

ゼロから始めたカキ小屋経営

～糸島市に新たな食文化と地域雇用を生み出すまでの軌跡～

糸島漁業協同組合 カキ養殖部会
上野慎一郎

1. 地域の概要

私たちの住む糸島市は、福岡県の最西部に位置し、人口約10万人を擁する都市である（図1）。絶景の海や豊かな山に囲まれている一方で、人口160万人を抱える福岡市に隣接していることから、移住先として非常に人気が高い。

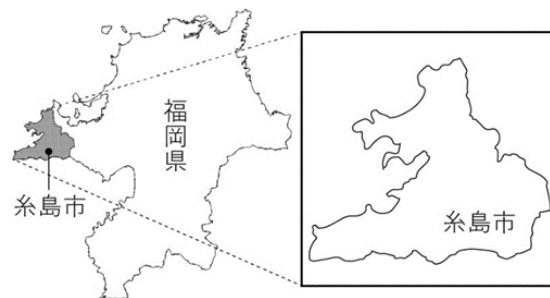


図1 糸島市の位置

JRと地下鉄、西九州自動車道、バイパスなどの交通網が整備されており、糸島から福岡の中心地である博多駅や天神駅まで約30分、福岡空港まで約40分でアクセスできる。また、お洒落なカフェやレストラン、サーフィンやシーカヤックなどのマリトレジャー体験、「白糸の滝」や「桜井神社」などの観光地も点在しており、若者から高齢者まで幅広い層に人気の観光地として県内外から多くの観光客が訪れている。

2. 漁業の概要

私が所属する糸島漁業協同組合は、本所と7つの支所で構成されており、組合員数363名（正組合員296名、准組合員67名）である。主な漁業種類はごち網漁業、釣り漁業、カキ養殖で、主要な魚種はマダイ（図2）と、サワラ、養殖マガキであり、令和6年の販売取扱高は約21億円であった。



図2 天然マダイ

そのうち、カキ養殖の取扱高は約5.3億円（水揚げ量約500トン）であり、養殖管理やカキ小屋の運営に年間500名以上を雇用している。糸島漁業協同組合では、糸島カキ（図3）としてブランド化し、加工品の開発も行っている。



図3 糸島カキ

3. 研究グループの組織と運営

私が所属する糸島漁業協同組合カキ養殖部会には、糸島漁協の全カキ養殖経営体である 29 経営体が所属している。

4. 実践活動課題選定の動機

カキ小屋を始める以前の 1990 年代、糸島地域ではごち網漁が盛んにおこなわれていたが、ごち網漁は 1 月から 4 月までが休漁期であり、その間は土木作業などの漁業以外の仕事に従事して生計を立てていた（図 4）。そのため、年間を通じて安定した収入を得られる生活基盤の確立が課題となっていた。そこで夏場の作業が比較的少なく、エサやりが不要で手間のかからないカキ養殖に取り組むことになった。

販売方法について、養殖開始当初はむき身での販売を検討したが、技術や施設などのハードルが高かったため、比較的取り組みやすい殻付きで販売をすることを検討した。しかし、当時糸島市や隣接の福岡エリアでは殻付きカキを焼いて食べる習慣はほとんど見られなかったため、新しい販売方法や販路の拡大が必要であった。

