

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26年2月28日



絵：かとうみやこ タイトル：船のある街

- 漁師列伝 次代へつなぐ定置網漁
- 店舗直送で広げる新鮮地魚消費しんせんぢざかなしやうひ 一会瀬おうせの定置網を事例にー
- 「グローバル視点から魚の付加価値向上の可能性を占う」

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。



 **漁師列伝** No.7

次代へつなぐ定置網漁

石川県農林水産部水産課漁業管理グループ 専門員 田中正隆

燃油高騰や魚価安、後継者不足といった、とかく暗い話題に包まれがちな水産業界にあって、意欲に満ちた元気溢れる定置網漁業者の酒井秀信さん（65歳）を紹介します。

酒井さんが代表を務める「鹿渡島定置」は石川県能登半島中部に位置する七尾市鶴浦町を拠点に、富山湾の2か所の漁場で定置網漁を営んでいます。創業は平成4年、現在、従業員15名の平均年齢は34歳で、20歳代が最も多い若手中心の会社です。マジ・フクラギ（ブリの小型魚）・イワシ類・イカ類を中心に年間約300トンの水揚げしていますが、いち早く流動水（シャーベット状の水）を導入し、漁獲物の鮮度管理にはとりわけ気を配っています。

酒井さんのことを表現するとすれば、「収益安定のための限りない向上心」と「後継

者育成のための献身的な努力」の二点に集約されると思います。

農協直売所や宅配便での直販、移動販売車やイベントでの対面販売、インターネット中継販売とのタイアップ、県内外の商談会での商品PR、未利用魚・低価格魚の加工、米国等海外への水産物輸出、金庫網を利用した出荷調整、神経締めを導入、漁業被害の原因となる大型クラゲ・ミズクラゲの有効活用…、これらはすべて酒井さんが実際に手掛けてきた収益向上のための取組です。市場出荷のみでは安定経営が難しい状況において、こうした漁獲物の付加価値を高め、販路を拡大する経営の多角化戦略は、時宜を得たものといえます。

平成25年5月には、県内の水産業としては初めてとなる、6次産業化・地産地消法



鹿渡島定置のクルー。前列一番左が酒井さん。会社の平均年齢は34歳と若い。



自社で開発した魚醤油「いしる」（イカ、イワシ、季節毎に使う魚を変えるブレンドの3種類）。

に基づく総合化事業計画の認定を受けられました。計画にも位置づけられた、神経締めした鮮魚の売上は平成24年には390万円だったのが、平成25年には1,000万円を超えるまでに伸びており、また、干物・みりん干し・酢漬け・つみれ・魚醤油といった加工品は30種類以上にも及び、こうした直販による売上は会社の全体収入の3割近くを占めるまでに成長しているとのこと。ちなみに、神経締めは定置網からタモで掬い上げて速やかに船上で施し、加工品も材料となる魚を水揚げ後すぐに加工場で一次処理するという、漁師ならではの鮮度の良さを売りにしているそうです。

10名を超える船頭の育成・輩出、従業員の漁業士取得の促進、他の定置網漁業者を対象にした出張講義、県内外及び海外からの研修生の現地受け入れ、台湾・スリランカ等海外への定置網操業技術の伝授・交流、定置網設計・敷設マニュアルの普及、定置網の海上での台風対策、資源管理を目的としたタモ一杯運動（小型魚の再放流）の推進、地震被災地への漁業物資支援…、これ

らもすべて酒井さんが実践してきた取組です。

自社の従業員に対してだけでなく、国内外を問わず幅広く、ご自身が積み重ねてきた経験に裏付けされたノウハウを限りなく伝授するという理念を持たれています。また、「仕事は先輩の背中を見て盗め」という職人的な考え方ではなく、独自の漁労マニュアルを作成し、分かりやすい解説をするとともに、取組に対する若手従業員の提案も積極的に採用するそうです。

酒井さんが繰り返しおっしゃることがあります。「従業員みんなが楽しく、将来まで夢を持てるような仕事をしたい。そのためには、今の状態に満足せず、とにかくできることは実行したい。」考えだけで終わることなく、絶えず走り続ける酒井さんを見ると、沿岸漁業のビジネスモデルのあり方のヒントが得られる気がします。



若手従業員へ定置網のノウハウを懇切丁寧に教える。

ブリ・マダイ等の小型魚（市況単価：50円/kg以下を目安）を魚捕り部からタモ網で逃がす全県的取組を推奨。

地域の取り組み事例 No.21

店舗直送で広げる新鮮地魚消費 — 会瀬の定置網を事例に —

茨城県漁業士会 今橋 一也

はじめに

茨城県の会瀬漁業協同組合では、私が組合長をしていた時（H9～H21）に、定置網漁業の漁獲物を量販店へ直販する事業を始めました。ここでは、今でも続いているこの取り組みについて紹介します。

