

令和2年度 糸島市協定大学等課題解決型研究事業
福岡都市圏及び関東圏における海産物等のニーズ調査 及び
糸島産海産物の需給マッチング方策の研究（ダイジェスト版）

相模女子大学 人間社会学部 社会マネジメント学科
教授 湧口清隆
湧口ゼミ3年 安藤萌梨、金井莉沙、藤井真奈

1. 糸島市の漁業者が直面する課題とニーズ

本研究は、糸島市が抱える「漁家所得低迷が漁業従業者の高齢化や後継者不足の一因になっており、最適な出荷先や出荷時期、出荷方法などを判断するためのシステムを構築し、漁家所得向上につなげたい」というニーズに対し、「効果的な出荷先や出荷時期、出荷方法を判断するためのシステムを構築」するために資する情報を収集することを目的としている。

2. 研究対象と方法

糸島市の漁業者は、産地市場に出荷するのみならず、漁協が設置した「志摩の四季」「福ふくの里」や農協が設置した「伊都菜彩」などの直販所に魚介類を出荷することにより、市場における魚価低迷の影響を軽減させ、生産者側に価格設定の主導権を取り戻す努力を行い、しっかりと消費者を掴むことに成功してきた。それ故、さらに漁家所得を増やすためには、全国チェーンになっていないような中小飲食店や地場スーパーなどへの販路拡大をめざす必要がある。

しかし、消費者向けニーズと業務用ニーズには違いがあるため、販路拡大をめざすためには業務用ニーズを調べ、それに合致した出荷方法や諸々の対応策をとらなければならない。そのためには、図1に示すように、店舗オペレーションを踏まえたロジスティクスやマーケティングを考慮する必要がある。本研究では、首都圏（東京都、神奈川県、埼玉県、栃木県、群馬県）及び福岡都市圏の中小飲食店及び地場スーパーへのアンケート（郵送法で350件）及びヒアリング（飲食店4店舗）により、業務用ニーズの特徴を明らかにした。アンケート実施前後に、ロジスティクス上のニーズに対する生産者側の対応能力を確認するためのヒアリング（糸島市にのべ4回訪問し、のべ15件のインタビュー）を実施した。これをもとに、オンライン取引システムを構築するために必要な物流、流通、情報流を示し、予算規模に応じたシステムの概要を示した。

3. アンケートの実施概要

アンケートでは、天然真鯛（鮮魚）の仕入れ形態（丸のまま、神経締め・血抜き、鱗落とし・内臓出し、3枚おろしなど）及び輸送方法（生きたまま、冷蔵、冷凍）に対するニーズや、加工・発送等にかかる支払意思額、発注タイミングのほか、天然真鯛の2次加工品に対

するニーズや支払意思額、その他の糸島産魚介類のニーズを訊ねた。併せて店舗属性やコロナ禍での影響を調査し、各種ニーズとの関係性を明らかにすることをめざした。

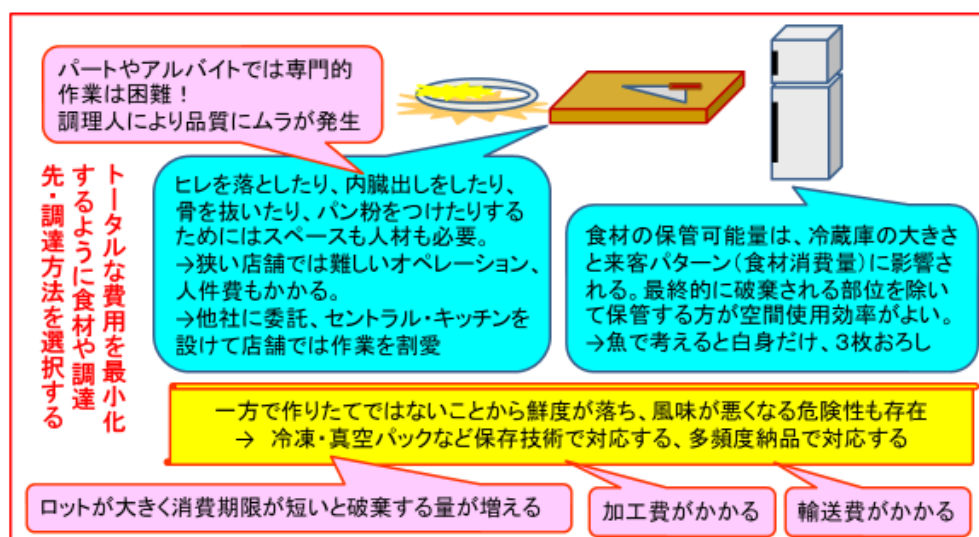
対象となる飲食店の選択に関しては、飲食店の食材の原価率が20～30%であることを考慮し、糸島産魚介類の送料等の負担ができる範囲として、夜の客単価が3,000円以上（東京都の山手線内は家賃を考慮して4,000円以上）となる居酒屋、和食、イタリアン、フレンチの店舗を「食べログ」から選び出し、メニューを確認して、産地名にこだわったメニューのある店舗を選択した。ただし、店主の出身地から直送している店舗など、糸島産に関心を示さなそうな店を対象から排除した。

