



漬物製造現場および
当社企画商品

○本社所在地：愛知県稲沢市片原一色町
八枚物1-1
○事業概要：漬物の製造販売、国内外食
料品の卸売・輸出入
○常時使用する従業員：65名（正社員45
名、パート20名）（2024年7月時点）
○現在の売上高：74億8,382万円
（2024年7月期）
○法人番号：8180001085949
○Web：https://tencho.co.jp/

企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ



代表取締役
叶 彬

『すべての人に「食の幸」を届け、地域と世界をつなぐハブ企業へ。』

- ・ 天長食品工業株式会社は1929年の創業以来、日本の伝統的な漬物製造を中心に事業を展開してまいりました。長年培ってきた製造技術と品質へのこだわりを活かし、「天長食品ブランド」として多くのお客様の信頼を得てきました。現在では、卸売や輸出入といった商社機能も備えた、複合的な食料品企業へと発展しております。
- ・ 今後は「海外輸出拠点」と「国内再流通拠点」のハブ機能を強化し、日本の伝統的な食品や食材の魅力を国内外に発信してまいります。これにより、日本の食文化の価値向上と地域経済の活性化に貢献していきます。
- ・ あわせて、従業員一人ひとりがいきいきと働ける職場づくりにも注力しております。教育機会の提供や働きやすい環境整備を通じて、従業員の成長と働きがいを支えてまいります。

売上高100億円実現の目標と課題

実現目標

- ・ 令和11/7期（2029年7月期）に売上高100億円超（102億33百万円）を達成し、将来的には令和16/7月期（2034年7月期）に200億35百万円を目指す。直近決算からの年平均成長率10%以上の成長を目標とする。
- ・ 物流拠点の高度化・拡充を中核に、輸出ハブ及び国内再流通ハブ機能の構築を通じて売上的大幅拡大を図る。

課題

- ・ 常温・冷蔵・冷凍に対応した物流体制の脆弱性（多様化・複雑化する顧客ニーズへの対応力不足）。
- ・ 漬物製造における技術承継・品質管理の困難化（少子高齢化による人材不足）。
- ・ 倉庫保管料の増加・高騰。
- ・ 倉庫や拠点の分散による管理の煩雑化。
- ・ 食品業界における垂直統合（川上・川下）の機会創出とM&Aの推進。

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段

- ・ **物流インフラ整備**：常温・冷蔵・冷凍対応の物流センターを建設し、供給能力を大幅に向上させる。
- ・ **製造基盤強化**：惣菜（ガリ・メンマ等）対応の新製品ラインを設け、新たな収益源を確保する（※自動化による技術承継・省力化を考慮）。
- ・ **地域連携**：中小食品メーカーや小売店との協業やOEMにより、国内の伝統食品の再流通を促進する。
- ・ **デジタル戦略**：販売・在庫・顧客情報を一元化し、AI・DXによる商品開発と在庫最適化を推進する。
- ・ **EC拡大**：専門家と連携し、物流基盤を活かしたEC向け商品展開と配送体制を強化する。
- ・ **M&A推進**：商社機能の拡張と製造業・小売業の自前化を目的とした積極的な買収を実施する。

実施体制

- ・ 社内の社長室を中心とした事業推進体制の構築および、各プロジェクトの進捗とKPI管理を実施する体制を構築。
- ・ 融資を担当する主要取引金融機関との連携。
- ・ EC事業推進のための外部専門家との連携。
- ・ DX推進を支援する専門企業との連携。
- ・ 商社機能強化を実現する専門人材の獲得およびパートナー企業との連携。
- ・ M&A戦略を推進するアドバイザリー企業との連携。

売上高100億円ビジョン

- 今後10年間においては、長年培ってきた漬物製造技術と商社機能の知見を最大限に活用し、日本の伝統的な食品・食材の魅力に新たな付加価値を見だし、世界に向けて日本の食文化を発信する役割を担う。具体的には、「海外市場向けの輸出拠点」と「国内市場向けの再流通拠点」という双方向のハブ機能を構築し、国内外の需要を喚起することで、売上高100億円超（2029年目標：102億33百万円）の達成と、地域経済の持続的な発展への貢献を目指す。このビジョンの実現を通じて、日本の食文化の国際的価値向上と、国内地域産業の活性化を両輪で推進していく所存である。
- 海外向けハブ機能としては、伝統食品を現代の国際的な嗜好やニーズに適合させ、再設計・再包装（リパッケージ）して輸出する体制を確立し、日本食文化の国際市場への浸透と外需獲得を促進する。主な商品は、漬物、惣菜、和菓子、日本茶、ラーメン、日本酒、和牛等、多岐にわたる。
- 国内向けハブ機能としては、国内で販売不振に直面する和菓子や日本茶等の伝統的商品を、消費者ニーズやライフスタイルの変化に合わせて再評価・再流通させることで、国内需要の再創出と地域ブランドの再構築を図る。
- これらのハブ機能を支える基盤として、物流体制の高度化、製造技術の革新、DX推進によるデータ主導型の商品戦略、そしてM&Aによる事業領域の拡大（川上・川下への展開）を積極的に進める。これにより、単なる卸売業に留まらず、メーカー機能を強化した高付加価値型の事業モデルへと転換し、持続的な成長と収益性向上を実現する。

売上高推移

