

第5章

サンマ及び境港を事例とした調査 の報告について

サンマ及び境港を事例とした調査の報告

魚価安定基金が行う平成 21 年度水産物産地販売力強化事業支援事業では、4つの調査事業（市場・市場外流通機能強化事例調査事業、系統販売機能事例調査事業、地域ブランド等創出事例調査事業、漁業生産構造実態調査事業）の項目に沿って行われた個別調査（本報告書の第1章から第4章で記載）とともに、①代表的な漁業種類としてのサンマ漁業と、②代表的な産地として境港を調査対象として選定し、各委員による調査を行い、その調査結果を調査先の対象者に報告する調査報告会を開催し情報交換を行った。以下はその概要と最終的にとりまとめられた報告書を記載したものである。

1. 調査報告会の概要

- ①日 時 平成 22 年 3 月 16 日 午後 1 時 30 分～5 時
- ②場 所 ファースト貸会議室 千代田区内神田 1-11-11 藤井ビル 4F
- ③議 事
- (1) 境港を対象とした調査の報告
- (2) サンマを対象とした調査の報告
- ④参加者

区分	所属	役職	氏名
1 委員 (サンマ)	東京海洋大学 海洋政策文化学科	教授	馬 場 治
2 委員 (サンマ)	鹿児島大学 水産学部	教授	佐 野 雅 昭
3 委員 (サンマ)	北海道大学大学院農学院	准教授	宮 澤 晴 彦
4 委員 (サンマ)	(有) 沖繩地域ネットワーク社	代表取締役	上 原 政 幸
5 委員 (サンマ)	鹿児島大学水産学部	准教授	鳥 居 亨 司
6 委員 (サンマ)	函館短期大学食物栄養学科	専任講師	佐々木 貴 文
7 委員 (境港)	北海道大学大学院	教授	廣 吉 勝 治
8 委員 (境港)	水産大学校水産情報経営学科	准教授	三 木 奈 都 子
9 委員 (境港)	水産大学校水産流通経営学科	准教授	板 倉 信 明
10 委員 (境港)	三重大学 大学院生物資源学研究所	准教授	常 清 秀
11 委員 (境港)	水産大学校水産情報経営学科	講師	甫喜本 憲
12 委員 (境港)	水産大学校水産情報経営学科	助教	副 島 久 実
13 関係者 (サンマ)	全国さんま棒受網漁業協同組合	理事	川 崎 一 好
14 関係者 (サンマ)	全国さんま棒受網漁業協同組合		須 藤 花 林
15 関係者 (サンマ)	釧路市漁業協同組合	代表理事組合長	戸 田 晃
16 関係者 (サンマ)	気仙沼漁業協同組合	代表理事専務	村 田 次 男
17 関係者 (サンマ)	気仙沼漁業協同組合	魚市場部課長補佐	斎 藤 光 昭
18 関係者 (サンマ)	気仙沼魚市場買受人協会	理事長	大 島 忠 俊
19 関係者 (サンマ)	鎌田水産株式会社	代表取締役社長	鎌 田 仁
20 関係者 (境港)	鳥取県境港水産事務所	所長	松 澤 以 尚
21 関係者 (境港)	鳥取県境港水産事務所		宮 永 貴 幸
22 関係者 (境港)	社団法人境港水産振興協会	専務理事	足 立 一 男
23 関係者 (境港)	友田水産株式会社	代表取締役社長	森 脇 一 行
24 関係者 (境港)	株式会社島谷水産	代表取締役社長	島 谷 憲 司
25 関係者 (境港)	山陰旋網漁業協同組合	課長	森 脇 孝 孝
26 水産庁	資源管理部沿岸沖合課	指定漁業第2班許可係長	佐 藤 友 介
27 基金	財団法人魚価安定基金	専務理事	林 正 徳
28 基金	財団法人魚価安定基金	事務局長	阿 部 和 夫
29 基金	財団法人魚価安定基金	業務部長	佃 朋 紀
30 基金	財団法人魚価安定基金	業務部調査役	向 井 義 宣
31 基金	財団法人魚価安定基金	業務部員	赤 嶺 貴 史

⑤内容

阿部事務局長より開会が行われ、林専務より挨拶があった。

- ・ 林専務：お忙しいところありがとうございます。午前中は委員の個別調査の報告を実施し

ました。午後は境港とサンマを事例にした調査であります。委員の調査結果の報告を受けて忌憚のないご意見を伺えればと思います。また、今回の成果についてはまとめて配布するので今後の参考にさせていただければ幸いです。

阿部事務局長より今回の座長として廣吉委員が紹介され、廣吉委員の司会の下、議事が進められた。

・廣吉：サンマの会議に参加される地元の方達の飛行機が遅れているそうなので、そろい次第自己紹介としたい。

2. 境港を中心とした調査の報告

境港調査した各委員から資料に基づき説明がなされた。

報告の後、以下のとおり議論が行われた。

・廣吉：この調査の特徴は生産構造の縮小再編の検証というものがあります。それからもう一つは市場形成の分析評価ということ。それから三つ目は販売方法の対応、あり方。産地流通業の再編方向ですね。どういう再生や芽生えがあるか、を新しい動きも踏まえて捉えていくというのが柱かなと思われまます。これからは意見交換を行いたいと思いますが、場合によっては調査員同士の意見交換も十分にされていないというのものもあるかと思ひますから、色々評価や意見の相違もあるかと思ひますので、忌憚のないご意見、質問をお願いしたいと思ひます。

・足立：先ほどの報告にもありましたが、全国的に漁獲量が減ってきています。その中で全国的に減っているのが順位が7位に上がったが、これからは伸びる用途が無い、と私自身は思っています。そういった状況で県外船誘致といったこともやっている所です。一方、水揚金額は165億円で前の年から43億円も減っている。これはマグロが19億円減っているんですがその他も不景気で、特に高価な魚が売れなくなっています。だから高価な魚が多く獲れる港というのは軒並み下がっているのです。そこでプロジェクトを検討して何とか鮮魚で1割でも2割でも増やせるようにと考えているところです。その他の魚種につきましても加工品として出せるように、高度な加工を研究しているところです。魚価が高くなりますと県外船も入ってくるようになると思ひますので、今までは日本海側の唯一の大きな港だ、ということが入ってきておりましたけれど、これからはそうはいかないので、境港市長も色々なとこに出かけていっています。それから「みんなで選ぶ水産加工大賞」は境港市というのが行政が農業でも漁業でも引っ張っていつてくれるところで、市が積極的に関与してくれていて、それから、隣におります島谷や友田などの民間の知恵で発達して、成功することが出来たと考えています。これからは民間にも積極的に関与をしてもらってやっていきたい。

・島谷：廣吉委員の方から出た報告で4ページ目の部分ですが、共同の選別機の導入についてですけれど、松浦と銚子のサバの比較がありますが、しかしながらこれは西日本におけるハマチの生餌の最大の産地でもあります。何らかの形で付加価値を高めるためのデータとしては例えば、松浦の100～150gのアジの相場と境港の100～150gの相場を比較して評価して欲しい。サバについては250～300gが多いとすれば銚子も同じサイズで検証すべきではない

か。他にも養殖場までの距離や出荷体制の違いなど、といったことも踏まえて考えて欲しい。こういったものは非常に欲しいデータです。本当に境港のものが安いのか、そして、安いならどうすれば高くなるのか、ということも教えて欲しい。

・**廣吉**：それはその通りです。アソートが違うので、中心サイズも違いますし。まあ年間通して見ても一貫して低位だ、低位だというのは餌であろうと加工原料であろうと、ある意味で競争力はあるんですけども、それが競争力に結び付いているか、というのは検証が必要です。生産者に伺って私はそう感じて、サイズやソートの資源だけではいかないのではないかと。平成 18 年から農林水産省は産地価格の調査を中止していて、漁業情報サービスセンターにこれからは一部移管している形になっておりまして、そうしたアソート別のデータも整えながら検証は必要だったと思います。それから、それにしても浜の方の処理、仕分け等の再編の動きが他地区から見ると遅いなと思います。トラックスケールの導入も遅かったと思っています。周りを見ながら、というのもあるかと思いますが今や資源を大事に使う時代になったので、陸周りの方でデリバリーなどの対応の中で付加価値をつけていくしかない、もったいないなというのを思っているわけです。貿易港としては神戸港が近いですし、境港というのは実は物流導線がいいところです。関西にも非常に近く、今は輸出も輸入も産地にとっては重要になってきたので、神戸港を有効に活用するのも良いかと思うのです。

・**森脇**：境港はいま 10 万トン前後でピークから7分の1になっています。だいぶ生産型で設備が大きくなって、大量にかためて飼料が 90 数%だったのが、急に水揚げが減ってきて加工というものを考えなきゃいけない、ということになって、缶詰などにも取り組んできました。そうした過程での境港の技術をもっと全国に発信しなければいけないと感じております。熱でもって処理したりして、先ほどの「水産加工大賞」などで地元にも全国にも加工品を発信していきたいと思っています。先ほどの副島さんのご報告にもありましたけれど、マンネリ化といったことになってはいけないな、と常に考えております。

・**廣吉**：ブランドってというのは今は色んな考え方があるんですけど、境港の地域ブランドがビジネスに結びついていくっていうのは意外とないんですよ。例えば JF しまねが JF しまねとして各自に取り組んで、というのはありますけれど、境港という地域イメージが共通の要因となっていくか、というのはこれからの課題だと思いました。

・**足立**：大阪の量販店で聞くと、境港は魚のブランドで魚自体に名前を付ける必要があるのか疑問に思っています。時代に乗り遅れるのではないか、という心配でやっています。

・**松澤**：今日の報告は非常に興味深い話でした。私の所は市場は県営です。これからの再編によって例のないような取り組みになるのか、というところです。境港の一つの特性としては魚をスピーディに処理するという基本的な構造があります。それは必ずしも悪いことではないと思いますけれど、消費地が求めている産地としての対応というのはずれている部分があると感じています。ある一部の非常に有力な企業だけがやっていて他の大概のところはあまり機能していない、という印象です。市場が県営というのは非常に時間がかかります。トラックなどのスケールの導入が遅かったのも、議論が遅くて、すごく時間がかかる。そして、市場前には 10 数社がセクターをそろえていて、間に合うように出さなければならない、という状況もある。それから全国海区漁業調整の会議で、この仕組みでよく生産者から文句が出ませんね、という質問が出ました。これからはローコストオペレーションという仕組みを導入しないといけない。それに役立つような仕組みを市場の施設を利用してでも作ってい

きたいと思っています。そういうことで、普通の市場とは少し違った体制であるというのがあり、それから荷受けの話については、みなさんが望んでいる荷受け体制は1社ではなくて、競争力のある2社体制を求めているようです。そういう中で行政としても支援していきたいという思いです。

・**下山**：境港市も鳥取県もスタッフが限られていてやれることが限られています。そういった中で水産振興を進めていくためには当然、民間の方々や関係機関と連携してやっていかなくてはいけない、と実際に感じております。それから境港の産地イメージとしての産地からの情報発信はこれまで少なかったと思っています。関西の量販店の方や消費地の方と意見交換をして、やはり名前は漁港としては知られていますが、どんな魚があるのかとなると産地の顔になる魚がない、ということを言われました。産地のイメージというのは大事であると思うので産地からの情報発信が必要なんだろうと考えています。

・**森脇**：生産者の方から見て、やはりよりいい魚を持って帰らないと消費者には理解してもらえない。それに対してどうすればいいのか、という話し合いをしているんですけど、コストや鮮度保持などの工夫をしているが中々難しい。

・**佃**：元々境港のブランドが知られないというのは、基本的にアジ、サバ含めて基本的な流通構造が餌用として流れてきたから、消費地に認知されないのは当然のような話です。なんでそうなっているかといえば、境港に揚がる魚が脂質によって選別されて、餌としての需要を作ってきたと思うんです。一方で、加工はどうか、となると境港で揚がるものが加工に合うような魚とは言えないのではないかと。そうすると加工として生きていくには、高次加工、惣菜系といった脂質を持っていないものをどう加工していくか、という商品化が求められているのだと思うんですがいかがでしょうか。

・**森脇**：そうですね。大体境港で揚がるサバはローソクサバだけだったんですね。加工に回す様なサバはあまり上がらなかった。それをどうしたら良いか、ということで惣菜系というのでもいいと思いますし、あとは境港の鮮度の良さを武器に加工をしていきたいと思っています。鮮度は境港の魚は日本一だと思う。

・**副島**：今回、ブランドの関係で色々見てみて、マグロとかカニとか単品に寄り掛かり過ぎるのはどうなのだろう、というのがあります。それが無くなったらどうなるか、といったことや資源的な問題もありますし、境港の魚という形でPRすべきかと思っています。

3. サンマを対象とした調査の報告

サンマについて資料に基づき説明があった。

・**廣吉**：注目されている魚種ですから色々な問題があるかと思いますが、サンマ漁業ということについて、再生や今後成り立つ漁業としてどうあるべきか、というのを議論したいと思っています。

・**川崎**：各市場で名前が大黒サンマであっても、どこのも中身は変わらないんですよね。どこが違うかと言うと、私たちが消費者に訴えるのは網から揚がってからの、いわゆる発泡詰めをしてどういうふうに出荷するか、というパターンがそれぞれ違う、というだけなんです。銚子も北海道も同じところで操業しているから同じなんです。ただ鮮度の良いものをどうや

って届けるか、というのが一番大事なところなんです。それから TAC が 25 万トンから 35 万トンに増えた時、水産庁も含めてきちんとした整理がされてなかったと思うんですね。35 万トンに増えた部分で国内需要以外のものは餌やミールに回すしかない、ということだったが全サンマも慣れていなかったし、考え切れなかった。ですから国が 35 万トンと決めれば、それに合わせた操業の仕方、国の方からの指導というのが必要になってくると思う。

・須藤：ミール枠を消化しきれなかった点、獲り方等については反省していく必要があります。

・廣吉：報告は現場の意見を反映しているから否定的でしたね。ですがミールと言いましても、今の時代では国際的なマーケットを頭に描いていないと大変になる、ということですよ。

・川崎：去年はタイミングが悪かったんですね。小型が 3 分の 1 に減ってミールに回せるだけの余力がなかった。今年は ABC も高い基準にしていますから期待は出来るのかな、と思っています。

・宮澤：と言いましてもやはりなってみないと分からないですから、そうした対応も含めて考えておく、ということだと思います。

・戸田：サンマをやっている今一番問題になっているのは生鮮流通というものが、加工業者含めてどんどん儲からないものになって来ていることだと思います。時代も変わって来ましたし。やはり、骨もあり、頭もあるということになるとどんどん世代も若い人が増えてきますと中々、35 万トンの中でこの時期は生鮮しか食べない、というときに押し込んでいくということもあるし、消化をし切れなくてというのがあります。売る側から見れば消費地市場が機能していないと思います。処理するだけで精一杯というふうに思う。我々もこのままでは大変だな、と思っているわけですけど、報告にもありましたけれど 9 月の生鮮流通の仕組みを考えないと、今のままでは加工業者、生産者が成り立たなくなっていくと考えています。いま一生懸命フィレをやっていますが、ワンフローズンという条件付きでやっていますけれど、これは刺身でも使えて用途が多様化するということで評価を受けてはいます。そういう中で輸出では円が安くなればいくものと考えられますけれど、生鮮にしか流通しない時の流通を考えないといけないと思いますね。今は本州にも水揚げができます。昔は本州の方が高かったのに、今は北海道の方が値段が高くなっている。しかし、北海道では加工原料が高く推移していることがあります。ということで加工原料を販売しても利益がとれないという問題にもぶつかっています。生産と加工が一体となって考えないと、この漁業を再編することは出来ない。関わっている人間がたくさんいるのに儲かっていないという状況なんです。去年、80%以上はあがり。そういうのをやめて方向転換していかないといけない。

・廣吉：釧路市漁協はフルラインで持っています。生というか、ブランドというのにみんなもたれかかってしまっていて、敷居を高くしてしまったことになっていますよね。

・村田：こちらの漁業では今の全くの裏返しですね。地域の損得と業界の損得と合成の誤謬ですね。余りにもサンマの生の消費が季節性がありすぎる。季節性を無くせばもう少し消費が増えるのではと思っています。それから三陸の市場の事務局であるが、すべての市場が言うには、週 3 回の話なんです。たまたまこちらでは 100 トン以上の大型船が増えてきており、現在は延べ水揚げ回数が 2441 回。3 年前が 1800 回ぐらい、2 年前が 2098 回で、平成 6 年ごろは 3,000 回を越してきていた。安定した船が入ってこないようになりました。工場の稼働

率が下がってきています。それで今はその分小型船を誘致し助けてもらっています。小型船がなければやっていけないという状況になっています。

・**斎藤**：サンマは北海道から銚子まで広い視野で生産者が水揚げできるものなので、現場の担当者は1円でも高くなるように努力しています。最終的な目標は船齢が25年30年という船が多い中で、生産者の方加工業者の方、市場とで代船建造できるような環境を作っていきたいと考えています。

・**大島**：北海道の方の話もでていますが、35万トン体制がやっていけるのか今年は大変重要な年であると感じています。おとしは30万トンのサンマが獲れた年で昨年は一転して漁獲が少なかった。今年はABCが高いとのことだが、正念場の年であると考えています。35万トンをお互いに生産者、流通業者がいいようなものしていけないと、他の漁業に入りこまれる可能性があります。三陸の立場でみると、品質のいいときに多く漁獲したい。月別のTACはひとつの目安としていいかとは思いますが、予報がぴったり当たれば苦労しないが、やはり海のものなのでそうはいかない、水産庁なり全さんまが指導して的確な水揚げをしてほしい。小さいサンマをとりすぎると、次の時期のダメージを考えると旬のいい時期である9月10月に集中して漁獲したい。9月に入っても、時化があつたりで結果的に三陸には週2回ぐらいしか入ってこない。賞味期限の問題もあり、三陸としては週3回体制にしてほしい。ミールについては、経済は価格が高いとこ高いとこに行っている。ミールで20円と言わず、経済の中で30円、40円と調整してほしい。ミールがダメではなく、価値観の高いものに還元してほしい。今回はサンマと境港であるが水産業界どこも厳しい。川上の漁業は漁獲不振魚価安で困っています。加工業者は魚を買って加工したりしているけど、デフレの中で逆に量販店の安売りの道具になっているようで共倒れしないか感じているところです。

・**廣吉**：せっかくの情報ですのでこの議論を参考に良い報告書に仕上げたい。整理したものはだれでも見られるようにしたい。

・**佃**：本日は長時間にわたりありがとうございました。この事業を企画したのは水産物産地販売力強化事業の支援事業を基金が実施しました。その中に4つの事業があります。一般的な調査はこのような報告をせずに報告書を配っただけであった。サンマについても、境港についても基金が事業を行う上で色々な意味で関与している部分があった。魚価安定基金が事業を効率的効果的に実施するには今までのように情報について、第三者の立場からヒアリングとして分析をしていただいて情報交換の場を通じて確認させていただきながら意見交換をするというようなことをしていくと、結果を踏まえた効率的かつ効果的なものとなると考えてこのような報告会を始めて実施しました。だが残念ながら、22年度はこのような調査が一切なくなり、最初で最後の形となりました。漁業と流通業者が一体とならなければなりません。せっかくのこのような機会を設けましたので、今後とも事業の効果的な発動を踏まえて、日本の水産業を皆様方と一緒に考えさせていただけたらと考えています。報告書は印刷物として100部ほど印刷するとともに、DVDにして結果を報告することとしたいとおもいます。できればこの報告を極力有効に活用していただきたいと考えています。

・**林**：22年度は厳しい状態ではありますが、基金事業は水産業施策一環として皆様方のために事業を実施したいと思います。さらにいろいろなかたちでご意見を伺ったりするかもしれませんので今後ともご協力いただきたいと考えています。

・**廣吉**：それでは終了します。ありがとうございました。

I. 境港を対象とした調査の報告

(1) まとめ：地域の動向と再生の課題

北海道大学大学院 教授 廣 吉 勝 治

1. 大型漁港としての整備の沿革と発展

大規模漁港としての境港のおもな基盤整備を振り返る。

- ・ 1953：第3種漁港指定
- ・ 1962：鳥取県営魚市場開設
- ・ 1969：特定第3種漁港指定
- ・ 1969～74：産地流通加工センター形成事業（事業費、7.1億円）
- ・ 1976～79：同上 補足整備事業（同、8.1億円）
- ・ 1982～86：流通加工拠点総合整備事業（同、15億円）
- ・ 1995～96：流通加工活性化総合整備事業（同、9億円）

漁港投資部分を除いても、境港には90年代後半まで100億円規模の公的水産投資・インフラ整備がなされてきたといえる。産地市場の整備規模は外港をふくめ総上屋面積約2.4万㎡に達する。このような大型漁港産地としての整備は、まき網を中心として日本海西部地域漁場をに控えた拠点産地として大量水揚げ存在したからである。

すなわち、境港の水揚げは8割以上をマイワシ等の多獲性魚を対象とするまき網漁業に依存して1980年代に隆盛し、93年には69万トンのピークとなった。境港は1992年から96年まで日本一の水揚げ実績を保持した。水揚げ金額もピーク時(1991)は364億円となった。盛時、境港を利用する大中型まき網は16ヶ統、中型まき網も約20ヶ統以上を数え、同種の他大型漁港が衰退しはじめていた90年代、境港は大規模漁港として順調な発展を遂げていた。

また、県営魚市場（地方卸売市場）として100名にのぼる買受人組織を有し、背後条件の整備に支えられ産地加工業も、餌料仕向け処理を中心に、冷凍水産物、煮干し、缶詰加工等約70工場（2000人）・450億円規模の出荷額を誇った。

2. 水産基地としての縮減への推転と特徴

1) 急激な水揚げ縮減と変化

しかし、90年代後半よりマイワシ資源等の構造的な変動による減少とアジ、サバをメインとする魚種変動に見舞われるとともに、総水揚げも急激に縮減をし続け、近年では10万ト前後まで低下した。

大型産地としての縮小再編が進んできたが、まき網漁業はなお地域の水揚げ量の8割前後、水揚げ金額の5割前後を占め、地域の最重要業種であることに変わりはない。現在、地域の水揚げはまき網、ベニズワイガニ漁業、イカ釣りが三本柱となっている。近年は6～8月夏場の本マグロの水揚げも大中型まき網により行われ有力魚種となっている（マグロは2008年、2200

トン・30億円の水揚げであった)。

また他方、多獲性魚が縮減する状況である反面、沖底約10隻の存在、及び島根半島からの沿岸ものをはじめ境港に持ち込まれる魚種は多様であるとの評価もあり、特徴のひとつとなっている。

ちなみに、最近3カ年の総水揚量・水揚金額は以下の通り。

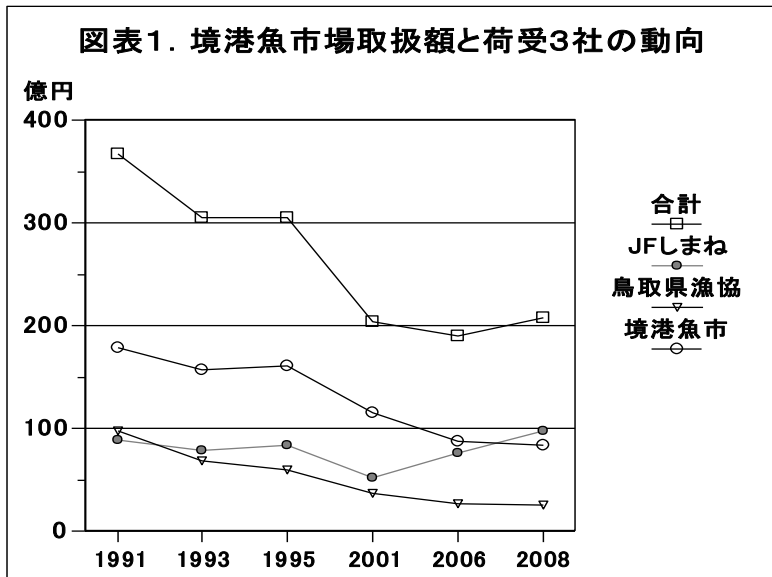
2007年	11万7千トン	212億円
2008年	10万7千トン	208億円
2009年	11万9千トン	165億円

