

ことぶき
寿がきの販売戦略

寿都町漁業協同組合寿がき養殖部会
亀谷 仁志

1 地域の概要

私達の住む寿都町は、北海道の南西部に位置した人口約4,500人の町である(図1)。18世紀初頭にニシン漁で栄えて以来、漁業の町として発展してきた。また、全国の自治体として初めて風力発電を導入した「風の町」としても知られている。

2 漁業の概要

寿都町漁業協同組合は、正組合員160名、準組合員50名で構成され、主な漁業は、定置網漁業、刺し網漁業、いか釣り漁業、ホタテガイ養殖漁業である。平成11年の生産は、数量5,234トン、金額691,428千円で、主な魚種は、スルメイカ、ウニ・アワビ、ホッケ、ホタテガイ、サケ等である(図2)。

3 研究グループの組織および運営について

私達の寿がき養殖部会は、マガキ養殖を事業化するため、組合の下部組織として平成9年1月に設立され、現在部会長1名、役員4名を含む計26名で構成している。また、部会は部会員の会費によって運営されている。

主な活動内容は、マガキの販売促進に関する取り組み、共同出荷による衛生および品質の管理、出荷時期の判定である。

4 研究・実践活動課題選定の動機について

当地区では以前からホタテガイ垂下式養殖を行ってきたが、その販売単価が昭和56年の505円/kgをピークに下降し、現在200円/kg前後で推移している(図3)。これに伴い収益が大幅に減少しているせいも、私と同年代でホタテガイ養殖漁業を継いでいる人は少ない。

このような状況の中、他の地区で殻付かきが高値で取り引きされていることを知り、当地区でも取り組めないものかと、平成6年に有志が集まり、役場と水産指導所の協力を得ながら、ホタテガイ養殖施設の有効利用を含めたマガキの養殖試験に取り組んだ。

その後3年間の試験で、寿都海域でも養殖可能であることが分かり、出荷適期は垂下2年後の4~7月と判明した(図4)。

生産されたマガキは、地元での評価が低く市場に出荷しても安定した価格の獲得が期待できなかった。しかし、他の生産地の端境期に出荷できるという点を武器に、販売努力していけば、安定した価格での販売が可能ではないかと考え、販売戦略を含めたマガキ養殖の事業化に着手した。

5 研究・活動状況および結果について

(1) 事業化に際して

消費者が水産物の安全性や鮮度に関心を高める傾向はこれまで以上に強まっている。そこで、私達自身が、消費者へ安全でかつ望むものを提供すれば、相場に左右されずに安定した単価での販売が可能だと考え、宅配便によるマガキの直接販売に取り組んだ。

宅配便は、カキの発送時から、消費者に届くまで低温で、外気に曝されない。さらに宅配業者との交渉で、出荷作業を朝10時までに終える努力をすることによって、全国どこでも翌日に届けることを可能にした。これならば、近年の消費者が関心をもつ、水産物の鮮度や安全性に対し、充分対応できると確信した。

平成9年4月に、養殖試験で生産したマガキの味や鮮度について消費者の反応を見るため、地元および近隣市町村を対象に試験販売を行い、その中でアンケート調査を実施した。

アンケートは、購入者1,100名のうち199名から回答を受けた。そのうち95%が「おいしい」、「新鮮」などの好感触を示し、殻付かきを売っていく自信につながったが、残り5%の回答の中には「塩味がきつい」、「殻の付着物が気になる」との意見もあった(図5)。「塩味がきつい」のは、身入の不十分なマガキが含まれていた可能性もあり、また、「殻の付着物が気になる」は、洗浄が不十分であるためと考えられた。

衛生面については、暖かい時期にマガキを出荷するというところで、本格的な販売を開始する前に強化を図ることとした。そこで、保健所の協力で部会の衛生講習会を開催し、水産物出荷に関する基本的な衛生管理について学んだ。

これらの調査結果や講習会で学んだことをもとに、部会内に3つの管理班を編成し、出荷に関する一連の流れの中で、品質、規格および殻の洗浄状態をくまなく検査しながら出荷作業に取り組んだ。また、海水とカキ自体の衛生状態は定期的に保健所へ依頼して検査している(図6)。

