

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!

17号

2026.4

特集

ビジョンから考える これからの3年間

〈経営層に聞く!さんれいフーズの未来〉

執行役員 古杉 亘

〈トツゲキ!となりの〇〇さん〉

人事部 人事労務チーム 主事 島本 俊洋としひろさん

社内報フラット!の
「これまで」と「これから」に直撃!

〈SANREI TOPICS〉アンコンシャスバイアス研修実施
春期総合食品展示会2026 / 社員旅行アンケート結果

〈INFORMATION〉昇進・昇格試験結果
健康経営優良法人2026認定 / ジェフサ・カレッジ申込受付中!

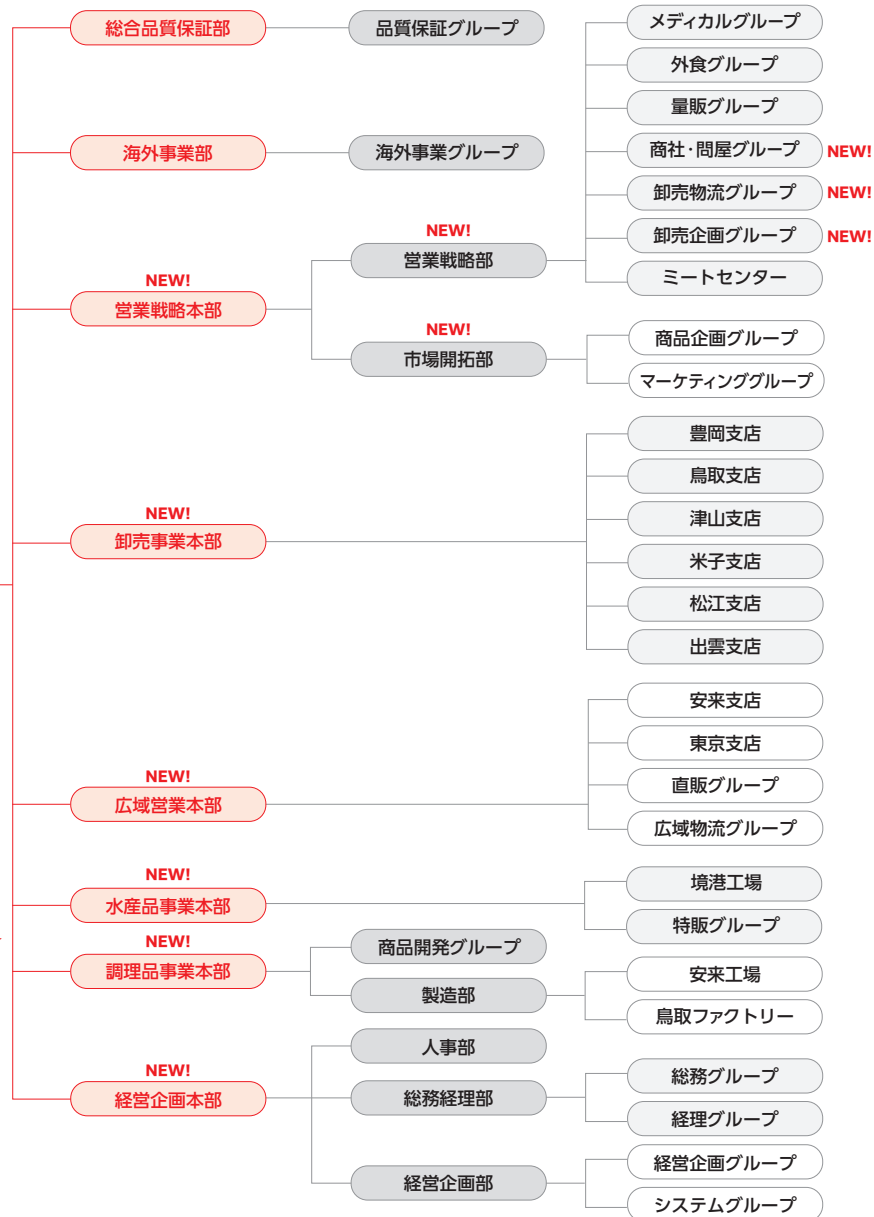
〈拠点だより〉卸売物流グループ
安全安心な職場づくりに向け、まずは安全研修を実施!

