

2018年5月18日 第3244回例会

於： 横須賀商工会議所

- <点鐘・開会> 12:30 小林 会長
- <斉 唱> 「手に手つないで」
- <ゲスト紹介> *株式会社三崎恵水産 常務取締役 石橋 匡光 様
*学校法人横須賀学院 院長 二瓶 浄幸 様
- <会 長 報 告> *新会員入会 松本好史会員・山田真悟会員・中山 尚会員



- <委員長報告> *ロータリーアクト委員長 小山委員長より例会案内について
- <幹事報告> *例会終了後第11回理事役員会 開催 (例会場)
- <出席報告> *出席委員会 植田委員長より5月18日の出席報告

会員数	出席対象者数	出席数	欠席数	メイクアップ数	出席率
118名	102名	70名	33名	2名	70.59%

<ニコニコ報告>

- ・三 役 株式会社三崎恵水産 常務取締役石橋匡光様、本日の卓話よろしくお願ひいたします。
- ・植田、小平、福西、大竹、杵淵、鈴木(勲)、八巻、長坂、濱田、井苺、兼城、澤田、藤村、齋藤(眞)、高橋(勲)、山下、前田、八木 各会員
株式会社三崎恵水産 常務取締役石橋匡光様、本日の卓話よろしくお願ひいたします。
- ・佐久間、齋藤(眞)、前川 各会員 米山奨学生 金 聰勲様ようこそお越しくございました。
- ・大竹、門井 両会員 入会月祝いとして
- ・三 役 松本好史会員、山田真悟会員、中山尚会員、入会おめでとうございます。ロータリーライフを楽しんでください。
- ・田邊、角井、薦野、勝間、植田、長尾、谷、八巻、上林、澤田、根岸、五十嵐、原田、齋藤(眞)、山下、若麻績、佐久間、鈴木(勲)、平田 各会員
松本好史会員、山田真悟会員、中山 尚会員入会おめでとうございます。楽しくやりましょう。
- ・松本 会員 本日入会させていただきます。宜しくお願ひいたします。
- ・山田(眞) 会員 本日よりよろしくお願ひいたします。
- ・中山 会員 このたび歴史と伝統ある横須賀RCに入会させていただきます。今後ともどうぞよろしくお願ひいたします。
- ・越川ゴルフ会幹事 ゴルフ会参加の皆様、5月20日(日) 葉山カンツリークラブハウス朝9時集合 よろしくお願ひいたします。
- ・加藤(勲)、福西、松村、岩瀬、濱田、井苺、岩崎、江沢、猿丸、北村、吉田(勲)、山下、波島、齋藤(眞) 各会員
三浦学苑女子バレーボール部、県大会優勝おめでとう。創部7年で強豪橘高校を撃破!! 関東大会ガンバレ!
- ・高橋(勲) 会員 本日、タウンニュースで知りました。関東大会、女子バレー始め、7つの部活が行って

きます。この勢いでインターハイ出場までがんばります。

- ・瀬戸、鈴木(勲) 両会員 今週の5月19日(土)、20(日)とカレーフェスティバルが三笠公園にて開催されます。今年も海軍カレーVS海上自衛隊カレーのバイキングも行われます。是非御来場下さいませ。

<卓 話> 「三崎マグロのグローバル化」

株式会社 三崎恵水産
常務取締役 石橋 匡光 様

ご紹介を受けました、石橋匡光と申します。ご紹介の通り私は1978年生まれ、今年で40を迎えます。神奈川県三浦半島先づ城ヶ島で生まれ育ちました。三崎小学校、三崎中学校を卒業して横須賀高校卒業。中学校、高校と野球部だったのですけれども、大学は青山学院理工学部経営工学科というパソコンの学科に行っていました。ウインドサーフィン部に入りまして毎日海に行って今でも黒いですが、当時は本当に真っ黒な状態でした。葉山町長の山梨さんが私の学年の一つ上の先輩で今でも懇意にさせて頂いております。大学卒業後は通常であれば就職ですが親の脛をかじりながらアメリカの大学に一年半行きました。アメリカの大学を卒業後は、日本で仕事をしたいと思い帰国して、私の立場であれば築地に修行に出るのですが、全くそういう事は考えずに広告代理店の営業を3年半、その後、家から「おまえそろそろどうするんだ」という事で、家業をする前に食の仕事しようとして1年半ほど外食の仕事をして、家業の三崎恵水産に入社致しました。丁度、28歳の時で最初は三崎の市場で所謂、手鉤(てかぎ)をやりながら仕入を勉強して2年ほどしてから営業に出て、その後事業開発という事で何か新しい事をやっとうと今に至っております。三崎恵水産は城ヶ島の先にあります。創業今年で丁度50年で会社のスローガンは「百年百億企業を目指しましょう」で、どうやったら百年続けるか、会社を盛り上げながらやっています。他のマグロ屋さん一つ違うのは別会社でネオ・エモーションという会社をやっとうと、横浜、東京を中心に飲食業をやっております。だいたい国内で18店舗、横浜のワールドポーターズとかマークイズ、あとはポルタ等で回転寿司、この業界でいうとグルメ回転寿司という業態でやらせて頂いております。マグロ屋さんをやってマグロを提供しながら飲食をするという事で上から下までうまく仕事をさせて頂いております。



