

第2回鎌倉市水産業振興協議会議事録（概要版）

日 時：平成26年1月29日（水）15時～17時

場 所：鎌倉市役所 講堂

出席委員：6名

関会長、原副会長、金子委員、原田委員、樋爪委員、矢野委員

欠席委員：2名

高木委員、武井委員

事務局：加藤産業振興課長、近田産業振興課課長補佐、

根本産業振興課事務職員

議 事

- 1 第1回鎌倉市水産業振興協議会議事録の確認について
- 2 流通モデルの構築について

事務局から、出席委員の確認、配布資料の確認を行いました。

議事1「第1回鎌倉市水産業振興協議会議事録の確認について」については、全会一致で確定しました。

（会長）

議題は「流通モデルの構築」についてです。この場合の流通は、市内への流通の促進の観点から考えていただきたいと思います。市内の生産、流通の現状については、前回の事務局からのアンケート報告にもありましたが、一点確認する点として、生産者である漁師さんが何を流通ベースの対象と考えているのか改めてお聞かせいただきたいと思います。副会長、委員にお聞きしたいのですが、初めに副会長からお願いします。

（副会長）

シラスの場合は各個人の商店での販売ですが、漁業協同組合（以下「漁協」という。）ではサザエと茹でダコの販売、そして漁獲された魚を訪れた客に販売したいと考えています。一回食べてもらえば味の違いがわかると思います。

養殖ワカメも、漁協で売っている物は5月には売り切れてしまいます。

それから、アカモクも頑張っていきたいと思っています。漁協でアカモク委員会というものを結成し、力を入れ始めました。今度は食べやすいサイズにパックすることも検討しています。

(委員)

神奈川県漁業協同組合連合会（以下「漁連」という。）としてもアカモクは神奈川県内、生協、JAなどにアピールしています。

それから、今、委員が言うように、漁連でも納豆のパックのような容器に入れて一口サイズにしたものを考え中です。

(委員)

スーパーでは冷凍の海藻というのは、お客さんが買い辛いと聞きました。

(委員)

モズクなどは冷蔵で売ったりしていますよね。あれは酢が入っているので、悪くならないからです。モズクのように酢が入れば良いですが、色の問題もあります。

売る側の気持ちとしてはどうですか。

(委員)

腰越はワカメの販売は漁協ではなく、個人で行っています。

また、小型定置網漁も行っていますが、漁獲量が安定しません。

ワカメは、個人で販売していますが、販路はもっているから、おそらく余るということはないですね。

(委員)

湘南で鎌倉以外に養殖ワカメをやっているのは、茅ヶ崎と江ノ島、片瀬で少し、平塚で試験的にやっています。

海底が砂地だとワカメが生育しないので、獲る習慣があまりありません。県内のワカメ収穫は三浦半島などが盛んですね。

(副会長)

養殖ワカメを漁協で取り扱うようになったのは、最初は個人で販売していましたが、商品に生産者の名前と組合名・連絡先が記載されていたので、お客さんから漁協に電話があったりしたため、漁協で販売しようという事になりました。

個人の販売で余っているワカメを漁協で売ると、5月の連休前には売り切れてしまいます。

(委員)

塩蔵ワカメは作成者によってそれぞれ内容塩の分量などが違うので、漁協で販売するには塩の種類なども含め統一した方が良いと思います。

(副会長)

これからは漁協で販売していくためには、その辺りの話もしていかなければいけないと考えています。

使用する塩についても、人によっては、溶けない天然塩を使っている人もいます。また、包装のビニール袋には全て漁協名と生産者が印刷されています。

(委員)

最近の事例で、猿島の漁業者でワカメを間引きして養殖している人がいます。そうすると良いワカメが獲れるそうです。ワカメで難しいのは、海の中の栄養分で出来が左右されるので、年によって品質に差が出てしまう事です。その猿島の漁業者は、最近カキの養殖もやっています。横須賀の産業まつりで試験的にやっていたものが定着したそうです。種は東北から仕入れているそうです。販売ルートはまだないため、基本的には直売しているようです。

(会長)

本日は魚商組合の方は欠席ですが、事前に何か事務局で伺っていませんか。

(事務局)

納め中心の会員もあり、魚商組合全体として協力いただくのは難しいと思います。しかし、自分たちができる範囲で協力はしていきたいという話でした。実際、取引はまだですが、鎌倉漁協に水槽を見に行くと聞いています。

