

漁師が海からやってきた！

—農協の大型農産物直売所における鮮魚直販の取り組み—

平塚市漁業協同組合直販事業研究会
磯崎晴一

1. 地域の概要



私が所属する平塚市漁業協同組合は、神奈川県の中央を流れる相模川下流に位置する平塚市にある。

地先の漁場は、砂質で平坦な天然礁のない海底であるが、市の東西で相模湾に注ぐ相模川と花水川からの淡水の流入により良好な漁場が形成されてきた地域である。

しかし、近年、相模川の取水強化に伴う流入水の減少等により、漁場に与える影響が指摘され、人工礁漁場の造成や海底耕うん、ヒラメ等の種苗放流が行われ

るなど、漁場環境の維持・向上に関する取り組みが行われている地域でもある。

2. 漁業の概要

平塚市漁業協同組合の組合員数は、平成22年11月末現在93人で、ここ5年間の漁獲の主体は、カタクチイワシ、サバ、アジなどである。平均の年間漁獲量は約500トンで、そのうち約9割が2ヶ統ある定置網の漁獲で占められている。主な漁業は、定置網、しらす船曳網、刺網、一本つり、遊漁船業である。私は、平成元年より定置網漁業を営んでいる。

3. 研究グループの組織と運営

私が所属する平塚市漁協直販事業研究会は、「平塚の魚の価値を上げて、魚価向上を目指す」という考えのもと、定置網、しらす船曳網、刺網、一本つり漁業者の計10経営体で立ち上げた研究会で、平成20年度より直販の取り組み等を実践している。

今回の活動事例は、研究会員である私が定置網で漁獲した鮮魚を農協の大型農産物直売所で自ら販売している取り組みを紹介するものである。

4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

近年、魚価安が言われているが、私が就業した頃と比べると、半値くらいになってしまった感がある。水産物は、セリや入札により価格が決定されることから、生産コストを販売価格に転嫁できないという問題がある。少しでも高く魚を売りたいのは、漁業者の切なる願いである。なんとかしなければいけないと考えている折、平成20年の春から夏にかけて燃油が従前の2.5倍に高騰するという事態があり、さらに危機感を募らせることになった。

そんな中、平成20年度に県水産課が立ち上げた、「漁業者による直販推進支援事業」をきっかけに鮮魚直販に関わっていくことになった。

5. 研究・実践活動状況及び成果

(1) 秦野市農協の大型農産物直売所「はだのじばさんず」における取り組み

「漁業者による直販推進支援事業」は、神奈川県漁連が農協の大型農産物直売所で試行的な直販活動を行い、直販実施にあたっての様々な課題を抽出し、その解決策を検討し、漁業者が行う直販の実施に関する情報提供（販売マニュアルの作成）に取り組むというものである。

販売場所は、県西部にある秦野市農協の大型農産物直売所「はだのじばさんず」がその候補となり、地理的な条件から、漁連の販売する鮮魚は平塚市漁協から仕入れるのがよいという方針が出された。

一方で、大型農産物直売所では、今まで鮮魚の販売は行われたことはなかった。そこで、鮮魚販売についての理解を求めるため、漁連と平塚の定置網漁業者2ヶ統で農協に行き、平塚の漁業実態や鮮魚販売についての考え方などの意見交換を行った。

その甲斐あってか、農協内で鮮魚販売について了解が得られることになった。

「じばさんず」での鮮魚販売は、移動販売車（図1）を利用することとなり、平成21年1月より毎週木曜日に漁連が平塚漁港に定置網で獲れた魚を取りに来ることになった。

神奈川県の場合、食品衛生法関連規則等により、移動販売車で販売する魚は事前に袋詰めすることが必要であった（図2）。そこで、荷捌き作業時に、「じばさんず」販売用に袋詰め作業もあわせて行った。漁連には、魚種ごとに市場価格に一定の上乗せを行った価格で、買取ってもらうという形をとり、上乗せされた分が収入増になった。

漁連への鮮魚供給を行っている中で、自分達でも値段をつけて販売してみたいと思うようになった。そうすると、気になる点としては、事前の袋詰めという作業が手間がかかることとあわせて、ビニールに入った魚は見た目にも鮮度をアピールしにくいように感じられたことであった。