2009年は夏場のマグロの水揚げ減退の影響がでたということで水揚げ金額がかなり低下し200億円を下回った。マグロはいまや境港にとって重要品目とはいえるが、全体水揚げにとってウエイトはさほど高いものではなかった。が、そうした影響が目立ってあらわれる傾向があるというのも、境港の今日の特徴といえる。

2) 魚種構成の変化とそれを支える地元まき網

近年の主要魚種別水揚量構成は(2009)、アジ:31%、サバ:23%、カタクチ:9%、ベニズワイ:8%、マイワシ:5%、ウルメ:5%となっている。青物で全体の73%を占める。90年代半ば頃から夏場6~8月の大中型まき網の有力魚種となったマグロ類は数量で0.7%、金額で6.7%である。

業種別漁協である山陰旋網漁協(「山まき」:魚種別漁協、職員数7名)は地元水揚げの中心を担うまき網漁業者を組合員としている。所属組合員は2008年末で大中型12名、中型8名の計20名=24ヶ統が現勢である。しかし、境港根拠の船主のまき網船は1994年当時は大中型は11ヶ統、中型は14ヶ統であったが、現在大中型が4(経営者は2名)、中型が8と縮減した。2009年のまき網の魚種別水揚げは、アジ類36千トン、サバ類28千トン、イワシ類(カタクチが主)23千トン、その他11千トン、計98千トンが組合員の水揚げであり、境港水揚げの大宗を担っている。山まきは、5000トンの冷凍冷蔵庫を保有し、また1988年に仲買権を取得して積極的に冷凍品を中心に独自に販売事業や保管事業を展開してきた。2008年の事業実績は、販売事業:5億2千万円、冷凍冷蔵事業:約1億円、特別事業(調保):約4億円となっている。



3. 産地市場、荷受、産地機能の動向

1) 3 荷受（卸売業者）の動向

境港の産地市場は鳥取県営の地方卸売市場であり、荷受・卸売業者として、JFしまね、境港魚市場㈱、JF鳥取県漁協の3社がある。1991年から2008年に至る市場の取扱金額と3荷受それぞれの取扱金額とを図表1に示した。

208億円の取扱額における上記荷受3社の取扱金額構成は概ね5：4：1であり、県一漁協となったこと等を要因としてJFしまねのシェアがあがっている。マルハ系で、長年荷受取扱額のトップを保持してきた境港魚市場㈱は、1991年に総取扱額220億円（鮮魚関係180億円）に達して以降は業況がはかばかしくなく、2008年にその座をJFしまねに譲った。境港魚市場㈱は近年、合銀から社長等の役職員を仰いでいる。同社の2009年取扱額は市場扱い59.9億円、冷凍品6.7億円、塩干品5.2億円、直売3200万円であり（計72億円）、商事部門の活動が概して低位であり伸び悩んでいるし、また近年の活魚部門の取扱や仲買を巻き込んだ周辺地域市場への展開もいまだしの感がつよく、業績の低下傾向に歯止めがかかったとは言い難い。市場販売手数料は5%、これにJFしまねは1%、JF鳥取県漁協は3.5%の自組合員賦課手数料を徴収している。出荷奨励金（歩戻し）は3/1000である。代金決済は精算会社が設置されしっかりしている。

2) 取引と買受の構造と産地機能

沖底と沿岸ものはセリ取引であるが、大宗であるアジ、サバ、イワシ等の青物の水揚げ処理はトラック・スケールで行われ、イカ、ベニズワイと共に入札取引となる。青物は買受人がトラックで自社に搬入し、自社選別され餌料、食用加工、輸出等に仕向けされる。

現時点の買受人は実質約80名である。内訳は出荷主体10数名、加工主体30数名、近隣卸問屋約10名、小売約30名であるが、実質的に出荷、加工、冷蔵等を総合的に営業する買受額10億円前後以上の地元有力大手8社が過半数の取扱高を占めるが、概して一般加

工と小売買参の力が弱い。

また、地元の冷凍冷蔵機能は低下している。2006年の冷凍能力は1295トン/日、冷蔵保管能力は55000トン。1995年と比べると前者は約50%、後者は約40%程度それぞれ能力が落ちている。

現在の一次的用途別仕向けを見ると、概ね生鮮向け20%、加工向け20%、餌料向け60%となっている。鮮魚出荷の割合は2割以下であり、産地加工が中心。産地加工のメインは餌料（冷凍）、ベニズワイの身出し加工、及び煮干し加工であり伝統的なものは強いが、一般加工の勢力は弱い。また、かつて数社あった缶詰加工はいまはない。

工業統計調査によれば、水産加工業の出荷額は最盛時（1994年）、61工場・450億円の実績があったが、2007年は43工場・310億円であった。大体近年は200億円台後半から300億円くらいの出荷額であるが、2007年は品目構成別では冷凍水産食品（カニ見出し等）64%、冷凍水産物（養殖餌料等）15%、海藻加工品13%となっている。

4. 産地再編の課題と展望

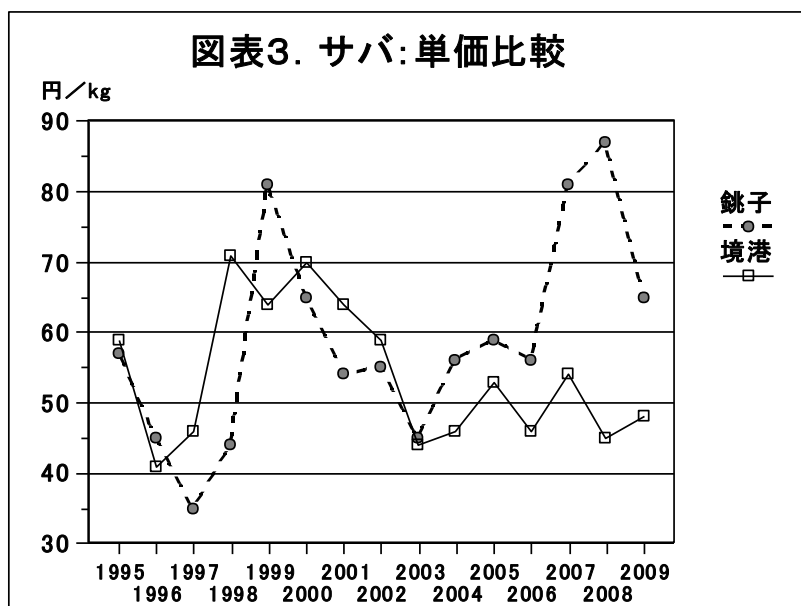
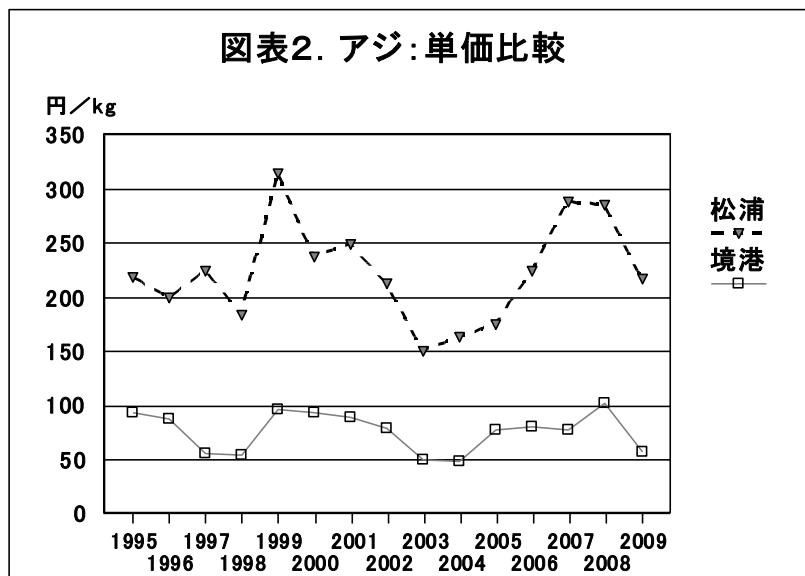
1) 産地価格の低迷

2009年において12万トの水揚の内、アジ3万6千トン（31%）、サバ2万8千トン（23%）が大宗を占める。産地水揚の動向として、青物の単価が近年一貫して低位変動型である。図表2～3のとおり、アジ、サバともに同様に、まき網水揚げが大宗である松浦、銚子の浜値と比較して低位であることが分かる。09年、アジは全国平均が155円であるが境港は平均57円、サバは全国平均が76円であるが境港は平均48円である。サバの比較をした銚子とは近年において境港との価格差が広がっている。

諸要因があつてのことであるから、よく吟味をすべき検証課題であるが、基本的にこの要因は漁獲の集中陸揚げ、サイズ・アソート問題、産地処理問題などいくつかの側面がある。第1に、日本海西部漁場におけるまき網による集中的水揚げ。2009年の場合、アジは8～11月に水揚げの50%が集中しこの時期平均47円である。サバの場合11～2月中心の水揚げの90%が集中しこの時期平均45円であった。第2に、魚価低下にアクセルをかける重要な要素として水揚の中心サイズの問題があることは間違いない。すなわち当地区は、アジが100g以下、サバが250～300gである。第3に、他産地や輸入との競合の少ない餌仕向け、缶詰仕向け市場の縮減と低迷がある。第4に、産地機能の低下、特に青物の一次的な大量水揚に対する産地対応力が低下している。地元の冷凍冷蔵機能は低下している。2006年の冷凍能力は1295トン/日、冷蔵保管能力は55000トン。これは1995年と比べると前者で約50%、後者で約40%程度それぞれ能力が落ちている。第5に、さらに、まき網漁獲物の漁獲体系、処理体系の問題や水揚げの生鮮処理仕向け、並びに食用加工品原魚仕向けの割合は上がっていないことなどがある。こうした要素がマイナス相乗効果を出していると思われる。単にサイズアソートの問題だけではない。同一サイズでも価値評価が低い、価値を上げる処理対応が弱いと言わざるを得ない。

境港は関東圏、京阪神圏までの動線、輸送時間等は悪くはない。神戸貿易港とも比較的近い。青物の6割以上は餌向けであり、生鮮処理や一般加工の勢力は弱く輸出対応も脆弱である。調整保管（需給調整変動事業）の実施団体である山まき組合によれば、800トン/日以

上の水揚げが2～3日連続すれば浜値は底を続け暫くは回復しないといわれる。産地の水揚げと処理、出荷の体系を早急に少量多品目・低位生産時代に相応しい形に切り替える必要がある。産地・境港はそのための付加価値型産地形成、地域ブランド化など条件整備がおこなわれているのである。



(2) 境港における漁業生産構造実態調査

水産大学校 准教授 板倉 信明

1. 境港地区の概況

2008年12月現在における境漁港の利用漁船は、大中型まき網漁業10カ統、中型まき網8カ統、沖合いか釣り漁業中型2隻、小型67隻、カニかご漁業12隻、沖合底曳網漁業2そうびき2カ統、1そうびき16隻、及び沿岸漁業(0~4.9トン)約240隻(境港の水産H20年版 p2)である。

2008年における境港の水揚げは、数量で約10.7万トン、金額で約208億円である。数量のピークである1993年の69万トン、同じく金額の1991年における364億円と較べれば大きな減少をしているが、現在の取扱規模でも全国有数の漁港の一つである。この水揚げ状況において、2008年

の中で最も大きなウェイトを占める漁業は、まき網漁業である。数量の78%、金額の51.1%と数量・金額とも半数以上を占めている。次いで、べにずわいがに漁業が同8.9%、12.9%、沖合底びき網漁業が同3.6%、13.0%、いか釣り漁業が同1.0%、2.1%となっている(表1)。

漁業種	数量 (トン)	金額 (千円)	単価 (円/kg)	数量構成 (%)	金額構成 (%)
まき網	84053	10653041	127	78.0	51.1
いか釣り	1100	445104	405	1.0	2.1
べにずわいがにかご	9628	2685184	279	8.9	12.9
沖合底びき網	3864	2716207	703	3.6	13.0
活魚	186	164134	882	0.2	0.8
輸入魚	0	0	—	0.0	0.0
その他	8938	4182376	468	8.3	20.1
計	107769	20846046	193	100.0	100.0

資料: 鳥取県境港水産事務所「H20年度版さかいみなど」より作成

2. 境港地区における漁業生産構造

境港は境水道を挟んで島根県と接している地理的特性によって、利用する漁船は従来から鳥取県と島根県の漁船であった。水揚げに占める割合は島根県船のほうが圧倒的に大きく、境港では島根県船も地元船といえる。前述した境漁港の利用船にはこうした地元船の他に地元外船も含まれている。ここでは、船籍地の如何に関わらず境港に根拠地をおくもの、および境港に居住する経営体を境港の生産構造の担い手と考えることにした。これを基に、本報告は境港地区における漁業生産構造を構成する漁業の現状と課題を検討した。

3. 主要漁業の現状

1) まき網

①境港を根拠地とするまき網のうち、2009年における大中型まき網(以下、大中型と記す)は5カ統、中型まき網(以下、中型と記す)は8カ統である(表2)。大中型の統数の減少は中型よりも大きい。こ

漁業種名	1991 (統)	1999 (統)	2009 (統)
大中型まき網	11	7	5
中型まき網	12	13	8
合計	23	20	13

資料: 山陰旋網漁業協同組合資料より作成

れは、1990年代前半にイワシの漁獲量が激減して、経営悪化に伴って廃業したためである。この間、中型は大中型に比べ投資規模も小さく、漁場も相対的に限られた海域での操業が出来たことから大中型に比べ多くの経営体が残存できたものと考えられる。なお、大中型では近年夏枯れとされる6～7月にマグロが漁獲されるようになって経営を好転させている。1カ統あたり漁獲量は多い船で年間約1万トン、少ない船団で約6000トンである。そのうち、アジ・サバが70～80%を占めるものの金額は

項目	年	合計	1カ統平均
数量 (トン)	2006	77479	8609
	2007	74273	8253
	2008	68452	7606
金額 (千円)	2006	5439464	604385
	2007	6069944	674438
	2008	5675836	630648
単価 (円/kg)	2006	70	同左
	2007	82	同左
	2008	83	同左
資料:JF島根資料より作成			

約40%である。聞取をした業者では、マグロの豊漁が過去3年程続いた結果、年間水揚金額が過去最高の1カ統約20億円となった年もあったという。ただし、2009年はマグロやブリがともに少なく、水揚は若干低下しているという。他方、中型はマグロは漁獲せず、アジ・サバを中心に操業している。ところで、大中型の内、1カ統は操業形態から地元では中型と見なされている。そのためこの1カ統を加えた9カ統の合計で、2008年では漁獲量が約6.8万トン、金額は56.8億円、1カ統平均で約7600トン、6.3億円であった(表3)。2006年と比較すると漁獲量は低下傾向にあるが、魚価の上昇によってむしろ2006年水準よりも増加している。

②大中型は、全統が135トン型である。船団は、本船1隻、運搬船及び灯船が各2隻である。乗組員数は、かつては55～58名程であったが、現在は50～53名程になっている。聞取事例では、乗組員の出身は北海道から沖縄までである。地元出身者は、他県、例えば長崎生まれで現在境港に定住している者も含めれば全体の約30%位である。年齢構成は、甲板員で平均57歳と若干高齢化が進んでいる。定年制はあるが実質的にはない。境港出身の中・高卒者を例年3～4人雇用しており、近年は定着している。若年者の確保は、容易ではないが確実に確保出来ている。中型は、前述した中型とみなされる1カ統が80トン型である以外は、すべて19トン型である。船団は、本船1隻、運搬船1隻、灯船2隻で構成する。乗組員数は、1カ統35～36名である。乗組員はほとんどが地元である隠岐島の出身者であって、ここでも乗組員の確保ができています。なお、境港のまき網では外国人研修生を現在乗せていない。航海日数が短くて上陸機会が多いために、所在不明となるような事故発生の可能性が高いと考えられているためである。

③課題としては、1つはマグロ依存への危惧である。マグロは東北、北海道の沿岸漁業者にとっても重要な魚種となっている。特定漁業種が大量に漁獲することが永続的に可能とは考えがたい。相応のマグロ漁獲量で収益を確保する経営体質の確立が必要ではないか。二つめは、大量漁獲が今後も期待できるアジ・サバの活用である。そのためにも現在業界で検討されている岸壁での選別機の導入について、操業方法の変革も視野に入れた結論が出されることを期待したい。

2) カニかご

①カニかご漁船は、船籍地では島根が7隻、鳥取が3隻、新潟が2隻の合計12隻である。水揚は、境港に限定されている。船型は、75トン型から158トン型までであるが、主要船型は新トンで120トン前後である。乗組員数は、75トン型で10人で規模が大きくなっても大差はない。隻数は、1988年の33隻から、許可制度の改正（1990年の知事許可から大臣承認制への移行）や韓国・北朝鮮との対外関係の影響を受けた減船などによって上記12隻へ減少したものである。

②2009年における水揚金額は、最高の船で3.1億円、下位船で1.4億円である。採算ベースは、最低でも1.8億円程度、利益確保を考えるならば約2億円は必要とされる。水揚額で採算がとれるのは中位以上の漁船と言われるので、概ね半数は採算を割っていると推測される。漁船はほとんどすべてが中古船を利用している。新船の建造は過去1983年に1隻あったのみで、現在船齢は平均で25年を超えている。

③課題としては、高船齢化した漁船更新、②漁獲枠割当制の導入への対応などがある。この割当制への対応には、漁期の短縮化や操業の効率化などが考えられる。しかし、当該漁業は現在構造改革プロジェクトによって諸策が検討中である。より効果的な方策が策定されるものと思われる。

3) いかつり漁業

①2009年において境港に経営者が居住している中型いかつりは、許可上は7隻あるが稼働するのは4隻である。いずれも境港には水揚せず、八戸、あるいは函館を根拠地としている。魚価の低下が最も経営を厳しくしている。20年前には1ケース（8kg入り）が4～5000円していたものが、現在では1800円である。そこに、燃油費の高騰が加わって採算をとることが厳しくなっている。経費削減は、乗組員の削減と賃金の低下で対応している。採算点は、1億円とされるが魚価の低下で漁獲量の拡大を余儀なくしている。

②鳥取県小型いかつり漁業協会に加盟する会員は63隻である。10トン未満の小型船が37隻、19トン型が24隻である。19トン型の21隻が境港地区に所在している。その内、3事例を除けばすべて単船経営体である。19トン型船主は、ほぼ全てが1980年代後半に中型いか釣りから転換したものである。近年の水揚は0.6～0.7億円位に低下している。現在、19トン型の建造費は1.5～1.6億円である。経費高騰と魚価の低迷の中で代船建造は容易ではない。19トン型の乗組員はほとんどが3人である。船主が乗船している場合がほとんどで、他の2人を雇い入れている。雇い入れは、船同士の情報交換により九州から北海道まで全国から乗組員を集めている。漁場は、境港の19トン型では日本海沿岸の各県の許可を持つ者が多い。経営は中型と同様に厳しい。

③境港における漁業の中で、当該漁業が最も厳しい状況にあると考えられる。最大の課題は魚価対策であるが、他漁業種および輸入イカとの競合関係によるいわば構造的問題であるため、その解消は容易ではない。聞取調査では、食料生産の視点から何らかの政策支援を求める声も聞かれた。少なくとも、他漁業種との競合面（TAC）だけでも解消させる制度の運用が必要となっている。

4) 沖合底びき網と沿岸漁業

境港を利用する沖合底びき網漁業と沿岸漁業は、相対的意味でまき網やカニかご漁業のように単一魚種の大量水揚ではなく、少量・多魚種を上場する漁業種として共通している。現在、境港市場は魚価の点で当該漁業を惹きつけているので、利用漁船数の短期的な変動はないと思われる。長期的変動を回避するには、魚価の維持、あるいは上昇に必要な方策が今後も続けられることが課題であろう。なお、沖合底びき網漁業は鳥取県内の他地区を母港としているし、各沿岸漁業も同様である。当該漁業の漁労体や経営体の存続に関する検討は、当該地区の漁業のあり方と絡めて検討することが肝要である。

4. まとめ

境港地区の主要漁業を検討したが、いかつり漁業を除く漁業種は短期的には漁労体や経営体の減少を内包する要因はないように思われた。しかし、個々の漁業種はやはり、収益性の低下による根本的問題を抱えている。特に、乗組員や船の更新が進んでいないことである。漁獲量の増大が望めない現状において、魚価の上昇への期待が高まっている。境港地区の漁業生産構造における長期的変動を回避するためには、その期待に応える機能の充実が、今市場に求められているように考えられる。

(3) 水産加工業の変化と水産加工業従事者

水産大学校 准教授 三 木 奈都子

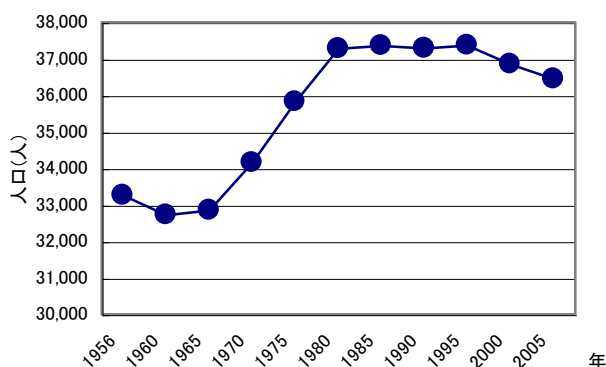
1. はじめに

1955年頃より境港の水産業が大きく展開したのに伴い水産加工業が伸張したが、1995年以降の急速な漁獲量減少後は水産加工業も縮小した。それでも水産加工業が集積する境港の水産加工業従事者数は近隣市町村と比べて多く、境港市の就業者数に占める割合も高い。本稿では水産加工業と加工場従業員の変化を把握したい。

2. 境港市の人口と産業別就業者数の変化

(1) 人口

境港市の人口は水産業が展開した1970～80年代に増加した。境港の土地の広さと平坦さ、安さから、米子のベッドタウンとしての定住や、島根半島からの移住、他県出身者（まき網漁業やカニ籠漁業、イカ釣り漁業の乗組員、煮干し加工業者）の移住を受け入れてきた。現在、境港市を核として旧島根町、旧八束町、旧美保関町の範囲が学校（高校）や買物、仕事（主に水産関連業）でつながりがあるひとつの経済圏として存在している。



(2) 産業別就業者数 ～水産加工業従事者の位置づけ～

2000年時点の産業別就業者数のなかで、水産関連業の就業者は漁業者の488人をはじめ、「製造業（水産加工業）」、「運輸・通信業」、「卸売・小売業・飲食店」において多数いると考えられる。そのなかで水産加工業従業員数は約1850人（工業統計表データ）と境港市の全就業者約1万8,500人の約1割をも占めている。

表1 境港市の産業別就業者数(2000年)

区分		就業者数	割合(%)
計		18,468	100.0
第一次産業	計	1,084	5.9
	農業	594	3.2
	林業	2	0.0
	漁業	488	2.6
第二次産業	計	5,769	31.2
	鉱業	6	0.0
	建設業	1,631	8.8
	製造業	4,132	22.4
電機・ガス・熱供給・水道業		47	0.3
第三次産業	計	11,463	62.1
	運輸・通信業	1,279	6.9
	卸売・小売業・飲食店	4,233	22.9
	金融・保険業	331	1.8
	不動産業	58	0.3
	サービス業	3,937	21.3
	公務	1,578	8.5
分類不能の産業		105	0.6

資料：総務省「国勢調査」

3. 水産加工業の加工場従業員

(1) 水産加工業の変化

1950年代の境港の水産加工は、四国からの移住者が主となった煮干し加工が中心であったが、1970年代以降、イワシ漁獲量の増加に支えられて缶詰・餌肥料加工が伸張し、また、1973年に境港でベニズワイガニ漁が本格的に開始されて以降は、カニ加工が展開していった。

しかしながら、1995年以降に漁獲量が減少すると、水産加工業の事業所数と出荷額が大きく減少し（表2）、缶詰加工は姿を消し餌肥料加工も大幅に事業所数を減らした。水産加工業の従業員数も1995年の約2,100人から2006年には約1,300人になり、11年間で約38%もの減少を示した。

