

# 七十七ビジネス大賞受賞

第17回(平成26年度)

## 企業 インタビュー

Interview

## 水野水産株式会社

代表取締役社長 水野 暢大 氏



### 会社概要

住 所：塩釜市北浜四丁目4番14号  
設 立：昭和34年（創業：昭和12年）  
出 資 金：20百万円  
事業内容：魚肉練製品製造業  
従業員数：189名  
電 話：022 (364) 8151  
U R L：http://www.mizunosuisan.com/

## 「蒲鉾の町・塩竈」の伝統を受け継いだ「蒲鉾の水野」ブランドを創生、塩竈の産業振興・震災復興を牽引し地域経済に大きく貢献

今回は「七十七ビジネス大賞」受賞企業の中から、水野水産株式会社を訪ねました。当社は、昭和12年、水産加工会社として創業しました。塩竈市は蒲鉾の有数の産地であり、その「蒲鉾の町・塩竈」の伝統を全国に伝えるべく製法と品質にこだわり、「蒲鉾の水野」のブランド化に成功しました。また、震災発生時には、塩釜港に面した本社・工場とも甚大な被害を被りましたが、被災地での早期再開を行い、また地元雇用を維持する等塩竈地域の経済に大きく貢献し、塩竈の水産加工業をリードする企業です。当社の水野社長に、今日に至るまでの経緯や製品へのこだわり等についてお伺いしました。

### ——七十七ビジネス大賞を受賞されたご感想をお願いします。

七十七銀行とは当社が創業した当時からの付き合いで、当社を含め塩竈の水産加工業界を育てていただいたと感謝しています。その銀行に関わる貴財団からこのような名誉な賞をいただけて大変嬉しく思っています。塩竈の水産加工業者は大抵が地域に根ざした中小企業ですが、塩竈では震災復興がまだまだ大変な時期ですので、今回の受賞が塩竈の復旧・復興で頑張っていることの評価になってくれればよいと願っています。

### 「蒲鉾の町・塩竈」

#### ——創業から今日に至るまでの経緯について教えてください。

昭和12年に私の祖父である水野大助が当社を創業しました。塩竈に水産加工会社は多くありましたがそのほとんどが兼業であり、当社も水産加工を中心に季節によって様々な仕事をしていたのが始まりでした。創業当時は竹輪が主力の製品で、その理由は、当時は戦時中だったためです。竹輪の穴に塩を



第一工場

入れれば日持ちしますので、海外に保存食として持って行くことができ大変重宝されていました。塩竈から東京の築地までを結ぶ線路がありましたので、冷凍した竹輪を貨車で運びトン単位で取引をしていました。したがって、揚げ蒲鉾の歴史は浅く生産量が伸びていったのは戦後になります。その国の食文化の発展レベルは食油の消費量で分かるといわれており、家庭で揚げ物料理等が増えて食油の消費量が増えれば国が豊かになっているといえます。戦後に日本の暮らしが豊かになり始めた頃から、揚げ蒲鉾の需要が伸びていき、当社では揚げ蒲鉾が主力の製品となりました。

塩釜港は立地条件がよく、北海道等から来る原料は一度塩竈に入り、加工した後に東京に送られるというルートができていました。今日作った製品は翌日に各市場に届くのがルールでしたので、それまでは東北6県と横浜までの流通でした。昭和50年頃にトラック輸送が発展していき、北海道、静岡、名古屋、大阪まで一日で製品が届くようになりました。こうして塩竈は蒲鉾の有数の産地となり、当社も揚げ蒲鉾製造業として発展していきました。

——事業を行うにあたり苦労されたことや課題等があればお聞かせください。

約20年前ですが、製品が全く売れずに何度も会社をやめようと思ったことがありました。そんなと

き、ある従業員から「低品質の原料を使っていたらおいしい製品はできないし、売れるわけがない。」と言われたことがあり、その従業員の意見を取り入れてよい原料を使用した高品質の製品作りを始めることにしました。その際に、製品の販売単価を上げましたが、価格が高くてもよいものを選んでくれるお客様はどこにいるか考え、マーケットを地方中心から大都市圏に切り替えることにしました。高品質の蒲鉾を販売したところ次第に売り上げが伸び始め、その売上資金でより高品質の蒲鉾を製造することにしました。しかし、おいしくてもあまりに値段が高いとお客様が購入しにくくなる

