

20190829\_戦略経営研究会\_水産ビジネス研究会\_議事録

日 時：2019年8月29日（木）19:00-21:00

場 所：東京/神田「神田 T-space」

テーマ：お客様の声と「人と人のつながり」を大切に！

～気仙沼のウニ、ワカメ、タコ、アワビの沿岸・養殖漁業と直送、  
水産加工品の製造と販売～

発表者：藤田純一さん（漁師、株式会社さんりくみらい代表取締役）

参加者：14人（会社経営、会社員、大学教員、新聞記者、コラムニスト、コンサルタント、  
NPO 法人理事長、行政書士、司法書士など）

目次：

1. 自己紹介
2. 気仙沼市の階上地域
3. 水産品へのこだわりと気候変動
4. 藤田商店の沿革、藤田純一さんの来歴
5. 東日本大震災
6. 震災からの復旧
7. 震災後の良い流れ
8. 今後の展開

※ 8月24日、気仙沼にて開催された気仙沼水産加工業協同組合の若手後継者研究会を対象とする、マーケティング講座、水産加工品の試食・ワークショップについての報告が行われました。グラフィックデザイナー（ローターアクトOB、気仙沼仕事創出プロジェクト理事）が講師となり、マーケティング講座としてパッケージデザインのレクチャーを行いました。最近の東京圏における水産加工品のヒット商品について現物を使って説明がありました。レクチャーと共に、若手後継者と意見交換をしながら進行了しました。また、上記講座のもう一人の講師である城西国際大学大学院の黒澤武邦准教授（観光戦略ゼミ担当）より、中国人ゼミ生の行った「中国人から見た気仙沼の観光と食の戦略」についてのプレゼンテーションの報告もありました。

発表：

1. 自己紹介

気仙沼市の階上（はしかみ）地域でわかめ、うに、たこ、あわびの漁師をしています。うに、たこの加工品（塩うに、煮だこ）も取り扱っています。塩うにはうにの塩辛という感じです。うにの保存のためにばあちゃんの知恵です。煮だこは煮汁をつぎ足しています。また、株式会社さんりくみらいの代表と務めています。震災後、気仙沼市で水産資源を使った新しい商品の開発などを行う、水産資源活用研究会にも参加しています。多業種が連携して「三陸まるっとわかめドレッシング」を製造・販売しています。

2. 気仙沼市の階上地域

階上地域は太平洋に面した地域です。震災遺構となった「旧・気仙沼向洋高校校舎」があります。漁業だけでなく、農業も行われています。いちごの水耕栽培が盛んです。ただ茶豆やお米の生産もしています。津波により地域は壊滅しました。海沿いには建築制限がかかっていますので、コミュニティの存続が難しくなっています。

3. 水産品へのこだわりと気候変動

藤田商店では、1月から4月がわかめの出荷ピークです（塩蔵ワカメは年中出荷できます）。前年の9月上旬から作業が始まります。わかめのタネ付けをしたり、手で雑草をとったりします。わかめを出荷するときは、育てた子どもを送り出すような気持ちです。わかめの等級には内湾に15、外洋に15があります。内湾は柔らかく、外洋は肉厚になります。また、タネによっても差がありますので、お客様の好みに合わせて調整して出荷することができます。5月からはうにです。むらさきうにを扱っています。6月下旬から8月上旬がうにの出荷時期です。実入りが良いです。うにの旬を知ってもらうためにもこの時期に限定しています。10月からは、かき、鮭、たこです。11月からは、あわびです。震災以降、ホタテは貝毒の影響を受けて出荷できない時期が増えています。鮭は川の臭いがわからなくなったのか戻ってくる数が減っています。たこは一昨年、前年の72倍の漁獲でした。しかし、昨年は大不漁となりました。また、一昨年は大量発生した、たこがあわびを食べてしまいました。海水温の上昇など気候変動の影響を感じています。現在、気仙沼ではあまり見かけなかった太刀魚が水揚げされるようになりました。漁師として危機感があります。

#### 4. 藤田商店の沿革、藤田さんの来歴

藤田商店は昭和50年代に設立しました。お土産屋でした。海の家も営業していました。震災以前、藤田商店では地引網体験も提供していました。お客様自身によりバックヤードで調理することができました。リピーター率は8割でした。また、漁師の家系で漁業は2代目、わかめの養殖は2代目です。3代目はのり漁も行っていました。その当時は「黒いダイヤ」と言われていました。私は仙台の調理師学校を卒業して、仙台で板前をしていました。また、気仙沼のホテルで接客しながら、調理をしていました。そんな時に、藤田商店で取り扱う水産品のほうが鮮度も良く、美味しいことに調理師として疑問を感じました。その後、藤田商店に戻り、わかめの養殖などに加わりました。