一方、対象となるスーパーの選択に関しては、対象地域の（一社）全国スーパーマーケット協会のウェブサイト（<http://www.super.or.jp/>）記載の会員企業及びwikipediaの「日本のスーパーマーケット一覧」をもとに選定した。首都圏は対象スーパーの本部に、福岡都市圏は外部業者がテナントとして出店することが多いことを踏まえ、店舗あてに送付した。

回答期間は2020年12月中旬から2021年1月20日とし、以下のように送付し、回答を回収した。回収率は約1割だが、郵送法では標準的な数値である。また、直前に送付先を再確認していたが、5店舗は閉店しており、行き先不明で戻ってきた。

- 首都圏飲食店：255店　うち回答26店
- 福岡都市圏飲食店：14店　うち回答1店
- 首都圏地場スーパー：54店　うち回答6店
- 福岡都市圏地場スーパー：27店　うち回答1店

店舗オペレーションを考慮したロジスティクスが必要



- ・ あるメニューを導入して、ある食材を採用する場合、単なる食材の原価だけではなく、店舗オペレーションやロジスティクス費用も考慮しないと、採算がとれない！
- ・ 食材の原価率が約2～3割になるように食材の組み合わせを調整。

図1 店舗オペレーションを考慮したロジスティクスの必要性

4. 飲食店向けアンケート結果の分析

(1) 店舗属性

行に店舗の座席数、列に夜の客単価をとり、回答のあった店舗数をまとめた。

	5 千円未満 (6)	5～7 千円 (11)	9～10 千円 (5)	12 千円以上 (5)
30 席以下 (11)	1 【9.1%】	5 【45.5%】	3 【27.3%】	2 【18.2%】
50 席以下 (5)	1 【20.0%】	3 【60.0%】	1 【20.0%】	0 【0.0%】
100 席以下 (9)	4 【44.4%】	3 【33.3%】	1 【11.1%】	1 【11.1%】
100 席超 (2)	0 【0.0%】	0 【0.0%】	0 【0.0%】	2 【100.0%】

() 内の数値は各行列の店舗数の小計、【】は各行カテゴリー内の列別の比率

(2) コロナ禍の影響

A) 店舗ジャンル別の来客数 【】は各行カテゴリー内の列別の比率

	客数減少	客数不変	客数増加	計
洋食	12 【85.7%】	1 【7.1%】	1 【7.1%】	14
和食・居酒屋	10 【100.0%】	0 【0.0%】	0 【0.0%】	10
複合	3 【100.0%】	0 【0.0%】	0 【0.0%】	3

B) 店舗ジャンル別の夜の客単価 【】は各行カテゴリー内の列別の比率

	客単価減少	客単価不変	客単価増加	計
洋食	4 【28.6%】	5 【35.7%】	5 【35.7%】	14
和食・居酒屋	4 【40.0%】	5 【50.0%】	1 【10.0%】	10
複合	0 【0.0%】	1 【33.3%】	2 【66.7%】	3

C) 夜の客単価別のコロナ禍による客単価への影響 【】は各行カテゴリー内の列別の比率

	客単価減少	客単価不変	客単価増加	計
5 千円未満	2 【33.3%】	3 【50.0%】	1 【16.7%】	6
5～7 千円	4 【36.4%】	5 【45.5%】	2 【18.2%】	11
9～10 千円	2 【40.0%】	2 【40.0%】	1 【20.0%】	5
12 千円以上	0 【0.0%】	1 【20.0%】	4 【80.0%】	5

