



米国事業の現状と 成長戦略について

2025年5月20日

株式会社サンクゼール（証券コード：2937）

愛と喜びのある 食卓をいつまでも

Lasting love and joy at your table



01 | 米国事業の概要

02 | 当初の事業戦略

03 | 現在の事業戦略

04 | 今後の重点施策

01 | 米国事業の概要

02 | 当初の事業戦略

03 | 現在の事業戦略

04 | 今後の重点施策

生産拠点となる工場の取得

2017年に米国の活動拠点となる現地の生産基盤を確保するため、30エーカー（約121千㎡）もの広大な敷地と製造工場を取得する。



St.Cousair, Inc. の設立

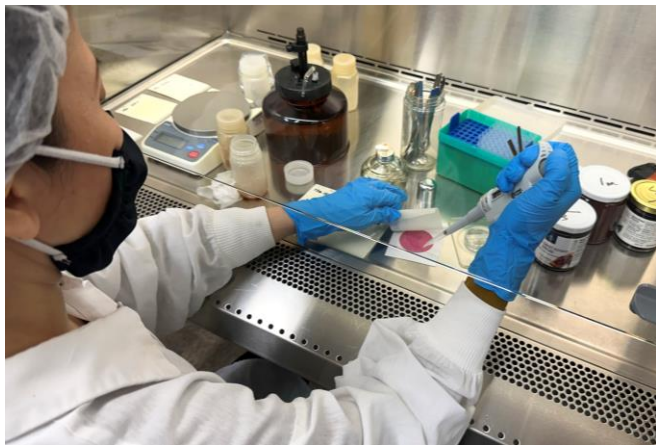
2017年にオレゴン州を拠点に、株式会社サンクゼールの子会社となる「St.Cousair, Inc.」(以下「SCI」と表記)を設立。



SCI自社工場の機能

原料調達から商品開発、製造、出荷までを一気通貫で行う。

オーガニック、グルテンフリー、Kosher等の認証を多数取得し、SQF(世界基準の食品工場監査規格)では97/100点を獲得。



取扱いブランド | KUZE FUKU & SONS



KUZE FUKU & SONS

Premium Japan Brand

SCIの製造された商品をグローバル展開するために誕生したブランド。
ドリンクベースやジャムのほか、日本から輸入する
自社商品・仕入商品を取り扱う。



取扱いブランド | Portlandia Foods



Portlandia Foods

Healthy. Happy. Together.

米国メインストリームの食品ブランド。オーガニック認証を得たケチャップやホットソース等の加工食品を取り扱い、健康志向が広がる米国マーケットで、多くのお客様から高い支持を得ている。



取扱いブランド | Bonnie's Jams

Bonnie's Jams

DISCOVER *the* TASTE of FRUIT

Bonnie's Jams

DISCOVER *the* TASTE of FRUIT

フルーツジャムやゼリー等の加工食品ブランド。

砂糖や添加物を極力使わず、素材本来の味わいを際立たせる製造方法や、
チーズとのペアリングに最適なフレーバーが多いのが特徴。



取扱いブランド | KELLY'S JELLY



KELLY'S JELLY

THE PERFECT COMPLEMENT

ペッパーゼリーやフルーツスプレッド等を扱うブランド。

地元産の高品質な原材料を使用し、様々な食材とのペアリングを提供する
プレミアムな商品群が魅力。



01 | 米国事業の概要

02 | 当初の事業戦略

03 | 現在の事業戦略

04 | 今後の重点施策

米国事業立ち上げ時の事業戦略

「The Japanese Gourmet Store」であった久世福商店ブランドを世界に展開させるため、米国に進出。



米国事業立ち上げ時の事業戦略

米国市場では委託製造事業からスタート。まずは米国で製造した商品を日本向けに輸出し、早期にビジネスを成り立たせる戦略を取る。



日本向けの商品輸出を下支えに、米国事業の地固めを推進

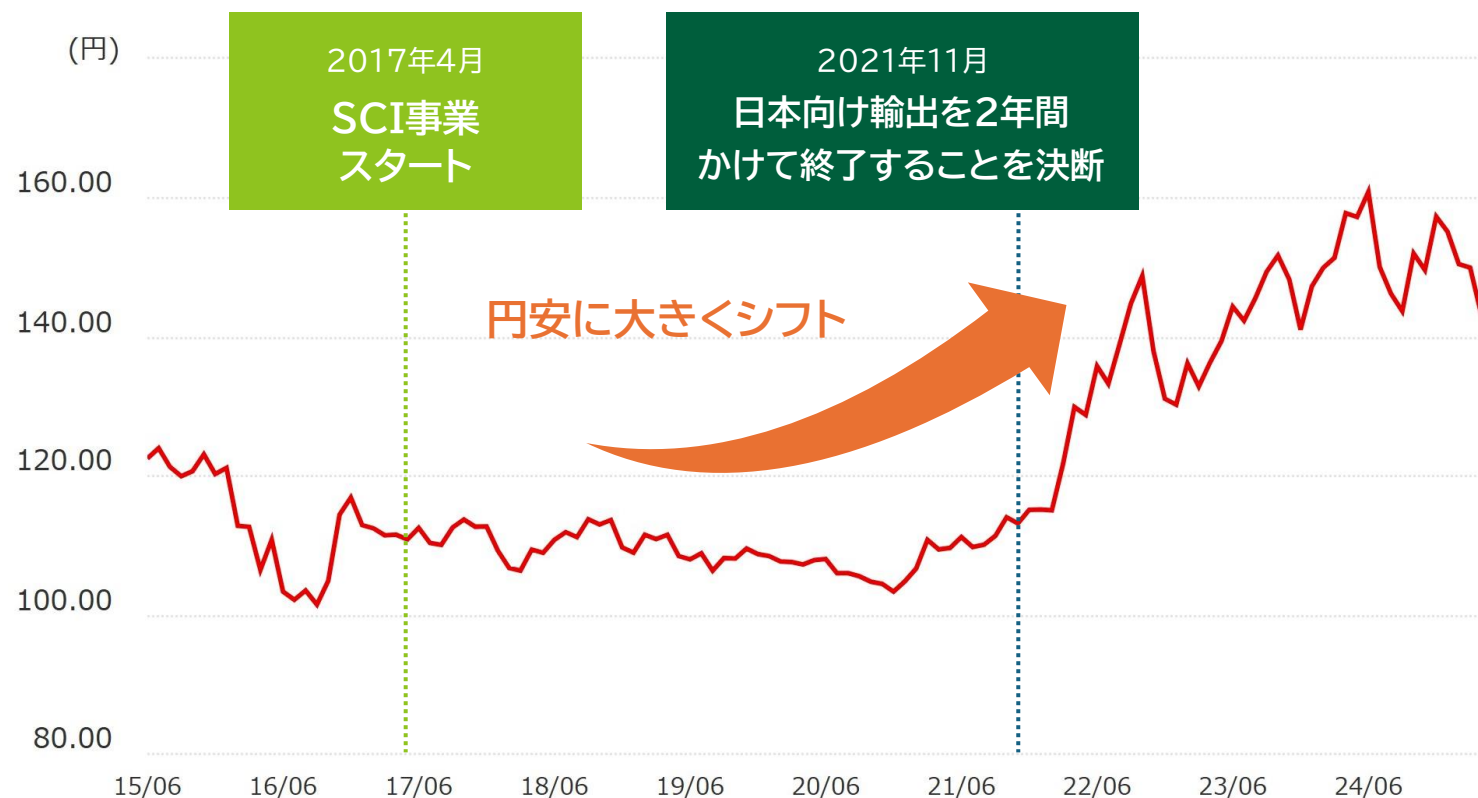
オレゴンのオーガニック原料を使用した「いちごミルクの素」や「ブルーベリーコンポート」などは、日本向け商品として大ヒット。



