

知的資産経営報告書



佐賀冷凍食品株式会社
(ブランド名：かねすえ)

栄 | かねすえ
創業明治二十五年



目次

1. ご挨拶	P 3
2. 事業概要	P 4
3. 佐賀冷凍の歴史	P 6
4. 商品紹介	P 8
5. 現在価値ストーリー	P 1 1
6. 知的資産の紹介	P 1 2
7. 経営環境	P 1 8
8. 今後の事業展開	P 2 0
9. あとがき	P 2 2

「知的資産報告書」とは

「知的資産」とは、従来のバランスシートに記載されている資産以外の無形の資産であり、企業における競争力の源泉である人材、技術、技能、知的財産（特許・ブランドなど）、組織力、経営理念、顧客とのネットワークなど、財務諸表には表れてこない、目に見えにくい経営資源の総称を意味します。

「知的資産報告書」とは、目に見えにくい経営資源、すなわち非財務情報を、債権者、株主、顧客、従業員といったステークホルダー（利害関係者）に対し、「知的資産」を活用した企業価値向上に向けた活動（価値創造戦略）として目に見える形で分かりやすく伝え、企業の将来性に関する認識の共有化を図ることを目的に作成する書類です。経済産業省から平成17年10月に「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表されており、本報告書は原則としてこれに準拠して作成しております。

1.ご挨拶

創業100年以上の歴史で築いたネットワークを活かして、地元佐賀を中心とした生産者から素材を直接仕入れています。

その時々旬な情報や、美味しい食べ方など、生産者の声を活かした商品開発で、新鮮獲れたての味、生産者の思いを、そのまま食卓へお届けします。

また、地元で食品関連事業を行ってきた地域とのネットワークを活かし、地元の生産者とのサプライチェーンの構築と素材の調達ほか産地問屋としてのノウハウと、首都圏・関西圏などの積極的な展示会出展による販路開拓・求評活動を通じた品質重視の販売チャンネルの開拓から、マーケットインの発想で地元の一流の料理人(和食・洋食・中華)の協力による素材を活かした調理技術による商品開発でブランド力を高め営業活動に取り組んでいます。

問屋業・冷凍食品製造業として、地域密着型の営業体制と時代の変化に適応した商品を取り扱い、全国のお客様へお届けし、今日を迎えております。



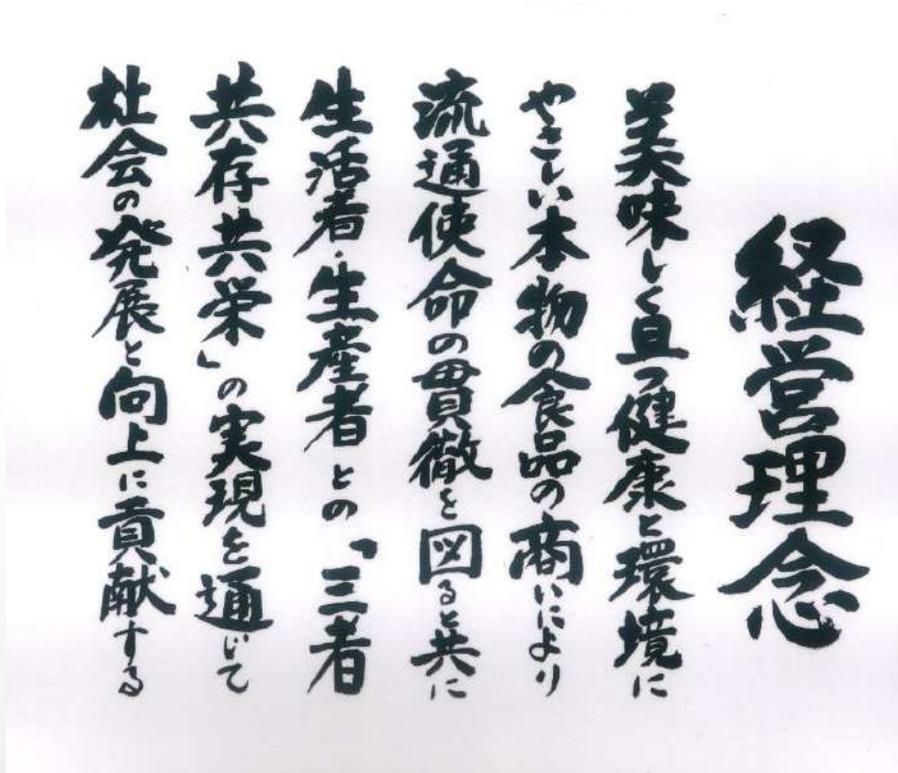
代表取締役 古賀 正弘

2.事業概要 (1)

事業内容

弊社は、地域に根差す商いを目標に明治25年に雑貨商を業として始めました。その後、昭和48年に食品卸売業として法人化を行いました。そして、平成8年より地産の特産食品の取り扱いを行い、そこで良質な素材を作る生産者の方々との出会いがありました。そこで平成20年より、地域の素材を使用し極力添加物を使用しない、冷凍の料理の製造を始めております。

経営理念



2.事業概要 (2)

冷凍料理づくりのコンセプト

「産地」「素材」「調理」「安全」「流通」に拘り、素材選びから調理・流通に至る全ての工程において少しでも妥協をすると素材の美味しさが損なわれます。本当に美味しい料理をお客様へお届けする事を考え、日々製造する事を心掛けています。

