



トップ
に聞く！

ニーズを捉えて
正確、迅速に、製品化する
建設機械アタッチメントの
リーディングカンパニー。

株式会社 松本製作所
代表取締役

松本 大次郎氏

取引店／福岡銀行 折尾支店





▲本社事務所前(左から松本社長、谷頭取)

町工場から出発し、
大手とも提携しながら
堅実に成長した60余年

我が社は、1948年（昭和23年）に、先代である私の父、松本寅太が福岡県遠賀郡水巻町で、
鉄工・溶接関係の仕事を開業したことに始まります。戦前、戦間機や魚雷を製造する兵器工場かんざうで鍛造（※1）技師として働いていた父は、その経験を活かし、自宅横の小さな町工場で、いわゆる鍛冶屋の仕事と、溶接の仕事を行っていました。62年（昭和37年）、私、大次郎だいじろうが工業高校を卒業して家業を手伝う様になり、25歳の時に父が他界した為、69年（昭和44年）に事業を引き継ぎました。
私が事業を引き継いだ頃は、高度経済成長の真っただ中、国土開発が盛んで、非常に多くの土木工事が行われていました。そうした中、近所の土木工事業者から「ブルドーザーのキャタピラーの磨耗



根株や産廃木材を切断する▶
「木材カッター」



◀抜群の操作性、業界No.1の軽量化、アームに負担をかけない構造、最高の強度と耐久性を誇るフォークロー「スーパーフォーク疾風」

当社製品



スクラップ処理の作業現場▶
で活躍する「グラッブル」



◀室内解体のプロフェッショナル「ミニショベル用 強力大割機 電電」

した部分を、電気溶接で肉付け出来ないか？」と相談を受けたことがきっかけで、建設機械の補修を行う様になりました。

また、周辺には炭鉱が多く、田んぼの地盤が下がり湿地化する為、パワーショベルを使い耕地を復旧する仕事が多かったのですが、当時のパワーショベルの「バケット（土砂をすくう部分）」にはツメが付いたものしか無く、掘削後、土壌にツメの跡が残り、土壌をならすには不向きでした。そこで私は「ツメのない平らな刃のついているバケット」を開発しました。すると、予想以上に好評で、その評判を聞きつけた建設機械の大手メーカーから注文が舞い込むようになりました。このことを契機に、我が社は建設機械アタッチメント（※2）メーカーへ転身することになりました。

（※1）鍛造…金属を加熱し、圧力を加えて成型すること。

（※2）建設機械アタッチメント…パワーショベル

株式会社 松本製作所

ルのバケット（土砂をすくう部分）等、主に建設機械のアームの先端部分。

72年（昭和47年）の古河機械金属株式会社様との業務提携を皮切りに、日立建機株式会社様や株式会社クボタ様等、時代を追って建設機械メーカーとの提携が進んでいきました。大手建設機械メーカーは標準的な製品しか製造していなかった為、特殊アタッチメントの製造を得意とする我が社へ注文が来るようになりました。今では、日本のほぼ全ての建設機械メーカーとお取引させて頂いております。

我が社は営業所と工場を新設・増設しながら、今日に至っています。近年では2005年（平成17年）に本社新社屋が完成し、07年（平成19年）には千葉県に関東工場を開設しました。景気低迷が長引く現代にあっても、おかげ様で我が社は建設機械メーカー各社から高い評価と信頼を獲得しており、今日まで工場はほぼ毎年

製造工程

①型取り



②部品



③組立て



④溶接



▲工場内見学風景



フル稼働し、事業は順調に推移しています。

建設現場のユーザーニーズに応えた多彩な製品ラインナップ

建設機械アタッチメント業界のリーディングカンパニーを自負する我が社の製品は多種多様です。木造家屋解体をはじめ、スクラップや産業廃棄物処理現場等で活躍する多種類のフォーククロー、あるいは木材等を掴んで積み込む林業用のグラップルやバケット、根株や産廃木材を切断するカッター、フォーク付草刈機等、ラインナップは多彩です。

その中でも「フォーククロー」は主力製品です。建築物の解体作業時にモノを掴んで壊し、その廃材等を積み込む為の製品です。以前はパワーショベルで大雑把に解体していましたが、現在は人間の手を模した製品が主流になっています。我が社が開発した「スー

