NAMI MARUTEN

浪井丸天水産

養殖業を元気にするため、豊後ハマチ「若武者」が海を渡る

浪井丸天水産は、緑豊かな山々と絶好の漁場豊後水道に恵まれた大分県の最南端、佐伯市蒲江で 1978 年に養殖業を創業。3 代目となる代表が平均年齢 30 歳の若い従業員を率いて、水産業界に新風を吹き込んでいる。
自社ブランド「豊後ハマチ若武者」を、モジャコ漁に始まり、ビール酵母を餌に、稚魚から成魚になるまで 1 年半から 2 年かけて大切に、健康的に、そして愛情を込めて育てる。さっぱりとした上品な味わいや旨味の強さ、鮮度が長続きする日持ちの良さなどから、関係者から高い評価を獲得している。この「若武者」ブランドを、日本だけでなく海外にも広く周知し、養殖魚を食べるお客様を増やしていく。当社の取り組みは、養殖業を高付加価値の産業に変革する挑戦として期待される。

事業者名	浪井丸天水産
業種	水産養殖業
カテゴリー	販路拡大、業務効率化
ソリューション	・デジタルマーケティング ・業務効率化ツール
コンサルティングパートナー	公益財団法人大分県産業創造機構
ソリューションパートナー	株式会社インプレス

ビジョン　養殖業の付加価値を高め、元気な産業にする

「価格決定権がない」「人手不足」「後継者不足」などの課題を抱える養殖業を元気な産業に変革する。目標の一つは、4年後の本格的な海外進出。福岡―東京―海外展開と「若武者が海を渡る」プロセスを描き、DXを活用してブランドを、全国、世界に認知・浸透させる。目指すは、海外向けの比率を上げることで国内の供給量を調整し、養殖業者が価格決定の主導権を握ること。ブランド力を確立することにより、養殖業の付加価値を高めていく。

ハードル　「美味しければ食べてくれる」という生産者目線

どんなに美味しいハマチを生産しても、その価値を消費者に届けることができなければ意味がない。味だけでなく「若武者」の育成方法や品質についても魅力的に発信し、お客様に「選ばれる食材」に昇華させることが必要である。

ソリューション　出荷体制のデジタル化と、デジタルマーケティングで魅力発信

取り組んだDXは、「出荷体制の向上」と「デジタルマーケティング」。
出荷体制は、船上で使用するデジタル秤とタブレットの導入で、自動記録化、受発注や在庫管理、情報共有やデータ分析など大幅な効率化を実現。デジタルマーケティングは、インスタグラムでお客様をホームページに引き込み、より詳細な魅力を知ってもらいECサイトへ誘導、受注につなげるという導線を設計。1月から開始したが、国内外から27件の問合せがあり、新規取扱店が4件増えるなど、早速効果が表れ始めた。

浪井丸天水産
代表
浪井 大喜氏

養殖魚の魅力を伝えて付加価値の高い産業にし、地域社会に貢献したい

──浪井丸天水産についてお伺いできますか？

浪井：弊社は、弊社は、大分県の最南端、佐伯市蒲江という地域で、養殖業を営んでいます。1978年に創業し、私が3代目として会社を運営しています。従業員の平均年齢は30歳です。先代から継承された技術と知恵を今の技術と融合させ、若者の力で水産業に新しい風を巻き起こすべくサービスを展開しています。具体的には、こだわりぬいた養殖、加工、販売、運送、そして、特許庁から商標登録を受けたプライベートブランドである、ビール酵母で育てた豊後ハマチ「若武者」です。

私が仕事をする上で大切にしているのは、お客様、特に身近な人に美味しいと言ってもらえるような魚を生産することです。そして、従業員みんながニコニコして活気のある元気な会社をつくることです。私が漁師を始めたころは、「何も言わずに3年間は言われた通りに動け」と上から言われるような職場でしたが、お客様の満足度を高めるためには、まず従業員の満足度を高めることが大切だと考えています。