D) メニュー数の増減と客単価の増減との関係 【】は各行カテゴリー内の列別の比率

	客単価減少	客単価不変	客単価増加	計
メニュー数減少	4 【57.1%】	1 【14.3%】	2 【28.6%】	7
メニュー数不変	2 【25.0%】	5 【62.5%】	1 【12.5%】	8
メニュー数増加	2 【22.2%】	3 【33.3%】	4 【44.4%】	9
メニュー変更	0 【0.0%】	2 【100.0%】	0 【0.0%】	2

E) 産直食材の有無と客単価の増減との関係 【】は各行カテゴリー内の列別の比率

	客単価減少	客単価不変	客単価増加	計
産直食材あり	6 【33.3%】	6 【33.3%】	6 【33.3%】	18
産直食材なし	2 【22.2%】	5 【55.6%】	2 【22.2%】	9

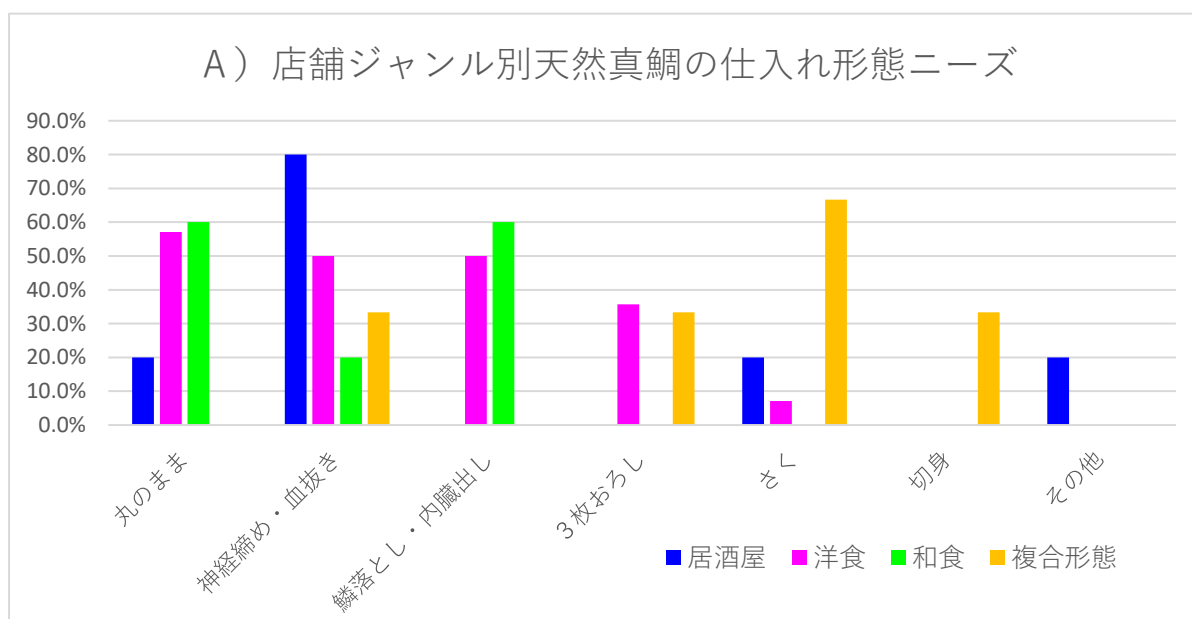
F) 座席数と客単価の増減との関係 【】は各行カテゴリー内の列別の比率

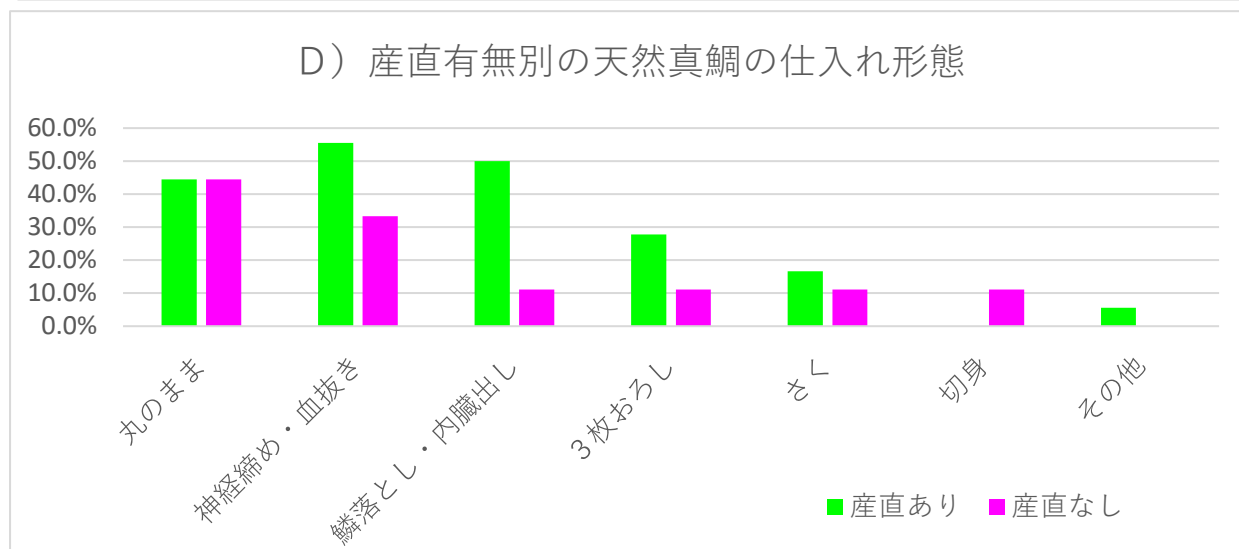
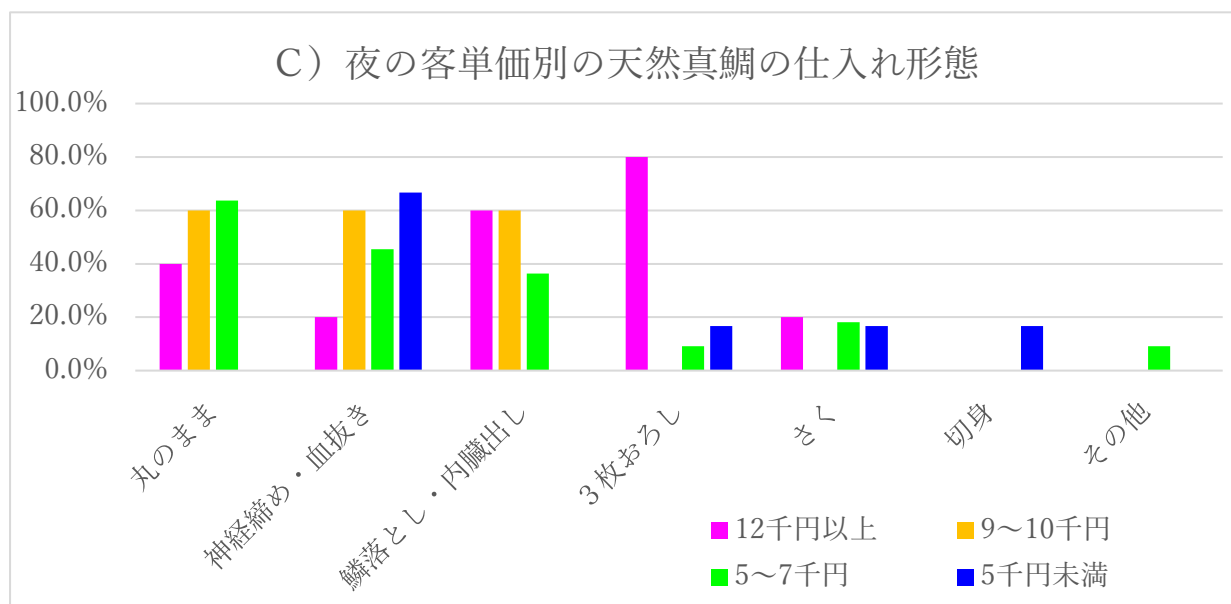
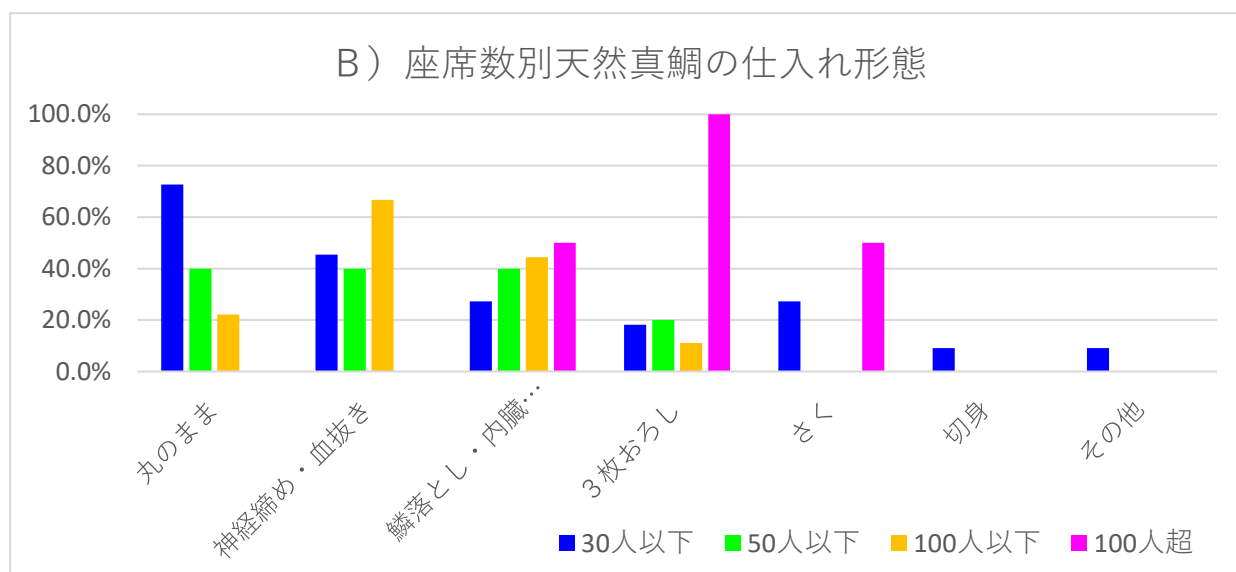
	客単価減少	客単価不変	客単価増加	計
30 席以下	4 【36.4%】	3 【27.3%】	4 【36.4%】	11
50 席以下	1 【20.0%】	3 【60.0%】	1 【20.0%】	5
100 席以下	3 【33.3%】	5 【55.6%】	1 【11.1%】	9
100 席超	0 【0.0%】	0 【0.0%】	2 【100.0%】	2

