

生産者と消費者を結ぶカキ販売の取り組みについて —カキの品質・価格向上と販路拡大を目指して—

湧別漁業協同組合青年部
部長 斉藤 昌之

1 地域の概況

私たちの住む湧別町は、北海道の東側にあるオホーツク海沿岸で、網走管内の中程に位置し、人口約 6,000人の水産業と農業を中心とした町である。町の東側には、面積151km²を有する海跡湖のサロマ湖があり、ホタテガイやカキなどの漁業生産をはじめ、竜宮街道など観光景勝地としても知られる風光明媚なところである（図-1）。

2 漁業の概要

私たちの所属する湧別漁業協同組合は、町内6地区 189名の組合員で構成され、漁場は外海のオホーツク海とサロマ湖があり、外海では漁業生産の8割を占めるホタテガイ桁曳網漁業を中心にサケ定置網漁業などが営まれている。また、サロマ湖ではホタテガイやカキの養殖に加え、ホッカイエビ漁やホタテガイ種苗生産が行われている（図-2）。

3 研究グループの組織及び運営

青年部は、昭和36年1月に漁村の活性化と分散している地域の団結を図る目的で設立され、現在は組織部、生産技術部、学習部及び文化部を設け、平均年齢25歳の部員54名で活動している（図-3）。主な活動は、海浜や漁港清掃などの環境保全と美化運動への取り組み、植樹会などの各種イベントへの参画や試験研究事業への協力などを行っている。特に、漁協などに対し『救命胴衣着用宣言』を行い、海難防止の徹底を図っている。

4 研究・実践活動課題選定の動機

湧別町芭露地区のカキ漁業者は、早くから殻付きカキの産地直送の試みとして「ふるさと小包」を手がけ、昭和62年から本格的にゆうパックによる出荷を行ってきた。その後、湧別本町や三里地区などでも「ふるさと小包」を利用し、出荷数量約80トン、箱数で約2万箱（4kg詰め/1箱）となった（写真-1）。

このように消費拡大が順調であったが、12月期平均単価の比較で、平成6年の383円/kgをピークに翌平成7年から魚価安の傾向が現れ、平成8年には285円/kgと平成元年に次ぐ安値となった（図-4）。このため、漁業者の有志や漁協職員などが集まり、その対策を思案したところ、青年部員から、ふるさと小包で顧客の信頼があり品質も良好な一粒カキを、北海道郵政局が所管している『北海道グルメ会』に出品してはどうかとの話が持ち上がり、漁協の販売部と郵便局に相談を持ちかけた。そこで、漁協の販売部、青年部員及びカキ養殖業者の有志が集まり、少しでも流通のだぶつきを解消できるようにと、従来のゆうパックによる直販に加え、短期間に集中した年内出荷が見込まれる『北海道グルメ会』に参加し、サロマ湖湧別産カキの消費拡大とブランド化に取り組むこととなった。

5 研究・実践活動状況及び効果

(1) 北海道グルメ会への出品にあたり

『北海道グルメ会』の仕組みや出品するための条件などを知るため、郵便局員を講師に招き勉強会などを開催した。『北海道グルメ会』の組織とは、全国の12郵政局がそれぞれ会社組織として運営しており、会員の募集は郵便局にて行われ、希望商品を登録することによって、毎月商品が配送されるシステムとなっている。全体の会員数は、100万人を超えており、特に『北海道グルメ会』は、全国に会員11万人を擁す、大きな購買力を有している事が解った。また、グルメ会への出品の条件として、ふるさと小包などで実績をあげていること、食品の衛生管理対策が施されていること、品質の一定した商品であること、出荷箱数が数万箱に対応できることやクレームに即時対応が出来ることなど、生産面だけでなく衛生面や梱包する箱に付着する汚れの有無に至るまで、数々の厳しい内容を提示された(写真-2)。

(2) 北海道グルメ会に出品して

①平成10年の取り組みについて

湧別の漁業者は、グルメ会の厳しい条件にたいし、ふるさと小包で培った実績とサロマ湖のカキはどこにも負けないという自信から、提示された課題を克服するために、自ら幾つかの基準を設け実践することとした。特に、平成11年の出荷に向け品質が均一化になるように、養殖2年の粒ガキに限定した。一粒カキにばらした後はカキを洗浄し、泥や汚れのない状態にしたうえで、1台40数万円相当の紫外線・オゾン海水滅菌装置を参加者全員が導入し、必ず滅菌海水を使用することとして、衛生面の向上を図った(写真-3)。さらに、消費者に生産者の顔が見えるようにすることと生産責任を明確にするため、生産者名の入ったラベルをそれぞれの箱に付けることとした。

