



株式会社 藤本物産

DX計画2024

策定：2024.5

1. 会社概要	3
2. ビジョン	4
3. トップメッセージ	5
4. DXビジョンと実現の方向性	6
5. DX戦略	7
6. 推進体制	9
7. 社内環境整備	10
8. 成果指標	11



屋号	株式会社藤本物産
事業内容	青果物のトータルコーディネート ・青果物の市場よりの仕入・販売及び直営販売 ・生産地より直接仕入・テナント事業 ・輸入青果物の卸売 ・バナナの着色加工事業 ・ドライフルーツ類の卸売事業 ・外食店向け小売納品
所在地	〒860-0058 熊本県熊本市西区田崎町414-12
従業員数	182名（パート含む）
役員	代表取締役会長 藤本 健介 代表取締役社長 藤本 泰弘 専務取締役 藤本 尚之（営業本部長） 常務取締役 藤本 高史（管理本部長）
資本金	3,600万円
創業	昭和23年6月（1948年6月）
設立	昭和37年12月（1962年12月）
売上高	令和4年度173.26億円

● ビジョン vision

青果物のトータルコーディネートを通じ、
「食」を支えるリーディングカンパニーへ。

● 社訓 philosophy

- 私達は、顧客第一主義である
FBグループは、事業活動を通じて、それに関わる得意先・取引先を大切にします。
- 私達は、青果物物流のプロフェッショナルである
FBグループは、青果物流通のプロであり、新しい流通システムを構築します。
- 私達は、常に自己啓発に努める
FBグループは、事業活動を通じて、日々発展し成長します。



当社は昭和23年、熊本駅前の小売店舗からスタートしました。現在は熊本地方卸売市場を拠点に、青果物流通のトータルカンパニーとして生産から販売まで青果流通を極め、皆さまの食卓を豊かにする企業を目指してまいりました。

近年、青果物生産者の減少や耕作放棄地の増加などの影響が加速化しており、私たちの競争環境はこれまで以上に激しい環境変化に晒されています。

一方、データ分析技術や画像認識技術などのデジタル技術が飛躍的發展を遂げており、今後の私たちの在り方や働き方に大きく影響していくと考えています。

そして、このデジタル技術を使いこなし、私たち自身がDX推進企業に変革することが、これからの変化の波を乗り越え、サプライチェーン全体を支えることに繋がると確信しております。デジタル技術が持つポテンシャルは無限であり、それを活用することで私たちの「食」に関わる事業は、もっと効率的で、もっと透明性を持ち、そしてもっとお客様に寄り添ったものになることでしょう。

今回私たちは、デジタル技術を駆使し「食」がもつ価値を更に高めるため、「株式会社藤本物産 DX計画2024」を策定いたしました。この計画を着実に推進し、「食」のサプライチェーン全体を支えるDX推進企業”を目指していきます。

そして、生産・流通・販売を担う青果物のフロンティアとして、お客様にとって最高の「食」を提供することを継続して参ります。

2024年5月
株式会社藤本物産
代表取締役社長 藤本泰弘

DXビジョン

「食」のサプライチェーン全体を支えるDX推進企業へ

デジタル技術を用いて、当社が手掛ける生産・流通・販売の「一貫体制」を中心にサプライチェーン全体を支えることができるDX推進企業を目指していきます。

DXビジョン実現の方向性

- ① サプライチェーンで発生する業務の改革
- ② 「食」の魅力の情報発信

具体施策

戦略1：流通業務の効率化

社内に蓄積されたデータを活用し、青果物の流通に係る在庫管理業務と配送業務を効率化します。在庫管理業務では、画像認識を用いて在庫場所や保管数量のデータ管理を自動化・省力化します。配送業務では、現在活用している配送システムに、リアルタイムなデータを反映したピッキングリスト閲覧機能等の追加を行い、タブレットや電子ペーパーを活用したピッキング業務のフローを構築します。

- 画像認識を用いた在庫管理業務の自動化・省力化
- リアルタイムなデータを反映したピッキングリスト閲覧機能の開発

戦略2：紙帳票のペーパーレス化

自社で活用している生産管理システムの機能拡充を図り、紙の帳票類を電子化します。また、電子化した帳票へタブレットで入力完結できるフローを構築し、品質管理のデータ登録業務等を抜本的に見直します。

- 生産管理システムの機能拡充による紙帳票の電子化
- タブレットを使用した品質管理フローの構築

戦略3：営業支援システムを活用した営業DX

営業支援システム（SFA）を導入・活用し、営業活動の見える化を行います。営業行動や商談の進捗状況をデータとして記録し、属人化しない営業体制を構築します。また、既に構築済みの顧客管理システムのデータをSFAのデータと組み合わせ、顧客の属性や商談状況等のデータから顧客ニーズを導き出し、既存顧客の満足度向上と新規顧客獲得につながる施策を立案します。

