

海と食卓つなぐ ■ 3 ■ 新潟冷蔵(新潟市江南区)

海外との取引本格化

新潟冷蔵(新潟市江南区)

は、1966年に開設した新潟市中央区万代島の水産物の卸売市場で、競り売りを導入したことをきっかけに販売量を拡大させた。

水産物には旬があり、年によって漁獲量も変動する。日々多様な魚種を市場で取り扱うためには、集荷のネットワークを拡充する必要があった。全国の産地にとどまらず、69年以降、海外の取引を本格化する。北欧や北米などの水産会社と協力し、国内向けに加工して輸入する「開発輸入」に注力し始めた。

代表取締役会長の坪川篤氏(68)は当時、海外営業部隊の一員だった。78年の入社から2年後、バルト海のカズノコを仕入れるために単身フィンランドに向かった。当時「黄色いダイヤ」と呼ばれた高級品を、普段から食べられる通年商材とする狙いだった。

遠洋漁業の衰退見越して

現地に数カ月滞在し、ニシンからカズノコを取り出し冷凍する工場の生産技術を指導した。カズノコは日本に送った後、新潟市の自社工場や委託先で味付けして販売された。坪川氏は10年間担当し、需要を開拓。カナダやアイルランドにも飛んだ。

坪川氏は「カナダでは卵だけでシーズンに千トくらい持ってきた。まだ大手企業も取り組んでおらず、先輩方の先見性には感心した」と話す。

当時、日本の漁業は岐路に立っていたのだった。

漁業は戦後、沿岸から沖合、そして遠洋へと漁場を

拡大することで発展してきた。遠洋漁業は、73年のピークに漁業生産量の約4割を占めるまでになった。しかし70年代後半、200カイリ時代の到来を機に遠洋漁業は衰退していく。諸外国の利益の保護を目的に、日本の漁船は各国の沿岸200カイリ(約370キロ)内からの撤退を余儀なくされた。

「いずれ日本漁船が締め出される、との見通しで輸入の開拓に力を入れた」。新潟冷蔵で専務取締役を務めた故田海秀雄氏は87年にこう回想している。

新潟冷蔵は輸入の強化により、漁業を取り巻く環境の変化にうまく対応するこ

とができた。65年度に20億円だった売上高は83年度に460億円と急成長を遂げていた。これは現在の売上高も上回っている。

シヤモやカニなど、北欧やアジアなどで加工を指導した商品を含め、取扱高の多くを輸入が占めた。一方、近海で漁をする沿岸漁業の県内漁獲量は77年にピークを迎えた後、減少の一途をたどった。

高度経済成長を経て人々の所得水準は向上し、国民1人当たりの魚介類消費量は増加。流通の近代化や大型スーパーの台頭、鮮魚店の減少、食の多様化が進み、水産物の供給も転換期に入っていた。

新潟冷蔵の躍進の舞台だった万代島の卸売市場は、平成に入った頃、移転の機運が高まる。

水産物市場のみならず、新潟市内の青果、花きの両市場を含めて施設の老朽化が期待された。

坪川氏は「水際から離れることについては一部で抵抗もあった」と振り返る。ただ、取扱品目は地場の鮮魚より県外や海外の水産物が圧倒的に多かった。



2007年に開業した新潟市中央卸売市場＝新潟市江南区



新潟冷蔵が技術指導し、ズワイガニの加工を委託していた中国の工場＝2003年、中国・山東省

時代とともに
にいがた
企業
ヒストリー