

## 勝ち残るための定置網漁業 ～ひと手間かけて単価アップ！～

石川県漁業協同組合ななか支所  
株式会社 鹿渡島定置 酒井秀信

### 1. 地域の概要

私たちの住む七尾市は、能登半島の中ほどに位置しており、天然の良港である七尾湾を南方海上の要所として活用し、古代より能登の政治・経済・文化の中心地として発展を続けてきた。平成 16 年 10 月には、旧七尾市、田鶴浜町、中島町及び能登島町の 1 市 3 町が合併して誕生した人口約 5 万 7,000 人の市である(図 1)。

基幹産業は、農林水産業、観光業で、開湯 1200 年の歴史を持つ和倉温泉や日本一大きな山車「でか山」を曳き廻す青柏祭が有名である。

平成 23 年 6 月に七尾市を含む能登の 4 市 5 町が「能登の里山里海」として F A O の「世界農業遺産」に認定された。

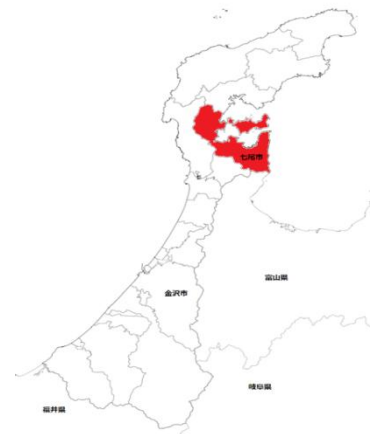


図 1 七尾市の位置

### 2. 漁業の概要

私たちが所属する石川県漁業協同組合ななか支所は、1,263 名の組合員が所属しており、956 隻の漁船が稼働している。主な漁業は定置網漁業で、漁獲量、水揚げ金額ともに全体の約 9 割を占めている。平成 24 年度の漁獲量は 5,258 トン、水揚げ金額は 18 億円であった(図 2)。寒鰯が有名な地域で、水揚げ金額の 3 分の 1 がブリの漁獲である。

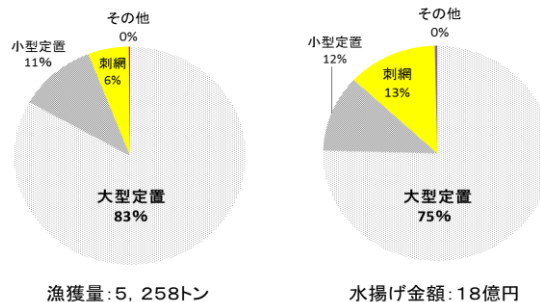


図 2 ななか支所の漁獲状況 (平成 24 年度)

### 3. 研究グループの組織と運営

鹿渡島定置は、七尾市の東、富山湾と七尾湾に面した崎山半島の最北端、七尾港鹿渡島地区を拠点に定置網漁業を行っている。平成 4 年に 1 か統で操業を開始し、平成 8 年からは 2 か統の定置網を操業している。平成 25 年 11 月 1 日に株式会社となった。

鹿渡島定置の特徴は、実力主義である。仕事への意欲や取得した技術が、給与に反映しやすい仕組みを取り入れている。昇進は年齢や経験ではなく、立候補制を採用し、若い従業員のやる気を引き出すよう努めている。

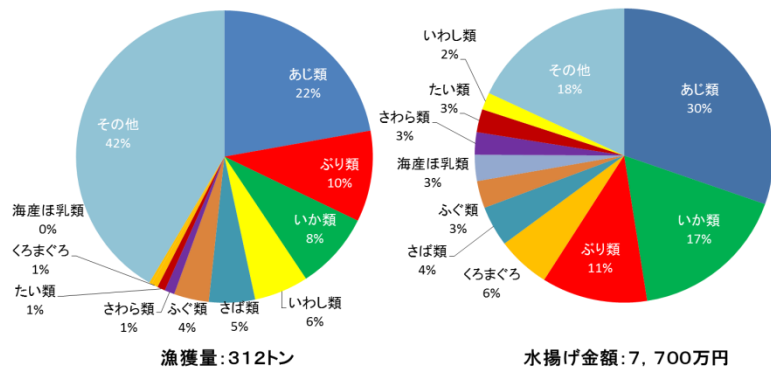


図3 鹿渡島定置の漁獲状況 (平成 24 年)

