

## 株式会社新湊かまぼこ

アイデアと公的支援を練り合わせると  
かまぼこを利用したビジネスプランが

↑「全国蒲鉾品評会」で水産庁長官賞（一般部門）や「富山県発明とくふう展」で最高賞の文部科学大臣奨励賞などを受賞した同社の「かまぼこチップス」。富山県産の米粉も使われている。



↑同社のかまぼこは、原料のすり身に甘鯛を加えて味わい深く仕上げ、昆布だしを使って練り込んでいるところが特徴。



↑同社のかまぼこの製造工程の1コマ。富山湾の海洋深層水のよさが認識されてからは、深層水も利用してつくっている。

テレビCMですっかりおなじみになった新湊かまぼこの「かまぼこチップス」。プレーン、昆布、白エビ、わさび、マヨネーズの各味があり、袋をあけると“とまらない”うまさがある。同社がこのかまぼこチップスの開発に乗り出したのは、8年ほど前のこと。富山名物の「かまぼこ」といってもかつてほどの消費量はなく、県内のかまぼこ業界では危機意識が高まっていた。

そうした状況に何とか棹をさし、かつての右肩上がりとはまではないかまでも、かまぼこチップスで失地回復を図ろうとしたのだが、ここに至るまでは苦難の連続であった。開発の指揮をとった柴達義社長が振り返る。

「商品ができ上がった今となっては、あの時は苦しかった、と笑顔で話せますが、壁にぶちあたって解決策を見つけることができずに悶々としていた時は、それこそお先真っ暗でした」

光が見えるきっかけとなったのは、平成22年度に当機構の地域資源ファンド事業の採択になったことだった。

## OEMで商品提供の話も……

その前年の暮、かまぼこチップスの開発に行き詰

まった柴社長は富山県立大学の社会連携センターを訪問。商品開発のサポート役の紹介を求めたところ、ある教授を推薦された。教授とのミーティングでは今までの開発の経緯を明らかにする一方、教授からは「開発には資金もあるし、商品ができただ後の販路開拓も大事な要素だから、公的な産業支援を受けたい」とアドバイスされ、当機構を訪ね、年度が明けてからの地域資源ファンド事業の申請へとつながった。

その採択により、県立大学との共同研究が加速されるように。原料一つひとつのチェックはもちろんのこと、その品質や配合量も検討するなど、基本的なところから始まった。そして油のベタベタ感がとれなかった従来の揚げ方も改善。こうした教授らのアドバイスにより半年あまりで商品化のメドが付き、製法特許も県立大学と共同出願するなど幸先のよいスタートを切った次第だ。

さて商品ができたら販売である。同社の地域資源ファンド事業の採択は、第1期採択であったため参考となる先行例もなく、中小企業支援センターのマネージャーと相談しながらテレビCMを作成。そのオンエアの費用もファンド事業で一部支援した。それが子ども



↑本社横の販売コーナー「海テラス海王」の外観。売店としての機能に加え、産業観光の魅力ある場所にしたいと模索中。蒸したてのかまぼこを食べたり、細工かまぼこの体験などを、29年夏頃から本格的に実施の予定。

が母親とかけあう、あのかまぼこチップスのCMである。おかげで県内の認知度は徐々に上がり、それにつれて売上げも伸びてきた。道の駅やスーパーなどのショッピングセンターばかりでなく百貨店も扱い始めたのだ。

県外へのPRで効果的だったのは、「地方銀行フードセレクションだった」（柴社長）という。このイベントは「食の力で日本を元気に!」をキャッチフレーズに、全国の有力地方銀行が自信をもってオススメする、地方の安心・安全・おいしい食材を紹介するための商談会。新湊かまぼこのかまぼこチップスも推薦されて東京ビッグサイトでの商談会に参加したところ、いくつものバイヤーとの間で話がまとまったという。

「この展示会に参加しての収穫は、バイヤーと出会って販路を開拓したこともあります、パッケージや売り方などについて多くのアドバイスをいただいたことです。例えばOEMなどは、それまでの開発の中では思ってもみなかったことでした」

柴社長があるバイヤーから提案されたOEMとは、例えば、あるみかんの産地用に、みかんのフレーバーを原料に混ぜ、みかんの香りがするかまぼこチップスがつくれないかというものだ。それができれば、みかんの産地向けのOEM商品として生産し、その地区のスーパーや土産物店などを挙げて販売しようというのだ。

「当時は生産量がまだ多くなかったので、具体的なお話はもう少し先に……」と柴社長は先送りしてきたのだが、生産体制が整った今では具体的な話を進めているところだ。

## 次のヒット商品開発に向けて

新湊かまぼこではまた、消費者がかまぼこに慣れ親しむ機会をつくろうと、本社に併設された販売コーナー「夢テラス海王」での、蒸したてのかまぼこを食べる体験や、細工かまぼこづくりにチャレンジし、自分で細工したかまぼこを蒸してすぐに食するなど、産業観光のメニューを充実させるために専門家派遣制度を活用。テストケースとして行ったかまぼこづくり体験に

参加した観光客にアンケートを実施し、それを内容の改善や参加料の設定に活かすなど、29年夏からの本格実施に向けて準備を進めているところだ。

一方で同社では、かまぼこチップスに続く商品を開発しようと、柴社長らはアイデアを練り続けた。その中から出てきた、あるアイデアを実現するために当機構のものづくり研究開発支援事業に応募。その採択（28年11月）を受け、ある技術を応用してかまぼこに施される絵をより精密に、そして同じデザインのもの多数施すことができるようにと、試作開発を始めた。

その試作段階のものをを見せていただいた（29年2月末）。現状は商品化の一、二歩手前といったところだが、「今のところ全国のどのかまぼこ屋も試みておらず、これがうまくいけばかまぼこの消費拡大の一助になるのではないかと期待しているところです」と柴社長は続けた。

試作段階の商品写真を、この支援事例集に掲載することは「ご遠慮願いたい」ということだが、柴社長は続けて「技術的な課題を早急にクリアし、1年以内を目安に商品化にこぎ着けたい」と夢をふくらませるのだった。

## Profile

所在地	射水市海王町21
資本金	1300万円
従業員	41名
事業	各種かまぼこ、かまぼこ応用商品の製造販売
T E L	0766-84-8282
F A X	0766-84-8006
U R L	<a href="http://www.shinkama.co.jp/">http://www.shinkama.co.jp/</a>



「地域資源ファンド事業を活用し、かまぼこチップスの当初販売計画の80%近くを達成できた」と語る柴達義社長。