

小売り・消費者ニーズ対応型の養殖業
—「かまえ直送活き粋船団」の取り組み—

かまえ直送活き粋船団
代表取締役 村松 一也

1. 地域の概要

私達が住んでいる大分県佐伯市蒲江下入津地区は県の南部、豊後水道に面した入津湾岸に位置している。平成17年3月、市町村合併により蒲江町から九州一面積の広い佐伯市となった(図1)。

2. 漁業の概要

私達が所属する大分県漁業協同組合下入津支店は組合員数427名で構成され、豊かな漁場で知られる豊後水道に面し、多様な漁業が盛んに営まれている。特に魚類養殖業、定置網漁業、もじゃこ漁が盛んで、県下で有数の水揚量を誇っている。海面養殖ではブリ類を中心に約1,400トン、陸上養殖はヒラメを中心に約800トンの生産量となっている。大分県は陸上のヒラメ養殖生産量が日本一を誇るが、その60%を下入津地区が占めている(表1)。

3. 研究グループの組織と運営

グループのメンバーは下入津地区の養殖業者や定置網業者10名で、平成17年度にグループを結成した。その名は「かまえ直送活き粋船団」である。市町村合併後も蒲江の地名をアピールするため、親しみやすく、ひらがなで「かまえ」の地名を入れた。また活きの良い漁師の集団ということで活き粋船団と命名した。役員は私を含め取締役3名、監査役1名で、私が代表取締役社長を務めている。

主な活動は地元の魚を利用した加工品の販売であり、店舗販売、通信販売、催事販売を中心に活動している。

4. 研究・実践活動の取組課題選定の動機

現在の養殖水産物の販売は、流通業者の影響が強いうえ、飼料メーカー等も活魚販路を持ったこと、さらに輸入水産物の増加もあり、低価格競争が激化している。また、生産面では燃油、餌料高騰により、コストも高くなり、厳しい経営を強いられている。しかも、流通業者頼みの販売であるため、生産者は消費者ニーズではなく流通業者ニーズに対応し、消費者と生産者の距離が離れてしまう結果となった。このような状況が、消費者の魚離れが加速している要因であると感じていた。

私はこの現状に我慢できなかつたため、魚食普及として県内の消費者や学校を回っ

て「捌き方」の講師を務めるとともに（図2）、パンフレットを配るなどしてラウンド（一本もの）販売を始めた。しかし、ブリの販売は500本程度で頭打ちとなり、予想以上に消費者が魚を捌けないことに気づいた。ならば魚を加工して誰でも美味しく食べられる魚料理を直接提供しようと考え、水産加工品販売の計画を考えはじめた。

最初は一人で行おうと考えたが、10人集まれば補助事業が利用出来ることを知り、港の中で普段からよく話したり、焼酎を飲んだりする若手を誘ったところ、やる気に満ちた養殖や定置網などの漁師がすぐに10人揃った。「自分たちが自信を持って育てた魚、捕った魚を直接消費者に届けよう！！自分たちの子供に安心して食べさせられるものを作ろう！！」という目的のもと平成17年11月に全漁連や県の補助を受け、地元漁師仲間10人と共に水産加工場（図3、4、5）を建設し、「かまえ直送活き粋船団」の活動をスタートした。

5. 研究・実践活動の状況及び成果

1) 活動の始まりは失敗の連続

平成17年に当船団がスタートした時の商品は新鮮なブリを漁師特製のたれに漬け込んだ漁師料理「熱めし」、圧力釜で調理した骨まで食べられるかぶと煮・あら煮の「骨まで愛してシリーズ」、パン粉を付けて揚げた「ブリかつ」の3種類であった。これらの商品には安全安心、味にも自信を持って販売に行った。ところが、今までは養殖生産だけしていたことから、販売のノウハウが全くないうえ、開業時にはほとんど取引先がなく、販売は困難を極めた。今考えると本当に恐ろしいことであるが、安全安心で美味しいものを作れば売れるという自分の思い込みや、「何とかなるだろ！！」という根拠のない自信もあって、前しか見ていない状況であった。

当然、個人客だけでは加工場を毎日稼働させることなど出来なかった。しかも当時のパッケージは見栄えもせず、食べ方の情報もうまく伝わらず商品を置いてくれる店もなかった。また、販売に行っても、最初は「いらっしゃいませ」すら言えない状態で、お客さんにお金を払ってもらうことの難しさを本当に甘く見ていた。

2) 活動がようやく軌道に

そこで、商品が見栄えするようにパッケージを改善した（図6、7）。販路については、活き粋船団としてのこだわりを理解してもらえる売り場を探し、誰が食べてくれるかをいつも考えながら必死に開拓を続けた。

販路もなく、資金繰りに苦しむ結果から、船団長の責任感に潰されそうになりながらも、販路確立を目標に商談会や実演・催事販売等、なりふり構わず、あらゆることに挑戦した。このような内情でも漁師による加工、販売活動は極めて珍しく、マスコミが何度も取り上げてくれた。おかげで、少しずつ知名度も上がり、地元大分のデパートでも販売してもらえたり、全国の有名デパートの催事にも参加することが出来た。また、船団事業の主力となるネット通販事業を充実させるため、購入意欲のわくホームページづくりを目指した（図8）。

