

被災地で頑張る 加工屋さん

vol.7



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
------	----

宮城県

有限会社マルタ水産	02
山徳平塚水産株式会社	07
株式会社ムラタ	12
熊栄産業株式会社	16
マルトヨ食品株式会社	19
五光食品株式会社	23
株式会社まるたか水産	27
株式会社ミヤカン	31

福島県

株式会社貴千	36
有限会社海宝水産	41
青木食品工業有限公司	45

茨城県

有限会社櫻村水産	48
----------	----

千葉県

株式会社ヤマゴ	51
有限会社ぼうか水産	55
株式会社いとう商店	59
株式会社石橋水産	63
有限会社マルカ加藤水産	67
株式会社兆星	71
株式会社カネジョウ大崎	74
丸仙水産石田商店	78

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、令和 2 年 1 月に Vol.6 を発刊し、そして今般「被災地で頑張る加工屋さん Vol.7」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ましても、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

自慢のオリジナリティを武器に、 自分たちだけでなく地域全体を元気にしたい

有限会社マルタ水産

有限会社マルタ水産の創業は昭和43年。もともと漁師だった、現社長のお父様が加工を始めたのがきっかけでした。最初に扱った商品は、真ガレイの干物や、小女子の天日干し。その後、大手企業の下請け事業を始めたりと順調に業績を伸ばしてきました。

信幸さん「閑上はその昔、仙台藩の台所と言われた土地でした。浜も豊かだし、伊達政宗が築いた貞山堀と呼ばれる運河のおかげで一大物流拠点でもありました。自分の父の代も前浜の魚を中心に商いをしていました」



有限会社マルタ水産 代表取締役
相澤 信幸さん

ご両親からマルタ水産を引き継いだ信幸さんは、ご自分の代になって次々と新しい商品を作るようになります。その代表格が「閑上産 赤貝の塩漬け」。商品名に「閑上産」と入っているのは閑上が昔から赤貝の名産地だから。実は誰もが知る銀座の高級寿司店でも「赤貝は閑上産」にこだわっているのだそう。そんな品質の良い赤貝でも、サイズが合わなかったり、殻に傷がついたりで寿司ネタにはなるのは一部。そこで、安く取引される赤貝を加工し、付加価値をつけて販売することにしました。

信幸さん「赤貝はマンガン漁という底引き網漁で獲ります。マンガン漁の網には、手前に熊手のような鉄の爪が付いています。この爪で海底の砂を掘り起こすのですが、その時に殻に傷がついてしまうものが多くあるので、それらを使って商品化しました。殻に傷がついても中身は高級寿司店で出てくるものと変わりませんから」

マルタ水産の赤貝の塩漬けは、平成22年に行われた宮城県水産加工品品評会で、最高位の農林水産大臣賞を受賞。その他にも、真ガレイの一夜干しに利尻昆布を使ったり、小女子も天日干しにこだわるなど、「人とは違う」工夫をずっと積み重ねてきました。

信幸さん「いつも人より先に先に、ということを考えます。ウチは大規模ではないので、人と同じことをしていたら負けてしまう。付加価値が大事なんです。若い頃は小女子を追いかけて北上し、利尻島に工場を借りていた時期もありました。利尻昆布なんて高い商材を使うのは、その当時の漁師の友達から端切れを安く譲ってもらえるからなんです」



閑上産の赤貝（左）と農林水産大臣賞を受賞した「閑上産 赤貝の塩漬け」（右）

震災後は静岡、そして東京で成長のために学ぶ

震災のあった3月は小女子の加工に向けた準備期間。さほど忙しい時期ではなく、信幸さんは午前中で仕事を終え、自宅にいたそうです。その頃、ご子息で今はマルタ水産の専務を務める太さんは、浜で赤貝の買い付けを終えた頃でした。

太さん「港にいてそろそろ戻ろうかと思っただけで揺れが来ました。車にあったワンセグのテレビを見たら、6メートルの津波が来ると言っていて。これは大変だと思って、慌てて工場に帰り、父と母を乗せて近所の小学校に避難しました」



有限会社マルタ水産 専務取締役
相澤 太さん

小学校に避難して30分ほどしたところ、閑上の街を津波が襲い「街が飲み込まれていく」のを見ていたそうです。閑上の街はほぼ壊滅状態となり、7,000人近くいた閑上地区の人口のうち700名以上が亡くなりました。相澤さんのご親戚や、従業員の方も犠牲となりました。

信幸さん「親戚は以前、震度5の地震が来た時、津波が来ると思って避難したのに何もなかったから油断してしまったんだと思います。震災の時は停電になってテレビも見れなかったので、息子が帰ってきて逃げようと言ってくれなかったら、自分も逃げなかったかもしれません」

工場も全壊となったため、震災後しばらく相澤さん親子は被災者支援に名乗りをあげていた静岡の水産加工場に働きに行き、そこで、「釜揚げしらす」の加工をイチから教わりました。シラスと似た小女子には慣れていたものの、宮城県では釜揚げしらすを食べる習慣がなかったため、全く新しい体験だったそうです。

その後、半年ほど経過して社長の信幸さんは閑上に戻ることになりました。閑上地区で復興の準備をするためです。しかし専務の太さんは、そこから東京で就職する道を選びました。

太さん「震災から半年の時点で自分が宮城に戻っても、何もできることはないと思いました。だったらもっと勉強しようと、東京で大手の水産会社に就職しました。震災の後、マイナスからのスタートだし、いずれ会社を背負うことになるのだから、自分はまだ成長した方がいいと考えたんです。東京で5年間勤め一通り勉強できたという実感も出てきた頃、宮城に新工場が完成したというタイミングも重なり、2017年の3月にマルタ水産に戻りました」

静岡で学んだシラスの加工と、支援事業が「救世主」になった

マルタ水産が、震災後営業を再開したのは社長の信幸さんが閉上に戻った2011年9月頃。「皆が動き始める前に」原料を調達し、知り合いの加工場を借りながら真ガレイの干物などを製造し始めたのだそうです。名取市は復興の取組が早く、2012年の2月には「閉上さいかい市場」の仮設店舗を開業させていますが、そのオープンに合わせて出店すべく製造に全力を注ぎました。

その後、2012年に仮設工場を建設し、赤貝やカレイの加工を本格的に始めます。そして2016年の3月には現在の工場を完成させ、2017年の3月に専務の太さんも復帰。順風満帆に見えましたが、完全な復興には足かせがありました。

太さん「主力だった赤貝の漁獲量が減り、売上が伸び悩んでいました。福島に近いので小女子は風評被害もありました。また工場を新設したので、人手を増やして売上也増やさないといけないのに、募集しても人が集まらなくて。従業員が高齢で日々の仕事の負担が大きいなど、改善しなければいけない点はたくさんありました」

悩みも多い中、朗報もありました。実は今まで宮城県では獲れなかったシラスが水揚げされるようになったのです。2016年から試験操業が始まると、相澤さん親子はさっそくシラスに目をつけます。何ととってもシラスは震災の時、静岡でずっと扱っていた商材。しかも「釜揚げしらす」という、地元では誰もできない技術を習得しているのです。これを生かさない手はありません。



振り機付横取りコンベア

信幸さん「釜揚げは水分量が重要です。乾燥しすぎると菌がつきやすいんです。それで、今回の販路回復取組支援事業で振り機付きのコンベアを導入し、水分を適切に管理できるようにしました。自動でセイロに取るコンベアも導入し、人が直接触らず菌が繁殖しない仕組みも作れました。自動でセイロに移すので重労働だったセイロに移す作業もなくなり、従業員の負担軽減にもなりました」



北限のしらす

支援事業で導入した機器により、釜揚げしらすの製造が本格化。機械に任せる部分は任せつつ、昔なが

らの天日干しにもこだわった「北限のしらす」は、希少性が話題になって非常に売上も好調で、平成30年に行われた宮城県水産加工品品評会では2度目の農林水産大臣賞を受賞しました。

太さん「他の会社は機械で干す作業までやるところも多いですが、うちでは必ず天日干しをします。天日に干すとアミノ酸が出てうまみが増しますし、香りも艶も違います。大量生産できない分、ひと手間かけて付加価値を出すのが、うちの特徴だと思います」

ノウハウもスキルもシェアして、みんなで地域を盛り上げたい

「北限のしらす」が好調で、徐々に売上を拡大している中、太さんが新たに開発したのが「しらす丼のたれ」です。これは「釜揚げしらす」を食べる文化のない宮城県の人に「シラスを食べる習慣をつけてもらいたい」と開発したのだそう。

太さん「名取市には“北限のしらす”のブランディングを盛り上げていただきました。その分、“北限のしらす”を閉上や名取市の新たな特産品にしたいと思っています。だから、まずは宮城の人に食べてもらいたい。静岡も地元の人がたくさんシラスを食べ、もっと良いものを求めることで品質が上がっていました。そこで、忙しい方にも手軽にシラスを食べてもらえるような商品が欲しいと思って、たれを開発しました」



新たに開発したしらす丼のたれ

今後、シラスをもっと身近にするために、「しらすカフェ」を開くことも検討しているそう。また宮城だけでなく、「東北の水産を引っ張ってきてくれた」福島のシラスをブランディングすることも考えているそうです。これほど次々と新しい取組を手掛けている背景には、地元への思いを持つチームの存在がありました。

太さん「水産加工の後継者で Yuriage Suns (ユリアゲサンズ) という若いチームを結成しています。皆、閉上の街を盛り上げたい、名取の魅力を発信したいと思っています。父の世代は競争が激しく、自分の商いを伸ばすのが優先だったかもしれないけれど、自分たち世代は震災を経験したこともあって、縦横につながってやりがいを追求したい世代。皆で手をつないで、駆け引きじゃない取組をやっていきたいです」



地域活性化のためイベントの企画、特産品プロデュースなどを行う Yuriage Suns のロゴ



Yuriage Suns が企画・開催したイベント

そう語る太さんに、「今の若い人は頼もしい。自分たちにはできないことをどんどんやっていく」と信頼を寄せる信幸社長。「オリジナリティを追求する DNA」と「チームの結束力」で、北限のしらすが全国ブランドになる日もきっと近いことでしょう。



チャレンジ精神旺盛な社長と仲間との連携を推進する専務の頼もしい2ショット



有限会社マルタ水産

〒981-1213 宮城県名取市美田園4丁目480-90

自社製品：北限のしらす（釜揚げしらす）、赤貝の塩漬け、真ガレイの一夜干し、
天日干し小女子 ほか

マンションの一室から見出した販路。 常温処理技術と「もう一度食べたくなる味」で復活を果たす

山徳平塚水産株式会社

宮城県石巻市の旧北上川の東にある魚町（さかなまち）には、かつて大中小数多くの水産加工工場がありました。

そのなかのひとつ、山徳平塚水産株式会社は、1931（昭和6）年、現代表取締役社長、平塚隆一郎さんの祖父にあたる平塚留五郎さんによって創業（創業時の屋号は山徳平塚商店、昭和33年に法人化の際、現社名に改名）されました。



昭和40年頃の北上川の様子

創業当時は鰹節等を手がけており、その後、笹かまぼこ、揚げかまぼこなどの練り製品やちくわ製造などにも着手。現在は、煮魚、焼魚などの魚惣菜、調理済みおでんなどを主力製品として製造しています。

平塚さんが家業である同社に入ったのは1987（昭和62）年、大学卒業後5年後のこと。

もともと家業を継ぐつもりはなく、大学では、文学部社会学科で民俗学を専攻、文化人類学を学び、卒業論文ではオーストラリアの先住民族、アボリジニをテーマにしていたそう。

マスコミ志望だったという平塚さんですが、就職活動を通じて心境に変化が訪れます。



代表取締役の平塚 隆一郎さん

平塚さん「就職活動は広告代理店を回ったんですが、企業を回るうち、いや待てよ。商品あっての広告じゃないか？それならものをつくるほうがいい、ものづくりをしたいという思いが強くなってきました」

そして入社したのは、中小のスーパーマーケット向けに共同仕入れをする東京の大手流通企業。冷凍野菜、漬物などのバイヤーを担当していました。

平塚さん「バイヤーという立場でしたが、作り手側の目線に立って商談をしていました」

流通に携わっていた5年間で、ものづくりの基本、売れる商品づくりについては学べたと当時を振り返る平塚さん。その時関わっていたメーカー関係者とは、退社してから数十年たつ今も関係が良好で、展示会などで声をかけられることがあるそうです。

OEM 生産を依頼 マンションの一室を作業場とした2年間

2011（平成 23）年 3 月 11 日、その日、平塚さんは現在の本社工場にいました。

突然の強い揺れで出荷予定の商品はぐちゃぐちゃに散乱。従業員が片づけに取りかかろうとしていましたが、カーラジオで大津波警報が出されていることを知ります。

平塚さん「ラジオでは 10 m の大津波と言っていて。まさか 10 m なんて…と思ったのですが、海沿いの立地ということもあって、片づけはいいから、とにかく全員すぐ避難するように指示をしました」

即座の判断により、本社工場にいた従業員は高台へ避難。全員無事でしたが、2 キロ離れた内陸にあった工場勤務の従業員がひとり津波に巻き込まれ命を落としました。

平塚さんも、自宅マンションまではたどり着けず、途中にある実家の 2 階に駆け上がりなんとか難を逃れましたが、津波で流入してきた水がひかず、数日間、閉じ込められてしまいました。

本社工場の様子を確認できたのは震災後 5 日目。建物自体は残っていたものの、内部は車が流れ込んできたり、機器も壊れて何もかもめちゃくちゃで、使用できるものはひとつもない状態。震災の 2 年前、2009（平成 21）年に石巻市吉野町にあった工場を現在の地に移転統合したばかりの被災でした。

工場機能の再建には最低でも 2 年かかるだろうというなか、「何もしないわけにはいかない、今できることをやろう」と決意。商品は、OEM 生産で八戸、一関のメーカーに、山徳平塚水産の仕様で製造してもらい、自身は営業に注力。売り先を途切れさせたくない、その一心でした。

マンションの一室を営業拠点として、そこで商品の保管も行っていました。冷蔵・冷凍設備がないため、取扱商品は常温保存できるレトルトのおでん、煮魚製品に絞られました。得意先に営業をかけるも、もともと販売していた冷蔵・冷凍商品とは部門もバイヤーも異なるため、イチから販路開拓をしなければいけない状況でした。



被災する前の旧社屋（左）は津波により全壊となった（右）

自社工場での製造を再開。自分たちが納得のいく商品づくりを目指す

もともと取り扱いが少なかったレトルト商品をメイン商材として販売しなくてはならず悪戦苦闘の日々。マンションの一室で商品をストックしながら再起を図っていた2年間。必死に販路を模索しながら、商品の品質についても改良を重ねます。

平塚さん「OEMで他社に製造してもらっているのですが、コストもかかります。大手メーカーとは価格では競争できないので、販売価格にのせても、これなら買おうという付加価値をつけなければいけない。そこで、おでんの大根にいたるまですべて国産。練り製品は、化学調味料や保存料、リン酸塩にいたるまで不使用。魚惣菜は加圧してじっくり煮込むことで、骨まで丸ごと食べられるようにし、健康によくておいしいという点で差別化をはかりました」

こうした品質改良の甲斐もあり、販売先も徐々に増加。味へのこだわりが増すとともに自社で納得のいく製品を製造したいという思いも強くなっていきました。そして、2013（平成25年）7月、震災当時、4カ所あった工場を整理・集約するかたちで、本社工場を再建しました。

自社工場再建後は、さらに理想に近づくようレトルト惣菜の味を追求していきます。

平塚さん「一口食べてうまみが強すぎると全部食べ終わるころには飽きてしまうんですね。試作品づくりのとき、私たちは一口だけ試食して判断しがちですが、それでは食卓で食べるお客様のニーズは掴めない。全部食べきっても、もうちょっと食べたいなと思える。そんな味を目指しています」

その絶妙なおいしさにたどり着くためには原料選びが最も重要だと平塚さんは言います。

平塚さん「加工品は原料以上の味にはなりません。100点の原料を使って120点にはできないけれど、80点、90点にはなる。素材の味を最大限生かした味を目指しています。原料が50点なら、いくら味付けを工夫しても50点以上にはなりませんから」

原料の仕入は、地元石巻港をはじめ三陸沿岸で水揚げされるものを中心にを行います。地元の業者と密に連絡をとり、原料として使用するかは、必ず一度試作して判断します。



看板商品の「さば味噌煮」。三陸で獲れた旬のサバを使用。
常温で90日間の保存が可能。



主力商品の「絆おでん」。おでん種6品は全て国産具材使用。
かつおぶし、昆布等の天然素材だけで作ったスープでじっくり仕上げている。

ボトルネックを解消して生産効率アップ 営業力強化へ

震災後の2年間で開拓した販路をもとに、さらに営業を重ねるも、工場再建から2年間は赤字が続きます。

そんななか、震災で一旦取引がとんでいた通販の会社から一本の電話が入ります。それは震災後、力を入れて製造していた常温製品を求めるものでした。これが大量受注に結び付き、2016（平成28）年には震災後初めて黒字化を達成しました。

最初こそ、冷凍・冷蔵保管できる環境がないという理由で、やむなく製造していた「常温保存できる商品」ですが、これが商機をつくり、現在の山徳平塚水産の強みへとつながっていったのです。

さらに、独自のレトルト技術で、他社からのOEM受託生産など受注数が増えた同社ですが、限られた人員、設備ではさらなる増産が難しい状態となっていました。そこで、販路回復取組支援事業の助成金を活用し、手作業で効率が悪かった重量計測の工程に金属検出機付き重量選別機を導入しました。

これまでは、1個、1個、人が手で製品をはかりに載せて重量を計っていましたが、機器の導入後は、従来3人であった作業が2人に省人化され、スピードも約7%アップ。作業負担も軽減されたお陰で、パート従業員でもこの工程を担当できるようになりました。



作業効率アップのため導入した金属検出機付き重量選別機一式。
これまで手作業で行っていた作業の省人化、
スピードアップが図られた

また、ここで生まれた余力のおかげで、担当社員を営業職に配置転換することが可能に。これまで販売先が1社に偏っていたことが課題でしたが、営業強化を図れる体制が整ったことで、商談会等にも積極的に参加。2月に行われた展示会では、新規販売先として11件の商談を成立させ、売上回復につなげることができました。

石巻全体の活気が生まれるように本当のおいしさを追求していきたい

平塚さんは、石巻ならではの「食・食文化・地域資源」を生かした地場産業の復興・発展をめざして、企業、観光事業者、大学などが連携して立ち上げた「石巻フードツーリズム研究会」にも携わっています。同研究会では、石巻が発祥の地とされる「ぼたん焼ちくわ」など現代まで継承されてきた練り物文化を活かしながら新しい当地の味を創造する「石巻おでんプロジェクト」の部長も務めます。

平塚さん「石巻はかつて高品質の焼ちくわ、かまぼこなどを生産するメーカーが多数存在していましたが、震災後に生産をやめるメーカーも多くありました。せっかくこの地で育まれて受け継がれてきた練り物文化ですから、地域の味覚として継承しながら、この石巻おでんを地元の方に愛される食にしたいという思いで活動しています」

さらに、「一社だけ突出していても、本当の意味での石巻の繁栄にはつながらない」という考えのもと、石巻で同業者のほか、業種を超えたつながりも大切にしながら積極的に活動する平塚さん。そのひとつが、「石巻うまいもの株式会社」(<https://umaimono-ishinomaki.com/>)です。震災をきっかけに石巻で水産、農産、畜産など食に携わる10社が、各社の知恵やノウハウを持ち寄り、切磋琢磨しながら新しいものを生み出すことを目的に共同出資して立ち上げました。

平塚さん「会社の枠を超え、10社を一つの工場と見立てて商品を作っています。例えばうちは常温レトルト技術を持っているので、そこはうちが請け負おうと。自社だけで設備を整えようとする、負担が大きけれど、協力すればそれぞれの設備が使えるから便利なんですよ」

各社の特色や技術が詰まった「石巻金華茶漬けシリーズ」は、銀鮭、サバ、カキ、ホヤなどバリエーション豊かで、累計販売数が50万食を超えるヒット商品となっています。

地域の特徴を生かした商品づくりを続ける平塚さんですが、いつもどのようなことを考え、開発されているのか聞いてみました。



石巻うまいもの株式会社が石巻水産総合振興センター1Fに構える直売店舗「うまいものマルシェ」。製造が追いつかないほど人気の品も

平塚さん「営業や商品パッケージもちろんだ。でも、本当の理想を言えば、小手先ではなくて、もう一度食べたくなる味、だまっけても営業しなくても売れていくような（笑）、本質的なおいしさを追求した商品を作っていきたいです。これは理想ですが、ものづくりに携わる人間としては、そうありたいなと思っています」

移転したばかりのタイミングで本社を津波で流され、マンションの一室で事業を継続していた震災直後から、地域の振興も担う存在に。その復興の歩みを支えてきたものはなんだったのか。やはり、学生時代に芽生えたものづくりへの純粋な思いのように感じました。



