

水産物流通システムの動態に関する地域的研究

前田竜孝

(文学研究科文化歴史学専攻地理学地域文化学領域)

論文要旨

本研究の目的は、ローカルな流通システムがどのように変化してきたかを、漁業者や漁協関係者、仲卸業者、流通業者といったステークホルダーの活動とそうした人々を取り巻く集荷・出荷、流通環境における関係性を考察することを通じて明らかにする。

第1章では、漁業地理学と漁業経済学によって進められてきた水産物流通の地域的研究の動向を整理した。そして、両分野の方法論的な特徴を明らかにした上で、近年の日本の水産物流通をめぐる社会経済的状況と流通に関係する主体の相互作用に注目した方法を提示した。この方法に基づいて、第I部「生産地と主要消費地との地理的関係性と水産物流通」(第2章, 第3章, 第4章), 第II部「社会経済環境の変化と水産物流通」(第5章, 第6章, 第7章)という2つのテーマを立て、各地の流通システムを検証した。

第I部では、大都市を中心とした消費市場と水揚げ港が所在する漁業地域との距離関係に注目し、これが経営体の出荷行動にどのような影響を及ぼすのかを検討した。

第2章では、最新の統計情報である2013年漁業センサスを用いて、近畿地方の漁業経営体による出荷行動の特徴を把握した。特に、都市に所在する中央卸売市場と近畿地方の漁業地区との位置関係、及び各漁業地区の主たる漁業種類に焦点を当て、両要素が各地区の経営体の出荷行動に強く影響している点を明らかにした。

統計分析を踏まえ、第3章では都市近郊の漁業地域として大阪府岬町深日漁業地区を、第4章では遠隔の漁業地域として兵庫県南あわじ市南淡漁業地区を取り上げた。その結果、地域の流通システムが主要消費地との距離関係から影響を受けつつ変化してきた状況と、こうした流通環境のもとでの各主体による出荷行動の特徴を明らかにした。

第II部では、ローカルな流通システムの制度的な変化について通時的な視座から検討した。具体的には流通システムの変化に各主体がどのように関わってきたのか、また流通環境が変化する中で漁業経営はどのように影響してきたのかを考察した。

第5章では愛知県西尾市一色町の養鰻業における生産技術の革新が、水産物流通の起点となる集出荷作業にどのような影響を及ぼしたのかを検討した。その結果、技術革新が進むにつれて、生産者間で協力して行われていた作業形態が変容し、地域内でも経営体ごとに多様化していく様子が明らかとなった。

第6章では、大阪府岬町で2017年に始まった直売形式での水産物の販売が深日漁協の漁業経営体に与えた影響を、経営分析と生態人類学的な調査を通じて考察した。その結果、直売の活用・非活用をめぐる各経営体の意思決定の背景にある経営的な要因と、直売の開始に伴う漁業活動の変化が解明された。

第7章では、大阪府の船曳網漁業において、2014年より始まった入札取引がどのように導入され、その後各経営体に普及していったのかを検討した。大阪府鰻巾着網漁協のリー

ダーシップがその導入に大きく作用したものの、普及段階では魚価の変化を見極めた上で参加するかどうかを決める各経営体の主体的な意思決定の存在も認められた。

以上の事例研究の結果からは、地域の流通システムは、取り巻く社会経済的環境、自然的環境とそこから作用を受けた様々な主体の活動との関係性の中で形成され、変容していく点が明らかとなった。地域的研究を通じて、流通システムがいかに変容してきたのかを捉えることができた。地域における将来的な流通環境の展望にも有効となろう。

目次

序論	……………1
第1章 水産物流通の地域的研究における方法論の検討	……………4
1. はじめに	
2. 漁業地理学における流通研究の始まり	
3. 漁業地理学における流通研究の理論的展開	
1) 水産業空間の構想	
2) 水産業空間の批判的検討	
4. 漁業経済学における水産物流通の地域的研究	
1) 戦後の流通研究の特徴	
2) 産地における取り組みに関する研究	
3) 加工業者・仲卸業者の取り組みに関する研究	
4) 小売業者の取り組みに関する研究	
5. 流通環境と諸主体の活動との相互関係に注目した方法論	
6. 小括	
第I部 生産地と主要消費地との地理的関係性と水産物流通	……………15
第2章 近畿地方における漁業経営体の出荷行動に関する統計分析	……………17
1. はじめに	
1) 問題の所在と課題の設定	
2) 分析方法	
2. 出荷先の分類と対象地域における卸売市場の分布	
3. 海区別と卸売市場からの距離別にみた出荷行動	
1) 海区別にみた出荷行動	
2) 中央卸売市場からの距離別にみた出荷行動	
4. 主とする漁業種類から分類した地区別の出荷行動	
5. 小括	
第3章 都市近郊地域における水産物流通	
—大阪府岬町深日漁業地区を事例に—	……………30
1. はじめに	

- 1) 問題の所在と課題の設定
- 2) 対象地域の概要と本章の構成
2. 共販市場における買受人の変遷からみた流通構造の変化
 - 1) 第Ⅰ期—1949年～1979年—
 - 2) 第Ⅱ期—1980年～2000年—
 - 3) 第Ⅲ期—2001年～現在—
3. 出荷先の選択の変遷からみる流通構造の変化
 - 1) 共販市場
 - 2) その他の市場
 - 3) 仲卸業者への直接出荷
 - 4) 流通業者を介した出荷
 - 5) 小売業者への出荷
4. 小括

第4章 都市遠隔地域における水産物流通

—兵庫県南あわじ市南淡漁業地区を事例に— ……………47

1. はじめに
2. 事例地域の概要
 - 1) 事例地域の概要と交通条件
 - 2) 漁業の概要
3. 直送が始まった経緯
4. S水産による販路開拓の歴史と流通の変化
5. 直送をめぐる集出荷システム
 - 1) 直送に出荷する経営体の特徴
 - 2) 集荷作業の特徴
 - 3) 各市場への配送
6. 小括

第Ⅱ部 社会経済環境の変化と水産物流通 ……………63

第5章 生産技術の革新が集出荷作業に与える影響

—愛知県西尾市一色町養鰻産地を事例に— ……………65

1. はじめに
 - 1) 問題の所在と課題の設定
 - 2) 事例地域の概要

2. 一色町における養鰻業の展開
 - 1) 戦後における生産基盤の整備
 - 2) 加温式ハウスの導入とその後の経済状況の変化
3. 経営状況と集出荷作業の特徴
 - 1) 養鰻経営体の経営状況
 - 2) 養殖方式と生産暦
 - 3) 集出荷作業の種類とその内容
4. 手伝い関係の基盤となる組織
 - 1) モンテ
 - 2) 一色うなぎ研究会
5. 生産者間関係の変化の実態
 - 1) 関係性を重視する経営体—No.9の事例—
 - 2) 新たな関係性を形成する経営体—No.27の事例—
6. 小括

