

養殖クルマエビの販路拡大に向けた取り組み

—養殖クルマエビ発祥県の誇りを胸に—

有限会社 友榮水産 益田沙央理

1. 地域の概要

私たちが所属する天草は、熊本県の南西部に位置し、平成 18 年 3 月に 2 市 8 町が合併して誕生した。ここでは温暖な気候を生かした農業や、豊かな水産資源を生かした漁業を基幹産業として発展してきた。また、自然景観、南蛮文化やキリシタンの歴史など、多くの観光資源にも恵まれている。

その中で、有限会社友榮水産が位置する天草市楠浦町は、天草市の中心地の南に位置し、



図 1. 天草市の位置

東は八代海に面し、西は宮地岳町及び栢宇土町、南は新和町、北は亀場町及び栢宇土町の一部に接している。東部は海に面しており、南西部は山に囲まれ、気候が温暖で、野菜や果樹などの栽培に適した地域である。産業構造は、農業や水産業を中心に、工業が立地し、バランスがとれている。

2. 漁業の概要

楠浦町は、自然の山々に囲まれた楠浦湾内では、穏やかな海況条件を生かして魚類養殖が営まれている。さらに、湾内では山々から供給される栄養豊富な海水を利用したクルマエビ養殖も営まれている。

3. 研究グループの組織と運営

友榮水産のクルマエビ養殖事業は、明治 38 年にクルマエビ発祥の地として知られる天草・維和島で始めた天然クルマエビの蓄養事業が起源である。現在、八代海に臨む楠浦町で 4,000 坪、2,200 坪、1,200 坪、1,000 坪の 4 面を使用して、25g サイズ中心に年間 10t 強の成エビを生産している。発表者は現在の 5 代目に嫁いだ。運営は、5 代目の主人が主に養殖生産に従事し、直販ルート開拓を発表者が行っている。



図2. クルマエビの生産の様子（左：クルマエビの選別 右：アサリの給餌）

4. 実践活動の取組課題選定の動機

熊本県は、全国に先がけてクルマエビの養殖に着手し、以前は日本一の生産量を誇っていた。しかし、現在の経営体数は、ピーク時であった昭和62年の1/2、生産量は1/3まで減少している。当社は、本県で漁獲される魚介類を用いた伝統的なエビ作りにこだわりながら、2年に1度、砂の入れ替えを行うなど飼育環境にもこだわった養殖方法を実践している。しかし、リーマンショック以降の需要縮減、市場価格の低下により、丹精込めて生産したクルマエビが安く買いたたかれる状況が発生し、大きな危機感を感じていた。そのような問題を打開するため、発表者の広告業や飲食業でのこれまでの経験を生かした、クルマエビの販路拡大に向けて、必死に取り組んだ。

配合飼料
高騰

石油価格
高騰

運賃
値上げ

さらに・・・

**リーマンショックの影響で
市場価格暴落！**

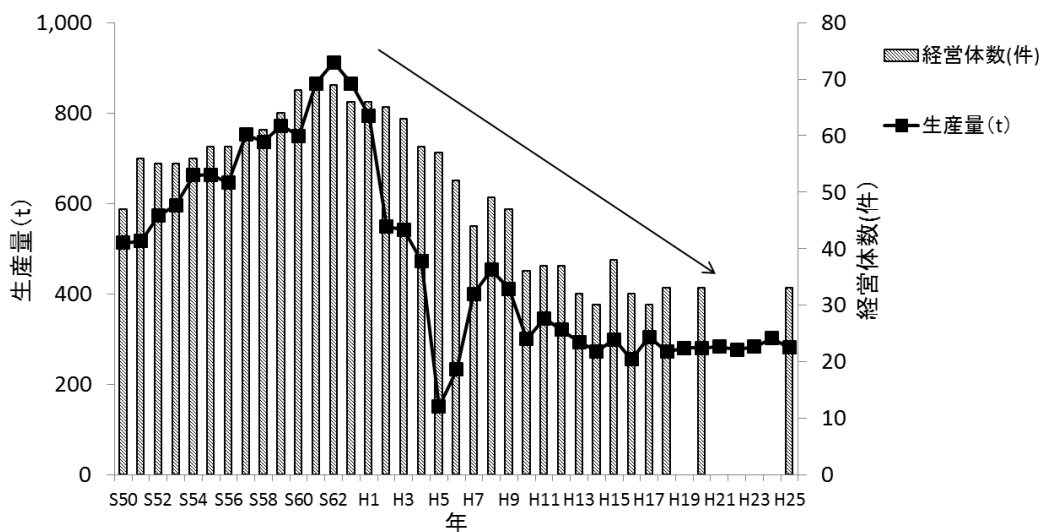


図3. 熊本県のクルマエビ養殖の経営体数および生産量の推移

5. 実践活動の状況及びその効果

2009年から販路拡大に向け、11月・12月のみで一般個人向けのギフト販売を開始し、販促用チラシ3万枚を熊本市内の高層ビルへのポスティングを行った。併せて広告掲載やインターネットショップも開始した。

2年目は継続してチラシ3,000枚を熊本市内でのポスティングを行い、広告掲載やインターネットショップの強化を図り、新たな販路拡大に向け、関東・九州圏に販促用チラシ7万1,500枚を作成した。さらに、実店舗を利用した販売にも乗り出した。

3年目は、郵送での販促用チラシの送付2,000枚、継続して広告掲載、インターネットショップによる販売、関東圏での販路拡大も強化し20万7,000枚のチラシを作成した。併せて、チェーンストアとも提携し販路拡大に向けた強化を行った。

