

佐渡「カキの千両箱」で沢根に活力を

—味覚の旬を第一に大粒で旨いカキをお届けします—

佐渡漁業協同組合稲鯨支所佐和田出張所

三井宏志

1. 地域の概要

私の住む新潟県佐渡市は、人口が約5万7,000人で佐渡島の全域が市の区域となっている。古くは金・銀が産出する島として栄え、徳川幕府によって天領とされていた。

対馬海流の影響による温暖な気候により農林水産業が盛んであり、漁業においてはブリ、スルメイカの水揚げが多く、農林業では米、柿や干し椎茸が特産となっている。このほか海岸線をはじめとする美しい景観や佐渡金山のほか能、鬼太鼓などの観光資源にも恵まれている。(図1)

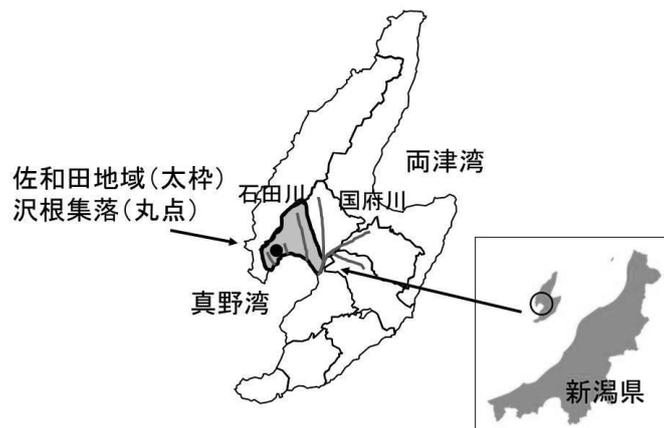


図1 佐渡市沢根の位置

2. 漁業の概要

佐渡漁業協同組合稲鯨支所佐和田出張所（以下「漁協」という）は島の西側にある真野湾の湾奥部に位置する。湾は平均水深が20メートル程度で国府川や石田川等の河川から供給される栄養塩によって豊かな漁場が広がっている。主な漁業種類はカキ養殖と、刺し網で、水揚量は直近5カ年の平均でカキ養殖が3.3トン（むき身換算）、鮮魚類が48.4トンである。水揚金額はカキ養殖が約870万円、それ以外の鮮魚類が約1,560万円であり、約36%をカキ養殖が占めている。正組合員数は15人（うちカキ養殖従事者12人）、准組合員数は71人で、組合員は年々減少し、高齢化が進んでいる。主力のカキ養殖は、統計資料の残っている平成11年度以降では、平成14年度の約9.8トンをピークに減少傾向にある(図2)。カキ養殖はいかだ式が一般的であるが、当地では冬期間の風浪に耐えられるようにはえ縄式で行われている。

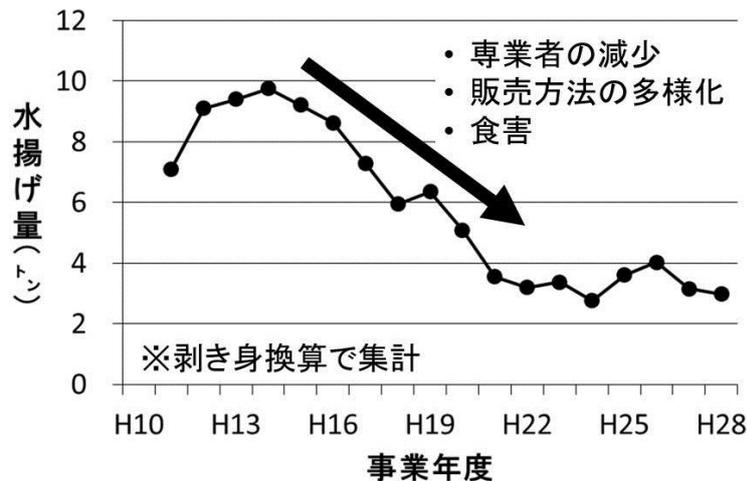


図2 漁協のカキ取扱量の推移

3. 実践活動取組課題選定の動機

私は漁協管内の沢根の生まれで、佐和田町漁協（当時）組合員であった父親の後を継いでカキ養殖業、遊漁船業に従事するとともに釣具店を経営している。元来より地域の活性化について興味をもっていて、漁協の組合員と佐和田商工会（以下「商工会」という）の会員という2つの視点から日々地域活性化に取り組んでいる。十数年前、東京の代々木公園で開催された、「佐渡國鬼太鼓in 原宿」という地域の伝統芸能を通じて佐渡をPRするイベントに参加し、「あつあつのカキ汁」や、「大粒のカキをふっくらと炊き上げたカキめし」を振る舞ったところ、瞬く間に売り切れてしまった。その時の手応えがきっかけとなり、イベント以外にも日常的に沢根のカキを売り込みたいと考えた。カキの需要は11～12月までのお歳暮商材が主力であり、身が大粒になり旨味が増す1～3月の需要拡大が課題でもあった。

