

GLOSEUP

岩手力!

第1回いわて希望ファンド採択企業
有限会社吉成食品工業



職場の壁には「私たちは郷の食文化を守り、郷の資源から新しく創造し、伝承してまいります」の標語が掲げている

人々の飽くことなき美味への
欲求に応えるため、海に里に街に、
新しい味覚を追い続ける。

それまでの家内工業的な経営から海外市場をも視野に入れた企業に脱皮を図ろうとする吉成食品工業。大手、中小、内外メーカーを含めて熾烈な競争をくり広げる食品市場の中で、ひと味ふた味違った商品開発で活路を探る。

新しい味の創造

イカくちの味付けから揚げ、ホタテのひもとアカモクの塩風味漬け、ホタテ入り春巻き…。聞くだけでも口の中がジンワリしてくるような商品名。これは、吉成食品工業の最近の商品サイト人気ランキング上位3品だ。

イカくち、ホタテのひも、春巻き、どれをとっても家庭でも食べられているふつうの食品だが、そこにひと味ふた味加えているところが同社商品の特徴。

「なにしろ後発ですから、いろいろ工夫をしなければなりません」（小向利夫社長）

どこの店の食品売り場もおびただしい数の商品がひしめき合う。大手、中小、国内外メーカー入り乱れての販売競争。その中で自社商品を消費者の買い物カゴに入れてもらうには相応の努力、工夫が要る。目新しさ、おいしさへの期待感、安全安心感、そして値ごろ感など、さまざまな要素を満足させなければならない。

ここでの小向社長の戦略は、ひたすら生鮮市場、スーパー、産直、外食を見て回る。そして珍しいものがあれば買い求め、食べてみる。今の日本人の味覚は大手メーカーがつくる味に慣らされているという。それに合わせてつくれば間違いはないが、目立つこともない。そこにどう工夫を加えて消費者の感心を引くか、日夜考え続けている。

「大事なことは、家庭で毎日食べられているさまざまな食品を工夫して、よりおいしい味で皆さんに選んでいただくということです」

おいしいだけならどうにでもつくれるが、

企業としてはコストのことも生産量のことも考えなければならない。そのために足を使い、自らの味覚を頼りにしての市場調査は欠かせない。

支援制度を求めて

吉成食品工業の創業は昭和51年。小向社長がそれまでの水産会社を整理し、事業転換を図った。最初の事業が焼き鳥で、これが今も事業の柱。岩手県北地方は鶏の生産地で材料が豊富だったこともあり、焼き鳥を選んだ。魚は昭和40年代後半にかけて急激に獲れなくなっていたので扱わなかった。以来30年あまり、家内工業的に事業が続いた。

「30年ほど眠ってしまって、あるとき目が醒めました」

眠っていた、と言うのは、町内会長、定置網組合長、PTA会長などいくつもの役職を務め、家業を省みなかったという意味。それから心機一転、公職を一切退いて家業に専念、業容拡大を目指した。



メイン商品の焼き鳥では銘柄鶏の貴重な部位を使った高級品も扱う



イカのくちの味付けから揚げ、ホタテ入り春巻、ホタテのひもとアカモクの珍味…。アイデア性に富んだ商品の数々。パック詰めしたアカモクも人気

「もともと力が弱いですから、手立てを求めているいろいろたずね歩きました」

いわて希望ファンドの第1回目の助成金を活用して新素材の研究や市場調査を行った。新工場設立に向けての資金や後継者問題などでも相談に出向いた。県の支援で中国大連商談会にも出展する、と労を厭わない。09年3月には、経営革新計画を策定し県知事から承認を受けた。「アカモク」との出会い、いわて希望ファンド審査会の会場だった。いわて産業振興センターのコーディネーターから山田湾でアカモクの商品化を試みている高橋清隆さんを紹介された。アカモクはギバサとも呼ばれるフノリに似た海藻。養殖棚のロープに絡まるやっかいもので、県内では食習慣がなかったが、秋田県南部から日本海沿岸地域、西日本などでは古くから食用にされてきた。近年、抗ガン作用やエイズ、新型ウイルスの増殖を抑制する成分を含んでいるという研究成果が発表され、一躍脚光を浴びた食材。栄養補助食品に使われたり、鉄分やカルシウムを多く含む健康食品という触れ込みで、コンビニなどでも販売されるようになっていく。

小向社長は富山大学に足を運び、アカモク研究の権威、林利光教授からその薬効などをたずねた。そして、山田湾の高橋さん



らとともに「深緑の超(スーパー) 海藻三陸あかもく」を商品化した。

障がい者に働く場を

小向社長は今、事業に追い風を感じている。関東地域で食品加工会社の閉鎖が相次いでおり、輸入食品や食品偽装の問題から、メーカーやスーパーなどが東北地方に仕入れ先を求めているからだ。同社の出荷先も7割が関東地域。

現在、本社工場のほか、久慈市内、洋野町と野田村に工場を持ち、青森県階上町に関連会社がある。従業員は約100名(階上町除き)。

「今、県北地域の雇用は最悪です。1人でも多くの人に働く場を提供できれば」と小向社長。病の後遺症で手足に障がいを持ったことから、これからは障がいを持つ人たちの雇用に力を入れたいと言う。

「障がい者で鬱になる人が多いと言います。働くことが一つの救いになれば。

障がい者雇用が私に与えられた最後の仕事だと思っています」



加熱してすぐ食べられる2次加工品のウエイトをこれから高めていく



企業概要

- 創業 1976年
- 代表取締役 小向 利夫
- 資本金 1,000万円
- 事業内容 食肉の一次・二次加工/水産物加工
- 従業員数 100名
- 所在地
〈本社〉
久慈市侍浜町横沼9-38
電話 0194-58-2151
〈宇部工場〉
久慈市宇部町8-27-1
〈種市工場〉
洋野町種市24-158-6
〈野田工場〉
野田村大字玉川5-104-116
- 関連会社
〈有限会社晶栄フード〉
青森県階上町大字道仏字耳ヶ吠6-71

URL
<http://yoshinaari.dc.shopserve.jp/>

今月の表紙 / 生産現場を支える女性社員の皆さんに侍浜の漁港に出向いて撮影。向かって右から、小袖洋子さんは入社してまだ3カ月「毎日が精一杯です!」。桑田美江子さんは入社1年で「仕事がようやく身についてきた感じ」。小向千登世さんも入社1年ちょっとで「毎日楽しくやってま〜す」。大西敏子さんは入社4年目、会社でつくっている商品すべてがわかるベテラン。いずれも地元の元氣なお母さんたちだ

小向利夫代表取締役
昭和10年生まれ。半農半漁の家に生まれ育ち、若い頃は北洋にサケマスを追った海の男。農業生産者でもあり、海のもの山のものを知り尽くしている。豊富な地域食材を使った、新しい食べ方、新しい味を追い求める。病の後遺症で身体が不自由になったことで「逆に経営者としてのスイッチが入った」。商品開発、中国市場への事業展開、障がいを持つ人たちの雇用拡大と、大きな課題を抱えて、行政機関や研究機関を精力的に回る。