

六田竹輪蒲鉾企業組合 知的資産経営報告書

食を通して地域を元気にする。
食を通して人と人をつなぐ。



目次

あいさつ

新代表あいさつ	・・・3
経営理念	・・・4

会社概要

会社概要	・・・5
事業概要	・・・5

沿革

六田竹輪蒲鋒企業組合 の沿革	・・・6～10
-------------------	---------

知的資産

商品	(技術資産)	・・・11～15
こだわり	(技術資産)	・・・16～18
スタッフ・新代表	(人的資産)	・・・19～21
販路拡大	(関係資産)	・・・22
ネットワーク	(関係資産)	・・・23～27

将来ビジョン

現在の価値創造ストーリー	・・・28
取り巻く環境(外部環境)	・・・29
将来の価値ストーリー	・・・30
将来ビジョン(今後の取組内容)	・・・31
知的資産経営報告書について	・・・32

新代表あいさつ

六田竹輪蒲鉾企業組合の石井健太です。

弊社の製品は100年以上もの間、同じ味を出しています。

これは材料や製法にこだわってかまぼこやちくわなどの製品を作っているからです。

さらに、弊社の製品は工場による大量生産ではなく、ひとつひとつ手作りをしています。だからこそ、皆様にいつまでも変わらぬ美味しいかまぼこ・ちくわを提供できるのです。





経営理念

地域の味を守りたい。
食を通じて地域を元気にする。
人と人をつなぐ。

会社概要

- 【代表者】石井 武俊
- 【住所】佐賀県三養基郡みやき町市武680
- 【電話番号】0942-96-2033
- 【事業内容】練り製品製造・販売
- 【従業員】2名 パート3名



事業概要

- ・原材料はすり身を厳しく見極めるため、厳選された新鮮な魚を使用。
- ・当社の製品はひとつひとつ手作りをしています。
- ・素材には地産地消の厳選された、新鮮なものを使用。お客さまのご要望・ニーズにこたえてフルオーダー・セミオーダーでOEM製造も承っております。
- ・飲食店、食品工場、小売業、移動販売等への納入実績がございます。



六田竹輪蒲鉾企業組合の沿革

年代	出来事	トピック
江戸末期	江戸中期より宿屋を営む 代官所廃止により、宿屋が衰退する。	醤油・砂糖・みりん 国内製造開始 牛肉食が広まる 和洋折衷型のパン (あんぱん)の登場 西洋風の生活様式の定着 洋食が食卓に並ぶ 戦後 学校給食が再開 3種の神器(洗濯機、冷蔵庫、 テレビ) チキンラーメン販売
明治20年	創業初代梅吉 六田川の水上交通により、海から魚が上がっていたため竹輪・蒲鉾の製造を開始。	
大正期	二代目 竹市 久留米の市場への販売を開始。 竹輪の製造量が急激に増加。	
昭和25年	三代目 不二人 レンガ、瓦等の事業者と共に、企業組合を設立。 現在の工場を建設し、竹輪・蒲鉾の製造機械の導入。 天ぶらの製造を開始。	
昭和30年	不二人事故により、十三男が代表代理を務める。 同業他社の商品を受託製造(蒲鉾) 原材料を生魚から冷凍すり身に変更。	

六田竹輪蒲鉾企業組合の沿革

年代	出来事	トピック
平成10年	四代目 武俊	共働きの一般化に伴い、便利な加工食品や中食を商売とする企業が増えた
平成12年	真空機械の導入 賞味期限の大幅延長化	
平成14年	後継者である石井健太(現:専務理事)入社 健太、商工会青年部に入会	高まる食への不安 偽装表示と食中毒 狂牛病 鳥インフルエンザ流行 健康茶ブーム
平成17年	・四代目がマイン親会社の取締役兼務しており、市場の買参権をもっていた為、急遽マイン(現:アスタラビスタ三根店)にて鮮魚を出店。(担当健太) ・鮮魚店のノウハウもなく、将来の見通しがたたず、1年で閉店し、本業に専念することになる。	生キャラメルブーム 賞味期限の統一 グルメ志向 B1グランプリ第1回グランプリ 富士宮焼きそば

