

# 知的資産経営報告書 2019



玄海漬株式会社

# 目次

あいさつ .....	3
1. 経営理念 .....	4
2. 取組方針 .....	5
3. 事業概要 .....	6
4. 事業（業務）プロセス .....	1 1
5. 知的資産 .....	1 2
6. これからの事業展開 .....	1 9
7. 企業概要 .....	2 4
8. 報告書作成支援機関 .....	2 5

## 代表者あいさつ

お陰様で弊社は、明治中期創業し、会社設立から今年で97年目を迎える事が出来ました。

その間、終始一貫して酒粕にこだわり、酒粕を通してお客様の食卓のお供若しくは地方の特産物として贈って喜ばれる商品づくりに邁進してまいりました。

今日では、ライフスタイルの変化等により日本古来の伝統的産業が衰退していく中、弊社の商品も従来のままでは、厳しい現状にあります。しかし、引き継がれてきた技術を守りつつ時流に合わせたお客様に喜ばれる商品を作り続ける事が今の私たちの役割だと思っています。

この引き継がれた技術等を明文化して次世代に引き継ぐために知的資産報告書を作成することとしました。

この知的資産報告書をもとに会社の存在価値を社員と共有し、社会、地域の方々から必要だと想いつづけられる会社でありたいと思います。

これからも一層のご支援のほどよろしくお願い致します。

2020年1月

代表取締役 高田 庄一郎



# 1. 経営理念

- 常に感謝の気持ちを忘れずに、  
私たちが存在する必要があると社会、  
地域の方々から想い続けられる会社で  
ありたい。
- 代々引き継がれた伝統の味を大切にしたこ  
だわりの逸品を作り続ける。



## 2. 取組方針

- ・まず行動する
- ・環境に配慮する
- ・絶えず情報を発信する
- ・地域に貢献する
- ・キャリア教育
- ・社員の生活を守る
- ・2022年9月に設立100周年を迎えるので、周年事業を実施し、成功させる



# 3. 事業概要

## (1) 沿革

沿革		
年		トピックス
明治 中期		玄界灘で捕鯨が行われた頃、初代 高田庄太郎により魚・鯨等の加工が行われ、名産“玄海漬”が製造された。
大正11年9月	1922	玄海漬(株)として法人化
昭和33年	1958	宮崎敏が五代目に就任
昭和39年	1964	福岡市中央区白金に福岡店を開設
平成18年3月	2006	玄海漬K缶が大阪府知事賞受賞
平成20年2月	2008	高田昌泰が六代目に就任
平成29年9月	2017	福岡支店を廃止し、本社に統合
平成30年8月	2018	玄海漬K缶 OMOTENASHI SELECTION 2018年度受賞
令和元年6月	2019	高田庄一郎が七代目に就任





## (2) 事業内容

### ①各種酒粕漬けの製造・販売

- ・当社では、主に、京都伏見にある河童のキャラクターで有名な黄桜酒造様の酒粕を、ポリタンクに移し工員がしっかり踏み込み、数ヶ月常温で寝かせ、この熟成した酒粕を箱詰めして冷凍保存し、製造に必要な分だけ冷蔵庫から出荷して使用している。
- ・鯨の下あごの軟骨を細かく削って精製し、この酒粕につけ込んだ各種の粕漬けを製造・販売している。
- ・合成保存料・着色料は一切使用せず、昔ながらの手造りである。

#### 【鯨軟骨酒粕の製造工程】



# 【主な製品】

## ① 粕漬け



NO.5  
玄海漬袋入り 120g  
PICK UP  
648円(税込)

購入数  個



玄海漬樽入り 200g  
PICK UP  
1,296円(税込)

購入数  個



NO.6  
玄海漬本舗 珍味 玄海漬(鯨軟骨粕漬)缶  
160g  
PICK UP  
1,080円(税込)

購入数  個



玄海漬K缶3個入り  
160g×3  
PICK UP  
3,240円(税込)

購入数  個



お得な10%引き 玄海漬袋入り 120g×12袋  
PICK UP  
6,998円(税込)

購入数  個



お得な5%引き 玄海漬袋入り 120g×6袋  
PICK UP  
3,616円(税込)

購入数  個



「東一」純米酒酒粕使用 玄海漬袋入り 120g  
PICK UP  
648円(税込)

在庫 73個  
購入数  個



玄海漬小箱入り 70g  
PICK UP  
540円(税込)

購入数  個



玄海漬カップ入り 400g  
PICK UP  
2,592円(税込)

購入数  個



【送料込み36%引き】玄海漬本舗 粕漬 お試しセットA  
PICK UP  
2,900円(税込)

購入数  個



【送料込み35%引き】玄海漬本舗 粕漬 お試しセットB  
PICK UP  
1,800円(税込)

購入数  個



【送料込み37%引き】玄海漬本舗 珍味 玄海漬(鯨軟骨粕漬)お試しセット  
PICK UP  
1,500円(税込)

購入数  個



特上玄海漬袋入り 100g  
PICK UP  
1,080円(税込)

購入数  個



# 【粕漬けのバリエーション】

▼カラフルデザインの人気の化粧箱入り粕漬です!!

と挨拶やプチギフトにぴったりです!



**こばこ玄海漬粕漬**

▼本格ナポリピッツァ専門店とコラボして出来上がった酒粕ピザです!!

