

◎釜石産の桜牡蠣復活をめざす「里海プロジェクト」の構築・運営を通じた漁業者の育成支援

No.02	かまいしフィッシャーマンズマーケット（H24）		
実施主体	株式会社 釜石プラットフォーム	実施市町村	岩手県 釜石市

◎事業の背景

人口減少に比例して、東日本大震災以前から中心市街地の衰退は大きな課題となっており、さらに震災後は雇用状況も加速度的に悪化している。「若者が働く場所がない→若者（＝人口）の流出→まちの衰退」という負のスパイラルは震災前から続いており、継続・安定した雇用の確保は喫緊の課題である。

東北大震災発生後の同年12月22日、釜石市は「釜石市復興まちづくり基本計画 スクラムかまいし復興プラン」を策定した。この主要施策のひとつに「食を支える地域産業の展開」を据え、“新魚市場の整備や水産業の6次産業化などによる魚のまちの復活を目指すとともに、新たな特産品開発やブランド化を推進する”としている。

東日本大震災以降、特に水揚量・水揚額の低迷と後継者不足が深刻化しており、釜石市においても、多品種高品質な海産物を有するという特色を生かし、他とは差別化を図った地域ブランドの構築が重要である。

◎事業の概要

釜石市の水産業の現状と課題をふまえ、本事業は、「①豊かな三陸の海を育む水産業を核とした産業振興、②水産事業者の意識醸成による“釜石ブランド”の発掘・開発、③新たな流通・販路チャネルの開拓を視野に入れた生産者・消費者・飲食店のネットワーク構築と、これらを基軸とする釜石の復興まちづくりを目指すことを目的とする。

【事業1】釜石ブランドの構築とビジネス化に向けた研究会の実施

事業1では、専門家からマーケティング、地域ブランド、フードビジネスの現状などを学び、釜石ブランド確立に向けて共通理解を得るため、計3回の研究会を実施した。

◇第1回「ビジネスとブランドについて」（平成24年11月28日）

【講師】橋本英重氏（有限会社ミッドメディア代表取締役、ビジネスプロデューサー）

【内容】ビジネスの現状、マーケティングの基礎、ブランディングの概要を学び、今後の釜石における水産業のビジネス化について検討する。

◇第2回「北上コロッケのブランディング」（平成24年12月6日）

【講師】菊池隼氏（北上コロッケ研究所事務局長、NPO法人hans理事長、公益財団法人北上青年会議所理事）

【内容】平成22年からB級ご当地グルメの祭典「B-1グランプリ」にも参加する注目ブランド「北上コロッケ」のブランドを成長させた取組事例に学ぶ。

◇第3回「フランス有名料理店の現状」（平成25年1月21日）

【講師】勅使河原加奈子氏（有限会社クレマ代表、フードデザイナー／イベントプランナー）

【内容】フランス人シェフの招聘ビジネス、ホテルやレストランの食のイベント企画、レストラン・フードショップにおけるメニュー・商品開発などの実績を持つ勅使河原氏より、フランスの世界のトレンドや一流レストランとの食材等取引のポイントなどを学ぶ。

【事業2】釜石ブランドの構築とビジネス化に向けた計画の策定および実施にかかる支援

事業1の成果をふまえ、事業2ではより実践的な取り組みを展開するため、「生産者・消費者・飲食店を結ぶ実践的ネットワークづくり」「高級食材としての価値を高める新たな流通・販路チャネルの開拓」「未活用資源を用いた釜石ブランドづくり」をテーマとし、下記について検討・実施した。

- ①牡蠣養殖事業者の支援を中心とした生産者・消費者・飲食店を結ぶ新たなネットワークの構築【里海プロジェクト】
- ②釜石の高級食材「泳ぐホタテ」を取り扱う仲買業者とバイヤー（フランス料理のシェフ等）とのマッチング
- ③未活用資源を活用した釜石ブランド「かまいしアンチョビ」の商品開発と事業計画の立案

ステークホルダー	役割
①株式会社 釜石プラットフォーム	事業全体の企画・運営、協力先との連携
②釜石東部漁業協同組合	支援対象として、桜牡蠣の生産・出荷に取り組む
③水産事業者	支援対象として、都心部飲食店とのホタテ等の販路開拓 支援対象として、「かまいしアンチョビイワシ」の商品開発
④財団法人 釜石・大槌地域産業育成センター	「かまいしアンチョビ」の商品開発に向けた技術的助言、指導等
⑤プラットフォームサービス株式会社	事業推進に向けた協力支援、「ちよだ青空市」での販売スペースの提供