私がやっているメインとしてマグロのグローバル化なのですが、僕はこれを「マグログローバル」という言葉でいつも話をさせて頂こうと思っています。何故、海外の仕事をし始めたかという、マグロの仕事を作り始めて先が見えてしまったという感覚がありました。我々の立場でいうと飲食店にマグロを持って行くと「見積もり持って来い」と言われ、安い高いだという話だけで終わってしまう、このままいったら三崎の先は無いなと思いました。私の経歴の中で何が出来るのかなと思った時に、海外にいた経歴があったのとマグロがもしかしたら海外で売れるのじゃないかというのもあって2013年よりマグロを持ってまずは東南アジアに出始めました。私達の一番のスキームは自社で買い付けて自社で加工して自社で輸出して自社で輸入して自社で販売をするということで、現在シンガポールとアメリカで出来るようになってきました。これは実は自負しているのですが、凄いな事だと思っていて直接海外に行った時に例えば商社を通すというのが今までの流れだったのですが、実は輸出輸入ってそんなに難しくなかった、やれば簡単やらなければ何も出来ないという事で会社のノウハウにしてやらせて頂いております。もちろん最初シンガポールに輸出した時は、輸出の輸の字も分からなかったのですが、やれば、こんなに簡単に出来ちゃうんだという事で、いろんなチャレンジが必要だと思っています。やらないと何も無いのですがやればノウハウになっていく、そ

れが売れる材料になっています。シンガポールに関しては2015年に現地法人を作り、たまたまマグロの営業をしていたら、「飲食店やりませんか」いう声がかかってきました。この声をかけてもらったのが日本の飛行機会社でした。そこから「サンテックシティにこういう案件があるのですけれど」というお話でした。会社の中で飲食も行っているし、いずれは海外にお店を出したいという希望はあったのですけれど、海外にお店を出すという会社内では反対するというか分からないのでストップがかかってしまう。ただその時の話に関しては日本の飛行機会社という大きなバックボーンがあったので、話をすると、うちの代表まあ父親なんですけど、すぐ航空券を予約して、行ってその流れで契約をしてきました。そのように第一歩の飲食店を始めて、少しずつノウハウを積みながら自分達で輸出すれば安くすむんじゃないかと考え、現地法人が輸入ライセンスを持って自分たちで輸出して自分たちで輸入して、更にその輸入したやつを他で売っちゃった方がもっともってコストが下がるんじゃないかということで今ではフランチャイズを含めて飲食店を3店舗やりながら現地で簡単な問屋さんをやらせて頂いております。だいたい週に2回くらい航空便で出しているんですけども、1回あたり500kgから600kg マグロ及び鮮魚、その他に野菜なんかも送ったりしています。そんな中シンガポールに関しては事業を増やせております。だいたいこの流れでシンガポールからいろんなアジアの国に営業して行ってドンドンお客さんが伸びて行きました。これ凄く面白かったのは先程言ったように日本だとマグロ屋さんが行くと「見積もり持ってこい」から始まるんですけど、海外例えばバンコクのお客さんに行くのとマグロ屋さんですという非常にVIP待遇を受けるような営業になってくるんですね。それぐらい海外の飲食にとって日本の魚及びマグロの情報を欲してたんだというのが今になって凄く気づきます。英語に関しては海外で経験があったので、自分の言葉で自分の持っている商品を伝えることが出来るというのは凄く大きく、いろんな所でいろんなお客様が来ています。

昨年からアメリカに進出というか営業を開始しました。そうしたらすぐにお客さんが見つかりまして現状ではニューヨーク、サンフランシスコ、ロサンゼルスとほぼ毎週2回ずつ出荷させて頂いております。その流れで調子に乗りましてまた同じお寿司屋を買いませんかという話がきまして、オレンジカウンティという大谷選手で話題の町なのですが、お寿司屋さんを2店舗80%なのですけど株式を買いまして夢であったアメリカ進出をスタート出来ました。

