

【議事録】概要

|         |  |        |                 |     |        |   |
|---------|--|--------|-----------------|-----|--------|---|
| 会議名     | 直売機能専門分科会（第1回）   | 会場     | 芦屋町役場<br>44 会議室 |     |        |   |
| 日時      | 平成 30 年 8 月 1 日（水） 19:00～20:40   |        |                 |     |        |   |
| 件名・議題   | <p>1 辞令交付</p> <p>2 会長・副会長の選出</p> <p>議事</p> <p>（1）これまでの経緯及びデスクリサーチ結果について（説明）</p> <p>（2）事業者ヒアリングの結果について（説明）</p> <p>（3）ターゲット及びコンセプトについて</p> <p>（4）その他</p> |        |                 |     |        |   |
|         | 会長   | 森江 由美子 | 出               | 副会長 | 河村 拓磨  | 出 |
|         |  | 川原 英明  | 出               |     | 吉岡 誠治  | 出 |
|         |  | 東 里美   | 出               |     | 須河内 美紀 | 出 |
| 合意・決定事項 | <p>今回出た意見、来週の飲食機能専門分科会で出た意見を整理し、それを踏まえて、次回の合同専門分科会の際に、ターゲット及びコンセプトをすり合わせながら検討を行う。</p>  |        |                 |     |        |   |



# 第1回 直売機能専門分科会 議事録

## 1 副町長挨拶

芦屋町の最大の魅力は海だと考えている。東は奇岩や磯、西は砂浜があり、いろいろな海岸線の表情がある。この海岸線を活用するという事で今まで公園整備やレジャー施設を整備してきた。この海岸線の中心にあるのが芦屋港である。

芦屋港は、面積が非常に小さい芦屋町の地方創生の課題になっている。その為、昨年、芦屋港活性化推進委員会を立ち上げ、構想をまとめて行こうと取り組んでいるところである。

今回は直売所について、皆さんに議論していただくようお願いしている。今年度中には全体計画をまとめ上げることを考えており、直売所について忌憚のない議論いただき、分科会としての意見をとりまとめていただきたい。

## 2 辞令交付

- 「芦屋港活性化推進委員会設置条例」第9条に基づき、委員を代表して森江氏に臨時委員の辞令交付。

## 3 会長・副会長の選出

- 会長・副会長の選出は事務局一任となる。
- 会長に森江委員、副会長に河村委員を事務局より推薦。
- 満場一致。

## 4 議事

### (1) これまでの経緯及びデスクリサーチ結果について

[事務局]

- 説明資料1～3に基づき事務局より説明
  - ・資料1は全体の概要とこれまでの検討状況をまとめたもの。資料2と3は、昨年芦屋港活性化推進委員会にて配布・説明した資料と同様であるが、今回の検討にあたって参考となる情報があるため、観光入込客や周辺施設に関する部分を説明。

[会長]

- 専門分科会で協議していく事、検討の成果について、例えばランニングコスト、集客見込、事業採算性ということだが、これは資料が出て来てそれをたたき台として協議するという事か。
- ⇒ 施設の規模、コンセプト、ターゲット等がある程度絞っていただいた後、事務局がデータを処理し、皆様に資料を提供するのでそれを基に議論を進めていただきたい。[事務局]

[会長]

- とと市場は芦屋町が目指しているものと、機能は重複するのか。
- ⇒ 機能的には重複すると思うが、客層の部分が少し違う想定。これから分科会で議論いただくことになるが、とと市場は地元の物を扱っている訳ではないが、そこを意識しつつどう差別化するのかを議論いただきたい。[事務局]
  
- ⇒ 芦屋港から直線で1.9kmという近いところにあり、ターゲットを決めていくうえで、とと市場の事は重要と考えている。[会長]
  
- ⇒ 以前とと市場に勤務し、立ち上げにも関わっていた。勤務していた15年前も地産地消がブームになっており芦屋町は農産物も海産物も揃う為、揃うものは全て現地でというコンセプトで立ち上げた。  
実際、野菜はJA、魚は漁協などいろいろ提携していかなければならない。野菜はJAの直売所をテナント誘致し運営していた。ロイヤリティ等の問題でJAが撤退した後は、知識を持つ職員を雇用して運営していると思われる。  
海産物については、漁協と協議していたが折り合いがつかず、数人の漁師から直接仕入れていた。漁協を通して豊富な魚種を仕入れるのは難しい。  
とと市場をもともと運営していた会社が会社更生法の適用を受け、今は別の会社が運営しているが経営状態はおそらく厳しいものがあると思われる。  
いまから審議して行くのだが、芦屋町が目指しているものと、とと市場はかなり近いものがある。[副会長]
  
