

## 産地とのつながりで独自の存在意義・ 強みを発揮する「四十八漁場」

主任研究員 尾中謙治

<sup>よんぱちぎょじょう</sup>  
四十八漁場(運営主体：(株)エー・ピーカンパニー)<sup>(注)</sup>は、首都圏を中心に現在20店舗を展開している鮮魚専門居酒屋である。「四十八漁場」という屋号は、米科学誌「サイエンス」(2006年11月)の「2048年までに天然の魚介類が壊滅してしまう」という報告に対して、「2048年以降も、この日本で美味しい魚が食べられますように」という願いを表している。

事業の強みのひとつは産地(漁業者や漁協など)との直接取引であり、その実現にあたっての取組みを紹介する。

### 1 朝水揚げされた魚を当日に店舗で 提供する「今朝獲れ」の確立

エー・ピーカンパニーでは、食品の生産から流通、販売までを一貫して手がける「生販直結モデル」を採用している。それにあたって、全国各地の生産者や行政などと取引・連携関係を築いている。

四十八漁場は「持続可能な漁業」の観点から、取引先として環境にやさしい定置網に注目した。くわえて、他から引き合いのある先ではなく、良い漁場で一生懸命に漁業に取り組んでいるが、販路が限定されていて魚が高値で販売できない漁業者を対象とした。

最初の取引先は、関係者から紹介された宮崎県の離島・島野浦の定置網漁業者であった。エー・ピーカンパニーの社長自らが何度も足を運び、朝獲れた魚を東京に送り、その日のうちに食べられる体制を提案した。具体的な提案内容は、漁獲物を宮崎空港の朝一番の便に載せて羽田空港に空輸するため、従来の6時

出漁を2時に変更するものだった。漁業者からすぐには理解を得られなかったが、漁業を活性化するという双方の目的が共有され、11年1月にグループ店舗での取引が開始された。

漁業者には出漁時間の変更という負担はあったが、空輸でも双方が損をしない取引価格が年契約で設定され、漁業者にとってもメリットがあった。また、刺身などは店舗で加工され提供されるため、魚のサイズは問われないので選別作業が簡略化され、漁業者の作業負担も軽減した。四十八漁場としては、中間流通コストの削減や「今朝獲れ」を店の特長とすることができ、双方にとってメリットのある取引となった。

四十八漁場としては、宮崎県の定置網での水揚量が少なかったときは、定置網の漁獲物を買付けしている他産地の仲買人などから仕入れる体制を、多いときは宮崎県下の加工場にフィレ加工などを委託してストックする体制を形成した。宮崎県には社員1人が常駐し、



店舗に届いた「今朝獲れ」の魚介類(筆者撮影)

加工業者への加工依頼や漁業者との調整など幅広い業務を行っている。

## 2 物流の改善

11年7月からスタートした四十八漁場は「生販直結モデル」をベースにして店舗を拡大していき、13年までに12店舗に成長した。各店舗への食材の発送は、各産地が店舗ごとに受注・仕分けをして対応していたので、配送作業は煩雑であった。そこでエー・ピーカンパニーは、13年6月に大田市場で仲卸業を行っていた(株)セブンワークを子会社化し、大田区に鮮魚流通拠点の羽田センターを開設した。これによって各産地はセンターに一括配送し、センターが各店舗に分配する体制が構築された。良質な魚介類の調達と作業効率の向上を実現したものの、創業した11~13年は経営的には厳しかったと担当者は振り返る。現在は20店舗全体で黒字化が実現している。

## 3 独自路線を模索・確立した「第2次創業」

四十八漁場のスタートアップ時は、地鶏を産地と直接取引することによって成功した鶏料理居酒屋「塚田農場」をモデルとしていた。14年からは、そのモデルにとらわれず、お客様が求めている「おいしいもの」を提供するために独自の取り組みをはじめた。店舗も15店舗に増加し、産地直送の魚が十分に調達できなくなってきていたことも背景にあった。

この頃を四十八漁場の「第2次創業」と位置づけており、多様な取り組みをはじめた時期である。例えば、漁業者と一緒に研究して、鮮度保持ができる「神経メ」をした鮮魚の取扱いを開始した。このなかには福井県の美浜

町漁協も含まれており、当漁協は新たに神経メに取組み、四十八漁場と直接取引をするようになった。現在も取引は継続しており、取引量は年間水揚高の1割程度となっている。

宮城県雄勝町の「夢牡蠣」や岩手県陸前高田市米崎町の養殖牡蠣などの取扱いも開始した。北海道や長崎県からも牡蠣を仕入れるようになり、18年からはほぼ1年間お客様においしい牡蠣を提供できる「牡蠣の産地リレー」を確立している。ほかにも、既存取引先が対応に困っていた未利用魚(豆アジ)を市場価格の10倍近くで買取り、付加価値を付けて店舗で提供している。また、持続可能な漁業の点から、養殖にも目を向けるようになり、イヨスイ(株)が開発・商標登録している「タマクエ」の取引もはじめている。

## 4 居酒屋から漁業を創造する「四十八漁場」

現在の四十八漁場の魚介類の仕入先は約50件、うち漁業者との直接取引が20件ほどである。取引先数は、バイヤーからの紹介や漁業者同士のネットワーク、漁協からの営業などで拡大している。漁協系統では、美浜町漁協、山口県漁協、長崎県漁連、北海道漁連などがある。取引先の条件としては、魚介類がおいしいだけでなく、産地が熱意・こだわりを持っていることである。「おいしいものを届けたい」という思いのもと、出漁時間の変更や神経メ、手間のかかる下処理などをするのを産地は求められることがある。これは、お客様においしいものを届けることだけでなく、漁業者の所得の安定・向上、地域漁業の維持・成長につながっている。

四十八漁場は産地と協力して新たな取り組みをすることによって、日本の漁業の活性化に貢献しており、更なる貢献をしたいと考えている。

(おなか けんじ)

(注)エー・ピーカンパニーは、「四十八漁場」以外に「塚田農場」「じとっこ組合」「関根精肉店」「芝浦食肉」などの複数店舗を運営している。