

## ホッキ漁の存続と活性化のために

—老舗組合の取り組み—

相馬双葉漁業協同組合磯部支所青壮年部

会 計 渡 部 良 充

### 1. 地域と漁業の概要

相馬双葉漁業協同組合磯部支所は福島県の北部、相馬市にある県立公園松川浦内に位置している（図1）。正組合員数は106名で83隻の漁船が所属しホッキ貝桁網、さし網、船びき網、カゴ等の沿岸漁業に従事している。平成14年の全体の水揚量は約1,860t、金額は4億8千万円であった。この内ホッキガイの水揚げは461t、約1億3,600万円で1/4程度を占めている。磯部地先の「日本の渚百選」にも選ばれている大浜沖は古くからホッキガイの良い漁場となっており、貝桁網によるホッキガイ漁が盛んであった。現在でも50隻前後の漁船に従事しており、ホッキガイ漁が引き続き当支所の主幹漁業となっていることが伺える。

当地区のホッキ漁の特色は、ホッキ貝桁網漁業のプール制にある。もともとホッキ貝は、発生量に大きな変動があり、漁獲量も変動し、管理しにくい種とされていた。しかし、資源の有効利用を目的に保護、管理の措置は昭和37年の産卵親貝保護のための禁漁区の設定に始まり、昭和48年には「ホッキ操業委員会」を設け1日の曳網回数や休漁区の設定、輪採制の設定など本格的な管理を行い始めた。昭和53年には荒天時の漁獲競争による遭難を回避する観点から個人操業に代え、船数を半分にするグループ制にしホッキ貝の共同販売を軸とした所得の「プール制」を導入した。この共同操業、プール制は資源維持と所得安定に貢献し、今日まで続いている。また、これら一連の取り組みは当県の資源管理体制の草分け的存在で資源管理の意識が非常に高い地域である。

### 2. 研究グループの組織及び運営

当支所の青壮年部は、部長、副部長以下24名で構成されており、松川浦内の航路標識の設置、ホッキ保護水面内に浮遊幼生を留まらせるための対流施設の設営や最近では産直やネット販売を通してのホッキガイの付加価値向上やPR活動などに取り組んでいる。

また、このうちホッキガイ操業船主会に所属している部員等は、郵パックによるホッキガイの販売活動なども行っている。

### 3. 活動課題選定の動機

かつてホッキガイは当支所の水揚げの60～70%を占め、重要対象種であった。

しかし、輸入量の増加、国産ホッキガイの供給過多、流通地域の偏在、長引く不況などにより価格が低迷し、水揚げ金額が伸びない状況にあった。また、平成9年の「身入

りの低下」、「ベロ食い」問題による仲買業者の買い控えなども加わり、ホッキガイ漁の存続を危惧する声さえ出始める状況となった。そこで、この事態を救うべく青壮年部をはじめ支所、ホッキ操業委員会が一丸となって磯部産ホッキガイの付加価値向上、消費拡大のためのPR活動に取り組み始めた。

これらの取組の成果は、七夕祭りなど相馬市内の各種イベントでの反響や郵パックの販売件数の増加などに着実に表れ始めており、ホッキ漁を再び活性化するための第一歩になっている。

#### 4. 実践活動の状況及び成果

磯部産ホッキガイの美味さをPRするために、まず地元を中心とした消費地での産直活動を行うことにし、相馬市の「七夕祭り」(図2)や隣接支所のイベントへは、継続して参加することとした。その他、郡山市や岩瀬村など県内山間部のイベントや相馬市と姉妹都市の千葉県流山市の「流山市民祭り」などにも参加してPR活動を行った。

これらの活動では、当初通常の「殻付き」の販売が中心であったが消費者との意見交換から、むき方の実演、パンフレットの配布、「むき身」の販売へと消費者側に立った販売手法へ展開してきた。また、「串焼き」の試食販売も行い従来ない食べ方を紹介し、消費者に新しい付加価値を見出させた。平成15年の七夕祭りでは、むき身100袋、串焼き500本を2時間足らずで完売、相馬市民祭りでも串焼き700本を1時間余りで完売し後続のお客さんへお詫びするほどの好評を得た。これは、地元での産直活動が浸透し地元市民が磯部産ホッキガイの美味しさを再認識した結果と思われる、地元での消費拡大の足がかりになると期待できる。更に今年本格稼働したネット販売(相馬本家)へは、相馬市を始め郡山市など産直を実施した地域からの注文も来ており、活動の成果が表れ始めていると言える。

一方、郵パックによる販売は、平成11年以降着実に販売件数を伸ばし(図3)平成14年は、2,400件、715万円の売り上げを示した。また、当初ホッキガイは名古屋以西の地域では、需要がないとされ当初郵パックの対象外の地域であった近畿圏や中国地方、遠くは沖縄県石垣島など全国から注文が来ている(図4)。これは、消費者が美味しさを理解したことは勿論、むき方や料理方法の紹介などを同封し消費者にとって親切な販売を行ったことで付加価値が高まり、口コミなどで全国津々浦々に広がっていったものと思われる、今後も販売件数が増加していくことを期待している。

#### 5. 波及効果

消費拡大のためには、ホッキガイのむき方や料理方法の紹介などの事例のように消費者側に立った販売を行うことが重要であることが分かった。そして、これらの取組は消費者からの意見を取り入れたもので、消費者との対話も重要な要素であることが分かった。

また、今回の取組は青壮年部、特にホッキガイ操業に従事している部員等が中心に行っているが、イベント参加の設定や郵パックの受付などは支所、ホッキ操業委員会が支援しており、消費拡大の実現には各組織が連携することが必要であることも認識した。

