

【報告書】

「海とインターンシップ」にまつわる企業インタビュー調査

一般社団法人DOFORFISH

目次

● インタビュー調査目的	P2
● インタビュー1 小笠原宏一さん	P3
● インタビュー2 小坂善一さん	P7
● インタビュー3 小西一人さん	P11
● インタビュー4 林強徳さん	P15
● インタビュー5 大坪友樹さん	P19
● インタビュー6 佐々木俊之さん	P24
● インタビュー7 保志弘一さん	P28
● インタビュー8 石原一平さん	P34
● インタビュー9 本間雅広さん	P39
● インタビュー10 津田祐樹さん	P44
● インタビュー11 蜂谷潤さん	P49
● インタビュー12 新藤克貴さん	P53
● インタビュー13 千葉佳祐さん	P57
● インタビュー14 柏谷晃一さん	P60
● インタビュー15 高倉葉太さん	P65
● 総括	P68

インタビュー調査目的

当インタビューでは「北海道を中心とした水産業界の企業10社」と「海洋ベンチャー5社」の合計15社へのインタビューを行い、水産業界の企業が現在抱えている課題や、将来への展望などを聞き取る。聞き取りで得た洞察を活かし、今後水産業会の企業と学生を中心とした若者とのマッチングがより進んでいく環境づくりに寄与する。

質問内容は以下の通りである。

・北海道を中心とした水産業界の企業10社

- 1 会社概要(創業年月 / 事業内容)
- 2 代表プロフィール
- 3 代表の現在の仕事に至った背景
- 4 現在向き合っている課題(海や魚に関すること + 地域ならではの課題)
- 5 課題を解決するために乗り越えるべき障壁
- 6 課題を解決するために必要な資源(人・もの・金・情報など)
- 7 課題が解決された後の未来
- 8 現在見えている希望の兆し(10年後どうなっていると思いますか？という意図をそえる)
- 9 人手があればやりたいと思っている事業
- 10 これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことはなんだと思いますか？
- 11 学生と協働で行いたいこと
- 12 学生を受け入れるにあたっての懸念点
- 13 学生のこんなところを知りたいなどはありますか？

・海洋ベンチャー5社

- 1 会社概要(創業年月 / 事業内容)
- 2 代表プロフィール
- 3 代表の現在の仕事に至った背景
- 4 現在向き合っている課題(海や魚に関すること + 地域ならではの課題)
- 5 課題を解決するために乗り越えるべき障壁
- 6 課題を解決するために必要な資源(人・もの・金・情報など)
- 7 課題が解決された後の未来
- 8 現在見えている希望の兆し(10年後どうなっていると思いますか？という意図をそえる)
- 9 人手があればやりたいと思っている事業
- 10 これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことはなんだと思いますか？

インタビュー1 小笠原宏一さん

Q. 会社概要(創業年月 / 事業内容)について教えてください。

A. 2022年から『inakaBLUE』としてタコの販売を行っていて、個人でも漁業、講演会などの活動をしています。

『inakaBLUE』という屋号は青い車でドライブしている時に思いついた名前です。

名前の由来は、田舎にプライドを持ちながらも課題を沢山感じているなかで、自分の地域がよりよくなつてほしいという想いから”田舎”、事業が海に関することなのでわかりやすく”ブルー”を合わせて『inakaBLUE』という名前になりました。

Q. 代表のプロフィールについて教えてください(出身地や年齢など)(Q. 代表の現在の仕事に至った背景を教えてください。)

A. 生まれも育ちも北海道苫前町で、年齢は35歳です。今まででは若い世代と言われていましたが、業界の中では上の世代になってきたなと感じています。

漁師の道へ入ったのは19歳の時。元々は漁師ではなく、学校の先生になりたいと考えていたのですが、高校生の時に父親が怪我をしてしまったことをきっかけに漁師になることを決めました。

20代を過ぎた頃から、まちづくり活動などで地元の外と関わる機会が増えました。そこからまちづくりを通して自分にできることはないか、自分の存在意義を見つけたいと考えるように。そして2019年、「自分が育った漁村である苫前町というまちを元気にしたい」という想いから「漁業改善プロジェクト」をスタートさせたんです。

「漁業改善プロジェクト」は海の資源を把握した上で、持続可能な漁業を確立していくというプロジェクトです。アジア圏では広がりつつあるプロジェクトですが、日本では僕が4番目の事例。現在も国内では事例が少ないというのが現状です。苫前町の水だこという資源を持続可能にすることで、苫前の漁村自体も持続可能にするためにプロジェクトを始めました。

2022年には「inakaBLUE」という屋号を得て、水だこの6次産業化もスタート。「ReTAKO」という商品を作り、購入してくれた分の利益を利用して、タコを海にリリースするという活動を行っています。味や鮮度はもちろん消費者とともに海を守っていくという付加価値をプラスした活動です。

Q. 現在向き合っている課題について教えてください(例: 海や魚に関すること + 地域ならではの課題)

A. 正直課題だらけですが、地域に関しては「人がいないこと」が課題だと思います。働き手はもちろん、クリエイティブなことをできる人材が地方にいない。地方のように母数となる人口が

少なければ、何かの分野に長けている人がいる確率も低くなる。1人の人材にかかる業務量が多くなってしまうことは課題だと思いますね。

また海に関する課題は資源。

毎年漁獲量の結果は出ていますが、次の年の予想漁獲量などが不透明。今の状態で漁業を続けていくことは良くないと僕は思っています。

今のように海の状況がわからないまま漁業を続けていくと、漁師が大きな借金をしなければいけなくなったり、苦前町自体や漁業組合が傾く可能性もあります。

Q, 課題を解決するために乗り越えるべき障壁について教えてください

A, (地域に関するこ)

外の人と繋がることが、地域の衰退を遅らせることに繋がると思っています。

漁師も農家も会社員も、苦前町にいると新しい人に会うことは少ない。新しいアイデアに出会ったり、アイデアの掛け合わせで起きるパワーに触れる機会が少ないんです。だからどんどん外に出て、町に持ち帰って来てほしい。外でストレス発散して、地域に帰ってくるだけでもいいなと思っています。

(水産資源に関するこ)

DO FOR FISHの活動のように、消費者やたくさんの人々に知ってもらうこと。

現在は100人に同じことを呼びかける活動をしていますが、僕が得意なのは想いをぶつけて数人の行動を確実に変えることです。どんなやり方でも一人一人の意識を変えていくことがタコを買ってくれたり、応援してくれたりすることに繋がっていくので、できることは全部やっていくしかないと思っています。

Q, 課題を解決するために必要な資源について教えてください(例:人・もの・金・情報など)

A, 正直、全部欲しいです。ですがお金があれば個人の活動の幅は広がるけど、多くの人を動かす力はない。だから総合的に考えると必要なのは人なんじゃないかな。集まってくれた人に対してお金や技術、情報を渡して動いてもらう。苦前で考えると、水産に関しては僕だけ、地域に関しては僕の他にも仲間がいるので、さらにパイが増えしていくことが一番だと思っています。ある程度の情報と技術とお金、そしてそれらを元に動いてくれる人が大事だと思いますね。

Q, 課題が解決された後の未来は、どのようなものと想像できますか？

A, 今の課題はずっと続していくと思っています。その中で地域としては活動的で意欲的な人が増えていったらいいなと。

今は仕事に一生懸命なんだけど目の前に前に時間を取りられている人が多い気がしています。だからこそ田舎でも外と繋がることで、できることができたり、趣味や仕事をもっと楽しめる未来になっていたらいいなと思いますね。

水産に関しては未来を見据えて、漁獲可能な魚種と量が明確に出ている状態が理想です。しっかり計算しながらも利益を残していく漁業者や水産加工会社が増えていけばいいなと思います。

みんな収入や生活が不安で、たくさん魚を獲ってしまう。だけど海に魚がどれだけいるのか分かれば、獲っていい魚種や量、売値が明確になったり、廃棄される魚も減る可能性がある。

今の漁業者は自分も含めてレベルが高くはないと思っています。強い言葉にはなってしまいますが、計算ができない漁業者は廃業するしかない未来もある。漁村を守るために助けるだけではなく、教育もしていくつもりですが、どうしても難しい場合はそんな世界も必要だと感じています。漁獲量の計算はもちろん、売り方も含めて漁業者全体のレベルが上がれば資産はもっと面白いものになると思います。

Q. 現在見えている希望の兆しについて教えてください

※「10年後どうなっているか」という意図を含む。

A. (45歳の時の未来像)

現在の加工の規模を大きくしたいとしたいですね。現在の仕事の割合としては漁師業6、7割に対して加工業は3、4割といったところなんですが、工場の建設や従業員の雇用など全体的にパワーアップしてやっていきたいですね。

現在のタコの活動はなかなか地域に広がりを見せられていなくて、地域の加工業者を囲いきれていない状況です。だから自分で加工業をやりたい。自分で加工をして、消費者に価値を伝える売り方をしたいと思います。

タコ自体も少しずつ取材などで注目を浴びているので、10年後には結果が出ているかもしれない。

地域に関しても苦前にいる面白い人たちが少しずつまとってきたところ。10年後僕たちが活動しているかはわかりませんが、次の世代に活動を繋げていくために今何をしなければならないのかしっかりと考えていきたい。今と同じことをしていると海外に遅れをとってしまい、町が潰れてしまう。10年後1つでも問題を解決して、次のステップにいけたらなと思っています。だから希望は少しあると感じています。

Q. 人手があればやりたいと思っている事業があれば教えてください

A. 地域のイベントはもっと面白くできるやり方があると思っていて。何かしらのイベントに繋がるような事業を苦前でも札幌でもいいからやりたいなど。

苦前でイベントをやるとなると、町役場の方が当日のスタッフや誘導をしてくれている場合が多いです。彼らも町民なので、イベントを参加者として楽しんでもらいたい。だから町の外から運営スタッフを呼んで来ることができたらいいなと思っています。

町のイベントの見直しは僕一人ではできないので、色んな人と繋がってやりたいです。

あとはみんながよくいう自分と同じような考え方で同じ動きができる人がいたら嬉しい。田舎ではそういう人材を見つけるのは大変なので、一人でも自分の右腕となる存在が見つかったら嬉しいですね。

Q, これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことは何だと思いますか？

A, 北海道だと海は田舎に集中していますよね。田舎側が外部の人を受け入れられる体制が整っていることが必要だと思います。

外部の人が研究や技術の活動を行っていても、漁村や港というコミュニティですぐさま活動を開始できる状態ではない。個人でもベンチャーでもいいから、「地域の外と中に繋げれる人」が必要だと思いますね。閉鎖的な地域もありますが、地域にいいことは受けいれないと衰退してしまう未来が見えているので。地域に対して言葉を噛み砕き伝えられるメッセンジャー(共通言語を作ってくれる人)としての役割を果たせる人材が必要だと思います。漁師や地域と繋げることは中の人だけではもちろんできないので、地域の外にも同じような存在が必要だと思います。

Q, 学生と協働で行いたいことがあれば教えてください

A, 学生がきてくれるなら、ただの労働力として使うだけでは勿体無い。可能であれば、僕たちも学生に学ばせてほしい。

今まで来てくれた学生は学びたいという姿勢で来てくれて本当にありがたいなと感じています。ですが、学生たちは自分たちに力があることに気づいていない。もっと力があるはずなので、地域に自分が何を残せるかという僕たちと同じ目線で考えてみると嬉しい。やり方は学生次第ですが、やりたいことはたくさんあるので、一つでも一緒にできることがやりたい。最近は発信ができないので、特に発信が得意な人が来てくれた本当に嬉しいです。

インタビュー 小坂善一さん

Q. 会社概要(創業年月 / 事業内容)について教えてください。

A. 株式会社 膳を創業したのは、7年前の2017年4月10日になります。

利尻漁業組合がメインの取引相手となっていて、自身の漁業も含め買い付け、自分たちで加工、販売まで行っています。ネット販売も行っていて、ふるさと納税の返礼品も手がけるなど、卸しを含めた水産関係全般を担っている形です。

また3年前に[VILLA KAMUI\(ヴィラカムイ\)](#)をオープンして、1日1組限定の宿として運営しています。鮮度のいい海産物が島にはあるので、現地まで足を運んでもらって食べてもらう、そして島の経済を回すという仕掛けをやってみたかったのがきっかけ。少しずつ形になってきたなと感じています。

Q. 代表のプロフィールについて教えてください(出身地や年齢など)

A. 生まれは利尻島で、高校までは島で育ちました。親が漁業をやっていたんですが、自分自身も漁業をやろうという想いは当時ではなくて。自分には自分のやりたいことがあると思い、札幌の大学に進学後、証券会社に就職しました。ですが、就職してから1、2年経った頃に両親を同時に交通事故で亡くしました。「3兄弟の長男として家業を絶やしたくない」という想いから漁業をやることを決断したんです。

利尻で何かをしたいという想いは元々あったんですが、やりたいことも志なかばだったのでかなり悩みました。だけど「今のタイミングを逃したら、次の挑戦はいつになるんだろう?」と。職業は違えど自分のやりたいことは利尻でも目指せるんじゃないかと考えて、一度漁師という道を極めて、幅を広げていけばいいという考えになりました。

自分を動かしている要因としては、自分の選択を後悔だけはしたくなかった。自分の取った選択の中で悔いなく、一生懸命やることが自分の中で納得できるものになると思った。「自分の納得できるやり方で最後まで突き進んでいく」という意思は今も自分の中で揺るぎないものだと思っています。

Q. 代表の現在の仕事に至った背景を教えてください。

A. 元々構想はあったのですが、創業したのは、利尻に戻ってからしばらくした後でしたね。

まずは漁業の道を極め、周りから認められてからの創業を考えていたので。二足の草鞋ではなく、漁業をきちんとできる漁師になることを一番に考えていましたが、漁師を極めるには時間がかかりました。

自分の中には漁業の技術を最短で身につけて、数年でどこまでのレベルになりたいかという目標がありました。ただひたすらに目標に向かって、先輩や漁師たちから技術や感性を盗むにはどうしたらいいか考えながら、過ごしていましたね。

漁師は一般的に18歳くらいから始める人が多い中、自分はブランクもあった。限られた時間で立派な漁師になって、次の自分のやりたいことのためにきちんとした立場にならないといけないと思っていました。

地元に貢献したいという想いでやっている今の活動は、やっていく中で目標が明確に見えてくる感じはありますね。

Q. 現在向き合っている課題について教えてください(例:海や魚に関する事 + 地域ならではの課題)

A, 1番の課題は人口減少、若者が利尻に残らない。

漁業者に関しては地方からの移住者が多く、減少は抑えられている状況ですが、地元の若い人たちに職業として漁業を選んでもらえない。飲食店、商店街も高齢化が進んでいて、10年後に残るのは大手のスーパー、ドラッグストア。町の個性がどんどん失われていることが自分の中では気がかりになっています。若者が残るために魅力的な職業を1つでも2つでも残す仕掛け作りをしていきたいですね。

Q, 課題を解決するために乗り越えるべき障壁について教えてください

A, 利尻島には新しい資源となる「ウイスキー工場」ができて、そこでは雇用が生まれているんです。利尻は観光と漁業が柱なので、改めて観光のあり方をもう一度見直して、今までなかった観光をもっと作っていきたい。僕が先行してモデルケースを作つていけば、追随してやってくれる人が増えるんじゃないかなと。

6年前から京都大学の学生と連携して、養殖昆布の活動を行っているんですが、「学生から利尻で事業を起こしたい」という話も出てきて嬉しい。自分の小さな取り組みが何かのきっかけ、新しい風になると信じてやっているので、一気に変えることは出来ませんが小さい取り組みを積み重ねて行くしかないと思っています。

小さな変化で大きな変化を呼ぶこともある。利尻にはそれほどのポテンシャルがあると思っているので、あとは誰が仕掛けるか。でも僕自身の熱がなくなってしまっては意味がないので、今の若い人たちにしっかり背中を見せていきたいと思っています。

Q, 課題を解決するために必要な資源について教えてください(例:人・もの・金・情報など)

A, 自分たちの取り組みは誰かにお願いしたりすることは今までなくて、現状でできることは何かと知恵を絞ってやってきました。

できれば、問題が発生した時に人材を紹介してくれる方がいたら助かるなと思いますね。例えば発生した問題に対して適した人材や専門家を紹介してくれたり、アドバイスをもらえるとすごいありがたいです。

自分は漁師としての幅を広げる時、自分の漁業の生産を落とさないことを前提としているんですが、加工という付加価値を求めすぎて、生産量が落ちてしまう漁師も結構います。

自分もネット販売をやっていますが、専門家にお任せできることはすべきだと考えています。信頼できる人と繋がっていくことで、生産量を落とさず、漁師としての活動の幅を広げていくことができるんじゃないかなと思いますね。

