

# 学生起業の魚屋！価値なきものに光あり！ 1

～売れない魚が宝の山～

株式会社 食一 代表取締役 田中淳士

現場をひたすら回った経験から見えてきた、値段のあまりつかない地魚にスポットをあて、浜値の向上を行うことから始めた取り組みを3回に分けてご紹介していきます。

## 1. 学生起業から始まった鮮魚流通会社

私の実家は、九州で120年以上続く老舗の産地仲買業を営んでおり、小さい頃から市場のセリを間近で感じ、それが終わると魚のトラックへの積み込みなどの手伝いをしていました。育った環境から“魚屋”という職業は必然だったのかもしれませんが、高校の恩師より京都の大学を薦められて単身京都に移り住み、様々な出会いや学びを経て自分で商売をする道を志しました。その決意として一年間学校を休学し、就職という退路を自ら断つとともに一心不乱に商売を始めて約7年が経ちます。

初めは、産地直送で各地の美味しい魚を飲食店に卸す事業をしていましたが、魚に対する知識も経験もゼロに近い状態もあり、すぐには軌道に乗りませんでした。そこで、起業をサポートして下さった周りの方々にご相談をした結果、もっと現場を見ようという結論に行きつきました。

## 2. 若さの塊！0泊30日の漁港回り

現場を見るとは言ったものの、いまだ学生である身分で商売も軌道に乗っていない中でお金があるわけではありません。そこで考えたことがレンタカーを借りて車で寝泊まりをしながらひたすら漁港を回ろうとやったものでした。今思えば、これも学生

だったからこそ成しえたことだったのではないかと思います。その0泊30日で回った地域は九州・四国エリアで、まずは実家の佐賀県を出発して長崎から回りだしました。

出発初日、私の強運が引き寄せたのか、夕方から漁に出るという小型底びき網をやっておられる方と出会い、同乗させていただけることになりました。実際の漁船に乗せていただいたのはこれが初めての経験だったのですが、そこで私は衝撃を受けました。1kgはあろうかというコチ（マゴチではない）が獲れたのですが、それをそのまま海に捨てていました。他にも料理をすれば美味しいという魚も捨てられており、結局この日の漁では、半分近くの魚が捨てられた記憶があります。漁を終え、漁師さんの家に招いていただきご飯をご馳走してもらいながら話を聞くと、この辺りでは値段



漁港回り初日に乗せていただいた小型底びき網船

がつかない魚は獲れても捨ててしまうとのことでした。なんともったいない！と、ただただその言葉につきました。

漁港回り2日目以降、各漁港を回りながら見ていると、これまでに見たことも聞いたこともなかったような魚があることに気がつき、実際に漁港でさばいて食べてみました。初めて見る魚ですが、産地の方も皆こうやって食べると美味しいよ、と教えてくださり、たくさんの美味しい魚と出会うことができました。しかし、そういった魚の中には数がまとまらなかったり、食べる習慣が一部に限られていることなどからほとんど流通にのらないことも見えてきました。



各漁港で揚がる価値のないと思われる魚たち

### 3. 産地に眠る旨い地魚ブランド「海一流」

このような産地の一部でしか出回らない魚は、都市部の料理人の方々はほとんど知りません。約1か月の漁港回りを終えて京都に戻った私は、実際にそういった地魚を料理人の方に食べていただくことにしました。感想は私の思っていた通りで、皆さん「美味しい！」と言ってくださいました。これで確信した私は、美味しい魚であっても産地の一部でしか出回らず、値段がつかない

ような地魚をブランド化することにしました。ブランドとは言っても私がしたいことは、高級魚のように手の届かない魚にするのではなく、ブランドマークをつけて安心感を与え、値段もたくさんの方に食べていただけるような価格帯で販売することです。ブランドの形は、京都の京野菜からヒントを得ました。京野菜というブランドには、賀茂なすや九条ねぎなどが認定されていますが、海一流というブランドも同じように多くの魚が認定されるブランドになります。これから漁港でさらに美味しい地魚が出てきたときに、この海一流ブランドの中に加えていくことで、以前海一流の魚を食べた方が違う地魚があった時も安心して食べていただける目印としての役割が果たせればと思っています。海一流ブランドを含め、食一の流通に乗りだした魚には、もともとの産地の浜値の10倍ほど高い単価で買取れるものも出てきました。このように産地の魚価は上がり、送られてくる飲食店にとっても都市部にはない魚で差別化を図れる取り組みが始まりましたが、問題点も出てきました。

～続く～



海一流ブランドのロゴマーク