

Design for the future

COVID-19 は世界的なデジタル社会到来を加速化し、全ての産業に構造変化をもたらすものになりました。食品業界においては、依然増加し続ける世界人口と限りある資源、中国の台頭、食品安全のグローバルスタンダード等により、従来のスキームだけでは継続した会社経営が難しいという認識のもと、社是・経営理念・基本理念を軸に当社が目指すべき姿を明確にした中期経営計画書「Design for the future」を策定します。

この中期経営計画の本質は、全従業員の当たり前の幸せを手にする為のものです。朝気持ちよく目覚め、朝食を取り家族もしくは近親者と笑顔で会話があり、会社が皆を出迎え、クライアントに頼られ、頼り、美味しく昼食を取り、また仕事に向き合う。帰宅すれば残された時間を家族との会話や趣味にあて、ベッドに入る。

両親の誕生日、敬老の日に感謝の意を伝え、妻子の誕生日や記念日にはプレゼント、自分の趣味にお金を使うことも出来、友人と気兼ねなく遊びに行ける。

子供の教育資金に不安を抱くことなく未来に導き、両親に心配されることなく独立した生活を送る。地域社会に素敵な家族と慕われ、地域社会と共に生きていく。

時間とお金という概念に惑わされることなく、自分が自分らしく生きる、それを想像し実現にする。

「Design for the future」は会社の為ではなく、自分の未来を自分で決め、そのように生きていく事を意味しています。全従業員の幸せなくして会社の成長はありません。全従業員の家族、親近者の幸せなくして全従業員の幸せはありません。なりたい自分、あるべき社会を強く強く想像し、楽しい未来だけを想像し実現していきましょう。

2023 年未来の自分達が有るべき姿に、今ここから第一歩をすすみます。

1. 経営計画の全体像と目的

経営戦略として「サステナブル経営」を推進していきます。

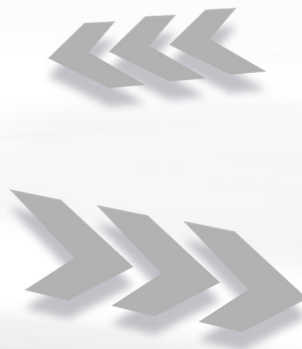
持続的な成長を果たしていく上で、ステークホルダー（従業員、パートナー企業、地域）と共に社是・経営理念・基本理念を軸に貢献する経営を目指します。

デジタル化、DXは我々の生活を豊かにしてくれる技術です。このテクノロジーを最大限に活用し、業務効果を達成し、各自で想像するなりたい自分への投資する時間と資金を確保します。

テクノロジーは今まで以上に、平等に我々に成長の機会を与えます。それを得ることが出来るのは、成長を強く願う者、有りたい自分を強く想像する者、喜びを分かち合える者です。

経営計画はこういった全従業員のなりたい、在りたい未来像の集合体もしくは器と考えて下さい。

会社は全従業員を中心としたステークホルダーと共に歩んでいくために必要なビジョン「VISION-2023」に記し、2030年のありたい姿「グランドデザイン2030」からバックキャストしました。当該の方向性を踏まえ、新たに基本戦略「DK strategy S.D.B.」を策定し、従来の総合食品卸商社から食品をデザインする企業へ移行していきます。



0 1 0 1 1 1 0 1 1 0 1 0 1 0 1 0 1 1 0 1 1 0 1 0 1 1 1 0 1 1 0 0 0 1 0 1 1 0 1 0 1 1 0 1 0 1 0 1 0 1 0 1 0 1

2. グランドデザイン 2030



» 2030年の企業像

■従業員の雇用確保とQOLが両立された経営

- ・全従業員が会社運営に必要な人財として、多様性・専門性を包含する教育プログラム制度
- ・DX plan の推進による働き方・勤務時間の多様化と効率化
- ・全従業員が未来を展望でき、楽しく生きる権利を保障する

■パートナー企業とWIN-WINの関係

- ・得意先様・仕入先様双方においてフェアな取引を心がけ、双方から求められる組織

■地域社会に必要とされる企業

- ・事業活動の結果としての継続的な納税・寄付
- ・食品の安心安全に関する課題に対してソリューションを提供
- ・地域企業の模範となる健康経営、倫理経営

■挑戦する企業

- ・経営理念を軸に社会課題に対する継続的なソリューションを提供する企業

■BCP

- ・自社サーバーからクラウドへ移行し、在宅ワーク・リモートワーク導入率を50%へ。
- ・現社屋を本社兼神野新田倉庫とし、新たに豊橋もしくは豊川に第二倉庫を新設

社会環境キーワード

高齢化 グローバル化と多極化 デジタル化 ソーシャル化 循環型社会



2030年にありたい姿をデザインし、そこから2023年の目指すべき姿 VISION-2023 を描く

VISION-2023 はサステナブル経営と DK strategy にて構成される

» 経営方針 サステナブル経営

■従業員QOL向上の為のDX plan

■パートナー企業との共創

■マーケットやクライアントとの価値観の共有

» 成長戦略 DK strategy S.D.B.