六田竹輪蒲鉾企業組合の沿革

年代	出来事	トピック
平成20年	健太 結婚 健太妻 江梨子入社。(事務兼製造補助を担当)	食ベログ開始
平成24年	経営革新計画承認(黒木農園とのコラボ商品開発)	和食がユネスコ無形文化財認定
平成25年	・工場の大規模リニューアル工事により、大手企業からの要望に応えられる設備が整う。これ以降、大手企業や卸売業との取引が始まる。 ・これにより、商品がスーパー等の店頭に並ぶ。	食べるラー油 塩麴 タニタ食堂 スムージー、アサイーボウル ノンアルコールビール発売 国産ウイスキー ハイボール
平成27年	・ECサイトでの販売を開始する。 ・知名度を上げるため、百貨店にて実演販売を開始。福岡や関東でも販売を平成30年頃まで継続するも、費用対効果を考慮し、ECサイトでの販売に注力する。 ・佐賀県産の農作物とのコラボ開始。県庁を通じて黒木農園とマッチング。白石れんこんを使用した新商品を開発・販売。 ・居酒屋とのコラボ(OEM商品の開発)	エスニック料理 おにぎらず インスタ映え

六田竹輪蒲鉾企業組合の沿革

年代	出来事	トピック
平成28年	<ul style="list-style-type: none"> ・販路開拓として、食品展示会（東京・大阪・福岡）への出展を開始する。 ・製造を任せていた間に品質が低下していたため、健太が製造現場に戻り、品質の改善を行う。 	パクチー 糖質オフ 肉料理ブーム
平成29年	<ul style="list-style-type: none"> ・作業効率向上と商品ラインナップ充実のため、同業他社の商品を仕入れ販売を始める。 ・長崎の同業他社と連携を始める。 	サラダチキン チーズドッグ 台湾かき氷 ココナッツオイル
平成30年	<ul style="list-style-type: none"> ・冷凍食品の開発と展示会への出展。 ・冷凍商品をサービスエリア等での取引開始（卸販売） 	甘酒 ひとり焼肉 抹茶スイーツ レモンサワー

六田竹輪蒲鉾企業組合の沿革

年代	出来事	トピック
令和元年	<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏の居酒屋等からのOEM依頼が急増し、取引量が増える。 	韓国料理 第3次タピオカブーム 低温調理
令和2年	<ul style="list-style-type: none"> ・無添加商品の開発 ・持続化補助金採択(エゴマボコのパッケージデザイン) ・ファン作りのため、地域のマルシェ等への積極的な出店を始める。 ・マルシェ出店業者同士のコラボ商品の限定販売を始める。 ・事業継続力強化計画承認 	フードデリバリー テイクアウト Go to EAT キャンプ飯
令和3年	<ul style="list-style-type: none"> ・経営革新計画承認(えこびと農園とのコラボ商品開発) ・地域のマルシェへの参加により、地元の新規顧客を獲得する。 	高級食パン フルーツサンド マリトッツォ 低アルコール飲料

商品紹介（竹輪）



○原材料へのこだわり

すり身にこだわり、現在はスケソウダラのみを使用しています。

昔ながらの製法で製造するため、補助材料（増粘剤）が他社より少なく、魚本来の味と食感を楽しめます。

また、卵白不使用のため、アレルギーにも配慮しています。

商品紹介（蒲鉾）



○品質へのこだわり

今ある資源の中で、伝統の味を守るため、ミナミダラのみを使用しています。

昔ながらの製法で製造するため、補助材料（増粘剤）が他社より少なく、魚本来の味と食感を楽しめます。また、卵白不使用のため、アレルギーにも配慮しています。

商品紹介(天ぷら)



○美味しさへのこだわり

季節によって、材料にこだわって変更しています。
野菜は佐賀県産・国産を積極的に仕入れ、自社でカットしています。
角天、丸天は食べ応えにこだわり、厚さを決めています。
20種類以上の天ぷらを製造しています。

商品紹介(オリジナル商品)



○蓮恋天

黒木農園(佐賀県白石町)の
ブランド蓮根(蓮恋)を

佐賀県流通課を通じて紹介を受け、
取引を開始し、オリジナル商品として、
双方で販売しています。なお、当社は
主に関東圏で販売しています。



○海老ニラ饅頭

龍・チャイナ(佐賀県みやき町)の監
修のもと、弊社で製造し、主にふるさと
と納税の返礼品として、提供していま
す。また、自社でも販売を行っていま
す。

商品紹介(オリジナル商品)



