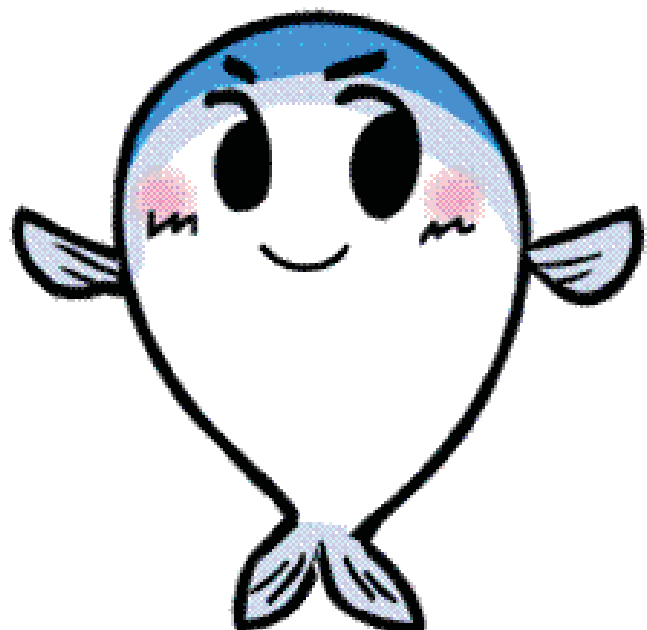


東町漁協

“輸出への取組み”



鯺王  
Buri-Ou



東町漁業協同組合  
参事 山下伸吾

青い海と緑の島々が連なる鯺王の産地

# 1、長島町の概要

## ◎鹿児島県最北端の町

人口約1万人の1次産業の町

漁業：魚類養殖・アオサ養殖

農業：ジャガイモ・柑橘類栽培  
畜産が盛ん

## ◎黒之瀬戸大橋

昭和49年に黒之瀬戸大橋が開通  
したことで、九州本土と長島町  
が陸続きとなり、交流が劇的に  
増えた



### 鹿児島県の最北端には、 紺碧の海がひろがっています。

北緯32度11分6秒に位置する長島町を起点に、  
鹿児島県は南へ600キロメートルも続きます。  
県の最北端・長島町の海は限りなく青く、  
限りなく明るい光がふりそそいでいます。

長島本島、伊唐島、諸浦島、獅子島ほか大小  
23の島々が点在し、豊かな自然と温暖な  
気候の中で、人々のうるおいのある  
暮らしが息づいています。



## 2、JF東町 概要

プロフィール（平成29年3月31日現在）	
商号	東町漁業協同組合
代表役員	代表理事組合長 長元信男
設立及び出資金	昭和24年 647,144千円
事業内容	販売事業118億円（うち養殖ブリ93億円） 購買事業 88億円（餌飼料・燃油・資材） 加工事業117億円 その他 2億円（製氷・化製・他） 指導事業（品質管理・魚病対策・経営管理）・共済事業
組合員	正382名 准251名 合計633名
役員	理事9名（うち常勤1名） 監事3名
従業員	職員87名（うち臨時2名） パートタイマー65名
関連会社	株式会社JFA

## 2、J F 東町 概要

「株式会社J F A」

平成27年9月に販売強化・機能強化を目的に設立

事業目的：水産物及びその加工品の販売・輸出

農産物及びその加工品の販売・輸出

水産物及び農産物の商品開発

飲食店業

観光情報の提供及びツアーの企画・運営

その他

(株)J F Aの主な事業

卸売業務 250,000千円 ( 海外輸出額：20,476千円 )

主な輸出魚 モチウオ6,155kg クロ(メジナ)4,177kg 石垣タイ2,271kg

ラッパ 2,620kg イシモチ 1,874kg

その他14魚種5,970kg

## 2、J F 東町 概要

(株)J F Aの主な事業

販売事業 46,000千円  
(ECサイト含む)



