

北海道室蘭市・農業 室蘭うずら園の場合

# 「もう後がない」経営状況で新事業投資 品質と地元産の原材料でプリン市場に新風

北海道物産展は百貨店の人気催事メニューだ。今秋、都内で開催された北海道物産展のチラシには、ある新製品が目玉商品の一つとして印刷されていた。

それは、室蘭うずら園（北海道室蘭市）が6月に開発したばかりの「うずらのプリン」だった。2層に分かれたプリン層とカラメルソースの計3層を成すうずら卵で作ったプリンは、後味がやさしくさわやかな味わいだ。濃厚なプリン

ンや甘いものが苦手な人でもサッと食べることができる。早速、バイヤーの目にとまり、人気に火がついた。

しかし、つい数カ月前まで室蘭うずら園は経営難に苦しみ、新商品開発に踏み込むべきかどうか悩んでいたのだった。

## 餌の高騰、そしてアジア諸国との競争

室蘭うずら園は、ある夫婦が経営していたうずら飼育場がその始まりだ。病原菌のない安全なうずらを育てていたが、その分、経営は楽ではなかった。料理にすぐ使える食材として作ったうずら

**会社概要**

**株式会社室蘭うずら園**

北海道室蘭市石川町 282-5  
 設立：1961年  
 従業員数：10名  
 事業内容：うずらの飼育、卵、加工食品の販売  
 URL：http://www.uzura.co.jp/



大ヒットの「うずらのプリン」さわやかな後味が特徴。

室蘭うずら園は、ある夫婦が経営していたうずら飼育場がその始まりだ。病原菌のない安全なうずらを育てていたが、その分、経営は楽ではなかった。料理にすぐ使える食材として作ったうずら



代表取締役社長 三浦忠雄氏

らの水煮は、道外どころか中国などの価格競争に陥っていた。2008年、経営権を譲り受けた三浦忠雄社長（当時は専務。2010年9月より社長）は、地域の農業協同組合連合会で卵関連のビジネスを行っていた経験を活かし、経営の建て直しを図った。「ところが餌が高騰して前年の1.7倍になったのです。今でもあまり下がらず畜産経営は非常に

## 新しい商品を自ら売っていく

そこで三浦社長は、新商品の開発・販売に力を注いだ。「うずらの卵と水煮は流れにまかせ、味付けうずらと燻製の販売に注力」し、デパートや空港などでの試食販売に精を出した。飼育法の改良で卵の美味しさも増し、試食した人の多くが購入する人気商品になった。テレビで取り上げられた効果もあり取引が増えていった。そしてもう一つの新商品が冒頭



のうずらのプリンである。

こちらは北海道経済産業局の「中小企業地域資源活用促進事業」を活用し、専門家の協力を得ながら進めたものだ。プリンなら規格外の卵も有効利用できる。

しかし、2010年2月に当事業に採択された時点でも、当時の社長は事業に反対だったという。新事業には1000万円の投資が必要になる。借金がさらに増えるうえ成功する確率は低いからだ。「でも、ここでストップすると

関係者に迷惑をかける。それに借りたお金は市場環境が悪かろうが返すしかない。会社を畳むことも頭に入れて取りかかりました」三浦社長は決意した。プリンを

作る技術は持っていなかったが、専門家や同業者から学び、プリン作りをスタート。原材料は最高のものを選び、牛乳は近隣の酪農家に依頼。「室蘭のプリン」であることを前面に押し出した。

「ここで売れなければ終わるのですから、原価の限界を原料にかきました。すべて本物を作りたいという一心からです」三浦社長は力を込めてこう語る。後がない状況で、力を注ぐべきは品質だったのだ。

レシピアが完成したのは6月。プリンの評判は次々と伝わり、短期間で物産展を賑わすほどになった。注文が増え現在は日に1000個を製造している。「蟻地獄に入った

## 支援事業も活用してホームページを開設

http://www.uzura.co.jp/

ホームページでは、室蘭うずら園の紹介に加え、商品ごとのくわしい解説を行っている。

かと思つた時期もありましたが、なんとか生き残れるめどがたつてきました」と笑顔で語る。

## ホームページの開発は支援制度も上手に利用

うずらのプリンの開発と並行して、ホームページの開設にも取り組んだ。ITへの強い意識があつ

たわけではなかったものの、室蘭商工会議所からの勧めもあり、「北海道地域イノベーションパートナーシップ」のマッチング事業に参加。ITコーディネータによる経営分析の後、Webを制作するITベンダー選びを行った。マッチングの場では、13社から提案を受け、札幌のアートシステムに決定。室蘭うずら園の考え方や商品へのこだわりを記載したホームページが開設できた。

ホームページからの問い合わせは徐々に増加しており店頭やテレビを見た顧客が情報を得る入口となっている。商品の開発、販売の広がり、マスコミによる報道、ホームページ。いろいろなもの連携し、相乗効果を出し始めている。

「今、不況だといわれますが、元気のいい人とはかり会っているので不況を感じません。まだまだ経営は大変ですけどね」三浦社長はそう言って自らも「元氣」を発していた。次は「うずらの卵かけご飯セット」を考案中とのこと。本物の食材が食卓に届くのが待ち遠しい。

## 支援制度紹介

### ●中小企業地域資源活用促進法（北海道経済産業局）

地域の特産品、伝統工芸など日本の各地域にある地域経済活性化の起爆剤となる可能性を秘めた資源を活かし新しい事業をおこす活動を支援。本法に基づいた「地域産業資源活用事業計画」を認定し、試作品開発や販路開拓の取り組みに対して補助金や低利子融資などによる支援を行う。

### ●北海道地域イノベーションパートナーシップ

道内中小企業のIT活用による地域産業の競争力強化を目指す事業。ユーザー企業向けには、IT経営への気づきからコンサルティング、ITベンダーとのマッチングまでをサポート。「ビジネスマッチング」では、ユーザー企業がプレゼンを行いITベンダーがそれに沿った提案を行う。これら一連の流れを事務局がバックアップし、専門家としてITコーディネータが支援する仕組みとなっている。