

漁業経済学会 短 信

【第49回大会特集号】

第49回大会シンポジウム・テーマ 「産地流通再編の諸問題」

東京水産大学 多屋勝雄

水産物の産地流通は、産地市場での取扱量の減少、産地の価格形成力の後退、産地卸売市場の経営困難、買い受け人の資力後退等様々な問題が起こっている。産地の地盤沈下は当然のことながら漁業者の収入に大きな影響を与えている。また産地は一律なスタイルではなく現在でも様々なスタイルがある。とりあえず分類すると大規模加工産地、都市近郊産地、地方産地、離島・僻地の産地に分かれ、中の二つはそれぞれに中規模産地、零細産地に分類することができる。

今回はこれらのうち、函館や八戸、銚子、焼津・清水、長崎、福岡のような巨大加工・産地の問題はそれぞれの問題が独自性があるので除くことにする。

都市近郊産地は関東、中部、関西、福岡・北九州など大都市圏に隣接し、消費地市場に直結している産地で、これらの産地市場は消費地市場機能が一段と深まるものとみられる。予想される将来展望は次のようなものである。①福岡市場のように産地と消費地の機能を併せ持つ市場が要請されるだろう。②また漁業者と仲買が直接結びつき、より機能的な流通に深化するところもあるだろう。③産地や漁協の販売事業も水揚物の販売だけでなく広域からの集荷に重きを置くところも出てくるであろう。④漁業者の数が少ないところでは、全部を買い回りの仲買に依存せざるを得ないところもあるだろう。⑤さらに朝市や宅配など様々な流通チャネルの開拓が試みられている。このような新たな競争が展開する中で、漁協の販売事業はどのような限界があり、機能の付加が可能なのか点検してみる。

地方産地はとりあえず、取扱額が3億円未満の地方零細産地と3億～10億円の地方中規模産地に分けることができる。前者は漁協や販売事業の統合の対象となっているが、販売事業の数を集めてみても、流通システムの改善が大幅に行われないと赤字の解消は難しい。そのような質の改善の処方箋は出せるのか。後者は統合があれば20億円以上の規模が確立し、スケールメリットが見込めるところである。しかし販売能力の強化は不可欠で、ここでも競争力の強化は市場の質の転換によって可能である。すなわち販売部員の人材育成や各魚揚場からの市場までの配送システムの構築など数多くの難問がある。

離島・僻地の流通は、これらの地域であっても集荷量が多ければそれなりのスムーズな

流通が確保される。しかし大半は、流通コストがかかり集荷量が少ないなどの問題がある。これらの条件不利地域では水産業が基幹産業であることが多く、流通対策や流通政策が地域の存亡を決めることになる。従って流通インフラの整備が地域の水産業の存続に大きく貢献する。

これらの産地流通の地盤沈下や流通チャネルの多様化の問題はこれまでも学会で議論されてきたが、5月に開催されるシンポジウムではこれまでの研究の蓄積をふまえた上で、産地の末端・中間流通の多様化に対応した産地のスタイルを模索する。各産地はどのようなスタイルが展望できるのか。漁業者や産地流通業者はどのようなマーケティング活動の可能性があり、条件を持っているのか。産地の漁獲特性に応じてどのような産地の流通ネットワークが構築されるのか。産地流通の条件が一段と不利になってくる零細規模の産地や離島など条件不利地域の流通対策の可能性など様々な視点からの具体的展望を試みることにする。

このような課題設定にもとづいて、今回のシンポジウムでは、乾氏に主に漁協が担う産地流通の点検を、田坂氏には産地におけるマーケティング活動を、亀田氏には離島を中心とする産地流通問題を、そして婁氏には様々な角度から現代における産地流通再編問題の点検をお願いしたい。

漁協の販売活動の動向と今後の課題

(株)水土舎 乾 政秀

1. 漁協の販売事業の現状

「漁業協同組合統計表」(1999年)によると、全漁協の82.2%が販売事業を実施している(実施漁協:1,405)。販売事業の総取扱金額は1兆3千億円で、1漁協あたりの平均取扱金額は9.4億円、5億円以下の取扱しかない漁協が全体の60.6%を占める。

産地流通は概ね、①漁協等が開設する産地市場での販売、②漁連共販による販売、③消費地市場等への共同出荷、④産地買受業者への相対販売や委託出荷、⑤個人による消費地市場等への直接出荷、⑥直販の6つに類型化できる。漁協の販売事業として集計されている金額は、これら様々なケースを合算したものである。

