

美味しい魚を食べ続けるために 私ができること



合同会社フラットアワー

代表社員 銭本 慧

1984年、大阪府吹田市生まれ、兵庫県明石市育ち。東京大学大学院新領域創成科学研究科自然環境学専攻博士後期課程修了（環境学博士）。長崎大学において日本学術振興会特別研究員（PD）を経て、2015年4月に対馬に移住。2016年4月に合同会社フラットアワーを設立（代表社員）。同じく水産学者の須崎寛和氏を招き寄せ、持続可能な水産業の実現のために、高品質高付加価値の魚介類販売、ブルーツーリズム、研究コーディネート等に取り組んでいる。

はじめに

皆さん、こんにちは。長崎県の国境離島・対馬で一本釣り漁を行っております、^{ぜにもとけい}銭本慧と申します。もともと対馬の出身というわけではなく、前職は水産や海洋の研究をする研究員だったのですが、1ターンで対馬に移住し、漁業を行いつつ、「持続可能な水産業の実現」をミッションとした合同会社フラットアワーという会社を経営しております。今回は私がこのような道を選択するに至った経緯を皆さんにお伝えできればと思い、筆を執らせていただきました。

釣り好き少年、研究者を目指す

私は大阪吹田市生まれで小学校まで大阪、引越しをし、中学高校は兵庫県の明石で過ごしました。父親の影響で幼い頃から釣りが好きになり、徒歩で海に出られるようになった中高時代は両親が寝静まった頃にこっそりと家を抜け出して、一人で夜釣りをしに行くような釣りバカでした。そんな趣味を持っていたので、自然と水産学部がある大学への進学を考えるようになりました。「親元を離れて一人暮らしをしてみたい」、「釣ったことのないような魚が釣れる場所に行ってみよう」とそんな思いで水産学部のある大学の中から長崎大学水産学部を選び、何とか合格することができました。大学ではカッターというボートを漕ぐ部活に所属し、カッターと釣りと、ときど

き授業というような“健全な”大学生活を送りました。部活を引退し、四年生の卒業研究では「ウナギ」の研究を行いました。一般教養の授業で調べたテーマについて発表する機会があり、そのテーマを探するため図書館で書籍を読み漁ったところ、ウナギが謎に包まれた生物であることを知ったのがきっかけでした。川に生息しているウナギですが、産卵場は外洋で、しかも何千キロも離れた南の海周辺であることや、そんな遠い場所で生まれた後、海流に乗って日本までやってくるのがとても面白く感じられました。当時はまだ天然の卵やふ化直後の仔魚は採集されておらず、「この中のどこかに産卵場がある」という広大な産卵場の候補海域が示されていた状態だったため、産卵場を特定するような研究に携わりたいと考えるようになりました。調べてみたところ、その研究は東京大学の海洋研究所（現在の大気海洋研究所）で行っていることを知り、東京大学の大学院に進学しました。

大学院～研究員時代

東大大気海洋研究所で過ごした大学院修士・博士課程は研究に明け暮れる日々でした。特に二ホンウナギの産卵期である5～8月ごろは毎年、学術研究船「白鳳丸」に乗船し、産卵場特定のための研究メンバーとして調査研究を行いました。私の任務は、産卵場と推定されている海域の物理データ（水温や塩分、流れなどのデータ）を解析し、仔魚の分布と物理データとの過去の対応をもとに、今年どの海域で仔魚が採れそうかを推定するような仕事でした。とても幸運なことに、私が博士課程の時の航海で初めて天然の二ホンウナギ卵の採集に成功し、産卵海域の特定に成功しました。歴史的な快挙に自分の仕事が少しでも貢献できたかと思うと、とても嬉しい気持ちになり、研究活動の醍醐味を感じることができました。

この産卵場を特定するプロジェクトは私の研究の重要な一部でした。しかし、最も大きな仕事は、外洋で産卵し、海流に乗って生息域に輸送された後、河川に遡上して生息するという生活史を持ったウナギの資源量がどのような要因で変動するかを明らかにすることでした。物理的なデータの解析を得意としていたこともあり、水温や塩分、流れなどの自然環境が年によって変動する影響で日本に来遊する稚魚（シラスウナギ）の来遊量が増減しているのではないかという仮説のもとで研究を進

