

被災地で頑張る 加工屋さん

vol.12



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

有限会社かみたいら	02
水野食品株式会社	06
株式会社マルカ高橋水産	10
株式会社ヤマホンベイフーズ	14
株式会社東北トクスイ	19

福島県

株式会社山吉	23
--------	----

茨城県

カクダイ水産株式会社	27
まるむら商店	31
いりまん水産	35
有限会社マルイチ仙台屋商店	39

はじめに

東日本大震災被災地域の水産加工業においては、生産体制は整ったものの、復旧が滞っている間に失われた販路や急激な市場動向の変化による売上の回復の遅れが依然として課題となっています。

これを受けて、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、東日本大震災被災地域における水産加工業の復興支援を目的として、2015年(平成27年)度より共同事業体「復興水産加工業販路回復促進センター」を結成しました。

当センターでは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、加工機器の整備等、多岐にわたる総合的な支援を行っています。

その一環として、当該事業を活用して人手不足、水揚げ量の低下、物価高、市場ニーズの変化などの課題に取り組む事業者の方々や、展示会等に出展し、販路の新規開拓を目指す事業者の方々にインタビューを行い、紹介記事をホームページに連載しております。また2017年(平成29年)からは、より多くの方に知ってもらうために、掲載記事をまとめた冊子「被災地で頑張る加工屋さん」の発刊を開始し、今般その第12弾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の方々にとって、本書が少しでも参考になればという思いとともに、この冊子を手にとった皆様に、震災当時の様子、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、貴重なお話をお聞かせいただ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よう祈念いたします。



復興水産加工業販路回復促進センター

原料高に効率化で対応して、 鮮度の高い三陸の幸を送り届ける

有限会社かみたいら

宮城県気仙沼市のかみたいらでは、従業員20人弱の規模ながら、カキ、ホタテ、ホヤ、ワカメ、コンブなど三陸産の多様な生鮮品、加工品の出荷を手掛けています。社長の吉田久義さんは、創業の経緯についてこう語ります。

吉田さん「1991年（平成3年）の創業前は、ワカメ、コンブ、ホタテの養殖業を営んでいました。もともと父がワカメの養殖を営んでいて、それを継ぐ形で始めたものです。当時は、収穫したものを漁協の共同販売に出していましたが、『自分で作ったものは自分で売ろう』と思うようになり、東北地方の土産店や鮮魚店、市場などを回って営業していきました」



ゼロから販路を開拓していった吉田 久義さん

1995年（平成7年）には法人化して販売事業を本格化させた吉田さんですが、2000年代に入ると加工品も手掛けるようになります。最初は茎ワカメやホタテのひもを使った「中華わかめ」や「中華ほたて」といった商品を作っていたそうです。

吉田さん「当時、タレの専門業者と何度も試作を重ねて、味も好評だったので継続して作っていくことになりました。その時に完成したレシピを20年以上使っています」

かみたいらの商品は東北地方のスーパーマーケットを中心に広がっていきました。それに伴い、「牡蠣のまるやか煮」「炙りほたて」など加工品のラインナップも増えてきています。

震災後の原料不足の中で生まれたヒット商品

東日本大震災の日、大きな地震の後に従業員の無事を確認した吉田さんは、工場や自宅の様子を見て回っていました。かみたいらの工場から海まで1キロも離れていませんが、工場は山に挟まれている場所にあるため、当時は周りがどのような状況になっているのかほとんどわからなかったようです。

吉田さん「遠くで土ぼこりが立っているのが見えましたが、『道路工事でもしているのかな』と思っていました。停電していたので何も情報がなく、ここからは周辺の様子も見えない。消防車のアナウンスで津波が来ていることは知っていましたが、まさか家屋が流されるほどの大津波だとは思わなかったのです」

津波はかみたいらの工場までは到達しなかったため、停電があってもその日の作業を続けることはできました。吉田さんは、家の様子が気になるという従業員には早退してもらい、残った従業員と出荷の準備を進めました。

吉田さん「今になって思うとおかしいのですが、トラックが来ないことに気づくまで出荷作業を続けていたんです。道路が通行止めになったこともあって、帰れなくなった従業員は工場の休憩室に泊まってもらうことにしました。夜の間も津波が何度か来ていて、夜中には津波で服が濡れた人が工場の前を通りかかりました。そういった人たちにも工場の休憩室を使ってもらいました」



工場前から。遠くの海は見えるが手前の海岸付近は見えない

その後も2カ月ほど停電は続きましたが、発電機を使って営業をしていた地元のスーパーマーケットからの要望もあり、かみたいらでもすぐに生産が再開されました。

吉田さん「建物の一部は損壊しましたが、使える状態ではありました。ただ、海に近い営業冷蔵庫に預けていたワカメやコンブはすべて津波で流されてしまったので、原料は自社工場に残ったものだけでした」

原料流出の被害額はおよそ3,000万円に上りました。その後インフラが復旧して本格的な事業再開の準備が整いましたが、水揚げは戻らないまま。原料不足が続く間に、多くの販路も失いました。ただ、原料不足の中で生まれた新商品もあったのです。

吉田さん「少ない原料でも付加価値をつけて販路を獲得していこうということで、自社製品に力を入れていきました。その時に生まれた人気商品が『ピリ辛茎わかめ』でした」

新商品のヒットもあり、かみたいらの業績は回復基調に転じましたが、その後は思うように増産ができず、本格的な回復には至りませんでした。



わかめの茎を細切りにした「ピリ辛茎わかめ」

新機材導入により、半分の人員で4倍の生産が可能に

増産のボトルネックとなっていたのは、人手不足です。茎ワカメのカット加工は手作業だったため、注文が増えても対応できずにいたのです。

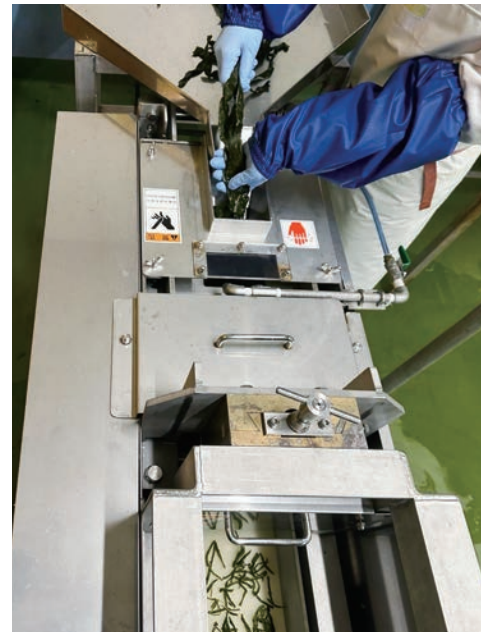
吉田さん「手作業の場合は、まず原料となるワカメの茎を手で3ミリ幅に割き、切断機で長さ4センチにカットしていきます。これが時間もかかって、なかなか大変なんですよ」

そこをかみたいらでは、販路回復取組支援事業の補助金を活用し、茎ワカメのカット工程に使える「若布（わかめ）茎等細切り機」を導入することにしました。

吉田さん「今ではこの機械に原料を入れるだけで、縦方向、横方向にカットしてくれます。従業員からも『作業がだいぶ楽になった』と好評です」

従来は1時間あたり2名で5kgの生産にとどまっていたのですが、機材導入後は1名で20kgまで増産できるようになり、増える需要に応えられるようになりました。

吉田さん「出せる数量が増えたので、これまでより多くの注文に対応できるようになりました。茎ワカメの売上も倍に伸びていますし、まだまだ販路が広がっていきそうです」



カット作業を自動化させた
若布（わかめ）茎等細切り機

価格競争には加わずに三陸産にこだわり続ける

創業以来、自らの足で販路を開拓してきた吉田さんですが、現在は次男であり営業部長の吉田賢治さんに、営業を一任しています。工場と自宅が隣接していることもあり、賢治さんは小さい頃からかみたいらの工場に出入りしていました。高校時代にはこの工場でもアルバイトもしていたそうです。

父から子にアドバイスしていることは「何もない」というほど、賢治さんに信頼を置いている吉田さんですが、その中でも一貫しているこだわりがあります。

それは、三陸産を使い続けるということ。

吉田さん「中国など海外の原料を使えば安く作ることができますが、うちは価格競争に加わるつもりはありません。何のためにこの事業をやっているのかというと、私は三陸産のものを売っていきたいからです。そうすると使える原料は限られてしまいますが、同じ三陸産でも、旬の素材は季節によって変わります。三陸の幸を豊富に取り扱っているので、1年を通じて楽しんでもらいたいですね」



他社での営業職を経て2016年にかみたいらに入社した
賢治さん（写真左）

かみたいらの工場では、直売もしています。三陸沿岸を縦断する三陸沿岸道路ができて以降、工場前の国道の交通量は減ってしまいましたが、それでもかみたいらを目指してやってくるファンは少なくありません。

吉田さん「主に地元の方がよく来られますが、中には車で1時間かけて買いに来られる方もいます。工場直売ということもあって、鮮度のよさが好評です。カキやホヤのシーズンには、1日20人くらいのお客さんが来られます」

さまざまなコスト高にも機械による効率化などで対応し、一品でも多く売っていきたいという吉田さん。三陸産の中でも違いを出しながら、素材を活かした食卓の定番を目指します。



三陸産で豊富なラインナップを揃えている



有限会社かみたら

〒988-0523 宮城県気仙沼市唐桑町境 8-2

自社製品：中華ほたて、中華茎わかめ、塩蔵わかめ、カキ、ホヤ ほか

多様な規格に対応する機械導入と 職人の手技で「漬魚」を食卓へ

水野食品株式会社

切身、漬魚などの製造を営み、味の良さでも定評のある水野食品株式会社。創業者は、現在代表取締役会長を務める水野 隆さんです。

水野さんは大学卒業後、大阪の水産市場へ就職、2年後の24歳の頃に石巻へ戻り、練り製品製造を行っていた家業に入りました。

水野さん「子どもの頃から父と母の姿を見ていましたし、いつか自分も水産加工の仕事に就くんだろうなとは思っていました。この仕事が好きだったし性に合っていたんですね。会社に入ってから、石巻港にも大型の漁船が入るようになって、入札や競り、買い付けを担当するほか、すり身の研究もずいぶんしました」



水野食品株式会社 代表取締役会長の水野 隆さん

その後、家業で漬魚も扱うことになり、水野さんは取引先へ出向し、その製造法や調味方法などを学びました。そして、1979年（昭和54年）に切身や漬魚部門を分離、独立させる形で水野食品株式会社を創業しました。

水野食品では銀だらの西京漬け、赤魚粕漬け、さばみりん漬干しをはじめとした漬魚のラインナップを豊富にそろえ、関東を中心に量販店、生協等に向け販売。埼玉県さいたま市に営業所を持ち、顧客からの声を丁寧に吸い上げ本社に共有、ニーズに合わせた商品の開発に生かしています。また、同社では下ごしらえの初期作業から、切身加工、調味漬け、仕上げまでをほぼ一貫で行っており、創業当時の味と品質を守り「漬魚で日本の食卓を幸せに」という理念のもと、日々研鑽を続けています。



