

NEWS LETTER

No. 011

沿岸域における 漁船漁業ビジネスモデル研究会

発行日：平成25年11月30日



第3回研究大会を東京海洋大学にて開催しました！！

左上：会場からは活発な意見が出されました。

右上：事前に配布された告知ポスター

下：パネリストとコーディネーター

シンポジウム（沿岸域における漁船漁業ビジネスモデル研究会第3回研究大会）

漁業現場は魚の価値をいかに高められるか

—持続的漁業活動を支える水産物価格の実現に向けて—

日時：平成25年10月30日（水）13:00～17:30 会場：東京海洋大学 白庭館（東京都港区港南4-5-7）
コディネーター：後藤友明（岩手県水産技術センター）、池田 厚（鳥取県水産技術センター）
横田洋一（茨城県水産試験場）

開催趣旨 沿岸域における漁船漁業ビジネスモデル研究会では、漁業における「利益の増大」と「経営の安定」を実現する新たなビジネスモデルの構築と定着を目指しています。漁獲物の価格（単価）向上は経営削減とともに避けて通れない課題です。現在、食の現場においてどのような視点でどのような顧客をターゲットに、どのような活動が展開されているのか、その最前線の一環を知り、水産物の価格向上に対する漁業現場の取組の可能性、視点、方策等を検討します。

第一部：講演

「消費サイドからみた魚の付加価値向上の可能性」

増田 裕（三英食品販売株式会社 加工原料部）

「学校給食の魚に求められること」

長島秀和（関東給食会 理事）

第二部：パネディスカッション

「魚の価値を高める現場の取組、その視点と可能性」

パネリスト

・河原直人（すくも湾漁業協同組合 参事） ・今橋一（茨城県指導漁業士）

・塚田克典（新潟県指導漁業士） ・笹川 剛（新潟冷蔵株式会社 取締役）

コーディネーター： 岡野利之（一般社団法人海洋水産システム協会）



●漁業者の知恵を資源管理に活かす

●【特集】研究大会シンポジウム

「漁業現場は魚の価値をいかに高められるか—持続的漁業活動を支える水産物価格の実現に向けて—」

本研究会では生産～消費に至るあらゆる英知を結集し、漁業で儲かる仕組みを考えます。本ニュースレターはそのためのツールです。



編集 開発調査センター

独立行政法人

水産総合研究センター



地域の取り組み事例

No.20

漁業者の知恵を資源管理に活かす

愛知県水産試験場 内水面漁業研究所 富山 実

伊勢・三河湾のイカナゴ漁業では、解禁日、終漁日を愛知・三重両県の漁業者同士で協議し、一定尾数の親魚を守る取組みを行いました。そのことにより昭和50年代半ばに大不漁であった資源は、平成に入り一旦回復しました。一方で、水産試験場が実施した夏眠中のイカナゴを採集する空釣り調査や、栄養状態を変えて夏眠させる飼育実験より、高肥満度の夏眠中の魚の方が高水温耐性があり、産卵数も多いことが分かってきました。しかし、冷水魚であるイカナゴ資源は、ふ化直後の1月が高水温であると、仔魚の減耗率が高いこともあり、平



写真2 漁業者と共同で開発した、あらゆる大きさのイカナゴを採集可能としたカイト式稚魚採集具で、漁業者とともに漁期前調査を行います。



写真1 潜砂している夏眠魚は、空釣りという方法で引っ掛けて採集します。

成10年と12年には資源状況が再び低迷しました。そこで、高肥満度の親魚を選択的に残し、親魚量の確保、親魚の質の向上を目指しました。漁船を用いた魚探調査から、高肥満度のイカナゴは湾口部周辺に集まることが明らかとなり、その場所と時期には、年変動があることもわかりました。そこで、水産試験場が操業中の情報を集約し、漁業者と協議して、漁期毎に禁漁区設定の時期と場所を決めるという方策で、効率的に高肥満度の親魚を保護し、資源の再生産効率を向上させるシステムを構築しました。また、加入時期別群組成を知るために、漁業者の持つ船びき網漁具作成のノウハウも取り入れて作成したカイト式稚魚ネットは、採集可能な体長範囲が広く、漁業者が操作しやすい稚魚採集具です。これを用いて、