現在、従業員は 14 名で、船頭が 31 歳、20 代の従業員が 8 名も在籍し、平均年齢 34 歳と若い従業員が多いのも特徴である。

鹿渡島定置では、平成 24 年漁獲量は 312 トン、水揚げ金額は約 7,700 万円あり、アジ類、イカ類、ブリ類が主要魚種である(図 3)。

#### 4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

近年、魚価の低迷や資源量の減少、大型クラゲの来遊、資材や燃油の高騰などが経営を圧迫し、市場出荷だけでは安定経営が難しい状況になってきている。従業員は、「このままでは給料が減るのではないかと、漁業そのものが衰退していくのではないかと」という危機感を少しずつ持ち始めた。経営者としても、「このままでは従業員の給料を上げられない、給料が少ないと生活が立ち行かなくなり仕事を辞めてしまうのではないかと」と考えるようになった。

もともと、従業員との意思疎通がうまくいく環境づくりをしてきたため、水揚げ作業後に何度も話し合い、「どうにかしなければいけない」という思いを共有できた。そして、「自分たちにできることは、魚価安をどうにかするしかない」と思い、いろいろな取り組みを始めた。

#### 5. 研究・実践活動状況及び成果

##### (1) 漁獲物の品質向上

###### ① 流動氷導入

近隣の定置網は、ブリ類の漁獲が多く、特に高級魚の寒鰯が主要な魚種となっている。しかし、鹿渡島定置で一番漁獲される魚種は単価の安いアジ類で、寒鰯の漁獲は少ない。そこで、アジ類をはじめとする雑魚を高く売る工夫が必要と感じた。

まず、鮮度を向上させれば品質が良くなり高く売れるのではないかと考えた。そこで、平成 14 年に殺菌装置付き流動氷製造装置を導入した。流動氷を使うことで身質は良くなったが、冷えすぎるためマダイの色が薄くなったり、ブリの目が白く濁るなどの問題が出て、使いこなすのに時間を要した。

流動氷を使うことで、鮮度が向上し、品質に自信が持てるようになったが、市場に出荷しても、なかなか価格に反映されなかった。そこで、自分たちで魚を売ることが

考え、平成 17 年に自動製氷機を導入し、宅配便での鮮魚の直販を開始した。しかし、売り上げは年間 100 万円以下であった。

## ②『特選魚』の販売

また、平成 20 年に、「特別な魚は特別の値段で売る」ことを目的に、石川県漁協と金沢市中央卸売市場の卸売業者と連携し、『特選魚』の販売を始めた。市場に出るまでの温度管理データを付けて販売したが、品質は良くてもセリで評価されず、石川県漁協や卸売業者が値段を支えることができなかつたので終了した。そのため、自分で値段を付けて売りたいとの思いが一層強くなっていった。

その後、平成 21 年から商社を通じて、週 1 回シンガポールへ鮮魚の輸出を開始した。しかし、平成 23 年の東日本大震災で休止してしまった。

## ③神経締め

このような現状を打開して、直販での売り上げ向上と他の定置網とのさらなる差別化を図るため、平成 24 年 3 月に船頭が明石浦漁協で神経締めを研修した。その技術を従業員に指導し、練習を繰り返して全員ができるようになったため、5 月末から神経締めした鮮魚の直販を開始した。

鹿渡島定置では、操業で網から魚を揚げる前に神経締めする魚をタモ網ですくい、生かしておける魚はいったん水槽に收容し、空いた時間に神経締めを行っている。一部は陸上水槽に收容し、出荷調整も行っている。神経締めを行った後、冷海水につけるが、水温が低くなりすぎないよう温度管理に気を配っている。発送方法も試行錯誤した結果、ビニール袋とサンマ袋を二重にし、袋の中には魚だけを入れ、氷は袋の上に薄くかけて発送している。神経締めした後の温度管理をしっかり行うことで、死後硬直を遅らせることができ、首都圏に出荷する際に顕著に差が見られる。カツオやメジマグロなど、現場でしか神経締めできない魚種は、お客様に特に喜ばれている。

