

被災地で頑張る 加工屋さん

vol.8



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
------	----

岩手県

有限会社木村商店	02
----------	----

宮城県

株式会社丸ほ保原商店	07
株式会社布施商店	10
マルト石森水産	15
株式会社丸荒	18

福島県

株式会社タンポポ村	23
有限会社おのづか食品	27

茨城県

高橋水産株式会社	31
小沼水産株式会社	35

千葉県

有限会社スズ市水産	40
有限会社カネヨン水産	44
株式会社イリヤマサ加瀬商店	48
株式会社大一奈村魚問屋	52
有限会社大福商店	56
千葉県漁業協同組合連合会	60

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、令和 3 年 3 月に Vol.7 を発刊し、そして今般「被災地で頑張る加工屋さん Vol.8」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

昔ながらの手仕事で、 「おふくろの味」を進化させ続ける

有限会社木村商店

「いか徳利の木村商店」

工場入口の看板にも大きく書いてあるように、真いかの胴を徳利の形にして天日で乾燥させた「いか徳利」は有限会社木村商店の伝統の一品で、今では地元である山田町の名物となっています。

木村商店の創業者は、現社長である木村トシさんの祖父にあたる木村安太郎さん。木村家はもともと大工の家系でしたが、漁師であった安太郎さんの婿入りをきっかけに水産加工を行うようになりました。具体的な創業年は分からないものの、明治41年の記録にはすでに「木村商店」という名前が掲載されているのだそうです。

木村さん「私も小さい頃から家業を手伝っていました。でも私、水産加工は嫌でね。学校を卒業してから郵便局に勤めたんです。当時は東京オリンピックなんかで好景気だったので、皆東京に出稼ぎにいった、電信為替の送金がたくさん来て忙しくて。そろばんの時代だし、お札も指で数えるから、指の神経をやられちゃってね。体が思うようにいかなかったの、19年勤めた郵便局をやめて、家業を継ぎました」

周囲には「マグロやカツオなどの回遊魚のよう」と言われるほどパワフルなトシさん。家業を継いでからも次々にアイデアが湧き、新しい商品をどんどん開発していきます。「県に誘われたから」と気軽に参加したコンクールでも初めての応募で入賞を果たし、それから現在にいたるまで、農林水産大臣賞など数多くの賞を受賞しています。

木村さん「前浜で揚がった魚を加工するのがモットーなので、地元で揚がる魚が変わる度に色々な商品を作っていたら、品数が増えちゃって。父親から“隣が良くなると、自分のところも良くなると。隣近所を大事にしろ”って教わっているの、魚はもちろん、お寿司に使うお米も岩手県の遠野産、調味料も岩手県産を使ってるんです。従業員さんには、仕事が増えるばかりだから、少しは品数を絞ってほしいと言われているんですけどね」



天気の良い日はいか徳利を天日干し。お天道さまのお陰で、いか徳利はもっと美味しくなるそう



有限会社木村商店 代表取締役 木村トシさん



人気急上昇中の「磯どんぶりの素」(左)と現在の主力商品である岩手県知事賞受賞の「三陸浜寿司」(右)いずれも三陸産の素材にこだわり、丁寧に作られている

もう1つ、木村商店に代々受け継がれているこだわりの「化学調味料を使わないこと」。トシさんご自身も若い頃に大病を患い、その際に無添加や無農薬などの良さを体感したことから、無添加へのこだわりは人一倍強いのだそうです。木村商店の朝は、今でもさば節、日高昆布、干するめなどの天然だしをコトコト煮込むことから始まっています。

木村さん「祖父や母の代から、余った鮭の骨や小魚を小袋に入れてだしを取るのが当たり前でした。おふくろの味と言うんでしょうか、昔のやり方をそのままやっています。コンクールだからといって特別に何かすることなく、いつも通りの商品づくりをしたら賞をいただいて。美味しいのが当たり前の生活をしていて良かったなと思います」



毎朝丁寧に取られる出汁
木村商店の商品の美味しさの基となる

避難所でレシピを書き起こし、包丁1本から再出発

トシさんが家業を引き継いだ後、事業は順調に発展していきました。平成11年には加工場のほかに、いか徳利の製造体験もできる直売店も建設。売店も加工場と同等の売上を上げるまでに成長しました。そして震災の時、トシさんがいたのもその売店でした。

木村さん「給料計算をしていたら揺れだしてね。揺れが収まってから車で2分くらいの工場に行って、従業員を高台にあった私の家まで避難させました。あの時、放送で“3mくらいの津波が来ます”と言っていたんだけど、それまで何度も“1mの津波”と言われて、10～20cmということが



震災前、海のそばにあった工場直売の店舗。
当時はたくさんのお客さんににぎわっていた

続いていたので、最初はたいしたことないんじゃないかと思って。でも堤防から波があふれて、街がどんどん壊れていきました。流されるんじゃなく、ゴゴゴゴとすごい音がして街が壊れて、その残骸が流されていくんです」

避難途中、勤めていた郵便局の屋上や水産会社の屋上で手を振っている人も見えたと言います。やっとの思いで自宅に帰り、避難してきた見ず知らずの人たちのために自宅の仏間を開放し、着替えの世話をしていたところ、今度は「火事の危険がある」ということで近隣の高校の体育館に移動することとなりました。

木村さん「テレビはつかないし、携帯も充電できないから使えないし、世間話ばかりの避難所生活は性に合わなくてね。体育館には工場長と従業員も避難していたから、“よし、皆でレシピを思い出そう”と、震災の翌日からすぐにみんなの記憶を頼りにレシピをノートに起こしました。何もすることがないし、ただおしゃべりするより、そっちの方が自分達らしかった」

震災から1週間は高校の体育館で過ごしましたが、避難者が増えてスペースも狭くなり、「家がある人は早めに戻った方がいい」と決心したトシさんは、早々に自宅に戻りました。山田町は津波以上に火事の被害が大きく、トシさんの自宅も壁が少し焼け焦げていたと言います。

そして4月20日には、被災を免れた倉庫にあった原料を集め、焼けた隣家の跡地を借り、16坪の作業場を建てて仕事を再開したのです。避難所で書き起こしたレシピを使い、自宅のまな板1枚、包丁1本からの復活でした。

とは言え、仕事をやるか、やめるかでは大きな葛藤がありました。今でも当時の葛藤を思い出すのはつらく、3月11日はなるべく震災を思い出さない環境に身を置いているそうです。

木村さん「震災前に店と工場があったのは、浜風が感じられる海のすぐそばでね。1回行ってみたけど、もう、髪の毛1つ残ってないの。避難所から家に戻ってきた時も、本当は面倒くさいな、やりたくないなという気持ちの方が大きかった。でもね、“トシちゃん、これからどうする？”と聞かれた時、口では“やる”と言っていました。気持ちとは別のことを言っちゃうんですよ」

再開後は、復興支援のイベントが多かったこと、当時は働く場所が少なく人手を確保しやすかったことなどが功を奏し、加工場の売上は2011年中に震災前の80%まで回復しました。ただし、復興が軌道に乗り始めた4年後くらいから人手の確保が難しくなり、また直売店も再開の目途が立たないことなどから、木村商店全体での売上が震災前の水準には戻ることはありませんでした。

洋食での売上アップを図るため、支援事業を活用

震災後、売上を戻すために木村商店が力を注いでいたのが洋食の開発です。復興支援を目的とした全国各地のイベントに出向くうちに、従来のような「甘露煮」、「煮物」など和食中心だと若い人が興味を示さないことに気づき、洋食の強化に乗り出しました。

木村さん「イベントの企画の時にも洋食のラインナップはないか、と聞かれることが多くて。そこで、昔からの知り合いのフレンチのシェフに、洋食を教えてもらうことにしたんです。

3年以上、毎月来てもらって勉強しました。開発のサポートをいただいて商品化した『さんまの燻製オリーブオイル漬』も、平成27年の岩手県の水産加工品コンクールで水産庁長官賞を受賞したんです」



岩手県のレストラン「ロレオール」のオーナーシェフ伊藤勝康さんを招いて、従業員や地元のお母さんたちを集め地域の食材を使った新しい和洋折衷の調理方法を学ぶ勉強会の様子（写真は2016年当時）



木村さんが“洋食の師匠”と仰ぐ伊藤勝康シェフ監修の「さんまの燻製」シリーズ

さらに今回、令和元年度の販路回復取組支援事業を利用してスチームコンベクションオーブンの導入も決めました。

木村さん「木村商店は無添加なので、グラタンにも防腐剤を入れないんです。それまでは大きな鍋にお湯を沸かしてコツコツ熱殺菌をしてたけど効率が悪くて。でもスチコンを入れれば、今までより簡単に熱殺菌ができると教えてもらったんです。それと、私も揚げ物が大好きだけど、健康には良くないでしょう？スチコンだったら揚げないヘルシーなコロッケもできると言われたのでデモ機を借りて試作をしたの。そうしたら美味しくて。これはいける！機械を入れよう！と思いました」

新規に導入したスチームコンベクションオーブンで作った、ホタテがゴロっと入った「揚げない帆立クリームコロッケ」を、さっそくコンクールに出したところ見事に入賞。今後の売上が期待できる商品ができました。

また、それまで5段しかなかったオーブンから10段のスチームコンベクションオーブンに切り替えたことで、グラタンやドリアの生産効率も大幅にアップ。それに加え、「おつまみせんべい」など常温で販売できる製品の開発も検討しているのだそう。常温の商品を強化することで、ホテルでのお土産など違う販路での売上獲得にもつながりそうです。



スチームコンベクションオーブンを使用して作った新商品の「揚げない帆立クリームコロッケ」

木村さん「お客さんが木村さん、木村さんと追いかけてきてくれるのは本当にやりがいがあるし、それを従業員に話すことで、良い商品を作ってもらえる。お客さんと従業員の架け橋が私の役目なので、足をひきずってでも出かけていくんです」

ちなみに、木村商店で「おふくろの味」を一緒に作っている従業員は、ほとんどが女性。1つずつ仕事を片づけていく男性より、「赤ちゃんをおんぶしながら、洗濯機を回しながら、炊事もやる」女性の方が、商品数も多く、細かい手仕事がたくさんある木村商店には向いているのだそう。今後も、震災を一緒に乗り越えた女性従業員たちと、「おふくろの味」を伝えていく。それこそが木村商店のDNAなのでしょう。



木村さんと従業員の皆さん
毎日食べたいくなる優しい「三陸の浜のおふくろの味」をこれからも届けていく



有限会社木村商店

〒028-1302 岩手県下閉伊郡山田町豊間根 7-30

自社製品：いか徳利、魚の甘露煮、漬け魚、浜寿司、磯井、さんまの燻製、松前漬など

HP：http://tokkuri.co.jp

時代のニーズを先読みしながら 石巻近海の原料にこだわり続ける

株式会社丸ほ保原商店

カキ、ワカメ、メカブなどの加工・販売を手掛ける宮城県石巻市の株式会社丸ほ保原商店。1968年の創業以来、取り扱う品目を少しずつ増やしながらも大事にしているのは「地元産」を使うこと。石巻を中心とした三陸産の原料にこだわり、主力製品以外ではウニやホヤなども扱っています。社長の保原敬明さんは、取り扱い品目の変遷をこう語ります。

保原さん「もともと県の漁協に勤めていた父が、その経験を生かして最初はアワビの仕入れから事業を始めました。しかしそれだけでは経営が安定しなかったため、のちにワカメやコンブの加工にも乗り出します。健康ブームもあってワカメは人気食材の一つでしたが、食卓ではあくまで脇役。売上もだんだん下がっていきました。メカブの加工を始めたのは、私が父の跡を継いでからです。メカブにはこれまでの食材と違った即食の需要がありました」



時代のニーズに合わせた製品づくりをする2代目社長の保原敬明さん

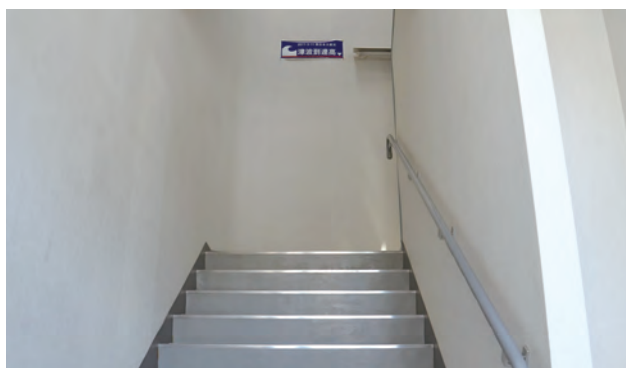
保原さんが始めたメカブの加工品は、現在は同社の主力製品となり、売上の半分以上をメカブ製品が占めているといいます。それにカキ、ワカメと続きます。カキは生カキだけでなく、あぶり焼や燻製加工品として出荷されています。



桜チップでいぶした香り豊かなカキの燻製

飛行機を乗り継いで韓国へメカブを 緊急買い付け

2011年の東日本大震災では、石巻湾の海岸から500メートルほどの場所にある丸ほ保原商店の本社工場にも津波が押し寄せました。海と本社工場との間にあった松原や学校によって津波の勢いは弱められたものの、工場1階の天井近くまで浸水しました。



本社工場内の階段に当時の浸水高(3.5メートル)を表示している

保原さん「従業員は浸水被害のなかった2階の事務所
所に避難していて無事でした。地震当日、私は仙台
で入院していたので本社にはおらず、4日後に石巻
に入りました。本社工場は全壊したものの、冷蔵庫
の高い場所に置いてあった原料は無事だったので、
それらを近くの第2工場に移しました」



内海の万石浦に面した第2工場は津波被害を免れた

震災後、とにかくがむしゃらだったという保原さん。特に大変だったのは震災直後の原料調達です。地元産にこだわってきたものの、メカブは国内でも原料が手に入らない状態。保原さんは震災発生翌月4月に花巻空港から伊丹空港、関西国際空港を経由して韓国に飛び、原料を買い付けます。

保原さん「停電で一時的に使えなかった第2工場も4月から再開しました。その後、国内でも原料が買えるようになり、2014年には本社工場の隣に新しいメカブ工場が完成しました。ラインがまっすぐに延びた工場なので、効率的に作業できます。充填からパックまでの工程で、人の手が製品に触れることはないの衛生的です。もっと稼働率を高めていきたいところですが、依然として原料不足と労働力不足の問題が続いています」

売上の回復はまだ8割5分程度。被災から立て直している間にも需要は変化し続けており、既存製品をただ増やすだけでは震災前の状態に戻すことは困難でした。

デュアルX線検査装置でスピードも精度も飛躍的に向上

このような状況を打破するため、丸ほ保原商店は、販路回復取組支援事業の助成金を活用してデュアルX線検査装置というカキ製品の異物を除去する機械を導入します。従来の金属探知機よりも高性能で、細かな金属片はもちろん、肉眼では見えないカキの殻なども見分けられます。これにより異物混入リスクが低減し、食品の安全性がさらに高まりました。



X線で瞬時にチェックし、異物の入ったカキは重量分別の手前で除去される

さらに、デュアルX線検査装置に連結するコンベア類も導入。重量分別の機能もセットで付いており、作業効率が3倍に向上しました。

保原さん「これまで手作業でカキの重さを量って選別していましたが、今は機械が自動で選別してくれます。一日8万粒を選別でき、より細かいグラム単位で分けられるようになりました」



導入した一連の装置。以前より少ない3人で稼働させている

工場内ではフライ用の粉付け加工まで行っています。カキは一定の大きさがないとフライ加工に向かないため、粉付けの前には選別が必要です。そんなつながりから、今回の機材はフライ用製品の増産にも寄与しています。

「脱プラスチック」など最新トレンドも見据えながら

2020年、2021年とコロナ禍に見舞われる水産加工業者も多い中、丸ほ保原商店にはどのような影響があったのでしょうか。

保原さん「外食向けの生ガキの出荷は減っていますが、当社はスーパーなど量販店向けへの出荷が中心なので、そこまで大きな影響はありません。今後もトレンドを見ながら製品づくりを考えていくつもりです」

昨今の消費者ニーズの高まりから保原さんは「もっと簡便なものを作らないといけない」と考えています。そして、さらに先のニーズも見据えています。

保原さん「これからは環境問題が大きなテーマになるでしょう。食品業界でも脱プラスチックの流れがある。紙やプラスチックの代替品として期待されている石灰石を使用した容器などは、メカブ製品の容器としても使えそうなので、当社としても注目していきたいですね。食品業界も環境問題に向き合わないといけない時代。需要はあると思います」

そんな未来志向の一方で、足元も見続けています。

保原さん「震災後は、お客さまが残ってくれるかどうか分からない中で、原料の調達から工場の再建まで、すべて手探りで進めていました。大変なことの連続でしたが、条件はみんな同じだと思ってやってきました。こうして今私たちが事業を続けられているのも、地元の皆さんのおかげです。これからも地元の原料を使っていくことにこだわり続けたいですね」

震災直後、保原さんは津波で被災した地元の養殖業者のために、棚やロープなどの資材を海外から取り寄せて再開を支援しました。生産者の事業再開は、自分たちの再生のためにも不可欠でした。父子2代でこだわってきた、地元の海の幸を届けるということ。時代のニーズを捉えながら、これからもその軸は変わりません。



株式会社丸ほ保原商店

〒986-2135 宮城県石巻市渡波字神明 16-5

自社製品：カキ、ウニ、ワカメ、メカブ、コンブなどの加工品

HP：http://www.hobara.com

産地、消費者、水産資源。全てがハッピーになれる ビジネスを創ることで地元貢献したい

株式会社布施商店

コロナ禍の影響により、リモートで行った取材。「今日はよろしくお願ひします!」。画面に登場したのは若々しく溍溍とした印象の布施商店4代目社長、布施太一さん。今年38歳になる太一さんが社長に就任したのは、今年の1月。フレッシュなもうなずけます。