為替の影響による販売戦略の転換

2022年以降の為替相場の変動により、日本向けの商品輸出から米国内での商品販売に戦略をシフト。

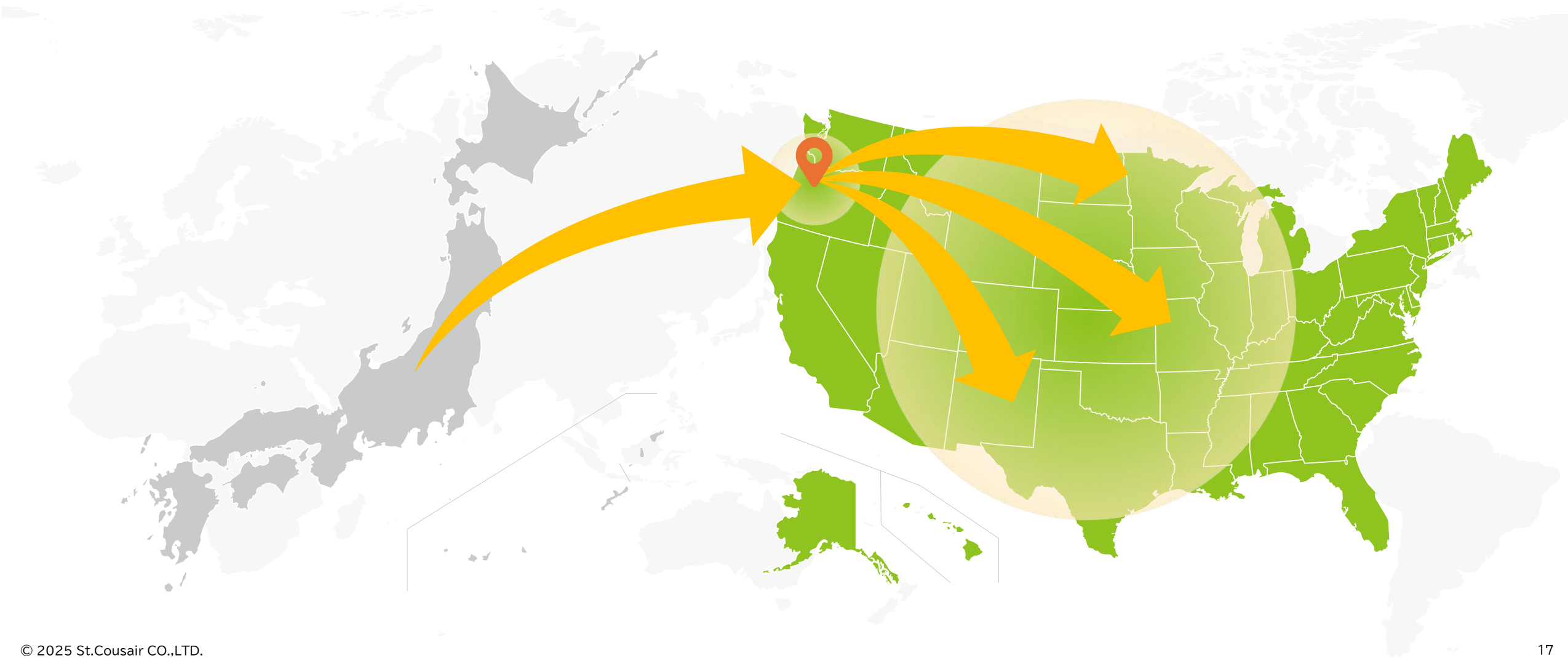
外国為替相場チャート表



出典：三菱UFJ銀行「外国為替相場チャート表」

事業戦略の転換

米国で製造した商品は、米国で販売する戦略へ。円安の影響により、日本から輸入した商品の取り扱いもスタート。



01 | 米国事業の概要

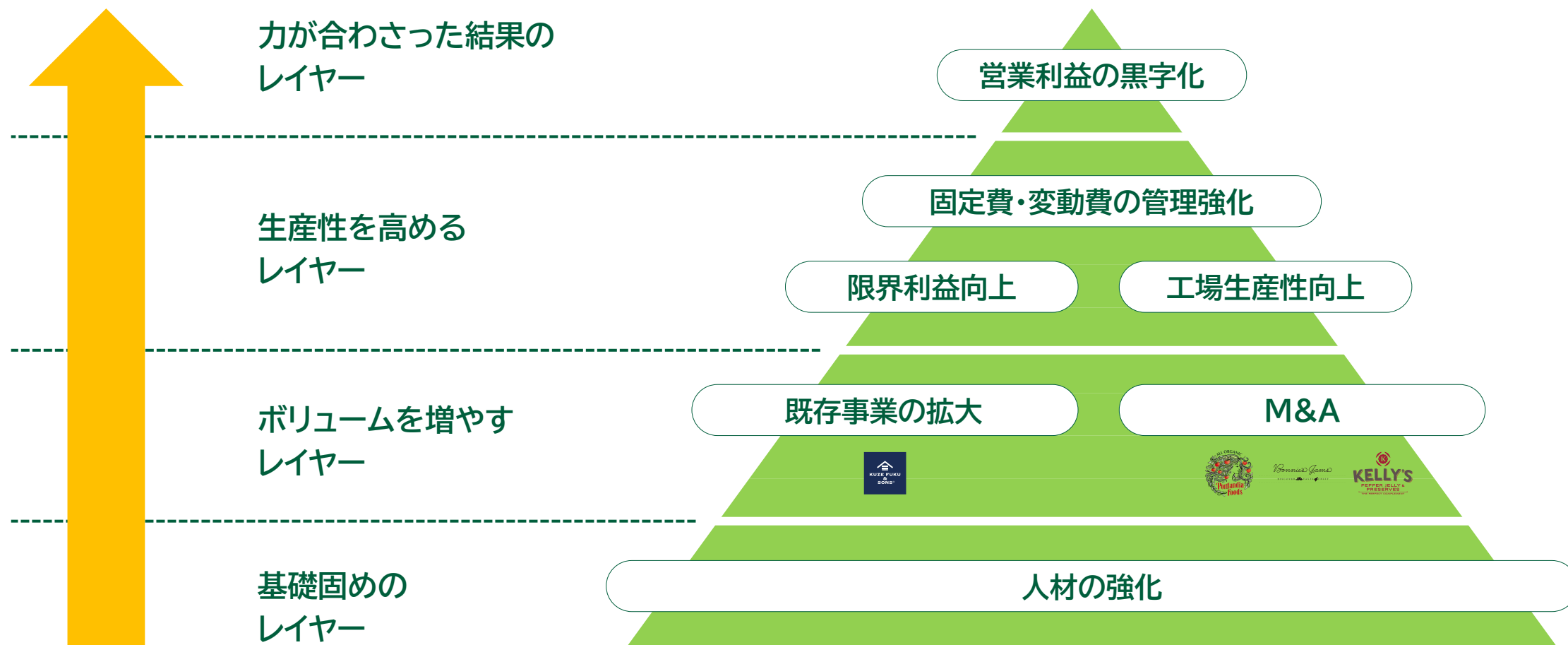
02 | 当初の事業戦略

03 | 現在の事業戦略

04 | 今後の重点施策

米国事業の黒字化に向けて

SCI事業黒字化に向けた重点施策レイヤー



米国事業の黒字化に向けて

SCI事業黒字化に向けた重点施策レイヤー



KUZE FUKU & SONS の誕生

2019年1月、自社ブランド「KUZE FUKU & SONS」を立ち上げる。



