

漁協直販店の展開と軌跡について

～その果たしている役割と21世紀の模索について～

秋田県南部漁業協同組合
産直研究会 宮崎 仁志

1. 地域の概要

秋田県南部漁業協同組合は、県庁所在地である秋田市に隣接する岩城町から南端の象潟町までの1市5町にまたがっている。

東は出羽山系が縦走し、南端は東北で第2位の高さを誇る霊峰鳥海山がそびえ立ち、それを源として県内3大河川の一つである子吉川等の清流が日本海に注いでいる。

県内では比較的温暖な気候に恵まれ、管内には鳥海国定公園の他、仁賀保高原、象潟海水浴場などがあり風光明媚な土地柄である。

豊かな自然を背景に、管内の海岸線沿いに町並みが発達し、基幹産業は農林水産業が主体となっているが、他地区に比較しTDKに代表される電気機械工業が集積している仁賀保町、象潟町、金浦町を中心とした第2次産業への就労割合も高い。

2. 漁業の概要

秋田県南部漁業協同組合は、昭和48年に地域の8漁業協同組合が合併し、県内初の広域合併組合として発足している。

現在金浦町に本所を置き、象潟、平沢、本荘、上浜の4カ所に支所を配置し、正組合員460名、准組合員314名の774名で構成され、動力漁船535隻が所属している。

海岸線は比較的単調で延長は約65Kmであり、内砂浜域が2/3、岩礁海域は1/3の構成割合となっている。

主に底びき網、刺し網、一本釣り、定置網、延縄等の多種多様な漁業が営まれており、季節により多彩な魚介類が水揚げされる。

特に夏季はイワガキ、アワビを中心とした採貝、採藻漁業が盛んである。

平成11年の漁獲量は2,344トン、水揚げ金額は15億6千9百万円となっているが、近年漁獲量、生産金額とも漸減傾向にある。

3. 研究グループの組織と運営

研究会は平成元年の産地直売事業活動を開始した時に発足している。

当初は漁協職員だけの集まりでしたが、店舗数の拡大とともに定置網関係の漁業者、さらには漁協婦人部のリーダー、各店舗の店長等を構成員として、現在は15名の会員で組織が構成されている。

直販事業の運営、経理は漁協の直営となっているが、販売の戦略、商品の仕入れ、搬送手配、宣伝等のソフト面については研究会が主体となって取り組んでいる。

もちろん年に数回実施される企画イベント、催事等の場合は研究会員が率先して会場設営、飾り付け、店頭での対面販売に当たっている。

4. 活動の動機

漁協が広域合併をした前後の昭和50年前後に、地域の一般消費者が漁協の産地市場に訪れた時とかに、セリ、入札の前に荷捌施設に並んでいる魚介類をみて購入したいとの思いに駆られ、漁業者、漁協職員に小売販売の申し出が度々あった。

このため、当時の松ヶ崎漁業生産組合が昭和50年代前半にヒラメ、ガザミ等の活魚を中心に一般消費者に試験的に販売をしたのが始まりである。

また、魚価向上対策の一環として、一部の支所で主にヒラメ、カレイ、カニ類を中心に活魚出荷の試みを行ったとき、一般消費者が施設見学とか浜に訪れた際に施設内の水槽に蓄養している漁獲物等を散見して、その購入希望が頻繁にあった。

しかし、制度上の問題もあり、その旨説明をして断っていた経緯もあり、消費者の声に何とかして応えなければとか、漁協が地域から疎遠な立場にならないかと真剣に考えたことも直営店の立ち上げのキッカケの一つであった。