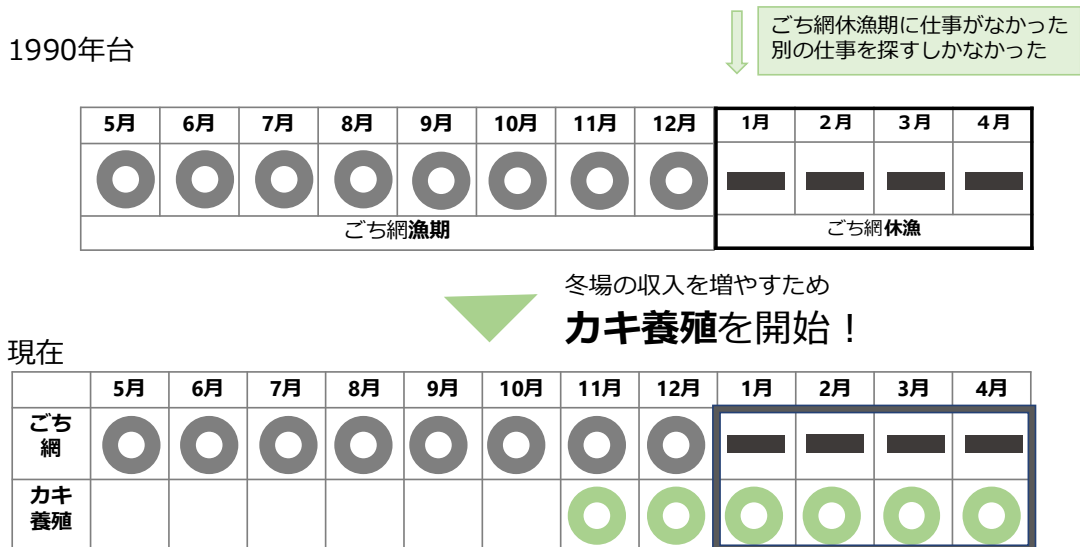


図 4 カキ養殖始める前後での年間スケジュール

5. 実践活動状況及び成果

販売方法を模索し、現在のカキ小屋経営のスタイルに至るまでに様々な課題に直面し、解決してきた。

① 課題1：販売方法の検討

私たちはまず、地元の直売所や朝市で殻付きカキを焼いて提供した。焼きたてをその場で食べられるという体験が、お客様にとっても喜ばれた。そこで、カキ部会創設や衛生管理体制の整備などに取り組み、現在のような、お客様がカキをその場で焼いて食べることができる「カキ小屋」を冬季限定の仮設施設で開設することとなった（図5）。対面でのカキ小屋の魅力としては、自分で実際にカキを焼く体験ができること、お客様同士の会話が生まれること、焼きたてのカキが味わえることなどあげられる。



図5 2008年ごろ
（仮設カキ小屋）

② 課題2：仮設施設での営業の問題

一方で、仮設施設でのカキ小屋経営にはいくつかの問題が生じた。仮設であるため、夏季には撤去しなければならず経費がかかること、トイレは仮設で衛生面に課題があること、さらに、床が土であるため、お客様や従業員の服が汚れてしまうことがある。こうした問題を解消するべく、カキ小屋の常設化を目指し、漁協内での同意を得たうえで、国や県などの行政機関へ働きかけを行った。そのかいもあり、カキ小屋を常設化することができた。常設化により、夏場の撤去問題、トイレの衛生問題、施設の足場に関する問題がすべて解消され、集客数も一緒に伸びを見せた。

③ 課題3：認知度問題

糸島市・福岡市エリアではまだまだ殻付きカキを焼いて食べる習慣が根付いていなかった。そのため、認知度向上とさらなる集客を図るためカキ部会で議論した結果、マスコミへカキ小屋の取り組みを積極的に発信することになった。その効果もあり、今では年間で10件以上の取材を受けるようになった。さらに集客を目的としてバスツアーの開催やチラシの配布（図6）を行った。焼きカキの提供のみならず、各店舗がそれぞれ競い合っ、チーズ牡蠣めしやカキのリゾットなど新メニューの開発にも取り組んだ（図7）。その結果、2019年のカキ小屋来客数は2012年に比較して約4倍の59万人にまで増加した。殻付きカキを焼いて食べる習慣がなかった糸島市・福岡市地域において、カキ養殖産業と新たな食文化を作り上げるとともにその動きは県内の他地域にも広がった。

2024年日帰りバス人気(No.1)コース!! (2024年11月～2025年3月) 約2,100名様にご参加頂きました! 食事満足度約90%

コース番号・団体番号 70534-20

伊都さんぐ工場見学

かき小屋 糸島ランチと

九州トスベックス 新登場

ブランド牡蠣 「みるくがき」を どどんと約15個!

冬の味覚

福岡の人気スイーツ店 「伊都さんぐ」にて もよびプレゼントご用意!

コース	出発地	到着地	料金
A	博多	10月18日-26日 11月1日-5日-7日-9日 13日-16日-17日-22日 25日-29日	9,980円
B	小倉	10月19日 11月2日-4日-10日-15日-23日	10,480円
C	大塚原	11月6日-12日-24日	9,980円
D	小倉	11月30日	10,480円
E	小倉	11月8日-19日	9,980円
F	小倉	11月3日-21日	9,980円

図6 バスツアーのチラシ



図7 新メニューの開発

④ 課題4：大量に発生するカキ殻問題

カキの消費拡大によって年間約600トン発生するカキ殻残渣の処分問題が浮き彫りになった。年間約600トン発生するカキ殻を可燃ごみとして処分していたが、処理費用が大きな負担となっていた。そこで地元のJAや企業、大学に協力を依頼し、再利用方法としてカキ殻を原料とした土壌改良剤「シーライム」として商品化に成功した。現在では、年間約600トンにのぼるカキ殻などの廃棄物のうち、約98%が再利用され、地域の農家などで有効に活用されている(図8)。

