

決起！ そして未来へつなぐ「新鮮田布施」

山口県漁業協同組合田布施支店 水産加工グループ「新鮮田布施」

濱田 秀樹

1. 地域の概要

私たちの住む田布施町は、山口県の南東部に位置する、瀬戸内海に面した人口1万5,000人ほどの小さな町である（図1）。



図1 田布施町の位置

2. 漁業の概要

山口県漁業協同組合田布施支店は正組合員21人、准組合員19人、合計40人で構成されている。主な漁業は小型底びき網漁業、ひき縄釣り漁業、たて網漁業、主な漁獲物はハモやシタビラメ、サワラ、ブリなどであり、令和2年度の水揚げ金額は約9,600万円である。

組合員の年齢構成については、平成10年当時は50歳未満の割合が12%しかおらず、他の地区と同様に高齢化が進んでいたが、研修制度を利用して7人の新規就業者を受け入れたことで、現在では50歳未満の割合は25%にまで増加し、若返りが図られている（図2）。

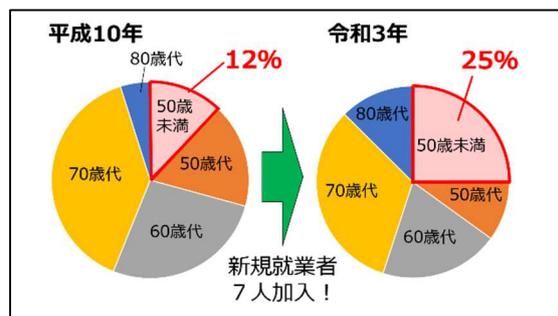


図2 田布施支店の年齢構成

3. 研究グループの組織と運営

「新鮮田布施」は山口県漁業協同組合田布施支店の漁業者有志とその家族によって平成17年に結成された、6次産業化に取り組む水産加工グループである。加工施設を整備するとともに、主力である小型底びき網漁業で漁獲された未利用・低価格魚を自分たちで加工し、付加価値を付けて販売することで収益性の向上を目指す取り組みを行っている（図3）。

漁を終えて港に帰ると、妻と手分けして、市場へ出荷する魚と加工向けの魚に選別

する。加工向けの魚は妻が加工施設に持ち込み、下ごしらえと加工を行う。下味とパン粉をつけて揚げるだけにしたフライ半製品（図4）やハモ・エソのミンチ、季節によってはシタビラメの一夜干し、エソ・カマスのみりん干しなどの製品に加工する。

加工した製品は、地元の農林水産物を販売している田布施地域交流館や毎週土曜日の午後3時から漁港で開催している昼市で販売する。また、地域イベントなどの際には移動販売車を使用して「新鮮田布施」として出店し、各製品を販売している。



図3 加工施設



図4 フライ半製品

「新鮮田布施」の取り組みを長年にわたって継続できた秘訣は、グループ設立前に3年間かけて検討した①自立、②実力主義、③品質、④安価の四つのポリシーを忠実に実行してきたことである。中でも①自立、②実力主義が特に重要と考えている。

(1) 「自立」について

「新鮮田布施」では各家族当たり100万円の出資をグループ加入の条件にするとともに、売り上げの11%をグループの共通経費として集め、加工施設の光熱費や修繕費、固定資産税などの経費に充てることで運営している。また、会計管理については誰でも簡単に入力作業ができるようにエクセルで簡単なシステムを作成するとともに、特定の人に負担が集中しないように会計担当を2年交代とするなど役割分担を行っている。このようにして、必要以上に漁協に頼ることなく、自分たちでグループの運営や施設の維持管理を行っている。

(2) 「実力主義」について

一般的なグループの取り組みといえば、グループの売り上げを均等割りして配分するため、頑張ろうが多少手を抜こうが収入は皆同じで、頑張った人が不公平に感じるといった問題が生じることがある（図5）。しかし、「新鮮田布施」の場合は、個人が販売した売上げは全てその人の収入になる仕組みとすることで、メンバーのやる気がさらに向上するとともに、商品に対する責任の明確化につながっている（図6）。

