

Believe (信頼) Brain (知力) Benediction (感謝)

事業内容

ボングルメは、「真あなご」をはじめ「つぶ貝」「とり貝」「赤貝」の他、「えび」「いか」「たこ」等の寿司種加工のパイオニアとして、大手外食寿司チェーンを中心に全国に販路を開拓。「あなご」と「つぶ貝」では日本トップシェアを誇る企業である。

1970年大阪万博でケンタッキーフライドチキンが日本に初上陸。学生時代に島内社長は、「外食」とのセンセーショナルな出会いを果たす。

その後、外食産業の進出はめざましく、同社は、東シナ海産の天然あなごに拘り続けるとともに、外食・中食において、あなご加工の大量生産を可能とする技術開発も成し遂げ、あなご寿司加工業の雄として他の追随を許さない。

寿司は昔、「江戸前にぎり」と言われ、冠婚葬祭の時しか口に入らない高級品であった。寿司ねたでも、「あなご」と「たまご」は味付けが必要なため、寿司職人の腕前は「あなご」と「たまご」で決まると言われたほど。

1970年後半から、消費者に寿司を安価で提供しテイクアウトもできるようにした小僧寿司が流行。その創業者の山木益次氏から、「誰でも握れるあなご寿司はできないものか」と相談された。

その後、スーパーマーケット(惣菜コーナー)の拡大やコンビニの進出、回転寿司が流行。これまであなごは丸ごと1尾納入が当たり前の時代に、店舗のパートさんでもシャリの上に乗せるだけで提供できるようスライス仕様での納入を依頼され、このニーズに同社が見事対応。今では中食・外食のあなご寿司の50%の市場シェアを誇る。

輸入販売

1979年に韓国と貿易を確立し、1994年からは日本式の厳密な品質・衛生管理システムに基づき、独自の製造技術を中国へ移転。1995年から中国との貿易ルートを確立し、海外に張り巡らした提携工場のかみ細かい生産体制を構築。当時、食品関係で中国に進出した企業は少な



代表取締役社長 島内 和行

名 称	ボングルメ株式会社
設立年月日	1967(昭和42)年4月
代 表 者	代表取締役社長 島内 和行
従 業 員 数	53名
資 本 金	1億3,872万円
事 業 内 容	食料品卸売業、(従)冷凍倉庫業
本 社 所 在 地	北九州市小倉北区赤坂海岸5-10
電 話	093-541-1100
東 京 営 業 所	東京都台東区上野6-16-16ORAGAビル7F
電 話	03-7807-5586
ホ ー ム ペ ー ジ	http://www.bongourmet.co.jp/

組織概要

かった。今ではあなご寿司だけで「焼きあなご」「蒸しあなご」「煮込みあなご」「炙りあなご」等300アイテムにも上る。それほど多様な顧客ニーズに応えるため、真あなごの漁場近くの中国山東省の日照、煙台、威海の3工場と提携。

また、同社は、国が認定する保税倉庫もあ



日照美加水産食品有限公司

り、日本と青島の税関・検疫所からの信頼も厚い。餃子事件が発生し、日中間の貿易がギクシャクした時も何の支障もなかったと言う。

こうした自社製品の輸入・販売により圧倒的な価格競争力を発揮。1998年にはタイ・ベトナムからの寿しえび輸入も開始している。

経営理念



Believe (信頼)
Brain (知力)
Benediction (感謝)

社名のボングルメは、フランス語のBon (素晴らしい) とGourmet (美食) を組み合わせたもので、常に素晴らしい美味しさをお届けしたいと願う、同社の変わらない姿勢を表している。マークはボングルメの頭文字「B」をハートの形にアレンジ。青空に翔ぶ鳥のつばさをイメージし、限りない未来への躍進をシンボル化したもの。

沿革

- 1967年 4月 株三幸興産設立
- 1973年 4月 社名を株三幸冷凍に変更し、冷凍倉庫業を開始する。
- 1974年 7月 保税貨物指定倉庫の認可を得る。
- 1979年 4月 韓国貿易に着手、LC開設
- 1984年 2月 動物検疫指定倉庫の認可を得る。
- 1988年 11月 C.I を導入し株三幸冷凍をボングルメ株に社名変更。(平成元年)
- 1994年 4月 中国貿易に着手、LC開設。
- 1994年 4月 東京営業所を開設。
- 1994年 12月 中国あなご製品の技術指導・輸入販売を開始。
- 1998年 4月 タイから寿しえびの輸入販売開始。
- 2003年 5月 中小企業経営革新支援法認定。

主な製造品目

同社の事業の柱は、売上の6割を占めるあなご、2割の寿司ねた(寿しえび・たこ)、残りの貝類(赤貝・つぶ貝・とり貝)の3本柱。タイやベトナムより尾付むきえび・寿しえび・たこ・いか等輸入(約100アイテム)。



煮あなご

ナダ・トルコより、赤貝・つぶ貝・とり貝・あかにし貝・その他水産物原料を輸入(約100アイテム)。



つぶ貝



寿しえび

今後の展望

近年、暮らしのハイクオリティ時代を迎え、食生活も豊かになった。それにつれて食品業界においても、食材の高品質・多様化が要求される一方、価格や衛生面での対応も常に求められている。

また、ニーズを先取りした商品開発力に重点がおかれ、競争も激化。同社はこのような現状に臆することなく「21世紀食文化づくり」をビジョンに掲げ、より良い食品を提供することで、食品業界はもとより、地域社会の発展に寄与している。

未来の食品業界を展望し、国内はもとより海外からも地球規模のスケールで海の幸を求め、お客様に「ご満足」を提供したいと島内社長は語る。

味・色・触感にオーダーメイドで素早い対応をするべく、ベトナムやタイへの展開を図るボングルメは、グローバルな寿司食材メーカーとして躍進を続けて止まない。



本社社屋