山徳平塚水産株式会社

〒986-0022 宮城県石巻市魚町2-8-9

自社製品：煮魚、焼魚などの魚惣菜、調理済みおでん

人との縁を大切に、 自分たちにしかできないことを追求していく

株式会社ムラタ

株式会社ムラタは気仙沼でサメを専門に取り扱う水産加工業社です。

村田さん「気仙沼にはたくさんの魚があがりますが、巻き網船で揚がるサバやイワシなどを扱おうと思ったら、大量に買い付けないとメリットが出ません。地元にはそういう規模の大きな会社は他にありません。だったらウチは他がやっていないところに着目した方が良かったんです」



オンラインでの取材にご対応いただいた
株式会社ムラタ 専務取締役 村田 進さん

そう話してくれたのは、専務取締役を務める村田進さん。

株式会社ムラタの前身は昭和38年に村田さんの父である勝正さんが気仙沼の鹿折地区に設立した村田水産です。当初はサメ以外にもサンマ、イワシなどの冷凍加工を行っていました。そして、平成19年に現社長である兄の真さんが株式会社ムラタを設立し、村田水産の業務を引き継ぎます。もともとサメが主力魚種ではありましたが、震災以降は完全にサメ専門の工場となり、平成28年からはサメ革の鞣し加工部門も新規に稼働。食材として以外にもサメ全体の有効利用を行っています。

もともと気仙沼は日本一のサメの産地。最も流通量が多いヨシキリザメは、年間6,000トンもの水揚げがあるのだそう。ムラタでは買い付けたサメの魚体を、はんぺんの原料として大手メーカーに販売するだけではなく、ヒレ、軟骨などもそれぞれ専門の加工業者に販売しています。

それができるのも、サメヒレ加工業者など連携できるパートナーがたくさんいる気仙沼だからこそ。買い付けたサメを最大限有効活用できる土地柄を生かそうと考え、サメに特化する道を選んだのです。

原料の買い付けは、現在も社長が毎日市場に出向き、魚のツヤやハリ、船内での処理などを見て、最も良いものを仕入れます。また市場で買い付けるだけでなく、自社で漁船まで保有するなど仕入れには格別のこだわりを持っています。

村田さん「サメのシーズンは春と秋ですが、年間を通して一定の品質で出荷ができるよう心がけています。先代の父が一から商売を始めて、少しずつ築いてきた人脈なのでおろそかにはできません」

主力商品はサメのすり身。サメ肉は空気を含みやすく、はんぺんのふんわり感を出すのに最適な原料です。ただ、他の魚と違い、軟骨魚類であるサメは三角形の中骨しか骨がありません。そのため機械化は難しく、熟練の職人が包丁で丁寧にさばきます。三枚におろしたあとも、皮をむき、軟骨を外して、肉を整形するなど様々な処理が必要であり、これらの工程をすべて手作業で行っています。



魚市場にあがったサメ

震災から立ち直れたのは、取引先の強い励ましがあったから

震災前、ムラタの加工場は、気仙沼湾の奥まったところにありました。津波で陸上に打ち上げられ有名になった「第十八共徳丸」が漂着した場所の近くです。加工場2か所、冷凍庫2か所はすべて浸水し、冷凍庫の1つは建物ごと津波によって流されました。

村田さん「周囲は全部、津波で流されて、うちだけ一軒ポツンと残ったような状態でした。建物はあっても機械は使えないし、原料も製品もすべて失って、一時はもう、再開なんて無理だと思いました。でも道路が復旧してすぐの頃、お付き合いのあった関東の会社の方々が大変な思いをしながら、安否確認をしにわざわざ訪ねてくれて、“足りないものがあつたら何でも送る、ムラタさんが頑張るなら自分たちも頑張るから”と激励してくれたんです。その気持ちが何より嬉しくて、もう一度頑張ろうと決めました。あの時の励ましは、本当に大きかったです」

今まで培ってきた人脈に支えられ復活を決意した社長と専務は、加工場の片付けなど、できることを地道に続けながら、1年後の2012年3月に会社を復活させました。

とはいえ、復旧した当時はインフラもまだ整っておらず、電気の配線も水道も全部が地面に露出したような状態でした。冷凍庫もないので、コンテナを代用したり、他社に冷凍施設を借りるなど手探りで復旧だったそうです。そのため、2012年の売上は、震災前の2割程度にまで落ち込みました。

その後、冷凍庫や加工場の復旧や一度解雇した従業員の呼び戻しなど、徐々に生産体制を整えていきました。しかしながら、復活までの1年の間に、練製品等に使用されていたサメ肉が他の魚種へ取って代わってしまったのです。さらに、原発事故による風評被害、放射能汚染のため宮城県が輸出禁止地域に指定されるなど、サメ関連の事業者を取り巻く状況は大きく変化します。人とのつながりのおかげで販路こそ失わずに済みましたが、通常通りの生産ができるまでに、そこから3年を費やしました。

村田さん「震災後は、それまで少量ながらも続けていたサンマやイワシなどの取り扱いは全部やめ、サメだけに絞ることにしました。もともと商売の8割くらいはサメでしたし、熟練の職人も多いうちの強みはサメ。得意なサメに集中してそれでダメなら仕方がないという気持ちでした」

設備の導入で、サメヒレの安定供給が可能になった

震災から復興を遂げつつあった2019年。その年の4月に気仙沼魚市場が、高度衛生管理型の新施設へと生まれ変わりました。東日本大震災で壊滅的な被害を受けた気仙沼魚市場は、主力産業である水産業の振興だけでなく、観光業との融合も見据えた市場へと発展を遂げることを目指し、それがついに完成したのです。もちろん、それ自体は素晴らしいこと。しかし、ムラタにとっては事業のやり方を見直さざるを得ない転機となりました。

村田さん「これまでは市場で買い付けをしたら、ヒレは市場内でヒレ屋さんに切ってもらって、そのまま販売していました。それが高度衛生管理対応の閉鎖型市場になったことで、市場内でのヒレ切り作業ができなくなったんです」

そこでムラタでは、この状況に対応するため、販路回復支援事業を利用して、ヒレ切り用の輸送コンベアとステージを導入。これによりヒレ切り作業を内製化できるようになったことで、複数のメリットが生まれたと言います。

村田さん「まずは、今までより衛生的に加工ができるようになりました。他にも輸送コンベアにより、分業がしやすくなったり、従業員1人1人の作業を把握しやすくなったことで、生産性が上がったことも大きな成果です。また、今までは、屈みながら身をおろしていましたが、より楽な姿勢で作業が可能になったので従業員の負担も減りました。さらに他の職人の捌く様子が見えるので、経験が浅い従業員もそれを見ることで、技術を上げることができています」



コンベアの導入により、分業ができるようになった



作業自体も機械化により、効率化した

また、市場でヒレを加工業者に販売していた時には、ヒレを自社に持ち帰ることはありませんでした。しかし自社で作業を行うようになったことで、ヒレの冷凍保存が可能になり、より安定的に商品を生産できるようにもなりました。

村田さん「今までは価格変動が大きく、売上も安定しなかったのですが、自社で在庫を持つようになったので数量や価格を管理しやすくなりました。そのため、今お付き合いのある会社だけでなく、新しいお客様にも安定してヒレの提供ができる体制が整いました」

実際に、新型コロナウイルスの影響がなければ、新たな販路との商売も始まっていたのだそうです。今後は国内だけでなく、海外への輸出も視野に入れています。

自分たちにできることを地道に積み重ね、信頼を守る

サメの加工原料の製造販売を行っているムラタ。消費者向けの商品開発を行う予定はないのかと伺ったところ、こんな答えが返ってきました。

村田さん「はんぺん工場をやろうと思って準備をしたこともあります。でも、はんぺんの市場は関東にあり、物流の都合で1日ロスが出る気仙沼で賞味期限の短いはんぺんを作ってもダメだと分かりました。小売りをしようとするすると商流も変わります。餅は餅屋なので、我々は自分たちの強みを生かしながら、自分たちができることを1つずつやっていきたいと思えます」

気仙沼市場の6～7割のサメを扱い、自社で漁船まで持つ同社ですが、主力だったヨシキリザメの漁獲量が下がったためモウカザメの扱い量を増やすなど、原料供給の面においても新たな取組を始めています。今後は、自社の船で獲った原料を活かすことも積極的にやっていきたいのだとか。

村田さん「船を持つことになったのも、思えば人からのご縁でした。実はちょうど震災の前の年に漁船を新しくしたんですが、この船は震災の被害がなかったんです。この船が残っていたのも仕事を続けようという気持ちを奮い立たせてくれました。漁獲の履歴が全部残る原料を出せるのは気仙沼でもウチだけだと思います。安全性を高めて、今後も他社にはできないことをしていきたいです」

自分たちの強みは、震災直後に激励に来てくれるほどの「信頼しあえる人間関係」と、「原料や製法へのこだわり」と村田さんは言います。より品質の高い製品を生み出すことで、力を貸してくれた人たちへ恩返ししながら、ムラタはこれからも確固たる技術と信頼を積み重ねていきます。



株式会社ムラタ

〒988-0004 宮城県気仙沼市浜町 1-11-1

自社製品：サメヒレ、サメすり身

漁船を持つ会社ならではの新鮮度商品で開く 6次化への道

熊栄産業株式会社

熊谷さん「うちの強みは鮮度のいい製品を出せるということ。それこそ活魚に近い鮮度で出せます。ここが最も差別化できるところです」

そう自負するのは、宮城県気仙沼市の熊栄産業社長の熊谷友孝さん。そこまで言えるのには理由があります。

もともと漁船経営から始まった同社は、現在もその事業を継続。つまり生産者であり、加工業者でもあるのです。



鮮度の違いを明確に打ち出す熊栄産業の3代目社長、熊谷 友孝さん

同社の定置網漁船で獲れた魚の一部は、市場を通さずにそのまま自社工場に運ばれます。そのため、鮮度の高い状態から加工することが可能です。

熊谷さん「法人化した当時（1968年＝昭和43年）、当社は魚肉ハムの原料供給をしていました。現在は鮮魚出荷、フィレ加工を中心に行っています。扱っている魚種はサンマ、サバ、カツオ、タイ、アナゴなどのほか、定置網で取れる少量の魚も扱っています。他社が真似できない商品を作っていこうというコンセプトで商品開発をしています」

小規模でも付加価値の高いものを出していく

東日本大震災の当日、工場地震に見舞われた熊谷さんは、すぐに従業員全員に避難を指示しました。全員、私物を持たずに避難したため、津波で流された免許証などはすべて再発行することに。そこまでスピード感を持って避難させたのは、熊谷さんが漁船経営という海に立脚した仕事をしているため、地震や海の変化には常に敏感だったからです。「あの時は、いつもとは様子が違い、危機的状況が予想された」と当時を振り返ります。

従業員は全員無事でしたが、工場が津波で流されてしまったため、しばらく作業はできなくなりました。気仙沼の魚市場が再開した6月頃から、従業員の方を再び集め、生鮮出荷から事業を再開。震災から3年後には、現在の場所に工場を再建し、加工用の機械を揃え、従来のフィレ加工に加えて、焼き加工、一夜干しなどにも挑戦しました。

熊谷さん「もともと加工の幅を広げるビジョンは持っていて、前処理の段階までは震災前から行っていたこともあり、対応はスムーズでした。ただ、この先も生き残っていくには、もっ

と大規模化していくか、小規模でも高い付加価値を生み出していくかのどちらかです。当社の工場部門は10数名規模なので、すぐに大規模化することはできません。そこで付加価値の高いものを出していくことを徹底することにしました」

定置網漁船で獲れる魚の中には、量は少ないけれども価値のある魚もあります。幸い、こういった魚の価値を認める販路が震災後も残っていたため、そうした売り先に商品を納めることができました。

しかし、漁はいい時もそうでない時もあり、原料供給は不安定です。また、消費者や販売先から求められるニーズも多様化してきました。限られた人員と当時保有していた機器では、新しい依頼に対応できないというケースも出始めたのです。

時代のニーズに合わせた新機材導入で新規顧客獲得にも成功

そこで熊谷さんは販路回復取組支援事業の助成金を活用し、多様なニーズに応えていくための機器を導入しました。

熊谷さん「自動炙り機では、新商品としてカツオの炙りを作りました。このサンプルを持って営業を続けていたら、取引先を通じて商品に興味を持ってくれた方がおり、美味しいと好評を得て新たな顧客獲得につながりました。カツオの炙りで自信を持てたので、今後は別の魚種でもやってみるつもりです」

干物加工に使用する冷風乾燥機も、その仕上がりに満足しているようです。

熊谷さん「冷風乾燥機で作るソフト干物は、外側はカリッとしながらも中身はふんわりと仕上がって、お客様にも好評です。乾燥と同時に殺菌もしているので、衛生管理に取り組む当社の方針とも合う機器です」

この他に、フィレマシンや包装用機器など、人手不足に対応する機械も導入しており、少人数でも注文に対応できる体制を整えています。



冷風乾燥機は子供にも食べやすいソフト干物の加工が可能



多様なラインナップの揃う熊栄産業のソフト干物

「少なくともいいから欲しい」の声に大きな手応え

新しい機器の導入により、安定した数量を揃えられるようになった熊栄産業では、今後はネット販売を強化していきたいと言います。

熊谷さん「アンテナショップを持つ構想もありましたが、環境が整わず一旦断念しました。しばらくは、立ち上がったばかりの自社サイトでのネット販売に力を入れていきたい。生産、加工をやってきた強みを活かして、今後は販売も含めて6次化のスタイルでやっていければと思います」

今後のテーマは機器との組み合わせ。新しい機器を導入したことで、機械がいかに大きな役割を果たしてくれるかと気づいた熊谷さんは、小回りを利かせて多様な商品を出していきたいと言います。



導入したクリアサーマルバンド
(熱印字が可能なフィルムタイプの包装) 装着機を使った商品

熊谷さん「手応えはあります。『少量でもいいからいいものが欲しい』という声は多くあり、百貨店などからもオファーをいただいています。新型コロナウイルスの感染拡大でなくなった話もありますが、ありがたいことに、また別のところから『欲しい』という声をかけていただいているので、今後も引き続き、少量でも付加価値の高い商品を出していけば、きっと上手くいくと思っています。売れ筋の商品が揃ってくれば、人を増やしていくことも考えていいですね」

今の規模のままでいるつもりはないと、拡大のチャンスをうかがっている熊谷さん。足元をしっかりと固めながら、漁船を持つ会社としてその強みを活かした商品作り、販路開拓を続けます。



熊栄産業株式会社

〒988-0031 宮城県気仙沼市潮見町 6-21

自社製品：カツオの炙り、マグロのたたき、ソフト干物ほか

天皇杯受賞の味を守りつつ、 手売りで最新のニーズをつかむ

マルトヨ食品株式会社

宮城県気仙沼市のマルトヨ食品株式会社は、1952（昭和27）年の創業以来、サンマ加工を中心に事業を展開してきました。

サンマのみりん干しは創業者から受け継がれた製品で、冷めてもやわらかいソフトな食感が人気を博しています。

同社の看板商品はもう一つあります。農林水産祭において天皇杯を水産加工品として初めて受賞した「さんまくん（サンマの燻製）」です。

頭から尻尾までサンマをまるごと一本食べられる「さんまくん」は、栄養価の高い青魚をおいしく食べられると評判で、みりん干しに並ぶ人気商品です。

清水さん「創業者である祖父がみりん干しを始めて、父が『さんまくん』を開発しました。私が子供の頃から工場は忙しく、よく箱詰め作業の手伝いをしていました」

そう話すのは、マルトヨ食品株式会社社長の清水浩司さん。清水さんは、仙台の食品会社で10年勤めた後、地元の気仙沼に戻ってきました。営業員として培った経験を活かしてマルトヨ食品の販路を広げてきましたが、その販路は2011年の東日本大震災で途切れてしまいます。

震災後、建物屋上で天日干しから再開

震災当時の様子を、清水さんはこう語ります。



昔は天日干しを行っており、人手も多くかかっていた



桜の木のチップで燻製にした「さんまくん」



マルトヨ食品3代目社長の清水 浩司さん

清水さん「感じたことがないほど大きな揺れがあったので、工場を止めて、従業員の皆さんには帰ってもらいました。でもまさかあんなに大きな津波が来るとは思わず、私は工場の建物に残っていました。工場部分の1階は天井を高く作っているのですが、津波は3階のすぐ近くまで来ていました」

清水さんのいた建物は流失を免れましたが、まわりでは火が発生し、翌日に残っていた建物はほとんどなかったそうです。

当時働いていた従業員は全員無事でしたが、工場にあった機械は津波ですべて流されてしまったため、仕事をすぐに再開できる状況ではありませんでした。



マルトヨ食品の工場は残ったが、津波と火事でまわりは瓦礫だらけに

清水さん「しばらくの間、家族と一緒に工場内の泥をかき出すなどして復旧作業を進めていました。従業員を呼び戻したのは震災の年の12月頃からです。最初は7～8人で、みりん干しから製造を再開しました。乾燥機も使えなかったので、建物の屋上で創業当時のように天日干しでやっていました」

「家で魚焼くんだ…」の一言でマーケットインに切り替え

規模は縮小しながらも、なんとか再開にこぎつけた清水さんですが、半年以上のブランクは想像以上に大きかったようです。

清水さん「お得意先に『再開できました』と連絡しても、『他で作ってくれるところを見つけたからごめんね』と言われてしまうような状況でした。それでも最初のうちは被災地を応援しようということで、催事などで買ってくれる人も多かったのですが、それもだんだんなくなっていきました」

震災翌年は補助金などを活用して、新しい機械の導入も少しずつ進んでいきましたが、作っても売れなければ意味がありません。そんな清水さんに大きなヒントを与えたのは、東京の展示会で言われた一言でした。

清水さん「うちの製品を食べてもらった方から『おいしい』と言ってもらえたのですが、『ああ、自分の家で魚焼かないといけないんだね』とがっかりされてしまったのです。都会には魚を焼くグリルのない家もある。自分で手売りをして、初めてそういったことに気づかされました」

火を使わない商品でないと、都会の人は買ってくれない。このことに気づいた清水さんは、製造側の都合で優先するプロダクトアウトから、買う側の立場に立って商品づくりを進めるマーケットインに考えを切り替えたのです。

大型骨抜き機などの機器導入により生産拡大に目処

マーケットインの商品づくりに舵を切った清水さんは、営業員時代の経験を活かして、自社製品を売り歩きながら「どんなものが求められているか」をさらに追求します。常温品に対応する機械を中心に導入を進めてきましたが、得意先からの要望やマーケットの変化に対応できないこともあったことから、販路回復取組支援事業の助成金を活用して新しい機械を導入しました。

清水さん「人手不足対応のために導入した大型骨抜き機は、サンマやイワシなどの骨抜き作業に使っています。2020年はサンマが7、イワシは3くらいの割合ですかね。作業の効率化が進んだので、生産量拡大の目処がつかしました」



魚の骨抜きと開き加工を同時にしてくれる大型骨抜き機

他にも同様の目的で、自動計量オートチェッカー、印字機、プリンター、小型充填機を導入しました。小型充填機は今後増える見込みのレトルト製品用に使われています。



パックへの賞味期限の直接印字が可能に

気仙沼に来てもらえるチャンスがやってきた

清水さんは今後も、常に変化するニーズをどう知ることが重要だと言います。

清水さん「やはり商品を自分で手売りして歩くのが、ニーズを知るには一番の方法だと思います。今は『魚は食べたいけれど調理が面倒だ』という声が多いので、そのニーズに合った商品を提供していくつもりです」

「どう調理すればいいのか」と聞かれることも多いことから、「さんまくん」の裏にレシピを載せたり、Facebook で食べ方を発信したりと、新しい試みも始めているようです。しかしそんな中でコロナ禍に突入。その影響は小さくないと言います。

清水さん「関西方面の企業さんからの依頼で、お土産用の商品を OEM でつくっていましたが、新型コロナウイルスの影響でお土産が売れなくなってしまいました。当社としても新たな販売チャネルとして開拓中の分野でしたが、それが途切れてしまう形になっています。学校給食の受注もなくなりました」

さらに2020年はサンマ不足にも悩まされました。マルトヨ食品にとっては、人気商品の原料であるだけに、大きな痛手です。

清水さん「イワシの加工を始めて、さらにホッケのサンプルも取り寄せています。でもサンマの売上分をカバーできるほどではありませんけどね。まずは作ってみて、お客様に食べてもらって、意見を聞いていこうと思います」

震災、コロナ禍、サンマ不足と、環境面での厳しさが続きますが、明るい話題もあります。

清水さん「気仙沼から仙台までの三陸道がほぼつながって、交通のアクセスがとてよくなりました。2021年は気仙沼がNHKの朝ドラの舞台にもなる。いい意味で注目されるタイミングなので、多くの人に足を運んでもらって、私個人としても食を通じて気仙沼の魅力を伝えていきたいですね」

気仙沼の外に出て、売り歩いてきたこの10年。そのスタンスは今後も続きますが、「気仙沼に人を呼ぶ」ためにも一役買います。



マルトヨ食品株式会社

〒988-0004 宮城県気仙沼市浜町一丁目15-6

自社製品：「さんまくん（サンマの燻製）」ほか

サンマ加工品（みりん干し、生姜煮、うま辛漬け）など

独自製法で旨味凝縮、 大粒のカキに乗せた世界進出の夢

五光食品株式会社

古今和歌集の歌などに詠まれ、松尾芭蕉もその姿を眺めたという宮城県塩竈市の籬が島（まがきがしま）。外周 150 メートルほどの小さな島の前に本社工場を構える五光食品株式会社は、「カキと牛タン」という珍しい組み合わせの製品作りをしています。

