

総研レポート

漁協における買取販売に関する 実態調査

本報告書は、買取販売を実施している漁協からの
経緯や現状、成果、課題等を整理し、今後新たに
買取販売に取組もうとしている漁協や、すでに取組
んでいる漁協の参考に資することを目的としてい
る。

農林中金総合研究所

はじめに

本レポートは、「漁協における買取販売に関する実態調査」の中間報告書である。

漁協は、漁業者の魚価向上・所得向上を図るために、直接販売や加工、蓄養、輸出など、様々な取組みを行っている。過去の漁協アンケートや現地ヒアリング等では、小売・外食業者等との直接取引や加工事業を新たに取組み始めた、あるいは始めたいというという漁協が多かった。2017年度漁協アンケート調査では、買取販売を29.6%、加工事業を24.6%の組合が実施していると回答している（415組合回答）。水産庁『水産業協同組合統計表』によると、2016年時点ですでに買取販売を行っている漁協は938組合中199組合（21.2%）〔うち買取販売のみ14組合（1.5%）〕、加工事業を行っている漁協は938組合中163組合（17.4%）である。

そこで、本調査では買取販売に着目し、実施している漁協から買取販売の経緯や現状、成果、課題等を整理し、今後新たに買取販売に取組もうとしている漁協や、すでに取組んでいるものの改善などを図ろうとしている漁協の参考に資することを目的とする。

現地調査にあたっては、静岡県の清水漁協及び静浦漁協、京都府漁協、兵庫県の坊勢漁協、岡山県の伊里漁協、大分県漁協にヒアリング調査をお願いし、ご協力をいただいた。

ご多忙にもかかわらずヒアリングにご協力いただいた漁協に改めて感謝申し上げる。本報告書は、第1部の第I章において、現地調査の中間総括として「漁協買取販売事業の背景と現状—中間総括—」を工藤貴史検討委員に執筆いただき、以降の章で事例調査結果を紹介する。

なお、調査を効率的かつ的確に行うために、調査実施に関する検討委員会を設け、そこでの検討結果を踏まえて調査を実施した。検討会メンバーは以下のとおりである。

検討委員 [執筆担当]

加瀬 和俊（帝京大学） III

常 清秀（三重大学） IV

工藤 貴史（東京海洋大学） I、VI

事務局 農林中金総合研究所

亀岡 鉄平

植田 展大

尾中 謙治 II、V

2019年3月

（株）農林中金総合研究所

『目次』

はじめに

I. 漁協買取販売事業の背景と現状—中間総括—	1
II. しらすを主力とする清水漁協及び静浦漁協における買取販売の実態	10
III. 京都府漁協の買取販売の実態	23
IV. 坊勢漁協における買取販売の実態	31
V. 伊里漁協の販売事業の実態	44
VI. 大分県漁協における販売事業の取り組み	50

I. 漁協買取販売事業の背景と現状—中間総括—

1. はじめに

「水産業協同組合統計表」によれば 2016 年度の沿海地区漁協全体の事業総利益 1,074 億円のうち販売事業総利益は 452 億円であり全体の 42%を占めている。このように沿海地区漁協は販売事業を主たる経済事業としている組合が多い。これは水産物の流通特性によるものである。水産物流通は産地市場と消費地市場という 2 つの市場を経由することを特徴としており、漁協は産地市場の卸売業者としての役割を果たしている。そのため漁協の販売事業は、産地市場の卸売業者として漁業者から販売委託された水産物を仲買業者にセリ・入札で販売し、その販売手数料を収入とする受託販売が主たる販売形態となる。

これに対して、本調査の対象である漁協買取販売事業は、漁協が買い取った水産物を販売してその売買差を収入とする販売形態であり、受託販売よりも生産者団体の主体的な販売活動としての性格が強いといえる。2 つの販売事業を水産物流通における機能的側面から見ると、受託販売が集荷機能・卸売機能を果たしているのに対して、買取販売は出荷機能・小売機能を果たしていると言える。

さて、漁協の経済事業として見ても、水産物流通という側面から見ても、受託販売事業と買取販売事業の双方が重要であることは言うまでもないが、近年の水産物流通の変化によって産地の生産者サイドにおいては買取販売事業の重要性が高まっていると考えられる。その背景として、1) 川下主導の価格形成、2) 水揚量の減少、3) 産地仲買業者の弱体化、等の要因によって魚価が低迷しており、それによって漁業経営および漁協経営が悪化していることが挙げられる。こうした状況にあって、従前の産地市場の卸売業者としての役割を果たすだけでは問題に対応することができず、魚価向上と経済事業の収益改善を目的とした漁協買取販売事業の重要性が高まっているのである。

本稿は、本調査の中間総括として、今年度実施した現地調査の結果から買取販売事業の背景・取組み実態・効果と意義について整理し、漁協買取販売事業の今日的状況と課題について検討することを目的としている。次章では漁協販売事業の動向と背景を整理し、本調査の目的と視点について明らかにする。そして、次に調査事例を類型化した上で、それぞれの取組み実態と特徴について整理する。以上を踏まえて、最後に中間総括として漁協買取販売事業の意義と課題について若干の所見を加えたい。

2. 漁協買取販売事業の動向と背景

(1) 漁協買取販売事業の動向

まずは、漁協の販売事業の動向を次ページ表 1 から確認しておこう。買取販売を実施している組合数は 2000 年の 225 組合から 2008 年の 258 組合へと増加し、その後は減少傾向となり 2016 年には 199 組合となっている。これは漁協合併によって組合数そのものが大きく減少していることによるものであり、買取販売を実施している組合は継続的に事業実施し

ている組合が多いと推察される。

販売事業の総取扱高は 2000 年の 1 兆 2,280 億円から 2016 年の 1 兆 1,087 億円へと微減する傾向にあるが、買取販売取扱高は 2000 年の 320 億円から 2008 年の 671 億円へと倍増し、その後は微減するものの 2016 年には 537 億円となっている。また 1 組合平均買取販売取扱高は 2000 年の 1.4 億円から 2007 年の 2.7 億円へと増加し、その後は 2.3~2.7 億円を安定的に推移している。

表 1. 漁協の買取販売事業の推移

年	販売事業 実施組合数	買取販売 実施組合数	買取販売 実施組合 割合 (%)	販売事業 総取扱高 (億円)	買取販売取扱高 (億円)			
					合計	生鮮魚介 貝藻類	水産製品 ・加工品 ・その他	1 組合 平均
2000年	1,404	225	16.0	12,280	320	178	142	1.4
2001年	1,357	227	16.7	12,467	388	206	182	1.7
2002年	1,272	223	17.5	11,635	392	218	174	1.8
2003年	1,203	217	18.0	11,203	438	247	192	2.0
2004年	1,160	224	19.3	11,371	444	246	198	2.0
2005年	1,063	222	20.9	11,109	424	246	178	1.9
2006年	1,002	230	23.0	12,044	566	355	210	2.5
2007年	932	210	22.5	11,515	572	338	234	2.7
2008年	779	258	33.1	10,239	671	336	335	2.6
2009年	808	236	29.2	10,236	527	320	208	2.2
2010年	805	210	26.1	10,465	467	296	171	2.2
2011年	763	203	26.6	9,630	465	286	179	2.3
2012年	756	208	27.5	10,199	479	319	160	2.3
2013年	759	210	27.7	10,483	532	313	219	2.5
2014年	754	204	27.1	10,913	469	306	162	2.3
2015年	767	200	26.1	11,336	470	354	116	2.3
2016年	754	199	26.4	11,087	537	318	219	2.7

資料：水産業協同組合統計表

(2) 漁協買取販売事業の背景

このように、漁協買取販売事業は 2000 年代に成長し、2010 年代からは安定的に推移していると言える。2000 年代において漁協買取販売事業が成長した背景には、水産物流通の変化による魚価の低迷と、この対策として漁協の魚価向上の取組みが活発化したことが要因として挙げられる。

まず、水産物流通の変化として、消費地市場において相対取引と買付集荷が増加し、川下主導の価格形成が強まつたことである。これらの動向は 2000 年以前から進展していたが、卸売市場法改正によって 1999 年には委託集荷規制が緩和され、2004 年には買付集荷が自由化となり、2000 年代からよりその傾向が顕著になった。こうした消費地市場の変化により川下主導の価格形成が強まり、産地仲卸業者の経営悪化と魚価低迷に結びついている。

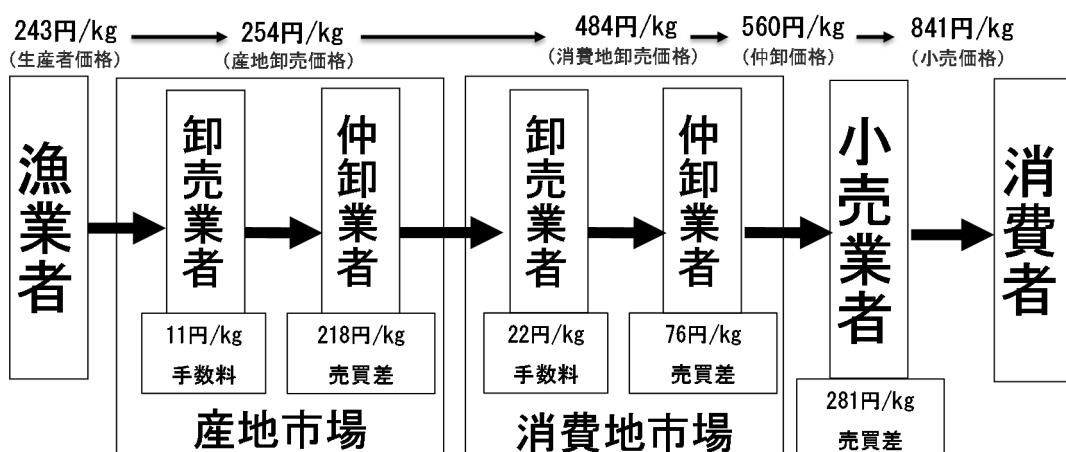
また、産地サイドにおける水産物流通の変化として、地域漁業の衰退に伴う水揚量の減少とそれによる産地仲卸業者の経営悪化・廃業が挙げられる。産地市場において上場される水揚量が減少し、川下主導の価格形成が強まる状況において、産地仲卸業者が利益確保するためには産地市場で安く水産物を買って売買差を確保するしかなく、それが魚価低迷に繋がることとなる。

このような魚価低迷による漁業経営の悪化や水揚げ金額の減少にともなう受託販売事業の低迷による漁協経営の悪化への対応として、漁協買取販売事業が取り組まれることとなる。漁協買取販売事業を図1の水産物の流通段階別価格形成から説明したい。漁業者から産地市場に出荷され産地卸売価格 254 円/kg で取引され、そこから産地卸売業者の手数料 11 円/kg を差し引いた 243 円/kg が生産者価格となる。254 円/kg で水産物を仕入れた産地仲卸業者は消費地卸売価格 484 円/kg で販売し、そこから消費地卸売業者の手数料 22 円/kg を差し引いた売買差 218 円/kg が収入となる。消費地仲卸業者は 484 円/kg で仕入れた水産物を仲卸価格 560 円/kg で小売業者へ販売し、その売買差 76 円/kg が収入となる。小売業者は 560 円/kg で仕入れた水産物を小売価格 841 円/kg で消費者に販売し、その売買差 281 円/kg が収入となる。

漁協買取販売事業は水産物を買い取り、それを 1) 消費者、2) 小売業者等、3) 消費地市場（卸売業者 or 仲卸業者）に販売することによって、図1であれば受託販売による販売手数料収入 11 円/kg よりも多くの収入を実現し、生産者が 243 円/kg よりも高い価格を実現する取組みであるといえる。

漁協買取販売事業を実施するにあたっては、漁協が小売・仲卸・加工といった新たな販売事業に取り組むことになり、新たなコストとリスクが生じることとなる。また、事業実施によって産地の小売業者、仲卸業者、加工業者と競合関係になることもあるので、事前に買取方法等について調整する必要がある。

図1. 水産物の流通段階別価格形成



資料：平成 26 年度食品流通段階別価格形成調査報告（青果物経費調査及び水産物経費調査）

そのため本調査では漁協買取販売事業の実態を把握するにあたって、水産物流通全体から買取販売事業の意義について理解を深めることとした。

3. 漁協買取販売事業の類型別実態

(1) 調査事例と類型化

今年度は静岡県、京都府、兵庫県、岡山県、大分県で現地調査を実施した。これらの5県は全国的に見て買取販売取扱高が多い県（兵庫県2位、大分県5位、京都府6位、岡山県12位、静岡県13位）あるいは買取販売取扱高の割合が高い県（京都府1位、大分県3位、岡山県5位、兵庫県7位、静岡県20位）である（カッコ内は「水産業協同組合統計表」2016年度による都道府県別実績数値順位）。表2に現地調査で訪問した漁協と本レポートで取り上げる全14事例を示した。これらの買取水産物の内容、買取先、自家加工の有無、販売先から買取販売事業を類型化して表3に示した。以下、①自営店舗販売型（事例1、2、7、9、12）、②他業者への直接販売型（事例1、4、5、7、14）、③消費地市場出荷販売型（事例11、13、14）、④地元外水産物買取販売型（事例3、6、8、10）に分けて、その実態について整理した。

表2. 調査地における買取販売事業の買取先・買取水産物・販売先

都道府県	漁協	事例番号	買取水産物	買取先	自営加工	販売先
静岡県	清水漁協	1	シラス（生）	自営産地市場	有	自営直売所・自営食堂・農協直売所
	静浦漁協	2	シラス（生）	自営産地市場	有	自営直売所（自営加工）
		3	正月用品	商社・問屋等	無	地元住民
京都府	京都府漁協	4	地元水産物	自営産地市場仲買人	無	小売業者等
		5	旋網物	自営産地市場	有	飲食業者等
		6	冷凍品・加工品等	商社等	無	地元小売店・加工業者
兵庫県	坊勢漁協	7	鮮魚	荷捌所	一部	自営直売所・自営食堂・県漁連・市内加工業者
		8	冷凍タコ	県漁連	有	市内加工業者（学校給食向け）
岡山県	伊里漁協	9	鮮魚	漁業者	無	自営直売所
		10	鮮魚	県内消費地市場	無	地元小売店
大分県	大分県漁協本所	11	養殖魚類	漁業者	一部	消費地市場（卸売業者）
		12	鮮魚	県内卸売市場	無	自営小売店
		13	天然タイ活魚	漁業者	無	消費地市場（卸売業者）
	同佐賀支所	14	関サバ・関アジ	漁業者	一部	消費地市場（卸売業者）・地元観光業・飲食業

表3. 買取販売事業の類型化

買取水産物	買取先	販売先	事例番号
地元水揚げ	漁業者 (9、11、13、14) 産地市場 (1、2、4、5、7、12)	自営店舗（直売所・食堂）	1、2、7、9、12
		小売業者・加工業者・飲食業者	1、4、5、7、14
		消費地市場	11、13、14
地元外水揚げ	商社・問屋・消費地市場	地元の小売業者・加工業者・住民	3、6、8、10

（2）類型別買取販売事業の実態

①自営店舗販売型

このタイプは、漁協が買取水産物を自営の直売所・食堂で消費者に直接販売している形態であり、事例1（清水漁協の用宗支所直売所・はまや食堂・どんぶりハウス）、事例2（静浦漁協の漁協直売所）、事例7（坊勢漁協のとれとれ市場・とれとれ食堂）、事例9（伊里漁協の真魚市・直売所）、事例12（大分県漁協本所のおさかなランド）がある。これらの取組みは2000年以降に開始されたものが多く、事業開始の経緯としては、漁協経営の維持・改善、販売事業強化、漁協職員の有効活用、地元水産物のPR・ブランド化、生産者価格の維持向上等が挙げられる。

地元水産物の買取先としては、産地市場から買い取るケース（事例1、2、7、12）と漁業者から直接買い取るケース（事例9）がある。前者は、いずれも当該市場の買參權を取得しており、卸売業者からセリ・入札で水産物を仕入れている。なお、事例1、2は自営産地市場の買參權を取得しているが、買參權を取得することに対して同市場の買受人からは特に反対はなかったとのことであった。買取価格は産地市場の相場によって決定されるが、事例1、2では高品質なシラスを仕入れているため買取価格は平均的な産地卸売価格よりも高くなっている。一方、事例7においては「基本的に値段の安い時に購入するよう」としており値崩れ防止を目的とした買い取りとなっている。事例9は、漁協が漁業者から直接買い付けており、買取価格は「浜値と小売価格の間くらい」に設定されているとのことであった。

販売する自営店舗は、事例1、2はシラス加工品に特化した直売所・食堂、事例7、12は鮮魚小売店、事例9は日曜朝市となっている。事例1、2は地元で水揚げされるシラスを加工して販売しており、地元原料のみが利用されている。事例7、12は品揃えが重要であるため、事例7では販売する水産物の2割は他地区から仕入れており、事例12では県内の複数の産地市場と県内地方卸売市場から仕入れている。

自営店舗の売り上げ動向（直近10年間）を見ると、増加傾向にあるのが事例7、12、横ばいに推移しているのが事例1、2、9であり、大きく減少している事例はなかった。いずれの買取販売事業も利益が確保されており、安定的な事業経営が実現されているといつてよいだろう（ただし経営不振等によって閉鎖した自営店舗もあり）。

②他業者への直接販売型

このタイプは、漁協が買取した地元水産物を地元の小売業者・加工業者・飲食業者に販売する形態であり、事例1（清水漁協が静岡市農協直売所に販売）、事例4（京都府漁協が小売業者等に販売）、事例5（京都府漁協が餌業者・加工業者等に販売）、事例7（坊勢漁協の加工業者への販売）、事例14（大分県漁協佐賀支所が県内ホテル・飲食店に販売）がある。事例1、5、7は、自営加工事業と一体となった販売事業であり、事例4、14は産地仲卸業者と同じ機能（出荷機能・分荷機能）を漁協が果たしているといえる。

地元水産物の買取先としては、産地市場から買い取るケース（事例 1、4、5、7）と漁業者から直接買い取るケース（事例 14）がある。事例 1、7 は①で先述した通りである。事例 4 は、漁協が仲買人に手数料を支払って産地市場から地元水産物を仕入れている（まず漁協は販売先である小売業者等から注文を受けて、仕入れたい水産物の価格と量を仲買人に伝え、仲買人が産地市場でセリによって購入し、それを漁協が仲買人に手数料を支払って買い取っている）。事例 5 は、産地市場に上場された旋網物（アジ・イワシなど）のうち仲買人から買いが入らなかったものを漁協が仕入れている。事例 14 は、ホテル・飲食店等への販売価格をアジ 4,000 円/kg、サバ 5,000 円/kg として、漁協が漁業者からアジ 2,800 円/kg、サバ 3,500 円/kg で直接買い取っている。

販売先は小売業者、加工業者、飲食業者等であるが、これらは地元の業者が殆どであり、基本的には①の自営店舗販売型と同様に地元の水産物需要に対応した販売事業といつてよい。例外なのは事例 5 であり、旋網物の多くは冷凍製品となり、加工原料として地域内の加工業者だけでなく、養殖飼料として地域外の飼業者にも販売されている。

販売動向は、横ばいに推移している事例が多く、事業利益は大きくはないものの安定的に推移している事例が多い。地元水揚げ＝地元需要に基づいた販売形態であるため大幅な売り上げ増加とはならないものの、漁協が販売価格と買取価格（あるいはその片方）を決定しており安定的な利益確保に結びついているといえよう。

③消費地市場出荷販売型

漁協が買取水産物を消費地市場の卸売業者に販売している事例としては、事例 11（大分県漁協本所の養殖魚類）、事例 13（大分県漁協本所の天然タイ活魚）、事例 14（大分県漁協佐賀関支所が関アジ・関サバ）がある。これらの事例は、産地仲卸業者と同じ機能（出荷機能・分荷機能）を漁協が果たしているといえる。ちなみに、事例 13 は産地仲卸業者が廃業となり、漁協がそれを引き継いだものである。

この 3 事例は、すべて漁協が漁業者から水産物を直接買い取っている。買取価格と買取数量は以下のようにして決定している。1) 漁協と消費地市場の卸売業者との間で相対取引によって販売価格・数量が決定される、2) 漁協は販売価格から経費等を差し引いた買取価格を漁業者に提示する、3) 漁協と漁業者との話し合いによって最終的な買取価格・買取数量を決定する。なお、事例 13 では天然タイ活魚の販売価格から 32%を差し引いた価格を買取価格としている。

養殖魚類（事例 11）、活魚（事例 13）、蓄養魚類（事例 14）は、事前に出荷可能量を漁協が把握することができるので消費地市場出荷型の買取販売事業が可能であるといえよう。また、先述した通り、2000 年代から消費地市場において相対取引と買付集荷が増加しており、そのことが消費地市場出荷型の販売事業の発展に大きく関係している。消費地卸売価格が相対取引によって事前に決定されているのであれば、漁協はその取引価格から経費等を差し引いた価格で漁業者（あるいは産地市場）から水産物を買い取ることができれば売

買差が逆ザヤとなるリスクが少なくなるので、買取販売事業に取組みやすくなるからである。

販売動向は、事例 11 が増加傾向、事例 13 が横ばい、事例 14 が減少傾向にある。事例 11において販売金額が増加しているのは、卸売業者が末端ユーザー（量販店・外食チェーン）の商品ニーズを受けて、養殖魚類の加工を漁協に委託し、漁協が自営加工施設でカット加工して出荷しているものである。これによって生産者価格の向上にも結びついている。事例 14 は漁業者の高齢化と減少によって水揚げ金額が減少しており、それが販売事業の売り上げ減少に結びついている。現在は生産者価格の下落を抑えるために事業収支が赤字になりながらも販売事業を行なっている状況である。

④地元外水産物買取型販売事業

地元外水産物を買い取って販売している事例としては、事例 3（静浦漁協が正月商品を地元住民に販売）、事例 6（京都府漁協が商社等から冷凍品等を仕入れて地元小売業者・加工業者に販売）、事例 8（坊勢漁協が県漁連から冷凍タコを仕入れて 1 次加工製品を加工業者に販売）、事例 10（伊里漁協が岡山市中央卸売市場から仕入れた鮮魚を地元小売業者等に販売）がある。この買取販売事業は、地元漁業者にとってはほぼ無関係な取組みであり（生産者価格の向上という目的はない）、それが上記①から③の販売形態とは大きく異なる点である。

販売先としては事例 3 が①自営店舗販売型と、事例 6、8、10 は②他業者への直接販売型と同様である。基本的には販売先からの注文（商品形態・価格・数量）に応じて地元外水産物を仕入れている。事例 3 は、地元住民へのサービスとしての性格が強い。事例 6、10 は産地市場の仲買人である地元小売業者・加工業者に地元外水産物を販売しており、産地卸売業者としての性格が強い販売事業と言える。事例 10 以外は他の販売事業と比較して規模の小さな取組みとなっている。

