

2018年いばらき中小企業経営フォーラム

基調講演 「今あることに一手間加え、それを誇り楽しみ、人生を豊かにする」

講師：下園 正博さん (株)下園薩男商店 常務取締役

日時：2018年10月25日(木)

会場：ホテルグランド東雲



これぞ不易流行！

苦境に立たされた干物業界の若き三代目が挑む新たな挑戦

1.(株)下園薩男商店の紹介と阿久根市

私は下園薩男商店の3代目になります。1980年生まれ38歳です。私は長男で、妹弟は全く違う仕事をしています。鹿児島県の阿久根市は、熊本よりの北薩地方で、東シナ海に面しています。本業はうるめイワシの丸干しを、日本全国の量販店に卸しています。日本一の規模のうるめイワシの丸干しの会社ですが、丸干し業界は非常に狭い分野で隙間産業のようなものです。

鹿児島というと焼酎を作っているところが非常に多いのが特徴です。113蔵ありまして、日本一の蔵元数です。私はその焼酎の蔵元の方と、うるめイワシを食べながら焼酎を飲むというイベントを開いたりもしています。鹿児島の食文化ですが、焼酎が芋くさい為、甘い食事が多く、醤油もとても甘いです。それは焼酎のにおいを打ち消すために甘い食文化が広まったのだと私は思っています。

鹿児島は製造業の出荷額における食料品産業の割合が50%を超えていて、日本一です。食品に関わる会社が非常に多い県と言えます。そんな中この阿久根市という人口2万人の小さな町ですが、鹿児島の中でも食の豊かな街です。海だけでなく山も豊かな街です。ボンタン漬けやジビエも盛んです。フランスのミシェランで星をとった日本人は20人くらいいますが、そのうちの2人がこの阿久根市出身のシェフになります。小さいころから美味しいものを食べているからではないかと思えます。

この食の豊かな阿久根市で、私たちはうるめイワシの丸干しを本業としています。魚は漁師の方たちが獲ってきます。お腹に何も入っていない状態の朝4時から6時頃の朝獲れが一番いいといわれています。丸干しになった時に苦みが少なくおいしい丸干しになるため、一番高く売れます。工場に持ってきてからはすべて手作業です。作業時間が人によって3倍ほど違ってきますが、作業工程を標準化してスピードアップを図っています。うちが一番得意としているのが、小さい魚の目ぬぎです。

創業者の祖父は、まさに商売人というような人で、小学校卒業と同時に、母親とリアカーを引いて魚を売り歩いたと聞いています。鹿児島だけではなく、福岡、大阪、築地にも販路を広げ、今でもその当時の取引先が多くを占めています。とにかく量を売るというのが商業者の祖父のスタイルでした。

2代目の私の父は、商売人というよりは政治家のような人だと私は思っています。営業をどんどんしていくというよりは、品質管理や衛生管理に気を付けて、ちゃんとしたものをちゃんと届けるというように変えていきました。私はこういう違うタイプの二人を見て育ちました。祖父と父は仲が悪く、いつもけんかしていました。祖父が亡くなり、父はとても後悔しているようでした。なので父は私にはあまり何も言いません。

2.家業を継ぐまで

私は小さいころから、干物屋を継ぐと言われて育ってきました。干物は歴史が深いです。昔は魚を食べたくてもすぐ腐ってしまうので、なかなか食べられませんでした。それを塩漬けにして、運ぶために乾燥させて作ったのが干物の最初だったのではないかと考えています。昔は魚を食べるには干物しかありませんでしたが、今では冷凍技術も発達して、どんな山奥でも魚を刺身の状態で食べる事が出来ます。なので、魚を食べたい人の需要ではなく、干物を食べたいという人の需要に変わってきています。そうすると必然的に干物を食べる人が少なくなってくるというのが現状です。

