



Special Interview 惣菜業界を担う若手経営者の夢 ③

“オクラのヤマダイ” 世界企業を目標に ～クリエイティブな惣菜産業を目指そう～

ヤマダイ食品(株) 代表取締役会長兼社長

樋口 智一 氏

【特集】大阪・関西万博「万博で芽吹く食産業の未来」



一般社団法人
日本惣菜協会
Japan Ready-made Meal Association



穀物の感動的価値を創造、 健康と豊かな食生活を実現

(株)はくばくは1941年発足、53年に大麦の粒を半分に切って黒い筋を取り除いた「白麦米（はくばくまい）」を発売。創業以来、大麦をはじめとした穀物のおいしさを追求し続け、「骨太家族」や「押麦」などの大麦商品とともに「十六穀ごはん」などの雑穀商品・麦茶・乾麺・ラーメン・小麦粉・穀粉など多様な穀物商品を開発し、穀物カンパニーとして成長してきた。24年度の雑穀市場188億円（前年比17%増）に大きく貢献している。

品質管理基準を学んで 自社の品質レベルを知り、誇りに

当社では社員に惣菜管理士養成研修の受講・資格取得が推奨されています。私は大学で食と関係のない学びをしてきたため、食の基本を学んで会社に必要とされるように成長したいと惣菜管理士養成研修の受講・受験を始めました。三級・二級・一級とステップアップしていくカリキュラムでじっくりと学んだことは、食品会社で働く上での基礎となって今の私を支えています。

入社して最初に配属となった商品企画で、商品の裏面にある原材料表示や栄養成分表示を作成していたため、表示に関する学びがすぐに役立ちました。また当社には独自に定めた厳しい品質管理基準があり、法令に順守した製品づくりをしていることを知りました。山梨という地方の一企業ですが、とても誇らしくこの会社に入社して良かったと思いました。

これまでは食の知識が社内の仕事を円滑にしてくれましたが、今年の4月から営業本部業務用販売部の所属となり、これからは社外に向けて正しく情報を発信して共有できるように経験を積んでいきたいと思っています。業務用の販売は、お客さまの開発する商品に対して大麦・雑穀で健康価値を高めるような提案をすることで、商品価値や企業価値の向上に貢献しています。

穀物は主食として毎日食べていただくことができます。生活者の食に関する知識や健康意識がますます高まっている今だからこそ、日常的に皆さまの健康をサポートできると考えています。大麦・雑穀の魅力をたくさん発信できる

よう知識と経験を積んで、健康づくりのパートナーになるために頑張っていきたいと思っています。

「ととのう食べ方」を広げる

社長の長澤重俊は、「現代の食卓にもっと穀物を登場させ、おいしく楽しんで食べてもらうことで家族の笑顔が増え、家族が健康になる」という信念を持っています。

こうした思いを「主食改革プロジェクト」として新たな食文化の創造を行っております。業務用においては「ととのう食べ方」というメッセージに置き換えて発信しており、うるち麦やもち麦、発芽玄米などさまざまな雑穀ごはんを皆さんの生活に取り入れてもらうきっかけ作りとして活動しています。具体的には、外出先の食事でもごはんを選ぶことのできる「ととのう食べ方」を外食・中食産業へご提案し、大麦・雑穀メニューを取り入れていただいています。ごはんが選べるお店には「ととのう食べ方」ステッカーを店舗に貼っていただくなど、穀物生活を生活者に広げる活動をしています。食生活が乱れがちな現代社会において、ごはんが選べる「ととのう食べ方」を推進することで、これからもおいしくたのしく内側から健康な状態に整えるサポートをしていきたいと思っています。

惣菜管理士&デリカアドバイザーの皆さまへ



「笑顔いきいき」に登場していただける方を募集しています！
自薦・他薦問いません。資格取得して良かったことや現在の業務に生かしていること、おすすめ商品の紹介もOKです。
⇒ QRコードからご連絡ください。



野菜の物クタ物「レサイド」

大隈 隆広 Okuma Takahiro (所属：工房まる)