第6章 流通システムの変容が漁業経営に与える影響

—大阪府岬町における産直出荷の開始を事例に— ……89

1. はじめに
 - 1) 問題の所在と課題の設定
 - 2) 対象地域の概要と本章の構成
2. 深日漁協における水産物流通の変遷と直売の特徴
 - 1) 深日漁協における水産物流通の変遷
 - 2) 直売事業の概要と取引の特徴
3. 直売の開始に伴う漁業経営への影響
 - 1) 出荷先別にみた経営状況の特徴
 - 2) 漁獲金額に与えた経済的影響
4. 直売の開始に伴う集出荷作業への影響
 - 1) 作業時間への影響
 - 2) 出荷先ごとの水産物の傾向
 - 3) 収益向上を促した要因
5. 小括

第7章 大阪府船曳網漁業への入札制度の導入と経営体への普及

……108

1. はじめに
2. 大阪府における船曳網漁業の概要

1) 戦後の大阪府における船曳網の歴史	
2) 船曳網の操業実態	
3. イカナゴ・シラス入札制度の特徴	
1) 入札制度導入の経緯	
i. 入札制度開始以前の取引	
ii. 入札制度の導入	
2) 入札の流れ	
3) 入札制度における流通環境の整備過程	
4. 漁業経営体が参入した要因と経営状況の変化	
1) 経営状況の概要	
2) 各経営体に入札制度への参入を促した要因	
3) 入札制度開始以後の漁業活動に関わる経費の変化	
5. おわりに	
結論	……………126
1. 知見の整理	
2. 流通に関連する主体の活動の重要性	
3. 調査方法の検討	
4. 今後の課題	
謝辞	……………132
参考文献	……………133

図目次

図 1-1 水産業空間	
図 2-1 近畿二府二県の中央卸売市場と地方卸売市場（水産）及び徳島市中央卸売市場の位置	
図 3-1 深日地区の位置	
図 3-2 深日漁協における漁獲量の推移	
図 3-3 共販市場における水産物 1kg 当たりの単価の変化	
図 3-4 各漁家の出荷先の変遷	
図 3-5 共販市場と外売りの出荷額の推移	

- 図 3-6 深日漁業地区における流通網の変化
- 図 4-1 南淡漁業地区の位置
- 図 4-2 灘漁港の漁港施設
- 図 4-3 南淡漁協の就業者数と経営体数の変化
- 図 4-4 1960 年代に鮮魚の流通で利用された航路
- 図 4-5 S 水産と卸売市場との取引関係 (1980 年代)
- 図 4-6 関西地方の市場への配送ルート
- 図 4-7 配送のスケジュール
- 図 4-8 関東地方の市場への配送ルート
- 図 5-1 一色町における大字別の養鰻経営体数 (2013 年)
- 図 5-2 大字生田における養鰻池数の変化
- 図 5-3 一色町の養鰻経営体数と養鰻生産量の推移
- 図 5-4 2003 年以降のシラス価格の変化
- 図 5-5 養鰻経営体の経営状況 (2013 年)
- 図 5-6 短年養殖の生産暦(2010 年ごろ)
- 図 5-7 集出荷作業の様子
- 図 5-8 No.9 とその手伝い関係にある経営主の池の所在地
- 図 5-9 No.27 が所有する養鰻池の変化
- 図 5-10 No.27 のモンテと周辺の経営体の養鰻池 (1977 年)
- 図 6-1 深日漁協と道の駅みさきの位置
- 図 6-2 深日漁協における水産物出荷額の推移
- 図 6-3 深日漁協における経営体の経営状況 (2016 年, 2017 年)
- 図 6-4 共販市場への出荷と直売に要された集出荷作業時間
- 図 6-5 共販市場と A 店に出荷された a)マダコの重量と b)カサゴの体長
- 図 7-1 船曳網経営体が所属する漁協
- 図 7-2 大阪府内シラス漁船 (左) とイカナゴ漁船 (右) の操業範囲
- 図 7-3 船曳網経営体と加工業者との取引関係
- 図 7-4 入札制度開始以前の 3 地区におけるイカナゴとシラス単価 (円/kg) の比較
(2010 年~2014 年)
- 図 7-5 船曳網の漁獲物の流通経路と漁船の動き
- 図 7-6 入札制度に登録している加工業者の加工場所在地
- 図 7-7 入札制度に参加する船曳網経営体の経営状況
- 図 7-8 シラスの月別漁獲量の推移
- 図 7-9 入札制度開始前後での漁獲量と漁獲金額の変化についての認識

表目次

- 表 2-1 分析対象とする漁業地区
- 表 2-2 漁業センサスで定められた出荷先の分類とその定義
- 表 2-3 対象地域内の中央卸売市場と水産地方卸売市場
- 表 2-4 各海区の出荷先別の経営体割合
- 表 2-5 中央卸売市場からの距離別に分類した各漁業地区の出荷傾向
- 表 2-6 主とする漁業種類別の出荷先別経営体の割合
- 表 3-1 各期間に参入した買受人の属性とその人数
- 表 3-2 恒常的にセリに参加する買受人の属性 (2016 年)
- 表 3-3 深日漁協に所属する漁業者の出荷先
- 表 3-4 出荷先ごとの出荷回数 (2015 年 5 月 2 日～10 日, 8 月 30 日～9 月 14 日)
- 表 4-1 南淡漁協における漁業種類別経営体数の変化(2003 年～2013 年)
- 表 4-2 S 水産と卸売市場との取引関係 (1980 年代)
- 表 4-3 各出荷先の経営体が営む漁業種類
- 表 4-4 水揚げに関わる従業員
- 表 5-1 一色町における養鰻業の生産基盤整備と養鰻業界の歴史
- 表 6-1 A 店に出荷する 4 漁協の概要(2017 年)
- 表 6-2 共販市場と A 店に出荷された魚種表
- 表 6-3 共販市場と A 店における魚種別の単価
- 表 6-4 No.3 の出荷先別の魚種の差異
- 表 7-1 大阪府における漁業種類別経営体数と漁獲量
- 表 7-2 入札制度開始前後での経費の変化についての認識

序論

1. 問題の所在と課題の設定

水産物は一般に特定の漁場で漁獲された後、漁港で水揚げされる。その後、集荷、選別されたものが、様々な輸送手段によって消費地の卸売市場や小売店へと輸送される。それらは店頭で並べられたり、飲食店で調理されたりすることで消費者まで届けられる。水産物は漁場から消費地まで移動することによって初めて経済的な価値を持つ商材である¹⁾。したがって、水産物流通は漁業を経済活動として成立させるために不可欠な空間的現象といえる。

ただし、水産物を流通させるにはその漁業の産業特性と商品特性に応じていくつかの制約がある。まず、多くが生鮮食品として食される水産物は時間の経過とともに劣化し腐敗・変質・損傷しやすい(岡本 1961: 28-29)。このため、流通過程では鮮度保持を目的とした設備の整備と生産地から消費地までの迅速な配送が求められる。次に、漁獲される魚種は漁場ごとに多様性がある。しかも消費される魚種には食文化に応じて顕著な地域差がある(Hayashi 2003; 中村 2009a, 2012, 2014, 2018; 林 2011, 2013a)。ゆえに、仲卸業者や流通業者は特定の水産物を的確に消費される地域に配送しなければならない。加えて、水産物はそれぞれ大きさが異なり規格化が難しい(圓丸 2019)。生産段階では、「水中における狩猟」(キュリー・ミズレー 2009)と称されるように、日々の海況の変化によって漁獲量が不規則に変動する上、小規模な生産地が多く点在している(濱田 1998)。

