

世界の海を 全国の食卓へ



明治四十三年創業の水産物地方卸売市場、長岡中央水産株式会社。港のない内陸部の消費地市場として成長を遂げてきた同社は、他に先駆け、コールドチェーンを構築。人材育成に力を入れつつ「世界の海を食卓へ」を使命に、海の幸を新潟県内、そして全国の食卓へ届けてきた。ダイナミックな魚ビジネスの最前線に立つ同社に、百四年目の展望を聞いた。



長岡中央水産株式会社
長岡市新産1丁目1番地3
代表取締役社長
おおた とくのすけ
太田 徳之助さん

高鮮度をかたちに

毎日の食卓に欠かせない、命の源とも言える海の幸。長い海岸線を持つ新潟は多くの魚種に恵まれ、遠い海からも新鮮な魚介類が食卓に届く。長岡中央水産は全国の水揚げ地から鮮魚を集め、検品・評価して販売する卸売市場だ。現在は小出支店、六日町支店、新潟浜事務所と、三つの出先機関を有し、水産物流の要所としての役割を担っている。

「輸入水産物も含め、全国の水揚げ地から魚を求め、集荷業務が当社の要となりま。次が検品と評価」。卸売市場では、各市場が商品の価値を判断し、需要動向を勘案しながら価格を決める。「商品価値を価格としての確に評価する力が必要」なのだ。そして販売。「卸売市場はセリと思われがちですが、実は抜きの大半が小売業からの先取り。今では町の魚屋さんがほとんどなくなり、スーパーマーケットなどの量販店様とウエブやオンラインで結ばれ、自動発注システムをとっています。たとえば、サムが市場から入荷されれば、約八〇%が先取りだと言う。

「最後は、市場特有の迅速な決済が肝要。毎日港で水揚げされた鮮魚を扱うわけですから、大型船が入れば多いときには一日一千万円の決済が続くときも。それも手形ではなく全てキャッシュです」。そして何より魚の走り・盛り・名残りの時期を見逃さず、集荷次第、どれだけ早く高鮮度のうちに売ることが重要だ。この鮮度を保つため、同社では平成四年四月に低温市場、低温配送センターを建設した。「当時のセリは常温が当たり前。低温の中でセリをやっている市場は当社のほか、なかったんです」。各産地から高鮮度の魚を温度管理された輸送手段で長岡の市場へ。そして極力、外気温に晒さないよう、セリも低温の施設の中で。「低温の配送センターと直結させ、温度管理された車で出荷しています」

平成十一年、加工部門の充実を目的に設けた新産プロセスセンターと低温配送センターをトンネルで直結。「トンネルの中も全て温度管理されたコールドチェーンを構築しました」。室温は五〜十度。冬の外の気温はそれ以下になるが、夏場の鮮度維持には特に威力を発揮する。この高鮮度へのこだわりが、顧客との信頼関係を築き上げた。

信頼される市場へ

太田社長は語る。「私の祖父が明治四十三年七月に創業した場所は、古くから商業の街として栄えていた長岡市山田町。ここが戦災で焼かれ、大手通に市場を構えたのが昭和二十一年でした。そして父がシベリア抑留から帰国したのが二十五年の始めです」。太田社長は父や祖父から繰り返し聞かされた話がある。「かつてニシンが年間百万トン単位で獲れ、沿岸まで来るニシンで海が真っ白になる大規模な群来が毎年あたり前のように見られたそうです。ところが昭和二十年代から漁獲に翳りが見え始めた。当社も塩蔵ニシンが重要な扱い品目でしたが、これからは生鮮の時代だと、昭和二十七、八年頃から鮮魚の取扱いを始めました。案の定、三十年代にはニシンがほとんど獲れなくなりました。このとき、塩蔵から生鮮へという大きな転機を迎えた。

昭和四十三年に大手通から東蔵王に同社を移転、そして卸売市場法の改正に伴い四十七年に地方卸売市場を開設。水産物卸売業の許可を受け、五十四年、現在の社名となる。太田社長は大学を卒業後、築地で修業。ワーキングビザでカナダや北米を駆け巡った。帰郷後、五十七年より現在地で操業を続けてきた。