信州の薪を使って焼き上げる本格ナポリピッツァ専門店と酒粕のコラボピザ!



**粕漬け屋の酒粕ピザ**

▼香ばしい香りと肥前さくらポークの柔らかな食感が食欲をそそります!

香ばしい香りと豚肉の柔らかな食感が食欲をそそります!



**肥前さくらポークの大吟醸粕漬** 佐賀県産

▼トップに迫る人気商品! たいらぎ貝の肉厚貝柱粕漬

玄海漬をしのぐ人気!!  
柔らかい舌ざわりと貝ならではの風味をお楽しみ下さい。



**貝柱粕漬**

▼当社比150%の貝の多さ! 特上粕漬は満足感いっぱい!

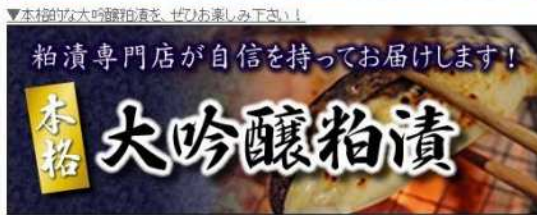
高くなってもいいから貝を増やしてほしい!  
そんなお客様の声にお応えしました。



**貝が多い 特上粕漬**

▼本格的な大吟醸粕漬を、ぜひお楽しみ下さい!

粕漬専門店が自信を持ってお届けします!



**本格 大吟醸粕漬**

▼サラッとした食感でどうぞ! カリカリ食感と粕の風味がバグテン! 野菜の粕漬!

カリカリの食感が人気です!!



**野菜粕漬**

大根、胡瓜、人参、蓮根などを使ったヘルシーな粕漬です!!

▼玄海漬や貝柱粕漬などの人気商品を集めた、贅沢なお試しセットです!

送料無料 **大 お試しセット** 初めてのの方は **絶対コチラ**



玄海漬、貝柱粕漬、海苔粕漬、数の子粕漬、山海漬、カリカリ粕漬、カリカリわさび漬、野菜粕漬 まで8種類入った食べ比べセットです!

## ②その他製品製造又は仕入・販売



あじ開き粕漬(3枚入り)

PICK UP  
540円(税込)



いわし丸干し(8尾入り)

PICK UP  
432円(税込)



さば一夜干し

PICK UP  
432円(税込)



あじ開き(3枚入り)

PICK UP  
540円(税込)



(ちょっとお得) 鯨鮫  
須ベーコン 40g×3

NEW PICK UP  
1,500円(税込)



鯨鮫須ベーコン 40g

NEW PICK UP  
540円(税込)



くじらカレー 200g

PICK UP  
540円(税込)



鯨大和煮 160g

PICK UP  
540円(税込)



【まとめてお得価格15%  
引き】酒粕入り甘酒 900  
ml×6本セット

PICK UP



酒粕入り甘酒 900ml

NEW PICK UP  
1,188円(税込)

在庫 98個



潮吹きしじみ 90g

PICK UP

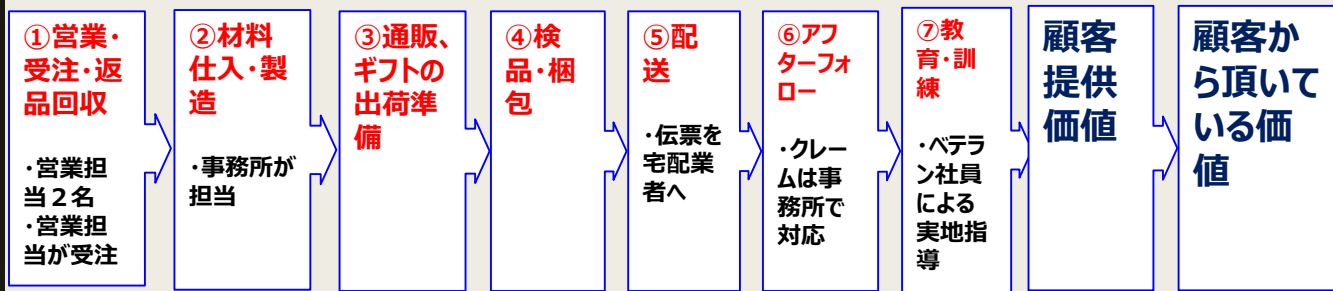


酒粕せんべい

NEW PICK UP  
324円(税込)

