ワクワクが止まらない！さんれいフーズ社内報

月刊フラット！

2号
2025.1



特集
しろうさぎのレシピ

世界に発信する山陰の魅力
さんれいとインバウンド

〈SANREI TOPICS〉
「味覚の授業」®に協賛
第３事業部 出荷作業場移転
海外バイヤー 当社工場を視察
主査・主事対象 ジュニアボード研修

〈トツゲキ！となりの○○さん〉
第１事業部 出雲支店 主査 園山 剛さん

歳末大感謝祭 2024 の裏側に潜入！

〈INFORMATION〉
福利厚生サービス「ライフサポート倶楽部」を使ってみよう！
〈拠点だより〉
安来支店 観葉植物を導入！

さんれいフーズに〝エシカル〟を
しろうさぎのレシピ

添加物削減・手作り製法・エシカルをコンセプトとしたさんれいフーズ新ブランド「しろうさぎのレシピ」。〝やさしい〟食品を求める消費者にお届けするため開発を進めています。



商品開発部 商品開発グループ
久光副参事

しろうさぎのレシピの誕生

2022年9月、由志園アグリファーム株式会社より、じゃがいもやかぼちゃなどの端材（はざい）の提供に関する提案がありました。「B級品とはいえこんなに美味しい野菜を捨てるのはもったいない、素材として生かしたい。」そんな想いもあり、旧マルテSF（現鳥取ファクトリー）でこれらを使用した商品開発ができないか検討が始まりました。（2023年10月より）

検討を重ねた結果、さんれいフーズとしては新しい商品カテゴリである、素材の特徴を生かした「ポタージュ」の開発を始めることに。商品開発部 久光（ひさみつ）副参事が中心となり、素材の良さを引き出す手作り製法を用い、添加物を抑えたエシカルな新ブランド「しろうさぎのレシピ」を立ち上げました。

コロッケやカニ製品を中心に販売するさんれいフーズにとって、エシカルを意識したしろうさぎのレシピは新しい商品カテゴリであり、販路を持っていませんでした。営業部と連携し販路の開拓を始め、都市部の百貨店・自然派食品店・ふるさと納税などに商談を進めています。

〈エシカルとは〉「倫理的な」という意味を持つ形容詞。最近では「人や地球環境、社会、地域に配慮した考え方や行動」という意味合いで使われることが増えており、それらに配慮した消費活動のことを「エシカル消費」と言う。

〈製造工程〉



製品は鳥取ファクトリーで小ロット生産しています。野菜などの食材は工場で処理します。
今後販売予定の「とっとり育ちブロッコリーのポタージュ」は1釜で約570食分が作られています。

現在販売中の商品

現在販売している商品は「国産紅ずわいがにのポタージュ」「もち麦とキノコの豆乳リゾット」の2品です。紅ずわいがにのポタージュは、国産紅ずわいがにを12・8％使用し、あえてカニ身を残すことで食べ応えたっぷりな商品です。豆乳リゾットは、お米をもち麦に、牛乳を豆乳に置き換えた体にやさしい商品です。キノコとゴボウの食感がアクセントに。どちらも一食ずつの個包装で販売しており、食べたい時にすぐに解凍して食べられます。

また、今後は鳥取県産ブロッコリーを21・5％使用した「とっとり育ちブロッコリーのポタージュ」も販売予定。端材のブロッコリーを手作業で処理したエシカルな商品です。


もち麦とキノコの豆乳リゾット


国産紅ずわいがにのポタージュ

しろうさぎのレシピの今後

商品開発部 生田部長

今までにも包装資材費を削減するためにトレーを無くすなど結果的にSDGsに繋がることはあったものの、SDGs・エシカルという視点からブランドを立ち上げたのは「しろうさぎのレシピ」が初めてです。

営業部の協力もあり、どのルートにどのような価格帯で販売できるのか新しい挑戦をしていただき、少しずつ方向性が見えてきています。

現在は3品の商品化が決まり、今後も由志園アグリファームをはじめ地元の原料を生かした製品づくりを展開していきたいと考えております。

商品開発部 商品開発グループ
久光副参事

冷凍食品を『誰かと一緒に』『ちゃんとした食事』として楽しむ人も増え、利便性の枠を超えた健康やSDGsの観点からも品質を求められる時代になりました。このブランドを通じて「何かイイモノ」を探しているお客様に当社を認知してもらえるきっかけになればと思います。