やはり鮮魚を販売するには、水揚げされた姿のまま、氷に入った形で売るのがお客さんにとっては購買心が高まる売り方だと思えるようになった。

(2) 厚木市農協の大型農産物直売所「夢未市」における取り組み

そんな中、平成21年4月に、厚木市農協の大型農産物直売所「夢未市」の建設予定の話が飛び込んできた。

ここでは、移動販売車方式ではなくて、事前の袋詰め作業なしに鮮魚を販売するため



図1 移動販売車



図2 事前の袋詰め

の施設整備の可能性について、行政と農協との間で協議が行われているとのことであった。

夢未市で鮮魚販売を希望している漁業者が集まり、農協と意見交換をしたこともあった。

その結果、農協側は、非常に前向きで、事前の袋詰め作業なしに鮮魚販売が可能な設備を整備していただけることとなった。

そして、平成21年12月に厚木市温水に鮮魚販売施設を併設した夢未市がオープンした



図3 厚木市農協の大型農産物直売所「夢未市」

ことを契機に、平塚市漁協直販事業研究会内で、まずは、定置網漁業者による鮮魚販売を夢未市で始めてみることになった。

農協との話し合いの結果、毎週金曜日を「魚の日」として、平塚市漁協の2ヶ統の定置網漁業者が、週交代でその日に獲れた鮮魚を販売することになった。

第1回目の販売を平成21年12月11日に行い、持参した約110kgの魚が30分で売り切れるという好評のうちに終わった。お客さんからは、あまりに早い店じまいに「本当に販売していたのか？」というクレームが夢未市に寄せられたほどであった。

平成22年2月1日には、知事の訪問が夢未市にあり、知事自ら鮮魚販売に協力していただいた。

販売を継続していくなかで、夏場の暑い時期での販売が不安材料であったが、7月には、農協で鮮魚販売用の大型保冷库(図4)を用意していただき、夏を乗り切った。

定置網の操業はその日の海況に影響を受けることから、当日になってみないと、鮮魚販売があるのか、ないのかわからない。お客さんにとっては、その情報をいち早く知りたいところである。そこで、お客さんに当日の販売魚種や時化などによる鮮魚販売中止情報を組合からメールで配信する取り組みを行うこととした(図5)。

鮮魚販売ができない時は、湘南しらすの販売を行うなど、研究会内で販売の協力体制もできた。

また、農協で夢未市敷地内に旗を立てるポールを整備していただき、販売当日には、「朝どれ大漁」の大漁旗とマグロ・カツオのぼりを掲げて販売を周知することも行えるようになった(図6)。

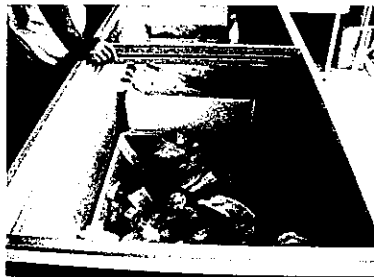


図4、5、6 保冷库、メール配信用QRコード、朝どれ大漁旗・マグロ、カツオのぼり

夢未市での販売開始から平成22年11月末までの販売回数は、計62回、総販売数量は約8,340kgで、総販売金額は、約388万円であった。

1回あたりの平均販売数量は約135kgで、平均販売金額は、約6万2,500円となった。主となる販売魚種は、サバ、カタクチイワシ、アオアジ、イカ類であった。

販売する値段は、市場価格より3割増しくらいの値段をつけるようにしている。カタクチイワシなど値が安い魚などは、もう少し割り増して値段をつけている。

これら魚種の通常の市場価格は、私の場合は、だいたいキロ当たり200円くらいで、直販での平均単価を計算するとキロ当たり約465円となったので、非常に大きい魚価向上が見られたことになる。

一方で、鮮魚の販売に係る経費は、夢未市までの往復の車の燃料代と農協の手数料くらいである。これら経費を差しひいても、儲けはあり、事業として継続できるという感じを持っている。それ以上に、平塚の魚をPRしていく取り組みは、今後も継続していくべきであると思っている。

夢未市では湘南しらすも販売しているが、平塚のしらす加工場まで購入に来た厚木のお客さんがいた。非常にありがたいし、これも平塚の魚のPR効果だと思っている。

図7、8に販売開始からの鮮魚の販売数量と販売金額の推移を示した。夏には、網の修理等で販売にいかず、数量と金額とも落ちている。

夢未市での対面販売を通して、消費者がどんな魚を欲しがっているか、消費者ニーズも実感でき、品揃えも考えるようになった。

お客さんのなかには、購入した魚で作った料理をデジカメ写真で見せてくれたり、魚のおいしさがスーパーとぜんぜん違うという話をするなど、対話のある販売が実現している。

いままでの漁労作業は、市場に出荷するだけで終わっており、その先の消費者の存在は見えていなかった。

消費者が見えてきたことで、いい魚、自信がある魚を販売するよう努力するようになったし、消費者の口に入るところまで責任を持つ必要があるという意識が出てきたのも、この販売を通しての経験で、今までになかったことである。

