

④新規用途開発による地域農林水産物の需要拡大、ブランド向上

栃木県産の鮎を使った押し寿司等の開発および販売

小骨があり食べるのが面倒くさく自宅での調理方法が難しい鮎を手軽で食べやすい加工食品にする。

連携体

農林漁業者

喜連川漁業生産組合（内水面養殖業）

押し寿司用に100g超の鮎を新たに生産、選別する。手作業により極力小骨を取り除くことができ、押し寿司に適したフィレ状に一次加工する。

中小企業者

(有)マルトモ食品(すし・弁当・調理パン製造業)

惣菜加工やメニュー開発のノウハウを活用することで、市場ニーズに合った鮎の加工食品の開発および販売を行う。

サポート機関等

栃木県産業振興センター・栃木県水産試験場・
大平町商工会・(独)中小企業基盤整備機構関東本部

連携の経緯

鮎を押し寿司に最適な形状で供給してもらえる養殖業者を探していたマルトモ食品と、鮎の魅力ダイレクトに伝える商品開発を行うには自社のリソースでは限界があり、新たなヒントを求めていた喜連川漁業生産組合の思惑が合致し、連携に至った。

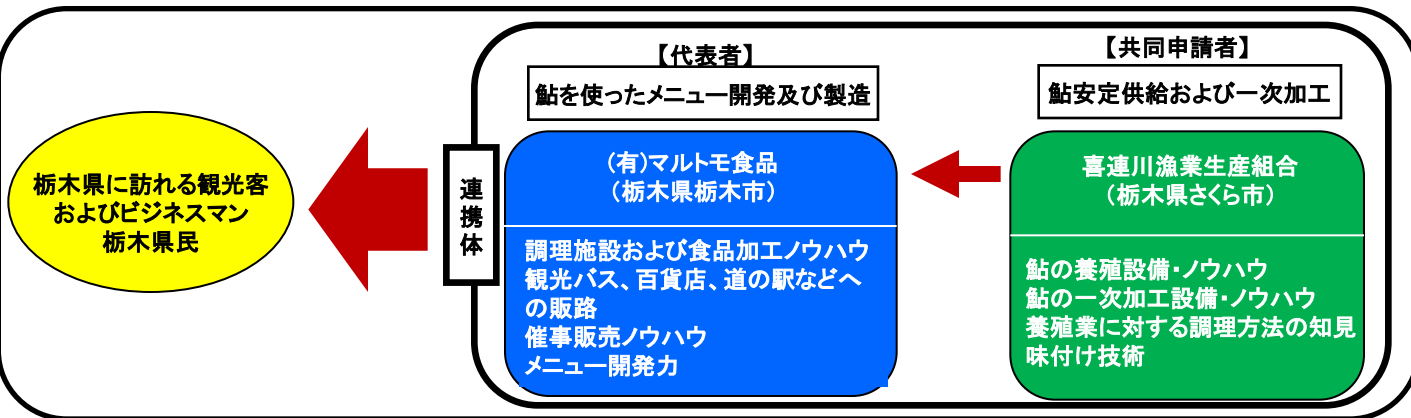
連携に当たっての課題や工夫等

喜連川漁業生産組合は、鮎の体内の構造を熟知していることから、極力小骨を取り除くことができ、押し寿司に適したフィレ状に一次加工することができる。

マルトモ食品では、これまでの惣菜開発の経験から、鮎の押し寿司に適した酢の選定、鮎の香りを逃がさない自家製米の生産・選定と炊き方の工夫、消費者ニーズに合致したバリエーションの開発を行う。

対面販売を通じて、消費者の反応をつぶさに観察することから商品のブラッシュアップやバリエーションの改廃につなげていく。

また、鮎が敬遠される大きな理由として、川魚特有の生臭さがある。喜連川漁業生産組合では、川魚特有の生臭を緩和するために餌を工夫しており、この餌や独自の飼育方法によって臭いが薄れることが経験的にわかっている。



連携による効果

農林漁業者

5年で1,462万円の売上高増加、鮎の出荷量5トン増加

鮎の認知度向上によってブランド価値を向上させ、養殖事業を活性化させる。

中小企業者

5年で1,700万円の売上高増加、収益性の改善

原材料の安定的な確保と新しい商品提案による事業展開を図ることで、売上の増加と収益性の改善が期待される。

代表企業等の連絡先

企業等名：有限会社マルトモ食品
TEL：0282-43-7308
E-mail：info@marutomo-sh.co.jp

所在地：栃木県栃木市大平町富田2740-2
FAX：0282-43-9436
ホームページ：http://www.marutomo-sh.co.jp/