

DX 戦略書

古賀製茶本舗のパーパス（存在意義）

「八女茶の体験を 世界の生活者へ」

経営ビジョン（あるべき理想の姿）

「お茶と技術が親和することで再構築される新たな喫茶体験の提供者となる」

▶ トップメッセージ

株式会社古賀製茶本舗（以下、弊社）は福岡県八女市に拠点を置き、1819年の創業以来、外部環境の変化に対応しながら品質向上と近代化に取り組んでまいりました。代表的な商品は、袋入りの茶葉（玉露、煎茶など）であり、販路は国内の小売店舗、ネット販売、ホールセールスーパーへと拡大し、贈答用や普段使い用としてお客さまに喜んでご購入いただきました。

しかし、2019年末からの新型コロナの影響で景気は落ち込み、外出自粛による需要減退により、各家庭での一般使い茶の売上はもちろん、特に、仏事や、中元や歳暮をはじめとする贈答用が激減、販売チャネルでは、小売店舗での売上が著しく減少しました。

一方で、非接触意識の浸透により、接触回数を最低限にとどめて喫茶できるティーバッグの需要は国内外問わず増加しており、加えて、海外においては「安心安全な日本製茶葉」に注目が集まっています。

このような状況の中で、今後は海外市場に向けて、日本の銘茶として知名度が高い八女茶を、競合他社が有していない HACCP 工場で製造した安全性や利便性の高いティーバッグとして提供していくこととしました。

昨今のデジタル技術の発展は、センサーによる環境制御、収穫ロボット、生産管理等の農業分野においても様々な価値を生み出しました。中でも ICT 分野においては、生産者とエンドユーザーとのダイレクトなつながりを可能とする環境が整ってきており、弊社では「産地の見える化」を強化していきます。

具体的には、最適な味・香り・成分抽出となる方法や産地情報等について、外国語で説明する動画を作成し、パッケージには動画にリンクする QR コードを掲載します。海外のお客さまが ICT を通じて八女茶を、身近に、より深く体験していただくサービスを提供してまいります。

そして、日本茶のおいしさをまだ体験したことがない世界の生活者に八女茶を紹介し、味わっていただきブランドのファンを増やすことにより、「競争のためのブランド」から「共創のためのブランド」へ変革し、合わせて日本の皆様にも改めて日本茶のすばらしさに気づいていただくような取り組みに発展させたいと願い、この DX 戦略書を策定しました。

2022年8月9日

株式会社 古賀製茶本舗
代表取締役社長 古賀 善信

➤ DX 戦略

弊社は、経営ビジョンである「お茶と技術が親和することで再構築される新たな喫茶体験の提供者となる」ことを実現するために、以下のようなマイルストーンを定め、3段階に分けてDX戦略を立案しました。

<マイルストーン>

- ・フェーズ1/情報のデジタル化 [2021年6月～2024年1月]
(概要) 従来の業務プロセスにデジタル技術を取り入れ、業務効率化や業務改善を実現する
(詳細) 2022年9月: 基幹システムリプレイス (クラウド販売管理システムの本稼働)
2023年2月: 新工場の稼働開始、ティーバッグ商品の強化、ネット販売強化
- ・フェーズ2/業務プロセスのデジタル化 [2024年2月～2026年1月]
(概要) デジタル技術を活用して、従来のビジネスプロセスやワークスタイルを変革する
(詳細) 間接業務や工場等ミドルオフィス業務のデジタル化およびシステム間連携、データ活用
八女茶の体験動画、八女地域の自然・文化・茶摘み等のPR動画の作成及び配信
- ・フェーズ3/ビジネスのデジタル化 [2026年2月～2028年1月]
(概要) 事業環境の変化に適応し、デジタルを前提としたビジネスモデルを創造する
(詳細) 八女茶ブランドのコミュニティをデジタル上で形成
お客様 (国内・海外)、八女茶栽培農家、茶製造者、卸業者、専門店、百貨店、レストラン、ホテル等のつながりのプラットフォーム化、交流イベントの企画、コミュニティ構築

<推進体制>

社長直下に「DX推進部門」を設置し、古賀万智子を主担当とし各部門より選出された推進員とともにDXを推進する。また、外部専門家や金融機関とも連携を進め、国や自治体の助言も受けながら取り組むこととする。

- ・プロジェクトオーナー: 代表取締役社長 古賀 善信
- ・プロジェクトマネージャー: 古賀 万智子
- ・プロジェクトマネジメントオフィサー: 福岡銀行ビジネス開発部 植木 尚之 (ITコーディネータ)

<最新の情報処理技術を活用するための環境整備の具体的方策>

弊社は、経営ビジョンに沿ったDX戦略を達成するために、以下のようなデジタルにおける環境整備を推進し、毎年売上の0.5%をデジタル投資する。

- ・クラウドファーストで社内システムを再構築
 - 法対応含め常に最新の状態を維持
 - ダッシュボード機能でリアルタイムに自社の状況を把握
 - グループウェア等の情報共有基盤を整備することで社内の情報格差を排除
- ・全従業員へのデバイス (PC・タブレット等) の貸与
- ・海外顧客の取り込みのための施策実施 (情報の翻訳、動画作成、Q&A、SNS発信等)

➤ DX 戦略推進管理体制

- ・ KGI（非開示）達成に向けた KPI（～2028年1月期）
 - 付加価値額：年率平均 3.0%以上の増加
 - 従業員 1 名あたりの付加価値額：年率平均 3.0%以上の増加
- ・ 戦略の進捗状況を管理するための仕組み
 - 毎事業年度の終了後、KPI の達成状況を確認する
 - 具体的には、あらかじめ設定した KPI と実測値との差異分析を実施
 - その結果に対する原因分析を行うことで戦略の実現性を評価する
 - さらにそこから導出される問題点を抽出し、解決方針を明らかにする