

鯛養殖から商品加工までの内製化による一貫生産体制の確立

概要

高齢者や単身者が増える半面、魚離れが進む中、手軽に摂取できる栄養素をレトルト化した鯛めしの素を一貫生産し、「生産性向上と高付加価値化、地域の雇用、消費者の健康」に貢献する。3年間延べ約1,500人の試食者の意見から試作を重ね、内製化に切り替える。

取り組みのきっかけ

平成20年より地元東紀州の良好な漁場を活用する事が出来る養殖産業に新規参入し、現在では総売上の80%を占める基幹事業となっている。中でも養殖魚のうち30%を占める、自社商品のブランド化を目指して手掛けた『紀州みやび鯛』は看板商品である。築き上げてきた一連の事業基盤を足掛かりに加工販売に踏み切り、『骨まで入った紀州みやび鯛ごはんの素』を開発したが、外注委託に頼っていることから、さらなる商品の高付加価値化を模索中で、内製によるレトルト化を視野に入れた加工品事業の確立を目指し本事業に取り組む。

〈鯛の切り身〉



〈鯛フレーク〉



取り組みの目標

養殖事業における利益率の低さ改善のため高付加価値の商品を開発する。

同社は東紀州の紀北町にあり、レトルト加工に必要な装置を常備している委託会社は鳥羽市にあるため、第1加工後の商品の輸送期間を含んだ委託加工にかかる日数は5日間に及ぶことから、内製化により製造の効率化とコスト削減をはかる。

雇用率（女性の雇用）の低さは、紀北町も例外ではなく、女性が子育てを終えた後、再就職を希望しても求人も少なく業種も限られている、この状況の改善をはかる。

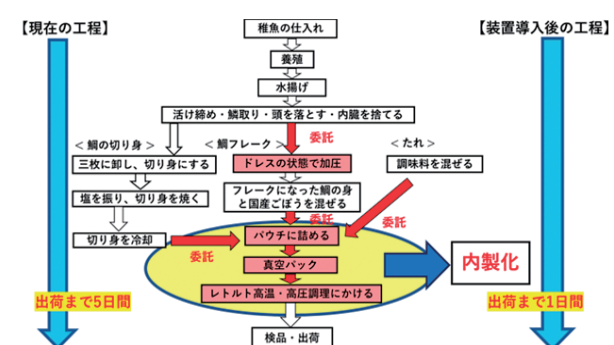
取り組みの内容

課題を解決する為、かねてより収益確保の一環として試作とテストマーケティングを重ね、開発に取り組んできた『紀州みやび鯛ごはんの素』の内製化と販売事業を本格化することにより、第1次産業を主体とした事業形態からの転換を図る。

B to Cビジネスへの足掛かりとして、平成27年より試作を重ねてきた『骨まで入った紀州みやび鯛ごはんの素』は、全国魚市場＆魚河岸まつり（東京日比谷公園特設会場）に出展し、試食を通じたりサーチ結果を基に消費者に受け入れられる手ごたえがあった。

外注委託している工程を内製化することで、鯛の水揚げから検品後の商品出荷を自社で行うことができ、3つの課題である、①加工・販売による安定した利益率確保、②商品出荷日数の短縮及びコストダウン、③持続的な雇用・賃金の上昇の解決に繋げる。

〈加工の原料と工程〉



〈導入する機械設備〉

- 塩を振り、切り身を焼く工程：スチームコンベクションオープン(手作業で少量ずつの生産→タイマー式の自動運転で量産化に最適)
- 切身を冷ます工程：ブラストチラー&フリーザー(焼き上がりから冷却までの時間が短縮できる)
真空パック工程：真空包装機(内製化による輸送時間と作業時間の短縮)

株式会社丸寿海産

代表取締役 山下 二也

所在地：三重県北牟婁郡紀北町東長島2295-2

連絡先：TEL 0597-47-3630 FAX 0597-47-5116

E-mail：maruhisa.co@zb.ztv.ne.jp

URL：https://www.maruhisa.jp

企業情報

従業員数：50名

資本金：3,800万円

業種：飲食料品卸売業

特色：三重県を拠点に近畿、名古屋、関東方面に活魚卸及び養殖事業、冷蔵倉庫業を行う。

- レトルト高温・高圧調理にかける工程：小型高温高圧調理機、専用プリンター(内製化による輸送時間と作業時間の短縮)

取り組みの成果

設備導入、試作品製作の結果、その指標は以下の通り達成することができた。

項目	設備導入前	設備導入後
製作日数	レトルト加工に必要な装置を常備している委託会社は鳥羽市にあるため第1加工後の商品の輸送期間を含んだ委託加工にかかる日数は5日間	完全内製化に伴いほぼ同量の分量を1日で製作可能になった
生産量	工程内に委託部分があり、商品の輸送等の関係から生産量に制限がある。	自社内ですべての工程に対応可能になり生産量は50%以上の増産になった。
製造コスト	委託費が発生しており約52.6円	委託費が不要になり、約20%の削減になる。

設備導入前は、現在導入設備によって行っている全ての工程を外部委託に頼っていたため、委託業者の他業務が重なると数日かかっており、委託業者も3社と異なっていたので委託作業日+輸送日で2日以上、全ての工程を終えるために最短で5日間を要していた。

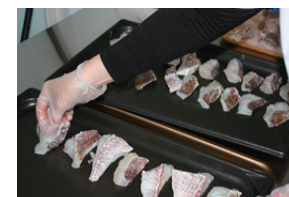
設備導入後は、自社工場での一貫生産が可能になり商品が出るまでの作業時間を1日に短縮することが可能になった。1日に製造出来る鯛の切り身と鯛フレーク、秘伝のつゆの各数量は最大で88袋と限られているが、内製化前と比較すると毎日の製造が可能になるため、1か月(20日間稼働)での検証の結果から2種類合わせて最大3,520袋の生産が見込める。

【テスト運転・試作品製作の状況】

〈テスト運転の実施〉



〈試作品制作〉



〈試作品制作〉



〈試作品〉



開発製品・技術等のアピール

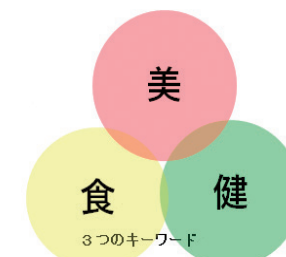
本商品は、女性目線で女性中心に開発過程から『美(美容)』『食(うま味)』『健(健康)』という3つのキーワードを基本コンセプトに据え、ブランド化を目指した戦略商品である。

〈商品コンセプト〉

紀州みやび鯛



ポイントはアミノ酸



今後の展望

商品の量産決定後は、国際情勢の変化を注視しつつグローバル化への対応を目指し、東南アジア諸国への進出、国内では一人世帯者市場への展開を図り、地域の雇用、消費者の健康に貢献するための活動を進めていく。

本商品は女性目線で女性が開発したことも注目され、高島屋など大手百貨店からも高評価を得ており、贈答用としての期待も大きい。