

瀬戸内の地魚を活用した 新商品の開発・販売

=地元の魚の消費拡大を願う主婦が「売れる商品づくり」と「販路開拓」にチャレンジ=

支援機関：今治商工会議所

支援内容：販路開拓

支援区分：地域資源活用

有限会社 エスペランス



【企業概要】

社名：有限会社 エスペランス
 代表者：代表取締役社長 安部有里子
 業種：生鮮魚卸売業
 所在地：今治市四村311-9
 資本金：3,000,000円
 設立：平成17年7月
 従業員：2名

Information

● 当社設立の背景、動機

当社は平成17年に設立し、主に今治近海で水揚げされた鯛、ひらめ、エビ、カレイなどの鮮魚を県内および首都圏、近畿圏のスーパー、飲食店などに販売している企業である。

代表者の安部氏は今治市伯方島の出身で幼い頃から来島海峡の新鮮な魚介類を食べて育ったこともあり、地元の魚に対する思い入れは強い。「今治の魚のおいしさをもっと知ってもらいたい」「地域の漁業が衰退するとおいしい魚が食べられなくなる」という思いで事業を立ち上げた。納入先からは魚の味・品質の良さはもちろん、女性ならではのきめ細かい

対応が評価されており、厳しい環境の中においても着実に取引先を増やしている。

ところで、安部氏は主婦であり、3人の子供を持



つ母親であるが、主婦・母親の立場で魚という食材を見ると、いつも思うことがあった。それは、家庭で料理をする人にとって非常に扱いにくい食材であるということである。「骨があって食べるのが面倒」「調理前の下処理が面倒」「後片付けが面倒」「臭いがする」「肉より割高ではないか」これらは安部氏自身、家庭で調理するとき感じたことであり、魚離れはこうした不満が解消されないからではないか

と考えるようになった。自分の考えが正しいかどうかを確かめるため、主婦仲間に意見を求めたり、資料を探してみたところ、主婦仲間からは自分と同様の意見が集まり、水産白書などにも同様の記述があることがわかった。そこで、安部氏はスーパーや飲食店に鮮魚を卸すだけでなく、家庭の主婦の魚に対する不満を解消し、喜んで食べてもらえるような商品を開発しようと決心したのである。

●事業概要

安部氏の新事業は「地魚」と「主婦」がキーワードである。

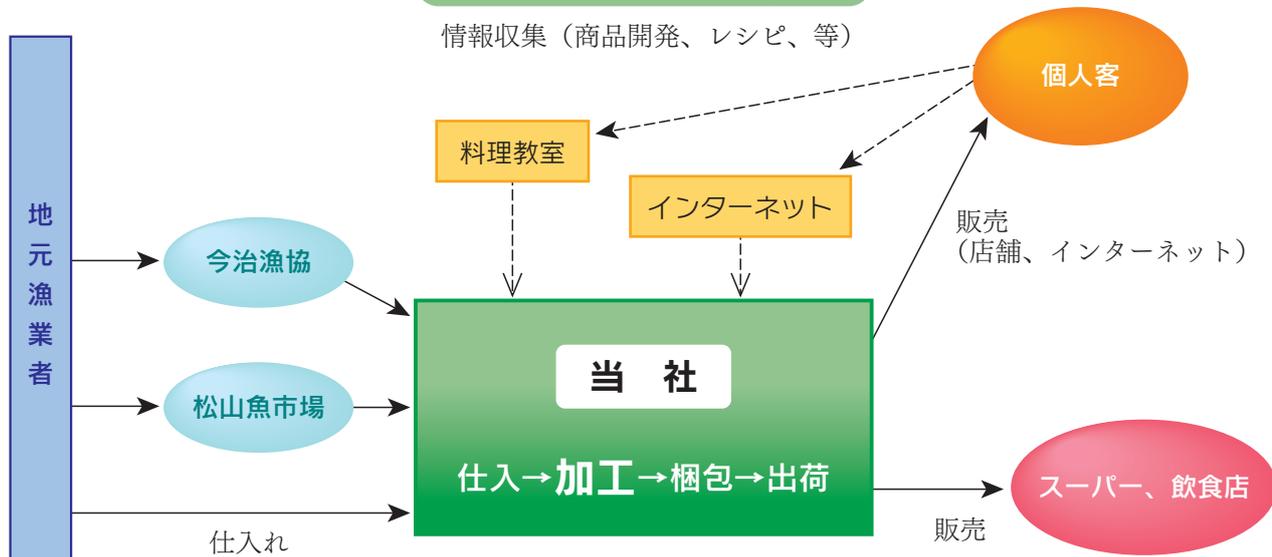
新事業のターゲット顧客となる主婦からニーズを収集して商品開発を行い、既存の仕入れルートを活用して地魚を仕入れ、当社で加工（下処理、骨抜き、等）・梱包（真空パック詰め、冷凍保存）し、インターネットおよび実店舗で販売する。

