



GO!YO!

五洋食品産業株式会社

代表取締役 舩田 圭良

コード 2230 業種 食料品 本社所在地 福岡県糸島市

『スイーツストック』(=冷凍スイーツ)を、知らない人がいないというメジャー市場に育てたい

逆境からのリ・スタート

2000年のことだった。舩田圭良さんはいきなり逆境に立たされた。自動車会社の設計部門を辞して故郷・福岡に戻り、父が起こしたナチュラルチーズ加工業の会社に入社して3年目。会社は地域に根付き、チーズだけでなくピザやグラタン、チーズケーキなども製造し、近隣の飲食店や販売店に卸していた。

ある日、そのケーキに「カビが生えていた」という連絡が入った。それは起こしてはいけないことであったが、当時は「謝って、取り替えさせていただこう」という程度の軽い受け止め方で対応してしまっただけ。ところが、マスコミはその回収事故を「食中毒事件」と報じた。直前に、日本中を巻き込んで報道された大手乳業メーカーの集団食中毒事件が起きていたことが影響したのだ。

「会社といっても小さな親族会社です。事件が報道されたことで一気にお客様離れが起きて、取り引きはすべて打ち切り。銀行の助けも無く、事実上の破綻です。さらに、社長だった父も病で倒れ、すべての対応を私がしなければならない立場になってしまいました」

舩田さんは飛び込み営業を行ったが、どこに行っても「事故を起こした会社」と言われて、門前払いされた。

生協の個配ルートに乗り、冷凍ケーキが大ヒット

途方に暮れた舩田さんは、営業先で大手冷凍食品卸会社(以下、A社)の品質管理部長と出会う。工場の視察をしてもらうと「これは論外」と厳しく言われたが、「これからは安心・安全の時代だ。私が指導するから、食品の製造工程における管理システムHACCPに基づいてこの工場を改善しなさい」と協力してくれた。舩田さんと数名のアルバイトたちは、その指導に基づき、

工場を自力で改善した。

次のステップとして、舩田さんたちは一からケーキづくりを見直していった。A社の取引先に生協があった。当時、生協は共同購入制から、家庭ごとに配達する『個配』に転換しており、冷凍食品もドライアイスを入れて個配で販売することになった。「『注文用の紙面を彩るスイーツにも力を入れる』という話を聞いたとき、『製造されたときがゴールではなくて、食べる 때가ゴールになるケーキを作ろう』とひらめいたんです。自分はエンジニアでしたから『これは実験だ』と、皆と一緒に何度もトライ&エラーを繰り返し、おいしいチーズケーキを模索しました」

生協からの最初の注文は、1パック4個入りの商品が百パック程度だったが、おいしいもの、便利なものは評判を呼ぶ。冷凍のバイクドチーズケーキは、冷凍庫に入れておけばお客様が食べたいときに食べられるメリットがある。チラシの中の『組合



員の声』欄でも評判になり、注文の単位は千単位、そして万単位になった。

その後、別の生協組織からのオーダーで、モンブランを作り、これも月に数万パックを出荷。苺・抹茶・生チョコのモンブラン、多種のフルーツを載せた華やかな冷凍ケーキなどヒットは続いた。

新工場の建設と、TOKYO PRO Market 上場

舛田さんは、より近代化された「安心・安全が“見える化”された工場を建てたい」と考え、新工場の構想を描き始める。敷地面積として1,500坪程度を考えていたため、福岡市内での土地探しは難航したが、糸島市の工業団地に1区画だけ空きがあるという情報を得て、舛田さんは現地に足を運び、進出を即断する。

土地代1億2,000万円、建築費5億円の工面には苦勞したが、会社の未来のためにはどうしても避けて通れない新工場建設であった。

もう一つ、大きなステップと舛田さんが考えたのが、株式上場である。資金難で苦しんでいた頃、意味もわからず株式上場の勉強会に出て、失笑をかったことがあった。その悔しさに、「10年以内に上場会社になってやる」と心深く期するところがあった。

2012年5月、同社はTOKYO AIM（現在のTOKYO PRO Market）に上場した。上場を「ジャンプ台」と言う舛田さんは、そのメリットを大いに実感し、活用している。「まず、知名度の獲得と情報発信力です。新商品、新しい販路、海外進出などについて地元紙、経済紙が取り上げてくれます。この広告効果はとても大きい。これは、人材の採用にも好影響を及ぼし、若さ溢れる新卒社員が増え賑やかになりました。

それから、従業員の考え方が変わります。一度発表した数字には責任を持たなければいけないということがわかり、その達成に向けて自分がどうしたら良いか、皆考えて行動しています。

もちろん上場コストはかかりますが、得られる知名度に伴う成長の原動力はもっと大きい価値があると思います。



ステークホルダー（株主や社債権者）が多数増え、パブリック企業としての責任を強く意識した経営に、一層身が引き締まる思いです」

福岡から世界へ

現在、同社は従来の小売流通ルート、業務用ルートに加え、インターネットを介した自社ECサイトによるダイレクトなBtoCを拡大させている。そして、「1兆円のスイーツ市場の中に冷凍スイーツの確固たる領域を築きたい」というのが舛田さんの夢だ。

「冷凍スイーツの呼び名として、『スイーツストック』という商標を取得しました。けれど、私たちの会社だけでこの領域を囲い込んでいくという気持ちはありません。いろいろな会社と、冷凍スイーツ市場をメジャーにしたいと思っています。」

また、スイーツの「人を笑顔にする力」をもっと引き出して、世界に冷凍スイーツを広げていきたいと考えている。そのために、同社はフロゾンの特性を活かしアメリカのほか、東南アジア各国の業務提携先を販売代理店とした海外進出を加速させている。『スイーツストック』が世界の共通語となる日がくる、それはあながち遠いものではないのかも知れない。

（文＝志澤秀一 写真＝和田洋平）



Profile

舛田 圭良

- 1969年 福岡県生まれ
- 1993年 九州大学農学部卒業
日野自動車工業株式会社（現・日野自動車）に入社、エンジンの設計開発を担当
- 1997年 チーズ加工業を営む五洋食品産業株式会社に入社。
- 2000年 同社は回収事故にともなう経営危機に直面したが、代表取締役として同社再生を決意
ビジネスモデルを冷凍ケーキに転換し、「安心・安全」を徹底して第2創業
- 2012年 TOKYO AIM（現・TOKYO PRO Market）に株式上場
モットーは「諦めない、逃げない、くよくよしない」