

平成25年5月30日

「長崎漁港がんばランド」の品揃えのあり方に関する
県議会・県政改革特別委員会委員長試案

「長崎漁港がんばランド」については、本店舗の運営主体である長崎漁師村運営協議会と漁港施設管理者である県水産部ともに事業を推進してきたにもかかわらず、両者の間で品揃えのあり方について考え方がかい離し、営業開始後、異常な事態が継続していることは、利用者から大きな齟齬をかつているのみならず、今後、両者間で具体的な責任問題に進展しかねないことが充分危惧される。

かかる混乱は、これまでの経緯において両者の意思疎通が不十分であったことに加え、行政指導の合理的な根拠が必ずしも明確ではないことも起因している。

このため、両者がそれぞれの主張において一定、納得し、また、一定の合理的な配慮として共有しうる解決策を見出すために、次のとおり、品揃えのあり方についての基本的な枠組みを提案する。

記

1. 本店舗は、水産振興の一助として水産物の消費拡大と売上の増進、即ち、運営主体である水産関係者の一定の収益の確保をねらいとして設置されたことから、通常のスーパー等と比較して、水産製品の品揃えと店舗全体の売上のシェアにおいて特長的であるという基本的性格を体現するものとする。

2. 上記の基本的性格を追求することは鮮魚店のように水産製品のみを販売するのではなく、他の生活用品及び一般食品が購入可能であることも顧客の来店志向につながり、結果として水産製品の売上に寄与する店舗構成とすることは、営業戦略上、十分に合理性を有するものである。

3. また、水産製品の販売促進のためには、その、商品価値が高いことに加え、水産製品を消費するために関係する他の食品や調理資器材等を消費者がトータルに購入できる品揃えをすることは、営業戦略上、同様に有効である。

4. 更に、上記1の基本的性格を有しているかどうかの基本的判断は、全体の売上に占める水産製品の売上シェアが、特長的か否かによってなされるべきであり、全売場面積に占める、水産製品の売場面積の割合如何は二次的な判断要素である。

5. また、商品の品揃えにかかる、売場面積は正確には、取扱商品の陳列面積であり、顧客の通路や滞留空間等を含むいわゆるコーナーとして捉えることは、店舗の性格・特性を歪めることになる。

6. よって、以上のことから、これまでの県水産部と長崎漁師村運営協議会の双方の主張を勘案したうえ、「生活用品及び一般食品売場面積が売場面積の10%程度とする」という水産部の条件を次のとおり見直すことを求める。

(1)指摘する「生活用品及び一般食品」については、上記3の視点から水産製品の販売促進のために関連すると思料される用品等については除外するものとし、その判断は運営主体に委ねる。

(2)売場面積の把握は、上記5の基準によるものとする。

(3)水産製品の販売促進と直接的には関連しないものの、顧客のリピーターを確保し、総合的に勘案して水産製品の売上に資すると思料される生活用品の販売も認めることとし、店舗全体の売上に占める当該用品等の売上高と水産製品及び上記(1)の合算売上高との比較において上記1の店舗の性格を損なうと判断される場合において、当該用品等の品揃えのあり方を見直すものとする。

(4)上記(3)の措置の必要性について検証するため、長崎漁師村運営協議会は、県に売上報告を毎年1回行うこととし、仮に、改善措置が必要な場合においても上記(2)の枠組みを前提基準とし、その際、当該面積の算定において、10%程度とすることをひとつの目安とする。

(5)上記(4)の措置による場合も、上記2の観点は充分尊重するものとする

7. 今後、新たな漁港施設占有許可にあたっては、現行の追加条件は削除するとともに、平成25年5月13日付「長崎漁港がんばランド」についてで示す長崎県の考え方は撤回するものとする。