

岩塚製菓株式会社 DX戦略書



2026年7月9日制定
岩塚製菓株式会社
代表取締役社長 榎 大介

1. DX取り組み宣言

岩塚製菓の79年の歴史は、新潟県岩塚村（現在の長岡市）にて、昭和22年（1947年）に友人同士だった二人の創業者、平石金次郎と槇計作が「出稼ぎに行かなくても、暮らしていける地域にしたい」との熱い思いで「岩塚農産加工場」を創設したところから始まります。最初は、地元でとれる甘藷（サツマイモ）を原料にカラメルづくりから始まり、二人が寝る間も惜しんで美味しいカラメルづくりに尽力した結果、品評会で日本一に輝きました。

昭和30年（1955年）から3年間、米菓の生地作りを請負ったのち、昭和33年（1958年）からはオリジナルの米菓づくりを開始。これも農林大臣賞を受賞する等、二人の技術力は極めて高く、美味しいものをつくる能力は抜きんできていました。「農産物の加工品は原料より良いものはできない」。この創業者二人の信念が込められた**「米・技・心」**を大切な価値観として受け継ぎながら、当社は米菓づくりを続けてまいりました。

その後、「お子様せんべい」等の大ヒット商品にも恵まれ、業容は大きく拡大しました。平成23年（2011年）には、創業者の教えに立ち返り最高の原材料に徹しようと、原材米を100%国産米としました。また、製造につかう水は地下260メートルから組み上げた地下水であり、熱源も日本最大の天然ガス田である長岡の天然ガスです。当社の米菓は日本の米と豊かな長岡の土壌が紡ぎだす結晶なのです。

これからも、**私たちは日本の伝統的な食文化を守り、「米・技・心」を大切にした米菓づくりを通じて、世界中に「美味しい笑顔」を広げていきたいと考えています。急速に発展し、今やその活用が企業の競争力に直結するデジタル技術は、「米・技・心」を守り、さらに強くするために活用していかなければなりません。**

長い伝統のなかで磨き上げられてきた「技」に私たちは誇りを持っていますが、**「技」の多くは職人の暗黙知、あるいは「カンやコツ」にとどまっています。AIを含むデジタル技術の活用でこれらを可視化し、データ化して、確実に継承できるようにして、世界中に「美味しい笑顔」を安定的にお届けできるようにしていきたいと考えています。**

また、気候変動や農業人口の減少など、日本の農業を取り巻く環境が厳しさを増す中で、**岩塚製菓の原点である美味しい「米」を安定的・継続的に確保していく体制をつくっていく必要があります。**このため、農家との安定的・継続的な

関係を構築し、**契約農家と連携し、土壌分析やスマート農業などの取組みを推進するとともに、「誰がどこで生産し、どのような農業資材やどれくらいの農薬を使用し、いつ収穫されたか」等のトレーサビリティ・データを収集し、データベース化して、商品ごとに開示する等、お客様の当社商品に対する一層の信頼を強固なものとしていく**必要があります。

一方、当社の米菓に対して、全国の店頭や、オンラインショップの窓口、あるいは取引先の小売・卸の皆様から日々様々なお声をいただいております。それらの**「顧客の声」を販売実績や消費者購買データとともに、全社員がいつも即座に把握し、分析し、製品やパッケージの改善や、新商品の開発につなげていく**ことが重要であり、そのような**サイクルを回していくことが私たちの「心」を高めていく**ことに繋がります。そのためにデジタル技術を活用し、仕組みをつくっていきます。

これからの岩塚製菓の発展のためには、全社員が様々な情報やデータにもとづいて行動することが重要であると考え、数年前から、社員が電子ツールをつかって、いろいろな工夫をすることを推奨・推進してきました。そのような取組みを通じて、**社員の情報リテラシーは格段に向上したと考えております。その「技」も活かして、全社を挙げて上記のDX戦略を推進し、世界中に「美味しい笑顔」を広げていきたい**と考えております。

2026年7月9日
岩塚製菓株式会社
代表取締役社長 槇大介

2. 経営理念・経営ビジョン

(1) 経営理念

我々は会社の事業を通じて、社会の人々に喜びと豊かさを提供し、その見返りとして、この事業に携わる者とその関係者の豊かな生活と社会的地位の向上を図り、併せて地域社会の経済的発展に貢献せんとするものである

日本の伝統ある食文化を世界に広め人々に喜びと豊かさを提供することを使命として、お客様に安全で安心できる価値ある商品とサービスを提供することで持続的成長と中長期的な企業価値の向上を目指しております。

