

水産物流通構造改革事業支援事業
報告書
(平成 19 年度)

平成 20 年 3 月
財団法人魚価安定基金

はじめに

我が国においては、様々な構造変化によって、水産物の需給状況も大きく変化してきております。特に、近年は、海外に依存していた水産物については現地での買い負けが起こる一方、国内の水産物の中には旺盛な海外の需要を反映して輸出が伸長し始めるなど、グローバル化が進捗してきています。

また、漁業を取り巻く地域の環境が著しく悪化し、漁業を支える基盤も脆弱化してきており、水揚げの減少下、漁業者の経営はさらに厳しい状況が続いています。

一方、流通、消費面についても、水産業を取り巻く構造の変化に十分対応できているとは言えず、消費者のニーズに十分応えた供給体制ができていないのが現状であり、このことが更なる水産物の消費の低迷を招いております。

今後とも我が国の水産業が新鮮な国産水産物を消費者に安く安定的に供給し、併せてグローバル化する水産物流通において国際的な競争力・商品力を有し産業として健全な発展を果たしていくためには、水産物の流通構造を根本から見直していくことが喫緊の課題であります。こうした課題解決には、多様化する消費ニーズを的確に把握し、国産水産物ならではの品質特性を活かした新たな需要創出に向けた生産・流通体制に改革していくことが重要となっております。

このような水産物の流通構造の改革の支援のために、国は平成 19 年度より水産物流通構造改革事業を実施し、水産業協同組合等が行う加工、流通における改革の支援を行っております。

当基金は、その一環として、平成 19 年度において水産物流通構造改革事業支援事業を行いました。このたび、その事業結果がまとまりましたので、関係各位に配布することに致しました。各位におかれましては、本報告書を参考としていただき、今後の新たな流通構造改革の一助としていただければ幸甚に存じます。

平成 20 年 3 月 31 日
財団法人魚価安定基金
理事長 海野研一

評価・分析委員名簿（産地市場改革型）

| | | |
|-----|------|------------------------|
| 委員長 | 廣吉勝治 | （国立大学校法人北海道大学大学院教授） |
| 委員 | 赤井雄次 | （水産経営技術研究所所長） |
| 〃 | 加瀬和俊 | （国立大学校法人東京大学社会科学研究所教授） |
| 〃 | 馬場治 | （国立大学校法人東京海洋大学教授） |
| 〃 | 佐野雅昭 | （国立大学校法人鹿児島大学教授） |

評価・分析委員名簿（ビジネスモデル型）

| | | |
|-----|------|---------------------|
| 委員長 | 廣吉勝治 | （国立大学校法人北海道大学大学院教授） |
| 委員 | 馬場治 | （国立大学校法人東京海洋大学教授） |
| 〃 | 佐藤重郎 | （デリア食品株式会社代表取締役社長） |
| 〃 | 沢田哲治 | （沢田水産株式会社代表取締役社長） |
| 〃 | 杉生繁 | （東武ストア株式会社取締役） |
| 〃 | 寺山尋道 | （株式会社ジューキ食品専務取締役） |
| 〃 | 久保田淳 | （株式会社食文化企画担当） |

市場・市場外機能強化事例調査事業委員名簿

| | | |
|-----|-------|---------------------|
| 委員長 | 廣吉勝治 | （国立大学校法人北海道大学大学院教授） |
| 委員 | 馬場治 | （国立大学校法人東京海洋大学教授） |
| 〃 | 佐野雅昭 | （国立大学校法人鹿児島大学教授） |
| 〃 | 甫喜本憲 | （独立行政法人水産大学校講師） |
| 〃 | 佐々木貴文 | （函館短期大学専任講師） |
| 〃 | 佃朋紀 | （財団法人魚価安定基金業務部総括） |

地域ブランド創出事例調査事業委員名簿

| | | |
|-----|-------|----------------------|
| 委員長 | 宮澤晴彦 | （国立大学校法人北海道大学大学院准教授） |
| 委員 | 三木奈都子 | （独立行政法人水産大学校准教授） |
| 〃 | 副島久実 | （独立行政法人水産大学校助教） |
| 〃 | 佃朋紀 | （財団法人魚価安定基金業務部総括） |

知的財産保護活用事例調査事業調査者名簿

| | | |
|-----|-------|---------------------------------------|
| 調査者 | 三木克弘 | （独立行政法人水産総合研究センター中央水産研究所流通システム研究室 室長） |
| 〃 | 佐久間美明 | （国立大学校法人鹿児島大学准教授） |
| 〃 | 佃朋紀 | （財団法人魚価安定基金業務部総括） |

目次

まえがき

委員名簿

| | |
|--|----|
| 第1章 市場流通市場外流通機能強化事例について | 1 |
| I. 名古屋市中央卸売市場本場 | 3 |
| 1. 中央卸売市場の位置づけ | 3 |
| 2. 卸売市場の取扱実績の変化 | 4 |
| 3. 卸売市場の取扱内容と取引実態 | 4 |
| 4. 3卸売業者の特徴と生鮮品を中心とする動向 | 5 |
| 5. 当該中央卸売市場の特徴 | 6 |
| II. 新潟市中央卸売市場・水産物部 | 8 |
| 1. はじめに（状況） | 8 |
| 2. 当該市場・水産物部の沿革・経緯・施設概要 | 8 |
| 3. 市場業者の構成等 | 9 |
| 4. 取扱動向、取引関係 | 10 |
| 5. 市場関係業者の状況 | 12 |
| 6. 中央卸売市場への再編整備の評価と課題 | 13 |
| III. 大分市公設地方卸売市場～地方市場化の経緯とその展望 | 15 |
| 1. 卸売市場を巡る全体的な状況と大分市中央卸売市場 | 15 |
| 2. 大分市公設地方卸売市場およびその水産部の沿革と現状 | 15 |
| 3. 地方卸売市場への転換 | 17 |
| 4. 卸売会社の経営戦略 | 18 |
| 5. 市場取引の動向と新しい傾向～大分市における地域市場の水産物販売状況と展望 | 20 |
| 6. まとめ～大分市公設地方卸売市場の特徴と今後の展望 | 21 |
| IV. 秋田市中央卸売市場に見られる取引状況の変化と、卸売会社によるそれへの対応 | 22 |
| 1. 秋田市中央卸売市場の沿革と現状 | 22 |
| 2. 市場関連業者の経営規模と構成 | 25 |
| 3. 水産部門における卸売会社の近年の動向と新しい展開 | 26 |
| 4. 秋田市における水産物販売状況と展望 | 27 |
| 5. 周辺卸売市場との競合と対抗・協調関係 | 28 |
| 6. まとめ～秋田市中央卸売市場の特徴と今後の展望～ | 29 |
| V. ひやま漁協における産地市場統合の問題 | 31 |
| 1. はじめに | 31 |
| 2. 檜山支庁の漁業 | 31 |
| 3. ひやま漁協の概要 | 34 |
| 4. ひやま漁協各支所の現況 | 37 |

| | | |
|-------|---------------------------------|-----|
| 5. | まとめ | 46 |
| VI. | 仙台市中央卸売市場における「地域対応」の取組事例について | 48 |
| 1. | はじめに | 48 |
| 2. | 中央卸売市場の概要 | 48 |
| 3. | 中央卸売市場における卸売業者・仲卸業者の経営動向 | 49 |
| 4. | 仙台市中央卸売市場の概要 | 51 |
| 5. | 仙都魚類の事業と組織展開 | 54 |
| 6. | 仙台水産の事業と組織展開 | 55 |
| 7. | 仙台水産にみる「産地への進出」 | 56 |
| 8. | まとめ | 57 |
| VII. | 旭川地域を取り巻く地方卸売市場の動きについて | 59 |
| 1. | 旭川の地方卸売市場の現状と取り巻く状況について | 59 |
| 2. | 両市場の課題と今後の戦略について | 63 |
| 3. | 旭川に見る新たな地方卸売市場について | 65 |
| VIII. | 高松市中央卸売市場の動きについて | 68 |
| 1. | 概要 | 68 |
| 2. | 卸売業者別取扱概要 | 72 |
| 3. | 高松市中央卸売市場について | 77 |
| IX. | 岡山県日生町における水産物の流通について | 79 |
| 1. | 日生町における水産物流通の概要 | 79 |
| 2. | 漁連加工流通センター | 81 |
| 3. | 最後に | 84 |
| X. | 宮崎県延岡水産物卸売市場の現状と課題—小規模消費地市場の展望— | 85 |
| 1. | 宮崎県内水産物卸売市場の概況 | 85 |
| 2. | 宮崎市中央卸売市場 | 88 |
| 3. | 地方卸売市場 株式会社延岡魚市場 | 90 |
| 4. | 県内卸売市場整備の動向 | 91 |
| 5. | まとめ | 93 |
| XI. | 徳島市中央卸売市場の現状 | 94 |
| 1. | 市場の沿革 | 94 |
| 2. | 市場の概要 | 94 |
| 3. | 市場取扱動向 | 95 |
| 4. | 卸売業者の概要 | 98 |
| 5. | まとめ | 101 |
| XII. | 熊本県地方卸売市場における水産物の流通について | 102 |
| 1. | 熊本県漁業の概要 | |

| | | |
|------|-------------------------------------|-----|
| 2. | 熊本県地方卸売市場(田崎市場) | 104 |
| 3. | 最後に | 108 |
| | | |
| 第2章 | 地域ブランド創出事例について | 109 |
| I. | 丹後町漁協の間人ガニの事例 | 111 |
| 1. | はじめに | 111 |
| 2. | 地域漁業の概要 | 111 |
| 3. | 地域商標登録申請までのブランドづくり | 113 |
| 4. | 地域団体商標申請者(漁協)及びその内容 | 115 |
| 5. | 地域団体商標の効果と課題 | 117 |
| II. | 神戸市漁協須磨海苔の事例 | 118 |
| 1. | はじめに | 118 |
| 2. | 神戸市漁協地区の漁業概要 | 118 |
| 3. | 地域団体商標の申請と活用状況 | 119 |
| 4. | 地域団体商標登録の評価 | 111 |
| III. | 地域団体商標「下関うに」「北浦うに」の登録と活用について | 122 |
| 1. | はじめに | 122 |
| 2. | 出願とその内容 | 122 |
| 3. | 活用状況と得られている効果 | 123 |
| 4. | ウニの生産とウニ加工品の生産の状況 | 123 |
| 5. | 「下関うに」「北浦うに」の今後の課題 | 125 |
| IV. | 「由比桜えび」と「駿河湾桜えび」の地域団体商標登録の経緯と活用について | 126 |
| 1. | はじめに | 126 |
| 2. | 出願の主体と経過 | 126 |
| 3. | サクラエビの地域団体商標の登録までの前史 | 127 |
| 4. | 地域団体商標登録の内容 | 128 |
| 5. | サクラエビの地域団体商標登録の目的とサクラエビの特徴 | 130 |
| 6. | 地域ブランドの活用方法と変化、対応、効果 | 132 |
| 7. | まとめ | 134 |
| V. | 地域ブランド「鵜川ししゃも」の創出事例 | 136 |
| 1. | 鵜川漁協と「鵜川ししゃも」 | 136 |
| 2. | 地域団体商標登録に至る経緯 | 139 |
| 3. | 問題点への対応と活用状況及び効果 | 141 |
| VI. | 「苫小牧産ほっき貝」の地域団体商標登録 | 144 |
| 1. | 苫小牧漁協地区の概要とホッキガイ生産状況 | 144 |
| 2. | 地域団体商標登録に至る経緯 | 146 |

| | | |
|-------|-------------------------------------|-----|
| 3. | 問題点への対応と登録の効果 | 147 |
| VII. | のりの地域ブランド「佐賀海苔」について | 150 |
| 1. | 海苔の生産量と消費 | 150 |
| 2. | 全国に占める佐賀海苔の位置づけ | 151 |
| 3. | 佐賀海苔の商標登録 | 151 |
| 4. | 期待される効果と課題 | 154 |
| VIII. | すさみケンケンかつおの創出事例について | 156 |
| 1. | 和歌山南漁協すさみ支所の概要 | 156 |
| 2. | すさみケンケンかつおのブランド化の背景について | 157 |
| 3. | ブランド化の道程 | 158 |
| 4. | ブランド化の現状 | 161 |
| 5. | 課題 | 162 |
| 第3章 | 知的財産保護活用事例について | 165 |
| I. | 勝本町漁協の知的財産への取り組み | 167 |
| 1. | 調査の目的 | 167 |
| 2. | 漁協の概要 | 172 |
| 3. | 知的財産の取り組み | 173 |
| 4. | まとめ | 176 |
| II. | 漁業主導の研究協議会による知財管理 | 178 |
| 1. | はじめに | 178 |
| 2. | 研究協議会の概要 | 178 |
| 3. | 研究協議会の研究成果 | 178 |
| 4. | 産学連携コーディネーターの役割 | 179 |
| 5. | 漁業者や大学教員にとっての研究協議会と知財 | 180 |
| 6. | まとめ | 181 |
| III. | 都道府県水産試験研究機関における知的財産保護活用事例について | 182 |
| 1. | はじめに | 182 |
| 2. | 都道府県水産試験研究機関における知的財産保護活用の概要 | 182 |
| 3. | 都道府県水産試験研究機関における知的財産保護活用に係る行政支援の実態 | 183 |
| 4. | 職務発明の知財化事例 | 186 |
| 5. | おわりに | 188 |
| IV. | 財団法人函館地域産業振興財団にみる役割と知的財産の保護活用事例について | 190 |
| 1. | 財団法人函館地域産業振興財団の概要について | 190 |
| 2. | 平成19年度の取組内容について | 195 |
| 3. | 知的財産の保護と活用について | 197 |

| | |
|-------------------------------|-----|
| V. 有限会社おさかな企画に見る知的財産の活用と保護の事例 | 200 |
| 1. 所得した知的財産の概要 | 200 |
| 2. 知的財産の活用状況について | 206 |
| 3. 課題とその対応について | 208 |
| 第4章 その他事業について | 211 |
| I. 第2回全国漁村女性加工サミット | 213 |
| 1. 第I部 試食会と情報交換会の集い | 213 |
| 2. 第II部 懇親会 | 223 |
| 3. 第III部 シンポジウム | 230 |
| II. 第1回系統子会社情報交換会 | 247 |
| 1. 事業概要について | 247 |
| 2. 系統子会社の実態に関するアンケートについて | 247 |
| 3. 第1回系統子会社情報交換会の実施について | 250 |

第1章

市場流通・市場外流通機能強化事例 について

I. 名古屋中央卸売市場本場

北海道大学大学院教授 廣吉 勝治

1. 中央卸売市場流通の位置づけ

(1) 本調査報告は、名古屋中央卸売市場・本場の水産物部、とりわけ生鮮類の取扱について対象とする。

名古屋市における中央卸売市場・水産物部の開設は昭和24年(1949)であるが、これは関西における京都・大阪・神戸、並びに関東における横浜・東京等の各市場整備がいずれも戦前に行われたのに対し、名古屋では戦前に幾度も開設の動きがあったにもかかわらず既得権をもつ業者の反対や用地確保問題、及び戦時経済体制の問題等により構想で終わった経緯があり、戦後の食糧難時代と重なる開設となった。当時の困窮した80万人市民の台所の整備に向けたGHQの強い進言と県知事の要請によって市場は誕生したといういきさつがある(『名古屋中央卸売市場三十年誌』昭和54年、7~8頁)。水産物部卸売業者の許可を受けるものは当時6社であるが、合併や営業停止の経過があり昭和37年には現在の3社(中部水産・大東魚類・名古屋海産)に収斂している。

なお、名古屋市には人口増加と流通事情の変化の中で、青果物を中心として中央卸売市場・枇杷島市場が1955年(昭和30)増設されたが、これは1983年に移転・再整備により中央卸売市場・北部市場(名北)として開場される。1985年(昭和60)には新しく水産物部の業務も開始される(卸売業者は本場の上記3社の共同出資により設立された名北魚市場(株)1社である)。水産の取扱高規模は本場の4分の1弱である(2006年の取扱は約290億円)。

(2) 名古屋本場は日本のほぼ中央部にあって東西の流通の結節点という位置にある。表1を見る。そこで、その水産物部の概要を大阪・本場、東京・築地などと比較しながらみる。名古屋本場は卸売場の売場面積においては築地や大阪本場の大体3分の2程度である。仲卸業者数でも大阪の4割程度、築地の1割程度である。取扱高では築地は名古屋本場の3.8倍であるが、大阪本場/名古屋本場の場合は1.2倍程度であり開きは少ない。大阪では荷受業者1社(淡水)が経営破綻で脱落したことも大きい要因である。つまり、年間取扱金額、及び1日当たり取扱高においては大阪本場に匹敵する。仲卸業者数も少ないが1社当たりでは年間14億円強であり、大阪の6.6億円、築地の6.1億円をかなり上回り、有力な仲卸を抱えている市場として評価されている。

(3) 近年の卸売市場の整備状況をみると2005年にマグロ低温売場が整備され、2006年に北海物卸売場の簡易低温化、及びチリメン売場が整備されている。2004年から正月とGWを除いて、連休となってしまう祝日を臨時開市日とし、開市のサービスを実施している。名北(北部市場)、岐阜、三重等の市場へは卸による転送荷がある。なお、近隣・近郊の伊勢湾・三河湾には水産物産地卸売市場とし

| | 名古屋本場 | 築地市場 | 大阪市本場 |
|---------------|--------|--------|--------|
| 敷地面積(青果物部を含む) | 17万㎡ | 23万㎡ | 18万㎡ |
| 売場面積(同上) | 3.7万㎡ | 5.8万㎡ | 5.4万㎡ |
| 卸売業者数 | 3 | 7 | 2 |
| 仲卸業者数 | 90 | 796 | 234 |
| 売買参加者 | 21 | 339 | 26 |
| 年間取扱金額 | 1286億円 | 4873億円 | 1557億円 |
| 1日当たり取扱量 | 625トン | 2080トン | 647トン |
| 1日当たり取扱金額 | 4.7億円 | 17.9億円 | 5.7億円 |

注:平成19年末各市場の概要資料、及び聞き取りによる。

て産地漁協が県内に16カ所ある。

2. 卸売市場の取扱実績の変化

現在、名古屋市は人口224万人であり、市場の取扱がピークの頃の1991年には2400億円強・32万トンの年間実績を示した(図1)。長期にわたり取扱の推移をみると、その後は長期の低落傾向をたどったことが分かる。とくに近年の金額の落ち込みは激しいものがあり、本場の取扱額は2007年は1286億円であったから、91年→07年においては1000億円近い減収となっている。

この状態を近年の10年間の変化として詳しく見たものが表2である。生鮮の落ち込みよりも冷凍品でのそれが著しいことがわかる。市場外流通の対象とされ易い品目の影響が当該卸売市場でもより強く現れていることが分かる。

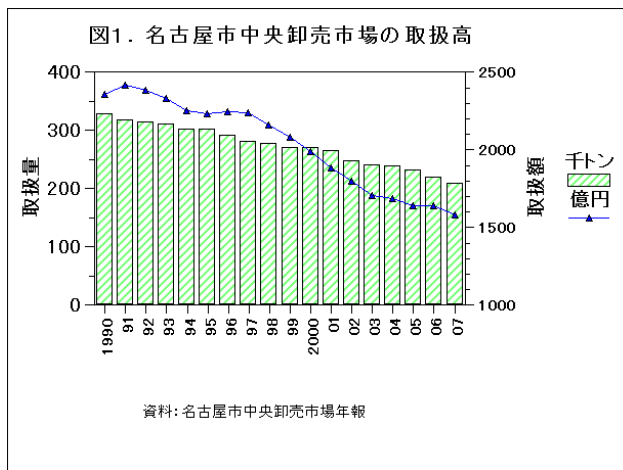


表2. 1998年を100とする2007年の取扱の指数値

| | 取扱量 | 取扱額 |
|----|------|------|
| 生鮮 | 78.6 | 76.0 |
| 冷凍 | 61.2 | 60.4 |
| 加工 | 70.7 | 68.0 |

資料: 図1に同じ。

3. 卸売市場の取扱内容と取引実態

取引関係の特徴をみる。まず第1に、品目をみると、金額ベースであるが、生鮮品が全体の2007年では4.4%を占める(表3)。年によっては5.0%を超えている。これは大阪や築地がせいぜい4.0%程度であるのと比べ高い。名古屋は生鮮の扱いを主力としている点に特色がある。生鮮の中でワタリガニ、雑エビ等の伊勢湾、三河湾等の前浜物は10%前後、輸入品は30%程度ではないかと思われる。なお、品目でユニークなことは冷食、餃子、焼売等の調理食品が「加工食料品」として水産物部の取扱になっていることである。

第2に、集荷は冷凍・加工品では買付品中心であるが、生鮮では平均70%前後が受託品扱いである。卸売業者は異口同音に、「買付は相対販売が対応するところとなり、コストが大きい」、「少量多品目販売が中心となる昨今、卸の売買取引は負担が大きい」として、仲卸への委託物品販売に意識的にこだわる姿勢が見られた。

第3に、販売形態は従ってセリを中心に据えようとする姿勢が強く、生鮮品では一部の養殖物や輸入物を除き80%、90%がセリ物品であるという(特に、アジ・サバ・イワシ・スルメイカ等の大衆物はセリ売りが90%以上を占める)。「名古屋はセリ中心だからこそ東西全国から荷が集まるのだ」といわれる。

第4に、荷受業者の販売対象は一部
の地方市場転送（卸転送）を除き、
100%場内仲卸・買参人であると
される。第3者販売は基本的にない。
また、仲卸も直荷引きは行わず、開
設区域外への転送（仲卸による地方
市場転送）もないという。

表3. 水産卸売業者の取扱高と品目構成

| | 資本金 | 取扱額・億円 (取扱量) | 取扱額の品目構成比% | | | |
|-------|--------|------------------|------------|------|------|------|
| | | | 生鮮 | 冷凍 | 加工 | 加工食品 |
| 中部水産 | 14.5億円 | 458.9(62,020t) | 45.1 | 22.7 | 27.0 | 5.2 |
| 大東魚類 | 6.7億円 | 500.5(60,750t) | 45.9 | 21.7 | 26.1 | 6.2 |
| 名古屋海産 | 3.1億円 | 326.3(48,544t) | 39.1 | 25.1 | 27.4 | 8.4 |
| 計 | | 1285.8(171,313t) | 43.9 | 22.9 | 26.8 | 6.4 |

資料：2007年・名古屋市中央卸売市場年報。

4. 3卸売業者の特徴と生鮮品を中心とする動向

(1) 名古屋海産市場(株)

①年間取扱は約330億円、資本金3.1億円・従業員110名。ニチレイ・ニチロ系であるが、ニチロのマルハとの経営統合により今後はマルハの商材の取扱が見込めるといふ。

②およその品目別取扱額は鮮魚：150億円、塩干：140億円、冷凍：90億円である。営業の分掌は鮮魚部門、冷凍部門、塩干部門に分かれ、更に鮮魚部門は鮮魚第一（大衆魚）、鮮魚第二（活魚・前浜・加工生鮮）、太物（マグロ・カジキ）に分かれる。全体的には取扱額トップはマグロ類、サケ類、イカ類である。マグロ類は生のキハダを中心として30～35%のウェイトを占める。カジキはクロカワ主体。

③鮮魚部門は8割はセリ物品である。海産の昔から強いといわれる種類はスルメイカ、サバ類、アジであり、3本柱といわれる。

④その他、ブリ類（夏：カンパチ、秋冬：寒ブリ）、サンマ（はしり、厚岸物・業務筋）の取扱の大きさに特色がある。

(2) 大東魚類(株)

①年間取扱額約500億円。資本金6.7億円・従業員170名。マルハ系。市場における生鮮関連の業務分掌は、ア）大衆部（取扱62-60億円）、イ）近海部（同155-160億円）、ウ）太物部（同70-60億円）にそれぞれ属する。内容は、ア）は大衆物第一グループ（イワシ・サバ・アジ・サマ・イカ・・・）と大衆物第二グループ（ブリ類・カツオ・養ブリ・・・）に分かれる。イ）は一般高級魚グループ、活魚グループ、淡水魚グループ、近海特殊グループに分かれ、ウニ、クルマエビ、ヒラメ、カンパチ、生鮮フィレー等が含まれる。ウ）は生鮮まぐろグループ、冷凍まぐろグループ、エビ・カニグループ等が含まれる。

②販売形態：セリ販売割合は大衆部では90%、近海部では65%、平均して80%。大半は仲卸への販売で第3者は殆どない（地方市場への卸転送を別として）。

③鮮魚取扱関係においては3卸の中で最も取扱が大きい。大東の強い品目は、近海物ではウニ、クルマエビ、養殖ヒラメ、タラ、養ヒラメ・フグ・カンパチ、サケフィレー等、大衆物ではカツオ、アジ、養ブリ等が特筆される。但し、カツオや養ブリは水揚げの減少傾向により取扱額は低下しつつある。

(3) 中部水産(株)

①名証2部上場会社。資本金14.5億円・従業員200名。取扱額約460億円、他に兼業部門（加工・冷蔵・飼料分野）約30億円あり。ニッスイ系。90年代初頭のピーク時には800億円の取扱があった。

②生鮮関係は全体で240億円取扱がある。業務分掌は、ア)近海魚部(30名-120億円)：近海一課(活)、二課(発泡)、三課(輸入物、カキ、淡水等)、イ)太物部：太物課(マグロ、カジキ類)、ウ)大衆魚部：一課・二課(近海魚、太物以外)。取扱の魚種は分掌で明確に分かれているとは言えない。担当者中心に取扱いが進行するからである。

③集荷は全体では受託：買付＝35：65、生鮮関係では65：35となる。生鮮のセリ取引は90%を占める。販売先は80%は仲卸である。

④3卸の中で取扱の特徴は、一般的に優位性を発揮していることであるが、イワシ、サバ類、天然ブリはとくに強いと言われる。全体に輸入物は3割、前浜物は1割を占める。

5. 当該中央卸売市場の特徴

(1) 生鮮品の取扱の強さ、大きさと特色

生鮮品関係の取扱割合は5割近いウエイトがある。また、その内容にも特色がある。生鮮品取扱額564億円(2007)の内訳をみると、マグロ・カジキ類127億円(23%)、ブリ・カンパチ類84億円(15%)、エビ類36億円(6%)と続く。荷受業者3社それぞれの特色があるが、全体としてカツオ、天然ブリ、カンパチ、ヒラメ、タラ、キハダ、クロカワ、ガザミ、クルマエビ、サケフィール等の扱いに相対的強みがあるとされる。2005年の年報を見ると、平均キロ単価相場を比較して名古屋市場の方が築地市場よりも高値を付けたポピュラーな魚種は、生鮮ではマアジ、ツバス、キハダ、カンパチ、ヤリイカ、スルメイカ等、冷凍では冷ベニ、冷シロサケ、冷キハダ、冷サバ、冷タコ等、加工品では塩ベニ、開きサンマ、丸干しイワシ、丸干しウルメ、半平、チクワ、ナルト、ソーセージ等がある。

共通して認められることは、アジ・サンマ・イワシ・サバ・スルメイカ等の多獲性大衆魚の103億円(18%)が目立っていることである(数量で約25%)。

また更に、鮮魚の出荷地のなかで愛知と三重の合計は126億円(22%)を占めている。このなかにはマイワシ、コノシロ、ボラ、スズキ、サバ類、アジ類、カワハギ、アサリ、ハマグリ、ナマコ、ガザミ、雑エビ、ウナギ等の地物、伊勢湾・三河物が少なくない。地場物の送りは愛知県が整備を進めてきた近郊産地市場との連繋が密であることの証であろう(図2)。

(2) 委託、セリ物品の取扱の大きさ

「相場の高いものも名古屋、低いものも名古屋」、「名古屋は魚の捨て場」という評価があるとされるが、これはとりわけ物量で供給される多獲性魚の取引において名古屋市場が相対的優位性があるということを示している。日本の中央に位置している名古屋は委託・セリ中心で取り扱うという評価が一般化しているため、数量が多く他市場で評価の低い多獲性魚などは名古屋をめざしてくることが多いという。例えば、マアジは年間3500トンの取扱があるが、年間百トン以上を送ってくる産地として富山・福井・愛知・三重・和歌山・鳥取・島根・徳島がある。サバ類は年間6400トンあるが、年間2百トン以上の出荷地として青森・宮城・茨城・千葉・神奈川・静岡・三重・長崎がある。マイワシは年間2560トンの扱いであるが、百トン以上の出荷地として宮城・茨城・千葉・神奈川・愛知・三重・高知がある。スルメイカは年間6500トンの扱いであるが、2百トン以上を出荷する産地として北海道、青森・宮城・石川・鳥取・島根・福岡・長崎がある。

委託でセリ売り方式は、少量多品目の分荷・仕訳・デリバリーを顧客にサービスしなければならないために手間暇とコストのかかる買付・相対方式に比べ、時間と費用面で合理性が大きい

いという要因を、異口同音に卸は述べていた。

なお、当該市場の委託物品の出荷奨励は10/1000であり、他市場よりも優遇した出荷者サービスの状況である。

(3) 売場の取扱いと業務

セリ時間は朝4時過ぎであるが、基本がセリ売りであるため、狭隘な売場をフルに活用した効率的な方法をとっている。セリ開始時間は、サンマ：4:10、イワシ：4:15、アジ・スルメイカ：4:30、その他：4:45 という形ですらず、セリ終わると直ちに仲卸の出荷作業が始まり、売場の様子が変わる。

来年度より卸3社は、受発注、販売、仕入れ、入金、決済、開設者への資料提供等の業務管理の共通システムを構築する予定であり、荷役業務全般の効率化とコスト削減を図る。そして荷主、仲卸、開設者とのデータ連系の方向を検討しているという。

(4) 特徴的な仲卸業者の存在

名古屋中央卸売市場水産物部の特質としての、大衆魚を中心とする生鮮魚介中心の構成、委託集荷、セリ取引という原則的取引をメインに据える実態、ここに名古屋市場のこだわりと競争力を見出そうとさえしているように伺える荷受業者の姿勢は、たんに名古屋の消費特性・食文化を反映したものでもないと思われる。こうした特質の中心に、生鮮物の評価機能に長けた仲卸業者の存在があるからである。

仲卸は、築地のように青物、太物、特殊物とか取扱品目で業態が区分されているわけではない。大きく鮮魚と塩干が分かれて業界（協同組合）があるだけである。鮮魚関係中心に鮮魚卸協同組合約60社、塩干関係中心に水産物卸協同組合約30社、計90社程度がある。前者はバブル崩壊で10社程度減少したという。業態は専門分化しているというよりも多様な内容が多く、個々の業者の力量を反映した実態であるようだ。仲卸全体の特徴について言えば、①多獲性大衆魚を中心にセリ取引を重視した業者が多い。従って、セリ前の陳列品の下見、検品は入念である。②1社当たり年間取扱規模では築地市場よりも大きい（築地は8億円、名古屋は12億円）、③取引は仲卸の買手市場に依存した（仲卸の力が強い）性格がみられる。仲卸の直荷引は少ないと同時に、卸の第3者販売＝場外売りの活動も小さい。量販店等の組織型小売の仕入れに対しても仲卸の対応が中心である。なお、市内の量販店はユニー、ヤマナカ・ナフコグループ、バローなどローカルチェーンが主流である。

他方、相対取引を中心とする冷凍・加工品や養殖物が着実に伸びつつあり、また輸入水産物を中心に場外での量販店の仕入れ活動が漸増していることも事実であり、市場業者側の課題は少なくない。

図2. 県内の地域別市場数

(平成19年5月1日現在)

| 分類 | 取扱い品目 | 地域 | | | | | | | | |
|---------------------------|--------|-----|----|----|----|-----|------|------|-----|----|
| | | 名古屋 | 尾張 | 海部 | 知多 | 西三河 | 豊田加茂 | 新城設楽 | 東三河 | 計 |
| 中央卸売市場 | 青果・水産 | 2 | | | | | | | | 2 |
| | 食肉 | 1 | | | | | | | | 1 |
| | 小計 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| 地方卸売市場 | 青果・水産 | 2 | | | 1 | | 1 | | | 4 |
| | 青果 | 3 | 3 | 1 | 1 | 8 | | | 8 | 24 |
| | 水産物消費地 | | | | 1 | 3 | | | 1 | 5 |
| | 水産物産地 | | | | 5 | 4 | | | 4 | 13 |
| | 食肉 | | | | | | 1 | | 1 | 2 |
| | 花き | 8 | 1 | | | 2 | | | 1 | 12 |
| | 小計 | 11 | 6 | 1 | 8 | 17 | 2 | 0 | 15 | 60 |
| その他市場 ・類似市場 ・規模未満市場 | 青果 | | 1 | | | | | | 1 | 2 |
| | 水産物消費地 | | | | 1 | | | | | 1 |
| | 水産物産地 | | | | 2 | 3 | | | | 5 |
| | 花き | 11 | 2 | | | 2 | | | | 15 |
| 小計 | 11 | 3 | 0 | 3 | 5 | 0 | 0 | 1 | 23 | |
| 合計 | | 25 | 9 | 1 | 11 | 22 | 2 | 0 | 16 | 86 |

資料：愛知県

Ⅱ. 新潟市中央卸売市場・水産物部

北海道大学大学院教授 廣吉 勝治

1. はじめに（状況）

新潟市中央卸売市場は1964年に青果物部が開設されていたが、国の六次審（1996）において再整備が計画され、新規の用地取得と施設の建設・整備を経て、2007年5月、水産物部、花き部を伴って新装の中央卸売市場開場となったものである（場所は新潟市江南区茗荷谷：日本海東北自動車道の脇、「新潟バイパス竹尾インター」より新潟道新潟港横越線に接続）。総事業費は208億円、内新潟市が147億円を負担している。この市場整備によって新潟県243万人のうち新潟市域を中心として60%以上の地域住民に生鮮食品の安定供給が期待されるという（新潟市は2007年政令指定都市となった③）。

これまで、近年の経営環境において、卸売業者の経営破綻や中央卸売市場の地方卸売市場への格下げなどによって縮減方向をとっている水産物部にあつて、新潟市では地方卸売市場であったものが中央卸売市場に格上げ再編されることとなり、近年の動向として全国的に非常に希有なこととして注目される事例となっている。本調査がねらいとした内容もこの点にかかわる。

2. 当該市場・水産物部の沿革・経緯・施設概要

（1）民営市場の移転と地方卸売市場認可

1966年において、1964年の新潟地震のためにこれまで信濃川左岸の柳島にあった民営の魚市場（荷受卸3社）を万代島（埋立地）に移転した。この時点の用地は港湾管理者である県が用意し、市場の上物は新潟市が整備した。当該市場は、1972年には県条例にもとづき地方卸売市場・消費地市場としての許可を得る。荷受卸3社とは、新潟冷蔵、山津水産、丸井水産である。

なお、当該消費地市場が移転整備された万代島の対岸には、新潟市漁協（通称：マル新）が開設する産地市場がある（2007年の取扱：1万4千トンの・46億円）。魚市場の卸3社はこの産地市場における有力買受人でもある。

（2）中央卸売市場への移行・移転

1998~2000年において新市場（茗荷谷）の用地取得がなされ、2000~2006年において造成工事が進捗する。そして、2007年5月21日に新市場開場となる。新市場の施設の概要は図表1、図表2を参照されたい。

図表1. 新市場の施設規模(m²)

| | 青果棟 | 水産棟 | 花き棟 | 中央棟 | その他 (総食棟他) | 合計 |
|-----------|--------|--------|-------|--------|---------------|---------|
| 卸売場 | 7,080 | 4,733 | 1,466 | - | - | 13,279 |
| 仲卸売場 | 1,676 | 2,903 | 586 | - | - | 5,165 |
| 買荷保管・積込所他 | 3,593 | 2,450 | 1,512 | - | - | 7,555 |
| 関連商品売場 | - | - | - | 3,256 | 2,990 | 6,246 |
| 業者事務所 | 1,112 | 1,395 | 718 | 5,078 | - | 8,303 |
| 管理事務所 | 342 | 560 | 84 | 3,912 | 518 | 5,416 |
| 屋根付通路 | 2,920 | 920 | - | 160 | - | 4,000 |
| 駐車場 | - | - | - | - | 65,550 | 65,550 |
| 合計 | 16,723 | 12,961 | 4,366 | 12,406 | 69,058 | 115,514 |

資料:新潟市

図表2. 施設の概要図



敷地面積 267,600 m² (青果・水産・花き) は、東京都大田市場に次ぐ大きさ。総合食品センター棟約 3000 m² (買出人市場)、発泡スチロール施設 200 m²、廃棄物処理施設 80 m²、廃棄物集荷所 165 m²、周囲に増設余裕地、駐車場 65,550 m²等がある。

(3) 水産棟・卸売場の概要

卸売場 4700 m²、仲卸売場 2900 m²、買荷保管・積込 2900 m²、卸売場の約半分は低温売場(10~15°C)、冷蔵庫スペース(魚市場物流センター棟)として確保。このほか、物流センター整備(新潟魚市場物流組合施工)、低温売場の電気関係整備等は「民活」方式により今後の整備としたいと言われる。

3. 市場業者の構成等

(1) 市場業者

まず、旧市場におけるは3社のうち、丸井水産は辞退し、一部営業譲渡して仲卸へ転身することとした。卸売業者は、新潟冷蔵㈱と山津水産㈱の2社となった。いずれも北陸を中心としたローカルな鮮魚問屋が出自であるが、後述するが前者は大手水産のマルハ・ニチロ系、後者はニッスイ系であり、いずれも大手の資本参加と参加がある。

なお、卸売業者の市場使用料については、①定額については447円/m²、②定率については取扱金額の1.5/1000とされる。

仲卸業者については、市場の枠としては24社あるが、現在20社が入場、許可されている。旧市場時代は35社程度あったが、かなり減少している。仲卸の内、新潟冷蔵系列が3社、山

津水産系列が1社ある。いずれも仲卸大手といえる。旧卸業者の丸井水産は仲卸となると共に近接した場所に直売センターを兼営している。

売買参加者は小売業者を中心として125社、うち鮮魚関係は70社程度ある。また、「買出人」については登録制をとっていない。

(2) 業界、市場の運営組織

卸売市場関係の業界は以下の通り。

- ①仲卸：新潟魚市場仲買協同組合
- ②売買参加者：新潟水産物買受人組合
- ③小売業者：新潟市魚商協同組合
- ④卸・仲卸・買参人：新潟県水産物商業協同組合

このほかに、条例に基づく「市場開設運営協議会」並びに「市場取引委員会」が開設者に設置義務が課せられ、各業界が代表者を参加させている。また、開設者と業者団体で市場の管理問題について協議する「市場管理協会」が組織されている。

4. 取扱動向、取引関係

(1) 取扱動向

旧地方卸売市場時代は取扱高は、ピーク時で12万トンの940億円あった(1993年)。近年はこの半分程度の勢力となって中央卸売市場に移行する運びとなった。しかしながら、図表3にみられるように、それでも北陸地域都市のなかでは金沢市中央卸売市場の取扱いに比肩する極めて有力な消費地市場である。

開場となった2007年5月21日以降12月末までの取扱い状況についていちべつすると、品目別取扱構成は、鮮魚52%・冷凍31%・加工17%、金額構成比では鮮魚45%・冷凍29%・加工27%であり、生鮮魚介の取扱いの大きさが伺える。生鮮魚扱いでは山津水産の方が相対的に多いという。

次に、産地・出荷地別動向を上位取扱量のランクで見ると(図表4)、

- ①鮮魚関係については、新潟19%、北海道19%、青森13%、宮城8%
- ②冷凍関係については、チリ15%、北海道11%、ロシア9%、青森9%
- ③塩干加工関係については、アメリカ23%、カナダ14%、ロシア8%

であり、鮮魚・冷凍品にせよ、塩干加工にせよ、北海・北洋物の割合が極めて高いこと、加工品の北米輸入品依存度が高いこと、佐渡島など県内産品の依存度は鮮魚で20%程度であること等の特徴が浮かびあがってくる。

(2) 取引関係

①集荷：聞き取りによれば、まず集荷形態であるが、委託物品が1%弱と極端に少ないことが特徴である。これは、生鮮魚介についても荷受業者が上述したように地元産地漁協市場「マル新」の有力仲買業者(買受人)であり、自らの水産物買付調達による市場搬入(つまり出荷者)となっているからである。「マル新」は佐渡島からの入荷が3割程度はあると思われる産地市場であり、両荷受業者の買い受けは年間10数億円あると思われる。両荷受は万代島に駐在を置いて集荷の確保に努めている。その他、県内には山北、岩船港、出雲崎、上越、寺泊、名立等の産地漁協市場があり(取扱額は山北・岩船港・上越が5~10億円で、後は5億円未満)、両荷受は当該産地市場からも直接に買受け或いは仲買人を通じて買付で調達をしている。買付

が基本的集荷形態であることは、集荷コストが大きく、卸売業者のリスクも高いということであるが、それだけ新潟では卸の力が強いという意味もある。

②販売：販売形態は、管理事務所でのヒアリングによれば場内セリ30%、場内相対45%、転送25%（地方市場転送）といわれる。その中でセリ売りの各品目別実施割合は生鮮41%、冷凍28%、その他23%であるという。買付集荷（或いは委託買付）が基本であるのに、セリ売りの割合が高いことは、当該水産物市場取引の歴史的経緯、及び地域の需給勢力関係を反映しているからであろうが、軽々な評価を出来ないと思われる。朝5時がセリ開始である。地方市場転送は両荷受とも市場間転送荷が少なくないといわれる側面を裏付けているが、特に新潟冷蔵は胎内市（株・村上魚市場）、燕市（新潟西部水産・株）等の地方卸売市場荷受に関係会社を有し県内市場間ネットワークを形成している。

③集出荷サービスと決済：出荷奨励金制度、並びに完納奨励制度はない。これは荷受による委託集荷の取引が基本的にない状況を反映しているといってよい。また、仲卸の支払いは代払機関も精算機関もまだない。卸売業者の責任で回収を行っている（一般に月の5日目までは10日払い、5日以降は10日までは20日払い）。両荷受の与信機能・問屋機能の情報で得られたコストは荷受業者の責任で回収している状況である。

図表3. 北陸農政局管内中央卸売市場水産物部の取扱高(2007)

| | 新潟市 | | 富山市 | | 金沢市 | | 福井市 | |
|--------|----------|----------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|
| | 数量ト | 金額百万円 | 数量ト | 金額百万円 | 数量ト | 金額百万円 | 数量ト | 金額百万円 |
| 鮮魚 | 21,566 | 13,517 | 5,569 | 3,685 | 38,044 | 31,037 | 8,619 | 6,881 |
| 冷凍魚 | 12,841 | 8,668 | 6,282 | 3,863 | 16,913 | 13,908 | 5,513 | 4,314 |
| 塩干・加工品 | 7,055 | 8,166 | 2,551 | 2,447 | 10,492 | 9,670 | 3,494 | 3,414 |
| 計 | 41,462 | 30,350 | 14,402 | 9,994 | 65,449 | 54,615 | 17,626 | 14,609 |
| (推定値) | (67,261) | (49,236) | | | | | | |

資料：新潟市中央卸売市場ホームページより。
注：新潟市の数値は5月21日～12月31日の数値。()は年間取扱高を仮に推計した値。

図表4. 水産物部、品目別主要産地別取扱高とその割合(2007年)

| 数量順位 | 数量(ト) | | % | 金額(百万円) | | % |
|-----------|-------|--------|-------|---------|-------|---|
| 生鮮水産物 | | | | | | |
| 1 | 新潟 | 4,266 | 19.3 | 1,656 | 12.6 | |
| 2 | 北海道 | 4,100 | 18.6 | 2,058 | 15.7 | |
| 3 | 青森 | 2,843 | 12.9 | 1,090 | 8.3 | |
| 4 | 宮城 | 1,838 | 8.3 | 1,179 | 9.0 | |
| 5 | 千葉 | 768 | 3.5 | 336 | 2.6 | |
| | 総計 | 22,055 | 100.0 | 13,098 | 100.0 | |
| 冷凍水産物 | | | | | | |
| 1 | チリ | 1,724 | 14.5 | 1,007 | 12.3 | |
| 2 | 北海道 | 1,277 | 10.7 | 692 | 8.5 | |
| 3 | ロシア | 1,103 | 9.3 | 1,336 | 16.3 | |
| 4 | 青森 | 1,035 | 8.7 | 340 | 4.2 | |
| 5 | ノルウェー | 1,030 | 8.7 | 544 | 6.7 | |
| | 総計 | 11,896 | 100.0 | 8,174 | 100.0 | |
| 塩干・加工品その他 | | | | | | |
| 1 | アメリカ | 2,275 | 23.2 | 2,055 | 25.0 | |
| 2 | カナダ | 1,355 | 13.8 | 824 | 10.0 | |
| 3 | ロシア | 801 | 8.2 | 1,377 | 16.8 | |
| 4 | 北海道 | 715 | 7.3 | 941 | 11.5 | |
| 5 | 新潟 | 673 | 6.9 | 381 | 4.6 | |
| | 総計 | 9,822 | 100.0 | 8,216 | 100.0 | |

資料：新潟市中央卸売市場管理事務所
注：開設時5/21から12月末までの値。

5. 市場関係業者の状況

(1) 卸売業者

1) 新潟冷蔵

①創業は大正13年、資本金約5億円、従業員97名、マルハの持株9%台。社長はマルハの出身者。

②卸部門のほか食品加工、冷蔵、餌料部門有り。新潟冷蔵のグループ企業は10社（仲卸3社、地方市場卸2社、ベンダー1社、食肉加工販売1社、餌料販売1社、冷蔵庫管理会社等）、冷蔵庫腹7000ト。

③売上高等：売上334億円（2007）、内本業280億円、兼業50億円。売上のピークは1991年に500億円あった。卸部門の構成は冷凍・加工品が70%、生鮮が30%。

④取引等：買付集荷において県内物は、マル新から8~9億円、下越方面6億円、上越方面6000万円等あるが、全体で10%以下である。販売形態において、セリは全体で10%程度である（25億円程度）。

⑤社内職務分掌：

・鮮魚1部・・・1課：近海・佐渡、2課：北陸・東北・三陸、3課：一般魚。

・鮮魚2部・・・1課：養殖、2課：太物、3課：特殊。

・冷塩1部・・・1課：南方魚・切身・沿岸魚、2課：筋子・カニ・冷凍・塩蔵・鮭鱒、3課：助子・数の子・干魚。

・冷塩2部・・・1課：合物・原料・海藻・日配惣菜・練製品、2課：北方魚・海外事業、3課：冷食・甘エビ・エビ。

・物流管理部・・・営業冷蔵庫、運送・荷役、商品開発、営業サポートと管理（受発注、ピッキング・ステーション、配送等の部署を2003年設置）。

⑥産地開発：2007年10月より佐渡島方面からの直買を試行開始した板曳網・刺網もの、カキ等、漁協や一部生産者との直接買付である。1日100ケース~700ケース程度の取組であるが、増やしていきたい意向。

2) 山津水産

①創業は明治14年、資本金3500万円、従業員65名、ニッスイの持株50%（社長以下数名の役員はニッスイ出身）。山津水産は県内ニッスイ特約店4社のひとつであるという。旧地方卸売市場時代の荷受であった丸井水産の鮮魚関係の営業権を譲り受けている（職員4名付）。

②山津グループ企業・・・山津冷蔵食品（ニッスイOEM）：定塩加工・味付カスノゴ等、新潟食品サービス：量販店への受発注、ヤマツサービス：場内荷役、一六商店：系列仲卸、ほか冷蔵庫庫腹4000トがある。

③売上等・・・売上高222億円（2006）、兼業部門10億円程度。90年代のピーク時は310億円あった。鮮魚関係が強い（例えば、佐渡の寒ブリ・イナダ・ワラサ、ノドクロ、ナンバンエビ、ヤナギムシカレイ、カワマス等）、また味付カズノコは山津ブランドが立つほどであるという。

④社内職務分掌：

・鮮魚一部・・・遠海課（県内産を除く一般魚）、近海課（旋網物・ブリ・イカ等県内産魚）。

・鮮魚二部・・・養魚課、特殊課（貝含む）、太物課。

・冷凍部・・・冷凍一課、冷凍二課。

- ・塩干部・・・塩干一課、塩干二課。
- ・営業企画部・・・食材流通課（冷凍加工）、特販課、企画課。

（２）仲卸業者・売買参加者

仲卸業者は20社あるが、トップの仲卸に年商38億円の「N鮮魚」がある。また、卸売業者系仲卸が4社ある。旧卸の丸井水産も仲卸の登録業者となり入場（場外に直販センターを建設）した。これらはいずれも上位の仲卸である。有力仲卸は、原信・ナルスグループ（市内8店、県内61店舗）、キューピット（市内13店舗）、清水フードセンター（市内を中心に直営店17、ほかフランチャイズ店多数）、ウオロク（市内を中心に30店舗）等、地元の量販店とジョイントしている。

当該市場に125名の売買参加者が登録されているが、うち約70名は旧地方卸売市場時代の買参人である。これらの買参人は、上述の通り、場内の買産人組合・市内や郡部の魚商組合に組織された鮮魚商、量販店、及び業務筋である。

6. 中央卸売市場への再編整備の評価と課題

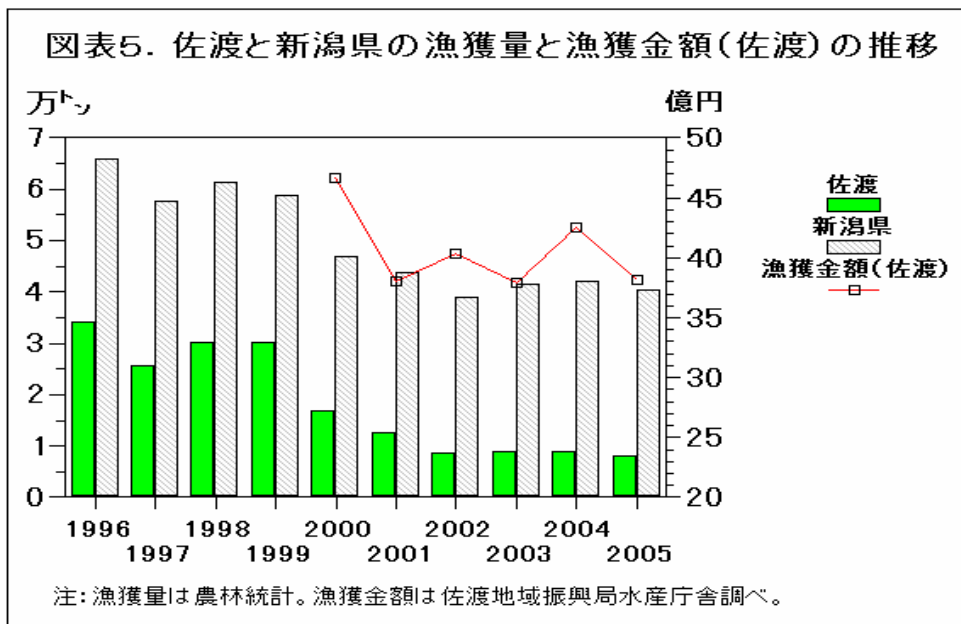
当該調査事例は、80万人新潟市の政令指定都市としての成長の過程で中央卸売市場の整備が図られ、水産物流通の地方卸売市場から中央卸売市場への再編が推進された、全国的にも希有な事例である。その中で、規制緩和行政も進行しているところから、新市場としてその施設、整備、管理・運営、及び機能について注目度は高い。

