

月刊

食品工場長

7
JULY

食品の生産拠点を支援する情報誌

2026

No.351

TOP
INTERVIEW

ト ッ プ イ ン タ ビ ュ ー

(株)サンフレッセ

代表取締役社長

富澤 慎太郎氏



湘南工場

冷凍生地製造技術をベースに、
再現性とスピードを両立させた
商品開発力で差別化



特集1

労働安全・作業負担軽減 2026

特集2

冷凍・冷蔵倉庫を建てる・借りる

ルポ&インタビュー (株)十文字丸善スープ チキンスープ・エキス専用工場

増ページ!

11 [GAPと農業の未来]

農場の実態とGAP導入のきっかけ (一社)日本GAP協会 武田 泰明

13 TOP INTERVIEW

(株)サンフレッセ
富澤 慎太郎 社長冷凍生地 of 製造技術をベースに、再現性と
スピードを両立させた商品開発力で差別化

[表紙の人] 富澤 慎太郎 氏

17 特集1 労働安全・作業負担軽減 2026

～高齢者の労働災害防止～

17 解説 高齢者の労働災害防止のための指針

厚生労働省 土井 智史

22 企業事例1 グリンリーフ(株) 本社工場

高齢社員 of 経験を安全と品質につなぐ職場づくり

27 企業事例2 (株)マリンフレッシュ 関西工場

超低温庫前室 of 着霜や着氷を防いで
作業環境を大幅に改善31 技術 FOCUS 1 月額・定額課金型サービス「楽サブ」で手軽に導入できる
楽らく運搬サポートシステム「イージーリフト」 (株)A&C サービス32 技術 FOCUS 2 [PR] プロ仕様の体組成計・運動機能分析装置で従業員の健康をチェック
出張型健康経営支援サービス「私たちメンテナンス」 (株)タニタ33 技術 FOCUS 3 [寄稿版] 視認性と作業効率の両面で進化を続ける
「安全表示マーキング」 (株)ラスカム34 技術 FOCUS 4 熱中症対策で注目、凍った状態でも軟らかい食感をつくり出す
「アイススラリー用増粘多糖類製剤」 伊那食品工業(株)35 技術 FOCUS 5 滑りにくく、清掃がしやすいステンレス床用鋼板
「ポルカプレート」 日本冶金工業(株)36 技術 FOCUS 6 高い耐久性と強烈なグリップ力を持つ階段用滑り止め
「ULTRA GRIP」 (株)フォーユー37 技術 FOCUS 7 ペルチエ素子により暑熱環境でも効率良く体を冷やせるユニット
「absorcool touch」 ミドリ安全(株)38 技術 FOCUS 8 配管が発する熱を遮断し、職場環境を改善
オーダーメイド「蒸気配管ジャケット」 (有)浅野保温38 技術 FOCUS 9 長期にわたり性能を維持する既設屋根の新遮熱工法
「元旦エコパネルシステム」 元旦ビューティ工業(株)

39 [中小食品メーカー of ロボット導入と運用]

食品工場におけるロボット導入事例 ～ロボットの寿命とメンテナンス
ものづくりテラス 林 芳樹

グリンリーフ(株) 本社工場



(株)マリンフレッシュ 関西工場

トップ
インタビュー
TOP
INTERVIEW

(株)サンフレッッセ 富澤 慎太郎 社長

Shintaro
Tomizawa

プロフィール

1976年生まれ、埼玉県出身
1998年：立教大学経済学部卒業
2005年：株サンフレッッセ入社
2009年：執行役員営業部長
2011年：取締役営業部長
2015年：常務取締役
2019年：代表取締役社長