②平成11年の取り組みについて

青年部でも実施に向け漁家に協力を要請し、初年度の平成11年は、グルメ会向け出荷に積極的に参加した漁家や2年ガキを育成している有志を合わせて54軒であったが、殻付きカキの人気が高く、1万7千箱(3.5kg/1箱)の販売実績を上げ、大きな反響を得、好評を博した(写真-4)。この反響を受け、翌平成12年のグルメ会に向けて2年ガキの生産を増やすことと、多くの組合員が参加できるように、粒ガキの洗浄や滅菌海水装置の導入など諸条件を示し、着業者全員に参加を募った。

③平成12年の取り組みについて

出荷は、準備が完了した有志や2年ガキ生産に着手した82軒が前年と同様の1万7千箱の販売を行った。しかし、初年度にはなかった商品へのクレームが10件程寄せられた。そのほとんどは、「貝に泥が付いている」、「貝に虫がついている」などであり、一個一個の洗浄が徹底していなかったと思われる基本的な事であった。そこで、平成13年へ向けた対応策として、カキの価格維持と消費拡大の対策には漁業者全員参加で対応して行かなければならないと、有志による出荷体制から漁協販売部の直販事業にした。また、一般のカキ出荷にも品質の均一化を図ることや食品の衛生管理にたいし、漁業者自身が管理体制や品質管理を徹底的に行うことの重要性を再認識するため、グルメ会の参加を全着業者に義務化した。これにより着業者のほぼ全員が30箱に相当する原貝の出荷ができ、滅菌装置などの衛生関係設備も整備された。

④平成13年の取り組みについて

平成13年の出荷は、前年同様1万7千箱であったが、107軒の漁家が全ての商品を一つの作業場に集約して、全ての漁業者に対し抽出検品をしながら出荷を行った。

しかし、消費者からのクレームが34件と大きく増えたため、平成14年のグルメ会向け2年ガキの出荷用に育成マニュアルを作り、これに従うよう詳細に取り決めを行った。

育成マニュアルは、カキ原盤入荷の4月から養殖用垂下ロープへの挟み込み、翌年の秋まで1年半の垂下育成、一粒ガキへのばらし作業、このとき洗浄も行って籠に収容、出荷までの一時育成、出荷の2日ほど前に水揚げし、カキの一個一個を洗浄とブラシ磨きを実施、紫外線滅菌海水で24時間以上畜養、発送当日に箱詰めして午前8時～9時に集荷場へ搬入、全ての漁業者に対し抽出検品して発送とした。箱詰めの際には、カキ1粒の重量を117～140g、入れ数は25～30個とし、必ず3.5kgを超えるようにした(図-5)。

⑤平成14年の販売実績について

平成14年は、注文数1万9千箱で、着業者も養殖部会員全員の117軒が機器や水槽の整備を行い名実共に全員参加となり、出荷義務数量も1軒当たり最低50箱の梱包した荷姿として拠出する事ができるようになった。

(3) 販売成果について

グルメ会に参加する事によって、12月で300円前後まで落ち込んでいた単価が、平成11年で380円/kg、平成12年で417円/kg、平成13年で528円/kgと飛躍的に向上した。

さらに、全漁家は、紫外線海水滅菌装置や畜養水槽の導入などにより、食品に対する衛生面の意識向上が図られた。産直事業としてゆうパックや北海道グルメ会に参加することによって、サロマ湖湧別産カキの総生産量423トン(平成13年の殻付きとむき身の合計)に対し、産地直送した殻付きカキが140トンと全体の33%を占めるまでに至った。

また、サロマ湖湧別産のカキは、グルメ会に参加している商品200種の中で、人気商品ベスト10の9位にランクされており、毎年出品されている商品の2～3割が入れ替わりを余儀なくされている中で、全国にサロマ湖ブランドとして定着している。