より自由度の高い地方卸売市場から中央卸売市場に移行することがいかなる変化を消費地流通にもたらすのか、ということも問題であるが、元々県内産地流通と深い関わりを有していた旧市場・荷受業務の再編が産地流通にいかなるインパクト、いかなる機能変化の影響を及ぼすであろうか注目される。開業したばかりであるので、具体的な影響と評価は来年度以降に持ち越されると思われるが、ここではその方向について関説しておきたい。第1に、自由な市場流通への再編がどこまで進化するかという問題。荷受・卸売業者2社は「マル新」等、水産物産地市場の有力買受人＝中央卸売市場にとっては有力な出荷者でもある。市場の集荷は買付が大宗であり、彼らの買付、相対取引にブレーキをかけてしまうのでは、新市場の集荷はおぼつかないことになりはしないかと思われる。卸売業者に依存して産地からより多く市場への搬入を促すことと、取引の公明性を確保することとの兼ね合いをどう図るか注視される問題である。

第2に、卸売業者が有している県内市場のネットワーク機構をどう維持・発展させるかという問題も重要であろう。産地よりの集荷の強さと同時に、市場間転送機能の大きさにそれは現れている。その意味で、新潟市における当該市場は県内産の流通拠点として機能しているといったらよい水産物は冷凍・加工品、養殖物、輸入物を中心に市場外流通は活発であり新潟でも例外ではない。これらを取り込んだ機能施設の充実を図ること、とくに今後、前出図表2で示した市場概要図の中にある「増設余裕地」を活用した加工、仕訳ピッキング施設等の整備も目論んだ取組も必要ではないかと思われる。

第3に、新市場の県内産水産物は鮮魚関係で20%程度という状況である。県内産地からはストレートに関東、京阪神に流れる傾向があるが、新市場の整備は県産品のこの流れを幾分かでもくい止める影響を持ちうるであろうか。有力な県内産地は佐渡島であるが、図表5に見るように、供給の基調は低落傾向であり、新市場は沿岸漁業の活性化にどのような影響を及ぼすか期待される。荷受の新潟冷蔵が2007年から始めた佐渡の産地との直接取引による影響・波

及に注目をしたい。



Ⅲ. 大分市公設地方卸売市場～地方市場化の経緯とその展望

鹿児島大学水産学部教授 佐野 雅昭

1. 卸売市場を巡る全体的な状況と大分市中央卸売市場

1) 全般的状況

昭和 46 年に卸売市場法が制定された。同法は、「生鮮食料品等の効率的かつ安定的な流通を確保する観点から、中央・地方を通ずる流通網の整備を図る」ことを目的とし、これに基づいて全国に中央卸売市場、地方卸売市場の整備が進められた。大分市でも昭和 52 年に、大分市を開設区域とする大分市中央卸売市場が開設された。

大分市中央卸売市場が地方卸売市場に転換する前には、中央卸売市場 86 市場、地方卸売市場 152 市場が全国に整備され、拠点市場の配置が進められてきたのである。

しかしその後、食品流通を取り巻く環境に大きな変化が生じた。輸入自由化により世界中から安くて豊富な生鮮食料品が日本に集まるようになり、これらが場外流通によって小売市場に溢れることとなった。また、冷凍食品や加工食品の供給も活発化し、量販店や外食産業で大量に使用されるようになった。昭和 50 年代に 90% 程度あった市場経由率は、最近では平均で 70% を下回るようになっている。

また、高速道路網の整備に伴う生鮮食品流通の広域化が進み、卸売市場間の競争はますます激化、市場間格差も拡大している。大分市中央卸売市場においてもこうした状況が見られ、北九州や福岡を含む広域的な競合関係が強まりつつあった。

競り価格の低迷などから売上高も大きく減少し、卸売業者、仲卸業者の経営格差も拡大してきた。現在、全国的に見て、卸売業者の約 3 割、仲卸業者の約 4 割が赤字経営に陥っている。大分市中央卸売市場もこうした流れに沿って経営状況の悪化が進んできたと言える。

2) 卸売市場再編の動き

さて、平成 16 年に卸売市場法が一部改正され、取引規則の緩和措置が講じられた。また第 8 次卸売市場整備基本方針の中で、既設の中央卸売市場の再整備が規定された。この中で、市場機能の強化措置として、①中央卸売市場の新設は行わない、②指標に該当する中央卸売市場（4 つの指標のうち 3 つに該当するもの）においては、地方卸売市場への転換や他の卸売市場との統合による市場機能の集約など、市場の再編に取り組むことが定められている。また、再編基準に該当しない中央卸売市場であっても、市場機能の強化を図る観点から、必要に応じて当該措置に取り組むことが求められている。

再編基準に該当して国の指導を受ける中央卸売市場は平成 18 年度で全国で 11 市場あり、大分市中央卸売市場は該当していなかった。しかし水産部は 4 つの指標のうち 2 つに該当し、厳しい状況にあることは間違いなかった。さらに平成 21 年度からは手数料の自由化も控えていることから、卸売業者自身が将来の流通を見据えた決断を行い、早い段階で財務体質の強化を図るため、平成 19 年度において公設地方卸売市場に転換することとなった。

2. 大分市公設地方卸売市場およびその水産部の沿革と現状

1) 大分市中央卸売市場の沿革

大分市中央卸売市場は、昭和 52 年に全国で 46 番目の中央卸売市場として開設された。しかし平成 18 年に地方卸売市場に転換している。

大分市中央卸売市場における生鮮食料品の取扱状況は、青果部では昭和 52 年度の開設時から平成 3 年までは順調に右肩上がりに売上高を伸ばしてきた。しかし平成 3 年に最高額 23,365 百万円を記録した後は減少しており、平成 16 年では 17,268 百万円と最高時の 74%にまで縮減している。

水産物部については、昭和 52 年の開設以降、平成 9 年までなだらかな伸びを示してきた。しかし、平成 9 年に最高額 140 億円を記録した後は縮減してきており、平成 16 年には約 103 億円と最高時の 73%にまで低下している。その後も現在に至るまで約 100 億円を維持し、回復の兆しは見えない。卸売会社 2 社で 100 億円程度の売上を奪い合う状況にあり、経営的に大変厳しいことが明らかである。

2) 施設の位置と整備の状況

当市場の位置は、大分市豊海 3 丁目に存在する。そこにおける水産部の卸売市場面積は 3,701 m²、仲卸売り場は 2,178 m²である。魚類残滓処理施設、水産物加工所が併設され、また水産会館も設置されている。卸売市場には見学者デッキが設けられ、市民の見学を容易にしている。

3) 市場関係業者の構成

①卸売会社

青果部は丸果大分大同青果（株）の 1 社、水産部は大分魚市（株）、大分中央水産（株）の 2 社から構成されている。青果部ではもともと 2 社の卸売会社が存在していたが、平成 14 年に 1 社が業務を廃止し、卸売 1 社体制となっている。

丸果大分大同青果（株）は資本金 7,500 万円、従業員数 69 名（うち役員 7 名）、大分魚市（株）は資本金 8 千万円、従業員数 42 名（うち役員 6 名）、大分中央水産（株）は資本金 8 千万円、従業員数 32 名（うち役員 6 名）である。

卸売会社が市役所に対して支払う市場使用料は、卸売金額の 1,000 分の 3 である。また、売場使用料は、1 m²につき月額 100 円である。

②仲卸会社

当市場の仲卸会社は合計 26 社、うち青果部 13 社、水産部 13 社である。水産部の仲卸会社は大分市水産物仲卸協同組合に組織化されている。

仲卸会社が市役所に対して支払う市場使用料は、販売金額の 1,000 分の 3 である。また、売場使用料は、1 m²につき 1 階部分が月額 900 円、2 階部分が同じく月額 450 円である。

③売買参加者

小売業者、大口需要者、加工業者等で構成され、市長の承認を受けて競りに参加し、市場外で業務を営む。水産部には平成 19 年度において 158 人の売買参加者が承認されている。これらは大分市水産物小売商業協同組合に組織化されている。

④買出人

市長の登録を受けた小売業者、加工業者、大口需要者等で、仲卸業者から買い付けを行う。水産部には平成 19 年度において 198 人の買出人が登録されている。

3. 地方卸売市場への転換

1) 転換の過程

これまで述べてきたような状況において、大分市中央卸売市場は地方卸売市場への転換を行った。それは以下の経過を辿って行われた。

- ①卸売市場法の一部改正により地方卸売市場への転換が可能となったことを受け、平成 16 年度 11 月 18 日、卸売業者 3 社から、公設地方卸売市場への転換要望書が大分市長宛に提出された。
- ②平成 16 年 12 月 2 日、場内関係事業者で構成される「大分市中央卸売市場運営協議会」から、公設地方卸売市場への転換要望書が大分市長宛に提出された。
- ③市長は学識経験者等で構成される「大分市中央卸売市場開設運営協議会」に「公設地方卸売市場への転換の適否について」諮問した。そして平成 17 年 1 月 14 日、市長に対して「転換することが適当であり転換時期については平成 18 年 4 月 1 日とする」旨、答申が行われた。
- ④平成 17 年度に入り、公設地方卸売市場開設のため、開設者及び場内関係事業者で構成される「公設地方卸売市場転換検討会」を設置した。また、その中で転換に当たっての要望事項、問題点等を話し合い、検討する中で合意が形成された。
- ⑤平成 17 年市議会第 4 回定例会において「大分市中央卸売市場業務条例」の全面改正について、議決を得た。
- ⑥平成 18 年 1 月 31 日、九州農政局に対し「卸売市場施設整備事業で取得または効用の増加した施設等の処分の承認申請」を行い、3 月 22 日に承認を受けた。
- ⑦平成 18 年 2 月 9 日付けで大分県知事に、「中央卸売市場から地方卸売市場への転換に係わる許可申請」を行い、同月 15 日付けで許可を得た。
- ⑧平成 18 年 4 月 1 日付で、大分市公設地方卸売市場としての業務を開始した。

2) 転換した効果とデメリット

①卸売業者にとって

規制の少ない県管轄の公設地方卸売市場に転換することにより、事務手続きの簡素化によって人権費及び事務費を削減することができた。また中央卸売市場では固定化されていた委託手数料率を、出荷団体と協議して取引実態に合わせて設定することが可能となった(5.5%→7.0%へ)。このことは卸売会社の経営向上と資本蓄積にプラスに作用していると言われている。手数料率の上昇は経営に余裕を産み、これまでにない営業努力を行えるようになり、かえって集荷力は向上したとも言われている。また営業活動を通じて鮮度の向上を浸透させることができたので、それも価格に反映されてきている。

さらに、卸売業者の裁量権拡大に伴い、市場外での第三者販売など新たな事業展開を図ることが自由にできるようになった。しかし市場関連業者間における業務内容の競合や混乱を避けるため、地域内での場外活動は現時点では行っておらず(県外では自由に活動している)、これまでの事業内容を踏襲している。

一方で、中央卸売市場という看板がなくなり、手数料率も 7%に上昇したため、集荷業務に支障が発生する可能性が懸念されていた。しかし現実には集荷力の低下は見られず、従前通りの集荷が行えている。これは、集荷力が制度上の地位ではなく、卸売業者自身の決済機能における信用力や価格形成力への信頼に依拠していること、すなわち中央卸売市場という看板だけ

が、出荷業者が出荷先を選択する際の判断基準なのではないということであろう。また、別府、中津、高田などの周辺地方卸売市場も手数料は7%なので、その面からの集荷力の低下は見られないという。

課題としては、規制が緩くなり、経営内容に関する外部からのチェックがなくなったことが指摘されている。企業内できちんとした監査が行える体制が必要となるが、そうした社内監査の実施は未経験なので、今のところノウハウもスタッフもいない状況にある。

②開設者にとって

転換により、開設者の取引業務への関わりを縮減することができるため、事務事業を見直すことが可能となった。組織のスリム化（19人→14人への人員削減）を図ることで、市場特別会計の健全化（一般会計からの繰り入れ削減）が期待できる。またそうして可能となった経費削減分の一部を、施設整備の財源に充当することができる。開設者にとっては、このような予算節減の意義は大きく、地方市場への移行は積極的に評価されている。

一方で、市場内での取引に関しては、これまでのような市場開設者の監視機能が行き届かず、市場関連業者において何らかのトラブルや問題が増大することが懸念されている。

また、将来においてハード整備が必要となった場合、これまでのような国による支援がどこまで期待できるのか不確定であり、開設者にとって最も重大な関心事となっている。

③仲卸業者、売買参加者

地方市場への転換により、承認等の手続きの簡素化が図られ、事務負担が軽減された。また新規参入も容易になった。活動内容の制限が緩和され、直荷引も可能となった。しかし卸売業者との競争を避けるため、既存の業務内容を維持している。

しかし、自由化が進んだ際の卸売会社の第三者販売に対する懸念を強く抱いており、将来における販売活動面での競争を不安視している。

以上のように、現時点では地方市場への移行は、集荷に支障をきたす傾向も見られず、積極的に評価されている。特に卸売会社において事務処理作業の軽減化、合理化が図られることへの評価が高い。一方で、業態間の垣根が崩壊することによる不安も仲卸業者間で現出しているが、それには現状の業務内容を維持することで対応している。

4. 卸売会社の経営戦略

1) 大分魚市

①組織面

地場流通の拡充と全国からの集荷に注力し、大分市場での販売を強化していくことを経営の中核としている。他の卸売会社や大手水産との系列化は今のところ考えていない。

②販売面

仲卸と売買参加者そしてその先にある小売業者と大分市民への食料供給を中心に置いた経営を展開している。大分県産の水産物（近海鮮魚）は多品種少量生産という独特の供給特性を有しているが、都市部の中央市場よりも大分県内小売市場の方がそのような地場産水産物への評

価が高いと考えており、地域内での供給と需要を繋ぐこと、すなわち鮮魚の地場流通に最も注力している。

③集荷面

地方卸売市場化したことにより、集荷における荷受けの責任が高まったと認識している。営業を強化し、全国から（特に福岡や下関など）の集荷を強化、従前以上の扱い量の確保に腐心している。また大分県内に存する零細多数の産地市場や生産者からの集荷にも注力しており、それらと大分市民の消費を結びつける努力を行っている。さらに、手数料料率の上昇により営業力が高まっており、地場でも全国でも集荷は順調に推移している。

④その他

地方市場化はしたものの、仲卸業者とは共存共栄を図り、お互いの領域を侵さないことを重視している。

2)大分中央水産

①組織面

ニッスイ系列の全国的な水産物流通ネットワークの一部を構成している。その中では、地元市場だけではなく関東・関西方面など都市部への水産物出荷元としての機能も重要視されており、地元産品の集荷力拡大に期待がかかっている。

②販売面

大分県内の地域市場は縮減しており、将来的な市場拡大の展望はないと判断している。そこで県外出荷の拡充を図ることで経営維持を企図している。具体的には、大分周辺地域の水産物を集荷し、各大都市中央市場に分散して存在しているニッスイ系列の荷受けに送る機能を重視していきたい意向を持っている。

地方市場化してからは、鮮度感を訴求した営業を強化しており、そこに当市場の強みがあると考えている。現時点での取り組み内容としては、都市部のグレードの高い業務筋（高級レストラン、結婚式場、ホテルなど）に営業をかけ、地元で集荷した高鮮度の高級魚を直接販売している。これらは空輸で鮮度を保って輸送されるため、都市の高級業務筋から評価されている。また、こうした高級魚の価格形成は、当市場での競り価格に依拠するようにしている。

一方でこうした仕向けへの販売促進のため、鮮度のよい品質の高い水産物の集荷に努め、市場での競りを活性化し、それらなるべく高い価格で販売されるように注力することで高級感を醸成しようとしている。こうして大分の水産物価格全般を引き上げることで、卸売市場としてのブランドイメージ：「大分の魚は高いけど良い」という高級感を作るための努力を行っている。

③集荷面

上記で述べた販売機能を強化するため、産地の抱え込みを図っている。県内の漁協青年部などで流通に関する研修会を行い、漁獲物を産地市場ではなく大分中央水産に直接出荷するように指導している。また研修会では、荷の仕立て方、鮮度保持の手段確保や技術向上を図るための教育を行っている。

同時に、県内の出荷業者から鮮度のいい魚に高い競り値をつけるよう努力し、出荷業者の意識と商品化技術の向上を図ると同時に、集荷力の向上を図っている。また、鮮度保持努力を徹底するよう、当社が産地出荷業者に直接指導している。こうした努力もあって、現在では8割

～9割の魚は活魚や活けで搬入され、仲卸や販売先からの評価が向上したという。

このように、地域の生産者と大分中央水産がタイアップして品質の良い魚を集め、日本水産系列のチャンネルで全国に売り先を見つけ、魚価の向上とチャンネル全体の利益追求を実現していくことが、当社の卸売会社としての新しいコンセプトとなっている。

④その他

現在では仲卸との協議の経緯もあり、県内における市場外での自己取引を自粛している。しかし将来的には自由に第三者販売を行っていききたいという強い意向がある。

5. 市場取引の動向と新しい傾向～大分市における地域市場の水産物販売状況と展望

1) 地場産水産物集荷競争の拡大

大分県地区は零細な沿岸漁業生産者が多数存在しており、系統組織を経由した卸売市場流通とその機能が不可欠な地域である。一方で、大分県内の小売市場は大分産の近海鮮魚を好む傾向が強く、地場産の鮮魚の扱いにこだわりを持つ仲卸＝小売業が多数存在すると言われている。多品種少量で安価な近海鮮魚の地場流通に、当市場の強みと特徴があると考えてよいであろう。

これら近海鮮魚は当然ながら場外流通ではなく、当卸売市場を経由して市民の食卓や飲食店に流通する。逆に言えば、こうした地元消費市場に支えられて、当卸売市場で近海鮮魚の価格形成が行われ、そこを目指して地域内産地から出荷が行われてきたのである。近海の多種多様な鮮魚を安価で地元市場に供給することが、地域内において当市場に期待される重要な機能だと言える。

しかしその一方で、現時点における大分市地方卸売市場の鮮魚価格は周辺他市場と比較して低い(鮮魚の平均約卸売価格は680円/kg程度)と言われてきた。これを引き上げることが(800円/kg程度まで)市場の課題となっている。大分県各産地でも地元産地仲買人が高齢化等により減少し、価格形成力が弱まっている。こうした間隙を縫って鮮魚専門の集荷業者(「運び屋」と呼ばれる)が産地を回って鮮魚を買い集め、直接福岡、熊本などの中央卸売市場に出荷するケースが増えてきているという。このままだと鮮度のよい品質の高いもの、高く売れる可能性があるものが、こうした業者によって安く買われ、他地区市場へ運ばれてしまう可能性があるのである。

そこで大分魚市はこうした集荷業者に対抗し、地場流通を拡大させるために、地元産地からの近海鮮魚の集荷を拡大している。そしてその手段として、不安定な委託集荷ではなく買付による集荷を強化する方向性にある。

一方、大分中央水産は、当地域の特徴である高品質な近海鮮魚を県外に出荷することで、新しい価値を見いだそうとしている。先に述べた集荷業者と同様に県外都市部の中央市場への出荷を念頭におき、漁協を巻き込みながら近海鮮魚の委託集荷に注力しているのである。両卸売会社はお互いに戦略的ターゲットとする市場が異なるのであるが、結果として地元生産物に依拠することを前提とするため、こうした地元産地における集荷競争が激化している。こうした動向を受けて、今後県内の産地価格はある程度上昇していくことも予想される。

さて、大分市内にはイオングループ(ジャスコ、マックスバリュなど)が進出をはじめ、既存の小売市場を浸食している。こうしたGMSやSMの水産物売り場は、福岡市中央卸売市場で

の調達を中心としていると言われる。地域色豊かなこれまでの近海鮮魚中心の鮮魚小売市場に、大きな変化がもたらされる可能性がある。小売市場構造の再編次第では、当卸売市場に期待される機能も変化する可能性がある。このような量販店を軸とする小売市場動向には注意する必要がある。

2) 卸売会社間の競合と協調

九州内では、卸売会社同士が商材のやりとりを行うことが活発化している。日本海西部を中心に操業している大中型旋網で漁獲されたアジ・サバなどの青物類は福岡港と境港が集散地であり、福岡と境の卸売会社から当市場卸売会社に転送されてくる。また、生鮮マグロ類は鹿児島中央卸売市場の卸売会社から転送されてくる。このように地場水産業では供給することのできない基軸的な商品については、それぞれを得意とする卸売会社間でのやりとりが行われている。こうした協調関係はニッスイ系列、マルハ系列など大手水産会社を軸としたグループごとに行われることが多く、九州一円の水産物流通チャンネルのグループ化が進展している。

しかし、一方で、卸売会社間の広域的な競争が強まっていることも事実である。これまで大分地区の水産物は、他の市場に流出しにくい地理的条件（道路網整備の遅れなど）を有していた。しかし現在では物流面でのハードルが低くなり、情報の伝達速度も早くなっている。高速道路網も整備され、九州の東海岸においても北九州から佐伯までが高速道路で繋がり、福岡の流通圏が拡大した。これまで物流面で大きな不利性を抱えていた大分県南部地域からでも、価格の高い魚種があれば福岡市場や北九州市場まで簡単に運べるのである。商品が広域的に動き易くなっており、九州東沿岸における動線の途中に存在する大分市場の位置づけは、今後大きく低下する可能性がある。

6. まとめ～大分市公設地方卸売市場の特徴と今後の展望

現在のところ地方化を図ったことによるメリットは大きいと考えられる。特に、事務の簡略化による人件費削減や手数料収入（7%にアップ）の拡大などによって、卸売業社の経営は向上していることが確実視される。こうした卸売会社の経営内容改善は経営の積極性を産みだし、集荷時における営業活動の活発化や買付価格の上昇に結びついている。

一方、想定されたデメリットやトラブルは現状ではほとんど顕在化していない。仲卸業者が不安に思っていた卸売会社の業務内容拡大と販売面における競争激化は、現在のところ見られない。既存の業界ルールである卸売－仲卸－小売の分業体制を市場関係者全員が確認し、お互いの領域を侵さないという紳士協定を守っていることが、予想される軋轢や衝突を未然に防いでいる。また、こうした協定がなければ、地方卸売市場市場化は進まなかったであろう。卸売会社の営業努力の結果、7%に手数料が上昇しても集荷力はほとんど変わらないと評価されており、仲卸業者の業容も縮小していないと言う。現段階では、地方卸売市場化はプラスであったと積極的に評価できよう。

ただし、卸売会社としては、こうした旧慣を維持していくような体制では、今後起こりうる他卸売市場との厳しい競合において競争力を失いかねないという不安を感じている。地元小売市場の構造変化や県内産地市場出荷業者の弱体化は、販売と集荷の両面において卸売会社に新たな機能の獲得を必要とさせている。近い将来において、更に抜本的な再編が行われる可能性もあろう。

IV. 秋田市中央卸売市場に見られる取引状況の変化と卸売会社によるそれへの対応

鹿児島大学水産学部教授 佐野 雅昭

1. 秋田市中央卸売市場の沿革と現状

1) 秋田県における消費地卸売市場の概況

秋田県内には、中央卸売市場が1ヶ所、地方卸売市場が20ヶ所、小規模市場が10ヶ所存在している。このうち公設市場は、秋田市中央卸売市場と大館市総合地方卸売市場の2つであり、残りは民間開設市場である。県内における卸売市場全体の取扱金額は、平成1991年度の1,207億円をピークに減少し、2005年度には756億円と、37.4%も減少している。このように県内における卸売市場の取扱量は、商圏内の人口減少等によるマーケットの縮小により長期的な減少傾向にあり、こうした傾向は避けがたいものと考えられる。しかし現状の中央卸売市場制度では、積極的な市場開拓と扱い量の拡大が行い難い。経営のみならず制度まで含めた、何らかの構造的な対策が必要となっている。

2) 秋田市中央卸売市場の沿革

秋田市中央卸売市場は、当時課題であった環境衛生や交通問題の解消、食料価格の安定化等を図るため、1975年3月に業務を開始した県内の中核市場である。青果部と水産部の2つの部門で業務が開始され、1992年には花き部が開設された総合市場である。これまでの沿革は下記の通りである。

- ① 昭和50年2月・・・秋田市中央卸売市場開設許可
- ② 昭和50年3月・・・青果部、水産物部業務開始
- ③ 昭和56年3月・・・水産棟、関連事業棟等増築
- ④ 平成元年10月・・・青果棟増築、駐車場増築
- ⑥ 平成5年 3月・・・荷捌所、買荷保管所等新增築
- ⑦ 平成7年 3月・・・水産棟増築、青果協同加工センター新築
- ⑧ 平成16年11月・・・花き棟増築
- ⑨ 平成17年11月・・・水産棟 低温卸売場3カ所設置

3) 秋田市中央卸売市場の現状

① 卸売市場としての経営状況

市が開設者である中央卸売市場は、独立採算性で運営することが建前となっている。しかし現実には支出が収入を大きく上回る赤字となっているケースが多い。秋田市中央卸売市場においても赤字額が拡大しており、近年では年間約1億8千万円もの大きな赤字を産みだしている。この赤字分は市の一般会計から補填されており、秋田市中央卸売市場は市民による税負担によって支えられているといえる。しかし地方自治体一般の例に漏れず、秋田市でも財政状況は厳しくなっている。市の業務においても様々な分野で民間委託や事業廃止などの見直しが進められており、中央市場といえどもこうした一般会計からの赤字補填がいつまでも行える状況にはない。

今後は運営健全化のために、市場使用料等の見直し、地方市場化による人件費削減など、様々な経営改善策が講じられていくことが想定される。

②取り扱い状況

秋田市中心卸売市場における取扱数量・取扱金額は、全国と同様に減少している。また、生鮮食料品の出荷が大都市圏の中央卸売市場へ集中する傾向ともあいまって、その経由率の低下速度も全国平均を上回るものと推察される。また、このような環境の中で卸売市場流通を担う卸・仲卸業者の財政環境や経営環境も、年々厳しさを増している状況にある。

卸売業者の取扱金額は、2001年度の621億円をピークに減少を続け、2007年度には344億円と44.6%も減少している。花きは横ばいであるものの、青果が4割減、水産は5割減となるなど、取扱金額の減少は大きい。早急な対策、改革が求められている状況にある。

③市場使用料

市場使用料のうち、売上高使用料は卸売業者等の取扱高低下に伴い減少、施設使用料も空き店舗の増加などによって減少傾向にある。施設使用料の価格水準は月額565円/㎡と周辺地域や他市場に比べて極めて低く（山形は同1,000円/㎡、盛岡は1,080円/㎡、仙台は1,155円/㎡など）、市場関係業者は低家賃を享受している。一方で、このような各種手数料の低さは、秋田市による市場運営の基盤を揺るがし、その経営を悪化させている。

④人件費

市職員は平成19年度において、正職員15名、嘱託職員4名、臨時職員1名の20名である。正職員から嘱託職員への変更による人件費削減の取り組みを行っているものの、H19年度の人件費総額は1億5,466万円となっており（1人あたり773万円）、相対的に高い水準となっている。

一方で、秋田市中心卸売場の従業員1人当たりの取扱金額水準（平成19年度現在。青果：1億6千万円、水産：1億5千万円、花き：1億4千万円）も、国の第8次卸売市場整備基本方針の従業員1人当たりの取扱金額水準（青果2億4千万円、水産3億8千万円、花き1億4千万円）を大きく下回っており、ほぼ地方卸売市場の規模となっている。

4)施設の利用状況

施設は秋田市外旭川字待合28番地に所在し、秋田市内中心部から自動車です30分程度と、至近で便利な場所にある。市場用地は139,520㎡と広大であり、敷地内には緑地や空き地となっている未利用地も多くある。駐車場は、通勤車両の利用や早朝を除けば、稼働時間が短く低利用の状況にある。関連売場の空き店舗、空き事務所など利用されていないスペースも多い。余裕のある利用状況だと言える。以下はその施設利用状況である。

①卸売場

青果棟：6,090㎡、水産棟：4,627㎡、花き棟：1,283㎡

②仲卸売場

青果棟：1,932㎡、水産棟：2,982㎡、花き棟：180㎡

③買荷保管所

青果棟：2,709㎡、水産棟：2,474㎡、花き棟：290㎡

④荷捌所

水産棟：912㎡、花き棟：228㎡

⑤倉庫

青果棟、水産棟、花き棟、各 59 m²、倉庫棟：710 m²、冷蔵庫棟：1,867 m²

⑥加工施設

水産加工所棟：650 m²、バナナ加工所棟：1,341 m²、青果加工所棟：1,000 m²

⑦管理事務所（福利厚生施設含む）

青果棟、水産棟、花き棟、各 382 m²、管理棟：1,716 m²、守衛棟：56 m²、青果運輸棟：735 m²、水産運輸棟：600 m²

⑧関連商品売場：2,996 m²

⑨関係業者事務所：6,053 m²

⑩駐車場：1,618 区画

⑪市場用地：139,520 m²

このような市場施設の整備修繕には、近年では毎年 3000 万円以上が充てられてきた。しかし市の収入減少もあり、今後は修繕費用の捻出が難しくなるとのことである。また借入金での大規模な施設整備は、長期間にわたり新たな市民負担を増加させることになる。さらに市場使用料の引き上げも不可欠となろう。そのため、平成 13 年度以降は新たな借入を行わず、老朽施設の修繕等を行うことで対応してきている。新たな施設整備については、これまでも業者が自主整備した例もあり、業者と行政の役割分担を明確化しつつ行われることが期待されている。どうしても行政が整備しなければならない場合においては、投下資本の回収を考慮し、費用対効果を十分検討してから実施されることとなろう。

5) 市場管理運営の形態

秋田市場では、開設者として市職員 20 名が、市場の施設管理、業者の監督指導や業務の監視等を行っている。しかし市場業務の中には、必ずしも市職員が直接従事しなくても、外部の経営資源を活用した方が効率的かつ効果的であると考えられるものもあり、民間企業への委託などアウトソーシングを進める必要も議論されている。同時に、市民負担を削減するためにも業務のスリム化や効率化、人員体制の見直しや経費削減などにも今後取り組むことが検討されている。

また、卸売市場が公益的機能を有しているのは当然であるが、民間企業の事業活動の場でもあり、管理者である秋田市は利益が相反する多数の業者をコントロールしながら、市場全体の競争力を強化する必要がある。民間開設市場では市場運営に関して、長い業務経験と専門知識を有する担当者を配属し、長期経営計画に基づき、市場経営(マネジメント)を行うこともできるが、市が直接運営する場合には比較的短期の人事異動など一定の限界がある。こうしたマイナス面をカバーするために民間の発想による経営手法を積極的に導入することが議論されており、公益性との両立を模索している。

さらに、業者から開設者への承認申請や届出等の提出書類については、行政機関による適正な価格形成や公正な取引の確保のため必要とされている。しかし一方で、流通実態や取引方法の変化に伴い、実際には事後処理となり形骸化・形式化している事務処理や、地方市場では提出が不要なものもあっており、当市場の業者の事務負担は必要以上に過大なものとなっていることが考えられる。業者間取引の迅速化や事務処理コストを削減する観点からも、可

能な限り業者の事務負担を軽減すべきであり、そうした方向性で検討が進められている。

2. 市場関連業者の経営規模と構成

1) 全体の概要

当市場における平成 20 年度の関連業者の内容は下記の通りである。

- ①青果部～卸売業者：2 社、仲卸業者：8 社、売買参加者：1 8 6 名
- ②水産物部～卸売業者：2 社、仲卸業者：9 社、売買参加者：1 7 5 名
- ③花き部～卸売業者：1 社、仲卸業者：3 社、売買参加者：1 7 1 名
- ④買出人～青果・水産物部：2 4 6 名、花き部：4 4 名
- ⑤関連事業者：2 9 業者

2) 卸売会社

先にも述べたように、卸売業者の取扱金額は平成 13 年度の 621 億円をピークに減少を続け、平成 19 年度には 344 億円とこの間だけで 44.6%も減少している。花きは横ばいであるものの、青果が 4 割減、水産は 5 割減となるなど、取扱金額の減少は大きい。

全国の中央卸売市場の卸売業者 1 社あたり平均取扱金額は、平成 17 年度において青果 211 億円(最高 1,545 億円)、水産 242 億円(最高 1,589 億円)、花き 50 億円(最高 291 億円)である。秋田市中央卸売市場の卸売業者は青果 2 社、水産 2 社、花き 1 社となっているが、平均的な取扱金額は青果 74 億円、水産 100 億円、花き 25 億円と、全国平均と比べてかなり小さく、また経営規模に大きな差がある。このように当市場の規模が中央市場としての水準に達していないことは明らかであり、経営規模の拡大や流通の効率化など経営基盤の強化が緊急の課題となっている。

水産部には卸売会社として秋田丸水中央水産と秋田丸魚の 2 社が存在する。秋田丸水中央水産は、資本金 1 億 5,000 万円、売上高は平成 19 年度において税抜きで 133 億 8 千万円であった。また、秋田丸魚は資本金 9,500 万円、売上高は平成 19 年度において約 60 億円程度であった。両者とも経営規模が縮小傾向にあり、難しい経営状況にある。

3) 仲卸会社等

卸売業者の販売先である仲卸業者は平成 14 年から 19 年にかけて 24 社から 3 社減少し、24 社から 21 社になっている。このうち水産は 12 社から 10 社に減少した。また、仲卸の販売先である買出人は同じく平成 14 年から 19 年にかけて 907 人から 292 人と約 1/3 に減少している。この間、売買参加者も同様に 708 業者から 537 業者に大幅に減少した。

仲卸業者の減少は残存する仲卸業者の規模拡大に結びついているのかというところではない。仲卸業者の平均取り扱い金額もこの間大きく減少しており、青果で 34.7%の減少、水産では 59.3%もの大幅な減少となっている。こうした状況は売買参加者でも同様であり、秋田市における小売市場の構造的な変化、すなわち市場外流通の拡大や全国チェーンGMSの出店などを反映しているものと考えられる。

秋田市中央卸売市場の取り扱い規模すなわち卸売業者の取り扱い規模の増大を図るためには、販売先である仲卸や売買参加者などの取扱増加が不可欠である。しかしそうした状況には

まるでないことが明らかである。

国が定めた財務基準(流動比率 1, 自己資本比率 0.1, 経常損失 3 期連続)に抵触する仲卸は 21 社中 14 社で、累積赤字は 13 社(61.9%)と、3 社に 2 社が該当する。現状では、仲卸業務のみでは収益の計上が難しい業者も多く、経営の効率化とともに、販路拡大や多角化等の事業領域の拡大など新たな収益源の開拓も重要となっている。また、年間売上高は、青果は上位 3 社で 86.2%、水産は上位 4 社で 76.8%、花きは 1 社で 64.8%を占めるなど、上位と下位とで営業規模に大きな格差がある。売上高の小さい業者ほど、当然ながら経営が厳しい傾向にあると言われている。

3. 水産部門における卸売会社の近年の動向と新しい展開

1) 秋田丸水中央水産

秋田市中央卸売市場での水産物取り扱いのうち、約 6～7 割が当社の扱いである。売上金額はピーク時には 200 億円程度であったが、現在では約 150 億円と大きく減少している。平成 12 年ごろ、当時の役員が築地の卸売会社である千代田水産と業務提携の相談を始めた。相互の品揃え(特に千代田水産の)の確保を目的として、千代田水産からアプローチがあったものである。しかし当社サイドの担当者が異動でいなくなり、業務提携も自然解消している。

秋田市内に展開する有力量販店は当社からも商品を調達しているが、仙台市場からも調達することが多い。このような仙台市場との競合を強く意識している。量販店との関係を強化しなければ経営維持が図れないという観点から、量販店への第三者販売を行いたい希望が強い。しかし市場内の仲卸から反発されて今のところ断念している。そこで現在では、仲卸である第一水産を系列化し物流機能を担わせることで、実質的な量販店との取引の流れを確立し、強化している。こうして地元量販店とより強く連携することで仙台市場からシェアを奪い返したいという希望を持っている。しかし地元量販店とは提携が進んでいるが、秋田県内での展開が目立つイオングループとは、商談がまとまらない状況にある

現状の売上高では卸売会社 2 社体制は多すぎると考えており、経営維持のためには 1 社に統合すべきであると主張している。より単純な流通構造を志向すべきであるという意見を持ち、卸売 1 社に仲卸機能も吸収させ、物流面での効率化を図るべきだというアイデアを持っている。また物流面での効率化のために、青果部門との提携も視野に入れている。同時に、経営合理化とコスト削減のためには、地方市場化すべきであるという意見も持っている。

当社は生鮮スルメイカの買付と県外市場への転送に特徴がある。スルメイカとハタハタは秋田市中央卸売市場が全国的な集散地となっているが、当社は酒田や能代などの産地からスルメイカを大量に買い付け、北海道や東京など全国市場に出荷していく拠点となっている。こうした県外への転送は取り扱い金額全体の 1 割を占めているという。

なお、地方卸売市場として、横手市には横手中水、能代には能代中水の子会社として擁しており、県内一円の水産物流通のネットワーク化を図っている。

2) 秋田丸魚

当社の集荷は受託集荷が約 55%、買付集荷は約 45%となっており、買付集荷の割合は近年頭打ちにある。集荷先は地元が中心であるが、北海道、三陸からの集荷も多く、最近では新潟や

富山などの北陸筋からの集荷が増加傾向にあるという。

仙台市中央卸売市場の仙台水産との関係を深めつつあるが、まだ系列化というほどではない。しかし経営状況が思わしくなく、生き残りのためには、仙台水産の商品開発力や集荷力に期待するしかない状況にある。

現状の取り扱い規模は 100 億円を大きく下回っており、約 60 億円程度である。しかし 100 億円程度の扱いがなければ、運営に最低限必要な人件費に見合う収入が得られず、卸売会社としての経営が成立しづらいという。

しかし経営改善のための卸売会社の合併・統合化には反対している。1社になると独占性が強まり、公正な取引が維持できなくなるという理由から、現状の卸売2社体制を堅持したいと考えている。

むしろ仲卸業者や小売業者との機能統合を模索しており、多段階性を廃して垂直統合化を進めることで、コスト削減と経営合理化を図る方向性を展望している。既に販売金額の9割までが仲卸に相対で販売され、競りは今や1割しかない状況にある。

全国市場から集荷して県内市場に供給するという機能も重視しており、（現状では取扱金額の4分の1は県内他市場への転送である）、集荷拠点としての機能を果たしている。しかしイカについては県外出荷も多く、やはり地域内の小売市場に依存した経営は成立しない状況にある。

4. 秋田市における水産物販売状況と展望

秋田県は全国においても最も急激な速度で人口減少と高齢化が進展している地域である。国立社会保障・人口問題研究所が平成19年に発行した「都道府県の将来推計人口」によれば、30年後には人口が現在の約1/3にまで減少し、65歳以上人口の率は40%を超えることが予想されているという。こうした状況において、秋田市の水産物消費市場も当然ながら縮小していくものと予想せざるを得ない。

秋田市内にはイオングループが進出しているほか、ローカルスーパーが数社（いとく、タカヤナギ、マルダイ、ナイス、ト一屋、など、）展開しており、チェーン間の競争は激化しているという。生鮮品に関しては、これら地元量販店も秋田市中央卸売市場から調達を行うというが、しかし調達する商品は安価なもの中心である。量販店は複数の仲卸業者を系列化し、競わせて安く売らせようとする。商品には品質的格差がないため、価格競争になりがちである。

また、秋田市で消費される水産物の中でも最も重要なハタハタに関しては、この中央卸売市場を経由する割合が非常に高いと言われている。価格形成もこの市場が決定権を持ち、他市場に対して影響力を及ぼしている。出荷者である産地仲買人としては、大量のハタハタを販売するには秋田市中央卸売市場への上場が最も有効であり、ここに持ち込むしか選択肢がないという。そうした状況下において、ハタハタ以外の魚種までが、たとえ安くても手間がかからないために、当市場に上場されてきたという。しかし近年ハタハタ以外の魚種に関しては、高値が期待できる仙台市場への小口出荷も増加しており、東北地方全体での卸売会社間の集荷競争が厳しさを増している。

秋田中央卸売市場の主な取り扱い魚種は、ハタハタ、スルメイカ、カレイ類、サケ、タラ、サメ、メバルなどである。中でもハタハタは最大の売上を誇り、最も重要な品目である。需要

が大きいために価格形成力も強く、北海道や山陰、輸入品まで含めた集荷が行われている。またスルメイカは北部日本海地域における集散市場の一つとなっており、ここを經由して仙台をはじめとする東北一円の消費地市場に分荷されていくという。

さて、近年のハタハタの消費動向に大きな変化が見られるという。かつて強い需要を誇っていた産卵期に接岸する子持ち（卵はブリコと呼ばれ、伝統的食材として重要である）のハタハタに対する需要が弱くなり、逆に卵を持たない未成熟の兵庫県や島根県産ハタハタ（卵は持っていないが、その分脂が乗っていて身質がよい）への需要が強まっているのである。こうした変化はハタハタの市場での価格に影響を及ぼしており、産卵時期である年末における伝統的な需要が縮小しているという。こうした他県産ハタハタは量販店が場外流通あるいは他県産地の出荷業者から調達しており、秋田市中央卸売市場を經由しない。結果として当市場での子持ちハタハタの価格形成と需要量に影響を及ぼしているという。

5. 周辺卸売市場との競合と対抗・協調関係

1) 秋田県漁協による直接販売

秋田市中央卸売市場に上場される水産物の多くは、県内産地市場から産地仲買人が出荷してきたものである。しかしこうした産地仲買人は、同時に地域内量販店にも直接販売を行っている。これらの産地仲買人は量販店からの注文を受けて産地市場で集荷を行い、量販店に納入した残りを中央市場に上場しているという。量販店の下請け化が進んでいるのである。こうした取引においては、量販店の買い取り価格と数量が確定的なため、産地仲買人はそこから一定のマージンを引いた価格で産地市場での競り値を形成しようとする。こうした取引はリスクはないがリターンも少ない。そして量販店の提示した調達価格（量販店の売価を基準とする）が産地価格形成のベースとなる。このような価格形成メカニズムが拡大しており、産地市場における需給をベースとした価格形成が行われにくくなってきたという。そこで必然的に産地卸売価格は低下傾向にあり、生産者の経営に悪影響をもたらしていると言われている。

そうした状況において、秋田県では秋田県漁協自らが全県に散在する水産物産地卸売市場における買参権を保有し、そこでの競りに参加したり場合によっては競り前に先取りを行って買付けを行うことを始めている。販売二課がその担当部署である。これは浜値が安いときに漁協が買い支え、生産者価格を維持するためである。販売先は、既存仲買人（山形及び新潟の消費地卸売市場への出荷が中心である）との競合を避けるために、これまで出荷実績のない首都圏や関西方面の消費地卸売市場を開拓しながら、荷受けの注文に応じて上場している。

また、スルメイカに関しては、秋田市中央卸売市場の卸売会社2社が漁協から買付集荷を行っている。船川が最大のイカの水揚げ港であるが、その産地仲買人は産地市場において安く買い叩くので、外来船が他港に逃げる傾向にあるという。こうした状況をくい止めるために、漁協が参入しているのである。また、漁協はサケ、スケトウダラ、ハタハタ、ホッケなどを産地から買付けて、中国と韓国に向けて輸出も行っている。既存の仲買人が弱体化する中で、全漁連や三陸の輸出業者と提携しながら価格条件の良い輸出市場に向けた販売を行うことは、産地価格の維持に大きく貢献していると言われている。

しかしこうした行為は競り価格をつり上げることになり、産地仲買人の利益に反するものである。また産地仲買人の扱う商品が少なくなり、売上にも影響を及ぼすものである。こうした

ことから地域内での対立が拡大しているという。

漁協経営が困窮化する中で、こうした販売事業は漁協の有力な収益源となっている。漁協は生産者価格維持のため高く買うが、そうした行為を持続的に可能とするためには可能な限り高く売らなければならない。そこでより高値の市場を探し、そこに向けて出荷するという行動を取っている。こうした販売活動が拡大するに連れて、相場の低い秋田市中央卸売市場への上場は、今後減少することが予想される。

2) 秋田県内の他の消費地卸売市場との関係

秋田県には消費地卸売市場として機能している地方卸売市場が多く存在している（能代、大曲、横手、湯沢など）。中には量販店と結びつきながらその物流センターとして存続を図っているケースも見られる。例えばカネキ横手水産は地方卸売市場であるが、実質的にはイオングループの配送センターとしての物流機能を担っている。

秋田市中央卸売市場は全国から荷を集め、これら県内周辺地方卸売市場に商品を供給する集荷センター的な機能を有しており、県内全体の水産物流通にとって必要な地位を占めている。

3) 東北地域水産物市場における秋田市場の地位と仙台中央卸売市場との関係性

新しく人気のでた商品、話題性のある商品（例えば養殖マグロや生鮮サンマなど）は東北地域では仙台市の中央卸売市場に集中して集荷され、そこから秋田のような地方都市の中央卸売市場に転送されてくるという。こうした商品は直接地方都市の中央卸売市場には集荷されてこない。そこで秋田市中央卸売市場など東北地方に所在する中央卸売市場の卸売会社が十分な集荷を行うためには、仙台市中央卸売市場の卸売会社との連携が必要となる。

こうした状況において、東北地域では仙台市の仙都魚類を中心としてマルハ・ニチロ系の卸売会社7社（青森魚類、弘前丸魚、山形丸魚、山形中央水産、メフレ、郡山水産）が緩やかな協調関係を構築している。中核となっている仙都魚類は、1社で取扱金額が500億円を超える規模を誇り、ここを中核として東北地方のマルハ・ニチロ系列の卸売会社、仲卸会社が系列化されているのである。このグループではお互いの商品を融通し合うことで分荷と集荷を機能的に行うことを始めている。将来においては産地からの共同仕入れを計画しており、現時点ではそのための情報管理システムの共同開発を進めている。しかし秋田市中央卸売市場の卸売会社は2社ともこうしたグループには参画せず、独自の集荷を維持しており、取り残された状況にある。

また秋田市の地域経済は活力が低く、市場での売れ筋商品は安いものが中心とならざるを得ない。こうした結果、秋田中央卸売市場は高級品の集荷力が弱く、安い品揃えのない市場という評価が需要末端では定着している。地元資本の量販店も高級品や希少品は仙台市中央卸売市場から調達することが多くなっているという。

6. まとめ～秋田市中央卸売市場の特徴と今後の展望

東北地方の卸売市場流通及び消費地卸売市場の卸売会社は、仙台市中央卸売市場の卸売会社2社を中心として大きく再編成されつつある。広域的な集荷と分荷のネットワークが構築されつつあり、経営的にも統合を強めつつあるように思える。

しかし秋田中央卸売市場はそうした大きなネットワーク化のトレンドから外れ、取り残されているように思える。市場規模は小さく、価格形成力も弱いために安いものしか扱えない。すなわちネットワークにおける販売対象地域として魅力に乏しい。またネットワークの集荷拠点としても商品の数量に乏しく、魅力のある商品もない。ハタハタとスルメイカに特徴がある市場であるが、ハタハタは秋田市場以外では商品価値に乏しい。また、スルメイカを北海道や関東市場に出荷する上では産地としての価値が発揮できるが、東北地方にはスルメイカ供給力のある産地は他にも多く、当市場の特徴とはなり得ない。また北部日本海一円で漁獲される需要の強い天然ブリやカレイ類の多くは、新潟市場と金沢市場に集められ秋田市場には集まらないため、出荷基地にもなり得ない。こうした状況において、当市場は東北地方の卸市場流通ネットワーク化の中に埋没しつつあり、存在意義を薄めつつある。

また、小売市場は地元資本の量販店とイオングループとの競合が激化しているというが、どちらにしても当市場への依存度は低い。また唯一当市場が圧倒的な強さを誇ってきた地元産ハタハタの扱いにおいても、他県産ハタハタへのシフトが見られはじめた。こうした状況を鑑みれば、地元の出荷業者すら当市場に出荷する意義を失いつつあり、今後当市場の集荷力が高まることは考えにくい。

当市場の取り扱い規模そしてそこにおける卸売会社及び仲卸会社の経営は、今後ますます縮減そして低迷方向に進むことは避けられないのではないだろうか。その結果、近い将来における卸売会社の統合と単数化、そして中央市場から地方市場への転換が進むことが予想される。市場の維持存続のために、思い切った改革や再編成が期待されるところである。

V. ひやま漁協における産地市場統合の課題

函館短期大学専任講師 佐々木 貴文

1. はじめに

本報告は、「市場流通機能強化事例調査事業及び市場外流通機能強化事例調査」として実施された、ひやま漁業協同組合への聞き取り調査をまとめたものである。詳細は後述するとして、本調査の対象となったひやま漁業協同組合は、平成7年に8漁協が合併して誕生した単協組織であり、本所のほか7つの支所を有している。それぞれの支所は、合併以前からそれぞれ産地卸売市場の運営主体となっており、合併によるひやま漁協の誕生は、産地卸売市場の再編という側面もあった。

確認するまでもなく、水産物は、産地卸売市場と消費地卸売市場を経由して消費者の手に届くという流通経路を有している。これは農産物等と異なり鮮度や品質の維持が難しく、かつ季節性や多様性を有するという水産物の特質を根拠としている。しかし一方で、こうした多段階流通は、生産者受取価格の低迷や、流通コストの高止まりをまねくことで、小さくない課題をうみ出している。ひやま漁協の誕生は、こうした課題をかかえた水産物流通における出発地の再編でもあったといえる。

本調査では、かかる問題意識のうえに、ひやま漁協における水産物流通の実態を概観し、合併後10年以上を経過した今日において、同地においていかなる流通体系が構築されているかを明らかにしたいと考えている。また本調査では、産地卸売市場の再編に関わる課題の表出作業を通して、わずかながらでも今後の漁協合併や産地卸売市場の合理化に資する知見を見出せたらと考えている。

2 檜山支庁の漁業

2-1. 檜山支庁の概要と同支庁における魚種別水揚げ

檜山支庁は、北海道内で第6位となる226.7kmの海岸線を有する。これは、北海道の海岸線3062km（北方四島を除く）の5.2%にあたる。気候は日本海を北上する対馬海流が通るため比較的温暖であるものの、冬季において海岸部は、「たば風」とよばれる北西の季節風が強く吹き、12月から2月にかけての平均風速は7m/秒をこえる。

檜山支庁は、日本海に面する奥尻町、せたな町（平成17年に旧大成町、旧瀬棚町、旧北檜山町が合併して誕生）、乙部町、江差町、上ノ国町の5町に、今金町、厚沢部町の内陸2町を加えた7町で構成されている。かつての檜山支庁は、南北に細長い形をしていたが、2005（平成17）年10月に、旧熊石町が渡島支庁管内の八雲町と合併したことで、現在は中央で分断された形となっている。それぞれの町の人口、世帯数、面積は以下の通りであり、7町の合計となる檜山支庁の人口は47,074人、世帯数は20,596世帯（1世帯あたりの2.29人）、面積は2,630平方kmとなる。檜山支庁の人口は減少傾向にあり、国勢調査によるとこの30年で30%以上減少している町が少なくない。年齢階層についても、49歳以下の層が総じて大幅な減少を見せている反面、60歳以上の層が増加しており、人口の減少と高齢化が同時進行している様子がみとれる。2006（平成18）年12月末現在で、檜山支庁の全人口は北海道の約1%にすぎず、また高齢化率は29.9%に達しており、北海道平均の21.8%を大きく上回っている。産業構造は、平

成 12 年の国勢調査のデータを見ると、第 1 次産業への就業者構成比は 19.7%、第 2 次産業へは 27.4%、第 3 次産業へは 52.8%となる。同年の全国割合は、それぞれ 5.1%、30.7%、63.7%であることから、檜山支庁は第 1 次産業への就業比率が極めて高いことがわかる。