図1 シラスウナギ国内採捕量の推移

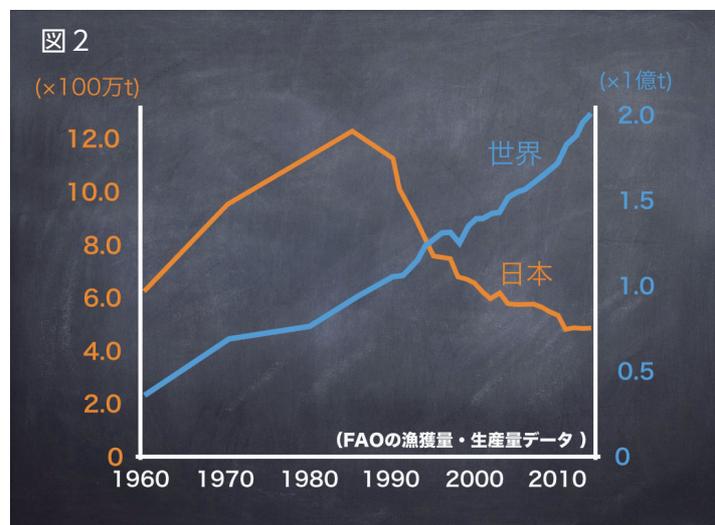


めていました。その結果、自然環境の変動に伴って、産卵場の場所が年によって変化することや、産卵場から生息域である日本に向かう海流が変化することによってシラスウナギの日本への来遊量に影響していそうだとということがわかりました。このようなことを明らかにできたことは大変誇らしいことではありましたが、一方で、私が研究を続けている間にもニホンウナギの漁獲量は年々減り続け、2014年には絶滅危惧種に指定されました（図1）。

博士課程終了後は研究員として東京大学に半年所属した後、古巣である長崎大学水産学部の研究室で研究員として研究を行いました。実はその研究員の間、私は研究を進めるモチベーションを失い、主著の研究論文を掲載できませんでした。理由は幾つかあったのですが、「自分の研究が誰かのためになっているという実感を持てなかったこと」と「どのような要因で水産資源が変動しているのかを解明することよりも、減ってしまった資源を増やすためにできることをすることの方が（水産資源が減っている今は）重要ではないかと考えるようになったこと」が大きな理由でした。大学院時代はプロジェクト型の研究チームに所属しており、自分の研究成果が誰かの研究に貢献していることが割にはっきりとしていて、貢献感を持ちながら研究ができていました。一方で研究員になってからは、その後の自身のキャリアアップのために研究を進め、論文を執筆することが求められる時期で、そのような貢献感を感じる事が少なくなっていました。また、自分の研究がウナギを含め、減少傾向にある多くの日本の水産資源を増やすことに寄与できていないのではないかとすると、研究を推し進めるモチベーションを保つ事が困難になってしまったのです。何れにしても論文を執筆できない以上、研究を続ける事はできないと考え、一旦、研究を離れ、別の方法で水産業界のためになるような事をできないかと考えました。

水産現場に飛び込む準備をする

研究の世界を離れて、その後何をしようかと考えました。研究員としての仕事と並行し、ウナギだけでなく他の水産資源について、また日本だけでなく世界の水産業界について調査してみました。そうすると、様々なことが見えてきました。日本ではウナギだけでなく、多くの水産資源が長期的に減少傾向にあり、その影響で総水揚げ量も1980年代中頃をピークに右肩下がり



であることがわかります（図2）。一方で、世界に目を向けてみると、世界の総水揚げ量は右肩上がり、水産業は世界では成長産業となっています。その要因はいくつかありますが、私は大きく三つあるのではないかと考えています。一つはインドやアフリカ、東南アジアなど、人口が増えている国や地域が、漁業生産に力を入れるようになったこと。二つ目は、養殖技術の向上に伴い、生産効率が飛躍的に伸びたこと。そして三つ目は、日本が現在も続けている「獲りただけ獲る早い者勝ち」の漁業から資源管理型の漁業にシフトし、漁獲量を安定、増加させるノルウェーやニュージーランドのような国が増えてきたことです。これらの国も当初は日本と同じように、漁獲努力を増やして生産量を上げていった後、生産量が頭打ち、減少に転じました。そうなった時に、科学的なデータにもとづき、漁獲できる魚の量を制限し、獲り過ぎないように管理することで乱獲を防ぎ、生産量を維持できるようにしてきたのです。