- ⇒ とと市場は民間企業だと思うが、芦屋港の場合はどういう方向性で、組織的に法人化していくのか、第3セクターなのかという話になると思うが、とと市場の成功例、失敗例を踏まえ、案を出していくことがひとつと思われる。[会長]

## (2) 事業者ヒアリングの結果について

[事務局]

- 説明資料4に基づき事務局より説明
  - ・資料4は芦屋港への出店可能性のある民間事業者5社に実際に出店意欲の可能性を前提に直接聞き取り調査し、その結果を基に課題整理したもの。

[副会長]

- ヒアリングの結果では週末型が良いという意見が多かったが、週末型にすると平日どうするのかという問題が出てくる。平日も営業すると当然コストが発生する。週末だけで回収できる集客があれば良いが、自分の経験上難しいと思う。実際経営している方の厳しい意見はあるが、地元の方が平日も利用する施設を考えなければ、採算上難しいと感じる。

⇒ この後のターゲットについて議論の際、今の話を検討したい。[会長]

[委員]

- J Aでは直売所を7箇所経営しているが、毎日来るお客様を大切にしなければならない。週末型は天気が悪いと全く売上げがないこともある。週末は遠くから来店する仕組みをつくり、平日は地元客に喜ばれるものを置かなければ、手数料で運営する中で収支は取れない。売れる店には農業者も商品を持って来るが、平日売れない店には商品を持ってこない為悪循環になる。

また、昨年まで北九州市の総合農事センターでJ Aショップを運営していた。週末は良いが平日の売上げがなく、スタッフに関わるコストがかかるため週末型は厳しかった。

[委員]

- 銀行や旅館も平日に休む時代。自社で芦屋町の農業者から野菜を仕入れているが、それほど沢山はない。そもそもの話だが直売所という概念を捨ててはどうか。これまでの直売所は今後運営が難しくなる。

宗像の道の駅は集客が落ちてきており、対策として平日観光バスを受け入れている。

今までは売上げが魚が6割、野菜が4割であったが、ウエイトが変わってきており観光バスのためにお土産館も造っている。時代が変わってきているので、今までの固定概念を変えたほうが良い。

[会長]

- 出店可能性のある事業者へヒアリング調査をしたということだが、鮮ど市場は平日し

か営業していないが賑っている。その要因は何なのか。アクセスはどうなっているのか、車が無いと行けないところなのか。

⇒ 車でも行ける場所にあり、周辺住民が顧客となっている。同社は直売所ではなくスーパーであり、仕入をして販売している。売れ残ったら損になるため全部売り切ってしまうために、値付けをこまめに行っている。

品質の良いものを買いたければ、早く店に行き安くなくても買う、安く買いたければ遅い時間に行き、売れ残り、安くなったものを買うという仕組みを作っている。〔事務局〕

### (3) ターゲット及びコンセプトについて

〔事務局〕

○ ターゲットとコンセプトについて、これまでの資料を参考に意見をいただきたい。本日は意見を出していただき、次回まとめていければと考えている。

〔会長〕

○ ヒアリング調査と皆さんから出た話を聞くと、日常型ということだと思う。ターゲットという事だが、消費者をきちんと見て、需要に応えるという事が大切であると思う。

〔事務局〕

○ 直売所があれば人が来る時代ではない。人気がある、売り上げが上がる直売所とはどういうものなのか条件を伺いたい。

⇒ 地元の60歳以上の高齢のお客様に支えられている。歩いて来られる、自転車で来られるなど寄り付きやすい事、なおかつ新鮮なものが揃っており、肉魚野菜が1店舗で買える店舗の人気が高い。〔委員〕

〔会長〕

○ 今までの直売所の概念を覆すのではなく、今の形の直売所をどう成功させるのかを考えると、仮に週末だけ開けるという選択肢ならば観光資源をどのようにするのか、がセットだと思う。芦屋町には観光資源は沢山あるが、周遊してもらうほどのブランド力はまだない。スポーツを資源として観光客を呼びこむという話になるのかとも思う。

