

COLUMN

未来を語ろう

case2

漁業・水産
加工業

稼ぎ方の変革、若い力の育成 “挑戦”が漁業の未来をつくる

それぞれの領域で革新的な取り組みを続ける
3人の漁業イノベーターが、“三陸の漁業”をテーマに議論。
未来を開く鍵はどこにあるのか。



岩手県山田町

岩手アカモク生産協同組合
高橋 清隆氏

日本初のアカモク(※1) 専門総合メーカーとして、カキ漁師を組合員に1998年に設立。アカモクの収穫から販売まで一貫して取り扱う。高橋代表理事は「脱水産加工」を新たな経営方針に掲げて商品ラインアップの多角化を進め、サプリメント事業にも注力。



宮城県南三陸町

宮城県漁業協同組合 志津川支所 戸倉出張所カキ部会
後藤 清広氏

南三陸町戸倉地区でカキ養殖を営む漁業者35人の部会で部会長を務める。2016年には日本で初めてASC認証(※2)を取得。販路拡大によりモチベーション、品質・単価をアップした。また、カキ養殖の漁具「いかだ」の過密を解消し、労働環境も改善。



宮城県石巻市

一般社団法人フィッシャーマン・ジャパン ⇒ P.62
長谷川 琢也氏

東日本大震災後、「漁業をカッコよく」をコンセプトに集まった東北の若手漁師集団。2014年に法人化し、人材育成、PR、販売、環境整備など多角的に展開する。長谷川氏はヤフー株式会社に所属しながら立ち上げに携わり、事務局長として活動中。

生産量より品質を追求し 生産性をも上げた

始めに皆さんの事業内容を簡単にご紹介いただき、その中で「商品価値の向上」にどのように取り組んでいらっしゃるのか、お話しください。

高橋 それまでは廃棄していたアカモクの商品化に取り組みしました。2年間くらい研究した後、いざ売り出してみると、知名度が無くて10年くらいは全然売れなかったです。結局、人は知らないものは食べないんです。まず知ってもらうことが先決ということで、アカモクという名前の売り込みに奔走しました。それと、事業開始時から取り組んでいたのが、機能性に関する大学との共同研究です。マーケティングも

事業計画も無いまま、「食品でもサプリメントでもいける。化けるかもしれないぞ」と思ってやっていました。こうした取り組みを進めていくうちにだんだんと認知度が上がり、まず首都圏で売れ出し、全国に広がっていった感じです。その後は健康ブームが後押しをしてくれて、アカモクの高い機能性に注目が集まって今に至ります。

長谷川 フィッシャーマン・ジャパン印の商品開発は、いろいろとやっていますが、めちゃくちゃ当たったという商品はあまり無いです(笑)。日本人があまり魚を食べなくなっていることは、もはや東北とか被災とか関係無く、全国共通の課題です。直近では、東日本大震災よりコロナ禍の影響の方がキツイという水産業関係者もいます。こうして消費が落ち込んでいる中、スポッ

ト的に課題解決策を打っています。われわれが運営するオンラインショップでは、魚を買ってくれたらZoomでさばき方を無料で教えたり、「普段居酒屋で食べる魚、食べてないでしょう」と訴求したり、「鮮魚ボックス」を企画したりして、めちゃめちゃ売りました。世の中の流れに対して、ニュース性だったり、ストーリーだったり、何を当てるのかというところを、これからの漁業者、水産業者はしっかり考えていかないといけないと思います。

後藤 南三陸町の志津川湾でカキの養殖をやっています。養殖いかだの削減は、東日本大震災後の6月のカキ部会全体会で決めました。「20年後も通用するやり方に変えていかなければならない。1年の生産期間で品質の高い物を作れば、コストは下がり、単価は上



(左)アカモクを湯通した後、刻んでそのまま食べられる状態にして商品化 (下)パッケージは、女性客を意識したデザインにしている



がる」と訴えたんです。若い人の1割くらいは「やってみたい」と言ってくれましたが、ほとんどの人は反対。そこを「1年だけ試してみよう」という形でスタートさせました。1年ではまったく結果が出なくて、3年目くらいから売り上げが増え、5年目で被災前の水準を達成できました。1年で収穫できるようになった上に、不良品もほとんど出なくなり、生産性は3倍くらい上昇しています。