1992年生まれ。「山下清になりたい」と語る彼は、これまで目にしてきた風景を心に刻み、その記憶を頼りに、ゆっくりと丁寧にペンや色鉛筆を動かしていく。本作はいつともは趣向を変えて、果物や野菜を紙いっばいに、散りばめるように描き広げた。四角いお皿の上には、フルーツのデザート（レサイド）が彩られ、彼が大好きな野菜たちに囲まれている。「おいしい物を描きました。カラフルな野菜、デザートのおいしさを伝えたいです。僕のオススメの、レンコン、ナス、キュウリ、肉団子を探してみてね。」

jm News Contents August 2025 No.340

- 02 笑顔いきいき (株)はくばく 新倉 江里加 さん
- 03 スペシャルインタビュー “オクラのヤマダイ” 世界企業を目標に
- 06 特集 大阪・関西万博「万博で芽吹く食産業の未来」
- 08 協会活動報告
- 10 惣菜管理士養成研修 受講申込は9月20日まで
- 12 「和食」のつぼ 第四回 「旬」②
- 13 海外の惣菜事情 Vol.4 アメリカ NYウエグマンズの「ミール・ソリューション」
- 14 企業訪問 (株)佐市
- 15 労働災害防止3事業への参画報告 ⑦
- 16 中小企業経営者の課題と「五つ星経営フロー®」の考え方 ②
- 17 新会員紹介
- 18 暑中お見舞い
- 20 わが社のイチ押し (株)コンステック/株ゼコー
- 21 Skill Check & Study Go! チャレンジクイズ
- 21 「惣菜のお悩みあるあるQ&A」Vol.13
- 22 ニュースダイジェスト/アンケートクイズ
- 23 正会員名簿 (2025年7月16日現在)

惣菜業界を担う若手経営者の夢 ③

ヤマダイ食品㈱ 代表取締役会長兼社長

樋口 智一氏 Higuchi Tomokazu

1994年にヤマダイ食品入社、取締役。2002年代表取締役会長兼社長。㈱モカフードジャパン会長、㈱日本もぎたてファクトリーホールディングス代表取締役、他国内外10社代表。個人では13年に返済義務のない奨学金支給活動をしている。(現 財団法人 モカ育志奨学基金)

“オクラのヤマダイ” 世界企業を目標に ～クリエイティブな惣菜産業を目指そう～

ヤマダイ食品㈱は、三重県四日市市に本社を置く食品メーカーで、主に業務用冷凍惣菜を製造・販売している。1921年に創業者・樋口卯十郎氏が三重県・伊勢湾の海産物で佃煮を製造。四日市コンビナート建設で魚介類の水揚げが減ったため、70年に二代目・守氏が業務用惣菜製造を開始。97年に三代目・正彦氏が冷凍惣菜を始めるなど、社会や時代の変化に素早く対応してきた。四代目・智一氏は、会社の主力商品をオクラにすることを決め、枠にはまらない奇抜な経営戦略で、新興企業への出資支援も数多く手がけ、現在、グループは国内外14社へと成長させた。20年後、世界に通じる売上高最低グループ平均1兆円企業規模を目指す。

聞き手 (一社) 日本惣菜協会専務理事 清水誠三

新工場竣工直後にコロナ禍へ

清水 明日の惣菜を語る会（若手経営者の会）を通じて、樋口社長の枠にはまらない考え方と行動に大変関心を持っていました。25億円を投資した新工場竣工後にコロナ禍となり、大変心配しました。それでも、御社はお元気でしたね。

樋口 私もびっくりしました。2020年1月28日新工場が竣工し、3カ月後にはコロナ禍で取引先のホテル・居酒屋・旅館・外食がほとんど休業となり、売上が3分の1になりました。当時の1カ月の赤字は1億円、手元には現金が2億円しかなかったため、真剣に2カ月後には倒産かと思いました。