4. 買取販売事業の意義と課題

本稿では、地元水産物の買取販売事業を①自営店舗販売型、②他業者への直接販売型、③消費地市場出荷販売型の 3 つに類型化したが、これらの販売事業を水産物流通の経済事業として捉えると、産地仲卸業、小売業、加工業の 3 つの事業に分けることができる。

産地仲卸業としての漁協買取販売事業は、産地仲卸業者と全く同じ販売形態であるが、そもそも産地卸売価格が低迷する中で産地仲卸業者への対抗力・牽制力を持つために産地市場の買參権を取得して販売事業を開始したケースが多い。この背景には産地仲卸業者の経営悪化が挙げられるが、これは地元水揚げの減少、販売先である地元小売業等の減少、消費地市場主導の価格形成によるところが大きい。こうした状況は今日においても変化しておらず、したがって産地仲卸業としての漁協買取販売事業も厳しい状況にある場合が多いと考えられる。事例 13（大分県漁協の天然タイ活魚の買取販売）では、廃業した産地仲

卸業者の事業をそのまま漁協が引き継いだが、当初買取価格は販売価格から 22%を差し引いた価格であったが、それでは赤字となるため 32%に引き上げられている。また、事例 14（大分県漁協佐賀関支所の関アジ・関サバの買取販売）でも販売事業としては赤字になっている。このように産地仲卸業としての漁協買取販売事業は、売買差（利ざや）が大きい事業ではなく漁協経営への貢献が大きい経済事業ではないが、産地仲卸業者が弱体化した地域においては漁協が産地仲卸業者の機能を代替しており、生産者価格の維持や地元水産物の円滑な流通の実現において重要な役割を担っているといえる。

小売業としての漁協買取販売事業は、買い取った地元水産物を自営店舗で消費者に販売する形態であり、産地仲卸業としての漁協買取販売事業よりも売買差（＝小売価格－産地卸売価格 or 生産者価格）が大きくなる。さらに自営加工によって生産される加工品を自営店舗で販売する場合はさらに売買差が大きくなる。また、一般的な小売業・飲食業は消費地仲卸業者から水産物を仲卸価格で仕入れて小売価格を設定しているが、漁協買取販売事業ではそれよりも安い価格（産地卸売価格 or 生産者価格）で仕入れていることから、他の業者よりも低く小売価格を設定したり、利益を多く確保することも可能だと考えられる。また、こうした利益確保に基づいて買取価格を高くして生産者価格を向上するということも可能であろう。今回の事例においても漁協経営に貢献しているのはこれらの買取販売事業であった。

さて、漁協買取販売事業によって販売される水産物は最終的には地元で消費されるものと地元外で消費されるものに分かれる。今回調査した事例においては、事例 5、11、13、14 が後者であり、それ以外は全て地元で消費されている。全国的に見ても漁協買取販売事業は、地元水産物と地元消費を結びつける取組みが圧倒的に多いと考えられる。産地において仲卸業者、小売業者、加工業者が減少し、産地全体の流通機能が弱体化する中で、地域水産物流通において漁協の果たす役割が大きくなっているといえよう。

今後の展望としては、表 1 で買取販売取扱高が 2010 年代は横ばいに推移していること示したが、今回調査した事例においても 2010 年代以降横ばいに推移している事例が多く、飛躍的に事業利益が増加した事例は少ない。先述した通り、漁協買取販売事業は地元消費に対応した取組みが多いが、地元消費が飛躍的に増加するということはないためこのような変化になっているものと推察することができる。また、表 1 において買取販売実施組合数が横ばいになっており、取り組むことができる漁協はすでに漁協買取販売事業を実施しており、新たな取組みが生まれていないといえる。

こうした状況において、今後、漁協買取販売事業が発展していくためには、水産物需要そのものを拡大させていく取組みが必要ではないかと考えられる。今回調査した事例の中でも、近年販売金額が増加している取組みとして事例 11（大分県漁協本所の養殖魚類）があるが、これは末端ユーザー（量販店・外食チェーン）からのニーズを受けた卸売業者からの注文に基づいて漁協がカット加工することによって養殖水産物の需要拡大に結びついた取組みであった。また、全国的に見ても「魚離れ」や簡便化志向への対策として浜の活

力再生プラン等で高次加工品（惣菜等の調理済食品）の生産に取り組んでいる漁協も多く見られるようになった。こうした漁協買取販売事業の新しい動きについてその実態と水産物流通における役割・意義についてさらなる調査が必要であると考えられる。

（工藤貴史）

II. しらすを主力とする清水漁協及び静浦漁協における販取販売の実態

1. 清水漁協

(1) 組合の概要

清水漁協は、2009年7月に静岡漁協（用宗漁協が1969年に静岡漁協に名称変更。静岡市駿河区）が清水市漁協（同市清水区）に事業譲渡して発足した組合である。旧清水市漁協を本所（清水地区）、旧静岡漁協を清水漁協用宗支所（用宗地区）としている。

組合の組織及び事業の概要は表1のとおりである。販売事業は本所の海産稚鮎の受託販売と、用宗支所の魚市場を中心とした受託販売と買取販売であり、職員は4.5名で対応している。本所では12年10月から組合直営の「はまや食堂」の運営とプレジャーボート係留施設管理（県からの委託）業務を行っている。用宗支所では、魚市場と09年から「用宗フィシャリーナ」管理（静岡市からの委託）、後述する直売所と食堂を運営している。

表1. 組織・事業概要（2017年度）

（単位：百万円）

組合員数	242名	役員数	9名
正組合員数	123名	職員数(嘱託等職員含む)	23名
財務	事業利益	82.3	石油類供給高
	経常利益	22.5	資材類供給高
	当期剰余金	627.9	受託販売取扱高
	総資産	150.7	買取販売高
	純資産	6.4	製氷冷凍事業(氷売上高)
	長期共済保有高	28.8	利用事業(受入利用料)
共済	短期共済保有高	0.1	無線事業(無線収入)

資料：清水漁協資料

管内漁業の主力はしらす船曳網漁業（操業期間は3月21日～1月14日）であり、他に刺網、一本釣り、地曳網、採貝等がある（表2）。両地区の水揚高合計（属人）は758.1百万円、うちしらすが578.9百万円で全体の76.4%を占めている（清水地区47.8%、用宗地区90.9%）。なお、17年度のしらすは不漁のため、用宗支所のしらすの水揚高は前年度より約35%減少している。

清水地区のしらす船曳網は1艘曳で、しらす漁業者は漁獲から釜揚等の加工までを行い、直売や仲買人に出荷している。清水地区のしらす以外の漁業者は、清水魚市場（株式会社が開設者）もしくは静岡中央卸売市場に直接出荷しており、用宗地区の刺網、一本釣り漁業者の静岡中央卸売市場への出荷手数料は7%（中央卸売市場4%、組合3%）である。

表2. 地区別の漁業種類別の経営体数及び水揚数量・金額（属人）[2017年度]

		清水地区								用宗地区			
漁業種類		経営体数	着業隻 (者)数	水揚高		漁業種類	経営体数	着業隻 (者)数	水揚高		数量(t)	金額(百万円)	
				数量(t)	金額(百万円)				数量(t)	金額(百万円)			
知事許可漁業	しらす1艘船曳網	16	14	100.5	122.2	知事許可漁業	しらす2艘船曳網	15	36	556.2	456.7		
	桜えび2艘船曳網	2	4	38.3	84.9		いわし2艘船曳網	2	4	0.0	0.0		
	さより1艘船曳網	6	0				しらうお1艘船曳網	1	1	0.0	0.0		
	しらうお1艘船曳網	2	0				さより2艘船曳網	4	8	0.0	0.0		
	団目網	1	0				小型まき網	1	1	0.0	0.0		
	小型機船底曳網	1	0				きす2枚刺網	16	16	5.3	3.5		
	底立て延繩	3	2	0.0	0.5		団目網	1	2	0.0	0.0		
	固定式一・二枚刺網	16	16				小型機船底曳網	1	1	1.2	0.8		
共同漁業	いせえび	1	1				底立て延繩	1	1	0.0	0.0		
	なまこ	3	3				固定式一・二枚刺網	19	19	18.6	12.3		
	あわび	1	1				いせえび	5	5	3.4	13.5		
	さざえ	2	2				あわび	10	10	0.1	0.9		
	あさり	1	1				とこぶし	10	10				
	わかめ	1	1				さざえ	10	10				
	刺網	24	18	15.3	20.4		なまこ	4	4	0.0	0.0		
	地曳網	3	6	2.4	7.9		刺網	6	6	2.7	1.8		
磯魚地曳網		3	6			区画漁業	わかめ養殖	1	22	2.2	2.4		
自由漁業				10.4	19.6	自由漁業				3.9	10.7		
合計		86	75	167.0	255.5	合計		107	156	593.6	502.6		

資料：清水漁協資料

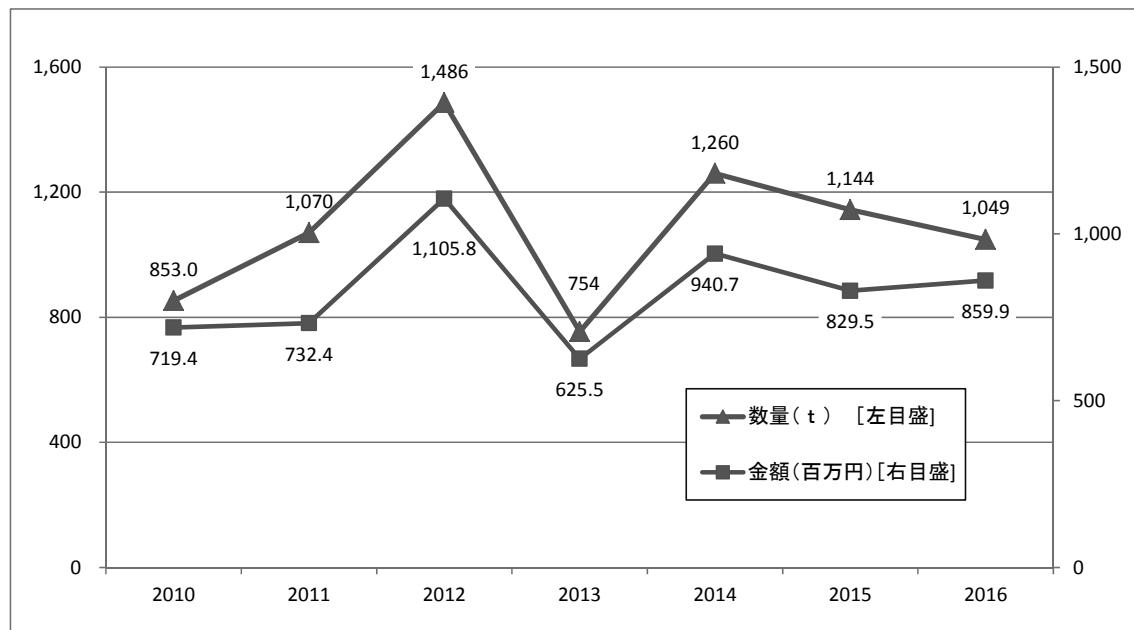
用宗地区のしらす船曳網は2艘曳で、3隻（網船1隻[6～7名]、網を引く手船[1名]、運搬船[1名]）で1か統を構成している。乗組員の確保の問題は生じていないが、所得確保の点から、しらすだけではなく近隣地域の桜エビ船曳網での乗組員を兼ねている者もいる。用宗地区のしらす漁業者は、全量を組合開設の用宗魚市場に出荷することが条件となっている。焼津のしらす船曳網4か統も用宗魚市場に出荷しており、新規荷捌所の建設後は清水地区の3経営体も全量出荷する予定である。用宗魚市場の水揚高の推移は図1のとおりであり、水揚高の大部分はしらすである。しらすの仲買人は26業者で、自前で加工して自店舗で直売したり、スーパーや量販店、回転寿司屋等に販売している。

（2）買取販売の経緯

買取販売を始めたのは旧静岡漁協のときからである。1975年頃にマグロ船への多額の融資が不良債権化し、組合経営は厳しい状態にあった。当時の組合の基幹事業はマグロを中心とした冷蔵と加工部門であったが、1980年代後半になるとマグロの魚価高騰もあって、計画通りの再建は進まなかった。そのような閉塞感のなか、組合ではしらすのPRと市場部門職員の有効活用として直売所の設置が検討されるようになった。

1989年には直売所が完成し、90年から直売が開始された。直売所の建物建築及び付帯設備一式の事業費は約8.6百万円であったが、県と市から補助を受ける「水産業共同施設整備事業」を活用し、組合負担は3.0百万円であった。

図1. 用宗魚市場の水揚高の推移



資料：静岡県卸売市場関係統計より作成

組合の直売所で提供するしらす等の仕入方法は、組合が買參權を取得して他の仲買人と一緒に入札をして買付ける形態であった。仲買人からは大きな反対はなかったが、買上量の縛りは当初あったようである。組合の直売所では主力商品として生しらすと釜揚しらすが販売されていた。釜揚加工については組合が釜を保有し、職員が加工作業をしていた。現在も釜揚用の釜を2つ保有し、2名の販売事業職員が加工を担当している（加工にはしらすを煮釜に搬入する人と搬出する人の2名が必要。その後に洗浄してせいろうに広げて水切り。1釜で1回10~15kgを加工。100kgの加工で煮釜の水を入替え）。

直売所はアンテナショップ的な役割を發揮し、単価の高いしらすの生売り等を行い、全体的な魚価向上に貢献したと評価されている。直売所の初年度の売上高は28.2百万円であったが、これは直売を開始した90年に、青壮年部が「用宗しらす」のPRと漁業に対するイメージアップを図るために第1回「しらす祭り」を開催したことも直売所の盛況に影響したと考えられる。しらす祭りの初年度の来場者は1万人にも満たなかったが、年々増加し現在は「用宗漁港まつり」として継続しており、17年の来場者数は5万人（報道発表）に上っている。

02年からは静岡市農協からの要請で、農協の直売所「あさはたじまん市」に水産物等を販売するようになり、その後農協の直売所に販売したり、出店するようになっていった（表3）。現在は静岡市農協の直売所すべてで清水漁協の水産物が販売されている。「しづはたじまん市」は13年のオープン時から水産物を販売している。

07年には、組合の大型冷蔵庫3基とマグロの加工事業の提供先であった大手水産会社が撤退し、組合経営は一層厳しいものとなった。静岡漁協の事業譲渡を決断させた大きな要

因であった。

同年に、組合長のリーダーシップのもと、直売所の近くに食堂を開設することとなった。お客様に食べてもらえる食堂があると、用宗港を訪れる人が増え、地魚をPRすることができるという考えからであった。食堂の開設にあたっては、資金の借入ができない状況のなか、プレハブのテントを半年間リース（30万円）し、テーブルやイスは閉鎖したマグロの加工場にあつた食堂の物を活用した。他に冷蔵庫（20万円）とその他必要な物品（10万円）を購入しオープンした。初年度は半年間の営業ではあったが売上高4.5百万円、翌年08年には売上高10.7百万円を計上し、食堂は軌道に乗ったという判断のもとプレハブのテントを取得した。14年度の来店者数は3.1万人で、現在も来店者は増加しており、日曜日には1日に200人ほどの観光客が訪れるときもある。

現在の直売所の営業時間は平日9時～17時、土日・祝日9時～15時、休日は年末年始等で、業務は職員1名、パート2名で対応している。取扱っている商品は生しらすや自家製釜揚しらす、外部から仕入れている天日干しちりめん、たたみ干等がある。食堂は「どんぶりハウス」という名称で営業しており、年末年始などの臨時休業日以外は営業しているが、プレハブのテントで営業しているため雨の日は休業である。業務はパートが平日2名、土日・祝日は4名で対応している。直売所や食堂で提供するしらすや鮮魚等の市場や仲買人からの買付については販売事業所属の一般職員1名が担当している。

他に直売に関しては、電話やファックスでの通信販売も行っている。基本的には口コミで、HP等での告知は行っていない。月平均の売上高は50万円、200件程度であり、多い月は600件近い注文がある。公園の売店（土日開業）での直売もあるが、これはかき氷等を販売しており、水産物の販売はしていない。

買取販売高の推移は図2のとおりである。17年度の買取販売高は150.7百万円、うち店売（直売所及び通信販売）69.1百万円（45.9%）、農協の直売所への販売・出店57.3百万円（38.0%）、食堂のどんぶりハウス22.7百万円（15.1%）、公園の売店1.7百万円（1.1%）である（図3）。

（3）買取販売の位置づけ

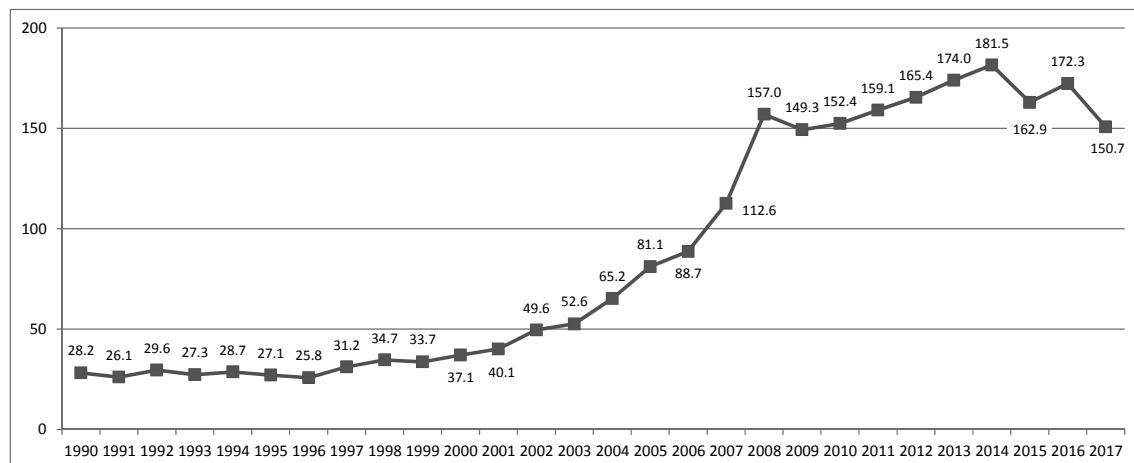
17年度の直売所や食堂等での買取販売高は150.7百万円、買取販売の事業総利益は62.0百万円（利益率41.1%）である。販売事業の事業総利益全体に占める割合（寄与度）は47.2%、買取販売だけで36.6%であり、買取販売（直接販売）が組合経営のうえで重要な位置づけを占めていることがわかる（表4）。指導事業の寄与度も高いが、これはプレジャーボート係留施設管理等の漁場管理の収入に寄るところが大きい。

表3. 静岡市農協の直売所への販売・出店の推移

2002年	あさはたじまん市に販売
2004年	南部じまん市に販売
2006年	北部じまん市に販売
2007年	アグリロード美和（農協女性部の直売所）に販売
2008年	長田じまん市に出店
2010年	南部じまん市に出店
2013年	しづはたじまん市に販売

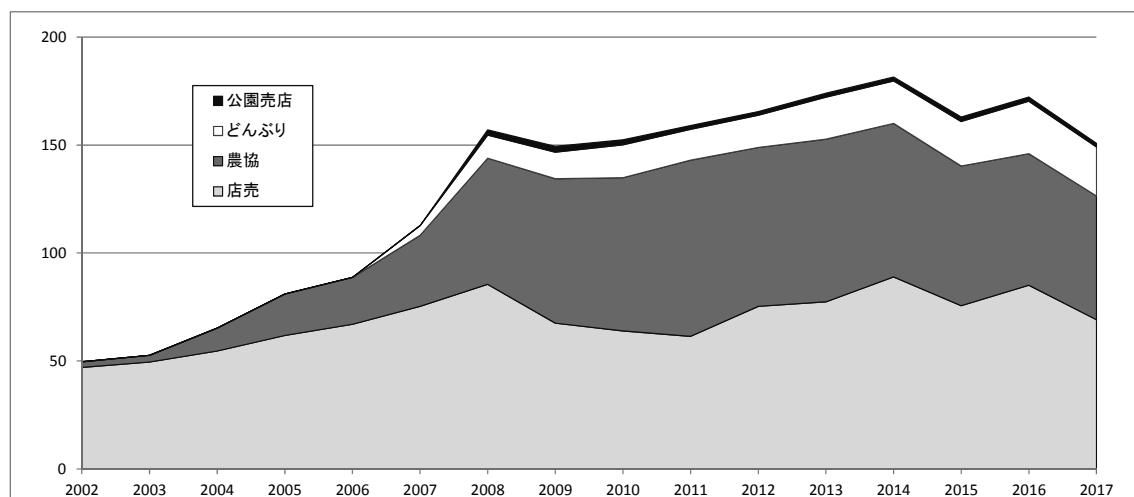
資料：清水漁協資料

図2. 買取販売高の売上高の推移（直売を開始した1990～2017年度）
(単位：百万円)



資料：清水漁協資料より作成

図3. 買取販売高の売り先別の売上高の推移（2002～2017年度）
(単位：百万円)



資料：清水漁協資料より作成

表4. 事業総利益に対する各事業の寄与度（2017年度）

	金額 (百万円)	事業総利益 への寄与度*
事業総利益	169.4	—
共済事業	1.1	0.6
購買事業	9.3	5.5
販売事業	79.9	47.2
買取販売	62.0	36.6
製氷冷凍事業	3.8	2.2
利用事業	12.6	7.4
指導事業	62.7	37.0

*事業総利益を「100」とした場合の各事業の割合

資料：清水漁協資料より作成

17年度の用宗魚市場におけるしらす水揚量と金額は633.4トン、517.1百万円であったが、うち組合の買取分は12.0トン（全体の1.9%）、16.3百万円（同3.2%）であり、市場に対するインパクトはそれほど大きくはないと考えられる（表5）。17年度の平均キロ単価は816.3円に対して組合の買取単価は1.67倍の1,360.8円であるが、組合が生しらすを多く購入していることも単価を高くしている要因のひとつではある。

