

平成28年度第1回平塚市地方卸売市場運営審議会 議事録

日時：平成28年（2016年）10月31日（月）午後1時30分～午後3時00分

場所：平塚市漁業協同組合2階会議室

出席者：10人 関いずみ委員・臼井照人委員・内堀祐一委員・磯村重子委員・鈴川裕子委員・宇田川哲由委員・梅原勝之委員・山下穰一委員・田中邦夫委員・高橋裕委員

開会

1 産業振興部長あいさつ

2 議題

(1) 平成27年度市場の取引状況について

〈事務局〉（平成27年度市場の取引状況について説明）

〈委員〉 平塚魚市場での急激な単価上昇は望めない。転送に関しては湘南ブランドが何年前からテレビで紹介されており、横浜、川崎では単価が強めに競られている。難点としては平塚魚市場で競ると、そこそこのセリ単価になってしまう。セリに参加する人が少ないからと考えている。

〈委員〉 市のブランド化事業について教えてほしい。

〈事務局〉 神奈川県水産技術センターに委託し、低未利用魚のブランド化促進を行っている。

〈委員〉 島根県浜田市のブランド化事業として成功している事例がある。取れた魚に対するうまみ成分や脂ののり等によりどんちっちと名前をつけて東京に出荷している。サバが多く獲れている平塚で、付加価値をつけることで金額向上が見込めると考えるのがいかがか。

〈事務局〉 サバの付加価値として、締め方や転送方法の研究を行っている。地元での出荷及び他地域への出荷についても考えている。

〈委員〉 漁港からすぐ近くの飲食店での地魚利用促進策について聞かせてほしい。

〈事務局〉 どんちっちに変わるものが平塚では「須賀締めとと」となり、現在実験中である。地元の飲食店での地魚利用促進策については、平塚の漁業活性化を目指し、漁協と協働・協力し取り組んでいる市内のお店や団体を漁業活性化協力店として漁協がピックアップしている。魚商業協同組合はふれあいマーケット等に参加して地元の魚を紹介している。脂ののっていないサバ等も飲食店等で加工してもらい地元で食べてもらい、平塚で魚が獲れているということを認知してもらっているところである。このことについてはだんだん浸透してきており、

マスコミ等にも取り上げてもらっている。有名なブランドになるにはまだ道半ばではあるが、そういう方向で進んでいる。

〈委員〉 湘南の魚について、湘南としてのブランドに疑問がある。湘南はサーフィンや鎌倉、藤沢、江の島のイメージが強い。食として考えたときに対外的に湘南の魚としてどこまで差別化ができるのか。逆の印象を受ける人もいるのではないか。

〈事務局〉 湘南しらすとしてブランド化され、好評を受けているものもある。マイナスのイメージは無いと考えている。他の魚に関しては湘南の魚として踏み込んでいないところはある。湘南としてこだわるのか、平塚としてこだわるのかは今後の考えである。

〈委員〉 湘南にこだわりすぎると無理がでてくるのではと考える。

〈事務局〉 産地市場で全国展開する地域と、平塚とでは違いが出てくる。平塚の場合では、あえて須賀という名前を使い、ローカルな形にこだわっている。ターゲットは藤沢や茅ヶ崎というわけではなく、平塚の人、平塚を訪れた人をターゲットにしている。

〈委員〉 須賀という名前を使って地元を広げていくというのも一つのやり方だと思う。地元で値段がつくようになれば、地元にも魚も流れ、地産地消のブランドとして定着していくのではないか。生産者はどのように意識しているのか。

〈事務局〉 農協の直売所に地元の魚を持っていくようになった。このことについては定着していき、今では積極的に関わってもらうようになった。地元加工屋と組んで燻製を作る等の取り組みも行っている。魚市場も含めオール水産で取り組んでいきたい。

〈事務局〉 今までたくさん取れると魚の単価が下がることが多かった。今年は傾向が変わっている。現場で働いている人が感じることはあるか。

〈委員〉 アジの値段がだいぶ上がっている。最近では小田原方面があまり多く獲れていない。小田原や横浜などで魚が少ないところへ魚を送っていることが理由になっていると考える。

〈委員〉 アピールをいっぱいしてほしい。魚離れしている子供、高齢者の方などに骨のない魚などをアピールしていけば買いやすいと思う。

〈委員〉 だんだん魚を一匹まるまる買うことが少なくなっている。魚屋さんに処理してもらうことが多くなった。

湘南について確かにサーファーのイメージはあると思うが、それならばそれで良いと思う。湘南と言った方が知名度は高いので浸透させていっても良いのではないかと考える。

(2) 第68期 株式会社 平塚魚市場の決算報告について

〈委員〉 (第68期計算書類について説明)

〈委員〉 厚木支店の移転はツインシティに関係しているのか。

〈委員〉 関係していない。

(3) その他

〈事務局〉 (前審議会以降の市場に関する取り組みを報告)

〈委員〉 ららぽーとが出来たが、市外から来た人に平塚の漁業のPRが出来ないか、また、水産のお店が入っているが影響はあるか。

〈事務局〉 オープン前から協議してきたことはあるが、水産だけに関していえば大きな取り組みにならなかった。今後も協議しながら何ができるか考えていきたい。ららぽーと内の水産のお店の売上等までは把握できないが、地魚を取り扱ってもらっている店舗もあるので、アピールできているところもあると考える。

〈委員〉 フードコートに平塚のお店を出す等の話はあったのか

〈事務局〉 ららぽーとに出店しているところと共販等できないかと考えている。

〈事務局〉 シイラの燻製やひらつかタマ三郎のPR等取り扱ってもらった店舗もある。

〈委員〉 脂をのらせるサバは養殖できないのか。

〈委員〉 養殖施設は難しい。

〈事務局〉 技術的問題、費用対効果の問題がある。料理メニューの開発等で広げていってもらいたいところがある。

〈委員〉 F E E L湘南イベントについて、参加者数を教えてほしい。

〈事務局〉 14組28名が参加した。

〈委員〉 イベントの趣旨目的は何か。

〈事務局〉 もともと昨年度神奈川県が少しでも海に親しんでもらおうと打って出たもの。県と平塚で、魚釣りや地引網の体験などを行っている。

〈委員〉 魚の美味しさをもっとPRできる取り組みを行ってほしい。魚が美味しいと分かってもらえれば、魚の骨があっても魚離れしない、というイベントに繋がって行けば良いと思う。

〈事務局〉 ビーチで捌き方教室、公民館での捌き方教室、その他イベントを行っているが、各魚屋さん等で常時やってもらえると良いと考える。しかし、ハードルは高いと考える。

〈委員〉 地元の魚が美味しいと分かってもらって子供たちが成長していってくればと

思う。

- 〈委員〉 魚離れがある中で、乳幼児や高齢者等にも目を向けてほしいという意味で骨のない魚の話をしたが、子供たちに魚には骨があるということを分かってもらう教育は大事だと考える。
- 〈事務局〉 商品開発の方向もライフステージに併せた開発があると考え。すり身などは小さな子等にも使える。燻製などは骨を抜いている。開発の方向でターゲットを考えながら、狙っていきたいと考える。
- 〈委員〉 乳幼児への魚の入口として、魚から骨を外す等していたが、最近ではその技術を持っている人が少なくなっている。そういった技術を身に着けるような仕掛けが今の時代は必要だと考える。
- 〈事務局〉 平成28年11月30日までが任期となっている。現在のメンバーでの審議会は今回が最後となる予定である。

閉会