

第Ⅱ章

先端的流通事例について

Ⅱ-1 青森県漁連の鮮魚販売システム

北海道大学大学院教授 廣吉勝治

1. 沿岸漁業にシフトする青森県漁業

青森県内の漁業地区は56（内水面の小川原湖を含む）あり太平洋、津軽海峡、陸奥湾、日本海のそれぞれ海域特性の異なる地域に分散しているが、56の漁業地区は地理的便宜上、下記の4地区に分類される。

- ・「三八地区」・・・階上から泊まで11地区（小川原湖を含む）
- ・「下北地区」・・・白糠から佐井村まで16地区
- ・「陸奥湾地区」・・・脇野沢から竜飛まで16地区
- ・「西北地区」・・・小泊から大間越まで13地区

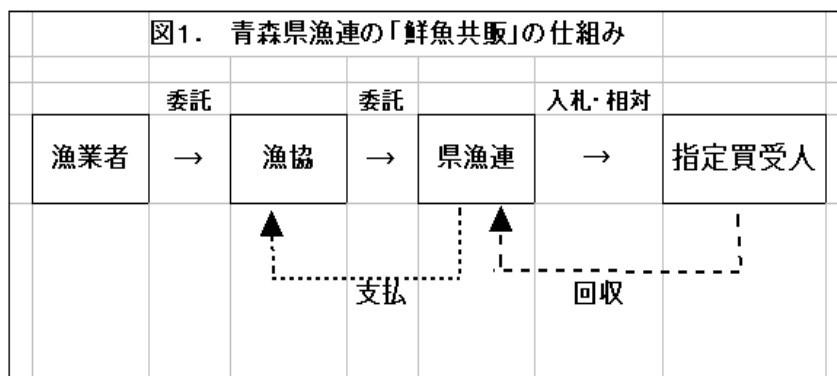
この内、「三八地区」には最盛期において900億円もの水揚実績を有した八戸港（特定第3種漁港）が含まれ県内でも別格扱いである。属人統計において、青森県は1000億円超の漁獲高を誇った時代もあったが、それは八戸港を拠点とする沖合・遠洋漁業の盛んであった時代であって（イカ釣300億円、まき網130億円、底曳網100億円等）、遠洋漁業・中小漁業の大幅後退が余儀なくされた現在は500億円台の水準で停滞している。しかし、沿岸漁業はおおむね300億円台で推移し比較的安定的である。この大宗はホタテガイ養殖：90～130億円、定置網：60～70億円、沿岸イカ釣：30～50億円であるが、回遊魚、底棲魚が複雑に交差する異なる海域特性の産地を含むので小規模であるがメバル、カレイ・ヒラメ、サケ・マス、ホッケ、アイナメ、ブリ、ヤリイカ、ミズダコ、ホヤ、コンブ、ワカメ等の地域特産品が多く、全体として漁獲物は多様である。

青森県漁連の販売取り扱いは八戸地区を商圏として除き、鮮魚貝類161億円、ホタテ貝78億円、製品3千万円で合計171億円である。この内、鮮魚貝類の取扱は「鮮魚共販」と呼ばれ殆どが産地での受託品であり、県漁連の中心的販売事業となっている。しかし、この「鮮魚共販」は1997年の取扱高200億円強をピークに低迷している。

2. 単協開設産地市場の卸売業者としての県漁連「鮮魚共販」の概要

(1) 「鮮魚共販」のシステム

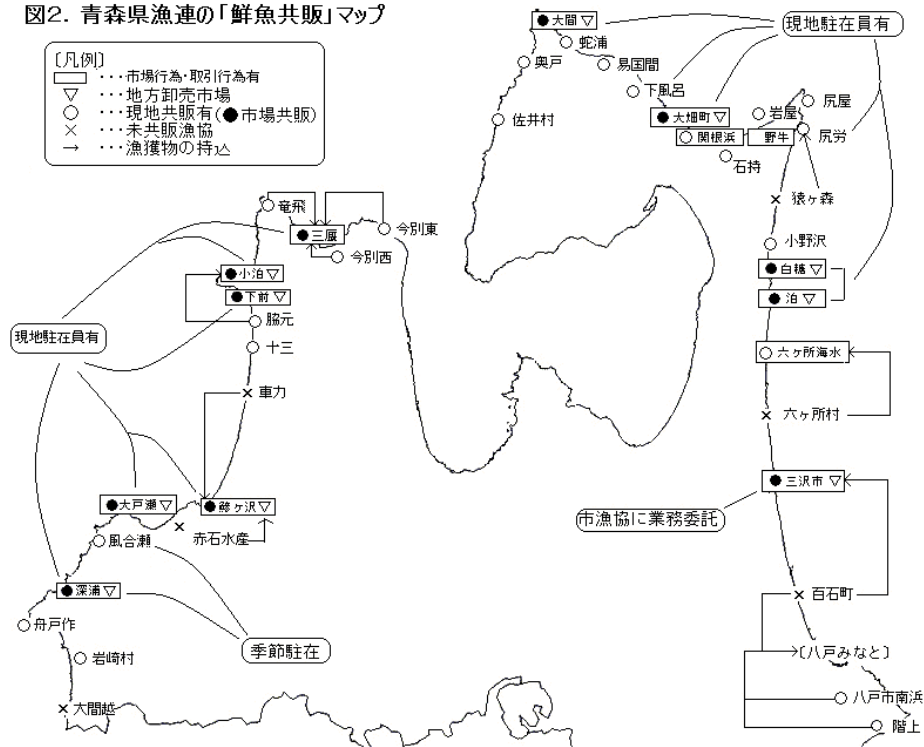
受託販売を中心とする県漁連「鮮魚共販」は単協が各産地で開設し実施している産地市場、或いは荷捌き所において卸売業務を担当する形で行われる。これが八戸地区を除く産地漁協地区においてほぼ全県をカバーするひとつのシステムとして実施されてきたところに青森県漁連の販売事業の特徴がある。この仕組みを図1に示した。漁業者が漁協に委託する形であるが、卸売業者は漁連であり、漁協は市場の開設者、荷捌き所の管理者の立場である。



このような県漁連が卸売行為を行い販売代金の回収に責任をもつ「鮮魚共販」は、①市場共販、②現地

共販の2つの形態がある。図2はそうした県漁連の鮮魚共販の実態を記したマップである（この図は、陸奥湾内の漁協地区を省略している）。津軽、下北地域においていずれの形態でもないいわゆる未共販漁協は百石町、六ヶ所村、猿ヶ森、車力、赤石水産、大間越等であるが、これらは漁獲実態が低位な地区であり、また代表的な漁業者も水揚げを近隣の共販漁協に持ち込む場合が多いので、事実上県漁連の鮮魚共販の位置づけは高い。

図2. 青森県漁連の「鮮魚共販」マップ



〔市場共販〕

漁協が開設し、県漁連が卸売業者となっている市場（地方卸売市場）は下北側に大間、大畑、白糠、泊、三沢の5カ所、津軽側に小泊、下前、鱈ヶ沢、大戸瀬、深浦の5カ所ある。但し、大畑（現、むつ市）と三沢は公設市場であり、三沢市場は漁連が三沢市漁協に卸売業務を業務委託している形である。取引方法は、「売買取引約定書」を取り交わした指定買受人との間で入札による方法が基本であるが、相対・随契、或いは買取も行われる。ほぼすべての地方卸売市場に漁連の現地駐在員が置かれている。

〔現地共販〕

荷捌き所が卸売市場として認定されていない地区においても、水揚げの集荷拠点、或いは時期により取引が重要な産地においては県漁連の「売買取引約定書」を取り交わした指定仲買人との間で相対・随契、買取、或いは入札等の方法で取引が行われる。この現地共販は、陸奥湾地区を含め32の漁業地区で実施され、卸売業務は漁協の担当者に委任される場合もあるが、重要な拠点には現地駐在員（一部季節駐在）が置かれている（尻屋、下風呂、三厩、風合瀬等）。

(2) 指定買受人

県漁連との取引には「指定買受人」登録が必要で、指定業者は一定の方法で評価された与信限度の範

圏内であれば県漁連の共販対象漁協のいずれとも取引ができる。買受人は2005年4月現在で214社の登録がある。しかしながら、実際、各市場に参入している買受人はフリーランスの参入はなく、取引に慣れた地元の業者、或いは付き合いある業者に限られる。例えば、泊市場では16名、深浦市場では10名程度である。また、買受人上位の買い受けシェアが大きいのが特徴であり、業者間の格差は大きい。上位の買受額をみると、1位：A社（むつ市出身）15億円、2位：B社（むつ市）13.5億円、3位：C社（深浦）12.4億円、4位：D社（大畑）11億円、5位：E社（むつ市）7億円、6位：F社（小泊）6.1億円、7位：G社（深浦）5.2億円という状況で8位以下は5億円未満であり規模は落ちてくる。上位4社の取扱シェア：32%、10社のシェア：52%ということで上位者の地位が高く、かつ固定化している。

（3）取引料率

県漁連の販売手数料は、市場共販については2%である。ここから漁協に市場使用料として0.5%、出荷奨励歩戻し0.15%、計0.65%バックしているので実際は1.35%である。現地共販の場合は、1.5%の手数料であり、出荷歩戻しを0.15%としているので実態は1.35%である。漁業者は、この手数料のほかに漁協の販売手数料を3~5%程度支払う勘定となる。

3. 県漁連「鮮魚共販」の歴史と意義

この鮮魚販売形態は、青森県固有の歴史的背景があって存在しているのもである。「青森県漁連40年の歩み」（平成元年3月）によれば、青森県漁連は卸売市場運営にこだわって販売事業を取り組んできた経緯があり、その試行錯誤と失敗の教訓の中から、また下部漁協の販売事業改革に関する要望を具体化したものとして「鮮魚共販」が取り組まれてきたものである。

すなわち、昭和40年代まで県漁連は戦後「漁業会」の資産を受け継ぐ形で旧安方地区に卸売市場を開業・運営にあたってきた。昭和30年代前半には、(株)青森魚市場との共同開設を図った市場運営もうまく運ばず、青森市営に移管している（県漁連は一卸売人として参加）。これも順調には行かず昭和33年度末には欠損金4200万円余を出して漁連は「整促法」の適用を受ける状態であった。他方、40年代に入ると市内に中央卸売市場開設の構想が持ち上がり、県漁連はこれにも参画の方針で取り組んだ。当市場は昭和47年10月に開設されるが卸売業者2社体制の構成内容は以下のものであった。

- ・青森中水（日水系）：県漁連+問屋8社（石川商店など）の統合
- ・青森魚類（大洋系）：問屋11社の統合

かくして県漁連は青森中水に資本参加、副社長・常務各1名、職員3名を出向させ中央卸売市場運営に参加する。機能低下が著しい安方地区の青森魚市場をこの市場の分場として再スタートさせた（まもなく廃止）。この頃は漁獲物の販売活動というものを集合市場の掌握という形で考えていたようである。産地水揚げを青森の卸売市場に持ち込むという販売ルートを描いていたのである。

他方、こうした市場運営の方針にも関わらず産地側の販売活動は改善されない状態が続き、漁連の方針に批判的な組合員からは現地共販・入札販売の要望が強まった。また、昭和40年、道漁連は松前地区を中心とする道南地域の鮮魚取扱いを開始するに当たり青森県漁連との提携を申し入れてきた（青森への鮮魚運搬の提携）。こうした背景の中で、昭和42年、県漁連の三厩事務所が開設され、三厩・竜飛地区の現地入札・

