

漁協による買取販売の拡大過程

—兵庫県明石浦漁協—

研究員 亀岡鉱平

2014年にスタートした浜の活力再生プラン(浜プラン)は、漁協をプラン実行の主体としつつ、全国の沿岸をほぼ網羅する形で策定された。全体の約3分の2にあたる423のプランが18年度末で所定期間の5年間を終えており、その多くが第2期浜プランへの移行を進めている。今回は、第1期プランの承認1号であり、優良事例として18年に漁済連会長賞を受賞した兵庫県明石浦漁協の浜プランの現状に接近したい。

1 組合概況

明石浦漁協は、瀬戸内海に面する兵庫県明石市沿岸部に所在している5つの漁協のうちの一つであり、05年に旧東明石浦漁協と合併し現在に至っている。漁協事務所のある大觀地区は市街地から徒歩圏内にあるが、漁村的色彩のなお強い空間となっている。18年度末の正組合員数は257人であり、漸減が続いている。また、平均年齢は50歳代後半とほぼ全国平均並みである。

管内の主要な漁業は、小型底びき網、一本釣り、船びき網(以上漁船漁業)と海苔養殖である。「明石鯛」と「明石だこ」が全国的にも知られているように、明石市は漁業に強みのある都市であり、明石浦漁協はその中核を担う漁協である。

2 買い支えを目的とした買取販売の開始

明石浦漁協の浜プランは、一つのテーマに收れんしない多様な内容を含んでいるが、最も特徴的なのは、漁協による積極的な買取販売事業の展開である。買取販売とは、産地市

場を運営し、産地卸売業者として漁業者(主に組合員)から漁獲物の販売委託を受け、手数料収入を得るという漁協が行う通常の販売事業とは異なり、漁協が漁獲物を買い取って所有権を取得し、漁協が販売リスクを負う販売事業の方式である。明石浦漁協の買取販売の歴史は古く、少なくとも1980年代頃には実施されていたという。開始当初の動機は、大漁時の値崩れへの買い支え対応であり、買取販売はあくまでアドホックなものとして構想されていた。この点は、買取販売の年上限額が当初設定されていた(2,000万円)ことからも読み取れる。また、当時の販路は主に餌料向けであった。

3 買取販売の拡大

—大田市場への進出—

買取販売は、その後買參権に基づき常時行われる事業方式となっていき、関西圏を中心とした消費地市場の卸売業者への鮮魚販売へと展開しつつ、上限額も撤廃されていく中、現組合長が就任したことで本格化していった。

買取販売の性質変化は、漁協の販売力の強化として表れていく。その端緒となったのは、09年に開始された移動販売であり、JAあかし、JA兵庫南等の近郊にある直売所を販売先として実施された(現在は行われていない)。

そして現在に至る画期となったのが、11年の東京大田市場への進出であった。この販路拡大の動機となったのは、魚価安、特に明石浦の平均が県全体を下回るという状況がしばしば発生するようになったことへの危機感であった。買い取った漁獲物の販路として関西

方面を頼ると、大量漁獲のタイミングが同じ近隣地区と出荷が重複し、買取販売を通じた利幅が小さくなる。そこで、東京方面への漁協独自での進出が企図されるに至った。

築地市場(当時)ではなく、大田市場をターゲットとしたのは、①築地市場は市場として規模が大きすぎ、最初に着手するには不適と考えられたため、②大田市場も築地市場と同様に首都圏の転配送拠点となっており、販路拡大の起点となることが期待されたため、③新たに運送ルートを開発する必要がなかったため(首都圏方面に向かう既存の運送ルートを微調整する程度で大田市場への配送が可能であったため)、といった理由による。

4 課題克服に向けたPR活動の継続と 買取販売の現段階

販路拡大策として行われた大田市場進出であったが、当初から順調だったわけでは決してないという。漁協が最も苦慮したのは、品質に見合った価格をいかに実現するかであった。活魚出荷、活締め、神経締めの先進地として知られているように、明石浦は漁場の近さと豊かさを生かした漁獲物の品質の良さに強みを有する地域である(写真1)。しかし、販促当初は明石浦産=高品質という評価・イメージは必ずしも根づいていなかったため、事業としても赤字気味だった。

この困難を乗り越えたポイントは、時間をかけて辛抱強くPRを続け、特に末端ユーザー(料理店等)の認知と評価を次第に高めていくことで、販路を着実に拡大していったことがある。仲卸業者や末端ユーザーの評価を固めた上で、現在は豊洲市場にも販売を行っている。18年度では、鮮魚の総水揚げ金額約10億円のうち4億円超(漁協の仕入れ価格として)が漁協によって買い取られた分である。また、現在の買取販売による販売先は、約6割が豊



写真1 いけすに置かれたかごの中に活魚が入れられている(出所 明石浦漁協facebook2019年8月4日付)

洲を中心とした関東圏、残りが関西圏等となっている。買取販売への傾斜を強める中、身に着けた販売力を基礎に販路を多角化することが同時にリスク分散にもつながっている。また、漁協内の体制としても、業務部の中に外販課が設けられ、販売先へのきめ細かな対応にあたっている。

5 販売力強化のその先へ

明石浦漁協の浜プランは、漁協の基幹事業となるに至った買取販売の一層の充実がその内容の一つとなっている。また、買取販売強化にくわえて、第1期プランから第2期への移行にあたっては、全般的に、ハード整備重視から、人材育成、生産と消費の接点づくり、管内の買物難民対応といったソフト面への展開がより強く構想されることとなった。中心的な事業である買取販売の発展を促しつつ、不足するハード部分を戦術的に補い、次第にソフト面で地域的課題に接近していくという総合的な展開は、漁協を核とする浜プランならではのものと考えられる。「水産政策の改革」を具体化した水協法の18年改正は、販売事業担当理事の設置を義務づけることで漁協の販売力強化を標榜しているが、販売力に強みのある明石浦漁協は、その先の課題に既に着手しているように思われる。

(かめおか こうへい)