

第3回鎌倉市水産業振興協議会議事録（概要版）

日 時：平成26年3月24日（月）15時30分～17時

場 所：鎌倉市役所 講堂

出席委員：6名

関会長、原副会長、原田委員、高木委員（菊元氏が代理出席）、
武井委員、矢野委員

欠席委員：2名

金子委員、樋爪委員

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2回鎌倉市水産業振興協議会議事録の確認について
- 2 市内流通についての事務局案について
- 3 飲食店を取り入れた地産地消の進め方について

事務局から、出席委員の確認を行いました。

議事1「第2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）

市内流通についての「事務局案について」を事務局から説明をしていただき、
これについて少し議論の時間を取りたいと思いますので、宜しくお願い致します。

（事務局のから資料に沿って説明）

（会長）

足りない部分というのもあると思いますので、その辺を少し、今日の話の中で肉付けをしていけたら良いと思いますし、出来ることをやっていく、出来ることからやっていかなければならないし、出来る事しか出来ないという事は分かるのですが、もう少し大きなビジョンがあつてというか、ストーリーがあつても良いと思います。もう少し夢も入れていいのかなど、個人的な感想として思っています。委員の皆様には色々意見をいただきたいと思ひます。

例えば、今出ているのは、現実的な物としてはワカメや、アカモクなどの海

藻類から、まず一步踏み出すのが良いのではないか、という事があるのですが、委員から聞いた「釜揚げヒジキ」の話なども少しあって、そういうまだ、やれば魅力があって、地元に出せる物というのが実はまだあるのかな、という気も少ししています。そのヒジキの話などもしていただければと思います。

(委員)

大船のルミネで、3月20日から23日まで4日間「ココルミネ」という名称で、地元の業者が「こんな事をやっていますよ。」というのをアピールする場を設けて下さいました。

「この時期だったら海藻類しかない」という事で、乾燥ワカメ、あとアカモクが乾燥と茹で冷凍、それからヒジキは釜揚げヒジキと冷凍です。この5種類を出しました。ワカメはよく鎌倉で売られている大きさの半分の大きさの物だったんですけど、飛ぶように売れて、1日で全部用意した45本が全部売れてしまった状況でした。ワカメはそれで終わりになってしまいました。アカモクも1日目と2日目で乾燥の物は全部売れてしまいました。

ご年配の方は乾燥を、若い方が冷凍の物を買っていくという傾向でした。冷凍は、冷凍の物を刻んでカップに入っている物なんですけど、去年テレビに出た事も色々あって、話には聞いているけれど見た事はなかったという人がほとんどでした。「大船の人はあそこまで行けないのよね」というお話がありました。

あともう一つ、やはり漁業者が売るっていうのは、すごくアピール性があるなと思いました。

それで1日目、2日目が乾燥のワカメとアカモクがあって、それが2日目まで売れてしまって、3日目からは、釜揚げのヒジキ、釜揚げのヒジキの冷凍、それからアカモクの冷凍だけになりました。それだけ売っていたんですけど、やはりヒジキが、冷凍でも釜揚げでも「そのまま使える？戻さなくて良いの？」って聞かれて「そうですよ」って言うと、飛ぶように売れました。

釜揚げのヒジキの存在を知らなかった人が多くて、やはり戻すという事の手間があったのが、戻さなくていいという事が、すごく魅力的だったのと、ヒジキの場合は切らなくても良いのが魅力だったのか、毎日8時までだったんですけど、6時には売り切れている状態でした。

最後の日はアカモクの補充があって、アカモクの茹で冷凍が、やはり用意した分が全部売り切れました。

(委員)

商店街で約7割近くが全部チェーン店です。相当売上はありますが、地元のお客さんを対象にして収入を得て、そうやって売上を上げた金額は本社にいつ

てしまいます。そうすると、鎌倉市は、場所は提供するけど、地元に対する還元が上がってくるのは固定資産税しかない訳ですよ。鎌倉市の財源が、地方交付税を受けるようになったというのはそこにあると思います。昔はそういう事はなかったと思います。地元の鮮魚店だって結構繁盛していましたからね。

