

活みなぎる企業を訪ねて

元気企業 訪問シリーズ Vol.29

そうしん元気発信



社長 川畑 利廣 氏

有限会社やまた水産食品

- 所在地 阿久根市晴海町11
- 設立 昭和59年12月
- 資本金 1000万円
- 売上高 3億1000万円
- 従業員 37名
- 電話 0996(72)3033
- FAX 0996(72)3035

(阿久根支店お取引先)

「お客様の
お魚下ごしらえ
代行業」をコンセプトに、
「国産一途」のブランドを掲げて
全国に販売網を拡大



今年12月で会社設立30周年を迎えるやまた水産食品の本社工場

需要の変化に対応しながら発展 業務用に特化した水産加工品

イワシ、アジ、サバなど青物では鹿児島県下2番目の水揚げ量を誇る阿久根港。やまた水産食品では、阿久根港を中心に枕崎港や鹿児島市の魚類市場などから仕入れた新鮮な地魚を原料に、取引先の調理場で熱を加えるだけで済むように加工した高付加価値商品を製造。「国産一途」のブランドと「お客様のお魚下ごしらえ代行業」をコンセプトに、生協、学校給食、外食・居酒屋、量販店総菜部、コンビニエンスストアなど業務用として全国に販売網を広げている。

現在の事業形態になるまでの同社の歴史は、需要の変化にいち早く対応しながら積み重ねてきた歩みである。川畑太勝会長(63)と弟・利廣社長(61)の祖父・太助氏が大正6年ごろ、阿久根市大川で「やまた」の屋号で魚や生活物資の行商を創業したのが始まり。戦前は帆船で水俣や長崎などに生活物資を運ぶ廻船問屋として、遠くは韓国・釜山にも球根などを運んでいた。戦後は統制経済で廻船事業が低迷。川畑会長の父・太一郎氏を中心にさば節、かつお節、煮干し、油かす(魚油)などの水産加工業に転換したが、昭和28年ごろから国内の沿岸漁業は極端な不漁に陥った。このため水産庁のあっせんで30年、中南米ドミニカへ一家で移住したものの現地の水産資源は乏しく、36年に裸一貫で帰国。



さつま町の西郷梅を使った
イワシの梅肉大葉フライ(調理済み)

帰国後は38年、学校校舎の解体廃材で阿久根市戸柱に工場を建設し、イワシ類の塩干丸干しの水産加工を再興。後発メーカーとして当初から大都市の販売先を開拓するとともに、天日乾燥から熱風、冷風乾燥へ、鉄道運送からトラック運送へ、木箱から段ボール箱へと常に製造・流通を進化させながら業容拡大していった。川畑太勝・利廣兄弟が大学や同業他社での修業を終えてそろったのが52年。「私と弟2人は漁閑期にはトラックに商品を積み込んで、水産問屋の名簿の載った年鑑を持ち、遠くは神戸、大阪あたりまで飛び込み営業に行っていた。当時の家庭では塩干丸

干しの需要が多く、業績は順調に伸びていった」と川畑会長。

食の多様化、洋風化に伴って昭和55年ごろをピークに塩干丸干しの需要が減少。太一郎氏は「世の中の需要のあるものを作らないと生き残れない。まだ丸干しで食べるが、そろそろ区切りをつけないといけない」と判断。これを受けて太勝氏らは丸干しから「丸ごとアジ唐揚げ」など高付加価値商品の開発を進め、営業に力を入れながら従来の中央市場委託販売から生協や夕食宅配業、業務用商社へと販売先をシフトしていった。

これら販売先の要望に応える形でさまざまな高付加価値商品が開発され、ニチレイの製造委託事業をきっかけに冷凍食品への移行も進んだ。さらに日本生協連の商品製造を受託したことで工場の品質管理・衛生管理面も強化。東町漁協の依頼で対米輸出のためのブリの真空包装の開発にも協力。マルモとの共同開発でブリの胃を使った「魚もつ鍋」などのヒット商品も生まれた。これら大手との取引は、やまた水産食品の商品開発、品質管理、市場開拓の強化につながっている。