パーフォーククロローベノムSP3」は2点止めのフォークローで、特許機能を搭載した代表製品です。蛇が大きな獲物を飲み込むメカニズムを採用しており、モノを掴むときは爪が大きく開き、閉じたときにはコンパクトになるので搬送が楽に行える利点があります。またその進化版である「スーパーフォーク疾風」は、抜群の操作性、業界NO.1の軽量化、アームに負担をかけない構造、最高の強度と耐久性等の特徴を有しており、こちらも当社の誇る売れ筋製品になっています。

この他にも、室内解体のプロフェッショナルというキャッチフレーズを付けた「ミニショベル用強力大割機・雷電」おわりきらいでん、スクラップ処理の作業現場で活躍する「グラッパル」、各種アタッチメントをワンタッチで交換できる「スーパークャッチ」等、様々な製品を製造しています。



▲創業当時の工場(昭和23年頃)



▲松本社長(当時22歳、昭和41年)



▲本社工場全景(現在)

情報力と営業力を駆使し、ニーズを的確に具現化する

我が社の強みは、情報力と営業力を駆使し、多様化するお客様のニーズに柔軟に対応出来ることです。営業担当者がお客様と対話し、お客様が何を求めているのかをいち早く察知して問題解決型営業を展開しています。営業担当者はおお客様の要望とニュアンスが違わない様に、情報をより細かく、正確に伝えることに細心の注意を払っています。

こうした製品開発力は、永年の建設機械の整備によって培われました。我が社は建設機械を知り尽くしており、現場目線で開発を進めることが出来ます。大手建設機械メーカーとの違いがここにあります。製品化が早いことも特色で、例えば、大手メーカーが5年で開発するところを、我が社は1〜2年の短期間で開発出来ます。現場が欲している製品をいち早

く供給することから、試作品であつてもすぐ売れるという状況が続いており、ロスが少なく、開発費用も抑えることが出来ています。このように、お客様のニーズを的確に具現化した製品を迅速に製造し、短期間で納入出来る独自のノウハウは、我が社の大きな強みとなっています。

新製品開発や東北での事業に注力し、目指すは業界トップシェア

注力点としては、新製品の開発が挙げられます。今後は、環境保全の観点から産業廃棄物の効率



▲松本社長

株式会社 松本製作所

的な処理と有効的な活用を行うシステムの確立が急務とされており、その現場で活躍する建設機械には更なる技術的な進歩が期待されています。現場のニーズを素早く汲み上げて製品化する我が社の特長を活かし、今後とも未開拓のマーケットを獲得する為の新製品開発に注力していく考えです。

その他、工場作業の改善に対する社員の意識向上にも注力しています。「会社は自分たちで伸ばす」という意識を社員一人ひとりに持たせる為、作業の効率化を目標に、工場内に投書箱を設置して全社員から多様な改善の提案や意見を収集しています。毎月その提案・意見から優秀なものを選んで、朝礼時に金一封を渡しています。

また、私が毎週月曜日の朝礼で15〜20分間程度、全社員に対して色々な話をしています。特許の話や社会情勢、政治等、話題は様々です。これは、社員に多くの知識を身に付けてもらい、社会を知っ

てもらうことが目的です。

最後に、将来展望としては、年内に東北地方の営業拠点として仙台営業所を開設し、そして数年以内に建設機械アタッチメント業界の国内トップシェアを獲得したいと思っています。我が社は、アタッチメント業界で現在第2位に位置

しています。東日本大震災の復興現場で我が社製品は非常にご好評頂いており、この地域での事業展開をしっかりと成功させ、目標を達成したいと意気込んでいます。全国に我が社の製品を広める為にも、正確、迅速に、製品化し、お客様の期待に応えていく所存です。



▲本社事務所前
前列左から3人目松本社長、谷頭取、喜多支店長(福岡銀行)

◎インタビューを終えて

東日本大震災の復興現場では、多くの方が御社製品の優れた性能を実感し、ご利用者が広がったとお聞きしております。

本日、松本社長のお話をお伺いし、お客様の要望に真摯に耳を傾け、現場目線での製品開発に徹してこられたからこそ、建設機械アタッチメント業界を代表する企業になっておられるのだと確信しました。

今後も、質の高い製品を、多くの方にご愛顧頂き、御社が益々飛躍されることを期待しております。



福岡銀行
取締役頭取 谷 正明



トップ
に聞く！

日本初の海外ハラル認証をもとに、
人吉・球磨からグローバル企業へ飛躍を。

ゼンカイミート 株式会社
代表取締役

萩原 新一氏

取引店／熊本銀行 人吉支店

畜産王国九州で時代に応じた
変化を遂げながら
発展してきた25年

九州は「畜産王国」とも呼ばれる程畜産が盛んな地域で、肉用牛生産額の全国シェアは4割以上にも達しています。我が社は、系統農協が育てた九州産の牛のと畜及び食肉加工を手掛ける工場として、1989年（平成元年）に設立、92年（平成4年）に竣工しました。

