

七十七ビジネス大賞受賞

第20回(平成29年度)

企業 インタビュー

Interview

株式会社サト一商会

代表取締役社長 滝口 良靖 氏



会社概要

住 所：仙台市宮城野区扇町5丁目6-22

設 立：昭和25年（創業：昭和23年）

資 本 金：1,405.8百万円

事業内容：業務用食品卸売業

従業員数：827名

電 話：022 (236) 5600

U R L：http://www.satoh-web.co.jp/

豊富な取扱商品、徹底した商品管理、充実した物流機能で、「食」に関する多様な業種・業態を支える東北を代表する業務用食品専門商社

今回は「七十七ビジネス大賞」受賞企業の中から、株式会社サト一商会を訪ねました。当社は昭和23年創業の業務用食品専門商社です。宮城県を中心に東北地方から北関東まで広範な営業基盤を持ち、「食」に関わる多様な業種、業態に食材等を提供するほか、メニュー開発・提案、地産地消や食育支援など、豊かな食づくりを通して社会に貢献します。

当社の滝口社長に、今日に至るまでの経緯や事業内容等についてお伺いしました。

——七十七ビジネス大賞を受賞されたご感想をお願いします。

ビジネス大賞というとても権威のある賞を頂き、大変恐縮しています。当社の事業や業界が改めて認めていただけたことに対して、とても嬉しく思っています。取引先より推薦され応募いたしました。受賞を機に当社のアピールにも繋がり、周囲の方々からもお祝いのお言葉や祝電をいただきました。今後も業界の発展のために「業務用食品専門商社」として地域に根ざした仕事をしっかりと行って参りたいと思います。

一貫した業務用食品専門商社

——創業からの歴史について教えてください。

第二次世界大戦後の焼け野原となった仙台で創業者（佐藤正治氏）が当社を興しました。終戦後まもなくは食べ物入手することすら困難でしたが、創業者は角田にある実家やその周辺の農家から干し柿を仕入れて仙台の中心部で販売し始め、それが飛ぶように売れたそうです。その干し柿販売で得た資金をもとに屋台やぜんざい屋を開店、そして1948年（昭

和23年)に当社の前身となる「サトー商会食品部銀座屋」を創業し、その2年後「株式会社サトー商会」と組織替えをして本格的な業務用食品専門商社としてスタートしました。当初は、製菓・製パン材料の卸主体で事業を行っていましたが、事業が順調に拡大していき、1952年以降から他県に営業所を設け、学校・事業所給食にも着目し始めました。

創業者は、事業の拡大につれメーカーとの取引強化や消費者のニーズを反映した商品開発、物流機能の整備そして情報網の構築を個々の企業だけで行うには限界があると感じ、1962年に日本で最初の業務用食品専門商社の共同体である「三栄会」(企業6社)を結成しました。「全国同一商品を取扱う、全国同一流通サービスを提供する、全国同一精神で同一政策を遂行する」という不変の基本理念の下、豊かな食文化づくりに尽力してきました。その後「日本外食流通サービス協会(JFSA)」に発展し、九州を含む西日本の有力企業を加えて現在では25社に会員を増やし、業務用食材卸売の共同体として活動しています。

また創業者は1964年に米国を視察し、日本での冷凍食品時代の到来を予測して1972年に収容能力が1,000トンの冷凍庫を建設しました。高度成長に伴い、より豊かになった食生活や女性の職場進出等から著しい発展を遂げた外食産業や中食産業等あらゆる業態に対応できるように、幅広い食材、商材、機材を取り扱う業務用卸に成長しました。1970年代に約15億円だった売上げは80年代に約210億円、90年代に約290億円と拡大し、1994年からはJA S D A Q(ジャスダック)に店頭公開させていただいています。



本社

美味しい笑顔を支える

——経営理念について教えてください。

「企業の社会的使命を自覚し社会の人々の幸福と利益のために働かねばならない。」

1. 会社を堅実にするにはそれだけ社会に奉仕する力を大きくすることである。

1. われわれは如何なる人々からも尊敬され親しまれる企業体と人格を養わねばならない。

従って、会社の堅実な運営発展と、社員の豊かな生活増進を会社経営の二つの柱とする」です。

会社を堅実にするということはまず、働く社員が正直であり、誠実でなければならないという考えであり、これが当社の姿勢です。正直に誠実にお客様のご商売をお客様の立場に立って商品やメニューのご提案を行い、その成果を認めていただいた結果が利益となります。「社会に奉仕する力」もその根源は「利益」であり、利益はお客様からの評価のバロメーターであると思っています。会社を堅実にするとは、利益の上がる企業体質にすること、そしてそれが社員の豊かな生活増進に繋がると考えます。また、如何なる人々からも親しまれて、尊敬される人格でなければ、お客様との信頼関係は築けません。そのためには、バカと思われるほど誠実にお客様と向き合うことが何よりも大切であると「経営理念」では示しています。

