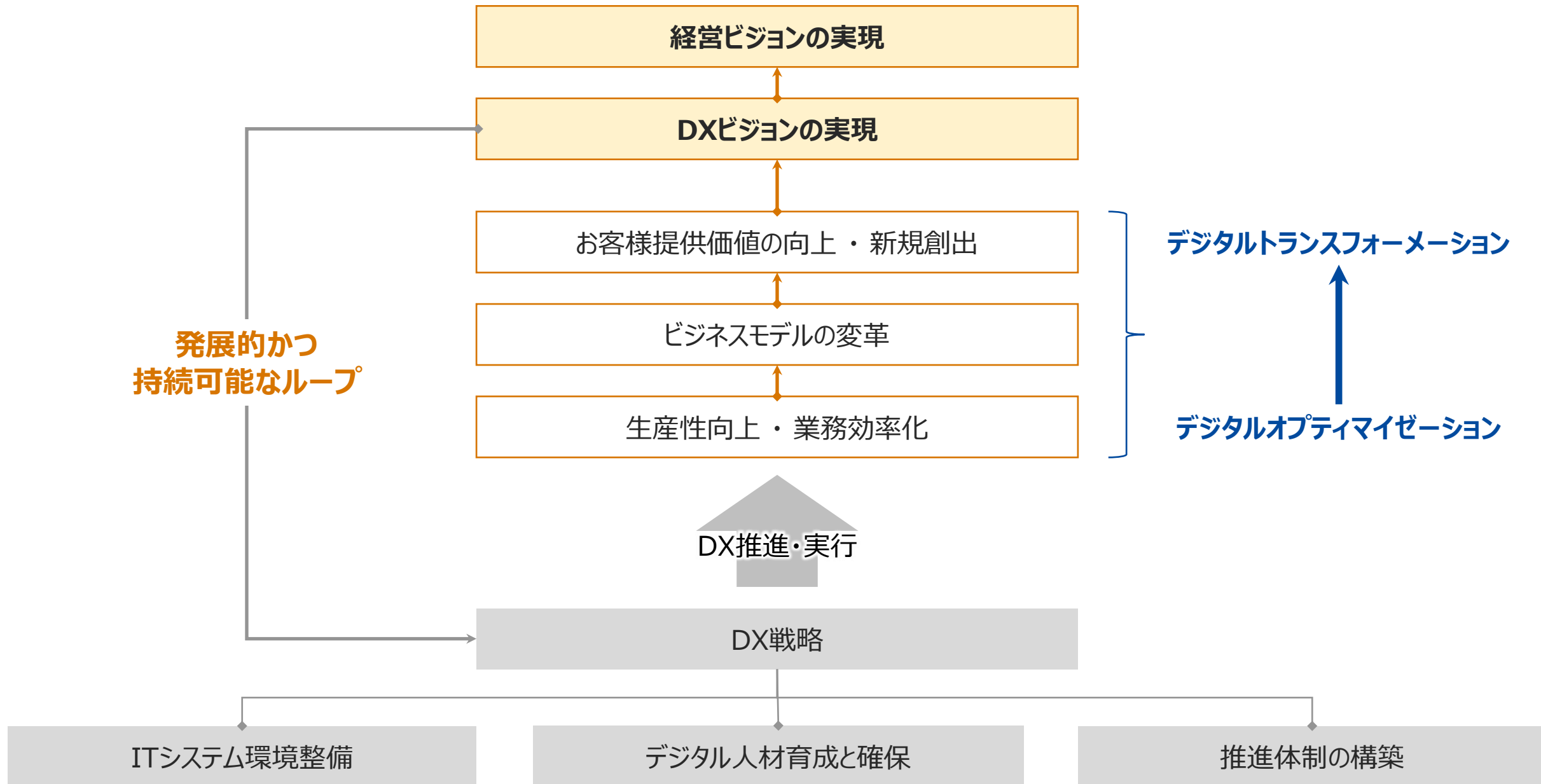


株式会社久津間青果

DX戦略策定

2026/2/8

共通認識





			定義			一言で	
			範囲	考え方	深さ (DX種類 = 得られる成果)		
デジタルトランスフォーメーション	レベル7 社会の変革		社会	<ul style="list-style-type: none"> 消費者行動、業界内外の構造、労働構造などの社内の行動や構造が変革される 	<ul style="list-style-type: none"> 隣接市場、新規事業展開 プラットフォームビジネス展開 	社会を変えた	
	レベル6 市場での立ち位置の変革		市場 ※自社の立ち位置	<ul style="list-style-type: none"> 業界内の構造や市場が変革される 	<ul style="list-style-type: none"> 新収益源/サービス、製品の創出 成果分配型事業展開 	市場を変えた	
	事業変革	レベル5 市場での競争力の変革		競争力 ※事業成長力	<ul style="list-style-type: none"> 提供価値が向上する 価値向上により、当該企業の市場での競争力が変革される 	<ul style="list-style-type: none"> 新収益源/サービス、製品の創出 	競争力を変えた
		レベル4 顧客体験の変革		顧客体験 ※取引先等も含む	<ul style="list-style-type: none"> 新たな提供価値を生み出す 取引先、顧客などの当該企業外のプレイヤーの体験が変革される 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客体験高度化 在庫と収益のバランス最適化 	売り物の価値を高めた
デジタルイノベーション	レベル3 取引先も含めた業務改革		取引先も含めた 組織全体の業務	<ul style="list-style-type: none"> 組織内に限らず、取引先を含めたサプライチェーンが変革される 	<ul style="list-style-type: none"> 外部 (取引先) を巻き込んだサプライチェーンの変革 	サプライチェーンを変えた	
