

箕島漁港活性化プロジェクト

箕島漁港内に 市民の誇りとなる産直市場をつくる！



箕島漁港プロジェクトチーム
リーダー 高野（産業振興課）

箕島漁港内に産直市場を整備する趣旨

- **人に喜んでもらう！**

～消費者に喜んでもらえたら、魚を美味しく食べてもらえる機会が増える～

- **新たな経済活動のチャンスをつかむ！！**

～経済活動の拠点ができれば、新たなチャレンジ（魚の販売手法など）のきっかけとなる～

- **箕島漁港のファンをつくる！！！！**

～有田市で獲れる魚や漁港の良さを知ってもらえれば、消費者が新たな消費者を呼んでくれる～

- **外から注目をあびる！！！！**

～地域内外からの「期待」と「満足」を、箕島のパワーに変えていける～

- **箕島漁港のポテンシャルは高く本物！！！！！！**

～時代のトレンド、人々の心去感受し、おしゃれに磨くことでこれからの先進事例になる～

● 他の直売所の動向

● 全国における漁協が運営する水産物直売所の年間利用者数と施設数

1位	和歌山県	3,232	8,000人/年	6施設
2位	鹿児島県	1,693	1,000人/年	22施設
3位	北海道	1,078	8,000人/年	44施設

全 都 道 府 県・ 国	水産物直売 所 を運営する 漁協数	水産物直売 所 の施設数	水産物直売所 の年間延べ 利用者数	1施設あたり の 利用者数
	組合	施設	人	人
全 国	247	311	13,588,500	43,692
三 重	4	6	109,800	18,300
京 都	1	1	23,000	23,000
大 阪	5	5	135,800	27,160
兵 庫	14	16	336,400	21,025
和 歌 山	6	6	3,232,800	538,800

ほぼとれとれ市場の利用者数

施設数が少ないにもかかわらず
ダントツの利用者数

鮮魚はやっぱり和歌山県
観光客獲得にはかなりのポテンシャルが見込まれる。

市外の水産直売所

保田漁港

保田漁業協同組合
(千葉県)



<p>刺身 ←</p> <p>大名御造り刺 ¥250</p> <p>イサキ焼物 焼物</p> <p>メバル煮物 煮物</p> <p>カマス塩焼 焼物</p> <p>保田港より 焼物</p> <p>メバル煮物 煮物</p> <p>コチ煮物 煮物</p> <p>本日のおすすめ 焼物</p>	<p>刺身六点盛</p> <p>穴子天重 1500</p> <p>アジフライ 700</p> <p>タチウオフライ 800</p> <p>ミックスフライ 800</p> <p>マグロカツ 1200</p> <p>イカかき揚げ 600</p> <p>小えびかき揚げ 650</p> <p>タチウオ天ぷら 800</p> <p>焼き物 ←</p> <p>サバ塩焼 850</p>	<p>地タコ刺 700</p> <p>サーモン刺 1000</p> <p>カンパチ刺 1000</p> <p>バチマグロ刺 1000</p> <p>海老天重 1400</p> <p>穴子蒲焼 売切</p> <p>メバル煮物 1500</p> <p>カサゴ煮物 1200</p> <p>マコカレイ煮物 1400</p> <p>メイトカレ 売切</p> <p>真コチ煮物 1100</p> <p>タイ煮物 1300</p>	<p>アジたたき 800</p> <p>アジなめろう 900</p> <p>天然地魚海鮮丼 1100</p> <p>漁師のまかない丼 1200</p> <p>イクラ親子丼 (イクラ・鮭) 1150</p> <p>鉄火丼 1300</p> <p>イサキ煮物 900</p> <p>カワハギ煮物 800</p> <p>ホウボウ煮物 800</p> <p>アジ煮物 600</p> <p>サバ味噌煮 550</p> <p>煮物 ←</p>	<p>丼・重物</p> <p>★味噌汁付★</p>
---	---	---	--	---------------------------

保田漁港 (ばんや)。
漁港直送の**漁師メシ**。
ばんやの湯も人気

市外の水産直売所

萩しーまーと

ふるさと萩食品協同組合
(山口県)