販売後は、実際に商品を使った主婦から調理時間、魚の大きさ、味付け、レシピなどの意見を聞き、商品に反映させていくことで、商品開発のサイクルを回していく。



事業実施体制図

情報収集（商品開発、レシピ、等）



また、飲食店ではメニュー開発負荷の軽減やコスト削減のため、納入業者に対してメニュー提案や加工品での納入を求められることが増えてきている。将来的には加工品個人向け販売で蓄積した消費者ニーズを飲食店向けの商品開発に活用し、飲食店、スーパーへの展開も図っていく。飲食店向けの商品

が販売できると、販売量も増加し、地元の魚の消費量が増えて地元漁業の活性化につながるだけでなく、加工も自社だけで対応できず外注加工することになり、漁業以外への波及効果も生まれることになる。

■拠点の具体的な支援内容

1. 事業計画のブラッシュアップ

現在の事業が飲食店、スーパー向けの鮮魚卸であったが、新事業は個人向けの鮮魚加工品ということで、事業内容、事業環境が変わってくるため、きちんとした事業計画書を作成する必要がある。

事業環境（顧客、競合、自社）の調査からターゲットのベネフィットは何か、自社の優位性、競合との差異化をどう構築していくかという戦略、マーケティング面から損益、資金計画などの作成を支援した。

2. 地域密着型ビジネス創出助成事業申請支援

平成21年6月にえひめ産業振興財団の地域密着型ビジネス創出助成事業の募集があり、申請を行った。

えひめ産業振興財団の地域密着型ビジネスコーディネーターである玉井氏、今治地場産業振興センターの大川常務理事の指導も仰ぎながら申請書の作成、審査会の準備を行った。

3. 販路開拓

平成21年11月に中小企業基盤整備機構とえひめ産業振興財団共催の販路ナビマッチング会への参加を促し、首都圏、関西圏に販路を持つナビゲーターとのマッチングを行った。

●取組みの成果

1 店舗オープンと個人向け販売

地域密着型ビジネス創出助成事業に採択され、事業開始に必要な設備やマーケティング費を助成してもらうことができた。これにより、事業を立ち上げることができ、平成21年9月に販売店舗「うみの食材屋」をオープンすることができた。開店後、口コミ等で商品の良さが伝わり、地元今治だけでなく、松山や西条の主婦も買い求めるようになっている。

また、地元で水揚げされた天然魚が「保存しやすい」「調理しやすい」ことから地元の主婦だけでなく、「都会に住む子供に送りたい」という親の購入も増えているようである。

一方、現時点ではまだインターネット経由での売上げは少なく、今後いかにインターネット経由での売上げを増やしていくかが課題となっている。

2 飲食店、スーパー向け販路開拓

一方、スーパー、飲食店向けの販路開拓では、首都圏の販路ナビゲーターとの商談が進んでおり、新たな販路が開拓できそうである。さらに、当社が個人向けに開設しているホームページを見た飲食店か

ら「保存しやすく、調理時間が短くてすみ、ゴミが少ないのでコスト削減を図れるのでうちの店で使いたい」という引合いをもらい新たな取引先になるなど、当初想定していない販路が広がっている。

● 拠点を利用した事業者の声

事業アイデアを事業化するためにはどうすべきか悩んでいましたが、今治商工会議所で相談に乗っていただいた結果、新事業を立ち上げることができました。事業計画書や助成金の申請書作成は何度も書き直すことになり、仕事と主婦業をこなしながらの作業で睡眠時間も取れず大変でした。しかし、書き直しの度に計画がより具体的になり、実現への手応えが感じられるようになり、最終的には助成事業に採択されることになりました。

平成21年9月に店舗もオープンし、販路開拓などの支援も受けたおかげで少しずつではありますが

売上げも増えています。これからも「主婦・母親目線」にこだわった商品作りを続けて、愛媛の魚・今治の魚の消費拡大に貢献したいと思います。



安部社長

Staff voice 支援に携わったスタッフの声



応援コーディネーター
越智 豊

安部社長の「今治のおいしい魚をもっと食べてもらいたい」という思いには、同じ今治出身者として共感しています。

地域密着型ビジネス創出助成事業の申請書作成

時は私だけでなく他の多くの人から厳しい意見を投げられたにもかかわらず、あきらめることなく事業化にこぎつけるなど、事業への思い・意志の強さも感じました。

今治に限らず愛媛県内の水産業は厳しい環境にあり、各地各社が活性化に取り組んでいますが、当社においては安部社長の主婦目線を生かした独自の取組みをこれからも継続していかれることを期待しています。

加工品販売の事業はまだ始まったばかりであり、これからさらに商品の完成度を高め、マーケティング・販路開拓を進めていかなければなりません。是非全国の主婦に支持される商品になることを願っています。