在庫 24個

# 4. 事業（業務）プロセス



業務の流れ	他社との差別化に繋がっている取組
①営業・受注・返品回収	<ul style="list-style-type: none"> <li>・勤続20年以上のベテラン社員がいる。</li> <li>・営業担当は、お客様に細かいフォローができる。</li> <li>・お客様とのコミュニケーションは良好であり、信頼関係を構築している。</li> </ul>
②材料仕入・製造	<ul style="list-style-type: none"> <li>・伝統のレシピを把握しており、「玄海漬」の味を守っている。</li> <li>・工場長は勤続50年のベテランであり、当社のいいときも悪いときも経験している。</li> <li>・ベテラン社員が多いため、作業が早い。</li> <li>・商材に恵まれている（培ってきた技術を応用しやすい）。</li> <li>・挑戦する風土があり、何事にも前向きに取り組む。</li> <li>・不良品が少ない。</li> <li>・職人による手作業で、固さを均質にブレンドする。</li> <li>・無添加であり、防腐剤を使用していない。</li> </ul>
③通販、ギフトの出荷準備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・勤続20年以上のベテラン社員が担当している。</li> <li>・製品の知識が豊富であり、ミスが少ない。</li> </ul>
④検品・梱包	<ul style="list-style-type: none"> <li>・包装のスピードが速い。</li> <li>・熟練のスタッフが担当しているので、美しく梱包できる。</li> </ul>
⑤配送	<ul style="list-style-type: none"> <li>・検品・梱包担当者全員が伝票処理できる。</li> <li>・処理スピードが速く、ミスが少ない。</li> </ul>
⑥アフターフォロー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・社長、会長が対応している。</li> <li>・製品に関するクレームは工場長が対応している。</li> <li>・お客様の立場に立し、お客様の話をよく聞く。</li> </ul>
⑦教育・訓練	<ul style="list-style-type: none"> <li>・勤続年数が長いベテラン社員が若手社員を教育・訓練する技術を有している</li> </ul>
顧客提供価値	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当社オリジナルのレシピ、変わらない伝統の味</li> <li>・贈答品</li> <li>・ちょっと辛め（あえてアミノ酸を使っていない⇒甘みがないので、後味がいい）</li> <li>・安全・安心（着色料、保存料を使っていない）</li> <li>・長期保存が可能（4か月）</li> <li>・機能性が高い</li> <li>・調味料代わりに使える</li> </ul>
顧客から頂いている価値	<ul style="list-style-type: none"> <li>・贈答用にふさわしいとの評価</li> <li>・「慣れ親しんだ味」という評価</li> <li>・「長期保存できる」「日持ちする」という評価</li> </ul>



## 5. 知的資産

### (1) 人的資産

- ・社長…謙虚。聞く耳を持っている。行動力ある  
積極的に展示会に出展、他社とのコラボ等  
自社の発展だけでなく、業界全体の発展を考えている
- ・工場長…企画力、行動力があり、チャレンジ精神旺盛。社交的。話題豊富
- ・社員…熟練工が多い 経験豊富 作業が早い 伸びしろがある



## (2) 組織・技術資産

・伝統的に受け継がれている職人技術があり、当社製品の味は真似ができない

(レシピどおりにつくっても当社の職人がつくるものと同じ味を出せない)

- ・レシピと経験と勘を性格に引き継いでいる
- ・玄海漬のマークは商標権を取得している



・酒粕を工員がしっかりと踏み込み、空気を抜き、数か月常温で寝かせ、熟成させる。

・酒粕を漉し機に2回かけて異物を除去する。

・この酒粕を当社オリジナルのレシピにより調味し、調味粕を製造する。





### (3) 情報資産

- ・顧客リスト 基本として3000件（DM等に活用）
- ・営業担当は日報を記録している  
（情報漏れ、報告漏れの防止。情報の共有。日々の振り返り）
- ・製品の製造を毎日記録している  
（製造の流れ等情報の共有ができる。トレーサビリティ対応）
- ・ヤマト運輸の「産直くん」というソフトで管理している  
（楽に顧客抽出できる）

## (4) 風土資産

- ・社内の雰囲気が良い
- ・社員の定着率が高い
- ・毎日、朝礼をしている  
(スケジュールの確認。情報の共有)



## (5) 関係資産

- ・月桂冠（高品質。安定供給。硬めの粕）
- ・前田食品、(有)鶴丸（社長をよく知っていて、相談しやすかった。技術力がある。前向きに取り組む姿勢）
- ・メインバンク（金融支援）
- ・唐津商工会議所（経営支援）
- ・唐津市（ふるさと納税返礼品）



お礼品のキーワードから探す

検索

ふるさと納税とは

マイページ

お気に入り

カート

人気ランキング

お礼品から探す

地域から探す

特集・キャンペーン

「ふるさと納税」ホーム > お礼品から探す > 惣菜・加工品 > 缶詰・瓶詰 > 魚 > 玄海漬(鯨軟骨粕漬)K缶3個セット

お礼品ID:1004456

### 玄海漬(鯨軟骨粕漬)K缶3個セット

佐賀県唐津市

昔懐かしいコリコリした食感が人気の鯨の軟骨粕漬です。

★★★★☆ 4.5 (2)

