

報告

地域産業研究会 平成 23 年度 第 14 回食の討論会 講演

地域水産資源の販路拡大と技術士のできること 乙部、寿都、穂別での地域資源を使った商品開発と販路拡大の経験から

置 谷 勝 雄

1. はじめに

昭和 49 年から海洋調査に携わり平成 12 年に現在の会社を設立しました。平成 18 年、知人の紹介もあり、道内における海洋関連の業務経験、寿都町を核とした研究会活動、および時代背景もあり水産資源を活用したまちづくりの一環として、地域資源の販路拡大事業に取り組みました。

私としては初めての分野で、試行錯誤の連続でしたが、関係者のご協力により行うことができました。ここでは取組み結果から得た体験の一端をご紹介します。

2. 海は誰のもの(漁業権の変遷)

江戸時代には、封建制度の完備により各領主が漁場を領有することとなり、寛保元年(1741 年)律令要略の「山野河川入会」には、国内初の漁業権制度が見られます。

【律令要略「山野河川入会」：寛保元年】

- ・村並之獵場は、村境を沖え見通し獵場の境たり
- ・磯獵は地附次第なり、沖は入会
- ・川は附寄次第に随い、中央境たり

江戸時代の漁業権は、封建領主が地先水面を領有し、磯獵場として漁業の権利を村に与えた「一村専用漁場制度」です。また、封建領主が漁場の一部を経営能力のある特定の者(名主等)だけに特定の漁業(定置網、敷網、のり養殖等)を許可し、これが代々「網元」として承継されました。

これに対し沖漁場は、領主の所領領域でなく、村や漁業者の物権的な財産権の対象としない、誰でも自由に漁業ができる場と定め、「沖は入会」「魚獵入会

場国境の無差別」としていました。

この漁業権の権利思想、境界線や漁場範囲設定の考え方は、明治、昭和へ引き継がれ、終戦後の昭和 24 年公布の現行漁業制度(漁業法)に反映されています。

【現行の漁業制度(漁業法)】

①漁業権漁業(海面、内水面)

- ◆共同漁業：第 1 種～第 5 種、◆定置漁業
- ◆区画(養殖)漁業：第 1 種～第 3 種)

②許可漁業

大臣許可漁業(指定漁業)、知事許可漁業

③自由漁業

小規模な釣り漁業、はえ縄漁業等

なお、天然状態にある無主物である水産動植物を人が所持することは誰にも許されますが、水産動植物を現状維持するために漁業者が費やしている資金と努力を考慮した場合、むやみに漁業者以外が所持することは許されないと考えます。

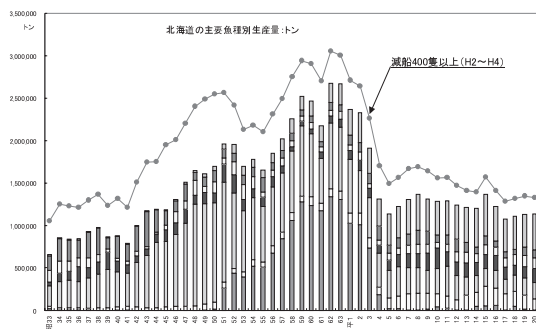
3. 北海道の水産業の現状

漁船の大型化、木造船から FRP 船、漁具・魚群探査機器・位置認識装置の進展により北海道の漁獲量、金額は国内一位のシェアをしていますが、排他的経済水域の設定、公海での沖獲り禁止、TAC 制度等により減船が進み、遠洋・沖合での許可漁業による漁獲が著しく減少しました。

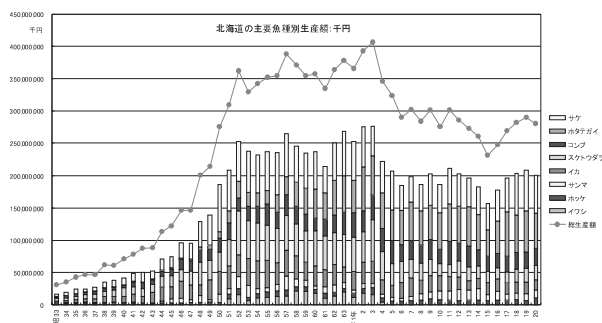
これに対し沿岸での漁業資源管理や増養殖事業の取組みにより資源量減少に努力をしていますが、地球温暖化や密漁などの要因もあり、先行きは予断を許さない状況にあります。

図－１は、昭和 38 年からの北海道における多獲 6 魚種(ホタテガイ、スケトウダラ、サケ、ホッケ、サンマ、イカ)の漁獲量の変化を示していますが、平成 3 年を境としたイワシの激減が顕著であり、同時期に減船が 400 隻以上に達しています。

