

## 漁師の会社 (同)大兵食品

～漁師による6次産業化の取組～

合同会社大兵食品 原将明

### (1)地域の概要

周南市は山口県の東南部に位置する人口 14 万人の都市で、瀬戸内海に面した臨海地域は瀬戸内工業地帯のコンビナートが立地するなど、山口県では有数の工業地帯である。一方で昔から漁業も盛んであり、周南市給島はふぐ延縄の発祥の地でもある。



図1 位置図

### (2)漁業の概要

私が所属している山口県漁業協同組合周南統括支店の正組合員は 101 人で、主な漁業は、小型底びき網、延縄、小型定置網等である。(図1)

### (3)研究グループの組織と運営

(同)大兵食品は令和3年に周南統括支店の漁師で立ち上げた食品会社で、代表者は私で、社員数は7名である。

主な事業は鮮魚の加工販売で、ハモなど水産物を自ら漁獲し、もしくは周南地域の漁業者から買い取りし、加工から販売を手掛けている。

(図2)

会社概要	
会社名	合同会社 大兵食品
所在地	周南市晴海町4-3-3
代表者	原 将明
設立日	令和3年5月14日
社員数	7名
事業	鮮魚加工・販売ほか

The image shows the exterior of the Taihei Foods building with a sign that reads '合同会社 大兵' and 'Fishermen's Company'. To the right is the company logo, which features a circular arrow and the text 'TAIHEI FOODS' and 'つながる。つなげる。'.

図2 (同)大兵食品の概要

### (4)研究・実践活動の取組課題設定の動機

私は周南市に隣接する山口市の山間部にある徳地の出身で、現在 43 歳、30 歳の時に漁業研修制度を利用し、2 年間の研修を経て漁師となり、現在は、夏はハモ延縄、冬は小型底びき網を営んでいる。

漁師の世界が甘くない事は分かっているつもりでこの世界に飛び込んだが、就業してみると、思っていた以上に厳しいことを痛感した。

まず1つ目は漁獲が不安定ということである。時化で漁に出られないことも多く、出漁しても底びき網ではクラゲに悩まされたり、延縄では潮が速いと食いが悪かったりと、海の条件が悪いと思うように魚が獲れない。

2つ目は魚価の低迷である。魚の価格はセリで決まるため安定せず、更には、その日の市場への水揚げ状況によっては安くたたかれてしまうこともある。

また、自分が獲った魚が誰かの食卓に料理として並べられ、喜んで食べているというイメ

一じがわからず、自分が獲っている魚が消費者に喜ばれているのか、消費者の需要があるのかさっぱり分かっていなかった。

ある時、そういったことを漁協の橋本運営委員長に相談したところ、「確かに、市場に出荷して終わりでは消費者の顔が見えるわけがない。だからと言って、消費者に対して直接販売しようにも、我々が漁獲するハモは丸のまま買う魚ではない。現在、業者任せとなっている加工から販売まで、自分でやれば消費者の顔が見えるようになるのではないか」との、アドバイスをもらった。

また、さらに「漁獲から加工・販売までを一体的に取り組むのであればいわゆる6次産業化ということになるが、一緒にやってみないか」との提案をうけた。

確かに、6次産業化をする事で、時化や海の条件が悪い時、休漁期などは加工ができる。そして自分で加工・販売すれば、市場の価格変動に左右されず、付加価値をつけて売ることが可能となり安定的な収入が確保できる。また、自分たちで売ることによって消費者の顔を直に见ることができるし、おいしさを直接、伝えることで魚食の普及につながる。

いいことづくめのように思え、まずは自分たちが獲っているハモで6次産業化に取り組むこととした。

#### (5) 研究・実践活動の状況及び成果

ご存じのとおりハモは、歯が鋭くとても凶暴な魚だが、味は大変美味である。代表的な料理はハモの湯引きであり、京料理には欠かせない食材で、高級なイメージがある。

ハモの体には約3,500本と言われる骨があるため、古くから包丁で細かい切れ込みを入れて小骨を切断する「骨切り」という下処理をして食べられている。これをしないとハモは食べられないのだが、手間がかかる魚であるからこそ、魅力や可能性を感じた。

また、周南地域ではハモが夏から秋にかけて多く漁獲されるので、原材料を安定確保することができると思込めた。(図3)

ハモは県内の他地域では主に底びき網で漁獲されているが、周南はふぐ延縄発祥の地ということで、伝統漁法である延縄での漁獲も多く、延縄で漁獲されたハモは「釣りハモ」と呼ばれている。

釣りハモは1つ1つ丁寧に扱うため、擦れが少なく、打ち身がないため真っ白い身をしており、湯引きにしても身崩れが少ない。この特徴は、他と差別化できるものと考え、「釣りハモの骨切りフィレ」を商品化した。(図4)