創業以来、今日に至るまでの道





▲本社前(左から萩原社長、林頭取)

のりは決して平坦なものではありませんでした。数多くあった苦難の中でも最も大きな試練は、親会社から出向赴任してきた直後の2001年(平成13年)に発生したBSE(牛海綿状脳症…いわゆる狂牛病のこと)問題です。BSEの発生によって牛肉の需要が急減、我が社の仕事も全く無くなるという、大変厳しい状況に陥りました。そこで、「自分が解決出来ない問題は決して自分の前には現れない」「ピンチはチャンスに変えられる」という強い信念で、新たな挑戦にも続々と着手しました。従来は仲卸しに販売していたホルモン等の商品を消費者への直接販売に切り替えた他、牛肉を加工したスタミナ丼等の加工品の開発・販売開始、そして牛肉、内臓類を瞬時に新鮮なまま保存することの出来る、急速冷凍システムの導入等を行うことで、苦しい時代を乗り越えてきました。

その後も様々な挑戦を続け、07



▲加工した牛肉のパッケージ



▲牛肉の加工



▲保管中の枝肉



▲牛肉の加工



▲工場内見学風景

徹底した衛生管理と 生産者の顔の見える こだわりの牛肉づくり

我が社がと畜加工を手掛けている牛は「ハーフ牛」や「ハーフ交雑種」、そして「開拓牛」といった地元九州産の国産牛（ホルスタイン種やホルスタインと黒毛和種の交雑種）にこだわっています。どの牛も薬や抗生物質等を極力与えないでも健康に育つように飼養管

年（平成19年）にはインターネット通販を開始した他、同年に工場直売所「OASIS」をリニューアルオープン。そして昨年8月には、インドネシアの「ハラル（HALAL）認証」の取得に成功しました。

おかげさまで、今年で設立25年目を迎えることが出来ました。これもひとえに、挑戦を続けてきた強い信念と、そして何より多くの皆様に支えて頂いたおかげだと感謝しております。

理して育てられており、黒毛和牛に比べて手ごろな価格だけどおいしい、自慢の牛肉です。

我が社は「生産者の顔が見える安心・安全な商品供給」にもこだわっています。まず、「衛生管理こそが会社の大切な商品である」という考えの下で、04年（平成16年）に「ISO9001（品質マネジメントシステムに関する国際規格）」と「HACCP（衛生管理手法の規格）」の認証を取得しました。と畜場での認証取得は全国的にも珍しく、平成24年度の食品衛生優良施設として表彰される等、全国的にも高い評価を得ています。また、「生産者の顔が見える商品供給」を実現する為、トレーサビリティシステムも構築しています。例として、我が社が取り扱っている牛肉は、畜産専門農協である全国開拓農業協同組合連合会の傘下にある生産者の牛が大半です。生まれてすぐの牛の耳に10桁の数字が入った耳標じひょうを装着し



▲ハラル専門のしゃぶしゃぶ店でも使用されている牛肉



▲当社自慢の牛肉



▲箱詰め



▲直売会の様子



▲直売所「OASIS」外観



▲本社工場外観

ます。そして、その数字は消費者の食卓にのぼる食肉パックにも表示し、生産者、産地がトレーサブルできるようにしています。

海外マーケットへの 展開を目指して 「ハラル認証」を取得

最近の注力事項として挙げられるのが、「ハラルビーフ」の販売です。「ハラル」とはイスラム教の戒律で「許されたもの」を意味し、イスラム教徒が飲食出来る食品等であることを意味します。ハラル食品を販売する為には、その原材料や製造工程（と畜方法や設備含む）等の審査を受けて、イスラム教の禁ずる豚肉やアルコール類を使用していないこと等、イスラム教の戒律に従って製造していることを「認証」してもらう必要があります。

今から7年程前の話ですが、将来的に国内のマーケットは縮小し、

競争が厳しくなると予測し、海外の調査に着手しました。当時、牛肉の輸出先として注目を集めていたのは米国や中国でした。しかし、

私は親日国の多いASEAN諸国に着目しました。更に調査を進めると、ASEAN諸国には日本の牛肉に対するニーズがあること、ASEAN諸国に多く存在するイスラム教徒の食品マーケットは大きな成長が見込めること、イスラム教徒への食品販売を行う為にはハラル認証の取得が必要不可欠であること、そしてハラル食品は日本国内でも一定の需要があること等を知りました。

