

マハタでひとハタ揚げる

～浜を越えた経営改善の取組み～

愛媛県認定漁業士協同組合

中西 誠

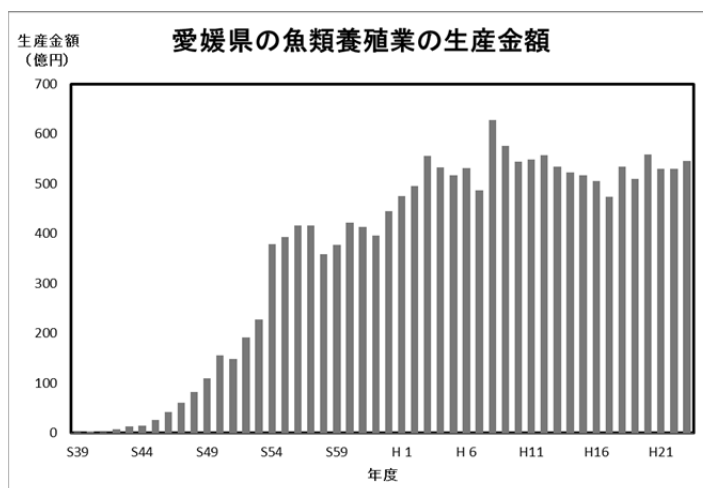
地域の概要

私たちが住む愛媛県南予地域は、愛媛県の南西部に位置し、南部には、足摺宇和海国立公園の景勝地が点在します。温暖な気候を生かした段々畑での柑橘類栽培、黒潮分枝流によって来遊した浮魚類を漁獲するまき網漁業、リアス海岸を生かした養殖漁業が盛んに行われています。



漁業の概要

私たちは、リアス海岸の特徴である急峻な湾地形や黒潮分枝流による良好な海水交換を生かし、マダイ・ブリ類をはじめとする魚類養殖業を営んでいます。南予地域は、南北に60kmと長く、冬季の水温差が約3℃もあるうえ、各浜ごとに養殖規模や生産している魚種、出荷方法が異なっています。餌や稚魚は、産地流通業者（8割民間会社、2割系統団体）から購入し、生産した魚を産地流通業者へ販売、彼らを通じて消費地へと流通させています。生産者にとって直接の顧客は産地流通業者であり、生け簀内の魚をいかに効率よく育てるかということが、最優先事項でした。この分業体制により、愛媛県の魚類養殖の生産額は右肩上がりに増加し、平成8年には生産額は600億円を突破しました。しかし、魚価の低迷とともに生産額は減少し、現在は550億円前後で推移しています。さらに、魚粉や燃油などの原価の高騰が経営を圧迫しています。



グループの組織と運営

この様な厳しい状況の中で、魚類養殖業の次代を担う意欲あるリーダー育成を目的として愛媛県認定漁業士養成講座が開講され、私たちは、大学教授ら専門家による講義の受講と、マハタ等新魚種の実践研修を行い、講座の最後には、この講座で得たノウハウを基に、経営改善計画を作成し、認定漁業士として認定されました。

しかし、各自がたてた改善計画を実行するためには、組織化が不可欠であるという結論に達し、平成 21 年 1 月に中小企業等協同組合法に基づく愛媛県認定漁業士協同組合を設立しました。組合には、南予地域沿海の 11 漁協から、29 名の認定漁業士が参加し、組合員からの賦課金と販売手数料を基に情報発信・販路開拓・飼料の一括購入などの活動を行っています。組合の運営のため、年一回の総会のほか、組合内に会計部・企画部・営業部・情報部を設け、毎月各部の進捗管理を行う理事会も行っていきます。

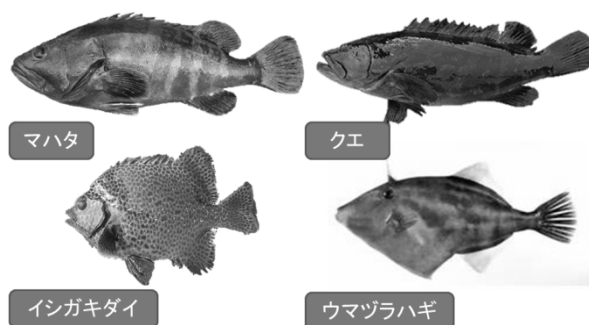
各組合員は愛媛県認定漁業士協同組合に加え各浜の漁業協同組合にも所属し、漁業権の漁場行使料を各漁協へ支払っています。

研究実践活動課題選定の動機

私たちが組合活動の目玉として考えていたのが、自分たちの裁量で販売が可能なマハタ、クエ、イシガキダイ、ウマヅラハギの養殖販売で、このうちマハタにもっとも力を注ぐことにしました。

マハタに取り組もうと思った理由は 3 つあり、1 つ目は、マハタの単価がマダイやブリ類の 2 倍以上する高級魚であること、2 つ目は宇和海の環境に適した魚種であること、3 つめはマダイやブリ類と異なり既存の流通網がないことでした。マハタは、クエの仲間の白身魚で、鍋や刺身商材に適した高級魚として認知されており、高値で流通しています。また、マハタはクエに比べ低水温に強く、クエよりも 1 年早く出荷サイズに育てることができ、愛媛県の水産研究センターでは 30 年以上の研究による豊富なノウハウをもち、認定士養成講座の実践研修で私たち自身も育てた経験があります。さらに、マハタは流通量がきわめて少なく、マダイやブリ類のような既存の流通網が形成されてないため、この魚を切り口に新たな販路開拓ができるのではないかと考えました。