第10次センサス(1998年)によると、全国の産地市場は985箇所であり、このうち、漁協が開設者となっている市場が794箇所である。また、漁協経営市場の総取扱額は8,317億円であった。上述の6類型のうち、産地市場経由の販売ルートが最も多く、漁協販売事業の6割強を占めていることになる。次に多い販売形態は漁連共販と推定され、養殖物の大部分はこのルートで流通している。

販売事業の収益は漁協経営にとって最も重要な収入源になっており、事業収入に占める販売事業の割合は39.9%である。信用事業の収益が大幅に低下してきた中で、漁協経営の販売事業への依存度は相対的に高まっている。

2. 販売活動再編の動向

1990年代以降の漁獲量の減少、産地価格の下落から産地市場での取扱高は大幅に減少している。1988年と1998年の10年間で比較すると、漁協及び漁連が開設者となっている産地市場の取扱数量は46.6%減、取扱金額では22.7%減であった。こうした厳しい環

境のなかで、旧態依然とした流通システムから脱却し、生産者価格の向上を目指す動きが顕在化しつつある。

販売活動再編の第一の動きは産地市場の統合再編である。産地市場は 1988 年の 1,077 から 1998 年には 1,013 へと、この 10 年間に 54 市場減少している。最近では、漁協合併に伴う産地市場の再編統合の大きな展開をみせてきた。例えば、最近数年の間に、宮崎県・延岡市漁協、山口県・山口ながと漁協、山口県・萩市漁協などすでに産地市場の統合が進められている。第二の動きは、消費地市場への共同出荷の取り組み、飲食店やローカルスーパー等への直接販売、店舗や宅配による直販等の流通過程を省略する取り組みである。90 年代に入って登場した生産者による直売店は、1993 年の 218 箇所から 1998 年には 370 箇所に増加し、その利用者は年間 20 万人を越えている。第三の動きは産地のブランド化や体験・観光漁業などの積極的な導入によるソフト化・サービス化による付加価値販売の取り組みである。

3. 今後の漁協販売事業の課題と方向性

資源の持続的利用が大前提となっている今日、生産量の量的拡大による漁家収入の向上は基本的には難しい。つまり、漁家の収入増のためには、生産者価格の改善を如何に実現していくかに掛かっている。産地価格の改善策は、①産地市場の統合再編による競争的環境の創出、②流通段階の省略で生産者と消費者の距離を近づけること、③ソフト化・サービス化による付加価値販売に求められる。

そして、広域化した流通から、地域内での流通つまり「地産地消」に転換していくことである。「地産地消」は流通経費削減につながり、地域の魚食文化を維持・発展させる。各県別の水産物自給率をみると、100 %を越え県外への移出が必要な県は島根、北海道、長崎、鳥取、青森、茨城、高知、宮崎、など全国の 8 県にすぎない。産地と消費地市場という伝統的な区分が必要な地域は限られており、多くの地域で「地産地消」が可能である。しかし、こうした課題を漁業者個人が担っていくことは、物理的にも、能力的にも限界がある。旧態依然の流通システムから脱却し、戦略的な販売事業を実現していく上で、漁協の果たす役割は極めて大きく、かつ益々重要になっている。そして、組合員に対する責務を全うしていく上で、漁協の組織強化と販売戦略を担う漁協職員の人材育成が求められている。漁協合併が財務や経営内容の改善を主目的に進められているが、実は最も重要な合併の目的は販売事業の強化であるという認識が重要である。

産地統合化時代の物流問題 －水産マーケティングの一断面－

中央水産研究所 田坂行男

目的：漁協合併、販売事業統合化によって産地での集荷拠点の大型化を図り、効率的な流通を実現しようとの動きが急である。ただし、現状では組織規模大型化への取り組みが先行しており、組織機能のあり方や漁協マーケティングに則った取り組みは今後の課題となっている。一部では先行事例は見られるものの、ブランド化や直売・直販、朝市など特異領域での取り組みが中心であり、物流環境が変化する中で従来までの鮮魚流通形態をどのように見直していくことが今日的に求められているかという視点からの整理は少な