檜山支庁を構成する各町の概要

| 町名 | 人口 (A) | 世帯数 (B) | 世帯人数 (A/B) | 面積 |
|------|--------|---------|------------|--------|
| せたな町 | 10726 | 4714 | 2.28 | 638.63 |
| 奥尻町 | 3647 | 1699 | 2.15 | 142.98 |
| 上ノ国町 | 6603 | 2721 | 2.43 | 547.57 |
| 江差町 | 9921 | 4669 | 2.12 | 109.57 |
| 今金町 | 6488 | 2684 | 2.42 | 568.14 |
| 乙部町 | 4818 | 2027 | 2.38 | 162.55 |
| 厚沢部町 | 4871 | 2082 | 2.34 | 460.42 |

単位:人、平方km。

資料:檜山支庁『檜山2007』より作成。

檜山支庁各町の人口推移

| | 江差町 | 上ノ国町 | 厚沢部町 | 乙部町 | 熊石町 | 奥尻町 | 大成区 | せたな町 瀬棚区 | 北檜山区 | 今金町 | 合計 |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------------|-------|-------|-------|
| 1975 (昭和50) 年 | 14409 | 9013 | 7379 | 7317 | 7036 | 5746 | 4661 | 4585 | 8623 | 9279 | 78048 |
| 1980 (昭和55) 年 | 13930 | 8803 | 6862 | 7031 | 6541 | 5490 | 3813 | 4165 | 8073 | 9241 | 73949 |
| 1985 (昭和60) 年 | 13313 | 8522 | 6330 | 6719 | 5913 | 5069 | 3615 | 3812 | 7717 | 8431 | 69441 |
| 1990 (平成2) 年 | 12234 | 7747 | 5755 | 6011 | 4909 | 4604 | 3168 | 3191 | 7030 | 7710 | 62359 |
| 1995 (平成7) 年 | 11301 | 7292 | 5385 | 5422 | 4281 | 4301 | 2919 | 2877 | 6650 | 7214 | 57642 |
| 2000 (平成12) 年 | 10959 | 7152 | 5105 | 5143 | 3802 | 3921 | 2730 | 2820 | 6292 | 6906 | 54830 |
| 2005 (平成17) 年 | 10131 | 6417 | 4775 | 4816 | 合併済み | 3643 | 10748 | | | 6466 | — |
| 1975-2000年減少率 | -23.9 | -20.6 | -30.8 | -29.7 | -46.0 | -31.8 | -41.4 | -38.5 | -27.0 | -25.6 | -29.7 |
| 1975-2005年減少率 | -29.7 | -28.8 | -35.3 | -34.2 | — | -36.6 | — | — | — | -30.3 | — |

資料:国勢調査

檜山支庁の年齢階層推移

| | ～19 | 20～29 | 30～39 | 40～49 | 50～59 | 60～69 | 70～ | 合計 |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1975 (昭和50) 年 | 26223 | 10441 | 10512 | 11857 | 8302 | 6086 | 4627 | 78048 |
| 1980 (昭和55) 年 | 22631 | 8687 | 10209 | 11011 | 9538 | 6252 | 5621 | 73949 |
| 1985 (昭和60) 年 | 19315 | 6729 | 10090 | 9580 | 10333 | 6925 | 6469 | 69441 |
| 1990 (平成2) 年 | 15331 | 5188 | 8008 | 9083 | 9599 | 8010 | 7140 | 62359 |
| 1995 (平成7) 年 | 12165 | 5194 | 6220 | 8935 | 8370 | 8577 | 8181 | 57642 |
| 2000 (平成12) 年 | 9942 | 5414 | 5485 | 7423 | 8426 | 8201 | 9939 | 54830 |
| 1975-2000年増減率 | -62.1 | -48.1 | -47.8 | -37.4 | 1.5 | 34.8 | 114.8 | -29.7 |

資料:国勢調査

かかる檜山支庁における漁業であるが、『北海道水産現勢』(平成 17 年)によると、平成 17 年における檜山支庁の漁業生産高は数量が 1.8 万トン (17795 トン)、金額が 52.2 億円であり、これは、北海道の漁業生産高 (数量 128.7 万トン、金額 269.5 億円) の数量で 1.4%、金額で 1.9%となる。1991 (平成 3) 年には、数量が 4 万トンを超え、金額も 120 億円規模に達していたことを考えると、この間で漁業の規模は半減したことになる。

檜山支庁における漁業生産の主力は、数量・金額ともスルメイカ、スケトウダラが中心になっている。この両魚種で金額の約 55%、数量の約 60%を占める。これに対して、かつてスルメイカ、スケトウダラにならんで、主力の位置にあったホッケは数量が減少傾向にある。単価はややもち直している (平成 17 年度『檜山の水産』によると、平成 14 年度 34.3 円/kg、平成 15 年度 33.6 円/kg、平成 16 年度 35.3 円/kg、平成 17 年度 43.1 円/kg、平成 18 年度 45.1 円/kg) もの、やはり他の魚種に比して低位で推移していることに違いはない。はたして、近年ではホッケに代わりサケの占める位置が相対的に大きくなっている。生産量では、30.6%のイカ、29.3%のスケトウダラ、14.6%のホッケ、12.3%のサケと、依然ホッケはサケをおさえて第 3 位の位置にあるものの、生産額では 32.3%のイカ、23.1%のスケトウダラ、10.8%のサケ、5.7%のキタムラサキウニ、3.2%のタコとホッケとなり、ホッケの占める割合は低い。こうしたことは、生産量の 49.7%がホッケの奥尻町にとっては、小さくない影響をおよぼす。ホッケ 1894.9 トンの水揚げに対して、金額はわずかに 0.8 億円にすぎない (平成 18 年度)。

なお、ここ 2、3 年の傾向としては、重要な位置にあるイカとスケトウダラの生産が不振であり、檜山支庁の漁業生産が低位な水準で推移している要因ともなっている。支庁では、イカおよびスケトウダラの資源量に影響を受けやすいという弱点を克服するため、栽培漁業にも力を入れている。よく知られるところでは、エゾアワビの栽培漁業があり、上ノ国町、せたな町、奥尻町、八雲町（旧熊石町）の各町には、アワビの人工種苗を生産する施設が整備されている。アワビの他にも、エゾバフンウニ、ヒラメ、サクラマスの種苗が生産され、放流事業が継続されている。また、オスのスケトウダラの韓国輸出が平成 12 年以降おこなわれており、同地域の漁業に少なくない影響をおよぼしている。平成 18 年度におけるその輸出額は、1679.7 トンで 2.8 億円になる。メスのスケトウダラについても、卵を採取した後の「ガラ」の 7 割は中国への輸出にまわされており、国際間取引の動向が檜山の漁業を左右しうる要素となっている。

檜山支庁の魚種別水揚げデータ(金額で1%以上を占める魚種)

| | 数量 (トン、%) | | 金額 (千円、%) | |
|----------|-----------|--------|-----------|--------|
| | 数量 | % | 金額 | % |
| さけ | 2192 | 12.32 | 562008 | 10.76 |
| ます | 78 | 0.44 | 63065 | 1.21 |
| たら | 321 | 1.80 | 133380 | 2.55 |
| すけとうだら | 5214 | 29.30 | 1205168 | 23.07 |
| ほっけ | 2589 | 14.55 | 164571 | 3.15 |
| ひらめ | 82 | 0.46 | 117695 | 2.25 |
| そい類 | 113 | 0.64 | 68182 | 1.31 |
| その他の魚類 | 285 | 1.60 | 122633 | 2.35 |
| するめいか | 5450 | 30.63 | 1635530 | 31.31 |
| みずだこ | 373 | 2.10 | 164315 | 3.15 |
| なまこ | 75 | 0.42 | 132798 | 2.54 |
| その他のかに | 550 | 3.09 | 140766 | 2.69 |
| きたむらさきうに | 56 | 0.31 | 298058 | 5.71 |
| あわび | 15 | 0.08 | 113854 | 2.18 |
| えぞばかがい | 126 | 0.71 | 60516 | 1.16 |
| 小計 | 17519 | 98.45 | 4982539 | 95.38 |
| 檜山支庁の合計 | 17795 | 100.00 | 5223915 | 100.00 |

資料：北海道水産林務部『北海道水産現勢』（平成17年）より作成。

2-2. 檜山支庁の漁家

第 11 次漁業センサスによると、檜山支庁内の漁業経営体数は 839（うち沿岸漁業層 754 経営体）であり、北海道の漁業経営体数 16,500 の 5.1% を占める。漁業就業者数では、北海道の 29,890 人のうち檜山支庁が 1,108 人を占めており、全道での割合は 3.7% となる。地区別の経営体階層をみると以下のようになり、全体では 1 トン未満の漁船を用いる層が 323 経営体（38.5%）と多いことがわかる。経営体数では、奥尻地区の 191 経営体がトップで、これに 114 経営体の久遠地区がつづく。

平成 7 年から平成 17 年までの 10 年間における檜山支庁の漁業経営体数の推移をみると、全体で 884 経営体から 740 経営体へと減少している。これは率にして 16.3% の減少となる。とりわけ減少幅の大きな経営体は、5 から 10 トンの動力船を用いる階層であり、平成 7 年の 121 経営体から 86 経営体へと減少し、その率はマイナス 28.9% になる。20 トン以上の動力船を用いる階層もこれにつづくマイナス 18.8% の減少率をみせており、平成 17 年現在で 13 経営体となっている。

檜山支庁の漁船数は、1,814 隻 4,472 トン（1 隻当たり 2.47 トン）であり、北海道全体の 32,204 隻 129,191 トン（1 隻当たり 4.01 トン）からみる

各漁業地域の経営体階層

| 経営体階層 | 奥尻 | 乙部 | 久遠 | 熊石 | 江差 | 上ノ国 | 瀬棚 | 貝取 | 大橋 | 計 |
|-----------|-----|-----|-----|----|----|-----|----|----|----|-----|
| 1 トン未満 | 98 | 58 | 45 | 37 | 9 | 17 | 34 | 11 | 14 | 323 |
| 1 ~ 3 | 6 | - | 14 | 9 | 27 | 17 | 11 | 1 | 3 | 88 |
| 3 ~ 5 | 64 | 4 | 18 | 13 | 23 | 25 | 24 | 13 | 2 | 186 |
| 5 ~ 10 | 15 | 13 | 24 | 9 | 3 | 15 | 5 | 3 | 1 | 88 |
| 10 ~ 20 | 4 | 18 | 8 | 11 | 19 | 4 | 9 | 1 | - | 74 |
| 20 ~ 30 | - | 3 | - | 1 | - | - | - | - | - | 4 |
| 30 ~ 50 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0 |
| 50 ~ 100 | 1 | - | - | - | - | - | 1 | - | - | 2 |
| 100 ~ 200 | - | 1 | - | 1 | 1 | - | 2 | - | - | 5 |
| 大型 定置網 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0 |
| さけ 定置網 | - | 2 | 1 | - | 9 | 1 | 6 | - | 1 | 20 |
| 小型 定置網 | 2 | 2 | 3 | - | 3 | 19 | 2 | 3 | 2 | 36 |
| 地びき網 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0 |
| 海面養殖 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 13 |
| 計 | 191 | 101 | 114 | 82 | 95 | 99 | 97 | 34 | 26 | 839 |

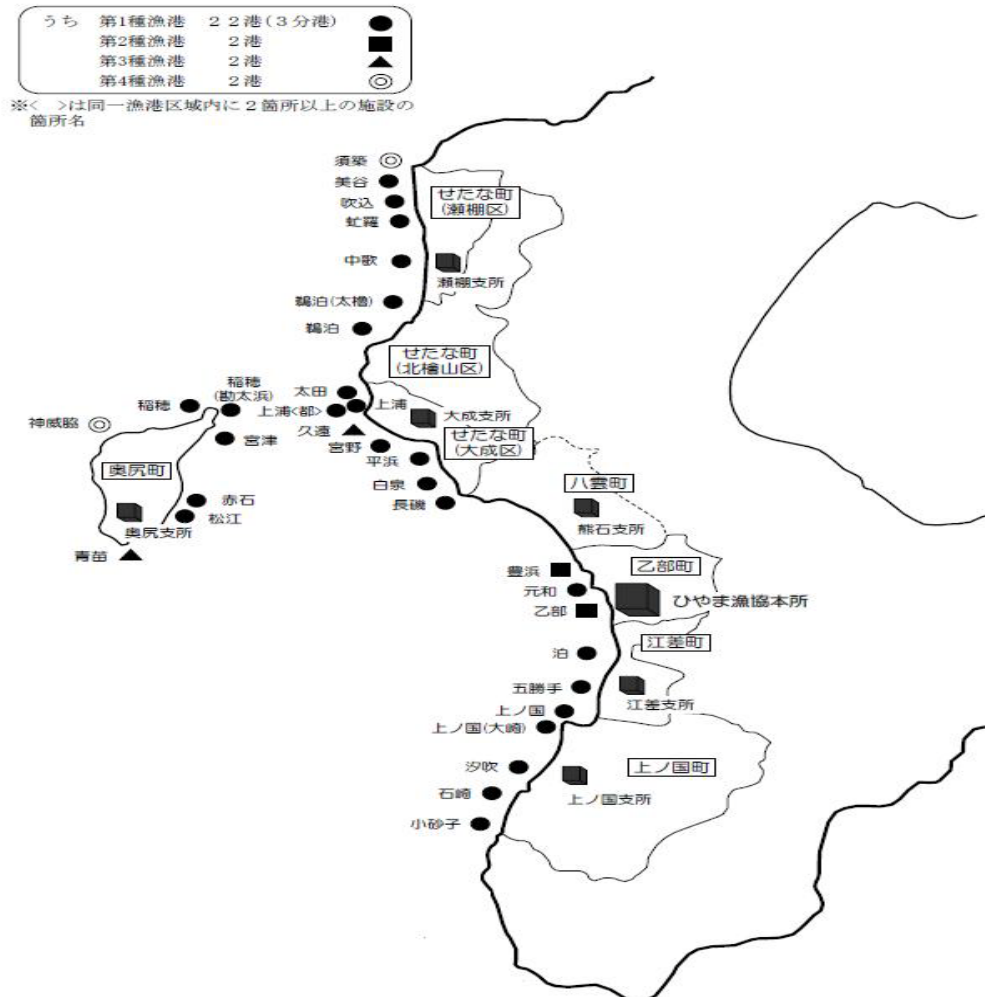
資料：第11次漁業センサスより作成。

檜山支庁の漁港（平成19年3月現在）

| | 漁港総数 | 第1種 | 第2種 | 第3種 | 第4種 |
|--------|------|------|------|------|------|
| 北海道 | 285 | 215 | 30 | 18 | 22 |
| 檜山支庁 | 28 | 22 | 2 | 2 | 2 |
| 江差町 | 2 | 2 | - | - | - |
| 上ノ国町 | 4 | 4 | - | - | - |
| 乙部町 | 3 | 1 | 2 | - | - |
| 奥尻町 | 6 | 4 | - | 1 | 1 |
| せたな町 | 13 | 11 | - | 1 | 1 |
| 割合 (%) | 0.10 | 0.10 | 0.07 | 0.11 | 0.09 |

と、トン数の小さな漁船が多いことがうかがえる。なお、漁港は28あり、第1種漁港が22、第2種漁港が2、第3種漁港が2、第4種漁港が2となる。

檜山支庁管内漁港位置図



2-3. 檜山支庁の漁協

檜山支庁には、2008年1月現在、沿海地区漁協としての「ひやま漁業協同組合」と、内水面漁協としての「瀬棚郡漁業協同組合」、さらには漁業生産組合としての「上ノ国町漁業生産組合」の3組合が存在している。この内、本調査は、「ひやま漁業協同組合」(以下、ひやま漁協)を対象とする。

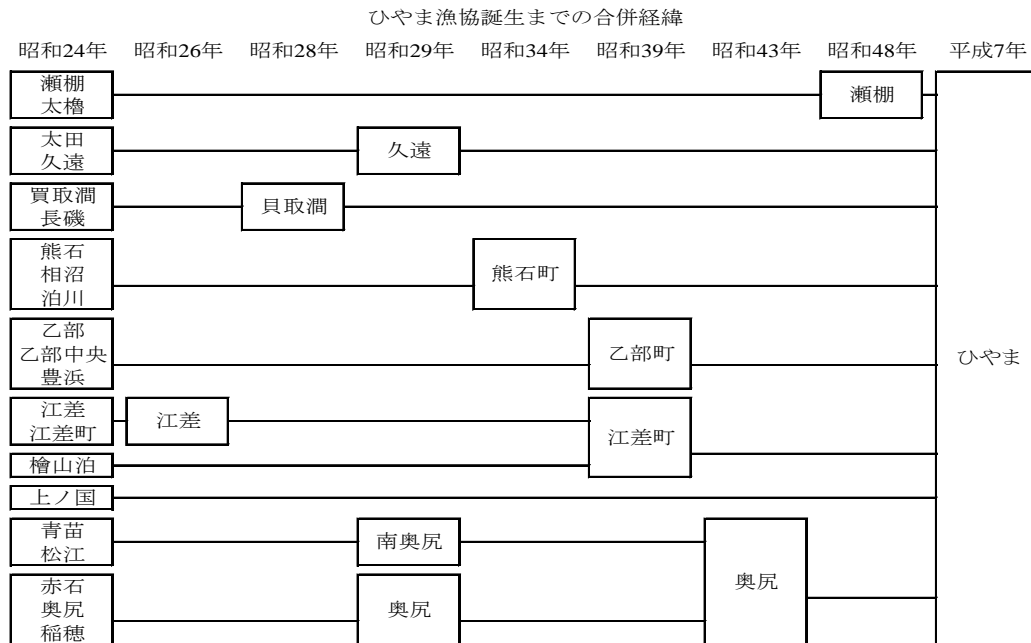
なお、棚郡漁業協同組合であるが、設立は昭和49年10月で、平成18年3月末現在112名の組合員が所属している。他方、上ノ国町漁業生産組合は平成7年1月の設立で、同じく平成18年3月末現在12名の正組合員が所属している。

3. ひやま漁協の概要

3-1. 漁協合併によるひやま漁協の誕生

ひやま漁協は、1995(平成7)年4月に、旧熊石町に存立していた熊石漁協を含め、当時の

檜山支庁にあった8漁協（瀬棚、久遠、貝取潤、熊石、乙部、江差、上ノ国、奥尻）が合併したことで、新しく一つの「ひやま漁業協同組合」が誕生し、今日に至っている。そして、合併前の旧8漁協は、現在、ひやま漁協の各支部へと組織転換されている。なお、上述したように、旧熊石町（現八雲町）が渡島支庁の管轄となったことで、同漁協は、管轄支庁を2つ有することになる。



檜山支庁内で漁協の合併が比較的早く進んだ背景には、8つの合併前漁協がすべて累積欠損組合となっていたことが指摘できる。さらには、死者202名、行方不明者29人、重軽傷者323人（うち奥尻島は死者172名、行方不明者26人、重軽傷者143人）をだした1993（平成5）年7月の北海道南西沖地震（いわゆる奥尻島地震）によって、同地域が壊滅的被害を受けたことも合併を促した大きな要因といえる。北海道南西沖地震は、被害額がおおよそ1243億円にものぼり、各種の産業基盤が少なくないダメージを受けた。とりわけ、総被害額の過半となる664.2億円の損害を被った奥尻島では、漁船の沈没・流出などにより、水産業も68.7億円の被害を受けた。

3-2. ひやま漁協の組合員

1995（平成7）年に8漁協（8つの産地市場と5出張所）が合併して誕生したひやま漁協は、正組合員1013名、準組合員77名の計1090名によって構成されている（2007（平成19）年3月現在）。職員は、理事14名、監事3名、職員は80名となっている（2007（平成19）年8月現在）。なお、ひやま漁協における組合員資格であるが、組合規則第8条によると、正組合員は、「地区内に住所を有し、かつ、1年を通じて90日を越えて漁業を営み又はこれに従事する漁民」であり、準組合員は「地区内に住所を有する漁民」となっており、ひやま漁協はいわゆる「従事者組合」であるといえる。

組合員数は、1990（平成2）年から2005（平成17）年までの比較でも、1960名から1128名

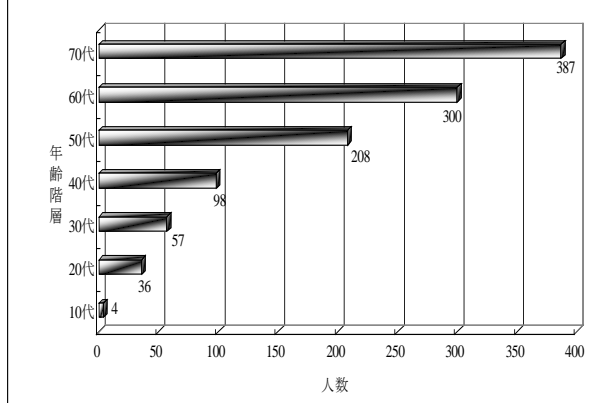
へと 832 名の減少、率にして 42.4%の減少を記録している。高齢化も同時に進行しており、2007 年においては、29 歳以下が 3%、30 歳から 49 歳までが 13%、50 歳から 69 歳までが 47%、70 歳以上が 37%となっている。高齢化にともなって深刻となってきたこととして、中堅層の厚みがなくなってきたことがあげられる。1995（平成 7）年と 2005（平成 17）年との比較では、39 歳以下が 145 人から 93 人へと 35.9%減少しており、さらに、40 歳から 59 歳までの層が 593 人から 305 人へと 48.6%も減少している。今後長年にわたり、地域漁業を維持していくことの困難が見え隠れする。なお、大成地区では、檜山支庁に存立する数少ない高等学校の北海道大成高等学校が 2008 年 3 月 31 日をもって閉校することが決まっており、次代を担う若者のさらなる都市部への流出が懸念されている。

各支所組合員の推移

| | 1990年 | 1995年 | 2000年 | 2005年 | 1990-2005年 減少率 |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------------------|
| 瀬棚 | 276 | 201 | 177 | 156 | -43.5 |
| 久遠 | 245 | 183 | 169 | 146 | -40.4 |
| 貝取淵 | 74 | 62 | 53 | 50 | -32.4 |
| 熊石 | 231 | 177 | 142 | 129 | -44.2 |
| 乙部 | 358 | 270 | 193 | 167 | -53.4 |
| 江差 | 164 | 146 | 123 | 113 | -31.1 |
| 上ノ国 | 164 | 150 | 134 | 118 | -28.0 |
| 奥尻 | 448 | 331 | 279 | 249 | -44.4 |
| 合計 | 1960 | 1520 | 1270 | 1128 | -42.4 |

資料；北海道檜山支庁『檜山の水産』（平成17年度版）より作成。

ひやま漁協年齢別組合員数（2007（平成19）年3月末現在）



3-3. ひやま漁業の各取扱高

ひやま漁協の各取扱高は、概ね徐々にではあるがしかし確実に減少をつづけている。まず、販売取扱高であるが、ひにくにも合併後は合併前の 89.8 億円を一度も上まわっていない。事業総利益も、平成 7 年の 10.7 億円をピークに減少を続けている。利益の内訳をみると、加工の占める割合が著しく減少していることが特に目に付く。ひやま漁協には、加工場が 5 ヶ所（瀬棚、大成、熊石、乙部、奥尻）あるが、現状では、それぞれの連携や特徴を活かすことができていない可能性がある。その一方で、固定化債権、すなわち不良債権は減少しており、財務の健全性を取り戻しつつあることが確認できる。なお、資本金額が平成 15 年度に大きく増加しているのは、自己資本比率を 4%以上にすることを狙った特別増資の結果である。

ひやま漁協の事業取扱高と経営収支の状況

| | 平成5年度末 《合併前8単協合計》 | 平成7年度末 | 平成10年度末 | 平成15年度末 | 平成18年度末 | 平成20年度末 《合併時の目標》 |
|--------------|----------------------|--------|---------|---------|---------|---------------------|
| 出資金（億円） | 9.5 | 10.6 | 16.2 | 32.0 | 19.3 | 32.0 |
| 固定化債権（億円） | 86.5 | 83.6 | 73.7 | 50.1 | 18.2 | — |
| 預金残高（億円） | 162.4 | 173.4 | 180.1 | 163.4 | 167.6 | 195.0 |
| 貸付金残高（億円） | 25 | 18.6 | 19.2 | 27.5 | 8.8 | 13.4 |
| 販売取扱高（億円） | 89.8 | 86.7 | 80.7 | 74.3 | 75.8 | 111.0 |
| 購買取扱高（億円） | 15.4 | 15.6 | 13.3 | 14.8 | 14.2 | 18.0 |
| 事業総利益（百万円） | — | 1073 | 978 | 944 | 943 | — |
| 信用 | — | 8.9% | 8.9% | 10.9% | 9.4% | — |
| 共済 | — | 2.7% | 3.4% | 3.3% | 3.2% | — |
| 購買 | — | 12.6% | 12.2% | 12.9% | 13.1% | — |
| 販売 | — | 37.4% | 39.8% | 37.4% | 45.0% | — |
| 加工 | — | 15.2% | 16.8% | 9.4% | 9.9% | — |
| 直販 | — | — | 0.5% | 4.3% | 1.9% | — |
| 製氷冷凍 | — | 11.4% | 11.8% | 13.0% | 7.5% | — |
| その他 | — | 11.8% | 6.5% | 8.8% | 10.1% | — |
| 事業利益（百万円） | — | ▲52.0 | ▲136.6 | 2.3 | 137.2 | — |
| 当期剰余金（百万円） | — | 283.6 | 338.0 | ▲309.4 | 314.9 | — |
| 当期末処理損失金（億円） | — | ▲20.0 | ▲27.4 | ▲16.1 | ▲10.1 | — |

注）『合併及び事業経営計画書』ならびに、各年度のひやま漁業協同組合『業務報告書』より作成。

4. ひやま漁協各支所の現況

4-1. 奥尻支所（聞き取り調査日：2007年12月11日の午後）

奥尻地区の個人経営体数は186経営体あり、この内100経営体以上が兼業形態をとっている。主とする漁業は沿岸いか釣であり、水揚金額の43%以上をスルメイカが占める。現在では、50隻ほどのいか釣漁船が操業している。50隻の内、比較的大型の漁船は2隻（16トンと11トン）であり、残りは5トン未満、10トン未満の船となる。大型の漁船であっても操業海域は奥尻島の周辺であり、かつてのように岩内方面や恵山方面、函館方面等、遠方に出向くことはなくなっている。スルメイカにつづいて、水揚げ金額が多いウニは全体の15%を占める。ウニが極めて重要な位置にあるという点で、檜山支庁内の漁業地区に見られない特徴となっている。ウニにつづいて、ホッケが金額の8%を占めてつづいているが、金額でわずかに8%を占めるにすぎないホッケが、数量では5割を占めており、ホッケ単価の低さが際立つ結果となっている。これは、離島であることによる流通コスト面での不利、ならびに時間的ロスとならんで、奥尻地区漁業の課題の一つであろう。単価が低迷しつづけていることで、かつて5カ統あった奥尻地区のホッケ底建網は、現在では春3カ統（1カ統は5隻）、秋4カ統（1カ統は3隻）に減少したという。一部のホッケは刺し網でも漁獲されており、青苗地区の漁家を中心として8隻が操業している。刺し網漁船は、時期によってタラ刺し網漁もおこなっている。

奥尻地区における主とする漁業種類別経営体数（個人）

| | 計 | 内訳 | | | | | | | |
|-------|-----|--------------------|-----------------|-------|-----------------|--------------|--------------|----|--------|
| | | 小型底びき網 (碓びきその他) | 刺し網 (その他刺し網) | 小型定置網 | はえ縄 (その他はえ縄) | 釣 (沿岸いか釣) | 釣 (その他の釣) | 採貝 | その他の漁業 |
| | 186 | 1 | 7 | 1 | 1 | 44 | 12 | 4 | 116 |
| 専業 | 73 | - | 3 | 1 | 1 | 18 | 8 | - | 42 |
| 第1種兼業 | 62 | - | 4 | - | - | 23 | 4 | - | 31 |
| 第2種兼業 | 51 | 1 | - | - | - | - | - | 4 | 43 |

資料；第11次漁業センサスより作成。

奥尻町の魚種別水揚げデータ（金額で3%以上を占める魚種）

| | 数量（トン、%） | | 金額（千円、%） | |
|----------|----------|--------|----------|--------|
| するめいか | 1467 | 38.46 | 397966 | 43.29 |
| きたむらさきうに | 24 | 0.63 | 144534 | 15.72 |
| ほっけ | 1895 | 49.69 | 81640 | 8.88 |
| たら | 107 | 2.81 | 52664 | 5.73 |
| あわび | 6 | 0.16 | 46494 | 5.06 |
| 小計 | 3499 | 91.74 | 723298 | 78.68 |
| 奥尻町の合計 | 3814 | 100.00 | 919266 | 100.00 |

資料；北海道水産林務部『北海道水産現勢』（平成17年）より作成。

奥尻地区におけるそれぞれの魚種別取引形態であるが、次のようになる。まず、数量的にもっとも大きな割合を占めるホッケであるが、ヤマホン佐藤商店を中心（「9割がた」）に随意契約をしている。値決め作業は、漁連、買受人、組合職員の3者によって実施される。値決め作業は毎年春と秋の2回おこなわれるが、値段の修正が例年2回ほどおこなわれる。大半のホッケは、15kg入りのポリ箱（「通い箱」）で取引され、大きさにもとづく選別は漁家がおこなっている。選別された一部大型のホッケは、買受人によって開きやフライに加工される。値段はひやま漁協内の他地区に比して若干低い。支所では、輸送コストを考慮するとやむを得ないと判断している。スルメイカは、カネマサ藤原水産との随意契約であり、全量が函館市場に送られている。冷凍保管施設を持つ業者に取引先が限られる現実がみえる。基準となる価格は、大成支所で実施されている統一入札の結果に基づいている。昔は加工場が奥尻にもあり、島内に流通することもあったが、発泡スチロールでの輸送が可能となったことや、鮮魚志向の強まりから、現在では全量が函館市場に送られるようになったという。最盛期には、毎日15トントラックをチャーターして、函館に送り出している。離島である奥尻地区は、フェリーを用いるため当然輸送コストも高くなり、5kg入り（氷を含めると10kg）1ケースが160円となる。ウニ

は、乙部の本所で入札がおこなわれ、その値をもって引き渡すだけの取引形態となっている。天然アワビは資源の枯渇が心配されており、この2年間は禁漁措置がとられている。養殖アワビについては、8軒の漁家が生産しており、数量が限られるものの一個から直売されて贈答用として流通している。しかし、天然アワビの価格安につられるかたちで、養殖アワビも値段が下落しており、その経営は必ずしも順調とはいえない。タコは、青森や仙台の業者との随意契約となっている。その他、一般鮮魚が函館市場に委託出荷されている。結果的に、奥尻支所における入札は実施されていないことがわかる。

奥尻地区においては、出荷形態いかに関わらず、手数料のほか輸送コストが重石になるため、単価の安い魚種は生産者にとって販売するメリットが薄くなる傾向にある。しかし、奥尻島内には加工業者が少ないため、島外への出荷は必然となっている。たしかに、珍味加工（ウニの瓶詰加工、塩水パック加工等）をおこなう業者が6軒あるものの、大量に処理することはできず、加工の島外依存はつづいている。また、漁協が赤石に設置する加工場もあるが、タコのボイル加工をおこなう業者に工場を貸しており、漁協が主体的に運営して収益源に育てようとの姿勢はみせていない。

輸送コストに加え、時間のロスもネックになっている。フェリーは冬季毎日一便に減少するため、出荷に制約がうまれる。かつては、100トンクラスの鮮魚輸送船が奥尻島と青森・函館を結んでいたが、現在ではそれもなく、流通経路が限定された状況に置かれている。これにより、機動性と柔軟性が十分に補償されない環境となり、時間的制約がつきまとう結果となっている。集荷にも時間はかかる。奥尻島は、その周囲が約84kmあるにもかかわらず、北東部の勘太浜地区で水揚げされたものも、奥尻支所のある南西部の青苗地区で水揚げされたものも、そしてその他の地区で水揚げされたものも、多くが支所のある青苗地区に集めたのち後に奥尻港から搬出されており、ここでも流通の柔軟性がそがれている。なお、前述したかつて就航していた鮮魚運搬船は、青苗地区と青森・函館間を結んでいた。

時間的制約、さらには離島であることの立地不利を解消するため、アワビやウニを中心に、インターネットを利用した販売体制の構築も目指されてはいるが、ここでも天然アワビの価格下落を受けて漁家の納得できる値段での販売や、大量販売の目処がたっていないため、現状では目立った成果を残せていない。加えて、奥尻には2箇所ある荷さばき所の経営が課題となっている。ここでは、随意契約での取引がおこなわれているが、取引量を確保することができず、経費を差し引くと利益が出ない状況がある。

4-2. 熊石支所（聞き取り調査日：2007年12月12日の午前）

熊石地区の個人経営体数は80経営体あり、この内半数程度の38経営体が第1種か第2種の兼業形態をとっている。主とする漁業ははえ縄漁業であり、主とする漁獲魚種はスケトウダラとなっている。その割合は、水揚げ金額で57%以上、水揚げ量で71%以上を占めるに至り、熊石地区にとってスケトウダラが極めて重要な魚種であることがわかる。これにつづくのは、スルメイカであり、金額・数量とも15%ほどを占める。現在は10隻ほどの漁船が操業しているものの、価格が低位で推移していることもあり、アワビ養殖やサケ定置などにシフトする漁家もあるという。金額で5%を占めるサケは、小型定置や一本釣り等で漁獲されている。サケと並んで金額で5%を占めるアワビは、青年部所属の6人を中心に養殖されている。奥尻支所と同様、熊石支所でも価格の下落によって養殖事業は順調に進んでいるとはいえないようである。支所

関係者は、中国での養殖が盛んになっていることを要因にあげた。

はたして熊石支所では、韓国輸出が盛んにおこなわれるようになり国際商品となったスケトウダラの水揚げを中心に漁業展開が図られていることがわかる。2007年のスケトウダラ漁は、比較的順調に推移しており、とりわけ12月に入ってからは一層好調な水揚げがあるという。ただし、輸出価格が低下傾向であることから、昨年ほどの値段はついていない。熊石地区におけるスケトウダラ漁は、多くが5人乗りの10トン前後の漁船を用いて操業される。現在は、9トン型11隻と10トン超3隻の計14隻の漁船が出漁しており、この14隻により2カ統の船団が編成され共同経営が為されている。なお、来年は3カ統に編成される予定となっている。

熊石地区における主とする漁業種類別経営体数（個人）

| 計 | 内訳 | | | | | | | | | | |
|-------|---------|---------|----------|---------|---------|--------|---------|----|----|--------|----|
| | 刺網 | 敷網 | はえ縄 | 釣 | 釣 | 釣 | 釣 | 採貝 | 採藻 | その他の漁業 | |
| | (その他刺網) | (その他敷網) | (その他はえ縄) | (近海いり釣) | (沿岸いり釣) | (ひき縄釣) | (その他の釣) | | | | |
| 80 | 6 | 1 | 16 | 1 | 4 | 1 | 10 | 2 | 4 | 35 | |
| 専業 | 42 | 3 | - | 10 | 1 | - | - | 6 | 1 | 4 | 17 |
| 第1種兼業 | 26 | 3 | - | 6 | - | 4 | - | - | 1 | - | 12 |
| 第2種兼業 | 12 | - | 1 | - | - | - | 1 | 4 | - | - | 6 |

資料：第11次漁業センサスより作成。

旧熊石町の魚種別水揚げデータ（金額で3%以上を占める魚種）

| | 数量（トン、%） | | 金額（千円、%） | |
|---------|----------|--------|----------|--------|
| | 数量 | % | 金額 | % |
| さけ | 171 | 6.82 | 44070 | 5.88 |
| すけとうだら | 1787 | 71.28 | 428293 | 57.14 |
| するめいか | 394 | 15.72 | 115761 | 15.44 |
| なまこ | 17 | 0.68 | 29266 | 3.90 |
| あわび | 5 | 0.20 | 39745 | 5.30 |
| 小計 | 2374 | 94.69 | 657135 | 87.67 |
| 旧熊石町の合計 | 2507 | 100.00 | 749590 | 100.00 |

資料：北海道水産林務部『北海道水産現勢』（平成17年）より作成。

熊石地区における魚種別取引形態であるが、金額と数量の両面においてもっとも大きな割合を占めるスケトウダラ（オス）は、乙部での入札（代表入札）結果に依拠した取引がおこなわれている。ただ、入札は乙部で実施されるとはいえ、買受人は商品の現物をみに熊石まで訪れる。スルメイカは、函館市場に委託出荷されている。価格は、大成支所での入札結果を「ある程度」参考にしているという。水揚げ作業は午前5時頃には終了しており、その日の函館市場での取引に間に合うように出荷されている。なお昨年までは、産地仲買人（クドウ水産他）との随意契約であったが、高値での販売を目指して委託出荷に切り替えている。ただ実際には、漁獲量が増加したため高値を期待したものの期待はずれの結果になっているという。加工品向けであれば、キロ当たりの単価は60～70円ほどだという。アワビ・ナマコ・エゾバカ貝のそれぞれは、買受人が買付けと集荷を各地区でおこなっており、漁協としては出荷コストを抑えることができるかと歓迎の姿勢をみせている。

熊石支所には、かけ流しの蓄養施設が設置されている荷さばき所が2カ所（関内と相沼）ある。常駐の職員はいないものの、スケトウダラやスルメイカについて定時に職員が集荷に出向いている。これは職員数を減らしている漁協にとっては少なくない負担となっている。アワビやナマコにみられるような、買受人が実質的な集荷業務を担っている現在の取引形態は、漁業者や漁協にとって「ありがたい」状況といえる。函館市場へ委託出荷をしているスルメイカであれば、輸送コストと手数料などで1ケース100円はかかっている。しかしながら、この形態では入札や委託出荷ではなく買受人との随意契約での取引とならざるを得ないため、相場が上がらないという問題を伏在させる。僻地流通における一つの論点といえる。

なお冒頭でも記したとおり、熊石支所は現在、旧熊石町が渡島支庁八雲町に事実上の「吸収合併」されたことから、何かしらの影響がでるのではと懸念されていた。しかしながら、実際のところ漁業への影響はアワビ養殖事業への補助がおりにくくなっていることなど、一部に限定されている。漁協関係者は、このことよりもむしろ同地域の人口減少について深刻にとらえ

ており、今後の漁業を維持する人材の確保のほうが優先順位は高いとする。

4-3. 大成支所（聞き取り調査日：2007年12月12日の午前）

大成地区の個人経営体数は、久遠地区と貝取澗地区を合わせて140経営体ある。この内の6割以上となる88経営体が第1種兼業であり、専業は2割ほどに過ぎない。主要な漁業は沿岸いか釣であり、数量で74%以上、金額で60%以上を占めている。その他の主要魚種は、金額で4~5%水準でほぼ横並びの状態となっている。この内、頭一つ抜け出しているのは、ウニであり、金額で5%をわずかに上回っている。これにタラやナマコなどがつづくわけであるが、ウニを含め概して数量・金額ともに低く、やはり大成はスルメイカ漁を特徴とした地域となっている。主とする漁業種類別経営体数でも沿岸いか釣が3割に達することがその証左といえよう。

聞き取り調査によると、現在、イカ釣り漁船は9トン型漁船を中心として40隻ほどが操業しているようである。これには、6~7月中旬まで入港してくる椴法華や恵山の漁船、さらには青森県の大形船（19トン型）も含まれる。ピーク時には、同一時刻に30隻の漁船が接岸しようとするので、漁港が大変混雑する。そのため、漁港の接岸壁の増設（延長）を希望する声が聞かれた。なお、大成支所では、単価プール制によってスルメイカが生産・販売されている。

それぞれの魚種の流通形態であるが、同地区の主力産品となっているスルメイカは、産地市場における入札で取引されている。ここでの取引価格は、「大成基準」と呼ばれ、奥尻、熊石、上ノ国、瀬棚、乙部の各支所において、買受人と随意契約する際の参考価格とされている。大成支所での入札には、買受け業者が4社（カネマサ藤原水産、久遠水産、倉見商店、青森中央水産）入札する。その内、買い付け量が最も多い業者はカネマサ藤原水産となっている。ただし、6~7月の「はしり」の時期には、カネマサ藤原水産、カネシメ高橋水産の2社を中心に随意契約での取引が為されている。この取引での値段は、札幌市場でのセリ値を基準価格としている。それは、この時期のイカの大半が札幌市場の朝市にその日のうちに送られることによる。水揚げが多くなる7月10日頃になると入札に移行して、前述の入札が実施されるようになる。流通量は大きくないが、ホッケも若干水揚げされている。春はイカ定置に入り込んだものを水揚げし、秋は5隻ほどの刺し網漁船で漁獲されている。その取引形態は、刺し網で漁獲される魚体の比較的大きいものは入札にかけられ、主に上ノ国地区の加工業者に買い取られている。定置網に入る大半を占める小型のものは、随意契約により取引され餌用加工にまわされている。ウニは、函館の村上商店と虻田の小川商店の2社と随意契約、もしくは入札で取引されている。ソイやヒラメなどの一般鮮魚は、水揚げされた場合にのみ入札が行われている。入札に参加するのは、久遠水産とクラミの2社となっている。以上のことから、大成支所では「はしり」の

久遠地区における主とする漁業種類別経営体数（個人）

| 計 | 内訳 | | | | | | | |
|-------|---------------|-------|-----------------|-------------|-------------|--------------|----|--------|
| | 刺網 (その他刺網) | 小型定置網 | はえ縄 (その他はえ縄) | 釣 (ほき縄釣) | 釣 (ひき縄釣) | 釣 (その他の釣) | 採貝 | その他の漁業 |
| 110 | 2 | 2 | 6 | 38 | 10 | 28 | 1 | 23 |
| 専業 | 21 | - | - | 1 | 7 | 3 | 8 | 2 |
| 第1種兼業 | 76 | 2 | 2 | 5 | 31 | 5 | 14 | 17 |
| 第2種兼業 | 13 | - | - | - | 2 | 6 | 1 | 4 |

資料：第11次漁業センサスより作成。

貝取澗地区における主とする漁業種類別経営体数（個人）

| 計 | 内訳 | | | | | | | |
|-------|---------------|---------------|-------|-------------|--------------|-------|----|--------|
| | 刺網 (その他刺網) | 敷網 (その他敷網) | 小型定置網 | 釣 (ほき縄釣) | 釣 (その他の釣) | 潜水器漁業 | 採藻 | その他の漁業 |
| 30 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 9 |
| 専業 | 10 | 2 | - | - | 3 | - | - | 3 |
| 第1種兼業 | 12 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | - | 4 |
| 第2種兼業 | 8 | - | 1 | - | - | 2 | 3 | 2 |

資料：第11次漁業センサスより作成。

旧大成町の魚種別水揚げデータ（金額で3%以上を占める魚種）

| | 数量（トン、%） | | 金額（千円、%） | |
|----------|----------|--------|----------|--------|
| | 数量 | % | 金額 | % |
| ます | 43 | 2.03 | 28456 | 3.48 |
| たら | 128 | 6.05 | 37186 | 4.55 |
| するめいか | 1569 | 74.18 | 492536 | 60.26 |
| なまこ | 20 | 0.95 | 34872 | 4.27 |
| きたむらさきうに | 6 | 0.28 | 41820 | 5.12 |
| あわび | 3 | 0.14 | 29150 | 3.57 |
| 小計 | 1769 | 83.64 | 664020 | 81.24 |
| 旧大成町の合計 | 2115 | 100.00 | 817381 | 100.00 |

資料：北海道水産林務部『北海道水産現勢』（平成17年）より作成。

時期のイカのみ随意契約で、その他の主要漁獲物は原則入札によって取引されていることがわかる。

漁協による水産加工事業からの撤退が目立つようになるなか、大成支所では、水産物加工を直轄事業として維持している。冷蔵施設も付設した加工場を平浜に設置し、スケトウダラ、スルメイカ、タコ等について加工品の製造を行っている。スケトウダラの加工は、カマボコの原料に仕向けるための前処理（頭と内臓を除去する作業）を中心に、魚体の小さなものは調味加工にもまわされている。スルメイカの加工は、塩辛やスルメへの加工を行っている。スルメイカの加工は年間を通して行われており、加工場を年間稼働させるだけの原料は冷蔵施設に保蔵されている。タコは、足の中にチーズを充填する加工をほどこした「タコチーズ」を製造している。加工場には、工場長（専従1名）と事務員（パート1名）、それに季節により若干の変動はあるものの、女工さん14～15人が勤めている。大成支所管内には、かかる直轄加工場の他、民間の加工業者が1社ある。同地はいわゆる「袋小路」に入ったところに位置するため、加工場や漁協は直売事業を展開していない。

条件の良いとはいえない立地条件にある大成支所では、流通コストの負担にもまして、買受人の減少に悩まされている。大成地区に住所を置く大手の買受人は久遠水産のみであり、今後とも増加する気配はないという。なお、支所職員での聞き取り調査では、定時制高校である北海道大成高等学校の廃校（2008年3月末日をもって）の影響についても憂慮する声が聞かれた。

4-4. 上ノ国支所（聞き取り調査日：2007年12月12日の午後）

上ノ国地区の個人経営体数は85経営体であり、その6割を超える52経営体が第1種兼業形態をとっており、これが大勢を形成している。漁業種別でみると、小型定置網が27経営体であり、上ノ国町の水揚げ金額の15%以上を占めるサケを漁獲している。2007年現在では、サケ定置網は6ヵ統あるという。上ノ国町においてこのサケの水揚げ金額を上回るのは、スルメイカの25%であり、数量の面でもこれが上ノ国町で最も大きな位置を占めている。スルメイカ、サケに続くのは11%あまりを占めるホッケであり、9%あまりを占めるスケトウダラとなる。さらに、8%のヒラメ、6%のミズダコがつづく。こうしてみると、上ノ国町においては、とりわけ大きなシェアを占める漁獲物があるわけではなく、多様な魚種がそれぞれ一定数以上漁獲されていることがわかる。

しかしながら当地においては、スケトウダラの韓国輸出が盛んになるなかで、数量で13.8%、金額で9.4%を占めているスケトウダラ漁が注目される傾向にある。スケトウダラ漁は、ひやま漁協管内でもとりわけ小型の漁船を用いた操業が行われており、また年間操業日数も50日もない。2007年に操業した漁船は、はえ縄船14隻であり、そのほとんどが5トン未満の漁船であった（10トン以上1隻、10トン未満3隻、5トン未満10隻）。なお、5トン未満の漁船は、時期によりヤリイカ漁（電光網）やサケ定置網漁を行っている。

上ノ国地区における主とする漁業種別経営体数（個人）

| | 計 | 内訳 | | | | | | |
|-------|----|---------------|---------------|-------|-----------------|--------------|--------------|----|
| | | 刺網 (その他刺網) | 敷網 (その他敷網) | 小型定置網 | はえ縄 (その他はえ縄) | 釣 (沿岸いか釣) | 採貝 その他の漁業 | |
| | 85 | 2 | 3 | 27 | 4 | 4 | 2 | 40 |
| 専業 | 26 | 1 | - | 11 | 1 | 1 | 1 | 11 |
| 第1種兼業 | 52 | 1 | 2 | 16 | 3 | 1 | 1 | 26 |
| 第2種兼業 | 7 | - | 1 | - | - | 2 | - | 3 |

資料：第11次漁業センサスより作成。

上ノ国町の魚種別水揚げデータ（金額で3%以上を占める魚種）

| | 数量（トン、%） | | 金額（千円、%） | |
|---------|----------|--------|----------|--------|
| さけ | 338 | 18.73 | 84969 | 15.21 |
| たら | 39 | 2.16 | 22744 | 4.07 |
| すけとうだら | 249 | 13.80 | 52707 | 9.43 |
| ほっけ | 462 | 25.60 | 64119 | 11.47 |
| ひらめ | 30 | 1.66 | 48461 | 8.67 |
| するめいか | 489 | 27.09 | 140830 | 25.20 |
| やりいか | 14 | 0.78 | 21043 | 3.77 |
| みずだこ | 70 | 3.88 | 34176 | 6.12 |
| あわび | 3 | 0.17 | 19626 | 3.51 |
| 小計 | 1694 | 93.85 | 488675 | 87.45 |
| 上ノ国町の合計 | 1805 | 100.00 | 558794 | 100.00 |

資料：北海道水産林務部『北海道水産現勢』（平成17年）より作成。

水揚げされたスケトウダラの流通形態であるが、乙部の本所において電話入札（14 時から）にかけられ、オスの 100%が韓国向け輸出にまわされている。入札は、北海道漁連に保証金さえあれば誰でも参加できることから、檜山管内の買受人だけではなく、渡島管内の買受人（ヤマホン、イリキン佐々木水産、カネマル水産など）も含めた 10 社程度の参加者を集めて実施されている。滞りなく入札にかけられるため、スケトウダラ漁にでている漁船は、水揚げ前に船上から漁協に数量を報告するという。入札で比較的良好な値がつくのは 11 月までであり、噴火湾でスケトウダラさし網漁が本格化すると価格下落に転じることが多くなる。聞き取り調査を実施した 12 月上旬では、オス・メスのプールでキロ 150 円ほどであるという。なお、韓国へ輸出されるのはオスが中心であり、抱卵しているメスは卵を採取した後、別に入札にかけられている。イカについては、6 月から 7 月中旬までは、函館市場に委託出荷している。イカは当日売りが原則となっていることから、生産者は 5 時までに水揚げして荷造りする必要がある。函館市場に出荷する以外の時期は、本所の営業部に出荷している。直販課の買取り価格は大成基準となっている。イカを買い取った直販課は、業者に再販している。なお、イカ釣り漁船は、現在 25 隻が出漁している。ホッケは現在、主に底だて網で漁獲され、午後 3 時から 4 時までに水揚げされ、1 割ほどの魚体の大きな「良い品」は函館市場に委託出荷される。大型のホッケは開きに仕向けることが可能であるため、1 尾 350 円ほどになるが、そうでない物は極端に低い価格にしかならない。小さなホッケは、随意契約（ヤマホンと谷口水産の 2 社）で取引されている。取引価格は、春と秋に一度決め、抱卵する秋頃に 2 度ほど修正される。上ノ国でホッケ漁に使われている漁船は他の魚種と同様、やはり小型船（乗組員 1～2 名）中心となることから、船上での選別は困難であり、「良い品」を発泡スチロール箱へ詰めかえる作業は地元の加工業者に請け負わせている。小さなホッケは、15kg 入りのポリ箱で出荷するので、こちらの大まかな選別は漁業者がおこなう。なお、汐吹地区所属の 14 隻は協同で操業している。底建網ではヒラメやカレイなどの一般鮮魚も漁獲（許可は「ホッケ底建網」）している。ヒラメは、上ノ国で入札されており、この結果がひやま漁協における基準価格になっている。入札には、谷口水産と仙台水産の 2 社が参加するという。ただし、原則一般鮮魚は、ホッケと同じく函館市場に委託出荷されている。一般鮮魚を含め、底建網漁の漁期は長くない。12 月 25 日から 7 月 14 日は「出稼ぎ等々」の問題から操業しておらず、さらに 7 月 15 日から 8 月 15 日までは資源保護のための禁猟期となっている。はたして、操業は 8 月 16 日から 12 月 24 日までの期間に限定される。サケは 6 カ統あるが、値段は本所がおこなう入札で決められる。オスはヤマホン佐藤商店、メスはカネマサ藤原水産に引き取られる。上ノ国支所では荷さばきをするのみとなっている。ウニも随意契約であるが、現物を見ての判断が重視されるため、サケと違い上ノ国支所での取引がおこなわれている。荷姿は、カラ付きで出荷される。