共販を中心とする現地取引が開始される。昭和 45 に県漁連の鮮魚総取扱は 18.9 億円であるが、内現地共販は 68% を占めたといわれる。現地共販は、昭和 45 年小泊が、47 年に下北地区や大戸瀬、竜飛、今別東、平館、下前、鱈ヶ沢、鱈作等の津軽地域に広がった。48 年には大間、白糠、鱈ヶ沢、小泊、下前で地方卸売市場が開設され、奥戸、大間、下風呂では活魚施設の整備も行われ現地共販の幅が広がった。昭和 48 年度に鮮魚販売は 50 億円を超え、50 年に泊市場の開設、51 年に深浦、風合瀬の共販参加、54 年には尻労の大型定置三業者、六ヶ所村、関根浜等の秋サケ全面共販へと発展した。現地共販の陣容は、昭和 62 年には沿岸 49 漁協中、35 組合（内、地方卸売市場 8）となり、今日の県漁連の鮮魚共販の形が出来上がるのである。

こうして形が出来た青森県漁連の鮮魚共販システムは、水揚げ販売代金の回収を図り生産者・単協の債権確保を達成するシステムであり、的確迅速な産地需給情報、相場情報の交換を一元的に行って有利な販売体制を構築するものであった。

当該システムは、上述のように、第 1 に、買受人業者の競争環境がより整備され新規参加が図れやすいこと、第 2 に、一元集荷は魚介類の品質規格の統一が容易となり、ブランド化戦略において有利となる。また、ヒラメの体長規制などは全県が統一的に取り組むことで実効性が確保しうるのであるが、漁連の一元販売システムが資源管理方策をより強化するのに役立っている。第 3 に、地方卸売市場共販においては、卸売業務を県漁連が担当することにより、事実上統合した卸売業務ということで市場の統合の意味をもつこととなり、市場の合理化、経営力強化の機能を果たすこととなる。

4. 産地における共販実態

いくつかの県内地域における「鮮魚共販」実態をいちべつする。

〔泊・白糠地域〕

- ① 荷捌き所は地方卸売市場であり、取扱高は泊漁協：13.8 億円、白糠漁協：9.3 億円。主要業種は、スルメイカ（59 隻）、サケ（7 統）、ヒラメ・カレイ、ヤリイカ、小女子等（40 隻）。スルメイカがメインであり「昼イカブランド」のメッカである（泊は約 8 割がスルメイカ）。
- ② スルメイカは「昼イカ」（特に 6～9 月）としてのブランド・イメージが出来上がっている。尻屋から伝搬した技術がオイルショック後、昭和 50 年代に本格化し、下北に広がったもので、野牛・岩屋・尻屋・尻労・白糠・泊・三沢地区は昼イカの同時取扱いとなるもよう（八戸のイカと競合しているという）。
- ③ 昼イカの取扱い・取引は入札による。三沢市場が 17 時開場。泊・白糠は 17 時頃までに荷捌きをし、船ごとに 18 時入札開始する。現地駐在員の指図により、泊と白糠は近距離のため（行政区が異なる）、交互に入札を行う。但し、ロットが大きいときには別々にやる。この取引結果を参考にして尻屋、尻労が昼イカの随契に入る。出荷先としては、翌日売り市場として、メインは金沢・新潟・酒田であり、名古屋、築地、青森もある。当該有力買受人は 10 社くらいあるが、メインは 4 社である（森川商店（むつ市）、下北群水（むつ市）、むつ大漁、（株）丸石いし等）。漁協販売手数料は漁連を含め 5%。
- ④ 泊漁協の概要：正 746 名、職員 18 名。事業総利益 1.2 億円（販売 31%、製氷 32%、購買 17%）。事業利益（－）2900 万円、経常利益（＋）250 万円であり、事業外収益 1.1 億円があつてやりくりが出来ている。これは、電源及び防衛施設庁関係の助成が中心のものである。

〔尻労地域〕

- ① 漁協水揚げは7.1億円（員外10数%）。定置網（マグロ・ブリ・サ・イ）が主力、大型3・小型2を3経営体が稼働、これが60%の水揚げである。次いで底建（ヒメマス・マル・ホク等）12統・4経営体あり21%のウエイト。
- ② 地元水揚げの取扱いは昭和54から県漁連一元集荷。4、5年前まで白糠市場に持ち込んでいたが現在白糠・泊・野牛等の入札値を参考に地元で随契取引である。
- ③ 販売先：定置物は、2経営体については荒川商店（深浦）、1経営体については森川商店（むつ市）へ。なお、こうした買受人とのつながりは余所でも同様である。尻屋地区：全て森川商店（むつ市）の随契、岩屋地区：全てマルショウ（むつ市）の随契、石持地区：全てマルショウ（むつ市）の随契。また關根浜地区は、むつ市内の小売買参（20～30人）への入札取引である。漁協手数料は5%。
- ④ 他に、直売があり、村の観光的施設に9のつく日（月3回）持ち込む。また、過去に東通村では「共同市場」の構想があった。
- ⑤ 漁協概要：正103名（内、40名は定置従事者）、職員8名。事業総利益6400万円（販売が54%を占めるが事業利益は自営、指導を除いて全て赤字である）。漁協経営は経常黒字8900万円の「雑収益」に依存している状態である（補償金等、原発基金あり。これにより漁協・荷捌き所リニューアルの計画あり）。

〔小泊地域〕

- ① 水揚げ取扱高9.9億円、内訳はスルメイカ41%、マル29%、サイ11%、マグロ3%であり、イカ：20隻（6～19ト）、マル：刺網（6～8月）20隻・釣り（周年）50隻、サリ：棒受（3～5月）33隻・小定置10隻の漁業現勢である。
- ② イカ、メバルの取扱については、朝の入札、他の魚種は漁協の委託出荷、随契、相対渡し。入札買受けについては、カネイチ（小泊）、マルイチ（下前）の買受人2社が8割以上のシェアを有する。地元では、両者に「底値支持機能がある」と評価している。実質入札単位は、イカ：5kg ケース400個、メバル：3kg ケース100個である。なお、下前地区では出荷先である青森市場着荷直前の「電話入札取引」がある。
- ③ 漁協概要：正238名、職員16名。直近の事業利益（-）1300万円（信用と加工事業が赤）、事業外収益1780万円をもってしても経常では赤字で苦しい。なお、加工事業が、イカソーメン・乾物等のイカ製品・受託加工等行う（売上高8400億円）。

〔深浦地域〕

- ① 漁協の正組合員191名、水揚げ7.8億円。魚種が多い（「あらゆる魚種がある」）のが特徴である。業種は、定置5経営体（大型5統・小型5統）、底曳3隻（中型2・小型1）、イカ釣り13隻、底建14経営体、一本釣り60隻など。主要魚種では、スルメイカ1.4億円、ブリ・マグロ1.5億円、サリ5400万円、タラ2700万円、マル2700万円、タイ2600万円、アヒ・サエ5000万円等。
- ② 有力買受け人として、荒川商店（深浦）：マイカ専門（青森中水系）、黒滝商店：定置主力、大船海産（深浦）：海藻主力、藤田商店：注文での買付代行（魚類系）。
- ③ 入札取引は随時やるのが特徴。マイカは小泊以下の津軽西北地域各単協の入札時間を30分づつずらして実施している。入札の終了後において（ロット小さい場合）、小売買参中心の取引で、市場でセリを実施することもある。
- ④ 深浦漁協では、独自の販売管理が実施される。「浜帳伝票入札リスト」を作成している。これは、生産者名・漁法名・魚名・規格名・箱数・数量・単価・金額等が明記しており、水揚げの品質評価が細か

く出来る情報がストックされている。

〔鱒ヶ沢地域〕

- ① 漁協正組合員 145 名、職員 11 名。事業総剰余 6100 万円、事業利益(－)1200 万円、当期剰余(－)215 万円、加工場売上 8000 万円 (町の直売センターでの直営店がある)。
- ② 水揚げは 6.7 億円 (内、1 億円は地元外) : ヤリイカ 2 億円 (小定中心)、ヒラメ 1 億円 (小定と沖底中心)、スルメイカ 4200 万円、タイ 2700 万円、タコ 1000 万円等。沖底は一昨年までの 2 隻であったが 1 隻に縮減 (最盛時は 7 隻)。2 隻時代は夕方にセリ売りを実施していた。
- ③ ヤリイカの扱いに特徴がある。鱒ヶ沢は「日本海ヤリイカ」のブランド・イメージが高く、スチロールケースの中に船名札入りである。買受人が同じ、規格も同じで入札時間を近隣産地でずらしている (風合瀬 12 時・大戸瀬 13 時・鱒ヶ沢 14 時)。取引は「入札セリ方式」を実施、予め入札表を作成し職員が 14 時に一斉に開示する形である。買受人大手は、荒川商店 (深浦)、さ印さんりく (青森)、石井商店 (青森)、主要仕向先は金沢、新潟、東京である。
- ④ スルメイカの取扱 : 6 隻 (8~19 トン船) の水揚げ、入札は 9:00 と 9:30 で大戸瀬と交互に行う。地元外船が入港してロットが大きくならなければ買受人は地元の小売買参が中心となる。
- ⑤ 刺網物ヒラメの取扱 : ヤリイカのシーズンのあと (5~7 月)、底建物の活魚出荷に合わせて活魚出荷販売される (活魚槽 1 基)。出荷サイクルは月と火は月入札で火出荷、水木金は木入札で金出荷 (入札は「大」、あとは掛目で行う)。

5. 特徴と課題

漁連段階の販売システムとして典型的な形態は、①産地市場や産地取引の代金回収・債権確保に責任を持つ形態 : 北海道漁連等、②漁連独自の集約的拠点産地市場の開設・運営をし、ここに近隣単協がそれぞれ水揚げを集荷させる形態 : 福井県漁連等、③傘下単協が開設する産地市場や荷捌き所での卸売業務を代行する形態 : 青森県漁連等。青森県漁連はほぼ全県で一元的にこの卸売業機能を担っている。

この青森方式のメリットは以下の通り。

- ① 確実な責任ある代金回収、債権確保。
- ② 産地流通において高い立場での施設整備、取引選択が可能である。
- ③ 取引業者への交渉力確保において優位な地位を確保しうる。
- ④ 取引業者の競争環境の整備が図りやすい・生鮮魚介類の品質規格の統一化、ブランド化が容易である。資源管理方策にとっても有利。
- ⑤ 弱小漁協の共販所の破綻、衰退を防止しうる。
- ⑥ 市場の卸売業という立場で見ると、施設整備、メンテは開設者である漁協に任せているので、県漁連は負担やリスクの少ないやり方ということになる (市場口銭は低い) 。

他方、問題点としては、

- ① 市場・施設開設者としての負担、リスクを負わないシステムなので産地市場の発展性に積極的に関わらないので、具体的な市場活性化問題等に前向きに関与出来ない。
- ② 従って、漁協合併・拠点市場作り等の方向もなかなか出て来ない。近年、不可欠とされる「海水

殺菌装置」の設置が見られる産地は、岩崎村、深浦、風合瀬、大戸瀬、鱒ヶ沢、竜飛、三厩村、今別西部、今別東部、佐井村、大間、大畑、関根浜、岩屋、尻屋、泊であって、北海道のような普及は見られない。

- ③ 青森県内の水産物物流の小規模、分散性の問題が克服出来ない。一因は県内産地の小規模、分散性と漁業の多種多様性があるが、各産地の得難い価値ある産品をそれとして現代の物流システムに乗せていく統一的、合理的施策がない。