チェーン店が売上を、集約して東京の本社に持って行っちゃえば、国は潤うかもしれませんが、地元への還元はゼロですよ。そういう所まで考えていただければ、仮にルミネでやることは、人を呼ぶには良いと思いますけど、地元の商店街に対しては、利益が少ない訳です。私も商店街で色んな事やっているの、経費の一部は市から補助をいただいていますけど、恩恵を受けているのは一部だけです。

(会長)

今、委員に話していただいたのは、ルミネでは、どういう物が商品として可能性があるのかな、ということです。

どういう物が鎌倉の地元ではどういう風に売れるのか、使えるのか、というところなんですよ。

(委員)

鎌倉はわかりませんが、普段の土日に地元の人が、地元で買い物するお客さんっていうのは、ほとんど0に近いです。委員がおっしゃるようにサザエだとか、ワカメだとか、アカモクとか、そういう物を土日に天気さえ良ければ、観光客には十分売れると思います。

(委員)

もっと地元の物を、皆さんに提供できたら良いですね。

(委員)

提供できるような食堂とか、移動の車でも良いし、そうやって直接的に売る。

それを漁業者や一次産業の方達が出来ないのであれば、加工などの間に入って下さる方がいて、それを直接売るという形で、市内で回っていけば良いんでしょうね。

(委員)

実際、作る人っていうのは、どんどん減っていくと思うんですよ。今のこの産業構造だと、女性も働かなければいけないという世の中になってきて、それが国策になってきている訳ですよ。そうすると作る専門の人がいる事にな

っても、悪くはないと思うんですよね。地元の物を買って作る、使うって事であれば、そういう感じに持って行かざるを得ないんでしょうね。

(委員)

皆さんのお話を聞いたり、自分の少ない経験からすると、大船地区と鎌倉地区って売り方が違いますよね。基本的には。そうすると別々に、何かやろうとすると別々に戦略を考えた方が良いでしょうね。

(委員)

だから鮮魚店の経営にしても、鎌倉の鮮魚店は店頭販売より訪問販売ですよね。

(委員)

大船の場合は店頭販売が多いです。

(会長)

例えば地元の小売りのお店で、地元の物はこういった物を扱っていますか。

(事務局)

地元の物というと、ワカメなどは、漁師さんと直接お店で取引しています。アカモクは、流通の経路が決まっていない部分があるので、その部分を漁師さんと魚商組合の方がタイアップをする。消費者ベースで売なのか、観光客ベースで売なのかという問題はあります。

市内優先という考えで、それを観光客も買っていくような、仕組み作りが一つできれば良いのかなと思います。その中で、地元の物が欲しいと言っても、今まで買い方も多品種少量という事で中々地場まで流通してなかった。そこがある程度軌道に乗り、採算ベースに乗るのであれば、規模の拡大などにも繋がっていくものと思います。

まずは、限られた漁獲物を、どうやって皆さんの力で市内に流通できるのか。例えば、ワカメやヒジキの時期、アカモクを刈取った時期に、折々の物を詰め込んでいくような形にしていきたいです。

それと中間取り纏めの扱いですが、皆さんの段階での確認事項に留めさせていただければと思っています。

(委員)

私が不足だなと感じたのが、購買層のターゲットについてです。まずどっち

に重点を置くのか、そういう事の絞りこみが今後の検討で必要になります。でないと、どこの店に協力してもらうなど、決め辛いと思います。

その辺は今後の検討課題として、明記した方が良いのではないかと思います。

(委員)

大船の場合、鎌倉に観光へ来る客は基地として、大船のホテルが利用されています。

以前、ホテルの支配人がいらして、地元商店の案内が載ったパンフレットが欲しいとお願いされました。

(委員)

こういう物が鎌倉の名産ですよ、地場の物ですよ、とアピールできますね。

(委員)