主力商品の「銀だらの西京漬け」。創業当時の味を守りつつ、魚が捕れた時期や脂のノリなどを見極め調味の配分を変えるなど味の追及に余念なく取り組んできた

お客様からの励ましで決意したゼロからの再起

2011年（平成23年）3月11日に起きた東日本大震災。石巻は、津波、そのあとの火災と被害が特に大きい地域でした。震災当日、大きな揺れが襲った際、本社工場にいた水野さんは、従業員とともに高台にある小学校に避難し難を逃れましたが、本社工場は津波で全壊し、機器も流されてしまいました。

水野さん「なにもかも無くなったけど、取引先の生協や、お客様から『復興を願っている』『頑張ってる』という声をたくさんいただいて。これはなんとかしてもう一度やらないといけないと覚悟を決めました」

そして、震災から2カ月後の5月、工場の片付けから始動。まさにゼロからのスタートでした。すべての建屋を立て直すか一部を再建するか検討のうえ「一番早く製造を再開できる方法を選んだ」という水野さん。顧客からの声に早く応えたいという一心でした。同年9月、一部工場の再建に着手。11月に製造再開に漕ぎつけました。

水野さん「つらいとは思いませんでしたね。やっぱり魚が好きだったからかな」

ピーク時には50名ほどいた従業員でしたが、石巻に戻ってこられない従業員も多くいたため、約20名からのスタートとなり、何とか注文に応えるため、毎日22時ぐらいまで仕事を続けていたそうです。



震災後にお客様から寄せられたメッセージは、震災から10年以上たった今も大切に社屋に飾られている。これらの言葉を支えに再起への歩みを続けた

甚大な被害を受けた同社でしたが、一筋の灯りもありました。震災当日の3月11日、出産のため里帰りをしていた隆さんの長女、伯子（のりこ）さんが、混乱のさなかの同日の晩、第二子を無事に出産したのです。震災直後の出産、そして産後の日々の苦労は想像を絶しますが、その日生まれた子はすくすくと成長し、現在中学2年生（※2024年取材当時）に。伯子さんは、一旦東京に戻ったものの5年後に石巻へ戻り、同社に入社。現在常務取締役兼、品質管理部門の責任者として会社の中核を担っています。

「震災を体験して、東京で大きな災害が起きたら私はなにもできないと思い、不安でしかありませんでした。石巻なら、これから何かが起こったとしてもやっていける。そう思って石巻へ家族で戻りこの仕事に就きました。幼い頃から保育園や学校が終わったら、父母が働くこの工場に帰ってくる毎日でした。水産加工業の道に入るのに、大きな決意とかあったわけではなくて。工場は私にとって慣れ親しんだ場所で、これが日常なんです」と笑う伯子さん。

伯子さんが幼い頃から働く従業員もいる。だからこそ、と伯子さんはこう続けます。

伯子さん「私はこの仕事についてまだ6年。従業員たちとのコミュニケーションを大切にして、日々学ばせてもらう気持ちで取り組んでいます。納期や生産性の確保など課題もありますが、従業員の希望に沿って働く環境も整えたいです」



常務取締役で、品質管理部門の責任者を務める永尾伯子さん。4児の母でもあります

多様な包装形態に対応できる機器導入で販路拡大と労働環境改善へ

早期に工場を再開した会社ですが、製造の空白期間に顧客や売場スペースを失い、その後の原発事故による風評被害もあって、震災直後のシーズンの売上は震災前の約20%にまで落ち込みました。

その後、展示会への出展も積極的に行うなど販路拡大を進め、2018年（平成30年）2月本社工場を全面改築、同年4月には対米HACCPも取得しました。2022年（令和4年）6月の決算では、震災前の約60%まで売上を回復させたものの、震災前に主力としていた銀だら、メロ、キチジといった高級魚の原料事情が悪化したうえに、労働力不足による生産制限など課題も多く、震災前の水準まで売上が回復できていない状況でした。

水野さん「漁場環境も変わっていくので、そこに対応して原料の仕入れがしやすいサバ、赤魚などを使って柔軟に製品づくりを進める必要がある。なにかやらないといけないと思いました」

顧客へのヒアリングでは、例えば赤魚ならこれまで1切だったところを、2切や3切にするなど、使用原料の魚種や量目、形状、単価などの規格を要望に応じて変更する必要があることが分かりました。売上を伸ばすためには、これに添えていかななくては行けません、生産量を落とさず、多様な規格の包装に対応するには従来の設備では難しい状況にありました。

そこで販路回復取組支援事業の補助金を活用し、新たに導入したのが、深絞包装機とラベル機です。漬魚製品は、従来7名で1時間当たり1,500パックの生産量でしたが、機器の導入によって、同条件で1,800パックの生産が可能になり、20%の増産体制となりました。

伯子さん「製造時間が短縮できたこともとても大きいです。効率化できたことで、別の工程に人員を回すことで、残業の削減もできました」

生産性の向上とともに、労働環境の改善も図ることができたのです。

製造時間の短縮と新たな型枠の増設により、要望の大きかった新規格3切（180g）など、取り扱い製品の幅が広がり販路の回復につなげることができました。その結果、漬魚の製造数が計画を上回り、売上増を果たしました。



新たに導入した深絞包装機（左）とラベル機（右）。大幅な生産能力アップとなった

手切り品質がこだわり 「信頼を裏切らない」おいしい魚をこれからも

取材に訪れた日、工場内では銀だらの切身加工が行われていました。同社のこだわりである手切りによる加工。そのメリットを伯子さんはこう話します。

伯子さん「まず、歩留まりがよい点です。魚の形状、尻尾の形などを見極めてカットする手切りのほうが無駄なく原料を生かすことができます。規格それぞれの細かいニーズに応えるため、とくに単価が高い原料は、手切りのほうが確かです。機械も一部使いますが、わた取りも一枚一枚手作業で行っています」

そこで重要なのが「人材の教育」だと伯子さんは言います。

伯子さん「一人ひとりを職人として育てていかないといけないので、1日で扱う魚種を絞って、長年勤めている従業員が教えながら担当してもらっています。魚の形を見てどうやって包丁を入れていくか、どう刃を入れれば無駄なく切れるかといった目利きも重要です。工程によって得手不得手はあるので、適材適所に人を配置することも大切ですね」

石巻に生まれ育ち、水産加工業に携わって50余年の水野さんにこれまでとこれからのについてお伺いしました。

水野さん「大きな災害にも見舞われましたが、苦勞とは思わなかったなあ。これが人生だと思ってやってきました。従業員の存在や、自分たちの作った製品を食べてくださる方たちの声がこれまでの励みになってきたので、裏切ることにはできない、そんな思いで続けてきました。従業員のためにどう会社を残していくかの課題はありますが、会社を大きくしたいという気持ちはなくて、これまでと変わらずおいしいと言ってもらえるものを作っていきたい、そう思っています」



切身加工の様子。魚の形状を見極めながら包丁を入れていく

ゼロからの再起を支えてきたのは、食べてくれるお客様からのたくさんの言葉と「魚とこの仕事が好き」という揺るぎない気持ちでした。「漬魚」という日本の伝統の魚食文化は、石巻の職人たちの手技によって、これからも守られていくことでしょう。



水野食品株式会社

〒986-0026 宮城県石巻市魚町 3-1-37

自社製品：冷凍漬魚、銀だら西京漬け、赤魚西京漬け ほか

話題の「活タコの炙り焼き」を 急速冷却機でさらにおいしく届ける

株式会社マルカ高橋水産

国産活タコの足を一本丸ごと炙り加工。見た目にもインパクトのある商品はSNSで話題となり、量販店でも順調に売上を伸ばしています。

三陸の豊かな漁場に恵まれ、国内有数の硯（すずり）石の産地としても知られる宮城県石巻市雄勝（おがつ）町。この地で水産加工業を営むマルカ高橋水産は、1988年（昭和63年）の会社設立当時、地元で揚がる魚を活魚として出荷する事業者でした。

その後サケを中心にさまざまな魚種の加工も手掛けるようになりましたが、現在は国産の活タコの加工一本に絞っています。近年は海外から輸入される冷凍タコが増え、国産のタコも輸送時には冷凍されるのが一般的です。社長の高橋力（つとむ）さんは、「生きたタコ」を使うことへのこだわりをこう語ります。

高橋さん「タコは一度冷凍すると、身が硬くなるなどのデメリットがあります。当社はタコ本来のおいしさを味わってもらいたいので、水揚げから製造、出荷まで一度も冷凍されない製品を作っています。タコを一度も冷凍しないことで、タコ本来の身の柔らかさ、肉の厚み、甘みをお楽しみいただけます」

生きたタコを扱う加工業者は多くないそうですが、マルカ高橋水産は年間を通じて、活タコを加工しています。それを可能にしているのが、2台の活魚車（水槽と酸素ポンプを備えた運搬用のトラック）と生け簀（いけす）です。

高橋さん「活魚車は1台あたり5トンのタコを運べます。北海道や三陸沿岸の産地から、半日から1日程度で雄勝まで運んできて、それをタコ専用の生け簀（いけす）に入れて休ませます。生け簀で最大20トンの生きたタコを保管でき、水揚げがない時でも加工できる体制を整えています」

一部輸出用や遠隔地向けを除いて、国内で販売される製品のほとんどが冷蔵出荷。一度も冷凍することなく食卓に届けることを可能にし、他社製品との差別化を図っています。



看板商品「マルカの活タコ炙り焼き一本足」



タコのおいしさを広く知ってもらいたいという高橋さん

震災後、タコで模索する「生きる道」

2011年（平成23年）3月の東日本大震災では、最大遡上高21メートルの津波が観測された雄勝町。マルカ高橋水産は、震災の3年前に建てたばかりの新しい工場も含め、町内にあった3つの工場すべてを失います。

高橋さん「当時大学4年生だった私は東京にいました。3月下旬にこちらに戻ってきた時には、工場のあった場所には何もない状態。私の通っていた中学校の屋上には、バスが乗っていました」

壊滅的な被害に見舞われたマルカ高橋水産でしたが、高橋さんの父・高橋 貞さん（当時社長・現会長）は再建に向け、資金調達に奔走しました。その結果、震災翌年には加工が再開し、2014年（平成26年）には現在の本社工場が完成。復興への準備は整ったかに思われました。ところが震災以降、これまで原料を調達していた地元漁港では水揚げが減ってしまい、せっかくの新工場も思うように稼働させられない状況が続きました。

高橋さん「大学卒業後、水産加工卸の会社に勤めていた私は、2017年（平成29年）に地元に戻ってマルカ高橋水産で働き始めました。当時は原料高と人手不足のために、お客様から要望があっても作れないことがありました」

販売部門を任されていた高橋さんは、ここで大きな決断をします。タコとタラ以外の魚種から撤退することにしたのです。

高橋さん「いろいろな魚種を扱えることは当社の強みでもあったのですが、少量ずつの製造では利益を出しづらく、原料価格の高騰でそのハードルがさらに上がっていました。サケ、カツオ、イカなどは競合も多い。タコを選んだというよりも、『タコしか生きる道がなかった』という状況でした。タラはその後もしばらく続けていましたが、現在はタコだけを取り扱っています」

タコに特化したことで、これまで1日600キロほどだった生産量は、2～3トンに増えました。営業効率も上がり、大手量販店など、新しい販路も開拓されていきました。

高橋さん「売上が順調に伸びていたところにコロナ禍があり、一時期は1日の売上が5分の1まで下がってしまいました。旅館やホテル、飲食店からの注文がなくなったのが痛かったですね」