私は継ぐと言われて育ったので、高校時に何になるのかと考えました。PCに非常に興味があったので、IT関係で起業して成功して、30歳では遊んで暮らそうと思っていました。大学も情報系の大学に入り、一生懸命PCの勉強をしました。大学2年の時分と思ったのが、時間とお金もあっても、やりたいことが無かったらつまらないんじゃないかと。億万長者になるのを自分の夢にしていたら、自分の人生がつまらなくなる。じゃあどうしたら自分の人生が楽しくなるのかと考えた時、自分にしか出来ない事をやるのが一番いいと思いました。自分にしか出来ない事は何かを考えると、実家を継ぐことなのでは思いました。それが自分がこの家に長男として生まれてきた意味なのだと思います、ゆくゆくは継ごうと決めました。ただIT関係も好きだったので、2年間と決めて東京でウェブディレクターの仕事をしました。2年できっちりやめて、築地の近くの水産商社に勤めました。毎朝築地に通ってバイヤーと話をし、私は今後20年30年後に丸干しはなくなっていくと危機感にかられました。これから丸干しをどうゆう風にしていけばいいのかと考えながら仕事をしていくようになりました。



自分が社の売上高と経常利益の推移ですが、2007年に中国からの輸入餃子に薬物混入という餃子事件が起きました。私の勤めていた水産商社の売り上げの半分が中国の業者に加工を頼んでいたものだったので、売れなくなりました。そこで、「私の実家は丸干しの会社です」という事で、中国で加工していたものを下園薩男商店で作ることになりました。他にすぐに対応できる会社がなかったため、売り上げが非常に伸びました。しかし1,2年で他のライバル企業も対応してきますので、利益がほとんど取れなくなってきました。すると会社内でも、また中国やタイでの加工に戻そうかという話も出てきてしまいました。

わが社の売上高と経常利益の推移ですが、2007年に中国からの輸入餃子に薬物混入という餃子事件が起きました。私の勤めていた水産商社の売り上げの半分が中国の業者に加工を頼んでいたものだったので、売れなくなりました。そこで、「私の実家は丸干しの会社です」という事で、中国で加工していたものを下園薩男商店で作ることになりました。他にすぐに対応できる会社がなかったため、売り上げが非常に伸びました。しかし1,2年で他のライバル企業も対応してきますので、利益がほとんど取れなくなってきました。すると会社内でも、また中国やタイでの加工に戻そうかという話も出てきてしまいました。

下園薩男商店は、2007年従業員40名程だったのですが、2009年までの間に100名以上増やしました。しかし、加工を他に移すという話も出てきたし赤字も増えてきました。下園薩男商店の売り上げの3~4割がこの修行先の会社だったのですが、私は2010年に修行先であった水産の会社を喧嘩して辞めてしまいました。2011年に売り上げがあがったのは、新商品が量販店で売れたからです。しかし2012年にこの水産商社が倒産してしまいました。売り上げの3~4割のところがいきなり倒産してしまったのでどうしようかと思いました。ただ修行先だった会社の先輩たちが、お客様をつなげてくれたおかげで売り上げは維持できました。でも利益が全然でないのその原因を調べたら、たくさんのお客さんには定価150円の商品を120円で売っていました。しかし原価を調べると130円くらいなので、120円で売っても赤字になるわけです。それを全部平均的に直して、売り上げは少し下がりました。

たが、利益は上がりました。こういったことを帰ってから行いました。その他にも、帰ってからすぐ商品開発を行い、2012年に初めて作ったのが「薩摩のサバ味噌」という商品です。丸干し屋でしたが、私が戻ってからサバの商品も作るようになりました。特産品コンクールに自信满满で出品しましたが、全く何の賞もいただけませんでした。その時優勝したのが、私の同級生の水産会社でとても悔しかったです。その他にも、イワシの丸干しを若い人に食べてもらうにはどうしたらいいだろうという事で、丸干しのパッケージにイラストを入れたり、電子レンジでチンするだけで食べられるサバの骨取り商品なども作りました。水産のバイヤーは「これだったら若い人も買うかもしれない」と、発注してくれましたが、一向にお替り注文が来ませんでした。どうしてだろうと売り場を見に行くと、まず売り場に若い人がいません。買いに来るのは60、70歳の人たちで、いつも買っている干物じゃなくてこの新商品が置いてあるが、何かわからず買わないわけです。これは逆効果だと思い、量販店で新商品を売りイワシの丸干しの売り上げを伸ばすのは無理だと思いました。その時に自分たちのブランド力を上げるにはどうしたらいいのかを色々調べました。