新組織図

簡易版（2026年4月1日時点）

2032年の目指す姿を実現するため、2026年度から新たな中期経営計画を推進していきます。その実行力を高めるため、組織の形も見直しました。

取締役会



これまでの
営業・製造・物流といった
役割ごとの体制から、
**作る・売る・届けるを
1つのチームで担う**
体制になりました。

26-28 中期経営計画始動

ビジョンから考える これからの3年間

2032年のビジョン※1実現に向け、2026年から2028年に私たちが何を目指し、どのように進んでいくのかを紹介します。

2032

グループビジョン
幸せをめぐらせよう

さんれいフーズのビジョン

食への挑戦を面白がる。
全国が知る「さんれい」へ



並河社長

「さんれいブランド」とは、製品だけでなく、サービスや取り組み、社員など当社に関わるすべてを指します。食への挑戦を社員一人ひとりが前向きに楽しみ、その積み重ねで「さんれい」を山陰から全国、海外へ広げていきたいと思い、このビジョンを掲げました。

2026
2028

中期経営計画※2

顧客／市場

国内外でエリア拡大、全販売チャネルで売上UPに改めて挑戦。

人材

挑戦を支えるために、必要人員数確保・最適な人員配置・育成体系の整備。

組織文化

挑戦を評価する・応援する環境を整え、挑戦が連鎖する組織文化へ。

効率化

業務プロセスの見直しと自動化で業務効率化。

業務品質

物流や品質管理などのサービスの質を高め、顧客満足度向上。

2028年達成目標（KPI）

5つの主要な取り組みを行い、以下の目標を達成します。

- 売上高……………256 億円
- 営業利益……………1.8 億円
- 職場ラフルネス……58.7 点

※1 ビジョン…組織や個人が目指す「ありたい姿」「将来の理想像」のこと。

※2 中期経営計画…会社がこれから3年間で「どこを目指し、何をやるのか」をまとめた計画のこと。

調理品事業本部

強みを磨き
「ここなら勝てる」を
つくり、未来に繋げる。



地頭本部長

VISION

特定分野において独自性と高付加価値を追求し、ニッチトップ商品を継続的に創出することで、国内外で認知されるブランドを確立している。

26-28 主要戦略について

- 1 社員教育システム構築。
- 2 DX 推進で業務効率 UP。
- 3 安来工場のライン見直しで生産性向上。
- 4 学びを深め、挑戦の種をまいていく。
- 5 ニーズ分析をもとにした販路拡大。

広域営業本部

バズれ。尖れ。
売上100億円へ。



古杉本部長

VISION

地域資源と自社の強みを生かした商品で全国・海外へ展開し、大きな話題を生み出して認知と収益を高め、売上100億円規模のニッチトップメーカーを目指す。

26-28 主要戦略について

- 1 商品カテゴリ別に専任者配置。
- 2 コンシューマーパック※4未導入の取引先へ販売拡大。
- 3 地元資源で独自ブランド開発し、直販で全国へ。
- 4 受注業務を見直し、アナログからデジタルへ。
- 5 話題性を呼ぶ広告戦略の実行。

営業戦略本部

見えない強みを、
見える価値に。



伊藤本部長

VISION

新たな価値創造を推進。
新規事業・物流・供給力を商品価値へと繋いでいく。

26-28 主要戦略について

- 1 JFSA※2・共販メーカー※3商品の販売・販路拡大で収益貢献。
- 2 WEB 受注の推進サポート。
- 3 自社・他社倉庫活用で物流再編。
- 4 新商品・新販路開拓（地域商社事業）。
- 5 外食・量販・メディカルと卸売事業本部で連携。
- 6 強みを活かした第三の柱づくりと、新チャネル開拓。

総合品質保証部

お客様の笑顔を
思い浮かべて、
ひとつ先の品質へ。



生田部長

VISION

「挑戦する品質、築く信頼。」
ブランド品質の安定を守りながら、新たな知識とDX化などの技術に挑戦し、未来の信頼を築いていく。

26-28 主要戦略について

- 1 品質を支える人材採用・教育・定着化。
- 2 システム活用で情報提供の正確性と迅速性向上。
- 3 デジタル技術で顧客クレームの未然防止。
- 4 新事業分野への挑戦を品質面でサポート。
- 5 製品回収訓練の継続実施。