Q, 課題が解決された後の未来は、どのようなものと想像できますか？

A, 利尻から一度出た上で、利尻島が好きだし守っていきたいと思っています。

島としての最低限の機能を維持していきたい。子供たちや老人が適度にいて、入れる飲食店や飲み屋があるという自分が幼少期から過ごしてきた何気ない日常を維持していきたいと思っています。でも今のままでは難しい。高校もなくなってしまうかもしれないという今、なんとかしなければならないのに、「なんとかなる」と思っている人が多いんです。

利尻を変えようという気持ちではなく、維持するために自分たちにできることは何か。

行政だけでなく、民間も力を合わせて利尻のために何ができるか考えることができる町になれば、20年後も30年後も今の利尻が残り続けられるんじやないかと思います。

自分はそのパートでいいと思っていて、自分の子供も利尻で仕事したい、残りたいと言ってくれる未来が理想です。

今の利尻は心地がいいので、自分の子供が残ってくれるような仕事作りやお金を稼げる可能性を最低限作っていきたいと思います。

Q, 現在見えている希望の兆しについて教えてください

※「10年後どうなっているか」という意図を含む。

A, 10年後というと本当に近い未来だと思うので、自分自身のことだと明確にありますね。

今、弟の子供が料理の勉強をしたいと言って、網走から利尻にきて利尻高校に通っているので、いつかは飲食店を1つ作ってもらいたいなと思っています。コロナが明けてから観光客も戻ってきて、旅館も少しずつ潤っていると聞いているので可能性は多いにあると思っています。

漁業に関してはプラスな兆しは本当に少ないです。水揚げ量も減っているので、単価で支えられている状態。10年後の明るい未来に対して、唯一不安で悩んでいる部分ですね。

海の変化は本当に早く、漁獲量1万tを割ることはないと言っていた昆布が1万tを下回ってしまったり。ちょうど今問題に直面しているところです。

品種改良など様々な策は講じていますが、政策などの国の力を借りながらでないと難しいなと感じています。

Q, 人手があればやりたいと思っている事業があれば教えてください

A, 観光に力を入れていきたいと考えているので、利尻に海の見えるカフェとか作りたいですね。国立公園の縛りもあるんですが、自然を大切にしながら新しい可能性を模索していきたいですね。島から人がいなくなったら、島は終わってしまうので、若者にとって1つでも魅力的な仕事をつくる仕掛け作りを大人たちがしていくべきだと思いますね。

Q, これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことは何だと思いますか？

A, 海の地球温暖化の状況や予測をデータで見えるようになったら、問題を認識できる人が増えるんじゃないかなだと思いますね。

温暖化や日本の周りの海を研究してもらって、有効活用できる漁業者に提供してもらうと助かります。簡単なものは現状ありますが、より精度の高い数字やデータがあるとありがたいですね。

Q, 学生と協働で行いたいことがあれば教えてください

A, 一次産業の現場を見てもらって、未来の職業の選択肢として考えてもらいたいです。

また一次産業で働くというのは肉体的にもきついことが多い職業です。生産している人の苦労が伝わって、普段の生活から生産者の顔が思い浮かぶきっかけになれば嬉しいです。

日本で獲れている魚の価格が少し高くても買おうと思ってもらいたい。

購入してくれた売上が次の一手になり、好循環を起こして、お客様の満足度を上げていく結果になる
と思っています。

インタビュー3 小西一人さん

Q. 会社概要(創業年月 / 事業内容)について教えてください。

A. 創業は1980年8月です。僕が生まれた年に父がスーパーの魚屋として始めました。

現在は水産卸売。飲食店や魚屋を相手に魚を販売しています。小売も多少はしていますが、BtoBがメインの事業となっています。

Q. 代表のプロフィールについて教えてください(出身地や年齢など)

A. 1980年7月10日生まれで、44歳になりました。

元々は東京の日本デジタル研究所というIT企業でデザイナーをしていて、15年前に家業に入りました。そして6年前に代表交代をして、現在に至ります。

元々は家業を継ごうというつもりは全く無く、家業に戻る直前までイギリスにある世界一のデザインの大学に留学しようとしていました。そう考えてた頃に、父から人手不足の話を聞いて。お客様も徐々に減らそうかなと聞いたときに勿体無い！！と思ったんです。誰か継いでくれる人はいないかと考えたんですが、自分しかいないなと思い、翌日には勤めていた会社に家業を継ぐことを伝えていましたね。

戻ったときの父には「魚屋になるなら最初からやれ！」と全く喜んでもらえませんでした。当時は辞めるつもり父も、毎年売上も従業員も増え続けているので暇になることがなく、「辞められない！」と15年以上一緒に働いてくれています。

Q. 代表の現在の仕事に至った背景を教えてください。

A. 一部上場企業のインハウスデザイナーとして働いていた頃は、「この仕事は誰の役に立っているの仕事なんだろう？」と思う場面が多かったんです。

当時はデザインが広義的に認められ始めた頃。ユニバーサルデザインやコーポレートデザインなど求めるのはデザイン性だけではないという再定義がされ始めていたので、自分もデザインの力を人のために役立てられるんじゃないか、魚や地域のために挑戦していきたいという気持ちがありました。

都会には優秀な人材が集まっているので、優秀な人も埋もれてしまう。だけど地方にいくと一転して優秀さが目立つことが多い。自分に関しては都会から地方の魚屋に転身したケースとして今後も地方で頑張っていきたいと思っています。

Q. 現在向き合っている課題について教えてください(例:海や魚に関すること + 地域ならではの課題)

A. 魚についていうと、時代は沢山獲って沢山売るものではなくなってきていると感じています。僕がやってきたのは、魚が持っている価値を最大限引き出し、情報を可視化して、お客様に余すことなく届けるということ。

そこから上に行くとブランド化、パッケージ化を行ってよりお客様に売りやすい形に整えてあげることで魚の価値を上げてきました。

デザインの視点がない当時もうまく行ってたとは思います。

函館の市場の人はいい魚があつて当たり前、東京では当たり前じゃないという違和感がずっとありました。そのギャップや当たり前じゃないことをしっかり伝えていきたいと思いました。最初に驚いたのは鮭の目利きです。

父が市場で高い鮭を買っていて、なんでこんなに高く買い付けているのか尋ねたときに、鮭の遡上は命懸けだから、遡上してヘロヘロになった鮭より俎上する前のエネルギーッシュな鮭を選んでいると言つていて。「それってお客様は知ってるの？」と聞いたときに、「知らない。鮭を目利きして、お客様に売ることが仕事だから。当たり前のことだ。」と聞いて、僕はもつといなうと思ったんです。そこからは価値を伝えるブランディングをして、しっかり選別した分、価格を上げて販売をしました。価格が上がってもしっかりブランディングしたものだと、飲食店を営む皆さんにしっかり売れる。むしろ安いと言われることも多かったです。

Q. 課題を解決するために乗り越えるべき障壁について教えてください

A. 自分のやっていたことは地域では悪目立ちしてしまつていました。当時は自分の達成ばかり考えていたので、あまり周りを省みずに行動をして市場を出ていけと言われたこともあります。地域の特性でもあったと今は思います。

当時は、活締めや神経締めといった処理を船上でできるようにしたいと取り組んでいましたが、漁師の理解を得るのはとても大変で。沢山獲つて沢山売るという時代だったので、面倒な処理は疎まれる傾向にありました。だから自分で何度も船に乗つて、自分で締めて、自分で市場で高値で入札するということを繰り返して。そしてまた船に乗つたときに、よく売れたという話をしたりしました。そうすることで少しずつ協力してくれる漁師さんが増えていったんです。

今課題として取り組んでいることはコミュニティ自体にも価値を感じるような活動。

漁師さんや僕のような仲介役そしてシェフや食べ手が繋がっていくと面白いんじゃないかと思っています。

例えば漁師にフューチャーして、ここの漁師さんは大量に漁をせず、少しずつ漁をして丁寧に活締めをしているという背景を伝えて、食べてもらう。そうすることで少し高い価格でも価値を理解して買ってくれるお客様が増えていく。競りで自分が高値で買っているうちに周りも買うようになって、自分が買えないということもよくありますね。

ですが、それは自然の摂理。そしてコミュニティや文化を顧客と作っていくのはおもしろいなと思いますね。

Q. 課題を解決するために必要な資源について教えてください(例:人・もの・金・情報など)

A. 今やっているコミュニティ作りはもっと発展させていけると思っています。

地域のやる気のあるシェフとコミュニティを作つて、より近い距離で魚のやり取りをしたり、地域の課題となつてゐる食材の調理方法を考えたり。そこには漁師にも参加してもらって、調理の

現場を知ることで処理にかける意気込みが変わったりというお金以外のやりがい、コミュニティの中でQOLが高まっていくんじやないかと思います。

1匹の魚が幸せにできる人の数を最大化するということを目標にやっているので、外にも中にも効果が出せるんじやないかと思っています。

Q, 課題が解決された後の未来は、どのようなものと想像できますか？

A, QOLが上がることで、漁師や魚屋、シェフになりたいという人が増えていったり、函館に価値を感じてくれる人が増えるんじやないかと思います。

内と外。函館の人は給料が安かったり、離婚率が高かったりと函館に価値感じないことが多い。住みみたい街ランキングでは上位なのに、幸福度ランキングは低いという乖離が起きている。だから対外的に函館は評価されているというところからスタートしてもいい。

世界の北野と同じで、世界で認められてから日本で認められたように、函館も外からの評価を得て、中の人もなんかすごいらしいってなればいいなと思いますね。

Q, 現在見えている希望の兆しについて教えてください

※「10年後どうなっているか」という意図を含む。

A, 一周回って水産×観光が面白いと思っています。

1匹の魚が幸せにできる人の数を最大限にすることは観光や体験なのではと思っていて、函館は観光の街なので魚屋として宿泊業をやろうと思っています。魚屋がやる宿という。船着き場がついている物件を購入したので、朝食は手打ち網で獲ったものにしたり、魚を捌かないと泊まれないとか。魚屋の新しい側面、新しい価値になるのではと思っています。

函館の西部地区という場所でやろうと思っていて、昔は漁業で栄えていたけど今は衰退して空き家だらけになっている地区なんです。観光の一等地でもあるので、地域の活性化にもつながればいいなと思っています。温泉や飲食店もあるので、魚屋以外にも肉屋やジビエのホテルがあつてもいい。10年後20年後に函館って面白い街なんだとなっていましたら嬉しいです。

「函館ポートランド構想」という大人の港の遊園地をイメージした街づくり構想を持っていて、唯一無二の函館らしさを西部地区でつくっていきたいと思っています。もちろん自分ひとりでできることではないので、地域の人とやっていきたい。そんな空気や予兆が今の函館には流れていると感じていますね。

Q, 人手があればやりたいと思っている事業があれば教えてください

A, 宿泊事業はコロナの前から人が足りずできていなかつた部分でした。

自分自身が魚屋のプレーヤーだったのを、去年辺りからマネジメントを勉強しはじめて魚屋を引き継ぐ準備を始めました。勉強していくにつれて、社員を幸せにするためには何も学ばず、無免許で経営をやっていてはいけないと思うようになりましたね。

社員に仕事を移していくなかで、少しづつ自分の体が空くようになったので、飲食店や宿泊事業もできるようになってきました。今まさにできることが増えている段階です。

今やっている飲食店も若手の料理人やスタッフが集まってくれていて、今までの魚屋として活動やこれからビジョンに可能性を感じてくれていて嬉しいです。

Q, これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことは何だと思いますか？

A, やっぱり敷居を低くすること。インターン事業はまさにそうで、若手の新しい力が発揮できる部分は沢山あると思うので、敷居を低くして活躍できるステージを地域側が用意してあげることが大切だと思います。

都会で当たり前のことが地方にとって当たり前ということが沢山ある。都会で活躍している若者が地域で活躍できるきっかけがあつたら面白いと思います。

自分が戻ってきた時は海だけにブルーオーシャン状態。現地にいないと感じられないビジネスチャンスがたくさんあると思うので、僕の宿泊事業やコミュニティなど沢山のフックがあればいいなと思います。

Q, 学生と協働で行いたいことがあれば教えてください

A, 学生とはtoCの事業と一緒にやりたいと思っています。あとは発信。

toBの事業も専門的な知識が必要で難しい部分はあると思うんですが、内部に関わってもらって学生の柔らかい頭で意見をもらって、自分たちのヒントにしたいと思います。

自分たちに新しい視点を与えてくれる存在として、toBの中でも若い力を活かして行きたいと思いますね。

インタビュー4 林強徳さん

Q、会社概要(創業年月 / 事業内容)について教えてください。

A、6年程前の春からスタートしました。標津町と海や魚について発信するということから「波心会」という名前になりました。

事業としてはカジカ節などの加工商品作って販売を行っています。もう1つは「100年後に海をどう残すか」について発信を行っています。まだまだ形にはなっていないのですが、自分たちで獲ってきたものを自分たちで売る方法を身につけるための取り組みもしています。

Q、代表のプロフィールについて教えてください(出身地や年齢など)

A、実家は青森です。幼少期は父の出稼ぎのため、1年の半分は北海道、もう半分は青森で過ごしていました。小学校くらいのときから、年間通して北海道で過ごす期間が増えていって、完全に北海道で暮らす形になりました。

保育園のときはウルトラセブンになりたいなと思っていましたね。今も思っていますが。

小学校1年生のときに課外実習先で父親の姿を見てかっこいいと感じて、漁師を志しました。

17歳から漁師の道へ入って、約25年ほどになります。まだまだ漁師の界隈では中間世代だと思います。

Q、代表の現在の仕事に至った背景を教えてください。

A、ただ単純に自然が好きな子供でした。

田舎だったので川で魚を獲ったり、山に行って蛇を捕まえたりと自然と遊ぶしかなかった。

川に潜ったときに見たオショロコマという魚がかっこよくて、そこから魚という生物に魅了されて、生き物が好きになりました。今でも魚や自然には当時と変わらないくらい魅力を感じていますね。

Q、現在向き合っている課題について教えてください(例:海や魚に関すること + 地域ならではの課題)

A、古い政治や人間関係など課題は沢山あります。

根本的な漁師の姿とはなにか、ここまで漁業が継続してきた背景をしっかり勉強していかなければならぬと思います。私は漁師と漁業者という言葉を分けて使っていて、仕事に趣があるかないかだと思っています。漁師というのは毎日変わる海とどう付き合っていくか考え続けている人々だと思うので、そういった漁師の数を増やすにはどうしたらいいかが大切だとおもっています。

権利という言葉がありますが、その言葉をなくさなければいけないと思っているのでしっかり勉強していきたいと思っています。

漁業・林業・農業という言葉に対して漁師・山子・百姓という言葉がある。こっちの古い言葉の人たちが昔はたくさんいて、新しい思考や工夫を重ねたものを自分たちが引き継いでいるという意識が薄れてきているように感じますね。

10年前は、自分も漁業者で、お金をもらえればいいと思っていました。
どこかでみんなが右を向いている時に右を向かなきやいけないのか？と考えるきっかけがあって、新しいことをやると否定されたり、思ったことを口にできなかったり。そんな疑問から、自分なりの考え方や行動を見つめ直すようになりました。

Q, 課題を解決するために乗り越えるべき障壁について教えてください

A, 一番はお金だと思います。どの漁師さんもお金に操られている感じがあつて、一番の障害になっていると思います。

Q, 課題を解決するために必要な資源について教えてください(例:人・もの・金・情報など)

A, 農家さんだと百姓・農業・酪農という言葉があると思いますが、水産にも酪農に代わるものを入れていきたい。ウニの陸養殖も当てはまると思いますね。

女性も働ける環境、海に携われない人も気軽に携われる環境、職種が必要だと思ってます。水産に関わっていない人たちの客観的な意見を取り入れるきっかけにもなる。

漁業は衰退しているので、淘汰されて人数が減っていくのは自然の流れだと思います。漁業者が減ったあと、本来の漁師の姿はどんなものなのかというのを自分たちがつくっていきたいと思っていて、方法を模索中です。

補助金に頼りっぱなしになってしまっている現状があって。魚が獲れなくても、補助金があるから、課題に向き合ったり、新しい思考をする人が減っているように感じています。

考えている人たちは漁師、考えられない人たちは淘汰されてしまって仕方がないと思っています。

Q, 課題が解決された後の未来は、どのようなものと想像できますか？

A, 生きてる中で権利という仕組みをどこまで緩められるかだと思います。昔は権利という言葉がなかったので、毎日変わる海に対応できた。今はそれができない状況なので、権利という言葉を緩めることができてから、自分たちの夢ができるのかなと思います。100年後の海をどう守るのかを継続的に考えていけるようになると思いますね。

