



新連携・地域資源活用・農工商連携

博多発！「夏ふく」を活用した 新商品開発と地域経済の活性化

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 課長代理 向山 忠宏



博多い津み宮武主人(左)とイーエム宮武社長(右)

福岡県博多、創業80年のふぐ料理専門店「博多い津み」の三代目主人、宮武尚弘氏は「フグの需要は圧倒的に冬季で料理法もフグ刺、フグ鍋、唐揚げなど固定。フグは種類も多く日本近海で一年を通して漁獲できる。特に2月から4月にかけて最盛期を迎えるマフグは、トラフグよりも少し小型で体長40センチほどが主流。身の色は美しい鉛色で深い旨みが

夏ふくコンフレット「夏ふく」のブランド化

紹介事例の概要
団体名 株式会社イーエム
認定事業区分 農工商連携
認定事業名 「夏ふく」を有効活用した新商品開発・販路開拓及び「夏ふく」のブランド化
認定日 平成21年10月22日

あり、味もトラフグに勝るとの評価もある。しかし、夏場食材のイメージが薄く水揚げしても商品価値が低いことから資源の有効活用と漁師にとつての安定経営に至っていない」との考えをかねてより持つ。

フグは九州地域や山口県で「ふく」とも呼ばれるなじみの食材である。宮武主人は、フグの夏場食材としての普及と理解を広めようと福岡市商工会議所や福岡市、市内料亭主人などで「夏ふくブランド協議会」を設け、平成19年から和洋料理人や専門学校講師など200人を集め「夏ふく勉強会」を開催してきた。また、地元百貨店岩田屋と連携してフェアを開催。夏ふくのイタリアンコースメニューをプロデュースしイベントで提供した。また、サッポロビールのイベントポスターでPRするなど、夏のおいしいフグを消費者に認知してもらうべく「夏ふく」ブランド化推進活動を展開してきた。

国の農工商連携事業認定

宮武主人の息子、宮武宏史氏が社長を務める株式会社イーエムと漁業従事者の阿部靖治氏、フグの一次処理加工を担う株式会社平越商店の三者が連携し、事業名を「夏ふく」の有効活用による新商品開発と販路開拓として平成21年10月に農工商等連携促進法に基づく国の認定を取得した。事業計画の認定申請に際し、福岡県中小企業団体中央会の手厚ききめ細かな支援によるものであった。

東シナ海での延縄漁法において漁獲さ



マフグの遊泳

れる天然のフグは山口県萩市に水揚げされる。冬季以外のフグの有効活用で漁業の生産性効率化が図れることから阿部氏は本事業に参加。水揚げされたマフグは、有資格者による迅速で確かな加工技術により解体され、ボイル・採肉の一次処理加工を平越商店の職人が行い素材をイーエムに提供する。宮武主人が考案した新商品とは、フレイク状のフグ肉をニンニクと唐辛子の入ったサラダ油に漬け込み、低温でゆつくりと蒸し上げた他に例を見ないハイグレード版のツナ缶であった。フグ肉は高タンパク質で脂肪分がほとんどなく繊維質で弾力があり、旨味成分が豊富である。このオイル漬けはフグ肉の旨みや風味を損なわず、保存性が向上するフランス料理の調理法「コンフィ」と呼ばれる手法を用いており、フグの頭文字と組み合わせ「コンフ」と名付けられた。このふくオイル漬けコンフをイーエムが加工販売し、三者連携により事業

化をめざす。また、本事業の商品化から販路に繋げ、消費者へ届けるハンズオン支援を中小機構九州本部が行うものである。

商品化から販路開拓展開へ

商品化に際し、博多の津みの常連客から食感や味付けについて調査を行い、岩田屋食品バイヤーから商品評価や販売アドバイスを受けた。コンフの顧客ターゲットを主婦層とするのであれば、販売価格は1000円以下にするようアドバイスされた。また、リピーターをしっかりとつかむには、コンフを使って美味しく調理できるレシピの提案が必要とフードコーディネーターの広沢京子氏とのコラボ企画をはじめた。コンフの噛むほどに広がるフグのふくよかな旨味をサラダや和え物、炒め物に加えることで、よりいっそう野菜本来の味が引き立つ。パスタやご飯との相性もとてもよいことから、



