

八代の儲かるアサリ漁業のV字回復に向けた産学官連携プロジェクト

1. 事業の背景・目的

かつて本市漁獲高の約8割を占めたアサリは、平成20年の1,200t/年をピークに、異常気象による大雨、海洋環境の変化、食害等により減少し、一時はピーク時の1/600程度まで急落。その後増加に転じ、近年は10～30tで推移している。主要水産物であるアサリによる収入減により、本市の漁業経営は大変厳しい状況である。さらに令和4年春には輸入アサリの産地偽装問題が社会問題化し、消費者からの信用面にも悪影響が生じた。こうした中、本事業では、八代の水産業の要ともいえるアサリを対象に、「漁獲量の拡大」、「漁業収益の向上」の2つの視点に着目し、デジタル技術・機器を活用することで、漁業就業者の収益安定化、深刻化する後継者不足の解消を図ることを目的としたものである。

2. 事業の概要 (R5～R7年度)

① 八代のアサリ漁業V字回復実証事業委託業務

3. 本事業における重要業績評価指標

指標名		開始	R5	R6	R7
アサリ関連の売上額（事業対象エリア）【千円】	目標値	—	940	4,420	10,180
	実績値	840	80	1,248	4,759
アサリの平均単価（事業対象エリア）【円/kg】	目標値	—	700	900	1,200
	実績値	700	1,014	2,000	2,169
アサリの漁獲量（事業対象エリア）【kg】	目標値	—	1,300	4,100	7,100
	実績値	1,200	50	624	2,191

4. 事業の地方創生への効果

地方創生に相当程度効果があった

本年度はアサリの資源量が少なかったため、売上額・漁獲量は目標を下回る結果となったが、八代産アサリの中でも一定基準を超える高品質なアサリを「熊八あさり」と名付け、各種プロモーション活動を続けた結果、ブランドアサリとして定着し、予想を上回る反響があったため、売後も問い合わせが殺到した。その結果、平均単価については事業開始前の3倍超となり、当初の目標を大きく上回ることができたため、今後の「漁業収益の向上」について効果が見込めるものとなった。

5. 経費内容・事業実績 (R7年度)、取組概要 (R8年度)

経費内容 (R7年度計画)	事業実績 (R7年度)	取組概要 (R8年度)
①八代のアサリ漁業V字回復実証事業委託業務		
18,585千円 (年度当初経費) ○漁業収益の確保プロジェクト実証試験 ○漁獲量の拡大プロジェクト実証試験 ○研究会の運営・支援	18,528千円 (事業実績額) ○漁業収益の確保プロジェクト実証試験 ・高水温期(9～12月)における垂下式育成の実証試験及び環境データ収集 ・産地別アサリの特性比較(官能試験) ・ブランド化に向けた試験販売 ・八代産アサリの魅力を伝える観光漁業の実証 ○漁獲量の拡大プロジェクト実証試験 ・漁獲作業の省力化実証 ○研究会の運営・支援 ・研究会の開催(4回)	千円 (年度当初経費) ※R7年度で終了
18,585千円	18,528千円	千円

6. 成果・課題・今後の方針

成果	課題	今後の方針
①八代のアサリ漁業V字回復実証事業委託業務		
○本市地先での垂下式育成は、高水温期(9～12月)より低水温期(12～3月)の方が身入り向上効果が高いことが確認できた。また、沖合と港内ではアサリ生育に関係する環境データに大きな差がないことが確認できた。 ○産地別アサリの特性比較では、成分データだけではなく、一般消費者が実際に産地や時期で違いを感じるのかを確かめるために官能試験を行った。その結果、旬の時期(3月頃)の八代産アサリは、他産地のアサリよりも高い評価を得られることが確認できた。 ○一定基準以上の高品質アサリのプロモーション活動をした結果、「熊八あさり」のネーミングでブランドアサリとして販売することができ、市内外にも「熊八あさり」のファンを作ることができた。 ○漁場で実際に体験できる観光潮干狩りについては、デジタル技術を活用することで、収益性が高い事業であることが確認できた。 ○付着物対策のコーティングを施した食害対策網の効果が確認できた。	○育成期間(約4週間)に対して身入り向上効果が期待していたよりも低かった。また、高水温期の育成では一部のアサリが死滅した。 ○今回の官能試験では、八代産アサリとして大島地先のアサリを使用したため、同じ八代産アサリでも他の地先のアサリの特性は違った可能性がある。 ○「熊八あさり」に対する反応が予想以上に大きく、生産量が追いつかず、全ての在庫が完売してしまい、消費者のニーズがあるにもかかわらず、対応できない状況であった。 ○潮干狩りに対する反応が予想以上に大きく、市外・県外からも多くのニーズがあるにもかかわらず、対応できない状況であった。 ○年間を通じての付着物の抑制効果が検証されていない。特にエイ類の食害が懸念される高水温期の効果が不明である。	○本市地先における垂下式育成は、アサリの身入り向上を目的とするのではなく、港内での短期間の育成を行い、砂抜きや出荷時期の調整を目的とした活用を検討する。 ○官能試験の結果を八代産のアサリの強みとしてホームページ等で消費者にPRしていく。また、八代市内の各地先で特性の違いがないかを確認していきたい。 ○生産量を増加させるため、食害対策等の取り組みを一層強化し、「熊八あさり」で販売できる量を増やす。また、八代のブランドアサリとして商標登録を目指す。 ○次のシーズンには潮干狩りの開催場所や回数を増加する方向で見直しを行い、より多くのお客さんを受け入れたい。 ○引き続き高水温期の効果検証を行っていき、最も効率の良い食害対策を検討する。

7. 事業総括

事業3年目となる令和7年度は、これまでの調査や実証試験の結果を踏まえ、地域実装に向けたさらなる取り組みを進め、アサリ漁業V字回復や地方創生に寄与する以下の成果を得ることができた。

(1) 八代産アサリの高付加価値化
 八代産アサリについてSNS等を活用して多くの人に知ってもらい、高く評価してもらった結果、これまで700円/kg程度だったものが、2,000～3,382円/kgと高い価格で取引することができた。また、これまで抽象的だった品質の高さについても、“見える化”することができた。

(2) 他地域への横展開
 本事業では、地元産アサリの直売のニーズがあることがわかり、漁協による直売を実証試験として行った。その成果を受けて、本事業の対象地区以外から直売所での取扱いの希望があり、他地域にも収益向上の波及効果があった。今後も、本事業で得られた成果を他地域に波及させていく。

(3) 漁業関係者の意欲向上と自立
 事業開始当初、漁業関係者は地元産アサリの品質や価格に自信がなく、取組に消極的であった。しかし、各事業に直接参画し、消費者や市場が高く評価していることを体験し、アサリ漁業に対するモチベーションがアップしたことで、新規就労を希望する可能性が生まれ、後継者不足の解消の一助となった。また、現在は漁協が直売を行い、漁業者が積極的に品質管理をするなど、自走化を図ることができた。

(4) 観光(体験)漁業創出の可能性
 アサリは漁獲・販売するだけではなく、観光漁業としての取り組みに多くのニーズがあることがわかった。そのため、申込や受付のオンライン化やVR映像による学習会等のデジタル技術を取り入れることで、最小人員のスタッフで実施することができ、収益性が高い取り組みであることがわかった。今後はアサリを含めた水産業全体で観光漁業の取り組みを検討する。