軽食・レストラン
お魚勉強会
地元加工業者と連携して生
み出したヒット商品



近隣の農産物直売所

どんどん広場



土日中心に屋台などを展開



年間10百万円程度、
配送による売上げ有り。



近隣の農産物直売所

ありだっこ



他の産地の商品も販売。
生鮮物以外に地元の加工品も多い。
高速のICに近いため、**大阪方面からの集客力も高い。**

ありだっこ（JAありだ）は四角い売場で広く見える。約126坪程度。

近隣の農産物直売所

とれたて広場



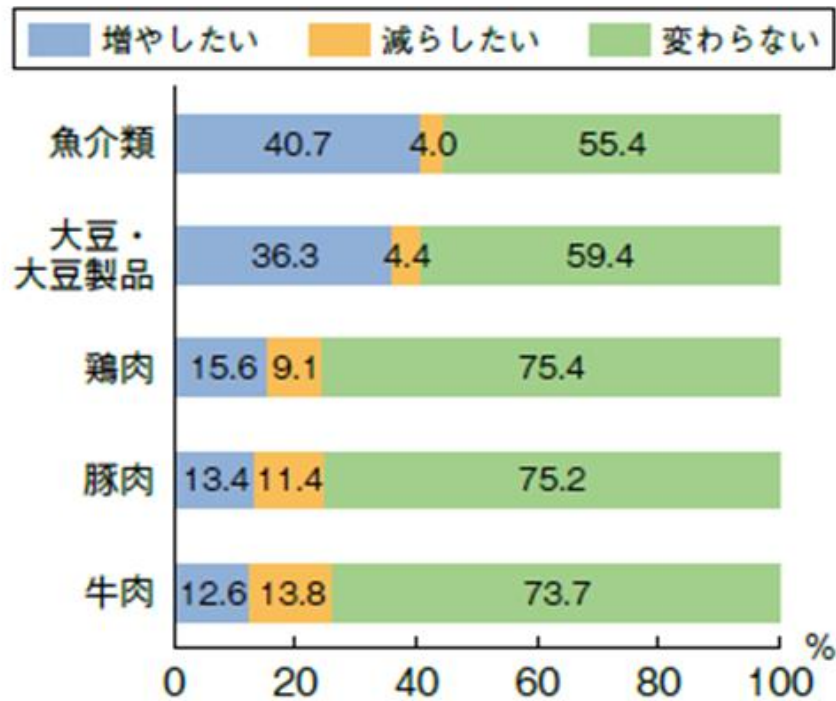
屋台「地場亭」
地鳥の焼き鳥やコロツケが人気。



どの直売所も売り上げが高く。
高い収益を上げている。

水産物に対する消費者の意識

- 主菜となる食材の今後の摂取量に関する消費者の意向



資料：(株)日本政策金融公庫「平成28年度上半期消費者動向調査」(平成28(2016)年7月1日～7月12日実施、インターネットによるアンケート調査、全国の20～70歳代の男女2,000人(男女各1,000人))
注：四捨五入の関係上、合計が一致しない場合がある。

- 子どもの頃と比べて魚介類を食べる量が増えたかどうかとその理由

魚介類を食べる量が減った

「価格が高くなったと感じるから」

「調理が難しい・面倒だから」

「生ごみの処理等片付けが面倒だから」

調理の簡便さが求められる

→魚介類の消費量の減少につながる。

魚介類を食べる量が増えた

「健康に気を遣うようになったから」

「おいしいと思うようになったから」

魚介類が持つ健康効果やおいしさについては、高評価

消費者の間にはもっと魚を食べたいという意識が根強い。
工夫によって魚が売れる(ポテンシャル)

● 有田箕島漁港の強み

- 和歌山の水産物直売所を訪れる観光客が多い。
- 近隣に水産物の直売所が無い。
- 魚食に対する消費者ニーズが高い。

他にも

- たちうお漁獲量日本一
- 県内でも有数の水揚げ量
- 新鮮な魚が朝（定置）と夕方（底引き）水揚げされる
- 獲れる魚種が豊富
- 敷地が広い（大きい施設が建てられる。駐車場も確保できる。）
- 大阪や関空から1時間程度
- “箕島”ブランド、知名度が高い

これまでの取り組みと今後

H24.9～産直市場建設に向けてとれぴち朝市を実施

現在は毎月第3土曜日開催（これまで1万人を超える来場者）

H28.6～プロジェクトチーム発足

漁協関係者とワークショップの開催、イメージパースの作成

H29.4～漁協主体の検討委員会が発足（7回開催）

漁協主体で産直市場について検討を進める了承を得たが、喫緊の課題である荷捌き施設の建て替え問題が浮上。

今現在漁協主体でコンサルも交えて検討を進めている。

H30.4～本格的に産直市場の基本構想・基本計画を策定予定

交付金・補助金の検討→最短で平成31年度着工が可能
引き続き経営手法含め中身の議論を進めていく。

ビジョン・ありたい姿

① 市民の誇りになるもの

② ここにしかないもの

③ おしゃれなもの

④ 持続性、継続性のあるもの

