

有限会社鈴和商店 DX戦略書



2025年9月1日制定【取締役会承認】

代表取締役社長 鈴木昌幸

1. DX取組宣言

私たちの歴史は、一台のリヤカーから始まりました。創業者の鈴木キヨは生活の糧を得るために秋田の町を歩きながら豆を売り歩きました。限られた資源の中で、お客様が求める品質のものを確実に届ける、その一心で商いを続けるうちに、取引先との信頼が生まれ、やがて多くの農業法人と協力しながら、安定した穀物の供給を支える企業へと成長していきました。

時代の変化とともに私たちの事業は拡大し、取引先は全国に広がり、農業法人への営農指導や品質管理の強化にも力を注ぐようになりました。食の安全が重視される中で、ただ売るだけでなく、生産者と消費者をつなぐ役割を果たすことが使命と考えるようになり、最適な原材を安定して供給できる体制を整えてきました。しかし、創業から70年が経ち、今、私たちはかつてないほど大きな変化と試練に直面しています。

外部環境では、気候変動と異常気象の影響が深刻になりました。過去に経験したことのないほどの猛暑、豪雨、台風、雪害。自然環境の変化は、農業に計り知れないリスクをもたらし、安定した収穫を難しくしています。また、農業従事者の平均年齢は67歳を超え、後継者不足は深刻な問題になっています。生産者の減少により、数年後には供給量が大きく不足する可能性があります。その一方で、健康志向の高まりにより、穀物の需要は増加する一方で、オーガニックや国産品へのこだわりが強まり、単なる安定供給ではなく、「どこでどのように育った穀物かが判る価値ある食材」を求める声が大きくなっています。

内部環境では、業界全体で取引の電子化が進む中、アナログな業務フローでは取引のスピードや精度が低下し、競争力を維持することが難しくなりつつあります。

こうした環境の変化に対応し、次世代へと持続可能な食の未来をつなぐため、私たちはDXを推進し、より強固な安定供給体制を築くことを決意しました。

私たちが大切にしているのは「お客様に信頼される商い」です。それは単なる取引ではなく、確かな品質のものを、確かな方法で届けること。そのために、私たちはデジタルの力を活用し、環境の変化に柔軟に対応できる企業へと進化していきます。

有限会社鈴和商店

代表取締役社長 鈴木昌幸

2. 経営理念・経営ビジョン

経営理念

利益を追求するな。本質は他にある。時代とお客様に本当に必要とされる提案を

経営ビジョン

私たちは、穀物を扱うプロとして、お客様が求める原料を安定してお届けします。
そのために、農業法人と長期的な信頼関係を築き、強固な安定供給体制を確立します。
また、「どこで、どのように育った穀物なのか」を分かりやすく伝えるため、デジタル技術を活用し、透明性を高めます。
さらに、受発注や在庫管理などの内部事務をデジタル化し、迅速かつ正確な納品を実現してお客様の信頼性を向上させます。

3. 経営ビジョン達成に向けたビジネスモデル

当社はこれまで、穀物の卸売業として主に流通機能を担ってきましたが、今後はデータを活用し、生産者・流通・顧客をつなぐ情報連携型の企業へと変革します。

生産支援型ビジネスモデルへの転換

- 卸売業としての流通機能に加え、生産現場と連携し安定供給体制を構築する
- 契約農業法人に対して土壌分析の導入を支援し、圃場環境の均一化・品質と収穫量の安定化を実現する
- スマート農業技術の活用を通じて、品質の向上や作業効率の改善を支援する
- 地域の農業支援活動にも参画し、契約農業法人との中長期的な関係を構築する

フードトレサビリティの強化による信頼性向上

- 契約農業法人における生育記録(生産者名・栽培方法・使用資材・収穫日等)のデータ化を推進する
- 穀物の生産履歴をロット単位で追跡可能とし、納入先からの問い合わせに迅速に対応する
- 生産現場や生産者の取り組みを積極的に情報発信し、顧客との信頼関係を強化する
- トレーサビリティを通じて、自社商品のブランド価値の向上を図る

デジタル活用による業務効率化

- 在庫管理のデジタル化により、在庫ロスを削減し適正在庫の維持を実現する
- 全社的な情報共有により、顧客対応の迅速化と部門間連携の強化を図る
- 会計・給与・労務管理のクラウド化により、月次決算の迅速化および労務管理の適正化を実現する

4. DX戦略

以下の3つのDX戦略を展開し、ビジネスモデルを変容させ、前項の経営ビジョンを達成します。

戦略Ⅰ 生産支援型ビジネスモデルへの転換

- 契約農業法人へ土壌分析やスマート農業の導入を推し進め、品質・収穫量の安定を図る
- 営農指導を通じて、安定共有体制と契約農業法人との中長期的な関係性の強化を実現する

戦略Ⅱ フードトレーサビリティの向上

- 契約農業法人へ、生産者名、栽培方法、使用した肥料・農薬、収穫日などの生育記録のデータ化を推し進め、「どこで、どのように育った穀物なのか」を追えるようにする
- 当社ホームページ、SNSで、農業の現場や生産者の取り組みを定期的に発信することで、納入先からの信頼を獲得する

