養殖アサリ、マガキのブランド化等による販売事業の安定化の取組み

諫早湾漁協（長崎県）

取組の概要

◎諫早湾漁協は、タイラギ潜水器漁業等の漁船漁業の水揚げ不振に伴い、H10年からマガキ垂下式養殖を導入。
◎高品質な養殖アサリ（地撒き式、S55～）、マガキの生産に取組むとともに、これら生産物のブランド化、販売強化等に取組んだ結果、漁協自営の直売所やカキ焼小屋に、県内外や海外から年間10万人以上の客が訪れる等、販売事業は堅調に推移している。

取組のポイント

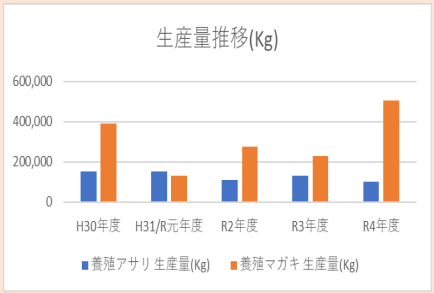
1. 高品質な養殖アサリ、マガキの安定的な生産

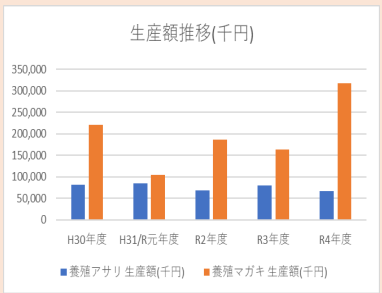
①餌に恵まれた有明海の漁場環境により、養殖アサリはシーズンを通して身入りが良く、また、マガキは肥満度が非常に高く、殻から身がはみ出すほど生育する。ともに濃厚な旨味等の特徴より、市場の評価、消費者の人気や需要は高い。
②アサリ養殖では覆砂による漁場造成、捕食生物の侵入を防ぐ囲い網の整備による食害対策に取組んでいる。マガキ養殖では台風等で頻繁に破損する竹製筏に加え、耐久性のある鋼製筏を順次導入しており、これらの取組が現在の安定的生産に寄与している。

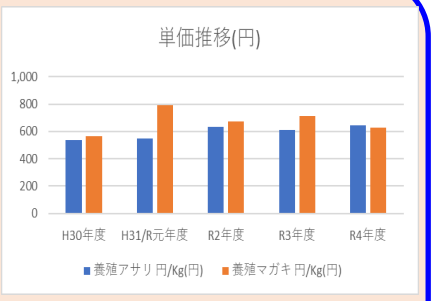
2. ブランド化、販売強化の推進

①垂下式養殖(※)によるアサリを「ゆりかごあさり」のブランドで、マガキは「小長井牡蠣」及び新品種のシングルシード単年養殖技術による「華漣（かれん）(※)」をブラ ンド化。「華漣」はH24年にかき日本一決定戦初代王者となり、全国有数のブランドに成長している。
②漁協は市場や消費者のニーズに的確に対応し、マガキ出荷時に紫外線殺菌海水での浄化処理にいち早く取組むと共に、消費者の知名度向上に伴いカキ焼小屋経営に着手する等、販売強化、集客向上に取組み、販売事業は堅調に推移。漁協自営の直売所やカキ焼小屋に年間10万人以上が訪れ、3億円(令和4年度)を超える売上がある。
③「小長井牡蠣　燻製オイル漬」「華漣　オリーブオイル漬」「牡蠣の しぐれ煮」「牡蠣のくんせい」等の加工品開発・販売にも取り組んでいる。

取組の成果等







アサリ垂下式養殖「ゆりかごあさり」

ブランドカキ「華漣（かれん）」

●「ゆりかごあさり」は手掘りあさりに比べ安定した収入源になっている。
●「華漣」の漁業者からの買取価格は1,500円で、小長井牡蠣に比べて2倍の価格になり高付加価値化に成功している。
●加工品を充実することでシーズン外での収益向上にも繋がっている。