コロナ禍での挑戦と信頼の獲得、ローカルへのコミットメント

病院や小売店等から消毒液が消えた現状を目の当たりにし、製造工場での生産を決意。

数千本の消毒液を地元施設に寄贈し、現地での信頼獲得に繋がっていく。



当初の営業活動

小売店舗への直接営業・直接配達が主流だった販売当初。

飛び込み営業や食品展示会での試食営業等、泥臭くも徹底した営業活動で信頼とコネクションを築く。

〔 当初の営業スタイル 〕

当社

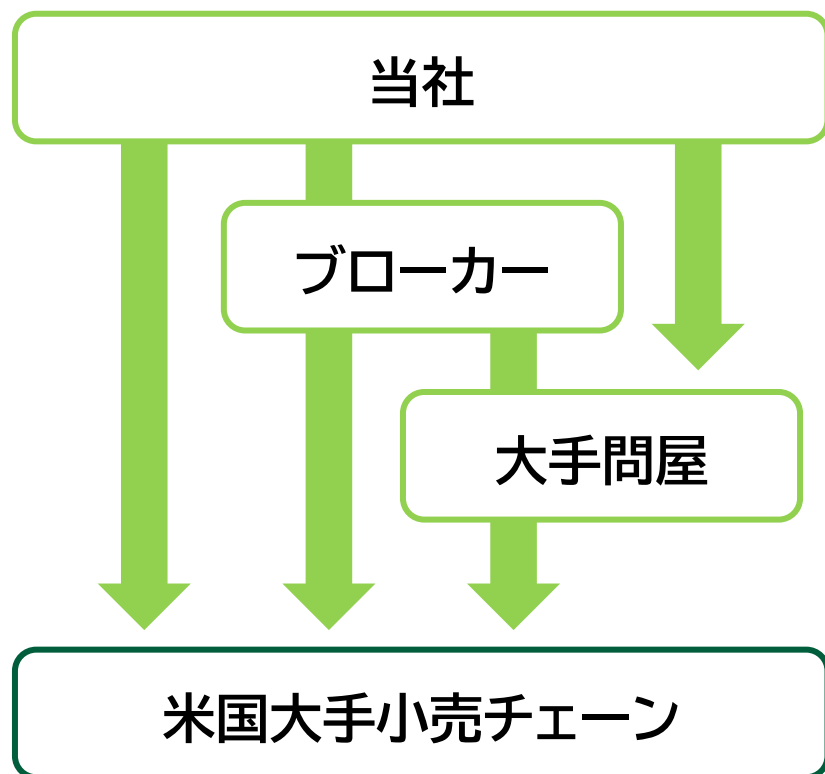
米国顧客



取扱い小売店舗数・配荷店舗数ともに拡大中

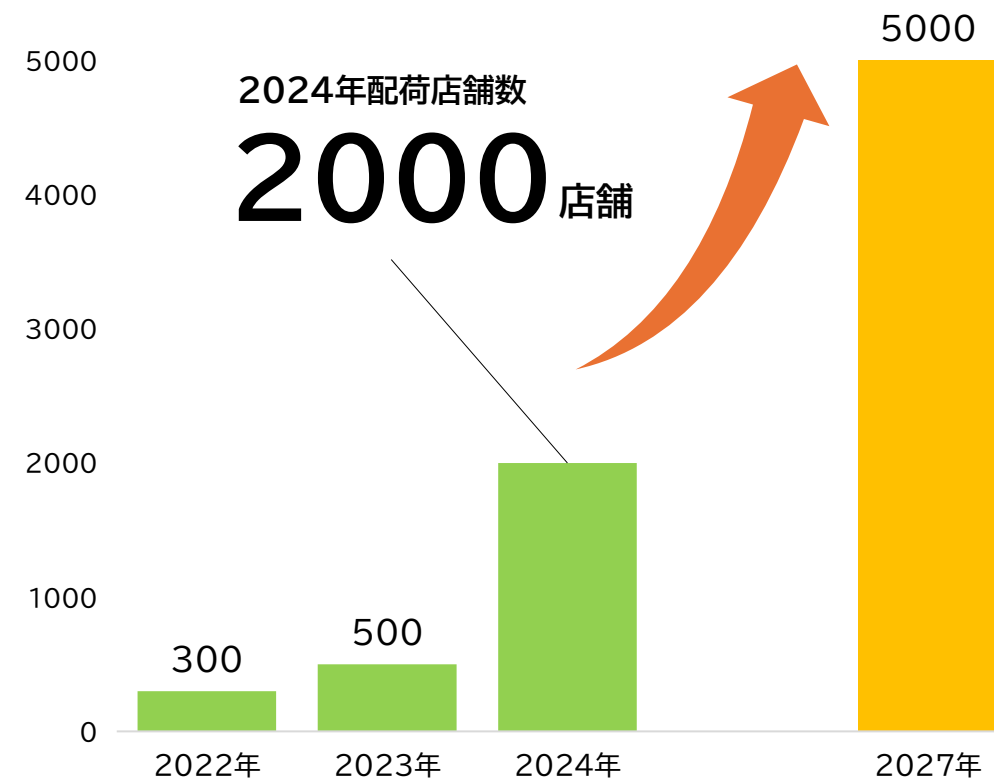
現在は問屋での取扱いが増え、さらにブローカーによる販売拡大も加わり、配荷店舗が大きく伸びる。

〔現在の営業スタイル〕



KUZE FUKU & SONS 配荷店舗数 推移

(単位:店舗)