大量にカキ殻が出る問題もエコに解決



図8 年間600トンのカキ殻をリサイクル率98%の土壌改良材に活用

このように、産業発展と環境保全を両立させた持続可能な産業システムを構築でき、カキ小屋経営もこれで安泰かと思われた。

⑤ 課題5：新型コロナウイルス感染症の発生

しかし2019年に発生した新型コロナウイルス感染症の影響によって、カキ小屋来客数は約3割減少した。また、感染防止の観点から、今までセールスポイントであったお客様同士の会話や、対面でのカキ焼き体験が制限される事態に陥った。このような状況の中で、私たちは新型コロナウイルス感染症のまん延を防ぎつつ、カキ小屋の運営を維持させなければならず、これまでとは異なる新たな対応を考える必要に迫られた。

感染対策として、ソーシャルディスタンスの確保（図9）や手指消毒の徹底、テーブルの消毒などについて、従業員への教育を強化し、感染症対策に注力した。この結果、県知事の営業認可のもと、営業を行うことができた。

また、LINEによる注文システムを導入したことにより（図10）、注文スピードが向上した。さらに、注文時にLINE公式アカウントへの友達登録をお願いした結果、約4万4千人の登録者を得ることができ、カキ小屋営業開始案内や新メニューのPRなどに活用できる副次的効果も得られた。



図9 まん延防止対策したかき小屋座席



図10 LINEを用いた注文QRコード

これらの取り組みにより、来客数は新型コロナウイルス感染症拡大前の9割の水準までおおよそ回復した(図11)。この大きな困難をのりこえたことにより、私たちの中に「ピンチをチャンスに変えるたくましさ」があることを改めて実感することができた。

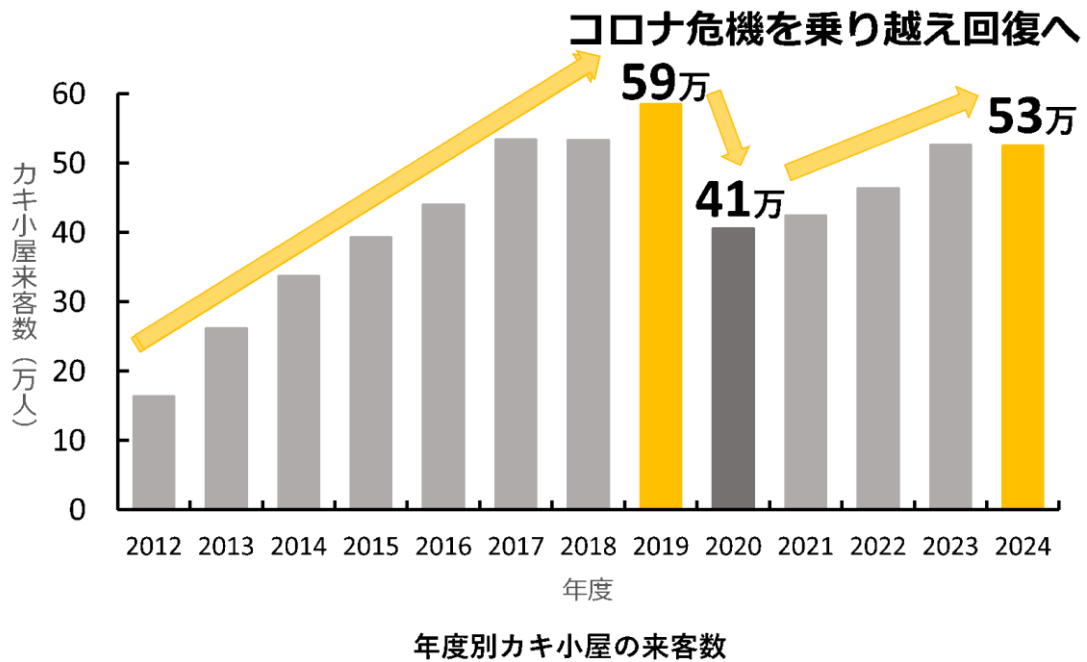


図11 かき小屋来客数推移

⑥ カキ小屋発展の歴史（これまで築き上げてきた成果）

手探りで始めたカキ養殖、カキ小屋経営の 30 年の歴史の中で、多くの成果を築き上げた。その成果を紹介する。

（1）カキ消費の拡大

糸島地域における水揚げ数量に占めるカキ養殖の割合は、魚種別で 2 ところごち網漁につぐ全体の 2 位にまで成長した。カキを殻付きで焼いて食べる機会が少なかった糸島市・福岡市において、新たな食文化を作り上げた。また、近年増加している外国人観光客に対応するため、外国語対応マニュアルの整備や外国人向けメニューの導入を行い、さらなるカキ消費の拡大を伸ばしている。老若男女、国内外問わず幅広い人々にカキ焼き体験を楽しんでいただいている。