コロナが落ち着き始めたことで売上は徐々に戻りますが、そこからさらに売上を伸ばしていくには、人手不足という状況の中でも生産能力を高める必要がありました。

ブラストチラーの導入で生産性と品質がアップ

焼き上がったタコは、真空パックする前に冷却する必要があります。この冷却工程に時間を要していたことが生産のボトルネックになっていたことに着目した高橋さんは、販路回復取組支援事業の補助金を活用し、急速冷却機のブラストチラーを2台導入しました。

高橋さん「従来と同じ時間、人数で1.5倍の製造が可能になりました。急速に冷やすことで食感と甘みがしっかりと閉じ込められて、さらにおいしい製品が作れるようになりました」

急速に冷やすことで細菌の増殖が抑えられるという衛生面でのメリットもありました。取引のあった大手量販店への納品も増加し、新たな販路獲得のチャンスも広がっています。

高橋さん「ブラストチラーは十分な処理容量がありながらコンパクトなので、生産量に応じて後から台数を増やすこともできます。身の丈に合った投資ができてよかったなと思っていたところ、活タコの炙り焼きが定番化してきて『もっと数量を増やしてほしい』という要望をいただきました。そこでもう1台導入することも考えています」



タコの足を直火で一本一本丁寧に炙っている



導入したブラストチラー。
表面温度60度の製品が短時間で芯まで冷える

産地に人を呼ぶ“カッコいい”会社に

2024年（令和6年）6月からマルカ高橋水産の社長を務めている高橋さんですが、もともと会社を継ぐつもりはなかったそうです。

高橋さん「子供の頃の私は、水産加工業にあまりいいイメージを持っていませんでした。生魚のにおいが苦手だったんです。ただ、最初に入った会社で、水産物のおいしさに触れて、徐々にこの業界の仕事にのめり込んでいきました。震災後の父が、前向きに会社を再建している姿を見て、男らしいなと思ったのも決意を固めるきっかけの一つでした」

震災後は新しい防潮堤や道路が完成し、町の景観が一変。「今も違う町にいるような感覚がある」という高橋さんですが、「唯一変わらないものがあるとしたら、海」なのだそうです。

高橋さん「海を見ると、故郷にいることを実感しますね」

今では水産加工業の魅力、そして産地の魅力を発信していくことも、大事な使命の一つになっています。



カキ、ホタテ、ギンザケの養殖が盛んな雄勝湾

高橋さん「日本人が魚を食べなくなっている現状を眺めているだけでは、この業界自体が消えてしまうという危機感があります。会社としても個人としても、まずは自分たちが作っている水産加工品のおいしさを知ってもらえるように頑張りたいですね。『おいしいものを作っ

ているカッコいい業界』と思ってもらえるようになれば、産地で働きたい人も増えると思います」

マルカ高橋水産に入社して以来、父親からは特に言われることもなく、ほぼすべてを任せてもらっているという高橋さん。会社としての新しい方針も高橋さんが作っていますが、それでも昔から変わらないことがあるそうです。

高橋さん「モノづくりに誠実であるというところは、昔も今もずっと変わっていません。うちの従業員は、『この程度でいいや』と思って作っていないんです。タコの焼き加減一つとっても、しっかりと目と手触りで確かめて、最高のものを作っています」

タコの炙り焼きも、製品自体は味付けも含めて高橋さんの両親が完成させていたものでした。新しい技術の導入で、流通後の味や衛生面を向上させたものが今の製品となっています。

高橋さん「私はもともとあった製品に販路を与えただけで、まだ新しいものを生み出したわけではありません。そういう意味では、これから新しい製品を作っていくことが自分の仕事でもあります。自分たちの作った製品が、お客様から『これ本当においしいよね』と言われるのが一番うれしいことですから、そこを常に目指していきたいですね」

今後は海外への輸出をスピーディーに展開したいという高橋さん。活タコ製品のおいしさを国内外に広め、ブランド価値をさらに高めていきます。



株式会社マルカ高橋水産

〒986-1333 宮城県石巻市雄勝町雄勝字上雄勝 150

自社製品：活タコ炙り焼き、活タコ旨味蒸し ほか

サンマの町・女川の百年企業がつかむ 「浜のチャンス」

株式会社ヤマホンベイフーズ

全国有数のサンマの水揚げ基地として知られる宮城県・女川町。この町に工場を構えるヤマホンベイフーズは、創業100年を誇る女川の老舗企業・ヤマホンからの分社化により誕生した水産加工会社です。両社の社長を務める山本丈晴さんは、創業からの経緯についてこう語ります。

山本さん「1925年（大正14年）に、私の祖父が山本商店という屋号で水産加工業を始めたのが当社の始まりです。当初はおそらく、かつおぶし、ワカメ、干物などを作っていたのでしょう。その後、昭和の高度成長期に流通が発達したことで鮮魚出荷も手掛けるようになりました」



創業者の孫にあたる山本さん

鮮魚部門がメインになったヤマホンでは冷凍工場の建設が進み、1985年（昭和60年）には時代に先駆けてサンマの自動選別機も導入されました。さらに1999年（平成11年）からは、海外から機械を取り寄せてディープチルアイス（海水シャーベット氷）を導入し、魚をより新鮮な状態で流通させることが可能になりました。その頃になると、市場ではより高付加価値の製品が求められるようになり、ヤマホンでも再び加工が本格化していきます。

山本さん「家庭の味にこだわった当社のロングセラー商品『さんま黒酢煮』は、その時には味のベースができあがっていました。加工製品のお客さんが増えるにつれ、製品ラインナップも増えていきましたが、そこからさらに加工を拡大していくには鮮魚部門と分ける必要があります。2007年（平成19年）に加工部門を分社化してヤマホンベイフーズを設立しました」



直売所では女川の魚を使った自社製品を中心に販売している

「さんま黒酢煮」のほかに、「さんま天日寒風干し」「さんま味付けすり身」「戻り金華さば一夜干し」なども人気商品の仲間入りを果たし、直売所を構えるほどになりました。

山本さん「自社で加工する製品は、すべて国内の原料を使っています。震災前は釜石、宮古、銚子などからもいろいろな魚を取り寄せていましたが、今はほとんどが女川に揚がる魚です」



水揚げ日本一を誇る女川産養殖ギンザケの加工風景

USB メモリー検索から始まった震災復興

2011年（平成23年）の東日本大震災では、津波によってヤマホングループの加工場や冷凍庫など8つの施設すべてが壊滅的な被害を受けました。当時はグループ全体で200人近い従業員がいましたが、ほとんどの従業員を解雇せざるを得ませんでした。

山本さん「自宅も工場も流されて、最初の数日間は食べる物もありませんでした。避難所の体育館で、復興のことを考えながら過ごしていました」

この時、山本さんは津波被害で鉄骨がむき出しになった事務所で探すものがあつたといいます。



津波の激しさを物語る被災当時の写真

山本さん「USBメモリーです。その中に会社の重要データや製品のレシピが入っていたので、元いた従業員たちと一緒に全壊した社屋を探索しました。津波の後でこんな小さなものが見つかるのかという気持ちもありましたが、パソコンに刺さったままの状態であったんです。カバーが壊れて基盤がむき出しの状態でしたが、奇跡的にデータは無事でした」

山本さんはUSBメモリーに残っていたレシピを頼りに、看板商品「さんま黒酢煮」から製造を再開しました。

山本さん「当社施設の中でも被害が少なかった石巻市内の直売所のバックヤードを加工場にして、比較的被害が少なかった岩手の知り合いの工場から送って貰った冷凍サンマを使って生産をはじめ、その年の7月からは販売を再開しました。当時、石巻や女川には全国から被災地支援としていろいろな物資が送られてきていましたが、皆さんそのお返しをしようにも開いているお店が少ない。そのような事情もあって、うちの販売所に毎日行列ができるほどでした」

直売所での盛況ぶりを聞きつけた各地の取引先からも注文の連絡が入ってくるようになりましたが、並行して工場の再建も進めなければなりませんでした。震災後は土地の利用制限などがあり、新工場の建設地探しは難航しましたが、そんな中で見つけたのが女川港から4キロほど離れた現在の場所でした。

山本さん「当時は休耕田になっていて、地主の方も20人くらいいました。『土地を売ってください』と一軒ずつ回って許可をもらい、役場では農地転用などの手続きもしました」

工場建設にあわせて上下水道やインターネット回線などの地域のインフラ整備も進み、震災翌年の2012年（平成24年）4月にヤマホンベイフーズ針浜工場が完成。翌2013年（平成25年）9月にはサンマ専用工場のヤマホン石浜工場が完成しました。

こうして鮮魚部門、加工部門の施設が整備され、生産能力も震災前に近い状態まで回復しましたが、すべての販路が戻ったわけではありませんでした。その後も原発事故による風評被害、原料高、電気価格の高騰、コロナ禍、慢性的な人手不足などにより、回復は思うように進まなかったのです。

缶詰製造ラインの新設でサンマの小型化にも対応

そこで山本さんは販路回復取組支援事業の補助金を活用して、新たに缶詰の製造ラインを立ち上げることにしました。

山本さん「昔は小型サイズのサンマは国内ではあまり売れず、ロシアなど海外によく売れていきました。ところが震災後は海外では売れなくなったうえ、水揚げされるサンマ自体も全体的に小型化して加工も難しくなっています。また、原料事情が限られる中、製造の際に出る端材なども有効利用していく必要がありました。これらの課題を解決するため様々な加工を検討した結果、缶詰であれば、これまで扱いにくかった素材も製品化できると考えました」

そして先行して完成したのは、「スーパーサーモン中落中骨水煮缶」。養殖銀鮭を加工する際に出る、中落ちの付いた骨の部分を活用した製品です。

山本さん「肉と同じように、魚も骨に近い部分がおいしいんです」



調味液充填キャリアラインとバキュームシーマー



円筒貼り機

今後はサンマを使った水煮缶、本みりん漬缶、黒酢煮缶などの製品化が予定されています。試行錯誤しながらの商品開発となりますが、時間をかけても新しいことに挑戦するのには理由があります。

山本さん「これまで直売所では、冷凍製品を中心に扱ってきました。ただ昨今の電気代の高騰もあり、今後はレトルトパウチや缶詰など常温で日持ちのする製品のラインナップを増やしていきたいと考えています」



「スーパーサーモン中落中骨水煮缶」
ギンザケの中落ちとともに骨まで柔らかく食べられる

最近の水揚げが戻ってきて、市場では規格外のために値段がつかない魚、普段よりも安い魚を見かけることも増えているのだそうです。「浜にはチャンスがある」という山本さんは、缶詰での製品化も新しい選択肢の一つになると期待しています。

カフェ、保育園、直売所の複合施設でも新しい展開

ヤマホンベイフーズの工場から車を走らせること30分。石巻市内に、ヤマホンベイフーズの直売所(さんまのヤマホンあゆみ野店)があります。直売所と同じ建物内には、直営のカフェレストラン、保育園も併設されています。

山本さん「震災後、主婦の方から『職場に戻りたくても子供を預ける場所がないと働けない』という声がありました。開園が2019年となったので、声を寄せてくれた方のお子さんは預かることができませんでしたが、現在は従業員のお子さんだけでなく地域のお子さんも入園しています」