現在の主な販売商品

現在、米系小売店で販売されている「KUZE FUKU & SONS」の人気商品。



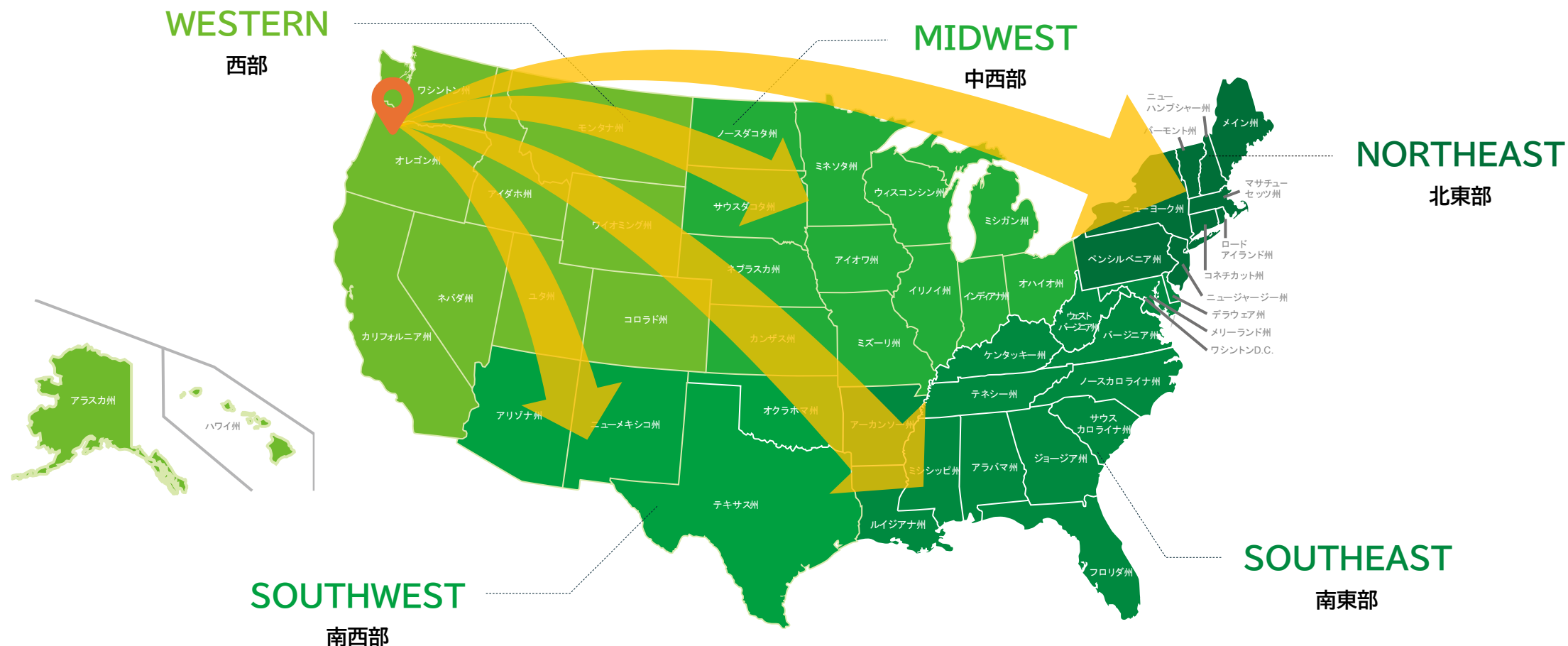
米国事業の黒字化に向けて

SCI事業黒字化に向けた重点施策レイヤー



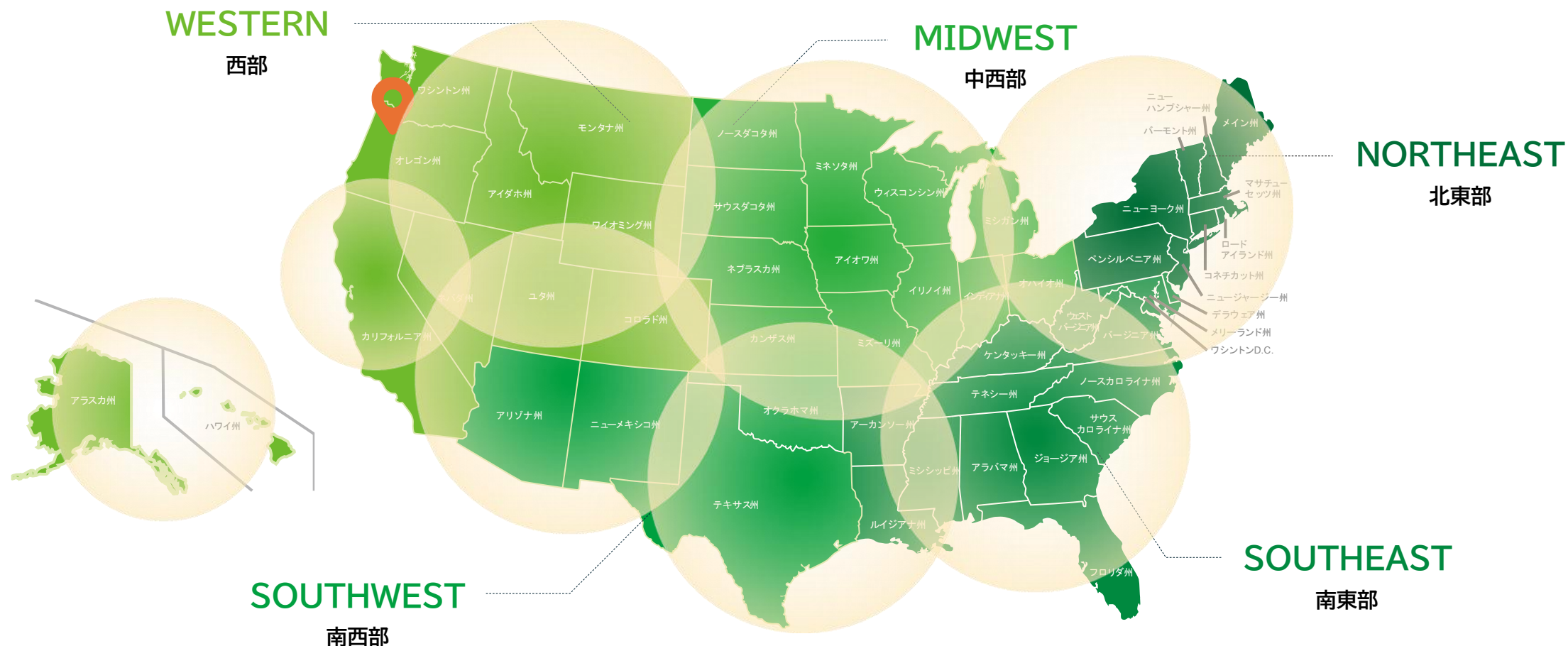
販売拡大に向けて

広い米国マーケットは、エリアによって小売店舗や問屋のネットワークが異なる。効率よく販路を拡大するための手段は？



M&Aによる販売拡大戦略

各エリアの小売店舗や問屋、ブローカー等と強いネットワークを築いている米国ブランドをM&Aすることで、クロスセリングによる効率的な販路拡大を目指す。



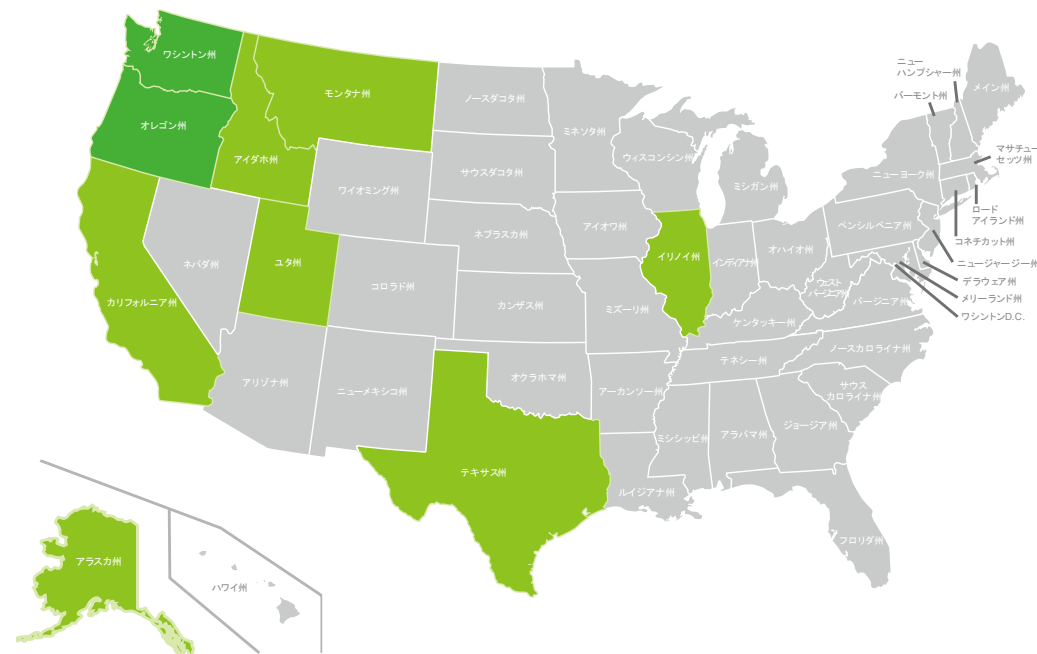
Portlandia Foodsの事業譲受

2023年6月に事業譲受。オーガニック素材のケチャップやマスタード等の加工食品を販売する事業を展開しており、健康志向の高いお客様から支持を得ている。