表5. 用宗魚市場のしらすの年度別水揚高の推移

年度	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
水揚数量合計(t)	607.0	397.0	1,016.9	634.9	823.9	943.2	849.6	787.2	1,009.9	1,409.4	678.3	879.9	1,079.1	980.1	633.4
漁協買取分 (漁協の買取割合:%)	11.1 (1.8)	11.3 (2.8)	14.7 (1.4)	12.8 (2.0)	21.3 (2.6)	18.7 (2.0)	16.0 (1.9)	16.7 (2.1)	17.4 (1.7)	17.3 (1.2)	16.5 (2.4)	19.4 (2.2)	15.1 (1.4)	16.6 (1.7)	12.0 (1.9)
水揚金額合計(百万円)	538.1	473.5	721.8	528.9	690.1	862.5	678.6	665.1	684.1	1,041.5	562.2	870.1	775.0	798.0	517.1
漁協買取分 (漁協の買取割合:%)	12.5 (2.3)	16.5 (3.5)	14.1 (2.0)	15.7 (3.0)	24.3 (3.5)	22.3 (2.6)	18.2 (2.7)	20.8 (3.1)	16.1 (2.3)	18.5 (1.8)	21.0 (3.7)	20.2 (2.3)	16.8 (2.2)	19.6 (2.5)	16.3 (3.2)
平均キロ単価(円/kg)	886.5	1,192.7	709.8	833.1	837.6	914.4	798.8	845.0	677.4	739.0	828.9	988.8	718.2	814.1	816.3
漁協買取分 (平均キロ単価対比:倍)	1,125.2 (1.27)	1,466.3 (1.23)	961.1 (1.35)	1,226.1 (1.47)	1,139.3 (1.36)	1,191.2 (1.30)	1,138.9 (1.43)	1,243.1 (1.47)	925.1 (1.37)	1,067.5 (1.44)	1,269.6 (1.53)	1,040.2 (1.05)	1,113.3 (1.55)	1,186.1 (1.46)	1,360.8 (1.67)

資料：清水漁協資料より作成

用宗魚市場のしらすの加工業者を中心とする仲買人は高齢化しており、17年度には3社が廃業している。組合が廃業した仲買人の機能を担う必要が出てくる可能性もあるのではないかと組合の販売事業の担当者は危惧している。それにあたっては2018年に用宗地区に新しいしらすの荷捌所（約900m²）が完成する予定であり、新たな仲買人を誘致することも検討している。

今後は組合経営上は買取販売の原価率を下げる工夫をしていきたいという方針であるが、一方で少しでも市場で魚を高く買いたい・組合員の所得を引き上げたいという考えもあり、買値の設定は難しいようである。

2. 静浦漁協

（1）組合の概要

沼津市内にある静浦漁協は1968年5月に、静浦第一、馬込浦、志下浦の3漁協が合併して発足した組合である。沼津市内には他に、沼津我入道、内浦、戸田の3漁協がある。市内には産地市場として沼津魚市場（開設者：株式会社）と静浦魚市場（開設者：静浦漁協）の2つの地方卸売市場と、その他市場として内浦漁協共販所がある。

組合の組織及び事業の概要は表6のとおりである。組合事業としては表中以外に加工事業（しらすの加工販売等）、指導事業（プレジャーボートの管理【県からの委託】等）がある。

管内の漁業種類としてはまき網、しらす船曳網、一本釣、養殖漁業等がある（表7）。17年度の水揚高（属地）は37.1百万円、うちしらす船曳網が17.3百万円（全体の46.6%）、養殖漁業が17.8百万円（48.0%）である（図4、表8）。10年度の水揚高は54.7百万円、うちまき網が55.6%（全体の水揚量の94.9%）を占めている。なお、20年前（97年）の

水揚高は約6千トン、490百万円であった。

表6. 組織・事業概要 (2017年度)

組合員数	367名	役員数	8名	
正組合員数	100名	職員数	5名	
財務	事業利益	△6.5	石油類供給高	5.4
	経常利益	12.4	資材類供給高	48.9
	当期剰余金	12.2	受託販売取扱高	37.1
	総資産	375.5	買取販売販売高	4.9
	純資産	32.8	製氷冷凍事業(氷売上高)	11.0
	長期共済保有高	1,784.7	利用事業(受入利用料)	7.1
共済	短期共済保有高	1,841.0	無線事業(無線収入)	0.9

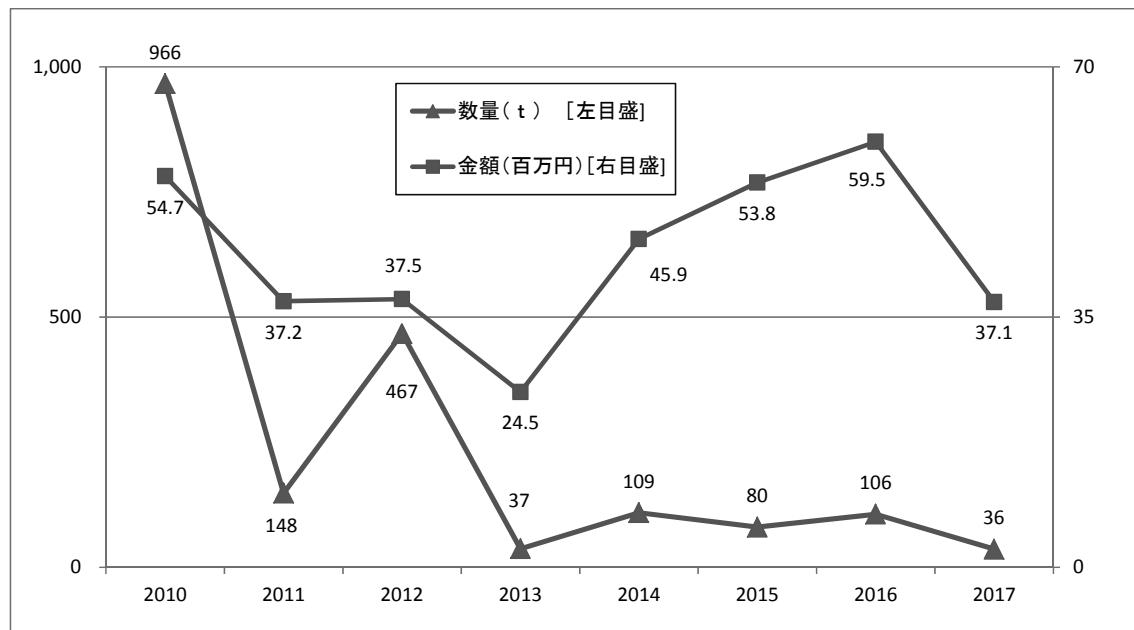
資料: 静浦漁協資料

表7. 漁業種類別の経営体数の推移

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
まき網漁業	9	8	8	8	8	8	8	8
しらす船曳網漁業	30	30	29	28	24	24	24	23
地曳・船曳網漁業	15	14	14	13	13	13	12	12
一本釣漁業	60	60	58	55	76	76	66	63
養殖漁業	6	5	5	5	3	3	3	3
小型底曳漁業	13	13	13	13	11	10	10	10
その他	0	0	0	0	6	6	6	6

資料: 静浦漁協資料

図4. 静浦漁協の水揚高(属地)の推移



資料: 静浦漁協資料

表8. 漁業種類別の水揚量・高の推移

		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
まき網漁業	トン	917	74	421	0	3	0	8	0
	百万円	30.4	2.3	13.4	0	0.1	0	0.4	0
しらす船曳網漁業	トン	39	68	43	34	104	59	69	16.5
	百万円	18.8	29.5	21.6	13.2	44.0	27.4	31.9	17.3
地曳・船曳網漁業	トン	3	0	0	3	0	1	1	0.3
	百万円	0	0	0	11.3	0	7.2	0.5	1.2
一本釣漁業	トン	0	0	0	0	0	0	0	0.2
	百万円	0	0	0	0	0	0	0	0.8
養殖漁業	トン	7	6	3	0	2	20	28	19
	百万円	5.5	5.4	2.5	0	1.8	19.2	26.7	17.8
合計	トン	966	148	467	37	109	80	106	36
	百万円	54.7	37.2	37.5	24.5	45.9	53.8	59.5	37.1

資料：静浦漁協資料

静浦魚市場での水揚高が少なくなっているのは、10年ほど前からまき網が沼津魚市場等に水揚を行うようになったからである。現在は静浦漁協自体も、しらすと養殖魚（活魚）、養殖用の稚鮎は静浦魚市場で水揚をするが、その他の水産物については魚価向上を目的として沼津魚市場への水揚を推進している。しらすは基本的に生での市場出荷が中心で、生しらす用は沼津、釜揚用は静浦の市場に出荷されるケースが多い。しらす漁業者の3割程度は釜揚等に自家加工して市場に出荷している。組合の販売手数料率は、組合市場への出荷は4%、他港水揚は0.5%である。組合員が沼津魚市場に出荷する際には組合に0.5%、市場に6%の手数料を支払う必要がある。

まき網の水揚減少に伴いイワシやアジ、サバ等を対象としていた買受人は減少しており、今はほとんどがシラスの買受人である。静浦魚市場の買受人は34業者（1業者のみ地区外）、うち常時買付けているのは25業者程度ある。買受人の中には高齢化・後継者不在で廃業するところも出てきている。そのような中、14年にしらす組合が新規の買受人を複数誘致して魚価の引き上げを図っている。静浦地区の水産加工場は、漁業センサスによると03年の97から、08年に61、13年に48工場に減少している。

組合経営の中心は、10年前まではまき網の水揚があったこともあり販売と冷蔵庫保管事業であったが、現在は指導、購買（養殖の飼料）、加工事業に変化している。09年には、漁業環境等の変化によって静浦漁協の経営が悪化し、経営改善計画を作成している。13年には出資金の6割減資や冷蔵庫保管事業の廃止と市場縮小に伴う職員の削減などを行い、経費削減や新規事業の推進等を通じて17年度には繰越欠損金を解消している。職員数は、1999年度に20.5名、07年度に13.5名、13年度に9名、14年度から現在の5名体制となっている。

現在の経営上の課題は、まき網船が水揚していた頃の市場施設の老朽化とそれに伴う修理修繕費用の負担である。施設は県の土地を活用しており、年間600万円ほどの賃借料を

県に支払っている。組合としては、今後この遊休施設を活用して、漁業に関連する取組み（地魚を提供する飲食店等）によって地域の活性化を図りたいと考えている。

（2）買取販売の概況

静浦漁協の買取販売は、販売事業における買取販売と加工事業が該当する。

販売事業における買取販売は、荷捌所での二日間の「漁協年末大売出し」（12月29～30日、以下「大売出し」）のことであり、エビや貝、鮮魚、練り物製品等の正月用品を販売している。30年前から開催しており、当時は静浦地区に小売店は少なく、年末は休業している店が多かったので、地域住民のために組合が開催するようになった。現在は小売店も当時の3倍くらいになっており、売上は一時よりは減少しているものの、ここ数年は横ばいである（表9）。仕入は業者から買取っているものが多く、17年以前は3社、その後は2社から調達している。練り製品の地元加工会社は徐々に廃業しており、仕入先も絞られてきている。

表9. 買取販売（漁協年末大売出し）の販売高等の推移と販売事業総利益に占める割合

		2012	2013	2014	2015	2016	2017
買取販売	販売高(百万円)	5.1	5.3	5.1	5.3	5.1	4.9
	原価(百万円)	4.4	4.7	4.5	4.7	4.6	4.4
	総利益(百万円)(a)	0.7	0.6	0.6	0.6	0.5	0.5
販売事業総利益(百万円)(b)		3.5	2.8	3.7	4.2	4.3	3.3
a/b(%)		20.0	21.4	16.2	14.3	11.6	15.2

資料：静浦漁協資料

二日間の大売出しによる総利益は、販売事業総利益の1～2割を占めている。16年から当割合が低下しているが、これは15年中に販売手数料率を3%から4%に引き上げたことが影響している。

次に、加工事業は20年ほど前に、しらすが豊漁のときに買受人が全量を引き受けることができず、それを組合が買取り茹でて冷蔵庫で保管・販売したのが始まりである。販売は組合の事務所を主として、イベントや周辺旅館等でもしていた。その後、徐々にしらすの販売量も伸び、干物の販売もするようになっていった。10年には組合事務所の傍にログハウス風の直売所を設置している。直売所の営業時間は8時30分から16時30分、定休日は土日・祝日である。電話・FAXによる販売も行っている。購入者は地区内と地区外の人々が半々程度である。

組合が提供する主力の加工品には釜揚と鮮しらすがある。釜揚は、生しらすを仕入れて、真水で洗い、釜で茹で、冷まして、水気を飛ばして、箱（450g）詰めし、凍らせるという手順である。他のところでは通常8kgで凍らせ、一度解凍して小分けしているところが多

いが、組合では販売する単位で凍結しているので鮮度が良いのが特長である。釜揚しらすは450g入り1,800円（税込）と220g入り1,000円（税込）で販売されている。組合での加工は、一釜で日産300kg、1回6.5kgを釜揚することができる。作業は職員5名で担当しており、午前中に加工作業、午後から各自の業務という形態であるが、量が多いときは午後も加工していることがある。

鮮しらすには生と凍結があり、凍結とはアルコールブライン凍結機によって-30度で凍結したもので、周年生食用のしらすとして販売することができるものである。

加工事業の売上高等の推移は表10のとおりであり、しらすが不漁だった17年以前までは徐々に売上を拡大していることがわかる。売上品目としては釜揚と鮮しらすの他に「干物」と「その他」がある。干物は3~4年前から品揃えを増やしており、3/4は業者から購入しているが、残りは組合職員が作っている。組合の干物加工品としては、アジの醤油干、マイワシやサンマ干もあり、沼津産もしくは国内の魚を使用している。「その他」としては、しらすのスモーク、ヒジキやワカメは組合で加工しており、塩辛や漬物等は業者から購入している。「その他」の4/5は業者からの購入である。

加工事業用のしらすの買付は、組合が買參權を取得して、参事がセリに参加して調達している。組合が買受人と参入したことによって、魚価は徐々に上がっている。

表10. 加工事業の売上高等の推移 (単位:百万円)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
加工事業売上高	7.9	7.2	8.6	9.5	9.9	5.4
釜揚しらす	4.2	3.0	4.1	5.4	6.8	2.7
鮮しらす	0.5	0.7	0.9	1.1	0.4	0.4
販売原価	4.2	3.9	3.8	5.6	6.6	4.4
総利益	3.7	3.3	4.8	3.9	3.3	1.0
売上高総利益率(%)	46.8	45.8	55.8	41.1	33.3	18.5

資料：静浦漁協資料

(3) 買取販売の位置づけ

組合が加工事業（買取販売）を実施する目的は、市場価格の維持・向上、それに伴う組合員の所得向上、静浦のブランド化、組合経営の安定化、職員の有効活用である。

17年度の加工事業の事業総利益全体に占める割合（寄与度）は2.3%ではあるが、12~16年度では7.0~10.0%となっている（表11）。経営数値上は経営の中心とはいえないが、プレジャーボートの管理等を内容とする指導事業や利用事業を今後拡大することは難しいと考えられ、既存事業のなかでは加工事業に将来性・発展性があると評価できる。組合としても将来的には加工場を増やしたいと考えている。また、沼津市内の4組合による販売力の強化が行われており、ひとつの取組みとして戸田漁協が週4回移動販売車で農協等の

直売所で直接販売していたが、そこに他の3組合も同行し販売をするようになっており、このような取組みによって販路拡大も期待できる。

表 11. 各事業の総利益の推移と事業総利益に対する各事業の寄与度

	2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	金額 (百万円)	寄与度 [*] (%)										
事業総利益	48.5	—	42.3	—	47.8	—	50.6	—	47.2	—	42.4	—
共済事業	3.0	6.2	3.4	8.0	2.2	4.6	2.0	4.0	1.8	3.8	2.8	6.6
購買事業	4.4	9.1	4.0	9.5	5.0	10.5	5.5	10.9	5.2	11.0	4.1	9.6
販売事業	3.5	7.2	2.8	6.6	3.7	7.7	4.2	8.3	4.3	9.1	3.3	7.7
製氷冷凍事業	5.9	12.2	1.4	3.3	-1.2	-2.5	1.0	2.0	1.1	2.3	0.5	1.2
加工事業	3.8	7.8	3.3	7.8	4.8	10.0	3.9	7.7	3.3	7.0	1.0	2.3
利用事業	4.1	8.5	3.8	9.0	5.8	12.1	5.8	11.5	5.9	12.5	6.4	15.0
指導事業	23.8	49.1	23.6	55.8	27.5	57.5	28.1	55.6	25.6	54.2	24.5	57.5

※事業総利益を「100」とした場合の各事業の割合

資料：静浦漁協資料

しらすの加工にあたってのここ数年の組合の当期仕入高は2百万円前後であり、静浦魚市場に水揚しているしらす船曳網漁業の水揚高の10.4%（調達割合）を17年度は占めている（表 12）。豊漁の14年度を除けば、しらすの水揚高の1割程度を組合が買付けていることになり、魚価の維持・向上に一定の貢献があると考えられる。今後の組合による加工量の増加によって、調達割合も増加し、組合によるブランドづくりも進んでいくことが期待される。加工事業は今後の組合経営の財源の柱として成長させていくことが必要であろう。

表 12. しらすの当期仕入高の推移と水揚高に占める割合 (単位：百万円)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
加工事業のしらすの当期仕入高(a)	2.5	2.0	2.1	2.7	2.8	1.8
釜揚げしらす	2.3	1.6	1.7	2.4	2.5	1.6
鮮しらす	0.2	0.4	0.4	0.3	0.3	0.2
しらす船曳網漁業の水揚高(b)	21.6	13.2	44.0	27.4	31.9	17.3
a/b(%)	11.6	15.2	4.8	9.9	8.8	10.4

資料：静浦漁協資料

3. 小括

旧静岡漁協はマグロを中心とした冷蔵と加工部門の衰退、静浦漁協はまき網船の他港水揚による販売と冷蔵庫保管事業の取扱量の減少という厳しい外部環境の変化に伴い、両組合とも買取販売に注力していったケースであった。清水漁協では買取販売は組合経営の中心となり、直売所だけでなく食堂、農協との直接取引を行っていた。静浦漁協では直売所での販売が中心ではあるが、最近は他組合の直売と連携した取組みもはじめている。

買取販売にあたっての買付は、両組合とも自組合で開設している市場の買参権を取得し行っていた。静浦漁協では、買受人が豊漁時に荷を引き受けられなかつたことがきっかけで組合が参入している。清水漁協のケースでは、旧組合経営の悪化を買受人が理解し、組合経営の改善のために組合が買参権を取得することを了承したと推測される。買受人側としては組合による買取販売は上手くいかないという思いもあったようである。両組合とも買参権の取得にあたって買受人から大きな反発はなかつたものの、買付量を徐々に増やしていき争いが起こらないように対処していた。清水漁協においては、組合が直売を実施したことによって、「用宗しらす」のブランド力が高まり、買受人にとっても売値の引き上げという効果が波及している。静浦漁協も今後はブランド形成に力をいれていく方針であり、買受人に同様の効果が発生する可能性がある。組合の買参権の取得にあたっては、経営が悪化している組合は改善のために買取販売に参入しないといけない理由、組合の買取販売によってブランド形成・向上に寄与すること・売値が上がること、買付量の上限等を、買受人に説明することによって組合による買参権の取得が比較的スムーズに進むのではないかと考えられる。

買取販売は、受託販売よりもリスクが高いが利益率も高く、組合の経営改善に寄与する可能性が高い。水揚量の減少や他港水揚の増加等で、受託販売を主とした組合経営だけでは立ち行かなくなることを見越して、10年ほど前から静岡県下の漁協の半数以上は、組合経営の安定および地域漁業の活性化にあたって、直売所・市場食堂等を新規事業として取組み始めている。従来どおりの経営スタイルを継続することは問題の先送りであり、改善していれば得られたであろう利益を逸失するというリスクを伴うことになる。清水漁協も静浦漁協も、役職員が買取販売によって経営を改善するという意識が高く、両組合とも職員がしらすの加工販売を行うことの意義を理解し取組んでいる。役職員が組合経営に危機意識をもって一体となって取組んでおり、役職員のモチベーションも高いのではないかと考えられる。

買取販売に取組むにあたっては、リスクを最小にすること、つまり小さくスタートすることが重要である。静浦漁協は、直売を当初は組合事務所とイベント等で行っていたが、売上が見込めるようになると直売所を建設して本格的な販売を開始している。清水漁協も直売所での販売を通じて、青壮年部とも協力しながら「用宗しらす」や地域のPRを行い、徐々に販売量を伸ばしていった。直売所への一定の集客が見込めるようになると、テントによる食堂を試験的に開始し、事業性があると判明すると本格的に食堂事業に取組んでいる。収益が見込まれる取組みに対して、小規模な試験をしてその事業性を検証し、事業化していくことが重要である。リスクを小さくするために、廃業した水産加工場や仲買人等の人材を活用ことも検討する価値があるのではないかと考える。

清水漁協の職員は「身の丈にあつた事業をした方が良い。用宗漁協にはしらすがあつたから、それを組合経営に生かせる取組みをしていった」と言う。経営的に厳しかったということもあるが、清水漁協は支出を抑えリスクを小さくしながら、しらすの買取販売を通

じて、ブランド化に成功しており、それによって他港船のしらすの水揚も実現し、新たな荷捌所の建設へと好循環を生じている。組合による買取販売の実現・成功にあたっては、今回の事例では、買取販売に伴い直売所・食堂の設置や農協直売所等の販路の確保・拡大、加工・保管、P R 等の販促、青壯年部・女性部との連携・協力、役職員の意識統一等が重要であり、買取販売にあたって様々な活動（直売所の開設など）を取り入れる必要があり、そこから発展していく可能性があることがわかった。

（尾中謙治）

III. 京都府漁協の買取販売の実態

1. 京都府漁協の成立経緯と販売事業

京都府には 2000 年前後には 20 余の漁協が存在していたが、全国的な漁協合併の動きの中で 2009 年 6 月にその時点に存在していた 6 漁協が府下一円で合併することが合意された。しかしそのうちの湊漁協で合併賛成票が 3 分の 2 に達しなかった為、まず 2010 年 1 月に 5 漁協が統合して京都府漁協が設立され、湊漁協は 2 年余り遅れて 2012 年 4 月にこれに加わり、沿海地区漁協の単一化が実現した。この結果、京都府漁連が存続する必要性はなくなったので、2013 年 7 月に京都府漁協が府漁連を包括継承する形で両者が合体することになった。実質的には漁場管理・組合員対応を行う京都府漁協と、経済事業の大半を担当する府漁連とが両者の業務を統合させたのである。ただし信漁連は統合されることなく府信漁連のまま存続して今日に至っている。なお、信漁連への信用事業の譲渡は 1998 年に完了している。

合併以前の水産物の流通ルートは、合併前の地元漁協が地元消費用の漁獲物の販売を小規模に担当していた部分も一部にはあったが、基本的には府下の 4 か所の水揚地において府漁連が受託および買取方式で産地卸売市場を運営し、近隣の漁協の漁獲物がそこに一元的に集荷される形がとられていた。舞鶴市・宮津市・丹後町（間人）・網野町の 4 市場がそれであった。その間、丹後町・網野町等の合併（京丹後市の成立、2004 年）と府漁協への統合がなされたが、実質的には従来と同じ 4 つの卸売市場が府漁協によって運営されている。