（1）中間支援の特徴（取組の中で見られた工夫や取組が上手く進んだポイント等）

- …中間支援における特徴的な工夫
- …中間支援における失敗と対応

実施前（～平成23年度）

●東日本大震災直後、飲食店の多くが被災した状況から食事へのニーズが高いと判断し、弁当を移動販売できる「キッチンカープロジェクト」を開始

桜牡蠣の都心での試験販売を予定していた時期に、東日本大震災が発生。甚大な津波被害にあい、桜牡蠣生産も壊滅的な打撃を受けた。平成20年10月から、地元事業者の有志とともに企業組合を立ち上げ、海産物等の地域資源を生かした地域の活性化に取り組んできた三塚氏（株式会社釜石プラットフォーム）は、メンバーとともに、被災した状況に対して何ができるかを話し合い、復興に向けた事業立ち上げへ動き始めた。

平成22年2月に「ちよだ青空市」に出店した際、「キッチンカー」で食事を提供する移動販売を見ていた三塚氏は、被災各地へ移動販売で食事を素早く届けることが、津波でお店が無くなった地域ニーズに合うと判断。早速、被災地へキッチンカーで出向いてお弁当の販売を実践した。その後、事業は評判を呼び、各種マスコミでも取り上げられるまでになった。

実施中（平成24年度）

●寄付による桜牡蠣復活をめざす「里海プロジェクト」の運営を通じた牡蠣生産者の育成と生産者・消費者（里海サポーター）・協力店との信頼関係の構築

都心部への販路開拓に積極的な40代の牡蠣生産者（2名）を対象に、東日本大震災で打撃を受けた桜牡蠣生産・出荷の復活に向けての支援を行うために、寄附による資金調達を図った。

具体的には、都心部の消費者より1口1万円限りの寄附を集め（里海サポーター）、それを元手に牡

蠣生産者は桜牡蠣の復活に取り組み、生産した牡蠣を都心等の飲食店（プロジェクトに共感・協力する店舗）へ卸す里海プロジェクトを立ち上げた。

寄付をしてくれた里海サポーターは、震災前からの牡蠣生産や平成 22 年 2 月（震災前）に「ちよだ青空市」で桜牡蠣販売を実施した時につながった顔の見える人ばかりであり、協力店（飲食店）も三塚氏（株式会社釜石プラットフォーム）やプラットフォームサービス株式会社等がよく知る質の良い料理を提供するお店で、プロジェクトの主旨を説明し、理解・共感してくれた方に限ったことで、生産者・消費者（里海サポーター）・協力店（飲食店）間の強い信頼関係が生まれている。

●桜牡蠣生産者に対して、負担軽減と一定の緊張感を持たせる支援で、生産者の取組姿勢を高めた

支援対象に対して、無利子の融資、生産に必要な機材の無償貸与等を行い、費用面での負担軽減を図るとともに、支援対象が一定の緊張感をもって取り組めるようにした（状況によっては機材をいつでも回収する）。

被災後の牡蠣養殖事業の再建に向けて、株式会社釜石プラットフォームは、意識の高い 2 名の若手生産者に対して、それぞれ仮払金（50 万円）や無利子の貸付（100 万円）を行うとともに、国際交流センターや NPO からの寄付（500 万円）を受け、牡蠣の洗浄機や濾過機（殺菌に必要）を無償貸与した。

無利子の融資や設備の無償貸与によって生産者の再建を後押しするとともに、無償貸与とすることで、生産者に対して減価償却等の負担を軽減し牡蠣生産に注力できるように配慮した。

一方で、設備の使用にあたっては桜牡蠣の生産にのみ使用することとし（誰でも何にでも使用できるものではない）、生産状況によってはいつでも機材を回収できるという緊張感の中で取り組んでもらうことにした。

●「泳ぐホタテ」の都心部飲食店への販路開拓を支援

「泳ぐホタテ」とは、72 時間 100%の確率で活きたままホタテを消費者に届ける商品で、支援対象であるヤマキイチ商店の主力商品である。当商店は、岩手県のホタテの浜値が日本一であるにもかかわらず、その価値が漁師に還元されていない状況を懸念し、自ら高値で買い取りホタテの価値を高めて消費者へ販売することで、漁師の生活を安定させるとともに付加価値の高いホタテを生産する意識づくりに取り組んできた。

