



株式会社大長増田商店本社

○本社所在地：静岡県榛原郡吉田町川尻
459番地-1

○事業概要：冷凍魚（鮪/鰯）卸売・加工
○常時使用する従業員：71名（2025年3月
時点）

○現在の売上高：40億円（2025年3月期）

○法人番号：3080001015862

○Web：<https://www.ohnaga.com/>

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
増田 圭介

「新鮮で、安全なマグロを安定供給したい」

当社は新鮮で安全なマグロを安定供給することを通じ、食品の安全性と品質の向上を実現し、市場ニーズに応じた価値ある商品を提供することで、食文化の発展と地域社会への貢献を目指します。そのため、衛生的で先進的な加工工場の整備と確かな加工技術の育成に力を注ぐと共に、社員を仲間として大切にし、工場環境や待遇の改善に積極的に投資していきます。これにより、全社員が誇りを持ち、力を合わせて企業のビジョンを達成できる組織を築きたいと考えています。

売上高100億円実現の目標と課題

実現目標

2040年の売上高100億円の達成を目指し、事業成長の基盤として「人材強化」「資金調達」「DX活用」の3領域に重点的に取り組むことで、前年比107%以上の売上年成長率の確保を目指す。

課題

- 人材確保/強化（加工技術の向上、海外営業、EC、商品開発）
- 資金調達（補助金・助成金の活用、金融機関との連携）
- DXの活用（原価管理、在庫管理、需要予測、AI・ERPの導入）

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段

- 加工技術の高度化に向け、熟練技術者によるOJTと外部研修を組み合わせた教育体制を構築し、技能継承と技術革新を両立させる。
- 海外展開に対応するため、語学力・DXスキルを持つ人材の採用を強化し、柔軟な働き方やキャリア支援制度を整備する。
- 商品開発力の向上に向けて、社内外のアイデアを取り入れた開発チームを編成し、マーケットニーズに即した製品企画を推進する。
- 補助金・助成金の活用に向けて、専門部署を設置し、制度情報の収集・申請支援を行うとともに、金融機関との連携強化により安定的な資金調達体制を構築する。
- DX推進のため、業務プロセスの見直しとクラウドサービスの導入を進め、データ活用による業務効率化と意思決定の迅速化を図る。

実施体制

- 技術力強化に向けて、社内に技能研修施設を新設し、若手技術者の育成と熟練者の技術継承を体系的に行う。
- 海外営業のため、グローバル人材の採用を促進し、海外拠点との連携体制を整備する。
- 商品開発部門においては、マーケティング・製造・営業が連携するクロスファンクションナルチームを編成し、開発から販売までの一貫体制を構築する。
- 資金調達に関しては、補助金・助成金申請の専任担当を配置し、金融機関との定期的な情報交換を通じて資金繰りの安定化を図る。

売上高100億円実現の目標と課題

アクションプランを策定し、各フェーズで必要な企業力を高めることで、実現可能な成長戦略を構築しています。

■第1ステップ（1～5年）：基盤強化フェーズ

まず初期の5年間では、収益構造の改善と営業力の強化、そして商品戦略の確立を重点的に進めます。加工原価率の細分化や仕入れ基準の見直し、加工工程の自動化などにより、コスト管理の精度を高め、収益性の向上を図ります。また、端材やロス品の有効活用によって無駄を減らし、利益率を改善します。

営業面では、高単価顧客や大口顧客の獲得に向けた専任チームの設置や、CRMの導入などを通じて営業体制を強化します。さらに、EC直販ルートの立ち上げと製品の定期契約化を模索し、安定的な収益基盤の構築を目指します。

商品戦略としては、ブランド商品の創作や製品バリエーションの拡大を進め、差別化を図ります。加えて、PB商品のOEM展開を通じて収益源の多様化を図ります。

■第2ステップ（6～10年）：拡大フェーズ

中期の6～10年では、海外展開と業態展開を本格的に推進します。中国、韓国、アメリカ、カナダ、香港、シンガポールなど、寿司市場が盛んな地域への販路拡大を模索し、現地商社や物流企業との提携を強化することで、海外営業の基盤を築きます。

生産体制においては、国内工場の増設と海外提携工場の活用により、需要増加に対応しつつコスト抑制を図ります。また、加工以外の業態への展開として、飲食事業やEC特化型ブランドの開発を進め、新たな収益モデルの構築を目指します。

■第3ステップ（11～15年）：統合・ブランド確立フェーズ

最終フェーズでは、ブランド力の強化と垂直統合の実現を中心に取り組みます。水産資源の安定確保に向けて、産地との直接契約や資本提携、M&Aを活用し、サステナブルまぐろブランド「おおながマグロ」の確立を目指します。

さらに、流通・小売・外食などの商流を自社内で完結させる垂直統合モデルを構築し、産地からエンドユーザーまでの販路を一体化させることで、品質・価格・供給の安定性を高め、企業としての競争力を最大化します。

