

# 被災地で頑張る 加工屋さん

vol.6



復興水産加工業販路回復促進センター

# もくじ

はじめに	01
------	----

## 青森県

三富産業株式会社	02
----------	----

## 岩手県

広田湾漁業協同組合	06
有限会社早野商店	10

## 宮城県

有限会社長石商店	14
三洋食品株式会社	18
カネヒデ吉田商店	22
株式会社ダイカ	26
有限会社山証	30
株式会社斉吉商店	34
株式会社カネシン	38
株式会社鐘崎	42
株式会社高橋徳治商店	46
株式会社カネダイ	50

## 福島県

東北水産加工業協同組合	54
丸源水産食品	57
味の浜藤株式会社	61
有限会社上野台豊商店	65

## 茨城県

株式会社かねぎょう	69
株式会社ぎよれん鹿島食品センター	73
大黒屋水産食品株式会社	77

## はじめに

東日本大震災被災地の水産加工業においては、施設の復旧が進む一方で、生産が滞っていた間に失われた販路・売上の回復が遅れていることが課題になっています。

このため、平成 27 年度より、全国水産加工業協同組合連合会、(公社)日本水産資源保護協会、(一社)大日本水産会及び東北六県商工会議所連合会は、被災地における水産加工業の復興支援を目的とする共同事業体「復興水産加工業販路回復促進センター」を結成し、水産庁の補助を受け、被災地水産加工業の販路回復・新規創出に向けて、商品開発や販路開拓の専門家による事業者への個別指導、展示商談会やセミナー等の開催、販路の回復・新規創出の取組に必要な加工機器の整備等、総合的な支援を行っております。

また、当センターでは、支援を受けて販路の回復・新規開拓に取り組む方々の経験や課題を共有し、同様の問題に取り組む方々の参考となるよう、支援のひとつである水産加工業等販路回復取組支援事業を活用して積極的な取組を行っている方々を訪問し、現地の様子を取材してセンターホームページに紹介記事を掲載しております。その内容をより多くの方に知ってもらうために、平成 29 年 3 月に「被災地で頑張る加工屋さん Vol.1」を発刊した後、同年 9 月に Vol.2、平成 30 年 3 月に Vol.3、同年 9 月に Vol.4、平成 31 年 3 月に Vol.5 を発刊し、そして今般「被災地で頑張る加工屋さん Vol.6」を発刊する運びとなりました。

被災地で水産加工業の復興に向けて取り組んでおられる方々にとって、本書が少しでも参考になればと思っております。また、被災地以外の方々におかれても、本内容をご覧いただき、震災時の様子、販路・売上の確保の現状等のほか、製造する商品への思い、コンセプト等についても知っていただき、引き続き復興に向けてご支援をいただければ幸いです。

最後になりますが、取材にご協力いただいた事業者の皆様、販路回復に向けお忙しいところ貴重なお時間を頂き、誠にありがとうございました。復興水産加工業販路回復センターとして、これからも皆様のお役に立てるよう努力して参りますとともに、被災地の本当の意味での復興が一日でも早く進むことを祈念いたします。



復興水産加工業販路回復促進センター

# 刺し身の盛り付けは人より速い、 —イカソーメン製造ロボットで人手不足を乗り切る

三富産業株式会社

全国有数のイカの水揚げを誇る青森県八戸市。

4月下旬の新井田公園では、ちょうどソメイヨシノが満開の時期を迎えていました。

その公園の隣にある三富産業株式会社は、イカの加工やしめ鯖などを手がける水産加工会社。現在はこの工場だけで生産を行っていますが、東日本大震災の前には2つの工場で生産を行っていたそうです。

代表取締役の安井良二さんは、震災当時の状況を次のように話します。

**安井さん**「岩手県洋野町にある岩手工場は、津波で跡形もなく流されてしまったため早々に再建を諦めました。ここでは、八戸港近くにある冷蔵庫は浸水したものの工場の被害は少なかったため、八戸に生産を集約することにしました。修理や整備を早急に進めた結果、震災翌月の2011年4月から生産が可能となりました」



4月下旬、桜が満開の八戸市新井田公園



代表取締役の安井良二さん

ところが、八戸漁港や大型漁船の被災により休漁が続き、本格的な再稼働には時間を要したため、大きく生産量低下を余儀なくされました。その後、整備が進み漁が再開されるも、また新たな問題が降りかかってきます。

## スルメイカの歴史的な大不漁 イカソーメンにヤリイカを使って商品開発

ここ数年、加工原料のスルメイカの水揚げが大幅に減少し、漁獲量は震災前の1/3程度にとどまるようになりました。イカ製品の売上が7割を占める三富産業にとって、スルメイカの原料不足とそれに伴う価格高騰は大きな問題です。

そんな中、売上回復を図るためにヤリイカを使ったイカソーメンの加工を始めました。イカソーメンといえば、スルメイカが一般的ですが、ヤリイカを原料にしたのはどのような理由からだったのでしょうか。

**安井さん**「スルメイカのイカソーメンは北海道など他地域でもつくられています。そことわたしたちが販売競争するのは、得策ではありません。スルメイカより比較的安価な1匹30g～40g前後の小型のヤリイカを使った刺身は、市場に出まわっていなかったんです。スーパーのバックヤードでは小型で手がかかるヤリイカの刺身はあまり作りません。スルメイカとヤリイカは形状やさばき方も違います。ヤリイカを加工する機械を導入しイカの刺身を作れば、付加価値がつくと思いました」



「八戸前浜ヤリイカ刺身」

また、もともと冷凍魚の販売もしていた同社は、冷凍技術にも自信を持っていました。イカの原料調達には苦心している業者が多いなか、同社はそこを商機と捉えたのです。

**安井さん**「ヤリイカが本当においしい時期は短いです。いい時期に大量に仕入れて冷凍し保管します。1.5年分ぐらいのヤリイカは買い付けてありますね」

## 省人化を図るため、イカの刺身の盛り付けロボットの開発

ヤリイカの刺身のニーズはあると見込んでいたものの、人手不足で省人化は必須の課題でした。

2017年、ヤリイカの身を開く機械を導入したところから、盛り付けラインも含む完全自動化を図るための構想を練ります。そこで、時間も人手もかかるカットされたイカソーメンをトレーにのせる工程をロボット化することを考えました。各機械メーカーに相談しましたが、どこも『水産加工用の防水型のロボットはつくらない』という回答でした。

**安井さん**「あきらめずに加工機械メーカーを探しました。あるメーカーがホタテのうろ（黒い部分）をとる防水型の機械があることが分かり、そのメーカーにかけあったのが今回のロボット開発が前進する大きな契機になりました」

水産加工業のためのまったく既存にはないロボット。さらに原料は塩分を含むため、鉄ではなくオールステンレスに。工場に効率よく設置するため、防護柵も含めできるだけ小型にする必要性もあり、全てゼロからの開発でした。そして、開発の目処がたったとのことで、2018年度の販路回復取組支援事業の助成金を活用して、ロボットを含む盛り付けラインを導入しました。2019年1月にやっと完成したと喜んでいたのも束の間、そこからは機械の調整に苦労させられることとなります。

**安井さん**「導入当初、1日8時間で5,000パック前後の生産力を見込んでいました。ところがなかなか生産量があがらない。1日8時間で2,300パック前後。これでは、利益は出ません。なんとかしなければと、ロボットの動き、ラインの工程をじっくり観察しました」

くまなく検証していった結果、画像を使って盛り付けのためのトレーを置く位置を判断する工程が、無駄と分かったそうです。

**安井さん**「ロボットが1作業にかかる時間は2秒。プログラムが増えるごとに時間が増えていきます。盛り付けのためのアームが、トレーが置かれるのを待っている状態がある。そこを省くために遅延の要因となっているプログラムをカット、人間の手に変えました。人間の手なら、その作業に慣れば、ロボットの作業時間=2秒よりも速くできます。トレーを供給、盛り付けるまで4秒。その4秒にこだわりました」



盛り付けラインのカッター部分と、トレー供給装置、盛り付け用のロボットアーム部分

この工程作業の見直しにより、2019年3月には、1日8時間で約4,800パックのイカソーメンの製造が可能になりました。目標値を実現できました。ロボット含む完全自動化のライン導入前は、4,800パックを生産するには10人がラインに入ったとしても、2日かかります。導入後の同ラインの要員はおよそ4人。大幅な生産力アップと省人化を図ることができました。

実際に工場内を案内していただくと、十数名ほどのベテランの従業員がヤリイカの内臓、耳、皮をとる作業を手作業でおこない、それらの前処理されたイカを細く裁断しパックに盛り付ける後工程は自動化されており、3~4名の従業員でおこなっていました。素早い手捌きで処理されたヤリイカが、カッターでカットされ、新しく導入したロボットによってトレーに美しく盛られていきます。

**安井さん**「メーカーの担当者は、ロボットのアーム部分しか作っていないので、実際にこの工場での使われ方を目にしたときは、びっくりしていましたね」



イカソーメン用に、手際良くヤリイカの内臓や皮等を素早く取り除いている



今回導入した自動盛り付けライン

## 改善点を洗い出し、次の新製品開発に活かす

現在、イカソーメンの生産が追いつかないほど注文も増え、顧客の評価が高まっています。イカソーメン製造ラインのめどが立った現在、安井さんは次の一手を考えています。

**安井さん**「今後、少子高齢化が進み労働人口はますます減っていきます。スーパーのバックヤードで刺身をつくるのも人手や人件費の問題から困難な状況になってきています。これまで当社ではしめ鯖の半身は作っていましたが、今後はスライスしめ鯖も作っていきたい。ほかにヒラメやイナダなどの刺身の切り身も。そのための新ロボットを開発、導入したいと思っています。冷凍技術には自信を持っていますが、一次加工だけで販売することはしたくないですね。人手不足解決と同時にうちでしかできない技術を使って、最終加工品にして卸す。そうすることで付加価値をつけ、競争力をつけなければと思っています」

今回導入したロボット、一連の盛り付けラインを事例に、見直したほうがいい点、コストカットができる部分を洗い出し、次の機械開発にいかすつもりだと話す安井さん。避けては通れない労働力不足の問題。水産加工業において、要所で人でしかできない技術を活かしながらのロボット導入は業界全体の光明となるかもしれません。



### 三富産業株式会社

〒031-0816 青森県八戸市新井田西 3-1-11

自社製品：イカソーメン、イカの一夜干し等のイカ製品、冷凍しめ鯖、塩干魚 ほか

# 三陸産でも岩手県産でもない 「広田湾産」だけの価値

広田湾漁業協同組合

岩手県の広田半島、宮城県の唐桑半島に挟まれた広田湾内では、ワカメやカキ、ホタテなどの養殖が盛んに行われてきました。湾に栄養を運ぶ気仙川の河口付近に、陸前高田市復興の象徴「奇跡の一本松」があることでも知られています。

そんな広田湾で1,300人あまりの漁業従事者をサポートする広田湾漁業協同組合（岩手県陸前高田市）は、2004年に陸前高田市内の5つの漁協が合併して誕生しました。同漁協では水産加工や販売も手掛けています。

**戸羽さん**「広田湾ではワカメ、カキ、ホタテの養殖が盛んで、量は多くありませんがホヤも養殖しています。珍しいのはイシカゲ貝で、全国でもこの広田湾でしか養殖していません。ある組合員さんがいろいろな養殖にチャレンジされる中で、20数年前にイシカゲ貝の養殖に成功したのです。広田湾のイシカゲ貝は豊洲市場に卸され、高級料亭や寿司店などでも使われています」

東日本大震災の津波で壊滅的な打撃を受けた陸前高田市内。広田湾漁業協同組合と組合員にも、大きな



現在はモニュメントとして保存されている奇跡の一本松



広田湾漁業協同組合 業務課長でもあり、広田支所長、自営加工工場長も兼務する戸羽新二さん



広田湾でしか養殖されないイシカゲ貝。サイズ選別は手作業で行われる



被害がありました。職員1名、正組合員26名、准組合員17名が犠牲となったほか、施設の被害も甚大でした。

**戸羽さん**「アワビ種苗センター、サケ・マスの採卵所、定置網の倉庫、加工場、冷蔵庫、荷さばき施設、すべて津波で流されてしまいました。残ったのは本所ビルのみです。震災前日の3月10日に引き渡しが進んだばかりのワカメの加工場も、稼働初日に津波で全壊してしまいました」

今はすべての施設が復旧したものの、一旦途切れた販路を回復させるのは容易ではなく、震災の影響は今なお消えていません。

## 津波ですべてのパソコンが流失し、顧客データも失う

戸羽さんは震災当日の様子をこう振り返ります。

**戸羽さん**「漁協には地元の消防団に所属している人も多く、地震があった後、水門を見に行った人たちが津波に気づいてみんなに『逃げろ』と言って回りました。私も高台に避難しましたが、漁協の本所ビルのある広田半島は3日間ほど陸の孤島になり、身動きが取れない状況が続きました」

広田半島が孤立したのは、陸前高田市の市街地に繋がる道路ががれきで寸断されたためでした。道だけは通れるようにと、道路上のがれきは撤去されましたが、携帯電話はしばらく使えず、散り散りになった職員の安否は顔を合わせた際に伝言で確認しました。

**戸羽さん**「徐々に事務所に職員が集まるようになってから、まずは組合員さんの安否確認を行いました。津波は本所ビルの2階の天井にまで達し、サーバーも含め事務所のパソコンはすべて津波に流されてしまいました。かろうじて3階に保管していた古い書類が残っていたので、そこから組合員さんの安否確認を進めました」

その後も半年間ほどは、被害を受けた施設の片付けや、陸にも打ち上げられた漁船の確認を進めていったという戸羽さんら。ただ、その後は建物の復旧までやることができなくなり、普段の仕事ではあまり持たない網を持って、川でサケを取って産卵の手伝いもしていました。ワカメ養殖の復旧は早く、2012年から収穫を再開しましたが、施設の復旧には2年ほどかかりました。

## ワカメの自動送り機の導入で大きな省人効果

津波から避難する前にUSBメモリにデータを移していた職員もいたため、顧客データの一部は残りましたが、それ以外の多くの顧客データは失われてしまいました。一度切れた販路を取り戻すには時間もかかり、今も漁協の販売量は回復しないままです。また、震災後の労働力不足により、ワカメの最盛期に注文に対応できない状況が続いたため、漁協では販路回復取組支援事業の助成金を活用し、新しい機材を導入しました。

**戸羽さん**「他の施設を見ながら、『これがうちにもあったらいいな』というものを導入させてもらいました。ワカメ自動送り機は、従来手作業で行っていた加工場内でのワカメの移動を自動化する機械です。これまでは6人ほどの人手が必要でしたが、自動送り機のおかげで、

機械を見ている人が1人いれば済むよう  
になりました」

同時に導入した「塩・異物振り機」は、塩や異物を落としたり、固まったワカメの束をほぐしたりする機械で、従来は7～8人かかっていた作業を2人でできるようになりました。これにより人手不足の中でも生産量を維持できただけでなく、作業者の負担軽減にも繋がっているそうです。



ワカメ加工には芯抜き作業など、もともと手作業が多い



省人化に大きく寄与しているワカメの自動送り機一式（左）と塩・異物振り機（右）

## 「広田湾産ブランド」の価値向上で養殖業にも新たな魅力を

2019年9月22日、陸前高田市の国道45号線沿いに道の駅「高田松原」がオープンしました。新たな集客が見込まれるこの場所に、広田湾漁協のオリジナル商品も並びます。

**戸羽さん**「助成金では、消費者が手を取りたくなるようなパッケージデザインで新商品の開発もしました。試作段階での評判もよかったので、道の駅に立ち寄る新しいお客さんの目にとまればいいなと思います。これからも新しいアイデアが出てくればどんどんアイテムを増やしたいと思っています」



「東日本大震災津波伝承館」と併設の道の駅「高田松原」  
(オープン前の2019年9月4日撮影)

最近では、スーパーとのコラボレーションでわかめラーメンのカップ麺も開発。アイテムはこれからさらに増えていきそうですが、その中でも守り続けるこだわりがあります。

**戸羽さん**「水産加工品は他社製品との差別化を図りにくいところもありますが、うちは三陸産でもなく岩手県産でもない、『広田湾産』という狭い産地に限定しているところに特徴があり



パッケージデザインでも商品イメージを高めていく

ます。加工に使う調味料に関しても、なるべく地元のものを使っています。たとえば味噌や塩こうじなどは、陸前高田のものです」

広田湾で取れた海産物を、ただ市場に流すのではなく、広田湾産のブランド価値を高めたうえで出していく。それは自分たちの存在理由でもあるといいます。

**戸羽さん**「震災直後、養殖業をやめる組合員さんはいても、組合をやめる人はいませんでした。しかしここ数年、高齢のために組合をやめる人も増えています。養殖業の担い手が減っていく中で、組合員の皆さんが安定収入を得られるためにも、私たちがうまく売っていかねばなりません。養殖業はきつい仕事といわれますが、うまくやれば高収入になる。若い人たちに、もっと魅力を感じてもらえたらと思います」



広田湾のワカメを使用した「わかめラーメン」

いいものにはしっかりと価値をつけて売っていく。少しずつ活気を取り戻しつつあるこの街で、戸羽さんたちは地域での役割を担い続けます。



#### 広田湾漁業協同組合

〒029-2208 岩手県陸前高田市広田町泊 102-4

自社製品：わかめ、茎わかめの佃煮、お刺身ほや、塩うに、ほか

# 龍泉洞のそばから届ける母の味と「海山川の幸」

有限会社早野商店

日本三大鍾乳洞の一つ、龍泉洞からほど近くにある早野商店（岩手県下閉伊郡岩泉町）。水道の蛇口をひねれば、世界有数の透明度を誇る龍泉洞の水が出てくる恵まれたこの場所で、同社は商店経営のほか水産加工業なども営んでいます。

日用品を販売する商店がなぜ、水産加工業も手掛けているのか。早野商店取締役の早野由紀子さんは、その経緯を次のように語ります。

**早野さん**「早野商店を始めたのは祖父で、当初は酒の小売業を営んでいました。昭和40年代に、『このまま小売業だけでやっていくのは難しい』と考えた父（早野貫一社長）が、店頭で惣菜の販売を始めました。昆布巻きづくりを始めたのはその頃です。なぜ昆布巻なのかというと、地元には伝わる昆布巻の昔話と、早野家の縁からです」

早野家では、それ以前の代には味噌や醤油づくり、さらに前の江戸時代には近くの小本川を舟で上り下りしながら、海の幸を山に、山の幸を海に運ぶ交易の仕事をしてきたそうです。

「地元には伝わる昆布巻の昔話」とは、ある日、川が荒れて舟が転覆。その時、白いキツネに助けられた舟乗りが近くのお稲荷さんに昆布巻を供えたという話。先祖が舟乗りだったことから、早野商店の看板商品として長い時間をかけて育ててきたのです。

**早野さん**「自分たちの店舗で販売できる強みを活かしながら、外での販売も増やしています。道の駅や盛岡の老舗デパートに置いていただいているほか、ネットでも販売しています」



早野商店から見上げるこの山の裏手に龍泉洞の入り口がある



人気商品の昆布巻を手に早野家の歴史を語る早野由紀子さん



三陸産のサケを使った「鮭昆布巻」は定番の人気商品



大粒のカキにしっかりと味の染み込んだ「かき佃煮」

## 直接的被害は少ないながらも震災と台風で回復遅れる

早野商店を訪れる人は、「なぜこんな山に囲まれた場所に水産加工場が？」と思うかもしれません。早野商店から太平洋までは、直線距離で約15キロ。水産加工場の立地として決して恵まれているとはいえない場所です。しかし山だからこそ、海にはない素材が手に入りやすいというメリットがあるのです。

**早野さん**「小本川はもともと『幻の魚』といわれるイワナ、ヤマメといった川魚がとれる地域で、現在は近くにその養魚施設もあります。昆布巻きはニシンやサケを使ったものがうちでも定番商品ですが、イワナ、ヤマメを使ったものは、道の駅の商品カタログにも載っている地元ならではの商品です」

山あいの町に加工場があることで、東日本大震災でも沿岸部のような壊滅な被害はありませんでした。電気系統の不具合や機械の故障、床のひび割れなどがあったものの、2～3週間ほどで再開できたといいます。震災の年は、冷凍倉庫が無事だった業者から原料を買い取り、動きの取れない被災企業に代わり、三陸の水産加工品を販売していました。状況が厳しくなってきたのは、それからしばらくしてからのことです。

**早野さん**「だんだん魚価が高騰して、生産計画の見直しを迫られました。特にサケ、ホタテ、サンマの値上がりが大きかった。その中で比較的値上がりが落ち着いたカキを中心に作っていくことにしました」

回復の軌道に乗り始めた早野商店ですが、今度は台風が襲いかかります。

**早野さん**「2016年の台風10号は東北地方を通過し、岩泉でも小本川が氾濫するなど壊滅的な被害がありました。うちの工場と店舗はギリギリ被害を免れましたが、イワナとヤマメを養殖していた養魚場の魚がすべて流されてしまいました。すでにデパートの商品カタログもできていたところだったのですが、原料が手に入らずに大ダメージとなりました」