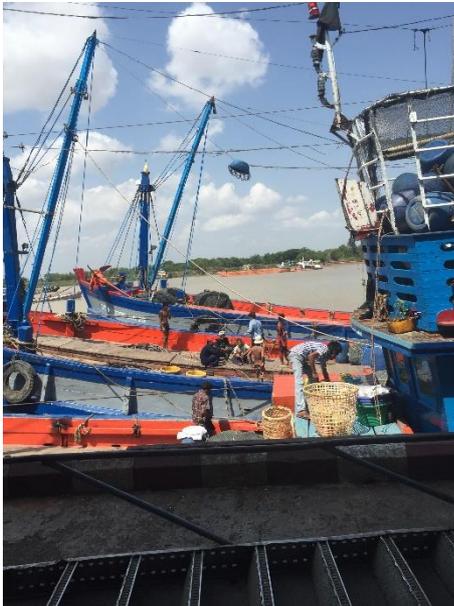
○エゴマボコ

佐賀県産のえこびと農園で生産されたエゴマの実と葉、無添加のすり身を使い、両方の味を生かした商品となっております。

女性がお買い求めやすい商品というコンセプトで、キューブ状にして食べやすく、つまようじを入れて手が汚れないように、女性目線で考え、えごまと魚の栄養がバランスよく取れて、味も食感も両方のいいところを生かすように作りました。

六田竹輪蒲鉾企業組合のこだわり

厳選した原材料の仕入れ



世界各地の漁場から原材料（魚）を仕入れています。

六田竹輪蒲鉾企業組合の製造工程（角天）

すり身の攪拌



六田竹輪蒲鉾企業組合の製造工程（角天）

すり身の成型



六田竹輪蒲鉾企業組合の製造現場

日々美味しい商品を製造しています。



一つ一つ丁寧に愛情を込めて手作りしています。

六田竹輪蒲鉾企業組合のスタッフ

スタッフ紹介

20年以上の当社での製造経験があり、自発的に動いてくれます。後継者である専務と、あうんの呼吸で動いてくれるベテラン従業員たちは、当社自慢の大切なスタッフです。

昔ながらの味を伝承できる技術



ベテラン従業員たちは、機械に頼らない熟練した手作業によって地域の伝統の味を守っています。

六田竹輪蒲鉾企業組合 専務の目利き力

専務の目利き

入社以来、仕入れを担当し、同業他社、納入業社とともに情報交換し、ときには現地まで視察に行きます。常に現場で機械に頼らない肌感覚を養ってきたため、同業者や納入業者からも頼られる存在になりました。



