

第2回 「食」のビジネスパートナーを探せ！



取締役商品部長
近江順司さん

農業は、確実に作り売りの時代から提案型マーケティングの時代へと移行してきている。この連載は、フードビジネスに関わるキーマンたちからあなたの食材提案のためのキーワードを引き出し、ビジネスパートナー探しの一助とするものである。

近江順司さん（株式会社につぱん 物流センター 東京都港区港南3-3-27） 聞き手：西田真二

【プロフィール】秋田県の稲作農家の三人兄弟の三番目。兄が実家を継ぎ、姉も秋田県内で結婚。昭和47年頃に単身上京し、流通の仕事などを通じ(株)につぱんの現社長、村田宣政氏と出会う。村田氏と100円バーガーの「バーガーキッド」を立ち上げるが、その後平成元年にすし店に業種転換し、新橋駅前に立ち食いすし店の1号店を開業し、以後すし店の多業態多店化を推進し、今日に至る。30歳で結婚し、現在は娘1人の父親である。趣味は街中を歩き回り、行列ができる店は必ず試食するという研究熱心な人物。鶴見に在住。

Q・・すし店というところあまり野菜とは縁がないように思えますが、「魚がし日本一」以外にもお店があるんですね。

近江・・ええ、「青柚子」という魚菜料理の和食居酒屋を2店、「ICHIIZ（いちいず）」という創作寿司と炙り料理の居酒屋を3店展開しています。魚がし日本一も昼はすし店ですが、夕方からはすし居酒屋になって、料理と酒が中心となりますので、野菜はかき使います。それに店数も35店とかなり増えましたので、使用量は大きくなっています。

Q・・回転すしを選ばれた理由はなんですか。

近江・・すし店はもともと敷居が高く、若いお客様は入りにくいものです。ですから中味はたちのすし店でもカジュアルに立ち寄れるよう考えたわけです。ただし、他と同じことをやっていては差別化できませんので、価格は一卷75円にしても食材ではこだわって良いものを使うよう努めてきました。食材に関しては「新鮮活粋」が基本です。これは具体的には「七たて」を守るということで、下し立て、握り立て、焼き立て、揚げ立て、炊き立て、煮立てが調理の基本だということなんです。Q・・素晴らしいポリシーですね。このポリシーを守るためにも、鮮度の高い食材の仕入れ方法、つまりマーチャン

いくつかのタイプがある「魚がし日本一」の店作り。昼はすしランチ、夜は魚を中心にした旬菜でもてなす和食居酒屋となる。異業種を加え、全店で年商44億円近くを売る



ダイジニングの質が問題になりますね。野菜にこだわり始めた理由は、どこにあるんでしょうか。

近江・・仕入れそのものは淀橋青果市場のマルヤス青果という仲間からですが、要は商品面での差別化です。たとえば枝豆はいつでもどこでも冷凍ものが手に入りますし、輸入ものも多い。しかし、どこでも同じものを出している。これでは差別化は出来ません。旬の野菜類の味そのもので差別化したいわけですから、そういう食材は使いたくないんですよ。普段使っているもの、だれもが食べているようなものでも野菜の力には差がありますから。それで

差別化したいわけですね。ですから枝豆の季節には枝豆のなかでも高品質なただちや豆（千葉、群馬、山形）を使っていますよ。これは6月から収穫前線を追ってかなり提供時期を長引かせることが出来ました。いまは舞茸（秋田）ですが、これもスーパーに売っているようなものではなく、「華まいたけ」という商標がついている一株丸ごとの箱入りのもので、実に香りの強い美味しいものです。これは実家に帰った時に秋田で見つけましてね、定量出荷できるということで仕入れることにしたんです。

Q・・市場からはどうなっていますか。

近江・・食材は流通センターや加工センターに集められ、店ごとに配送されますから、収穫後あまり日にちが経っていない鮮度の高いものが理想です。それと先ほど述べましたが、他にはないものをお出ししたい。そのために食材の情報が沢山欲しいんですよ。その点でインフォマートが大きく役立ってくると考えています。直接必要なものを店ごとに送ればコストも下げられます。