こうした諸問題を克服し、消費者へ水産物を安定供給するために、各地で新たな技術革新が図られている。そこでは、各地域における主要な漁獲物や漁業種類などに応じた対策が講じられる。そのため、結果として地域ごとに多様な流通網が形成される。ここにおいて、具体的な地域を設定し、当該地域の自然的、社会経済的な状況を勘案して水産物の流通システムを分析する、いわゆる地域的研究が有効となる。

水産物流通の地域的研究の重要性は、漁業をめぐる社会経済的環境の変化に伴い高まっている。日本では輸入水産物の増加、流通政策の制度疲労などによって一部水産物の魚価が低迷している(小野 1999; 濱田 2001)。漁業収益の悪化に伴い、地域によっては漁業者の高齢化と漁業者数の減少も深刻化している(濱田 2014)。加えて、沿岸漁業では漁獲量の低迷に拍車がかかっている。これには漁場環境の悪化や乱獲の影響が指摘されている(勝川 2016; 片野・阪口 2019)。一方、世界に目を向けると、堅調な消費量の推移に支えられて養殖業を中心に生産量は拡大している。産業全体の経済的な好調さが喧伝される一方で、資源管理の名目の下で先進国では漁業に新自由主義的な競争原理が持ちこまれたり、漁獲枠の個別割り当てが実施されたりすることで、従来から存在する漁業コミュニティの崩壊

が懸念されている (St. Martin2001, 2006)。また、活発化する水産物の貿易が乱獲を誘発し資源状況を悪化させる例も報告されている (ネクト 2008; Fabinyi2016)。このようなある漁業地域を取り巻く状況を受けて、流通は必然的に変化する。反対にこうした変化に対抗するように、漁業者組織や仲卸業者などが新たな流通政策や制度を構築する地域もあるだろう。漁業をめぐる様々な変化は、漁業が実際に行われる地域に強く作用するのである。その実態を明らかにするためにも地域的研究は求められると筆者は考える。

以上の問題意識より、本稿では漁業地域²⁾でのフィールドワークと資料調査、各種統計の分析を主な調査手法として、対象地域における水産物流通の実態を明らかにする。特に、漁業者をはじめ、漁業協同組合職員、仲卸業者、運送業者といった流通に関係する主体の活動に注目し、地域を取り巻く流通環境とそれらの活動との相互関係を追究する。これは、水産物が流通して消費地まで届くには単に流通網が存在するだけではなく、それを設計したり水産物を実際に運搬したりする様々な主体の存在が重要になると考えたからである³⁾。

2. 本稿の構成

本稿は2部、7章で構成される。第1章は「水産物流通の地域的研究における方法論の検討」である。水産物流通の地域的研究を主導してきた漁業地理学と漁業経済学におけるこれまでの研究を回顧する。そして得られた知見より、様々なステークホルダーの活動と彼らを取り巻く社会経済環境との相互作用に注目した方法論を提示し、水産物流通を地域という枠組みにおいて検討するに当たって有効な調査手法を展望する。以下の章では、この方法を用いて各地の水産物流通を考察する。

第I部は、「生産地と主要消費地との地理的關係性と水産物流通」である。生産地と消費地との位置関係という人間が克服しがたい地理的状況が水産物流通に及ぼす影響と、こうした環境下での各主体の活動を明らかにする。第2章では、漁業地域ごとの出荷行動の差異を漁業センサスの分析より明らかにする。特に、主要な消費地市場である中央卸売市場と漁業地区との位置関係、各漁業地区の主な漁業種類の2点に焦点を当てる。第3章では、消費地に近接する地域として大阪府岬町深日地区を事例に、第2次世界大戦後の流通の変化を明らかにする。第4章では、消費地から遠隔に位置する兵庫県南あわじ市南淡漁協の流通を対象にする。そこにおいて取組まれる円滑な出荷の達成に向けた各主体の活動、特に水揚げから運搬までの実態を明らかにする。さらに、一連の活動を可能にした地域的条件を検討する。

第II部は「社会経済環境の変化と水産物流通」である。ここでは、水産物流通をめぐる状況が変化中、各地でどのような対策がとられ、また流通システムがどのように変化したのかを明らかにする。第5章は、戦後、日本各地で活発化した養殖業、特に生産額と消費量で主要な位置を占める養鰻業を取り上げる。戦後の養鰻業では、生産量の拡大に向

けて新しい技術が積極的に開発・導入された。この過程では、生産形態は変化し、それに
応じて集出荷に関わる作業も変化した。事例地域として日本有数の養鰻生産地である愛知
県西尾市一色町を取り上げ、各経営体への聞取りから技術の導入と集出荷作業の変化の関
連を明らかにする。第6章は、近年活発化する水産物の直売を取り上げ、これが地域に導
入されて以降の漁業経営の変化を検証する。事例として第3章で取り上げた大阪府岬町深
日地区を取り上げる。そして、漁業経営体の漁獲金額の変化と、集出荷作業面での変化を
考察する。第7章は、大阪府の船曳網漁業において、加工業者との取引に代わって2014年
より始まった入札制度を取り上げ、船曳網をめぐる戦後から現在までの流通状況とともに、
制度が導入され、普及、定着するまでの過程を、流通に係る主体の活動と関連づけて
論じる。

おわりにでは本稿で得られた知見をまとめる。その後、各主体の活動に注目する意義と、
流通をめぐる社会経済的状況と各主体の活動との相互関係を検討する意義について考察し、
水産物流通の地域的研究において以上の2つの方法が有効性であることを示す。そして、
最終部で今後の課題を挙げる。

注

- 1) この他、おかずとりと呼ばれる自家消費、近所や親類への贈与を水産物流通に含む場合
もある。
- 2) 「漁業地域」という用語は山内(2004:352)が「遠洋漁業、沖合漁業、沿岸漁業、養殖
漁業、およびその関連産業を含めて何らかの形で漁業生産に依拠する地域」と定義してい
る。本稿でもこの意味に準じて漁業地域という用語を使用する。
- 3) 流通に関わる諸作業への注目は、商品発注の即時化と物流業務の実行の間の時間的乖
離を原因とする物流問題(野尻2018)を考える上でも重要な方法となりうる。

第1章 水産物流通の地域的研究における方法論の検討

1. はじめに

本稿では、水産物流通の地域的研究を具体的な地域を設定し、当該地域の自然的、社会経済的な状況を勘案してローカルな水産物流通を分析する調査手法として定義する。事例研究に先立ち、本章では水産物流通の地域的研究の展開をレビューし、近年の流通環境を考慮した上で方法論を提示したい。具体的には諸主体と流通を取り巻く経済的な環境との相互作用に注目したアプローチを提案する。

