

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!

19号

2026.6

特集

さんれいフーズが加盟している

# JFSAをもっと知ろう!

SAN'INツーリズムマネージメント株式会社に参画

## 観光の中の新たな「食」をつくる

〈経営層に聞く!さんれいフーズの未来〉

執行役員 佐々木 優和

〈トツゲキ!となりの〇〇さん〉

卸売事業本部 鳥取支店 主査 中澤 誠哉さん

〈SANREI TOPICS〉

ウエスタンリーグ公式戦で当社コロッケを販売

揚げ物のテイクアウト専門店 KORO in シンガポール

〈INFORMATION〉 株式会社誠屋の株式取得

職場の熱中症対策が“義務化”されました/テレワーク勤務規程を制定しました

〈拠点だより〉 卸売企画グループ 次の一手は「Presents」から





▲「ピアソーセージスライスパズル」元々あるNB品（500g）との価格優位性を出すため、1枚あたりの厚さをギリギリまで調整しました！

さんれいフーズも携わっています！

## ジェフサ商品開発 **秘**話

当社はジェフサ商品の購入だけでなく、ジェフサPB品の開発にも携わっています。ジェフサ外食部会員となつてから、冷凍フルーツの担当として、冷凍パイナップル・冷凍ミックスベリー・冷凍ブルーベリー・冷凍ラズベリー（終売）の開発に携わりました。

パイナップルは現地リパック対応や通年収穫が可能であったため、比較的スムーズに進行した一方、ミックスベリー・ブルーベリー・ラズベリーは年1回生産で、国内リパック対応※3する必要があったことに加え、生産国も多岐にわたっていたため、年間販売数量の取りまとめや新物価格との比較検討などに苦労しました。ラズベリーは終売となりましたが、その他3品は順調に販売が進んでいます。また昨年は、大山ハム米子工場のNB品※4「ピアソーセージスライスパズル」をジェフサPB品化しました。朝食バイキングや宴会用コールドミート盛り合わせなど幅広い用途で活用できる商品として、拡販を進めています。

開発担当者  
野津グループ長に  
聞きました！



さんれいフーズが加盟している

# JFSA を もっと知ろう！

ジェフサ

当社が加盟しているJFSA（日本外食流通サービス協会）。「JFSA商品は知っているけど、どんな団体なの？」「名前は聞いたことがあるけど、詳しくは知らない」という方も多いのではないでしょうか。JFSAは当社で働く全社員に関わりのある組織です。今回は、そんなJFSAの役割や活動についてご紹介します。



## オススメのジェフサ商品紹介！

卸売企画グループ 安藤グループ長オススメ！

### JFSA 若鶏の塩麹照焼

メーカー：Umios（旧マルハニチロ）／2026年4月発売  
塩麹を使用して鶏もも肉を柔らかく仕上げた商品。最大の特長は自然解凍で喫食できるという点です。幅広い業種に提案してみてください。

外食グループ 野津グループ長オススメ！

### 求肥クリーム餅（ミルク）

ビュッフェや和食デザートをはじめ、産業給食・介護老人保健施設向けまで、幅広い販路で展開可能なアイテムです。トッピングアレンジにより、季節を問わず通年販売が可能です。

卸売企画グループ 和泉副参事オススメ！

### 大葉香る鶏つくね（軟骨入り）

JFSA 開発品／2026年4月発売  
惣菜売場で販売好調な素材で鶏つくねを商品化しました。鶏軟骨15%、大葉3%入りの鶏つくねです。なんこつの食感が特徴です。



## JFSA 日本外食流通サービス協会

JFSAは、北海道から九州まで正会員23社、登録会員8社、計31会員が加盟する業務用食材卸売企業の協業体であり、「全国同一の流通サービスや商品を取り扱い、全国同一精神で同一政策を遂行する」ことを基本理念に運営しています。

JFSA会員の中から選ばれたスペシャリストがジェフサPB品※1を開発するほか、賛助会員（取引メーカー）110社との共販制度※2を行っています。2025年度の共販実績は871億円、2026年度は893億円を計画しています。

