



新連携・地域資源活用・農工商連携

浜の恵みを活かして子供たちの健康的なお菓子の開発

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



林田照代社長

長崎県は、五島灘と対馬海峡の海に囲まれた国内でも有数の漁獲高を誇る水産県。暖流と寒流が交わりプランクトンも多く、栄養塩に富み、うま味が多いことから、煮干しの生産量は全国一である。有限会社長崎クリエーション（以下、同社という）の林田照代社長は、おじいちゃんとの話しの中で「昔は潮風の天日に干したいりこ（カタクチイワシの煮干し）を海岸でそのままよく食べたものだが、今では歯が弱り食べることができない」と聞いた。林田社長は、関連会社の社長に相談したところ、古いせんべいプレス機の試作機があることを知り「いりこせんべい」を焼いてみた。いりこ100%、味付けなしのせんべいをおじいちゃんは、これなら食べられる、魚のうま

■「isenkabe」の発想

紹介事例の概要
社名 有限会社長崎クリエーション
認定事業区分 地域資源活用
認定事業名 規格外の魚を活用した「子供珍味」のシリーズ化
認定日 平成20年12月15日



せんべい、かりんとうシリーズ

味がそのままとても美味しいと絶賛した。
煮干し加工業者に水揚げされたカタクチイワシはその日のうちに釜ゆでされ、乾燥までの一次処理をいりこ加工場で行う。しかし、曲がっていたり、お腹が割れていたりと、脂がのり過ぎたりこは市場へ出すことができず、飼料や肥料、または廃棄となる。林田社長は、処分されるそのいりこを分けてもらい、いりこせんべいに焼いて、近くの老人ホームや道の駅へ持ち込んでみた。介護士からは、小魚が尖っているのでお年寄りには難しいと言われたものの、カルシウムや鉄分、ビタミン、DHAなど栄養成分が豊富なことから、成長期の子どもや妊娠・授乳期の女性には、特によい食材であるとアドバイザーをもらった。道の駅では、主婦から昔、学校給食に出ていたから懐かしい、味付けがされていないから素材の塩味だけで美味しい、添加物が入っていない

■地域資源活用の認定

いから安心して子どもにおやつとして食べさせられるなどと好評で口コミも広がり、期待以上の売れ行きだった。こんなきっかけから、本格的に同社の事業として取り組むことになった。

平成19年6月、中小企業地域資源活用促進法の施行に伴い、長崎県中小企業団体中央会は県内中小企業への施策普及活動及び案件発掘の委託業務を中小機構九州より受託し、セミナーや勉強会を開催した。林田社長は、この勉強会に出席し、いりこせんべいの事業が法認定を受けることができるものか相談した。長崎県では、いわし、あご（とびうお）、いかなど県内全域で地域資源に指定されており、中央会として同社の地産地消や水産業界の活性化をめざす本事業の取組みを支援することとした。

平成20年2月、中小機構九州のプロジェクトマネージャーに案件相談を行い、事業計画づくりのためのブラッシュアップ支援がスタート。ニーズを把握するため長崎市内の学校給食会を通じ、いりこせんべいの試食会・アンケート調査を実施し、父母、教師からぜひ、子供たちに食べさせたいと高い評価を得た。長崎市の食育推進活動にも積極的に参加し、いりこせんべいが学校給食に登録された。本事業の特徴としては、「子供に食べさせたい」をキーワードに規格外の魚を活用し珍味のシリーズ化を図り商品開発、製造販売を実施することであり、平成20年12月に認定を取得した。

■地元のプロが結集して「かりんとうシリーズ」を開発

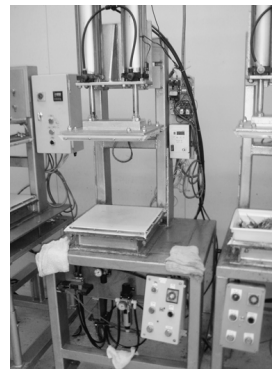
現在の商品群はいりこ、あご、太刀魚、いかの「せんべいシリーズ」、あじ、あご、うるめ、えその「かりんとうシリーズ」(以上、各種500円/袋)、だしに使用する「炭火焼シリーズ」がある。



いりこ、あご、いかせんべい

商品の開発生産に対し、絶大の協力をいただいているのが関連会社の株式会社シキシマ。当社は煮干しの乾燥機や省力化機械設計を手掛ける機械装置メーカーで、せんべいプレス機を保有していたのも当社である。いりこせんべいの量産や各地での展示会・実演販売の巡業に際し、プレス機のコンパクト化への改良にも大いに協力いただいている。