Q, 現在見えている希望の兆しについて教えてください

※「10年後どうなっているか」という意図を含む。

A, 会話が増えましたね。会話が増えると思考も増えていく。

自分自身も色々なところに行って、色々な話をするようにしています。目を合わせて話せることの重要さに気づかせてもらって、本当に嬉しいことだなと思っています。

日々いい意味で頭がぐるぐると回転しつづけている。新しい思考がどんどん芽生えていく感覚があります。

自分は楽しく海に携わるのが大切だと思っています。何かがあるから海は楽しいという伝え方をすることが多いですが、海はこんなものだから楽しいんだという伝え方をしたい。
新しいことをしても人間は飽きてしまうので、根本的に海はどんなものなのかというところから向き合っていきたいと思っています。

Q, 人手があればやりたいと思っている事業があれば教えてください

A, 全くない。

今やっている事業を継続できればと思っています。

自分達のやっている事業の内容をいかに濃くするかというところに面白さを感じています。
締めについていと、全国の締め師の方々に教えてもらいながらやらせていただいているんですが、自分たちが差別化できるポイントは漁からできることだと思います。締め以外にも魚のストレスケアやマッサージなど魚に関する様々な知識を取り入れるようにしています。

Q, これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことは何だと思いますか？

A, 自分は増える必要がないと思っています。

海洋ベンチャーが増える理由にはお金儲けが一つの理由になると思いますが、お金がもらえるからという理由で海に携わってほしくない。

それでも海に携わりたいという人がいれば、組合員になって5年10年と地域に根ざしてから漁師という権利を発行したいと考えています。何もやったことがない人に漁師業させるのは殺人行為と同じだと思っています。常に死と隣り合わせの仕事なので、小さな判断ミスで大きな怪我に繋がる。そうすると漁師の仕事はかっこいいと思ってもらえることも少なくなってしまうと思うので、しっかりプロになってから組合に加入してもらう形がいいと思いますね。

ゆかりなく漁師になりたい人に対しても同じです。

自分はこのまま。本気で漁師になりたい人たちには本気で向き合うようにしています。自分が怒鳴るのは怪我に繋がることや周囲を巻き込む仕事に対しての責任の無さについてだけです。

海は毎日違いますし、突然変わることもあるので自分たちで責任を持って、判断していく力をつけてもらわなければならない。そこについてはかなり厳しく伝えています。

Q, 学生と協働で行いたいことがあれば教えてください

A, 海業（=陸養殖）で女の子や男の子にも携わってもらいたいと思いますね。

陸であれば死に繋がる仕事は少ないので、ウニの養殖であれば餌は農作物でもいいので、農家との交流にも繋がって幅が広がるのかなと思います。

男女構わず、面白いことができたら嬉しいですね。

Q, 学生を受け入れるにあたっての懸念点があれば教えてください

A,中途半端な子にこられるのは一番困りますが、だめなことをしたら、自分はしっかり怒るので、どんな子が来ても大丈夫です。

Q, 学生のこんなところを知りたいなどはありますか？

A, ないです。会ってからいろいろな話を聞きたいですね。
先に知つてしまつてはつまらないと思っています。

インタビュー5 大坪友樹さん

Q. 会社概要(創業年月 / 事業内容)について教えてください。

A. 2024年10月1日で創業20年目になります。

事業内容としては「海から食卓へ(Ocean to Table)」をモデルに水産の一気通貫事業を行っています。

最初はエンドユーザーに近い飲食店からスタートしました。テーブルに料理や魚が並んでいて、接客しながら料理のバックグラウンドや美味しさを伝えていくことができる外食が始まりでした。

現在はウニの養殖という川元までやらせていただいている。

その途中にある浜の漁師から直送されるものを入手するピッキングスペースが札幌卸売市場の隣にある工場になります。工場で加工して、加工したものを自社で小売店(シハチ鮮魚店)や飲食店、東京や全国のTo Bの飲食店に卸しています。現在はホテルや百貨店にも卸しがスタートしました。

海から食卓への一気通貫としては、浜から調達したものを物流で回しながら卸売をして、消費者に提供する。エンドユーザーに近い部分まで自分たちが知る、自分たち情報を取りに行くことで、プロダクトが24時間いつでも接点持てるというビジネスモデルを20年かけてパズルのように構築しはじめているというのが弊社の特徴だと思っています。

今の売上構成の大部分は飲食。これからは東京に営業所を作つて、そこでTo Bの卸売をしながら漁師さんと六次化商品を作りあげていきたいと思っています。

Q. 代表のプロフィールについて教えてください(出身地や年齢など) & 代表の現在の仕事に至った背景を教えてください。

A. 大坪友樹

現在は43歳で、生まれは北見市です。

祖父が釣具屋や卸売を営んでいて、札幌には5,6歳頃から住んでいます。

大学卒業後は親を安心させるため、ニトリへ就職しました。

そこでホームファッショング業界のサプライチェーンマネジメントで生産から販売までの一気通貫のプロセスを学びました。

その後、24歳で飲食店を開業しました。

ラフグループの中に、ラフダイニングという会社があるんですが、そのまま笑顔の食卓という意味を込めた会社です。

社名の由来は幼少期から鍵っ子として生活していて、学生時代はバイトをする必要もあったので、家族で食卓を囲む時間がほとんどありませんでした。幼少期に妹と二人でレンジアップし

てご飯を食べることが多くて、僕の中で食事は食事は命を繋ぐためのもの。楽しむためのものではありませんでした。

そういう感覚で過ごしてきたので、アルバイト先の和食店に広がっていた大切なひとと食事をしている空間がすごく衝撃的でした。24時間何気なく生活する中で食事という時間を大切な人と楽しく過ごしている姿を見て、僕もとても嬉しくなった。食事って命を繋ぐだけの行為じゃなく、コミュニケーションなどと気付かされたのが、飲食店を選んだきっかけだったと思います。

最初の会社で学んだ一氣通貫の視点を飲食店や水産に取り入れることができないか？という野望もあったかもしれません。

僕はOcean to Tableは手段だと思っています。成し遂げたいことは笑顔の食卓のそばに自分がいて、喜んでもらえる環境が続くこと。その環境を未来に繋いでいくことが自分の命の使い方だと思っています。

それを繋ぐために、美味しい食事が必要。

そのなかで自分の祖父や妻の環境も海に関連することだったので、魚を選びました。ただし、天然魚が消えるといわれる年がある。それが2048年。シハチの名前の由来でもあります。今年の6月にまた東洋経済で書かれていますが、その未来がきてしまうと自分の命の使い方も意味がなくなってしまう。魚を選んだからこそ、この問題にはしっかり向き合わなければなりませんと思っています。

Q. 現在向き合っている課題について教えてください(例:海や魚に関すること + 地域ならではの課題)

A. 真摯に海の問題と向き合い続けられる漁師は少ないと感じています。

今お付き合いさせて頂いている漁師の方は自分の子どもたちの生きる未来、更には未来の食卓について考えててくれています。そういう漁師の母数を増やすためにも事業を伸ばしていくしかないといけない。発言力・仕入れの額を更に伸ばしていきたいと思います。

想いを持っている漁師さんや飲食店を応援して、仕入れをしていくというプロセスを大切にしていきたいですね。

Q. 課題を解決するために乗り越えるべき障壁について教えてください

A. 乗り越えなければいけない障壁は沢山あるのですが、まず沢山獲ったら海の資源がなくなってしまうということ。

収入を増やすことを目的とするならば、結果付加価値をつけるしか道はないと思っています。魚に付加価値をつけて、魚種の幅広さや美味しさを伝えられるのはスーパーよりも外食のほうがうまくできる。まだまだ美味しさが伝わっていない魚の船上の様子を伝えることが大切だと思います。神経締めや活締めはもちろん、手入れについてですね。0円の魚を手間をかけ

ることで100円でも買ってもらえる価値をつけていく。うまく利用できていない資源を有効活用し、収入に繋げていくことで沢山獲る必要がない世の中を作っていくことが近道なのかなと思っています。

今は「これだけ使うから、これだけ獲ってね」というやりとりやイメージを根付かせる期間。自分のビジネスライフの中でどこまでできるか、全量買取できるかどうかが弊社の向き合うべき課題だと思っています。

Q, 課題を解決するために必要な資源について教えてください(例:人・もの・金・情報など)

A, 海の課題を解決するために漁師との六次化を優先的に考えてきたのですが、必要な資源に優先順位をつけるのは難しい。人・命・金・情報すべて必要だと思います。

Q, 課題が解決された後の未来は、どのようなものと想像できますか？

A, 現状で手一杯でそんなこと考えたことがなかったので、考えてみたいですね。でもやっぱり理想の未来は笑顔の食卓が続いていることしか考えられないですね。

手に届きやすい価格で、魚が皿の上で食べられて、笑顔が繋がっていく未来が一番幸せだと思います。

日常にあるものが続くということに幸せを感じることはなかなかないと思うんですが、それが本当は1番の幸せだと思うんです。

Q, 現在見えている希望の兆しについて教えてください

※「10年後どうなっているか」という意図を含む。

A, 人とお金に関しては希望が見えています。

ですが、ものに関しては魚の量が現状減ってきてしまっているので、希望はまだ見えていません。

ただ一気通貫の事業だからこそ、飲食店の仕入れ値を下げることができたり、ずっと作り続けてきたものがお客様にやっと認知され満足度が得られるようになってきたことで売上が立つ構造を作りきっている。利用してくれる方が増え、売上が増えることで従業員のお給料をあげることができたり。

選ばれる会社になると、優秀な人材が増えて、接客の質も向上して、お客様の満足度と売上が上がる。そうすると大量仕入れができるようになり、もっとリーズナブルに商品をお客様に提供できるという好循環によって、飲食店で言われる3Kが壊せる可能性はみえてきたなと感じています。

これからが課題ではありますが、飲食店ってすごい！と言われる時代がくる可能性もあると思っています。

Q, 人手があればやりたいと思っている事業があれば教えてください

A, 優先的にやりたいことは、まだまだ知られていない魚を活用した商品開発を飲食店として漁師さんとやりたいですね。

To Bをのばしたいというのは、価格競争に巻き込まれたくないから。函館のブリのようなアイテムをみんなで見つけ出して、アソートを作り、購買接点を増やすことで消費量を上げていきたいと思っています。

そのために、営業マンやMDができる人材を増やしていきたいですね。

Q, これから海洋ベンチャー(海の仕事)が増えていくために必要なことは何だと思いますか？

A, 経済性を求めることがあります。

ベンチャーやスタートアップ企業は社会性が強すぎるため、売上を度外視している人が多いと個人的に感じています。

社会性だけでは海は守れない。経済性の重視度をあげてもらいたいと思います。

若い子達にはベンチャーのカテゴリーを本来の意義に戻してもらって、事業としてどんどん成長させていこうというマインドをしっかりと持ってもらいたいですね。

Q, 学生と協働で行いたいことがあれば教えてください

A, 2025年に人口ピラミッドが定年を超えた人たちの母数が、若い子達を上回ると言われています。

僕ら(40代)がやるべきことは、若い人たちの考え方や価値観を学ぶ必要があると思っています。

そこで今は若い世代のアイディアをもとに食育MAPを作ろうとしています。

教育というのは儲かるビジネスモデルにするのが難しいとされていますが、シハチの課題である食育という分野とは整合性があると感じています。

会社としても食育の事業化を目指しているので、今来ているインターンシップの学生たちにはすでに取り組んでもらっています。

一ヶ月で事業プランを作るという難しい課題に対しても、人の話をしっかり聞いて組み立ててくれるのすごいなと感じています。

Q, 学生を受け入れるにあたっての懸念点があれば教えてください

A, 僕自身には懸念点はありませんが、現場は大変だと思います。

一気通貫の5つのカテゴリーそれぞれの現場に学生を入れているので、受け入れにはかなり時間を費やしていると思います。

ですが、工場・市場・飲食店・小売店など現場によって体験できる食育メニューが違うので、すべてを体験したうえでヒアリングをかけて食育メニューを考えるというのがまず一周目として必要な部分だと思っています。

Q, 学生のこんなところを知りたいなどはありますか？

A, インターンシップの志望動機などが事前に把握できたので、フォローがしっかりしていて助かりました。

今後は学生たちの価値観を知っていきたい。今もどんなビジネスプランがあがってくるのかがとても楽しみで、出たアイデアに対しては積極的に事業に取り込んでいきたいと思っています。

インタビュー6 佐々木俊之さん

Q. 会社概要(創業年月 / 事業内容)について教えてください。

A. 株式会社めぐみ水産は鵠川町で2004年4月に創業しました。

今年で21年目になります。そして2008年3月に法人化し、震災の前の年に厚真町に移住しました。

創業当時から経済や景気の状況、獲れる魚の種類も大きく変わっていましたことをきっかけに、以前も借りたことがあって使いやすさがわかっている厚真町を移住先として選びました。

事業として行っているのは、地元の魚介類の加工販売や飲食店事業。

たまに道の駅でイベント出店をしていて、そこでは魚を活かしたラーメンの提供を行っています。

またYouTubeチャンネルを開設して、魚の捌き方など発信をしています。

Q. 代表のプロフィールについて教えてください(出身地や年齢など)

A. 鵠川町で生まれてから18年間は町で育ちました。

その後、単身で東京へ。電気関係の仕事を経て、ネットとイベントを融合した制作会社に入社しました。当時だと先駆けとなる動画配信の施策などに携わっていました。

11年間東京で生活した後、北海道の海産物や農産物を発信したいという気持ちで、北海道に戻ってくることを決意しました。

元々家業が農家だったので、自分でwebページを制作し、作った農作物の販売をしていました。その後、家族で魚屋を立ち上げることになったことをきっかけに、海産物の販売も行うようになりました。

魚屋自体はどんどん減ってきていて、創業21年目の私達でも新参者として扱われることが多いです。

現在も家族経営で、今でも親が店長を担ってくれています。僕はイベント関係をメインに動いていて、兄と姉が手伝ってくれている状況ですね。

Q. 代表の現在の仕事に至った背景を教えてください。

A. 北海道から特産物を全国に届けたいという思いが、事業を始めるきっかけでした。

元々はマウスとPCを見る仕事だったのが、今では包丁と魚を見る人生に。

魚を捌くこともできないところから始めて、ある程度自信がついてから法人化しました。

Q. 現在向き合っている課題について教えてください(例:海や魚に関すること + 地域ならではの課題)

A, 名産品である魚(ししゃも)が全く獲れなくなってしまった。現状、代わりとなるものを探している状況です。冬の漁村で稼ぐというプロジェクトも進行しているのですが、魚が獲れず、売上・集客共に減少しています。

回復することを待っているだけではより大変な状況となってしまうので、限られた資源のなかで何ができるか模索しています。

ししゃもが獲れなくなった原因としては、温暖化による他の魚がやってきたことにより既存の魚が食べられてしまっていること。またロシアから四年前に赤潮がやってきて、磯枯れしてしまったことで昆布やウニがいなくなってしまった。昆布がいなくなると魚がいなくなるので、悪い方向に循環してしまっている状況です。

Q, 課題を解決するために乗り越えるべき障壁について教えてください

A, 海が前の状態に回復することが理想ですが、別の資源や魚を活用して付加価値をつけた商品を作らないとやっていけないと思っています。壁は相当に高いと思います。

最近は春に獲れるブリの味が良くなってきていいます。それは北海道の水温があがり、ブリにとって適した水温になってきたため。こうして海の状況が変わってきたことにより特産品に代わる魚がちらほらと現れ始めています。

Q, 課題を解決するために必要な資源について教えてください(例:人・もの・金・情報など)

A, 自然環境や海の回復を真剣に取り組みたいと思っています。

ししゃもの代わりを早く見つけるために魚の養殖施設をもっと増やしていく。

あわせて情報を拡散していく方法を考えることを一体となっていく必要があると思います。

その時に必要なのは、やっぱり人やお金。

自社に限らず、実際に現場に行く人や発信する人など人材を確保したうえでチームを組んで情報を発信していきたいです。

Q, 課題が解決された後の未来は、どのようなものと想像できますか？

A, もし仮に海の状況が回復した場合、回復したことに対する感謝をしながらも資源の保護に力をいれていきたいです。海の状況は日々変わるので、また同じことが起きてしまうかもしれない。

方法は模索中ですが、ししゃもを養殖したり、いなくなりそうなものを保護していきたいですね。

Q, 現在見えている希望の兆しについて教えてください

※「10年後どうなっているか」という意図を含む。

A, 今後も漁獲量(乱獲)や海の状況が悪化していくことは変わらないと思っています。
その中で、環境に対応できる魚屋になっていきたい。新しい事業を仕掛けていこうと思っています。

