

話題の最前線を行く

成功のヒミツ 失敗しないコツ

＜313＞ す。特に市内5つの漁港で水揚げされる水産物が牽引していま

す。

そう話すのは

「道の駅むなかた」

代表取締役駅長・中野和久さん。次々にアイデアを取り入れ道の駅を成長させている。

「私たちの仕事は事業者出品者」に儲けてもらうことが一番。事業者の売り上げが伸びれば道の駅の収益にもつながります。今まで市場出荷だけだった漁業者の魚の販路や流通先が増えたのは画期的なことでした。出品する場合、魚の鮮度・品質管理に注意する必要があります。

あり、ブランドを意識する漁業者も生まれるなどいろいろな面で波及効果があり、漁業者は販売イベント

トでも協力的です。出品者の中には若い農業者・漁業者も大勢います」

7月現在で水産125人、農産290人、加工141人、工業33人の計589人が出品。出品手数料は宗像市の生産者で12〜14%、隣の福津市の生産者で14〜16%とリーズナブルなことも出荷者に人気。月1000万円を売り上げる出荷者も数人いる。漁業者十数人が販売員とともに調理師免許を取得して、フグを提供できる取り組みも売り上げ向上につながった。現在「道の駅」にはスタッフ11人



中野和久さん

九州トップの売り上げと動員を誇る

九州トップの売り上げと動員で注目されている福岡県宗像市の玄界灘の海沿い「道の駅むなかた」。年間の動員は180万人で売り上げ18億円。市の人口は約9万8000人だから、人口の18倍もの人が訪れている。客の3割が地元で残り7割は北九州や博多の都市部からだ。みな生産者から直接届く鮮度の高い魚や野菜を求めていること。

「福岡市と北九州市の間という立地条件にも恵まれています。一番は農水産物や弁当・総菜など加工品の品揃えが豊富なこと

道の駅

むなかた

現場スタッフの行動力で急成長



「道の駅むなかた」の店内

ルカラーのフリーペーパー「MY道」も制作したところ、これがマスコミ取材の大きな牽引力となった。売り場では料理法に悩む食材のレシピや食べ方も提案している。

「昨年は魚のさばき方や物産の情報発信するYouTubeチャンネルを開設しました。売り場のスタッフは現場に足を運んでいるので、どの商品がどの時期に出品されるか把握しています。新しい農産物や希少な農産物の実験栽培を行う場合の商品開発補助制度も始めました」(中野さん)

今後、地元スーパーとのPB商品開発や市との「ふるさと納税」品開発なども計画。現場の力を伸ばす「道の駅」はますます面白くなりそうだ。

(取材・文 金丸弘美)