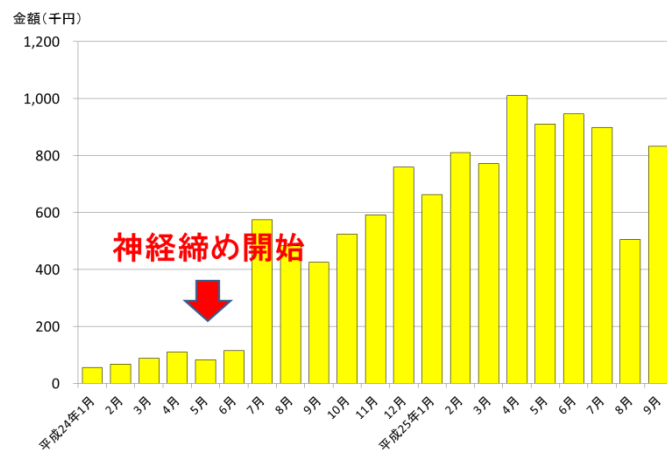


図 4 直販の実績

神経締めした鮮魚の直販を始めた結果、売り上げが大幅に伸びた。それまでの売り上げは年間 100 万円以下であったが、平成 24 年は約 390 万円、平成 25 年は 9 月末で約 735 万円であった(図 4)。神経締めを開始してから、首都圏のレストランや居酒屋の取引先が増えたことと、既存の取引先も量を増やしたためである。

最近では、地元の料理屋だけでなく、金沢から直接神経締めした魚を買いに来るよ



図 5 神経締めした魚の買い付け

うになった(図5)。つい先日も、金沢の高級鮭店で、神経締めした鮮魚を扱ってみたいと見学にきた。希望があれば乗船もしてもらい、魚の鮮度管理などを直接見てもらうことも可能である。しっかり見ていただき、しっかり話をすることで信頼関係も築くこともできる。その高級鮭店とは、取引が始まった。

また、インターネット上で、漁の様子を生中継し、直送する企画に北陸で初めて加わった。

## (2)加工品開発・販売

### ①まかない用干物の販売

以前から、ホッケやカレイ類などまとまった量がなく値段も安い魚は、まかない用として干物を作っていた。平成20年頃、番屋の前に干してある干物を見た地元の人から「売ってほしい」と言われるようになった。そこで、販売を始めたところ予想以上に好評で、「もっと作ってほしい」と言われるようになり、安い魚でも加工するとお金になることに気付き、他の魚種でも干物を作るようになった。

### ②大型クラゲの加工

平成21年からは、大型クラゲを塩蔵クラゲに加工することにした。中国の大連からクラゲ加工の専門家を招き、2週間技術を習った。『能登太陽クラゲ』と名付け、金沢の中華料理店で使用され好評を得た。また、地元飲食店でもメニューとして定着した。

### ③『魚工房・旬』

値段の安い魚や、邪魔になっている大型クラゲも加工することで値段が高くなり、事業としてやっていける手ごたえを感じた。しかし、事業として本格的に行うに当たり、番屋の外で作業しているため衛生管理が徹底されていない、また水揚げ作業後従業員全員で加工しているため、加工技術にばらつきがあるという問題に直面した。そこで、思いきって加工場を作ることにした。平成23年2月9日『魚工房・旬』を立ち上げた(図6)。従業員に調理師免許を持った元寿司職人がいたため、加工場の工場長に選任し、地元の女性を1名パートで雇用し、加工を本格的に始めた。地域の地場産品の発掘、『魚工房・旬』にしかできない魅力ある商品開発を目標に取り組むこととした。

『魚工房・旬』のロゴマーク(図7)やパッケージをデザイナーと相談しながら作成し、朝獲れた魚をすぐに干物やみりん干し、酢漬け、沖漬け、つまれなどに加工し年間30種類以上の加工品を製造販売している(図8)。現在は魚醤油である『いしる』の加工も始めた。



図6 魚工房・旬



図7 ロゴマーク



図8 加工品

#### ④海のじねんじょ

その中で、一番売れている商品は、アカモクを加工したものである。アカモクは、石川県で最も大きくなる1年生の海藻で、10メートルくらいまで生長する。昔から食べられていたが、量が多すぎて漁船のスクリューに絡むなど厄介者として扱われてきた。最近では、フコイダンなどの有用成分が豊富に含まれる食材として見直されてきた。しかし、アカモクはそのまま市場出荷すると、100円/キロ程度にしかならない。そこで、湯通し、小分けして販売することにした。加工することで、1,000円/キロに上がった。そこで、地元の漁業者からもアカモクを市場より少し高い値段での買い取りも始めた。加工量が大幅に増大したため、さらに地元の女性2名をパート雇用し、地元からの買い付けと共に、少しでも地元の利益を増やそうとした。



図9 海のじねんじょ

平成24年は1,400キロ、平成25年は不作のため少し減ったが700キロのアカモクを加工販売した。『海のじねんじょ』と名付け、商標登録も行った(図9)。新たな地場産品として注目されるようになった。さらに、首都圏にも売り込みを行っている。今年、試験的ではあるが初めてアメリカへ輸出し、地元新聞の一面を飾った。そして、アメリカでも好評で、生産出来次第輸出することになった。

