

安心・安全・正直に、まっすぐ。



三昌物産株式会社



本社外観

企業概要

代表取締役社長

渡邊 大雄氏



所在地 (本社) 三重県四日市市塩浜180番地

TEL:059-345-0921 FAX:059-346-6803

創業 1948年(昭和23年)12月

設立 1950年(昭和25年)12月

資本金 8,000万円

従業員数 440名(連結)(2025年2月現在)

事業内容 [油肥糧部] 養魚・畜産飼料用油脂の製造販売、[飼料部] 配合飼料、単味飼料、畜産関連資材、鶏卵の販売、[畜産部] 生鮮チキンのアウトバック、畜産加工品の販売、冷凍食品・チキン惣菜・ギフト商品の製造販売、[品質管理部] 品質管理の推進、微生物検査、環境検査

URL <https://sansho-bussan.co.jp>



国産ローストレッグの生産

生活を支える 食の総合カンパニー

三昌物産株式会社は1950年設立。戦後間もない頃に、創業者の渡邊文二氏が魚油の集荷・販売を始めたところからスタートした。その後、事業を多角化し、今では畜産飼料販売、鶏肉・鶏卵の卸売、鶏肉加工製品の製造販売、飲食店の運営など幅広い事業を展開。地元四日市市を起点にグループ・関連会社11社、従業員数440名を抱えている。

時代の変化に適応し、地域と共に中小企業が未来に続く道を探る。

自社ブランドの鶏卵「きららの里」は四日市市を中心に、個人や飲食業関連のお客様から好評を得ており、主力商品「国産ローストレッグ(ローストチキン)」は、クリスマスシーズンになると1日1万本が焼き上げられ、県内の大手量販店にずらりと並ぶ。「育てる」から「食べる」まで、食に関するさまざまな分野を扱う三昌物産は、私たちの生活に欠かすことのできない、まさに「食の総合カンパニー」だ。

現在、代表取締役社長を務める渡邊大雄氏は6代目。「子ども頃から家業を継ぐつもりだった」と語る大雄氏は、東京の大学を卒業後、地元Uターン。銀行員を経て、2001年、三昌物産へ入社した。すでに多角化していた会社のさまざまな事業を数年かけて経験した渡邊社長は、「その経験が今でも活きている」と振り返る。

2016年に現職に就任。す



パーパスを通じて社員がつながる

DXで進む業務効率化と コミュニケーション促進

社長就任後、渡邊社長は「研修を繰り返す中で、社員が会社のことを一生懸命考えていることがわかった。一人ひとりが会社を良くしようと思ってくれていることは財産」と渡邊社長は語る。

「研修を繰り返す中で、社員が会社のことを一生懸命考えていることがわかった。一人ひとりが会社を良くしようと思ってくれていることは財産」と渡邊社長は語る。

DX化が進む一方で、アナログにこだわって発行を続けるのが社内報だ。数十年前から制作しており、2009年からは年4回、全面カラー8ページのものを内製している。渡邊社長は、「高卒の新人社員もいるので、家族に見てもらえるよう自宅に郵送している。いい会社で働いていると思ってもらえるとありがたい」と笑顔を見せる。

M&Aを通して会社の基盤を安定化し、経営理念やパーパスでグループとしてのシナジーを生み出そうとしてきた。一定の手応えを感じる中で、次に取り組んでいるのが社内業務のDX化だ。受発注や個数管理など現場事務はまだまだ手作業が多く、省力化・自動化ができていないのが現状。外部コンサルタントを招きながら、一つずつ社内フローを見直し、移行作業を実施中だ。またグループ全体の情報共有やコミュニケーションを円滑にするために、グループウェアを導入。日頃関わりのない部門同士の近況がわかるよう、運用を開始した。

また、鶏肉の消費期限を延ばすことができ、食品ロス削減につながる「ガス置換包装」にも期待を寄せる。取引先からの相談で十数年前に導入済だが、今後は需要が伸びると見て、拡大に意欲的だ。

