



県水通商株式会社

代表取締役 鈴木三吉氏

山の中にマグロの加工場 常識に囚われない発想を次々に実現

取材・構成 ● 西原勝洋
経済評論家



代表取締役 鈴木 三吉 氏

「魚は加工して売る時代が来る」と見通して、交通の便が良い内陸部に水産加工工場を設けてから41年。そして「いよいよ大飛躍か」という時に、プロパーの中堅社員を社長に抜擢した——県水通商株式会社の鈴木三吉・代表取締役は、経営者というよりも「戦略家」と呼ぶべきかもしれない。県水通商の名前は知らなくても、東日本地域に住む人なら誰でも、スーパーで県水通商の製品を買い、ファミレス、居酒屋、回転ずしで県水通商の製品を食べている。



県水通商本社

自信 橋本の魚を沼津で売った

もう40年近く前、何の用事だったか、神奈川県・橋本に行ったことがある。今日の相模原市橋本は、いくつかの大学キャンパスを抱え、南関東の交通の要地となっているが、当時はぜんぜん

違った。「山の中にちょっと開けた町がある」といった感じだった。

そこに水産加工の工場を建てたのは、素晴らしい先見の明だ。もっとも、創業の企画段階では、周囲がみんな「成功するはずがない」「理に適わぬことを考えてはいけない」と止めたそうだ。それを押し切って創業すると、最初に攻略したのが静岡県沼津市だった。

静岡県で第2の水揚げを誇る沼津港（近年は焼津港を抜いて県内1位）があり、水産加工、とりわけ「沼津の干物」で有名なだ。

そんな町で、「山の中」から持って降りた水産加工品が売れるのか。

県水通商が得意とするのは当時も今もマグロだ。しかしマグロといえば、遠洋漁業の基地・焼津港が駿河湾の対岸にある。

どう見ても無謀だ。しかし、鈴木氏には勝算が

あった。早速、市場の仲卸になった。そこには、地場産の多種多様な魚介が並べられていた。

鈴木氏は、沼津近海では捕れない魚、北海道のスケソウ、ホッケ、ウニなどに、自社製品のマグロも入れて売った。

「沼津市にも、他の県の出身者が住んでいる。彼らは故郷の魚を食べたいだろうし、沼津生まれの人だって、知らない地方の魚を食べてみたいだろう。マグロだって、県水通商は全量輸入マグロだから、安定供給ができるからね」と鈴木氏は当時を振り返った。

結果として、県水通商は沼津市のスーパーに食い込み地歩を築いた。やがてスーパー以外でも一般の魚屋も買うようになった。

思えば、県水通商という社名も、戦略家らしい命名だ。もしも頭に「神奈川県」を付けていたなら「よそ者の会社」と見られて、沼津市攻略は失敗していたかもしれない。県水通商なら、どこかの県に行っても、相手が勝手に「うちの県の会社」と思ってくれる。

昔から製造業の世界では「静岡で売れば、全国で売れる」と言われてき



た。

それは、静岡県が東日本と西日本の文化的融合地だからなのか、あるいは商売がしにくい土地柄だからなのか——どちらにしても、まず沼津市のスーパーに食い込んだことは、県水通商にとって「躍進」の狼煙だった。

自社設計の加工機で 少人数・大量生産

1985年には、単にマグロの刺身を切っただけではない本格的な加工商品に進出した。「ねぎとろ」だ。「ねぎとろ」はマグロの骨にくっついた部分を使う。手間がかかる。

そこで試行錯誤、86年には「ねぎとろ」製造機を自社開発した。
92年にはマグロの「なかおち」を商品化、翌年に「なかおち」製造機も自社開発した。
県水通商の商品はマグロの刺身に限りませんが、「カット柵シリーズ」「切り落としシリーズ」「たたきシリーズ」



などに大分類され、それぞれが部位ごとに小分類されている。

びんちようマグロの加工品はいわば別体系で存在する。

これらの商品には「熟成」の商標が付いている。魚は取りたてが旨いわけではない。時間とともに、タンパク質がアミノ酸に変化して旨味を増す。が時間をかけ過ぎたら腐ってしまう。