い。このため、産地機能強化を目指した施設整備への取り組みも形骸化する可能性すらある。そこで、本報告では、多々ある水産物を対象としたマーケティング活動のうち、産地における「取引方法の改善」に着目し、物流ネットワークが深化する中であって、漁協合併や販売事業統合化への取り組みが鮮魚取引方法の改善にどこまで寄与しているかを検証するとともに、これからの課題を述べる。

1. 水産物マーケティングの体系と本報告の位置づけ

水産物を対象としたマーケティング活動を整理することにより、本報告が特に視野に入れるマーケティング活動の位置づけを行う。ここでは漁協組織に関わる「漁協マーケティング」、販売に関わる「小売マーケティング」、及び生産から消費までを一連のチェーンと認識して自らの経済活動を捉えようとする「フードシステム」の3つを中心にマーケティング活動の整理を行う。

2. 水産物のロジスティックス・タイムとロジスティックス・コストに対する産地の認識とマーケティング課題

鮮魚の流通において圧倒的なシェアを占めるようになった量販店は、水産物の価格政策、品揃え政策、調理加工のインスタ化のあり方等に関して、試行錯誤しつつ今日に至っている。そこでは安定供給とともに高鮮度商品を求める傾向が強まっており、中央卸売市場や産地仲買人からの仕入れに際して、価格条件（水準、定価、支払いサイト等）の他に搬入時間の繰り上げや店舗配送などデリバリー条件を見直す動きも多い。また、高速道路の延伸と混載便ネットワークの普及を背景として、中小零細漁協においても水揚げ物が比較的小口であっても遠隔地出荷が可能となり、従来以上の関人口を背景とした販売事業が行われるようになってきているが、将来高速道路の制限速度を90キロにする動きがあり、水産産地の販路開拓において物流対策はこれまで以上に重要なものとなっている。ここでは、産地流通における輸送時間問題は、従来までの高鮮度商品の提供という視点に加え、産地での横持ち時間を含む滞留時間の圧縮によるマーケティング対応力の強化、供給圏人口の確保という視点からのアプローチが求められ、産地統合化に向けた配慮要件にもなろうとしているのである。本報告では、以上の認識に立ち、千葉県房総半島を事例として、産地統合化に向かって最も課題が山積することになる中小零細産地における鮮魚出荷とそれを支える生鮮ロジスティックスの現状を、特に産地での滞留時間、集荷に要する時間、及び集出荷コストに着目して分析した。その結果、①漁協合併後も水揚げ地の集中が進まない地区があり、横持ちの時間がセリ開始時間を遅らせる要因となっていること、②漁獲時間の長期化が荷の小口化、セリ回数の増加をもたらし、仲買人の集荷時間の長期化、出荷時間の遅れ、集荷コストの増加をもたらししていること等が明らかになった。また、需要家が要求する搬入時間の繰り上げ、道路渋滞、及び速度規制に対応していくためには、築地周辺、及び九十九里町に配送センターを置く混載便の運行時刻への対応力を強めていくことが必要であり、そのためには、①漁獲活動の一部変更によるセリ時間の繰り上げ、②荷捌きポイントの絞り込み努力、さらには③漁獲から店頭陳列までの時間管理視点の導入、の3点が産地関係業者にも求められている。

条件不利地域における産地流通への取り組み

長崎大学 亀田 和彦

本報告では、条件不利地域における産地流通の現状を、事例考察から整理したい。

条件不利地域が「条件不利」であるためには、地理、水揚げ、価格形成（と販路開拓）の3条件が必要である。地理条件は、集出荷においては価値形成に対して不利になるほど時間的距離を要することや、とくに消費地等への出荷については交通機関によって出荷タイミングが規定されることなどにつながる。水揚げ条件には、時期限定多種少量型の不利性がある。価格形成条件については、生産者にとっては地元産地市場を含めて有利な出荷先選択枝がきわめて少ない（他地域の成果と肩を並べるためにはかなり強度な販拓努力が不可欠となる）或いは無い、といったところが特徴だろう。

上記の地理条件から離島と僻地を対象と考え、報告では主に離島の事例に注目して、報告を組み立てたい。なお、僻地については離島の議論の枠内で整理できるのではないかと考えている。その際の「離島」と「僻地」をつなぐ言葉は、価格形成条件不利地域ということになるだろう。