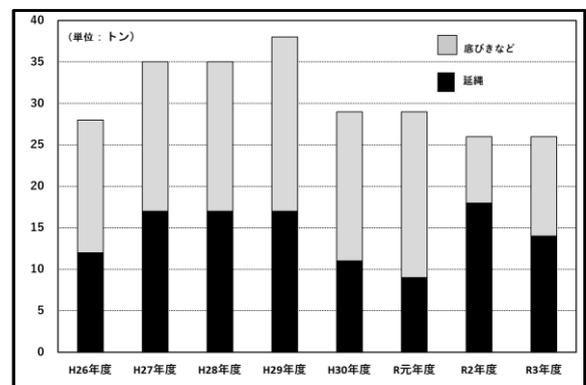


図3 周南地域のハモ漁獲状況



図4 釣りハモの骨切りフィレ

「1日も早く加工施設を作ってバンバン売っていきたい！」と考え、漁協に相談に行ったところ、当時の藤村統括支店長から、「いきなり大金をかけて加工施設を作ると失敗したらどうする！まずは自分たちの力だけでやってみろ。結果が出れば、相談に乗ってやる」と言われてしまった。

出鼻をくじかれたような気がしたもの、冷静に考えると、確かに自分たちは加工や販売について素人で、思いばかりが先走り、具体的なプランは何も考えていないことに気付いた。そこで頭を冷やし、まずは自分たちの力だけでどこまで出来るのか考えることから始めることとした。

市場でバイヤーに話を聞くと、目利きの難しさ、骨切りの大変さ、習得まで時間がかかることなど、加工には多くのハードルがあることが分かった。販売についても、冷静に考えると、店舗を持たない自分たちがいきなり販売などできるわけがないと思えた。

そこで、最初は加工業者や地元のスーパーの協力を得ながら取り組むこととし、加工業者の加工施設を借りて、市内のスーパー向けの1kgパックづくりから始めることとした。販売先を市内のスーパーとしたのは、ハモの多くが活魚として関西方面に出荷されていたことから、地元こそ、消費拡大の余地があると考えたためである。

狙いどおりスーパーでの販売は好評で、1kgパックの生産数も順調に伸びていった。今後、更に取りを拡大するためには、社会的信用度を高めておくべきと考えたことから、令和3年5月に、漁師の会社として合同会社大兵食品を設立した。

地元のマルシェ・イベント等にも出店し、少しずつではあるが、私たちのハモ商品を直接消費者に届けることができるようになってきた。

(図5)



図5 イベントへの出店

その頃、たまたま地元の底びき網漁師と話した際、「自分たちのハモも買取りできないか」という声を聞く機会があった。

ちょうど新商品開発の構想があり、そのためには材料が必要になってくること、また(同)大兵食品が安定した値段で買い取りすることで地域の漁業者の収入安定にも繋がると考え、買い取りを始めることとした。

新商品をどんどん開発して事業を拡大するためには、どうしても独自の加工場が必要となる。この頃になると自分たち自身が「この取り組みを続けられる」と自信が持てたことから、再度、漁協に相談に行ったところ、藤村統括支店長から「お前たちの熱意は解った。漁協もできる限りバックアップをしてやる」との返事をいただき、県や市の協力も得ながら、新商品開発・販路開拓と加工施設の建設に取り組むこととなった。

新商品の開発については、まず、「釣りハモの骨切りフィレ」の加工の際に出る切れ端を有効利用するため、皮は唐揚げに、切れ端の身の部分はミンチに加工することとした。

新しく買い取りを始めた底びき網のハモはパン粉をつけて「はもかつ」にし、その「はも

かつ」を使った「はもかつバーガー（図6）」を考案した。

そして骨切りフィレやミンチは、業務用として飲食店や量販店向け、皮唐揚げやはもかつバーガーはマルシェ等で販売する一般消費者向けと位置付けた。

商品開発・販路開拓等のソフト面及び施設機器整備等のハード面を積み上げた当初費用は約1,900万円となった。

収支計画を策定するにあたり、既存の取引先と新商品の需要調査を行う中、施設整備後、営業利益として約6年での回収を見込む計画を立てた。

厳しい計画ではあるが、既存の取引先があったことで、事前に市場評価・ニーズ調査等が実施しやすかったことから、マーケットイン商品として計画数字を策定しやすかった点は良かったと思っている。

加工施設は、水産市場内に建てるということで、様々な許可の取得が大変だったが、関係者の尽力により、令和5年3月20日に無事竣工することができた。（図7）

施設内にはハモの骨切り機、急速冷凍機、金属探知機、大型冷凍庫などが設置されており、新たな商品開発やその量産化に取り組むことができるようになった。

施設整備後も、引き続き衛生管理の専門家に定期的にチェックしてもらい、作業する上での問題点、改善点など指導を受けながら食の安心・安全に向けて取り組んでいる。

また以前にも増して積極的にマルシェ、イベント等に参加し自分たちの活動を知ってもらうことで、地産地消・魚食普及に繋げ、併せて量販店向け加工も続けて行くことで、少しずつ会社として地域に定着してきたと感じている。（図8）