子供にも人気のかりんとうシリーズができるまでのエピソードである。小さなウルメイワシが大量に上がり、煮干し加工業者から有効活用の相談を受けた。ウ



せんべいプレス機

ルメイワシは本来、炭火で焼いてだし用に加工するが小さくて不向き、香ばしくて焼いたそのままでも美味しく珍味としてと思ったものの何か一工夫したい。そんな折、お正月時期でもあり、こればかりんとうにしたら美味しいのでは、と林田社長の主婦としてのひらめき。魚をフライパンで煎って、火を止め、砂糖を溶いた醤油を入れて、余熱が冷めない内に攪拌し、空気を取り込み乾燥させてできあがり。売れる予感のする試作品のできばえだった。しかし、製品化するには手作業では無理。機械化で量産しないと販売することはできない。そこで今回も株式会社シキシマに相談したところ、ドラム式の攪拌乾燥機を独自の発想で開発していただけた。機械化の見込みが立つと、地元醤油の醸造元に相談し、オリジナルのブレンド醤油を調合してもらった。それぞれ地元のプロの協力を得て、かりんとうシリーズが完成した。

■販路開拓

せんべい、かりんとうシリーズは、現在では、地元の道から長崎県内のダイエーや県産物産店、観光地の売店、博多阪急やキトラス、九州のムラ市場マリノ

る。

アステイ福岡店、さらには首都圏の東急ストアなどで販売中。平成19年、中央会の紹介で展示商談会「こだわり食品フェア」(会場:東京ビッグサイト)へ出展した。林田社長はその時のことを「業界用語もまったく知らずに展示会へ参加し商談させていただいた。なにも味付けしていない自然の素材を味わっていた。シンプルなお品に各バイヤーは関心を持っていただいた」と語る。認定後も中小機構や中央会などから多くの展示会や販売会の紹介を受け活用した。中小機構本部が実施している地域活性化パートナー事業としての楽天×東武や北野エースの販売会にも参加し、商品の認知度は各方面に広まっている。よって、同社としては、各地の販売会や催事企画に参加し、その中で小売側と定番扱いの商談につながることをめざし、できるだけ隙間なくスケジュールを入れ営業活動を進めている。

しかし、現在のスタッフは6名。うち販売会で商品営業や企画提案ができるのは社長を含めて2人のみ。よって、営業マンの人材育成が急務であり昨年、中小機構九州から百貨店OBの専門家の派遣を受け教育中である。

ネット販売も楽天モールと併せて自社販売サイト (<http://nagasaki-unagi.jp/>) で展開中である。このところ販売会や催事で買ってくれたお客さんがブログやツイッターで商品のよさを発信してくれ、なかにはユーザーで動画レポートしてくれるファンまで現れた。さらに自社サイトの充実をめざし、ホームページの専門家指導も受けているところであ

■今後の展開

原材料の仕入元が県漁連やいりこ加工場であることから、百貨店等に対しても各商品の安定供給を確保できるものではない。こんな同社の事情を十分に理解いただける小売と取引をさせていただいている。これまで同社の加工度の低い商品特徴を高く評価いただいていることに感謝し、今後も品揃えの充実と販売体制の強化に注力して行く方針である。素材の塩味とかりんとうの甘味の間の商品の開発やアジアマーケットへの売り込みと林田社長の構想はこれからも続く。さらなる発展に大いに期待する。

今年6月、長崎県特産品新作展にかりんとう商品「さかなっち」を応募すると最優秀賞を受賞した。県政だよりや地方新聞、FM放送で本賞の受賞と商品が紹介され、また、昨年は中小機構九州パートナー企業である文楽出版社の九州・山口情報誌「外戸本」で紹介されるなどPR活動にも力を入れて取り組んでいる。「贈答品」というよりは家族や子供が消費する家庭向けの商品であり、価格的にも決して売りやすい商品ではない。今はPRや催事の誘いなど追い風で、早いうちに百貨店を中心とした質販ルートを出来るだけ多く確立し、カタログや通販ギフトでの定着を図り、最終的には、絶対的なファン層を取り込み、自社サイトから購入していただける導線を早く構築することこそ本事業の成功イメージ」と中小機構九州の篠田マネージャーは語る。