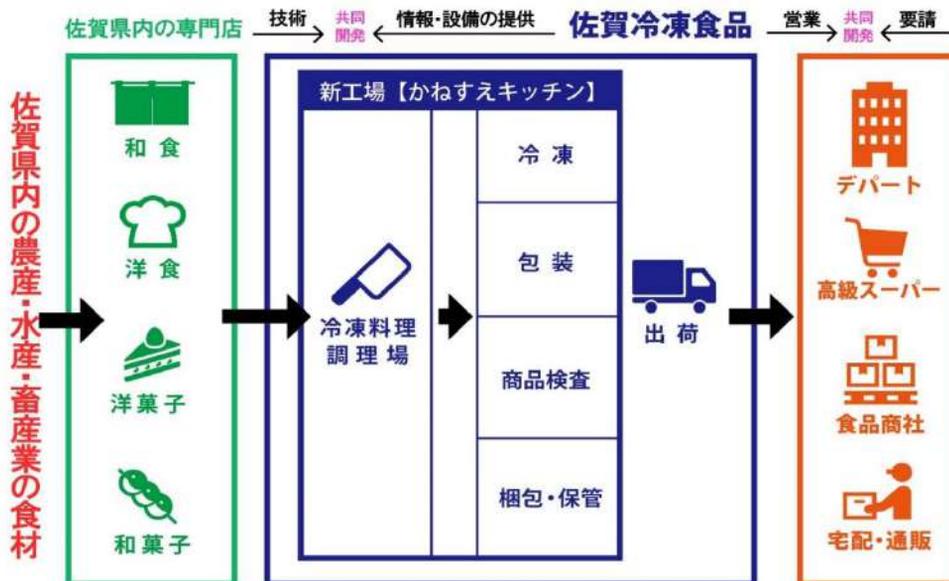
製造業を取り組むにあたっての方向性

佐賀県産の良質食材を使用し、家庭の味を大切にした調理にこだわることで、既存の冷凍食品との差別化、高い付加価値の創造による冷凍料理を目指しています。

また、冷凍のメリット「品質保持」「流通容易性」「時短対応」「簡便性」を活かした様々な消費者ニーズにマーケットインの発想で対応

- ・食品卸商社からの、小売・宅配用冷凍米飯・惣菜提供ニーズ
- ・海上自衛隊ほか船舶関連からの、乗員や乗客の手作り弁当のニーズ
- ・大手百貨店からの、高級料亭と同等の宅配弁当としてのニーズ
- ・医療、福祉施設からの地域産の安心安全の供給ニーズに沿った美味しさも追求しています。

製造部門のフロー図



※「かねすえ」は、当社製造部門のブランド名です

3.佐賀冷凍食品の歴史

	年 代	主な出来事	エピソード	蓄積した知的資産
創 業 期	明治25年	創業者 古賀 末吉が地域で雑貨小売商を営む	現在使用している「かねすえ」ブランドの前身である末吉の末を使用した屋号「かねすえ」が誕生	「かねすえ」のブランド誕生
	昭和4年～昭和30年	現在のコンビニのような形で小売商店舗を開業	店舗と並行し、配置業の考えを基に家庭に生活必需品を置き売り・販売	チャレンジ精神
	昭和35年	古賀欽一が冷菓の卸を始める		小売業全般のノウハウ蓄積
	昭和40年	先々代 古賀 達一が一足先にミニスーパーを開業	食品から日用品・履物・衣類等に総合的に取り扱い	
激 動 期	昭和45年	現社長 古賀 正弘が学生時代に、土・日曜日を利用し100円均一を公民館で行う。	当時は、100円均一での販売が目新しく大盛況した。	お客様視点での販売の考え
	昭和45年	商店経営から法人化を行い、佐賀冷凍食品株式会社となる	法人化し先代と共に本格的な会社経営を行っていく	人脈作りの大事さを先代より受け継ぐ
	昭和46～47年	アイスクリーム・冷凍食品の台頭により販売を開始	当時県内でも冷凍食品・アイスクリームを併売する卸は少数であった。	
	昭和51年3月	現社長が承継に伴い、代表取締役に就任	先代の急逝により若干21歳で事業経営を行っていく	のれんの重さ・信用力の大切さ
	昭和55年～59年	食品業界競争激化等の様々な要因で会社が不安定な状態に陥る	不安定な状態になりながらも、周囲の方からの支援の下経営立て直しに成功	

転換期

年代	主な出来事	エピソード	蓄積した知的資産
平成4年 11月	現住所へ新社屋を建設し移転	社屋移転や好景気にも恵まれ業務拡大を図った	
平成6年 ～平成8年	牛乳宅配の職域を広げ、佐賀のふるさと食品をスーパーや宅配で販売を行う。	この頃より、地域特産品の取扱を徐々に増やしていく	小規模の6次化商品販売ルート確立へのノウハウ蓄積
平成10年	全国牛乳流通改善協会の事例発表で農林水産大臣賞を受賞	講評で、生産者と流通を繋ぐ事への評価が、産地間屋として進む使命感が目覚めた。	共存共栄を目指す商人としての生き方・役割の自覚