太田社長は言う。「鮮魚を扱う仕事にはスピード感があり、先を考えることのできる人材が欠かせない」。そのため、求人、社長の専権事項。人材確保を事業の最重要項目と考え、内部教育に力を入れている。「学生には『うちの会社が一番大きな特徴は社員の裁量権』だと伝えていきます。今後の展開は、『消費者の購買の選択肢が増えた今、我々も全方位にアンテナを張る必要があります。昔は十人十色、今は一人十色。より商品知識を増やし、マーチャントライジング力を磨き、地域社会から一層認知され、信頼され、貢献することが、当社の大切な仕事です」

平成二十三年の東日本大震災では、豊かな漁場を持つ太平洋側の沿岸部が被災した。「震災後の四月に開催した商談会で三陸の水産業者さんにお声がけしたところ、かなりの方が参加してください、「元氣だよ」と声を聞かせてくださりました。このエネルギーがあれば、日本の海は大丈夫」。食卓と世界の海を太いパイプで結ぶ長岡中央水産。安心安全、安定した供給のため、今朝も三時から太田社長が何よりも大切に「人財」が働く。



早朝7時から始まるセリ



女性初のセリ人、藤田江梨子さん



大マグロは集荷後にさばかれ、切り身に



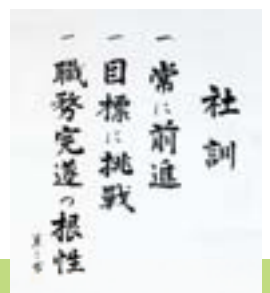
生簀(いけす)から活魚を掬い、そのままさばいて仲買業者へ



水揚げされた鮮魚の数々



市場全景



社訓



社旗



祖父、太田徳太郎氏

●長岡中央水産株式会社
〒940-2127 長岡市新産1丁目1番地3
TEL 0258-46-4343 FAX 0258-46-6656
http://www.nagaoka-chuo-suisan.co.jp/

都市農業の未来

新潟市東区の住宅地に、都市農業を成功させた農業法人がある。米や花卉などを生産販売する「ナーセリー上野」だ。ナーセリーとは「苗」の意の英語。同社では、文字通り苗を栽培するだけでなく、「新たな農業経営」という苗も根付かせてきた。それは消費者に近い立地を生かした生産販売のあり方。六次産業化が叫ばれる中、創業以来五十年貫いてきた同社の「自ら作り、自ら売る」農業経営と、都市農業の未来を訊いた。



従業員の皆さん

有限会社 ナーセリー上野

新潟市東区山木戸4丁目16-25



代表取締役社長
うえの きよひこ

上野 喜代一 さん

自ら作り、自ら売る

パンジーが咲くハウス内で二十代の男性社員がポット苗の出荷作業をしている。隣のハウスでは、経験豊富な男性社員が女性従業員と共に育苗トレイに種を植え付けている。ナーセリー上野の育苗ハウスは、どれも住宅地の中にある。上野喜代一社長は語る。「このハウスの一区画先にガーデンプラザ（直売所）があります」。生産と販売の直結、消費地に近いという優位性、それが「都市農業」最大のメリットだ。上野社長は言う。「消費地に近いということは、お客様が周囲にたくさんいるということ」。通常なら、郊外の圃場近くに設けた直売所まで、車などで客からわざわざ足を運んでもらわなければならない。しかし街中に直売所があれば、「お客様は歩いて買いに来てくださる」。二十二歳の田んぼこそ郊外にあるものの、創業以来約五十年、同社は街中で「自ら作り、自ら売る」経営スタイルを貫いてきた。「お客様の声に耳を傾け、お客様が望む商品を提供することで、お客様が新たなお客様を呼んでくださる」。この信頼関係の背景には売り方の工夫もある。「自作地七割を超

