

オール平塚産の食材で

ご当地コロッケ「ひらコロ」を事業展開

紹介事例の概要

- 事業者名 有限会社 鳥仲商店（神奈川県平塚市）
- 認定区分 地域資源活用
- 認定事業名 湘南レッドと湘南しらす加工品を活用した平塚産惣菜の開発・販売事業
- 認定日 平成27年2月2日

独立行政法人 中小企業基盤整備機構
経営支援部 ハンズオン支援統括室

川端 伸清

地元産の食材を使用した惣菜で もっと平塚をPRしたい

今回で紹介する有限会社鳥仲商店は、昭和29年創業の手さばきにこだわる鶏肉専門の卸売・小売店で、惣菜部門にも力を入れている。惣菜部門では、特に秘伝のたれを使用した鶏肉のから揚げ「湘南こっこからあげ（商標登録済）」が35年以上の歴史をもつ看板商品で、地域のグルメイベントでは何度も表彰されている。

同社は、前述の「湘南こっこからあげ」や「鶏まん」等の惣菜を、グルメイベントや東京・横浜の百貨店催事に出展して好評を博してきたが、その会場で同社の4代目にあたる鈴木崇専務は、平塚の知名度が意外に低いことに気付いた。このため、地元産の食材を使った惣菜を販売することで、生まれ育った平塚をPRしたいという思いが強くなり、平成26年3月頃から事業構想を練り始めた。だが、同社の専門で

ある鶏肉については神奈川県産のものがない。そこで、鈴木専務は同社の惣菜製造技術で地元産食材を使用したコロッケを販売することを思いついた。

「ひらコロ」の誕生

その後、鈴木専務は以前から参加していた「平塚あきんど塾」で地元産食材を使用したコロッケの事業化への思いを話したところ、平塚市の地域活性化アドバイザーから国の地域資源活用事業を紹介された。また、地元産の食材を確保するために平塚市の農水産課や産業振興課に地元農家や漁師と話す機会を設けてもらい、神奈川県地域資源に認定されている「湘南しらす加工品」と「湘南レッド（赤玉ねぎ）」の原材料が確保でき、平塚市農水産課からはコロッケのつなぎに使用する平塚産里芋を紹介された。同時に、中小機構の専門家のアドバイスを得ながら事業計画を取りまとめ、平成27年2月に地域資源活用事業計画の認定を受けた。地域資源活用事業計画認定後、フードコーディネーターから製品コンセプトの作り方や材料の配合レシピ、パッケージなどさまざまな支援を受け、試作を繰り返した。鈴木専務が苦労した点は、里芋の皮を蒸してから手で皮をきれいにむくこと、「湘南レッド」は収穫時期が毎年5月～7月なので、加熱後冷凍をして真空保存をす



鈴木 崇 専務



ひらコロ

ることで年間を通じて利用できるようにしたこと、釜揚げしらすと里芋を混ぜるとつぶれてしまうため、しらす干を使用すること等である。

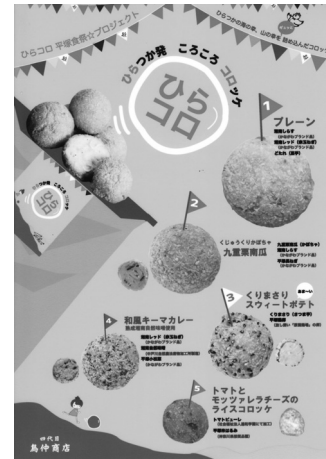
コロッケは、おやつや弁当のおかずとして気軽に食べてもらおうと、一口サイズのコロコロした丸い形にして、商品名を誰もが覚えられるように「ひらコロ」とした。また、商品を入れる紙袋には、店舗のカラーリングと精肉店を連想させる黄色のロゴをあしらい、中身が見えるよう窓枠のようなデザインを盛り込んだ。平成27年11月の「第10回平塚商業まつり」で本格的に販売が開始され、1カ月半で約1万個を販売するほど好評であった。

現在「ひらコロ」は、もっちりとした味わいが特徴の「ひらコロプレーン」など5種類を販売しており、人気を博している。この他には、平成28年7月に夏場限定で枝豆を使用した「ひらコロ☆メンチ」を「湘南ひらつか七夕まつり」の会場と店頭で販売した。

「ひらコロ」は、店頭では女性の購入者が多いが、性別・年齢を問わず購入されている。マスコミの取材も相次ぎ、その結果、みやげ物として平塚市外からのまとめ買い需要も生まれた。

認定後の変化

「ひらコロ」が地域資源活用事業計画認定を受けたことで、鈴木専務は商品に対してより強い責任感をもつようになった。また、商品開発を進める中で、原材料を安定供給してくれる地元農家、漁協の人々の顔が目に浮かび、食材を無駄にできないという思いが強くなった。さらに、女性従業員を中心に惣菜の味付けへの追及心がより高くなるなど、従業員の意識も認定を



鳥仲商店店頭にある「ひらコロ」の立て看板

受けて着実に変化した。「地域のさまざまな人々の協力で、『ひらコロ』を商品化できたのだと思う。自分だけであれば、途中で事業化を断念していたかもしれない」と鈴木専務は語る。

「ひらコロ」を平塚のご当地コロッケに

今後の「ひらコロ」について、鈴木専務は「平成29年度はイベント等への積極的な出展や一般消費者向けのポスターなどを製作してPRを行うことで、新規販路開拓に力を入れたい。平成28年12月には『ひらコロ』専用のホームページを立ち上げた。平成29年3月には、地元百貨店の催事に出席したり、地元開催のサッカーの試合でも『ひらコロ』を販売し、4月からは店内で揚げたものを冷凍した『ひらコロ』をネット販売する予定である。そのためにも原材料の安定的な確保と生産体制の強化に努めたい」と語る。さらに、鈴木専務は「『ひらコロマップ』を作成して平塚に来る観光客が楽しめるようにしたり、『ひらコロ』の定義（平塚産の原材料を使用すること等）を作成したい。さらに、原材料加工を行う人材や地域の精肉店や飲食店の後継者など地域全体のネットワークを構築したい。また、『ひらコロ』を地元の飲食店や漁協の食堂で提供してもらったりして、最終的には平塚のご当地コロッケにしていきたい」と意気込む。

地元産食材で作った「ひらコロ」で、平塚の知名度をアップさせようとする有限会社鳥仲商店の動向に、今後も期待していきたい。