いいことづくめの鮮魚販売のようだが、市場に出荷する量に比べれば、販売できるのはわずかな量である。漁獲された魚の大部分の販売は、市場抜きには成り立たないのは今後も変わりはないと思われる。

ただ、市場に出荷する魚にも今まで以上にその扱いや鮮度管理に気をつけるようになってきたのは、鮮魚販売に直接関わってきた成果だと思っている。

鮮魚販売をきっかけとして、水揚げ全体がいい方向に向かっている、そう思うように

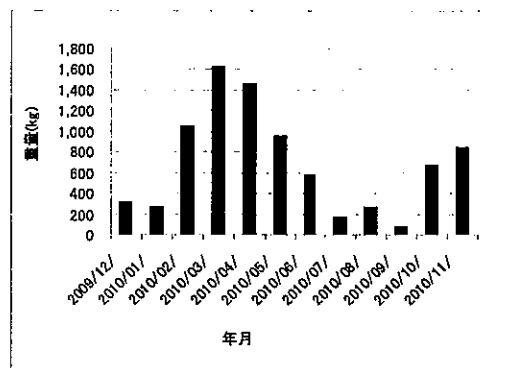


図7 鮮魚の販売数量の推移

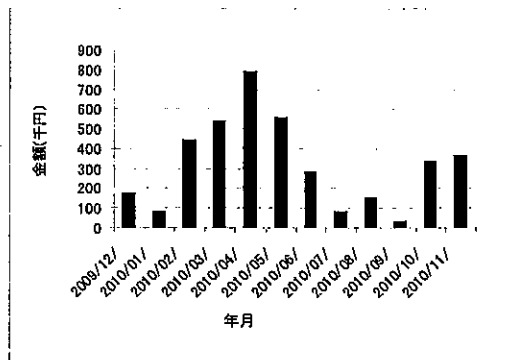


図8 鮮魚の販売金額の推移

なった。

このような体験は私だけでなく、他の漁業者の方にも感じていただきたいと思っている。

深夜からの操業に引き続き、昼も魚を売りに行くというのは、体力的にもきつい面がある。

販売を継続できているのは、儲けがあることはもちろんだが、一番の原動力は、お客さんから「この前の魚はおいしかったよ」と言われることである。

自分の獲った魚をおいしいと言ってくれるのは、とてもうれしいし、「また、がんばろう」という気持ちになる。



図9 対話のある販売

6. 波及効果

神奈川県的大型農産物直売所における鮮魚販売は販売箇所数を伸ばしている。

夢未市での鮮魚販売開始後、平塚市に湘南農協の大型農産物直売所が整備され、そこでも、平塚市漁協直販事業研究会会員の漁獲した鮮魚が販売されるようになった。また、同研究会の一本づくり漁業者は、平塚漁港での活魚直売も開始し、平塚の魚のPRと魚価向上の取り組みを行うようになった。

平成22年12月に藤沢市にオープンしたさがみ農協の大型農産物直売所においては、移動販売車による藤沢地区の漁獲物の販売が行われるなど、少しでも高く魚を売る取組みが増えてきている。

鮮魚販売については、現時点ではお客さんの数が多く、また、購買意識の高いお客さんの多い農協の大型農産物直売所での販売を行っているが、農協の鮮魚販売に対する理解の上で成り立っているものとも言える。鮮魚販売は、農協も巻き込んだ波及効果もあった取組みといえる。

7. 今後の課題や計画と問題点

消費者と交流ができて思うことは、消費者に魚の扱いや食べ方についての知識や情報が少ないと感じることである。

値段を高くつけると買ってくれないときもある。「スーパーより高いよ」と言われることもあり、その時は鮮度が違うから値段も違うという説明をしている。

昔は、町の魚屋さんが店先でそういう説明をしていたと思う。今は、スーパーの魚売り場で店員との会話もなく、魚は購入されている。消費者は、魚の知識がないまま、料理方法も知らず、魚食から遠ざかることになっていると思う。

お客さんの中でも「おろしてくれれば買う」という声は多いし、また、若い女性は、丸の魚と見ただけで寄り付かない事も多い。

夢未市では、研修施設があり、私が講師となり、魚のおろし方教室も実施している。丸の魚の消費は、やり方しだいでもっと広げることができると思っている。

「加工し、付加価値を高めたものを販売していく」というのが時代の流れなのだろうが、それでも丸の魚の魅力を感じてほしいと思っている。

丸の魚の魅力を発信して、もっと魚を食べてもらうことが、これからの我々に課せられた役割だと思っている。



夢未市のスタッフのみなさんと（中央が私）