また、会員間では情報共有、ジェフサPB品の受発注のために「JFSAコミュニティネット（会員間ホームページ）」が利用されています。

JFSAは北海道・東北・中西部の3ブロックに分かれており、当社は「中西部ブロック」に属しています。



※1【PB】…プライベートブランド。小売業者が企画・開発したものをメーカーに製造依頼し、自社で販売するブランド商品のこと。  
※2【共販制度】…会員企業と賛助会員メーカーで設定した年間取引目標の達成に向けて相互に協力する制度。また、お客様に対する営業支援（商品開発や市場調査）も共同で行う。1

## ジェフサ推進部会

ジェフサ推進部会では、北海道・東北・中西部の各ブロックでジェフサ商品の販売促進施策を検討。推進委員が集まり、販売目標額に向けての課題の確認など情報共有を行います。食や物流に特化した委員が、意見やアイデアを持ち寄り、業界や組織の発展に繋がる取り組みを推進しています。

### 営業戦略本部 足立部長のコメント

ジェフサ推進委員を拝命し1年が経過しました。推進部会への参加当初はJFSAに対する自身の理解度も浅かったことで戸惑いを感じていましたが、現在は少しずつ慣れてきました。推進部会で得られる情報のほかに、会員メンバーとの交流から全国の様々な情報をいただけることは業務においても自分自身においてもプラスとなっています。

特に印象深いのは、昨年株式会社久世のシステム部門を視察させていただいたことです。首都圏の外食業態の得意先を中心に商売をされているため当社のエリアおよび販売業態と一概には比較できませんが、視察させていただいたシステムやサービスはどれも業務効率化と標準化に繋がっており、大変参考となる内容でした。

実は今期より  
新たに始まった営業戦略部の  
中期計画には、視察で得た  
ヒントを盛り込んでいます。

ジェフサ・カレッジ（通信教育・eラーニング）は、JFSA会員の正社員を対象に基礎知識や職務能力向上のために開設されたものです。食品衛生・食品知識・物流関連をはじめ100以上ある講座の中から、自分の興味・関心にあわせて受講することができ、自己のスキルアップに活用いただけます。日常の業務をより効率的に行うためのヒントを見つけれられるほか、専門的な知識の習得も可能です。

※JFSAはジェフサカレッジのほかに、惣菜管理士資格取得支援制度も実施しています。



専門知識の取得や自己のスキルアップに！  
**ジェフサ・カレッジ**  
通信教育・eラーニング

※3【国内リパック対応】…現地でパッキングしたものを国内で再びパッキングし直すこと。  
※4【NB】…ナショナルブランド。メーカー自身が企画、製造、販売を行う自社ブランド商品のこと。



**観光産業と  
さんれいフーズの可能性**

当社がSTMへ参画する背景には、これまでの事業の延長にとどまらない新たな可能性があります。

これまでの当社は、主に飲食店や宿泊施設に対して商品を提供・提供する立場でした。しかしSTMに参画することで、それらの施設の企画・運営の段階から関わる事ができるため、観光の中でどのような食を提



SAN'IN ツーリズムマネジメント株式会社に参画

# 観光の中の 新たな「食」をつくる

Made by Myths. Crafted by Nature. SAN'IN

すべては自然から始まり、そして終わる。  
山陰は日本海に沿って流れる南西部の地域で、自然界とそこに住む人々との間の本質的なつながりによって定義されている。山々、鏡のような海、彫刻のような海岸線、清流、太古の砂丘など、その清らかな風景は日本の起源にまつわる数千年にわたる神話、隠された寺院、伝説の神社を生み出してきた。山陰には粘土から鉄器にいたるまで、景観の力に深く根ざした職人文化があり、人間と自然が時を超えて調和していることを反映している。

(SAN'IN ツーリズムマネジメント株式会社 マスタープランより抜粋)

供するか、どの程度の需要が見込めるのか、といった点にも関与できるようにあります。これは取引のあり方としても、単発ではなく中長期的な関係構築に繋がる大きな変化です。

**「食を届けるだけではない  
「つくる側」としての関わり**

現在検討が進められているセントラルキッチン化(※)は、複数の宿泊施設や飲食機能を効率的に支える仕組みとして注目されています。この分野において、当社はこれまでの商品を提供する役割に加え、どのような食を提供するかという「つくる側」として関わっていくことが期待されています。