布施さん「僕はもともと東京で働いていて、戻ってくるつもりは全くなかったんです。でも、震災がきっかけで地元のために何か貢献したいと考えるようになりました。色々考えましたが、結局、家業を継ぐのが自分の使命なのかと思ひ至って3年前に地元に戻ってきたんです」



株式会社 布施商店 代表取締役社長 布施太一さん

布施商店は大正時代に創業し、100年以上も続いている老舗。もともとは石巻の前浜で水揚げされる魚を練り製品に加工する事業を営んでいました。その後、大手スーパーとの取引が中心となり、取引先の意向を組む形で丸魚や鮮魚のフィレを卸す業態に変化させていきました。中でも布施商店がこだわりを持っているのがタラです。

布施さん「タラは雑食で目の前に来たものを何でも食べてしまう貪欲さから大口魚とも呼ばれます。なぜそんなに食べられるのかというと、すごく消化酵素が強いです。そのため、水揚げされてからしばらくすると、自分の消化酵素で自分の内臓を溶かしてしまい極端に品質が落ちます。だからうちでは仕入れてから36時間以内に内臓を全て取り出します。もともと漁に出たその日に帰ってきた船で水揚げされた“日戻り”のタラしか仕入れないこともあって、鮮度は抜群です」

その後の処理も、全て手さばきすることにこだわっています。それは機械でさばくと魚を大量の水にあてることになり、その過程で傷んでしまうから。そのように丁寧に加工され、ほんのり桜色で透明感あるタラを布施商店では「さくら真鱈」と呼び、取引先にも好評を博しています。



手さばきで処理することで魚の品質が保たれる



ほんのりピンクが美しい「さくら真鱈」

歴史とこだわりの商品を持つ布施商店ですが、実は太一さん、お父様であり先代社長（現会長）である三郎さんから「家業を継ぐように」と求められたことは一度も無かったのだそう。そのため太一さんは「海外で働きたい」という夢を叶えるため、東京の大手商社に就職。念願の海外赴任も視野に入り始めた頃に起こったのが震災でした。

震災を機に、地元への愛着が芽生えた

海沿いにあった布施商店の工場は震災で全壊。従業員も一時は全員解雇せざるを得ない状況となりました。当時、東京にいた太一さんがご両親の安否を確認できたのは震災から1週間が過ぎた頃。石巻に戻れたのは、ようやく長距離バスが開通した1か月後だったそうです。

布施さん「仙台を過ぎ、トンネルを抜けた途端、悪臭にびっくりしました。そのあたりから漁業が盛んな地域に入りますが、冷蔵庫や冷凍庫が止まって腐った魚の臭いが充満していたんです。石巻についたら、家も会社も流されて街がめちゃくちゃになっていて。“あ、ふるさとがなくなっちゃったんだなあ”って……。街の惨状を目の当たりにした時、それまで自分では何の思い入れもないと思っていた地域への意識が初めて芽生えました。当たり前だと思っていたものが、当たり前じゃなくなったんだと知って、何というか……。純粹に、悲しい気持ちになりました」

その時から太一さんの中に、地域のために何かをしたいという気持ちが生まれました。しかし当初は家業を継ぐことまでは考えていなかったのだそう。家業を継ぐことを意識し始めたのは、父である三郎さんが会社を再建すると決めた時でした。再雇用する社員のことも考えた時、「きっと自分は戻ると決めるんだと本能的に感じた」のだそうです。

布施さん「工場も家も何もなくなっちゃったので、父は会社をたたむと思っていたんです。そうしたら、補助金の用途が着いたからもう1回やるわ、と言われて。そこまでして立て直すほど深く思い入れがあるものなのだと初めて感じました。最初は東京にいながらでも、地元のためにできることがあるかもしれないと思っていたのですが、やはり直接地域に関わらないと本当の貢献はできないと意識が変わっていきました」

先代の三郎さんが石巻魚市場買受人協同組合の理事長をしていたこともあり、布施商店の復興は早かったのだそう。最初は街にあふれていた腐った魚を海洋に投棄する仕事を請け負い、震災後半年が経過した頃には復旧の早かった塩釜で魚を買い付け、事業を再開しました。しかし再開した頃にはそれまでの取引先は、すでに別の仕入先を確保していました。布施商店の品質の良さを実感していたいくつかの販売先は取引を継続してくれたものの、太一さんが戻った3年前でも、売上は震災前の4分の1以下にとどまっていたそうです。

布施さん「商社時代も営業だったので、布施商店に戻ってからも営業をしていました。何とか新しい販路を開拓しようと東京の飲食店にマダラのフィレなど自社製品を売り込みに行ったのですが、産地から鮮魚を買うメリットが分からないと言われることが多くて。中央卸売市場に行けば全国の魚が購入できるけれど、僕たちは産地の魚しか扱えない。そのまま売っただけでは豊洲の仲買には勝てないんです。今までは鮮魚中心だったけれど、スーパーでも鮮魚の売上はどんどん落ちているし、飲食店にも広がらない。何か新しいことを始める必要があることは実感していました」

冷凍技術を得たことで、新しいビジネスの創造に成功

鮮魚の販売に限界を感じた太一さんが活路を見出したのは、冷凍でした。営業しながら飲食店の「困りごと」に耳を傾け続けるうちに、「冷凍の方が使いやすい」「たくさん買っても、使いきれずに冷凍している」など冷凍へのニーズが多いことを知ったのです。

布施さん「最初から扱いやすい冷凍で販売すれば豊洲の卸との差別化ができると気付いたんです。それに消費者が思う旬と、実際の水揚げ時期は少し違います。例えばタラがよく食べられるのは冬だけれど、3～5月くらいは実は結構獲れる。ヒラメも冬のイメージが強いですが、6月くらいに爆発的に獲れます。冷凍技術があれば、そういう裏側にある旬をうまく活用して需要と供給をマッチングさせられるのではないかとも思いました」

そこで布施商店では、販路回復取組支援事業を活用して3Dフリーザーの導入を決めました。もともと急速凍結機は魚の細胞が壊れにくく旨味が逃げにくいのが特徴ですが、この3Dフリーザーは急速冷凍機の中でも特殊なもの。様々な角度から風が当たり、高い湿度を保てるため、より素早く冷やすことができるのです。

導入を決めた時点では、飲食店の需要開拓と以前から引き合いがあったギフト商品の製造に使う予定だった3Dフリーザー。しかし導入してみると、予想外の広がりもありました。まず1つめは加工品メーカーとの協業が始まったこと。冷凍技術を用いることで、加工品メーカーへの原料供給が可能になったのです。

布施さん「加工品メーカーさんも特色のある商品を作るために地元の食材を積極的に使いたいんです。でも彼らは原料を買って調理・調味するのがメインの仕事なので、水揚げされた原料を冷凍して保管しておくまでの余裕はなく、仕事量が水揚げの状況に左右されがちでした。その点、うちが原料を買い付け、下処理をして冷凍保存しておけば原料供給が安定します。それに3Dフリーザーなら1度解凍してから調理するのではなく、凍ったままの調理が可能なので、製品の品質自体も他の冷凍技術を使うより良くなります」

もう1つ冷凍により可能性が広がったのは、消費者への直販です。今までもECサイトは持っていましたが、鮮魚のままでは顧客が受け取りにくいという課題がありました。その点、凍結であれば輸送が格段に便利になります。また三枚おろし、柵など顧客にあった形で送ることも可能になることに気づいたのでした。

布施さん「冷凍で鮮度を意識することは少ないかもしれませんが、実は凍結こそ鮮度が大事です。水揚げされてすぐ冷凍したものと、数日経っ



導入した3Dフリーザー



加工品第一号のタラフライ

てから冷凍したものでは大きな差が出ます。僕たちは産地にいるので、凍結の速さという点では豊洲の卸と差別化が可能。早ければ水揚げされたその日のうちに凍結が完了するし、もともと日戻りのタラしか仕入れていないので抜群に美味しいものができるのです」



処理も冷凍も迅速に行うことで、鮮度抜群の冷凍製品ができる

産地ならではの情報を発信して、消費者に届けたい

加工品メーカーとの協業、B to C 事業の拡充に加え、布施商店が新たにもう1つ取り組んでいるのは端材の活用。魚を加工する際に出るアラ、端切れなどを、コロッケや餃子などの加工品にすることに積極的に取り組んでいるのです。これは日々、水産資源の減少を目の当たりにする中で、1匹1匹の魚からとれる付加価値を最大限にしようと始めた試みです。

布施さん「今は漁獲量が減っているため仕入金額は高騰している一方、魚の消費量が落ちているため安くしか売れないという水産事業者には二重苦の状態です。冷凍技術を使って原料が安い時期に仕入れ、加工品の原料を計画的にストックすることで皆がハッピーに利益が取れる状態にするだけでなく、獲れた原料を最大限活用することも重要だと思っています」



端材を使ったコロッケ

B to C 事業に力を入れていくのも販路を増やすという目的だけでなく、消費者に海の現状を知って欲しいとの思いが背景にありました。産地から海の変化にあったメッセージを届けることで、今までとは違う魚の旬を創造していきたいと思っています。そのために YouTube を活用した自社ブランディングも進めています。

布施さん「魚の消費量をこれ以上減らさないためにも、魚の文化を絶やさないようにしたいと思っています。でも自分たちが何かを発信できるのは直接買ってくれるお客さんに対してだけ。産地からのメッセージを届けるためにも、B to C 事業を強化して直接消費者にアプローチしたいんです」

どんどん新たな戦略を打ち出し、進化する布施商店。その活動を支えているのは、社長である太一さんのバイタリティやフットワークの軽さに加え、従業員の自主性が欠かせないのだとか。太一さんが社長になって以降、どんどん従業員に仕事を任せ、そこから良い流れができ始めているのだそうです。

布施さん「社長になる前は自分がやらなければという気持ちが強かったのですが、社長になってからはどんどん人に任せたり、人を巻き込んだりしようという意識が変わりました。頼って頼られてという関係を築いていくことがすごく大事だと思うので、社員にいかに楽しい環境、良い環境で働いてもらって、それに見合った価値を提出してもらえるかを考えています」

地域目線を持った会社としての存在感を保つためにも、今年からは地元での新規採用を復活せたいと語る太一さん。地元にい続けなかった人だからこそ持ち得る柔軟性やビジネスセンスで新しい取組にチャレンジし続け、それを地元に戻元する。それこそが新生布施商店のアイデンティティなのかもしれません。



任せることで従業員のモチベーションもアップ



株式会社布施商店

〒986-0022 宮城県石巻市魚町三丁目 4-13

自社製品：タラフィレ、マダラ加工品など

HP：<http://www.fusesyouten.co.jp>

良質なアナゴの鮮度をそのままに届けたい その信条を貫き、コロナ禍を乗り越える

マルト石森水産

宮城県石巻市牡鹿半島の小湊浜。

慶長18年（1613年）、仙台藩祖伊達政宗の命を受けた慶長遣欧使節団を乗せたサン・ファン・パウティスタ号が出航した港といわれる月浦にも近いこの地で、マルト石森水産はアナゴおよびサヨリの仲買・加工、ワカメの養殖を営んでいます。

代表の石森敏夫さんは、実家の家業であった漁師の仕事を手伝う傍ら、自らの手で販路を切り拓きつつ、アナゴの仲買を始めました。



地元の漁師さんから遠方の得意先まで、人を大切にするマルト石森水産 代表 石森敏夫さん

石森さん「当時は20代前半で蓄えもありませんでしたから、独り立ちすることは考えていませんでした。漁師である父の手伝いをしながら、仲買の仕事は私だけで行っていたんです。事業として本格的にスタートしたのは1986年。今から35年ほど前です。茨城県の港にまで足を運んでいた時期もありましたが、現在、アナゴはすべて宮城県内で買い付けています」

20歳前後には2回、マグロ船に乗船したこともあるという石森さん。その時にふれた「マグロを待っている人がいるから頑張ろう」という心意気や、「買ってくれる人への感謝を忘れない」という漁師の心得は、父親の漁をサポートしていた経験と相まって、現在の仕事にも生きていと話します。



おもに首都圏に届けられるアナゴ（インスタグラムより）



アナゴは大きさごとに分別され、網に入れられ水槽へ（インスタグラムより）

強みは得意先の要望をかなえる対応力

マルト石森水産を切り盛りするのは、代表の敏夫さんと息子さんご夫婦。息子さんは、活アナゴを中心に、加工品も含め、東京・豊洲市場および遠方では大阪にまでトラックで輸送する役割を担っています。

石森さん「買い付けたアナゴを、鮮度を保ちながら水槽で生かし、納品する日に合わせて加工するのが私の役目です。早朝3時、お客さんの注文に合わせて選定したさまざまなサイズのアナゴを水槽から上げて首に包丁を入れて締め、すかさず血を抜きます。この活締めが鮮

度を保つには最も大切な工程なんです。その後、これもお客様の要望によって、腹開き、あるいは背開きにしてパッキングします」

買い付けは入札だけでなく、相対取引も行っています。理由は2つ。1つは、得意先への安定供給をかなえるために、いつでも直接買い付けられるルートが必要なため。そしてもう1つが、小ぶりのものから中型、大型まで、大きさのバリエーションが欲しいので、大小取り混ぜて、まとめて買い付けられる相対取引は、石森さんにとって都合が良いのだそうです。

石森さん「このお客さんはお弁当用に小ぶりのもの、こちらのお客さんは料亭なので、見た目のボリュームを大切にしているから大ぶりのもものというように、お客さんによって求める大きさが異なるんです。鮮度の良さやサイズはもちろんですが、腹開き、背開きという開き方のこだわりにも丁寧に応えられるのが、うちの特徴であり、強みだと思います」



活ジメされたアナゴは500gごとにパッキングされ、冷凍される

スピード感を持って工場を再建

海の程近くにあるマルト石森水産の工場は、東日本大震災の津波ですべてが水に浸かり、多くの設備が流失しました。工場裏手の小高い土地にあったご自宅も、1階にある神棚のすぐ下まで水が上がりました。

石森さん「翌朝、目覚めた時、夢であってくれと願いました。しかし現実でした。自分たち家族のことを考えるだけで精一杯でしたが、一方で仕事を1日でも早く再開しなければとも思っていました。生活のためというよりも、うちに魚を売ってくれる漁師さんたちが困っているだろうなと思ったんです」

石森さんは、早い時期に施行された1/2補助の制度を活用して工場を建て直し、震災の年の10月には仕事を再開。魚を運ぶトラックも自前で準備しました。時間はかかりましたが、徐々に売上は回復。しかし、アナゴの加工処理は、設備不足によってやむなく縮小していたことから、震災前の売上にはなかなか回復しませんでした。そうこうしているうちに、震災前に販売していた広島県を始め、兵庫県、岡山県といった西日本からの引き合いが徐々に増えていきました。背景には、美食ブームやインバウンド需要による寿司や日本食人気の高まりがあったようです。

そこで令和元年、販路回復取組支援事業の助成金を活用し、水槽・冷却水循環装置、そして製氷装置を導入するに至ります。

石森さん「作業は、以前とは比較にならないほど楽になりました。設備導入前は、製氷装置がありませんから、石巻の市街地まで、わざわざ氷を買いに行っていたんです。片道、40～50分はかかりますし、足りなくなれば何度でも通いました。それが、この設備を導入したことで、氷を買いに行っていた時間を他の作業に回すことができるようになり、仕事の効率が格段に上がりました。また、冷却水循環装置のおかげで、水温計とにらめっこして調整

していた水槽の水の温度管理も、ボタン1つで済むようになり、今では機械任せです。以前は、夜中に起きて水温調節のために手作業で水を足していたのですから、体力的にも精神的にもとても助けられています」



支援事業の助成金で導入した水槽・冷却水循環装置（左）と製氷装置（右）

設備を生かした 製品づくりを模索

設備を整えて、西日本のお客さまとも商売を再開。巻き返しを図ろうと思っていた矢先に、新型コロナウイルス感染症が拡大しました。緊急事態宣言やインバウンドを含む観光客の大幅な減少は、石森さんの事業にも直撃したのです。

石森さん「アナゴは家庭内で食べるというよりは、飲食店で召し上がる機会が多い魚です。ですから、外食や旅行を自粛したり、休業や時短営業を実施している飲食店が多い今、アナゴの注文は激減しました。私としてもコロナ禍の収束を見守るしか術がありません。そんな中でも、救いなのはアナゴ、サヨリでお世話になっている漁師さんたちや、飲食店やホテルを経営しているお得意先の皆さんと情報交換し、良好な関係が続いていることです。収束後を見据えて、導入した設備を生かし、もっといろいろなものを提供できるように考えておく。今はそれしか打つ手がありません。私たち水産加工業だけでなく、とにかくみんなが大変なので、知恵を出して乗り切っていくことを考えたいです」

そう話す石森さんの穏やかで明るい笑顔には、今はこの困難と向き合い、自分たちにできることを粛々と行うことが大切であるという、静かな覚悟が漂っていました。

東日本大震災時、いち早く工場を建て直し、ご商売を再開した石森さん。その仕事仲間や得意先を大切に思う心意気が、コロナ禍にも貫かれています。



マルト石森水産

〒986-2415 宮城県石巻市小淵浜筒船掛場 3-3
自社製品：アナゴ・サヨリ等の冷凍冷蔵商品

8年のブランクの間、精力的に取り組んだ「町おこし」 そこで得た仲間とともに、町ぐるみで「ブランド化」を目指す

株式会社丸荒

株式会社丸荒がある宮城県本吉郡南三陸町。町の東側に広がる志津川湾は複雑に入り組んだリアス式海岸で、湾内にはカキ、ホヤ、ワカメなどの養殖設備を多く備えます。この志津川湾は、国の天然記念物である水鳥コクガンの越冬地であり、「水鳥の生息地として国際的に重要な湿地」を守ることを目的とするラムサール条約の登録地でもあります。海以外の三方も標高300～500mの山々に囲まれ、海だけでなく山の自然もとても豊かな土地柄です。