成長期

平成12年11月	全国の牛乳販売店8店で共同企画販売組織化を行った（グリーンネットワークシステム）	現在行っている、地域の会社と取り組みを行っている共同販売組織化の基礎を作った。	経営理念の大切さと共通の経営目的の具現化
平成15年～17年	県外資本のスーパーの参入により競争激化となる。	競争激化により、新たな販路先として自衛隊などの特需先の開拓を行っていく	卸・流通業の変化と資本力の違いを目の当りにし複数の柱を構築し産地間屋としての独自性の追求を目指した
平成18年～平成20年	この頃より、製造業に本格的に参入を行う。冷凍おにぎり 1個 300円の販売	製造を始めたころは、会社の食堂を改築し田舎の食事処のような厨房としてスタートした	創業時の、屋号「かねすえ」を使用し、ブランド確立を目指しました
平成27年8月	全国で初めて海上自衛隊へ冷凍弁当を納入	商品の取り扱い種類も豊富になり、販路先も関東・関西が主になる。	展示会等の継続出展によるマーケットインの実現
平成29年3月	販路拡大・生産量増加に伴い新工場を竣工	地域未来牽引企業に選定される等、少しずつ会社として成長をしている途中である。	共存共栄や連携力による経営力向上について 日々の業務における凡事徹底の重要性

3. 商品紹介 (1)

おもてなし寿司

「おもてなし」という言葉には、「目に見えるもの、見えないものを以って成す」という意味を持ちます。

目に見える美しさと目に見えない味をお客様に満足頂くために、お寿司の美味しさを冷凍食品で再現に努めました。

この商品は、某スーパー様よりの商品開発依頼で仕入担当者様・和食料理人の方と一緒に商品開発を1年かけて行いました。



おもてなし寿司	
素材	新鮮な九州産の素材、特に人気の高い海鮮素材を中心としている。さらに、当社のおもてなし寿司は、1個に、2種類の素材を使用している。
量感	通常、てまり寿司は、1個30g程度の大きさであるが、おもてなし寿司は、1個80gであり、約2.5倍の大きさ。食べ応えも重視している。
価格	テスト販売を行った商品は、10個で5000円であった。上記にあるとおり、量感は、通常のでまり寿司とは全く異なるレベルであるが、割高感があったと考えられる。量産化できれば、原価引き下げが実現でき、普及品の製造、販売もできる。
リピート率	満足していただいた顧客のリピート率は、高まっています。

3. 商品紹介 (2)

九州おにぎり倶楽部

九州でも米どころである佐賀のお米を使用し、九州産の鯛・佐賀の銘柄鶏などの骨からしっかりと自社で出汁を取り、風味も味にもこだわり一つ一つ丁寧に作りました。

極力添加物など使用しない事を心掛け、お召上がり頂く方に安心して頂けるように原材料本来の味を引き出しました。



煮あなご丼&酒蒸しあなご丼

長崎県対馬で取れた一級品のあなごを贅沢に使用し、うまみ凝縮の煮あなごと、香りも良い酒蒸しの2つの味が楽しめるあなご丼です。



あまおうタルト

レストランのシェフが一つ一つ手作りする本格タルトです。

あまおうを旬な時期に凍結することで、通年美味しいあまおうタルトをご提供できます。

シェフのこだわりはお召上がり頂く全員の方に本当に美味しいものを食べて頂きたいとの思いから、妥協する事なく料理・タルトを作られています。



3. 商品紹介 (3)

佐賀牛ハンバーグ

佐賀牛を100%使用したハンバーグ。佐賀の広大な平野部白石で育ったたまねぎを使用し、手ごねによりふんわりとした食感となっております。肉の旨みと香りにご満足頂けるハンバーグです。



レンジDEステーキ (佐賀牛)

上質な旨みと柔らかな肉質の佐賀牛を醤油ベースの和風ベースの和風ソースで仕立てた極上ステーキをレンジで温めるだけで、シェフの味をご家庭でお楽しみいただけます。



このステーキも、某百貨店様よりの依頼で自宅で手軽に美味しいステーキをお客様へお届けしたいとのご要望から、洋食料理人の方と仕入れ担当者の方と共に2年かけて開発を行った商品です。

平成26年7月「レンジでステーキ」が佐賀新聞、西日本新聞に取り上げられました。

独自の冷凍技術を生かし、電子レンジで簡単に調理できる佐賀県産牛ステーキとして注目を浴びました。

その他にも、日本テレビ「世界一受けたい授業」の制作スタッフからも、安心安全に加えて、簡単調理という画期的な新商品として関心を持たれました。

2015年(平成27年)9月5日(土曜日)

佐賀新聞

さが政経ワイド【食・農】

レンジで佐賀牛堪能 佐賀冷凍食品が首都圏展開



「レンジDEシリーズ佐賀牛ステーキ」を試食する林芳正農相(左)と古賀直弘社長(東京ビッグサイト)

小坂町刈町の佐賀冷凍食品(佐賀県佐賀市)は、レンジでステーキを電子レンジで簡単に調理できる佐賀牛の基準を「レンジDEシリーズ(佐賀牛ステーキ)」を開発した。佐賀牛の基準を「レンジDEシリーズ」で実現した。8月16日、19日に東京ビッグサイトで開催された「食の未来」で、林芳正農相(左)と古賀直弘社長(東京ビッグサイト)が試食した。

「レンジDEシリーズ佐賀牛ステーキ」は、独自の冷凍技術を生かし、電子レンジで簡単に調理できる佐賀県産牛ステーキとして注目を浴びました。このステーキも、某百貨店様よりの依頼で自宅で手軽に美味しいステーキをお客様へお届けしたいとのご要望から、洋食料理人の方と仕入れ担当者の方と共に2年かけて開発を行った商品です。