このような事実に触れたことで、「日本でも資源管理の視点を持って獲る量を制限し、枯渇した天然の水産資源を増やすことはできないか」と考えるようになりました。日本周辺の海は世界的に見ても非常に生産性が高い海域です。生産性が高いというのは銀行で言えば金利が高いということです。十分な親が海にいて、漁獲制限などの資源管理して獲り残せば、増えた利息だけで水産業は豊かに回るはず。しかし、過去においては獲りただけ獲る漁業で元金に手をつけてしまった結果、得られる利息を減らしてしまいました。まずはその元金を増やさないといけない。科学的なデータをもとに、獲る量を制限し、十分な親が残っている海を維持するという思考がこれからの漁業には必要だろう。そう思ったわけです。

そのようなことを研究の傍らで考えていた時に、ふと周りを見渡してみました。私の周りにはとても優秀な研究者がたくさんおり、その中には水産庁や水産研究所、水産試験場など日本の水産業のルール作りにかかわる機関に就職する人たちが多くいました。私もそのようなキャリアを歩むことも考えましたが、根っからの釣りバカということもあり、水産現場から何か変えていけるようなアプローチはないだろうかと思うようになりました。

そこで、長崎大学で研究員をしていた際、時間を見つけては長崎を中心に九州各地の漁業現場を視察して回りました。水産業が基幹産業といえる地域を5～6カ所ほど回りましたが、やはりどの場所も水産業が衰退しており、後継者不足、高齢化等で地域全体が衰退しているように見えました。一方で、まだまだ良い魚が獲れているし、自然に囲まれた田舎暮らしに憧れを感じました。とにかく漁業現場に身をおいて仕事してみたい。視察を重ねるごとにそう思うようになりました。そして候補地を回り終え、振り返った時に、「いなサバ」としてブランド化しているマサバの一本釣り漁に同行し、その大きさと美味しさに感動した対馬の伊奈地区を忘れられず、移住先を対馬にする決断をいたしました。

私が対馬に移住して何ができるだろうか。研究室で事業計画を練りました。私が地域に入って

行う仕事をデザインする際に大切にしていたことは三つありました。「自分らしさや強みを活かせること」、「社会的に意義があること」、そして「しっかりと収益を上げられること」です。これら三要素が上手くバランスできる事業を考えた時、現在行っている個人や飲食店を対象とした鮮魚直販と情報発信を思いつきました。自分自身漁業者になり、漁業（一本釣り）を行いながらその様子をSNSなどインターネットに投稿。現場の臨場感を伝えしながら、それに興味を持ったり共感して購入してくださる方に直接魚をお届けするようなイメージです。私は大学院時代から、文章の練習としてインターネット上でブログを書いたりSNSを活用したりしていました。これは私の強みになるし、その文章を読んだ読者からのフィードバックなどを通して交流することが好きでした。現場で漁業をしながらSNSなどで情報発信を行えば、水産現場の情報を多くの方に届けることができます。そのように消費者の方々に（良い部分も問題である部分も含めて）水産に少しでも関心を持ってもらうことが水産業が変わる一助になるのではないかと考えました。最終的に魚を使う料理人・シェフや個人のお客と直接取引をすることで、市場価格に左右されない取引が可能です。また、お客様からのフィードバックを受けて、現場で改善を行うことで付加価値を引き出し、ある程度安定した収益を確保することができると考えました。このような事業計画を研究者の先輩や既に社会に出て仕事をしている同級生などにも相談しながら作っていき、「あとはやってみるだけ」という状況で、対馬に移住しました。

お客様と二人三脚で直販事業を創っていく

とはいえ、その土地にゆかりのない私がいきなり漁師コミュニティに入り込むのは不可能でした。そこで移住1年目は対馬市の委託業務を行う中間支援組織に就職し、その中で仕事をしつつ、休日には地元の漁師さんの漁に同行しお手伝いをしながら少しずつ準備をしていきました。そして移住して1年が経とうとした時、幸運なことに漁師さんから船を譲っていただけることになり、そのタイミングで中間支援組織を退職、伊奈漁業協同組合の組合員となり「漁師」の肩書きを得ました。また一人で活動するのも心細かったので、研究職時代の後輩で当時研究員をしていた須崎寛和くんを口説き落とし、「持続可能な水産業の実現」をミッションに2016年4月に弊社と一緒に起業しました。