1階に直売所とカフェレストラン、2階には保育園が併設



魚料理だけでなく、肉料理やスイーツなども充実したカフェレストラン

カフェレストランを併設したのは、地元の魚を食べてもらう場所を作りたかったためです。女川・石巻方面に訪れたバイヤーとの商談場所としても活用しています。

山本さん「当初は私が保育園の園長もしていたので、早朝は市場に顔を出して、日中は保育園とカフェレストランの仕事をしながら工場の仕事もしていました。当社には業種の異なるいろいろな仕事があるので、新しく入ってくる方には、工場と直売所、保育園、カフェレストランの掛け持ちで働くこともできますよと案内しています。実際、曜日ごとに仕事を変えて、リフレッシュしながら働いている方もいます」

水産加工を取り巻く環境が大きく変わる中で、会社の形態も常に変わり続けるヤマホンベイフーズですが、先代から守り続けていることもあります。

山本さん「小さい頃から、父（先代社長・山本晴雄さん）のサンマにかける情熱を、間近で見ていました。父は鮮度にとってもこだわっていて、『鮮度が命』、『鮮度を食う』とも言っていました。いくら加工ができて、魚は鮮度がよくなければダメだということです。営業面では、『牛のよだれのように』と言われましたね。お客さんとは、切っても切れない、細くても長い関係を構築しなさいという意味です」

創業から100年続く精神を大切にしながら、浜のチャンスをつかみ、新しい商品を作り続けます。



株式会社ヤマホンベイフーズ

〒986-2232 宮城県牡鹿郡女川町針浜字針浜 369

自社製品：さんま黒酢煮、さんま天日寒風干し、戻り金華さば一夜干し、
スーパーサーモン ハーブ育ち ほか

小ロット多品種製造の強みを生かして 新たなチャレンジへ

株式会社東北トクスイ

宮城県・塩釜の海岸に面した場所に工場社屋を構える株式会社東北トクスイ。

サケ、銀だら、ホッケ、サバ、ブリなどの切身加工のほか調味加工品の「銀だら塩麹漬」「秋鮭西京味噌漬」などを製造し、生協の共同購入品等を主体に販売しています。



同社の人気商品「銀だら塩麹漬」(左)と秋鮭西京味噌漬(右)

同社の前身となる海渡株式会社は1988年(昭和63年)創業。1992年(平成4年)に福岡を本社とする株式会社トクスイコーポレーション(当時=徳水株式会社)のグループ会社の一員となり、翌年に株式会社東北トクスイとして営業を開始。当時から一貫して小ロット多品種の製造を手掛け、さまざまなニーズに応えるための商品開発に取り組み、販路を広げてきました。

現在、代表取締役社長を務めるのは、2025年(令和7年)6月に就任した伊藤 康之さん。

伊藤さん「私はこれまでトクスイコーポレーションの本社で、経営企画やコンプライアンスなどを担当していました。加工においては工場長や熟練の課長、総務や人事においては次長などそれぞれその道のプロフェッショナルがおりますので、私は自分の役割であるマネジメントをしっかりとやる立場だと思っています」



代表取締役社長の伊藤 康之さん

総務課次長の早坂 直純さんは、入社20年目。総務・経理のほか、設備のメンテナンスや人事面などを担当しています。

早坂さん「生協の共同購入向けの商品は、毎日変動する受注数をもとに最終の注文数を緻密に予測しながら生産をこなすにはいけません。欠品をしないためにも日々フレキシブルな生産調整が必要になります」



総務課次長の早坂 直純さん

安定的な生産を保つため、機械の導入も同時に進めてきたという同社。しかし、作業内容によってこれ

も一長一短のところがあるのだとか。そこで重要になるのが人と機械のきめ細かい作業分担、人員配置だと言います。

早坂さん「同じ魚種でも、味付け、規格が違ってくるため1日に製造する製品は10品目を超えます。機械を使うと設定、確認の行程を経て動き出すまでに15分前後かかるので、仮にその行程を10回やると15分×10回で150分近くかかることになり、小ロット多品種を製造する当社においては逆に非効率なんです。その点人が作業をすれば、サケの切身加工が終わった。では次はブリをやりますと頭を切り替えればすぐできます。そこが機械にはできないんですね」



工場内ではベテランと若手が混じって、ホッケを3枚におろす作業が行われていた。人の手でしかできないきめ細やかな包丁捌きだ

このように機械化する工程と人の手を使う作業を緻密に使い分けながら、安定した供給と品質を保ち、トクスイグループの食品事業を担ってきたのです。

休業の間に失った量販店での売り場 人手不足による製造量の低下で売上は低迷

2011年（平成23年）に起きた東日本大震災では、海沿いに建つ同社を大きな揺れが襲い、製造工場が一部損壊、製造設備も大きな被害を受けました。

従業員を社屋の屋上に避難させ、人的な被害はありませんでしたが、ライフラインはストップ。設備の修理、工場内のメンテナンスを行い事業再開させるまでには3カ月を要しました。

その間に量販店等の売り場を失ったほか、福島第一原子力発電所事故の風評被害等で売上が低迷、震災直後は震災前の4割減となりました。

早坂さん「それに加えて人手不足という点が大きかったですね。震災後の復興特需で建設業をはじめとする他業界でも多くの人手が必要とされていたので、水産加工業にはなかなか人が来てくれませんでした」

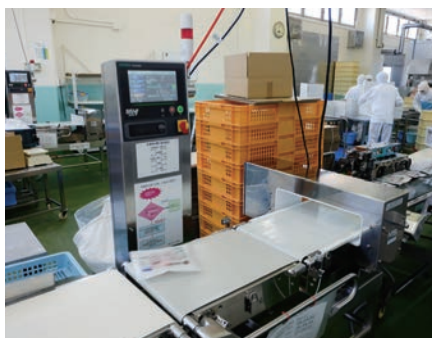
同社の製品製造には、人の力が必須です。必要な労働力を確保できずに想定する製造量を下回り、売上は震災前の水準まで戻らない状況が続きました。

そこで同社では近年ますます進む小ロット多品種化のニーズに応え、少ない労働力においても生産量を上げるために、販路回復取組支援事業を活用し、より精度の高い金探付オートチェッカー機器を導入することにしたのです。

伊藤さん「人の目と機械の客観的な数値のチェック、両方が必要です。機械の誤作動などが増えてラインがスムーズに動かなくなると、人に負担が行きます。計量ではじかれた商品を取り上げ、場合によっては袋を破って元の行程に戻す。時間も労力も削がれます。こういった負荷を減らすためにも機器の精度を上げる必要がありました」

機器の導入による効率化で売上アップを達成

精度の高い金探付オートチェッカー2式の導入により、計量と金属探知の精度が上がったことで、サケ、マスの切身6,000パック分の量目を計量した場合、従来は6時間で3名必要としていましたが、同時間2名で対応可能となりました。省人化により生まれた余剰人員を、計量後の製品の搬送や作業場内の整理整頓といった業務に従事させることができようになり、ライン全体の効率化にもつながりました。



新しく導入した金探付オートチェッカー（左／6kg仕様 右／3kg仕様）
精度が上がリ製造ラインのスムーズな稼働が可能になった

また、量目過不足による不良品の割合が大幅に減少し、ラインがスムーズに稼働することで、生産量が10%向上。生協向けの商品のひとつ、「CO・OP具だくさんの海鮮寄せ鍋セット」「北海道産塩秋鮭切身」「パクッと真ほっけ一夜干し」等の商品で、計画の約1.5倍の売上を達成することができました。

自社の強みを活かして変化に対応

水産資源の減少や漁獲量の不安定化など、水産加工における課題は尽きませんが、小ロット多品種に対応する事業形態は、こういった状況下においてさらなる強みとなっています。

早坂さん「これまで獲れていたサンマやサバなどの水揚げは減った一方、西の方の魚というイメージのあるブリが、近年は三陸～北海道沿岸で安定的に獲れるようになってきました。もし同一魚種を大量に加工するスタイルであれば、こういった魚種の変化はかなりのダメージになったかもしれませんが、弊社はこれまで様々な魚種を扱ってきた実績を活かし柔軟に対応しています」

伊藤さん「もともとサケや銀だら、ホッケがメインの商材ではありますが、ブリの商材もこれらに次ぐほど取扱量が増えてきました。嗜好や消費者のニーズはじめ、世の中の変動が厳しいなかでも、買いたいと思わせるストーリーのある商品を求められる時代。それに対応した商品作りや原料確保のためのアンテナを張っていかないといけないと思っています」

また、機器の導入で製造の基盤が整った今、伊藤さんは新たな試みを考えている、と言います。

伊藤さん「今後はこれまで扱ってこなかった加熱加工品の商品開発にも取り組んでいきたいと思っています。魚は、加熱の加減で味が全く変わってきます。最適な状態まで火を通し、その状態を維持して販売する。地元の野菜と合わせた商品だとか、地域に根付いた商品作りも行っていきたいです。これはまだ私のアイデアだけですが、パッケージにおいしい状態で食べるための動画解説へリンクするQRコードを付けるとか。そうした付加価値のある商品ができたら、今まで捉え切れていなかったお客様を開拓できる可能性がある。当社製品のリピーターを増やす仕組みを作っていきたいですね」

もっと人材を生かせる会社に

東北トクスイでは、2016年（平成28年）からインドネシアやベトナムなどからの技能実習生の受け入れを開始。早坂さんは技能実習生が技術を習得する環境を整え、生活するうえでの困りごとの相談なども行い、安心して仕事に従事し日本で生活をするためのバックアップを担っているそうです。

現在、同社には技能実習生13名のほか、高度な技術を持つ特定技能在留資格保有者が2名在籍しています。

早坂さん「彼らはモチベーションが非常に高く、技術の習得も早いですね。ベトナム人の特定技能1号のうちのひとりが、このままトクスイで働きたいと、さらに高度な技術を必要とする特定技能2号の試験を独学で勉強して合格し、正社員主任職になりました」

伊藤さん「彼にはいずれ課長クラス、マネージャーとしての役割も担ってもらって、若い従業員のロールモデルとなって欲しいと思っています」

また、同社の強みである小ロット多品種の製造は、「今働いてくれている従業員のみながいなければ成り立たない」と強くおっしゃるおふたり。長く働いてもらうためにはどうすればいいかというのは常に課題なのだとか。

早坂さん「働き方も多様化していますので、生活の中での仕事のウエイトはライフステージで変わってきます。うちの会社の条件に合う人に来てもらうという考え方ではなくて、多様な働き方に寄り添える会社にならないと生き残っていけないでしょう」



ベトナムから来日、特定技能2号を取得、正社員としてリーダーを務めるラムさん

伊藤さん「若い人たちが定着することは、技術継承の面も含め強みになります。継続して働いてもらうためには、子育て世代の方でも働きやすいよう時短勤務などの就業形態を整えることも必要です。そうした働く人のニーズにも応えていきたいと思っています」

人を生かし、会社の強みを活かす。東北トクスイのチャレンジは、まだまだ続きます。



株式会社東北トクスイ

〒311-1211 宮城県塩釜市新浜町3-3-17

自社製品：サケ、銀だら、ホッケ、サバ、ブリ等の切身加工および漬魚加工

マグロのプロ集団が超低温凍結で広げる 「魚食文化」

株式会社山吉

内陸都市の福島県郡山市には海がありません。しかし郡山市の卸売市場には、新鮮な魚が豊富に揃っています。

山吉さん「郡山は古くから交通の要衝として栄えてきました。消費地にあるこの市場には、全国の港からたくさんの魚が送られてきます。郡山の飲食店で、『ここでこんなにおいしい魚が食べられるとは思わなかった』といった驚きの声が聞こえてくることもありますよ」