Q・・生産物の情報は出来るだけ欲しいわけですね。これが品質向上を図るために役立つとお考えですか。インフォマートの良いところはどんなところですか。

近江：私もいろいろ生産地や生産物の情報を集めてきましたが、最大の魅力はなんといつでもリアルタイムで生産者と直結し情報交換ができることです。生産の実態や収穫状況が掴めると同時に、その情報がダイレクトに仕入れに結びつくことですね。

Q：この間、インフォマートでの仕入れはありましたか。

近江：情報検索ではかなり使わせて頂いています。実際にはまだ始めたばかりですが、この11月から高山村のクラタ椎茸園さんから肉厚の生椎茸を入れて茶碗蒸しに使っています。市場価格では1パック180円ですが、価格が150円になりますから30円安くなります。差額が小さくても全店での使用量を考えると月間3000パック以上で、これはかなり大きなコストダウンになります。それに品質がいいのでお客様にも喜んでもらえます。

Q：始められてのご感想はどうですか。

近江：インフォマートは役立つシステムだと思えます。というのも農業生産物だけではなく畜産やその他の食材情報がありますし、幅広い用途に対応するものですから、今後が楽しみです。ただし物流面の問題がまったくないわけではないんです。たとえば宅急便のコストです。これがもう少しどうにか

なればと思うんですが、運送業者に聞きましたら定期的なものでは特別料金の設定がありますが、不定期になるとダメなんだそうです。産直では、これが今後の課題でしょうね。

Q：ところで、実際メニユーの中でどんな野菜が使われていますか。

近江：野菜の中で一番使うのはまず大根ですね。これは桂剥きでツマに使うほか下ろして使ったり、煮炊きものとしても使いますから、1店当たり毎日4、5ケース（40〜50本）使います。ほとんどが青首ですが、辛味大根も使います。やはり用途別に仕入れられます。それからキュウリなんですが、これは秋田十條きこの園の華まいたけは大きな株が箱詰めされている。色合いや香りは文句無した



かりは味が良くて曲がっていると困るんですよ。というのも巻き物の芯に使うのでやはりまっすぐがいいんです。食味的にはサクサクパリパリした食感のものがいいですね。また、これも多用途な野菜ですが、ネギです。以前は万能ネギを使っていたんですが、価格が動きやすいのでいまでは細ネギを買っています。代替品はあまり使いたくないんですが、どうしても確保出来ない時には代替品になってしまいます。

Q：ところで今後必要とされる野菜類には、どのようなものがありますか。

近江：京都の万願寺唐辛子はいろいろインフォマートで取り寄せている高山村のクラタ椎茸園の椎茸は肉厚で香りも高い



使えますね。それと大葉。いま大葉は中国のものが100枚で250円です。ところが国産は350円と高いですから、できれば国産の安くて柔らかいものがあればと思います。それに松茸は欲しい。これも国産が欲しいんですが、本場に高いものですね。茸ではエリンギやブラウンマッシュルームの大きなものなども握りで使えるもので

す。他には泉州の水ナス。これを焼いて皮を剥いて握りにしたらと考えています。谷中のシヨウガなどは天ぷらにいいですし、いまいろいろ野菜を使っていた握りずしを考えているところです。日本の野菜だけでなく、たとえばズッキーニなどもいいですよ。あれは味がいいし彩りがあります。芽ネギも魚貝と合いますね。すしと言うとワサビになります。ワサビだけでなくカボスとか自然塩も合うんですよ。

Q：市場に出ていないようなもので、あれば欲しいという食材はありますか。

近江：これはいろいろ使えそうだと考えているもので、ワサビの葉があります。あれは捨てているものなんですかね。大変美味しいですが、なんとか手に入らないものかと考えているんですよ。伊豆あたりの農家でワサビ田を作っている方が出してくれませんかね（笑）。