（2）周年雇用の実現

ごち網漁の休漁期にはじめたカキ養殖だったが、今では糸島市の主要産業にまで成長した。またカキ養殖・カキ消費拡大にともなって、ごち網漁期にも、養殖管理や筏管理作業を行う人たちを雇用できるようになった。周年雇用できるようになったことで、カキ養殖に関する専門的な知識や技術を持つ高度な人材を育成できるようになった。

6. 波及効果

（1）カキ専業漁業者の増加・非漁業者の雇用

カキ部会内で新たな販売方法やカキ小屋ごとに創意工夫を重ね、お互い切磋琢磨し、収益性が高い経営が広まった結果、仲間が増えている（図 12）。

また私の場合、父から継いだカキ事業も、事業拡大することができたため、3 代目となる甥に引き継ぐことが決まっている。糸島地域のそのほかのカキ小屋でも続々と後継者が決まっている。

私たちのカキ小屋では、漁業者以外の人々の雇用も確保している。アルバイトの内訳は、地元の大学生や主婦、フリーターなどであり、これらアルバイトが全従業員の 71%をしめている（図 13）。漁業に携わっていない主婦や学生などが海に触れ、漁業を知ってもらう機会を作ることができた。アルバイトの中には漁業に興味を持ち、漁師になるものもいる。



図 12 青壮年集合写真

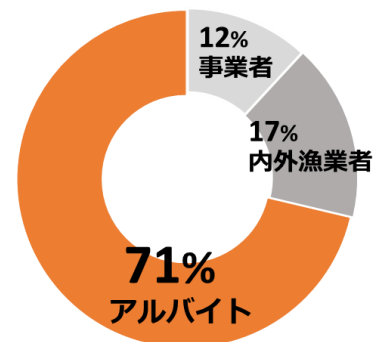


図 13 カキ小屋従業員内訳

(2) 観光業に貢献

私たちは、水産庁が推進する「海業」の理念に沿った、海や地域資源（新鮮な魚介類、漁港、美しい景観、漁業体験など）を活かした、観光・飲食・体験活動などを通じて地域を活性化させるカキ小屋の体制を確立できたと自負している。その一例として、観光業への貢献が挙げられる。県内外から訪れる年間 50 万人超のカキ小屋来場者が、食事を終えた後にカフェやドライブ、糸島市の観光名所などを訪れることで、大きな経済効果が地域にもたらされている。カキ小屋の操業する以前は、冬の糸島地域にわざわざ訪れる観光客はほとんどいなかった。しかし、カキ小屋拡大にともなって、現在では糸島市、さらには福岡県内でも有数の冬の名物になるほど観光客が多く訪れ、地域活性化に貢献している。

7. 今後の課題や計画と問題点

これまで順調に推移していたカキ小屋の経営も、新型コロナウイルス感染症の影響により売上が 3 割減少するほど落ち込んだ。順調だと思っていたカキ小屋経営であっても、新型コロナウイルス感染症によって大きく傾くことが分かった。そこで今後は、大きな環境の変化にも柔軟に対応できる経営形態を構築していきたいと考えている。

マガキだけでなく、収穫時期の異なるイワガキの取り扱いを始めたことや、仮設施設が常設施設へと移行したことによって、年間を通して営業できるカキ小屋が多く見られるようになった。そのため、従来は主に“冬の風物詩”であったカキ小屋を、“夏の風物詩”としても発信できるよう、糸島のカキ小屋全体で新たな取り組みを進めていきたい。

これまでに得られた成功モデルを、カキ養殖だけではなく糸島全体の漁業にも応用し、漁村の魅力創出と地域のさらなる発展につなげていきたい。また、福岡県内をはじめ、全国規模でもこのモデルを共有し、日本各地で地域の魅力創出に取り組む仲間の力となり、日本全体の漁業をより一層活性化させたいと考えている。

またふたたび、新型コロナウイルス感染症のような大きな波が訪れたとしても、成功モデルを共有し困難を乗り越えた仲間たちとともに大きな荒波に立ち向かっていき、水産業を成長産業化できるようこれからも努力し続ける。