## 小型簡易レトルト殺菌器で外注費の圧縮に成功

売上を回復させていくためには、新商品の開発も必要となりました。早野商店では昆布巻や甘露煮などのレトルト加工品の販売も始めましたが、同社にはレトルト殺菌の設備がなく、それが必要になるたび他社への外注コストがかかっていました。

早野さんは状況を打開すべく、販路回復取組支援事業の助成金を活用し、2つの機材を導入しました。小型簡易レトルト殺菌器とカップ入りの商品に封をするカップシーラーです。

**早野さん**「小型簡易レトルト殺菌器を導入させてもらったおかげで、これまで外注していたものが内製化できるようになりました。今は一日フル稼働している状態です。カキの佃煮も製造を始め、ホテルのバイキングなどでも使われるようになりました。これからさらに伸びる可能性があると思っていますが、一方で若い人たちに向けて洋風アレンジにも挑戦していきたいと思っています。今試作しているのは、カップシーラーを使って個食パックにしたカキのアヒージョ。和惣菜以外のラインナップも増やしていきたいですね」



小型ではあるもの導入効果の大きかった小型簡易レトルト殺菌器



カップシーラーを使って新商品の試作が進められている



カキのアヒージョは容器に入れるところまで試作が進んでいる

## 守っていく母の味と、新たな味付けへの挑戦

家庭的でありながら、高級デパートに並ぶ気品さも兼ね備えた早野商店の昆布巻。試食したところ、どこか懐かしさも感じられましたが、実はこの味は「母の味」そのものだったのです。

**早野さん**「うちの昆布巻の味付けは、母がもともと家で作っていた家庭の味付けです。当社の商品には『安心・安全なものを食べてもらいたい』というコンセプトがあり、合成着色料、保存料、化学調味料などは一切使っていません。昔ながらのシンプルな味を楽しんでいただけたらと思います」

取材当日も、加工場内には昆布巻づくりにいそしむ母・絹代さんの姿。まさに早野商店の味を守る番人のようです。まだ震災前の売上に戻っていない早野商店ですが、大手百貨店や大手通販サイトのおすすめ品に選ばれたり、飛行機のビジネスクラスの機内食に使われたりと、絹代さん“監修”の早野商店の味への評価は高まるばかりです。

このほかに、早野さんが今新たに目をつけているのが、インバウンドの“川魚需要”です。

**早野さん**「龍泉洞には海外からのお客さんも訪れています。そのお客さんから『川魚の焼き魚が食べたい』と言われたことがあり、世界では意外と川魚のニーズがあるような気がしています。川魚は昔からあるものですが、その量が減っているのです、今は目新しいものになっている。新しい味付けで、川魚の魅力を伝えていきたいですね」

三陸の魚は海だけじゃない。川にもある。早野さんは、地元の食材が持つポテンシャルを信じています。

**早野さん**「人口減少が続く中で地域の可能性を広げるには、加工会社がいかにいい商品をつくり、世に出していくかにかかっていると思います。うちも小さいながらも、その役割を担っていきたいと思います」

きれいな水、川魚、農産品、独自の食文化。岩泉には、全国的に有名な龍泉洞以外にも多くの特色があります。早野さんたちは自然豊かなこの場所から、これからも食品づくりを通じて町の魅力を発信していきます。



早野商店の早野由紀子さん（左）と母・絹代さん（右）



#### 有限会社早野商店

〒027-0501 岩手県下閉伊郡岩泉町岩泉村木 18-32

自社製品：昆布巻（ニシン、サケ、イワナ、ヤマメ）、かき佃煮 ほか

# カキの名産地・奥松島から、新しい食べ方の提案

有限会社長石商店

春の訪れをわずかに感じるとはいえ、まだ寒い季節の2月下旬。松島湾の内海は波も風も穏やかでしたが、外海の石巻湾に出ると波は大きく、風も冷たくなりました。

**高橋さん**「気温の最も低い1月2月よりも、体が慣れていない11月後半ごろの方が体感的には寒く感じますよ」

そう話すのは、カキの生産から加工、販売まで手掛ける長石商店（宮城県東松島市）の社長、高橋洋さん。長石商店は島々に囲まれた松島湾内の内海と外海（石巻湾）に養殖場を持っており、この日はそれぞれ現地を見学させてもらったのです。



船上からカキの養殖について説明する長石商店高橋社長

**高橋さん**「カキが小さいうちは内海で育てて、大きくなってから外海に移しています。外海のほうが波が強いのですが、その波に揉まれることでカキがさらに大きく、おいしくなるんです」



(内海) 海中に漂うカキの卵をホタテ貝に付着させている。潮の干満を利用して意図的に干した状態にすると強い稚貝だけが生き残る



(外海) 垂下式養殖と呼ばれる手法でカキが大きくなるのを待つ。水上からは浮きしか見えない

## カキの品質向上のため、他社に先駆けて始めた「無菌浄化」

1996年に、大阪府堺市で腸管出血性大腸菌 O157 による集団食中毒が発生しニュースが全国を駆け巡りましたが、高橋さんの地元でも非出血性ながら大腸菌が検出され、カキ漁のシーズンにもかかわらず出荷できなくなったことがありました。



**高橋さん**「当時はまだ会社の設立前でしたが、カキの養殖業を営んでいた父と、この仕事を始めたばかりの私で相談して、浄化設備を導入しました。水揚げ後のカキを無菌海水に24時間浸けておくことでカキの体内が浄化されるのですが、今でこそ当たり前の手法も当時はその効果がまだ実証されていなかったなので、周辺でやっているのはうちだけでした」



長石商店2代目社長の高橋洋さん

長石商店のカキは、他社に先駆けて品質のよいものとなりましたが、無菌浄化を始めた当時は、浄化しているカキもしていないカキも、地元漁協での買取価格は同じでした。そのため高橋さん親子は自分たちで新しい売り先を探さなければならず、1996年に会社を設立することになったのです。

**高橋さん**「カキの一般的な弁当型のパック加工品と違い、むき身のまま水なしでロケット包装パックに詰め販売したため、中身を出さないと大きさもわかりません。最初はどこからも相手にされませんでした。一度うちのカキを食べてもらえれば、水を入れないことでカキ本来の味がする価値を分かってくれるだろうと思っていました。焦る気持ちはありませんでした。松島の飲食店やホテル、仙台の量販店、首都圏のスーパーにも営業に行き、『一度カキを送ってほしい』と言われればすぐにカキを送りました。こっちとしては『食べてもらえれば勝ち』というくらいの自信がありましたし、実際、試食してもらったところからは注文を取れました」

法人化してから地道に開拓してきた販路ですが、東日本大震災の津波被害により、長石商店は一旦事業をストップせざるを得なくなります。

## 津波は海からではなく陸から来た

長石商店の本社工場は、松島湾に面した場所にありますが、東日本大震災の津波は海からではなく、陸から襲ってきました。内海から回り込んでくる津波よりも早く、外海の石巻湾側から陸上を駆け上がった津波が先に到達したのです。

**高橋さん**「私は当時、子供と一緒に妻の実家に行っており不在でしたが、工場にいた母が従業員を誘導して山に避難しました。海に出ていた父も、松島湾の島の岸壁が土煙をあげているのを見て、すぐに港に戻ってきました」

当時出勤していた社員は全員無事でしたが、その日休みだった人や、付近の住民の中には亡くなった方もいました。JR仙石線の(旧)野蒜(のびる)



長石商店本社工場前の防潮堤から望む松島湾

駅付近では列車が津波に押し流されましたが、長石商店も工場ごと流され、所有していた機材もすべて失ったといいます。

**高橋さん**「震災後、沿岸部では防潮堤の工事が始まり、その影響で工場の再建も進められませんでした。それでも取引先からは『2年は待てるが3年は待てない』という声もあったので、内陸側に仮工場を建てて、2013年秋から出荷作業を再開しました」

防潮堤の工事はなおも続きましたが、高橋さんは元の場所での再開を諦めていませんでした。

**高橋さん**「このあたりにはもともと塩田があって、生き物にとっても良質な地下水を確保できるんです。生産者としてこの場所にはこだわりがあります」

元の場所で新工場が稼働し始めたのは、2018年11月のこと。一般的にカキの加工場には、むき身になった状態のカキが入荷されますが、養殖も行っている長石商店では、カキのむき身作業も工場で行います。そのため、単に衛生管理を徹底するのではなく、むき身作業までをおこなう「汚染区」と、包装作業をおこなう「衛生区」とに分けて衛生管理をしており、人の入室もタイムカードで管理しています。

## 機材の導入で人材不足をカバーし、新製品開発にも着手

長石商店では震災後、加工用の機材を十分に確保できていませんでした。また、震災後は雇用環境の変化や消費者の嗜好が変わることに伴い、新たなニーズに対応する機材も必要となりました。そこで高橋さんは販路回復取組支援事業の助成金を活用し、それらの課題とニーズに対応するための新しい機材を導入しました。

**高橋さん**「取引先から高付加価値商品の要望が増えているため、スチームコンベクションと深絞り包装機を導入しました。具体的には、むき身の製品と並行して、殻付きカキの製品化も進めています。最近では殻付きカキがおいしいというのが消費者の間にも浸透していますが、殻付きでもレンジで温めるだけで蒸しガキが食べられるような製品も作れます」



深絞り包装機により鮮度を長く保てる製品も作れるようになった



深絞り包装機で生産した「殻付きカキ」パック製品



計量作業を正確かつ迅速に行うことができるコンピュータースケール

また、労働力不足の対応として導入したのはコンピュータースケールです。

**高橋さん**「今は募集をかけても人が集まらない状況なので、今回導入したコンピュータースケールにはとても助けられています。以前はカキの計量も、3～4人が人の手でやっていましたが、今は1人が機械を見ていけばいいだけです」

## みそ汁の具材としてカキを定番化する！

生産から販売までの一貫したトレーサビリティが大きな強みだという長石商店では、ただ生産しているだけでなく、カキの種苗も販売しています。注文は北海道から九州まで、全国各地からあるといいます。種苗の生産者でもある強みを活かして、高橋さんはこれまでのカキの流通の概念を変えるアイデアを実現させようとしています。

**高橋さん**「アサリやシジミの代わりに、小さいカキを使ったみそ汁を定番にしたいと思っています。通常、カキは2～3年かけて大きく成長させてから出荷します。小さいままで出荷するのは価格も下がるので普通に考えればもったいないのですが、うちは自分たちで種苗をつくらせているので、3～4カ月のものを出荷してもまた3～4カ月後に次の出荷ができます。短いサイクルをたくさん回せるので、低価格で出荷しても計算が成り立つのです」



「このくらいの小さいカキがみそ汁に使える」と話す高橋さん

海外への輸出も行う長石商店では、今後ロシアや香港などを中心に輸出をさらに伸ばすことも視野に入れていますが、“カキ汁”のヒントも、海外視察で訪れた香港で得たのだそうです。香港でカキ鍋を食べた時に、カキの流通を変えればみそ汁の具材として定番化できるのではないかと考えたのです。

**高橋さん**「今はカキがメインですけど、今後は他の水産物の加工も行っていきたいと思っています。すでにそのための人材も確保しています。地元の水産業界では、まだまだ震災からの復興が十分でない水産加工業者の方も多いため、連携しながら多品目でやっていこうと思います」

カキの生産・流通・食べ方の提案まで常に新しい取り組みを進めてきた高橋さんは、今後とも奥松島で水産業界のオールラウンドプレーヤーとして活躍が期待されます。



### 有限会社長石商店

〒981-0411 宮城県東松島市野蒜洲崎 75-1  
自社製品：カキ、アワビ

# 持ち前のチームワークで、今度こそ、真の再生を

## 三洋食品株式会社

三洋食品株式会社の創業は昭和25年。マグロのメッカである静岡県の焼津市で誕生し、昭和40年代に石巻市に進出しました。創業以来、長年製造してきたのはツナ缶。震災以前は、主として大手ツナ缶メーカーの受託生産工場として、1日に30万缶もの生産規模を誇っていました。

**中村さん**「30万缶と言うのは、積み上げると、ほぼ富士山が二つ分の高さになるくらいの量です。それを毎日、毎日製造していました。大手さんとのおつきあいは長く、市場に流通している量の大部分を三洋食品が担っていました」

実は三洋食品は、日本でツナ缶の製造を始めた先駆け。そのため大手企業からの信頼も非常に厚かったのです。また大手企業の受託製品だけでなく、前浜に揚がる4～5kgのビンナガマグロ等を使用したこだわりの自社製品も製造しています。フレッシュなまぐろは肉質が軟らかく、非常にジューシーに仕上がるのだそうです。

震災後はツナ缶だけでなく、大手コンビニエンスストア向けに多様な缶詰を製造。各種「さば缶詰」「いわし缶詰」などの定番だけでなく、「帆立とエリンギのバターしょうゆ風味」「燻製をほどこした鮭ハラス焼」などおつまみにうってつけの製品なども手掛けています。今回いくつか試食をさせていただきましたが、どの製品もそれぞれの特徴を生かし大変美味しかったです。

特に、「さばの味噌煮」は、見た目は濃厚な味噌の味付けを連想したのですが、実際に食べて感じるのは、脂が豊富でまろやかな、サバ本来の旨味。肉厚な身がほろっと柔らかく溶けていきます。味噌はなめらかで、サバを惹きたてる名脇役に徹し、魚の臭いも、缶独特の香りも全く感じません。

**中村さん**「ウチの缶詰は1つで十分にご飯のおかずや酒のおつまみになると思います。賞味期限は3年ですが、一番美味しいのは製造から1～2年



三洋食品株式会社 石巻事業部課長  
中村伸博さん



自社製品のプリンス缶（ツナフレーク）。  
創業以来のロングセラー



さばの味噌煮。ボリュームも満点

後。味がしみこんで、もっと美味しくなるんですよ。また骨も皮も含めた魚の栄養すべてがいただけるところも缶詰ならではの良さですね」

最近ではテレビ番組の影響もあって、さば缶は全国的に品薄が続いているのだそう。昼夜2交代制で、工場をフル稼働させても供給が追いつかないほどだそうです。ただしこのブームが来るまでは、缶詰は「薄利多売」のイメージが強かった製品。ここまでの復活を遂げるには、大きな苦労がありました。

## 震災後、事業を再開するも販路を喪失。そして再出発。

石巻魚市場に隣接する石巻工場は、震災時7mの津波に見舞われました。出勤していた従業員は、近所のスーパーの2階に避難。避難場所の壁に津波に流された車が激突し、従業員全員の上着を繋いだロープで車中の人の救助にあたりたりもしたそうです。不幸中の幸いか、震災当日は工場の機械のメンテナンス日。休暇をとっていた従業員が多かったため人的被害はありませんでした。ただし建物と機械は、ともに甚大な被害を受けました。

当時、会社全体の半分以上の売上を誇る「屋台骨」であった石巻工場の再建は急務でしたが、建物や機械の修復に時間を要し、工場が再稼働したのは震災翌年の平成24年5月。その間に、大手メーカーのツナ缶の販路を喪失したため、新たに銀鮭の加工や缶詰製品の生産を始めました。しかし、新たな販路開拓はうまくゆかず、また原発の風評被害等で取引ができなかったことにより、同年の12月には再稼働した石巻工場を閉鎖し、再雇用したばかりの従業員も、ほぼ解雇しなければならぬ事態となりました。



津波が襲った高さは7m

**中村さん**「震災前、石巻工場は順調に生産販売をしていました。そこに震災が来て、でもまたイチから頑張ろうと立ち上がったのに、半年でダメになってしまった。私は当時、三洋食品ではなく石巻の他の水産会社で働いていたのですが、外部にいた自分としても非常にショックな出来事でした。当事者である社員は本当につらかっただろうと思います」

石巻工場の再生が立ち行かなくなったことで、会社全体としての経営も悪化。そして平成27年12月、STIフードホールディングスのグループとして、三洋食品は再出発を果たします。石巻事業部では、これを機に新たな機械を入れ、さば缶の製造を開始しました。

**中村さん**「同じ缶詰でも、魚種によって前処理の仕方が大きく変わります。サバのような青魚は足が早いので、どれだけ鮮度が良い状態で缶に詰め、加熱殺菌できるかが重要です。作業に慣れるまでは、1日に6～7万缶を作るにもかなり時間がかかっていました」

## 支援事業の活用で新製品開発と省人化に成功

そんな時、親会社から求められたのが、大手コンビニエンスストア向けの製品の製造でした。地元石巻で水揚げされる、イワシ、ブリ、鮭等を利用した缶詰の製造を依頼されたのです。ただし

当時の設備では、サバ以外の魚種には対応できません。加えて人手不足も深刻。震災前は100人以上いた従業員も半分近くに減少し、新たに人手を募集しても全く応募がない状況でした。

そこで三洋食品では、販路回復取組支援事業の助成金を活用し、新商品開発のための蒸煮コンベアラインを導入。この設備により、サバだけでなく、イワシ、ブリ、鮭ハラス、ホタテなど多様な魚種を扱うことが可能になったのです。さらに人手不足を補うため手詰めコンベアライン等も構築しました。実は、昔ながらの手詰めにこだわるのも三洋食品の特徴の1つ。1分間で100個もの缶が目の前を通過する中、1つ1つ、正確な量を詰めていかななくてはなりません。手作業の工程が多いため、今まではどうしても数量をこなすのに時間がかかっていましたが、コンベアラインの導入により生産スピードがあがりました。結果、従来15名の作業員で行っていた作業を8名で行うことが可能になり、生産量も2倍になったのです。



蒸煮コンベアライン



省人化に貢献した手詰めコンベアライン

**中村さん**「新製品開発や省人化はもちろん、製品のバリエーションが増えたことで、サバ以外の魚の仕入れ先との繋がりが広がったことも良かったことだと思っています。また本社の開発営業が、より新しい、斬新な製品を生み出すことにも繋がっていると思っています」

## 利益を上げることが、支えてくれた人への恩返し

支援事業による設備の増強等により、石巻事業部として平成30年12月期決算では、震災後、初めて黒字化を達成。その時、「頑張ってくれた社員に決算賞与を出すことができたのが、何よりうれしかった」と中村さんは語ります。と言うのも、社員に並々な感謝の思いがあるから。実は三洋食品では工場を閉鎖した際に解雇した従業員が、再出発した平成27年、20数名も戻ってきてくれたのです。再出発にあたり缶詰のノウハウを知っている彼らの存在は大きかったと言います。

**中村さん**「自分だったら一度解雇された会社にもう一度戻ろう、なんて思いません。でもここは、困っている人がいたら絶対に放っておかない居心地の良い会社。この社風だから戻ってくる人が多かったんだと思います。」

再開にあたって復帰した、品質管理部の石崎さんにもお話をうかがうことができました。一度は他の会社に勤めようやく慣れた頃に、元の職場に戻ることに逡巡はなかったのかたずねると、彼女は明るくこう答えてくれました。

**石崎さん**「三洋食品は愛着のあった会社だし、一度立ち行かなくなってからも、当時の同僚みんなで『再開しないのかな？再開したら戻りたいよね』と話していたんです。だから再出発の声がかかった時、すぐに戻ろうと思いました。生産する商品が増え、仕事は複雑になったし忙しいけれど、チームワークが良いので楽しいです」

今後について尋ねると、中村さんはこう答えてくれました。

**中村さん**「震災の時、ボランティアの方々がたくさん来てくれて、日本人って本当にすごいなと思ったんです。支援事業も元は税金。それで工場を立ち上がらせてもらったのに、堂々と『頑張っています』と言えなかったら恥ずかしい。会社が利益を上げることは、世の中に必要とされることだと思っています。だから今後も、『ウチがいないと困る』と取引先に思ってもらえるよう頑張っていきたいです」



品質管理部係長の石崎寛子さん

大手コンビニエンスストア向けに幅広い商品を扱うようになり、人手不足の中で忙しくなったことも、社員にとっては負担ではなく、「友人や子どもに自社製品を見てもらう機会が増え、モチベーションが上がる」と前向きに捉えているそうです。きっと今後もお互いに助け合いながら、チーム一丸となって、私たちの食生活を豊かにしてくれることでしょう。



三洋食品株式会社 石巻事業部

〒986-0022 宮城県石巻市魚町3丁目12-2

代表商品：さば缶詰、いわし缶詰、ブリ大根等惣菜缶詰商品

# サメの専門業者が「サメ以外の目利き」を磨くようになった理由

カネヒデ吉田商店

2019年4月7日、東北最大の離島・大島と本土を結ぶ気仙沼大島大橋が開通しました。いまだ至るところで工事が続く宮城県気仙沼市内ですが、街の姿は少しずつ新しくなっています。

「サメの街」としても知られる気仙沼で、1961年（昭和36年）からサメの加工業を営むカネヒデ吉田商店。同じサメ加工でも、時代とともに事業形態は少しずつ変わっているようです。

**吉田さん**「かつてはサメ肉屋さんからフカヒレを買って天日干し加工をしていましたが、震災後は天日干し加工をやめて、市場でサメを買い付け、フカヒレと肉、それぞれ一次加工のみをして、加工業者に出荷しています」

気仙沼港には年間を通してサメが揚がりますが、フカヒレの天日干し加工は低温低湿の冬しかできないのだそうです。春や夏に買った原料の購入資金を回収できるのが約半年先になるため、会社の資金に余裕がないとできない事業。ここ数年で、周辺環境も変わりました。

