

学生起業の魚屋！価値なきものに光あり！ 2

～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まった取り組みを前号に引き続きご紹介していきます。

あまり利用されることがない魚を飲食店で扱っていただくことで、都会ではまず見ることにも味わうことができない魚が徐々に浸透していきました。お客さんが普段とは違う魚に興味を持つことで、“変わった魚が食べられるお店”として店の知名度が上がり、それが宣伝となり新規のお客さんの獲得にもつながりました。



珍魚のお造り盛り合わせ

1. 未利用魚ならではの落とし穴

しかし、流通量が増えていくとともに問題も浮上してきました。もともと流通に乗りにくかった魚というのは、その理由の一つに数がまとまらないということが挙げられます。そのため稀少性に関しては問題がないのですが、商売ベースに乗せようとすると数量の壁にあたります。さらに、珍しい魚というのは、その魚を狙って漁に行くのではなく、メインの魚種がある中で一

緒に水揚げされてくる魚であることがほとんどです。漁師さんもプロです。なるべく狙っている魚種を獲れるように漁をするものです。つまり、間違いなく水揚げされるという保証がないことも、大きな問題となりました。

2. またまた続く、弾丸漁港回り！

未利用魚を扱う上での問題点は、数量と入荷の不確実性であることが、流通を通じて見えてきました。解決するべき点がこの2点であることを踏まえ、行きついた答えが「一つの産地で足りないのであれば、提携していただける産地の数を増やせばいい！」ということでした。日本には、3,000近い漁港が存在します。それだけの漁港があれば、同じ魚も獲れるだろうと踏んで、ひたすら漁港を回る日々が続きました。私自身が小さい頃から漁港に行く機会があり、その空気感を肌で感じていたため、色々な産地に溶け込んでいったように思います。さらに20代前半という漁港にはなかなかいない若さからか、たくさんの方々に可愛がっていただけました。そうして事業を始めて約7年が経とうとしている現在、百数十か所の漁港と取引をさせていただけるようになりました。

多くの漁港との取引ができるようになる

ことで、当初の問題であった、“数量”と“入荷の不確実性”は徐々に解決の兆しを見せています。相場・水揚げ状態・漁港ごとの独特の文化などは多種多様なものがあるので、一つ一つの漁港の特徴を踏まえたうえで出荷先のお店に商品の提案をしていきました。たとえ同じ種類の魚が水揚げされても漁法・メ方・梱包の仕方などが漁港によって違ってくるため、お店の方がどのような魚を欲しているかヒアリングすることは重要です。そのニーズに合った産地・魚種の提案を行えることで初めて、地方の変わった地魚たちをうまく流通に乗せることに繋がってくるのです。



水揚げ時の視察風景

3. 漁港のネットワークが広がることによるさらなる効果

さらに取引漁港の増加は、水産業界全体の悩みである時化のリスク回避にも繋がりました。その漁港の地形・風向き・波の高さなどを鑑みて発送する産地を割り振っていくことによって、時化のエリアが出ても注文の魚を揃えられるようになってきました。そのため、お店の方には、「台風が来ている時でも食一に頼めば産直の魚が手に入

る。」とまで言っていただけました。

最近では、良い状態をキープしたままお店までお届けできるように、漁港ごとに梱包のクオリティーを上げる取り組みも行っています。丁寧な梱包方法を産地で研究し、毎回同じクオリティーで出荷ができるように、対応できる取引産地も徐々に変えていきました。お客さんの反応も上々で、「最近梱包の仕方がよくなって、到着した魚もより良い状態で来ているよ！」との声も聞けるようになりました。



丁寧な魚の梱包作業

こうして、地方でしか出回らない地魚が少しずつ流通にのるようになってきました。きちんとした値段で買い取ってくれることで徐々に魚の取り扱いも丁寧になるなど、漁師さんの意識もよい方向に変わりつつあるのかもしれませんが。

しかし、未利用魚はまだ奥が深く、救うべき魚があることが漁港を回り続ける中で見えてきました。次回は、一般消費者からたびたび驚かれる取り組みについてご紹介したいと思います。

～続く～