観光資源というものをどういう風に考えているのか、直売所の機能だけで週末型は難しいと思う。

⇒ 芦屋町の観光振興ということで、町が力を入れているのは海岸線の魅力を打ち出していく事が1つ。他に芦屋釜という歴史文化に富んだ資源があり、日本庭園を兼ね備え

たインバウンドも多く訪れる芦屋釜の里という施設もある。自然と歴史文化がコンテンツとしてある。もう1つは従来からのイベント型である。

他の地域では出来ないキラークンテンツとして砂像があり、認知されている。

今は体験型プログラムを進めていこうという動きもある。ただ、まだ仕組みが出来ていないのが現状であり、今回の拠点作りと合わせて取組むというのもひとつの考え方でまだまだこれから。他の市町と比べると資源は多いので、それを繋いでいく事が必要と考えている。〔事務局〕

〔会長〕

- ヒアリング調査では週末に観光客に来てもらい商品が売れるというイメージと思うが、委員の話は観光という形ではなく、週末に住民が買いに来るという事か。
- ⇒ そうではなく、観光レジャーと考えるのであれば町外から人に来てもらう事が必要。今はモノにお金を払うのではなくコトにお金を払う時代。どうやってコトを産むか。その為には地元ではなく、お金を持っている人たちをターゲットにしなければならない。そう考えると平日人気がないとコストがかかる一方で誰もやらない。はっきりターゲットを決め、直売所で野菜や魚を買うもよし、何か作って食べるもよし、且過市場のようにご飯を持って、食材を買い、井を作り、インスタに上げるなどの感覚。立地が良くないので、それを見て面白がっている人が週末行ってみようと思わせるイメージ。地元のために何かした方が良くとも思うが、観光レジャーに特化し一つのパーツとしての直売所、物を売っている場所があるという考え方。〔委員〕

- ⇒ そういう意見もある一方、地元密着で高齢者が歩いてまたは自転車、バスで行ける範囲でという顧客層をターゲットにし大切にしていく考え方もある。週末型で観光という考え方になると、リピーターを呼びこむ事が必要。糸島はJAとカキ小屋だけが成功しており、人口が増えている訳でも所得が増えている訳でもない。何のための直売所かという、芦屋港の活性化ひいては芦屋町の活性化という事であり、観光型ということなら、リピーターを呼びこめるような観光型にしなければならない。一方で根強い客、ずっと日銭を落としてくれる地元の方々を大切にするという点では、住民がどういう年齢層で、何を求めているかというところを徹底して聞くという事と思う。〔会長〕

- ⇒ 芦屋町は高齢者が多い、何かしたいと思っている元気な人もいる。平日は高齢者がパンやクッキーをつくり直売所や周辺の店で販売する。コミュニティバスなどを運行して、平日は高齢者向けの工房のような機能を持たせられないか。人生100年時代になり、高齢化は進む一方であるので1つのキーになると思う。

取組を人に知ってもらう努力が必要であり、ただ魚や野菜が新鮮というだけではなく、平日は高齢者がいきいきと働いており、週末は町外から人を呼ぶ体験プログラムがあり若い人がわざわざ来るといった話題性。

直売所というパーツだけを見るのではなく、全体の仕掛けを考えて行かなければ、金だけ使って人が来ないという事になりかねない。〔委員〕

⇒ そういう仕組み作りは理想ではある。〔会長〕

⇒ パンにしてもクッキーにしても最初は嫌がるかもしれないが、一人二人楽しいと思う何かがあれば、高齢者は来るかもしれない。〔委員〕

〔会長〕

○ 芦屋町として施設を作ってどうして行くのか、テナント式にするのか、そのコンセプトがないと難しい。芦屋町としての収入もあるので、先程の話では平日のところは芦屋町が施設を持っていて、無料提供するという話になるだろうが実際可能なのか。

⇒ この部会は直売であるが、並行して飲食サービスを検討する部会を立ち上げている。次回以降は飲食と合同で行いコンセプトやターゲット、これまで意見があったように、他にどんな機能が必要なのかなど直売に限らない意見もたくさん出していただき、実際に芦屋町にそういう施設を作れるのか、テナント貸が出来るとか、もしくは違うやり方があるのかなど、客観的なデータをお示しするので、具体的な議論をしていただきたい。〔事務局〕

