

～岩手県内内水面養殖業者による6次産業化推進！～

平成28年地域政策研究センター(地域提案型・後期) 採択課題

課題名：岩手県内内水面養殖業者における6次産業化推進に関する
フィージビリティースタディー

研究代表者：総合政策学部 准教授 新田義修

課題提案者：岩手県内水面水産技術センター 所長 高橋禎

研究メンバー：山本健(総合政策学部)、高橋禎・五十嵐和昭(岩手県)

技術キーワード：内水面、養殖業、6次産業化

▼研究の概要(背景・目標)

・背景：内水面養殖業者は、イワナ、アユなどの需要減少に直面している。岩手県では、需要が増加している「トラウトサーモン」の技術開発を行っている。

・目標：内水面養殖業の6次産業化に関する現状と課題を明らかにし、今後の方向性を示す。

▼研究の内容(方法・経過)

1. 調査対象：岩手県内水面養殖業者、協同組合、内水面水産技術センター(水産試験場)
2. 調査内容：内水面漁業の現状と課題、今後の方向性、生産・販売技術の取組み
3. 調査期間：2016年10月～2017年9月
4. 調査方法：アンケート調査、実態調査(フィールドワーク)、統計分析他

▼研究の成果(結論・考察)

1. 養殖業経営体数は、食用の他、種苗が多いことが明らかになった(表1)。
2. 大規模(ブランド化)、小規模(販売向上)共に販売対応にニーズがある(表2)。
3. 規模別で、供給対象が異なる(表3)。
4. 当面、ニッチャーとしての対応が求められる(表4)。

表1 岩手県の内水面養殖漁業経営体数

単位：経営体数					
食用	56	種苗	29	観賞用	7
その他のます類	32	ます類	24	錦鯉	5
にじます	14	あゆ	3	金魚	2
こい	4	その他	2		
あゆ	1				
その他	5				

資料：漁業センサス(2013)より作成。

表2 アンケート結果

大規模経営体	小規模経営体
ブランド化	生産魚の価格向上
安定生産	同業者間の連携
加工技術	
業者間連携	
経営の安定化	
飼料高騰による補填事業の継続	
マニュアル化	
養殖魚のPR	

資料：アンケート結果より作成。

注：アンケートは、2017年5月25日に49通発送し、6月2日回収18通回収した。回収率36.7%。

表3 岩手県の養殖魚種別の供給状況

魚種	経営体数	主な供給仕向け	供給エリア
イワナ	27	放流、小売、旅館業、外食	県内及び隣接県
ニジマス ^注	16	小売、釣堀、外食	東北、北関東圏
ギンザケ	14	海面養殖	宮城県
ヤマメ ^注	13	放流、小売、旅館業、外食	県内
アユ	3	放流、外食、旅館業	県内

資料：岩手県内水面水産技術センターによる調査結果より作成。

注：ニジマス(トラウトサーモン) ヤマメ(サクラマス)

表4 内水面漁業の競争地位としてみた、岩手県の位置づけ

競争地位	リーダー	チャレンジャー	フォロワー	ニッチャー	
	静岡	長野・栃木・山梨	岩手	対象事例	
主要目標	シェア拡大	シェア拡大 トップ奪取	シェア維持	特定市場での独占	
基本戦略	全方位型	差別化	模倣	専門化	
定石戦略	市場規模拡大 同質化 非低価格化	リーダーの弱点 攻撃	リーダー・ チャレン ジャーの模倣	特定市場でのミ ニリーダー化	
ターゲット市場	全体	準全体	経済セグメント	特定セグメント	
4 P 戦 略	製品	フルライン	リーダーとの差 別化	他社並み	独自性
	価格	中～高価格		低価格	中～高価格
	チャンネル	開放的チャンネル		経済的チャンネル	特定チャンネル
	プロモーション	中～高水準		低水準	特殊

資料：調査結果より作成。

▼おわりに(まとめ・今後の展開)

1. 本研究で得られた成果を活用して、生産・販売技術のイノベーションを図るための研究を進めていく。
2. 残された課題として、養殖業の付加価値向上につながるトラウトサーモンの生産技術を活かした産地化について今後、検討を加える。
3. 調査実施にあたり、ご協力いただいた岩手県内の養殖業者の皆様にも全面的に協力していただいた。ここに記して感謝する(謝辞)。