

# 「直売店」経営による魚価対策等について（流通対策 1）

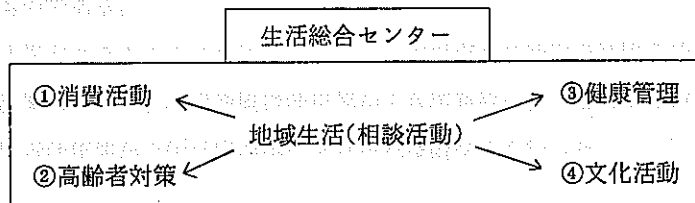
平成 21 年 11 月 10 日（水） 農水省 漁業政策課 漁業政策室 漁業政策課長 玉那覇 靖

## 1. 概要

近年、輸入魚の増大や底魚資源の減少等に伴い、漁業収入が減少傾向にある。そこで、生産者（漁業者）が生産物（漁獲物）を直接販売し、流通コスト低減や価格の安定を図るため「直売店」を開設するケースが目立ってきている。そこで、当所も関係漁協等の協力を得て、視察研修、開設店への情報提供や勉強会、未開設漁協での講演会開催等を支援した。た。

## 2. 全国での直接販売の現状

- 全国的に農林水産の各分野での直売店がブームになっている。
- 成功しているどの地区でも「生産者も商売人になりなさい」という意見であった。そして、「地域の人々が地域を見直し努力しなければならない」とも言っていた。
- ある参事は「急激な時代変化は起こっているが、それに組合が対応するため、組合長、理事や職員の頭の切り換えはぜひ必要である。これは創造的破壊をする覚悟で腹をくくって取り組むべきである」と言っていた。
- 本土の直売店は、地元加工品を主力商材に取り入れており、地元漁協と地元加工業者の協力関係で成功していた。本県の場合は、鮮魚が主力であり、逆に本土側から商品の不安定さ、品質管理や加工処理の状況等について質問を受けた。
- 又、本土の直売店の客は、観光客を主力に誘客し、地元客の誘客には特価セールや地元割引をして苦勞していた。本県の場合は、県内の客が主力であり、本土側はうらやましがっていた反面、どうして観光客をターゲットにしないのか不思議がっていた。
- 農協（現名称は J A）の場合、A コープとして以前から直売に力を入れているが、近年の傾向として「農協から生活総合センターへの変身」が全国各地の取り組みでみられる。
- J A の生活総合戦略とは、今まで行っていた営農指導だけに留まらず、地域の生活分野に広がっていくことを目的としている。



・ 大規模店舗の事例、JA出雲（島根県）の「ラピタ」

- (1) 「ラピタ」は人口8万都市に地上4階、地下1階、2万㎡（6千坪）の敷地、駐車場千台、総工費68億円、総売上100億円/年となっている。
- (2) 主力商材は生鮮食料品で全売上の54%、カードによる記録方式をとり、組合員には5%引き、又リサイクル対策として買い物袋やトレイを30枚-10円で引き取っている。
- (3) カルチャーセンター（文化施設）の機能として、詩吟教室、英会話教室等の直営10クラスの他、各種先生への委託教室20クラス。又、営農相談、税金相談の他、ブライダル相談（結婚相談）も行いその実績は18組/年となっている。
- (4) 30年前から「生活センター」はあったが、農協の立場として、今後は営農指導だけでは地域住民を引きとめられない。したがって、生活分野のあらゆる面に広がり、多岐にわたる地域情報システムを構築していきたい。そのためにも、今「老人ホーム」等の各種施設も計画中である。

・ 大規模地域の取り組み事例、JA東伯（鳥取県）の「老人ホーム」

- (1) 地域の所得向上を目指して、各種取り組みをおこなっている。1万3千人の村で販売額130億円、250万円/人。高齢者2千3百人（人口比18%）で高齢者対策が急務となっている。
- (2) 老人ホーム（ケアハウス）=全て個室の50室。自宅との行き来は自由、35名入所、主旨に賛同であれば県外者でも入所可能。