- 営業支援システム(SFA)の活用
- データを活用した既存顧客のアフターフォロー
- データを活用した新規顧客獲得施策の立案

具体施策

戦略4：データに基づいたECサイトの強化

ECサイトの流入数、購買情報、顧客属性などのデータを分析し、販売キャンペーンや生産者の紹介コンテンツの作成・ラインナップ見直しなどの施策を企画・実施します。ECサイトを運営しているグループ会社と連携してコンテンツを改善し、魅力的な「食」の販売を行います。

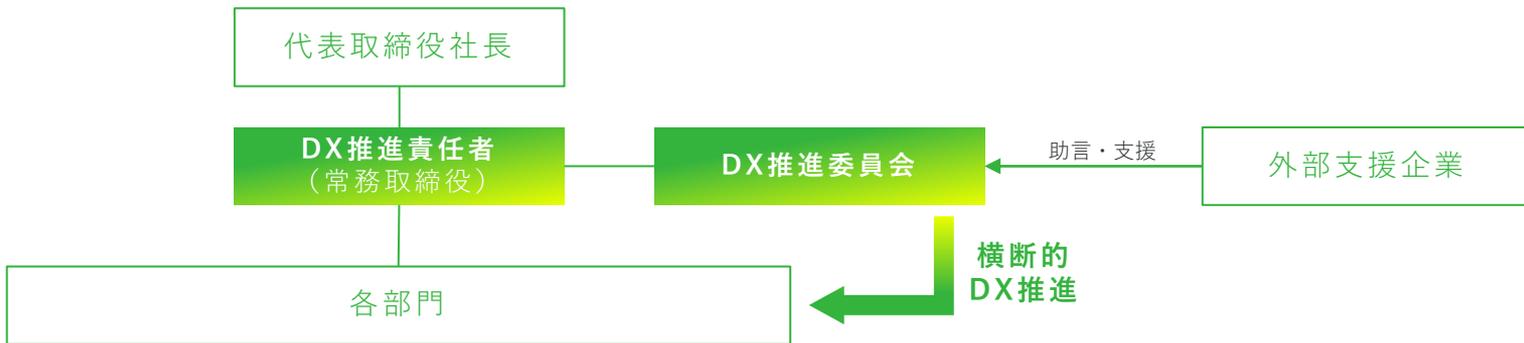
- データ分析結果を活用したECサイト改善施策の企画

戦略5：HP・SNS活用によるコーポレートブランディング

当社が取り扱う「食」の魅力がWEBページやSNS上で積極的に発信し、ブランディングを行います。また、当社の働く環境や理想の社員像、実際に働く社員の人柄、職場の雰囲気などを、適切に情報発信し、入職後のミスマッチを削減します。

- SNSを活用した情報発信
- 採用HPのコンテンツ改善

DX推進体制と体制整備施策



●DX推進責任者とDX推進委員会の設置

代表取締役社長直下にDX推進責任者を配置します。DX推進責任者が統括するDX推進委員会が各部門を横断したDX推進に繋がる施策を立案・実行します。

●データ分析人材の育成

社外研修と社内での実践アウトプットを繰り返し、社内のデータ活用・分析に係る人材を育成します。

●社内研修会の開催

従業員のITリテラシーの向上に向けたIT関連の社内研修を開催します。

●外部支援企業との連携によるスキルの内製化

既存システムへの追加開発や新規のシステム導入検討を行うにあたり、外部支援企業からの助言や支援を受け入れ、外部の知見を社内に取り込みながらDX推進を行います。

●業務の棚卸

全体最適な業務効率化・ペーパーレス化を実施するにあたり、現状の業務を業務フロー一覧や業務フロー図として見える化し、実現すべき業務フローを策定した上で、各戦略を推進します。

●デバイスの整備

PCやタブレット、スマートフォンなど、戦略推進に必要なデバイス類の整備を行います。

●ネットワークインフラの整備

社内の情報通信量増大に備え、ネットワーク通信の整備を行い高速化を図ります。また、タブレットやスマートフォンでのシステム利用に備え、Wi-fi環境の整備を行います。

●セキュリティ対策の強化

ネットワークセキュリティの強化・セキュリティ対策ソフトの見直しや各種パスワードの管理など、当社のセキュリティに対して評価を行い、必要な対策を講じます。

成果指標

戦略1：流通業務の効率化

- ・在庫管理業務の年間削減時間
- ・ピッキング業務の年間削減時間

戦略2：紙帳票のペーパーレス化

- ・電子化した紙帳票の件数

戦略3：営業支援システムを活用した営業DX

- ・データを活用した営業施策の立案件数
- ・既存顧客のフォロー実施件数

戦略4：データに基づいたECサイトの強化

- ・データに基づいたコンテンツ改善実施件数
- ・ECサイト購買数

戦略5：HP・SNS活用によるコーポレートブランディング

- ・ホームページ、SNS上での情報発信件数