一部、下北地域で原発や国の施設関連地域振興経費に依存した市場整備があると聞くが、真に地域流通の改善、改革に結びつく位置づけがない状態と思われる。この問題は、県漁連の苦勞して構築してきた産地共販システムが、コスト問題一つとっても克服が困難であるところにも現れている。深浦地区における独自の漁獲物情報もネットワーク的に活かされていない気がする。

販路はある程度、指定買受人まかせでもよいのであるが、現在の、量販店、大手流通業者、大都市市場業者等の構築しているシステムに積極的に対応、或いは対抗していく展望が欲しいところである。県内の主要消費地市場においても取扱の状況は大きく変化をしている。取扱金額に占める買付額の比率をみると、

- ・むつ総合市場（47 億円）：93%
- ・五所川原市場（28 億円）：74%
- ・弘前丸魚市場（92 億円）：61%
- ・青森市中央卸売市場（390 億円）：68%

という状況であり（青森県農林水産部資料による）、地元消費地市場が地元産品をこうした中で取り扱う意味を考えると、すべて業者任せには出来ないと思われる。県漁連「鮮魚共販」システムの発展プログラムを早急に打ち立てるべきである。

II-2 魚津漁協・くろべ漁協の先端的流通事例について

財団法人魚価安定基金 向井 義宣

1. 富山県の漁業

(1) 富山県の漁業の概要

富山県の漁業は、富山湾の特徴を生かした定置網漁業を中心とした沿岸漁業、いかつり漁業、さんま棒受漁業、ベニズワイガニかごなわ漁業等の沖合漁業、まぐろはえ縄漁業等の遠洋漁業が営まれている。

平成15年における富山県の海面漁業、養殖業生産量は約4万6千トン。生産額は約143億円となっており、漁業経営体数459で、沿岸漁業がその89%を占め、約60%が5トン未満の漁船使用となっている。

平成15年の沿岸漁業における漁獲量は19,758トン、生産額は69億4900万円で定置網漁業が70%以上を占めている。

表-1 富山県の主要漁業種類別漁獲量の推移

単位：トン

	平成元年	平成12年	平成13年	平成14年	平成15年
底曳き網	1,035	1,079	1,069	924	X
船引き網	184	85	19	38	X
地引網	70	40	31	X	X
刺網	9,939	2,064	1,153	776	X
敷網	4,530	11,414	14,463	X	15,600
定置網	10,873	19,676	15,983	17,275	16,800
はえ縄	4,431	7,314	321	6,553	5,400
いか釣り	5,364	6,201	5,166	1,648	1,700
その他漁業	2,159	2,162	2,300	2,272	2,200
漁獲量計	38,585	50,037	46,304	42,286	45,900

資料：漁業養殖業生産統計年報

(2) 漁協の概要

組合名	組合員数 (人)	職員数 (人)	購買事業供給高 (百万円)	販売事業供給高 (百万円)
境	114	1	0	0
宮崎浦	238	7	57	263
泊	207	0	0	0
赤川	100	2	16	4
魚津	1,920	25	180	2,102
滑川	256	4	21	463
水橋町	82	3	7	133
岩瀬	102	5	10	559
四方	90	6	9	493
海老江	53	1	1	0
堀岡	97	4	5	0
新湊	520	14	46	2,387
伏木	87	1	0	0
氷見	2,202	50	176	5,619
くろべ	598	10	57	538
富山県鮭鱒	26	17	0	0
富山県鮭鱒出漁	21	1	0	0

資料：「漁業協同組合統計表」全漁連

富山県下の組合は、昭和63年には氷見地区で7漁協が、平成8年に魚津地区で3漁協が、10年に黒部地区で2漁協が、13年には3漁協が合併し、平成17年9月現在沿海漁協11、業種別漁協1の合計で

12の漁協が存在する。

全漁連がとりまとめた漁業協同組合統計表(2001年版)によると、組合員数のもっとも多い組合は

氷見漁協、次いで、魚津漁協である。一方、販売事業供給高は5,619百万円の氷見漁協、次いで、2,387百万円の新湊漁協、2,102百万円の魚津漁協である。

2. 魚津、くろべ漁協の概要

(1) 魚津漁協

① 漁協の概要

魚津漁協は、平成8年に魚津市内3漁協（旧魚津、旧経田、旧道下）が合併して再編された組合である。平成14年3月には、富山県より組織事業基盤の強化に関する計画が認定され、県内では初めての認定漁協となった。

魚津漁協では、合併以後も魚津、経田の両産地市場を運営していたが、平成16年1月には高度衛生管理を可能とする新荷捌施設を完成させ、集荷の一元化を図った。旧施設はまだ荷捌所として使用されており電気代、水道代等コストが問題となっている。

平成16年度末現在の正組合員は298名、准組合員は1,581名である。正組合員の資格は漁業者一人一人に与えられるので世帯数で数えるとこれよりも少なくなる。准組合員が多いのは共済に加盟しているだけの人も含まれているためである。表3の年代別の構成比を見ると60代以上が65%を占め漁業者は高齢化している。ただ、担い手対策により地区以外から就業した正組合員以外の漁業就業者が35名いる。

表3 魚津漁協年代別正組合員構成表（平成16年12月末）

年代	～20	21～30	31～40	41～50	51～60	61～70	70以上	計
人数	0	2	10	14	71	92	92	281
うち女性				1	7	16	16	

主な漁業種類は表4のとおり定置網漁業が中心で全体の56%を占めている。地区外漁業として新潟県などの搬入もみられている。平成16年の取扱量を金額で見ると定置網漁業が749,926千円で全体の40%、地区外漁業が291,674千円で全体の16%、ばいかご縄が162,211千円で全体の9%となっている。

また、当組合で重要な漁業種類である定置網漁業のうち、大型定置網は5経営体が所属しており、春は14ヶ統、冬は6ヶ統が稼働している。春は3～8月でホタルイカを、冬は9～2月までブリをねらう。大型定置網の5経営体のうち、春のホタルイカは、35名操業が2経営体、20名操業が2経営体、10名操業が1経営体である。また、冬のブリは、55名操業が2経営体、他は30名操業である。

表4 魚津漁協の漁業種類別漁獲量

単位：トン

漁業種類	平成12年	平成13年	平成14年	平成15年	平成16年	16年構成比
定置網	2,310	2,674	2,646	2,792	2,626	56.3%
いかつり	638	592	525	271	114	2.5%
その他釣り	26	15	15	41	10	0.2%
かまこかご縄	112	144	167	136	119	2.6%
ばいかご縄	187	163	186	218	204	4.4%
小型底曳、船曳	31	31	32	38	36	0.8%

さより	4	0.2	12	8	9	0.2%
刺網	180	164	183	160	165	3.5%
たこつぼ	5	4	5	7	7	0.2%
採草採貝	2	1	1	3	2	0.0%
地区外漁業	806	739	796	752	685	14.7%
その他	537	488	481	479	684	14.7%
合計	4,837	5,015	5,047	4,903	4,662	100.0%

注：平成15年までは魚津市場、経田市場の合算による

資料：魚津漁協

表5は魚津漁協の月別水揚状況である。平成16年1月に市場統合をした結果、平成16年は水揚量が増えているにもかかわらず、取扱金額は上昇している。また、平成17年は水揚量が減少しているものの、平均価格は高めに推移しているのがわかる。

表5 魚津漁協の月別水揚状況

	数量(kg)	金額(千円)	平均価格
平成15年1月	429,022	149,381	348
2月	315,044	140,219	445
3月	368,916	181,051	491
4月	531,671	197,888	372
5月	742,193	176,248	237
6月	363,193	156,582	431
累計	2,750,039	1,001,370	364
平成16年1月	482,444	193,425	401
2月	600,990	179,539	299
3月	649,145	218,712	337
4月	478,395	202,343	423
5月	453,965	201,638	444
6月	386,339	150,919	391
累計	3,051,278	1,146,575	376
平成17年1月	304,453	182,783	600
2月	366,981	196,698	536
3月	479,448	221,705	462
4月	439,710	192,515	438
5月	564,997	198,487	351
6月	302,181	138,870	460
累計	2,457,770	1,131,058	460

注：平成15年は魚津市場、経田市場の合算による

資料：魚津漁協

魚種別の水揚量を見ると、平成16年でもっとも水揚量の多いのはあじ類の1,189トン、次いでほたるいかの482トン、ぶり類の481トンである。金額で見るとぶり類の247,585千円、次いであじ類の218,975千円、ほたるいかの218,785千円となっている。

表6 魚津漁協の魚種別水揚量

魚種名	平成15年		平成16年	
	数量(トン)	金額(千円)	数量(トン)	金額(千円)
あじ類	810	168,109	1,189	218,975
いわし類	46	11,797	52	9,792
えび類	55	75,098	71	98,533
かじき類	16	13,254	18	14,854
かつお類	133	4,926	150	7,258
かれい類	79	74,404	117	110,402
かわはぎ	235	70,865	316	91,698
さけ・ます	9	5,321	64	20,115
さば類	68	25,703	201	40,490
さわら類	32	22,065	32	20,960
さんま	12	3,702	17	5,272
たい類	102	64,870	107	76,837
たら類	64	34,341	79	39,060
はちめ類	21	21,469	34	28,483
ふく類	58	12,179	63	19,116
ぶり類	245	148,972	481	247,585
まぐろ類	8	13,424	16	27,104
みぎす	36	17,805	64	20,831
その他魚類	385	149,515	333	172,833
するめいか	392	95,264	275	85,591
ほたるいか	882	204,273	482	218,785
他いか類	67	50,897	78	77,012
かに類	139	79,869	140	93,970
たこ類	23	10,751	34	17,227
水産動物類	4	2,315	5	2,763
海藻類	1	3,122	2	5,877
貝類	210	146,948	221	172,185
淡水魚	2	2,996	2	3,922
冷凍品	0	132	2	837
塩干物	20	29,586	19	32,213
合計	4,155	1,563,972	4,662	1,980,579

資料：魚津漁協

② 委託事業への取り組み

魚津漁協は、前述のとおり平成8年に魚津市内3漁協(旧魚津、旧経田、旧道下)が合併した組合である。合併後、平成10年までは水揚も多く、業績も良かったが、平成11年に取扱金額が減少し、組合として始めて赤字を経験することとなった。市場の取扱手数料は統合前も統合後も4%である。組合としては、市場の取扱金額が減少したことにより手数料収入だけでは経営が厳しくなってきたのである。

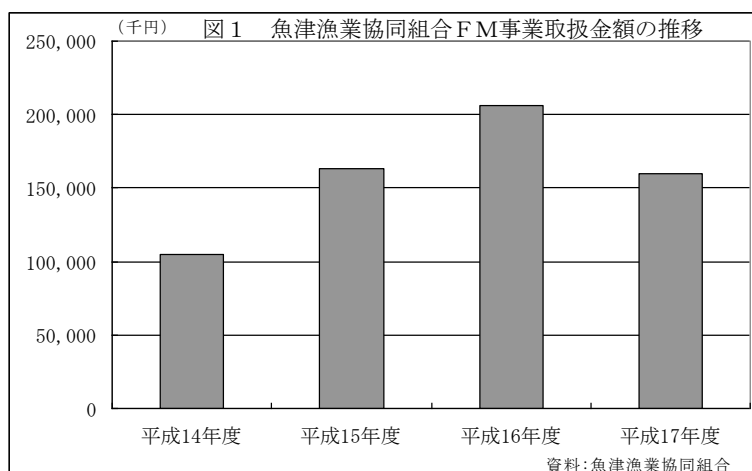
一方、購買事業部門はホームセンターの発達などにより組合で取扱う資材の販売が減少し購買事業部門の経営状態も厳しくなっていた。

