

平戸川内かまぼこを全国の食卓へ
—ゆうパック事業による販路拡大—

中野漁業協同組合前目青年部
大石 克徳

1. 地域の概況

私たちの住む平戸市は、九州の西、長崎県の西北部に位置する島で、海岸線の総延長は250kmにもおよび北は玄界灘に面し、西は東シナ海を臨み、その風光明媚な自然は、西海国立公園に指定されている。

2. 漁業の概要

中野漁協の組合員数は、正組合員119名、準組合員179名で、一本釣り・延縄・刺網・定置網・採貝藻漁業等を営んでおり、平成7年の年間販売取扱高は239t、2億1千7百万円である。

3. 研究グループの組織と運営

中野漁協前目青年部は、昭和37年に設立され、現在、14名の部員で活動している。平戸の特産品である川内かまぼこの生産地ということから、部員の半数がかまぼこ加工業者であり、漁船漁業者は7名という内訳になっている。

青年部の現在の活動状況としては、加工業に関する勉強会の開催、ガザミなどの種苗放流、平戸市漁協青年部連合会への参画、浜掃除の実施、ヨットレースなどのイベントへの協力など、地域の活性化に積極的に取り組んでいる。

4. 研究・実践活動課題選定の動機

全国各地には、地先の海で獲れた魚介類を原料として作られた名産かまぼこがあるが、エソを使った平戸川内かまぼこは、平戸を代表する特産品と言える。

麦藁スボをむしり取り、そのまま丸かじりして口にするときの程好い歯ざわりの良さと、麦藁のほのかな香りがエソの上品な風味を引き立て、名産川内かまぼことして名を高めてきた。

平戸川内かまぼこも、最盛期の昭和35年頃までは、近海で獲れるエソを主原料として、製造業者も135軒あったが、主要な販売先であった近隣の旧産炭地域の過疎化と原料魚の漁獲の減少により、今では23軒になっている。

それまで、各業者は極めて零細な家内工業による手作り製法と独自の販売を行っていたが、原料魚の共同仕入れや加工残滓の共同処理に取り組む機会があり、これを機に協力して新たな販路を開拓し販売促進を図ろうとの機運が加工業者の間に芽生えてきた。

一方、漁協も年間購買取扱高の約9割を占めるかまぼこの販路拡大には特に強い関心を持っていた。

丁度その頃、地元郵便局から「ゆうパック」を利用し、平戸川内かまぼこを「ふるさと小包」として販売してみないかという誘いがあった。昭和60年9月のことである。

5. 研究・実践活動状況及び成果

こんなにすばらしいチャンスを逃す手はないと、加工に従事する部員を中心とした漁協青年部でその年の12月より、平戸川内かまぼこのふるさと小包に取り組んでみるようになった。

また、その翌年にはPRのためにキャンペーンをやろうという話しになり、青年部でサンプルを製造し、九州北部4県の各郵便局をまわったり、街頭に立って無料配布を行なうなど、計5回のキャンペーンを実施した。

これらの実績が買われ、昭和62年度からは全国の郵便局に置かれているカタログへ掲載されることになり販売実績を伸ばすことができた。

このふるさと小包による販売実績は、グラフ1.に示すとおりで、昭和61年度から平成7年度までの年間平均販売数量は約24,000本となっている。

これを月別に見たのが、グラフ2.である。12月に年間販売数量の約半分が集中しており、次に多いのが7・8月であり、少々自画自賛的なのだが、これはお中元やお歳暮などの贈答品として平戸川内かまぼこがお客様に認められたものだと思っている。

発送先は、グラフ3.に示すとおり、首都圏が3割、京阪神地区が3割、九州地区で3割、その他は1割となっている。

これは、県内はもとより県外へ多くの平戸出身者が就職しているのも、故郷の味を忘れられずに今でも食卓の友としている人が多いのかも知れない。

このようにして、新たな販路を開拓した「ふるさと小包」であったが、昭和62年度と平成3年度を除いて、年間販売数量が2万本台から大きく伸びることも無く、近年は少しずつ減少傾向にあった。

青年部では、新たな事業展開の必要性を感じ、同じゆうパック事業でもさらに宣伝効果の高い「九州・沖縄地区ふるさと味紀行」への平戸川内かまぼこの採用はできないものかと検討を始めた。