4 つの産地市場の取扱高（ただし 2017 年度についての計画値）を表 1 で見ると、舞鶴が受託販売額の 77%、買取販売額の 70% と大半を占めており、次いで宮津がそれぞれの 11%、20% を占めていることがわかる。

表 1. 京都府漁協の事業所別販売事業取扱計画（2017 年度）

		数量 (トン)	金額		単価 (円/kg)
			実額 (百万円)	構成比 (%)	
受 託 販 売	舞鶴	15,789	3,350	76.6	212
	宮津	1,637	481	11.0	294
	間人	514	365	8.3	710
	網野	265	176	4.0	664
	小計	18,205	4,372	100.0	240
買 取 販 売	舞鶴	10,485	2,261	70.3	216
	宮津	1,222	638	19.8	522
	間人	197	150	4.7	761
	網野	202	168	5.2	832
	小計	12,106	3,217	100.0	266
合計		30,311	7,589		250

資料：京都府漁協「業務報告書」各年度版より作成

2. 地元漁業の特徴

京都府の漁業は沿岸漁業を中心とする比較的単純な構成を示しており、海面漁業経営体のある市町村も舞鶴市・宮津市・伊根町・京丹後市の4自治体に限られている（表2参照）。水揚高の多い主要な漁業種類は表3から明らかのように、大型定置網、底曳網、沿岸各種漁業（小型定置網、養殖業を含む）に限られている。

表2. 営んだ漁業別の経営体数

	計	底引網		船引網	他の刺網	定置網		他の延繩	沿岸いか	他の釣り	探貝	養殖業						
		大型	小型			ぶり	たい					他の貝類	わかめ					
		沖底	小底															
2003年	京都府	1,042	5	96	10	347	18	74	96	200	470		8	10		167	16	15
	舞鶴市	298	0	33	5	127	7	32	9	51	79		0	0		65	7	15
	宮津市	214	1	34	0	73	3	25	27	13	79		3	4		0	1	0
	伊根町	143	0	0	0	34	4	15	44	41	65		5	6		0	0	0
	京丹後市	387	4	29	5	113	4	2	16	95	247		0	0		102	8	0
2013年	京都府	814	3	87	26	151	20	48	46	50	285	456	5	4	1	151	46	21
	舞鶴市	242	0	34	14	51	8	25	3	-	64	150	-	-	-	54	22	21
	宮津市	184	-	47	10	37	3	14	12	-	60	145	2	1	-	1	14	0
	伊根町	105	-	2	-	18	4	7	26	6	36	37	3	3	1	1	-	0
	京丹後市	283	3	4	2	45	5	2	5	44	125	124	-	-	-	95	10	0

資料：「漁業センサス」

表3. 京都府漁協の組合員の水揚金額 (単位：百万円)

	2014年	2015年	2016年	2017年
大型定置網	1,936	1,990	2,003	1,819
小定置網	199	217	186	202
機船底曳網	463	457	461	435
刺網	84	76	76	64
桁網	50	100	86	69
一本釣・延繩	177	182	194	147
たこつぼ	33	27	30	30
水視	194	218	183	168
探貝藻	32	32	30	31
他の海面漁業	36	42	35	33
養殖	123	218	260	182
合計	3,326	3,560	3,544	3,178

資料：京都府漁協「業務報告書」各年度版より作成

大型定置網は府下の全水揚高の半ば前後を占めている中心的漁業である。定置漁業権の数は多く、舞鶴市海域に10、宮津市海域に8、伊根町海域に8、京丹後市海域に6の合計32が設定されている。これらの大型定置網は基本的に合併前の旧漁協の自営漁業であったものを、合併に際して地元組合員の多くが出資する漁業生産組合、有限会社・株式会社等に改めて、新設の府漁協には譲渡せずに地元の沿岸漁業者との共有財産として存続させてい

るものである。名称はぶり定置網、いわし定置網と魚種名がついているが、漁獲対象はあじなどを含めて浮魚の回遊魚が中心である。大型定置網は地域内の漁業者の共有の財産という意識が強く、乗組員も地区内出身者に限定される傾向が強かったという。しかし、次第に乗組員が集まりにくくなってきたことによって、今は他地区出身者も増えて来たという。ただし、地区内出身者は漁協の組合員で、定置網の経営主体の出資者である場合が多いのに対して、地区外出身者はそうした権利者にはなっていないといった相違が現在でもある。

定置網は毎日多種類の魚を水揚げしているが、それらは各定置網の経営体が有する保冷車で舞鶴、宮津のどちらかの卸売市場に送られて府漁協の受託販売の対象となって、セリ・入札にかけられることが通常である。また、保冷車をもっていない地区の荷捌所に上がった漁獲物は、漁協の保冷車が荷を受け取りに回り、舞鶴市・宮津市の市場に運んでいる。

底曳網を営む経営体は100近く存在し（表2参照）、全体で4億円台の水揚げを挙げております（表3参照）、沖底のほか比較的規模の大きな経営体により、かれい類などの底魚や間人・舞鶴が産地として名高いいわしがなどが漁獲されている。

その他の沿岸漁業は刺網、釣り、採貝藻などの沿岸漁業であり、1人ないし2人乗りを中心で、零細な漁船で操業している。このほか、養殖業ではかき・とり貝・わかめが多く、少数ながらたい・ぶり・まぐろの魚類養殖もなされている。

表2、表3からもわかるように京都府には大型漁業としての旋網漁業は存在しない。しかし鳥取県や石川県の旋網船が京都府沖も漁場として操業しており、漁場が近い時には舞鶴市場に多く水揚げするので、府漁協の販売事業にとっては旋網の水揚げも大きな事業対象となっている。

3. 販売事業の実態

（1）受託販売と買取販売

まず京都府漁協の販売事業の実態を受託販売、買取販売のそれぞれについて整理しておこう。受託販売は表4に見られるように、年間40億円前後で推移している。これは表3で見られる京都府漁協所属経営体の水揚金額35億円前後に、他県の旋網船などが京都府沖の漁場で操業する際に水揚げする分を加えた金額と言える。組合員の漁獲物が100%府漁協の受託販売事業の対象になっているとは言えないが——府漁協が卸売市場業務をしていない地区で、地元の消費者に漁業者が販売する部分は漁協の販売事業分として把握されていない可能性がある——、組合員の漁獲物の大半は漁協の受託販売事業の対象になっていると漁協では見ている。

受託販売事業の大半はその日に地先の漁場で漁獲されたものであるから、表3に示されている通り「鮮魚」であり、活魚・加工物がこれに若干加わっている。各漁業経営体の漁獲物は、水揚後に府漁協が卸売業者となっている卸売市場に送られ、セリ・入札によって仲買人に売られていく。仲買人には取扱額の大きい出荷仲買人（全国各地に出荷する）か

表4. 京都府漁協の荷姿別の販売事業取扱高 (単位: 百万円)

		第6期	第7期	第8期	第9期
		2014年	2015年	2016年	2017年
受託販売	鮮魚	3,970	4,008	4,436	3,758
	冷凍	0	0	0	0
	活魚	286	201	227	219
	加工	12	15	13	13
	計	4,268	4,225	4,676	3,990
買取販売	鮮魚	1,040	1,117	1,211	1,117
	冷凍	1,509	1,533	1,299	1,215
	活魚	219	331	321	305
	加工	405	375	397	392
	計	3,172	3,356	3,228	3,029

資料: 京都府漁協「業務報告書」各年度版より作成

ら地元の小売店・料理店などの依頼を受けた品目を配送する小規模な業者まで各種のタイプがある。

卸売市場の運営は、府漁協の販売部の職員が漁業者から漁獲物を受け取り、せり・入札を行う。せり・入札によって商品を入手した仲買人は、それぞれの販売ルートにそれを配分して配送する。

これに対して漁協の買取販売事業は、30億円強の販売高を示しているが、その調達ルートは2つに大別される。第一は、漁協が運営する卸売市場に上場された漁獲物を漁協が買い手となって入手するものである。現在は仲買人組合との約束によって、せりには漁協は参加しない（買參權をもたない）ことになっているので、漁協が仲買人に依頼してせりで購入してもらい、手数料を払ってそれを入手している。これに対して旋網漁船で漁獲したあじ・いわしなどの小型魚を主として扱う入札取引については、他の仲買人から買いが入らない時に漁協が底値を入れる方式で購入しているという。このルートを通る漁獲物は、卸売市場にとつては受託販売額であるとともに、府漁協にとつては買取販売の対象になっているから、統計上は受託販売額にも買取販売額にも含まれることになる。その金額が受託金額全体の中でどの程度の割合を占めているのかは一定していない。

旋網船による小型の浮魚が水揚げされた場合には、漁協の冷蔵庫の凍結能力（1日30トン程度）以内は凍結して加工原魚・餌料用に在庫とし、残りは鮮魚として従来からの顧客層に連絡して当日中に配送する場合もあるという。

第二のルートは、府漁協の卸売市場を通さずに商社等から漁協が相対で購入するものであり、他の産地で上がった漁獲物や輸入品が卸売市場を通ることなく漁協に引き渡されるものである。産地市場経由のものはほぼすべてが鮮魚であるのに対して、このルートは冷凍物が多く、活魚・加工品も一定の比重を占めている。

(2) 市場間の分業関係

以上のような取引ルートを念頭において表1に示した各卸売市場の様相を見ると、次のような分業関係が理解できる。すなわち受託取引の単価が200円台である舞鶴・宮津では漁獲物全般の取引がなされているのに対して、単価が700円前後の間人・網野ではずわいがになど地元の料理旅館等で消費される高価格品が地元で販売され、その他の品目は舞鶴市場に陸送される比重が高いと推測される。また、買取販売については、舞鶴市場の単価が低く、旋網による小型魚や冷凍魚などの比重が高いと推定されるのに対して、他の3市場ではそれぞれの市場が受託販売で扱っている品目よりも更に高価な商品を買取販売の対象にしていることがわかる。それぞれの市場の特性を發揮して、市場間での機能分担がなされていることが理解できよう。

(3) 冷凍庫の重要性

ところで、買取販売においては冷凍品の比重が高く、2014～2015年度においては買取販売額のほぼ半ばを占めている(表4参照)。このため買取販売事業を円滑に進めるためには、冷凍庫の能力を良好に維持することが不可欠となる。舞鶴市卸売市場にある冷凍冷蔵庫は公称では凍結能力1日25トン(貯蔵能力5,000トン)、同15トン(3,000トン)の2つであり、旋網船が大量の漁獲を水揚げする時には不足するという。しかもこの冷凍庫はすでに建造後40年程経過しており、建て替えの必要性が自覚されているというが、水揚量が減少している状況で、今の量が必要かどうかを含めて検討中であるという。

冷凍冷蔵庫の更新についての判断は漁協経営にとって影響が大きいので、慎重に検討が続けられている。毎年の事業計画書はその事情について以下のように記述している。

「施設の老朽化に伴う修繕と電気料金の上昇による維持管理費が多額となることから、厳しい収支状況が続き、これまで施設の効率稼働及びコスト削減を目指して老朽化した施設の統廃合を実施してまいりました。」(2015年度用の事業計画書)

「多角性魚種等の漁獲が不安定な状況で推移する中で生産物の凍結による保管事業は販売事業と連携して産地魚価の維持を図るうえで重要な役割を果たしています。一方で加工業者や坪貸し顧客の減少、電気料金の上昇によるコストの増加等により、厳しい収支状況が続き、これまで施設の効率稼働に努めるとともに、拡大する輸出需要に対応した衛生管理施設への改修を実施してまいりました。」(2016年用の事業計画書)

「冷凍冷蔵保管事業については、仲買人や加工業者を中心とした坪貸し顧客の減少や凍結の主体であったイワシをはじめとする多角性魚種の漁獲量の減少が収支を悪化させる要因の一つとなって」いる(2017年度用の事業計画書)

このように府漁協の販売事業、ひいては経済事業全般にとって、冷凍庫の更新問題は大きな課題となっていることがわかる。

（4）買取販売の比重の高さの背景

今日の府漁協の販売事業の仕組みは、漁協合併後に形成されたものではなく、合併以前の販売事業のあり方を踏襲したものである。すなわち、①販売事業は単位漁協が実施するのではなく府漁連が府下の4か所に卸売市場を運営して実施してきた、②府漁連時代からその販売事業においては買取販売事業の比重が高かった、という特徴があり、それがそのまま合併後にも持ち越されたものといえる。

加えて、1990年代以降に顕著となった水揚げ高の減少とそれを上回る仲買業者の減少によって仲買業者の販売力が低下してきたこと、それに対して漁業経営体の意図を受けて府漁連（合併後は府漁協）が仲買機能の相当部分を担わざるをえなかつたことが指摘できるであろう。しかも1990年代以降における行政の規制緩和の流れの下で、卸売市場業務における卸売業者と仲買業者との機能分担の境界が薄れ、相対取引の広範な容認を含めて卸売業者と仲買業者の競争的な関係が強められてきたことが（その帰結が2018年における卸売市場法の大幅改訂である）、その方向を強めたと思われる。

以上の点を考慮すると、今後の府漁協の買取販売事業の推移にとって、府下の漁獲量の推移とともに、政府の流通政策の影響も極めて重要であることがわかる。

4. 買取販売の効果と課題

後述する仲買人組合の実態からしても仲買人の事業行動は次第に消極化してきていると思われるが、漁協がリスクの高いはずの買取販売の比重を高く維持しながら、収益を確実に確保できているのはなぜであろうか。買取販売においては漁協は仲買人と同じ事業を行って収益を確保しなければならないことになるが、仲買人の廃業が継続している状況の下で、漁協が採算を維持できている根拠は何なのだろうか。

まず受託販売事業の収益は漁業者からの受託販売手数料であるが、全体を平均すると4.22%であるという。

他方、買取販売の利益率を業務報告書記載の売上原価と売上額から算出すると（表5参照）、10～11%台の高い比率を示しており、受託販売よりも買取販売の方が収益性が高いことになる。しかも受託販売の手数料収入からは販売事業に必要な各種の経費が差し引かれるので、その実際の利益率は買取販売の方が相当に高いことになる。この点は販売事業の担当職員の実感とも一致している。

加えて、表5から明らかなように、品目分類別の利幅率はどの分類でも毎年かなり安定的である。したがって買取販売の方が受託販売よりも府漁協の経営にとって貢献度が高いということができる。買取販売を実施するに際しては、どの漁協でも受託販売に比べてのリスクの大きさにどう対処するのかが大きな課題になるが、府漁協で成立している買取販売の安定的高利潤が、どのようなメカニズムで実現しているのかについては、販売関係の詳細な統計を利用してさらに検討しなければならない。

表5. 京都府漁協の買取販売の利幅率

		買取販売額(千円)				同左構成比(%)				利幅率(%)			
		2014年	2015年	2016年	2017年	2014年	2015年	2016年	2017年	2014年	2015年	2016年	2017年
生鮮 魚介藻類	鮮魚類	968	1,031	1,155	1,119	30.5	30.7	35.8	36.9	9.6	9.6	9.0	8.8
	貝類	262	398	351	280	8.3	11.9	10.9	9.3	11.6	13.5	10.0	9.4
	海藻類	2	6	5	6	0.1	0.2	0.2	0.2	19.2	9.1	10.7	12.1
	その他	25	13	21	17	0.8	0.4	0.6	0.6	6.2	4.5	4.8	5.6
	計	1,257	1,448	1,532	1,422	39.6	43.1	47.5	46.9	10.0	10.6	9.2	8.9
水産製品 加工品	冷凍品	1,510	1,534	1,304	1,223	47.6	45.7	40.4	40.4	9.2	9.2	9.1	8.0
	海藻類	12	12	10	11	0.4	0.4	0.3	0.4	9.1	11.7	10.6	10.7
	塩干魚貝類	102	98	99	92	3.2	2.9	3.1	3.0	15.4	14.8	14.9	13.2
	その他	291	264	283	281	9.2	7.9	8.8	9.3	18.1	18.2	17.0	14.6
	計	1,915	1,908	1,696	1,607	60.4	56.9	52.5	53.1	10.8	10.6	10.7	9.5
合計		3,172	3,356	3,228	3,029	100.0	100.0	100.0	100.0	10.5	10.6	9.9	9.2

資料：京都府漁協「業務報告書」各年度版より作成

なお、同じ表5によって買取販売の商品分類別の構成比を見ると、鮮魚と冷凍品で75%以上を占めており、商品構成が大きな変動を示さずに安定的に推移していることがわかる。

このほかにも、府漁協の販売事業の強みとして担当職員は「常に取引先と情報交換をしていること」を挙げておられた。

5. 仲買人組合＝舞鶴水産流通協同組合の役割

漁協経営の舞鶴卸売市場の仲買人は現在74業者存在するが、彼らは中小企業等協同組合法にのっとって舞鶴水産流通協同組合を組織している。構成員数のピークは1980年の177業者であったというから、約40年間で約6割の業者が廃業したことになる。この組合はすでに設立60周年を経ているが、月8,000円の組合費で全業者が同等な資格で参加し、自社ビル(1989年建築)をもって事業を行っている。

仲買人が購入している水産物は約30億円であるが、出荷仲買業務を行う大手3業者でその約5割の約16億円を扱っているという。したがって大手業者は1業者平均5億円を扱い、残りの約71業者で14億円、すなわち1業者約2,000万円平均の取扱額となる。

宮津市場の仲買人は舞鶴と同様に宮津地区の流通協同組合を作っており、府全体の上部団体として京都府水産流通協同組合連合会が存在している。元は宮津と舞鶴の両方の仲買人を兼ねることはできなかったが、仲買人の人数が減少してくる過程で、両方に加入することも自由になったという。

『舞鶴水産流通協同組合60周年誌』(2014年刊行)によれば同組合は結成以来、以下のようにその事業範囲を拡大してきたという。

①1954年に共同精算事業を開始。これは組合員が買掛品として卸売市場で購入した水産物の代金をこの組合で集めて府漁協に一括納入する業務であり、それに対して漁協から決済奨励金を受けている。この奨励金の80%を組合員にもどした上で、組合の手元に残った

部分が仲買人組合の収入になるのである。

②1965 年に冷凍魚販売事業を開始し、後には塩干物にも対象を広げている。この事業は冷凍魚・塩干物を組合員の注文によって大量に買い付け、組合員に配分する事業であり、共同購買によって仲買人の買取価格を下げる効果を発揮している。鮮魚はほとんど扱わず、典型的にはノルウェー鯖を輸入枠を持っている輸入業者を経由して買い付け、各仲買人へ売却している。仲買人は漁協からも買うことがあるが、漁協からだけ買うと言い値で買わされること、輸入物の方が油が乗っていることといった事情から、独自の販売ルートを共同の力で維持しているという。

③1990 年から魚食普及・地元水産物 P R のイベントとして「まいづる魚まつり」を毎年実施している。学校給食への水産物の納入も利幅は少ないが地元の水産物の宣伝・普及の意味を込めて継続している。

④このほかにも指導事業等として、組合員個々の店舗診断（経営診断）、従業員のための退職金対策事業などの諸事業も行っている。また、仲買人の利害をまとめて府漁協の販売事業の仕方について要望を出し、共存をはかることも行っている。たとえば地元での実需者として比重の高いスーパー対策として、スーパーには買參權は持たせずに、仲買人から買う方式を継続できるようにしていること（漁協の産地市場で誰が買參權を得るのかは漁協が決定する）、府漁協が市場のセリで水産物を購入する際には仲買人を通すことなど、日常的な漁協市場の運営を円滑に進める役割を果たしている。

なお、今回の卸売市場法改正によって卸売市場の取引方法が大幅に自由化されたことを受けて、府漁協ではせり取引においても府漁協が買參權をもって直接買い付けるができるようになりたいと仲買人組合に申し入れたという。これに対して仲買人組合としては、仲買人の業務が狭められるのではないかと危惧している状態である。

（加瀬和俊）

IV. 坊勢漁協における買取販売の実態

1. 組合の概要

(1) 組合組織の概要

坊勢漁協は、1944年2月に家島漁協から独立し、設立した組合である。2017年の時点では、組合員数は計497名、うち正組合員数は491名である。正組合員の中で「漁業生産組合」や「漁業を営む法人」が存在せず、すべて「漁業者」である。准組合員は6名、うち、地区内3名、地区外1名、法人2名である（表1）。組合員の年齢構成は「45～49歳」と「50～54歳」層が中心である（図1）。漁協資料によれば、正組合員数は1996年から2016年までの30年間の間、全体的に減少傾向にあるが、最も多かった時期（2002年：601名）と比べると、減少幅は2割弱に止まっている。

漁協職員は信漁連出向職員も含めて、計31名であるが、そのうち半分近くの職員が販売部門に配置されている（表2）。なお、役員は15名である。

表1. 組合員（2017年度）

単位：名

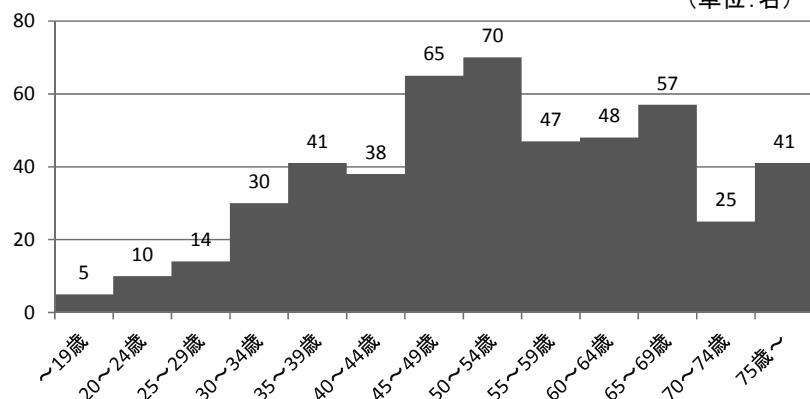
資格区分	組合員数	内訳	割合(%)
正組合員	491	漁業者	491
准組合員	6	地区内	3
		地区外	1
		漁業を営む法人	2
合計	497		100.0

資料：坊勢漁協「業務報告書」により作成

注：①組合員の資格は個人である。②女性組合員はゼロ名。

図1. 組合員年齢階層分布（2016年度）

（単位：名）



資料：坊勢漁協HPより作成

表2. 役員・職員（2017年度）

単位:人

	人数	事業部門別人員配置	性別		
			男性	女性	
役員	15				
職員	28.7	参事	1	1	
		管理部門	6.1	3.1	
		共済部門	0.8	0.3	
		購買部門	1	1	
		販売部門	13.3	12.3	
		製氷冷凍部門	2	2	
		加工部門職員	0.7	0.7	
		利用部門	1	1	
		指導部門	2.8	2.3	
		信漁連出向職員	2.3	0.3	
合計			31	24	
7					