今は社内で2020年までに輸出だけの売り上げ目標として10億円を掲げております。あまり大きな声で言いたくないのですけれど昨年度はだいたい3.5億円だったので、今年に入って250%位で毎月売り上げが伸びています。あながちこの目標は全然いっちゃかなと思っていて、今年の11月までは一人で海外営業をやっていたのですけれども11月からは社内で2名海外営業を補充しましてもっともって細かい対応ができ、仕事もさらに伸びています。水産業及び食品卸業というのは国内では凄く厳しいです。その中でこうやって大きな声で仕事が伸びてるって言えることは凄く誇りであって、まだまだ日本の魚とかマグロというのは世界だと良いブランドになっています。同業者でも海外を見据えながらやっていかないと日本の人口は2050年を迎えると1億人を切るのは決まっていますので、どんどん海外にでて行かないと維持できないと思いながらやっております。こちらは私どものシンガポールの店舗です。2店舗あって1店舗は寿司居酒屋さんという形でやっています。実は昨年度ミシュランガイドに星じゃないのですけれど掲載されました。本年度もミシュランの方から載りますよという連絡はいただきましたが星が付くかどうかは分かりません。どちらにしるミシュランガイドに載ったということは我々にとって凄く誇りでありますし今後のブランドイメージを作る意味でももっともってブラッシュアップをしていきたいと思っています。2店舗目は海鮮丼の専門店を作りました。どうしても海外でお店をやると人という問題にぶち当たります。日本から送るにもコストがかかりますし現地の人もどんどん少なくなっています。そういった中でお寿司ではなくて海鮮丼という、切って乗せれば良い状態にしていかないと海外では伸びないということを感じました。海鮮丼専門店を作りまして、良い形でヒットし、もう1店舗フランチャイズで、チャージ空港のターミナル2で飛行機会社が我々のフランチャイズをやっております。

こちらはアメリカです。アメリカにはラグラビーチとニューポートビーチに345という片方は30年やっているお寿司屋さんです。その他卸会社恵フーズを立ち上げ現在その会社を通じてサンフランシスコ、ニューヨークに日本の魚を空輸しています。空輸を使ってよりフレッシュな魚を世界に売るということでやっています。今年の3月には東海岸ボストンでシーフードショーに出たり、また現地の間屋さんの展示会でもっと日本の魚を紹介するという形でやっております。アメリカに関しては今後非常に伸びるマーケットだ

というとらえ方をしております。もっともってアメリカで仕事をやりたいと思っています。全てのお客様に伝えているのですが、マグロとツナは違う物だということです。日本のマグロ屋さんを持っている物が違う物だよということをしかりお客さんに伝えないといけない。「何でわざわざ高い日本のマグロを買わなきゃいけないの」と言われた時に全く答えが無いんですね。そういった時にご存じのように三崎のマグロは冷凍が主体なのですが超低温、マイナス60度で凍らせて刺身になるようなグレードで流通加工全部やっているマグロなんだということを必ず伝えています。日本だとマグロというと長靴を履いた大きなお兄さんのようなイメージだと思うでしょうが、世界では、アメリカの言葉で「クール」な仕事かっこいい仕事と思われま。まだまだ三崎のマグロは世界に出る余地があると思います。日本がマグロのリーダーであるべきだと常々思っています。凄く面白い話ですがマグロは世界中で捕れていて地中海にマグロの買い付けに行くんですが、買い付けは実は円なんです。売るのも日本円なんです。こんな仕事他には無いんですね。マグロだけです。そういった意味で今後日本が中心で世界にマグロをやるべきだなと思っています。ただ、懸念は多々ありまして言葉で察せられる「持続可能な」という言葉が、はやり言葉のように聞こえていたのですが、今かなり間近に見えています。特にアメリカなどはそういった意識が高い人が多くていくら良い美味しいマグロを持って行ってもこれが例えば「クロマグロ絶滅しちゃうんでしょ」という事に関してしっかりとした証明が無いと売れません。そういった諸々の問題が目の前にあるということで、マグロ屋さんとして後世に伝える仕事のためにマグロは残していくことがとても重要だなと思っています。また、スペインという国はものすごく高品質なマグロが捕れています。そのマグロのほぼ7割くらいがアメリカとヨーロッパの消費だと言われてます。そうなってくるとマグロが日本に来なくなる可能性があります。そうすると日本のマグロ屋さんがいなくても良いマグロが世界中に流れてしまう可能性がある。もっともって日本のマグロ屋さんが頑張って日本がみるマグロのクオリティをちゃんと伝えないとマグロが絶滅する前に日本のマグロ屋さんが絶滅する方が早いのではないかと感じています。そういった中で三崎のマグロ屋さんとしてもっともって頑張っていきたいなと思っています。日々考えて社内でも言っているのは世界一のマグロ屋さんを目指してやって行きましようと言っています。