**吉田さん**「中国でいわゆる『ぜいたく禁止令』が始まり、フカヒレの需要が激減しました。フカヒレの天日干しは職人が手間暇かけておこないますが、そのための人員も不足しているので諦めざるを得ませんでした」

震災前、家族（吉田さんと吉田さんの両親）以外に雇っていた従業員は2人いましたが、



橋脚間の長さは297メートルと東日本最長を誇る気仙沼大島大橋（大島側から撮影）



カネヒデ吉田 商店創業者の秀雄さんの孫にあたる取締役の吉田健秀さん



サメの解体作業がおこなわれるカネヒデ吉田商店加工場



現在は1人。この規模だと、1日10本ほどのサメを買えば、一次加工だけでも十分な仕事量になるといいます。

**吉田さん**「今年で68歳になる社長の父も貴重な労働力で、まだまだ工場で働いてもらっていますよ（笑）。一次加工処理したサメの肉は、生あるいは冷凍で出荷していて、はんぺんなどすり身やフライ製品の原料として使われています」

## 合同庁舎から自分の車と家が流されるのを見ていた

東日本大震災当日、吉田さんは近所のホームセンターで地震に遭いました。工場に戻り、当時の2人の従業員を帰宅させた後、すぐそばの自宅に戻ります。

**吉田さん**「従業員は2人とも高い場所に家があるので、帰宅して無事でした。私は確定申告の書類をザックに詰めて、両親と動揺していた近所の女性と一緒に、気仙沼合同庁舎に避難しました。津波は4階建て庁舎の2階まで来ていて、私たちは4階と屋上に集まっていました」

庁舎からは自分の車や家が流されていくのが見えたといいます。「もう終わりだ」と思った吉田さんは、「ああ…」という以外に声が出ませんでした。

**吉田さん**「その後も何度か小さな津波が来ていたので、しばらくそこから動けませんでした。重油タンクが流されて、周りのあちこちで火が上がっている状態。2日目の朝、自衛隊のヘリから乾パンが投下され、1人1枚ずつ分けあって空腹をしのぎました」

震災3日目、水が引いたタイミングで、吉田さんは合同庁舎にいた人たちと一緒に避難所に移動することにしました。しかしお年寄りもいる中、道は瓦礫だらけで思うように進めませんでした。

**吉田さん**「ちょうどそこに自衛隊のヘリが降りてきて、私たちを乗せて、避難所まで運んでくれました。私は2カ月ほどの間、避難所で過ごした後、いとこの家を借りてそこにしばらく住んでいました。ただ、工場再開の見通しは立たず、一年ほどは気仙沼復興協会で復興の仕事などをしていました」

カネヒデ吉田商店の工場は1階部分がすべて流されたものの、重量鉄骨の柱と2階の機材は残りました。しかし都市計画により同じ場所での再開ができなくなったため、同社は2012年、別の地区につくられた仮設工場仕事を再開します。

**吉田さん**「取引先も被災していたため、事業再開後はあまりにも暇でした。そこで、メールでこれまでしたことのない営業活動を始めて、自分で販路を開拓しようと試みました。この時にたまたま東京のはんぺん屋さん繋がりができて、現在も取り引きさせてもらっています」

## 冷凍保管用資材の数が売上に直結する

2016年11月、カネヒデ吉田商店の新工場が稼働を開始しました。場所は震災前と少し変わりましたが、同じ気仙沼市川口町です。

**吉田さん**「売上ベースで言うと、現在の回復度合いはまだ6割程度です。フカヒレの天日干し加工をやめたので、この数字をもとに戻すのは簡単ではありません。それよりも震災後、設備不足によって仕事を受けられないという機会損失が続いていたので、それを解消したいと思っていました」

そこで吉田さんは販路回復取組支援事業の助成金を活用して、冷凍パンや冷凍棚など、冷凍保管に必要な資材を導入しました。

**吉田さん**「カツオボックスと呼ばれる大型の冷凍パンは、大きな魚を並べて凍結することができます。カツオの名前が付いていますが、もちろん魚種は問いません。今はサメとタラの凍結用に使っています。これまでは市場で安く買える時でも、『冷凍保管できないから買えない』と諦めることもありました。冷凍パンを増やしたことで、魚が安い時にたくさん買って凍結し、水揚げがない日に解凍して加工作業を進められるようになりました」

パレットサポーターは、パレットを山積みのできる資材。天井の高い冷蔵庫内に多くの原料を格納することができます。

**吉田さん**「以前は冷凍棚が3つしかありませんでした。先ほどの冷凍パン同様に、冷凍棚が増えたことで市場でたくさん魚を買えるようになりました。うちのようない次加工業者は、どれだけ買ったかが売上にも直結するので、いかに多くの魚を買えるかということはとても重要なことです。今回は『道具から仕事も生まれることもある』ということを実感しました。道具がない時は知恵を絞って何かをやろうとしますが、それには限界があります。道具があると、『うちにはこれがあるから、これを始めよう』という発想で考えられる。自分で想定していなかった仕事をもらえることもあるんです」



サメなど大型の魚種もそのまま凍結できるカツオボックス（冷凍パン）



売上アップに貢献している冷凍棚（写真中央）とパレットサポーター（写真奥）

## ショッピングサイト運営により広がる販路

震災後、重要な取引先の一つが廃業したことをきっかけに、吉田さんは自社の経営に大きな危機感を募らせるようになりました。

**吉田さん**「このままではうちも潰れると思い、東北のリーダー育成を目的に設立された『東

北未来創造イニシアティブ』の『人材育成道場』に通い始めました。2016年のことです。そこで同じ気仙沼の漁師、水産加工業者と知り合い、2017年に3人で『三陸未来』というショッピングサイトを立ち上げました。そこでは私がカネヒデ吉田商店として原料を仕入れ一次加工して仲間の加工会社に販売し、その加工会社がつくったものを三陸未来として3人で売るという流れができています」

三陸未来がスタートしてからは、ショッコ（ブリの稚魚）、サバ、シイラ、サワラ、メロウドなど、サメ以外の魚も買うようになりました。三陸未来の商品になる加工品の原料となるものです。共同運営する三陸未来を発展させることが、自分たちの本業の活性化にも繋がっています。

**吉田さん**「各地の商談会には3人で足を運んでいます。こうした営業活動は初めてのことで、やった分だけ結果が出るのは楽しいですね。三陸未来は漁師、仲買、加工の三者が運営しているので、興味も持たれやすい。行くたびに三陸未来のお客さんが増えていますし、そこでの営業活動がカネヒデ吉田商店のお客さん（水産加工業者）の開拓に繋がることもあります」

フカヒレの天日干しをやめた今、吉田さんはこの三陸未来での営業と販売が、カネヒデ吉田商店の販路回復の鍵を握ると考えています。ただ、あくまでも軸足は加工業者への原料供給に置いています。

**吉田さん**「カネヒデ吉田商店としては、三陸未来で開拓した販路を活かす形で、原料供給に徹していきます。水産加工会社にいい原料を提供するために、いい魚を買う目をこれまで以上に磨いていくということです。三陸未来を始めた当初はどの魚を買えば売れる商品になるのか分からない中で買い付けていましたが、今では『これは売れる！』と自信を持って買えるようになりました」

サメの専門業者から、気仙沼の魚種を幅広く買い付け一次加工して加工業者に提供する、新たな挑戦を始めた吉田さんは「浜で揚がったモノ、何でも商品にしていく」と意気込みます。



#### カネヒデ吉田商店

〒988-0033 宮城県気仙沼市川口町 1-77

自社製品：サメ（肉、フカヒレの一次加工品）などの各種加工原料

# 気仙沼ならではの魚でブランド干物に対抗する

## 株式会社ダイカ

摂氏3度から5度の低温の風を、5時間から7時間当て続ける。低温熟成により完成した干物は、魚のうま味と水分が中に閉じ込められ、ふわっとした焼き上がりになるのだそうです。

**春日さん**「長時間、冷たい風を当てて熟成させているメーカーは珍しいと思います。短時間（30分位）だけ冷風を当てたものとは、うま味が全然違いますよ。うちではアジ、サンマ、サバ、ホッケ、アカウオなど、いろいろな魚で低温熟成の干物を作っています」

そう話すのは、ダイカ（宮城県気仙沼市）社長の春日雄一さん。春日さんの父・春日範雄さんが1964年（昭和39年）に創業した同社は、もともとは干物メーカーではなく、マグロの仲買業者でした。



創業からの事業の変遷を語る  
ダイカ2代目社長の春日雄一さん

**春日さん**「父親を早くに亡くした父は、中学を卒業後に水産関係の会社で働き始めました。その後マグロの仲買業者として独立し、はえ縄漁船からマグロを買い、東京の築地に出荷する仕事をしていました。最初は1日1、2本の規模でやっていたのですが、それが5本、10本と増えていき、そのうちメカジキも扱うようになった。ダイカを設立したのは事業規模が大きくなってきた1975年（昭和50年）のことです。その頃からカツオの仲買業も始めました。社名の由来は、末広がりの『大』に春日の『カ』でダイカ、と聞いています」

マグロとメカジキの盛漁期が冬であるのに対し、カツオの盛漁期は夏。ピークをずらして異なる主力事業を持つようになったダイカは、時代の追い風にも乗り、右肩上がりの成長を遂げていきました。

**春日さん**「私は1987年（昭和62年）に大学を卒業後、気仙沼に戻って父の仕事を手伝うようになりました。当時、カツオの仲介業は順調に伸びていましたが、マグロの取扱量は減船や資源の減少により低下していました。冬季の新しい事業づくりが課題となっていたところに小田原の会社から『ノウハウを教えるので干物をつくらないか』と打診があり、1997年頃から干物づくりがスタートしました」

ところがほどなくして、小田原の会社の経営が傾き始めます。これを機に独自に干物の販路開拓を始めたダイカでしたが、春日さんは小田原や熱海、沼津などのブランドが強い関東圏で勝負するのは得策ではないと考え、東北地方を中心に営業を展開しました。

**春日さん**「鮭文化が根付く東北には当時干物文化はありませんでしたが、東北で製造すれば関東圏のものより輸送費が安いアドバンテージを活かし何とかかなると思いました。当初はあまり売れませんでした。時代とともに人の移動が増えて干物も受け入れられるようになり、東北でもよく食べられるホッケやサバといった魚から徐々に種類を増やしていきました」

## 取引先からの要望でもあった「山あい地区への移転」

2011年3月11日、午後2時46分。地震の発生時刻は、本社工場ではちょうど出荷作業の真ただ中でした。当時春日さんは、本社工場から10分ほど離れた場所にいました。

**春日さん**「会社から、すぐ避難すべきかどうかを確認する電話がかかってきました。『出荷作業中のものも冷蔵庫に入れずにそのままいいから逃げるように』と指示をして、中国人実習生など避難する場所がない人たちは私の家に来てもらいました。私自身はまず実家に向かい、高齢の両親の無事を確認した後、会社に戻って誰も残っていないことを確認して、渋滞を避けながら高台にある自宅に避難しました」

春日さんの自宅では、10人以上が夜を明かしました。しかし一晩で食べるものがなくなり、その後移動した春日さんの実家でもすぐに食べ物が尽きてしまいました。春日さんは中国人実習生たちが避難所の中学校で過ごせるよう手続きをしてもらった後、しばらくの間、復興のボランティアをしていたといいます。

**春日さん**「震災直後は、商売のことなんて全く考えられませんでした。海の近くにあった工場も津波で流されてしまった。ボランティアの途中、津波で流されたうちのコンテナを何度か見かけました。原料や製品を入れて冷凍保管するためのコンテナですが、製品はありませんでした。当時、私も含めてみんな食料を配給してもらっていました。そのことが心からありがたいと感じていたので、『うちの製品もみんな持って行って食べてくれたんだな』と思って安心しました」

同年3月31日、春日さんはダイカの社員を集めて、今後の方針を伝えました。工場が復旧するまで一旦全従業員を解雇するという、6月からカツオの仲買の仕事再開するという、そして、1年後をめどに工場を再稼働するという。早期の復旧を目指したのは、取引先から「ずっとは待てないが1年は待つ」と言われていたためです。

**春日さん**「早急に土地を探し、国からの補助金を活用して山あいに工場を建てました。山あいに移転したのは、取引先から『また津波が来ないとも限らないから、できれば海から離れた山あいに新工場をつくってほしい』という要望があったからです。新工場の稼働は2012年11月15日となりましたが、山あいに移転した気仙沼の水産加工会社の中では、おそらくうちがいちばん新工場の稼働が早かったと思います。多くの海水を使うカツオの出荷作業場は、震災前と同じ



HACCPをいつでも取れるように衛生面が強化された新工場

く海の近くにつくりましたが、それ以外の加工の仕事はすべてこの工場でおこなっています」

再び災害があった場合に備えて、工場には従業員が一時的に寝泊まりするための畳のスペースも設置しました。実際にこれまで2回ほど、従業員が泊まったことがあるのだそうです。大きな警報ではありませんでしたが、震災以降、敏感になっている従業員にとって、会社に泊まれることは働くうえで安心材料の一つとなっているようです。



災害時には休憩室が一時避難施設となる

## 価格競争力をつけるためにトレー自動包装機を導入

震災後、春日さんの悩みの種は、他社とのし烈な価格競争でした。東北が被災している間にも他地域では水産加工業者の設備投資が進み、ダイカなどの被災企業が工場を再開した頃には供給過多による価格競争が始まっていたようです。

**春日さん**「原料価格、衛生管理費用、資材価格、固定資産税など、全部上がっているのに、水産業界だけはまだ価格競争をしているという印象です。以前よりも経費がかかっているのに、適正価格になっていません。同じ価格の商品でも、これまで1パック3枚あったのが2枚になっていたり、魚のサイズが小さくなったりしていることもある。サンマなどの魚は、サイズの違いでうま味も変わってきます。消費者もおそらく望んでいないことでしょう」

これまでと同じ品質を保ったまま価格競争力をつけ売上が回復させるためには、設備投資が必要であると考えた春日さんは、販路回復取組支援事業の助成金を活用して、トレー自動包装機を導入しました。

**春日さん**「これまで8人でおこなっていた作業が、3人で済むようになりました。人手不足が続いているので、この省人効果はとても大きいですね。手が空いたスタッフには、そのぶん別の作業をしてもらっています。手作業での包装はどうしてもムラが出てしまいますが、この機械だとすべてきれいに包装できます」

現在、ダイカの最終製品全体の3割から4割ほどにこの機械が使われています。回復途上のダイカにとって、このトレーパックを使った製品比率をさらに高めていくことが売上回復の鍵となりそうです。



上げ底タイプのトレーにも対応しているトレー自動包装機

## 「干物は簡単に食べられる食材。もっと食べられていいはず」

水産業界の価格競争を懸念する春日さんは、消費者の魚ばなれに対しても、「干物はもっと食べられていいはず」と話します。

**春日さん**「干物を家で焼いて食べるのは面倒だという先入観を持つ人は多いと思います。でも本当は簡単に食べられるんですよ。コンロの下にある魚焼き器に入れるだけです。面倒というのは、そのトレーを洗うことだけ。手間はフライパン料理と同じです。電子レンジで温めるだけのものより、焼いた干物はおいしいですよ」

干物がいかに簡単でおいしく食べられるかということを知ってもらいたいという春日さんは、今後はより消費者に近い場所で直販していくことも視野に入れています。

**春日さん**「百貨店などにもうちの商品を置かせてもらっていますが、もっと販売量を増やしたいので、道の駅などに直売所があればいいなと思っています。干物といえば関東では小田原から沼津、関西では明石が有名です。それらに比べると東北の干物は関東圏で戦えるブランド力がまだないので、まずは東北を中心に展開していきますが、気仙沼ならではの魚を使えば東京でも価値を出せると思います。たとえばサンマの一番大きいサイズを干物にするとか、定置網に入ってくるホウボウを使うとか。水揚げされる魚も毎年変わります。突然ツボダイが入ってきたり、キンメダイが入ってきたり。そういうことが常々あるので、その都度考えながら展開していきたいですね」

近い将来、同社の気仙沼産の魚を使った珍しい干物が、東北以外の地域に並ぶ日も近いかもしれません。



ダイカでは生鮮カツオと並んで主力事業となっている干物づくり



人気干物商品「氷温熟成さんまのうまか干し」



株式会社ダイカ

〒988-0826 宮城県気仙沼市百目木 327-1

自社製品：各種干物、生鮮カツオほか

# 120年前も今もてくてくと—— 漁師とともに海の幸を届け続ける

有限会社山証

創業明治30年。120年以上の歴史を持つ山証(宮城県気仙沼市)の始まりは、三陸産の海藻を山村に売り歩く行商だったといえます。

**及川さん**「昔のことなので、聞き伝えのことも多いのですが、当時は浜で買ったコンブやノリなど海藻類の乾き物を、山間部の村に売り歩いていたそうです。バスが走るようになると仙台まで足を伸ばし、お客さんのところに一泊して帰ってくることもあったようです。2代目、3代目の時代は個人商店を営み、4代目の父の代から本格的に水産加工を始めました」

山証の主力はメカブ製品。同社の売上全体のおよそ7割近くも占めているのだそうです。メカブ以外にも、ワカメやコンブなどの海藻製品、さらにはホヤの粕漬やイカの塩辛などの珍味も扱っています。



二十歳の頃から20年間山証で働いている  
5代目社長の及川貴博さん



三陸の漁師から直接原料を買い付けている山証のメカブ



少量パックから豊富なラインナップを揃えている

水産加工業を営む現在の山証の礎を築いたのは及川さんの父・証越(しょうえつ)さんですが、その世代交代は予期せぬ形で訪れました。

## 津波は20メートルの高台に一気に押し寄せた

**及川さん**「東日本大震災が発生した日、私は午前中に原料の買い付けに出掛け、午後からは事務所で仕事をしていました。最盛期ということもあり、加工場では40人ほどが忙しく作業



をしていましたが、大きな地震があったところで作業をストップして、従業員の皆さんには作業着のまま帰ってもらいました」

従業員に避難の指示を出したのは、証越さんでした。地震の後、工場には従業員4人と及川さん、及川さんのきょうだい、そして証越さんが残っていましたが、工場まで津波が来るとは実際には予想もしていなかったようです。目の前には太平洋が広がっていますが、工場自体は20メートルほどの高台の上にあります。

**及川さん**「警報では6メートルと言っているのが聞こえました。そのあと10メートルという放送もあったようですが、それは聞こえていませんでした。津波といっても最初は大きな波が来ているというよりも、静かに海面が上がるような感じ。やがて係留されていた船が転覆し始めて、工場の下にあった民家も流されました。海面の上昇が一旦止まったので、そこで終わりかと思っていたのですが…」



実際にその場に立ってみても、ここに津波が来るとはなかなか想像できない（工場の敷地より撮影）

当時、山証の工場と海の間には、JR気仙沼線の線路がありました。それまで静かに押し寄せていた津波は、その線路を乗り越えると一気に山証の工場にも襲いかかり、屋外に出ていた及川さんは逃げる間もなく流されてしまいました。

**及川さん**「私が流された先は運よく工場の中でしたが、工場全体が大きな洗濯機のようになって、海水がぐるぐると回っていた。水の高さが天井近くになった時には死を覚悟しましたが、そこから一気に水が引いて助かりました」

工場に残っていたきょうだいや従業員たちは、工場の裏側の高い場所に避難して無事でした。しかし、そこに父・証越さんの姿はありませんでした。

## 販路喪失からの再出発

**及川さん**「父は工場の脇で津波にのまれてしまい、行方不明になりました。工場は1階部分の海側の壁が破壊されて、機材も流されてしまいました。仕入れたばかりのワカメとメカブも数トン分流されました。私たちは近くの公民館で夜を明かして、翌日から父を捜しましたが、捜索は難航しました」

震災から最初の1カ月は、証越さんの捜索と並行して、従業員の安否確認、工場の被害状況の確認にも追われました。水も電気も復旧していない。ガソリンもない。携帯電話も壊れて親戚とも連絡が取れない。そんな中、工場の片付けを少しずつ進めながら、今後のことも決めていかなくはなりませんでした。

**及川さん**「最初は廃業も考えましたが、お客様、従業員、親戚の励ましやご支援もあり、きょ

うだいで話し合っ、またやろうか、となった。私は三男ですが、きょうだいの中でいちばん業界歴が長いこともあって、父の後を継いで社長になりました。会社のこともやりながら、父のことはずっと捜していたのですが、8月になって遺骨の一部が見つかりました」

及川さんは、買い付けに関しては証越さんから引き継いでいましたが、それ以外のことはほとんど分からなかったそうです。特に困ったというのが販路の喪失。販売先とのやり取りは証越さんが一人で担当していたこともあり、誰も分からない状況。パソコンも津波に流されたため、顧客情報の大半が喪失してしまったのです。