＊ 今後の展開→ふれあい農園→ふれあい広場計画→地域との一体化。

・ 小規模地域の取り組み事例、JA美な保（秋田県）の「百菜弁当」

- (1) 農協の2階会議室を開放して自主、自立、創造をかけ声に民具の伝承活動を行い、小学校を訪問するまでになっている。
- (2) 地域食の試食会が発展し、老人家庭への給食配達を行っている→季節の味を大切にしたら「百菜弁当」→農家が大事に作る→町や社会福祉協議会も巻き込み若い人も参加できる雰囲気づくり→配達は中学生を中心に行う。

3. 全国での直接販売の今後のトレンド（傾向）

販売戦略の展開については、水産関係よりも農業、農業よりも商業の方が危機意識が強かった。

今回は商業分野は割愛したが、今後は生活重視に業務を展開し、生活活動の分野では200から300アイテム（品目）の商品が提供できるとし、順次商品化が進んでいるという印象を受けた。そして、あるJAのかけ声も「ハチマキ農協から桃太郎JAへ、そして幸福産業の創出へ！」であった。

又、県内直売店の今後の主な課題としては、輸入鮮魚にも頼らずに消費者の信用を損なうことなく水産物を安定して提供していくことが強く望まれている。

#### 4. 事例報告概要：「大人気の漁協直売店」

ここでは、勉強会等で発表のあった沖縄市漁協直売店、那覇市沿岸漁協の事例報告の概要をまとめた。( )内は主な発表者、文責は水産業改良普及所 玉那覇 靖となっている。

##### (1) 沖縄市漁協パヤオ直売店 (店長：玉城秋彦)

###### ア. 現状

私は、読谷村の農家の生まれで、15年前から他県の直売店を見て、興味を持った。一応、3年間、沖縄市漁協の職員として勤めたこともある。

沖縄市では昭和58年からパヤオを導入し、現在、組合員118名、パヤオ部会25名の24隻、パヤオ8基、パヤオ1基に5隻操業となっている。

シイラが100円/kgなどパヤオでの豊作貧乏が続いたり、強力な加工業者等の買参人が多くないなので魚価が安定しない。

そこで、セリで直売することとなったが、仲買人と数回話し合いをもったが低価格で折り合いがつかなかった。

保健所も許可の面で厳しかった。

国頭や豊見城からも視察に来ているが、浜売りが多く、地域によりそれぞれ特徴があるので、地域で良く検討して開店するかどうか考えて欲しい。

10kg以上の大きいマグロは、セリに出している。しかし、仲買人はパヤオ物は色落ちが早いと言って嫌ったりする時もあるので、10kg以上は800円おさえもやっている。

カワハギも1隻で70~80kgとってくるので、300円/kgで売っている。

シイラは1日で1.8トン処理できる。しかし、3~6月にシイラが大量に漁獲されるので、その対策が問題となっている。現在は学校給食用フライヤーでフライにして100万円程の売上があった。

しかし、2kg以下のシイラは、あたりがでたり、又資源保護の観点から逃がすように指導している。

お客様は、具志川市から豊見城村あたりからも来る。土曜日は模合い等があるので300~400名来る。

開店は10時30分。沖縄市の町から見てもわかるように「鯉のぼり」で魚の有無を合図している。又、電話リストを作り、多くの飲食店に魚の状況を報告し、販売促進を行っている。

漁業者気質も手伝って、言葉使い、販売方法等においてお客様に対する対応が十分でない。しかし、「魚を知ってもらう」という意味で自分で食べる魚は素手でつかんでもらうようにしている。そのために、石鹸、手洗い場も準備してある。一応、刺身まではおろさないが、3枚おろしやさくどりまでは処理している。

価格については、わかりやすく差額表を黒板に書いている。

一人当たりの購買額は2,700円でスーパーの2,000円より上回っている。価格は一応定額で5kgシビで2,000円前後。

- ・ 又、「魚への理解」ということで、100名規模の沖縄市職労の集会等に出張して「解体ショー」を行っている。

- ・ 魚の全体が商品になるようにいろいろと工夫している。例えば、頭は煮つけ用に200円/kg、胃袋はニラと一緒に販売、マグロの皮は関節に良い等。しかし、まれにお客様の方から「マグロの血が欲しい」というような要望があったりする。