漁業者とともに調査しました。禁漁区域外では操業が継続できるため、操業期間も延長するようになり、一方で、効果的な禁漁区の設定により資源も以前より安定するようになりました。

小型底びき網で漁獲しているヤリイカについても、漁業者から資源回復のための協力依頼が水産試験場に持ち込まれました。ヤリイカは初夏になると幼イカが混獲され始め、成長に連れ生息域が深くなることや、冬季に水深50～100mで入網物に卵が付着していることを漁業者は経験的に知っていました。そこで水産試験場では6、7月には、水深60～80mを禁漁区とし、8月には禁漁区を水深70～90mに移動させ、9月初旬から解禁とするという管理方策を漁業者とともに考えました。また、幼イカの混獲が多い海域のみを禁漁とするよう、漁業者の情報を基に、禁漁区は毎年変動させることにしました。さらに、漁業者自らも資金を出



写真3 幼イカ保護を経て、9月になると市場にヤリイカが水揚げされます。



写真4 漁業者と共同で開発した回収型産卵床により、自分たちの漁場でヤリイカが産卵していることが確認できます。

し、投入・回収型の簡易式産卵床を導入し、研究者と共同で産卵場所と時期を調査しました。

その結果、漁業者自身が産卵を確認し、漁期前にも禁漁区を設けて育て上げた資源であるので、解禁後も、1日当たりの水揚量を1隻500kgと自主規制しました。すると、価格維持、漁期の延長が図られ、これが漁獲量の増大、資源の安定につながりました。

水産試験場では、漁具作成のノウハウや漁場探査といった、以前から個々の漁業者が持っていた知恵を活かして、具体的な資源管理方策に結びつけていきました。どちらも、資源管理のシナリオ作りの段階から漁業者と研究者が協力し、資源モニタリングにも漁業者が参加することで、禁漁区設定や漁獲量規制を実施する際の合意形成が容易になり、資源管理体制も維持し易くなります。この漁業者と研究者が強みを活かし、現場で検証しながら改良していく作業は、順応的共同管理 (adaptive co-management) の一例といえるでしょう。

第3回研究大会 「漁業現場は魚の価値をいかに高められるか ー持続的漁業活動を支える水産物価格の実現に向けてー」

本研究会では、第3回研究大会として、シンポジウム「漁業現場は魚の価値をいかに高められるかー持続的漁業活動を支える水産物価格の実現に向けてー」を開催しました。ここでは、その概要をご紹介します。本シンポは、第一部で消費者に近い立場のお二方にご講演頂き、第二部では生産現場に近い立場で魚の価値向上に取り組まれている方達を交えてパネルディスカッションをしました。

第1部 講演

「消費者サイドから視^みた魚の付加価値向上の可能性」

増田 裕 三英食品販売株式会社



水産業にとって六次産業を実現継続していくには、一次産業、二次産業、三次産業の連携が重要ですが、忘れてはならないのが消費者視点です。消費者がその時に欲するモノ、コトをどう提案できるかが今後のビジネスの課題です。第一次、二次、三次産業に消費者も加えた4つの視点を考慮したマッチングとアプリケーション（M&A）が重要です。また、流通過程において、高く売りたい一次産業と安く買いたい二次産業が連携するためには、新たな商品の開発や新たな売り場での販売が重要なポイントとなります。

「興津漁協四万十マヒマヒ丸企業組合」と「株式会社けんかま」の連携では、発想の転換から生まれた商品を新たな売り場で売ることにより、これまで低価格で取引されていたシイラが有効利用され、高知産の商品が東京で売られるまでになりました。コンビニエンスストアの近年の新たな製品「青魚ほぐし弁当」は、若者を中心に人気を得ており、使用される原魚量は相当量になっています。また、スーパーや居酒屋では、サンマの竜田揚げなど、浜では安価な製品が工夫によって相当の値段で販売されています。「温故知新」もさることながら今必要なるものは「温故^創新」です。

「学校給食の魚に求められること」

長島秀和 協同組合 関東給食会 理事
[株式会社長島]



学校給食導入において、安心・安全は不可欠ですが、安定・安価に関してはしかるべき理由があればコントロール可能です。不安定なものを販売する際は、使用目的を正確に把握し代替え品を提案することです。また、高価なものを販売する際は食材としてだけでなく「教材」としての価値を理解してもらう事で導入は可能になります。

