

湖国で輝く 企業を訪ねて



株式会社 中村屋

Salmon Deli Nakamura-ya

代表取締役社長
なかむら こうた 氏
中村 厚太 氏

鮮度、振り塩、低温燻製、チップのブレンドにこだわり 独自製法で日本ならではのスモークサーモンを追求

はじまりは米原市にある養殖場のニジマスから

伊吹山の豊富な天然水に恵まれた長浜のまち。株式会社中村屋は、湖北のこの地で68年にわたりスモークサーモンの加工卸・小売を手掛けています。隣接する米原市にニジマスの養殖場があることから、1958年（昭和33年）に創業者の中村忠太郎氏が当時珍しかったマスやサーモンの燻製製造に着手。当時は日本に流通する商品のほとんどが海外産だったなか、工場の建設から製造方法の確立まで手探りでのスタートだったといいます。当初は保存を主な目的とするハードサーモンを作っていましたが、1973年からは柔らかくて風味や使い勝手の良いソフトサーモンへシフト。取り扱い原料も漁獲量の少ないニジマスから北洋産の天然紅鮭やノルウェー産のサーモントラウト（海面養殖）へと移し、英國製のスモークハウスを導入するなど設備投資を重ね規模を広げてい

きました。1985年には「チュッタナ」「鮭肴専科」を商標登録し、現在も人気のブランドとして全国に知られています。

現社長の中村厚太氏は忠太郎氏の孫にあたる三代目。20歳のころに父が大病で倒れたことで大学卒業後すぐ同社に入り、以後20年以上にわたって事業を支えてきました。

4年前に社長を継ぎ、「いまは経営と営業に専念していますが、入社から10年は古株の職人さんたちのもとで、うちならではの魚のさばき方、塩の振り方、衛生管理などのすべてを叩き込まれました」と振り返ります。

「魚の国」日本ならではのこだわり

2004年に商標登録した「サーモンデリ」は高級スーパー・マーケットなどで広く販売されているほか、同社の商品は有名ホテルやミシュランの星付き料亭のシェフたちにも愛用され、繊細かつ新鮮



Corporate policy

DATA

本 社／滋賀県長浜市口分田町768
工場・直売所／滋賀県長浜市口分田町23
創 業／昭和33年7月（1958年）
従業員／25名
事業内容／水産物加工、製造卸、販売



- スモークサーモンのエキスパートとして時代に即した製品を提案。
- 安心・安全でより衛生的な商品を追求し食卓へ届ける。
- 食の喜び、スモークサーモンのおいしさ、可能性を伝える。

な味わいには定評があります。

それを実現しているのが独自の加工方法で、多くのメーカーが三枚に卸し済の「フィレ」を原料としているところ、同社は頭と内臓だけを取った「ドレス」原料を使用。加工に手間は掛かりますが、仕上がり後の肉質と食感に差が出るといいます。塩はミネラルが豊富で甘味のある淡路島産の無漂白天然塩「藻塩」を用い、魚の大きさや厚みに合わせて職人が塩を振る「振り塩」製法を採用しています。

「余分な水分を抜いて旨味を引き出す手法は“魚の国”である日本人ならではのこだわりです」と中村氏。スモーク加工では30度以下の燻製（冷燻）が一般的とされるなか、同社ではこれまでの経験と知識を生かしてさらに低温の17度でじっくり時間をかけて燻し、なめらかな口当たりとしつとりとろける食感、芳醇な旨味を実現しています。

時代を先取りした衛生管理法の導入

原料となるサーモンは、現地で直接生産者を選定。同社の基準に合格したファームや水産加工業者が買い付けを行っており、ノルウェー政府の認定品や、欧州ナンバーワンファームが養殖する質の高いサーモントラウトを入荷。国内到着後も厳格な検品を行い、鮮度の高い生食用原料だけを用いています。

また、燻製といえばサクラの木のチップが好まれますが、「ハムやソーセージなど畜産品には合うものの、味が繊細な魚の場合は香りが強すぎると考え、鬼胡桃や山桜などをブレンドしているのも私どもの大きな特徴です」。和食にも合うやさしい味わいは日本だけでなく、スモークの本場である欧州のほか、アジア各国からも高い評価を得ています。

現在は高級スーパーなどへの卸販売が売上の95%を占める同社ですが、もともとは百貨店にテナントをもち、直接販売が事業の中心でした。「祖父は百貨店に入れていたくまで、品質改良に10年かかったと聞いています」。苦労の甲斐あって業績は伸びていきましたが、バブル崩壊とともに売上が低迷し、新たな道を模索することになります。

幸いだったのは、1991年の新工場建設にあたり、当時アメリカで義務化が始めていた「HACCP」の考え方を基本に衛生プランを構築していたこと。これが高級スーパー参入の足掛かりの一つになりました。日本でのHACCP義務化は2021年であるこ

とを考えれば、時代を30年も先取りした挑戦が、現在の経営基盤になったといえます。

ブランド力向上と販路の拡大をめざして

コロナ禍では家庭での食事が重視されたことで、同社の商品は本格派の味と便利さで注目を集めようになり、約10年前から始めていたネット通販も思わぬ伸びを見せました。「ただ、商品ブランドに比べて社名の知名度が圧倒的に低く、地元滋賀でもあまり知られていません。これからはSNSや動画も活用し、メーカー自身がブランド力の向上に努めなければならないと考えています」と中村氏。

滋賀県信用保証協会の販路拡大支援を受けたことにより、今年3月に三重、4月に滋賀のスーパーと新規取引もスタートしました。

SDGsへの取り組みとしては、2021年から産業廃棄物の分別細分化に着手。分別したこと、これまで1日当たり100キロ以上も破棄していた鮭の骨に着目することになり、佃煮やつまみなどの新商品を開発しました。「みんなで納得したものを作りたい」という思いから、アイテムのアイデアから味付け、パッケージデザインまで時間を設けて社員全員で意見を持ち寄ったといいます。また、スモークサーモンを使ったレシピの提案も行っており、顧客の顔が直接見える直売所も将来的には設けたいと考えています。

取引先から売れる商品、より良い商品が求められるなか、「それに応え続けるための商品開発や、時代や人々の味覚にあわせた味の改良は必須」と、これからも挑戦は続きます。



Message

信頼に応える品質で、スモークサーモンのおいしさを広めたい

創業から68年、伝統的なスモーク技術と、熟練した職人の手作業、徹底した品質管理でお客様から信頼をいただけてきたことが何よりの財産です。百貨店にテナント出店していたころから半世紀にわたってご愛顧くださるお客様もあり、そういった交流が私どもの励みでもあります。世の中にはまだまだスモークサーモンを召し上がったことのない方もたくさんおられます。長くこの食品に携わってきた者として、一人でも多くのお客様に中村屋の名前を知っていただき、召し上がっていただけるよう、感謝と謙虚な気持ちを忘れず努力を続けたいと思います。