#### 5. 東日本大震災

2011年3月11日、東日本大震災が発災しました。津波により、事務所、加工場、養殖いかだ、住居など全損しました。発災直後、家族全員を避難させた後、消防団員として住民の誘導を行いました。階上地域は年4回避難訓練をしていました。その訓練通り、杉の下地区の避難所に逃げた方々は全員津波に流されてしまいました。たくさんの方々が亡くなりました。発災後1ヵ月間は、テント生活をしつつ、消防団員として遺体の収容をしていました。ご近所の方、顔見知りの方もいました。涙しか出ませんでした。階上地域の中の杉の下地区の人口の1/3が亡くなりました。

#### 6. 震災からの復旧

再建について、5年ぐらいいは無理ではないかという感じでした。2011年5月、クラウドファンディングによる支援のお話がありました。父に相談したところ、「お金をいただいても、海の仕事なんてできるの？」という答えでした。冷凍庫の腐った魚を廃棄する仕事をしました。泥出しの現場作業もしました。海岸の掃除作業もしました。しばらく経った時、わかめ養殖のいかだが沖合に流されていました。めかぶが残っていました。わかめのタネを残そうとなりました。この作業には、5日間で100人が集まりました。あっと言う間に作業が済みます。そこで、徐々に作業規模を拡大していくことができました。震災前にはライバル同士だった四国のワカメ生産者や、秋田の漁業者から、ロープや浮き玉の提供といった支援を受けました。2011年12月、協業体として良いわかめが養殖することができました。仮設住宅に無料で配布しました。2012年、気仙沼のわかめは史上最高値をつけました。大喜びでした。藤田商店単体としてもわかめ養殖ができることが見えてきました。そこで、クラウドファンディングをスタートし、養殖いかだ、加工機械などの復旧に充てました。

#### 7. 震災後の良い流れ

震災後、気仙沼市の経営みらい塾の第5期生となりました。アイリスオーヤマの大山健太郎会長も講師を務めてくださいました。受講をして、どう地域を盛り上げるかという価値観に変化しました。同期生3名と株式会社さんりくみらいを設立しました。美味しい水産品、水産加工品をもっと美味しくお届けすることを目的にしており、情報や、経験を設立者全員で共有しています。設立者3名は漁師、水産加工会社、流通会社です。漁師は海のことを知っています。加工会社はお客様の喜ぶものを知っています。流通会社は相場の変化を知っています。一緒に事業を行う意味があります。震災以前は、同業者、他業者をいかに蹴落とすかという雰囲気でした。震災後、いかに連携するかに変わりました。他の業者からお仕事をもらうだけでなく、自分の業界では知らなかったことを教えてもらうことができるようになりました。距離感が近くなりました。良い流れとなっています。この連携、「チーム気仙沼」から生まれたのが「三陸まるっとわかめドレッシング」です。わかめは色や見映えから出荷できないものがあります。食感が変わらないのにです。これをドレッシングに使用しました。ターゲットを女性として、パッケージについてデザイナーに依頼しました。調味料選手権で最優秀賞を受賞することができました。わかめを高付加価値とすることができました。

#### 8. 今後の展開

わかめの食べ方として「しゃぶしゃぶ」があります。わかめの色変わり、茶色から緑色に変わるところを楽しむことができます。めかぶもしゃぶしゃぶします。生のわかめを使いますので、塩蔵わかめとは歯ごたえが異なります。塩蔵わかめは流通業者が食塩を加えることがあります。これだと、わかめではなく塩を食べている感じです。流通業者が入ることにより、マージンの発生や鮮度の劣化となる場合もあります。一般の流通ですと、出荷の翌々日に競りが行われ、その後、スーパーなどの店頭に並びます。実際にお客様が購入するのはいつになるかわかりません。藤田商店の直送の場合は、出荷の翌日には注文されたお客様のところに届きます。鮮度が良いです。漁師の収益になります。経済的にうらおいします。また、漁師にとりお客様がどういうシチュエーションで召し上がっているかのイメージができます。たとえば、「みんなでバーベキューで、楽しく食べているんだなあ」といった感じです。すると、「もっと良いものを選んで送ろう」となります。これは商品力の向上につながります。直送には「お金」と「思い」という魅力があります。漁師のやりがいにつながります。漁師は基本的に無口です。しかし、伝える力が大切です。「思い」、「ストーリー」を伝えて、差別化をしていく必要があります。伝える力のある若い世代を育てることが地域の活性化になります。直送、お客様とのつながり、そして、伝える力という仕組みもっと普及したいです。

以上