水産物流通の地域的研究は漁業地理学と漁業経済学において主要な調査手法として採用されてきた。しかし、方法論の展望に関しては山内（2005）と林（2013c）が分析視角の分類に基づくレビューをしてから久しい。現在、日本の漁業は生産量の低迷や漁業者数の減少、輸入水産物の増大に伴う一部の国産水産物価格の停滞など多数の問題を抱える。さらに2018年には漁業法が戦後初めて抜本的に改正され、漁業地域をめぐる環境の変化が今後より一層進むと考えられる（e.g. 加瀬2019）。そうした状況の下、各地の流通の実態を明らかにしてきた両分野の研究を、漁業を取り巻く社会情勢の変化を踏まえた上で回顧し、新たな方法論を展望することは重要であると考ええる。

本章の構成は以下の通りである。2では、漁業地理学にて流通研究が始まった経緯を振り返る。3では、1980年代以降、漁業地理学の流通研究を主導した篠原秀一と林紀代美の研究を取り上げ、彼らがどのように新たな方法論を確立したのかを明らかにする。4では、漁業経済学における水産物流通の地域的研究を取り上げる。生産地、卸売業者、加工業者、小売業者という流通段階ごとに既往研究の分析視角を整理し、方法論の特徴について考察したい。5では、両分野の成果を受け、水産物流通の地域的研究の新たなアプローチを展望する。最後に6では本章の内容をまとめる。

2. 漁業地理学における流通研究の始まり

第二次世界大戦後の漁業地理学における流通研究を回顧すると、漁港研究がこれに強く影響を及ぼしてきた。1950年代から1960年代にかけては、戦後復興が進展するにつれて沖合漁業と遠洋漁業の漁獲量が急増し、これらを基幹的な漁業とする複数の大規模漁港が発展した（土井1967）。そして、漁港が漁船の根拠地と産業の中心地として位置づけられる（大崎1967）にしたがって、地理学では漁港の発展の歴史が論じられるようになった。このように、漁港を漁業の経済的発展に当たっての重要な施設と位置づけ（Coull1986; 篠原1992）、漁業の近代化に果たした漁港の役割と諸機能を考察したのが漁港研究であった（田中1980）。

例えば古川（1959）は、神奈川県三崎漁港が当漁港を根拠地としない漁船と労働力の集

中によって発展したことを明らかにした。土井（1959）は中国地方から九州北部に点在する以西底曳網漁業の根拠地の経済的発展と衰退の歴史を、漁場と市場との地理的關係性、漁港施設の充実、各漁港の雇用・経営形態と関連づけて論じた。また、土井（1968）は日本を代表するマグロ水揚げ地である三崎漁港、焼津漁港、清水漁港を比較し、発展過程の差異を生み出した要因として国内でのマグロ市場の動向と各漁港の自然的、社会経済的な状況を挙げた。他にも、楠原（1966）が石巻漁港の発展の背景として、戦後の漁業政策、地元資本による漁業への積極的な投資と競争の激化、さらに漁業者の移住や漁民階層の分化があったことを指摘した。

漁港の経済的な発展過程が考察されたのと同じ時期、藪内（1960）は漁港が特定の地域に集積する要因を漁業の経済的な発展段階から検討した。この中で藪内は、漁港の機能として以下の3点を挙げた。すなわち、①漁船の根拠地としての機能、②漁獲物の水揚げ地としての機能、③漁獲物に価格をつけた上で消費者に配給する市場としての機能である。このうち、②と③はそれまでほとんど言及されてこなかった水産物流通を念頭に置いた機能といえる。本論文は、漁港研究を受けて構想されたというよりも、藪内が専門としてきた工業地理学からの影響が大きかったと思われる¹⁾。しかし本論文が発表されて以降、これを参照して流通研究が複数行われた事実は見逃せない（e.g. 相沢 1977）。本論文が、漁港研究から水産物流通研究へと派生的に展開するのに重要な役割を果たしたと筆者は考える。

その後、次第に漁港の有する水揚げ地としての機能と市場としての機能も考察されるようになった。この中で、漁港を漁獲活動、流通活動、消費活動それぞれに影響を与える「漁場と消費地の結節点」（楠原 1966; Coull 1972）と捉える新しい見方が現れた。漁港が水産物の生産から消費に至る様々な活動と、それらが行われる空間に深く関係し、漁業に関わる地域の経済発展を支える重要な生産手段の一部として位置づけられたのである（田中 1980, 1982）。この観点に基づく研究として、楠原直樹による一連の研究は際立っている。楠原（1961）は八戸漁港、塩釜漁港、銚子漁港のサンマの出荷現象が、漁期と市場との位置関係の違いに応じて異なることを明らかにした。また楠原（1962, 1964, 1976）は、冷凍庫、加工場といった漁港施設が流通構造にどのような影響を及ぼすのかを神奈川県三崎漁港と静岡県清水港において分析した。

ただし、水産物流通が作用を及ぼすのは漁港施設に限定されない。流通に関わる諸機関も当然作用する。例えば楠原（1971, 1972）は、長崎県五島列島で漁協の主導により成立した共同販売体制をまとめ、島内各地から漁獲物を集荷し、それらを島外へと出荷している状況を示した。また、田中（1972）と田坂（1979, 1981）は水産物の水揚げから消費地への出荷までを担う卸売業者や仲卸業者といった商業資本の役割と、彼らと漁業者との経済的な関係性を検証した。漁港を漁場と消費地との結節点とみなす新たな観点の登場によって、漁業地理学の研究対象は漁港の発達史から水産物の流通システムへと広がった。結果として、漁港施設、各種団体、漁港で働く人々が、どのように漁場（川上）から消費地

(川下)にまで影響を与えるのが検討された。水産物流通が漁港を中心とした空間構造として把握されたのであった。

戦後の漁業地理学においては、当初、日本各地の漁業地域で生じた近代化の過程に注目したいわば「漁港発達史」が数多く示された。各地が戦前・戦中の漁業の停滞からいかに復興したのが明らかにされており、貴重な資料的価値を有していると考えられる。しかし、この時期に漁港研究が盛んに行われたのは、漁業の経済的発展を受けて新たな分野として研究者の関心が集中したためとも考えられる。実際、漁業地理学を専門とする研究者の関心も、漁業の経済的側面から文化的側面に至るまで多岐にわたった(藪内・大島 1976a, 1976b)。一方で、研究間のつながりや研究潮流が意識されることは少なく、方法論に関する統合的な議論もあまり行われなかった。

3. 漁業地理学における流通研究の理論的展開

1) 水産業空間の構想

戦後から1970年代にかけては、流通研究が漁港研究から派生するかたちで取り組みられ、多数の成果が蓄積された。一方で、その過程では理論化・定式化に向けた動きはほとんどみられなかった。わずかに漁港の機能に注目した類型化がなされたのみであった(藪内 1960; 大崎 1967; 長谷川 1969; 島田 1977)。