「レンジDEシリーズ佐賀牛ステーキ」は、独自の冷凍技術を生かし、電子レンジで簡単に調理できる佐賀県産牛ステーキとして注目を浴びました。このステーキも、某百貨店様よりの依頼で自宅で手軽に美味しいステーキをお客様へお届けしたいとのご要望から、洋食料理人の方と仕入れ担当者の方と共に2年かけて開発を行った商品です。

「レンジDEシリーズ佐賀牛ステーキ」は、独自の冷凍技術を生かし、電子レンジで簡単に調理できる佐賀県産牛ステーキとして注目を浴びました。このステーキも、某百貨店様よりの依頼で自宅で手軽に美味しいステーキをお客様へお届けしたいとのご要望から、洋食料理人の方と仕入れ担当者の方と共に2年かけて開発を行った商品です。

4. 現在価値ストーリー

お客様から頂いている価値

商品が豊富にあり、お客様が買いたいと思う商品がある事
 お客様より、相手の方から非常に喜んで頂いたなど「美味しい」「贈って良かった」との感謝の声がある。



お客様にお届けしている価値

安心・安全で商品の原材料の良さ、作り手の技術力。冷凍食品と言う特徴を生かした、簡便性・手軽さ・レストランで食べる味を再現し提供をする事などのメリットを提供



佐賀冷凍食品

素材調達力
 情報収集力
 新工場設立
 従業員の商品づくりを真摯に取り組む力



地元有名シェフ等によるメニュー開発

安心安全に食べられる「冷凍料理」を作る。
 冷凍弁当、おもてなし寿司、レンジDEステーキ等



「安心・安全」な冷凍料理を製造する為の連携先

シェフの調理技術の高さ
 地域の事業者・農家の方の原材料作りに妥協しない



商品づくりのこだわり

冷凍料理作りに関する全てに妥協をしない。
 長年築いてきた生産者とのつながり、シェフとの連携で妥協なき味を届ける

地元有名シェフ・地元生産者・従業員による冷凍料理作りを支える良好な関係づくり

県内事業者との連携

6次化推進のため地域の会社・農家の発展を目指し研究会を主催し団体化を目指す。
 原材料などについての良い情報交換を行える



経営理念

美味しく且つ健康と環境にやさしい本物の食品の商いにより流通使命の貫徹を図ると共に生活者・生産者との「三者共存共栄」の実現を通じて社会の発展と向上に貢献する



県内の会社様と連携し地域活性化を目指す



安心安全に食べられる「冷凍料理」を作る

5. 知的資産の紹介 (1)

お客様へお届けしている価値。

佐賀冷凍食品がお客様へお届けしている価値は、冷凍の料理を通じて「安心・安全で本物の料理」を食べて頂くことです。長年産地間屋として培ったネットワークを活用し、県内において食品へこだわりを持たれている生産者、お客様へ喜んで頂く為に料理に対する妥協をしないシェフの方、自社従業員の製造に対する真摯な取り組みを行っております。そういった中で、お客様に安心・安全・美味しい料理といった価値をお客様へ提供しております。

お客様から頂いてる価値

商品が豊富にあり季節ごと・イベントごと等様々なニーズに対応が出来るために、商品の魅力があるとおっしゃって頂ける。

極力添加物を使わず、原材料の生産から商品製造に至るまで妥協をしないため「美味しかった」「また買いたい」等お褒めの言葉を頂く。

理念資産

経営理念に基づいた、「安心・安全・本物の食品の流通を実現する」という想いは昭和48年設立以降変わることはありません。また、地域に根差した商いの歴史を礎に次世代への食文化継承と冷凍料理の美味しさを追い求め続けます。

自社に特別な技術は有りませんが、その代わりにお客様へ本当に美味しい料理を提供したいという想いをもち、自社に関わる全ての人と一緒に冷凍料理を作ります。



経営革新計画認定書



5. 知的資産の紹介 (2)

関係資産

積極的に食品展示会へ出展を行う事で主に関東へのお得意先が出来ました。展示会へ多く出展していることで、知名度も徐々に上がり「特徴ある商品の製造」をしている会社としても認識されだしている。

また、これまで金融機関様や商工会様などにサポートをして頂いているおかげで、新たな仕入先のご紹介・補助金などの案内等多方面からのご支援を頂けている。

取引先企業、金融機関等との信頼関係による情報収集・商品開発・販路開拓などの業務提携も行います。



5. 知的資産の紹介 (3)

関係資産

積極的に食品展示会へ出展を行う事で主に関東へのお得意先が出来ました。展示会へ多く出展していることで、知名度も徐々に上がり「特徴ある商品の製造」をしている会社としても認識されだしている。

また、これまで金融機関様や商工会様などの支援機関の方々にサポートをして頂いているおかげで、新たな仕入先のご紹介・補助金などの案内等多方面からのご支援を頂けている。