上ノ国支所で、とりたてての問題となっているのは、買受人の減少であるという。たしかに、本所の直販課はあるが、大きなリスクはとれないため取扱量も限定されるなかで、やはり買受人の減少は同地域においては深刻な問題となっている。買受人の減少は、組合員に対するサービスの低下に直結する。この他、ホッケ等の選別作業をより「丁寧」におこない、少しでも良い値が付くようにしたいとは考えているものの、人口減少や高齢化等も手伝って選別に手間をかけるだけの余剰労力を確保できないという悩みもあるという。後継者に関しては、50 歳以下の組合員が 30 人ほどいるのでまだそれほど危機感はない。3007 年 3 月末日のデータでは、正組合員数が 110 名であり、その内 10 代は 0 人、20 代は 5 人、30 代は 9 人、40 代は 15 人、50

代は 23 人、60 代は 29 人、70 代は 28 人となっている。

4-5. 江差支所（聞き取り調査日：2007 年 12 月 12 日の午後）

江差地区における個人経営体数は 85 あり、内訳では、はえ縄を営む経営体が 27 で最も多い。これは、スケトウダラのはえ縄漁であり、江差町の水揚げの数量で 4 割、金額で 3 割をこえる部分を担っている。次に重要になっている魚種はスルメイカであり、数量・金額ともに 2 割以上を占める。そして、ベニズワイガニ、サケがつづき、この 4 魚種で江差町の水揚げ数量の 9 割、金額の 8 割を構成している。

聞き取り調査では、スケトウダラの操業は 24 隻（10 トン以上が 10 隻、10 トン未満が 2 隻、5 トン未満が 12 隻）であり、他地域に比して大型の漁船が多くなっている。はえ縄での操業ということで、規律ある船団行動が必要となっており、江差では縄入れ作業や水揚げ時間等について、各船団長を中心にコミュニケーションをしっかりとることを重視しているようである。イカは、上ノ国などちがいで外来船も多く、石川県の船が 4 隻、渡島管内の船が 1 隻水揚げのために入港している。地元の船は 28 隻の許可で、実際に操業しているのは 20 隻ほどという。船の大きさは、やはり比較的大型の船が多く、10 トン以上が半数程度を占める。ベニズワイガニは、100 トン超のカニカゴ船が 1 隻（第五十八宝樹丸、乗組員 12 名）、特別採捕許可を得て操業している。

江差地区において、最も重要な魚種となっているスケトウダラの取引は、オスは他地域と同様、乙部での入札基準をもとに韓国輸出にまわされている。ただし、極少数ではあるが鮮魚向け以外のものや加工用は随意契約としている。メスは、完全に後述する 4 社との随意契約とされており、委託出荷や直販はされていない。メスの価格は、乙部の基準価格を参考としながらの決定となっている。随意契約の相手は、乙部の

田中水産、地元のセイヨウ、イリキン佐々木水産、寿都の吉崎水産の 4 社となっている。スケトウダラの荷造りと集荷は生産者がおこなっている。イカは、一部を函館市場への委託出荷にまわしている他は、基本的にカネマサ藤原水産との随意契約としている。カネマサ藤原水産は、東京築地など道外へと出荷しているという。逆に言えば、函館市場には朝セリに間に合う分だけが送られている。随意契約による出荷のタイムスケジュールであるが、午前 5 時から 7 時頃まで水揚げ作業がおこなわれ、8 時には出荷されている。値段は、大成の基準価格でもなく、函館市場での取引価格でもないとのことであり、基本的には他地域の動向を参考とすることは少ないようである。ベニズワイガニは、ごく一部が地元の直売所で売られるほかは、稚内の加工場に加工用原料として送られている。値段は本所対応としており、支所では本所に一任するかたちをとっている。秋サケは、ひやま漁協として入札にかけている。タコ、エゾバカガイ（谷口水産、倉見水産の 2 社と随意契約）、それに一般鮮魚は随意契約としている。ウニ、ナマコは入札だという。

ところで、江差に設置されている公設の地方卸売市場（昭和 47 年 12 月 27 日開設）は、買

江差地区における主とする漁業種別経営体数（個人）

| 計 | 内訳 | | | | | | | 採貝 | その他の漁業 |
|-------|---------------|-------|-----------------|-------------|------------|--------------|----|----|--------|
| | 刺網 (その他刺網) | 小型定置網 | はえ縄 (その他はえ縄) | 釣 (沿岸の釣) | 釣 (沖の釣) | 釣 (その他の釣) | 採貝 | | |
| 85 | 2 | 3 | 27 | 4 | 4 | 3 | 2 | 40 | |
| 専業 | 26 | 1 | 11 | 1 | 1 | - | 1 | 11 | |
| 第1種兼業 | 52 | 1 | 2 | 16 | 3 | 1 | 2 | 26 | |
| 第2種兼業 | 7 | - | 1 | - | - | 2 | - | 3 | |

資料：第11次漁業センサスより作成。

江差町の魚種別水揚げデータ（金額で3%以上を占める魚種）

| | 数量（トン、%） | | 金額（千円、%） | |
|--------|----------|--------|----------|--------|
| | 数量 | % | 金額 | % |
| さけ | 345 | 10.10 | 89019 | 9.03 |
| すけとうだら | 1465 | 42.87 | 319272 | 32.38 |
| するめいか | 799 | 23.38 | 245893 | 24.94 |
| その他のかに | 550 | 16.10 | 140487 | 14.25 |
| 小計 | 3159 | 92.45 | 794671 | 80.59 |
| 江差町の合計 | 3417 | 100.00 | 986007 | 100.00 |

資料：北海道水産林務部『北海道水産現勢』（平成17年）より作成。

受人の減少によりセリの円滑な実施に支障がでてきたため、水産部が廃止（平成19年3月末）され、現在は青果部のみが取引を継続している。現在では、入札に参加していた買受人とは随意契約により取引するようになっている。

4-6. 瀬棚支所（聞き取り調査日：2007年12月13日の午前）

瀬棚支所管内（センサスでの区分は、瀬棚地区と太櫓地区）における個人経営体数は110ある。瀬棚支所管内でも専門経営体は、他地域と同様3割から4割ほどでとなっている。旧大成町分を除いたせたな町の魚種別水揚げデータをみると、同町においてサケの漁獲が極めて重要な位置にあることがわかる。水揚げ数量の実に半数がサケによって占められており、金額に占める割合もサケが4割弱となる。サケにつづくスルメイカも、数量ならびに金額で3割以上あり、サケとスルメイカを合わせると、数量で85%、金額で72%を占める。これにキタムラサキウニを加えた3魚種が、せたな町における主要魚種となっている。

サケは、支所組合員50名ほどが、4～6人のグループをつくり、11カ統を管理している。イカは、10隻ほどの船が水揚げしている。半数は地元外の船で、石川県や松前町の船が水揚げするため入港する。かつては50隻ほどが操業しており、近年は減少傾向にあるという。ウニは、支所管内の吹込地区と虻羅地区を中心に採取されている。吹込地区は、管内で最も高齢化が進んだ地区にあたり、7、8軒の漁家によりもっぱら磯根漁業が展開されている。虻羅地区は、25、26軒の漁家がサケ定置や刺し網漁をしつつ、夏にウニやナマコを採取する複合経営を展開している。管内の他地区と比較すると、とりわけ健全経営体が多い。なおナマコは、青年部（5～6人）の潜水器と、タモ採り（90人ほどが一人上限600kg）で採捕されている。

数量、金額ともに主要な位置にあるサケの取引では、瀬棚支所における入札で、ひやま漁協全体の基準価格を形成することになる。応札するのは、加工業者を中心に8～9社となっている。オスだけを狙う業者（ヤマホン佐藤商店など）、メスだけを狙う業者にわかれる。イカの取引では、大成基準に「プラスα」した値段で買受人と随意契約している。昔は入札により値決めしていたが、今は完全に随意契約で倉見水産と取引している。出荷に際しては、瀬棚支所ではひやま漁協のステッカーが貼ってある発泡スチロール箱を使用せず、無地の発泡スチロール箱で出荷している。その理由は、付加価値をつけるためだという。瀬棚支所では、イカの「みみ」を胴体に巻きつけて「ロケット」と呼ぶ状態で仕立てて出荷している。こうすることで、輸送中にイカ同士が触れ合うことを極力減らし、鮮度の維持を図っている。実際に、この出荷処理により、大成基準に比して1ケースで30円から50円ほど上値を狙えるという。ただ今年は、道内の太平洋側での水揚げが好調であったため、相場が抑えられている。燃油の高騰などにより、採算ラインが20尾で1700円～1800円に上昇しているのにも関わらず、今年は1000円～1100

瀬棚地区における主とする漁業種別経営体数（個人）

| | 計 | 内訳 | | | | | | | |
|-------|----|---------------|-------|-----------------|--------------|--------------|--------------|----|--------|
| | | 刺網 (その他刺網) | 小型定置網 | はえ縄 (その他はえ縄) | 釣 (近海いり釣) | 釣 (沿岸いり釣) | 釣 (その他の釣) | 採藻 | その他の漁業 |
| | 87 | 6 | 2 | 2 | 2 | 7 | 4 | 5 | 59 |
| 専業 | 37 | 2 | - | - | - | 4 | - | 3 | 28 |
| 第1種兼業 | 27 | 4 | 1 | 2 | 2 | - | - | - | 16 |
| 第2種兼業 | 23 | - | 1 | - | - | 1 | 4 | 2 | 15 |

資料：第11次漁業センサスより作成。

太櫓地区における主とする漁業種別経営体数（個人）

| | 計 | 内訳 | | | | 海面養殖 (はたてがい) |
|-------|----|---------------|-------|-------------|--------|-----------------|
| | | 刺網 (その他刺網) | 小型定置網 | 釣 (ひき縄釣) | その他の漁業 | |
| | 23 | 2 | 1 | 1 | 16 | 3 |
| 専業 | 1 | - | - | 1 | - | - |
| 第1種兼業 | 18 | 2 | 1 | - | 12 | 3 |
| 第2種兼業 | 4 | - | - | - | 4 | - |

資料：第11次漁業センサスより作成。

| せたな町（旧大成町分を除く）の魚種別水揚げデータ（金額で3%以上を占める魚種） | | | | |
|---|----------|--------|----------|--------|
| | 数量（トン、%） | | 金額（千円、%） | |
| さけ | 1314 | 50.85 | 338023 | 39.55 |
| するめいか | 893 | 34.56 | 283975 | 33.23 |
| きたむらさきうに | 15 | 0.58 | 60425 | 7.07 |
| 小計 | 2222 | 85.99 | 682423 | 79.85 |
| せたな町の合計 | 2584 | 100.00 | 854623 | 100.00 |

資料：北海道水産林務部『北海道水産現勢』（平成17年）より作成。

円ほどで推移している。ウニは殻付きで出荷される。支所で入札がおこなわれ、3社（小川商店、倉見水産、余市の業者）が応札している。入札価格は、サケと同様、ひやま漁協の基準価格となるという。資源保護のため、漁期は6月5日から8月31日までの約3ヶ月間となっている。北朝鮮からの輸入品が途絶えて以降、価格は安定している。ナマコは現在、乙部の本所で入札されているが、2008年度は瀬棚支所での入札を希望している。入札者の要望を直に聞いて、少しでも良い条件下で入札にかけたいとの希望がある。なお、ウニとナマコは、支所職員が集荷に回っている。近年、不漁に泣かされているエビカゴ漁（14トンから19トンまでの漁船4隻）であるが、2年間の休漁期間をはさんだ今年も採算ラインにのることはなかった。エビの取引形態は、サケやウニと同様、支所で入札にかけている。豊漁であった時期には、半数を東京の築地に委託出荷し、残りを地元で入札していた。しかし、送料や手数料等の経費がかかる築地への委託出荷では、期待したほどの利益がでなかったため、今では全数地元での入札としている。入札価格も、外国産のエビの増加により、地元との差が解消しているという。現在、入札には4~5社が応札しており、いずれの業者も全国の市場に出荷している。なお、乙部や上ノ国では現在も築地に委託出荷している。数量は限られているが、コンブも生産されている。一部が北海道漁連の入札にかけているが、これは価格調査を主目的とした取引であり、ほとんどが随意契約で処理されている。アワビも、わずかしこ生産されてはいないが、入札にかけている。タラ、ソイ、アンコウなどの一般鮮魚については、地元を買受人がいないため、随意契約でないことばけなくなっている。平成8年に地方卸売市場が免許返上（規模未満）したことは、同地における一般鮮魚の価格を大きく下げたという。

サケの取引で顕著だが、漁協は、買受人の要望に積極的に応える姿勢が必要になっているという。卵がイクラにはならずスジコになってしまっただけでは意味がなく、大量の氷を用いて、卵を瞬時に仮死状態にさせるなどの、きめ細かい対応が求められている。この意味で、瀬棚支所では、入札はそれぞれの支所、それぞれの水揚げ地でおこなうべきだと主張している。地元入札により、買受人の顔がみえる取引をおこない、買受人の出す要望を一つ一つクリアして、良い値段をつけさせることを目指す姿勢といえる。しかしこれには、あるていどのロットをそろえる必要がでてくる。瀬棚支所では、委託出荷をするにしても、各地の市場の情報を集めて、よい値段をつける市場に一般鮮魚は柔軟に出荷しなければならないとしている。ただし、これにも課題はあり、柔軟に生産物を出荷できる体制と、瀬棚から来たものに対する評価をあげるための消費地との信頼関係を高める必要があるという。

4-7. ひやま漁協本所・乙部支所（聞き取り調査日：2007年12月13日の午後）

乙部地区では、もっぱらはえ縄を用いたスケトウダラ漁がおこなわれている。個人経営体の着業も98経営体中35と最大勢力となっている。水揚げ数量と金額も、それぞれ86%以上と76%以上を占める。これに、サケとスルメイカが水揚げされ、3魚種で乙部町の水揚げの9割前後（数量、金額とも）を構成している。

乙部支所でスケトウダラ漁をおこなっているのは30隻ほどで、これに外来船が10隻ほど加わる。船の規模は「ばらばら」で、船上でのオス・メスの選別ができる船とそうでない船がある。乗組員は、1隻あたり最低でも3人は乗船する。上ノ国支所では、小型船による単身操業がおこなわれていたが、乙部では5トン未満の小型船でも3人は乗組んでいるし、さらに大型船であれば5人は乗船するという。また、操業形態も大型船と小型船ではことなり、水揚げの

時間も分散されている。

さて、これまでも言及してきたように、スケソウダラ（オス）の価格は、乙部本所での入札結果が原則的にはひやま漁協で取り扱う価格の基準を形成する。入札には、直接に応札しに訪れる業者5社（本所の加工部や北海道漁連など）と、電話で応札する業者4～5社（倉見水産、イリキン佐々木水産、カネマサ藤原水産、カネマル水産、その他韓国向け業者）の計9社が参加している。

オスはほぼ全量が韓国向けとなり、値崩れに配慮して、毎日4,000箱の上限を決めて上場されている。メスは随意契約で取引され、卵の熟度などを基準に契約が為されている。なお、メスを買受けた業者は、卵を採取した後のガラをスリ身業者に再販する。荷姿は、オスが10kg入りの発泡スチロール箱で、メスは17～19kg入り（約30尾）のポリ容器で取引されている。イカは、大成が入札場所となり、基準を形成する。乙部では、それに基づいて随意契約で値段を決めている。取引は主にカネマサ藤原水産とであるが、カネマサ藤原水産は地元の業者と連絡を取り、地元の業者を介して取引することもある。一部は函館市場に委託出荷される。イカは檜山支庁管内で多く取れるため、出荷先を分散するためだという。一般鮮魚は、近年数量が減少してきており、セリが成立しないため随意契約としている。また買受人の減少も、セリではなく随意契約としている理由となっている。漁業の営業部は、かかる状況を受けて、販路開拓のための活動を開始している。なお、一般鮮魚や磯根ものは、一部を除き支所内各地区の荷さばき所に漁協の職員が集荷に行っている。

5. まとめ

各支所での取引形態を、聞き取り調査をもとに一覧にすると以下ようになる。ひやま漁協として、一元的に商品を扱うことで競争力を高められるのではないかと考えられるが、実際には同一漁協内の各支所で大きく異なる取引形態を維持温存している実態が明らかになった。その背景と要因はいくつかあり、例えば分散出荷による価格の維持（例えば、近隣の函館市場でさばけるのは、イカであれば4000～5000箱）、地域特性の反映、各地域での操業規模・形態の違い、支所長の考え方などが指摘できる。こうしたことから、漁協合併による効果として期待されている販売力の強化については、一朝一夕にその成果が表出するわけではないことがわかる。つまり、ひやまの事例からは、合併漁協でさえ市場統合が困難であるという、産地卸売市場の再編課題をはっきりと捉えることができたといえる。

その他の課題としては、買受人の減少によって一般鮮魚に値段が付きにくくなっていることが指摘できる。買受人の減少は、市場の閉鎖にもつながった。市場閉鎖によって買受人は随契相手へと変化した。一方で、一部の支所では、集荷業務をも担う買受人の存在感が増している。たしかに、買受人の減少を補う目的で、本所の事業部（「直販課」）が業者にまじり入札に参加するケースもあるが、リスク許容度が十分でないので、拡大を志向しにくい。また、直販課の活動は、加工部門の低迷もあり、現状では、あくまで業者への再販を目的とした「手数料稼ぎ」が主要な目的となっており、その位置づけのあいまいさを見直す作業が必要となってきた。

乙部地区における主とする漁業種別経営体数（個人）

| | 計 | 内訳 | | | | | | | | | | |
|-------|----|---------------|---------------|-------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----|----|--------|
| | | 刺網 (その他刺網) | 敷網 (その他敷網) | 小型定置網 | はえ縄 (その他はえ縄) | 釣 (近隣の釣) | 釣 (近隣の釣) | 釣 (近隣の釣) | 釣 (近隣の釣) | 採貝 | 採藻 | その他の漁業 |
| | 98 | 1 | 1 | 1 | 35 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 52 |
| 専業 | 43 | - | 1 | 1 | 17 | 1 | - | - | - | - | - | 23 |
| 第1種兼業 | 36 | - | - | - | 18 | - | 1 | - | - | 1 | 1 | 15 |
| 第2種兼業 | 19 | 1 | - | - | - | - | 1 | 1 | - | - | 2 | 14 |

資料：第11次漁業センサスより作成。

乙部町の魚種別水揚げデータ（金額で3%以上を占める魚種）

| | 数量（トン、%） | | 金額（千円、%） | |
|--------|----------|--------|----------|--------|
| | 数量 | % | 金額 | % |
| さけ | 134 | 3.30 | 34388 | 3.16 |
| すけとうだら | 3499 | 86.18 | 833106 | 76.58 |
| するめいか | 232 | 5.71 | 74330 | 6.83 |
| 小計 | 3865 | 95.20 | 941824 | 86.58 |
| 乙部町の合計 | 4060 | 100.00 | 1087844 | 100.00 |

資料：北海道水産林務部『北海道水産現勢』（平成17年）より作成。

加工部門の低迷に顕著であるが、加工場の運営形態も見過ごせない課題となっている。前述したように、ひやま漁協には5ヶ所の加工場があるが、十分な収益を上げることができていない。これを改善するためには、例えば、現状では全ての工場が生産しているような製品（スルメイカ等）のラインを、一つの工場に集約して効率的な生産を実現するなどの合理化を進めることも必要になってくると思われる。それぞれの工場が特徴をだせるような競争的環境の創出や、それを可能とする人材の配置も望まれる。

その人材であるが、いわゆる「団塊の世代」の退職により、ここ数年漁協職員の大量退職（おおよそ20名ほど）が続く見通しとなっている。若返りといえは聞こえはいいが、それはあくまで、漁協運営のノウハウを年配者から若手に継承できてというのが前提となる。新たな職員の求人もおこなわなければならない、過疎化になやむ同地域において、漁協の効率的な運営を可能にする意欲のある、秀でた人材を確保することは容易ではないだろう。この点についても注意が必要といえる。

漁業者も半数近くが60～70代の高齢者によって占められている。組合員が減少しても、水揚げを維持する方策を早急に打ち立てる必要がある。この場合、キーワードとなるのは、増養殖事業の拡大であろう。しかし、ナマコ等の高付加価値品の生産を目指した増養殖事業は、一方で大きな投資が必要であり、国や道の補助事業に頼らざるを得ない側面もある。また、増養殖事業を成功させるには、水産試験場等の研究機関との連携や、時流に柔軟に対応する体制を構築する必要がある。いずれにしても、ひやま漁協において「優秀な人材」の育成は不可欠となっている。

ひやま漁協支所別・魚種別取引形態

| | 瀬棚 | 大成 | 熊石 | 本所・乙部 | 江差 | 上ノ国 | 奥尻 |
|--------|------|----------------|--------------|------------------|---------------------------|----------------|------------|
| スルメイカ | 随契 | はしり：随契 入札 | 委託 | 随契 | 入札（一部） 随契 | はしり：委託 本所直販 | 随契 一部委託 |
| スケトウダラ | — | 随契 | 入札（本所） | 入札（オス） 随契（メス） | 入札（本所、オス） 随契（メス、加工用オス） | 入札（本所） | — |
| ホッケ | 随契 | 春：随契 秋：地元消費 | 大：入札 小：随契 | 随契 | — | 大：委託 随契 | 随契 一部委託 |
| サケ | 入札 | — | 随契 | 随契 | 入札（本所） | 入札（本所） | — |
| ウニ | 入札 | 随契・入札 | 入札・随契 | 随契 | 入札 | 随契 | 入札（本所） |
| アワビ | 入札 | 入札 | 本所（買取） | 随契 | 入札 | — | 直売 |
| 一般鮮魚 | 随契 | 入札 | 入札 | 随契 | 入札・随契 | 入札・委託 | 委託 |
| 水揚げ合計 | 8.5億 | 8.2億 | 7.5億 | 10.8億 | 9.9億 | 5.6億 | 9.2億 |

注）聞き取り調査による（2007年12月現在）。

VI. 仙台市中央卸売市場における「地域対応」の取組事例について

函館短期大学専任講師 佐々木 貴文

1. はじめに

目下、中央卸売市場の再編が図られようとしているなかにおいて、本調査では、仙台市中央卸売市場の動向を把握する目的から、同市場を根拠地とする卸売業者2社に聞き取り調査を実施した。その2社とは、株式会社仙台水産と仙都魚類株式会社であり、このうち、本報告書では、仙台市中央卸売市場の水産部を取扱金額でリードする仙台水産にとりたてて注目した。そして、仙台水産が展開する営業戦略の一端をレポートすることで、仙台市中央卸売市場の東北地方での位置と役割を可能なかぎり描きだしたいと考えている。

分析の視点となるのは、これまで市場機能として認識されてきた、集分荷機能や価格形成機能、それに決済機能などの諸機能が、いかなる変化をみせようとしているのかという点である。加えて、消費地卸売市場が生き残りを模索せざるを得ない現今において、商品企画機能や情報収集機能など、新たな機能が登場してきていることについても分析し、その実態と意義についても考察したい。なお本報告では、仙台水産と仙都魚類が、東北地方全域をカバーする物流ネットワークの構築に積極的であり、また両社がネットワーク構築においてかつてより競争関係にあることに言及することで、上述した調査目的に接近できればと考えている。

以下、報告書では、まずもって中央卸売市場水産物部（全国ならびに仙台市）の近況を概観し、そのうえで、仙都魚類ならびに仙台水産の経営上の特質に迫りたい。

2. 中央卸売市場の概要

現今の中央卸売市場にける水産部について概観すると、開設者数、市場数、卸売業者数、仲卸業者数、いずれもが右肩下がりの一方的な減少傾向を示しており、卸売市場の再編が水産物部においても進んでいることがうかがわれる。最近の再編動向について、農林水産省が平成19年5月にまとめた「中央卸売市場整備計画」をみると、「地方卸売市場への転換その他の再編措置への取組を推進することが必要と認められる中央卸売市場」として、釧路市、川崎市、藤沢市、三重県、尼崎市、呉市、下関市、松山市、福岡市、佐世保市、大分市の各中央卸売市場があげられている。水産物部のみを地方卸売市場に転換させる三重県中央卸売市場を含めて、その大半がここ数年のうちに地方卸売市場への転換を目指しており、今後も開設者数、市場数、卸売業者数、仲卸業者数のいずれもが減少傾向をみせることが予想される。

市場数等の減少も手伝ってか、中央卸売市場における水産物部の取扱金額は減少を続けている。ただ、長期に継続している取扱金額の減少は、市場数等の減少を直接の要因とするよりはむしろ、バブル経済の崩壊以後の日本経済の低迷にその要因を求めることができる。バブル経済破綻前夜ともいえる平成2年度の水産物取扱金額は、実に3兆4千億円を記録したが、15年経過した今日（平成17年度）では、2兆2千億円となり35.2%もの減少率をみせている。なかでも、冷凍品の取扱金額は46.7%の減少となっており、生鮮品の28.1%、加工品の34.2%を大きく上回る率を示している。

中央卸売市場の取扱金額が大きく減少したことについては、バブル経済崩壊のみならず、市場経由率の低迷もその要因にあげられる。平成元年度において64.6%あった中央卸売市場経由

率が今日（平成 16 年度）では 55.2%にまで低下しており、10 数%減少した市場経由率だけでも取扱金額を相当程度押し下げる効果を持つものと考えられる。なお、冷凍品の取扱金額が極端に減少していることについては、詳細な検証作業が必要であるけれども、一つの可能性として、市場外流通になじみやすい商品特性があるのかもしれない。鮮魚の委託出荷率が減少したとはいえ 5 割程度を確保しているのに対して、冷凍品は 1 割ほどしかなく、流通経路を確保しやすい冷凍品の商品特性が中央卸売市場を敬遠させているともみてとれる。冷凍品のほか、塩干・加工品の委託集荷割合も低迷していることから、中央卸売市場における水産物の委託集荷割合は金額ベースでついに 3 割を切った。

今日において、市場機能を不安定にさせるマイナス要因は、市場経由率の低迷だけではない。セリ・入札割合も、中央ならびに地方卸売市場の両方において、徐々にではあるがしかし確実に低下する方向で動いている。このことは換言すると、品質調整や品揃え調整、需給調整など、卸売市場の多岐にわたる機能のうち、入札やセリによる開かれた価格形成の場を提供するという機能が徐々に低下していることをあらわしている。

中央卸売市場水産物部における開設者数等の推移

| 年度 | 平成2 | 平成7 | 平成12 | 平成13 | 平成14 | 平成15 | 平成16 | 平成17 | 平成18 | 平成19 |
|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 開設者数 | 55 | 46 | 46 | 46 | 46 | 46 | 46 | 46 | 45 | 43 |
| 市場数 | 54 | 54 | 53 | 53 | 53 | 53 | 53 | 53 | 52 | 49 |
| 卸売業者数 | 96 | 96 | 95 | 93 | 92 | 92 | 92 | 91 | 88 | 87 |
| 仲卸業者数 | 3779 | 3558 | 3267 | 3215 | 3119 | 3034 | 2889 | 2836 | - | - |

資料：農林水産省総合食料局流通課

中央卸売市場における水産物の取扱金額

| 年度 | 昭和60 | 平成2 | 平成7 | 平成12 | 平成13 | 平成14 | 平成15 | 平成16 | 平成17 |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 生鮮 | 11897 | 13992 | 13329 | 12171 | 11556 | 11092 | 10616 | 10173 | 10057 |
| 冷凍 | 9945 | 10290 | 8211 | 7115 | 6772 | 6620 | 5966 | 5810 | 5482 |
| 加工 | 8690 | 9710 | 8382 | 7788 | 7445 | 7399 | 6803 | 6668 | 6391 |
| その他 | 88 | 0 | 124 | 103 | 96 | 95 | 92 | 84 | 105 |
| 計 | 30620 | 33992 | 30046 | 27177 | 25869 | 25206 | 23477 | 22735 | 22035 |

単位：億円
資料：農林水産省総合食料局流通課

中央卸売市場における水産物の市場経由率

| | 平成元 | 平成5 | 平成10 | 平成11 | 平成12 | 平成13 | 平成14 | 平成15 | 平成16 |
|------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 総流通量(A) | 8744 | 8245 | 8029 | 8233 | 8400 | 8675 | 8475 | 8042 | 7837 |
| 市場経由量(B) | 6520 | 5789 | 5751 | 5647 | 5561 | 5423 | 5189 | 5085 | 4926 |
| 市場経由率(B)/(A) | 74.6 | 70.2 | 71.6 | 68.6 | 66.2 | 62.5 | 61.2 | 63.2 | 62.9 |
| 中央卸売市場の取扱量(C) | 5651 | 4764 | 4780 | 4745 | 4746 | 4674 | 4497 | 4395 | 4328 |
| 中央卸売市場経由率(C)/(A) | 64.6 | 57.8 | 59.5 | 57.6 | 56.5 | 53.9 | 53.1 | 54.7 | 55.2 |

単位：千トン、%
資料：農林水産省

中央卸売市場における水産物の委託集荷割合（金額ベース）

| 年度 | 昭和60 | 平成2 | 平成7 | 平成12 | 平成13 | 平成14 | 平成15 | 平成16 | 平成17 |
|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 水産物全体 | 40.6 | 38.9 | 38.3 | 34.1 | 33.2 | 32.3 | 32.1 | 30.9 | 29.9 |
| 鮮魚 | 73.1 | 67.3 | 62.5 | 55.2 | 54.0 | 53.1 | 52.0 | 50.9 | 48.9 |
| 冷凍 | 14.4 | 13.7 | 14.0 | 13.5 | 13.1 | 12.8 | 12.9 | 12.2 | 11.3 |
| 塩干・加工 | 26.1 | 25.1 | 24.1 | 20.2 | 19.4 | 18.8 | 18.1 | 17.0 | 16.4 |

単位：%
資料：農林水産省総合食料局流通課

卸売市場における水産物取引のセリ・入札割合（金額ベース）

| 年度 | 昭和60 | 平成2 | 平成7 | 平成12 | 平成13 | 平成14 | 平成15 | 平成16 | 平成17 |
|--------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 中央卸売市場 | 水産物全体 | 38.6 | 35.2 | 32.2 | 26.4 | 25.4 | 24.6 | 23.1 | 23.2 |
| | 鮮魚 | 69.2 | 61.5 | 54.6 | 45.3 | 43.0 | 42.0 | 40.8 | 37.8 |
| | 冷凍 | 18.9 | 19.5 | 18.5 | 16.0 | 15.5 | 14.6 | 16.6 | 16.3 |
| | 塩干・加工 | 19.6 | 14.5 | 10.0 | 6.8 | 7.3 | 7.7 | 6.6 | 6.5 |
| 地方卸売市場 | 水産物全体 | 33.8 | 30.6 | 26.3 | 22.1 | 20.4 | 19.8 | 19.8 | 18.1 |
| | 鮮魚 | 63.8 | 57.8 | 49.4 | 41.1 | 37.8 | 37.2 | 34.8 | - |
| | 冷凍 | 13.0 | 12.3 | 9.0 | 8.5 | 8.4 | 8.0 | 6.3 | - |
| | 塩干・加工 | 7.5 | 5.7 | 3.5 | 2.7 | 2.4 | 1.3 | 0.8 | - |

単位：%
資料：農林水産省総合食料局流通課調べ

3. 中央卸売市場における卸売業者・仲卸業者の経営動向

先にも触れたように、中央卸売市場水産物部の取扱金額はこの 15 年間で 35%もの大幅な減少をみている。これはすなわち、卸売業者もこの 15 年で 35%減少しなければ、かつての取扱規模を維持できないことを意味している。しかしながら実際のところ、卸売業者数は 98 から 91 へと 7.1%ほどしか減少しておらず、1 業者当たりの取扱金額を減らすことで、市場全体の取扱金額減少に対する帳尻あわせをする結果となっている。1 社当たりの取扱金額は、312.4 億円から 242.1 億円へと 22.5%減少している。

当然のことながら、卸売業者の取扱金額階層にも変化がみられている。バブル期において、6 割を占めていた取扱規模 100~500 億円の卸売業者が現在（平成 17 年度）では 5 割に落ち込んだ。さらに、500~1000 億円規模の業者については、14 あったのが 6 にまで減少し、半減し

ていることがわかる。かかる取扱規模 100 億円以上の卸売業者の凋落は、そのまま 50～100 億円規模の業者数の増加につながった。バブル期において 13 であった業者数が現在では 26 に倍増し、水産物卸売業者の 4 分の 1 が同階層の業者となっている。

卸売業者の階層が下位へとスライドするなかで、仲卸業者の規模階層も少なからず変化をみせているかといえそうではない。仕入高 1 億円未満の業者が若干増加してはいるが、その他の階層に、そう大きな変化はみられていない。しかし、階層変化ではなく、全体数という視点で仲卸業者を取り巻く環境をみると、その厳しさが垣間見える。すなわち仲卸業者は、中小零細企業によって構成されており十分な資本金を確保していないため、経営体力が相対的に弱く分解・淘汰されやすい。このため、低位階層にシフトする前に倒産する傾向にある。実際業者数は、平成 2 年度の 3779 から平成 17 年度の 2827 にまで減少しており、実に 25.2%もの減少率となっている。これは、同期間における卸売業者の減少率 7.1%の 3 倍以上であり、極めて厳しい経営環境におかれてきた仲卸業者の実態が見え隠れする。

さて、現状では取扱規模を縮小させながらも経営を維持している卸売業者であるが、仲卸業者同様、安穏とできる環境にないことに違いはない。人員等のリストラによって経営のスリム化に取り組んでいることが予想されるが、従業員 1 人当たりの売上高は 337 億円にまで減少している。その結果、人件費率を含む営業経費率は高止まり傾向にある。加えて、売上高営業利益率は 0.23%と低迷しており、その経営環境が改善に向かっているとみなすことは困難といえる。

方向感に乏しいのは卸売業者の動向だけではない。仲卸業者の経営動向も、比較的好調な値をみせている粗利益率以外は、総売上高の低位推移、人件費率の高位推移、増え続ける営業経費、そしてほとんど確保できていない営業利益と、いずれの指数からもその経営が少なくない困難に直面していることがうかがわれる。

中央卸売市場水産物部の取扱金額ならびに1業者当たりの取扱金額

| 年度 | 総取扱額 | 卸売業者数 | 1業者当たり |
|------|--------|-------|--------|
| | | | 取扱金額 |
| 昭和60 | 30,620 | 98 | 312.4 |
| 平成2 | 34,106 | 96 | 355.3 |
| 平成7 | 30,046 | 96 | 313.0 |
| 平成12 | 27,177 | 95 | 286.1 |
| 平成17 | 22,035 | 91 | 242.1 |

単位：億円

資料：農林水産省総合食料局流通課

中央卸売市場における水産物卸売業者の取扱金額階層

| | 平成2年度 | | 平成12年度 | | 平成17年度 | |
|----------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 業者数 | 割合 (%) | 業者数 | 割合 (%) | 業者数 | 割合 (%) |
| 50億円未満 | 5 | 5.2 | 7 | 7.4 | 8 | 8.8 |
| 50～100 | 13 | 13.5 | 18 | 18.9 | 26 | 28.6 |
| 100～500 | 58 | 60.4 | 55 | 57.9 | 47 | 51.6 |
| 500～1000 | 14 | 14.6 | 10 | 10.5 | 6 | 6.6 |
| 1000億円以上 | 6 | 6.3 | 5 | 5.3 | 4 | 4.4 |
| 計 | 96 | 100.0 | 95 | 100.0 | 91 | 100.0 |

資料：農林水産省総合食料局流通課

中央卸売市場における水産物仲卸業者の仕入高規模別階層

| | 平成2年度 | | 平成12年度 | | 平成17年度 | |
|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 業者数 | 割合 (%) | 業者数 | 割合 (%) | 業者数 | 割合 (%) |
| 1億円未満 | 610 | 16.1 | 848 | 25.8 | 806 | 28.5 |
| 1～5 | 1823 | 48.2 | 1518 | 46.1 | 1223 | 43.3 |
| 5～10 | 741 | 19.6 | 486 | 14.8 | 402 | 14.2 |
| 10～20 | 393 | 10.4 | 280 | 8.5 | 315 | 11.1 |
| 20億円以上 | 212 | 5.6 | 159 | 4.8 | 81 | 2.9 |
| 計 | 3779 | 100.0 | 3291 | 100.0 | 2827 | 100.0 |

資料：農林水産省総合食料局流通課

中央卸売市場水産物卸売業者の経営動向

| | 昭和62年度 | 平成7年度 | 平成17年度 |
|--------------|--------|-------|--------|
| 従業員1人あたりの売上高 | 405 | 395 | 337 |
| 売上高事業収益率 | 4.18 | 4.65 | 4.77 |
| (委託手数料) | 1.86 | 1.77 | 1.35 |
| (買付収益) | 1.89 | 2.34 | 2.73 |
| (兼業収益) | 0.43 | 0.53 | 0.69 |
| 売上高営業経費率 | 3.64 | 4.34 | 4.53 |
| (人件費率) | 1.77 | 2.22 | 2.25 |
| 売上高営業利益率 | 0.54 | 0.29 | 0.23 |

単位：百万円、%

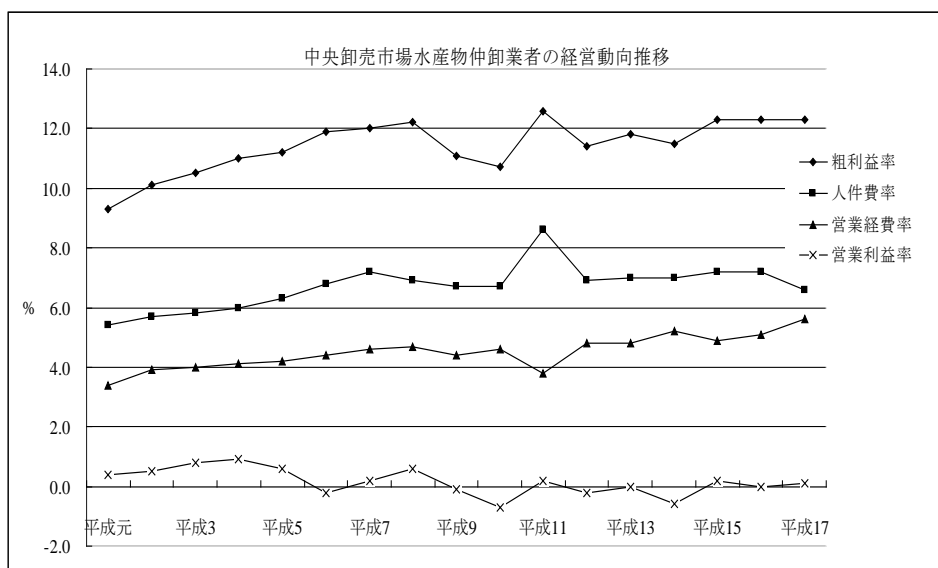
資料：農林水産省総合食料局流通課

中央卸売市場水産物仲卸業者の経営動向

| | 平成2 | 平成4 | 平成6 | 平成8 | 平成10 | 平成12 | 平成14 | 平成16 | 平成17 |
|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 総売上高 | 9.4 | 10.3 | 8.7 | 8.6 | 8.3 | 8.2 | 7.5 | 6.8 | 7.3 |
| 粗利益率 | 10.1 | 11.0 | 11.9 | 12.2 | 10.7 | 11.4 | 11.5 | 12.3 | 12.3 |
| 人件費率 | 3.7 | 6.0 | 6.8 | 6.9 | 6.7 | 6.9 | 7.0 | 7.2 | 6.6 |
| 営業経費率 | 3.9 | 4.1 | 4.4 | 4.7 | 4.6 | 4.8 | 5.2 | 5.1 | 5.6 |
| 営業利益率 | 0.5 | 0.9 | -0.2 | 0.6 | -0.7 | -0.2 | -0.6 | 0.0 | 0.1 |

単位：億円、%

資料：農林水産省総合食料局流通課



4. 仙台市中央卸売市場の概要

「杜の都」と称され、東北地域で最大の人口（平成 18 年現在で 1,028,196 人）を擁する仙台市に存立する仙台市中央卸売市場は、1960（昭和 35）年に市場開設の許可を受け、水産物部の業務を開始した。これは、青果部の開設（昭和 36 年）や、花き部の開設（昭和 48 年）、食肉市場の開設（昭和 50 年）に先じるものであった。現在の仙台市中央卸売市場の管轄は、仙台市経済局であり、敷地面積は、179,753 m²で、建築延面積は 92,817 m²となっている。

かかる仙台市中央卸売市場には、全部で卸売業者が 7 社、仲卸業者が 47 社・4 組合、売買参加者が 5 組合ある。このうち、水産物部門の卸売業者は、仙台水産と仙都魚類の 2 社で、水産物部門の仲卸業者は 29 社（平成 17 年 12 月末現在）ある。この他に、水産物部門の売買参加者として、仙台水産物商業協同組合と仙台中央卸売市場魚類協同組合がある。

仙台市中央卸売市場における水産物の取扱高は、開設からの昭和年間においては数量ならびに金額双方とも順調に伸張してきた。現在では、平成 3 年の 1,093 億円、142,123 トンをピークにして減少傾向に転じており下降線をたどっている。平成 18 年現在では、取扱金額が 822 億円（鮮魚 320 億円、冷凍品 218 億円、塩干加工品 284 億円）で、取扱量が 110,445 トン（鮮魚 41,354 トン、冷凍品 29,948 トン、塩干加工品 39,144 トン）となっている。平成 10 年から平成 18 年までの動向をみると、近年においては、冷凍品の取扱量、金額がやや上下に幅はあるものの安定的に推移する一方で、最大のウェイトを占める鮮魚は取扱量、金額とも漸減傾向をみせるなど、種別によって傾向に差異が確認できる。なお、平均価格では鮮魚に比して冷凍品の下落が顕在化しており、価格上昇に対する許容度が冷凍品は低いことがうかがえる。

平成 18 年における種別ごとの主要取扱品目をみると、鮮魚ではメバチが 4,480 トン・51 億円で数量ならびに金額の双方で取扱高 1 位となっている。これに数量で続くのが、サンマ 3,588 トン・12 億円、カツオ 3,328 トン・14 億円、スルメイカ 2,648 トン・13 億円、メカブ 1,523 トン・7 億円などとなっている。冷凍品では、冷サケの 8,886 トン・48 億円が数量ならびに金額で取扱高の首位にあり、これに冷マスの 2,553 トン・21 億円が数量、金額でつづく。しかしながら、首位の冷サケは、数量で 3 割、金額で 2 割を占めており、その規模は他の冷凍品を大き

く引き離している。以下、取扱数量での上位は、冷サバ 1,554 トン・7 億円、冷ホッケ 1,528 トン・5 億円、冷サンマ 1,124 トン・2 億円などがつづいている。塩干加工品は、塩紅サケの 3,968 トン・32 億円が数量、金額で首位にあり、珍味の 2,872 トン・24 億円がそれにつづく。以下、数量の順位となるが、その他加工品類の 2,246 トン・14 億円、揚げ物の 2,108 トン・10 億円、開干ホッケの 1,075 トン・5 億円が上位を占めている。

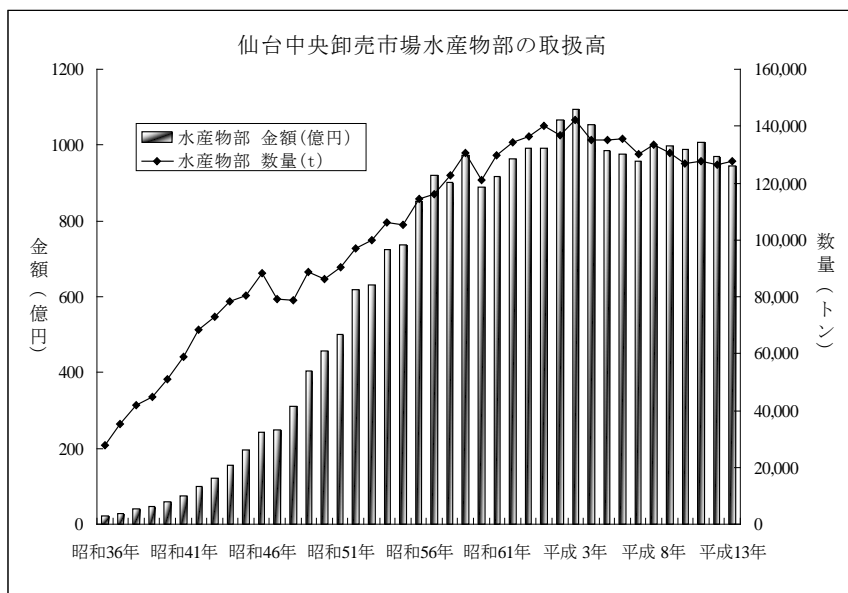
主要出荷地をみると、鮮魚、冷凍品、塩干加工品のいずれでも、宮城県 (36,952 トン・252.4 億円)、東京都 (21,253 トン・177.3 億円)、北海道 (12,231 トン・94.3 億円) の 3 都道府県が上位を占めている。はたして全体では、地元の宮城県が数量ならびに金額で約 3 割、東京都が数量ならびに金額で約 2 割、北海道が数量ならびに金額で約 1 割のシェアを確保しており、この 3 都道府県で半数以上の割合が占められることとなっている。

鮮魚に限定して出荷地を概観すると、取扱量および取扱金額が最大となっているマグロ類は、東京 (ツキジ) からの転送が主体となっていることがわかる。取扱量が 2 位のサンマは、北海道が約 4 割でこれに地元宮城県がつづく。3 位のカツオは、地元宮城県が 4 割と隣県福島県が 3 割で、大半を占めている。4 位のスルメイカは、北海道が 4 割で青森県が 2 割と、こちらも 2 県で大半を占めている。こうした出荷地の偏りは、サケやカレイ類、ハマチやマイワシなど、多くの魚種でみられる。

宮城県ならびに仙台市の人口推移

| | 平成10年 | 平成12年 | 平成14年 | 平成16年 | 平成18年 |
|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 宮城県人口 | 2,361,260 | 2,366,774 | 2,371,065 | 2,370,766 | 2,354,963 |
| 仙台市人口 | 998,188 | 1,009,464 | 1,019,869 | 1,025,647 | 1,028,196 |
| 仙台市世帯数 | 410,494 | 421,666 | 432,345 | 440,826 | 444,742 |

注) 人口についての単位は (人)。



仙台中央卸売市場における種別水産物の取扱高

| | | 平成10年 | 平成12年 | 平成14年 | 平成16年 | 平成18年 |
|-------|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 鮮魚 | 数量 (トン) | 50924 | 53,127 | 47666 | 48614 | 41354 |
| | 金額 (億円) | 393.2 | 389.9 | 358.9 | 343.7 | 320.3 |
| | 平均価格 (円/kg) | 772 | 734 | 753 | 707 | 775 |
| 冷凍品 | 数量 (トン) | 27866 | 28554 | 34567 | 35475 | 29948 |
| | 金額 (億円) | 241.8 | 232.2 | 254.5 | 219.0 | 217.7 |
| | 平均価格 (円/kg) | 868 | 813 | 736 | 617 | 727 |
| 塩干加工品 | 数量 (トン) | 47992 | 44835 | 45793 | 46074 | 39144 |
| | 金額 (億円) | 352.8 | 347.9 | 333.5 | 301.4 | 283.6 |
| | 平均価格 (円/kg) | 735 | 776 | 728 | 654 | 725 |
| 合計 | 数量 (トン) | 126782 | 126515 | 128026 | 130162 | 110445 |
| | 金額 (億円) | 987.8 | 967.0 | 946.9 | 864.0 | 821.7 |
| | 平均価格 (円/kg) | 779 | 767 | 740 | 664 | 744 |

資料) 仙台市経済局

仙台中央卸売市場水産部における種別取扱高順位 (平成18年1月から12月)

| 鮮魚 | | | | | | |
|---------|------|---------|--------|------|---------|--------|
| 品目 | 数量順位 | 数量 (トン) | 比率 (%) | 金額順位 | 金額 (億円) | 比率 (%) |
| めばち | 1 | 4,480 | 10.8 | 1 | 51.0 | 15.9 |
| さんま | 2 | 3,588 | 8.7 | 4 | 11.7 | 3.6 |
| かつお | 3 | 3,328 | 8.0 | 3 | 14.0 | 4.4 |
| すめい | 4 | 2,648 | 6.4 | 5 | 11.2 | 3.5 |
| めかぶ | 5 | 1,523 | 3.7 | 12 | 7.0 | 2.2 |
| さけ | 6 | 1,256 | 3.0 | 11 | 7.1 | 2.2 |
| 天然ぶり | 7 | 1,252 | 3.0 | 14 | 6.1 | 1.9 |
| ほたて貝 | 8 | 1,051 | 2.5 | 9 | 7.5 | 2.3 |
| 真たら | 9 | 964 | 2.3 | 10 | 7.2 | 2.2 |
| 養殖ぶり | 10 | 955 | 2.3 | 8 | 7.9 | 2.5 |
| 冷凍品 | | | | | | |
| 品目 | 数量順位 | 数量 (トン) | 比率 (%) | 金額順位 | 金額 (億円) | 比率 (%) |
| 冷さけ | 1 | 8,886 | 29.7 | 1 | 47.9 | 22.0 |
| 冷ます | 2 | 2,553 | 8.5 | 2 | 20.6 | 9.5 |
| 冷さば | 3 | 1,554 | 5.2 | 7 | 6.7 | 3.1 |
| 冷ほっけ | 4 | 1,528 | 5.1 | 10 | 4.6 | 2.1 |
| 冷さんま | 5 | 1,124 | 3.8 | 22 | 1.6 | 0.8 |
| 冷赤魚 | 6 | 1,092 | 3.6 | 8 | 6.1 | 2.8 |
| 冷銀たら | 7 | 909 | 3.0 | 4 | 11.4 | 5.2 |
| 冷かつお | 8 | 847 | 2.8 | 6 | 7.5 | 3.4 |
| 冷あじ | 9 | 709 | 2.4 | 19 | 2.1 | 1.0 |
| 冷まぐろ | 10 | 661 | 2.2 | 3 | 13.0 | 6.0 |
| 塩干加工品 | | | | | | |
| 品目 | 数量順位 | 数量 (トン) | 比率 (%) | 金額順位 | 金額 (億円) | 比率 (%) |
| 塩紅さけ | 1 | 3,968 | 10.1 | 1 | 31.9 | 11.2 |
| 珍味 | 2 | 2,872 | 7.3 | 2 | 23.6 | 8.3 |
| その他加工品類 | 3 | 2,246 | 5.7 | 5 | 13.9 | 4.9 |
| 揚げ物 | 4 | 2,108 | 5.4 | 7 | 10.1 | 3.6 |
| 開干ほっけ | 5 | 1,075 | 2.7 | 12 | 4.9 | 1.7 |
| 塩ます | 6 | 1,026 | 2.6 | 11 | 5.6 | 2.0 |
| 塩すけこ | 7 | 950 | 2.4 | 3 | 21.5 | 7.6 |
| 蒲鉾 | 8 | 903 | 2.3 | 10 | 5.7 | 2.0 |
| 塩べにこ | 9 | 882 | 2.3 | 4 | 15.1 | 5.3 |
| ぎょうざ | 10 | 812 | 2.1 | 17 | 3.3 | 1.2 |

