七十七ビジネス大賞受賞

第９回（平成18年度）

企業インタビュー

Interview

株式会社阿部長商店

代表取締役　阿部　泰浩 氏

会社概要

住　　所：気仙沼市内の脇二丁目133番地３
設　　立：昭和43年（創業：昭和36年）
資 本 金：50百万円
事業内容：水産加工及び観光（ホテル経営）
電　　話：0226（22）1661
Ｕ Ｒ Ｌ：http://www.abecho.co.jp

日本有数の買付量を誇る鮮魚と水産加工食品の提供、真のリゾート観光開発により三陸地域経済の発展に大きく貢献

今回は「七十七ビジネス大賞」受賞企業の中から、水産業、観光業を営み地域のリーダー企業として地域の経済発展や雇用機会の増大に貢献する、株式会社阿部長商店の阿部社長を訪ね、今日に至るまでの経緯や経営戦略などについてお伺いしました。

個人商店から始まった「阿部長商店」

――七十七ビジネス大賞を受賞されたご感想をお願いします。

宮城県を代表する企業が名を連ねる七十七ビジネス大賞の受賞企業の一員になれましたことを大変光栄に思っています。

受賞できましたのも、今日まで苦楽を共にしてきてくれた社員やお取引先の皆様の支えがあってこそだと思います。皆様への感謝の気持ちでいっぱいです。

――創業当初の経緯をお聞かせください。

現在、会長である私の父が気仙沼で創業したのが始まりです。港町として活気に溢れていた気仙沼で行商を始めました。暖簾わけの風習が強かったその当時、新規参入で商売を始めた父は周囲からの冷たい風もあってかなり苦労をしたようです。そんな中、出荷量や販路を徐々に拡大していき、鮮魚仲買業として現在の「阿部長商店」を創業しました。父の仕事へのひたむきな姿を見て育った私にとって、今なお父は大きな存在です。

私自身は大学卒業後、九州で大手水産会社の支店に勤めていました。ちょうど20年前、当時当社の水産事業を担当していたおじが事故で亡くなり、急遽跡を引き継ぐため気仙沼に戻ってきました。社長に就任してから５年が経ちます。日々取り組むべき

阿部社長

課題に追われる毎日ですが、充実しています。自分自身を向上させられる今の環境に感謝しています。

――経営理念についてお聞かせください。

恵まれた海の幸や美しい自然といった三陸地域の魅力を、食文化を通じて消費者へ伝えていくことが我々の使命です。そのうえで水産業と観光業を経営の両輪に据え、地域経済の発展に貢献できる地域に根ざした企業を目指します。

また社員一人一人が「魚と海のプロフェッショナル」を目指し、アイディアと迅速な行動力でお客様本位の質の高い商品とサービスの提供をしていきたいと思っています。社名にこめられた「個人商店としてお客様を第一に考え事業に取り組む」という思いをこれからも大切にしていきます。

人と海を結ぶ観光業

――観光業を始められた経緯について教えてください。

会長は行商時代から志津川の眺望を活かした商売を考えていました。昭和46年に友人たちと朝日観光株式会社を設立し、志津川でドライブインの経営を始めました。ここから当社の観光業への取り組みが始まります。

観光が栄えていった時代背景と共に、志津川という海に面した立地条件を活かすことで、お客様のニーズを的確に捉えていきました。ドライブインから始まった観光業は、今では当社の2大事業の一つです。我々としては観光業に新たに参入したという考えはありません。地域に根ざしてやってきた仕事が少しずつ拡大していった結果だと思っています。

水産業と観光業は一見､異業種のように思えます。しかしお客様に魅力あるお食事を提供するには、水産事業部との連携は欠かせません。一方で、水産業における商品開発ではホテルの食事や売店をアンテナショップとすることで、消費者の嗜好を的確にとらえることができます。今後も2つの事業の連携を強めていく方針です。

――南三陸と気仙沼のホテルで温泉の掘削に成功されましたね。

温泉は会長の長年の夢でした。会長に退いた平成14年から温泉の掘削を始め、約2年掛かりで温泉を掘り当てることに成功しました。最初に掘り始めた南三陸ホテル観洋は、海に面した岩盤だったためかなり苦労しました。実際に地下何千メートルを掘ったとしても、温泉を掘り当てられる確証はありません。掘削の費用も相当掛かっていたため、途中で断念することも考えました。しかし温泉が湧き出ればホテルの魅力も増しますし、何より地域活性化につながります。温泉が出たときに地域の皆様に喜んでいただいた姿を思い出すと、途中で諦めることなく温泉の掘削を続けて本当に良かったと思います。