直販への経緯

平成17年に知り合いから日立市内の「マルト」という量販店に魚を直接卸すことはできないかという打診があり、平成18年に

正式契約を交わし、組合の直販事業として取り組みがスタートしました。

直販を実施することのもっとも大きな理由は、魚の単価を上げ、組合経営を少しでも良くすることです。定置網漁業は組合自営ですので、このことは直接組合経営に反映されます。

一方、量販店側から見れば、高鮮度の魚を仕入れることで競合する他社との差別化が図られ、集客増＝売上増につながります。また、朝獲れの魚を当日に提供できる（day-0）ので、ロスが少ないことも店側のメリットになります。さらに、一般消費者に地魚を提供することで、地魚に対する評価が格段に上げられる事も利点です。

問題点

直販を実施するにあたっての最初の問題点は、仲買人との合意でした。私が就任した当時から、既存の仲買人は後継者がいなかったため、平成13年頃から契約書内に「組合は自家出荷をすることがある」ということを明記し、繰り返し説得を重ねました。このような経緯もあり、取扱量が一番多い仲買業者から合意を得られ、直販並びに新規仲買の参入を認めていただきました。現在、仲買業者の数は当時の倍以上（10社）となり、飲食店の参入も認め（3社）、なかには他県から高速を使って通う業者もいます。





マルチ店内の鮮魚売り場。



おすすめと表示された会瀬産鮮魚。
魚価は漁協側で全て決める。

その結果、平均魚価は上昇しました。

量販店の直販に当たって、次に苦労したことは、どの種類の魚をどれだけの数量持っていくかということでした。私と職員二人で配達していた店舗は、当時、6店舗ありましたが、海に近い立地もあれば、内陸部にある場所もあり、客層も様々で当初はよく品揃えの不十分さなどで店長からお叱りをいただいていた。このため、仕事が終わってから各店舗を回り、販売単価の比較や売れ行きを確認し、店舗ごとのニーズを把握することに努めました。これは、結果的に各店舗の鮮魚売り場の人達との信頼関係を築くことにつながり、最終的には魚価は漁協側で全て決めて良いという結果まで生み出しました。

結果

出荷する魚種はアジ、サバなどの大衆魚から、ヒラメ、タイ、サワラなどの高級魚まで取扱いましたが、その後、組合員から「自分たちの漁獲したのもも買ってもらえないか？」と申し出があり、生ワカメやヒジキなどの海藻や、イセエビ、アワビなども買取り、出荷し始めました。この場合、

浜値より必ず高く買ったので、組合員にも好評でした。また、店側は「会瀬港直送」シールを作成しパックに貼り、差別化を図ってくれたことで、市内の飲食店（鮎屋等）が仕入れに訪れるようになり、鮮魚担当の話では売り上げは確実に伸びたそうです。



スーパー側が作成した会瀬港直送シールが貼られた商品。

今後の展開

現在、直販店舗数は、市外、県外にも広がりましたが、原発事故の影響で取扱量は当時ほどには回復していません。しかしながら、直営の食堂や加工品の製造販売、6次化の検討を始めた漁協がでてくるなど、新たな事業に取り組む機運はここに来て高まっています。

「グローバル視点から 魚の付加価値向上の可能性を占う」

三栄食品販売株式会社 営業本部 増田 裕

昨年は富士山が世界文化遺産登録されたのに続いて、12月4日に和食が世界無形文化遺産に登録されました。折しも2020年東京オリンピックも決まり、まさに「おもてなしの文化・日本」が注目されたことは周知の如くです。更に、2015年に開催されるミラノ万博のテーマは「地球に食料を、生命にエネルギーを」、そのサブテーマは「食の安全」、「食育」、「食と文化」等です。

2013年ユネスコ無形文化遺産への日本食登録、2015年のミラノ万博、2020年の東京オリンピックと、私には「日本食」に連なる文脈が一本の道を成していくかのように見えます。

そして「日本食」の根幹をなす魚食文化を世界に広め、又国内に再認識させる絶好の7年間を我々は迎えようとしているのです。

ただ、日本食の代表格である「寿司」は世界を席卷しましたが、残念ながら外貨獲得にはあまり効果がなかったようです。食材も職人さんも外国産？でまかなわれ、なお且つ「日本のにぎり寿司」が「グローバル化したデコレーション寿司」に変身してしまいました。日本の「柔道」が世界の「ジュードー」になっ

てしまったことと同じです。世界にマーケットを求めるということはそういうことかもしれません。

今回の日本食が、「第二の寿司」にならぬ様、我々は日本スタンダードとグローバルスタンダードを見極めて提案していかなければなりません。伝統を守り（守）、新しい価値を探求し今までの形を破り（破）、それらの段階を通過して新たな価値を創造する（離）という「守破離」の精神が求められると考えます。