平間さん「当社は、もともこの場所にあった、かき小屋（カキ専門の飲食店）の事業を継承しています。当社が事業を引き継ぐ 2008 年以前から、カキと一緒に牛タンも扱っていたようです。詳しいことはわかりませんが、おそらく仙台が近いこともあったからでしょうね。その後、2010 年からは当社工場で加工も行うようになりました」

そう話してくれたのは、五光食品で常務取締役を務める平間正行さん。

五光食品の工場は 1 階がカキ、2 階が牛タンとそれぞれの加工場を分けて「みやぎ HACCP」を取得しています。また、旨味成分を閉じ込めたまま冷凍保存することが可能なハイパーフリーザーを擁し、カキと牛タン、どちらも通年加工しています。

平間さん「加工は薫製（くんせい）と炙（あぶ）りがメインとなっています。現在の柱となっている商品は『かき一夜干し UV-A ウマミーノ』です。紫外線を照射して乾燥させる特殊な方法で、カキの旨味成分を凝縮させています」

ウマミーノは 2019 年に第 29 回全国水産加工品総合品質審査会で農林水産大臣賞を受賞するなど、県内外で高い評価を得ています。



古来、数々の歌人が歌に詠んだ籬が島



五光食品常務取締役の平間正行さん



宮城県産の大粒カキを使用した人気商品「ウマミーノ」

宮城からカキがなくなり北海道に渡って原料探し

自社工場での加工を始めた翌年の2011年、これからという時に東日本大震災が起こります。平間さんは会社で被災しました。

平間さん「当日はたまたま定休日でしたが、私も含め3名ほどが健康診断から帰ってきて会社にいました。地震があつて机の上のパソコンなどが落ちましたが、津波は経験がなかったこともあつて、ゆっくりと身構えていました。それでも大きな津波が来ているから高台に避難するようにとアナウンスがあり、私たちも避難しました」

松島湾の島々が津波を防ぐ形となり、湾内の津波はそれほど高くはならなかったようです。それでも五光食品の工場は1メートルほど浸水し、電気系統が故障。1階にあったカキの原料は廃棄処分となりました。また、フォークリフトやトラック、社員の車が流される被害もありました。

平間さん「工場は1カ月ほどで復旧しましたが、いかだなどの養殖施設が津波で流されて、原料のカキが手に入らなくなり、その年の秋口には北海道の産地をいくつか回りました。結局、北海道から帰ってきた後に、同じ宮城県内の女川から仕入れることができましたが、当時はそのくらい先行きが見えない状況でした」

震災後は新たな販路開拓を目指し、それまで他社に委託していた燻製加工も自社工場で開始。燻製やオイル漬けなどカキ加工品の開発に力を入れ、販売先からも好評を得ていました。しかし、下処理におけるボイル工程でせっかくの旨味が煮汁に溶けだしてしまうため、カキのおいしさを100%出し切れていないことを課題に感じていました。そして、その課題を解決する方法として、ボイルの代わりに「天日干し」することを思いつきます。太陽の光に当てることで、殺菌効果を得られ、水分量も低下させることができるのではと考えたのです。それからは試行錯誤を繰り返しますが、なかなか思ったような成果は得られませんでした。

様々な方法を模索する中、八戸工業大学の青木秀敏教授が天日干しと同じ効果をもたらす紫外線A波(UV-A)照射による新製法を開発していることを知ります。そして、産学連携により、紫外線を照射する実験を共同で行い、生カキ用のUV-A照射乾燥機を開発させました。その結果、UV-Aを照射したカキは水分が抜け、甘味、旨味成分量が増大することが分かりました。実は、ここで開発されたUV加工カキというのが、現在の主力商品となる「UV-A ウマァミーノ」です。

震災前は生ガキの出荷が中心でしたが、震災後、高付加価値商品の製造、販売に大きく舵を切った五光食品。この当時の思い切った決断がすべて現在の業態につながっています。

商品力は十分。課題は営業力と販売力の強化

「ウマァミーノ」はカキのおいしさを存分に引き出した製品として高い評価を得ていましたが、売上が伸び悩んでいたため、従来の営業方法、販売方法を見直す必要がありました。そこで販路回復取組支援事業の助成金を活用し、商品デザインを一新しました。

平間さん「パッケージを変更して、『ウマァミーノ』のギフト商品化を進めました。また、お

酒のおともに食していただくこと、ワイン、日本酒、ウイスキーのそれぞれのお酒に合う『ウマミーノ』も用意しました」

ワイン向け「ウマミーノ」は、抱卵前の栄養豊富なカキを使ったクリーミーな食感。日本酒向けは、藻塩で漬け込み、潮の香りで旨味を引き立たせるもの。ウイスキー向けは牡蠣汁につけてカキの風味をさらに濃くしています。

助成金ではこのほか、作業を効率化させるべく除水機、高圧洗浄機、結束機といった新しい機材も導入し、生産体制の安定化も進めています。

平間さん「高圧洗浄機は女性も扱いやすく、工場内の至る場所で使われています。加工用機材の網の目部分は従来、ブラシで洗っていましたが、高圧洗浄機のおかげで半分の時間で済むようになりました」



商品バリエーションを増やして生まれ変わったウマミーノ



作業行程で付着したパッケージ表面の水を風で飛ばす除水機

好調の通販から活路を見出し、いずれはヨーロッパへ

目下、懸念となっているのは、3店舗あるカキと牛タンの飲食店の運営です。新型コロナウイルスの感染拡大の影響で売上は4割減。それまで、県外からバスツアーが組まれるほどの人気ぶりでしたが、団体客がまるまる消えてしまったのだそうです。

平間さん「今も団体様のご予約が入った時に備えて常に準備はしています。しかし新たな誘致もできないので、お客様が戻るのをただ待つしかないという状況です」

そんな中、明るい材料は通販部門の好調です。

平間さん「2020年はコンビニの通販で販売させてもらい、3カ月で2万パック売れました。予想以上の売れ行きで一時は在庫がなくなったほどです」



カキの食べ放題が人気の「塩竈かき小屋本店」

通販需要に手応えを感じる平間さんの期待は、海外にも膨らみます。すでにハワイでのイベントに出品の実績があり、現地でも評判だったようです。

平間さん「今後は『ウマァミーノ』の海外展開をヨーロッパにも広げていきたいですね。フランスのような国ではカキを食べる文化もある。でも常温品でそのまま食べられるものは、なかなかないでしょう。当社の『ウマァミーノ』は常温でもおいしいので、通用する可能性は十分あると思います」



ウマァミーノのほか氷温熟成の製品も通販で人気

味には絶大な自信を持つ平間さん。あとはこの商品力を活かしてどう展開していくか。改革中の営業力・販売力が強化されれば、ウマァミーノが海を渡るのも遠い夢ではないかもしれません。



五光食品株式会社

〒985-0001 宮城県塩竈市新浜町1丁目10-1

自社製品：かき一夜干し、燻製かき、炙りかき、牛たんほか

三陸の素晴らしい食材を、最高の状態で届けたい 海とともに生きる男の品質へのこだわり

株式会社まるたか水産

株式会社まるたか水産は、昭和52年に現社長である高橋雄治さんのお父様により、宮城県の石巻市で創業されました。そこから40年以上、地元南三陸のカキ、ワカメ、ウニ、アサリなどの海産物を「高鮮度」「高品質」な状態で消費者に届け続けています。

高橋さん「宮城の美味しいものを、獲れたての味をそのままに召し上がっていただきたいというのが私の目標です。もともと宮城の海産物は抜群だと思っていますが、それをできるだけ良い状態で届けることで、他とは違う飛び抜けた存在としてアピールしたいんです」

獲れたてのおいしさにこだわる理由は、高橋さん自身が「生産者」であるから。カキの種付けから水揚げまでを自社で行うため、鮮度の見極めには絶対の自信を持っています。入札で仕入れた場合も、自分の目で見て納得できる品質のものだけを厳選しています。加工の際も、剥き場から工場まで直結した生産ラインを持っているため、高い鮮度を維持することが可能です。

また、カキを衛生的に扱うため「オゾンナノバブル洗浄」も取り入れています。これは、3つの酸素原子からなるオゾンに極小微細気泡に閉じ込めて洗浄するというもの。オゾンは優れた除菌能力を持ち、有害なウイルスやバクテリアを遺伝子レベルで破壊します。そのため表面しか除菌できなかった従来の薬剤洗浄とは異なり、カキの内部にまで浸透し、丸ごと除菌することで、鮮度を保つことができるのです。オゾンナノバブルの原料は酸素ですので、食品の風味を損なわないことも魅力の一つです。

もう1つのこだわりが高湿度冷凍機による3D冷凍。一般的な急速冷凍機は冷気が一方向から流れるため、風が当たる面と当たらない面で凍結速度に差が生じます。しかし3D凍結では冷気が食品全体を包み込むように当たるため、ムラなく均等に凍結することができます。また湿度の高い特殊な冷気で冷やすため、食品の乾燥を防ぐうえ、一般的な急速冷凍機よりも短い時間で凍結できます。そのため、凍結時に食品の傷みが少なく、解凍しても変色や型崩れしにくいのです。

高橋さん「3D冷凍は、解凍した時の品質が明確に違います。こんなに違うんだと自分で実感できたので、すぐに取り入れました。お客様に自信をもって出せる商品を作りたいですからね。うちのお客様は市場、量販店に加え、生協の共同購入も多いので、おいしさを維持するための冷凍技術にはこだわりがあったんです」



株式会社まるたか水産 代表取締役
高橋 雄治さん



ミョウバン不使用であることも、ウニの美味しさを保つ秘訣



カキは生産から加工まで一連で行うため、トレーサビリティも万全

生産者仲間との絆が、一刻も早い復興に向かわせた

まるたか水産は海にほど近い石巻市沢田地区にあります。震災時は、大規模な津波の被害により冷蔵庫、第二工場が浸水し、機器や設備に加え、保管されていた原料や製品 500 トンほどがすべてダメになってしまいました。しかし幸いなことに、高台にあった本社工場は津波の被害を免れたのです。

高橋さん「当時使っていた二つの工場のうち、海の近くにあった第二工場は津波の被害が大きく、全く使える状況ではありませんでした。しかし、少し離れた本社工場は何とか使えたんです。従業員も家を流されるなど大変な状況でしたが、来れる人には来てもらって、急いで片づけをしました。瓦礫やダメになった原料や製品などを始末しようにも処分場が順番待ちのような状態でしたが、とにかく早く復旧をしようとみんなで協力し、夏には仕事を再開することができました」

震災から半年も経たずしての事業再開。そこまでして復旧を急いだのは、生産者とのつながりがあったからでした。実は 2011 年の夏、生産者仲間が漁場の復旧作業のために海に潜ったところ、全滅したと思っていたウニが僅かですが残っていたのだそうです。しかし、流通させられるほどの数は無く、何より市場自体もまだ復興していない状況だったので、せっかくのウニを活かすには仲買人の存在が必要でした。

高橋さん「奇跡的に残ったウニがあっても、買う人がいないと生産者は商売になりません。自分も生産者であるからこそ、生産者の気持ちがわかるんです。だから何とかうちで買い付けて、少しでも生産者の助けになりたいと思いました。いつまでも、しょげていても仕方がない。自分も周囲の色々な人に励ましてもらったので、今度は自分が恩返しする番だと思いました」

そうして、カキの漁期が始まる 10 月には工場の整備も整い、カキの取り扱いも再開。カキの仲買人として 2011 年から仕事を始めることができたのは、全体の半分ほどだったと言います。

高橋さん「震災の影響で生産者も 4 割ほどが仕事を辞めてしまいました。もともと高齢で震災を機に辞めた方もいるし、もう水産の仕事には関わりたくないと言う方もいます。残念ながら亡くなった方も、たくさんいます。自分たちは 2 階の工場が無事だったおかげで夏には仕事が再開できました。それが叶わなかった人達の方も頑張っていきたいと思いました」

機器の導入で、より「お客様に喜ばれる」商品作りが実現した

震災後、通常の営業に加え、宮城県産海産物の試食販売等を首都圏などでも積極的に行ったことで、業績は震災前の8割ほどに回復してきました。しかし、震災で海の状態は大きく変化。例えば以前は多く取り扱っていたアサリも、震災後数年は全く獲れなくなりました。ウニやカキも生産者の減少などもあり、水揚げが大きく減少しています。さらに、震災前の売上の大部分を占めていた生食用の出荷は、消費者の趣向の変化により徐々に落ちていきました。そのため、既存の商品だけではこれ以上、売上を回復することは困難な状況となりました。

そこで、まるたか水産では販路回復支援事業を利用して、新たに付加価値の高い加工品を作るため、スラリーアイス製氷機、氷温冷蔵庫、スチームコンベクションオーブン、ブラストチラーなどの機器を導入しました。

まずは氷温冷蔵庫とスラリーアイス製氷機によって、氷温熟成のカキやウニの製品化に漕ぎつきました。氷温とは、0℃以下でも凍らない温度域である氷温域を利用して、貯蔵や加工を行うことです。凍りそうで凍らない温度域を精緻にコントロールすることにより、高鮮度保持化や高品質化が可能になります。

高橋さん「氷温熟成によって、鮮度を落とさず熟成させることが可能となり、普通でも美味しい宮城の海産物を、さらにおいしく食べてもらえるようになりました。また、ただ“おいしい”とだけ言っても根拠がありませんが、この技術によって、栄養素、旨味、甘味などが、どのくらい上がったかを分析し、きちんと数字で示すようにしました。客観的なデータが加わったことで、お客様への説得力も増したと思います」



出荷時にスラリーアスを敷くことで配送中も氷温が保たれたまま消費者の元へ届く

もう1つの新たな試みは、コンベクションオーブン、ブラストチラーを活用した加熱加工品の増産。今はカキチーズグラタン、カキとムール貝のオリーブ仕立て、つぶ貝のアヒージョなどを試作しているそうです。

高橋さん「最近では、電子レンジで温めるだけで食べることができる簡便な商品へのニーズが高まっています。これらの製品を作ることで、より市場にあった製品を提供できるようになりました」



ブラストチラー



試作中のカキチーズグラタン

海の恵みを誰よりも知っているから、これからも海とともに生き続ける

新たに導入した機器を使って、今後はホタテなど、ほかの魚種でも商品化してみたいと語る高橋さん。氷温熟成で旨味や甘みを増したホタテを、「高品質」「高鮮度」な3D冷凍することによって、間違いなく今までより美味しい製品ができると確信しています。

高橋さん「震災で生産者も減りましたし、海洋環境の変化などもあって、以前は4,000トンくらいあったカキの水揚げは、今は1,600トンくらいに減少しています。でも悲観していても仕方がない。少ない原材料を、いかに価値ある製品にして売るかを考えるしかありません。生産者が一生懸命作ったものですから、可能な限りその良さを活かしながら商品にすることで、お客様に“宮城のカキ、ウニはやっぱりおいしい”と言って欲しいんです」

自分が思った通りの美味しいものを実際に商品化するのは、並大抵の努力ではできません。だからこそ、自分が作ったものがお客様に支持されたと知った瞬間は何ものにも代えがたい喜びを味わえるのだそうです。

高橋さん「目指すのは宮城一おいしいカキ、ウニをやることです。味に関してはどこにも負けたくない。ここのカキ、ウニは違うよねと言われたいとずっと思っています。三陸の生産者は海に生かされています。海と共に生きることを忘れずに、ずっと仕事をしていきたいです」

津波という海の被害に遭いながらも、「海とともに生きる」ことを選択し続ける高橋さん。それは生産者として、加工業者として、「三陸の海の恵み」を誰よりも知っているからこそなのでしょう。



株式会社まるたか水産

〒986-2102 宮城県石巻市沢田字流留境畑 16-6

代表商品：かき、うに、つぶ貝、わかめ、なまこの加工製造販売

恩返しと今後の発展のために、 「地域一番ブランド」を目指す

株式会社ミヤカン

株式会社ミヤカンは、地元で長く愛される歴史のある会社です。戦前から缶詰会社として事業を開始していましたが、戦時統制下の1942年には、宮城県合同缶詰株式会社として組織下に統合され、軍に物資の供給を行っていました。そして戦後、統制解除により企業の再編成が行われ、「宮城缶詰株式会社」として創業したのが現在のミヤカンの前身となります。

福島さん「創業当時は塩釜に本社を置き、多賀城、気仙沼、蔵王、青森など、全国に6工場を展開していました。その後、工場を気仙沼に集約して1980年に静岡の清水食品株式会社の100%子会社となり、株式会社ミヤカンを設立しました。当時は輸出が好調でマグロの缶詰が主力商品だったそうです」



株式会社ミヤカン 代表取締役 社長
福島 庸夫さん

そう話してくださったのは、株式会社ミヤカン代表取締役社長の福島庸夫さん。

その後ミヤカンは清水食品の水産缶詰の製造拠点として、国内向けにマグロを主体にイワシ、サンマ、サバなどを使ったSSKブランドの缶詰を製造してきました。(震災前まで)

また、ミヤカン印のオリジナルブランドも手掛け、中でも気仙沼港で水揚げされているサンマを利用した缶詰は人気商品。一般的にサンマと言えば「かば焼き缶」を思い浮かべますが、ミヤカンでは醤油煮、味噌煮をメインで製造しています。

福島さん「気仙沼水揚げの魚を地元の工場、地元の調味料で味付けしたストーリーのあるものづくりをしています。サンマ、イワシ、サバなどの缶詰に使う醤油や味噌は、気仙沼に隣接した登米市のヤマカノ醸造さんのものを使わせていただいています。味噌は国産大豆から作られた仙台みそ、醤油もオリジナルで、どちらも魚によく合います。化学調味料も使っていません」

このほか、唐辛子の辛味を利かせたピリ辛ツナも地元の人気商品。自社のHPでアレンジレシピも提案していることもあり、トーストの上に乗



ミヤカンブランドの商品
こだわりのさんま味付【醤油煮】(左)とさんま味噌煮(中央)、ピリ辛ツナ(右)

せて焼いたり、パスタにからめてペペロンチーノ風にしたり、様々な食べ方をされているのだそう。

利用頻度が多いためか、家庭でも24缶入りのケースを買って自宅に常備している人が多く、近隣の飲食店でも愛用されています。

福島さん「売上に占めるミヤカンブランドの比率は高くはありませんが、作った商品を直接販売することでお客様の意見をダイレクトに聞くことができます。それをモノづくりにも反映できるため重視しています。気仙沼は人口6万人ほどの小さな町ですが、地元に着してどのご家庭にもミヤカンの缶詰が常備されている、という存在になりたいんです」

また、ミヤカンブランドの缶詰を直接販売することはお客様を身近に感じることができる良い機会となっているそう。

福島さん「食べてくれた地元の方が『おいしかったよ』という言葉をかけてくれると、自分たちが作った缶詰がちゃんとお客様の手に届いているという実感も湧いてきて、従業員の皆さんの商品を作る意識も上がるんです」

また、今回のコロナ禍では、少し変わった方法で缶詰を販売したのだとか。

福島さん「できるだけ地元へ貢献したいとの思いから、今回のコロナ禍では、三密回避、非接触型のドライブスルー方式での販売も行いました。初めての試みでしたが、反響が大きく、地元の新聞にも取材していただきました」

一度は解散に追い込まれるも、地域の復興のシンボルとして再出発

震災時、ミヤカンがある気仙沼市は、10 mもの大津波に加え、石油タンクから流出した油に引火した大規模な火災が発生するなど甚大な被害を受けました。ミヤカンでも社長室の机の上に300tを超える大型船が覆いかぶさってくるような凄まじい状況に陥り、工場、事務所、倉庫、原料などすべてを失いました。被害があまりに大きく、70～80名いた従業員を解雇し、一度は会社を解散する事態にまで追い込まれたのだそうです。

しかし、復旧費用の補助が受けられる可能性が出てきたことや、気仙沼市長直々に「復興のシンボルとして再開してほしい」と復帰を熱望されたこと、得意先からも復興を期待する声が多数寄せられたことなどから、震災から4年後、親会社である清水食品や鈴与グループの支援を受け、事業を再開することとなりました。竣工式が行われたのは2015年の4月。新たに水産加工の集積地として整備された鹿折地区の復旧事業第一号となったそうです。



震災当時の被害の様子
工場従業員室 事務所（流出）のあった場所から撮影

福島さん「その頃私は親会社の清水食品で働いていましたが、震災当時のミヤカンの社長は、事業休止中もずっと再建を夢見ていました。水産事業は原料が不安定なこともあって、全員

が賛成という状況ではありませんでしたが、彼は“水産が主力産業である気仙沼の雇用を守るためにも復興が必要だ”“ミヤカンの復興が東北や気仙沼の復興につながる”という熱い思いを持ち続けていました。地元に着したブランドであるミヤカンが復興することで、気仙沼の皆さんを勇気づけられるという思いもあったと思います」