ネット通販を通じ、消費者へダイレクト販売！

水産物に限らず、農産物・他 長島の特産品を販売する

WEB版「道の駅」を目指します！

販売商品の詳細については  ”長島大陸市場” で検索 クリック！

## 2、JF東町 概要

(株)JFAの主な事業 食堂事業：長島大陸市場食堂

平成29年度実績

売上高5,290万円 前年比136%

来客数21,000人(一般客) 前年比228%

「鱈王」定食

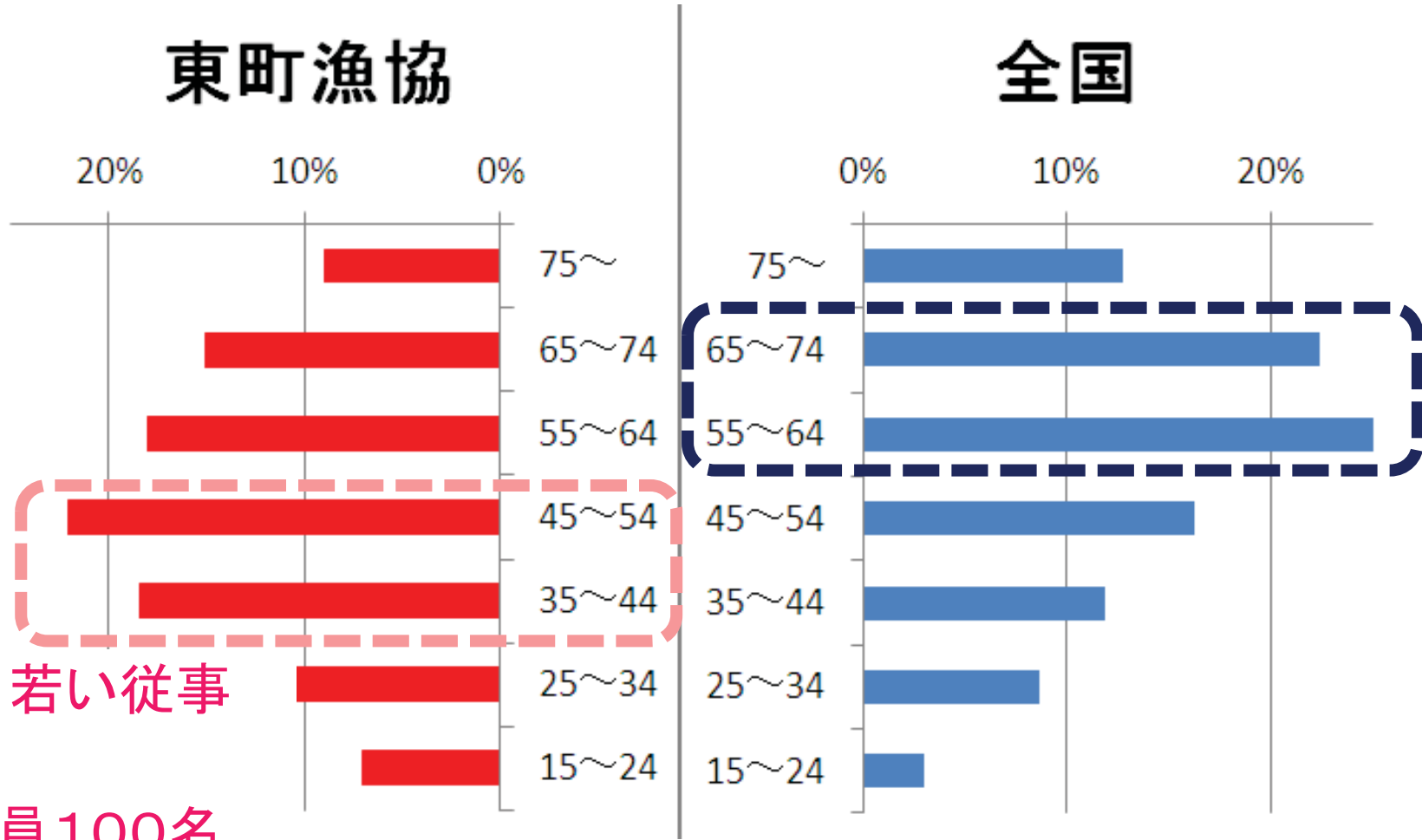


ぶりしゃぶ



### 3、組合員の構成

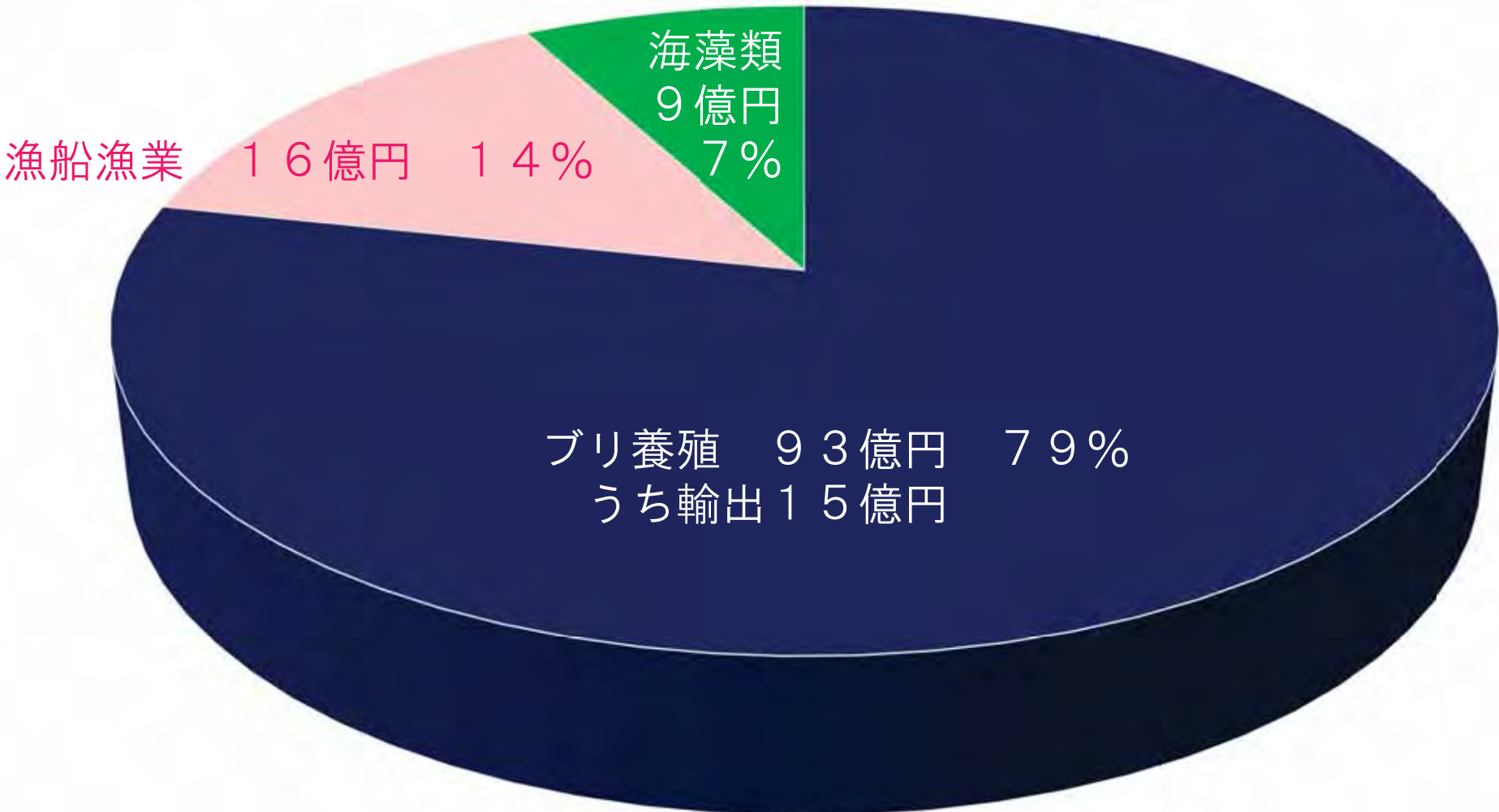
従事者の年齢構成



漁業後継者が多く、若い従事者が多い

40歳未満の青年部員100名

# 4、水揚高内訳 ※平成28年度





# 5、「鯰王」ブランドの取組



- 黒ノ瀬戸大橋開通
- 魚市場開設
- 新魚市場開設
- 新冷凍冷蔵施設