■SDBへ資源集中

- ・提供するサービスを大きく3つに分類し高付加価値企業へ転身

■DX plan

- ・全セクションを包括的に連携できるシステム移行
- ・全セクションが業務効果を発揮する仕組み (AI、RPA、CRM)

■スキルアップマネジメント

- ・専門化した分野においてクライアントの課題に対して継続的にソリューションを提供



0 1 0 1 1 1 0 1 1 0 1 0 1 0 1 0 1 1 1 0 1 1 0 1 0 1 1 1 0 1 1 0 0 0 1 0 1 1 0 1 0 1 1 0 1 0 1 0 1 0 1 0 1

3. Vision2023

・経営戦略：サステナブル経営

社是・経営理念・基本理念を軸にステークホルダーの持続可能な発展に貢献する。



» ステークホルダー

・従業員

全ての従業員は雇用形態や役職等に関わらず労働基本法を中心とした関連法規に則り、雇用期間を全うできる経営を実践する。時代背景に併せた QOL 向上の為に積極的な DX、教育を実施する。

・パートナー企業

誠実かつ公正な取引を行い、双方が利益を享受することができる相互信頼相互尊敬を心がける。安定したサプライチェーン構築の為に情報交換や技術共有を行い DKRA 運用し、規定に基づいた取引を実行する。

・社会／地域

納税・雇用・地域課題の解決 (HACCP 導入支援・アレルギー疾患の情報提供等) を行う。

» 健全経営

自己資本比率：40%以上 流動比率 150%以上 損益分岐点率 70%以下 ROA3%以上

・成長戦略：DK strategy

経営理念「食品を通して安心を提供できる会社を目指します」を軸に従来の食品原料販売を中心としたサービスから食品をデザインするサービスへ移行します。

» DK strategy S.D.B.

戦略の属性	差別化戦略
対象顧客	安心・安全を基本とした当社経営理念を共有する先 ※ 企業のサイズに制限はない
サービス	食品をデザインするために必要な現物もしくは関連する全て
管理手法	KGI・KPI（全部署共有）

Safe
and
Secure

Delicious

Best By

食品をデザインする3つの視点

・食品の安心・安全をデザインする

ACT1 課題の抽出/デザインのオファー

クライアントの安心安全に関する課題を聞き取り、インスペクションを通して問題点を抽出

ACT2 リスク評価

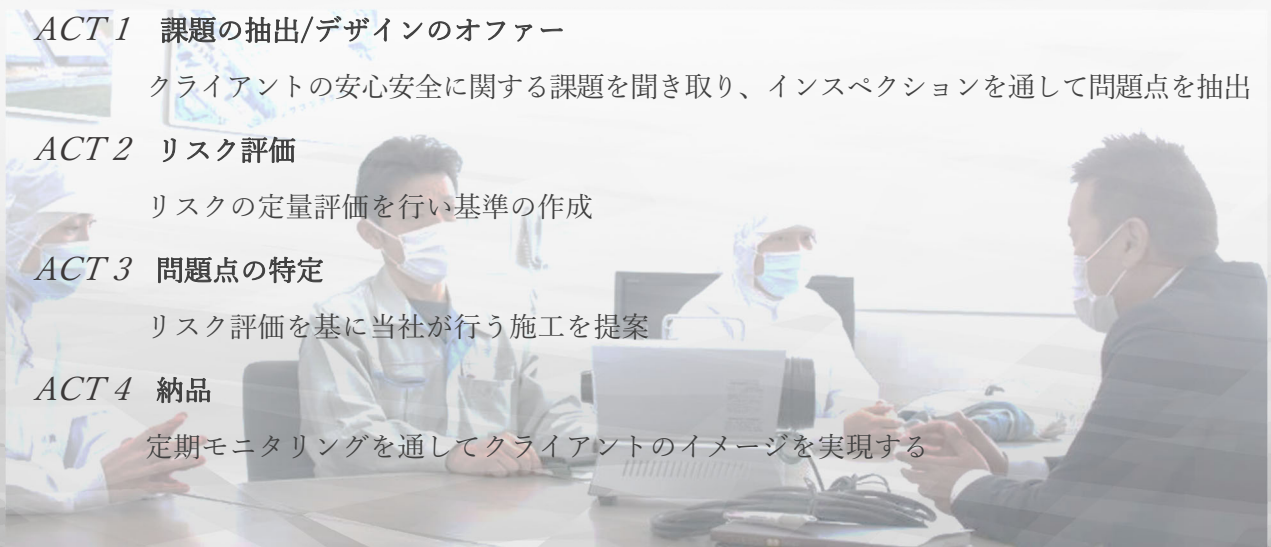
リスクの定量評価を行い基準の作成

ACT3 問題点の特定

リスク評価を基に当社が行う施工を提案

ACT4 納品

定期モニタリングを通してクライアントのイメージを実現する



・おいしいをデザインする

ACT 1 課題の抽出

クライアントのイメージする商品の「味」、「色調」、「香り」の聞き取り

ACT 2 阻害要因分析

水分活性 (AW)、酸化過酸化物価 (AV・POV)、固形量 (Bx)、イオン濃度 (pH) 等科学的視点で味に影響する条件の確認、適正原料の提案

ACT 3 問題点の提示

販売形態、賞味期限を加味したオファーに沿う提案

ACT 4 納品

クライアントの描く「おいしい」を実現する

・賞味期限をデザインする

ACT 1 オファーの確認

商品の基本情報並びに現状の確認

ACT 2 現状分析

環境検査、微生物検査、製品基本構成検査 (AW・AV・POV 等)、殺菌条件

ACT 3 問題点の提示

理化学的な問題点を指摘、もしくは簡易的処置の提案

ACT 4 納品

クライアントの描く「賞味期限」を実現する

・数値目標

	52 期予算	54 期目標
売上高	32 億 8,000 万円	35 億円
経常利益	9,000 万円	1 億 1000 万円
当期利益	6,000 万円	7,500 万円

» 業績推移