働くひと、地元の方も大事にする会社へ

再開に当たって、ミヤカンが何より重視したのは、経営理念でもある「三陸の環境を活かしたもののづくりで、お客様の要求に応え得る企業を目指す」ということ。

そのためにまず取り組んだのが、「美工場」の設立です。水産工場と言えば「汚い、暗い、臭いがきつい」などマイナスなイメージを持たれがち。しかしミヤカンではそれを払拭すべく、全館に通常の2倍近く明るい2,000ルクスのLED照明を用い、可能な限り作業場が見えるようにガラス張りにし、明るくきれいな工場を建設したのです。作業現場が見えることで、地元の小学生を招いての工場見学など、地元密着の取組もより一層積極的に受けようになりました。



明るくてきれいな「美工場」

福島さん「口だけで、きれいです、安心ですというのは簡単ですが何の担保もありません。稼働2年目の2017年には、世界のトップレベルの食品安全のマネジメントシステムであるFSSC22000も取得しました。お客様に安心していただけるだけでなく、従業員の間で共通言語ができ、研修の質が上がることで、より安心安全の意識が定着したと思います。コンプライアンス意識も確実に強化されました。外側だけ新しくなっても、中身が旧態依然ではすぐにメッキがはがれてしまいます。単純に前に戻るだけでなく、新しく生まれ変わることを目指しました」

このほかにも、地元の消費者と直接コンタクトがとれるよう工場内にラウンジを設けて、ミヤカンブランドの販売も開始しました。現在ではオンラインショップより、ラウンジでお買い求めになるお客様の方が断然多いのだそうです。



商品を直接販売している工場内のラウンジ

イワシに活路を見出し、震災前の売上を目指す

事業の再開後は、清水食品と連携し、積極的に新規販売先を開拓しました。サバ缶ブームの追い風もあって、ここ数年は震災前の8割ほどまで売上が戻ったのだそうです。ただし事業を停止していた震災直後の4年間で、同業他社に奪われた部分を取り戻すことは至難の業でした。

福島さん「私がミヤカンに赴任したのは2017年です。震災当初の事業計画は上回っていたものの、もともと缶詰業界は競争が厳しく、一度量販店の棚から外されたら再び取り扱っても

らうのは非常に難しい。売上を底上げしてくれたサバ缶ブームも落ち着き、今はサンマも不漁です。何か手を打たなければと思い、今回、販路回復取組支援事業で導入させていただいたのがイワシ缶詰用の機器です」

福島さんがイワシに目をつけたのは、近年水揚げ量も、販売数量も安定していたから。他の全く新しい魚種も検討はしましたが、缶詰業界ではなじみのある魚の方が売上を見込めることもあって、イワシに絞りました。そして省人化と新商品を開発のために、イワシ引き抜き式胴切付ヘッドカッター、重量選別機、プッシャー選別機、封函機などを導入したのです。

福島さん「以前、イワシのヘッドカッターはサンマ用のものを転用していました。専用の機種ではないので内臓がきれいにとれず、それを手作業で取り除くために人員が必要でしたが、専用の機械を入れたことで省人化が達成できました。1日あたりの生産量も従来に比べ2割増やすことができました」



イワシ専用のヘッドカッター

包装工程は、重量を秤で計測するなど手作業に頼る部分が多かったのですが、選別機、封函機、インクジェットプリンターを導入したことでライン化が実現しました。

作業効率が大幅にアップしたことで、さらに1～2名の省人化に成功しています。機器の導入によりイワシの生産量アップの目途が立ったため、積極的にイワシの営業に取り組み、新たにイワシの新商品を2ブランド4品種開発することもできました。

福島さん「取引先のブランド商品とミヤカンブランド商品の両方を開発することができました。ミヤカンブランドのイワシ缶詰は、気仙沼産の生原料を使ったシリーズの新商品です。原料の鮮度を売りにした缶詰で、今は醤油煮を展開していますが、新たに味噌煮などの製造を検討しています」



現在も作っている醤油煮に加え、同じラインの味噌煮を開発（写真は醤油煮）

地元の人に愛される企業になることが、将来の人材育成にもつながる

今後は「三陸の水産資源が枯渇しないよう、持続可能な製品づくりを行う」ことに取り組んでいきたいと語る福島さん。すぐに実用化できるかは未知数ですが、海洋管理協議会（MSC）、水産養殖管理協議会（ASC）の加工流通段階（CoC）の認証を取得し、生産者として管理された水産資源を活用することも考えています。

もう1つ取り組まなければならない問題が労働力不足への対応です。震災による水産人口の減少に加え少子高齢化が進行し、気仙沼市の人口は2040年には2010年時点の52%にまで減少してし

まうと予測されているのだそうです。特に若者の流出が多く、気仙沼市内の新卒採用は非常に厳しい状態で、管内の高校を卒業した求職者40～70人に対し、求人は400人以上になるのが現状です。

福島さん「美工場を推進したのは、今働いてくれている従業員に気持ちよく仕事をしてほしいという気持ちもありました。自社ブランドに力を入れているのも、地域で愛されるブランドになって、日常会話に出てくるような存在になれば従業員が嬉しいだろうな、と思うから。食べることは楽しみの1つ、そこに貢献できるのは喜びですよ」

また自社ブランドに力を入れたり、震災後に地元の小学生を対象にした工場見学を積極的にやってきた背景には、「地元で貢献したい」という意識だけでなく、長期的な視点で「地元の若者の就職先として魅力的な企業になりたい」との思いもあるのだそうです。

福島さん「海外からの技能実習生を受け入れています。実習生は宗教上の理由で食べられないものがあります。工場見学に来た地元の小学生にそんな話をしたら、子どもたちが技能実習生のためにと、缶詰のラベルと一緒に考えてくれました。こうやって触れ合った子どもたちに、将来、就職先として検討してもらえたら最高だと思います。ミヤカンブランドを地元にもっともっと普及させて、“ツナ”“缶詰”と言えば『ミヤカン』と言われるようになることで、親しみのあるこの会社に入ってみたいと思う人も出てくるかもしれない。将来を担う人材を育成する上でも、水産業で働くことの意義を唱え、地元で密着して地元で愛される存在になりたいんです」

そのためにも、もっともっと地元のお客様に感謝の気持ちを伝えたいと語る福島さん。自社だけでなく、「地元の若者が気仙沼に定着してほしい」との思いも強いのだそう。顧客も従業員も大事にするこの姿勢こそ、ミヤカンが「復興のシンボル」として再建を望まれた理由、そして自社ブランドが気仙沼のソウルフードとして愛されている理由なのでしょう。



工場見学に来た地元の小学生



子どもたちが考えた海外の技能実習生向けのラベル



株式会社ミヤカン

〒988-0004 宮城県気仙沼市本浜町2丁目102番地1

自社製品：マグロ、サンマ、サバ、イワシを主とした水産缶詰、レトルトパウチ、深絞り容器食品の製造

「私たちには守るべきものがある。だから震災のせいにはしない」 “覚悟”の転換とチャレンジ

株式会社貴千

幹線道路から細い路地を入り、住宅地の間を奥へ。まもなく行くと見えてくる株式会社貴千直売所ののぼり。

ご近所の方がひっきりなしに訪れる店内では、同社マネージャーの小松理沙さんが、お客様とにこやかに談笑しながら商品の説明をしていました。

陳列ケースには、地元、福島県いわき市・小名浜の郷土料理「さんまのぼーぼー焼」をアレンジした「さんまのぼーぼー焼風蒲鉾」、うに、かに等の具材を惜しげもなく載せた「珍味かまぼこ」など、おもにギフト・お土産用の商品のほか、今晚のおかずにもよさそうな、揚げかまぼこが豊富に並んでいます。



株式会社貴千直売所。揚げかまぼこ各種のほか、揚げたてのコロッケも提供。直売所での販売を本格化した約8年前から売上は2倍以上になっている。

唯稔さん「かまぼこを普段のごはんのおかず食べてほしいと願って、商品開発に取り組んできました」

そう話してくれたのは専務の小松唯稔さん。

株式会社貴千は、1963（昭和38）年に福島県いわき市の現在の地で唯稔さんの祖父にあたる小松中司さんによって創業（昭和42年に当時丸千小松中司合名会社設立、平成7年に株式会社貴千を設立されました）。板かまぼこをメインに製造、販売し、二代目の小松懸二さんが継承後は、いわき市の魚・メヒカリを使ったかまぼこや前述の珍味かまぼこなどギフト用商品も開発。2004（平成16）年には、新ブランド「三代目小松屋」を立ち上げました。



株式会社貴千専務取締役の小松 唯稔さんと妻でマネージャーの小松 理沙さん

唯稔さん「それまでは市場出荷を対象としていたので、貴千は安価な商品を大量につくるというイメージがあったのですが、その従来のイメージの払拭と差別化を行うため、あえて新ブランドを作り、価格帯の高い商品を開発するという狙いがありました」

商品開発にも意欲的な唯稔さんですが、20代後半で家業に従事するまで、「かまぼこ屋だけは絶対にやりたくない」と思っていたそうです。

唯稔さん「子どものころから朝早くから晩までかまぼこづくりに追われる姿を見てきて、本当に大変そうでした。それに、レールの敷かれた人生がいやで、とにかくここから抜け出したいと思っていました。大学では海洋建築工学を学び、中古車販売会社に就職後、プロパンガス販売会社などの仕事をしてきました」

そんなとき、唯稔さんに家業を継がせることを夢みていた創業者の祖父が病気で他界します。

唯稔さん「祖父が亡くなった時、自分の進む道を見つめ直したんです。その時、胸を張ってこの仕事でやっていくと言える自分ではなかった。覚悟を決めて家業を継ごう。そうその時決めました」

その後は、千葉県の日本料理屋に1年、名古屋のかまぼこ製造店に1カ月、鹿児島島の揚げかまぼこ店に1年とそれぞれ修業に出ます。需要が減りつつある板かまぼこに代わって会社の柱となる揚げ製品を開発、販売を強化していくという今後の貴千の展望を頭に置いての修業期間でもありました。

「このタイミングなんじゃないか」一気に動き出した、新しい貴千の柱づくり

唯稔さんが貴千に入ってから4年後の2011年、東日本大震災が起きました。大きな揺れと津波、工場の横を流れる川から逆流してきた水で工場は半壊。ライフラインもとまり、工場はストップ。

唯稔さん「工場の目の前の道路が、まるでテレビを見ているかのように地割れを起こして…。あの光景は忘れられませんね」

妻の理沙さんは、1週間前に次男を出産したばかり。幼子を二人抱え、原発事故後、一時東京に家族で避難しました。

唯稔さん「やむを得ず一旦はいわき市を離れたものの、工場も従業員のことも、地元のことでも心配で心配で仕方なかったんです。それで、あらためて覚悟が決まりました。自分には守るべきものがある。ここ、いわきで生きていくんだと」

工場を再開できたのは1カ月半後。原発事故の影響は大きく、主力だった板かまぼこは、注文の多くが途絶え顧客のほとんどを失いました。

唯稔さん「取引先にとっては、売り場の棚をうめなくてはいけないけれど、電話もつながらない状況。一度失った顧客は、いざ再開したといっても簡単には戻りません。要は、替えがきく商品だったということなんです。震災のせいにはしてはいけない。そう思いました」

そこでかねてから展望をもっていた板かまぼこに変わる商品の転換を一気にはかるべく、注文が途絶えた豆板かまぼこの製品ラインを撤去（現在は小規模のラインを再建）。おもにギフトやお土産用の商品の増産、また「普段の食卓でおかずとして食べてもらえるかまぼこ」をコンセプトとした商品製造のためのラインに替えたのです。

なかでも、貴千の看板商品として顧客をはじめ、第66回全国かまぼこ品評会では「水産庁長官賞」を受賞するなど高い評価を得たのが、素材と製法にこだわった「極上 揚げかまぼこ」です。厳選したタラ、グチ、メヒカリのすり身を使用し、デンプンは使わず、揚げ油には国内最高峰のごま油ブランド「九鬼」「太白」を用いるという徹底ぶり。魚本来の味を引き出したまさに極上の揚げかまぼこは、完全受注生産。予約販売のみで注文がいっぱいになるという人気商品に成長しました。



月1回の製造日に合わせた完全予約販売の
（極上）揚げかまぼこ。毎月多くの注文をいただいている

唯稔さん「職人がほとんどの作業を手作業で行うため、大量生産ができません。また、月1回の製造日に合わせて、製造したらすぐに出荷するため在庫を抱えることもできないのです」



チーズたっぷりのイタリアンスティックかまぼこ「ポーノ棒」。SNSでポーノ棒を使ったレシピがアップされるなど、若い世代にもヒットしている



直売所には貴千のかまぼこを使ったオリジナルの手製レシピ集が置いてある。かまぼこの新しい食べ方を提案したい、という思いから。

職人の定年退職が契機に。オート化で安定した品質の維持をめざす

しかし、課題も抱えていました。長年、貴千の味を支えてきた職人が定年退職を迎えたり、長く務めてきたパート従業員の高齢化などの要因が重なって、品質を維持するための人材確保が難しくなったのです。

唯稔さん「それまでは、油20リットルのフライヤー2つでひたすら揚げ続けるという作業で、職人の経験と技術に頼る部分がありましたが、今後は作業に誰が入っても質を均一に保つ必要があります。オート化して設定さえすればそれができる。さらに、私も揚げ物のフライヤーにつきっきりになってしまう状況があったのですが、新規顧客開拓に注力しなければいけないという思いもありました」

そこで、2019年7月に販路回復取組支援事業の助成金を活用し、導入したのが、「自動フライヤー」と「スポンジ式脱油機」です。

これまで、2つのフライヤーに最低3人つきっきりだったのが導入後は1人に。余剰人員を営業

や新商品開発に充てることができるようになりました。スポンジ式脱油機は揚げたあと高温のうちに油を吸い取ることができるため、カラッとした仕上がりになるそうです。



自動フライヤーとスポンジ式脱油機一式（左）と従来のフライヤー（右）
以前はこの油調の行程に最低3人必要だったが、導入後は1人になり、省人化と総作業時間の短縮化が図られた。

理沙さん「思いのほか、機械の最適な設定がどれなのか試行錯誤し、使いこなすのに時間を要しましたが、2019年の年末には、パートさんや入ったばかりの従業員でも、品質を維持できる体制が整いました。なにより、これまで市場がメインだったところを専務が外に出て、百貨店や外食産業など幅広く営業活動ができるようになったことがとても大きいです」

また、これまで完全受注生産だった〈極上〉揚げかまぼこでしたが、商談会や展示会での反応顧客からのニーズに合わせて、試行錯誤を重ねて真空パックの形態でも販売できるようにしました。

このことで、賞味期限が短いことがネックとなり、全国遠方からの受注に応えることが難しかった点も解決に向けて前進。年末から2020年、夏のギフト商戦に向けてのPRを始め、現在引き合いが多く来ているそうです。

「それに、外に出てお客様に直接自社製品を案内できることで、別のお取引のお話の機会も多くいただけるようにもなりました」と理沙さん。たとえば、ピリ辛いかげそ揚げは、スーパーの総菜やお弁当の具材、球場などの施設内の売店からも商談の話が来ているそうです。



真空パックでの商品化にこぎつけた〈極上〉揚げかまぼこ。揚げた状態で売っている予約販売の品とも品質、味に遜色はないと自信をもって、百貨店はじめ全国展開を目指しPR中

理沙さん「うちは大きな企業ではないので、お客様それぞれの細かいニーズに合わせて小ロットでの商品形態をつくることができます。そこが私たちの強みでもあると思っています」

同社では、地域の農家さん、豆腐店などこだわりのものづくりをする異業種とコラボした製品作りにも力を入れているほか、魚本来の味を大切にした品質、おいしさはもちろん、安全な食品であることにも比重を置いています。

理沙さん「今、余計なものを入れない無添加の商品づくりにチャレンジしています。『さんまのぼーぼー揚げせんべい』は化学調味料、着色料、保存料無添加の商品化が実現した最初の商品です。今後は全商品が無添加にするという目標を持っています」



無添加の商品づくりに成功した「さんまのぼーぼー揚げせんべい」

従業員の生活、家族との暮らしも守りたい。 年間通した工場の稼働率改善に向けて

唯稔さんは今後の展望について次のように話します。

唯稔さん「かまぼこはどうしても年末に繁忙期が集中します。これまでは、繁忙期のみパート従業員を雇ってきたのですが、それでは、もう人が集まりません。そのため、閑散期にも安定して工場を稼働させるために、急速冷凍の導入を検討しています。それができれば、人材の確保もより安定してできますし、繁忙期の受注にも対応がしやすくなります」



直売店のエアコンは、なんと“かまぼこ型”！
こういったところにまで、かまぼこ愛が詰まっている

さらに、理沙さんがこう続けます。

理沙さん「震災を経験したこともありますが、家族を守る、社員・工場を守るということ、会社の柱をつくる、という強い思いがあります。これまでの商談で、生産能力の限界から、いただいたお話を受けられないということもありました。私も、3人の子どもを育てながら年末の繁忙期を乗り越えてきましたが、各家庭での努力も限界があります。家族との暮らし、従業員の暮らしの質も大切にしたい。そのためにも、急速冷凍ができるようになれば、お客様のニーズにも応えることができるのと同時に、従業員の『働き方』も変えていけると思っています」



これまでもこれからも二人三脚で歩み続ける

福島県いわき市・小名浜。「ここで生きていくと決めたので」と語るおふたりのチャレンジは、これからも続きます。



株式会社貴千

〒970-0315 福島県いわき市永崎字川畑 25

自社製品：板かまぼこ、揚げかまぼこ ほか

浪江町からいわき市に。 避難中に瓦屋も経験した魚職人の思い

有限会社海宝水産

島さん「水産の仕事はもうできないと思っていました。浪江町の家も工場も流されてしまいました」

原発事故の影響で、浪江町は町内全域に避難指示が出されました（2017年3月に一部解除）。有限会社海宝水産の常務、島信幸さんとそのご家族は、震災後の生活拠点として同じ福島県内のいわき市を選びました。会社の本社住所は福島県双葉郡浪江町に残したまま、新しい工場の建設もいわき市に。以前に近い形で仕事を再開していますが、ここまで来るのには長い時間がかかったようです。



浪江町からいわき市に避難してきた島さん

島さん「福島の港は震災後しばらくの間、水揚げが止まっていました。仕事ができないので、私は1年ほど、瓦屋さんで働いていたこともあります。試験操業が始まってから徐々に水揚げされる魚種が増えていきました。2014年に私も市場のスペースを間借りして水産の仕事を再開しました。今の工場が建ったのは2017年のことです」

島さんは、海宝水産の社長である父・強さんから工場の運営を任されています。工場内にはタコのボイル加工用の機材、サケのフィレ加工用の機械、干物加工用の小型冷風乾燥機などもありますが、原料の確保が難しかったり、試行段階であるため、まだフル稼働はしていません。そのため現在は売上全体の7割から8割ほどを鮮魚の出荷が占めています。

氷の大きさが変わっただけでも品質保持力には歴然の差

県内の水揚げが徐々に多くなるにつれて注文も増えてきましたが、島さんはある悩みを抱えていました。

島さん「もともと使っていた製氷機で作られる氷は大きいため、氷を箱に敷き詰めてその上に魚を乗せたとき、氷の角で魚の表面を傷つけてしまうことがありました。また夏場は氷が解けやすい。そのため、魚の価値が低く見られたり、品質劣化の心配があったため、注文が入っても断らざるを得ないことがありました」

そこで島さんは販路回復取組支援事業の助成金を活用し、新しい製氷機を導入。これによりフレーク状の粒の小さな氷を作ることができるようになりました。これを従来の製氷機で作った氷と混合

して使うことで敷き詰めた氷の表面が、角がなく平らになったほか、氷と氷の間隙が埋まったことで解けにくくなったのです。

島さん「箱詰めした際の魚の見た目も美しくなりました。魚も傷つきにくい。一箱に詰める氷の量を減らせた分、多く魚を箱詰めできるようにもなりました。資材や運賃のコストダウンにもつながっています」



細かい粒状の水が作れるようになり、保冷効果が改善された

震災前に比べて8割ほどの回復状況だという島さん。このままいけば震災前を上回ることも期待できましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大により状況が一変。外食や旅館で使われる一級品の魚種の注文が鈍くなったといいます。

島さん「高いものは要らないから、安いものを送ってほしいと言われます。単価が上がらないうちは、震災前の売上まで回復させることがなかなか厳しいですね」



福島近海で取れた伊勢エビも出荷を待っている



幻のカニと呼ばれるドウマンガニも高級食材

トラックを乗り捨てて津波から避難

震災から10年近くが経った今（取材当時）も、当時の光景は島さんの脳裏に強烈に焼き付いています。

島さん「震災当日、請戸漁港で見たこともないくらい大量のカレイが揚がっていました。どれも大きなものばかりで、仲買さんもさばき切れないほどでした。地震が起きた時、私は工場にいました。活魚を入れている水槽の水があふれ出て、地面には亀裂が入り、サイドブレーキをひいていたトラックは5メートルほど移動しました。従業員には海沿いの道を通らずに山から帰るようにと指示をして全員を帰し、私はその後にシャッターを下ろしてからトラックで避難しました。遠くでは煙が立っているのが見えました。家が崩れていたのです。防災放送はありませんでした。たぶん壊れていたんでしょう」