そこで、組合では、収入の減少を単に市場手数料アップによる生産者負担への転嫁を行うのではなく、市場での積極的な魚価の安定を図るべく組合自らによる直販事業を始めることとした。しかし、富山県では「あきんど」と呼ばれる仲買業者の影響力が非常に強く、組合が直販事業を行うことにあたっては

反発を受けることとなった。仲買業者とは漁協合併、市場統合の際も反発を受けていたが幾度となく協議検討を重ねた結果、徐々にメリットを理解してくれる人が増え、現在に至っている状況である。

直販事業については、組合が直接仕入れるのではなく、加工業者が市場で仕入れたものを買取るということで仲買業者から了解が得られている。組合の直販事業については、前述したとおり購買事業部門の再生も必要であったことから、直販事業の取り扱いには購買事業部門の余剰人員が担当することとし、その直販事業のことを、組合では「購買FM（Fish Management）事業」と呼んでいる。

図1は魚津漁協の購買FM事業の取扱高の推移を見たものである。取扱いは年々増加している。平成17年6月末現在の購買FM事業取扱高は163,547千円で、前年同月までの累計137,401千円よりもさらに増加している。また、平成16年度の購買事業取扱高は355,937千円で、うちFM



事業取扱金額は224,131千円と全体の63%を占めており購買事業部門にとって重要な事業となっている。

なお、平成16年度の事業収益は102,312千円、うち購買部門は19,632千円の19%、販売部門は49,754千円で49%と、販売事業の収益減少が懸念される中、組合全体にとっても重要な事業として位置づけられている。

表7 購買FM事業の部門別取引先の変化

	単位: 件数			
	14年度	15年度	16年度	17年度
小売部門	4	3	8	5
コンビニ部門	3	6	3	2
生協部門	2	2	3	7
郵パック部門	2	3	6	7
宅配業者部門	1	1	2	2
消費地市場部門	3	3	3	3
インターネット通販	1	2	3	2
飲食関係部門		2	2	2
食品卸業者部門		2	2	3
全農部門		1	1	3
宅配部門			1	1
合計	16	25	34	37

資料: 魚津漁協

主な取扱商品はホタルイカ、シロエビ、ホッケの加工品である。ホッケについては委託先である加工業者に北海道から仕入れたものを漁協で販売している。ホタルイカでもっとも取り扱いの多いものは

“釜揚げホタルイカ”である。そのほかには素干し、酢漬け、沖漬けがあり、平成17年度からは“ホタルイカ釜揚げ海藻入り”の販売が行われている。また、シロエビでもっとも取り扱いの多いものは“シロエビ（殻付き）”である。そのほかには刺身、昆布メ、シロエビセット、釜揚げなどがある。

表7は購買FM事業の取引先を部門別に集計したものである。小売部門とは、量販店や鮮魚専門店などを指すが年変動が大きく取引先として入れ替わりの多い部門である。また、コンビニ部門も年変動が大きい部門である。反対に安定しているのは消費地市場部門であり、4年間同じ販売先と取引が行われている。飲食関係部門は件数に変化はないものの実取引先に変化がみられている。生協部門、郵パック部門、全農部門は増加率が高く組合として力を入れている部門であると評価することができた。

③ 委託先の評価

前述したとおり魚津漁協では平成11年度の赤字決算以降組合としての対策が必要であった。ただ、漁協が直接事業を始めるには、加工するための施設やノウハウを有しておらず、組合として新たに加工場を新設し事業を始めるにはあまりにもリスクが大きかった。一方、富山県下の加工業者の経営は他県同様逼迫しており、加工業者の経営状況が市場の取引にも影響されることが予想されている。そこで、組合では、直販事業にかかる水産物の仕入れについては加工業者に委託して市場で買取ってもらい、漁協の支持のもと加工された製品を販売する体制を構築することとした。

現在の購買FM事業の委託先は2社である。そのほかにも協力工場として数社がある。

委託先であるA社に話を伺った。

A社は富山市水橋にあり、魚津漁協からは車で30分以上はかかる場所に位置している。現社長が加工場を開始したのは5年前である。従業員は22名。仕入、営業などは社長が行っている。

魚津漁協との取り組みについては、漁協の職員と社長が自分の考えるものづくりとはどういうものか、これまで同様消費地市場に出荷するだけでは価格の安定にはつながらないという話を始めたところから、具体的な検討を始め漁協の委託という形で事業を行うこととしたのである。

当加工場では原魚ベースで、シロエビを50トン、ホタルイカを150トン取扱っている。そのうち、漁協委託事業分は35%に達しており、本年度はさらに40%程度まで増える見込みである。漁協の委託事業分については、加工品の製造方法、ラベリング等漁協からの指示のとおり生産している。漁協の委託事業は取扱量も増えており、商品開発、販売先の開拓、運転資金の確保等加工場にとってはきわめて安定した事業であるが、加工場を運営するには漁協の委託事業だけではリスクもあるため、自社ブランドでの販売ルートも開発している状況である。

加工場を始めた頃は消費地市場への販売が主であったが、3年ほど前からは県内をターゲットに売り込みを始めている。量販店への販売はどうしても単価を安く設定せざるを得ず対応は難しかった。現在は回転寿司からの引き合いが多く軍艦巻きの材料としてシロエビを販売している。出荷先からは自社ブランドの製品も評価されているものの、同業者との競争が激しいのも現状である。

A社にとって委託事業は漁協ブランドでの取り扱いで自社ブランドの評価はされないものの、加工場の稼働率の増加、漁業協同組合という信頼のある取引先からの委託であるため資金面の心配も少なく、販売先の拡大についても漁協が確保することとなることからリスクはきわめて低いものと考えられる。また、加工場の自社ブランドについて、既存の取引先はそのまま継続して取引があることから取扱量は漁協の委託事業分だけ純増である。さらに、その安定した取引を確保しながら独自の販売ルートも拡大することができるのである。

漁協にとっては、新たに加工事業を始めるには施設の新設等リスクがあること、また、既存の加工業

者のノウハウをうまく利用できること、組合が加工事業を行うためには原魚をどうしても高く買わざるを得ないことなどを考えると、地域が一体となった事業への取り組みは評価できるのではなからうか。

また、生産者にとっては、漁協の取扱量が増えることにより魚価の底支えが可能となるとともに、そもそも購買 FM 事業実施の背景としては漁協の市場手数料を上げることにより漁協の収入を増やすのではなく、市場手数料を変更せずに漁協の経営をマイナスにさせないようにするために進めた事業であり、購買事業の余剰人員をうまく活用しマイナス要因のないよう進めた事業である。その結果、間接的ではあるが生産者の負担が少なくなるという効果を想定している。

(2) くろべ漁協

① 漁協の概要

くろべ漁協は平成 10 年 4 月黒部市内 2 漁協が合併し設立した組合である。正組合員は 111 名、准組合員は 400 名である。表 8 は平成 16 年度の漁業種類別販売高である。金額の構成比がもっとも高いのは定置網漁業である。当地区では、もともと急深を利用した刺網漁業が盛んであり、定置網漁業は休眠していた。しかし、平成 10 年 4 月の合併を機に数年間休眠していた石田地区の定置網を組合員の出資により任意組合を設立し平成 12 年度より操業を開始することとなった。再興して経営はまずまずの成績であり、平成 16 年度は組合員に配当金を配ることもできた。

また、富山湾沿岸では古くから盛んに地引網が行われていたが、高齢化や採算がとれないなどの事情により現在では黒部に 1 ヶ統残るだけである。観光客に体験させるものは全国にもいくつかあるが、事業として行われているのは全国的にも珍しい事例である。

表 8 くろべ漁協漁業種類別販売高 (平成 16 年度)

漁業種類	魚種名	数量 kg	金額 千円	金額構成比
するめいか一本釣漁業	10 t 以上するめいか	53,231	15,775	3.7%
するめいか一本釣漁業	10 t 未満するめいか	4,212	2,670	0.6%
そでいか一本釣漁業	そでいか	0	0	0.0%
かこかご漁業	べにずわいがに	117,086	85,372	19.8%
ばいかご漁業	えぞぼらもどき、つばい	39,296	34,600	8.0%
太刀魚はえなわ漁業	太刀魚	1,857	1,864	0.4%
その他のはえなわ漁業	鯛、あまたい、すけとうだら	668	1,598	0.4%
ひらめ刺網漁業	ひらめ	39,684	58,460	13.6%
はちめ刺網漁業	はちめ、いしもち	7,060	7,599	1.8%
沖刺網漁業	赤がいがい、がんこ	25,531	21,556	5.0%
かこ刺網漁業	ずわいがに	983	2,209	0.5%
きす・かます刺網漁業	きす、かます	6,375	2,036	0.5%
たこ漁業	たこ	5,182	4,373	1.0%
その他刺網漁業	まこがれい、あんこう、めだい、ほうぼう、かわはぎ他	18,359	18,781	4.4%
定置網漁業	ふくらぎ、たい、あじ、ひらまさ、あおりいか他	380,099	142,739	33.2%
地曳網漁業	やりいか、にぎす、あじ	6,861	5,800	1.3%
小型底曳網漁業	やりいか、ちだい、かわはぎ	19,927	10,105	2.3%
曳縄漁業	ふくらぎ	1,467	667	0.2%
その他漁業		9,067	14,112	3.3%
合計		736,954	430,316	

資料：くろべ漁協業務報告書より

また、5 トン未満船を所有し漁業収入を当てにしていなレジャー的兼業で刺網を行っている漁船が10 経営体ほどあり、こちらについても市場への水揚げを受け入れることとしている。

市場は黒部市が開設しており、黒部市漁協と生地魚市商業協同組合が御売業を行う産地市場と消費地市場の2つの機能を有した公設地方卸売市場である。黒部市場は富山県の最東端に位置しており、地元の組合員はもちろんのこと新潟県の生産者からの搬入もある。しかし、平成16年度の取扱量(736 トン、430 百万円)を見ると、ピークである昭和53年の2,208 トン、1,306 百万円の33%と大幅に減少しているのがわかる。これは、資源の減少による水揚量の減少とともに、隣の魚津市場などへ新潟からの搬入物が流出し取扱が減少しているからであると考えられる。

表9は調査日当日の各市場別の水揚げ速報をアジだけとりあげたものである。市場ごとに規格に対する考え方が異なり単純に比較することは適当ではない部分もあるが、市場ごとに最も水揚げ数量の多い規格の単価を単純比較すると、生地魚商、黒部については、50～11 円/kg と高値安値ともに他より安く取引がされているのがわかる。

くろべ漁協市場に登録する買受人は数年前までは100名ほどであったが、後継者不足、量販店への対応の遅れ等から相次いで廃業し、現在は60名ほどである。こうした買受人の買付能力の落ち込みが取引価格の低下を招いていると考えられている。

表9 富山県下市場別水揚げ速報 (平成17年7月11日：アジ分)

数量：kg、単価：円/kg

規格	生地魚商		黒部		魚津		新湊		氷見	
	数量	単価	数量	単価	数量	単価	数量	単価	数量	単価
大									4,200	1200～
中	44	950～ 840	50		190	1350～ 570	1,340	950～ 250		375
中小	328	185								
小	120	90	270	160～ 80	1860	200～ 15	12,700	150～ 20	2,640	100～ 25
豆	920	50～17			29,360	100～ 12	80	150～ 140	37,570	40～ 15
豆まじり					2,520	5				
仁丹			20,130	50～ 11						