表2 境港市の水産加工業の変化

年	水産加工業			漁獲量 (トン)
	事業所数	従業員数(人)	出荷額(億円)	
1995	58	2,107	455	592,971
1996	56	2,007	391	550,219
1997	52	1,884	331	690,902
1998	63	2,105	344	581,032
1999	60	2,032	353	301,434
2000	57	1,876	342	258,724
2001	54	1,801	291	146,126
2002	48	1,576	287	201,143
2003	46	1,487	307	167,928
2004	45	1,498	283	141,437
2005	46	1,450	236	100,193
2006	38	1,316	206	100,223

資料:境港市「境港の水産 平成19年版」

表3 加工種類別の会社数(2003年)

加工種類	主力業務として いる会社数 (A)	主力以外に 営む業務として いる会社数 (B)	(A)+(B)
計	62	58	120
干物	16	10	26
ねり製品	4	0	4
冷凍餌料	6	9	15
冷食カニ	25	4	29
冷凍魚類	5	12	17
海藻食品	1	2	3
佃煮珍味	1	3	4
惣菜品	2	2	4
缶詰	1	0	1
その他	1	16	17

資料:鳥取県境港水産事務所資料

(2) 境港の水産加工業の特徴と加工種類

2010年現在、比較的規模が大きい20の水産加工会社の加工種類は、カニ加工、青物魚類加工、煮干し加工に分けることができ、会社数と加工場従業員数はカニ加工が8社で約640人、青物魚類加工が4社で約200人、煮干し加工が6~7社で約140人である。この20社で約1,000人の加工場従業員を雇用していることが分かる。データ元の違いから表2と合計の会社数が異なるものの、表3で主力業務としている加工種類別の会社数をみても、「冷食カニ（カニ加工）」、「干物」、「冷凍餌料」、「冷凍魚類（青物魚類加工）」が多いことが分かる。

境港の水産加工業者は仲買出身が多く、途中から加工も始め、その結果として仲買・加工・冷蔵すべてをやるケースが多い。現在、カニ加工では輸入ガニも原料に含めているものの、水産加工業者のこのような性格から、境港の水産加工は基本的には地元水産物を加工する産地加工の性格が強い。

表4 加工種類別の加工場従業員の状況

加工種類	事例	加工場 従業員数 (人)	加工場従業員の種類			
			直接雇用 正社員 パート	委託 組	外国人 研修生 実習生	海外 委託 加工
カニ	A	80	○		○	○
	B	55	○		○	○
青物魚類	C	50		○	○	
	D	45		○		
	E	20	○			
煮干し	F	11	○			

聞き取りから作成

(3) 加工種類別の加工場従業員の状況

1) カニ加工

境港では1972年にベニズワイガニ漁が本格的に開始されて以降、カニ加工が展開した。労働集約的で人手を必要とする当時の手作業でのカニの身出し加工では、多数の下請け業者

も存在していた。その後、1988年以降にベニズワイガニの水揚げ量が減少すると、その補完としてロシアやカナダなどからズワイガニやタラバガニの輸入が開始され、それとともに機械化や高次加工も行われるようになった。さらに、数社は海外での委託加工も始めた。

カニ加工を行う会社のうち、加工場従業員の規模がある程度大きいのは8社で、その内訳は約100人が1社、約80人が3社、50~60人が5~6社である。

事例A社：加工場従業員数約80人

境港の水揚げを中心とした国産のベニズワイガニの加工はすべて日本で行うが、輸入物のズワイガニとタラバガニは手間がかかり人件費がかさむむき身加工を委託加工という形で中国・ベトナムで済ませてから日本に輸送して、二次加工以降の作業を行っている。境港の水産加工場では、タイや中国からの外国人研修生・実習生を導入している。

事例B社：加工場従業員約55人

会社従業員は全体で約80人（男性約25人、女性約55人）でほとんどが正社員である。そのうち、加工場従業員が55名（男性約20人、女性約35人）である。加工場従業員は境港市内だけでなく米子市内からも通勤しており、平均年齢は47~48歳である。63歳定年制であるが、多くの場合、65歳まではアルバイトとして雇用する。8~12月は派遣パート約30人を追加的に雇う。時代的にはバブル期は人手不足であったが、雇用環境が厳しい現在は1人の募集に対して若者も含めて10人以上が応募してくるようになり不足感は緩和されたが、細かい作業が要求されるカニ加工を長く続けられない人も少なくない。

外国人研修生・実習生は3年前から導入し現在18人である。2000年からは、タイ、ベトナム、中国の各国1カ所ずつの工場にむき身加工を委託している。しかしながら、安心安全が重視される現在、クレーム発生の危険性を考えると加工はなるべくなら国内で行いたい意向である。

2) 青物魚類加工

かつて境港で水揚げされた大量の青物魚類はほとんどが鮮魚出荷や冷凍出荷され、本格的な青物加工を行う加工会社はほとんどなかった。青物魚類加工を行う会社はもともと仲買・小売業務が中心で、鮮魚や冷凍魚の取引を行うなかで、取引先から加工の要請を受けて水産加工業を開始したケースが少なくない。境港における本格的な青物魚類の加工の歴史は浅いのである。

このような青物加工では加工場従業員の調達と管理は、組と呼ばれる会社専属の作業委託された組織が行っていることが多い。組自体は仲買業務の水揚げ作業で採用されてきた方式であり、現在もこのような水揚げ作業を請け負う組は18程度あり、平均的には12~14人で構成されている。かつて水揚げ作業は漁船乗組員が行っていたが、次第に漁船の漁労長経験者で船をおりた人などが組織した組が請け負うようになった。平成年代に入り漁獲物の選別を行うセクターという機械が導入されて以降は、水揚げ作業が省力化されたため、加工作業に組が入るようになったといわれる。既に触れたように組のリーダーは漁船の漁労長経験者で船をおりた人などが多く、その人脈を活かして水産加工会社から求められる資質の人を集めるという。また、水産加工会社の血縁者がリーダーとなることもあるようである。組の

メンバーへの支払いは、水揚げ作業では出来高払いであるが、加工の場合は時給制であり、配分はリーダーに任される。

事例C社：加工場従業員約 50 人

C社では仲買と小売の業務に、1995年から本格的に加工業務を加えた。正社員が約 35 人、加工場従業員が約 50 人で、従業員数は全体で約 85 人である。青物魚類加工は素材から高次加工品まで商品数が多く、多くの労働力を必要とする。加工場従業員は組への委託をベースとしながら、近年、外国人研修生・実習生を導入し、現在 12 人である。

事例D社：加工場従業員約 45 人

正社員が約 50 人で加工場従業員が約 45 人である。2つの組に加工場従業員の調達・管理を任せ、現在のところ外国人研修生・実習生は導入していない。組のひとつはリーダーが 30 歳代後半で構成員が 10 人の組で平均年齢は 30 歳代である（1 工場）。もうひとつはリーダーが 60 歳代の 35 人の組で平均年齢は 40 歳代半ばである（2 工場）。会社が組のリーダーに支払う賃金は時給 1,050～1,100 円であるが、そこから保険料や管理にかかる経費などがさしひかれてメンバーに実際に手渡されるのはだいたい時給 800 円程度と言われている。

この会社では人件費を圧縮するため、今後は機械化して加工場の従業員数を減らす方向で考えている。組のリーダーは会社が要求する条件を持つ人をメンバーに揃える努力を払うが、会社としても組のメンバーの加工能力の水準を保つために月に 1 度は研修と小テストを実施している。

事例E社：加工場従業員約 20 人

魚類の食用加工が少なかった境港で、約 50 年前から一貫して魚類の加工を行ってきた会社で、冷凍コロッケなどの惣菜や塩辛、干物などを製造している。従業員は約 20 人でパートの時給は 720 円である。現在、外国人研修生・実習生の導入を考えている。

3) 煮干し加工

事例F社：加工場従業員約 11 人

愛媛出身で長年、煮干し加工を継続してきた会社である。煮干し加工は原料調達との関係で操業日数が限定的であるため、かつては 1 年のなかでも雇用と解雇を繰り返し、従業員は失業保険を受けて失業時を過ごしていたこともあった。1970 年代以降はカニのむき身加工の下請けを行うなど周年操業のための加工の組み合わせを模索し、2 年前から干物加工を開始した。従業員はピーク時には約 25 人であったが、現在は 11 名で親戚関係が 7 人で外部から 4 人を雇用している。

(2) 水産加工業の加工場従事者の分類とその特徴

水産加工業の加工場従事者は、直接雇用の正社員・パート、委託契約の組メンバー、外国人研修生・実習生の 3 つに分けることができる。

① 直接雇用の正社員・パート

現在の雇用状況が厳しいなかでは加工場従業員の募集に対して若者が応募することがあるが、全体としては高齢化が進んでいる。水産加工場は女性パートに対して、家事・育児・介護などの両立が図れるよう労働時間に融通性を持たせていることが多いが、近年、中堅どころの40～50歳代女性が親の介護などを理由として退職するケースが増加して人数を確保できなくなっていることがその大きな理由であるという。

②外国人研修生・実習生

境港では2010年現在で約250人の外国人研修生・実習生を導入している。受け入れ方は1) 地元加工業者が作った受け入れ組合で受け入れる場合、2) 広域派遣する受け入れ組合から派遣される場合、3) 海外の協力会社から派遣される場合（多くが委託加工会社従業員の研修として）の3種類がある。

外国人研修生の導入は、単に人手不足の解消を図るためではなく、むしろ、若手で意欲があり、かつ、まとまった時間働いてもらえる重要な労働力という位置づけがなされている。そのため、日本人パートと比べて決して安価な労働力ということにはなっていない。賃金は日本人が時給750～850円水準であるのに対して、外国人実習生は最低賃金の時給650～660円レベルであるが、外国人研修生・実習生に対する寮の提供や病気への対応、その他の福利厚生のほか、相手国側の派遣組織に対する1ヶ月1人あたり月約1万円の派遣料と受け入れ組合に対する管理費を支払わなければならない。それらを含めて時給に換算すると外国人実習生の時給は900円台になるのである。

しかしながら、文化や言葉の違いなどがあるため、日本的な感覚が求められるパッキング作業や間違いが許されない検品作業には外国人研修生・実習生を配置していないという。

③委託契約の組

組の利用は水産加工会社が加工場従業員の調達や管理の労力を必要とせず、本来的な業務に専念することができるというメリットがある。さらに多種多様な水産物やその季節変化等に対応しなくてはならない青物魚類加工では、会社が個々の従業員の教育を行わなくても組内部で多様な加工に対応できるような体制を整えてくれるため、従業員教育に要する労力の軽減が図れると推察される。しかしながら、一方でこれまでの組形成の歴史的経緯や会社と組のリーダーとの関係から組制度を継続せざるを得ないケースもあるのではないかとも思われる。

4. 境港の水産加工業と加工場従業員の今後

境港の水産加工業は産地加工としての性格は強く、カニでは海外の委託加工が行われているが、安心安全面からの国内加工の重視もあり基本的に境港を本拠地とすると考えられる。一方で販売においては中国への輸出向けの魚類の委託加工があるだけでなく、水産加工会社も中国での販売を視野に入れており実際に中国の常駐職員をおいて情報収集を始めているケースがある。

境港では水揚げの増加とともに人口が増加し、また、周辺市町村からも従業員を集めることができていた。しかしながら、人口が減少し高齢者割合が上昇するなかでは十分に従事者を集めることができなくなっている。雇用情勢が厳しく若年層の応募があるとはいえ、親を

扶養する世帯が多い地方では中年層の高齢者介護の負担が重くなりつつあり、この層を十分な人数確保し、また、まとまった時間の労働を期待することができない。

地域経済にとっては、境港の水産加工場の雇用は重要であるものの、実際的にはこのような労働力の量的な問題だけでなく、質的な点からも外国人にシフトしてきている。外国人研修生・実習生の導入は必ずしも人件費圧縮にはつながらないが、労働意欲が高く、まとまった時間の労働が可能であることが評価されている。加工種類では、労働集約的な細かい手作業が多いカニ加工から導入された。従来、安定的に加工場従業員を調達してくれる組制度をベースにしてきた青物魚類加工でも導入され、従業員規模が小さい加工会社でもその希望が示されてきている。

機械化による従業員数の圧縮や高次加工化による加工労働特性の変化があるとしても、外国人研修生・実習生の導入の流れは今後も加速すると考えられる。

(4) 水揚げ量が激減する中での卸売業者の対応

三重大学 准教授 常 清 秀

1. 研究の目的と視点

周知のように、「鳥取県営境港水産物地方卸売市場」(以下は境港と略称する)における売り手は、系統の卸売業者2者(鳥取県漁業協同組合と漁業協同組合JFしまね)と、商系の卸売業者1者(境港魚市場(株))によって構成されている。近年、水揚げ量が大きく減少する中で、異なる性格を持つ卸売業者間がそれぞれどのような対応をしてきたのかを実態調査に基づいて明らかにすることを目的とする。

2. 境港の水揚げ状況

平成21年現在、境港の総水揚げ量は11万9,072トンである。これは、平成5年のピーク時(69万902トン)の1/5にも満たせないレベルであった。総水揚げ量の激減は、主に主力魚種であるイワシの減少によるところが大きい(図1を参照)。一方、平成10年以降、「その他」魚類、スルメイカ、サバ(H13年から)、アジ(H14年から)、マグロ(H15年から)などの水揚げの微増と生産が比較的安定であるため(図2を参照)、平成14年以降の総水揚げ量はほぼ横這い傾向を示すようになった。

図1. 境港の水揚げ量推移

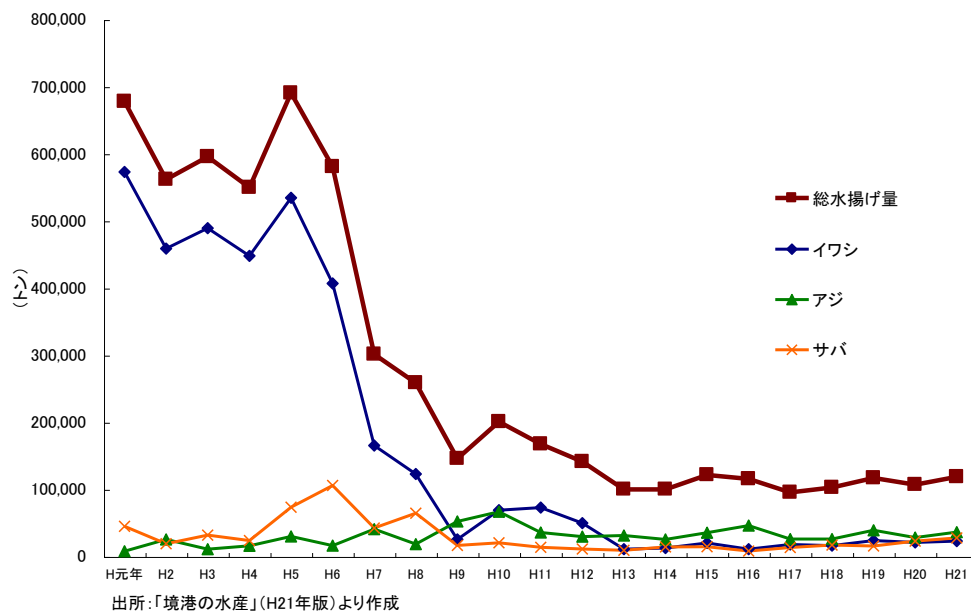
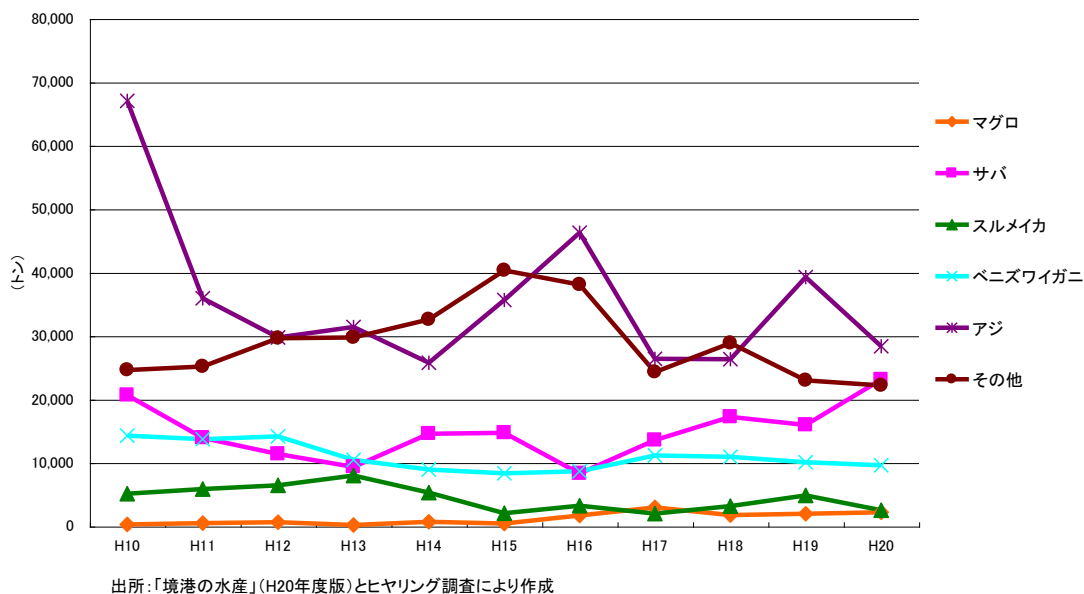


図2. 主要魚種別水揚げ量の推移(金額ベース)



このような水揚げ量の変化の中で、境港の生産構造に主に以下のような変化をもたらした。まず、第1点目は、主要魚種が総水揚げ量に占める割合の逆転である。例えば、イワシは総水揚げ量の8割強から2割弱まで大きく低下したが、サバやアジは逆にわずか数パーセントのシェアから2~3割強を占めるようになり、相対的にシェアが高まった点である(表1を参照)。

第2点目は、イワシの影響で主要魚種の市場占有率の低下である。例えば、主要3魚種(イワシ、サバ、アジ)の総水揚げ量に占める割合は、平成元年の92.4%から平成21年の73.4%まで低下し、主要5魚種(主要3魚種+スルメイカとベニズワイガニ)ウェイトは平成元年の95.9%から平成21年の81.8%まで低下した。

第3点目は、図2に示しているように、単価の比較的高い魚種の比較的稳定的あるいは増加により、全体の水揚げ金額は平成14年の185.8億円から平成20年の208.5億円まで22.7億円増となっている。

表1. 主要魚種が総水揚げ量に占める割合(%)

	イワシ	アジ	サバ	3魚種のシェア	5魚種のシェア
H元年	84.5	1.2	6.7	92.4	95.9
H5	77.4	4.4	10.7	92.5	96.1
H10	34.5	33.3	10.3	78.1	87.8
H15	16.9	29.3	12.1	58.3	66.8
H20	19.9	26.5	21.6	68.0	79.3
H21	19.4	30.6	23.4	73.4	81.8

出所: 図1と同様

3. 卸売業者別取扱状況の変化

表2は、平成7年から平成18年までの3卸売業者の取扱金額の変化を示したものである。

この資料を参照すれば分かるように、全体的に取扱金額が減少する中で、当然のことながら、いずれの業者も取扱金額が減少している。しかし、業者別でみると、境港魚市場（株）は減少幅が最も大きい。金額的には105億円、割合的には10ポイント以上の低下となっている。さらに、ヒヤリング調査によれば、境港魚市場（株）の平成20年の取扱金額はさらに16億以上減の71.7億円となっている。それに対して、「JFしまね」は平成7年から平成18年の間、金額的には8億円減となっていたが、シェア的には逆に14.9ポイント増となっている（表2を参照）。

表2. 卸売業者別取扱の変化

年別	境港魚市場（株）		JFしまね		鳥取県漁協		総取扱金額 （億円）
	取扱金額 （億円）	シェア （%）	取扱金額 （億円）	シェア （%）	取扱金額 （億円）	シェア （%）	
H7	193	57.3	84	24.9	60	17.8	337
H13	116	56.6	52	25.4	37	18.0	205
H18	88	46.1	76	39.8	27	14.1	191

出所：「境港水産事務所」資料により

その要因については、ヒヤリング調査によると、「JFしまね」は平成18年の漁協合併を契機に島根県隠岐地区の巻き網漁船が全部「JFしまね」が利用するようになったため、かつて境港魚市場（株）に水揚げした業者が「JFしまね」に流れるようになったためである。また、境港魚市場（株）の主力商品であるマグロの減少もその一因となっている。

4. 卸売業者の対応

次に取扱における変化の大きい境港魚市場（株）と「JFしまね」を中心に、水揚げ全体が減少する中での市場対応について述べる。

【境港魚市場（株）】

まず、境港魚市場（株）は、当面以下の四つの対応をしている。

一つ目は、付加価値を高めるために物流環境の整備。具体的には、セクターを作って、水揚げされた水産物をすぐ配送できるように物流環境を整えようとしている。二つ目は、冷凍品、レトルト食品の生産・販売の強化。冷凍品、レトルト食品を通じて中国地方全土に前浜ものの販売をしようと考えている。三つ目は、商事部門の事業の拡充。境港ではカニや煮干の加工業者が多いが、一般の沿岸加工が少ないため、水揚げ量が全体的に減少する中で、限られた水産資源を有効に利用と収益性を高めるために、自社独自に加工食品の開発を行っている。ちなみに、当社は自社専用の加工施設を持っている。四つ目は、水揚げ量を高めるために、荷主誘致の営業活動を行っている。具体的に例えば、役員を初め、職員が3ヶ月1回浜周りをし、イカ釣りや、ブリの一本釣りや、大敷き（沿岸の大手業者）などの荷主との信頼関係の構築を図っている。こうした営業活動は、県内業者だけではなく、県外業者に対しても20年前からやっている。例えば、八戸や、福島、東京、長崎などの漁業者にも全部回るように経営努力をしている。

【JFしまね】

一方、「JFしまね」の場合は、主に以下の三つである。

一つ目は、荷主（＝漁業者）の一定の生産費保障のために、浜値の著しく低下を防ぐための対応（＝‘底支え’）を行っている。

‘底支え’とは、魚価が明らかに低下したとき、「JFしまね」が全量を一定の浜値で買上（県条例により、荷受は買参権を与えないため、仲買業者に自分たちが指定した値段で購入してもらい、その場合は、仲買業者に kg あたり 20-30 銭ぐらいの手数料を支払う）、浜田の冷蔵庫業者に販売する。浜田の冷蔵庫業者に対する販売価格の設定は、浜値＋運送料である。ちなみに、ヒヤリング調査によると、このような対応はすでに 10 年前から始まったことである。

二つ目は、スーパー対応をしている点である。

「JF 島根」はイオンとの業務提携の対応の一環として、産地市場で高く売れないものに付加価値を付けて、末端に販売するような対応をしている。例えば、サザエの値段が安いとき、剥き身を 5 個、殻つけものを 5 個ワンパックとして、真空パックして、大阪のイオングループの店で販売している。この事業が始めたばかりであるが、去年だけで 1.4 万個が販売され、好調である。こうした加工は、「JF 島根」の大鷲地区の加工工場で行われている。この工場は主にフィレー加工工場である。職員は 4 名、パート（作業をする人）は 5-6 名、加工能力は、冬場で多いときには 2000 本/日である。

また、スリミの加工も始まっている。スリミの原料はサバが多いが、その時々魚価の安い魚種を対象として、生のままでスリミにし、生のままで関西地区に販売（松江地区にも）する。ただし、こうした事業は兼業であるため、市場の実績には上がらない。統計上はその実績は、大田市場、浜田の実績になる。

三つ目は、鮮魚の‘口銭買い’を行っている。

少しでも高く売れるように、他地域からの注文があった場合、場内仲買業者を通じて（つまり、‘口銭買い’である）、場内の仲買業者に対する販売価格より若干高い値段で販売している。現在、実際、九州や四国の業者に販売している。

さらに、周知のように、「JFしまね」は積極的にスーパー対応（イオンによる‘一船買い’）も行っている。このような形式の販売はすでに軌道に乗り、販売はかつての月 1 回から、各週火曜日と毎月の 20 日、30 日も販売日となるように回数が増えている。ちなみに、20 日と 30 日の販売は、大敷き（2ヶ統）と小型底引き（2隻）である。これを船ごとで全量陸送でそのままプラスチック・パックをして、イオンセンター（京都の姫路と、大阪の FSJ のセンター）に運ばれる。そこから、イオン系列の計 70 店舗（スーパー）に販売している。