漁協を通じて新たな仕掛けを考えようとしたが、カキは顧客の注文に応じて出荷・販売するスタイルが定着しており、なかなか突破口が見出せなかった。こうした状況の中、平成14年に商工会の青年部有志で「インターネット販売」（以下「ネット販売」という）の勉強会に加わった。ここでは漁業者である私のほかに、小売店経営者や、食品製造業者等異業種の面々が集まり、沢根ひいては佐和田地域の特産品の売り込みのためのネット販売の仕組みや、運営の方法などを学んだ。勉強会に参加しながら、私が「沢根のカキ」のネット販売を青年部に提案したところ、冬場に食べる「焼きガキ」が非常に美味しく、とりわけ殻付きのものは「素材そのままのイメージ」が消費者の食欲を刺激するのではないかという考えから、「自宅で焼いて食べるカキ」を目玉にした商品を開発することになった。しかし、これを商品化するためには、カキを直接火に当てることに伴う安全面の課題や、殻が飛び散って服や部屋が汚れるという問題点があった。

平成15年には、勉強会が「カキのネット販売プロジェクト」（以下、「プロジェクト」という）という実践段階に発展した。釣具店を経営していたものの、ネット販売は初めての試みであり、「沢根のカキ」を具体的に誰にどのような形にして販売するのかを引き続き研究することになった。商工会には大学時代に販売手法を学んだメンバーもおり、一緒にタ

ーゲットの絞り込み、食べ方、パッケージなどの研究を重ねた。食べ方を研究する中で、「蒸しガキ」を試作したところ、ボリューム、おいしさ、香りにおいて、県外の有名産地のものと比較しても遜色がないことが分かった。また、パッケージを研究する中で、空き缶を利用して蒸しガキを調理すれば、カキを直接火に当てることがない上、弾けた殻で部屋が汚れることなく出来たてアツアツの「蒸しガキ」を手軽に食べることができた。

この結果、県内だけでなく、関東圏等の住宅事情を考慮した上で「蒸しガキ」を手軽に家庭で食べることのできる商品をネット販売することとなった。そして、販売当初の商品名はプロジェクトが発足した平成15年11月に「佐渡カキのガンガン焼き」(以下、「商品」という)と命名した。「ガンガン」とは、佐渡における缶の呼び方で、「ガンガンの中で、ガンガン焼いて、ガンガン食べよう」という意味を込めた。

4. 実践活動状況及び成果

商品は、殻付きのカキ、調理用半缶、カキ用ナイフ、軍手及びレシピの5品目で構成されている。缶の中に殻付きのカキと日本酒又は水を適量入れて火に掛け、蒸し上がったカキを出来たてアツアツのうちに食べるもので、この商品一つでオールインワンとなっているのが大きな特徴である(写真1及び2)。



写真1 商品一つでオールインワン



写真2 安全・簡単・アツアツ

商品に用いる殻付きのカキは、すべて漁協を通じて購入している。漁協では通常お歳暮シーズンの11~12月が出荷のピークとなり、ピークを過ぎると注文数・価格とも低下する。一方で、カキは年明け以降に品質が向上し、蒸し焼きにしても身の縮まりが少なくふっくらとおいしく仕上がる。そこで、お客さまにおいしく召し上がってもらうことや、1月以降の需要拡大のため、商品の販売期間は1~3月に限定することとした。また、本商品は殻付きを基本とすることから、むき作業のコストを大幅に軽減できる利点もあった。

平成16年1月からネット販売を開始し、注文窓口は商工会が受け持ったが、平成18年1月以降は私が担当している。ネット販売という不特定多数を対象とすることや、注文数への対応にも限度があることから、ネット上で商品の残り数を表示し、残り数が0になった時点で注文受付を終了としている。商品は先述の5品目が一つになったAセットが基本で、購入者のリクエストに応じてBセット(Aセットにカキのむき身を加えたもの。平成

