立し、ルッカースタジオ等を活用してリアルタイムに見える化し、お客様の声への対応力を強化

### 戦略②品質向上

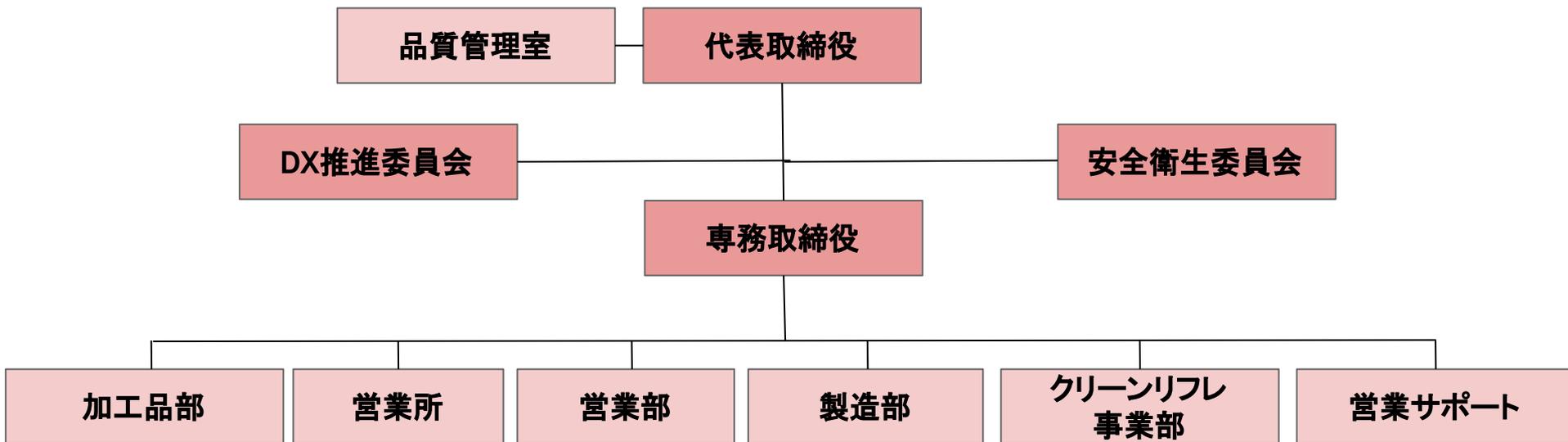
→瑕疵(かし:傷がある枝肉のこと)及び疾病対策の情報共有データベース作成と生産者への品質改善フィードバック

### 戦略③高付加価値商品の提供

→お客様の声を反映したオリジナル新商品企画し、高付加価値製品を提供

## 4.体制・人材育成

当社は、DXを推進するためDX推進委員会を設置しました。委員会は実務執行総括責任者である社長を委員長とし、各部門から選任されたDX推進メンバーで構成されています。DX推進委員会が中心となってDX戦略を推進し、デジタル人材の育成も行ってまいります。



## 5. デジタル技術、環境整備

当社は、DX推進のために下記表のとおり、定期的に既存システムの見直し・改善や必要に応じて新規システムの導入を行いながら、毎年売上1%をDX推進のために投資し、デジタル技術の活用や環境整備に取り組みます。

既存システム	取り組み内容	いつまでに、何を する？	担当
Googleワークスペース	それぞれのツール事に、適宜見直しを行い、 マイクロソフト製品から Google サービスへの移行 ・パスワード管理の徹底・表記の統一化や使用 ルールの制定を行っていきます。	毎年	営業サポート (DX推進委員会)
チャットワーク			
マイクロソフト			
ルッカースタジオ			
受発注システム(自社開発)			
弥生会計			

## 6.数値目標(KPI)

DX推進の達成状況を測る指標として下記を定めます。

区分	取り組み内容	時期	目標値
戦略①対応力強化 現場からの報告の仕組みを確立し、ルッカースタジオ等を活用してリアルタイムに見える化し、お客様の声への対応力を強化	・Googleフォームでお客様の声を可視化しルッカースタジオでグラフ化	2026年まで	ルールの構築と 全社共有
	・対応力強化及び業務効率化のためにデジタル人材を育成	2027年まで	デジタル人材を5人育成
戦略②品質向上 瑕疵(かし:傷がある枝肉のこと)情報の共有データベースの作成と生産者への品質改善フィードバック	・生産者ごとの仕入れ単価、顧客ごとの販売単価、商品ごとの瑕疵のデータベース化とデータの活用	2027年まで	データベース 構築の完了
戦略③高付加価値の提供 お客様の声を反映したオリジナル新商品企画し、高付加価値製品を提供	・お客様の声を反映したオリジナル新商品企画	2027年まで	新商品を3件/年 開発

---

## 7.社長メッセージ

飯島畜産の飯島俊明です。

1949年(昭和24年)の創業以来、地元茨城県のおいしいお肉をお届けするとともに、ブランド化も進め茨城県銘柄豚(いばらき地養豚・常陸の輝き豚・まごころ豚)もお取り扱いしております。この銘柄豚の特徴としては、以下のような点があげられます。

「いばらき地養豚」は、地養素とグローリッチというサプリメントと、麦含有量が約30%の地養豚専用飼料で育てられた甘みとコクのある豚肉です。

「常陸の輝き豚」は、茨城県畜産センターが開発したデュロック種の系統豚「ローズD-1」を交配し、専用の飼料でじっくり育て上げられた、旨味があり香り高い三元豚です。霜降りになっていることから、柔らかさと旨みが両立しております。

「まごころ豚」は、ストレスを与えない肥育スタイルで育てられた、やわらかくジューシーな豚肉で、肉の旨味成分が失われにくく、ジューシーなおいしさが長続きします。

生産者が高齢化し、飼料、農業資材、燃料等が高騰する中であっても、デジタル技術やデータ活用を積極的に推進し、社内の業務効率化に取り組み、対応力強化、品質向上、高付加価値の提供を実践し、お客様にこれからもおいしくて安全なお肉をお届けするために、DX戦略をまとめました。引き続き、よろしくお願いいたします。