#### ⑤JA直売所

加工品は、主に『魚工房・旬』、ネット、イベント、JAの直売所で販売している。

JAの直売所は平成24年5月から販売を開始した。直売所では、加工品の他に朝獲れの鮮魚も販売している。最初は丸ごとの鮮魚をたくさん販売していたが、売れ行きが悪く、半分くらい売れ残っていた。しかし、三枚おろしや内臓を除去し食べやすくする、直接お客様に食べ方を教える、食べ方を書いたPOPを貼るなど行ったところ、売上げが伸び、販売量の調整もできるようになり、売れ残りもほとんどなくなった。売上げの多い日には1日6万円ほどになる。直売所での価格は自分たちで決め、市場価格の2～6倍の価格で販売している。

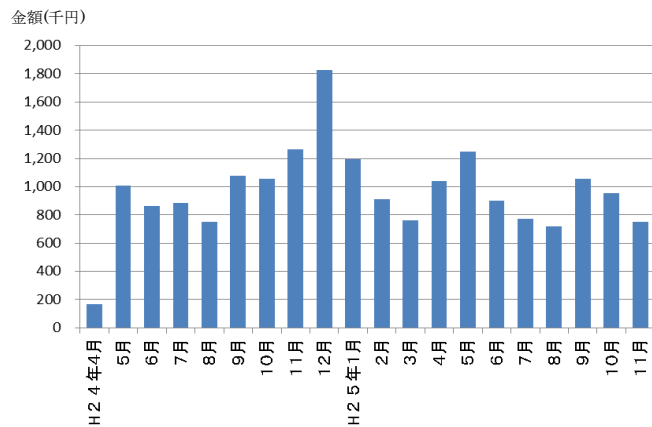


図10 JA直売所の実績

平成24年は876万円、平成25年は928万円の売上げとなった(図10)。好評のため、4月にオープン予定の大型直売所からも出店依頼があり、準備を進めている。

## 6. 波及効果

これまでは、魚を獲るだけだったが、異業種の方々と知り合う機会が増え、違う考え方・見方をできるようになった。また、消費者とのつながりも増え、消費者の欲しいものわかるようになったと思う。市場で安く取引されている魚にひと手間かけて、自分たちで値段を付け、自分たちの考えで販売できるようになり収入の増加につながった。安い魚の価値を見直すことになった。

また、私たちの取り組みが注目され、県内外から神経締めや加工の指導や見学の希望者が増え、他の漁業者などとのつながりが増え、実際に取り組む漁業者もでてきた。

## 7. 今後の課題や計画と問題点

### (1) 衛生管理の徹底

衛生管理を徹底するため、荷捌所と加工場を併設整備したいと考えている。現在は、加工場から少し離れた、屋根のない屋外で魚を選別しており、加工場へトラックで魚を運んでいる。荷捌所を整備し、魚の選別時にも衛生管理に気を付けたい。また、加工場へ魚を運ぶ人力と時間の削減もできるので、少しでも従業員の負担を減らしたいと思う。

### (2) 移動販売車

平成 25 年 12 月に移動販売車を購入した。買い物が困難な高齢者のために、移動販売車を使い、鮮魚や加工品の販売を始める予定である。まずは、地元での販売を行い、少しずつ他の地域で販売できるようにし、要望があれば、注文を受け日用品などの買い物代行も行いたい。

### (3) 販路拡大

季節に応じて年間 30 種類以上の加工品を作っているが、在庫が残ることがある。今後、消費者のニーズに合った新たな商品を開発しながら販路を拡大したいと考えている。また、シンガポールへの鮮魚の輸出も再開したい。週 1 回だった輸出も回数を増やしていき、加工品も一緒に輸出し、販路を拡大したい。

自然が相手なので、漁獲量を 2、3 割増やすことは難しい。しかも、豊漁だからと言って収益に結び付くわけではない。しかし、直販や加工販売を取り入れ収益を 2、3 割増やすことはできる。

『魚工房・旬』を立ち上げた時、3 年目の年間売り上げ 1,000 万円を目標に全員で頑張った結果、2 年目で 1,000 万円、3 年目で 2,000 万円以上を売り上げた。5 年目は、3,000 万円を目標に、鹿渡島定置一丸となって頑張っていきたい。