経営企画本部

「やってみよう」が、
次々生まれる
職場へ。



吉野本部長

VISION

「データ×共感を力に、挑戦が連鎖する職場へ。」
業務のムダを排除し、迅速な意思決定と価値創出支援を実現。
挑戦が次々と生まれる全社の好循環をつくる。

26-28 主要戦略について

- 1 人材育成と最適人員配置の実現。
- 2 本部内の業務プロセスとルールの再構築。
- 3 検証と改善で自動化・省人化推進。
- 4 法令順守の仕組みづくり。
- 5 挑戦を楽しむ企業文化づくり。

水産品事業本部

美味しさも、安全も。
水産のプロで
あり続ける。



佐々木本部長

VISION

水産品の品質・安全・美味しさを追求し続けるプロフェッショナル集団として、食の信頼を未来へ繋ぐ。そして、水産品の安定供給と付加価値化を両立し、国内外で信頼される水産加工メーカーになる。

26-28 主要戦略について

- 1 生産拠点の最適化・増産化。
- 2 デジタル受注システム運用で業務効率化。
- 3 新ブランドの創出。
- 4 新製品開発と商社機能の充実。

※4 コンシューマーパック … 一般家庭向けに小分けに包装した商品。

卸売事業本部

地域シェアを力に、
事業は次の
ステージへ。



足羽本部長

VISION

縮小していく山陰市場の中、シェアを堅持し、事業の拡大を目指しながら、西日本においてより存在感のある業務用食品卸会社になっている。

26-28 主要戦略について

- 1 営業と配送分離で業務簡素化。
- 2 転勤可能人員の確保。
- 3 デジタルツール活用で業務負荷軽減。
- 4 各地域での販売チャネル模索。
- 5 近隣主要都市への進出。

※2 JFSA … 当社が加入している日本外食流通サービス協会。
※3 共販メーカー … 会員毎に年間取扱高目標を設定し、会員と協同して達成努力するメーカー。

海外事業部

世界と繋がる
食の事業、
売上50億円規模へ。



原田部長

VISION

食品製造、卸、商社、小売・直売、FC 輸入※1 など、食品事業を幅広く手掛け、海外事業が関連する売上が50億円規模になっている。

26-28 主要戦略について

- 1 人員増で海外事業の成長を加速。
- 2 輸出入アイテムの拡充。
- 3 カニ以外の原料を加工し国内外へ販売。
- 4 自社のクリームコロッセを海外で販売。

※1 FC 輸入 … FC：フランチャイズ。海外ブランドと契約し、商品を輸入・販売すること。

アンコンシヤスバイアス 研修実施

2月25日、主事を対象に「アンコンシヤスバイアス研修」を実施し、計72名が参加しました。本研修は、誰もが働きやすい職場風土醸成の取り組みの一つとして2022年度より階層ごとに順次実施しており、2025年度で4回目の開催となります。アンコンシヤスバイアスとは無意識に「こうだ」と思い込むこと。受講者は「私のアンコン」を振り返り、グループでの意見交換を通じて日々の業務やコミュニケーションの中に潜むアンコンシヤスバイアスを学びました。受講者からは研修により日々の業務やコミュニケーションにおける気づきや良い変化に繋がったといった声が寄せられました。

〈受講者の感想〉

「普通は『すべき』といった言葉を、つい使っていたことに気づいた」
「性別や年齢、経験、立場で相手の可能性を決めていたかもしれない」
「発言の前に一度立ち止まって考えるようになった」
「自分や相手の可能性を広げるきっかけになった」
「対話を大切にしたい」



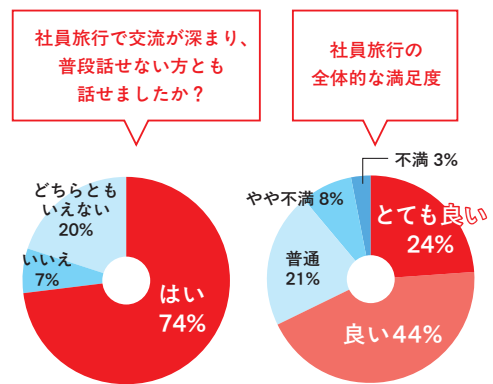
春期総合食品展示会 2026

3月4日・10日・11日・17日・18日、豊岡・鳥取・米子・萩（島根さんれい）の4会場にて「FOOD INNOVATION2026」駆けける未来、山陰から」をテーマに春期総合食品展示会を開催。出展メーカー89社、5日間で開催。2048名のお客様にご来場いただきました。春の新商品紹介をはじめ、当日限りの超特価品、空くじなしの抽選コーナー、充実したラインナップの自社コーナーなど、ワクワクする企画を多数用意し、各ブースでは活発な商談が行われました。さらに、鳥取・米子会場では久米桜麦酒が出展し、「大山Gビール」の定番ビールや限定ビール、World Beer Awards2025世界一受賞ビールの試飲も実施。多くのお客様に商品を感じていただくことで、終始活気にあふれた充実の5日間となりました。



