

タニ力電器販売株式会社

DXの取り組み

2026年5月28日

トップメッセージ

DXビジョン

デジタル技術を活用し、顧客との新しい関係性を構築するとともに、発酵文化の発展に貢献してまいります。

— 代表取締役 谷口 雄史

EC市場の急速な拡大やSNSを通じた情報拡散により、企業と顧客との関係性は大きく変化しています。これまでの「モノを売る」という一方的な関係から、デジタル技術を介して顧客との接点を増やし、パーソナライズされた価値や継続的なコミュニケーションを築くことが、現在の市場環境において不可欠です。当社では、多様化する顧客ニーズに迅速に応えるため、DXの推進を最優先課題として掲げています。

当社がDXを通じて目指すのは、以下の3つの主要な目標です。

顧客体験の向上

デジタルツールを活用し、購入前後のサポートやレシピ提案などを最適化することで、お客様一人ひとりに寄り添うシームレスなサービスを提供します。

ブランド価値の強化

オンラインとオフラインの垣根を超えた一貫性のあるブランディングを実施し、当社ならではの信頼感と愛着をより深めていきます。

発酵文化の普及

「発酵のある暮らし」をデジタル発信で身近なものとし、伝統的な発酵文化の知恵を現代のライフスタイルに適した形で広く継承していきます。

DX推進の基本方針

デジタル技術の積極的な活用により、販売活動や顧客対応の高度化を実現し、顧客体験の飛躍的な向上と持続的なブランド価値の強化を図ります。DX推進は単なるデジタル化ではなく、顧客一人ひとりのニーズを深く理解し、提供する価値そのものを刷新する戦略的なプロセスです。この取り組みにより、顧客との間に深い共感と信頼の絆を築き、競争力を高めてまいります。以下の4つの柱を基本方針として推進します。

1

ECチャネルの高度化

利便性の高いプラットフォームへ刷新し、購入体験をパーソナライズすることで顧客ロイヤリティを向上させます。

2

顧客データの活用

購買履歴や行動データを分析し、潜在的なニーズを先回りして把握することで、精度の高い提案を行います。

3

SNS情報発信の強化

InstagramやYouTubeを通じ、発酵の魅力を視覚的かつ情緒的に届け、顧客とのタッチポイントを拡大します。

4

コミュニティの形成

ファン同士の交流をデジタル上で促進し、双方向のコミュニケーションを通じて熱量の高いブランドコミュニティを構築します。

推進体制

DX推進体制

代表取締役がDX推進の統括責任者として全体戦略を牽引し、全社横断的なプロジェクトを主導しています。各部門との連携においては、営業、EC、マーケティング、カスタマーサポートが緊密に情報を共有し、顧客接点のデジタル化を統一したビジョンのもとに推進しています。これにより、部門間のサイロ化を防ぎ、顧客体験を一貫して最適化する体制を整えました。

また、ECサイトの刷新や高度なデータ活用においては、外部の専門企業とパートナーシップを組み、最新の技術と知見を取り入れることで、実効性の高いDXを加速させています。社内の知見と外部の専門性を融合させ、意思決定のスピードと実行力を両立させることが、本推進体制の最大の特徴です。

代表取締役

全社DX推進の統括

各部門連携

営業・EC・販促・CS

外部専門企業

ECサイト構築・データ活用
支援

DX人材育成

研修・OJTによる
データ活用力向上

DX戦略の3本柱

当社のDX戦略は、販売チャネル、コミュニケーション、そして顧客データの3領域を単なるツール導入で終わらせず、有機的に連携させることで真の価値を創出します。これら3つの柱は相互に補完し合うことで、顧客一人ひとりにパーソナライズされた体験を提供し、ブランドへの深い信頼とロイヤリティを醸成することを目的としています。この統合的なアプローチこそが、市場の変化に即応し、持続的な顧客体験の向上を実現するための鍵となります。

① ECの高度化による 販売DX

自社ECサイト・楽天市場・Amazonなどのチャネルにおいて、購買データ・アクセスデータを活用し、顧客ニーズの分析・販売戦略の最適化・顧客体験の向上を実現します。

② SNSを活用した 情報発信

Instagram・YouTubeを通じて発酵レシピや商品活用方法を発信。発酵の魅力を伝え、顧客とのコミュニケーションを深めることでブランド価値の向上とコミュニティ形成を進めます。