Q, 人手があればやりたいと思っている事業があれば教えてください

A, 魚だしを使ったラーメンの店舗展開をしていきたいと思います。

貴重なししゃもをメインとした出汁で、他にも北海道産の海老や蟹、キンキなどを焼き干しをしたものから出汁をとることを強みとしています。

今は厚真の魚屋や道の駅などで食べることができます。毎週水曜日は札幌でも提供を行っています。またふるさと納税で冷凍ラーメンとして販売もしています。

使える魚種が増えていけば、希少性の高い魚の出汁を作った製造卸、また直営とFC展開もできると考えています。

Q, これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことは何だと思いますか？

A, 魚離れが問題となっているので、魚を好きになってもらうための情報発信。
また海洋ベンチャーに参入するための資金的な援助が必要だと思っています。

情報発信することが興味を持つ窓になると信じて、YouTubeでの活動を続けていきたいと思っています。

Q, 学生と協働で行いたいことがあれば教えてください

A, 学生の親たちがまず魚を捌けない。そうすると子供たちは魚を食べることも捌くこともなくなる。だからまずは若い世代が魚に触れる機会になる商品開発と一緒にやっていきたいともっています。今も学生から地元野菜や大量獲れている魚種を活用したアイデアを沢山もらつていて、かなり面白いです。

また現在インターンシップで来てくれている学生のなかで魚を捌ける子を一人でも作りたい。
僕のYouTubeチャンネルで魚を捌ける系男子や女子として登場してもらおうと思っています。

Q, 学生を受け入れるにあたっての懸念点があれば教えてください

A, 厚真町の滞在に飽きてしまわないかが心配でした。
ですが、学生にきいてみると、都会よりも住みやすい！という意見があり、安心しました。
現状は不安も解消されて、楽しい毎日を過ごしています。

Q, 学生のこんなところを知りたいなどはありますか？

A, 来てくれた学生は何が好きか、何になりたいか。この二点を知りたいと思っています。
厚真町での滞在や会話を通して、最終的には何が好きで何になりたいと思うのか聞いていきたいです。
来る前は場所もわからなかつたような厚真町ですが、町の人の優しさに触れることで気持ちやイメージには大きな変化があるはずだと思っています。

インタビュー7 保志弘一さん

Q. 会社概要(創業年月 / 事業内容)について教えてください。

A. 代々漁師の家系で、僕自身も個人事業主として活動しております、保志弘一です。

保志漁業部は名義はまだ父親で自分は漁業後継者。2004年1月1日から事業継承が始まり、今に至ります。

漁業組合では保志漁業部という分け方をされていますが、会社ではありません。

そのため補助事業などを行う際は、個人の名義で活動をしています。

主な事業内容としては年間通して、昆布とつぶかご漁になります。また2001年からは「星屑昆布」の加工販売という6次化にも力を入れて取り組んでいます。

Q. 代表のプロフィールについて教えてください(出身地や年齢など)

A. 生まれも育ちも広尾町。祖父から数えて3代目になる予定です。

漁業の家系に生まれたので、小学校に上がる前から昆布漁やイカ釣りの手伝いをしていました。生まれながら漁業がすごく身近にある生活でした。

幼少期は家の近くにはファーストフード店やゲームセンターもなく、海山川が遊び場で、絵に描いたような野生児でした。

学生時代はバスケットボールをやりながら、家の仕事の手伝いをして過ごしていましたね。

中学時代の進路選択時期、Ezet策定の影響を家業がダイレクトに受けてしまい、億近い負債を抱えることに。そういった背景もあり、高校卒業後から父と二人で船に乗るというキャリアをスタートさせました。

漁師以外の選択肢は考えたことはありませんでした。

バスケで十勝地区の選抜に選ばれたこともあったので、バスケでの高校進学を考えたこともありました。その選択をしなかった時点では「もう漁師をやるしかない」と振り切っていたと思います。

Q. 代表の現在の仕事に至った背景を教えてください。

A. 高校卒業後、漁業に関する資格は取らなければいけないという思いがあったので、鹿部町にある漁業研修所に半年間いました。一級船舶や潜水士、また漁業組合で使うクレーンや玉掛けなど諸々の資格を半年間でとるようなカリキュラムでした。その後、父と日本全国イカ釣り行脚を25、26歳まで続けていました。1月から3月は長崎・壱岐・対馬から山口・島根、5月から

石川・新潟、6月からは北海道に戻り、日本海側の岩内あたりから道東の羅臼までを12月までかけて移動するというずっと船に乗っての生活でした。

高卒から20代前半までを半径5m以内にずっと父親がいるというハードな環境でしたね。

行脚する中で気づいたのが、全国どこにいっても地域で若手になるのは40代ばかり。業界のピンチを目の当たりにしましたね。そして地域の大人们はみんな「昔はよかった」と口を揃えて言っています。そこで業界に対して漠然とした不安を感じました。

とはいっても、自分の努力してきたことを辞めるつもりはありませんでした。基本的に自分は人よりもを覚えるのが遅く、マルチタスクが苦手で漁業には向いていないと理解していたので。20代中頃までは人が3年かかることを自分は5年かけて必死でやっていましたね。

漁師としての適性がない。しかもステレオタイプの漁師といえば、酒と女とタバコというイメージを持たれるかと思うのですが、そちらの適性も自分には一切なくて。何を楽しみに生きているだと言われる程、漁師としての趣味趣向が合いませんでした。だからこそ周りからみた時、「漁師らしくない漁師」というイメージが固まりつつあります。どんなに適性がなくても10年以上必死にやっていると意外と仕事はできるようになるもんで。海洋環境の変化もあり、イカ釣りが衰退したことで、潜水士資格を活かしたウニ漁や定置網漁という地域に根ざした漁業にシフトするようになってきました。ある意味では逆輸入的に地域の漁業に入っていったという見方もできるかもしれませんね。

28歳になる頃、「広尾未来塾」という地域の10年後を考えることを目的とした人材育成カリキュラムが始まって、そこに漁業青年部として参加することになりました。本当に様々な異業種の人々が集まるところで、そこで自分を発見してもらえたのは人生のターニングポイントだったなと思います。「魚を獲ってお金にする」という漁業の価値観以外について学ぶ機会になりました。

その後、12月から1月にかけて毛蟹漁を行う中で、東京の飲食店を貸し切り、毛蟹を振る舞う機会がありました。そこで初めて自分の獲った毛蟹をエンドユーザーが食べる場面に直面して、「自分の仕事はこんなにも人に喜ばれるものなんだ」と意識が変わりましたね。お客様のなかには結婚50周年記念日に僕の毛蟹を食べてくれたりと誰かの人生にとって印となる仕事なんだと。昔は良かったとなる地方に必要なのはこういう考え方なんじゃないかと思ったんです。その頃に、雨風太陽の高橋さんから「今の君に足りないのは、全国の人たちに会うことだ」と言われて、2016年に東北のオープンサミットへ。これが不可逆の行動のスイッチになりました。全国から集まった漁師たちと水産の未来について話している時、彼らの視座の高さと視野の広さを見せつけられた気持ちになりました。同時に、全国各地が不漁や人不足という課題に向き合っている中で、北海道や自分の地域はまだ恵まれていることに気づきました。そこでいつかは彼らと同じ目線で日本の水産について語れるように経験を積みたいと思うようになりました。

現在の海の課題は水産のプロフェッショナルが集ったとしても、解決できることばかり。答えはここにないと自己の中で定義して、よりよい水産の未来を作る答えは外にあると繋いでいく

のが自分の役割だと考えるようになり、しばらくはいろいろな人の話を聞いたりという迷走期間を過ごしました。

そして2021年。広尾未来塾で始まった団体が広尾ツーリズム推進協議会という一次産業を中心とした観光を推進する動きをみせるように。そのときに出会った建築系のデザイナーが「漁師は儲からないと言ってる割にロスが多い」と言っていて、彼と漁業の課題や整え方を1年間考えた結果、現在の六次化「星屑昆布」の取り組みに結びついていきました。
そのかたと、1年間ボトルネックなどを見出す

星屑昆布の活動は目先の利益を目的とした六次化ではなく、地域や産業という社会全体が良くなるにどうしたらしいかという究極の綺麗事を追求した結果。
まずは30年間解決されていないという昆布の生産力強化や付加価値の問題をクリアし、地域の担い手不足を解決することで、昆布漁に対するマインドをアップデートしたい。
昆布漁を小さい業界だと思っている人に「これは世界に誇れる仕事だ！」と伝えていくための取り組みを今はやっています。

自分がやっていることは漁師の常識から外れた動きだと思います。だけど、どうせやるなら全部を正解にしていくことが人生。どうせやるなら誰が見ても面白い自分史を作りたい。そのための選択をずっとしていきたいというのが人生のテーマにありますね。

Q. 現在向き合っている課題について教えてください(例:海や魚に関すること + 地域ならではの課題)

A. まず向き合っているのが、海洋環境の変化。これは自分たちだけではなく、全国で考えていかなければならないことだと思っています。
元々広尾町は鮭と昆布で始まった町。今は鮭が獲れなくなり、代わりにブリやボラが増えているという現実が眼の前にあります。獲れないものを獲る方法を考えるのはジリ貧でしかない。今獲れているものをどう価値化し、生活できる漁業にしていくのかというアプローチが必要だと思います。

また漁師が獲った魚をお金に変えるプロセスには多くの人が関わっています。
漁師、仲卸、流通、さらには燃料や箱を販売する人など本当に沢山の人が鎖のように繋がり、初めて漁業が機能する。間にいる人が弱ってしまうと漁業が成り立たないので、地域の衰退を止めることと合わせて両輪で考えなければならないと思っています。

Q. 課題を解決するために乗り越えるべき障壁について教えてください

A. まずは世代間のギャップは越えられないのか?というのが一つの大きな壁。

広尾町の漁業者で意思決定を行っているのは平均年齢70歳オーバーの人達。その人達と僕たちの圧倒的な違いは、残りのキャリアの長さ。あと三年で引退する人は、資源保護にアプローチしようとしている。そこから先を生きる人達のためにはならないんです。

そして資源管理や保護の恩恵を受けることのない彼らにとっては、行動の意味が感じられず取り入れてもらうことができない。

そこで衰退した水産業が今後も生き残るために仕組みづくりとして、本業の強化もしなければならない。僕はツブと昆布漁を中心にやっていますが、漁獲のシステムを使って無理のない漁獲量を維持する戦略を取っています。また六次化を通じて所得の向上を目指すアクションに切り替えています。

持論ですが、よくなる業界は勝手に良くなる。それでも漁業が衰退するのは、今の社会にとってあまり必要とされていないからだと思っていて。この状況を逆転させるためには、現代社会の漁業の価値を再定義する必要がある。「やっぱり漁師や漁業って必要だよね！」という仕組みを構築するということが今の自分の仕事だと思っています。

Q, 課題を解決するために必要な資源について教えてください(例:人・もの・金・情報など)

A, これが確たる答えかというと迷いはあるのですが、水産の中に留まらないネットワークづくりが必要だと思っています。

水産関係者でのネットワークづくりは共通言語もあるので比較的簡単に構築ができる。しかし社会全体に求められている価値を知るためにも漁業外とのネットワークづくりが必須だと思います。ゆるい関わりも重要だと思いますが、タッグを組めるくらい強力な関係性がないと始まらない。その上で、人とお金と情報が絶えず流れている状況が必要だと思いますね。

Q, 課題が解決された後の未来は、どのようなものと想像できますか？

A, そんな未来にたどり着けたら、また答えは変わっているかもしれないのですが、現状の課題を解決するための動きを一言で表すと水産業のオープンプラットフォーム化になるんです。プラットフォーム化することで、世代も業種もこえて様々な人が漁業に関わりやすくなるはず。例えば医師が漁業を始めれば、医療化が進んだり、芸人が漁師になることでエンタメ化が図れたりと漁師が多様化する未来もあると思います。また漁村も高齢化で衰退するのではなく、外から様々な人が漁村に入ってくるようになれば地域活性にも繋がる。もっと漁業の仕組みがより柔軟になっていく未来を作っていくのはずだと思っています。

少し難しいとは思いますが、水産業のオープンプラットフォーム化で漁村の活性化と漁師の多様化が進んでいる未来を想像していますね。

Q, 現在見えている希望の兆しについて教えてください

※「10年後どうなっているか」という意図を含む。

A, 三年前頃から大学生が入ってくるようになってきたことですかね。初年度1人だったのが、翌年後輩を連れてきて3人に、更に増えて今では年間2,30人の学生がくるようになりました。若い人たちがこの場所にこの取り組みに兆しを持ってくれているという兆しが見えていますね。

また自分と一緒に昆布漁をしながら水産を学び、更に分解すると色や漁村漁村経営について学んでいることになる。広尾町という地域全体がプロと学生を繋ぐインキュベーション機能を持っているなど。漁業は人を育てるということ自体が今の自分にとっては希望ですし、未来への兆しだと思っています。

Q, 人手があればやりたいと思っている事業があれば教えてください

A, 言い出したらきりがないほど、やりたいことがあります。

沢山の人が来てもらうためにしっかり受け入れられる場所が必要だと思うので、ゲストハウス事業をやってみたいですね。自分がやると本業も地域活動も手が回らなくなってしまうので。

あとは昆布。国内の昆布業界の課題は問屋の影響力が強すぎてしまい、利益があがらないで誰もやりたがらない。庄屋と小作人のような仕組みを変えたい。そのため昆布の流通ルートを超えて、海外を意識しているので、ゲストハウスに加えて、海外販路開拓事業をやっていきたいなと思いますね。アルギン酸の抽出やバイオエネルギーなど昆布の利活用などの産業化も目指していきたいです。

一番大きく構想を持っているのは、広尾町でのインキュベーションエリア事業。

ネットワークはすでにあるので、あとはオペレーションは誰がするのか。本当に人とお金が足りないと改めて思いますね。

Q, これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことは何だと思いますか？

A, 海洋系のベンチャーが少ないので、水産の現場と社会の接点が限定的であることが原因だと思っています。

产学連携したり、产学を整えることで「ベンチャーでやってみたい」というテーブルができる。そのチャレンジャーたちを地域が受け入れられなければ始まらないので、もしゲストハウス事業が動きだしたらそういうベンチャーの受け入れもしたい。

外の人が地域に入ることに対するハレーションや現場の理解を得るために動きは僕がしていかなければならないと思っています。ハードを整備することで产学連携と地域の価値観のアップデート。すべてが揃った地域では、スタートアップがどんどん起きるだろうなと思っています。

Q, 学生と協働で行いたいことがあれば教えてください

A, まずお互いが人間として成長していく日々を共有したいです。

もちろん販売について具体的なミッションも掲げていますが、あくまでもついで。

ここに来た子が育つ、僕も人を育てることができる。同時に自己成長していける関係性をつくっていきたいと思います。

地域から人がいなくなる未来は避けられないと思っていて、解消するには外から人を呼んでくるくらいしか選択肢が現状ない。だからこそ選んでもらえる地域と自分になる必要があるので、自分も成長していかなければならぬと思っています。自分と学生が共に育つ。共に大きくなっていくことが一番の目的ですね。

学生には、とにかく自分の素の状態を全部出してほしいと思っています。大きく見せることも、コンプレックスを抱くこともなく。素の状態の学生の力を引き上げるのは僕の役目なので、気負わず飛び込んできてほしいですね。

インタビュー8 石原一平さん

Q. 会社概要(創業年月 / 事業内容)について教えてください。

A. 1960年3月26日に創業しました。

事業内容としては、札幌市中央卸売市場の卸売業者(集荷代行機関)。水産物を最初に受け入れる会社として産地の出荷者や商社と携わっています。

市場内で集荷物販、価格形成、情報の受発信、代金決済という4つの役割を担いながら、卸売をしているのが丸水札幌中央水産株式会社です。

生鮮魚介類に関しては、委託という形で集荷販売を行っています。

また北海道だけでなく、日本全国、世界各国で集荷される海産物を適正な価格でお客様のもとに届くよう日夜業務を行っています。

▼会社概要 マルスイズム

<https://www.marusui-net.co.jp/ism/>

Q. 代表のプロフィールについて教えてください(出身地や年齢など)

(Q. 代表の現在の仕事に至った背景を教えてください。)

A. 1991年12月に札幌市南区で生まれて、今までずっと札幌で過ごしてきました。

大学卒業までサッカーをやっていて、教員を志して教員免許を取得しました。ですが、教育実習で、自分が憧れていた教卓に立つ教師は業務の一部分であることに気づいたんです。そこでギャップを感じて、民間企業就職にシフトすることに。

企業を選ぶ時、一般の社会人としての幸せを手に入れたいという気持ちと北海道に貢献できる仕事をしてみたいという漠然とした想いがありました。

その時、僕の網に引っかかったのが丸水。学生時代にアルバイトをしていた魚屋の社長にも「お前面白い会社見つけたな」と言われて、そのままこの業界に飛び込むことになりました。

入社後は競り人の面白さに気づきながら営業部で活動。自分のやりたかった少年団のサッカー指導もできて楽しかったんですが、2,3年目くらいから思い通りにいかないことが増えてしまって。当時年間3億円程の販売を行っていたのですが、利益が0円になることが続いたんです。水産ならではかもしれません、相場が崩れると持っている在庫の金額に左右されて、売っても売っても赤字。本当にこれが北海道に貢献できているのかな?と。それが本当に苦しかったです。