ALLさが6次化チームとコラボ時の商品化フロー及び連携スタイル

	①	②	③	④
1.得意先より提案要請	価格 仕様	商品レベルを 決める	試作 原価計算 原材料表	試作品送付 ↓(OK) デザイン制作 (パッケージ、シール)
◎コンセプト	デザイン			
専門店やプロとコラボする時のスタイル				撮影
①専門店で作る	1.包装迄完結	究林登		○表示ラベル作成 ・原材料チェック
②専門店から材料、たれ、ソースの供給を受ける(監修)	2.原材料供給	究林登		・アレルギー ・細菌検査 ・栄養成分
③当工場に来て頂き 当社スタッフと調理	3.食材等は佐賀冷凍で 全て調達	・究林登 ・マリトピア(シャンリー) ・あかねいろ(スイーツ)		・栄養価 cal ・賞味期限
④調理技術指導 (レシピ作成)				○新規は工場検査

地元メーカー・問屋・生産者とのつながり

地域で築いたメーカー・問屋・生産者との連携によって独自のローカル情報を得ることができ、その時々で旬な商品をお届けいたします。



七島農産



マルハ園芸



弥川畜産



玄海水産加工

和洋中のプロとの連携による高い調理技術

地元の有名シェフとの連携で、冷凍料理に適した調理技術の研究を行っています。



マリトピア シャンリー
オーナーシェフ 立岡氏



有田チャイナオンザパーク
究林登 シェフ金堀氏



調理のプロ集団

5.知的資産の紹介 (4)

人的資産

繁忙期等の忙しい時期においては、別部署からの応援体制を確立することで社内での助け合う風土が出来ている。

営業に関しては、自社人員のみの営業だけでなく外部へ営業委託を行う事によって、これまで以上の営業成果が出始めている。

また、自社単独だけでなく他の事業者シェフなどいつでも連携できる資産があります。



画像左:香港でのレンジDEステーキの出展ブース。レストラン究林登シェフ・金堀氏も同行。画像右:好評で人だかりのできた出展ブース周辺。

組織・技術資産

当社においては、1社単独での仕事を行っていただくだけでなく地域の生産者・事業者の方と一緒に、仕事を進めていきたいと考えております。そのために、連携をしっかりと図り佐賀の良い素材を、佐賀のレストランシェフの技術を活用しより美味しく仕上げ全国のお客様へお届けしています。

また、共同組織化も視野に入れて現在は地域の事業者の方を集めて、一緒に佐賀を盛り上げていくために、勉強会などを行っています。

本物の食品を三者共存共栄で社会の発展と向上に貢献する



顔が見える
安心・安全



佐賀の食のブランド
イメージ向上

マーケットインの視点



5.知的資産の紹介 (5)

組織・技術資産

当社は、平成29年3月にHACCPに準拠する新工場を建設し竣工致しました。食品工場への衛生管理基準の浸透、食品に対する安心・安全などの関心の高まり等の環境に対応できるだけの工場を持っています。また、新工場設立に伴い生産量の拡大を図れています。従業員の衛生管理への意識を高めるため、衛生管理研修を週1回程度は必ず行っております。今後、衛生管理についてはこれまで以上に高いレベルで求められてくるようになるので、それに対応できるように、衛生管理基準を高めていく必要があります。