さらに、STMの取り組みのひとつである「食を軸とした観光(ガストロノミーツーリズム)」との連携も重要な視点です。食材そのものだけでなく、その背景にあるストーリーや地域性も含めた価値として提供することにより、観光の付加価値を高めていくことが可能になります。

STMへの参画は、単なる出資ではなく、山陰地域の将来に向けた観光と産業のあり方に関わる取り組みです。今後は、行政や観光事業者、金融機関などと連携しながら、地域全体の価値創出に繋げていくことが期待されます。

※【セントラルキッチン化】…複数の店舗や事業所の料理・食材調理を、1カ所の調理施設(センター)に集約し、一括して行う仕組み。味の均一化や、現場の調理負担の軽減、コスト削減を目的としている。

## 山陰地域を支える 産業としての「観光」

霊峰大山や日本海、自然が作りだす美しい景観に神話や歴史、そして食など、山陰には数多くの魅力があります。この山陰エリアの観光振興を目的として、2026年5月に島根県と鳥取県の企業が連携し、「SAN'IN ツーリズムマネジメント株式会社(以下STM)」が設立されました。

当社も参画しているSTMでは、山陰の地域資源を活かしながら、国内外の観光客から選ばれる地域づくりを進めていきます。

従来の観光産業は、宿泊や飲食、交通など各事業者が個別に取り組みが中心でした。一方、STMは地域全体をひとつの観光地として捉え、戦略の立案から実行までを一体で進める「観光地経営会社」です。

具体的には、

- ・観光戦略やビジョンの策定
- ・観光施設の企画、開発、運営
- ・旅行商品の造成や販売
- ・プロモーションやマーケティング

といった機能を包括的に担い、観光を継続的に価値を生み出す仕組みへと高めていきます。



**営業戦略本部  
伊藤本部長のコメント**

STMには山陰酸素工業、さんれいフーズ、島根日産自動車とグループ企業も参画しています。令和5年には、観光庁が選定する「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」のモデル観光地として、全国14地域の一つに山陰が選ばれました。こうした背景のもと、国内外の観光客に選ばれる観光地づくりを目指し、STMを設立し、取り組みの強化を図っています。

特にウリ(旅行商品・ヤド(宿泊)・ヒト(ガイド・ホスピタリティ人材など)コネ(人脈形成・アシ(交通など)のキーワードを強化するにあたり、当社も連携してエリアの活性化に協力していきたいと考えています。



▼ロゴのキャラクターが隠れているよ!



NEW OPEN!

APRIL 2026

当社のクリームコロッケを中心とした揚げ物のテイクアウト専門店

# KORO

in シンガポール

2026年4月、シンガポールで当社のクリームコロッケを中心とした揚げ物のテイクアウト専門店「KORO」がオープンしました!



▲制服は店舗ロゴのデザインを踏襲した帽子とエプロン。

## PACKAGE

お弁当のパッケージは、鳥取県を感じられるデザインになっています。ひょっこり顔を出す、コロッケをモチーフにしたキャラクターが可愛いですね!



## AGEMONO OBENTO



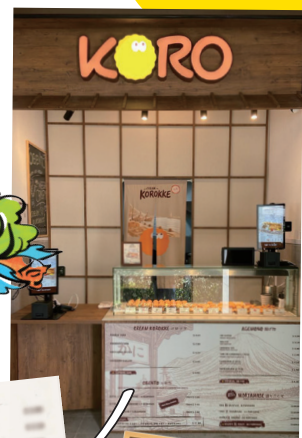
「OBENTO (お弁当)」は、お客様にクリームコロッケ・揚げ物の中からメインを選んでいただき、ライス・キャベツ・ソース付きで提供しています。単品での注文もOK! 「MORIAWASE (盛り合わせ)」メニューもあります。



ご注文はタッチパネルで! ▶



## MENU BOARD



vol.020 さんいフーズ 社員インタビュー

ツツギキ! となりの

中澤さん

卸売事業本部 鳥取支店 主査  
2011年入社

中澤 誠哉さん

### ■中澤さんの仕事

現在、鳥取支店の主要得意先である量販店のサンマート様を担当しています。惣菜売場の素材品、調理品をはじめ、それらに使用される揚げ油や調味料、水産コーナーの鮮魚・冷凍水産品、ベーカーリー部門で使用されるパンのトッピング具材など幅広い商品を提供しています。