	レベル2 企業全体の業務改革		組織全体の業務	<ul style="list-style-type: none"> 複数業務、部門を跨った業務が変革される 	<ul style="list-style-type: none"> 生産性改善、既存売上改善 生産設備等の最適化 財務の最適化 	業務を変えた	
	レベル1 一部の業務改革		ある特定部門の業務	<ul style="list-style-type: none"> 個々の業務、部門の業務が変革される 	<ul style="list-style-type: none"> 売上原価削減 販管費削減 	一部業務を変えた	

D Xビジョンとビジネスモデル

経営理念

果物から喜びを得、社会に貢献する企業になる

経営ビジョン

果物のチカラで地域の食とくらしに安心を届け、地域とともに成長し、選ばれ続ける青果パートナーとなる



長年の経験と勘に頼った流通から、データに基づく予測型流通へ転換し、
産地・自社・顧客が三方よしとなる『フルーツ最適流通プラットフォーム』を構築する

DXビジョンにこめた思い

「果物から喜びを得、社会に貢献する」「果物を通し社会に貢献」という既存の想いを軸に、地域産業の一翼を担う独立系青果企業として、平和・安心・健康をキーワードに中小企業規模でも現実的に実行できるシンプルなPMVV体系へ整理した感謝・信頼・健康・成長というバリューを土台に、アナログ中心の現場に無理なく浸透する「現場起点のDX」を掲げ、デジタルを活用して地域・取引先・生活者の安心と喜びを高めるという対外的価値を明確に打ち出した

これまでのビジネスモデル

株式会社久津間青果は、「フルーツで喜びをつなぐ」という理念のもと、新鮮な果物を中心に、地域密着型の売切型ビジネスを展開している
主に中小法人に加工原料の果物を提供。既存事業の深掘りと海外展開を視野に入れ、業務の改善やデジタル投資を進め、属人化解消と業務標準化を図ることで、組織全体の効率向上を目指している