——シンボルマークについて教えてください。

シンボルマークはサトー商会の「S」を図案化したものです。赤と緑のカラーを使用しており、情熱と成長を表しています。創業者が作ったシンボルマークですが、当社では創業時から情熱と成長を大切にしています。新入社員にも当社の想いや存在意義について講話を通して意識付けをしています。一



株式会社 サトー商会

シンボルマーク

一人の成長が会社の成長になります。食を通して美味しい笑顔を支え、その笑顔を沢山増やせるように情熱を持って仕事に取り組める会社にしていきます。

「食のプロ」として

——事業内容について教えてください。

製菓、給食、学校給食、外食、惣菜などあらゆる業種業態向けに業務用食材を提供しております。1972年には仙台駅前に業務用食品直売センターを開設しており、現在東北各地に19店舗を構えるまでになりました。

取扱品目は約2万点に及び、ハンバーグやミートボール、コロッケ等の冷凍調理品やそれに関連して醤油・味噌・マヨネーズ・ドレッシング・香辛料等の調味料類、パン・チョコレート・バター・ゼラチン等の製菓材料、ミックスベジタブル・グリーンピース・その他冷凍カット野菜等の農産品やたけのこ・マッシュルーム等の農産缶詰、その他にも水産品である貝類・イカ・タコ・魚の切り身や牛肉、豚肉、鶏肉・ソーセージ・焼き鳥等の畜産品類から製菓用機械・厨房用設備・調理用器具・包装資材・洗剤等、「食」に関わるほぼ全ての食品、包材、厨房機器などの販売を行っています。

お客様としては、菓子店、給食センター、仕出し弁当、ホテル、レストラン、食品スーパー等多岐に及んでいます。仕入先では、ナショナルブランドメーカーを始め、米国、EU、アジア各国、地産地消含め幅広く調達しています。中でも全国組織でもあるJFSAブランド（プライベートブランド）の開発と販売には力を注いでいます。

当社の事業は業務用食材の提供に留まりません。「食のプロ」として、仕入・販売それぞれのお客様と連携して商品の開発、メニューづくり、店づくり等に取り組む「提案型の営業スタイル」で食を支える、なくてはならない仕事であると誇りをもっていきます。

——部門について教えてください。

当社の部門は大きく分けて、〈製菓・製パン部門〉、〈学校給食部門〉、〈給食部門〉、〈外食部門〉、〈惣菜部門〉、〈キャッシュ&キャリア部門〉です。

多彩な食品・食材ニーズに的確かつ迅速に応え、お客様に日々の利便性を提供していきます。

〈製菓・製パン部門〉

取扱商品：小麦粉、砂糖、卵、乳製品、ナッツ、チョコレート、フルーツ加工品、製造機械等
取引先：和菓子店、洋菓子店、ベーカリー、土産菓子工場等

当社では幅広い取扱品目と仕入れ先があり、お客様のご要望に十分対応することができます。また卸以外にも主力製品の開発や季節商品の提案、個別の技術支援を行っています。例えば、年に2回ほど世界的に有名なパティシエに来仙していただきお客様向けの実演講習会を実施しています。毎回100名近くのお客様がおいでになり、好評をいただいております。宮城県内で1,000軒以上のお客様がごぞいます。



「洋菓子講習会」の様子

〈学校給食部門〉

取扱商品：国産の野菜、果物、魚、肉、アレルギーに配慮した冷凍加工品、デザート等
取引先：給食センター、小学校・中学校等の単独校等
アレルギーのある子どもたちに配慮した商品開発や商品の選定を専任の営業スタッフが提案します。また地域の食材を活かした商品開発と献立研究を専任のスタッフがサポートします。宮城県内小学校・中学校のほぼ全校に食材を提供しております。

〈給食部門〉

施設給食や事業所給食、病院給食、自衛隊、日配弁当等の学校給食以外の給食を担当する部門です。

取扱い商品：畜肉（牛・豚・鶏他）を原料とした冷凍調理品、冷凍野菜、魚等の冷凍加工品、完全調理品から下ごしらえまで終わっている準完全調理品等、少量調理から大量調理まで利便性のある食材を提供しています。