と思い、製品の量産化を図ることで販売価格を抑えました。常に品質を向上させていくので利益は少ないですが、当社の製品を購入して下さるお客様への恩返しだと思いこのスタイルを続けています。

現状の課題としては水産業界でも大手スーパーによる市場の寡占化が進んでいることです。町の魚屋が減少し、水産物の販売価格が抑えられ水産業者の利益率が大幅に低下しています。中小企業の食品製造業の在り方について早急に検討しなければならないと考えています。

——シンボルマーク「大ちゃん」について教えてください。

「大ちゃん」は創業者である水野大助の創業の志を後世に伝え続けるために付けられたネーミングです。大ちゃんの肩に担がれた“てんびん”は、前の



シンボルマーク「大ちゃん」

籠がお客様、後ろの籠が原料生産者とお取引様を表しています。大ちゃんは両方のバランスを取ってニコニコと、常に前向きに明るく努力する当社の姿勢を表しています。添え書きの「われは海の子」は唱歌の一節で、生命の源である海と努力し続けるという誓いから添えられました。

### ——経営理念について教えてください。

当社の社訓は3つあります。1つ目が、「人を尊重し、和をもって体と頭を大切に使いえ」です。会社に携わるすべての人を尊重し大切にするとともに、和をもって仲良くしてほしい。また、従業員には体を使うとともに、頭を使うことで様々なことを吸収し大きく成長してほしいと思っています。

2つ目が、「お客様と社会に、必要とされる人と会社であれ」です。社会に対して個人や会社がどう貢献できるのかビジョンを持つことが大切です。会社に関していえば、当社の存在意義とは「もう一度食べたい」と思っただけのお客様がいることだと考えていますので、そう感じてもらえる製品をこれからも提供していきます。

3つ目は、「よい商品は、喜び・健康・チャンス・利益・感謝・信用・すべてを生むことができる」です。当社は絶対的な品質を重んじていますが、その実現にはよい素材が必要になり、よい素材には力があります。よい素材は売価が高くなるので生産者に嬉しく、おいしいのでお客様に嬉しく、新鮮で衛生的なので製造する従業員にも嬉しい。よい製品はすべてについて幸せになれると考えています。

## 「蒲鉾の水野」ブランド

——「仙台銘産」として塩竈の製品が多く流通する中、「宮城県塩釜港」の企業・製品であることを掲げられた理由についてお聞かせください。

情報量が豊富な時代ですので、お客様は宮城県の製品がおいしいではなく宮城県のどこで作られる何がおいしいとって製品を選ぶようになりました。したがって、自分の地域に自信を持ちブランド化することでお客様にアプローチすることが重要です。我々は、塩竈の地名を掲げておいしい製品を日本や世界に届けることで、蒲鉾といえば塩竈の水野水産とっていただける企業になることを目指しています。

### ——取り扱い製品について教えてください。

当社は様々な種類の揚げ蒲鉾を取り扱っていますが、主力製品は、「旨味天」シリーズの中の「玉ねぎ坊主」と「いかたこ坊主」です。この2製品は、一般財団法人流通システム開発センターが分析する練り製品のPOS（Point of Sales）データの売上で年間ベスト50に入る当社の人気製品であり、形は立体感のあるゴツゴツした形状をしています。これは手作りでなければ出せない技によるものです。通常の四角や丸い形の蒲鉾は熱処理をした際、中心に熱が通る前に表面が固くなってしまいがちですが、ゴツゴツした形だと中心までの距離が短くなり熱が全体に行きわたり食感がよくなりますし、日持ちもよくなります。



「玉ねぎ坊主」・「いかたこ坊主」

また、新製品では「かまぼこまるしえ」という魚のすり身に餅粉を練りこんだかまぼこがあります。「かぼちゃ、サツマイモ、青じそ、ごぼうれんこん、枝豆ずんだ」の5種類です。通常の揚げ蒲鉾にない