さらに地元で漁獲された鮮度の良い地域水産物を、安価で消費者に提供し味わってもらい喜んで貰えればと素直に思った。

地域に密着して昔から親しんでいる、特徴のある漁獲物を流通させることにより、独特の漁村の食生活を21世紀に継承していきたいとも考えた。

5. 実践活動の内容と成果

(1) 直販店の特長

管内には本荘市、仁賀保町平沢、本荘市松ヶ崎、金浦町の4カ所に、それぞれ建物が独立した漁協の直営販売店がある。

なお、施設の設置に当たっては、各施設とも全面的に所在市町の協力を得て整備をしている。

本荘店は平成元年に合併組合としては最初に整備しており、集落内に立地していることと、地元で魚屋が少なかったため地域密着型の店舗として発足している。

当初は木の架台にコンパネを載せた簡単な手作りの設備でスタートしている。

平沢店は漁業再編の絡みもあったことから、平成3年に組合員の番屋を譲り受け地域住民を購買層として考え発足している。

従って現在でも購買客は近所の地元住民が客層の中心となっている。

松ヶ崎店は平成4年に国の補助事業により整備をしているが、集落から離れていることもあり、県内で最大の人口を要する秋田市方面からの日帰りの観光客を中心に考えたが、現在では秋田市のみならず他市町村も含めての固定客が中心で年々増加傾向にある。

また、本所のある金浦店は国道に面して設置されていることと、前面に駐車場が整備されていることの立地条件を活かし、地域住民はもとより、観光客も気軽に入れる配置となっており、販売額は全体の5割近くを占める。

総体的な取扱魚介類は春はマダイ、カニ類、キス、夏はメバル類、貝類、秋はヒラメ、カレイ、冬はタラ、ハタハタ等が主な品目であり、概ね鮮魚販売を主体の商品構成となっている。

松ヶ崎店については関連施設が整備されていることもあって、夏のシーズンになると活魚販売も活況をみせる。

店舗営業は原則として週1回の定休日を除いては、周年営業を行っており、従業員は基本的にはパート、臨時職員で対応しているが、繁忙期には職員が適宜対面販売に協力している。

過去の総販売金額をみるとが年により変動はあるが概ね1億円前後となっている。

(2) 直営販売の役割

産地直販店として主な役割は

- ① 県内外の一般消費者に対して「新鮮で安全な地域生産物を提供」
- ② 消費者と一体となって、地元で漁獲されたものを地域で消費する「産地消」
- ③ 水産物の販売を通じて地域社会における「漁業協同組合の内容とか活動について理解」
- ④ また、店舗を通じて複雑な流通経路が割愛され、産地と消費地が直結され、季節感溢れる「旬の魚を地元を提供」し、「地域住民との交流の機会が増えることにより水産物に対する理解が深まる」
- ⑤ さらに零細な産地市場の場合は、価格の形成は流通事情もあり仲買人の寡占化が進み、その動向に大きく左右される傾向があり、産地直販の継続拡大により、ある程度「産地価格の牽制機能」
- ⑥ 一方漁協の組合員としても、セリ等で単位規格に満たない量目不足等の「漁獲物を有効に活用でき、収入として計上が可能」
- ⑦ 季節により少量しか漁獲されない魚介類とか、地元では馴染みがあるが、他県では商品価値の無い水産物とかを流通させることにより、昔から営々として築いてきた「地域の食文化を継承」

(3) 量販店、既存小売店等との競合

漁協の直販事業を始めた当初とは流通事情も様変わりをし、水産物の小売形態も多様化、複雑化が進んでいる。

特に商品構成、アイテムも豊富な量販店等とは直接の競合状態にあり、その差別化を図り独自性を発揮することが急務となっていた。

このため漁協直販店営業の経営方針もあり、さらに陣頭指揮をとっている組合長の地域に対する限りない愛着、頑固なまでの拘りもあり、直営全店では100パーセント地元の浜で漁獲された鮮度の良い水産物を提供するように努めている。

さらに、消費者の要望に応じて、販売員が購入魚を手際よく目の前で3枚に捌いたり、刺身とか切り身にしてあげたりのサービスに努め、スーパーでのバック詰め商品との違いに取り組んでいる。

また、漁師秘伝の調理法とか食べ方を消費者に教えたりとかのコミュニケーションにも努めリピートを確保している。

もちろん希望があれば各種の宅配便サービスについても快く引き受けている。

しかし、天候、海況等により漁獲物が少ない場合、どうしても商品が不足で、陳列棚が空だったりとか、思った以上に仕入れ価格が高く、否応なしに販売値段に相応の値札を付けざるを得ない場合もあり、心苦しく思ったり、消費者側にしてみれば産地まで買いに来て高いと受け止められることもあり、店で応接していて悩んでしまうことも度々ある。