六田竹輪蒲鉾企業組合の販路拡大

商談会出展の様子



商工会の支援を通じて首都圏の販路拡大のため、商談会に出展。

六田竹輪蒲鉾企業組合のネットワーク

黒木農園とのコラボ戦略



佐賀県白石産レンコン（蓮恋）とのコラボにより、
当社オリジナル商品（蓮恋天）を佐賀から全国へ商品を販売しています。

六田竹輪蒲鉾企業組合のネットワーク

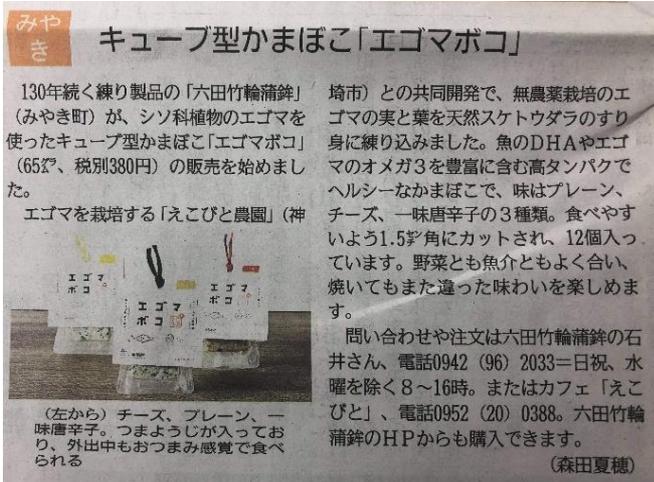
えこびととのコラボ戦略



佐賀県えごまとのコラボにより、
当社オリジナル商品(エゴマボコ)を佐賀から全国へ商品を販売しています。

六田竹輪蒲鉾企業組合のネットワーク

メディアを使った広告宣伝



みやき **キューブ型かまぼこ「エゴマボコ」**

130年続く練り製品の「六田竹輪蒲鉾」（みやき町）が、シソ科植物のエゴマを使ったキューブ型かまぼこ「エゴマボコ」（65㍻、税別380円）の販売を始めました。

エゴマを栽培する「えこびと農園」（神戸市）との共同開発で、無農薬栽培のエゴマの実と葉を天然スケトウダラのすり身に練り込みました。魚のDHAやエゴマのオメガ3を豊富に含む高タンパクでヘルシーなかまぼこで、味はプレーン、チーズ、一味唐辛子の3種類。食べやすいよう1.5㍻角にカットされ、12個入っています。野菜とも魚介ともよく合い、焼いてもまた違った味わいを楽しめます。

問い合わせや注文は六田竹輪蒲鉾の石井さん、電話0942（96）2033＝日祝、水曜を除く8～16時。またはカフェ「えこびと」、電話0952（20）0388。六田竹輪蒲鉾のHPからも購入できます。

（森田夏穂）



わが社 わが店

六田竹輪蒲鉾企業組合
みやき町

キューブ形かまぼこいかが

本組合が、国産天然魚のすり身を主成分とし、天然の調味料で練り上げた「キューブ形かまぼこ」を、店頭でも販売しています。

「キューブ形かまぼこ」は、従来のかまぼことは異なり、角切りにされた形状で、食べやすいようにカットされています。また、魚介類だけでなく、野菜や果物など、様々な食材を配合し、様々な味わいを楽しむことができます。

「キューブ形かまぼこ」は、店頭でも販売しています。ぜひお試しください。

お問い合わせや注文は、六田竹輪蒲鉾の石井さん、電話0942（96）2033＝日祝、水曜を除く8～16時。またはカフェ「えこびと」、電話0952（20）0388。六田竹輪蒲鉾のHPからも購入できます。

（森田夏穂）

マスコミとも良好な関係を構築しており、新商品のプレスリリースを行うことで、定期的に取り上げてもらっています。

六田竹輪蒲鉾企業組合のネットワーク

地域とのコミュニティ(マルシェ)



