

# 福井の「食」！

## 未来を探る

### 福井商工会議所食料品部会

#### 座談会より

福井商工会議所には様々な業界ごとに全部で9つの部会がある。それぞれの業界ごとに抱える課題や現状は異なり、それらに対応していくのが部会活動である。

今回は、食料品部会による座談会を、平成28年5月19日、部会委員企業17社の経営者に参加いただき開催した。企業経営者の立場から自社を含めた食料品業界の動向・課題、今後の展望や取り組んでいくべきことについて意見交換を行った。



#### 座談会参加者

(前列右側より)

福井中央魚市(株) 井上 幸喜  
福井県米穀(株) 荒川 馨

(株)太田屋 太田 芳一  
(有)えがわ 江川 正典

安田蒲鉾(株) 安田 泰三  
(有)幸伸食品 久保 博志

(株)越の磯 磯見 邦靖

(後列右側より)

(株)宇都宮正二商店

宇都宮 勝

フク醤油(株) 相馬 務

(株)米五 多田 和博

(株)高井屋 高井 敏弘

(株)山川かまぼこ 山川 和弘

丸市食品(株) 朝倉 清治

(代理出席)

(株)甘泉堂 村中 洋祐

(株)カワグチ 川口 孝誠

(株)御素麺屋 小寺 洋太郎

天たつ 天野 準一

(敬称略)

だ。

日常の食卓に魚を増やすためにも、調理方法をわかりやすく消費者に提案したり、漁業者・卸業者・小売業者の連携を密にするなど、新たな取り組みが大事である。いかに漁業関係者をサポートし、消費者にアプローチするかが大事だと思う。

**川口** 食肉業界は、供給面において、和牛生産者の後継者不足、輸入品は現地での干ばつなどが原因で、牛の生産量が足りない状況。肉の需要はあるものの、生産量不足や価格高騰が業界としての問題である。また、牛・豚・鶏の様々な病気が出ていて。景気ではなく、風評被害や異常気象による急激な供給量の減少など対応が難しく、振り回されているといった状況だ。中国の消費量拡大による買い負けも懸念の一つである。

**磯見** 酒の消費量は30年前から製造数量、売上量が減少し続けており、まだ底を打ってはいないと思う。またそれと相まって、業者数も半減している。や

### 共通課題は「後継者不足」

**太田** まず業界の現状と課題について、意見をいただきたい。**江川** 菓子業界は、この10年で環境が大きく変わった。今は冠婚葬祭用の菓子をメインとしていては事業が成り立たない。これから求められるのは、広い商圏から顧客を呼び込める商品を継続して作っていく事である。また、後継者不足から福井の菓子店は半減している。頑張っている若手経営者もいるが、菓子業界全体としては良い傾向にあるとはいえない。

**井上** 水産業界は、不安定な漁獲量や後継者不足、食習慣の変化により、魚を食べる機会が減っていることが大きな課題



[部会長]  
江川正典氏 (有)えがわ

はり人口減少が大きな一因だろうか。ただ、消費量は減少しているが、海外での日本酒人気の高まりは好材料。この流れは一層続くのではと期待している。**宇都宮** 卸売業界としては、賞味・消費期限が大きな問題ではないかと思う。農林水産省の規制が厳しく、それがために偽装問題などが出てしまうのかもしれない。また期限切れ商品の大量廃棄も問題ではないだろうか。これは業界全体に関わることであり、今後、国や関係機関への働きかけが必要であると思われる。

**久保** 昔は豆腐や油揚げの需要も多く、豆腐業界も活気があった。しかし、今は後継者不足や、設備更新への対応、価格競争など深刻な状況に置かれている。どんなに良い商品でもその価値は何十年も続かない。どんな業界であっても、経営を持続するため時代の変化にどのように対応していくかが一番の課題だ。福井は北陸新幹線の延伸などで社会が変化する岐路に立って

### 求められる

#### 観光客を呼び寄せるアイデア

いる。こうした変化に自社をどう合わせるべきか、もつと議論するべきではないだろうか。

**太田** 次に、「食」と観光振興について意見を伺いたい。

**安田** 当社には観光バスでお客様がよくいらっしゃるのだが、観光バスの交通事故がクローズアップされ規制が厳しくなり、貸切バスの利用料金が高くなっている。その結果、リーズナブルなツアー商品が企画しにくくなっているようだ。

また、ドライブインなどの閉鎖により、団体で昼食をとれる場所がなくなると、観光客の流れが大きく変わり、他県へと流



[副部会長]  
安田泰三氏 (安田蒲鉾(株))



れることもあるだろう。福井には数百人規模で昼食がとれる場所がほとんどない。例えば一般の方も利用できる「ふくい鮮いちば」ができた中央卸売市場の更なる機能充実など、県外客を呼び寄せる新たな取り組み、アイデアが欲しいところだ。

**村中** 駅前については、ハピリンができて景観も変わり、周辺の駐車場も週末には満車の状態が多くみられるなど、賑わいが感じられるようになった。

しかし、ハピリンを訪れる方は、まだ物見遊山の方が多く、購買意欲は今一つかと感じている。駅隣接店舗であれば、定休日やアイドルタイムをできるだけ縮小するといったことも観光客のおもてなしという部分においては重要だと思う。今からお盆を迎えることで、その真価が問われるのではないだろうか。