ですが、苦しい中でもやり続けるというのは今の採用活動にも通ずる部分があるかもしれません。あとは当時取引先に簡単なポスターをデザインして提案したり、現地の動画を撮影して商品企画のプレゼンで使用したりしていたところ、当社の会長の目に止まって、その力人事や広報で活かせるんじゃないかと声をかけてもらう結果になりました。そして入社5年目の時に経営企画人事に異動し、現在は採用メインの人事担当をしながら宣伝広報まわりも一人でやっています。

Q. 現在向き合っている課題について教えてください(例:海や魚に関すること + 地域ならではの課題)

A.人事を担当している石原さんならではの危機意識を伺いました。

まずは業界全体として人材不足に対する危機意識がない点です。求人媒体に掲載すれば人材が入ってくると思っている。当社は水産物を供給してくれる人たちがいてこそその卸売業者なので、業者の方々が人材不足に陥ってしまうと仕入れができず、販売することもできなくなってしまう。だからこそ人材に困らない状況を当社から作っていかないといけないと思っています。また水産業界を支えられる人材をとるのではなく、支える人材に育てるということも同時にやっていかなければならない。その環境づくりがまず課題ですね。

あとは北海道は素材の良さに頼って売ってきたとよく言われます。商品に対して付加価値をつけたり、魅せ方を変えたりなどがうまくできていない。

例えば、野菜はよく生産者の顔というポップをつけて販売されていますが、水産物ではそんなこと滅多にない。そういう生産者の想いを知った上で購入するような流れがないので、ブランディングや広告にそろそろ取り組んでいかなければいけないと思っています。獲れる魚種も減って、今まで需要がなかった魚が獲れるような今の状況では、消費者の魚食普及や浸透がより難しくなり先細りしてしまうだけ。

実際、北海道はフグの漁獲量が日本一なのですが、北海道では食されずほとんどが九州へ流れています。なぜかというと、九州はフグのブランディングが上手で消費者に浸透しているから。北海道はただ原体でそのまま冷凍して売ることしかしていない。これを続けているとどんどん先細りしてしまいます。

Q. 課題を解決するために乗り越えるべき障壁について教えてください

A. 水産業に関しては、企業間での情報交換がうまくいっていないことが大きいと思っています。業者ごとで独立てしまっている。DO FOR FISHは様々な業態が集まって話をしていますが、それは珍しいことだと思います。会合があっても上部だけになってしまって、生産者の声も消費者まで届かない。市場の流通に関わる人の数が多いので、もっと「こんな想いで魚を獲っている」「こんな想いで魚を買っている」という腹を割った情報交換がもっとあるといい。ついている人が多いので、もっとコミュニケーションを取れるといい。

水産業界は隠すことが習慣になっている部分がある。ですがSNSが普及して情報の仕入れ方が変わってきたことで隠すこともあまり意味を持たなくなってきた。ここが改善されれば、消費者に生産者の声が届くはずなので、企業間で手を取り合って様々な取り組みをしていくことが必要だと思います。

人手不足に関しては、その場面に直面しないと危機感を持つのは難しいかもしれません。実際、僕もどうしたらいいんだろうと悩んでいて、まずは現状を知るしかないと思っています。今の学生はどんな仕事に興味があるって、母集団はどうなっているのかなど。学生のニーズや状況を全く理解しないまま、アクションしている企業が多い。自社の採用方法や受け入れ体制が現代にあってるのかどうかを各社が知る必要があると思います。

インターンシップは学生に実際に会社を見てもらい、この会社面白そうだなと思ってもらうことで次の段階に進めるものだと思うのですが、当社も含めてそこまで行き着けてない会社が多い。まずは若い世代を理解することから始めることが大切だと思います。

Q, 課題を解決するために必要な資源について教えてください(例:人・もの・金・情報など)

A, クリエイティブな仕事のできる人材が各社にいるとガラッと変わるんじゃないかと思います。言葉で言っても人は変わらないときがある。でも現物があれば変わることあるというのをインターンシップを通して目の当たりにしていて。絵を描いたり、曲を作ったり、歌を歌ったり、動画を作ってくれるようなクリエイターの存在が水産業界を変えていくんじゃないかなと思います。

学生の長期インターンの中で始めた社内YouTubeが当社にはあるのですが、最初は賛同を得られなかつたのに今では更新を待つ声も増えています。

言葉で説得するより目に映るもので生まれる感動。採用も売り方も同じことが言える。水産業界のちゃぶ台をひっくり返すことがクリエイター達にはできると思います。そうなったら、北海道の水産業界が一気に変わるイメージを僕はすごい持てますね。

Q, 課題が解決された後の未来は、どのようなものと想像できますか？

A, 物を売ることや人を採用することはクリエイティブな人材が解決してくれると思っています。クリエイティブなコンテンツを通して水産業界や当社を面白いと思ってくれる若者が全国にポツポツと増えていく。そして「この街に住みたい」「丸水で働きたい」「生産より物流に興味がある」といった学生の様々な考えをすくい上げていくうちに循環的に人が集まっている未来。採用の課題が解決され、自分でブランディングできる人材が会社に根付いてくれれば新しい提案もどんどん生まれると思う。

そして若い人材同士が手を取り合って、北海道各地の企業たちを相互的に繋いでくれて、国内はもちろん国外にも販路を拡大していくような風潮になってくれるといい未来なのかなと思いますね。

Q, 現在見えている希望の兆しについて教えてください

※「10年後どうなっているか」という意図を含む。

A, 僕たちの親会社には丸水ホールディングスという会社があって、丸水札幌中央水産株式会社以外にも複数の企業で成り立っているのですが、僕たちに自分の企業を任せたいという会社が増えてきているんです。

うちと同じ事業規模の企業が沢山ある中でなぜうちを選んでくれるんだろうと考えた時、今までの経営実績や実直な経営方法を続けてきたことにあるんじゃないかなと。そういう安心感から声をかけてくださる企業が多い。

この兆しを取り逃がしたくないと僕は思っています。

生産から販売まで一気通貫で丸水でやることもできるかもしれない。ですが、それは傘下に入らずとも、企業同士が手を取り合っていくスタイルでも変わらないと思っています。

それぞれ後継者問題や資金不足という問題も抱えていますが、採用面ではホールディングス全体をで行う案も出ています。

そうすれば学生のインターンシップでも様々な事業に体験してもらうような動線づくりができるかもしれない。そんなイメージができているので、これは未来への兆だと思いますね。

Q, 人手があればやりたいと思っている事業があれば教えてください

A, 社内では、商品の形態変化のための加工場をやりたいという案が出ています。介護施設や学校給食など、現場で加工のオペレーションが難しい取引先が増えているので、骨抜きや捌いた状態で販売できるようにするための加工場をやりたい。

ですが、魚を扱える人材が減ってきてしまっている。育成するにも教育できる人材も足りないので、卸売業者の丸水だと人材育成も人材確保も難しい現状ではあります。

Q, これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことは何だと思いますか？

A, 企業間の関係性を理解することが必要だと思います。

市場でいまだに檀家という言葉が残っている。それを知らずに事業をスタートしようとすると、関係構築に失敗してしまう可能性があると思います。新しい事業や取り組みが一瞬で崩れ落ちてしまうので、市場内の関係性を知ってから事業に取り組むとスムーズに進むんじゃないかなと。あとは行政が入ることで垣根がなくなり、うまくいくケースも多いですね。

Q, 学生と協働で行いたいことがあれば教えてください

A, すでに会長には提案しているのですが、札幌市内でゲストハウスをやりたいですね。

学生が運営するゲストハウスが市場の近くにあると、水産を知るきっかけにもなる。

ビルを購入して、一階部分では市場に出回る水産物の提供も行いたいですね。遠方の学生のインターンシップの受け入れを数ヶ月のサイクルで回して、引き継がれていくようなプロジェクトを起こしたい。

表面的な会社説明会やインターンシップから抜け出し、産地や生産者の顔が見えるほど深く水産に入り込むきっかけになればいいなと思います。ゆくゆくは学生やクリエイティブな人材を漁師さんや現場に送り出せるような好循環を生み出すところまですすめたいと思っています。

インタビュー9 本間雅広さん

Q. 会社概要(創業年月 / 事業内容)について教えてください。

A. 創業は昭和34年。事業としては札幌市場の仲卸をやっています。

北海道全域のスーパーと取引させていただいていて、他にももがきながら様々なことに挑戦しています。

Q. 代表のプロフィールについて教えてください(出身地や年齢など)

A. 生まれは札幌で、年齢は35歳になります。

小学校からソフトテニスをやっていて、高校も大学もスポーツで入りました。仙台の大学を卒業した後、札幌に戻って高校教員を2年。25,6歳の頃に家業である一鱗共同水産株式会社に入社。創業から数えると僕で3代目になりますね。

Q. 代表の現在の仕事に至った背景を教えてください。

A. そもそも家業が何をやっている会社なのかをあまり知らなかったんです。幼少期から家業を継ぐという意識もなかった。

そんな中で継ぎきっかけになったのは、「このまま教員として働いていては父親の年収を上回れない」と思ったことでした。同じ会社に入ったほうが父と僕の甲乙がつくなど。父とは同じ家に住んでいても生活時間が違うこともあり、小さい頃から密なコミュニケーションをとることはあまりなかったんです。元々負けず嫌いというのもあり、「お父さんみたいになりたい」というよりも「絶対に負けたくない相手」という意識が強かった。その負けたくないという気持ちが後継に繋がったんだと思います。

会社に入ることを決めた時、人生で初めて父の部屋のドアをノックしました。そこで「会社に入れてください」と。父の返答は「おお」という反応。そのくらい気軽に相談できるような間柄ではなかったですね。

一般的な後継ぎなら、学生時代からしっかり準備をするなど計画的に継ぐことが多いと思うのですが、僕の場合は全くそんなことはなかったです。

そして営業として入社することに。最初から物は売らせてもらえず、トラックに積荷を乗せて、運ぶ作業を日々とこなす毎日でした。そこから営業にシフトして、売上を上げていく中でやりがいを感じるように。僕が会社に入って9. 10年ほどになるのですが、仕事の中身がまるで違う。昔は獲っていた魚が獲れなくなってしまったり、逆に新しい種類の魚が獲れるようになっていました。

僕が一番辛かったのは5年ほど前。利益を追求すればするほど、安く仕入れなければならなかった。自分はスーパーを儲けさせるためだけの存在なのかと、なんのために働いているのかわからなくなってしまって、会社を辞めようかと思っていたんです。そこでどうせ辞めるなら何

か行動してみようと、経営方針や採用について質問してみたんです。管理職ではなかったので、それまでは会社で経営に関する発言は控えていましたが、いざ聞いてみると定まった方針は無い様子。それなら自分がやってみよう。まずは採用面のHPやパンフレットづくりから着手しました。普段は接しないような業種の方と出会う中で、「仲卸って面白い仕事ですね！」と言われることがあったんです。そこで「もしかして仲卸って思っている以上に面白い仕事なのかもしれない」と気づきました。水産業界は古くからある業界。誰もやっていないことで自分ができることができることがたくさんあると感じましたね。

仕事が面白い面白くないは抜きに仲卸を面白く「みせる」ことはできる気がしました。それは誰もやっていないことでしたし、可能性はあるなど。その過程で「一鱗酒場」という飲食店事業を始めたりと、どんどん広がった。どんどん面白さを感じるようになりましたね。

Q. 現在向き合っている課題について教えてください(例:海や魚に関すること + 地域ならではの課題)

A. 「魚が獲れなくなっていること」と「現状が知られていないこと」の2つが最大の課題だと思っています。

魚が獲れない背景には海洋環境など様々なことが紐づいていて、何か策を打っていかないと本当に魚が食べられなくなる未来がきてしまう。

漁師や仲卸についてもっと知りたいです。家で魚を食べることは面倒な部分がある。お肉より高いですし。それでも食べてもらうためには背景にあるストーリーや流通について知つてもらうことが必要だと思っています。知ることが資源への興味関心に繋がっていくはず。ヨーロッパでは「MSC/ASC」という水産資源や生態系に配慮した漁業による水産物の証となるマークが浸透しているそうです。「MSC/ASC」のマークがなければ、売らない・買わないというところまでできている。そのためには消費者の判断が重要になってくると思っています。消費者が安ければいいというマインドのままだと、売り手となるスーパーも変わらない。少しでも資源を守ることを意識する流れを作れたら、マークも浸透していくはず。消費者のマインドを変えていくことは難しいことではありますが、発信が知つてもらうことの入口になればと思っています。

Q. 課題を解決するために乗り越えるべき障壁について教えてください

A. 海洋環境をしっかりと整えることはもちろん大切だと思いますし、小さい魚は獲らない、禁漁期間のルールを設けるなどの資源管理をしていく必要もある。日本は豊漁の年は沢山獲ってしまい、翌年は獲れなくなることが多い。最終的に国にコントロールしてもらう必要はありますが、海洋環境を守ることや資源管理はしっかりとやっていきたいです。

また学者と漁師や仲卸業者がもっと繋がるといいなと思っています。仲介役となるベンチャー企業は増えていますが、なかなか難しい。「生物」として魚を見ている学者と「商品」として魚を見ている漁師や水産業者。どちらの視点も大切なので、双方がどのようにして寄り添っていく

か。資源を守ることは本当に難しい問題で、時間がかかることがありますしつかり取り組んでいきたいです。

知ってもらえていないということは「誰も問題に感じない」ということです。商品の中で魚は数少ない資源です。他の商品は人の手で育てられたり、作られたりしている。資源だからこそ旬を感じてもらうこともできる食材です。

旬の魚を商品としての発信をするのはもちろん、魚が獲れていないことや漁師の現状も知ってもらうことで魚の消費に繋げたい。この発信が持続可能な産業となる第一歩でもあると思っています。

Q, 課題を解決するために必要な資源について教えてください(例:人・もの・金・情報など)

A, 様々な人たちが関わり合っていくことだと思います。

水産業界に参入してくるベンチャーや大手企業など様々な業種のかけ合わせが必要。関わる人口が増えすることでブラックボックスとなっていた問題の本質の部分がクリアになっていくはず。

既存の水産業者だけでは課題を解決するのは難しいと感じています。水産に関わる人が増えることで、様々な課題に対して多様なアプローチができるようになる。結果、水産がより身近な存在になるんじゃないかなと思っています。

Q, 課題が解決された後の未来は、どのようなものと想像できますか？

A, 世界で見てもこんなに色々な魚の種類を食べているのは日本だけなんです。スーパーに並んでいる魚の種類も多い。寿司や和食など、魚食の文化にもっと誇りを持つべきだと思います。日本という国に生まれて、様々な種類の魚が美味しく食べられることの素晴らしさを今一度感じてもらいたいです。

僕も消費者の一人ですし、安くなるに越したことはないと思っていますが、このままでは水産業者は儲からない。持続可能ではない産業になってしまいます。

魚は守らなければいけない存在。現状をよりよくするためにはどうするべきかを一人ひとりが考える流れができてほしい。少しでも油断したら魚がいなくなってしまうところまで、すでに来ている。今までの数十年間を振り返って、同じことは繰り返さないという努力が必要だと思っています。

Q, 現在見えている希望の兆しについて教えてください

※「10年後どうなっているか」という意図を含む。

A, 兆しのスタートはフィッシュヤーマンジャパンだったと思います。北海道のDO FOR FISHも彼らがいなければ生まれていなかった。「そんな角度から水産って面白くしていけるんだ」と感銘を受けた。

水産業者と水産ベンチャーは普通交わることはないのですが、その仲介役としての役割をフィッシュヤーマンジャパンやDO FOR FISHは果たしている。「水産を盛り上げよう」という同じ

目標や思いを持つ人同士が交わることがないなんてもったいないので、お互いに応援し合いながら進めていきたい。

実際、業界にも面白いプレーヤーが増えてきて、手を取り合う方向になってきている。昔に比べたら、大学生や高校生にとっても興味の湧きやすい業界になってきたと思います。

やっぱり知ってもらうことが一番大切。働きたいと思ってもらうためにも業界全体でもっと盛り上がりていきたいですね。

Q, 人手があればやりたいと思っている事業があれば教えてください

A, 地上養殖が今後トレンドになってくると思うので、やってみたいですね。今会社でやるにはビッグビジネスすぎて難しい部分がありますが、安定して魚を育てるには一番良い手段だと思います。

あとは餌ですね。今の養殖で使われているのはサバとイワシなど天然の餌ばかりなんです。養殖の魚を育てるために天然の魚を獲っている。値段も高いので、資金的にも持続可能なものとは言えないなと思っています。だからこそ科学的に作られた餌で養殖をしたい。現状は科学的な餌よりも天然の餌を使うほうが臭みもなく美味しい。この課題を解決した餌を開発できるベンチャーがあればすぐ上場できると思いますよ。今後は養殖業者がどんどん増えていくので、ニーズも増えていくと思います。