(4) まとめ

関係者の理解と協力により、これまで12年間にわたり苦勞して取り組んできた結果、年間の販売総額が100,000千円を超えるまでに事業が成長し、ほぼ地域にも定着し、将来的にも一定の目途がついてきたと実感している。

地元で漁獲され、安く取り引きされている魚介類を少しでも、消費者に新鮮な状態でしかも安く提供できていることは、楽しみでもあり、誇りにも思っている。

産地市場の在り方について様々な議論があるなかで、かつ量販店の乱立状態の中で、安全、安心、安価を代名詞にした漁業協同組合という名称ブランドを最大限に活かし、これからも地域と浜を直接結ぶという、大きい役割を担っている直販店活動を、地域に根ざした漁協の事業活動の柱として積極的に推進したいと考えている。

特に本県特産のハタハタについては、全国で初めて平成4年から3年間の禁漁を経て資源も順調に回復傾向をみせており、ハタハタ全面禁漁に関して深い理解と賛意を示し、あたたかい眼差しで見守ってくれた、県民に対して感謝と御礼の気持ちと、恩返しをする意味で、今シーズンから産地原価に近い破格の値段で提供する試みも行っており、今後も消費者に喜んで貰える機会を是非設けていきたいと思っている。

6. 今後の課題と問題点

今後は益々食生活の多様化が進展し、食品に対する価値観も複雑化するとともに、技術情報の改革、浸透に伴い、新たな商品提供戦略を考える必要が生じてきている。

一方消費者の健康志向が高まるとともに、鮮度の善し悪しの見極めに敏感に反応することが想定され、本物志向の一層の拘りも強まることが予想される。

また、衛生的で安全な食品の追求、ふるさとへの思い入れのある魚介類、調理の手軽な食材の提供を求められる傾向が考えられる。

このため、産地直販もこのような需要動向、社会情勢に適切、迅速に対処することが必要になることが考えられ、これまでの活動を点検し、店舗の設置場所、規模、設備等の展開の在り方も含めて21世紀に向けた販売戦略を再構築することが急務となっている。

また、基本的な戦略方針としての大きな括りと、将来の漁業経営を考えた場合、産地直売の位置付けは、純粹に営利を目的とし、部門として独立拡大させるのか、アマチュアリズムの延長で対応して行くのかとの岐路が想定される。

そうした中で、観光客や主婦だけでなく、お年寄りから子供まで世代を超えて、さらに気軽に親しめる店を目指して努力を重ねていきたいと思っている。

21世紀において、漁協活動の充実と活性化を推進するため、漁協の集約化と意思の統一が図れれば、将来的には近県の漁協、関係業界等とも提携しながら、消費地でのアンテナショップ直販店の展開についても検討する必要があると考えている。

一方、流通に目を転ずると引き続き規制緩和の流れが加速し、国内の流通業界の再編と並んで、産地直接買い付け方式を採る外資系の大手流通業者の参入拡大も予想され、大きな変化の波が目前に押し寄せてきており、零細産地市場でも流通の様変わりに否応なしに巻き込まれることが予想される。

