

事例2-5 OHガッツによる漁業の6次産業化の取り組み（宮城県石巻市）

- 1 加工・販売会社との協業により、6次産業化と漁師の意識改革を進める
- 2 独自のオーナー制度で資金調達とファンづくりに取り組む
- 3 都市部の人材の参画を得て、商品開発と販売を強化

事業の全体工程と現況



事業主体	株式会社オーガッツ
プロジェクト規模	株主8名、事務職員2名
事業費	約7,000万円（経済産業省「中小企業等グループ施設等復旧整備補助事業」100万円、自己資金2,000万円、金融機関からの借り入れ2,000万円、前受金3,000万円）

(1)事業の概要

株式会社オーガッツ代表の伊藤浩光氏は、震災前から漁村の活性化には水産業と観光業の融合が必要ではないかと考え、各種勉強会に参加し、平成22年には自前の水産加工工場も設立していた。震災により工場は流れされたが、「震災前の状況に戻すのではなく、未来に開かれた地域を築き上げる」という想いを実現するため、仙台の起業家ネットワークであるNPO



銀鮭の水揚げ(平成24年6月)

法人ファイブブリッジの支援を受け、漁業の6次化を促進する新会社立ち上げに着手する。

平成23年6月、合同会社として生産者同士のネットワークを作るよう呼びかけるため、地元の養殖業者を対象に説明会を開催し、約30名が集まった。ほとんどの参加者がビジネスとは無縁であるため、当初は合同会社に対する否定的な意見が目立ったが、将来に危機感を持つ40歳前後の漁師を中心に8名の企画への参画者を得た。

さらに、伊藤氏は、マーケティングのプロとして、東京で飲食店支援の会社を運営していた若手起業家を招き、合計10名で8月に株式会社オーガッツを設立した。

会社として最初に取り組んだのがファンディングだ。水産業と観光業を組み合わせた一口オーナー制度「育ての住人」（のちに、「育ての住人倶楽部」に名称変更）は、雄勝の漁師が養殖するホタテや銀鮭などの海産物を一口1万円の前払いで購入する仕組みで、会員には申し込んだ商品と、雄勝で開催されるイベントの案内が送られる。この仕組みで12月までに2,015万円を調達した。23年10月にはグループ補助金にも採択されており、平成24年10月には加工場を再建した。

オーガッツという会社自体は、漁師の共同体という色合いが強い。漁業権を持つ漁師が出資し、加工・流通・販売といった6次化のうちの二次・三次部分を担当する。株主は伊藤氏(当時50歳)の他は30代の漁師たち。オーガッツでは水揚げされた魚を、漁協を通して通常よりも高値で買い取り、加工・販売する。漁師は漁協に対して通常の販売手数料を支払う必要があるが、その分はオーガッツの収益から配当として還元される。漁業の6次化を通して、資金の流れを変え、漁業者の収入の向上を目指す仕組みだ。平成24年度の売り上げ予測は5,000万円強に達する。今後も生産拡大に向けて、事務方や加工場の人材確保を進める予定だ。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 加工・販売会社との協業により、6次産業化と漁師の意識改革を進める

漁業の6次化には二つの壁があると伊藤氏は言う。一つは免許、もう一つは漁師の気質である。例えば牡蠣を殻のまま売るには販売業免許が必要となり、刃物を入れて実を取り出すには加工業免許が、塩麴をつくるには製造許可が必要となる。これら加工業、販売業等の免許取得が手続き的な負担となるが、オーガッツでは、会社として免許を取るのではなく、加工や販売の免許を持つ株主に仕事を依頼することで、全体として6次化に必要な業務をこなしている。



水揚げされたホタテ(平成24年9月)

また、漁を再開できるかどうかの自信も持てない中、「一人でやりたい」「成功するとわかったら参加したい」と考える人もおり、6次化事業への賛同者は集まりにくかった。伊藤氏は彼らの説得に時間を費やすことなく、危機感を持つ40歳前後の若手漁師を集め、私財と補助金を活用して加工場を再建。自ら事業を立ち上げることで実例を周囲の漁師に示し、理解を得るよう努めた。

2 独自のオーナー制度で資金調達とファンづくりに取り組む

雄勝では多くの漁師が津波で船を失い、伊藤氏の加工場も流された。漁と加工の再開に必要な運転資金は一口オーナー制度「そだての住人」によって調達した。代金先払いで「おまかせ商品」を購入するこの仕組みで年末までに2,015万円を調達した。購入者に対しては、商品だけではなく雄勝や漁師の個性を積極的に伝えるようにし、固定的なファンの拡大と6次化の出口である最終顧客の確保・維持に努めている。

3 都市部の人材の参画を得て、商品開発と販売を強化

雄勝は津波被害のダメージが非常に大きく、市街地からのアクセスも悪い。そのため、港付近の水産加工場で従事する人を募集しても応募者が集まりにくい状況が続いており、1年以上求人をかけて、ひとりの応募者もいなかったというほどに厳しい。特に、販売等の仕組み作りや管理ができる人材が地域内にほとんど皆無だったことは、6次産業化を進めるにあたっての課題であった。

そこで、マーケティングについては、東京から参画した若手起業家が担当し、商品開発は仙台の飲食店のシェフの協力を得て、コラボ商品の開発を進めた。また、商品の受発注などバックオフィスを仙台中心部に置き、市内で事務方の職員を採用することには成功した。今後はオーガッツがブランド管理をし、生産拠点となる加工場に15名程度の雇用をしたいと伊藤氏は考えている。

コラム：雄勝から、水産業を成長産業に

古い歴史を持つ漁師町で新しい事業を立ち上げるといっただけでも容易ではない。伊藤氏は家、船、加工場の保険金千数百万円をこの事業に投入した。「『自分の命がなくなっても』という覚悟で、『忘己利他』の精神でやった。それくらいの気持ちじゃないと立ち上げられない」と伊藤氏は語る。

「三陸の水産業の復興は、日本の水産業の復興につながる。衰退する日本の水産業を海外のように成長産業に転換したい」というのが、復興にとどまらない伊藤氏の夢だ。とはいえ、想いだけですべてが解決するわけではない。漁業が成長産業になるためには抜本的な構造改革が必要。オーガッツの取り組みは、その最先端モデルとなる可能性を秘めている。