- 対米輸出開始
- 加工事業開始
- 水揚高百億円突破
- 新加工場建設
- 竹島大橋開通
- HACCP認証
- EU HACCP認証
- 中国輸出施設登録
- ロシア輸出施設登録
- 加工尾数一〇〇万
- 赤潮被害
- 加工尾数一一四万

## 5、「鰯王」ブランドの取組

昭和57年	ブリの対米輸出開始
昭和63年	加工事業開始
平成10年	加工場H A C C P 認証 ※養殖魚では国内
平成13年	商標を「鰯王」とする
平成15年	対E U 輸出水産食品取扱い施設認定 ※養殖魚において国内初
平成16年	「鰯王」商標登録
平成17年	「鰯王」商標登録 対中国輸出水産食品取扱い施設登録
平成19年	対ロシア輸出水産食品取扱い施設登録
平成20年	養殖ブリの加工尾数 100万尾突破
平成24年	人工種苗による養殖実証事業を開始
平成25年	総合加工場建設
平成27年	株式会社 J F A 設立



**鰯王**  
Buri-Ou

## 5、「鯰王」ブランドの取組

### (1) 全量共販出荷

☆ 130名のブリ養殖業者(小規模)

◎ 2,170台の生簀を所有⇒17,000尾/1経営体

◎ 年間約200万尾強のブリを出荷

組合で全て一元集荷  
共同出荷する体制が必要



価格・生産の安定とブランド確立

### (2) 均一品質へのこだわり

#### ☆ オリジナル飼料開発

2005年：品質の統一化に向けてオリジナル飼料開発着手

高知大学と共同研究⇒『品質基準』を設定

東町漁協の組合員がオリジナル飼料で育てる

⇒ 1年を通じて安定した品質で出荷できる！

⇒ JF東町「鯰王」の強み！



『鯰王』オリジナル飼料

## 5、「鯽王」ブランドの取組

### (3) 安心安全へのこだわり

- ☆稚魚から出荷まで一貫生産
- ☆家族によるオーナー養殖（各組合員が経営者&従事者）
- ☆1年を通じて同じ浜から出荷
- ☆ぶり養殖管理基準書の策定
- ☆独自のトレーサビリティシステムの開発・導入