2017年から社長を務めている山吉 隼人さん

そう話すのは、株式会社山吉の代表取締役、山吉 隼人さん。1999年（平成11年）創業の同社は、マグロを中心に、サバやサンマなど、さまざまな魚種の鮮魚を販売しています。

山吉さん「私の父（現会長の隆夫さん）が当時郡山の市場で最も古い榎屋水産という仲卸会社の営業所を間借りして、『鮮魚の山吉』を立ち上げたのが始まりです。その後『有限会社山吉』として数人の仲間とともにマグロの仲卸を始めました。私は当時、東京でバーテンダーなどの仕事をしながらアメリカに渡る夢を追っていましたが、創業翌年に父から『人手が足りなくて困っている』と連絡がありました。強いイメージのあった父から弱音を聞いたのはそれが初めてです。実家のことは気にかけていましたし、地元に戻って父の仕事を手伝うことにしました」

父・隆夫さんは創業前に勤めていた会社でマグロを専門に扱っていたことから、当初はその知識と経験を活かし、マグロ一本でやっていくつもりだったそうですが、取引先からの要望に応える形で他の魚種も扱うようになっていったそうです。

それでも主力商品は今も昔も一貫してマグロ。一度も冷凍されていない「生のマグロ」に強いこだわりがあります。

山吉さん「冷凍のマグロもちろんおいしい。ただ、生のマグロは舌触りや、鼻から抜ける風味が違います」

震災前は郡山市内の小売店、飲食店、宿泊施設などにおいて、生マグロの販売シェアの9割を占めるほど。結婚式場や障害者施設などで行うマグロ解体ショーも人気を博し、まさにマグロを極めるプロフェッショナル集団として認知されてきました。

震災時、福島県に入ってこなかった輸送トラック

2011年（平成23年）の東日本大震災では津波による直接的被害はなかったものの、山吉も一時的に営業ができない状態となりました。

山吉さん「地震で市場の水道管が破裂するなどしてインフラが止まったので、しばらく休業せざるを得ませんでした。原発事故もあったので、遠方に避難する従業員もいました。妻と子供たちもしばらくは会津地方にある父の実家に身を寄せていました。私と父と母は現場対応などからそのまま郡山にとどまり、ゴールデンウィーク明けにインフラが復旧したのにあわせて、ようやく営業を再開しました」

ところが原発事故の影響で、三陸・常磐地域から魚が全く入ってこなくなりました。そこで山吉さんは西日本の産地から魚を取り寄せることにしたのですが…。

山吉さん「注文した魚が届かないので取引先に連絡をしてみたら、トラックの運転手が福島との県境を越えたくないと立ち往生していたんです。仕方がないのでこちらからトラックで県境まで行って、荷物を載せ替えて運びました。その分の経費もかさんでいきましたが、市場で人や物が動いているということが何よりも嬉しくて採算度外視でやっていました」

その後も山吉さんは営業の強化で乗り越えようとしたのですが、風評被害による取引停止や漁獲量の低下、魚種の変化など課題が続きます。

山吉さん「地元のスーパーからの注文で何とか売上は立てられましたが、震災前に20億円以上あった売上は毎年1億円ずつ減少していきました。数年経って風評被害は落ち着きましたが、今度は海の状況が変わって獲れる魚が少なくなり、価格も高騰していきました」

魚種によっては水揚げが増えることもありましたが、鮮魚を販売するうえにおいてそれは必ずしもいいことばかりではありませんでした。水揚げが増えるとたくさんの魚を仕入れることができますが、買った魚が売れ残りリスクもあるのです。

機器の導入による効率化で売上アップを達成

水揚げに左右されない商品の安定供給を目指すため、山吉さんは販路回復取組支援事業の補助金を活用し、プレハブ冷凍庫と超低温凍結機を導入しました。

山吉さん「プレハブ冷凍庫は以前も保有していましたが、新たに導入したものはそれよりも大きく、より多くの冷凍品をストックすることができるようになりました。これまで鮮魚で販売していたマグロやヒラメを刺身に加工した後、プレハブ冷凍庫で保管しておき、水揚げがない日に出荷するといったことも可能です」

取引先に提案できる冷凍商品が増えることで、営業の幅



省エネ性能にも優れたプレハブ冷凍庫

が広がりました。しかし一方で、冷凍商品は凍結方法により品質に差が出てしまうというネックもあります。生マグロにこだわり、冷凍商品を作るうえでも「どこまで生に近づけられるか」というテーマを追求する山吉さんにとって、それはとても大きな問題です。

山吉さん「魚を凍結する際には、温度が低下する過程で『最大氷結晶生成温度帯』という大きな氷の結晶が形成されやすい温度帯を通過します。この温度帯を通過する時間が長いと氷結晶が魚の細胞組織を壊してしまい、鮮度が劣化したり、身が変色したりするのですが、新しく導入した凍結機はマイナス 150 度という超低温で急速に凍結するので、懸念の温度帯を短時間で通過することができます」



マイナス 150 度で魚を凍らせる超低温凍結機

これらの冷凍機材を活かした新商品の開発も進んでいます。その一つが冷凍マグロ丼です。地元の寿司屋の協力を得て開発された商品で、厳選された生マグロが使われています。

山吉さん「もともこの商品は、震災での経験から生まれました。食べるものがカップ麺ばかりになってしまい、魚を食べたい時に食べられない。いつでもおいしく食べられるものがもっと増えたらいいなと思い、冷凍マグロ丼を作りました。冷凍品は凍結だけでなく解凍にも注意が必要です。この冷凍マグロ丼をおいしく食べるためには湯煎での解凍に 1 時間かかりますが、今後はより簡単に、電子レンジで温めるだけで食べられる形式を考えています」



冷凍機材を活用して開発した冷凍マグロ丼

今後は冷凍ちらし寿司や海鮮丼の商品開発も進め、提携する EC サイトなどからも購入できるようにして販売を強化していくそうです。

街の人たちとのつながりで生まれた直営飲食店

2022 年（令和 4 年）5 月、山吉さんは直営の飲食店「マグロノキワミ」を郡山市内にオープンさせました。市場直送の新鮮な魚が食べられると口コミで広がり、平日も絶え間なくお客さんが足を運びます。

この店を開いたきっかけは、新型コロナウイルスによる自粛期間中の街の変化にありました。

山吉さん「当時、感染拡大防止策として飲食店や宿泊施設などが休業や時短営業となり、鮮魚の注文が激減しました。外を歩く人も少なく、街全体が暗い。でも物流だけは止まっていなかったの、市場には魚がありました。このまま魚が食べられなくなるのではないかと、危機感もあり、魚食文化の担い手である私たちが、街に明かりを灯すつもりでこの店を開きました」



マグロノキワミの店舗。イートインスペースも充実している

山吉さん「私たちが売っている魚は、漁師さんたちが命がけで獲ってきてくれたものです。その魚を市場まで買いに来るのは、スーパーの人から小さい飲食店の人までさまざまです。とても多くの人とのつながりがあるので、いろいろな展開が生まれます。マグロノキワミのメニューも、オープン時に地元の割烹料理屋さんが考えてくれました」



山吉こだわりの生マグロを使った「キワミマグロ丼」が人気

山吉さんはこの店を単なる飲食店としてだけでなく、アンテナショップとしての機能も持たせていく考えです。

山吉さん「郡山は水も酒も米も魚もおいしい。でもそれがあまり知られていないんですね。魚を売りながら、同時に『伝える』ことまでするのは、効率としては悪いでしょう。でも魚食文化の担い手として、私たちがやっ
ていかないといけないことだと思います」



テイクアウトメニューも豊富。惣菜だけを買いに日常使いする人も

「夢の話」としながらも、いつか生マグロ丼の専門店をチェーン展開したいという山吉さん。魚のおいしさ、とりわけ生のマグロのおいしさを発信しながら、どんな展開が生まれるのか期待されます。



株式会社山吉

〒963-0201 福島県郡山市大槻町字向原 114 郡山市総合地方卸売市場内
 自社製品：生マグロを中心とした鮮魚、冷凍マグロ丼ほか

那珂湊の活気に一役 ゆるぎない味にたどりついたみりん干し

カクダイ水産株式会社

茨城県ひたちなか市、那珂湊港からほど近い場所に本社工場を構えるカクダイ水産株式会社は、前浜で買い付けた鮮魚の選別・冷凍加工のほか、サバ、サンマ、イワシ、アジなどのみりん干しや干物などを生産しています。

これらの商品は全国の市場、スーパーなどに卸しているほか、「那珂湊おさかな市場」にある直営店でも販売され、直営店はリピーターの絶えない人気店として各メディアでも多数紹介されています。

同社の創業は、明治後期。現在代表取締役の櫻井 康順（やすのぶ）さんの祖父、櫻井 兵重（へいじゅう）さんが、前浜で水揚げされたイワシ、サバ、カツオなどの鮮魚の販売を始めたのが同社の始まりです。

当時は1907年（明治40年）に開通した湊鉄道（現ひたちなか海浜鉄道）、を利用して水戸などをはじめ、広く行商に回っていたそうです。その後、櫻井さんの父、信（のぶ）さんが二代目を継ぎ、1956年（昭和31年）にカクダイ水産株式会社を設立。塩ふり加工したサンマを冷凍貨物列車で全国の市場に出荷するなどの事業を展開しました。一時は100人ほどの従業員を抱えるまで会社は順調に成長し、1975年（昭和50年）に現在の地に新工場を設立します。

現在三代目となる櫻井さんは幼い頃から、「この仕事を継ぐんだ」と思ってきたようで、東京水産大学（現・東京海洋大学）に進学し、魚の製造・加工を学び、東京の大手水産会社に就職したのち、1976年（昭和51年）、26歳の時に家業に入りました。

櫻井さんが入社した当時は、毎日前浜に水揚げされる魚を選別・加工し鮮魚、また冷凍魚として出荷する事業が会社全体の売上の9割以上を占め、時化で漁がなかったときに干物やみりん干しの製造を行っていました。

父の信さんが病気で急逝、若くして会社を継ぐことになったのは、櫻井さんが33歳の時。現在、主力商品として人気を博しているみりん干しをもっと今の消費者の趣向に近づく味にできないかと改良に取り組んだのも、この頃のことです。

櫻井さん「当時はおいしいと言われている、あちこちのみりん干しを食べては味を分析して…というのを繰り返していました。このとき妻（智子さん）が心強いパー



カクダイ水産株式会社 代表取締役の櫻井 康順さん

トナーとなってくれたんです。妻は料理が上手で、すごくいい味つけをするんですよ。だから味を決めるのに協力してもらって、ザラメ、しょうゆ、酒の配合を何度も味を調整しながら、ようやくオリジナルの調味液が完成しました」

事務所には分厚い魚料理の専門書が並び、探求熱心な姿勢がうかがえます。さらに、櫻井さんは研究機関が出す情報も見逃しませんでした。

櫻井さん「茨城県水産試験場が、地域の水産加工物のさまざまな調理法について分析した報告書を発行していました。その報告書の中に『みりん干しは4日間調味液に漬けると、魚の水分が抜け、一番味が沁み込む』といった内容が載っていたんですね。それを参考に当社でも試してみた結果、0℃前後のチルド状態で4日間漬け込む製造法にたどり着きました。今もその手法は、ゆるぎない味を決める製造法としてきっちり守っています」