寄付金額 **15,000円**

 カートに入れる

 お気に入りに登録

※画像はイメージです。  
※注意事項をご確認ください。

「コンビニ決済」「Pay-easy決済」をご希望の場合のご注意

※お礼品の発送は、お支払い確認後となります。  
※お支払い手続きは、申込受付期間中に完了していただきますようお願いいたします。

レビュ=数の多いお礼品特集



詳細はこちら▶

### お礼品の内容・特徴

鯨の軟骨を刻んで調味した酒粕にじっくり漬け込みました。コリコリした食感が人気の昔懐かしい粕漬です。

■原材料:酒粕、ミンク鯨軟骨、砂糖、水あめ、食塩、酒精、唐辛子

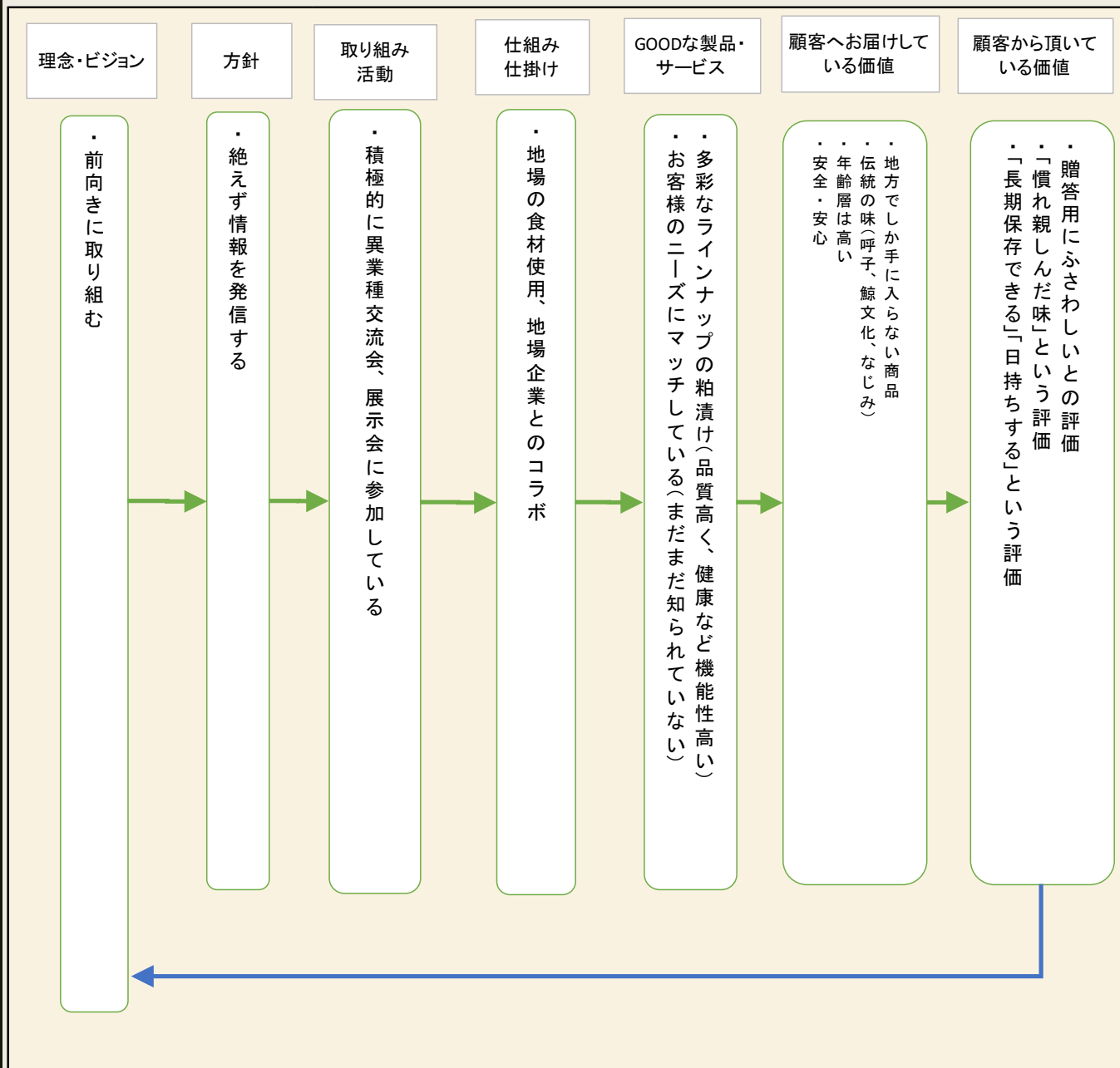
【お願い】開封後は冷蔵庫で保管し、なるべく早くお召し上がりください。

## (6) 物理的資産

- ・幅広い製品ラインナップ
- ・10年前に立て替えた店舗・20年前に建て替えた工場  
(建て替えたことによって集客力が高まった。スペースが確保できた。資材の管理しやすくなった。)
- ・30台駐車可能な駐車場
- ・酒粕由来の甘酒 (アルコール度数が1%未満で、ソフトドリンク対象、軽減税率は8%、独特の風味、ただ甘いだけではない)