資料：坊勢漁協「業務報告書」により作成

（2）事業概要

財務状況については、直近8年間の事業利益は赤字が続いている。経常利益は年度別に大きな差異があるものの、黒字経営を維持している（表3）。

主要事業は共済、購買、販売事業である。共済事業は、長期共済保有高・短期共済保有高のいずれも比較的安定しており、両者合わせて70億円程度である。購買事業の供給高は資材類の供給がメインで、近年増加傾向にあり、2016年度は6億円強である。販売事業は67億円強（2016年度）であり、そのうち買取販売高は5億円程度である。2009年からの事業実績の推移をみると、全体的に多少の変動がみられるが、受託販売と買取販売のいずれも増加傾向にある。

表3. 事業概要

単位:百万円

区分	項目	09年度	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度
財務	事業利益	-57	-104	-63	-3	-48	-84	-24	-33
	経常利益	27	12	4	34	4	5	11	7
	当期剰余金	14	4	2	2	1	2	2	7
	総資産	1,854	1,875	2,026	2,074	2,051	2,258	2,390	2,319
	純資産	1,191	1,190	1,176	1,160	1,148	1,142	1,126	1,127
共済事業	長期共済保有高	2,984	3,182	3,295	3,472	3,415	3,328	3,345	3,279
	短期共済保有高	3,745	4,047	3,571	3,449	3,726	3,288	3,410	4,097
購買事業	石油類供給高	436	216	236	250	253	248	166	150
	資材類供給高	321	306	342	401	328	352	455	484
販売事業	受託販売取扱高	4,295	3,826	4,664	5,770	4,700	5,070	6,362	6,295
	買取販売高	288	259	377	459	333	374	671	495

資料：坊勢漁協「業務報告書」により作成

上記の主要事業項目のほかに、漁協は自営事業、製氷冷凍事業、利用事業、指導事業なども行っている。自営事業とは、漁業の調整、漁場利用等を総合的に勘案し、漁協自らが所持している「サワラはなつぎ網」9 統の許可を組合員に委託している事業のことである¹⁾。これらの事業項目別の収益状況について、「損益計算書」(2016 年度漁協「業務報告書」)によると、自営事業収益はゼロ円、製氷冷凍事業収益は 442 万円、利用事業利益は 494 万円、指導事業収益は 3,206 万円、無線事業収益は 275 万円である。ちなみに、主要事業である共済事業の収益は 467 万円、購買事業収益は 6,653 万円、販売事業収益は 17,453 万円である。販売事業による収益は漁協事業総収益(28,999 万円)の 6 割を占めている。

(3) 漁業生産の概要

坊勢漁協では、許可漁業、共同漁業権漁業、区画漁業権漁業のいずれも行っている。

許可漁業は次の 8 漁種がある。小型底曳網漁業(322 統)、船曳網漁業(58 統)、中型まき網漁業(4 統)、はなつぎ網漁業(9 統)、サワラ流刺網漁業(7 統)、カニ刺網漁業(27 統)、タコツボ(2 統)とサヨリ船曳網(25 統)である。小型底曳網漁業の許可統数が最も多い。

共同漁業権漁業(=磯端漁業)は 4 漁種がある。うち、定置網は 2 統、刺網は 90 統、イサリは 8 統、一本釣りは 2 統である。区画漁業権漁業は、魚類養殖(13 統)、ノリ養殖(30 統)、カキの養殖(13 統)となっている。

組合員が所有している漁船数は、2016 年度末の時点で計 890 隻である。うち半分近くは 3~5 トン層漁船である。2 トン未満層を合わせれば、総漁船数の 8 割近くを占めるようになる。ちなみに、5~10 トン層は 1 割未満、10~20 トン層は 1 割強、20 トン以上漁船はゼロである(表 4)²⁾。

表 4. 漁業種類・階層別漁船数(2016 年 3 月 31 日現在)

単位:隻

漁業種類別/トン数	~1	1~2	2~3	3~5	5~10	10~20	20~	合計
採介そう漁業	37	62	3	16	43	19	0	180
定置網漁業	1	1	1	1	1	0	0	5
一本釣漁業	6	1	0	0	3	11	0	21
延繩漁業	0	0	1	1	0	0	0	2
刺網漁業	19	20	14	8	6	0	0	67
まき網漁業	0	0	0	0	0	8	0	8
まき網漁業付属船	0	0	1	0	3	21	0	25
小型底びき網漁業	0	0	1	248	0	0	0	249
ひき網漁業	0	0	0	121	3	0	0	124
官公庁船(指導)	0	0	0	0	0	2	0	2
漁獲物運搬船	0	0	0	3	29	62	0	94
雑漁業	50	24	16	22	1	0	0	113
合計	113	108	37	420	89	123	0	890

資料:坊勢漁協「業務報告書」により作成

坊勢漁協の許可および免許統数からみれば、許可漁業は小型底曳網、共同漁業権漁業は刺網漁業、区画漁業権漁業はノリ養殖がそれぞれ中心となっているが、数量ベースの水揚実績によると、共同漁業権漁業と区画漁業権は変わりがないが、許可漁業はまき網（中型）漁業が中心となる。金額ベースではノリ養殖が最も多く、水揚総額の4割近くを占めている。その次に多いのは、船曳、まき網、底曳、磯端漁業である（表5、表6）。

具体的な水揚実績をみると、数量ベースでは、ノリ養殖を除けばまき網が最も多い（3,841トン、44.8%）。その次は底曳網（2,022トン、23.6%）、船曳網（1,433トン、16.7%）、その他（959トン、11.2%）と磯端漁業（325トン、3.8%）の順である。水揚量の推移をみると、船曳網が2008年から激減していることは明らかである。一方、まき網が増加傾向にあるというものの、直近5年間は不安定な状態にある（表5）。

表5. 坊勢漁協主要漁業種類別水揚数量及び総水揚量に占める割合の推移

単位:トン・%

年別	底曳網漁業		磯端漁業		船曳網漁業		まき網漁業		その他		総水揚数量	
	数量	割合	数量	割合	数量	割合	数量	割合	数量	割合	数量	割合
2008	2,530	28.1	553	6.1	4,496	49.9	1,183	13.1	240	2.7	9,002	100.0
2009	1,391	19.2	410	5.7	3,286	45.5	1,909	26.4	233	3.2	7,229	100.0
2010	2,094	23.6	548	6.2	4,746	53.5	1,251	14.1	232	2.6	8,871	100.0
2011	2,722	27.4	411	4.1	4,750	47.8	1,701	17.1	360	3.6	9,944	100.0
2012	2,130	19.2	327	3.0	6,216	56.1	1,832	16.5	578	5.2	11,083	100.0
2013	2,601	19.5	392	2.9	6,469	48.4	3,191	23.9	713	5.3	13,366	100.0
2014	2,090	17.0	252	2.0	3,257	26.5	6,048	49.2	656	5.3	12,303	100.0
2015	1,994	13.9	228	1.6	6,383	44.5	4,869	33.9	869	6.1	14,343	100.0
2016	1,745	13.8	238	1.9	4,098	32.4	6,042	47.8	523	4.1	12,646	100.0
2017	2,022	23.6	325	3.8	1,433	16.7	3,841	44.8	959	11.2	8,580	100.0

資料：坊勢漁協資料より作成

注：①海苔のみの単位は枚数である。②総水揚量には海苔が含まれていない。

表6. 坊勢漁協主要漁業種類別水揚金額と総水揚金額に占める割合の推移

単位:百万円・%

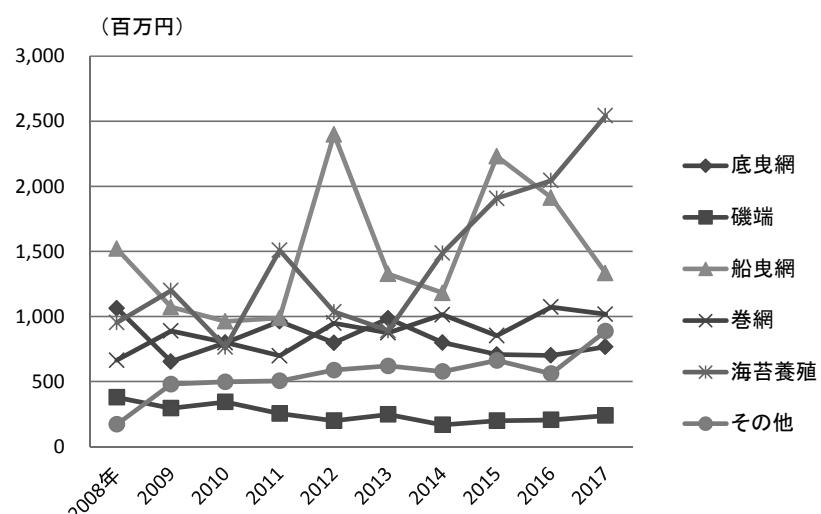
年別	底曳網漁業		磯端漁業		船曳網漁業		まき網漁業		海苔養殖		その他		総水揚金額	
	金額	割合	金額	割合	金額	割合	金額	割合	金額	割合	金額	割合	金額	割合
2008	1,064	22.4	379	8.0	1,521	32.0	664	14.0	953	20.1	171	3.6	4,752	100.0
2009	654	14.2	295	6.4	1,072	23.4	889	19.4	1,200	26.1	480	10.5	4,590	100.0
2010	799	19.2	343	8.2	963	23.1	800	19.2	766	18.4	498	11.9	4,169	100.0
2011	963	19.6	254	5.2	989	20.1	698	14.2	1,509	30.7	505	10.3	4,918	100.0
2012	798	13.4	199	3.3	2,399	40.2	949	15.9	1,036	17.4	588	9.9	5,969	100.0
2013	985	19.9	247	5.0	1,327	26.8	875	17.7	892	18.0	620	12.5	4,946	100.0
2014	800	15.3	167	3.2	1,182	22.6	1,014	19.4	1,487	28.4	577	11.0	5,227	100.0
2015	708	10.8	199	3.0	2,230	34.0	853	13.0	1,908	29.1	662	10.1	6,560	100.0
2016	701	10.8	205	3.2	1,914	29.5	1,073	16.5	2,045	31.5	561	8.6	6,499	100.0
2017	767	11.3	239	3.5	1,334	19.7	1,018	15.0	2,542	37.5	887	13.1	6,787	100.0

資料：坊勢漁協資料より作成

注：総水揚金額に海苔養殖が含まれている。

金額ベースではノリ養殖が最も多く、2017年の実績は25.4億円で、総水揚金額の4割近くを占めている。2008年から2017年までの9年間の推移をみると、前半はやや不安定であったが、2014年以降の水揚金額は一貫して大きく増えている（図2）。ノリ養殖の他に、水揚金額が10億円以上あるのは、コウナゴ、シラスを漁獲対象とする船曳網（13.3億円）と、カタクチイワシ、サバ、アジなどを漁獲対象とするまき網漁業（10.2億円）である（表6）。

図2. 坊勢漁協主な漁業種類別水揚高の推移



資料：坊勢漁協資料より作成

それと関連して、坊勢漁協の主要魚種は、カタクチイワシ、イカナゴ、マルアジ、シラスの4魚種に集中している。この4魚種だけで総水揚量の8割以上を占めている（表7）。

具体的な数値で言うと、第1位のカタクチイワシの水揚量は4,199トンで、総水揚量（ただし、海苔を除く）の36.3%を占めている。第2位のイカナゴの水揚量は2,837トンで、全体の24.6%を占めている。第3位と第4位はマルアジとシラスである。それぞれ1割強のシェアを持っている。またここで特筆したいのは、第5位以降の魚種の水揚量がぐっと少なくなっている点である。例えば、第5位のアカシタと第6位のカキはわずか300トン台であり、それ以外の魚種は200トン以下となっている。上位4位以上魚種とそれ以下魚種の水揚量の開きは非常に大きい。

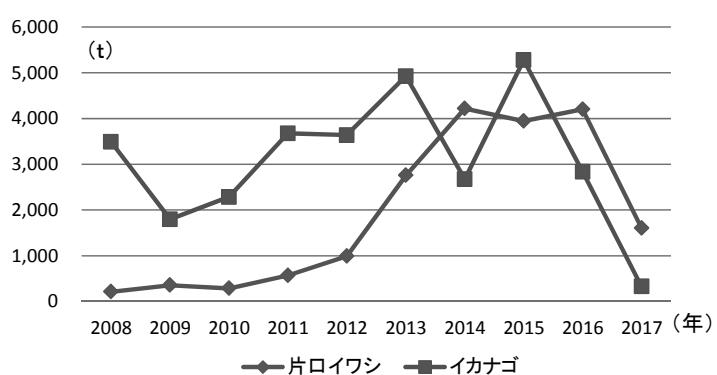
一方、総水揚量の6割を占めている2大魚種であるカタクチイワシとイカナゴの水揚量の変化をみると、カタクチイワシは2017年の水揚量は2008年の20倍であり、かなり好調であった。しかし、昨年は前年の1/3の水揚量しかなかった。イカナゴは2008年に三千トン以上の水揚量があったが、翌年は半減した。2010年から水揚量が回復し、4年間増加し続けたが、その次の年からさらに激しく変動し、2017年はほとんど獲れず、水揚実績は2008年の1/10にすぎない（図3）。また、2魚種の水揚量を100として、それぞれ占める割合の変化をみると、2魚種の主役交代がかなり激しいことがわかる（図4）。

表 7. 坊勢漁協の主要魚種の水揚げ状況（2016 年度）

順位	魚種名	生産量(t)	割合(%)
1	カタクチイワシ	4,199	36.3
2	イカナゴ	2,837	24.6
3	マルアジ	1,400	12.1
4	シラス	1,248	10.8
5	アカシタ	308	2.7
6	カキ	303	2.6
7	スズキ	266	2.3
8	エビ類	214	1.9
9	ヒイカ	163	1.4
10	ハモ	149	1.3
11	サバ	141	1.2
12	マダコ	98	0.8
13	チヌ	71	0.6
14	シズ	58	0.5
15	ハリイカ	55	0.5
16	シロジヤコ	25	0.2
17	ナマコ	18	0.2
計		11,553	100.0
乾ノリ		172 百万枚	

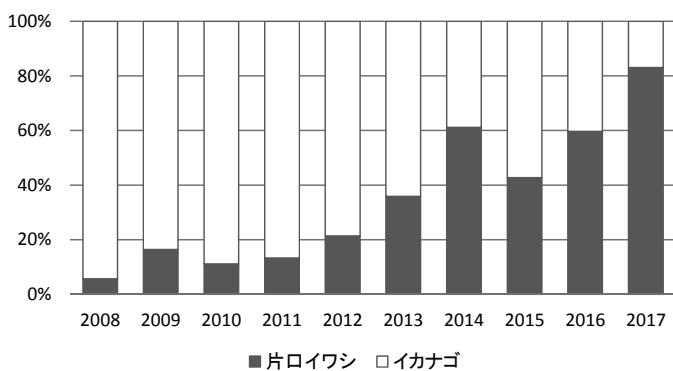
資料：2016 年度漁協「業務報告書」より作成

図 3. 主要 2 魚種の水揚量の推移



資料：坊勢漁協資料より作成

図 4. 主要 2 魚種の割合の変化



資料：坊勢漁協資料より作成

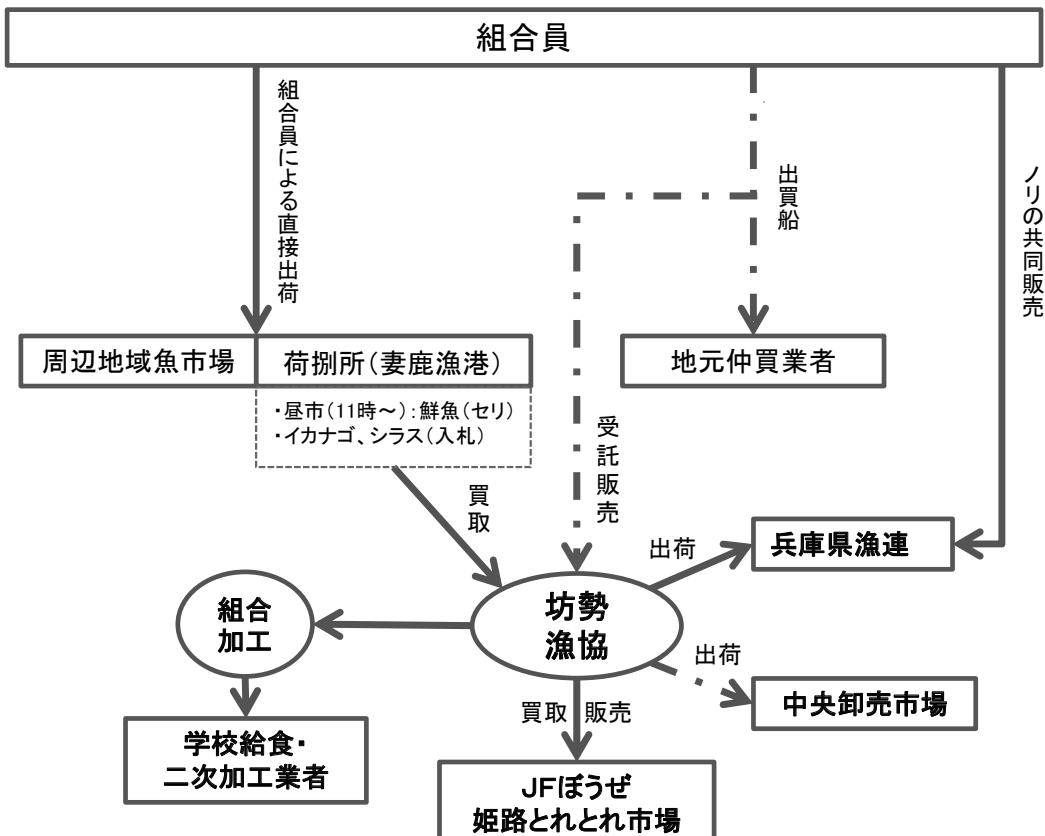
以上のように、現時点での坊勢漁協の漁業生産構造は、水揚金額ベースで言うと、ノリ養殖を中心に、船曳網、まき網、底曳網の三つの柱によって支えている。また、水揚量が個別魚種にかなり集中していると同時に、総水揚量の6割を占めている主要2魚種の水揚量の変動がかなり大きいという特徴がある。先行研究³⁾によれば、1991年の時点での坊勢漁協の漁業生産は、船曳網漁業が中心（総漁獲量の78%、総水揚金額の36%を占めている）とする構造であり、また、ノリ養殖は総水揚金額の14%のシェアしかなかったことを考えれば、この25年間の間、坊勢漁協の漁業構造が大きく変化したと言わざるを得ない。生産の不安定さは言うまでもなく、流通・販売の難しさを増すことになる。

2. 产地流通の仕組みと買取販売の実態

（1）基本的流通・販売ルート

坊勢漁協には产地市場が存在しないため、出荷・販売ルートや販売方法など多様である。図5はヒヤリング調査と漁協資料に基づいて、整理したものである。

図5. 坊勢漁協の出荷・販売ルート



資料：ヒヤリング調査及び漁協資料により作成

①組合員による直接出荷ルート

坊勢漁協は産地市場が存在しないため、組合員はかつてから各自で自由に直接周辺地域である姫路、神戸、岡山などの産地市場がある港に出荷している。このルートを良く利用しているのは、底曳網業者と磯端漁業者であり、主要魚種はシタ、スズキ、ハモ、エビ、カレイなどである。

②妻鹿荷捌所への出荷・販売ルート

これは、地元及び周辺他地域の水産加工業者向けを中心に販売するルートである。イカナゴの2018年3月分の仲買業者（＝水産加工業者）の買上実績によると、買上実績がある19業者（妻鹿荷捌所と後述の「とれとれ市場」を除く）のうち、8業者が坊勢地区に所在する業者である。淡路市、南淡路市及びたつの市はそれぞれ2業者、姫路市、赤穂市と和歌山県はそれぞれ1業者となっている。買上実績は、妻鹿荷捌所が2億円、兵庫県漁連は1.6億円、坊勢地区水産加工業者は計2.2億円、その他地域加工業者計3.7億円である。

主要魚種であるイカナゴがの取引形態は基本的に入札（一部相対）であり、主な販売先是岡山、姫路、大阪方面である。買手は産地の仲買人であるが、経営規模の差が大きい。年商40～50億円の業者（2～3軒）もいれば、年間1～2億円の業者もいる。産地仲買業者の買上における集中化がみられる。

③漁協主導の流通・販売ルート

主に漁協が荷捌所（妻鹿漁港）を通じて買取した分の流通・販売である。買取は、主に刺網と底曳による水揚げであり、その買取実績は、昨年度を例にとると、刺網と底曳の水揚金額10億円のうち、1億円は買取をしている。

販売先は坊勢漁協が独自に妻鹿漁港で開設した直売所（＝「J F ぼうぜ姫路とれとれ市場」以下「とれとれ市場」と略称）での販売や県漁連（例えばイカナゴの買取分のうちの1割は兵庫県漁連に販売）、姫路市内の学校給食向け（漁協で1次加工）の販売などがある。ちなみに、漁協の買取は昭和60年代からであるが、かつては主に加工向けの販売であった。

「とれとれ市場」での販売は、組合の新しい取組みとして近年注目されている。詳細については後述する。また、学校給食については、ヒヤリング調査によれば、学校給食向けの販売は、漁協と姫路市内の加工業者との連携によるものである（漁協：一次加工→姫路市内の加工業者：二次加工・味付け→学校）。漁協が一次加工の取組を始めたきっかけは、坊勢島（家島町）が2005年に姫路市と合併した時に、組合長による姫路市への声掛けであった。一次加工を始めてから4年後の2009年に学校給食向け販売が開始し、供給先は、現在、姫路市内の70校に及んでいる。供給された魚の種類は、チリメンジャコ、イカナゴ、エビ、スズキ、クロタイ、サワラ、ハモ、アジ、ノリ（味付け）などである。なお、冷凍タコの学校給食向けの供給もあるが、これは県漁連から買取ったものである。また、ハモも組合で加工し、パック入りで販売している。

④出買船による出荷ルート

出買船とは地元で「れんがい」（＝出買船）と呼ばれており、「れんがい」とは、地元の魚の仲買業者が坊勢島の港に設置した台船のことを指している。帰港した漁船がまず台船に横付けし、魚を下して、販売するという昔からの慣習に基づく出荷ルートである。この場合は、まず一旦漁協を通し、地元仲買業者が買取るという形である。現在は出買船で出買いをする地元仲買業者は2業者であるが、漁協も出買いをしている。しかし、漁協の場合は受託販売の形態をとっている、出荷先は大都市中央卸売市場（例えば、サワラの場合は名古屋、大阪、神戸の中央卸売市場）である。