佐賀産品を使用した弁当・惣菜イメージ図



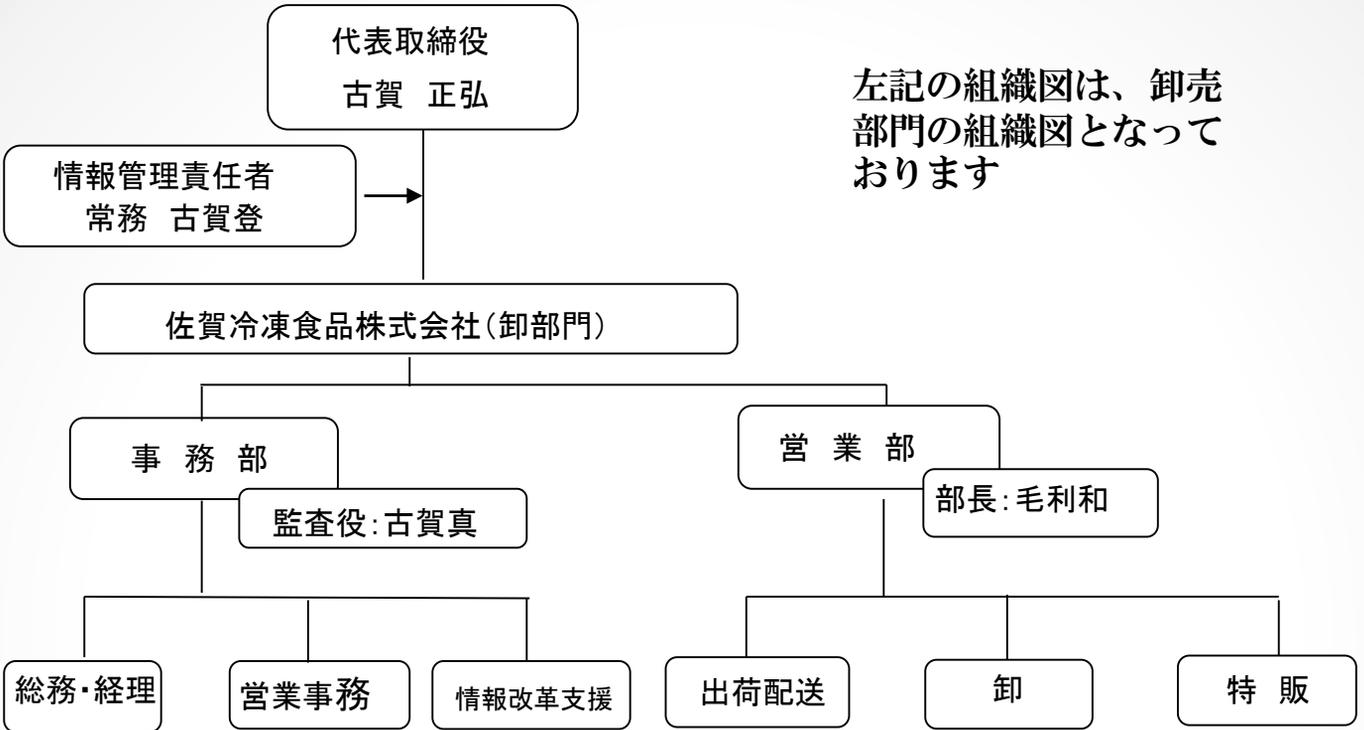
新工場外観



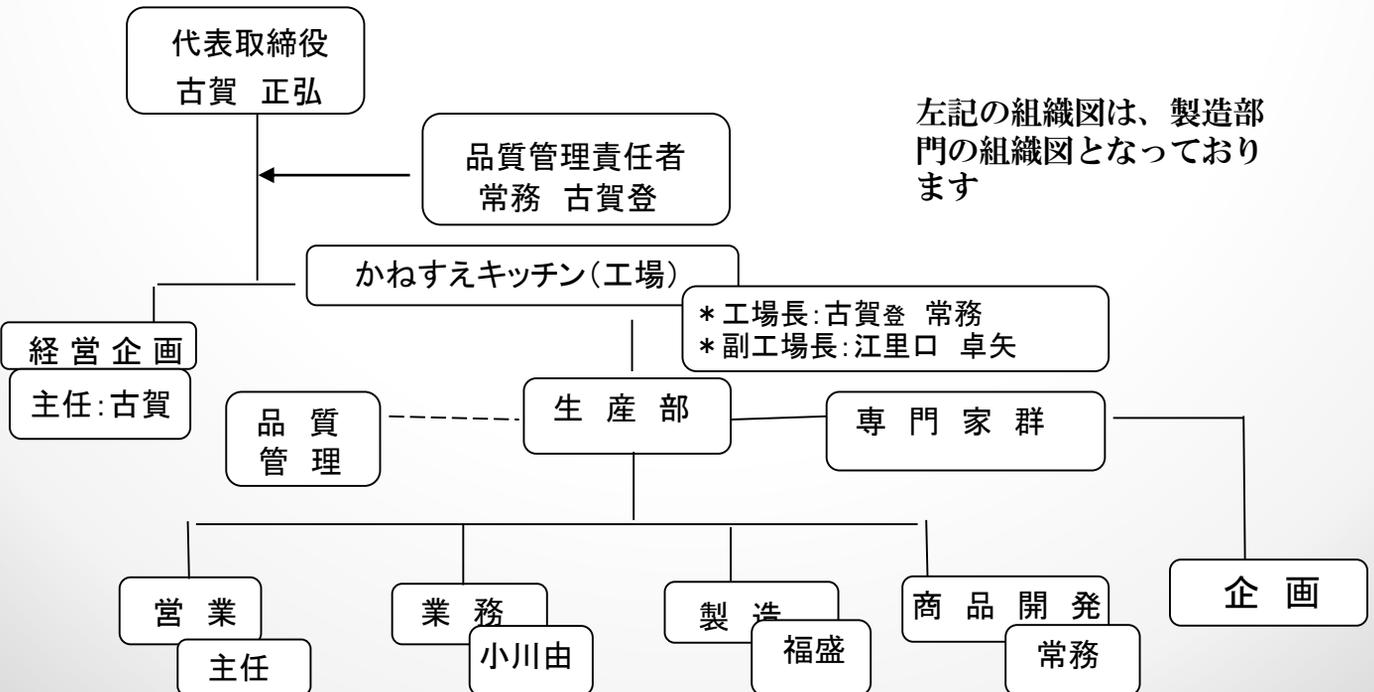
画像右:HACCPに準ずる品質管理を実現する厨房設備。

5.知的資産の紹介 (6)

人的資産 (組織図)



左記の組織図は、卸売部門の組織図となっております



左記の組織図は、製造部門の組織図となっております

6.経営環境 (1)

冷凍食品業界と当社

冷凍食品の消費量としては、平成元年から比べると2倍増加している（日本冷凍食品協会調べ）。また、利用している目的の理由を調べると、「簡単・便利」「保存が効く」「美味しい」「自分で作れない」「安心・安全」等の多数の理由が挙げられた。消費者の冷凍食品への需要は、年々増加している傾向にあると考えられます。

しかしながら、近年の食品偽装問題等で消費者の食品に対する不信感も強まっています。その為、食品を購入する際に無農薬・無添加等といった「安心・安全」のニーズが高まっていると感じられます。また、地域産品を使用した食品など特徴ある商品に対しても焦点が当てられており、メディアなどを活用し地域産品・地方の食文化と言うものにも興味を持たれ始めています。

また、2020年に行われる東京オリンピックを目途に、食品工場ではHACCP等といった衛生管理基準の取得が浸透すると言われている。より一層衛生面への配慮も求められていくのではないのでしょうか。

食品を取り巻く環境が目まぐるしく変わりつつある時に弊社においては、このような状況は良い機会であると捉えています。まず、お客様のニーズとして前述した様に「安心・安全」といったニーズや、地域産品への興味も高まっています。