「教材としての魚」を売り込む機会として

最も有効な方法に「出前授業」があります。例えば小学校5年の「日本の水産業」学習時期に実施すると他県産、地場産にかかわらず効果的です。加えて地場産水産物導入は、小学校4年の道徳「ふるさと意識」や全国学校給食週間等の機会、学校給食法における地産地消推進も後押しして導入理由が得られやすいです。また産地と消費地が同じなので、行政の動きとリンクしやすく、消費者の理解も得やすくなります。とはいえ「生産」と「消費」が決まっても、「流通」と産地と給食現場に精通した「仲介役（コーディネーター）」がいないと商流として成立は困難です。

更に、生産・流通・消費・仲介役すべてが一致した目的を持ち、それぞれの役割を果たしていかないと継続した事業にはなりません。まさに「人と人とのつながり」が大切で、価値を理解して高値でも使用してもらうためには、経験や学習、それにとまなう年月も必要となります。

第2部 パネルディスカッション パネリスト

河原宣人（すくも湾漁業協同組合 参事）:



近隣の16漁協が合併した、すくも湾漁業協同組合では、安心安全を目指して、高度衛生管理の新市場の開設にこ

ぎ着けました。建設費用は、国50高知県15大月町12.5宿毛市12.5漁協10で分担しました。画期的な取り組みは、仲買人制度をオープンにし、さらには漁協も入札できるように改革したことです。反対など困難も多かったですが、魅力のある

市場にしないと、誰も生き残れないという考え方が仲買人にも伝わり、実現しました。地産地消、学校給食の取り組みも行っています。漁民が個々にビジネスを担うのは困難であり、漁民に代わってビジネスを行うことは漁協の務めだと思っています。

今橋一也（茨城県漁業士会）: 当時、組合長



を務めていた会瀬漁業協同組合（現在の久慈町漁業協同組合会瀬支所）では、組合の直販事業として、地元量販店に提供しています。

魚の価格は、漁獲量や周辺相場の情報を収集し売り手である組合側が設定しました。当初は、どの魚をどのくらい持っていけば良いのかわからず苦労しましたが、現在は、朝獲れの魚をその日に提供できる（day-0）ということで、他の産地の魚と差別化ができ、ロスも少ないということから、高い魚価にもかかわらず、順調に出荷量も増えました。また、毎朝各店舗に組合職員が魚を届けるとともに、夕方にも各店舗を回り、販売金額や売れ行きをチェックするなどし、現在では良い信頼関係を築けました。このような取り組みを、一過性で終わらせないためには、全面的に協力できる職員を育成することも大切です。

塚田克郎（新潟県指導漁業士）: 底びき網で



漁獲する魚の鮮度向上のために、能力の高い冷海水装置を設置するとともに、魚の傷みを軽減するよう漁獲方法にも気を配ってきまし

た。しかし、市場では、全く鮮度の評価はされませんでした。この状況を憂えていたところ、笹川周さん(当時上越水産株式会社)は、私の魚の良さを理解し、ニギスの鮮度を考慮した単価での直接取引を持ちかけました。漁師がいくら高鮮度製品を出荷しても、それを正当に評価する人が現れ、価格に反映されなければ何にもなりません。漁師の取り組みに対する正当な評価と単価への反映こそが、消費者に新鮮で安全な魚を提供することに繋がるとともに、我が国の漁業の存続に必要なことであると考えます。

笹川 周(新潟冷蔵株式会社):生産現場で



は、生産者が捨てている魚が沢山ありました。また、新潟県には鮮魚原料を加工する業者も、加工原料を安定供給する為の原料凍結

庫もありませんでした。一方、上越水産には遊休化した工場と冷蔵庫があり、親会社の新潟冷蔵は水産加工品の潜在的需要と販路を持っていました。このバラバラでつながりがない要素をつなぎ、原料の凍結庫と加工機器及び加工場の整備をしました。その上で、上越の鮮度の良いニギスを利用したオリジナリティーの高い商品づくりを目指し、主にニギス開き加工に取り組みました。当初、製品は全く売れませんでした。地元の小売、飲食、学校給食を通じてニギス製品の宣伝、販促活動をした結果、地元から応援してくれる人達が出てきました。今では、地元業界、行政、マスコミが一体となり活動したことが魚を通じた「地域おこし」につながっています。