今後は米飯類を拡張したく、エシカルなドリアを構想中です。市場の流行を我々が作っていくのだという気持ちでモノづくりに臨んでいます。冷凍食品に限らず、ぜひ皆さんのアイデアも教えてください。

文・遠藤 有美

〈しろうさぎのレシピターゲット〉30代前半から40代女性／自分で選んだ〝イイモノ〟を継続的に支持するユーザー／Well-beingを意識した生活を好むユーザー

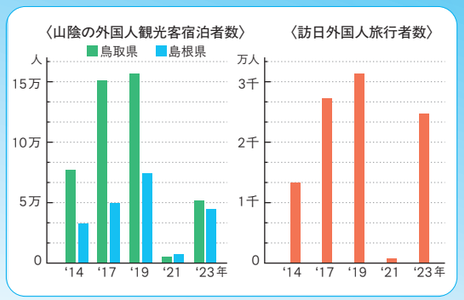
世界に発信する山陰の魅力

さんれいとインバウンド

国内人口が減少する中で、訪日外国人が増加することは消費需要の増加につながり、当社の成長を後押しする重要な要因です。今回はインバウンドについての現状と課題、当社としてどう対応ができるかを見ていきます。

インバウンドと山陰の可能性

2024年の訪日外国人数は3500万人、旅行消費額は8兆円と過去最高になると見通しがあり、コロナ期間を除いて年々増加傾向にあります。山陰はインバウンド消費額が国内全体の0・1%ほどしかないとの試算がありますが、今後大きく成長する余地があると捉えることができます。山陰の今後の成長を目指し、2024年10月22日に「SAN-IN観光ビジネス推進企業体」（会長 並河 元 山陰酸素グループ会長）が発足しました。両県個別の推進組織を一体化することにより、山陰全域が一丸となって魅力をアピールしていくことが目的です。また、観光庁による「地方における高付加価値なインバウンド（訪日客）観光地づくり事業」（2023～27年度）の14のモデル地域のうち山陰両県も指定されています。山陰には、「温泉」「神話」「自然」「海の幸」といった観光資源があり、国や県、私たち事業者などが有機的に連携しそれらをどのように活かしていくのかがカギとなります。



出典：日本政府観光局

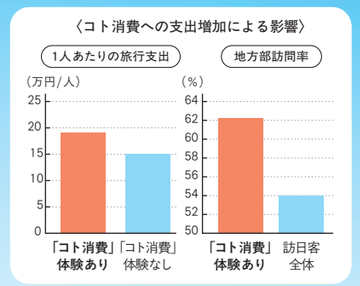
モノ消費とコト消費

インバウンドにより消費が活発になる、と聞いてまず訪日中国人による「爆買い」いわゆるモノ消費をイメージされるのではないでしょうか。こちらのモノ消費は中国政府による関税引き上げで減少傾向にあります。今後伸ばさなければならないのは、宿泊や食事、観光といった現地でしか味わうことができないコト消費です。例として「喧騒を離れて美味しい地元名物を食べながらゆっくり過ごしたい」「ウィンタースポーツを楽しみたい」などが挙げられます。

都市部と比較して天然資源に恵まれる山陰地域では、日本海で取れる海の幸や、中国地方最高峰の大山などがあります。私たちにとって普段生活する中で当たり前になっていますが、これらを活かさない手はありません。コト消費の視点を持ちながら、当社と密接に関わる宿泊施設や飲食店などを営む得意先に対して、海外の方にも喜んでいただけるような商品紹介やメニューの提案といったアプローチをし、山陰を食で盛り上げていく必要があると考えます。

〈インバウンド〉外国人が日本に観光にやって来ることを指す言葉。1893年に実業家の渋沢栄一（現在の一万円札の顔に採用）が国際観光事業の必要性を訴え、外国人をもてなす目的で日本初の訪日外国人誘致機関「貴賓会」を設立したのが取り組みの始まりとも言われています。