委員は材木座という、昔、比較的大きな屋敷があった場所で商売をしていますが、今でも昔のお得意さんから刺身の盛り合わせなどの注文を受けることが多いそうです。

そういう時はお祝い事で受ける事が多いので、手近なところでアワビや鎌倉エビが手に入るのであれば利用できると思います。

委員は「自分が使うことで組合員に広まっていけば」と言われていました。また「鮮魚をいきなり取り扱うというのは難しいかもしれないが、ワカメみたいな乾き物は管理もし易く、ロスなども少ないので取扱いやすいかもしれない。いずれにしても昔のように組合としてまとまって行っていくのは難しい」と言われていました。我々としては、とりあえず興味のある人が漁協と話をしてルートを作って、成功事例を作ってもらえれば、それが魚商組合の中に浸透して

いくのではないかと思います。

アカモクなどもメディアで取り上げられた際、市役所にも問い合わせが多数ありました。そうなった時に市内の魚商組合に観光客が買い求めに来る事で、新しい観光客の流れが作れるのではないかと思います。

鎌倉駅は利用者のピーク時を設定して作っている駅ではないので、花火大会や正月は入場規制があったりします。そこでどうやって人に分散してもらうのか。産品も使いながら、人が分散する仕組みもできるのではないかと思います。できれば、アカモクのシーズンが始まる前に話し合いの場を設定できればと思っています。

(委員)

漁協として魚商組合に卸すとなると、直売で販売する価格の何割かで卸さなくてはいけなくなりますよね。

(副会長)

そうですね。消費者と直で取引するのは多少違ってくると思います。漁連ではどのようにしているのですか。

(委員)

うちは加工品が多いですが、商品に最低いくら掛かるか、それから小売の値段も考慮しています。もちろん普通の小売価格よりも、一割から二割程度は安い金額に設定しています。

(委員)

漁連では高速道路のサービスエリアに置いていますが、値段が高くとも売れます。

間に業者がいくつも入っているため、高くなりますね。

(副会長)

アカモクがテレビに出た時、鎌倉漁協が卸しているスーパーではアカモクが売り切れたら、三崎まで買いにいっていました。

(委員)

魚商組合は、漁協が直売することに関して何か聞いていますか。

(事務局)

昔はあったと聞いていますが、今は、そんなこともないと聞いています。

今は普通の魚屋は給食などへの納めを持っています。小売だけでやっている人は少ないので、昔と違って客を取り合うということはないです。

魚商組合が望む商品と売りたい商品をどのように組み合わせしていくか。

それから、比較的販路が確定していないものについては、優先的に市内に流通させるように考えるなど。また、直売で売るものと値段を変えたくないというのであれば、量を調整する方法もあるのではないのでしょうか。

しかし、さっきも出たように、流通の過程が増えれば当然マージンも増え価格に転化されることになりませんが、統一の価格にはあまり拘る必要はないのかと思います。

それはその商品を扱う事で双方儲けなければならないので、その中で互いにどれだけ歩み寄れるかだと思います。

(会長)

値段設定というのは大事な部分であると思います。

小売と生産サイドの連携も、何だったら連携できるのか、見えてこないと話が進まないかという気がします。

(事務局)

この話については、過去にも話されてきていると思います。その時出来なかったという事は、出来ない理由があったのだと思います。

それは、小売からすれば、ある程度魚種が揃わなければ店を開けません。では魚種を揃えるために仲買に言っておけば、仲買が集めてくれるので、自分で何か所も回らずに済みます。

例えば、それが漁協と取引するとなると、手間がかかる、漁協が配送できない前提だと、魚商組合が買いに行かなければなりません。

それであれば、仲買を通じて集めた方が、効率的という話になります。

しかし、それは大量消費・低価格志向などという消費者ニーズがあった時代の話で、今は、特定のを差別化して売るといった商法が成立している中では、連携のとっかかりは増えているのではないかと思います。そこを利用した中で、どう考えていくかです。

ただ、その中で魚商組合が組合として取り組めないというのは、個々の経営状況が違うためです。

ここでは、漁業者が漁協としてまとまってくれたとしたら、そこにどういう形で興味のある魚屋が絡んで、販路を作れるか。それを成功事例とすれば、挑

戦してみようかなという人が出てくると思います。そうすることによって、場合によっては中堅スーパーにも広がっていくのではないかと思います。

今回、この協議会を開催するにあたり、大型スーパーと話をしましたが、そのスーパーはエリアごとに総括バイザーみたいな人がいて、その人によって、店の仕入れが大方決まってしまうそうです。店のバイヤーが許されている裁量というのは、売り場面積の何割にも満たない。ただ、その部分は地元流通ということで、ある程度、流通ルートが出来ています。