お客様

- ・中小法人（果物加工業）
- ・一般消費者
- ・地域コミュニティ

商品・サービス

- ・生鮮果物の販売
- ・加工果物の販売
- ・季節限定商品の販売

株式会社久津間青果

緊密な連携

農家/流通業者/地域小売業者

DXによるビジネスモデルの 発展的継続と変革

自社のDXを推進

そのためにDXを手段として

解決すべき自社内部の課題（※）

仕入から販売・在庫・収益管理までが経験と勘に依存し、需要予測や収穫予測のデータ化が進まず供給安定と利益管理が揺らぐ構造的課題

DX推進や業務改善の役割が一部担当者に集中し、人材不足と採用難も相まって「仕組みで回る運営」への移行が遅れる組織ケイパビリティの弱さ

産地・顧客・自社の情報が分断され、加工適正や歩留まり、原価情報などが蓄積されないため、高付加価値な提案営業や共創型取引に踏み込めない構造

経営・DXビジョンを実現するためのビジネスモデル

これまでの「地域密着の売り切り型」から脱却し、データを媒介として産地・自社・顧客を最適化するモデルへ進化させます。

1. 産地（農家）への提供価値：計画的出荷と所得の安定
2. 高付加価値・低ロス運営
3. 顧客への提供価値：欲しい時に欲しい品質を

お客様

- ・中小法人（果物加工業）
- ・一般消費者
- ・中小法人（飲食店・小売店）

商品・サービス

- ・生鮮果物の販売
- ・加工果物の販売
- ・季節限定商品の販売
- ・産地ストーリーと紐づいた生鮮果物と加工品の企画販売

株式会社久津間青果

緊密な連携

地域の果物生産者および農業団体/
小売業者・飲食店・量販店などの販売事業者/
EC構築や業務システムに強い地域密着型ITベンダー

D X 戦略

- 以下の3つのDX戦略を掲げ、組織全体のデジタル活用を加速します。
- DX戦略は、2026年～2028年の3年間で実行するものとして策定します。
- **DX戦略テーマA：顧客接点基盤・データ活用基盤構築**
実施事項：新たに会社のホームページを制作し、生成AI、SNS連携し取引先の拡大につなげる
- **DX戦略テーマB：データ主導型・高鮮度維持スキルの確立と、次世代冷蔵管理システムの導入**
実施事項：産地・卸・小売の取引情報を一元管理し、需給を見ながらロス削減と適正価格販売を実現する体制づくり
- **DX戦略テーマC：現場人材の標準化と自律化**
実施事項：雇用形態改善・作業工程を、手順書と教育プログラムで共有し、誰でも一定水準で回せる体制づくり