**及川さん**「一部のお客様とは連絡がつかいましたが、震災から1年が経っており、基本的には自分たちで一から販路を見つけなければなりません。社長になったといっても経営経験がなかったので、銀行の担当者の方にもいろいろとご指導いただき、やりながら覚えていったという感じです」

震災から1年後、メカブの一部のラインがようやく復旧。震災前に40人いた従業員は半分以下となり、規模を縮小しての再スタートでした。

**及川さん**「今回の津波の教訓は、いくら高い場所でも、地形によっては津波はどこまでものぼってくるということ。テーブルに水をこぼした時に、障害物があるところは壁にぶつかってそこだけ水が高く上がりますよね。それと同じように、高い場所にあるこの工場にも津波が一気に来て、一気に引いていった。10メートルの津波が来ている時に、20メートル以上の高さにいるからといって安心はできないんですね」

## 処理速度倍速のカット機で販路拡大狙う

事業再開後、販路は徐々に回復していきましたが、それでも売上は震災前の半分ほど。この状況を打破するには、新しい機材を導入して生産能力を高めることが不可欠であると及川さんは考えました。そこで販路回復取組支援事業の助成金を活用して、新しい機材を導入したのです。

**及川さん**「生産能力を高めるために、新しいカット機を導入させていただきました。これは主にメカブをカットするための機械ですが、もともとミートチョッパーに近い機械で、他の



原料を流し込むとミンチ状にカットされて出てくる



メカブの生産ラインの効率化を進めた結果、これまで12名でおこなっていた作業を9名でできるようになった

原料のカットにも使えそうです。もともとあったカット機よりも倍のスピードで処理でき、まとまった量を生産できるようになったので販路も探しやすくなりました」

この他にも、品質向上や作業の効率化を目的として金属探知機、自動印字機、冷凍用トレイをメカブの生産ラインに導入しました。業務用と一般消費者用、山証ではどちらの製品も展開していますが、生産能力が向上したことにより、今後は業務用製品を中心に伸ばしていきたいと考えているそうです。

## これまでもこれからも「漁師とともに」

及川さんは、5代目社長として大事にしていることがあるといいます。

**及川さん**「自分たちは漁師さんとともにあるということを、大切に考えています。当社は漁協がメカブを扱うよりも前から、宮城から岩手まで何百人の漁師さんから直接原料を買わせてもらっていました。後継者不足などの問題により漁師さんの数は減っていますが、今も200人くらいの方と取り引きさせていただいています。いずれ私たち自身で生産をしなければならない時が来ると思いますが、その時にも漁師さんから助けてもらわないと私たちは何もできない」

「漁師とともに」の根底にあるのは、創業から続く、海の幸を届けたいという思い。業務用製品の生産量拡大の先には、自社商品の開発強化も視野に入れています。

**及川さん**「消費者向けの自社商品については、インターネットで売ったり、小売店で販売してもらったりしています。導入させていただいたカット機で、今、いろいろな原料を使って新しいことを試しています。味付け加工の新商品の開発も続けていきたいですね」

ばあちゃんが籠いっぱい海藻を採り、海から山の村人たちへと、てくてく歩いて商いをしたことがはじまり——（山証・商品パンフレットより）。

これから及川さんが歩む道も、一步一步が山証の新しい歴史となります。



### 有限会社山証

〒988-0304 宮城県気仙沼市本吉町大沢 202-2

代表商品：海藻類（メカブ、ワカメ、ノリなど）、珍味（ホヤの粕漬け、イカの塩辛など）

# 「お菓子屋さん」に学び、 直接販売に生かす次世代経営者

株式会社齊吉商店

家業を継ぐ前に、外の会社で修業を積む“次世代経営者”は珍しくありません。水産加工業者であれば、同業、もしくは近い業界で働くケースが多いのですが、齊吉商店（宮城県気仙沼市）の5代目となる齊藤吉太郎さんが選んだ修業場所は少し変わっています。齊藤さんは大学を卒業後、1年間ほど、県外の老舗製菓メーカーで働いていました。

**齊藤さん**「なぜお菓子屋さんで働こうかと思ったのかというと、お菓子屋さんは製造から販売までのすべてを自分たちで手がけているからです。うちも東京の日本橋三越に直営店を置かせてもらったり、インターネット販売を取り扱ったりしているので、製菓業界からいろいろなことを学びたいと思いました。同じ水産加工業者でも製造から販売まで手がけている会社はありますが、消費者への直接販売においては、製菓業界のほうが進んでいる面も多いので」



老舗製菓メーカーでの就業経験もある  
齊吉商店の齊藤吉太郎さん

それから、齊藤さんが気仙沼に戻ってきたのは2015年のこと。

**齊藤さん**「製菓メーカーの工場では、従業員の方たちが床に膝をつきながら、徹底的に掃除をしています。掃除に妥協しないその姿勢を学ばせて頂きました」

齊吉商店の創業は大正10年。正確にはもっと前からやっていたそうですが、商工会議所の資料で遡れるのがその年。食料品や炭など、当時の生活に必要なものを売る商店を営んでいたようです。その後昭和35年に会社を設立しますが、その時は廻船問屋として、船員の手配や船に積む食料の確保などをしていました。

同社が水産加工の仕事をはじめたのは、平成に入ってから。齊藤さんの父・齊藤純夫さん（齊吉商店4代目・現社長）が始め、しばらく廻船問屋と水産加工を両立しながら経営していましたが、震災後しばらくして、事業ごとに分社しました。

## 津波から唯一守った「金のさんま」のタレ

**齊藤さん**「東日本大震災があった時、私は北海道にいました。被災地入りしたのは3月下旬のことです。東京や仙台の親戚と一緒に、着るものや、従業員の方たちに給料として渡す現金を持っていきました。当時、従業員の皆さんに給料を払おうにも、気仙沼の銀行も被災していたので、気仙沼では現金を引き出せなかったんです」

齊藤さんが気仙沼入りした時はまだ、被災地ではご飯を食べるのもやっとという状況。自宅が流された齊藤さんの両親も、避難所生活を送っていました。

**齊藤さん**「震災の津波で当社は2つの工場、2つの店舗を失いましたが、従業員の方たちが守ってくれたものが一つだけあります。当社の看板商品でもある『金のさんま』のタレです。継ぎ足しで30年以上、サンマの油と旨味が蓄積されているこのタレを、津波が来る前に持ち出していたんです」



「金のさんま」のタレはいざという時のために、冷凍パックにしてリュックごと冷凍保管していたといいます。震災前、「金のさんま」はたくさんある商品の中の一つという位置付けでしたが、このタレから震災復興が始まったこともあって、現在では同社の売上全体の4割弱を占める人気商品となっています。



根しょうがと一緒に煮込んでつくる「金のさんま」

**齊藤さん**「サンマは例年、9～10月の脂の乗った気仙沼のサンマを使っています。当面の間は『金のさんま』が主力商品と考えていますが、不漁の年もあるので一つの魚種をあてにし続けるわけにもいきません。サバ、カキ、アナゴなどの煮付け商品や、ヒラメやマグロの漬け丼なども伸ばしていきたいと考えています」

## 工場管理を一変させた電解殺菌水生成機

2012年4月以降、一時的な拠点としていた仮設工場から、2017年6月に港近くの水産加工団地に戻ってきた齊吉商店。新工場の規模は震災前に比べ縮小し、震災前後で同社の業態も変わりました。以前は業務用の加工品も手がけていましたが、現在は小売用の加工品に特化し、大量生産から付加価値を高める製品づくりへのシフトを進めたのです。ただ、震災後の販路回復はまだ十分ではなく、注文に対応するためには作業の効率化も課題となっていました。そこで齊吉商店では、販路回復取組支援事業の助成金を活用して新しい機材を導入しました。

**齊藤さん**「漬け魚や海鮮丼のタレを袋に充填するためのハンドガンを導入させてもらいました。ハンドガンは液体にも粘体にも対応しているので、つみれやカニクリームコロッケなどの充填などにも使えます。ハンドガンを活用した新商品も出していきたいですね」

作業の効率化に対応するための機材としては、電解殺菌水生成機と一括表示印字機を導入しました。電解殺菌水生成機は工場内の洗浄作業を一変させました。

**齊藤さん**「今までは次亜塩素酸などを使って機器の殺菌をしていましたが、工場に匂いが残るのが気になっていました。機器や配管が傷むのも早い。でも電解殺菌水であれば、そういった心配も少ないです。材料にも直接かけて殺菌できますし、工場内で生の材料を切る場所でも簡単に使えます。同業他社の工場でも使われ始めている。以前から気になっていた機材ですが、実際に導入してみて本当にその良さを実感しています」



器具や材料の殺菌、洗浄に欠かせなくなった電解殺菌水生成機

一括表示印字機も、作業の効率化に直接結びついています。従来の印字機は賞味期限を手で打たなければならず、ミスを防ぐための確認作業にも時間がかかっていましたが、自動化によりその手間が省けたようです。

**齊藤さん**「新しい一括表示印字機は、印字のスピードも速く、確認作業にかかる手間を減らしました。これまで5人出荷作業をしていたところ、3人で済むようになったので、空いたスタッフは工場内の別の作業に回ってもらっています」



製造情報をシールに印字する一括表示印字機

## 少数精鋭体制で若手の定着を図り アイデアを形に

齊藤さんの名刺には、部署名も役職名も書かれていません。齊吉商店では、そもそも部署も役職もないのだそうです。

**齊藤さん**「少人数ということもあり、従業員は出荷、製造、販売とさまざまな業務をまたいで仕事をしています。私も経理や開発の仕事に関わりながら、月に一週間ほどは各地の催事に足を運び、店頭に立って販売の仕事もしています」

全員が幅広い業務に対応しながら、新商品開発や販路開拓を進めるといって、まさに少数精鋭の体制。東北の水産加工業者を悩ませる「若手の確保」も、順調に進んでいるといいます。

**齊藤さん**「うちは20代の若い従業員が比較的多くいます。労働市場が人手不足になる前から、地元の高校生のインターンを受け入れていたからだと思います。採用するかどうかに関係なく続けていたことですが、そのおかげで地元の高校と繋がりができ、それが今も続いています。就職を考えている高校生にとっても、卒業生が定着して働いていることは安心材料の一つかもしれません」

採用も担当している齊藤さん。採用前には労働条件や労働環境を応募者に丁寧に説明して、採用

後に『思っていたのと違う』ということにならないように気をつけているそうです。

**齊藤さん**「話の行き違いで辞めてしまうのは、その人にとってももったいないことなので。幸い、うちに入ってくれた若手は定着してくれているので、若い人たちがこれからもっと『これをやったら面白いんじゃないか』と提案しやすい会社になりたいですね。今は製造と販売が中心ですが、また主軸が変わることもあるかもしれないので、柔軟に考えていこうと思います」

齊藤さん自身、30歳と業界ではまだまだ若手。今後は気仙沼の素材を生かして、「齊吉さんの商品があって助かってます」と言われる商品づくりに励みたいと意気込みます。



#### 株式会社齊吉商店

〒988-0031 宮城県気仙沼市潮見町2丁目100-1

自社製品：金のさんま、海鮮丼、炭火焼オリーブオイル漬け、ほか

# 「やってみっぺ」アイテム数 100 に伸ばした社長の原動力

株式会社カネシン

地元宮城の食材を活かしたアイテム数は、なんとおよそ 100 種類。仙台味噌を使った味噌漬け、宮城の銘酒「一ノ蔵」の酒粕を使った粕漬けなどの漬け魚を中心に、「つけ魚茶漬け」など独自の発想から生まれた商品もあります。

**中野さん**「主力となる魚の種類は毎年変わります。少し前ならサケやブリが主力でしたが、今はサバが多い。一つの魚種で商品を開発してうまくいっても、原料の調達や販路にも限界があるのでどこかで頭打ちになります。そうなったらまた別の魚種で商品をつくり始める。そうやって徐々に魚種の幅を広げてきました。味付けもその時々ニーズに対応する形で、西京漬けや塩麴、ネギ味噌、減塩味噌などバリエーションを増やしました」



地元の食材を活かした商品づくりをするカネシン社長の中野賢二さん

カネシンでは、国内での調達が難しくなっている魚種については一部輸入品も扱っていますが、三陸ブリや金華サバなど、地元の魚を積極的に扱っています。

地域に根ざした商品づくりをするカネシンですが、創業した昭和 52 年（1977 年）当時は水産加工の会社ではなかったそうです。

**中野さん**「私の兄が食品全般の仲卸業を営んでいたことが、当社の始まりです。私はもともと公務員として働いていましたが、昭和 55 年に兄と合流し、昭和 57 年に法人化しました。本格的に水産加工を手掛けるようになったのは、平成 6 年（1994 年）に水産加工場を建ててからのことです。会社は順調でしたが、平成 16 年（2004 年）に兄が急逝したことにより、私が会社を引き継ぎました」

スタートは食品全般の仲卸業でしたが、中野家はもともと海とは深い関係にあります。中野さんの父、中野信二さんは船乗りのリーダーでした。その父親の名前から「信」の字を取って、「カネシン」という社名になったそうです。

## 「どんだけできるかわからないけど、やってみっぺ」

東日本大震災では沿岸部が壊滅的打撃を受けた石巻市。カネシンの工場も、例外ではありませんでした。

**中野さん**「当時は工場が 2 つありました。海の近くにある工場は津波で流されて、今は更地



になっています。この本社工場も1階部分は浸水して、2階のすぐ下まで水位が上がっていました。従業員は自宅まで家族を迎えに行った人と、近くの高い建物に避難した人に分かれ、家に帰った方がお一人亡くなりました」

中野さん自身は、地震発生当時、仙台駅から東京に向かう新幹線の中にいました。

**中野さん**「14時41分か42分の発車だったと思います。動き出してすぐに新幹線が止まり、3～4時間、缶詰めにされた後、仙台駅に戻りました。石巻に戻ったのは、3日後。避難所になっていた大学まで車で来て、そこから工場まで歩きました。正直、現地に入るまでは冠水しているだけだと思っていたので、まさかここまで建物が破壊されているとは思ってもみませんでした」

会社に戻った中野さんの最初の仕事は、従業員を解雇することでした。工場の全壊で事業再開の目処も立たず、最初の2カ月間ほどは下を向く毎日だったといいます。

**中野さん**「それでも日が経つにつれ、いつまでも下を向いていていいのか、と考えるようになりました。周囲の人たちから『やるしかねえんだぞ』と励まされ、当時30代だった従業員たちも、『社長、またやりましょう』と私を担ぎ上げてくれた。銀行や建築会社の後押しもあって、本社工場はその年の10月に復旧し、11月から数名という小規模ながら営業を再開しました」

当時の中野さんは「どんだけできるかわからないけど、やってみっぺ」という心境だったそうです。最初の1年目はただがむしゃらに製品を作り続ける日々。早くに営業を再開したことで、その努力が報われたといいます。

**中野さん**「このあたりの水産加工団地では3番目くらいに再開が早かったと思います。そのおかげでお客さんが離れなかった。再開当初はなかなか対応しきれないところもありましたが、最初の数カ月間は、お客さんが『よく作ったね』と高い価格で買い取ってくれたこともあって、再開2年目には新商品を出せるほどまで回復しました」

しかし、元通りにならないことがありました。それは、人材の確保。震災前、近所から通う従業員もいましたが、震災後は高台に引っ越す人が多かったため、今は求人を出しても人が集まらないといいます。

## 深絞り包装ラインの導入で実現した作業効率化と新商品開発

慢性的な人手不足により、取引先の要望に応えられないケースも増えているというカネシン。現在の体制では生産量にも限界があることから、中野さんは販路回復取組支援事業の助成金を活用し、生産効率を向上させる機器を導入しました。

**中野さん**「助成金を活用して、深絞り包装ラインを導入させてもらいまし



深絞り包装ラインの導入で作業全体の効率が約130%に向上したという

た。以前の機械は作業効率が低く、従業員の残業で対応していることもありましたが、新しい機械になってからはそれがなくなりました。具体的には、1時間あたり800パックだった包装の処理能力が、1,050パックまで向上しました。また、手作業だったラベルの貼り付けも、1分あたり8パックから30パックに向上しました。製品ロスが減ったのも導入効果の一つです」

作業効率が向上したことで、新商品開発の余裕もできたといいます。新商品にも、深絞り包装ラインを活かすことを考えています。実際に、機器導入後に発売された減塩シリーズ「金華さば味噌漬け」「金華さば昆布醤油漬」は、取引量としてはまだ大きな動きはないものの、新規取引先の獲得にも繋がったそうです。



減塩のニーズを見据えた減塩シリーズ「金華さば味噌漬け」「金華さば昆布醤油漬」

## 若手に寄せる期待と信頼

カネシンでは、話題となっている新商品があります。その名も「つけ魚茶漬け」。「金目鯛のねぎ塩麹漬け」「鮭のねぎ味噌漬」「金華鯖のほぐし身花小えび入」の3種類があり、ギフト用にも人気なのだそうです。

**中野さん**「当社はお歳暮やお中元の商品づくりにも力を入れています。企画や営業は私の姪（兄の長女）を中心に、女性メンバーが行っています。商談会にも積極的に出展していて、売れ行きも好調です」

カネシンの従業員24人中、17人が女性スタッフ。彼女たちから、今の食卓のニーズにあったアイデアが次々に出てくるようです。しかし中野さんは、新商品のヒットを願う一方で、こうも言います。



人気のつけ魚茶漬。醤油、ノリ、ネギも地元のもの

**中野さん**「売上をぐんぐん伸ばしていこうというつもりはありません。工場も狭いので、これ以上機械を入れる場所もない。急激な拡大よりも、ニーズに合わせた商品開発が大事。今なら簡単レシピで手軽に食べられる新商品の開発は欠かせませんが、いろいろやるといってもうちは焼き魚向けの商品が柱であるということは変わりません」

今の中野さんの原動力となっているのは、「若い力」。カネシンの主力世代は、中野さんよりも一回り下の40代の世代。震災時に自分の気持ちを奮い立たせてくれた従業員たちに、ある程度のことは任せているそうです。

**中野さん**「私が次の世代にバトンタッチするまでにやりたいことは、今の若い人たちに、おいしい魚をもっとたくさん食べてもらうこと。私が子どもの頃は、おいしい魚が今よりもたくさん獲れていたんです。同じ魚種の中でも手に入るいちばんおいしい魚を使っていきたいですね」

魚の本当のおいしさを、その時代のライフスタイルに合わせた形で届けていく。カネシンは、焼き魚というジャンルをこれからも開拓し続けていきます。



#### 株式会社カネシン

〒986-0028 宮城県石巻市松並 1-4-2

自社製品：各種味噌漬け、粕漬け、西京漬け、つけ魚茶漬け ほか

# 仙台・笹かまぼこの食文化を未来に。 「ありがとう」の言葉を聞いて決意した再出発

株式会社鐘崎

仙台にある笹かまぼこメーカーの老舗、株式会社鐘崎。第二次世界大戦末期の1945年に、創業者の吉田勇、キクヨ夫妻が、大規模な空襲を受け焼け野原となった仙台で、魚の開きなどを扱う露天商を開いたのが同社の始まりです。

1947年には、仙台市東八番丁に小さなかまぼこ店、合資会社「鐘崎屋」を開き（1969年に、商号を現在の株式会社鐘崎に改名）、品質が高く評価された鐘崎屋のかまぼこは、仙台の名産として徐々に全国でも評判を呼びはじめます。

順調に成長を続けてきた鐘崎でしたが、1973年、隣接する他社の工場から出火した火災により工場が大きな被害を受けます。しかし、社員が一丸となって復旧にあたったことで、わずか半月後には工場を再開させることができました。

その後、1989年には本社工場に隣接して「笹かま館」をオープン。工場見学や手作り体験をはじめ、立体映像水族館や影絵作家・藤城清治氏の作品を展示するミュージアムなども併設したアミューズメントパークとして人気を集めました。

今年で創業から72年を迎える同社は、「おいしさ 楽しく」という企業理念を掲げ、原材料、品質に徹底的にこだわった商品づくりで、「鐘崎品質」を守り続けています。

現在、代表取締役社長を務めるのは、2016年に就任した嘉藤明美さん。創業家とは全く関係がなく、15年前にパート従業員として勤め始めたのが鐘崎に入社するきっかけだったそうです。

入社後は、「地域の方にもっと笹かまぼこを食べてほしい、楽しんでもほしい」という思いで、さまざまな挑戦を続け、2013年には、かまぼこに使うすり身を基本に、地元食材や旬の海の幸・山の幸を組み合わせた“和惣菜”を提供する「杜のこんだて鐘崎」を立ち上げます。

**嘉藤さん**「外から入ってきた人間として、お客様目線でどうしたら鐘崎の笹かまぼこをお客様に伝えられるかを考えてきました」

## 一枚のアンケートがきっかけ。足すのではなく「抜く」ことで鐘崎品質を追求

一般的な笹かまぼこには、ふっくらとした食感を増すために、でんぷんや卵白が使われていることが多くありますが、鐘崎の製品はすべて無添加。同社が無添加にこだわってリニューアルに取



