

霞ヶ浦のシラウオを AI 活用しブランド商品化

AI Sakana

ブランディング マーケティング 組織改革



販売価格の低迷、水産資源の持続問題、後継者不足

霞ヶ浦は、細くて透明な体を持つ魚「シラウオ」の漁獲量全国 2 位を誇り、霞ヶ浦で獲れるシラウオは徳川家康への献上魚として古くから珍重されていました。

しかし、国内市場の減少や、霞ヶ浦周辺に淡水魚の魚市場がなく販路が限定されることから、価格の低迷が常態化。結果、経営も漁獲量頼みにならざるをえず、水産資源の持続的な有効利用が課題となっていました。

また、漁業者の高齢化と担い手不足により、漁業就業者の減少も深刻な課題です。経験豊かな漁業者の技を後世に伝えていくために、テクノロジーの活用も急務となっていました。

鮮度評価 AI を開発し、新鮮なシラウオをブランド化

ご支援にあたり、何度も現場を訪問し、毎週シラウオ漁に同行しました。おいしいシラウオを多くの人に届けたいという漁師さんたちの想いを聞かせていただくと共に、シラウオ漁業の現状を「中の人」となって体感しました。その中で見えてきたのが、「鮮度」というシラウオの高付加価値化のためのポイントです。

シラウオは非常にデリケートな魚で、漁業者はそれぞれ網をひく時間の調整や水揚げ後の処理など鮮度保持のための工夫を行っていますが、現状はそれらを評価する客観的な指標がなく、価格にも反映されていません。

生のシラウオを冷蔵品として出荷する際、漁業者の技術を鮮度という指標で評価できれば、価値向上や水産資源の保護につながると考え、シラウオの鮮度を客観的に評価するシステムの開発を開始。地元の漁業者にご協力いただきながら、約 5000 枚の画像データを元に AI に学習させ、鮮度判定システムを構築しました。



ミシュラン店にも採用され、販売価格は 5 倍に

AI を活用した鮮度判定システムを通じて、生のシラウオの鮮度を S・A・B・C と 4 段階に格付けし、ブランド化を行いました。高級飲食店への販路開拓を行った結果、ミシュラン店などの飲食店にて採用が決まり、販売価格はこれまでの 5 倍以上に。漁獲量に頼らざるをえない経営からの脱却が現実的になっています。

本プロジェクトは、スタートアップによる地方における一次産業へのデジタルトランスフォーメーション事例として注目され、茨城県行方市との記者会見は多数のメディアで取り上げられました。広告費換算で累計 5,000 万円を超える露出となり、霞ヶ浦シラウオのブランド向上にも寄与しました。

Date Apr, 2021 -

Industry Fishery

Keywords 現場理解、情報発信、AI システム開発、流通支援、自動化