コト消費は地方に訪日客を呼び込むことができ、多くのお金を消費する傾向にある。



出典：大和総研「インバウンド拡大のカギは一人当たり旅行消費額の安定的な増加」

移動の制限

都市部では電車やバスなど公共交通機関が充実しており、1時間当たりの本数も多く移動しやすい環境です。

一方で山陰は都市部から離れており、公共交通機関も路線や本数が限られ、都市部から山陰へ行きにくい現状です。例えば海外の方が米子鬼太郎空港に到着し、米子市内を目指す場合、バスは30分～1時間に1本、JRも1時間に1本です。その後駅から離れた場所に行く際はレンタカーやタクシーを使わない限り移動は制限されます。気軽に自由に動けるよう空路と陸路ともに移動しやすい環境整備が今後も課題となります。

得意先の声

なにわ一水（担当・松江支店）
代表取締役社長　勝谷有史 様

当館にいらっしゃるお客様のうち海外の方は全体の3%未満ですが、海外の方でも安心してご利用いただけるようにまずは英語の表記対応を進めています。それと併せてご提供する食事については、調理する素材や成分にかなり神経を使っています。世の中には文化や思想、アレルギーや健康上の理由で食事に制限がある方々がいらっしゃいます。その方々にも安心してお食事を楽しんでいただける「食のバリアフリー」を意識しています。この商品には何が入っており、どんな成分なのかを伝えてもらいながら営業にお越しいただけると助かります。

取締役総料理長　畑山照男 様

訪日外国人の増加が見込まれる中で、「ハラル」「ヴィーガン」といったニーズが必然的に増え、対応していかなければなりません。献立を考える上で、このようなニーズを踏まえて、私たちが「こんな料理を作りたいけど良い商品ない？」と依頼する前に先回りをして「世の中のトレンドがこうなので、こんな商品はどうですか？」と、さんれいさんには普段からアンテナを張っていただき、積極的な提案をしてもらえるとありがたいです。

関西と米子を空路で結ぶ

2024年10月31日、当社は航空事業と地域創生事業を手掛けるジェイキャスエアウェイズに出資しました。同社は「移動と出会いに自由の翼を」をミッションに掲げるスタートアップ企業で、地方にある魅力的な観光地へのアクセスを容易にすることで、観光産業と地域経済の発展に貢献することを目指しています。2026年春に関西国際空港と米子空港を結ぶ新規航空路線の就航を目指しており、就航が実現すると関西から訪日外国人をはじめ多くの旅行客が米子および周辺エリアを訪れます。当社の中でも第1事業部に大きなメリットをもたらすことが期待されます。

なお訪日外国人の約25%の800万人が関西国際空港から入国し、そのうち約5万人が山陰を訪れています。現状、陸路では3～4時間かかるところを、空路により米子まで約1時間に短縮。価格は1・1万円の想定で山陰へのアクセスが改善されます。


就航予定のプロペラ機（ATR72-600）

文・下城 良明

〈ハラル〉ハラルフードとはイスラム教における「神に食べることを許されたもの」を指し、特に豚肉は禁じられています。
〈ヴィーガン〉魚・肉・乳製品といったあらゆる動物由来の製品を口にしないライフスタイルです。

SANREI TOPICS 1

「味覚の授業」®に協賛

子どもが味覚について学ぶフランス発祥の食育授業「味覚の授業」®が島根県で開催され、当社は協賛をしました。島根県内のシェフが講師として県内各地の小学校で「五味」をテーマとし、子どもたちに食事を楽しむ大切さを伝える当イベント。食育普及を進める「味覚の一週間」®島根県支部が企画し、県内の小学校20校で行われました。そのうち2校に当社松江支店の社員も参加し、子どもたちに試食品を配布するなどイベントを手伝いました。

「味覚の授業」®は、当社松江支店の得意先も講師として参加されており、得意先・地域の人・さんれいフーズが一体となって地域に向け食文化を伝える良い機会となりました。**当社のMissonである〝「食の幸せ」を地域社会と創りつづける〟を実現するため、今後も地域社会に繋がるイベントに積極的に参加していきたい**と意気込みを見せました。