(2) 出荷開始と購入者リストの作成

体制が整った平成10年4月から本格的なマガキ販売を開始した。また、名前は寿都の寿の文字をとって「寿がき」と命名した。

前年に行った試験販売の効果からか、地元新聞やテレビ等の取り上げで、販売状況は滑り出しから好調であった。こうした状況に気を抜かず、さらに今後、地域別や顧客の形態に合わせた効率的な宣伝を行ったり、消費者ニーズに合わせた発送形態に改善するため、漁業協同組合の協力のもと、パソコンを用いて購入者リストを作成した。

このリストから、各都道府県別の売上げや消費個数の他、顧客には飲食店や小売り鮮魚店等も含まれていることが分かり、こうした消費者にも対応するため、商品の着日指定なども導入した(表1、図7)。

また、リストに載っているお客さん全員に、カキ出荷シーズン開始お知らせと、イベント開催についてのダイレクトメールを送付することにした。ダイレクトメールは往復ハガキになっており、お客様御意見コーナーを設けて、常にお客さんの「声」を取り入れるようにした。

その中で、「宅配につけているカキ剥きナイフの刃先が短い」や、「梱包に使っている発泡スチロールの処理に困る」などの意見が上がってきた。ナイフについてはすぐ設計して対応することができたが、発泡スチロールの処理については即座に対応できず、部会で検

討したところ、環境問題にも配慮すべきだとの声上がり、環境にやさしく、消費者が処理しやすい包装を考えることになった。色々探してみたところ、再生紙を利用した耐水ダンボールがあると知り、現在梱包用として試作品を作成中である。

(3) イベントの開催

寿がきをより多くの人に知ってもらおうと、平成10年の6月から「かき祭り」を開催し、殻付かきの他、焼がきや生ビール等も販売した。

こういうイベントに慣れない私達が全てを行ったため、大変苦勞したが、寿がきを地元や周辺都市部の人たちに知ってもらえたことや、お客さんとの対面販売の中で、「消費者の望むもの」が肌で感じられたことから、「少しずつ規模を拡大し、継続していこう」ということになった。

かき祭りは昨年で第3回目を迎え、その年の来客数は寿都町の人口を上回る5,000人となった。また、カキを目当てに集まったお客さんに、ほっけの開きやあまえびなど地元でとれるものを販売したところ、好評な売れ行きであった。「こんなに新鮮なものが安く手に入るのなら毎週買いに来たい」という都市部の人達と、いつでも手に入る我々との水産物に対する考えかたのギャップを肌で感じる事ができた(図8)。

平成12年6月には、都市部に住む人に、漁業の生産現場を体験してもらおう「寿都の海まるごと体験」を寿都町漁業協同組合が寿都町と後志支庁の協賛を受けて開催した。これに寿がき養殖部会も参画し、マガキの出荷を体験してもらった。参加者は、寿がきの出荷作業が、1個1個丁寧に洗浄し、検査されて出荷していることに非常に感心していた。このイベントを通して、都市部の人々とのつながりが深まった。また、私達自身が行っている取り組みについても自信をもつことができた。

(4) 事業効果について

宅配便による販売の取り組みや各種販売促進のおかげで、量販店や飲食店から商談が来るようになり、販売先を増やすことができた(図9)。また、地元での評価が上がり、セリに出しても高値がつくようになった。

平成10年は634名であった宅配便の顧客を、私達の努力によって平成12年には約4倍の2,614名まで増やすことができた(図10)。また、販売金額も平成12年には15,605千円となり、その内95%を私達自身で販売することができた(図11)。

既存のホタテガイ養殖と、新たな販売方法を取り入れたマガキ養殖との1施設あたりの収支を比較したところ、マガキ養殖の方が約80万円の増収となった(表2)。また、ホタテガイ養殖の一部をマガキ養殖に転換することにより、落ち込んだ生産額を底上げすることができた。

6 波及効果

消費者の声を聞き、直接販売に取り組んだ経験から、部会全員が「出荷して終わり」という考え方から、「自分達が責任をもって出荷しなければ」そして、「これは自分達生産者にしかできないことだ」という意識に改革できた。

