

## 町の小さな魚屋さん 千林江山（せんばやしこうざん）



[創業年] 2001 年(平成 13 年)

[売場面積] 10.8 m<sup>2</sup>(3.3 坪)

[事業従事者数] 9.4 人

[営業時間] 10:00~19:30

[定休日] 火曜日

### [商品構成]

|            |       |
|------------|-------|
| ・天ぷら、ウナギなど | 34.9% |
| ・刺身        | 18.0% |
| ・鮮魚        | 12.0% |
| ・通信販売      | 27.2% |
| ・業務用納め     | 7.9%  |

[店舗所在地] 大阪府大阪市旭区千林 2-10-26

[URL・SNS] <https://www.okuizome.site>

### [経営理念]

当店は「近海物を中心に、鮮度の良い鮮魚をお客様に届けること」を基本方針としています。また、お客様が調理しやすい形にカットしたり、すぐに食べられる形に加工したりすることで、小口のお客様でも利用しやすい商品づくりを心がけています。

効率化や大量生産に流されず、昔ながらの当たり前を大切に、手間を惜しまない商品づくりを続けることで「美味しい」をお客様に提供し続けています。

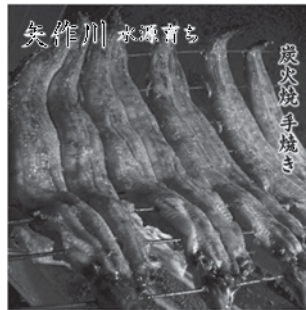
これらを踏まえ、当店の経営理念は「地域のお客様に頼りにされる店づくり」です。お客様の大切な場面で「千林江山に行けば美味しいものがある」「きっと何とかしてくれる」と思っただけの存在であることを目指し、日々の商品づくりと店づくりに取り組んでいます。

## お客様に美味しさを届けるため、とことんこだわる鮮魚店

### [お店の概要]

当店は、大阪の中でも 1 位 2 位を争うほどの活気ある複数の商店街が繋がる中の「今市商店街」に店舗を構える。鮮魚店ではあるものの、店頭には看板商品である鰻の蒲焼や天ぷら、お寿司、惣菜、焼き魚等の惣菜が並び、お客様が常にショーケースの中を覗き込んでいる。通販を含めると売上の半分は自家製の加工品が占めており、食品加工に力を入れている。当店は、2001 年に旭区千林のダイエー 1 号店入口横で天ぷら惣菜店「あげもの倶楽部」として創業したことから始まる。2003 年に現在の地、今市商店街内に移転。鮮魚と惣菜を扱う店「町の小さな魚屋さん千林江山」として開店した。

その後、2006年には楽天を活用した通販事業を開始し、お食い初めに活用してもらえる「天然祝鯛炭火焼」の販売を開始。2024年には「天然祝鯛炭火焼」が大阪府の地域ブランド「大阪もん」に認定され、更に2025年には「大阪もん名品」に選ばれるほどの人気ぶりである。また、当店開店当初から産地にこだわって販売する鰻は、「関西風地焼きうなぎ 蒲焼・白焼セット」が大阪府の大阪代表商品プロジェクトに選定され、旭区の「旭わがまちお宝」にも認定された。当店の商品が次々と地域を代表とする産品となり、地域を代表するお店としてお客様の笑顔を作り続けている。代表は開店当初から、「頼まれたことは断らない」をモットーに、地域の様々な集まりの役員を担当し、地域活性化に取り組む。2016年に「大阪市あきないグランプリ」参加へ声がかかり、第8回大阪市あきないグランプリにて11,000店舗参加の中で準グランプリ（2位）に選ばれた。



生きたまま仕入れた鰻を店内で捌き毎日焼き上げている。大阪代表商品プロジェクトに選定、旭区「旭わがまちお宝」に認定された。

地域ブランド「大阪もん名品」に認定された天然祝鯛炭火焼

### 【お店の経営ノウハウ】

#### ～商品に気づいてもらい、手に取ってもらえるショーケースに独自改良～

高齢化が進む中、低い位置しか見られないお客様も増えてきている。お客様に商品があることに気づいてもらい、楽しんで選んでももらいたいと考え、冷蔵ショーケース導入時にメーカーと相談し、店頭ショーケースに独自に以下の改良を行った。

##### ① 霜取り時間をなくした

店頭は、夏場 35℃～、近年 40℃近くにもなる。業務用ショーケースは一般的に霜取りのために冷風が止まる時間は 30 分に 1 度発生する。しかし、30 分間の冷風停止は商品ダメージに繋がってしまう。霜取り時間をなくすため、2 系統の冷却器を組み込み、交代で霜取りできる仕組みを組み込んだ。

##### ② 前面・サイドのステンレスを全てガラス（前面はRガラス）に変更

一般的な業務用ショーケースは前面・サイドはステンレス作られ、正面・横から中身が見えづらい構造の場合が多い。いくら良い商品を揃えてもお客様に気づいてもらえなければ購入されないと考え、改良方法を考えた。そこで、前面・サイドを全てガラス張りにし、遠くからでも何かが並んでいることに気づけるようにした。また、前面にはRガラスを導入し冷風をショーケース内に循環させ、冷気が庫内に残るよう改造した。

##### ③ ショーケース下のキャスターを埋め込み式にし、ショーケース自体を下げた

一般的な業務用ショーケースは20センチほどのキャスターがあり、ショーケースの高さにも影響している。高齢のお客様は高いところから商品を取ることは避ける傾向があることから、できるだけ低くできるよう、キャスターを埋め込み式に改造した。