講師の「オマッジオ ダ コニシ」小西オーナーシェフ（写真左）



子どもたちに試食を配布する松江支店 田島支店長（写真左）、鶴原主事（写真右）

SANREI TOPICS 2

第3事業部 出荷作業場移転

10月末より、第3事業部は通販の出荷作業を行う作業場を移転しました。これまではさんれいフーズ旧本社で行っていましたが、他部署との作業場の重複や、作業環境の問題などがあり、株式会社ムロオより米子IC付近の倉庫を借りて出荷作業を行うことになりました。

ムロオの倉庫はチルドルームのため、商品の品質面（解凍防止）の改善に繋がっています。また、作業場が広くなり保管スペースも確保できたことで、作業効率の向上も期待できます。一方で、移動時間やシステムの調整など課題も残るため、今後はさらなる作業効率化を目指していくとのことです。





作業場が広くなり、繁忙期の出荷量増加にも対応可に！

12月は楽天スーパーセールや楽天年末大感謝祭もあり第3事業部も繁忙期！
12月3日～11日の楽天スーパーセールでは1000万円を超える売上を獲得しました！

SANREI TOPICS 3

海外バイヤー 当社工場を視察

JETRO（日本貿易振興機構）主催の山陰食品輸出商談会にて海外バイヤーが来日。その際に海外バイヤーの要望があり、11月13日に境港工場、11月14日に安来工場を視察され、当社のカニ製品やクリームコロッケを試食していただきました。今回来社されたバイヤーはインド・ドバイ・バングラデシュの3カ国でした。海外輸出を進めるにあたり、各国の輸出の特徴を把握しておくことは重要です。今回の視察で懸念事項や課題点も聞くことができ、大きな収穫となりました。

「海外輸出は、三国間貿易＊や現地生産など大きな展開が考えられる事業です。今後もJETROの力を借りながら長期的な目線で進めていきたいと思います。」（経営企画部・原田部長）





当社製品の味に高評価をいただきました！

＊**三国間貿易**：3つの国が関与する貿易形態。通常ある国が商品を他国に輸出し、その商品がさらに別の国に再輸出される仕組み。

SANREI TOPICS 4

主査・主事対象 ジュニアボード研修

10月より主査・主事計17名を対象としたジュニアボード研修が始まりました。グループ長期ビジョンの理解を深め、その実現に向けて未来を予測し課題を深堀していくことを目的としています。株式会社新経営サービスより講師を招き、対面とオンライン合わせて計5回実施されます。「お客様・取引先・地域と社会・働く人」の4つのステークホルダー別に2032年のありたい姿を各4チームで検討し、具体的なアクションプランを思索します。3月の最終回ではそれぞれの構想について役員へプレゼンを行います。

本研修は7年後に会社の中核を担う中堅メンバーを対象に実施しており、次世代の人材育成・経営参画意識の醸成・自社の課題再認識などを意図したものです。



第1事業部 メディカルグループ 門土主査

私たちのチームのテーマは「働く人」です。5つの項目に対して様々な考えを巡らせています。

①多様性の尊重 ②健康で安心して働く
③モチベーションを高める ④個人の成長 ⑤夢の実現

2022年10月にグループ長期ビジョン「幸せをめぐらせよう。」というキャッチコピーが共有されてからどのような変化が皆さんには起こりましたか？会社で、支店で、部署で変化を感じましたか？皆さんの充実が会社の成長につながる。そのためにも皆の思いを巡らせる機会を作り上げたいと思います。

編集・遠藤 有美

LET'S GO!

商品選定





こだわりを持って選んでいるんですね！



商品部厳選の食材を取り揃え

カタログに載っている商品は、全て商品部が厳選した食品。産地視察や工場見学を通して、年末年始にぜひ食べてもらいたい逸品を選んでいます。

毎年恒例！

歳末大感謝祭2024 裏側に潜入！

年末年始にピッタリの食材の中からお好きなものを注文できる歳末大感謝祭。2024年もたくさんのご注文ありがとうございました！今回は裏側に潜入し、商品の選定から発送までをリポートします！



2024年版のカタログ表紙▶
来年もご注文お待ちしています！

スタンバイ作業 inさんれいフーズ旧本社

注文品がぎっしり詰まった冷凍庫

当社のみならず、グループ会社の皆さまやご家族、お世話になった方からの注文品のうち、冷凍品はここに保管。皆さんにお届けする商品がぎっしり詰まっています。

WOW!!