高橋 いかだの密集の解消は、被災前から考えていたのですか。

後藤 過密養殖で生産量ばかり追いかけていたときは、どんどん品質が悪くなり、評価が下がり、売り先に困ることもありました。以前から何とか削減したいと思っていて、被災で100%何も無くなって、変えろとすれば最初で最後のチャンスだと思いました。

長谷川 漁師の皆さんは、素晴らしいモチベーションで1次産業に取り組んでいらっしゃる。狩猟民族的な感性というか、本能というか、「どれだけたくさん獲れるか」を求める気質があるように感じます。そうした漁師の世界で生産量の管理は、重要ですが難しいテーマです。北九州でもアカモクを盛んにやっていましたが、採りすぎて無くなってしまっ

高橋 西日本の漁師さんにアカモクを

教えたのは、私なんです。アカモクを全国に広めていく手立てとして、アカモクをやりたいというところに無償でノウハウを提供していました。ほかに、京都や愛知でお手伝いをしました。**長谷川** 資源管理についてもきちんと指導しておかないといけませんね。山田湾ではどうしているのですか。

高橋 創業当初から、カキ棚に付いているアカモクしか採ってはいけないというルールにしています。

知られていないことを 逆手に取った出口戦略

良い商品だから売れるとは限らず、どう売っていくのかも重要です。ここからは、いかに「稼ぐ」という視点で意見を伺っていききたいと思います。

長谷川 日本の水産物の流通が素晴ら

しすぎて、市場や仲買人、スーパーが勝手に売ってくれていた時代が長かったのかな、という印象があります。水産業関係者や漁師の皆さんも、もっとどう稼ぐのかを考えるべきです。その点、高橋さんも後藤さんも、これまでやったことが無いことに挑んでいますよね。

高橋 商品を売るのにコツはありませんが、重要視したのは市場に出すときの“出口戦略”で、あとはトライ・アンド・エラーの繰り返しです。出口戦略は、マーケティングの要素を入れ、分析、研究しました。海藻は主に和食に使われる食材ですが、今、一般家庭の食事の6、7割が洋食系になっている中でどうやって入り込んでいくか。そこで、アカモクが知られていないことを逆手に取って、先に「洋食でも使えるよ」という商品イメージを広めていく作戦を進めました。

後藤 養殖施設の削減には「持続可能な漁業を目指そう」という狙いもあって、その取り組みの中で日本で初めてASC認証を取得しました。当時は、認証基準が、養殖の環境を守っていくためのツールになると考えていました。日本初ですから、どういう効果があるのかよく分かりませんでした。ASCを取得したことで、特にセールスをしなくてもいろいろな企業やスーパーなどに優先して使ってもらっています。今はコロナ禍で消費が落ち込んでいますが、その中でも、販路の確保でASCが結構強い力を発揮してくれていると

高橋 清隆氏の想い



カキ漁師の、プラスアルファの 収入になればいいなと

以前から、カキ漁師が少しでも豊かになり、浜が活気付くようになってほしいと思っていました。私がアカモク事業を始めた動機の一つでもあります。

Keyword

※1 アカモク／ワカメなどと同じ褐藻類の海藻。岩手県のカキ漁師にとっては厄介者だったが、秋田県では「ギバサ」と呼ばれ昔から食用とされていた。免疫力を強化するフコイダン、抗肥満効果のあるフコキサンチン、各種のミネラルなど、健康機能成分を多く含む。

※2 ASC認証・MSC認証／「ASC認証」は、環境に大きな負荷をかけず労働者・地域社会にも配慮した、責任ある養殖水産物に対する国際的認証制度。「MSC認証」は、資源や環境に配慮し適切に管理された持続可能な漁業に対する国際的認証制度。