また、市場に左右されず価格の安定と収益の向上が図られたことから、寿都町で獲れる他魚種にも応用していくことができる。実際に、私達の組合では、寿がきの経験を活かして、ホタテガイやエビ等の宅配等も計画之中である。このような気運のせい、Uターン等でホタテガイ養殖漁業に従事する人も出てきた。

寿がきの販売に取り組んだことで、漁業の収益だけでなく寿都町自体の宣伝にもなり、町おこしに大きく貢献することができた。

7 今後の計画と問題点

風時化等にかかわらず、安定出荷ができるよう、静穏域を利用した海中蓄養施設を設置中である。また、衛生面については万全を期すため、今後も継続して強化する。

寿都町にカキを直接買いに来るお客さんが多くなっており、今後は、町の案内等も含めて「シーズン中に寿都へ行ったら簡単にカキが手に入る」という体制を確立していきたい。

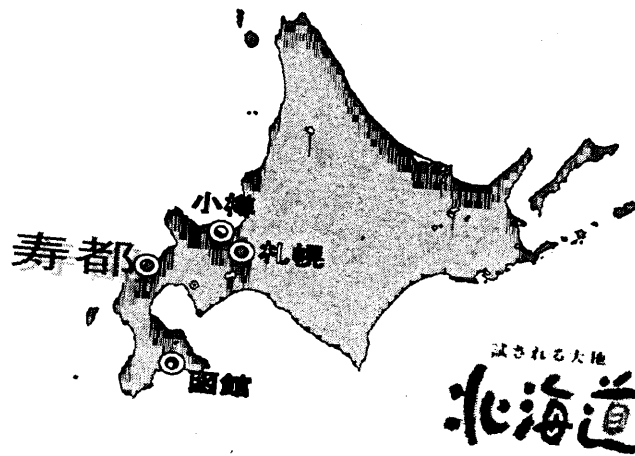


図1. 地域の位置図

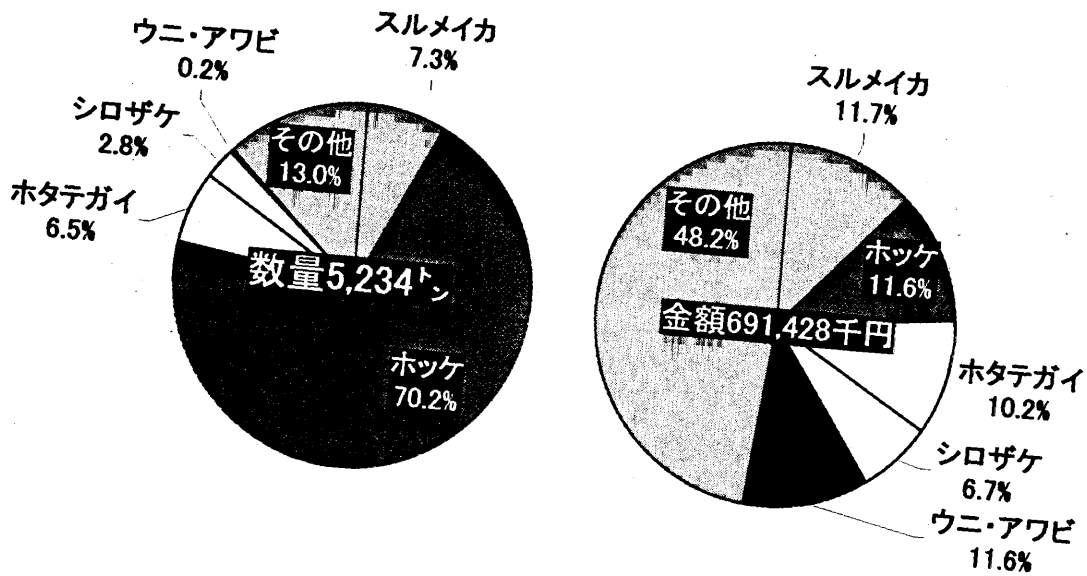


図2. 寿都漁業協同組合の漁業生産状況(平成11年)

