

## 伊勢海老の販路拡大に向けた取り組み ～6次産業化への挑戦～

紀南漁業協同組合  
長山 大輝

### 1. 地域の概要

紀南漁業協同組合管内は、三重県南端の御浜町～紀宝町であり、紀伊山地を背に広大な熊野灘を望む自然豊かな地域である。温暖な気候を利用したみかん栽培が盛んであり、「年中みかんのとれるまち」として地域のPRを行っている。沿岸部には、南北に長い海岸(七里御浜)が広がっており、天候によって大きく変化する熊野灘の様子を見ることができる。最南端の和歌山県との県境には、一級河川の熊野川が流れており、山からの豊富な栄養分が熊野灘へと注がれている。全国でも有数の多雨地帯によって育まれる豊かな山からの恵み、沖を流れる黒潮からの恵みが良好な漁場を形成し、地域漁業を支えている。

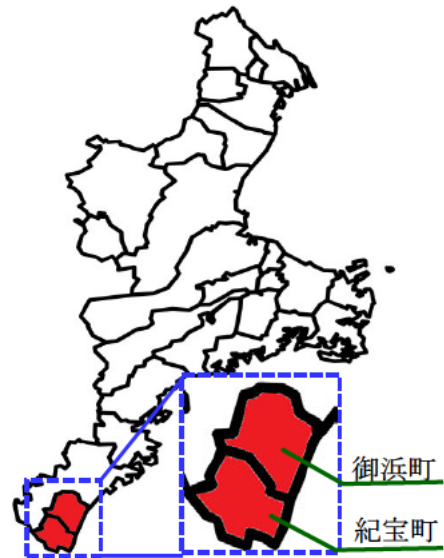


図1：三重県地図

### 2. 漁業の概要

紀南漁協は、御浜町阿田和(あたわ)地区、紀宝町井田(いだ)地区、鶺殿(うどの)地区の3地区から成り立っている。正組合員数63人、准組合員数148人の漁協である。漁船の発着港は、鶺殿地区にある鶺殿港(港湾)のみであり、ここを拠点に漁業が行われている。主な漁業は、定置網漁業、刺し網漁業、一本釣り漁業等であり、冬場にかけては、ブリやイセエビ等の漁獲物が水揚げされる。漁獲量は多くはないが、アマダイの刺し網やアカムツ(ノドグロ)釣り等、高級魚を対象とした漁業も行われている。紀南漁協における平成26年度の水揚げ量は約923t、水揚げ金額は約2億9,000万円で、定置網漁業が水揚げの多くを占めている(図2)。

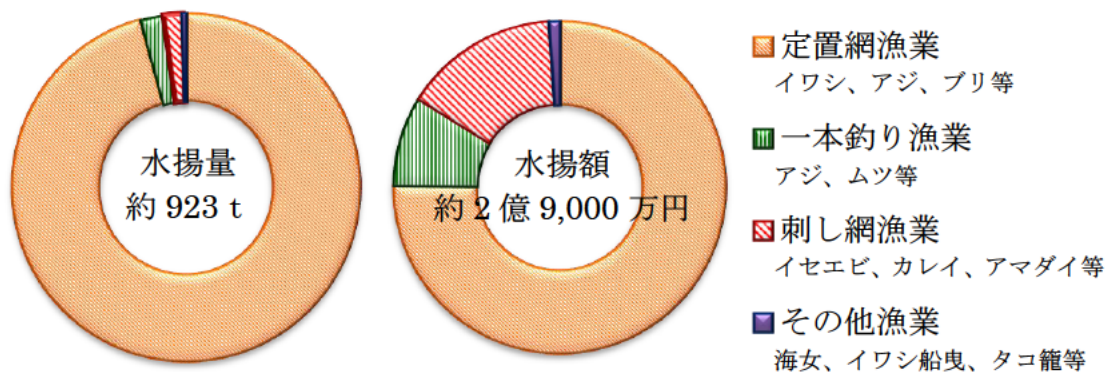


図2：紀南漁協における水揚げ量及び水揚げ金額(H26年度)

### 3. 研究グループ組織と運営

紀南漁業協同組合の組合員である長山行文(父)と私は、御浜町阿田和地区でイセエビ刺し網漁業を行っている(図3)(図4)。親子でそれぞれの船を持ち、互いに切磋琢磨しながらイセエビを漁獲している。イセエビ漁業の漁期は、10月~4月の7ヵ月間であり、漁期始まりの10月から年末にかけて最盛期を迎える。

