

呼子の冬はこれで決まり！

—産直所を活用して、旬の素材をその場で提供—

呼子町漁業協同組合 青壮年部

中道 貴之

1. 地域の概要

私たちが住んでいる呼子町は、玄界灘に面しており、地先の加部島が自然の防波堤の役目を果たしているため、波静かであることに加え、中国や朝鮮半島に近いこともあり、古くから海上交通の要所として栄えており、現代に伝わる日本最古の歴史書である古事記や万葉集にも紹介されている。

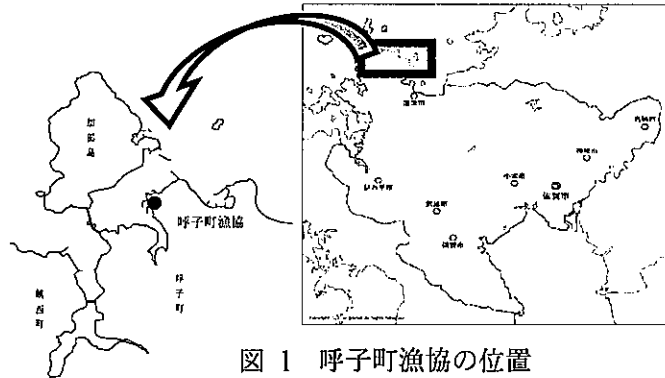


図1 呼子町漁協の位置

観光地としても名高い呼子町は、日本三大朝市のひとつに数えられる呼子の朝市、呼子大橋や風に見える丘公園があり、さらに、漁港ではイカ釣り漁船が数多く停泊した壮観な風景が眺望できる。また、イカの活き造りなどが有名であり、おいしい海産物を目当てに、県内外から多くの観光客が訪れている。

私たちが所属する呼子町漁協（図1）は、佐賀県唐津市の北部に位置しており、平成16年に町内の呼子町漁協、浦方漁協、小友漁協、片島漁協の4漁協が経営基盤、組織体制の強化や合理化を目的とした合併を行い、新しく誕生した。

2. 漁業の概要

漁業経営体数の推移（図2）は、平成元年に202経営体であったが、徐々に減少し、平成10年には165経営体、平成20年には116経営体と20年間で、おおよそ約半分となっている。

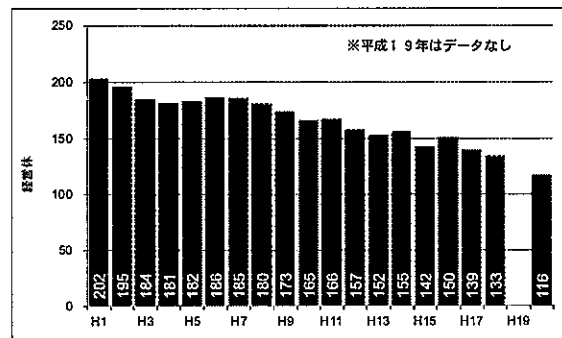


図2 漁業経営体数の推移

次に、漁業種別経営体の割合（図3）は、おおよそ7割が、イカ釣りを主体とする経営体となっている。それ以外には、一本釣りなどの釣り漁業が11%、延縄が9%、海士による採貝・採藻が5%を占めている。

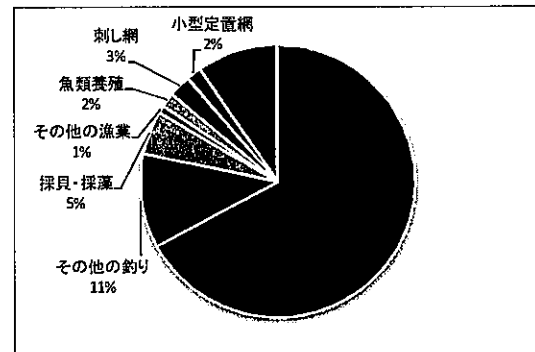


図3 漁業種別漁業経営体の割合 (H20)

次に、漁船漁業漁獲量の推移（図4）は、全体の漁獲量のうち、半分程度が、呼子のイカとして名高いケンサキイカなどのイカ類である。

漁船漁業漁獲量は、平成元年に約 1,000 トンであったが、平成 4 年の約 1,200 トンをピークに、それ以降は減少傾向となっており、平成 10 年では約 700 トン、平成 21 年では約 250 トンと平成元年と比較すると、おおよそ 4 分の 1 となった。

また、イカ類の漁獲量は、平成元年に約 350 トンであったが、平成 4 年の約 700 トンをピークに、こちらも増減はあるものの減少傾向となっており、平成 10 年では約 350 トン、平成 21 年では約 150 トンとなっており、平成元年との比較では、おおよそ 4 割程度となっている。