生産・販売に取り組んだ新魚種



研究・実践活動状況及び成果

組合結成当初の活動

私たちの活動は最初から順風満帆だったわけではありません。これまで、私たち魚類養殖のプロとして品質のいい魚をいかに効率よく育てられるかということに心血を注いでき

ましたが、育てた魚を産地流通業者に出荷した時点で仕事が完結するため、自分たちの顧客＝産地流通業者であり、末端の消費者や小売業者との接点や意見を聞く必要はなく、対面販売や営業などの経験やノウハウもありませんでした。また、マダイやハマチと異なり、マハタは高級魚ではあるものの、その知名度は低く、既存の流通網を活用した大量出荷ができないため、販売価格も低迷し、価格下落を防ぐための臨時総会を開いたこともありました。

生産・販売のカイゼン

この状況を打破するため、高級魚であるマハタの位置づけを見直し、販売ターゲットを寿司店、イタリアンレストランなどの高級外食店やギフト商品などの贈答用に絞り込みました。その上で、①品質、②商品、③流通、④情報について、顧客目線で見直しを行いました。①品質については、安全・安心にこだわり、愛媛で生まれ育った魚の出荷、愛媛大学と共同開発した抗病性を向上させる餌の使用、HACCP 認証工場での産地加工を実現しました。②商品については、調理の手間を削減するため、従来の活魚出荷から、鮮魚出荷にシフトし、地元加工工場を活用した様々な業務用カット商品や、冷凍鍋セットの開発を行いました。③流通については、小口出荷に対応するため、宅配便を活用した個別発送体制を確立、組合 HP を活用したネット通販も行っています。④情報については、消費者の共感を得るため、パブリシティを積極的に活用した PR 活動や県内外での対面販売、ブログでの活動報告を行いました。

海の幸発信へ情熱



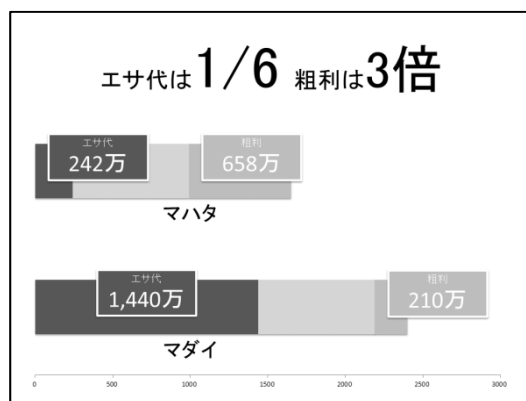
マハタ養殖 地域超え組合で販促

成果

この活動の結果、イタリアンレストランや首都圏のホテルとの取引が確立、鍋セットがお歳暮ギフトや株主優待商品として定番化するなど販路は少しずつ拡大し、平成 21 年に 950 尾だった取引尾数は、平成 24 年には 2,350 尾へ増加しました。また、マスコミへの露出やキンビールの全国キャンペーンとのタイアップにより、マハタそのものの認知度も上昇しました。

マハタ養殖に取り組むことで、どれだけの経営改善につながったのか、1 生け簀あたりの収益でマダイ養殖と比較検討しました（池入れ尾数は、マダイ養殖が 1 万尾/生け簀、マハタ養殖が 3,000 尾/生け簀）。なお、出荷までマダイが 2 年、マハタが 4 年かかるため、期間はそれぞれ 4 年間としました。売り上げは、マダイ養殖 2,400 万円、マハタ養殖 1,650 万

円と、4年間で2回出荷できることもあり、マダイ養殖の売り上げは、マハタ養殖の約1.5倍になります。一方、原価について検討してみると、餌代がマダイ養殖1,440万円、マハタ養殖242万円と、池入れ尾数の少ないマハタ養殖は、餌代がマダイ養殖の1/6ほどですみ、粗利では、マダイ養殖210万円、マハタ養殖658万円とマハタ養殖の優位性が明らかになりました。



今後、世界的な食糧不足にともない、飼料価格の高騰が想定されるなかで、マハタ養殖の優位性はさらに大きくなると感じています。

波及効果

これまで異なる漁協間で交流のなかった私たちですが、マハタ養殖への取り組みや販売や商品企画に連携させて取り組むことにより、消費者目線でのものづくりや販売のノウハウを得ることができ、若手漁業者のネットワークを構築することができました。

また、組合活動を支援している愛媛県や新しい餌の共同研究に取り組んだ愛媛大学と連携する体制を構築することができ、産学官連携の礎を築くことができました。

さらに、副次的にマハタ加工品を作っている地元加工業者にも、加工の仕事が生じることにより地元の雇用創出につながっています。

今後の課題や計画と問題点

これまでの活動により、マハタの出荷尾数や販売単価を上昇させることができました。現在7業者が、マハタ養殖に取り組んでいますが、さらなる収益の拡大を目指し、組合内での取り組みを広げていきたいと考えています。収益性の向上についても、加工の時に生じるマハタアラを利用した加工商品への取り組みを始めており、第1弾商品として「真ハタらーめん」を開発しました。



また、宇和島市の新たな郷土料理として「マハタふるるん丼」の開発を愛媛県立宇和島水産高校や宇和島市とも連携して行い、観光による地元貢献につながればと考えています。

私たちは、これまで家業の合間に営業活動を行ってききましたが、今後、事業規模を拡大していくためには、専門職員の雇用による営業部の強化が必要であると考えており、人件費捻出のため、さらに収益性を向上させ、利益を上げていくことが課題と考えています。