

総合支援企業紹介

● 小野食品株式会社

「戦略的総合支援事業」を活用し さらなる販路開拓とブランド確立に 取り組む

釜石市の小野食品は、時間と手間をかけた焼き魚や煮魚を冷凍パックし、「調理済み水産食品」として全国のホテルや学校給食、外食産業などに販売している。手作り感覚の焼魚や煮魚が、温めるだけで手軽においしく食べられることから、今では一般消費者からの支持も増大。同社では昨年度から県の「戦略的総合支援事業」を活用し、通信販売などさらなる販路開拓・販路拡大と商品のブランド確立に取り組んでいる。



「三陸のおいしい魚を、もっと生活の中に取り入れていただくお手伝いをしていきたい」と話す小野昭男社長

● 企業概要

設立 昭和63年7月
代表者 代表取締役社長 小野昭男
所在地 釜石市両石町4-24-7
電話番号 0193-23-4675
資本金 4,400万円
従業員数 77名
業務内容 調味冷凍食品の製造、販売
(焼魚、煮魚、調味切り身、和風惣菜)
URL <http://www.onofoods.com/>

● 沿革

昭和63年 7月創業
平成元年 1月工場稼働
平成3年 深絞り包装機、トンネルフリーザーを冷凍食品焼魚の製造ラインに導入
平成8年 第2製造ライン増設
平成14年 第2工場稼働開始
平成14年 冷凍食品サケ塩焼で対米HACCP方式管理工場の認定を受ける

業務用商品の製造販売から 一般消費者向けに事業を展開

いわて産業支援センターの「戦略的総合支援事業」は、全国を視野に事業拡大を図ろうとする企業や、地域の産業を牽引する成長意欲を持つ企業を、総合的・組織的に支援・育成しようとするもの。支援企業には、商品化実用化開発、販路開拓、人材養成などに関する経費等、事業展開に必要な経費の一部補助が受けられるほか、いくつかの支援が行われる(概要参照)。釜石市の小野食品は、前年に引き続き今年度も申請が認められ事業の継続が決まった。

同社の業務内容は調味冷凍食品の製造・販売。サバのみそ煮やサンマの煮付け、サケの塩焼き等を業務用(学校給食や全国のホテル、外食産業、デパ地下の弁当用・おせち料理用など)として製造・販売してきた。

同社の小野昭男社長は、今回の申請目的について「当社の製品を業務用ばかりでなく、一般の消費者の方にも広くご購入していただくための新たな事業展開を目指して応募した」と語る。支援を受けて取り組むテーマは、「三陸産の新鮮な原料を活用した水産調理品の自社ブランドシリーズの販路開拓、販路拡大」だ。

変化してきた「食卓の魚事情」と 「三陸おのや」のブランド構築

同社の取り組みはもちろん、現状を分析し、そこから予想される社会や市場の将来を見据えた戦略である。小野社長は、

昨今の「食卓の魚をめぐる現状」を次のように語る。

「家庭でも調理済みの魚を購入する方が増えてきています。それは、家庭の主婦でも仕事をもって働いている方が多く、平日に魚を煮たり、焼いたり、時間をかけるのがなかなか大変だから。魚は健康にもいいし、それを温めるだけで手軽に食べられるようにした調理品のニーズはますます高まっていくと思う」

また、高齢化社会や少人数家族の増加、住環境の変化、これらに対応した流通サイドの品ぞろえなども食卓に変化をもたらしているという。

「高齢の方だけの住まいではガスや火をあまり使いたくないし、マンション住まいの方は特に、部屋に臭いが残るからあまり煙の出る調理をしたがらない。スーパーでは、週末と平日と売れる魚がまったく違うものだから、ふだん並べるのは刺身身類や干物類が中心となる。本当は煮たり焼いたりして食べたい魚があっても、そういうものは種類が少なく売場にもあまり並ばない。食べたいのは一切れや二切れだが、そういうかたちで売っているところも少ない」

つまり、本当は魚を食べたい人は多いけれども、なかなか手軽に食べられる状況にない。同社の戦略はまさに、そこに向けて、消費者のニーズにこたえていこうというものだ。そして時季時季に、しっかりと目利きした三陸産の安全で新鮮なものを、添加物に頼らず、じっくりと手間をかけて調理し、品質と味を重視した商品づくりで、「三陸おのや」のブランドを構築していきたいと話す。さらにネット販売や通信販売にも力を注いでいく。これが同社の目指す姿で、冒頭の「三陸産の新鮮な原料を活