5. 今後の課題

以上のように、境港における卸売業者は、水揚げ量が大きく減少しているという厳しい状況のなかで、両社ともに、まず、集荷力を高めることに着目し、各社独自な方法で漁業者に対してサポートや、あるいは情報交換、信頼関係の構築などの営業努力を行っている。

また、境港には加工業者が多いが、十分な加工能力（資源変動が大きいイワシ、サバなどのような魚種が一度で大量に水揚げされた時の吸収力）をもつ業者が少ないため、その機能を担うように自ら水産加工対応を行っている。

この点についてヒヤリング調査および市場統計資料によれば、平成 20 年現在、境港に登録している 120 業者のうち、実際実績のある業者は 84 業者であり、さらに、こうした業者の上位 45 業者だけで総水揚げ金額の 9 割以上を占めるようになる。つまり、実質的には半分ぐらいの業者の経営規模がかなり小さいことがわかる（表 3 を参照）。

表 3. 買上額上位仲買業者の累積実績（平成20年）

	買上高（万円）	集中度(%)
上位3業者	516,740	24.8
上位5業者	801,736	38.4
上位10業者	1,207,592	57.9
上位15業者	1,465,891	70.3
上位20業者	1,623,492	77.8
上位25業者	1,732,021	83.0
上位30業者	1,827,070	87.6
上位35業者	1,901,014	91.1
上位40業者	1,956,648	93.8
計	2,086,470	100.0

出所：産地市場資料およびヒヤリング調査により作成

こうした対応は、浜値の一時的な低下防止や卸売業者の経営改善に一定の効果があるが、産地市場の機能強化や、集荷力の強化など本来卸売業者が担うべき機能の強化との繋がりが弱いと思われる。今後、異なる性格をもつ卸売業者のそれぞれの立場から自社としての強みやノウハウを生かしながら、卸売業者間の連携を図り（共存）、産地市場の機能をどう高めていくかが大きな課題であろう。

(5) 鳥取県漁協境港支所の現状と系統販売の取組

水産大学校 講師 甫喜本 憲

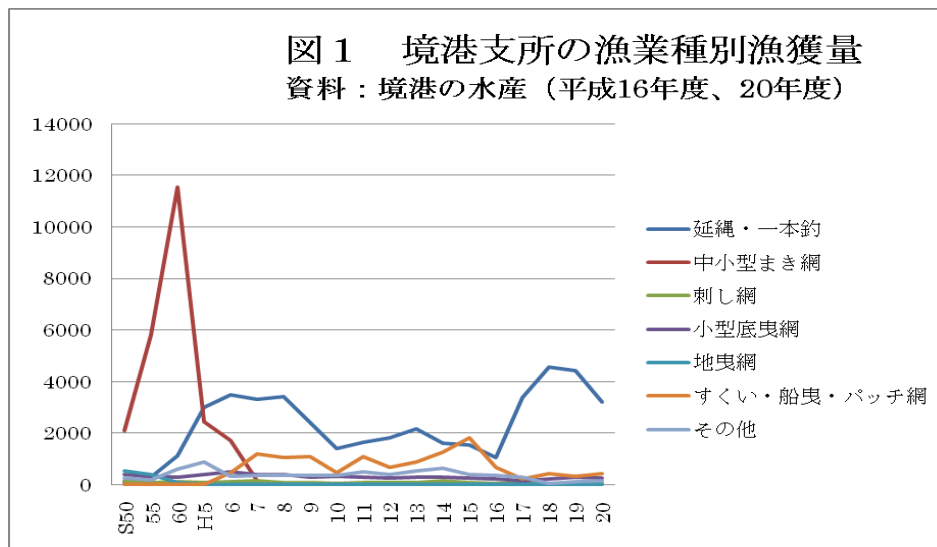
本報告書では、沿岸漁業を中心とした境港支所の現状と販売活動の実態を把握する。

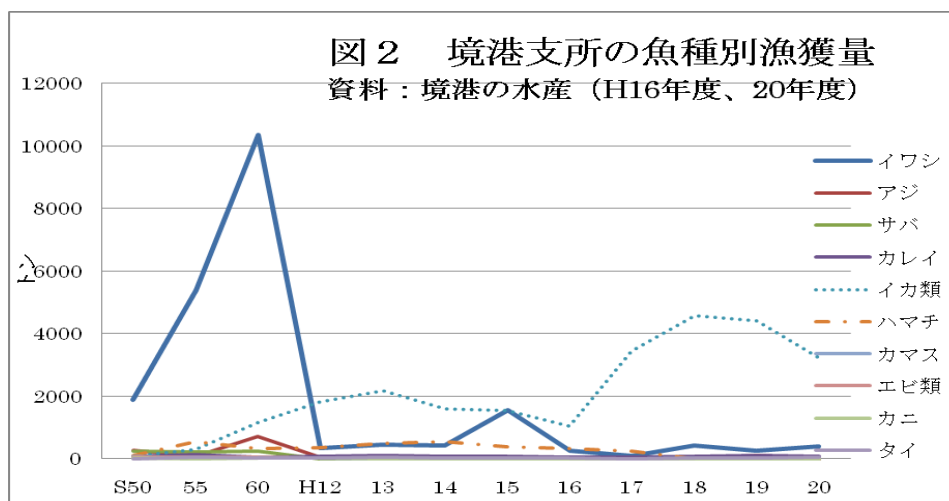
1. 組合員、漁業生産の状況

平成 21 年 9 月現在で、鳥取県漁協境港支所の正組合員は 91 名、准組合員は 113 名である（准組合員は、年間操業日数が 90 日未満の者、以前漁業に着業していたが、今は辞めた者、地区外の者（遠くは米子地区まで）が当たる）。一家族内に複数の組合員になることができ、夫婦で組合員になっているケースもある。最低出資金は正・准組合員ともに 10 万円である。

正組合員の着業する漁業は、小型イカ釣：25 人、小型底曳：22 人、刺網：15 人、すくい網：10 人、磯見：10 人、遊魚・一本釣：7 人、フグ養殖：2 人となっている。小型イカ釣は 19t 船（3~5 人乗り）が 3、4 隻あり、他県への出荷が主である。年齢構成は、70~80 才代が 2 割、60 才代が 6 割、50 才代が 1 割、30~40 才代が 1 割弱、20 才代は 2 名となっており、また年に 1 人か 2 人、外部からニューフィッシャー事業で入ってきた者もいる（小型底曳に着業している）。

地区漁業の水揚げの推移は、図 1、図 2 の通りで、昭和 60 年代までのイワシ資源の減少により中小型まき網が壊滅的になったが、ここ数年は、イカ釣り、サワラ曳釣り、フグ延縄などが漁獲量を伸ばしている。また中国・韓国需要の増加により、ナマコ桁曳の着業が増えたが、パッチ網はカタクチイワシの減少で、平成 16 年以降、低迷を続けている。





2. 境港支所の歴史的経緯

当支所は、性格の異なる旧弓北漁協、旧弓浜漁協の合併で平成5年に生まれた境港市漁協を前身とする。旧弓北地区は、地元由来者と外部からの移住者の比率が4:6と、土着性の低い土地柄である。外部から来た者は九州、四国、鳥取県の東・中部からが多い。特に、長崎の諫早、野母崎、平戸、五島の出身者で、まき網船やイカ釣船の乗組員で境港に寄港後、下船して定住し、自営で小型底曳やイカ釣りに着業するようになった人が多い。地元出身者は、中海、境水道、美保関の近海で一本釣りを行っていた者が多く、農業は行わず、漁業を専業で行うのが一般的である。

他方、旧弓浜地区は、一本釣りや地引網による漁業が行いながら、畑で自家消費するための作物も作るという半農半漁の者が多い。一般の仕事をやっている人も組合員になり、地縁的關係で結ばれた組合と言える。

このように異質な二漁協の合併構想が持ち上がった背景には、平成元年から2年にかけての県の漁港整備計画が挙げられる。当時、イワシの資源量増加に対応するため、漁港岸壁の利用状況、施設環境の抜本的な改定と合わせ、両組合を一本化する案が、県主導により進められたのである。

しかし、組合の場所移転や資材・船の係留場所の移動などを強いられた弓浜漁協側は、弓北漁協側に対し、補償金を支払うことを期待したものの、実際には何もなされず、合併前後の数期間は、ストライキや総会での議事決裂など、両者の関係は不穏なものであった。

3. 組合事業の状況

両組合の事業性格も異なり、旧弓北漁協は、販売、信用、購買事業の取扱高が大きい反面、組合長を代表として貸込が大きく、合併時には信用事業や購買事業の未収金などに数千万円の焦げ付きがあった。一方、弓浜漁協は、漁業勢力が微弱であったため、経済事業は全般に小規模で購買事業はほとんどない状態だった。合併前は両組合の職員も続々辞めていき、混乱した状況の中で、時期が続いた。

平成14年度の境港市漁協の業務報告書によれば、正組合員97人、准組合員157人であり、販売取扱高は15億2千万円、購買事業の供給高7875万円、信用事業は、運用上の問題から

平成 8 年に信漁連に譲渡することになった。

販売手数料は、境港市場の荷受業務への手数料として 5%が徴収される他、組合への手数料が 3%に設定された（合計 8%）。この料率は、平成 15 年に鳥取県漁協の傘下に統合された際、一律の料率として 7%に修正されることになった。

4. 生産者、組合での出荷対応

境港支所（旧境港市漁協）の組合員の漁獲物は、基本的に全量が境港市場でセリにかけられるが、まき網漁業の漁獲物の価格形成に連動して安く買いたたかれることが多い。また、遠方への販売を行う仲卸業者にしてみれば、マグロなどの築地販売で逆ザヤになった場合、そのツケを、沿岸物などの販売で取りかえそうという意識も働くため、沿岸物の価格は非常に分が悪い条件にある。

二漁協の合併以前には、旧弓北漁協側で昭和 40 年代から 50 年代にかけ、仲買業者と組んで、メイタガレイの選別作業を行い、大阪市場に出荷していた時期もあったが、選別作業の負担から自然消滅してしまった。それ以外での沿岸漁業者や漁協の出荷・販売面での取り組みは以下の通りである。

①組合直販店の営業

沿岸漁獲物の価格向上と組合収益の増強を目指し、平成 17 年に営業を開始した。組合建物の 1 F にあった荷捌き所、兼網の収納庫を改装し、組合員の漁獲したイカや鮮魚、貝類だけでなく、当時、養殖でブランド化を図っていた「海神サバ」や、沖底で漁獲したカレイやハタハタ、マツバガニなど、組合員以外の漁獲物も取り扱った。照明、ドア、ショーケース、保冷库、調理場、避難口、衛生対応などに 1 千数百万円の費用を自己負担し、組合職員を 1 名、販売事業との兼務で配置した。地元住民より、観光客や地元外の顧客をターゲットとし、インターネットでの販売体制も整えた。

しかし初年度こそ、地元客の利用に支えられ、収支がトントンだったものの、翌年以降、利用客が減少し、赤字が続いた。出荷上の取り決めにより、いったん境港市場に出荷して仲買業者経由で水産物を調達しなければならなかったこと、近隣に 3 つある水産物直売施設に対し、販売面で競合しないよう気を遣わなければならなかったこと、他事業と兼務する職員の労働が過重になっていったことの原因により、平成 20 年中頃に中止となった。

②漁家女性による加工・販売活動

旧弓北漁協には、冠婚葬祭、草取り、貯金の吸収活動などを行う組織として漁協婦人部が存在したが、漁獲物の加工販売面では目立った活動はなかった。弓浜漁協と合併して以降は、昭和 58 年に漁協婦人部が境湊市とともに「魚食の普及推進委員会」を設置し、本「イワシ大好き」の発刊をきっかけに、料理講習会の開催や地元イベントでの漁獲物の販売活動などを行っていった。

しかし、婦人部の中でも嫉妬などの感情的もつれがあり、またイワシも取れなくなったことから、加工販売に携わる女性は 5、6 人程度で、組合婦人部挙げての活動とはならないのが実態である。

③「美保湾産直グループ」の量販店への販売

平成 20 年度から、鳥取県の「水産物流通対策特別支援事業」により、仲買業者の主導で、「朝どれ」の鮮度のよい小型底曳網の漁獲物を選別・箱立てして、岡山を中心に山陽方面で

のスーパーに販売する取り組みを始めた。境港支所の組合員のうち、9名がそれに関わっているが、家族を中心にした労働力が確保でき、また販売面で新しい取り組みに意欲的な比較的若い年齢層が中心である。事業を開始してから1年以上たつが、仕立て作業の労力の割に販売価格が変動し、あまり価格向上の実感がないことや、スーパー側から対象魚種を増やしたり、時期別に変えるなどの注文がつき始めており、生産者側にとって、必ずしも高評価という訳ではない。

5. 境港支所の所感

もともと大量に水揚げし、遠方に大量流通するという土地柄だけに、境港の漁業者はおしなべて箱詰めや計量などの販売努力をせず、荷受側に委せきりといった性格が強いと言われる。加えて、漁家の妻も漁業の手伝い（選別作業）に関わるのは全体の2割で、残りの8割は、地元の加工工業や境港、米子で一般の仕事につくなど、実家の漁業との関係は希薄なものが殆どである。このように、出荷面での意欲が希薄で、人員も足りない点に、境港支所の販売努力が長続きしない理由がある。また、合併した二地区の歴史的経緯から地縁的結束力もさほど強くない点、地元の利害関係の中心になるはずの産地市場が、実際には大型船主導の運営になっているという点も、境港支所の「漁協」としての結集力を弱める原因になっている。加えて、鳥取県漁協として組織統合したことにより、総代会制になったことも、ますます地元での意見集約の機会をそぐ結果をもたらしているようである。

(6) 境港におけるブランド化について

水産大学校 助教 副 島 久 実

かつて境港では、「何もしなくても県外船も含めて取扱が確保されている市場」という位置づけがなされていた。その意味では、「単品のものが大量に揃う」ということが「境港ブランド」として認識されていた。しかし、境港では取扱数量が減少傾向にある中で、「量が揃う」とは違う意味での「境港ブランド」の確立が必要という認識が醸成されつつあるようである。そこで、ここでは、境港におけるブランド化の取り組みについて、今、どのような状況にあるのかを把握したい。特に、全国的にも、境港においても1つのキーワードとなっている、地域や地元水産物を強調した商品やその取り組みについて、実行主体別にその特徴を把握することを目的とする。

1. 卸売業者

1) 鳥取県漁業協同組合

(1) 取組動機と内容、ねらい等：「海神サバ」（かいしん）の取り組み

サバの復活を目指してサバの養殖を行い、全国に売り出していくと共に地元の販売にも力を入れようと、2003年に定置網で捕獲した2万尾のサバの稚魚を、県漁協境港支所の沖約3キロの場所に設置した生け簀で飼育し、人工の餌を使わず、境港で水揚げされた小アジを与えて、出荷できる大きさまで育てはじめた。2004年に地元市場で試験販売したところ、「脂が乗っておいしい」との評判だったため、ブランド化して全国にPRしようと名称を公募した（境港商工会議所HP「さかいみなどポータル」およびJF全漁連中央シーフードセンター「シーフードセンターニュース」（平成16年4月）。いくつかの名称が集まり、鳥取県漁業協同組合と販売を担当する鳥取県漁協販売（数年前に解散）で協議し、「海神さば」に決定した。その後は200g前後の小さなサバを山口あたりから買い、配合飼料を使って500g以上になるよう育てていた。

(2) 実施年次：2004年～2008年

(3) 流通・販売経路：鳥取市賀露町の「かるいち」など

(4) 特徴、課題：人手が足りない上に、餌料代が高く採算に合わず経費倒れとなり、2008年に取扱をやめた。

2) JFしまね

(1) 内容：活魚への取り組み

イサキ、アジ、タイなど活魚で水揚げされたものを出荷前に氷締めを行い、買受人にシールとともに渡す。

(2) 特徴、課題：生け簀の中でどのように大きさを選別するかが課題である。その他、活け締めも行って見たが、鱗がはがれ評価は低かった。また、地域ブランドという視点から見ると、この場合はあくまで島根ブランドを目指そうとするものであり、境港を強調するようなものではない。

2. 加工業者

次に、加工業者による商品や取り組みについてみる。境港の水産加工業は、全国的にみても生産規模が大きく、地域の基幹産業となっている。境港の水産加工業を大きく分けると、イワシ・アジ・サバなどの青物加工業者（約4社）、ベニズワイなどのカニ加工業者（約9社。このほかに孫会社もかなり存在する。）、そして煮干加工業者（7社）に分けることができる。以下では、これら境港の加工業者がどのようにブランドづくりをしようとしているのかをみる。

1) K水産食品

(1) 取組動機と内容、ねらい等

K水産食品は1955年に煮干屋として出発したが、今から約30年前にスルメの一夜干をはじめたことをきっかけに、イカや青物の魚を使った水産加工業者として現在に至っている（従業員数25人）。K水産食品のこだわりは、「無添加」「正直」「手作り」である。商品アイテムは100種類以上あり、境港産のちりめんじゃこを使ったコロッケ「これがみなとのじゃころっけ」、境港産のベニズワイガニを使った「カニクリームコロッケ」、境港で水揚げされたサバを使った「焼き鯖寿司」、境港産スルメイカをつかった「いか塩辛」や「するめ糍漬」など、いずれも地元の水産物にこだわっている。「これがみなとのじゃころっけ」は、10年前に商標をとり、これまでに1200万個、約4億5,000万円を売り上げている。また、1993年に県の中小企業を対象とした事業を受け、新商品の開発に力をいれてきた。さらに、2009年4月に開催された「第1回みんなで選ぶ境港の水産加工大賞」（後述）に「これがみなとのじゃころっけ」を出展し入賞した。これまで、地元の消費者にはあまり知られていない賞品だったので、良い機会であったとのことである。

最近では、「境港のK」として自社の加工屋ブランドを作っていきたいと考えている。そのイメージづくりのために高級感を打ち出していこうと、パッケージもそれに合わせて全部変えてきている。このイメージづくりのために利用しているのが、鳥取県ふるさと認証食品制度である。デザイン代が出るからである。

(2) 流通・販売経路

全国の生協の中でも特に安全や健康にこだわっている生協や、無添加食材や自然食品の宅配サービスを行うRやDとの取引がメインである。その他、自社のホームページでの通信販売やイベント、地元の量販店などでも販売している。「いか塩辛」は地元の量販店のほとんどに置いてある。ホームページからの注文は月に10件あるかどうかという程度である。また、K水産食品では無添加で手作りにこだわっているため、例えばカニクリームコロッケなどは大手水産食品メーカーも作っているが、それに比べるとK水産食品のカニクリームコロッケは高い。しかし、それでもK水産食品の全体の年商は約3億8,000万円逐年上がってきていることにみられるように、高くても売れている。一方で、以前、地元の量販店の中にテナントを入れたことがあるが、地元では高級なものは売れず、撤退したことがある。

(3) 特徴、課題

「無添加」「正直」「手作り」にこだわり、流通先も安全性や無添加にこだわった生協や宅

配サービスが中心となっている。今は、「K水産食品ブランド」を確立していくため、高級感を出すためのイメージづくりをしている。今後は、魚だけでなく肉や穀物も使った商品にも展開していこうと考えている。

2) D水産

(1) 取組動機と内容、ねらい等

D水産は1972年に創業した、青物の大手仲卸の1つである。年商は約30億円、従業員数は44人(2009年)である。業務の中心は消費地市場の荷受会社との取引や、餌料むけ冷凍魚の保管・販売、地元スーパーへの鮮魚販売などであるが、昭和50年代から境港でたくさん水揚げされる青物の魚の加工品もつくり、販売してきた。青物加工業者の脱餌志向の急先鋒ともいわれている。主な商品はイワシやアジのつみれやフィーレ、つみれハンバーグなど約50アイテムである。2008年にはハンバーグやつみれ団子など高次加工商品向けの新しい工場をつくった。

D水産の一番の売れ筋商品は「とれとれいわし」と「とれとれあじ」という、すり身工程の入らないたたき身である。添加物を一切使用せず、イワシやアジを100%使っている。最初は地元のスーパーに販売してみたがほとんど売れなかった。しかし、生協との取引が成立し、人気商品となった。最初は境港で水揚げされたイワシやアジのみを使っていたが、水揚げ量が減少する中で地元のものだけではまかなえなくなってきた。今では、「とれとれいわし」「とれとれあじ」の使う原料500~600トン/年のうち、約2割が境港で水揚げされたもので、残り8割を松浦、宿毛、焼津などから仕入れている。そのため、商品には「境港産」という言葉は使えない。また、「とれとれいわし」「とれとれあじ」で10年以上前に商標をとろうとしたが、とれなかった。

(2) 流通・販売経路

ほぼ生協に向けられている。その他、鳥取県・島根県・境港市の学校給食に問屋を通じて供給している。これからは業務筋にも力を入れていきたいと考えている。

(3) 特徴、課題

最近、新工場をつくったことにもみられるように、これからも食品加工に力を入れていこうとしているようである。また、「とれとれいわし」や「とれとれあじ」は素朴な家庭的なものとして人気商品となってきた。これからも「家庭的な味がする」ということを売りにしていきたいと考えている。さらに、今後はパルスシステムを通じて「境港産」を売っていけるような商品づくりもしていきたいと考えている。

3) S水産

(1) 取組動機と内容、ねらい等

S水産は1950年に青物の出荷仲買として創業した。年商は約28億円、従業員数は90人(2009年)である。約20年前に大手マヨネーズメーカーの魚処理部門の指定工場となったことをきっかけに、水産加工品の製造も行うようになった。現在の主な水産加工品としてはアジを

使ったものが中心で、フィーレや三枚おろし、あじといわしのたたき身、ミンチカツ、ハンバーグなどがある。できるだけ境港で水揚げされた原料を使いたいと思っているが、それだけでは足りないので、九州、石川、新潟、和歌山などからも原料を仕入れている。

(2) 流通・販売経路

製造している加工品のうち、1/3 は生協向け、1/3 は中央市場向け、1/3 は委託加工である。委託加工では、例えば地元の鯖の押し寿司用のサバを一次加工して出荷している。この場合、品質やサイズが均一でないため、中央市場や商社からサバを買い集めている。

(3) 特徴、課題

S 水産では、上記のように生協に出荷する場合は、S 水産という名前や境港という地域名が出すことができるが、業務用アイテムも多いので、なかなか名前が出ないことも多い。また業務用の場合、大量の原料を使うので地元のものだけにこだわるのは難しい。とはいえ、S 水産は地域活性化への思いが強く、例えば、「境港で漁獲される魚を使用して、地元の鬼太郎ロード等の観光地で手軽に食べられるご当地バーガーを、手頃な値段で提供する」というテーマで、鳥取県立境港総合技術高等学校食品科の学生たちと S 水産の「魚の落とし身」を使って共同で開発したり（S 水産ホームページより）、地域の水産関係のプロジェクトにも関わり、青物のブランド化のあり方や、地域としてのブランドづくりのあり方について積極的に考えている。

4) K 水産

(1) 取組動機と内容、ねらい等

K 水産はもともと煮干加工をしていたが、1989 年からカニ加工専門へと変更した。年商は約 60 億、従業員数は約 80 人である（2009 年）。商品のほとんどは業務用で、東京や大阪の荷受会社、地方食品問屋、惣菜屋、寿司屋などに販売している。冬の鍋商材の時期だけは荷受会社を通じて大手量販店に出している。この時だけ末端商品を出すことになる。売上の約 1/3 である。去年からは新商品に取り組んでいこうと、大阪の量販店向けに生でも食べられる、「カニしゃぶ」を始めた。

カニは地元のものだけでは足りないため、世界中から仕入れている。そのため、境港を売りにすることは困難である。また、末端商材がほとんどないため、商標を一つもとっていない。一方で、主力商品が業務用商材とはいえ、安全・安心にこだわった商品を提供することを戦略の 1 つとして捉えており、1997 年に HACCP 対応型の新工場をつくった。HACCP は 6 ヶ月に 1 回更新しなければならないなど投資する金額も多いが、会社の戦略として必要である。また、2008 年にマリン・エコラベル・ジャパンを取得した。

(2) 特徴、課題

K 水産では業務用がほとんどであるため、境港ブランドや会社名が消費者に届くことはほとんどない。そのため、地域や地元水産物を強調したブランドづくりというよりも、HACCP やマリン・エコラベル・ジャパンへの取り組みにみられるように、安全・安心という側面からブランドをつくらうとしている。しかし、マリン・エコラベル・ジャパンに関しては、ま

