

漁協直売店調査（流通対策2）

1. 目的 近年、本県の漁協においては、パヤオ等で漁獲される魚を直販し、魚価の安定や漁業者の意欲向上に効果をあげている。

平成5年3月現在、漁協関連組織で営業している直売店は、「沖縄市漁協」「読谷村漁協」「浦添宜野湾漁協」「那覇市沿岸漁協」「知念村漁協」「石川市漁協」「渡嘉敷漁協」「伊江漁協」の8漁協で、計画や具体的な検討に入っている漁協は、「八重山漁協」「北谷町漁協」「恩納村漁協」の3漁協となっている。

今回の調査では国の沿岸漁業構造改善事業を導入し漁協展示販売施設を整備した他府県の漁協を調査し、本県における事業展開の参考に資していきたい。

2. 調査員

沖縄県水産振興課 主任 富永千尋
 沖縄県水産業改良普及所 技師 玉那覇靖
 石垣市役所水産課 課長補佐 玉城葵
 八重山漁協 参事 波照間純一

3. 調査日程

7 / 28 (火)	兵庫県豊岡市着	
7 / 29 (水)	兵庫県豊岡市瀬戸 77-21 津居山港漁協直販推進部視察	TEL 0796-28-3148
7 / 30 (木)	鹿児島県西之表市西町（種子島） 西之表市漁協種子島おさかなセンター	TEL 09972-2-0620

4. 調査結果

調査は、日本海側の兵庫県豊岡市にある津居山港漁協直販推進部の経営する「フィッシャーマンズ・ビレッジ（漁師村）」と、鹿児島県種子島の西之表市にある西之表市漁協の経営する「種子島おさかなセンター」の2漁協で行った。

両漁協とも、良漁場に恵まれ、鮮魚を中心に自漁協加工場の製品をも主力アイテム（品目）に加え業務展開を行っていた。（表1参照）

津居山港漁協ではC I (Corporate Identity= 経営理念や企業イメージの定着を図ること) に大変力を入れており、企画段階でデパート「そごう」の指導を受け、漁協のマークやフィッシャーマンズ・ビレッジのマークをデザインし、店舗、商品、箱やエプロン等に印刷し、又、400万円で漁協単独で朝日新聞に広告を出す等の宣伝と地域をまとめ高品質商品、年中無休やクール宅配等のサービスの提供に力を入れていた。

西之表市漁協では新船就航に伴い観光客向けに直売店を開店したが、鮮魚商組合からの活魚入札拒否に会い、活魚や鮮魚の取扱量が伸びず苦慮していた。しかし、漁協単独でレストラン委託経営やイセエビやトコブシのクール宅配等に力を入れていた。

表 1. 調査先施設名と実績

漁 協 名	施 設 名	総 建 設 費	販 売 額 平成 3 年度、%*
津居山港漁協	フィッシャーマンズ・ビレッジ (漁師村)	1 億 2 千万円	2 億 7 千万円、60% 内加工品 1.6 億円
西之表市漁協	種子島 おさかなセンター	5 千 4 百万円	9 千 4 百万円、75% 内加工品 7 千万円

*. %は全販売額に占める加工品の割合。

鮮度、安さで好評

漁協組合員がグループ経営

おとり 1億円目標の店も

IS-PT 株式会社

新鮮な魚介類を安く提供するため、漁協組合員がグループ経営を推進している。この取り組みにより、消費者は新鮮な魚介類を安く購入でき、漁協組合員は安定した収入を得ることが期待されている。

津居山港漁協直販推進部「フィッシャーメンズ・ビレッジ（漁師村）」ヒヤリングメモ

1. 対応者

参事 眞野 豊
直販推進部長 和田 諒

2. 内 容

兵庫でも変わった漁協で、近隣で力のある民間がないので漁協でいろいろとやっている。

直売店の前は木造の加工場があり、新加工場をつくと 300 坪余り、その活用法を色々と検討していった。

検討内容：

- (1) このままおいて駐車場にしておく。
- (2) 昭和60年ごろから直売店建設の話がでる。
- (3) 若い漁業者から喫茶店や食堂も併設して欲しいとの要望。