これまで一般消費者を対象に「泳ぐホタテ」を生産・販売してきたが、平成 24 年度モデル事業では、都心の高級フレンチ等の飲食店への販路開拓を検討した。消費者に対しては、値段の設定、パッケージの内容など、売り手で提案・販売できるのに対して、飲食店が相手になると取引になるため（〇個買うから安くならないか等）、なかなか商談が難しい面があった。

平成 24 年度モデル事業において、講師、アドバイザーを務めたフードコーディネーターやフレンチシェフが実際に「泳ぐホタテ」を試食した際の評価は非常に高かったことから、彼らのネットワークを活用することで都内高級フレンチレストランへの販路開拓につながった（平成 25 年度以降）。

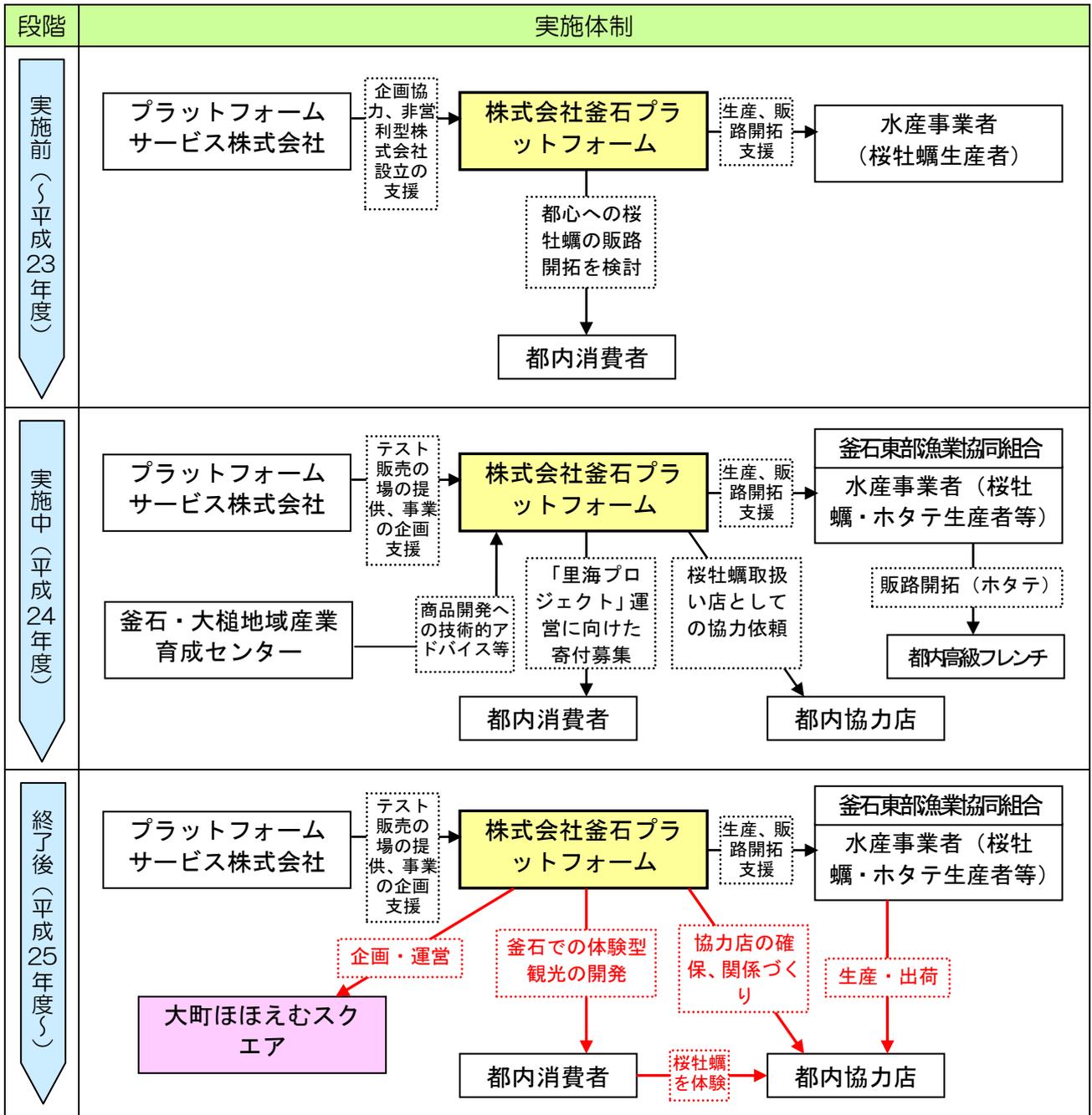
(2) 取組の変遷

※表中青字下線部の内容は「(1) 中間支援の特徴」で詳述

	主な課題	対応・工夫	効果・成果
実施前（平成23年度）	○桜牡蠣生産の復活 ・品質は良いがまだあまり全国で知られていなかった釜石の桜牡蠣を全国へ向けて売出ししていくことを検討していた。	○テスト販売の実施 ・桜牡蠣の都内での周知を目的として、知人を介してつながりのあった「プラットフォームサービス株式会社」の協力を得て、同社が主催する「ちよだ青空市」での桜牡蠣の販売を行うこととなった。	○桜牡蠣復活の手ごたえと関係者とのネットワーク形成 ・「ちよだ青空市」でのテスト販売の評価は上々で、次回開催への弾みがついた。 ○都内を中心とした消費者や飲食店とのネットワークを形成 ・「ちよだ青空市」でのテスト販売の評価は上々で、次回開催への弾みがついた。
	○東日本大震災への対応 ・次回「ちよだ青空市」での試験販売を予定していたところで東日本大震災が発生。被災地復興に奔走しながら、対応を早急に検討する必要がある。	○キッチンカープロジェクトの始動 ・前回の「ちよだ青空市」で出店していた移動販売車「キッチンカー」を見ていた三塚氏（釜石プラットフォーム代表取締役）は、多くの飲食店が被災した地元での復興支援に寄与できると判断。キッチンカーでお弁当を運ぶ事業を展開した。	○地元で評判の取組に ・その後、事業は評判を呼び、各種マスコミでも取り上げられるまでになった。