一方、妻の利恵子さんと娘の友希子さんは、島さんよりも少し前に工場から乗用車に乗って避難していましたが、途中、地盤沈下により橋が走行困難になっており、危険を覚悟して橋を渡る人もいましたが、利恵子さんと友希子さんは躊躇していませんでした。

島さん「ちょうど橋の目の前にある神社の方が、『うちの庭を通れば向こう側の道に出られる』と言ってくださったので、妻と娘はその庭を通らせてもらいました。私自身はトラックが立ち往生してしまったため、トラックを乗り捨てて走って逃げました」

津波に流されることも覚悟していた島さんでしたが、間一髪のところまで先に進んでいた利恵子さんと合流し、浪江町の体育館に避難しました。

島さん「翌朝6時に、原発が危ないから逃げろと言われました。私はいったん工場に戻りましたが、津波で跡形もなくなっていて、海水を組み上げるポンプと重い鉄くずだけが残っていました。津波で流されたという人が歩いていたので救助をした後、私たちは福島の親戚の家に向かいました。そこで20日間ほど過ごしたのち、妻の出身地でもあるいわき市に移ったのです」

海宝水産の名前を後世に残したい

津波が引いてから工場に戻った時に、島さんはそこでは何も見つけられませんでした。トラックを乗り捨てた神社で見覚えのあるものを見つけました。事務所の机が一つ、そこに流れ着いていたのです。引き出しの中には、会社の通帳と実印、社印が入っていました。

島さん「乗り捨てたトラックも津波で遠くに流されたのかと思ったら、ちょうど神社の建物の屋根の下に収まるように停まっていた。まわりは木もうっそうと茂っているので、どのようにしてそこに停まったのかはわかりませんが、『この仕事を続けろ』と言われたような気がしました」

当時の実印と社印、そしてトラックに載せていた活魚用の大きな水槽は、今も大事に使い続けています。浪江町に戻る目処はまだ立っていませんが、当面は現在の場所で水産の仕事が続けます。

島さん「試験操業でなく、早く元通りの水揚げ量に戻ってほしいですね。いろいろな魚を獲てもらえれば、私たちもできることが増える。サケのフィレの仕事はまたやりたい。カットする専用の機械もあるのにほとんど使われていないんです」

海宝水産の社名の由来は、漁師でもある父の漁船、海宝丸です。海宝丸は津波で破壊されました。海宝水産の事務所には、父を元気づけようと島さんが自作した海宝丸の模型が飾られています。

この模型は父にプレゼントするつもりでしたが、島さんはそうしませんでした。海宝丸は、再び建造されたのです。



荒々しい波の中を進む海宝丸

島さん「父が結局新しい船をつくったので、模型はあげないことにしました（笑）。でも私は父がつくったこの会社の名前を、ずっと残していけたらと思っています。海宝水産は私で2代目ですが、娘婿が3代目をやりたいと言っているので、『3代目からは老舗だぞ』と言って今ちょうど鍛えているところです（笑）」

3代、4代、そしてさらにその先まで。場所は変わっても、海宝水産を次世代へとつなぐ思いはこれからも変わりません。



島さんと妻の利恵子さん。海宝水産の歴史はこれからも続いていく



有限会社海宝水産

〒979-0201 福島県いわき市四倉町 5-218-1 (いわき営業所)

自社製品：活魚、鮮魚ほか

自社ブランド開発がもたらした従業員の意識改革

青木食品工業有限公司

かまぼこの製造において、「坐（すわ）り」と呼ばれる工程があります。これは魚肉をすりつぶして成形した後に、一定時間放置することで弾力を生じさせるというもの。一般的には10℃から40℃の間で行われ、高温帯の坐りを高温坐り、低温帯での坐りを低温坐りといいます。高温坐りの時間は短く、早ければ1時間ほど。低温坐りでは一晚以上寝かせることもあります。



大学卒業後、東京・築地市場で営業の仕事もしていた青木さん

福島県いわき市の青木食品工業有限公司は、1962（昭和37）年の創業以来、低温坐りでかまぼこを製造しています。時間のかかる低温坐りを選ぶのはなぜでしょうか。

青木さん「坐りの温度と時間によって、かまぼこの食感が変わります。うちはソフトな食感に仕上げたいので、低温坐りにこだわり続けています」

そう答えてくれたのは、代表取締役の青木秀典さん。青木食品工業の礎を築いたのは、青木さんの祖父と父で、もともと銚子や塩竈でかつお節加工の仕事をしていました。その後たまたま地元でかまぼこ屋の募集があり、そこで職人として働くようになり、のちに独立。二人で独自のかまぼこづくりをスタートさせたのです。

青木さん「現在、製品の構成は、蒸しかまぼこが2割ほど、さつま揚げが8割ほどを占めています。さつま揚げが主力となっていますが、かまぼこを低温坐りでつくっているところはそれほど多くないので、うちの強みになっていると思います」

震災後、自社製品開発に活路を見出す

2011年の東日本大震災の津波は、青木食品工業の周辺にも押し寄せましたが、工場の土地が高くなっていたため、壊滅的な被害は避けられました。しかし浄化槽や配管に被害があったほか、地震で工場に傾きが生じたために排水の流れる方向も変わってしまいました。

青木さん「震災以降、工場内で水平を取りづらくなったため、工場再開後も機械の不調に悩まされました。修理や調整をしたくても、当時は業者が福島県まで来てくれなかったため、自分たちで直すしかありませんでした」

機械が万全でないまま工場を再開したのには理由がありました。工場を止めてしまったら、これまでの顧客が離れてしまうと思ったからです。そうならないように仕事を続けましたが、震災の年は結局売上が昨対比で3割も落ちてしまいます。

青木さん「それまでは委託加工が中心でしたが、このままでは数字が戻らないと思い、震災の翌年からは自社ブランドを立ち上げました。2年くらい試行錯誤してようやく成功したのが、1枚200グラムある、大きな一枚ものの『揚げかま天』です」

その後、定番商品となった揚げかま天をアレンジした新商品「ソフト揚げスティック」を開発。12本を袋詰めにして販売しましたが、当初は思うように売れませんでした。



震災後自社ブランドで初めて成功した「揚げかま天」



「揚げかま天」をカット加工した「ソフト揚げスティック」



青木さん「そんな時に、取引先から『うちで販売したい』という話があり、『ソフト揚げスティック』の製造量が増えました。しかし当時は日産1,500パック程度が限界。6,000パックの注文が来ているものの対応できず、販売機会の損失が続いていました」

青木食品工業には、生産量を伸ばしたくても伸ばせない事情がありました。同社が長年続けてきた低温坐りでは、どうしても時間がかかってしまうのです。高温坐りであれば生産量を増やせるはずだと思い、そちらも試してみましたが、高温坐りのノウハウが少なかったこともあり、品質が安定しませんでした。

型枠を増やして生産体制を大幅に強化

そこで青木さんは販路回復取組支援事業の助成金を活用し、生産性を向上させる機材を導入しました。

青木さん「『ソフト揚げスティック』をつくるための型枠を800個増やし、それを運ぶ台車も増やしました。一度にたくさん坐らせることになるので、温度管理をする『坐り庫』を広くする必要もありました」

この結果、「ソフト揚げスティック」は日産1万2,000パックまでは可能になりました。さらに、トン



新しい坐り庫の内部。従来の8.5坪から13.5坪に広げた

ネルフリーザー用の冷凍機を導入し、冷却能力の向上も図りました。型枠と冷蔵機の導入により、工場全体としては、時間あたりの生産数量が以前の2倍になったそうです。



使用済みの型枠は分別整理をして洗浄。大量にあるため効率的に管理している



今回導入したトンネルフリーザー用の冷蔵機

増産の準備が整ったことから、大手スーパーへの納品も決定。しかしその後、足踏み状態が続いています。2020年の新型コロナウイルス騒動により営業活動を自粛したため、注文が伸び悩んだのです。

将来的には製品の半分を自社ブランドで

一つ壁を越えるごとに、また新たな壁が立ちますが、なおも青木さんは新商品の開発を続けます。新商品「ホタテ入り揚げかまぼこ」などを今後展開していくといいます。

青木さん「従業員からも新商品のアイデアが次々に出てきていて、今はその商品開発を進めています。自社ブランドを始めてからは、従業員も自発的になったと思います。商品企画だけでなく、衛生的な職場環境づくりの提案なども出てきています」

現在の自社製品の割合は、全体の2割ほど。青木さんは将来的に、この数字を5割ほどまで上げたいと話します。

青木さん「自社製品を始めたのは、震災後の売上回復を目指したからですが、そのきっかけは魚市場で働く大学の先輩からの一言でした。たまたま遊びに行った時に、『自社ブランドで何かつくらないの?』と言われていなければ、チャレンジしていなかったと思います」

背中を押された青木さんが工場に持ち込んだ創造的な空気とチャレンジ精神。従業員と一体となって、安心安全とともに製品を食卓に届けます。



青木食品工業有限公司

〒970-0221 福島県いわき市下高久字下原 85

自社製品：ソフト揚げスティック、揚げかま天、さつま揚げほか

ゼロからの積み上げで常に造る、常盤で造る

有限会社櫻村水産

櫻村さん「特に小さい魚が工場に運ばれてきたら、生処理する前に冷塩水で一度キュッと締めるんです。そうしておくで、そう簡単には悪くなりませんよ」

茨城県ひたちなか市に工場と販売店舗を構える有限会社櫻村水産社長の櫻村義一さんは、扱いが難しいといわれる小さな魚には特に気をつけています。鮮魚の扱いは、大学卒業後に働いていた東京・築地の大卸で覚えたといいます。



築地の大卸に勤めていた経験も持つ櫻村さん

「素材ありき」を信条とする櫻村さん。櫻村水産では干し加工のほか、惣菜加工なども手掛けていますが、その際に、厳選した魚を鮮度の良い状態で処理することにこだわっています。

そんな櫻村水産のブランド名でもある「五代目常造」の「常造」とは、櫻村さんの高祖父（4代前の先祖）、櫻村常造さんが由来です。櫻村さんはこの「常造」の名前に、強い思い入れがあります。

櫻村さん「常造さんは、この近くを流れる那珂川でサケ漁をしていました。当時は那珂川がサケの南限で、『西の堺港（大阪府）、東の那珂湊』と呼ばれるくらい、このあたりは江戸への物流拠点として栄えていたのです。冷凍技術もない時代なので、秋鮭といったらうちに買いに来る人も多かったそうです。私は子供の頃、仏壇に写真のあった常造さんがどういう人だったのか、口伝で聞いていました。当時から『いい名前だな』とっていて、この仕事を始めた頃から、いつかブランド化したいなとっていたんです」

常造さんの名前から「常に造る」「常盤で造る」という意味を連想していた櫻村さんは、社長業の傍ら「造る」ことにもこだわり、自ら作業者の一人として工場に立っています。



一品一品丁寧に処理することを従業員とも共有

ギフト商品は好調も、変わり続ける需要への対応で見た課題

櫻村水産の主力商品は干物と魚の惣菜です。干物加工に使う塩は長崎県五島灘の海水でつくられる「いそしお」にこだわり、素材の味を引き立たせています。商品は量販店に並ぶほか、自社のオンラインストアや、工場に併設されている店舗で販売しています。

何代にも亘り家業を守り続けてきた榎村水産ですが、2011年の東日本大震災では深刻な打撃を受けます。

榎村さん「津波の被害はありませんでしたが、地震によって工場の壁が破損するなどの被害がありました。また原発事故の風評被害で売上が半分以下になってしまいました。これでは正月を越せないと思いましたが、公的な補助金が出たのでそこは何とか乗り切れました。それがなければ続けられなかったと思います。現在は震災前に近いところまで回復してきましたが、お客さんの好みが変わって来ていて、コロナ禍による消費の落ち込みも重なっています。保存食やギフト用商品は売っていますが、スーパーに並ぶような定番のものがなかなか厳しいですね」



干物から惣菜まで、その日のおかずにもなるラインナップ

時代の変化に取り残されないためには、新商品の開発が不可欠でした。しかしそのためには人員が必要です。今は募集しても人が集まりにくいいため、既存の商品をいかに効率的に生産し、その余裕を生み出せるかが課題となっていました。

魚焼き機を使った新商品の誕生で売上アップ

そこで榎村さんは、販路回復取組支援事業の助成金を活用し、消費者のニーズに合った製品づくりのための機材を導入します。

榎村さん「今は簡単便利な時短商品が求められています。そこで自宅で温めるだけで食べられる商品をつくるために、魚焼き機を導入しました。おかげさまで新商品が生まれて、売れ行きも好調です。今回の機器導入により、提案できる惣菜の種類も広がりました。この機械はこれからもっと活躍すると思います」



魚焼き機の導入で加工のレパートリーが増えた



導入した魚焼き機で作った新商品の焼き縞ほっけフィレ



ゼイゴ取り機の内部構造を説明する榎村さん

このほか、ゼイゴ（アジに付いているとげ状の硬いウロコ）取り機、ヘッドカッター、重量選別機、金属探知機、PPバンド結束機などを導入したことで、少ない人数でも効率的に作業ができるようになりました。そのおかげで、既存商品の「アジの南蛮漬け」も量産化体制が整い、定番商品化されたことで、売上増につなげることができたといいます。

全国から注文が寄せられる中、あえて地域に根ざしていく

榎村さんの半生における苦労は、震災だけではありませんでした。榎村さんが築地の会社を退職して榎村水産に戻ってきた翌年、お得意先から受注がなくなってしまうことがあったそうです。榎村さんはその時初めて「仕事なくなる恐怖」を味わったといいます。

樫村さん「父に、明日は何をやればいいのかと相談したら、『もう俺はやりたいことはない、お前の好きなようにしていい』と言われました。私はまだこの会社を終わらせたくなかったので、『俺はやりたいことがあるから社長を交代して』とお願いしました。当時まだ30代の駆け出しでしたが私が社長になり、やりたいことをやらせてもらったのです」

樫村さんがやりたかったこととは、加工品を作るだけでなく、自社で作ったものを直接販売すること。小売りに関しての知識と経験も、築地時代に培いました。

樫村さん「社長になって最初の仕事はラベルづくりでした。当時祖父が書道を習っていた先生に、『ひもの』と筆で書いてもらったのです」

ほとんど仕事がない状態から会社を引き継いだ樫村さんは、父・元太郎さんと二人三脚でアジの開きを始めました。当初はたった一箱を出荷するだけでもやっただったそうです。一日数百箱も出している現在とは比較にならないほど小さな数字ですが、「ゼロが1になり、それが少しずつ増えていく喜びがあった」といいます。

その後も山あり谷ありだったという樫村さんですが、長年取り組んできた『五代目常造』のブランド化を成功させ、全国各地にお客さんを抱えるまでになりました。



名刺やラベルにも利用して、当時からブランド化を意識していた

樫村さん「うちの登録会員になっているお客さんは約1万人います。リピーターのお客さんがギフトにうちの商品を選んでくれて、その送り先の方から『おいしかったから』と注文が入ることもあります。新規のお客さんは今も増えています」

全国にお客さんを持ちながらも、樫村さんは今後、より地元重点を置きたいといっています。

樫村さん「近隣には買い物に不便な場所があります。そういう方たちが、うちの店に寄って干物や惣菜を買っていくようなことが増えたらいいなと思います。それともう一つの夢は、ここに飲食店を開くことです。飲食店が少ない地区なので、地元の人や観光客の方においしい魚を食べていてもらいたいですね」

飲食店の経営は、水産加工とはまた別の世界。しかしゼロを1にする喜びを知っている樫村さんなら、そう遠くない将来にこの夢を実現させているかもしれません。



有限会社 樫村水産

〒311-1237 茨城県ひたちなか市関戸 8371

自社製品：アジ・サンマ・メヒカリなどの各種干物、惣菜、珍味ほか

被害から立ち上がるきっかけは、 息子たちが頑張る姿だった

株式会社ヤマゴ

株式会社ヤマゴを創業したのは、現社長である飯田清治さんの父、清さん。当初は農家と兼業しながら、水産加工の仕事も始めたのだそうです。飯田さんは、昭和50年代の初め、高校の卒業と同時にヤマゴに入社し、イワシの丸干しの製造を中心に水産加工の仕事をしてきました。

飯田さん「父が早くに亡くなってしまったので正確な創業時期は分かりませんが、戦時中には水産の仕事をしていたと聞いています。以前は目の前の浜に船が着いて、そこで水揚げしたものを扱っていたようです。自分が小学生くらいには、自社で冷蔵庫を持って水産加工に特化していました」



株式会社ヤマゴ 代表取締役 飯田 清治さん

現在、イワシの仕入先は銚子港、飯岡港が中心。社長である飯田さん、もしくは弟で工場長の明さんが実際に生の状態の原料を見て、吟味した上で仕入れます。特にイワシの旬である6～9月は、脂ののった良い原料が揚げります。それを大量に購入し、加工・凍結しておくことで、一年を通して、状態の良い商品を安定的に供給できるのだそうです。

飯田さん「イワシで大事なのは何といっても時期。旬の時期に、しっかりと吟味して原料を仕入れています。加工は平成になった頃から、乾燥機に切り替えました。本当は天日の方が良かったけれど、灰や虫も入るし、衛生面を考えたら乾燥機の方が安心ですから」



イワシの加工をする従業員



イワシの丸干しを製造する乾燥機

家業を継ぎ、実直にイワシの丸干しを作り続け、2010年の秋には現在の工場も新設。近所の人を中心に従業員も増やし、事業は堅調に推移していたのだそう。しかし、それを一変させてしまったのが震災でした。

初めて経験する津波とその被害に茫然とした

2011年3月11日、いつもと同じようにイワシの丸干しを作っているところに突然強い揺れが襲いました。地震で停電になってしまったので、その日は仕事を中断して、従業員もすべて帰宅させました。その後、防災無線で大津波警報が放送されましたが、遠浅で「津波は来ない」と言われていた地域であったため、最初は実感が湧かなかったのだそうです。

飯田さん「え？大津波警報？と怪訝な気持ちでした。自分のところに津波が来るなんて、考えたこともなかったから。それで高いところに上って海を見ていたら、沖の方が真っ白になってね。それが実は津波だったんですが、津波の経験がなかったので最初は全然気づきませんでした」



震災当日、旭市を襲った津波第一波の様子

津波の第一波が堤防を乗り越えてくるのを見て、海岸から200mほどのところにある自宅に戻ると、膝くらいまで波が押し寄せてきました。そこで、急いで高台にあった冷凍工場に避難。その後、ご家族と合流し、一緒に近くの小学校で、一晩を過ごしたそうです。夜のうちから、第二波以降の方が津波の規模が大きいという話は耳に入っていたものの、翌日工場を見るまでは、どういう状況になるのか見当もつきませんでした。

飯田さん「翌日工場に行ったら、びっくりしました。あんなに滅茶苦茶になっているなんて想像もできなかった。前年の11月にできたばかりの工場にも、当時の事務所にも、色々なものが流れ込んできていて。建物は残ったけど、リフトも機械も塩水につかって全部使えなくなりました」



当時の被災の状況

それから1週間くらいは何も手につかず、茫然自失の状態だったそう。そんな状況から立ち直るきっかけをくれたのは、お子さんたちの行動でした。息子さん2人が率先して、黙々と工場の片づけを始めたのです。

飯田さん「下の息子はちょうど大学を卒業する頃でした。学校に行っている時は、家を手伝うなんて全く言ってなかったけれど、あの被災の状況を見たら、子どもなりに何とかしなければと思ったんじゃないでしょうか。自分は、最初は何もする気がなくてただ座って見ているばかりだったけれど、2人が一生懸命、片づけをしたり、泥をかきだしたりするのを見たら、自分もやらねばと思ったんです」

それから、飯田さんは奮起します。直せそうな機械は修理し、どうしても使えない機械は中古で安く仕入れ、震災からわずか3か月後の6月、工場再開に漕ぎつけました。

飯田さん「機械の搬入をする業者の方も夜中まで作業してくれて本当にありがたかったです。高台にあった冷凍工場は被害が少なく、清掃するだけで使えたのも不幸中の幸いでした。規模は3分の2くらいに縮小しましたが何とかイワシの旬が始まる6月には仕事を始めることができました」



工場から100mほどの海と、津波の後に新設された防波堤

風評被害を乗り越えるべく、サバフィレ事業を強化

イワシの丸干しの生産を再開した矢先、また1つ問題が発生しました。風評被害を受け、売上が徐々に減少していったのです。1週間に100個の注文が入っていた得意先からの注文が、50個、30個と減っていき、ついに注文が来なくなる。そんなことが続きました。

飯田さん「工場を立て直すので必死だったせいかもしれないけれど、風評被害って、こちらには何が起きているのかわからないんですよ。なぜか知らないけれど、徐々に注文が減っていくという感じでした。1年くらいかけて少しずつ取引先がなくなって行って、ああ、これが風評被害なんだと気づいていきました」