安全性の保証が確保！

世界基準の安全性を確保することで、海外輸出に力を発揮！

### (4) 計画生産の取組み

生産過剰と消費低迷により全国的に養殖魚は飽和状態

⇒許可台数に応じた放養尾数を養殖業者に提案

⇒空いた生簀でブリ以外の魚種の養殖を提案

リスク管理&リスク分散！

『鯽王』ブランド確立に、着実に歩んできた！

# 5、「鯪王」ブランドの取組

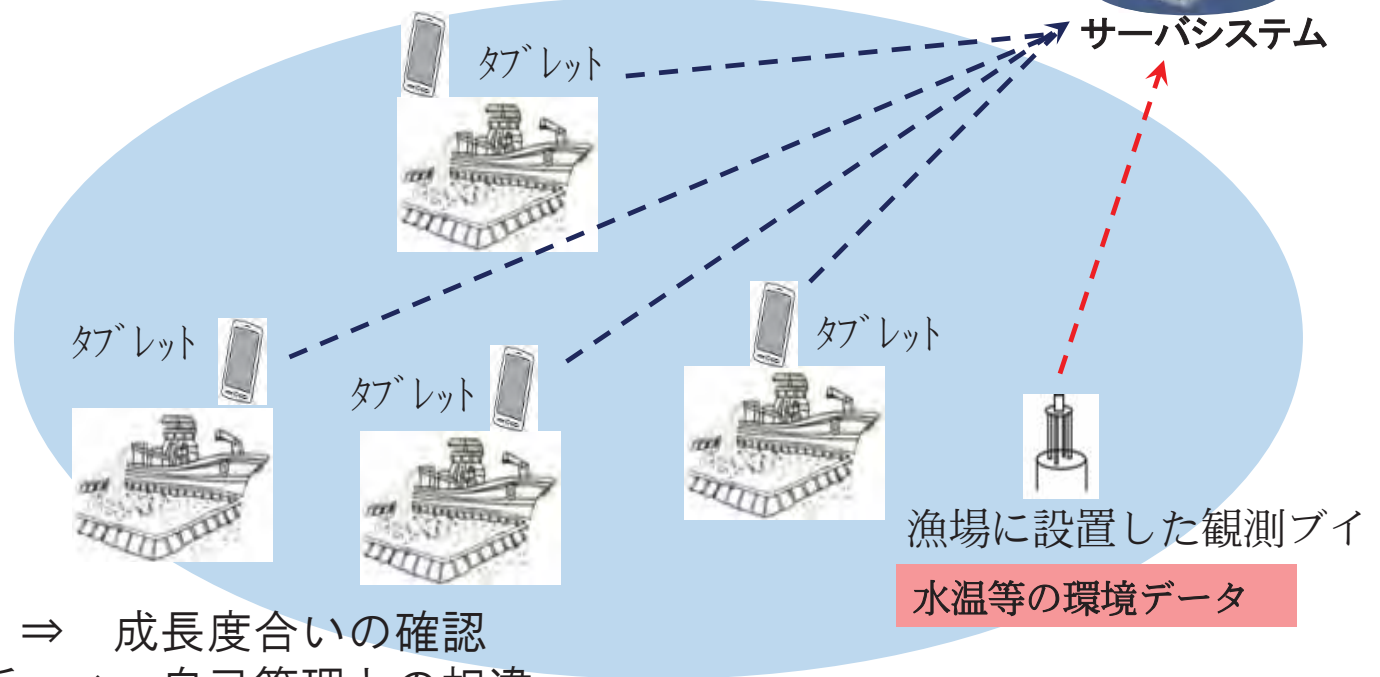
ICTを活用した生産管理システム（革新的技術開発・緊急展開事業）



養殖管理クラウドシステム  
・ 給餌・水温・成長率等をリアルタイムで情報収集  
・ 適性な生産管理・出荷計画



サーバシステム



画像解析システム

- ・ 体長計測システム ⇒ 成長度合いの確認
- ・ 尾数計数の自動解析 ⇒ 自己管理との相違

## 5、「鯺王」ブランドの取組

### ★作れば売れる時代ではない

安全・安心で美味しい魚を消費者ニーズに合わせて、**適正量生産**することが重要！

### ☆小規模養殖業者が一人では、ニーズに応えられない！

○小規模漁業者が生き残っていくには、「漁協を中心」として生産 ⇒ 販売まで  
