



新連携・地域資源活用・農商工連携

地元ネットワークを生かした「他者を巻き込む」事業展開で 地域活性化に貢献

独立行政法人 中小企業基盤整備機構
新事業支援部 連携事業支援課 井上 大輔

紹介事例の概要

団体名	寿味屋食品株式会社
認定事業区分	農商工等連携
認定事業名	読谷漁港採れ立て新鮮魚類を活用した「かまぼこ製造・販売」と「読谷かまぼこのブランド化計画」
認定日	平成20年9月19日

■歴史と伝統文化が息づくむら、読谷村

読谷村は、沖縄本島の中中部、西海岸に位置し、東シナ海にカギ状に突き出た半島で人口4万人余り（2011年5月）の村。東には緑濃い山並み、西は東シナ海に面し、南は「比謝川」を境とし、北は景勝の地「残波岬」に囲まれた、美しい自然と豊かな伝統文化に育まれたところである。

寿味屋食品株式会社（以下、寿味屋食品）は、読谷村都屋にあるかまぼこ製造メーカーで、創業28年の会社である。観光施設の経営を営む「うえちグループ」が寿味屋食品の経営を引き継ぐ形で、2006年度から本格的に寿味屋食品の経営に携わる。いわゆる伝統的なモノづく

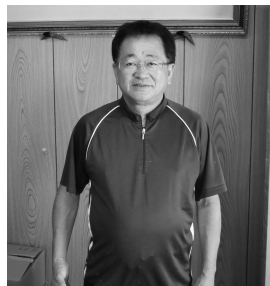


寿味屋食品工場のすぐ近くに位置する読谷村漁港内

りの会社には、観光分野の知見やノウハウを豊富に持つ人材が入り込むことで、原材料や質にこだわるモノづくりの経営の視点だけでなく、周囲とのつながりやネットワークを重視する経営の視点を持つて事業を推進している。

■地元沖縄、読谷村への強い思い

寿味屋食品は、読谷村漁業協同組合（以下、読谷漁協）と連携し、読谷漁港で水揚げされた新鮮魚類を活用したかまぼこ商品を開発し、産地特定期かまぼことして「読谷かまぼこ」のブランド化を推進する事業を実施している。地元への思いから地産地消の推進や食の安心安全の必要性を強く感じていたところ、中小機構沖縄事務所プロジェクトマネージャーを通じて、連携事業の促進を目指す公的支援制度である農商工連携という認定制度を知り、事業計画の認定を受けるに至った。



渡久地政勝 取締役副社長

■地元産の原材料へのこだわり

原材料となる魚類及び加工した練製品を本土や海外から仕入れてかまぼこを製造する事業者も多いが、寿味屋食品では原則、国内産の原材料を活用するという点にこだわる。読谷漁港では、定置網漁で漁獲されるイワシ系の魚で沖縄では

「ミジユン」と呼ばれる魚が大量に採れるが、廃棄扱いとされ未活用の状況にあった。規格外の魚でも加工用なら十分活用でき、地元で採れた魚を活用すれば鮮度がよく安全性も高い商品を製造できる。ただ、骨が太いことから加工方法に課題があったが、寿味屋食品では、独自の製造技術を駆使して課題を解決。魚のすり身となぎの割合を変えたり、蒸す・ゆでるなどの加工方法を工夫するなどの試行錯誤により試作を重ね、新鮮な魚の風味を生かした新商品のかまぼこの開発に成功した。

従来、加工食品の原材料として供給・流通のプロセスに乗ることのなかったミジユンが活用されることで地元漁協に新たな取引関係が生まれ、さらには商品製造の過程で必要な加工作業のために従業員を新たに雇用するなど、認定事業を通して地域経済の活性化、地元への還元に大きく貢献している。

■「モノづくり」から「ネットワーク」という新たな経営の視点へ

事業計画の認定後、寿味屋食品は農商工連携を核として「読谷かまぼこ」のブランド化を検討するネットワーク事業を立ち上げた。寿味屋食品をはじめ、読谷漁協、JA沖縄、読谷村役場の商工観光課、読谷村商工会、フードコンサルタント、中小機構沖縄事務所など、地元に対する思いが強い地域の関係機関のメンバーで構成される。この事業ではメンバーが定期的に集まり、商品開発におけるアイデアや商品の認知度向上のための取組み、販路先の開拓など、事業推進の段階毎に発生する課題を共有し、相互協力の

体制を構築している。この「他者を巻き込む」という活動は、観光施設の経営を営む会社で経験のある渡久地副社長（以下、渡久地氏）にとっては必然的な視点といえる。

また、ネットワークという視点を重視していることは、原材料仕入れの方針からも納得できる。原材料を他の業者から直接仕入れることはせずに、あくまでも読谷漁協を通して仕入れる。また、本来であれば廃棄扱いとされてきたものではあるが、読谷漁協との原材料取引を行う上では、従来から取引する他の原材料と同程度の価格で取引され、読谷漁協とのネットワークを重視する姿勢が伺える。