震災から2～3年経っても風評被害はおさまらず、イワシだけでは売上を戻すことが難しいと判断した飯田さんは、新たにサバフィレの加工に着手しました。サバも銚子で安定的にあがる魚種。そこに新たな活路を見出したのです。そこで今度は、中古でサバ用の機械をかき集め、製造を開始。しかし、本当に大変だったのは「売ること」でした。すでに取引が固まっている中に参入していくのは予想以上に困難だったのです。委託加工元が見つかり、この事業がなんとか軌道に乗るようになったのは、サバフィレの加工を始めて5年が過ぎた頃でした。

やっとの思いで掴んだ復興への手がかりを逃さないよう、サバの加工を強化すべく、ヤマゴでは販路回復取組支援



トリミングコンベアで内臓をきれいに除去

事業を活用してトリミングコンベア、塩水漬込コンベア、洗浄ネットコンベアを導入しました。

飯田さん「以前は中古の機械を無理やり集めたので、塩水漬込の機械もインバーターがついていなかったんです。なので原料に合わせて塩加減を調整できませんでした。今後はサバの大きさや、脂の乗り具合で時間を調整して、製品をより標準化することができます。減塩などの依頼があっても対応できるようになり、依頼元の要請にも応じやすくなりました」



洗浄コンベア。エアで水分を飛ばせるのでドリップも出にくくなった

震災前はイワシの丸干しだけを扱っていましたが、昨年はサバの取扱高が全体の2～3割を占めるほどに増加。さらに新しい機械の導入により、生産量が上がり、製品の品質が安定した今年は、取り扱いがさらに増え、全体の4割ほどにまで達する見込みです。

親子3人で、震災もコロナも乗り越えていく

ヤマゴに入ってから、ずっとイワシの丸干しを作り続けていた飯田さん。本当は今でもイワシに愛着があるのだそう。ただし風評被害が収まって、一度失った販路を取り戻すのは難しく、これからはイワシとサバの2本柱でやっていくと決めました。

飯田さん「イワシは長年やってきたし、原料の見極めから製品化まで自分の思い通りにできるので、やりがいとしては大きいかもしれません。でもイワシよりサバの方が市場のニーズにはあっていると思うし、サバもこれから頑張っていきます」

今後、より多くの企業の要請に応えられるよう HACCP に対応した建屋を建設する計画も進んでいます。修理したイワシ向けの機械も、一度塩水に使っているため故障が多く、そちらの機械の入れ替えなども必要になりそうです。

やることはまだたくさんありますが、今後を考える上で心強いのは、2人の息子さんがヤマゴに入社してくれたこと。被災してどん底だった時も、この2人の存在が、再開に向けて奮い立たせてくれる大きなきっかけとなりました。

震災での売上不振から、立ち直る兆しが見え始めた途端、今年は新型コロナウイルスによる影響に苦しめられているヤマゴ。しかし、震災を乗り越った時のように、親子の絆でこの試練も乗り越えていくことでしょう。



株式会社 ヤマゴ
〒289-2523 千葉県旭市中谷里 7987-4
代表商品：イワシ丸干し、サバフィレ

網元一家。銚子港一の旗と誇りを掲げ 自社ブランドの再開をめざして

有限会社ぼうか水産

千葉県旭市にある有限会社ぼうか水産。本社の目の前には、九十九里浜の海岸線が広がっています。

1955（昭和30）年、この地で、現在の代表取締役・土屋幸男さんのご両親が創業したぼうか水産。当時は、主にイワシの煮干しの製造、販売をしており、この地域で作られる煮干しは「椎名内（しいなうち）煮干し」と言われ高品質な煮干しとして知られていました。

父・章（あきら）さんの本家は網元。機関長としてずっと船に乗り、製造は主に母のせいさんが、近隣の主婦たちを集めて工場を取り仕切っていたそうです。父親の兄弟たちもみんな船乗りで、その親戚や妻は加工に携わるという、まさに海と前浜とともに生き、糧を得てきた土屋家。土屋さんも「将来は自分もこの仕事に就くんだ」と幼いころから当然のように思ってきたそうです。

土屋さん「家業を継ぐことになんかの迷いもなかったですね。当時は、やればやるだけ成果が自分に返ってくる仕事だと思っていました。一年に一度、本家・網元の乗組員全員とその家族も総出で旅行に行っていたことをよく覚えています」

土屋さんが家業に入ったのは、18歳のとき。創業当時と変わらず「イワシの煮干し」ほか、「イワシの丸干し」や「みりん干し」が主力商品でした。

イワシの丸干しには並々ならぬこだわりを持っている土屋さん。長く網元をしてきた漁師一家である利点もいかし、銚子港、飯岡港で水揚げされるイワシのうち、一番おいしい旬の時期のものだけを使い、原料調達から加工まで一貫して納得のいく製品を作ってきました。

それら主力商品に加えて、県内の取引先から、サバフィレの委託加工を少しずつ受注してきたほか、2005年、長男の勝（すぐる）さんが入社後には、活魚販売も開始しました。



本社2階から望む九十九里浜の海岸線。
創業当時はこの浜から出漁していたそう



有限会社ぼうか水産代表取締役の土屋 幸男さん

廃業も頭をよぎる。誰もいない工場。家族で乗り越えた震災後

2011年、東日本大震災が起きたとき、土屋さんは工場内でサバフィレの加工を行っていました。

土屋さん「大きな揺れのあと津波も警戒はしましたが、これまでは津波が来ても1～2cm程度だったので大丈夫だろうなあと。そうしたらゴッという音とともに津波が押し寄せてきて…」

海岸までは歩いてもわずかな距離。目の前に押し寄せる津波から、当時9人いた外国人技能実習生含む従業員たちに、「すぐに逃げて！」と声をかけながら必死で避難。避難所の小学校にたどり着いたものの、余震が来るたびに建物から外に出なくてはいけない状況でした。そのため、同社の従業員、さらに親戚の水産加工場に務める従業員を親戚所有の倉庫に泊め、不安な夜を過ごしました。

津波到達は、60cm。本社の2階事務所は無事だったものの、1階工場内の設備、フォークリフト3台はすべて塩水をかぶって使用不能になり、出荷前の商品もすべて流されました。

ライフラインが復旧し、1週間たったころから徐々に工場を再開させたものの、「震災前につきあいのあった取引先のなかには、音信不通のところもありました。震災直後、再開は無理かなと一時は廃業も頭をよぎりましたね」と土屋さんは話します。

最も大きな打撃は福島第一原発の事故による影響です。イワシ漁の操業日数が激減。漁獲量もゼロに近く、原料の確保が極めて困難になり、主力商品だったイワシ丸干しは市場からの注文数が激減しました。原発事故の風評被害の影響も大きく、長男の勝さんが手がけていた活魚事業も買い手がつかないため撤退を余儀なくされます。

土屋さん「食生活の変化もあって、イワシを食べる人も減ってきました。でも、自分もイワシの丸干しが好きで、うちのイワシの丸干しを待っていてくれるお客様もいる。本当はイワシを使ってもっと商売をやりたい。でも、イワシがなくては…。それでもなにかやらないと事業を継続できない」

そう思った土屋さんは、イワシを主体としていた事業形態からの転換を図りました。「イワシが自分たちの商売の始まり」、そう話す土屋さんにとっては、苦渋の決断でしたが、これまでの概念を取り払って歩みを続けるしかなかったのです。

震災前から少しずつ取引をしていた県内の水産加工業者に「加工量を増やしてほしい」と依頼、委託加工によるサバフィレの生産比重を増やしていくことにしました。しかし、震災前に従事していた従業員は、原発事故の影響を不安視し離職したため、一時は誰もいなくなるという事態に。

そのため、土屋さんと妻の照代さん、勝さんの3人で朝から夜遅くまで工場での仕事を続け、なんとか事業を継続させていました。その後、新規採用等もあり、労働力の確保には目処がたったものの（2020年11月時点で従業員10人）、既存の機器では生産効率が悪く、受注数量に応えられない状況が続きます。

また、委託加工以外にも利益率の高い自社ブランドの生産を行いたいと考えていましたが、余力がなく着手できずにいたのです。

注文に応えられない状況から大幅な生産能力アップで在庫を確保できるまでに

そこで、限られた人員で増産体制を整えるため、2019年に販路回復取組支援事業の助成金を活用し、魚類中型三枚卸機・センターカット機、魚類頭取機、整形テーブル付ベルトコンベア、自動梱包機、冷凍機を導入しました。

その結果、一日のサバ原料の処理数量は、もともと15人で5トンが限界でしたが、導入後は14人で7.3トンにまで増やすことができるようになりました。梱包は400ケース/日が430ケース/日となるなど作業の効率化を実現。さらに、冷凍機が新しくなったことで、従来は、サバフィレ1トンにつき12時間かけて凍結していたところ、2トンを8時間で凍結可能となりました。

また、時間がかかっていた清掃の時間短縮のため、温水高圧洗浄機、高圧洗浄機を導入。1時間かかっていた洗浄作業が半分の30分で完了できるようになりました。

このように生産量も増え、作業効率が上がり、製品の在庫確保が可能となったことで、大量注文にも対応できる体制が整ったのです。

機器の導入から約1年が経ち、純利益は前年度から1.25倍にアップ。震災直後は、震災前の売上の約3割まで落ち込みましたが、現在は、委託加工による収入が増加し、2018年～2019年は震災前と比べ純利益約3割増という成果を出しています。

このほかに、2019年11月からは、新たに「ホッケの開き干し」の委託加工を開始し、今後、さらなる増産が見込まれます。

清栄丸の誇りを糧に、自社ブランドの開発に取り組む

震災後の苦境を支えてくれた取引先とは、ビジネスパートナーとして良好な関係を築いています。双方で新商品の提案を行い、よりよい商品づくりのための改善点やアイデア交換なども欠かさないそう。

土屋さん「『冷風乾燥できる干し物の商品ができないかやってみようか』と話したり、アイデアを出しあっています」

原料調達においても、取引先の担当者が仕入れてきた原料を土屋さんが、商品にできる品質かどうかを検品しています。この地で長年水産加工業に携わり、豊富な経験と知識をもつ土屋さん。



魚類頭取機（手前）と、魚類中型三枚卸機・センターカット機を整備しサバフィレ加工ラインを整えた



現在主力商品のサバフィレ。ほぼ80%銚子港で水揚げされたサバを原料としている

若い担当者から「魚のことを教えてほしい」と頼まれることも多いそう。

土屋さん「取引先には、せがれのような歳の相手が増えたけど、自分が知っていることは全部教えるよって話しています。自分がこの仕事に就いたころも、地元の銚子、九十九里には、いろいろなことを教えてくれる先輩たちがいたから。自分にもできることがあるなら、と思っ
て。それに、会社をせがれに引き継いだあとも仕事がやりやすいように、取引先とは良好な
関係性を築いていかななくては、と思っています」

若手とも、立場や世代を超えてパートナーとしてよりよい商品作りを行う土屋さんですが、やはり再び目指しているのは自社ブランド製品、自分たちで作った商品を自分たちで売ることです。

機器導入時に目標としていた自社ブランド品の開発は、2020年新型コロナウイルス感染拡大の状況もあり、まだ本格的に着手できていません。しかし、その間も商品の構想を練り、夏期の小アジを使った製品や、サワラの切身を使った西京漬けなどの試作品作りに挑戦しています。

2019年9月、台風15号が千葉県に上陸、記録的な暴風による被害をもたらした際は、本社工場に隣接する母屋を中心に大きな被害を受けました。屋根、窓ガラス、畳など、すべてダメになり大規模な修繕が必要に。震災後の苦境を乗り越え、ようやく事業が再び軌道に乗ってきた頃に再び降りかかった試練でした。

それでも、ほうか水産の歩みを止めるわけにはいきません。

父親の章さんが乗っていた船の名は「清栄丸」といいます。土屋さんが見せてくれたのは、「清栄丸」「優勝」と大きく書かれた旗。銚子港でその年の水揚げ高が第一位の船に送られる優勝旗です。年間水揚げ量全国第一位を誇る銚子港における年間一位の証。この旗が、意味するものの大きさは容易に想像できます。その網元にルーツをもつ土屋さんの誇りこそが、一度は廃業も頭をよぎった震災後からこれまでを支えてきたのだ、と感じました。

「うちがつくる『イワシの丸干し』を、今も待っていてくれる人がいるから。また必ず自社の商品を作らないと」と話す土屋さん。ほうか水産の新ブランドを届けることができる日も近いでしょう。



土屋さんの父、章さんが機関士を務めた清栄丸が平成22年度銚子港の水揚げ第一位となった際の優勝旗



有限会社ほうか水産

〒289-2522 千葉県旭市足川 3980

自社製品：イワシ、サバのドレス、サバフィレ等

「魚本来の姿、おいしさを子どもたちに」 目利きと加工技術で次世代へつなぐ魚食文化

株式会社いとう商店

株式会社いとう商店は、現在代表取締役を務める伊藤克幸さんの曾祖父にあたる伊藤平次郎さんによって、明治22年、千葉県旭市で「伊藤水産」として創業されたのが始まり。当時は、地引網で獲ったイワシを飼料にして販売し、半農半漁を営んでいました。平成6年には法人化され、現在の社名に。克幸さんは4代目を継いでいます。

創業から130年以上の長きにわたり続く、いとう商店の強みは、なんととっても地元で揚がる魚の“目利き”。

伊藤さん「鮮度はもちろんですが、揚がった魚がなんでもいいわけではなく、顧客の注文、ニーズに合わせた“目利き”で仕入れた原料を使って、丁寧な商品づくりをする。例えば、開きにするには脂の乗った11月～1月までのイワシがいいんですが、つみれの原料なら脂の少ないそれ以外の時期に獲れたものを使います。それがうちの加工屋としての仕事だと思っています」



いとう商店 代表取締役の伊藤 克幸さん

その後も、主に地元である銚子港で獲れたイワシを原料に、つみれやフィレなどを手がけてきましたが、伊藤さんが4代目を継いだあとは輸出・輸入業も開始。中国やヨーロッパ向けにイワシを輸出し、この事業だけで同商店全体の取り扱いの約3割をあげるなど堅調に業績を伸ばしていきます。

この他にも、コンビニエンスストアや学校給食向けのサバの切り身など、イワシを主力にしつつ、多角的に事業を展開してきました。

津波で冷凍機能を失い、原発事故の影響で輸出業もストップ

そんなときに起こった2011年3月の東日本大震災。地震で大きく揺れたその時、伊藤さんは工場前の浜で取引先と電話で話していました。揺れがおさまってすぐに現場へ戻りましたが、出荷前の商品や機材が散乱し、電気もストップ。このまま工場で作業を続けるのは無理だと判断し、従業員を解散させました。

伊藤さん「それから私は、小学校へ子どもを迎えに車を走らせ、その後市役所へ避難したのですが、しばらくして工場の様子を見に行くと、海に近い場所に立っていたはずの倉庫の姿が跡形もなく…、この様子には愕然としました」

それでも電気が復旧した3日後には工場を再開。出荷を前にダメになってしまった商品も大量にあり、商品の廃棄や工場内の片づけからのスタートでした。

被害に遭った機器のなかでも、業務用の半製品の製造に必要な凍結庫、冷蔵庫などの設備を失ったのが大きな痛手となり、これまでのコンビニエンスストアをはじめとした取引先も失いました。さらに、堅調に伸びていた輸出業も原発事故の影響で各国が禁輸措置をとったため、すべて停止。震災直後の売上は、震災前の約半分になったそうです。

被害の大きかった東北地方の工場が再開するまでという期限付きでの新規注文が増え、仕事は大きく減らさず維持できましたが、東北地方の工場復旧にともなって、それらの仕事も減り、新しい販路の開拓が急務となりました。

サバの落とし身製造ラインを導入して量産体制を構築

そんななか、もともと取引のあった会社から、「業務用のサバの落とし身の製造ができる工場を探している」という問い合わせが入ります。長年にわたり、確かな商品を納品してきたからこそ、声がけだったのでしょう。

伊藤さん「サバの落とし身の試作品段階では品質をクリアしていたのですが、既存の設備では量産体制がとれず、取引開始に至ることのできない状況でした。ただ、この商機を逃してはいけないと思いました」

そこで、2020年3月に販路回復取組支援事業を利用して導入したのが、魚類頭取機、さば内臓取機、裏ごし機、二軸スクリーンプンプ、X線検査装置、凍結機、冷凍機です。

これにより、サバの落とし身について、歩留りを上げながら日産4トンの量産化を実現。これまで手作業で行ってきた作業を機械化した結果、約20人で作業していた製造工程を5人にまで省人化。同じ時間で生産できる量も2倍になるなど大幅に生産能力がアップしました。



取材当日もサバの落とし身の製造ラインがフル回転していた

さらに、凍結機や冷凍機などの導入により温度管理能力を増強させることで、定番商品であった「イワシのつみれ」や震災により喪失してしまった冷凍製品等の製造についても同様に効率化することができたほか、これまで以上に鮮



二軸スクリーンプンプで充填する



X線検査装置。品質管理の面から取引先からの信用を得ることにつながった

度が良い状態での保管が可能となりました。この品質アップは、大手顧客との取引において大きな強みとなりました。

しかしながら、直近の売上は、まだ震災前の約6割にとどまっています。この強みをいかしてさらなる販路開拓を実現したいところですが、導入が2020年3月。同時にコロナ禍に見舞われ、新たな販路を開拓するにはまだ至っていません。それでも伊藤さんは言います。

伊藤さん「凍結能力のアップに加え、X線検査装置も導入できたことで、一番良かったのは、なによりも取引先からの大きな信用を得たこと。このことで、必ず今後につながれると思っています」

栄養豊富な骨を取るっておかしくないか？ 「骨まで おいしい！ 焼き魚」シリーズで販路開拓を

かねてから、アジやサバなどの焼き魚の骨を、小骨まで取ったいいわゆる「骨とり商品」の需要が高まっていることに着目していた伊藤さん。逆転の発想で、骨を取らなくてもそのまま食べられるようにできないかと考えていました。

伊藤さん「カルシウムなど栄養のある骨を捨ててしまうのってもったいない。それに、ただでさえ開いた魚の姿しか知らない子どもが増えているなかで、骨も無いのが魚なんだって日本の子どもたちに根付かせてしまっているの？という疑問もありましたね。骨まで軟らかく圧力調理して、魚まるごとの栄養をあますところなく食べられる商品ができれば、子どもやお年寄り、健康に気を使っている消費者に喜んでもらえるのではないかと思ったんです」

既存の販路を失った震災直後、伊藤さんは商品開発に着手します。圧力釜の温度と時間設定による熱の加え方のパターンを少しずつ変えながら、何度も何度も試しては記録を繰り返し、やっと完成したのが「骨まで おいしい！ 焼き魚」シリーズです。

レンジであたためるだけで食べることができるため、家庭向けにも好評で、販売開始から順調に売上を伸ばしています。

伊藤さん「道の駅で、実際にこの商品を買ってくださったお客様から、『魚嫌いだった子どもが、これなら食べられると喜んで食べてくれるようになった』という声が聞けて、手ごたえを感じました」

現在は「季楽里あさひ」(旭市)、「水の郷さわら」(香取市)など千葉県内の道の駅や、銚子港内の「銚子セレクト市場」などの小売店ほか、自社サイトからの直接注文を中心に販売しています。

この商品の製造にも、導入した機器が活かされており、熱水スプレー式レトルト殺菌機を使うことで製造効率、品質がアップしたそう。

伊藤さん「開発に着手してから10年ほど経ちますが、まだ試行錯誤を続けています。近年、海的环境が変わってきていて、昔ならイワシはこの時期、アジならこの時期が一番いいという旬が決まっていたのですが、もっと脂がのっていてもいい季節なのに脂のりが少なかった

りと、それも変わりつつあります。そうしたこともあって、それぞれの魚に合わせて、いちばんおいしい圧力と熱のかけ方のポイントをずっと研究しています」

また最近では、老人介護施設へのPRが功を奏し、現在東京都内の老人介護施設からの引き合いがきているそうで、新たな事業へ広がりを見せています。

伊藤さん「今後は、たとえば『骨まで おいしい! 焼き魚シリーズ』でも、レンジであたためるだけのタイプ、冷凍までを当社で行い、焼くのは各施設で行えるタイプなど、取引先のニーズに合った形態での販売ができるようにしたいと考えています」



自社ブランド「骨まで おいしい! 焼き魚」シリーズ。

創業から130余年。4代目が見据えているのは、将来、次世代へ引き継いだ先の10年です。

伊藤さん「この会社がちゃんと儲かって、引き継ぐときに向こう10年くらいは安定してこれでやっていけるという状態にする。それが目標ですね」

「魚本来の姿を子どもたちに」という思いで開発した商品の販路開拓にもチャレンジしている「いとう商店」。明治の時代から受け継いできた、漁師町加工屋の商売スピリッツを見た思いがしました。



株式会社いとう商店

〒289-2521 千葉県旭市ハの2801番地

自社製品：つみれ原料となるレトルトイワシ、イワシミンチ、イワシフィレ、サバ落し身、
鮭フレーク、レトルト焼き魚

大切な家業を守るため、一歩ずつ堅実に

株式会社石橋水産

株式会社石橋水産は、現会長である石橋康秀さんの長兄、利一さんが始められた会社です。創業当初は「アジのみりん干し」を製造していましたが、その後、主力製品を「イワシの丸干し」に切り替え、震災以前は売上のほぼ100%を「イワシの丸干し」が占めていました。