資料：富山県農林水産公社

② 直販事業の取り組み

くろべ漁協市場に登録する買受人は数年前までは100名程度であった。登録する買受人は地元の小売業者が多く、相次ぐ量販店の進出に対応できないもの、ショッピングセンターのテナント参加を受け入れることができないもの、後継者がいないものなどの理由で廃業が相次ぎ、現在では60名ほどにまで減少している。

そこで、漁協では新規買受人を受け入れ価格競争による魚価の向上を図るため、既存の買受人と協議検討を重ねてきたが、最終的に反対され結局新規参入を受け入れることは認められなかった。

一方、平成5～7年にかけて商工業者を中心とした委員会を結成し地元の活性化を図ることとした。その結果、フィッシャーマンズワープ構想が計画されたものの、実行段階に入り資本参加、出店希望の

参加数が計画に届かず構想は廃案となってしまった。

しかし、魚価安、資源の減少、後継者不足、組合員の高齢化等、以前漁協経営はきびしい状況であった。そのため、やはり漁協というネームバリューは必要であるとのことから、漁協が直販施設を設置することを前提とした委員会を設置し、平成13年より検討を行うこととした。検討委員会では施設を建設することとして、生地魚市商業協同組合及び生地小売商組合（買受人5社で設立した組合）に出店を打診したが、出店しないとの回答であったため、くろべ漁協が施設の全運営を行うこととし、その後、設計の検討、建設業者の選定等手続きを進めることとした。

一方、漁協が直販を行うに当たっては、市場での不買運動にもなりかねないことから慎重に対応することとし、漁協から販売方法についての折衷案を提示するなど行った。その結果、平成16年10月くろべ漁協と生地魚市商業協同組合は覚書を締結し、直販施設の仕入れについては市場を通す方法を基本とすることとし、漁協は直販施設において販売するものに限り、買参権を取得できることとした。また、生産者は漁獲量の25%を限度に先取りして直販施設内で販売することができるようにした。

結果、平成16年10月くろべ漁協直販施設魚の駅「生地」がオープンした。施設は直販棟とレストラン棟の2つの棟に分かれており、周囲をウッドデッキが敷き詰められている。ちなみにそのウッドデッキは地元のYKKが特別安く請け負ってくれたとのことである。

(1) 直販棟の床面積は498.69㎡。営業時間は午前9時～午後6時までで、生鮮品、漁協加工品、名産品等の販売スペースがある。①生鮮品販売スペースは、漁業者が水揚げした水産物を直接消費者に販売する場所である。紅ずわいかご縄漁業者等が覚書のとおり水揚量の25%を限度に市場上場前の水産物を販売するものである。漁業者は基本的に直販棟の営業時間内であれば自由に販売することができる。価格は漁業者の希望価格とする。直販で売れ残った水産物は次の日市場に上場され直販店で安売りはしない。また、漁業者は希望価格で漁協に委託販売することもできることとした。

②漁協加工品販売スペースは、漁協の自営事業として販売するシステムである。仕入れについては、他の買受人同様市場にてセリに参加して行われる。漁協がセリに参加することにより、価格の暴落を抑えることが可能となっている。ただ、直販での収支状況も考慮に入れ仕入を行う必要もあり、仕入れる量も限られることから今後取扱量の増加による魚価の底ざさえ効果が期待される場所である。販売価格は市場での仕入れ価格を参考に漁協が設定する。また、漁業者から上場前の水産物を委託で受け販売することもあるのである。

一方、(2) レストラン棟は367.20㎡。営業時間は午前11時～午後10時までで、漁協が運営するバーベキュー形式の食堂と、寿司、そば等を取扱うテナント飲食店、地区の漁業の紹介などの展示スペースがある。

施設の建設費用については、黒部ダムの保証金、下水道の積立金から費用の全額を黒部市から補助を受けた。全額補助なので減価償却費は残存簿価が数円であるものの、今後固定資産税については漁協が負担することとなる。また、常時直販棟に3名、レストラン棟に2名と、10名ほどの販売員がおり、こちらにかかる人件費の負担が大きくなっている。

直販施設でのターゲットは地元消費者に重きを置いているとのこと。そのためにはやはり地元のスーパーや量販店ではできない品揃え、鮮度、割安感等が必要になってくるであろう。そこで、一部取り入れている漁業者が市場に上場する前の水産物を直接又は委託により販売するという事は、他が市場仕入を行っている以上できないことであり、販売できる量に25%という上限はあるものの、漁協施設をうまく活用した漁業者の販売方法として評価できるのではなかろうか。こうして固定客が増えることにより全体の取扱量の増加につながるのではなかろうか。

3. まとめ

富山県では、県下一円による漁協合併が検討されている。ここで紹介した2つの事例は漁協が取り組む先端的な取組である。今後漁協合併が進めばこれまでの取組はどのように評価されるのか、また、これまで作ってきた仕組をそのまま維持することができるのか、漁協合併の際の課題となるであろう。

そこで、魚津漁協では平成17年度より国産水産物新需要創出ビジネスモデル実証事業を実施し、地元で同じ考え方をもちた加工業者などとともに「JF 富山フーズネットワーク」有限責任事業組合（LLP）を水産分門では全国に先駆けて設立することとした。

同LLPでは、加工業者から加工場を借り上げ、そこで水産加工食品の加工、販売を行なっている。漁協が主導しているため仲買業者からは反発もあるが、組合員である加工業者のノウハウを結集して新製品を開発するなどして、他にも普及することで全体のレベルアップを図るものとして説明をしている状況である。

このLLPは、前述した購買FM事業で連携する加工業者のひとつと位置づけられ、今後より一層の連携が求められるものである。また、この加工事業をLLPに販売事業を漁協にという一連の販売システムは今後の水産業協同組合の販売事業を考える上でモデルになるのではなかろうか。

一方、2006年版漁協手帳（全国漁業協同組合連合会2005年12月発行）によると、JFグループの直販店は、北海道22、青森8、岩手2、宮城2、秋田5、福島3、茨城1、千葉16、東京1、神奈川6、新潟6、富山1、石川2、静岡27、愛知3、三重5、京都4、兵庫13、和歌山6、鳥取3、島根6、岡山4、広島1、香川1、愛媛1、高知7、福岡7、長崎17、大分11、宮崎5、鹿児島11、沖縄12の合計219件であった。

これまで漁協の直販店といえば漁港内にある漁協の単なる付属施設であった。しかし、最近では一般消費者向けに積極的に水産物を提供する施設としての意味合いが強くなり、単なる魚食普及の一環というよりもより地域と連携して、地域にとってどういう役割を果たすことができるのか問われることが多くで見られている。くろべ漁協の直販店についてもその意味合いが強くなり、市からの支援も得られ、より地域と一体となって全体の底上げを図ることが必要となるであろう。

これら2つの事例では、仲買業者との競争はあるものの、既存の産地市場流通を活かしつつ、漁協又は漁業者自らが販売し、少なからず市場の取引価格を維持していこうという取り組みであり、地域全体の活性化を図るという取り組みとして評価できるのではなかろうか。

II-3 生鮮カツオの広域流通

東京海洋大学教授 馬場 治

1. 調査の課題

物流技術の進歩や高速交通網の整備により生鮮品の流通は大きく変化してきた。中でも、鮮度劣化の速い生鮮魚介類は物流の変化により、その消費圏を大きく拡大することができた。そのような魚介類の典型としてあげられるのがサンマとカツオであろう。これらの魚種は現在ではどの地域の量販店においては、なくてはならない商材として位置づけられているが、いずれも天然物で季節性が明瞭、かつ冷凍よりも生が売り物となるという特徴を持つ商材である。このような商材は、本来は4定条件（定時、定量、定質、定価）を求める量販店にとってはきわめて扱いにくい商材のはずであるが、今日では量販店の売場で確固たる地位を占めるようになっている。このような商材となるに至った背景の一つとして、これらの魚種は水揚量が多く、かつ価格が手ごろであるために量販店の販売スケジュールに乗りやすい性格を有していたことが指摘できる。また、季節性が強いという特徴も、量販店の売場の演出にとってはきわめて有効であり、商材として魅力に富んでいることがあげられる。

一方で、これらの魚種は鮮度劣化が速いために、水揚地から消費地までの迅速な輸送と取扱いが不可欠である。したがって、かつては消費地域や消費形態が限られていたが、今日ではこれら魚種の消費は、刺身需要を可能としながら全国に広がりを見せている。このような変化こそがこれら魚種の流通が先端的であるとされる所以であろう。

本調査では、これら魚種の中で、カツオに注目し、その消費の実態と全国的な消費拡大を実現できた条件を探ることを課題とした。調査地としては、カツオ消費量において特異に高水準にある土地として有名な高知県を選び、高知を中心とするカツオ流通の実態と変化を探ることで課題への接近を試みることにした。高知県でのカツオ流通に関しては、高水準の消費を背景として、全国的な生鮮カツオの集散地となっている高知市中央卸売市場での聞き取り調査や資料収集を中心に行った。

2. カツオ生産の全国動向

(1) 生産動向

図1は国内カツオ生産量の推移を示したものである。この図は、生鮮水揚と冷凍水揚を合計したものであるが、年により10万トンレベルでの比較的大きな変動はあるものの、水揚総量は30~40万トンの間で総じて安定して推移しているといえよう。この安定度が量販店の定番商材として位置付くことができた要因の一つともいえる。

国内に供給されるカツオの用途は、生鮮および冷凍という水揚形態によって異なる。主な用途は、生鮮水揚に関しては生鮮食用、缶詰等の加工原料、冷凍水揚に関してはタタキやロイン加工用原料、かつお節原料である。生鮮水揚あるいは冷凍水揚は主として漁法による違いで

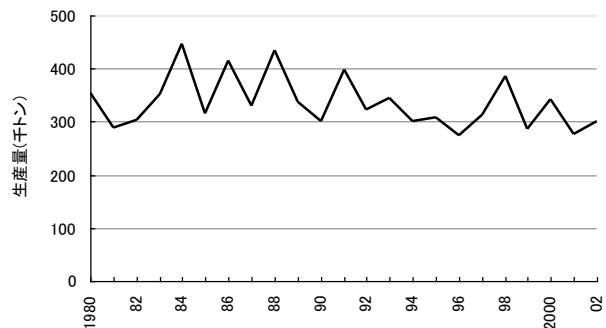


図1 カツオ国内生産量の推移

資料)漁業養殖業生産統計年報

ある。生鮮水揚の主要業種は、近海かつお一本釣、沿岸かつお一本釣、近海大中型まき網、曳縄であり、一方冷凍水揚の主要業種は遠洋かつお一本釣、海外まき網である。冷凍水揚についてはさらに業種によって用途が異なり、遠洋かつお一本釣によるB1凍結品はタタキ、ロイン加工製品の原料として利用され、他方海外まき網の凍結品は主にかつお節原料として、また一部の高品質凍結品（釣りのB1に対してP Sと称される）はタタキ製品の原料として利用されている。漁業種類別の水揚動向を示したのが表1である。従来から生鮮水揚の中心を担ってきた近海かつお一本釣の水揚量は近年減少傾向にあり、これに代わって近海大中型まき網の水揚量が増加し、近海かつお一本釣と肩を並べる程度にまでなっている。近海大中型まき網によるカツオ漁獲は夏以降であり、その漁獲物の中心はいわゆる下りカツオと呼ばれる脂の乗ったものである。量販店におけるカツオ取扱い拡大の背景の一つとして、この大中型まき網