⑤系統販売ルート

先ほど述べたように、ノリ養殖は坊勢漁協の水揚金額に大きな割合を占めている。海苔の販売は他地域と同様、一旦漁協に集めて、まとめて漁連を通じて共同販売を行っている。漁連の販売先はスーパー（神戸コープ）等である。また、組合の買取の一部は県漁連にも出荷している。

（2）販売手数料について

坊勢漁協は産地市場が存在しないため、出荷先は組合員の自己判断に任せているため多様である。それに関連して、販売手数料もまちまちでやや複雑である。基本的には、手数料の支払いは地元漁協（坊勢漁協）に支払う分と出荷先市場に支払う分の二つにより構成される。坊勢漁協に支払う手数料は一律3%であるが、出荷先産地市場での手数料は出荷先産地および魚種によって異なる。例えば、組合員が姫路魚市に出荷した場合の手数料は6%である。これに漁協に支払う3%を足して9%が組合員の負担となる。つまり、坊勢漁協の組合員が漁獲物をどこに出荷しても、基本的に漁協に一律3%の手数料を支払わなければならない。ちなみに、2016年度の組合の受託販売手数料収入は1.9億円となっており、手数料収入は漁協経営を大きく支えていると考える。

（3）直営店「とれとれ市場」の位置づけ

漁協資料（50年の歩み）によれば、坊勢漁協は離島という不利な条件を克服するために、今まで様々な工夫を凝らしてきた。例えば、水産物の販売拠点として、1984年3月に漁協経営の流通センター、1993年4月には家島漁協と共同で家島町に水産物荷捌所（妻鹿配達センター）をそれぞれ建設し、さらに、2015年3月に販売事業の強化を図るために、坊勢漁協独自で妻鹿漁港の流通センターに隣接したところに坊勢漁協直営の直売所「とれとれ市場」も建設し、地元で漁獲された新鮮な魚を直接消費者に届ける仕組みを作り、幅広く注目されている⁴⁾。

「とれとれ市場」の敷地面積は1,859.34m²、店舗面積は865.42m²である。敷地内には、

普通車 12 台、身障者用 1 台、バス 2 台の駐車スペースがある。さらに、その周辺には普通車 175 台の駐車可能なスペースがある。施設の中には、活魚販売用の貝類水槽、活魚水槽が設けられているほかに、加工品・特産品コーナー、冷凍品コーナー、加工品コーナー、野菜・お菓子コーナー、活魚コーナー、刺身コーナー、天ぷらコーナーなどもある。さらに、食堂（とれとれ食堂）とバーベキュー・カキ小屋施設を併設されているため、地元消費者および観光客で大いに賑わっている。なお、食堂とカキ小屋はそれぞれ最大 130 名程度の顧客が利用できる。

ヒヤリング調査によれば、漁協が妻鹿の荷捌所で買取った生鮮水産物の 8 割は「とれとれ市場」で販売されている（いわゆる、「直接流し」の部分）。直売所で販売される商品については、漁協が地元の刺網、底曳網業者から買取った少量多種のものだけではなく、魚類養殖業者の生産物（養殖マサバ、ブランド名「ぼうぜ鯖」）の販売も積極的に取組んでおり、ブランド価値を高めることに力を注いでいる⁵⁾。また、サワラに関してもブランディングし、「華姫さわら」というブランド名で販売している⁶⁾。漁協資料によれば、「華姫さわら」の販売価格は通常のサワラの単価より、最大 1.5 倍にもなっており、現在 2,000／kg 帯で取引されている。売場の売上高も 2014 年の 1 億円未満から 2016 年の 2.6 億円まで大きく伸びており、来場者数は 45 万人に昇る。さらに、直売所の品揃えの充実を図るために、漁協は新規加工品の開発や農協との連携などにも積極的に取組む姿勢を示している。

「とれとれ市場」で販売される水産物の販売価格は、「とれとれ市場」と市場内の食堂（とれとれ食堂）の各担当者が相場を見ながら相談して決めている。現在、「とれとれ市場」で取扱っている水産物の 8 割は地元からの仕入である（7,000 万円程度）が、2 割は他の地方から仕入れている。「とれとれ市場」の利用者は、一般市民、観光客の他に、飲食店の経営者も食材の確保のために「とれとれ市場」に買い求めにくる。これらのことより、「とれとれ市場」は、離島と陸地および生産者と消費者を結びつくツールであり、生産者の“代弁者”として消費者と直接交流する「場」であり、消費地に開かれた産地の「窓口」でもあると位置づけることができるであろう。

3. 買取販売の経緯と位置づけ

組合の買取業務は 80 年代から始まっている。買取販売の経緯としては、主要魚種の水揚げの不安定がある一方、坊勢漁協には産地市場が存在しないため、かつてから個人出荷がベースとなっているが、しばしば販売において不利な立場に置かれていた背景があった⁷⁾。また、坊勢漁協の漁業生産は、まき網などにより単品種で大量に水揚げされる魚種もあれば、一方、小型底曳などにより少量で多品種の魚種も多く水揚げされている。主要魚種の資源変動が激しいという漁業生産における特徴がある。魚価安定のために値崩れの防止や、一般流通ルートに乗れない少量多品種魚種の販売ルートの確保などが組合、および組合員にとって大きな課題となる。組合の買取は、こうした問題を解決するための対応策の一つであると位置づけることができる。

買取の実績は前掲表3に示したように、近年、ほぼ順調に伸びており、販売事業総額に占める割合も年により差異がみられるが、高くなる傾向にある（2009年：6.3%、2011年：7.5%、2013年：6.6%、2015年：9.5%、2016年：7.3%）。また、ヒヤリング調査によれば、「漁協の買取自体は流動性があるが、基本的に値段が安い時に購入するようにしている」ということから、漁協の買取の主な目的は魚価の値崩れ防止にあり、魚価の安定および適正価格の形成に一定の役割を果たしていると評価できる。この点については、農林中金総合研究所が2017年に実施したアンケート調査の結果からも確認できる⁸⁾。

4.まとめ—買取販売に対する評価と課題—

ここ数年間、坊勢漁協の漁業生産構造上に幾つかの変化が見られたが、離島に立地していること、産地市場が存在しないこと、漁業生産組織のほぼ100%が個人経営であること、漁獲された魚種はカタクチイワシ、イカナゴに集中していると同時に、少量・多品目の魚種が多く水揚げされていることなどの点については変わりがない。

言い換れば、坊勢漁協の組合員にとっては、水揚げされた水産物を如何に流通・販売するのか。また、組合にとっては、組合員の所得の安定および向上を図るには、魚価の安定化をどう実現するのか、という二つの大きな基本的問題につねに惑わされている。その対策の一つとして、買取販売が位置づけられている。

買取販売の効果を高めるために、組合が従来の販売ルートのほかに、独自経営の直売所の建設と運営、地元水産加工業者および系統組織である漁連との連携などを通じて実現を図っている⁹⁾。

しかし一方、坊勢漁協の漁業生産は少量多品種のものが多いのと同時に、主要魚種の水揚量の変動が大きく、つねに不安定な状態になる。また、隣接漁協間の競争¹⁰⁾及び近年、系統組織である漁連の取組みなども考えれば、販売事業における競争環境が一層厳しくなると推測できる。そのため、坊勢漁協は、今後、新しい取組みとして、「とれとれ市場」を拠点として観光客を呼び込む計画を立てている¹¹⁾が、これらの取組みをしっかりと実施していくには、人材の確保も不可欠である。人材確保については、去年、長崎大学の大学院生1名を採用した（大学院生を雇用したのは初めて）が、まだまだ不十分である。販売事業は坊勢漁協の重要な事業であり、その重要度は今後もますます高くなると予測できる中で、販売能力および計画能力を備えた人材の育成や確保は今後の重要な課題の一つであると思われる。さらに、今まで、漁協が値崩れや適正価格の維持を主な目的として、買取を行ってきたが、今後、漁協経営の拡大に伴い、より高い収益性が求められる可能性が出てくることも予測できる。そのために、漁協が仲買業者と同等の立場で取引に臨まるを得ない可能性が生じる可能性も考えられる。その際、漁協と仲買業者との関係をどうバランスとするのかはもう一つの課題として挙げられるであろう。

（常清秀）

注：

- 1) 坊勢漁協が「はなつぎ網漁業」の許可だけを持ち、組合員に操業委託するという形を取ったのは以下のような歴史的背景があった。ヒヤリング調査によれば、60年代ごろ、サワラ漁が豊漁だった時期があった。しかし、当時サワラ漁の許可を持つ漁業者が実際に2~3年に漁に行けなかった場合もあった。つまり、許可を持ても行けない組合員がいれば、行きたくても許可を持ってない組合員もいるという状況であった。このような状況を改善するために、漁協が「はなつぎ網漁業」を組合事業として許可を申請し、実際の操業は組合員に任せるが、組合員間の調整が可能になるようにした。
なお、サワラの流通は、全量漁協に水揚げする。漁協が受けた荷を姫路中央卸売市場に出荷する。その際の手数料は5%である。姫路中央卸売市場に出荷したサワラは、さらに、東京、大阪などを中心に全国の卸売市場に出荷され、セリで販売されている。
ちなみに、「はなつぎ網漁業」とは、播磨灘^{はりまなだ}で5月初旬から7月初旬の約2か月間で行われるサワラ漁のことである。漁法は、2隻の漁船が同時に出航し、しばらく走ると2隻の船が左右に別れ、網を広げていく。網を引いてから約20分後、2隻が再び合流して、網の端を合わせて、魚を囲む。網揚げの時に船首（鼻つつら）をくっつけて、離れないようにして網を巻き上げる。網揚げの時に船首をくっつけるため、「はなつぎ網」と呼ばれている。
- 2) ヒヤリング調査によれば、組合の条例として、「組合員になる条件として船1隻を持つこと」と定めている。一方、廃船にかかる費用が高い（1隻 30万円）。この二つは現時点でも、組合員が小規模漁船を数多く所有している状況をもたらした要因となっていると思われる。なお、こうした状況を改善するために、漁協が廃船基金を作り（廃船時に半額が基金より補助）、廃船を進めている。その結果として、2014年度（923隻）～2016年度（890隻）までの3年間で計33隻の廃船を実現している。
- 3) 田中史郎、1993、「瀬戸内地域における漁村活性化と当面する課題についてー兵庫県家島町を事例としてー」、『漁業経済論集』第34巻、第2号、p148。
- 4) 「とれとれ市場」の詳細については、乾政秀、2018.6「小さな島の小さな取組（6）兵庫県坊勢島（姫路市）ー本土側で直売店と食堂を展開」、季刊『しま』（公益財団法人「日本離島センター」）No.254、pp72-75.を参照。
- 5) 「ぼうぜ鯖」の販売については、大野泰史（兵庫県中播磨灘県民センター姫路農林水産振興事務所水産課）「養殖技術講座ーマサバー 第5回 兵庫県の坊勢漁業協同組合におけるマサバ養殖と「ぼうぜ鯖」のブランディング」、『養殖ビジネス』、pp48-50、2017.5を参照。
- 6) 「華姫さわら」は、姫路市のブランドとして販売されている。このサワラは、漁協自営事業として許可を持っている「はなつぎ網漁業」で水揚げされたものである。漁獲後のサワラは保冷して運搬船で運ばれる。美味しさを長く保つために、後頭部と尾に切れ込みを入れ、血抜きをする。さらにエアガンを使って背骨の神経を除去する。その

後、さらに、「華姫さわら」のタグと、専用の箱に入れられ「ブランドさわら」として出荷している。サワラは身が柔らかくなりがちであるが、「華姫さわら」は身がしっかりとしている（説明は姫路市水産漁港課が作成者、坊勢漁協が撮影協力者であるYouTubeの情報より）。サワラ／Spanish Mackerel 鰯：春を告げる魚。

- 7) 田中史郎氏によれば、「産地市場を運営している漁協は地元の組合員の漁獲物を優先的にセリにかけられ、坊勢の組合員の漁獲物を後回しされるため、価格形成面において不利な立場に置かれるのと、場合によって、値崩れ防止のために水揚げを断られることもしばしばある」と述べている。（前掲論文 p151 を参照）。
- 8) 農林中金総合研究所・農村金融研究会が2017年6月に全漁協に対して、アンケート調査を実施した。設問Ⅱ「組合の事業・取組みについて」の「エ. 買取販売」の目的について尋ねた結果は、「魚価の維持」のためと回答された。なお、「カ. 加工事業」の目的については、「魚価の向上」のためであると答えている（坊勢漁協の了解を得て閲覧使用）。
- 9) 1993年から兵庫県漁連と共に姫路各地において「くぎ煮教室」を始めた。
- 10) 明石浦漁協は、妻鹿漁港から車で約1時間離れたところに立地している。明石浦漁協の主な漁業種類は小型底曳網、船曳網、一本釣り、ノリ養殖などである。2017年末の時点では、組合員数は242名（うち正組合員は123名、准組合員は119）である。准組合員の中には、加工業者が29名（うち法人格14名）いる。

当組合も買取販売を行っている。取扱規模は坊勢漁協より小さいが、組合主導の販売活動も充実している（松井晋介・小野征一郎（2006）「大都市近郊における漁協の販売活動—兵庫県・明石浦漁協を事例として—」『近畿大学農学部紀要』第39号、pp95-110 参照）。また、明石浦漁協の取引に参加している仲買業者は妻鹿漁港で取引参加している業者とほぼ同じメンバーである。つまり、姫路市およびその周辺地域の水産加工業者が妻鹿漁港と明石浦漁協の両方の買參権を有し、取引に参加していることから、両漁協がそれぞれの強みがあるというものの、一定の競争関係にあると思われる。

- 11) ヒヤリング調査によれば、観光事業に本格的に取組むために、観光船を建造する予定である。建造費用は1.6億円と想定している。現在、地元で民泊をやっているのはすでに2軒あり、観光船の建設と稼働については、地元の民泊の助けになれば、組合員の所得向上に繋がる可能性も高くなると考えている。

V. 伊里漁協の販売事業の実態

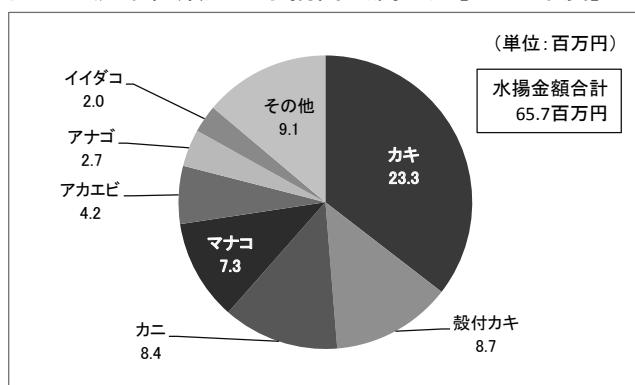
1. 組合の概要

伊里漁協は、岡山県備前市の一都を管内とする組合である（市内には他に日生町漁協）。組合員の水揚高は 65.7 百万円、うちカキが 35.5%（殻付カキも含めると 48.7%）を占めている（図 1）。2004 年までは組合員の水揚高が 1 億円以上あったが、それ以降は不漁が原因で 1 億円を切っている。特にサワラやガザミ、イイダコの水揚の減少が影響している。組合員の水揚高の推移は図 2 のとおりである。

主幹漁業であるカキ養殖を行っているのは 5 経営体で、経営者の年齢構成は 50 歳代が 2、60 歳代が 2、70 歳代が 1 である。各経営者の子弟は会社勤めをしており、漁業の後継者になるかどうかは未定とのことである。カキの生産者が減少し、イカダも最盛期の 1/3 になっているが、身入りは良くなっている。カキはむき身と殻付きの両方で出荷されており、むき身はノロウイルスのリスクを回避するために加熱用としてのみ出荷されている。むき身は仲卸業者 1 社に出荷（組合の受託販売）しており、殻付きは岡山市中央卸売市場への出荷（組合の出荷販売）か、自家販売のいずれかである。5 経営体すべてが後述する組合の敷地内で開催している朝市「真魚市（まないち）」でも販売している（真魚市に出店している魚屋に委託販売をしているケースも含む）。

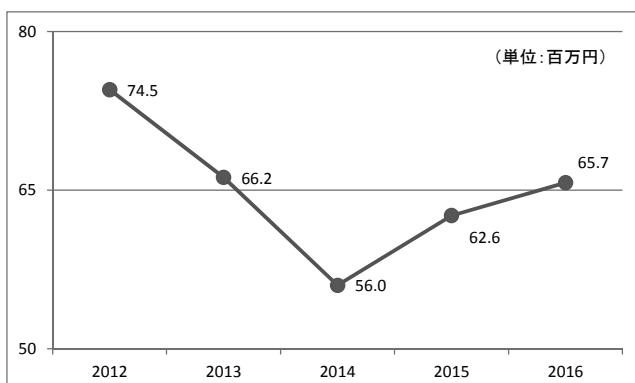
カキ養殖以外としては、刺網を約 10 経営体、うちカニの刺網（許可漁業）を 6 経営体が行っている。イイダコを対象としたタコ壺漁（許可漁業）は 10 経営体が行っているが、イイダコを対象とした一本釣りをする漁業者は引退してほとんどいなくなっている。イイダコの水揚の最盛期は年間 10 トンであったが、16 年度は 1.4 トンまで減少している。同様に以前は漁が良かったものとしてアナゴがあるが、こちらも資源の減少でアナゴ筒漁をしている経営体は少なくなっている。漁船漁業の漁業者の年齢構成は、50 歳代前半から 70 代で

図 1. 漁業種類別の水揚高（属人）[2016 年度]



資料：伊里漁協資料

図 2. 組合員の水揚高の推移



資料：伊里漁協資料より作成

ある。

組合の組織及び事業の概要は表1のとおりである。販売事業の取扱高は組合員の水揚高以上であるが、これは小豆島や家島からの水揚高があるからであり、組合員の水揚高より多い状況である。他港船の水揚の頻度は以前は週2回であったが、現在は週1回程度である。小豆島からは、サワラ流し網漁業、イカ籠、建縄等の漁業者が出荷しており、若い漁業者は、高松の市場に出すか伊里漁協に出すか選択しているケースが多いようである。家島からは底曳網漁業者からの出荷が多い。なお、他港船の販売手数料は8%、組合員は7%である。

表1. 組織・事業概要 (2016年度)

(単位:百万円)

組合員数	40名	役員数	8名	
正組合員数	22名	職員数(嘱託等職員含む)	4名	
財務	事業利益	▲5.0	石油類供給高	2.3
	経常利益	3.4	資材類供給高	0.9
	当期剰余金	0.4	受託販売取扱高	100.8
	総資産	157.8	買取販売上高	170.1
	純資産	57.6	加工販売上高	32.3
	長期共済保有高	36.2	小売販売上高	87.4
共済	短期共済保有高	688.9	出荷販売上高	15.2

資料:伊里漁協資料

2. 様々な販売事業の取組み

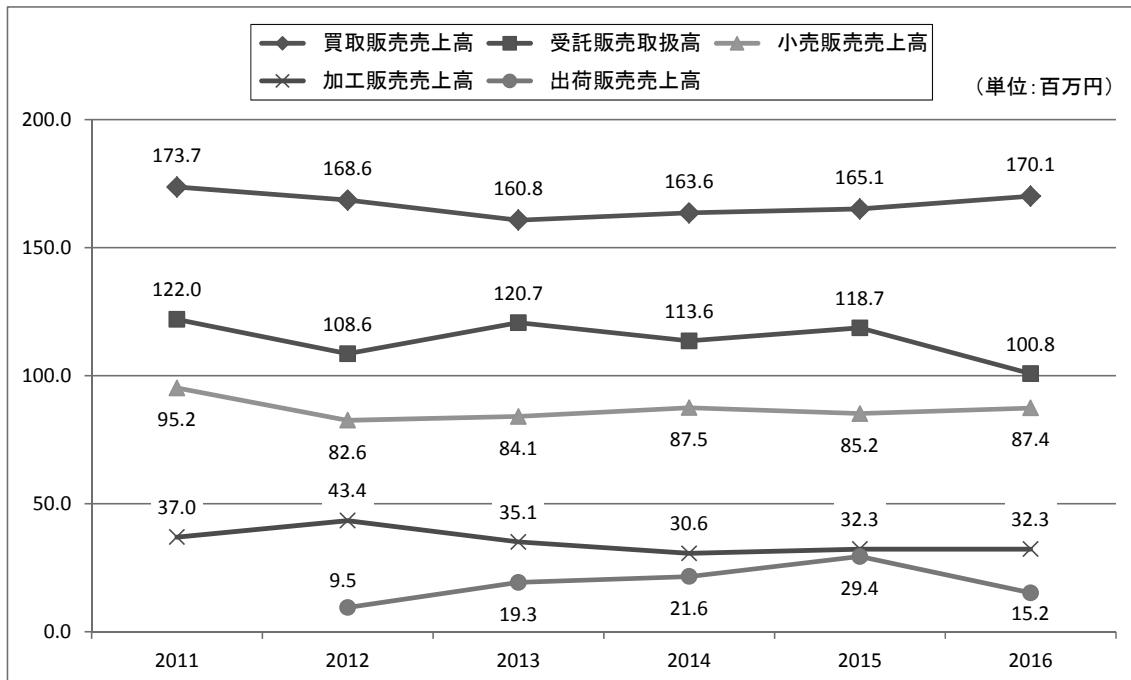
伊里漁協では、組合の産地市場での受託販売をはじめ、買取販売、加工販売、小売販売、出荷販売という多様な販売形態を展開している。

(1) 受託販売・買取販売・出荷販売

受託販売の内容は、組合産地市場での販売分とカキのむき身の仲卸業者への販売である。産地市場の仲買人は、20年前は20社ほどあったが、現在は10社前後である。16年度の取扱高は100.8百万円、うち組合員水揚の鮮魚が31.3百万円(31.1%)、他港船の鮮魚が35.7百万円(35.4%)、カキが33.8百万円(33.5%)である。取扱高の推移は図3のとおりである。

買取販売は、岡山市中央卸売市場から鮮魚を仕入れ、地元の小売店等に販売するというものである。20年前は2億円ほどの売上高があったが、16年度は170.1百万円である。販売先は地元の魚屋や料理店、Aコープくまやま店(当店で仕入れてAコープ西日本の他店舗に分配)等で、販売先は20弱あるが、以前は倍近くあったという。市場からの買取は専務が担当している(現在は後継者育成のために職員1名も同行)。

図3. 各販売事業の推移



資料：伊里漁協資料より作成

出荷販売は、岡山市中央卸売市場への出荷（委託販売）で、サワラを中心である。16年度の売上高は15.2百万円、うち鮮魚が13.8百万円（90.8%）、カキが1.4百万円（9.2%）である。組合では出荷販売で荷を岡山市中央卸売市場に運んで、帰りに市場から買取販売用の魚を仕入れて戻ってくるようにしておらず、物流の効率化を図っている。

