

アサリ共同出荷の取り組み —福岡有明産アサリの信用回復は私たちの手で！—

福岡県柳川漁協アサリ部会
高田 佳祥

1. 地域の概要

福岡県には日本海側の筑前海、瀬戸内海側の豊前海、そして私たちが漁業を営んでいる有明海の3つの海域がある。有明海は、福岡、佐賀、長崎、熊本の本の四つの県に囲まれており、海域の面積は狭いものの、漁業生産力の非常に高い「宝の海」として知られている。また、最大で6mにおよぶ日本一の干満差によって、干潮時には広大な干潟が出現し、そこにはムツゴロウやワラスボなど、有明海特有の様々な生き物が生息している。



図1 柳川漁協位置図

2. 漁業の概要

有明海では、広大な干潟を利用して昔からアサリやサルボウなどの採貝漁業が盛んに行われてきた。また、干潟で育つクルマエビやガザミなどの網漁業も営まれている。

また、支柱式のノリ養殖が非常に盛んで、生産量、品質ともに全国で常に上位を争っており、見渡す限りに支柱が並ぶ風景は有明海の冬の風物詩となっている。

3. 研究グループの組織と運営

柳川漁協は平成16年に西宮永、東宮永、久間田の3つの漁協が合併して誕生した比較的新しい漁協である。所属組合員は現在200名ほどであり、その大半がノリ養殖を主体とした漁業に従事しているが、ノリ漁期以外では採貝を行うものも多く、専業で採貝を営んでいるものを合わせると約100名ほどが採貝業を行っている。

4. 研究・実践活動課題選定の動機

私たち有明海の漁師は、親から「人より多く採ってこそ漁師ぞ」と言われて育ってきた。そのため、漁師の仕事は採ることまでで、その先の流通や販売にはほとんど関心がなかった。かくいう私もその一人で、自分の仕事は海の上だけと考えていた。

そんなある日、福岡市に行った際デパートの鮮魚売り場をのぞいてみた。しかし、どの

デパートにあるアサリも福岡県有明海産ではなく、他県や外国産のものばかり。しかもどれも私たちが採っているアサリよりも大降りで、粒が揃っていた。また、値段も私たちのアサリが浜値で 100g で 20 円、小売店で 80 円前後なのに対して、高いものでは 200 円近く、外国産のものでも 100 円以上するものがあった。同じ福岡県内のデパートに自分たちのアサリが無く、外国産のアサリが自分たちのアサリよりも高い値段で売られていたのは大変なショックであった。

地元に戻った私は仲間の漁師にその話をした。すると、「有明のアサリは産地偽装があったから人気がないんじゃないか」、「アサリの値段が上がるならそれに越したことはないけど、何をしたらいいのかわからない」など、否定的な意見が多かった。しかしそれでも、みんなが現状に不満を持っていることがわかった。

そこで私たちは漁協に相談を試みた。私たちはアサリを出荷する際に漁協を通さずに仲買に直接出荷していたため、漁協でアサリに関する取り組みをやったことはほとんど無かった。しかし、漁協としてもノリ養殖業に頼り切った漁協経営には不安を抱えていたため、アサリ漁業の改善に取り組もうということになった。県の水産海洋技術センターや漁政課(現漁業管理課)にもアドバイスをもらいながら話し合いをし、採貝の専門漁業者を中心にアサリの福岡都市圏への共同出荷をやってみようということになった。

5. 研究・実践活動状況及び効果

(1) アサリ出荷先

出荷は筑前海区に面する宗像市の宗像漁協福間支所、北九州市の脇田漁協で行うことになった。両漁協とも筑前海区の漁獲物を中心として販売をしていたが、筑前海区ではアサリが採れる場所が少ないため、他県産のアサリを取り扱っていた。しかしできれば県内産のアサリを販売したいとの意向があった。