「2001 離島統計年報」によれば、法指定離島人口は約 81 万人、うち就業者総数は約 39 万人で漁業就業者は約 4 万人、漁業者の専業比率は全国のそれよりもわずかに大きい。また、離島の漁業生産規模は、全国と比べると量で約 9 %、額で約 10 %である。ただし属人と属地を比べると、数字の開きが大きい。これは、大規模漁業の根拠地の存在という条件はあるにせよ、島外水揚げがかなりあることを示している。

ところで、この離島漁業において長崎県の離島（主なものは五島・壱岐・対馬）の占める比重は大きい。離島漁業全体に対する割合は、属人では水揚げ量が 34.7 %、水揚げ金額が 36.9 %であり、属地では同順で 27.9 %、40.1 %である。また、漁船漁業（大中型まき網やイカ釣りが含まれるとしても）と養殖業に分けても、長崎県の離島は、国内第 1 位の規模である。このことから、報告事例として五島・壱岐・対馬という長崎県の離島を取り上げることに妥当性があると判断した。

上記の 3 条件を踏まえて条件不利地域が直面する現状については、①販売機会ロス（出荷タイミング、輸送経費）、②販路（マーケット）の外部依存、③地元マーケットの消費規模が小さく限定的あるいは購買力が弱い、④零細な産地市場取扱規模（その価格形成力が生産者メリットになりにくい）、⑤漁業者・漁協による販拓努力のあり方、の 5 点に注目する。そして、価格形成にどう対処しているのかという点で、条件不利地域の生産者の行動を整理すれば、本報告の展望が得られると考えている。この価格形成努力については、以下の 4 パターンに分類できると見ている。

(1) 地理的特性の不利を克服する

①地元需要の拡大（ただし小規模か）、②個人や事業所を対象に internet を含む通販回路の開拓（付加価値形成の主導権狙い）、③有力卸売市場との間で電子情報化ネットワークを組んで商流差別化を図る（物流条件が改善できない地域もある）

(2) 販路形成の不利を克服する

①漁協主導により事実上の加工下請け生産を含む新規商品開発、②新しい価値観を付加した商品作り（ブランド化）、③行政支援による販促イベント展開（費用の外部化）

(3) マンパワーの活用

①加工ノウハウや販路拡大に関する専門知識を持つ人材の確保、②地元の異業種交流による商品開発・販路構築、③漁協内部ですすめる能力開発

(4) 設備拡充

①情報化（業務合理化と情報発信）、②衛生・安全確保能力の充実

シンポジウム報告は、このうち(1)と(2)を中心に組み立てる予定である。報告の分担と、産地市場統合施策ではある種の優勝劣敗観が機能していると考えていることの2点から、本報告の課題を位置づけると、産地流通の現代的課題を整理するために、「条件不利」産地における生産者のビヘイビアから支援するべき課題を抽出する、といったところになる。なるべく多くのご意見を、kameyan@net.nagasaki-u.ac.jp までお寄せください。

産地流通再編をめぐる効率性と機能性問題

東京水産大学 婁 小波

水産物産地流通体制が再編する必要性とその背景に関してはすでに共通認識が形成されている。しかし、何のための再編なのか、という水産物産地流通再編の政策理念と再編の現実との間には大きなギャップがあるように思われる。

水産物産地流通の効率化と機能強化は、これまでの水産物産地流政策の中心課題であり、いわば産地流通再編の政策理念として掲げられてきた。たとえば、大量生産・大量消費時代の到来に対応し、水産物流通の近代化（＝効率化）を目的として、昭和 44 年から推進されるようになった「産地流通加工センター形成事業」（44 年～ 54 年）、流通機能の高度化と集約化を目的とした「流通加工拠点整備事業」（55 年～ 61 年）、附加価値向上をめざした「産地流通加工機能強化対策」（平成 2 年～）、さらには今日見られる産地市場合併推進などのこれまでの産地流通諸政策の目指すところは、産地流通システムの効率化であり、流通機能の強化にほかならなかった。このように、効率化と機能強化はいわば「2点セット」の産地流通政策理念として目指されてきた。

