



信金中央金庫  
SHINKIN CENTRAL BANK

地域・中小企業研究所

ニュース&トピックス No.2020-72  
(2021. 1. 19)

〒103-0028 東京都中央区八重洲1-3-7 TEL. 03-5202-7671 FAX. 03-3278-7048  
URL <https://www.scbri.jp> e-mail : s1000790@FaceToFace.ne.jp

## コロナに負けない中小企業（2）

### － 飲食店が長崎の伝統柑橘<sup>かんきつ</sup>「ゆうこう」のポン酢・ドレッシングを商品化 －

井上 有弘

#### ポイント

- 当社は、長崎市内に7店舗、市民だけでなく観光客にも人気の居酒屋を運営する企業である。20年4月に緊急事態宣言が発令されると、各店舗の売上は、従来の2割程度にまで落ち込んだ。
- 売上低迷のなか従業員の提案を受け、長崎の伝統的な柑橘類である「ゆうこう」を使ったポン酢やドレッシングを商品化するため、製造を委託できる食品メーカーを探していた。
- その頃、たちばな信用金庫等が開設した地域密着型ものづくりマッチングサイト「コラボン」がスタート、地元の老舗醤油メーカーに製造を委託し、21年春頃には店頭に並ぶ予定である。

#### 1. 海の幸が美味しい長崎市内の居酒屋

当社は、1988年に創業、長崎市内に7店舗の居酒屋を展開する飲食店運営企業である(図表1)。地元長崎の海の幸を使ったメニューをリーズナブルな価格で提供し、長崎市民だけでなく観光客にも人気の居酒屋である。

コロナ禍の前は、海外からの大型クルーズ船が長崎港に定期的に入港するなど、インバウンド需要もあり長崎市内は賑わいをみせていた。ところが20年4月に緊急事態宣言が発令されると、各店舗の売上は、従来の2割程度にまで落ち込んだ。このため、雇用調整助成金を活用するなどして、約1か月間、全7店舗を一時休業として資金流出を防いだ。その後は、ランチ営業やテイクアウトを始めたほか、クラウドファンディングでプレミアム付食事券を販売するなど売上確保にも努めた。10月以降は全店舗が営業再開しているものの、新型コロナウイルス感染の「第3波」、GoToトラベルの全国一斉停止(12月28日～2月7日)の影響もあり、売上が再び低迷している状況にある(図表2)。

#### 2. 従業員の提案をきっかけに商品化

コロナ禍で藤井社長が痛感したのは、「いらっしゃいませ」とお客様を招き入れる「待ちの商売」だけでなく、家庭に商品を届ける「攻めの商売」も必要だということであった。

また、コロナ禍で県外との物流網が一時混乱したこともあり、地元長崎の食材の良さに改めて注目するようにもなっていた。

(図表1) 当社の概要

|           |   |
|-----------|---|
| 企業名       | 有限会社 亜紗 (1988年創業)   |
| 所在地       | 長崎県長崎市  |
| 代表者       | 藤井 智明   |
| 事業内容      | 旬の海鮮など地元長崎の食材をメインに提供する飲食店・居酒屋を展開  |
| 従業員数      | 約100名<br>(コロナ禍の影響がない2019年8月期末)  |
| 売上高       | 約7億円(同上)  |
| ホームページURL | <a href="https://www.nagasaki-asa.com/">https://www.nagasaki-asa.com/</a> |
| 取引信用金庫    | たちばな信用金庫 長崎中央支店   |

(備考) 信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(図表2) 感染防止対策を徹底して営業再開した店舗内と地元魚介を使った料理



(備考) いずれも、たちばな信用金庫 業務部 鳥嶋課長撮影

売上低迷のなか、従業員の一人が「ちょっといいですか」と藤井社長に声を掛けてきた。売上確保のために、長崎の伝統的な柑橘類である「ゆうこう」を使ったポン酢やドレッシングを商品化して販売してみたらどうかという提案であった(図表3)。この提案を聞いた社長の頭のなかには他にも、五島列島にある日本最西端のワイナリーの白ワイン、五島特産の椿油、五島灘の塩など、ポン酢やドレッシングに使える地元長崎の食材が次々と思いついた。

藤井社長は、再開した居酒屋の店舗で、ポン酢やドレッシングを提供しながら、レシピの改善を進めた。また、インターネットなどで探した東京や大阪の食品メーカーに製造を委託できないか検討を始めていた。

### 3. 「コラボン」で醤油メーカーに製造委託

その頃、たちばな信用金庫(本店：長崎県諫早市)と地元のデザイン会社が開設した地域密着型ものづくりマッチングサイト「COLLA-BORN(コラボン)」が10月8日にスタートし、案件募集を始めていた(図表4)。コラボンとは、「連携・コラボレーション」して、新たな価値を「生み出す・ポーン」という意味であり、県内の「作りたい」事業者と「作れる」事業者の縁を結び、商品化をサポートすることを目指している。

製造委託先を探していた藤井社長は、コラボンを知ると、求めていたマッチング機能を地元の信用金庫が提供していることを心強く思い、早速、長崎中央支店の担当者に連絡をとった。

ここからは、商品化に向けた話が順調に進み、製造パートナーとして登録していた地元の老舗醤油メーカーに製造委託することとなった。同社は東京の百貨店に納品するなど、県外への販路拡大も期待できる企業である。また、商品パッケージもコラボンの縁で地元デザイン会社に支援してもらい、21年春頃には商品化第1号となる「ゆうこうドレッシング」が店頭に並ぶ予定である。

### 4. 長崎の食材を全国へ

同社がコロナ禍においても、新たな事業転換を図れた要因として、次の点が考えられる。

1点目は、全店舗の一時休業やクラウドファンディングの活用など、コロナ禍での資金確保に迅速に対応した藤井社長の決断力である。

2点目は、経営環境が激変するなかでも従業員が自ら提案できる職場風土、コロナ禍で改め

(図表3) 伝統柑橘「ゆうこう」と当社店舗「多ら福亜紗」の外観



(備考) 長崎市HPより、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成  
店舗外観は、たちばな信用金庫 業務部 鳥嶋課長撮影

(図表4) 「コラボン」でのマッチングの概要



(備考) 「COLLA-BORN」HPより、信金中央金庫 地域・中小企業研究所作成

(図表5) 打合中の藤井社長(右)と長崎中央支店の藤田支店長代理(左)



(備考) たちばな信用金庫 業務部 鳥嶋課長撮影

て注目していた地元食材の価値を商品化につなげられた企業としての実行力である。

3点目として、コラボンを窓口とし、商品化に向けて迅速かつ丁寧な支援を行った、たちばな信用金庫によるサポート態勢があるだろう。

藤井社長は、早くも次の一手として、長崎県が水揚量日本一の養殖フグに「ゆうこう」を食べさせる「ゆうこうフグ」、諫早のブランド豚「諫美豚(かんびとん)」を使った肉みそなどを企画中であり、長崎の食材を全国へ広げる構想を熱く語ってくれた(図表5)。

※こんな時だからこそ全国に伝えたい! 「コロナに負けない中小企業」の情報をぜひ当研究所までお寄せください。当シリーズへ掲載をお願いする場合があります。

本レポートは、情報提供のみを目的とした上記時点における当研究所の意見です。施策実施等に関する最終決定は、ご自身の判断でなさるようお願いいたします。また、当研究所が信頼できると考える情報源から得た各種データ等に基づいて、この資料は作成されておりますが、その情報の正確性および完全性について当研究所が保証するものではありません。