実施中（平成24年度）	○桜牡蠣生産の復活支援を再開 ・東日本大震災で止まっていた桜牡蠣復活に向けて、牡蠣生産者（2名）を対象に、桜牡蠣生産・出荷の支援を再開。	○都内の消費者や飲食店の協力のもとで桜牡蠣復活の事業スキームを構築 ・都心部の消費者より1口1万円限りの寄付を集め（里海サポーター）、それを元手に牡蠣生産者は桜牡蠣の復活に取り組み、生産した牡蠣を都心部の飲食店（プロジェクトに共感・協力する店舗）へ卸す里海プロジェクトを立ち上げた。	○寄付による事業資金の獲得、協力店の確保へ ・里海サポーターや協力店は、震災前からの牡蠣生産や平成22年2月（震災前）に「ちよだ青空市」で桜牡蠣販売を実施した時につながった顔の見える人ばかりであり、プロジェクトの主旨に理解・共感してくれた人に限ったことで、生産者・消費者（里海サポーター）・協力店（飲食店）間の強い信頼関係が生まれている。
	○牡蠣生産者の育成 ・いかに牡蠣生産者（2名）の意識やモチベーションを高めながら、桜牡蠣の生産・出荷につなげるかが課題であった。	○費用面での負担を軽減しつつ緊張感をもってもらおう工夫 ・牡蠣生産者に対して、無利子の融資、生産に必要な機材の無償貸与等を行い、費用面での負担軽減を図る一方で、牡蠣生産者が桜牡蠣復活に対する責任をしっかりと持ってもらう、一定の緊張感をもって取り組めるようにした（取組状況によってはいつでも支援を中止する姿勢）。	○桜牡蠣の出荷につながった ・平成25年の暮れに1,070個の桜牡蠣（生食用）の出荷につなげることができた。
	○「泳ぐホタテ」の都心飲食店とのマッチング ・「泳ぐホタテ」の新たな販路として、都内の高級料理店への販路開拓を検討していた。	○専門家のネットワークを生かした販路開拓 ・「泳ぐホタテ」の品質の高さが評価され、事業に協力したフードコーディネーターやフレンチシェフのネットワークを生かして、可能性のある販路先の紹介を行った。	○飲食店への販路を確保 ・都内の高級フレンチ店からの高評価を受け、販路先として契約できる事となった。
終了後（平成25年度）	○新たなニーズへの対応 ・震災から時間が経過し、被災地のニーズが次第に変化してきた中で新しいアクションが必要であった。	○「大町ほほえむスクエア」の開設 ・復興とともに飲食店も増えたことから、キッチンカーで出向く販売から、気軽に誰もが集まって飲食できる場づくりへ取組をシフト。キッチンカーが集積する拠点をつくり、地元や観光客等が交流できる場を創出した。	○復興支援の新しいステージへ ・観光資源としても活用できる拠点が整備され、桜牡蠣の生産や体験プログラムの提供等と組み合わせた体験型観光の造成も進められている。