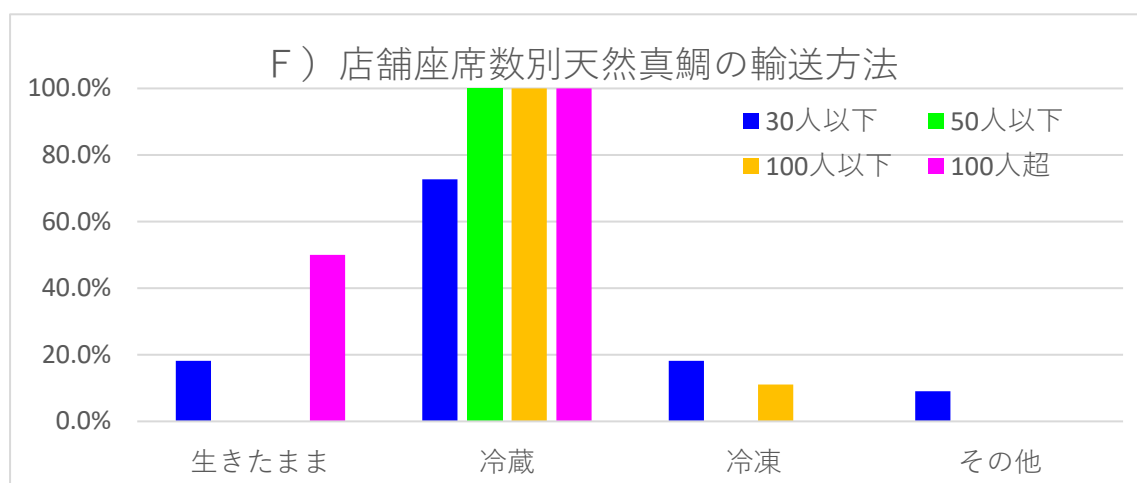
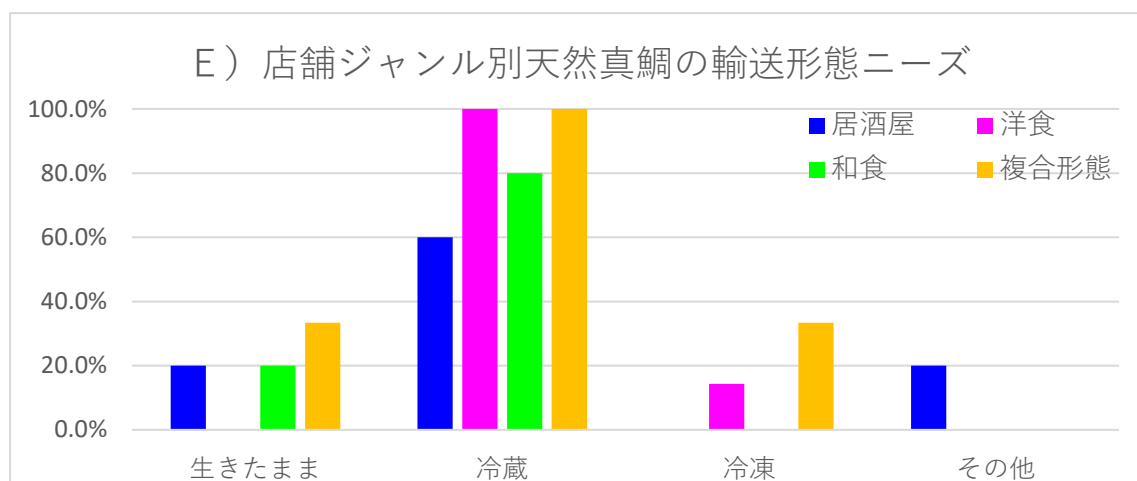
コロナ禍はあらゆる飲食店に大きな影響を与えたが、その影響は必ずしも一律にマイナスだけではなく、飲食店のジャンルや座席数、夜の価格帯（客単価）、経営努力によってはプラスになっているところもある。コロナ禍以前のような日常的な外食ができない分、消費者は店舗の選択に慎重になっており、その中で「わざわざ」選ばれたお店では、コロナ禍以前よりも来店者を集めたり、客単価を上げたりすることができたという構造になっている。