4年目は、餌にこだわった養殖方法をPRして、丹精込めて生産したクルマエビに付加価値をつけて販売を行った。さらに将来を見据え、国内の販路拡大だけではなく、海外への販路拡大も視野に入れ、民間業者が取り組む、那覇空港を利用したアジア向け航空貨物便を利用した、個人向け生きクルマエビを輸出する取り組みも行った。また、本県のクルマエビ養殖業者の交流ができないかと考え、行政と連携して本県クルマエビ養殖業者の勉強会を実施し、意見交換を行った。この勉強会をきっかけにお互いの交流が始まった。



図4. 販売促進のためのソフト面の強化

図5. 同業者との勉強会の実施



図 6. 民間宅配業者の個人向け宅配サービスを利用した香港輸出の取り組み

6. 波及効果

一般個人向けのギフト販売は、継続した販促活動と高層ビルを中心としたポスティングが功を奏し、初年度の売り上げが 250 万円であったものが、2 年目は 500 万円、3 年目は 1,300 万と倍々で売り上げが増加した。

餌にこだわった養殖方法も PR し、付加価値をつけて販売した結果、販売数量、売上高ともにさらに増加し、大きな効果がうかがえた。現在の顧客リストは 4,000 人に上っている。その半数は、東京を始めとした関東在住者が占めるようになった。

顧客増加に伴い、11 月・12 月以外の時期の出荷に応じるため、本県同業者との勉強会の効果により、横の連携が強化され、通年出荷体制が可能となり本県のクルマエビの販路拡大につながった。

さらに、海外への販路拡大の取り組みでは、香港での料理店等で高い評価を受け、料理店以外にもスーパーなどの量販店からの依頼もきている。また、熊本県では現在、養殖魚の海外輸出量が年々増加傾向にある。そのため、その既存の取引ルートを利用してクルマエビも輸出しようという取り組みも行った。その結果、安定供給の重要性や、サイズや数量などきめ細かい対応などいくつかの課題が見えてきている。今後、熊本県の輸出促進事業も活用して海外輸出の可能性を探っていこうと思っている。

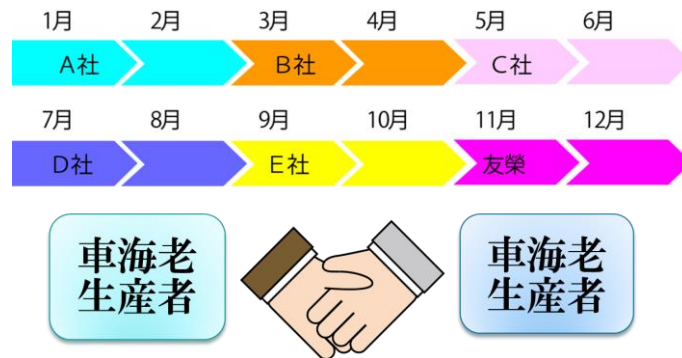


図 7. 本県クルマエビ養殖業者との連携による通年出荷体制の構築



図 8. 魚類養殖業者との連携によるアメリカへの試験輸出の取り組み

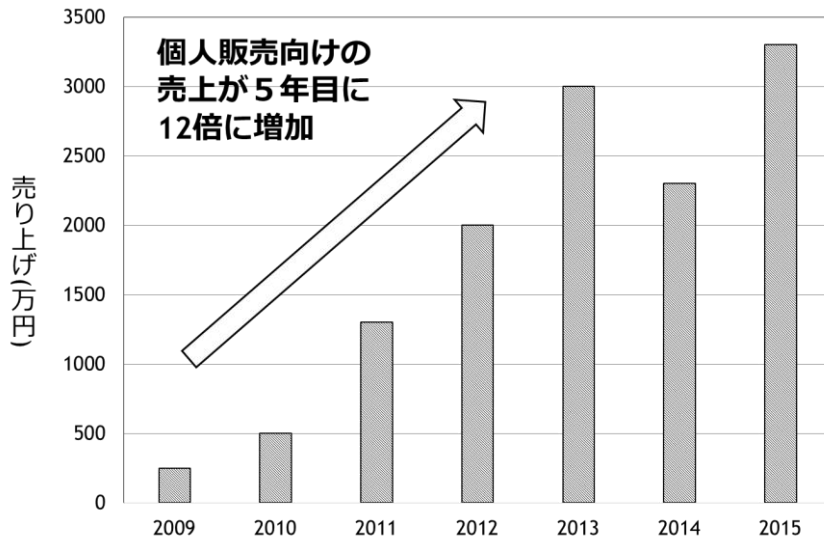


図 9. 個人向け販売の売り上げの推移

7. 今後の課題や計画と問題点

海外輸出に取り組んだ経験から、さらなる販路拡大には、ブランド力の強化や流通面の強化が必要であることが明らかになった。今後、ブランド力強化に向けては、商標登録を行うこととしている。併せて、流通面の強化では個人だけの取り組みでは、資金力の不足や人材の不足などの問題が生じてきている。そのため、今後、熊本県が推進する海外市場流通拡大推進事業を活用するなど、行政と連携した活動を実施をしていく予定である。また、これまでの顧客リストを利用して、水産物以外の農産物や加工物の生産者と連携し、天草産品を全国、そして世界へ発信していく予定である。さらに、後継者育成、バイオマスエコ型養殖施設の開発、IT生産管理での効率化を進めていく予定でもある。100年先も天草の地でクルマエビ養殖が営んでいけるようにしたい。