各郵便局に置いてあるカタログやチラシによる注文をあてにする、いわゆる待ちの姿勢に留まっている「ふるさと小包」から、各地の郵便局員さんが営業マンとして積極的に活用でき、友の会会員制で郵便貯金からの代金自動引き落としのできる、より効率に優れた「味紀行」への新展開を考えたのである。

しかし、採用されるのは並大抵のことではなく、まず、全国から応募される約20,000点もの商品の中から、カタログに載る102品目の中に選ばれることが必要であった。

それには、販売実績や商品としての品質、また商品の確実な発送体制の確保等の厳しい審査をパスしなければならず、特に、商品の品質を安定させるために、それまで各加工業者が独自に製造しているかまぼこの味を統一させると言う大きな課題があった。

それは、生産から販売まで得意先のニーズに合わせて、各加工業者が独自に守り続けてきたことであり、味付けを変えるためには原料魚や調味料の種類と分量だけでなく、生産工程までも全て変える必要があるため、これまで一朝一夕には取り組めなかったことなのである。

このため青年部では、まず試作品を製造することにした。

加工部長の工場に集まり、原料や調味料等の割合及び製造行程などを変えて数種類の試作品を作り、関係者で試食を重ねた。しかし、なかなか意見がまとまらず、特に、親父世代の人たちには、簡単には受け入れてもらえず苦勞したが、消費者の嗜好も変化しているんだと説得を繰り返し、約1ヶ月後、最終的に5回目の試作でやっと製品の統一に漕ぎ着けることができた。

その甲斐あってか、これまでの実績と地元川内郵便局の支援によって、平成8年3月の「九州・沖縄地区ふるさと味紀行」への採用が決まった。

この後、川内地区の加工業者全員に集まっていたき、「味紀行」で取り扱うかまぼこの製造マニュアル及び発送などの事業に関する説明と協力をお願いをした。

その結果、青年部7名を含む計17業者で取り組むことになった。

「味紀行」に使用したかまぼこは、1本当たりスボを含めて重さを86g、単価を150円とし、商品の販売単価を郵送料・消費税込みで、20本入り3,000円とお客様が求めやすい価格に設定した。

一方、注文の方は九州一円の各郵便局から、これまで10年間の「ふるさと小包」の累計に近い総数約20万本、計1万件にのぼる注文が殺到し、3月中に6回に分けて発送することになった。

発送作業は、我々青年部全員や漁協婦人部など総勢30名で取り組み、送り状の添付、パンフレットの折り込み作業やカマボコの箱詰め作業と現場はまるで戦場のような忙しさであった。

「味紀行」による発送先や経費明細については、資料(表1.及び表2.)のとおりであるが、商品代金から、必要経費を差し引いた1,637,536円が収益となった。

今回の出荷実績である202,080本というのは、17業者の年間生産量から見ると3%に相当する。また、年末を過ぎると販売量は比較的少ない時期になるが、「味紀行」によって3月分の販売量は例年よりも5割増の実績となり経営の安定にもつながった。

6. 波及効果

青年部では「味紀行」終了後、お礼とPRを兼ねて九州郵政局へ出向くと同時に熊本市のアーケード街で川内かまぼこの無料配布を行った。

さらに、青年部の活動経費の一部を使用して広告付き官製はがき(エコハガキ)を作成し、福岡市で発売した。

'97年版「ふるさと味紀行」のカタログ掲載へ向けて企画書を提出し、地元郵便局を通じてお願いしていたところ、これまでの販売実績等を考慮していただき、平成10年2月の頒布分としてカタログ掲載が決定した。青年部では、早速、漁協を交えて原料魚の確保など対応策の検討に入っている。

「味紀行」による波及効果としては、以下のことがあげられる。

まず、注文は九州・沖縄地区に限定されたが、送り先は全国規模であり、広く一般の消費者に「平戸川内かまぼこ」をPRすることができた。平成8年のお中元・お歳暮シーズンの受注は、対前年比で約8%増加したので、リピーター(固定客)の確保ができたのではないかと考えている。

また、今回の「味紀行」への取り組みを通じて、「お客様に喜んでいただけるような商品をお客様の身になって作らなければいけない。」という、商売の基本を再認識させられた。同時に、他の加工業者にも新たな販路拡大に対する積極姿勢がみられるようになり、近郊の大消費地である福岡地区への販売を促進するため、漁協を交えて検討を重ね、長崎県漁連の仲介により、福岡地区の量販店との商談も進んでいる。