清水 何がきっかけで、会社を元気にできたのでしょうか。

樋口 運が良かったとしか言いようがありません。コロナ禍のゼロゼロ融資が始まり、手続きの翌日にはボンと助成金の3億円が銀行口座に振り込まれました。ラッキー以外の何物でもありませんでした。その後、他も合わせて合計12億円が調達できました。私の知見では、会社が倒産するときは現金がなくなったときです。です

から、数年赤字が続いても、世の中がヤマダイを必要としていたら会社はつぶれないと気にしませんでした。これで、しばらくは死なないという確信ができました。

加えて、「ピンチの裏には必ずチャンスがある」と常々考えています。この時も「そのチャンスは何なのか」を1カ月間ずっと考え続けていました。気分転換で訪れた箱根で温泉につかっている時にハッと気が付き、突然「ワァー!!」と叫びました。妻は、ついにおかしかったと思ったようです（笑）。チャンスが何か分かったのです。翌日会社の幹部を集めてすぐに会議をしました。伝えたのは、疫病の次に天災、そして戦争が来て、世界が大きく変わるというのは歴史から見てワンセットなのかもということでした（実際には天災と戦争の順番は逆でしたが…）。しかも疫病は歴史上長くて3年でしたから、それぞれ3年でいたい10年後には新しい世界が始まる。チャンスはここから長くて10年しかない、ここだ!!と高揚感が高まりました。45歳の一番脂が乗っている時にチャンスが来て、

そこからの10年です。「本当にありがたいございます」と信心深くもないこの私、この千載一遇のチャンスを手にできたことを天に感謝しました。

20年3月に、社員には「しばらく会社は死なない、目の前には百年に一度くらいの千載一遇のチャンスがある、私はこれを待っていた、新規開拓をする、勝負に出よう」というメッセージを配信しました。大変動期でなければ新参者はなかなかその機会がありません。

コロナ禍で売上が3分の1になっている会社の社長が、妙に嬉しそうでテンションが高い。常識的に考えると危険ですよ。しかし、私は真面目に世界的な企業になるために、すぐに手を打ち始めました。会社の軸足を変え、仕組みも変えて、自分が目指したかったグループ化の準備をしたというのが、この3年間でした。20年後にグループ年商が1兆円を超えていたら少しは成功、それ以下なら失敗だと考えています。

コロナ禍に顧客が2倍に

清水 社員の反応はいかがでしたか。

樋口 私の熱が伝わったようで、すぐに動き出しました。コロナ禍で果敢に営業をしていたのはわれわれぐらいでしたから、普段は会っていただけない企業へも営業に行けました。ベーカーリー・菓子・食品スーパー・高齢者施設・産業給食など新規開拓を始めました。その結果、3年で顧客が2倍になり、今はホテル・旅館も動いてきて、売上はコロナ禍前の1.3倍で単体年商42・8億円（25年3

月期）、グループ全体では約60億円規模に成長しました。商品開発にも力を入れました。洋惣菜でスマッシュヒットしたブロッコリー、オリブオイル系サラダなどの野菜商品も育ち、商品数は300アイテムとコロナ禍前の3倍になりました。

清水 ピンチはチャンスと皆さん言いますが、なかなか動けません。

樋口 普段ですと、変革と言っても抵抗がありますよね。あの時は他に選択肢がないので、抵抗も何もありませんでした。会社をフラット化しガラリと変えました。権限委譲もして、会社を変える大チャンスだったと思います。

社会人のスタート

四季報片手に飛び込み営業始める

清水 奇想天外な樋口社長の発想はどこから来るのでしょうか。

樋口 私の社会人のスタートを振り返ると、大学1年の時に、父から「遊んでいるなら働け」と、『会社四季報』と名刺200枚が送られてきました。優良企業リストだから営業して回収は心配ないから回れと。条件は出来高払いです。暇ですし、軽いノリで飛び込み営業を始めました。と言うとカッコいいのですが、実際は右も左も全く何も分からず、飛び込み先では名刺入れというものがあると教えられる始末でした。