ディスカッション

パネルディスカッションでは、今うまくいっているどの取り組みも、その裏には、数多くの失敗があり、そこで諦めずに、その失敗を活かして成功に結びつけていることが確認されました。また、軌道に乗ってうまくいっていればそのままいいのではなく、常に環境は変わっているので、それを見極めながら時代の流れに乗って変化する必要もあります。

生産現場 近年6次産業化に向けた取り組みが活発化していますが、漁業者が加工・販売までを行うよりも、むしろ連携できるパートナーを探すことと、両者をつなげるコーディネーターの存在が不可欠との意見で一致しました。漁業者が不慣れな加工・流通販売に手を出すよりも、それぞれが熟知した領域を活かして、双方に利益がもたらされます。これまでは利害相反する立場だったパートナーとWinWinの関係になる方法を新たな発想で見いだす必要があります。

市場および流通 市場価格を向上させるために、外部からも仲買を参入させた例が複数紹介されました。そのためには、魚を従来以上に集めることや、若い買い受け人を育て、新たな販路を開拓していくことの重要性が述べられました。そのほか、新規参入者に一定の制限を設けることで、従来からいる仲買人から理解を得られた事例も紹介されました。

販売から消費者へ 消費者に魚の価値を認めてもらうとともに、生産者は消費者のニーズに応じた生産体制を構築する必要があります。そのためには、流通を担当するものが、生産者に関する情報を消費者に伝

えること、また、消費者の反応を生産者に伝えることが重要です。魚が高いというイメージについては、学校給食の教材の事例のように、「楽しみ」としての価値を理解してもらう事で、新たな価値を創造することが出来るのではないかとのご意見もありました。



総括

魚の価値を高めるためには、信頼の置けるパートナーを得ることが不可欠。生産と流通、販売が連携してWin-Winの関係を構築する必要がある。また、魚を食事の一要素として捉え、消費者の視点も考慮してコーディネートすることが重要、とシンポジウムのコーディネーターを務めた岡野氏はシンポジウムの総括としてまとめました。

本研究会では、シンポジウムの成果を活かし、漁業者と加工・流通業者の連携、消費者との情報交換などに留意しながら、今後も新たなビジネスモデルの構築に向けて検討を進めて参ります。

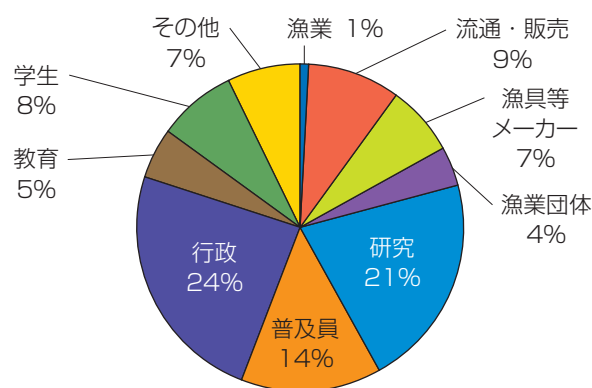
シンポジウムの詳細については、研究会HPで紹介していますので、ご参照ください。

アンケート結果から

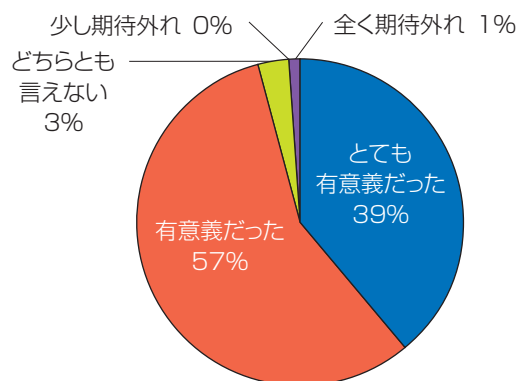
本年度も、シンポジウムにお越し頂いた方にアンケートをお願いしました。約150名の方々にご来場いただき、そのうち80名の方にアンケートにご回答頂きました。内訳は、行政24%(昨年度22%)、研究21%(昨年度50