鹿児島は昔から素材豊なんです。素材をどんどんですが、ブランド力を上げる努力はしてきていません。先々月に神戸のクリエイティブセンターで、全国から集められた生糸のデザインのパッケージが並んでいました。鹿児島のパッケージは噴火した灰が映っている桜島でした。これを生糸のパッケージにしていたら、灰が入っていると思われて逆効果なんじゃないかと思いました。他の県は色鮮やかでデザインもしっかりしていてブランド力にきちんと気を付けていました。昔から「つべこべ言うな」という薩摩の気性があり、それだと今の時代は難しいなと感じています。

3. 「旅する丸干し」の誕生

では、丸干し自体をこれから先どうしたらいいのだろう、魚自体がもうだめなのかと考えていましたが、都会では「ひもの屋」や百貨店の地下の魚専門の総菜屋さんがすごい人気だとニュースで聞き、表現の仕方を変えれば魚でも十分やっていけるのではと考えました。こういったのを色々見ているうちに「魚って和風なのばかりだな」と思い、洋風にしてみたらどうだろうと感じました。そこで作ったのが丸干しを使ったオイル漬け「旅する丸干し」丸干しのオイルサーディンです。私はヨーロッパのサッカーや食文化が好きで、丸干しを洋風→オイルサーディンというのがすぐに思い浮かびました。これを商品化したらどうだろうと、一人で料理を作って試作していました。よく「反対されなかったんですか？」と聞かれるんですが、許可なく始めているので反対も何もありませんでした。これを作っているときに鹿児島県庁の方に「若手経営者セミナー」というのに誘っていただきました。受講してまず初めにやったことが、自分のやりたいことを一つのポスターにまとめるというポスタープレゼンでした。情報を整理整頓する作業です。作ったのは「ピアッジオ」という商品名でした。これはイタリア語で旅行という意味です。この商品を手にしたときに、日本のモノだけどイタリアにいるような感覚になってもらいたいというイメージで作りました。別会社を立ち上げて新商品を作っていこうと思ったので、会社名も屋号からとって株式会社 marusatsu としました。下園薩男商店は量販店で低価格位の商品を作っている会社なので、そこはブランドイメージを変える為に別会社にしようと思いました。新



しい会社がつくった新しい商品として販売していこうと考えていました。これをプレゼンして評価していただくんですが、一番評価が高かったのが「日本の丸干しがオイルサーディンになった」とか「創業が昭和 14 年から続く会社を作っている」というところでした。

私は今のままじゃだめだから新しいもの、とばかり考えていましたが、評価されたポイントが今までの会社の歴史や文化というところでした。会社の歴史というのは、ほかの会社にまねできない独自性だと思っています。それ以来伝統や文化が大切だと感じるようになりました。自分たちの行いも、今後の歴史や伝統になっていくと認識しながら取り組んでいます。



商品はだいたい出来上がりデザインを検討しているときに、県庁にお願いして、デザイナーを紹介してもらい出会ったのが富永功太郎さんです。富永さんはポスターのデザイン等のお仕事をしていて、商品のデザインはあまりやっていませんでしたが、息があったのでお願いすることにしました。伝えたのは売り場とお客様のイメージです。お客様は 30 歳の女性・海外旅行好き・輸入雑貨や輸入食品が好き・おいしいものを食べたらすぐ誰かにつたえたくなる、そういうイメージの女性をお伝えしました。売り場は量販店やスーパーではなく、雑貨屋やおし

ゃれなところ、若い人たちでも食品が置いてあったらすぐ手に取って見てもらえるような場所で売りたいと伝えました。私がイメージしていたのはある程度高級品のイメージだったので、出来上がってきたパッケージを見て、私のイメージとは全く違いました。私が最初に見たときに「これって食品の色味？美味しくなさそうに見えないかな」と思いましたが、これを従業員に見せたら、「わぁすごいかわいい」と言ったんです。その時気づいたのが、自分の思い入れが強いので自分の好きなデザインをイメージしてしまいましたが、富永さんはちゃんと私が伝えたお客様の好きそうな、売り場にあっているのをデザインしてくれたんだなと思いました。それでこのデザインを採用することにしました。「旅する丸干し」という商品名ですが、このネーミングもプランナーさんとフードコーディネーターさんと私の 3 人で話しているときに出てきた名前です。まだ試作品の状態で、初めて展示会にも出品し、今まで取引のない百貨店や高級スーパー 12 社と個別商談を行いました。するとサイズを小さくして、つまり感が欲しいとの要望がありました。そうすることで高級感も出て、それを商品化することになりました。昔からある丸干しが、海外を渡りあるきながら味が変わっていくという事で「旅する丸干し」という商品が生まれました。この商品は私の持てる力 120%出し切って作った商品です。これで売れなかったら絶対無理だというくらい気合いを入れて作りました。すべて出し切ったので、これ以上のモノを作るのは今の段階では私には無理だと思っています。この商品を作って様々な賞をいただきました。最初駄目だった特産品コンクールで見事 2 年後には優勝し、農林大臣水産賞も 2 ついただき、さらに天皇杯までもいただき皇居にも招待していただきました。販売先については今までの量販店ではなくて、すべて新規開拓していますが、雑貨屋やおしゃれなお店など、自分の好きなお店に置いてもらっています。私自身がそういったお店が好きなので、知っているからこそ「あそこにおきたい」と思い商談にも力が入ります。好きだからこそできる事です。量販店からもお話は来ますが、全てお断りしています。ピンセットで手作業でつめて作る 1 個 800 円するものが量販店で売れるかといったら、なかなか難しいです。毎日買ではなく、ご褒美買いするものなので、量販店においても売れ残ってしまいます。残って雑に置かれてい

