

# 明日を拓く企業の戦略

成長する企業には独自の戦略がある。企業の今を、そしてこれからの創るその戦略に迫る



市場関係者、社員と刻んだ歴史は今年で70年。記念して作成した新しいロゴマークのデザインは、社員から募集し選ばれたもの。セリに使用される売渡票や目方票、封筒などに使われ販売促進に一役買う

## 岡山中央魚市(株)

### 市民の台所・卸売市場を支えて70年 新たな挑戦が次なる成長を引き出す

岡山市中央卸売市場の卸売業者として、全国から海産物を買付け、地域に安全・安心な商品を安定供給することを使命に70年の歴史を刻んできた岡山中央魚市(株)。

人口減少によるマーケットの縮小と消費者の魚離れ、地球温暖化による水揚げ量の減少、卸売市場法の改正など、卸売業者にとって大きな環境変化が続くなか、新たなステージでの成長を目指す同前裕一朗代表取締役社長に話を聞いた。



聞き手・執筆  
井ノ上美恵子  
(フリーアナウンサー)

#### 創業から70年 信頼される卸売会社へ

岡山中央魚市(株)は、初代社長となった土屋勇二氏が経営する西勝商店と、現社長・同前裕一朗氏の祖父・父が経営する魚常商店が合併し、昭和29年に誕生する。現在の岡山市北区二日市町にあった岡山魚市場で卸売業を営んだ。昭和58年、岡山市中央卸売市場が北区築港の現在の場所に開設され、卸売業者として同社が入場する。地道に全国の生産者を訪ね、品揃えの充実に取り組んだ結果、年間売り上げは入場した年から順調に右肩上がりの成長を続けることができた。

その後、平成13年に約3,500tの収容能力を持つ冷蔵・冷凍庫を市場近くに建設し配送を効率化。平成18年には市場関係者が共同で作る物流会社に出資し、県北、山陰、四国方面に毎日出荷していった。

平成17年に社長に就任した同前氏は、それまでのように幅広く多様な海産物を取り揃えるだけではなく、付加価値の高い商品を扱うことが必要と考え、鮮度の高い瀬戸内の魚の充実を図る。

平成26年からは香川県三豊市の漁協に出資するほか、高松市の漁協に直接出向いて集荷

の取り組みを始め、近海物を充実させることに努めている。瀬戸内の魚を安定的に供給することは、買受人への市場機能に意味を持たせるうえで重要なことだ。

また、本来の価値を適正に評価した価格で魚を流通させることにも力を注ぐ。「それも市場の役割であり、生産者である漁師を守ることに繋がるのです」と同前氏は意義を強調する。

#### 岡山県産ブランドとして 「桃鯛」を商品化

付加価値の向上を何より重視する同前氏は、そうした商品を自ら生み出すことを考えるにいたる。岡山県の特産であるフルツを飼料とした養魚を開発し、独自ブランドとして立ち上げるといふものだ。

社内に販売戦略室と新規事業推進室を新たに組織し、果物生産者や飼料業者とともに岡山県産のさまざまなフルーツを餌に混ぜ込み研究を重ねた結果、令和3年に商品化にこぎつけたのが養魚真鯛「桃鯛」である。

白桃の果皮や果肉の搾り糟を厳選して飼料原料とした「桃鯛」は、脂の乗りもよいがすっきりとした味わいで、抗酸化作用で色変わりも少ない。現在は量販店、スーパーで定期的に販売され、桃鯛を売りにする飲食店も出てきている。養魚魚であるため安定供給が望めることから、ふるさと納税の商品にも取り上げられている。

この養魚は海水温の適した愛媛県沖で開始され、今年11月には高知県での養魚・出荷もスタートしたところだ。このほかにも鯛めしなどの加工品開発や桃鯛に合わせた醤油など桃鯛を中心に他社とのコラボ製品の開発も始めている。

社業の発展には自社ならではの個性ある商品が必要と考える同前氏は「今後は岡山県産のトータルブランドとして、桃鯛を含むピーチフィッシュシリーズの開発にチャレンジしていきたい」と意気込む。

#### 卸売業者の使命を全うし 業界の変化に挑戦

3年前から広がった新型コロナウイルス感染症の猛威が、やがて同社にも降りかかる。感染防止のための万全の対策をとっていたはずではあったが、昨年8月、ついにクラスターが発生。一時はセリや相対取引を担当する社員の3割が休むこととなり現場はひっそりした状況に陥った。

しかし同前氏は、「集荷された魚は売り残さない」という強い決意を社内に示す。それは、漁師に仕切り(儲け)を返すことが自らの責務と考えるからだ。だがそれだけではない。市民の台所を支えるという意味では、我々もまたエッセンシャルワーカーだ、との自負がある。「1日たりとも食の流通を止めてはならない」。事務系社員や役員まで総動員し、市場を止めることなく責務を全うした。BCP(事業継続計画)を事前に作成していたことも功を奏した。

また、同社を取り巻く環境が激変したのが令和2年。卸売市場法の改正だ。

市場の基本的な仕組みは、卸売業者が生産者から買付け、仲卸業者が市場内のセリで落札し小売店や飲食店などへ販売する流れとなる。法改正により、卸売業者が小売店・飲食店に直接卸すことができるようになった反面、仲卸業者が卸売業者を通じて生産者から買付けられることもできるなど大幅に規制が緩和された。生産者の利益向上、流通コストの削減などが期待できるが、市場としての機能が低下すれば関係する業者に大きな影響が及ぶ。「だからこそ、むしろ新たな挑戦による成長が期待できるのです」と同前氏はこれを好機と捉える。県産魚のブランド化もその布石と言えるだろう。

厳しさを増す市場環境のなかで、市場関係者、社員とともに歩んだ70年の絆を守りながら、これからの失敗を恐れず新しい変化の波に果敢に挑戦し続ける。



午前4時半の鐘の音を合図に、仲卸業者や参加資格を持つ売買参加者を相手に、各地から集荷された鮮魚のセリが行われる。セリ人の呼びかけに応じて、買い手が指のサインで値段を示し品物を競り落とすまでの時間はわずか数秒



高品質で付加価値のある養魚を目指し、岡山を代表する果実・白桃を使用し開発された桃鯛。白桃の缶詰製造の過程で出る皮や果肉の粉末を混ぜた飼料で育て令和3年に商品化



大阪の仲卸会社で太物(マグロ)市場の現場経験を積み、社長就任まではマグロの営業一筋に歩んできたという同前裕一朗氏。平成17年に社長就任。今年、市場卸売業務の近代化・高度化への取り組み、水産物の消費拡大の発展に寄与したことが認められて農林水産大臣賞を受賞



本社 岡山市南区市場1丁目1番地  
事業内容 水産物卸売  
代表者 同前 裕一朗  
創業 昭和29年(1954年)  
資本金 1億円