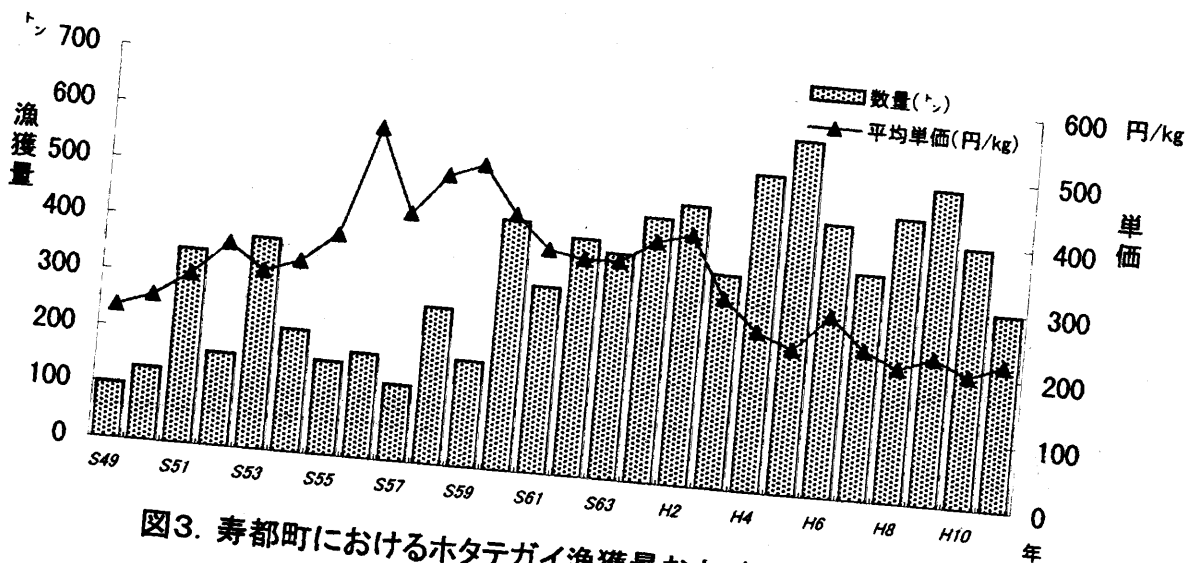
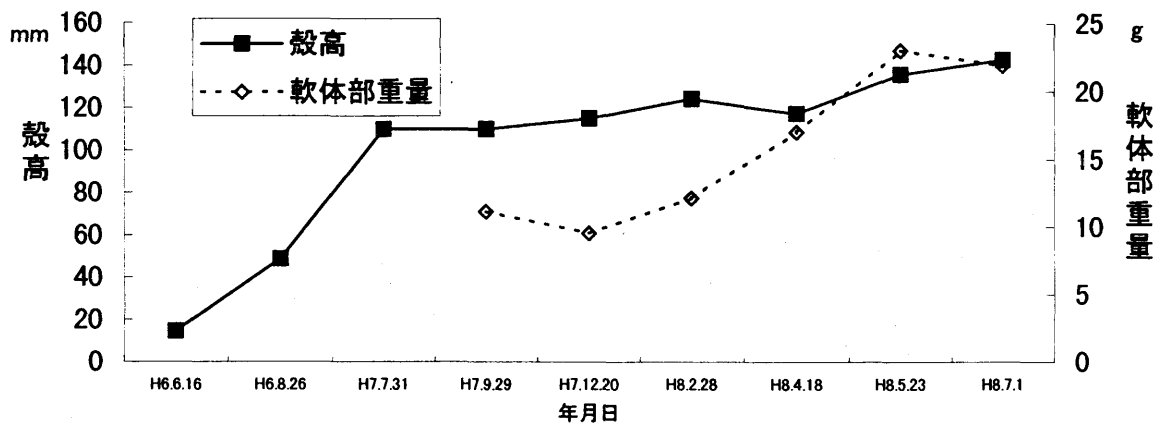