130名の養殖業者が共同して取組む

○鯺王ブランドは、漁業者だけでも漁協だけでも成り立たない

種苗導入 ⇒ 餌料選定 ⇒ 育成管理 ⇒ 漁場管理 ⇒ 加工 ⇒ 販売

○企業との連携・協調

効果的、合理的に対等な取引 ⇒ 各種経費の削減

販売・輸出を戦略的・効果的に行う

○漁協が漁業経営(浜)を守る

経営管理、餌の供給、行使料や販売手数料の軽減、付加価値をつけた販売等

## 6、海外輸出の取組（水産加工場）



頭・内臓除去  
1,000尾/1時間



滅菌海水による洗浄



フィレマシーン  
1,500尾/1時間



余分な水分の除去作業



真空包装機  
1,000尾/1時間



金属探知機検査



真空パック後再冷却



自動計量  
印字シール添付

加工能力：20,000尾/1日

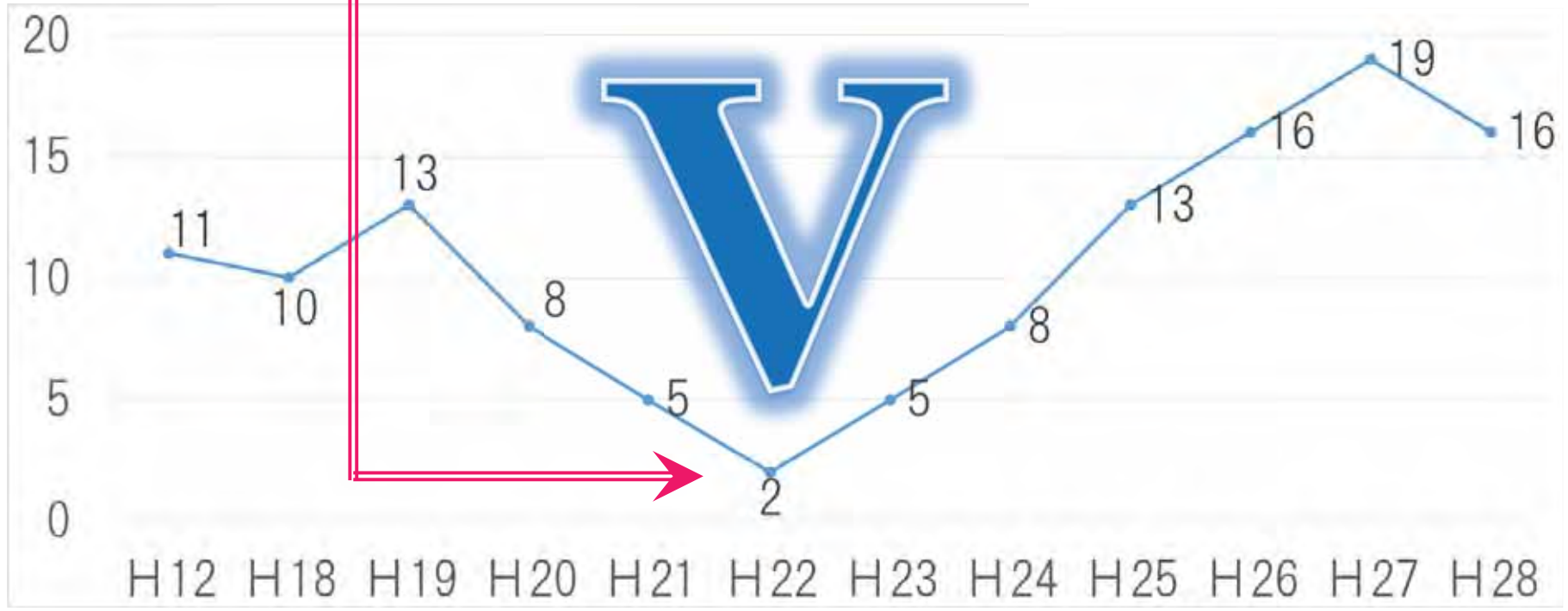
# 6、海外輸出の取組

※昭和57年輸出開始以来、順調に推移してきた。

H21年・H22年のシャトネラ赤潮による被害で、周年出荷が途絶えた！

単位：億円

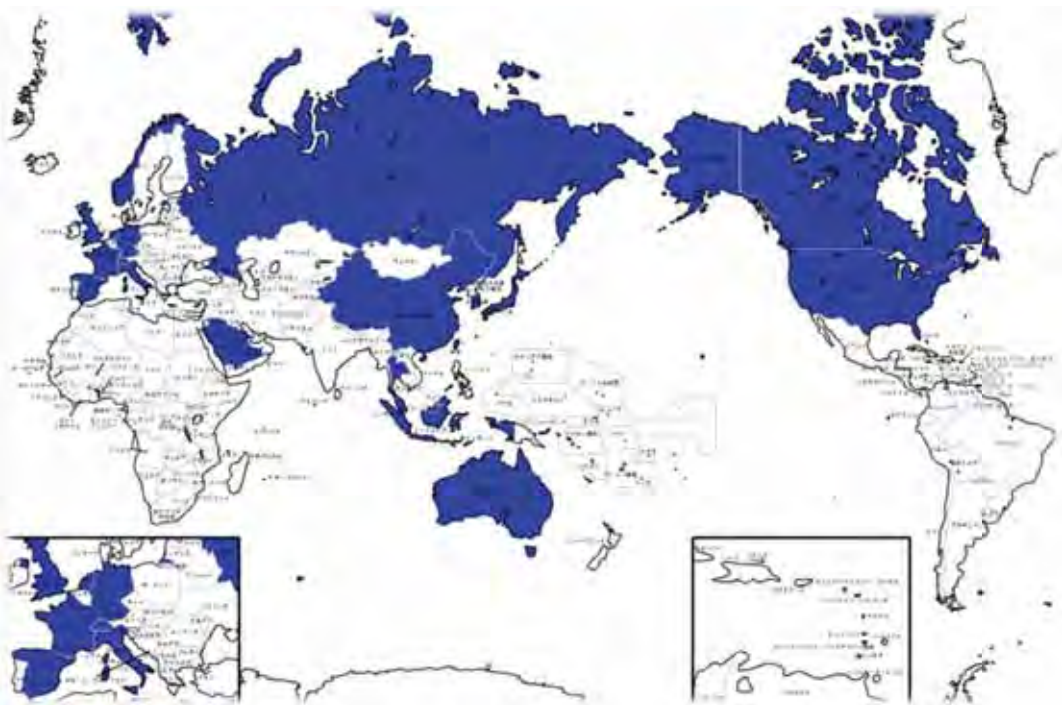
EU・アジア向け輸出が増加！