――それぞれのホテルの特徴についてお聞かせください。

三陸沿岸には温泉が少ないこともあり、温泉が出たここ2～3年、どちらのホテルも稼働率は上昇しています。

気仙沼ホテル観洋では、小高い丘から気仙沼港が一望できます。ホテルから程近くには気仙沼市場が

南三陸ホテル観洋

露天風呂からは
志津川湾を一望できる

あり、そこに隣接している海の市では旬の魚が数多く取り揃えられており、温泉と食事の両方を満喫していただけます。

南三陸ホテル観洋は露天風呂から志津川湾の絶景を望むロケーションが大変人気です。水平線を目の前にゆったりとおくつろぎいただける造りとなっており、特に元旦はここからの初日の出を見たいと多くのお客様がお泊りになります。今年は例年になく素晴らしい初日の出を見ることができました。この感動こそ、お客様が当社のホテルに求めているものであると改めて確認することができました。

私の姉と妹がそれぞれ２つのホテルの女将をしております。観光業を始めた当初は、外部からプロのサービス業の方を招き実務に関するノウハウ等を教わっていました。今は、それぞれのホテルの特色を活かしながら、独自のサービスが提供できるようになってきていると思います。

地域ブランドの確立に向けて

――水産業での取り組みについて教えてください。

気仙沼は雄大な自然と豊富な海の幸に恵まれており、地域自体に強力なブランド力を持っています。そこで地元で水揚げされた原料を使い、地域ブランド化に向けた商品開発に取り組んでいます。また安心で安全な食を消費者にお届けするため、気仙沼地域でＨＡＣＣＰの導入に取り組んでいます。

――戻りガツオのブランド化に成功されましたね。

まだ道半ばではありますが、気仙沼産カツオに対する認知度は大分高まってきたと思います。生鮮カツオの水揚げ量は全国一を誇っており、業界でも秋に獲れる戻りガツオは脂が乗っていて美味しいと有名です。全国の消費者に美味しい気仙沼産の戻りガツオを知ってほしいとの思いからブランド化に向けて取り組みを始めました。

ちょうどその頃、Ｏ－１５７やＢＳＥ（海綿状脳症）などの発生で安心・安全な食に対する消費者への意識は高まっていきました。ブランド化の確立には食の安全が前提条件となります。そこで気仙沼地域の水産加工業者が一体となり地域ＨＡＣＣＰの導入に乗り出しました。気仙沼独自のＨＡＣＣＰ基準を設け、専門の委員会が各工場を審査し、その基準をクリアしている所のみ認定されます。現在、認定工場は増えてきており、その工場で戻りガツオを使った製品の製造を行っています。地域内で切磋琢磨し合いながらブランド化への確立に向けて着実に前進しています。

――ＨＡＣＣＰ導入ではどのような取り組みをされましたか。

水産食品は生食を中心とした調理形式を取っています。漁獲から加工、流通の全ての段階で履歴、品質・衛生、輸送の管理を徹底しました。従業員に対してはものづくりを行っていることへの認識を高めるための意識改革を行いました。

当社では戻りガツオを使った加工食品「戻り鰹たたき」をマーメイド食品気仙沼工場で製造しています。この工場は平成12年に業界で初めて米国ＦＤＡ水産食品ＨＡＣＣＰに認定されました。また昨年、食品衛生の取り組みが高く評価され県知事賞をいただきました。

今後も衛生・管理を徹底させ、気仙沼地域ＨＡＣＣＰの手法を取り入れた気仙沼ブランド商品の開発に取り組んでいきます。

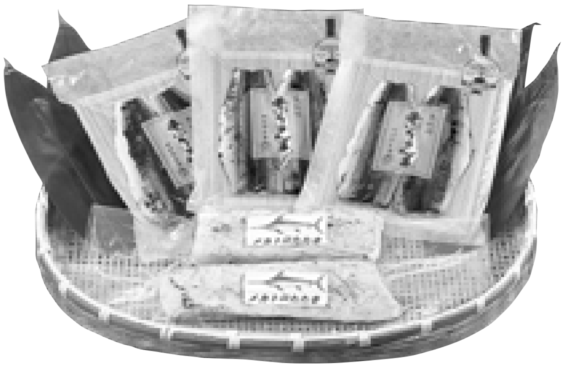
２大事業の連携による功績

――人気商品「あぶりサンマ」についてお聞かせください。

あぶりサンマは、もともと当社のホテルでお客様にお出ししていた御膳の一品です。気仙沼の旬のサンマを使い、頭、中骨、尾を取り、甘酢に漬け込み皮を軽くあぶり香ばしさを残しました。これが思いのほかお客様から好評だったため、商品化への取り組みを始めました。素材の良さを活かすため無添加・無着色にこだわるなど試行錯誤が続きました。そして観光事業部と水産事業部の密な連携によって完成したのが、当社で一番人気のあぶりサンマです。

「現代の食嗜好に合致した生感覚の逸品」と高い評価をいただき、第42回農林水産祭で水産加工品の中でも最高位の天皇杯を受賞しました。当社の２大事業の連携によって作られた製品が、このような名誉ある賞を受賞でき大変嬉しく思います。受賞後もホテルの調理人のアイディアを商品開発に取り入れるなど、一層の連携を図っています。