6 波及効果

(1) 当初54軒であった参加者が、養殖部会員全員の117軒の参加となった。

(2) 衛生面の管理体制整備のため、全漁家にオゾン・紫外線滅菌装置が導入された。

(3) 消費者の顔が見える出荷体制は、一人一人が品質保持や衛生管理の重要性を再認識し、グルメ会やふるさと小包などの直販向けだけではなく、養殖カキ全体の品質向上にもつながった。

(4) 近隣の地区でも衛生面とカキの品質の向上に留意し、滅菌装置が導入された。

7 今後の計画と問題点

湧別の産直事業は、カキ生産高の1/3を占めるまでの一大事業となった。

生産者は、消費者の反応と商品の善し悪しがはっきり還ってくることから、常に品質を均一化すると共に、衛生面に配慮したカキを出荷し、リピーターを増やすことや新規顧客の開拓を推進する。

今後も、いま以上に衛生管理の徹底と生産者責任の意識向上をはかると共に、サロマ湖産カキのブランド化へ向けて、ばらつきのない一元化した規格商品の配布となるよう、一層の努力と体制作り邁進する。

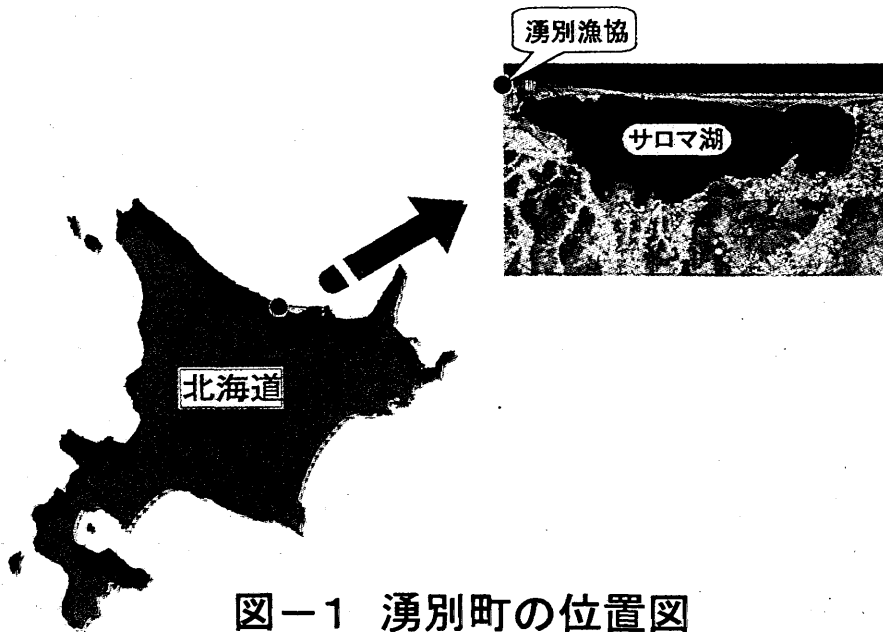
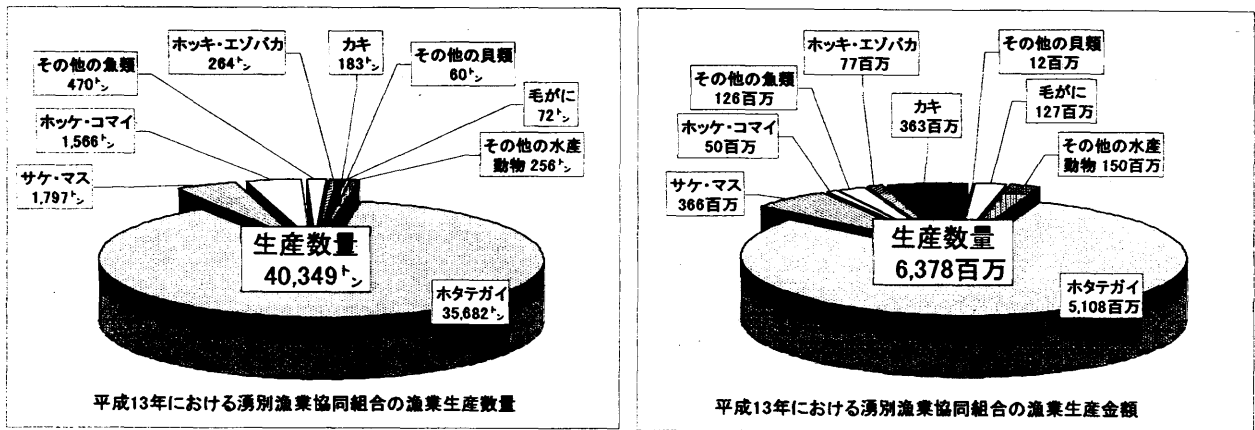