2016年に代表取締役に就任した  
嘉藤明美さん

り組むようになったのは、お客様から届いた“卵アレルギーがあって、息子は笹かまぼこが食べられません”という1枚のアンケートがきっかけでした。

**嘉藤さん**「こんなにおいしいものが、卵白が入っていることで食べられないなんて。これはなんとかしなければ」

そう感じた先代の社長、吉田久剛さんの思いに従業員も応え、動き出します。

合成保存料はすでに無添加でしたが、目指すのはさらに、でんぷん、卵白、化学調味料を使わないかまぼこ。足すのではなく、ひくことで魚本来のおいしさを追求しようと原料の見直しをはじめ、試行錯誤を重ねました。そして、2005年には、でんぷん無添加、2010年には卵白無添加を実現しました。



「原材料にとことんこだわって、魚本来のおいしさを追求している鐘崎のかまぼこは、ここでしか味わえないおいしさ」と自負する

残るは化学調味料です。化学調味料を使わなくても、しっかりと味わい深いかまぼこにするには…。味と品質への追求を続ける同社でしたが、またも大きな試練にぶつかることとなります。

## 地域の方の「ありがとう」の言葉を聞いて 「笹かまぼこの文化を未来に繋げよう」と考える

2011年3月11日、東日本大震災が発生。本社工場、笹かま館、沿岸部の店舗が被災します。嘉藤さんが「会社がなくなってしまうのでは」と思ったほど、その被害は甚大でした。実は、嘉藤さんは、震災が起こる2週間前に取締役営業本部長への就任を打診されていました。それまで商品企画や販売促進は担当していましたが営業は未経験だったため、「自分にできるわけない」と返事を保留していたところで起きた未曾有の大災害でした。

**嘉藤さん**「もう役員を引き受けるかどうかなんて、悩んでいる場合ではなくて、どうやって会社を明日に繋げるか。それだけを考えて、走り続けました」

全従業員が一丸となって復旧作業にあたり、同年3月28日には製造を再開。焼きあがった笹かまぼこは、近隣の避難所に届けられました。

本社工場のあるエリアには、仮設住宅が多く建てられていました。製造再開後は、その住人の方々が、力を貸してくれた全国の方々へのお礼や、親戚、知人へ送る“元気にしています”という便りに添える品として、鐘崎の笹かまぼこを買いに来てくれました。

**嘉藤さん**「『笹かまぼこをまた作ってくれてありがとう』、『ありがとう』と、本当にたくさんの方に言っていたいたんです。お礼を言いたいのは私たちの方なのに。笹かまぼこはこの土地の方々に愛されてきた大切な文化、ここに住む方の思いを届けるためにあるんだと実感しました。自分たちのためや、会社のためではなくて、地域の方々のために笹かまぼこの文化を未来に繋げよう、そのためにもう一度立ち上がらなければと思いました」

同時に、先代から続く“無添加でもおいしい笹かまぼこ”という命題にも継続して取り組みました。1994年に発売した看板商品である笹かまぼこ・「大漁旗」の化学調味料を抜くことに挑戦、化学調味料を加えるよりも、抜くことでさらに深みのあるおいしさを実現するため、試行錯誤を重ねた結果、ふたつの特別な調味料にたどり着きます。一つ目は高級魚・吉次をすり身にしたあとのアラを使った魚醤、そして2つ目は、石巻万石浦の海水で仕込んだ「伊達の旨塩」。どちらも地元の職人に依頼して開発した独自の調味料です。

こうして震災から約3年後の2014年3月、保存料、化学調味料、卵白、でんぷんすべて無添加となった現在の笹かまぼこ「大漁旗」が完成。さらに、2016年にはすべての笹かまぼこ製品を化学調味料無添加としました。



鐘崎の看板商品「大漁旗」。高級魚吉次のすり身、独自に開発した調味料など素材に徹底的にこだわった逸品

## 生産能力アップのためにロボットを導入

震災後、原発事故の風評被害の影響で観光客が減少。さらに、近年は以前のように、お歳暮やお中元などの贈答品、お土産を大量に買って配るといった需要も減り、笹かまぼこ自体の売上も低迷していました。この状態を打破するためどのような考えかに至ったか、工場長の本城さんはこう話します。

**本城さん**「ならば私たちは“原点”に戻ろう。地域の方に笹かまぼこのおいしさをもっと知ってもらって、日常的に食べてもらえるようにしようと思ったんです」

しかし、日常的に笹かまぼこを食す新たなニーズを掘り起こすための商品開発には人手が必要です。そこで、課題となっていた労働力不足を解消し、開発を行う人員を確保するため、2018年3月、工場の効率化改善プロジェクトチームを発足させます。工場のワークフローを洗い出し、どこを機械化すればもっともメリットが大きいのか検討を重ね、納品先、納品数ごとにバケットに分ける工程の機械化が有効であるという結論に至りました。

そして平成30年度の販路回復取組支援事業を利用して、バケット詰めロボットライン一式を導入。これまで3人必要だったところ、オペレーター1人でこれまでと同等の作業ができるようになりました。

省人化することで生み出した人員を、包装にこだわり、付加価値の高い商品として売上を伸ばしている「福結び」の生産や、新たな商品開発に注力させることで、これまでできていなかった販売体制・生産体制の強化に繋げることができました。



工場長の本城慶さん



バケット詰めロボットライン。その日の受注数、納品先を入力すれば、自動的にバケットに分けられていく

**本城さん**「今後は、原材料ひとつひとつに込められたストーリーを感じてもらえる商品づくりを進めていきたいですね」



日常のお祝い事などの場でのニーズを掘り起こしている「福結び」



政宗公ゆかりの味噌を隠し味に加えた揚げかまぼこ「伊達揚げ」

現在は、仙台藩・初代藩主の伊達政宗公が仙台城城内に設けていた味噌蔵「御塩味噌蔵」の製法を受け継ぐ「ごえんそ味噌」を隠し味に加えた揚げかまぼこ、「伊達揚げ」を新たな仙台土産として売り出し中だそうです。

## リニューアルした「鐘崎 笹かま館」 笹かまぼこ文化発信の拠点として

2019年7月、震災で大きな被害を受けた「鐘崎 笹かま館」が幾度かのリニューアルを経て、再オープンしました。笹かまぼこが作られる光景をガラス越しに眺めながら、手作りで焼いた出来立ての笹かまぼこと宮城の地酒を楽しむお店「鐘崎屋」の店構えは、昭和22年創業当時の店構えを再現したものです。そして館内には、前述した「杜のこんだて鐘崎」の惣菜と、魚へのこだわりと料理人のセンスが光るヘルシーなカフェごはんが楽しめる「杜のこんだてCafé」があります。昼どき、光がたっぷり入るCaféは、地元の女性客でにぎわっていました。

70余年前、焼け跡から立ち上がり歩き出した鐘崎。火事という災難、震災からの再出発。その歩みを支えたのはいつも、ここでしか味わえない「鐘崎」の味への誇りと、地域の食文化を守るという高い志でした。「鐘崎 笹かま館」にたくさんの方が集う光景を目にしたことで、笹かまぼこが、普段の食卓にさまざまに形を変えて並ぶ未来を想像することができました。



創業当時の店構えを再現したお店で、焼き立ての手作り笹かまぼこ宮城県の地酒が味わえる



「杜のこんだてCafé」は、地元の人をはじめ、たくさんの人に、仙台の食文化を楽しんでもらうきっかけを、という思いでつくられた場だそうです



### 株式会社鐘崎

〒984-0001 宮城県仙台市若林区鶴代町 6-65

自社製品：かまぼこ、牛タン、魚すり身をつかった和惣菜

# 「被災地で真に必要とされる会社」になるために、 「仕事とは何か」を真剣に問い続ける

株式会社高橋徳治商店

高橋徳治商店の創業は明治38年（1905年）。魚粕、鰹節、鮪節などの製造販売からスタートしました。その後、秋刀魚の蒲焼の原料、佃煮、たらこなど商材を増やしていき、1960年代の初めからは練り物の製造を開始。それ以降、練り物を主力製品として取り扱ってきました。

**高橋さん**「当時、魚の加工品の原料がどんどん輸入冷凍魚に変わっていきました。国産でも冷凍の原料が多くなって。うちは水揚げが多い石巻にあるし、前浜で安く国産の魚を買える。そこで2代目の父・吉男は国産原料で練り物を作ったらどうだろうと考え、塩釜の笹蒲鉾屋さんに修行に行って、作り方を覚えたそうです」

3代目となる高橋さんが、入社したのは1974年。その当時は大手企業の下請けでさつま揚げなどを製造していました。ただし下請けの仕事は、販売数量は多いものの納入価格が厳しく、なかなか利益に繋がりません。ハードワークで身体的な負担も大きかったため、高橋さんはこの状況を打開すべく、独自で販路開拓を始めます。

**高橋さん**「さまざまな営業先を回るうち、埼玉県の学校給食と出会ったのがひとつの転機になりました。ここで、『野菜の入ったさつま揚げを作ってみないか』と誘われて。子どもがなかなか野菜を食べないけれど、普通の練り物とは違うふわふわ食感で、お好み焼き風にすれば子どもが食べるのではないか、ということで作ったら成功して、最終的に埼玉県の小中学校全部に納品することができました」



株式会社高橋徳治商店 代表取締役  
高橋英雄さん



給食で喜ばれた「お好みさつま揚げ」



国産にこだわったすり身



また、学校の栄養士さんと製品を共同開発する中で、食品添加物などについて詳しい知識を得た高橋さんは、これまで以上に原料にこだわった製品作りを志すようになったそう。高橋徳治商店の製品は国産原料を90%以上使用し、添加物も使っていません。そのため魚本来の味を感じることができます。こうした安全と味にこだわった製品作りが認められ、学校給食だけではなく、生協とも取引が始まり、平成4年に本社工場、平成7年に第二工場を建設するなど、順調に業績を伸ばしていきました。

## 取引先の支援に後押しされ、「被災地で必要とされる会社」になると決意

2011年3月11日、高橋さんは法要のため会社近くのご自宅にいたのだそうです。揺れが来て、会社に向かおうとするも「ジェットコースターのように揺れて」、なかなかたどり着けなかったのだとか。本社工場は6.9メートル、海に近い第二工場は10メートルの津波に襲われ工場は全壊。原料や、過去のデータが入ったパソコンなども全て流されました。

会社を再建するにあたってはかなりの逡巡があったそうです。奥さまからも「あの場所には戻れない、やめよう」と何度も言われました。水道は2か月半、電気も3ヶ月半使えない中、それでも再開を諦めなかったのは支援してくれる人の存在があったからでした。

**高橋さん**「学生ボランティアの方が延べ400人、取引先の方が延べ1,100人も片付けの手伝いに来てくれたことが力になりました。普通、取引先がボランティアに来てくれることなんてないでしょう。それなのに交通事情が悪くちょっと遅くなったら帰れない、泊まる場所もないところに大勢来てくれた。だから、自分はここで、この被災地で真に必要なとされる会社になろうと思ったんです」

本社工場だけで50tもの津波堆積物があり、それをスコップや一輪車で運び出します。地盤沈下をしたせいで大潮のたびに掻き出した泥やゴミがまた戻ってくるような日々が続きました。

そして被災した工場から機械を発掘し、なんとか修繕して1生産ラインから営業を再開。火入れ式は2011年の10月1日でした。最初に作ったのは「おとうふ揚げ」。取引先である全国の生協が、共通の重量、パッケージに統一するなど、少しでも生産が楽になるよう取り計らってくれました。原料は北海道から無添加の冷凍すり身を調達。その原料も「お見舞い」として格安で提供してもらったのだそう。大豆は岩手県産で、水が放射能検査で合格するのを待ち、仕入れました。そうして5日間試行錯誤で作り上げた1,000kgの製品。しかし、何と高橋さんは、これを廃棄することにしたのです。



津波の高さが風力発電機に記録されている



震災の日のことを忘れぬよう、当時のスコップ、一輪車、カップなども保管している

**高橋さん**「現場とは大ゲンカです。皆に協力してもらって、やっとの思いで作ったものをなげ捨てるんだ、やっていられないと言われました。でもこれだけの支援を受け、それにお応えできる商品かと言うと違った。これだけ助けてもらって、本当は1軒ずつ1人ずつお礼を言ってまわりたい。でもそれができないなら、せめて震災前をはるかに超えるものを作ろう、それにはメッセージが入っているはずだと言ったんです。食べ物にメッセージを込めるって何だ?と思われるかもしれないけれど、あの時は社員全員、自分の言っていることを理解してくれました。最終的に1,000kgの製品はボランティア団体の方に引き取ってもらいました」

## ロボットの導入で、人が「付加価値のある仕事」をできるようになった

再開後は毎日、工場、事務所の職員全員と、もちろん社長も、朝一番で試食をして「メッセージが込められているか」確認するようになりました。その日の気温、原料の状態などでなかなか製造条件が決まらず、朝の6時に出社した社員が10時になっても仕事が始められないこともあるのだとか。でも再開してから2,300日以上、この試食を続けて良かったと高橋さんは語ります。

**高橋さん**「口の中に入れた時、何噛みでほぐれるのか、唾液と混ざった後、舌と上あごに旨味がくるタイミングはいつか、旨味を前味、中味、後味のいつ出すのか、鼻腔から抜ける香りはどうか、それを商品ごとに全部変えていますし、その日の原料に合わせても変えます。無添加とは言え高級品ではないし、毎日これをやってもペイしないとされることもあります。でも分かる人には分かります。それを毎日毎日繰り返して、考え尽くしてだんだん精度は上がってきています」

とは言え、製品の品質にとことんこだわるため、売上の規模は震災前を下回ったまま。そこで今回、支援事業を利用して導入したのが「はんぺん」製造に用いる多関節ロボットです。この機械の導入により、6名必要だったはんぺんの生産ラインが1名で対応できるようになりました。その分の人手を、他の生産ラインや異なる仕事に充てることが可能になります。また、はんぺんの形状・重量を均一化することにも成功しました。



導入した多関節ロボット

**高橋さん**「ウチは従業員の離職率は低いのですが、震災以降は人手不足で新たな人材を確保するのが難しい状況でした。そのため、機械化できることは非常にありがたいです。はんぺんのラインを省人化し、人員に余裕ができたことで、人の手でしか処理できない小さい魚や変形した魚を買えるようになりました。利益率も良くなるし、手で処理した魚だと魚への愛着もわきます。もっと魚が喜ぶ加工ができると思うんです」



小さな魚を処理する人員を確保できるようになったことで利益率向上に繋がった

## 仕事には、「人を変える」可能性がある

「この被災地で必要とされる会社になりたい」という決意で事業を再開された高橋さん。2015年の7月に現在の本社工場が落成した際、落成式の中で従業員とともに「私たちは、この被災地で、力になり、笑顔になり、自ら光になります」と誓ったのだそう。

**高橋さん**「例えば仮設住宅に1人明るい人がいるとするじゃないですか。同じ仮設に引きこもりのおばあちゃんがいたら、自分の家に連れてきてお茶を出して。で、お茶を飲んで、何年ぶりかで一緒に泣くくらい笑って、また来るんだよって帰ったら、引きこもりだったおばあちゃんにも、招き入れた側にも、ぽっと灯りがつく気がしませんか？で、おばあちゃんが近所で世間話などをしたら、また灯りが増える。そういう灯りをともせる会社になろうと決めたんです」

被災地は高齢化、過疎化、貧困、引きこもりなど、日本の社会的な課題が凝縮されると言います。実際に宮城県は引きこもりや不登校の数が全国ワースト。高橋さんも避難所で、ワガママを言わず、健気にいい子を演じている子どもたちが夜泣きをしている姿を多数見たそうです。そして、そういうガマンを重ねた子どもたちが、だんだん不登校から引きこもるようになっていくのだとか。

**高橋さん**「避難所を出ても、慣れない遠くの学校に通い、帰ってきたら狭い仮設住宅で親が言い争っていたら子どもは居場所がないでしょう。なので、そういう子達の居場所になればと思って、今、新設した野菜加工場に引きこもりやその予備軍の子に手伝いに来てもらっています。最初は人と目を合わせられないような状態なので、上から目線で接してもダメ。一緒になって考え、信頼しあいながらやっていく。2歩進んで3歩下がっても、2歩進んだことを評価する。採算は合わないけれど、この事業に携わった社員はやって良かったと言ってくれました。従業員の人としての品質向上（笑）には繋がっていると思います」

この事業を通じて4名が当社と雇用契約を結べ4名が社外に就職できるまでになったそう。

「仕事を通じて、その若者たちが変わることができれば、自分達も変われる」。

被災後、仕事とは何かを見つめ続けた高橋さんは、今後とも仕事を通して深い味わいのある製品を、人を生み出していくことでしょう。



### 株式会社高橋徳治商店

〒986-0024 宮城県石巻市川口町 2-1-35（本社）（本社は震災の影響により営業停止中）

〒981-0505 東松島市大塩字緑ヶ丘 4-3-16（工場）

自社製品：無添加練り製品（笹蒲鉾、はんぺん、さつま揚げ、つみれなど）

# 「素材から惣菜へ」煮魚から始まる 新たなストーリー

株式会社カネダイ

正月に向けて急ピッチで作業の進む加工場内。宮城県気仙沼市のカネダイではこの日、おせちに欠かせないカニやエビなどの加工が行われていました。



HACCP 認証を受けるなど衛生管理基準の高いカネダイ工場内

水産加工業以外にも、漁船経営、プロパンガスの販売なども手がけるカネダイの創業は1942年（昭和17年）。近海トロール船を購入したことから始まります。

**小野寺さん**「漁船経営から始まった当社の事業は、その後エネルギー事業など多方面に広がっていきました。その中でも水産食品部門の売上は、現在、全体の6割ほどを占めています。主な製品はカニ・エビの加工品で、震災後に建設した工場では前浜で取れたサンマなどを使った加熱商品なども取り扱っています」

世界を股にかけて事業展開をしている点も、同社の特徴的な点といえます。気仙沼の加工場では主に国内販売向けの水産加工品を生産していますが、カニ・エビの主力工場である中国の煙台市に所有する自社加工場で生産した商品は北米などへも輸出しています。また、気仙沼近海で定置網漁業を手掛けるほか、インド洋ではマグロ漁業、ナミビア共和国（アフリカ）ではカニ漁業を自社で展開しています。



新製品の開発等にも携わる  
カネダイ常務取締役の小野寺正喜さん

**小野寺さん**「最盛期には4隻の漁船が操業していましたが、現在はインド洋で漁をするマグロ漁船1隻と、アフリカで漁をするカニ漁船1隻が操業しています。漁業経営による原料調達以外にも、アメリカ、カナダ、デンマークなどからの買い付けもしています」

## 津波で 13 施設が全壊、施設は順次復旧も売上戻らず

震災前、カネダイは水産加工場やガス充填所など、合わせて 15 の施設を所有していました。しかし、震災の津波により 13 の施設を失うという壊滅的な被害を受けました。

**小野寺さん**「山にあった機械倉庫と漁具倉庫以外はすべて全壊しました。工場などにいた従業員の避難は、この辺りでも早かったほうだと思いますが、ガソリンスタンドで働いていた従業員 1 名が津波で亡くなりました」

大きな被害のあったカネダイですが、それでも震災のあった 3 月のうちに、一部の業務を再開させなければならない事情がありました。

**小野寺さん**「当社の供給がストップすると困るという取引先もあったことから、すぐに都内の商社の事務所に場所を借りて営業を再開したほか、病院や学校などのお客様に魚介類を届けるため仮設の仕分け場所を設けました。しかし、工場があった場所は通称「網掛け地区」に指定されたため、容易に工場を新設できず、一旦解雇せざるを得ない従業員もたくさんいました。水産加工を再開できたのは震災翌年の 7 月のことですが、その規模は震災で無事だった漁具倉庫を改造した小さなものだったため本格的な加工場施設を待ち望んでいました」

震災前、200 人ほどいた従業員は、この時 80 人ほどに。規模は縮小しましたが、その後は震災前にあった施設の復旧を段階的に進めていき、現在は 6 箇所の施設を稼働させるまでに回復。2017 年には新社屋（工場）も完成しました。こう聞くと順調にも思えますが、新しい建物ができただけで売上が元に戻るわけではありませんでした。

## 2 台目の飽和蒸気調理器導入で煮魚の生産能力が 2 倍に

新社屋完成後も、設備不足、人手不足、原料高など多くの課題があり、カネダイの販路回復は思うように進みませんでした。そこで同社は販路回復取組支援事業の助成金を活用し、競争力強化に繋がる 2 つの新しい機材を導入しました。

**小野寺さん**「導入機材の一つは飽和蒸気調理機です。当社では新社屋移転後に、サバ、サンマ、イワシといった魚の煮魚加工を始めており、その際にも同じものを導入していました。つまり今回のものが 2 台目になります。当社が使っている飽和蒸気調理機は、他の煮魚用の機材に比べて決して生産性が高いわけではありませんが、おいしい煮魚を作れるので重宝しています。2 台に増えたことで、交互に使いながら 40 分の調理時間をただの待ち時間にせず、効率的に作業できるようになりました。これまで日産 300 ～ 400 キログラムだったところ、600 ～ 800 キログラムの生産が可能になりました」