清水 お父さまもユニークですね。

樋口 父は変わった人でした（笑）。私たちは父子というより親友みたいな関係でした。

私は20歳の頃から歴史・哲学・物理学・経営学・医学書が好きで、ハードカバー本を毎月20冊程度読み続けています。30年続いているので、少しは知識がついてきたかなと思います。そして、人との出会いを大切にしてきました。世界を視野に描けるのも、そうした出会いがあるからです。

清水 読書を年間200冊以上、30年間継続してきたという人には初めてお会いしました。築いた知識があるので、常識に流されずに自由な発想を繰り出せる。飛び込み営業から始まった社会人としての人生も、旺盛な探求心で次の行動を探り出し、独自で道を切り開くという印象ですね。

樋口 当時のヤマダイはベンダーという形で売上の7割が1社に集中していました。経営の勉強をしていたので、メーカー力を発揮するために新規顧客開拓は至極当然であることは理解できました。飛び込み営業も何とか話を聞いてもらえるようになり、上場企業と会社をつなぐのですが、全く商談は成立しませんでした。工場の品質管理や衛生など、基本的なところから整えないといけないと悟りました。本当に何も分かりませんから、取引先の方に「言うことを全部聞きますから工場を見てください」とお願いし、何度もダメ出しをもらって直していくということの繰り返しです。

清水 突破力というか、発想と行動力が素晴らしいですね。

樋口 それしかなかったので（笑）。そこうっているうちに東京の開拓が進

み、成果も出てきました。大学3年時の秋に営業本部を作ろうと思い、新卒を募集します。自分は大学3年生ですから採用方法が分からないので、就活という体裁でめばしい会社の説明会に行き、その採用ノウハウを生かしました。こうして、大学卒業のタイミングで四日市に4人体制で「世界のYamada」になる」と豪語して営業本部を作ったのが1998年です。大学時代、私の年収は出来高制で1000万円以上ありました。父が新設する営業本部に資金を出すわけがないので、新卒には私の給料を当てるのスタートでした。

清水 背水の陣だったわけですね。

樋口 自分の給料が突然ゼロになりましたので（笑）。ただし、新しい挑戦を考えると、私は悲壮でもなんでもなく、楽しみでした。

立ち位置を「オクラのヤマダイ」に

清水 やはり、樋口社長は世間の常識の型にはまらず、非常に個性的ですね。お給料ゼロで楽しみと思つ方は、ほとんどいません。世の中の動きより早い段階で冷凍惣菜を始めたくっけは何でしょうか。

樋口 それは父の功績です。私はただそれを世の中に広めただけです。大学を卒業して営業本部を作った時に、何のヤマダイになろうかと考えました。当時の売上の半分は金時豆でしたが、金時豆ではフジッコさんに勝てる気がしないと、さまざまな商品をイメージしていったら、オクラをやっている会社はない。ならばオクラのヤマダイにしようと思案決めた



した。ヤマダイの立ち位置を作り、そこを突破口にしようと決めて、パンフレット商品15品の中にオクラを8品入れて作成しました。おいしいものをお届けすることは譲れない部分です。「ヤマダイといえはオクラ、オクラのことはどこよりも分かります」と言い続け、3年でオクラのヤマダイが浸透してきました。

人員過剰経営を27年間

清水 新入社員を全て新卒から教育して育てるとするのは、大変ではありませんか。

樋口 体育会系なので、年上より年下の方が楽かな？という甘い考えから新卒採用を始めました。実際はゼロからの教育は非常にコストがかかりますし、大変ではありません。ただ持ち出しを続けて27年にもなると、40代で年収1000万円クラスも結構出てきて、新卒採用の成果は大きいと思います。

清水 新工場竣工の投資も驚きました。惣菜メーカーでその給与は破格です。

樋口 お金で買えるものはあまり価値がないというのを常に考えています。工場はお金を出せば竣工できます。しかし、人材に関しては全て新卒から育てています。営業本部を創設して27年が経ち、やっと幹部にも20年戦士が続々と出てきました。「アレ」「コレ」「ソレ」のいわゆる「あうんの呼吸」で通じる人間がどんどん増えています。