## 「継承」とは 変化の積み重ね

**太田** 続いて、「食文化」の継

る。

**山川** 練製品業界、かまぼこだが、今の若者世代は「出されたら食べる」「嫌いではないけれど…」という方が大半で、練製品を好んで食べたいという想いが少ないのではないかと感じており、需要の先細りにつながる。と危惧している。形を変えたり、食べ方を提案するなどして、消費を喚起していくような、業界全体でできることから取り組んでいくべきだと考えている。

**朝倉** たらこ・明太子の歴史は70〜80年ほどで、今まで味や製法を変えて様々な商品が作られてきた。しかし、消費者の嗜好は簡単には変わらず、結局、オー



【副部会長・司会】  
太田芳一氏（練太田屋）

承について意見をいただきました。

**天野** 当社では約200年前から「汐うに」の製造販売をしている。ここ30〜40年で10分の1以下しか福井ではバフンウニが獲れなくなった。そして、ナホトカ号の座礁事件をきっかけにウニを福井県産に限定せず、国産に広げて使用するようにした。「汐うに」は長い歴史があり、食文化として絶やすわけにはいかない。関東などで「汐うに」の需要も増加してきているが、生産量は減少しているため、その打開策を模索しているところだ。

**多田** 食文化は大切なことで、絶やさずに残していくべきだが、私自身は特に固執していない。固執してしまうと当社も廃れてしまおうと考えている。

ソドックスなものが好まれるようである。

たらこ・明太子の消費は国内がほとんどだが、今後は様々な国で食べられていく可能性は大きいにあると思っている。実際にヨーロッパではたらこを塩もみしたものをパンに塗って食べている。海外に向けて商品の魅力と食べ方を提案することで、商圏が広がるのではと期待している。当社としても提案重視の取り組みをしていきたい。

**高井** 私は小売の場面において、今後消費活動の二極分化はさらに進んでいくと思っっている。特に最寄品は購入先が量販店などにシフトし、嗜好品や高級品は、ネットへの依存がさらに進むのではないかとと思う。

その中でネットを駆使して幅広くマーケットを広げるとともに、ネットと実店舗の融合が必要だと考えている。また、ポイントカードや楽天ポイントといったメジャーなポイントカードの導入なども今後の大きなポイントでないだろうか。小さな商店が生き抜いていく

今は新しい食のスタイルを生み出し、将来継承される文化を作っていくべきだ。そうしなければ、味噌という食材で経営をすることは難しいと思っっている。当社でも時代の変化に合わせて、味噌を使った新しい商品を作っている。自社が文化や価値観を創造・提案していかなければと強く感じている。

**小寺** 当社はもともと砂糖菓子を作っていたが、今は和菓子や洋菓子も作っている。やってきたことをただ引き継ぐのではなく、変化を重ねた結果が、継承という形になっているのだと感じている。

ただ、従業員への技術の伝承という点を懸念している。例えば職人が退職後、全く異なる仕事に転職するといったことは、非常にもったいないことだと思っっている。職人の技術の継承を食料品業界全体で今後考えていくべきではないだろうか。その中で時代に合わせて変化しつつ、食文化を継承していけばいいのではないかとと思う。

## 新たな価値創造への チャレンジ

**太田** 最後に、福井の「食」の「未来」について、お話いただきたい。

**荒川** 米業界も他の業界と同様に、消費量が昔に比べ減少している。以前、新聞に20代男性の2割、30代男性でも1割余りが1ヶ月間米を食べていないという記事を見つけた。また、食品が国内で642万t廃棄されているという統計もある。

将来的に米の需要は決してなくならないと思うが、幼少期からの食育などをどうしていくか考えていかないと難しい問題ではないだろうか。

**相馬** 当社は醤油製造だが、食育という観点は大切だと思う。そのため当社では、県内の小学生の工場見学の要望があれば、よほどのことがない限り断らず、積極的に受け入れている。そして自社の醤油をお土産に持たせ、まずは醤油への親しみを持ってもらおうよう取り組んでい

ためには、あらゆるチャレンジが必要である。

**太田** 今回の座談会では、モノのみを売るのではなく、売り方を工夫したり、食文化という価値を理解して頂くという取り組みや意見が多く出されたと思う。これらの意見を今後の部会事業の参考にさせていただく。

## 時代に合わせ 機敏に変革

様々な課題に直面する中で生き抜くためのキーワードは、「時

代に合わせた変化」。事業を長く受け継ぎつつ発展させていくには、経営ビジョンや戦略、自社の商品やサービスなどを常に時代と照らし合わせ、機敏に変革していくことが重要である。

福井商工会議所では、販路拡大や商品開発、PR強化などを目的とした様々な「食」関連事業に取り組み「ふくい食の会議所プロジェクト」の参加企業を募集している。是非、当プロジェクトにご登録の上、積極的に活用いただきたい。

### ふくい食の会議所プロジェクト

実施メニュー

- **学びの場**  
「消費者が思わず気になる商品コンセプト」  
「売れる商品のストーリー作り」  
などをテーマとした勉強会の実施
- **実践の場**  
・食品バイヤーとの商談会  
(福井県民生活協同組合、ハニー新鮮館など)  
・大型店舗などでの販売会  
(西武福井店、福井市観光物産館「福福館」など)
- **その他**  
・マスコミ向けの合同プレス発表会 など

※詳細内容については当所HPをご覧くださいか、下記までお問い合わせ下さい。

ふくい食の会議所プロジェクト  で

近日実施するメニューについては、  
[次ページをご覧ください!](#)

お問い合わせ先 「ふくい食」の会議所プロジェクトチーム  
TEL:0776-33-8283 FAX:0776-50-6789  
E-Mail: keiei@foci.or.jp