（2）小売販売・加工販売

上述の買取販売や製氷事業（現在は未実施）を以前は主力事業として実施していたが、水揚の減少や地元の魚屋等の廃業等に伴い組合経営が厳しくなることが予想された。そこで、組合収益の維持・向上のために地元での魚の直接販売・朝市（小売販売）を始めることとなった。組合では販売ノウハウの習得や固定客の確保等にもつながると考えていた。朝市の開始にあたって、組合長は組合が産地市場の買參権を取得することについて買受人等に話をしたが、彼らは「漁協の直売は成功しない」と考えており、漁協が買參権を取得することに対して特に異議を唱えなかった。

1999年7月に組合は荷捌所（約200m²）で日曜朝市をスタートさせた。当初は魚介類の販売だけであったが、役職員が声掛けしたり、新聞広告で出店者を募集し、朝市への出店者を増やしていく。各店舗の1日の売上高が2千円というときもあったという。2000年9月には新漁協棟が完成し、荷捌所は600m²に拡大した。開始から2～3年後に徐々に朝市の売上が伸びていき、テレビや新聞の取材等によって人が集まるようになっていった。

現在は1日2千人ほどの人々が訪れており、500台駐車できるスペースは車で満杯の状態である。今は県内の人が多いが、以前は直売所・朝市をしているところが少なかったので、隣接の兵庫県や広島県から訪れる人も多かった。

日曜朝市の名称はお客様等から募集し、100件近い応募の中から「真魚市」と決定した。また、14年には15周年を記念してマスコットキャラクター「まなっち」が誕生した（キャラクターを一般募集し、お客様の投票で決定。図4）。

カキのシーズンには、漁業者によるカキ販売のイベントも開催している。それとは別に4～5年前までは、2月の第2・第3日曜日に「真魚市かき祭」を開催していたが、人が来過ぎて、道路や駐車場が混雑し、真魚市の評判が落ちることを危惧して開催を中止している。これはJR赤穂線の担当者からの提案ではじめたもので、沿線の他の漁協も協力のもと毎週沿線のどこかでカキ祭をして沿線の活性化を図ることを目的とした取組みであった。

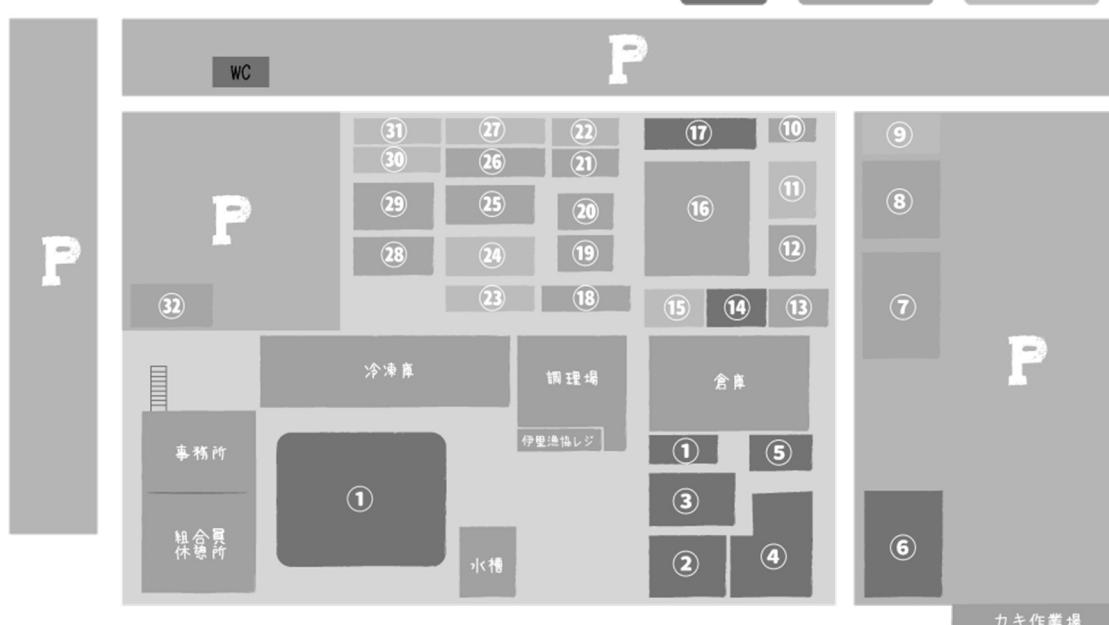
真魚市は毎週日曜日に開催され、営業時間は7時から12時、出店数は約30店舗で、屋台、野菜・果物、パン、玉子、花、雑貨等を扱う様々な店が出店している（図5。図中の①が伊里漁協）。出店者は順番待ちの状態であり、17年度に3店舗の空きが出たがすぐに埋

図4. まなっち



資料：伊里漁協ホームページより転載

図5. 場内マップ



資料：伊里漁協ホームページより転載

写真. 真魚市の風景



資料：伊里漁協ホームページより転載

まっている。出店料は月1万円、出店者になるための条件としては、「日曜日に絶対に出店すること」等が決められている。なお、組合は出店料収入として年間400万円近くを得ている。

組合は日曜日の真魚市だけでなく、岡山市中央卸売市場が休みの水曜日以外は、平日の9時から15時（早期終了する場合あり）に鮮魚を販売している。平日は基本的に近所の人々が来る程度で、未利用魚の販売も行っている。

魚の買取は専務が担当しており、浜値と小売価格の間くらいで漁業者からは仕入れている。値付けは魚が水揚された、その場で行われる（漁業者から直接買付）。お客様の中には躊躇している漁業者がおり、その人が水揚したもの購入するために、船が入港する時間から来て、値付けと同時に購入するという人もいる。組合は地元と他県産の魚を半々程度、丸魚でのみ販売している。真魚市のときは、職員4名に加えてアルバイト6～7名で対応している。12月29～31日は正月用のブリ等を販売するので、職員の知り合い等に声を掛けて、大学生等のアルバイトを20名ほど雇用している。このような小売販売（鮮魚販売）は、良い時は1億円超の売上高があったが、16年度は87.4百万円で、ここ数年はほぼ横ばいとなっている。

加工販売は、真魚市での焼きアナゴの販売が主である。組合の焼きアナゴのタレが差別化要因で、タレだけを買い求める人もいるという。16年度の売上高は32.3百万円、利益率は32.1%である。

3. 小括

伊里漁協の販売事業（買取販売・受託販売・加工販売・小売販売・出荷販売）の事業総利益に占める割合（寄与度）は93.6%で、販売事業が経営の中心となっている（表2）。99

年からスタートした真魚市に関連する事業は小売販売・加工販売で、事業総利益への寄与度は42.8%である。これに出店料収入も加わり、真魚市関連の事業は組合経営の新たな収入源となっている。真魚市の成功要因として、組合単独ではなく周囲の商業者を巻き込んだことと、お客様からの要望等を取り入れようとする真魚市の運営スタイルに一因があると考える。

伊里漁協は、受託販売と出荷販売による組合経営の先行きに不透明感を感じ、買取販売を開始し収益源を増やした。その後、買取販売の販売先も徐々に減少していき、新たな事業として真魚市（小売販売と加工販売）を開催することになり、現在の組合の販売事業には5つの形態がある（図6）。将来の組合収益の減少を見越して、伊里漁協は組織の機動性・柔軟性・実効性を生かし、新たな事業に取組むことによって組合収益の改善に成功している事例といえる。

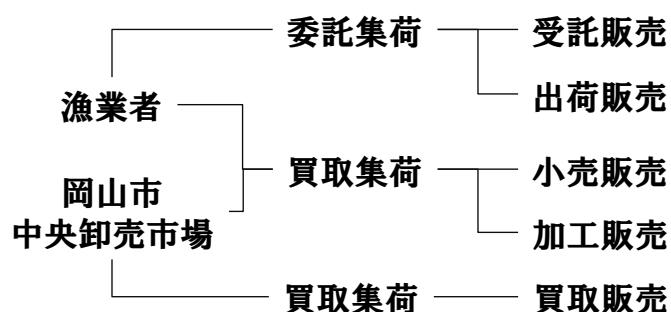
表2. 事業総利益に対する各事業の寄与度（2016年度）

	金額 (百万円)	事業総利益 への寄与度 [※]	売上高 総利益率
事業総利益	46.5	—	—
共済事業	0.2	0.4	—
購買事業	0.8	1.7	—
販売事業	21.2	45.6	12.2
買取販売	17.8	38.3	10.5
受託販売	3.0	6.5	3.0
加工販売事業	10.3	22.2	31.9
小売販売事業	9.6	20.6	11.0
出荷販売事業	2.4	5.2	15.8
利用事業	2.0	4.3	—

※事業総利益を「100」とした場合の各事業の割合

資料：伊里漁協資料より作成

図6. 伊里漁協の販売事業の形態



資料：筆者作成

（尾中謙治）

VII. 大分県漁協における販売事業の取り組み

1. 組合の概要

大分県漁業協同組合は、2002 年に県内の全 27 漁協が合併して設立された。2004 年には大分県信漁連とも合併し、全国で初めて総合事業体としての「県一漁協」となった。

大分県漁協は、合併当初、本店（旧大分県漁連）と 27 支店で構成されていたが、その後 3 支店（真玉・豊後高田・神崎）が取次店となり、現在は本店と 24 支店で構成されている。支店は 5 地区に区分されており、豊前海区 3 支店 2 取次店、東国東海区 4 店、北海部海区 4 支店 1 取次店、南海部海区 8 支店となっている。各支店には支店長が配置されており、これは漁協職員が担当している。なお、旧 27 漁協地区に漁業運営委員会が組織されており、各地区的漁業者から選出される委員長が大分県漁協の理事・監事を担っている。

大分県漁協の組合員数は、2003 年度末には正組合員 6,138 名・准組合員 3,920 名であったが、その後一貫して減少しており 2016 年度末には正組合員 3,315 名・准組合員 3,105 名となっている。とりわけ漁業者の正組合員数が 5,444 名から 2,447 名へと著しく減少している。2013 年漁業センサスによれば大分県の漁業就業者のうち 65 歳以上の占める割合は 40.9% であり、今後も漁業者は減少傾向が続くものと考えられる。

こうした組合員数の減少にともない大分県漁協の事業規模も縮小する傾向にある。表 1 から大分県漁協の事業推移を見ると、職員数は 2003 年度の 323 名から 2014 度の 197 名まで減少しており、総事業利益も 2003 年度の 22 億円から 2013 年度の 18 億円へと減少している。この間、2003 年度から 2007 年度までは事業利益・経常利益ともマイナスに推移している。そして 2008 年には職員数の大幅削減によって事業管理費を縮減したことから事業利益・経常利益ともプラスに転じることになった。その後、2013 年度までは事業利益あるいは経常利益がマイナスとなる年もあったが、2014 年度以降は事業総利益が増加に転じたことから事業利益・経常利益ともプラスで推移しており、2016 年度には職員数も増加している。

合併から今日に至るまで職員数は削減されてきたが、部門別に見ると近年は販売事業と加工事業の職員数が増員されている。販売事業の職員数は 2003 年度の 82 名から 2012 年度の 53 名にまで減少したが、その後増加に転じ、現在は 61 名となっている。加工事業の職員数は 2003 年度の 5 名から 2008 年度末の 0 名にまで減少したが、その後増加に転じ、現在は 5 名となっている。

このように組合員数の減少にともない職員数を削減してきたが、近年は事業利益・経常利益がプラスに転じたことを背景にして、販売事業と加工事業に力を入れており、このことは事業部門別の事業総利益の動向にも反映されている。大分県漁協の事業部門別の総事業利益の推移を表 2 に示した。信用事業と購買事業は組員数の減少に同調する形で総事業利益も減少していることが明らかである。販売事業は 2013 年度までは減少傾向にあったもののその後増加に転じている。また、加工事業は 2011 年度から増加しており、これは 2011

年3月に水産物加工処理施設が竣工したことによるものである。

以上の通り、大分県漁協は全国初の県一漁協としてスタートし、組合員数の減少とともに経済事業が縮小してきたが、近年は販売事業と加工事業に力を入れており、それによって漁協経営は安定した状態を保っているといえる。以下では、大分県漁協の販売事業・加工事業とその基盤となる買取販売の実態について明らかにして、漁協販売事業の今日的状況と役割について若干の検討をしたい。

表1. 大分県漁協の事業推移

(単位:千円)

事業年度	職員数	事業総利益	事業管理費	事業利益	経常利益
2003年度	323	2,199,270	2,393,819	-194,549	-16,745
2004年度	297	2,125,763	2,388,402	-262,639	-61,692
2005年度	286	1,656,814	2,386,422	-729,608	-676,184
2006年度	276	1,980,496	2,196,818	-216,322	-148,109
2007年度	276	2,050,065	2,116,780	-66,715	-6,478
2008年度	225	1,906,897	1,868,237	38,660	96,864
2009年度	228	1,874,622	1,892,830	-18,208	13,442
2010年度	214	1,898,456	1,897,206	1,250	57,109
2011年度	204	1,898,328	1,873,797	24,531	104,343
2012年度	198	1,860,663	1,883,032	-22,370	45,457
2013年度	204	1,758,185	1,918,133	-159,948	-71,674
2014年度	197	1,920,824	1,886,517	34,307	120,352
2015年度	197	1,958,719	1,918,381	40,338	126,575
2016年度	201	1,925,504	1,920,313	5,191	91,979

資料: 水産業協同組合統計表、大分県漁業協同組合業務報告書(平成29年度)

表2. 大分県漁協の総事業利益の推移

(単位:千円)

事業年度	信用	共済	購買	販売	製氷冷凍	加工	指導	その他
2003年度	304,368	48,678	737,170	572,678	67,660	240	413,688	54,788
2004年度	264,857	50,400	619,586	656,010	79,817	-463	387,766	67,790
2005年度	9,328	55,677	501,321	527,989	76,172	3,522	461,965	20,840
2006年度	233,601	49,738	471,712	613,894	61,241	2,700	493,504	54,106
2007年度	204,180	49,099	571,468	600,837	103,931	-14,239	482,196	52,593
2008年度	223,429	45,396	518,313	500,755	93,068	2,666	474,700	48,570
2009年度	245,256	41,132	555,059	488,163	53,995	1,952	454,891	34,174
2010年度	229,484	44,167	525,617	483,795	105,591	8,010	475,857	25,935
2011年度	240,789	53,350	454,606	501,000	121,137	37,581	452,264	37,601
2012年度	248,009	54,051	459,833	478,558	99,720	32,953	457,502	30,037
2013年度	230,177	57,093	425,365	378,562	110,927	62,115	465,704	28,242
2014年度	216,973	47,478	476,628	533,212	78,999	51,875	460,300	55,359
2015年度	166,432	59,575	533,155	545,482	101,735	73,345	432,129	46,866
2016年度	189,149	42,478	483,563	569,155	92,475	86,196	423,142	39,346

資料: 水産業協同組合統計表

2. 大分県における水産物流通と漁協販売事業

(1) 水産物流通の概要

表3に大分県における海面漁業産出額・漁協販売取扱高・漁協経由率の経年変化を示した。なお、海面漁業産出額は属人統計であること（大分県漁船の県外水揚げ分も含まれている）、漁協販売取扱高には県外漁船による水揚げ分も含まれていることから、漁協経由率は正確な値ではない。大分県における海面漁業産出額は2003年の379億円から2008年の355億円へと減少したが、その後、増加に転じて2014年には431億円となり、現在は373億円となっている。その内訳を見ると、漁業の産出額は一貫して減少する傾向にある一方で養殖業の産出額が増加する傾向にあり、2010年からは養殖業の産出額が漁業を上回るまでに増加している。これは、魚類養殖とりわけブリ・クロマグロの産出額の増加によるものである。漁協販売取扱高は、2003年の225億円から2009年の152億円に減少し、その後は150億円前後を横ばいに推移している。その内訳を見ると、受託販売は2003年の188億円から2013年の105億円まで減少しているのに対して、買取販売は2003年から2008年までは減少傾向にあったものの、その後は増加に転じている。漁協経由率は2003年の59.6%から2014年の35.7%へと減少したが、その後は若干回復して2016年には41.7%となっている。

表3. 大分県における漁業産出額と漁協販売金額の経年変化 (単位:百万円)

年	海面漁業産出額			漁協販売取扱高			漁協経由率 (%)
	合計	漁業	養殖業	合計	受託販売	買取販売	
2003年	37,930	21,477	16,453	22,589	18,837	3,752	59.6%
2004年	36,291	20,890	15,401	20,702	16,868	3,834	57.0%
2005年	36,150	21,147	15,003	20,503	17,557	2,946	56.7%
2006年	38,850	21,006	17,843	20,600	17,343	3,257	53.0%
2007年	37,733	20,632	17,101	19,236	16,769	2,467	51.0%
2008年	35,511	19,589	15,922	17,080	14,621	2,459	48.1%
2009年	36,331	18,394	17,937	15,294	12,587	2,707	42.1%
2010年	38,047	17,359	20,688	15,278	12,660	2,617	40.2%
2011年	38,783	15,690	23,093	15,609	12,430	3,179	40.2%
2012年	37,183	15,026	22,157	14,336	11,215	3,121	38.6%
2013年	37,275	14,090	23,185	14,384	10,494	3,890	38.6%
2014年	43,052	14,921	28,131	15,364	11,691	3,673	35.7%
2015年	40,149	13,903	26,246	14,908	11,140	3,768	37.1%
2016年	37,380	13,518	23,862	15,571	11,597	3,974	41.7%

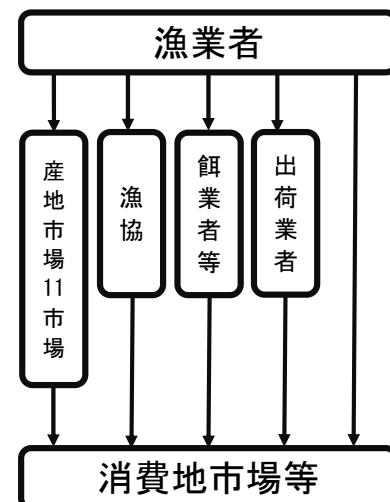
資料：漁業養殖業生産統計年報、水産業協同組合統計表

注：漁協経由率 = (漁協販売取扱高 / 海面漁業産出額合計) / 100

このように大分県では水産物の漁協経由率が低いといえるが、これは産地市場を開設している支店が少ないことが一因となっている。表4に大分県における水産物卸売市場を示した。第10次大分県卸売市場整備計画が策定された2016年10月時点では、産地市場が16市場、消費地市場が7市場であったが、現在では稼働している産地市場は11市場となっている。

いる。なお、消費地市場は、ほぼ全ての市場が産地市場としての機能も有している。現在、大分県漁協の本店および全24支店のうち産地市場を開設しているのは9支店のみである。産地市場のない支店においては、漁協が集荷して近隣市場へ出荷するケースもあるが、それだけではなく漁業者が自ら（あるいは運送業者が）直接漁協以外の市場へ出荷している地区もある（豊前海区）。また、養殖水産物については、飼業者等が集荷して消費地市場等に出荷している割合が高い。これらのこととも大分県における水産物の漁協経由率が低い要因となっている。

図1. 水產物流通模式図



資料：聞き取り調査

表4. 大分県における水産物卸売市場

市場区分	市町村	市場名	開設者	計画区分	現状
産地市場	豊後高田市	県漁協真玉魚市場	香々地支店	廃止	×
	宇佐市	県漁協宇佐魚市場	宇佐支店	存置	○
	国東市	県漁協くにさき魚市場	くにさき支店	統合	△
		県漁協武蔵魚市場	武蔵支店		△
		県漁協安岐魚市場	安岐支店		○
	杵築市	県漁協杵築魚市場	杵築支店	廃止	×
	日出町	県漁協日出魚市場	日出支店	廃止	×
		県漁協大神魚市場		存置	○
	大分市	県漁協佐賀関魚市場	佐賀関支店	存置	○
	臼杵市	県漁協臼杵魚市場	臼杵支店	存置	○
	津久見市	県漁協津久見魚市場	津久見支店	存置	○
	佐伯市	佐伯市公設水産鶴見市場	佐伯市	存置	○
		県漁協米水津魚市場	米水津支店	存置	○
		県漁協蒲江魚市場	蒲江支店	統合	○
		県漁協下入津魚市場	下入津支店		○
		県漁協元猿魚市場	下入津支店		○
消費地市場	大分市	大分市公設地方卸売市場	大分市	拠点	○
	中津市	中津魚市（株）	同左	連携	○
	豊後高田市	（株）高田魚市場	同左	連携	○
	別府市	別府市公設地方卸売市場	別府市	連携	○
	大分市	（株）鶴崎青果魚市場	同左	連携	○
	佐伯市	佐伯市公設水産葛港市場	佐伯市	連携	○
	日田市	日田中央青果水産（株）	同左	連携	○

資料：第10次大分県卸売市場整備計画および聞き取り調査

(2) 買取販売の推移

前ページの表3で確認した通り、2016年における大分県漁協の買取販売の取扱高は約40億円であり、これは全国4位（1位は兵庫県の64億円）の数値である。表5から品目別の買取販売の取扱高を見ると、鮮魚類の占める割合が圧倒的に高いことが分かる。鮮魚類の取扱高は2003年度から2010年度までは減少傾向にあったが2011年から増加傾向にある。これは2011年に水産物加工処理施設を竣工し、養殖ブリの買取販売が顕著に増加したことによるものである。

表5. 大分県漁協における買取販売品の販売動向 (単位:百万円)

年度	生鮮魚貝藻類				水産加工品等		合計
	鮮魚類	貝類	海藻類	その他	海藻類	その他	
2003年	3,658.5	32.9	—	—	29.3	31.3	3,751.9
2004年	3,558.2	33.3	—	—	29.1	213.0	3,833.6
2005年	2,812.4	30.1	—	—	98.8	4.8	2,946.1
2006年	2,568.7	25.7	9.9	76.0	37.6	539.0	3,256.9
2007年	2,452.0	—	—	—	15.0	—	2,467.0
2008年	2,372.6	21.7	15.2	16.0	14.8	18.6	2,458.9
2009年	2,547.7	18.8	15.2	19.1	73.0	33.1	2,706.8
2010年	2,474.6	22.3	16.9	19.9	33.9	49.6	2,617.3
2011年	3,094.2	29.4	12.1	11.4	18.5	13.2	3,178.8
2012年	2,993.0	19.3	19.8	59.7	8.6	20.4	3,120.9
2013年	3,693.9	21.2	16.8	86.3	16.5	55.3	3,890.0
2014年	3,473.5	26.0	14.3	88.5	8.5	62.3	3,673.0
2015年	3,606.5	27.5	15.5	67.8	8.5	42.4	3,768.2
2016年	3,779.3	33.2	15.2	39.8	42.4	33.8	3,973.7