こうして完成したカクダイ水産のみりん干しは、薄味だけれど深部まで味を浸み込ませた、ふっくらやわらかな食感で、もう一度あの味が食べたいと思わせる逸品です。

津波に流された店舗の復旧を優先させ、冷凍事業を断念

商品に定評もつき、会社として順調に成長を続けてきましたが、2011年（平成23年）3月11日に起きた東日本大震災で大きな打撃を受けます。

「那珂湊おさかな市場」の直営店は津波で全壊、すべて流されました。工場設備も建物の柱基礎部分のひび割れ亀裂の発生、受水槽、床のひび割れ、冷凍棟の基礎部分、配管にも亀裂が生じ稼働できない状態となってしまったのです。

同社では、那珂湊水産加工業協同組合が運営する「那珂湊おさかな市場」にある直営店の復旧を優先し、中小企業等グループ補助金を利用して再開を急ぎました。お客様が直接現地に来るおさかな市場は、地域全体の復興に関わる施設でもあったからです。一方、自社の加工場の設備は、一応の復旧を果たしたものの、十分な対応ができないまま稼働を再開することとなりました。

震災後は、福島第一原発事故の影響で、那珂湊港へ入港する水揚げ魚船も激減。また、風評被害の大きさから売上は大きく減少、震災前の約6割まで落ち込みました。



みりん干しは4日間じっくり調味液に漬け込み、浸透圧を利用して味を浸み込ませる



看板商品のひとつ「サバみりん干し」。カクダイ水産通販サイトからのお取り寄せ商品としてリピーターも多い

新たに冷凍機・受変電設備を導入 安定した凍結・保管能力で2割増の需要に応える

このような状況を打破すべく同社は、営業方針の転換を図ります。茨城県の地魚であるヒラメの取り扱いを開始し、茨城県とともに宣伝、普及にも力を入れるなど、魚種を増やす取り組みを始めました。さらに、県が学校給食などに地産地消の原料使用を推進していることから、サバ、イナダなどの原料魚の確保、県営大洗水族館への餌料納入など、販路や販売機会の拡大に努めました。

櫻井さん「さまざまな販路のニーズに応えるためには、仕入のチャンス、タイミングを逃さないことがもっとも重要です。学校給食の原料、水族館の飼料などは特に、原料の品質を保ったまま確保しなければいけません。それには、安定した凍結・保管能力が必要でした」

そこでこの課題を解決するため、販路回復取組支援事業の補助金を活用し、新たに冷凍機と受変電設備を導入しました。以前の機器は保管温度が不安定で、原料の魚を長期的に保管することが難しい状態だったといいます。

櫻井さん「綿密な温度チェックが自動で可能なので、温度ムラが出ず保管状態が向上したことが大きいですね。前浜水揚げのアンコウ、メヒカリ、小キンメダイ、アジなどを、タイミングを逃さず買い付けることができます。また、これまでは副機関運転者として3名が従事していましたが、今回導入した機器では延長制御機器を事務所に隣接して設置できたため、管理に必要な人員が0人となったことも大きなメリットとなりました」

これらの機器の導入の結果、前年同月に比べ2割増しの需要に対応できているほか、使用電力も減少、今後さらなるコストの削減も期待されます。



新たに導入した冷凍機が稼働しぎっしりと商品が保管された冷凍庫（上）と受変電設備（下）。
安定的な冷凍能力の確保と省人化を実現できた

着実な経営で次世代につないでいく

那珂湊水産加工業協同組合の代表理事組合長も務める櫻井さん。観光地としても、たくさんのお客様を迎えている「那珂湊おさかな市場」の代表理事も兼任します。取材に訪れた当日も、平日にもかかわらずおさかな市場はたくさんの観光客でにぎわいを見せていました。

「那珂湊おさかな市場」の直営店には、茨城県水産物開発普及協会主催、「令和元年度茨城県水産製品品評会」で茨城県知事賞も受賞した「さばみりん干し」や、たっぷり脂がのった「トロサー

「モンハラスみりん干し」、近海で獲れた「シラス干し」のほか、いろいろな魚種のみりん干し、文化干しがずらりと並びます。

櫻井さん「近隣の旅館・ホテルなどの朝食でもうちののみりん干しが提供されているんですが、そこで食べて味を気に入って、こちらに買いに来てくれるお客さんもいるんですよ」



「那珂湊おさかな市場」にあるカクダイ水産の直営店



みりん干しのほか地魚を中心とした干物がズラリと並ぶ

活気ある声でお客様へ声をかける同社従業員の姿からは、同社の品質と味への誇りを感じます。

「新たに導入した機器で安定した凍結・保管能力を得たおかげで、直営店で販売する新製品の開発にも注力できます」と櫻井さんは話します。

櫻井さん「前浜に水揚げされるおいしい魚を皆さんに食べてもらいたい、ずっとそんな気持ちでこの仕事に携わってきました。今後は、ホッケ、ソイをはじめ、加工品に使う魚の種類をもっと増やしていきたいですね。そして、ひたちなかに来てくださるお客様に満足のいく商品を提供して、地域に貢献したいと思っています」



原料の仕入れを担当する専務取締役の櫻井貞伸さん。セリが休みの日などは店頭で立ち、お客様からの声を直接聞いて商品開発に活かしている

地域全体がよくなってほしいと、前浜と地元への思いを何度も言葉にする櫻井さん。

地域の観光拠点でもある「那珂湊おさかな市場」の復興に優先して取り組み、10余年が経った今、その決断と行動は確実に実を結んでいると言えるでしょう。

「また食べたくなるカクダイ水産のみりん干し」は人を呼び、那珂湊の活気を生み出していました。



カクダイ水産株式会社

〒311-1211 茨城県ひたちなか市沢メキ 1110-15 水産加工団地
自社製品：干物、みりん干し、鮮魚 ほか

仕入れから販売まで孤軍奮闘 北茨城の味をネットで全国へ

まるむら商店

北茨城市、大津漁港に隣接した「ようそろ一物産館」に小売店舗を構え、前浜に水揚げされた魚介類を使った干物やしらす干しのほか、真いか一夜干しなどを自社で製造、販売しているまるむら商店。週末には首都圏はじめ多くの観光客が訪れる人気店です。

まるむら商店は、村山さんの父、功(いさお)さんが昭和40年代に開業、丸干しイワシ、シラス干し、煮干しイワシを主力として製造、築地市場ほか名古屋、横浜、仙台などの市場に卸していました。



まるむら商店 代表の村山 太さん

村山さんは、専門学校で情報処理を学び、IT関連企業に就職。神奈川県で、企業のオペレーションシステム構築に携わるプログラマーとして勤めていました。まるむら商店に入ったのは、今から36年前の25歳の時。

村山さん「当時は原料も潤沢で事業も忙しくなっていたので、5年間働いた会社を辞め、家業に入りました。親父が足を悪くしていたので、買い付けもはじめから『行ってこい』と自分が任されることになって。でも親父とつながりのある同業の先輩たちに親切な方々がたくさんいて、魚の良し悪しや相場感など親身になって教えてくれました」

家業に入ってから5年ほどたち、村山さんは、規格外で市場には卸せない商品の販売先として、ネット販売を他社に先駆けて開始します。

村山さん「今では簡単に画像もネット上に上げられますが、当時は、デジタルカメラで撮った画像をパソコンに取り込むだけでも手間がかかりましたから、同業者内では、ネット販売はまだハードルが高かったんですね。自分のスキルを生かして、売上を少しでも上げたいという思いでした。売上の割合的にはわずかですが、こちらが想像もしていなかった顧客ができるなど、市場に卸しているだけでは、分からなかったことに気づけたことも大きかったです」

ある時には、よく端材を注文してくれるお客さんが、実はランの栽培業者で、「煮干しイワシは肥料としてランなどの生育にとってもいいから定期的に注文したい」と直接連絡をもらったこともあったそう。「こんな業界にも販路があったのか」と驚いたのだとか。

2007年(平成19年)には大津漁業協同組合が「ようそろ一物産館」を作り、そのテナントとして

まるむら商店も店舗を構えることになりました。これまで市場への卸売販売が主体だったため、開店当初は、お客さんへの対応や商品の陳列販売のノウハウなど分からないことが多く苦戦したと、村山さんは言います。

試行錯誤しながら販売を続けていくうちに、「味がおいしかったから」とまた買いに来てくれるリピーターが増えていきました。さらに翌年2008年（平成20年）は、北関東自動車道の宇都宮―水戸間が全線開通し、近県からの観光客の増加というプラス要素も加わって、売上は数年で開業当初の3倍になりました。

卸売に加え、店舗での販売も順調に推移していたその矢先に起きたのが、東日本大震災でした。

震災で店舗は全壊。休業中に得たスキルを活かして

2011年（平成23年）3月11日、大きな揺れが襲った当日、村山さんは量販店での出張販売のため茨城県水戸市にいました。急いで地元へ戻ろうとしましたが、停電により信号機が機能しておらず渋滞。通常1時間程度で着く距離ですが、この時は12時間かけてやっと帰宅できました。

店舗の入った建物は津波で全壊、従業員は避難して全員無事でしたが、什器などはすべて流されてしまいます。自宅と工場も地震で大規模半壊、津波も浸水もあって操業不能に。さらには、原発事故が追い打ちをかけます。同年4月、北茨城市沿岸で獲れたコウナゴから基準値をこえる放射性セシウムが検出され、出荷が停止。大津港の操業もストップとなり、仕入も生産もできない状況が続きました。

店舗の入った建物再建までの約1年、休業せざるを得ず、売上はゼロという状況。その間、村山さんは、大津漁業協同組合の臨時職員として勤め、茨城県産の魚食普及のための活動に従事します。

村山さん「以前役所に勤めていた上司の方と一緒に働いたのですが、すばらしく仕事のできる方で、課題解決にむけての行動力や人材のマネジメントなど、学ぶことがたくさんありました。なかでも、行政はじめ、関係機関とやりとりする上でのノウハウは勉強になることばかり。相手が何を求めているのかを客観的に考えたうえで仕事を進めるというのかな。そうした視点は、その後の小売店業や商品開発にも生きています。本業をなかなか再開できない焦りやもどかしさはありませんでしたが、休業していた1年で得たものは大きかったです」

震災を機に、父の功さんは仕事から完全に引退。生産効率を高めるため、従来の商品ラインナップを見直し、村山さんが一人でも製造可能なアイテムに絞ることにしました。地元で揚がった鮮度の良いアンコウや真いかを原料とした付加価値の高い商品を主力商品として据え、直売方式へ事業転換を図りました。

生産効率向上のため真空包装機を導入

そこで直接消費者に届けることを意識した商品を作るため、店舗やイベント、ネット販売で寄せられる一般消費者の反応、意見を反映させることに取り組んだという村山さん。新製品開発や既存商品のブラッシュアップを図ったことが功を奏し、売上は徐々に増加していきます。