## 6、海外輸出の取組

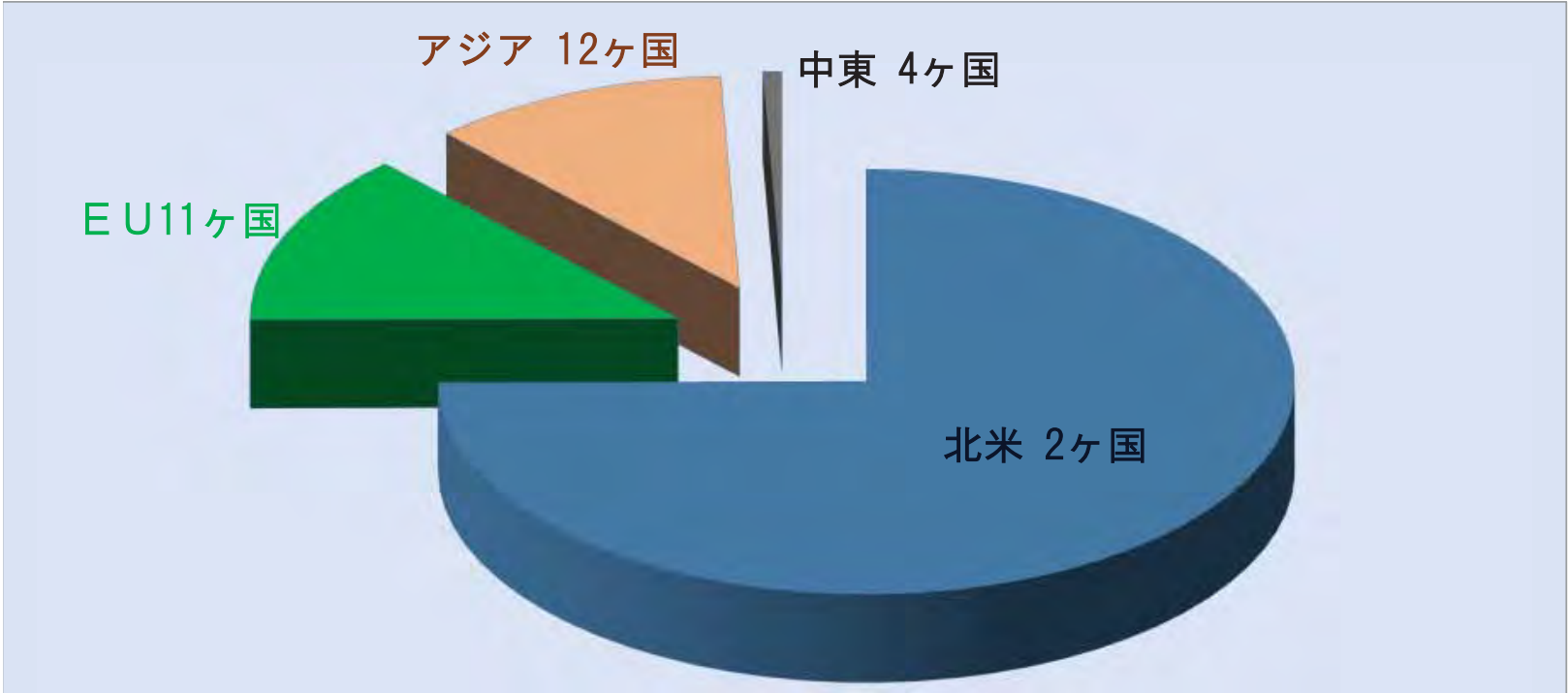
### 鯰王 (Buri-oh) の輸出先国 29カ国



- 1、アメリカ
- 2、カナダ
- 3、スイス
- 4、ドイツ
- 5、イギリス
- 6、スペイン
- 7、オランダ
- 8、デンマーク
- 9、フランス
- 10、ノルウェー
- 11、イタリア
- 12、ポルトガル
- 13、ベルギー
- 14、香港
- 15、中国
- 16、台湾
- 17、韓国
- 18、インドネシア
- 19、シンガポール
- 20、マレーシア
- 21、タイ
- 22、ベトナム
- 23、モルディブ
- 24、ロシア
- 25、ドバイ (UAE)
- 26、レバノン
- 27、ヨルダン
- 28、サウジアラビア
- 29、オーストラリア

# 6、海外輸出の取組

地 域	平成 28 年度		平成 27 年度		増 減		
	尾数	金額	尾数	金額	尾数	金額	
北米	67,865	1,128,901	93,310	1,253,326	△25,445	△124,425	90%
E U	33,062	197,302	46,473	313,264	△13,411	△115,962	63%
アジア	30,085	170,461	55,501	320,185	△25,416	△149,724	53%
中東	2,258	10,643	2,518	11,114	△260	△471	96%
オセアニア							
合 計	133,270	1,507,307	197,802	1,897,890	△64,532	△390,583	79%



## 7、今後の輸出展望

### 現状と課題

- 地理的条件：東京都等の大消費地遠距離 ⇒ 物流面でも不利な地域
- 組合員：130名の魚類養殖業者 ⇒ 小規模漁業者の集団で考え方も様々
- 職員：84名 ※地元以外の職員も採用し、各種の専門分野に対応
- パート：67名（加工場等）⇒高齢化による人手不足⇒外国人技能実習制度を活用し対応
- 鯰王ブランド：養殖技術の統一、生産管理体制の強化 ⇒ レベルアップが必要

※今の東町漁協は、順風満帆で出来た漁協ではない！

組合員との様々な葛藤や養殖技術の確立から事業展開、地理的ハンデの克服等、過去から努力を積み重ねてきた結果・実績を積み上げてきたもの  
今後も様々な課題と向き合いながら対応していく

厳しい漁業経営の環境下、漁協が果たす役割は非常に重要！