# (7) 現在価値ストーリー





# 6. これからの事業展開

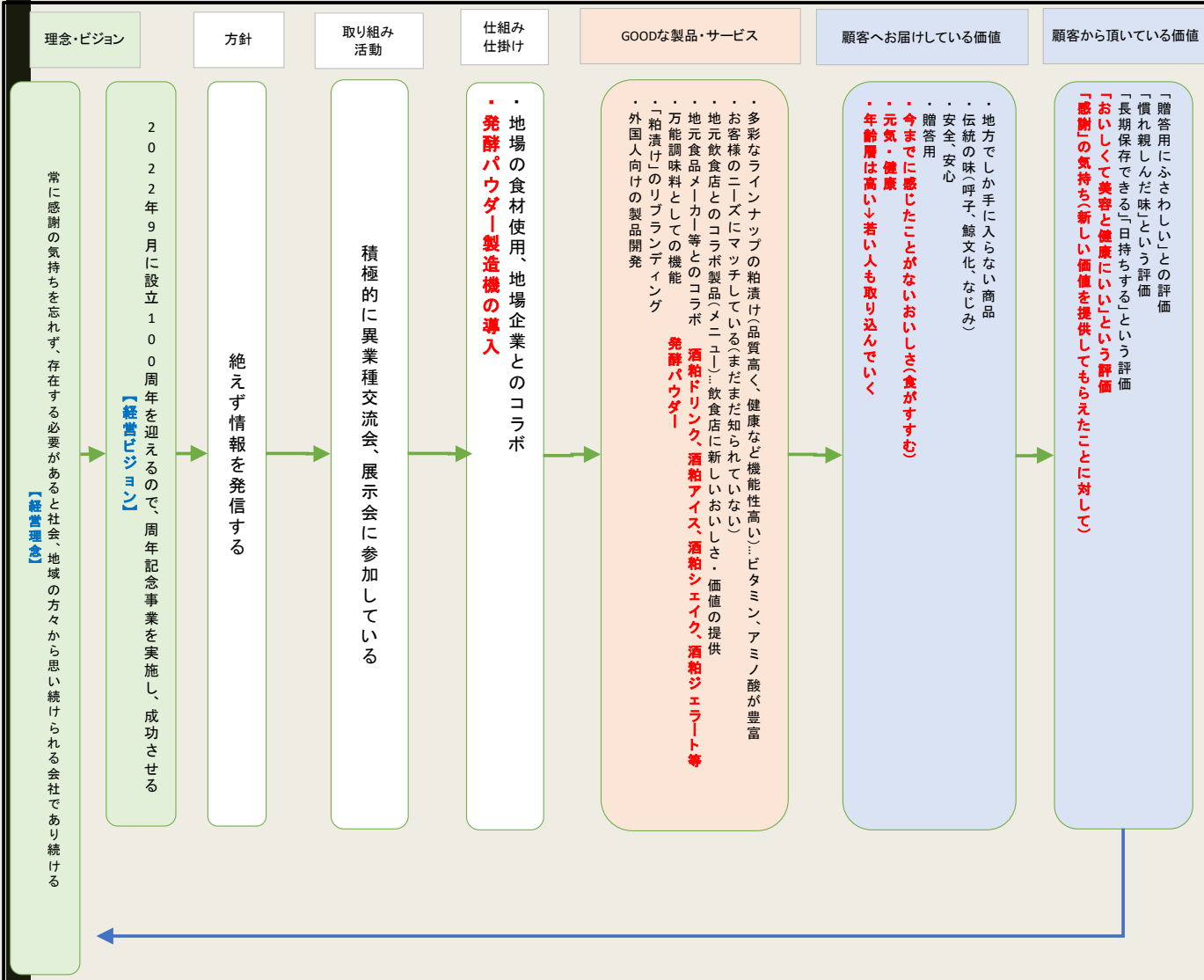
## (1) クロスSWOT分析

		内部環境	外部環境
		《強み》	《弱み》
		<p>【人的資産】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>社長の謙虚さ、行動力。ベテラン社員、チームワークがよい</li> </ul> <p>【組織・技術資産】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>職人技術、他社に真似のできない味、オリジナルのレシピがある</li> <li>熟成させる技術</li> <li>製品開発力がある</li> </ul> <p>【情報資産】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>3,000件の顧客リスト、日報、管理ソフト「産直くん」</li> </ul> <p>【風土資産】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>高い定着率。職場の雰囲気の良い</li> <li>環境に配慮したものづくり、販売</li> <li>歴史が長い</li> </ul> <p>【関係資産】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>東一、黄桜酒造、月桂冠等（地場の酒造会社（小松酒造、鳴滝酒造等））</li> <li>地場の地酒販売店（永田酒店等との情報交換）</li> </ul> <p>【物的資産】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>酒粕由来の甘酒（アルコール度数が1%未満で、ソフトドリンク対象、軽減税率は8%、独特の風味、ただ甘いだけではない）</li> <li>酒粕は機能性が高い（葉酸、食物繊維、アミノ酸等）</li> <li>「酒粕由来の〇〇」、「みりん粕由来の〇〇」を見つける</li> </ul>	<p>【人的資産】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>社員の平均年齢が高い（50歳超）</li> </ul> <p>【組織・技術資産】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>技術の伝承が課題</li> <li>生産性向上</li> </ul> <p>【情報資産】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul> <p>【風土資産】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>過去の成功体験が足かせとなっている</li> </ul> <p>【関係資産】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul> <p>【物的資産】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>設備の老朽化</li> <li>製品の種類が多すぎる⇒絞り込みが必要</li> <li>在庫圧縮</li> <li>ヒット商品開発が課題</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客の高齢化</li> <li>若者の認知度が低い</li> <li>販売促進</li> <li>プロモーション</li> <li>市内に競合他社あり</li> </ul>
機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>新製品の展開次第ではエリア拡大の可能性あり</li> <li>ネット通販のウエイトは今後も高まる（ニーズを捉えられれば売上拡大の可能性あり）</li> <li>インバウンド需要は高まる（豪華客船が唐津に寄港）</li> <li>健康志向の高まり</li> <li>SNS映え</li> <li>パンの需要高まり</li> <li>環境負荷軽減に対する消費者の意識の高まり（食品ロス、SDGsの推進等）</li> <li>酒蔵の蔵開き等のイベントに若い女性の来場が増加傾向。</li> <li>チーズ、納豆、タピオカ、激辛が人気</li> <li>小分け、食べきりサイズのニーズ</li> <li>世界的にビーガンが増えている</li> <li>スポーツ、フィットネス市場の拡大</li> <li>ビーガンの増加</li> <li>クラウドファンディング</li> <li>SDGsの推進</li> <li>博多大丸の玄海濱売場が、今よりもいい場所に移る</li> </ul>	<p><b>戦略Ⅰ</b> 強みを活かし、機会をものにする戦略</p> <p>【新製品開発】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>発酵パウダーを製造し、パウダーを活用したドリンク、ジェラート、グミ化粧品など、若者にウケる製品を開発する</li> <li>発酵パウダー製造は、当面、熊本の業者に委託し、試作品をつくる⇒ものづくり補助金を活用し、パウダー製造機を導入する</li> <li>支援センターとの連携（ベーカリーショップとコラボし、酒粕バター等の製品を開発）</li> <li>食材はできるだけ地場のものを使用する</li> <li>見本市への出展</li> <li>パッケージデザイン開発</li> <li>大丸の売場にマッチした製品ディスプレイ展開</li> </ul>	<p><b>戦略Ⅲ</b> 弱みを克服し、機会を逃さないようにする戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>攪拌機、充填機、缶詰を巻く機械の更新</li> <li>新潟県の事例の研究</li> <li>クラウドファンディング、補助金の活用</li> <li>玄海濱オリジナルイメージソング</li> </ul>
脅威	<ul style="list-style-type: none"> <li>今後も高齢化、人口減少は進む</li> <li>従来そのままのアプローチではエリア拡大は期待できない</li> <li>米の消費減少</li> <li>消費税増税</li> <li>医療費の負担増</li> <li>食品ロスの低減</li> </ul>	<p><b>戦略Ⅱ</b> 強みを活かし、脅威の影響を受けないようにする戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>販売促進…上得意客限定でお中元お歳暮3,240円以上買い上げで1,000円引き</li> <li>機能性の高さをアピールする</li> </ul>	<p><b>戦略Ⅳ</b> 弱みを克服し、脅威の影響を受けないようにする戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>食品残渣のリサイクル</li> </ul>