社員旅行アンケート結果

2025年9月から2026年1月にかけて実施した社員旅行のアンケートを行いました。回答者の約半数が社員旅行に「参加した」と回答し、参加者の満足度は「とても良い」「良い」が約7割を占めました。行き先や観光・体験内容、食事への評価に加え、「他部署の社員と交流できた」「普段話す機会の少ない方と話せて良かった」といった声も多く、社員同士の交流機会に繋がる結果となる一方で、事前案内やスケジュール・プランなどに対し、多岐にわたる意見も寄せられました。今後は「内容や日程次第で参加したい」が最も多く、行き先は大阪、北海道、京都などの国内各地のほか、普段なかなか行けない観光地や海外を希望する意見もありました。今回の結果を今後の社内行事の企画・運営に活かしていきます。



経営層に聞く！ さんれいフーズの未来

会社のビジョンを描く経営層から、さんれいフーズの未来像と、社員や会社に対する期待と想いについて語っていただきました。

入社以来、現在の広域営業本部に所属し、東京を中心に大阪や安来などで営業として経験を積んできました。中でも印象に残っているのは、従来の冷凍食品に加え、カニのチルド販売に取り組み、工場と連携しながら手探りで商品づくりと販売を進めていった経験です。

長年東京で営業活動を行う中で、当社は「卸の会社」という認識が強いと感じてきました。カニや冷凍食品といったメーカー事業については、さらなる認知度向上の余地があると感じています。今後、広域営業本部として目指すのは、まさに「全国が知るさんれいへ」の実現です。そのために取り組んでいきたいのは、主力製品であるカニ製品やクリームコロッケに加え新たな価値のある商材を生み出すこと、そしてそれらを当社通販ショップ「美食ダイニングイルナス」を通じて発信していくことです。イルナスでしか買えない独自性のある商品を創出し、他社商品との差別化を図っていく必要があります。通販事業は、全国に当社を認知してもらうための重要な役割を担っており、今後はコンセプトを明確にしたうえで、戦略的に展開していきたいと考えています。

「大バズリ」の戦略

当社が通販事業を始めて今年で4年目。まだ新しい取り組みではありませんが、今後の成長を左右する重要なフェーズに入っていると感じています。通販は単なる販売チャネルとして

全国市場へ挑む、直販部門の新たな挑戦

ではなく、認知拡大と売上成長の両面を担う重要な柱として育てていきたいと考えています。

その中で目指しているのが「大バズリ」の創出です。ただし単発的な話題づくりではなく、最終的に購買へと繋がる「継続性のあるバズ」を実現することが重要だと捉えています。SNSやインフルエンサーの活用など手段は多様にあります。いずれも商品力と結びついて初めて意味を持つものです。商品そのものに魅力があれば、一時的な注目で終わってしまいます。また、通販事業や「大バズリ」を通じて当社の認知度が向上することで、BtoB領域における売上拡大にも繋がっていくと考えています。そうした相乗効果を生み出すうえでも「認知度」は重要な要素であり、通販事業がその役割を担っていきたくと考えています。新たな事業への挑戦は、誰かが担わなければならないものです。直販グループをはじめ、商品企画グループやマーケティンググループと連携しながら、試行錯誤を重ねていきたいと考えています。

社員が関わりたくなる夢のある事業部へ

通販事業を当社の成長を支える一つの柱にしていきたいと思っています。社員の皆さんにも「通販のお仕事って面白そう」「関わってみたい」と感じてもらえるようなチーム作りを進めたいです。会社に向けた新たな価値を生み出し、将来に向けて夢のある事業部へと成長させていきたいと考えています。



執行役員
古杉 亘
(広域営業本部 本部長)

