

地魚船隊「尾道新鮮組！」

尾道漁業協同組合
尾道新鮮組
仁田俊

1. 地域の概要

活動拠点である広島県尾道市は、古くから港町として栄え、映画の舞台や寺院を中心とした観光地として有名であり、近年は尾道ラーメンで広く知られることとなった。

我々が所属する尾道漁業協同組合は、尾道市中心街に最寄でありながら、眼前に流れる尾道水道を始めとした多くの優良漁場に隣接した好立地にある。

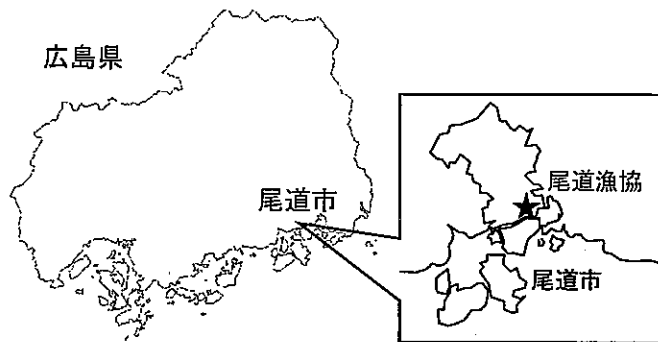


図1 地域と漁協の位置

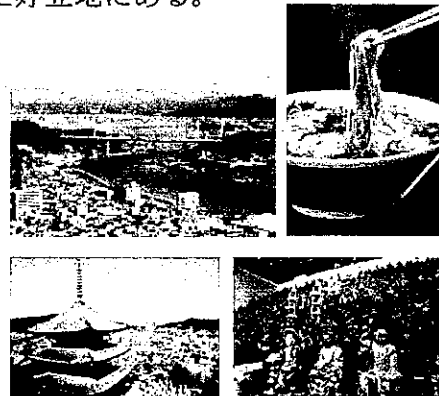


図2 地域の特徴

2. 漁業の概要

尾道市における平成19年度の水揚げ量は1,321トン、水揚げ高は10億2,226万円となっており、尾道漁業協同組合は尾道市の水揚げを支える主要漁協の一つである。刺し網や小型底びき網漁業を中心とした正組合員80名、准組合員51名の計131名が所属している。

近隣では漁業者の高齢化が進む中、尾道漁業協同組合では早期に役員の若返りを図り、漁業従事者のために事業提供できる漁協運営を推し進めている。

3. 研究グループの組織と運営

我々「尾道新鮮組」は、中核的漁業者協業体として平成14年度に県知事から認定を受けたグループで、尾道漁業協同組合の青年部を中心とした8名で構成している。主な活動は毎週土曜日の朝市を中心とした水産物の直接販売であり、新鮮な地魚を地域住民に届け、自らの生活の安定を図ることを目的としている。

5. 研究・実践活動の状況及び成果

(1) 朝市の取組

青年部活動で学んだ販売の基本、「①新鮮さ、②定期継続、③無理をしない」の3項目を大切にしようと原点に戻り、地元である尾道を活動拠点とした。さらに、どうせなら尾道漁協の名前も同時に売り込もうと考え、平成13年4月から漁協敷地で毎週土曜日に朝市を開始し、この活動グループとして「尾道新鮮組」が誕生した。

手探りで始めた朝市だったが、これまでの経験からお客さんが一番求めており、自分たちの売りである「鮮度の良さ」を高め、それをPRしていくことが大切だとわかっていた。漁協敷地という立地の良さが活き、漁船の活け間から持ち込まれる魚介類にお客さんはざわめいた。ここで重要なのが、朝市で最高の状態で食べてもらうことと、陳列時の鮮度維持だと考えた。そこで、中核的漁業者協業体の認定を受け、まずは簡易加工をするためのプレハブを設置し、試食提供や下処理のサービスを始めた。次いで、冷凍・冷蔵庫を導入し、昨年3月には製氷機も導入した。これまで市場で買っていた氷を自分たちの施設でまかなえるようになったことで、漁場から朝市まで一貫した温度管理に気を使うようになり、注文対応の品もしっかりと保管できるようになった。

テントとトロ箱から始めた朝市だったが、売り上げの一部を貯蓄しながら、必要最小限のものを、順次整備していくという形を取ったことが、結果的に無駄な施設をつくらないことにつながった。



図5 朝市風景



図6 整備した施設（必要なときに必要なだけ）

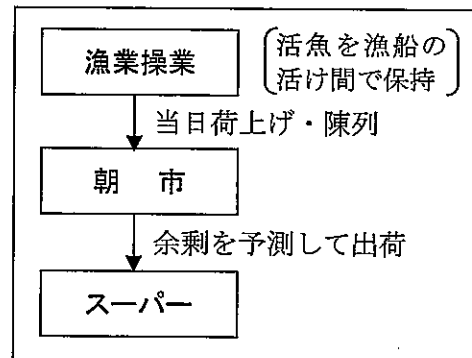


図7 新鮮組の販売形態

オープン当初は、渋滞ができ警察が誘導するような騒ぎにもなった。騒ぎも一段落し、徐々に固定客も付いてきて、メンバーの意欲も高まったころ、「新鮮組の魚は値高い」というウワサが流れた。ウワサに左右され、離れてしまったお客もいたが、自分たちの魚に絶対の自信を持っていたので「周りの声に惑わされず、良いものは自信を持って値を付けよう！」と一致団結し、くじけずに取り組みを続けた。地道な試食サービスやイタリア組との共演なども功を奏したのか、徐々にお客さんが戻ってきてくれた。戻ってきてくれたお客さんは、口々に「やっぱりおいしい魚が食べたいから」