## (2) 将来の経営戦略

外部環境と知的資産を踏まえた今後のビジョン	①市場リサーチの徹底	常にアンテナを張る
	②行動力発揮	試作を繰り返し、形にしてみる（アイデアをすぐに実行する）
	③営業力強化	新規開拓、関係先とのコミュニケーション促進
	④地域への貢献	地場企業、農家との連携
	⑤マーケティング強化	・リブランディング ・パッケージングの見直し
	⑥環境負荷軽減	環境に配慮したものづくり
今後のビジョンを実現するための取組（重要成功要因）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・若い世代をターゲットにした商品戦略、SNS等を活用したプロモーション戦略。他社とのコラボ</li> <li>・販売強化。SNS映え。料理研究家</li> <li>・キャラクター化で若い層を取り込む</li> <li>・旅行代理店と連携し、本店を観光ルート、工場見学先に組み込んでもらう（地域におけるプロモーション強化）</li> <li>・地元農家との連携し、積極的に地場産品を活用する。それぞれの道の駅周辺の食材と当社とのコラボで道の駅オリジナル製品を開発する。県内酒造会社等の地場企業とのコラボ（行動力発揮・地域貢献）</li> <li>・料理研究家とのコラボ。健康食品会社とのコラボ（ビタミン豊富） ⇒ためしてガッテンで取り上げられたような機能や効果をPR（食物繊維が豊富、高血圧・動脈硬化・冷え性予防等）</li> <li>・ネット販売強化。ふるさと納税返礼品としての選定製品を増やす（売れ筋開発）</li> <li>・飲食店、ベーカリーショップ（惣菜パンの開発）、ピザ店とのコラボ。例えばヨーユーパン、コンビニ（ローソン）とのコラボ（ご当地製品企画提案）</li> <li>・粕漬けの熟成</li> <li>・パッケージのサイズ等の見直し（少量カップ）</li> <li>・簡易包装。賞味期限の長期化（環境負荷軽減）</li> <li>・ブームへの対応（チーズ、納豆、激辛etc.）</li> </ul> <p>【考慮すべき財務指標と実績目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・売上高 H30実績 155百万円 ⇒ R5目標 300百万円</li> <li>・経常利益 30百万円</li> </ul>	
重要成功要因を達成するために獲得・補強すべき主な知的資産	人的資産	・社長の謙虚さ、行動力。ベテラン社員、チームワーク
	組織・技術資産	・職人技術、他社に真似のできない味、オリジナルのレシピ ・製品開発力がある ・熟成させる技術
	情報資産	・3,000件の顧客リスト、日報、管理ソフト「産直くん」
	風土資産	・高い定着率。職場の雰囲気の良い ・歴史が長い ・環境に配慮したものづくり、販売 ・玄海漬オリジナルイメージソング
	関係資産	・東一、黄桜酒造、月桂冠等 ・地場の酒造会社（小松酒造、鳴滝酒造等） ・地場の地酒販売店（永田酒店等）
	物理的資産	・酒粕由来の甘酒（アルコール度数が1%未満で、ソフトドリンク対象、軽減税率は8%。独特の風味、ただ甘いだけではない） ・「酒粕由来の〇〇」、「みりん粕由来の〇〇」を見つける