株式会社丸荒 代表取締役 及川吉則さん

そんな南三陸町で、丸荒は昭和49年に創業されました。最初は漁業からスタート。地元の豊かな水産商品を販売し始め、二代目にして現社長である及川吉則さんが会社を継いでからは、生鮮だけでなく加工品にも力を入れ、全国各地に販売網を広げていきました。

及川さん「自分は営業の仕事が好きだったんです。全国の市場や展示会を巡ると自分と同年代の20～30代が多くて楽しかったんですよ。その方たちと友達感覚で付き合いながら販売先の皆様の様々なニーズに応えているうちに鮮魚以外にも加工品のアイテムが増えていって。売上も右肩上がりに伸びていくので、どんどん営業の仕事がおもしろくなっていきました」

丸荒の加工技術は非常に高く、PBやOEMの依頼も非常に多いのだそう。最近では、新商品の「骨までおいしいお魚シリーズ」が、地域産業支援活用事業で表彰されました。魚の骨を柔らかくする技術は缶詰などでもよく用いられる圧力かける方法が一般的ですが、この方法だと皮のはがれや、身の崩れが生じてしまうことも。しかし丸荒の「骨までおいしい」シリーズは、“高温／高圧スチーム技術”により皮や身は崩さず、骨だけを柔らかくすることに成功したのです。

及川さん「最近の魚離れの理由を調べたら、一番は骨が邪魔ということなんですよ。でも完璧に抜くのは難しい。だったら骨まで食べられるようにしたらどうかと思ったんです。そうすれば子どもでも、高齢者でも食べられる。実際に高齢者の施設では、食べることが入所者さんの楽しみだから魚を出したいのに、咀嚼力や嚥下機能が弱っている方もい



「骨までおいしい」シリーズ。サバ、サンマ、イワシ、カレイなどの魚種を使って、みりん煮、醤油煮、味噌煮などの味付けでバリエーション豊かに展開されている

るので怖くて出せなかったらしいんです。ウチの商品は添加物も一切入っておらず、熱とスチームだけで加工しているので安全面でも喜ばれています」

加工技術だけでなく、原料も地元が一番良い時期のものだけを使い、無添加にこだわるなど徹底的に高品質な商品突き詰めるのが丸荒の特徴。プロトン凍結という食品細胞の破壊を防ぐ冷凍機で素材の鮮度を落とさずに原料を保管・加工できる点も強みです。

そのため、取引先も高品質を求める百貨店やセレクトショップが多いのだそう。自社製品だけでなく、コロナで通常営業が難しくなった飲食店と一緒にテイクアウト商品を開発したり、宮城県の調理師専門学校や東京の有名和食店とのコラボ商品を作ったり、その高い技術を求めて多くの人が丸荒を頼りにしています。しかし現在の復旧までには、実に長い時間がかかったのです。



震災の前の年から加工品製造を始め、最初のヒットとなったのが「たこわさび」。これに使用されるタコの原料にもプロトン凍結の技術が使われている

8年間の空白期間は、地元のために尽力して過ごした

3月11日、及川さんが工場数日前に来た津波の被害状況を確認していた時、突如大きな揺れが襲いました。もともと宮城沖に地震があるというのは想定しており、津波が来た場合、工場周辺のもの流されないようにするための段取りはつけていました。しかし予想をはるかに超える規模。「これはただ事じゃない」と感じ、流出対策などは行わず、従業員全員をすぐに山側へと避難させました。

海から50mほどの距離に建っていた丸荒では、5つあった工場のうち4つが津波で流され、残った1つも床上浸水しました。それだけでも甚大な被害ですが、さらに復旧を難しくすることが起きました。流された工場の跡地が街の防潮堤工事の計画地となってしまったのです。そのため、工場復旧の目途が立たなくなっていました。

及川さん「とりあえず1つ残った工場があったので、そこの掃除から始めました。電気も水も来ていなかったのがれきを手作業で引っぱり出して、川で水を汲んで洗い流して。5月がワカメの収穫時期なので、それを買い集めて5月の連休明けから商売は再開しました。震災直後は、知り合いの全国の水産会社から下請けの仕事などをもらったけれど、もともとの仕事が全くできないので売上は半分以下になりました」

その後、他社はどんどん復旧が進んでいきました。しかし、丸荒は工場を再建する土地がない状態。やっと街全体での盛り土が終わり、工場が復旧するまでに、実に8年もの年月がかかりました。どんどん平常に戻っていく他社を見て、どれほどの焦り、悲しみがあつたのか……察するに余りあるものがあります。しかし、意外にも及川社長は「使える工場が1つ残っていたから、そんなに落ち込まなかったんですよ」と穏やかに語ります。

そして工場が完全復活するまでの間、及川社長が取り組んだのが、街や地域、同業者の応援でした。もともと全国を飛び回り、豊富なネットワークとバイタリティを持っていた及川さんのもと

に、震災後は色々な依頼が舞い込むようになったのだそう。それに応え、漁師さんと漁場の整備をしたり、南三陸の仲間と仙台・上野などJRの駅構内で街の産物を販売したり、気仙沼～牡鹿半島のホタテ事業者を集め、ホタテの組合を作りグループ補助金をとれるように尽力したり、と様々な活動を行っていったのです。



震災後の取組。左は「春つげわかめまつり」の様子で、「生わかめ・生めかぶの詰め放題」のコーナーは、毎回長蛇の列ができるほどの人気。(2021年は新型コロナウイルスの感染拡大防止のため中止)。右はJR仙台駅で行われた「南三陸町福興市」。南三陸町の名産を販売するこの「福興市」は県内各地で開催され、通算100回を超える。

及川さん「工場も完全復旧していなくて手があいているからでしょうかね(笑)。震災後は街で色々な役をやりました。ホタテを養殖するための稚貝が流されたから周辺の漁協の人達と北海道に稚貝をもらいに行ったり、ワカメを初めて水揚げした時に“わかめ祭り”を企画したり。工場が復旧するまでの8年間は、ずっとそんなことをしていました」

その結果、今では南三陸町の観光協会の会長、南三陸産業団体連絡協議会の会長、南三陸まちづくりの副会長など多数の顔を持ち、街を牽引する立場になりました。

高い技術力と相性の良い「高級路線」に舵を切る

2018年度に南三陸町で浸水地域の盛り土が終わり、ようやく工場の再建がかなった丸荒。新たな出発のために、令和2年度の販路回復支援事業を活用することとなりました。まず行ったのが、パッケージやHPなど営業ツールの拡充です。

及川さん「8年間空白があるので、震災前と同じような仕事はできなくなりました。マーケットの状況も変わっていますし、海の資源も以前ほど豊富ではなくなってしまいました。一からのスタートなので、まずは商品開発から始めるしかなかった。工場や製品を知ってもらわないと始まらないので、HPも作りました」



新しくなったWEBサイト。ロゴも新しく製作

もともと高い加工技術は持っていたものの、震災以前は生鮮食品が主力でした。しかし、今後は加工品、それも高い付加価値を持った加工品に軸足を移す予定です。まず1年目の商品開発を終え、徐々にこの方向性への手応えも感じています。2年目は販路の拡大に注力し、3年計画でスタートダッシュをかけるつもりです。

及川さん「今までは機械も新製品もなかったけれど、やっと新しい商品を携えてバイヤーさんたちに会えるようになりました。会って話を聞く中で、今は生鮮ではなく加工品、それもすぐ食べられる惣菜に近いものが望まれていると感じ、そちらにシフトしました。もともと原料や無添加にこだわっているので価格競争にはついていけないし、ウチの品質からしても高級路線に販路があると思っています」

そのため高級感を感じさせる新しいパッケージデザインも開発。ラインナップも顧客の要望にこたえる形で、「炊き込み御飯の素」「銀鮭のコンフィ」「カキのパテ」「魚のリエット」「カキのアヒージョ」「カキグラタン」など、より惣菜に近い商品の開発・製造を開始し、「高くても良いもの」を好むお客様との商談も増加しているそうです。



パッケージも高級感を意識してリニューアル



調味液充填機

また、もう1つ導入したのが調味液充填機器です。震災後1つ残った工場では、「生鮮わかめ」や「たこわさび」、「塩辛」など珍味の製造を主にしていました。そのため、新しい工場での新しい製品作りは従業員にとっても初めての作業。多数の新製品を安定して供給するためにも欠かせない機器です。この機器の導入により、3人で100個だった製造ペースが、2人で120個と大きく増加。作業効率も大幅に上がりました。

8年間の「人助け」が、新たな仕事の基盤となっている

震災後8年の時を経て、ようやく再始動した丸荒。「高付加価値のある加工品」を軸に、今後も様々な商品を展開していく予定です。そのために本当に売れる商品は何かを日々研究していく“ラボ”も発足しました。何と水産以外の商品開発も始め、バウムクーヘンまで作ってしまったのだとか。しかも、そのバウムクーヘン、4か月待ちになるほどの人気を博しました。もともと好奇心旺盛で、アイデアマンの及川さんらしい取組です。でもなぜ水産加工業者がバウムクーヘンの製造を開始したのでしょうか、及川さんはこう語ります。

及川さん「地域の子供達や若い世代が水産以外の仕事を求めて町を出る者が多かったんです。それならば新たな産業をと思い、都会でしか食べられないバウムクーヘンをこの町でも食べられるようにと生産を始めました。水産加工品と洋菓子って全然違うものですけど、どちら

を作るのにも心がけているのは“話題性”と“品質”の両立。地域の刺激になればという意識と、良い製品作りのための原料や製法へのこだわりは、常にものづくりの根底にあります」

そして自社だけでなく、町をさらに発展させることを目的に、生産者とともに新たな製品開発も進めているのだそう。そこには震災以降ずっと、町のために尽力してきた及川さんだからこその思いがあります。

及川さん「町を復興させ、活性化させるには産業を創っていくことが何より大事です。南三陸町は、小さな町だけれど、ASC 認証（環境にも地域社会にも負荷をかけない養殖業に与えられる）や、FSC 認証（持続可能で適切な森林管理を認証する）を取得するなど、豊かな自然とそれを守っていこうとする人々がいます。その良さを生かしながら、生産者にはできるだけ良い原料を作ってもらい、自分達はそれを活かして南三陸をブランド化できる製品を創る。それらを、町全体で販売していくことで発展が望めると思っています」

通常、展示会は県単位でまとめて出展することが多いのですが、震災後、町の結束が強くなってからは、日本で一番大きい展示会であるスーパーマーケットトレードショーに、「南三陸町」として町単位で参加したのだそう。また、及川さんに刺激を受けた仲間が、負けずに新しい商品を開発するなどお互いにいい影響を与え続け、南三陸町で作られる製品は震災前と比べて格段に進歩しているのだとか。

再始動にあたっては、地元のために行った活動が“縁”で新たな依頼が生まれ、ずっと町のために働いていた及川さんの人となりを見込んで持ちかけられる話が増えるなど、今までと違う形で始まった仕事も多かったのだそう。持ち前のアイデア、バイタリティに加え、8年間の「人助け」で培われた深い絆や縁が、今後の丸荒を支えていくに違いありません。



株式会社 丸荒

〒986-0732 宮城県本吉郡南三陸町志津川字大森町 201-2

自社製品：わかめ、めかぶ、カキ、ホタテ、ホヤ、サバ、銀鮭、タコ等の生鮮、冷凍、惣菜、レトルト製品 など

HP：<https://www.maruara.jp>

地元の雇用を守るために、 「働く場」を提供し続けたい

株式会社タンポポ村

株式会社タンポポ村の前身は、ハム・ソーセージ等の肉加工品で有名なタカラ食品工業株式会社の東北工場です。

昭和48年に建設された東北工場は、18年ほどこの地で生産を続けていましたが、工場の敷地に火力発電所の建設が決まったため、千葉に移転することとなりました。しかし、どうしても千葉に移住できない従業員の雇用を守るため、平成3年、従業員3名で株式会社タンポポ村を設立しました。



株式会社タンポポ村 マネージャー 牛渡正典さん

牛渡さん「それまではハムやソーセージを中心に作っていたようですが、タンポポ村になってからはスモークサーモンをメインで生産するようになりました。名前の由来は、タカラ食品工業の創業者の佐々木清廣さんが“踏まれても力強く咲くタンポポのような強い会社になって欲しい”と名付けたと聞いています」

タンポポ村の創業者は、今回お話を聞いた正典さんのお父様である牛渡美知夫さん。正典さんは、12年ほど前にタンポポ村に入社しました。ちなみに、それまでは成田空港で5年間勤務をしていたのだそうです。

牛渡さん「飛行機が好きで空港に就職し、飛行機の誘導や、荷物の運搬などをやっていました。好きな仕事ではありましたが、いつかは家業を継がなければいけないと思っていたので、地元に戻ってきたんです。南相馬の産業を残していくためにも、タンポポ村は地域に必要だと感じていました」

タンポポ村のスモークサーモンの主な販売先は高級スーパーや百貨店であるため、舌の肥えたお客さんにも納得してもらえよう、調味料や製法など質にこだわって製造しています。

牛渡さん「原料になるサーモンはデンマーク産が中心です。淡路島の藻塩は、他の塩より雑味があって複雑な甘みが出るのでスモークサーモンの味を引き



自社製品のスモークサーモン

立てるのにぴったりなのです。スモークには桜の木を使います。もっと酸味が強かったり、煙感が強いものもありますが、ウチの商品にはなめらかで自然な風味が出る桜が一番適していると思っています」

放射能の影響で、震災以降は赤字が続いた

設立からおよそ20年が経ち、最初は3人だった従業員も40人に増え、売上も順調に推移していたところに起こったのが東日本大震災でした。

牛渡さん「最初の揺れの後、30分くらいしたら電気が止まりました。真っ暗な中、17時くらいまで皆で掃除をしてから自宅に戻りました。沿岸部の従業員は一刻も早く戻りたいと言っていました。が、“今帰ったら、津波で危険だから”と引き留めたんです。あの時、引き留めていなかったらおそらく津波にさらわれて、命がなかったと思います」

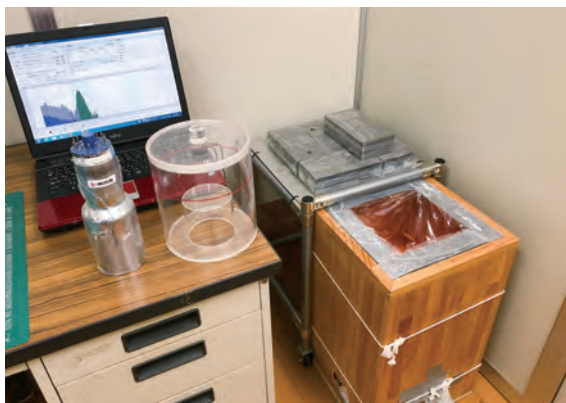
タンポポ村は海から500mの距離ですが、高台にあるため津波の被害は免れました。地震により建物の基礎にダメージはあったものの、建物や設備、原料などには大きな被害はありませんでした。しかし、ここは原発のほど近くである福島県南相馬市。仕事を再開するにあたっては、放射能の存在が大きく立ちはだかりました。

牛渡さん「工場のある場所は避難指示区域ではなかったのですが、再稼働するにあたり制限はありませんでした。でも自分たちが作ったものを出荷していいのか判断ができなくて……。その当時は何の知識もなく“放射能って何？”という状態でした。自分たち生産者も、納入業者も、どうしたら安全かという基準が分からなかったため、福島県産はいりません、と言う風潮に従うしかありませんでした」

安全性を担保するため、放射能検査に取り組み始めますが、食品に含まれる放射性物質の量を測る際、最初は外部からの放射線の影響を極力遮断してから測定しなくてはいけないことも分からず、なかなかうまくいかなかったそうです。

それから正典さんは、放射線技師をしているいところにアドバイスをもらったり、講習会や勉強会に通いながら、分厚い鉛の遮蔽体を自分で作成するなど、試行錯誤を繰り返し、正確に放射性物質の量を計測できる体制を整えました。

ただし、検査をしても「福島県」への風当たりは強く、他社より低い価格での販売を余儀なくされました。また、避難指示区域内に住まいがあった従業員が県外へ転出したため、人手不足にも見舞われました。新たに人を募集しても除染など原発関連の仕事の賃金が高いこともあって、なかなか働き手が見つかりません。価格を抑えた販売に加え、人手不足により生産量も伸び悩み、昨期までは事業で出たマイナスを東京電力からの補償金で補填していたのだそうです。



放射線測定器と正典さんが苦心して作った遮蔽体

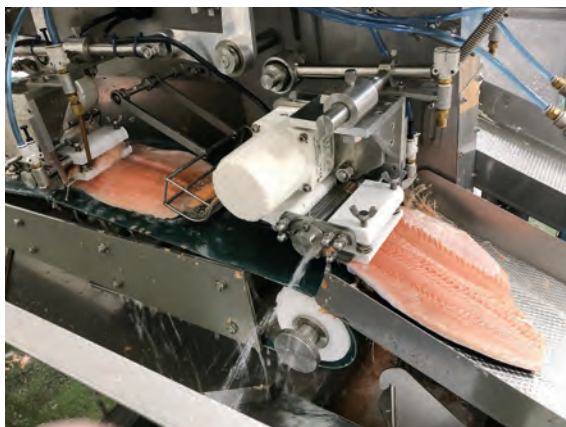
牛渡さん「今もコロナ禍で日常がぐちゃぐちゃになっていますが、あの時も普通が普通じゃなくなって、皆、精神的にやられてしまいました。同じ体験は、もう誰にもしてほしくないと思います。日常が戻ってくるまでには……、そうですね、5年くらいかかりましたね」