広域営業本部長兼直販グループ長として、カニ製品やクリームコロッケなど主力商品の販売強化と新規商材の展開を軸に、全国規模での販路拡大を推進。通販事業の強化やブランド価値向上にも取り組み、既存取引先の深耕と新規開拓を通じて市場シェアの拡大を図っている。

トツゲキ! となりの 島本さん

人事部 人事労務チーム 主事
2019年 入社
島本 俊洋さん



「中途で入社した社員が長く続けてくれると嬉しいです」と語る島本主事。社員にとって身近な人事であるために、話しやすい雰囲気づくりを模索中。

■島本さんの仕事
中途採用でさんれいフーズに入社して、最初の6年間は松江支店で卸売営業をしていました。1年前に人事部へ異動して、今は採用と労務の仕事をしています。

この1年は両方の業務を幅広く経験させてもらいました。採用の面では中途採用の面接対応、人材会社（リクルートなど）との打ち合わせ、研修の企画や案内、入社後のオリエンテーションの企画や運営などを担当しています。

■今後の目標
今後は法改正への対応や、社内制度のアップデートなど、時代に合った仕組みづくりを進めていきたいと思っています。社員の声も取り入れながら、働きやすい環境づくりにも努めていきたいです。部署や役職の垣根を越えて、社員同士がもっと繋がれる会社になったら嬉しいです。「こうしたらもっと良くなる」という意見があればぜひ気軽に人事部に声をかけてください。

■仕事のやりがい
この1年で特に印象に残っているのは、社員紹介制度の拡充です。制度の内容や規程の見直しを何度も行ったので、正直なところ大変な部分も多かったです。

そうした中で、紹介制度の報奨金が3万円程度だったところを最大10万円に拡充したことで、実際に制度を利用してくれる社員も増えてきました。そうした動きを見ると「やって良かったな」と感じています。

■心がけていること
私自身も中途入社を経験しているのでも、新しく入社してくる方の不安にはできるだけ寄り添いたいと思っています。誰に相談していいのかわからなかったり、管理部門は少し話しかけにくいなと感じられたりしないよう、人事部として「話しやすい存在でありたい」という思いを大切にしています。

■島本さんのオフタイム!
【子どもとお出かけ】週末は子どもと一緒に出かけや散歩を楽しんでいます。写真は松江市のカラコロ工房での1枚!
【日本酒】日本酒が好きでよく飲んでます。おすすめは「李白~CARO~」。牡丹の花酵母を使用したピンク色のお酒で、見た目のかわいさもお気に入りのポイントです。



さんれいフーズ社内報

フラット!

「これまで」と「これから」に直撃!

このたびフラット!編集チームに加わりました、直販グループの市川です。取材練習も兼ねて、先輩方にフラットの「これまで」と「これから」を直撃してみたいと思います!



市川 フラット!が始まって1年5か月。活動を通じて変化を感じた部分はありませんか?
遠藤 「これ取り上げてほしい」と社内から声をいただくようになりました。少しずつ認知が広がっている手応えを感じています。
佐野 「フラット!」に載っていたね」と話している場面を見かけるようになり、新たなコミュニケーションのきっかけの一つになれているかなと感じています。
齋尾 取材を重ねることで、採用活動でも具体的な説明ができるようになるなど、自分自身の成長にも繋がっています。
市川 社内でも新たなコミュニケーションが生まれるのは嬉しいですね。また、齋尾さんはフラット!の活動を通じてご自身の成長を感じられたということで、創刊号で並河社長がおっしゃっていた「成長を応援するツール」としても機能して

いますね!
佐野 これからも色々な企画を通じて、部署や社員一人ひとりの姿や想い、頑張りにもスポットライトを当てたいです。会社全体で成長や挑戦を後押しし、そこから相乗効果が生まれるといいなと思っています。
下城 頑張っている社員を知ってもらって、掲載後に様々な部署から声がかかるきっかけにもなれたら。他にも、コンプライアンスや5Sなどについて学べる「学習ツール」としての役割も期待しています。
市川 応援して、活力をもらって、それが新たな挑戦へと繋がる。そんなサイクルが生まれるような記事づくりができるよう、私も頑張ります。最後に、やってみたい企画を教えてください!
齋尾 オススメ飲食店特集をやってみました! 拠点ごとのオススをリレー形