図-1 湧別町の位置図



※ カキの数量は、現勢に従いむき身換算で表示

図-2 平成13年湧別漁協の漁業生産状況

湧別漁協青年部の組織機構

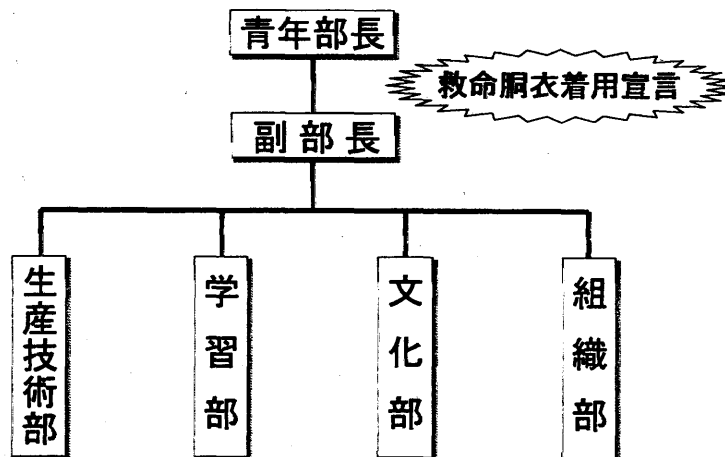


図-3 青年部の組織機構



写真-1 ふるさと小包パンフレット



写真-2 グルメ会パンフレット

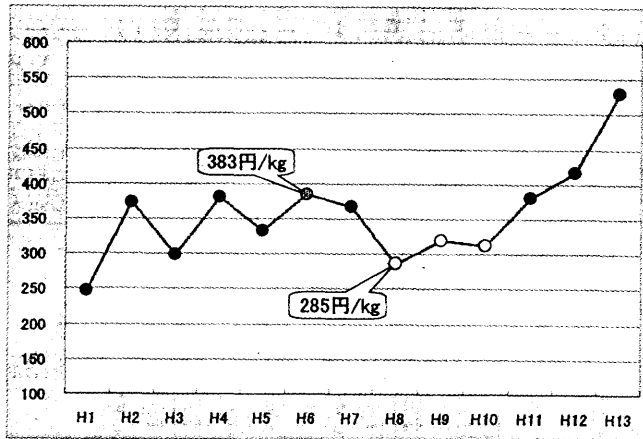


図-4 12月期におけるカキの平均単価の年推移

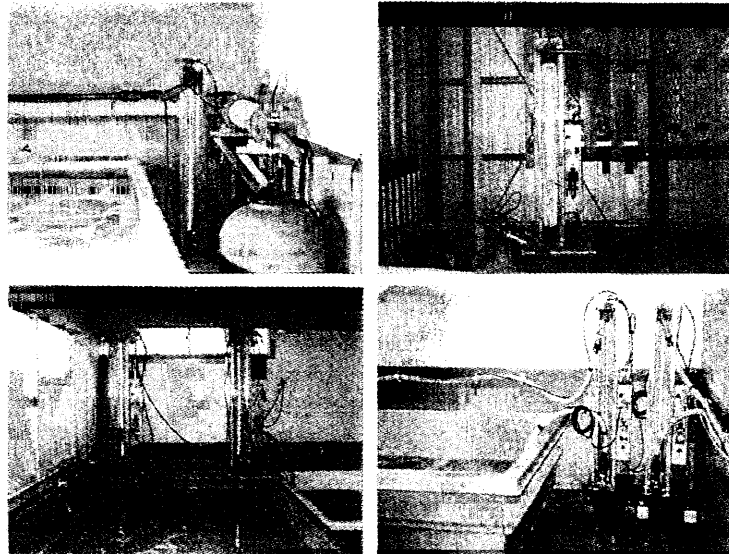


写真-3 紫外線・オゾン海水浄化殺菌装置

グルメ会向けカキの生産サイクル

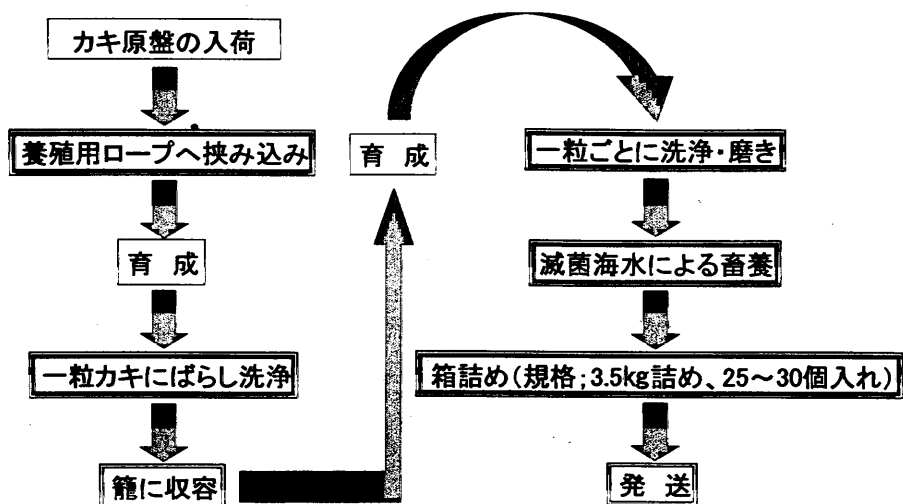