補償金に頼らずとも、事業収支が黒字に転換

震災から10年が経過し、2020年で東京電力からの補償金の支給も終了しました。自力で再建するために、ようやく取引先と交渉して値上げも断行しました。そして再建を後押しすべく、今回、販路回復取組支援事業を利用して導入したのがオートピンボーン抜き機です。

スモークサーモンを作る上で、小骨を抜くという作業は非常に手間がかかります。今までの機械ではきちんと骨が抜ける確率は50%程度でしたが、今回導入した機械では90%程度の骨が機械で抜けるようになり、大幅に作業が効率化されたのです。

牛渡さん「今までの機械では途中で骨が切れたりして、手作業に頼る部分が大きかったです。しかも人手不足で、その作業ができる人員を確保できず、せっかく注文をいただいても対応できないということもありました。今度の機械は非常に優秀で、それまで1日かけてやっていた作業が昼過ぎには終わるくらい作業がスピードアップしました。おかげで生産量も大きく上がりました」



オートピンボーン抜き機

これまでも何とか効率化を図ろうと、作業の順序を変えたり、機械の配置を変えて動線を効率化したり、様々な工夫はしてきたものの、今回のような大きな改善にはつながっていなかったのだそうです。

また手作業が少なくなることで、従業員の体の負担も減ったといいます。

牛渡さん「骨抜きは中腰で細かい作業をするので肩がこるんです。実は作業の効率を上げられないかと、手持ち式の骨抜き機を自分で試したこともあるのですが、非常に疲れて翌日も肩が上がらないくらいだったので、他の人にはやらせられないと見送りました。従業員は高齢な方が多いので、作業が楽になるのはありがたいです」

作業効率が上がったことで、タカラ食品工業から新たな魚介系の新商品の提案も受けられることになったほか、特売なども行いやすくなったことで、震災以来、ずっとマイナスだった事業収支が、2020年度は黒字に転換する見込みです。

雇用を守ることで、地元の役に立ち続けたい

今後はこのオートピンボーン抜き機を利用して、介護食などの新たな分野に乗り出すことも検討しているのだそう。今年新型コロナウイルスの影響もあり業務用の製品は伸び悩んでいますが、需要が復活したら、会社としてより健全な流れに乗れるという実感は掴んでいます。

また、正典さんに、「ご自身としての仕事への思いや、今後の目標」を伺ったところ、こんな答えが返ってきました。

牛渡さん「自分としての目標は特にはないんです。ただ会社がちゃんと継続して、雇用を維持することは大事だと思います。この辺りは過疎化が激しく、産業が農業だけでは立ち行かなくなってしまうと思うんです。除染や土木など原発関連の仕事も、いずれ必ずなくなります。その時に仕事の間、働ける場所がないと地域がどんどん廃れてしまうので、働く場所を残すことで少しでも役に立ちたいんです」

思えば創業のきっかけも、「地元の雇用」を守ることでした。震災、原発事故によって人口流出が進んだことで、より「雇用の場を守りたい」という意識は強くなったのだそうです。今の従業員も地元の方が中心。しかも65歳以上の従業員が3分の1以上いるのだそう。

牛渡さん「定年が65歳なんて言われていますけど、それを過ぎても皆さん元気に働いています。一番高齢の方は78歳ですが、仕事をしている方が頭や手を使うので、健康にも良い影響があるんじゃないでしょうか。これからもそういう方に生き生きと働いていただきたいです」

自分のことではなく、「地元の雇用を守る」ことを考える。これが、創業から一貫して変わらないタンポポ村のDNAなのでしょう。



タンポポ村の従業員の皆さん



株式会社タンポポ村

〒979-2311 福島県南相馬市鹿島区北海老字藤金沢 33

自社製品：スモークサーモン ほか

裏方に徹するだけでなく、 今後は自社ブランドでも「ふくしまの味」を届けたい

有限会社おのづか食品

いわき湯本温泉は、1,600年以上の歴史を持ち、有馬温泉、道後温泉と並んで日本三古泉にも選ばれている名泉。一年を通して気候が温暖で、親潮と黒潮が混じりあう豊かな海にもほど近く、新鮮な海の幸を楽しむことができる一大観光地です。おのづか食品は1966年の創業以来、このいわき湯本温泉郷のホテルや旅館に煮魚などの和惣菜の提供を行ってきました。

小野塚さん「創業者は私の父です。父はもともと、いわき湯本温泉にあるスパリゾートハワイアンズの一期生として板前をしていたのですが、1966年に独立してハワイアンズさんにバイキングやお膳で使うお料理を納める会社を始めました。そこから徐々に、いわき湯本温泉にある他のホテルさん、旅館さんとのお取引も増えていったんです」



有限会社おのづか食品 代表取締役 小野塚大さん

現社長の小野塚さんは、東京で数年間、板前修業をした後、おのづか食品に入社。製造現場に長く携わった後、営業に移りました。板前や製造現場の経験が長く、料理の知識が豊富だった小野塚さんが営業に行くと、取引先の料理長にも「話が早い」と喜ばれたのだそう。今でもおのづか食品の商品開発、レシピは小野塚さんが一手に引き受けています。

料理の腕だけでなく、いつも「お客様第一」の姿勢を貫いているのも小野塚さんの持ち味です。味付けや具材をお客様のニーズにあわせて柔軟に変更するのは「当たり前」。規格もお客様の要望に応じて500g、200gなどの小ロットにも対応しています。そうやって「顧客の要望を形にする」ことにずっとこだわってきた結果、大口の取引先であった会社が自社工場で食品の生産を始めた時も、他のホテル・旅館との取引に支えられ、安定的に経営ができたのだそうです。

小野塚さん「自分が営業をしたのはもちろんですが、うちの商品を扱っていただいたお客様が、他の方にご紹介くださることも多かったんです。うちは大量生産ではなく、手作りにこだわっています。過度な添加物や保存料も使用しませんし、調味料も普通の家庭にあるような醤油、お酒、みりん、砂糖などを使っています。設備を入れると生産量は上がりますが、設備ありきの商品



この雪平鍋から、おのづか食品の家庭的な温かみのある味が生み出される

作りになってしまうので、今でも 20 リットルの鍋でたくさんの商品を作っています。家庭の台所で作るような温もりのある味が支持をいただけた理由かなと思っています」

原発事故で観光に大打撃。その影響で売上が大幅にダウンした

2011 年 3 月 11 日は、金曜日。ホテルや旅館の書き入れ時である土日を控え、多数の注文に応じているところに震災が起きました。今までにない大きな揺れを感じたため、従業員もすぐに帰宅させ、社長も情報収集と取引先の対応に追われました。大きな余震も頻発し、「とにかく恐怖、こわさがあったことしか覚えていない」ような状態だったそうです。

小野塚さん「震災当日は被害状況を全く掴めなかったんですが、夕方以降、テレビやラジオで相当な規模だったということが分かってきました。でも、まだ実感がなかったせいか、震災から数日はとにかくお客さんのことが心配でね。震災の前日に出した荷物はちゃんと着いたのだろうか、とか、おつきあいのあるホテルさんや旅館さんは、いつから再開できるんだろう、なんて考えていました」

震災から 1 か月間は水道が止まり、営業ができる状態ではありませんでした。また工場も柱にひびが入るなどの損壊を受けました。しかし電気が止まらず、冷凍冷蔵庫も無事だったため在庫や原料は被害を免れました。設備機器が少なかったことも幸いし、水道、高速道路、宅急便などが復旧しはじめた頃には製造を開始することができたのだそうです。

小野塚さん「地元のホテル旅館は原発事故の影響もあり通常の営業を再開しておらず、仙台のホテルから“できる範囲で営業をするから、何か商品をください”と言われて、その時作れるものを作って、トラックに積めるだけ積んで出荷しました。その後、地元のホテルにも作業員さんが入ったので、地元向けの商品も作り始めました。とにかく、お客様が無事に営業できたこと、お客様のために何かできるのが嬉しかったです」

しかし、本当の危機はその後にやってきました。顧客であるホテルや旅館は通常営業に戻ったものの、福島県にあるいわき湯本温泉は原発事故の影響で観光客が激減したのです。観光客が減ったことに加え人手不足も手伝って、ホテルや旅館での食事も以前と同水準を保つことが難しくなりました。それに伴い、おのづか食品への発注量も以前に比べ大幅に落ち込んでいきました。

小野塚さん「震災の直後は先のことを考える余裕がなく、目の前のことをこなすだけでいっぱいでした。震災から半年ほどして、今後のことを考えた時が一番不安が大きかったです。通常営業に戻れば、ホテルや旅館の売上也右肩上がりだと思っていてきたのに、逆に下がっていったんですね。風評被害もあります。それまで一泊二食付きが当たり前だったのに、ネットの普及で観光客の方が宿で夕飯を食べなくなったのも大きいかもしれません」



新規顧客獲得のため展示会にも積極的な参加を続けた

震災直後に6割まで下がった売上がなかなか戻らなかったため、その後は展示会などに年に3～4回のペースで積極的に出展。小ロットでも対応できる強みを生かし、介護施設など観光以外の顧客を増やしてきましたが、売上は震災前の7割程度に留まったままでした。

主力の煮魚の生産性アップと、新たな魚惣菜で売上回復を狙う

震災後に開拓した新規顧客に特に評判が良かったのが、もともと主力商品であった「煮魚」でした。レトルト調理ではなく家庭と同じような手法で作るおのづか食品の煮魚は、優しい味と、家庭で煮たような見た目、着色料・保存料が無添加な点などが支持され、どんどん販路を拡大してきました。地元の老舗の魚屋さんのOEMで作った煮魚は、7年連続で百貨店のギフト商品にも採用されています。

味や品質が評価され、煮魚を導入した顧客から「もっと商品のバリエーションを増やしたい」「焼き魚など他の商品も欲しい」という要望が多数寄せられるようになりました。しかし今までの人員・設備では対応ができません。そこで今回、販路回復取組支援事業で導入したのがスチームコンベクションオープンです。これにより、今まではできなかった「蒸し」「焼き」などの調理にも対応できるようになりました。それに加えて、主力である煮魚の生産性も大幅に上がりました。

小野塚さん「今までは煮魚もできる量が限られていたのですが、この機械の導入によって生産性が1.7倍になりました。一緒に導入したコンテナも一度にたくさんの製品が運べるので作業効率が上がり、従業員の負担の軽減にもなっています。スチームコンベクションオープンなので、大量生産の味ではなく手作りの味という、うちの特徴ともマッチしています。今までできなかった蒸し焼きなどの新商品も開発しているところです」



導入したスチームコンベクションオープン



コンテナも作業効率アップに貢献

また新たに自社HPの拡充を図りました。展示会での商談の重要性が高まるにつれ、自分たちの取組について情報を発信する必要性も増してきたのです。内容を充実させたことで、事前にHPを見てからの問い合わせが増え、展示会での商談が非常にスムーズになったのだそうです。

小野塚さん「HPをきちんと作りこむことで、検索でヒットする確率も上がるので、うちを知ってもらうきっかけのひとつになればと思っています。自分が1人で営業をしているので、手が回らなかったり、説明が足りなかったりすることもあるのですが、HPがあることで営業の受け皿になると期待しています」



新しく製作したホームページ

地元に根差し、「自社ブランド」を確立していきたい

HP を拡充しオンラインショップを設けたことで、自社ブランドの製品の販売も可能になりました。その第一弾が「田舎のごちそう」シリーズです。OEM として定評のある煮魚の中でも、特に実績のある、金目鯛、かれい、さば、さわらの4種類を販売しています。

小野塚さん「田舎のごちそう、という名前は、福島らしさと家庭的な身近さをイメージできればと思って名付けました。地元の味にこだわっていきたくて、第二弾として、いわき市の郷土料理であるウニ味噌の開発をしています。卵、調味料、製造方法にこだわって作ったら、展示会でも非常に反応が良かったです。高級スーパーさんからも、ぜひと声をかけていただいたので、デザインなどを含めて大事に開発していきたいと思っています」



自社製品第一弾の「田舎のごちそう」シリーズ

今までは、「お客様のために」黒子に徹してきたおのづか食品。今後は、「小売りで通用する自社商品」を増やしていくことを目標にしています。そして震災後、観光業の売上が回復しない時に「地域の皆さんに助けもらった」ことから、地元密着の姿勢を強めていきたいと思っているのだそうです。今も地元のスーパーと情報交換をしながら、一緒にできることを模索しています。



開発中のウニ味噌

小野塚さん「うちは50年いわき市でやっているのですが、今まで自社を表に出していなかったのが地元の方でも、“おのづか食品が何を作っているのか” ご存じない方が多いんです。これまでお客様の要望を、どれだけ形にできるかにこだわってきたのですが、今後は、もっと自社を知ってもらえるような商品を作っていきたいです」

OEM から自社製品へ、大きく舵を切ったおのづか食品。今まで特定の取引先に向けられていた小野塚さんの徹底した「お客様志向」が、今後、一般消費者に向けられるのだとしたら、きっと「福島、いわきの良さ」を広く知らせる素晴らしい商品ができ上がるに違いありません。



有限会社おのづか食品

〒972-8322 福島県いわき市常磐上湯長谷町長倉8番地

自社商品：煮魚、焼き魚等の和惣菜

HP： <https://www.fukushima.iwaki-onozuka.co.jp>

切身加工に自信、給食を待つ子どもたちに 地元の魚を届け続ける

高橋水産株式会社

高橋さん「価格の高騰などもあって、最近は子どもがタコを食べる機会が減っているようです。タコはビタミンやタウリンなどの栄養成分が豊富な食材。もっと子どもたちにタコを食べてもらえるといいですね」



高橋水産株式会社 社長の高橋能久さん

そう話すのは、茨城県ひたちなか市那珂湊地区でタコ、サンマ、イワシの加工を手掛ける高橋水産株式会社社長の高橋能久さん。

茨城県は知る人ぞ知る、タコ加工の盛んな県で、各自治体ではタコを使ったPRにも力を入れています。県内のある小学校では食育の授業で地場食材のタコについて学習する時間があり、高橋さんは学校給食向けにタコを納品しているつながらから、その特別授業に講師として呼ばれたこともあるそうです。

高橋さん「食べる機会が少ないことから、子どもたちはタコのことをよく知らないようです。小学校6年生向けにタコの習性やタコ漁の方法、加工方法などを話しましたが、みんな初めて知る知識として興味深そうに聞いていました」

“食べて美味しいタコ”をモットーとする高橋さんは、解凍、水洗い、塩もみ、湯煮といったタコの加工工程のひとつひとつにもこだわっています。工場ではタコのスライス、ぶつ切り、角切りのカット加工のほか、酢だこや味付けたこの生産も行っています。茨城県産のマダコ、ヤナギダコのほか、海外産のマダコなども使用しています。



通常はステンレス製の洗い機（写真左）のみを使用する会社が多いが、高橋水産ではこの後さらに木製樽の洗い機（写真右）でも洗浄を行う。このひと手間によりタコがきれいに丸まって身もおいしくなるという

タコは単価が高いことから、同社の売上の4分の1ほどを占めていますが、作業の9割はサンマ、イワシの加工。那珂湊地区はかつて、サンマの水揚げが日本一とも言われていた街ということで高橋さんはサンマにも強い情熱があり、子どもたちにサンマのアピールもしっかりとしたそうです。

震災以降、旬の時期以外の売上回復が課題に

高橋水産は1965（昭和40）年、高橋さんの父・実さんにより創業されました。もともと水産会社の工場長を勤めていた実さんは、独立して高橋水産を興し、サンマの開きなど切身加工を中心に製造を行ってきました。主な納品先は学校給食で、それは現在にも引き継がれています。

高橋さん「創業時の工場が手狭になり、1993（平成5）年の法人化とともに今の場所に移りました。私はその前から父と一緒に仕事をしていましたが、13年前に父が亡くなり、私がこの会社を継ぎました」

会社を継いでから悩まされたのは、不漁により原料の確保が難しくなったことでした。これまで通りやっているだけではダメだと思った高橋さんは、従来のスタンスを引き継ぎつつも新しい加工を始めます。



高橋水産近く的那珂湊漁港にはカツオやサンマのほか多様な地魚が水揚げされる

高橋さん「魚の腹骨を取ったり、重量規格の精度を上げたりと切身製品の加工の幅を広げました。切身の加工に関する新しい要望には常に応えられるようにしています」

そんな工夫をしながら経営の安定化を図る高橋さんでしたが、2011年、東日本大震災に見舞われます。工場は津波被害を免れましたが、市場に置いていたフォークリフトが使えない状態に。また地震の揺れにより工場の床にはひび割れや歪みなどの被害がありました。

高橋さん「地震から4日間ほどは停電もありました。電気の復旧後に工場はすぐに稼働しましたが、注文が来ない。通行止めの影響でトラックが走れなかったためです。翌週くらいからは出荷できるようになり、一時的に注文が増えた時期もありましたが、その年の秋ごろからは原発事故の風評被害で出荷は減ってしまいました」

その翌年以降も、サンマやイワシは旬の時期こそ順調に注文が入るものの、それ以外は厳しい期間が続き、現在、売上の回復は震災前の8割ほど。従来のカット加工だけで回復を目指すことは難しいことから、高橋さんは幅広い需要に対応するため、粉付けや揚げなどの加工にも着手しようとはしますが、人手不足によってなかなかその対応ができずにいました。