起業1年目はとにかく先輩漁師の真似をして漁を行うこととSNSやブログで情報発信をして、我々の活動を認知してもらうことに集中しました。そうしていたら、大学院時代にお客としてよく行っていたお寿司屋さんや友人に紹介してもらったフレンチのお店、高校時代の同級生が経営している飲食店さんなど、数店舗が私たちを応援してくれて、定期的に魚を取り扱ってくれることになりました。まさに0が1になった瞬間でした。生産能力が低く、漁獲できる魚の量が本当

に少なかったので、「お客様に魚を届けられれば“二人”で月に10万円の粗利になる」という安心感を得られたのを今でも覚えています。

「よし、このままバリバリ顧客を増やしていこう」。そう思っていた矢先、「生食できないぐらい魚が痛んでいた」、「血の抜けが悪く、血なまぐさい」など、お客様からクレームをたくさんいただきました。起業し、直販を始めた時のシーズンは春だったので良かったのですが、その後夏になるにつれ気温が高くなり、配送中の鮮魚Box内の温度が上昇したことが主な原因でした。また、当時は血抜きや神経締め、その後の冷やしこみなどの鮮度保持処理を確立できておらず、魚が本来持つポテンシャルを引き出しきれっていませんでした。このように商品そのもののクオリティが低い状態だったため、顧客を増やす活動を一旦休止し、今いるお客様に提供する商品のクオリティを向上させることに集中しました。お客様が増えないので、売り上げは上がりませんが焦らず、お客様から宿題をいただければ、試行錯誤し、一つ一つ問題を解決していく。本当にお客様との二人三脚で現在の直販の体制を築くことができました。私たちのことを見捨てず、お付き合いしてくださった初期からのお客様には感謝しかありません。

少しずつ自信をつけ始めた3年目には、ミッションに共鳴してくれた越智雄一郎くんが合流して現在、3名体制で活動しています(図3)。現在、特に力を入れているのは漁業現場では捨てられている未利用魚の有効活用です。SNSで日々獲れる魚をアップしていると、お客様から「その魚は何ですか? 普段、市場では見かけないですが美味しいのでしょうか?」とコメント



図3 左から、錢本 慧、越智 雄一郎、須崎 寛和

トをいただきました。それはハチビキという魚で、非常に血が多く、漁業現場で血抜き処理を施さないと血生臭さが強く出るため、市場では値段がつきにくく、現場では獲れてもリリースされている魚です。しかし血抜き処理をしっかりと行って試食してみると、脂ののりがよく、美味しいと我々は感じました。試しに直販でお送りしたら「美味しいし、市場では手に入りづらい魚なのでありがたい」と好評でした。今ではマダイやブリ、ヒラマサなど馴染みのある魚と遜色ない価格で購入していただける弊社の看板商品になりました。このようにお客様との双方向のやり取りでニーズを発見し、未利用だった魚を有効に利用していくことができるのもSNSを使った直販の

メリットだと感じています。

現在では国内は北海道から福岡、長崎まで、また海外（シンガポールやバンコク）にも鮮魚を出させていただいております。また、周囲の漁業者からの仕入れにも力を入れ始めています。市場価格が安い時期でも一定の価格で買い取って、少しでも収益の安定・向上に貢献できるように努めています。また、月刊のニュースレターを作成し、お客様の反応をしっかりと漁業者にフィードバックすることで、漁業者が社会と繋がっている実感を持って仕事ができるよう試行錯誤しています（図4）。これまでの水産業は生産者が魚を送り、消費者が消費するだけの一方通行でしたが、インターネット、特にSNSを活用し双方向に情報のやり取りができるようになったことで両者の心理的な距離を埋めることができてきています。生産者と消費者が互いに交流し、それぞれを思いながら水産物を消費することを通して、私たちの周りから少しずつでも「持続可能な水産業」を作っていきたいと思っています。ありがとうございました。

図4 毎月発行しているニュースレター（フラット通信）



表面はその月の出来事、裏はお客様の声をまとめています

合同会社フラットアワー HP <http://flathour.com/>

080-3002-9181（錢本携帯）

（お電話でのお問い合わせもお受けしております）