したがって、将来的にはそれらに対応した事業展開も漁業経営の中で考慮していく必要があると認識している。



写真1 本荘市店外景

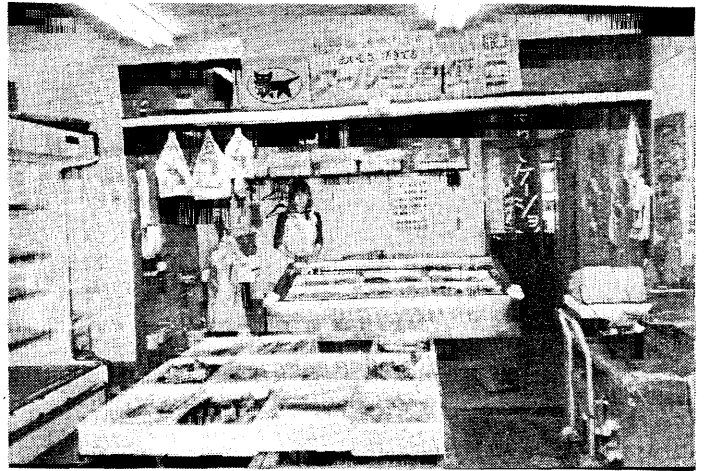


写真1-2 同左 店舗内

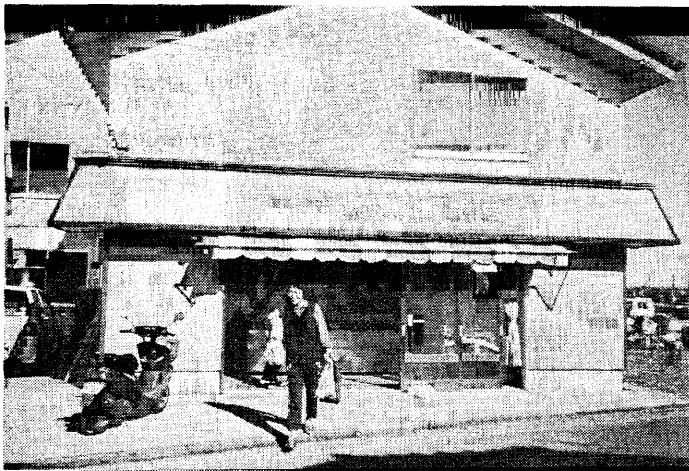


写真2 仁賀保町平沢店



写真2-2 同左 -店舗内での販売の様子-



写真3 本荘市松ヶ崎店



写真3-2 同左 -店舗内の販売の様子-



写真4 金浦町店



写真4-2 同左 店舗内



写真5 商品陳列、販売サービス



写真6 商品陳列、販売



写真7 誘導案内看板 (本荘市松ヶ崎店)

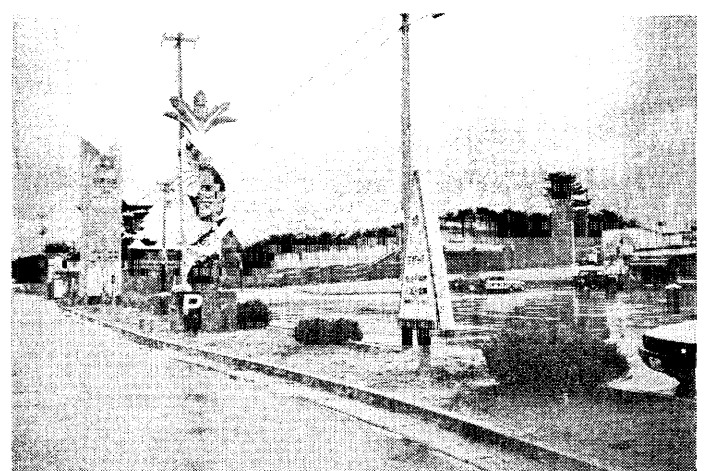


写真8 誘導案内看板 (金浦町店)