図－２は、多獲 6 魚種にコンブを加えた多額 7 魚種の漁獲金額の変化を示していますが、イワシ激減の影響は大きくありません。ホタテガイ・サケ・コンブの安定的生産、グラフには示していないカニ、エビ、ウニ、ナマコ等の高単価魚種の生産、及びタラ、タコ、カレイ類等の生産が漁獲金額の極端な減少を抑えています。これらの漁獲量も横這い・減少傾向にあり厳しい状況です。



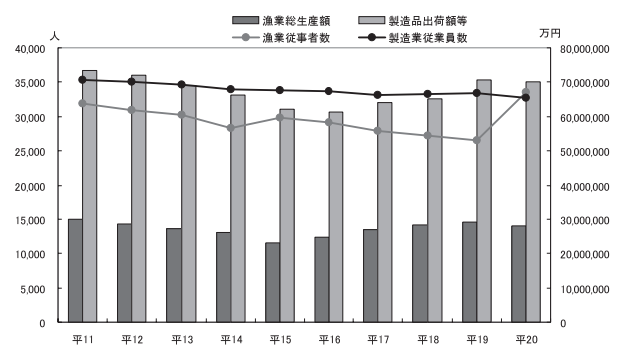
図－１ 多獲6魚種の漁獲量変化(トン)



図－２ 多獲7魚種の漁獲金額変化(千円)

水産業には、漁業と水産加工業を含みます。

水産缶詰・瓶詰製造、海藻加工、水産練製品製造、塩干・塩蔵品製造、冷凍水産物製造、冷凍水産食品製造、その他の水産食料品製造の水産関連製造業の生産額は、漁業生産額の 2 倍以上を示し、雇用面を含め水産業に大きな役割を果たしています。水産加工業を進展させることが、北海道の水産業を進展させるキーポイントと言えます。



図－３ 漁業生産額と水産加工出荷額および従業員数

4. 地域水産資源の販路拡大

(1) 新経済成長戦略が追い風

平成 18 年 6 月、小泉政権下で示された新経済成長戦略や同年 7 月の骨太の方針 2006 では、地域資源活用企業化プログラムを創設し、地域の中小企業の知恵とやる気を活かし地域資源を活用した中小企業の新商品・新サービス開発等を促進し地域経済の回復の遅れ取り戻すことが決定された。これに伴い地域中小企業の活性化策として、「地域経済活性化 F / S 事業」や「小規模事業者新事業全国展開支援事業」が創設され、現在は「農商工連携事業」として引き続き継続されています。

(2) ブランド商品をつくり売れるところで売る

政府による地域中小企業の活性化策を利用し、北海道の優位性を示す水産業を促進させ雇用増進と地域経済の向上を目的に、地域資源を利用したブランド商品(売れる商品)づくりを、地域の中小水産加工事業者と取り組みました。

ブランドは、マーケティングコストの軽減、流通交渉力の強化、業種間競争力の優位性の保持で効力を発揮します。

北海道自体が、自然環境や安全安心の農水産物提供面でブランドであり、古くは京都・大阪の日本の食文化を支えた歴史もあることから、北海道の水産資源はブランドに成り得る要素を多く持っていると考え、地域商品の開発目標をブランド化と考えました。

開発する地域商品は、地元認知→札幌圏での認知→首都圏での認知の方向性とし、地域住民、全国の

富裕層、北海道への観光客、健康意識の強い消費者等を顧客ターゲットと設定しました。

(3) 釣りたら子『玉粒』：乙部町

昭和30年、乱獲により乙部町のすけとうだらは絶滅し、昭和40年までの10年間、漁業者は家族全員で礼文島へ引越し漁をしました。この辛い経験を糧に乙部の漁業者は、すけとうだらの資源管理を徹底的に行い、釣り(はえ縄)漁のみで操業し親魚の保護に努めています。また、伝統的なたら子製造技術は今も継承され、宮内庁御用達の商店へも出荷しており、生たら子は博多明太子の有名店に出荷され、高級明太子としてブランド商品となっており、有名店の経営安定に寄与しています。

乙部町の伝統的製造技術と有名店での販売実績、漁業者の意識水準の高さが乙部たら子を高級商品としての位置付けを確立できる判断し、一腹のみをパッケージした天然・無着色たら子『玉粒』を開発しました。

(平成18・19年：乙部町商工会実施事業)