資料：2015年度までは水産業協同組合統計表、2016年度は業務報告書

大分県漁協では本店・支店を単位に販売事業が行われている。現在、買取販売を行っている店舗は、本店、国見、姫島、くにさき、杵築、日出、佐賀関、臼杵、津久見、保戸島、上浦、佐伯、鶴見、下入津の計14店舗である。なお、上浦と佐伯以外の12店舗は受託販売も行っている。

2016年度における大分県漁協の買取販売取扱高上位5位を表6にしめした。買取販売の取扱高が最も多いのは本店の28.8億円であり、大分県漁業全体の72%を占めている。次いで、取扱高が多いのは佐賀関支店であり、本店とともに受託販売よりも買取販売のほうが取扱高が高い。上位5店舗の買取販売取扱高合計は全体の95%を占めている。大分県漁協における買取販売は、①本店における養殖植物と直販店向けの買取販売、②佐賀関における関サバ・関アジの買取販売、③離島である姫島の買取販売（加工事業あり）、④鶴見におけるまき網ものの蓄養活魚の買取販売があり、その他の支店による買取販売も①から④と同様の取り組みといつてよい。以下では、①と②の買取販売の実態について明らかにする。

表6. 2016年度における買取販売取扱高上位5位の状況

店名	買取販売 (100万円)	受託販売 (100万円)	買取販売率 (%)
本店	2,876.8	1,493.9	65.8
佐賀閣	567.8	315.1	64.3
姫島	130.0	370.6	26.0
鶴見	123.3	1,851.5	6.2
下入津	113.8	1,197.5	8.7
その他の支所	162.0	6,368.8	2.5

資料：大分県漁協資料

3. 大分県漁業協同組合本店

(1) 本店の概要

本店は、総務部（総務課・漁政課・経営管理課）、経済事業部（販売課・購買課）、信用事業部（資金課・審査課）から構成されている。現在、販売課には25～6名の職員が配属されており、本店のほかに長洲工場（タコ・エビの冷凍加工）、日出共販所、おさかなランド2店舗（漁協直販店）、東郡販売拠点（天然タイ）、県南事務所（養殖物）といった出先機関も担当している。なお、2011年竣工の水産加工処理施設は本店直轄ではなく支店と同列の位置付けとなっているが、製品の販売については本店および県南事務所が担当している。本店ではかぼすブリ・かぼすヒラメの販売促進にも取り組んでおり、取引先から養殖水産物のみならず関サバ・関アジ等の県内水産物の取り引きを持ちかけられることもあり、県内水産物全般の販売促進が本店販売課の業務となっている。

本店で買取販売しているのは、①養殖水産物、②直販店向けの鮮魚類、③武蔵地区の天然タイ活魚である。

(2) 養殖水産物の買取販売と加工事業

養殖水産物の買取販売は、合併前から大分県漁連が行っており、合併後に本店販売課がそれを引き継ぐこととなった。買取販売しているのは、養殖ブリをメインに、養殖ヒラメ、養殖トラフグなどである。養殖水産物の買い取りは、支店を通して生産者から買い取るケースが多いが、生産者から直接買い取るケースもある。

買い取りは年間出荷計画に基づいて行われるが、買い取りする量・サイズ・価格は市況を見つつ生産者と相談しながら随時決めている。生産者からの買取価格は、市場価格から出荷コスト（集荷・梱包・運送等）と漁協利益分を差し引いて浜値が設定されることになる。漁協利益分については年間を通して販売事業としての事業利益を確保することが目標となっており、生産者の生産費を考慮した価格設定となっている。したがって、常に漁協利益分を確保されているわけではなく、逆ザヤになるケースもありえる。

買い取った養殖水産物は、ラウンドで消費地市場等へ出荷されるものが8割強であり、

水産物加工処理施設で加工されて卸売業者A社に出荷されるものが2割弱となっている。加工品はA社から量販店・外食チェーン等の末端ユーザーに販売されている。漁協とA社の取り引きは、漁協がA社に養殖ブリ等をラウンドで販売し、それをA社から漁協に加工委託がなされてA社から漁協に加工賃が支払われている。主たる加工製品は、フィレ、サイコロカット、中落ちである。

水産加工処理施設は、大分県沿岸漁業漁村振興構造改善事業（国：強い水産業づくり交付金）を活用して2011年に佐伯市米水津に建設された（総事業費3.87億円：国40%、県20%、市20%、漁協20%）。水産加工処理施設には職員4名とパート25名が雇用されている。敷地面積は1,358m²で1階に、1次加工室、2次加工包装室、梱包出荷室が、2階に事務所、会議室、研修室、検査室が配置されている。2012年10月には大日本水産会から水産食品加工施設HACCP認定制度認定工場の認定を受けている。

養殖水産物の加工工程は以下の通りである。原魚はトラックから1次加工室に搬入され、まずはヘッドカッター（処理能力：約25尾／分）で頭が落とされ、それをガッターマシン（約10～20尾／分）によって腹を割いて内臓を除去しドレスにする。ドレスを洗浄機（約20～25尾／分）にかけて血合いやぬめりを除去し、それを再冷却されたのちにフィレマシン（約15～18尾／分）で3枚卸しにする。フィレはベルトコンベアで衛生区（2次加工包装室）に運ばれ、手作業で形成処理をした後にフィレ脱水洗浄機（約20～25尾／分）にかけられる。その後、吸水シートに乗せられ真空包装機にかけられる。真空包装後にベルトコンベアに乗せて金属探知機をかけて梱包出荷室に運ばれる。梱包出荷室では、フィレ・腹身・背身に手作業で仕分けをしてから発泡スチロール箱に梱包し、それを自動計量器にかけて、氷をつめて箱詰めして搬出する。なお梱包出荷室には製氷機・冷蔵庫・冷凍庫が設置されている。

水産加工処理施設の生産計画において、当初、ブリ原魚で初年度12万尾、将来22万尾としていたが、現在では年間60万尾のブリ原魚を処理している。加工品の製造は12月から3月が最盛期であり、この間に年間処理尾数の半分にあたる約30万尾が処理される。当初の販売計画においては初年度4.5億円、将来目標は8億円としており、現在の販売金額は7億円となっている。目標金額に到達するための課題としては、加工場の年間稼働率を上げることと、量販店等との直接取引により加工品販売の利益率を上げることが挙げられる。

以上の通り、2011年に水産加工処理施設が完成してから養殖水産物の加工品の販売金額は増加傾向となり、このことが近年における大分県漁協の買取販売取扱高そして販売事業総事業利益の増加に結びついているといえる。こうした漁協経営における貢献のほかに、本店による養殖水産物の買取販売の意義として以下の2点が挙げられると考えられる。

第一は、生産者の所得安定である。先述した通り、養殖水産物は漁協経由率が低く餌業者等に出荷される割合が高い。餌業者等に出荷された養殖水産物も基本的には市況によって価格が決定されるので、漁協の買取価格と大きな差はないことが多いと考えられる。し

かし、生産者にとって出荷先（販売相手）として餌業者等だけでなく漁協を選択することができるようになったことで、餌業者等の価格設定に対して一定の牽制力を持つことが可能になったといえよう。

第二は、養殖水産物の需要拡大である。養殖水産物は最終的には切り身になって消費されるため、生産から消費までの間にラウンドからフィレあるいは最終消費形態（切り身）にまで加工する必要がある。これまで産地段階ではラウンドで出荷し、末端ユーザーとなる量販店・飲食店の段階で切り身加工がなされてきた。しかし、量販店や飲食店では労働力不足と人件費縮減のためバックヤードにおける作業軽減が求められており、ラウンドの養殖水産物は扱いにくい商材となりつつある。このことが国産養殖水産物の需要低迷の一因となっていたともいえる。末端ユーザーからはラウンドではなく加工品が求められており、本店における養殖水産物の加工事業もそれに対応するものであるといつてよい。

（3）直販店

県漁協直営の直販店は、かつては8店舗あったが、その後4店舗は経営不振等により撤退し（業務委託により継続している店舗もあり）、現在はおさかなランドわさだ店（大分市）、同アクロス店（大分市）、銀たちの郷（国東市）、別府潮彩屋（別府市）の4店舗となっている。このうち、本店が管轄しているのはおさかなランドわさだ店とアクロス店であり、銀たちの郷はくにさき支店、別府潮彩屋は別府支店の管轄となっている。

2016年度における直販店の販売高は、おさかなランド（わさだ店・アクロス店）が約2.8億円、銀たちの郷が約5400万円、別府潮彩屋が約4700万円となっており、漁協の直売による販売高合計は約3.9億円となっている。おさかなランドの売り上げはこの5年間は増加傾向にある。2016年度の直販店事業（大分県漁協では「漁業自営事業」としている）の事業総利益は約800万円であった。

本店管轄のおさかなランド（わさだ店・アクロス店）は、地元量販店B（県内23店舗・年間売上高323億円）の店舗内にテナントで出店している。今から25年ほど前にアクロス店が新規開店する際に大分県漁連が直販店を出店することになった。わさだ店は今から15年ほど前に新規開店に際して地元量販店Cからの要請を受けて出店したものである。漁協職員は店長2名と従業員1名が配属されている。

直販店で販売される水産物は、この漁協職員3名がバイヤーとなって、県内産地市場および大分県公設地方卸売市場から仕入れている。そのため、漁業者から水産物を直接買い取るということは基本的にはない。したがって、買取価格は市況によって決定されている。

この買取販売は、県内水産物を県内消費者に販売する地産地消の取り組みであり、PR的な側面が強い。浜値向上といった側面から見ても漁協の経済事業としての側面から見ても、この買取販売の果たしている役割は大きいとはいえないが、販売高・事業利益とも増加傾向であり地元量販店Cでのテナント出店は今後増加する可能性はあるとのことである。

（4）武蔵地区における買取販売

本店販売課は武蔵地区で水揚げされる天然マダイの買取販売を行っている。武蔵地区にはごち網漁業（主たる対象種はマダイ）を営む8経営体があり、このうち4経営体は個人で活魚出荷をしており、残りの4経営体の漁獲物を本店販売課が買い取っている。かつては出荷業者がこの4経営体の漁獲物を買い取っていたが、その業者が廃業したために本店が活魚水槽等の施設を引き継ぐとともにこの4経営体の買い取りも引き継いだ。

本店はマダイ活魚を消費地市場等に出荷し、そこでの販売高から手数料として32%を受け取っている。手数料は当初22%（出荷業者の手数料割合を引き継ぐ）であったが活魚水槽の維持費、人件費（2名）、箱代、運送料等の出荷コストから計算し、32%に引き上げた。

以上の通り、この買取販売は、出荷業者の廃業にともない、本店がその機能を代替するといった性格が強い。他地区ではこのような本店による買取販売はないので特殊なケースとも言えるが、今後も出荷業者が廃業となった際には、その業者が果たしてきた機能を本店が引き継ぐというケースが現れる可能性があると考えられる。

4. 大分県漁業協同組合佐賀関支所

（1）佐賀関地区の概要

佐賀関地区は、大分県のほぼ中央部に位置し、別府湾（瀬戸内海）と臼杵湾（太平洋）に挟まれた半島部の突端に位置している。かつては佐賀関町であったが2005年に大分市に編入された。佐賀関地区（旧佐賀関町）の人口は1960年には約26,000人であったが、2005年には12,000人、現在は約9,000人となっている。

佐賀関の地先にある豊後水道は「速吸（はやすい）の瀬戸」と呼ばれる好漁場であり、ブランド魚の代名詞ともいえる関アジ、関サバをはじめ、ブリ、マダイ、イサキ、タチウオを対象とした1本釣り漁業が行われている。佐賀関地区には、かつては佐賀関町漁協と神崎漁協があり、合併後は佐賀関支店と神崎取次店（合併当初は神崎支店）となっている。ここで取り上げる佐賀関地区とは旧佐賀関漁協地区のことである。

佐賀関支店の組合員数は、旧佐賀関漁協時代の1990年度には1042名（正558名）であったが、2017年度現在は495名（正250名）となっており当時から半減している。現在、組合員の50%以上が70歳以上となっており、高齢化が進行している。2009年度からは新規就業者を積極的に受け入れており、現在までに10名のIターン者が就業している（定着率100%）。現在、当地区において40歳未満の漁業者はほとんどがこのIターン就業者となっている。

佐賀関地区における水揚げ金額は、1980年代後半から1990年代半ばまで20億円前後を横ばいに推移していたが、その後、減少傾向となり現在は8億円弱にまで落ち込んでいる。この減少は、漁業者の減少によって漁獲量が減少してきたことが挙げられる。佐賀関地区の1本釣り漁業者の年間平均水揚げ金額はおよそ400万円前後であり、漁業者が1人引退するごとに約400万円の水揚げ金額が減少するといった状況にあることである。ま

た、こうした漁獲量の減少に加えて近年の価格低迷が水揚げ金額の減少に拍車をかけている（価格動向については後述する）。

（2）買取販売の経緯と推移

当地区における漁協の買取販売は、「価格の安定」と「組合員の収入と生活の安定」を目的に1988年2月から始まった。それまでは、マアジ、サバ類、ブリ、マダイ、イサキなどは仲買4業者へ販売し、価格は魚種ごとに値立て委員会（漁業者代表、仲買代表、漁協で構成）が決めていた。なお、タチウオ・フグ類は漁協が集荷して福岡等の消費地市場へ出荷していた。1980年代前半から漁業者の仲買業者への不満・不信感（仲買が儲け過ぎている・値立て委員会で決めた価格が守られない等）が高まり、漁業者からは漁協の販売事業を改革していくこととなった。そして、1988年2月から買取販売を開始されることとなり、これを契機に値立て委員会は廃止された。

買取販売を開始した当初は、漁協は生産者から買い取ったマアジ・サバ類を主に大分市公設地方卸売市場に出荷することになった。当地区の1本釣り漁業で水揚げされた水産物は、漁協が買取販売を開始する以前から県内市場関係者から「関もの」として取り扱われ評価が高かったことから、最も評価の高い市場へ出荷することとしたのである。しかし、佐賀関魚市場の仲買業者も同市場に出荷しており、それでは浜値向上の効果も限定的にならざるをえない。事実、大分市公設地方卸売市場においては漁協の出荷物は仲買業者よりも安値で取引されることが多かったとのことである。

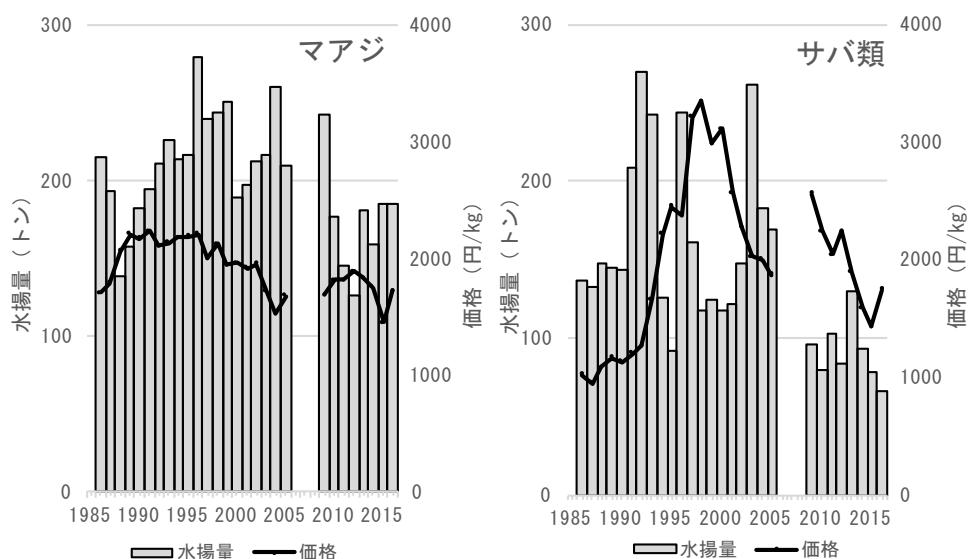
そのため、漁協は県・町の支援を受けて県外市場へ販路を拡大していく取り組み（市場関係者を招待した試食会等）を始めた。その結果、福岡中央卸売市場への出荷が多くなり、次いで大分、北九州、大阪、東京と出荷するようになり、関アジ・関さばの認知度が全国的に高まっていった。そして、1990年代後半には佐賀関魚市場に水揚げされるマアジとサバ類の9割以上が県外出荷となった。この間、漁協の買取販売の取扱高は1988年3.8億円、1989年5.3億円、1990年5.6億円と増加し、1990年代後半には7～8億円となった。

図2に佐賀関魚市場におけるマアジとサバ類の水揚量と価格の経年変化を示した。マアジは漁協買取販売が開始される前から県内市場において「関もの」として高く評価されており、その価格は1980年代はじめには2,000円/kg前後を推移していた。それが1980年代後半には1,700円/kg台へと下落し、それが先述した通り、漁協が買取販売を始める一因にもなった。そして買取販売を開始した1988年には再び2,000円/kg台となり1998年までは横ばいに推移している。一方、サバ類は1980年代には1,000円/kg程度であり、買取販売を始めてからもわずかな価格上昇にとどまっていた。しかし、1990年代の半ばに県外出荷がメインとなるなかで価格が急激に上昇し、1994年には2,212円/kg、1997年には3,207円/kgにまで高騰した。この価格高騰は県外とりわけ東京において刺身商材としての関サバが認知されたことがひとつの要因となっている。

関アジはそもそも刺身商材であり、漁協の買取販売とそれによって販路が拡大しても浜

値の顕著な上昇はなかったが、サバ類については販路拡大と刺身商材化という新しい価値実現によって価格が上昇してきたといえる。このように主に関サバの価格上昇によってブランド魚としての認知度が高まり、ブランド化の成功事例・先行事例として評価されることになった関アジ・関サバではあるが、2000年代以降、価格は下落する傾向にあり、現在マアジ・サバ類の価格はともに1,700円/kg台となっている。マアジよりもサバ類のほうが顕著に価格が下落しているが、これは景気低迷による高級品需要の減退といった一般的な状況に加えて他産地のブランドサバとの競合等、さらに近年のアニサキスによる食中毒問題も需要減退と価格低迷に拍車をかける要因となっていると考えられる。

図2. 佐賀関魚市場におけるマアジ・サバ類の水揚量と価格の経年変化



資料：水産物流通統計年報

(3) 買取販売の現状

先述した通り、1990年代に漁協の買取販売の取扱高は増加したものの、当時の地区全体の水揚げ金額は15~20億円程度であり、仲買業者4社と漁協買取販売の取扱い割合は6:4程度であった。しかし、図2で示した通り、2000年代から水揚げ量が減少しており、この間、仲買業者2業者が廃業している。その結果、漁協の買取販売の比率は高まっており、2016年度には水揚げ金額約8.8億円の水揚げのうち約5.7億円が漁協の買取販売となっている。このように買取販売は、当初、買受人に対抗力・牽制力をつけるために開始された取り組みではあるが、現在では当地区の水産物流通において漁協の買取販売がメインとなっている。現在、当地区においては漁協の買取販売なくして関ものの価値実現は不可能ともいえる状況になっているといつても過言ではない。

現在、佐賀関支店の職員数は27名であり、うち販売事業担当は17名である。佐賀関支店は佐賀関魚市場の開設者（兼卸売業者）となっている。販売事業は買取販売業務、出荷

業務、事務の3部門に分かれている。現在、漁協の買取販売による関アジ・関サバの主たる出荷先は東京市場と福岡市場であるが両市場とも需要は減退する傾向にある。現在、買取販売は約5億円で水産物を買い取り、6.5億円で販売している状況である。

両市場とも需要が減退していることから、現在では県内ホテル・飲食店等への直接販売と加工事業に力を入れている。現在、県内のホテル・飲食店等の約60店舗に直接販売している。基準売価はアジ4,000円/kg、サバ5,000円/kgであり、その際の買取価格はアジが2,800円/kg、サバが3,500円/kgとなる。なお、かつては漁協が直販施設（関の漁場）を自営していたが、経営不振のため現在は業者に委託している。加工事業は、2005年頃、価格が下落するなかで水揚げ量は増加傾向にあり、出荷調整のために開始した。現在、加工事業では主に一夜干し・フライ・りゅうきゅうを製造しており、年間の売上高4,000万円程度になっている。

表7に佐賀関魚市場の経営動向（佐賀関支店の販売事業）を示したが、これを見ると分かるように売上高の減少にともない純利益も減少しており2016年度には赤字になっている。価格上昇期には市場出荷するだけで事業利益が出ていたが、価格下落と水揚げ量の減少により買取販売も赤字となっている。現在は、支店の事業収支が赤字になりながらも、関アジ・関さばの価格下落を抑えているというのが実態であると考えられる。

表7. 大分県漁協佐賀関魚市場の経営動向

年度	2016年度	2015年度	2014年度
売上高	8億7300万円	9億8800万円	10億9800万円
営業利益	1億6700万円	1億7900万円	1億6300万円
純利益	△1800万円	300万円	1500万円

資料：みなど新聞「全国水産卸売業者名鑑2018年版」

5. 若干の所見

以上、大分県漁協における買取販売を中心に販売事業の実態を見てきた。これまで漁協の買取販売は、中抜き流通による浜値向上や生産者サイドの価格形成力強化といった漁業所得の維持向上を目的とした取り組みとして理解されてきたように思われる。大分県漁協による買取販売にしても、当初は「価格安定」を目的に仲買業者への対抗力・牽制力を持つために始められている。

しかし、その後、水揚げ量の減少、水産物価格の低迷、仲買業者の廃業等によって産地市場の機能が低下するなかで、大分県漁協の買取販売の実態からは、それが「価格安定」のみならず水産物の円滑な流通と価値実現といった役割を果たしていることが明らかになったと考えられる。本店の武蔵地区と佐賀関支店の買取販売は、仲買業者が廃業するなかで漁協がその機能を代替しており、また本店の養殖水産物の買取販売も需要が低迷する養殖水産物を高次加工することで養殖水産物の価値実現を図ろうとする取り組みであった。

漁業生産が縮小し産地機能が低下する状況において、今後、水産物の安定供給・価値実

現を維持していくためには漁協に期待される役割が大きくなっているといえる。大分県漁協では近年は販売事業・加工事業に力をいれており、それが事業総利益の増加にも結びついている。しかし、販売事業が拡大している背景には、産地機能が低下するなかで水産物販売のコストとリスクが生産者サイド（漁協）にしづ寄せされてきた結果ともいえよう。漁協の販売事業のあり方については、漁家所得の向上といった漁業内部の問題解決のみならず水産物流通や水産物消費といった側面から検討していく必要があると考えられる。

（工藤貴史）

総研レポート 30農金No.9

発 行 (株)農林中金総合研究所 農村金融研究室

〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷5-27-11

電 話 03-6362-7818

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。