そこで、他社に先駆けてハラル認証を取得することで、国内外のイスラムマーケットを獲得出来ると考え、ハラル取得への挑戦を決意しました。我が社は日本で約180カ所存在する食肉センターの中でも数少ない牛と畜専門の会社であり、比較的小規模なハラルに対応し易い環境にありました。



▲「収穫祭」で収穫した野菜と牛肉の試食風景



▲地元企業と連携した食育イベント「収穫祭」



▲敷地内でのバーベキューの様子



▲親子料理教室(ウインナー作り)

牛肉のハラール認証取得という、日本では過去に例のない取り組みであったことから、当初は何をしただら良いのか分からない状態でした。しかし、情報収集のアンテナを張り続けていることで、マレーシアから日本に来ていたイスラム教徒の人達と出会うことが出来、そうした出会いを契機に11年(平成23年)に日本で通用するハラール認証を取得。現在我が社の「ハラールビーフ」は、東京のハラール牛肉を取り扱う焼肉店やしゃぶしゃぶ店等で使用されている他、イスラム圏からの観光客の集客を図ろうとしている北海道のリゾートホテルのレストランでも使用されています。

更に12年(平成24年)には世界最大のイスラム国家であるインドネシアの認証機関(MUI)から国際的なハラール認証も取得しました。MUIの認証は日本の認証よりも条件が格段に難しく、権威もあり、インドネシアだけでなく20カ国以上のイスラム諸国にも通

用する認証です。牛肉でインドネシアを含めた海外のハラール認証取得に成功したのは我が社が日本初であり、今後の輸出の道も開けてきたと感じています。

世界に通用する企業を目指して

将来に向けた注力事項としてまず挙げられるのは「国内の牛肉需要の喚起」です。具体的には、多くの方々、特に将来の消費者でもある子供たちに牛肉に親しんでもらい、牛肉の消費へと繋げていくための場の提供です。積極的に



▲萩原社長



▲OASIS前にて左から犬童工場長、下田部長、萩原社長、林頭取、田中支店長(熊本銀行)

地元小学生の工場見学を受け入れている他、地元企業と連携した食育イベント「収穫祭」や親子料理教室を定期的に開催しています。また、敷地内にバーベキュー施設を整備して、地元の皆様に開放しています。

また、人材育成にも注力しています。社内研修によって食肉加工等の「技術」の向上を図るとともに、その技術を十分に発揮する為の「人間力」の向上を図ることを目的に社外研修にも社員を派遣しています。こうした研修を通して、社員が共通の認識を持ち、「あ・うんの呼吸」で活動出来る職場づくりに励んでいます。

「ニッチマーケットでオンライン企業になる」ことが、今後の我が社に必要な要素だと考えています。ハラルビーフ事業はまさにその目指す姿を体現したものです。人吉・球磨地域から世界に通用する企業へと飛躍していきたいと思っています。

◎インタビューを終えて

今年1月にバンコクで弊社(FFG)が開催した「食の商談会」にご参加頂き、誠にありがとうございました。当日は商談の様子を拝見していたのですが、御社製品に対する現地バイヤーの関心の高さを目の当たりにし、今後の展開が大いに期待出来るものであることを実感しました。

日本初の「(海外の認証機関による)ハラル認証取得」が、熊本で取り組まれていることに誇りを感じ、弊社(FFG)も、商談会開催をはじめ、海外ビジネスのサポートに全力で取り組んで参りたいと思います。



熊本銀行
取締役頭取 林 謙治



トップに聞く！

引き継がれてきた長崎の味をいつまでも
——四代守り抜いてきた
手づくりの蒲鉾の美味を多くの人へ。

伝統の味を守りながら、
企業発展の土台を構築

我が社の創業は1931年（昭和6年）。初代中村吉衛よしえが、長崎の豊饒な漁場で獲れた新鮮な魚の販売を行ったことに始まります。戦後、美味しい魚を全国の方々に知ってもらい、食べてほしいという想いから、日持ちがして簡単に食べられる「蒲鉾」の製造を開始しました。その志は2代目、3代目と受け継がれ、4代目の私、吉治もしっかりと継承しています。