全注文分をピッキングして箱詰めするのに約2週間かかるみたいです！



商品部
足立部長

COMMENT!

カタログ掲載商品は、ご購入された皆さまが「おいしい」と笑顔になれる年末年始をイメージし、各カテゴリの専任者が選定しています。来年の掲載品に「○○を載せて欲しい」などご希望がありましたら商品部に一報ください。

商品部 TEL：0859-33-6282
商品部／足立部長　TEL：080-6339-5042
MAIL：k-adachi@sanrei-foods.co.jp

声をかけ合いながら和気あいあいと作業していました！



1件ずつ手作業でピッキング

約100種類の商品がずらりと並ぶ作業場。1注文ごとにかごを分け、注文内容をもとに必要な商品を摘み取り方式（※）でピッキングします。

近藤副参事と上野主事の息がピッタリでした！

COOL!





息ピッタリの最終チェック!!

ピッキングした後は箱詰め作業。商品名と個数を大きな声で読み上げ、ピッキングした商品に間違いがないか確認してから箱詰めします。

※ピッキングには、並べられた商品の中から必要なものを選ぶ「摘み取り方式」と、手元にある商品を出荷先ごとに振り分ける「種まき方式」があります。

Point!



テープで工夫！

箱詰め終了のテープにもひと工夫。テープの色を注文先ごとに変え、視認性が高く分かりやすい仕様に。

文・齋尾 海空





vol.003 さんれいフーズ 社員インタビュー

トツゲキ！

となりの園山さん

第１事業部 出雲支店 主査
1992年入社

園山 剛さん

■園山さんの仕事について

入社からずっと出雲支店で営業と配送の仕事をしています。今は出雲の一番西側の多伎方面、大田エリア、三瓶山の観光地を1日20件ほど配送しています。昔は出雲市内や斐川・宍道方面の配送もしていました。長く勤務しているので、出雲支店がカバーするエリアはお客さまの顔や場所、一通りの仕事は分かります。

■仕事のやりがい

元々料理が好きなので仕事自体が楽しいです。普段は主に発注担当者やマネージャー、店長、社長といったキーマンになる方と折衝します。お客さまに喜んでもらい、また困った時には相談を受けそれに応えることでまた喜んでもらえる。そうして信頼関係ができ、それが持続すると結果的に数字も良くなりますし、自分自身の満足感や充実感にも繋がっています。

■心がけていること

普段接する相手は目上の方や同年代、若い方など様々です。**単純なことですが、相手の話を遮らないように気をつけています。**まずは相手の話をしっかりと聞き、途切れたタイミングで自分の意見を伝えています。また、「でも」「だけど」など**相手を否定することは言わないこと。そして約束をきちんと守ること**です。

コミュニケーション不足による失敗もありますが、失敗して怒られても相手と距離を置かないことが大切です。「当たって砕けろ」ともう一度話すことで言葉の本当の意味や、背景に気づき、互いに理解し合うことで良い関係が築けると思っています。

■次世代を担う若い社員への想い

僕から若い人にこうしなきゃいけない、した方がいいということはないです。時代の変化とともに会社も変わってきていますので、会社を上手く活用しながら良い成果をあげて、仕事以外の生活も含めて皆さんに幸せになってほしいと思います。