資料) 仙台市経済局

仙台中央卸売市場水産部における出荷地別取扱高順位 (平成18年1月から12月)

| 鮮魚 | | | | | | |
|-------|------|---------|--------|------|---------|--------|
| 品目 | 数量順位 | 数量 (トン) | 比率 (%) | 金額順位 | 金額 (億円) | 比率 (%) |
| 宮城県 | 1 | 11,701 | 28.3 | 1 | 82.2 | 25.7 |
| 北海道 | 2 | 6,242 | 15.1 | 2 | 46.1 | 14.4 |
| 東京都 | 3 | 3,561 | 8.6 | 3 | 42.7 | 13.3 |
| 福島県 | 4 | 2,980 | 7.2 | 6 | 16.2 | 5.1 |
| 千葉県 | 5 | 2,522 | 6.1 | 4 | 21.3 | 6.7 |
| 冷凍品 | | | | | | |
| 品目 | 数量順位 | 数量 (トン) | 比率 (%) | 金額順位 | 金額 (億円) | 比率 (%) |
| 東京都 | 1 | 11,686 | 39.0 | 1 | 81.9 | 37.6 |
| 宮城県 | 2 | 10,695 | 35.7 | 2 | 76.4 | 35.1 |
| 北海道 | 3 | 2,152 | 7.2 | 3 | 15.7 | 7.2 |
| 静岡県 | 4 | 1,325 | 4.4 | 4 | 14.7 | 6.8 |
| 青森県 | 5 | 919 | 3.1 | 6 | 4.9 | 2.2 |
| 塩干加工品 | | | | | | |
| 品目 | 数量順位 | 数量 (トン) | 比率 (%) | 金額順位 | 金額 (億円) | 比率 (%) |
| 宮城県 | 1 | 14,556 | 37.2 | 1 | 93.8 | 33.1 |
| 東京都 | 2 | 6,006 | 15.3 | 2 | 52.6 | 18.6 |
| 北海道 | 3 | 3,837 | 9.8 | 3 | 32.6 | 11.5 |
| 茨城県 | 4 | 2,781 | 7.1 | 4 | 13.6 | 4.8 |
| 千葉県 | 5 | 1,952 | 5.0 | 6 | 12.7 | 4.5 |
| 全体 | | | | | | |
| 品目 | 数量順位 | 数量 (トン) | 比率 (%) | 金額順位 | 金額 (億円) | 比率 (%) |
| 宮城県 | 1 | 36,952 | 33.5 | 1 | 252.4 | 30.7 |
| 東京都 | 2 | 21,253 | 19.2 | 2 | 177.3 | 21.6 |
| 北海道 | 3 | 12,231 | 11.1 | 3 | 94.3 | 11.5 |
| 千葉県 | 4 | 4,852 | 4.4 | 4 | 36.6 | 4.5 |
| 福島県 | 5 | 4,821 | 4.4 | 7 | 27.6 | 3.4 |

資料) 仙台市経済局

平成18年1月～12月の取扱量および産地割合

| マイワシ:420トン | | カツオ:3328トン | | サバ:451トン | | マアジ:833トン | | サケ:1258トン | |
|-------------|-----|------------|-----|-------------|-----|------------|-----|--------------|-----|
| 千葉県 | 29% | 宮城県 | 40% | 宮城県 | 34% | 東京都 | 31% | 北海道 | 34% |
| 宮城県 | 26% | 福島県 | 33% | 千葉県 | 17% | 富山県 | 11% | 宮城県 | 24% |
| 茨城県 | 12% | 千葉県 | 8% | 静岡県 | 10% | 福岡県 | 7% | 東京都 | 17% |
| その他 | 33% | その他 | 19% | その他 | 39% | その他 | 51% | その他 | 25% |
| マグロ類:6388トン | | ハマチ:956トン | | カレイ類:1377トン | | サンマ:3588トン | | スルメイカ:2647トン | |
| 東京都 | 23% | 愛媛県 | 36% | 北海道 | 46% | 北海道 | 37% | 北海道 | 40% |
| 宮城県 | 16% | 東京都 | 25% | 福島県 | 30% | 宮城県 | 32% | 青森県 | 21% |
| 千葉県 | 16% | 三重県 | 13% | 宮城県 | 13% | 岩手県 | 19% | 富山県 | 9% |
| その他 | 45% | その他 | 26% | その他 | 11% | その他 | 12% | その他 | 30% |

資料) 仙台市経済局

5. 仙都魚類の事業と組織展開

1948（昭和23）年に設立された仙都魚類株式会社は、現在、資本金1億2000万円で、従業員数95名をかかえる企業へと成長した。「仙都グループ」とされている関連会社・子会社も多く、2008年3月末現在では、(株)大新、大和水産(株)、(株)みつわ、協和水産(株)、(株)天洋、(株)日新、(株)東配、仙都冷蔵(株)、(株)シーテック仙都、(株)仙都シーフーズ、仙都食品販売(株)、(株)鮪福、不二商事(株)、(株)生鮮システム開発の14社がある。

売上高については、ここ数年かばしくない。平成13年の428億円から平成18年には378億円にまで減少している。率としては、5年間で11.7%のマイナス幅となっている。なお、平成17年の売上高372億円についてとなるが、その内訳をみると、仲卸業者向けが203億円(55%)、売買参加者向けが63億円(17%)、その他転送が106億円(28%)となっている。

ところで仙都魚類は、自らが中心となって中央ならびに地方卸売業者で組織された「東北水産物流システム事業協同組合」（いわゆる「8社会」）を設立するなど、物流ネットワークの構築に古くから関心を持っていた。現在は、8社（仙都魚類、郡山水産、メフレ、弘前丸魚、山形丸魚、山形中央水産、いわき魚類、青森魚類）の内4社（仙都魚類、弘前丸魚、山形丸魚、いわき魚類）がネットワークで結ばれており、将来は残りの4社も加えたシステムで共同仕入体制を完成させたいとしている。また、先にあげた関連会社14社をむすぶEDI（Electronic Data Interchange）システムを構築して、関連会社のシーテック仙都にこのシステム業務を一元的に管理・運営させている。

関連会社のネットワーク化と並行して、関連会社それぞれの役割分担も明確にして、内部での住み分けを図ろうとしている。例えば、グループの仲卸6社には、それぞれの役割を担わせて、競合関係にならないような配慮が為されている。すなわち、大新＝業務用、大和水産＝中小量販店、みつわ＝中小量販店、協和水産＝大手量販店、天洋＝県外業務用とすることで、バランスをとっている。ただし現在、業務用事業では利益がでているものの、量販店対応では利益がだせていない。量販店対応で利益がでているのは、全国的にも名古屋圏だけであり、東北圏でこれを実現するのは困難となっているようだ。なお、業務用・量販店ともに仲卸2社体制となっているのは、取引先のライバル関係を考慮してのことであり、実質的な住み分け体制ができあがっている。そのため、経営資源の集中や関連会社のスリム化といった経営の合理化が求められるなかでも、仲卸については今後も当面、合併させる予定はないという。

最近の事業展開動向としては、積極的な「産地への進出」が指摘できる。例えば、釧路加工業者である海鮮工房に33%の出資をおこない、サケ・スケソウの一次加工品を原料として販売する事業を展開しているのはその一例といえる。またこの他には、産地での事業所設置にも関心をよせており、八戸に営業所を開設して販売事業を展開するようになっている。三陸地方（気仙沼など）には協力会社（取引先）を確保して、情報収集等に当たっている。こうした「産地

への進出」については、以下に詳述する仙台水産の事例でもみられる。

6. 仙台水産の事業と組織展開

株式会社仙台水産の設立は 1960（昭和 35）年にさかのぼる。設立時の資本金は 2000 万円であったが、以後増資を重ね、現在の資本金は 1 億 5000 万円となっている。平成 18 年現在の従業員数は 150 人となっているが、これにはグループ企業従業員数は含まれていない。そのグループ企業であるが、(株)丸水配送、(株)社仙台食品、(株)千代商産、(株)プライムフーズ、(株)イーネット、(株)仙水冷蔵、(株)仙台鮪販売、(株)中央水産花巻、(株)宮戸水産、(株)仙台宮水、(株)鈴力水産、(株)東海、東北鈴丸水産(株)、(株)大平水産、(株)松洋水産、(株)丸正水産、(株)栄進流通、(株)センスイ、(株)センスイフーズの全 19 社ある。

仙台水産の事業展開の特徴は、かかるグループ企業や系列仲卸などと、はやくから有機的連携関係を確立させたことにある。初期の取組みとしては、1971（昭和 46）年に系列の仲卸業者と共同出資して、協同組合仙台水産物需給調整センター（いわゆる「丸協センター」）を設立したことが知られている。さらに、1987 年 3 月には、物流センターを建設して配送業務の効率化を進めた。また 1995 年には、グループの物流機能を管理・強化するため、資本金 1,000 万円で(株)プライムフーズが設立されている。プライムフーズは、仙台水産が保有する物流センターならびに食品センター（量販店のバックヤード機能を肩代わりして、盛付けや値付け、ピッキング作業を実施する）を運営しており、東北 6 県に散在する取引先 18 社（約 600 テンポ）に商品を効率的に配送している。

近年の動向でとりわけ注目されるのが、効率的な流通経路の構築と、流通過程における時間的ロスならびに経費の削減を目指した EDI システムの導入である。EDI システムの開発と運営のために、新たに資本金 1,000 万円で(株)イーネットを設立し、仲卸との共同受発注や伝票レス化を実現した。伝票レス化には、NEC と共同開発した「せり音声入力システム」（2001 年に経済産業大臣賞を受賞）と「デジタルペン」が用いられている。現在は、これらシステムを複合利用することで、①生鮮 Web EDI システム、②物流管理システム、③日次決済システムの 3 システムを柱とする生鮮卸売市場総合情報システム『AMANES』が運用されている。はたして、受注業務の効率化が図られるだけでなく、運輸システム、冷蔵庫システム、情報システムのそれぞれをトータルに管理し、最適化を進めようとしている。現在では、岩手県・宮城県・福島県に点在する 4 つの物流センター、冷蔵庫、配送センター、中央卸売市場を有機的に結合することが可能となっている。

しかしながら前述したように、卸売市場を取り巻く環境が不安定となっているなか、仙台水産の売上高もまた不安定な状況にある。近年の動向をみると、平成 13 年には 516 億円あった売上高は、平成 17 年には 458 億円、平成 18 年には 464 億円と、500 億円台から転落した状況が続いている。平成 17 年の 458 億円の内訳は、仲卸業者向けの販売が 274 億円（60%）、売買参加者向けの販売が 102 億円（22%）、転送による販売が 82 億円（18%、花巻市場などへの転送）となっている。

物流システムの効率的な運営を目指す姿勢は、こうした売上規模縮小への危機感が反映しており、今後その取組みは一層の重要性を増していくことが考えられる。現在進行形の取組みとしては、利益率の向上を目指した、SCM（Supply Chain Management）活動の一環としての系列

仲卸業者（聞き取り調査時 8 社）を巻き込んだ組織再編の取り組みがある。仲卸と共同で利用する物流センターの設置はいうまでもなく、上述した（株）イーネットの『AMANES』を運用しての得意先量販店 27 企業（約 730 店舗）との連携が図られている。これは、大手スーパー等、市場外流通への対応であり、仙台水産を中核に据えた対抗といえる。

ネットワークの構築による対抗の他に、これまで蓄積してきたノウハウに根拠を持つ対抗策も準備が整えられつつある。なかでも、大手が加工センターの設置を軸に市場外流通を拡大させようとしていることへの対抗策は、着実にとられている印象を受ける。すなわち、2007 年に相次いでとられた、産地を巻き込んだ鮮魚ならびに加工事業の展開による対抗である。2007 年 6 月には宮戸水産（奥松島）を買収（2,700 万円）し、ギフト用のシジミ・ハマグリ・ワカメ・カキを贈答用などにパッキングする事業を開始している。贈答向け商品を積極的に投入することで、新規需要の掘り起こしを図ろうとしている。宮戸水産の買収では、同社を通じたネット販売を本格化させたいとの意向も働いたという。つづく 2007 年 9 月には、子会社仲卸 2 社の加工部門を合併させてセンスイフーズを設立させた。ここでは、ホッケ・アカウオの干物を製造して、スーパーや居酒屋への販売を予定している。さらには、今後新設を予定している工場では焼き魚や煮物といった惣菜品の開発・製造をおこない、惣菜事業をグループの中核事業に成長させようとする計画も始動している。

これら、大手への対抗策としてとられている浜を巻き込んだ鮮魚確保および加工事業の展開は、仙台水産の事例でも確認した「産地への進出」の一形態といえる。仙台水産では、かかる「産地への進出」を、加工事業の強化のみを目的とした事業とは位置づけていない。仙台水産は、札幌、石巻、郡山、大間のそれぞれに連絡所・営業所を設置して、情報収集に当たらせている。これには、浜とのつながりを強化して鮮魚に強みを持ちたいとの経営判断があったという。「鮮魚強化」「鮮魚中心」「産直流通」をキーワードにした鮮魚関連の取り組みは、取締役会でも承認されている全社あげての取り組みとなっている。大手の動きを傍観するのではなく、卸売として蓄積したノウハウを活用して、積極的な経営を志向しているといえる。

7. 仙台水産にみる「産地への進出」

仙台水産では、物流センターの開設、EDI システムの導入に引き続き、産地への進出を事業展開の柱としている。それは、ここ 10 年ほどの事業概要を以下の年表で一瞥するとより明確になる。

| | |
|------------|--|
| 1997 年 3 月 | 仙台水産物流センター増改築（延床面積 1300 m ² から 2100 m ² へ） |
| 1998 年 4 月 | （株）イーネット設立 |
| 2001 年 3 月 | せり音声入力システム本格稼動 |
| 2003 年 7 月 | 石巻連絡所開設 |
| 2005 年 3 月 | 大間連絡所開設 |
| 2007 年 6 月 | 宮戸水産（奥松島）の買収 |

この他にも、産地ではないが、札幌連絡所（2003 年 4 月）と郡山営業所（2004 年 10 月に連絡所として開設し 2005 年 11 月に営業所に転換）を設置して広域的な活動を展開している。大間連絡所と札幌連絡所では、情報収集だけでなく買付け業務もおこなっている。大間に連絡所

を開設したのは、青森市場が「産地市場化」しているとの判断に基づいているとのことである。

さて、前述したように、宮戸水産を買収したことによって、加工事業の強化と産地への進出という2軸を強化したこととなった仙台水産であるが、ここでは宮戸水産の事業概要を確認して、かかる経営戦略の実態を掘り下げてみたい。

宮戸水産は、1995（平成7）年に創業し、当時から仙台水産の資本を30%受け入れていた。ピークには10億円前後の売上があったが、利益率は創業時から低迷したままであったので、純利益を計上することは多くなかった。こうした状況を受けて、2007年6月に仙台水産の100%子会社となり、再生を図ることとなった。仙台水産は、買収以後、おおよそ1,000万円を投入して事務所や製造機械等の更新を実施するとともに、従業員の待遇改善を図った。すなわち、従業員の大多数を占めるパート従業員（役員を含む全従業員21名のうちパートは16名）の賃金（時給）をあげ、ボーナスを支給するとともに、社会保険（医療保険や雇用保険）への加入を義務づけ、従業員の士気向上を目指した。また、こうした取り組みと並行して、就業規則や退職金規定を整備して会社組織としての体裁を整えた。

当然、仙台水産の安全対策室が関与しての衛生管理体制の再構築や、未利用資源を用いた新商品の開発も鋭意進められた。未利用資源の開発では、これまで大部分が利用されてこなかった赤皿貝をボイルして味付けする新商品を開発して、宿泊施設におろすまでの実績をあげている。この赤皿貝は、漁家から直接キロ単価100円あまりで購入して、歩留まり20%で200円ほどで販売しているという。はたして、こうした取り組みを重ねた結果、買収から半期で黒字化の目処がたっている。なお、最近の売上高は5.5億円ほどで、その内訳はホタテ関係が7割、アサリ関係が1.5割、カキ関係1割、シジミ関係0.2割、その他0.3割となっているとのことであった。

宮戸水産が仙台水産のグループに入ったことで、仕入形態や販売形態は幾ばくか変化した。仕入については、アサリの100%を仙台水産から購入するようになった（以前は山口や福岡の業者から購入）。これは、仙台水産が原材料の生産地が明確でない原料は使用しないという方針を打ち出したことにもとづいている。販売先も仙台水産の系列仲卸や、関係の深いスーパーなどが新たに増え、カキの100%を仙台水産経由で販売するようになっている。概括すると、仕入の3割ほどを仙台水産からの購入とし（カキ、ホタテについては宮城県漁連との随意契約取引）、販売の5割ほどを仙台水産経由となっている（仙台水産経由はホタテで2割、アサリで6割、シジミで8割）。

仙台水産が宮戸水産を通じて実施している事業は、一面では、産地を取り込んでの事業展開とみなせる。鮮魚の重視と、鮮魚を用いた加工品の販売推進は、浜との関係強化なくしては実現は困難となろう。その意味で、仙台水産の取り組みは理にかなっている。しかし、こうした理由以外にも、産地対応に積極的となる理由があるという。すなわち、昨今の「資源不足」に対する危機感だという。水産卸売が果たすべき責任として、食料の安定供給を考慮したとき、産地への進出は外すことのできない選択肢になっている。

8. まとめ

仙台市中央卸売市場の動向を、主に仙台水産における産地進出の取組みを中心としてみてきた。ここでは、今一度、その取組みを概観して、消費地卸売市場の機能がいかなる方向で変化しようとしているのかをまとめることとする。

まず、産地に連絡所や事業所を相次いで開設している仙都魚類と仙台水産の姿からは、地方とのつながりや未利用資源の発掘、情報の収集、生鮮魚介類（それを用いた加工品）販売のそれぞれを重視しようとしていることが如実に反映したものと理解できた。言い換えれば、仙台市場は、産地の変化にすばやく対応する「産地対応型消費地市場」として変化しようとしているとみることが可能なように感じた。

ただ、こうした取り組みには、産地の買受人との関係構築など課題も少なからずあろう。例えば、消費地卸売市場が産地卸売市場化して生き残りを図ろうとすることに対しては、近郊に産地をもつ消費地市場は、その産地の卸売市場の機能を包摂していかなければならないが、それには抵抗もある。また、産地との関係を構築するには、なにかしらの制度を構築すればよいわけではなく、ここにも難しさはある。「産地対応型」を実現するためには切り札はなく、その土地、その地域に固有の特質に対応しようとする丁寧な取り組みが不可欠となろう。その第一歩として、仙台水産が宮戸水産をグループ化したとすれば、それは理解できる。聞き取りでは、宮戸水産の自由度を確保しつつ、衛生対策や会社組織の強化を図ろうとしている姿がみられた。立場の違いを認めたとえでのグループ化は、仙台水産があえて選択した産地対応の“所作”ともいえる。

かかる内的要因ともいえる理由のほか、外的要因から産地対応を迫られているという側面も確認できた。すなわち、食料資源の争奪が今まさに始まろうとしている現在、水産物の安定供給・安定流通に責任を負う水産卸売としては、産地との関係強化は至上命題となっている。足元の産地（地元宮城県の浜）との関係強化は当然のことながら、海外との繋がりも強化して未利用資源の発掘・開発も進めなければならない。この点で、産地対応型の「産地」概念と、産地対応の重要性が今後も重みを増すことが予想される。

ところで、昨今拡大が問題視されている市場外流通の動向に対しては、仙都魚類ならびに仙台水産双方とも、楽観的ともとれる姿勢がみてとれた。確かに、量として市場外流通は増加しているとみられるが、卸売業者には、「生鮮品の特質をまだ理解していない」、「簡単には利益を出せない」、「浜・産地には大手の参入余地はない」との考えが基底にある。いうならば、これまで蓄積してきた生鮮品を扱うノウハウを、今後の事業維持・拡大に利用できるかどうか卸売業者の課題（戦略）となっていることを示しているように思われる。

いずれにしても、アキレス腱ともなり得る資源問題を伏在させた状況において、水産卸売のとるべき戦略として、産地対応は優先順位の上位に顔をだす。仙台市場の水産卸売2社が、くしくも同様の方向性をとろうとしていることは、それを端的にあらわしている。しかしながら、仙台市場でそれが強く志向される背景については、十分に把握できていない。今後、産地対応型の消費地市場が仙台に確立するかとあわせて追跡していきたい。

Ⅶ. 旭川地域を取り巻く地方卸売市場の動きについて

財団法人魚価安定基金業務部総括 佃 朋 紀

はじめに

旭川市は、約 38 万人の人口を抱えた、北海道で札幌に次ぐ都市であり、北北海道の中核都市として位置づけられるとともに、道東、道北の商業流通の拠点都市ともなっている。したがって、道東、道北地域における水産物流通においても旭川の地方卸売市場である 2 市場は重要な機能を果たしており、札幌市中央卸売市場とはまた異なる機能を有している。

また、地方卸売市場という位置づけにありながらその動きは活発であり、一つの新たな地方卸売市場の方向性を示唆しているものと思われる。

こうした状況を踏まえ、北海道における水産物流通について、旭川の地方卸売市場の視点から調査をすることとした。

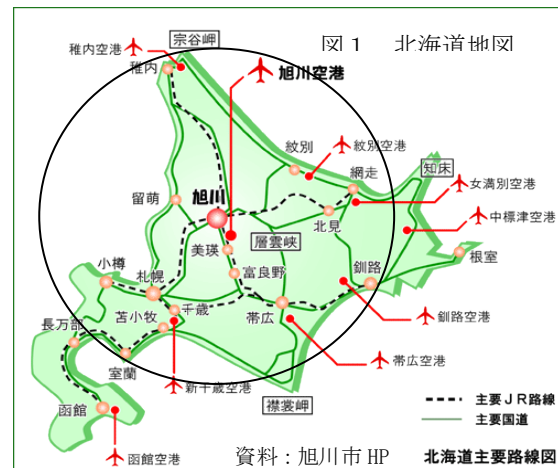
1. 旭川の地方卸売市場の現状と取り巻く状況について

(1) 旭川の地理的特徴と物流について

図 1 に見るように、旭川市は北海道のほぼ中心部に位置しており、道南（函館地区）や道東（根室地区）などの一部のエリアを除き、半径約 250km の同心円の中に含まれていることがわかる。このため、北海道のへソとも言われており、旭川は北海道における集荷、配送の拠点として位置づけられていることは、納得できることである。

一方、札幌市は、北海道の西部に位置しており、集荷、配送面においては北海道内全域をカバーすることは難しいことから、旭川がその地域特性を踏まえ、道内における物流拠点としての優位性が存在しているのである。

こうしたことから、旭川の両荷受けとも、直接集荷は函館地区を除き、ほぼ北海道全域から実施されている。時間的には、日本海やオホーツクの各産地は、約 2 時間程度の距離にあり、集荷面で最も遠隔地なのは根室地区で、約 6 時間の距離にあるといわれている。なお、函館地域は、根室地区に比べても遠隔地になるが、物流的にも札幌を中継地として集荷した方が効率的であることから、札幌経由の物流体制が取られている。



(2) マーケットの特徴

旭川は、35 万人の人口を抱えるとはいえ、平成 16 年消費実態調査<総務省>によれば旭川市の全世帯の年間の収入は 5,285 千円で、札幌市の年間の収入が 6,3391 千円となっている。また、全道平均の年間収入では 5,928 千円となっており、収入としては北海道の中でも 70 万円ほど低く、札幌よりも 125 万円ほど低くなっている。また、旭川の地場の賃金は、

道内でも 10 数番目であり、「ものの投げ場」として、昔の富山の菓売りが位置づけていたと言われていたように、物価が安く、それに見合う賃金という構造が旭川にはあるようだ。

このため、いわゆるスーパーなどでは均一商品のセールが定着し、常態化しており、最近では 77 円均一まで出現しているという。

魚種的な消費パターンは、北海道の各地で多少異なっており、旭川においてはマガレイ、クロガレイを食べる傾向にあり、オホーツクのタコが志向され、ケガニについても雄武産でないと売れないという特徴的な傾向がうかがえるようである。

(3) 集荷体制について

加工品については、その流通実態から、冷蔵庫の多い札幌市周辺に荷が集まるため、直接旭川に荷を集めるよりは札幌において必要な水産加工品をピックアップして取り寄せるパターンが中心となっている。

これに対して、鮮魚については、前述のようにほぼ全道の産地から旭川市場に集荷されている。ただ、函館地区においては、その物流ルート上に札幌市場が存在していることから、札幌市場を経由した集荷体制となっている。

なお、集荷に際しては、旭川の両市場とも系統、生産者からの直接の集荷はなく、産地買受人からの委託集荷がほとんどで、買取りはあまり行われていないとのことである。ただ、両市場とも、主たる販売先が量販店であるために、産地からの集荷に際しては量販店の受注に基づき発注されているのが現状で集荷リスクの分散もあり、1 産地 2、3 業者に発注しているとのことである。

最近の動きとしては、従来は産地買受人が仕立てた車により搬入され、原則 1 車単位での扱いとなっていたが、地域によっては 1 車に仕立てきれず、卸売業者の配送の車両を活用して集荷せざるを得ない状況になっている。その原因を考えると、産地における水揚量の減少もあるが、主因はむしろ、産地サイドにおける出荷に対する考え方の変化にあるようだ。つまり、旭川の両荷受けによる集荷競争というよりはむしろ旭川市場に比べ高値や大量処理が期待できる札幌市中央卸売市場や築地市場等の大都市卸売市場への出荷傾向が強くなっているということである。このため、集荷してきたものについては、発注以上にあっても引き取らざるを得ない状況もあるようだ。これは、産地サイドにおいても値崩れを承知の上でしている場合もあるようだ。

こうした産地の買受人の行動は、旭川の市場の価格形成力にかかわるウィークポイントをついたものであり、その度合いは最近においてより厳しいものとなりつつあり、具体的には産地サイドが旭川の両市場に対して指値の設定へという形につながっているのである。もちろん、その指値は旭川の両市場のキャパシティを考えた上で行われているもので、ある種旭川の両市場の合意のもとに行われているようである。このため、旭川の市場関係者の中には「荷主にとって力になり得ていない」という反省もあるようだ。

その一方で、前述のように、産地サイドにおいては旭川の両市場というのは、大量に水揚げされた時のチャンネルの一つとして位置づけ、最終的な出荷先との位置づけもあるようだ。というのは、本州は早く出荷せねば間に合わないために早めの出荷を行い、次いで札幌市場に、最後に旭川市場にという段取りで出荷されるため、こうした場合は産地も旭川のキャパ・オーバーについては、織り込み済みのこととなっている。

道外からの集荷としては、養殖魚については一部は商系を使っているものの、独自で開発している。

(4) 商 圏

① 範 囲

旭川の両市場の商圈については、北は稚内、東は網走、南は釧路、帯広、十勝、西は空知に及んでいる。こうした中で、両市場とも手法は異なるが、地域の拡大を果たしていることは確かなようである。たとえば、キョクイチにあつては、地方の卸売市場の経営が悪化する中で、士別や北見の魚菜市場を継承しているし、一印にあつては、量販店をターゲットとし商圈の拡大を図っている。こうした商圈の拡大競争の背景は、相互のライバル関係のほかに、三つほど上げられる。一つは、10年前までは、名寄や帯広の地方卸売市場との関係で暗黙のテリトリーが存在していたというが、スーパーマーケットの大型化、チェーン化により、こうした商圈が崩壊していったことがあげられる。

二つ目は、地理的な特性である。北海道の中央部に位置し、ロケーションとして各産地からの集荷がしやすい場所であったことである。

三つ目は、道路網の発達である。徐々に高速道路等、道路が整備され、たとえば根室まで6時間で済むようになったことがある。

② 商圈の特徴

旭川地域においては、北海道でも賃金が低いところとして知られ、「最後の投売りの場所」<富山の菓売りの話>として、昔から位置づけられているようである。このため、所得に合わせた物価ということで、価格が道内の他の地区に比べ安いと言われている。たとえば、醤油では、帯広と旭川との価格差200円/本程度の差が日常的に存在しているとのことである。

(5) 取引の実態

取引の実態のうち、時間帯別の業務内容は次のとおりとなっている。

① 時間帯別業務内容

| | |
|-----------|---------------------|
| PM3時～ | EOS、FAXによる受注 |
| PM8時半 | 受注終了（時間制限できず） |
| PM8時～AM3時 | 浜からの入荷 逐次、抜き荷の開始 |
| AM1時半～ | 配送車出車 |
| AM3時半～4時 | 出勤 |
| AM7時 | セリ開始 |
| AM7時半～12時 | 取引終了（残荷の処理、浜への報告） |
| PM6時～ | 産地に、明日の集荷依頼 |

② 取引方法

鮮魚は、99%が相対であり、1%がセリとなっており、ほとんどは相対での取引となっている。セリの実施は、零細な小売業者に対するサービス業務の一環として行われているようであり、下げセリが基本となっている。セリの対象となっている商品は、量販店では扱わないような商品などであり、多くの場合は端物処理として有効にセリを活用している。

これに対して、塩干・冷凍品は、すべて相対取引にされているが、相対価格については、取引の時間に間に合わないために、札幌市中央卸売市場の価格を参考にすることはできない。

手数料は、7%としている。

③ 販売先

販売先については、鮮魚小売店は減少し、ほとんどが量販店となっている。ただ、道内では、アークス・グループ（ラルズ、福原等）、コープさっぽろ、イオンの3大量販店グループが存在しており、3社合わせて7000億円となっており、北海道の60%のシェアを占めている。このことから、販売を考える場合、どうしてもこうした量販店を抜きにしては考えられない状況となっている。

④ 営業所

営業所の設置理由としては、両市場とも二つ有しているようだ。一つは、塩干、加工品、冷凍品については、主たる販売先が量販店であり、チェーン化されているために、どうしても取引を行おうとすれば、本社のある札幌で対応せざるを得ないという切実な理由があるからである。そのために、札幌に営業所を置かざるを得ないのである。

一方、東京営業所については、両市場とも、ポジティブな発想の中で設置されている。つまり、情報収集先、品揃えの強化先、出荷先という位置づけから開設している。特に、北海道という狭隘で限られたマーケットにおける競争は、過当競争をもたらすことから、取扱の増加を考えると、どうしても道外にそのマーケットを依存せねばならないのである。

⑤ 相場

相場的には、札幌市中央卸売市場と比べ安い傾向にあるものの、札幌市中央卸売市場や築地市場は、相場の乱高下が激しく、大都市ほどその差は大きい。旭川の場合は相場の乱高下は比較的少ないと言われている。このため、産地サイドも、そうした旭川の相場特性を理解した上で、出荷している場合もあるようだ。

(6) 配送

配送については、次のようなになっている。

① 物流業者

キョクイチ：KLCキョクイチ（子会社）

一印：自社便

② ルート

稚内方面<3時間半~4時間>、帯広方面(2時間半~3時間)<中継し、釧路(5時間以上)へ>、北見方面、空知方面の4ルート

③ 負担

卸売業者負担。(販売価格に含む)

両市場のこうした配送の状況と、量販店との取引先が主体であることを考え合わせると、取引先の量販店の、いわゆる配送センター的な機能を担っていることが判る。特に、鮮魚関係に関しては、どうしても札幌市場中心ではなく、集荷、出荷の拠点としての旭川の地理的優位性が存在しているわけである。

(7) 小売の実態

旭川地域の小売りの状況をみると、過当競争の実態にあると言われる。というのは、旭川市内に、コープ11店、ラルズ10店、ホクレンショップ等があるからである。

一方で、前述したように、旭川は道内でも所得が少ないと言われる中で、安い価格で流通していることは間違いないようである。これは、小売店そのものが、そうした旭川の諸費特性を踏まえ、価格訴求型の販売を展開していることから理解出来るところである。このため、関係者によれば旭川の小売店の特徴を現わすものとしては、均一セールがあるという。100円均一セールなどが頻繁に行われており、最近では77円均一セールまでも出現したという。こうしたものは、土、日に行われているわけである。

しかし、その一方で、火~金曜日の売り上げ作りに苦勞している状況にあるという。

2. 両市場の課題と今後の戦略について

(1) 課題

地域の卸売市場として考えると、旭川だけではマーケットが縮小し、取扱数量も減少している状況にある。取扱量の維持、拡大を狙うには、どうしてもマーケットの拡大が必要になってくる。そうした対応は、すでに10年ほど前から始まっており、既存の市場である名寄や帯広の市場との棲み分けに関しても、量販店の大型化によって一挙に堰を切ったように崩れることとなったのである。その結果、札幌市中央卸売市場は別として、その他の地方卸売市場においてはどうしても取扱の減少につながってきたのである。

その一方で、北海道の人口は札幌集中型とされ、その他の地域をマーケットとしている旭川の両市場にあっては、当然ながら販売に関しても限界が見えてくることとなる。このため、これまで、旭川という地域から、全道へというマーケットの開拓を行ってきたが、さらに道外進出へとその歩みを進めざるを得なくなってきたのである。

次の課題として、既に量販店中心とする販売になり、発注量も多く、前日の受注により価格を前もって決める必要がある。このために、価格も「旭川相場」で仕切っていくことが求められるのである。それでなければ、量販店にとって旭川の市場に依存する必要性が薄くなるからである。

さらなる課題として、塩干、冷凍品に関しては、量販店の構造変化、つまり次第に再編が進み、チェーン化、大型化してきたことにより、本社(札幌)を中心とした仕入れに変化し

てきており、旭川市場の役割が徐々に喪失してきているのである。それに伴い、両市場はどうしても札幌での対応に迫られているのである。その上に、札幌においてはメーカーの営業所等も存在していることから、中間流通を削除してコストを削減するという意味から、メーカー直納型の仕入れが志向されているのである。そこに、入り込むことが両市場にとって可能かどうかという、難しい面があるはずである。

また、産地に対しても、大きな課題を抱えている。産地では、最近の傾向として、高価格が期待できることから、直接、東京などの大消費地の中央卸売市場に出荷する傾向が強くなっており、地元の消費地市場を従来とは異なり軽視する傾向が強くなっている。当然ながら、両市場とも本州市場との価格差が存在しており、荷主にとって力になりえてない面も実感しているようである。

(2) 戦略

前述の課題を解決するためには、どのような戦略を取っているかということである。当然ながら、今後の取引は量販店との取引が中心になることが明確であることから、量販店との取引を中心としたシステムを構築していく必要があるわけで、そのための組織づくりが戦術として必要となってくるのである。こうした戦術は、一印にあっては、10年前から対応しているところである。

すでに、両市場にあっては配送センター的な機能を備えることによって、量販店に対するサービスの一環として、仕入れに関するインセンティブを量販店に与えているのである。しかし、相互の競争によって、ある程度の水準を維持することとなり、有意な差がなくなってくることによって次なる手段が必要となってくるわけである。そこで、量販店にとって失われてきた機能を補完することが次なる戦略として生じてきたのである。それは、これまでタブー視され、量販店の固有のものとして確立してきたマーチャンダイジングである。量販店においては、売上の低迷という形で、マーチャンダイジングの課題を抱えてきた中では、新たな視点からのマーチャンダイジングが必要とされるようになってきたのである。そこに、新たなレーゾンデートルを見出し、積極的な小売り支援を行うことによって、販路の確保、拡大を図ろうとする戦略があるようだ。

これに対して、産地に対してはどうかという、力のある戦略的荷主とのジョイントにより、商品開発を行い、道外のエンドユーザーを攻めていくことが重要な戦略となるという。つまり、荷受けという機能（金融機能や流通機能）を利用して、マーケットの広い道外の市場へと展開することによって、取扱の増大を狙うことになる。旭川という地域が、産地であるか、消費地かという議論よりは、仕入れている産地のニーズとして、より高価格が期待できる東京などの消費地市場への出荷があり、それに応えることを考えた方が、取扱の増加、産地に対する信頼につながるものであり、旭川市場における新たな機能となると考えているように思われる。

キョクイチでは、M&Aが展開されており、士別市場や北見市場、そして加工業者、配送業者等、11社あると言われるが、次々に子会社化してきている。ただ、現時点では、子会社化したものの、独立採算制であり、それぞれ独自に活動をしており、ホールディング・カンパニーとしての構想はまだ見られていない。ただ、いずれにしても、15社を束ねることは、ホールディング・カンパニーとして将来的に連携していくことは想定されているはずで

ある。グループ化を図りながら連携した取り扱い体制を構築することは、地方の荷受けとしての生き残り戦術のひとつといえるのではないか。こうした事例は、すでに株式会社うおいにみられるものである。

3. 旭川に見る新たな地方卸売市場について

旭川というロケーションは、まさに北海道のへそに相当しており、物流面で全道を対象とすれば最も良いところといえる。この地の利は、かつて、旭川の市場が地元の小売業者や量販店を中心に販売していたときは、集荷面でのものであったが、量販店が力をつけ、さらに再編し、大型化、チェーン化したことによって、配送面での地の利も生じていることも確かである。

ただ、量販店の再編は、札幌市場を中心にした仕入れ体制の確立を伴っており、その結果として、これまでの旭川を拠点とした商流・物流が難しいものとなってきた。そうした中で、札幌営業所の開設は当然のことであろう。このデメリットは、配送という地の利で十分打ち消すことのできるものであり、北海道という広い範囲を網羅するための配送に悩む大型の量販店においては、札幌市場の活用もあるが、旭川市場の活用も十分なメリットをもたらしているように思われてならない。

これまで、単に、札幌市場のマーケットの拡大と旭川の地方卸売市場の荷受のマーケットの死守という形でとらえがちである北海道の水産物流通は、その本質を大きく変え、物流という切り口から、旭川のレーゾンデートルがあるように思われる。とはいえ、それは鮮魚の流通であり、冷凍・加工品にあっては旭川の優位性は札幌市場よりあるとは言えないのが現状である。

また、旭川の両卸売業者においては、旭川のマーケットの縮小を念頭に置きながら戦略を組み、道内での新たなマーケットの拡大を図ってきているが、それとても将来の限界を意識しており、東京という巨大マーケットを念頭に置いた戦略を持ち始めている。ただ、そのやり方は、一印にあってはある程度明確なものとなりつつあるが、キョクイチの場合はM&Aにより築地市場の仲卸を傘下に入れたものの、具体的な戦略はまだ見られていない。ただ、キョクイチの場合、M&Aにおいて傘下に入れた企業が15社に及び、今後ホールディング・カンパニーの設立という形で連携がとられ始めるならば、単なる卸売市場の荷受けの機能を越えたものになるのではないかと思われる。むしろ、札幌市場においては、新たな脅威となる可能性は大ではないか。

一方、地方の卸売業者として消費地市場的な機能を果たしてはいるものの、今後の戦略の中では前述のように、産地との深いかかわりの中で新たな機能を模索し始めているわけである。それは、一言でいえば「産地市場的な機能」ということになる。つまり、これまで、消費地市場として位置づけられた市場ですら、今後の存立の糸口を考えると、この産地市場的な機能が必要となってきたのである。

このような点から、少なくとも生鮮水産物の流通においては、消費地市場の卸売業者も含めた新たな流通が起こり始めていると言えそうである。そこには産地市場における役割、機能を消費地市場が代替し始めているようにも思われる。

旭川の卸売会社の概要

(1) 一印旭川地方卸売市場

- ① 開設者及び卸売業者
株式会社一印旭川魚卸売市場
- ② 住所
旭川市流通団地 1 条 3 丁目
- ③ 資本金
88,708,000 円
- ④ 売上高
平成 15 年 146 億円
平成 16 年 141 億円
平成 17 年 141 億円
平成 18 年 142 億円
- ⑤ 取扱高内訳
鮮魚 42% 冷凍 26% 塩干 26%
その他 6% <食品センター (C & C) 分>
- ⑥ 子会社
有限会社賀古水産
- ⑦ 買受人
常時 40 名程度
登録数 1,000 名超
仲卸業者：1 社 (石山)
- ⑧ 歴史
明治 31 年 一印上川市場株式会社 創業
昭和 25 年 株式会社一印旭川魚菜卸売市場に社名変更
昭和 44 年 株式会社一印旭川魚卸売市場に社名変更
青果について、丸果に営業権譲渡
昭和 45 年 旭川流通団地に社屋新築移転
昭和 49 年 新市場棟完成、食品卸売センター開設
昭和 55 年 新冷蔵庫完成
昭和 62 年 札幌営業所開設
平成 04 年 加工センター完成
平成 08 年 低温配送センター完成
平成 15 年 (有)賀古水産を買収

(2) 旭一旭川地方卸売市場

- ① 開設者及び卸売業者
旭一株式会社キョクイチ
- ② 住所

旭川市流通団地 1 条 2 丁目

③ 資本金

100,000,000 円

④ 売上高

平成 14 年 341 億円

平成 15 年 333 億円

平成 16 年 308 億円

平成 17 年 310 億円 水産部門のみ

平成 18 年 337 億円

⑤ 取扱高内訳

鮮魚 30% 塩干・冷凍 24% 水産開発物 16% 輸入 15%

営業所扱分 15%

<青果 157 億円、食品 69 億円>

⑥ 子会社

旭一コールドセンター(株)、東冷蔵倉庫(株)、旭一フーズ(株)、キョクイチ食販(株)、(株)旭川市場センター、東藤和食品(株)、(株)マルキタ、ぐるめ食品(株)、津田石油商事(株)、築地の仲卸 2 社 (光洋、諏訪)、士別・北見の魚菜市场
M&A での企業買収。独立採算、独立販売 (グループ間の連携は目下ほとんどない)。

⑦ 買受人

仲卸業者 1 社 (マルカ)

⑧ 歴史

昭和 24 年 旭一旭川魚菜市场株式会社 創立

昭和 25 年 旭一旭川魚菜卸売市場株式会社に社名変更

昭和 42 年 東和食品(株)と共同でアラスカ海外事業に進出

昭和 43 年 旭川成果(株)の業務一切を継承

昭和 45 年 旭川流通団地に社屋新築移転

昭和 47 年 旭一旭川地方卸売市場株式会社に社名変更

昭和 47 年 東和食品(株) 設立

昭和 52 年 津田石油商事(株) 設立

昭和 56 年 (株)旭川市場センター 設立

昭和 59 年 旭一フーズ 設立

昭和 60 年 水産加工場の新設

昭和 62 年 東冷蔵倉庫(株) 設立

昭和 63 年 ぐるめ食品(株) 設立

平成 09 年 旭一コールドセンター 設立

平成 07 年 キョクイチ食販(株) 設立

平成 10 年 KLC 旭一物流センター竣工

平成 15 年 株式会社キョクイチに社名変更

平成 15 年 (株)マルキタ 設立

Ⅷ. 高松市中央卸売市場の動きについて

財団法人魚価安定基金業務部総括 佃 朋 紀

1. 概 要

(1) 市場概要

高松市中央卸売市場は、高松市が開設者となり、昭和 42 年 3 月に、全国第 25 番目の中央卸売市場として、青果部、鳥卵部、水産物部の業務がそれぞれ開始され、さらに同年 10 月に、加工水産物部の業務が開始された。

その後、昭和 56 年に現在の施設が完成し、昭和 60 年には全国で 9 番目の花き部が新設され、現在に至っている。

立地は、J R 高松駅の西側にあり、水産物棟の延べ床面積 11,731 m²、水産物北棟の延べ床面積 3,128 m²、加工水産物棟の延べ床面積 3,519 m²となっている。また、付属の施設として冷蔵庫棟があり、平屋建て一部 2 階建て 1,625 m²となっている。

高松市中央卸売市場の水産物及び加工水産物の取扱量と人口の動向を見たのが、図 1 で 3 ある。

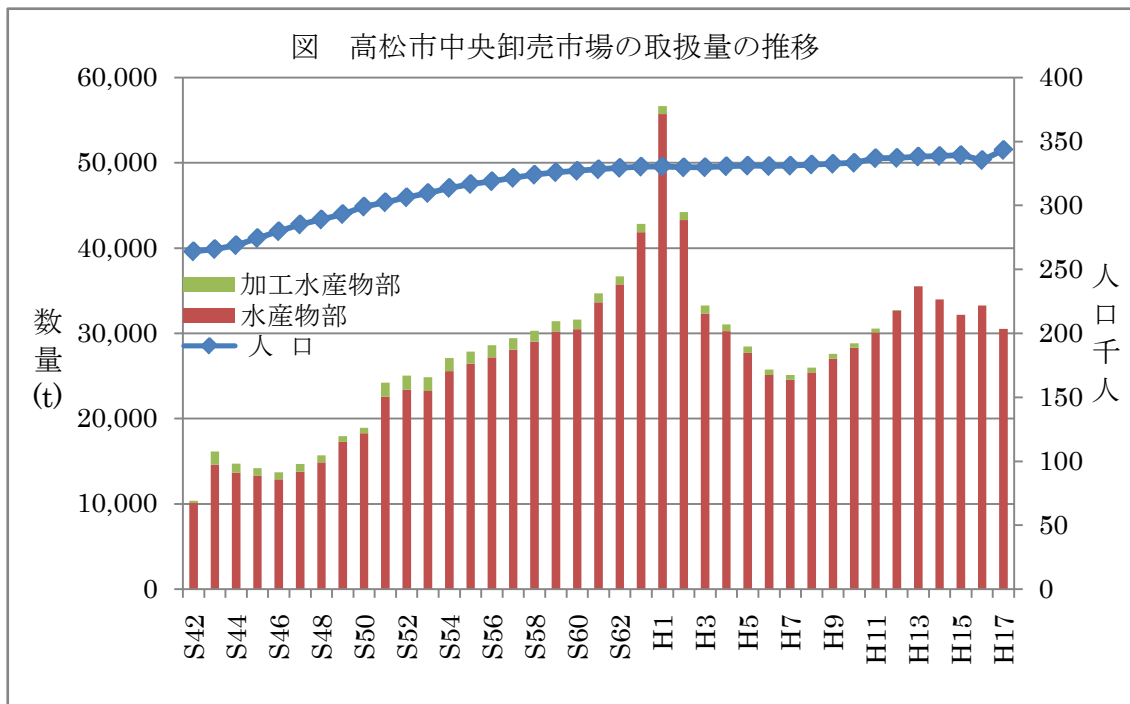


図 1 によると、平成元年までは右肩上がり水産物、加工水産物の取扱量が増加してきたものの、平成 2 年以降減少に転じ平成 7 年まで減少し、その後平成 13 年まで増加、平成 14 年以降また減少に転じている。

一方、人口については昭和 42 年以降は増加してきたが、近年に到っては停滞する傾向がみられる。このため、平成元年位までは人口の伸びと高松市中央卸売市場の取扱量の増加関連はあるようにも思われるが、平成 2 年以降については、高松市中央卸売市場の取扱量の変動と人口の動向とはほとんど無関係に推移しているとみて良いように思われる。

当市場には水産物を扱う卸売業者として、香川県魚市場株式会社、株式会社高松東魚市場の

2社がある。また、買受業者については表1のとおり、仲卸業者が16業者、売買参加者のうち高松鮮魚商業協同組合所属の業者が52業者、高松中央市場鮮魚協同組合所属の業者が53業者となっている。

表1 買受業者の業態別業者数と団体名

| | 法人 | 個人 | 買受団体名 | 代表者 |
|-------|----|----|-------------------------|------|
| 仲卸業者 | 14 | 2 | 高松市中央卸売市場 高松鮮魚仲卸協同組合 | 佐藤紀男 |
| 売買参加者 | 27 | 26 | 高松中央市場鮮魚協同組合 | 大山福美 |
| | 31 | 21 | 高松鮮魚商業協同組合 | 西原敏光 |

資料：平成19年度版「市場概要」高松市中央卸売市場

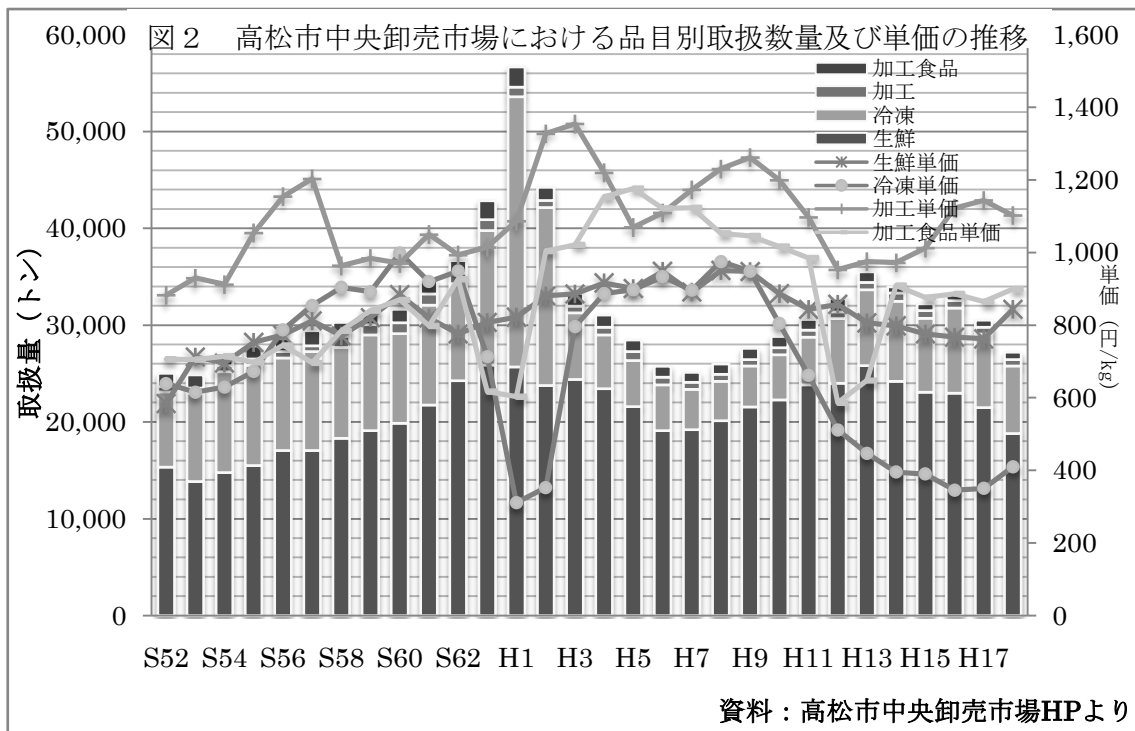
次に、高松市中央卸売市場の販売開始時刻については、相対取引開始時間が午前3時、せり売開始時刻が午前5時30分で、販売終了時刻についてはいずれの取引の場合も午前10時となっている。

代金回収については精算組合があり、1週間単位で支払いが行われている。

市場は、基本的に日曜、祭日は休市であり、その他に月に2度程度臨時休市がある。

(2) 取扱状況について

高松市中央卸売市場の取扱について具体的に見てみたのが、図2である。



生鮮については、昭和63年まで増加し、26千トン弱となったものの、平成2年以降平成6年にかけて減少、その後平成13年まで回復したものの、再び平成14年以降減少となり、平成18年には19千トンとなっている。価格については、平成8年の951円/kgを最高に、800