取引先：仕出し弁当、日配弁当、大手給食会社、自衛隊、各老健施設等
宮城県内で2,500軒以上のお客様に食材等を提供しています。

〈外食部門〉

取扱い商品：外食特有の海老を始めとする海鮮品、畜肉（牛、豚、鶏他）及びその加工品、調味料等

取引先：和洋中を問わずホテル、レストランを始めとする飲食店、仕出し、リゾート、ケータリング等

お客様のメニューづくりをサポートし、付加価値のある商品のご提案もしております。

宮城県内で3,000軒以上のお客様に食材等を提供しております。

〈惣菜部門〉

取扱い商品：とんかつ、唐揚げ、天ぷら、コロッケ、魚の揚げ物、チルド惣菜等

取引先：食品スーパー、食品加工工場等

食品スーパーの惣菜コーナーに並んでいる商品を取扱っております。ナショナルブランドの商品をご提案するだけでなく、お客様と一緒に惣菜品を開発します。

また、お弁当のメニューづくり、調理方法の指導・支援、店場づくり等もお客様と一緒にやらせていただき、食卓を楽しくするお手伝いをしております。宮城県内の地場スーパー等のほとんどと取引をさせていただいております。

〈キャッシュ&キャリア部門〉

業務用食品の小売の「業務用食品直売センター」です。業務用の食料品を主体とした「キャッシュ&キャリア」（現金販売）形態で岩手県と山形県に1店舗ずつ、福島県に5店舗、宮城県に12店舗の合計19

店舗を展開しています。こちらでは、業務用食材が中心のためプロの飲食関係者様の利用が多いのが特徴です。お客様が日々の仕入れに合わせ実際に商品を手にとって確かめることができ、必要に応じた商品が無駄なく、そして「低価格」で仕入れることができます。また商品知識が豊富なスタッフを配置しており、商品に関する情報提供やメニューづくりの情報提供も行っているため、一般のお客様にとっても楽しく、買いやすいお店を展開できていると思っております。



キャッシュ&キャリア

——「食のプロ」としてのこだわりを教えてください。

当社は、「食のプロ」を目指し、より優れた商品を提供することを社是で掲げています。お客様のニーズに合わせた食材提供はもちろんのこと、商品に付加価値を付けてお客様に提供することが仕事です。

例えば、A商品とB商品を組み合わせると素晴らしいメニューができることをお客様にご提案したり、メイン料理の他にもデザートメニューが必要になった時は、当社の製菓部門も協力し、そのお客様に合ったデザートメニューのご提案も可能になります。



取扱い商品の一部

当社は一つの部門だけではなく、総合力でお客様の食全般に関する悩みを解決、サポートすることが強みでもあると思っています。

徹底した商品管理、 充実した物流機能

——商品管理について教えてください。

昨今、食の安全・安心や安定供給のニーズに加え食品自体への関心が高まっています。当社では、その時代のニーズに応え、商品管理の徹底に努めています。

まずは、商品データを单品ごとにデータプール化して商品カルテ管理を行っており、アレルギー問題に対応した成分管理も実施しています。また、お客様で新たな商品を開発された場合の商品検査やお客様の調理現場での飲料水、排水などの水質検査等も我々の関連会社サトーサービスにて行っております。

最近野菜の高騰が続いており、冷凍野菜等も非常にご利用が増えてきていますが、海外工場生産の場合でも現地に当社の社員を派遣し、工場の管理体制の視察を行います。問題が発生してからの対応はもちろん大切ですが、日々の点検や問題を発生させない仕組みづくりを行うことが食材等を取り扱う我々の責任だと考えます。

——物流機能について教えてください。

当社では営業部門をしっかりとバックアップする物流部門も強みだと考えています。約2万点の中から、常時7千から8千点が毎日当社倉庫から入出庫されています。倉庫面積は12,682平方メートル（約3,800坪）ほどで、運送エリアは東北全域から北関東までを網羅しており、他社では対応できないような地域への配送も行っています。気仙沼地域の小中学校の学校給食に間に合うよう朝4時から運行を開始し、毎日約100方面にトラックで配送しています。物流部門の仕事は主に午前中はメーカーに発注した品を倉庫に入庫し、指定されたスペースへの格納を行います。午後からはお客様からの注文に対してその商品を揃えてトラックへ積み込みます。その際も間違いのないよう検品を行います。

