

20200310_戦略経営研究会_水産ビジネス研究会_議事録

日 時：2020年3月10日（火）19:00-21:00

場 所：東京／神田「T-space」

テーマ：オンラインのコミュニティとマッチングで漁業の課題を解決する
～「漁師コミュニティ」と「漁業エキスポ」～

発表者：山口太朗さん（株式会社 Salt 代表取締役）

参加者：10人（会社経営、会社員、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. はじめに
2. 漁師コミュニティ
3. 漁業エキスポ
4. FOIP と課題解決
5. オンラインコミュニティ

発表：

1. はじめに

医師の資格をとった後、漁業をビジネステーマにスタートアップしてみました。以前からスタートアップをしたかったからです。漁業を選んだのは、今後の日本にとって必要な分野だからです。漁師コミュニティを立ち上げました。Facebook のコミュニティから始めて、その後、自社 SNS に移行しました。現在、2500 人が登録しています。そのうち、漁師は 1000 人です。オフラインのイベントとして、漁業エキスポも開催しています。現在までに 2 回行っています。これらの人的つながりから、漁業オープンイノベーションプロジェクト（FOIP）も展開しています。これは、漁業×Tech のコンサルティングです。

2. 漁師コミュニティ

漁師コミュニティは全国の漁業関係者が参加しています。漁師同士の交流が少ない、交流が地域に制限されている、漁師間の情報格差、漁や販売の成功事例の共有がされていないなどの課題があることに気付き立ち上げました。オンラインコミュニティです。立ち上げから 1 年で 2500 人の登録をいただきました。1 日、3 件ぐらいの投稿があり、それに対してコメントがつかます。40 から 50 代が中心となっています。漁師の中では若手です。20 代も 200 人ほどいます。漁師は全ユーザーの 35% です。漁船漁業、中でも沿岸漁業が多いです。釣り漁が多いですが、定置網、養殖、海藻という漁師もいます。漁師のほか、市場関係者、行政、研究者などです。地域的には、比較的、九州が活発です。漁師コミュニティの運営から記事を投稿しています。ユーザーからは漁業の制度について質問や出漁中の様子などが投稿されます。コメントの内容は、漁業権や、漁法・しかけ、中古船の売買などです。ユーザーの目的として、交流・情報収集であることがわかります。

3. 漁業エキスポ

漁業エキスポはオフラインの取組みです。漁業関連の展示会はシーフードショーぐらいしかありません。第 1 回は 5 月 19 日に開催しました。来場者は 200 人ほど、ブース出展はニチモウ、DMM、東京海洋大学、フィッシャーマンジャパンなど 12 団体でした。第 2 回は 1 月 19 日開催しました。出展者が増えました。出展者をカテゴライズすると次のとおりです。①地球環境にやさしい。ウニノミクスは磯焼けによる「空ウニ」の蓄養事業を行っています。Fuel Efficiency

は環境配慮型のエンジンオイル「スマートオイル」を販売しています。②人工衛星&3D データ活用。オーシャンアイズはAI系と海洋物理系技術を融合しています。ミツイワは福島の魚を使った3Dフードプリンター事業を行っています。③生産者からの直販を実現。ポケットマルシェ、SAKAMAなどです。④歴史ある企業が挑戦する新規事業。ニチモウはフィッシャーマンズウェアを開発しています。静岡県立漁業学園は全寮制にてエリート漁師を養成しています。さかなの会は渚泊（漁村地域の民泊）を推進しています。

4. FOIP と課題解決

FOIP は分断されていた漁業業界の関係者を繋ぎ、新技術の開発・応用を通して業界全体の課題解決を目指すプロジェクトです。漁師とのつながりががないので販売できない、漁師が何を求めているかわからないという課題に着目しました。また、漁業の課題として、高齢化、若手漁師の不足、IT化の遅れなどが挙げられます。このために、資源管理ができない状況になっています。日本の漁業生産量が減少しています。資源量中位・低位の魚種が全体の80%です。資源の減少が一因との説があります。非効率な流通も挙げられます。39歳以下の漁業者は2割を切り、総数も15万人を切りました。廃業による漁船や資材などの放置が問題になっています。IT化の遅れにより、流通のシステムの電子化が進みません。また、情報発信・交流も少ないです。水揚げのデータだけでなく、厳格性が求められる養殖の生産管理についてもデータの記録がされていません。

解決策としては、スマート漁業です。資源管理のためには、正確な資源量の把握が必要です。遠洋漁業であれば、海温把握の精度を上げるとともに、省力化・自動化を行うべきです。カツオの一本釣りロボットなどが挙げられます。また、バリューチェーンをデータ化、水産業データの連携基盤の構築をすべきです。

漁業は関係者同士のつながりが発生しづらい業界構造です。漁師同士の知識の共有もあまり行われていません。また、大学の研究や企業の商品開発も停滞しています。漁師コミュニティや漁業エキスポにて、情報共有やマッチングを促進しています。

FOIPでは京都大学とJAMSTEC（海洋研究開発機構）とともに、漁業者の漁場決定を情報で支援する「漁場ナビ」を開発しています。漁業者にβ版を使っただき、フィードバックを得ています。漁業者とのつながりがなかったのが今まではできませんでした。現場に触れることで、事業化できました。

5. オンラインコミュニティ

コミュニティは人の集団のことです。なぜ、コミュニティが必要なのでしょう？ コミュニティの物質的メリットとしては、共通の目標達成、交渉力の獲得、ルールの取り締まり（漁業権）などがあります。コミュニティの心理的メリットとしては、所属意識があります。

オンラインコミュニティは広がりやすいという特徴があります。地域を超えますし、匿名でもかまいません。また、維持に時間がかかりません。とはいえ、会うことがないと限界もあります。オンラインコミュニティの立ち上げのためには目的を明確にする必要があります。アプリ開発から始めず、プラットフォームを試験的に立ち上げることからすべきです。オフラインのイベントとのサイクルを設計していきます。集客は紹介や口コミにより行います。運営の実務としては、交通整理となります。盛り上げるだけでなく、正しい使い方がされるようにします。また、ニーズに合った記事を投稿します。さらに、分析を行い、大事な指標を決めて、改善していきます。

オンラインコミュニティはプロモーション、情報共有、ニーズ調査として有効です。

以上