2 台並ぶ飽和蒸気調理器（右側が新しいもの）。  
生産能力が倍増した

助成金の活用で導入したもう一つの機材は、横入式給袋連続真空包装機。これまで12人の作業員が手作業で充填と梱包の作業を行っていましたが、この機材を導入したことにより、従来の倍の量を7～8人体制で処理できるようになったといいます。

**小野寺さん**「横入式給袋連続真空包装機の導入で作業効率の向上とコストダウンを実現できただけでなく、そこから新商品に繋げることもできました。骨までやわらかく食べられる『三陸の青魚と野菜のトマト煮』などは新しい機材を応用しての新商品です。当社の主要製品は業務用が多いのですが、このような家庭向け商品を作ったことで『カネダイもこういう商品を始めたんですね』と営業の切り口になっています」



省人効果が高く、商品開発の幅も広がりそうな横入式給袋連続真空包装機



主婦層に向けたパッケージデザインの「三陸の青魚と野菜のトマト煮」



震災復興の事業から人気ブランドに成長した「かに物語」シリーズ

## 「食べてもらえればわかる」おいしさへの揺るぎない自信

カネダイが一般消費者向けに煮魚加工を始めたのは、とある事情からです。

**小野寺さん**「近年は水揚げが低調で、凍結工場で量をこなす仕事をするだけでは経営が難しくなってきました。魚は明日入ってくるかどうか分かりません。また、消費者が生魚よりも調理済みの加工品を求めるといった時代の流れもあり、『素材から惣菜へ』が私たちの新しいコンセプトになりました。『家庭でおいしく魚の加工品を食べるなら煮魚かな』と思い、飽和蒸気調理機に行き着いたのです」

すでに多くの水産加工会社が煮魚を作る中、後発企業となったカネダイは変わったことをするのではなく「味勝負」をしているといいます。しかし小野寺さんは、何がどのようにおいしいのか、多くは語りません。「食べてもらえればわかる」という自信からです。



イワシの味噌煮の盛り付け例。  
家庭でも「おいしく簡単に」を目指す

**小野寺さん**「モニタリングと改良を重ねて2年がかりで味を仕上げました。味覚は人それぞれ違うので、皆さんどのような感想を言うのかはわかりませんが、お客さまからは『おいしい』という声を多くいただいています。サバの味噌煮、醤油煮、イワシの生姜煮などの味付けは、地元の調味料にこだわらず、全国の調味料をいくつも試しました。地元のものを使ったほうが商品ストーリーは作りやすいのですが、それはもう他社がやっていることなので、後発のうちは売りづらい。そこでおいしさを優先したのです」

とはいえ、いくらおいしくても、「知る人ぞ知る商品」になってしまっただけでは、事業としての存続が難しくなります。「今後はブランディングの再構築もテーマになる」と小野寺さんは言います。

**小野寺さん**「今は魚の消費量が減っています。肉よりも割高になっている。その中で売れる商品を作っていくには、トマト煮のように、野菜と魚の組み合わせなども考えていく必要があると思います。当社は『かに物語』という高級惣菜ブランドも手掛けていますが、今後は煮魚のように低価格帯の商品も増やしながらか、素材から惣菜へ、シフトチェンジしていきたいと思っています」

味を追い求めた次のステップは、ブランド力の向上。家庭向け商品へのチャレンジという、カネダイの新たなストーリーは始まったばかりです。



#### 株式会社カネダイ

〒988-0033 宮城県気仙沼市川口町 1-100

自社製品：エビ加工品、カニ加工品、各種煮魚 ほか

# 作り続ける黒ノリは国産限定

## 東北水産加工業協同組合

東北の被災地では、津波被害により工場を失った会社の分まで生産を請け負い、製品の供給を続けた水産加工業者も少なくありません。福島県相馬市の東北水産加工業協同組合もその一つ。会社法人とは異なる組織形態ですが、ノリの生産業者として1965年（昭和40年）の発足以降、旅館などに卸す業務用の味付けのりを中心に黒ノリの加工を手がけてきました。

**但野さん**「宮城や岩手では、東日本大震災の津波で工場が流された同業者も多くありました。そうした被災企業の中には、自社工場を新しく建て直すよりも外部に生産を委託したほうが良いと判断したところもあり、津波被害のなかった当組合への委託生産の注文が増えました。今もその注文が継続しています」



組合長の但野建治さん。  
父親は発足時の組合員だった

東北水産加工業協同組合はもともと、地元相馬の潟湖・松川浦でノリの養殖を営む生産業者らの共同出資により、ノリの生産量を増やすための加工施設を作ったことが始まりです。組合員はノリの販売業者で、現在は15人ほど。同組合は生産したノリを組合員に卸し、組合員は自分たちの持つ販売ルートに乗せます。

**但野さん**「組合発足当初の昭和40年代は松川浦の黒ノリを扱っていましたが、昭和50年代後半には黒ノリが取れなくなってしまったんです。黒ノリに代わって繁殖したのがアオサです。外から持ってきたアサリの稚貝にアオサの胞子が付いていて、それが繁殖して黒ノリが淘汰されたと言われていいます。現在は全国各地から黒ノリ原料を取り寄せて、味付けのりや焼きのりなどに加工しています」

昨今は海外からの輸入ノリを扱う業者も増えていますが、東北水産加工業協同組合で扱うノリは国産限定。宮城県内だけでなく、瀬戸内地方のものも多いといいます。



旅館の朝食用向けに  
需要の多い味付けのり

## 生産が注文に追いつかないロングセラー商品「のりピー」

東北水産加工業協同組合全体の生産量の8割を占めるのが味付けのりですが、同社には「生産が追いつかない」という人気商品があります。その名も「のりピー」です。



**但野さん**「味付けのりに砕いたピーナッツをかけた製品です。引き合いの話はよくいただくのですが、人手のかかる製品ですし、のりピーの生産を増やすために味付けのりの生産を減らすこともできないので、今はまだ、従来からいただいている注文に対応しているのみです。実はのりピーは、40年前から作っている商品で、爆発的に売れたことはないのですが、ゆっくりと時間をかけて認知されてきた商品です。子供からお年寄りまで、お菓子として、おつまみとして、いろいろな食べ方で親しまれているようです」

他に同組合では、お弁当には欠かせない「味付おむすびのり」、ノリをたっぷり使った「ふりかけのり」などもつくっています。こうした一般消費者向け製品は、福島県内の道の駅やサービスエリア、福島県のアンテナショップ、インターネットショップなど、組合員が出品している場所で購入できます。事業の核ではないものの、パン食へのシフトが進み“のり離れ”が進む昨今においては、このような商品は消費者とノリを結ぶ貴重な存在と言えそうです。



小分けにパックされているのでちょっとしたおやつにも最適



ロングセラー商品「のりピー」



味付おむすびのり



ふりかけのり

## 不調だった味付け装置、タレを均一に塗れるように

東北水産加工業では、東日本大震災で津波被害はなかったものの、地震による被害がありました。建物の外壁や排水管にもヒビが入り大規模な修理が必要となりました。生産に直接影響したのは機械の不調です。

**但野さん**「味付けのりの生産ラインの機械の一つが地震により故障したため、他のものと入

れ替えました。そのまま使い続けた機械も、調整が微妙なところでずれてしまいました。それまではノリに均一にタレを塗っていましたが、地震後はムラができてしまい、製品ロス率も上がってしまったのです。生産量を回復させるには、新しい機械が必要な状況となっていました」

そこで同組合は、味付けのりの生産ラインを見直すべく、販路回復取組支援事業の助成金を活用して「味付け装置一式」を導入しました。



「焼く」工程と「タレを塗る」工程を連続で行う味付け装置

**但野さん**「おかげさまで、タレをきれいに塗れるようになりました。これまでは、ムラがあったので、検品作業にはサポートの人間が一人付いていましたが、今はサポートが付かなくても検品作業がスムーズに行えています。結果的に一人分の省人化となり、別の作業にスタッフを回せるようになりました」

## 「他にない製品、安全な製品をつくり続けること」が目標

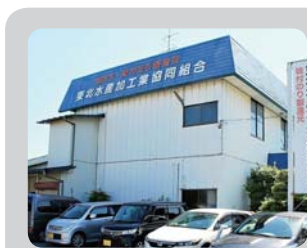
機械の問題をクリアした東北水産加工業協同組合ですが、一組織では解決できない問題にも直面しています。福島第一原発事故の風評被害です。

**但野さん**「こればかりは私たちだけではどうしようもない部分もあります。瀬戸内地方のノリを使っても、加工が福島県だと、お客さんからはまだ『福島だとね…』と言われてしまいます」

風評被害に関してはなくなるのを待つしかないというのが現状。それまでは、それ以外の部分で努力を重ねていくしかないようです。

**但野さん**「世の中で他にない製品、そして安全な製品をつくっていくというのが私たちの今の目標です。原料価格の高騰も厳しい問題ですが、風評被害がいちばんのネック。これさえなければもっとやれるという自信もありますが、今は組合員が一丸となって販売を促進していきたい。組合員の高齢化が進む一方で、若い人もいますので、みんなで力を合わせて頑張っていきたいと思います」

被災企業に分まで生産を続けてきた同組合。供給基地として果たす役割は今後ますます大きくなりそうです。



### 東北水産加工業協同組合

〒976-0037 福島県相馬市中野寺前 226-7

自社製品：味つけのり、のりピー、ごまっ子、のりふりかけ ほか

# ごまかすな——職人氣質の父から繋いだ 「縄文干し」の味

丸源水産食品

地元で取れた新鮮な「常磐もの」の魚を下処理し、独自の調味液に漬け込んで氷温熟成。一晚寝かせた魚を洗浄した後、今度は日陰で扇風機の風を当てながらじっくりと干しあげ、下処理から完成するまでに3日間ほどかかります。これが丸源水産食品（福島県いわき市）こだわりの「縄文干し」の製法です。通常の干物よりも手間はかかるそうですが、味のほうはどうなのでしょう？

**佐藤さん**「時間をかけている分、旨味が凝縮されています。普通の干物に比べて魚のにおいが少なく、焼くといい匂いがするので、お子さんや魚が苦手な方でもおいしく食べられるとご好評をいただいています。解凍後に水が出にくく、焼いても身が小さくならないのが特徴です」



創業者の孫にあたる丸源水産食品店主の  
佐藤幹一郎さん

1936（昭和11）年、練り物加工から始まった丸源水産食品（創業当時の名前は丸源商店）。練り物にプラスする形で干物づくりを始めましたが、現在は干物づくりに特化しています。練り物は仙台や東京、名古屋などにも出荷するほど盛況でしたが、大手メーカーが練り物に参入した頃から、売上が下がり始めたのだそうです。当時の社長、佐藤さんの父・勝彦さんは、その時ある決断をしました。

**佐藤さん**「私が高校生だった1986（昭和61）年に、父が『このままではダメだ』と言って独自の製法で干物を始めました。住居内の風通しのよい場所に魚を吊るして干していた縄文人の知恵に学び『縄文干し』と名付けて売り出すと、素朴な味わいが評価されてその年の『観光みやげ品コンクール』で県知事賞を受賞しました」

縄文干しはその後「全国水産加工たべもの展」で水産庁長官賞をするなどして、さらに評価を高めていきます。

**佐藤さん**「ただ、賞をもらったからといって、すぐに商品が売れるほど甘くはありませんでした。商品が売れるようになったのは、物産展などに積極的に出ていくようになってからです」

## 「10年以上のブランク」は決して無駄ではなかった

縄文干しの誕生により、佐藤さんの人生にも大きなプラン変更がありました。

**佐藤さん**「私は高校を卒業したら働こうと思っていましたが、縄文干しが賞をもらった時に、父が『大学に行ってもいいぞ』と言いました。といってもそれが高校3年の冬のことだったので受験に間に合わず、横浜にある簿記の専門学校に進みました」

専門学校を卒業後、地元に戻った佐藤さんは、加工場で干物づくりを学びながら、自社製品の販売のため北海道から沖縄まで、全国各地の物産展を渡り歩いていました。1年の3分の1ほどは外に出ているという生活。出張に出たまま4か月ほど家に帰らなかったこともあるといいます。ギフトものも好評で全国から注文が入るほど商売は順調でしたが、2002年頃、佐藤さんは丸源水産食品を去ってしまいます。

**佐藤さん**「父と親子喧嘩をして家を出たんです。私は北海道に渡り、住宅のリフォーム会社でサラリーマンとして働き始めました。親子関係が悪くなったわけではなく、たまに帰省もしていましたが、私が抜けたことで販売を一人で担当することになった叔母は大変だったと思います。その頃は正月向けの伊達巻きも作っていましたが、短期間で何万本も納めないといけない大変な仕事なのでやめざるを得ませんでした。ただ、その頃から通販は順調に伸びていったようです」

しかし、そこで襲いかかってきたのが2011年の東日本大震災。丸源水産食品の工場建物にヒビが入ったほか、近くの中之作港にあった冷凍庫が津波により大規模半壊。地元の港では水揚げがなくなり、事業を休止せざるを得ませんでした。

**佐藤さん**「私は5月の連休に、震災後初めて帰省しました。札幌から福島への便は、チャーター機かと思うほどガラガラ。その時、父から『手が空いた時に心臓の手術を受ける』と告げられました。父は9月に手術しましたが、その年の暮れに亡くなりました」

震災から3年後の2014年、佐藤さんは北海道の会社を退職し、再び地元に戻ってきます。北海道での生活に馴染み、自分の家族も築いていましたが、一人暮らしの母親のことが気がかりでした。

**佐藤さん**「ずっと北海道にいてもいいと思っていましたが、妻からも戻ったほうがいいと言われ、一家でこちらに戻ってきました。子供にとっても、海に近いこの自然の中で育つほうがいいんじゃないかな、とも思いました」

いわきに戻ってしばらくは、酒屋さんで配達のアルバイトをしながら、再開の準備を進めました。そして2016年暮れに丸源水産食品の営業を再開。翌年、地元の魚市場で6年ぶりに入札が再開されると、干物作りを本格化させていきました。佐藤さんにとって10年以上のブランクがありましたが、北海道での仕事の経験が活かされているようです。

**佐藤さん**「もともと物産展を回るなどBtoCの経験は豊富でしたが、北海道ではそれまでほとんど未経験だったBtoBも経験できました。パソコンや営業のスキルも身につきましたし、当時の経験やスキルがあるおかげで、今こうして仕事ができていると思っています」

## 冷凍ショーケース導入で気軽にふらっと立ち寄れる販売所に

しかし震災後のビジネス環境は、かつて佐藤さんが全国を飛び回っていた時代とは大きく様変わりしました。とりわけ福島第一原発事故の風評被害の影響は大きく、通販部門の売上は低迷した

まま。そこで佐藤さんは販路回復取組支援事業の助成金を活用し、工場に直接商品を買ってくる人向けに、冷凍ショーケースを導入しました。

**佐藤さん**「2018年11月から工場併設の販売所を開設し、冷凍ショーケースに商品を入れて直接販売するようにしました。地元の方が何かのついでにふらっと立ち寄ったり、都会暮らしの方が帰省ついでに足を運んでくださったりしています」



冷凍ショーケースにはメヒカリ、サバ、ヤナギガレイなどの干物が並び

この日の取材中にも近所のお客さんが来店。地元の方は主に、その日のおかず用に単品で買っていくことが多いのだとか。スーパーにはあまり並ばない魚種の干物も多く、常連さんも戻り始めています。また、ギフト用の詰め合わせ商品も好調で、1万円前後の詰め合わせがよく出ていることもあって客単価も上がっているそうです。

助成金ではさらに、作業効率化のために製氷機も導入しました。

**佐藤さん**「今は魚が少ないので、人を雇うだけの仕事ありません。ただ、私と妻、母、叔母の4人しかいないため、非効率な仕事も多い。その一つが製氷です。これまで冷凍庫で氷を作っていました。水や氷の出し入れはすべて手作業で、その都度30分ほどかかっていた。製氷機を導入したおかげで作業が効率化し、その分、干物用の魚をさばく時間を多く取れるようになりました」



製氷機の導入により作業が効率化。冷凍庫内のスペースにも余裕が生まれた

## 「ちゃんと漬け込んで、ちゃんと干していれば間違いない」

試験操業で取れる魚が増えてきたとはいえ、風評被害はいまだ収まっていません。佐藤さんはこれから先の経営の見通しを次のように語ります。

**佐藤さん**「とりあえず、店は今の規模のままで続けていくつもりですが、縄文干しを『おいしい』と言ってくれる方も多いため、この味をもっと広めたいと思っています。この町には、津波で流されたままの状態となっている場所がまだあります。こういう地域に外から人が来て、少しでも町にプラスになることがあればいいですね」

家族のみの少人数経営のため、昔のように長く外に出ることはできませんが、2、3日程度であれば商談会や物産展にも積極的に参加していきたいといいます。

佐藤さんが父・勝彦さんと仕事をしていたのは家を出た2002年まで。事業の継承はどこまでおこなわれていたのでしょうか？

**佐藤さん**「父は職人なので、経営について何かを言うことはありませんでした。私が父から教えてもらったのは、魚のさばき方、漬け方、干し方。『ちゃんと漬け込んで、ちゃんと干していれば間違いない。ごまかすな』と言われました」

父の考案した縄文干しを受け継ぎ、広めようとする佐藤さんですが、佐藤さんが独自に改良したこともあります。それは化学調味料を使わずに、魚醤などで味を調整していくということ。つまり縄文干しを無添加で作るということです。

**佐藤さん**「味の調整には時間がかかりましたが、無添加でいいものができたと思います。いい製品を作っていれば、お客さんはうちの商品を選んでくれるはずです。とにかく品質を落とさないように続けていきたいですね」



先代が考案した縄文干しを継承しながら現代のニーズに合わせ無添加に改良

佐藤さんはこれからも、豊かな漁場のあるこの町で、食卓を豊かにする干物作りを続けていきます。



**丸源水産食品**

〒970-0311 福島県いわき市江名北口339

自社製品：縄文干し（サバ、メヒカリ、ヤナギガレイ、カマス、アカウオなど）ほか

# 伝統的な漬魚と、新しい時代にマッチした商品で 愛され続ける 100 年企業へ

味の浜藤株式会社

味の浜藤の創業は1925年。創業者の森口二三さんが福岡県から上京し、東京では珍しいサラシ鯨を百貨店に納める商いを始めたのが原点です。その後、1970年に札幌工場、1990年にはいわき工場、1998年にはいわき第二工場を設立。このいわき工場、いわき第二工場が現在の「味の浜藤株式会社 小名浜ファクトリー」の前身となります。小名浜ファクトリーでは、味の浜藤の代名詞とも言える西京漬などの漬魚を主に製造しています。

創業から90年以上の歴史を持つ味の浜藤ですが、現在の基盤を作り上げたのは、現会長である森口一さん。企業理念である「豊かな味を創り、健康で明るい食生活に貢献する」を実践すべく、化学調味料や保存料を一切使用しない方向に切り換えました。



味の浜藤株式会社 小名浜ファクトリー  
事業部長 比佐直也さん

**比佐さん**「化学調味料や保存料は、20数年間使っていません。それらを使用しないと、調味にも工夫が必要だし、コストも手間も莫大です。でもお客様の健康には変えられませんし、食品の安全性が問題になった時でも、うちは大丈夫と自信を持って言えるのは嬉しいです」

味の浜藤では化学調味料や保存料だけではなく、原材料にも強いこだわりを持っています。例えば銀鯧は、カナダの特定のメーカーのものを中心に購入しています。

**比佐さん**「カナダのメーカーにこだわっているのは、そのメーカーの船に乗っているテクニシヤンの腕が良いからです。テクニシヤンと言うのは漁の後、凍結などの処理をする人のことです。良いテクニシヤンが扱ったものは、処理が早いので鮮度も良く、凍結もきれいで、身割れや打ち身もなく、他の物と身質が全然違います」

他にも、魚を手で三枚におろす、可食部分を増やすため大きな骨は取り除く、魚臭の強い原料には日本酒を振りかけ臭みを消す、魚種によって塩の振り方を変えるなど、まるで料理人のような心配りをしながら製品を製造しており、見学に来たバイヤーに驚かれることもしばしば。殺菌効果を高めるため、1



銀鯧西京漬はモンドセレクションの最高金賞を受賞

枚1枚手で笹を巻く「笹巻き」など見た目が良い製品も多く、百貨店やギフト販売などで高く評価されています。

**比佐さん**「品質にこだわり、手間暇がかかっている分どうしても価格は高くなります。お客様にはこの価格になる理由を納得していただいた上でお選びいただきたいので、私たちの製品に対する思いをしっかりとお伝えできるよう新しく入った販売員には、ほぼ全員、この小名浜ファクトリーに研修に来て、どんな工程で作られているのか実際に体験してもらっています」

## 看板商品の漬魚だけは守り抜く

小名浜ファクトリーは震災前、漬魚と練り製品の製造拠点でした。震災の当日は伊達巻を製造するため、大多数の従業員が練り製品工場の2階で作業をしていました。かなり長い揺れが続く中、全員を避難させた後で比佐さんが工場をチェックすると、第一工場、第二工場ともに、かなりのダメージを受けていました。