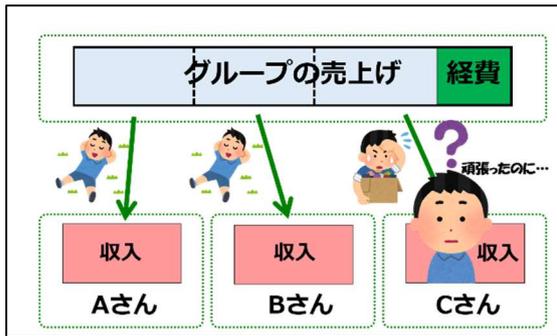


図5 一般的なグループの場合

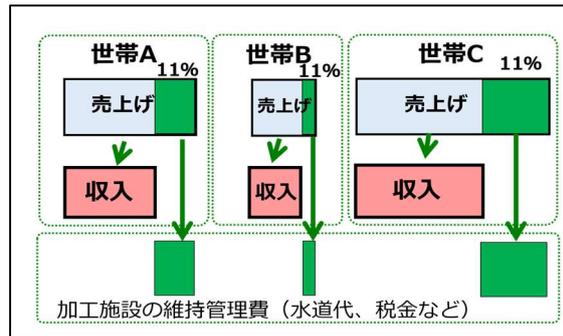


図6 「新鮮田布施」の場合

4. 研究・実践活動の取り組み課題選定の動機

取り組みを続けていく中で、グループ設立当初は想定していなかった「高齢化によるメンバーの減少」という問題が浮上した。平成17年のグループ設立時には8組の家族でスタートしたが、ベテランメンバーが高齢を理由に脱退していき、平成25年には5組にまで減少した。「新鮮田布施」では、加工施設の維持管理費をメンバーで負担することで運営しているため、メンバーの減少は一人当たりの負担の増加につながる恐れがあった。このため、「新鮮田布施」の取り組みを継続していくためにも、後継者として新規就業者を確保することが急務であった。

また、「新鮮田布施」の商品を対面販売する中で、お客さまから「この魚はどうやって料理するの?」、「この魚のおいしい食べ方は?」といった質問を頂くことがあった。私たち漁師の立場からすると、魚を料理することは日常であり、食卓に魚が並ぶことは当たり前の光景だと考えていた。しかし、お客さまの中には魚をさばくことができない人も多くおり、また、「新鮮田布施」が販売する商品は食卓になじみがない魚が多いため、料理方法に戸惑う人が少なくないことが分かった。このため、「新鮮田布施」の商品をより多くの人に食べてもらうためには、「新鮮田布施」が販売する魚のことやその料理方法などを知ってもらう必要があると感じた。

5. 研究・活動状況および成果

(1) 活動状況1：後継者の確保・育成

「新鮮田布施」の後継者の確保を目的として、田布施支店では平成26年に新規就業者1人を募集した(図7)。募集に当たっては、三つの条件を設けた。

一つ目は「貯金があること」。研修が終わって独立する際には漁船や漁労機器、漁具の整備といった初期費用が必要になるが、研修中に貯金することは困難であるため、受け入れ時にある程度の貯金があることを条件とした。



図7 新規就業フェアの様子

二つ目は「家族連れであること」。独立と同時に「新鮮田布施」に加入するためには家族、特に配偶者の協力が必要不可欠である。また、漁師を続けていくに当たっては、「家族を養う」という責任感が重要な原動力となるからである。

三つ目は「浜になじめること」。浜の行事はさまざまあり、漁師同士のコミュニケーションの場として非常に重要である。漁具の仕立てや操業方法など、独立後も先輩漁師から教わることは多々あるため、浜になじめるということは漁師を続けていく上で非常に重要である。

幸いにも概ね条件を満たす研修希望者と巡り会うことができたため、平成26年9月から私自身が指導者となって研修生1名を受け入れ（図8）、平成28年9月に漁師として独立させることができた。独立後は、夫婦で「新鮮田布施」に加入してくれたため、グループの課題であったメンバーの減少に歯止めをかけることができた。

現在は6組の家族で水産加工グループとしての活動を継続している。



図8 研修中の様子

(2) 活動状況2：田布施町ふるさと納税の返礼品に出品
平成29年には田布施町の協力で、「新鮮田布施」のフライ半製品がふるさと納税の返礼品に採用された（図9）。

さらに令和2年からは季節限定のシタビラメの一夜干しが追加され、商品ラインナップも充実してきた（図10）。

こうして新たな販売先が加わることで、売上の向上だけでなく、メンバーのモチベーション向上にもつながった。



図9 H29 田布施町ふるさと納税のパンフレット



図10 フライ半製品（左）とシタビラメの一夜干し（右）

(3) 活動状況3：料理教室の開催

令和元年には、魚食普及の観点から、委託販売先である田布施地域交流館とコラボレーションして料理教室を開催した(図11)。この料理教室では子供連れの家族23人が参加され、田布施地域交流館で販売している「新鮮田布施」の加工品をはじめとする地元の食材を使用し、漁師飯やイカゲソとブロッコリーの炒め煮、シタビラメの揚げ煮、エソ・イカ・エビのフライ、ハモミンチを使用したハンバーグなどを料理した。参加者からは好評であったため継続して開催する予定だったが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、地域イベントなどの実施が困難になったため、開催できない状況が続いている。