による手頃な価格帯でのカツオ供給があると考えられる。

(2) 水揚地の変化

現在、家庭内及

び外食等において刺身用として利用されているのは生カツオ、冷凍のタタキ及びロイン製品であるが、冷凍状態で流通するタタキ及びロイン製品は、船内凍結技術（いわゆるB1凍結）と加工技術の発展により大きく消費を伸張させたものである。これに対して、本調査で対象としているのは生カツオの流通実態である。カツオは春先から秋にかけて北上する魚種であり、水揚地もカツオの漁場移動に応じて変化する。しかし、必ずしも漁場の近くの港に水揚げされるわけではない。カツオ流通に関する流通上の条件に加えて、カツオ漁ではイワシ活餌を使用するために、この活餌の調達に都合のよい水揚地という条件も必要となってくる。イワシ活餌はまき網や定置網で漁獲されたものを畜養したものであり、近年のまき網経営体の減少等から活餌供給ができる地域が限られて来たことから、カツオ水揚も特定の漁港に収斂する方向にある。表2は生鮮カツオの主要水揚港における上場量の推移を示したものである。かつては、水揚港が九州地方から東北地方の各漁港に分散しており、漁場移動に伴い水揚港も漁場に近い漁港を求めて徐々に移動していたことを物語っている。しかし、1990年代以降水揚港の集中化が進む傾向にあり、近年では気仙沼、石巻、勝浦（千葉）に集中してきている。表3は主要漁港の月別のカツオ水揚量推移を示したものである。統計上は表れてこないが、勝浦（千葉）は春（3～6月）の上り時期のカツオの主要水揚港として、気仙沼は夏以降の下りカツオの主要水揚港として、そして石巻は夏場の近海まき網の主要水揚港として位置づけられている。

表1 主要漁業種類別カツオ漁獲量 (単位:トン)

年次	計	大中型旋網 (遠洋)	大中型旋網 (近海)	かじき等 流し網	定置網	かつお一本釣り			曳縄
						遠洋	近海	沿岸	
1995	308,943	127,536	23,865	476	768	72,110	59,932	5,929	11,873
1996	275,124	141,967	16,449	399	439	61,647	41,722	5,811	6,006
1997	313,918	97,954	71,997	490	375	67,482	60,840	6,364	8,781
1998	385,448	140,281	97,546	685	604	76,797	51,700	6,845	7,946
1999	287,344	119,080	31,546	924	749	64,273	57,991	6,805	5,304
2000	341,450	139,249	34,966	817	760	76,010	65,541	8,926	14,528
2001	276,721	116,956	46,210	794	666	58,120	43,265	7,288	6,949
2002	301,915	154,110	40,610	484	576	54,083	37,287	6,901	6,376

資料:農林水産省「漁業・養殖業生産統計年報」
注)計はその他の漁業を含む総計である。

表2 生鮮カツオの主要水揚港推移(単位:トン)

	1975年	1980	1985	1991	1995	2000	2002
計	53,103	96,436	48,082	77,817	68,665	109,188	67,770
気仙沼	3,184	6,863	5,576	26,391	30,965	38,387	18,169
女川	2,575	4,313	334	322	91	310	1
石巻	705	8,615	1,390	11,303	10,787	12,665	14,488
塩釜	2,056	4,670	1,685	6,261	6,288	1,412	1,473
小名浜	2,977	3,640	2,481	1,180	971	3,820	2,072
那珂湊	5,707	8,625	3,706	5,588	2,915	2,434	845
銚子	8,855	11,837	9,581	11,794	6,695	5,771	1,442
勝浦	NA	NA	NA	NA	NA	NA	9,053
沼津	6,056	9,291	7,988	6,713	4,694	2,450	1,251
焼津	2,827	10,595	4,293	1,817	1,276	1,535	178
御前崎	NA	NA	NA	NA	NA	NA	3,568
尾鷲	2,128	4,034	NA	870	625	888	113
深浦	NA	NA	NA	1,825	1,732	1,967	1,233
佐賀町	NA	NA	NA	279	718	2,180	719
土佐清水	1,429	2,425	377	132	311	453	227
長崎	—	—	—	—	—	2,111	2,917
枕崎	5,027	8,158	4,514	1,764	1,438	2,011	604
山川	4,210	5,748	1,957	455	12,619	17,431	479
鹿児島	1,131	117	NA	387	1,018	2,165	2,714

資料)水産物流通統計年報

注1)計は集計対象漁港の合計、注2)NAはデータなし、注3)—は実績なし

表3 主要漁港の月別生鮮カツオ水揚量(2002年) (単位:トン)

	気仙沼	石巻	小名浜	銚子	沼津	長崎
1月	4	—	13	10	18	270
2月	6	—	15	15	458	93
3月	11	—	39	32	345	56
4月	10	—	27	120	145	66
5月	0	—	50	262	224	92
6月	817	1,886	811	450	25	69
7月	4,553	3,740	442	384	16	574
8月	2,745	4,368	250	71	0	668
9月	6,833	4,476	425	86	14	424
10月	2,964	17	—	10	0	290
11月	223	—	0	0	0	87
12月	5	—	—	0	5	230
計	18,169	14,488	2,072	1,442	1,251	2,917

資料)水産物流通統計年報(平成14年)

このようにカツオ水揚港の収斂化が進んだことで、生鮮カツオの大量広域流通網の確立に結びついたと見ることもできる。

主要漁港における生鮮食用カツオ出荷の仕向先を示したのが表4である。いずれの漁港も県外向け出荷が中心である点は共通

表4 主要漁港の生鮮食用カツオ仕向先別出荷量(2002年)

(単位:トン)

	生鮮食用出荷量	県内						県外						
		計	消費地卸売市場	市場外				計	消費地卸売市場	市場外				
				小計	場外問屋	大型小売店	外食企業			その他	小計	場外問屋	大型小売店	その他
気仙沼	10,478	943	632	311	—	93	31	187	9,535	9,535	—	—	—	—
石巻	9,232	1,939	92	1,847	462	—	—	1,385	7,293	—	7,293	—	—	7,293
銚子	1,272	382	—	382	280	—	—	102	890	534	356	329	—	27
沼津	1,203	240	192	48	14	34	—	—	963	963	—	—	—	—
長崎	2,917	292	—	292	—	146	58	88	2,625	2,625	—	—	—	—

資料)水産物流通統計年報(平成14年)

であり、県外の仕向先は消費地市場が中心である。この中では石巻の県外仕向先が市場外のみとなっているが、内容は不明である。統計調査上の問題があるのかも知れない。

2. カツオ消費の動向

(1) 消費の全国動向

図2は家庭内での1人当たり年間カツオ購入状況を示したものである。年による変動はあるものの、長期的に見ればカツオ消費は増加傾向にあることがわかる。

増加傾向にあるカツオ消費とカツオ水揚量との関係を示したのが図3である。水揚量は生鮮と冷凍を足し合わせたものである。カツオの家庭内消費は水揚量の変動とほぼ連動して動いていることが読みとれる。

しかし、90年代以降は水揚量の変動しなが

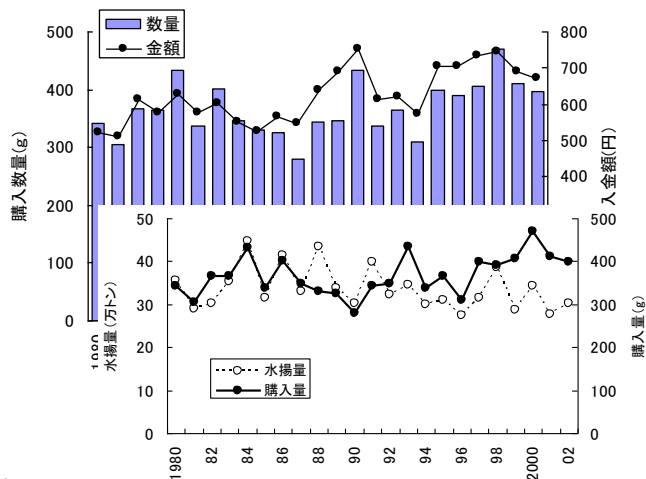


図3 カツオ水揚量と1人当たり家庭内消費量の関係

資料)漁業養殖業生産統計年報、家計調査年報

らも緩やかな減少傾向にあるのに対し、1人当たり家庭内消費量（購入量）は90年代以降むしろ増加傾向にあり、対照的な動きを示している。カツオは季節性の強い商材であり、消費の動きが水揚量の変動を反映しやすい傾向にある点では変わりはないが、90年代以降の消費水準の上昇は、カツオ消費の全国的な拡大を背景としていると推測される。

（２）カツオ消費の地域特性

近年のカツオ消費の増加は、消費の全国的な拡大を背景としていると上述したが、この点を消費の地域特性に注目して検証してみよう。表5は、全国的にみてカツオ消費の多い都道府県庁所在地でのカツオ消費の推移と地方別のカツオ消費の推移を示したものである。全国平均では1世帯当たりほぼ年間1,200～1,300gの間を推移し、大きな変化はみられない。一方、相対的にカツオ消費の多い都市（都道府県庁所在地）について見ると、カツオ消費量はむしろ減少傾向を示している例が多い。増加傾向を示しているのは、高知市だけと言ってもよい。しかし、地方段階で見ると、かつてカツオ消費が少なかった地方での消費が増加傾向を示している。北海道、北陸、近畿、中国、九州などがその典型である。この

表5 カツオ消費の地域別動向 (単位:g)

	1980年	1985	1990	1995	2000	2002	
全国平均	1,305	1,250	998	1,246	1,520	1,268	
主要都道府県庁所在地	盛岡	2,921	2,983	1,775	3,345	2,942	1,871
	仙台	4,578	4,066	3,480	3,549	3,500	1,890
	山形	1,751	1,844	1,846	1,686	2,349	1,659
	福島	3,763	3,640	1,876	3,305	4,574	2,761
	水戸	5,694	5,097	3,559	3,798	3,773	2,712
	静岡	2,502	2,758	1,923	1,972	2,260	1,600
	津	2,743	2,694	1,620	2,105	2,254	1,477
	大津	1,535	2,036	1,163	1,662	1,450	1,385
	京都	1,325	2,041	1,106	1,761	1,451	1,450
	和歌山	3,256	2,599	1,767	2,117	2,009	2,280
	徳島	1,838	1,924	1,371	1,525	2,389	1,692
高知	5,603	5,465	7,741	7,083	8,078	7,566	
宮崎	2,281	1,955	1,304	2,271	1,986	1,735	
地方	北海道	215	274	260	369	666	650
	東北	3,705	3,043	2,703	3,048	3,617	2,647
	関東	1,373	1,203	983	1,188	1,455	1,151
	北陸	256	340	381	471	734	693
	東海	1,793	2,266	1,264	1,687	1,887	1,418
	近畿	782	947	825	1,154	1,328	1,207
	中国	577	574	483	826	1,214	1,038
	四国	3,860	2,305	2,050	2,242	2,394	3,137
	九州	631	566	567	664	948	819
	沖縄	556	1,402	667	482	813	671

資料)家計調査年報

注)数字は1世帯当たり年間購入数量

ことは、次のような状況を物語っていると考えられる。カツオ消費の多かった地方では、かつてはカツオ漁期が本格化して水揚が増加するに連れてカツオ消費が伸びて、その結果として年間の高水準でのカツオ消費につながっていたが、食の多様化が進む中で、食材としてのカツオへの集中度が低下し、年間のカツオ消費がむしろ減少傾向を示すようになった。他方、元々カツオ消費が少なかった地方では、食の多様化の中で、食材としてのカツオの登場頻度が高まった結果、カツオ消費の増加につながったのであろう。すなわち、かつてのカツオ消費に関する地域的偏りが弱まり、カツオ消費の地域的平準化が進んできたといえよう。このようなカツオ消費の平準化の背景にあるのは、下りカツオに関する人気の高まりと考えられる。図4は月別の1世帯当たりカツオ購入量の推移を年を追って見たものである。同図を見ると、かつて4～6月の上りカツオの漁獲時期に集中していたカツオ消費が近年やや低下傾向にあるのに対し、8～9月の下りカツオが漁獲され始める時期の消費が伸びる傾向にある。下りカツオの水揚地は気仙沼を代表とする東北地