2026年から2028年までの3年間における実行計画の詳細は、以下の方針で進めてまいります。

戦略テーマ	2026年の実施内容	2027年の実施内容	2028年の実施内容
顧客接点基盤・データ活用基盤構築	<ul style="list-style-type: none"> ・会社ホームページの新規制作 ・生成AIを活用したチャットボットを導入し、詳細な取引内容を確認できる体制を整える ・MA（マーケティングオートメーション）およびCRMの基礎システムを構築する 	<ul style="list-style-type: none"> ・蓄積されたデータからAIを活用し、新たな市場ニーズを検証する ・メール配信・マーケティングツールを活用し、取引先別に最適化した旬情報やレポートを配信する ・ホームページの入力を担当者の習慣にする 	<ul style="list-style-type: none"> ・過去のデータ分析に基づいた新サービスの開発・検討を行う ・ホームページのブラッシュアップを継続する ・EDI（受発注管理システム）とCRMを連携し、共同企画商品の在庫や発注状況をリアルタイムで共有する
データ主導型・高鮮度維持スキルの確立と、次世代冷蔵管理システムの導入	<p>【可視化】現状の徹底分析とデジタル化「感覚の数値化」を開始する。 簡易センサーの設置: 既存の冷蔵庫に安価なIoT温度計を設置し、現在の管理状況をクラウドに記録し始めます。 ロス原因の特定: 「どの品目が、どの時期に、どの程度の期間で劣化しているか」をデータで記録します。 ベテランのノウハウ言語化: 熟練者が「なぜこの温度に設定しているか」という判断基準をヒアリングし、標準手順書（SOP）に組み込みます。</p>	<p>【最適化】運用ルールの精度向上「データに基づく仮説検証」を行う。 最適保管条件の特定: 1年目のデータを分析し、「甲州なら〇度、湿度は〇%がベスト」という自社独自の最適数値を確立します。 新システム仕様の策定: 2年間のデータに基づき、自社に本当に必要な機能（エチレン分解機能、高湿度維持、遠隔監視など）を盛り込んだシステムの要件定義を行います。 現場リーダーの育成: データを読み解き、冷蔵環境の変化に対して早期に在庫処分の判断ができる「データ派リーダー」を育成します。</p>	<p>【変革】高鮮度冷蔵管理システムの導入と自動化「AIとハードウェアの融合」による価値創出。 最新システムの導入: 緻密な温度・湿度制御と鮮度保持機能を備えた「高鮮度冷蔵管理システム」を本格稼働させます。 需要予測との連動: DX戦略テーマA（プラットフォーム）の需要予測と連動し、出荷時期に合わせて最適な予冷・保管を自動制御します。 「鮮度保証」によるブランド化: ホームページ等で「科学的根拠に基づく鮮度管理」を公開し、産地・顧客に対して高い信頼性をアピールします。</p>
現場人材の標準化と自律化	<ul style="list-style-type: none"> ・主要業務（仕入・検品・販売）の標準手順書（SOP）を整備する ・ベテランのノウハウを写真・動画付きのデジタルマニュアルに集約する ・新人研修用教材の整備を完了させ、独り立ちまでの期間を可視化する 	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタル教材を用いた社内研修を実施し、「誰でも同じ品質で動ける」体制を作る ・複数部門の業務をこなせる「多能工化」を推進し、特定個人への依存を解消する ・期間雇用から年間雇用への転換に向けた、新たな評価基準と勤務体系を試行する 	<ul style="list-style-type: none"> ・データに基づき自ら業務改善を提案できる「DX現場リーダー」を認定する ・改善提案の採用率を評価に直結させ、能動的な組織文化を定着させる ・年間雇用への転換を本格実施し、長期的なキャリアパスを提示して人材を確保する

前項のDX戦略テーマを実現するためのITシステム環境整備計画の詳細は、以下の方針で進めてまいります。

戦略テーマ	2026年の実施内容	2027年の実施内容	2028年の実施内容
顧客接点基盤・データ活用基盤構築	<ul style="list-style-type: none"> ・常時SSL化や二要素認証など、セキュリティ基盤の確立 ・生成AIチャットボットによる24時間対応窓口の設置 ・クラウド型CRM（顧客管理システム）との基本連携 	<ul style="list-style-type: none"> ・アクセスログと問い合わせ履歴を統合管理する分析基盤の構築 ・取引先ごとの「マイページ機能」の実装（段階的） ・MA（マーケティングオートメーション）による情報配信の自動化 	<ul style="list-style-type: none"> ・在庫管理・受発注システム（EDI）とのAPIリアルタイム連携 ・産地・小売・自社を繋ぐデータ共有ダッシュボードの公開 ・災害時等のBCP（事業継続計画）に対応した冗長化対応
データ主導型・高鮮度維持スキルの確立と、次世代冷蔵管理システムの導入	<ul style="list-style-type: none"> ・既存冷蔵庫へのIoT温度・湿度センサーの設置 ・クラウド型環境モニタリング基盤の構築（リアルタイム監視） ・スマホ等への異常検知アラート通知機能の実装 	<ul style="list-style-type: none"> ・環境データと「販売ロス・品質評価」を紐付ける分析ダッシュボードの作成 ・次世代システム導入に向けた制御要件のデジタル化（自社最適値の特定） ・外部攻撃からIoT機器を守るネットワークセキュリティの強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・次世代高鮮度冷蔵管理システム（自動調湿・ガス制御等）の導入 ・需要予測AIと連動した最適保管モードの自動切替連携 ・産地・取引先へ鮮度履歴を公開するトレーサビリティ連携基盤の稼働
現場人材の標準化と自律化	<ul style="list-style-type: none"> ・動画や写真を活用したクラウド型マニュアル作成ツールの導入 ・現場でマニュアルを閲覧・記録するためのタブレット端末の配備 ・全従業員がアクセス可能な社内ポータル（ナレッジベース）の構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・個人のスキル習得状況を可視化するスキルマップ/LMS（学習管理システム）の構築 ・場所を選ばず学習・業務ができるセキュアなリモートアクセス環境の整備 ・年間雇用への転換を見据えた、柔軟なシフト・勤怠管理システムの導入 	<ul style="list-style-type: none"> ・業務改善提案を収集・評価するデジタル提案プラットフォームの運用 ・個人の成果（ロス削減率等）と評価を連動させるタレントマネジメントシステムの導入 ・AIを活用したスキル分析による、最適な人員配置（適材適所）のシミュレーション