夢とロマンだけでは なかなかやっていけないですよ

漁業の未来をつくる息の長い取り組みには、しっかりとした理念と哲学、そして企業家精神が必要です。だからこそ、フィッシャーマン・ジャパンさんには期待しています。

感じます。

高橋 この時代、ASC、MSCなどの国際認証はデカいですよ。それを指定してくるようなマーケットが出てきているじゃないですか。同じ品種でも、認証を取っている産地に鞍替えするようなどが、簡単に起こってしまう。

後藤 環境や気候危機に対する関心が高まり、消費者の意識も大きく変わっています。それに、「持続可能な食材」という大手企業の社内食堂で使うなど、環境に配慮した商品への注目度が最近、ものすごく上がったような気がします。石巻の人たちにもASCを取ってもらったことで宮城県でも増えましたし、本当に良かったと思っています。日本初といっても、続くところがあって初めて「初」と言えますからね。今は、国内で16カ所にASCが広がりました。

高橋 国際認証が、養殖だけでそんなに増えたんですか。増えれば、ASCの認知度も上がっていきますね。

長谷川 漁業、水産業界の世界にも国際認証というグローバル・スタンダードが入ってきているように、稼ぎ方、ビジネスも、時代とともにどんどん変わっています。水産業界、漁師の皆さんは、変わっていくことがあまり得意ではなかった部分があると思います。そこでわれわれフィッシャーマン・ジャパンは、「カッコよくて・稼げて・革新的」な、“新3K産業”の漁師、水産加工業者になって、自分たちの背中で見せていこうとやっているんです。まずは自分たちでやってみて、「このやり方がうまくいったので一緒にやりませんか」と漁師界、漁業界、水産業界の皆さんに訴え、横展開しています。その意味

で、まさに稼ぎ方を変えるというところに力を入れています。

後藤 フィッシャーマン・ジャパンさんのチャレンジで事業価値が高まれば、若い人の目標にもなります。

長谷川 ありがとうございます。最近のチャレンジは、コロナ禍の中で仙台空港内にオープンさせたカキと海鮮丼の店「ふいつしやまん亭」です。ASC、MSCの海産物として海鮮丼を出せるようにするため、加工会社さんにCoC認証(※3)を取ってもらうなど、タッグを組んでおいしい丼ができる仕組みを開発しています。それに、キャッシュレスによる省人化などDXを進めていて、将来は人に頼らないオペレーションで全国展開できないかと考えています。料理人不足や鮮度保持の問題など、魚食にまつわる課題を「仕組み」で解決することは、流通革命につながるチャレンジなんです。つまり、稼ぎ方を変えていくことに関して、今までの稼ぎ方は何だったんだというところをきち

んと見直して、自分たちで体験、体感しながらやっていくことが大事なんだと思います。

やりがいや将来性に 若い人は価値を見いだす

次の時代を見据えて稼ぎ方を変えていく必要がある、という論点が浮かび上がってきました。では、その次の時代を担う人材をどう確保し、どう育てていくのか。最後に「人材」という観点で議論いただきたいと思います。

後藤 被災直後は若い人がほとんどいなくなりましたが、ASC認証を取った後、若い人が増えたのです。今は30代の方が20人近くいます。今の若い人は、割と朝早いとかキツイ仕事を負担に感じていないみたいで、むしろ、海を楽しんで仕事するとか、品質の良い物を作っているという発信したりオンラインイベントを企画したりして、やりがいだったり、将来性だったり、仲間が増えることだったり、そうしたことの方に価値を見いだしているのだと思います。やり方次第では稼げますし、やりがいのある環境さえあれば、やりたい若者がたくさんいることを、逆に私たちが教えられました。私たちと価値観が違うんです。

長谷川 良いお話ですね。若い人は、県外からも来ているのですか。



(左) 認証を取得した水産物には「ASCラベル」が添付される (下) ASC取得の際には、「労働環境」や「地域社会との関係」も審査される



後藤 今増えているのは、漁師の家の息子や婿さんです。実は、私たちは漁業権をまったく新しくして、ポイント制を導入しました。いかだの所有に上限を設け、後継者がいる経営体の上限を高く設定して漁業権を配分し、若い人ほどたくさんいかだを持てるようにしたのです。若い人は意欲もあります。全体の人数は減っていますが、若い人の力が大きくて、売り上げが増えています。この10年、35の経営体がまったく減っていないのですが、この後、後継者がいなくて廃業する人が絶対に出てきます。そのとき引き継いでやってくれる人はほかから入っていかないと無理で、引き継げる人を確保できる仕組みを何とかしたいと思っています。

