

県産カキに関するアンケート

佐藤 利幸・熊谷 香

筑前海区や豊前海区で営まれているカキ養殖業は、生産者による焼きカキ小屋や宅配等、直接販売の取組みが盛んであり、福岡・糸島地区では焼きカキ小屋が冬季の観光資源として利用されている。そこで一般県民を対象に、本県県民情報広報課で実施している県政モニター制度を利用してアンケート調査を行い、県産カキの認知度や焼きカキ小屋の利用度等を把握した。

方 法

1. 県政モニター制度を利用したアンケート調査

県政モニター制度とは、県民を対象に性別、年齢等のバランスを考慮して公募や市町村推薦により毎年 300 人を選定して、県政に関する意見や要望等を約 1 年間調査する制度であり、県産カキに関するアンケート調査を郵送またはインターネットにより、平成24年9月に実施した。

結果及び考察

1. 県政モニター制度を利用したアンケート調査

県産カキの名称のうち、「豊前海一粒かき」、「糸島カキ」及び「唐泊恵比須かき」の認知度については、「豊前海一粒かき」が 43.5%、「糸島カキ」が 62.7%、「唐泊恵比須かき」が 13.4%であった。

各モニターの 1 年間の焼きカキ小屋利用については、「利用したことがある」が 39.1%、「利用したことが無い」が 55.1%、「その他」が 5.9 %であった。「利用したことがある」を回数別に分けると、「1 年に 1 回」が 25.7%、

「1 年に 2 回」が 7.2%、「1 年に 3～4 回」が 4.0%、「1 年に 5 回以上」が 2.2%であった。

また県内の焼きカキ小屋のどこに魅力を感じるかについては、全体の 63.4%が「産地直売」に魅力を感じており、その他「美味しさ」、「雰囲気」、「自分でカキを焼くこと」、「手頃な価格」の順であった。

県内の焼きカキ小屋で飲食したいメニューについては、全体の 81.2 %が「県産カキ」を、58.0 %が「県産水産物」を飲食したいという結果であった。

最後に焼きカキ小屋の気になる場所については、全体の 58.3 %がトイレ等の衛生面、46.0%が交通の便、21.0%が順番待ちであった。

今結果から、県産カキの認知度には差が認められた。最も認知されていた「糸島カキ」は名称が簡易な上、焼きカキ小屋店舗数も多く、生産者間で販売競争を行っている地域で活気もあり、テレビ等の露出も多い。今後、水産物を販売展開する上で「糸島カキ」の PR・販売方法を参考にすることが望ましい。

また、焼きカキ小屋の利用については、実際に 4 割の県政モニターが利用しており、多くの県民が利用していることが分かった。その魅力は「産地直売」や「美味しさ」等であり、「県産カキ」や「県産水産物」の飲食を望んでいることが分かった。

一方、利用者側からみた課題としては、トイレ等の衛生面や交通の便であった。交通の便については、バスツアーやシャトルバスの運行が始まり、課題に対する対策が図られつつある。トイレ等の衛生面については、飲食提供者としての立場から真摯に受け止め、対策を図る必要があるだろう。