ふくオイル漬け（ブレン）120g 価格893円

季節ごとのオリジナルメニューをホームページ等から発信し始めた。今では基本味のブレンのほかバジル、青唐辛子、中華、辛子明太子と新たな味付けが加わり、どんなジャンルの料理にも使える食材として幅が広がっている。

商品化されたコンフは岩田屋から消費者へ販売が開始された。以降、新たな販路先の開拓をめざし中小機構が企画する商談会や展示会には積極的に参加した。中小機構本部が主催した東京浜松町での地域資源セレクトションフードサービス系バイヤー商談会では紀伊国屋と、伊藤忠食品の展示会では近鉄百貨店など、大都市圏の百貨店や高級スーパーマーケットのバイヤーと商品商談を行った。どこのバイヤーもコンフの味のよさを高く評価し、国産の天然フグを使用しているこの価格設定には驚嘆した。中小機構近畿本部が主催する商談会「テックウマルシエ九州+」では、阪神百貨店や阪急百貨店のバイヤーから高い評価をいただき博多販路での採用が決定した。また、ボンラパス（福岡市内高級スーパー）での採用も決まり、着実に販路先の開拓が進んでいった。

店舗販売での商談を進める一方、商談会に参加された女性ライターより口コミ情報サイト「Pouch（ポーチ）」で情報発信をいただいた。老舗料亭が作った「フグのオイル漬け」が本場に激ウマ！との書き込みで、翌日から自社サイトへの注文が殺到したほど。「今の時代は、どんなことから商品がヒットするか不思議です」と宮武社長は語る。日本野菜ソムリ

エ協会が主催する「調味料選手権2011」では、中華風味のコンフで応募した調味料マイスターや食通の一般消費者が採点し、総合第2位を受賞した。高級食材として認識されているフグが家庭で簡単に炒め物や和え物などに使いやすく味付けされていることやそのままでも美味しく食べられることが高く評価されたもので、東京・世田谷区用賀にある野菜ソムリエの店でもコンフの販売が開始された。

本事業の支援を担当する中小機構九州本部の杉本チーフアドバイザーは、そのままでもとても美味しく特にお酒の肴としては絶品であることから男性にも好まれる商品と評価して、贈答品としての需要も大いに期待できるとアドバイス。3個セットで3150円、5個セットを5250円のギフト用を用意した。3月に幕張で開催されたフグデックスジャパン2012での中小機構ブース（特選！味わい横町）へ出展したところ、引出物用としての引き合いもあった。

今後は本部が企画するギフトカタログ系の地域活性化パートナー企業と連携した販路開拓支援事業も活用したいと考えている。また、新たな可能性として外食系企業との接点も持った。コンビニ系の企業からおにぎりの具材として検討してみたい、居酒屋チェーン店でもメニュー食材として活用したいのでサンプル提供の依頼があった。「現行のパッケージ品取引ではなく、業務用としての展開が広がり、今後、取引条件面での交渉や生産体制等の見直しや整備など課題はあるが、

本事業の早期事業化と企業成長さらなる自立化をめざし、意欲的に取り組みたい」と宮武社長は語る。さらに、「このように各種の商談会や展示会の参加案内を中小機構からいただいている。中小企業事業者として独自の戦略的に販路開拓活動を展開するとしてたら体面や資金面においても不可能であり、このようなマッチング機会の提供をいただけることに感謝している」と言う。社長としては海外展開の構想もあり、さらなる野望は尽きないところである。

宮武親子がめざす「夏ふく」による地域経済の活性化

認定後も宮武主人はイタリアンと中華の有名シェフを博多に招いて夏ふくブランド化フェアなど推進活動を展開してきた。今年6月よりベイサイドプレイス博多において「焼きふく小屋」を期間限定でオープンし、市民に美味しいフグを大いに味わってもらおうイベントを予定している。また、協議会加盟の市内料理店でもフグメニューを提供することも検討中。フグに携わる漁師から各食品加工業者、百貨店やスーパーの小売事業者、さらには博多の津みや地域のお店に至るまで、「夏ふく」の知名度向上により、多くの消費者に受け入れられることで皆に福が訪れます。この宮武親子が本物のフグの旨さを追求し、広く消費者に伝えたいと思うこの情熱が近い将来、必ずや「夏ふく」が国内及び世界に広がることを願うとともに大いに期待するところだ。