

広島かき業界の現状と可能性について

「量」から「質」へ半世紀ぶりの大改革 世界に翔け広島かき！

川崎 育造

450年の歴史と日本一の生産量を誇る広島かき。日本の生かきの生産量は中国、韓国、アメリカに続く世界第4位の規模を誇っており、広島かきは国内生産量の60%以上（むき身換算で約2万トン）を占めています。私は広島かきの持つポテンシャルはきわめて高く、広島県産の農水産物の中では広く世界に通用する代表たる食材であると確信しています。

しかし現実には、広島県観光PRの「おいしい広島県・おいしい広島かき」のキャッチコピーが示す通り、広島かきの知名度に比べて、品質に対する評価は決して高くはありません。特に関東圏における広島産の生鮮かきに対する評価は、スーパー、生協、魚市場などはもとより、かきフライや冷凍かきなどの加工品に対しても同様の評価であり、特に近年成長著しい生食殻付かきを提供するオイスターバーでは、北海道、三重、兵庫、長崎、福岡等々の国内産とアメリカやオーストラリア産などの海外からの輸入品が主で、残念ながら広島産を扱っている店はごく一部しかありません。また、アメリカやフランス、カナダ、オーストラリア、韓国などではかき業者が政府や州の指導と支援のもとに世界の70～100か国に生食用殻付かきを輸出していますが、日本から海外への生食用かきの輸出は皆無の状況です。

国内の経営環境は今世紀に入り、少子高齢化の進展や、グローバル化の大きな時代の変化の波が押し寄せています。また、デフレの長期化の影響が個人消費の低迷と国内市場の縮小につながり、需要と供給のバランスが崩れ過度の価格競争に陥りました。食品業界においても経済環境や生活環境、女性の社会進出や核家族化などの社会構造の変化と共に食のライフスタイルが大きく変わり、「魚離れ」と言われて久しくなります。生かきも生鮮食材としての消費量は大幅に減少し、中食や簡便性を追求した調理加工品に姿を変え顧客ニーズに答えているのが現状です。近年、特に消費者の食の安全・安心・品質に対する意識や要求レベルが一段と高くなっており、健康に対してリスクの高い食品は敬遠される傾向がより強く



なっています。このような厳しい環境変化の中での広島かきに対する評価が他の産地より低いということは、顧客ニーズ（安全・安心・美味しさ）と産地の提供する商品、サービスに大きなギャップが生じていることに他なりません。広島かき業界が顧客ニーズに対する意識改革も改善・改良もなく従来と同じ考え方、やり方を続けるならば、次世代に引き継ぐことも困難となり、危機的な状況に陥るのではないかと懸念さえもしています。大切なことは、もっと顧客や消費者の声に耳を傾けるとともに、産地や業界の内部論理的な視点を捨て、顧客の視点に立った商品作りを進め顧客の信頼を得ることです。このような現状の中で旧態然とした悪習を打破し、高品質で安全・安心な広島かきを生産し出荷していくことは、日本一の生産量を誇る産地としての責務であり、またこのことは広島かきを「業」とする業界のトップ企業としての当社に課せられた重大な使命でもあります。

こうした状況から2013年3月、生産者および流通・加工業者と県行政が一体となって「広島かき協議会」が設立されました。その目的は、生産から流通まで一貫した品質管理強化の取組みやブランド力向上の為の具体的な立案と対策であり、消費者ニーズに応じた高品質の広島かきの生産・流通・出荷体制の構築を図ることです。具体的な取組みとしては作業部会が設置され、消費地から見た広島かきに対するアンケート調査の実施、各生産地域の現場視察を通じた問題点の把握と提案、広島かきの流通の現状と課題の共有化や、ブランド力強化の推進体制の構築プランが作成されました。たとえば広島県立総合技術研究所水産海洋技術センターは品温、塩分濃度、経過時間がかきに及ぼす影響について成果発表を行いました。これらの資料とデータを基に同年10月、品質管

理マニュアルが製本化され、むき身かきの品質管理ク
イックガイドも作成されました。また、県行政による現
場での品質、衛生に対するチェックや指導も定期的に実
施されるようになりました。11月には「広島トップかき」
の定義づけと品質基準が設定され、首都圏での広島かき
のブランド力向上と販売促進を目的に広島ブランド
ショップTAUや東京のオイスターバーと連携して大々
的なイベントが開催されました。広島かき業界におい
ては、これら一連の業界と県が一体となった取組みは45
年ぶりの大改革です。まだ道半ばではありますが、今回
の業界と県行政が一体となった「広島かき協議会」の発
足と取組みにより、広島かき業界に明るい兆しが見え
てきたと確信しています。



クニヒロ株式会社 本社

また、昨年「和食」がユネスコの世界無形文化遺産に
登録されました。「かき」は食材として世界で共通して
食される海からの恵であり、現在国内の夕食、飲食業界
ではもっとも注目されている食材です。近年、東京を中
心にオイスターバーが急成長、かき小屋もこの冬は県外
でも多くの店が開店しています。私は広島かきは食材と
しても観光面においても無限の可能性を秘めていると思
います。

当社が目指しているのは次にあげる4点です。

①「県の魚」であるかきの品質およびブランド力を高
め、観光客にも「生食」で安心してたべていただける広
島かきを生産し出荷すること

②全国のオイスターバーに広島かきをトップブランド
として並べていただき広島かきのファンを増やすこと

③フランスをはじめ、海外のように「生食」としての
かきの食文化を県内外に醸成すること

④広島かき(生鮮・冷凍)をアジアはもちろん、ヨーロッ
パやアメリカなどへも輸出促進を行い、広島かきで世界
の人々に笑顔と健康を提供していくこと、です。

いずれにしても、もっとも重要なことは安全、安心、
美味しさ、鮮度の追求であり、品質ならびにブランド力
の向上であり、乗り越えなければならない障壁も数多く
ありますが、業界が一体となり県や国の支援のもとに
オールジャパンとして海外への販路開拓を進めていけば
名実ともに世界一の広島かきの実現は夢ではないと思
います。今後とも、微力ではありますが広島かき業界の発
展ならびに、地域経済活性化の為に尽力して参りたいと
思っております。