これらの改造は、業務用ショーケースの購入価格以上となる改造費への投資であった。メーカーからは「ここまでこだわる店はない」とも言われたが、お客様が見やすい、手に取りやすい店頭づくりとなり、現在の集客に繋がっている。



開店当初に独自改良したショーケースは、遠目からでもいどり良い陳列が見える

## ～「他店と違うこと」に取組み、差別化する～

### ① ただの鮮魚店ではない、業界の隙間を狙う

代表は、過去、食肉加工を専門的に学び、精肉店、天ぷら屋を経験後、鮮魚店に入った。当初は鮮魚に関しては全くの未経験であったが、未経験であったからこそ、それまでの常識にとらわれず柔軟な発想でお客様に喜んでもらうために何をするかを素直に考えている。素人であることを強みに、職人・先代の時からの販売員・仲買人、皆が先生であり、壁もなく全てを吸収してきた。

その中で、他店と同様の販売方法では、後から商店街に開店した当店にお客様がつくわけもないと考え、得意であった食品加工を活かし、「ただの鮮魚店ではない店舗」を作り上げた。鮮魚店だから鮮魚のみを扱う固定観念にとらわれず、天ぷら、フライ、焼き魚、煮魚、寿司、節分の恵方巻、お造り等、魚の様々な加工の惣菜や、通販での天然鯛炭火焼の提供など、独自の商品を提案している。



当店には和食の職人も働く。お造り、寿司、煮物等が店頭のにぎやかに並び。

### ② 美味しいと思ったものにこだわり続けた「俺のうなぎ」

当店では鮮魚店では珍しく生きたうなぎを店内で捌き、炭火焼きをした「鰻の蒲焼」を販売する。代表自らが美味しい鰻を探し、中央市場の仲買人さんを回り、様々な鰻を食べ比べ、一番美味しいと思った仲卸業者の扱う愛知県三河一色町の鰻を仕入れ、現在も当店で扱う鰻となっている。開店当時（20年前）は周囲に鰻を扱う店舗が6店舗あり、競合店がある中でお客様に購入してもらうためにほぼ原価と同じ程度の安価な価格で提供し、お客様に味わってもらうことから始めた。今では味にこだわり、炭の香りがする鰻は当店の看板商品となっている。効率化が求められる世の中ではあるが、昔ながらの時間をかけた炭焼きにこだわり、毎日焼き続けている。周囲の鰻店は、店舗経営者の高齢化もあり、鰻販売店がなくなり、近隣の鰻の販売店は当店1店舗のみとなった。手をかけることにこだわり、炭火焼きで提供する鰻は、大阪市のふるさと納税の返礼品にも取り上げられ、大阪市を代表する商品

にもなっている。

### ③ お客様それぞれのニーズに合わせて提供する

当店では、鮮魚を販売する際、お客様には、「どんな料理をされますか？」を必ず聞く。2枚おろしなのか？三枚おろしなのか？子供用の骨なしにするのか？アクアパッツア用なのか？お客様がお家へ持って帰られた後、料理をしやすいように、しっかり聞いてからカットします。「出し巻」を「半分がいい」と聞けば半分にカットして提供します。

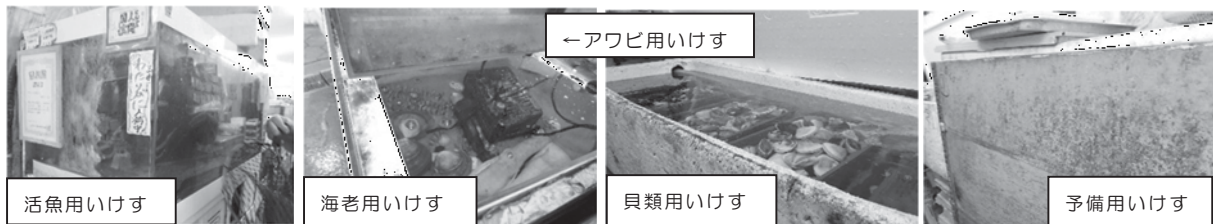
また、年末年始のご注文に関しては、「いったいベますか？」を必ず聞きます。鮮度が一番のお造りやとらふぐ、年末に食べられる方には、年末に。1月1～3日に食べられる方には、その当日にメタてのお魚でお造り盛りや、とらふぐを食べていただきたいので、せっかくのお正月にいつもと変わらない美味しいお魚を食べて頂くために毎年1月3日まで頑張って営業しています。



昔と違って手間暇をかけてうなぎを焼く鮮魚店が少なくなった今、胸を張ってこのシャツを着て店頭に立っている。

### ④ 5つの「いけす」

当店では、活魚用、海老用、アワビ用、貝類用、予備の5つの「いけす」を設けている。「いけす」を使うことで生きたままの魚を使い、新鮮な状態でお客様に提供できる環境を整えた。かつ、市場は毎週日曜日と月2回水曜日が休みであり、市場が休みのときは他店では新鮮な魚を入荷できないため、他店との差別化にもなっている。「いけす」の水は、1つの浄化槽と全体を循環させることで鮮度が保つ。また、活魚を仕入れていることから仕入れの際に一緒に運ばれてくる海水を「いけす」にも活用し、常に新鮮な水が回っている。



### ～「私も商品」を常に意識する～

地域活動等、声がかかるものには参加をしてきた。テレビ出演にまでつながり、代表自身が看板店主であることを常に意識し、「家から一步出たら全てお客様」と思い行動している。2016年に「第8回あきないグランプリ」に応募し、準グランプリ（2位）受賞を契機に、「店の業務はスタッフに任せ、自分は経営者として表に出ていくことが仕事」と思って、様々な賞等の応募にチャレンジしている。



いつも笑顔、「私も商品」を意識して地域を大切にすることが大事、と語る。