だ認知度が低いために、今のところあまり有効性は感じていないようである。

5) T 水産

(1) 取組動機と内容、ねらい等

T 水産は煮干加工業者である。1960 年に創業した。従業員は家族中心の 7 名である。長年、煮干加工を行ってきたが、最近は原料が少なく、年間にのべ 2~3 ヶ月は休業状態である。また、煮干原料は傷みやすいため、本来、前浜物に強く依拠する加工業種であるが、境港産の原料は約 4 割で、残り 6 割を三崎、静岡、愛知、三重、京都、四国周辺からかき集めている。しかし、このような移入ものは運ぶ間に原料が傷み、製品としても良い物が出来ない。そのため、遠くからお金と時間をかけてわざわざ運んで来ても、質の悪い（＝単価の低い）品物にしかならないという悪循環に見舞われている。

こうした中、T 水産では境港で買う煮干原料の中に混じっているカマス、アジ、ハタハタ、カレイなどを利用できないかと考え、3 年前から干物をつくり始めた。魚をひらく作業は全て手作業で行っている。干物をはじめてからの 2 年間は夕方、煮干加工の作業が終わってから、徹夜で干物をつくるというように、とにかく必死に干物加工をつくった。最初は売り先も見つけられず、近所で少しずつ売れる程度であったが、そのうちにカレイの干物が皆生にある旅館や、料理屋などの目に留まり、少しずつ安定した売り先を見つけられるようになった。また、2009 年 4 月に開催された「第 1 回みんなで選ぶ境港の水産加工大賞」に出展したことで、多くの人の目に留まることとなった。2009 年 10 月からは鳥取県産の食材や食品ばかりを扱うインターネット販売業者「わったい菜」でも取り扱ってもらえるようになった。さらに県水産事務所を通じて「干物の里ブランドづくり支援事業（平成 21 年度限り）」を受けることになり、白バイやモサエビ（クロザコエビ）の干物の開発に取り組んでいる。

T 水産の主力の商品はベラカレイ（ヒレグロ）の干物である。頭、ヒレ、尾をとって、中央に切れ目を入れているため、焼いた時に身が割れて食べやすくなっている。この干物の作り方は、地元の高齢者たちにとっては当たり前の作り方だが、最近の若い人や地元以外の人にはあまり知られていない。また、小さい白ハタの干物も頭と内臓を出してみりん干しにし、焼きやすいように串に 5 匹ずつぐらいを連ねて刺している。このように T 水産では消費者が食べやすいような干物になるよう、工夫を凝らしている。

干物原料は、煮干とは異なり、少しであれば冷凍してストックできることが魅力である。また、干物加工のために冷風乾燥機は新しく入れたものの、その他には特に設備を整える必要がなく、これまでの設備と人員で対応できることも、T 水産のような展開をもたらした。

(2) 特徴、課題

T 水産の干物の売りは、境港の魚にこだわっていること、1 尾 1 尾手作業で行っていること、無添加であることである。また、販売の際には消費者が買いやすいように、買い手に合わせた小分けを行っている。しかし、こうしたこだわりをもった商品生産は小規模業者だからこそできるともいえる。

3. 団体・業界・行政等

境港では、2000 年に漁船構造改革プロジェクトが動き出したことをきっかけに、「ブラン

ド化」が意識されるようになり、団体や業界、行政などによって色々と取り組みが行われるようになった。

1) みんなで選ぶ境港の水産加工大賞の開催

2009年4月にはじめて企画・実施された「みんなで選ぶ境港の水産加工大賞」は、民間の加工業者たちから出てきたアイデアを受けて境港市が事務局として行われたものである。このイベントは、境港の水産加工品をもっと地元の消費者に知ってもらい、地域発のブランド化を目指そうとしたものである。誰でも参加できる試食会という形をとり、参加者に無料で試食をしてもらい、投票してもらうことで境港市水産加工大賞を決定した。参加者は1200人ぐらい集まり、加工業者は15業者が出展した。第1回目の大賞を受賞したのはU水産の「蟹しんじょ」である。これは、カニのほぐし身を約80%使用したカニのすり身で、汁物の中に落として食べる練り製品である。これまでは業務用で地元では流通していなかったが、この大賞受賞を受けて、地元や各方面への発売に動き始めているとのことである。記述のように、参加した加工業者からは「地元の消費者に知ってもらえるいい機会となった」「自分たちの商品に自信がついた」などの感想が聞かれた。また、開催をした境港市自身も、これを行うことで手応えを感じたという。2010年も開催予定である。

2) 境港カニ水揚げ日本一PR実行委員会

カニの一大産地であるにもかかわらず、そのことがあまり知られていないとのことから、水産関係団体や観光関係団体など16団体が集まり、2002年に発足した（事務局：県境港水産事務所）。出漁式や初セリ式を行ったり、イベントでカニ汁ふるまうなどカニのPRに努めている。また、(社)境港水産振興協会も2000年にベニズワイガニをキャラクター化した公認マークも作っている。

3) 境港天然本マグロPR推進協議会

境港では2008年までは4年連続でクロマグロの水揚げが日本一であったことなどを受けて、境港に水揚げされるクロマグロを県内外へ広くPRしようと、2010年3月1日に、鳥取県や境港市、境港の漁業者、流通関係者などが集まり発足した。今後は、他産地との差別化を図るために「境港天然本マグロ」のPRデザインを一般募集し、PR資材を作製し、2011年5月の商標登録取得を計画している（みなと新聞、2010年3月5日付より）。

この他、(社)境港水産振興協会を中心にして、境港マグロ市場見学ツアーと題し、観光客に300円でクロマグロの入札を公開したり、2007年にはマグロ資源の活用方法を探るため、水産業界や行政、研究機関などが集まり、「境港マグロ研究会」が発足したりしている。

4) 境港「うまいもん海の駅」プロジェクト

境港市の水木しげるロードの隣接地に、境港で生産される水産加工品などを販売する「うまいもん海の駅」をつくり観光客を呼び込み、商店街ににぎわいをもたらそうと、2009年に発足した。

5) 大阪の量販店への産直品発送

末端消費者へのアピールのため、2009年5月から境港市と鳥取県の補助を受けて、境港の水産流通販売会社Kと青果物会社とが協力して大阪の量販店Mに境港の魚と野菜を送っている。現在、週に1~2回、1店舗あたり野菜を2~3万円分、魚を5~6万円分発送しており、量販店Mは「境港祭り」と題して販売している。しかし、今のところなかなか輸送コストを吸収できていないようである。

4. おわりに

境港においては、単品ものが大量にとれるという生産の場面での特徴を受けて、加工の場面においても、その特徴を活かして業務筋をターゲットとして展開してきた。そのため、消費者に届く段階にまで産地の名前が届くことはほとんどなく、また大量に加工することから必ずしも前浜にこだわってきたわけではなかった。そういう中で、中・小規模の水産加工会社の戦略の中に、境港産の水産物にこだわる点が重要視されている点が印象的であった。しかし、彼らがそういう商品を作っても、地元の人を含めてなかなか広く知ってもらえる機会がなかった。こうした中、民間の加工業者から出てきた企画である「みんなで選ぶ境港の水産加工大賞」は、地元の消費者だけでなく、業界や行政も含め、多くの人々に、商品や業者を知ってもらえる機会となった。そのことは、加工業者自身も、業界も、行政も認めており、その点で、この企画は大きな効果があったといえる。ただし、こうした企画はマンネリ化しやすい恐れがあるので、マンネリ化しない形でどのように続けていくかが、今後の課題となるだろう。

また、地域として地域ブランドをつくっていく時、今までのように、「ベニズワイガニ」、「マグロ」といった単品を売り込むというやり方だけではなく、実際に事例にもみられたような、値段も安く、二流品のような扱いを受けてきたが、地元消費者には好まれてきたベラカレイなどにも着目することも重要である。今後、地域や、地域の魚を強調した商品や取り組みを行うとき、有名どころの魚だけでなく、無名なものも含めて、あらためて多種多様な地元の魚、食べ方を再評価し、もっと注目していくことが必要ではないだろうか。その際には、これまでのような単品・大量型の地域イメージを打ち破っていくことが必要となってくるだろう。昔から漁業を中心に栄えてきた境港にはまだまだたくさんの「宝」

Ⅱ. サンマを対象とした調査の報告

(1) さんま漁業の操業実態 —生産者調査より—

東京海洋大学 教授 馬 場 治

1. サンマ漁獲の業態別生産構造

サンマは近年各種の漁業種類、船型による生産が行われている。ここでは、この構造を簡単にまとめておく。

- ・刺網船：知事許可船で、7月当初から道東を中心として操業する。刺網によるサンマについては、上りサンマで水っぽく、漁網による傷が付くなど品質的に問題があるとの評価がある。しかし、一部量販店やデパートなどの間では過度の旬の先取り競争の結果、このサンマを高価で販売することが常態化しており、サンマ全体の消費を促進させる立場からは問題があるとして、この漁法による操業開始を遅らせるべきとの声がある。刺網船は、かつては許可はあっても(約300件)実際の操業は少なく、他の漁業の間の中継ぎで取り組む程度であった。しかし、高い利益が期待できるようになり、多くの船が操業を始めた。現在では、漁獲量も多いことから、刺網からの網はずし作業も陸上で行うようになっている。操業は8月の中旬には終わるが、操業期が重複する19トン船や29トン船は直接的な影響を受けている。平成10～14年頃までは、刺網船の操業も少なく、大型船の8月中の価格も良好な価格帯を維持できたが、今日では刺網船終漁後には既に価格が低下し、大型船も影響を受けるようになっている。
- ・10トン未満棒受網船：北海道の知事許可船で、やはり7月から道東を中心として操業する。
- ・20トン未満全さんま所属船：全体で80隻程度あり、北海道、岩手、宮城県船籍が中心である。北海道船が多いが、本州所属船も20隻前後ある。操業開始日は、例年8月5日～10日の間で調整される。
- ・20～40トン未満全さんま所属船：20隻程度が操業している。上述の20トン未満船の操業開始後5日後が操業開始日である。
- ・40トン以上全さんま所属船：実際には100トン未満船は1～2隻しかおらず、170～180トン船が大部分である。昨年の操業開始日は8月18日であった。

これらの船型の間関係は、①10トン未満棒受網船は刺網船の漁獲状況を気にする、②19トン船は10トン未満船と刺網船の漁獲状況を気にする、③29トン船は10トン未満船、19トン船、大型船の漁獲状況を気にする、という関係にあり、これらの間での魚価形成上の競合関係があるとされている。

現在は、以上のような構造でサンマ水揚げが行われている。かつては、全さんま船については20トン未満船が8月10日出漁、20～40トン未満船が8月15日出漁、40トン以上船が8月20日出漁という日程が定着していたが、知事許可船による出漁の早期化を受けて、全さんま所属船の出漁日も早期化する傾向にある。

2. 操業実態

全さんま所属船について、その操業実態を見てみる。昨年の40トン以上船の出漁日が8月18日の場合を前提に述べる。出漁日18日の場合、本州を15日に出港して、最初の出漁予定港で待機する。多くの船が待機する港は釧路、厚岸、花咲の各港である。待機するこれらの港は各漁船が自分で選択する。出港する港と漁場との間の距離の関係から、機会均等を期す目的で、出漁初日(解禁日)のみ、港別に出港時刻が決められている。釧路では午前4時、厚岸午前6時、花咲午前10時と決められている。

(1) ロシア水域操業

解禁当初から9月10日頃までは、通常はロシア水域での操業となる。ロシア水域では、漁獲総枠が操業船に個別割当される。総枠は3万5千~6千トンであり、これを船型別に割り当てる。20トン未満船には1隻当たり180トン、40トン以上船については1隻当たり360トンといった具合である。40トン以上の大型船については、漁船トン数にかかわらず全て均一の割当量となっている。ロシア水域での操業に関しては、かつてはロシア人オブザーバーが乗船してきたが、2年前からはオブザーバー乗船をなくし、代わりに日本側がチャーターした指揮船を配置して、操業の監視にあたっている。指揮船には、近海まぐろ延縄船(119トン型)2隻をチャーターし、この指揮船を花咲港から2~3時間のチェックポイント地点(北緯43度05分、東経146度15分)に配置している。操業するさんま船は全て、出港・帰港の度に必ずこのチェックポイントを通過しなければならず、通過時に臨検を受ける事もある。チェックポイントにはロシアの監視船も配置されて、監視にあたっている。監視船のチャーター料はさんま船船主が負担し、船主一人当たりの負担額は約50万円(全さんま大型船の場合)である。ロシア水域での漁獲枠は日本のTACの内数であるが、全さんまでは、この枠の消化に当たっては特段の措置を講じている。ロシア水域での漁獲枠の消化は、サンマ魚群の日本水域への南下状況と調整する必要があるのである。ロシア水域での漁獲枠をあまりに早く消化しすぎてしまい、サンマ魚群がまだ南下していない場合には、日本水域での漁獲が十分には見込めないことから、ロシア水域での操業にあたっては、1隻1航海当たりの水揚量を一定数量に調整(2週間単位で決める)することで、おおよそ9月15日頃までにロシア水域での漁獲枠を消化し終えるようにしている。その際の調整基準は、主要水揚港である花咲港での価格が100円を下回らないようにという基準価格である。ロシア水域からの撤退日程(「旗揚げ」と呼ぶ)は全さんまが決定し、一旦旗揚げするとそれ以降はたとえ個別割当を消化していなくてもロシア水域で操業することはできない。ロシア水域については、19トン船が主力であるので、その水揚状況を見ながら、大型船も積荷制限を検討する。

花咲港での水揚げは、船型に関わらず港に到着した順で行われる。せりは朝の7時、9時、10時、12時に行われ、一般的には早いせりに出した方が良い値が期待できる。飛行機で本州に生で送る場合には、遅くとも9時のせりに出さないと間に合わない。また、大型船(40トン以上)と小型船(19トン船中心)の水揚げが集中することを避けるために、それぞれの水揚げ日を違えている。例えば、大型船の水揚げ日が火・木・土であれば、小型船が月・水・金といった具合である。

(2) 日本水域操業

日本水域での操業に関しては現在は積荷制限ではなく、1週間当たりの水揚回数制限を行っ

ている。水揚回数は1 昨年(2008 年漁期)までは週 2 回であったが、昨年(2009 年漁期)は2 週間で5 回の制限となった。回数が増えたことにより、入港後の休養日数が大幅に減少し、操業中の機械トラブルやケガの発生が多く、船主、乗組員の間では問題が指摘されている。さらに、機械トラブル等で出漁できなかった場合は、事故船との扱いとなり、水揚できなかった回数分を次回に回せることから、一層休養日数が少なくなり、過重な労働となる。

2009 年漁期の場合、魚群の南下が早く始まり、北海道の小型船が多数南下したために、水揚港である宮古、大船渡、気仙沼、女川の各港にこれら小型船が多数入港することとなった。その結果、多数の水揚漁船で漁港が混雑し、価格が低下する傾向も見られた。小型船は限られた容積の魚倉にできるだけ多くの漁獲物を収容しようとして、氷の積載量を少なめにする傾向があり、そのことが小型船の漁獲物に対する低い品質評価となり、魚価が低くなる傾向が見られる。その小型船が水揚する漁港に大型船が水揚しても、大型船の漁獲物価格が安い小型船価格に影響を受ける事がある。また、小型船と大型船とでは、操業を終えてからの帰港時刻は一般的に小型船の方が早く、後から入港してきた大型船は水揚を待たされることになる。漁港によっては、これらの弊害を緩和するために入港受け入れ制限措置をとるところもあったが、気仙沼は受け入れ制限を行わなかったことから、大型船の中には気仙沼水揚を見合わせる船もあった。小型船の南下は三陸地区までであり、大型船はこれらの入港する三陸地区の漁港を避けて、北海道や銚子に水揚するという選択を行う船が多かった。

昨年の漁場は、ロシア水域を出た後、道東を経てやや南に形成され、ここまでの漁場形成がかなり長期間にわたって続いた。その後、通常であれば魚群は徐々に南下するはずであるが、昨年の場合は、八戸沖から気仙沼沖を素通りするような形で一気に南下し、銚子沖に長く滞留した。通常、銚子沖に漁場が形成される場合でも、その魚群は北から波状的に補給される格好で、一度銚子沖の魚群を獲りきると、次の魚群の南下まで待たなければならなかった。それが、昨年の場合は銚子沖に継続的に漁場形成され、多くの漁船(大型船)が銚子を基地として長く操業することとなった。

3. サンマ漁業経営の概況

(1) 兼業業種

かつてさんま棒受網漁業は、北洋さけます流網の裏作としての位置づけであったが、今日では立場は逆転して、さんま棒受網漁業が表作となっている。さんま棒受網大型船について、その兼業業種を見ると、大型船約 60 隻中、北洋さけます流網を兼業するもの約 20 隻、大目流網を兼業するもの約 10 隻であり、残りの約 30 隻はさんま棒受網専業船と言える。さんま棒受網専業船の乗組員は、さんま漁業終了後は、土木建設業のアルバイト、近海まぐろ延縄船やイサダ(ツノナシオキアミ)漁船などの乗組員として働いている場合が多い。このように、さんま専業船の乗組員はさんま休漁中はさんま漁船を下りて他の職業に就いても、翌年のさんま漁業が始まれば再び乗組員として確保できるという。かつては、一旦さんま船を下りて他の職業に就いた場合、翌年もさんま漁業に来てくれる可能性は高くないと言われた。しかし、陸上産業も不況期で職場も少ないことから、最近では乗組員としての再確保には問題がないという。

(2) 損益状況

TAC 設定以降については、100 トン以上の大型船の売上高は、TAC 設定量と平均価格からほぼ推定できるようになってきたという。TAC 設定量が 20 万トン(大臣管理分)であれば、100

トン以上の大型船の漁期中に想定される水揚量は1隻当たりほぼ2千トン、30万トンであれば3千トンと言われる。この想定水揚量に漁期中の総平均魚価を乗じた金額が漁期中の総水揚額となる。TAC設定量の推移(表1)を見ると、大臣管理分の配分は平成10年から18年までは約20万トン、その後19年からは30万トン台となっている。また、この間の平均魚価の推移(表2)を見ると、平成11年までは漁期中の総平均魚価が200円/kgを上回っていたが、12年以降急速に低下をし始め、近年はほぼ60円程度に張り付いている。すなわち、近年のTACの大臣管理分配分が約30万トンであることから1隻当たりの水揚量は約3千トン、これに平均魚価の60円を乗じて、漁期中の水揚額はおよそ2億円と想定できる。この水揚額に対する経費として大きく変動する可能性のあるのは、価格の変動が予想される燃油代である。100トン以上の大型船のある経営体を例に、1航海当たりの燃油代を燃油単価と1航海当たりの燃油使用量から計算すると次のようになる。

平成19年：71円/1×13kl/航海＝約100万円/航海

平成20年：94円/1×11kl/航海＝約110万円/航海

平成21年：57円/1×11kl/航海＝約65万円/航海

	TAC		大臣管理分		北海道		岩手県	
	設定	実績	配分	実績	配分	実績	配分	実績
H10	300,000	141,030	240,000	112,767	22,000	22,697	8,000	3,391
H11	330,000	140,351	240,000	103,533	22,000	32,858	8,000	2,678
H12	310,000	206,345	225,000	169,562	32,000	30,526	6,000	4,408
H13	310,000	264,742	225,000	224,327	40,000	32,733	8,000	5,882
H14	310,000	211,399	230,000	173,441	37,000	23,330	7,000	4,493
H15	334,000	270,280	240,000	238,093	43,000	20,468	7,000	2,108
H16	286,000	209,460	204,000	187,214	37,000	13,332	6,000	1,228
H17	286,000	233,781	204,000	208,464	37,000	13,274	6,000	2,584
H18	286,000	248,095	213,000	221,054	32,000	13,126	5,000	1,940
H19	396,000	301,449	300,000	269,248	41,000	17,231	5,000	3,735
H20	455,000	346,320	350,000	316,734	58,000	18,747	8,000	5,083
H21	455,000	308,356	350,000	285,456	58,000	15,539	8,000	4,134
資料)JAFIC資料より								

TAC配分量がほぼ安定するようになり、サンマの末端小売価格が浜値のkg単価にほぼ等しい水準に固定化される中で、サンマ漁業の収益性を左右するのは、燃油代となる。21年の燃油価格水準であれば、2億円の水揚で約3千万円の利益が期待できる。3千万円の利益では、単年の採算は合うが、

	8月	9月	10月	11月	12月	総平均
H10	356	211	208	181	93	216
H11	376	280	225	275	-	268
H12	256	205	130	126	49	170
H13	280	110	91	60	-	110
H14	309	210	127	96	49	144
H15	109	66	56	41	32	55
H16	146	126	78	50	48	87
H17	65	84	50	47	-	62
H18	112	47	42	61	-	51
H19	122	87	79	59	60	77
H20	230	83	60	45	22	59
H21	137	82	57	50	34	60
資料)個別経営体の資料より						

船価 6 億円程度と言われるサンマ漁業においては、代船建造を行うには不十分である。6 億円を 20 年間で償却するとしても毎年少なくとも 3 千万円の利益が必要であり、21 年程度の利益では代船建造には踏み切れない。

将来的に、TAC 設定量が大きく増加することは期待できず、また魚価が上昇することも期待困難である。一方で、燃油価格が今後下落することは期待できず、サンマ漁業の収益性の回復は期待できないという。現在、大型のサンマ漁船の中で最も新しい船でも建造後 10 年を経過しており、現在の経営環境では今後代船建造に踏み切る経営体の登場は期待薄である。

近年では、さんま棒受網専業船が多くなっていることは既に述べた通りであるが、兼業業種を持つ船の経営状況はどのようになっているのであろうか。ロシア水域でのさけます流網を兼業する場合について検討してみる。ロシア水域での操業に関しては約 1 億円近い協力金<サケ・マスの個別割当量(270~280 トン)×平均魚価(300 円/kg)+諸経費=約 1 億円>をロシア側に支払う必要があり、この協力金を水揚額の半分近くに抑えることができれば採算にあうと言われる。水揚額は近年ではサケ・マスの価格動向で決まり、年々状況は異なり、採算の予想は困難である。

4. ミール枠問題

中国へのサバ輸出が注目されて拡大したのを受けて、平成 19 年にミール原料不足が顕著となり、まき網業界がミール原料としてのサンマ漁獲参入への希望を表明し始めた。これを受けて、サンマ TAC にミール枠と称して増枠が提起された。ミール枠への合意の背景には、大型船は漁獲物を 100 トン積む際に、40 トンの氷を積むのが一般的であるが、魚価が 30 円しないのであれば、氷を積まずに漁獲物だけで 140 トンを積むという対応でも良いだろうとの判断もあったという。

平成 20 年から始まったミール枠の運用はまだ過渡期と言え、毎年異なる状況が見られる。平成 20 年は生鮮向けとミール用を区分することなく実施され、宮古港のみの取扱いで 2 万 5 千トンがミールに回ったと見られている。しかし、実際にどの程度がミールに回ったのかを疑問視する向きもある。21 年は 20 年の反省に立ち、漁船がミール向けの操業を行う場合には、あらかじめミール操業と宣言し(全さんまに通告)、氷を使用しないで、鮮魚用とミール用を完全に隔離することとした。また、買受人にもミール用取り引きであることを誓約させることとした。さらに、ミール用の水揚隔離を図るために、水揚曜日や時間も通常操業の漁船と切り離すこととした。ミール操業の場合は、漁期末にあたる 11~12 月の水揚港としてどこの漁港を利用しているかで、その取り組みが規定される。ミール操業の水揚港としては八戸、久慈、宮古、女川、石巻などがあるが、21 年の場合は、魚群の南下状況が特異で、三陸沖を素通りして、銚子沖に漁期後半の漁場が形成され、銚子への水揚が多かった。銚子にはミール用で水揚することはなく、結果的に 21 年のミール操業 1,000 トンに達してないのではないかとされている。

いずれにしても、ミール操業が効果的に取り組まれるためには、漁場形成、価格形成、輸出環境など、複数の条件がそろふ必要があり、まだ安定的な取り組みとして期待するのは困難な状況である。

