

株式会社かねみつ

昆布じめを活かしてお土産を開発
旅行客等に好評で、第2段も……

↑ 同社の昆布じめ商品の例。左/白エビ、右/鯛。



↑ 海越しの立山連峰が描かれたパッケージにはさまれている「こぶじめ・ひとりじめ」。「富山らしい」と好評で、駅やサービスエリア等の売店の他に、デパートでの販売も進みつつある。



↑ おみやげグランプリでの「グランプリ」の表彰盾。H29年1月7日に表彰された。

「新世紀産業機構の支援制度を活用して開発した『こぶじめ・ひとりじめ』が好評で、平成27年2月には『優良ふるさと食品中央コンクール』で農林水産大臣賞を、29年1月には『ふるさと祭り東京』でおみやげグランプリの最高賞のグランプリを受賞しました」と新年早々えびす顔なのは(株)かねみつの金三津貢社長(取材は1月中旬に実施)。富山独特の昆布じめを早くから首都圏で販売してきた同社のアイデアが光った一品だ。

昆布じめは、富山の人にはなじみが深い。とれたての魚介類を刺身にして昆布にはさみ、昆布のうまみが刺身に移ったところで食べる。江戸時代、北前船で北海道から大量に輸送されてきた昆布を、富山ならではの食文化の中で育ててきた郷土料理の一種だが、巨大マーケットである首都圏ではなかなか受け入れられなかった。

なぜか…。昆布じめに対する認知度が低い地域で、昆布では喜んで刺身を販売しても、パッケージの表面からは昆布しか見えないため、なかなか手が出しにくいという事情があったようだ。そこで同社では、上下2

枚の昆布に刺身をはさむのではなく、昆布の上に刺身をのせてラップで包装して販売する形態をとったところ、中身がわかりやすいと好評を得、昭和59(1984)年から首都圏のデパートで販売するようになったのであった。

北陸新幹線開業に合わせてお土産開発

こうして30年ほど前から首都圏での昆布じめの販路開拓に取り組んできた同社であるが、北陸新幹線の金沢までの区間での開業が迫ってきた時、首都圏からのビジネス客・観光客向けにお土産の開発ができないかと模索するように。昆布じめを活用しての商品開発を試みたのだ。

「私たちが企画したのは、ワンコイン(500円)は無理としても、1,000円以内で手軽に買える昆布じめです。仕事や観光が終わって東京へ帰る途中、新幹線の車内でビール片手に富山の味を楽しんでいただきたい、という思いを持っていました」

商品開発のリーダー役を務めた丸本郁氏が振り返るが、値段をあまり高くせず、また富山の海の幸を昆



↑ 「こぶじめ・ひとりじめ」の開発ではリーダー役を果たした同社の丸本郁さん。第2、第3の昆布じめを活かした新商品のアイデアがあるようで……。

布じめとしていくつか楽しんでいただき、かつ年間を通じて安定供給ができる魚種となると自然に絞られてくる。商品化された「こぶじめ・ひとりじめ」では、黒カジキ、サーモン、甘えび、ヤリイカ、カキ、ホタルイカなどが使われているが、前記の条件を踏まえると妥当といえるところだ。同社ではこれらの刺身数種を昆布じめにして、酒の肴やおかずの1品としての可能性を探るために、県内のスーパー等で試販したところ、評判は上々だった。

こうして開発の方向性が見え、北陸新幹線の開業が1年を切った時、同社では当機構の「ビジター対応ビジネス支援事業」(北陸新幹線開業など県内交通基盤拡充に関連して行う、新商品・新サービスの開発や観光客への対応に要する事業などを支援)の採択を受けて、昆布じめ商品の土産物化を加速。パッケージ方法や包装デザインの開発なども急ぎ、27年3月の開業に間に合わせた。

販路も順調に開拓されて

一方で同社では、新しく開発した「こぶじめ・ひとりじめ」の他に、従来の昆布じめ商品などの首都圏での販路を拡大しようと、当機構の「中小企業首都圏販路開拓支援事業」を活用しての営業展開を模索。販路開拓マネージャーや大都市圏のマッチングコーディネーターの支援を受け、新たな市場の開拓に取り組んだのだ。

「販路開拓マネージャーの支援で、ある商社系のバイヤーを対象にした展示会に出展させていただきました。そこでスーパーやデパートなどいろんな流通の方々とお会いすることができ、数件の商談がまとまりました。また商社の仕入れ担当の方とご縁から、28年末のお歳暮商戦に当社の『こぶじめ・ひとりじめ』を使ったセット商品を採用していただくなど、幸先のよいスタートを切らせていただきました」

丸本氏は販路開拓の主な成果をこう語るが、この他に首都圏の別なデパートが地下食品売り場で同社の商品を扱ってくれるようになったばかりか、新高岡駅、黒部宇奈月温泉駅、有磯海サービスエリアなどでも

「こぶじめ・ひとりじめ」が販売されるようになったのだ。こうして徐々に「こぶじめ・ひとりじめ」の認知度が高まってくると、その年の新しい食品、土産物のコンクールから声がかかるようになり、その結果、冒頭に紹介した受賞につながったわけだ。

「おみやげグランプリの表彰式には、私が行ってきました。その様子はテレビなどで全国に報道されましたが、放送後、ネット経由での注文が急激に増えましたが、会社名や商品名をキーワードにしてネットで検索され、当社のホームページに入られたのでしょうか、ネットの威力のすごさを感じさせられました」

金三津社長のえびす顔の背景にはこうした事情があったわけだ。

追い風を受けてのスタートとなった「こぶじめ・ひとりじめ」。当初は冷蔵状態での販売であったが、新幹線駅で買われるお客様の様子から、自宅に帰ってから召し上がるケースが多いことがうかがえ、後には冷凍状態での販売に移行。保冷剤を入れてお渡ししているそうだ。

こうして新商品開発がうまくいくと、「もうひとつ新しい商品を!」と意欲がわいてくるものだ。同社が次なる“球”として用意しているのは、昆布じめを利用したサンドイッチだ。詳しいことはまだ明かせないのだが、開発を担当する丸本さんは、「商品の方向性や売り方などについて、新世紀産業機構のよろず支援拠点のコーディネーターにアドバイスをいただきながら、ビジネスプランを練っているところです」といい、「昆布じめをサンドイッチに利用するのは初めてのことで、試作段階での試食には私も満足しています。最終的にどんな形になるのか楽しみです」と金三津社長はつけ加えるのだった。

日本初の昆布じめサンドに乞うご期待。

Profile

所在地 魚津市大光寺1350
 資本金 1000万円
 従業員 20名
 事業 昆布じめ刺身、鮮魚加工品の製造販売
 T E L 0765-24-3433
 F A X 0765-24-3492
 U R L <http://www.kobujime.com/>



首都圏での昆布じめの販路開拓に早くから取り組んできた金三津社長。