**比佐さん**「建物は蒸気の配管が4か所断裂して、壁がゆがみ、床には亀裂が入っていました。部屋1つ分を占めるくらい大きな冷却装置も移動してしまって、とてもじゃないけれど戻せる状況ではありませんでした。天井が落下して排水管が2か所断裂したので、滝みたいにな水が降っていました。一番怖かったのは、1階に油が散乱していたことです。たまたま2階で作業をしていたけれど、1階で火を使っていたらと思うとぞっとします」

半壊となった小名浜ファクトリーに追い打ちをかけるように、1ヶ月後の4月11日には直下型の地震が起こり、さらに被害が広がりました。しかし小名浜ファクトリーがストップしてしまうと、主力製品である漬魚の供給ができず、販路を失いかねません。会社を存続させるためにも、何とか製造を続けなければなりません。

そのため、一時的に埼玉県に工場を間借りし、従業員全員で、マンスリーマンションを渡り歩きながら製造を開始したのだそうです。限られた場所、人員で作業するため、漬魚に集中せざるを得ず、練り製品の製造は諦めざるを得ませんでした。そのため、練り製品を担当していた従業員には、一から漬魚の作業を覚えてもらうことになりました。



主力製品の漬魚

**比佐さん**「地震もひどかったけれど、埼玉に移った一番の理由は福島原発の事故の影響です。生産拠点が小名浜だとお客様に心配をかけるのではないかと、ということが恐ろしかった。埼玉には冷蔵庫がなかったので、埼玉で作った製品をいったん小名浜まで運び、そこから東京に出荷していました」

小名浜に戻ってきたのは8月。その頃には、水や空気中の放射線量データが発表され、きちんとお客様に説明できる状態になっていました。もちろん再稼働前には、工場内の線量測定も念入りに行ったそうです。



## 丁寧な手作業は残しつつ、機械化できる部分は効率化をはかる

震災後、破損がひどかった第一工場は倉庫とし、第二工場を中心に製造を再開した小名浜ファクトリー。漬魚の売上は落ちなかったものの、練り製品の製造をやめたため、売上は激減してしまいました。

そこで、新たな柱に育てようと注目したのが、レンジ対応の焼き魚・煮魚のシリーズです。もともと東京の工場で試験的に生産していたものですが、それを小名浜で大々的に扱う決断をしたのです。ただし、当時はかなり手作業に頼る部分が多く、取引先からの引き合いはあるものの生産が追い付いていませんでした。そこで、平成30年度の支援事業でレンジ対応商品向けの生産ラインを導入。中でも真空包装機は、生産の向上に大きく役立っていると言います。

**比佐さん**「以前は袋詰めも手作業だったので、ベテランが1分間に20切を袋に入れられるのに対し、新人はどんなに一生懸命やっても、その半分が限度でした。3ヶ月必死で袋詰め作業をやっても上達しなくて、やめてしまう人も多かったです。その結果、ベテランの社員が2～3日休むと、生産量が減ってしまい、どうしようと頭を抱えるような状態でした」

今回導入した真空包装機は、袋が開いた時に魚を落とすと、エアール力できちんと袋の中央に収まる仕組みになっており、誰でも簡単に作業をすることが可能なのだとか。現にこの日も、入社したばかりの方が手早く作業をこなしていました。



誰でも効率よく作業ができる真空包装機

また、あわせて導入したオートチェッカーや除水器も大活躍。今までは手で重さを計り、基準に満たなそうなものだけ計測していましたが、これも熟練しないとできない技。オートチェッカーなら、正確な数字が出るので、取引先の信用アップにも繋がります。今まで冷却の際に手作業で拭いていた結露も、除水器によって簡単に除去できるようになりました。



オートチェッカー



除水器

これらの機器の導入により、生産作業効率は大いに改善。製造量が1.7倍となり、新規の取引先の需要にもこたえられるようになり、新たな販路の開拓に繋がっています。

また、震災後、人口の減少とそれに伴う人件費の高騰で人手確保に苦労していましたが、効率的、かつ安定的に生産ができるようになったことで新商品開発に人員を充てることも可能になりました。

## 新商品で身近な人やお客様を喜ばせたい

今、比佐さんが重点的に取り組んでいるのが、新しい魚種や味付けによる商品開発です。生魚をそのままレンジアップする方法もありますが、「あまり美味しくならない」ので、味の浜藤では、1度焼いたり、釜で煮詰めて味を決めてから袋詰めするのだそう。

**比佐さん**「生のままの方が楽ですが、それだと臭みを取りきれなかったり、味の染み込みが悪いものがあるので、色々試行錯誤しています。レンジで加熱した時に、どのくらい柔らかくなるか魚種によって違うので、レンジアップした時に最高の状態になるようにしたいんです。今の社長は、新しいことにも意欲的で、新製品開発も積極的に後押しをしてくれます。それに皆に美味しいと言ってもらえると嬉しいじゃないですか。特に娘や孫に“おじいちゃん、美味しい”と言われると嬉しくて。今後も、褒めてもらえるような製品をたくさん作りたいです」



明るい雰囲気に変更した新パッケージ

最後に比佐さんが、もう1つ、今回の生産ライン導入による「嬉しかったこと」を紹介してくれました。

**比佐さん**「最近、高校生の工場見学希望者が3人来たんです。彼らは他の業種が第一志望で、半分冷やかしかだと思っていたんですが、そのうちの1人がウチの会社を受けてみたいと言ってくれたんです。機械化したことで近代化した良い工場だと思ってもらえたんじゃないかな、とか、人の余裕もできて今後色々な取り組みをしていくと言ったことで興味を持ってくれたのかなと思います」

今後は日本国内だけでなく、海外での販売も視野に入れている味の浜藤。きめ細やかな手作業で作られられる製品が、機械化による生産力を手に入れ、ますます皆に愛される存在になっていくに違いありません。



### 味の浜藤株式会社

〒971-8101 福島県いわき市小名浜字道珍 159

自社製品：漬魚の切り身（銀鱈、サーモン、鯖、ひらす など）、  
レンジ対応焼魚・煮魚（さわら、銀鱈、かれい、さば など）

# 商品づくりは地域づくり。水産と地域の課題を ともに解決する「あおいちプロジェクト」

有限会社上野台豊商店

福島県いわき市小名浜港からほど近い場所で、1960年に創業した有限会社上野台豊商店。会社名は、創業者のお名前。現代表取締役社長の上野臺優（うえのだいゆたか）さんの祖父にあたります。創業当時はイワシの丸干しなどを中心に製造、販売。その後生鮮サンマの出荷にシフトしました。



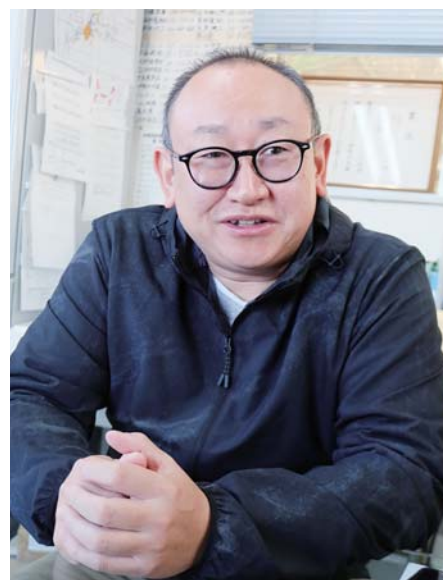
鮮度にこだわってすばやい作業と徹底した温度管理のもと、旬のサンマを加工している

上野臺さんが家業に従事するようになったのは、23歳の時のこと。大学卒業後、名古屋の水産業社で修業のため働いていましたが、1999年に二代目の父・和雄さんが急逝したため、和雄さんから代表取締役を引き継いだ母・恵子さんとともに、若くして家業を担うことになったのです。地元に戻ってからは、従来からの生鮮サンマ出荷事業を主軸に、シーズンを通して一番脂肪分が多くおいしいサンマを安定提供するため、漁場、水揚げ時期にこだわり、徹底した温度管理、衛生管理で最上の商品づくりに励んできました。

そこに起きた2011年の東日本大震災。本社兼工場および自宅には、2mを超える津波が押し寄せ全壊してしまいます。

**上野臺さん**「現在、メインに使用している吹松工場も機械が倒れたりなどの被害がありました。1カ月半水道が止まったので工場再開ができたのは、水道が復旧してからです」

それでも再開当初は商品の流通はできていたそうですが、約半年後に風評被害の影響が顕著に出始め、三陸や東北、北海道など他の地域が復旧し始めたのと相反して、商品の販売がストップし、売り先も失ってしまったと言います。



代表取締役の上野臺優さん

そして震災の年に、上野臺さんは代表取締役役に就任。その当時の決意についてこう話します。

**上野臺さん**「生鮮魚を販売する場合は、どこで水揚げされたかという点が大きく影響を受けます。福島県の小名浜港しか水揚げされないという魚であれば、比較的流通もスムーズですが、サンマは競合地域も多いので厳しいですね。でも、いわゆる原発事故の風評被害のせいにはしたくない。『常磐もの』が欲しいというお客様を増やすブランディング、商品力のある新製品を開発しなければ、と思いました」

## 課題を共有して連携。商品づくりと地域づくりを繋げて

近年、これまで主力商品だったサンマの不漁や小型化が続き水揚げ量は減少しています。これまで小型のサンマは、養殖用の餌に加工してきましたが、揚がった資源すべてを活用できるような商品ができないか、と考え生まれたのがサンマのすり身を使った「ポーポー焼き」をはじめとした小名浜の郷土料理の加工商品です。

**上野臺さん**「揚がった魚をすべて無駄にせず、サンマの味で勝負したい。すり身ならそれができるのではと。地域の食文化を知ってほしいという思いもありました」

さらに取り組んだのが、小名浜港に揚がるサンマ以外の魚種、サバ、イワシなどの活用です。地元ではこれらの魚は旬の季節に限った生食中心の食文化で、消費量も多くありませんでした。

**上野臺さん**「サバやイワシが小名浜港に揚がっていることも、あまり知られていなかったと思います。水揚げ量を増やすには、まずは地元の人に食べてもらわないと。地元の人々のニーズを知らないといけないと思ってマーケティングから取り組みました」

いわき市、小名浜港エリアの水産加工業に携わる人は同じ課題を抱えているはず。そう思った上野臺さんは、自ら地元の水産加工業者に連携を呼びかけました。さらに、いわき市が全国平均よりも脳梗塞、心筋梗塞など成人病の発症率が高いという現状をふまえ、いわき市の高齢者福祉の担当課にも働きかけ、地域の課題を共有します。商品開発のため、量販店のほか、老人介護施設、魚好きが集まる飲食イベントなどで、アンケートを実施、コンサルタントからのアドバイスを受けながら、ニーズの把握に努めました。その結果、魚を食べたくても調理に時間がかけられない、個食ができ、利便性、簡便性の高いものが求められていることがわかったそうです。

**上野臺さん**「もともと味付けが濃い地域なんです。それが健康リスクをあげている原因のひとつだと。青魚に含まれるDHA・EPAは動脈硬化を防ぎ、成人病リスクを下げると言われています。小名浜港にあがる青魚を使えば、鮮度はよく、輸送コストもかかりません。手軽に食べられるような加工度の高い商品をつくり、魚を食べってもらうことで、地域の人々の健康増進にも繋げる。地域も水産業も活性化させることを目指し、プロジェクトを立ち上げました」

2018年6月に始動した同プロジェクト。青魚の「あお」、医療・福祉の「い」、地域の「ち」を連動させる＝「あおいちプロ



あおいちプロジェクトのロゴ

ジェクト」と名付けた取り組みには、上野臺さんが中心になって声がけした地元水産業6社のほか、地元で店舗をもつシェフ、料理家、管理栄養士らが参画、商品・レシピづくりに取り組みます。

青魚が健康増進に繋がるということを調査するため、医師監修のもとモニターテストも実施しました。これは、30人のモニターを募集し、半年間、週に4食青魚を食べてもらい、中性脂肪や体重の変化を見るというもの。

運動やほかの食事や生活習慣の関連もあるため、青魚の食事が直接関係しているかは実証できませんが、モニターに参加した8割の人に中性脂肪、体重減少が見られたということです。

## レトルト殺菌器導入で「あおいち」オリジナル商品を開発

高齢者をはじめとした地元でのマーケティングや健康効果へのモニターテストの結果を踏まえ、家庭で生ごみが出にくい利便性の高い調理済み商品、長期常温保存できる商品、そして健康増進へと繋がる商品、というコンセプトが決まりました。そして、本格的に新商品開発を進めるため、販路回復支援事業を利用して2018年秋に導入したのが、レトルト殺菌器です。



加工品製造のために導入したレトルト殺菌器（左）とトレイセット（右）

震災前まで生鮮魚の出荷が売上の85%を占めていた同社にとっては、震災後に失われた販路を新しく開拓するために、どうしても必要な機器でした。

**上野臺さん**「地元の料理人がつくる出来立てのおいしさを、どう忠実に再現するか。そこが一番難しかったですね。魚屋だけで考えると、大きくて脂ののった魚がいいに決まっているという先入観がありました。コンサルティングを受けたおかげで、売れ筋やパッケージのデザインなど、客観的な意見を聞くことができとても有意義でした」



「毎日のさば味噌煮」。おかずとしてはもちろん、鍋物やみそ汁の具材としても使えるよう白味噌でさっぱりと仕上げている



ドライトマト、オレガノ、ガーリックに加え、中にたっぷりのチーズが入った「さばのイタリアンハンバーグ」。

約4カ月の間、試作と改善を重ねて2019年3月までに「さんまのイタリアンハンバーグ」、「さばのトマトソース」、「毎日のさば味噌煮」などの商品化と販売を実現。現在はオンラインショップ、土産店、百貨店や観光施設などで販売しています。現在、同商店の売上構成比のうち、加工品は約35%に増加。震災前にはほぼゼロだった新たなニーズ、販路先の掘り起こしを確実に進めています。

## 地域が元気になる商品をもっと。いわき市の魚、メヒカリを活用したい

あおいちプロジェクトでは、商品を使ったレシピを「あおいち健康レシピ」として同商店のウェブサイトブログで発信したり、いわき市の観光課などと協力してイベントや物産展への出店などを精力的に行い、地域の健康と商品づくりを繋げる取り組みを続けています。

今後は、いわき市の魚でもあるメヒカリを使った加工食品の開発に取り組んでいきたいと、さらなる商品開発にも意欲的な上野臺さんですが、課題は労働力の確保だとも言います。

**上野臺さん**「労働力を安定させるためには機械化が必須です。ただ、自分たちだけで課題を解決しようと思うと、先入観にとらわれてしまうこともあります。あおいちプロジェクトのように、人が集まれば知恵が集まります。そこから生まれるもので、もっと地域を元気にしたいですね」

風評被害のせいだとは言ってられないと奮起した、現在、43歳の若き社長。「商品づくりは地域づくり」という思いが形になり始めています。

「一人ではできないことも、同業者、異業種、地域で連携すればできる」と上野臺さんが立ち上げた「小名浜あおいちプロジェクト」は、各地域で奮闘する中小規模の水産加工従事者にとって大きなヒントになると感じました。



### 有限会社上野台豊商店

〒971-8101 福島県いわき市小名浜字辰巳町33-2 (本社)

〒971-8101 福島県いわき市小名浜字吹松3-8 (工場)

自社製品：サンマ(鮮魚)、サンマ加工品、サバ加工品 ほか  
(写真は工場)

# 前浜を大切に、前浜とともに柔軟に生きる

株式会社かねきう

かねきうの創業は昭和27年。現社長の遠藤浩一さんのお父様である遠藤貞夫さんが漁師の仕事の合い間に、茨城県の波崎港のそばの自宅でイワシの煮干しや丸干しなどを製造したのが始まりです。当初は、「片手間だった」加工業が徐々に拡大し、昭和40年には現在本社がある場所に専用の加工場を設け、冷蔵庫も導入。本格的に煮干しや丸干しの加工に取り組み始めました。



株式会社かねきう 代表取締役 遠藤浩一さん

**浩一さん**「最初は設備を揃えるのも大変だったみたいで、冷蔵庫は木造だったよ。私が入社したのは高校を卒業してすぐの、昭和49年。当時は、男手は父と私だけで、他にパートさんが15人くらいいたかな。天気の良い日は全員で、朝から晩まで丸干しを作っていました」

浩一さんが入社した頃から、かねきうでは積極的に設備を補強してきました。まず昭和50年に冷風乾燥機を導入。その後、昭和53年にはリフトのまま入庫できる大型冷蔵庫を新設し、煮干しや丸干しだけでなく凍結加工も開始しました。凍結を始めたことにより、イワシだけでなく、様々な種類の魚を扱うようになり、昭和57年には選別機を導入。翌58年には凍結庫も増設します。さらに、昭和62年には保管庫、平成2年には煮干しの自動釜も相次いで新設しました。自動釜は四国や佐賀県まで見学に行き、当時の最新鋭の設備を取り入れたのだそうです。

**浩一さん**「家族中心で細々とやっていたんだけど、設備をするとなぜか当たってね。例えば、丸干し用に冷風乾燥機を入れたら、翌年は田作り（ごまめ）の需要が多くて。冷風乾燥だと温度帯が18～19度で最高の状態で仕上がるので、品質が良く他社より高い値で販売できて、設備のために借りたお金もすぐに返せました。また凍結庫を作った年は、魚が潤沢に揚がって、ちょうど良いタイミングで大量に仕入れることができました」

波崎地区は8年連続で日本一の水揚げを誇る銚子港のお膝元。その銚子では無選別状態で魚が揚がるため、その日揚がった魚を見て、その都度、魚種や市場のニーズにあった形で市場に出荷するそう。鮮魚に向くものは鮮魚として出荷し、加工に向くものも、どの加工方法が良いか柔軟に変えているのです。そのため、以前は主力だった煮干しや丸干しは、需要の低下や原料となる魚の減少に伴い徐々に取扱いを縮小し、震災前の加工の主力は凍結になっていました。また塩干品としては、新たにしらすの取り扱いを開始。このように、浜と市場のニーズに合わせて着実に成長し続け、震災の前年には、過去最高の売上を記録したのだそうです。

## 風評被害で失った販路に代わって、輸出が伸長

売上が順調に推移していた最中に、突如として東日本大震災に見舞われます。しかし当社は、海拔6.6mの高台に建っていることもあり、津波の被害はありませんでした。ただし工場は昭和40年に建てたもの。基礎がコンクリートではなくブロックだったこともあり、土台にひびが入ったそうです。それでも「建物や設備の損壊は大したことがなかった」と浩一さんは語ります。

**浩一さん**「停電もなかったし、水も地下水が潤沢だったから、仕事はすぐにできる状態だった。しかし仕事をして、まったく売れなかった。仕事ができるのに売れないというのは、辛かったね。特に関西以西は厳しかった」

仕事を始めてから震災の影響がのしかかってきます。そう、厳しかったのは風評被害だったのです。震災を機に他の水産会社を辞め、実家に戻った浩一さんの長男、竜也さんも口を揃えます。

**竜也さん**「九州にサンプルを出した時、『味もいいし、値段もちょうどいい。でも茨城のものは買えない』とはっきり言われました。検査結果ももちろん出したけどダメでした。仕事にならないので、従業員にもしばらく休んでもらうしかありませんでした」



株式会社かねきう 常務取締役 遠藤竜也さん

日本国内はもちろん、当時、少しずつ増えていた韓国向けの出荷が全面的にストップしたのも痛手でした。震災当時、風評被害により売上は3割近くも減少したのだそうです。

現在、国内の需要は戻ってきましたが、韓国とは今でも取引再開の目途はたっていません。そこで、新たな販路となったのがアフリカや東南アジア向けの輸出。国内では需要が少ない小型のサバが求められているのだそうです。

**竜也さん**「国内では大型のサバは鮮魚需要が多いのですが、東南アジアは100～200gくらいの小型のサバを好みます。あちらは家族の人数が多くて、大型のサバだと分ける時に頭としばで不公平だから、1人1尾ずつ分けられる小型のサバを好む人が多いそうです。アフリカでは現地で燻蒸処理をしてから流通させて、家庭でスープなどに使っていますね」

ちょうどノルウェーで小型サバが少なくなってきたこともあり、ここ数年は、特にアフリカ向けの輸出が急激に伸び、東南アジアにまで回らないほど。そのおかげで売上に占める輸出用の冷凍加工品の割合も、震災前に比べ1～2割増えたのだそうです。

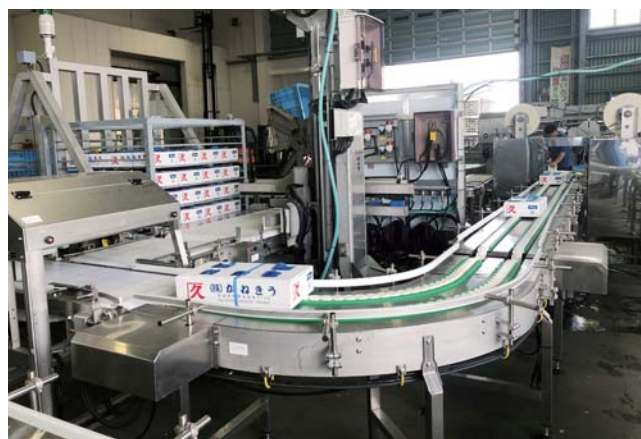
## 処理能力のアップで、震災後のスタイルに対応

輸出が増えたこともあり、業績は回復傾向にあります。1つ課題がありました。従前の設備では、伸びて行く加工品の需要に生産が対応しきれなくなっていたのです。そこで今回、平成30年度の