効率化を進めて粉付け・揚げ加工にも対応できる体制に

新しい加工を始めるためにはまず、人手不足を解消しなければならない。そう考えた高橋さんは、販路回復取組支援事業の助成金を活用し、省人化機器を導入しました。

高橋さん「コンピューター制御の自動重量選別機を入れたことで、選別の作業効率が倍以上よくなりました」



重さごとに9段階に選別できる自動重量選別機

した。これまで手で重さを量って振り分けていたのですが、作業が楽になって、従業員のみんなも喜んでいきます。選別にかけていた人員が減った分、従業員にはこれまでできなかった他の作業に当たってもらっています」

このほか、増産体制を整えるために、食器棚、冷蔵庫、2層シンク、作業台、ラベルプリンターなどを導入。さらに、粉付け機とフライヤーを導入し、粉付け加工、揚げ加工にも対応できるようになりました。

高橋さん「メーカーさんにも工場を見学してもらいました。これから注文が増える手応えを感じています。いい機械が入ったので、唐揚げやフライ製品もアピールしていきたいですね」

また新たな販路を開拓するため、復興水産販路回復アドバイザーからのアドバイスをもとに、社外のECサイトにおいてインターネット通販も実施しました。期間限定ながら堅調に売り上げたことから、今後は自社サイト内での販売も視野に入れていきます。



粉付け機（手前）とフライヤー（奥）は連結も可能



国産たこ唐揚げ



カレー味イワシフライ

導入した機器で製造した唐揚げ・フライ製品で販路拡大を狙う

土産屋、インターネットと売る場所を広げつつもメインは学校給食

学校給食向けがメインの高橋水産にとって、新型コロナウイルス感染拡大の影響はとて大きなものでした。2020年の緊急事態宣言で学校が休校になった際は、給食の売上が2カ月ほどゼロになるという大打撃を受けたのです。

高橋さん「休校が明けてからは売上も少しずつ戻りましたが、新しい販路を開拓しないと厳しいことから、インターネットでの販売にも着手しました。新しい機材も入ってきたので、お土産屋さんや、場外市場、スーパーなどにも入っていかれたらと考えています」

ただ、高橋さんは一気に手を広げようとは考えていません。あくまで主軸は長年続けている学校給食向けの加工です。

高橋さん「給食の注文が戻ってきた時のことも考えながら進めていきます。旬になればまたサンマやイワシの注文も増えてくるのでその準備はしっかりしておきたい。うちはサンマ、イワシ、タコに魚種を絞っていますが、それらの魚種ならどのような加工でもできます。その強みを生かしながら、新しい需要にも応えていきたいと思います」

海外からの輸入魚が増える中で、子どもたちには国産、とりわけ地元の魚を食べてもらいたいという高橋さん。より良い製品を作り続けることで、今後も子どもたちの成長を支え続けます。



高橋水産株式会社

〒311-1212 茨城県ひたちなか市殿山町2-12-66

自社製品：タコ、イワシ、サンマなどの加工品

HP：<http://www.takahashi-suisan.com>

異なるアンテナを強みに。 歳を重ねても食べ続けられる霞ヶ浦の味を届ける

小沼水産株式会社

茨城県かすみがうら市。日本第2位の湖面面積を誇る湖「霞ヶ浦」が眼前に広がるこの地で明治37年に「マルダイ」の屋号で創業した小沼水産株式会社。創業当時は霞ヶ浦の帆引き船を使った網漁法で漁獲されたワカサギやシラウオを塩ゆでし、天日干しした煮干しのほか、佃煮の製造、販売を行っていました。

創業者は、現代表取締役の小沼和幸さんと取材当日お話を伺った専務取締役の小沼敏也さんの曾祖父にあたる小沼大介さんで、「〇大（マルダイ）」の屋号は大介さんのお名前の「大」に由来するもの。地元では「小沼水産」ではなく今でも「マルダイさん」と呼ばれ親しまれています。

敏也さんは、大学では経営学を、兄の和幸さんは管理工学を専攻。食品業界を中心に就職活動を行い、銚子に本社がある水産会社勤務後、食品全般の原料を扱う商社を経て、27歳のときに小沼水産に入社、入社後は現場で経験を積みました。

小沼さん「両親からは言われませんでした。大学を卒業すると同時に、親戚から兄を支えてこの会社を一緒に引き継いでいくようにと言われていましたね」

三代目を継いだ父・秀雄さんが12年前に病気で他界したことを機に、四代目として兄の和幸さんが代表取締役に就任しました。

現在は顧客のニーズに合わせて各地から仕入れた原料の加工も手掛けていますが、主力商品は創業当時から一貫して変わらずワカサギ、シラウオ、川エビなど。素材、調味料、調理方法にこだわり、伝統の味に加えて常に改良を重ねてきたその商品の品質の高さは、本社事務所にずらっと掲げられた数々の賞状が物語っています。



小沼水産株式会社 専務取締役 小沼敏也さん



平成13年「わかさぎ飴煮」で「農林水産大臣賞受賞」など、事務所には全国水産加工品総合品質審査会の受賞の賞状が掲げられている。これは品質への誇りを維持続けるためだとか



小沼水産で一番人気のわかさぎ飴煮。浮かし炊き製法で作るため魚の身崩れが少なくきれいに仕上がる

必死で被災地へ出荷した震災直後。商売の土俵を遠ざけた風評被害

2011年3月11日、東日本大震災により、小沼水産があるかすみがうら市も大きな揺れに襲われました。地震により工場の一部が破損し、ライフラインもストップ。翌日電話がつながるようになってからは、取引先へ納品ができない旨を伝えるための電話対応に追われました。

そんな中、福島県の取引先から「電気が止まっているから、常温でも保存できる佃煮がほしい、日持ちのするものをどんどん送ってほしい」という依頼があったのです。

ライフラインが復旧し、生産をなんとか再開できたのは震災後3日が経過した頃。

小沼さん「片付けと同時進行で、とにかく煮られるものは煮て、積めるだけ積んで福島に出荷しました。目の前のことに必死でしたが、こういう形でもやれることがあって、誰かの役に立てるんだと。これまでそういう発想をしたことがなかったんですが、佃煮はライフラインが止まったときに人を支えることができる食品なんだと気付きました」

保存もかねて伝統的に霞ヶ浦地域で作られてきた佃煮が被災地の人々の食、そして命を支えたのです。

しかし、その後に起こった原発事故と放射能汚染による影響により小沼水産は大きな痛手を受けます。2021（平成24）年4月、霞ヶ浦水系で取られた水産物の一部に基準値を超えた放射性物質が検出され、出荷制限がかかりました（その後制限は解除）。当然のことながら、定期的な放射性物質のモニタリング検査により安全性が確認された原材料のみを使用していましたが、風評被害の影響は大きかったと言います。

小沼さん「霞ヶ浦産のものは完全に商売の土俵に乗らなくなってしまふなど予想はしていたのですが、影響は想像以上に大きくなり、茨城県で作っているもの全般が受け入れられなくなっていました。当社は築地から全国に送る商売形態だったのですが、東京以西の取引先との新規の商談に関しては、完全に茨城加工のものはいらぬという空気でした」

震災直後は被災地への商品供給で忙しかったものの、やがて風評被害により販路を失い、売上は震災前と比べ3～4割減となってしまったのです。

営業スタイルを根本から見直し顔と顔を合わせて現場の声を吸い上げる

この危機的状況から脱却するために、小沼水産はこれまでの営業スタイルを根本から見直します。

小沼さん「これまでは、決まった顧客と市場に納めるというスタイルだったので、製造の方に注力し、営業は販売先に任せきりになっていました。一度も自分が顔を出したことがなかったお客様も多くいたので、まず全てのお客様を回るころから始めました。そして、関係を深めていけそうだと感じたお客様のところには定期的に足を運び、展示会などにも積極的に参加するなど、とにかく地道な努力を重ねました」

ようやく販売先の小売店の方にも顔を覚えてもらえたと感じていたころ、新しい商品を取引先に持っていったときに、「旗艦店で売って見ないか？」と声がかかります。

多店舗展開している小売店の販売戦略上の中心となる店舗で実績が上がれば、広域で販売できるという商機。敏也さんは実際に売場に立ち、自社製品の試食販売を行いました。この経験は、消費者の声を直に聞けるほか、お店の方とも店頭でどのような売り方をしたらよいかなどを話すことができるいい機会になったといいます。

そのころから敏也さんは営業、仕入れ全般は兄の和幸さんという役割分担が自然と固定されていたそうです。

それまで佃煮商品は大手メーカーのOEMを主体に販売してきたため、リパック用の原料としての販売がほとんどでしたが、敏也さん自ら足を運んで営業活動をおこなったことで、真空包装形態での殺菌済み製品の需要が多いことが分かってきました。

また、店舗での営業中、試食を出しているときに興味を示すお客様は主に年齢層が高く、「歯がわるくて……、もっとやわらかく作ってくれたら」「佃煮はのどが渇くから……」という声が多く聞かれたのです。

小沼さん「佃煮だと煮詰めないといけないので、堅くもなるし塩分も濃くなる。さっと浅く煮て真空パックにし、冷ますときに味を浸み込ませる製法をとれば、薄味でやわらかい商品が作れるのではと考えました」

現場と取引先からのニーズが重なって、新しい商品形態と増産体制を目指す

売場で商品作りのヒントとなる消費者の声を吸い上げたのと同時期に、お弁当を扱う既存の取引先からも、佃煮とは異なる浅炊きの商品を作れないかという引き合いが入ります。

消費者の声と取引先からの打診が重なって、小沼水産は浅炊き、真空包装形態の商品開発に注力します。そして、2017年に「あさり浅炊き」と「はまぐり浅炊き」を商品化。どちらもふっくらとやわらかい身の食感を生かして、あさりとはいまぐりの旨味そのものが味わえ、ごはんのおかずとしても、お酒のおつまみとしても箸が進む品です。

浅炊きシリーズのこの2品は、取引先にも好評を得ますが、真空包装製品の売上拡大を図るためには、既存の設備や人員では生産量に限界があり、省人化を図りつつ増産体制のための環境を整えることが必須でした。そこで2020（令和2）年度の販路回復取組支援事業を利用して導入したのが、「半自動殺菌機」と「除水機」です。

「半自動殺菌機」を導入したことで、正確な温度管理ができるようになったほか、加熱槽や冷却槽への搬入もスムーズになりました。またこれまでは、冷却槽で冷ました商品のパッケージについた水滴を1袋ずつタオルで拭く作業が必要だったので、300kgの商品を生産するのに5～6人の人員で、2時間を要していました。しかし360度から風を吹き付け、水滴を飛ばしながら乾かす「除水機」の導入後は、同工程を2～3人、30分でこなすことができるように。除水の工程から自動でエックス線の工程へ流れるようにしたことで、効率化が図られ、一日あたりの生産量も300kgから500kgへと大幅な増産を可能にしました。



半自動殺菌機。加熱槽や冷却槽への搬入、搬出をチェーンブロックで行う



360度から風を吹き付け、水を乾かす除水機。大幅な省人化と生産性の向上が図られた

今までもこれからも、「かすみがうら」の地に根差して

敏也さんは、佃煮とは異なる浅く炊いた惣菜商品を、今後介護や医療系の分野に向けて販路を広げていきたいと話します。

小沼さん「高齢化が進むなか、これまで佃煮を食べていた人が、歯がわるくなったり塩分値が高かったりという理由で食べられないという状況がもっと出てくるはず。そこに照準を合わせて商品を作っていけたらと考えています」

2020年春からのコロナ禍で飲食店向け、とくに居酒屋をはじめとした飲食店向け冷凍素材の出荷が減り、震災前の水準までは売上回復には至っていない状況ですが、2021年1月から東京、名古屋、大阪、福岡でのオンラインによる消費地商談会への参加などで、浅炊きシリーズをPRするなど積極的な営業を続けた結果、産業給食関係などから新規の引き合いがあり、受注へつなげることができたそう。2021年の春には浅炊きシリーズ3品目として「浅炊きしじみ」が商品化され今後の販路拡大が期待できます。



新たに開発した浅炊きシリーズ
(左から順にあさり、しじみ、はまぐり)

小沼さん「今後、コロナ禍が収束し行動の制約がなくなったあとでも、元に完全に戻るといふわけにはいかないと思います。その時々々の情勢やニーズに合わせて会社を変容していく必要があると考えています。それにはまずネットを通じた販売や、宅配需要にも対応できる商品づくりが課題ですね」

先代から会社を引き継いだあと、時を置かずして見舞われた東日本大震災と原発事故。10年を経た今を振り返り、敏也さんはこう語ります。

小沼さん「家業に入って、まだまだ経験不足のまま代替わりをせざるを得ない状況の中、震災が起こって、風評被害なども重なり、一時は会社も大きく傾きかけたこともありました。今は新たにコロナ禍をどう生き残るかというのも課題です。誰も予測できないような事態が起こっても、ここまでなんとかやってこられたのは、一緒に会社を支える親族や家族のように小沼水産を支えてくれた従業員さんや漁師さん、取引先の皆さんがいてくれたから。これからもずっとこの地に根ざして頑張っていきたいと思います」

茨城県・霞ヶ浦の地で明治期に創業。地域の「食の伝統」を受け継ぎながら、歳を重ねてもずっと食べたいと思う人が食べられる味を届ける小沼水産。しなやかな姿勢で道を拓いていく兄弟経営者の姿がそこにありました。



小沼水産株式会社

〒300-0202 茨城県かすみがうら市田伏 470-2

自社製品：水産加工（佃煮等）、ワカサギ、シラウオ、川エビなどの冷凍水産物

HP：<http://www.onumasuisan.co.jp>

定番からギフトまで、 海女の町から房州の魚をおいしく届ける

有限会社スズ市水産

鈴木さん「子供の頃、このあたりには海女小屋（あまごや）といって、海女さんが海から上がって暖をとるための場所がありました。そこで海女さんたちがアワビやサザエに味噌を塗ったものを焚き火で焼いて食べていたのですが、子供だった私もそこに行くとお食べさせてもらえたんです」



自らが中心となって自社製品の開発を進める鈴木基進さん

千葉県南部の南房総市千倉町で、鮮魚出荷や水産加工を営む有限会社スズ市水産。社長の鈴木基進さんは、少年時代を振り返りながら、同社の人気商品「天然あわび海女の味噌焼き」の開発につながる原体験を話してくれました。

鈴木さん「当時私が食べたものとは作り方も味付けも変えていますが、商品化にあたっては秘伝の味噌を使用して炭火焼きにするなど、味と食感にはこだわりました。この商品は千葉県の『千葉ブランド水産物』にも認定されているんですよ」

スズ市水産は他にも、「伊勢えびとはまぐりのブイヤベース」や「さばとザクザク大根の南蛮漬け」など、地元の魚を使った商品を数多く揃えています。都内の有名なシェフと開発した「伊勢えびテルミドール」は、クリスマスシーズンによく売れているそうです。

鈴木さん「地元産以外の魚を使うこともありますが、基本的には千倉漁港をはじめとした千葉県の港に水揚げされる魚を中心に加工しています。地元の市場には定置網漁船によって多



海女に伝わる伝統料理を現代的にアレンジした「天然あわび海女の味噌焼き」



伊勢えびとサザエをたっぷり使った「伊勢えびテルミドール」



房州の伝統的な漁師料理「アジのさんが焼き」の製造現場。スズ市水産では新鮮な真あじなどに玉ねぎと味噌をあわせ大葉に巻いて作る



フライパンで焼くだけで手軽に漁師飯が味わえる

種多様な魚が入ってきます。高級魚はそのまま鮮魚として出荷できますが、中には小型のアジやゴマサバなど、買い手の付きにくい魚もあります。うちはそのような魚種を、さんが焼きやマリネなどに加工して出荷しています」

南蛮漬けや西京漬け、フライ製品などの定番商品と、ギフト向けの高級路線。二本柱で商品開発を進めています。

船を降りて水産加工業に転身。都知事賞受賞により高級路線も開拓

スズ市水産が水産加工業を始めたのは1987（昭和62）年。それまでは鈴木さんの祖父が設立した前身の会社が漁船経営をしていました。

鈴木さん「季節ごとにサバ、カツオ、サンマを獲っていました。私も22歳の頃から船に乗っていましたが、乗組員の高齢化や水揚げ量の低下などもあり、経営が難しくなっていました。売上が例年の10分の1になった年もあります。その頃ちょうど国の減船政策があって、うちもその流れに乗ることに。船はまだ新しく、従業員からも『続けたい』という声がありましたが、水揚げが回復するかどうかも見通しが立たなかったため、事業の継続は諦めざるを得ませんでした」

この時鈴木さんは27歳。新しく水産加工業を始めようと考えますが、その仕事の経験がありません。そこでまずは他社の加工場で半年間の職場経験をしてから、自分で加工場を作ります。船の乗組員数名とその奥様方も合流するなどして、10人ほどでスズ市水産として再出発したのです。

鈴木さん「最初はサバ、サンマ、アジを使ってみりん干しを作っていました。もともと海で仕事をしていたことから鮮魚もやりたかったので、鮮魚部門も立ち上げました。最初は小さな工場でしたが、品質を高めるために現在の工場を建てました」

潮目が大きく変わったのは2004年。「天然黒あわび」が全国水産加工品総合品質審査会で東京都知事賞を受賞したことを機に、都内の百貨店との取り引きが活発になります。



自社製品が多くの賞を受賞。部屋の端まで多くの賞状が並ぶ

高級志向のギフト商品のラインナップが増え、表彰される品目も増えていきました。

順調に成長を続けるスズ市水産でしたが、2011年の東日本大震災の原発事故の風評被害により、販路の一部を失ってしまいます。

鈴木さん「当社の目の前には千倉漁港もありますが、地震や津波の被害はありませんでした。別の場所に預けていた原料は津波被害によって廃棄せざるを得ませんでした。それよりも深刻だったのは、原発事故の風評被害です。その影響は、震災の年の夏のギフトシーズンから始まっていました。当時は千葉県のギフトも敬遠されていたので、注文は例年の半分ほどに落ち込みました」