人材戦略

- 以下の 3つのデジタル人材の育成・確保戦略を掲げ、組織全体のデジタル活用を加速します。

- **デジタル人財の確保・育成戦略①：顧客対応担当者の確保・育成**
- **デジタル人財の確保・育成戦略②：データ活用型業務判断力の確保・育成**
- **デジタル人財の確保・育成戦略③：現場担当者・現場教育担当者の確保・育成**

- 3つのデジタル人材の育成・確保戦略に対する実施内容を以下に記載します。

戦略テーマ	2026年の実施内容	2027年の実施内容	2028年の実施内容
顧客対応担当者の確保・育成	<ul style="list-style-type: none"> ホームページの更新手順書（マニュアル）を作成し、担当者と基本操作を確認する 生成AIシステム（チャットボット等）の検証に全従業員と共に関わり、基本特性を理解する 週次のアクセスログや問い合わせ内容の集計・報告業務を開始する 	<ul style="list-style-type: none"> ホームページへの実績・旬情報の入力を、担当者の日常業務（習慣）として定着させる CRM（顧客管理）データを活用し、取引先別にパーソナライズされたメール配信や情報提供を実践する Web上の動向データから、市場のニーズや機会損失の兆候を分析するスキルを養う 	<ul style="list-style-type: none"> 蓄積されたデータに基づき、ホームページのUI/UX（使いやすさ）のブラッシュアップを自ら提案・実行する EDI（受発注）やCRMと連携した情報の高度な活用をリードする 社内のIT活用を促進する「ITファシリテーター」として、他部門を巻き込んだ改善活動を牽引する
データ活用型業務判断力の確保・育成	<p>【言語化・記録スキルの習得】 ベテランの「技」の抽出: OJTトレーナー候補がベテランの横で、特定の温度や湿度、果実の状態を写真と数値で記録する訓練を行います。 ITツールの基礎習得: 全従業員が、タブレットを使って環境データやロス件数を正確に入力できる体制を整えます。</p>	<p>【データ分析・判断スキルの習得】 相関関係の理解: 「この数値（温度・湿度）の時に、このロスが出た」という相関をBIツールで読み解く研修を実施します。 仮説検証の実践: DX現場リーダーが「明日の気温が高いから、冷蔵庫の設定を1度下げよう」といったデータに基づくアクションを試験的に行います。</p>	<p>【システム統括・自走スキルの確立】 次世代システムのフル活用: 新しく導入された自動制御システムの「設定値（しきい値）」を、過去2年のデータに基づき自ら調整できるスペシャリストを育成します。 改善文化の定着: システムが出すアラートや予測に対し、より効率的な運用方法を自ら提案する「自律型人材」として評価制度に組み込みます。</p>
現場担当者・現場教育担当者の確保・育成	<ul style="list-style-type: none"> 各部門のベテランからOJT担当を選出する 仕入と品質判断の手順をチェック表で書き出す 若手社員と協力し、写真付きデジタルマニュアルを作成する 	<ul style="list-style-type: none"> 作成した標準手順書を用いた社内OJT研修会を実施する 月1回の「ケース勉強会」をOJT担当が主催・運営する 業務交代テストを行い、手順の抜け漏れを洗い出す 	<ul style="list-style-type: none"> データ可視化画面（BIツール等）を活用した、根拠に基づく指導方法を習得する 手順書や教材の改善提案を行い、その貢献度を人事評価に反映させる 「暗黙知」だけでなく「データ」を併用して教えられる指導者として定着させる