#### イ. 今後の展望

- ・ 時期的に細かな対応が必要となっている。例えば、3～6月のシイラ対策、5～6月の大型マグロ対策、魚の少ない夏場対策等。

特に、お客様は毎日来るので、魚を切らしたくないと思うが、那覇市沿岸漁協と業務提携している分は良いが、他の市場から日を経た魚を仕入れると「パヤオの新鮮な魚をください」とクレームがくるというジレンマがある。

- ・ 加工処理の対応を考えていただきたい。例えば、シイラの場合、皮をむく際に関節を痛めるので、皮むき機を導入する等の省力化も図りたいし、加工ストックも行っていきたい。
- ・ 市観光協会ともタイアップしながら刺身の提供も行っていきたい。
- ・ 海産物の総合スーパー、レストランも企画していきたい等。

### (2) 那覇市沿岸漁協パヤオ部会（青壮年部副部長：友利英雄）

#### ア. 現状

- ・ 営業方針、販売方法等においても、何度も沖縄市漁協の直売店に足を運んで参考にし、見よう見まねで平成4年4月に開店に持ち込んだ。この場を借りて沖縄市漁協に感謝の意を表したい。

- ・ 平成元年度から話はでていた。シビ50円/kg、シイラ100円/kg、1隻当たりの水揚げ高も1万円以下と燃料代にもならない時期が続いた。

- ・ 理事会では直接漁業者が仲買人と話し合ってくれと言われ、漁協もノータッチのため、部会4回程会議を持ったが物別れに終わった。

- ・ 部会と仲買グループという団体対団体という構図ではちがいが開かないので、個人一人一人を説得していき同意を取り付けた。

- ・ 開店にあたっては、店長、女子パート3名を沖縄市漁協直売店へ研修に行かせた。

- ・ パヤオ部会は48名程いるが、16名で20万円ずつ出資し320万円の資金で行い、一応、順調に経営している。

- ・ 例えば、パヤオである魚の70%を直売店におろし1日当たり1.2トン、約70万円の売上げの日もある。

- ・ 今回、初めての冬場をむかえるので品物の確保が心配である。そのため、冷凍品の取扱

那覇一帯も考えているが、パヤオ直売店のイメージが壊れるかもしれないので要検討事項となっている。

日輪1・那覇の方も沖縄市と同様に3枚おろし程度の処理である。

イ、今後の展望

- 1998年・まだまだ始めたばかりなので、今後いろいろと勉強して取り組んでいきたい。
- 2000年・シーラの販路開拓が重要であると思われ、3年前までは半分は捨てていたが何とかしたい。

# 人気集める鮮魚直売店



安くて新鮮な鮮魚。夕方に比べて多くの客が訪れる。一部市販・直売店「なかむら」

漁協組合員がグループ経営で、近場で捕れた魚介類を売る直売店が好評だ。鮮魚安さを求めて、台所客預かる主婦が魚を買いに来るという。豊漁漁客野メレ午年時前、具志川市漁業組合の組合員が、この店を立ち上げた。以後、ほかの漁協も経営者や店員を投入し、パヤオで捕れた魚をメレに手交したりを伸ばしている。県水産振興課によると、八瀬漁協で八店舗が開業し、年間売上高は約1億5千万円に達している。

## 鮮度、安さで好評

漁協組合員がグループ経営

年間売上 1億円目標の店も

魚介類の直売店経営の発祥地である具志川市は、近年、魚介類の直売店が人気を集めている。具志川市漁業組合は、この店を立ち上げた。以後、ほかの漁協も経営者や店員を投入し、パヤオで捕れた魚をメレに手交したりを伸ばしている。県水産振興課によると、八瀬漁協で八店舗が開業し、年間売上高は約1億5千万円に達している。

があった。このため、同協賛川支部(田中博幸支部長)組合員二十人ほど、日頃からパヤオや近海で捕れた魚介類の直売店を立ち上げた。午後六時ごろから、客のピーク。近の主婦や車通りが多かったため、夕食用で買い求める客も多かった。午後五時、約100名ほどの客が訪れていた。中内小波の赤松光雄さんは、初めて来店した。赤松さんは、魚介類の直売店を立ち上げた。近の主婦や車通りが多かったため、夕食用で買い求める客も多かった。午後五時、約100名ほどの客が訪れていた。中内小波の赤松光雄さんは、初めて来店した。