こうした中、篠原秀一がモデル図の作成を通じて、水産業に関わる空間全体を構造的に把握する分析視角を提示した²⁾。はじめに、篠原は漁業の近代化が一部の漁港への水揚げ機能の特化によって達成されたことを、漁業経済学と漁業地理学のレビューより明らかにした。その上で、漁業が近代化した過程の考察に当たっては水揚げ量の豊富な漁港に焦点を当てるべきであると主張した(Shinohara 1994)。そして、まき網漁業の発展とそれに伴う水揚げ量の増大を経験した茨城県波崎漁港と千葉県銚子漁港³⁾を事例に、漁港が日本の漁船漁業の近代化においてどのような役割を果たしたのかを考察した。

篠原(1988)は、波崎漁港において漁獲量が増大した背景には1970年代の大中まき網漁船団の生産性の向上と、魚市場や冷凍冷蔵工場、加工場、流通施設といった漁港施設の整備があったことを明らかにした。他方、銚子漁港における水揚げの増大の要因として、篠原(1989)では水揚げに最適な港湾の整備と漁船設備の近代化を、篠原(1995)では加工施設や冷蔵・冷凍施設の整備を挙げた。これらは、藪内(1960)が示した漁港の機能のうち、漁船の根拠地としての機能と漁獲物の水揚げ場としての機能に注目した研究に位置づけられる。漁港の発達史が検討された漁港研究からの影響が色濃くみられる。

一方で、篠原は漁港のもうひとつの機能、すなわち市場としての機能にも注目した。篠原(1991)は、銚子漁港に水揚げされた鮮魚や、冷凍・加工施設に持ちこまれる原料魚が消費地へ配送されるまでの流通経路を明らかにした。また篠原(1994)は、銚子漁港に水

揚げする近海まき網漁船の本拠地の分布を分析した。本拠地ごとの水揚げ量と水揚げ金額の年次変化と季節変化の検討により、銚子漁港における鮮魚の集荷圏が示された。これらでは水産物流通に関わる空間構造を集出荷空間と称し、漁港を核にした流通システムを構造的に把握している。

以上のように、篠原は漁港が水揚げ量の増大と地域漁業の経済的な発展に果たした役割を考察した。ただし、篠原は漁港が水揚げに最適な施設として整備されていく歴史的過程を記述しただけではない。漁港を水産物が水揚げされ消費地へ配送されるための結節点として捉え、水産物の集出荷空間を提示した。篠原は漁船漁業の近代化と漁港との間にある経済的な関係性を実証したのであった。

篠原は主に銚子漁港での研究成果を受け、水産業に関わる空間構造の理論化を図った。これが世界の近代漁業をモデル化した Coull (1993) を改良し、水揚げ漁港、水産物の集荷・加工、水産物仲卸業者、他港からの原料魚の仕入れなどを考慮して作成された「水産業空間」⁴⁾である (Shinohara1994)。水産業空間は、水産物の流通経路に沿って3つの空間から構成される。沿岸域から遠洋海域までの水産物の漁獲空間、漁港を中心とした水揚げ・加工空間、さらに消費空間である。そして、中心には水域と陸域をつなぐように漁港が据えられている (図 1-1)。篠原は、水産業空間によって漁業に関わる諸空間が水産物流通を介して漁港と常に関係を有している点を強調し、漁業の近代化に果たした漁港の役割の重要性を示した。

水産業空間は当初、大漁港を念頭に置いて作成されたモデル図であったが、後年、小規模な漁港を介した流通システムの分析にも援用された (佐藤ほか 2000; 市川ほか 2012)。大小様々な規模の流通に応用可能な汎用性の高いモデルといえる。水産業空間の提示は、1950年代以降に取り組みられてきた漁港発達史の蓄積を発展させる形で理論化しており、漁業地理学における重要な成果であった。

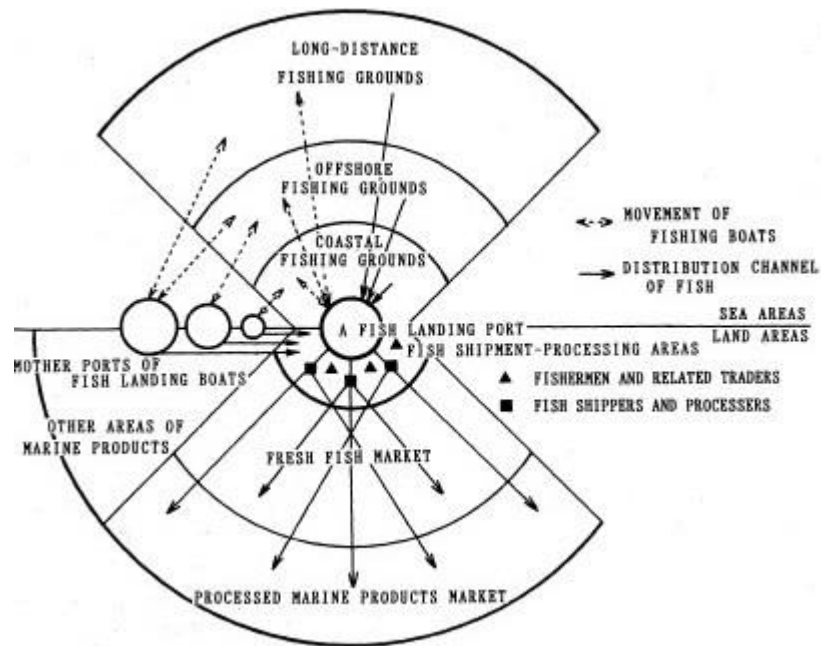


図1-1 水産業空間

Shinohara (1994) より引用

2) 水産業空間の批判的検討

1990年代後半以降は、林紀代美が水産業空間を一連の研究で応用した。その中で、林はこれを批判的に検討し理論的な深化を図った。林ははじめに統計資料と仲卸業者の資料の解析、さらに聞き取り調査を通じて、フグの水揚げが盛んな下関漁港南風泊分港を中心とする流通システムを考察した(林 1998)。そして、水産業空間は大規模な水揚げ港だけでなく、中小規模の漁港で水揚げされた水産物の流通にも応用可能という結論を導いた。一方で、篠原が取り上げなかった論点も指摘した。それが、流通に果たす養殖業者と産地仲買人の役割であった。天然フグに限らず養殖フグも水揚げされる南風泊分港では、大量に集荷されたフグが迅速に水揚げ・加工され全国へと出荷される。これらの作業には、水揚げを担う養殖業者と、水揚げされたフグを加工・出荷する仲卸業者が積極的に関与する。水産物が漁場から漁港を経由して消費地へと移動する過程では、多様な業者が個々の経営戦略に基づいて活動している。林は彼らの活動にも焦点を当てることで、流通システムの動的な側面を明らかにしようとしたのであった。

その後、林は水産業空間への評価と批判を明確にする。林は、水産業空間の提示によって、「漁港を核として(中略)空間内の構成要素の配置、関係」(林 2001:492)を描けるようになった点を評価した。一方で、「空間を発生させ空間全体を一体化する流通の活動主体の行動やその重要性」(林 2001:492)が示されていない点には課題があるとし、水産物流通の動的な側面の解明に向けては、流通という地理的な現象を生成する流通関連主体の行動的側面も検討するべきであると論じた。この観点から、林(2001)は下関漁港・商港