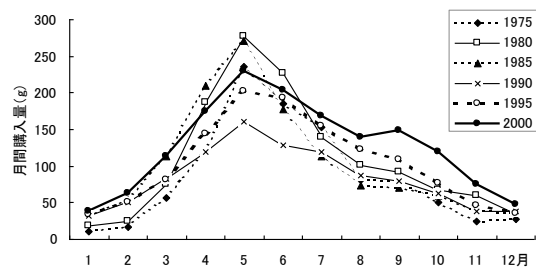


図4 月別のカツオ購入量(1世帯当たり)推移

資料)家計調査年報

下りカツオの水揚地は気仙沼を代表とする東北地

方が中心であり、このカツオが近畿、中国、四国、九州地方にまで鮮度を維持しつつ輸送されるためには、物流網の発展が不可欠であったといえる。

3. 高知県におけるカツオ流通の変化

上述したように、カツオ消費の多い地域の中でも突出して消費の多い地が高知である。カツオ消費の多い地域の多くが徐々に消費量を減退させる傾向にある中であって、高知だけがさらに消費を伸ばすというきわめて特異な状況にある。この実態を、高知市中央卸売市場でのカツオ取扱動向に注目して分析する。

(1) 高知市中央卸売市場の概要

高知市中央卸売市場の沿革は、同市場の市場概要(平成16年度)によれば次のとおりである。大正12年に中央卸売市場法が公布されたのを受けて、高知市は昭和4年に高知市中央卸売市場の開設認可を受け、翌年昭和5年に九反田に中央卸売市場を開設した。全国で最初に開設されたのが昭和2年の京都市中央卸売市場であり、これに次ぐ全国でも2番目に古い市場とされている。開設当時は鮮魚部のみであったが、翌昭和6年に青果部と塩干部が追加された。その後、経済発展により、九反田の市場が手狭になり、昭和42年に現在の弘化台に移転している。

市場内の水産物部の業者数は、卸売業者4社、仲卸業者40社、売買参加者201名である。卸売業者4社のうち、鮮魚を中心に扱っているのが2社であり、残り2社は塩干品中心である。

同市場における水産物取扱高は表6のとおりである。水産物の取扱数量は2000年以降、金額は1999以降減少傾向を続けており、市場関係者はその対応を迫られているところである。

次に同市場の取扱品目の特徴を見てみよう。表7は高知市中央卸売市場における2003年の水産物部の品目別取扱高を数量の多い順に10位まで示したものである。鮮魚では、カツオが圧倒的に多く、鮮魚の総取扱数量の23%、金額で20%を占めている。これ以外の品目では、マグロ類、アジ類、サバ類、ブリ類などの浮魚が中心であり、高知県における魚消費の特異性を表している。

表6 高知市中央卸売市場における水産物取扱い

年次	人口(人)	水産物部	
		数量(トン)	金額(百万円)
1999	323,791	35,267	24,195
2000	325,320	37,054	23,139
2001	326,490	35,485	22,580
2002	326,677	30,795	20,156
2003	326,786	30,647	19,295
(ウチ生鮮)		(19,250)	(11,749)
(ウチ冷凍)		(9,316)	(5,210)
(ウチ加工)		(2,082)	(2,336)

資料)市場概要(平成16年度)

注1)人口は高知市のもの

注2)ウチ数は2003年の数値

表7 品目別取扱高(2003年)

品目	鮮魚		冷凍魚		
	数量(トン)	金額(百万円)	数量(トン)	金額(百万円)	
カツオ	4,512	2,318	メバチ	896	659
キハダ	1,196	1,227	冷凍食品	829	249
アジ	767	246	キハダ	792	529
サバ	719	266	サバ	505	75
ピンナガ	702	264	カツオ	440	349
ブリ	679	477	冷凍すり身	425	117
シイラ	581	87	サケ	176	122
マルアジ	461	176	カタクチイワシ	123	5
アサリ	410	166	カジキ	120	39
タチウオ	401	313	サンマ	94	43
その他	8,821	6,210	その他	4,915	3,024
合計	19,250	11,749	合計	9,316	5,210

資料)市場概要(平成16年度)

(2) 高知市中央卸売市場におけるカツオ取扱動向

高知県内の各地で消費されるカツオの多くが高知市中央卸売市場を經由している。したがって、高知市中央卸売市場の取扱動向を見ることで高知市内だけでなく、県下全域のカツオ消費の動向を見ることができる。図5は高知市中央卸売市場におけるカツオ取扱高の推移を示したものである。資料は高知市中央卸売市場年報より。取扱量は1970年代半ばをピーク

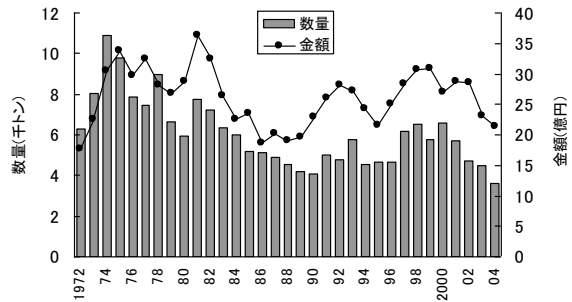


図5 高知市中央卸売市場におけるカツオ取扱高推移

クとしてその後減少を続け、1990年頃に下げ止まった後緩やかな増加傾向に転じている。しかし、この増加傾向も2000年頃をピークとして再び減少傾向に転じ、2004年には4,000トンを下回り、70年代以降で最低の取扱量を記録している。

取扱量の変化と生水揚げされるカツオ漁獲量の変動との関係を見たのが図6である。漁獲量としては、高知市場での取扱に強い影響力を持つと考えられる近海及び沿岸一本釣の漁獲量を用いた。一本釣以外にもまき網、曳縄による漁獲物も搬入されるのでカツオ漁獲量と取扱量との厳密な対応関係を見ることにはならないが、カツオを漁獲する典型的な

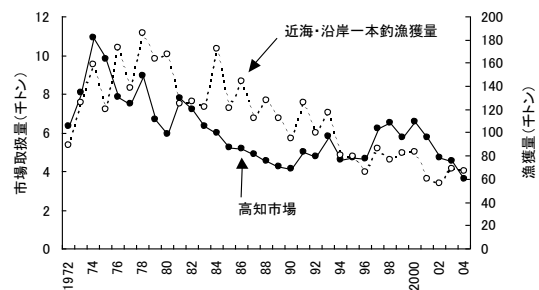


図6 一本釣漁獲量と高知市中央卸売市場取扱量の関係

漁法としての一本釣との対応関係を見ることで一定の関係性を見ることができると考えたからである。近海及び沿岸一本釣漁獲量は変動を繰り返しながらも、1970年代をピークとしてほぼ一貫して減少傾向にあり、高知市場の取扱動向とほぼ同じ動きを示している。ここに示されている一本釣漁獲量の減少傾向は経営体数の減少を反映したものと考えられるが、季節性の強い商材であるカツオの取扱動向は当年の漁獲量に強く依存していることがうかがえる。漁獲量の変動に応じて市場取扱量、すなわち消費量が変動してきたと言う事実は、言い換えればそれだけ潜在的な需要が大きかったと言うことを意味している。

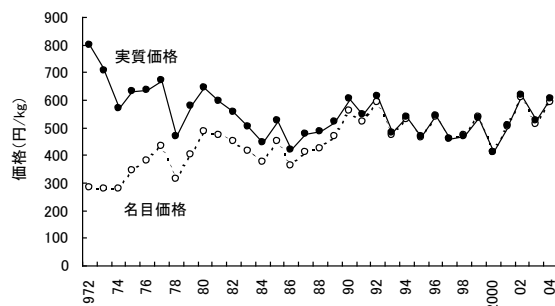


図7 高知市中央卸売市場におけるカツオ平均価格の推移

カツオは、家計調査のデータにも示されているとおり県内ではきわめて身近な食材であるために値頃感が要求され、その消費動向は価格の変化に影響を受けるものと考えられる。図7は市場におけるカツオの年平均価格の推移を示したものである。実質価格は、2000年を基準とする全国消費者物価指数でデフレートした価格を示している。1970年代に入って実質価格は低落傾向を示し、80年代半ばに400円/kg台で底を打ったかたちで、それ以降は若干持ち直し、ほぼ500円/kg前後の水準で推移している。70年代は、実質価格で見て現在よりも高い価格帯であるにもかかわらず、市場取扱量は現在よ

りも多く、当時のカツオ需要の高さを物語っている。近年では、変動はあるもののおおむね500円前後の価格帯が値頃感のある価格帯として定着し、その価格帯での相場が形成される場合にカツオの取扱いがあるという状況になっているものと推測される。

次に、高知市場におけるカツオ取扱の月別変化を見てみよう。1989年から2004年度までのカツオ取扱量の推移を見ると、1989～1996年度までの低水準期、1997～2001年度までの高水準期、2002年度以降の低水準期の3期に区分できる。この3期の区分について月別のカツオ取扱量の変化を示したのが図8である。これによれば、高水準期と低水準期の違いは、とくに6～8月の夏場の取扱量の差に顕著に見られる。この時期は、カツオ漁場も水揚地から比較的近いところに形成され、価格も手頃になり、消費者にとっては最も買いやすい時期に相当する。元来カツオ消費の多い高知ではあるが、中でもとくに消費が伸びるのはこの時期のカツオ供給の多寡によるのではないだろうか。

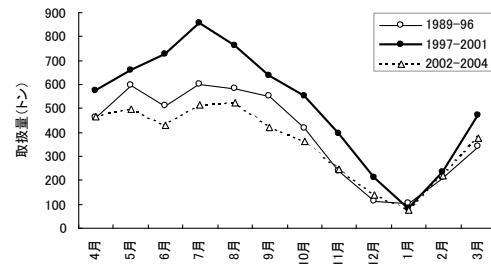


図8 低水準期と高水準期のカツオ取扱量比較

(3) 高知市中央卸売市場荷受けの対応

高知市場でカツオ取扱に対して卸売業者（荷受け）がどのような対応をとっているのかについて、同市場で生鮮水産物を扱っている卸売業者2社から聞き取り調査を行った。

① A 卸売業者

①-1. 時期別カツオ入荷状況

- ・12～1月：他県産を中心とした入荷。

(長崎産) 五島周辺で曳縄船により漁獲される瀬付きのカツオ(1.5～3kg)が主で、脂の乗りが良好である。このカツオは老岐対馬から福江島に組合集荷で集められ、その後県漁連に委託出荷され、これが博多から岡山に運ばれ、ここで高知行きのために転載されて市場に搬入される。

(宮崎産) 宮崎県南郷町の一本釣漁船12～13隻が12～4月頃まで長崎から薩南海域で操業している。これらによって漁獲されるカツオは南郷町の組合による委託出荷として、佐伯に運ばれ、フェリーで宿毛にわたり、そこから高知市場に搬入される。時には、さらに高知市場を経由して、徳島市場、さらには和歌山市場まで搬入される場合もある。