(4) ほっけ魚醤『寿都のだし風』：寿都町

ほっけは、寿都町の漁獲量の60%以上を占める特産魚種です。しかし、小型サイズのほっけは、魚価が伸びず高付加価値化が求められており、水産加工場でのほっけ加工残滓も産業廃棄物としての処理費が課題としてありました。

魚醤の利用文化は北海道では乏しいですが、隠し味としての効果は抜群で、魚醤製造が道内各地で進められていた経緯もあり、付加価値付け・廃棄物リ

サイクルの観点も含め、ホッケ魚醤『寿都のだし風』を開発しました。

なお、魚醤を利用した干し魚も併行して開発しました。(平成19年：寿都商工会実施事業)



(5) つみれ汁セット『とと花つみれ』：寿都町

『寿都のだし風』の開発経緯から、「ほっけの町：寿都」のブランド化の気運が町内で高まりました。魚醤利用の第二弾商品として、水産加工業協同組合から要望があり、ほっけすり身、どんじゃ海苔(寿都特産岩海苔)、魚醤利用のだし汁をパッケージした、暖めてすぐ召し上がれる「つみれ汁セット：とと花つみれ」を開発しました。

とと(魚)偏に花と書いてホッケと呼びます。

(平成20年：寿都水産加工協実施事業)



(6) シーベリー『奇跡の果実』：むかわ町穂別

シーベリーは、モンゴル、ロシア等の北方砂漠乾燥地を原生地とするグミ科植物で、シーベリーの名前は日本国内で命名されたものです。

ビタミン、ミネラル、アミノ酸等を多く含み、機能性植物として原生種のある国々では古くから利用されており、ロシアでは宇宙食にも利用されています。建設業の(株)遠藤組が、平成 18 年から輸入苗を購入し、自社農場で独自栽培に取り組み、生産量は国内一位にあります。

国内使用実績のないシーベリーを、果汁飲料・ペースト・シャーベット・菓子類・ビネガー等の食品利用、種子・葉のコスメチック利用等の商品開発に取り組みました。

(平成 20 年～ 22 年：(株)遠藤組実施事業)



5. 地域資源の販路拡大で技術士ができること

上記に示した商品開発では、専門領域にある道食加研や装置メーカー、専門家、高専の指導、及び先進地事業者の協力を得ながら進めました。

製造面では、商品サイズ、作業時間の効率化、食品製造免許、製造装置の洗浄等、販売面では価格設定、販売場所、卸の介在、包装材等の問題点が表面化し、その都度、関係者の経験を踏まえた判断を行い商品開発にたどり着いた次第です。

食品製造や販売の領域では、工学系技術士の技術が発揮できる場面は限られていましたが、商品流通の現状(商社・卸、百貨店、スーパー、ネット商社、イベント企業)を知り得た状況から、できることの一部が見えてきました。

また、乙部町・寿都町では商工会傘下の企業集団を、むかわ町穂別では(株)遠藤組という一企業を対象とした商品開発事業でしたが、コーディネーターとしての技術士ができる領域は、以下に示す範囲と考えられます。

【技術士ができること】

◆違う視点からのアドバイス

- ・衛生管理・品質管理の徹底とコンプライアンス意識を浸透する
- ・行動の起し方とトータルな考え方を持つことの指導と支援

◆決断への相談役・支援者

- ・事業参加者のやる気(モチベーション)を高める役割を最優先する
- ・やる気のある事業者をリーダーに選出し、信頼を得よう協力する
- ・メンバーからの脱退者は引き止めない
- ・基本的な危機感を共有する
- ・反省→改良→再チャレンジを続けるため支援する
- ・商品(事業)決定後はスピードアップが重要なため、事業計画策定を徹底的に協力する

地域資源はブランド予備軍であり、認知度が向上して初めてブランドとなります。このため、商談会出店など地道な努力が必要となります。

新商品開発には、商品の嗜好性トレンド、商取引の習慣、物流、味、価格、デザイン、アイデア等多くの要素が絡みますが、売れる商品製造は誰にも解らない部分です。また、商品発生のストーリー性も重要ですが、販売時に説明員が必要となり価格に反映するなどの問題もあります。

本紙面で紹介しました商品開発に際して、販売段階まで到達しなかった商品も沢山ありました。

その中に、留萌市でのえび煎餅『夕陽焼き』がありましたが、今年 4 月から事業者の熱意で一部のみ製造販売を開始した商品もあります。

本文は、商品 PR 要素も含まれていますが、各地域で頑張っておられる事業者の心意気をご理解の上、お買い求めいただけると幸いです。

宜しく願い申し上げます。

豊谷 勝雄 (たまたに かつお)

技術士(応用理学)/総合技術監理部門

マットコンサルタント株式会社