その後、数年かけて売上は徐々に回復していきますが、もともとあった取り引きがなくなってしまったため、元に戻すのは簡単ではありませんでした。

鈴木さん「ただ“待ち”の姿勢でいるのではなく、むしろ積極的に商品開発、新規開拓を進めていきました。従来よりもアイテム数を増やす、従来よりも営業するマーケットの範囲を広げるといった形で進めてきた結果、震災前に近い数字に回復するところまで来ました」

機材導入で作業効率が数倍アップ。冷凍車で直送にも対応

それでもなかなか元通りというわけにはいきません。回復途上では人員不足の問題も発生し、顧客の要望に応えられないケースも増えてきたのです。そこでスズ市水産は、販路回復取組支援事業の助成金を活用して新たな機材を導入します。

鈴木さん「売れ筋のフライ製品やマリネなどの生産工程において、アジやイワシなどの背びれ取り作業がボトルネックとなっていました。そこで背びれ取り機を導入したところ、作業効率が5倍ほど向上しました」

さらにウェイトチェッカーも導入し、製品の重量チェックを機械化。そのことで作業効率は従来の約2.5倍まで向上したのだそうです。

調理も行う加工場は室温の変化が大きいため、品質保持のために欠かせない空調設備も改善しました。また、近隣の量販店や飲食店に直接配送するための冷凍車を導入し、鮮度を保ったまま定時に製品を届けられるようにもなりました。



正確な重量測定により品質保持にも寄与している
ウェイトチェッカー



工場から取引先に製品を直送する冷凍車

地元産にこだわり続け、地域活性化にも貢献していきたい

コロナ禍に見舞われた2020年以降、外食産業からの注文は減ってしまいましたが、一方で巣ごもり消費が増え、従業員総出で対応するほど忙しい時期もあったそうです。環境の変化は今後も続きそうですが、その中でも、地元で水揚げされる魚を用いた製品づくりを続ける軸は変わりません。

鈴木さん「特にフライ関係に力を入れていきたいですね。通常は冷食用のフライだと衣の量が倍になりますが、薄衣で、ヘルシーで、フライパンでも少ない油でも焼けるようなフライ製品を作りたい。水揚げ量の関係から地元産以外を使うこともありますが、なるべく地元のもので、健康志向にこだわっていきたいですね」



ギフト商品と並行してフライ製品の生産も増やしていく

鈴木さん「千倉町はかつて、半農半漁の町でした。この地域には20隻ほどの大型漁船があって、漁のシーズンになると数百人という乗組員たちがいろんな店に寄って、必要なものを買って沖に出ていきました。しかし漁に出る船が減っていくとともに、地元の活気はだんだんと失われていきました。だからこそ、私たちは地元貢献しながら事業を続けていく必要があると思います。新しい機械が入ってできることも増えたので、これからもひとつひとつのことを積み重ねていきたいですね」

千倉町でも、昨今の課題となっている後継者不足の問題が各産業で浮き彫りになっています。鈴木さんの幼少期に比べて子供の数も減り、高齢化も進んでいます。

鈴木さん「うちは息子が戻ってきて働き始めていますが、街全体としても若い人たちに戻ってきてもらいたいですね。このあたりはサーフィンの人気スポットで、それを目的に移住する方が増えているのは明るい話題の一つ。うちも自分たちで作ったものを東京はじめ全国に売り出しながら、房州や千葉県の魅力を発信できたらと思います」

千倉漁港の目の前に工場があるという恵まれた立地環境を生かして、スズ市水産も地元の明るい話題を増やすため、これからも躍進し続けます。



有限会社スズ市水産

〒295-0012 千葉県南房総市千倉町南朝夷 1193-12

自社製品：天然あわびの味噌焼き、アジのさんが焼き、各種フライ製品ほか

HP：<http://www.suzuichi.jp>

直観と行動力。 創業時からの「特製タレ」を武器に次世代へ道筋をつける

有限会社カネヨン水産

九十九里浜のほど近くに工場を構える有限会社カネヨン水産。この地で大正11年に現在の代表取締役古川克俊さんの祖父・四郎さんが「古川四郎商店」として創業し、イワシの煮干し、干物、みりん干しの製造販売を行ってきました。

古川さんが家業に入ったのは、高校卒業後。祖父、父の姿を見て育ち、子どもの頃から自分はこの仕事を継ぐのだと思っていたそうです。



有限会社カネヨン水産 代表取締役の古川克俊さん

古川さん「祖父は体で仕事をするタイプ、親父は頭でするタイプ。自分かというと、直感を大切にされていて、その時々これが行ける！これをやりたい！と思ったことをすぐに行動に移すタイプで、ずいぶん親父とはぶつかりましたね」

先代の尅二さんが同社を引き継いでからも順調に事業を拡大。1991（平成3）年には、宅配部門を立ち上げ翌1992（平成4）年には日本郵便のゆうパックのふるさと小包での取り扱いも開始しました。これが大変好評で、特に1990年代後半から2000年代初頭、工場はフル稼働。多忙を極めたそうです。

創業当時からこだわり続けている主力商品はイワシのみりん干し。カタクチイワシなら10月～2月、マイワシなら5月～10月、一番おいしい時期の素材を厳選しています。創業当時から継ぎ足して使っている特製タレが味の決め手で、「うちでしかできない商品だという自負がある」と古川さんは言います。

しかし古川さんは、その伝統は守りつつも、新たな商品の可能性を見出していきます。百貨店の物産展に出店した際、親類が出品した九十九里の郷土料理「いわしのごま漬」の売れ行きが好調だったことを見た古川さんは、すぐさま作り方を伝授してもらい、昔ながらの良さも残した味にするため試行錯誤を繰り返しながら商品化。その後、2000年頃にサンプルを取引先の量販店に送った結果、翌年には全国店舗での販売が決定しました。良いと思ったことをすぐに取り入れる古川さんの「直感力」と「行動力」で新しく販路を切り開いていきます。

古川さん「親父に二兎を追うな、ってよく言われましたね。だけど自分はカネヨン水産全体で一兎だと思っているので、二兎を追っているつもりはなかったです。だからその時々で、いいと思ったらすぐに試していました」

手がけた「いわしのごま漬」は、2006（平成18）年、千葉県優良県産品に推奨、千葉ブランド水産物認定品第一号にも認定され、みりん干しと並ぶ看板商品となりました。



全国にファンも多い看板商品「いわしのみりん干し」。創業当時から継ぎ足して使っている特製タレが味の決め手。今もすべて手作業で作っている



「いわしのごま漬」。九十九里で古くから郷土料理として親しまれてきた味を商品化。独自の合わせ酢に漬け込み黒煎りゴマをまぶし香ばしく仕上げている



敷地内にある直営店舗。遠方からの観光客や地元のお客さまも訪れる

風評被害に苦しんだ大震災後……。10年をひとつの軸に「もう一度踏ん張ろう」

順風満帆だったようにも見える古川さんですが、実は2000年、40代半ばに難病を発症。4カ月の間入院し、病院での療養生活が続きました。

古川さん「当時、もう仕事をやめようと思ったこともあったのですが、4カ月の闘病を経て退院したとき、一度失った人生をまた貫えたようなもの。これをひとつのきっかけだと思って、もうひと踏ん張り頑張ろうと思ったんですよ」

退院した年には、ごま漬の全国展開が決まり、ゆうパックでも大ヒット、2002（平成14）年には工場を新設、直営店舗も構えました。

これまで売上は右肩上がりだったという同社でしたが、2011年の東日本大震災で大きな打撃を受けます。

古川さん「この地域も揺れがひどくて、電気をはじめライフラインも止まったので、その日は従業員全員を車に乗せて、避難所へ誘導、一夜を明かしました」

電気が復旧したのは、3日後。工場を再開して最初にやったことは、製造途中や出荷前の商品をすべて廃棄することでした。

古川さん「廃棄した商品の損害も大きかったのですが、それよりもその後の原発事故の風評被害の影響のほうが深刻でした」

販売先が離れ、一時売上は震災前の3割減となりました。さらに原料のイワシ漁の操業日数も減り、イワシ漁船の廃業などもあって、原料不足からの原料高に見舞われます。

古川さん「今振り返れば、何かの予感が働いたのかなとも思うのですが、震災が起こる前年に、2002（平成14年）の新工場建設に続く、新たな工場建設計画が進んでいて、もう着工するだけという状態だったんです。でも直前になって、なんとなく……。やめておこうという気持

ちが働き、その年は見送ったという経緯がありました」

その年、工場を新設していたら、震災後の売上が低迷した状況はもっと深刻だったかもしれません。ここでも古川さんの直感が功を奏したというべきでしょうか。

その後、徐々に風評被害を払拭、昔からの同社の品質を知る取引先からの注文も回復しつつありました。一方で、原料不足と原料高が続き、今後を見据え古川さんは新たな手立てを探ったのです。

イワシからの転換でカネヨン水産としての一兎を追う

まず、古川さんは2019（令和元）年に震災の前の年、2010年に一度中止した新工場の新設に着手しました。

古川さん「この会社を自分の代で終わらせるつもりなら、そのままやめてもよかったんですが、次の世代への土台を固めよう、道筋をつけようと思ったので、一度はあきらめた新工場新設に踏み切りました。もう構想も設計もすべて済んでいた状態だったので、あとは自分が決断するだけでした」

その翌年、コロナ禍の影響で内食の需要が増え注文が増加。10年越しの新工場建設も機運が合ったと言えるでしょう。

イワシの原料高の影響を大きく受けていた同社は、魚種をサバ、ホッケ、シシャモなどにも広げ、新商品の開発を進めるために新規製造ラインの構築に着手。販路回復取組支援事業の助成金を活用し、2021年1月に導入したのが、「ヘッドカッター」「腹骨取三枚卸機」「作業台付二段コンベア」です。

古川さん「当初は内臓を取る機械の導入も考えていたのですが、まずは量産させて軌道に乗ったらまた導入を考えようと、導入機械は絞り込み、自社の資金でホッケ用のセンターカット機も入れました」

機器導入と同時期に、以前から取引があった業者から「うちの商品をつくってくれないか」という引き合いがあり、2021年4月以降、「さばみりん干し」「しまほっけ一夜干し」などの新製品の製造、販売を開始。売上ベースで月に約200万の増加となっているそうです。



新たに導入した作業台付二段コンベア。既存の商品にも流用でき作業効率が上がった



工場内ではイワシのみりん干しが、丁寧な手作業でつくられていた

「どこかに抜け穴がきっとある」余力を残し研究を重ね機運をつかむ

「まだまだこれから。慌てずじっくりと」と古川さんは話します。サバのみりん干しは、市場に既存製品が多数ある品。「でも、そこに抜け穴がきっとあるはず」と商機を伺っています。

現在、新製造ラインでつくっている商品のサバのみりん干しには、製造依頼を受けている業者から指定された使い捨てのタレを使用しています。

古川さん「サバのみりん干しは、うちのタレでまだ作っていないんです。今後はうちが創業時から継ぎ足して使っている特製のタレを使った商品の売り込みを目指しています。そうすれば差別化も図られて既存の市場にもきっとチャンスがあるはずです」

来年、同社は創業100周年を迎えます。創業時からのみりん干しのタレは、その都度煮直し、丁寧に不純物を取り除いて作ってきたもので、魚のアミノ酸が蓄積されてうまみたっぷりです。

古川さん「よそにないものを。他社で作っているものが良いものなら、その上に行く製品作りをしなければ。でも、いきなりは無理。これだけのいい機械を導入したので、じっくりと時間をかけて、商品開発と研究のための余力を残しながら運転をして、機運が来た時にそのタイミングを掴もうと思っています」



創業時代からの特製タレが保管された樽。魚のアミノ酸が凝縮され、旨味のかたまりとなった100年モノ

今後さらに生産量や売上を増やしていくため、利益率が低い商品を削っていくなど、戦略を図っているところだそうです。

また、現在大手オンラインショップに出店している通販部門ですが、2021年秋リリースを目指して、自社での通販サイト構築に注力しています。現在同社の売上の数%である通販部門を30%まで伸ばしたいと考えているそうです。

地元で消防団長も務めている古川さん。その業種を超えたネットワークとリーダーとしての決断力、行動力は、地域でも頼られる存在であることが想像できます。

闘病、震災と原発事故による風評被害。そのたびに波を乗り越え転機としてきた古川さんは、こう振り返ります。

古川さん「がくと落ち込んだときに、何かがひらめくのかもしれないですね」

九十九里の味、カネヨン水産の100年越しのタレでつくられた新商品が、全国の食卓に届けられる日も近いでしょう。



有限会社カネヨン水産

〒283-0104 千葉県山武郡九十九里町片貝 3772 番地

自社製品：いわしのみりん干し、ごま漬、さばのみりん干しなど

HP： <https://kaneyonsuisan.com>

「一日一日が勝負」 鮮魚の目利きへの信頼を武器に

株式会社イリヤマサ加瀬商店

日本屈指の水揚げ高を誇る銚子港で、鮮魚の仲買、荷物の運搬などを行う商店として、昭和30年代に加瀬清さんが創業したイリヤマサ加瀬商店。

二代目を継いだ加瀬弘泰さんが、昭和40年代後半に現在の地に本社工場を建築、銚子漁港をはじめ、北日本各地で水揚げされた主にサンマ、サバ、イワシを鮮魚や開きなどの塩干品に加工し全国の卸売市場に販売。魚の確かな目利きで、顧客からの信頼を集め、順調に事業を広げていきました。

現在、仕入れから現場のすべてを取り仕切るのは、取締役営業部長の加瀬祐二さん。静岡県三島市の生まれで、結婚を機に銚子に移り住みました。当時25歳でした。



取締役営業部長の加瀬祐二さん

加瀬さん「それまでは、大学卒業後に就職したメーカーに勤めていました。まったく畑違いの世界で、魚の種類も分からない状態だったので……、この仕事が務まるのかと不安でしたね」

入社後は、先々代で義祖父である清さんについて毎朝、銚子港へ行き、魚の目利き、仕入れについて清さんの姿から学び修業する日々だったそう。

加瀬さん「入社した当時銚子港に水揚げされるのは、マグロやカツオなどの大型の魚がほとんどでした。それらを毎日数百本仕入れるのですが、地べたに並べられているマグロを1本1本ひっくり返して、魚の状態をよく見極めて買い付け、すべて2人でトラックに載せる。すごく体力がいる仕事で最初はきつかったですね」

同社の業務でメインとなるのは鮮魚出荷。品質の善し悪しが売上や信用に直結するため、買い付けは一番とっていいほどの大仕事です。先々代とともに毎日市場に立った修業期間の5年を経て、加瀬さんは晴れてイリヤマサ加瀬商店の看板を背負って仕入のすべてを取り仕切るようになりました。

加瀬さん「アタリの入った（網などで傷のついた）マグロを仕入れてしまったりして落ち込んでいるときも、先代である義父は絶対に人のことを褒めるんです。『今日の魚はよかったよ』と言ってくれて……。明日は絶対挽回しよう、と思いました」

そうして先代に見守られながら、目利きの精度を上げていった加瀬さん。買い付けはお客様のことを第一に考えながら行っているそう。

加瀬さん「うちの箱だったら中身をみなくても大丈夫だ、とお客様に思ってもらえるように、という意識でずっと取り組んでいます。安い魚を買い付けて利幅を得なくては、と思っていた時期もあったのですが、安い魚というのはそれなりのわけがあるので、そうした魚を買い付けたとしても、お客様にはすぐ分かってしまいます。自分も納得できないですし、いい魚を買って損が出たとしても仕方ないと思えますからね」

銚子で取引をしているのは同社だけという顧客も多いので、加瀬さんはそうしたお客様にも加瀬商店から買ってよかったと思ってもらえるようにしたいといいます。



加瀬商店オリジナルの箱に入った鮮度抜群の鮮さんまが出荷を待つ

津波を直観。すぐさま市場から工場へ。地盤沈下で操業が困難に

2011年、東日本大震災が起こった日も加瀬さんは従業員とふたりで銚子港に買い付けに出ていました。経験したことのない大きな揺れに襲われたとき、加瀬さんは「津波が来る」と直感したそうです。

生まれ育った静岡県三島市では、日頃から東海地震への防災訓練を経験していました。その経験から、すぐさま市場から工場へ戻り、仕事を中断させ、安全確保のため従業員を帰宅、避難させました。

その時、工場では敷地内のいたるところで水があふれ出していました。水道管が破損したのかと思いましたが、工場が利根川河口の埋め立て地に立地していたことが原因で、液状化が起っていたのです。

加瀬さん「冷蔵庫など重機材が乗っている箇所は15cmほど沈んでしまって、家も傾きました。でも、仕事を止めるわけにはいかないので、ライフライン復旧後は、工場の使えるスペースで仕事をしながら、修理を続ける状態でした」

工場2階の資材置き場は、地盤沈下のため、現在も傾いたまま。修理を続けながら、限られたスペースでの仕事となったため、工場の稼働率、生産量が下がり、震災後は、震災前の売上から30～40%減ったそうです。

また、銚子港での水揚げも漁獲物の放射能検査や資源保護の点から、操業日数が減少。それに伴って1日の水揚げ量が増える状態が続きました。そのため保冷倉庫を新たに増やし、水揚げがある日に大量購入できる体制を整えるなど、取扱量を落とさない努力を重ねてきました。しかし、震災以降、顕著になった労働力不足という大きな課題により、取り扱いの魚種、数量を増やすことが難しく、売上の回復ができない状況にありました。