のフグ流通における仲卸業者の活動を、林（2003）は中国から輸入されるフグの流通における養殖業者と仲卸業者の活動を考察した。特に、北海道産シシャモの販売促進活動を取り上げた林（2008）は、漁業者から仲卸業者、加工業者、飲食・小売業者までの活動の実態と、流通における主体間関係の重要性（林 2013c, 2015）を明らかにした。林の一連の研究は、あくまでも流通経路の分析に重点を置いている。しかし、同時に流通に関連する経済主体の活動を分析することで、それがどのように形成され維持されているのかというダイナミズムまで論じた。この点において、筆者は篠原の研究を発展的に継承した重要な成果であったと考える⁵⁾。

林が 2000 年代前半に水産業空間を議論して以降、流通研究は停滞する。農産物流通の地理学的研究で盛んに行われた食料の生産から流通、加工、消費を一つの体系として捉えるフードシステム研究（e.g. 荒木 1995, 2002）の方法論⁶⁾が取り入れられたり（塚本 2013; 阿部 2005; 砂田 2016）、水産物流通が果たす消費者への社会的効果が検討されたり（林 2007, 2013b）したのみであった。これらでは漁港研究や水産業空間へ言及されず、流通研究の動向を踏まえた新たな議論もなされなかった。

ところで冒頭で紹介したように、漁業経済学でも地域的研究は中心的な調査手法として採用されてきた。しかも、バブル崩壊以降水産業が経済的に低迷し、関連企業の経営戦略や産地の維持に向けた施策の実態解明が重要になるにつれて活発化している。そこで、次章では漁業経済学での流通研究を取り上げ、方法論の特徴を検討する。

4. 漁業経済学における水産物流通の地域的研究

1) 戦後の流通研究の特徴

漁業経済学においては、婁（1994）が戦後の流通研究の方法論をまとめている。婁は清水港（岡本 1951）や淡路島（岡本 1952）での水産物流通に関する調査結果や、流通機構の構造的な特徴についての考察（廣吉 1983）などを参照し、1950 年代から 1980 年代にかけて各地の流通機構の実態とその存立要件が主に検討されたと指摘した。

一方で、婁（1994）はこれらの研究が「主体的な側面を取り扱う視点」（p.21）を欠いていたとの見解も示した。そして、流通機構の展開に果たす経済主体の役割に注目する、いわゆる「機能論」的な研究を紹介し（e.g. 倉田 1976）、これを積極的に評価した。ただし、機能論的研究では各主体の役割のみに焦点が当てられ、水産物が流通する上で不可欠な主体間の関係性には言及されていなかったとし、婁は彼らの中で展開される経営的な「競争」と「交渉」を研究対象に据えることが重要であると主張した⁷⁾。

2000 年以降、ここで示された漁業者組織、卸売業者、小売業者の経営活動の分析が漁業経済学の主要な方法論となっていった。背景には、流通環境が激しく変化する中、各地で実施された様々な経営戦略の有効性について検討が求められるという社会状況があったと

思われる。以下、主に 2000 年以降の流通研究を取り上げ、産地、加工業者、仲卸業者、小売業者と流通段階ごとに研究を分類し、方法論の特徴をみていく。

2) 産地における取り組みに関する研究

産地の取り組みについては、漁協や漁業者組織が主導する施策が主な対象とされた。特に水産物の高付加価値化は、相対的な魚価の低迷がバブル崩壊と輸入水産物の日本市場への流入、養殖魚の普及に起因して続く中（小野 1999: 23-24）、重要な論点として取り上げられた。

高付加価値化に向けた代表的な施策として水産物のブランド化（以下、ブランド化）が挙げられる。ブランド化は、1990 年代に大分県の関サバと関アジが市場で高評価を得て地域の漁業経営が改善したことを契機に全国へ広まったとされる（小川 1999; 波積 2002: 160-161）。漁業経済学においては、ブランド化によって地域漁業が活性化するための条件（竹ノ内 2004）や地域経済への波及効果が検討されてきた。近年では、東村・加藤（2012）と東村（2015）が消費者へのアンケート調査を実施し、消費者を意識したブランド形成の重要性を検証した。他にも、波積（2007）はブランド化が消費者に生産地への訪問を促し、これに付随して地域イメージの向上にも貢献すると指摘した。このように、ブランド化は個別の魚種や商品の経済的な価値とともに、産地の経済的・文化的な価値も向上させる実践として位置づけられている。

水産物の高付加価値化については、ブランド化以外にも鮮度の保持による達成も目指されている。望月・倉田（2010）は、京丹後地域で漁獲されたズワイガニが身入りや大きさ、足の長さなどによって 50 段階に選別されていること、鮮度保持装置を各漁船に搭載し、漁獲してからセリ直前までに鮮度を落とさず保管していることを報告した。大串（2015）は、北海道日本海側の 3 つの漁業地域において、各経営体が船上での活〆の徹底や札幌市場への直接出荷によって魚価低迷に対応していると報告した。

また、流通経路を改変して需要の高い地域へ出荷することも、魚価の向上に向けた重要な戦略のひとつである。1990 年代後半に韓国が IMF 体制下で市場開放を行った結果、食消費が多様化しタチウオの消費量が伸張したが、山本（2006）はこれを受けて和歌山県箕島町で進められた韓国への輸出の実態を明らかにした。また、小田・廣田（2013）は大分県のタチウオ漁業を事例に、1997 年より漁協が主導して始まった福岡県中央卸売市場への出荷の経営的効果と、漁獲量が低迷して以降の制度的な問題点を考察した。

産地における流通研究では、漁業者や漁協、行政、消費者などが流通にどのような役割を果たすのかが明らかにされた。新たな取り組みの導入・実施と彼らの経営活動との関係性が、各地域で漁獲される水産物や主要な漁業種類を踏まえて検討されており漁業地理学との共通点もみられる。

3) 加工業者・仲卸業者の取り組みに関する研究

加工業者の基本的な機能は、産地から集荷した水産物に加工を施して、一次産品になかった新たな価値を付与した後、卸売市場や消費地へと発送することである。水産物消費量の減少が顕著な日本において（秋谷 2007）、加工業者が消費者の受容しやすいような加工品を開発することは水産業の経済的発展に向けて重要となる。このように、流通段階で欠かせない存在の加工業者について、原料の調達方法（辻 2008; 三木 2015）と小売業者への拡販戦略が主に考察されている。廣田（2001）は 1980 年代から 1990 年代にかけて塩釜地区の練製品加工業者が行った首都圏への販売促進活動を取り上げ、各業者による商品開発と市場対応の実態を明らかにした。また、工藤（2001）は 1960 年代以降の霞ヶ浦湖岸における水産加工業者の原料調達方法と販売戦略について漁獲動向と併せて考察した。廣田（2008, 2011）は、1990 年代以降に急激に発展した中国でのナマコ消費と加工業者の経営対応について考察している。加工業者は流通を担う主体の中でも生産地と消費地を結ぶ存在であるため、常に生産動向と消費傾向の変化を把握しつつ経営を展開する必要がある。漁業経済学では、加工業者の経営特性を踏まえた上で、各業者がいかんして川上・川下双方の状況を受けて流通戦略を実施しているかを明らかにしてきた。この点では、フードシステム研究との方法論的な共通がみられる。