──浪井丸天水産が生み出した新ブランド「若武者」の立上げについて、その背景をお伺いできますか？

浪井：養殖魚は餌の与え方で成長をコントロールできるので、個体差が少なく、品質が安定しています。ですが、いまだに「養殖魚は美味しくない。天然魚に劣る。」という漠然としたイメージが消費者や店舗に残っています。そういった養殖魚の古いイメージを変えたかったのです。弊社の「若武者」は、ビール酵母を餌に、稚魚から成魚になるまで約1年半から2年かけて大切に、健康的に、そして愛情を込めて育てており、さっぱりとした上品な味わいや旨味の強さ、鮮度が長続きし日持ちがよいなど、高い評価をいただいています。

なんとかして古いイメージを払拭し、養殖魚を食べるお客様を増やすことで、養殖業そのものを高付加価値の産業にしたい。その結果として地域社会に貢献し続けたいと思い、2020年に「若武者」ブランドを立ち上げました。

事業に参加することでビジョンが明確に

──この事業に参加された理由を教えてください。

浪井：地元の商工会議所の指導員に、「興味があればやってみたら？」と紹介されたことがきっかけです。私はどちらかというと変化を好むタイプで、以前から、手作業の多い漁師の煩雑な業務をデジタルで改善したいと考えていたので、この事業は良いきっかけになるだろうと思いました。ただ、最初は、DXが一体どんなものなのか全くわかっておらず、DXをすること自体が目的だと勘違いしていました。しかし、「将来的にこういうビジョンを実現したいから、そのための手段としてDXを活用するんだ」ということをこの事業で知り、パートナーと一緒に深掘りしたことで、初めて長期的な視点に立って会社のビジョンを描くことができたのです。

──具体的にはどのようなビジョンを描きましたか？

浪井：養殖業の付加価値を高め、元気な産業にしたいです。そのために、4年後の本格的な海外進出を目指します。まず1年目は、大分県で「若武者」を名産品にし、県民に「大分県といえば、ハマチの若武者だよね。」と認知されることを目指します。そして、2年目は福岡、3年目は東京へ販路を広げ、4年目に海外へ展開する流れを想定しています。海外進出は、弊社だけでなく、他の生産者の皆様にも協力していただきながら一緒にできたらと考えています。

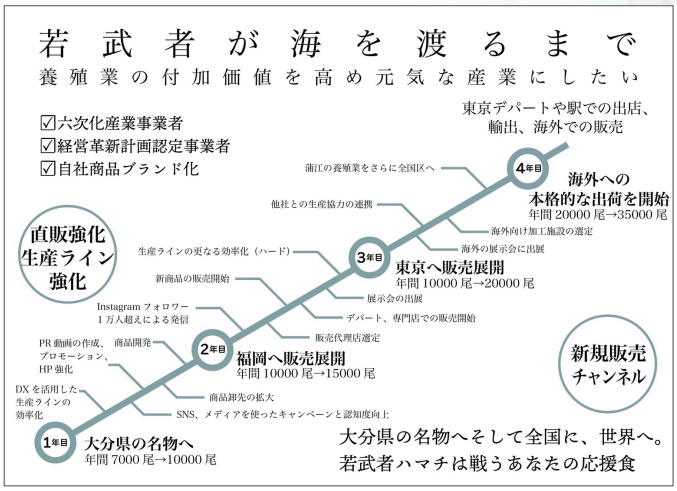
本事業では、ビジョンの実現に向けた最初の一歩目として、1年目の大分県内での取り組みにDXを活用することにしました。

浪井丸天水産
代表
浪井 大喜氏

――段階を経て拡大していくイメージですね。

浪井：はい。「若武者が海を渡るまで」をコンセプトに、「現状」をしっかりと分析し、「ありたい姿」を実現するために、どのようなプロセスを踏んで、どのようなハードルを解決するかなど、詳細な計画を立てています。すでに県外や海外との取引も始まっていますが、会社のリソースも考慮した上で、大分県内でのブランド浸透から始める戦略です。県内の有名な取扱店舗の実績が、今後さらなる「若武者」の価値向上にもつながると思いますので。

