



## (株)仲野水産(東京都)

### 日本近海魚にこだわり、旬の魚を惣菜で



国産近海魚を加工し、産直でお届け

(株)仲野水産は国内約30カ所の魚加工工場と提携して、旬の高鮮度な国産近海魚(産地直送)を惣菜加工品の形にしてスーパーや外食を中心に届けている。常に進化し続ける売場から生まれる新たな消費者ニーズを同社にフィードバックして、新製品を共同開発するサイクルの実現を深耕、取り扱いの7~8割は国産の近海魚。「地場産の魚を地場で食べやすく加工して地場にお届けする。消費者に近い“旬鮮惣菜”」に取り組んでいる。

### 商社機能と工場を持たない メーカー機能が両輪

(株)仲野水産は1979年に魚卵商社からスタート。創業36年目を迎える。大手冷凍食品メーカーに勤務していた仲野彰芳代表取締役専務は父が興した同社に約20年前に戻り、生産者とユーザーを繋ぐ



仲野彰芳  
代表取締役専務

という商社機能を生かして消費者に近い国内の魚ビジネス構築に着手する。「輸入商社はハイリスク、ローリターンで、もっと消費者に近いところで仕事をしたかった。大手企業に対抗するには“旬”の切り口が欠かせない」と、焼魚、煮魚から始め、鮮度が重要な寿司ネタも冷凍で開発して旬の魚にこだわった加工品にシフトし始めた。

同社は、国内の提携協力工場とスーパーや外食を結ぶ商社であり、工場を持たないメーカーとも言える。品質管理担当者は提携工場を回って、確認と指導を通じてユーザーの求める安全安心、品質向上に込めている。

鮮度のこだわりを九州の養殖魚に例をとると、熊本の牛深市で朝一番に魚を水揚げして午前中に加工する。昼には熊本空港から航路を使ってその日のうちにユーザーの物流センターに納入し、翌日には店舗に届いて、超高鮮度の寿司ネタが店



鮭みりん醤油焼き



赤魚粕漬焼き



カラスカレイ西京焼

頭に並ぶ。

「魚の鮮度向上は、漁獲直後の扱いから物流も含めて総合的な見直しをする余地はまだある」(仲野専務)。ネックは当然、輸入物に比べての価格となるが、昨今の度重なる輸入食品の食品事故の影響から、顔の見える国産への要望は量販店でも増えており、手応えは十分にある。

一方でマス(大衆)への供給は量と安定供給である。天然魚の漁獲は捕ってみないと分からないという難しさはあるが、漁師と加工業者の仕事の年間を通じての平準化など漁業者を巻き込んだ商品開発や売方開発で、焼物、煮物、揚げ物、混ぜ込みご飯など旬の魚の本格的提案はこれからである。

## おいしい旬の魚惣菜で魚離れに歯止め

仲野専務には「消費者は、冷凍・解凍・加工・再冷凍の過程が繰り返された水産原料を用いた惣菜を口にすることとなり水産物本来のおいしさを享受できていない。おいしさを提供すれば、水産物離れを止めることができる」という、強い信念がある。

そのためには、売りやすい規格から外れるマイナーな魚種やサイズなど規格外の旬の魚の商品化にある。国産水産物や生鮮原料を利用した高品質な惣菜製品に対する消費者の潜在ニーズに漁業者、流通も巻き込んだ取組みの余地は十分にある。

加工業者がスピード(納期の時間制限)を要求され、手間ばかりかかる生原料加工となっている現状に同社がユーザーのニーズを汲んで整理することで安定的運営を図り、漁業者は規格外魚を飼料などに処分価格で出荷していたものを食

品にすることができるようになる。漁価の向上を見込めることから漁獲直後からの魚の品質向上にも投資ができる。こうしたビジネスモデルの構築には時間と手間がかかるが、ここにこそ魚ファンの増加が見込めるチャンスが凝縮されている。

## バックヤードに負荷のないチルド魚惣菜の開発はこれから

また、売場の状況はどうなっているのか。量販店では価格競争が厳しくなっており、惣菜売場のバックヤードでは加工に要する人件費は削減の方向にある。魚は肉に比べて加工に手間暇がかかる。

そこで、注力している商品開発は旬の魚のチルド惣菜である。漬け魚を焼いてチルド提供する魚惣菜は、ふっくらとジューシーでシズル感があり、価格は若干割高になるがリピート率は高くなっている。食べてもらうと分かるという「本物」の強みであるが、価格ありきの現状を変えたいというバイヤーの本物志向にジワリと浸透して、手応えを感じている。

現在、同社の提携工場でチルド惣菜加工ができるのは首都圏を中心とした3~4工場で、今後、増やしていきたい考えである。仲野専務は「最終的には、地場で地場の魚を地場で製造して消費することが望ましい」と将来を展望する。

## 魚惣菜で地域の企業を繋ぎ“地域内再投資”の企業体を全国各地に!

魚惣菜で使用する食材は農産物にも及ぶ。惣菜の長所は調理加工することから原材料の規格にはこだわらないところにある。おでん種の端材となった大根もぶりと煮ると、おいしいぶり大根になる。食品ロスを産地に近いところで改善でき

るのが惣菜であり、一企業でできないことを商社機能を持つ同社が繋ぐことで環境にも生産者にも消費者にもやさしい惣菜ができる。

仲野専務の思いは、でっかい。「魚惣菜を追求することで地域の企業を繋ぎ、“地域内再投資”型

の地域社会に貢献する企業体を全国各地に作りたい」という夢がある。まだまだ、緒に就いたばかりのところであり、日本惣菜協会を通じた出会いを大切に思いの実現に汗を流す覚悟である。



工場

## (株)仲野水産

代表者：代表取締役社長 仲野健次  
代表取締役専務 仲野彰芳

事業内容：各種寿司種、チルド食品および加工食品の販売、北米水産物輸入および販売(冷凍鮭鱒、魚卵(数の子)、その他冷凍魚全般)

従業員：14人

所在地：〈営業部〉〒104-0045

東京都中央区築地7丁目12番7号  
築地F.T.Sビル2階

電話番号：03-3542-7801

## 取り扱い魚種加工地一覧