新人教育は織田信長をモデルにしました。信長は当時としては珍しく、家柄を気にせず、街に出て一緒に泥んこになって遊んでしかして、その中から精鋭部

隊の母衣（ほろ）武者を組織しました。戦うときは、特に何も言わなくても「アレ」「コレ」「ソレ」で伝わります。そういう部隊でしたので、大変強かったのです。しかし、信長の兵隊の評価は東海最弱の兵隊です。その兵隊を率いて天下の一手手前まで行きました。いかに、あうんの呼吸が分かる幹部が重要かということです。私は部隊を作り込み、後はリーダーになる人間を強くして任せるという組織を作っています。

清水 今、人手不足・人材不足とされています。その点是对策されていますか。

樋口 私は意識的に人員過剰経営をしてきています。売上42億円規模に対して、当社は営業が50人います。これは売上120億円規模の人員配置だと言われます。10年、20年先の人口減少を見越して先行投資をしてきました。工場の従業員が全員日本人というのもよく驚かれます。私から見ると人材不足・人手不足は手を打ってこなかった経営者の問題だと思います。

清水 先を読んだ適正雇用になくはないということですね。

樋口 そう思います。5年前、マイクロソフトやGoogleが突然に大規模リストラしたことを見て、その理由を調べました。合理化の要因はA-1でした。気が付いた時にはかなり焦ったのですが、デスクワークの8割がA-1に置き換わると予想でき、今後の仕事の仕方を明確にイメージすることができました。そこで、社内の生産性をA-1活用で上げて、今後の3年間で社員の給料を1.5倍にする目

標を掲げました。そのために、社員にはパソコンに向き合う時間を1日3時間以内に制限するように指示し、人間は創造性を高めた仕事をしようと言っています。

当社の給与水準は、今後3〜4年で業界ナンバーワンの水準になります。前期までは赤字でしたが、この3年間で平均20%以上の給与を上げてきました。ここからはゼロスタートでA-1をうまく活用して組織をデザインすれば、3年くらいで1人で1.5人前に生産性が上がるという理解もできました。ですから、社員には「パソコンを開ける時間を減らせ」と言い始めました。

清水 業績をしっかりと上げていかないといいません。

樋口 もちろん、上がると思います。同業他社が人材不足・人手不足なので、当社が20年続けてきた人員過剰経営も寄与してくると思います。

インフレ時代の経営戦略 クリエイティブな産業を目指そう

清水 最後に、これからの惣菜業界についてのお考えを聞かせてください。

樋口 私は20代の時からインフレの経営手法を研究してきました。これまでのデフレは何もしなければ価値が下がるのですから、財産を持っている企業は守りの経営が正解でした。しかし、インフレは現状維持にも高いコストがかかりますから、何もしないと衰退していきまので、常に新しいことを始めないといけません。私はデフレでインフレの準備をし、新商品を出しては他社にまねされ、

コストを下げるという環境を経験して、新しい商品を出し続けるトレーニングを積んできました。また、一社に依存しない販売体制を意識して整えてきました。商品作りでは、「自分たちが発展することで、世の中をより良くしていく」という視点から、ここ数年の新商品は原則添加物を使用せず、シンプルに基礎調味料のみで世界に販売できる世界標準の商品を重視しています。いよいよ世界に飛躍するチャンスが目の前にきていると思うと、ワクワクします。

惣菜産業は50年まで伸び続けるというデータが発表されています。しかし、産業が伸びても従業員の給料は上がらず、商品だけが高いということになってしまったらクリエイティブな産業ではありません。「物価は高いけど、惣菜は安い、おいしい、体に良い、しかもあの業界の給料は高い」というモデルケースになろう、そのためにそれぞれの仕事の質を高めようと社内では言っています。

惣菜は生活の基礎になる産業で、お客さまに健康を提供しなくてははいけません。そのために経営者は勉強して、20〜30年先のビジョンを明確に持って経営の質を上げなくてははいけません。そして、健康な人が増えて健康寿命が上がり、そこに惣菜産業が寄与するということがこの産業の筋だと思っています。