たりするとブランドイメージも下がってしまいます。まずはブランドイメージを上げるために、売れるところで、そこに置いてあるからこそ価値のあがるという場所に置いておこうと決めています。ブランド力があがれば量販店でも売れるものをつくっていき考えています。

私は一人でこの「旅する丸干し」をやっていましたが、販売3カ月前くらいに入ってきてくれたのが、大園という社員です。彼はもともとイタリアンのシェフも経験していて、ハローワークから面接を受けに来ました。私が面接して「旅する丸干し」のコンセプトを話すととても共感してくれて入社してくれました。こういう風に「旅する丸干し」を作ったことにより新しい人材がふえました。これを企業としてもっとちゃんと出すことによって、もっといろんな人が入ってくれるのではないかと思います。

4 理念経営と同友会

今まで会社には経営理念や企業理念はありませんでした。どうしたらいいんだろうと思っていた時に誘われたのがこの同友会でした。はいりなさいと言ってくれた福留社長が鹿児島同友会の経営指針委員長をされていたので、経営指針セミナーも受講しました。そこで3年前に作った企業理念が「今あるコトに一手間加え、それを誇り楽しみ人生を豊かにする」です。考えてみると祖父も父も今までの事に一手間加えて商売をしていました。祖父は、魚が大量に上がったからそこに一手間加えて丸干しにし、父はそれだけでなく衛生管理をしっかりしなければならないという事で袋詰めにするなどといった一手間を加えてきました。私も今まであった丸干しに一手間加えて「旅する丸干し」を作りました。この企業理念を掲げて、新卒社員をここ3年採用しています。自分たちもこの企業理念を掲げて採用活動をして、それに共鳴を受けた社員たちがいます。そうするとそれを裏切れません。その為にも企業理念というのはいいなと感じています。



去年、イワシビルという直売所をオープンしました。なぜやることになったかということ、父が勝手に買ってしまったからです。使われなくなったビルをリノベーションしまして、これも今あることに一手間加えて作っています。1Fがショップカフェ、2Fが製造工場、これはすぐ決まりましたが、3Fがなかなか決まりませんでした。そんなとき大きなホテルが倒産して、阿久根にビジネスホテルしかなくなってしまいました。その時地域おこし協力隊という制度を使って、京都から阿久根市に来られた方がいました。この二人は京都でも町おこし等で有名な方たちで、その方たちがちょうど私がビルをリノベーションしようとしているときに阿久根に来られ、ホステルやゲストハウスを進められました。私はそういうところに泊まったことも無かったのでどうしたらいいのかわかりませんでした。が、「旅する丸干し」と、ゲストハウスやホステルのように人が旅して集まるというのはすごくリンクするなと思いました。それでホステルをやろうと思いました。今までは泊まったことも無かったので、それ以来泊まるのはホステルやゲストハウスです。

イワシビルを作る時にも、おしゃれな空間を作るというのではなくて、今あるコトに一手間加えるという企業理念を元にお店も作っています。阿久根の人たちが集まるようにとの願いを込めて、玄関には漁師の方たちがつかう集魚灯を使い、ラウンジに置いてあるソファは阿久根の方に色を染めてもらいました。机といすも、廃校になった学校からもらったものをリメイクし、時計もロシアの文字盤に日本製