図3. 寿都町におけるホタテガイ漁獲量および平均単価の推移



殻高および軟体部重量の成長の推移

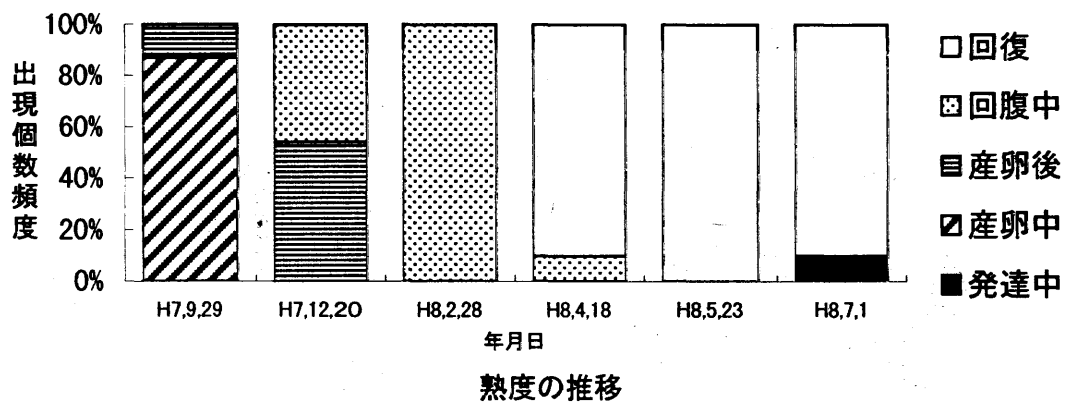


図4. 寿都地区におけるマガキの身入り状況調査結果

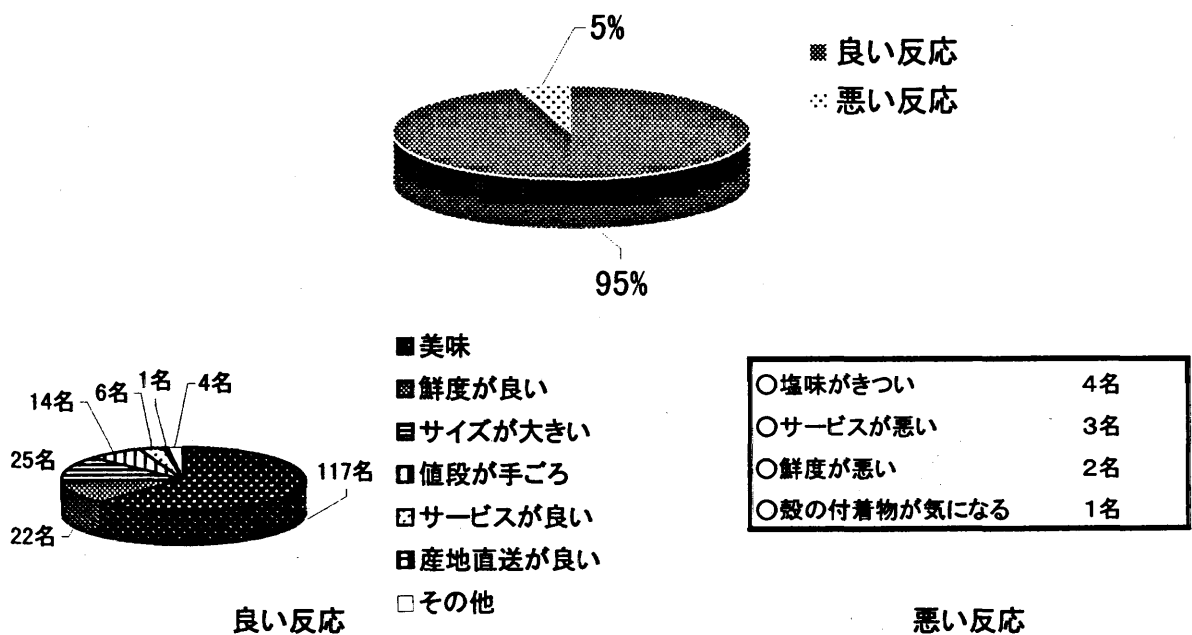


図5. アンケート調査結果

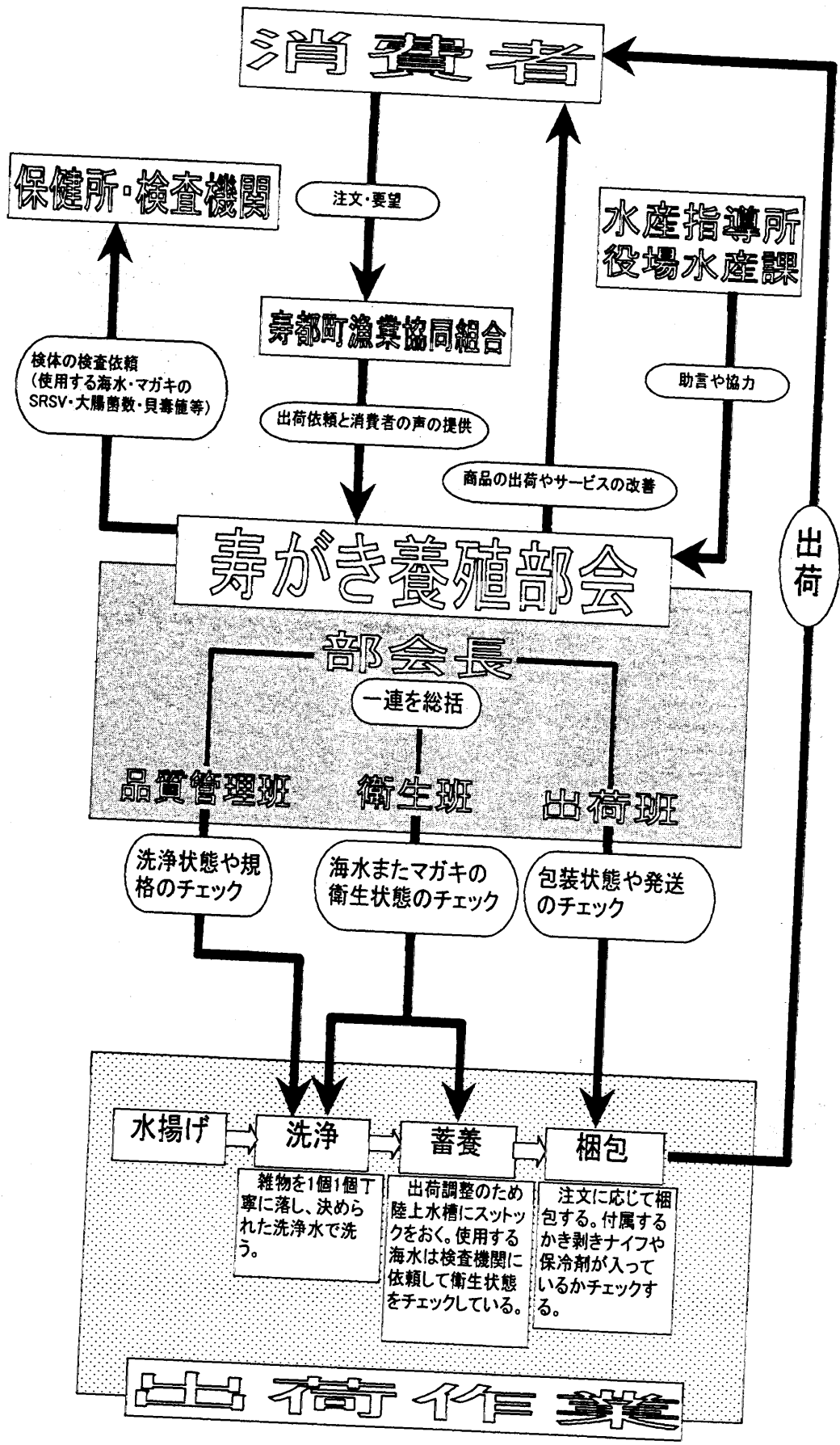


図6. 寿がき養殖部会の関係図と出荷作業チャート

表1. 平成10年寿がきの地域別出荷数一覧

北海道	北海道	1,141
東北	青森県	5
	岩手県	3
	秋田県	8
	宮城県	2
	山形県	3
	福島県	6
中部	新潟県	2
	福井県	1
	岐阜県	1
	長野県	3
関東	栃木県	9
	群馬県	3
	茨城県	6
	千葉県	21
	東京都	32
	神奈川県	33
	埼玉県	27
東海	三重県	1
	静岡県	11
近畿	滋賀県	1
	奈良県	1
	大阪府	2
	兵庫県	3
	和歌山県	2
中国	京都府	4
	岡山県	1
	山口県	1
四国	愛媛県	6
	徳島県	1
九州・沖縄	大分県	2
	福岡県	7
	沖縄県	3