清水 元氣が出る奇想天外なお話、そして最後にはクリエイティブな惣菜産業という業界の目指すキーワードを出していただきました。これから樋口社長に注目していきたいと思っています。



一般社団法人 日本惣菜協会 正会員名簿

会員数 **716** 社

(正会員：383 社 賛助会員：300 社 協力会員：33 社)

2025.7.16 現在

〈北海道支部〉

北海道

有アド・ワン
株九神ファームめむる
株コアファーム
株彩香
株ダイエツクック白老
株大果
株玉よし
だるま食品株
株弁釜
北海道フーズ株
株美奈味
ライラック・フーズ株
株ラルズ

〈東北支部〉

株あおもりコープフーズ
かがや食品株
株サンカツ
株青和食品
株青三
株あんしん生活
株兼平製麺所
有戸塚商店
マーマフーズ株

宮城県

株海祥
株グリーンデリカ
株佐市
株サト一食肉サービス
シブヤ食品株
株仙水フーズ
株だいく製麺
株ハチヨウ
(一社)みやぎ保健企画

秋田県

株秋田ごはん工場

山形県

三和漬物食品株
株松川井当店
株ミールサービス

福島県

内池醸造株
株グリーンフーズよしだ
株商工給食
株デリアン・クオリティー
株美女来
株フォーシーズンファクトリー

〈関東支部〉

茨城県

有大蔵
株カジマ
株カスミ
株せき
株ファーストフーズつくば

栃木県

遠藤食品株
株小野口商店
株健食
株マルシンフーズ

群馬県

株クリハラ
タマムラデリカ株
株田村屋
株ベイシア
株みまつ食品
モリヨシ株
宵 八久

埼玉県

アーリーフーズ株
株アイソニーフーズ
株あらき
株関越物産
株関東ダイエツクック
株草加デリカ
株デリモ
戸田フーズ株
株富岡食品
株ビックルスコーポレーション
株福島食品
株ベルク
株豊彩
株ホームデリカ
マルコーフーズ株
株武蔵野
株ヤオコー

千葉県

株エス・デリカファクトリー
株神田乾物
株グローバルフーズ
タイハイ株
デリシャス・クック株
虎屋産業株
日本化工食品株
HIKARINIHOH株
フジフーズ株

New

株ホソヤコーポレーション
万星食品株

東京都

相生産業株
イニシオフーズ株
株エムアイフーズスタイル
株オージーフーズ
株大島園
株大谷政吉商店
岡常商事株
オリジン東秀株
株韓国広場
株給食センター富貴
株銀しゃり
株サンデリカ
株JR東海リテイリング・プラス
株JR東日本クロスステーションアーズカンパニー
湘南食品株
株知床館
シントミフーズ株
株大合
株隆峯
株ちよだ館
株チルディー
デリア食品株
株東洋食品
東立商事株
株仲野水産
株なとりデリカ
株ニッセーデリカ
ビッグシェフ株
株ファーストフーズ
株富士商会
株鮎忠
プリマハム株
丸仙青果株
株ミート・コンパニオン
株ヤマヲ
株ヤヨイサンフーズ
株吉野家ホールディングス
株ヨシムラ・フード・ホールディングス
株よしや
株ランフリー
わらべや日洋食品株

神奈川県

株大津屋
株カワグチ
フレグ食品工業株

静岡県

株伊藤食品
株鶴舞屋
カネハチ有
株河合寿司
中部フーズ株
株デリカスイト
株ながもり
株緑洲通商

愛知県

株あじわい亭
株石川屋
イチビキ株
株一富士製麺所
株魚初
有右大臣
カネハツ食品株
カネ美食品株
株キッチンキング
株クレフォート
株後藤食品
株小松屋食品
株塩義
株シバタ
株松寿
株新川食品
杉本食肉産業株
株セキヤ食品工業
セントラル製麺株
株だるま
中部食糧株
ドミーデリカ株
株ファーストフーズ名古屋
株フジデリカ
プリムイソペン株
株まつおか
株木村食品
サトウ産業株
株佐藤食肉
株三幸
タカノ食品株
株ハイブリイ