「既存の製造設備をフル稼働させることも重要」と語る渡久地氏。会社や商品に対する認知が広がることで売上が伸び、原材料の需要が高まれば、漁協との原材料の取引も増加し漁協からも喜ばれ、お互いの信頼関係も強くなって好循環となる。また、読谷漁協で原材料の漁獲量が不足する際には他の漁協の紹介による仕入れも可能となっており、漁協同士の新たなネットワークが生まれるという副次的な効果もあった。

■地道な地元PRで認知度アップ！ 消費者視点の商品開発

事業計画の認定後に実際に事業を進める中で課題として見えてきたのは、沖縄県内の地元の人たちの「読谷かまぼこ」に対する認知度の低さであった。「地元」の原材料へのこだわりを、まずは地元の村民自体に知ってもらわなくては行けない、地元ファンを作らなければ」と、「読谷かまぼこ」の認知度を向上させるための取組みを始めた。ここでも読谷漁

協と連携し、漁港での魚の選別から商品の製造まで、一連の製造過程を地元の人たちにも広く公開している（図を参照）。

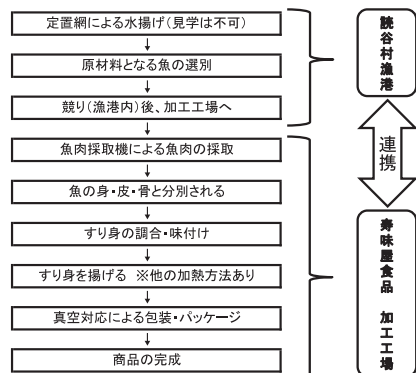


図 読谷漁協との連携による、商品製造の工程の見学の流れ

農工商連携の第1弾として開発された新商品「ジュリーシーばくだん」は、県内のファミリーマート全店で発売された。「このような大企業と連携できるのも農工商連携という認定制度への信頼によるもの」と渡久地氏は話すが、渡久地氏や読谷漁協の担当者を含めた各関係者の熱意や相互のネットワークによる成果であるといえる。

この商品はミジュンとスケトウダラを7対3の割合で配合、通常より弾力のある食感が特徴。中に包まれたジュリーシー（沖縄風炊き込みご飯）をおでんのつゆと交ぜ、おじやのような食べ方も楽しめる。価格は1個120円（70グラム）と消費者を意識した価格設定となっている。商品開発の点では、沖縄事務所のプロジェクトマネージャーのアドバイスもあり、物産展に積極的に参加、商品開発や商品展示のノウハウを学ぼうと前向きな姿勢がみえる。また、沖縄銀行と中小機

構沖縄事務所が共催する、沖縄の食の商談会にも意欲的に参加し、自社商品の立ち位置を再確認した。「メーカー側の一方的なイメージによる商品開発ではなく、消費者のニーズ、出口を意識した商品開発の重要性を認識できた意味は大きい」と消費者目線の商品開発の重要性を実感する渡久地氏。



「寿味屋食品」かまぼこ商品のラインナップ

また、このような連携は読谷漁協とだけにとどまらず、他の業種へと広がりをみせている。寿味屋食品はJA沖縄とも連携し、地元読谷村の島野菜とコラボした新商品を共同開発。風味だけでなく、見た目にもきれいなかまぼこが完成した。ここでも、地元で採れる島野菜の中で一部が規格外として扱われていたものを原材料として取引する新たな関係が構築された。このような取引関係が増えるのは、寿味屋食品にとっても、JA沖縄や地元農家にとってもまさにWin-Winの関係である。

こうして開発された「読谷かまぼこ」ブランドの新商品は本社の直売店だけで

なく、地元の直営店、観光施設への販売、また、JA沖縄が展開する地元直売店「ファーマーズマーケット」への出店など、販路の開拓は順調に展開している。

■連携事業に対する思いと今後の取り組み

「この連携事業の取組みの中でどこが一番の仕事の楽しさを感じるか？」という質問に渡久地氏はその思いを語る。「観光施設に関する事業とは異なる分野の事業に携わることとなり、無我夢中で進んできたというのが正直なところ。新たな連携先が見つかり、その新しいネットワークの中で新しいアイデアの発見につながることもある。さらにはネットワークを通じて商品の認知度が上がり、最終的に売上に繋がった時は楽しく、何よりも達成感を感じる」という。

今後の目標を尋ねると、渡久地氏は地元への思いをさらに語る。「楽しいという感覚ばかりではなく、地域貢献への思いも一段と強くなり、地元沖繩に対する大きな使命感を感じている。漁港周辺の敷地を活用し、漁港内を見学できるようにしたり、その場で買った水産物を料理できる場所を併設するなど、他県からも観光客を集客できるように施設を作りたい。たくさんの方がこの施設に集まることで、県内の地域経済を活性化し、地元の雇用を創出することが地元地域への貢献につながる」

農工商連携という認定制度の枠組みを核とした地元のネットワークは今後さらに拡大の可能性を感じる。渡久地氏のネットワーク拡大への思いは強くなるばかりであり、今後のさらなる事業の発展を期待したい。