

かきの日における松島大漁かきまつり in 磯島の成功に向けて

— 松島産かきの魅力を伝え消費者との交流をめざして —

宮城県漁業協同組合松島支所青年研究会

高橋 征 信

1 地域の概況

私たちの住んでいる松島町は、仙台市から東方に位置し、大小260余りの島々が点在する松島湾を有しております(図1)。

松島湾は、古くから日本三景の1つとして数えられており、松島観光の中心地として毎年、全国から約400万人の観光客が訪れています。

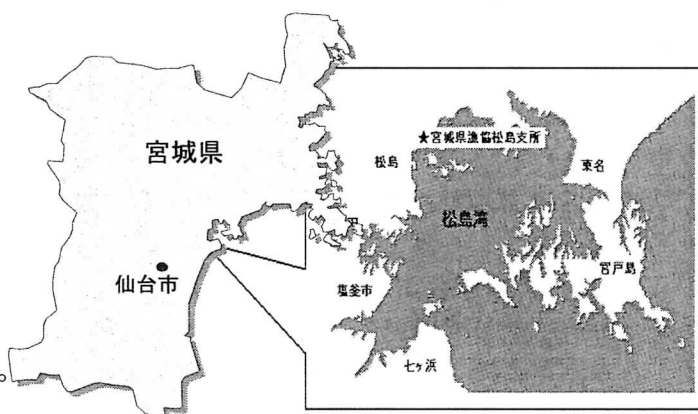


図1 位置図

2 漁業の概要

組合員が安心して漁業生産活動に専念できるよう強力な組織づくりを目的として、平成19年4月1日に県内31漁協が合併し「宮城県漁業協同組合」として新たな船出を致しました。私達の所属する松島支所の組合員数は199名(正組合員153名、准組合員46名)で、かき養殖を主体としてのり養殖の他あさりの生産を行っています。松島支所における過去10ヶ年のかき平均共販金額実績(平成8年~17年)は、2億292万円でしたが、平成18年度については、10月、12月の度重なる低気圧被害やノロウイルス風評被害により、1億2,930万円と平均共販実績に対して64%の販売金額となっています(図2)。平成19年度も昨年度に引き続き風評被害が尾を引いているため販売が伸び悩んでいる状況にあります。

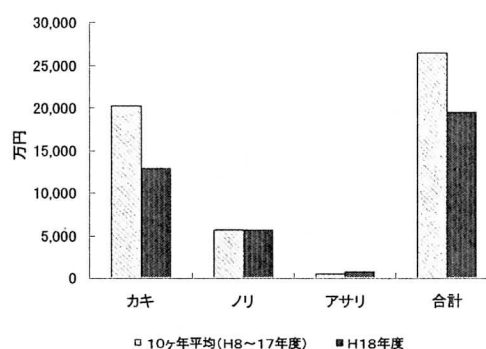


図2 主要3種目における共販実績

3 研究グループの組織と運営

私達の研究会は、昭和35年に発足し、現在29名の会員がおり、会長、副会長、会計、監事その他、事業別に部長と班長をおいて運営しています。研究会員は全員かき養殖に従事していますが、近年、漁家経営安定のため新たな漁業種目を模索し、アナゴ、ハゼを対象にせん漁業に取り組んでいます。また、かきの幼生分布調査を実施し、種かき採苗時期に

関するデータの収集と情報の提供を行い安定生産に取り組んでいます。更に、地域イベントやかき祭りへの参加を通じ、地域活性化にも会員一致協力して取り組んでいます。

4 実践活動課題選定の動機

松島かきまつりは昭和53年から現在まで毎年行われており、旧松島町漁協がかき養殖生産のPRと消費拡大を図るために始めたもので、組合が鮮かき販売を行い、私達青年研究会も殻付きかきの焼きかき無料試食を行ってきました。かき祭りは開催当初組合と青年研究会が主体となり、消費者との交流とかきのおいしさを伝える場として活動してきました。回数を重ねる毎に祭りも規模が拡大し、第1回開催では来場者が6,500人、第2回では1万3,000

人と今では、2日間の開催で12万人が訪れる冬季間の一大イベントとなっています。平成19年度の松島町における2月の観光客数は27万人となり宿泊客も増加するなど松島町の観光の1つとなっています(図3)。かきのPRと消費拡大そして松島町の観光産業として毎年かき祭りを開催する中、かき祭り終了後の反省会や定期的に行われる青年研究会の役員会では、会員や役員等から次のような意見が聞かれるようになっていました。「当初かき祭りを開催した時と主旨がずれてきている」、「観光がメインになって自分達の祭りでなくなってきた」、「規模が大きくなることによって消費者との交流が薄くなってきている」というものでした。こうした意見について、会員間でさらに話し合ったところ、「消費者はいいものを買いたいのではないか」、「消費者との距離が近い顔の見える生産者としての思いを伝えたい」との意見を集約し、イベントのためのかき祭りではなく、青年研究会が主体となり、消費者との交流ができる手作り感のある祭りを開催することにしました。