加瀬さん「以前はイワシならイワシでほぼ同サイズのものが揚がっていたので、仕入れた多くを鮮魚として出荷できていました。震災前と比べて、海洋環境が変わったのか原因は分かりませんが、近年はサイズのばらつきが顕著で、選別作業が必要です。そのため、人手不足、生産力の低下に拍車がかかった状況でした」

さらに売上減となった要因は、日本人の食生活の変化でした。生の魚を買って家で調理するという家庭が減り、レトルトや加工済みの商品のニーズが増えていきます。こうした市場の変化も伴って、当時9割を占めていた鮮魚出荷以外に、冷凍加工品を増産する体制作りが急務となったのです。

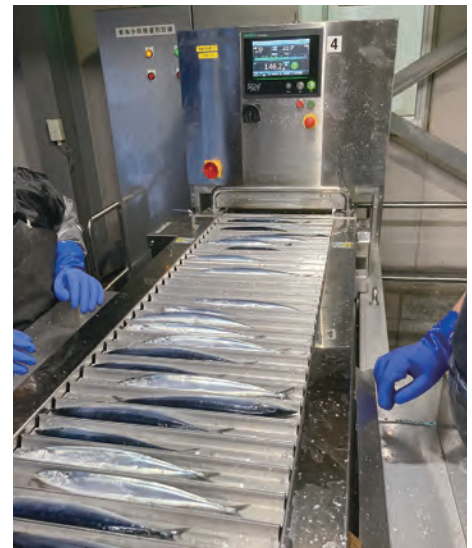
その日揚がった魚をいかにロスなく商品にするか。 人海戦術だった選別作業を機械化

“魚の選別精度を上げながら、人手不足のなかでも生産性を向上させる”
この課題を実現するために導入したのが、小型自動選別機と重量選別機です。

例えば、イワシの場合、まずは「小型自動選別機」で5段階のサイズに分けます。その後「重量選別機」でさらに細かくサイズ選別を行うのですが、その選別は1g単位で設定でき、最大10段階に分けることができます。また、重量選別機は魚を載せるトレイ部分を交換するだけで選別する魚種の変更も簡単にできるため、午前中はサンマ、午後はサバといった選別作業も可能になりました。

導入以前は、目視と手作業で15tの選別作業を20人ほどで約5時間かけて行っていたのですが、導入後は同人数で30tを約4時間で処理できるようになり、大幅に生産能力がアップしました。操業日数が減り、一日の水揚げ量は増えるという昨今の状況で、限られた人員の中、この生産能力の向上はとても大きいと加瀬さんは話します。

加瀬さん「銚子でイワシが揚がったとします。でも、その日にイワシが必ずしも売れるとは限らないんです。たとえば日本海側の漁港で、この季節、もっと脂の乗っているイワシが揚がった。そうするとマーケットでは銚子のイワシは売れないから、今日のイワシは、はえ縄の餌向けに凍結加工して売ろう、といった判断します。私は毎朝そういった情報をセリ人から聞いて、その情報をもとに買い付け、すぐさま工場に作業の指示を出すのですが、機器の導入により、水揚げ状況に応じて、その日の生産内容を柔軟に変えることができるようになったのはとても助かっています」



鮮魚小型自動選別機一式と重量選別機での選別作業。導入前は人による目視で選別作業を行っていた

また、5段階+10段階の選別で顧客のニーズに、きめ細かく正確に応えられるようになったことも、大きなメリットでした。

加瀬さん「目視で選別していたときはどうしても誤差が出てしまいます。サンマの開きにしても、サイズのばらつきがあると、お客様のところでさらに選別が必要になってしまうことも。用途に合わせて同じサイズで納品できれば、会社の信頼にもつながります」

機器導入により、着実に売上が伸びて、今後も増加が望めそうだとはいいます。人手不足を機械化で補いながら、需要に合わせた細かな重量選別を行った凍結原料の取り扱いが増えたこともあり、現在、売上は震災前の95%まで回復しているそうです。

鮮魚を柱としてきた強みを活かしようちにしかつけない商品で安定に導く

現在は、サンマの開きのほか、凍結加工した魚を加工業者に原料として卸していますが、今後は、質のよい魚を仕入れたときに、自社で加工して販売できるように新商品開発に取り組んでいきたいと話す加瀬さん。銚子港に出入りする冷凍加工品を扱う専門商社の担当者に、「どういう加工をしたらいいか」と直接聞いて情報収集し、すぐに工場で実践、という試みを繰り返しているのだそうです。

加瀬さん「鮮魚をずっと扱ってきたという強みをいかして、いい原料を厳選した自社加工品づくりができたらと。イリヤマサ加瀬商店のものなら間違いないと思ってもらえる商品がくれたらと思います」

静岡県から銚子に移り住んで20年。最初は自分にできるのか、と不安だったという加瀬さんですが、「毎日、今日はどんな魚が揚がるかワクワクします」と話します。一方で、「一日一日が勝負です。そこがこの仕事の面白さでもあります。銚子港に水揚げがないと仕事を生み出せないという不安定さを解消していかなければ」とも。安定して工場を稼働させるためにも、自社加工による新商品づくりが必要だと言います。

震災の年とその翌年に生まれた息子さんは、現在小学校4年生と3年生に。工場で箱出しなどの仕事を手伝ってくれるそうです。

先々代と通った市場での日々に培った「魚の目利き」を土台に、イリヤマサ加瀬商店の柱をもっと強いものにと奮闘する加瀬さん。「次世代によい形でつなげたい」。そんな強い思いが伝わってきました。



株式会社イリヤマサ加瀬商店

〒288-0046 千葉県銚子市大橋町 6-14

自社製品：鮮魚出荷（イワシ、サバ、サンマなど）、塩干品製造（サンマ）、加工用原料

震災後に入社した若いパワーが、 老舗を活性化させていく

株式会社大一奈村魚問屋

暖流「黒潮」と、寒流「親潮」、利根川からの運ばれる栄養豊富な水が交錯し、その潮目はプランクトンが多くなることから、世界でも有数の漁場である銚子沖。そのため銚子港は、長年水揚げ量日本一を誇っています。その銚子港のお膝元、銚子市でトップレベルの生産規模を誇る水産事業者が、大一奈村魚問屋です。

坂本さん「大一奈村の創業は明治15年に遡ります。昭和33年に法人化してからは、銚子市内に複数の冷凍設備を持ち、現在は銚子市内に5つの工場があります。また一時期は佐賀、福岡、鳥取、大阪など全国各地に営業所を持っていました。震災の影響や後継者不足でいくつか売却しましたが、現在も長崎県の松浦市と、宮城県の石巻市にもまだ拠点がありますし、海外にも事業所を保有しています」



株式会社大一奈村魚問屋 代表取締役社長
坂本洋一さん

坂本さんは、平成29年に大一奈村魚問屋の代表取締役に就任。それ以前は全国漁業協同組合連合会に在籍し、先代社長の奈村一雄さんとは色々なプロジェクトと一緒に推進した仲。大一奈村魚問屋がメキシコに現地法人を作る際にも、坂本さんも公証役場で立ち合いをしたのだそうです。

坂本さん「前社長の奈村一雄さんは、チャレンジ精神が旺盛で、決断の早い人でした。前社長との仕事で特に印象に残っているのは、パプアニューギニアに新規でサバを販売する輸出事業かな。海外の輸出も初めてのことで他の人はやりたがらない。でも奈村さんは、おもしろい、やろう、とすぐ乗ってくれる。だから銚子で何かある時はバイタリティのある奈村さんに一番に相談していました。そんな縁もあって、かなり前から大一奈村に入らないかと誘われてはいたんです。前社長が退くタイミングで、私も新しいことにチャレンジしようと社長就任を決めました。人生1回しかないしな、とあってね」

震災までは銚子の豊富な水揚げを背景にした凍結事業を主力とし、周辺の加工業者にも凍結商品を卸していたのだそう。国内に加え、海外への輸出も積極的に取り組み、ピーク時には120億円もの売上がありました。

津波の被害と、原発による禁輸措置で売上が半減

東北に比べれば、震災被害のイメージが薄い千葉県ですが、銚子でも津波の被害がありました。大一奈村魚問屋でも、潮見町にあった第一工場は大規模半壊し、1階にあった冷凍機3台が全滅。

また潮見第二工場でも、加工設備が浸水し、使用不可能となったのです。

遠藤さん「潮見地区は海沿いだったため津波被害が大きかったです。すぐそばに銚子マリーナがあるのですが、そこにあったヨットや、大型のコンテナなどが陸地に打ちあがっていました。私は震災後に入社したので、当時の職員から聞いた話ですが、潮見第一工場の機械室は、1.5m くらいまで波が来たそうです」

大規模被害を免れた工場を使って、震災から1か月後に仕事を再開した矢先、福島原発事故を受け、中国・韓国が福島近県からの水産物の輸入を禁止。そのため、中国や韓国への輸出を積極的に行っていた大一奈村魚問屋では、甚大な影響を受けました。

震災から10年が経過した現在も中国、韓国の禁輸措置は継続しており、売上回復の目途が立ちにくい状況です。

坂本さん「できる限りの企業努力はしていて、ベトナムやアフリカなど、別地域への輸出は拡大しています。しかし、中国や韓国から得ていた売上を補填できるほどではありません。また、宮城県の石巻市にあった事業所が被災したのも大きかった。この2つが影響して、震災直後の売上は、震災前から半減したと聞いています」

被災地ではあるものの、支援が少なかった千葉県。震災時に被害にあった潮見第一工場の冷凍庫の復旧もままならず、坂本社長が赴任してからようやく叶ったのだとか。

坂本さん「冷蔵庫3台は平成30年に環境省から補助金をいただいて、新冷媒のものを入れました。震災後も地道に企業努力はしていましたが、設備投資まではできずに他の設備でできることをやっていたと聞いています。建物も津波の被害があった部分を修復したり、断熱材などの補強をしてようやく復旧しました」



株式会社大一奈村魚問屋 総合管理部課長
遠藤純一郎さん



温室効果ガスであるフロンガスを一切使用しない“ノンフロン”冷凍機

設備投資で、海外への輸出をさらに拡大したい

ようやく設備も整い、販路回復の土台ができた大一奈村魚問屋。その流れを加速するために、今回令和2年の販路回復取組支援事業を使って導入したのが、段ボール凍結製品用のラインです。

これまで凍結品は工場などで使うことが多いため、冷凍パンを使って凍結し、包装を施さないまま出荷するブロック凍結品が主流でした。しかし、ベトナム、アフリカなどの新しい輸出先では、スーパーや市場などで販売する端売り用の需要があり、段ボール入の凍結品の方が求められるため、こういった要望に対応していくためには必須の設備だったのです。

遠藤さん「段ボールに原料魚を入れ、冷凍庫内の棚に並べ凍結した後、出荷しやすいようにパレットに段ボールを積み直す作業があるのですが、これを今までは人の手でやっていました。ラインがふたつあるので、1ラインにつき2人の人手が必要だったんです。でも今回の機器導入により、この作業が自動化されたおかげで、4人分の省人化が可能になりました」



今回導入した段ボール製品用のライン



2ラインへのパレット積み作業が自動でできるようになった

今は採用募集をかけても、なかなか応募が来ないため、人手の確保が難しいのだそう。そのため省人化は売上回復のためには重要な課題でした。段ボール凍結製品は10kg入と15kg入があり、パレット積み作業は特に重労働。そのためのこの作業の自動化は従業員への負荷を大幅に減らし、効率化に非常に役立っているといいます。

坂本さん「銚子は青物を中心に日本一の水揚げを誇っています。震災後、海の状態が変わっていましたが、イワシを中心に水産資源も増えてきました。その中で、今後、何が伸びるかという輸出だと思えます。国内市場はもう固まっていて、それほど伸びしろはない。海外に良質なたんぱく質として、魚を安定供給していくことが大事です。そのために冷凍庫も入れ、段ボール凍結を量産できる体制も整えました。豊富な水揚げを、どう使うかが知恵の出どころだと思っています」

フレッシュな人材が、大一奈村魚問屋を支える

冷凍庫や段ボール凍結ラインの新設で供給体制が整ってきた大一奈村魚問屋。さらに坂本社長の代になって、安心安全な魚を届けるために、HACCPの取得も実現しました。

遠藤さん「坂本社長はフランクで、従業員にも積極的に話しかけてくれるので、会社の風通しも、今はすごく良くなっています。実は以前から、HACCP取得を目標にして、設備なども整えていたのですが、なかなか進んでいませんでした。社長が取得実現を目標に決めてからは、従業員も本気で協力してくれたのが大きかったと思います」

HACCPの取得を機に、製造に対しての意識も高まり、従業員の結束も固まってきたのだそうです。

そして大一奈村魚問屋にはもうひとつ強みがあります。それは、今回同席してくれた課長の遠藤さんをはじめ、幹部の年齢が非常に若いこと。遠藤さんは38歳。そして、専務や工場長も同世代。坂本さんも、「HACCPをとる時にも、彼ら若い世代の尽力が大きかった」と太鼓判を押します。

実は遠藤さんは、創業者のお孫さん。子どもの頃から、ずっと大一奈村魚問屋に入りたいと願っていましたが、一度は家業を継ぐために断念したのだそう。しかし、子どもの頃からの夢を諦められず、平成 28 年に大一奈村魚問屋に入社しました。

遠藤さん「僕は初孫だったせいか、おじいさんに随分面倒を見てもらいました。幼稚園の頃から工場に遊びに来て、従業員さんのフォークリフトと一緒に乗せてもらったのが楽しくて。ちょっと遠回りはしましたがやっと夢がかなったので、今後は良い商品を作ってたくさんお客様に届けたいです。社長がどんどんアイデアをくれるので、それを実現させていきたいですね」

一昨年、新卒で女性社員も入社し、男性に交じってフォークリフトを運転するなど、バリバリ活躍しているのだそう。社長も含め、震災後に入社した新しい人材、若い力が、銚子の老舗、大一奈村魚問屋をより一層パワーアップさせているようです。



今年 21 歳になる女性従業員・加藤かすみさんも、男性に交じって活躍している



株式会社大一奈村魚問屋

〒288-0002 千葉県銚子市明神町 2-205-3

自社製品：冷凍加工（サバ、イワシ、サンマ、カツオ、マグロ等）

「房州の美味魚」を、仲間とともに盛り立てたい

有限会社大福商店

房総半島の南端、東京湾に面する千葉県鋸南町。有限会社大福商店は、この地で昭和28年に誕生しました。当初はイワシを餌料として販売していましたが、昭和37年に町内の製氷工場を買い取り、製氷業にも乗り出します。その後、冷凍設備を導入し、冷凍倉庫を拡充。以降、餌料・加工原料となる冷凍イワシ・サバ等の販売、寿司ネタ用のコノシロなど食用の加工品製造、製氷業の3つを事業の柱として成長してきました。

鈴木さん「創業したのは、私の父親とその兄弟たちです。兄弟の父親が福松さんという名前だったので『魚福』という屋号で始め、“うおふく”という言葉がなまって、“おおふく”になり、社名も『大福商店』になったと聞いています。父の弟はバイタリティがある人で、一時期は地元だけでなく、愛知や大阪などからもコノシロを買い付けて1日70～80トンほどを扱っていたこともありました」



有限会社大福商店 代表取締役 鈴木仁さん

現在の社長である鈴木さんは、地元の安房水産高校を卒業後、長崎大学の水産学部に進学。卒業後は、すぐに大福商店に入社しました。製造ラインを中心に、様々な仕事を手掛けましたが、中でも印象に残っているのは永谷園が販売し大ヒットした「大人シリーズ」のフリーズドライ原料で使われた東京湾生海苔の凍結事業。

もともと冷凍技術に定評のあった大福商店が地元の漁協に推薦され、最終的にはその凍結技術と品質の良さから、それまで全国数か所で生産されていたものが大福商店に一本化されたのだそうです。

鈴木さん「うちは冷凍保管庫に商品に直接冷気を当てないヘアピンコイル式という冷却方法を導入しています。通常の冷凍保管では、製品に冷気が直接あたるので乾燥しやすいのですが、ヘアピンコイル式は冷風が直接商品に当たらないので、品物に優しく、商品が締まって長期保存もできます。生海苔は気温が上昇するとすぐに劣化してしまうのですが、製氷事業もやっていることで、製造工程の中で水をふんだんに使える強みもあり、品質を落とさず凍結ができました」

大福商店の冷凍技術は他の取引先からの評判も高く、「製品も、氷も、芯まで凍って溶けにくい」と言われることも多いのだそ



ヘアピンコイル式の保管庫。
乾燥しにくく長期保管に適している

う。実際、大福商店の冷凍の撒き餌を仕入れたお客様から「マグロ用のバンドソーで切ったら刃がとんでしまった、鉄でも混入しているのではないか」と問い合わせが入ったこともあるのだとか。もちろん異物混入などではなく、最終的には“製品の芯まで硬く凍った凍結と保管技術”とお客様にも感心されたのだそうです。

理不尽ともいえる風評被害で、売上が大きく落ち込んだ

鈴木さん「震災のことは、よく覚えていますよ。ちょうど九十九里港で買い付けた真イワシが到着して、その選別をしていたら、急にスパッと電気が切れてね。停電かと思ったら、直後に大きな揺れがぐらぐらと来て、社員に“大きいから皆、外に出ろ”って声をかけました。このあたりは震度5だったと思います」

揺れは大きかったものの、最初はすぐに電気が復旧するのではないかと待機していたのだそう。しかし、2時間以上待っても停電が続いたため、その日の作業は中断しました。翌日には停電は解消し、設備にも被害はなかったため通常の仕事に戻ろうとしたところで、原発事故による風評被害に直面したのだそうです。