17年1月から販売開始)とCセット(おかわり用の殻付きのカキのみ。平成23年1月から販売開始)を加えて3タイプを販売している。

最初の10年は年間100~300セット程度を販売した(図3)。一方で、平成21年度から平成24年度までは、恒例のカキ販売イベントである「さわたカキまつり」が4年連続で中止になるほどの不作が続き、ネット販売数も両セット合わせて150セット前後に留まった。平成26年3月には5年ぶりにさわたカキまつりが再開し、カキの生産が回復の兆しを見せはじめた。この頃、本取組が10年経過したことが地元紙に掲載され、商品が注目を浴びたこともあり、平成25年度から年間取扱数は300~500セット超に急増した。

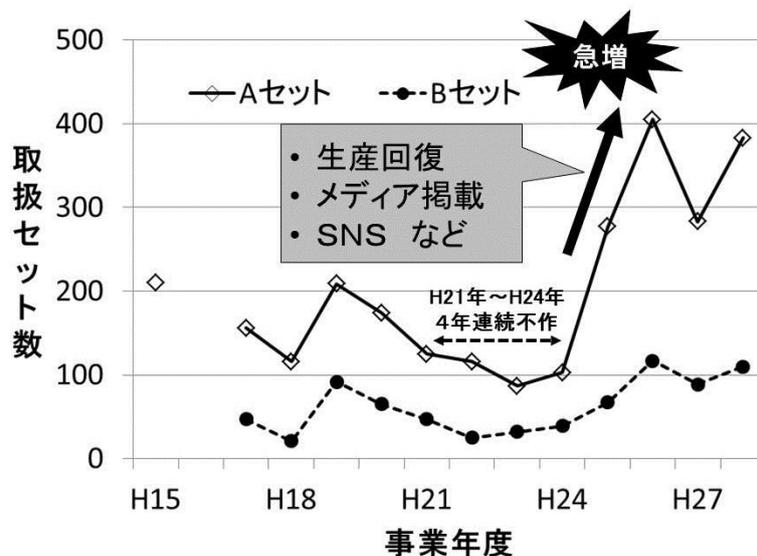


図3 商品取扱セット数の推移

この取組によって、1~3月の需要を拡大させるという当初の目標を達成することができた。販売当初からのリピーターは多く、佐渡の季節商品としてさらに定着するのではないかという手応えを感じている。

その一方で、商品販売を開始して8年目の平成23年に、当初の名称「佐渡カキのガンガン焼き」の商標登録に向けて出願の準備を行った際、この名称は既に類似した商品が流通しているために諦めた経緯があった。さらに、後日「ガンガン焼き」という名称が他県で商標登録されたことが分かり、この名称を使用し続けることができなくなった。このため、沢根のカキのさらなる発展の思いを込めて、「カキの千両箱」(商標登録出願中)に名称を変更することにした。新しい名称は佐渡金山をイメージしており、かつて金・銀の産出で栄え、徳川幕府によって天領とされた佐渡らしさを前面に出した。ピンチではあったが、ここは良い勉強になったと気持ちを切り替え、次なるチャンスへつなげたいと考えている。

5. 波及効果

(1) 需要の拡大

取組前の平成14年度は、漁協のカキ取扱量全体のうち、1~3月の殻付きのカキ取扱割合は28%に留まっていた(図4)。取組を開始した平成15年度以降ではその割合は増減を