イセエビを漁獲するだけでなく、加工や販売も親子で手がけており、所有している漁船名から取った「文恵丸水産」という名前で活動を行っている。漁の合間を縫って、直販している取引先への出荷作業や冷凍加工品の製造、展示会への出展、販路開拓を行う等、活動は多岐にわたる。現在は、漁獲したイセエビの直販等、今までとは違った流通形態を実践している。



図3:「文恵丸水産」代表 長山 行文



図4:「文恵丸水産」長山 大輝

### 4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

これまで、漁獲したイセエビは産地市場に出荷し、セリにかけていた。近年は、漁業者の減少や水揚げ量、魚価の低迷等により、地域漁業が衰退しつつある。そこで、この状況に歯止めをかけたい、自ら漁獲したものの価値を高めたいという思いが芽生え、15年程前から漁の合間を縫って新たな販路開拓を始めた。一漁業者であることから、営業活動の経験もなく初めは試行錯誤していたが、以前から交流のある他分野(農業、畜産業、企業等)の仲間の紹介やコネクションを通じて、飲食店を中心に販促活動の場を広げていくことができた。結果、伊勢海老の品質、価格を認めてくれるホテル料理店や飲食店等と直接取引するようになった。その中で、5年程前から年中伊勢海老を出荷することができ、在庫管理もし易い冷凍加工を施した商品の開発、販売を行ってきた。

平成27年度末には、農林水産省による6次産業化の総合化事業計画認定を受けた。このことをきっかけとし、新たな商品の開発、今後更なる販路拡大を進めていこうと考えている。また、この活動が地域漁業振興のきっかけとなるよう、県南部地域の特徴、新鮮な水産物についてもあわせてPRしていきたい。

## 5. 研究・実践活動状況及び成果

### (1) ホテル料理店等への販促活動

自ら漁獲したイセエビの価値を高め、市場流通以外の可能性を見いだすため、新規販路開拓としてホテル料理店等への販促活動を始めた(図5)。以前から交流のある他分野(農業、畜産業、企業等)の仲間の紹介をきっかけとし、直接ホテル料理店等に足を運び営業活動を行った。漁業者であることから営業経験が乏しく、初めのうちはどのように商品(「活伊勢海老」)の説明をすればよいか分からず試行錯誤した。その中で、漁業者だからこそ伝えら



図5：ホテル料理店への販促活動

れる事があるということに気づいた。それからは、実際自ら漁を行っている地域の特徴や、漁法、漁の様子等について写真等を交えながら説明し、商品とその背景にあるストーリーをセットにして営業活動を行うことにしている。豊かな自然環境で育った安全、安心で新鮮な「活伊勢海老」を漁業者から直接提供できることが一番のアピールポイントである。営業活動を通じて、自らの商品について自信を持って説明できるということが、販路開拓において重要であるということが分かった。加えて、取引先には定期的に足を運んで、食材を扱う料理長等に提供している商品の品質確認、要望の聞き取りを行うことや展示会等で消費者側の意見を聞く機会を作ることも大切だと考えており、実行するようにしている。

地道な営業活動の結果、現在では、ホテル料理店を中心に10店舗程度の飲食店と取引を行うまでに至っている(図6)。直接飲食店と取引していると、店舗や時期によって、月々の注文量が大きく変動する状況が見受けられる。安定的な取引ができるよう、最近では通年イセエビのメニューを取り扱っている店舗に対して、毎月一定量の商品を納入する取り組みも始めている。現在のところ、漁獲したイセエビは全て飲食店等に直販することができており、以前よりイセエビの価値向上が図られていると考えている。



図6：ホテル料理店での伊勢海老メニュー例

### (2) 高品質急速冷凍機を使用した加工及び販促活動

(1)で説明したような販促活動を行う中で、「活伊勢海老」だけでなく、冷凍等の加工を施した商品開発の必要性を感じるようになった。漁獲したイセエビは、漁獲時のストレスの軽減や出荷量調整のため、陸上の水槽で一定期間畜養している。畜養する期間が長い程、死亡や身痩せが起る等多くのリスクが発生する。そのリスクを軽減し、在庫

管理をし易くするため、5年程前に冷凍処理を施した加工品である「冷凍伊勢海老」を開発した。冷凍処理を施す際は、イセエビにストレスがかかりにくい方法で活け締めを行い、特殊な冷凍技術を備えた高品質急速冷凍機を使用している（図7）。高品質急速冷凍機を使用した「冷凍伊勢海老」は、緩慢冷凍時と比べ、解凍時のドロップが少なく、旨味や食感の損失が抑えられる。「冷凍伊勢海老」の加工には、新鮮で活きの良い状態のイセエビを使用するようにしている。「冷凍伊勢海老」は、禁漁期でも出荷可能なため、年間を通じて品質の良い伊勢海老を消費者に提供することができる。