日々の業務では、バイヤーとの商談だけでなく、売場提案、見積書作成、商品規格書やサンプルの手配、採用後の納品スケジュール確認、商品発注・在庫管理を行い、商品提案から納品管理まで一貫して行っています。

また、営業戦略部の量販グループも兼任しており、量販店向けの「寿司ネタ」「製菓・製パン」などのミニプレゼン会にも参加し、商品提案力の向上に取り組んでいます。

### ■仕事のやりがい

量販店担当者としての仕事のやりがいは、自分が提案した商品や企画が採用されて実際の売場に並び、多くのお客様の手に取ってもらえることです。バイヤーとの商談を重ね、「こういう売場にしたい」「こんな商品がほしい」という声を形にできたときは、大きな達成感があります。特に、売場提案が採用され、販売実績として数字に表れたときには、自身の取り組みが会社の成果に繋がっていることを実感できます。

### ■心がけていること

どの営業担当でも共通していることだと思えますが、「相手の立場で考えること」「お客様の利益になること」を心がけています。お客様が何を求めているのか、売場ではどのような課題があるのか、今後どのような課題が出てきそうかを意識し、単なる商品紹介ではなく、課題解決に繋がる提案を行うよう努めています。

### ■今後の目標

今後の目標は、得意先から「まず一番に相談したい存在」と思ってもらえることです。そのために、商品知識や市場動向をより深く理解し、売場全体を見据えた提案力を高めていきたいと考えています。また、得られた現場の声や情報を社内へ積極的に発信し、商品開発や業務改善に繋げる役割も果たしていきたいです。日々の経験を糧に、自身の成長だけでなく、会社の成長も支えられる存在を目指していきます。

■中澤さんのオフタイム!  
【野球観戦】年に数回上司、同僚などと野球観戦します! 球場で飲むビールは格別です!  
【ウイスキー】4、5年前よりウイスキーにハマっております。家族旅行などで県外に行った時にもついつい酒屋巡りをしてしまいます(笑)。



岡山・株式会社誠屋の株式取得

この度当社は、株式会社誠屋の持株会社である株式会社HLSの株式を100%取得しました。現在進めている中期経営計画において、エリアを越えた事業展開や「さんれいブランド」の拡大を掲げており、本件はその具体的な取り組みの一つです。近年、食品業界では物流コストの上昇や人手不足、市場縮小、顧客ニーズの変化など環境が大きく変化してきています。当社においても従来の枠にとられず、新たな成長戦略を自ら描き、実行していくことが求められています。

当社の卸売事業ではこれまで山陰を中心に事業を展開してきましたが、今後より一層の成長を見据え、岡山で強固な顧客基盤を持つ老舗食品問屋である誠屋と連携しました。これにより、事業エリア拡大や物流の効率化、メディカル分野の強化など、さらなる価値提供が期待できます。誠屋について、今後フラット！で詳しくご紹介予定です。