具体例を挙げれば、昨年11月2日放送のNHK「今日の料理クッキングコンテスト」で見事に優勝された「大分県佐伯市の漁村女性グループめばる」の「ごまだし」は、伝統食を現代版にアレンジし



「ごまだし」の出荷準備をするグループのみなさん。



揚げ物コーナーでは、この赤色が目立つ。

たメニューでした。従来うどんにかけて食べるごまだしをコロケに混ぜ込むという新しいメニュー提案でした。うどんマーケット（伝統食）からコロケマーケット（現代食）へのスイッチです。これこそ守破離そのものです。

高知県須崎市のけんかま様が創られた「かにちゅちよ竹輪」も、従来の竹輪の食べ方をスイッチ（創造）され、竹輪の穴の中にカニカマを挿入した商品と販路を新たに創造されました。惣菜売場の揚げ物コーナーの品々は殆どが茶色ですが、この商品はカニカマの赤色が栄え、売り場で目立ち、売り上げはトップクラスです。ここでも守破離の精神が生かされています。

話しは変わりますが、皆さんおにぎり

は何処で作り、どこで食べますか？

おにぎりは従来「家でにぎって、外で食べるもの」でした。今では、「外で買って、家とか会社とか野外で食べて」います。おにぎりの概念が変わってきているのです。でも、その新しいおにぎりの永遠の人気アイテムは、ツナマヨです。

コンビニエンスの人気の一つである弁当は「焼き魚ほぐし弁当」です。サバ、サンマ、アジを焼いて粗ほぐししたものを高菜漬けと一緒にご飯の上にはばらと乗せてあるものです。

このように魚は形を変えてドンドンと新しい食に入りこんでいます。魚という食材の底知れぬ力を感じます。

「守破離」の精神を持って、水産業界に係わる者として今やらねばならぬことは「温故**創**新」です。



概念の枠を超えて、新たな商品をつくるのが大事。

守破離（しゅはり）は、日本での茶道、武道、芸術等における師弟関係のあり方の一つ。日本において左記の文化が発展、進化してきた創造的な過程のベースとなっている思想でもある。まずは師匠に言われたこと、型を「守る」ところから修行が始まる。その後、その型を自分と照らし合わせて研究することにより、自分に合った、より良いと思われる型をつくることにより既存の型を「破る」。最終的には師匠の型、そして自分自身が造り出した型の上に立脚した個人は、自分自身と技についてよく理解しているため、型から自由になり、型から「離れ」て自在になることができる。～ウィキペディアより～

Log book :



ビジネスモデル研究会も発足して丸3年が経とうとしています。そんな中、第12回研究会幹事会が2月25、26日の2日間にわたり横浜市にて開催されました。今回は、ビジネスモデルについての再確認に始まり、今年から調査が始まった茨城県での小型底びき網漁業の調査について討議しました。

本年度で終了となる、大分県臼杵市でのタチウオひきなわ漁業の新たなビジネスモデル構築に関する事業では、「操業の効率化」、「小型魚の保護による資源管理」、「地元でのタチウオ食普及も踏まえた販売価格の向上対策」等を総合的に組み合わせ、今後の資源動向の予測とそれに基づく将来のタチウオひきなわ漁業のあり方の検討を行っています。また、多くの方々との連携による調査の詳細とその成果および今後のタチウオ漁業の姿について、皆さんにご紹介するとともに意見交換を行う場として、今年の秋にシンポジウムを開催することを計画中です。

昨秋開催し、好評を頂いた研究大会としてのシンポジウムについても、例年どおりに開催することを検討しております。詳細が決まりましたら、別途お知らせいたします。

事務局だより :



▶今号は、いかがでしたでしょうか？表紙のタッチがいつもと違い、あれ！？このニュースレターってこんなんだったっけ！？と思われたのではないのでしょうか。表紙カットは、ニュースレター9号で紹介した「かとうみやこ」さんの作品です。この絵を眺めていると、何だか心が癒やされるんですよね…。



▶本号では、昨年秋に開催したシンポジウムでご講演いただいた増田様、パネリストとしてご参加いただいた今橋様に、改めてご執筆いただきました。特に、シンポジウムに参加できなかった方は必読です。また、石川県の田中様には、6次産業化を視野に走り続ける熱き定置網漁業者を紹介していただきました。皆さんも是非参考にしてみてください。

▶当研究会事務局では、随時皆様からの各地の浜の情報をお待ちしています。他の地域の参考になりそうな先進事例や、新たな取り組みにおいて行き詰まっていること、問題点などについて何でも結構です。思いつくことがありましたら、事務局にご一報いただければ幸いです。各地の情報を皆で共有することによって、日本全国の沿岸域の漁業を元気に行きましょう！

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.012 (2014年2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

