

株式会社 クリマ

認定テーマ名：群馬の豚肉を用いた“氷室氷温熟成豚肉” およびその製品の開発とブランド化

1. 認定事業の現況

認定取得後からの取り組みは大きく分けて2つあり、①精肉の開発・販売、②加工品の開発・販売に取り組んできた。

精肉の開発・販売に関しては、認定直後から積極的に熟成豚肉の旨味成分を向上させる開発に取り組み、現在では30日熟成の商品化に成功した。開発した精肉は、「氷室豚」として新たな販路開拓に取り組み、東京の大手百貨店、大阪や名古屋の大手百貨店に納入できるようになった。そして、認定取得直後から行っている大手百貨店での試食販売は現在も毎月継続しており、お客様の声を大切に、を念頭に商品改良や新商品開発に反映させている。また、高級鉄板焼きレストラン等、付加価値の高い商材を扱う飲食店への納入も増えてきている。

並行して、加工品の開発にも取り組み、2014年冬からは大手百貨店のクリスマス企画として、氷室豚の果実煮の販売を開始した。その後もお中元やお歳暮企画に採用されるよう、企画・販売の工夫を重ねながら事業に取り組んでいる。

百貨店での試食販売



果実煮パッケージ



果実煮



コンフィパッケージ



コンフィ



2. 今後の展望（見通し）

現在販売中の大手百貨店や飲食店では、地道なプロモーション活動により氷室豚のリピーターが増えてきており、順調に販路を拡大している。最近では、全国放送のTV番組で幾度も取り上げられ、そうした世の中の嗜好も追い風になっている。

今後は、引き続き大手百貨店でのお客様の声に沿った商品を販売していくとともに、地方のお客様にも食べていただけるよう地域に沿った商品開発と販路開拓に取り組んでいく。さらには、海外のお客様にも食べていただけるよう、海外からの観光客だけでなく、海外進出も視野に入れた取り組みを検討していく。

3. 認定を目指した経緯

栗原守代表取締役社長は、お客様に豚肉を一番美味しい状態で召し上がっていただきたい、との一心で25年以上の歳月をかけ、豚肉の熟成に取り組んできた。腐敗と隣り合わせで非常に難しいといわれている豚肉の熟成に成功したものの、既存商品とは異なる売り方や販路開拓に課題を持っていた。さらには、一般の豚肉とは異なる付加価値の高い、美味しい豚肉としてのブランディングを悲願としていた。

こうした中、全国放送のテレビ番組で自社の熟成豚肉を特集される等、周囲から大きな反響があり、商品化の可能性を感じていた。そこで、新たな商品開発・販路開拓とブランディングを軸に地域産業資源活用の支援を活用し、本事業に取り組むこととなった。

4. 利用した中小機構の支援策

認定当初からブランド化を目指し、大手百貨店に採用してもらうこと、高級レストランで採用してもらうことを念頭に販路開拓を進めていた。そんな折、地域活性化パートナー企業である食の専門雑誌「料理王国」と中小機構の共同企画が持ち上がり、応募多数の中厳正なる審査を通過し、参加できることとなった。当日は、100名を超える和洋中の有名シェフとの商談会を行い、そこでの商談が新たな取引にもつながった。

料理王国×中小機構 共同企画



5. 企業概要

事業者名	株式会社クリマ		
本社所在地	群馬県伊勢崎市八斗島町 1611-4		
ホームページアドレス	http://www.office-web.jp/kurima/pc		
設立年月	1985年6月1日		
資本金	10,000千円	従業員数	18名
売上高	全体 — 千円、認定事業の売上高 — 千円		

※平成28年2月1日現在

6. 認定事業の概要

テーマ名	群馬の豚肉を用いた“氷室氷温熟成豚肉” およびその製品の開発とブランド化
テーマの概要	25年以上の歳月をかけ、豚肉の旨味成分を向上させる熟成技術を構築してきた。本事業では、その技術を活用し、人にとって一番美味しいといわれる旨味はどのような環境でどれくらい熟成するのが良いか研究開発を進め、また、その加工品の開発を行う。熟成された精肉とその加工品の販売を行い、ブランド化につなげるとともに、群馬の豚肉としての知名度向上に貢献する。
認定期間	平成24年2月3日～平成28年3月31日