「戦うあなたの応援食」である「若武者」を大分県の名物へ、そして全国に、世界に。DXを活用してこのブランドを認知してもらい、将来の生産へとつなげたいです。



――業界も含め、どんなところに課題を感じていますか？

浪井：養殖業は、「価格決定権がない」、「人手不足」、「後継者不足」と多くの問題を抱えています。この問題を引き起こす要因として、宣伝力や販売力が足りないことが挙げられます。モノづくりに携わる人々は、モノをつくることには卓越しているものの、つくったモノの価値を消費者へ伝えることがすごく苦手です。商売の知識も乏しいと感じます。私自身も商売に関する知識が不足していたので、経営やマーケティングについて必死で勉強しました。

どんなに美味しいハマチを生産しても、その価値を最終消費者に届けることができなければ意味がありません。「美味しければみんな食べてくれるだろう。唯一無二の最高なモノをつくれば、誰からも愛され、誰からも食べてもらえる。」という生産者の認識を取っ払い、消費者目線で、味だけでなく「若武者」の育成方法や品質についても魅力的に発信し、お客様に「選ばれる食材」に昇華させることが重要です。

また、水産業にはアナログな作業がかなり多いです。業界の平均年齢が50代で、高齢者や今までのやり方にこだわって仕事をする漁師も多いので、業界内では新しいものがなかなか受け入れなれない傾向があり、デジタル化を浸透させることが難しい状況にあります。

店主や消費者に価値を直接アピールし受注拡大。受注増に備え業務も効率化

――この事業では具体的にどのようなことに取り組まれたのでしょうか？

浪井：ビジョン達成に向けた足掛かりとして、実施したDXは大きく分けて3つです。1つ目は「出荷体制の向上」、2つ目は「プロモーション」、そして3つ目は「ホームページの制作」です。

まず、出荷体制の向上については、生産ラインの効率化により、今後の注文数と出荷数の増加に対応するため、船上での計量作業のデジタル化を行いました。これまでは魚の重さをアナログ秤で計測し、計測値を紙に書いて魚に貼り、事務所に戻って紙を見ながらPCに記録するという流れで作業を行っていましたが、この方法は煩雑でミスが多く発生してしまいます。そこで、Bluetoothに対応したデジタル秤を導入し、計測値を自動で記録することで、出荷量が倍になっても今と同じ人数で対応できるようにしました。記録の時間が大幅に減少し、記録ミスが減っただけでなく、年間取引数量の把握やデータ分析が容易になっています。また、船上で使用できるタブレットを導入することで、在庫管理や受発注、社員同士の情報共有が時間と場所を選ばずにできるようになり、ペーパーレス化も実現できました。

Bluetooth計量器の導入

船上で使えるタブレットの導入

プロモーションについては、インスタグラム広告で「若武者」を視覚的に、タイムリーに紹介するとともに、DMからの問い合わせも受け付け、見込み客をホームページへ誘導しています。加えて、ストーリーズ機能を駆使して、認定店の募集やイベント、取扱店舗を紹介し、多くのファンの獲

浪井丸天水産
代表
浪井 大喜氏

得につなげました。
その他、「若武者」がきれいな海で丹精込めて育てられて店舗に出荷され、美味しい料理として消費者の口に届く様子を映像化したものや、県内では誰もが知るような「若武者」取扱認定店（空港やレストラン、有名割烹、有名結婚式場など)の店主が「若武者」の良さを熱く語っている映像を制作し、店頭や食事処で商品の魅力を広く発信しています。

そして、インスタグラムで集めた見込み客やファンを呼び込んで受注につなげるために、シンプルでわかりやすいホームページを制作しました。「若武者」の信頼性を向上するため、より詳細な情報や取扱店舗の実績を載せています。
これらの取り組みにより、インスタグラムでお客様をホームページに引き込み、より詳細な魅力を知ってもらいECサイトへ誘導、受注につなげるという導線を設計しています。