開発した商品は「熱めし」、「骨まで愛してシリーズ」、「ブリカツ」に加え、自慢の鯛を使った「鯛茶漬け」の他に「ブリしゃぶセット」や「ブリごまだし」等である。①漁師にしか出来ない鮮度を貫くこと、②無添加を目指すこと、③生産から商品の完成までの物語を大切にすること、④生産者の顔を見せること！！この4つをこだわりとして開発した。現在はネット通販の商品数はセットも含め、36品目まで拡大した（表2）。他にも子供が魚を食べやすいようにイベント用として商品化した「ブリカツバーガー」、脂ののったブリを押し寿司にして香ばしく炙った「炙り鯛寿司」など、どれも一押しの商品である。

3) 情報発信

商品の販売だけでなく、消費者にとって身近な生産者になりたいという思いを胸に、生産現場や船団の情報はホームページやブログ等で消費者に毎日発信（図9）するように心がけている。現在ではブログ等をきっかけに商品を購入してくれるお客さんや、イベントに足をはこんでくれるお客さんも増えてきた。

また、平成21年10月24日に活き粋船団の居酒屋「だれやみ」を大分市内に開店した（図10）。当船団にとって居酒屋開店は早すぎた感はあるが、魚食普及のためアンテナショップとして活用したいと考えている。蒲江の美味しい魚の店として定着させ、養殖魚の良さを解ってもらえる店にしたいと考えている。まだまだ効果の実感はないが、なるべく店頭に立ち、お客さんとのコミュニケーションを取りながら浜の情報や魚の美味しい食べ方を伝えながら頑張りたいと考えている。

4) 活動の成果

船団の活動は今年でついに6年目を迎えた。数多くの関係者のご支援や家族の協力のもと、毎年順調に売上を伸ばすことが出来、今期売上額は6,677万円、賃金も1,781万円を支払うことが出来た（図11）。特に売上は一年目の1,000万円から6倍にまで増え、消費者への養殖水産物の提供量は確実に増えている。

加工品販売部門では売り上げ4,784万円のうち、催事で309万円、道の駅や水産加工品店、ホテル、デパート等の店舗販売で4,160万円を売り上げた。また、ネット販売では315万円を売り上げた。居酒屋「だれやみ」では当船団商品の「熱めし」や「あら煮」、地元で養殖されるブリ、ヒラマサ、ヒラメ、さらに地元蒲江市場に水揚げされる地魚を毎日直送し、目玉メニューとして提供している。市場の魚を仕入れるため、買受人資格も取得した。平成21年10月下旬からの開業であったが、平成22年9月末の今期末までに1,892万円売り上げた。夜のお客さん以外に、昼間には主婦層などの女性客も増え、養殖魚の美味しさを普及出来ていることを実感している。最近では養殖ブリは生臭いという先入観を持っていた消費者が、当船団の商品は美味しい、臭くないと言って購入してくれたり、お店に来てくれることも多くなった。このようなお客さんの声に励まされ頑張れることを実感している。

振り返るには早いですが、これまでの活動を通し、「売る」という言葉は、「買ってもらう」という言葉に変わり、お客さんに心からありがとうと感謝出来るようになった。

6. 波及効果

活動をとおし、地域から常雇用4名、パート数名の雇用や、地元水産物や農産物の消費に貢献出来たこと、また、マスコミなどを通じ、地元下入津、蒲江地域に消費者の目が少しでも向けられたことも大きな効果と感じている。更に、多くの関係者とネットワークを構築出来、当船団商品を効果的にPR出来たことは非常に幸せなことである。中でも、「熱めし」は農林水産省による郷土料理百選で全国1, 260点の中から6位に選ばれ、知名度が向上した(図12)。

平成22年1月には東京ドームで開催された第1回全国ご当地どんぶり選手権にも参加し、熱めしのPRを全員で行った。必死の売り込みの甲斐もあり、出場15品中見事3位入賞、しかも優秀賞を頂くことが出来た(図13)。このような催事に参加することは精神的にも、体力的にも厳しいものがあるが、お客さんの「美味しい」という声に励まされている。また、催事自身では利益を出そうとは考えていない。販売の現場でしか出来ないお客さんとの出会いを大切に魚食普及を行い、イベント後のネット通販に繋げていくことを目標に取り組んでいる。今ではテレビや新聞で取り上げられ、知名度が上がったぶん消費者へのアプローチがしやすくなったと効果を実感している。

7. 今後の課題や計画と問題点

これまでの加工販売活動の中で一番の問題はコストである。加工場の稼働率や生産原価に対する販売価格、また販売にかかる手数料などまだまだ改善していくべき部分が多い。また、我々の活動の原点は手間暇懸けて育てた魚を美味しく、沢山食べてもらうことである。しかしながら、当船団の養殖魚の取扱量は、地域の養殖生産量からするとまだほんの一部であり、より多くの消費者に美味しく魚を食べってもらうためには今まで以上に販路を開拓し、販売量を増やしていく必要がある。