NW地域(ワシントン・オレゴン州)にとっても強いネットワークを持つ。

直近ではカリフォルニアにも拡販中。Whole Foods、New Seasons Market、Costcoを含め、配荷店舗数は約3,000店舗。

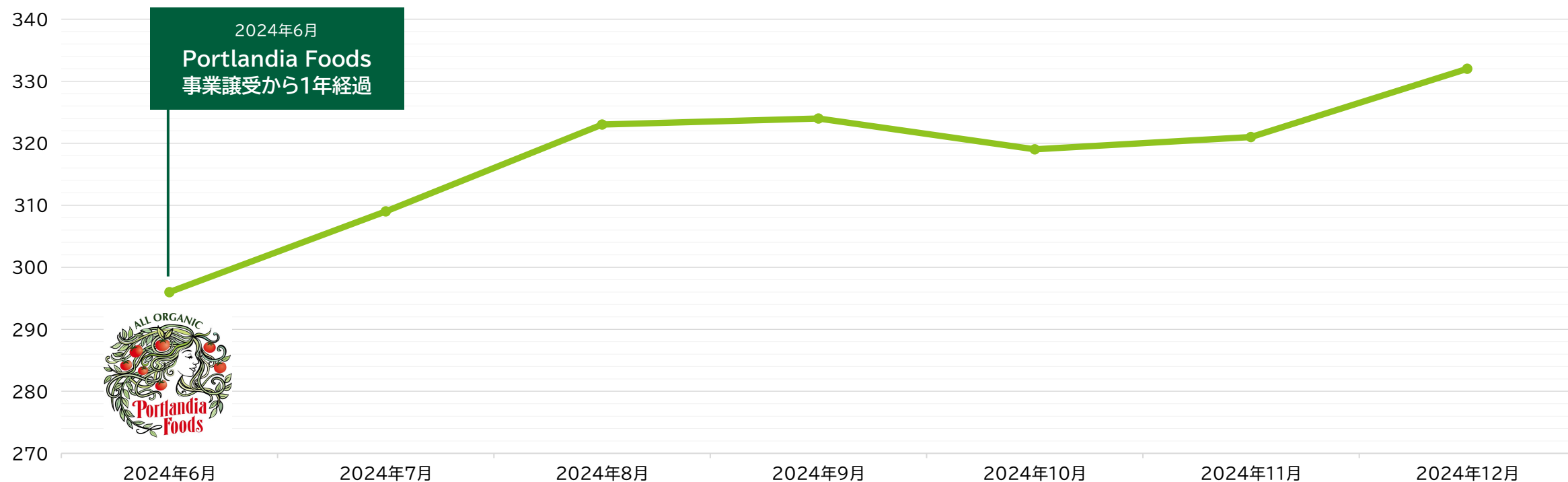


2024年6月以降も売上が伸長

サンクゼールの開発力を活かした新商品の市場投入、新規エリアでの営業強化、業務用品の営業強化等により、Portlandia Foodsの事業譲受から1年が経過した2024年6月以降も売上は伸長し続けている。

Portlandia Foods LTM売上高推移グラフ

(単位:百万円)

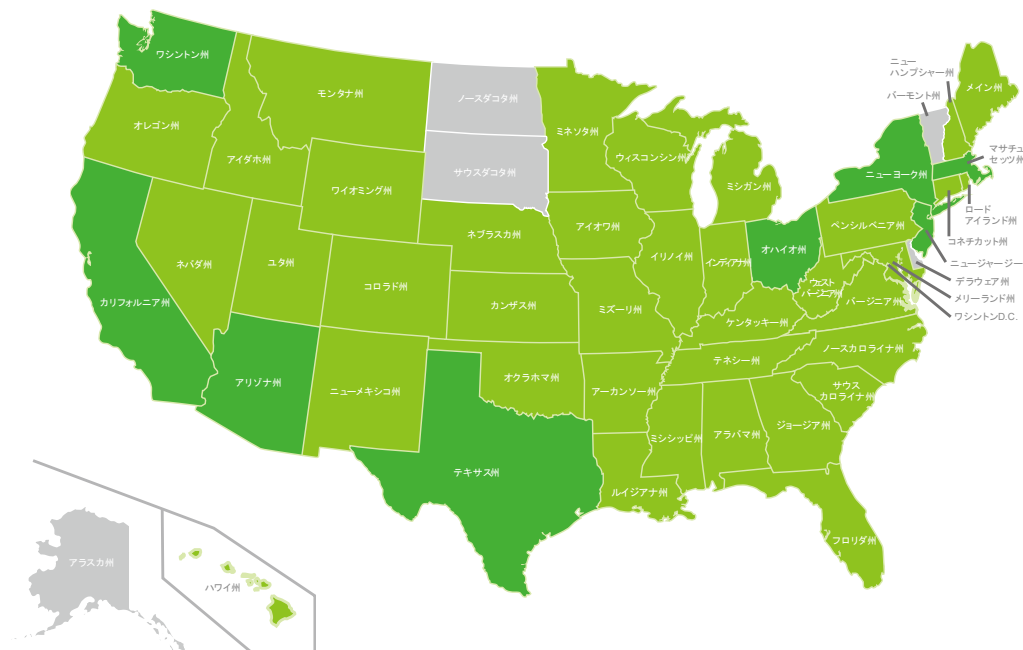


Bonnie's Jamsの事業譲受

2024年10月に事業譲受。チーズとのペアリングに最適なフルーツジャムやゼリーなどの加工食品を開発・販売する事業を展開しており、高付加価値商品として人気を博している。