式で紹介する企画、面白そうだな。
下城 以前取り上げたエビのように、肉・野菜など食の知識を深める企画をしたいですね。日常生活にも活かせる知識が共有できれば。
遠藤 私は拠点訪問をもっと積極的にしていきたいです。実際に足を運ぶと職場の雰囲気や土地の文化など、新たな発見がたくさんあります。
佐野 読者参加型の企画をやってみたくすね。社員のみなさんと一緒にワクワクする記事を作りあげていきたいです。
市川 読者参加型のフラット!、とてもワクワクしますね!皆さん、ありがとうございました!社員一人ひとりに深く届けたいという先輩がたの熱い想いを感じました。「情報をつなぐ」「成長をつなぐ」そして「社員みんなで作る」。これからのフラット!を通じて一緒にもっとワクワクしていきましょう!

フラット!ではいつでも感想・企画を大募集中! 応募▶P.10
どんな些細なことでも大歓迎!みなさんの感性お待ちしております(^^)

昇進・昇格試験結果

2月18日および3月9日に実施された昇進・昇格試験の結果をお知らせします。昇進・昇格された皆さま、おめでとうございます。辞令は3月16日に発令されており、各拠点の掲示板にも貼り出されています。職位が変わっておりますので、ご確認をお願いいたします。

昇格職位・副参事

卸売事業本部 津山支店 田淵瑞恵
 広域営業本部 福岡オフィス 川上亮
 広域営業本部 東京支店 宮本将史

昇格職位・主査

営業戦略本部 営業戦略部 ミートセンター 永清洋介
 卸売事業本部 米子支店 鈴木優子
 卸売事業本部 米子支店 丸本優花
 広域営業本部 直販グループ 吉村萌葉美
 水産品事業本部 境港工場 陰山大貴
 水産品事業本部 境港工場 品質管理 足立真理子
 調理品事業本部 製造部 安米工場 今岡美紀
 調理品事業本部 製造部 安米工場 松田あずさ
 経営企画本部 人事部 佐野仁美
 経営企画本部 経営企画部 システムグループ 田中孝徳

昇格職位・主事

営業戦略本部 営業戦略部 ミートセンター 柳まゆみ
 卸売事業本部 豊岡支店 田中滉平
 卸売事業本部 鳥取支店 林友恵
 卸売事業本部 鳥取支店 藤原奈保子
 卸売事業本部 米子支店 石田卓
 卸売事業本部 出雲支店 曾田充裕
 卸売事業本部 出雲支店 白築健人
 広域営業本部 広域物流グループ 受注センター 金山詩央里
 調理品事業本部 製造部 安米工場 福島芽生
 調理品事業本部 製造部 安米工場 品質管理 今岡留衣

健康経営優良法人2026に認定されました

このたび当社は、経済産業省と日本健康会議が共同で推進する「健康経営優良法人2026（中小規模法人部門）」に認定されました。本制度は、地域の健康課題に即した取り組みや日本健康会議が進める健康増進の取り組みをもとに、特に優良な健康経営を実施している企業を顕彰するものです。今後も「食の幸せを地域社会と創りつづける」というミッションのもと、従業員の健康保持・増進に努め、一人ひとりが安心して働ける職場環境づくりを推進するとともに、企業として持続的な成長を目指します。


【具体的な健康経営施策】（一部抜粋）

- 生活習慣病などの疾病予防対策
- ・全従業員のインフルエンザ予防接種費用補助
- ・対象年齢の女性社員への婦人科検診費用補助
- 職場環境改善対策
- ・置き型社食サービス「オフィスでやさい」運用
- メンタルヘルスケア対策
- ・少人数の事業場も含めストレスチェックの実施
- ・管理職や担当者の階層別研修会実施
- ・年間休日日数の増加、時間単位年次有給休暇の導入

ジェフサ・カレッジ申込受付中！

2026年度のジェフサ・カレッジが6月より開講します。新しい講座を含め123講座ありますので、自分に合った講座を選択して自己のスキルアップにご活用ください。日々の業務を効率的に行うため、問題発見・解決のため、専門知識を習得するため、多くの方の申し込みをお待ちしています！

NEW! / 売場の数字 Copilot
 クレームとカスハラの境界線
 新・営業基礎 など
 食品・販促などの専門知識を習得できる実践的な講座を新たに追加！

【問い合わせ】人事部 佐野主査まで
 お申し込みはこちら ▶ 
 申込締切：2026年5月8日まで
 ※受講代金は7月一括給与引き、修了者に受講代金の全額を返金します。
 ※惣菜管理士、eラーニングの申し込みは別途ご案内いたします。