そこで、平成18年度にかき祭りを開催するため、青年研究会、商工会青年部、旧松島町漁協からなる実行委員会を設立しました。松島町商工会との連携を図り、初年度には役員会を15回、実行委員会を3回実施し、人員及び協力依頼、会場管理、販売品、会場配置、イベント内容、広報関係について手探りの中、試行錯誤を繰り返し祭り実施に向け取り組み「第1回松島大漁かきまつりin磯島」を開催することとなりました。第2回開催となる今年度は、昨年度の祭り開催時の問題・改善点等を踏まえ役員会を5回、実行委員会を1回開催し、更なる発展に向けて検討を重ねました。(図4)。

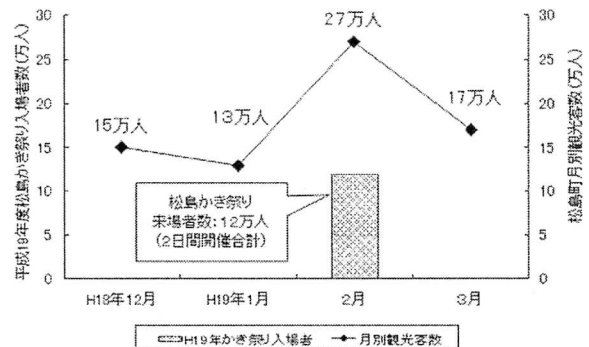


図3 松島町の月別観光客数及び平成19年松島かきまつり来場者数



図4 かきまつりポスター

5 実践活動状況

漁協青年研究会、商工会青年部主催による初の試みとして、かきの日の平成18年11月23日に「松島大漁かきまつりin磯島」が開催されました。

実行委員会ではイベントブースのレイアウトや販売品目の選定と販売量の見込みの作成を行いました。まつりの開催時間を9時～14時とし、組合が過去に主体となって行っていた当時のかき祭りを参考とするとともに、消費者との交流がしやすい規模のまつりを目指し、来場者数を1,000人程度と想定して、鮮かき販売300本(500g入り)、殻付きかき200袋(15～26個入り)、かき無料試食として焼きかき用の殻付きかきを2,000個準備しました。さらに、購入した殻付きかきをすぐその場で食べてもらえるよう炉端焼きコーナーの設置を企画しました。家族連れが多いことも考え、ちびっこ広場やゲームコーナーを設置し、かき養殖生産パネルを設置するとともに、かき処理場内の見学等を企画し、責任者を決めて準備を行いました。漁協青年研究会員と商工会青年部員が連携して、自ら企画し実施することにやりがいを感じ、取り組みを知ってもらいたいとの思いから、地元新聞社、テレビ局、松島観光協会パンフレットやホームページへの掲載のほか、観光雑誌への掲載も行いました。

かき祭りには、漁協女性部の協力を受けて、漁協青年研究会、商工会青年部一丸となって取り組みました。当日は天候が良かったものの風が強く、イベントブースの設置の変更を余儀なくされる等、アクシデントもありましたが、祭り開始と同時に家族連れのお客さんが次々に来場し、当初想定していた来場者数を大幅に上回り、7千人の来場となりました。販売品も追加を行いました品切れとなり、焼きかき用に準備した殻付きかきも1万2,000個を追加するほどでした。来場したお客さん達は、次から次へとかきのお吸い物や焼きかきの試食コーナーに長い行列をつくっていました。炭火の炉端焼きでは、購入したかきをその場で焼き、熱々の旬の味覚を楽しんでいました(図5)。



図5 新聞記事(河北新報 2006年11月24日)

かき祭り開催の目的は、消費者とのふれあいとかきのおいしさを伝えることが目的でしたが、想定していた来場者数の設定があまかったことで、かきを求めてせっかく来てくれたお客さんに販売することができなかったことや、様々な問題があったことが祭りを開催して悔いが残るところでした。

第2回開催となる今年度は、引き続き消費者との交流、風評被害の払拭と消費拡大を願い、積極的な祭りPRを展開しました。平成20年度実施の大型観光キャンペーン「デスティネーションキャンペーン(DC)」に向けたプレイベントパンフレット(図6)への掲載も行い、県外へのPRも行いました。PR効果を期待し来場者数を1万人程度と想定して鮮かき販売1,000本(500g入り)、殻付きかき500袋(15~26個入り)、かき無料試食としてかき汁3,000食、焼きかき1万個の準備を行い、祭り開催に向けて取りみました。

