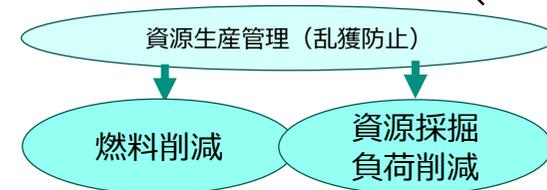


# No.11 合同会社フラットアワー (1/2)



漁師・飲食店・消費者のギャップを埋める流通改革やコミュニティづくりを通して、持続可能な水産業を実践・提唱



## ■ 基本情報

企業名	合同会社フラットアワー
本社所在地	長崎県対馬市
設立年	2016年
従業員数	5名 (2022年3月時点、パート含む)

## ■ 背景・課題

地域課題 ・ 企業課題	<p><b>持続的な水産業の振興</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 世界の漁業が拡大傾向にある一方で、日本の漁業は縮小傾向にあった。</li> <li>✓ 特に、魚種・漁獲量の長期的な減少や、燃料・輸送コストの高騰が問題点として挙げられた。</li> </ul>
地域資源	<p><b>特徴ある豊かな漁場</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 対馬漁業は、イカを中心に魚種のバリエーションが豊かであることが特徴であった。</li> </ul>
地域への貢献	<p><b>産業振興、担い手育成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 漁村での生活の発信やインターンの受入等を通して、漁業の魅力発信や担い手育成に繋げる。</li> </ul>

## ■ 事業概要

- 合同会社フラットアワー（以下、フラットアワー）は、「持続可能な水産業の実現」をミッションに、対馬の基幹産業である水産業の活性化に取り組んでいる。事業内容は、主に以下の3つ。

**(1)直販・沿岸漁業**：顧客への直販を通して、マーケットニーズを把握する。また、遠方ではなく沿岸部で魚を一本釣りすることで、燃料費を抑えることに加えて、捕獲後は船上で血抜きや神経締めを実施することで、鮮度の高い魚を価値として提供、単価向上に繋げている。生臭さが出やすく値段がつきづらいため海へ捨てられていた未利用魚（ハチビキ、オジサン、ウツボ等）も、血抜きにより商品としての価値を出し、飲食店側の差別化にも繋げることができている。

**(2)研究コーディネート**：水産研究フィールドとして適する対馬で、研究者のデータ把握・管理のサポートを実施する。

**(3)ブルーツーリズム**：漁村での生活の情報発信や漁業体験の提供を通じて、地域と都市住民との交流を深める場作りを実施している。その他、漁師を目指す人向けに、インターンの受入も行っている。

- その他、魚の処理過程で発生する残渣はコンポストで堆肥化し、稲作に活用。耕作放棄地の再生にも取り組んでいる。



**Point** 顧客への直販で、消費者から直接フィードバックを得られる仕組みを創り、改善・工夫で単価を向上



出所) 合同会社フラットアワー資料・インタビューより

# No.11 合同会社フラットアワー (2/2)

## ■ 事業立上・推進期における取り組み内容

### 立上期

- フラットアワー代表の銭本氏は、研究者としてウナギの産卵場所解明の研究に取り組んでいた。その中で、漁獲量の長期的な減少を目の当たりにし、「日本の水産業を持続可能にするにはどうしたら良いのか」といった問題意識を持った。
- 自身は研究活動でコミュニティづくりやブログ等による情報発信に取り組んできたが、「漁業にも使える」「ネットなら価値に対する反響を得られる」と考え事業計画を練った。
- 並行して、九州各地を視察して事業フィールドを模索、漁業者やバイタリティある行政関係者と繋がりを持たせた対馬に移住を決意した。移住後1年はMITという中間支援組織に所属し、平日は域学連携事業に取り組みつつ、土日に漁師から漁業を学んだ。
- そうした中で、予算がないと続けられない一過性の委託事業ではなく、基幹産業の復活が不可欠だと考え、起業を決意した。漁業だけではなく、教育事業にも取り組みたいと考えていたことから、大学時代の後輩も巻き込み、2人で事業を立ち上げた。

### 推進期

- 立上当初は、周辺の漁師から完全に理解が得られている訳ではなかった。そこで、立上初期の3年間は、毎月ニュースレターを作成し、「対馬の魚は、このような料理の仕方をされている」といった情報を写真と合わせて地区内で発信することで、地元漁師の理解獲得・意識改革に繋がった。結果、独自の販売ルートを築きながら漁協にも所属するなど、移住・起業家という立場で地元事業者との共存共栄を図っている。
- SNSやブログ等を通じて、口コミが拡大、顧客と繋がることができた。顧客とやり取りしながら要望を反映することで、市場のニーズを満たしつつ「獲りすぎない」漁業に取り組んでいる。また、情報発信では、「言語化してきちんと伝えること」を意識。消費者1人1人ができることや、未利用魚の存在など、商品を美味しく食べきってもらうための情報発信を行っている。
- 今後は、ツーリズム・インターン受入が伸びしろのある事業だと位置づけている。これまで蓄積したノウハウ共有を収益としつつ、他地域のファンや仲間づくりに繋げていく。

## ■ 取り組みにおける工夫

### ポイント 持続可能性のためのトップダウン/ボトムアップ

持続可能な水産業の実現に向けて、資源量の自主的な規制（＝トップダウン）と事業継承・雇用創出（＝ボトムアップ）を重視している。資源量に対して適切な漁獲量であること、漁業者の収益の向上・安定や新たな働き方の提案を意識している。

### ポイント オープンシェアマインド

SNSやイベントを通じて、消費者が生産者と関わり、買い支える仕組み作りを行う。資源の持続性について共感するシェフやフードライターと情報をシェアし合ったり、それぞれの知り合いを紹介し合うことで、コミュニティの拡大に努めている。

### ポイント 「失敗パターン」から学ぶ

「成功」は地域によって様々なあり方があるが、「失敗」にはパターンがあると考えている。例えば、失敗パターンを踏まえると、地域と相互依存関係にならないことが大事だと考え、補助金や委託事業等に頼りすぎる関係にならないことを意識している。

## ■ 目指す将来像

### コミュニティづくりを通じた持続可能な水産業

- 対馬の基幹産業である水産業を盛り上げ、地方創生に繋げることを目指している。
- SNSや、飲食店とコラボレーションしたフードイベント等を通じて生産者（漁師）と消費者の隔たりを少なくし、コミュニティづくりを推進している。商品の価値に対する消費者の理解と、漁師の意識改革・対価が還元される仕組みづくりを通じて、サステナブルな水産業を実現する。

▼恵比寿ALMAとのコラボイベント「鯖会」