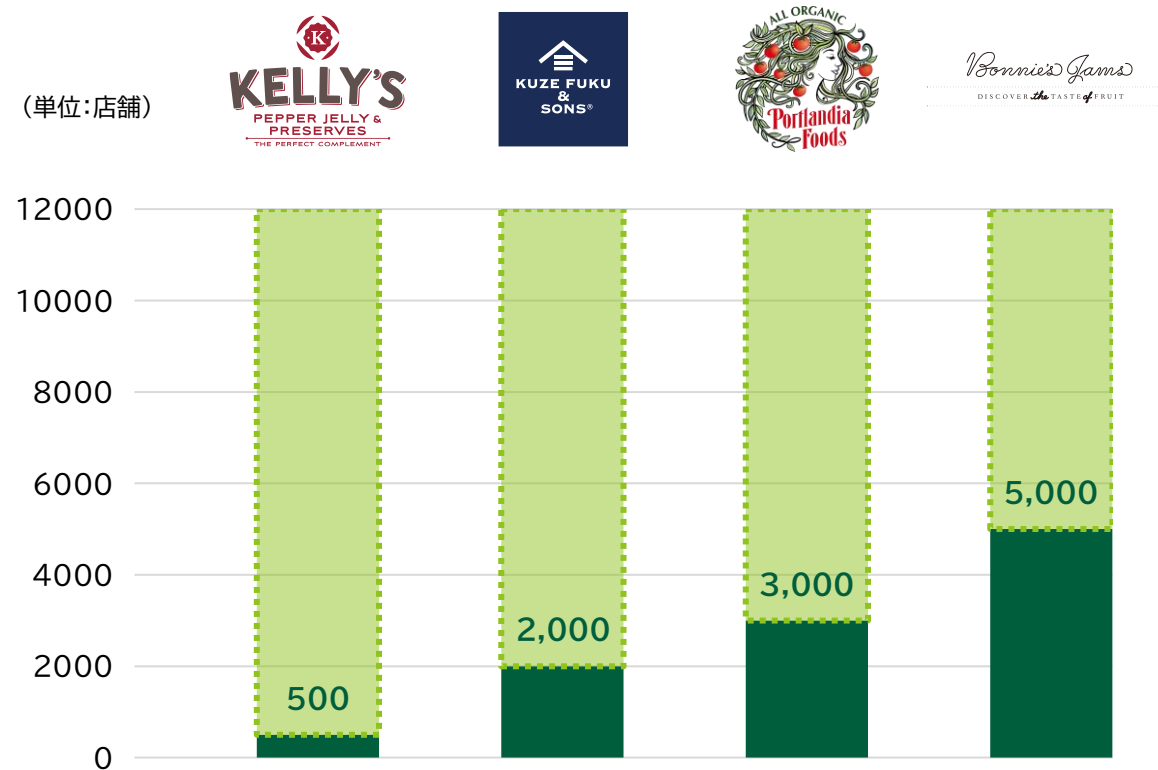


全米の高級スーパーマーケットに強いネットワークを持つ。
Whole Foods、Krogerといった大手小売チェーンと強い
ネットワークがある。配荷店舗数は約5,000店舗。



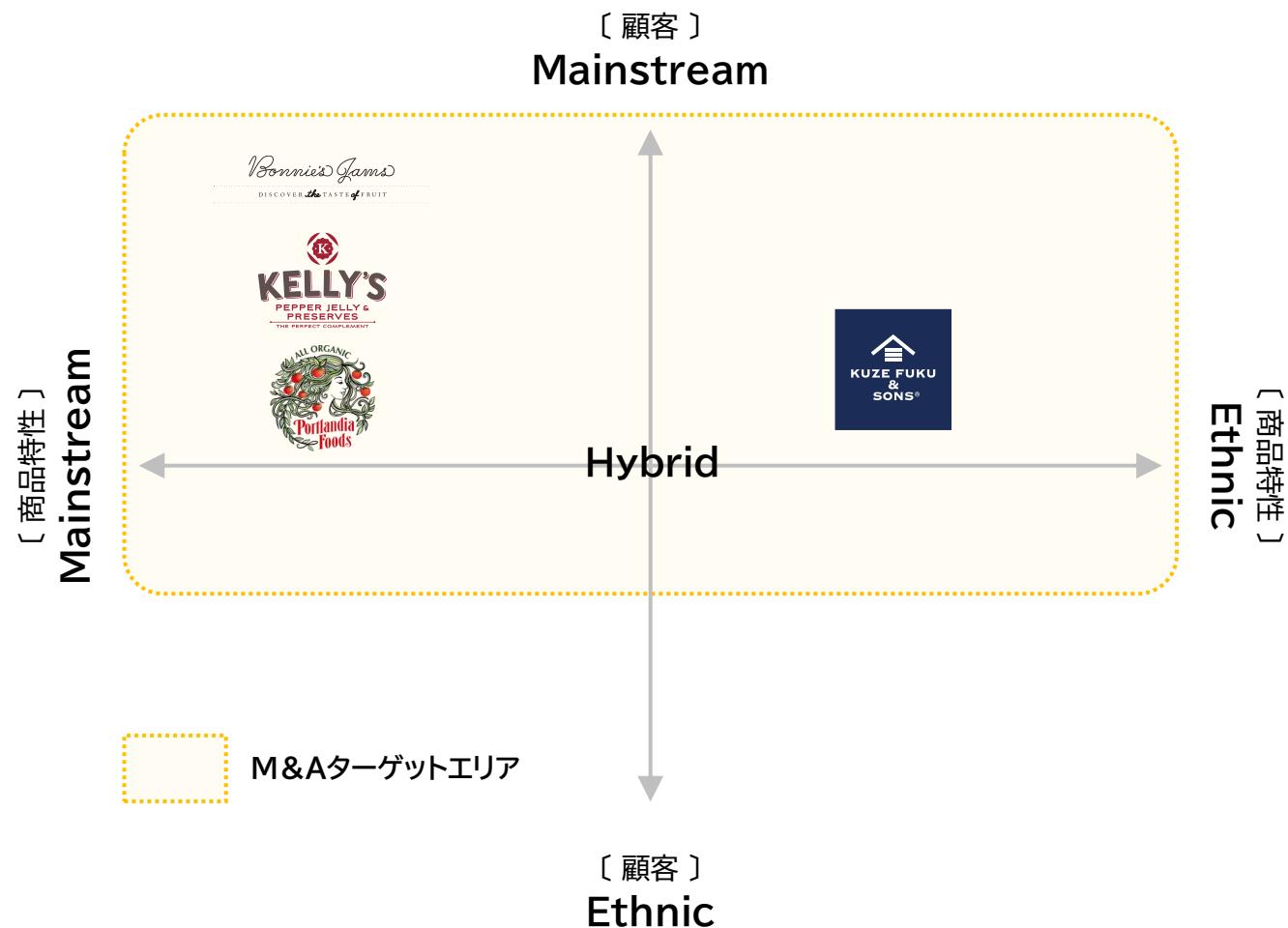
クロスセリングの最大化

Bonnie's Jams の小売店や問屋ネットワークをベースに、KUZE FUKU & SONS、Portlandia Foods、KELLY'S JELLYの店舗数を増やし、全米のハイエンド・ミドルエンドの小売店舗への配荷を進める。