康秀さん「もともと、私の父親は前の浜で漁師をしていました。長兄がそれを原料のみりん干しなどの加工を始めたのが、今の会社のスタートだと聞いています。兄は体が弱かったけれど、とっても頭がよくて先を読む力があつたんでしょうね。あじのみりん干しを始めたのは九十九里では一番早かったと聞いています。その後も、囲炉裏で缶に入れた鱈をあぶったり、色々と研究をしていましたよ」

一番上のお兄さんが興し、その後、父の房吉さんや次兄の倉次さんが家業として発展させてきた石橋水産。その会社を引き継ぎ、さらに繁盛させた康秀さんは3年前に会長となり、今は息子の石橋保道さんが代表を務めています。

震災の影響もあり、売上が減少している中での社長交代。保道さんは「気苦労も多く、大変ですよ」と語ります。資材や運賃などの経費は値上がりするものの、丸干し自体のニーズが減っているため、製品の値段はなかなか上げられません。

保道さん「今はレンジで温めるような簡便な商品も多いので、昔ながらの丸干しのニーズ自体が減っています。イワシの丸干しは、ウチがずっと作り続けている商品ですが、昔のように販売すれば売れるという時代ではありません。新たな商材、販路などを見つけていかないと、どんどん厳しくなっていくだろうと思っています」

そのため2016年にはHACCP認証を取得して、大手の需要にも応えられる環境を整えました。またイワシの燻製などオリジナル商品を開発することも始めています。

ちなみにこの燻製に使う塩は、九十九里の伝統的な製法である「あげ浜塩田製法」で作られたもの。



株式会社石橋水産 会長 石橋 康秀さん



株式会社石橋水産 代表取締役
石橋 保道さん

この特別な塩は、保道さんの妹である貴子さんが、伝統製法を復活させ、製造しています。

石橋家が塩の開発に乗り出したのは、「昔ながらの本当の塩で加工品を作りたい」という思いがあったから。2010年に海水を焚く設備を導入し、徐々に塩の生産量を増やしています。

まき火と平窯でじっくり炊き上げるため、加工品すべてに使えるほどの量産はまだ難しいものの、燻製イワシなどの付加価値の高いオリジナル商品には、この塩が使われています。また、塩単体でも製品化し、道の駅やインターネットで販売を行っています。



「あげ浜塩田製法」で作った塩は海水を凝縮し、まき火と平窯でじっくり炊き上げた深い味わい

津波以上に打撃が大きかった風評被害

震災の当日、石橋水産では従業員総出で、「イワシの丸干し」の製造をしていたのだそう。そこに大きな縦揺れ、地響きが起こり、「これは、尋常ではない」と、みんなで近くの広場に避難をしました。その時は、津波が何度も来るとは思わず、保道さんと数名の従業員は、第一波、第二波が過ぎた後、津波で浸水した海沿いの保管冷蔵庫の片づけに向かいました。そこに大きな第三波がやってきました。

保道さん「誰もテレビを見ていなかったので詳しい状況が理解できていませんでした。周囲がみんな逃げているので、従業員を早めに安全な場所に避難させましたが、大きな津波の経験がなかったので、第一波が行ったらもう大丈夫だと思ったんです。海岸沿いで1人を見張りに立てて、リフトが通れるように第一波で被った砂をどけていたら、見張りが大きな声で騒ぎだして。海を見たらまた津波が来たので、慌てて走って逃げました」

結局、海沿いにあった冷蔵庫とリフト2台は塩水に浸かり、使用不可能になりました。幸いにも、高台にあった工場には大きな被害はなく、仕事自体は1か月後に再開できたのだそうです。しかし、その後の業績は伸び悩みました。風評被害の影響を受けたのです。産地証明を出すなど、できる限りの努力はしたものの、売上は半分程度に激減しました。

差別化ポイントとなりうる塩も海水を濃縮して作るためか、魚以上に不安の声が多く寄せられ、震災後1年は販売の中断を余儀なくされました。その間に、塩を作っては検査に出すことを繰り返し、一度も規定値を超えることはありませんでしたが、風評被害の払拭は簡単にはいきませんでした。

保道さん「震災前から丸干しの売上は右肩下がりではありましたが、風評被害で大きく下がって、半年くらいは全く戻りませんでした。その後も、なかなか回復はしなくて、これでは仕



工場の目の前の電柱には「津波注意」の文字

方がないと思って、2015年くらいからサバフィレを始めたり、HACCPを取ったり、新しいことをやり始めました」

サバフィレの製造開始までは比較的スムーズに進みましたが、問題はその後でした。社長の保道さん自身が市場に営業へ回りましたが、すでにサバを扱っている業者が多数あったため、新規での参入は簡単にはいきませんでした。

保道さん「もともとサバを納めている業者さんはたくさんいるので、ただ買ってくださいと言っても難しいですね。他より値段が安くできるわけでもないし、後発で製造を始めたばかりの自分たちが、何か特別な差別化ポイントを持っているわけでもありません。専門の営業がいるわけではないので、足繁くお願いに回るわけにもいきません。新しいものを売っていくというのは、本当に大変なことでした」

機器の導入で新たな委託先を開拓できる体制が整った

現在、試行錯誤はしつつも、復興への道のりはまだ半ば。そこで石橋水産では、サバフィレ加工を新たな柱に育てるべく、令和元年度の販路回復取組支援事業で「三枚卸し機」「ヘッドカッター」を導入。本格的にサバフィレ加工に乗り出す体制を整えることにしました。

保道さん「それまで、三枚卸し機は知り合いから借り受けたものを使っていましたが、処理能力が遅く歩留まりも悪かったんです。ヘッドカッターは持っておらず、頭を落とすところは手作業だったことも処理が遅くなる原因でした。新しく機器を導入したことで、それらの工程が効率化され、生産量も1.5倍くらいに上がっています」

また、合わせて重量選別機も導入しました。選別の精度が高く、取引先からの信頼度もアップしました。実際に、その効果もあってか、委託加工元が新しく1社見つかったのだそうです。



新しく導入されたヘッドカッター



重量選別機の導入で正確に重量を計測できるようになり、取引先からの信頼度が上昇

保道さん「一生懸命売り込んでも、いざサバフィレのオファーがあった時に、希望のものを作れるような体制が整っていなければ受注できません。それに今回導入した機器は赤魚やホッケなど、他の魚種でも使うことができるので、加工の幅が広がりました」

導入して半年ほどなので、売上改善など目に見える成果までは出ていませんが、今後、サバフィレなどイワシの丸干し以外の商品を、第二、第三の柱として育てる環境は整いました。

委託加工を増やして、企業としての安定性を高めるのが最重要課題

将来的にはオリジナル商品を作りたいと語る保道さん。仕事のやりがいも、新商品開発の時に強く感じるそう。ただし、今までにもオリジナルの塩を使って製品を開発、販売したからこそ、「新商品を軌道に乗せる」ことの難しさも痛感しています。そのため、まずは堅調な売上が見込める委託加工を増やすことが経営者としての責務と考えています。

保道さん「今は色々な製品がたくさんあります。自分たちでは付加価値をつけた商品を作ったつもりでも、実際にどれだけ稼げるのかということは別問題です。良い新商品ができて、それを広められたら一番だとは思いますが、ただでさえ人手も不足しているので、イワシの丸干し、サバフィレと並行してやっていくのも難しい。今はまずはサバフィレなどの委託加工を増やすのが先決だと思います」

保道さんの苦勞を身近で見ている妹の貴子さんも、「昔から同じものを作り続けてきたからこそその苦しさ」を感じると言います。ご自分も主婦であり、魚離れの世の中を実感しているからこそ、主力の丸干しの売上が、今後も大きく増えることがないと痛感するのだそう。

時代の流れに加え、震災、新型コロナウイルスと「何が起きるかわからない」事態に何度も直面してきた2人。困難な時代に会社を引き継ぎながらも、現状を見据え、地道にできることを重ねていくその姿に、時代の変化に柔軟に寄り添っていく、堅実なたくましさを感じます。



株式会社石橋水産

〒289-2514 千葉県旭市椎名内 3213
代表商品：イワシ丸干し、サバフィレ加工

「魚は煙を出して焼くのが一番おいしい」を追求する

有限会社マルカ加藤水産

有限会社マルカ加藤水産（千葉県銚子市）社長の加藤準一さんの朝は早く、午前5時から工場に立っていることもあるといいます。

加藤さん「まだ社員は入社していませんが、その日の作業の準備をしています。私自身、朝の準備から夕方の片づけまで、工場内で作業をしています。今日はサンマ、サバ、ホッケの干物を作っていたところです。自分で買い付けに行くこともありますが、市場にいと待機に時間を取られてしまうので、知り合いに買い付けを頼むことも少なくありません」



人手不足の中、自身も労働力だと語る加藤 準一さん

マルカ加藤水産は1963（昭和38）年に、現会長の父・輝吉さんが創業。現在の工場は27年前に建て替えたもので、同じ場所で3棟目になります。

加藤さん「祖父は港の市場で魚を買い付けて、天日干しを作っていました。その後、当社を設立した会長（父）が築地の場外市場で商売をしている親戚から、『サンマの開きを作ったらいいんじゃないか』とアドバイスをもらい、その通りにしたら注文がたくさん来るようになったそうです。2020年はサンマが不漁でしたが、銚子ではキンメ、カマス、メヒカリ、真イカ、サヨリなど、いろいろな魚が水揚げされるので、量は多く出なくても味にこだわって付加価値の高いものを出せるように加工しています」

同社が魚の加工時にこだわっているのは、「水」です。ヤシガラ活性炭で細菌の繁殖を抑え、天然サンゴカルシウムでミネラルバランスを整えた水を、解凍や洗浄、漬け込み、仕上げに至るすべての工程で使用しているのだそうです。

加藤さん「魚の生臭さがなくなるので、魚が苦手な人でも食べられるという声を聞きます。『ここの魚じゃないと子供が食べてくれない』と言われることもあります」



水にこだわり、一枚一枚丁寧に加工されている

震災後の価格競争に参加せず、守り続けた品質の保持

地元の高校を卒業後、同じ千葉県内の卸売市場で働いていたという加藤さん。その職場で社会人としての基礎を学び、22歳の時に銚子に戻ってきました。

加藤さん「以前の職場は魚も野菜も扱う市場だったのですが、魚の目利きはしたことがありませんでした。そのため当初は鮮魚の買い付けに行っても、どの魚がいいのかわからなかった。でも地元ということもあって、中学や高校の先輩がいろいろなところにいるんです。魚の目利きも先輩に教えてもらいました。誰かが教えてくれるというのは、地元育ちの強みですね(笑)」

マルカ加藤水産で働き始めてからは、加工品の味付けなども担当。独自色を出していきながらも、同社の根幹である品質へのこだわりは父の輝吉さんから受け継いでいます。しかしそれまで築いてきた販路の一部を、2011年の東日本大震災で失ってしまいました。

加藤さん「当社の地区では地震による被害は、建物の軽度な損壊にとどまりましたが、原料のホッケを預けていた仙台の冷蔵庫は津波の被害に遭ったために、大きな損失がありました。さらに困ったのは、震災後に東北地方のお客さんが廃業してしまったことです」

震災の年に落ち込んでしまった売上を回復させるべく、加藤さんは周囲に相談して新たな販路を探します。しかし震災による原発事故の風評被害もあり、思うように進みません。そしてやっとのことで売上を半分ほどに戻したところで、今度は原料高という壁にぶつかります。

加藤さん「うちのような規模の会社は、価格競争では勝てません。実際、値下げできなかったことで、私たちから離れてしまったお客さんもいますが、一方で残ってくれたお客さんもいます。うちの品質を認めてくれて、継続して買ってくれている方も多いのです」

価格競争に参加せず、おいしいものを提案していくというスタンスも、父・輝吉さんから受け継いだものです。

パワーアップした冷凍機が増産・新商品提案に寄与

品質重視のマルカ加藤水産ですが、人手不足解消のための作業の効率化が課題となっていました。そこで加藤さんは販路回復取組支援事業の助成金を活用し、生産量を増やすにあたり、ボトルネックとなっていた部分に新しい機材を導入します。

加藤さん「支援事業を利用して、新たに冷凍機を導入しました。急速冷凍が可能になったことで、これまで冷凍保管庫として使っていた冷蔵庫を、凍結庫としても使えるようになったんです。サバ、真イカ、カマス、サヨリ、メヒカリなどの水揚げがあった時に買って、その日のうちに凍結しています。加工用原料として在庫を確保できるようになったので、計画的に生産でき、新商品の企画も立てやすくなりました」



新しい冷凍機により冷凍時間が大幅に短縮された



凍結と保管の二役をこなす冷凍庫内



手作業で行っていた清掃も温水高圧洗浄機で効率的に

また、同時に導入した温水高圧洗浄機は省人化に役立っています。これまで3人で行っていた清掃作業も、温水高圧洗浄機により1人で行うことが可能に。余った2人分の人員を加工に回せるようになりました。

人から人へ、口コミで広がってきた自慢の味

2020年のコロナ禍においては、外食産業への流通ルートが狭まり、マルカ加藤水産の売上も下がってしまいました。それでも仕事のペースは変わらなかったといいます。

加藤さん「逆に家で食べる人が増えて、家庭向けの製品を加工している同業者が忙しくなり、その手伝いをしていたので手が空くことはありませんでした。また、私たちも『おうちごはん応援セット』と銘打って、干物のセットを自社の通販サイトで販売するようにしました。これは応援の気持ちでやっていることなので利益は出ていませんが、知ってもらいきっかけになればいいなと思っています。当社はふるさと納税の返礼品なども、制度が始まった頃から宣伝の機会になればと思い提供しています」



自社の通販サイトで販売されている「おうちごはん応援セット」サバ、アジ、ホッケ、銀鮭など多彩な魚種が入っている。

マルカ加藤水産の豊富な商品ラインナップは、銚子港に水揚げされる魚が多様であることのほかに、ギフト用として充実していったという経緯もあるそうです。同社は自社サイトでも製品を販売していますが、昔からのお客さんは電話やFAXで注文を送ってきます。毎年決まった時期に、常連さんからお歳暮送付リストも届くそうです。

ギフト商品を伸ばしていきたいと考える加藤さんは、インスタグラムも開始。まだそれほど投稿はできていないと言いますが、これまでもラジオの企画に参加するなど、媒体を選ばずに情報発信をしています。知ってもらって、食べてもらえれば、そのよさがわかってもらえるはずだという自信のあらわれなのでしょう。実際にこれまでも口コミでお客さんが増えていきました。

加藤さん「最近は『骨がないもの
 がいい』『家で焼かなくて済むもの
 がいい』という話をよく聞きます。
 でも私は、骨が付いていて、家で煙
 を出して焼くようなものをつくっ
 ていきたいと思います。それが魚
 のいちばんおいしい食べ方だと思
 うからです。ニーズが変化してい
 ることは知っていますし、新しい
 ことをやっていくことも必要だと思
 いますが、あくまでうちのメイン
 は、煙を出して食べる魚。これは
 ずっと出し続けるつもりです」



事務を担当する妹の江美子さんとも息もピッタリ

この仕事をやっていていちばん嬉しいのは、お客さんから「おいしかった」と言われた時だとい
 う加藤さん。マルカ加藤水産の魚を待つ人たちのために、今日も作業場に立ち続けます。



有限会社マルカ加藤水産

〒288-0068 千葉県銚子市内浜町 1848

自社製品：サンマ、サバ、ホッケなど各種干物

江戸時代から続く銚子の6代目、 機材導入で目指す持続可能な経営

株式会社兆星

2011年から連続して水揚げ量日本一を誇る、千葉県の銚子港。利根川河口の南岸に3つの卸売市場を擁する大きな漁港の岸壁沿いには、釣りを楽しむ人たちの姿も。淡水と海水が入り混じるこの水域には多様な魚が生息しており、絶好の釣りスポットにもなっているのです。

そんな豊かな釣り場でもある銚子港の近くに加工場を構える株式会社兆星の創業は、なんと江戸時代。社長の網谷征己さんは自身の祖先についてこう語ります。

網谷さん「明治末期生まれの祖父が魚屋を営んでいて、サンマの蒲焼き、サンマの卵の花漬けなどをつくってました。さらに先祖を遡ると、現在の和歌山県から漁をしながら銚子にたどり着いて、江戸時代の頃にはかつお節などをつくっていたと聞いています」

網谷さんの父・昭宏さん（現相談役）の代に、兆星は製造業を本格化させます。銚子ではサンマやサバが大量に揚がり、従業員を増やして加工の数量を伸ばしていったのです。

究極の干物「灰干し」のヒットで会社は急成長

地元の高校を卒業後、他県の水産加工会社などで働いていた網谷さんは、兆星が法人化した1988（昭和63）年頃に銚子に戻ってきます。

網谷さん「当時はサバ、サンマ、ホッケの塩干品などをつくってました。その後もニーズが変化するたびに、醤油漬け、味噌漬けなど、いろいろな製法を試してきました。その中で売れていくもの、消えていくものがありました」

ヒットしたのは、父・昭宏さんが手掛けた灰干し。ブームのあった90年代にサンプルを作ったところ、取引先から「うちの分もつくってくれないか」と注文が増え、会社全体の売上が倍増。一時は灰干しの生産に集中することもあったそうです。今も続けているこの灰干しを、網谷さんは「究極の干物」と呼んでいます。



周辺ではイシモチやカレイ、スズキなどが釣れるという



江戸時代の創業から数えて6代目の
網谷 征己さん

網谷さん「灰干しとは、灰と灰の間に魚を挟んで、余分な水分を取ってうまみだけを残す昔ながらの製法です。魚が灰で汚れないように紙のセロハンで包んだり、良質な火山灰を取り寄せたり、乾かすのに時間がかかったりと手間暇のかかる製法で、他の製法の半分くらいの量しか作れません。ただその分、臭みが少なく、塩分も半分の干物ができあがります」

長い歴史の中であらゆる製法にチャレンジしてきたという兆星は、佃煮、焼き加工、レトルト製品など、刺し身以外のあらゆる加工に対応できるようになりますが、2011年の東日本大震災後、工場稼働率が急減してしまいます。

網谷さん「津波被害はありませんでしたが、地震の揺れで工場にヒビが入り、修繕が必要になりました。物理的被害以外で大変だったのは、配送先が停電のために納品できなかったことです。作ったものを持っていっても、『停電で冷凍庫が使えないから引き取れない』と言われて引き返し、そのまま廃棄せざるを得なかったこともあります」

これまで原料として使っていた魚種の水揚げも減り、売上は年々少しずつ落ちていくような状況。どうしたらいいかと悩みながら新たな魚種、製法を試しましたが、その間にも変化する需要に対応することが難しくなってきました。

網谷さん「何をやってもマイナス方向に進んでいるんじゃないかと思うこともありました。需要の変化に対応するには人手も機械も足りない。そんな中で、既存の取引先からは供給量の増大や新製品の提案を求められていました」

包装ラインの一新で新たな受注を獲得

事態を打開するために、網谷さんは販路回復取組支援事業の助成金を活用して、自動包装ライン、ヘッドカッター連動フィレマシ、フィレ重量選別機などを導入しました。

網谷さん「ヘッドカッター連動フィレマシは、イワシなどの小型の魚の頭を取って、あとは粉を付けるだけの形に加工してくれます。そのまま冷凍して出荷することもありますし、当社で粉付けまで行うこともあります。フィレ重量選別機とつなげて使うことにより、数グラム単位で製品を選別することも可能です。新しい販路を獲得するためにも細かい選別ができるかどうかはとても重要です」

自動包装ラインは、煮付け製品の包装に使われています。これまで手作業で10人かかっていた包装ラインが5人で回せるようになり、作業時間も6分の1に短縮されました。月間3万パックの出荷が可能になり、取引先からの増産要望にも応えることができました。

網谷さん「この機械があったから注文を取れたと言っても過言ではありません。銚子漁港で水揚げされる魚を用いた製品の加工も新たに決まりました」



ヘッドカッター連動フィレマシの導入で作業効率が向上



自動包装ラインの一角に備えられた深絞り包装機



新しい包装ラインで製造された赤魚の煮付け

一喜一憂せずに、持続可能な経営改革を目指す

コロナ禍において家で過ごす人が増えたことで、兆星では家庭向け製品の注文が増加。短期間でニーズが変わっていく中、網谷さんは新商品の開発をさらに進めていきたいといいます。

網谷さん「今は簡単に食べられる製品が求められているので、レトルト装置を使って、常温保存の製品もつくっていききたいと思います」

そしてその製品づくりの先に、ある目標を持っています。

網谷さん「灰干しのヒットでいい時期があったので、他社の人からは『忙しくていいね』なんて言われたこともあります。たしかに子供の頃から、うちは忙しいのが当たり前だと思っていましたが、いい状況というのは一時的なことではしかありません。これからは、もっと長い目で見て、ここで働く従業員みんながハッピーになるような経営を目指したい。まずは売上を伸ばして、利益を確保する。そして経営が改善されたら、休みを増やしたいと思っています。笑われるかもしれませんが、週休3日が目標です」