かきの消費低迷がまだ続いている中、消費拡大を願い取り組んだ祭りでしたが、「お客さんがきてくれるか」、「かきを買ってくれるか」大変不安でした。開催とともに大勢のお客さんがかきを求めて来てもらうことができ、心配していたことも忘れるほど盛況の内に終わることができました。昨年と比べて3,000人多い1万人が来場し、第1回かき祭りのリピータに加え、積極的な開催PRが来客数の増加に繋がったものと考えられました(表1)。また、かきの販売金額も第1回開催の88万3,000円に対し、第2回では1.8倍の163万4,000円となり75万1,000円の収入増となりました(図7)。

さらに、今年度は新たな取り組みとして消費者の声を直接聞くことでかきの評価を知り、さらに良いものを提供できるよう生産に反映させるため、来客者に対しアンケート調査を実施しました(表2・図8)。かき試食についての問いには、おいしかったと答えた人が98%、おいしくなかったと答えた人が0%でした。販売品の問いについては、良い(新鮮)と答えた人が96%、悪いと答えた人は3%となり、試食・販売品ともに満足してもらうことができました。最後に来年も11月23日の「松島大漁かきまつりin磯島」に来たいですかとの問いには、ぜひ来たいが77%、来られれば来たいが22%と両方合わせてほぼ100%の人が来年もかき祭りへ来たいとのことでした。

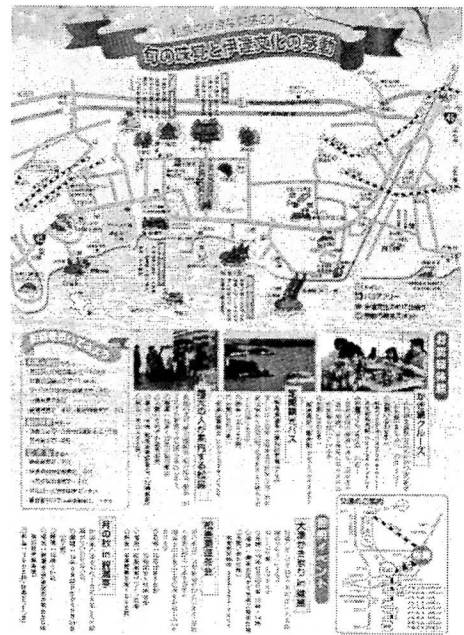


図6 仙台・宮城デスティネーションキャンペーン

(平成19年度プレイベントパンフレット)

表1 「松島大漁かきまつりin磯島」 販売用かき準備結果

	来場者数	かき販売量	
		鮮かき	殻付きかき
平成18年度	想定	1,000人	300本 200袋
	実績	7,000人	757本 403袋
平成19年度	想定	10,000人	1,000本 500袋
	実績	10,000人	1,247本 607袋