でも例えば、漁協と取引する事で、観光客など新たな客が出来ないと中堅スーパーなどは動かないと思います。

市としては、市内の業者を第一に考えなければいけないので、そこを成功事例にできるような枠組みを作っていきたい。

それは魚屋に何がほしいかと聞かなければ、成立しないのではないかと思います。

(委員)

どこをターゲットにするかがあると思います。

スーパーに行く人は便利で安いというために行くので、あえてそこをターゲットにするというのは、相当難しいと思います。

だからまず、直売店とかを利用しているコアな客をターゲットに考え、それでスーパー帰りの人が足を少し延ばす程度で考えていかないと難しいと思います。

(会長)

先ほど、漁協の方からタコについて、始めは中々売れなかったが、食べると美味しいというのがわかると人気が出てくる、という話がありましたが、そういうスーパーでは普通に手に入らないが地元の物としてどこで手に入る、という情報を市民がわかってくると、地物が浸透するという事になります。

そういう物を一つずつ増やしていく、そういう事が大事なのではないかと思っています。

(委員)

シラスなんか今は核ですが、30年以上前は小坪ではシラスを買うのは地元の人しかいなかったですね。

(会長)

地元の物が浸透していくというのは、水産物に限らず、県の事例として何か

ありますか。

(委員)

アカモクは県の普及指導員の方の情熱もあり、メディアに取り上げてもらえているので、そういう旗振り役がいると思います。盛り上げるためには一つの大きな要因だと思います。そういう情熱を持って、アピールしてくれる人が必要なのではないかと思います。

(委員)

アカモクというのは、特殊性があって、まず関東圏の人は知らないという事があります。

例えば、サザエと茹でダコだと、関東圏でも一般的なものであることから、他との違いを明確にしていかなければいけないと思います。

(委員)

味は確実に違うと思います。そこをどう伝えていくか。

アカモクは今までは迷惑な海藻だったのを、それに価値を付けたのは旗振り役の県の普及指導員の方だったと思います。

茹でダコだって価値はどうにでも付けられるはずだと思うのです。

そこをアピールしてくれる人がほしいですね。

(委員)

茹でダコやサザエは、皆知っている物なので相当インパクトが必要だと思います。

(委員)

地産地消というものもあると思います。

(委員)

県の調査でも地元の物を食べたいという意見は、七割以上あります。

他と違うという事を実感してもらえないと、中々買うまでにはいかないと思います。

(委員)

味の違いについては、旨味がこれぐらい違うという説得力も必要ですし、安全性の問題もあると思います。

(委員)

ただ、やはり買わないというのは決め手がないからです。

アカモクというのは他にはなかったからわかりやすい。「0」か「10」か、どちらかなのです。

しかしタコというのは、スーパーに行けば北海産もある上に見た目ではわからないですからね。

(事務局)

農業でいえば、スーパーは規格に厳しく、安定供給が求められます。

また、スーパーというのは、その日の戦略があります。

漁協が初めからスーパーなどと取引しようとする、スーパー主導になってしまうのではないのでしょうか。

(委員)

セミナーの催しをやった際、鎌倉の海・水産物についてコンビニの人と話した際「すごく興味あるが難しい」という話がありました。場合によっては、船に乗ったり、どのように作っているか見るそうです。また、毎週の検便をやったりしなくてはいけなくなります。

これらのことから、大きい流通に乗せるのは、難しいのではないかと思います。

(委員)

コンビニはとにかく回転率が速いので、賞味期限が非常に短いです。

宣伝になるとかでなければ、避けた方が良くはないのでしょうか。

(事務局)

そこまでの供給量を確保できるかという問題も当然出てきます。

静岡で、観光地沿いのコンビニに行くと、地域限定の商品が売っていますが、これはそこに出さないといけない理由が静岡の生産者にはあるのだと思います。

両漁協の立場から言うと、今あるものをどう高く見せながらという、他の地域の大量生産、大量消費的な売り方と違うのではないかと思います。その中で、市民の利益をどう見込んでいくかだと思います。

少ない物に付加価値を付けながら、よく見せていく。そういう戦略を持っている必要があると思います。

獲れ過ぎてから市内流通させるという話とは違います。

(委員)

獲れ過ぎている物がありますか。

(副会長)

時期的にはマルソーダ、カタクチイワシなどがあります。

(会長)