Q, これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことは何だと思いますか？

A, やっぱり興味を持ってもらう環境だと思います。

日本だとベンチャー企業を起こすのは一大決心。だからこそ若者や学生に人生を賭ける価値があると思わせる必要がある。

海に価値を感じてもらうためにどうアプローチを行っていくかが鍵になると思います。電子機器が普及し、IT業界が子どもたちにとっても身近になったように、海との関わりの場をもっと増やすこと。もっと海や水産に関心を持ってもらい、「水産業は問題だらけ。じゃあ何を解決していけばいいのだろう?」と考えてもらえる取り組みを増やすことが大切だと思います。

知らない業界に人生は賭けられない。若者が水産業界でやりたいことを見つけてもらうためにもまずは知ってもらうことから始めたいですね。

Q, 学生と協働で行いたいことがあれば教えてください

A, DO FOR FISHの仕事は全体的にみても今までの業界にはなかった取り組みばかり。学生にはここに興味を持ってもらいたいですね。水産業界を俯瞰してみることができる団体もあると思うので、業界の入口になってもらえたなら嬉しいです。その中でトライしたい課題を見つけ

てもらいたい。いきなり現場に入るのではなく、課題に対して何がしたいのかを考える流れを作りたい。ゆくゆくは興味領域に合わせて、コースを設けられるといいですね。

1つのことに没頭することももちろん大切ですが、全体を俯瞰してみる力を養う場にしていきたいです。

インタビュー10 津田 祐樹さん

Q. 会社概要(創業年月 / 事業内容)について教えてください。

A. フィッシャーマン・ジャパンは現在2つの法人があります。1つは2014年に作った一般社団法人フィッシャーマン・ジャパン。主に漁師の担い手育成や水産会社の人材支援、プロモーションを事業としています。その2年後、2016年に販売部門として立ち上げたのが株式会社フィッシャーマン・ジャパン・マーケティングです。主な事業としては、鮮魚や加工品の販売、飲食事業、海外輸出支援などの海外事業、そしてコンサル事業やサステナビリティ事業と5つの事業部をやっています。

Q. 代表のプロフィールについて教えてください(出身地や年齢など)

A. 元々は石巻の魚市場で仲買人をやっていました。東日本大震災を機に様々な課題を抱えることになり、地元の漁師たちと課題解決するためフィッシャーマン・ジャパンを立ち上げました。

今も実家の会社は残っているのですが、コロナをきっかけに家業は完全に辞めていて。今も経営にはほとんど関わっていないんです。コロナ前はフィッシャーマン・ジャパンの仕事の割合が心理的には6,7割、でも物理的な仕事量は家業が8割ほどを占めていました。石巻から動けない状態。ですがコロナで魚も売れなくなってしまい、いいきっかけだと思って家業を整理。今は両親だけでほぼそと続けています。

Q. 代表の現在の仕事に至った背景を教えてください。

A. 2014年にフィッシャーマン・ジャパンを立ち上げる時、僕は「株式会社フィッシャーマン・ジャパン」としてやっていくことを提案していました。僕達が当時掲げていた課題は人手や販路の不足。人を育てるとも売り買いも両方やりたいという想いがあったので、ボランティア団体というイメージを持たれることが多い一般社団法人では売り買いがしづらくなるのではと思っていたんです。

結果として一般社団法人が発足した2年後、売り買い専門の部門として株式会社フィッシャーマン・ジャパン・マーケティングを立ち上げることに。飲食店事業をはじめるにあたり、一般社団法人として融資を受けづらいことや売上をあげていく動きがしづらいことがきっかけでした。また経営メンバーの土合が前職をやめて団体にジョインするタイミングでもあったので、色々なタイミングが重なった。そこで分社化を言い出した僕が代表を務めることになったんです。

Q. 現在向き合っている課題について教えてください(例:海や魚に関すること + 地域ならではの課題)

A. 僕が解決したいと思っている課題は①海洋環境保全②IUU漁業の撲滅③資源管理の3つです。

まず海洋環境保全について。水産業というのは豊かな海洋環境の上に成り立つ1つのコンテンツです。「豊かな海洋環境」がなければ成り立たない。しかし現在は土台となる海が壊れかけてしまっています。日本という水産資源が豊かなはずの国で、水産が疲弊してしまっている理由。それは資源管理が全くされていないこと、そしてIUUと呼ばれる違法漁業の最大の受け入れ国となってしまっていることだと考えています。

違法漁業で獲れた魚を受け入れることは倫理的な問題だけでなく、国内の魚価を下げてしまうリスクがあります。IUU漁業で獲れた魚は正規ルートを通らないので安い。そのため正規ルートで獲れた魚も魚価を下げるおえなくなってしまっています。間接的に違法行為を助長していると同時に自分たちの国の漁業を締め付けてしまっているんです。

課題を解決するには乱獲などを防ぐために資源管理を徹底すること、IUU漁業を撲滅し、日本に入れないことが必要だと考えています。

Q. 課題を解決するために乗り越えるべき障壁について教えてください

A. 解決方法は川上側と川下側の両側からアプローチがあると思っています。

川上側からの解決というのは、国側が法規制で産業の在り方を固めていく方法。政策提言を通して法整備を促していく必要がある。これは漁業者主体で取り組んでいこうと考えています。

もう一つの川下側からの解決策とは消費者側の意識改革。法律は多くの一般国民が求める上で簡単に変えることができるんです。しかし現状、水産に関わらない人々は日本がIUU漁業の受け入れ国になっていることや乱獲も先進国の中でトップレベルに行われていることを知りません。スーパーや飲食店で扱っているものはすべて安心・安全なものだと信じている。しかし今食べている魚も違法である可能性が十分にあることを知ってもらいたいですね。「安ければいい」で終わらせらず、安いものには理由があることを消費者に知ってもらうことで正しい消費に繋げていきたいと思っています。国の法律だから従うのではなく、「こっちの方がいいよね」という消費者マインドを変える動きを起こしたいですね。

Q. 課題を解決するために必要な資源について教えてください(例:人・もの・金・情報など)

A. 3年間ほど僕が自由に動ける時間をもらえたなら解決できる自信がありますね。

今はライスワークをしなければならず、かなりエネルギーを取られている。様々な財団から援助を受けて課題を解決しようと動いている団体・NGOなどがありますが、NGOだけでは難しい部分があると感じています。NGOの方々は知識豊富な方が多い。そこに現場経験のある僕らが入り、一緒に動いていけば課題解決に向けて大きな一歩を踏み出せるはず。

みんな知識はすでに持っているんです。何が問題で、何が正しいのかを知っている。でもどこから手を付けたらいいか分からず、実行に移すことができないんです。

「自分が解決できる」と最初に話しましたが、僕は専門家ではありません。自分の強みは人と人を繋げられること。魚屋として目利きや魚の締め方が自分より上手な人はたくさんいます。だけど唯一誰にも負けないことはたくさんのネットワークを持っていることだと思います。「ハブ」のような役割ができる自分だからこそできる解決方法があるはず。

だからこそ僕らのような「コネクター」として動ける人材は増えてほしいですね。現場は現場の考え方、学者は学者の理論を持っている。それだけでは何も変わらない。現場と理論がかけ合わさり、更に政治も絡むことではじめて動き出すものがあると思っています。

海の問題はどれも難しいものばかりですが、自分が課題に全力でコミットできるようになったら課題を解決してみせる、そのくらいの気概を持ってやっています。

Q. 課題が解決された後の未来は、どのようなものと想像できますか？

A. 水産物は食料としてすごく秀でているものなんです。

世界中の食べ物は農産物、畜産物、水産物の3つに大きく分けることができるのですが、農産物と畜産物は人の手が必要な食料なんです。

いつか世界人口100億人を超えることが確実視されていて、同時に食糧危機、真水不足が起こると言われています。そして農産物は土地やエネルギー、何より真水が必要な食料。こうして大量の真水とエネルギーを使って育った農産物を食べて育つのが畜産物です。また畜産物自体も真水を飲みます。農産物や畜産物を食べるということはエネルギーと真水を大量に消費しているのと同じなんです。

一方で水産物はほぼ天然。天然魚のすごいところは製造コストがゼロ。資源管理をしっかりと行ていれば、勝手に増えるものなんです。しかも海水にいるので、真水も必要がない。淡水魚もいますが、水を飲んでいるわけではなく、エラ呼吸をしているだけなので水が減ることはありません。つまり海にいる魚はコストがかからないすごい食料なんです。

世界中に海洋国はありますが、すべての国で魚が獲れるわけではありません。基本的には暖流地域より寒流地域のほうが魚が沢山獲れるとされています。日本で魚が獲れるのは偶然寒流が流れているからなんです。農産物や畜産物は他国に技術移転することもありますが、魚が獲れることは真似できない。たまたま気候、海流、風土が揃って偶然魚が獲れている。

今後確実に食糧危機と真水不足に世界は直面するなかで、食料を奪い合う戦争が起ると僕は思っています。そして日本は資源管理さえしていれば、永遠に魚を獲り続けることができる。自国で乱獲して、漁業を疲弊させている場合じゃないんです。食料を持っている国が残る時代がこれからやってくる。石油が取れるのと同じです。そして石油と違って、数年規模で拡大再生産できるのが水産物。世界の食料を支える、日本経済を牽引するという意味でも水産業はポテンシャルがある産業だと思っています。近視眼的に現状の対策を行うのではなく、長期的な視点、そして未来をみんなで考えていきたいですね。

Q. 現在見えている希望の兆しについて教えてください

※「10年後どうなっているか」という意図を含む。

A. 今まで水産業をよくしようと有識者が集まって話合う機会はたくさんあったんです。しかし現場まで伝わらず、天上人のような存在になってしまっていた。水産業を変えるのは現場にいる漁師や水産会社。現場の意識が変わらなければ何も変わらず、その先にいる消費者の意識を変えることもできない。

現場と有識者、それぞれが平行して交わらない状態が続いていましたが、今やっと繋げられるようになってきた。僕達が全国の漁業者のネットワークを繋いできたことが実ってきた気がしています。今年は日本中の漁業者を集めた会議「水産未来サミット」というイベントも開催することができ、少しずつ現場と有識者が繋がり始めている。ここがスタートとなり、現場に即した政策ができるかもしれない。そんな未来への第一歩をここ1、2年で踏み出せたことが希望の兆しなんじゃないかと思います。開催して行動が変わらないと水産業は変わらない。

Q. 人手があればやりたいと思っている事業があれば教えてください

A. 1つはファンド事業を拡大させていきたいですね。海洋環境保全をするためには色々なテクノロジーを駆使しなければなりません。そのためには資金が必要ですが、海洋環境保全は結果が出るまで20年から30年ほどかかってしまうので、ベンチャーキャピタルとの相性が悪く、資金調達が難しい。インパクト投資をもっと増やしていきたいです。

「貯金しているだけよりは利率がいいし、海洋環境がよくなるなら」と投資してくれる人が増えたらいいなと。その受け皿となる仕組み「ブルーファンド」をフィッシュヤーマンジャパンで作りました。資金がなければ人も物も足りない。しっかりお金を集めて、必要な事業にお金を使える状態を作りていきたいですね。

Q. これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことは何だと思いますか？

A. 国だけではなく、企業や一般人が、海を守ることに対して価値を感じてくれること。海の課題を「人類の課題」として捉え、お金をしてくれる人が増えることが願いですね。

海に関係していない事業はほとんどない。一見関係のなさそうな商社も海運を使っていたり、通信業も海底ケーブルや改定支援を使っていたり。海と切り離されて行われている事業の方が少ないんだそうです。最近は自然資本の考え方もできましたが、海や自然が壊れてしまうと経済活動が成り立たない。この大切さを今一度認識してもらいたいです。

インタビュー11 蜂谷 潤さん

Q. 会社概要(創業年月 / 事業内容)について教えてください。

A. 私たちの会社は、高知県で創業しました。創業のきっかけは、かつて高知県で採っていた「すじ青のり」が取れなくなり、海外からの輸入もないことで、地元の食文化が廃れてしまう状況を何とか食い止めたいと思ったことです。そのため、海藻の陸上栽培に挑戦し始めました。

すじ青のりの生産を続ける中で、私たちは衝撃的な事実に気づきました。それは、日本国内で増えている海藻がほとんどなく、多くの海藻が絶滅危惧種になる勢いで減少しているということです。海に潜ると、海藻だけでなく魚も減っていることを実感します。「最近、あの魚を見なくなつたな」ということが頻繁に起こり、海の生き物全体が減少している現実に直面しました。そこで、私たちにできることは海藻を増やすことだと考えたのです。

一般的に、海藻を増やす取り組みとして「藻場造成」が行われます。ウニを除去したり、海藻を移植したり、種を蒔いたりと方法は様々ですが、これまで成功事例はほとんどありません。そこで私たちは、海に海藻が常にある状態を維持するためには、人が手入れを続けるモデルが必要だと考えました。そのためには、補助金に頼るだけではなく、経済的に循環する仕組みを作る必要があります。そして、このモデルをスケールさせるためには、新しい産業を生み出す以外に方法はないと考えました。

私たちが目指している「海で海藻を育てる産業」は、言い換えれば「海藻の海面栽培」という形になります。この海面栽培を通じて「養殖藻場」を作り出し、海藻を増やしながら海の生態系を豊かにし、食文化や経済の循環に繋げていく取り組みを進めています。

私たちは、陸上と海洋の両方で活動を展開しています。すじ青のりは汽水域しか育たないため、海で育てるのが難しいことがあります。また、黒い甘海苔など、海の栄養が不足しているために海では育てられず、陸上での栽培が必要な海藻も多く存在します。そのため、陸と海という「両輪」を動かし続けながら、経済の循環を実現し、海藻を育てる意義を持ち続けることが重要だと考えています。

近年、人間が食べる海藻の量は減少傾向にあります。海藻の再生ができたとしても、それを広めることは簡単ではありません。だからこそ、海藻の新しい食べ方を提案していく必要があるのです。私たちは、一流の料理人たちと協力し、海藻の新しい活用法を次々と提案しています。さらに、今後は東京で店舗をオープンし、海藻の魅力をより多くの人々に届けていく予定です。

Q. 代表のプロフィールについて教えてください(出身地や年齢など)

A. (引用:<https://seaveges.com/pages/about>)

岡山県出身。大学時代に、“海洋深層水を活用したアワビ類及び海藻類の複合養殖”的ビジネスプランを構想し、これを事業化するべく研究活動を行う。その後、海藻の生産に特化する形で共同代表の友廣と共に合同会社シーベジタブルを創業。日本各地の減少しつつある海藻を再生させることで海を豊かにすべく、海藻の種苗培養から、陸上・海面での栽培方法の確立まで、主に研究／生産メンバーとともに新たな挑戦を繰り返している。

Q. 現在向き合っている課題について教えてください(例: 海や魚に関する事 + 地域ならではの課題)

A. 私が直面している最大の課題は、海藻が激減し、それに伴って海の生き物も減少していることです。この問題に対して、私は「海の生態系を豊かにすること」と「海藻の食文化をつくること」という2つの軸で取り組んでいます。

日本は世界で6番目に長い海岸線を持つ国です。そのため、地方にはまだ知られていない海藻の食文化が数多く存在しています。例えば、地元の人々しか知らないようなローカルな土地では、私たちが聞いたこともないような種類の海藻が食べられていることも珍しくありません。地方の食文化には非常に面白い要素がたくさんありますが、残念ながらそうした文化も徐々に廃れてきています。

しかし、海藻は美味しく、体に良いだけでなく、生態系の回復にもつながる非常に価値のある食材です。そして、食材1つでも食べ方の可能性は無限に広がります。だからこそ、伝統的な食文化を守るだけでなく、新しい海藻の食文化を創造していくことも可能だと考えています。こうした取り組みを通じて、海の生態系を再び豊かにし、未来につなげていきたいと思っています。

Q. 課題を解決するために乗り越えるべき障壁について教えてください

A. 1. 海の生態系を豊かにする

2. 海藻食文化をつくる

私たちは現在、良いチームで共にスピード感を持って動いており、活動の露出を増やすことにも成功しています。しかし、取り組んでいる範囲が一民間企業としては非常に広く、課題を感じることもあります。

例えば、種の開発、生産、買い取りまで一貫して行っています。ただし、種を開発するだけでは水産試験場と同じような役割にとどまってしまいます。私たちの活動に共感してくれる方々は増えていますが、現状では海藻の生産や活用を実行できる場がまだ限られています。また、海藻に詳しい人材が少なく、人材確保が大きな課題になっています。

採用イベントを開催した際には、50人以上の応募がありました。課題が発生するたびに、まるで「モグラ叩き」のようにチーム全体でスピード感を持って対応し、解決できています。そのため、現状では大きな課題はあまり感じていないかもしれません。

しかし、スピード感という点では、もう一つ別の視点で課題が見えてきます。それは、海藻の減少が非常に早いということです。私たちは毎週のように海に潜っていますが、生産した海藻の量より減少する量が圧倒的に多い状況です。この減少をいかに抑えながら、急いで海藻を増やしていくかが重要なポイントになっています。

