

ちいさな企業の未来を探る



宮本周司

全国連小規模企業支援強化本部長
(前全青連会長)

厳しい経営環境が続く中で、商工会地区には元気に頑張っている小さな企業が数多くある。宮本周司全国商工会連合会小規模企業支援強化本部長が元気な小規模企業を訪れ、ちいさな企業が地域で果たす役割、未来への思いなどについて語り合う。1回目は、福井市で海産物の加工・販売会社「株式会社ヤマゴ」を経営している濱本五朗社長と対談した。

宮本 まず、事業所の沿革や現在の事業展開の状況などについてお話ください。

濱本 代々網元と魚の加工をしていますが、魚が獲れなくなり、私の代になって利用されていない魚の加工を中心にした加工業が主力業務になりました。周りを見ますと捨てられている魚が非常に多い。でも地元の人々は、それを買ったり、もらって帰り、調理して食べているんです。それが非常においしい。何とか商品化できないかということを考えてのが、捨てられるような小さい魚を開いて、中の骨を取って食材として加工することでした。

その第1弾となったのが、5〜6cmのアジの頭を取って、開いて骨を取って、粉付けしたものを一口アジフライの材料として加工、大手コンビニやス

ーパーに出荷しています。生の状態で処理して冷凍して出荷しますので、解凍するだけで料理ができます。

国内で唯一、欧州の保存食「バックカラ」を製造し、販路を拡大

宮本 日本で唯一、バックカラを製造しているとお聞きしましたが、どのような商品なんですか。

濱本 塩漬け熟成したタラを天日干しした保存食で、イタリア語でバックカラといい、ヨーロッパでは大衆的な食材です。日本では北欧から輸入しているため、非常に高価になっています。タラ製品を扱っていましたが、20年ぐらいい前に商社と共同で3年かけて国産化に成功しました。

それがきっかけとなり、ヒルトンやインターコンチネンタルなど世界の有名ホテルとの取引につながりました。マーケットは細いですが、オンラインワンでするので、いろいろなところから引き合いがきています。

宮本 価値がなかった魚介類を加工することで新たな価値を付けたら、これまで日本で取り扱っていなかったバックカラを独自に商品化したりするなど、まさにオンラインワンといえるのではな

いでしょうか。しかも外資系ホテルなど、新しい分野にもどんどん商売の幅を広げています。いままで付き合いがなかった外資系ホテルの人たちと接することで、小さな企業が変わるきっかけを感じられたことはありますか。

ネットを使い 魚加工品の直販に乗り出す

濱本 わが社のホームページを見て問い合わせをいただき、取引につながりました。直接お客様と取引をすること、ある程度の利益幅がとれるようになりました。間に入っている流通業者をどう飛ばすかによって、良い商品がつかれたり利益を上げることができたりします。直接販売すればメリットがあることがだんだん分かってきたのですが、お客様にどう伝えたら良いか分からず、模索していました。

そのうちに、インターネットが普及し始め、ネットでの販売が増えてきました。従来の販路は確保しておき、ネットでの販売に徐々に力を入れていくところでした。

宮本 直接エンドユーザーに販売するには、ユーザーが求めているものを絶えず把握しておく必要があると思いま

す。ユーザーのニーズをつかむための
感覚はどのように磨いているのですか。

**こだわり、コンセプトを持った
売り場回りは、商売をするうえで
刺激になる**

濱本 最近では趣味になりましたが、暇
があるとスーパー、百貨店回りをして
います。車を飛ばして岐阜や名古屋の
スーパー、百貨店に出かけ、変わった
ものがあれば買って帰り、自分で料理
をして楽しんでいきます。そこから生ま
れたのが、レンジ調理やフライパン調
理に特化した商品です。

最近分かったのですが、1人暮らし
の人は、掃除が面倒なのでグリルを使
いたくないんです。1人前の食品をレ
ンジで料理できれば、本当に便利なん
ですね。今後はそのような商品の開発

に力を入れていこうと思っています。

宮本 わが社も地域に密着しながら
粛々と酒造りをしていきますが、こだわ
りとかコンセプトを持った百貨店など
の売り場を回ると非常に面白いです
ね。「こんな発信の仕方があるんだ」
「お酒をこんな風に扱っているんだ」
ということが分かります。商売におい
て、時として自分たちの都合をお客様
に押し付けてしまうくらいがありま
す。魅力ある売り場から刺激を受け、
提案の仕方を変えたりするなど、お客
様の反応に丁寧に対応したいですね。

濱本 いかにも便利な食材かということ
をアピールするのがすごく大事なこと
です。食品にはいろいろなブームがあ
りますから、そのブームをスーパーや
百貨店などで探すことができます。買
い物に行くにしても、どれだけアンテ



濱本五朗

株式会社ヤマゴ社長

ナを張っているかで、今後の展開が変
わってくるのではないのでしょうか。

**発想、提案の視点を考えることで、
新たな販路を開拓**

宮本 自信を持って日本酒を製造して
いるのですが、小規模でブランド力か
ないとおお客様の興味を引くことに苦勞
します。買って飲んでいただくために
は、〃モノ〃ではなく、〃コト〃を意識
して、気付けることもありました。石
川県は金箔の生産で99%を占めていま



国内で唯一バッカラを製造



越前の海の幸を加工し
新たな価値を付けて販売

すので、地の利を活かして良質の金箔
を確保できます。他に類を見ないたく
さんの金箔を綺麗に映える特殊ボトル
に詰めた商品を用意しました。それを
お正月に首都圏の百貨店で発信したと
ころ、普段はお酒を飲まない方も含
め、たくさんのお客様にご支持いただ
けました。商品単体の〃モノ〃ではな
く、お正月にお酒を用意するという
〃コト〃に訴えることで購買につなげ、
わが社の日本酒を飲んでいただき、美
味しさ、買って飲んでいただくという
成果を得ることができたのです。

最後に、濱本さんのこれまでの経験
から、小さな企業の若い経営者にメッ
セージをお願いします。

濱本 殻に閉じこもらないで、いろい
ろなところに積極的に出ていってほし
いということです。そして、出る以上
は何かを得て帰ってほしいですね。そ
れと、商工会をもっともって利用して
いただきたい。私は商工会の会費一生
分ぐらいをすでに利用しています。ど
のように利用して良いのか分からない
んだったら、経営指導員や仲間課題
や悩みを聞いてもらうことです。いろ
いろな人たちと話をすることで、解決
の方策が見つかるはずですよ。