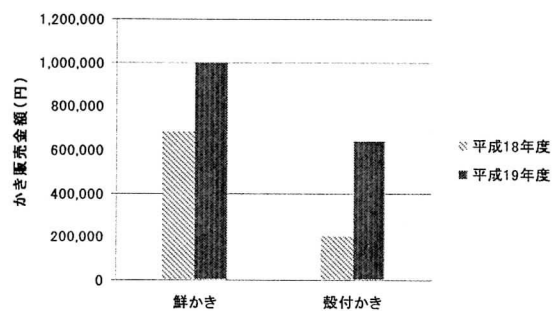


図7 「松島大漁かきまつりin磯島」かき販売結果

表2 松島大漁かきまつりin磯島アンケート結果

かき試食について

松島産のかきは小粒で甘みがあり、味が濃いのが特徴ですが、どうでしたか？

①おいしかった	②おいしくなかった	③粒が小さい	④よくわからない
98%	0%	2%	0%

販売品について

商品は満足でしたか？

①良い(新鮮)	②悪い	③どちらともいえない
96%	3%	1%

※殻付きかきのバラ売りや会場での飲み物に関する意見

来年も11月23日の「松島大漁かきまつりin磯島」に来たいですか？

①ぜひ来たい	②来られれば来たい	③来ないと思う	④わからない
77%	22%	※1%	0%

※県外からの来場者

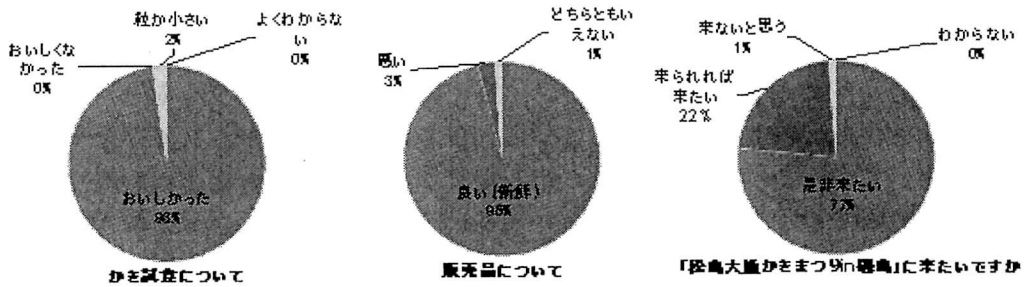


図8 第2回「松島大漁かきまつりin磯島」アンケート結果

宮城県松島産かきは簡易垂下式(図9)で養殖されることで、湾内の干満差によりかきが空気中に露出するため天然かきの生活に最も近く、小粒で身が締まり味のバランスがとれたかきが養殖されています。宮城県産のかきは小粒の生食で食べるイメージがありますが、松島産の一粒かきも生食として食通の方々に高い評価を得ています。生で食べるのが一番おいしい松島のかきを普及するため、他のイベントでは行われていない生食による試食を検討し、安心して食べられるよう引き続き消費者との交流やかきPR活動を行います。

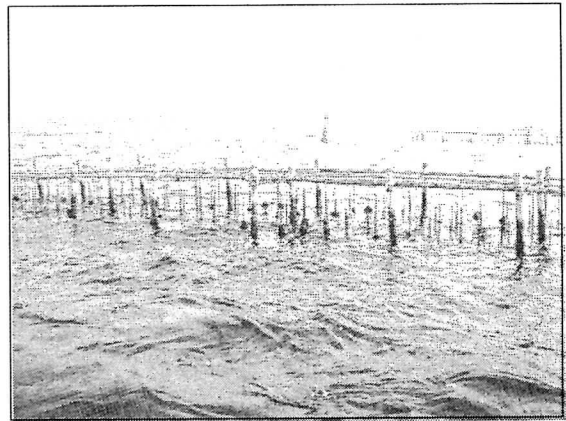


図9 松島湾のかき生産(簡易垂下式)

6 波及効果

2月に行われる松島かきまつりでは、年々規模が大きくなることで、消費者と接する機会が薄れ、ただかきを提供することが主体となっており、かきを食べて購入してくれるお客さんの意見や感想が中々伝わりにくくなっていました。この状況を改善するため、自分達のかきを食べてもらいたいとの強い思いから、手作り感のある祭りを企画し、開催した結果、予想以上の来場者に驚くとともに、生産者の顔が見える安心感と新鮮でおいしいかきを求めていることを改めて実感しました。来場者への対応やかきの販売数量が足らなかつ

たこと等で課題は残したものの、購入した殻かきをその場で炉端焼きにして食べているお客さんからは「おいしいかきだね」と言われるたびに、かき生産者としての意欲が湧く思いがし、これまで以上に安心して食べられる「松島のおいしいかき」を提供したいと私を始め、青年研究会全員が強く思い感じる場所でした。今年はPRのノウハウを大いに活かし、祭りも想定していた来客数を迎えることができ昨年を上回る来客となりました。新



たな取り組みとして行ったアンケート調査では、松島産かきに対する消費者の評価が予想以上に高いことを知ることができましたが、中には販売ブースの改善や祭り会場の誘導等、来年の祭り開催に向け参考となる回答も得られました。かき販売品も好評を得ましたが、中には殻付きかきのバラ売りや会場での飲み物に関する意見もありこれも直接消費者へ意見を聞くことで知ることができました。生産者が販売をすることで、お客さんからは「生食と表示されているが、生で食べられるか」「明日まで食べられるか」といった問いもありましたが、直接話をすることでかきに対する消費者の不安感を取り除き、安心して購入してもらうことができました。

昨年度の祭りでも好評であった焼きかきを提供する、地区組合直営の松島かきの里を今年度から常設しました。土、日、祝日のみの営業ですが、かき祭り開催以降も寒い中、多くのお客さんに来てもらえることができました。これも祭り開催による効果が大きいものと考えられ今後も引き続き松島大漁かきまつりin磯島と松島かきの里による宮城県松島産かきのPR発信拠点として今後も継続していきます。我々、かき生産者にとって非常に厳しい状況ですが、自分達が率先して活動することが消費の拡大に繋がると強く感じる場所でした。



7 今後の課題と展開

- ① 松島かきまつりのように知名度のあるイベントとなるよう、青年研究会主体により磯島かきまつりをかきの日のイベントとして定着することを目指し、地域に根ざした消費者との交流とかきPR発信拠点として活動を行っていきます。
- ② かき販売品が不足した場合の生産者間の連携や提供窓口の一本化のため組合との更なる連携強化を行っていきます。
- ③ 将来的には、磯島内にかき直売所を設置する計画もあることから、これまでの活動で得られたイベント、PRのノウハウを直売に活かしていきます。