KPI

- DX戦略の達成度を測る指標を以下に記載します。

実施概要	2026年	2027年	2028年
顧客接点基盤・データ活用基盤構築	<ul style="list-style-type: none"> 新ホームページ公開時期：年度上期中に公開 月間ホームページ訪問数：月300件 チャットボットの利用件数：月50件 CRMに登録した取引先数：既存先の80%登録 メール配信に登録した担当者数：主要取引先の70% 	<ul style="list-style-type: none"> AI分析に用いる取引データ件数：年間1,000件 ターゲット別メール配信数：月4回 メールからの問い合わせ件数：月20件 ホームページ更新頻度：週1回以上 ホームページ更新担当者数：2名以上で分担 	<ul style="list-style-type: none"> データ活用による新サービス案数：年3件 新サービスからの売上比率：全体売上の5% ホームページ経由の新規取引先数：年10社 EDIとCRMを連携した取引先数：主要取引先の50% 在庫・発注情報の更新タイムラグ：1日以内
データ主導型・高鮮度維持スキルの確立と、次世代冷蔵管理システムの導入	<p>可視化・データ蓄積期</p> <ul style="list-style-type: none"> IoTセンサーによる温度記録率 100% 異常アラートへの対応時間 15分以内 現場スタッフのデータ入力遅延 ゼロ 環境起因の廃棄ロス金額 10%削減 品質クレーム発生件数 20%削減 	<p>分析・スキル習得期</p> <ul style="list-style-type: none"> 品目別の最適保管データ蓄積数 20品目以上 分析ダッシュボードの活用率 100% 現場リーダーによる鮮度予測正解率 80% 環境起因の廃棄ロス金額 20%削減 平均在庫保持可能日数の 15%延長 	<p>自動化・成果創出期</p> <ul style="list-style-type: none"> 次世代システムの自動制御稼働率 95%以上 エネルギー効率（電気代/保管量） 10%改善 外部（産地）への品質フィードバック回数 環境起因の廃棄ロス金額 40%削減（初年度比） 高鮮度ブランド商品の売上比率 10%以上
現場人材の標準化と自律化	<ul style="list-style-type: none"> SOPでカバーされる主要業務範囲：主要業務の100% デジタルマニュアルのコンテンツ数：写真・動画付き50本 新人研修用教材の整備完了率：想定項目の100% 新人の習熟度テスト実施率：対象新人の100% 新人が独り立ちするまでの平均日数：現状比20%短縮 	<ul style="list-style-type: none"> 年次研修の受講率：全従業員の100% 多能工として認定された従業員比率：現場従業員の30%以上 特定個人にしかできない業務数：現状比50%削減 新評価基準の試行対象者比率：全従業員の50% 年間雇用に転換した人員数：期間雇用者の30% 	<ul style="list-style-type: none"> DX現場リーダーの認定人数：現場から3～5名 年間の業務改善提案件数：従業員一人あたり年2件 改善提案の採用率：提出提案の50% 現場担当者の離職率：現状比30%削減 教育担当者として育成された人数：2～3名