(3) 天然真鯛（鮮魚）の仕入れ形態、輸送形態

以上のように、店舗属性によりコロナ禍の影響が大きく違うことから明らかなように、飲食店が魚介類を仕入れる場合の形態や輸送方法も店舗属性により大きく異なる。







(4) 天然真鯛（鮮魚）の加工賃・送料等

天然真鯛（鮮魚）の加工賃、送料等（送料及び発送手数料）に対する支払意思額の平均額を店舗形態別に集計した。アンケートでは、回答した仕入れ形態に対して妥当と思われる加工前 1kg あたりの加工賃を 0 円から 900 円まで 100 円刻み（このほか、「その他」）で、加工後 1kg あたりの送料等を 200 円～400 円から 1,200～1,400 円まで 200 円刻み（このほか、「その他」）で訊ねた。加工賃に対しては選択肢の額を、送料等に関しては各選択肢に対する中央額を用いて、それぞれの支払意思額を集計した。現在、少なからずの店舗において、加工賃、送料等込みの価格で取引しているケースが見られ、これらの金額を分離して問う質問に対して、疑問視する回答も見られた。

A) 店舗ジャンル別の加工賃・送料等の支払意思額

(円)	居酒屋	洋食	和食	複合形態
加工賃	162.5	166.7	125.0	50.0
送料等	675.0	616.7	600.0	500.0
合 計	837.5	783.3	725.0	550.0

B) 座席数別の加工賃・送料等の支払意思額

(円)	30 人以下	50 人以下	100 人以下	100 人超
加工賃	128.6	175.0	183.3	0.0
送料等	522.2	300.0	800.0	700.0
合 計	650.8	475.0	983.3	700.0

C) 夜の客単価別の加工賃・送料等の支払意思額

(円)	12 千円以上	9～10 千円	5～7 千円	5 千円未満
加工賃	150	187.5	87.5	210
送料等	650	550	560	775
合 計	800	737.5	647.5	985

D) 産直食材の利用有無別の加工賃・送料等の支払意思額

(円)	産直あり	産直なし
加工賃	143.8	158.3
送料等	629.4	560.0
合 計	773.2	718.3

(5) 天然真鯛（鮮魚）の仕入れ頻度と発注タイミング

天然真鯛の仕入れ頻度を1週間当たりの発注希望回数により、発注タイミングを納品日の何日前に発注するかにより訊ねた。夜の客単価別に見た場合と産直食材の利用有無別に見た場合に、仕入れ頻度や発注タイミングに大きな違いが見られた。