政策理念としての効率化と機能強化を目指すことは自明の理である。しかし、現実の政策推進段階においてそれが果たして十分に考慮され追求されているか否かとなると、甚だ疑問は残る。経済的にみると効率化と機能強化はとくにトレード・オフの関係にあるものではないが、しかし水産物産地流通対策を鳥瞰した限りにおいて、この両者間は必ずしも正の相関にあるとも言いがたい。流通の効率化は必ずしも産地流通機能の強化をもたらすとはおらず、また施設整備を中心とした産地流通機能強化諸施策は名実ともに産地流通機能を強化してきたかどうか、それを判断することはきわめて難しい。なぜならば、漁業の高度成長が終わり、産業そのものが縮小再生産過程に突入した昭和 60 年代に入ってから、産地流通が抱え込まざるを得なかった諸々の問題は構造化されて、それがさまざまな政策対応にもかかわらず、基本的には解決されずにきたと判断できるからである。効率化と機能強化という2点セットの政策理念は時として産地流通再編の「枕ことば」としての役割でしか果たし得なかったと言って良いだろう。

80 年代半ば以降産地流通を取り巻く環境条件の内に、与件としての供給条件（漁業生産の減少と輸入競争の激化）や需要・消費などの市場条件は悪化しつづけてきていること

は周知の事実である。ならば、このような厳しい与件条件のなかで果たして、今日の産地流通問題を克服できるだけの効率化と機能強化策はありえるのか。水産物産地流通再編におけるこの効率化と機能強化のあり方を検証し、望ましい産地流通再編のあり方を提示することが本報告に与えられる課題である。具体的には、①効率性と機能性の視点から水産物産地流通問題の所在を明らかにする。②水産物産地流通においてその効率性と機能性の追求を制約する諸要因を点検する。③以上を踏まえて、効率化と機能強化を目指す水産物産地流通の在り方についても若干の提言を行う。

【大会案内】

第49回大会を下記の要領で開催いたしますので、ご案内申し上げます。

1. 日 時

5月24日(金)	(時間帯)	(委員会)	(会場)
	13:00～14:00	HP委員会	資源管理棟 305号室
	14:00～15:00	学会賞選考委員会	” 305号室
	14:00～16:00	会計監査	” 406号室
	15:00～16:00	50周年記念事業委員会	” 305号室
	16:00～18:00	シンポ打ち合わせ会	” 305号室
	18:00～	全国理事会	” 203号室
*出欠などにつきましては追って関係者にご連絡いたします。			
5月25日(土)	9:00～17:00	一般報告	
	13:00～14:00	総会	
	18:00～20:00	懇親会	
5月26日(日)	9:00～17:00	シンポジウム	

2. 場 所

東京水産大学 講義棟

一般報告は21番と22番教室を、シンポジウムは大講義室を予定。

3. 大会参加費

大会参加費：2,000円(一般・学生とも)

懇親会費：4,000円

年会費：一般7,000円、学生4,000円を同時徴収の予定。

4. 一般報告の募集

4月末日までに一般報告の申し込みを受付けております。報告のタイトルと要旨(1,600字以内)をテキストファイル形式で妻までメールでお送り下さい。アドレスは lou@tokyo-u-fish.ac.jp です。また郵送でも受け付けますので宜しく願いいたします。その際にはテキスト形式で保存したフロッピー・ディスクを同封して下さい。なお、報告時に使用したい機材(OHP、スライド機、プロジェクターなど)がありましたらお

教え下しますようお願いいたします。また、レジュメを配布して報告される場合には報告時までに 100 部をご用意いただき、会場受付までお持ちいただきますようお願いいたします。当日事務局ではコピー等のサービスができませんので、宜しくお願いいたします。

締め切りが迫っております。お早めにお申し込み下さい。

5. 学会賞選考

学会賞選考委員におかれましては、委員会開催までに、学会賞、奨励賞の候補論文あるいは候補者を選び、委員長（多屋勝雄）までにご推薦下さいますようお願いいたします。

【事務局からのお礼】

前回の短信発行に合わせまして、会員名簿届けの提出をお願いしましたところ、予想を遥かに上回った回答がありました。会員の皆様のご協力で改めて御礼申し上げます。なお、新名簿につきましては現在編集作業中です。出来次第会員の皆様方にお送りいたします。

今回の短信内容も含めまして、何かご不審な点等がございましたら遠慮なく事務局までお問い合わせ下さい。

学会短信

No. 95

2002. 3. 25

漁業経済学会事務局

〒 108-8477 東京都港区港南 4-5-7
東京水産大学内

(tel&fax) 03-5463-0572

e-mail lou@tokyo-u-fish.ac.jp