卸売業者については、各業者の経営維持が論点となっている。水産物の卸売市場流通では、卸売市場法の度重なる改正を受けて市場内流通の形骸化が進み、場外流通を主軸とした自由競争取引が活性化している。流通環境が変化する中で、卸売業者は従来の経営モデルからの変革が求められている。こうした状況の下、漁業経済学では 2000 年ごろより、グループ企業の統合整理による人件費の削減（山本 2000; 常 2000）、地元仲卸との経営統合（山本・平 2016）、産地からの直荷引きの強化（山本・亀田 2010）といった経営対応が報告された。卸売業者間での競争が激化するにつれて、水産物の取引に関する動向よりも業務内容の変化を経営学的な観点から考察する傾向がある。

4) 小売業者の取り組みに関する研究

小売業に関しては、水産物直売所（以下、直売所）の開設が地域経済へ与える効果が長年にわたり検証されている（e.g. 乾 1996）。直売所に関する研究は現在も続いており（日高 2002: 95-118; 乾 2003; 田中 2013; 徳田ほか 2011）、小売活動に女性が果たす役割（副島 2008; 中道 2008）や雇用創出の効果（鳥居 2011）といった新たなテーマもみられるようになった。ただし、直売所での小売活動は基本的に漁業者や漁業者組織が担っており、漁業者自らで漁獲した水産物を漁港やその周辺で販売する小規模な商売という性格が強い。通常、仕入れ金額と販売金額の差を計算したり、新たな販売戦略が実施されたりすることは少ない。漁業者が自らで生産したものを仲介業者を経ずに消費者に直接販売しており、いわば生産活動の延長ともいえよう。

直売所の研究が進められてきたのに対して、スーパーや量販店など小売業者を対象とする研究は近年までほとんど行われなかった（山本・北野 2017: 15）。佐野（2017: 3）は理由として、①小売業者が営利企業であり、情報の秘匿性が高いため踏み込んだ調査や客観的・定量的な調査ができないという調査手法上の問題、②小売業者の価格形成力が弱い卸売市場流通が健全な時代では、調査の必要性がなかったという流通状況を取り巻く時代背景、③「漁業」という生産に関わる活動を研究するという漁業経済学が有する課題の3つを挙げた。ただし前節でみたように、漁業経済学では2000年頃より加工業者と卸売業者の経営戦略について研究されてきた。必ずしも小売業者を研究するための調査手法を有していないわけでも、研究対象から小売業者が除外されてきたわけでもない。したがって、佐野が挙げた中の②を原因として小売業者に関して調査されなかったと考えるのが妥当であろう。

これは、卸売市場流通の形骸化と小売主導の価格形成が顕在化した2010年代以降、徐々に小売業者の経営戦略が研究されていることから伺える。日高（2014）は大手小売チェーンによる水産物の直接販売の実態と地域漁業への影響を報告している。他にも、ローカルスーパーによる仕入れ・販売戦略に関する特集が漁業経済研究誌上で組まれた（佐野 2017; 久賀 2017; 馬場 2017; 副島 2017）。水産物流通を取り巻く経済環境が変化することで研究対象も拡大しているのである。

以上のように、漁業経済学における水産物流通の地域的研究では、流通段階ごとの流通・経営戦略が明らかにされてきた。近年、フードシステム研究を援用し、流通システムを一体として捉える研究も行われている。例えば、卸売業者による消費動向を意識した集出荷戦略（中原 2009）や、消費サイドと生産サイドの情報交換を基盤としたマーケティング戦略（原田ほか 2016）に関する研究がこれに該当する。地域漁業が漁獲量の低迷や労働力不足により衰退する中、生産拡大を目指すよりも、いかにして水産物の消費を促し、漁業経営を維持させるかが水産業全体の課題となっている。分析視角も流通段階ごとの経営戦略の考察から、生産・加工・販売・消費までを一体として捉え各段階を関連づける新たな方法へと変化する兆しがみられる。

5. 流通環境と諸主体の活動との相互関係に注目した方法論

ここまで漁業地理学と漁業経済学における水産物流通の地域的研究を概観した。両分野では、特定の地域や漁港、市場での流通経路、あるいは関連業者の経営活動に焦点を当て流通システムを解明するという研究目的が共通していた。一方で、以下のような方法論的な差異もみられた。

漁業地理学では、2000年代前半に林紀代美が流通に関連する主体の活動に注目する方法を導入したものの、中心的な課題は特定の漁港を核とした流通構造の把握であった。彼ら

の活動はあくまでもその内部の一要素に位置づけられた。一方、漁業経済学では、流通経路に沿った主体間の関係性に注目した研究が近年わずかにみられるが、主要な方法は流通段階ごとの経営活動・戦略の分析であり、各主体がいかなる経営維持を図っているのかが論点となっている。以上より、漁業地理学は水産物が流通する経路の空間的な広がり の把握から、漁業経済学は流通環境への各主体の経営対応の考察から、特定地域の流通の特徴を解明するという違いがあるといえる。

しかし、近年、大手小売店が新たな販路を開拓し独自の流通経路を形成したり（日高 2014）、生産者組織が常態化する魚価低迷の克服を目指して産地加工体制を充実させたり（原田ほか 2016）するように、流通をめぐる環境は個々の経営戦略を通じて変化し、同時に地域を取り巻く流通環境に応じて各主体は経営戦略を変化させる。すなわち、流通システムは地域を取り巻く社会経済的環境と各主体の経営活動との相互作用の中で形成されるのである。したがって、水産物流通の地域的研究においては、流通をめぐる状況を変化し続けるものとみなし、その変化が引き起こされる漁業地域をめぐる様々な現象と各主体の活動との相互作用を考察する必要があると筆者は考える。その際、漁業地理学と漁業経済学が採用してきた方法論を組み合わせ、事例地域における流通現象を詳細に検討することが有効となるだろう。

以上の方法論を応用するに当たっては、漁業経済学者の濱田武士による流通研究が参考になる（濱田 2016）。濱田は市場経済が深まるにつれて、流通に関わる活動が没个性的に捉えられる傾向があると指摘した。しかし、漁獲された水産物が市場を経由して消費者の元に届くには、平準的に捉えられがちなこれらの活動が不可欠であるとして、その重要性に目を向けるべきと主張した。すなわち、濱田は一見均質的で个性的に見えない各主体の活動こそが、近代的な水産物流通を支える重要な要素となっていると考えたわけである。そして、ミクロな主体に焦点を当てながら、彼らの活動を取り巻く社会経済的な状況と関連づけて論じ、水産物流通の抱える全体的な問題点を明らかにした。