図11 料理教室の様子

(4) 活動状況4：学校給食への食材提供

令和2年にはコロナ禍でもできる魚食普及の取り組みとして、田布施中学校の3年生160名を対象に、学校給食の食材としてシタビラメの加工品を提供した(図12)。学校給食では丸のままの魚は受け入れてもらえないことが多いが、「新鮮田布施」は加工施設を有することから、学校側のニーズに応じた食材を問題なく提供することができた。給食を食べた生徒からは好評で、学校側からも今後も継続してほしいとの要望を頂いている。



図12 食材を提供する様子

(5) 成果1：取り組みの継続と地域に根差したグループへの成長

上述のような取り組みを継続してきた結果、今年で活動開始から15年が経過するが、一過性の取り組みで終わることなく、現在も活動を継続することができている。

また、「新鮮田布施」はもうかる漁業としての6次産業化だけでなく、魚食普及や地産地消といった地元根差した取り組みにまでその活動の幅を広げ、地元で広く認知されるグループとして成長することができた。

(6) 成果2：「新鮮田布施」の売り上げ向上

「新鮮田布施」の総売上額は平成27年の1,099万円から令和2年には1,835万円へ右肩上がりに増加している（図13）。これは、新規就業者が夫婦で「新鮮田布施」に加入してくれたことにより出荷量が増加したこともあるが、何より、新メンバーの加入という刺激が他のメンバーのモチベーションの向上につながったことが要員のひとつである。

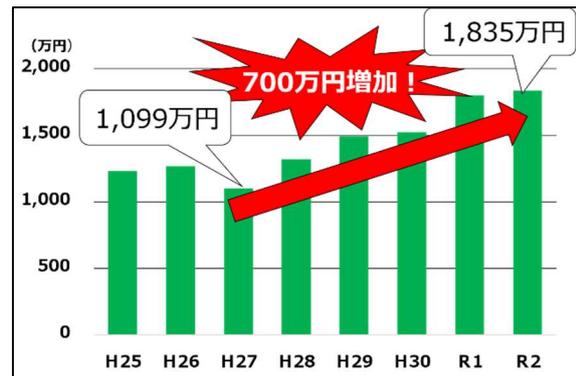


図13 「新鮮田布施」の総売上額の推移

6. 波及効果

(1) 新規就業者の受皿として

独立して間もない新規就業者は、ベテラン漁師に比べると技術的に未熟なため思うような水揚げができず、経営が安定しない傾向にある。しかし田布施支店の場合は、たとえ水揚げが少なかったとしても「新鮮田布施」の加工販売で収入をカバーすることができるため、新規就業者の経営安定に貢献することができている。

当初は「新鮮田布施」の取り組みを継続するために新規就業者の受け入れを行った面があるが、実際に新規就業者を受け入れてみると、「新鮮田布施」の取り組みが新規就業者の受け皿として非常に重要な役割を果たしていることを実感した。

(2) コロナ禍における武器として

この2年、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、市場価格の低迷が続いており、漁家経営は苦しい状況に立たされている。しかし、「新鮮田布施」の取り組みは市場価格の影響を受けにくく、私たちの収入の下支えに大きく貢献してくれている。

私たちは市場出荷を基本としているが、「未利用魚・低価格魚の加工販売」という市場出荷以外の販売方法を確保していたことが、コロナ禍において非常に大きな武器となったのである（図14～図17）。



図14 販売先1：田布施地域交流館



図15 販売先2：昼市



図16 販売先3：移動販売



図17 販売先4：ふるさと納税

7. 今後の課題や計画と問題点

今から15年前、「もうかる漁業」を目指して立ち上げた「新鮮田布施」の取り組みは、漁業者による6次産業化という一つの漁業経営スタイルを確立した。しかし、高齢化によるメンバーの減少や新型コロナウイルスという未曾有の事態を経験したことで、「持続可能な漁業」の必要性について身をもって実感することができた。

「新鮮田布施」が新規就業者を育て、その新規就業者が「新鮮田布施」を育て、未来へつないでいく。そうした理想のかたちを目指して、私たちはこれからも活動を続けていきたい。