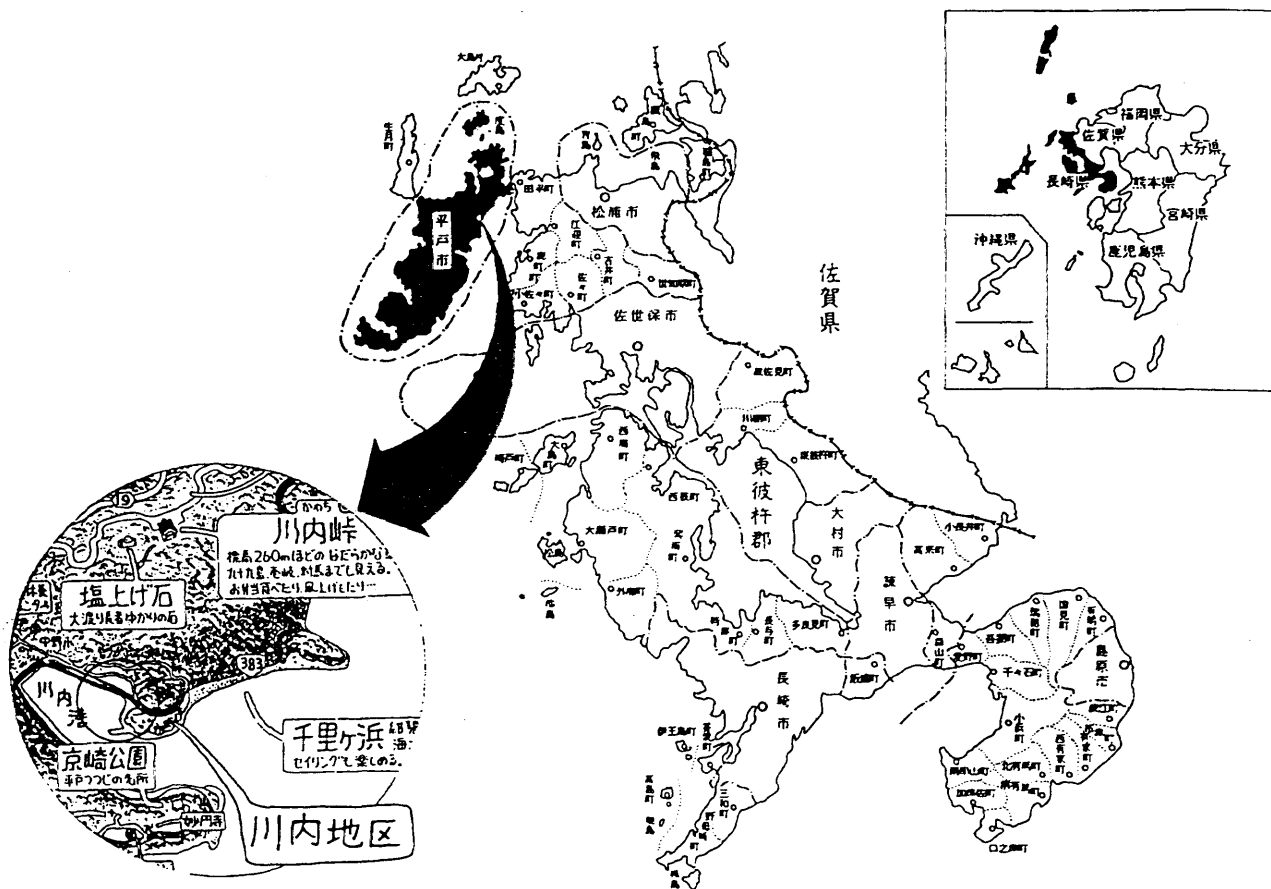
7. 今後の課題

我々青年部として、これからもゆうパック事業に継続して取り組むとともに、さらなる平戸川内かまぼこのブランドの確立を図る必要があると思う。

そのためには、①現在のような各業者独自の経営を協業化することにより、生産の効率化と製品の統一を図ること。②常に消費者ニーズを把握しておくこと。③無添加製品としての長所を生かし、長期保存に耐え得るような特殊包装等の鮮度保持技術を研究すること。④広告・宣伝活動をさらに活発に行なうこと。があげられる。