僕自身は来年定年を迎えますが、あと5年、10年は働きたいと思っています。身体が続く限りはどんどん頑張って若い人に背中を見せながら、生涯現役でいたいです。



マツ（4歳・長女）



テツ（10ヵ月・長男）

■園山さんのオフタイム！

【ゴルフ】月に１回ゴルフをしています。社内の人や以前担当していた出雲市内の得意先の元料理長、たまに江崎先生（※）とも行きます。

【ワンコの散歩】毎朝５時頃にワンコの散歩をしています！

【料理】週２・３日は晩ご飯を作ります。コレとコレを入れたらどんな味になるか、色々と食材を組み合わせて楽しんでいます！アタリ・ハズレがあります（笑）

※江崎先生…江崎重徳さん。出雲市「武志山荘」の元料理長で、2021年からさんれいフーズ（食品グループ）のアドバイザーを務める。

文・佐野 仁美

2024年12月19日から一部サービス変更！

福利厚生サービス「ライフサポート倶楽部」を使ってみよう！

福利厚生の一環として導入している「ライフサポート倶楽部」。皆さん、初回ログインはお済みですか？ライフサポート倶楽部では、社員と家族の皆さんが日々の生活や旅行などで利用できる多彩でオトクなサービスを提供しています。健康支援や子育て支援、自己啓発など多様な働き方を支援するメニューのほか、日々の息抜きとしても利用できる旅行、ホテル予約やレジャー、映画チケットなどをおトクに購入できるメニューもあります。ぜひメンバーズナビからログインのうえ、お好きなサービスをご利用ください！

〈対象者〉さんれいフーズの従業員
※役員、派遣、実習生は対象外



ライフサポート倶楽部
会員専用サイト
「メンバーズナビ」

STEP 01
メンバーズナビ「ログイン」から
ログインIDとパスワードを入力

STEP 02
❶本人確認ページに必須事項を入力し、「メール送信」をクリック
❷『要確認 本人確認メールライフサポート倶楽部』のメールが届きます

STEP 03
❶メールに記載されたURLをクリック
❷本人確認の申請完了／メールアドレス宛に新しいパスワードが届きます
❸ログインページからログイン
※申請から新しいパスワード発行までに約１日程度の時間がかかります。
※確認URLの有効期限は60分です。60分を過ぎるとURLは無効になるため、再度申請してください。

STEP 04
〈会員情報を登録〉
❶ 画面の案内に沿って必須事項をすべて入力
❷「プライバシーポリシー」「会員利用規約」をご確認のうえ「同意する」にチェック後、「ご登録内容を確認する」をクリック
❸ 変更内容を確認し「この内容で変更する」をクリックし、登録完了

■初回ログイン
・ログインID：16桁の会員番号
0899W006＋個人番号8桁
（0＋社員番号7桁）
例 0899W0060310＊＊＊＊
・初回パスワード：ログインIDの下8桁
■２回目以降のログイン
・ログインID：会員番号
or 登録メールアドレス or かんたんID
・パスワード：登録されたパスワード

※0899W007から始まる会員番号（旧さんれい製造）の方は2024年12月19日より会員番号が変更となっています。（0899W006＋個人番号8桁）

オトクな使い方♪
2024年12月19日～下記サービス開始



宿泊補助
1泊1人2,000円補助×4人泊まで
例）4人家族：1泊2,000円補助×4人分
1人旅：1泊2,000円補助→4回まで利用可能



アソビュー！補助
1回1枚購入500円補助
×4枚まで

結婚・出産お祝いサービス



各12商品の中からお好きな商品をプレゼント！
※会員本人のみ対象／会員同士の結婚・出産の場合も商品は1つ。【申請方法】結婚または出産から3ヵ月以内に会員本人からリソルに専用の申込書で申請（FAXor郵送 or メールにて申し込み）★いずれかの書類のコピーが必要です。【結婚】婚姻届受理証明書、戸籍謄本・抄本
【出産】住民票（要続柄記載）、母子手帳、戸籍謄本・抄本

詳しくは「さんれいフーズの皆様へ特別なお知らせ」のバナーから！

★パスワードを忘れた場合・ログインでお困りの場合は下記へお問い合わせください。
〈お問い合わせ先〉リソル予約センター TEL 0120-611-330（平日10時～18時／土日祝10時～17時※年末年始除く）

拠点だより KYOTEN DAYORI #001

安来支店 観葉植物を導入！

普段はなかなか知る機会が少ない他拠点の活動や小さな変化をご紹介。拠点を越えて身近に感じていただけたら嬉しいです。





観葉植物を取り入れてスタイリッシュなかっこいいオフィスに！来訪されたお客様にも見た目から良い印象を持っていただけたら。



第２事業部
仙石部長補佐

安来支店で12月から観葉植物を置きました。私は営業として外に出るため、外の空気を吸うなどリフレッシュすることができます。同じように〝毎日同じデスクで仕事をしている内勤の方にも気分転換できる機会を作りたい〟と思ったことが導入のきっかけです。