# (3) 将来価値ストーリー



# (4) これからの姿

資源

ビジネスモデル

価値

## 内部資源 (知的資産等)

- (人的資産)  
・社長の謙虚さ、行動力。ベテラン社員、チームワーク
- (組織・技術資産)  
・職人技術、他社に真似のできない味、オリジナルのレシピ  
/製品開発力がある  
・熟成させる技術
- (情報資産)  
・3,000件の顧客リスト、日報、管理ソフト「産直くん」
- (風土資産)  
・高い定着率。職場の雰囲気の良い  
・歴史が長い  
・環境に配慮したもののづくり、販売  
・玄海漬オリジナルイメージソング
- (関係資産)  
・東一、黄桜酒造、月桂冠等  
・メインバンク、商工会議所  
・地場の酒造会社 (小松酒造、鳴滝酒造等)  
・地場の地酒販売店 (永田酒店等)
- (物理的資産)  
・発酵パウダー製造機導入  
・酒粕由来の甘酒 (アルコール度数が1%未満で、ソフトドリンク対象、軽減税率は8%、独特の風味。ただ甘いだけではない)  
・「酒粕由来の〇〇」、「みりん粕由来の〇〇」を見つける
- 外部調達資源 (誰から)
- 発酵パウダー (熊本の業者に製造を業務委託)
- 知的資産等
- 発酵パウダー製造技術

## 価値創造の仕組み

### 将来価値ストーリー

- 【goodな製品・サービス】  
・多彩なラインナップの粕漬け (品質高く、健康など機能性高い)  
※分析結果…酒粕は葉酸、食物繊維の値高い  
・お客様のニーズにマッチしている (まだまだ知られていない)
- 【仕組・仕掛け】  
・地場の食材使用、地場企業とのコラボ (ピザ販売店等)  
・新製品・新メニュー開発⇒発酵パウダー
- 【取組・活動】  
・積極的に異業種交流会、展示会に参加  
・多彩なイベント実施  
・海外展開
- どんな相手と組んで
- ・酒造会社 (五町田酒造等)  
・問屋 (飯田商事、前田食品、鶴丸)  
・おさかな村+唐房米飯  
・地場の小売店、飲食店、農家  
・料理専門家  
・旅行代理店  
・デザイナー (パッケージデザイン、ブランディング)  
・機能性食品試験研究機関「さがフード&コスメラボ」  
・クラウドファンディング、補助金の活用
- 提供先へのアクセス方法
- 店舗販売  
道の駅等土産品店、福岡のデパート
- ネット販売  
ふるさと納税返礼品
- カタログ販売
- 知的資産の果たす役割  
お互い共感  
Win-Winの関係

## 提供する価値

### 提供先 (どんな相手に)

- ・一般消費者  
・得意先 (百貨店、道の駅、直売所等)  
・提携地場企業 (ピザ販売店、ベーカリーショップ、飲食店等)

### どこで、何を

- (どこで)  
・佐賀県初の酒粕専門店
- (何を)  
・発酵パウダー  
・酒粕ドリンク、酒粕グミ、酒粕アイス、酒粕シェイク、酒粕ジェラート等

### いつまでに

創業100周年祭開催前までに

## 提供先から得るもの

- 贈答用にふさわしいとの評価  
「慣れ親しんだ味」という評価  
「長期保存できる」「日持ちする」という評価
- 「おいしくて美容と健康にいい」という評価

## <発酵パウダーを使用した製品開発のイメージ>



## (5) アクションプラン

知的資産	項目	具体的内容	目標年度
人的資産	<ul style="list-style-type: none"> <li>行動力発揮</li> <li>営業力強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>常にアンテナを張る</li> <li>新規顧客開拓</li> <li>関係先とのコミュニケーション促進</li> </ul>	今期～ 今期～ 今期～
組織・技術資産	<ul style="list-style-type: none"> <li>技術力向上</li> <li>酒粕の機能性分析</li> <li>分析結果を踏まえた製品企画・開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>発酵パウダー製造 その前に熊本の業者に委託して試作品を作ってもらおう（ネーミング検討）</li> <li>自社製造のための準備 ものづくり補助金で<b>設備導入</b></li> <li>食品だけでなく、コスメへの展開も研究する</li> <li><b>発酵パウダー</b>、調味料開発</li> </ul>	今期（R2.2月まで）  来期 今期～ 来期
情報資産	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場リサーチの徹底</li> <li>先進事例研究</li> <li>ネット販売強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>お客様アンケートの実施</li> <li>新潟県の事例 FARM 8 に学ぶ。まずは製品を取り寄せ、研究する</li> <li>自社の通販サイトを拡充する</li> </ul>	今期～ 今期～  今期～
風土資産	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境負荷軽減</li> <li>SDGsの推進</li> <li>地域貢献</li> <li>チャレンジ精神</li> <li>キャリア教育</li> <li>2022年に100周年</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境に配慮したものづくり</li> <li>地場企業、農家とのパートナーシップ</li> <li>原料は地元産にこだわる</li> <li>地域の活性化への貢献（観光ニーズの取り込み）</li> <li><b>経営革新、ものづくり補助金申請等にチャレンジ</b></li> <li>小・中学生の工場見学の受入（まずは小人数から）</li> <li>100周年イベント実施</li> </ul>	今期～ 今期～ 今期～ 今期～ 来期 来期～ 3年後
関係資産	<ul style="list-style-type: none"> <li>コラボして新製品を展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ベーカリーショップ、ピザ店、カフェ、洋菓子店等のコラボして新製品を企画・開発・製造・販売する</li> <li>機能性食品試験研究機関「さがフード&amp;コスメラボ」の活用</li> </ul>	今期～  今期～
物理的資産	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存製品のマーケティング（若い世代の取り込み）</li> <li>甘酒、クリームチーズ、ドライフルーツ、ピザ、さくらポークの粕漬け等のリブランディング、付加価値向上策</li> <li>本店の活用</li> <li>ふるさと納税返礼品</li> <li>発酵・酒粕専門店出店</li> <li>キャッシュレス対応</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>パッケージデザインを一新する（デザイナーの活用、ブランディング）</li> <li>若い女性向けのプロモーション展開</li> <li>本店で試食、試飲コーナー、新製品直売コーナー設置</li> <li>旅行代理店とのタイアップ（観光バス誘致）</li> <li>新製品をふるさと納税返礼品として登録する</li> <li>アンテナショップとして、発酵・酒粕専門店を東京に出店する</li> <li>工業団地の空きスペースの活用</li> <li>商店街の空き店舗を活用し、九州初の酒粕専門店を出店</li> <li>小売部門ではキャッシュレス決済に対応する</li> </ul>	今期（R2.2月まで）  今期～ 3年以内 今期～ 今期～ 5年以内  5年以内 3年以内  今期