冷凍生地の製造技術をベースに、再現性と
スピードを両立させた商品開発力で差別化

1952年に法人化し学校給食用パンを製造、現在は業務用製品をメインにパン・ケーキ・炊飯・給食の四つの事業を展開する㈱サンフレッセ。業界に先んじて手がけた冷凍生地の製造技術をベースに、再現性とスピードを両立させた商品開発力で差別化を図り、取引先の支持を得てきた。近年は自社ブランドを立ち上げてB to C市場にも参入するなど新しい試みにチャレンジし続ける同社は富澤慎太郎社長の下、100年企業を目指していく。



〔聞き手〕
日本食糧新聞社
代表取締役社長 杉田 尚

冷凍生地の製造技術と 商品開発力、 従業員のチームワークが強み

創業から今日までの歩みの中で転換点となる出来事をお聞かせください。

〔富澤〕 弊社は1948年、祖父の富澤幹太郎が個人営業の製パン工場と小売店を開業したことに始まります。52年に前身の㈱太陽堂製パン所を設立し、法人化しました。学校給食用パンを製造していましたが、78年に炊飯センターを建て、パンと米飯の主食ビジネスを確立しました。

転換点は同年、業界内ではまだ珍しかった冷凍パン生地の製造を始めたことです。父で現会長の富澤三継の知り合いの原料メーカーと合併で冷凍生地事業を立ち上げ、温度管理や品質管理に苦勞しながら技術を確立したそうです。当時の挑戦があったおかげで、冷

凍パン生地製品は弊社にとって大きな強みとなっています。

2019年に代表取締役社長に就任されたとき、従業員の方々にどのようなメッセージを伝えられましたか。

〔富澤〕 祖父も父も、「従業員がハッピーになるのかどうかを基準に経営判断を行ってきた」と常々話していました。その考えを踏襲したいという思いから、社長就任の方針説明会で「仕事が楽しくないという仕事ができない。いい仕事ができないとお客さまにも満足していただけない。まず自分たちでいい会社にするために頑張っていこう」と従業員に伝えました。従業員は皆、本当にいいやつばかりです。従業員が笑顔で働ける会社にする。それが顧客満足の向上にもつながると考えています。

パン・ケーキ・炊飯・給食の各事業の特徴と強みをお聞かせください。

〔富澤〕 展開するパン・ケーキ・炊飯・給食の4事業のうち、主力はパン事業

です。お客さまのご要望に応じて冷凍生地、焼成済み冷凍パン、日配のパンなどを開発・製造・販売しています。主な取引先はインストアベーカーリーや外食、ホテル、アミューズメント施設、サービスエリアなどで、6、7割がOEMです。大手メーカーに価格競争では勝てない以上、お客さまが求める商品の再現性と、最短1カ月で商品化するスピードで差別化を図っています。

ケーキ事業はカフェチェーンや外食、ホテル、洋菓子専門店などへ、OEMの冷凍焼き菓子や冷凍・チルドケーキなどを開発・製造・販売しています。開発した商品をラインに落とし込むのは難しい仕事ですが、開発部門と製造部門が連携して取り組んでいます。

また、炊飯事業は量販店、外食、産業給食向けに日配の米飯・米飯加工品を製造し、給食事業は学校給食用パンに加え米飯類を手がけています。四つの事業を展開していることで、

一つの事業の業績が低迷したときでも別の事業でカバーすることができ、それが弊社の強みと言えます。

商品開発力はどうに生み出されるのでしょうか。

〔富澤〕 再現性とスピードを両立させた商品開発力は人の力、つまり従業員のチームワークによるところが大きいと思います。営業部門がタイムリーにお客さまを訪問し、頂いたご要望を基に直ちに開発と打ち合わせを行います。

開発部門が試作品を完成させるまで最短で1週間です。また、フィリングメーカーなど各サプライヤーとの連携の深さもスピードアップにつながります。さらに、製造部門はラインに落とし込み、試作品とほぼ同レベルのものに仕上げる技術があります。各部門が緊密にコミュニケーションを取り合い、「他部署が頑張っているから、自分たちも頑張ろう」という好循環が出来上がっていると思います。