(3) 実施体制の変遷

知名度の低い釜石産桜牡蠣の都心への販路開拓を検討していたところ、東日本大震災を経験し、その後、復興支援を大きな柱として様々な取組を展開。その後、平成24年度モデル事業を活用して、桜牡蠣の都心への販路開拓を再開。桜牡蠣生産者の育成を図りつつ、都心消費者や飲食店との関係も構築しながら「里海プロジェクト」を構築した。平成25年度によりやく桜牡蠣の出荷が実現し、今後も増産に向けて取り組んでいく。また、新たに開設したキッチンカーが集積する「大町ほほえむスクエア」も組み合わせて、体験型観光の開発にも取り組んでいる。



(4) 成果と課題

(事業の成果)

◎桜牡蠣の初出荷が実現、今後も増産予定

平成 24 年度 of 取組を経て、何とか出荷の目途がたち、平成 25 年 12 月 26 日に、1,070 個の生食用牡蠣を初出荷できた。

当初は 11 月には出荷予定であったが、プランクトンの増加で貝毒が発生し、貝毒の風評被害が懸念されたため、貝毒の影響が解除されるまで出荷を見送った（放射能の風評被害とも合わさって悪いイメージが定着することも懸念された）。

平成 25 年度は 2 人で約 6 万個の牡蠣を生産・出荷できる見込みであり、来年度は 10 万個まで増産できると考えている。

被災前は 1 人で 10 万個を生産していたため、まだ被災前の生産水準には戻っていないが、手間暇をかけて養殖された桜牡蠣は非常に品質が高く、協力店や里海サポーターの評価も高い。平成 26 年 2 月 5 日の「ちよだ青空市」で初出荷の牡蠣を蒸し牡蠣で振る舞った際に、試食したオイスターマイスターも高評価であった。

協力店への卸しが本格化するのはいずれからで、里海サポーターも今後、協力店へ食べに行くことができるようになる。

現在、里海サポーター 60 名（60 万円の寄付）、協力店は都内に 5 店舗、釜石に 2 店舗となっており、新たに 3 店舗が協力店となる予定である。

◎「泳ぐホタテ」の都心部フレンチレストランへの販路開拓

フードコーディネーターやシェフのネットワークを活用し、「泳ぐホタテ」の都心部のフレンチレストランへの販路開拓が実現した。今後も積極的に都心部の飲食店へ販路開拓を進めていく予定となっている。

(事業の課題)

◎事業実施体制の強化

株式会社釜石プラットフォームは、取締役の三塚氏の他には、経理担当が 1 名、キッチンカープロジェクト担当が 1 名の計 3 名である。現時点では、桜牡蠣復活やその他の様々な取組を三塚氏が中心となって動かしている状況で、より事業規模を大きくし、効果を高めていくためには、人材の確保と育成が大きな課題である。

(5) 今後の展望

◎桜牡蠣生産の事業規模拡大

来年は 2 名の生産者で 10 万個の生産を予定しているが、被災前の水準にはまだ達しておらず、更なる事業規模の拡大を目指す。

築地市場からは、100 万個といった桁違いの引き合いも来ており、ニーズは高いが卸せるだけの生産体制がまだまだ整っていないのが現状。

◎体験型観光の事業化を検討

海のコンテンツ（桜牡蠣の養殖見学・試食、海釣り等）やキッチンカーの集積地である「大町ほほえむスクエア」等の新たな資源等をつなげて体験型の観光ツアーを造成することを検討している。

「里海サポーター」やイベントを通じて釜石産の桜牡蠣やホタテ等のファンになった人達からは、現地で桜牡蠣を食べたいというニーズが高く、昨年秋には実際に7～8名でモニターツアーも開催した。体験型観光ツアーの具体化に向けて企画を進めている。