弊社においては、消費者が求められているものをしっかりと把握する事で、地方にある会社として地域産品を使用し「冷凍の料理」として、「安心・安全」と大量生産では作る事の出来ない、家庭で食べる味・レストランで食べるといった「本当の食品」を消費者の方へ提供する事が出来ます。このような、地方にある会社としての強み・資産を十分に活用し「冷凍の料理」として提供し続けることで、お客様より必ず買って頂けると考えられます。



6.経営環境 (2)

冷凍食品業界と当社

下記の冷凍弁当は、海上自衛隊からの依頼で艦船の中で火を使わずに、お正月らしいものをお正月に隊員の方に食べて頂きたいとの栄養士さんからの声で作りました。当初は、製造に手間がかかり大変でしたが現在は全国の自衛隊にも広がりを見せています。

また、この冷凍弁当を作ったことにより自衛隊以外のさまざまな企業様から商品に対する問い合わせが多々あります。バイヤー様との商談の中でも、弊社の手作り感のある冷凍弁当は、他社には少なくかつ衛生管理もしっかりとされている所は少ないとの評価も頂いております。今後は、マーケットインの視点を基によりお客様に買って頂ける冷凍弁当に仕上げていく必要があると考えております。

平成27年度 海上自衛隊初の商品化企画 冷凍弁当



大震災を始めとした激甚災害には、救命が最優先。当社ができることは、食をつなぎ、届けること。自然解凍で美味しく食べられる冷凍弁当を生産、供給できる体制を構築。緊急時・被災地に向け、家庭、故郷の味を届ける食のライフライン確保に貢献します。H29年12月には海上自衛隊佐世保、呉、大村、鹿屋、岩国基地へ冷凍弁当を納入しています。

一人用贅沢弁当



海上自衛隊佐世保総監部に停泊中の護衛艦(非常時だけでなく平常時も多くの隊員の方々が乗船されています。この規模の艦艇では、1回の食事でも数百名の分が必要となります。)

7. 今後の事業展開 (1)

将来ビジョン

弊社の将来ビジョンは、これまで「セコム」の食」や「生協」などといった品質にこだわる消費者向けの販路開拓につながるとともに、海上自衛隊で初めて取り組む冷凍弁当の開発を行い採用に至りました。

平成29年3月には、HACCPに準拠した新工場の整備を行い、今後は大都市圏や海外展開での更なる販路開拓を図っていきたくと考えております。

また、流通業のノウハウと新工場でのものづくりを核としながら、生産者、食品加工業者、商工団体などと連携したALLさが6次化研究会（仮称）を発足させ、小規模な個々の事業者では難しい、都市圏または大手商社向けの販路拡大に向けた取り組みを行いながら、県内食品産業の集積を図っていきたく。

地域の一次産業および二次産業の方々とのジョイント役として、地域全体で顧客満足の実現を求め共生していきたくと考えております。そのために、理念を共有し必要な連携を行い、将来的には県内に、食品関連企業の「6次化産品ベルト地帯」としての食品工場団地を構築して、佐賀の食品産業と連携し平成29年12月に経済産業省より選定された「地域未来牽引企業」として三者共存共栄と地域発展への貢献を実現に向けて取り組んでいきます



**地元1次・2次・3次産業者の力を結集し
佐賀のお米・もち米・農産物・海産物の
美味しさをアピール
観光循環型も目指し地域貢献**



洋食レストラン



・かねすえキッチン
佐賀冷凍食品株式会社



中華レストラン



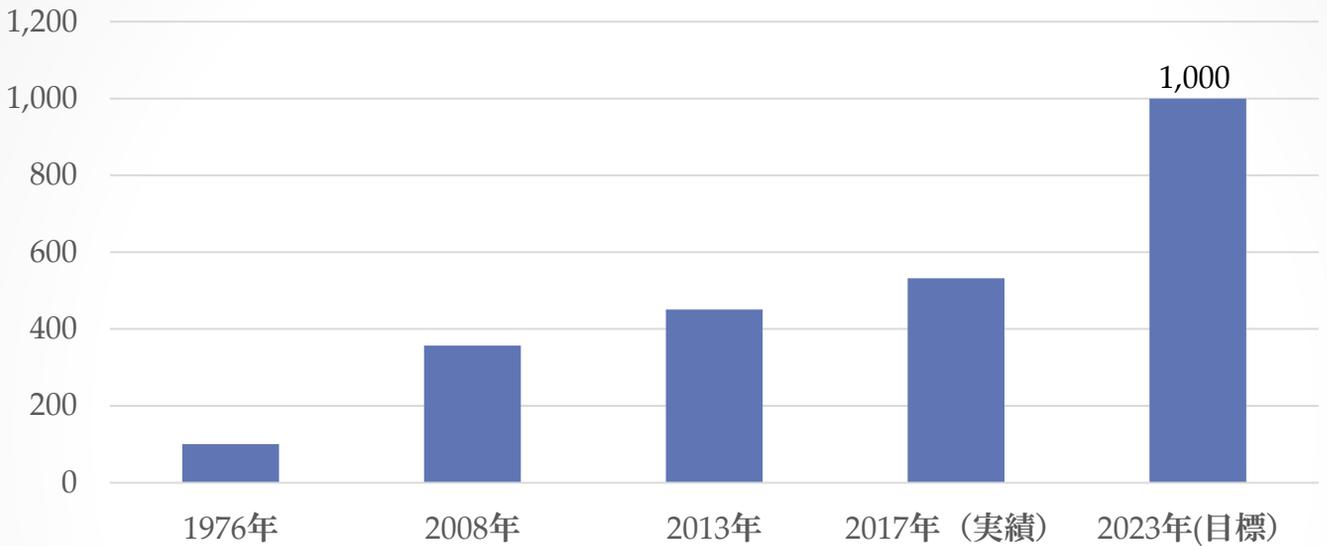
旅館

7. 今後の事業展開 (2)