プレスリリース内容  
【誠屋株式取得について】

職場の熱中症対策が“義務化”されました

近年の猛暑を受け、2025年6月1日より職場における熱中症対策が法律で制定されました。特に、次の条件に該当する場合、対策が求められます。

条件

WBG T値（暑さ指数）28度以上または気温31度以上の環境下で、連続1時間以上または1日4時間以上作業を行う場合。

対策



早期発見のための体制整備

体調の異変、すぐに報告できていますか？

重症化を防ぐための対応手順の作成  
万が一の対応手順、説明できますか？

作業環境の把握・管理

今日の暑さリスク、意識できていますか？

予防措置の実施

水分・休憩、後回しにしていませんか？

従業員への周知（教育）

熱中症対策の内容、正しく理解していますか？

〈問い合わせ先〉

総務グループ 山本副参事まで

テレワーク勤務規程を制定しました

当社では、業務効率の向上と多様な働き方の実現を目的として、2026年4月より「テレワーク勤務規程」を制定しました。

〈テレワークとは〉

自宅など会社外の場所、ICT（情報通信技術）を活用して業務を行う働き方です。

●対象となる業務（例）

- ・ 製品規格書の作成や資料整理
- ・ 企画、販促、マーケティング業務
- ・ 総務、経理、人事などのバックオフィス業務 など

※内容・適性を踏まえ会社が個別に判断します。

●利用するための流れ

テレワークを希望する場合は、インターネット「SF-文書管理」内の許可申請書を作成し、会社の承認を受ける必要があります。

●勤務ルール（例）

- ・ 所定の勤務時間で勤務
- ・ 第三者に情報を閲覧させない
- ・ 業務進捗は上司へ適宜報告
- ・ 残業は事前申請が必要 など

テレワークは柔軟な働き方を可能にする制度である一方、自己管理とルール遵守が重要です。ルールを守りながら、より生産性の高い働き方を目指していきましょう。

〈問い合わせ先〉

総務グループ 但見さんまで

フラット！  
感想・へ止画  
募集中！

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。



▲打ち合わせの様子

拠点「Dayori」  
KYOTEN DAYORI

#018

次の一手は「Presents」から



卸売企画グループ  
近藤 副参事

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。今回は得意先へ季節ごとのオススメ情報をお届けしている卸売企画グループを紹介します！

得意先向け情報誌「News Letter」を「Presents」へリニューアルし、1年が経ちました。本誌は、卸売企画グループの女性全員が、テーマ設定からメニュー決定、試作、写真撮影、レイアウト、発行までを一貫して手がけ、年3回発行しています。従来のスタイルを一新し、見た目にもこだわり、テーマに沿ったワンシーンを切り取ったような誌面を心がけています。仕入れのプロである卸売企画グループが自信をもってオススメする商品の数々を女性ならではの目線でのメニュー提案とともに掲載しています。

まだまだ認知度が低く、全ての得意先へ配布できていないのが現状ですが、得意先の売上アップに貢献するツールの一つとしてどんなに活用ください。ちなみに当社HPから見ることもできます。次回は、7月発行予定の「2026秋号」どんなテーマとなるのかお楽しみに！

応募はこちら！



応募締切：2026年  
6/30（火）まで  
※毎月1人3通まで

1名様

島根県出雲町産  
コシヒカリ  
「馬木米」  
5kg



6月のプレゼント

**G** Genstagram\_sanrei



#夏はビール! #RITZENHOFF # 🐱 #さんれいフーズ

...

並河 元の日々の写真からとっておきをチョイス!

# Genstagram

「KEEP CALM AND DRINK BEER (まあ、まずはビール飲もうぜ)」という印象的なグラス 🍷 (右端)「RITZENHOFF」というドイツのグラスメーカーのものですが、いつの頃からか欧州に行った際には買うようにしています。真ん中のワイングラスも夏にぴったりでオキニです 😊 これから夏本番、皆さんもオキニグラスでリラックスしましょう!! 因みに、久米桜麦酒のメンバー曰く、ビールと猫は近年のトレンドだそうで、ウチの子も登場してもらいました 📷 並河 元

さんれいフーズ社内報フラット! 19号


発行日 2026年6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

撮影する時、皆さんはどんな掛け声をされますか? 「ブリッパリのずわいが、に〜」を流行らせたいと思いついて早12年。まだ言う勇気が出ません。

### ■ 編集 遠藤 有美

野球イベントへの出店には、部署を越えて多くの社員が参加し、実際にお客様との対話を通じて市場を体感することができました。暑くて熱い! 2日間でした!

### ■ 編集 佐野 仁美

STMやシンガポールの揚げ物テイクアウト専門店など、新たな取り組みが詰まった号になりました。変化に置いていかれないように、自分自身をアップデートしていきたいです。

### ■ 編集 齋尾 海空

JFSAの商品は食品展示会で食べたことがある程度だったので、特集を担当して商品アイテム数の多さに驚きました! 表紙はその一部の商品を取り揃えてもらい撮影したものです。

### ■ 編集 市川 亜沙美

山陰のこれからつながる取り組み、胸が高鳴りました。多くの人に山陰の魅力が届くといいな。まだ知らない山陰を知れたり、新しい魅力が増えていくのも楽しみです! 🌱