%)、普及員14%(昨年度0%)が参加者の上位を占めました。昨年のデータと比較すると、研究からの参加者の割合が減った分、普及員の割合が増えました。研究会も3年目を迎え、地方都道府県の普及員の皆さまにも知られる存在になってきたように感じています。また、流通・販売が9%、学生8%にも参加頂き、今回のテーマがいろいろな職種の人達の興味を引いた結果となったように感じています。参加しての感想は、96%(昨年度87%)の方が有意義だったと回答されました。全体の構成については94%(昨年度82%)の方に良いと感じて頂きました。パネリストの人選については、88%(昨年度同)の方に良いと感じて頂きました。「本日

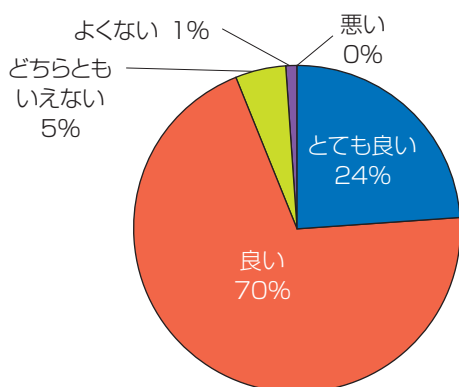
業種



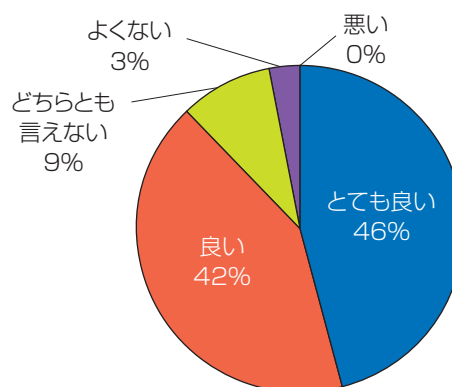
参加してみてどうだったか



全体の構成



人選について



のシンポジウムを受け、漁業者のみならず、加工、流通、販売、消費者の関係者が同じ思いを持ち、深く連携した取組を実現することが重要と改めて感じた。」「獲れた水産物の価格向上のためには、消費者に知ってもらう事が必要と感じた。水産業界がメデ

ィアを利用して、今の状況や水産物をPRしていくことも一方法かも知れない。」「生産者と仲買がもっと話し合える場が必要と考える。」等の意見がありました。研究会では、みなさまのご意見を今後の研究会の活動の参考にしていきたいと考えております。

事務局だより：



▶10月30日に行われたシンポジウムにお越しいただいた全ての方、また、会場をお貸しいただいた東京海洋大学に、この場をお借りしてお礼申し上げます。

▶アンケート集計によると、東京海洋大学を会場にしたことについて、便利、空港からのアクセスがいい、水産ゆかりの地などの意見が多くありました。また、せっかく海洋大でシンポジウムを開催しているのに学生の参加が少ないとの指摘もありました。これらの意見を踏まえ、翌年の運営に反映させたいと考えています。

沿岸域における漁船漁業ビジネスモデル研究会ニュースレターNo.011（2013年11月発行）

編集：（独）水産総合研究センター 開発調査センター

沿岸域における漁船漁業ビジネスモデル研究会

会長：上田幸男（徳島県立農林水産総合技術支援センター）

副会長：牧野光琢（独立行政法人水産総合研究センター 中央水産研究所 経営経済研究センター）

事務局

〒220-6115

神奈川県横浜市西区みなとみらい2-3-3 クイーンズタワーB棟15階

独立行政法人水産総合研究センター 開発調査センター 山下、小田

TEL：045-227-2722～2724, FAX：045-227-2705,

E-mail：biz@jamarc.go.jp

<http://jamarc.fra.affrc.go.jp/enganbiz/enganbiz.htm>

本研究会およびニュースレターの内容に関するお問い合わせは、事務局までお願いします。皆様からのご意見や提案もお待ちしています。

表題画：澤田克彦（開発調査センター）

掲載シリーズ

- ・地域の取り組み事例
 - ・漁具診断
 - ・開発調査の現場から
 - ・漁師列伝
 - ・普及指導の現場から
- 皆様からの投稿もお待ちしています。

enganbiz

検索