

一正蒲鉾株式会社

■「人生はやまびこである」-正しきことは正しく報われる-

令和4年2月24日、新潟市の一正蒲鉾株式会社代表取締役社長執行役員の野崎正博氏をお訪ねし、事業の取り組みや今後の展開に懸ける思いについて伺いました。

聞き手:古口日出男 副学長(地域産学交流センター長)

◆日頃は本学の教育研究に対しご支援を賜り、謹んでお礼申し上げます。初めに、貴社の理念についてお聞かせいただければと思います。

◇社は「人生はやまびこである」は、創業者の「正しきことは正しく報われる」という信念を受け継いだものです。社訓「すべてはお客さまのために」は、まさに全社の行動のベースであり、自分の周りの方々すべてを「お客さま」とし、「誠実」「謙虚」「感謝」の心をもって、皆さまの期待や信頼に応えたいと考えています。

◆蒲鉾一筋から製品の幅を広げているように感じますが。

◇水産練製品1本の柱だけでは、色々なリスクがありますので、事業の柱は1本よりも2本、2本より3本と幾つかのセグメントを創っていけば、会社の安定を図れるものと思います。その考え方は、1977年前後の200海里問題に端を発しています。当時、主な原材料であるスケトウダラは、北海道から買っていましたが、今のロシア海域まで、漁をしていました。しかし、このルール改定後、これまでの海域では漁が禁止となり、その影響で魚の供給量が減り、価格は高騰しました。そのため、価格改定を行うなど大変苦労した経験があります。そこで、複数の柱を創るため、いくつかの事業にチャレンジしてきました。失敗したのもいくつかありましたが、今も続くキノコを始めた時代背景としては、健康志向の高まりがありました。それにキノコは、販売先（スーパー、市場等）での売場が違うだけで、流通体制は水産練製品とほぼ同じです。そこで、1年強の研究を経て、まいたけ栽培を事業化しました。今では我が社の2本目の柱となりました。現在も新しい柱を創る取り組みを継続しています。

◆食品づくりにかける思いとは。

◇昨今、水産練製品は、昭和の時代にあった魚のうま味がある蒲鉾や竹輪等が市場から殆どなくなり、味が淡泊になっていると感じます。魚はエサで味が影響されますので、海の中が変化しているのではないかと感じます。そのため開発部門やマーケティングの若手社員に、魚のうま味がある品質を教えることが非常に難しい時代になっているのですが、作りたい商品・味を再現できる技術を身につけてほしいと伝えていきます。



◆海外への展開はいかがでしょうか。

◇海外では、日本食ブームで水産練製品も連動して需要が伸びています。海外からは、安全衛生面でもグローバルな基準が求められることが多く、当社はFSSC22000等の認証を取得しています。インドネシアには、現地企業との合弁会社を設立し、インドネシア国内への販売と世界への輸出拠点の二つの役割を考えています。海外製品の主力は、カニかまです。製品の色合いが注目され、ピザ等のトッピングとして食われていましたが、最近では、ヘルシーである特長が話題を呼び、食べ方のバリエーションが広がっています。

◆これからの若者や本学への期待はいかがですか。

◇入社時に「新入社員の特権は、多くの失敗をできることです。失敗を恐れずチャレンジしてください。」と伝えます。しかし社内には失敗を許容しない雰囲気や昔の失敗を理由に、チャレンジを止めてしまうことが、今もあるように感じます。「失敗を恐れずチャレンジする」を若手、中間、幹部社員の一気通貫で浸透するため、言葉にするだけではなく、前向きな失敗を加点評価する制度を組み立てています。また、日常業務の中で「取り組んだ方がいいけど難しいよね。」と取り上げない課題が多いので、まずはリスト化して忘れないようにしなさいと伝えています。難しいと思われる課題でも、その課題がお客さまのよろこびにつながるならば、社訓の「すべてはお客さまのために」のとおり、チャレンジすべきものと考えています。

◇工科大には、デジタル人材の輩出を期待しています。食品産業は、新潟県的一大産業であり、FA化、ロボット化ニーズは高いですが、大きな投資が関わるので消極的になりがちな課題です。その課題へのチャレンジを後押ししてくれるような人材を期待しています。

◆来年度実施にむけ、本学はものづくりに関わるデジタル教育の更なる充実を図っております。

本日は、大変貴重なお話を伺うことができ、誠にありがとうございました。