新潟県

有石倉製麺所
株ウオロク
株木村食品
サトウ産業株
株佐藤食肉
株三幸
タカノ食品株
株ハイブリイ

〈北陸支部〉

新潟県

有石倉製麺所
株ウオロク
株木村食品
サトウ産業株
株佐藤食肉
株三幸
タカノ食品株
株ハイブリイ

原信ナルスオペレーションサービス株

株ひまわり食品
株マツフーズ
有みやけ食品

富山県

アイディック株
株アルデジャパン
有こでら
株三和製玉
株竹勘
株つかもと
株ナブロス
株フードシステム
株フクショク
北陸ミート株
山の季食彩工業株
株ユーキフーズ

石川県

イケウチ株
株一膳
カナカン株
株クオリティランチ
株スギヨ
株SENREI
大生食品工業株
株メルシーナガタ
株八幡
株ゆうきっちん

福井県

株大津屋
株カワグチ
フレグ食品工業株

〈東海支部〉

岐阜県

株伊藤食品
株鶴舞屋
カネハチ有
株河合寿司
中部フーズ株
株デリカスイト
株ながもり
株緑洲通商

静岡県

カネギ東海フーズ株
株こめやフードサービス
株タカラ・エムシー
株知久
株天神屋
株はまちゅう
マックスバリュ東海株
ヤマガタ食品株
株ヤマザキ
株ヤマザキフルーツ
株ユニデリ
株ユニフーズ
ヨシケイ開発株

愛知県

株あじわい亭
株石川屋
イチビキ株
株一富士製麺所
株魚初
有右大臣
カネハツ食品株
カネ美食品株
株キッチンキング
株クレフォート
株後藤食品
株小松屋食品
株塩義
株シバタ
株松寿
株新川食品
杉本食肉産業株
株セキヤ食品工業
セントラル製麺株
株だるま
中部食糧株
ドミーデリカ株
株ファーストフーズ名古屋
株フジデリカ
プリムイソペン株
株まつおか
株木村食品
サトウ産業株
株佐藤食肉
株三幸
タカノ食品株
株ハイブリイ

和歌山県

藤本食品株

株ロハスフード

三重県

オーケーズデリカ株
株三水フーズ
三成食品株
デリカ食品株
丸味食品株
ヤマダイ食品株

〈関西支部〉

滋賀県

タナカフーズ株
株ベジカフーズ
株ベストオーネ
角井食品株
株関西ダイエツクック
株煌

京都府

株柴常
株宝産業株
株ノムラフーズ
株ビックルスコーポレーション関西
わらびの里株

大阪府

株アドバンス
株いいなダイニング
エスアールジャパン株
株MDG
合同食品株
株崔さんのお店
三栄食品株
株サンエッセン
株せんにち
大起産業株
株大つる
ダイワサミット株
株田中食品興業所
株ナリコマフード
ニコニコのり株
株阪急デリカ
株ほっかほっか亭総本部
松田食品工業株
丸大食品株
株山福
株邑来食品

兵庫県

株明石食品
株アサヒL&C
株今里食品
沖物産株
株関西スーパーマーケット
関東屋またの食品株
株グランドフードホール
ケンミン食品株
株合食
日高食品工業株
フジッコ株
フジッコNEWデリカ株
ブンセン株
株ロック・フィールド

奈良県

株味の大和路
大徳食品株
株奈良コープ産業
株フルックス
三原食品株

和歌山県

藤本食品株

〈中国四国支部〉

鳥取県

株さんれいフーズ

島根県

株出雲みらいフーズ
株キヌヤ
株大惣

岡山県

株魚宗フーズ
株セントラルフーズ
株つるや
株仁科百貨店
株ハートデリカ
わかば食品株
株広島県
アステピア株
株イズミ
株門井商店
株ダイエツクックサプライ
堂本食品株
広島アグリフードサービス株