海藻の減少スピードに対応しつつ、会社全体の動きにもスピード感を求められる。もしかすると、これが今後の課題になってくるかもしれません。

Q. 課題を解決するために必要な資源について教えてください(例:人・もの・金・情報など)

A. 私たちの活動を理解し、共感してくれる人々を増やすこと、つまり「関係人口」を増やすことが重要だと考えています。プロジェクトを成功させるためには、私たちだけで全てを動かそうとするのではなく、多くの人々の協力が不可欠です。例えば、海のプロジェクトでは漁師の方々に協力していただく必要があったり、許可や資金が必要だったりと、さまざまな要素が絡んできます。

そのため、まずは多くの人に私たちの活動を知ってもらうことが大切です。認知を広げるために、会社としても積極的に露出を増やし、情報発信を強化することが、今のタイミングでは重要なになってきていると感じています。

Q. 課題が解決された後の未来は、どのようなものと想像できますか？

A. 私たちが目指しているのは、1つの海域や1haの海を使って「海の生き物が増えました」と言うことではありません。私たちの本当の目標は、日本の沿岸部を海藻で埋め尽くすためのモデルを作ることです。その実現に向けて、今まさに全力で取り組んでいます。

新しい技術を活用することで、現在の生産量と同等の量を生産できるという仮説が立ちました。そして実際に試してみた結果、小規模ながらもその仮説を実現することに成功しました。さらに、波が荒い海域でも活用できることが確認されています。この技術を応用すれば、海苔やひじきといったどんな海藻でも一気に生産できるモデルが、いよいよ完成しつつあります。

このモデルが完成すれば、1~3年という短期間で、海に大規模に海藻を展開することが可能になります。そうなれば、日本中の沿岸部に海藻が茂る未来を実現できるでしょう。私はこの取り組みが「革新」に近いものだと強く感じています。

日本の水産資源が減少している現状を変えられるかもしれない。この技術が日本の未来を切り拓く可能性に、今とてもワクワクしています。これは夢物語ではなく、実現可能な目標です。その目標に向かって、私たちは全力で走り続けています。

使えないと思われていた海域でも海藻を育てられるようになりました。そして、1~3年の間に海に一気に海藻を展開するという未来も、確信に近い形で見えてきています。日本の水産資源が減少している状況が、この取り組みによって変わるものではないか。そんな未来を確信しながら、私たちは挑戦を続けています。

Q. これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことは何だと思いますか？

A. 私は、単純に海洋ベンチャーの数が増えれば良いとは思っていません。大切なのは、「求められていることは何か」「どの方法なら課題を解決できるのか」、そして「みんなが幸せになれるか」をしっかり考えた上で事業を作ることだと思います。

その実現には、「現場をしっかり知っている人」が欠かせないと考えています。現場に足を運び、実際の状況や関わる人々を理解し、頭と身体でその想いを受け止められる人です。現場の現状や必要な人材を把握し、それを組み合わせて課題を解決していく力が求められるのだと思います。

単純にビジネスとして取り組むのであれば、育てやすい海藻を1つの海域で大量生産するほうが、収益性の高いモデルになるかもしれません。しかし、私が経営の中で何度も繰り返し自問するのは、「誰が幸せになるのか」という問いです。

この問いを考えるとき、私の頭に浮かぶのは、現場で困っている人々の顔です。彼らの課題を解決し、現場の人々も、私たちの事業に関わるすべての人々も、みんながハッピーになれる形を作ること。それが私にとっての理想です。

インタビュー12 新藤克貴さん

Q. 会社概要(創業年月 / 事業内容)について教えてください。

A、「未知を拓く」を企業理念に掲げ、2017年9月4日に福岡で立ち上げました。

私と松野洋介、神戸慎央の3人で株式会社ライトハウスを創業して、基本的な運営は今も3人で行っています。全体のメンバーとしては役員を入れて約30名ほどですね。

創業当初、「分かっていることが少ない領域に対して進むべき道を拓いていきたい」という想いから、先に「未知を拓く」という企業理念を決めました。

その後、事業ドメインを探していく中で、「未知の領域」といえば宇宙か海という二択に。そこで日本という国は海に囲まれ、水産や海洋について他の国よりもポテンシャルが高いこと、創業当時は海洋領域のスタートアップ企業もほとんどいなかったことから、船舶海洋領域にテクノロジーを活用できたら面白いんじゃないかなと。

また船舶の運行管理や通信、最適航路の選定には衛星からの情報が使われています。だからこそ、いつかは宇宙にも投資をしていかなければならない。事業領域は海を選びましたが、いつかは宇宙にも繋がると思っています。現時点では衛星が多く使われる場所は陸上ばかり。海上に目を向けられることは少なく、情報が足りていないので、いつかは衛星を打ち上げて海洋の情報を集めたいなと思っています。

そしてビジョンには「船舶のconnected化を通じた、海洋資源探索の最適化」を掲げています。簡単にいって、船舶海洋領域とインターネットやテクノロジーを繋げることでより良くしていくことが目的です。

船舶海洋領域の中でも水産業界に特に力を入れてやっています。水産業界は有望市場であると同時に不確実性の高い市場です。グローバルで需要が高まっていると同時に、資源変動が予測できず全国各地でヒト・モノ・カネのミスマッチが常態化しています。今獲れている魚が明日獲れるかわからない、今までいなかった魚が明日急に獲れるようになるかもしれない。まさに未知の領域となっています。

魚が獲れない不漁の時期は人手が余ってしまったり、加工場の稼働が低下してしまうなどの問題が発生しますが、盛漁の時期も課題があります。人手が足りなくなるのはもちろん、販路が不足して余った魚が投棄されてしまったり。市場によって状況は違い、不漁だった市場と盛漁だった市場の状態が翌年には逆転していることもあります。水産の課題に対して僕たちが考えるアプローチは①船舶・海洋の未知をデータとして可視化、②データを活用して状況ごとに応える仕組みの構築の2ステップだと思っています。

まずは船舶海洋領域でシェアを獲得していく。その過程でヒト・モノ・カネ・買い手の最適化を図ることを目指しています。

Q. 代表のプロフィールについて教えてください(出身地や年齢など)

(Q. また代表の現在の仕事に至った背景を教えてください。)

A, 出身は東京です。中学高校時代は天文部に所属していました。学校に泊まって天体観測をしたり、モデルロケットを打ち上げたりとしっかりと天文に関わる活動をする部活でしたね。入ったきっかけはやっぱり未知、宇宙という知らない世界をもっと知りたかった。

モデルロケットの活動をする中で、未知を観測するためにはロケットを打ち上げるための技術、そして資金が大切だということに気づきました。

お金を引っ張ってくる力の必要性に気づき、大学は経済学部へ進学しました。その中で企業という組織みが集めた資金を使って、科学技術を発展させ、持続可能なものにしていくための一番合理的な方法だと感じました。企業や経営の組織について学ぶために経済学部の中でも経営学科を選択して、そのまま大学院まで進みました。

大学院卒業後はコンサルティング会社へ就職。様々な形態の企業のコンサルティングをしたり、スタートアップ企業のCFOを経験する中でそろそろ自分でやってみよう。そこで立ち上げたのが「未知を拓く」をテーマにした会社でした。

Q, 現在向き合っている課題について教えてください(例:海や魚に関すること + 地域ならではの課題)

A, まさにヒト・モノ・カネのミスマッチです。

Q, 課題を解決するために乗り越えるべき障壁について教えてください

A, わかりやすいもので挙げると、法規制や社会制度などだと思います。

例えば漁業権や船の運用なども硬直性が高いと感じますね。これらはモニタリングができていなかったことから、ルールで縛るしかなかった。でもテクノロジーの発達によって、多様なモニタリングによって柔軟に運用が変えられるはず。今はそこに法規制や制度が追いついていないのかなと思っています。

Q, ヒト・モノ・カネの最適化のお話がありましたが、課題を解決するために必要な資源について教えてください。

A, 「やる気のある人」だと思います。課題を解決しようとやる気を持って行動する人が増えることでシステムは変わっていくはず。少人数の行動ではなかなか難しいことだと思います。やる気があれば、お金も人も集まるはず。

現在所属しているメンバーは理念に共感してくれていたり、事業ドメインに面白さを感じてくれている人が多いです。また自分の行動が社会や産業の変化、そして貢献に繋がる部分に魅力を感じてくれているみたいですね。

会社として実績を残さなければ、後継の人材に繋がっていないか。事業としても結果を出すことで、船舶海洋領域の可能性を示す。その先で人は集まってくれると思っています。

民主主義の社会でシステムを変えていくためにはマジョリティの人々を動かさなければならぬ。そのために実績で船舶海洋領域の可能性を証明していく必要があると思っています。

Q, 課題が解決された後の未来は、どのようなものと想像できますか？

A, ヒト・モノ・カネ・マーケットが最適化される仕組みができている状態ですね。

水産資源、そして水産業自体が産業として持続可能なものになっている未来だと思います。

Q, 現在見えている希望の兆しについて教えてください

※「10年後どうなっているか」という意図を含む。

A, 現状見えている兆しとしては、船舶IoTサービスとして主要なセグメントでシェア30%を取れることやお客様の満足度が高く、システムの解約がないこと。

僕らのような新規参入してきた企業でもお客様の課題を解決できれば、きちんと評価され、きちんとお金を支払ってもらえるという現実自体が兆しだと感じています。正しいことをやっていれば、正しく評価されることが証明できていると思うので、このまま進んでいきたい。

僕らが実績を作り、「未知」を切り拓くことで、後に続く人の「道」を拓いていきたいと思いますね。

Q, 人手があればやりたいと思っている事業があれば教えてください

A, 一番実現したいことは、今やっている仕組みづくりで変わりません。

人手があればなおのこと、実現に向けて頑張っていきたい。

人手というと色々あると思いますが、賛同してくれる人が増えるということは法規制を変えられる可能性が高まるということ。そういう人が増えてくれることは、叶えたい未来の実現に繋がっていくんじゃないかなと思います。

Q, これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことは何だと思いますか？

A, 僕らが実績を証明することだと思います。

しっかり利益が出ることや事業が面白いことを証明することで、海洋の領域で挑戦する人材が増えるはず。

他業界と比べるとリソース配分の時点で負けてしまっている。だから海洋船舶領域や水産業界に投資しようとする人は少ないのが現状です。

業界内で争うよりも業界全体で可能性のある領域だと証明しないと、ヒト・モノ・カネが他の業界に取られていってしまう。他業界と比べても水産業界が魅力的であることを伝えていく必要があると思います。今あるスタートアップ企業が事業で実績を残すことで、可能性は伝えていけると思っています。

インタビュー13 千葉佳祐さん

Q, 会社概要(創業年月 / 事業内容)について教えてください。

A, 創業は2019年8月です。「よびもり」という海の救助サービスをやっています。

転覆や転落などの海で事故が発生した場合に海上保安庁などの公的機関ではなく、一番近い船や漁師に直接SOSを飛ばし、これまでよりも早い救助を実現するサービスです。

Q, 代表のプロフィールについて教えてください(出身地や年齢など)

A, 出身は北海道紋別市で、高校まで暮らしていました。山形県にある大学に進学し、大学院進学のために福岡へ。大学院在学中に事業作りが始まり、その後休学して、現在の会社を起業しました。

これまではずっと福岡で会社活動していたのですが、よびもりのルーツである北海道に本社を移し、北海道と福岡の二拠点生活をしています。

Q, 代表の現在の仕事に至った背景を教えてください。

A, 事業に至った背景としては、羅臼町で漁師をやっていた祖父が転覆事故で亡くなり、遺体も見つからなかったという経験です。自分が住んでいた紋別市も漁師町だったので、周りにも同じような事故の例が多くありました。過去の自分の経験が事業構想の元となっています。

Q, 現在向き合っている課題について教えてください(例:海や魚に関すること + 地域ならではの課題)

A, 海での死亡事故ですね。海だと祖父や知床の事故のように遺体が上がらないケースも多い。遺体が上がらないと死亡認定がされず、保険金の受取や国からの補助が最大7年間もらえないなったり、故人の保険料を支払い続けなればならなかつたりと遺族の負担が大きくなってしまうことがあります。

またなんとか見つけ出そうと近隣の漁師や船を持っている人は漁を止めて捜索に出てくれることも多い。その間収入が得られなくなるなど多方面で影響がでてしまうこともあるんです。僕達は「よびもり」を通して、そういった課題と向き合っています。

Q, 課題を解決するために乗り越えるべき障壁について教えてください

A, 札幌に本社を移してから特に課題に感じていることは採用面。一緒に戦っていく、戦い切れる仲間と出会うことが難しいなと感じています。土地柄かもしれないのですが、北海道はベンチャー企業の数が少なく、新たな挑戦をしていくとしている人口が相対的に少ない気がしています。一緒に戦ってくれる仲間を見つけていきたいです。

Q, 課題を解決するために必要な資源について教えてください(例:人・もの・金・情報など)

A, 一番は人。仲間集めが解決できれば、他の資源はいくらでも調達できる。

会社の意義を理解して、自分たちが何をしていかなければならないのかを考え、実行・修正と愚直に動ける仲間が必要。3.4人でいいので、コアメンバーとして一緒に戦ってくれる仲間がいてくれたら嬉しいですね。

事業進捗を作れる人がいるとお客様や売上も増えます。実績が増えることで利益が生まれて、新しい人材を採用するなど新しい取り組みができるようになっていくので、進捗が本当に大切。進捗はお金などのリソースから生まれるものではないので、進捗を作り出せる「人」が最も必要だと思います。

Q, 課題が解決された後の未来は、どのようなものと想像できますか？

A, 死亡事故によって亡くなる人が減る未来ですね。

「よびもり」のサービスによって生存率が上がりますし、万が一の場合でも遺体が見つかる確率が上がれば、家族や周囲への負担も減るはずだと考えています。

海の事故が減ることで、会社としての存在意義が達成されると思っています。それでもOにすることは難しいので、自分が亡くなった後も会社はずっと存続していってほしい。自分としては創業者としての責任を果たした後、自分よりも事業推進がうまい人にその後は任せたいと考えています。会社にとって一番いい状態になっていくことが理想ですね。

Q, 現在見えている希望の兆しについて教えてください

※「10年後どうなっているか」という意図を含む。

A, 「よびもり」が役に立った事例がでてきたことです。

福岡で高齢の漁師が船から落ちてしまい、「よびもり」を使ったことで他の漁師に気づいてもらえて救助されたなど社会実装されはじめているのを感じています。北海道だと知床でも導入され始めています。

このまま進捗が生まれば、「よびもり」が役に立った事故の数も増えていくと思っています。

Q, 人手があればやりたいと思っている事業があれば教えてください

A, 毎日営業を増やしたり、プロダクトやオペレーションを良くしたりですかね。そして、少しでも多くの人によびもりを届けたいです。日々の業務、やるべきことを確実に速く、よくしていく。確実に一歩一歩進んでいくことが大きな成果に繋がっていくと思っています。

Q, これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことは何だと思いますか？

A, 成功した企業が増えていくことだと思います。

北海道でベンチャーを立ち上げた人間がしっかりと進捗を生む。わかりやすい成果や実績が必要だと思います。

かっこいいスポーツ選手がいると、子供は憧れてスポーツ選手を目指す。スポーツ選手を目指す子供が先に増えるわけではないですね。その点ではベンチャー企業も一緒に、突然変異的に現れた「成功者」が必要なんだと思います。

インタビュー14 柏谷晃一さん

Q. 会社概要(創業年月 / 事業内容)について教えてください。

A. マスコスモ合同会社は「オイシイ。て “ツナカ”リタイ。」をテーマに、水産の六次化を目指して漁師たちで立ち上げた会社です。メンバーには漁師の他に行政書士も参加しています。

漁師もやりながら加工業もとなると、時間がなく出荷が難しい。また北海道で食べているホタテと東京で食べるホタテの味が違うという話をよく聞きます。そこで「アートロックフリーザー」という特殊冷凍機で瞬間冷凍を行い、美味しいものをそのままの味で届けることをメインの事業としています。

Q. 代表のプロフィールについて教えてください(出身地や年齢など)

A. 北見市常呂町の出身です。代々漁師の家系で僕で3代目。

家に船があったりと海に近い環境で育ちましたが、自分で漁師をやるつもりはなく、航空関係の会社に勤めていました。ですが現場の厳しさを肌で感じて、実家に戻ることに。そこでやつたらやつた分だけ結果がついてくる、自分で時間を決めて働くという漁師の世界に入ることになったんです。

マスコスモ合同会社の前社長は僕の同級生で、同世代の漁師や同級生4人で会社を立ち上げました。立ち上げ段階で前社長だった川口の白血病が発覚。それぞれが個人で活動していましたが、会社として活動を存続させていきたいという想いからマスコスモは始まりました。