5. 小型船の状況

岩手県所属の19トン船からの聞き取り調査から、小型船の概況を簡単に述べる。

19トン船は8月5日に解禁となり、まずロシア水域で操業する。ロシア水域での割当は1隻当たり100トンであり、1航海あたり15～30トンの積荷制限で操業し、計3～4航海で割当を消化した。北海道での水揚港は厚岸、根室、釧路、浜中等である。漁場が南下して本州水揚げになると、主要な水揚港は宮古、大船渡、釜石などとなる。

通常は一晩操業であり、昨年の場合沖泊まりは漁期中2～3回のみであった。

19トン船では、氷の積載量は漁獲物積荷量の3分の1以上を最低基準としているが、大型船の氷の量には及ばず、一般的には大型船の方が鮮度評価は高い。

量販店では、脂が乗っているとして北海道物が扱いの中心となり、三陸沖の物が量販店で積極的に取り組まれることは少ない。北海道の所属船については、北海道の各産地でブランド化の取り組みが行われ、一定の成果を上げているが、この取り組みからは他県船にあたる岩手県船は除かれている。そこで、水揚地が岩手県内になった時に、何らかのブランド化を図りたいという意向を持っている。消費者の嗜好にもよるが、脂の乗りが強すぎる北海道物よりも、三陸沖物の方が、刺身用としては高い評価を受ける可能性も考えられる。

19トン船は8名乗り組みである。さんま操業が終わると、すぐにタラ縄操業に移行し、3月までタラ縄が続く。その後は、別の船を利用して一人操業で刺網やかご漁業を行う。

(2) 道東小型サンマ漁業の生産・経営構造

北海道大学大学院 准教授 宮澤 晴彦

1. 小型サンマ漁業の勢力と分布

- ・小型サンマ漁業(10ト未満)の漁獲量は、サンマ総漁獲量の1割程度を占めるに過ぎない。ただし、小規模故に船上選別・箱立て=ブランド生産に対応。

2006年 サンマ棒受網総漁獲量 239,239ト *漁業養殖業生産統計年報
0-5t・3,687ト(1.5%) 5-10t・18,052ト(7.5%) 10-20t・64,290ト(29.9%)
20-100t・17,950ト(7.5%) 100-200t・130,366ト(54.5%)

- ・しかし漁労体数は相対的に多く、流し網も加えると圧倒的多数となる。

2006年 サンマ棒受網漁労体数 285 *同上
0-5t・23(8.1%) 5-10t・65(22.8%) 10-20t・105(36.8%)
20-100t・21(7.4%) 100-200t・69(24.2%)

同年のサンマ流し網漁船隻数・550隻 *道東小型さんま漁業協議会資料

- ・地域的分布；

流し網→ほぼ100%道内。やはり道東に多いが、日高、胆振、渡島にも多少存在する。

棒受網→道内船が8割。ほか岩手、宮城など。道内では厚岸、浜中、散布に多い。

- ・相対的に水揚げは少ないが、小型サンマ漁業は夏場の貴重な収入源。

サケマス延縄、同流し網、シシヤモ桁網、ケガニ籠、カレイ刺し網、ツブ籠、ホッキガイ桁網、タコ空釣り等の兼営・・・しかし、道東地域の漁船漁業者の場合、サンマ以外に夏場の有力な漁業は存在しない。サケ定置漁業者は漁期が重なるので、サンマ漁業の兼営はほとんどない。

2. 小型サンマ漁業の生産状況

- ・2009年の許可隻数、漁獲量、水揚げ額、価格、1隻当たり水揚げ額

流し網；502隻、1,796ト、12.1億円、672円/Kg、2,405千円

棒受網(道内船)；56隻(舳0-5t・5隻)、15,407ト、16.5億円、107円/Kg、29,446千円

棒受網(道外船)；19隻(舳0-5t・1隻)、6,642ト、6.6億円、100円/Kg、34,984千円

- ・2009年度の出漁日

流し網・7/8

棒受網；0-5t・7/16、5-10t・7/23、10-20t・8/5、20-100t・8/9、100t-・8/18

- ・旬別生産状況

流し網；価格の高い漁期当初に集中。棒受船が参入し価格が低下すると採算割れ。せいぜい8月上旬まで。

棒受網(道内船)；価格が比較的高く、大型船が参入する前、8月中旬までの漁獲量が多い。8月中旬までの累積水揚げ額は総水揚げ額の6割近く。ただし、他に着業できる漁業が少ないため、8・9月はその後もほとんどの船が操業を続行する。しかし、10月になると、①価格がさらに低下する、②魚影が薄くなり、1日当たり水揚げ額が採算ライン

とされる 50 万円を下回るようになる, ③魚群が南下し, それを追いかけていくとコストがかさむ, といった理由で操業を打ち切る船が急増する。累積水揚額は 9 月末までに 95%に達している。

棒受網 (道外船); 道内船と基本的には同じ動き。ただし, 魚群が南下する 10 月以後の漁獲量は道内船よりもやや多い。

・以上の傾向は例年のことだが, 2009 年は前年に比べて 10 月以降の漁獲がかなり落ち込んだ。→時化による魚群の逸散。

3. 小型さんま漁業・棒受網 (道内船) の操業及び経営実態

ー釧路市漁協所属漁業者・S 氏の事例ー

・漁船; 9.7t, 船齡 23 年, FRP,

補機・発電機→750PS, 1000 万円, 全方位スキャンングナー→新品で高いものなら 1200 万円。自分のは中古を値切って 320 万円。その他, 魚探, サイトローラー, フィッシュポンプ等

・集魚灯; 左舷→11 本×12 球=132 球, 右舷→70 球程度, 他サチライト (球だけで 75 万円)

・乗組員 6 名。舳 1 名は息子。船主船頭。オール歩合 (最低保障 30 万円付き)。

* 水揚一 (油代+氷代+箱代+販売手数料) × 0.3

船頭・1.5 代, 機関長・1.2 代, 司厨士・1.1 代, 他甲板員・1.0 代

・漁場; 大黒沖 60~70 マルと 200 カイラインの際 (70~90 マル沖) が主漁場。三陸方面まで南下操業することはもうほとんどない。低価格, 時化, 漁不足, コスト高。

・操業期間; 7/23~10/20 * 周年雇用のため操業延長。

→兼営形態はさんま+刺し網 (カレイ, タラ, ホッケ, スリ) +サケマス延縄

・操業行程; 昼 12 時前後に出港。漁場まで 4, 5 時間。漁場探索。日没から操業開始。投揚網は 1 回 30 分くらい。1 晩で多いときは 12, 3 回揚げる。漁模様良いときは 2, 3 回で満船。イカやサバが周りにいると集めにくい。イカは夜明け前に深場へ移動するので, 午前 2 時~3 時以後獲れることも多い。明け方操業打ち切り。帰港は午前中。随時入札 (タンク方式, 無選別)。操業は週 4 回まで (3 回が多い)。

・水揚高と経営状況

年間水揚 (2008 年); サケマス 2300 万円, サマ 3300 万円, 刺し網 3600 万円, 計 9200 万円

サケマスや刺し網は人件費がかさみ利益率低いが, サマはまあまあとのこと。年間 7000 万円が採算ライン。 * 税金払い過ぎて困ってる??

4. ブランド化・生産調整への対応

・釧路市漁協地区の場合; 青刀さんま

①漁獲 (漁場で取り込まれた時点) から産地市場で陸揚げされるまで 6 時間以内

②産地市場上場は午前 8 時まで。飛行機で消費地市場に 13 時まで着。

③大サイズ (200g 以上) を沖で箱立 (4Kg・水氷)。

・型の良い物を抜いて沖で箱立すると, 残りは大サイズが減ってしまうので価格ダウン。

大型を 1 割抜いて, 価格が 2, 3 割ダウンしたらブランド化の意味ナシ。

魚価が 100 円/Kg 以上の場合はやりたくないとのこと。

・青刀の値は良い。7-800 円/Kg。築地→マル中のお宝ブランド, デパ地下, 寿司屋。

・ただし釧路市漁協の場合は小型船が4隻しかいない。安定供給力低い。

・厚岸の場合；大黒サンマ

①紫外線海水殺菌装置装備の地元船，②大型サンマ（200g 前後），③船上箱立，④日帰り
*4Kg 入り・水氷

・参加隻数が多く，「他のブランドサンマより力強い」とのこと。

小型船13隻のほか，19トﾝが7-8隻，29トﾝが5-6隻。

→船，加工屋，市場が連携し安定，大量供給。値は平均で600円/Kg程度だが，船側にもプラスになるのでは（組合加工場）

・生産調整；漁業経営者はさほど意識せず。TACも増えているし，特に小型は早いウチに獲れるだけ獲ろうという発想。7，8月が勝負。

・大型船が参入してくる漁期後半の出量制限（道東小型さんま漁業協議会の役員が設定）には従うが……。有効？

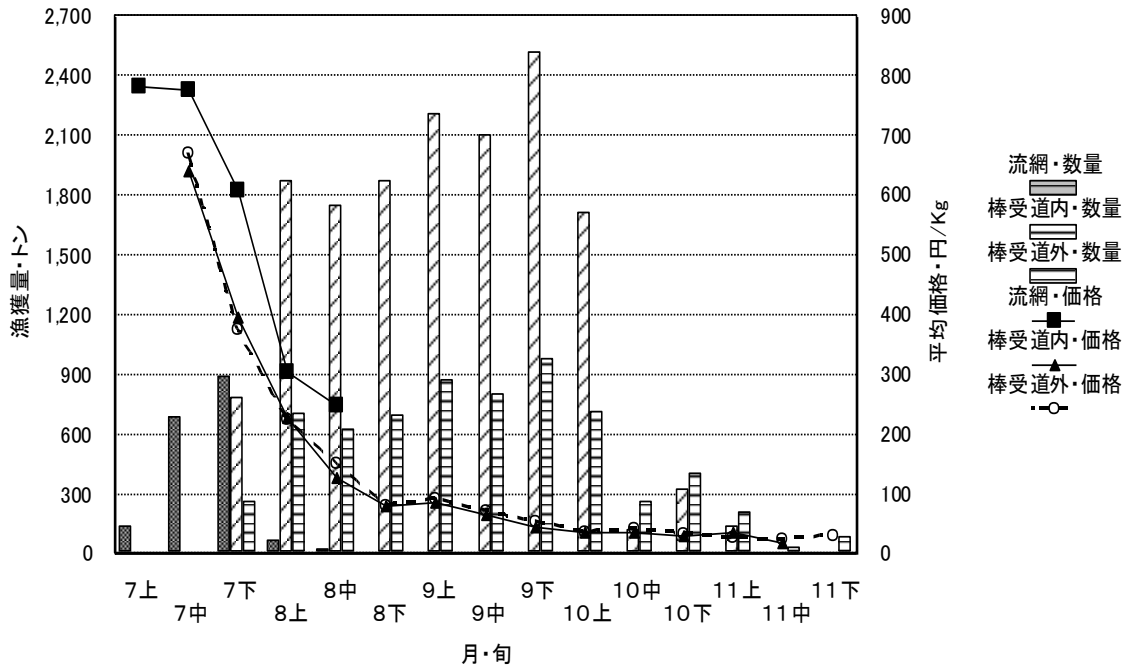
表 道東小型さんま漁業協議会の漁協地区別会員数(2009年度)

	(漁協名)	実 数			構成比(%)		
		流網	棒受網 (0-5t)	棒受網 (5-10t)	流網	棒受網 (0-5t)	棒受網 (5-10t)
北海道	落石	60	1	2	12.0	16.7	2.9
	歯舞	37		3	7.4		4.4
	根室	33		1	6.6		1.5
	湾中	18		2	3.6		2.9
	野付	3			0.6		
	白糖	21			4.2		
	釧路市	30		4	6.0		5.9
	東部	13		1	2.6		1.5
	昆布森	19		1	3.8		1.5
	厚岸	59	4	9	11.8	66.7	13.2
	散布	23		7	4.6		10.3
	浜中	32		12	6.4		17.6
	無所属	6			1.2		
	広尾	33		6	6.6		8.8
	大樹	9		1	1.8		1.5
	大津	29			5.8		
	ひだか	14			2.8		
	日高中央	20			4.0		
	えりも	24		1	4.8		1.5
	いぶり中央	3			0.6		
苫小牧	3		1	0.6		1.5	
鷗川	2			0.4			
えさん	6			1.2			
砂原	2			0.4			
落部	2			0.4			
小 計	501	5	51	99.8	83.3	75.0	
岩手県	大沢			2		2.9	
	山田湾			4		5.9	
	広田湾			2		2.9	
	大船渡市			2		2.9	
	小 計			10		14.7	
宮城県	泊浜			1		1.5	
	気仙沼地区			1		1.5	
	歌津町			1		1.5	
	大谷本吉	1			0.2		
	小 計	1		3	0.2		4.4
その他	那珂湊		1			16.7	
	天津小湊町			1		1.5	
	新勝浦市			2		2.9	
	熊野			1		1.5	
	小 計		1	4		16.7	5.9
合 計	502	6	68	100.0	100.0	100.0	

資料：道東小型さんま漁業協議会資料

小型さんま漁業業種別・旬別漁獲量・平均価格(2009年)

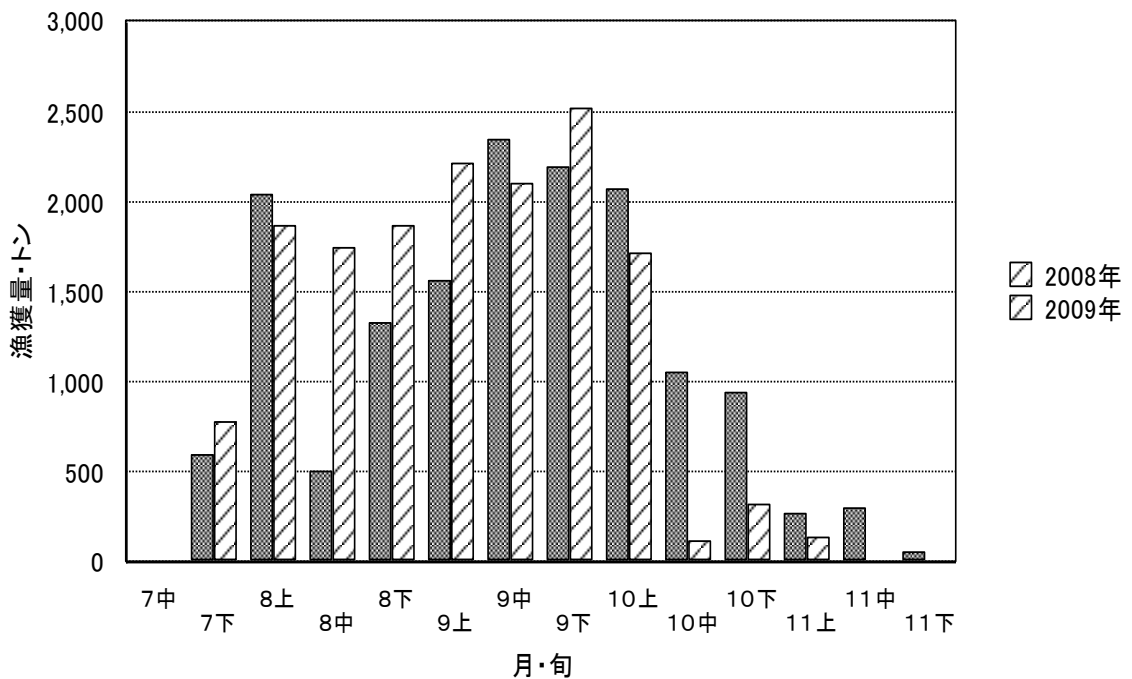
—さんま流網, 棒受網・道内, 棒受網・道外—



資料:道東小型さんま漁業協議会資料

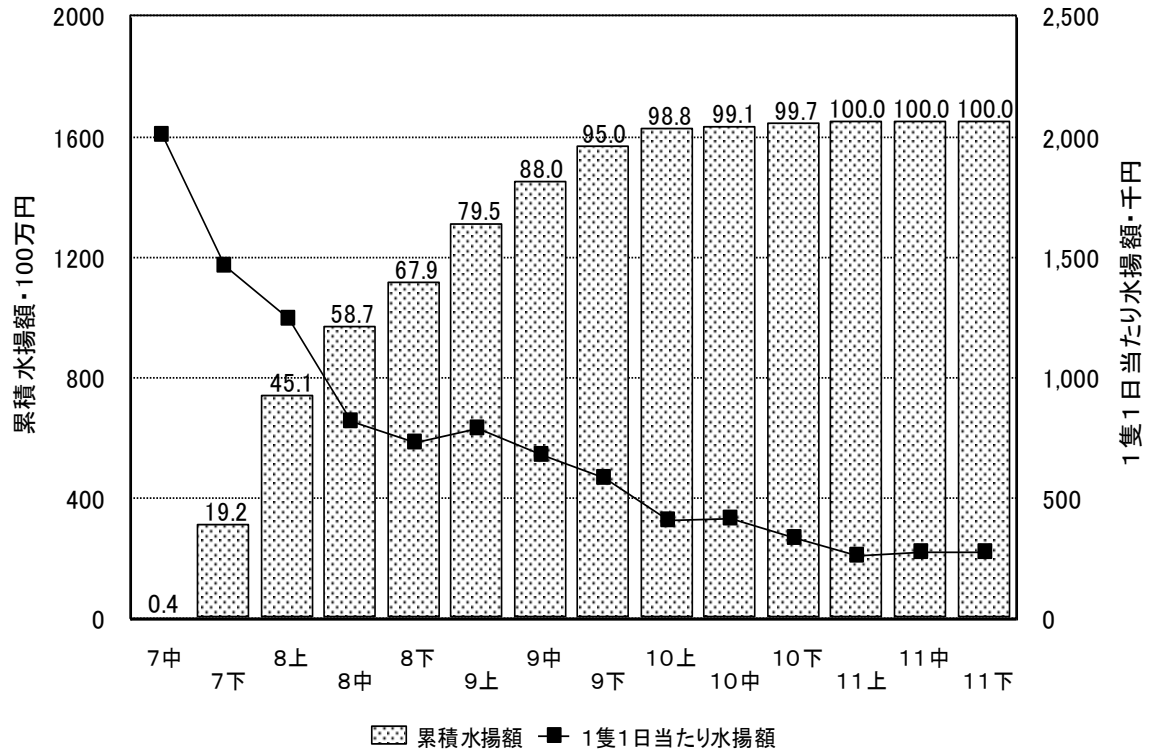
小型さんま漁業・棒受網道内船の旬別漁獲量

—2008年と2009年の対比—



資料:道東小型さんま漁業協議会資料

小型さんま漁業・棒受網(道内船)の旬別累積水揚額と旬別1隻1日当たり水揚額(2009年)



資料:道東小型さんま漁業協議会資料

*道東小型さんま漁業協議会には現在10ト未満のサマ船全船が加入している。

(3) 気仙沼魚市場、大船渡魚市場の取り組みについて

沖縄地域ネットワーク社 代表 上原政幸

調査地域：地方卸売市場気仙沼市魚市場卸売業者気仙沼漁業協同組合（宮城県気仙沼市）、
地方卸売市場大船渡魚市場大船渡魚市場株式会社（岩手県大船渡市）

1. 概要

(1) 気仙沼市魚市場

気仙沼魚市場は昭和10年に開設され、産業組合気仙沼水産倉庫が業務者に指定された。昭和25年、水産倉庫の解散により気仙沼漁協へ業務移管した。平成20年の魚市場水揚げ状況は年間入港隻数4万1925隻、水揚数量12万8039トン、金額280億4752万円で、前年と比較し数量、金額とも増加している。数量、金額とも全国7位。カツオ一般釣り、マグロ延縄、巻き網、サンマ棒受網の水揚げが多く、魚種別水揚げ金額ではカツオ、カジキ類、マグロ類、サメ類、サンマが主なものである（「気仙沼の水産」平成21年版、気仙沼市発行）。

平成20年の魚種別水揚げ状況をみると、サンマ水揚げ高は3万9982トン、21億4636万円。平均単価は1kg当たり54円。構成比は数量で31%を占め気仙沼魚市場で最も多い。金額は8%のシェアである。

魚問屋23社、買受人148社。サンマをメインに扱う業者は20社ほどだという。

(2) 大船渡魚市場

大船渡魚市場は昭和26年に設立した。地域経済のけん引役として大いに期待され、商店街のほとんどすべての店舗が出資し、市民共有財産としてスタートした。魚市場の水揚げが盛んになると外来船が多数入港し商店街も活性化するという構想だった。株主600人中8割が陸（オカ）の人という。開設者は大船渡市。大船渡魚市場は第3セクター。施設使用料は売上の0.35%。

平成20年度の水揚げ数量は6万7853トン、金額は79億6996万円。数量、金額とも前年を上回った。水揚げ数量は全国15位。主要漁業種はサンマ棒受け網、定置網、イサダ引き縄、イカ釣り（スルメ）、サバ巻き網、マグロ巻き網。サンマの水揚げ高は3万435トン、17億2889万円。平均単価は1kg当たり57円。魚種別水揚げ高比率ではサンマは数量で45%、金額で22%。数量で最も多く、金額ではサケ・マス（29%）の次に多い。

買受人は97社、うち小売業者56社、冷蔵業者16社、加工業者9社、鮮魚出荷業者16社となっている。サンマ主力扱い業者は7社。

2. 現状と課題

(1) 気仙沼市魚市場

サンマ扱い業者は約20社で、生鮮扱いはそのうち10社。最大のネックは、ブランドイメージ戦略で三陸産のサンマは北海道産に大きな差をつけられたことだという。北海道

のサンマシーズン到来時期は現在、7月末となっている。ピークは8月である。サンマは秋の魚ではなく真夏の魚となった。量販店の季節先取りの売り出し、物流ネットワークの進展ともあいまって北海道産がサンマ市場を占拠した感がある。

- ・ 9月解禁

同市場関係者によれば、現在、サンマ消費のピークは7、8月で、その他の月はグッと落ち込み低迷状態となっているという。サバが一年を通し安定期に消費されるのとは対照的な消費動向を示すという。結局、サンマ市場が大きくなる理由は7、8月のサンマ漁にある、と指摘する。

9月解禁にし、東北の水揚げがピークとなる10、11月まで消費者が食べてもらえば市場は拡大すると主張する。

- ・ 週3回水揚げ

週2.5回水揚げを3回に増やすことが望ましいという。水揚げ回数が少なく規制されるとサンマ船は満船にするために操業時間・日数が長くなる。その分鮮度が落ち質の悪いサンマが流通することになると市場関係者は話す。週3回水揚げにし、鮮度の良いサンマを水揚げしたほうが業界にとって得策だという。35万トン枠達成は週2回では無理だとみる。

週3回水揚げにすると魚価が下落するという声もあるが、むしろ水揚げ量が平準化され買受人、加工業者の購買力が向上すると同市場では推測している。平準化され、安定的に水揚げされるようになれば業者としては工場稼動がスムーズにいき、生産意欲も増すと読む。

- ・ 300億円産業へ

サンマ生産者の指標を将来的に生産者段階で300億円、当面240億円を目指すべきだと同市場の関係者は話す。240億円産業となれば経営が比較的安定し、300億円を達成するようになると大型船の代船建造も実現しようという。サンマ業界全体の指針が必要だという。

- ・ 市場経営の視点から

気仙沼市漁協の佐藤亮輔組合長は産地市場の経営の困難な点として、①水揚量が増大しなくなったこと②魚価が低迷していること③手数料が上げられないこと一を指摘、産地市場市場の経営が安定しないことには漁業の安定もなく、水産業の発展もおぼつかない、産地市場の抜本的な対策が必要だと指摘している。大手量販店IとS漁連との「直接取引き」については中間の役割を精査し、正しく評価することが重要という。

(2) 大船渡魚市場

- ・ バランス

市場の運営・経営はバランスが重要だという。高次加工用に力点を置くと、大量に原魚が水揚げされた時の処理能力が落ちる。結果として市場全体の水揚げ量が伸びなくなると

いう。そうなると船が逃げる。鮮魚流通、冷凍加工、高次加工用といった用途のバランスをとった目配りが市場運営・経営には必要だと話す。

- ・ 販売促進

昨年11月、大船渡さんまつり実行委員会（気仙沼市観光協会、市物産協議会、市商工会議所、水産物商業協同組合）が東京タワーで大船渡のサンマの販売促進を実施した。魚市場は直接的にはかかわっていないが、買受人である水産物商業協同組合や実行委員会をバックアップした。