拠点「Dayori」
 KYOTEN DAYORI

#016

普段はなかなか知る機会が少ない他拠点のようすをお伝えします。今回は安全安心な職場づくりに向けて新たな一歩を踏み出した、卸売物流グループの取り組みを紹介します！



卸売物流グループ 今出副参事

安全安心な職場づくりに向け、まずは安全研修を実施！



危険な箇所をチーム内で話し合いながらマーキングしていく

卸売物流グループとして、安全安心な職場づくりに動き出しました。これまでも安全な職場づくりを軽んじていたわけではありませんが、やらされている感や、形だけのルールとなっていると感じていた中で、3月に退任された永田顧問（紹介の株式会社GROP様に協力いただくことで、安全を創りなおすことにいたしました。今回の研修にあたり、事前に米子支店、管理部門などにもアンケートに協力いただき、ヒヤリハット体験談や皆が危険だと感じている箇所を洗い出しました。研修当日は、他社の事故事例監視カメラ映像・記事）を見聞きし、自社倉庫内の危険箇所を地図にマーキングして、なぜ危険なのか分析しました（トヨタ式なぜなぜ分析※）。

次回以降では、実際にどのような具体的対応ができるか対策を考え、実行に移していきます。

「じぶんごと」として一人ひとりが向き合っ安全安心な食材を届けるために、まずはじぶんが働く職場の安全を創りあげていきます。

※トヨタ式なぜなぜ分析…問題の根本原因に到達するために障害が発生した理由を「なぜ？」と繰り返して掘り下げていく手法。

フラット！
 感想・企画
 募集集中！
 フラット！をもっと面白く！
 あなたの声、聞かせてください
 今月のフラットにはワクワクがありましたか？タメになりましたか？「この企画よかった！」「こんな企画やってほしい！」そんな感想や企画アイデアを募集しています！ご協力いただいた方の中から抽選でプレゼントを進呈します！

4月のプレゼント
 プレゼンター
 1名様
 MANLY PTE LTD
 木箱×紅茶ギフトセット
 シンガポールの紅茶ブランド MANLY が展開する木製ボックスに入った紅茶ギフト。ひと箱でちょっと贅沢なティータイムが楽しめます！

応募はこちら！

 応募締切：2026年4/30(木)まで
 ※毎月1人3通まで

【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？ご応募お待ちしております！

 Genstagram_sanrei

...



#ホワイトデー #スペイン料理 #Claude



並河 元の日々の写真からとっておきをチョイス!

Genstagram

3月14日、私の世代では「ホワイトデー」と言われた日（今は言わない??）です 📺

日頃の感謝も込めて、今年は息子とスペイン料理を奥さんに振る舞いました 🍷🍷🍷

魚介のパエリア、マッシュルームとエビのアヒージョ、トマトとパルメザンチーズのグリーンサラダ、ガーリックトースト、スペインワイン、と作ったことのない料理で個人的には頑張りました 🙏🙏🙏

因みにレシピ・材料など、全て生成AI (Claude) が用意してくれて著しいデジタル進化も感じた有意義な1日でした 🤖🧠

並河 元

さんれいフーズ社内報フラット! 17号

発行日 2026年4月15日

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


市川 亜沙美

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

会社の方向性や中期経営計画の各事業部の取り組みについて、全社員の皆さんにまず知ってもらいたい。そんな思いから今回の特集を企画しました。

■ 編集 遠藤 有美

新中期計画、新組織体制、フラット新メンバー加入、色々動きのある2026年度の始まりですね! 「挑戦を面白がる」会社になっていくのがこれから楽しみです^^

■ 編集 佐野 仁美

26-28中期経営計画と新組織が始動しました。新入社員と一緒に私も各部署の方針・取り組みを勉強中。次号はフレッシュな新入社員を紹介いたします。お楽しみに!

■ 編集 齋尾 海空

検診費用補助など働く人の環境を整える活動をしていることが認められ、嬉しいニュースをお伝えすることができました。私もいきいきと働けるよう検診に行きます!

■ 編集 市川 亜沙美

先輩方の熱い想いを1,000字に収めるのは非常に難しかったです…またの機会に濃い内容で必ずお届けします! それと、みなさんの企画案お待ちしております~ (^.^*)