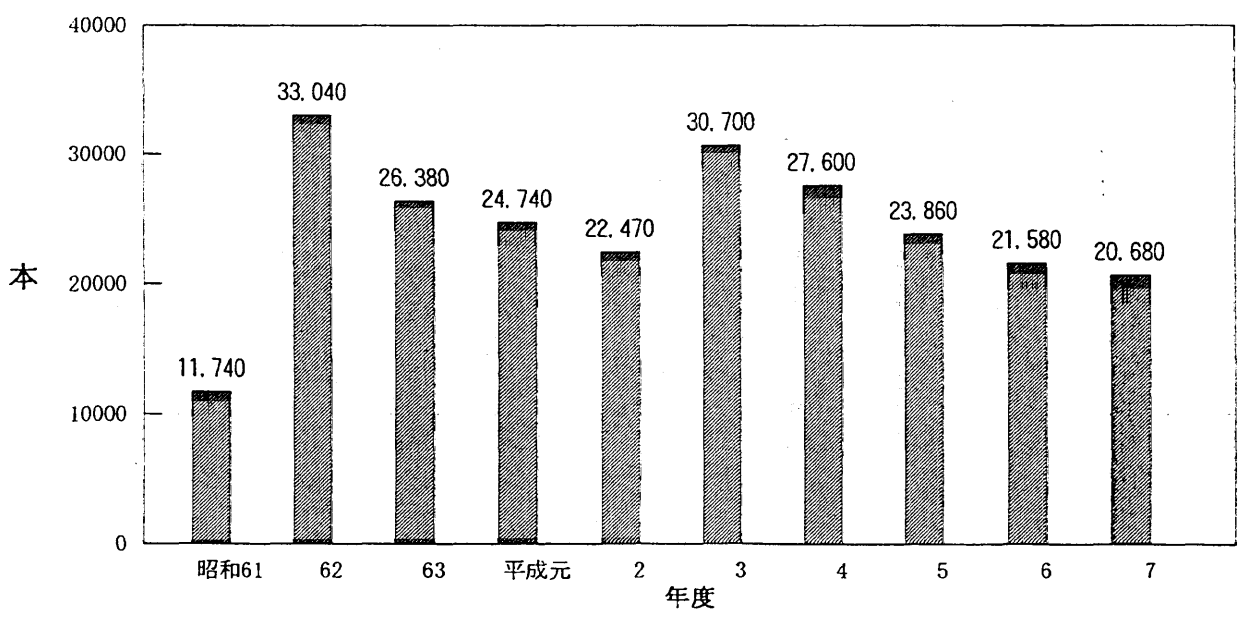
具体的には、原料魚の確保・加工残滓の処理・環境へ配慮した排水処理対策・かまぼこの量産化等に対応し生産と販売の効率化を図るためには、事業の協業化は避けて通ることのできない課題であり、青年部が中心となり他の加工業者も含めて漁協と合同で共同生産施設の整備へ向けてあらゆる角度から検討を進めている。