村山さん「出張販売などでお客さんと直接お話しする中で、市場と消費者のニーズにはギャップがあるということが分かりました。例えばしらす干しだと、市場では乾燥させ水分量を少なく、と言われる。日持ちさせるためにです。でもお客さんは、乾燥をあまりさせないふっくらとした触感をおいしいと言う。そこに気付いてからは、消費者のニーズを一番に考えた商品開発をするようになりました」



店舗ではお客様と直接やりとりをして商品への反応などを聞き、商品開発に生かしている

2018年（平成30年）には、あんこう鍋セットがふるさと納税の返礼品として採用され、有望なマーケットととして、売上回復のカギとなる商品となりました。このほか、ギフトとしての需要に加え、コロナ禍にはおうち時間が増えたため、「巣ごもり需要」により通販での注文が急増。



ショーケースにはしらす干し、めひかり丸干などさまざまな商品が並ぶ。これらのほとんどを一人で製造しているというから驚きだ。味付けは同業の先輩たちの意見も参考にされたとのこと



しかし、同商品生産のために必要な真空包装機が小型のため、生産できる量も限定的であることから、注文数に応えられるだけの製造が難しく、泣く泣く受注をストップしたこともあったのだそう。

村山さん「あんこう鍋セットは価格の安い時期に原料を確保することで、製品の販売価格を抑えながら利益を保てるようにしています。受注も増えて好調だったのですが、なにせ一人で作っているので1日に50セットが限界なんです。何とかしなければと思いました」

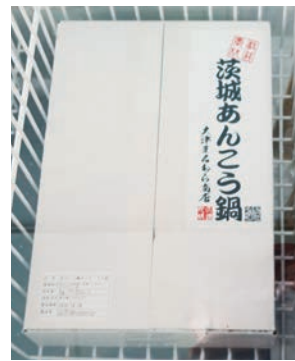
そこで販路回復取組支援事業の補助金を活用し導入したのが、新たな真空包装機です。

ふるさと納税返礼品のあんこう鍋セットの真空包装は、1回の真空包装作業で4パックだったものが、8パックできるようになり、生産能力が2倍に。また、真いか一夜干しは、従来2パックだったものが、6パック。いか塩辛は4パックだったものが12パック製造できるようになりました（すべて1回の作業でのパック数）。

これによって生産量も増加したほか、生まれた余剰時間を加工や販売、新規取引先の開拓に注力できるようになったのです。その結果、新たにふるさと納税の契約自治体が増え、取手市、水戸市、茨城県庁はじめ、全7件※となりました。※2025年（令和7年）8月現在



導入した真空包装機。大幅に生産能力の効率化を実現した



ふるさと納税返礼品として人気のあんこう鍋セット

まだまだのびしろがある。SNS で商品の魅力を発信したい

2025年（令和7年）3月には、北茨城市で開催された「全国あんこうサミット」に出店。受注に応えられる生産体制が整ったことで、積極的なPR発信も行うことができました。

村山さん「地元の特産品としてあんこうをもっと食べてもらいたいですね。業界の発展の一助にもなれたらと思っています」

この業界に入る前に携わっていたIT関連のスキルを活かして、30年前にネット販売を始めた村山さん。

村山さん「ネットでの販売はまだまだのびしろがあると思っています。SNSを使って動画で商品のリアルな魅力を発信していきたいと思っています。最近動画編集ソフトを入れて勉強を始めました」

仕入、味付けから製造、伝票を書いて宅配業者に手渡すまで。一人で行う村山さんが手がけたしらす干しは、ふっくらしていて本当においしく、子どもにも安心して食べさせることのできるやさしい塩加減。孤軍奮闘で消費者の声と自身の商品と向き合った日々が、繊細な味に表れ、リピーター獲得につながっているのだと感じました。

店舗での活気、イカを焼く網から立ちのぼる煙、実際に味わった消費者の声などを動画で発信したら、北茨城の味を広い世代に伝えるきっかけとなるでしょう。

「あの味をまた食べたい」という顧客を全国に増やすことを目指して奮闘を続けるまるむら商店。今後の同店の発信にも注目です。



まるむら商店

〒319-1713 茨城県北茨城市関南町仁井田 765

自社製品：干物、しらす干し、あんこう鍋セット ほか

震災を機に本格的に取り組んだメヒカリを、 品評会で受賞するまでに育て上げた

いりまん水産

上神谷さん「いやー、暑かったですよ。
お疲れ様！とりあえず冷たいものでも
飲んで、一回ゆっくりして」

連日、猛暑が続く7月中旬、取材に訪れた我々にほがらかに声をかけてくれ、麦茶を手渡してくれたのはいりまん水産の代表を務める上神谷 光男（かみかべや みつお）さん。開かれた冷蔵庫には、お茶やコーヒーなどがびっしり詰まっており、従業員の皆さんはもちろん、そのお子さんたちも自由に飲めるようになっているのだそう。また、いりまん水産を訪れる運送会社の方などにも社長のご厚意で、よく振舞われるのだとか。



いりまん水産 代表 上神谷 光男さん

上神谷さん「暑い時には冷たいもの、寒い時にはあったかいものが一番のごちそうだって、母親によく言われて育ったんですよ。皆さんがあつての私なのでね。飲み物だけじゃなく、市場で珍しい魚が入ったら買ってきて会社のみんなどと一緒に食べたり、従業員のお子さんと自分の家の子供を連れて、お寺や港に連れて行ったりもしますよ」

代々、個人事業として経営をしているいりまん水産は、令和元年に先代のお父様から現在の4代目に代表権が渡りました。創業は曾祖父の時代からで、その歴史は100年以上前に遡ります。最初の工場は、大津港の目の前にあり、創業当初から前浜に揚がるシラス、小女子を干したり、カタクチイワシで煮干しを作ったり、マイワシを丸干しなどに加工していました。築地市場が開場してからは、これらの商品を貨物列車で市場に卸す事業を開始。昭和30年代ごろには「築地までの貨車便に載せやすいから」と、駅の近くにある現在の場所に工場を移転しました。最盛期は、徒歩で10分ほどの距離にある線路近くまで私有地が続いていたのだそうです。

上神谷さん「祖父の時代、大津港は24時間操業で、船が入る時間に合わせてセリがあったんです。皆、日中に仕事を終わらせたいでしょう？だから朝や昼に入札が集中するんです。だけど逆に、深夜だと買人が少なくて昼に100円で取引されていた魚が50円くらいになって。そういう安くなる時間を狙って、良い原料を安く仕入れて商売を大きくしていったのだと聞いています」

そんないりまん水産の現在の人気商品は、「がんこおかみ」シリーズ。ちなみに名前の由来は上神谷さんのお母様。スーパーのバイヤーさんと商品のネーミングを検討している時、たまたま、お母様が話に加わったのがきっかけだったそう。

上神谷さん「母は竹を割ったような性格で、良いことは良い、悪いことは悪いと言う人でね。バイヤーさんには、母の印象がすごく強かったみたいで、“絶対にがんこおかみで行きましょう”と提案されました。製品自体は頑固にしすぎちゃうと売れなくなっちゃうので、原料にはこだわりながらも、地域によって味の違いを持たせたり、大きさを色々とバリエーションを作ったり、柔軟に対応しています（笑）」

シリーズのうちのひとつである、メヒカリを使った「がんこおかみの海の幸」は、茨城県水産製品品評会で水産庁長官賞、県知事賞などを数多く受賞するなど、高い評価を受けています。



令和4年度の茨城県水産製品品評会で水産庁長官賞を受賞

震災で仕事がオールストップ。メヒカリに新たな活路を見出す

震災当日は、午前中は小女子の水揚げがあったものの、まだサイズが小さかったため買い付けは行わなかったのだそう。1週間から10日後くらいには仕事ができるサイズになるだろうと、午後は小女子を干すためのせいろの準備などをしていました。そんな時に「立ってられないほど」の大きな揺れが襲ってきました。

上神谷さん「当時、うちの目の前は市民病院だったんですよ。病院から飛び出してきた患者さんや、お医者さんに“津波が来るから早く逃げてね”って、呼びかけて。学生さんもブロック塀のへりを歩いていたら“危ない、崩れるよ”って注意喚起ばかりしていました。親戚が石巻にいて、津波の被害を知っていたから、従業員もすぐに帰して自分達も高台に避難しました」

翌日、工場に戻ってみたら、分厚いセメントの床は縦に避け、レンガの煙突も半分に折れていました。工場は機械と冷凍庫は無事だったものの、床は一面水浸し。また漁協の冷凍庫に入れていた原料は津波ですべてさらわれてしまいました。

上神谷さん「大津港は船が路上に打ち上げられたり、二階建ての家の上に車が乗り上げたり、津波の被害がひどかったんですよ。避難する直前にもね、あれ、たぶん津波の第一波だったと思うんだけど、シャシャシャシャって音とともに泡立った水の壁がせりあがってきていたのを覚えています」



東日本大震災で折れてしまった煙突

このように損害はひどかったものの、仕事の復旧自体は早かったのだそう。というのも、東北の取引先から突然電話があり、「とにかく食べ物がない。できる分だけでもいいから何か送ってほしい」というSOSが入ったから。そこで来れる人員を急遽呼び集め、冷凍庫に入っていた原料を使って干物の製造を始めます。ただし、それも福島原発事故で一気に流れが途絶えました。

上神谷さん「原発事故が起きてから、“ごめんなさい、もういない”ってなって。他もね、もう全部、注文がピタッと止まってしまいました。とりあえず従業員さんには工場の片付けなどをやってもらい、その後3年ほどは地元の水産加工組合と一緒に放射能検査のPRなど風評被害の払拭活動をしていました」

そして震災後に力を入れ始めたのがメヒカリの加工です。生産時期が限られるシラス、小女子に次ぐ安定した収入源を確保しようと震災前から手掛け始めていましたが、シラスで放射能が検出されてしまったこともあり、本腰を入れてメヒカリを使った製品づくりに取り組むことにしました。

上神谷さん「最初は“メヒカリなんて下魚だ”とか、“日本海の方はハタハタがあるからいらぬ”なんて言われて、全然扱ってもらえず、魚自体の知名度の低さを痛感しました。その後は父と2人で色々な地方に行って、市場の人やスーパーのバイヤーさんに無償で食べてもらって、意見を伺い、塩加減の調整、包装や入り数を変更など、スーパーで販売しやすいよう工夫を重ね、10年かけてようやく知名度が上がってきました」

当時の社長だったお父様は、目利きで市場からの信頼も厚い方でした。多くを語らず「人を見て覚えろ」という職人気質で、震災時に全く仕事がなくても「従業員は絶対に解雇しない」という方針がぶれることもありませんでした。そのお父様と2人で行動をとるとし、「見て学んだ」ことが、今の上神谷さんにも影響を与えているのかもしれない。

生産性が倍増したおかげで、受注量を増やすことが可能になった

震災前は京都、大阪、岐阜などにも広がっていた販路も、関東より西はすべて他社に奪われ、取引先の数も半分ほどに減ってしまったいりまん水産。メヒカリが軌道に乗ってきたため、売上は震災前の8割程度まで戻ったものの、あと一息足りません。

そこで、販路回復取組支援事業の補助金を活用し、ボトルネックとなっていた包装の工程に、シュリンク包装機と、自動ラベリングラインを新たに導入しました。今まではシールを手で貼っていましたが、人力ではできる量が限られる上、個人差もあって量産が難しかったのだそう。

