

海と食卓つなぐ ■ 4 ■ 新潟冷蔵(新潟市江南区)

# 魚卵加工販売を強化

2007年、新潟市中央卸売市場(新潟市江南区)が開場し、水産物卸売業の新潟冷蔵は新市場に本社を移して再出発した。

同市中央区万代島の老朽化した施設に比べ、新市場は売り場が広く、トラックと出荷口のすき間を埋めて外気に触れずに搬入出できるドックシエルターや、低温設定の売り場など鮮度を保つ設備が充実した。

物流の機能性を高めた新市場だったが、開設から取扱量は減少していく。新潟冷蔵と山津水産(同)で卸売を行う水産物部では、08年に6万トを超えていた取扱量が14年に5万トを割った。

平均単価の上昇により金額ベースでそこまでの落ち込みはないが、18年以降は3万ト台で推移している。本県を含め全国的に漁獲量は減少し、消費者の魚離れが進む現状も反映する。

## さらなる成長へ挑戦誓う

対照的に、世界では流通システムの発達や新興国の生活水準の向上で水産物の需要は高まっている。23年に社長に就いた風間宏一氏(60)は「魚は健康にいいということと海外の人は高くても買う。このままでは、日本は仕入れ競争に勝てなくなる」と危機感を抱く。

新潟冷蔵が収益増に向けて取り組んだのが、米水産大手トライデント・シーフとの外食や小売業者に渡つ



「流通を把握する卸売りだからこそ、二丁の変化に対応できる」と語る風間宏一社長(新潟市江南区)

た。100人程度の従業員を抱え、売上高20億〜30億円規模にまで成長していった。さらに23年12月、トライデント社が主力のスケトウダラの事業に集中する方針となり、合併会社を引き受けて完全子会社化。今年4月、社名を「ポラーベアーフーズ」に変更した。

従来の事業に加え、新製品の開発や輸出による販路の開拓も狙う。新潟冷蔵会長の坪川篤氏(68)は「欧州向けに魚卵を出すことを考えている。世界で和食が注目される中、輸出の足がかりにしたい」と話す。

食の安全・安心に関する消費者の意識が高まる中、流通業者として力を入れたのは品質管理の分野だ。新潟冷蔵は食品安全管理の国際規格「ISO22000」の認証を21年に取得した。同社によると、卸売市場の業者が取得するのは全国的にも珍しいという。

売りの清掃頻度や点検項目を増やした他、水産品

「挑戦を楽しもう」  
「この連載は報道部・阿部秀哉が担当しました」

時代とともに  
にいがた  
企業  
ヒストリー



新潟市中央卸売市場の競りの売り場。衛生面に配慮しながら県産鮮魚などを販売する(新潟市江南区)