POWER UP
INTERVIEW

株式会社ウオショク　代表取締役社長　宇尾野（うおの） 隆（たかし） 氏

自社ブランドの食肉を開発。新潟らしい特徴ある商品を世界へ

PROFILE

1958年生まれ、新潟市出身。1982年に明治大学商学部を卒業し、三菱食品株式会社（旧株式会社菱食）に入社。1985年、父が創業した株式会社ウオショクに入社。2006年、代表取締役社長に就任。現在、海外での自社ブランド肉のPR、商談を主に手掛ける。その他、新潟商工会議所 常議員、新潟経済同友会 国際戦略委員長、一般社団法人新潟ニュービジネス協議会会長、万代にぎわい創造株式会社 代表取締役、にいがた雪室ブランド事業協同組合 副理事長、新潟市産業振興財団 理事、新潟県立大学大学院客員教授、新潟県食肉事業協同組合連合会 専務理事などを務める。

食肉製造と販売を手掛け、オリジナルの銘柄豚・銘柄牛など自社開発商品にも力を入れているウオショク。その一つ「雪室（ゆきむろ）熟成和牛」はアジア各国、アメリカに輸出され、現在も販路を拡げています。差別化できる商品づくりを目指す宇尾野社長に、お話を伺いました。

株式会社ウオショク
〒950-0951
新潟市中央区鳥屋野450番地1
TEL：025-283-7288
https://www.uoshoku.co.jp/

新潟に古来からある雪室の話は、外国人も興味を持って聞いてくれる。日本人よりも伝統文化やストーリーをリスペクトしていると感じます

2011年から自然の冷蔵庫・雪室で肉の熟成をスタート。一般的な牛肉と比べ、雪室熟成和牛は柔らかさと濃いうま味が特徴だ。海外では「スノーエイジング」と呼ばれ、高級ホテルやレストランで提供されている。

地域資源を利用した“雪室”で熟成させた肉をブランド化

1965年創業のウオショクは、小売店向けの食肉卸売業としてスタート。その後、飲食業界などに販路を拡げるとともに、自社ブランド肉の開発に力を入れてきた。「1998年に県内の畜産農家と共同開発した“越乃黄金豚”が、初めての自社ブランド商品です。当時は“越後もち豚”などの銘柄豚が有名になってきた頃で、当社もビジネスをやる上で何か特徴を打ち出す必要があると思いました」と語る宇尾野社長。そして、ブランディングの重要性を認識した宇尾野社長が次に挑戦したのが「雪室熟成肉」だった。「熟成肉が流行し始めた2010年頃に出合ったのが雪室でした。冷蔵庫に肉を一定期間入れておくと、柔らかくなって味が良くなることは分かっていたので、雪室で肉を熟成できないかと考えたのです。また、地域資源の活用という面でも、雪室なら新潟らしさを出せると思いました」。

輸出規定の許認可をクリアしアジア各国やアメリカに輸出

近年は海外事業にも力を入れ、2015年に「越乃黄金豚」を香港に輸出。雪室熟成肉の輸出も実現したかったが、輸出認定工場から雪室への蔵移しは当時の厚労省規定で許可されていなかった。「ただアジアやアメリカのバイヤーに雪室熟成肉の話をすると、ものすごく興味を示してくれました」。２年後にようやく輸出牛肉への規定が緩和され、タイやシンガポールなどアジア各国へ「雪室熟成和牛」の輸出を開始。2019年にアメリカへの輸出が始まると、売り切れが続出するほど高い評価を得た。海外では肉の美味しさはもちろん、雪室で熟成させるというストーリー性も喜ばれているという。

開発型企業として差別化を図りブランドになる素材を見つけたい

海外輸出においては、貿易取引される商品の国籍を証明する「原産地証明書」を新潟商工会議所が発給。同所の常議員も務める宇尾野社長は、「このような制度の利用やセミナー、研修などに参加できるのも商工会議所に入会するメリットですが、一番は人との交流です。尊敬できる会社の社長や頑張っている若い経営者たちと交流すると、いろいろなことを教えてもらえるし、仕事の励みにもなります」と語る。

今後は開発型企業として、より一層他社との差別化を図りたいという宇尾野社長。「ブランドになる素材を見つけることが重要。肉だけでなく水産物、農産物などを含めて良い素材を見つけ、開発した商品を輸出していきたいです」。新たにドバイ、台湾への輸出が決まり、数か国との交渉も進行中という同社。これからもさまざまな挑戦を続け、食肉業界に新風を吹き込んでゆく。

今年２月、本社前に「お肉の自販機」を設置。焼肉セットなど、キャンプやBBQに便利な商品を24時間、いつでも購入できる。工場直売なので低価格・高品質なのも魅力だ。

「越乃黄金豚」「越後米豚越王」「田口牛」「越後豊浦牛」など、県内の生産者と共同でブランド肉を開発している同社。新潟ならではの逸品を発信したいと、全国への販路開拓を行っている。