株式会社 まるなか本舗
代表取締役社長 吉治氏
よしはる
取引店／親和銀行 浦上支店

株式会社 まるなか本舗

高度経済成長に伴い、長崎県内での店舗展開を強化し、今日では、空の玄関口である長崎空港、陸の玄関口のＪＲ長崎駅・佐世保駅等で、観光客の皆様や地元へ帰省される方のお土産品として蒲鉾を販売しています。また、百貨店や商店街等、地域に密着した場所にも店舗を置き、現在、長崎県に11店舗、福岡県に1店舗を展開中です。

創業以来、ＪＲ浦上駅前に構える総本店で蒲鉾の製造を行ってきましたが、89年（平成元年）の長崎魚市場移転と合わせ、新しい魚市場付近に工場を移転し、原料や製法にこだわり、新鮮な魚を吟味しながら製造する体制を整備しました。

転機は2008年（平成20年）、前社長の急逝によって32歳で社長に就任したことです。社員と力を合わせ、眼前の問題にひたむきに取り組み、その中で傾注したのが、伝統を守りながらも時代に



▲発祥の地 総本店（左から中村社長、小幡頭取）

合う経営です。当時、本社と工場は車で約30分離れた場所にあり、製販一体の運営が困難で、社内意思疎通がうまく図れていませんでした。その問題を解決する為、本社機能を移転し工場に集約したのです。その結果、経営・製造・販売の各部門のコミュニケーションが密に図れるようになり社内が活性化、経費が大きく削減出来たことも収穫でした。

また、同時に遊休資産の売却にも着手しました。代々引き継がれてきた資産の売却には勇気が必要でしたが、味そのものはしっかりと継承することを胸に刻みながら、時代に合った経営がベストであると判断し実行しました。

港町 長崎で、

素材選びから加工まで

こだわりぬいた蒲鉾づくり

私の社長就任後、経営理念を「引き継がれてきた長崎の味をい

つまでも」と決めました。これは、80数年もの間我が社が守り続けてきた味と、初代からの「本物・魚・職人のこだわり」を、後世にも伝え続ける意志を表したものです。私が最も好きな言葉の一つであり、商品のパッケージにも印刷しています。

我が社の特徴は、創業より長崎という港町の地の利を活かし、素材の選定から仕上げまで、三つの「こだわり」（本物・魚・職人）を持って、丹念に、誠実に、美味なる蒲鉾づくりに専心していることです。

その一つ、「本物へのこだわり」は、手づくりの味わいを大切にし、創業以来、合成保存料を一切使用しない安心・安全の味づくりを行うという、四代受け継がれたこだわりの根幹です。本物の味を大切にしたい当社商品は、農林水産大臣賞等、数々の賞を受賞し、更には宮内庁献上・宮家御用達の栄誉まで授かっています。

次に「魚へのこだわり」。長崎



▲当社商品の盛り付け



▲桃かまぼこ

近海や東シナ海は、日本有数の豊かな漁場で、その海の幸を新鮮なうちに利用出来るのが水産県長崎のメリットです。我が社は、西日本随一の広さと機能を併せ持つ魚市場の隣に生産工場があり、独特の食感とほのかな甘味のバランスが絶妙な「甘鯛」や、蒲鉾の高級材料である「エソ」等、毎日獲れたての魚を吟味して材料に用いています。

最後が「職人のこだわり」。

我が社の生産工場には、職人歴50年以上のベテランが働いています。その仕事ぶりは、すり身を「みかげ石」の臼石で丹念に練り上げる工程において、魚肉の硬さ、新鮮さを手の感触だけで見極める程の熟練です。美味しい蒲鉾の製造には長年の経験と職人の勘が重要になります。

そのこだわりを基に、創業80周年を記念して「長崎香福亭焼かま」という蒲鉾の原点に戻った商品を開発しました。高級魚のスケトウダラ・エソ・グチのみを使用し、

焼き目は香ばしく、プリプリとした食感の後に魚本来の旨味が口いっぱいに広がる当社自慢の商品です。落語家 林家三平氏の結婚式の引き出物として選んで頂いたことは大変ありがたく、多くの方へのPRとなりました。この「長崎香福亭焼かま」開発のように初心を忘れず、正直に、安心で美味しいものを作り続ける姿勢こそが我が社の強みと言えるでしょう。