③ 顧客データの活用

EC・SNS・カスタマーサポートなど各顧客接点から得られるデータを統合・分析し、商品開発やサービス向上に顧客の声を反映させる仕組みを構築します。

DXロードマップ

当社のDX推進は、単なるデジタル化にとどまらず、顧客体験の変革を目指す段階的なプロセスです。短期では「基盤構築」として、ECの機能強化やSNS活用による接点の拡大とデータの整理を徹底し、信頼の土台を築きます。続く中期では、蓄積されたデータを高度に分析し、CRMを活用することで、顧客一人ひとりに最適化されたパーソナライズ体験を提供します。そして長期においては、これらの取り組みを昇華させ、ブランドコミュニティの形成やデータ主導の革新的なマーケティングモデルを確立します。この段階的な進化は、各ステージで得た顧客理解の深化を次段階の戦略へ有機的に繋げることを意味しており、最終的には持続的な競争優位性を生み出す強固なDXエコシステムを実現するための戦略的道筋です。

1

短期

- ・ ECサイトの機能強化
- ・ SNS情報発信の強化
- ・ 顧客データの整理

2

中期

- ・ 顧客データ分析の高度化
- ・ CRMの活用
- ・ 顧客体験の向上

3

長期

- ・ ブランドコミュニティの形成
- ・ データ活用マーケティング
- ・ 新たな販売モデルの構築

KPI

DX推進のKPI

DX推進の成果を多角的に評価し、持続的な成長を実現するため、以下の4つの主要指標（KPI）を設定します。定量的な評価により、施策の有効性を客観的に判断し、データに基づく改善サイクルを継続します。

EC

売上の成長

2028年度までに

EC売上20%増

SNS

フォロワー数の増加

数値目標

フォロワー合計5万人

LTV

リピート購入率の
向上

リピート率
10%向上

CS

顧客満足度の向上

初回対応30%短縮

満足度90%以上

サイバーセキュリティへの取り組み

DXの推進はビジネスの利便性を飛躍的に高める一方、顧客データの漏洩やシステムダウンといった新たなサイバーセキュリティリスクを増大させます。私たちは、これらの脅威から貴重な顧客情報とECシステムを守るため、多層的な防御策を講じています。具体的には、最新の暗号化技術の導入、定期的な脆弱性診断、および社内IT機器の厳格な資産管理を徹底し、セキュアなデジタル環境を構築しています。

また、技術的な対策のみならず、従業員一人ひとりの意識向上が不可欠であると考え、定期的な情報セキュリティ研修を実施しています。私たちが掲げる「情報セキュリティ基本方針」の5つの柱は、組織としてのガバナンス強化とリスク管理の根幹を成すものであり、事業継続の基盤となります。これらの取り組みを徹底することで、顧客からの信頼を揺るぎないものとし、安心・安全な購買体験を提供し続けることが、私たちの社会的責務であると考えています。

情報セキュリティ基本方針の柱



経営者の責任

経営層が情報セキュリティを主導



社内体制の整備

管理体制・ルールの明確化



従業員教育

定期的なセキュリティ研修の実施



法令遵守

個人情報保護法等の関連法令への対応



事故への対応

インシデント発生時の迅速な対応体制

まとめ

DX推進による未来像

タニカ電器販売株式会社は、デジタル技術を駆使して「発酵文化の普及」というミッションを大きく加速させます。私たちが推進する「販売DX」「コミュニティ」「安全・安心」の3つの柱は、それぞれが独立したものではなく、相互に作用する統合的なエコシステムとして機能します。

ECサイトにおけるデータ分析に基づく最適な商品提案（販売DX）は、顧客一人ひとりに寄り添った新しい関係性を生み出します。さらに、SNSを活用して個別のニーズを共有・共鳴させる場（コミュニティ）を醸成し、強固な情報セキュリティ（安全・安心）がその基盤を支えることで、顧客は安心して発酵の楽しさを体験できます。デジタル技術と発酵という古き良き文化を融合させることで、食卓に新たな価値をもたらし、より豊かで健康的な食生活の実現に貢献してまいります。



販売DX

EC高度化で顧客ニーズに応じた最適な商品提案を実現



コミュニティ

SNSとデータを活用した発酵文化コミュニティの形成



安全・安心

情報セキュリティ強化による顧客データの適切な保護

デジタル技術と発酵文化の融合により、顧客との新しい関係性を構築し、豊かな食生活の実現に貢献してまいります。