工場内風景



天皇杯受賞「あぶりさんま」

資源保護とその解決策

――マグロの漁獲規制についてどのようにお考えですか。

水産業は魚という資源があってこそ成り立ちます。近年の資源減少は業界内でも深刻な問題です。将来の世代のことを考えれば、資源確保のために規制はやむを得ない措置だと思います。

気仙沼港は幸いマグロ以外にもカツオやサンマ、カジキなども獲れます。マグロにだけ依存するのでなく、これらの魚をバランス良く使い事業の柱を増やしていけばよいと思います。

現在、当社では利用価値が低いと言われている魚を利用し商品開発を行っています。たとえば、気仙沼の近海で獲れるモウカザメは臭みがないこともあり、ふかしゃぶしゃぶやふかチャーシューとして販売しています。ホテルにお泊まりのお客様からは、メカジキに似たしっとりした食感が好評です。どちらも宮城県水産加工品品評会で高く評価された商品です。現在は北関東にも出荷しています。

水産業発展に大きく貢献

――気仙沼最大級の冷蔵庫を建設されましたね。

気仙沼港は全国一の遠洋延縄船の母港であり、旬の品質の良い水産物を確保することができます。これを年間通して消費者に安定して提供するためには、冷凍設備の整った倉庫が不可欠でした。そこで

当社は平成15年に収容能力5,500トンの超低温冷蔵庫を建設しました。現在、地域の水産業の皆さんにも使っていただいています。

気仙沼全体の倉庫が増えれば、延縄漁船の誘致の一助にもなります。超低温冷蔵庫の建設によって地域の活性化につながればと思っています。

――最新式の超低温冷蔵庫について教えてください。

それまで庫内の冷却温度は－40℃までが限界でしたが、－55℃まで冷やせるようになりました。また冷気をコイルから下ろす冷却方式にしたことで、魚の乾燥や冷凍焼けを防げます。

超低温冷蔵庫で冷凍した魚は、２年から３年経っても刺身などの生食用として食べることができます。旬の素材の風味を損なうことなく、長期間保管できる冷蔵庫です。

資源豊富な気仙沼港を活かして

――今後考えている新商品はありますか。

現在、当社で取り扱っている加工食品は100アイテムを超えます。あぶりサンマ以外に、カツオのたたきやサバの味噌煮なども売れ筋商品です。

気仙沼周辺でも漁獲量が減少し心配された時期もありましたが､現在また回復の兆しを見せています。特に昨年の秋から脂の乗った近海サバの水揚げ量が増えてきました。今までサバは北欧が主体となっていましたが、気仙沼産のサバが認知されるよう商品開発に力を入れていきます。

地域のブランド力を向上させるためにも、良質の材料で品質管理が徹底されており、さらに美味しく健康に良い商品づくりに取り組んでいきます。

――今後の事業展開についてお聞かせください。

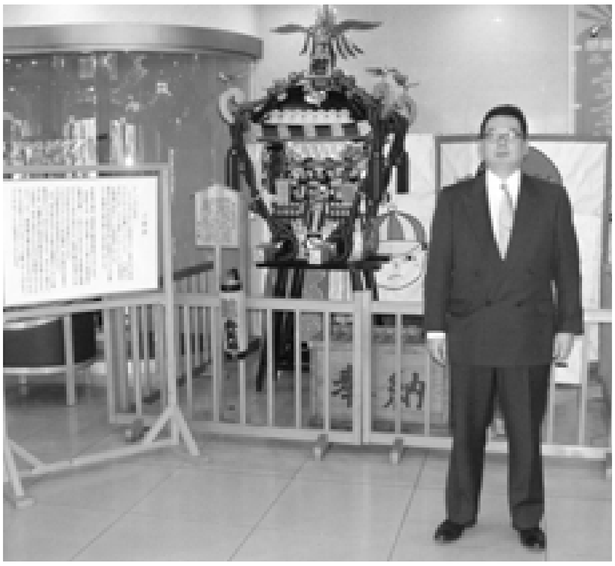
事業を行ううえで幅広い視野を持つことは大切です。そこで月に一度は海外に出張しています。特に中国に行くと、世界中とのネットワークがあり欧米諸国が身近な存在に感じられます。こういったつながりを基に、資源が豊富である気仙沼の漁港を活かした海外での事業展開も視野に入れています。

気持ちに余裕を持って

――最後にこれから起業する方へアドバイスをお願いします。

私は社長に就任してから一つのことを心掛けています。それはどんな状況下においても平常心を忘れず、気持ちに余裕を持つことです。企業を経営する上では困難な壁にぶつかることも少なくありませんが、焦らず、プレッシャーを感じることなく、やれることから一歩一歩前へ進む。なかなか難しいことではありますが、経営とは気持ちの持ちようで結果が大きく変わってくるものだと思います。

最近は起業のための支援策も整ってきています。これらの支援策を活用したり、ときには周囲の協力を得ることも大切ではないかと思います。



気仙沼ホテル観洋入口にて

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後のますますの発展をお祈り申し上げます。

（19．1．10取材）