販路回復支援事業を利用し、箱詰めを自動で行うパッキングラインを導入。サバやイワシの凍結処理をスムーズに行う体制を構築しました。今までは魚を選別した後、人力で箱詰めを行っていましたが、この機械の導入により、計量、箱詰めがスムーズにできるようになり、大幅に時間効率が良くなりました。

**竜也さん**「アフリカ向けの商材は箱詰めのニーズが多いんです。この機械を導入したことにより、14人で行っていた作業が半分の6～7人でできるようになりました。処理能力が大きくなったことで、大口の需要に応えられるようになりました」



新設した自動パッキングライン

輸出以外にも、処理能力を増やさなければいけない理由があります。銚子港では震災以降、「毎日少しずつ」という形から、「漁に出た1日に大量に水揚げをして、その後1～2日休む」という操業スタイルに変わってきたのだそう。銚子で原料を買い、加工を営むには水揚げの多い日に大量の魚を買い、大量の原料を扱える保管能力を持つことが必須課題となってきているのです。

パッキングラインによる処理能力アップを踏まえ、今後、更なる原料魚の保管能力向上を目指して新たに凍結設備の増強も予定しているそうです。「アフリカ、東南アジアなど買ってくれるお客さんはいるので、凍結設備も増強できたら、このパッキングラインも、もっともっと活躍してくれると思います」と竜也さんは語ります。

輸出だけでなく、国内でも新たな販路開拓の兆しが見えています。それは現在もブームが続くサバ缶の原料供給。冷凍パンで固めたヌードブロック（凍らせたままの姿の）原料に比べ、箱詰めの原料は衛生的で異物のリスクが少なく、国内のサバ缶向け事業者から、「箱詰めができるのであれば、来年からはぜひ」という引き合いが来ているのだそうです。

また、鮮魚も、加工も、塩干も扱うかねきうでは、従業員にも多様な作業が求められます。加えて、昔からの従業員は高齢化も進み、力作業に対応するのも困難。時代環境に加え、震災の影響もあっ



国内向けは白、海外向けはローマ字ロゴの茶色の段ボールで出荷

てか、新しく人を雇うのも難しい事態となっています。今回の省人化により、「人でなければできない部分」に人手をかけられるようになったことも機器導入の恩恵の一つです。

## 「前浜をいかに買うか」、 前浜とともに柔軟に生きる

建物など目に見える被害は少なかったものの、風評被害により、痛手を受けたかねきう。改めて、「震災とは何だったのでしょ？」と伺うと、こんな答えが返ってきました。

**竜也さん**「震災がきっかけで色々なことが変わりました。銚子の水揚げスタイルもそうですし、揚がる魚や売れる魚も変わった。何より、自分達の販路が大きく変わりました。以前の商売に固執していると生き残れないので、その時々に対応していくことが重要だと思います」

今後、設備を增強しても「自分達よりもっと規模の大きな加工業者はたくさんいる」と遠藤さん父子は語ります。その中で生き残るためには、市場のニーズに細やかに対応することがいかに重要かが身に染みているからこそ、今までも柔軟に色々なことに対応してきました。今後も鮮魚、凍結加工、塩干などマルチに対応していくスタイルを変えるつもりはありません。なぜなら、様々な商売の形を持っていることで、魚価や市場のニーズの変化に対応でき、「バランスがとれる」のです。

**竜也さん**「今、生きている以上、淘汰されないようにやっていくしかない。二次加工も勝機があればやるし、今はストップしている煮干しや丸干しも、魚があってニーズがあればやります。うちは“前浜をいかに買うか”が大事だということは、社長とも常々話しています。常に前浜を見て、前浜に揚がったものを、どううまく料理していくかが大事だと思います」



鮮魚も加工もできる熟練の従業員



今日、浜で揚がった魚を「いかに料理するか」が鍵

浩一さんがかねきうで働き始めた昭和49年には64社あった波崎の水産加工業者は、後継者不足などもあり、現在では25社くらいにまで減少しているのだそうです。震災をきっかけに色々なことが変わったきましたが、同社の「前浜を大切に、前浜とともに柔軟に生きる」姿勢は変わらずに、若手後継者に引き継がれてゆくことでしょう。



### 株式会社かねきう

〒314-0408 茨城県神栖市波崎 8138

代表商品：イワシ・アジ・サバ等の冷凍冷蔵加工原料、シラス塩干品

# 北海道ブランドを確かな品質で加工する 「信頼」で成長を遂げる

株式会社ぎよれん鹿島食品センター

茨城県神栖市、鹿島灘に面した海岸からほど近い場所に工場を構える株式会社ぎよれん鹿島食品センター。北海道ぎよれんの消費地型流通加工機能を担い、道産水産物を切身や小パック加工をして全国の生協・量販店などに販売しています。

創業は1990年。株式会社ぎよれん食品(現(株)ぎよれん北光)流通加工センターとして操業を開始しました。その後、北海道ぎよれんの完全子会社として、2000年、ぎよれん鹿島食品センターを創立。北海道産品、秋サケ、イクラ、ホタテ、昆布製品のコンシューマーパックを年間通して取り扱い、主な取引先である全国の生協共同購入に対応できる生産能力を擁します。

**藤山さん**「我が社の強みのひとつが徹底した品質・衛生管理。1999年にはドライクリーンルーム、2006年には、ウェットクリーンルームを増設し、衛生管理には力を入れています。」



ぎよれん鹿島食品センター  
常務取締役の藤山隆さん

安心・安全な北海道産ブランドを作り、品質を損なわない環境で加工する。その技術で得た「信頼」で順調に成長を遂げてきました。

## 東北太平洋沖地震直後に起きた茨城県沖地震による液状化の被害

2011年3月の東日本大震災時、同社も大きな揺れに襲われ、津波も工場のすぐ目の前まで迫りました。地震による建物損壊などの直接的な被害や浸水被害はなかったものの、冷凍庫に入っていなかった製品はすべて廃棄せざるを得ず、大きな被害となりました。

さらに、東北太平洋沖で発生した地震のおよそ30分後の15時15分、茨城県沖を震源とする、マグニチュード7.6の地震が発生。この揺れで地盤沈下、液状化が一気に進み、工場周辺の道路はじめ、駐車場は車の乗り



地盤沈下、液状化の状況を説明する藤山さん。地震前は、今藤山さんが立っている高さに道路面が位置していたそう。このエリア一帯が地盤沈下したことを物語る

入れができない状態に。電気は地震発生後2日後に復旧したものの、地盤沈下が起こった地中で水道管が損傷し断水。復旧までの2カ月半の間、操業停止を余儀なくされました。

**藤山さん**「あまり知られていないと思うのですが、東北太平洋沖で起きた本震より、そのあとの茨城県沖地震のほうが、このエリアでは揺れが大きかったです。従業員を全員避難させたあと、私たち数人の社員は工場に戻り冷凍庫に従業員がいないかなどを確認して回りました」

## 凍結能力と切身加工能力のアップに。 トンネルフリーザーとマイコン型自動切身機を導入

過去最高の1,500万パックを超える売上を達成した矢先に見舞われた東日本大震災。復旧後、生産量は回復しつつあったものの、2015年には北海道水産物の水揚げが減少、原料高となったうえに、労働力不足、さらに従業員の高齢化が重なって生産パック数は落ち込みました。同時期に、個包装化や少量パック化というニーズの高まりが顕著になりますが、受注に対応できない状況が続きました。2018年には、「維持しなければいけない最低ライン」としている1,000万パックを割り、早急な対策が求められたのです。

同社は、全国の生協共同購入利用者の注文に応える必要があり、取引を続けるためには欠品、納品遅れは絶対に避けなければいけません。主要商品の秋サケ、ホタテ、昆布、イクラ関連商品は、同時に年末に繁忙期が集中します。2018年の年末には、東京支店からも応援団が工場に来て、役員、事務員にかかわらず全従業員が、連日工場での生産にあたり、何とか欠品することなくしのいだという経緯がありました。

そこで、このような事態を緩和するために、販路回復取組支援事業を利用して、凍結能力アップのためのトンネルフリーザー一式と、切身加工を効率化するマイコン型自動切身機一式を導入しました。

これまでも、マイコン型自動切身機は2機稼働していましたが、今回導入した切身機は、魚体の大きさや形から、どういう角度で切れば、誤差のないグラム数で規格のそろった切身にできるかを画像で判別するスペックが大幅にアップし、切身加工の生産能力は約1.6倍になりました。

**藤山さん**「弊社では原料から商品にするまで製品温度を一貫してマイナスになるよう維持します。凍結されたサケを切身加工しやすい状態までゆっくり解凍し、切身にした後はすぐに-40度で急速冷凍にするのです。それによってドリップを出さずに細胞をこわさない品質を保つことができます。つまり、凍結能力と切身にする能力、同じ処理能力をもつことが大切です」

オートメーション化しているとはいえ、1切れごとのグラム数の誤差がでないように、ラインに乗せる前に形を整える作業は人力で行い、一定の温度もスピードも保ちながら、切身加工のラインに従事する作業者は集中力や判断力も求められま



マイコン型自動切身機。画像で魚体の形を感知。どの角度で切っていけばよいかを判断、高速で切身にする



切身にしたサケを同一のラインでトンネルフリーザーに。  
約-40℃に管理された冷凍庫で急速冷凍させる



マイコン式自動切身機に乗せる前には、規格のそろった切身に  
できるようサケの形を整える。高い集中力と体力が必要



個包装、少量パックのニーズに合わせた深絞り真空パックにした商品。  
個別グラム数の差が生じない切身にすることで、パッケージの際の作業効率化が図れる



す。また凍結したサケを運び出すなど肉体的にも負担がかかります。

藤山さんは、「生産能力をアップさせたことで、同じ量を作るのにこれまで8時間かかっていたところが、6時間に短縮、2時間の余力が生まれたことが大きいのです。その2時間を、新商品開発や肉体的に負担の少ない作業に回すことができます」と話します。

## 地場産農産物を取り入れた新商品開発を目指す

今回導入した機器で得た余力を消費者ニーズを捉えた新製品開発に活かしていきたいと話す同社。同工場内では、今後商品化を目指した試作品が作られていました。

現在開発中なのは、より簡便に電子レンジだけで調理できる味付け済みの惣菜商品。北海道産の水産物に、地元茨城の野菜などを組み合わせた商品も考案中とのこと。ここから全国の食卓に、“北海道×茨城”を産地とした“水産物×農産物”の商品が並ぶ日も近いのでしょうか。

また、同社は定年を65歳から延長するなど、労働力不足解決のひとつとして、高齢者の雇用で補う方針を進めています。

**藤山さん**「熟練した技術をもつ従業員に長く勤めてもらうためにも、高齢者が負担なく作業できるようにするための環境整備は大切です。」

今後もさらに工場内のホタテ加工ラインの生産能力アップ、省人化のために、新たな機器の導入を目指しているそうです。

生産量、売上高増を求めると同時に、従業員が働き続けやすい環境を整えることに注力するぎよれん鹿島食品センター。「労働力不足」が言われて久しい昨今、ひとつの示唆があると感じました。



株式会社ぎよれん鹿島食品センター

〒314-0011 茨城県神栖市南浜3-185

自社製品：水産物のフィレ加工（サケ、タラ など）、パック製品（ホタテ、イクラ など）

## 地元で愛され続けるためにも、 地元にお客を呼べるような商品を作りたい

大黒屋水産食品株式会社

平潟漁港から目と鼻の先にある大黒屋水産食品。昭和25年頃、祖父の代からこの地で起業し、現在までずっと練り物の製造を行っています。今と違って開業当時は、製品としての冷凍すり身がまだ開発されていない時代であり、魚を1つ1つミンチにして「練り物の原点」のような商品を作っていたのだそう。その後、二代目である父が機械化を進め、昭和44年に法人化し、三代目である現社長の**大友さん**に事業が継承されました。

**大友さん**「私が実家を継いだのはバブル期が過ぎて、数年経ったことです。大手がどんどん工場を建てていた頃で、生産能力で競争しても厳しいと思いました。それでこのまま大量生産をして量販店に卸すのではなく、少量を手作りに近い形で作って近隣の人や観光客に直接販売する方向に舵を切りました」



大黒屋水産食品株式会社 代表取締役  
大友 良市さん

平潟港はあんこうの産地。震災前は、「あんこう鍋」ブームがあったこともあり、温泉とあんこう鍋を目的にした観光客が数多くこの地を訪れていました。そこで観光客向けに仲間と朝市を立ち上げ、「朝市の名物になれば」とあんこう揚げ、いかげそ揚げなどの新商品を企画したところ、大好評となったのです。

**大友さん**「あんこう鍋ブームだったけれど、あんこう鍋って高いでしょう。お土産に気軽に買って帰れる値段じゃない。だから、手軽にお土産として持って帰ってもらえるようなものを作りたいくて、あんこう揚げを始めたんです」

とはいえ、朝市を立上げた当初、大友さんはあんこうを扱った経験はありませんでした。そのため、最初は切り身を購入して白身だけで作り始め、試行錯誤しつつ改良を重ねて行きました。今は見た目や食感にアクセントを与えるため、皮の部分も使っています。やわらかいすり身、キュっとした食感が味わえる白身に加え、ゼラチン質でトロットした皮を入れることで、より様々な食感が味わえるのだそうです。現在は市場で入札してあんこうを仕入れ、自分で捌くまでになりました。



あんこうの皮を入れたすり身揚げ

## 震災で観光客が激減。外に出たことで顧客が求めているものを学んだ

朝市の試みは好調のまま6～7年続き、軌道に乗ったと思った頃、震災が起きました。震災時は、3週間ほど電気と水道が止まり、とても仕事どころではなかったそう。特に多数の資材や、出荷を待つばかりになっていた商品が入っていた冷凍庫が開けられなかったのが痛手だったと言います。震災当日は金曜日だったので、入っている資材も多かったのです。

**大友さん**「消防団に入っていることもあり、当時何とか持ち出せた資材や商品を避難所で配ったり、津波があった地域の様子を見に行ったりしていました。仕事を再開できたのは4月の中旬くらいだったと思います」

仕事は再開したものの、震災時の自粛ムードで観光客は激減。また「一区画先は福島県」という平潟では、原発不安の影響もあって観光客の足が戻る気配はありませんでした。商売を再開しようにもお客さんがいない状態となり、売上は震災前の3分の2にまで落ち込んだそうです。そこからは「待っていても仕方がない」と復興支援関連のイベントに出展を始めましたが、慣れないうちは苦勞も多かったのだとか。

**大友さん**「最初は何を持って行ったらいいのかすら、全く分かりませんでした。漠然と手元にあるものを持って行って、“さあ買ってください”と言っても全然売れません。“若い人が多いところではすぐに食べられるものが売れる”、“お酒があるイベントではこんなものが良い”など、買いたくなるストーリーがないとダメだということに気付きました。この場所では“平潟港で獲れたあんこう”というストーリーがあったけれど、外に出たらそれだけでは通じないんだということが学べ、良い経験となりました」

その後、「年配の方が多い時は煮物に使えるもの」「家族が少ない地域では少量のもの」など、出展地域の状況を見ながら、商品ラインナップや数量などの調整を重ねていったのだそうです。そして最終的に思ったのは、「結局、美味しくなければ買ってくれない」ということでした。

**大友さん**「最初は支援の気持ちはありがたかったけれど、今は九州・西日本など、災害で苦しんでいる方々もたくさんいます。美味しいものを作ることが最終的には大事だと思います。安かろう、まずかろうだと2度目はないけれど、美味しくければ多少高くても買ってくれるし、“美味しくかったから宅配便でまた送って”と言ってくれる人も増えてきました」



イベントでも「美味しさ」を味わえるよう必ずその場で揚げる



宅配を希望するリピーターも多い



## 手作業の工程を大切に、他の作業の効率化を図る

父親の代で機械化を大きく進めた大黒屋水産食品ですが、大友さんの代になってから製品の作り方を大きく変えたそう。昔は原料を細切りにするため、サイレントカッターを利用して効率良く作業をしていましたが、「量より質」を貫くため、石うすを使う昔ながらの製法にあえて戻したのです。石うすを使うと、きめが細かくふんわりとした食感が出ますが、原料を茹でてから1つ1つ小さな骨を取り除いたり、食感をつぶさないよう手で混ぜ合わせるなど、細かな作業が必要です。また、その日の気温や原料の状態によつての微調整も必要になります。

大量生産をしていた時代より製品を作るのに時間と手間がかかる上に、少量の小パック包装のニーズも高まり、作業量が増加。「機械化できる部分」での効率化は必須課題となっていました。これらを解決するため、平成30年度の販路回復取組支援事業を利用して、自動計量包装値付機、シュリンクパッカー、そしてお土産用の外装パッケージを新たに導入したのです。

**大友さん**「自動計量包装値付機は、小さいカゴから大きな箱物まで何でも巻けるんです。今までは業務用の箱で出すことが多かったのですが、この機械のおかげで、揚げカマ2枚を小さなカゴに入れたものなど幅広い商品を作れるようになりました。計量機能が付いているのでラップが変に余ったりせず、商品の見栄えが良いことも商品の魅力アップに繋がっています」

今までは箱詰めの商品が多く、中の商品が見にくかったそうですが、カゴに入れることが可能になったことで、商品がきちんと見えるようになり、お土産屋さんでも好評のようです。また、それまで1つ1つ手で包装していたため、1時間で60個が生産限度だった商品が、包装の自動化により10



生産性の向上に貢献した自動計量包装値付機



シュリンクパッカーでシュリンクすると冷蔵でも箱がダメになりにくいのもメリット



あんこうをアピールした新パッケージ

分程度で同じ数量が生産できるようになったことも大きいと言います。

シュリンクパッカーも、冷凍対応の商品が作れるようになるなど、商品ラインナップの拡大に貢献しています。また衛生面での安全性も高まるため、今後、大手など衛生基準の厳しい相手先との取引があっても対応可能となりました。

## 「あれを買いたい」と思わせる商品によって、地元の人を呼び戻したい

商品ラインナップを増やし、今後は積極的に外に売って出て行くのかと思いきや、大友さんは「平潟港に観光客が戻ってくるのが一番の望み」だそう。それは、一見のお客様ではなく、「地元やリピーターに愛される店・商品でありたい」から。そして、そのためにも「平潟港に行けば、あれが買える」とお客様に指名買いされるような商品を開発したいのだと言います。

**大友さん**「ネットの直販もしていて、お歳暮やふるさと納税での需要も多いです。そういうお客様ももちろんありがたいけれど、地元の人がどこかに行く時にお土産で使ってくれたり、顔なじみのお客様が“釣りに行くなら、大黒屋さんでお土産を買ってきてと頼まれたんだ”とか、“来年も温泉に来た時にまた来るからね”なんて買ってくれるのが一番嬉しいんです」

北茨城市の特産品あんこうを使った製品を販売しているため、市の職員が他の地域に行く際の手土産に使われることも多いのだそうです。また以前は海外製の原料を使うこともあったそうですが、近所の子供達が社会科見学に来た時に「平潟港の魚で作っていると言いたい」と思って以来、なるべく平潟港以外の原料を使わないと言うのも地元に着した大友さんらしいエピソードと言えるでしょう。

**大友さん**「時代には逆行しているかもしれないけれど、大量生産で大手と同じ土俵にあがっても敵いません。だったら、生産量を落としてでもこだわった納得のいく商品を作りたい。それに、より美味しいものを作った方が、結果的にお客さんにも喜ばれると思うんです」

地元で根差し、商品の良さを本当にわかってくる人と親身につきあっていく。大友さんからも、商品からも感じられる「温かみ」こそが、ファンを育てていく秘訣なのかもしれません。



平潟港



### 大黒屋水産食品株式会社

〒319-1701 茨城県北茨城市平潟町 582

代表商品：あんこう揚げ、いかげそ揚げなど魚肉練り製品

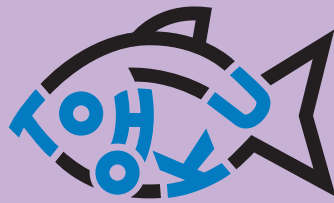
---

**被災地で頑張る加工屋さん Vol.6** 令和2年1月発行

発行：復興水産加工業販路回復促進センター  
全国水産加工業協同組合連合会（代表機関）  
公益社団法人日本水産資源保護協会  
一般社団法人大日本水産会  
東北六県商工会議所連合会  
<http://www.fukko-hanro.jp/>

制作・編集：復興水産加工業販路回復促進センター  
全国水産加工業協同組合連合会（代表機関）  
ライター 香川 誠 大武 美緒子 柴田 佳代

---



この印刷物は、環境に配慮した紙とインクを使用しています。



リサイクル適性<sup>Ⓐ</sup>  
この印刷物は、印刷用の紙へ  
リサイクルできます。