そうすると地元のお客と観光客、50/50 でいけば、そういう人達の口コミになれば、今度は地元の方達も一緒になって、共に歩めると思います。

(委員)

あと鎌倉市内で「朝獲れシラス」と書いてあって、それが1月だったり2月だったりして「いつの朝、獲れたんだろう。確かに朝獲れたんだろうけど、いつの朝とは書いてない」という話になって、だからそういうのも書いてもらおうと良いですよ。

(委員)

だから私も、飲食の立場で、委員がおっしゃるように、私も疑問を感じているんです。1月、2月の鎌倉で、シラスが手に入るシラス専門店ってなんだ、という事になる訳です。

(委員)

そういう事も一口メモでシラス漁の解禁はいつですよ、って書いて欲しいですよ。

(会長)

そうですね、ちゃんとPRしないと。

(委員)

業者もそうですが、市民の方達にも PR する必要があると思います。そうじゃないとシラスを売る意味において、間に合わなければ冷凍となります。

(副会長)

本当に地元にいる人には、この時期にシラスはないってわかっているんだけど、観光客と引っ越してきた人は、鎌倉には1年中あるって思っています。

(委員)

生のシラスを食べてもらおうと思ったら、禁漁以外に、今は漁期ですよと表示してもらって、そうすると地元の鮮魚店も飲食店も胸を張って売れるわけです。

(会長)

無い時、無いって言える事、冷凍は冷凍ですって言える事、これは本当に生の、朝獲れのって言える事が大事だと思います。やっぱりそれは専門家がちゃんと伝えなければいけないんだと思います。

(委員)

あと一つ課題として加えるなら、真偽性を保証してあげる、これは生産者が小売店側に対して「本物ですよ」と保証を何か、紙でも旗でもなんでもいいので、それを保証する方法をまず考える必要があるかなと思いますよ。それは小売店側にもある意味、利益にはなる筈なんです。

(委員)

なります。

(委員)

本当の物をちゃんと売っている、という印ですから。それが生産者側から与えられるという事は非常に、まあ前回も話しましたが非常に大きな糧になると思うんですね。

(委員)

今までそれは欠けてました。だから先ほどの話、偽造品ですか、そういう物が問題になってきますので。

(会長)

そこは作る人と売る人が上手く連携しないと成り立たない事ですよ。

(委員)

販売についてですが、私もつい昨日の事だったので、色々と鮮明に覚えているのですが「どこで買えるの？」って聞かれるんです。「これはいつまで？」と言われて「催事なので今日までです」と言うと「じゃあ他に、どこで買えるの」と聞かれた時に、例えば小売業者で扱ってくれるのであれば、そういう事でもアピールできるんです、ここと、ここと、ここって、私達は「朝市で買えます」というぐらいしか情報が無いので、その紙を自分達で作って、そういうふうに聞かれた方には、それをお渡ししていたんですね。「朝市と、普段はこういう直売所があります」という紙を私達が渡しても「でも大船じゃないのね」と言われてしまいました。

(委員)

委員がおっしゃるように「直売所がありますよ」と言っても、行かれる人はいない訳ですよ。交通費使ってまでも、そこまで行こうという人は1割いるかないかですよ。

(副会長)

その所の場所をね、考えるのがね、どうかなという事ですよ。

(委員)

「普段どこで買えるの？」って聞かれた時に、スムーズに大船だったらここ、北鎌倉だったらここ、鎌倉だったらここと言えるような、そんな形が欲しいなと思いますね。

(会長)

言えるだけ扱ってもらえるようになりたいですよ。

(委員)

扱ってもらいたいという事もあるし、先ほどの購買層のターゲットの絞り込みというお話だと、やっぱり小さなお子さんのいるご家庭というのは、食べ物に対してすごく敏感だなと思いました。

(委員)

親もすごく神経質になっているのもあると思います。

(委員)

放射能問題の時は、ワカメの時期に「ちゃんと検査していますか？」って聞かれました。

(委員)