「三昌プライド」を胸に変化し続ける

創業時から様々な挑戦を続けてきた同社は、まもなく75周年を迎える。ますます企業の地域社会・環境への貢献が叫ばれる中、注目されるのがエコフィードだ。

エコフィードとは、環境の「エコ」と飼料を意味する「フィード」を併せた言葉で、食品製造過程で生じた副産物や食品残さ等を利用して製造された飼料のこと。SDGsの観点からも注目が高まっている分野だ。グループ会社で生産する乾燥粉末タイプのエコフィードは、東海エリアの配合飼料メーカーや商社に販売し、配合飼料原料として養豚用の飼料やペットフードにも活用されている。



百五銀行 四日市支店長
兼 四日市駅前支店長
近藤 隆則

顧客ニーズの変化に柔軟に対応し、事業を多角化してきた同社。現在でも経営理念やパーパスの浸透により、一体感をもって成長を続けています。中でも注目すべきは社内での研修やコミュニケーション促進、社内情報発信など、従業員のエンゲージメント向上への取り組みです。

今後同社が地域社会・従業員一体となって発展し、私たちの食を支え続けられるものと期待しています。

支店より一言

「厳しい時代だが、中小企業も手を取り合うことで生き残る方法があるはず。皆で知恵を出し合い、業界の裾野を広げていきたい」。

ここまで育ててもらった業界への感謝と、脈々と培われてきた「三昌プライド」を胸に、三昌物産株式会社はカメレオンになってこれからも歩んでいく。

編 会員事業部 中嶋 理可



食に関わるさまざまな事業展開

「顧客ニーズに応え
変幻自在の「カメレオン経営」」

そもそも、M&Aに限らず同社がこれまで多角化してきた事業のほとんどは、顧客からの引き合いだったという。「魚油の納入先からの提案を受けて配合飼料の販売を開始し、合わせて生産物も売ってほしいと相談があつて

るとわずか9年で、7社をグループ傘下にした。こう表現すると、事業拡大のための積極的M&Aのように捉えられるが、渡邊社長は「業界でいかに生き残っていくかを考えたら、中小企業同士が手を結んでいかなないと厳しい」と現実的だ。

卸売もするようになった。ニーズがあるところにきめ細やかに対応してきた」。

時代の流れや顧客からの要望に応じて、柔軟に姿を変えてきた三昌物産株式会社。その経営スタイルは、後に「カメレオン経営」と呼ばれるようになる。「畜産部門が好調の時もあれば、食品部門が好調な時代もあった。時代と共に主役は変わっていく。だから、常に原点である飼料部門をコアコンピタンスとして、会社を残していくのを考えてきた。既存事業が右肩上がり続きくことはないので、新しいことをやらないといけない」と渡邊社長は話す。

全国的グループ・関連会社の一体感を高める

時に事業を増やし、時に撤退し、時流を見極め成長してきた同社。現在、香川や滋賀、静岡、新潟など各地にグループの拠点があり、ネットワークが広がった一方で、全社員が顔を合わせることは難しくなった。目下の課題は、グループ会社としての一体感だ。「地域も会社も違う人達と



FSSC2200認証取得の鶏肉パックセンター

一緒にやっていくようになった時、やはり共通言語になるものは持っておきたいと考えた。理念が浸透すれば、バックグラウンドが異なっても、同じ方向を見て歩んでいける」。

三昌物産株式会社は創業者が作った「地域社会に愛され社員に信頼される会社」という企業理念を大切に生きており、それまで経営理念はなかった。そこで創立70周年に合わせて経営理念を発表、75周年目前には社員全員で話し合いをしてパーパスを制定した。「変化する顧客のニーズに300%対応する」「次々と新しいことにチャレンジができる風土をつくる」といった行動指針が生まれ、会社の社風や特徴の言語化に成功した。

また、グループ会社の社員が集まり、年1回の経営理念の浸透研修と年2回の経営戦略会議を実施。毎年行うパーパス研修では、ミッション・ビジョン・バリューを自分のやるべきことに落とし込み、実現したい姿を話し合いながら目標を決めている。ある研修では「三重おもてなし経営