学校給食で好評の「お魚パスタ」 地元農家とのコラボ商品にも力

有限会社やまた水産食品として法人化されたのは昭和59年。太一郎氏が社長、太勝氏が仕入れ・営業担当の専務、利廣氏が製造担当の常務という布陣で、法人化後は急速に冷凍食品を強化し、平成5年には阿久根新港に隣接する現地の水産加工団地内に冷凍食品専用の工場を新設。人材を育成しながら商品開発と自社営業の強化、機械化を進めるとともに衛生管理基準の徹底を図り、業務用冷凍食品の製造・販売という現在の事業形態へ特化していった。

同社の商品数は約40アイテムに上る。キビナゴなどの刺身用冷凍ものから、キビナゴの甘酢漬け、魚のつみれ焼き、南蛮用一口サバ粉付き、小イワシ竜田揚げ、白身魚のフライなど、どれも解凍したり、揚げたりするだけで食べられるように加工したもので、「朝どれの地魚をおふくろの味に」のコンセプトでさまざまな商品を開発している。さつま町の西郷梅のペーストを使っ



小麦粉や卵アレルギーの心配がないお魚パスタ（調理済み）

たイワシの梅肉大葉のフライや、ネギと大葉を使ったお魚つみれ焼きなど、地元農家とのコラボによる商品開発にも力を入れている。

最近のヒット商品は、アジやサバ、イワシ、サゴシなどの身を練り込んだ「お魚パスタ」「おさかな麺」。足掛け7年かけて開発され、中小企業庁の「新連携・地域資源活用・農工商連携事業」「ものづくり中小企業・小規模事業者試作開発等支援補助金」に認定された。当初は手作りで試作を重ね、5年ほど前にドイツ製半自動機械を導入。学校給食用などに販売してきたが、今年2月に自社独自の自動化ラインの機械が完成。量産体制が整ったことで4月から本格的に販売開始した。コシ

のある麺に魚の味と栄養が凝縮されている上、小麦粉や卵を使っていないのでアレルギーの心配がない。特に学校給食や生協向けに好評で、川畑会長は「これから全国に営業展開したい。年間1億円は行ける」と意欲的だ。

キビナゴ、ウルメイワシ、カタクチイワシ、マアジ等を使って、大手外食チェーンと共同開発した食酢仕立ての商品も好評。添加物を一切使わずに作られたカタクチイワシのオイルサーディンは、東京の代官山、自由が丘の有名洋食レストランでワインとよく合う高級メニューとして提供されている。阿久根港に水揚げされる多種多様な小魚を頭や内臓、ウロコを取り除き、調味料等で味付けした魚肉団子も開発。鍋用や揚げ物、串焼きなどのほか、高齢者の介護食用としても需要が増えている。



HACCP申請を控える衛生的でクリーンな工場

国内大都市圏や海外市場進出で 「地産外消」の効果を引き出す

やまた水産食品は今年12月で会社設立30周年。昨年7月には太勝氏が社長から会長に、利廣氏が常務から社長に就任した。これを機に、地域に深く根ざしながら世界を見据えた事業展開を強化していく方針だ。そのために11～12月のHACCP申請に向けて準備中で、さらに次のステップとしてイسلام教徒向けにハラールについても情報収集中。

「時代に即応していかなければ生き残れないということを経験からたたき込まれた。国内人口が減少し、購買力が落ち込んでいく中で、われわれ企業も地域も生き残る道は海外市場開拓。水産だけでなく、農畜産業者との連携も強めた鹿児島ブランドの商品を海外市場や国内大都市圏に売り込んで外貨を獲得するという“地産外消”の効果を最大限引き出し、漁業者等の生産者や地域で働く従業員に利益を還元し、併せて地域の発展に寄与したい」と川畑会長。「日本の食品は安全・安心だと信頼されており、世界で受け入れられやすい。こちらで売りたい商品ではなく、あくまで相手国の中間層の消費者の需要をつかんで、これに応える商品づくりを進め、県内の同業者や異業種とタイアップしながら海外市場への進出を目指したい」と語る。

同社は海外市場開拓のほかにも高齢化に対応したレトルト食品の開発も今後強化し、現在の「下ごしらえ代行業」から「調理代行業」へのシフトを図りつつある。その一環として現在の本社工場隣接地に約1700㎡の敷地を購入済みで、新工場建設を計画している



きびなご甘酢漬け（盛り付け例）