



コラボで いこう!

地域活性化

ギョルメ舎フーズ(株) 賑わう道の駅を核に 地元食材を多方面展開

独立行政法人中小企業基盤整備機構 新事業支援部
プロジェクトマネージャー・初山 朋輝

地域活性化の異業種 交流会から発展

三重県紀北地区の産業は農業と林業が中心で、高齢化と過疎化が進むなか、経済は疲弊の一途をたどっていた。二十五年ほど前、この地域を活性化しようと、旧紀伊長島町内の水産物加工、食料品販売、民宿、製材業者など異業種の企業が集まった。知恵を出し合い、地場産品の開発や研修を行った。その交流会の名称が「ギョルメクラブ」。一九九六年に会社組織に改組し、ギョルメ舎フーズ(株)が誕生した。現在、道の駅の共同運営のほか、地元食材を利用した商品の開発・販路拡大など活動を広げ、その質も年々向上させている。

同社のビジネスモデルは、地域活性化のモデルケースとして近年ますます注目を集めており、農工商連携88選(二〇〇八年度経済産業省・農林水産省選定)、明日の日本を支える元気なモノ作り中小企業300社(二〇〇九年度経済産業省選定)にも選ばれている。

また、新規雇用も三十名以上

道の駅「紀伊長島マンボウ」の賑わい

生んでいることは、過疎が進む地域において大変意義深い。

道の駅「紀伊長島マンボウ」を取材したのは、大雨警報が出ていた昼過ぎだったが(五月中旬旬)、ひっきりなしに観光バスが来ていた。筆者もさまざまな道の駅を訪問したが、ここまで賑やかな道の駅は珍しい。

同社はこの道の駅の共同運営を任されており、商品供給は関連組織である「ギョルメ事業協同組合」の組合員百二十社が商品を提供している。

約一〇〇坪の売り場に一千二百アイテムの商品があり、その数の多さが目を引く。相当なこだわりで作られた商品がたくさんあり、他の地域では入手困難なものもほとんどなので、お客さんもつい手を伸ばすようだ。土地柄、水産加工品が多いのももちろん、弁当惣菜類の商品数も多い。ベーカリーは、生地からインスタアで焼き上げる。

同店の名称にも使われている「マンボウ」は、串焼き用が販

企業データ

- 本社** 三重県北牟婁郡紀北町 紀伊長島区長島1719-22
- TEL** 0597-47-0066
- URL** <http://www.gyorme.jp/>
- 業種** 海産加工品等の食料品製造
- 創業・設立** 1996年5月
- 資本金** 1500万円
- 年商** 2億6464万円(2009年度)
- 従業員数** 35名



東 良彦社長

売され、店内レストランでフライを賞味することもできる。

ちなみに一番人気は、オール地元食材で製造した「種まき権兵衛 塩ラーメン」だそう。

昨年開発したもので、筆者もいただいたが、「あっさりなのに深いコク」があり、美味だった。スープに相当こだわったようで、贅沢な一杯である。お土産用ラーメンの売上も堅調だという。

同社は道の駅共同運営の実績もさることながら、商品開発力にも定評がある。道の駅で日々お客様のニーズをつかみ、それ

を商品開発に生かしている。

「骨抜きさんま開き」は、消費者の魚離れの大きな要因である「骨があるのが面倒」という声に応えた商品。「紀州天日スライスからすみ」は、リーズナブルな価格とスライスが面倒というニーズに応えたものである。

いずれも類似商品がないわけではないが、こういったラインアップをそろえることができるのは、消費者サイドに立った商品づくりをしていく開発姿勢があるからこそである。

「そのまんまレンジ」シリーズの誕生

そこから生まれたのが「そのまんまレンジ」シリーズで、

「地域産業資源活用事業」（経済産業省・二〇〇七）に選定された。正式事業名は「電子レンジでの簡単調理を実現した『東紀州の干物』の新・食スタイル『そのまんまレンジ』『レンジ料理』各シリーズの製造・販売事業」と若干長い。

徹底的に現代人のライフスタイルを分析して生まれた商品で、①一匹ずつの完全個別包装、②レンジアップのみで完成、③冷凍保存可能で無駄がない、④味が本格的——などが特徴。特に②はコストや技術力の点から実現が難しいが、この商品は両方を兼ね備え、味や食感も、普通に干物を焼いたような仕上がりが特筆に価する。



道の駅「紀伊長島マンボウ」

地元食材で開発した商品がずらりと並ぶ

発売当初は思うように売上が伸びなかったが、展示会や商談会などへの積極的な参加で徐々に認知度もアップし、取引先も増えてきた。最近では、中小企業基盤整備機構主催の「地域資源セレクトション」（東京ビッグサイトにて二月に開催）への出展がきっかけで、今年四月からコンビニエンスストア大手・ミニストップ二千店全店の定番商品に導入が決定した。首都圏の複数の量販店とも商談継続中だ。

中小機構は地域産業資源活用事業者等を応援する民間企業を「パートナー企業」と位置づけ、商品開発や販路開拓等に関して事業者を支援するさまざまなプログラムを展開している。同社は消費者へのダイレクト販売の拡大も目指しているため、パートナー企業の㈱ファミマ・ドットコムが認定事業者向けに用意したWeb販売サイト「地域の名産50選」に参加。「ファミマ」のポータルサイトを活用し、直接消費者へ商品を届ける仕組みにもチャレンジしている。

新たな挑戦として 東京に料理店を開店

二〇一一年三月八日、老舗が軒を連ねる東京・新宿の神楽坂に、地元食材をふんだんに使う和食料理の店「葉っぱがシエフ 神楽坂 MARU DISH」をオープンした。「地元にはうまくないものがたくさんあるのにPRができていない」と東良彦社長。これを解消するには首都圏にPRの場をつくる必要があると考えてのことだった。しかし、オープン三日後に東日本大震災が起こり一時休業。四月十五日に再開したが、客数は順調に伸びており、地元食材の認知度アップも期待できそうだ。

「事業はなかなか思うようにいきませんね」と東社長は言うが、次々と新しいことにチャレンジする同社のバイタリティーがあれば、いつかは夢が実現する日が来るだろう。

●お問い合わせ先

中小企業基盤整備機構

新事業支援部

☎03-5470-1524