上神谷さん「手で貼っている時代はスーパーの方から、“シールが右にいたり左にいたり貼る位置がずれちゃってる”なんて指摘を受けたりしちゃってね。少しでも売りやすいようになって、色々なご要望にお応えしていたら、包装やラベルも色々なタイプが増えてシール貼りの作業だけでも仕事が圧迫してしまってた。でも、この機械が入ったおかげで、色々なオーダーが来ても柔軟に対応できるようになりました。今まで2人でやっていた作業が1人でできるようになったので、突発的な作業や、機械で出来ない作業が発生しても、そこにちゃんと人を割り当てられるのも大きいです。従業員さんも、この機械を最初に動かした時は“早っ！”って驚いてました」



導入した自動ラベリングライン



シュリンク包装機

ラベリングラインの導入によって、均一にきれいに貼れるようになったのはもちろん、以前は2名で10,000パック程度だった生産量が、1名で11,600パックにまで増加。シュリンク包装機も1名で1,200パック程度だった製造量が、同じく1名で2,800パック以上に倍増しました。

上神谷さん「これまでは商品を取り扱いたいと声をかけていただいても、生産体制が整わなくて対応できず、歯がゆい思いをしていたんです。生産量が上がったおかげで、これからは、どんどん仕事が受けられるようになると思います」

人とのつながり、信頼で、自然に仕事が広がっていく

今後は工場を改修し、さらに環境を整備した後で、取引を待っていている相手との仕事が本格的に始まるのだそうです。ちなみに上神谷さん、買い付け、営業、経理などを1人でこなすだけでなく、自ら現場に入って製造にも携わります。特に干物は、大きさや時期、天候によって繊細に塩加減や干し時間を変える必要があるため、一度手で触って状態を確かめ、職人のような調整をする必要があります、他の人には任せられないのだそう。

また、忙しい中でも様々な魚種に挑戦し、お刺身品質の魚を干物にするなど試作品をたくさん作っているそうで、新商品開発にも熱心に取り組んでいます。こういった取組を知っている漁協の方が、「新しいものを探しているんだったら、いりまんさんがいいんじゃない？」と百貨店のバイヤーさんと季節商品の取り扱いが決まったこともあるのだそう。

上神谷さん「今は、自分で積極的に営業するのではなく、“いりまんさんの商品、スーパーさんの商談会に持って行きたいんだけど” って声をかけてもらうことが多いですかね。目利きでは信頼してもらっているんですよ。シラスも市場ごとに格差があるんだけど、うちで良いと思ったものを選別して市場に再出荷すると、“いりまんさんが出すなら間違いない” って買ってくれるんです。そういうつながりも震災で一は度切れちゃったけど、復活しましたね」

昨年からは、地元スーパーと協力し、大津港で揚がった魚を「大津港直送」「朝どれいわし」と銘打って販売する試みも始めました。これは大津港で底引き網漁の相場が下がり、他の港に船が流れてしまうことを危惧した上神谷さんが、「船が納得する相場で買って、大津港の水揚げを維持していきましょう」と地元スーパーのバイヤーさんに働きかけ、協力を取り付けた結果です。

上神谷さん「何だか、気が付いたら人に助けられるんですよ。困った時に、ふっと助けてくれる人が浮かび上がってくる感じなんです」

とおっしゃる上神谷さん。しかし「皆さんあつての私だから」と繰り返し、色々な人に手を差し伸べ、助けているのはむしろ上神谷さんの方な気がしてなりません。コロナの時も、「どうせ荷が動かないんだったら、少しでも市場の売上にしてもらおう」と、市場に無償で商品を提供したのだそうです。

この明るさ、優しさに惹きつけられ、「今度は自分が、いりまん水産さんの力になりたい」と思う人は、きっと、今後もどんどん増え続けていくことでしょう。



いりまん水産

〒319-1704 茨城県北茨城市大津町北町4丁目6-3

自社製品：シラス干し、メヒカリ丸干し、メヒカリ開き、イワシ丸干し 等 ほか

100年続いた味を守りたい。 そんな祖父の願いに応え、家業を継ぐことを決めた

有限会社マルイチ仙台屋商店

茨城県の北端、福島県との県境に位置する大津漁港は、茨城県内でも有数の巻き網漁が盛んな港です。大津は江戸時代から明治維新までは水戸徳川家の領地であり、当時から漁業が盛んでした。そのような歴史のあるこの地で、江戸時代より魚に関わる仕事を代々続けてきたマルイチ仙台屋商店。1979年（昭和54年）の法人化以降も、時代の変化に合わせて形を変えながら、常磐沖で水揚げされた原料を使った産地ならではの製品づくりを続けています。



有限会社マルイチ仙台屋商店 代表取締役 鈴木 均一さん

マルイチ仙台屋商店主力製品は、何といても「しらす」。大津港で水揚げされたばかりの鮮度の高い原料を厳選しています。茨城県北部のしらすは「常磐もの」として名高く、その風味を損なわないよう、水揚げ後は迅速に加工・急速冷凍を徹底。2021年（令和3年）には水産エコラベル（MEL）の流通加工段階（CoC）認証を取得し、管理体制の更なる強化を図っています。

そのしらすの加工で、何より大事にしているのは「鮮度」だと鈴木さんは言います。

鈴木さん「しらすはカタクチイワシの稚魚ですが、イワシ（鰯）は、漢字で書くと“弱い魚”になります。その稚魚ですから、とても繊細なんです。そのため、白く透明感のある鮮度の良いものを仕入れ、しらす本来の風味や食感を保つため水揚げ後1秒でも早く加工し急速冷凍をしています」



原料は鈴木さん自ら買い付け。鮮度は商品の品質に直結するため、品質の良いものだけを仕入れている

家業の苦境を目の当たりにし、家を継ぐことを決めた

東日本大震災では大津港に高さ5mの津波が押し寄せ、漁船や漁港設備に甚大な被害を受けました。マルイチ仙台屋商店も、工場が大規模半壊となったほか、1週間ほど停電が続いたため、自社や港の冷蔵庫に保管してあった製品はすべて廃棄となってしまったのです。

当時社長だった鈴木さんのお父様がなんとか事業を再開しましたが、漁船の被害が大きく操業停止が続いたことで、原料確保が困難となりました。さらには福島第一原発事故による風評被害により注文も減少。マルイチ仙台屋商店はかつてないほどの苦境に立たされました。

そのとき鈴木さんは東京で水産とは無関係の異業種に従事していましたが、この状況を目の当たりにし、「家業を絶やしたくない」という強い思いから会社を継ぐことを決意しました。

鈴木さん「父親は、『好きなことをやれば良い、無理に継がなくても良い』という考え。でも祖父は受け継いできた家業を絶やしたくない、港があるうちは続けて欲しいと話している。その当時、私もちょうど30歳で昔と考え方が変わってきてたんでしょうかね。“自分も、この家業で育ててもらったんだよな”と、受け継いできた味を残したいと思うようになりました」

現在は、弟さんと一緒に兄弟二人三脚で、震災前より少ない10名弱の体制ながらも、従業員の若返りを進めながら、会社の再生を図っています。

選別機の導入で釜揚げしらすの生産効率と品質が大きく向上

しらすは、繁忙期になると、1日に3～4回競りがあり、数十トンと水揚げされるため、鈴木さん1人で仕入れから加工までを担う事はとても困難です。そこで、鈴木さんが原料を買い付け、弟さんが工場加工を取り仕切るように分業制に変更。このことで、震災前を凌ぐ生産体制を確立することができました。

そんな新生マルイチ仙台屋商店が、現在精力的に生産に取り組んでいるのが、釜揚げしらすです。

鈴木さん「昔ながらの天日干しのしらすも根強いニーズがありますが、釜揚げしらすを望む取引先が多くなっています。釜揚げしらすは、ちりめんじゃこなどと比べて乾燥（干す）させる工程が無く、天候の影響も受けにくいこともあり、積極的に生産して行こうと思いました」

しらすの原料には、小さなエビ、カニ、海藻などの「不純物」が混ざっているため、これらを取り除く必要があります。しらす干しや、ちりめんじゃこなどの場合、干す過程で体積が縮む際、ある程度の不純物が自然に取り除かれるのだそうですが、「干す」という工程がない釜揚げしらすの場合には、これらを取り除く手間がしらす干し以上にかかり、増産に向けての障壁となっていました。そこで、この課題を解決するため販路回復取組支援事業を利用して導入したのが選別機です。

従来、異物除去の工程は人の目だけで行っており、不純物を一つずつ手作業で取り除く作業は非常に細



導入した選別機



釜ゆでたしらすを風で吹き飛ばし、その中に混じるエビやカニなどを除去する



マルイチ仙台屋商店特製の釜揚げしらす

かく従業員にとって負担が大きいものでした。しかし、機器の導入により不純物の除去工程を自動化したことで、作業負担が軽減されたほか、時間も大幅に短縮。また、省人化が叶ったことで、人材の配置もスムーズになったといえます。

こういった効果が積み重なり、除去精度を上げながら、2割の増産が可能になったことで、市場でも品質が高く評価されるようになり、販路の拡大にもつながっています。

変わらない味を、これからもこの地で

鈴木さんが後を継いでから、マルイチ仙台屋商店も少しずつ様変わりしています。もともとはしらすが旬を迎える3カ月間に集中的に仕事をし、それ以外の期間は比較的ゆっくり過ごすというスタイルだったのだそう。しかし震災時、しらすの供給が途絶えてしまった時の反省を生かし、しらす以外のシーズンでも仕事ができるよう少しずつ扱う魚種を増やしているのです。努力の甲斐あって「しらす専業」から、売上の1割をしらす以外の魚で担えるほどに育ってきました。

もう1つ、鈴木さんが新たに手掛けたのが直売所の開設です。

鈴木さん「塩加減や煮る時間、干し方といった職人の感覚や製法を重んじつつ、代々続くこの味を地元の方に提供していきたいという思いで直売所を立ち上げました」

ここでは、お客様との対話を大切にしながら、しらすに加え、約20品目の魚種・加工品を展開し、季節やニーズに合わせた多彩な製品を提案しています。最近では、知人からいただいて味を気に入ったと、裏面の住所を見てわざわざ訪れてくれる人もいるのだそう。一度、直売所で商品を購入したら、その鮮度とリーズナブルさに惹かれてリピーターになってくれる方も多いのだとか。

鈴木さん「震災前は魚の状況にあわせて大津と福島で自由に行き来ができていましたが、今はまだ制限があって大津港の水揚げは震災前の水準には戻っていません。加工業者も少なくなり、地元の方でも、この地域で獲れた魚を食べる機会が減っています。うちの商品が大津の美味しい魚に出会うきっかけの一つになればいいなと思っています」

家や地元の伝統を守ることに主眼を置く。この堅実な姿勢があればこそ、マルイチ仙台屋商店は、今後もその味を守り続けていくことができるのでしょう。



工場のすぐ隣にある直売店。地元の方はもちろん、遠方から足を運ぶお客さんも多い



有限会社マルイチ仙台屋商店

〒319-1704 茨城県北茨城市大津町北町 3555-1

自社製品：釜揚げしらす、しらす干し、ちりめんじゃこ、いわし煮干し、メヒカリ加工品、地魚干物 ほか

被災地で頑張る加工屋さん Vol.12 令和8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 柴田 佳代



この印刷物は、環境に配慮した紙とインクを使用しています。



リサイクル適性[Ⓐ]

この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。