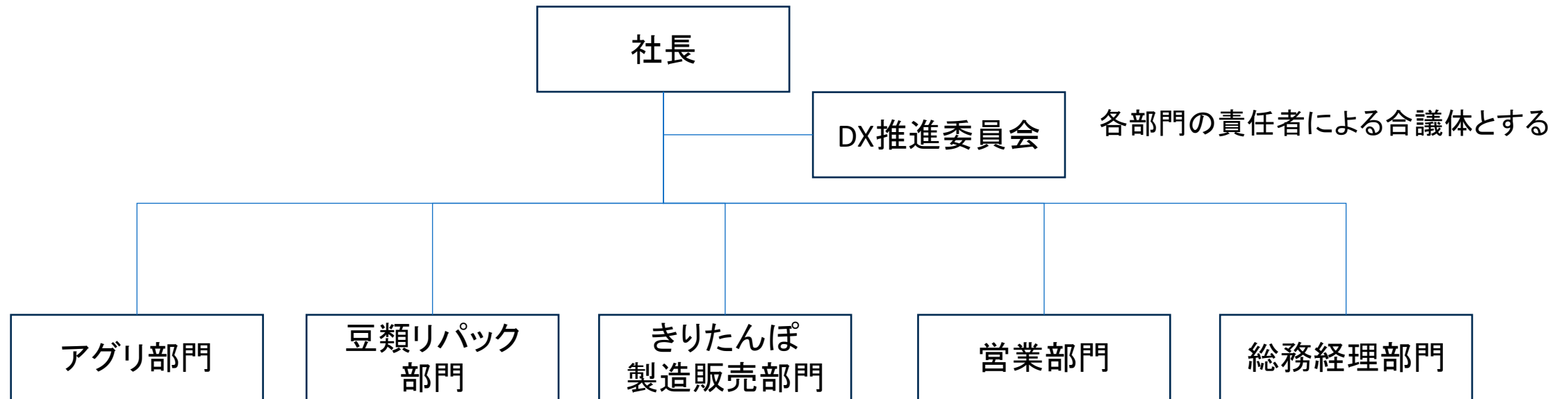
戦略Ⅲ 業務の効率化・自動化

- 本社と倉庫間でリアルタイムで在庫状況を把握し、適正在庫を維持する
- 営業データ、顧客情報を一元管理し、顧客ニーズに合わせた迅速な提案を行う
- クラウド会計、給与システムの導入により事務作業の負担を軽減する

5. DX推進体制および人材の育成

DX推進体制

社長を中心とした「DX推進委員会」を設置し、定期的な進捗確認を行いながらDX戦略を実行します



人材の育成

今後の発展にとってデジタル技術の活用が鍵であるとの認識のもと、DX推進委員会のメンバーを中心に「ITパスポート」試験を積極的に受験します。

6. 環境整備

予算

当社は、現在導入している基幹システムを適宜見直すとともに、今後ともデジタル技術の活用が発展の鍵であることを認識し、毎年売り上げの0.5%をデジタル技術に投資します

レガシーシステムの刷新方針

DX推進委員会にて既存システムの見直しを定期的を実施し、技術の進歩や環境変化に合わせ、新しい技術を取り入れたシステムへの移行を進めます

7. 数値目標(KPI)

No	KPI名	測定内容	前期 (2026年9月まで)	後期 (2028年3月まで)	関連戦略
1	土壌分析サービス導入率	契約農業法人のうち、土壌分析を導入済の割合	30%	80%	戦略Ⅰ：生産支援型
2	スマート農業導入率	ICT機器やセンサ等を導入している割合	20%	50%	戦略Ⅰ：生産支援型
3	営農支援実施件数	データを活用した契約農家支援の件数	年間7件	年間10件	戦略Ⅰ：生産支援型
4	トレーサビリティ対応率	生産履歴を電子管理している契約農家の割合	20%	50%	戦略Ⅱ：トレーサビリティ
5	情報発信件数(Web/SNS)	生産現場や農家紹介等の発信件数	月1回以上	月2回以上	戦略Ⅱ：トレーサビリティ
6	在庫管理比率	倉庫・本社でリアルタイムに在庫共有できる商品の割合	50%	80%	戦略Ⅲ：業務効率化
7	顧客情報一元化率	CRMに顧客情報を整備している割合	50%	80%	戦略Ⅲ：業務効率化
8	クラウドシステム導入率	会計・給与・勤怠などのクラウド化	給与・勤怠を導入	会計も導入	戦略Ⅲ：業務効率化

8. 経営者のリーダーシップのもとでのデジタル技術に係る課題把握

DX推進指標を用いた課題把握結果:「DX推進指標」自己診断フォーマットver2.4にて自己診断を行い、2025年4月4日にIPAの自己診断結果入力サイトより提出済みです。

受付番号:202504AH000000670

9. 戦略実施の前提としてのサイバーセキュリティ対策

Security Actionの二つ星宣言を実施し、その旨を自社ホームページに公表
(2025年4月7日)