しかし、昭和63年に民間からドッグを漁協単独 2 億円で購入したため、直売店建設の話は保留となった。

加工場が充実していたので、横浜、東京や近畿のそごうデパートの物産展で10年間出展していた。

又、直売店建設の話が持ち上がり、そごうにも企画は大いに参加してもらった。

検討内容：

- (1) 中途半端では客は入らない。
- (2) 「魚屋」らしく無い建物を作る。
- (3) 名称等は職員と地元のプロで企画を出し合った。

漁協のマークはシンプルに生産、消費、流通や太陽、川、海を表し、直売店の方はイカ、カニ、魚を表している。

直売店マーク

漁協マーク



 津居山港漁業協同組合

〒669-61 兵庫県豊岡市瀬戸77-21 TEL・FAX0796-28-3148

・主力商品は11月から3月まではカニで、湯がき物、鮮魚、活魚となっている。その他、一夜干し、珍味、冷凍品。

- ・直売店は平成3年3月9日に開店した。多い日で1,500人/日。
- ・知事の奥さんがテープカットした。マスコミの有効活用も重要。
- ・組合員からは漁協が直売店を運営するのは不可能という声もあった。
- ・直売店の職員は総務から1名、会計から1名と内部登用した。
- ・「職員が一丸となって応援すべき」と組合長が訓辞した。
- ・年中無休で8人体制で交代方式。
- ・加工場長がセリに立ち、直売店長も一緒に立ち合い、必要分を仕入れる。
- ・仲買人で加工組合もあるので年1回の協議会で主に協議し、16人中3人が競合するが、地元加工品を優先的に置くということで同意を取った。

- ・加工場は珍味の下請けも行っている。
- ・珍味は仕入先を1社にしぼった。
理由—安定供給の責任。売り子の手伝いをしてもらう。

- ・加工品は競合商品を選んでいる。
- ・旅行社へのバックマージンは払わないようにしているが、観光バスは魅力である。日本BM—200円/人、沖縄BM—800円/人。
- ・立地条件は良い、冬—スキー、温泉。夏—海水浴。

- 山陰国定公園100万人/年。
- ・夏には商品が無く、一人当たりの売上が悪い。
冬—5,000～30,000円/人。カニが中心。
夏—500～5,000円/人。珍味が中心。

- ・バス10台で400名来る時は外にテントも張り10名増で応援。
- ・活魚を買うのは特殊な人で、おろしをせず、メ(シメ)で売っている。
- ・腹わたを見てもらい、高くても良い物を提供している。

- 「悪い物では300円でも高く感じる」—常に買う人の立場になる。
- ・輸入物はいれずに地場物の旬のみ取扱い、京都漁連と提携している。
- ・魚のさばきビデオを150万円/本で2本作製し大好評。料理とセリ。
- ・1回/月の割合でイベントを行っている。1割引セール等。4万部を新聞折込に40万円。宣伝に1千万円/年かかるが、客層の増加と地域からも喜ばれている。
- ・1年目は物珍しさから来るが2年目からが勝負。
- ・宅配を大事にし、リストは1万件/年になるがトラブルは無い。

・漁協だから「安く」ではダメ、漁協だから「良い物」の提供を!



図1 津居山港漁協直売店前景



図2 津居山港漁協直売店内部

西之表市漁協「種子島おさかなセンター」ヒヤリングメモ

1. 対応者

組合長 深田 忠 則

参 事 吉 田 孝 志

2. 内 容

- ・平成2年度事業で実施し、営業実績は満1年をむかえたが、採算面で苦しいものがある。
- ・当初、計画では活魚を主力商材として変温4トン水槽3基で取り扱う予定だったが、鮮魚商組合との取り決めでイセエビ、トコブシ等の活魚は取り扱わない方針になり、又活魚を取り扱うことで変更し、鮮魚商組合が反発し平成4年7月20日から平成4年8月31日（42日間）までの活魚入札拒否という事態が発生してしまった。
- ・しかし、鮮魚商組合とのトラブルの原因は、直売店の立地場所が良いこと、漁協直売だと安いというイメージが強いこと、既存の流通に支障がでる等があり、今後、同組合と漁協の定期的な話し合いを持つことで解決している。
- ・センター建設の総事業費5千4百万円で、その内、漁協は補助負担分と補助対象外経費（食堂、試食場、購買室、調理場の半分）で2千2百万円ほど負担した。
- ・センターのデザイン等については、設計事務所の方へ目立つ形にしてくれと注文した。
- ・センターは漁協加工課内に位置づけ、内部登用で職員1名、パート1名で対応し、忙しい時期は他から応援を頼んでいる。又、加工場は職員4名、パート4～6名となっている。
- ・センターの仕入については、当漁協の加工部門が強力なので、加工場がセリに参加し加工原魚の仕入とともに行っている。又、指し値アップというメリットもあった。
- ・ジェットホイルという高速船が4便/日往復することによって観光客が増加した。
- ・観光客は活魚の需要が高く、クール宅配3社に集荷に来てもらい有効活用している。
- ・活魚については、漁船はもちろんのこと、小型定置の物も積極的に活魚扱いし、島外へは活魚コンテナで鹿児島県漁連へ送り委託販売している。
- ・活魚のセリについては陸上小型イセス8基を使い、漁業者がとってきた活魚は漁協職員が立ち合い即伝票をきり、混乱を避けるため持ち主を明らかにしている。
- ・食堂は、補助対象外なので単独で行い、経営は漁協では小回りがきかず困難なので入札権を持った専門の人に貸せる形をとっている。なお、食堂の評判は大変良く、賃借料は水道、電気別の15万円/月となっている。
- ・センターの大まかの売上は1億円、鮮魚2千万円、加工品7千3百万円となっている。
- ・広告については、新聞広告やピラを利用している。
- ・加工場からの豊富な商品アイテム（品目）により、直売店以外にも生協、学校給食にも卸して