いわば「頃合い」がある。
漁師も料理人も先刻承知の知識だが、「熟成」をいち早く登録商標として確保したのは「戦略家」ならではの術だ。

さらに、マグロ、カジキ、サーモンはステーキ用や揚げ物用の加工品、マグロはハンバーグもある。

98年には第2工場を建て、「味付け数の子」に本格参入した。「味付け数の子」にも「熟成」の商標が付いている。団子（つみれ）も得意部門だ。シンブルな「マグロつみれ」もあるが、「人参とひじき」「紅しょうが」「かぼちゃとカニかま」入りといった変種もある。いずれも、和洋中料理はもちろんエスニック料理にも使える。
これらの商品が各地の卸売市場や150社の大手スーパー、回転ずしを含む270社の外食産業に発送される。

少人数で、これだけの種類と量を加工処理するのは大変なことだが、それを支えているのが自社開発した機械だ。

加工機械は汎用機ではなく、すべて自社開発品だ。計量、パック詰め、機械もそうだ。

マグロの場合なら、冷凍庫から取り出して1時間で出荷態勢になる。

「食の安全」の時代だ。「国の基準を上回る自社基準を設定して、細菌検査と衛生管理をしている」ことが県水通商の自慢の1つだ。

全量輸入品のマグロ 受け取りは県水通商の船

主原料のマグロは全量輸入品だ。フィジー、キリバス、スリランカ、インドネシア、モルディブなどが主要な原産国だ。しかし、これらの国の多くは、食料自給政策に沿って、水揚量の70%しか輸出を認めない。

30%は現地に残すしかない。ところが打開策があった。南洋の島国ではマグロの頭の部分が好まれる。日本の三崎港でも「マグロの頭焼き」が名物料理になっているが、コラーゲンが多いという。

現地のマグロ船から、県水通商の保



まぐろ運搬船。6,000t 冷凍能力 -60℃

有船や契約船が洋上で釣ったマグロを受け取り、現地の港で頭部を切り落とす。さらには皮や骨を外すこともある。これで70%の重量に減らし、冷凍して日本に持ち帰るのだ。

ちなみにマグロの皮は、素焼きにして細く切ると乙な味だとか。骨はカルシウム源として利用されるらしい。血合いも干してからスプの具にするそうだ。

「マグロは実は、捨てる部分がまっ



「たかない魚種なのです」と鈴木氏は語った。

大型生け簀も、 海鮮丼食堂も

戦略家の鈴木氏には、もう1つの顔がある。

水産大学で、水の研究を3年、さらに水と岩石の関係を研究すること2年。水をほとんど交換しなくても魚を生きたまま保てる水槽を開発したのだ。

仕組みは大型水槽の中に、水を浄化する作用がある岩石を入れることだ。

1989年に、水槽メーカー「ドライフィッシュセンター株式会社」を設立した。徐々に評判が高まり、回転ずし最大手の銚子丸の生け簀はすべてドライフィッシュセンターが納入している。

最近是有名ホテルのコーヒーションなどの壁面に、同社の大型水槽が使われる例もある。同じような活用は、公共機関の待合室などにも広がっている。

そして、鈴木氏はいままた、新たな挑戦を開始した。

海鮮丼専門の食堂「まぐろ

亭」の運営だ。

県水通商を定年退職した人材を雇用する。「水産工場直営だから、安い、美味しい、早い」がキャッチコピー。既に相模原市消防署の近くに1号店をオープンした。

鉄火丼、ネギトロ丼が480円で、みそ汁、おしんこ付きだ。

もちろん高級な丼もある。ボタン海老、イクラ、数の子、ウニなどをふんだんに載せた網走丼は1780円。

全部で18種類の丼があり、どれも持ち帰りができる。

行く行くはチェーン展開を目指している。

鈴木氏の兄は、小さなマーケットを経営していた。どうやっても赤字が出

る鮮魚部門を任されたのが、県水通商のスタートになった。

以来、親族は1人も雇っていない。だから、後継者は38歳のプロパー社員だ。

鈴木氏はインタビューの途中で、「ドライフィッシュセンター」や「まぐろ亭」も含めて6種類もの小冊子や広告資料を提供してくれた。どれもカラー写真満載で、紙質も良いし、製本もしっかりしている。

が、後でそれに目を通して、本当に驚いたことがある。

何が出て、どこにも「鈴木三吉」の名前が出ていないのだ。

いや、そこにこそ、戦略家の経営哲学が現れているように思えた。

(にしはら かつひろ)



県水通商株式会社

■代表取締役 鈴木三吉

■設立 昭和53年

■資本金 1000万円

■社員数 200名

■売上高 48億円

■事業内容 水産物全般の買付・加工・販売・海外直輸入インポーター

■本社 神奈川県相模原市緑区橋本台1-12-9

■電話 042-772-9199(代)

■http://www.ken-sui.net

きらびし銀行 淵野辺支店会員