戦略的総合支援事業の概略

いわて産業振興センターは、支援企業に対し外部の専門家等を活用して次の支援を行っています。

(1) 支援事業

- ・経営分析支援（経営課題整理）
- ・経営戦略・戦術構築支援
- ・販路開拓に関する支援（事業化可能性調査含む）
- ・資金調達に関する支援
- ・特許、法律等の専門知識の提供に関する支援
- ・社内人材育成に関する支援
- ・その他、企業成長のため必要な支援

(2) 補助事業

支援企業に対し、センターが支援するうえで必要と認めた次の経費の2分の1以内を補助（上限200万円予定）

・商品化実用化開発に関する経費

原材料費、機械装置または工具器具の購入・製造・改良・据付・借用・保守または修繕費（ただし生産設備は対象外）、外注加工費、検査分析費、技術開発等の調査費

・販路開拓に関する経費

展示会等の出展に要する経費、広告宣伝費、マーケティング調査費（販売代行を含む）

・人材の養成に関する経費

研修受講料および研修派遣旅費

・その他特に必要と認められる経費

●先月号で紹介しましたとおり、本年度は対象企業として3社選定し、支援を行っています。内容の詳細については（財）いわて産業振興センター 総合支援グループにお問い合わせください。

TEL019-631-3826 FAX019-631-3830 E-mail joho@joho-iwate.or.jp



補助事業を活用して制作したパッケージ。「三陸おのや」のブランドイメージが伝わるように、デザイナーと共に考えアイデアを出し合った



商品開発室では、添加物に頼らずに、素材そのものの旨みを生かす味付けの研究が行われている



通信販売サイト「三陸おのや」。同社の製品づくりに対するこだわりが紹介されているほか、レシピや料理の写真を楽しみながら手軽に商品が購入できる

用した水産調理品の自社ブランドシリーズの販路開拓、販路拡大」の実現だという。

「支援事業」をきっかけに 新たな企業文化の創出を目指す

同社の「戦略的総合支援事業」を活用した取り組みは今年で2年目に入る。小野社長は「昨年はまず、パッケージやリーフレット、ホームページを制作し、こういう考え方でこういう商品を作ってますよというものを形にした。今年度はさらに、その認知度を上げていくことをテーマにしていきたい」と目標を語る。

補助金を活用し、昨年は釜石や盛岡の量販店、東京の百貨店、いわて銀河プラザ（東銀座）などでリーフレットを配布しながら試食販売も行った。現場では、お客様の生の声を吸収することができた。さまざまな課題を見つけることもできた。ホームページを通じて、商品の購入を求める人も増えてきた。

「成果は着実に出てきています。試食販売では、特に50代、60代、70代の方々に非常に喜んでいただいた。メンバーゲットをしほることができ、マーケットの可能性を実感することができました。また、遠く離れた家族に送ってあげたいというニーズもかなりあることが分かり、この分野にも力を注ぎながら、生

活の中に魚料理を取り込んでいくお手伝いをしていきたいと思っています」

小野社長は、釜石南高を卒業後、将来、海外から日本のマーケットに魚加工品を供給する会社を独立創業する目的を持って鹿児島大学水産学部に進学。流通業の現場を知るために就職したジャスコでは、さまざまな経験を積んだ。「新入社員にもどんどんチャレンジをさせてくれる社風の中で、経営者が会社を引っ張っていくうえでの経営哲学など、さまざまなことを学ぶことができ、今の私の大きな財産になっています」。

父親の急死で思いもかけず、釜石に帰郷することになり現会社を創業したのが昭和63年。その後、年に2割のペースで会社が順調に成長してきた。小野社長は「しかし、それにあまんじてはいけません。イタリアに経営の勉強に行ったことがあります。そこで感じたのは、中小企業の生き方。自分たちのブランドをしっかりと構築し、自分たちが企画を立て、そこに共感してくれるお客様を増やしていく。これに尽きるなと思いました」と話し、続けて「今回の戦略的総合支援事業の取り組みを、消費者の方の視点に立った発想や、新たな企業文化の創出のきっかけにしていきたい」と決意を語った。