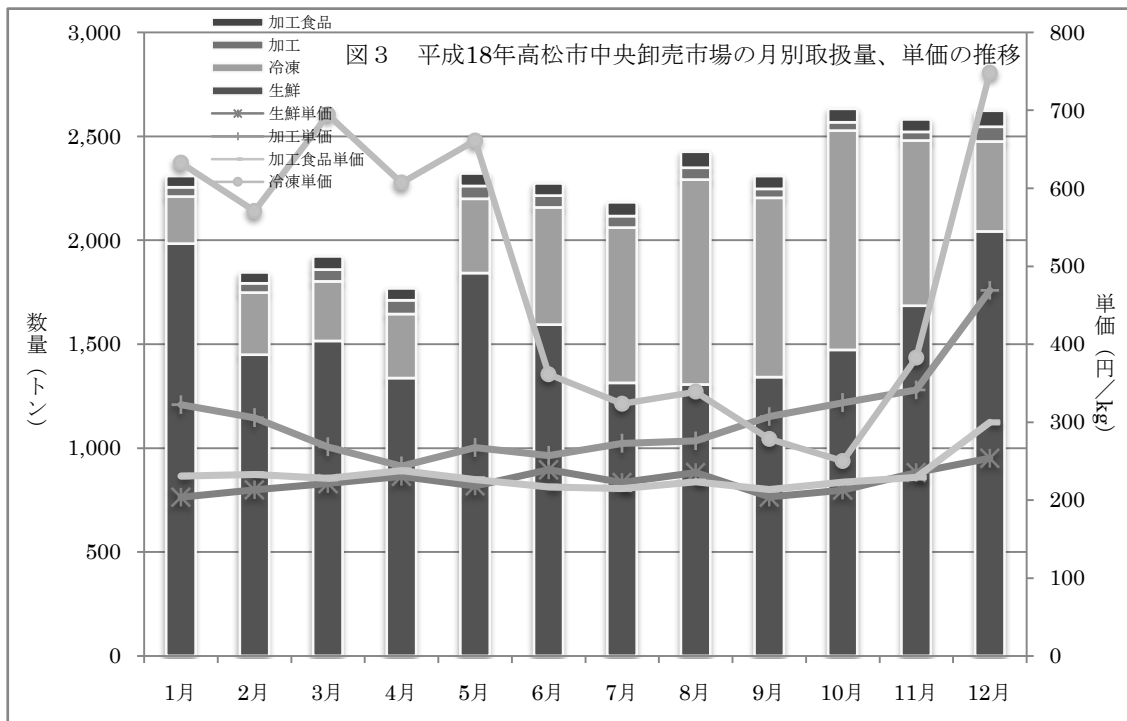
円/kg前後で推移している。

一方、冷凍の取扱数量については、平成元年に2千トンを超えたものの、平成2年以降減少し、平成18年においては739トンにまで減少している。なお、この冷凍については、高松市場の特徴でもあるが、昭和63年以降餌料向けのものが含まれている。価格は、平成8年に975円/kgになったものの、その後は減少して、平成18年には410円/kgとなっている。

加工については、昭和58年から平成元年まで取扱量が1千トンを超えていたものの、その後は減少、停滞し、平成18年には669トンとなっている。価格については、他の品目に比べて安定した動きとなっており、1000円/kg前後で推移している。

加工食品については、平成元年に2千トンに達したものの、その後徐々に減少し平成18年には739トンに減少している。また、価格は、平成3年に1327円/kgになったが、その後はほぼ1100円/kg前後で推移している。

平成18年の月別、品目別の取扱量及び単価の推移を見たのが図3である。



生鮮については、1月、5月、12月に取扱量は増加し、2千トン程度の取り扱いとなっている。これに対して冷凍品は、8月から11月にかけて取扱が増加しており、10月には1千トンになっている。これは、養殖餌料向けとしてこの時期に扱い数量が増えるためとみられる。

価格についてみると、生鮮についてはほぼ200円/kg台で年間推移しており、加工食品もほぼ同様の傾向となっている。これに対して、冷凍品については、12月から5月にかけて高めに推移しており、6月から11月にかけて300円/kg前後で推移している。これは、前述したとおり、主たる販売が、養殖餌料向けか、食用向けかに分かれていることからおこる現象と考えられる。加工については、年末にかけ徐々に上昇する傾向にあり、1759円/kgとなっている。

生鮮水産物の品目別取扱数量の順位を見たものが、表2である。これを見ると、養殖たいが16.8%を占め、はまちが14.9%を占めており、取り扱いの主力となっている。この養殖たいと

はまちはいずれも養殖物であり、合わせると実に約 1/3 ほどのウェイトを占めており、後述するところの冷凍水産物で餌料冷魚の取扱量の多さと関係しているものと思われる。次に扱が多いのは、あじが 5.4%、ぶり 4.7%、さば 4.2%であり、上位 5 品目を占めている。

冷凍水産物の品目別取扱数量の順位を見たものが表 3 である。これを見ると、冷凍水産物については、餌料冷魚が 68.9%と圧倒的なウェイトを占めており、次いで、あなご 3.8%、たこが 3.7%、かれい 1.6%と上位 5 品目を占めている。他の市場との違いの中で、特にはっきりしていることは、餌料向けの魚の取扱が冷凍魚の扱いの大半を占めていることである。これは、そもそも高松が魚類養殖地域にあることとの関連性が強いことから生ずることである。

表 3 平成18年品目別取扱数量順位表（冷凍水産物）

| 順位 | 品目名 | 数量 | 比率 |
|----|-------|-----------|-------|
| 1 | 餌料冷魚 | 4,766,791 | 68.9 |
| 2 | あなご | 261,400 | 3.8 |
| 3 | たこ | 268,770 | 3.7 |
| 4 | さけ | 194,830 | 2.8 |
| 5 | かれい | 108,104 | 1.6 |
| 6 | すり身 | 102,089 | 1.5 |
| 7 | さば | 73,993 | 1.1 |
| 8 | かに | 64,167 | 0.9 |
| 9 | 赤魚 | 27,654 | 0.4 |
| 10 | 貝 | 27,049 | 0.4 |
| 11 | さごし | 26,643 | 0.4 |
| 12 | 白焼うなぎ | 24,015 | 0.3 |
| 13 | しらすえび | 20,328 | 0.3 |
| 14 | メルルーサ | 19,424 | 0.3 |
| 15 | くじら | 17,934 | 0.3 |
| 16 | シルバー | 17,561 | 0.3 |
| 17 | するめいか | 13,048 | 0.2 |
| 18 | 足赤えび | 11,522 | 0.2 |
| 19 | きはだ | 11,267 | 0.2 |
| 20 | めばち | 11,076 | 0.2 |
| | その他 | 862,986 | 12.2 |
| | 合計 | 6,920,651 | 100.0 |

資料：高松市中央卸売市場HP

表 2 平成18年品目別取扱数量順位表（生鮮水産物）

| 順位 | 品目名 | 数量 | 比率 |
|----|-------|------------|-------|
| 1 | 養殖たい | 3,169,210 | 16.8 |
| 2 | はまち | 2,812,273 | 14.9 |
| 3 | あじ | 1,025,787 | 5.4 |
| 4 | ぶり | 895,475 | 4.7 |
| 5 | さば | 785,172 | 4.2 |
| 6 | とらふぐ | 782,298 | 4.1 |
| 7 | さわら | 599,780 | 3.2 |
| 8 | さんま | 556,125 | 2.9 |
| 9 | するめいか | 357,304 | 1.9 |
| 10 | いわし | 336,042 | 1.8 |
| 11 | さけ | 335,604 | 1.8 |
| 12 | かつお | 324,290 | 1.7 |
| 13 | かき | 316,890 | 1.7 |
| 14 | 天然たい | 252,537 | 1.3 |
| 15 | たこ | 242,943 | 1.3 |
| 16 | はぎ | 240,582 | 1.3 |
| 17 | あさり | 236,815 | 1.3 |
| 18 | すずき | 224,735 | 1.2 |
| 19 | さごし | 220,175 | 1.2 |
| 20 | かれい | 219,788 | 1.2 |
| | その他 | 4,948,266 | 26.1 |
| | 合計 | 18,882,091 | 100.0 |

資料：高松市中央卸売市場HP

表 4 平成18年品目別取扱数量順位表（加工水産物）

| 順位 | 品目名 | 数量 | 比率 |
|----|-------|---------|-------|
| 1 | 煮たこ | 110,999 | 17.4 |
| 2 | 塩さけ | 63,721 | 10.0 |
| 3 | 塩さば | 47,266 | 7.4 |
| 4 | 塩さんま | 24,212 | 3.8 |
| 5 | 塩たらこ | 19,566 | 3.1 |
| 6 | 塩かずのこ | 15,335 | 2.4 |
| 7 | 塩いわし | 14,580 | 2.3 |
| 8 | かえり | 4,471 | 0.7 |
| 9 | いかなご | 2,854 | 0.4 |
| 10 | てんぷら | 2,221 | 0.3 |
| 11 | いりこ | 1,187 | 0.2 |
| 12 | 丸干いわし | 520 | 0.1 |
| 13 | 丸干たれ | 300 | 0.0 |
| 14 | 干しするめ | 230 | 0.0 |
| 15 | 塩ます | 97 | 0.0 |
| 16 | ちりめん | 25 | 0.0 |
| 17 | | | |
| 18 | | | |
| 19 | | | |
| 20 | | | |
| | その他 | 329,756 | 51.9 |
| | 合計 | 637,340 | 100.0 |

資料：高松市中央卸売市場HP

表 5 産地別・取扱数量別順位（生鮮水産物）

| 順位 | 産地名 | 数量 | 比率 |
|----|-----|------------|-------|
| 1 | 香川 | 4,921,243 | 26.1 |
| 2 | 愛媛 | 4,190,129 | 22.2 |
| 3 | 高知 | 1,858,237 | 9.8 |
| 4 | 徳島 | 1,126,591 | 6.0 |
| 5 | 長崎 | 905,521 | 4.8 |
| 6 | 鹿児島 | 786,537 | 4.2 |
| 7 | 宮城 | 591,591 | 3.1 |
| 8 | 福岡 | 453,088 | 2.4 |
| 9 | 北海道 | 402,809 | 2.1 |
| 10 | 三重 | 363,219 | 1.9 |
| 11 | 京都 | 317,994 | 1.7 |
| 12 | 鳥取 | 284,961 | 1.5 |
| 13 | 兵庫 | 280,479 | 1.5 |
| 14 | 千葉 | 267,938 | 1.4 |
| 15 | 中国 | 257,861 | 1.4 |
| 16 | 広島 | 225,991 | 1.2 |
| 17 | 島根 | 168,088 | 0.9 |
| 18 | 岡山 | 150,719 | 0.8 |
| 19 | 山口 | 110,553 | 0.6 |
| 20 | 石川 | 99,081 | 0.5 |
| | その他 | 1,119,461 | 5.9 |
| | 合計 | 18,882,091 | 100.0 |

資料：高松市中央卸売市場HP

表 6 産地別・取扱数量別順位（冷凍水産物）

| 順位 | 産地名 | 数量 | 比率 |
|----|---------|-----------|-------|
| 1 | 福岡 | 2,110,773 | 30.5 |
| 2 | 香川 | 1,371,784 | 19.8 |
| 3 | 愛媛 | 591,433 | 8.5 |
| 4 | 三重 | 498,222 | 7.2 |
| 5 | 東京 | 281,372 | 4.1 |
| 6 | 大阪 | 264,205 | 3.8 |
| 7 | 千葉 | 229,366 | 3.3 |
| 8 | モーリタニア | 169,490 | 2.4 |
| 9 | チリ | 143,653 | 2.1 |
| 10 | 伊予 | 131,168 | 1.9 |
| 11 | アフリカ首長国 | 106,992 | 1.5 |
| 12 | 鳥取 | 98,922 | 1.4 |
| 13 | モロッコ | 84,570 | 1.2 |
| 14 | アラスカ | 65,225 | 0.9 |
| 15 | ベトナム | 59,319 | 0.9 |
| 16 | 中国 | 50,137 | 0.7 |
| 17 | カナダ | 46,941 | 0.7 |
| 18 | ノルウェー | 44,639 | 0.6 |
| 19 | 静岡 | 43,572 | 0.6 |
| 20 | 岡山 | 43,545 | 0.6 |
| | その他 | 485,323 | 7.3 |
| | 合計 | 6,920,651 | 100.0 |

資料：高松市中央卸売市場HP

表 7 産地別・取扱数量別順位（加工水産物）

| 順位 | 産地名 | 数量 | 比率 |
|----|--------|---------|-------|
| 1 | 香川 | 111,592 | 17.5 |
| 2 | 岡山 | 74,500 | 11.7 |
| 3 | 大阪 | 56,044 | 8.8 |
| 4 | 徳島 | 54,154 | 8.5 |
| 5 | 北海道 | 44,727 | 7.0 |
| 6 | 愛媛 | 42,775 | 6.7 |
| 7 | モーリタニア | 36,079 | 5.7 |
| 8 | 長崎 | 27,232 | 4.3 |
| 9 | 千葉 | 19,870 | 3.1 |
| 10 | 高知 | 19,513 | 3.1 |
| 11 | アメリカ | 18,577 | 2.9 |
| 12 | ノルウェー | 17,434 | 2.7 |
| 13 | 兵庫 | 15,449 | 2.4 |
| 14 | 東京 | 12,776 | 2.0 |
| 15 | カナダ | 12,729 | 2.0 |
| 16 | 中国 | 11,881 | 1.9 |
| 17 | 鳥取 | 9,780 | 1.5 |
| 18 | 山口 | 9,318 | 1.5 |
| 19 | 宮城 | 5,194 | 0.8 |
| 20 | ロシア | 4,948 | 0.8 |
| | その他 | 32,768 | 5.1 |
| | 合計 | 637,340 | 100.0 |

表 4 は、加工水産物の品目別の取扱順位を見たものである。表によれば、煮たこが 17.4%をしめ、次いで塩さけが 10.0%、塩さばが 7.4%、塩さんまが 3.8%、塩たらこが 3.1%を占め、上位 5 品目となっている。

表 5 は、生鮮水産物の産地別・取扱数量別順位を見たものである。これによれば、香川県のものが 26.1%、次いで愛媛県が 22.2%を占め主流の産地となっている。また、四国 4 県がいずれもベスト 5 に入っており、地元四国を中心にした集荷体制となっていることがわかる。

表 6 は、冷凍水産物の産地別・取扱数量別の順位を見たものである。福岡県が約 31%、次いで香川が約 20%となっている。一方、海外の産地もモーリタニア（2.4%）を筆頭にチリなど

が続いており、ウェイトも全体でも約 13%を占めている。供給先は国内産のみならず、海外にシフトしている点がうかがえる。

表 7 は、加工水産物の産地別・取扱数量の順位を見たものである。香川県内からの仕入れが約 18%を占め、次いで岡山県からのものが約 12%となっている。

2. 卸売業者別取扱概要

(1) 香川県魚市株式会社

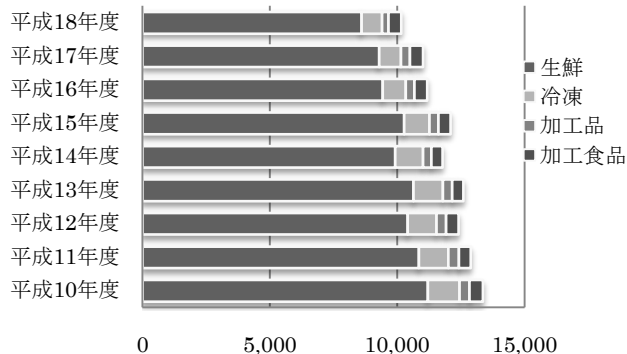
① 概要

資本金は、60 百万円であり、役員（常勤・非常勤込）は 11 名うち 5 名は非常勤で、従業員は、72 名となっている。

| | 生鮮 | | 冷凍 | | 加工品 | | 加工食品 | | 合計 | |
|--------|--------|-----------|-------|-----------|-----|---------|------|---------|--------|------------|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| 平成10年度 | 11,196 | 9,255,853 | 1,250 | 1,650,573 | 378 | 426,335 | 531 | 500,589 | 13,355 | 11,833,350 |
| 平成11年度 | 10,850 | 8,720,279 | 1,156 | 1,527,121 | 410 | 424,304 | 463 | 429,512 | 12,879 | 11,101,216 |
| 平成12年度 | 10,401 | 8,036,957 | 1,134 | 1,453,673 | 373 | 363,186 | 491 | 450,194 | 12,399 | 10,304,010 |
| 平成13年度 | 10,635 | 7,965,282 | 1,158 | 1,468,163 | 358 | 366,910 | 445 | 415,585 | 12,596 | 10,215,940 |
| 平成14年度 | 9,910 | 7,717,734 | 1,099 | 1,380,426 | 325 | 367,615 | 435 | 393,576 | 11,769 | 9,859,351 |
| 平成15年度 | 10,265 | 7,649,625 | 995 | 1,202,169 | 346 | 384,614 | 480 | 402,017 | 12,086 | 9,638,425 |
| 平成16年度 | 9,423 | 7,116,038 | 900 | 1,043,319 | 350 | 383,128 | 494 | 432,773 | 11,167 | 8,975,258 |
| 平成17年度 | 9,287 | 6,990,601 | 856 | 970,974 | 348 | 364,686 | 515 | 441,700 | 11,006 | 8,767,961 |
| 平成18年度 | 8,590 | 6,837,238 | 805 | 946,514 | 256 | 279,884 | 505 | 447,018 | 10,156 | 8,510,654 |

取扱の推移を見たのが表 8、図 4 である。図 4 を見ると、多少の増減はあるものの、減少傾向にあることは確かである。平成 18 年度においては、取扱数量とし約 10 千トン、金額にして 85.1 億円となっている。減少の理由と

図 4 香川県魚市場の種類別取扱数量の推移



しては、養殖関係の取引（餌料と成魚）がすべて委託で行われていたことから、リスクな取引となり、儲からなくなり撤退したこともあるようだ。

また、取扱種類別にみると、図からもわかるように生鮮ものの扱いウェイトが高く、平成 18 年の取扱数量 10,156 トンのうち 8,590 トンと、84.9%を占めている。

こうした鮮魚の扱いが多い理由としては、香川県魚市の歴史にある。というのは、かつて香川県魚市の前身である高松中央魚市場(株)に統合されるにあたり、卸売業者であった香川県漁連が持ち株を売却したものであり、その高松中央魚市場も現在の香川県魚市が引き継がれているのである。このため、漁連とのかかわりから地元の魚が集荷されていたのである。もちろん、現在の香川県魚市場も、香川県漁連が持ち株として最も多い 15%を占めていると言われ、今でも「地元の荷受け」として役割を担っている。

② 集 荷

前述のように、香川県魚市場は県内の鮮魚の取扱ウェイトが高いのが特徴であり、庵治漁協、牟礼漁協等においては漁協が共同出荷という形で、市場に直接搬入しているし、男木、女木及び地元の漁協においては組合員が直接香川県魚市場に水揚げしている。

なお、県外からの鮮魚の集荷については、取引契約を結び、取引がなされており、特に養殖魚や欲しい水産物については買い付け集荷を行っている。

支払いについては、基本的には現金払いであり、翌日払いが多いようだが、生産者から要求があれば当日の午後3時に支払うこともあるという。なお、冷凍品、加工品については、冷凍品・加工品は、月末締め翌月末払いとなっている。

ところで、香川県魚市場としての集荷の戦略は、地場に依存することにおいており、またそこに地方の中央卸売市場の荷受けとしての生き残りをかけていると言われる。その背景には、大型量販店の出店があり、その捉え方も「荷受けが1社増えた」としているのである。というのも、大型量販店においては、鮮魚類は別として、冷凍品、加工品については本社による大量一括仕入れ方式が定着しているからであり、このことが地方の市場取扱量の減少、そして経営の圧迫につながっているからである。

いずれにしても、現在は、集荷と販売が拮抗している状況にあると言われ、高松市場の鮮魚の取扱のキャパシティからすればバランスが取れているという。したがって、地元の魚の取り扱いをただ単に増やすことは、需給のバランスを崩すことになり、価格の低迷につながりかねないわけで、当然ながら取引の拡大も考えていかねばならないと考えている

③ 販 売

鮮魚のうち、地魚は委託集荷されており、その販売方法はセリにて行われている。ただし、一部先取りも行われている。

県外の鮮魚については、相対が半分以上あり、セリは30%程度を占めている。ただ、青物についてはすべてが相対取引となっており、また希望価格のあるものはすべて相対での取引としている。冷凍・加工品は、全量相対となっている。

香川県魚市場としての特徴の一つとして、地魚の価値を増大する取り組みを行っている。その背景には、香川県で水揚げされる魚は一度に多量に水揚げされるものではないものの、味については主観的ではあるが日本一美味しいという認識を持っているために、価値観を上げて、高級魚で販売していくという戦略を有しているからである。そうした取り組みの一環として、キンビールと共同で「楽しく香川を盛り上げ隊」を組織し、キリンの地域のイベントに際し冷凍品の加工、開発を行っている。開発の内容は、「一番良い魚を一番よい時期に冷凍したら意外に味が変わらなかった」ということで、急速冷凍をかけるというものである。もちろん、その際には香川県魚市場が委託加工を行うものであり、魚種はシタビラメについて行っている。今後は、メバルについても開発し、煮付けとして利用できるように、「いただきさん」の味付けを行おうとしている。ただ、こうした製品の販売先としては、どうしても消費の許容範

圏の狭い地元よりは消費の許容範囲の広い東京の方が消化が可能であるとして、戦略的に東京市場への参入を目指している。こうした販売は、「第三者販売」として位置づけている。

さらに、地元の小売店の復活を目指しており、このために地元小売店と連携して、チラシなどの情報を消費者に提供することなど考えているようである。その一環としてKに対して魚の提供でも協力をしており、ある種のリテールサポート的な発想も垣間見られる。こうした取り組みの背景には、地の魚の場合、水揚げも不安定で少ないこと、大型店では利益の確保が難しく、調理の職人も必要になることなどの理由から、取扱量は少なく、大型量販店の出店による地元小売店の減少による取扱減少への危機感があるようだ。どうしても、地の魚については、地元の小売店の販売力に依存せざるを得ない面を認識し、荷受けとして小売業者に対して積極的に販売力強化に協力することが消費の拡大につなげていくべきだとの考えがあるからだ。

こうした小売り支援のほかに、市場情報を積極的に流し、需要を喚起しようという取り組みも併せて行われている。現在、携帯を通じた情報の送付を行っている。2年ほど前までは1日100件程度のアクセスしかなかったが、ここに来て2000~3000件のアクセスに増えてきており、こうした情報の公開の効果が徐々にだが見れようとしている。今後、さらに情報提供の拡充を図るため、既存システムを活用して、店舗の販売情報などを流すことも考えているとのことである。

④ 戦略戦術

戦略戦術は、地魚を中心としたものであり、「地魚を増やすこと」、「高付加価値化」に焦点を当てている。その背景には、県外のものの扱いを増やしたところで、経営を維持していくことは困難とみていることがあり、「大型量販店の出店は、荷受けが1社増える」という認識があるからである。

したがって、地魚対策としては、地産地消的なものと、産地出荷基地としての東京、大阪への販売展開戦略である。後者の東京、大阪への販売展開に際しては、消費地サイドの特性があり、香川産のものは東京では流通が難しい面を有しているという。その理由としては、関西においては多種類少量流通の魚を手間暇をかけて販売することが一般的であるのに対して、関東においては大量流通型の魚を効率的に販売することが一般的であるからで、香川の魚は多種類少量流通の魚が主体であるからだ。こうした点は、今後の関東への販売においてネックとなるという認識を有している。

一方、前者の地産地消的なものであるが、香川の魚は、大量漁獲されないが、美味しい魚として、価値観を上げて販売するために、PR事業に主体者として積極的に参加し、地魚の消費を普及している。これは、地元小売業者の支援という位置づけであり、大手量販店に対してどうしても弱い立場にある地元の小売業者にとって、大手量販店の仕入れの弱点、言葉を変えると地元小売業者にとっての美点であり、唯一地元小売業者のツールとなりうるものという認識があるからである。したがって、卸売業者としても競争相手である大手量販店に対する対抗策として、魚屋の復活が主要な戦略戦術となっているのである。

(2) 株式会社高松東市場

① 概要

資本金は、18百万円であり、役員（常勤・非常勤込）は6名うち2名は非常勤で、従業員は52名となっている。

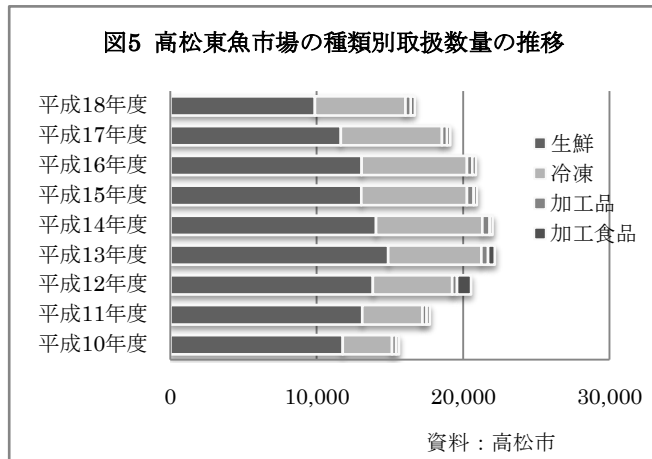
高松東市場の歴史的な経緯については、昭和22年、開設権を香川県知事より認可され、下関の手繰りものを貨車で入れ、練り製品を扱い始めたことに始まる。その後、中央卸売市場となり、仲卸から鮮魚の取扱いの要望があり、近海ものの鮮魚を扱い始めた。25年前から、県外からの集荷で力をつけ、県内の漁協との取引も開始している。

表9 高松東魚市場における種類別取扱の推移 単位：数量トン、金額千円

| | 生鮮 | | 冷凍 | | 加工品 | | 加工食品 | | 合計 | |
|--------|--------|------------|-------|-----------|-----|---------|------|---------|--------|------------|
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 |
| 平成10年度 | 11,753 | 10,704,765 | 3,382 | 2,014,021 | 280 | 316,563 | 196 | 141,382 | 15,611 | 13,176,731 |
| 平成11年度 | 13,085 | 11,659,085 | 4,124 | 1,701,685 | 288 | 298,064 | 213 | 145,699 | 17,710 | 13,804,533 |
| 平成12年度 | 13,819 | 12,702,546 | 5,429 | 2,004,098 | 317 | 280,786 | 961 | 277,563 | 20,526 | 15,264,993 |
| 平成13年度 | 14,872 | 12,113,860 | 6,354 | 1,881,203 | 468 | 422,752 | 465 | 256,508 | 22,159 | 14,674,323 |
| 平成14年度 | 14,032 | 11,301,323 | 7,274 | 1,884,370 | 495 | 458,195 | 196 | 179,371 | 21,997 | 13,823,259 |
| 平成15年度 | 13,038 | 10,430,152 | 7,209 | 1,800,209 | 454 | 424,188 | 233 | 223,601 | 20,934 | 12,878,150 |
| 平成16年度 | 13,049 | 10,257,016 | 7,197 | 1,866,835 | 374 | 464,009 | 232 | 214,012 | 20,852 | 12,801,872 |
| 平成17年度 | 11,628 | 9,005,184 | 6,917 | 1,734,268 | 337 | 424,374 | 235 | 204,594 | 19,117 | 11,368,420 |
| 平成18年度 | 9,847 | 8,985,516 | 6,194 | 1,955,877 | 373 | 440,886 | 267 | 229,505 | 16,681 | 11,611,784 |

現在の社長は、大手水産会社の出身者であり、系列の会に加入しているが、資本関係はないという。

高松東魚市場の取扱数量及び金額を見たものが表9及び図5である。平成13年に数量で22千トンを超えたものの、その後は場所に減少し、平成18年には約17千トンにまで減少している。



減少の主たる要因とみられるのは、鮮魚の取扱の減少で、平成13年に14.9千トンとピークであったのが、平成18年には9.8千トンにまで減少している。一方、冷凍魚は鮮魚に比べ落ち込みはしているものの、その割合は低くなっている。

こうした取り扱いを見ると、高松魚市場における取扱の特徴が、生鮮主体であるものの冷凍の取扱が多く、37%を占めている点があげられる。

② 集荷

集荷に際しては、県外からのものは、荷主との話の中で決められており、委託または買付けの2方法がとられている。これに対して、県内の鮮魚に関しては、全量委託の形となっている。こうした鮮魚の扱い9,847トンのうち、委託：買付の比率は1：3の割合となっている。

県外から集荷された荷物については、大阪市場または岡山市場を中継基地にして、毎日自便で各1台が集荷に向っている。なお、大阪市場経由の場合は、大阪魚市俵が荷割する形で分荷され、集荷されている。

養殖魚の扱いに関しては、他の商系と同様の取扱方を行っているという。いわゆる、商系の問屋の手法は、養殖漁家への餌の供給、養殖魚の販売、清算という形が一般的であることから、卸売業者といえども養殖魚の集荷に際しては同様の方法を取らざるを得なかったからだと考えらるべきであろう。こうした形で、各養殖魚を集荷するために、子会社（活魚車11台所有）が直接養殖業者を回り集荷しているのである。一方、こうした集荷で確保できない分については、商系からも購入している。なお、集荷された養殖魚は、高松市場には活魚槽が10数基あることから、一時この活魚槽に蓄養されることになる。

また、冷凍品は、全量買付となっている。

③ 販 売

販売方法については、鮮魚のうち地魚（県内産）については、セリにて販売されているが、指値があり、価格がその指値を下回る場合については、加工して県外へと出荷している。一方、県外物については、買い取りについては相対で行われており、委託の場合にも荷主の希望価格がある場合は相対で取引している。

養殖魚については、かなりの部分を大阪魚市、大京魚類、神港魚類、奈良、明石東部、姫路などに荷主として出荷している。ただ、名古屋、東京へは出荷していないと言われ、その理由は、1車（一人）で毎日配送できる場所に限定しているためだということである。

冷凍・加工品は、全量相対で行われている。また、養殖魚の餌についても、前述したように、商系と同様であり、餌についても販売している。ただ、養殖魚の餌の販売は、かつて大手水産会社の依頼があり販売を行った経緯によるもので、それが現在でも継続しているということである。

この他に、加工センターを有し、惣菜や病院給食向けなどの加工も行っている。ただ、販売については仲卸経由で行われている。

④ 戦略戦術

県外の販売にも重点が置かれているが、その根底にあるのは、養殖魚の販売がある。これは、水産物の消費がグローバル化する中で、養殖魚を大事にする必要があるとの認識が強く、安心・安全（トレサビ）、餌の分析などを行い、大手量販店（イオン、イズミなどへ）販売を行っている。

こうした対応は、地元も大事だが、販路については外に向かって拡大する必要があることを物語っているわけで、裏を返せば、自分の浜によその人間が入ってくることを防ぐために、力をつけて価値あるものを外に出していくという戦略戦術が存在しているのである。

ただ、このような戦略戦術をとるにあたっては、当然ながら地方の消費地中央卸売市場の卸売業者としての苦悩があったはずで、その苦悩が仲卸の弱体化、地域におけ

る販売力の低下につながり、それが結果として卸売業者の弱体化を招いているというものであったのではないか。少なくとも、卸売業者は、市場との取扱の減少という視点においては、仲卸業者よりはグローバルな視点を有しているわけで、それが衰退する仲卸機能を補完する形で機能を強化することはやむを得ない面も多かろうと考える。そうした考えは、仲卸については配送に徹し、商談は荷受と取引先で、という分担で仲卸が生き残ることも必要というヒアリングの内容から、十分に窺い知ることができる。

なお、高松東魚市場が養殖魚においては関西市場が中心に動いていることを考えると、大阪市場の再編の動きに伴う影響が推測されるが、現在のところないと言われ、大阪の市場をうまく利用するという、いわゆる「大人の関係」が重要との認識があるようだ。ただ、大阪の市場再編に関しては、それほど大きな問題にはならないにしても、大手量販店の進出は、高松東魚市場においても一つの転機になりそうではある。

つまり、大手量販店の進出によって、冷凍品や加工品に関してはどうしても、大阪や広島など、大手量販店の本社の多い都市での取引が中心になってしまうことから、取引を考える場合、高松という市場立地主義的な考え方から、大手量販店の本社立地主義的な販売体制の構築に迫られるのである。今や、高松という都市を含めた、グローバルな販売体制の再編に迫られているようだ。

3. 高松市中央卸売市場について

改めて整理をすると、水産物については、高松市中央卸売市場は高松市が開設をし、香川県内に対する流通を目的としていることは、ゆるぎない事実である。しかし、さまざまな状況変化、特に小売り構造の変化、すなわち鮮魚小売店の減少、大手量販店の進出に伴い、市場の構造が変化してきているのである。それは取扱量の減少となって現われているわけで、卸売数量減少として前述してきたところである。

市場の構成員である仲卸業者においても、販売規模は1億～15億円であり、中心は2～3億円となっていて、取扱の減少がモチベーションの低下につながり、閉塞感に包まれ、意欲の低迷へと拍車がかかる傾向にあるようだ。そうした中で、他の市場と同様に、買参人の中にも、地域の中核的に量販店も加わり、さらに市場の弱点をビジネスチャンスとしてとらえるバッタ屋的な業者も出現するなど、負の連鎖をうかがわせる面も多い。

こうした中では、当然ながら、衰退していく仲卸、買参人の機能に対し、それを補完する機能がどうしても卸売業者にとって必要になってきているということである。加工機能を見るとはっきりしてくる。近年、仲卸の加工機能は、施設内での一次加工等が行われ、買受人へと単位を細かくして分荷されてきたのだが、その一次加工においては施設の老朽化による衛生管理上の問題が露呈してきているのである。今や、川下から求められている衛生管理に、市場施設では対応できなくなってきたのである。開設者による施設の再編も、資金面もあり難しい中では、仲卸がその機能を担うには資金的な余裕もない中では難しくなっているのである。このため、高松東魚市場が惣菜や病院給食向けなどに対して加工し、仲卸が販売しやすいようなものに仕上げ販売せねば、ますます地域のマーケットが狭まってくるという危機意識が強まり、取り組んだものではないかとかんがえる。

これに対して、香川県魚市においては、前述のように地魚を中心にした流通を考えているわ

けで、これも地域の流通の強化の一環と考えることができる。つまり、高松東魚市場とはスタイルは全く違うものの、地域のマーケットをいかに確保続けるかという戦略戦術においては同様のものとなっているのである。

いずれにしても、高松市中央卸売市場の衰退は、その中心的な存在である両卸売業者にとっては死活問題であり、いかに地域におけるレーゾンデートルを維持し続けるかということが最大の経営案件だといえる。そのためには、衰退する仲卸をどう強化し、大手量販店進出による水産物の県外依存度をどこまで抑えきれるのか、ここが課題となっているのではなかろうか。

ただ、もう一方で、高松東魚市場が行っているように、商社的な機能についても、高松市中央卸売市場の卸売業者としてというよりは、いち株式会社としての将来を考えるならば、多くある手法の中の一つではあるように思われる。こうした動きは、消費地市場として位置づけられている中央卸売市場の卸売業者の中にも生まれてきており、卸売業者の市場外流通の存在として注目される場所である。

いずれにしても、産地に近いところに存在する消費地中央卸売市場は、流通の仕組みができていなかった時期においては流通のグローバル化の先鞭的役割を果たしてきたわけであるが、全国流通の基盤が構築され、大型量販店や流通問屋という新たな全国流通の役割を担うものが出現したことによって、これまでの役割から新たな役割を見出さねばならない時期になってきたことは確かである。冷凍品、加工品というものが、今の中央卸売市場流通から無理やり取り上げられてきていることを考えると、生鮮水産物の流通というものが中央卸売市場の最後の砦となってきたことは確かなのである。

一方で、いわゆる産地市場が漁協、漁連の脆弱化等により機能が衰退し、存続の危機すらみられるところも多いことを考えると、産地に近い中央卸売市場の生き残りの道を考えると、産地機能の相互補完も重要になってきているのではないかと考える。

IX. 岡山県日生町における水産物の流通について

独立行政法人水産大学校講師

甫喜本 憲

本調査では、岡山県日生町における水産物の流通状況と、当地区の主幹漁業である養殖カキの流通における県漁連加工流通センターの実態把握、および問題点について検討した。

1. 日生町における水産物流通の概要

1) 漁業の概況

調査対象である日生町は、岡山県備前市にあり、本州側と瀬戸内海に浮かぶ日生諸島（鹿久居島、頭島、大多府島）から成り立っている。現在の日生町漁協は、平成15年に日生町の本土側と大多府島の組合員から構成される旧日生町漁協と、頭島と鹿久居島の組合員から構成される旧頭島漁協が合併してできたものである。合併に伴い、旧日生町漁協が本所となり、旧頭島漁協は支所の位置づけに変わった。

平成19年度現在での正組合員数は、本土側55人、頭島41人、大多府島9人、鹿久居島2人（計107人）。准組合員は、年間の操業日数が90日に満たない者で計71人いるが、漁家の妻や陸上作業、カキの種付け時に作用する者、施設の利用をする者、建網やカゴ網で年間10～20日程度操業するような高齢者（70～80才代）などがそれに当たる。

正組合員の年齢構成は、107人のうち60才以上が全体の6割をしめ、残りがほぼ50代であり、40代、20代が数人という構成である（平均年齢66才）。

主な着業のパターンは、カキ養殖を軸にして、小型底引網（5t未満）との兼業が50経営体、流し網との兼業が8経営体、小定置（壺網）との兼業が4経営体ある。年間の操業時期は、カキの種付けを4月下旬から行い、5月から9月下旬まで漁船漁業を挟み、10月から筏の移動、10月下旬から翌年3月31日までカキの収穫となる。

その他、漁船漁業の専業の形で、小型底引網が30経営体、小定置が7経営体、建網やカゴ縄が10経営体ある。また漁船漁業とノリ養殖との兼業も2経営体（親子が2組）ある。旧頭島漁協の組合員は、小型底引網の専業や建網・カゴ縄の着業で殆どを占める。

今から25年ほど前は、養殖カキの水揚げがよく、年間の水揚げが漁業の兼業収入も含め、平均3000～3500万円、よい時は5000万円の時もあった。そのため若年層のUターン、Iターンも多かった（現在、50才代の漁業者層はそのとき参入した者が多い）。しかし現在では、兼業含め2000万～2500万円、うちカキ養殖が1600～1700万円に低下しており、経費を引かれると殆ど残らないのではないかとされる。

一方、小型底引網や小型定置の専業は、そのような地元にカキ養殖が導入される以前から漁業を行っている60才代後半から70才代が中心になっている。いずれも年間水揚げ400～500万円程度で、経費が油代（180万円）、減価償却費（80万円）程度かかるため、年間所得は240万円程度と推測される。

2) 主要漁業の流通経路

当地区における主要な魚種の流通ルートについては、以下の通りである。

①養殖カキ

カキは陸揚後、漁業者が殻付き洗浄し、共同の作業場でむき身作業までを行う。その後、組合職員による検量を経て、岡山県漁連の設立した加工流通センターに全量を搬入する。その後、後述するように、流通センターで製品化されたものが全国に流通することになるが、その際の手数料として、漁協に対しては運賃及び包装費等に関する手数料として4%、委託加工手数料として岡山県漁連が2%を徴収することになる。また全体の一割に満たない量であるが、漁業者自身が殻付きの状態で、「五味の市」で販売することもある。

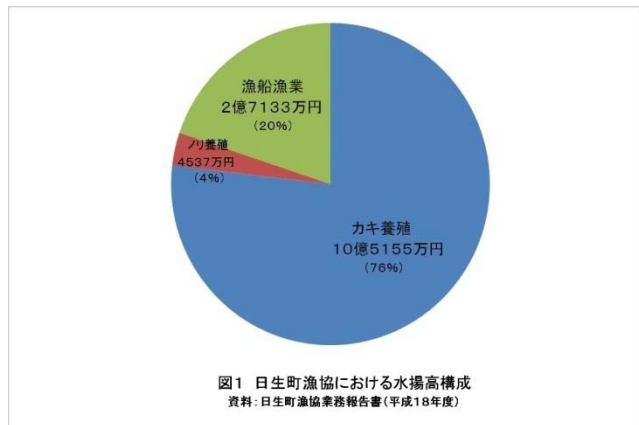
②養殖ノリ

養殖カキと同様、岡山県漁連に全量集荷され、業者に共販される。

③漁船漁業の漁獲物

主に三つのルートがある。第一のルートは、小型底引網によるシャコ、エビ、サヨリ等については、漁業者の奥さんによる直売市「五味の市」で販売される。第二のルートは、日生町漁協の産地市場でセリを行う。(さらにその一部は漁協の直販店「しおじ」が買い取り、販売する)。第三のルートは、サワラ、エビ、ボラ等について、漁協の共同出荷で岡山中央卸売市場に送る場合である。

当地区の平成18年度における産地市場の取扱(含む「しおじ」の取扱)について、図1に示した。カキ養殖が10億5155万円と全体の76%を占め、次いで漁船漁業の水揚が2億7133万円(20%)、ノリ養殖が4537万円(4%)という内訳で、合計13億6826万円である。



3) 産地市場

現在の日生町の漁協、産地市場、「五味の市」、「海の駅しおじ」、および漁連の加工流通センターは、日生湾に面した東備港の埋め立て地にある。日生町漁協は、産地市場を開設している他、直販事業として「五味の市」「海の駅しおじ」の運営も行っている。

産地市場には小型底引や小型定置、流し網での小ロットな漁獲物を中心に、比較的高齢の漁業者層が荷を持ち込む。セリの開始は7時30分で、販売手数料として組合は5%を徴収する。仲買業者として現在23業者が登録されており、実質的に活動しているのは20業者である。総て家族経営による小規模な小売で、その内9割が町内の業者、残り岡山市内が1業者、備前市内が3業者である。殆どが地元日生町内での家庭消費や、民宿、旅館等に流れており、魚価が上昇する余地がない。また漁協も買受人としてセリに参加し、水産物直売店「しおじ」で販売する食品の調達経路となっている。

4) 五味の市

「五味の市」は昭和20年代に、昼操業による小型底曳網の漁獲した魚を、夕方、鮮度の

よいうちに地元で食べてもらえるよう、漁家の妻が販売した「浜売り」の形が定着したものである。その後、昭和42年に旧日生町漁協の荷捌き所で、セリ市が終わった後のスペースを利用しての浜売りを行っていたが、平成8年、組合事務所・荷捌き所の移転をへて、平成15年には日生町・頭島、両漁協の合併に伴い、販売する漁業者数も増加したことにより、販売スペース972m²の現在の建物が建築された。建物内には、加工調理室、倉庫、売り台・水槽（50台）、タッチングプール1基が導入され、これら施設を準備するため、国・県の補助が1億9千万円、地元の漁協や町の負担が9千5百万円、計2億8千万円を費やしている。

「五味の市」の建物内では各漁家ごとに販売場所（ブース）が割り当てられ、朝9時過ぎから漁家の妻が漁獲された魚を販売し、販売物が無くなった時点で終了する。新施設ができた15年頃は50ブースの出店希望があったが、19年現在では、出店希望者の減少により40ブースまで減少している。1ブースの広さは1.5m×1mで、基本的に月曜日から土曜日までは割り当てのローテーションが行われ、日曜日はくじによって販売場所が決定される。各出店者は一日当り販売手数料1500円＋施設利用料1000円＋出店ブース料3000円を組合に対し支払っている。

運営に関しては、漁協の役員によって構成される「浜売り検討委員会」によって大枠の事業方針が決定されるが、ブースの調整や販売規則等の運用面は、漁協婦人部によって決められる。ここ数年の売上は2000万円程度で、往事に比べ伸び悩んでいる。

5) 漁協直販店「しおじ」

「しおじ」は、岡山県の「6次産業化構想」に乗って「五味の市」では提供できないような塩干物、ねり製品等、加工品の販売や購入後の海産物バーベキュー、カニ、シャコ、エビのボイル、産直等のサービスを提供する目的で、隣接する商工会議所の店舗とともに平成11年から事業を開始している。品揃えに関しては、「五味の市」とバッティングしないよう配慮され、日生漁協市場でセリで調達した地元水産物、倉敷から仕入れた練り製品、北海道から調達した乾物などを販売している。施設面積は224m²で、施設建設に関する総事業費は4千2百万円（県・町負担：3千3百万円、組合負担：880万円）。組合職員2人、パート3人を配置し、年間販売金額は一般客への販売の他、併設する食堂への供給も含め、1億2000万円である。

漁協直販事業に当たる「五味の市」と「しおじ」の売上金額は、平成18年度の業務報告書で1億9658万円になり、事業総利益段階でも4249万円の黒字になっており、日生町漁協における事業総利益の3割弱を占める重要な収入源となっている。

2. 漁連加工流通センター

岡山県漁連による養殖ガキに関する加工流通センターが設立されたのは平成8年である。県内でカキ養殖を行っている地域は、日生町漁協の他、笠岡市漁協、寄島町漁協、牛窓町漁協、邑久漁協、伊里漁協があるが、そのうち漁連加工センターへの出荷を行っているのは、日生町漁協（旧日生町漁協、旧頭島漁協）と牛窓町漁協の二つだけである。カキの一貫生産体制ができてから11年目になるが、現時点における現状と課題について見ていく。

1) カキ漁業者の出荷行程

まず、カキの水揚げから漁連センターに出荷するまでの行程について確認すると、以下の通りである。

カキ養殖漁業者は前日の夜中 12 時頃からカキの採り上げを行い始め、収穫量によっておむね 3 時から 4 時ころにかけて日生町漁協の隣に立地しているむき身作業場まで運ばれる。

作業場までの搬入は、陸上コンベアが漁港に面して張り出しているため、漁業者は接岸後、船上コンベアを連結させ、漁獲したカキを円筒型の洗浄機のなかに通過させて洗浄する。その後、ベルトコンベアによってむき身作業場に自動的に移動する。

作業場の内部は 10 列程度のコンベアのラインがあり、一ラインにつき 7～8 名程度が作業できる作業台が並んでいる。漁業者は、漁家ごとに一つの作業台が固定的に割り当てられており、自分たちの漁獲したカキについて自分の家族、ないし雇ったむき子たちによりむき身作業を行う。メスを使用してむき身の状態までされた後は、大きさに応じて「特大」、「大」、「小」のサイズに分類され、保冷材の入った容器に入れられる。それらはさらに大きな運搬用のコンテナに入れられ、所定の生産者番号札を添付される。これは、後述するトレーサビリティ・システムの識別番号となる。

その後、各漁家ごとに運搬コンテナごと、自分の検量場所に持ち帰り、組合で検量を行うことになる。検量を行う時間は、旧日生町漁協の組合員は 9 時 30 分、11 時、14 時、16 時の 4 回、旧頭島漁協の組合員は 10 時、13 時、16 時の 3 回であり、またそれ以外に、大多府でも 12 時 30 分に 1 回検量を行っている。検量後、漁連センターへの搬入は、日生町漁協の場合は、センターが隣にあるので、自分のトラックやフォークリフトを使ってセンターに持ち込む。一方、頭島支所は運搬船で漁連まで運んでおり、その費用は別途組合に支払っている。

また、量的にわずかであるが、漁連加工流通センターは殻付きカキについても扱っている。この場合、生産者が採り上げの際に、船上で殻付き出荷に向きそうな品質のものを選別し、別途、殻付き向け専用のカゴに入れて一定の畜養期間をへて漁協の検品に回し、県漁連への搬入という手順をたどる。

2) 漁連加工流通センターの事業概要

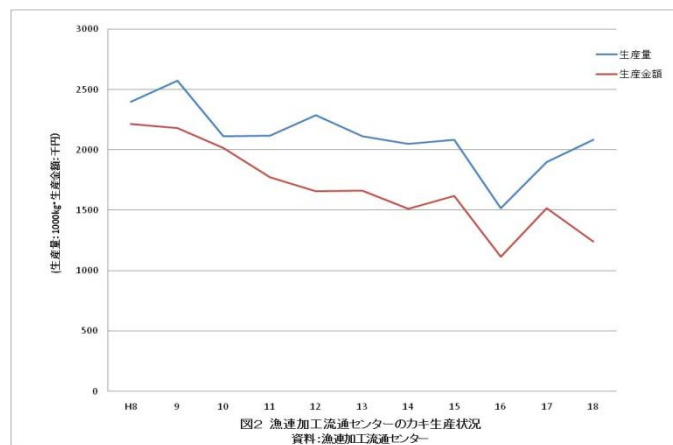
加工センターは敷地面積 2998 m² の中に建てられた二階建ての建物であり、ここで製品化までの加工工程を行う。工場の稼働する時期は、カキの収穫時期に合わせ、10 月 25 日から翌年 3 月 31 日まで（平成 19 年度）、一日の平均的な勤務時間は 8 時 30 分から 17 時 30 分までである。12 月から翌年 2 月までにかけてが工場の稼働状況がもっとも忙しい時期とされ、カキも栄養がでて実入りがよくなり、生鮮での出荷形態が増える。それ以外の通常稼働時には 35 人の従業員を、この時期には 50～60 人にまで増員する。雇用者は地元出身者が大半であるが、近年は人手不足も深刻のため研修制度による外国人労働者も 6 人いる（中国人）。基本的に、その日に採り上げたカキはその日のうちに製品化し、出荷するため、繁忙期には夜 10 時～11 時頃までと残業時間が延長することになる。

商品のアイテム数は、稼働当初は 10 数種類だったが、現在は生食用／加熱もの（加熱ものが売り上げの 9 割）、大・中・小袋サイズ、水切りタイプ、チューブタイプ等の組み合わせ

せにより、何十種類にも増えた。販売の主力は水の入ったパック（「水入り」）で、カキが白く、大きく見えるという見栄え上の効果や消費者にとっても扱い易いといった特徴から一番の売れ筋である。しかし、今後は宮城県で販売しているような「水切り」タイプをより積極的に売っていきたいと希望している。パッケージの中に水が入っていないことにより、カキが乾燥しやすく破れたりする危険性もあるが、カキのうまみが濃厚な状態を保てると言われている。その他、パッケージのラベルの色もそれぞれ出荷先の地域別にカキのイメージに見合った色が違うため、ヴァリエーションをつけて製造している。

3) 生産の推移

センター稼働以降におけるカキ製品の生産実績について、図2に示した。総生産量の推移は、平成8、9年度の2300～500トンの水準より低下したが、平成16年の一時的な低落を除き2000～2200トンで低減している。他方、生産金額も平成8年の2213万円から徐々に低落傾向にあるが、平成18年度は12月にノロウィルスの汚染報道による風評被害が蔓延し、日生町でも出荷調整をしたものの、単価の落ち込みが激しく、大幅な金額の減少を招いている。



4) 衛生対策

養殖カキは、これまでも食中毒問題などたびたび風評被害に見舞われており、衛生管理面での検査対策はひときわ重要である。日生地区ではノロウィルス対策として管轄する養殖漁場を9カ所に区分し、各々について毎週ウィルス検査を実施している。検査は漁協による自主検査と行政検査に分かれ、自主検査では、漁場ごとにかきのサンプリング検査をする他、原料段階、加工段階、製品段階で、それぞれ一般細菌、大腸菌群、腸炎ビブリオ、E. Coli、黄色ブドウ球菌などの検査が定期的実施される。

他方、行政検査では市の保健所による漁場の海水検査や漁場カキ、製品段階での検査、使用海水の検査、水産試験所での漁場でのサンプリングや貝毒検査などが行われている。これら安全面での検査には年間800～1000万円ほどの費用がかかる。そのうち半額は県による補助により賄われているが、残り半額は岡山県漁連（および漁業者・漁協）が負担することになり、大きな負担である。

さらに区分された漁場ごとに定点番号が割り振られ、管理されるトレーサビリティ対策にも力を入れている。その週、ノロウィルス検査が実施された漁場のみからカキの採り上げを行い、また原則として、カキの採り上げ日とむき身作業の実施日が一致するように決められている。（やむを得ない場合、むき身作業の前日夕方までに採り上げたカキでも認められる）。採り上げた漁場には、それぞれ3ケタの番号が割り振られており、商品を購入した消費者が、日生町漁協のHP上で検索できるようなシステム開発が行われている。漁協で

