



飯島畜産株式会社 DX戦略 2026

2026年5月12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、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

現場担当者が入力するGoogleフォームおよび自社受発注システムから得られる「顧客の声」や「注文動向」をBIツールで即時集計・可視化します。さらに、AIを導入することで、従来1日を要していたデータ集計・分析業務を1時間程度に圧縮します。また、この分析結果から、市場の変化や顧客ニーズをリアルタイムに経営判断へ反映させ、食肉業界特有の情報の遅延を解消し、スピーディな対応を実現し生産性と顧客満足度を高めていきます。

戦略②品質向上

枝肉の仕入れデータに瑕疵情報や疾病情報を紐付けたデータベースを構築します。ノーコードツールで作成したアプリを活用して現場での検品結果を即座にデジタル化し、受発注システムと連携させることで、これまで不透明だった品質情報を生産者へ詳細にフィードバックします。情報の非対称性を解消し、生産から加工までの歩留まり向上と廃棄ロスの削減を両立させることで、サプライチェーン全体の最適化とブランド豚の付加価値向上を実現します。

戦略③高付加価値商品の提供

ノーコードツールを用いた事務プロセスの徹底的な効率化により、余剰時間を創出します。この時間を、戦略①・②で蓄積したデータを活用したマーケティングへシフトさせます。エビデンスに基づくブランディング力向上や、顧客ニーズに合わせた個別加工提案を行うことで、単なる食肉販売を超えた高付加価値なサービス提供を実現します。

3.DX戦略

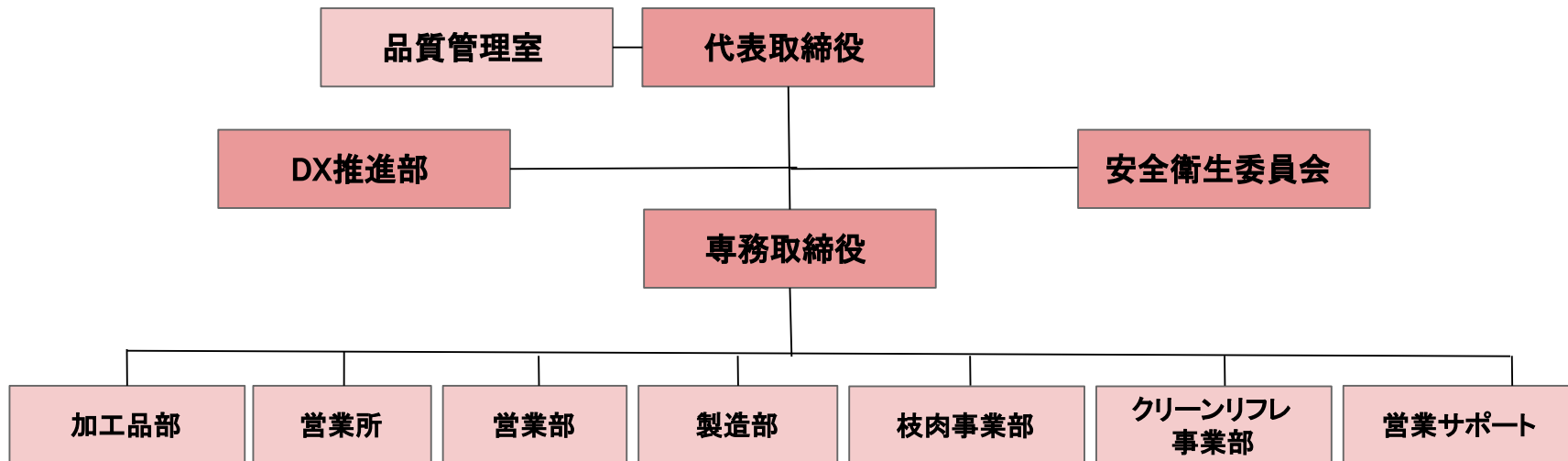
戦略④人材育成

DX推進部を核として、全社的なITリテラシーの底上げと自律的な改善風土を醸成します。DXに関連する資格取得支援を評価制度と連動させ、現場課題をデジタル技術(ノーコード開発等)で自ら解決できる人材を育成します。これにより、技術革新や市場の変化に柔軟かつ継続的に対応できる組織基盤を構築します。

4.体制・人材育成

当社は、DXを推進するためDX推進部を設置しました。DX推進部は実務執行総括責任者である社長を筆頭とし、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推進部が中心となって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。

基本的な人材育成の方針は、全社的なITリテラシーの底上げと自律的な改善風土を醸成します。DXに関連する資格取得支援を評価制度と連動させ、現場課題をデジタル技術(ノーコード開発等)で自ら解決できる人材を育成します。これにより、技術革新や市場の変化に柔軟かつ継続的に対応できる組織基盤を構築します。



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めます。

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。 受発注システムについては刷新し、迅速かつ正確な情報伝達を可能にするデジタル環境を整備します。	毎年	DX推進部 営業サポート
チャットワーク			
マイクロソフト			
BIツール			
受発注システム(自社開発)			
弥生会計			

新規システム	取り組み内容	いつまでに、何を する？	担当
MRAG(生成AI)	AI集計やノーコードツールを導入し、現場業務のデジタル化と事務の自動化を推進します。一次情報を基幹データと連携させ、標準的な運用方法を確立することで、迅速なデータ活用と高付加価値なサービス提供を支える環境を整備します。	毎年	DX推進部 営業サポート
AppSheet			
kintone			

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	・GoogleフォームおよびAIツールを活用した顧客の声・現場情報の可視化ルールの確立	2027年まで	ルールの構築と 全社共有の完了
戦略②品質向上	・受発注システム見直し・最適化	2029年まで	導入および運用手順の確立
	・瑕疵・疾病情報のデータベース構築と生産者へのフィードバックによるサプライチェーン全体の最適化	2030年まで	DB構築の完了と フィードバック体制の確立
戦略③高付加価値の提供	・蓄積した顧客・品質データの分析に基づく、新商品や個別加工等の新規格サービスの企画・提案	毎年継続	データ分析に基づく新商品・サービスの開発を、2件/年以上
戦略④人材育成	・DX推進部を中心とした、デジタル技術による自律的な業務改善を推進する人材の育成	2028年まで	DX推進部員全員の資格取得 及びデジタル人材を10人育成

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、人材育成を実践し、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。