自社ブランドを立ち上げ B to Cに参入

昨今の事業を取り巻く環境や、直近の業績、売上げに貢献している製品を教えてください。

〔富澤〕 足元では中東情勢の影響が深刻になり、さまざまなことが変容するのではないかと危機感を持っています。短期的には備品・包材の調達不良や値上げへの危惧があります。そのほか、給与のベースアップや設備老朽化への対応、原料や物流のコスト上昇もある中で、どのように利益を上げるか、難しい判断が迫られています。

25年度（74期）の売上げは、米価急騰などに伴いお願いした価格改定と、積極的な営業活動の結果、前年度の118億円から過去最高の130億円へ伸長しました。パンとケーキは前年比110%、米飯は同120%です。パ

ン事業はインストアベーカーリー向けの冷凍生地が好調に推移し、新規の外食やOEMの案件が増えたほか、ホテルのモーニングビュッフェ用の焼成後冷凍ミニクロワッサン、プチパンなどの需要も旺盛でした。ケーキ事業はカフェ・ホテル・外食の需要が伸びたことに加え、弊社のクオリティー重視の商品をご理解くださるお客さまへの営業活動が順調に進んだと言えます。特にチーズケーキは高評価を頂いています。なお、売上げに占める事業構成比は、パンが6割強、ケーキと炊飯（給食事業含む）が各2割弱となっています。

自社ブランド「Sun de Luxe」が立ち上げられました。

〔富澤〕 コロナ禍で市場が閉鎖的になっていた20年、冷凍パン・ケーキの自社ブランド「Sun de Luxe」を立ち上げました。手間がかかっても本心に自信のあるおいしいパンを作ろうと、自家製天然酵母使用の「豊穣パン」を商品

化しましたが、業務用ルートでは価格が合わず、卸や小売りと商談もできない状況でしたので、自社ECサイトで販売を始めました。ケーキも開発部門がプライドを懸けて開発し、アイテム数はパンが豊穣パンと「Fruits de Luxe」の2種類、ケーキが「キャロット」「バナナ」「オレンジ」「ピスタチオ」「ポム」のパウンドケーキ5種類です。豊穣パンは24年のジャパン・フード・セレクションで最高位のグランプリを受賞しました。EC市場は競合が多く奮闘中ですが、最近ではケーキの売上げが伸びています。さらにブランド力を高め、量販店などほかの販売ルートも探りながらB to C事業の拡大を図っていきたいと思います。

各生産拠点の役割と、生産能力・品質向上や自動化・省人化のための設備投資の状況を教えてください。

〔富澤〕 生産拠点は、生産規模が大きい順に本社工場（埼玉県伊奈町）、湘南工

場（神奈川県平塚市）、川口工場（埼玉県川口市）、平塚工場（神奈川県平塚市）の4工場です。給食センターについては川口市が所有し、弊社は運営の一部を担っています。

本社工場は冷凍生地、焼成後冷凍生地、日配のパンなど加工度の異なるパンを生産できる設備を備え、ほぼ全てのB to B案件に対応できます。97年稼働なので老朽化対策の設備更新も含め順次投資を行っており、焼成後冷凍パンの需要増加を受け、昨年は約8000万円を投じホイロや包装機などを更新して生産能力を2割強拡大したのに続き、今年5月には4億円を投じ、スパイラルフリーザーを更新しました。

18年稼働の湘南工場では、冷凍パン生地と冷凍ケーキを生産しています。省人化や効率化のための設備投資で、超音波カッターやメロンパンのビス生地を作る機械、番重を洗浄機に出し入れするロボットアームなどを導入し、労



従業員が笑顔で働ける会社にする。
それが顧客満足の向上にも
つながると考えています

働環境の改善にもつながっています。

04年稼働の川口工場では、学校給食や業務用のシャリ箱入り酢飯など日配の米飯類を生産しています。IH方式の炊飯設備による安定した品質の米飯をお届けできるのが特長です。昨年、おにぎりやいなりずしの成形機を更新し生産性向上を図りました。