図6 はもかつバーガー



図7 完成した加工施設



図8 イベントへ積極的に出店

そして一昨年の夏、食品ロスの観点からできたハモミンチを使用したハモの坦々風冷やしうどんを作り、周南市長に報告した。

ハモの骨で取った出汁に、肉味噌風に仕上げたミンチと湯引きを乗せたハモづくしのうどんで、市長からは「ハモたんうどん」という素晴らしい名前をいただいた。(図9)



図9 ハモたんうどん

さらにこの名前をヒントにできたのが、「ハモたんさんちの鰹だし醤油の素」である。(図10)

海の恵みである大切な命をいただくからには、その食材を余すことなく使いたい。そんな思いが私たち漁師には強くある。

そのため、加工時に出る切れ端や未利用部位を活用し、食品ロスの削減に取り組む商品にも力を入れており、ロス削減のオリジナルロゴを作成して、商品開発を進めている。



図10 オリジナルキャラクター「ハモたん」

これはハモの骨を利用した商品だが、オリジナルキャラクター「ハモたん」をシリーズ化し、様々な展開を検討中である。

こういった遊び心のある商品も、「自分たち自身」が楽しみながら作っている。

昨年4月には、周南市青果市場に、水産加工品や地元産野菜、花卉等の販売店、「3+SUN ぷらす」がオープンした。弊社も経営に参加しており、営業は土日のみだが、念願であった、消費者へ直接販売する常設店が実現した。

また、道の駅ソレーネ周南の鮮魚店「それーね丸」の店舗運営を開始する等、ようやく消費者の顔が見えるようになってきた。(図11)



図11 市場の駅「3+SUN ぷらす (左)」と道の駅ソレーネ周南の鮮魚店「それーね丸 (右)」

加工品の種類も増え、現在では、ハモに加え、周南名物であるマダコやフグを使った加工品も弊社の製品に加わった。(図 12)



図 12 たこ唐揚げ (左)、ふぐ唐揚げ (右)

会社の売り上げも順調に伸びており、令和 5 年度の売り上げは、2,200 万円と令和 4 年度の 1.2 倍となった。また本年度は上半期だけで売り上げ 2,100 万円と、このままのペースでいけば、5 年度の売り上げを大きく上回ることも間違いなしである。(図 13)

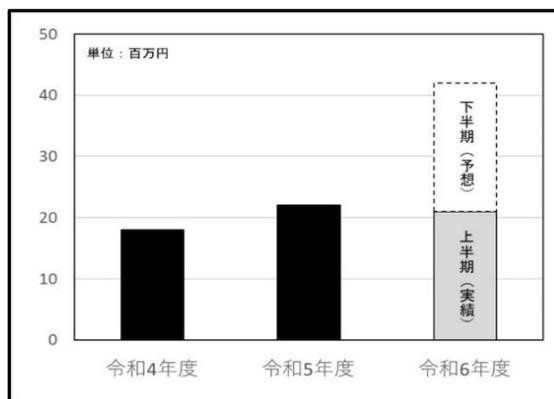


図 13 (同)大兵食品売上額の推移

#### (6)波及効果

現在(同)大兵食品が取り扱っているハモの量は年間 7 トンと、周南地域で漁獲されるハモの約半分を取り扱うようになり、地産地消に貢献している。

また、市場においてハモの単価が安定しないことが多い中、弊社が安定した価格で買い取ることにより、漁業者の計画的な操業や収益の安定化に繋がっている。

加えて、弊社の取組が拡大することによる派生的な効果として、市場のハモ単価が、小型底びき網で 397 円/kg から 427 円/kg に、延縄で 477 円/kg から 629 円/kg に向上するなど、漁村地域の活性化に寄与している。

山口県漁協のギフトカタログ「浜だより」に、(同)大兵食品の「“漁師考案” 周南産釣りハ

モフライと真だこ唐揚げセット」等が掲載され、周南地域にとどまらず県内全域での認知度も向上している。

水産業以外の食品会社と連携して商品開発を行うようになり、既に販売中のタコを使った「漁師のピザ」の他にも、フグを使ったカレー等を検討中である。(図 14)



#### (7) 今後の課題や計画と問題点

最近では地域貢献にも力を入れており、まずは我々漁師の生産活動の源である海的环境保全のため、徳山港に着く貨物船が荷物を陸揚げする際に海に流出した浮遊物の除去に、会社として取り組み始めた。

また地元産水産物の消費増大につながることを願い、子供食堂へ弊社製品の無償提供を行っている。

水揚げの不安定さにより、将来への不安を持つ漁業者に対して、弊社が出荷先となり、所得を安定させることで、地域の活性化に繋がっていきたい。

そのためにも私たち(同)大兵食品は、これからも地産地消にこだわりながら、消費者に食の安心と安全を届けられるよう、頑張っていく。