図8. 平成12年第3回ふるさと寿がき祭り

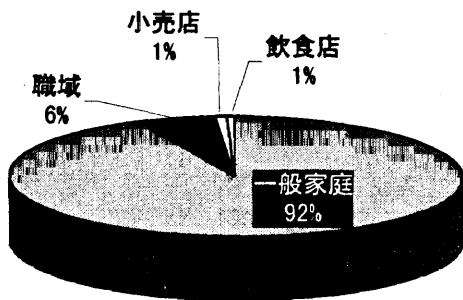


図7. 寿がきの販売先 (H10)

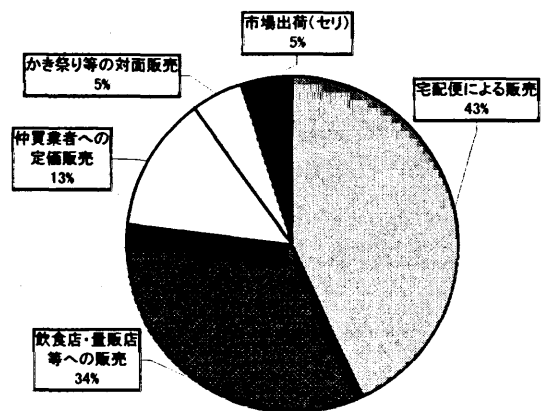


図9. 寿がきの販売方法(H11)

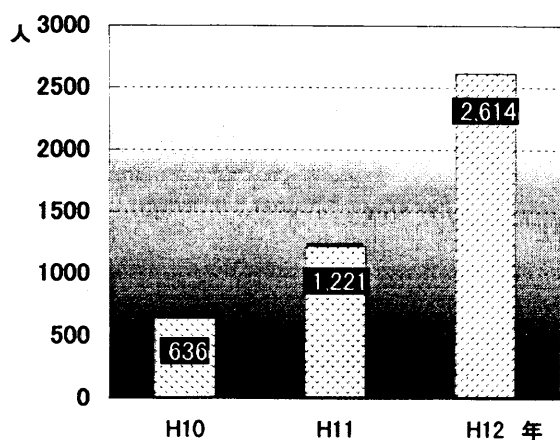


図10. 寿がき顧客数の推移

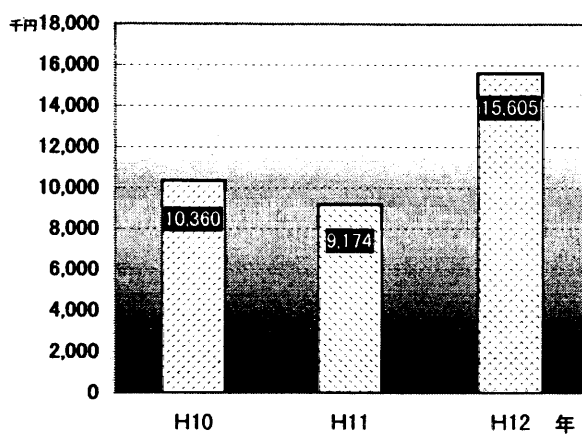


図11. 寿がき販売金額の推移

表2. マガキ養殖とホタテガイ養殖の1施設あたり収支比較

マガキ			ホタテガイ		
年計			年計		
支出			支出		
漁業経営	漁労費 (人件費)	135,000	漁業経営	漁労費 (人件費)	135,000
	漁船費 (船体)	108,000		漁船費 (船体)	108,000
	漁船費 (機器)	13,500		漁船費 (機器)	13,500
	漁具費	67,950		漁具費	67,950
	諸施設費	15,000		諸施設費	6,000
	燃料費	7,500		燃料費	7,500
	種苗費	22,000		種苗費	
販売経費	手数料	66,420	販売経費	手数料	25,920
	箱代他	428,040		箱代他	
	運賃諸掛	510,000		運賃諸掛	
	宣伝費	36,900		宣伝費	
	支出計	1,410,310		支出計	363,870
収入			収入		
販売	宅配便による販売	2,199,240	販売	市場出荷	432,000
	小売り等	72,000			
	カキ祭り等	14,400			
	収入計	2,285,640		収入計	432,000
収入計-支出計		875,330	収入計-支出計		68,130