江戸時代から一貫して同じことをしてきたのではなく、時代の変化に合わせて試行錯誤してきた網谷家、そして兆星。網谷さん自身が進めてきた機械化を今後も推進し、伝統を守りながらサステイナブルな経営を目指します。



株式会社兆星

〒288-0002 千葉県銚子市明神町 2-292

自社製品：灰干し、漬け魚、佃煮、焼き魚など

原料調達力を強みに、自社国内一貫加工の 腹骨取りサバフィレを増産

株式会社カネジョウ大崎

千葉県銚子で40余年、銚子港で揚がるサバやイワシを主体とする青魚の加工を手がけてきた株式会社カネジョウ大崎。現代表取締役である大崎哲也さんの父、大崎健司さんが、1971（昭46）年に大崎商店として創業（1985年法人化にともない現在の社名に改名）しました。当時は車2台分ほどの小さなスペースで作業していたそうです。

大崎さん「小学校の頃に父が商売を始めたのですが、朝6時ごろに目が覚めて窓をあけるともう、従業員が魚をさばいている。そんな風景があたりまえでした。子どもながらに、仕事ってこういうものって思っていましたね。凍った魚をばらすのに、これがもう手がすごく冷たいんですが、1ケースばらしたら10円小遣いをもらって手伝いをしていました」



代表取締役の大崎 哲也さん

中学生になってからは「哲也」と書かれたタイムカードがしっかり用意され、時給300円でほかの従業員とともに現場で働いていたと話す大崎さん。

大崎さん「知らず知らずのうちに、魚の良し悪しや、季節ごとに揚がる魚の種類、これは脂がのっていいそうだな、と魚の目利きが身についたように思います。今思えばありがたい経験でした」

大学時代は、経済学部経営学科を専攻し一旦実家を離れますが、大学4年のころにはほとんど単位を取り終え、週4日家業を手伝い、1～2日大学へ行くような生活。そして、大学卒業後すぐに同社に入社します。そのころには現場仕事のキャリアは十分積んでいたと、大崎さんは話します。

大崎さんが代表取締役に就任したのは、2009（平成21）年。かねてから持続可能な漁業、資源管理の必要性を強く感じてきたという大崎さんは、代表取締役就任の翌年、2010年に“海のエコラベル”と呼ばれる「MSC」、「CoC」などのさまざまな認証を取得します。さらに、「どの土俵で戦ったら勝ち残れるか」、「優位性を発揮できるもの」、「他社に無く、わが社にあるものは何か」を問い直したそうです。その結果、商品の強みを売り場に直接届けることができ、消費者の反応をつかみやすい量販店への販売を主体にするなど、経営戦略の練り直しを図りました。

原発風評被害を自主放射能検査、原料データの蓄積で払拭

千葉県沿岸部でも大きな被害の出た東日本大震災が発生したのは、代表取締役に就任してから2年後のこと。本社工場も津波に襲われ工場は半壊、1階の事務所は全壊と被害は甚大でした。

大崎さん「まさに今日発送する予定で机の上に積んであった請求書も津波で流されてしまっ
て。恥ずかしい話ですが地震のあと、お客様に注文内容を確認する作業から始めました。ハー
ド面の被害もありましたが、なにより事務所 PC に保管していた顧客データの復旧に大きな労
力と時間を要しました」

工場が通常どおり再稼働できたのは、1 カ月後。しかし、原発事故の影響で同社の主力商材である北部太平洋産サバの売上が激減しました。そこで、銚子港からの原料調達を一時あきらめ、ノルウェー産のサバを原料とする商品で売上維持に努めましたが、震災後の3年目の売上は震災前の約50%に落ち込んだそうです。

原料に関する安全、安心への信頼を取り戻し、風評被害を拭い去るために注力したのは、ずっと取り組んできたすべての原料データの積み上げでした。銚子港に揚がるサバは、漁船ごとの違いはもちろん、同じ日の漁でも漁場や潮の流れなどによって、魚体の大きさや鮮度、脂ののりなどはすべて違います。そのなかで加工原料に最も適したサバを調達するため、同社の目利きのプロが、銚子港に水揚げされたすべてのサバを漁獲日・漁船・ロットごとに検品し、データ化。その膨大なデータを冷凍業者から原料を仕入れるときの判断材料とするのです。

大崎さん「これまで積み上げてきたデータに基づく総括的な情報量と商品提案のスピード。安定した品質の商品を安定的に供給すること。それがうちの強み。その強みを活かしたフィールドで勝負しようと思いました」

そこで同社は、自主的にすべての原料の放射能検査を実施。震災以前は、サバ、イワシ、サンマなどの青魚、サケも扱っていましたが、サバに特化することを決め、徹底的なデータ集積に力を入れます。

また、入庫の際にロットごとにヒスタミン検査を実施。保管された原料は、徹底した温度管理をしながら解凍され、各製品に加工されます。個々の検査データや原料の入庫や製造の記録を日々管理し商品の検査結果をロット番号に紐づけることで、製品から使用した原料までたどりつくことができるトレーサビリティシステムを確立。顧客からの問い合わせに瞬時に応えられるような体制を作りました。

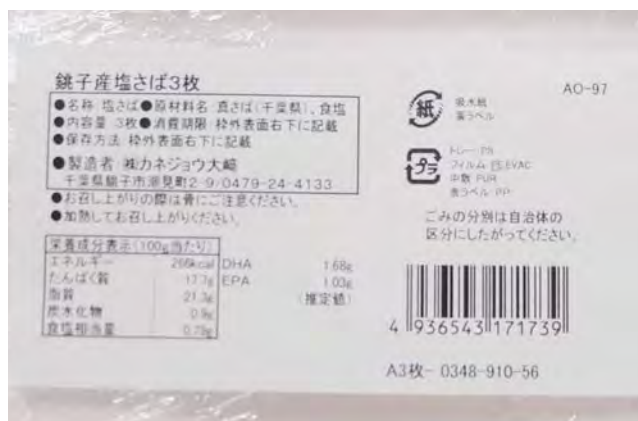
震災から10年が経つ現在も自主的な放射能検査をはじめ、すべての検査を続けています。



サバフィレ加工作業中の工場内風景。キビキビと働く従業員の姿が印象的だった



「銚子産塩さば」。脂ののった千葉県銚子産の真サバを使用。うす味に仕上げているため、煮つけや竜田揚げなどにも最適。



原料、放射能、ヒスタミン値のデータを商品それぞれのパッケージにふられた番号に紐づけ、問い合わせには即座に対応できる体制を整えている

徹底した品質検査と原料のデータ管理の結果、顧客からの受注も回復しつつありましたが、簡便、即食商品へ消費者ニーズが変化するにつれ、同社の主力塩蔵商品以外に、惣菜商品、油調品などの開発が求められるようになりました。

大崎さん「商談先よりサバの竜田揚げなどの商品開発ができないかという相談がありました。うちの安定した品質の原料調達力を見込んでくれての話だったので、これは、どうしても取り組まないといけなと思いました」

便利かつおいしい「竜田揚げ」開発のため、サバの腹骨取り加工ラインを増設

サバの竜田揚げを開発するのに、これまで市場にある骨取り製品の多くは、海外へ原料を運び人力で作業をするため、凍結、解凍を繰り返すことになり、魚の品質も味も落ちてしまうという課題がありました。そこで販路回復取組支援事業を利用して導入したのがカマと腹骨取りができるヘッドカッター付きフィレマシンです。これにより品質を維持したまま加工ができるようになりました。

大崎さん「いくら便利でもおいしくないと意味がないですね。よい原料を最大限に生かすためにはこのマシンの導入が必須でした」

下味付け、揚げ、冷凍等の各工程は、すべて工場内に新たに作ったテストキッチンにて手作業で行い、取引先の要望を反映させながら主婦層に向けたモニタリングを繰り返します。幾度もの試作を経て商品化へあと一步のところまで漕ぎつけました。

しかし、その矢先に受けたのが2020年に入ってからコロナ禍の影響。当初予定していたバルク商品では、売り場の負担が増えるため、パック商品での納入を求められ、現在、パック商品とするための機器の導入、販売を再検討しています。

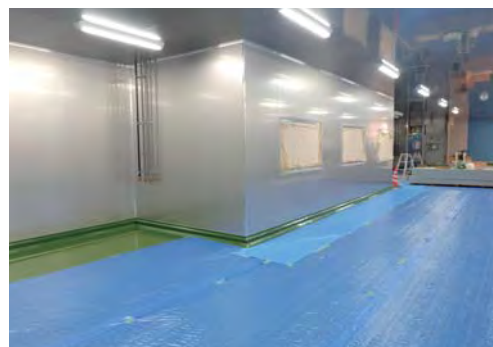
それでも、フィレマシンの導入により、生産力が3割アップ。36人で行っていたフィレ加工のライン



導入したヘッドカッター付きフィレマシン。従来は、腹骨は海外にサバを運んで人力で取る必要があったが、国内一貫自社加工での腹骨取りサバフィレ商品として新たな商品の販路開拓へとつながった

が30人で可能になり省人化も実現しました。当初の導入目的は惣菜商品開発のためでしたが、腹骨を取ったサバフィレ商品の販売を新たに顧客に提案。その甲斐あって、2021年には腹骨取りサバフィレの販売が大幅増となる見込みです。

2020年度は、コロナ禍で内食のニーズが増えたこともあって、売上は震災前とほぼ同程度まで回復、さらなる生産力強化が必須となりました。そこで2020年秋に、生産量増大と腹骨取りサバフィレラインの増設のため新工場建設を決めます。広々とした建設中の工場内では着々と作業が進められ、2021年4月からは、このヘッドカッター付きフィレマシンを据えた新ラインが稼働します。



取材時には工事中だった新工場は、2021年4月稼働予定。ヘッドカッター付きフィレマシ人も新工場に再設置される

父の撮った写真を掲げて。「現場の人がいきいきと働ける会社」を守る

取材の際、どうしても見てほしい写真があると、大崎さんが案内してくれたのが事務所に飾られている創業時代の写真。先代の社長、健司さんが工場働く人を撮影したものでした。いきいきとした笑顔、写真を撮った先代との和やかな関係性が伝わってくる「働く人の姿」でした。

大崎さん「みんな、すごくいい顔して働いていますよね。現場で働く人との健全な信頼関係といきいきと自分の仕事に誇りを持てる環境をつくれば、いい商品ができます。そこを経営者として、もっとも大切にしたいと思っています」

現在、原料ベースで年間6,500トンもの生産量を誇り、サバ加工では日本でもトップクラスといってもいい同社。その実績はHACCPも取得済みの徹底管理された工場で、膨大なデータの積み上げに基づく商品管理と経営戦略によるものと言えるでしょう。ただその根底には、大崎さんが子どものころに、毎日目にしていた「いきいきと働く人がいる仕事場の姿」が受け継がれているように思いました。

新工場が稼働する2021年春。カネジョウ大崎の新しい1ページが開かれていくことでしょう。



事務所に飾られている先代が撮ったという創業時の写真の一部



写真を眺めながら「こんなふうにはいきいきと働く人の姿をずっと守っていけたら」と大崎さん



株式会社カネジョウ大崎

〒288-0025 千葉県銚子市潮見町2-9

自社製品：塩サバフィレ、塩サバ切身等

鮮度にこだわるからこそ、 美味しくて見た目もきれいな製品ができる

丸仙水産石田商店

丸仙水産石田商店は、現在、社長を務める石田憲治さんの父である晴司さんによって、昭和40年に九十九里浜にほど近い匝瑳市で創業されました。最初はカタクチイワシの煮干しを製造していましたが、当時、近隣で毎日2,000～3,000tものマイワシが水揚げされていたため、その後は主力をイワシの丸干しに切り替え、以来、50年以上丸干しを作り続けています。



丸仙水産石田商店 社長 石田憲治さん

憲治さん「煮干しは10～12月の3か月しか仕事できません。なぜかとい

うと、それ以外の時期のカタクチイワシは脂が乗りすぎていい煮干しができないんです。その点、マイワシは、当時1年のうち9か月くらい毎日のように揚がっていたので、これを原料として使う丸干しイワシであれば、煮干しよりも長い期間、仕事ができます。そこで丸干し製造に切り替えることにしました」

憲治さんは高校を卒業してすぐに家業を継いだそうです。その間、一貫して丸干しの製造を続けていますが、その製法にはいろいろな変化がありました。

例えば以前は天日干しで製造していましたが、衛生上の観点から20年以上前に完全密閉した工場内での冷風乾燥に切り変えました。また時代の変化にあわせて、塩の分量も減らしています。

憲治さん「本当は塩が多い方がきれいにできるんですよ。イワシは弱い魚なので、塩を多く使った方がきれいに固まって傷みにくいから。でも、今の時代は、健康を気にする人も多いので、なるべく塩分を控えて甘めに作っています。毎日、製品の味をチェックしているので味には自信があります。自分で言うのもなんだけど、美味しいですよ」

一方、創業時から変わっていないものもあります。それは鮮度に対するこだわり。

憲治さんは入社した当初から買い付けの際は「一番鮮度が良く、一番高いものを買ってこい」と父親に教えられていたそうです。以来ずっと「一番高いものを真っ先に買う」ことを続けています。製造段階においても、少しでも傷がついている原料ははじいて、きれいな魚だけで製品を作っています。



イワシの丸干し。上が合格品で下が
はじかれたもの。納得のいく製品づくりのため、
わずかな傷も妥協しない。

憲治さん「トラックいっぱいが一番良い原料を買ったら、鮮度の落ちるものを買うより10～15万円は高くつきますよ。でも鮮度が悪いと結局ロスがたくさん出るし、一番鮮度が良い脂の乗っているイワシは、やっぱり甘くて美味しいんですよ」

そうやって製造したイワシの丸干しは好評を博し、震災の前までは15人の社員総出で作業しても「作っても作っても間に合わない」くらいの勢いで売れていたのだそう。

しかし、その流れを変えてしまったのが震災でした。



良い製品づくりのため、必ず一番いい原料を仕入れる

風評被害でやむなく行った値下げが利益を圧迫し続けた

東日本大震災のあった3月11日、憲治さんは市場で地震に遭遇しました。大きな揺れに驚き、工場に引き返すと従業員はまだ仕事の真っ最中。即刻作業を中止し、皆を避難させたのだそうです。その後、状況判断をするために1人で自宅に残りましたが、電気が止まっていたためTVやラジオからの情報も入らず、電話も通じず、ずっと状況が分からなかったのだそう。

憲治さん「23時ごろにやっと通じた電話は、近隣の同業者からのものでした。“こっちは津波がひどいが大丈夫か”と聞かれて、初めて近くに津波が来ていることを知りました。ウチの工場は海から300mくらいの場所なので心配しましたが、翌日に見に行ったら、ちょうど冷蔵庫の手前で波が止まっていました。ウチより北も南も波にやられたけど、地形の関係で、このあたりだけ波が来なかったみたいです」

津波の被害はなかったものの、地震で工場の壁が崩れたり、冷蔵庫の中が割れたりの被害がありました。また海外から来ていた技能実習生のほとんどが帰国してしまいました。

震災から数日後、電気が復旧したころには、残った従業員でなんとか仕事を再開することはできたのだそうですが、その直後から風評被害の影響を受けることとなりました。

憲治さん「震災の2～3日後から製造を開始しましたが、すぐに“放射能検査をしてください”“水の検査をしてください”など次々に要請されました。銚子港に揚がった原料を使うので、表記としては千葉県産だけど、イワシがとれるのは茨城沖でしょう。だから風評被害が大きかったんです。何度も検査をして、一度も国の基準値を上回ったことはなかったけれど、“千葉県産は使えません”と言われて、それまで何十年も商品を納めていたスーパーとの取引を失ったりもしました」

風評被害の影響で憲治さんは、「これからどうなるんだろう」「今後も商売を続けていけるのだろうか」と不安な気持ちで毎日を過ごしていたのだそう。そして、販売数量を確保するために値下げに踏み切ります。しかしその値下げが、売上がなかなか回復しない悪循環を生んでしまいました。

憲治さん「今考えるとガマンして値下げをしなければ良かったなあとと思いますが、当時は今まで売っていたものが急に売れなくなって、そういう状況が3～4か月も続いて、値段を下

げるしかない」と追い込まれてしまったんですよね。でも一度値下げしたものを元の価格に戻すのは難しくて…。ウチの製品は食べたら絶対に美味しいんだけど、ウチでしかできない珍しい商品というわけではないし、最終的にはやっぱり安いものを選ばれることも多いんです」

そして風評被害が収まってからも、値段を下げたままでの取引が常態化してしまいました。新規顧客の開拓のためサンプルを積極的に送るなどの営業努力も重ねましたが、今でも売上は震災前の60%程度に留まったままです。しかも最近は原料が減り、価格も高騰。「一番高い良い原料を買う」ことを貫く丸仙水産石田商店にとっては、ますます利益を確保するのが難しい状況となりました。

新しい設備と、自慢の「良い原料」で、新たな商品の製造を開始

そんな状況を打破しようと、販路回復取組支援事業で導入したのが冷凍機とエアコンです。まず冷凍機は、今までより大量に、速く冷凍できる「馬力のあるもの」。これにより、処理能力が上がり、良い原料が揚がった時に大量に買い付けをすることが可能になりました。また冷凍作業を1度に集中してできるようになったため、その他の作業の効率も上がったのだそうです。

また、今までは、自社で使用する丸干しイワシ向けの原料を凍結するだけで手一杯でしたが、冷凍能力が上がったことにより、余力が生まれ、現在は佃煮、缶詰に使用するイワシやサバ等の冷凍原料の生産にも取り組んでいます。



導入した冷凍庫で大量の凍結が可能になった

憲治さん「自社で使用する丸干しイワシの原料になる脂の乗ったマイワシが獲れるのは、主に6月～12月。それ以外の脂が少ない1～5月のマイワシは、大きさを選別し、小さいものは佃煮、大きなものは缶詰の原料として加工用の冷凍原料を製造しています。いつもウチで買っているような、良いもの、きれいなものを選別して冷凍するとかかなり需要があるんです」

今年はサバが不漁だったため、イワシを中心に佃煮や缶詰の原料を製造していましたが、原料価格が下がればサバなど他の魚種でも缶詰原料の生産が可能になります。

また、エアコンの設置も作業の効率化に一役買っています。従来は場所によって温度のむらがあったため、作業できる場所が限定的になり、工場内にデッドスペースができていましたが、今回エアコンを導入したことで、場所を効率良く使うことが可能になったのです。さらに、夏場でも工場の温度が一定に保たれるようになり、製品がより傷みにくくなりました。品質が向上することで、丸干しイワシのツヤもより一層増すのだそうです。



新しく導入したエアコンにより工場の温度がむらなく一定に。傷みにくい環境にすることで製品のツヤが増す

若い世代に向け、イワシの健康効果を訴求したい

今までは丸干しイワシ一筋でしたが、今後は佃煮、缶詰の凍結原料を積極的に行い、第2の柱を作っていくと語る憲治さん。また、丸仙水産石田商店には、もう1つ明るい話題がありました。それは娘の恵梨さんと、恵梨さんのご主人の隼太さんが後継者として、自分たちの世代に向けた新しい取組をどんどん考え始めていることです。

恵梨さん「今の時代、魚離れなどと言われているし、若い人はあまり丸干しを食べないと思うんです。でもイワシはタンパク質が多く含まれているし、骨ごと食べられるのでカルシウムも豊富です。うちの丸干しは塩分控えめなので、体にも良いと思っています。もっとイワシや丸干しの健康効果をアピールして若い人にも食べて欲しいんです」

イワシの健康効果に最初に目を付けたのは、10年以上前から筋トレを続けるご主人の隼太さん。体づくりに欠かせない上質なタンパク質源としてイワシの丸干しを食べているのだそうです。

「最近の筋トレブームでタンパク質の摂取を意識している若い人も多いはず。なぜ、こんな良いものに誰も気づかないのか」と隼太さんは普段からもったいなく思っていたといいます。

現在は、「若者にイワシの丸干しを食べてもらうにはどうすればよいか」を日々ご夫婦で考えています。

恵梨さん「若い人に届きやすいのはインターネットだから、本当はネットでの販売も始めたいんです。イワシは単価が安いので、送料をかけてまで買うのかというところがネックでなかなか現実化が難しいのですが、若い人が食べてくれないとどんどんイワシの丸干しという文化が消えてしまうので、何か手を打ちたいと思っています」

後継者の2人は、水産とは無縁の学校を卒業。憲治さんからの働きかけもなかったそうですが、「家業を継がないなんてありえない」と自発的に継ぐことを決めたのだそう。

意欲的な若い世代の「新しい取組」と、創業以来変わらない「鮮度へのこだわり」が結びついた時、きっと今までにない付加価値が生まれていくに違いありません。



後継者の2人と丸仙水産石田商店で働く技能実習生の皆さん
(一番右端中段が恵梨さん、その後ろにいるのがご主人の隼太さん)
技能実習生の皆さんのことを家族のように大切にしているそう



丸仙水産石田商店

〒289-3181 千葉県匝瑳市野手 17132 番地
自社製品：イワシ丸干し、イワシ・サバ凍結原料



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[®](A)
この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。