- ・3～6月：県内産を中心とした入荷。

(2～4月) 高知県内の室戸から足摺に至る各漁港に所属する曳縄漁船による漁獲物が搬入される。

(4～7月) 県内の小型一本釣漁船(10～19トン)によるカツオ漁獲が始まり、薩南海域で操業した場合(土佐佐賀の漁船が多い)には漁場からの近さを考慮して深浦(愛媛県)を中心に水揚され、それ以外では土佐清水、土佐佐賀、久礼、宇佐、甲浦等に水揚され、これらの水揚地から夕方発の定期便で翌朝の高知市場の開市に間に合うように搬入される。

- ・7～11月：平成になってからは気仙沼水揚物を中心とする入荷が中心。

この時期は下りカツオの水揚が本格化する時期であるが、高知市場における下りカツオの取扱は、当初は中之作（福島県）、那珂湊（茨城県）などの首都圏に近い水揚地の物であった。その後、気仙沼物が本格的に搬入されるようになったのは高知までの高速道路網（高知自動車道）が整備された平成3年（1993年）以降である。気仙沼から高知までの経路ルートは、気仙沼から磐越道を経由して新潟を通り、その後北陸道を利用して舞鶴、米原を経由し、名神自動車を利用して高知に至るルートである。東北自動車道を利用して首都圏を通過すると道路渋滞等により余計な時間がかかることがあり、むしろ磐越道を利用して日本海側を走る方がより時間短縮できると言われる。

①-2. 取引実態

同社の近年の年間カツオ取扱高は、生鮮が11～12億円、冷凍が2億円程度である。冷凍カツオは焼津から搬入されるロインが主であり、同社として直接タタキ製品を扱うことはないという。高知はカツオたたきの本場であり、消費者のたたき製品へのこだわりが強いことから、工場で製造される既製品では売りにくく、市場で生やロイン等を仕入れて仲卸がたたき加工して販売することが多いからである。

現在、同社でのカツオ取引は相対取引であり、産地価格に経費分を上乗せし、さらに若干の経費を加えた額が取引価格となっている。相対取引とは言え、価格は毎日変動している。かつて、同市場に直接カツオ水揚が行われていた頃は入札が行われていたが、今日ではほとんどがトラック輸送であり、入札は行われず、相対取引となっている。

産地からの出荷は、大堂津（宮崎）、南郷（宮崎）からは漁協への委託出荷、長崎からは漁連への委託出荷であり、御前崎から北の水揚地に関しては、地元（高知）出荷業者から各漁港の出荷業者への委託買付出荷が中心である。水揚情報は産地からFAXで寄せられ、品質については担当者が産地業者に直接電話で確認する。同社でカツオを担当しているのは4名である。

カツオ産地（水揚地）を県内と県外に分類して取扱量を比較すると、県内水揚は1/3以下にとどまる。しかし、県内産への評価は高いという。県内から他県への出荷はほとんどなくなっている。カツオ取扱のピークは5～8月で従来と大きな違いはないが、取扱量は全体的に減少しており、単価も低下傾向にある。

② B卸売業者

②-1. 時期別カツオ入荷状況

- ・1月：宮崎（南郷町中心）の一本釣漁船が沖縄海域での操業を開始し、南郷の漁協への委託出荷により高知市場に送る。この時期、高知県や三重県の船は南にはあまり行かず、先ずは小笠原方面に行くことが多いという。
- ・2～3月：漁場が屋久島周辺にまで北上すると身質も良くなり、高知県内の小型一本釣漁船（19トン）が出漁を始める。これらの船は鹿児島を基地として操業し、鹿児島中央市場経由で高知市場に送る。
- ・5～6月：勝浦（千葉）での水揚が本格化するが、同時期には高知県内でも水揚があるので、とくに両者に身質の違いがなければ地物（高知水揚）を優先的に引く。

- ・7～10月：気仙沼での水揚げが本格化するが、高知市場に気仙沼物が搬入されるようになったのは、高知までの高速道路網が整備された平成5年以降である。気仙沼から高知までの経路は、A業者からの聞き取り結果と同様で、気仙沼から新潟経由での日本海側ルートである。気仙沼を中心とする関東以北での下りカツオの水揚げが中心となるこの時期でも、高知市場では下りカツオだけでなく、脂の乗りの少ないカツオも同時に品揃えする必要があるとあり、他産地からの荷引きも行う。

②-2. 取引実態

同社の近年のカツオ取扱高は年間2,000トン前後、約14億円である。14億円の内訳は、宮崎からのカツオが3億円、気仙沼からの物が5～6億円程度である。近年の一日当たりの取扱量は夏のピーク時で20トンであるが、かつては40～50トンの時期もあった。そのような時期には、高知市場から浜松や東京などへの出荷もあったという。

取引は相対である。相対取引になったのは平成年度に入った頃からである。かつてのように売れなくなり、市場では高値は出るが、売れ残りが出るようになったという。このような売れ残りを避けるために、場内の買付業者からの注文を受けて相対で安定して売りたいという考えに基づくものであるという。

気仙沼からの下りカツオ（脂カツオ）が高知の消費者に受け入れられるようになるには時間を要した。脂の乗った下りカツオは色変わりが速く、上りカツオの扱いに慣れている県内の量販店からは敬遠されたのである。しかし、下りカツオがマスコミ等により取り上げられて話題となり、認知度が上昇し、また高速道路網の整備によりその品質が向上してきたことから、県内でも量販店を中心に積極的に下りカツオ販売に取り組む動きが出てきた。現在では、県内でも広く定着しているが、それでも県内の地域によっては、昔ながらの上りカツオへの嗜好が強く、未だに下りカツオが受け入れられない地域もある。

4. カツオ流通の変化の背景

カツオは比較的安定した水揚げが期待でき、かつ水揚げが本格化する時期には価格も手頃になることから、安定供給を求める量販店にとっては取組みやすい特性を有する商材であるといえる。また、生鮮カツオは春先には「初がつお」、また夏以降は脂の乗った「下りカツオ」と銘打って、季節性をアピールしながら販売を展開できる点で、量販店にとっては魅力的な商材でもある。さらに、このような生鮮カツオとしての特性だけでなく、冷凍カツオを原料とする「たたき製品」や「刺身用ロイン製品」など、生鮮カツオを代替しうる商品もあり、天候等の都合による入荷の不安定性に対しても一定の対応ができるために、売場づくりという点でも量販店にとって都合の良い商材である。生鮮、冷凍を含めて、以上のような優位性を有するカツオ商材ではあるが、やはり量販店にとっては旬をアピールでき、かつ品質面で他店との差別化を図る上では、冷凍ではなく生鮮（生）カツオにこだわった品揃えが重要になると言われる。このような小売側の事情との関連の中でカツオ流通に変化がもたらされてきたと考えられる。ここで言うカツオ流通の変化とは、主として量販店を中心とするカツオ販売の広域化、言い換えればカツオ消費の全国的な平準化という点である。

以上のような、主として小売側の事情とは別に、産地（水揚げ地）側の状況の変化もカツオ流

通の変化をもたらす一要因と考えられる。その要因の一つは水揚地の集約化という傾向である。かつては、カツオ魚群の北上につれて、水揚地も太平洋岸の漁港を徐々に北上していくというパターンであったが、近年では水揚地の集約化が進んでいることは先述したとおりである。上りカツオの時期の水揚地は、鹿児島・宮崎→御前崎・勝浦（千葉）と移動し、夏以降の下りカツオ時期になると気仙沼を中心とする三陸地方が主要な水揚地となり、全般的に水揚が特定漁港に集中する傾向が強まっている。水揚港の選定には、餌となる活イワシの調達に都合の良いところという条件がともなう。そのほかにも、量販店でのカツオ販売が大きなウエイトを占めるようになると、量販店との取引を担う有力産地出荷業者の存在も不可欠な条件となる。この点では、勝浦や気仙沼には有力出荷業者がそれぞれ複数存在し、カツオ漁船の受け入れ態勢が整っていることから、多くの漁船が水揚するようになってきた。また、近海のまき網船による生鮮カツオとの産地価格競争を避けるために、一本釣漁船が近海まき網船の水揚港を避けるという行動も、まき網船による生鮮カツオ水揚が活発化するようになってからは顕著になってきた。その典型的な例が、銚子と勝浦（千葉）の関係である。かつて、かつお一本釣漁船は常磐海域では、勝浦、銚子、那珂湊等に水揚していたが、まき網船による生鮮カツオ水揚が銚子、あるいは那珂湊に行われるようになると、これらとの競合を避けるために一本釣漁船は銚子や那珂湊を避けて、勝浦を中心に水揚するようになってきた。このように、水揚地が集約化されると、その漁港へのカツオ水揚量の安定化も期待でき、かつ消費地へのカツオ輸送用のトラック仕立てなどの物流面でも都合がよく、ますます集約化が進むという循環となる。

さらに、以上のような小売側、水揚地側の状況の変化の他に、この両者をつなぐ物流面での変化もカツオの広域流通を促す要因となっている。物流面での最も大きな変化は高速交通網の全国的な整備の進展である。日本列島を縦貫するかたちでの高速道路網の整備に加えて複数の経路を提供するかたちでの高速道路の整備は、首都圏での慢性的な高速道路渋滞の回避を可能とし、結果的に輸送時間の大幅な短縮を可能とした。生カツオは量販店で扱われる魚種の中でも、品質劣化が早い魚種の一つであり、水揚地から消費地までの経過時間の短縮化が強く求められる。この要望に応えられるようになった背景には、高速道路網の全国的な整備が大きく貢献している。

以上は主として陸上側でのカツオ流通に関わる条件の変化であったが、生産現場でもカツオの広域流通を可能とする条件整備が進んできた。かつお一本釣漁船の操業は、かつては2月に基地を出港して沖縄・屋久周辺水域での操業から始まり、魚群の北上につれて徐々に操業場所を北に移動させ、8～11月頃にかけては三陸沖漁場でいわゆる下りカツオを漁獲して年間の操業を終えるというパターンが一般的であった。しかし、次第に年明けの出漁時期が早まり、1月に入るとすぐに出漁する漁船が増えてきた。この時期の漁場は従来よりもさらに南の漁場であり、結果的に漁場の遠隔化が進んだことになる。もちろん、漁船の速力もかつてよりは向上しており、この遠隔化にも対応しうようになってきていることは確かである。しかし、やはり鮮度劣化の速いカツオを対象としていることから、漁獲後の船内での鮮度保持技術が求められるようになってきた。このような操業上の変化と並行して海水冷却装置の導入が進み（昭和60年前後）、魚槽内に海水と真水を混合して（「ブレンド水」と呼称される）冷却し、これに漁獲したカツオを投入して鮮度保持を図る方法が一般化してきた。その結果、かつてに比べて水揚したときの鮮度が向上し、刺身需要への対応が一層進んだ。

以上をまとめると、鮮度劣化が早く、本来量販店では扱いにくいはずの生カツオであるが、

他方で量販店にとっての取扱上の魅力（季節感の演出商品、他店との差別化商品）を多く備えていることから、カツオ取扱に対する量販店での期待が高まってきた。その一方で、水揚地の集約化、高速交通網の整備、生産現場での鮮度保持技術の向上などの、物流の改善につながる状況の変化が起こってきた。もちろん、これらの変化は相互に関係しながら展開してきたものであろうが、これらの変化がカツオ流通の広域化、全国的な平準化を促す重要な背景となっているものと考えられる。

この調査を通じて、今後の生鮮水産物流通の展開を考える上で、商品の特質、今日の主要な売場としての量販店の特性、生産現場での鮮度保持対応、産地市場での物流への対応、物流技術の変化等の諸側面での検討が重要であることが再確認された。