(2) 経営ビジョン

岩塚製菓が米菓づくりを通じて世界中に「美味しい笑顔」を広げていくために、デジタル技術の力を活かし、「米・技・心」を守り、未来へつないでいく。

具体的には当面次の取組みを進める。

- ① **契約農家と連携し、土壌分析やスマート農業などの取組みを推進するとともに、米のトレーサビリティ情報を開示**することで、お客様の当社商品に対する一層の信頼を強固なものとしていく。
- ② 長い伝統のなかで磨き上げてきた**「技」をAI等のデジタル技術の力で可視化・データ化**し、未来にわたって継承し続ける。
- ③ **「顧客の声」を販売実績や消費者購買データとともに速やかにデータベース化し、全社員がいつでもそれを見て、分析し、自身の行動変容、製品や施策の改善**に結びつける。

3. DX戦略

私たちは、経営ビジョン実現のため、次のようなDX戦略を推進します。

- ・DX戦略①：契約農家との共創による、持続可能な米の安定調達とトレーサビリティの強化。

米の生産者との長期的な関係を構築し、良い米の継続・安定供給に繋げる。契約農家と連携し、土壌分析やスマート農業などの取組みを推進するとともに、「誰がどこで生産し、どのような農業資材やどれくらいの農薬を使用し、いつ収穫されたか」等のトレーサビリティ・データを収集し、データベース化して、商品ごとに開示する等、お客様の当社商品に対する一層の信頼を強化する。

- ・DX戦略②：AIを活用し、「匠の技」を伝承し、代替する。

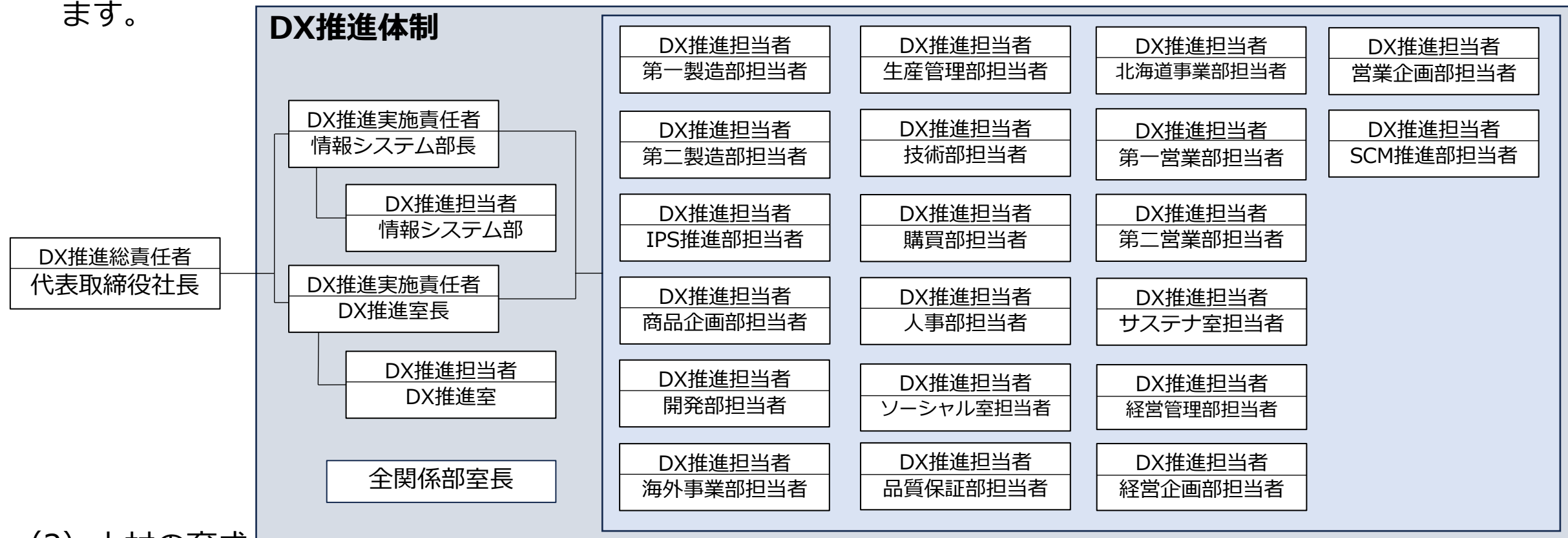
「匠の技」の伝承が難しいのは、「匠」が自らの技を論理的にブレークダウンして言語化することが難しいためである。人と人だと感情が入るので、AIが学習できるように自らの技を分解し、フローチャートやデータフロー図に落とすことにより、AIが「匠の技」を一定程度代替できるだけでなく、AIの学習過程は、取りも直さず、若手への技の伝承ともなる。