の針、モーター部分だけ最新のものを使い、というように今まであったものに一手間加えてビル全体も作っています。

今、イワシビルのスタッフは全部で8名です。うち5名はここ3年間の新卒採用者です。商品企画、商品製造、マーケティング、原価計算、全て自分たちでやっています。このビルの全員が商品開発を担当しています。商品開発は自分の好きなものを作るだけではありません。その為に全員がローテーションしてショップにも立つし製造もするしホテルの受付もします。毎月商品開発の勉強会を開いています。例えば美味しいと思う基準は人それぞれ違います。それをわかってもらうために利き茶を行いました。やってみると一番高い1万円するボトルのお茶を美味しいという人は誰もいませんでした。おいしさの基準は、そのシチュエーションやストーリー性を聞いてそれが味にも反映すると私は思っています。例えばビールは、最初は苦く感じてみだん飲んでいるうちに自分のおいしさの枠を超えてさらに違うものになっていくのだと思います。焼酎も「飲みやすい」と言われる焼酎は個性がないという事です。毎日飲んでいる人からすると物足りなく感じてしまいます。そうなるとどんどん芋くさくなっていきます。水産加工場というと、普通若い人たちは集まりません。このイワシビルの取り組みは全員で商品開発をしているので、若い方たちの応募が結構あります。これからどんどん人口が減っていく中、会社の仕事内容を変えていかないとはいけません。ここで働きたいと思ってもらえるような業務に変えていきたいと思っています。

現在は水産加工食品だけではなくものも作っています。付加価値を付けた商品とか、イワシビルの取り組みが、会社全体の売り上げの1割を占めています。私たちが商品開発をするときに大切にしていることは、自分たちで現場に取材に行きそれを1枚のレポートにまとめるという事です。雑誌や記事を読むだけだとすぐ消えてしまうことも、実際そこに行って生産者の生の声や想いを聞く事によって、心で覚えます。感動すると思入れも強くなります。ここで開発した商品が売れていけば、地元にある風景が後世にも残っていくのではと思っています。



大事にしているのが、地元の特徴と作り手の想いや特性です。2年前に「Kots」という小魚ピーナツの商品を開発しました。開発担当は某アーティストが大好きで「その某アーティストが自分の子供に食べさせたいと思う物を作って」と依頼すると、目をキラキラさせて取り組んでくれました。デザインパッケージも、自分で某アーティストのCDジャケットの担当会社を調べ連絡し、作ってもらいました。またある社員は入社半年で商品開発をしました。彼女はインテリア科

を出ていたので、取材をしたボンタンの木に注目し、伐採されたその木に一手間加えてカッティングボードを作りました。私たちはこういった地域の商品を使いながら2店舗目を出したいと考えています。阿久根の店舗では阿久根周辺のモノを使い商品開発をし、例えば茨城に店舗をだしたら茨城周辺のモノを使って商品開発をする。効率は悪いかもかもしれませんが、このやり方が面白いと思っています。

今は食品だけではなく、アパレルも手掛けるようになりました。これも偶然ですが、たまたま参加し



た経営セミナーの隣に座った方が東京のアパレル関係の方でした。着るだけで自分たちのプライドがあるような服をつくりたいという私の想いに共感してくださり、オリジナル着を作ってくれました。

イワシビルでは新卒採用を進めています。優秀な子ほど就職活動をしなくなっている傾向にあると思っています。学生が主催の企業と学生を結び付けたいという企画があり、イワシビルは商品開発をマニュアル化しているので、それを学生に伝え、学生が地元に戻りそのマニュアルに沿って商品開発をする。そうすることで地域活性につながり、学生もそこでつながった会社に就職したり独立して起業したりする。今の学生は地域のためという思いが強い人が多いと感じています。

5.偶発的必然性

私が大切にしていることです。偶然に起こっているが、それは必然的に起こっているという考え方です。人との出会いが無かったら起こらなかった事ばかりです。そのためには自分が望んでいないと叶わないと感じています。自分がこれがしたい、こうなりたい、こういう人いかなかなといつも思っていると、それが偶然起こった時につながることができるのだと考えています。