現在の日本人の魚離れは深刻な状況にある。なぜこのような現状に至ったかを考えると、経済効率だけを追い求め、食べる人間と作る人間の距離が大きく離れてしまったことが、原因の一つであると考えている。すなわち、消費者は魚が嫌いなのではなく、魚から離されていると考えている。従って、生産者である我々に課せられているのは「食」を提供する者として、業界一丸となって養殖魚のイメージと価値を上げること、責任あるものを作り続けることとあわせて、食べてくれる人たちに自分達生産者の取り組みや考えを、積極的に発信することではないだろうか。確かに生産現場では時間に追われ、販売活動等を行うことは困難であるが、現場の生の情報を、今はネットという良い手段もあるので、1次産業が置かれている現状と1次産業が担い続けてきた多くの”もの”を消費者にしっかりと理解してもらえようどんどん情報発信していくことは生産と同じくらい重要だと考えている。

消費者の皆さんにも、命を支える「食」にもっと関心を持ち、生産者達に近寄ってほしい。そうした行動が積み重なって消費者と生産者の相互理解が深まれば、現在の魚離れは少しは改善されるのではないかと考えている。



図1 佐伯市蒲江下入津地区の位置

表1 下入津支店の漁業概要

漁業	魚種等	水揚量(トン)
養殖漁業	ブリ	1,083
	ヒラメ	838
	カンパチ	217
	シマアジ	120
	トラフグ	9
	養殖業 小計	2,267
漁船漁業	定置網	422
	潜水	23
	刺網	14
	その他	54
	漁船漁業 小計	513
合計		2,780



図2 小学校での魚食普及活動



図3 加工場の外観



図4 加工場の内部

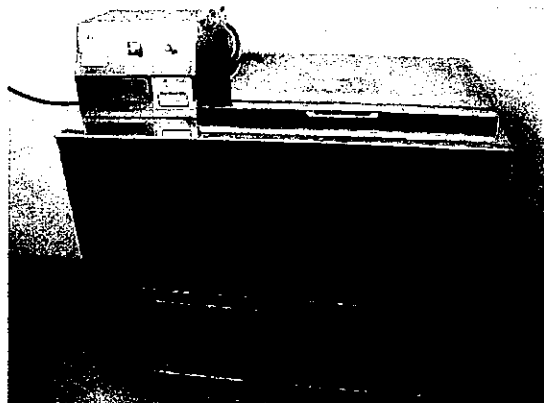


図5 加工機材(リキッドフリーザー)



図6 グループで開発した熱めし



図7 グループで開発したあら煮



図8 当船団のホームページ



図9 ブログ・ツイッター



図10 居酒屋「だれやみ」

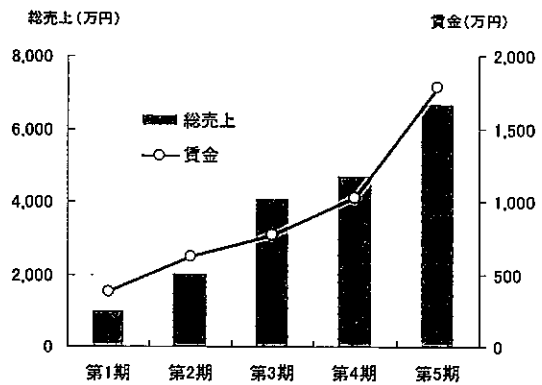


図11 活き粹船団の売上と賃金の推移

表2 商品ラインナップ

単品	価格	セット	価格
ブリの兜煮	630	船団年間セット	20,000
ブリのあら煮	630	豊の活きブリ食べ方セット	4,800
ブリの西京焼き	480	ブリカマ5個セット	1,500
ブリの照り焼き	480	ギフトセット	4,500
ブリかつ	260	がんこ漁師熱めし3箱セット	4,200
ブリの塩焼き	480	漁師の手作り常温品セット(化粧箱入り)	3,670
ブリかま	380	船団自慢のギフトセット(化粧箱入り)	2,980
ヒラメ唐揚げ	550	漁師お奨め鮮魚パック	5,000
漁師のこだわりアジフライ	420	年2回クール便セット	10,000
がんこ漁師の熱めし(4食入り)	1,260	新鮮ブリセット!家計応援品	4,200
がんこ漁師熱めし箱無し4人前	980	お茶漬けセット	3,980
がんこ漁師の鯛めし	1,480		
がんこ漁師の鯛茶漬(4食入り)	1,480		
がんこ漁師の鯛茶漬4食簡易包装セット	1,380		
漁師お奨めマハタ鍋	5,500		
漁師のぶりシャブ鍋	4,800		
がんこ漁師の熱めしだれ	630		
ブリゴマだしうどんの素	630		
ブリラウンド(4.5kg)	6,500		
ブリ半身真空パック	3,880		
カンパチラウンド	6,800		
新鮮真鯛(ラウンド)	3,300		
新鮮真鯛(解体済み)	3,800		
新鮮真鯛の頭とカマ	180		
新鮮真鯛!焼松皮造り	1,980		



図12 大分合同新聞朝刊記事



図13 ご当地どんぶり選手権優秀賞