株フジ

株藤三
株フレッシュセブン
株マイ・コック
株ゆめデリカ

山口県

農水フーズ株
株丸久
ミートセンター杉本畜産株
(福)緑山会

徳島県

有グリーンランド
四国化工機株
株徳冷
株マルハ物産

香川県

株アオヤマ
株フードテック
株藤井食品
八幡食品株

愛媛県

愛通株
株クック・チャム
株クック・チャム四国
株クック・チャム my mama
四国医療サービス株
日本食研株
日本食研製造株
日本食研ホールディングス株
株ビージョイ
株フードサポート四国

高知県

旭食品株
株アビタ
株サニーマート
デリカサラダボーイ株

〈九州支部〉

福岡県

あじやエンタープライズ株
株イヌイ
株エル三和
オーケー食品工業株
株主計物産
株クックチャムプラスシー
株クックチャム マイシヤンス
株菜根譚のきあ
株セイブ
株ダイキョープラザ
株長山フーズファクトリー
株博多久松
株はたなか
株ビーエトロ
株不二食

佐賀県

株九州ダイエツクック

熊本県

イケダ食品株
株サン・ミールサプライ
株ヒライ
株ヒライ給食宅配サービス
ふくとく株
有マツエダフーズ
株めん食

大分県

株くらや
有もり商事

宮崎県

(農)香川ランチ
(社福)キャンパスの会
株惣菜食品
株一ツ葉フーズ
株マルイチ
ミツシ株
宮崎デリカフーズ株

鹿児島県

株松栄軒
マルイ食品株

沖縄県

アンリッシュ食品工業株
株エスエムアイ
沖食スイハン株
株三高
株積徳商事

〈海外支部〉

海外

ニジヤマーケット、NUIYA MARKET

※協会登録住所を基に掲載しています

食品業界で働く上で
必要な知識を身に付けていますか？

「惣菜管理士養成研修」

2025年10月開講
通信教育

受講申込み6月1日～9月20日

食品事故
食中毒



コンプライアンス
産地偽装



食品表示
優良誤認

事件や事故を未然に防ぐ知識となる

通信教育：添削問題・集合セミナー
期 間：10月1日～3月末

全国で3万5千人以上の
惣菜管理士が活躍中

惣菜管理士カリキュラム

一級	二級	三級
食品の国際規格	食品製造の衛生管理	食品の特性と惣菜
HACCPの実践	原材料の管理	食品安全と食品衛生
基準値設定の考え方	調理と調味	食中毒
食品事故とリスク管理	加工と保存	法令と表示
労働と安全	おいしさと官能評価	栄養と成分
食と生活文化	食品表示と規格基準	ライフステージと栄養



惣菜管理士は「人材開発支援助成金」の対象です

助成金申請手続き完了は8月31日までに！（適用には条件があります）

支給対象となる訓練		経費助成率	
		通常分	賃金要件・資格等 手当要件を満たす場合
人材育成訓練	正規雇用 労働者等	45% (30%)	+15% (+15%)
	有期契約 労働者等	70%	15%

※()内は中小企業事業主以外の助成率

※企業への助成金であることから、経費負担は企業であること。
(企業一括で申込)
※訓練開始の6か月～1か月前(8月末)までに管轄労働局へ所定様式での
「実施計画書」などの申請を完了すること。
※訓練終了日の翌日から2か月以内に所定の支給申請を行うこと。

日本惣菜協会ホームページお知らせ欄『25.06.30【惣菜管理士】
令和7年「人材開発支援助成金」について』をご確認ください。



一般社団法人
日本惣菜協会
教育事業運営チーム

〒102-0093 東京都千代田区平河町1-3-13 平河町フロントビル2F TEL: 03-6272-8515
E-mail: kensyu@nsouzai-kyoukai.or.jp
URL: <https://www.nsouzai-kyoukai.or.jp/training/rmm/>