

株式会社一富士製菓

静岡県静岡市

はばたく中小企業・小規模事業者300社

生産性向上

需要獲得

担い手確保

ものづくり

サービス

全国道の駅等に土産物菓子をOEM供給 全国菓子大博覧会では3回連続で大賞受賞

同社は、観光地用のパッケージを施した土産物菓子を全国の土産物店、道の駅等に販売している。プッセ・クッキー等を主力商品としており、OEM供給している。1日8万～10万個の商品を製造できる生産体制を整えており、販路は安定している。事業展開に積極的で、地域特産品を素材にしたクッキーの開発・販売というテーマで経営革新計画が承認されている。全国菓子大博覧会では、3回連続で「全菓博栄誉大賞」を受賞。全国の取引先から、味、品質を高く評価され、信頼関係を構築している。

- | | | | |
|---------|---|-------|---------|
| ●所在地 | 静岡県静岡市駿河区中原881 | ●設立 | 1989年 |
| ●電話/FAX | 054-282-9118/054-282-9128 | ●資本金 | 2,200万円 |
| ●URL | http://www.ichifuji-seika.jp/ | ●従業員数 | 51人 |
| ●代表者 | 代表取締役 石川 輝雄 | | |



需要獲得

ものづくり

海外市場に向けて「メイドインジャパン菓子」販路拡大強化

現在、中国、台湾、香港、カナダに商社を通じて商品販売しており、海外販売の売上高比率は全体の約5%である。海外市場では「メイドインジャパン菓子」が好評であるのに加え、同社土産物菓子は賞味期限の長さもあり、人気を呼んでいる。海外では「日本で販売している商品そのまま」が好まれるため、外国人向けにアレンジする必要が無い。中国では販売実績が評価され、毎年「春節」の時期に大量注文が入るなど、順調である。今後も東南アジア等に販路を拡大し、海外展開を強化させていく方針である。



海外で人気の「メイドインジャパン菓子」

地域資源活用による「競争優位性」確立及び地域経済への貢献

同社は、優れた地域資源を活用することが、「競争優位性」確立の有効な方策と捉えている。地域特有の素材にノウハウ、アイデアを加え、新商品開発及び需要開拓を実現している。久能山東照宮が国宝に指定された際には、久能山名産のイチゴ色プッセに葵の御紋を焼印し、宮司の直筆をパッケージにした土産菓子「家康公伝説」を開発。静岡の歴史文化が香る土産菓子として好評である。商品開発にはインバウンド需要を意識している。同社商品によって国際的観光地の魅力が向上し、地域経済活性化に貢献している。



地域資源活用の土産菓子「家康公伝説」

業界最先端情報の収集による商品提案力強化

同社には、蓄積した情報やノウハウを活かし、より付加価値の高い、魅力的な土産用菓子をOEM取引先に提案したいという思いがある。全国各地の取引先に営業訪問して、訪日観光客のニーズや売れ筋商品の情報など生の声を収集し、企画開発に取り入れる体制を整えている。他にも、地域金融機関主催の取引先向け展示会・商談会、農商工連携等マッチングイベントや、首都圏等で開催される大規模展示会等に積極的に参加している。業界最先端の情報を収集し、提案力の強化と付加価値向上に取り組んでいる。



マッチングイベントや展示会に積極参加