福岡県有明海産のアサリを PR する場所を求めていた私たちと、県内産のアサリを求めていた福間支所、脇田漁協の目的が合致し、海区を超えての出荷を行うこととなった。

(2) 出荷方法

アサリは通常使っている 4 分のフルイでふるった 3 cm のアサリよりも大きな、4 分 3 厘のフルイでふるった 3.5 cm 以上のアサリとした。さらにひとつひとつ割れ貝や殻などを選別した。また、砂抜きはあまり長くするとアサリが弱ってしまうので、アサリは出荷の前日に採り一晩砂抜きしてから出荷することとした。また、有明海のアサリの特徴として、殻が薄く身が大きいいため殻が割れやすく、長距離輸送には不向きであるといわれていた。そこで、10 kg ずつ発泡スチロールに小分けする事でこの問題を克服した。

さらに消費者が最も意識する国産、天然をアピールするために、組合長名での出荷証明を用意し、柳川福アサリという愛称をつけて販売することにした。

(3) 出荷

試験出荷はアサリの身入りの最も良くなる 4 月から始めた。柳川福アサリの売れゆきはなかなか好調で、毎週土日には 100 kg 位のアサリが売れた。購入者からのクレームもなく、私たちは自分たちの採っているアサリに自信を深めていった。



図2 アサリ選別風景

年に数回行われる販売所のイベントでは、柳川福アサリを PR するチャンスと考え、のぼりやはっぴを準備し、特設コーナーを設けて私たち漁業者、女性部、漁協職員も参加して試食や対面販売等を行った。イベント当日は、事前に配布した新聞チラシの効果もあってか開店前からアサリを求める多数の購買客が訪れ、女性部が中心となった貝汁の試食などで大いに盛り上がった。普段接客などしたことがない漁業者にとって、販売というのは非常に照れくさいものであったが、目の前で自分たちが採ったアサリを人が買ってくれるというのはなかなか新鮮な体験だった。



図3 アサリの販売開始を待つ人々

しかし、きちんと選別したつもりでいたアサリが、多くの人から「大きさがバラバラだね」といわれてしまった。アサリは小型のものは汁物、大型のものはバター焼きや酒蒸しと、サイズによって用途が違うので、消費者はサイズが揃っていることに私たちが思っていた以上にこだわっている事がわかった。

また、何人かから「有明？有明産といったら北朝鮮生まれのアサリだろ」といわれ、有明産アサリに対する不信感が想像以上に根深いことを思い知らされた。しかし、これだけ産地に対する関心が高まっているということは、国産天然である柳川福アサリを売り込んでいくチャンスでもあると考えられた。

6. 波及効果

これまで出荷を継続してきたことや、イベント時の PR の取り組みが功を奏し、柳川福アサリについての知名度は徐々に上がってきた。最近では販売所に「柳川福アサリはあるか」という問い合わせが頻繁にあるようになった。

またイベントなどを通じて直接消費者と接し、話しをすることで、漁業者の間にも自分たちが採ったアサリに対する責任感が育ってきた。その結果、アサリの品質に対して敏感になり、消費者が求めるアサリを提供しようという意識が高まってきた。

さらに、アサリ以外にも有明特産で筑前海区ではなじみのないサルボウやタイラギなどについても、試食やレシピの提供を行い、食文化の紹介と新たな販路の開拓を行うようになった。

7. 今後の課題や計画と問題点

アサリの試験販売は有明産アサリの知名度の向上という目的についてはおおむね順調に進んでいる。しかし、1年間での出荷量は3.5tであり、共同出荷にかかわっている10人の採介業者の年漁獲量約100tからするとほんの一部である。漁業者の生活を安定させるためには今以上に販路を開拓し、出荷量を増やしていかなければならない。

また、現在は漁業者10人程度の小さな取り組みであるが、いずれは柳川漁協全体、ひいては福岡県全体の取り組みに拡げていきたい。産地偽装問題等で失われた福岡有明産アサリの信用を私たちの手で取り戻し、日本全国でアサリといえば福岡有明産といわれるよう、がんばっていきたい。