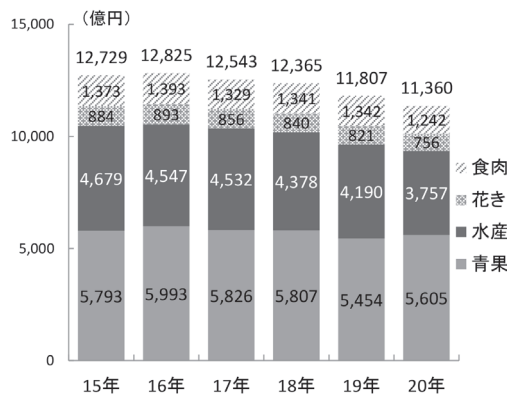


# 「市場は止めない」豊洲市場水産業者のプライドと意地

コロナによる外食産業の不振は、当然中央卸売市場にもかつてないほどの危機をもたらしている。特に水産取引の減少が目立っており、2020年の東京都中央卸売市場の取引金額は対前年比10.3%減、なかでも活魚類に限ると33.6%減と大幅な落ち込みとなった。

■図表1 東京都中央卸売市場取引金額推移



出典：東京都中央卸売市場 市場統計年報より作成

さらに8月以降、豊洲市場の水産仲卸業者を中心にコロナの感染者が約4カ月間で160人に達するなど一時はクラスターの発生が疑われる事態となった。その後は徹底した感染対策を行い、年末までには落ち着きを取り戻したが、東京で水産取引の大半を担う豊洲市場の卸、仲卸業者の表情も冴えない日々が続いている。

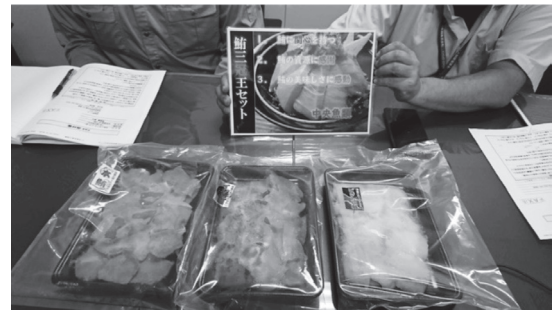
ただ活気が失われる中で、業者も手をこまねいているわけではなかった。本稿では豊洲の水産業者がとった一般消費者への多様なアプローチ施策の例を紹介し、市場の強み、今後の方向性について考える。

## 1. 大手卸売業者が加工品を開発・販売へ

大手卸の「中央魚類」は、ラップを外せばすぐ

に食べられる3種類のマグロスライスを商品化した。名付けて「鮪三冠王セット」。スーパーの店頭にも並ぶようなパック入りで、地中海産の本マグロ、南半球で捕れたミナミマグロに加え、国産ビンチョウマグロを揃えた。

■「鮪三冠王セット」(写真は通販用)



出典：豊洲市場ドットコム

競り落とされたマグロが卸から仲卸へ引き渡される際、通常は何の加工もしない。仲卸がマグロを解体し、仕入れに来る飲食店らの要望に合わせて、ブロックやサクに切り分けて販売。さらに食べられるサイズに切り分けるのは、最終消費者に近い飲食店やスーパーの鮮魚加工部門である。卸売業者が最終商品を開発するのは画期的なことだ。

「鮪三冠王セット」で使用されるマグロは、静岡県焼津港などでその道20年以上の競り人が一本一本身質をチェックしたお墨付き。焼津の水産加工場で、食感やうま味、身の色をうまく出すため試行錯誤を重ねた厚さ6.5mmにスライスする。主に仲卸を通じて販売しており、スーパーや一部料理店で提供され、質が良い割にかなり安いと評判となった。

また、同社はECサイト「うまいもんドットコム」、 「豊洲市場ドットコム」などを運営する「食文化」と2020年11月に業務提携し、ネット販売を強化。「豊洲市場ドットコム」では、国産マグロはもちろん

ん、ボイル毛ガニや、木箱に入ったウニ、生食用ホタテといった多彩なメニューを揃えている。

水産物の需要が高まる年末年始に向けては、高級店でしか味わえない青森・大間産クロマグロの赤身とトロのサクを、「豊洲のせり人厳選」として販売。競り人のお薦めや旬の魚の情報を発信することで市場業者の強みをアピールしている。

## 2. 仲卸業者によるネット販売・ドライブスルー販売

次に仲卸業者各社の動きをみてみよう。

マグロ専門の仲卸で、築地場外市場や銀座などですし店を展開する「鈴富」では、店舗の時短営業や不要不急の外出を控える要請により、すし店への来客は大きく減少。それでも一切の妥協をせずネタの質や鮮度にこだわりながら仕入れを行っているという。