える田んぼで、農薬をほとんど使わずに収穫した米を初のまま保存。必要ときに脱穀して玄米にし、お客様が購入される際に精米する今摺米（いますりまい）を販売しています。十年前の不作の年に米は完売。玄米を量り売りの「新潟で最初だと思えます」。上野家の家訓は「我、祖先を愛し、頭脳労働者たれ。また俳人だった先々代の句に「打ては打つほど艶あり土の肌」がある。土は鉄で懸命に耕せば良くなる。「その土を利用して知恵を絞れ」。祖父と父から継承した教えを守り、今こそ声高に叫ばれるようになった六次産業化を実践してきた上野社長。「これまでの農業の欠点は、直売所などの売る場所がなかったこと。当社では昭和五十一年に直売所を開設。平成元年に米の販売が相対取引で可能になると、米を自ら売ることができるようになりました。花も七、八割は種を蒔く時点で販売先が決まっています」。いま農作物の売り方は「販売者任せ」から「生産者自らが行う」へと変わってきている。「直売所は生産者と消費者を結ぶ架け橋。時代は我々に、何をどう売るか、求めています」

時代を読み

「生涯一農夫」上野社長の名刺に印刷された一文だ。これを記したのは、「食と花を通してお客様の暮らしに役立ち、祖父と父が全霊を傾けた農業という仕事に誇りを持っているからです」。上野社長は言う。「こんな街中で農業などできないだろうと、祖父は父を進学させました。ところが一度は就職したものの、父は脱サラして就農。昭和二十九年に小型ビニールハウスを導入し、都市農業の礎を築きました」

昭和三十年、テレビの普及が始まるや、料理番組で有色野菜が健康食品として取り上げられ、同社では小松菜・ピーマン・人参・トマトを収穫。第一次オイルショックで油類が高騰し、NHK「趣味の園芸」が放送されると、施設を野菜から花木に切り替えた。五十四年、生産部門「ナーセリー上野」、販売部門「グリーン東」、管理部門「上喜」を設立。五十八年から「上喜」を委託していた稲作を自作地で開始し、六十一年に造園部を設け、櫛等の緑化木を増産。ガーデニングブームが起るとポット苗の生産を始め、平成十四年開催の日韓ワールドカップ前にはビッグスワン周辺の緑地化を見越し、花壇用

一年草の生産販売を始めた。「時代の変化に対応し、地域に合った産物を生産販売する。これが当社の一番の強みです」。今年、造園部門のグループ会社「グリーン東」で太陽光発電事業を始めた。「かつてはゴルフ場建設で緑化木がよく売れました。しかし今は時代の変化で、苗木の生産圃場や資材置き場が有効活用されていない。そんな土地を利用しました。折しも東日本大震災後の電力不足で、再生可能エネルギーへの注目が高まっている。ナーセリー上野で生産販売する米などの商品は環境に負荷をかけない安全安心な自家栽培ばかりだ。もちろん造園事業は環境産業で、事業の全てが環境に結びついている。「将来的には、年間を通じて野菜を栽培できる植物工場の建設を考えています。自社の太陽光発電を活用すれば、電力のコスト削減にもつながりますから」。上野社長は語る。「農業の魅力は地域貢献。環境に携わる企業として、太陽光発電でも貢献したい」。祖父と父の志を上野社長が継いだように、今、同社では二十代の若手社員が上野社長の志の苗を根付かせている。



ポット苗の出荷



育苗トレイに植えつけた種からの発芽



ガーデンプラザ（直売所）では花のアレンジも



土を活かしながらワラをすき込んで有機質にする「ブラウ」



田んぼの作業効率を高める区画拡大のために行う「畔抜き」



中学生の職場体験



「グリーン東」の太陽光発電施設



ガーデンプラザ外観



ガーデンプラザ内観



上野社長の父・喜助氏が農事勲章を受けた平成21年に著わした自叙伝「土に生きる」（第1巻、第2巻）



経営理念・経営信条



社訓

●農業生産法人 有限会社 ナーセリー上野
〒950-0871 新潟市東区山木戸4丁目16-25
TEL 025-275-3008 FAX 025-274-0877
http://www.nursery-ueno.com/