新規取扱店４件、そして業務時間の削減

――これらの取り組みを通してどんな成果がありましたか？
浪井：本年1月から取り組みを始めましたが、国内外から27件の問い合わせが寄せられ、新規取扱店は期間内で４件増加しました。インスタグラム広告の効果は配信初日から表れ、配信から1か月も経たないうちに数多くの、なかには台湾やドバイなどの海外の貿易会社からも問い合わせをいただき、とても驚きましたが、同時に大きな手応えを感じています。インスタグラムのフォロワーも1,000人を超えたところです。
業務の効率化では、従業員の日々の業務時間が1人当たり40分も短くなり、大きなコストダウンにつながるとともに、社員のモチベーション向上にも寄与しています。
これまでは、「施策を打てば絶対に成果が出る」という自信がありましたが、この事業に参加して、ビジョンやマイルストーンを策定し、やるべきことを明確にしたこと、また、マーケティングのプロや動画制作のプロに伴走してもらうことで、想像以上の成果を出すことができました。そして何より、従業員や関係者が一丸となって活動できたことが成功の要因だと思います。関係者の皆様に大変感謝しています。

今後の展望について

――今後の展望をお聞かせください。
浪井：実は、次のステップアップに向けたきっかけができつつあります。すでに台湾の高級料理店や東京銀座のお店に「若武者」を取り扱ってもらっているので、そこを足掛かりに販路を拡大したいと考えています。ですが、その前にまずはしっかり大分県で足場を固めます。また、関東や福岡在住の大分県ゆかりの方や、大分県が好きだけどなかなか足を運べない人たちに、「大分には今、こんなに美味しい魚があるのか！」と思ってもらえたらうれしいですね。そうなると口コミでも評判が広がるはずですし(笑)。
一方で、飼料費や燃料費などのコストが上がっているため、生産量を増やしてコスト単価を下げる必要がありますが、供給が増えるとかえって価格が下がってしまいます。そのため、海外向けの比率を上げることで国内の供給量を調整し価格低下を抑え、バランスを取っていきたいと考えています。海外進出は1社の力だけではできませんので、関係者一体となって進めていきたいです。
デジタルを駆使する若者の発想と、熟練の技術や知恵を持った先輩の感性を融合させながら、マイルストーンの達成のためにできることはなんでも挑戦していきます！

――今回の事業に参加し、DXに取り組むにあたってどんなことが大切だと感じましたか？
浪井：どんなデジタルツールを使うのかも大事ですが、それらを活用する「人」の目線で考えることがとても重要だと思います。例えば弊社では、従業員の利便性を向上させるため、使い勝手がよい共有カレンダーを活用しています。従業員全員がそこに予定を書き込むので、いちいち報連相をする必要がありません。共有カレンダーを見れば従業員のスケジュールが一目瞭然なのです。

――最後に、モデル事業者として県内事業者へメッセージをいただけますか？
浪井：ビジョンがない中でDXに取り組むと、やることがいたずらに増えて大変だと思います。ビジョンを策定

浪井丸天水産

NAMI MARUTEN

浪井丸天水産
代表
浪井 大喜氏

できると、それがブレない軸となり、「やるべきこと」と「やらなくてよいこと」を明確に分けられるため、有意義で面白い取り組みができると思います。

取組コスト

デジタル秤導入	42万円
動画制作	105万円
Webサイト制作	71万円
SNS等広告	81万円

成果

新規取扱件数	4件
見積り依頼数	6件
問い合わせ数	12件
イベント依頼数	5件
業務効率化	
1人あたり40分/日の業務削減	

事業者名	浪井丸天水産	**業種**	水産養殖業
所在地	大分県佐伯市蒲江西野浦198-4	**従業員数**	10名
代表者	浪井大喜	**HP**	https://marutengroup.official.ec/