

## 海商株式会社 活魚黒門

大阪府大阪市中央区

<https://www.sakananet.com/>



### 店舗概要

創業年 2008年(平成20年)  
 売場面積 11.6㎡(3.5坪)  
 従業員 25人  
 営業時間 10:00~20:00  
 定休日 百貨店定休日

### 商品構成

・ギフト用調理済魚介類	54.5%
・加工魚介類卸	29.1%
・自社鮮魚店鮮魚販売	16.4%

### 経営方針

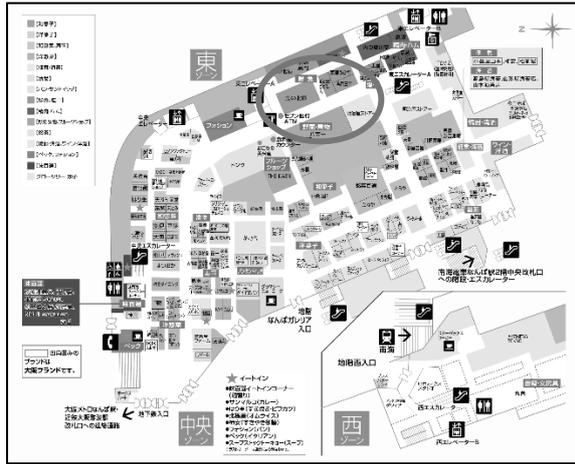
「食を通じて社会貢献を目指す」との企業理念のもと、主要顧客である「団塊の世代」に合わせた商品開発。「高級鮮魚店の味をご家庭に」のコンセプトで「活魚黒門」商品、「簡単・便利・食べきりサイズ」として「活黒」商品、「硬くて食べることを諦めない」のコンセプトでは「海商のやわらかシリーズ」を開発。

添加物を一切使わない魚介製品の常温長期保存技術で食品ロスの削減と食による地域社会への貢献を目指す。

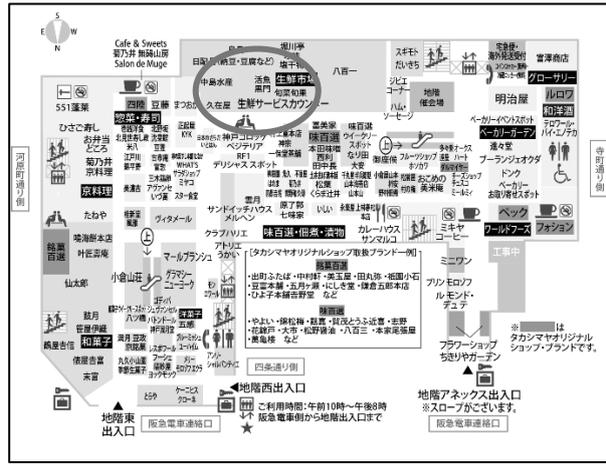
## 鮮魚だけでなく、超高齢社会に向けた商品開発で売場を効率利用

### 【こだわりの「団塊の世代」に向けた高級鮮魚店のテナント出店】

有名百貨店での販売を中心とするギフト用調理済魚介類の販売が売上の半数を占めているが、こだわりの「団塊の世代」に鮮魚を直接販売する売場を高島屋の京都店と大阪店に出店している。百貨店内ではカテゴリーキラーと呼ばれる大手と競合しても勝ち目はないため「近所の魚屋さん」として、対面販売によるオーダーメイド対応を行い「活魚黒門」があって良かったと言われる売場を作っている。大阪府中央卸売市場から、近海・国産活魚天然魚にこだわって、毎日新鮮な魚介類を仕入。仕入れ先と連携して日々のお薦め商品・旬の魚を取りそろえる。夏は鱧、冬はふぐといった高級魚介類が人気商品。造りや切り身、焼き魚、大阪店では寿司職人が握った新鮮なお寿司も販売し、テイクアウト需要にも応えている。しかし、品揃えに独自性が必要であること実感し開発したのが「活黒のまるごと煮魚」である。2005年(平成17年)に販売提案を行い、高い評価を受けた。2016年(平成28年)常温販売できる後継商品となる「海商のやわらかシリーズ」を売場に投入。



大阪高島屋の「海魚黒門」



京都高島屋の「活魚黒門」

### 【まるごとシリーズを更に進化させた「海商のやわらかシリーズ」】

常連客との会話の中で「歯が弱くなったら、造りや鮑が食べられない」との声を聞いた。主要顧客である「団塊の世代」に食べることを諦めて欲しくないとの思いから開発に至ったのが「海商のやわらかシリーズ」。既に商品化されていた骨まで食べることができる「まるごとシリーズ」を更に進化させた商品であり、2015年2月に大阪府から経営革新計画の承認を得て事業化。『普通に美味しい介護食「海商のやわらかシリーズ」』を開発した。保存のための添加物は一切使用せず、常温で180日間保存可能な商品とした。京都高島屋店では冷蔵ケースとは別に常温の専用棚を設置して併売を行っている。日常の食事から介護食にまで幅広く利用できる、食べやすさに配慮した食品として、日本介護食協議会の規格に適合したユニバーサルデザインフードとしても認証されている。更に、180日の常温保存が可能であることから、「海商のやわらかシリーズ さばの塩焼き」は2019年(令和元年)に日本災害食の認証を得た。

### 【全社で取り組む HACCP と SDGs】

当社では事業の安定した継続発展を目指して、安全衛生とリスク管理に全社で取り組んでいる。HACCP委員会ではHACCPに基づいた衛生管理を行い製品の安全性を確保。品質保証委員会では品質安全の維持とお客様サポート機能の拡充、更に専門人材の育成を目指している。リスク管理委員会では全社的リスク管理の推進と必要情報の共有化を進めている。これらをまとめて2021年5月、海商株式会社SDGs宣言を行った。



日本災害食の認証を受けた「さばの塩焼き」は180日の常温保存が可能。



「やわらかシリーズ」は添加物を使わず、安心安全と美味しさを両立させた