ITに勤めていた時の同僚たちがキャンプに行ったりしていたので、本格的に自分もやろうと思ったら新潟の大きなキャンプ用品の会社とつながる事が出来て、今では阿久根でキャンプイベントを行ったりしています。キャンプと料理は関連性が高いけど、アウトドアのお店に食料品は置いてありません。それならアウトドアで使うための調味料等を開発しようと思い、提案しています。近いうちにお店に並ぶことを期待しています。

また、NYに本店がある食のセレクトショップ、DEAN&DELUCA というみんながあこがれるお店があります。どうしても取引がしたいとずっと昔から思っていました。思っていたら阿久根市とフェアをすることになりました。去年は人口2万人の阿久根市に DEAN&DELUCA のシェフの人たちが来て、カレーフェスに参加してくれました。こういう有名な企業と一緒にやっていると、自分たちのブランド力を確実に上げていける活動に繋がっていきます。逆にイメージが悪くなりそうなところはお断りもしています。

その他の取り組みとしては、2015年に丸干し屋としては珍しい JUSE-HACCP を認証しました。そして輸出関係にも興味が出て来ました。サバやカタクチイワシが高い値段で取引され海外に輸出されています。これからは自分たちが手に入るものをいかに高く売れるところに輸出できるかを考えていかないと、魚も買えなくなってくるなと考えました。そこでセミナー等色々受けってみましたがいまいちピンときませんでした。なので直接イタリアとアメリカに出向き展示会に参加してきました。イワシが高く売れるところは欧米だろうと仮説を立てて、イタリアのアンチョビ工場を見学させていただきました。話を聞くと、イワシの値段が日本の何倍もしました。地元で一番取れるイワシが一番合うのはアンチョビだと私は思っているので、今年からアンチョビの漬け込みを始めました。

イタリアに行くとオリーブの木がずらっと並んでいて、港の隣にはアンチョビ工場があります。イタリアの食文化は全世界に発信されているので、この景色はあと何十年も変わらないと思います。じゃあ日本の丸干し屋が今後何十年残っていけるかと言ったら、それは自信がありません。だからそれをこれ

からの時代に合わせた形に変換していくのはどうしたらいいだろうと考えた時に、今はうるめイワシを使ったアンチョビが一番面白いなと考えています。

去年は輸出の取り組みでやり方が見えてきたので、今年はアメリカ向けの輸出工場を建設完成予定です。これはわが社としても大きな勝負です。

6.不易流行

今回、このテーマのお話を頂いて、私は最初この言葉を知りませんでした。自分なりにどうゆうことか色々調べて考えました。不易とは本質的・普遍的な真義、流行とは流行りをどういう方向にもっていくかということですが、みなさん今のままでいいと感じている人はいないと思います。自分の会社を不易流行に当てはめた時に、どういう



風にしたらいいのかというのを、私も自分自身で考えました。私はこの「不易」を「今までの歴史・やってきたこと」変わらない本質的なものだと思っています。昭和 14 年からやってきた丸干し屋というのが私にとっての不易です。それを「流行」どういった方向に進めていくか。流行っているからやろうとするとすぐに壁にぶつかります。なので自分が好きなことや興味ありワクワクすることをやると、わかりやすく一番いいと思います。しかし、ただ単に好きな事や興味のあることだけだと失敗したり壁にぶつかったりすると思います。そこで大切なのがいかに不易な部分から流行の方へ持っていこうとする想いが強いのか、それが大事なのだと思います。それが覚悟だと私は思います。覚悟があるとあきらめない。私の覚悟は、この下園薩男商店を自分でやらないと無くなってしまふ、逃げるわけにはいかない、やるしかない、それが自分の使命だと感じて決めました。それが一番大事なのだと思います。もし私が自分で起業していたら投げ出していたかもしれません。でも私は3代目で、この下園薩男商店の中には、祖父母、両親、今まで働いてきた方たちの想いや歴史が詰まっています。それを絶やすわけにはいかないと、それが私のやるべきことだと感じています。今の時代に合わせてどう展開していくか、ワクワクしながら覚悟を持って取り組んでいきたいと思っています。

今回この「不易流行」という言葉をいただいて、さらに自分自身の事を見つめ直す事が出来ました。この言葉に出会ってから、この言葉に触れる機会も非常に多くなりました。

理念と共に、昔から続く阿久根でとれる魚を日本中そして世界各国へ発信する、そして下園薩男商店という会社を聞くだけで、みんなが「あの鹿児島あの会社だな」と思ってもらえるような会社にしていきたいと思っています。