## 6. 問題点と今後の対策

今回の産直活動で県内外の消費者へ磯部産ホッキガイの美味しさをPRすることや地元  
の消費者へ美味しさを再認識してもらうことは出来たと思われる。さらに郵パックの  
販売状況から全国的にもその美味しさが理解されつつあることも伺える。しかし、ホッ  
キガイ全般の価格は依然として低迷しており、価格調整の休漁などを余儀なくされてい  
る。

今後は現在の活動が単なるPRだけで終わらず、磯部産ホッキガイの販路拡大と付加  
価値向上やブランド化の定着を図ることも視野に入れたより発展させた取組としていく  
必要があると思われる。

また、資源的には平成15年3月に寄せホッキが発生し(図5)資源に大打撃を与え、  
浅瀬へ移動した「寄りホッキ」の対策や「割れ貝」、「ペロ食い」など無駄な漁獲の防止  
が一層必要になっている。なお秋には稚貝の大量発生が確認され、現在の漁獲対象資源  
の持続的な利用や移植などによる発生稚貝の効率的育成を検討することが急務となっ  
ている。支所では昨年噴流式マンガを導入し、「寄りホッキ」の移植や「割れ貝」や「ペロ  
食い防止」を目的とした漁獲試験を行っている(図6)。青壮年部の多くの部員もこれら  
に参加しているが、技術的にはまだ未熟な部分が多いため、今後技術を向上させ発生稚  
貝の効率的な移植なども行えるよう検討していく必要がある。

磯部産ホッキガイの漁を存続させ、活性化させていくには、産直などの販売について  
の取組や資源の育成、有効利用などの資源管理に関する取組を両立させていくことが重  
要であると思われる。

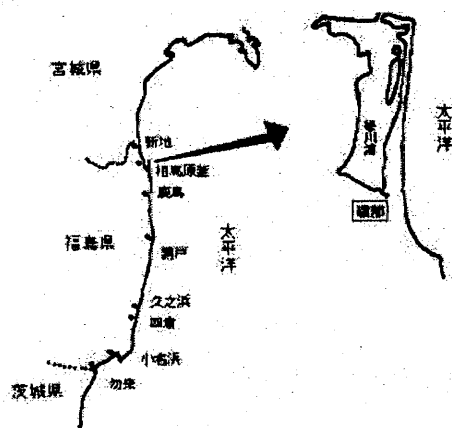


図1 磯部支所の位置

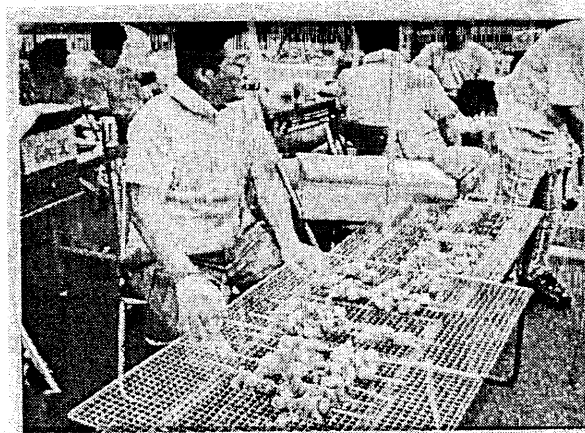


図2 七夕祭りでの出店

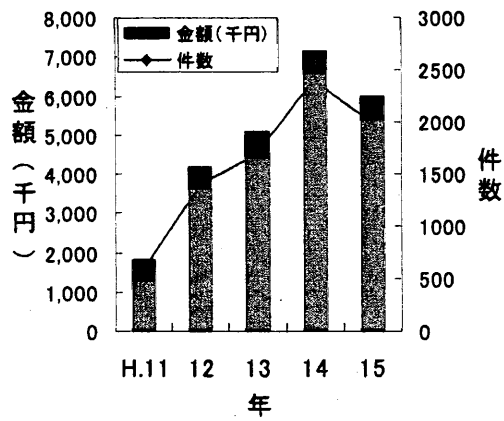


図3 郵パック販売状況

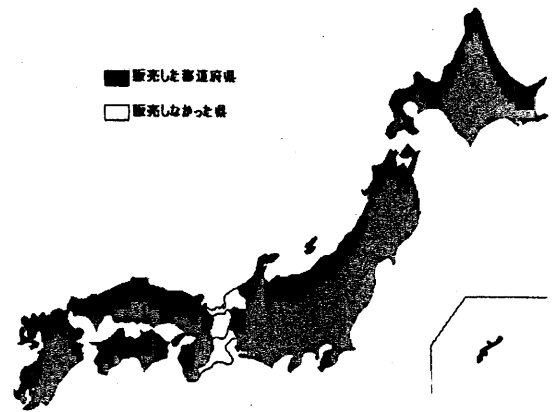


図4 H15年に郵パックを販売した都道府県



図5 H15年3月に発生した寄せホッキ

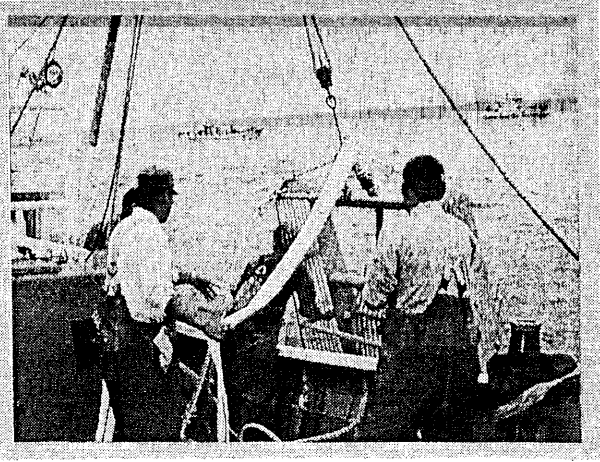


図6 噴流式マンガ操業試験