今、横浜の市場では、委員会がありまして、野菜や魚を絶えず放射能検査を行っています。

(副会長)

うちの方では漁期が始まる前に、ワカメやアカモクを検査して、不検出でした。その張り紙も出しています。

(委員)

事務局案には、ターゲットの話と、品質の保証の話を加えてもらえたらと思います。

(副会長)

先ほど、地元で獲れた物を売ってくれる小売店や飲食店を認証する話がありました。

シラス協議会という県内シラス漁師で構成する団体があり、湘南シラスという旗を作り、小売店や飲食店へ渡しているんです。

(委員)

紺色に黄色地の旗で、私も知っているからあれなんですけど。ちょこちょくと江ノ島方面とか、湘南のシラスって黒字で書いてあるのとか。

だから、あの旗の作り方もシラス協議会とか書くなど、そこもやっぱり今後の品質の保証性というので、もうひと押し必要かもしれません。

(委員)

鎌倉の水揚げの地魚とかだったら、基本的に鎌倉漁業協同組合とかどこかに付けてもらおうとかしないと、漁業協同組合（以下「漁協」という。）というのは生産者という意識は絶対なので、そういう事で表示効果が、工夫の余地があるかなと思います。

(委員)

そうやって一文字入れられれば、完全に地元の物だという感覚を持っていただけですから。

(会長)

シールなどはそれが見る消費者に伝わっていなかったら、どんなにやってもやっぱり伝わらないですよ。

(委員)

海の物のブランドの色など三つとか四つとかあると、皆混乱してどれが本物か分からなくなるので、やっぱり鎌倉ブランドの水色に鎌倉漁協が入っているとか、これが入っていれば絶対地元の物なんだって分かるような保証になるのではないかなと思うんですよ。

(会長)

とっかかりとして海藻をやるというのは、私はすごく良いと思います。

(副会長)

ワカメは大きい物が主だったんですが、観光客はあの大きい物を電車で持って行けないというので、半分にしたものを作ったりしています。

(委員)

それは切っちゃうんですか。

(副会長)

そうです。持って行きやすいようにって感じでね。

それとワカメに並ぶように、アカモクをうちの方でも売ろうと思っています。乾燥アカモクと、茹で冷凍といって茹でたものを冷凍にした物と、今年から食べきりサイズとして、小さいカップに入れた物を作って販売しています。

(委員)

土日は観光客多いようです。観音最中が鎌倉の銘菓に登録されたものですから、この間も「観音最中どこにありますか？」って聞きにきました。PRという訳じゃないですけど、副会長がおっしゃるように旗立てて、ありますよってやれば良いと思います。

(委員)

販売したスタッフが、お友達にたくさん声をかけたので皆アカモク買って行ったんですね。今日になったら「もっと欲しい」って言って、注文がそのスタッフにたくさん来ました。

(会長)

知らないんですよ。

アカモクは関東ではあまり食べた事ない訳だし、あれは日本海側よく食べられています。

(委員)

海藻がカップに入っているのって、目新しくて、アカモクってなんだろうって思うんじゃないですか。

(委員)

「コルミネ」の時も皆が聞いてきました。それで「これ食べ切らなかったらどうするの?」とか「解凍して、そのまま冷蔵庫に入れておいていいの?」とか聞かれて「シャリシャリになったら半分で、後は冷凍してください」と説明をしました。本当に知らない人がほとんどですね。テレビで知っていたけど、「鎌倉に買いに行けないから、ここで買ったんだわ」と言う人も多かったですね。

(委員)

基本的にあのカップっていうのは、スーパーでは絶対に扱わないですよ。

(委員)

逆にそれを強みにした方が、すごく地元感が出るんですよ。

(委員)

カップだと、ある程度保存性が良いように見えるし、賞味期限は多分冷蔵にしちゃうとあんまり、酢漬けだから少し延びるくらいだと思うんですけど。

(委員)

アカモクはそのままですものね。

(委員)