サンマの宅配も水産物商業協同組合が実施している。北海道から沖縄まで年間3万パックを販売している。

- ・ 大船渡産サンマの魅力

表面の脂ではなく、脂がしっかりと身まで染み込んだサンマ、というのが大船渡産のサンマの魅力だという。

- ・ 買受人誘致

魚価の安定、取扱量拡大に向けて昨年、気仙沼市魚市場の大手買受人A社の申請を受け入れた。気仙沼市魚市場でもトップの同買受人の参入で、市場活性化に拍車がかかるものと期待されている。A社は大船渡市内に用地を取得し冷蔵庫、加工場を建設している。

- ・ 市場経営の視点から

昭和49年に債務超過に陥り、銀行管理となった歴史がある。その時の経験を教訓にし、着実な市場経営をしていかなければならぬと菅野祐三社長は話す。昨年、社長就任したばかりの菅野社長は、①利益が出た際の内部留保に対する税制措置②取締役の構成、意識の問題—を強調する。あらゆる産業のなかでも漁業は生産量、価格の変動が大きく、危機に備え内部留保をしなければ経営は継続できないという。引当金などに対する税制の制度的フォローが必要と主張する。

取締役についても、生産者、買受人と自己の所属する組織、団体の利益を最優先する傾向がみられ、これは多くの場合魚市場の経営と利益が反するという。これらを踏まえて、経営しなければ魚市場経営はうまくいかないのだと述べた。

(4) 三陸地域における水産加工業者のサンマの取り扱い実態

鹿児島大学 准教授 鳥居 享 司

1. はじめに

本稿では、三陸地域における水産加工業者のサンマ取り扱いの実態を見る。事例として、当地区の水産加工業をリードするA社とB社をとりあげる。

2. A社

1) 概要

A社は宮城県気仙沼市に本社を構え、水産加工業を中心に、ホテルや結婚式場などを経営する企業である。年商は約140億円（水産部門・観光部門）であり、水産部門の売り上げが約60%を占める。従業員数は約650名であり、外国人研修生・実習生も数多く受け入れている。中国との商取引に力を注いでいることもあり、100名ほどの中国人を抱えている（研修生、実習生、正社員含めて）。

A社は、気仙沼市、南三陸町（志津川）、石巻市に水産加工場を構えている。さらに2010年夏、大船渡市に新たな水産加工場（HACCP対応）が完成する見込みである。

取り扱いの中心は、サンマ、カツオ、アキサケ、ギンザケ、マグロ、カジキであるが、とくにサンマは水産部門の売り上げの30%前後を占める重要アイテムである。A社は、気仙沼、志津川、石巻、大船渡に荷揚げされる魚介類を購入しているが、気仙沼ではサンマ、カツオ、志津川ではサンマ、サケ、石巻ではサンマ、旋網もの、大船渡ではサンマ、定置もの（アキサケ、イカ、サバなど）の購入が多い。

2) サンマの取り扱い概要

A社のサンマ年間取扱量は、2008年1.5万トン、2009年1万トン弱である。以前は北海道で水揚げされたサンマも取り扱っていたが、産地表示の関係から近年ではいわゆる三陸産のみを取り扱っている。

サンマの入札は、漁獲した漁船が目安のひとつになる。サンマの品質は、船頭の技術や意識、漁船の設備などによってかなり異なり、「ブランド化された漁船」も存在する。小型船は、漁場に近いため氷の搭載量が少なかったり、漁場が近いため漁獲物を十分に冷やす時間がなかったりするケースもあり品質にばらつきがあるが、大型船は品質が安定しているという印象を持っている。

2009年の仕向け割合は、食用30%（生鮮・冷凍）、加工30%、輸出40%である。国内出荷の場合、関東地方が中心である。なお、A社では国内消費については20万トン（生鮮サンマ8万トン、解凍サンマ3万トンから4万トン、残りは加工）と見ているが、国内で20万トン販売するのは厳しくなりつつあると判断している。加工品は伸びているが、生鮮消費は減少していると感じている。

3) 用途別概要

9月上旬から中旬のサンマは餌食いしているため生鮮出荷、中旬以降は餌の消化がすすむ

ため冷凍・鮮魚で出荷する。ただし、この時期には既に北海道産で生鮮市場が飽和しているため、冷凍出荷が中心である。注文分のみ生鮮出荷する。10月から、自社の加工向けサンマの確保をすすめる。10月中旬から10月下旬にかけて大型船・小型船とも気仙沼港で水揚げするため、繁忙期となる。自社の処理能力は限られているため、他社へ依頼して処理することもある。

出荷するサンマの価格は、シーズン通し値が基本である。北海道の漁模様で価格が決まり、交渉の余地はない。ただし、時化や魚体組成が変化すれば、価格交渉することもある。

(1) 生鮮出荷

生鮮サンマについては、イトーヨーカ堂、マルエツなどの量販店向けが多くを占める。イトーヨーカ堂は商社経由、他の量販店等へは市場経由である。量販店が欲しがるスペックは「50尾から55尾/8kg」であるため、それ以外は市場等へ出荷している。

(2) 冷凍出荷

冷凍サンマについても量販店への出荷が中心を占める。解凍サンマの販売期間は8ヵ月ほどであり、生鮮に比べてはるかに長い。2009年は大型サンマが少なく、冷凍サンマの価格が200円/kgから300円/kgになってもおかしくないと考えていた（例年：80円/kgから100円/kg）。しかし、量販店における販売価格はほぼ一定であり、出荷価格は150円/kg程度に抑えられた。

(3) 加工出荷

3カ所の加工場において、サンマ加工品としてみりん干し、刺身用、甘酢炙りサンマ、甘露煮、竜田揚げ、味噌煮など20アイテムほど製造している。こうしたものは、業務用、生協向け（個人パック）、産業・学校給食などに向けられる。

(4) 餌料

仕入れたサンマのうち、食用や加工に向けることができないものは餌料に向ける。なお、近年設定されたいわゆる「ミール枠」については否定的な考えを持っている。その理由は、ミール向けの枠と価格の設定が流通を混乱させるためである。ミール枠を「6万トン、価格を21円/kg」としたので、それを基準に加工原料の価格を提示する川下も存在して迷惑している。

(5) 輸出

A社では、ロシア、タイなどへサンマを輸出している。それらは主に缶詰原料に向けられる。タイは小型サンマ、ロシアは23cm以上のサンマを好む傾向にあるが、海外市場からのスペック要求は日本市場のそれと比べて寛容である。日本市場向けのサンマは、1尾ずつ人手で選別機に投げ入れて計量する必要があるが、海外市場向けはローラー選別機を用いることができる。ロシア向けは冷凍パンから外したものを紙袋に入れて封印ラベルを添付、タイ向けは冷凍パンから外した状態で輸出する。

2009年は、ロシア向けの輸出が急拡、通常は80g以上のものを輸出していたが、2009年

は 50～60g の小型サンマも大量に輸出した。マスが豊漁でサンマ漁に手が回らず、不足分を日本に求めたことが背景にあると見られる。通常、80g 以下のサンマはブリ類養殖の餌料に向けられ、その浜値は 10 円/kg から 20 円/kg ほどである。2009 年はロシア向けの輸出が拡大したことから 40 円/kg から 50 円/kg で取り引きされた。

4) 今後の意向

かつて、北海道は塩サンマ、三陸は生鮮、銚子は加工といった特徴があった。しかし現在では、北海道も生鮮出荷に力を入れており、産地ごとの特徴が薄らいでいる。そのため、A 社では多様な商品（加工品、冷凍、刺身）を開発して差別化を図ってきたが、北海道の業者も同様の取り組みを開始した。こうしたことから、A 社では、加工品の加工度を高める、海外市場への積極対応による差別化を検討している。

まず、加工品については最終消費される形態に近い製品を開発するとともに、「気仙沼」を前面に出した販売方法を検討している。商品開発をホテル部門と一体となって取り組んでいる。ホテルの調理担当者などが加工品をつくりあげ、宿泊客へ提供して評判が良ければ商品化するといった取り組みも行っており、土産品として購入する宿泊客も見られる。また、インターネットでの販売も行っている。2010 年 2 月現在、炙りサンマ、蒲焼き、味噌煮、甘露煮、干物、黒糖みりん干し、なめろうなどがラインナップされている。

つぎに、海外市場については、中国、ロシア、韓国などでの加工品製造および製品販売をすすめている。香港に A 社有限公司を立ち上げ、中国にその子会社を設立、魚介類製品の輸出入と中国内での販売を実施している。①中国へ原料魚を輸出、委託加工したものを日本へ再輸出、日本国内で販売する、②日本産原料魚を中国現地企業へ販売する、③委託加工した製品を中国内での販売する、④中国内で量販店を展開する日本企業へ魚介類を納入する、といった業務を行っている。

3. B 社

1) 概要

B 社は岩手県大船渡市に本社を構え、従業員数は 100 名を超える。漁船漁業（サンマ）、貝類養殖（ホタテ、カキ）、水産加工業を行っている。取り扱いの中心は、サンマ、サケ、カツオ、定置ものであり、サンマの取扱量が最も多い（約 1 万トン）。

2) サンマの取り扱い概要

2009 年のサンマ取扱量は約 1 万トンであり、大半を大船渡で仕入れる。今年は大型と小型が多く、中型サンマの漁獲量が少なかった。

8 月下旬頃になるとサンマが三陸に下り、大船渡へも水揚げがはじまる。9 月末になると小型船も入港するようになる。漁期がすすむと大型サンマが減少し、100g 以下の小型サンマばかりになってしまった。

水揚げされるサンマの品質は、小型船よりも大型船が安定している傾向にある。大型船の装備は全体的に良好、小型船の装備は船による差が大きいことに加え、小型船は氷の打ち方や使用量も船による差が大きい。もちろん、大型船のなかでも機械装備と船頭・船員の意識に差があり、品質にも差が見られる。なお、B 社では大型船を用いてサンマを漁獲、大船渡

漁港へ水揚げしているが、自社のサンマを全量買い付けているわけではない。

3) 用途別概要

2009年のサンマ取扱量は約1万トンであるが、生鮮出荷は2,000トンほどである。関東方面へのお荷が中心である。凍結したサンマは約8,000トンである。凍結したものを冷凍出荷、加工出荷、輸出に向けている。例年、冷凍出荷（解凍サンマ）を行うが、2009年はサイズが小さかったため、ほとんど冷凍出荷を行わず、開きや切り身など加工して出荷する割合が高かった。

その一方で、輸出量が大幅に伸びた。2008年は約1,000トンであったが、2009年は約3,000トンであった。中国、韓国、ロシア、タイ、フィリピンなどへ商社を経由して輸出しているが、2009年はロシア向けが一気に増加した。ロシアでは自国でサンマを漁獲しており、不足するときだけ日本から買い入れていることから、安定した輸出先としてロシアを位置づけるのは難しい。

仕入れたサンマのうち、食用や加工に向けることができないものは餌料に向けており、小型魚のお荷先のひとつとなっている。しかし、「ミール枠」の設定については否定的な考えを持っている。ミール向けに漁獲したサンマはミール以外に選択肢がない。さらに、ミール向けサンマの価格が21円/kgと公表されたことから、それを基準に加工原料の価格を提示する川下も存在して迷惑している。

4) 今後の意向

B社では、食の簡便化に対応した商品開発が課題であるとしている。サンマ（生鮮・加工品ともに）の売れ行きはやや減少傾向にあると感じている。以前は、量販店においてもイカとサンマは丸魚で販売可能であったが、売れ行きが鈍り売り場面積が減少傾向にある。内臓を処理したものを売り込むことも検討したが、鮮度感が失われてしまうため実施していない。最終消費される形態に近く、食の簡便化志向に対応した製品を開発する必要性を感じている。

4. おわりに

以上、水産加工業者のサンマ取り扱い実態を見てきたが、いくつかの共通点が見られた。

第1は、生鮮市場の頭打ちと高度加工食品の開発の必要性である。北海道との産地間競争、さらには家庭内での調理スタイルの変化などから、丸一尾といった従来までの販売方法では限界があると認識している。最終消費形態に近い高度加工食品の開発が重要であるとしている。

第2は、海外市場の開拓の重要性である。両社ともに中国、韓国、ロシアなどへ少なからず輸出しており、とくに2009年はロシア向けの輸出が一気に拡大した。ただし、ロシア向け輸出拡大の背景には、ロシア国内のサンマ供給事情があり、安定的な輸出先として位置づけるにはやや不安が残るというのが共通の見方であった。ただし、国内市場は人口減による縮小が懸念され、海外市場の開拓を重要視していくというスタイルに変わりはない。

第3は、いわゆる「ミール枠」の問題である。ミール向けサンマの価格が21円/kgと公表されたことから、それを基準に加工原料の価格を提示する川下も現れて困惑しているとのことであった。ミール枠については他の調査でも問題視されており、検討の余地があろう。

(5) 道東サンマのミール仕向けに関する加工業者の基本的姿勢

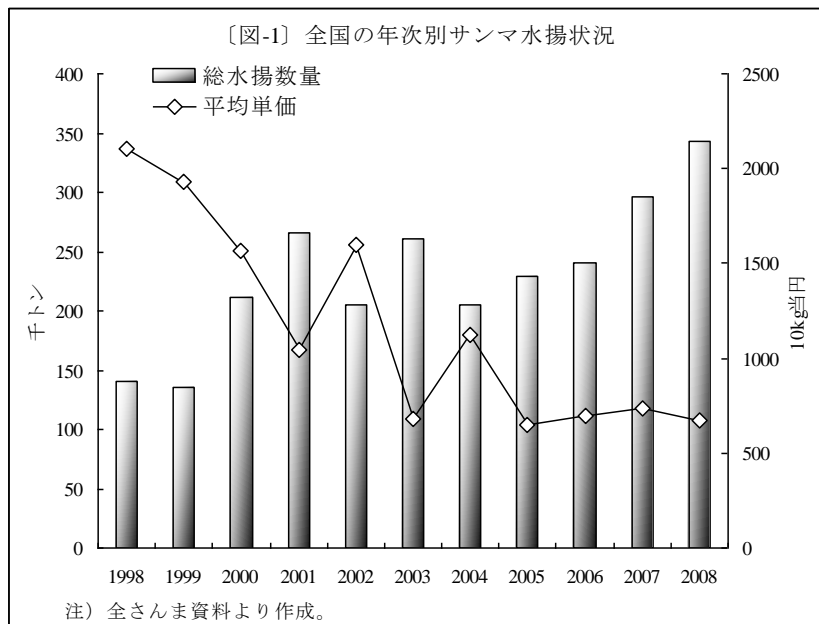
函館短期大学 専任講師 佐々木 貴 文

サンマはこの間、TAC 制度にもとづく漁獲枠が 35 万トン（大臣管理）に拡大されている。他の魚種に比して、資源量に余裕があることや、自給率を向上させると同時に餌料用のミールを安定供給・生産したい政策側や業界の意向が背景にあったとされる。

今回の調査は、この漁獲枠の拡大によってもたらされるであろう、生産構造や流通構造に対する変化を把握し、今後の成行きを見極めることを目的にヒアリングを実施した。以下では、道東の釧路市および厚岸町の加工業者（漁協加工場を含む）にとりたてて焦点をあて、ヒアリング結果をまとめる。具体的には、まず道東釧路支庁における漁業生産動向とそのなかにおけるサンマの位置づけを確認する。そのうえで、釧路市漁協（漁協加工場を含む）、I 水産（厚岸町）、S 商店（釧路市）の現状認識を概観し、漁獲枠の拡大が加工業者に何を期待させ、本年度その結果がどうであったのかを簡単に記す。

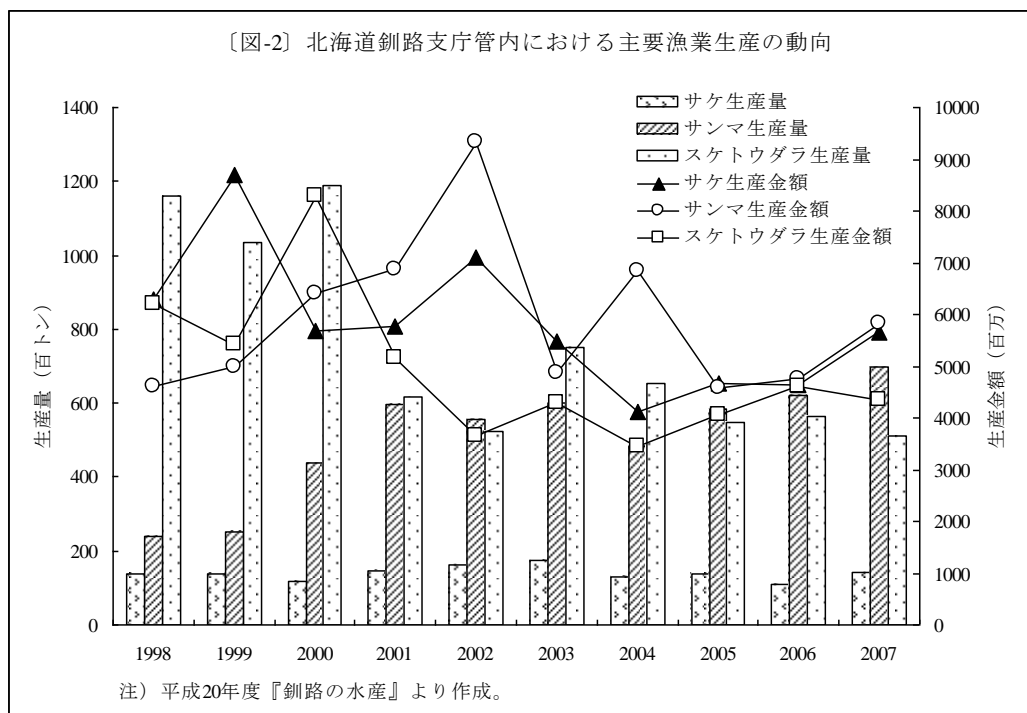
1. 釧路支庁管内におけるサンマの生産動向

サンマは、90 年代以降の消費低迷のなかにあっても、生産額を減らすことがなかったばかりか、90 年代末にかけては生産額を伸ばした優良魚種であった。ただ近年は、〔図-1〕にあるように、生産量については順調に推移しているものの、平均単価は下落傾向にある。これにともなって、この数年は、生産額も低下傾向にある。単価の下落については、大型サンマの供給過剰や、生食仕向けの増大にともなう需給バランスの問題などが指摘されている。



道東釧路支庁管内における主要魚種との比較でみると、サンマの生産量は、スケトウダラ生産の減少を補う形で伸張していることがわかる〔図-2〕。サケの生産量に大きな変化がないなか、道東においてサンマの地位は高まってきたことがわかる。しかし同時に、生産額は不安定であることもわかる。2002年に100億円にせまったサンマの生産額が、その後不安定に推移し、2005年、2006年と50億円を下回る結果となった。kg当り100円を下回る単価と、それに引きずられ生産額が低下することに注目するならば、2002年が一つの境になったといえる。2002年に直近の戻り高値167円をつけたkg単価は、2004年に100円台（141円）をつけた後は、70円台後半から80円台前半にとどまっている〔表-1〕。

単価の面では苦しいものの、サンマが道東釧路支庁管内の水産業に占める位置は依然として大きい〔表-2〕。2007年現在では、サンマの生産金額が最も大きくなっている。全体の2割をサンマが占めている。僅差でサケが続くが、生産量では圧倒的なシェア（42.4%）を占めている。水産加工業や流通分野に及ぼす経済の波及効果は無視できない。



〔表-1〕 北海道釧路支庁管内におけるサンマ生産の年次動向

	生産量 (トン)	生産額 (千円)	単価 (kg/円)
1998	24016	4601215	191.6
1999	25219	4978429	197.4
2000	43724	6393124	146.2
2001	59744	6880471	115.2
2002	55594	9318745	167.6
2003	59984	4883602	81.4
2004	48403	6831079	141.1
2005	58527	4591215	78.4
2006	61895	4749413	76.7
2007	69626	5818875	83.6

注) 平成20年度『釧路の水産』より作成。

〔表-2〕北海道釧路支庁管内における漁業生産（2007年金額上位5種）

魚種	数量（トン）		金額（千円）		単価
		割合（%）		割合（%）	
サンマ	69626	42.4	5818875	19.8	83.6
サケ	14161	8.6	5664846	19.2	400.0
コンブ	4604	2.8	4389426	14.9	953.4
スケトウダラ	51088	31.1	4350496	14.8	85.2
タラ	3818	2.3	1201349	4.1	314.7
上位5種合計	143297	87.3	21424992	72.7	149.5
管内合計	164146	100.0	29457239	100.0	179.5

注）平成20年度『釧路の水産』より作成。

2. 釧路市漁業協同組合・加工場

今年度、北海道内では、TAC 枠 35 万トンの半分、17.5 万トンの水揚げを期待していたという。内訳は、各種食用分が 14 万トン、ミールが 3.5 万トンを予定していた。しかし、現段階（2009 年 12 月初旬）では、道内で 11 万トンを超える水準にようやく達したに過ぎない。とりわけ、ミール向けは 250 トンというわずかなものとなった（全国合計でも 950 トン）。

全体の水揚げが振るわなかったのは、ひとえに 10 月の台風 18 号による、漁場の南下傾向の強まりがあると考えられている。ただし、ミールについては別の要因も伏在しているという。買い取り単価の設定が 21 円に抑えられており、生産者の意欲を掻き立てるにはいたらなかった点や、漁場が分散したことによる、まとまった漁獲機会の減少などが指摘された。

今に始まったことではないけれども、漁協は魚価低迷への対応に追われている。サンマも例外ではない。新しい需要の創出や輸出による価格向上を目指そうとしているが、喫緊の課題への対応策としては、どれも良策となり得ていない。サンマを原料としたミール生産は、かかる現状において漁獲枠の拡大を有効に活用する策と期待されていた。取扱量の拡大は、例えば水産加工業を振作することにもなり、経済効果の波及も期待される場所となっている。

本年度の釧路市漁協におけるサンマ生産動向について、もう少し詳しく見るならば、7 月 10 日にスタートした道東流し網漁では、はしりの浜値で 800～900 円と、例年（2000 円前後）に比して安く、加工場としてはプラス面が強くてた。サイズは、170～180 グラムが 7～8 割と、大型魚の割合が高かった。流し網漁につづき、7 月 18 日には、棒受け網漁がスタートした。組成は、170 グラム以上の大型のものと、120 グラム以下の缶詰用とに二分された。この結果、当初予定していたミール向けの原料が確保できなかった。そもそも、この時期のものはいくらでもみられ、加工原料として利用しやすいといえない。そのため加工場としては、ミール向けの原魚確保を、えぐいがおさまる 10 月以降に期待していたが、そこに台風による以後の不漁となり、現在（調査時）にいたっている。

3. I 水産

道東厚岸町の I 水産は、明治末期から当地で水産物加工を手がける。現在の資本金は 1500 万円、パートを含む従業員は 80 名ほどとなっている。取扱品目は、サンマ、ホタテ、シシ

ヤモ、スケトウダラ、カキ、ホタテ等の商材を取扱い、全国に出荷している。とりわけ、サンマは主力商材になっている。大手回転スシチェーン根室花まるに対して、刺身用サンマ（フィレ加工）を出荷していることはよく知られている（2009年9月1日付『北海道新聞』）。高次加工として、骨やハラワタを取り除き味付けした「ピリ辛サンマ」なども手がけていた。もちろん、生サンマ、冷凍サンマ、解凍サンマ、一塩サンマなどの出荷もおこなっている。ミールも扱うものの、その取扱量は600トンと、生サンマ2900トン、缶詰原料1000トンなどと比して少ない。また今年も、台風の影響で在庫が十分でなく、ミールに仕向ける原料がないという。

ミールについては、水揚げ動向、海外需要（為替動向を含む）、三陸産サンマや根室の業者との関係など、いくつもの要素により、生産量の調整を図っている。例えば、秋サケを主力商材としている根室の加工業者は、工場稼働率の点から、採算ラインを割って（安価にして）でもサンマの出荷をすることがある。こうした時は、相場が不安定となりミール生産にも影響を及ぼすことになる。海外需要との関係も無視できない。ロシア需要も、一時期より回復傾向にあり、缶詰原料の輸出が伸びていけば、優先的にそちらに仕向けることとなる。代金回収等のリスクがあっても、単価はミール向けより期待できる。