将来ビジョン (売上高等計数目標)

売上高

単位：百万円



1976年は、現代表就任時の売上高です。

2008年は、製造分野に参入をした年度となっております。

2013年は、商品種類が豊富になり始めたこと、販路が徐々に拡大し始めた年度です。

2023年の目標売上高は、

単位：百万円

	2017年 (実績)	2018年 (見込み)	2019年 (目標)	2020年 (目標)	2023年 (目標)
①売上高	532	550	610	700	1,000
②経常利益	5	3	5	7	11

7. 今後の事業展開 (3)

海外輸出の展望について

弊社の今後事業展開のひとつに、海外輸出も想定しております。現在、弊社の冷凍おにぎりは香港へ輸出をしておりますが、今後冷凍した日本食のニーズはさらに高まると現地のバイヤーの方がおっしゃられていました。

海外では、日本の様に家庭で調理をするという習慣があまり無い国もあります。そのような国にも「電子レンジで手軽に美味しい日本食を」、輸出を行っていかうと考えております。

世界的にも日本食の消費は増えており、特にお寿司などはどの国でも大変人気があり日本オリジナルの寿司だけでなく、各国の創作寿司なども出てきています。しかしながら、海外の場合現地で日本人が作る寿司は少ないと聞くこともあります。そのため、現地の方は伝統的な日本のお寿司を食べていないことも考えられます。そうしたことから、日本国内で取れた海産物・畜産物を日本の和食料理人が作りそれを冷凍し輸出することで販路拡大や売上高増加にも繋げられると考えられます。

ただ、近年ヨーロッパやアメリカ・アジアなどではHACCPなどの衛生管理基準が厳しくなり、それらの認証を取得したものでなければ輸出を行えない等の課題もあります。そして、我々のような中小企業においては言葉の壁・海外の法律・習慣等々多くの課題もあります。そのような障壁をどのように解決していかなければいけないのか、専門家の方や海外輸出を得意としている企業様に相談を行っていきながら課題解決をしていく必要があると考えております。



8.あとかぎ

知的資産についての研修前

- ・自社の強み・弱みについては社長のみ把握しているような状況で、私自身よく知りませんでした。
- ・なんとなく感じていたこと、なんとなく知っていた様な気になっていた等とても漠然としたものになっていました。
- ・知的資産とは良く聞くけれど、実際には自社の強み・弱み程度の考えで、よく知りませんでした。

知的資産についての研修後

- ・自社の知的資産は、ただ単に強み・弱みだけでなく自社に関わる人・周囲の方々から目に見えない形で、たくさんの資産を頂いていたことが分かりました。
- ・知的資産の蓄積を行っていく上では、会社のこれまでの歴史を知ることが大事であり、報告書を作成していくまでは知らないことも多くありましたが、作成していく中でこれまで知らなかった会社の歴史を知ることが出来ました。会社の歴史を知ることが、非常に大事であると感じました。
- ・知的資産報告書を作成したことにより、他の方へも配布できるようになり、佐賀冷凍食品が今後どのような方向へ進んでいくか等が、これまで社長の頭の中だけであったものが他の方へも分かり易く開示出来るようになったので、有効活用し社員の方とも今後の方向性の共有が行いやすくなりました。
- ・最後に、この報告書を完成させることが出来たのは一人だけでは出来ず、3名の専門家の方々と一緒に客観的なご意見、社外の方から見た佐賀冷凍食品の知的資産を教えて頂いたことで、この報告書を完成させることが出来たと考えております。

作成責任者：古賀照基



作成チーム

佐賀冷凍食品

古賀 正弘

古賀 照基

佐賀県中小企業診断協会

地元商工会 指導員

地元金融機関

会社概要

会社名	佐賀冷凍食品株式会社
本社	〒849-0311 佐賀県小城市芦刈町芦溝128-3 TEL：0952-66-4521 FAX：0952-66-4523
工場	〒849-0201 佐賀県佐賀市久保田町徳万2117-1 TEL0952-37-1185 FAX：0952-37-1176
資本金	2,000万円
代表取締役	古賀 正弘
従業員	32名（パート含む）
事業内容	食品卸売業、食品製造業
ホームページ	http://kanesue-saga.jp/

アクセスマップ



本社へのアクセスマップ



工場へのアクセスマップ

本書御利用上の注意

本知的資産経営報告書に掲載しました将来の経営戦略及び事業計画並びに附帯する事業見込みなどは、すべて現在入手可能な情報をもとに、当社の判断にて記載しております。そのため、将来に亘り当社を取り巻く経営環境（内部環境及び外部環境）の変化によって、これらの記載内容などを変更すべき必要が生じることもあり、その際には、本報告書の内容が将来実施又は実現する内容と異なる可能性もあります。よって本報告書に記載した内容や数値などを、当社が将来に亘って保証するものではないことを、ご了承願います。