「かまぼこまるしえ」シリーズ

驚きの食感が魅力で、お弁当やおやつに召し上がっていただけます。揚げ蒲鉾の魅力若く若い世代にPRするためにも新製品の開発を積極的に行っていきたいと思っています。

## こだわりが詰まった逸品

——製品へのこだわりについてお聞かせください。

当社は「おいしい魚」「新鮮野菜」「揚げ油」にこだわった製品を製造しています。

1つ目の「おいしい魚」に関しては、蒲鉾の原料となるすり身にもいくつかランクがあり、当社はその中でも最高ランクのF A・S Aクラスを使用しています。これは刺身で食べられるほど鮮度がよい魚のすり身なので生臭さがありません。獲ってすぐに船上で加工され、鮮度を保つため急速冷凍されたものを輸入しています。漁船の出航前に魚の種類や品質、数量等を前もって注文しているので、漁師の方は獲れたよい魚で作ったすり身を優先的に当社にまわしてくれ高品質のすり身を手に入れることができます。

2つ目は「新鮮野菜」です。野菜のプロである仕入業者が指定した農家が生産する栽培記録や搬入経路がきちんとされた減農薬の野菜のみを使用しています。使用する野菜の産地と旬の期間も管理しており、最も野菜がおいしくなる旬の時期に全国の指定農家から取り寄せをしています。指定農家から取り寄せますので、一般に市場で買い付けるよりも野菜の価格にブレが少なく済みますし、安定して野菜を手に入れることができます。

3つ目は「揚げ油」です。製造時酸価度を3以下にすることが困難といわれる中、当社では厳しいチェック体制のもと製造時酸価度1.5以下に保たれた新鮮な菜種油(キャノーラ種)を使用しています。酸価度とは、揚げ油の鮮度を測る数値で、高いほど鮮度が落ちて揚げ蒲鉾の風味を損なう原因となります。酸価度の低い油を使用することで、苦みが少なく後味がさっぱりとした仕上がりになります。また、菜種油には動脈硬化等の原因になるといわれている悪玉コレステロールを下げる成分として注目されるオレイン酸が多く含まれていますので、お客様に安心して召し上がっていただけます。

徹底的に品質を追求した製品作りで、高品質の



フライヤーの底が見えるほどの  
きれいで新鮮な菜種油で揚げられる蒲鉾

「蒲鉾の水野」のブランドを創りあげ、揚げ蒲鉾の「詰め合わせ」が全国蒲鉾品評会で水産庁長官賞を受賞する等多くの表彰をいただいております。

——御社の強みについて教えてください。

年中食べていただける製品の味です。素材のよさに加えて、当社の製品は、口に入れたときの味のインパクトが強く後味はすっきりする特別な調味料を使用しています。揚げ蒲鉾を飲み込むタイミングで味が消えるように調整していますので、油っこさがなく胃の負担も小さくなります。当社は以前おでんに入れる揚げ蒲鉾が主力でしたが、通常は夏場に売り上げが落ちるといわれています。冬だけの売上では会社は存続できませんので、味を改良することで現在では一年を通して売上が落ちることはありません。一時期、関東地区の揚げ蒲鉾市場におけるシェア15%を確保しました。

## 新しいアイデアを求めて全国へ

——製品のパッケージ方法で業界に先駆けた取り組みを行っている伺いましたがお聞かせください。

製品のパッケージにかかる意匠登録を多数保有しています。また、「横縦ラベル」といって製品を横に置いても縦に置いても読むことのできるラベルを開発しました。店頭で製品は横向きに陳列されることがほとんどですが、このラベルによって東京等の狭い店舗で製品を縦に並べることにより多くの製品を陳列することが可能となりました。現在では、多

くの企業のパッケージにこのラベルが採用されています。

パッケージを含め当社の製品をよりよくするために、専務とともに全国を歩いて様々な商品を見て回り常に新しいアイデアを検討しています。面白そうな店には入ってみる、行列には並んでみるということを中心掛けています。



「横縦ラベル」のパッケージ

## 食卓に安心を

——H A C C P 認定の取得について教えてください。

当社は平成26年6月11日に、第1工場、第2工場「水産食品加工施設H A C C P 認定」を取得するとともに、将来的な輸出拡大への挑戦を視野に入れて「米国水産食品H A C C P 認定」も取得しています。