今は時期によって、獲れ過ぎた物はどう処理しているのですか。

(副会長)

今年の1月は結構サザエが獲れていましたが、値が半分に下がったりもしました。

マルソーダなどは一匹百円程度で店に来た人に売ったりしています。

余ったマルソーダは冷凍してタコ餌にしています。

(会長)

では、まず最初のとっかかりとして、何を選んでいくかが重要ですね。

(委員)

どこでも獲れる物は差別化が難しいです。

(会長)

むしろ何かできっかけを作って、そういう物もルートに乗せていけば良いと思います。

(副会長)

鎌倉産のワカメは鎌倉を連想させるイメージに繋がれば売れますか。

(委員)

ワカメは産地によって味が違いますが、皆、自分で獲った物が一番美味しいと思っています。

猿島は鎌倉に比べて柔らかいですね。

(事務局)

今以上に量を増やすのは難しいですか。

(副会長)

一番多かった時は16件やっていましたが、今年は11件です。来年は1件増えそうです。

(事務局)

小売店ではワカメを扱っていますか。

(委員)

ほとんど無いと思います。まずスーパーではほとんど無いです。塩蔵ワカメは売られていることもあります。これ以上、生産量を飛躍的に伸ばすのは、海の容量からしても、許認可側からも難しいですね。

(副会長)

ワカメの場合は、小売店は付き合いのある漁業者から直接仕入れています。

(委員)

腰越についても5月ぐらいで売り切れるのですか。

(委員)

やる量にもよりますが、5月にはないと思います。

今、乾物で買う人がいるから良いですが、10年、20年経ったらどうかなとは思っています。

(副会長)

確かにワカメは高齢者が買いますが、その人たちがいなくなったらどうなるかわからないですね。

(委員)

ワカメの塩蔵は今のスタイルに合っていると思います。

伝統的な作り方という事を売りにして、乾燥ワカメを特別なものとして売るというやり方もあると思います。

(事務局)

加工するにあたっては、今は個々の漁業者が塩の加減など自由にやっているものを、どこまで統一してやっていくか、という課題は出てくると思います。

ブランドとした時、質の維持というものを考えていかななくてはなりません。
例えば、シラスにしても「湘南シラス」といっても加工は自由ですが、一般的にブランドというとき一定の基準があります。

(委員)

加工場を市が造ってくれるという事はないのでしょうか。

(事務局)

事業計画を作り、市にもメリットがあるのであれば、可能性はあると思います。

ただ、これが出来れば解決済みという発想では何も解決しないと思います。
施設はどうやって使うかを考えていかなければ、負のインフラになってしまいます。

(委員)

何を売り込むかですね。

(委員)

獲れるものを考えると、先ほど出たサザエや茹でダコなのかと思います。
腰越はどうですか。

(委員)

両方とも獲っている人は獲っていますね。
千円で売れるものが急に五百円になってしまうという現実を、年間を通して千円で売れるようにしたいと思っています。

(委員)

通年、同じ価格で売れるために他の地域はどのようにしているのですか。

(委員)

基本的には難しいですが、一番簡単なのは「関サバ」のようにブランド化してしまうことです。

(委員)

飲食店の人も漁協に来れば、買えるように出来れば良いと思います。鎌倉の飲食店が鎌倉で獲れたサザエを使うのは良いことだと思います。

(委員)

出した側がここに出したと明示しておく必要があると思います。

そういうことから信用ができ、飲食店にも客が来るようになれば、ある意味動きが広がると思います。

ただ、出す側はある程度、制限ができるから扱いたいと思います。飲食店が増えれば増えるほど、価格を一定に保ちやすくなると思います。

まずは、きっかけとして、ここのお店に出しています、ということを明示できればと思っています。

飲食店側とか売る側が「どこ産です」とやっても、今の時代、消費者が冷めてしまっています。だから生産者側からアピールしていけば信用度は高くなると思います。

(会長)

意見が尽きないようですが、今日は出せそうなものを確認できたのと、どういう売り方をするのか、という事に対して正直な意見が出たと思います。

この協議会は、今日の流通の問題の他、鎌倉への来訪者を含めた地産地消の検討というテーマもありこの二つのテーマについて、関係者の一定の合意を得た後、公募の市民委員を含めた会議の開催も予定されています。

そこで、次回の会議につきましては、この二回の協議を踏まえた中間素案を事務局でまとめていただいて、それを検討する会議としたいと思いますが、いかがでしょうか。

(承認)

(会長)

それでは、本日は、ありがとうございました。