は平成16年からこの事業に着手しており、組合職員1名でHPの作成を担当した。

5) 流通・販売の状況

平成19年度現在、漁連加工センターからの販売先は、中央卸売市場の荷受4社（大都魚類、中部水産、岡山県水、岡山中央魚市）を通じた県内量販店への出荷で全体の42%、名古屋方面への出荷で25%、岡山県内で30%、大阪方面10%程度、東京方面10%弱、長野方面に5%程度という内訳になっている。17年度から大手量販店のイオンとも7千万円ほど取引を開始し始めた（全体の5%程度）。その結果、収入面では安定した反面、量販店としての硬直的な基準に対応していかなければならない不自由さも感じているという。

それは一点目に、イオン独自の「安心基準」に基づいたカキ製品の冷蔵や海水温に関する管理記録を求められることであり、二点目に量販店の各店舗に対するアイテムの出荷量が確定するのは、前日の昼頃であるため、その後、製品加工量を増やしたり、配送時間の短縮が必要な場合には、出荷側の費用負担で航空便などに載せ、販売時間に間に合わせなければならない点である。また三点目に、顧客からの苦情が飛躍的に増えたため、クレーム対応のマニュアル作成や人員確保などに余力を割かなければならなくなったことである。

とはいえ、今後もイオンとの取引は経過を見ながら継続していくつもりであり、また今まで出荷が手薄であった四国や関東方面への販路開拓にも積極的に力を入れていく予定であるという。

3. 最後に

漁連加工センターの設立によって、日生地区の6割弱を占める養殖カキ漁業者に与えた影響に関しては、販路の拡大による価格の底値維持などの効果が指摘されるとともに、漁業者が自家加工していたときに比べ、加工に回す時間が節約され、漁業に専念できるようになったという利点が評価されている。

しかし、他方でカキ養殖に携わる漁業者や家族は高齢化が進んでおり、また地元日生町の住民もだんだんと不足しており、むき身作業における作業員や加工センターで働く従業員の調達難が問題になっている。

さらに、平成15年の合併前後で定年退職などの理由により減少した6名の漁協職員の人員を補充しないまま現在に至っている。その結果、日生町本所では、10名から9名へと1名の削減であるが、頭島支所では4名が2名に職員が減少しており、カキの検量・出荷時期における職員の労働負担が過重になっているとの問題点も指摘された。

X. 宮崎県延岡水産物卸売市場の現状と課題 —小規模消費地市場の展望—

東京海洋大学教授 馬場 治

水産物流通を巡る基本的な課題の一つとして、卸売市場における取扱量の減少がもたらす市場関係業者の経営の困難化があげられる。この問題は産地卸売市場、消費地卸売市場を問わないが、産地卸売市場にあつては開設者・卸売業者の役割を担うことの多い漁協における販売事業の課題として、また都市部の消費地卸売市場にあつては市場政策の重要な検討課題として議論されることが多い。これに対して、地方都市における小規模な消費地卸売市場は市場政策の検討対象としても中心的な課題として取り上げられることはまれである。しかし、水産物を産地から大都市へ流通させる大動脈としての流通経路と同様に、それを中小都市までスムーズに流通させる毛細血管的な流通経路において、小規模消費地卸売市場は重要な役割を果たしていると思われる。本稿では、このような問題意識の下、小規模消費地卸売市場の一事例として宮崎県の延岡市にある消費地卸売市場を調査し、その現状と課題について検討することとした。

1. 宮崎県内水産物卸売市場の概況

宮崎県内の水産物卸売市場の概況を示したのが表 1 である。県内では中央卸売市場 1、これ以外の消費地卸売市場 4、産地卸売市場 17（内、2 は現在取り扱いがない）の合計 22 市場で水産物が取り扱われている。消費地卸売市場の県内配置は次のとおりである。

中央卸売市場：宮崎市（公設市場）

消費地卸売市場：延岡市（民設市場）、日向市（民設市場）、小林市（民設市場）、都城市（公設市場）

消費地市場の中では、当然ながら宮崎市が最も取扱高が大きい、これとは大きな差をもって続くのが延岡市、都城市である。これらに比べて日向市、小林市の取扱高はごくわずかである。

産地卸売市場はすべて漁協開設市場であり、県内に総計 19 ある漁協のうち、13 漁協が開設している。産地市場の中で、最も取扱量が多いのは中小型まき網漁業による水揚を主体とする県北の北浦漁協市場である。次いで取扱の大きいのは、北浦の対岸に位置する島にあり、北浦同様に中小型まき網水揚を主体とする島浦町漁協市場である。これらまき網漁協に次ぐ取扱量を示しているのが県南の串間市漁協市場である。しかし、串間市漁協での取扱量の大部分は、当漁協管内で地元外資本の少数の大手魚類養殖経営体が行う非上場水揚の数値が計上されているものであり（伝票が通過しているだけ）、市場での実質的な取扱はごく一部に限られる。以下、日南市漁協、南郷漁協と続く。日南市漁協は薩南海域で漁獲される生鮮マグロ類の水揚地として全国的にも知られた市場であり、扱い魚種の中心が単価の高いマグロ類であることから、取扱数量に比して取扱金額は大きい。南郷漁協は、近海かつお一本釣漁船の根拠地として全国的にも有名であるが、これらの多くの漁船はいわゆる旅船（たびぶね）と呼ばれ、カツオ魚群の季節的回遊を追いかけて移動し、漁場の近くの市場に水揚を行うのが一般的である。その中でも、春期の上りカツオの時期に薩南海域が漁場となる場合には南郷漁協市場に水揚げする。また、一部の近海かつお船の中には、周年南郷を基地として薩南から対馬周辺海域で操業

する船もあり、これらの船の水揚げは南郷漁協に行われる。しかし、南郷漁協に水揚げされるカツオの多くは、当市場で販売されるのではなく、漁港を水揚げ場所として利用し、水揚げ後そのほとんどはすぐにトラックで県内外の消費地市場に陸送される。

これら卸売市場の取り扱い動向を見てみよう（図1、図2、図3参照）。この約10年間について見ると、県内市場全体では数量、金額ともに減少傾向を示しているが、この傾向は主として産地市場の動向を反映したものである。これに対して、中央卸売市場、その他の消費地市場は、減少傾向ではあるが、比較的緩やかな減少にとどまっている。

産地市場について見てみると、平成5年から12年頃にかけては数量では大きな落ち込みを見せているものの（図1）、金額ではほぼ同水準を維持している点が注目される（図2）。これは、この間の産地市場の単価が上昇していたからである（図3）。産地市場の単価だけを見ると、平成5年から13年までは上昇を続けており、それ以降単価が下落局面に入り、取扱金額も急速に低下している。この間の単価の上昇、下落の要因としては、魚種組成の変化や同一魚種の単価そのものの下落などが考えられる。平成5年から12年にかけての数量の減少は、かつて大量に漁獲されていたイワシ類の漁獲減少を反映したものと考えられる。一方で単価の上昇は、低価格のイワシ類が大幅に減少したことで相対的に平均単価が上昇したものと考えられる。

他方、消費地市場の単価推移を見ると、中央卸売市場、その他の消費地市場ともに平成8年以降一貫して低下傾向にある。消費地市場においては、短期間での取扱魚種組成の変化は考えにくいので、単価下落はデフレ経済下での魚価安を反映したものと考えられる。消費地市場においてはとくに平成11年以降の単価下落傾向が目立つ。

このように、産地市場では水揚げの減少と単価の低下が、消費地市場ではとくに単価の低下が顕著な傾向として観察され、このことが後述する県内の市場再編が急がれる背景でもある。

ただ、近年3カ年の動向を見ると（表1）、産地市場では水揚げ減少に歯止めがかかったかのような状況も見て取れる。水揚げ減少を続けてきたイワシ類、サバ類が、下げ止まったかのように見える。これに対して、消費地市場では、この3年の間にも（表1）、中央を含めた5消費地市場の合計で毎年ほぼ1千トンずつ減少しており、事態は一層深刻である。

県内の水産物卸売市場の地理的配置は図4に示したとおりである。

表1 宮崎県内各市場の水産物取り扱い概況 (数量:トン、金額:百万円)

| | 市場名 | 平成14年度 | | 平成15年度 | | 平成16年度 | | 主要品目(鮮魚) | |
|-------|---------------|------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------------|----------------|
| | | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | | |
| 消費地市場 | 中央卸売市場 | 宮崎中央卸売市場 | 17,732 | 9,744 | 16,765 | 8,874 | 16,252 | 8,540 | カツオ、マグロ類、マアジ |
| | 地方卸売市場 | うち本県産 | 7,242 | 3,674 | 6,678 | 3,418 | 6,831 | 3,354 | |
| | | (株)延岡魚市場 | 4,465 | 1,732 | 4,423 | 1,682 | 4,302 | 1,635 | アジ類、マグロ類、イワシ類 |
| | | (株)日向魚市場 | 580 | 310 | 548 | 301 | 588 | 316 | マアジ、ウルメイワシ、サバ類 |
| | | (株)小林魚市場 | 661 | 562 | 655 | 566 | 603 | 518 | アジ類、サバ類、イワシ類 |
| | | 都城公設地方卸売市場 | 2,263 | 1,777 | 1,978 | 1,536 | 1,831 | 1,395 | ブリ、アジ類、サバ類 |
| | 小計 | 25,701 | 14,125 | 24,369 | 12,959 | 23,576 | 12,404 | | |
| 産地市場 | (地)北浦漁協 | 21,852 | 4,370 | 32,896 | 5,426 | 27,183 | 4,517 | イワシ類、アジ類、サバ類 | |
| | (地)島浦町漁協 | 12,661 | 2,482 | 15,313 | 2,580 | 13,734 | 1,942 | イワシ類、アジ類、サバ類 | |
| | (地)延岡市漁協 | 1,056 | 633 | 1,360 | 568 | 1,015 | 594 | シラス、カツオ、メヒカリ | |
| | (規)延岡市漁協鯛名支所 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| | (規)延岡市漁協赤水支所 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| | (地)庵川漁協 | 1,990 | 898 | 2,164 | 920 | 2,417 | 868 | イワシ類 | |
| | (地)門川漁協 | 474 | 247 | 730 | 244 | 521 | 242 | イワシ類 | |
| | (地)富島漁協 | 980 | 560 | 793 | 471 | 810 | 458 | キハダマグロ、シイラ類、サワラ類 | |
| | (地)日向漁協 | 433 | 125 | 784 | 191 | 570 | 175 | シラス、サワラ類 | |
| | (規)都農町漁協 | 156 | 143 | 155 | 116 | 155 | 110 | フグ類、コウイカ類、タイ類 | |
| | (地)川南町漁協 | 713 | 399 | 526 | 340 | 619 | 366 | マグロ類、シイラ類、フグ類、ニベ | |
| | (地)日南市漁協 | 4,208 | 2,364 | 4,878 | 2,505 | 3,137 | 2,038 | マグロ類、シイラ類、サワラ類、イセエビ | |
| | (地)日南市漁協大堂津市場 | 43 | 13 | 128 | 23 | | | カツオ、シイラ類 | |
| | (地)南郷漁協 | 2,333 | 947 | 1,606 | 773 | 3,014 | 1,254 | マグロ類、カツオ類、マアジ、ブリ類 | |
| | (地)串間市東漁協 | 165 | 65 | 152 | 61 | 153 | 54 | ブリ類、ウニ類、トビウオ類、マアジ類 | |
| | (規)串間市東漁協 | 220 | 65 | 179 | 67 | 112 | 47 | トビウオ類、タイ類、イカ類 | |
| | (地)串間市漁協 | 9,849 | 5,048 | 4,052 | 2,203 | 4,718 | 2,407 | ブリ類、イワシ類、ウニ類 | |
| | 小計 | 57,133 | 18,359 | 65,716 | 16,488 | 58,158 | 15,072 | | |

資料)宮崎県資料より

注) (地)は地方卸売市場、(規)は規模未満市場を示す。

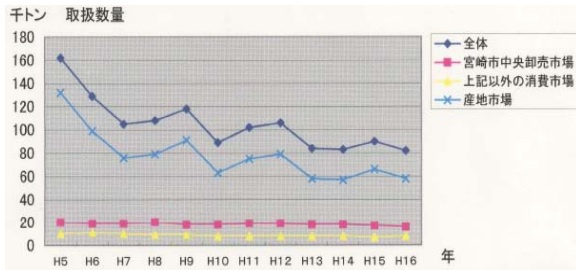


図1 宮崎県内市場の取扱数量推移

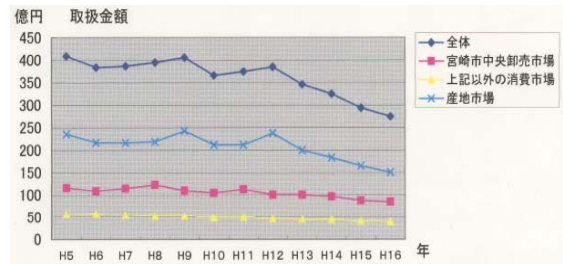


図2 宮崎県内市場の取扱金額推移

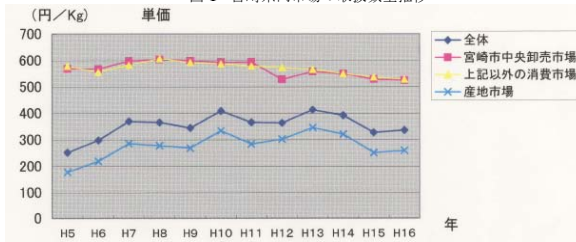


図3 宮崎県内市場の単価推移

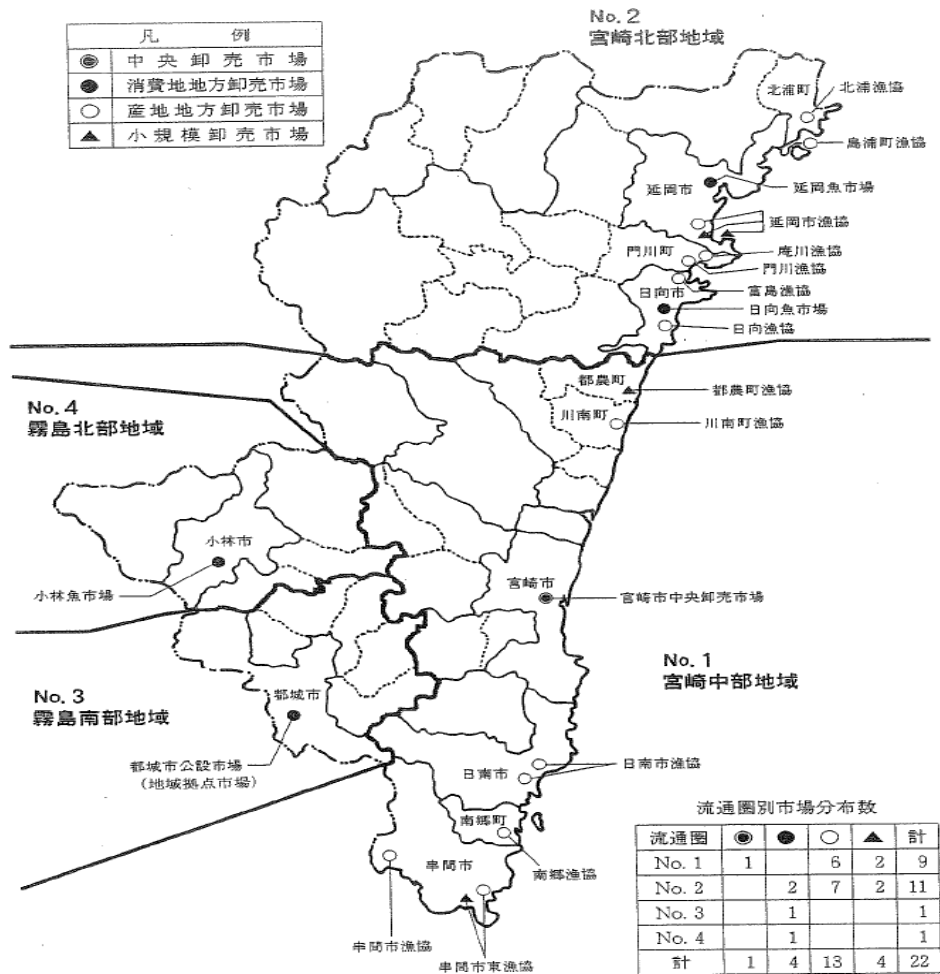


図4 宮崎県内水産物卸売市場の配置

2. 宮崎市中央卸売市場

今回の消費地市場調査では、延岡市場を主たる検討対象としているが、当市場との関係性の把握のために補足的に宮崎市の宮崎市中央卸売市場についても調査した。

(1) 市場概要

宮崎市内には、かつて青果 9 地方卸売市場、水産 2 地方卸売市場、塩干加工問屋 8 社が市内に散在し、それぞれに流通圏を形成していた。しかし、各市場ともに規模が小さく増設の余地がないこと等から、これらを解消して市民への生鮮食料品の安定供給を図るため、昭和 51 年 12 月に、青果部は 2 社に統合、水産物部は 2 社そのままに入場することが決定し、翌昭和 52 年 7 月に宮崎市を開設者として新市場で営業を開始した⁽¹⁾。その後平成 7 年に花き部の開設が認可され、現在の 3 部門体制となった。平成 18 年度の市場取扱高総合計は 430 億円、その部門別取扱高内訳は、青果部 321 億円（野菜 247 億円、果実 74 億円）、水産物部 86 億円、花き部 23 億円であり、青果の取扱高が圧倒的に大きい市場である。

水産物の卸売場面積は 3,632 m²、仲卸売場 1,747 m²である。水産物部の卸売業者は 2 社、仲卸業者は 12 社、売買参加者は 149 名、買出人は 67 名である。卸売業者 2 社は、株式会社宮崎魚市場（以下、「宮崎魚市」と宮崎中央魚類株式会社（以下、「中央魚類」）である。宮崎魚市は資本金 1 億 6 千万円、役員 6 名、従業員 30 名（内せり人 17 名）、中央魚類は資本金 1 億 3 千万円、役員 5 名、従業員 29 名（内せり人 15 名）であり、会社の規模はほぼ同じである。両卸売業者ともに大手水産会社との資本関係はなく、中央魚類の前身は宮崎県漁連である。かつては、中央魚類は加工・冷凍品に強く、宮崎魚市は生鮮に強いという傾向があったが、現在では中央魚類が若干冷凍に強い程度で、両社の違いはほとんどなく、年間取扱高もほぼ拮抗している。市場買受人はそれぞれ業態別に組合を組織している。仲卸業者は、宮崎市中央卸売市場水産仲卸協同組合、宮崎市鮮魚仲卸組合、海産仲卸商業組合の 3 組合を、売買参加者は宮崎水産物買参人組合、売買参加者・買出人は宮崎市中央卸売市場水産部買受人組合をそれぞれ組織している。仲卸業者 12 社のうち 9 社は主に鮮魚を、3 社は塩干中心の取扱いという構成である。

水産物部の販売開始時刻は、相対取引が午前 4 時、せり・入札が午前 6 時となっている。

(2) 市場取扱状況

<取扱高>

市場の水産物取扱高は 90 年代前半まで増加してきたが、その後減少に転じ、2004 年まで減少を続けた。その後は金額では 85 億円前後で下げ止まった感がある（図 5）。品目別取扱数量では生鮮が 80～90%という高い割合を占めており、生鮮の取扱量の傾向が取扱高全体の動きに反映されている格好である。冷凍品の取扱量は 80 年代後半から 90 年代前半にかけて減少するが、その後やや回復し近年は年間 1,000 トン程度で安定している。加工品はそれとは逆に、80 年代後半から 90 年代前半にかけて増加するが、その後減少を続け、近年は年間 1,500 トン程度で安定している。

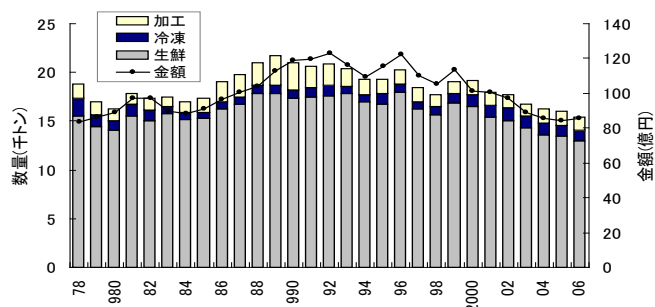


図5 宮崎市中央卸売市場の品目別取扱高推移

<業者別取扱高> 買受業者種類別の取扱高状況を見ると、平成 18 年度の市場取扱高総額 8,575 百万円の内、仲卸業者の取扱高は 5,841 百万円 (68%)、売買参加者は 1,948 百万円、その他は 787 百万円であり、仲卸業者が高い割合を占めている。

<集荷状況>

産地別の集荷状況を見ると、生鮮品については県内外が半々、冷凍品についてはほとんどが県外から、加工品については多くが県内からという状況である (表 2)。また、委託・買付別では、生鮮品についてはほとんどが委託、冷凍品は全て買付、加工品も多くが買付という状況である。

表2 平成18年度の集荷状況

| | 生鮮品 | | 冷凍品 | | 加工品 | | |
|----|-------|-------|------|-------|-------|-------|------|
| | 百万円 | (%) | 百万円 | (%) | 百万円 | (%) | |
| 合計 | 6,708 | (100) | 845 | (100) | 1,023 | (100) | |
| 産地 | 県内 | 3,264 | (49) | 38 | (4) | 234 | (23) |
| | 県外 | 3,444 | (51) | 807 | (96) | 789 | (77) |
| 集荷 | 委託 | 6,406 | (96) | 0 | (0) | 156 | (15) |
| | 買付 | 301 | (4) | 845 | (100) | 867 | (85) |

資料) 宮崎市中央卸売市場年報より

<品目別取扱高>

○生鮮品

市場の主要取扱品目を生鮮品について見ると、数量、金額ともにカツオが最大であり、以下マグロ類、サバ、アジ、ブリ類など、いずれも大物、青物が中心である (表 3)。これらの主要産地は、アジ、サバ類を除けば地元宮崎県が圧倒的に多く、これに次ぐのが鹿児島、福岡などのいずれも九州内の各県である。これらの品目以外も含めて生鮮品については、当市場での取扱品目の多くが地元宮崎県をはじめとする九州内の各県となっていることが当市場の大きな特徴と言える。

表3 宮崎市中央卸売市場の品目別取扱高順位(生鮮品)

| 数量 | | | | 金額 | | | |
|----|--------|--------|-----------------------|----|--------|-------|--|
| 順位 | 品目 | トン | 主要産地(%) | 順位 | 品目 | 百万円 | |
| | 取扱総量 | 12,949 | 宮崎(48) 鹿児島(15) 福岡(11) | | 取扱総額 | 6,708 | |
| 1 | カツオ | 2,575 | 宮崎(84) 鹿児島(10) 長崎(2) | 1 | カツオ | 1,156 | |
| 2 | 他のマグロ類 | 1,347 | 宮崎(81) 鹿児島(10) 福岡(6) | 2 | 他のマグロ類 | 685 | |
| 3 | サバ | 1,066 | 福岡(24) 鹿児島(20) 宮崎(16) | 3 | ヒラマサ | 507 | |
| 4 | マアジ | 932 | 宮崎(36) 福岡(19) 鹿児島(18) | 4 | マアジ | 425 | |
| 5 | ウルメイワシ | 580 | 鹿児島(21) 福岡(16) 宮崎(14) | 5 | マダイ | 305 | |
| 6 | ヒラマサ | 522 | 鹿児島(68) 宮崎(16) 福岡(11) | 6 | キハダ | 265 | |
| 7 | シイラ | 492 | 宮崎(73) 長崎(9) | 7 | サバ | 230 | |
| 8 | 他の鮮魚類 | 467 | 宮崎(35) 千葉(19) 北海道(10) | 8 | 他の鮮魚類 | 217 | |
| 9 | ハマチ | 445 | 鹿児島(39) 福岡(18) 宮崎(13) | 9 | ハマチ | 193 | |
| 10 | アサリ | 386 | 熊本(49) 外国(25) 福岡(22) | 10 | 他のイカ類 | 181 | |

資料) 宮崎市中央卸売市場年報

注) 平成18年度(18年4月～19年3月)の実績

市場関係者からの聞き取りによれば、近海物、青物は産地仲買からの出荷が中心であり、大物は漁協経由 (漁協仕切り) やキハダについては産地仲買経由などが中心である。取扱高が最も大きいカツオは、その 60%以上が当中央市場内の仲買業者を通じた県外出荷であり、他市場への転送はないとのことである。青物は、福岡、長崎、唐津、松浦などからが多く、大物については鹿児島中央市場からの転送を受けることも多い。地場物の鮮魚は、養殖ハマチ、養殖カンパチなどの特種物以外はほとんど委託販売である。また、地場物についてはせりと相対の比率が、6対4であり、せりが相対よりもやや多い。

最終需要者としては量販店が大きい。量販店の中でも地元資本の場合には、青物については県内から地場物を仕入れることが多い。これに対して、近年進出してきた県外資本の量販店 (ナショナルチェーンの大手量販店を含む) の場合には宮崎県外から仕入れる割合が相対的に高い。県外からの仕入れ先としては、福岡、熊本市場などからが多い。福岡市場からの仕入れの割合が大きい背景には、規模の大きい福岡市場で多様な品揃えがしやすいことがあげられ、価格面で宮崎市場と福岡市場で大きな差があるわけではない。

○冷凍品

冷凍品としてはサケ、イカ、エビなど一般的な物が中心であり、これらの多くは海外からの輸入品であるが、国内では長崎や北海道などからの品物が比較的多い (表 4)。

表4 宮崎市中央卸売市場の品目別取扱高順位(冷凍品)

| 数量 | | | | 金額 | | | |
|----|---------|-------|----------------------|----|---------|-----|--|
| 順位 | 品目 | トン | 主要産地(%) | 順位 | 品目 | 百万円 | |
| | 取扱総量 | 1,099 | 外国(76) 長崎(7) 北海道(6) | | 取扱総額 | 845 | |
| 1 | 他の冷凍水産物 | 359 | 外国(65) 北海道(10) 宮崎(9) | 1 | 他の冷凍水産物 | 284 | |
| 2 | サケ | 261 | 外国(86) 北海道(11) 宮崎(2) | 2 | サケ | 108 | |
| 3 | イカ | 173 | 外国(50) 長崎(45) 青森(2) | 3 | エビ | 165 | |
| 4 | エビ | 134 | 外国(100) 福岡(0) | 4 | イカ | 74 | |
| 5 | 赤魚 | 58 | 外国(100) 北海道(0) | 5 | カニ | 53 | |
| 6 | カレイ | 48 | 外国(100) 宮崎(0) | 6 | 赤魚 | 37 | |
| 7 | カニ | 42 | 外国(90) 宮崎(5) | 7 | カレイ | 27 | |
| 8 | アジ | 18 | 外国(96) 長崎(4) | 8 | 魚卵 | 18 | |
| 9 | 魚卵 | 6 | 外国(37) 岩手(35) | 9 | アジ | 6 | |
| 10 | クジラ | 0 | 外国(100) | 10 | クジラ | 0 | |

資料) 宮崎市中央卸売市場年報

注) 平成18年度(18年4月～19年3月)の実績

○加工品

加工品については、商品によって産地は異なるが、加工品全体で見ると、宮崎県内、輸入、北海道がそれぞれほぼ20%程度の割合を占めている(表5)。

表5 宮崎市中央卸売市場の品目別取扱高順位(加工品)

| 数 量 | | | | 金 額 | | | |
|-----|---------|-------|-----------------------|-----|---------|-------|--|
| 順位 | 品目 | トン | 主要産地(%) | 順位 | 品目 | 百万円 | |
| | 取扱総量 | 1,375 | 宮崎(22) 外国(20) 北海道(19) | | 取扱総額 | 1,023 | |
| 1 | 他の加工水産物 | 421 | 外国(27) 北海道(22) 宮崎(12) | 1 | 他の加工水産物 | 358 | |
| 2 | 他の塩蔵品類 | 127 | 宮崎(58) 沖縄(16) | 2 | 焼ウナギ | 97 | |
| 3 | 塩サンマ | 115 | 北海道(97) 外国(2) | 3 | 他の塩蔵品類 | 72 | |
| 4 | 他の塩干品類 | 101 | 北海道(33) 外国(19) | 4 | 他の塩干品類 | 71 | |
| 5 | 塩サバ | 94 | 千葉(60) 外国(32) | 5 | 煮ダコ | 52 | |
| 6 | 味付干品 | 77 | 外国(57) 長崎(25) | 6 | 塩たらこ | 51 | |
| 7 | かまぼこ | 70 | 福岡(81) 熊本(8) | 7 | 塩サバ | 45 | |
| 8 | 焼ウナギ | 67 | 宮崎(96) 鹿児島(4) | 8 | かまぼこ | 40 | |
| 9 | 開干アジ | 44 | 宮崎(83) 佐賀(7) | 9 | 味付干品 | 34 | |
| 10 | 丸干イワシ | 42 | 大分(56) 宮崎(27) | 10 | 塩かずのこ | 32 | |

資料) 宮崎市中央卸売市場年報

注) 平成18年度(18年4月～19年3月)の実績

以上のように、宮崎市中央卸売市場は県内水揚物の入荷が多く、県内の各産地市場と並んで地場物の価格形成に関して重要な位置づけにある。その観点から、中央市場関係者の間には消費地市場という立場でありながらも産地流通再編の核として機能しうるとの意見がある。事実、中央市場の荷受(卸売会社)が県内産地から自社トラックを利用して集荷するという対応もとっている。また、現時点では構想段階に過ぎないが、産地市場での市場行為はそのまま、産地仲卸が買い切れない部分を中央卸売市場で販売するという対応も検討してはどうかとの意見もある。これは、産地に水揚げされた物の一部を、その情報だけを中央卸売市場にも上場し、そこで販売することで産地価格形成にもけん制力を発揮し、産地市場と消費地市場の双方で価格形成に貢献する事で産地流通再編につなげようという意見である。宮崎市中央卸売市場はそもそも県内産地からの入荷が多く、従来から産地価格形成機能を持っていたという点を考慮すれば、上記のような提案もあながち現実味のないものではない。ただ、この提案とは別に、現状の取扱高規模の下で現在の卸2社体制で引き続き市場経営に望むかどうかは再検討の必要があろう。

3. 地方卸売市場 株式会社延岡魚市場

取扱高規模では大きな差があるが、宮崎県内の消費地市場では宮崎市中央卸売市場について第2位の取扱高を有するのが地方卸売市場株式会社延岡魚市場である。

(1) 市場概要

延岡市内の市街地に位置する水産物消費地卸売市場は民設民営市場であり、開設者兼卸売会社として株式会社延岡魚市場(以下、延岡魚市)1社、仲買業者として53社が登録している。かつて規模未満市場として営業していたが、平成14年に地方卸売市場としての認可を得て今日に至っている。延岡魚市の代表者(社長)である岸上光男氏は、岸上蒲鉾株式会社の会長であり、同社の社長にはその長男に当たる岸上照夫氏が就いている。岸上蒲鉾株式会社は、大正7年に先代岸上政一氏が鮮魚仲買業と蒲鉾製造業の岸上商店を創立したことに源を発する。同社はその後、昭和23年に製氷業と冷蔵倉庫業を開始し、昭和27年には株式会社岸上商店に組織変更し、岸上光男氏が社長に就任した。さらに、昭和51年には株式会社岸上商店を岸上蒲鉾株式会社、株式会社岸上商店、岸上冷蔵株式会社、岸上不動産管理株式会社に組織変更し、平成3年には岸上光男氏は会長に、岸上照夫氏が社長に就任して今日に至っている。この中の株式会社岸上商店が延岡市場での最大の仲買業者でもある⁽²⁾。

延岡魚市の従業員は10名(男7、女3)で、そのうちせり人は3名である。せり開始は7時であり、販売手数料率は生鮮品6%、冷凍品3%である。生鮮品はほとんどがせり売りであり、冷凍品は相対である。仲買業者の買付代金支払いは5日以内、卸売会社から出荷者への支払いは翌日である。

(2) 市場取扱状況

年間取扱高は、約 4,000 トン、16 億円で、ここ 3 年間（平成 16～18 年）は数量では若干の減少傾向にあるものの、金額ではきわめて安定した推移を示している（表 6）。入荷の県内外別比率を金額で見ると、県内入荷が 63%、県外入荷が 37%である。県内入荷の内訳は、県内産地からが 95%、県内消費地市場からが 5%である。県内消費地市場は宮崎市中央卸売市場からのみである。県外入荷の産地別内訳は、九州管内からが 88%を占め、中でも福岡（40%）、鹿児島（29%）が主要産地である。取扱主要品目は、アジ類、養殖魚、マグロ類、イワシ類、カツオ類であり、これらはいずれも県内あるいは九州他県からの入荷が中心である。

表6 延岡魚市の取扱高推移

| | | 総 計 | | | 平成18年魚種別 | | | | | |
|-----|----------|-------|-------|-------|----------|-----|------|-----|-----|-------|
| | | H16 | H17 | H18 | イワシ類 | アジ類 | マグロ類 | カツオ | 養殖魚 | その他 |
| 県内 | 県内産地 | 929 | 970 | 983 | 10 | 86 | 63 | 14 | 235 | 574 |
| | 県内消費地市場 | 46 | 49 | 52 | 4 | 0 | 1 | 21 | 14 | 11 |
| | 小 計 | 974 | 1,019 | 1,035 | 15 | 87 | 64 | 35 | 249 | 585 |
| 県外 | 九州 | 579 | 511 | 535 | 26 | 60 | 64 | 18 | 129 | 240 |
| | ウチ福岡 | 254 | 256 | 243 | 14 | 40 | — | — | 4 | 178 |
| | ウチ鹿児島 | 150 | 138 | 179 | 8 | 13 | 64 | 10 | 76 | 8 |
| | 沖縄 | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| | 四国 | 11 | 13 | 6 | 4 | 2 | — | — | — | 0 |
| | 中国 | 51 | 54 | 45 | 3 | — | 6 | — | — | 36 |
| | 近畿 | 10 | 4 | 3 | — | — | — | — | — | 3 |
| | 中部・東海 | 1 | 1 | 0 | 0 | — | — | — | — | 0 |
| | 関東 | 17 | 14 | 14 | 2 | 0 | — | 0 | — | 12 |
| | 北陸 | 3 | 2 | 2 | — | — | — | — | — | 2 |
| | 東北 | 3 | 2 | 3 | — | — | 1 | — | — | 1 |
| 北海道 | — | — | — | — | — | — | — | — | — | |
| | 小 計 | 676 | 601 | 609 | 35 | 62 | 71 | 18 | 129 | 296 |
| | 合 計 | 1,650 | 1,621 | 1,644 | 50 | 149 | 135 | 52 | 378 | 881 |
| | 数量総計(トン) | 4,441 | 4,256 | 3,879 | 156 | 505 | 174 | 125 | 436 | 2,483 |

資料(株)延岡魚市場資料より

買付集荷はほとんどなく、委託集荷が中心である。県内の近隣産地からは、定置網、底曳網、釣、刺網等のこまごました漁獲物が漁業者によって直接出荷されてくる。また、大分県の蒲江からもキビナゴ、アジなどが漁業者によって直接持ち込まれている。生鮮品については、大手仲買業者が他消費地市場（福岡市場など）から委託買付を行い、これを本市場に上場することもある。福岡市場からの物を上場する場合も基本的にはせり売りであるが、指値的な扱いをすることはある。冷凍品は場内の仲買業者のうちの 2 社が仕入れて、本市場に上場している。

仲買業者は 53 軒であり、うち 5 軒が大手で、この 5 軒で市場取扱高の半分以上を買い付けている。そのうちの一方が最大手で、その社長は延岡魚市社長の長男である。同市場では、入場できるのは仲買業者に限られており、小売店は売買参加を許されていない。場内の大手仲買業者が他市場から買い付けて本市場に上場し、またこれら業者が本市場で買い付けて地元小売店、料理店、ホテル等への販売や、宮崎中央市場への出荷など、いずれの局面に置いても重要な役割を担っている。

本市場の強みは、ロットの小さな漁獲物を扱う仲買業者が近隣産地市場には育っておらず、その漁獲物が多くの産地から本市場に集まることで適正な価格形成が期待できることにある。本市場は取扱規模自体は小さいので、大量に入荷すると値崩れを引き起こすが、その受容量までは他産地市場よりも高い価格が期待できる。青物の 1 日あたりの受容量は約 2 トン程度と言われる。また、小物類については宮崎市中央卸売市場よりも延岡市場の方が強いとも言われる。本市場は、総体的には宮崎市中央卸売市場の補完的市場であるが、とくに沿岸漁業による小物類については特異的に強い市場といえる。そのために、そこでの価格形成に期待して、県内各産地、隣接県の産地、他県消費地市場などからの小物類の入荷が多く、卸売業者としての集荷努力はほとんど必要ない程に安定しているという。本市場の持つこのような性格から、県内の近隣産地市場では主に量のまとまる物だけが市場取扱の対象とされ、量のまとまらない物は漁業者の手で延岡魚市に持ち込まれるという相互補完関係にあるといえる。

4. 県内卸売市場整備の動向

宮崎県は、平成 17 年度を初年度とする第 8 次宮崎県卸売市場整備計画を策定した。基準年度を平成 10 年度とし、目標年度を平成 22 年度としている。卸売市場の適正配置の背景として、

以下のような需要見通しを立てている。流通圏人口は 118 万人（基準年：平成 10 年度）が 116 万人（平成 22 年度）、1 人あたり年間需要量は 56.1kg が 57.8kg、需要量は 66,472 トンが 66,782 トンと見通している。需要量＝農水省公表の 1 人あたり年間需要量×流通圏人口、で推計している。これに対する供給見通しは、125,337 トン（基準年度）が平成 22 年度には 112,660 トンとしている。これに対して、宮崎県内卸売市場を取り巻く環境変化として、①経営・施設規模が零細で IT 化や流通合理化への取り組みが遅れている、②大型量販店等が進出し、大型卸売市場での一括仕入などの影響で買受人が減少している、③地産地消運動や食育活動が注目されてきた、などが指摘されている。県内の市場流通量は、基準年で 26,086 トンであり、平成 22 年度には 25,626 トンと推計している。市場流通量＝需要量×市場供給率（基準年度の結果を使用）、市場供給率＝市場取扱量／需要量、で推計している。

水産物の流通圏は図 4 に示されているとおりで、宮崎中部地域（No.1：4 市 13 町、1 村）、宮崎北部地域（No.2：2 市 8 町 5 村）、霧島南部地域（No.3：1 市 5 町）、霧島北部地域（No.4：2 市 2 町 1 村）で、それぞれの流通圏人口は、No.1 が 62 万人、No.2 が 25 万人、No.3 が 19 万人、No.4 が 8 万人である。以下に、卸売市場計画の概要を記す。

（1）卸売市場配置における基本方針

①地域における集荷力の強化を図る上での拠点となる地方卸売市場で、次に掲げる措置のいずれかを講じるもの（地域拠点市場）を定める。

（ア）他の地方卸売市場との統合

（イ）他の卸売市場との連携した集荷・販売活動

②この場合における地域拠点市場の目標年度（平成 22 年度）における取扱数量見込みは、水産物市場では原則として 7,000 トン以上

（2）品目別の卸売市場整備方針

水産物卸売市場では

（ア）消費地市場：青果物卸売市場との統合整備を推進する

（イ）産地市場：漁協合併を前提に統合整備を推進する

（3）配置計画

水産物卸売市場に関するものについて、平成 17 年度現在と平成 22 年度における目標市場数の関係を記すと以下のとおりである。

・中央卸売市場（公設・総合）：宮崎花市場地方卸売市場と統合

・地方卸売市場及び小規模卸売市場

日南地区：日南市漁協地方卸売市場、日南市漁協地方卸売市場大堂津市場を統合

串間地区：串間市漁協地方卸売市場、串間市東漁協地方卸売市場、串間市東漁協小規模卸売市場を統合

小林・えびの地区：両市内の 2 青果市場、地方卸売市場(株)小林魚市場を統合して総合市場とする→地域拠点市場とする

児湯地区：川南町漁協地方卸売市場、都農町漁協小規模卸売市場を水産市場として統合

日向地区①：市内の青果市場（3 セク）、(株)日向魚地方卸売市場を統合して総合市場とする

日向地区②：日向漁協地方卸売市場、富島漁協地方卸売市場を水産市場として統合

門川地区：門川漁協地方卸売市場、庵川漁協地方卸売市場を水産市場として統合

延岡地区①：延岡市漁協地方卸売市場、延岡市漁協鯛名支所小規模卸売市場、延岡市漁協赤水支所小規模卸売市場を水産市場として統合

延岡地区②：地方卸売市場(株)延岡魚市場は存置

延岡地区③：島浦町漁協地方卸売市場は存置

都城地区：都城市公設地方卸売市場（総合）は存置→地域拠点市場とする

南郷地区：南郷漁協地方卸売市場は存置

北浦地区：北浦漁協地方卸売市場は存置

以上の計画によれば、宮崎市中央卸売市場を除く水産物関連の県内の4消費地市場の再編は、

①都城公設地方卸売市場：存置し、再整備と機能拡充を図る

②地方卸売市場(株)延岡魚市場：存置

③(株)日向魚地方卸売市場：3セクの青果市場と統合して総合市場とする

④地方卸売市場(株)小林魚市場：青果市場と統合して総合市場とする

(4) 卸売業者及び仲卸業者の経営目標

卸売業者：目標年度における従業員1人あたり取扱高は、地方卸売市場（水産物産地市場を除く）の水産物卸売業者においては1億6千万円

仲卸業者：目標年度における従業員1人あたり取扱高は、地方卸売市場（水産物産地市場を除く）の水産物仲卸業者においては8千万円

とされている。

5. まとめ

調査対象とした宮崎市中央卸売市場、延岡魚市場とともに消費地市場でありながら、その集荷状況を見ると産地市場としての機能を強く有し、産地価格形成に大きく寄与していることが分かる。両市場ともに取扱高規模は大きくないが、産地市場機能を有効に活用することで市場としての生き残りの可能性を秘めていると考えられる。宮崎県内の南郷、日南、庵川、北浦などの主要各産地には、いずれもかつお一本釣、まぐろ延縄、まき網といった漁業種類による特定魚種に特化した買受人はいるものの、その他の多様な魚種に関する有力な買受人は育っていないのが実情である。それ故に、宮崎市中央卸売市場や延岡魚市場といった消費地市場に、産地からこれらの多様な魚種が一次的な価格形成を期待して集まってくるのである。その点では、産地からの集荷に関しては両市場ともに恵まれた条件にあるとも言える。宮崎市中央卸売市場は、県内全域各産地の漁獲物の中核的な価格形成市場として、また延岡魚市場は県北産地を中心として、隣接する大分県南産地までも含む価格形成市場として重要な位置を占めている。さらに、今後漁業者の減少や高齢化の進行によりこれら各産地での漁獲量が徐々に減少するならば、産地市場での買受人も一層の弱体化が進み、両消費地市場の価格形成機能への期待はより高まるものと考えられる。現時点では、今後のこのような動向への具体的な対応は検討されていないが、県内産地市場の再編とも連動しながら早急な対応策の検討が求められている。

(注)

(1)平成19年度市場概要（宮崎市中央卸売市場）による。

(2)岸上蒲鉾株式会社ホームページによる。

XI. 徳島市中央卸売市場の現状

東京海洋大学教授 馬場 治

1. 市場の沿革

徳島市内の水産物市場成立の沿革は以下の通りである⁽¹⁾。明治期に入って市内には5魚市場が営業していたが、明治30年にこの5魚市場が大同合併して合資会社徳島魚市場となった。しかし、合併後もそれぞれの市場は従来通りの場所で営業を続けていた。その後、株式会社への組織変更を経て大正15年に、徳島県市場取締規則改正に伴う1市町村1市場制（同一物件につき1市場）に基づき営業所を統合し、堀裏町中州に新市場を開設して営業を開始した。なお、大正11年当時より、富田浜付近で煮干魚、氷豆腐、水産加工品を扱う株式会社徳島塩乾物市場が営業していた。その後、第二次大戦終戦間際に中央卸売市場開設への計画が進められたが、厳しい戦時体制下で中央卸売市場の実現には至らなかった。

戦後は社会体制の混乱下で水産物市場も乱立状態となり、新町川岸地区に徳島水産魚市場（徳島魚市場が改称）、中央水産魚市場、徳島海産魚市場、徳島県水魚市場の4市場が並立して営業していた。その後、中央水産魚市場が倒産し、その後に徳島県水魚市場から分離した株式会社徳島大水魚市が入り、営業を引き継いだ。

昭和29年に、徳島市が中央卸売市場の建設を予定していた万代町6、7丁目に徳島県漁業協同組合連合会を開設者とする総合魚市場が完成した。この総合魚市場に荷受として入場したのが徳島大水魚市、徳島魚市場株式会社（徳島水産魚市場と徳島県水魚市場の合併による新会社）、徳島県漁連の3卸売業者である。この時点で徳島海産魚市場は廃業した。

その後、昭和38年に中央卸売市場開設のための検討に入り、昭和44年に中央卸売市場建設位置の決定、昭和45年に用地買収の完了、昭和47年に市場建設工事竣工、同年に卸売業者として青果2社、水産2社の入場が決定し、昭和48年2月に徳島市中央卸売市場として業務を開始した。

2. 市場の概要

徳島市を開設者とする徳島市中央卸売市場の水産物部は卸売業者2社（株式会社徳島大水魚市、徳島魚市場株式会社）、仲卸業者15社（鮮魚取扱10社、塩干取扱5社）、売買参加者167社から構成されている。

卸売業者である株式会社徳島大水魚市（以下、大水）と徳島魚市場株式会社（以下、魚市）の概要は以下の通りである。大水は資本金3千万円、役員4名、従業員44名（うちせり人24名）、魚市は資本金3千万円、役員7名、従業員70名（うちせり人47名）である。

市場の開場時間は午前4時から午後3時までで、水産物部のせり開始時刻は午前5時30分である。

水産物部の卸売場面積は3,881㎡、仲卸売場面積は2,088㎡であり、その他に水産加工所720㎡、水産物部冷蔵庫3,049㎡、水産物荷受所665㎡などの施設が備えられている。これらの市場施設使用料は以下の通りである。

卸売業者市場使用料：卸売金額の2.5/1000と卸売場面積1㎡あたり110円/月

仲卸業者市場使用料：販売金額の 2.5/1000 と仲卸売場面積 1 m²あたり 1,050 円/月

3. 市場取扱動向

(1) 品目別取扱状況

平成 11 年以降の推移を見ると、市場取扱高総計は 11 年から 15 年にかけては 330～350 億円の間を推移していたが、16 年以降急激に増加し、380～400 億円水準で推移している（表 1）。しかし、この推移を卸売業者別に見ると両業者間で大きな違いが見られる。まず、取扱高水準は魚市が大水を大きく上回り、その差は徐々に大きくなって、近年では魚市は大水の 2 倍以上の取扱高となっている。さらに、大水の取扱高は徐々に減少しているのに対し、魚市は 11 年から 15 年にかけては 210 億円前後の水準で推移していたが、その後 20%以上に相当する 50 億円以上の急激な増加を示している。

この変化を品目別に見ると、大水では生鮮品、冷凍品、加工品の各品目ともに減少しているのに対し、魚市では生鮮品（18 年だけは急増している）、加工品に関しては減少しているものの、冷凍品に関しては 16 年を境にしてその後急速に増加し、この冷凍品の増加分がほぼ魚市全体の増加分に相当することが分かる。

表1 卸売業者別取扱高 (単位:千円)

| 年度 | 徳島大水魚市 | | | | 徳島魚市 | | | | 総計 |
|------|--------|-----|-----|-------|-------|-------|-----|-------|-------|
| | 生鮮 | 冷凍 | 加工 | 計 | 生鮮 | 冷凍 | 加工 | 計 | |
| 平成11 | 807 | 192 | 330 | 1,329 | 1,345 | 510 | 266 | 2,121 | 3,450 |
| 12 | 846 | 199 | 294 | 1,339 | 1,352 | 412 | 251 | 2,016 | 3,355 |
| 13 | 823 | 187 | 296 | 1,306 | 1,307 | 462 | 251 | 2,020 | 3,326 |
| 14 | 834 | 181 | 295 | 1,310 | 1,349 | 601 | 262 | 2,212 | 3,522 |
| 15 | 754 | 146 | 242 | 1,142 | 1,238 | 639 | 235 | 2,111 | 3,253 |
| 16 | 775 | 134 | 226 | 1,135 | 1,324 | 1,118 | 237 | 2,679 | 3,814 |
| 17 | 775 | 144 | 223 | 1,143 | 1,247 | 1,093 | 226 | 2,565 | 3,708 |
| 18 | 762 | 133 | 223 | 1,118 | 1,618 | 1,017 | 225 | 2,860 | 3,978 |

資料)市場年報(徳島市中央卸売市場)各年版より

(2) 買受業者別取扱状況

卸売業者の販売先別の取扱高を見ると、大水では転送の比率が増加し、買参人の比率が減少して、18 年には仲卸業者と転送がほぼ等しい比率(約 40%)を占めるようになってきている(表 2)。一方、魚市では仲卸業者の比率が減少し、代わって転送の比率が大幅に増加してきたために、近年では転送を中心とする取扱となっている。また、両卸売業者ともに買参人の比率は減少傾向を示している。

16 年以降の魚市の取扱高総額の増加傾向と買受業者別の取扱動向を比較すると、16 年以降の取扱高総額の増加は転送の増加分にほぼ等しく、魚市全体の取扱の増加は転送の取扱を増加させた結果と読み取ることができる。転送の増加自体は営業活動の成果の現れと考えられるが、その経営への効果についてはその内容を吟味する必要がある。

表2 買受業者別取扱高 (単位:千円%)

| 年度 | 徳島大水魚市 | | | | | 徳島魚市 | | | | |
|------|----------|----------|----------|----------|-------------|----------|----------|------------|-------|-------------|
| | 仲卸業者 | 買参人 | 転送 | その他 | 計 | 仲卸業者 | 買参人 | 転送 | その他 | 計 |
| 平成11 | 439 (33) | 292 (22) | 306 (23) | 292 (22) | 1,329 (100) | 912 (43) | 254 (12) | 954 (45) | 0 (0) | 2,121 (100) |
| 12 | 477 (36) | 274 (20) | 387 (29) | 201 (15) | 1,339 (100) | 845 (42) | 234 (12) | 937 (46) | 0 (0) | 2,016 (100) |
| 13 | 579 (44) | 257 (20) | 393 (30) | 77 (6) | 1,306 (100) | 814 (40) | 228 (11) | 977 (48) | 0 (0) | 2,020 (100) |
| 14 | 561 (43) | 247 (19) | 434 (33) | 68 (5) | 1,310 (100) | 815 (37) | 250 (11) | 1,148 (52) | 0 (0) | 2,212 (100) |
| 15 | 507 (44) | 220 (19) | 362 (32) | 57 (5) | 1,142 (100) | 773 (37) | 226 (11) | 1,111 (53) | 0 (0) | 2,111 (100) |
| 16 | 504 (44) | 213 (19) | 382 (34) | 35 (3) | 1,135 (100) | 808 (30) | 195 (7) | 1,675 (63) | 0 (0) | 2,679 (100) |
| 17 | 494 (43) | 202 (18) | 447 (39) | 0 (0) | 1,143 (100) | 775 (30) | 174 (7) | 1,616 (63) | 0 (0) | 2,565 (100) |
| 18 | 469 (42) | 193 (17) | 456 (41) | 0 (0) | 1,118 (100) | 795 (28) | 168 (6) | 1,897 (66) | 0 (0) | 2,860 (100) |