鈴木さん「今まで餌としてカタクチイワシを西日本に売っていたんです。あれ、いつも来る電話が来ないなと思って取引先に電話したら“千葉県産のものは使えない”と言われて。『え？なんで？うちは千葉県内房の東京湾の魚ですよ、海域が違うんで問題ないですよ』、と何度も説明したけど、“千葉県産はとれないんです”の一点張りでした。震災前にストックしてあったものもダメと言われて、そんなのおかしいという話をしたのを覚えています」

数々の風評被害の中で、最も大きな痛手となったのが禁輸措置でした。大福商店ではコノシロの冷凍品を中国、韓国向けに輸出していたのです。この時も「扱っている魚は東京湾の魚であり、禁輸になっていない神奈川県産のものと同じ海域である」と主張したものの、日本国内以上に理解を得るのは難しく、現在でも禁輸対象となったままです。

その後、国内向けの事業は、品質への信頼が高かったことも幸いし、ほぼ震災前の状態に回復しました。ただし、永谷園の生海苔凍結事業はその後、縮小中止、また中国・韓国への輸出が多かったため、売上はなかなか震災前の水準には戻りません。もちろん、ただ手をこまねいていたわけではなく、エリアを拡げ他県産の魚を扱ったり、他にも、地元産の加工魚種を増やしたり、ベトナムへの輸出を強化しています。

鈴木さん「中国とベトナムでは人口が違うので、禁輸前の売上にはまだまだ届きませんが、今、一番伸びているのはベトナムへの冷凍サバ輸出です。魚自体の鮮度と質もいいし、ウチの冷凍技術と丁寧な作りも評価されています。あとベトナムは中華圏なので、“大福商店”という社名も縁起が良いと指名買いされるようになってきました」



ベトナムで人気の大福商店のパッケージ

冷凍ウイング車とライニング槽の導入で輸送効率が大幅に上昇

震災後、大福商店では新たな事業を開拓することで、売上の回復を試みてきました。しかし新規事業を増やすことにも限界があります。そこで視点を変え、業務の効率化による売上拡大を目指す方向に舵を切りました。

効率化にあたり、令和2年度の販路回復取組支援事業でまず導入したのが冷凍ウイング車です。今まで運送業者に依頼して、氷は保冷トラック、魚は平ボディ車で輸送をしていましたが、温度設定が可能な冷凍ウイング車であれば、一台で原料の魚、凍結後の製品、水産氷のすべてが運べます。それにより、輸送効率・輸送コストが大幅に改善したのだそうです。

鈴木さん「今までのトラックと違い、ウイング車は側面がフルオープンになるので水槽が簡単に詰めるようになったんです。それに、原料がたくさん揚がると冷凍保管庫がすぐにいっぱいになってしまうんですが、冷凍ウイング車があると製品をパレットごと営業倉庫に持って行って、そこで保管することもできるようになりました。そのおかげで、魚がたくさん揚がる安い時期に、多くの原料を仕入れることができるようになりました」



新たに導入した冷凍ウイング車

あわせてライニング槽も12台購入しました。このライニング槽があることで、角氷だけでなく砕氷した状態での氷の販売が可能になりました。

鈴木さん「最近の工場は回転リフト対応なので、ライニング槽に砕氷で持っていくとすぐに作業ができて、お客さん側の効率も上がりました。水産業は氷が大事なので、安定供給できる体制が必要なんです。氷を出荷した帰りに原料の魚を仕入れて戻ると、臨機応変な対応もできるようになりました。今は、冷凍ウイング車とライニング槽の組み合わせで、輸送効率が大幅に上がっています」

事業の効率化は「自社だけでなく地元の水産業のためにも大事」と何度も語るなど、地元への思いが強い鈴木さん。実は地元の水産業を盛り立てるため、自前で房州をアピールするステッカーを作成し、母校のOBに無償で配布。仲間を募って、みんなで房州をアピールする活動も始めています。

鈴木さん「ステッカーには、“房州の潮が香る美味魚”と入れました。“潮が香る”は私が卒業した安房水産高校の校歌の冒頭から拝借しま



ライニング槽は原魚や氷の運送に役立っている



冷凍ウイング車の背面にも書かれている「房州の潮が香る美味魚」のロゴ。ステッカーも作成し、母校のOBを中心に配布している

した。最後の美味魚は“うまさかな”と読みます。うまい魚と、おいしいなあという感嘆の意味を掛け合わせました。五七五の口調で語呂が良く覚えてもらい易いと思って、このフレーズを考えました。皆で千葉の魚を盛り立てていければいいなと思ってね」

地元のため、将来のためを常に考えて動く

大福商店では、今後より付加価値の高い商品を作るため、冷凍技術のさらなる改善を目指しています。そこで着目したのが「解凍してもドリップが出ず、刺身で提供できる」瞬間凍結。そして鈴木さん、なんと市販の瞬間凍結の機械を用いずに、その状態に近い凍結を可能にするシステムを考案し、試作にも成功しているのだそう。

鈴木さん「これまでうちで扱ってきたのはイワシ、サバ、コノシロなど安価な魚が中心ですが、今後は新しい技術を使って、東京湾の名物である黄金アジや、キンメダイなど高額な魚を扱っていきたくて思っています。高い冷凍技術があれば、旬のおいしい時期に仕入れて、獲れたての鮮度が保たれた状態で冷凍保管し、年間を通して安定的に出荷できます。そうすればウチの利益にもなるし、地元の漁業者の助けにもなれるかもしれないと思っています」

実際、コロナ禍で外食産業がストップし、地元の養殖業は、価格が大幅に下落するなど大打撃を受けたのだそう。その時に、「値崩れさせず、買い支えて地元の産業を守りたい」と感じ、その思いが新しい技術の開発のモチベーションになったのだそうです。それ以外にも、年々漁獲の少なくなっている東京湾を「豊かな海」に戻すため、排水基準の緩和を県に掛け合うなど、鈴木さんの頭には常に地元や水産業全体のことがあるようです。

鈴木さん「加工に手間がかかるので量産はできないのですが、鋸南町の学校給食にスズキの切身も提供しています。おいしい魚を提供することで、魚の美味しい房州に生まれて良かったと思って欲しいんです。それに、おこがましいかもしれないけれど、魚好きの子どもを増やすことで将来の魚離れを食い止める助けになればいいな、なんて思っています」

自社や顧客だけでなく、地域のこと、将来のことを考えて動く。その姿勢が、今後も「房州の美味魚」の発展を支えていくことでしょう。



有限会社大福商店

〒299-2117 千葉県安房郡鋸南町勝山126

自社商品：水産物冷凍加工品（養殖魚向け餌料イワシ、冷凍サバ等）、水産加工品（寿司種用コハダ等）、水産氷

HP：http://www.daifuku-syouten.co.jp

銚子の素材で銚子の味を新しい発想で 地域の味を届けたい

千葉県漁業協同組合連合会

千葉県漁業協同組合連合会（以下、JF 千葉漁連）は昭和 27 年に設立し、現在は、23 の沿海地区漁協と 6 つの業種別漁協などで構成され、直売店も運営。県内各地域の漁協が協力して生産力増進を図るため、さまざまな事業に取り組んでいます。東日本大震災当時は、被災地の漁港の漁船を受け入れたり、被災した海苔養殖施設の復旧を支援したりするなど漁業関係者同士の連携も深めてきました。



当日お話を伺った千葉県漁業協同組合連合会 販売事業部・銚子水産加工センター長の吉清一弥さん（左）と総務部・総合管理部・調査役の土江秀治さん（右）

JF 千葉漁連の事業所のひとつである銚子水産加工センターは、同会員漁協と連携し、付加価値の高い水産加工品の開発、販売を担っています。主力加工品は、冷凍貝類、サンマ開き、イワシ丸干しなど。コープデリ、パルシステム、生活クラブなどを主な販売先としています。

吉清さん「現在の新工場へは 2021（令和 3）年 2 月に移転しました。同じ銚子市内にあった旧工場である銚子冷凍冷蔵工場の耐震性に問題があったことがきっかけで、時代のニーズに対応した素材・メニュー開発を推進し、消費拡大と魚食普及を図るというのも新工場建設の目的のひとつでした」

新工場は、一次加工室、二次加工室、三次加工室などとラインが分かれており、とくにノンフロンの自然冷媒技術を取り入れた冷凍施設など、環境面にも配慮したつくりとなっています。

自主検査の強化で安全面を担保するも風評被害で受注は激減

2011 年、東日本大震災が起きた際、旧工場のあった場所も大きな揺れと津波に襲われました。工場は半壊し、約 1m まで浸水、冷蔵庫にも水が入るなど大きな被害を受けましたが、その後自力で施設の復旧をし、震災前の工場稼働状況まで回復させます。

施設は復旧させたものの、震災後の東京電力福島第一原発事故により、消費者の魚介類に対する購買意欲の低下、いわゆる風評被害の影響は大きく、受注量が大きく減り、震災後は、震災前の 20% 減にもなりました。そのため、魚種ごとの放射能検査、安全性確認試験を実施、売り先への

情報提供を徹底、また、ISO22000 認証を取得し、品質保証体制の構築を図るなどの努力を行ってきました。

しかし、断続的に福島第一原発からの汚染水海洋流出などの問題が報道されるなどの影響で、販路に回復の兆しがみられるまでに5年を要し、現在も震災前の売上までには回復できない状況が続いています。

土江さん「とくに千葉県産アサリの受注減の打撃が著しかったですね。貝類には放射能がたまりやすい、といった報道などの影響も大きいと思います」

原発事故の影響からの安全性、信頼回復を図っている間に、海の環境や消費者のニーズも大きく変わったといいます。

吉清さん「漁期の遅れや漁獲量の減少など、今までとは海の状況も変化しています。また、製品もより簡便に食べられる商品や骨抜き加工が求められるようになりました。魚は骨があるのが当たり前。自宅でさばいて調理するのが普通だった私のような世代の考えから脱却しなければと感じています。売上回復を達成するには、現在求められている複合的な要因に対応していかななくてはけません」

自宅にしながら銚子に旅行にきたような味を追求

売上の回復には、消費者のニーズに合わせた新商品開発が急務でした。そのようなころ、2018年に行われた全国漁業協同組合連合会（以下全漁連）主催の「第6回 Fish-1 グランプリ」で銚子市漁協外川支所の職員や漁師の奥さんたちでレシピを考案した「銚子つりきんめ煮炙り丼」がグランプリを受賞。「銚子つりきんめ」とは、一本釣り漁法で1尾ずつ釣り上げられ、銚子漁港に水揚げされた「キンメダイ」のこと。銚子ブランドとして市場でも高い評価を得ています。銚子の素材と味が全国で確たる評価を得たのでした。

この味を再現できないかと試行錯誤し、自宅でも湯せんするだけで食べられる「銚子つりきんめ煮炙り丼」のセットを開発。ギフトの市場開拓の足掛かりとしました。

吉清さん「“銚子つりきんめ煮炙り丼”は原料のキンメダイの鮮度はもちろんのこと、炙った時の香ばしさがおいしさの決め手なんです。焼き目の付け方次第で、見た目はもちろん、味や食感が変わります。特に、どのように焼き目を付ければ旨味を最も多く閉じ込められるかについて、何度も何度も試作を繰り返しました」

同様に「銚子の素材で銚子の味を追求する」というコンセプトで、商品開発に取り組んだのが、全漁連のECサイトで出品するために開発した「金目の姿煮」でした。



「第6回 Fish-1 グランプリ」でグランプリを受賞した「銚子つりきんめ煮炙り丼」



「銚子つりきんめ煮炙り丼」の味を自宅でも再現できるギフトセットも販売中

吉清さん「銚子市漁協女性部の協力により、地元漁師の家庭の味をベースにしつつ、銚子の料理屋で食べられているような味が出せないかと、試行錯誤を重ねました。銚子の煮つけは砂糖と醤油でどろっとしているのですが、一度食べて飽きられるような味ではなく何度も食べたくなるような味。自宅にいても銚子に旅行に来たような味を出せたらいいなと思って作りました。その点は再現できたと思っています」

銚子の老舗醤油メーカー「ヒゲタ醤油」の醤油を使い、砂糖、酒、ショウガだけで煮付けたこの「ちばの釣り金目姿煮・銚子仕立て」は、好評を博し販路回復へ向けた商品開発コンセプトの土台となったのです。



銚子の料理屋で出されているような味にこだわって開発した「ちばの釣り金目姿煮」。その後、規格を変えての商品展開を行った

煮付け商品の増産、新商品開発のため製造ラインの整備に注力する

銚子水産加工センターでは、新工場移転を機に、この銚子の味にこだわった商品の増産体制を整え、さらに新たな商品の開発に取り組むことに。そこで導入したのがスチームコンベクションオーブンです。

加熱温度と時間を細かく設定でき、大幅な増産が可能なスチームコンベクションオーブン2台を設置、1台ずつ規格の異なる煮付け商品を1日で製造できる体制を整えました。これにより、販売先のニーズに合わせて魚のサイズを変え、さまざまな価格帯の煮付け商品の製造が可能になりました。生産能力は、導入前の約8倍になります。

「金目の姿煮」もギフト用商品にブラッシュアップ、生協関連ほか、ふるさと納税の返礼品として使われるなど新たな販路の開拓につなげることができました。

銚子水産加工センターでは、加熱加工品ライン以外にも、売上回復に向けて課題解決のための体制づくりを行います。

その一つ、一次加工・魚体処理体制の強化のために導入したのが、半転機、コンベア、魚体処理作業コンベアです。これにより、作業の効率化が図られ、サバの切身 300kg 強/時間の製造が可能になり、従来の約 1.1 ~ 1.2 倍の生産能力アップが実現できました。



写真中央のスチームコンベクションオーブンと両脇に置かれたプラスチックラ。調理後、急速に冷やすことで、菌の増えやすい温度帯に留まる時間を短くする。隣同士に置くことで、動線が限りなく短くなり、作業負担も軽減された。



ギフト商品として新販路開拓を実現した「金目姿煮」

さらに、行ったのが冷凍ハマグリなどの貝類製造ラインの機械化です。これまで、入荷後、かごに入れ一昼夜砂抜き後、翌日に洗浄したのち、選別し凍結、次の日にくっついてる貝同士をばらしてIQF状にしたあと段ボールに入れる、という一連の作業をすべて手作業で行っており、体力的にも重労働だったと言います。

この工程にトンネルフリーザー搬送ライン、製函機と封函機を導入したことで、これまで8～10t製造するのに、8人で3日かかっていたものが自動化され、同人数にて2日で製造できるようになりました。



一次加工処理ライン。生産量は従来のおよそ1.2倍にアップした



トンネルフリーザー搬送ライン（左）。製函機と封函機（右）も併せて導入したことで、ハマグリなどの貝類冷凍製品の大幅な効率化を実現

また、石などの異物混入を防ぐ作業は機械には適さず人の目が必要です。機械化によって省人化が図られ人の目が必要な選別工程に人材を投入することができるようになったのも、質の担保に大きく貢献しているそうです。

吉清さん「パート従業員の高齢化も進んでいたもので、体力的にもとても楽になったという声が上がっています。そこで生まれた余剰人力を、新製品開発のためにあてたいと思っています」

魚本来の姿を伝えるのも役目 新しい銚子の味を食卓に届けたい

この10年の間に変化した消費者のニーズに応えていかなければならないと新商品開発に注力する一方で、「魚本来の姿を伝えるのも私たちの役目」という葛藤もある、と話す吉清さん。

吉清さん「今、魚の骨抜き加工がスタンダードになりつつあります。親御さんが子どもたちに魚を食べさせたいけれど、骨があると食べてくれない、という事情もよく分かっています。ただ、魚には骨がないというのを当たり前にはしたくないとも思っています。レトルト加工技術を活用して、魚本来の姿を感じながら、骨までおいしく食べられる新商品づくりができないかと構想を練っています」

さらに、夢は広がります。

銚子であるイワシ、サバを使ったつみれは、すでに商品が多数存在します。そのマーケットに参入、競合していくためには既存のマーケットにはない商品力を打ち出していく必要があります。

吉清さん「箸を入れると身がほろっとくずれる、家で作ったような食感のつみれができな
いかと。そのつみれと、銚子産のキャベツを使って洋風のスープ仕立てにしてみたらどうか。
どういう製造工程にしたら実現できるのかを考えています」

吉清さんが、おいしく魚を食べる子どもたちとその家族の姿を思い描きながら、これからの新ステージに向けて語る表情は、とてもワクワクしているように見えました。

吉清さん「やらないと今のままなので。おいしい魚を少しでも食べてもらえるように、まっ
たく新しい発想で地域の味を提供していきたいですね。それが銚子の味になってくれたらいい
なと思っています」

魚食文化の普及という旗印をかかえる JF 千葉漁連。東日本大震災、原発事故の影響を大きく受けた後、10年間の努力の積み重ねを経て、新工場での新しいステージが始まっています。



千葉県漁業協同組合連合会（銚子水産加工センター）

〒288-0831 千葉県銚子市本城町 1-2-15

自社製品：貝類冷凍品（ハマグリなど）、魚類加工

冷凍品（サバ、イワシ、キンメダイ、ホウボウなど）

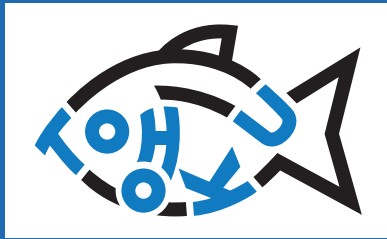
HP：<http://www.chiba-gyoren.or.jp/>

被災地で頑張る加工屋さん Vol.8 令和4年3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
<https://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
株式会社カケラ 柴田 佳代
株式会社ナナン 小松 美貴



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。