なお、サンマの輸出は、〔表-3〕からもわかるように、2000年以降、数量、金額とも増加傾向にあった。単価も概ね75～90円ほどとなっている。いわゆるリーマンショックで、ここ2年ほどは低迷しているが、上述したように新興国経済の回復とともに今後、輸出の本格的な再開が期待できるという。近年の輸出先の上位は韓国、中国、タイ、ロシアとなっている。2007年では、韓国、中国がそれぞれ27%、タイが16%、ロシアが9%となっている。

〔表-3〕 冷凍サンマの輸出動向

	数量（トン）	金額（百万円）	単価（円/kg）
1990	31867	3837	85
1995	18010	1616	90
2000	6374	1063	167
2005	14325	1075	75
2006	26204	1996	76
2007	32935	2960	90

注）各年度の財務省貿易統計より作成。

結局、I水産では、35万トンに漁獲枠が拡大されたからといって、簡単にミール生産が拡大するとは考えられず、水揚げや仕向けに関して調整する機関が必要との認識であった。そのうえで、単価の問題があり、例えば20円/kgでは、小型船はメリットがなく、操業しないだろうと予想する。また、加工業者のスタンスとしては、単価からいって、リスクがあっても「貴重な資源」をミールではなく、缶詰原料等として輸出したいとの思惑もあることから、国際相場を睨んだ状況把握が必要とした。

4. S商店

1983年創業のS商店は、資本金4000万円で、現在の年商は150億円ほどにのぼる。2004

年に HACCP 対応の新鋭工場を建設し、現在ではこれを含め 3 つの工場（ミール工場 1 を含む）と 1 つの事業所を有している。関連会社には、株式会社 M 物流があり、出荷業務にあたらせている。

S 商店では、業務用からギフト用まで多様な商材を、多様な販路で出荷している。サンマはそのなかでも重要な位置にあり、道東産サンマを年間約 1 万トン仕入れ、各用途に仕向けている。1 万トンの大まかな内訳は、生サンマ用として 3000 トン、一塩・冷凍サンマ用 4000 トン、缶詰用 1000 トン、ミール用 2000 トンとなっている。

サンマの高次加工はほとんど手がけない。鮮度が良いうちに出荷し、在庫リスクを低減させている。加工賃の値下げ競争に巻き込まれるリスクも考慮し、原料出荷に力点をおいている。しかしながら、ミールをはじめ、生サンマや一塩サンマの利幅は薄い。加えて、5 年前から始まったサンマの韓国やロシア、ベトナムなどへの輸出でも、為替リスクがあり、安定感がないという。サンマについては、海外市場の動向が国内相場に与える影響もあり、日頃から注意を払っているとのことであった。

S 商店は、近年のサンマの生産・流通を次のように説明する。かつて、漁船に選別機が搭載され、大型サンマが大量に水揚げされていた時代、急速にサンマを取り扱う加工業者が増加した。他の魚種の資源量にゆとりがなくなるなか、例えばカニなどを中心に扱っていた業者も参入したという。しかし同時に、過剰供給と過当競争によって倒産する業者も増え、銀行の加工業者への融資がしぶりはじめた。結果、加工業者はリスクを低減し、資本に流動性を持たせるため、たとえ安値であろうとサンマを売り急いだという。今は、選別機がはずされ、組成も様々となっているため、必ずしもかかる状況が当てはまるとはいえないが、加工業者がリスクに敏感となる背景にはなっているという。

ミールの取扱については、こうして現在にいたる加工業者の状況や、サンマ流通の不安定な動向を踏まえる必要があるという。そして、価格形成、価格決定のメカニズムから不安定要素を排除し、サンマの利用体制、水揚げ体制を見直すことは急務とする。加工業者、生産者、消費者の誰かが「一人勝ち」するような構造では、最後には共倒れになることを懸念する。漁獲枠を拡大し、35 万トンのサンマを処理しようとするれば、それはなおさらのこととした。

(6) 厚岸漁協、釧路市漁協の系統販売機能事例について

鹿児島大学 教授 佐野 雅 昭

1. 北海道道東地区におけるサンマの価値実現と系統販売の役割

北海道道東地区はサンマ水揚げの拠点である。特に漁期前半の8月～9月前半においては漁獲物のほぼ全量がこの地域に水揚げされ、大型魚の生鮮出荷を主体とした価格形成が行われる。この時期の生鮮サンマは「走り」あるいは「旬」のものとして末端で扱われ、年間で最も高い価格が形成される。この時期、この地区における価格形成がシーズンを通じたサンマの価格水準に大きな影響を及ぼすことは明らかであり、そこにおける産地仲買人及び系統販売の果たす役割は大きい。そこで本報告では、道東産地の中でも有力な、厚岸漁協及び釧路市漁協の2地区を調査対象として取りあげ、そこにおける系統販売の内容と役割を明らかにする。またそこにおける課題を明らかにし、サンマ漁業全体の価値実現のあり方に対する問題提起を行いたい。

調査は2009年漁期が終了した後の2009年12月に行った。2009年は道東サンマ漁業においては異常年であった。8月の漁期当初に大型魚が大量に漁獲された後、魚体が急激に小型化、さらに漁期中盤の10月中旬には魚群が一気に南下し、道東沖合における魚群形成が見られなくなって早々と終漁した。こうしたサイズ組成の変化と漁場の移動が異常であったために、道東サンマ漁業が大きく揺さぶられた1年であったろう。本報告はこうした特殊な状況を反映しており、通常年には問題にならなかったであろうことが顕在化している。その点を踏まえた上で以下の内容を理解頂きたい。

2. 厚岸漁協におけるサンマ販売への取り組み

(1) 取組の内容と実績

2009年度においては、厚岸漁協は6,240トン进行扱、生鮮品、塩蔵品、冷凍品（自営加工場で使用する加工原料・缶詰原料が主であり、輸出や餌料用も含む）、ミール原料として処理した。一般の産地仲買人も当漁協産地卸売市場で競い合って調達しているが、漁協自らも売参人として積極的に入札に参加し、漁業者にとって有利な価格形成を図っている。

このうち生鮮品は約2,500トン（約42%）であり、これらは発泡スチロール箱に詰められ、各消費地市場や量販店に出荷される。サイズは125g以上が中心である。主要な出荷先は大阪市場、名古屋市場、東京築地市場であり、特に関東市場において支持されている。

塩蔵品は約320トン（約6%）程度と僅かである。名古屋から西の地域での需要が強い。

冷凍品は約2,700トン（約52%）と最大の用途配分となっている。80～120g程度のサイズが缶詰用の冷凍原料として良好であり、漁協自営加工工場における冬期間の加工原料として利用される。また、冷凍原料として他の加工工場にも販売している。他社に販売する分に関しては価格リスクの低い年内に売り切るようにしている。2009年度はこのサイズの小型魚が豊漁であり、原料価格が下落（80～120gで45円/kg程度）した。このサイズは輸出にも仕向けられる。これより小さい80g以下のものは餌料用仕向けが中心となる。

ミールとしてはごく僅かしか利用されず、全国でも約1,000トンしか処理されていないという。先に述べたように、道東地先では漁期後半に魚群形成が見られなくなり、ミールとしての

利用が始まる時期に小型魚が十分に漁獲・水揚げされなかったことがその原因である。この時期に小型魚が獲れていれば、ミール化も行われていたであろう。また、2009年度はミール市況が悪く、ミール工場の引き取り価格が21円/kg程度であった。この価格では採算が合わないために、漁業者はミール原料の漁獲に積極的になれなかったことであろう。ミール生産を安定的に行うためには、40円/kg程度の買い取り価格が必要ではないだろうか。

(2) ブランド品販売への取り組み

当漁協は系統販売の目玉として、ブランド品である「大黒さんま」の生産と販売に注力している。これは鮮度のよい日帰り船（地元船に限る）の船上で大型魚のみを選別し、紫外線滅菌海水で処理して船名入りの発泡スチロール箱に詰めたものである。各漁業者が鮮度に責任を持つ高級品である。サイズは漁獲時のアソートに対応して変化し、その漁獲ロットの中での大型のもの、という規定である。2009年度においては8月には220～230gという大型魚が「大黒さんま」の中心であったが、漁期後半の9月にはその標準サイズが180～170g程度まで小型化し、10月には「大黒さんま」と呼べるようなサイズのサンマが漁獲されなかった。

市場全体では多くて2,000箱、少ない日でも50～100箱は仕立てるように指導しているが、それは常時一定量を卸売市場に供給することで、ブランド品としての安定性を損なわないようにするためである。1隻当たりでは4kg・20尾入りを100ケース、4kg・10尾入りを20ケースまでと上限を決めているが、これはむしろ生産目標となっており全船がこれを達成しようと努力しているようである。

「大黒さんま」は産地市場に上場され、他の仲買人も漁協と競合しながらこれを調達して各得意先に卸している。当漁協の扱量は、2009年度において約50トン、約3,000万円分である。産地市場での卸売価格は平均的に600円/kgと比較的高値を維持しているが、釧路市漁協の「青刀サンマ」ほどではない。品質はそこそこだが供給量が多く、安定的に調達できうるブランド、全国の消費地で認知されるブランドを目指しており、品質規格は柔軟に考えているのがその理由であろう。

(4) 厚岸漁協におけるサンマ販売の問題点と課題

①漁獲アソートの変動に対する対応の難しさ

2009年度は8月初期に大型で脂の乗ったサンマが大量に漁獲され、末端では安くて美味しい特大サンマの安売りが加熱した。安価なノーブランド品でも十分に美味しい状況が出現したために、大型であるが高コストの「大黒さんま」の存在意義が薄れ、誰も買わない事態となった。

また、その後9月以降になるとサンマが小型化し脂も抜けた状況となり、小さくて美味しくないとサンマしか供給できなくなった。「大黒さんま」の供給もおぼつかなくなり、その結果生鮮サンマの消費は大きく縮減し価格は大きく下落した。

このように小型サンマの末端価格が値崩れする一方で、数少ない大型サンマは希少性を増し、産地市場での買い付け時点における競争は激化した。また、10月半ば以降になると前浜におけるサンマの漁獲そのものがなくなり、加工原料となる小型魚の供給すらストップした。その結果、加工原料の手当が困難な状況となり、加工業者にはなかなか利益が出ない需給構造となった。

このように、漁獲量やそのアソートの変化に、需要構造が対応できていないことが問題とし

て浮き彫りとなった。当然ながら陸にいる買い手は、生産の変動性に対して受動的な対応を取らざるを得ない。現状ではそれが硬直的となりつつあり、柔軟に受け止められない状況となりつつあるのではないだろうか。

②生産調整のタイミングと実際の漁獲状況とのミスマッチ

TACの計画的な消化を目的とした生産調整が行き過ぎており、せっかくの生鮮サンマ需要期である9月（価格が高い）の水揚げが抑えられていることも問題である。この時期の供給が拡大して浜値が少し下がったとしても、大量に漁獲・供給した方が漁業経営そして産地全体の経済にとって良いのかもしれない。9月も半ば以降であれば、冷凍加工原料に適した品質のサンマ（餌食いではないもの）が漁獲でき、生産調整せずに水揚げを拡大させても、十分に需要はあると考えられ、価格の下落も小幅に留まるのではないだろうか。

このように、TAC消化と需給状況そして利潤の最大化がリンクして制度設計されていないため、資源利用が非合理的となっていることが考えられる。

③輸出への対応状況

2009年はロシアで大不漁となり、缶詰原料が大きく不足している。そこで輸入のオファーが1~2万トンのオーダーで当漁協にも来ているという。50円/kg程度の価格を提示しており、小型サンマであれば採算的にも十分にうまいがあるオファーであるが、国際取引にはリスクもある。漁協はなかなか直接貿易には踏み切れず、少量だけマルハニチロを通して輸出している。一方、民間企業はこうしたロシア輸出に積極的に対応している。

系統販売においては国内市場が中心であり、これまではそれで正しい選択だといえよう。しかしTACが拡大された現在、系統としてもこのような輸出取引を上手く計画し、TACを最大限利用して漁業者の利益を拡大していくことが期待される。

3. 釧路市漁協におけるサンマ販売への取り組み

（1）取組の内容と実績

釧路市漁協が買い取り販売を行う生鮮サンマは、築地荷受けの帳合を経由してMなど大手量販店に相対で販売されるものが多い。これは実売の1週間前に注文を受けて値決めを行い、注文量プラスアルファ（トラックに満載となるように調整する）を発送する。特売時においては2週間前から受注と値決めを行う。また同じトラック便で築地に送られたものの中から、当該量販店への相対分を除いた残りが、帳合を担当する荷受けの競り場で委託販売される。また他の量販店チェーンに対しては他荷受けの帳合を経由して販売しており、IグループやYグループなどにも販売されている。

全国への出荷はトラック便が主である。東北・関東へは苫小牧発八戸行きのフェリーを利用して輸送することが多く、名古屋以西には同じく苫小牧発敦賀行きのフェリーを利用している。トラックの帰り便は急いで空車で戻し、サンマの出荷における回転を速めている。

関西方面では厚岸漁協の販売力が強いとため、釧路市漁協は競合の弱い関東市場での販売を中心とすることで、地理的な棲み分けを行っている。荷受けへの営業だけでは販路が広がらないので、今後は量販店との直接取引（荷受けの帳合を含めて）を拡大していきたいと考えている。そこでは高鮮度化が販路拡大の鍵となると考えており、量販店に対して、提案型の営業を強め

ていきたいと考えている。また、量販店との繋がり強い荷受けを選別して営業の対象としており、荷受けの機能を介在させながら、その顧客である量販店を掴んでいきたいと考えている。

例えば、後述する「青鱗さんま」を、東北地方の荷受けと組んで 1,000 円/kg で東北のローカルチェーンに販売しているが、鮮度への評価が高く、かなり販売量が拡大している。I グループなどの全国チェーンは競争が厳しいために価格訴求も厳しく、商談が成立しにくい、一方で、有力ローカルチェーンは、地域内では競争上明らかな優位性を持っているため、価格条件がそれほど厳しくはない。ボリュームは全国チェーンの量販店と比較すれば小さいが、価格面ではうま味のある販路となっているようである。

また、当漁協では郵パックでもサンマを販売している。これは一番美味しい旬の時期のみ行っており、高評価を得ているという。

(2) ブランド品販売への取り組み

釧路市漁協が販売に取り組むブランド品として、「青刀さんま」及び「青鱗さんま」の2種がある。「青刀さんま」は釧路市漁協組合員の漁獲物だけを対象としたプレミアム・ブランドである。平均的な浜値は 700~800 円/kg 程度とかなり高い。漁業者は漁協からの注文を受けて 1 日に 100 kg ~1 トン程度を作る。200g 程度の大型魚を船上で選別し、氷と冷却海水で保冷する。手を触れず、漁獲後 6 時間以内に水揚げすることが条件である。従って遠い漁場だと生産できず、また近い漁場でも最後の網の漁獲物しか「青刀さんま」には仕立てられない。船上の仕立ては労働面では厳しいため、生産者はあまり積極的ではないようである。

これは当漁協が保有するプレミアムブランド商品として、漁協が一元出荷する。釧路市漁協のフラッグシップ商品の一つであり、希少性の高い高級品である。ただし、数量が少ないので、漁業者の経営に対する直接的効果は定かではない。むしろ、漁業者にとっては、圧倒的多数を占める、入札にかけられる残りのレギュラー品（良いものを除いた残り）の価格が問題であろう。「青刀さんま」を仕立てることで、これらが仲買人達から買い叩かれることがあり、問題となっている。

一方「青鱗さんま」は員外船の漁獲物を対象としており、レギュラー品と同様に産地卸売市場に上場される。当漁協だけではなく仲買人（出荷業者）もこれを入札で競争しながら購入し、全国に向けて販売している。「青刀さんま」と作り方はほぼ同じであるが、員外船への指導は徹底できないため、品質の基準はそこまで厳しくはない。従って型や鮮度に多少のバラツキがあり、浜値は「青刀さんま」に比較して安価である。「大黒さんま」とほぼ同水準であると考えてよい。

「青刀さんま」の末端への販売価格は運賃込みで 1,500~1,600 円/kg、「青鱗さんま」は同じく 900~1,000 円/kg であり、かなりの価格差がある。「青刀さんま」は空輸され、築地の荷受けを経由してデパ地下などの高級専門店で販売されるものが多い。また、「青鱗さんま」は東北地方のローカル市場を主たる仕向先としているが、これは関東市場では同等のグレードである「大黒さんま」が支配的地位となっているからである。

(3) 釧路市漁協におけるサンマ販売の問題点と課題

① 価格の維持・向上

漁協の販売事業の中でも、末端価格の維持を考えていく必要があると思われる。現在、量販

店・生鮮食用仕向けにおいては鮮度や衛生管理が強く要求されており、トラックではなくタンクでの小口取引が拡大している。これは鮮度面、衛生面では望ましいが、手間がかかり労働コストは大きい。しかし量販店店頭における産地間競争において優位に立つためには、こうした高度化する量販店ニーズに対応する努力を行い、具体的には鮮度や品質の向上を図ることが必要となっている。

このようなコストをかけて鮮度を向上させているのだから、末端価格もそれに応じて上がるべきであるが、現実にはそうはなっていない。実際には、量販店のチェーン間競争に道東の各産地が巻き込まれ、販売価格の引き下げ合戦となっている。このような事態を避ける必要があろう。各漁協の横の連携を深め、大手量販店との商談において漁業者にとって公正な価格形成が行えるような枠組みを構築することが期待される。

②国内販売の強化～生鮮品と加工・惣菜品市場の切り分け

当然ながら、国内市場に販売できれば価格は最も高い。この販路を拡大させることができれば収入拡大に直結する。しかし丸のまま（焼き魚用）で市場に押し込むことは困難となりつつある。これまでとは異なる食べ方の工夫が必要であろう。揚げ物素材など新たな惣菜原料としての用途を確立させることができれば、需要が周年化し消費が全体的に拡大することが期待できる。

生鮮物は旬の時期に限って販売し、冷凍品（解凍品）はフィレーに加工して揚げ物などの惣菜や寿司ネタとして提供することで周年消費されるようなパターンを形成することが重要である。現在は、解凍品が生鮮品と同じ形態で、安価で周年市場に出回る状況がある。サンマが「いつでも、どこでも、いくらでもある安価な商品」となってしまうことが問題ではないだろうか。生鮮品の旬の鮮度が評価されるような市場、そして惣菜原料としての周年安定供給力や簡便性を評価される市場の両方を確立していく必要がある。

こうした状況の中で、当漁協では、惣菜原料となるワンフローゼンの高鮮度サンマフィレー生産を開始した。「北海道」ブランドを活かした、価格ではなく美味しさを差別化する商品作りを狙っており、原料となる冷凍サンマも大型のものを使用している。こうした取り組みはサンマの惣菜原料としての新たな可能性を拡大するものであろう。

③輸出への対応状況

現状は円高でストップしているが、全体では5～7万トン程度の輸出市場が潜在的に存在する。これが顕在化すれば需給バランスは良くなり、TACの消化においても非効率的なミール化を行うことが不要となる。輸出市場において50～70円/kg程度が期待できれば、漁業者も生産意欲が出るであろう。

国内生鮮市場仕向けは1日当たり出荷量に上限があり、それを越えると国内生鮮市場で消費しきれず滞貨し、価格も下落する。国内加工原料としても同様である。一方、輸出向け冷凍品にはキャパシティに上限はない。この販路がサンマ漁業全体の価値実現を底支えすることができれば、漁業経営の安定化に大きく貢献するであろう。系統販売においても輸出市場への道筋を確立し、安定化させることが必要ではないだろうか。そこではロシア、韓国、中国などの各市場を複眼的な視点で開拓していく努力が必要であろう。

④ミール事業の課題

2009年度においてはTACが35万トンに拡大された。これは輸出拡大を見込んだものであった。しかし円高で輸出が低調となり、漁獲枠が余ることとなる。養殖業界からの要望もあり、余剰分をミールによって消化する計画が全サンマを中心として考えられた。水産庁も補助金を供出し、ミール工場にも準備を依頼して実施を計画したのである。

しかし2009年度は漁場が遠く、魚群形成もまばらであり、魚群の南下も予想以上に早かった。このような資源状況においては漁業経営上もミール用の操業が困難であったろう。また、2009年度のミール用サンマ買い取り価格は約21円/kgであったが、これでは採算が合わず、生産者の意欲が消失した。

このように、サンマ資源の具体的な利用のあり方を、その場その場で現場の漁業者の判断に任せていたのでは、ミール生産の安定化は不可能であろう。35万トンのTAC消化を輸出に頼らずにきちんと行おうとするならば、行政がルールを定め、きちんとミールとして消化する枠組みを作る必要がある。また養殖業界とも相談の上、原料魚の買い取り価格を40円/kg程度に設定する必要があるだろう。

4. まとめ

以上、道東2地区の事例調査から、以下のような課題が明らかとなった。

(1) 拡大されたTAC消化のあり方

2009年度は結局TACを余らせて終漁した。これは2009年度の異常性が大きな要因であったろう。しかし漁期、魚体サイズ、水揚げ港、そうした要素は常に変動的であり、硬直的な漁業構造、需要構造では上手く対応していくことが困難ではないだろうか。

すなわち、サンマ資源を上手く利用し、TACから最大限の利益を引き出すためには、もうすこし柔軟な対応が必要であろうと思われる。全さんまを中心として各系統団体等が結束し、全体的かつ合理的なサンマ資源の利用を計画していく必要があるように思われた。そこではミールや輸出も利用配分の中に位置付けられ、柔軟にかつ計画的に仕向けられていくことが期待される。

(2) 国内市場の考え方の整理

生鮮、冷凍、解凍、惣菜原料、加工原料、大型、小型、北海道産、三陸産などいくつもの要素が複雑に絡まって、国内市場におけるサンマの商品性を形成している。これらは互いに代替的であり、状況に応じて補完的でもあるが競合的でもあろう。サンマの商品形態としては、産地それぞれにおいて旬の生鮮品、周年供給される解凍品、開きなどの塩干品、生鮮フィレーなどの惣菜原料、刺身用フィレー、缶詰などがあるだろうが、これらが市場で互いに競争シカニバリゼーションを起こしている可能性がある。

業界全体として、ある程度の交通整理を行い、可能な限り不要な競争を排除し、その代わりとして新しい市場を開拓していく努力が必要であろう。

特に惣菜原料としては、冷凍サンマは価格面でも安定性の面でも、そして安全安心の面からも比類なき強みを有している。周年惣菜原料としての利用拡大が大きな課題ではないだろうか。

(3) 輸出対応の強化

小型魚を対象の中心とした輸出チャンネルを安定的な仕向先として確立させることは、サンマ漁業全体にとって重要な課題である。スムーズなTAC消化においても、漁業利益の拡大においても、底支え部分としての小型魚の輸出が強く期待される。その障害となるものは取引上のリスクと為替変動であろう。取引上のリスクは輸出事業にはつきものであり、それを本業としない漁協では、リスクの分散化やリスク対応が困難である。上部団体等による何らかの支援が期待される。また、為替変動も受動的に受け止めるしかないものであり、それを乗り越えて輸出を継続していくためには強い財務力が必要となろう。ロシアや中国ではなく、為替変動リスクの小さい韓国なども対象として、輸出市場を広く開拓していくことが安定化に帰結するのではないだろうか。

サンマは資源も十分に大きく、美味しく、安価で、用途も広い。日本の近海資源としては珍しく、未だに豊かで将来性もある魚種である。そしてこのような優良な資源をほぼ独占的に利用しているのが「さんま棒受け網漁業」である。

しかしこの「さんま棒受け網漁業」関係者だけではなく、加工業者（ミール業者含む）、流通業者などサンマに関わるいずれの経済主体類型においても、サンマ資源から十分な利益が得られていない現状は驚きに値する。このように恵まれた条件を持つサンマで、関連業者が軒並み儲けが出せないのはなぜなのか。どこにどのような問題があるのか。サンマで儲からないのはおかしいのであって、このような状況が放置されれば業界全体が厳しい批判に晒されるであろう。業界全体できちんと議論し、理解し、改善していくことが必要ではないだろうか。