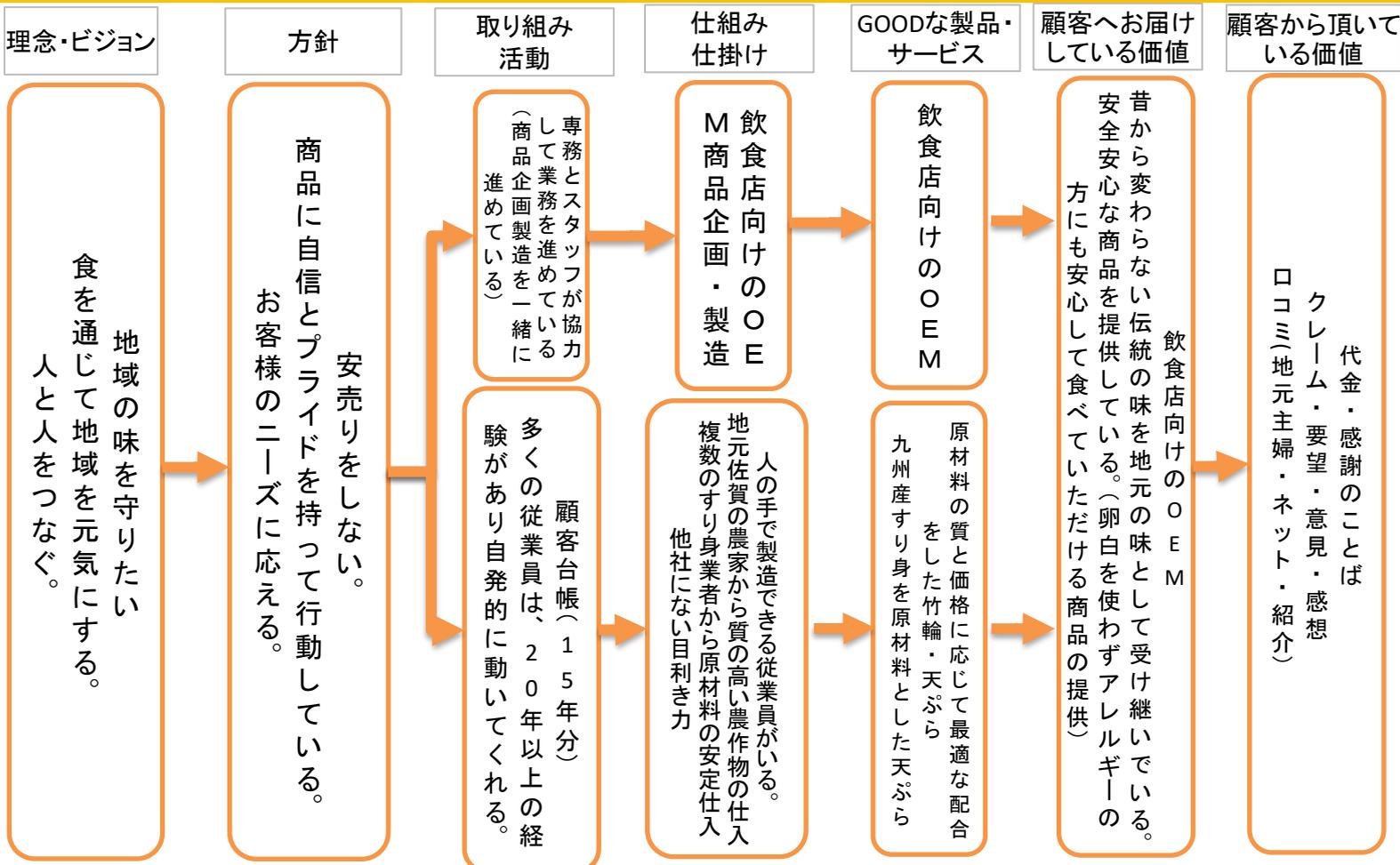
みやき町の同世代の仲間と一緒にマルシェを行い、交流を深めています。

六田竹輪蒲鉾企業組合のネットワーク

地域とのコミュニティ(マルシェの出展風景)



現在の価値創造ストーリー

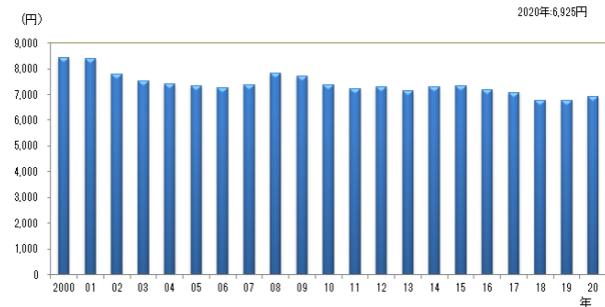


六田竹輪蒲鉾企業組合を取り巻く環境（外部環境）

1世帯当たりの年間の魚肉練製品の消費支出額は、2年連続で増加している。

2020年の魚肉練製品の家計消費支出は前年比2.2%増の6,925円。2年連続の増加。2000年以降で最も大きかった2000年と比べると82.2%の水準となっている。