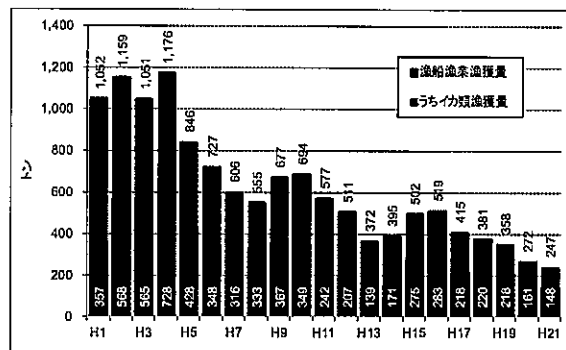


図 4 漁船漁業漁獲量の推移

3. 研究グループの組織と運営

現在、夏場はイカ釣り漁業を主体とし、冬場はブリの一本釣りをを行う漁業者は約 40 人いるが、平成 19 年よりマガキ養殖を始めた青壮年部が中心となって、約 10 人で活動している。

4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

イカ釣りを営む漁業者の一般的な年間操業スケジュールは、ケンサキイカの主な漁期である夏場は、イカ釣り主体で操業し、冬場はブリ類の一本釣りをを行う漁業者が多くなっており、このような形で周年操業を行うことが一般的である。

しかしながら、近年では、ブリの価格の低迷が問題になり、周年操業の支障になっている。釣りで漁獲されたブリの玄海漁連魚市場でのキロ当たり単価（図 5）であるが大、中、小の銘柄名が、それぞれブリ、ワラサ、ヤズとなっている。

このように、近年では、大銘柄では、2 月から 3 月の短期間は上昇するものの、それ以外ではおおよそ 1 kg あたり 500 円、中・小銘柄では期間をとおして 1 kg あたり 200~400 円程度と低迷している。

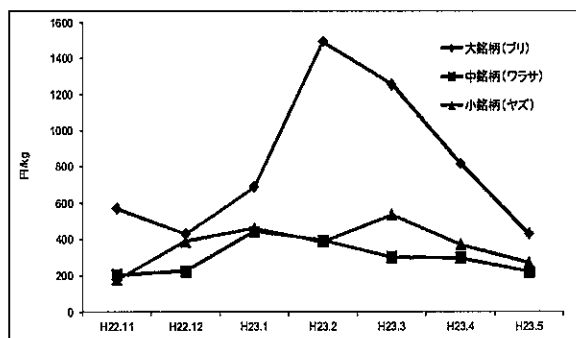


図 5 ブリ（釣り）の魚市場価格の推移

そこで、青壮年部の一部漁業者は、冬場の新たな収入源を求めて、平成 19 年からマガキの養殖を始めた。養殖したマガキは、主に、自分たちで経営するカキ小屋で販売している。この取り組みにより、ある程度の収入は確保できたものの、マガキの養殖に伴う、選別・洗浄作業、自分たちで行うカキ焼き小屋での販売に加えて、なぎの時は一本釣り漁業にも従事することとなり、休みを取ることができないほどの、大変な重労働となった。また、ブリの価格低迷の根本的な解決とはなっていないという問題も残った。

このような中、平成 22 年 4 月に『呼子台場みなとプラザ』内に呼子町漁協が運営す

る産直所「大漁鮮華（たいりょうせんか）」がオープンした。ここでは、新鮮なイカやウニ、サザエ、アワビ、アジ、タイなどの旬の魚介類や、地元産の水産加工品などの水産物をはじめ、精肉、野菜、果物など、呼子ならではの特産物が多数、販売されている。

また、隣接して、オープンウッドデッキコーナー（図6）が設置され、購入した魚介類をバーベキューなどで楽しむことができるようになっている。新規オープンした産直所を活用し、ブリの販売促進および、養殖マガキの販売に取り組むことで、単価向上、販路の確保、出荷・販売作業の省力化など今まで私たちが抱えてきた問題が解決できないかと思慮した。



図6 オープンウッドデッキコーナー

5. 研究・実践活動状況及び成果

産直所を活用した販売促進の取組概要（図7）について、ブリの販売促進については、漁獲したブリを産直所で買い取って販売を行った。銘柄は、価格の最も低迷している中サイズであるワラサ銘柄が主体となった。それを一定期間海上イカダで蓄養しながら販売するが、海上イカダの設置、網かえ作業や、店内への輸送、締め、捌きなどの作業は、青壮年部も共同して行った。