〔委員〕

○ うみてらす豊前は豊築漁協が豊前市の建てた建物に、業務委託を受け運営として入っている。2016年にオープンし2周年を迎えている。1年目はずっと多くのお客様が来られる状態が続いた。直売所のスペースは広くはなく、加工場があり買った魚はそこでさばいてもらって帰る。また大量に取れる魚種、今ならハモを加工場で加工し販売している。建物の2階に食堂があり人気を博している。

漁協が運営していることもあり、野菜や特産品も販売しているが、魚介が商品の9割を占める。天然の地物に拘っており、他からの仕入れはしていない。養殖もカキ以外は扱っていない。

今まで北九州の市場に持って行き、大量に獲れる魚種があると二束三文で買ったたかっていたが、今は漁協で安定的に買取り、食堂や加工に回す仕組みを作った為買ったたかれることがない。

現在3年目だが、平日の客は少ない。団塊世代は色々なところに行くのが好きで、うみてらすも団塊の世代頼みのところがある。土日の観光客が非常に多く近隣の筑豊、大



分、中津、他に山口、福岡、久留米からもよく来ている。

何か土日、平日で分けている訳ではない。平日は地元客利用であるが、団塊世代は何かネタを作ると平日も来てくれている。

事業者ヒアリングではあまり良い意見は無かったが、個人的には魚食には可能性はあると思っている。野菜の直売所は非常に多いが魚の直売所はメディアも取り上げやすく、何か仕掛けをすればお客さんは来てくれると思う。

うみてらすでは豊前海の特色の春夏秋冬、四季折々のものを出しているので、リピーターがいると思う。

店舗面積は大きくするほど、地物で賄う場合安定供給が厳しくなり売り場ががらがらになる。逆に売り場を埋めても、売れ残った時の処理が難しい。食堂や加工が連携していれば問題は無いと思われる。天候、時化の時は商品がありませんと言い切っているが、普通はなかなか受け入れられない。

今は、うみてらすは目的地になっている。海辺の近くという事では門司港が観光地としてあるが、焼カレーしかないイメージがあり最近行かない。湯布院もどこにでもあるような感覚があり行かない。ここにしか無いという工夫をすれば芦屋港も可能性があるのではないか。

⇒ 豊前市の方の話では、うみてらすは魚が中心。すぐ近くにおこしかけという道の駅があり野菜が中心になっており、相乗効果が出ている。うみてらすが開いている時は、おこしかけも売り上げが多い。魚を買った人は次に野菜を買っており、豊前市の中では良い形になっていると聞いている。実際に行くと非常に奥まった所にありわざわざ行かないといけない場所。目的型で成功している事例のひとつという見方もできる。〔事務局〕

⇒ 目的型と言っても観光型である必要はないように思える。目的が何なのかという事だが、うみてらす自身が目的になっているのか。〔会長〕

⇒ 滞在時間は短いかもしれないが、1つの体験になっているところがあるかもしれない。〔委員〕

〔委員〕

○ 人口も減少し小売業を中心に今非常に厳しい状況が続いているのは事実。この分科会の2人の委員と一緒に特産品開発プロジェクトや観光推進を掲げるなどスモールではあるが取組を行っている。

そういった中で、商工会も商工業者だけでは商売をやって行くには限界がある。漁業者や農業者と連携をやりながらスタートしている。

観光を推進するにせよ、直売所を作るにせよ我々の組織として地域経済をどうやっ

て活性化することにつなげて行けるかに結び付けたい。

何かを作るという事以外でも、商売をやってゆく、ここで生きていく人たちが利便性も含め、どういうことをしていけば良いのかを考えたい。

〔会長〕

- 芦屋港の遊休地利用という事を話しているが、目的は芦屋町の活性化、人口減少を食い止める、高齢者が有意義に過ごしていただく、若い人たちが出ないように、あるいは若い人たちが町に入り、生活し、人生を過ごし芦屋町に住民税を納めていただくという事が本当の目的である。後ろ向きではなく、前向きに遊休地をどう利用して行くかという話である。コンセプトの議論というところだが、今の話の中でコンセプトの意見も出てきた。直売所の枠を外れたものではあるが、次回に繋げて行くものになったと思う。

〔事務局〕

- いただいたものを整理して次回出させていただく。飲食の部会が来週あるが、そちらの部会で出たものも合わせて報告させていただく。

#### (4) その他

- 事務局より事務連絡と次回日程の周知。

以上