産地直販店の役割

新鮮で安全な地域生産物の提供

地産地消

産地協同組合の推進

地域との交流・旬の提供

価格形成の下支え

流通規格外漁獲物の有効利用

地域食文化の継承

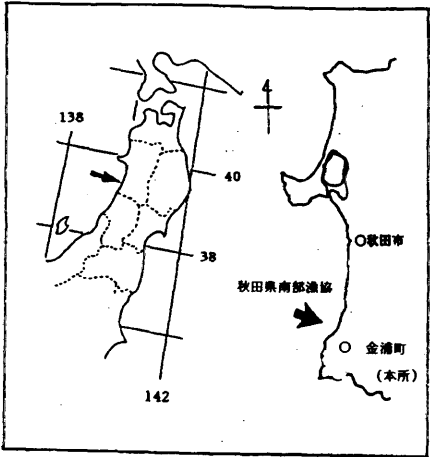


図1 位置図

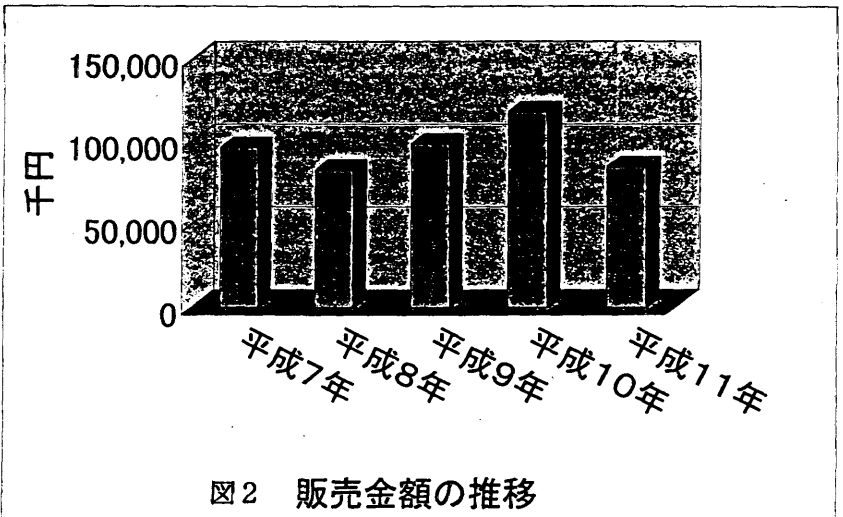


図2 販売金額の推移

八ッ橋祭り

期間中は
浜値で
大サービス!!

期日 12月14日(木)～年内31日(日)まで

★地元産特級新巻1尾1,500円

※シケで出漁出来ない場合もありますので電話でお問い合わせ下さい。
※地方発送承ります。

場所

金浦町南部漁協鮮魚センター ☎(0184)38-2366

本荘市西目支所鮮魚直売所 ☎(0184)22-1363

平沢鮮魚直売店 ☎(0184)35-2415

松ヶ崎活魚センター ☎(0184)28-2938

◆主催/秋田県南部漁業協同組合 由利郡金浦町金浦字塩焚浜番外地 ☎(0184)38-2210

金浦町の「はたはたまつり」が二十四日町温泉保養センター「はまなす」前の町物産センターで開かれた。寒風の吹き付ける中での開催となったが、来場者にはハタハタ汁やつぎたてのもちなどが振る舞われ、湯気が立ち上る大なべの前には長蛇の列ができた。



来場者にハタハタ汁を振る舞った金浦町の「はたはたまつり」町物産センター

うまい、ハタハタ汁

金浦町で「まつり」大なべに長い行列

このまつりは、同町が国を敵らしたしょうゆ仕立の「元気な漁村づくり推進事業」を活用して今回初めて開催した。今冬はハタハタが豊漁とあって、まつりが始まるごとにハタハタを求め大勢の買い物客でにぎわった。町物産センター前駐車場にはテントが設置され、その下で甘酒、おでん、ワイン、漬物、新巻など同町の特産品が販売された。ハタハタ汁は約三百食が用意された。ハタハタにネ

ギを敵らしたしょうゆ仕立の「元気な漁村づくり推進事業」を活用して今回初めて開催した。今冬はハタハタが豊漁とあって、まつりが始まるごとにハタハタを求め大勢の買い物客でにぎわった。町物産センター前駐車場にはテントが設置され、その下で甘酒、おでん、ワイン、漬物、新巻など同町の特産品が販売された。ハタハタ汁は約三百食が用意された。ハタハタにネ

「まつり」大なべに長い行列

このまつりは、同町が国を敵らしたしょうゆ仕立の「元気な漁村づくり推進事業」を活用して今回初めて開催した。今冬はハタハタが豊漁とあって、まつりが始まるごとにハタハタを求め大勢の買い物客でにぎわった。町物産センター前駐車場にはテントが設置され、その下で甘酒、おでん、ワイン、漬物、新巻など同町の特産品が販売された。ハタハタ汁は約三百食が用意された。ハタハタにネ

新世紀のキーワード

食の安全・衛生 高鮮度指向 本物嗜好

健康志向 高鮮度指向 本物嗜好

安全・衛生 ふるきと手軽