繰り返しながらも増加し、直近の平成 28 年度では 73%を占めるに至った。

この取組によって、品質が向上するにもかかわらずあまり注目されていなかった 1 月以降のカキ需要が掘り起こされた。

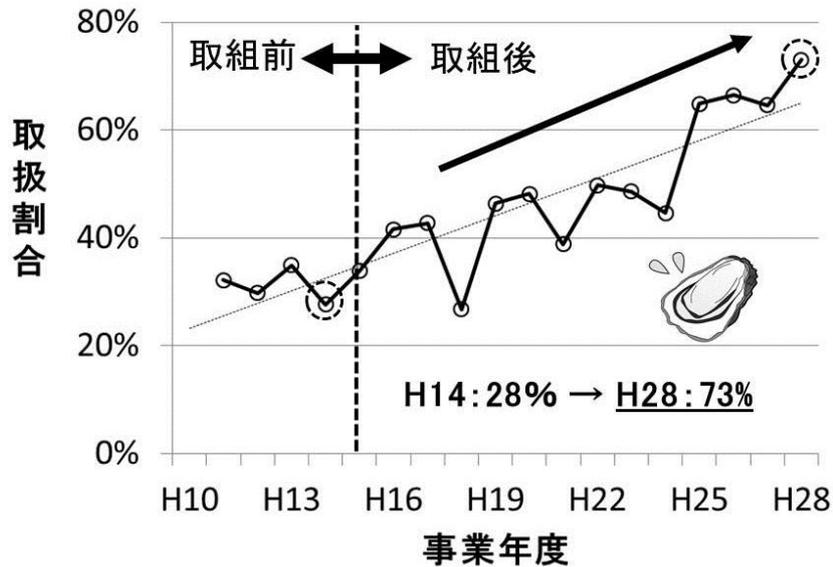


図 4 漁協の 1～3 月のカキ取扱割合の経年変化

(2) 単価の向上

取組前の平成 14 年度は、漁協における 1～3 月の kg 単価は 1,960 円だった (図 5) が、取組後は変動しながらも増加し、平成 28 年度では 2,680 円と、取組前に比べて 720 円高くなった。殻付きのカキを用いるため、組合員にとってはむき作業の負担が軽減される上に価格も高くなるため、非常に収益性を高める取組にもなった。

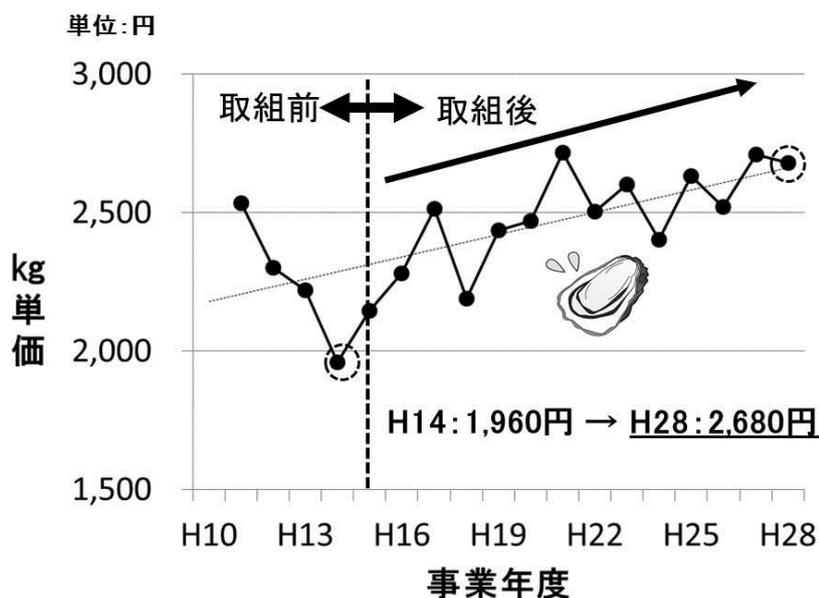


図 5 漁協の 1～3 月のカキのキロ単価の推移

6. 今後の課題や計画と問題点

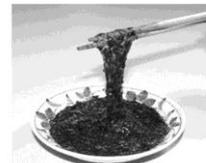
これまでの取組により、「カキの千両箱」は季節商品として定着しつつあるが、今後も工夫を重ね、さらなる需要拡大を図りたいと考えている。現在は1～3月までの期間限定で販売しているところだが、カキの旨みを考慮すると4月までは自信を持ってお客さまに提供可能と考えている。このため、フライやオイル漬けで提供するなど、季節に合わせたおいしい食べ方を考案してお客さまへ伝えることを検討中である。

しかし、課題もある。一つ目は、後継者の確保である。カキの販売を将来的にも持続し拡大するためには、後継者を確保してカキ養殖を継続し、水揚げ量を回復させる必要がある。平成22年からは地域内の小学生を対象にしたカキの体験学習を開催し、カキ生産者と一緒になってカキの種付け、収穫、さらには収穫物を試食してもらっている（写真3）。この活動が、後継者の掘り起こしにつながることを期待している。二つ目は、養殖カキの食害対策である。過去にあった4年連続不作の一因は、クロダイ等による稚貝の食害と考えられており、その対策として、クロダイを釣り客に釣ってもらうことを検討している。食害対策だけでなく、地域の遊漁船業の活性化も期待できる。

「カキの千両箱」販売の取組は今シーズンで15年目を迎えた。商品で用いるカキは全て漁協を通して購入しているため、漁協や組合員にも利益も還元できている。お客さまが満足すればするほど、沢根地域全体に元気を与えてくれると考えている。さらに私は、「カキの千両箱」を足掛かりに、リピーターにはカキ以外にも季節の水産物を売り込むことができるようになればと考えている。ながも（アカモク）、いごねり（海藻加工品）やイワガキなど自慢できる沢根の逸品はまだまだある（写真4）。今後も取組を通じてお客さまに満足してもらい、おいしいカキを将来にわたって提供するためにも、地域とともに頑張っていきたい。



写真3 小学生によるカキ体験学習



ながも（アカモク）



いごねり（海藻加工品）



イワガキ

写真4 沢根の海は役者ぞろい