配送ではお客様の大切な食材を運ぶため冷凍・低温・常温まで対応できる「三温度帯車両」と「赤外

線放射温度計」によって品温管理を行っています。

また、配送中の商品などにも十分に配慮し、衝撃等によって食材が破損しないよう緩衝材も使用しています。配送途中で商品を破損してしまうとそれだけでお客様にご迷惑が掛かります。当社物流部門の社員も、しっかりとお客様のことを考えられる頼もしい仲間が沢山います。

当社では、ナショナルブランドから地元産品まで豊富な商品を取扱い、安心・安全に気を配った商品管理を実施し、確実に手元に届く安心感のある物流機能を備えているという点も、お客様にご評価されて、ここまで成長してこられたのだと思います。



物流センター

——災害に対する備えについて教えてください。

東日本大震災時には、本社の冷凍倉庫は全壊しました。そのため冷凍設備は100パーセント機能せず被害は甚大なもので、配送に関してもガソリン等が不足していて、届けたい食材をお客様に届けられない状況でした。電力が復旧するまでに数週間かかり、お客様には大変ご迷惑をお掛けしました。

震災の教訓を活かし、燃料を確保するため本社に自家給油所を建設、また非常時の電源確保のため、本社・各拠点にそれぞれ、大型発電機も完備しました。もちろん発生しないに越したことはありませんが、災害時でもほぼ通常の倉庫運営、配送が可能な体制を整えることができました。

誠実であれ

——人材育成について教えてください。

当社では、お客様に対してメニュー提案等を行っています。メニュー提案の部門があるのかとよく質問されますが、実はメニュー提案は営業の社員が

行っています。例えば、お客様が季節毎にメニューを変えらるとなると、営業の社員がお客様に赴き、素材の選定、原価設定、現場のオペレーションまで一緒になって考え、一つのメニューを作っていきます。これこそがサトー商会が創業当時から行っている営業スタイルです。そのため、「食」に関して興味を持って仕事に取り組んでもらう必要があります。まだまだ道半ばのところはありますが、営業として配属された社員には1日3品なら3品と決めて商品勉強をさせています。例えば、お客様が求めている食材があるとします。その際、その食材を知らない社員では、ただ言われた食材を選ぶことしかできません。しかし、普段から食材を比較検討し食材に対して引き出しがあれば、その食材をどういった用途で使うかによって数ある食材の中からそれに適した選択をすることが可能となり、お客様により優れた商品を提供することができます。未経験の社員がメニュー提案等の提案営業を行うにはそれなりの時間を要しますが、当社には営業の先輩や元料理人、栄養士等の社員も在籍していて相談しやすい環境が整っています。社員同士の距離が近く、新入社員、中途社員でも共に成長できる環境であると思います。



仕事風景

東北でNo.1の業務用食品卸売からさらに ——今後の事業展開について教えてください。

もうすぐ創業から70年になります。宮城県での基盤は着実に築き上げてきました。しかし、まだまだ東北全体の市場はあります。製菓・製パンから始まり、学校給食、給食、外食、惣菜、キャッシュ&キャリーと業態を広げてきましたが、今や社会環境、社会構造の変化も相まって、食の多様化はますます進み、より専門性が要求される時代になりました。しかし、私どもは創業当時の考えである「お客様

のご商売をお客様と一緒に考えて、悩み、創りあげる」ことをやり続けるだけです。それらを支える組織として専門性の高い部門体制を強化し、お客様にとって価値ある商品、サービスを提供していきます。その上で、宮城の基盤を更に充実させ、福島、岩手、山形、秋田、そして北関東の市場占有を上げていきたいと考えています。

目的を見失わないこと

——会社経営で大切だと思うことについて教えてください。

当社の創業者は、「豊かな食づくりを通して世界に貢献する」という崇高な思いで事業を続けてきました。

不変である「長期ビジョン」、「長期目標」、「経営理念」、「社是」、「社訓」、これらが全てであり、会社が存続する意義がここに詰まっています。その思いを現佐藤会長が受け継ぎ現在に至っております。

今後は、その思いを私たちが次の世代へ引き継いでいかななくてはなりません。なぜなら何のために事業を行うのかを常に頭において仕事をしなければ、会社を持続的に成長させることができないからです。一人でも多く、その思いを持って会社の未来を考えて行動できる人財をつくりたいと思います。幹部は社員の生活を守り、お客様のご商売を繁栄させ、社員はお客様の立場になって、お客様の良きパートナーになっていかななくてはなりません。そして、東北の食産業を支え、一人でも多くの人を「食で笑顔」にしていく。これが当社の社会的使命です。



滝口社長

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後ますますの御発展をお祈り申し上げます。

(30. 2. 2取材)