日本一というより世界一と言った方が実は簡単だなと感じています。他に大きな敵がないからです。日本だと先輩方も多いです、築地行ったらあるしという所でいくと誰も敵がない中で自分たちの一番良い材料を持ってとなってくると世界一のマグロ屋さんを目指した方が実現可能だろうなと思っています。あとは兎に角やること、先程の輸出の話もそうなのですが、やらないで誰かに頼んだら絶対に出来ないんですね。我々はリスクどうなのや会社に持ち帰って検討してなんてそんな時間は全く無くて、彼らと仕事をするためにはその場に行ってその場で決めてその場で実行する位のスピード感が無いと商売出来ません。勝負出来ません。もちろんリスクというのは持たなくてはいけないと思うのですけれども、まずはやるということを考えて日々やっています。まあグローバルなんですけど実はローカルも凄く重要だなと思っていて、ご存じのように三崎は人口が減っています。そういった中でグローバルばかりではなくてローカルもしっかりやっていきたいと思ひなるべく三崎を世界一のマグロの町にしたいなと思ひながらやっています。一つ取り組んでいる事業がありましてフィッシュスタンドというブランドを立ち上げました。これはどういう事かという、実は魚の加工品は加工すればするほど安くなっちゃうという、例えば凄くブリブリの鰹を刺身千円だったら結構な人が安いと言うんですね。ところがいい素材で作った鰹の開きを千円というみんな「高っ！」と言って誰も買わない。鰹は開いて塩あてて干している段階を経て手がかかっているのに何故安くならなきゃいけないかという矛盾を感じました。人間が手を加えれば加えるほど価値の上がる物が出来ないかブランド化してやっていきたいと思います。フィッシュスタンドというブランドを立ち上げ一つはツナを作っています。これは刺身になるようなグレードでビンチョウマグロですが、私が年に一回トルコに買い付けに行くのですが、そこで買って来た最高級のオリーブオイルで漬けて込んで所謂ツナ缶のツナを作っています。但し日本で一番高い価値のあるツナを作りましようと思ひました。実はこの商品を作っているのは私の妻でしてパッケージもちょっとかわいらしく女性目線で作っています。水産の加工品は男性しか作ってないので実際に買うべき女性の意見とかデザインとか全く取り入れられていないので、女性目線を妻と開発しながらイベントに出ておしゃれなツナサンドをだしたりといろんな事をやりたいなと思っています。例えば味噌漬け、魚にはこだわっているけど味噌にこだわっている味噌漬けは無いよね、だったら世界一美味しい味噌で味噌漬け作ったら日本で一番価値があって高く買ってくれるような味噌漬け出来ないかなあかと思ひて作らせて頂いています。これはローカルな事業で、日本の水産業を変えていきたいなという事です。まとめといたしまして

マグロは世界だともっともっと伸びる産業であるし魚屋さんでは世界ではもっともっと需要があります。今国内では魚不足みたいなことが叫ばれていますが、日本ももっともっと魚を食べて健康にならないと、もしかすると日本にマグロが来なくなる時代が来るかもしれません。もちろんそれが良いとか悪いとかの問題ではないかも知れませんが、やはり我々としては価値のある所に魚を食べてもらいたいというのがるので皆さんにお魚を出来るだけ高く買って頂いて漁師さんも幸せに我々業者も幸せにそして食べる方も幸せにそんな魚の流通を国内でも海外でも世界中でやっていければと思います。魚は日本だけでなく世界が持つ共通な資産だと思っています。そういった中ではもっともっと楽しく出来るようにしていきたいなと思っています。時間になりましたのでお話を終わらせて頂きます。本日は有り難うございました。

会長ー若干お時間がございますが何かご質問がある方がいましたら挙手でお願い致します。

岩崎さんーフィッシュスタンドというツナはどこで買えるのですか？

こちらのツナですが売り方も変えてまして既存の店に置くのではなく、受注された物を製造して販売するという形をとっています。なのでフィッシュスタンドとネットを開いてもらうとこの日に加工しますよというのが出ますのでそこでネットで注文して頂く、もしくは三浦半島でイベントに多々出ています。そのスケジュールもネットで出していきますのでそれを見てきて頂くのとたぶんうちの妻が手売りをしています。自分で作って自分で売りましょうという事で生産者の顔を見せるのも凄く重要ななと思って大変なんですけれどもやっています。

<閉会・点鐘> 13:30 小林 会長

週報担当 濱田 恵里