- ・DX戦略③：顧客データ活用による、全社的な価値創造と継続的改善の推進。

「顧客の声」を販売実績や消費者購買データとともに速やかにデータベース化し、全社員がいつでもそれを見て、自身の行動変容及び施策や商品の改善に結びつける。

4. DX戦略推進体制および人材の育成

(1) 当社は、社長直轄で部門横断の「DX推進体制」を設置し、月に一度委員会を開催して、DXを推進します。



(2) 人材の育成

- 今後の岩塚製菓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推進体制」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。
- 戦略の中心にAIを位置づけているので、「DX推進体制」では、AI勉強会を開催し、日本ディープラーニング協会の「G検定」の受験を目指します。

5. 環境整備

(1) 推進体制

代表取締役社長を総責任者として「DX推進体制」を整備し、全社の取組として推進します。

(2) 予算

今後ともデジタル技術の活用が、岩塚製菓の発展の鍵であることを認識し、毎年売り上げの**1%**を基準としてデジタル技術に投資します。

6. 数値目標 (KPI)

	DX戦略	目標値 (KPI)
戦略①	契約農家との共創による持続可能な米の安定調達とトレーサビリティの強化。	(1) 中核となる農家とパートナーシップ契約を結ぶ。【2026年度中】 (2) パートナー農家に対して、土壌分析やスマート農業などの支援を開始する。【2027年4月～】 (3) トレーサビリティ・データ収集システムを構築し【2027年6月まで】、パートナー農家にデータを提供してもらう。【2027年6月～】 (4) 最初はHPにて、製品ごとに、原料となる米のトレーサビリティ情報を公開する。【2027年度中】 (5) 順次、契約農家、トレーサビリティ・データの枠を広げていく。【2027年度中】
戦略②	AIを活用し、「匠の技」を伝承し、代替する。	(1) 一番伝承が必要な「匠の技」の発揮事例を10程度収集し、匠が何を見て、自分の知識や経験知と照らし合わせて、どのような判断をしているのかを可視化し、フローチャート・DFDに落とす。【2026年度中】 (2) 上記をもとにAI技術者とAIプログラムを構築し、匠の事例と同じものを見せてAIの動きを検証する（数回ループして検証）。【2027年度半ばまで】 (3) 出来上がったAIプログラムを現場に導入し、順次ブラッシュアップする。【2027年度中】 (4) 以降、AIの適用範囲を広げていくとともに、上記の整理を若手が学ぶ教科書ともしていく。【2028年度～】
戦略③	顧客データ活用による、全社的な価値創造と継続的改善の推進。	(1) チャンネル毎に、どのように「顧客の声」や販売実績や消費者購買データを収集できるかの業務プロセスを描く。【～2026年10月】 (2) それをもとに、「顧客の声」・販売実績や消費者購買データ収集システム、DBを構築する。【～2027年4月】 (3) 毎月、収集された「顧客の声」・販売実績や消費者購買データを整理、分析して経営会議・取締役会に報告し、「顧客の声」・POSデータに対する会社としての対応方針を議論し、決定し、実行する。【2027年4月～】 (4) 会社としての対応が定まってきたら、全社員に公開し、案件ごとの担当部にて対応方針を決定し、経営会議・取締役会に報告するとともに、全社に通知する。

7. 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_2026改訂にて自己診断を行い、2026年6月22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：202606AH00003313

8. 戦略実施の前提としてのサイバーセキュリティ対策

- ✓ サイバーセキュリティ対策の方針として、「情報セキュリティ基本方針」を制定し公表しています。
(URL) https://www.iwatsukaseika.co.jp/wordpress/wp/wp-content/uploads/2026/06/情報セキュリティポリシー_基本方針.pdf
- ✓ サイバーセキュリティ対策としては、「岩塚製菓セキュリティポリシー」に基づき、毎年、情報資産台帳の整備を行うとともにリスク分析の見直しをおこなっています。また、従業員のサイバーセキュリティに関する認識を高めるために、定期的に全従業員に対するセキュリティ教育及び標的型メール訓練、セキュリティパトロールを実施しています。ハード的には入退出管理やのぞき見防止のためのフィルムの導入、サイバー攻撃対策としては、IT資産管理やログ監視、ランサムウェアやサプライチェーン攻撃の防止のためのツール導入及びUTM製品と連携した挙動監視等をおこなっています。