緑が増えることでリラックスできるだけでなく、やる気やバイタリティーの向上にも繋がればと考えています。自分から仕事に意欲的に取り組める環境にしていくための第一歩として観葉植物を導入しました。

商談ルームや会議室だけでなく、今後は休憩室にも観葉植物を置きたいと考えています。ランチタイムは気持ちを休める貴重な時間。何を食べるか？ももちろん重要ですが、どんな環境で食べるか？も息抜きするためには重要なファクターだと考えています。少しでも落ち着いて休憩し、午後からの仕事も頑張ろう！と思えるような空間にしたいです。

水やりなどの定期的なメンテナンスや植物交換などはすべて専門業者に対応してもらっています。植物交換は社員同士のコミュニケーションを図る狙いも。

PRESENT

応募いただいた方の中から抽選でプレゼント！

1名様



歌舞伎
-KABUKI-
JAPANESE WHISKY
複数のモルトをブレンドした香り豊かなウイスキー「歌舞伎」
700ml（東亜酒造）

★応募締め切り：2025年1月31日まで

ご感想もお待ちしてます！

フラット！企画募集中

〈応募フォーム〉
※月に１人３通まで

「こんなネタがあるよ！」
「こういうことが知りたいな」
「今さら聞けない○○について取り上げてほしい」など様々な思いを企画や川柳にして教えてください。その他にもフラット！を読んだ感想や意見なども募集しています。応募いただいた方の中から抽選で編集チームよりプレゼントをお届け！どしどしご応募をお待ちしています♪

募集内容
・企画や記事のネタ
・さんれいフーズ川柳
・感想やご意見など

【さんれいフーズ川柳募集中！】各部署のあるある話や仕事への思いなどを川柳にしてみませんか？ご応募お待ちしています♪

並河 元の日々の写真からとっておきをチョイス！

Genstagram

Genstagram_sanrei



#インド #カニクリームコロッケ #さんれいフーズ

写真左から、畠山専務、Jacob 会長、Mathew 幹事、私

去る10 月24日（またちょっと前…苦笑）、印日商工会 ケララ（INJACK）の皆さんが来日されるにあたり、そのレセプションに参加してきました。ほとんどの皆さんが知らないと思いますが、さんれいフーズは山陰インド協会の副会長会社です（笑）簡単な会社紹介に留まりましたが、夕方のパーティーではウチのカニクリームコロッケが大人気！ 14 億人市場への挑戦、可能性を感じました。今年インドへ行きたい方は挙手を！

並河 元

山陰インド協会 HP

さんれいフーズ社内報フラット！2 号

2025 年1 月15日発行

発行者　株式会社さんれいフーズ

責任者　畠山 広幸

編集長　下城 良明

編集　佐野 仁美

遠藤 有美

齋尾 海空

デザイン　creative company d-magic

[社内報に関するお問い合わせ]

社内報編集チーム

MAIL　koho@sanrei-foods.co.jp

株式会社さんれいフーズ

フラット！編集後記

■編集長　下城 良明

皆さんはキーエンスという会社をご存知ですか？誰もが高い成果を出せる再現性の高い仕組みを構築している会社です。この仕組みをウチにも何とか取り入れたいと勉強中です。

■編集　佐野 仁美

今回は近場を飛び出し、出雲ヘトツゲキ！出雲支店の倉庫や事務所に入るのは初めてで、米子とはまた少し違う風景にワクワクしました。目指すは全拠点制覇！

■編集　遠藤 有美

「しろうさぎのレシピ」以外にも、久光副参事から斬新なアイデアをたくさんお話しいただきました。時代の先を行くような商品開発を楽しみにしています…！

■編集　齋尾 海空

歳末大感謝祭の裏側に潜入し、冷凍庫にも入らせてもらいました。いつものことですがメガネが曇る…冷凍庫に入ってもメガネが曇らない方法があれば教えてください！