M&Aによるブランドポートフォリオの強化

市場バラティリティへの耐性を高めるため、ブランドポートフォリオの多様性を拡大。



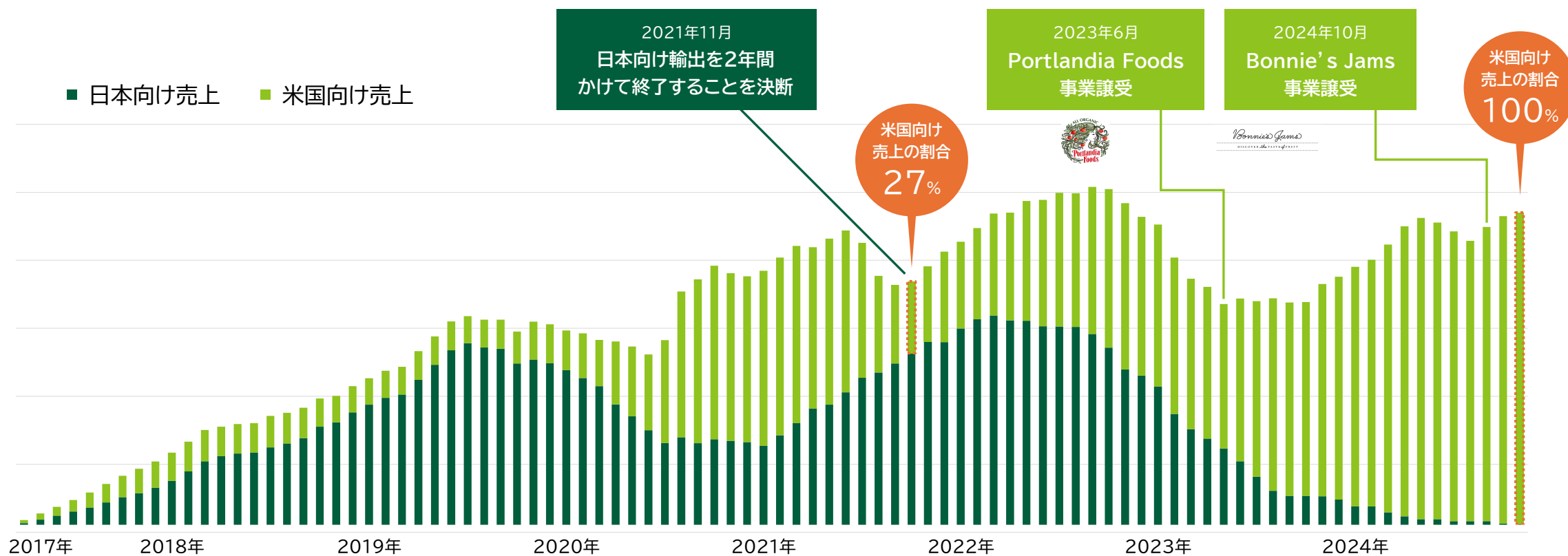
- MainstreamからHybridの範囲で買収先のリストアップ。
- 中・高価格帯のブランドが対象。

日本向け輸出から米国内での販売力強化へ

2021年からの戦略変更により、日本への商品輸出に依存することなく、米国内で売上を確保するスキームが確立。

SCIの売上のうち、2021年11月時点で27%だった米国向け売上は、現在100%に。

SCI 12ヶ月移動年計売上高



米国の相互関税による影響

〔 基本方針 〕

米国内製造品

原材料価格に影響のある商品については価格転嫁の予定。

日本からの輸入商品

- 日本からの輸入商品（今期売上高で10～15%）は相互関税による原価高騰分を商品価格へ転嫁。
- 米国内で製造可能な商品については移管予定。

米国事業の黒字化に向けて

SCI事業黒字化に向けた重点施策レイヤー



工場の生産性向上及び省人化のための積極的な設備投資

生産効率を向上させ、慢性的な人員不足を解消するための既存設備の改造と、単純且つ高負荷作業のロボット化を推進。



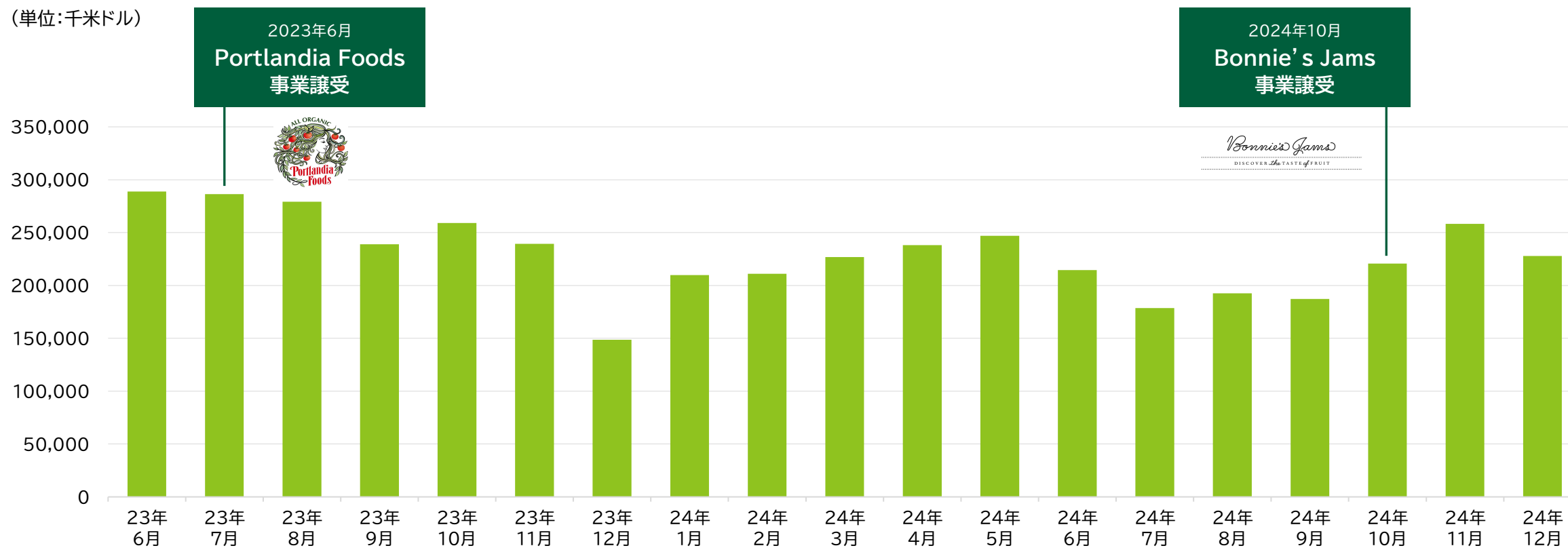
固定費の管理強化

製造コストで発生する固定費や販促費内の固定費を徹底管理し、売上高が増加する中で固定比率を下げる。

事業譲受の実行後も、固定費の大幅な増加は見られない。

SCI 固定費推移

(単位:千米ドル)



