



“今日の富山湾”を反映した鮮魚売場 優れた食材の生産者とお客をつなぐ

文・江口絵理 撮影・柴佳安

売場をライブカメラで生配信

ノドグロ、シロエビ、ブリ……富山らしい魚介がずらりと並ぶ。

「この売場は、『富山湾の縮図』なんです。富山湾に点在する8つの漁港から、その日の朝に水揚げされた魚介を仕入れていますから」

食品専門スーパー「黒崎屋」を営む黒崎康滋さんは、鮮魚売場を映し出すライブカメラの映像を指してそう言った。映像はウェブ上に公開されていて、誰でもいま店頭と並ぶ魚と値段をリアルタイムで見ることができる。

魚の仕入れ先は、自ら漁港に通って開拓した。

「富山で“いい魚”の基準は、“きつととき”（新鮮）であること。だから、鮮度を保持する神経メなどの処理してくれる漁師さんの魚は、手間がかかる分、ほかより値段が高くて仕入れます」

スーパーといえば「安さと安定的な品ぞろえで勝負」というのが一般的なイメージだが、黒崎屋は反対に、「安さ競争はしない。品ぞろえは富山湾のその日の水揚げ次第」が信条。競りにおける値動きや、一般消費者と料理店からの需要をうまく組み合わせることで、富山湾ならではのおいしい魚を新鮮なまま、リーズナブルな価格で提供することに成功している。

よほど鮮魚売場の経験を積んできたのかと思いきや、「大学時代は東京で経営学を学んでいたのですが、父が病に倒れ、やむなく継ぐことになったので、まったく素人の状態でスタートしました」という。しかし鮮魚店はこう経営するものだという先入観がなく、ビジネスを俯瞰で見る経



東京の大学で経営学を学んだ後、父から株式会社黒崎鮮魚を受け継ぎ、2019年に鮮魚、精肉、青果、惣菜、調味料など食品を扱うスーパー「黒崎屋」を富山市にオープン

営学の訓練を重ねていたことが幸いしたのかもしれない。黒崎さんは、型にはまらず鮮魚ビジネスについて考え、仕入れやDXの試行錯誤を重ねていった。

こだわりの作り手を集める

父親の代では顧客は個人客だったが、黒崎さんが継いでからは徐々に居酒屋やレストランからの注文が増え、いまやミシュランガイド2ツ星の「レヴォ」「御料理 ふじ居」など、超有名店からも信頼を勝ち得ている。黒崎屋の魚を売ってくれという飲食店は県内外で引きも切らず、売場のライブカメラはそのために導入したものだ。

「自分が店頭になくても品出しや値引きの指示が随時出せるので、業務効率も上がりました」

これほど鮮魚が評判なら専門店にしてもよさそうなものだが、黒崎さんは食品スーパーにこだわる。魚だけ

ではお客は来ないことを、経験から学んだからだ。そこで、県内外にファンの多い食肉・加工肉店や、こだわりの青果や食品を作っている生産者に声をかけ、「富山のおいしいものが集まる店」を実現したのが黒崎屋だ。

「こだわりの作り手は富山にたくさんいます。でもそのこだわりがいったいどんな価値を生んでいるのかを買い手が知らないままでは、一般的なスーパーより高いものは買われません。ただ、『黒崎屋なら期待以上の食材が買える』と思ってもらえれば、店で見つけて、食べて、その価値を実感いただけます。黒崎屋が生産者とお客さんの間に立って、良いものの価値を伝え、質に納得して気持ちよく買ってもらえる場を作り、売上げで生産者が報われるというサイクルをぐるぐる回したい」

去年は農家との協働でプライベートブランドも開発。サイクルを作るアイデアが次々わき出し、スーパーという「場」で実践に移されている。