

伊豆食文化公園



当社の製品例

- 本社所在地：静岡県伊豆市
- 事業概要：健康食品の企画・製造・販売
- 常時使用する従業員：105名
(2026年2月時点)
- 現在の売上高：12億円
(2025年3月期)
- 法人番号：2080101005005
- Web：https://izushoku.jp/

企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ



代表取締役社長
佐野 憲悟

食から始まる健康を考え、研究し、かたちにすることで持続可能な社会の実現と発展に貢献する。

私たちは、「お客様に健康をお届けしたい」という想いを原点に、無添加の自然食品や発酵食品づくりに取り組んできました。そのため、原材料となる大麦若葉やケール、椎茸などを自社農場で有機栽培し、素材の力を最大限に引き出すことにこだわっています。また、素材の機能性を高め、より美味しくするために独自酵母を開発するなど、従来の製法に新しい技術を融合させ、現代の生活に寄り添ったものづくりを進めています。「人々が安心して口にでき、健康で豊かな生活を送ることができる社会を実現する」ことこそが、私たちの変わらぬ願いであり、これからの成長の原動力です。

売上高100億円実現の目標と課題

実現目標

現在の売上高12億円を起点に、最初の3年間で成長の基盤を確立し23.5億円規模へ、次の4年間で事業を加速させて70億円規模へ拡大し、2036年に売上高100億円の達成を目指します。

- 【**基盤確立期**】2027～2029年：23.5億円達成
- 【**成長加速期**】2030～2033年：70.0億円達成
- 【**安定成長期**】2034～2036年：100.0億円達成

課題

- 受託製造の限界：取引先の販売状況や戦略変更の影響を受けやすく、収益が外部要因に左右されやすい。
- 生産能力・効率化の限界：現在の2工場は、立地条件や生産工程の制約により、設備稼働率の向上や工程最適化に限界があり、効率的な生産体制を構築しにくい。
- 収益力の限界：受託製造が主体のため、価格競争の影響を受けやすく、売上の拡大に比例して利益が十分に積み上がりにくい。

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段

- 【**基盤確立期**】
M&A後のPMI加速、新工場建設による生産能力の拡充、DX化推進による生産性の向上・業務の効率化
- 【**成長加速期**】
自社独自製品の開発・販売、ペット用サプリメント市場への参入、海外市場の開拓、地元農家・企業との協業
- 【**安定成長期**】
拡大再投資による増産体制の構築、ブランド価値の定着に向けたPR活動強化

実施体制

社長のリーダーシップの下で、各部門が下記の重点項目を行動計画に織り込み、主体的に取り組んでいきます。

- 事業部：新工場の建設・運営と製造の省力化・効率化
- 製品開発部：商品提案力の強化と自社独自製品の企画・開発
- 品質保証部：GMP認証に基づく品質の維持・管理
- 営業部：有力取引先との関係強化と新規市場の開拓
- 経営管理部：DX化推進による業務の効率化と人材の採用・育成

※本宣言は企業自身はその責任において売上高100億円を目指して、自社の取組を進める旨を宣言するものです

売上高100億円実現に向けた具体的な取り組み

受託製造を事業の基盤としつつ、ペット用サプリメントを含む自社独自製品の開発・製造・販売を今後の「成長ドライバー」として育成します。専門医師の監修のもと素材を厳選し、身体にやさしい無添加・自然食品を開発・提供することが、「健康長寿社会」の実現に資すると考えています。その実現に向け、下記の三つのステップを設定し、地域との連携（ex. 雇用、材料・物産調達）を深めながら、2036年に売上高100億円の達成を目指します。

基盤確立期 （主題：生産性の向上・業務の効率化）

- M&A（2025年4月）後のPMIを推進し、シナジー効果を最大化する。
- 生産管理システムや会計・給与計算・販売システム、クラウド型グループウェアの一括導入により、業務のDX化を促進する。
- 伊豆市に新工場を建設して、現在の2工場を移転・集約し、量産体制を築く。
- 働き方改革を進めて、地元人材を積極的に雇用する。
- 自社独自製品を販売するため、新規販路（卸販売、WEB通販、輸出等）の開拓を進める。

成長加速期 （主題：売上の拡大・収益性の向上）

- 動物病院、ペットショップ等との連携を強化して、ペット用サプリメント市場へ本格的に参入する。
- 自社独自製品の品揃えを強化すると共に、定期購入の顧客を増やす。
- 台湾を始めとした東南アジアへの輸出を拡大する。
- 地元の農家や企業と協業して、生産・販売ネットワークを構築する。

安定成長期 （主題：拡大再投資の実践）

- 伊豆市に第二工場を建設し、生産能力を増強する。
- 地元からの雇用を拡大する。
- 同業他社をM&A（特に、マーケティングに強い会社）によって取り込む。
- 自社独自製品のプロモーション活動を強化し、ブランド価値を向上する。