### <発酵パウダーを使用した製品開発のイメージ>



お湯でとくだけで気軽に楽しめる、  
パウダータイプの甘酒ドリンク。

酒粕パウダー / ゆず甘酒 / ココア甘酒 / 甘酒コーンポ  
タージェ / 甘酒ポテトポタージェ

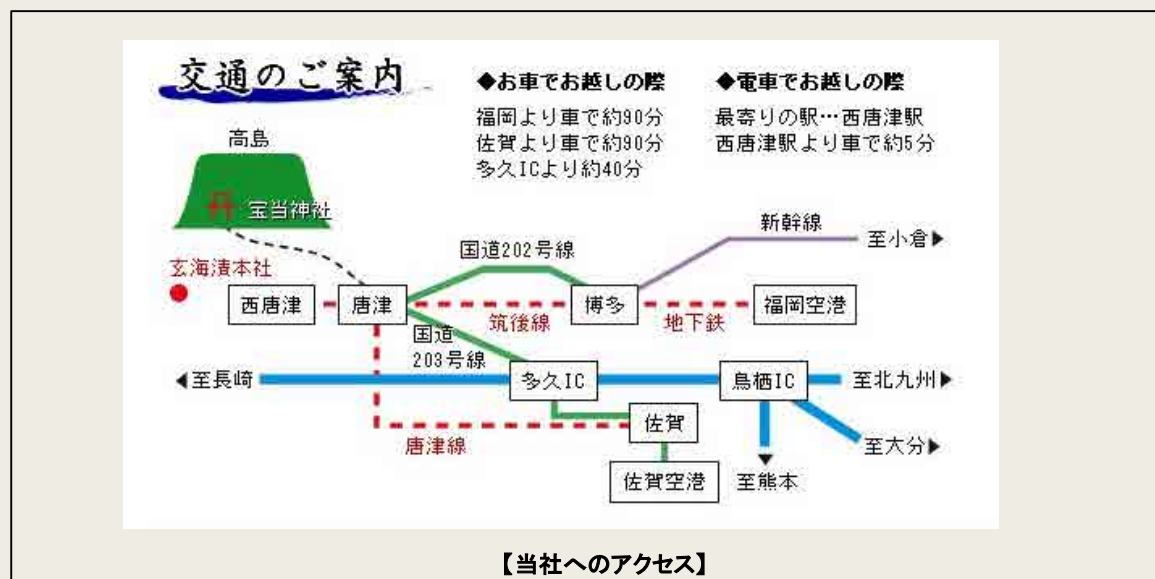


パンに塗って食べる新習慣！「パンde酒粕」



# 7. 会社概要

会社名	玄海漬株式会社
代表者名	高田 庄一朗 (タカダ ショウイチロウ)
創業	1870年 6月
設立	1922年 9月
資本金	14,400 千円
従業員	14名
所在地	〒847-0114 佐賀県唐津市佐志中通 4 0 6 5
TEL	TEL 0955-73-3804
FAX	FAX 0955-73-3805
E-mail	kafu@muf.biglobe.ne.jp
事業内容	水陸産粕漬の製造・販売
主な取扱商品	玄海漬(鯨の軟骨粕漬) 貝柱粕漬 数の子粕漬 海茸粕漬 野菜粕漬 鮮魚加工品 海産珍味等
ホームページ	<a href="https://genkaizuke.co.jp/">https://genkaizuke.co.jp/</a>



## 8. 報告書作成支援機関

佐賀銀行唐津支店

唐津商工会議所

一般社団法人 佐賀県中小企業診断協会

### ※知的資産経営

知的資産経営とは、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のことであり、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。

### ※知的資産営報告書

「知的資産経営報告書」とは、目に見えにくい経営資源、即ち非財務情報を、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わかりやすく伝え、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。

平成17年10月に「知的資産経営の開示ガイドライン」（経済産業省）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います。