H A C C P 認定工場内作業風景

す。H A C C Pとは、食品の製造・加工工程で発生する恐れのある汚染等の危害をあらかじめ分析し、その対策を定め、連続的に監視することで製品の安全を確保する衛生管理の手法です。当社では、納品確認マニュアルや作業前の手指洗浄マニュアル等、原料の搬入、製造、包装、搬出等各製造工程において様々なチェック項目を定めて厳正な衛生管理を行っています。これにより、問題がある製品の出荷の未然防止や原因の追求を容易に行うことが可能となり、安心・安全な蒲鉾をお客様にお届けできていると思います。

——そのほか食の安全に対する取り組みについてお聞かせください。

私と専務が薬剤師の資格を保有しており、食品衛生に対する体制を厳正に管理しています。例えば、週に一度「品質向上委員会」を開催しています。食の安心・安全に加えて製品の劣化もチェックしており、お客様が実際に召し上がる時期を想定して3日目の製品を試食し、製造技術と味の見直しを行っています。

そのほか、東日本大震災以降、原料や製品の放射能検査結果も定期的にホームページにて公表することで、お客様に安心して当社の製品を召し上がっていただけるよう努めています。

## 工場の早期復旧と雇用継続

——東日本大震災時の状況について教えてください。

当社の工場には3mの津波がきて第1工場、第2工場、事務所、本店のすべてに大きな被害を受けました。不幸中の幸いは、従業員に被害がなかったことです。当社では、平成7年に起きた阪神淡路大震災を教訓にして震災に備えた様々な準備を行ってきました。地震速報器を各所に取り付け、工場は震度4以上、事務所は震度3以上で何秒後に地震がくるかが放送されるようにしています。また、地震がきてからフライヤーを停止することは不可能だと分かりましたので、震度5以上で従業員避難のための照明のみを残して工場の動力をすべて停止する設備を設置しました。さらに、フライヤーのヘリ部分を既存のものよりも10cm高くすることで食油がこぼれ



震災後の工場の復旧作業

にくい造りにし、フライヤーに火が入ったことを想定して火の回りを遅らせるため工場の天井を高くしました。こうした設備面の準備に加えて、塩竈より震源地が南の場合、津波が塩竈に大きな影響を及ぼすことも把握していました。震災時に塩竈より南が震源域に含まれていることが分かりましたので、従業員に作業着のままの帰宅を指示し、15時10分には全員が渋滞にはまることなく帰宅できました。

翌日には、従業員に各自家族の安否を確認することを優先するよう指示を出しました。しかし、私としては工場を再開するつもりでしたので、がれきや土砂の撤去等の手伝いに来れる人は可能な範囲で協力してほしいと伝えたところ、毎日50～60人の従業員が集まってくれました。塩竈は2週間ほど停電と断水が続きましたが、建設業者の方々に工場を再建するためのアイデア等をいただき、その中で工場の再建に取り組み、平成23年4月25日には東京市場へ製品の出荷を行うことができました。従業員や建設業者の方々の協力があったからこそ、当社は早期に工場を復旧することができ、雇用の継続と売上の早期回復が実現できたと心より感謝しています。

今後も塩竈の仲間とともに塩竈の復旧・復興に積極的に取り組んでいきたいと思っています。

## 世界で認められる製品へ

——今後の事業展開について教えてください。

当社は地方の食品メーカーですが、今後この業界で生き延びるためには世界のマーケットを相手にで

きるよい製品を製造していかなければならないと思います。現在、海外ではアメリカとアジアの一部の国に製品を輸出していますが、まだまだ一部に過ぎません。世界で認めていただける製品を製造するために、今後も味と品質を追求した製品作りに努めていきます。

## 挑戦に次ぐ挑戦

——会社経営で大切だと思うことをお聞かせください。

会社経営を行う上で私が心掛けていることは2つあります。1つ目が、「ネバーギブアップの精神」です。失敗しても何度も挑戦し、最後まであきらめないという気持ちを持って仕事に取り組んでいます。

2つ目が、「決めたことはすぐ行動に移す」ことです。会社で様々な判断に迫られますが、時には判断を間違ってしまうこともあります。決めたことをすぐ行動に移せばその間違いに気づくのも早くなり、もう一度計画の段階に戻ってよりよいものに変更することができます。

事業を進めていく中でこの2つの心掛けをこれからも大切にして、従業員とともに大きく成長していければと思います。



水野社長

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後ますますの御発展をお祈り申し上げます。

(27. 2. 4取材)