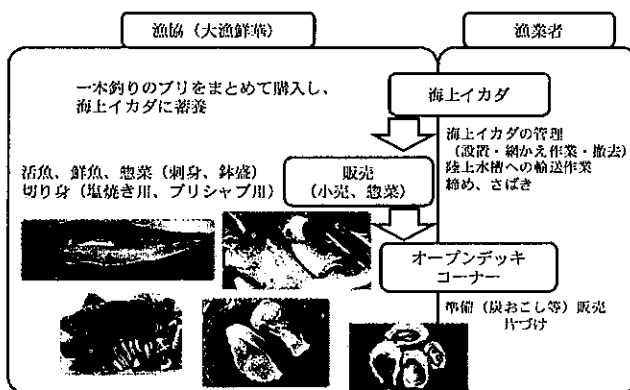


図7 産直所を活用した販売促進の取組概要

販売は、産直所で活魚や鮮魚、刺身や鉢盛などの惣菜のほか、オープンデッキコーナーで塩焼きやブリシャブとして食べてもらう切り身としても販売した。なお、オープンデッキコーナーでの炭おこしなどの準備や、販売、片づけなどにも青壮年部が積極的に参加した。また、養殖マガキについても、販売の主体を自分たちで経営するカキ焼き小屋から産直所のオープンデッキコーナーに移したことで、省力化が図れた。

実績として、約3kgサイズのブリを全体で500本、1本あたり1,000円から1,200円で産直所に納入できた。この時期の市場での価格である1本あたり700円から800円に比べ、約3割程度、高値で納入することができた。これにより、全体で15万円程度の収入の底上げとなった。また、市場出荷と比較し、販売にかかる氷や箱などの資材費や輸送にかかる手間なども、大きく削減することができた。

産直所での販売については、手間賃も含め、おおよそ1本あたり1,500円から2,000円と、一般的な小売価格より3割以上安価な価格で販売され、完売できた。消費者も一

一般的な価格より当日締めの新鮮な天然ブリを入手することができ、産直所の良さを感じてくれたと考えている。

6. 波及効果

産直所を活用した成果（図8）は、まず、納入価格が市場への出荷と比較し、3割程度アップし、漁業者の手取りを増加させることができた。

出荷作業については、市場への出荷と比較し、省力化およびコスト削減ができた。活魚での出荷なので、生き締めや箱詰めなどの作業や、氷や箱にかかる費用が不要となった。カキ養殖では、取り上げ、出荷作業およびカキ焼き小屋の運営まで含めた取り組みは、非常に重労働だったが、販売の部分を産直所ですべてまかなうことで、大きな省力化が図れた。

産直所を活用した販売の取組は、今回が初めてであったにもかかわらず、500本のブリを完売できたことは、大きな励みとなった。養殖マガキも合わせ、冬季の新たな集客源・観光資源としても期待している。

また、新鮮なものを安価に消費者に提供するというのを、産直所と共同で行えたことも、大きな意義があったと考えている。

今回、直接消費者へ水産物を販売する機会があったことで、獲るだけで終わっていたことが多かった漁業者が、販売まで一貫してかかわる機会を得たことは、大変良い経験となった。

7. 今後の課題や計画と問題点

今回、紹介した取り組みは、始まったばかりであるが、今後は、ブリ販促の規模と期間の拡大を行いたいと考えている。特に、正月は需要が高まるため、海上生け簀を活用し、畜養を行い、この時期に集中して出荷できる体制を産直所とともに整えていきたい。

さらに、イカ、カキ、ブリ以外にも数多くある呼子の旬の素材についても、産直所を活用し、積極的に販売を行っていき、また、特売日などを設ける場合は、旬の魚介類の漁獲から管理・販売まで、漁業者も一緒になった取り組みが必要になるが、引き続き産直所とともに、呼子の魅力づくりについて考えていきたいと思っている。

最後に、夏場のケンサキイカと並ぶような呼子の新たな冬の特産物として、ブリ、マガキなど旬の素材の認知度を高め、定着できるように一層努力していきたい。

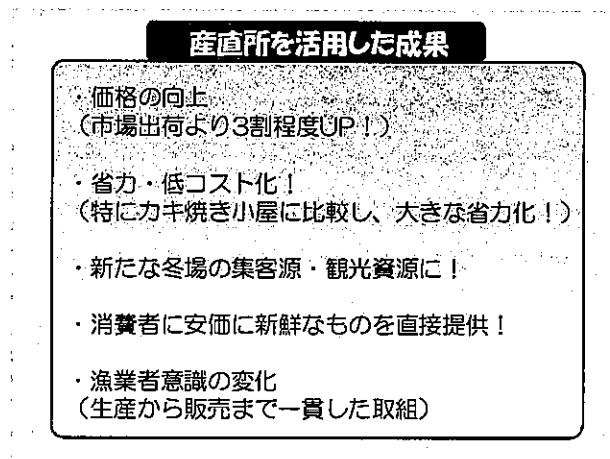


図8 産直所を活用した成果