商品開発や

社員教育に取り組みながら、

将来の目線は世界へ

注力事項としては、まず商品開発が挙げられます。新商品の開発は社内の活性化・発展のベースと位置付け、現在は、長崎香福亭ブランドの展開を図っています。

次に、社員教育や技の継承、接客も注力点です。味を将来にわたって継承していくには職人の育成が欠かせません。その為、週2回、2



▲工場内見学風景



▲手作業による成型



▲長崎 香福亭 焼かま



▲「長崎 香福亭 焼かま」製造工程



▲竹輪製造工程

時間程度、すり鉢のすり方や包丁の使い方等、ベテラン職人による教育の時間を設けています。そして、観光都市長崎だからこそ、観光客の方々に少しでも気持ちよくご利用頂けるよう、販売員教育にも力を注いでいます。

また、若い世代への蒲鉾の普及は普遍的な注力点です。長崎の基幹産業である水産を知ってもらう為、長崎市内の小学3年生を対象にした社会科見学の受け入れを30数年続けている他、同業者・行政等と共同で「長崎かんぼこ王国」を組織し、蒲鉾の消費拡大に向けたPRや、蒲鉾を通じた経済の活性化に取り組んでいます。私個人としても、長崎大学水産学部の非常勤講師を務めさせて頂き、水産による地域発展に尽力中です。

会社を着実に前進させるには、いかにお客様に支持され、商品を購入して頂けるかがカギとなります。従って、時代に合う商品の開発はもちろん、販売方法も重要という認識を持っており、お客様か

ら手に取って頂きやすいパッケージの開発にも注力しています。

将来展望として、まずは、長崎の食文化に根付き地域の宝でもある蒲鉾を地元の人々に再認識して頂き、仙台的「笹かまぼこ」や鹿児島「さつま揚げ」のような地元ブランドとして定着させたいと考えています。

そして、「SUSHI」や「TEMPURA」等と同様に、「KAMABOKO」が世界の共通語として認められるようになることが私の最大の夢です。以前、千葉で開催されたFOODEX



▲中村社長



▲総本店ショウケース



▲総本店見学風景



▲昭和35年頃の直売所



▲昭和35年頃の浦上本店工場での蒲鉾製造風景

JAPAN（飲食料品の展示会）に出店した際、日本の練り製品の海外での評価の高さを感じました。また、ヨーロッパではBSE問題以降、魚に注目する国が増えており、世界に目を向けると、蒲鉾の持つ可能性はまだまだ大きいと感じます。「KAMABOKO」を全世界の人々の食卓にお届け出来る日が来るように、今後も広い視野で蒲鉾づくりに取り組んでいくつもりです。



▲左から小幡頭取、中村社長、帯田支店長（親和銀行）

◎インタビューを終えて



親和銀行
取締役頭取 小幡 修

本日は、かねてより愛食している御社の蒲鉾の製造工程を、わくわくしながら見学させて頂きました。その場で試食した出来立ての蒲鉾は、熱々で食感が良く、素材の旨味を深く味わうことが出来る格別のものでした。長崎における御社の知名度の高さは、「80数年もの間その美味を守り続けてこられたからなのだ」と、改めて伝統の重みを感じました。

今後も、伝統の味を守りながら変革し続け、より一層ご発展されるとともに、長崎が誇る蒲鉾文化を世界に広められることを楽しみにしております。

6-11 株式会社 松本製作所

松本製作所

検索

- 創業：1948年
- 設立：1974年
- 所在地：福岡県遠賀郡岡垣町
- 資本金：9,000万円
- 従業員：70名
- 事業内容：建設機械用アタッチメント企画・開発・製造
- 事業拠点：福岡県遠賀郡岡垣町(本社、工場)、
千葉県松戸市(工場)
- 取引店：福岡銀行 折尾支店 093-601-0531



12-17 ゼンカイミート 株式会社

ゼンカイミート

検索

- 設立：1989年
- 所在地：熊本県球磨郡錦町
- 資本金：2億5,100万円
- 従業員：64名
- 事業内容：牛のと畜解体処理
食肉加工処理および販売
- 事業拠点：熊本県球磨郡錦町(本社、工場、直売所)
- 取引店：熊本銀行 人吉支店 0966-22-4115



18-23 株式会社 まるなか本舗

まるなか本舗

検索

- 創業：1931年
- 設立：1963年
- 所在地：長崎県長崎市
- 資本金：1,000万円
- 従業員：90名
- 事業内容：水産練り製品製造・販売
- 事業拠点：長崎県長崎市(本社、工場、店舗)、
長崎県佐世保市、長崎県大村市、福岡市博多区(店舗)
- 取引店：親和銀行 浦上支店 095-844-1235