図7：高品質急速冷凍機での冷凍加工

「冷凍伊勢海老」の開発と同時に、(1)のとおり「活伊勢海老」の取引をしている飲食店に対して、販促活動も始めた。冷凍加工品は、料理人の間で品質が劣る緩慢冷凍のイメージがあるため、初めのうちは営業に行っても断られることが多かった。冷凍加工品のイメージを変えるため、料理人に「冷凍伊勢海老」のサンプルを提供して品質を確かめてもらうとともに、高品質急速冷凍の特徴や冷凍処理時のこだわり等について根気よく説明するようにした。その結果、「冷凍伊勢海老」の品質良さや在庫管理のし易さ、調理のし易さ等が認められ、「活伊勢海老」が出荷できない禁漁期を中心に年中注文が入るようになった。現在では、年間を通じて伊勢海老を出荷できるようになったため、収入がほとんど見込めなかった禁漁期でも一定の収入を得ることに繋がっている。

### (3) 6次産業化総合化計画の認定

伊勢海老の販路拡大に向けた取り組みを進める中で、飲食店との直接取引や加工品の開発に成功し、漁獲、加工、販売を全て自ら行うこととなった。ある時、これまで関係を築いてきた取引先のホテル料理長の意見を聴取している際、ホテル料理店等では従業員が削減されている現状があり、魚介類の下処理の手間が省ける商品が求められていることが分かった。この意見を踏まえて、これまで培ってきた冷凍加工のノウハウを生かし、そのまま調理に使える刃物加工（半分カット等）を施した「冷凍伊勢海老」や刺し網で漁獲される鮮魚の冷凍加工品を開発し、さらなる販路拡大や収益性の向上を目標とする6次産業化総合化事業計画を策定した。



平成27年2月27日付けで、農林水産省

図8：6次産業化事業計画認定証交付式

より、六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定を受けた（図8）。今後は、この総合化事業計画に基づき、新商品の開発及び販路開拓を進めていく予定である。

## 6. 波及効果

波及効果としては、次の3つが考えられる。

第1に、取引先の料理人やその関係者等が生産現場を見学するため、当地域を訪れるようになったことである。都会の人が実際に生産現場を訪れ、当地域特有の豊かな自然環境や新鮮な海の幸等に触れることで、当地域についてPRしてもらえる機会が増え、地域の活性化に繋がり得ると考えられる。

第2に、新たな人間関係が築けたことである。販路開拓する上で、知り合いの紹介やコネクションを大事にすることを心がけており、様々な人と出会い、情報交換することで新たな人と知り合いになった。水産関係にかかわらず他分野との関係も広がり、様々な情報を得ることができるので、新たな取り組みを考えるきっかけ作りや販路開拓にも役立っている。

第3に、ふるさと納税の返礼品として活伊勢海老が選ばれたことである。6次産業化総合化事業計画の認定を受けたことをきっかけに、御浜町の目にとまるようになった。その結果、今年度開始した町のふるさと納税の返礼品として活伊勢海老を提供することが決まった（図9）。全国各地から注文が入るため、多くの人に当地域の新鮮な伊勢海老について知ってもらい、PRすることができる良い機会となっている。



図9：御浜町ふるさと納税返礼品(活伊勢海老)

## 7. 今後の課題や計画と問題点

これまでの販路拡大の取り組みや地域素材のPR活動等により、イセエビの価値向上、地域漁業振興に繋がっていると考えている。しかし、今後ずっと親子2人で漁獲から加工、販売、PR活動まで行うには限界がある。将来的には我々の取り組みに共感してくれる新たな人材の確保が必要であり、これからの課題となっている。また、現在使用している加工場は、2人で作業する程度の小規模な施設であるため、作業人数や取扱量が増えても効率良く作業できる規模の施設整備が求められる。

今後は、昨年度末に認定を受けた6次産業化総合化事業計画に基づき、新商品の開発、販路開拓を進めていく予定である。この取り組みが地域の若者や一次産業者への刺激となり、後継者や担い手対策のきっかけ作りとなれば良いと考えている。ふるさと納税返礼品についても納税希望者が増えつつあることから、この機会を利用し、伊勢海老とともに当地域の特徴を伝えるパンフレットを同封する等して、消費者に幅広くPRしてい

く（図10）。

これからも地域漁業の振興に貢献できるよう、積極的に新しい取り組みに挑戦していきたい。



図10：伊勢海老と地域の特徴を伝えるパンフレット