1世帯当たり年間の消費支出額の推移



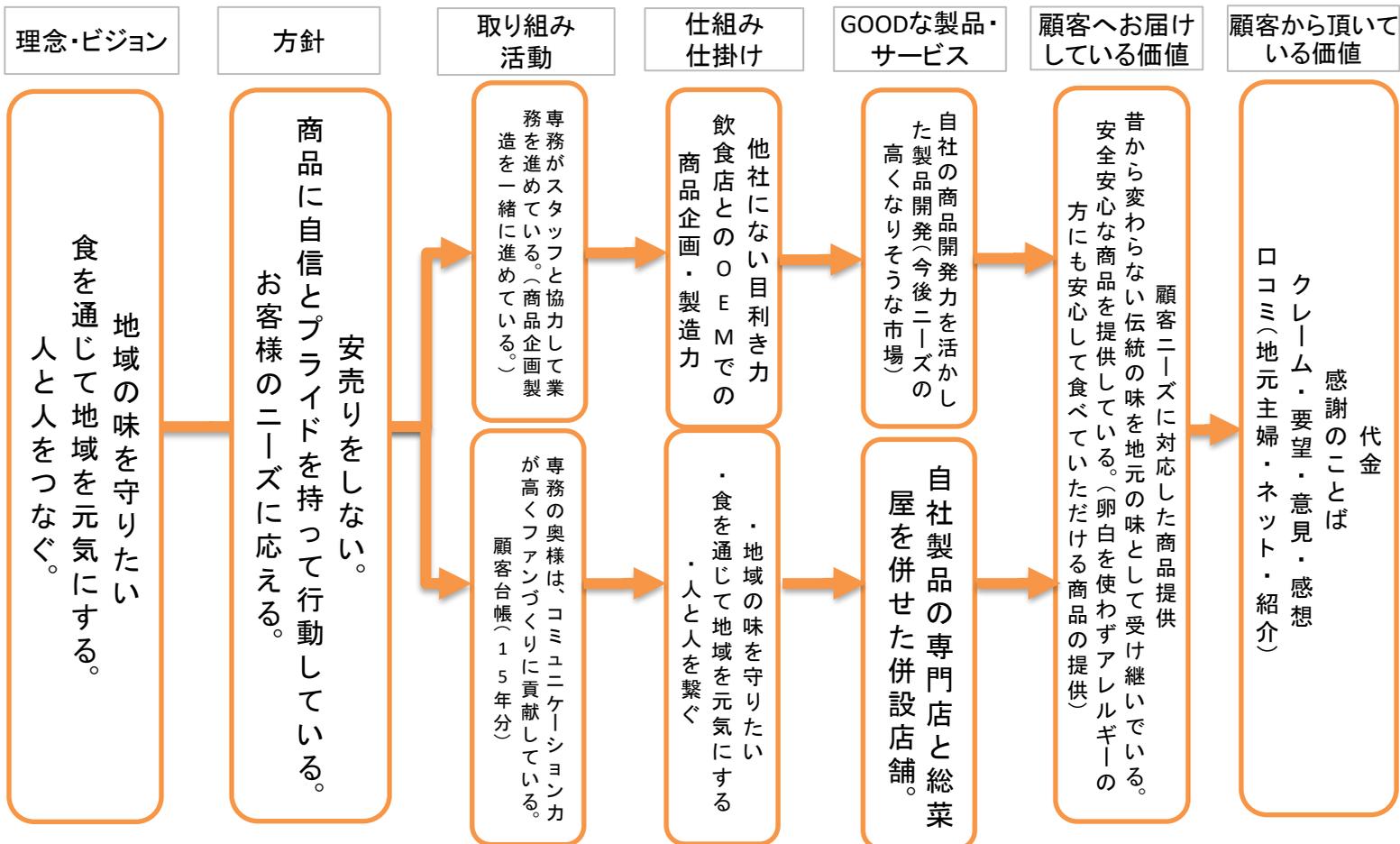
出所: GD Freak

魚肉すり身製品は、健康志向に最適である。

魚肉すり身製品の高タンパク・低脂肪という栄養特性は、コロナ下で強まった食を通じての健康志向に最適である。家飲みや調理時間の増加を踏まえ、即食性や時短・簡便調理、さらに手作りの楽しさを訴える商品も多くなっている。

出所: 日本食糧新聞

将来の価値創造ストーリー



将来ビジョン(今後の取組内容)

今後、1年以内に事業承継を行い、時代の変化に対応した食生活をお届けします。

そのためには、自社店舗を構え総菜提供も開始します。

新商品開発(レトルト食品・冷凍食品)に伴い、海外への輸出も視野に入れています。

	取り組み内容	具体的な取り組み	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後
1	事業承継	株式会社化	→				
2	直売店の開店	自社製品の開発 主婦向けの総菜を販売	→	→			
3	首都圏・アジア向けの商品開発	レトルト食品・冷凍食品			→	→	→
4	新販路の開拓	アジア圏(JETROを通じて) 首都圏(商工会を通じて)			→	→	→
5	2号店開店に向けた準備	店長候補の採用・教育 マーケティング				→	→

知的資産経営報告書について

【知的資産とは】

「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。

「知的資産経営報告書」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。

【知的資産経営報告書とは】

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随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、本報告書に掲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。

【作成支援専門家・支援機関】

本知的資産経営報告書に記載それら内容の客観性を保つために、以下の専門家と支援機関の支援を得て作成しました。

工藤 芳純（中小企業診断士 佐賀県中小企業診断協会）

柿本 泰志・安達 力也（佐賀東信用組合） 塚原 正幸・江口 大貴（みやき町商工会）