そこが工場で作った感じと、手作り感との違いなんですよね。三連のカップ、がスーパー側に扱いやすいついてだけの話なんですよ。並べるのもあんまり場所取らない。

(会長)

そういうことが出来ない所に、地元の物を取り入れていくというのが良いですね。

(委員)

サザエなども地元の物を売りたいですよね。

(副会長)

少しずつでも良いから、置いてもらってね。

(会長)

地元産の持つ安全性や安心感、それから鮮度とか、全部ある。

(委員)

そういう物が必要だと思います。

(会長)

できる物からちょっと少しずつ、具体的にやっていく事が大事なのかなと思います。

(事務局)

確認させていただくと、購買動向の視点を盛り込む事、品質保証、真偽の保証性、分かりやすい表示の仕組み、具体的な提案だと、協力店を明記する、案内地図の配布、あと大船と鎌倉の特性、その辺を考慮したらというご提案がありました。その辺を含めて、文書を改めました物を後日、改めてお送りさせていただきます。

また、品質の保証は小売店の方にとっても売上の向上に繋がるという話がありました。また、生産者もスーパーに卸すのは、規格の問題などがあり、非常に卸し辛いのでしょうか。

今回のテーマは地元への流通なので、その辺を強調して介していく、組合としてやっていただけたところから、やっていく。先程の話では、成功事例がな

く、上手くいくのかというのが小売店の意見かと思います。もう一つ課題だったのは、ワカメやアカモクにしても生産量が限られ、両漁協とも販売経路がある中で、小売店に卸すことについて、積極的に協力してもらえるとこの事であれば、併せて任せてもらいたいです。

それから、鎌倉ブランドについてですが、鎌倉やさい等もあり、定着はしているの、市内であれば、あのマークが確かに良いのではと思います。

(委員)

さらに「鎌倉漁業協同組合」と書かれていると安心な物な感じがする。

(事務局)

情報提供についてですが、メインとしては、地元の方が行くような所への観光の提案です。また、先に灯した火に繋がるよう灯し、付け加えさせてもらったものを、もう1回、皆様に見てもらって、来年度に繋げたいです。

(会長)

宜しく申し上げます。

(委員)

地場の物を売るのに、例えば、日本酒では特約店がある。各魚屋でも漁協との特約店契約を結んで、そこに行けば全部ありますよというようなシステムでやっていくのも一つの手かだと思います。

(会長)

量がまとまらない中では、そのような形態も良いかもしれません。

(委員)

他のお店は、その特約店から流通すれば、漁協の方も神経を使わなくて良いかもしれません。

(副会長)

3月上旬の時化でワカメのイカダが駄目になってしまったので、今は売るものはありません。

(会長)

そのような事情も、特約店であれば、お客様に説明ができるので、水産の現

場の情報発信の役割も果たしてもらえれば良いと思う。

(委員)

天然はあるんですか。

(副会長)

今年はアカモクについては神奈川県全体で少ないようである。ワカメについては、最近時化続きで収穫できていません。

(事務局)

魚商組合で特約店をやってくれそうな店はありますか。

(委員)

組合で話し合えばできると思います。

(委員)

上手くすれば、売る側もブランド価値を高める事が出来ると思います。

(委員)

魚屋も地元の物を売りたいが、ある程度、利潤も乗せなければいけない。通販で価格との兼ね合いもあるので、そこを上手くやっていきたいです。

(事務局)

価格については、当事者間で話し合っていたきたいと思います。

(委員)

漁協の組合員でも、直販所を持っている人と持っていない人がいる。持っていない人は買い叩かれるという事があるので、交渉がしやすいのではないのでしょうか。

(委員)

直販所との差別化を図るため、規格を作るなり、工夫が必要だと思います。

(原田委員退室)

(会長)

ご意見ありがとうございました。

(事務局)

次回以降、入ってもらい飲食業の方々の取り扱いについてですが、ご意見がありましたら事務局までお願いします。

(会長)

それでは、本日は、ありがとうございました。