基本的には漁師業のあと水産加工場をやって、夜はマスコスモとして活動するという日々を送っています。昔に比べるとアルバイトも雇うようになったので、マスコスモで自分がプレーヤーとして動く頻度は減ってきましたね。創業から3年くらいはもっと過酷でした。

今は新しく農家もやりたいと思っています。田舎は雇用が生まれにくいという課題があります。現在は漁業と農業で賄えていますが、片方だけで通年で雇用するとなると難しい。いつかは林業や酪農も含めて一次産業全般を網羅したいと思っていますが、自分が生きているうちに達成するのは難しいのでまずは農業から。協力してくれる農家の方もいるので、漁師と農家を軸に進めようと思っています。そして一次加工をマスコスモで請け負えればいいなど。兼業農家という言葉はありましたが、農業と水産をかけ合わせてやったことはいまだかつてない。オホーツクは北見の玉ねぎも日本一と農業も盛ん。海産物も農産物もマスコスモで販売できたらいいなと思っています。

Q. 代表の現在の仕事に至った背景を教えてください。

A. 前代表の川口は本当にすごい人でした。

中学までと一緒に過ごし、東京の広告代理店で営業を経験してから地元に戻って漁師をしているときに再会したんです。川口はどんどん活動を推進していくタイプで、僕は経営などがすきだったのですごく相性がよかったです。なにかやりたいという気持ちもありましたね。

田舎ならではかもしれません、失敗してしまうと失敗した人間というレッテルを貼られ続ける。地元に先輩にもチャレンジしてきた人は沢山いましたが、最終的には事業として失敗してしまう例を何度も見てきた。川口とはいつも空き店舗の活用や雇用について話していて、事業としてはちゃんとやりきろうと。

だから白血病を患ってしまったあと「やるといったからには最後までやりきる。でないと恥になる」と、仕事も遊びもしっかり続けていましたね。結果的には前代表が亡くなり、僕が引き継ぐ形に。「ここまで川口がやってくれたんだから、次は自分の番だ」と思いました。本当は社長なんて柄じゃないと思っていたんですが、川口が死ぬ気でやってきたこと、そしてやり残したことすべて引き継ぐことにしました。

Q. 現在向き合っている課題について教えてください(例:海や魚に関すること + 地域ならではの課題)

A,

「全体を通して人が課題」

北見市常呂町はホタテが有名ですが、どうにも機械化できない部分がある。手作業など人の力を頼る必要があります。近くに網走工業大学、北見工業大学などの大学があるので、現在は学生に頼っている状態に。昔よりは資金に余裕が生まれてきたので、雇用するお金はあるんですが、新たな雇用形態も生み出したいと思っています。

水産業界は若い世代に前向きな就職をしてもらえない。加工場も含めて水産業界全体が雇用に苦しんでいますね。また水産加工なら力が必要ないので、女性雇用の可能性もあるはずなんですが、受け入れ側がまだイメージを持てていない。

水産業の仕事は他の仕事と労働基準や勤務時間も違うので、若い世代にどう理解してもらうかが鍵になると感じています。

資源に関しても魚は減っていますが、ホタテは100年前から持続可能なものにするべく取り組みが行われてきたので、すでに持続可能な資源になってきている。しかし人がいないと何もできない。やっぱり一番の課題は人手不足だと感じています。

マスコスモとしては、子供に「水産業界いいよね」といえる会社になっていきたい。水産業界は危険もあるので、子供たちに勧めにくい雰囲気がある。僕は社長を次の世代に譲りたいと思っているので、「魚を売ってみたい」という子がいればいつでも受け入れたい。特に若い女性を受け入れる入口になればと思っています。

またマスコスモとしての課題として、ホタテを販売しようにも、北海道は新規参入が難しい空気感があること。仲買人になりにくいという課題がありますね。

Q, 課題を解決するために乗り越えるべき障壁について教えてください

A, 僕達のような40、50代の漁師は海の環境変化に適応したり、若い世代との接点を持ったりと行動ができます。しかし今の漁業を作り上げてきた60、70代の方にとって時代の変化や若者を受け入れるのは難しい。頭では時代が変わっていることは分かっていても、現場の環境や対応を変えるところまでいかない。

若い世代は賢くて、新しいものを生み出してくれる存在だと知ってもらい、受け入れてもらう必要があると思いますね。そうすることで入ってきやすい環境づくりができるはず。

Q, 課題を解決するために必要な資源について教えてください(例:人・もの・金・情報など)

A, 1番はお金だと思います。それでもマスコスモでは「人に価値あり」といっているのは、経営の部分で会社が存続する最低限の資金は必要ですが、働きたい人にはその分の対価をしっかり払いたいと考えているからです。

田舎の環境を変えるのは特に難しい。もっと新しい人が入ってくる必要がある。環境を変えるのは僕たちではない、次の新しい風となる誰かだと思っています。

僕達がマスコスモを始めてから3年は「なんでそんなことをするのか」と沢山言われてきました。持続可能な漁業にすること、美味しい魚を消費者に届けることの重要性を伝えてきたが、あまり響かず、誹謗中傷を受けることも。今5年目に入り、周りの見る目が変わってきました。沢山の人にマスコスモは支えられてきたので、やっぱり人も大切。

必要な資源に順位をつけるとすると、一番がお金。そして人だと思います。

Q, 課題が解決された後の未来は、どのようなものと想像できますか？

A, 水産加工をやる若い世代が増えてきている。マスコスモにも興味を持って話を聞きに来てくれる子たちもいます。自分たちの活動は間違っていなかった、マスコスモとしての価値を感じる瞬間が増えてきています。

水産業界において資源はなくなっていますが、残っているものもたくさんある。そこに価値を見出していくことができると思っています。

日本の海の最終地点はオホーツク。変化に対応できる人がいれば、オホーツクにやってくる魚にも対応できるはず。以前、ガイヤの夜明けでアートロックフリーザーが特集されたときにブリを取材してもらったことがあります。昔は北海道といえば鮭だったけど、今はブリが大漁になっている。そういう変化について知ってもらう活動も必要だと思っています。

また僕達は国内から海外へと目を向けています。国内は必要分に絞り、冷凍ホタテの海外輸出に取り組んでいます。国内のマーケットが縮小しているので、海外に目を向ける必要性もでてきたなと感じていますね。

Q, 現在見えている希望の兆しについて教えてください

※「10年後どうなっているか」という意図を含む。

A, 若い世代が取り組みはじめてくれていることが希望。いつかはマスコスモにも若い世代が入ってきてほしい。0から始めることは辛く厳しい。僕達が苦労したことを経験する必要はないと思っています。だからマスコスモを土台に始めればいい。僕も40代に入り、若い世代とは感覚やスピード感が違うことを感じるようになりました。でも話し合えば理解し合える。僕達の経験や人との繋がりごと若い世代にバトンを渡して、どんどん推進してもらいたいなど。そんな前代表を超える素晴らしい人材が現れると信じています。

Q, 人手があればやりたいと思っている事業があれば教えてください

A, 海外事業部を作りたいですね。今も少しずつ動き始めているのですが、アジアのどこを販路にしようか迷っている。海外営業所を作り、アジアのマーケットに販売するところまですべて自分の会社でやってみたいと思っています。

タイ語や中国語が話せるという特殊な人材自体あまりいないのですが、何よりも信用できる人材じゃないと任せられない。一緒に仕事をしているタイ人の子がいますが、そういった何年も一緒に仕事をしている現地の子がいるのといいのとでは全然違う。

国によって食べ方や味覚は全然違うので、国の数だけパートナーになれる人材がいれば挑戦していきたいです。

海外輸出自体は単純で、コンテナ一つあれば売っていけるはず。大手ブランドしか参入していない海外に「北海道ブランド」でチャレンジしていきたいという気持ちがありますね。

Q, これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことは何だと思いますか？

A, 北海道は水産資源が少ないと言われていますが、オホーツクは特に「ぎょれん」や漁連、組合によってしっかり管理がされている。北海道で新たなことをしようとすると釘を刺されることもあるなど、挑戦が難しい環境になってしまっているのが課題だと思いますね。

インタビュー15 高倉葉太さん

Q. 会社概要(創業年月 / 事業内容)について教えてください。

A. 株式会社イノカは、サンゴ飼育技術に特化したアクアリストと、大学でAIを研究していたエンジニアである僕が2019年に創業したベンチャー企業です。「自分たちが好きな自然をみつづける。」をフィロソフィーに掲げ、アクアリストの力とAIやIoT技術を組み合わせて、任意の生態圏を水槽内に再現する『環境移送技術®』の研究・開発をしています。

主な事業内容としては、水槽内にリアルな生態系を再現できる強みを活かし、臨海部をはじめとするフィールドに行かずとも様々な水環境の研究を可能にする研究事業、そして海の面白さや重要性を伝える教育事業を展開しています。

Q. 代表のプロフィールについて教えてください(出身地や年齢など)

A. 出身は兵庫県です。

幼少期は山の中に住んでいたので、海に行ける機会は多くはありませんでした。行くことができた海といえば、大阪湾。それでも1.2時間かかる距離なので、子供だけで海までいくのは難しい環境でしたね。そんな環境の中で僕が海の生き物を好きになったのはアクアリウムがきっかけでした。アクアリウムを通じて生物や自然に触れ、そして好きになったんです。

大学は東京大学工学部へ進学しました。そのまま大学院まで進み、機械学習を用いた楽器の練習支援の研究を行っていました。そしての2019年4月、大学院卒業後すぐに株式会社イノカを設立したんです。

Q. 代表が現在の仕事に至った背景を教えてください。

A. 大学ではAIやIoTについて研究をしていたのですが、卒業後の選択肢として就職することはまったく考えていませんでした。実は今でも毎週ジャンプを欠かさず読んでいて、少年漫画の中の主人公に憧れがありました。僕自身も「自分が主人公になること」を諦めたくなかったんです。そのためにマストな選択が起業という道でした。

起業することは決めていたのですが、どの領域で事業を始めるかは決まっていませんでした。そして最後の最後で決めたのがAI/IoTとアクアリウムを掛け合わせた今の事業です。それを決めたきっかけは元々海の生き物が大好きだったことでした。起業テーマで悩んでいるときに「アクアリウム業界の技術が世の中に伝わっていない、自分自身の力で世の中に伝えたい」という自分の想いに改めて気がついたんです。

——水産や海は簡単に成功できる領域ではなかったと思います。その中でも現在の領域を選んだ理由は他にあったのでしょうか？

自分がやりたいことで選びましたね。学生時代にいたAI領域は沢山のプレイヤーがいて、誰が3ヶ月早く論文を出すかどうかの競い合いの世界でした。起業においても早く資金調達のしやすさや成果の出しやすさではなく、「自分にしかできないこと」で勝負したいと思ったんです。今の領域を選んだのも「自分にしかできない領域でこそが真のイノベーションを生み出せる」と思ったことが大きな理由だったと思います。

僕は異分野同士が繋がっていくことに一番価値があると思っています。有名なスティーブ・ジョブズも昔からあったアイデアを組み合わせて、世界に実装させることに価値を見出していました。

色々なパラメーターを持つ中で自分が一番インパクトを出せることは何かと考えた時、様々な領域を理解し、繋いで社会に実装させていくこと」だと思いました。もちろん様々な選択肢はありましたが、自分にとっては経営者として自分の時間を使うことがベストだと感じて、今の領域を選択したんです。

Q. 現在向き合っている課題について教えてください(例:海や魚に関すること + 地域ならではの課題)

A. 多くの人が海について知らないことが一番の課題だと思っています。

Q. 課題を解決するために乗り越えるべき障壁について教えてください

A. まずは人々が海や環境のことを考える"時間"が必要だと思います。SNSやストリーミングサービスなど、人々が空いた時間に手を伸ばせるコンテンツが現代の世の中に溢れています。その時間をもっと今の海の現状を知ることに使ってもらうこと、そのきっかけや仕組みを作ることが必要になってくると思います。

Q. 課題を解決するために必要な資源について教えてください(例:人・もの・金・情報など)

A. 全員が海に興味を持つことは不可能だと思っています。

その中で少しでも多くの人に興味を持ってもらうためには、世界のキーマンとなる人物が海に興味を持ち、世の中に繋げていく必要があります。1つのコンテンツを消費しながら、海のことにも目を向けられるような仕組みを作っていくといいなと思いますね。

まずはクリエイターや様々な企業など大きなインパクトを生み出せる人々に海のことを知ってもらい、考えてもらうことが解決への第一歩だと思っています。

そして僕達は事業のすべてをここに繋げていこうと考えています。教育では子どもたちを通して多くの人に海のことを知ってもらう活動をしていましたり、研究では今まで海と関わりのなかつた企業を巻き込んで海を利用した事業の優位性の提案などを行っています。

そういう意味では僕達の活動すべてが障壁を乗り越えることへ繋がっているのかもしれません。

Q, 課題が解決された後の未来は、どのようなものと想像できますか？

A, 遍く人が海を通して、自分の人生を豊かにしていこうという考えが当たり前になっていることです。現在は国際連合でも海を守るための議論がなされていますが、そんな議論も必要ない世界になってほしいですね。

Q, 現在見えている希望の兆しについて教えてください

A, 兆しはまだまだ。これからといったところです。

僕たちが向き合っている問題にゴールはないと思っています。人類が永遠に向き合わなければならぬことではありますが、僕の手で希望の兆しを作りだすことができたらいいなと思います。

Q, 人手があればやりたいと思っている事業があれば教えてください

A, 一番やりたいことは海洋生物から色々な成分を抽出して、有用性を研究していくことです。もっと多くのサイエンティストを巻き込んで、研究を勧めていきたいと思っています。

Q, これから海洋ベンチャーが増えていくために必要なことは何だと思いますか？

A, どこにお金があるのかを明確にしない限り起業家は増えないとと思っています。

大きな社会課題があっても注目や資金が集まつていなければ、起業家も集まつません。

また水産業といえば陸上養殖か海面養殖かという二択しかないのが現状です。しかもすでに強いプレーヤー、ベンチャーが集まっている領域なので新規参入も難しい状態となっています。

新しい海洋ベンチャーの数を増やすためには、養殖事業以外のマーケットにも注目を集めることが必要です。注目が集まることで資金も集まれば、その領域で挑戦しようとするベンチャーが出てくるんじゃないかなと思います。

総括

本報告書では、北海道の水産業界および海洋ベンチャー企業15社へのインタビューを通じ、業界の現状と課題、そして今後の展望について詳細に分析した。その結果、水産業界が抱える共通の課題として「人材不足」「資源管理」「市場変化への適応」が浮き彫りとなった。

1. 人材不足と後継者問題

多くの企業が人手不足を深刻に受け止めており、特に漁業従事者の高齢化と若年層の減少が大きな課題となっている。企業は新規参入者の受け入れや教育体制の整備を模索しているが、漁業の厳しい労働環境や地域社会の閉鎖性がハードルとなっている。一方で、インターンシップを通じた若年層の参画促進や、地域外の人材との協働が新たな可能性を生み出している。

2. 資源管理と環境変化への対応

漁獲量の減少、海洋環境の変化、乱獲の影響など、資源管理の問題も深刻である。持続可能な漁業への移行が求められる中、一部の企業では科学的データを活用した資源管理や、六次産業化による付加価値の創出が進められている。また、養殖技術の向上や未利用資源の活用といった新たな取り組みも注目されている。

3. 市場変化への適応とブランディング

消費者の嗜好の変化や海外市場の拡大により、水産業界にはブランディングとマーケティングの強化が求められている。特に、一次産業の価値を正しく伝えるストーリーテリングや、EC市場の活用が鍵となる。北海道産の魚介類が持つブランド力を生かし、国内外の市場に適応するための戦略が各社で模索されている。

4. 海洋ベンチャーの可能性

海洋ベンチャー企業は、従来の水産業界の枠を超えた新たなビジネスモデルを構築しており、環境保護や技術革新を活用した事業展開が期待されている。特にデータ解析やIoT技術を活用した漁業支援、観光資源としての漁村活性化など、多角的なアプローチが見られる。

5. インターンシップの意義と可能性

企業側の期待としては、学生が単なる労働力としてではなく、革新的な視点を持ち込み、業界の課題解決に貢献することが挙げられる。また、学生にとっても、一次産業の現場を体験することで、食の循環や地域経済の在り方を学ぶ機会となる。今後、インターンシップのプログラム設計をより魅力的にし、学生が積極的に関与できる仕組みを構築することが重要である。

6. 今後の展望

水産業界の未来を見据えると、技術革新と人材育成が鍵を握る。業界内外の協力を強化し、柔軟な発想で新たなビジネスモデルを構築することが求められる。特に、大学や研究機関との連携、デジタル技術の活用が進めば、持続可能な水産業の実現が見えてくる。

本報告書を通じて得られた知見を基に、企業と若者が共創する場を増やし、水産業界の未来を形作るための新たな取り組みを進めていくことが期待される。