

## 魚敏

東京都台東区

<http://www.asakusa-uotoshi.com/index.html>



### 経営方針

毎日市場に行き、自分の目で確かめ鮮度の良い魚を仕入れ  
お客様に提供する。

### 店舗概要

創業年 1950年(昭和25年)  
売場面積 33.0㎡(10坪)  
従業員 4人  
営業時間 9:00~17:30  
定休日 日・祝日  
売上高 89,846(千円)

### 商品構成

鮮魚 55.3%  
※内まぐろが30%を占める  
塩干 23.7%  
加工品類(惣菜) 18.0%  
総合食料品類(青果等)3.0%

## 海鮮丼や惣菜など豊富な品揃えと宅配サービス等で、 顧客を惹きつける鮮魚店

[父と息子の目利きで仕入れ]

店頭でまず目につくのはマグロの切り身である。

養殖ものは扱わず、天然の輸入ものだけを父である社長と次男が築地と足立の市場に直接仕入れに行っている。天然ものとなれば価格も高くなりがちだが、社長と次男双方が連絡を取り合い鮮度も状態も良いものを目利きし仕入れたマグロは、その品質に反比例して低価格である。

毎日、鮮度の高い商品をお値打ち価格で売り切るといことがモットーであり、この目利きが当たり売れ行きが良いときは喜びもひとしおとなっている。



[中食三本柱]

当店では今の時代に合わせ中食を中心とする「刺身」「寿司」「惣菜」の3本柱を基本とした店作りや商品開発に力を入れている。店舗のある地域では高齢者が多くなってきたこと、家族構成が多

くなってきたことがその理由である。

刺身や寿司については顧客の希望に応じた捌きや注文も受ける。刺身はサイズを大小取り揃え常に10品目は揃えている。

惣菜については天ぷら、フライ、焼き魚、煮魚など惣菜の品揃えを増やし、旬の物を取り入れ、日替わりで陳列している。ロス品を加工するのではなくその日仕入れた商品を調理するため鮮度も品質も高い。また、味自慢の自家製塩干やもろみそや西京みそに漬けた魚などは自信を持って提供している。これは代々変わることなく受け継がれている味であり、仕込みは社長と長男が担当している。

こうした独自性の高い商品に加え、旬を大切にした商品を揃えることも忘れない。例えばふぐ調理師免許を所持しているため12月からはフグを店内で捌き、テッサやテッチリ、煮凝りなどが並ぶ。



#### [口コミが新規客を呼ぶ]

当店では一切タイムセールやチラシ販促を行わない。それにも関わらず新規客が訪れるのは、上記のような飽きさせない品揃えに満足する常連の口コミによるものである。

また、常連の口コミで新規客の獲得をしているのは店頭販売のみならず納め先も同様である。主な納め先は店から2~3キロ圏内で一番遠くは界限となる。ニーズに合わせた仕入れは評判も高い。既存納め先が新規顧客を紹介し、新たな納め先獲得につながっている。

一時はこの浅草エリアには80軒の鮮魚店が存在したが次々と姿を消した。決して人通りの多くない地域でありながら、消費者からも納め先からも高い支持を得て生き残ってきたたった1件の鮮魚店である。

#### [「入りやすい」店]

店舗は基本的に入口を開けたままを心掛けている。自動ドアであるが、閉まっていると入りづらいという心理が働いてしまうことと、開けたままにしていることで入ってくるお客に声をかけやすくなるという利点からである。店内はセルフ方式でお客が商品を直接手に取れるようなレイアウト



↑『ついで買い』ニーズに応える商品

にしている。その中で旬の魚やおすすめの商品を提案したり、調理法や保存の仕方を説明している。コミュニケーションを取ることで顧客が何を求めているのか声を聞き渡らさないよう注意深く聴き、店に反映させている。さらに鮮魚用として、商品の良さを最大限に引き出せる照明を設備し、商品の色や形などを顧客に見やすくする工夫も行っている。

当店では店の一角に野菜や果物も置いている。鮮魚や惣菜とあわせての購入も多く、『ついで買い』のニーズに応える商品となっている。

こうした商品を選択しやすい売場と店・お客の良好な関係の構築で、客単価の向上及び再来店客の確保につながっている。

#### [1 つから配送する海鮮丼]

店舗入口横にあるガラス面には、様々な種類の海鮮丼の写真が並んでいる。これは社長自らが 1 つ 1 つ写真を撮り次男の陽介氏がパソコンで作成した POP であり、かなりサイズも大きいことから訴求力を高めている。

常に当日仕入れた新鮮な魚を使用し必ず注文を受けてから作るこの丼は、主に近所の人



いに来るほか、1 個からの配達も行っているという。配達費として 50 円が加算されるものの、1 日 60 食出るうち配達の割合は 1 割に及ぶ。配達先は近隣 2~3km 範囲での高齢者宅や企業先が多く、同時に当店の惣菜や青果も依頼されることもあり、地域になくはならない鮮魚店として位置づけられている。

#### [教育にも役立つ「生け簀」]

当店には飲食店用へ納めるために 20 年前に設置した生け簀がある。通りに面した場所にあり、誰でも魚を見ることができる。メタテ、造りたての良い状態を提供できるため好評の生け簀であるが、別の効果も生み出している。

ちょうどこの通りは子供の通学路にあたるため、通りがかりに生け簀に見入る子供の姿が見られる。普段切り身でしか接しない魚の丸のままの姿を見る良い機会となっているようである。

---

### 【店舗立地】

台東区の北部、浅草エリアの中でも北部の住宅街に立地している。商店街からも主要道路からも離れた位置であり、店前の通行量は少ない。

商圈人口は半径1~2kmの範囲であり、平成27年11月1日現在の浅草及び千束の合計世帯数は15,292世帯、合計人口は26,612人である。平成22年11月1日と比較すると、世帯数は118.7%、人口は113.9%といずれも大幅増加傾向にある。

客層は近隣居住の60歳代が主要顧客であり、午前中と夕方が来店客のピーク時間帯となる。

競合するのは半径500m内に立地する4件のスーパーマーケットがある。

配送車を2台持ち、納めや注文品の配送に対応している。

### 【店舗実績】

社員4名の家族経営である。経営者である奈良清氏は昭和51年高校卒業後、台東区内のスーパーマーケットに2年間勤務後、同53年父が経営する魚敏に入社。同53年調理師免許を取得、同58年ふぐ調理師免許を取得し現在に至る。

後継者である長男の涼司氏は東京都内の鮮魚店で2年間修行後に入社。同じく店の切り盛りをする次男の陽介氏は別業種に勤務後2008年に入社している。

自分のやるべき仕事に最後まで責任を持つという考えから、経営者である清氏は仕入(足立市場)と配達を担当し、奥さんである由美子氏は惣菜とレジを担当、長男の涼司氏は刺身、切り身、販売を担当、次男の陽介氏が仕入(築地市場)、配達、販売を担当とそれぞれが役割を担っている。



代表の奈良清さん