長谷川 ぜひ、そのときはお手伝いさせていただきます。

高橋 漁協の組合員になるための条件が、新規就労の壁になっているという面もあるのではないのでしょうか。

担い手育成事業が地域に良い影響を生んでいる

長谷川さんは担い手の育成に力を入れているとか。

長谷川 フィッシャーマン・ジャパンは、若い漁師たちだけでなく、外から来て漁師になりたいという若い人たちも対象に、担い手育成事業(※4)を行っています。若い子には、どうやって稼ぐかとか、漁協や市場との関係や仕組



(上)「新3K」のコンセプトに基づいた、スタイリッシュな飲食店「ふいつしゃーまん亭」(仙台空港2F) (右)メニューには三陸の海の幸や、サステナブル・シーフードを使用

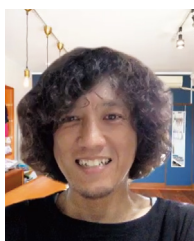
みもきちんと教え、自分たちのチャレンジが先輩たちに認めてもらえるように、新しい提案や取り組みにもアンテナを張ってこうねと伝えています。この事業も、最初は受け入れ先を探すのに苦労しました。ところが、一つ良い事例が生まれると、「ああいう感じにすればいいのね」という具合に広がっていくんです。最初は「興味無い」と言っていたのに、今は3人も担い手を育ててくださっている親方漁師さんもあります。いったん受け入れると、「若い子が来たからがんばって売り上げを増やさない」とか、逆に若い子が「親方に世話になりっ放しだから」とスーツを着て飲食店に営業回したり、とてもいい人間関係、ポジティブな効果が地域に生まれています。これまでの東北は、東日本大震災をきっかけにいろいろな人が立ち上がった10年でした。

これからは、多様な人との関わりだったり、世界の流れを見つめることだったり、さまざまなことをきっかけに漁業・水産業も変わっていくのだろうと思います。若い力が、東北のあちこちで芽吹き始めているのを実感しています。

高橋 山田湾のカキ部会の中でも、新しい動きが始まっています。一人の漁師さんが、殻付きのままカキを冷凍してシンガポールに輸出し始めました。まさに世界を視野に入れた挑戦です。ほかにも、販売チャネルのフィールドを変えてルートを開拓しようと仲間を集めたり、戸倉さんのやり方に学んで棚作りをしている漁師さんたちもいます。一つの組合としてまとまった動きにはなっていませんが、一人のチャレンジが、また別のチャレンジを生んでいるのでしょう。どんどん発展させていってほしいですね。

後藤 将来にわたる食料の生産、確保を考えたとき、海に囲まれている日本が、海のポテンシャルを利活用しない選択肢はあり得ません。漁業・水産業は日本にとって重要な産業ですし、日本は「水産」を衰退させてはいけません。だからこそ、持続可能な漁業と担い手づくりに、この南三陸で少しでも貢献したいと思っています。

長谷川 琢也氏の想い



東日本大震災5年後くらいから「もう東北じゃない」って、よく言われます

被災直後は「東北の」という謳い文句に訴求力がありましたが、5年もたつと、そうした力は薄れてきています。問題意識を持つ漁業者ほど、そのことを感じているのではないのでしょうか。

Keyword

※3 CoC 認証 / ASC・MSC 認証の水産物を認証されたものとして扱うには、流通・加工・販売過程でのトレーサビリティを確保するため、加工場・小売店・飲食店等における「CoC 認証」の取得が必要となる。

※4 担い手育成事業 / フィッシャーマン・ジャパンは、2015年から、未来のフィッシャーマンを育てる「TRITON PROJECT」を展開。石巻市、気仙沼市、宮城県など、地方自治体の担い手育成関連事業を受託し、行政との連携も進んでいる。