資料)市場年報(徳島市中央卸売市場)各年版より

(3) 産地別集荷状況

集荷品の産地を県内外別に分けて、両卸売業者の特性を見てみよう。各卸売業者の取扱金額総計で見ると大水の方が魚市よりも県外集荷の比率が高いことが分かる(表 3)。

- ・**大水**：品目別では、冷凍品、加工品でとくに県外集荷の比率が高く、生鮮品についても売上の約 70%前後が県外集荷となっている。生鮮品に関しては、県内集荷品の取扱額が減少を続ける一方で、県外集荷品の取扱額は 55 億円前後の一定水準を維持しており、その結果相

対的に県外集荷品の取扱額比率が上昇した格好である。加工品に関しても、県内集荷品の取扱額が減少を続ける中で、県外集荷品については15～16年に一旦落ち込んだ取扱額をその後やや回復し、その結果として相対的に県外集荷品の取扱額比率を高めている。

- ・**魚市**：生鮮品、冷凍品、加工品のいずれにおいても県内集荷品の取扱額比率は大水よりも高い。生鮮品については、県内集荷品の取扱額を徐々に減少させていたが18年には12年水準にまで大幅な回復を実現している。この18年を除けば、生鮮品については県内集荷品の取扱額は減少し、他方県外集荷品の取扱額は70億円台の水準を維持しており、大水と同様に相対的に県外集荷品の取扱額比率の上昇につながっている。加工品は、県外集荷品については15億円前後の一定水準を維持する一方、県内集荷品については取扱額が減少傾向にあるが、その落ち込みの程度は大水に比べれば小さい。何よりも魚市で注目されるのは冷凍品に関する県内集荷品の取扱額の顕著な増加である。13年までは、冷凍品の県内集荷品の比率は20%に満たない水準であったが、14年に15億円以上の急増を見せ、県内集荷品取扱額比率が40%近くに上昇した。その後16年にはさらに大きな増加を見せ、冷凍品の県内集荷品取扱額比率は50%を超えるに至った。14年と16年の県内集荷品取扱の急激な増加の要因は明らかではないが、魚市の関連会社である株式会社魚秀（設立平成14年11月）と株式会社マリン大王（設立平成16年8月）の2社の設立との関係が考えられる。魚市のホームページには関連企業として魚秀とマリン大王が掲載されており（調査時点・・・現在魚市ホームページは工事中）、両社の設立年はそれぞれ冷凍品の県内集荷品取扱額の急増年と一致している。調査時点でのホームページ記載及び聞き取りによれば、魚秀の事業内容はウナギ・貝類他水産物の輸出入販売となっており、その主な取引先として、仕入先には魚市、土佐海商株式会社、神港魚類株式会社などが、販売先には全国の卸売市場及び問屋が挙げられている。また、マリン大王の事業内容は水産物加工品販売となっており、取扱商品としてイカ類の冷凍加工品（イカそうめん、姿作り、寿司ねたなど）が挙げられている。両卸売業者合計の県内集荷冷凍品（大水はわずかで、ほとんどは魚市）の種目別内訳を見ると、県内集荷品合計6,000トン・63億円のうち、冷凍イカが

1,400トン・11億円、その他冷凍魚が4,300トン、51億円であり、この2種目でほとんどを占めている。これらすべてが魚市関連会社の上記2社に関わるものというわけではないが、この2社の設立が魚市におけるこれら種目の取扱の増加に貢献していると考えられる。

表3 県内外別取扱高 (単位:千円、%)

| 年度 | 生鮮 | | 冷凍 | | 加工 | | 計 | |
|------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|------------|
| | 県内 | 県外 | 県内 | 県外 | 県内 | 県外 | 県内 | 県外 |
| 平成12 | 290 (34) | 555 (66) | 8 (4) | 191 (96) | 75 (25) | 219 (75) | 374 (28) | 965 (72) |
| 13 | 273 (33) | 550 (67) | 12 (6) | 176 (94) | 89 (30) | 208 (70) | 373 (29) | 933 (71) |
| 14 | 281 (34) | 553 (66) | 13 (7) | 168 (93) | 82 (28) | 213 (72) | 376 (29) | 934 (71) |
| 15 | 238 (32) | 516 (68) | 14 (10) | 132 (90) | 67 (28) | 175 (72) | 319 (28) | 823 (72) |
| 16 | 225 (29) | 550 (71) | 8 (6) | 127 (94) | 48 (21) | 177 (79) | 281 (25) | 855 (75) |
| 17 | 211 (27) | 564 (73) | 11 (8) | 133 (92) | 33 (15) | 191 (85) | 254 (22) | 888 (78) |
| 18 | 194 (25) | 568 (75) | 4 (3) | 129 (97) | 29 (13) | 194 (87) | 227 (20) | 891 (80) |
| 年度 | 生鮮 | | 冷凍 | | 加工 | | 計 | |
| | 県内 | 県外 | 県内 | 県外 | 県内 | 県外 | 県内 | 県外 |
| 平成12 | 620 (46) | 733 (54) | 72 (18) | 340 (82) | 101 (40) | 150 (60) | 793 (39) | 1,222 (61) |
| 13 | 588 (45) | 719 (55) | 63 (14) | 399 (86) | 106 (42) | 145 (58) | 757 (37) | 1,263 (63) |
| 14 | 578 (43) | 771 (57) | 227 (38) | 374 (62) | 111 (43) | 151 (57) | 916 (41) | 1,296 (59) |
| 15 | 524 (42) | 714 (58) | 250 (39) | 389 (61) | 100 (43) | 134 (57) | 874 (41) | 1,237 (59) |
| 16 | 544 (41) | 780 (59) | 594 (53) | 524 (47) | 93 (39) | 143 (61) | 1,232 (46) | 1,447 (54) |
| 17 | 471 (38) | 776 (62) | 532 (49) | 560 (51) | 78 (35) | 147 (65) | 1,081 (42) | 1,484 (58) |
| 18 | 420 (38) | 998 (62) | 625 (61) | 392 (39) | 79 (35) | 145 (65) | 1,324 (46) | 1,536 (54) |

資料) 市場年報(徳島市中央卸売市場)各年版より

(4) 委託・買付別取扱状況

各卸売業者の取扱金額総計で見ると、大水の方が魚市よりも委託比率が高いことが分かる(表4)。冷凍品に関しては、両社ともに従来からほぼすべて買付である。加工品については両社ともに大部分が買付であるが、大水よりも魚市の方が委託比率が高い点で異なる。しかし、加工品に関する委託比率は両社ともに近年低下傾向にある点では一致している。両社の大きな違いは、生鮮品に関する委託比率である。大水では、生鮮品取扱額の約3分の1が委託である

のに対し、魚市では委託比率は15%程度にとどまっている。しかし、魚市では委託比率はほぼ同水準で安定して推移しているのに対し、大水の委託比率は近年低下傾向にあり、買付集荷への依存を強めつつあることが読み取れる。その結果、近年では生鮮品に関する買付比率は、大水で約80%、魚市では約90%に達している。買付集荷が増加することは、通常は相対取引の増加を意味するが、卸売業者からの聞き取りでは近年は相対取引は減少し、せり売りが増加する傾向にあると言われており、この点での検証が必要である。

表4 委託買付別取扱高 (単位:千円、%)

| 年度 | 生鮮 | | 冷凍 | | 加工 | | 計 | |
|------|----------|----------|-------|-----------|---------|----------|----------|------------|
| | 委託 | 買付 | 委託 | 買付 | 委託 | 買付 | 委託 | 買付 |
| 平成12 | 276 (33) | 569 (67) | 1 (1) | 198 (99) | 38 (13) | 256 (87) | 315 (24) | 1,024 (76) |
| 13 | 273 (33) | 549 (67) | 0 (0) | 187 (100) | 50 (17) | 247 (83) | 323 (25) | 983 (75) |
| 14 | 272 (33) | 562 (67) | 2 (1) | 179 (99) | 48 (16) | 248 (84) | 321 (24) | 989 (76) |
| 15 | 244 (32) | 514 (68) | 1 (1) | 145 (99) | 38 (16) | 203 (84) | 283 (25) | 862 (75) |
| 16 | 221 (29) | 554 (71) | 1 (1) | 133 (99) | 31 (14) | 195 (86) | 253 (22) | 882 (78) |
| 17 | 162 (21) | 613 (79) | 1 (1) | 143 (99) | 25 (11) | 198 (89) | 188 (16) | 955 (84) |
| 18 | 140 (18) | 622 (82) | 1 (1) | 133 (99) | 21 (9) | 202 (91) | 161 (14) | 957 (86) |

| 年度 | 生鮮 | | 冷凍 | | 加工 | | 計 | |
|------|----------|------------|-------|-------------|---------|----------|----------|------------|
| | 委託 | 買付 | 委託 | 買付 | 委託 | 買付 | 委託 | 買付 |
| 平成12 | 192 (14) | 1,161 (86) | 0 (0) | 412 (100) | 49 (20) | 202 (80) | 241 (12) | 1,775 (88) |
| 13 | 191 (15) | 1,116 (85) | 0 (0) | 462 (100) | 59 (23) | 192 (77) | 250 (12) | 1,770 (88) |
| 14 | 169 (12) | 1,180 (88) | 0 (0) | 601 (100) | 58 (22) | 204 (78) | 226 (10) | 1,986 (90) |
| 15 | 229 (18) | 1,009 (82) | 0 (0) | 639 (100) | 54 (23) | 181 (77) | 282 (13) | 1,829 (87) |
| 16 | 142 (11) | 1,182 (89) | 0 (0) | 1,118 (100) | 45 (19) | 192 (81) | 188 (7) | 2,491 (93) |
| 17 | 167 (13) | 1,080 (87) | 0 (0) | 1,093 (100) | 29 (13) | 196 (87) | 196 (8) | 2,369 (92) |
| 18 | 192 (12) | 1,426 (88) | 0 (0) | 1,017 (100) | 36 (16) | 188 (84) | 228 (8) | 2,632 (92) |

資料) 市場年報(徳島市中央卸売市場)各年版より

(5) 主要種目別取扱高

主要な種目別の取扱高を、平成18年の実績に基づいて見てみよう(表5)。

生鮮品について見てみると、ブリ類、アジ、サバなどの青物類の取扱が多く、これらは主として徳島県内を含む近隣県からの入荷が中心である。また、その他の種目も含め、生鮮品の取扱上位を占める種目の多くは近隣県からの入荷品である。

冷凍品ではイカ類が特異的に多く、先述の関連会社マリン大王設立に伴う取扱増加も一要因と考えられる。

加工品では青物類の塩蔵品と煮干類が上位を占めている。塩蔵品は北海道や福岡などの遠隔地からの入荷が中心であるが、煮干類は県内を含む、近隣県からの入荷が中心である。

生鮮品、冷凍品、加工品のそれぞれの出荷地を見ると、いずれの品目においても徳島県が最も多い(表6)。生鮮品に関して徳島県内からの集荷が最も多いのは、当市場が消費地市場でありながらも、県内水揚品の一次的な価格形成の場として、産地市場機能を有していることの表れと考えられる。他方、冷凍品における県内集荷の多さは、先述したように、卸売業者の関連会社を出荷者として活用するという卸売業者の経営戦略の表れと見ることができる。加工品に関しては、釜揚げや煮干類などの地域の伝統的な商品が中心であるために、集荷も県内が中心となっているのであろう。

表5 主要種目別取扱高

| 種目 | 順位 | 品目 | トン | 主要産地 | | | |
|----|----|-------|-------|------|-----|-----|-----|
| | | | | 徳島 | 高知 | 福岡 | 東京 |
| 生鮮 | 1 | ハマチ | 9,959 | 徳島 | 高知 | 福岡 | 東京 |
| | 2 | サバ | 4,329 | 徳島 | 三重 | 福岡 | 鹿児島 |
| | 3 | アジ | 2,366 | 徳島 | 高知 | 和歌山 | 愛媛 |
| | 4 | タチウオ | 2,333 | 福岡 | 和歌山 | 徳島 | 愛媛 |
| | 5 | アサリ | 2,261 | 兵庫 | 山口 | 徳島 | 熊本 |
| | 6 | マグロ | 1,459 | 兵庫 | 東京 | 沖縄 | 三重 |
| | 7 | イカ | 1,340 | 徳島 | 和歌山 | 愛媛 | 香川 |
| | 8 | ブリ | 1,284 | 愛媛 | 東京 | 香川 | 高知 |
| | 9 | サンマ | 959 | 北海道 | 三重 | 千葉 | 宮城 |
| | 10 | マダイ | 875 | 愛媛 | 徳島 | 高知 | 香川 |
| 冷凍 | 1 | イカ | 1,786 | 徳島 | 大阪 | 茨城 | 兵庫 |
| | 2 | スリミ | 931 | 東京 | 大阪 | 香川 | 徳島 |
| | 3 | エビ | 549 | 徳島 | 兵庫 | 大阪 | 東京 |
| | 4 | サンマ | 481 | 北海道 | 岩手 | 茨城 | 宮城 |
| | 5 | サケ | 403 | 大阪 | 千葉 | 兵庫 | 北海道 |
| | 6 | タコ | 337 | 徳島 | 岡山 | 大阪 | 福岡 |
| | 7 | カニ | 212 | 大阪 | 徳島 | 愛媛 | 兵庫 |
| | 8 | カレイ | 115 | 大阪 | 徳島 | 東京 | 三重 |
| | 9 | アジ | 97 | 福岡 | 千葉 | 大阪 | 徳島 |
| | 10 | アカウオ | 57 | 大阪 | 青森 | 兵庫 | 千葉 |
| 加工 | 1 | かまあげ | 1,688 | 徳島 | 兵庫 | 和歌山 | 香川 |
| | 2 | 塩さば | 715 | 福岡 | 千葉 | 大阪 | 東京 |
| | 3 | 塩さけ | 598 | 北海道 | 三重 | 兵庫 | 大阪 |
| | 4 | 塩さんま | 581 | 北海道 | 三重 | 兵庫 | 大阪 |
| | 5 | 煮干ちりめ | 430 | 徳島 | 兵庫 | 山口 | 香川 |
| | 6 | 丸干いわし | 408 | 兵庫 | 徳島 | 高知 | 三重 |
| | 7 | 煮干いわし | 266 | 広島 | 徳島 | 愛媛 | 兵庫 |
| | 8 | 煮干かえり | 95 | 兵庫 | 徳島 | 大阪 | 千葉 |
| | 9 | かずのこ | 76 | 福岡 | 東京 | 徳島 | 兵庫 |
| | 10 | 桜干いわし | 13 | 兵庫 | 徳島 | 島根 | |

資料) 市場年報(徳島市中央卸売市場)平成18年版より

表6 主要産地別取扱高

| 順位 | 生鮮 | | 冷凍 | | 加工 | |
|----|-----|--------|-----|-------|----|-------|
| | 産地 | トン | 産地 | トン | 産地 | トン |
| 1 | 徳島 | 15,726 | 徳島 | 6,091 | 徳島 | 3,024 |
| 2 | 福岡 | 7,597 | 大阪 | 1,918 | 兵庫 | 2,172 |
| 3 | 愛媛 | 3,062 | 東京 | 888 | 福岡 | 1,172 |
| 4 | 東京 | 3,043 | 兵庫 | 560 | 広島 | 1,067 |
| 5 | 高知 | 2,968 | 北海道 | 464 | 岡山 | 832 |
| 6 | 北海道 | 2,239 | 高知 | 360 | 大阪 | 699 |
| 7 | 兵庫 | 1,859 | 香川 | 353 | 三重 | 640 |
| 8 | 和歌山 | 1,699 | 愛媛 | 251 | 香川 | 582 |
| 9 | 三重 | 1,628 | 三重 | 233 | 千葉 | 509 |
| 10 | 山口 | 1,465 | 千葉 | 160 | 東京 | 486 |

資料) 市場年報(徳島市中央卸売市場)平成18年版より

4. 卸売業者の概要

(1) 徳島魚市場株式会社

設立は昭和 35 年で、資本金 3,000 万円、役員 5 名、従業員 65 名である。大阪魚市場株式会社との資本関係はないが、取引関係はある。マルハとの関係もない。

<組織>

当社の組織構成は次のとおりである。

第 1 鮮魚部：一般近海課、小釣課

第 2 鮮魚部：青物 I 課、II 課、北海道全般、サーモン・貝類輸入品及び国産品

第 3 鮮魚部：養殖課、活魚課、養鰻課・・・ほとんど相対

第 4 鮮魚部：太物課、特殊課

冷凍部：冷凍課、商事課

塩干部：塩干課、加工食品課

<関連企業>

当社の関連企業概要は次のとおりである。

- ・株式会社和幸：スチロール箱販売、冷蔵庫業
- ・株式会社マンダイ：19 トン型まき網船（若葉丸）経営
このまき網船経営はかつては大水との共同経営であったが、現在は魚市の 100%出資となっている。
- ・旭物産株式会社：養殖餌料販売
- ・株式会社魚秀：ウナギ等水産物の輸出入販売（平成 14 年設立）
- ・株式会社マリン大王：水産物加工品（冷凍物一般、切身、パック）販売（平成 16 年設立）

<集荷実態>

第 1 鮮魚部の集荷に関しては、生産者による直接持ち込みや県内漁協（徳島市漁協など）による共同出荷が多く、産地市場機能を強く有している部門である。また、産地市場を開設している漁協では、当該市場でせり・入札後に産地仲買の手を経て当市場に出荷されてくる物もある。これらの中では、漁協による共同出荷が金額では最も大きい。この共同出荷分は委託集荷が中心であるが、この集荷を確実に確保するために魚市から漁協荷捌場に人員を派遣して出荷作業を手伝うなどの対応をとっている。さらに、生産者による直接持ち込みも、生産者が減少するにつれ当市場まで運搬する担い手が少なくなり、この集荷をいかに確保するかが近年の課題となっている。

養殖魚の集荷は、生産者からの持ち込みではなく、魚市及びその関連会社からの養殖餌料の販売先である県内の特定養殖産地（鳴門が中心）の生産物（養殖魚）の販路開拓を魚市が担うというかたちでの集荷が中心という。

冷凍魚に関しては、商社経由だけでなく直接輸入する物もある。必ずしも地方向けの転送とは限らず、特定の得意とする冷凍水産物については魚市を起点として積極的に都市部の消費地市場に出荷する場合もある。

近海物全般に関しては、大水と厳しいシェア争いを行い、集荷力を強化することで集荷量の低下を防いでいる。この背景には、魚市と取引関係にある仲卸業者が量販店相手に強い販売力

を持ち、その仲卸業者の販売力が荷受である魚市の集荷力を強めるという関係がある。

生鮮品でも、県外からの集荷に関してはほとんど（90%）は買付である。集荷に関しては、大阪市場は重要な意味を持っている。大阪市場には全国から品物が集まるので、大阪市場（本場）経由で徳島向けに荷割をしてもらうことがあるが、その場合でも荷の確保のためには魚市側である程度の価格を提示する必要がある。

集荷力の強さの背景として、先述したように取引関係にある仲卸業者の販売力の強さ（量販店を主対象とする）は重要な要素であるが、取引上の基本的な条件としての、せり売りの比率の高さも重要な要素である。多くの消費地市場でせり売りの比率が大きく低下する中であって、名古屋市中央卸売市場と徳島市中央卸売市場はせり売りの比率が高いといわれる。せり売りの比率の高さゆえに、当市場は出荷する産地側にとって期待できる市場と認識されることが多く、県内産地も県外に出すよりも当市場に出荷した方が良いとの判断に至ると指摘されている。

<販売実態>

魚市からの聞き取りによれば、全体としてはここ 10 年程の間に相対取引は減少し、現物を見て、その評価に基づいて価格を決定するせり売りに移行してきたという。種類別に見ると、近海の小ロットの商品はせり売りと相対売りの両方がある。また、近海物であってもロットの大きい物（青物、マナガツオ、サワラなど）は、当市場でさらに規格化して県外転送を行うこともある。ただ、市場の一般的な性格としては、関西方面への出荷基地になるというよりも、関西方面から商品を探して買付に来る市場という傾向が強いという。

県内の流通の中核となる中央市場という性格から、県内の他消費地市場との関係も注目される。県内の他消費地市場（小松島、鳴門、池田、橘など）の卸売業者はいずれも当中央市場での買参権を保有しており、相対による時間前取引を通じて県外物を中心に買い付けて、各自の市場の販売にのせる。しかし、近年では交通網の発達により、県内の各地方消費地市場の仲卸業者自身が当中央市場で買い付けていくようになり、地方消費地市場の卸売業者にとっては厳しい販売環境となってきた。

大きな購買力を持つ量販店はそれぞれ買参権は持っているが、これを行使することはほとんどなく、場内の仲卸業者経由で全量を仕入れている。各量販店は特定の仲卸業者と取引関係を有し、そこを仕入代行として利用している格好である。量販店が広告商品を仕入れる場合は、通常は予約相対取引が一般的であるが、この地域ではせりで買うことが多いという。これは、量販店の広告商品といえども、定番品化していない場合が多く、産直で仕入れるよりも市場で相場を見ながら仕入れる方が仕入価格面で有利に働く場合があるからといわれている。量販店への配送は、仲卸業者によって対応が異なっており、仲卸業者自身が個店配送を担う場合や、量販店の配送センターまでの配送で終える場合など各種である。

卸売業者と仲卸業者の間に取引上の系列的な関係は多少はあるが、実際には仲卸業者は両卸売業者から買い付けており、強い系列関係とはなっていない。

また、特異な点として、当市場では仲卸業者から小売業者への売渡価格は、せり値に 5%上乗せした価格とするという販売方法が慣習的に行われているという点があげられる。ただし、この慣習は小売業者が早い時間に直接市場に仕入れに来る場合におけるものであり、市場に遅く来たり、あるいは電話注文で仕入れる業者を相手とする場合には、必ずしもせり値を基準とする売価になるとは限らない。

現時点では仲卸業者の自然淘汰は止まり、現在の業者数でしばらくは安定して推移するであろうと考えられている。しかし、買参人の数は引き続き減少傾向が続くであろうとのことである。

< 決済 >

出荷者への奨励金を出していないが、太物にだけは 1.5%の歩戻しがある。ただ、出荷者への支払いは翌日支払いを原則としており、この決済の速さが集荷能力の源泉の一つと考えられる。他方、仲卸業者に対しては 3/1000 の完納奨励金がある。

(2) 株式会社徳島大水魚市

設立は昭和 29 年、資本金 3,000 万円、役員 3 名、従業員 47 名、パート 15 名である。大阪中央市場の株式会社大水とは資本関係はない。また、かつてから商品の取引関係としては日水グループであったが、資本関係はない。

< 組織 >

当社の組織構成はつぎのとおりである。

営業第 1 部：近海課(売上シェア：25%)、青物太物課(15%)

営業第 2 部：冷凍課(15%)、養魚特種課(25%)、塩干加工食品課(15%)、荷受課(荷を受け取る専門部署として人員配置)

総務部：販促課(対外取引等の新しい取り組みに対応するために平成 19 に設置)、経理課、総務課

< 関連企業 >

当社の関連企業概要は次のとおりである。

- ・徳島大水冷蔵株式会社：設立昭和 41 年、資本金 3,000 万円。容量 4,900 トンの冷凍庫を持ち、水産物の冷凍・冷蔵保管及び加工水産物、養殖魚用飼料の販売を事業内容とする。年商は約 10 億円。
- ・徳島大水食品株式会社：設立昭和 61 年、資本金 2,500 万円。事業内容は、冷凍マグロ・カツオを中心とする冷凍水産物の加工及び販売である。年商は約 5 億円。この会社で使用する原料の仕入は、親会社の大水からは独立して行わせており、加工企業としての自立した経営をめざしている。

< 集荷実態 >

集荷に関する近年の全般的傾向として、委託比率の大幅な低下と、それに代わる買付集荷の増加があげられる。生鮮品の県内産地別の状況を見ると、鳴門地区、県南地区、牟岐地区(底曳物)からの集荷は委託が中心である。一部の強力な業者は委託を希望することがあるが、産地仲買からの出荷は一般的には委託は少ないという。このように県内外を含め、鮮魚においても買付集荷が中心となりつつあるが、その場合でも出荷者(荷主)から事実上の指値を提示されることが多くなってきている。

県外からの入荷は大阪を中継とする場合が主である。

冷凍や塩干類はほぼ 100%が買付である。

また、近年では「委託買付集荷」という新たな集荷スタイルも登場してきた。これは、形式的には買付集荷のスタイルをとるが、その値決めは商品を販売した後に後付で行うという方式である。販売した後に買付価格が決定されるので、一見委託集荷のように見えるが、卸売業者と出荷者の間の取引自体は出荷者の利益確保を前提とした買付集荷を基本としている。したがって、当市場での価格が出荷者の指値（浜値を前提として決められる）を下回るような場合は、卸売業者側が負担することもあるという。この「委託買付」に対する取り組みに両卸売業者間で違いが見られた。魚市は急速に「委託買付」への転換を進めたが、大水ではこの転換が遅れたのである。そのことが、両卸売業者間での集荷力の違いを産み、取扱高の推移の違いをもたらした背景の一つと言えるかもしれない。

<販売実態>

天然の鮮魚類では取扱のほぼ半分はせり売りであるが、養殖物は相対が中心である。しかし、最近では養殖物であっても、換金目当てで売り払うためにせり売りも行われるようになった。とくに、品質的にやや劣る養殖物の B 品については、生産者からの依頼によるせり売りが行われることがしばしばある。

当社の販売について見ると、その扱い量の 6 割は場内での販売であるが、残り 4 割は場外売りである。場外売りの約半分（全体の 18%）に相当する部分は、韓国に向けた販売である。当市場も、かつては全国の市場を相手として転送を行っていたが、近年ではこの転送のマーケットが縮小し、転送による利益率が低下し、この利益率の低下を補うために韓国市場との取引を始めたという。対象魚種は、タチウオやタラ類など、韓国での需要の強い魚種で、国内の出荷者（荷主）価格に手数料を乗せて韓国向けに販売を行っている。本事業を開始して既に 6 年が経過しているが、手数料収入依存の事業であるので利幅は小さい。しかし、厳しい環境にある国内マーケットでの収益低下を補う事業として育成しており、その取引額は、当卸売業者と取引のある仲卸業者のトップクラスと同程度の取引規模にまで成長している。

5. まとめ

徳島市中央卸売市場は、四国と本土を結ぶ、いわば流通のハブ機能を担う市場として位置づけられるよう。本土から大阪経由で四国に流入する魚介類、四国内各産地から四国内の他消費地あるいは本土に送られる魚介類が経由する場所として、重要な位置づけにある。大消費地である大阪に近いという背景もあるが、同時に瀬戸内の小物だけでなく、太平洋側の豊富な青物類も集荷する力を持ち、そのことが大阪市場からも評価されて、大阪市場の仕入先としての役割を担っている。

その立地条件から、消費地市場でありながらも県内各産地あるいは四国内の他産地からの活発な入荷があり、産地価格形成機能を強く有する市場と言える。そのこともあって、とくに鮮魚についてはせり売りの比率が高く、せり売りによる価格形成への産地側の期待の現れでもある。全国的には買付集荷と相対取引が中心となりつつある中で、名古屋市中央市場や当徳島中央市場のように、せり売りの比率を相対的に高く維持することで産地側の注目を集める市場が存在することは、言い換えれば現在の主流の取引への不満の現れでもある。出荷者にとっては安心を、卸売業者からすれば集荷の確保をめざして行われる買付集荷と相対取引が、結果的に

は魚価を低価格に固定化する方向に作用しているとの不満がそれである。市場の活性化と価格形成への効果という観点からせり売り、相対売り、買付集荷、委託集荷等の間の関係をもう一度再検討する必要がある。

本調査を通じて見えてきたもう一つの重要な視点として、卸売業者の経営戦略と実質的な経営効果との関係である。

魚市は、冷凍加工品製造やその販売等を専門に担う関連会社を場外に設立し、これらの関連会社との取引を通じて卸売業者としての取扱規模を拡大するとともに、これらの会社から仕入れた商品を活用した積極的な営業を展開して、卸売業者としての活性化を図っている。

他方、大水はかつてピーク時に 160 億円の年商を上げていた時期（バブル期）があるが、この時期の売上増加は全国の卸売業者や小売業者を相手に、転送というかたちで養殖魚を中心として流していたことによるものであった。その後はこの転送も収益性が低下し、この事業の整理を進め、規模拡大をめざすのではなく利益重視の経営戦略への転換を進めつつある。

両社の経営戦略には若干の違いはあるものの、事業の持続性・発展性という点ではいずれの戦略も不可欠のものである。その上で、当市場のおかれている客観的な位置づけに沿った発展方策として適切な方向性がどのようなものであるかについてはさらなる調査分析が必要であろう。

（注）

（1）市場概要－平成 19 年度－（徳島市中央卸売市場）による。

Ⅷ. 熊本県地方卸売市場における水産物の流通について

独立行政法人水産大学校講師

甫喜本 憲

1. 熊本県漁業の概要

1) 地区概要

熊本県は、有明海、八代海、天草西海と三つの海域に接しており、有明海に面した地区ではノリ養殖、採貝、潜水器、刺し網、一本釣りなどが、八代海に面した地区では吾智網、刺し網、採貝、船曳網などと魚類養殖、クルマエビ養殖、真珠養殖が、また天草西海に面した地区では、旋網、刺し網に魚類養殖、真珠養殖などの漁業種類が営まれている。

平成17年度における県内漁業の総生産量は9万4977t、総生産額は390億14百万円で、金額的に大きいのは全体の74%を占める海面養殖である（ノリ養殖（116億）、ブリ（64億）、マダイ（59億）、クルマエビ（11億）、フグ（11億）、真珠（6億））。一方、海面漁業の方では、アサリ（20億）、エビ類（6億）、マダイ（5億）、シラス（5億）などが金額的に大きい魚種である。

漁業集落は、海岸線と山地で挟まれた狭隘な土地に散在しており、地理的不利性や組合を通さない流通の影響などもあって、多くの漁協は経済事業が充実せず、漁業者に対する入漁料等、漁場行使面での収入に経営的に依存している。そこで「熊本県漁協組織・事業基盤強化基本方針」の下で各市町村毎に漁協合併が推進されてきたが、平成17年3月には計画の見直しがおこなわれ、現在は地域・漁業特性を考慮して4ブロックに分け、自立漁協の基盤確保に向け再編過程にある。

ちなみに平成19年4月1日時点の地区漁協数は、沿海漁協39、内水面漁協13であり（業種別漁協等も含め、64）、販売事業を営んでいる組合は32組合になるが、産地市場、荷捌き所を保有している組合は後述するように少ない（「熊本県の漁業」、平成19年度）。また信用事業に関しては、農林中金と県信用事業連合会の間で平成16年に事業譲渡が行われており、天草漁協のみが単独で信用事業を営んでいる状況である（平成19年11月現在）。

2) 各地区における流通事情

平成19年10月時点における、地域別に見た流通面の特徴は、以下の通りになる（図1）。

①荒尾市、玉名市、熊本市、宇土市、宇城市三角町に属する県北部の20組合（旧支所を含む）は、養殖ノリとアサリが水揚げの主体の地域であり、漁協の産地市場、および荷捌き所は見られない。また、宇城市不知火、八代市の北部の6漁協では、養殖ノリ、アサリ、雑魚に加え、遊漁船業も見られる（セリを行う産地市場は1組合だけある）。養殖ノリ・アサリが、当初はともに漁協を通さず、漁業者が大手水産会社と個別契約する形で全国流通していたことから、熊本県漁連では、共販事業に載せる試みを継続してきた。その結果、ノリは15年前、アサリは4、5年前に漁獲物のほぼ95%以上が漁連共販事業として流通している。組合のトラックで各浜から集荷し、運送費用が後日、利用した組合員に請求される。

他方、漁船漁業によって漁獲されるクルマエビ、マナガツオ、スズキなどは、熊本地方卸売市場（田崎）や福岡の大牟田市場に個人ごとに運搬する。大牟田市場へは20分、田崎市場へ

は30分程度の所要時間であり、福岡に流れる漁獲物も少なくないという。

②八代市南部、葦北郡、水俣市に属する中部の7組合については、漁船漁業とシラスが漁獲の中心である。7組合のうち6組合に荷捌場があり、田崎市場に委託出荷される。チリメンの原料となるシラス以外の魚種は、県内食用消費に回されるものが殆どである。

③天草上島に関しては、本土側の宇城市と大矢野島を結ぶ天草大橋が20数年前にできたことにより、国道と高速を乗り継いで田崎市場へのアクセスが比較的容易になったことが大きい。これによって、田崎市場へは国道を経由して3時間半程度で運送することが可能になった。

しかし天草下島に関しては、田崎市場への物流条件が十分ではなく、17支所の統合による天草漁協では、本所（本渡）、牛深総合支所でセリがおこなわれている他、約半数の組合に荷捌き所がある。他方で、この地区はマダイ・ブリ養殖も多く、香川県漁連、三重県漁連、ヨシキウを軸にした広域的流通も見られる。

漁連共販に関しては、ノリは、毎年11月下旬から月2回のペースで入札会が年10回程度開催される。買受業者は59社が参加しているが、関西と九州の業者で占められる。

アサリについても、潮ごとに事前に入札会を開いて値決めを行う。関西、九州の10社が買付業者として参加し、缶詰や佃煮の原料として下関市場に運ばれていくという。



図1 熊本県の産地市場、荷捌所と田崎市場(平成19年10月)

2. 熊本地方卸売市場（田崎市場）

1) 市場概要

熊本県内には合計12の水産物を取り扱う消費地市場があるものの（うち11が株式会社、残り1が「その他の市場」）、田崎市場は、県内取扱の数量面で70%、金額面で88%を占める、熊本市一円地域の主要な台所としての機能を果たしている。

熊本の魚市場はもともと新町にあったが、昭和38年に水産部門が田崎に移転して営業を開始し、その一年後、青果部門も営業を開始した。卸売業者は、青果部門では熊本大同青果（株）と熊青西九州青果（株）の2社、水産部門では熊本魚市（株）と大海水産（株）の2社があり、

この4社が卸売市場の立ち上げに際し2500万円ずつ出資し、開設者である(株)熊本地方卸売市場を設立した。全国初の民設・民営市場であったといわれている。

(株)熊本地方卸売市場は、セリ場、施設の維持管理、買参人の許可、熊本市による年2回の衛生検査の受け入れなどの業務を行っている。また取引決算面での回収機構として、「熊本水産物取引精算株式会社」が下部組織としてある。

卸売市場内の敷地面積は175345m²で、市場関係業者以外にも、銀行や付属営業の食堂などの店舗がたち並び、また、駐車場面積も5万m²弱ある(図2)。経営収支面では、この不動産収入が大きな支えになっているという。

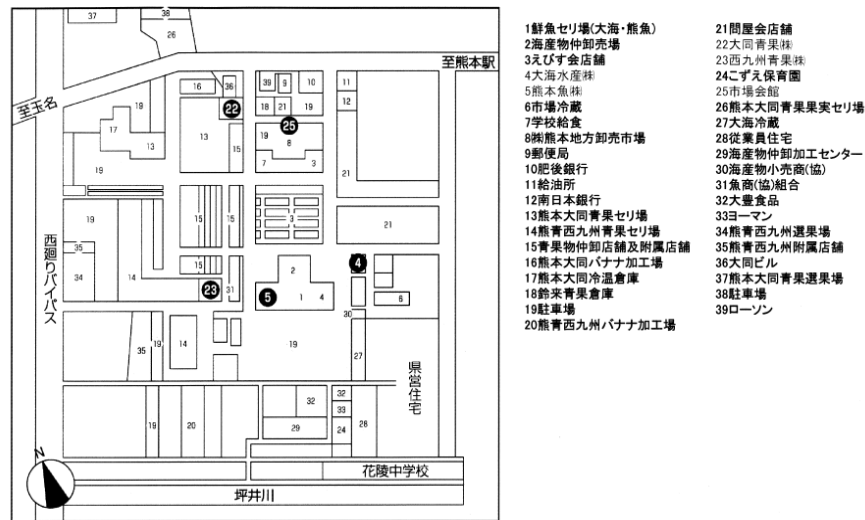


図2 熊本地方卸売市場内の主要施設
(資料：熊本地方卸売市場「熊本地方卸売市場の概要 2007年度」)

2) 仲買業者の状況

熊本地方卸売市場ができた昭和38年当初には、水産部門の仲卸業社は70社、売買参加者が180社近くいたと言われる。しかし、平成20年度では、仲卸業社42社、売買参加者61社まで減少しており、買出人225社、分荷11社、計342社が直近の状況である。小売の売買参加者・買出人は、熊本魚商協同組合(売買参加者39・買出人122)か、熊本県海産物小売商協同組合(同10・73)のいずれかに加入しなければならないが、地元の間人関係によって分離しており、機能的な面では同じである。また、加工業者による組織として、熊本県蒲鉾協同組合があり、12社が加入しており、1、2社はすりみも扱っている。

仲買業者の構成について、登録42社のうち実際に活動しているのは40社である。最大手は、従業員が約100名、年商40億円程のK鮮魚であり、以下、上位6社までが年商20億円以上で、従業員60~100人程度の規模である。残りの仲卸業社は、スケールが格段に落ちて6人~10人程度で、従業員2~3人の家族経営も10社ほど存在する。平成13年以降、地場スーパーのニコニコ堂や壽屋系列店が倒産し、代わってイオンやゆめタウンといった大手量販店が進出し、地元の水産小売業界が大きく構造変化した。仲買業者の上位6社はそれら大手量販店との結びつきを強めており、地区売上金額のうち8割を占めている。反対に、それに

対応できなくなった小規模な仲買業者3社が破綻したという。卸売市場法改正以降は、仲買業者による直荷引きも行われており、地元の病院や居酒屋等の業務筋に卸されている。

3) 市場取扱の推移

熊本地方卸売市場の市場取扱の推移は、図3の通りである。水産物の取扱数量は、昭和50年代から6万～6万5千トン水準で維持しており、一時期、平成10年頃に3年ほど7万～8万トン水準が続くものの、その後低落傾向にあり、16年以降は6万トンを割り込む状態になっている。

取扱金額としては、バブル期までほぼ上昇基調にあり、平成2年から8年の間に420～450億円のピークを迎えた。しかし平成10年以降は取扱量同様、低下傾向にあり、平成18年度は320億円にまで減少した。

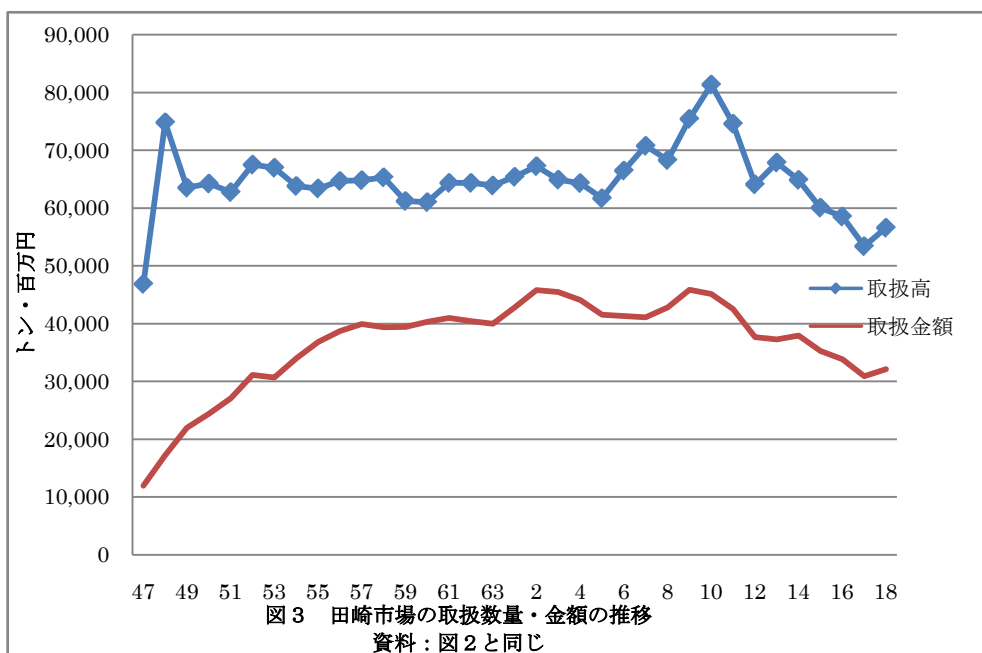


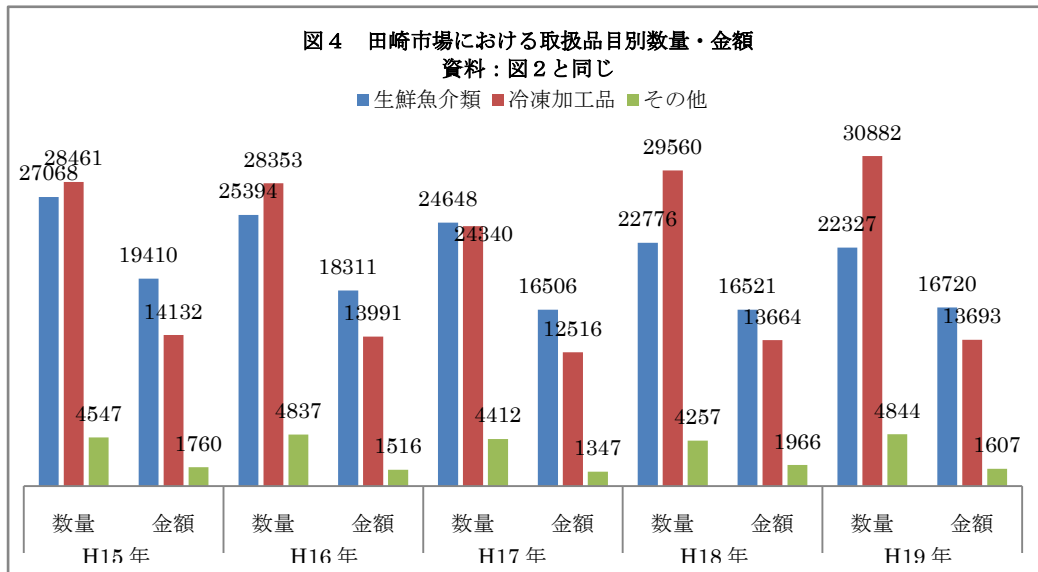
図3 田崎市場の取扱数量・金額の推移
資料：図2と同じ

またその内容について平成15年以降の動向をみると（図4）、鮮魚魚介類が数量、金額ともにほぼ一貫して減少・低迷しているのに対し、冷凍加工品は卸売市場法改正以降、数量・金額両面で再び増加しつつある。鮮魚魚介類の減少は、特に近海物の影響が大きく、また冷凍加工品では、エビ、メンタイ、シャケ、イカなどが増加しているという。ちなみに「その他」は、餌料、冷凍塩干品などがあたる。

冷凍加工品の比重増加に伴って、取引数量に対する委託・買付の比率も、平成15年の前者4割、後者6割から急速に格差が広がり、平成19年度は22%、76%になっている。また、取扱量の中で県外産の占める比率は、金額ベースで青物・近海物が76%、貝類が91%、太物が98%、手繰物が52%に及んでいる。

市場での値決めに関しては、生鮮ものはほとんどがセリ入札であり、予約相対や先取りなどは全体の5%程度である。養殖ものは全体の9割が買付・相対で取引される。

委託手数料は、現在8%（マグロのみ5.5%）で、出荷奨励金は2%であるが、今後、両立の変更については他市場の状況を見ながら検討することになっている（平成19年11月現在）。



4) 卸売業者別の動向

水産部門の卸売業者は、先述したとおり、熊本魚市と大海水産の二社である。熊本魚市は、昭和34年に地元荷受8社の合同会社として設立、その後、大洋漁業の資本系列に入り、平成15年には、九州内のマルハ系卸売会社の持株会社であるマルハ九州魚市HDの傘下の下、マルハ・ニチロホールディングズの連結子会社となった。ちなみに平成21年4月には、鹿児島魚市と合併し、九州中央魚市と社名を変更することになっている。一方、大海水産は昭和25年に設立し、現在はニッスイ系列である。グループ企業として大豊食品がある。両者とも、職員は100名ほどで（パート含む）、職員自身で荷降作業までを行っている。

平成18年の田崎市場における両社の取扱状況は、表1の通りである。総取扱金額は、熊本魚市が167億円、大海水産は153億円とほぼ拮抗しており、両社計で320億円になる。熊本魚市はエビ、カニ、手繰物、冷凍品などに取扱いの強みを見せるのに対し、大海水産はタイ、ブリ、太物、アサリ、イカなどの取り扱いが多い。

県産の近海物の水揚げが減少する状況の中で、熊本魚市では、県外産品の入荷が金額ベースで9割ある。県外からの物では、福岡からが9割を占めており（アジ、サバ）、その他、長崎（アジ、サバ）、鹿児島（カツオ、マグロ）、九州外では広島のカキ、ロシアのウニ、ロシア、北海道産のアワビ、ズワイガ

表1 熊本地方卸売市場における魚種別取扱

| | （単位：トン・千円） | | | | | | |
|-----------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 熊本魚市 | | 大海水産 | | 合計 | | |
| | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | 数量 | 金額 | |
| 青物・近海物 | イワシ | 513,881 | 200,571 | 594,916 | 208,142 | 1,108,797 | 408,713 |
| | アジ | 675,931 | 278,034 | 973,828 | 401,392 | 1,649,759 | 679,426 |
| | サバ | 610,078 | 230,135 | 928,171 | 273,871 | 1,538,249 | 504,006 |
| | カツオ | 445,528 | 185,469 | 391,696 | 132,501 | 837,224 | 317,970 |
| | ブリ | 1,074,989 | 926,603 | 2,442,119 | 1,877,817 | 3,517,108 | 2,804,420 |
| | コシロ | 326,475 | 61,976 | 326,965 | 41,152 | 653,440 | 103,128 |
| | タイ | 840,785 | 726,189 | 1,318,975 | 1,103,822 | 2,159,740 | 1,830,011 |
| | タチウオ | 448,074 | 355,098 | 442,096 | 265,562 | 890,170 | 620,660 |
| | カレイ・ヒラメ | 90,818 | 96,458 | 237,997 | 346,092 | 328,815 | 442,550 |
| | イカ | 461,125 | 331,713 | 637,945 | 403,521 | 1,099,070 | 735,234 |
| | エビ | 158,748 | 352,352 | 64,468 | 190,619 | 223,216 | 542,971 |
| | カニ | 183,680 | 228,416 | 149,276 | 178,942 | 332,956 | 407,358 |
| | その他 | 1,561,852 | 1,131,008 | 3,182,320 | 1,803,805 | 4,744,172 | 2,934,813 |
| | 小計 | 7,391,844 | 5,104,022 | 11,890,772 | 7,227,238 | 19,082,716 | 12,331,260 |
| 海藻類 | カキ | 141,962 | 138,420 | 106,212 | 104,099 | 248,174 | 242,519 |
| | アサリ | 94,629 | 34,414 | 314,028 | 136,522 | 408,657 | 170,936 |
| | アワビ | 9,014 | 57,333 | 11,834 | 64,119 | 20,848 | 121,452 |
| | サザエ | 56,372 | 58,440 | 66,430 | 60,349 | 122,802 | 118,789 |
| | その他 | 438,696 | 594,228 | 356,751 | 444,982 | 795,447 | 1,039,210 |
| 小計 | 740,673 | 882,835 | 855,255 | 810,071 | 1,595,928 | 1,692,906 | |
| 太物 | カジキ | 122,806 | 127,360 | 236,047 | 226,229 | 358,853 | 353,589 |
| | マグロ | 564,400 | 763,912 | 788,992 | 1,010,855 | 1,353,392 | 1,774,767 |
| | その他 | 207,697 | 68,197 | 7,867 | 3,973 | 215,564 | 72,170 |
| | 小計 | 894,903 | 959,469 | 1,032,906 | 1,241,057 | 1,927,809 | 2,200,526 |
| 手繰物 | 小計 | 130,840 | 114,319 | 76,744 | 46,335 | 207,384 | 180,654 |
| | 淡水魚 | 70,064 | 82,339 | 45,452 | 73,656 | 115,516 | 155,995 |
| 冷凍品 | 6,392,568 | 5,311,629 | 4,659,219 | 3,198,725 | 11,051,787 | 8,510,354 | |
| 加工品 | 13,460,790 | 2,435,224 | 3,373,320 | 2,708,871 | 16,834,110 | 5,144,095 | |
| その他 | 14,971,543 | 8,890,118 | 13,763,597 | 9,389,639 | 28,735,140 | 18,279,757 | |
| 合計 | 34,894,965 | 16,719,310 | 21,941,588 | 15,370,891 | 56,736,553 | 32,090,201 | |

資料：熊本地方卸売市場販売資料

ニ、台湾、沖縄産のマグロなどが主だったものである。

県内からの入荷は、八代海周辺の漁協の鮮魚について委託集荷を行うのみで、天草などからは買付集荷がほとんどである。出荷面に関しても、天草地域でのタコやキビナゴ等の水揚げが多い時や、一次加工品について市場外に出荷している程度で、比率的には全体の10%程度である。

他方、大海水産の入荷先は、熊本県産が2割、長崎からが2割（ヤリイカ、アジ）、鹿児島15%、残りがそれ以外の九州（福岡・宮崎・大分・佐賀）や山口、愛媛、北海道となっている。一方、県外に対する出荷は、採算面であわなくなっており、鹿児島を中心に縮小している。

両社では、このような状況で、広域的な流通対策や品質保持、出荷量調整を目的に、活魚センターの建設を行っている（熊本魚は平成17年、大海水産は19年）。10t水槽（ブリ、カンパチ等の大型魚）、8t水槽（ヒラメ、タイ等の小型魚）、1t水槽（アナゴ、イセエビ）と、水槽ごとの魚種管理を行い、販売面での向上を図っている。

3. 最後に

県内産地の漁船漁業の漁獲物に関する物流条件については、大きな変化を生む要素がないこと、また、卸売業者による県外出荷の現時点での採算性が決して高くないという条件を考え合わせると、田崎市場とその出荷業者は、今後しばらく「県産水産物+県外品」を熊本市民に供給する、消費地市場的役割を維持していくことが基本方針になるものと考えられる。幸いにして、競合関係になるほど距離的に近い位置にライバルとなる規模の市場もなく、また熊本市周辺の人口も、それ以外の地域の人口を吸収する形で67万人程の規模を維持しており、需要的にも比較的安定した条件にあると言える。

とはいえ、いくつか課題もあり、その一つは、近海ものを中心とした地元漁獲高の減少である。ご多分にもれず、熊本県漁業も漁業者の高齢化と資源減少が進んでいる中で、出荷業者としても、今後一層、県外産品の導入を強めることが必至である。もう一方で、販売出荷面での対応としても、熊本魚市では自社の独自ブランドによるブリやタイなどの取り組みを進めており、このような動向が今後、市場運営にどう影響していくのか、注目される。

二点目に、地元水産物小売業の構造変化にともなう仲買業者間の再編である。先述した通り、大手量販との連携を強化する上位数社の寡占状態と、下位仲買業者の撤退が顕在化しつつあり、現時点ではその進行を止める条件はないように思われる。このような仲買業構造の収れん方向が、果たして将来的に地元小売業、料理店、宿泊施設等のきめ細かい需要に対応していけるか、動向を見守る必要があるだろう。

三点目に、そのような市民の台所を担うに足る、「安全・安心」面の対応である。市場施設の老朽化も進んでおり、衛生面、安全管理面、及び情報発信面において、今後さらなる投資を行っていけるのか、経営環境との兼ね合いで検討されなければならない状況に来ている。