	12 千円以上	9～10 千円	5～7 千円	5 千円未満
仕入れ頻度	3.5 回	1.8 回	2.0 回	1.9 回
発注日	2.1 日前	1.5 日前	1.6 日前	2.9 日前

	産直利用ありの店舗	産直利用なしの店舗
頻度	2.4 回	1.9 回
発注日	1.8 日前	2.5 日前

以上のとおり、店舗属性により仕入れ形態や輸送方法、加工賃や送料等の支払意思額、発注頻度やタイミングに違いがあることから、糸島産天然真鯛を飲食店に売り込む場合に、各店舗属性に合った方法を検討しないと、販路拡大につながらないことがわかる。

また、店舗属性にもよるが、大半の店舗で、天然真鯛の鮮魚以外にも、さわらや牡蠣、エビ、地魚全般のニーズがあることもわかった。しかし、加熱した2次加工品に対するニーズは大半の店舗においてみられなかった。

5. 飲食店へのヒアリングの結果

取引の決め手が、価格と鮮度と中間コストの削減、さらに売り手との信頼関係にあることが見えてきた。高度な下処理は不要で、丸のままの冷蔵での出荷を希望する店が多いこと、1尾 1kg～2kg の大型魚とその他の中小型地魚を組み合わせた 5kg 又は 10kg 箱の冷蔵輸送品に対するニーズがあること、複数の取引先の利用や、店舗内での加工後の冷蔵・冷凍保存により、各店舗自体が産直特有の仕入れの不安定さを回避していることがわかった。

6. 地場スーパー向けアンケート結果の分析

地場スーパーからの回答は7店舗（首都圏6店舗、福岡都市圏1店舗）からあったが、白紙での回答部分もあり、店舗ごとの特性を踏まえた分析はできなかった。

しかし、共通する特徴として、以下のような点が見られる。

- 天然真鯛（鮮魚）の仕入れ形態は丸のままを希望しており、神経締め・血抜きに対するニーズは3店舗、1次加工に対するニーズは2店舗にとどまった。
- 輸送方法に関しては6店舗すべてで冷蔵を希望していた。
- 1次加工や発送等に対する支払意思額は概して低く、飲食店よりも低い傾向がある。
- 2次加工品に対するニーズは極めて限定的であった。
- 天然真鯛以外にも、さわらや本カワハギ、牡蠣、地魚全般など、多種多様な魚に対するニーズが見られた。

7. 生産者と業務用需要者とのマッチング・システムの構築

最後に、生産者と業務用需要者とのマッチングを行うためのシステムづくりについて考察した。図2のような魚の物流、商流、情報流をオンライン化することが求められる。

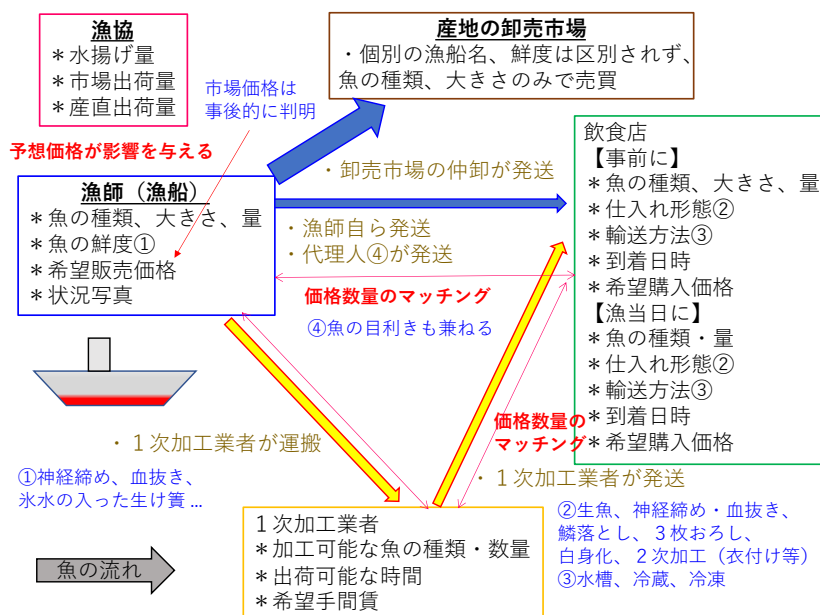


図2 魚の物流、商流、情報流