

漁場の人しか知らない地魚を広め

水産業と食生活を豊かにする

平成22年度 採択事業

食しゅくいち

代表

田中淳士たなかあつしさん



田中 淳士さん

豊かな海の幸がもったいない

スーパーへ行くとパック詰めされたタイやマグロの切り身が並び、定食屋で出てくるのはアジやサバなど。都会で目にするのは、誰もが知っている魚ばかりです。日本は四方を海に囲まれ、豊富な海産物に恵まれているはずなのに、おそらく食用可能な品種の数%しか食べられていないのではないのでしょうか。

各地の漁場には多彩な魚が水揚げされますが、なじみのある魚以外はあまり市場に出回りません。「知らない魚は売れないから」と地元で消費されるか、すり身などの加工に回されたり、時には廃棄されるのが現状でした。

世界中から様々な食べ物が入ってくる今日、もっといろんな魚を消費者に届けたい。地元の人しか知らない魚のおいしさを広めたい。珍しい魚で飲食店のメニューにインパクトをもたらしたい。そんな発想で食一を運営しているのが、田中淳士さんです。



各地の港には知られざる珍魚がいっぱい

漁港を回って地魚のおいしさに気付く

田中さんは長崎で魚の仲卸業を営む家に生まれ、幼いころから魚に慣れ親しんできました。同志社大学3年生だった平成19(2007)年12月に、「同志社大学ビジネスプランコンテスト」で魚の産地直送を行う企画を立てて優勝。準備のため休学して、翌年9月に京都のベンチャー企業(ジェイ・エス・エル)の起業支援を受け、11月に食一を設立しました。「卒業し、就職してしまうと、暮らしが安定して起業への熱意が薄れてしまうと感じました。物事はタイミングが大事なので、ゼロの状態からハングリー精神でチャレンジしようと思ったのです」と田中さん。食一という屋号に「食の世界で一番になる」という大きな夢を込めました。

起業後は魚屋や飲食店に飛びこみで営業をかけましたが、いくら産直で鮮度や品質は良くても、値段が折り合わないということで行き詰まります。当たり前の魚を扱っていたのでは、中央市場の価格には勝てなかったのです。

農林水産物の活用

地域密着

田中さんは会社を続けながら復学し、卒業までの1年間で西日本の漁港を回りました。漁船に乗せてもらったり、漁師さんの家に泊めてもらって話をするうち、市場にはあまり出回らないけれど、おいしい魚がたくさんあることに気がきました。ところが地元だけで消費されたり捨てられるのを見て、「値段で勝てないなら、中央市場にない魚を扱っていこう!」と思い至り、食一の新たな挑戦が始まったのです。



漁場に向いて直接交渉する田中さん

独自のブランド認定戦略でアピール

たとえばミシマオコゼという魚は、見た目はめめつとして不細工ですが、淡泊な白身の歯ざわりはフグに匹敵します。マナガツオに似たエチオピアは、脂がのってとろりとした味わいが冬のごちそうです。鮮やかな赤が目を引きハチビキは身も赤く、ハマチに似ていてしつこすぎない脂が受けています。こんな面白い魚をメニューに加えれば、他店との差異化が図れ、目新しい料理でお客様に喜ばれるでしょう。田中さんは自分で料理して、おいしい食べ方の提案も含めてセールスしているそうです。

これらはすべて、自ら漁港へ向いて生育環境や水揚げの状態などを厳しくチェック。トレーサビリティを明確にし、信頼を持って供給できる魚を「海一流」というブランドで提供しています。安心して食べられる、珍しくておいしい地魚を認定する機関としても活躍していこうという思いが、ブランド化立上げにつながりました。

ファンドは同じ学生ベンチャーの先輩から聞いて応募したそうですが、「なかなか売れないで苦労していたときに助かりました。ファンドで車を買って行動範囲が広がりました。ホームページや海一流のリーフレットも作り、それを見て問い合わせをくださる方が増えたのです。自作のチラシでは反応が悪かったんですが、広報関係を充実させてから引き合いは倍ぐらいに上がりましたね」と田中さん。

得意先は京都・大阪・滋賀の飲食店を中心に60軒ほどになり、旧知のお客さんからもホームページやリーフレット

を見て「こんな魚あったの?入れてほしい」という声が聞かれるようになったそうです。



ファンドでホームページや広報物が充実

地魚という宝物で社会を愉かに

近年は水産業にも高齢化の波が押し寄せ、就業したい若者が減っています。仕事がつらい、危険だとかいう意識もありますが、最も大きな要因は収入です。従来の市場流通のルートでは、買い叩いて高く売るシステムが出来上がっていて、漁場と末端消費者の価格バランスが取れていないと感じた田中さん。いままで商品にならなかった魚を買い上げることで漁師さんの収入をもっと増やし、若い人がなりたいと思える仕事にして後継者を増やしていきたいとも願っています。

そのため軌道に乗りだした現在も毎朝、中央市場へ行って魚の種類や価格を調査し、新たな漁港の開拓に尽力しています。いまは西日本をメインに約100カ所と取り引きしていますが、今後は東日本へも拡大していく予定です。

京都はもとより東京の築地市場にもないような魚を流通させて、各地に眠っている地魚という宝物を発掘し、食を通じて社会を愉かにしていきたいとのこと。この勢いで、2年後には年商1億円を目指します。

事業概要

食一

<http://www.shokuichi.jp/>

代表: 田中淳士

業種: 海産物卸(産地直送の仲介)

創業: 平成20(2008)年

住所: 〒600-8008

京都市下京区四條通烏丸東入ル長刀鉾町8

京都三井ビルディング5階(株式会社ジェイ・エス・エル内)

TEL: 075-222-8660 FAX: 075-229-6515