01 | 米国事業の概要

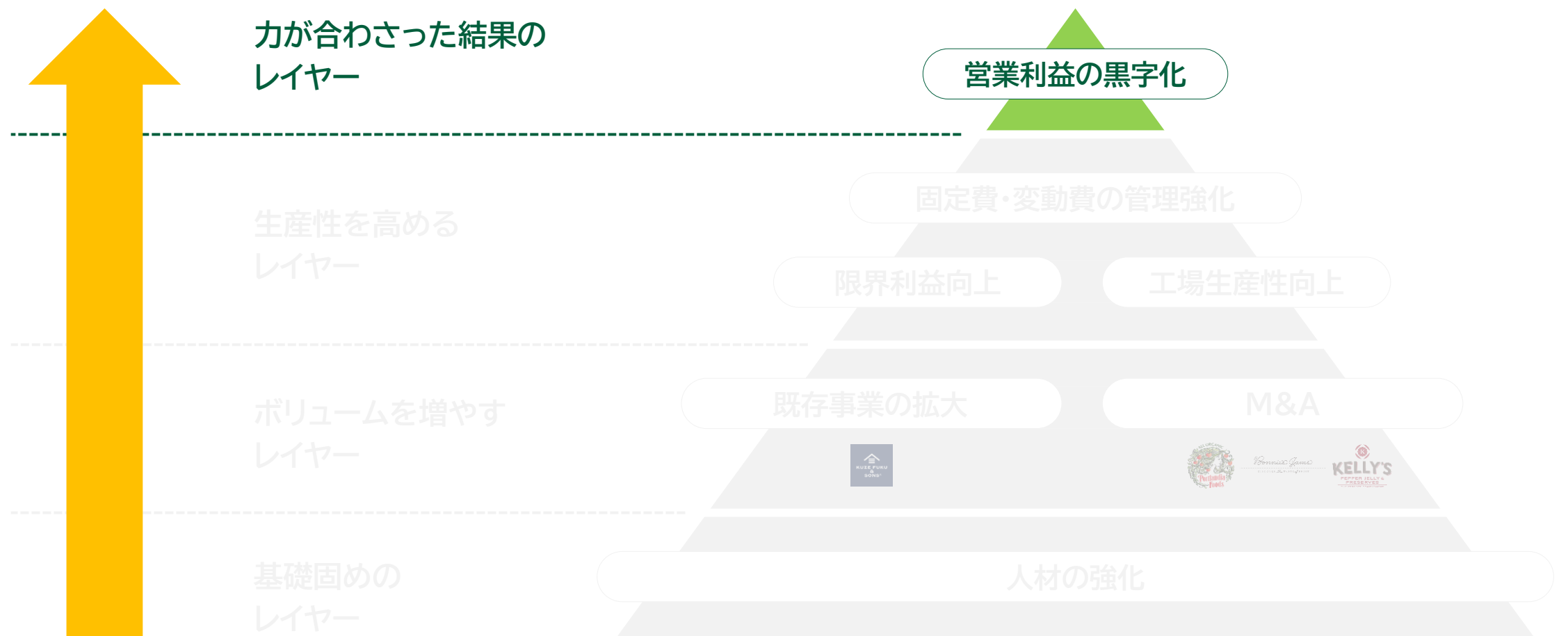
02 | 当初の事業戦略

03 | 現在の事業戦略

04 | 今後の重点施策

米国事業の黒字化に向けて

SCI事業黒字化に向けた重点施策レイヤー



営業利益黒字化に向けた短期戦略

売上増

- M&Aによる新たな食品ブランドの買収とそれに伴う工場稼働率の向上及び販路拡大
- 各ブランドの販売特性とシナジー効果を最大化した販売力の強化

コスト減

- 原材料の選定及びサプライヤーとの交渉によるコストパフォーマンスの最大化
- 固定費・変動費の徹底管理によるコスト削減

米国工場の価値最大化に向けた中長期戦略

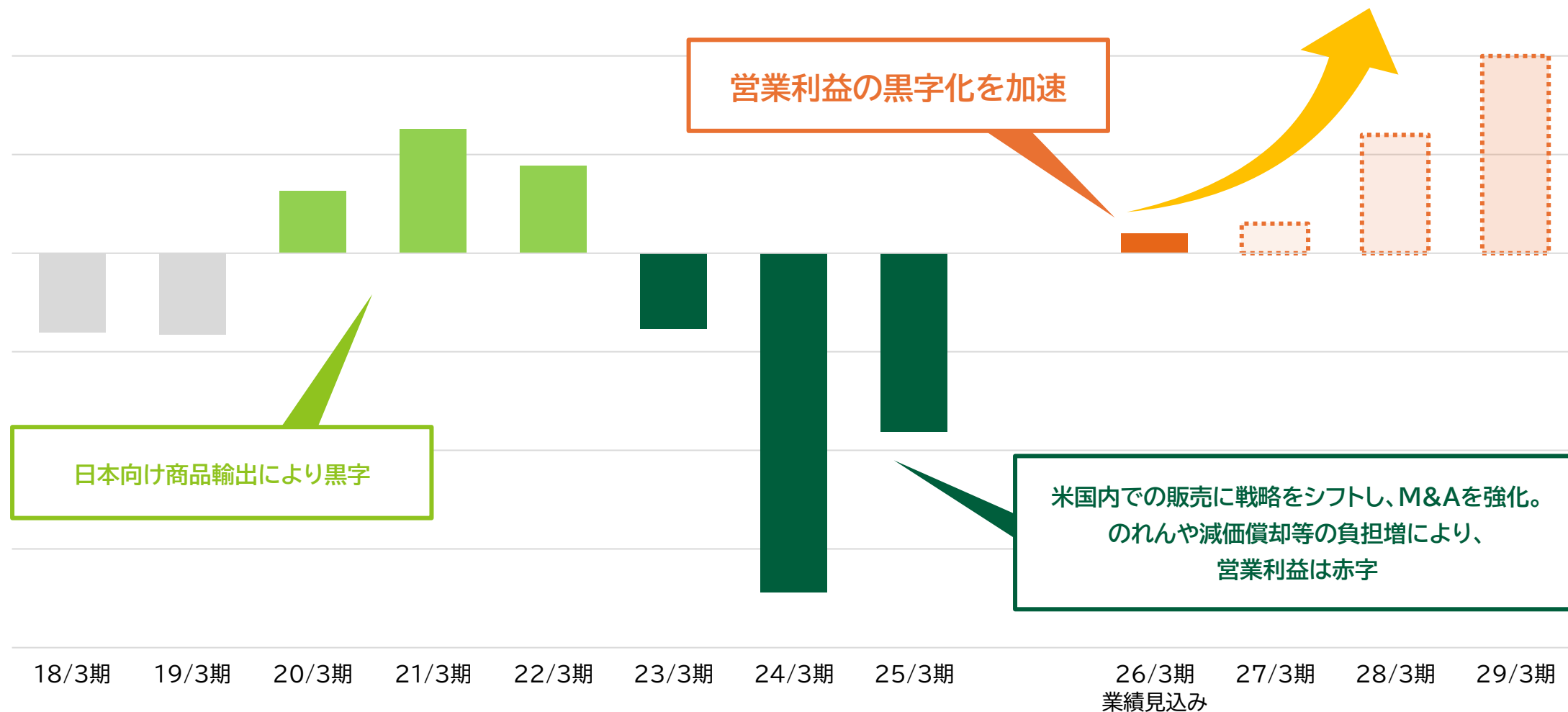
30エーカー(約121千㎡:東京ドーム2.6個分)の工場エリアを活用し、固定資産価値の最大化を図る。



画像 ©2025 Airbus, Maxar Technologies, Metro, Portland Oregon, Google Map ©2025 Google

営業利益黒字化に向けて

直近3力年で赤字となっている営業利益は、今期まさに転換期を迎え、今後は黒字化を加速。



米国での取組みが書籍で紹介されています



日本企業が成功するための
米国食農ビジネスのすべて
商流の構築からブランディングまで

(著) 石塚 弘記 / 關 優作 / 田中 健太郎