図-5 グルメ会向けカキの出荷サイクル

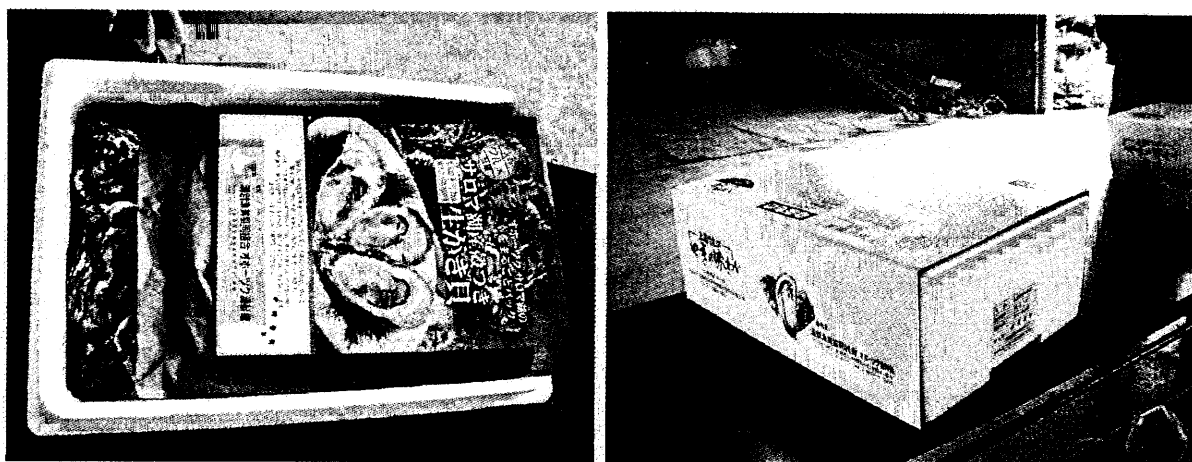


写真-4 荷姿

人気商品ベスト10

10月からスタートしました第15回頒布会。
数ある商品の中から、お申し込み時にご注文数の多かった
月別商品とフリー商品のベストテンです。

■月別商品ベストテン

- 1位 8月9番 川中島白桃
- 2位 9月1番 豊水梨
- 3位 12月2番 甘口たらこ
- 4位 7月3番 さくらんぼ (佐藤錦)
- 5位 11月10番 おけさ柿
- 6位 4月6番 デコボン
- 7位 5月5番 奇襲完熟うす塩梅干
- 8位 12月4番 北海しまえび
- 9位 11月4番 殻つき生カキ貝
- 10位 10月4番 新高梨