と言ってくれる。このような声を聞いたときは「続けていてよかったな」と心の中でつぶやいている。

現在の朝市の販売規模としては、最大8名分の前日・当日の漁獲物をほぼ全量を売り切っている状態であり、週1日の実施ながら年間約1,500万円を売り上げている。尾道新鮮組のこれまでの歩みは図7のとおりだが、過去の売上高が不揃いなため現状の売上高を100%（1,500万円/年）としたときの売り上げ推移としたことをお許し願う。メンバーの意欲は、興奮絶頂を100%としたときの推移を示した。

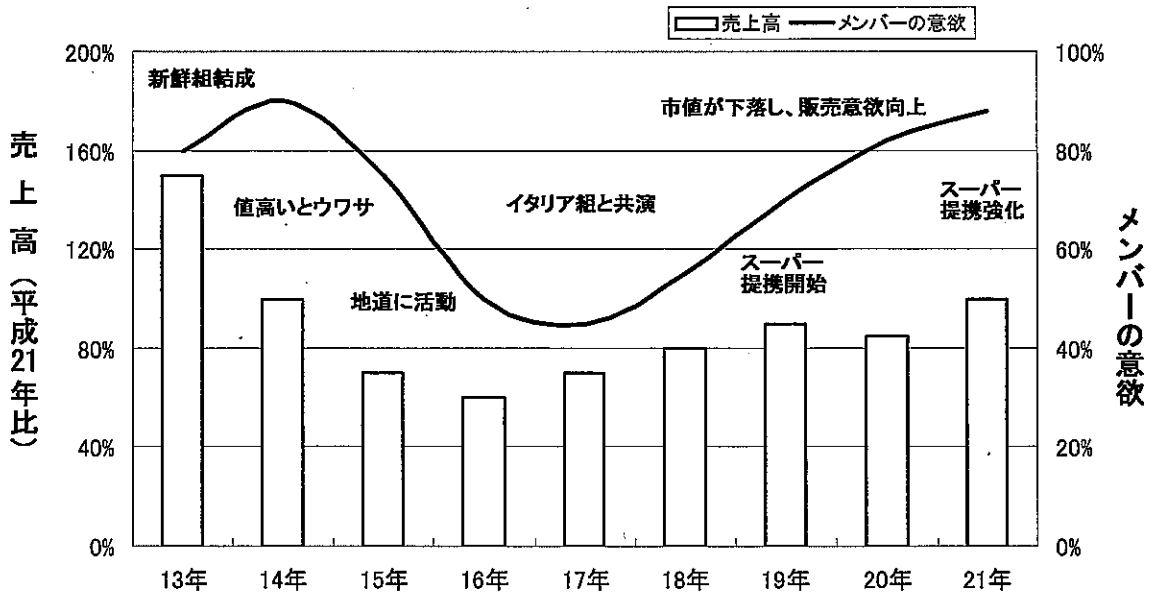


図8 尾道新鮮組の歩み（売上高と意欲イメージ）

(2) イタリア組とのコラボレーション

地元流通を大切にしながらも、新たな取り組みとして平成15年ごろから広島料理屋へ魚介類を送り始めた。この付き合いが発展し広島市内11店のイタリア料理人が集まった「イタリア組」と連携し、平成17年8月に尾道地魚を使った料理イベントを開催することとなった。

イタリア料理との共演ということで、日ごろの朝市と違ったお客さんも集まって大いににぎわい、テレビ・新聞など多くのマスコミでも取り上げられた。



図9 イタリア料理との共演

(3) 地元スーパーとの提携

近年、市場の相場が軒並み下がっており、これまで以上に「自ら販売していかなければ！」と再びメンバーの意欲が高まってきている。この意欲が地元スーパーとの提携という良い形で現れてきた。地物を売りにしたいスーパーと、地魚をもっとPRしたい我々の思いが合致して始まり、最初は朝市の商品の一部を出荷する程度だったが、現在は月・木・土曜の週3日我々の獲れたて地魚が店頭に並ぶ。提携スーパーへは単価据置きで出荷しているため、金額ベースでは1日に4~5万円程度だが売り上げは着実に伸びてきている。



図10 提携スーパーと出荷者PR

6. 波及効果

(1) スーパー提携による朝市出荷への効果

朝市の集客ピーク（6時~8時）を過ぎて一段落した9時ごろ、一部の商品を残して地元スーパーへ出荷しているため、朝市でのロスが限りなく減少した。これにより、売れ残りを恐れずに朝市で思い切った販売展開もできるようになった。

(2) 市民への新鮮な地魚提供

最近、提携スーパーの魚が良くなったと消費者の間で評判になっている。朝市のお客さんから問われ「実は新鮮組の魚なんです」と伝えると、「やっぱりね〜」との反応をもらった。①スーパーでも消費者は鮮度に反応していることがつかめたこと、②新鮮組結成の目的である「地元消費者に尾道の地魚に目を向けてもらう！」ための販売チャンネルが増えたことをメンバー一同とても喜ばしく・誇らしく感じている。

7. 今後の課題や計画と問題点

次の3点が尾道新鮮組の今後の課題であり、歩んで行く道だと考えている。

- ① 消費者と直結することで、市場流通のみに依存しない販売システムをつくり、地魚の供給と自らの生活の両面を安定させる。
- ② 地元料理店から「新鮮な地物が手に入らなくなるのでは？」との不安の声に対応するため、新鮮組が料理店への流通を担い、共に尾道の味を守り・高めていく。
- ③ 我々の活動を支える土台である漁協に対して、経営面でも連携していく。

新鮮組は、これからも走り続けます！！