平塚工場では、ハード系や自社ブランドの天然酵母パンなど小ロットの焼成後冷凍パンを生産しており、25年にミニメロンパン成形機を導入、ラックオーブンも高性能なものに更新しました。新しい試みを行う際のスモールスタート工場としての役割も担っています。

設備投資計画は年度ごとに作成し、実行に移しています。各部門から課題を報告してもらい、フードセーフティの維持管理、労働環境の改善、生産性向上につながる設備投資を優先的に進めています。

—— 食品安全への取り組みはいかがですか。

【富澤】 年々、お客さまの食品安全に対するご要望は厳しくなっています。弊社では04年より米国の食品衛生管理基準「AIB (American Institute of Baking: 米国製パン研究所) フードセーフティ監査システム」を導入し、食品安全レベルを向上させてきました。

また、21年に湘南工場、23年に本社工場でFSSC22000認証、23年に平塚工場でJFS-B適合証明を取得しました。川口工場は05年にHACCPの認定を受けています。

面談や

クラウドサービスを通し

コミュニケーションを活性化

—— 従業員教育や従業員の満足度向上のために、どのような取り組みを行っていますか。

【富澤】 従業員教育は、OJTに加え年1〜2回、外部コンサルタントによる研修会を開催しています。今後、従業員の意識向上や外国人従業員の語学力向上のための教育にも取り組んでいきたいと考えています。

一方、従業員の満足度向上を図る上で、昇給や仕事のやりがいだけでなく、コミュニケーションが大切だと考えています。その一環として、私自身が各拠点を月1回訪問し、その月に誕生日を迎える社員と1対1で10分間の面談

を行っています。非効率に思えますが、直接顔を合わせると、ネガティブなことも含めいろいろな話がで、現場の課題を把握することができます。また、従業員同士のコミュニケーションを図るため、24年から社内報「SUN FRESSAI Times」を月2回発行し始めました。

また、従業員の発案で、半年前から従業員同士が日々の貢献を賞賛し合うクラウドサービスを導入し、「ありがとう」のメッセージやコインを贈り合う活動も始めました。コミュニケーションが活発になることで会社の雰囲気明るくなり、仕事に良い影響をもたらすことを期待しています。

—— 貴社の成長戦略と100年企業に向けた挑戦をお聞かせください。

【富澤】 弊社は2052年に設立100周年を迎えます。競合が多い環境ですが、弊社の価値を認めてくださるお客さまがいっぱいます。食という事業領域で、従業員満足と顧客満足の向上を経営の根幹に据えることを継続しつつ、今年、会社としてのあるべき姿

会社概要

所在地: 埼玉県北足立郡
伊奈町西小針
7丁目11番地
設立: 1952年
事業内容: パン・ケーキ・米飯・学校給食用パンなどの製造・販売
従業員数: 637人
(2025年3月31日時点)

や目指す方向性を整理し直す計画です。

100周年に向けた取り組みとしては、約3年前にDX戦略室を設け3人のメンバーを配属し、製造指圖書を紙からタブレットに変更したほか、在庫管理のデジタル化も進めてきました。

今後、効率化だけでなくデータ分析を行うフェーズに入り、実現すればマーケティングとDXを活用した新しい価値をお届けすることが可能になります。

また、今年から海外展開への一歩を踏み出す計画です。短期的にはアメリカやシンガポール向けの輸出を検討中で、中長期的にはベトナム国籍の技能実習生たちが母国に帰った後に一緒に仕事ができるスキームをつくりたいと考えており、現在、計画を立てています。将来的には海外で働きたいという人材の採用にも取り組む考えです。

社名の「サン」は太陽のエネルギー、「フレッセ」はフランス語のFrais (新しい) とEssai (試み) を結合させた造語です。その名の通り、新しい試みにチャレンジし続けたいと考えています。