そして市場での仲卸業務を続ける一方、同業の「築地おぐま屋」のサイトを通じて、店の味を一般家庭へ届けるネット通販を開始。刺身盛り合わせ「海」と題した豪華8品刺身盛り合わせメニューは、まさに魚のプロしかできないラインアップ。メバチマグロの中トロや赤身に加え、マダイやヒラメ、ホタテ、タコ、ヤリイカ、アマエビといった特上ネタを社長の目利きで仕入れ、商品化している。もちろん市場直送のメニューで、質だけでなく業者価格に近い売価で人気となっている。

また現在は自社サイトでも天然本マグロのサクを始めとしてサバの味噌煮、キンメダイの煮付けといったメニューを販売している。

同じくマグロ専門仲卸の「大花」も、すし店などからの注文が減少したため、仕入れを絞りながらの商いとなっているが、コロナ以前より上質のマグロが安価で競り落とせるため、これをチャン

スととらえ、競りに出るよう心掛けていているという。

自らの目利きに自信をのぞかせながらマグロを競り落とす一方、大花でも昨春からネット販売に参入している。一般にはあまり知られていないが、豊洲では極上品が多いことで知られるアイルランド沖で漁獲された天然クロマグロを中心に販売。中でも「本鮪中トロ・赤身セット」(6人前)は、送料込みで10,000円(税別)のお値打ち価格で、マグロ専門の強みを生かし、好評を得ている。

また大花では昨年末、豊洲青果市場とのコラボによる「市場直送・天然本鮪・ねぎま鍋セット」を発売した。クロマグロの切り落としやすり身に、ネギやシイタケがセットになっており、価格は5,000円(税・送料込み)で人気も上々という。今後もこのようなコラボによる商品企画を行っていくとしている。

### ■「市場直送・天然本鮪・ねぎま鍋セット」



出典：大花HP

高級鮮魚を扱う仲卸「尾辰商店」も、ネット販売で売上を伸ばしている。昨年5月の緊急事態宣言解除以降は、いったん落ちついたが、再発令に伴い、再注力することとなった。

昨年春の開始時には、天然クロマグロやキンメダイ、ウニ、生ウナギのほか、大分県のブランド魚「関あじ」といった、様々な高級魚介を少量ずつ詰め合わせた「おまかせセット」などを販売し、好評を得たが、今年はさらに消費者ニーズに合わせて、例えば1月後半からは節分に合わせて「恵方巻セット」を販売。料理専門家の調理風景をネット上で動画配信・紹介し、売れ行きも上々だったという。

創業63年の大手仲卸「山治」は、築地場外市場に構える小売店舗でドライブスルーの商品販売を昨年ゴールデンウィーク前から導入している。

利用者は受取日の前日までに電話かFAXで魚の種類、数量を注文し、さらに調理法などの要望・質問にも答えてもらえる。そして受取日時に店舗に隣接する「波除神社」へ車で来店。到着後、店舗に電話すると、スタッフが注文品を車まで届けてくれるという仕組み。ドライブスルー形式の販売の特徴は単価が高いこと。客単価は5,000～10,000円で、利用者は新規客が多く、販路の拡大にもつながっている。

### 3. 仲卸団体も巣ごもり需要を見込んだ動画を紹介

一方、個別業者の取り組みに加えて、加盟仲卸が目利きした水産物などの高級食材を業務筋に提供していた豊洲仲卸団体の「東京魚市場卸協同組合」も、IT企業「日本エンタープライズ」の子会社「いなせり」と提携し、昨年5月から一般消費者へ届けるサービスをスタート。大衆鮮魚や高級鮮魚に加えて干物などの水産加工品を含め、さらに鮮魚の捌き方や干物の焼き方、目利きのポイントなどを仲卸業者自らが動画で説明しながら、巣ごもり需要に対応している。

#### ■「大元商店 佐久間さんによるアジのさばき方」動画



出典：【東卸組合公認】いなせりチャンネル

「いなせり」は2016年にプロの料理人の利便性などを考え、仲卸組合の公認事業としてスタート。2021年5月現在、20業者が登録し、出品を行っている。消費者向けサイト「いなせり市場」ではこの業者の中から協力者を募り、販売を行っている。

## 4. 豊洲ブランドの確立に向けて

2018年、東京都の一大プロジェクトとして、築地からの移転を果たした豊洲市場。市場関係者にとっても新天地での商売が軌道に乗り始めていたタイミングで発生したコロナ禍で受けたショックは計り知れない。

しかし、日本一の魚市場は「絶対に市場機能は止めない」という信念のもと、関係業者の意地とプライドで流通の要としての機能を維持してこうと必死だ。首都圏の基幹市場として、豊富で新鮮な生鮮食品流通の円滑化と価格の安定、効率的な物流、食の安全・安心の確保など、産地や消費者の様々なニーズにも対応しなければならない。その上で、築地市場が育んできた歴史と伝統を継承・発展させ、豊洲ブランドを確立していくという理想の実現へ向け、関係業者は一体となってこの難局を打開していく必要がある。