おり、飛魚の3枚おろし、すり身、海藻サラダ等の加工品の評判は良い。

なお、加工場の仕入については、地場物だけでは足りずに鹿児島県漁連から買い付けを行った
りしている。

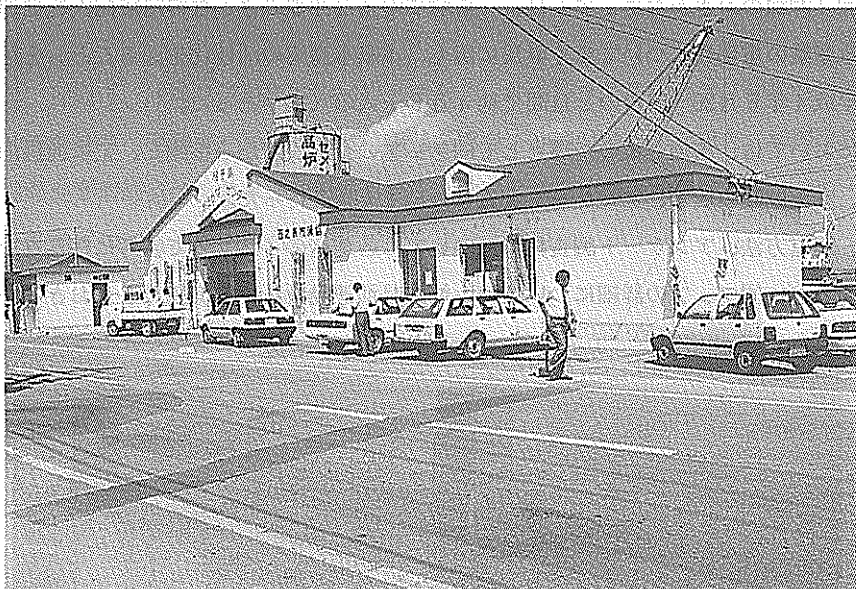


図3 種子島おさかなセンター前景

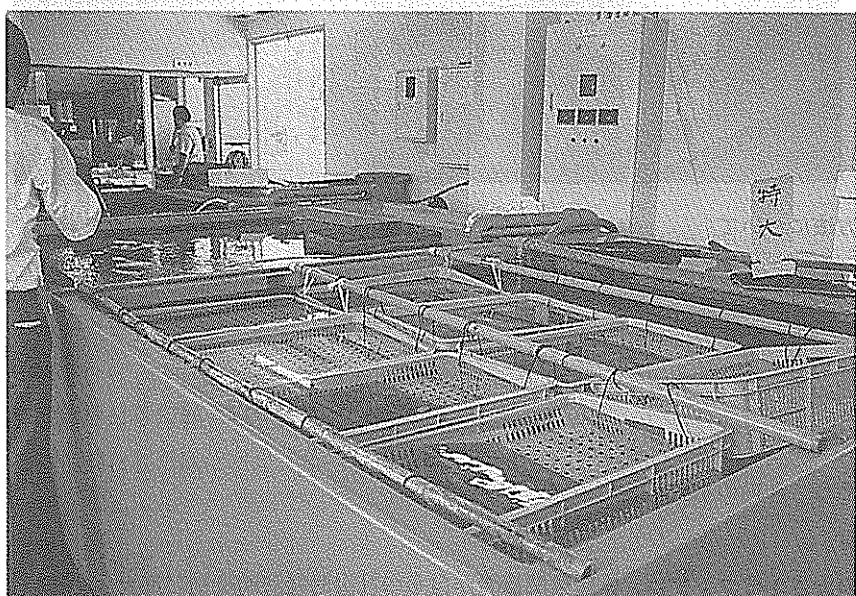


図4 種子島おさかなセンター内部