このように取り組まなければならない課題は多いが、青年部を中心にみんなで知恵を出し合い、できるところから一步一步着実に進んで行こうと思っている。



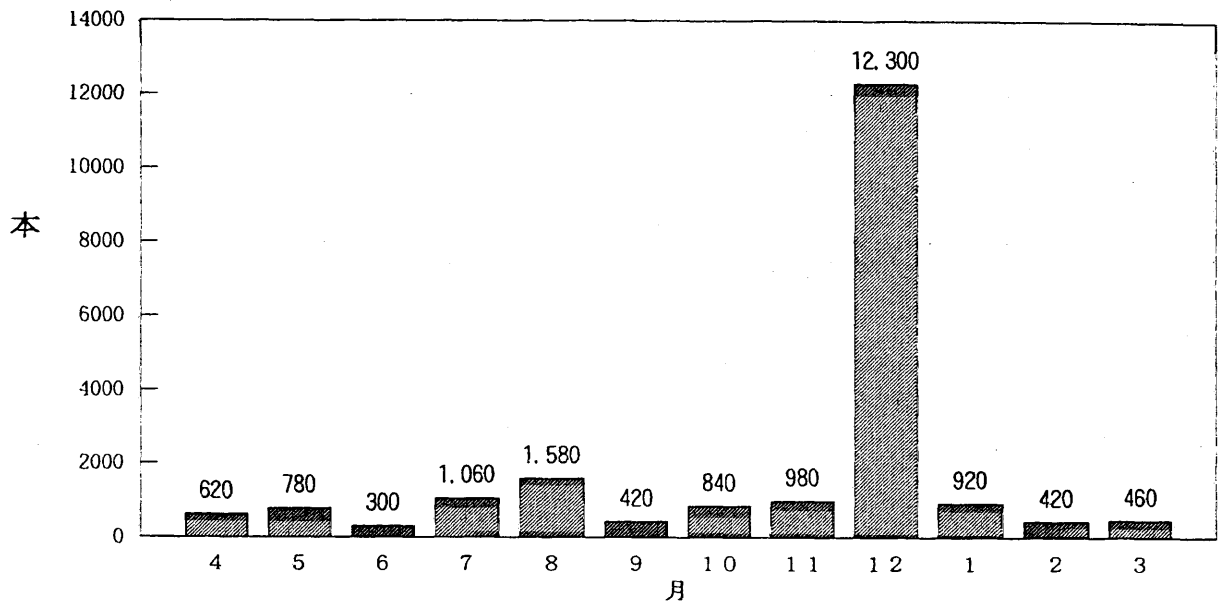
グラフ. 1

ふるさと小包取扱実績 (年度別)



グラフ. 2

ふるさと小包販売実績（月別） 平成7年度



グラフ. 3

ふるさと小包発送地区別割合

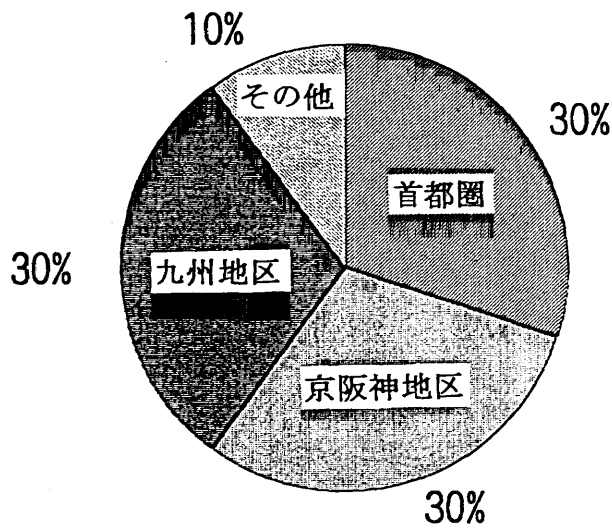


表 1. ふるさと味紀行によるかまぼこ発送実績

年月日	3月10日(日)	3月11日(月)	3月12日(火)	3月13日(水)	3月14日(木)	3月18日(月)
(本) 発送総数	46,660	27,960	25,120	36,180	29,100	37,060
箱数(外箱)	2,333	1,398	1,256	1,809	1,455	1,853
箱数(内箱)	4,666	2,796	2,512	3,618	2,910	3,706
発送先 本数	久留米東 16,260	飯塚 9,040	東小倉 12,740	博多 32,520	大分中央 29,100	大村 12,360
発送先 本数	熊本東 30,400	宮崎中央 18,920	佐賀北 12,380	沖縄 3,660		鹿児島中央 24,700

表 2. ふるさと味紀行収支決算

1. 収入の部

金額単位：円

区 分	決 算 額	備 考
かまぼこ売上金	28,190,160	202,080本×@139.5円/本(@150円/本×93%)
計	28,190,160	

2. 支出の部

区 分	決 算 額	備 考
かまぼこ生産費	15,762,240	202,080本×@78円/本
包装用箱代	1,441,846	外箱代:555,016 内箱代:886,830
広告費	134,658	パンフレット及びカタログ印刷費
配送料(運賃)	455,000	各郵便局までの運送料
郵送料	5,500,000	各郵便局から届け先までの郵送料
使用料	100,000	漁民センター使用料
賃金	1,118,280	アルバイト賃金
再送費	208,240	かまぼこ:8,240本(3.22~3.27)
漁協手数料	1,832,360	28,190,160×6.5%
計	26,552,624	

◎事業収益:1,637,536=28,190,160-26,552,624

平戸川内かまぼこ製造工程