濱田はこうした考えの下、流通段階ごとの活動内容を詳述し、それぞれの特徴を明らかにした。同時に、各種統計資料の分析により、漁業を取り巻く経済的状況の歴史的な変化も提示した。その結果、濱田は社会経済的状況に沿って流通に関わる活動が時代ごとに変化してきた過程を描くことに加えて、各主体の経済戦略とその中の創意工夫を提示することにも成功した。濱田による調査方法は、ダイナミックに変化する水産物流通の理解を目指す新たな地域的研究のアプローチになりうる。

6. 小括

本章では、水産物流通の地域的研究に関する戦後の漁業地理学と漁業経済学での動向を概観した。漁業地理学においては、戦後直後の漁業の経済的発展により活発化した漁港研

究から影響を受けて始まった。そして、漁港を結節点とする方法論の出現、水産業空間の提示、さらに水産業空間の批判的検討と流通関連業者の活動への注目というように、新たな方法論が次々と生み出された。一方で、漁業経済学では、婁（1994）が流通に関する主体に注目する方法論を提起して以降、これが定着した。2000年代に入ると、漁業を取り巻く社会経済的な状況が厳しさを増す中、流通段階ごとの経営維持に向けた戦略に注目が集まり、地域的研究が取り組まれた。

以上のような両分野の差異を明らかにした上で、最後に流通システムと各主体の活動の相互作用に注目する方法を提案した。各地における水産物流通は、取り巻く社会的、経済的、自然的な要素から影響を受けて形成されるため極めて固有性が強い。こうした流通システムを規定する原理を導き出すために、流通活動と地域を取り巻く様々な社会経済的環境並びに、自然環境との相互作用を検討する方法論には有効性が認められるだろう。次章以下では、ここで提案した方法論に基づいて、各地の水産物流通について事例研究に取り組む。

注

- 1) 藪内は本論文で45の文献を参照しているが、このうち漁港研究の成果は古川（1959）と土井（1959）の2つのみであった。
- 2) この他、水産物流通構造の理論化に向けた取り組みとして、社会地理学から影響を受けた中村（1984, 1985, 1986, 2009b）による水産物行商人の行動圏の研究が挙げられる。
- 3) 調査に至るまでの経緯は篠原（2013）に詳しい。
- 4) Shinohara（1994:123）は“a basic model of the structure of modern fisheries' space”と表記している。
- 5) 労働者の行為主体性への注目は、地理学においてはすでに労働の地理学が取り組んでいる（中澤 2012, 2015）。今後は社会地理学的方法論も積極的に取り入れる必要がある。
- 6) フードシステム論の理論的動向は欧米と日本の農業を取り巻く政策的状況を踏まえて今後の農業地域研究を展望した伊藤（2003）に詳しい。
- 7) 理論研究は取引コストの分析へと展開し、婁（2009）において精緻なモデル図が示された。

第 I 部 生産地と主要消費地との地理的關係性と水産物流通

第 I 部では水産物の生産地と主要な消費地との地理的關係性、特に両者の距離關係が生産地における流通をめぐる状況にどのような影響を及ぼすのかを、消費地に近接する漁業地域と消費地から遠隔に位置する漁業地域を事例に検討する。漁業地域は京阪神の都市部へ水産物を日常的に出荷する近畿 2 府 2 県¹⁾の漁業地区から 2 つ選定した。ひとつは、消費地に近接する地域として大阪府泉南郡岬町の深日漁業地区を取り上げた。もうひとつは、遠隔に位置する地域として兵庫県南あわじ市南淡漁業地区を取り上げた。

京阪神の都市部は古くから水産物の消費が盛んな地域として知られている。こうした旺盛な水産物消費は、より高い品質の水産物を求めて活魚輸送という独特な水産物流通の仕組みを発展させてきた。デガイやブガイとよばれた活魚輸送業者が、瀬戸内海や大阪湾付近の沿岸地域からナマセン（生船）やイケブネと呼ばれる活魚運搬船によって大坂の各市場へと活魚を輸送してきたのである（河野 1991; 酒井 2008）。この手法は、江戸時代にはすでに存在していたとされ、現在でも近畿地方の各地から京阪神への活魚の出荷が活発に行われている。

ただし、水産物の出荷はどの地域でも同じ形態で実施されるわけではない。都市に近い地域では、輸送距離の短さから容易に水産物の鮮度を保持したまま輸送できる。そのため高度な輸送装置や機械は必要ない。一方で、遠隔地からの出荷においては、水産物の鮮度劣化を防ぎ、歩留り率を高めるために十分な輸送装置を整えなければならない。また、都市近郊の漁業地域では、人口の多さから複数の出荷先を確保でき、その中から経済的条件が良い出荷先を選べるという優位性がある。一方、遠隔の漁業地域では地元消費市場の規模の小ささと水産物を扱う業者の少なさから、限られた出荷先に依存する川下の業者が価格形成面で優位に立つ状況が強いられる。魚商人同士で価格決定の競合關係が生じにくく、水産物価格が上がりにくいのである。このように、生産地（水揚港）と市場との地理的懸隔は、漁業者や仲卸業者などの出荷行動に大きく影響し、地域の流通状況を強く規定する条件のひとつである。

以下では、第 2 章で近畿 2 府 2 県における漁業地区の出荷行動を統計的に分析した後、第 3 章で都市近郊の漁業地域（大阪府岬町深日漁業地区）を、第 4 章で都市遠隔地（兵庫県南あわじ市南淡漁業地区）を取り上げ、それぞれの流通の動態を各主体の出荷行動や意思決定に注目しながら検討する。そして、消費地との距離という地理的条件が流通システムに及ぼす影響を明らかにしたい。

注

1)本稿では、海面漁業の水産物流通を対象とするため、各府県で行われる内水面漁業は対象としない。また、京阪神地域への水産物の輸送を念頭に置いて論を進める。したがって、東海地方の消費地市場に近接する三重県の海面漁業も対象としない。

第2章 近畿地方における漁業経営体の出荷行動に関する統計分析

1. はじめに

1) 問題の所在と課題の設定

本章では、近畿地方の2府2県（京都府、大阪府、兵庫県、和歌山県）における漁業経営体の出荷行動を取り上げ、その地域差とそれが生み出される要因について統計資料を用いて分析する。そして、漁業地区と消費地市場との間の距離並びに、各漁業地区の主とする漁業種類が各経営体の出荷行動にどのような影響を及ぼしているのかを明らかにする。

日本の水産物流通では、産地卸売市場（以下、産地市場）、消費地卸売市場（同、消費地市場）、小売市場を介さない流通、いわゆる場外流通が拡大している（山本・亀田 2010）。背景には、度重なる卸売市場法の改正に伴う市場流通の規制緩和（山本・平 2016）とともに、産地市場の役割低下があるといわれている。産地市場は、これまで水産物を仲卸業者に振り分けるとともに、漁業者の確実な出荷先を確保する存在として漁業生産を支えてきた（多屋 2001）。特に、少量多魚種の生産を基本とする沿岸漁業が支配的な地域では、生産物を一定量集荷して仲買人に売り渡す集荷・選別の機能を担ってきた。しかし、漁業者数の減少と就業者の高齢化による生産量の低下、4定（定量・定質・定価・定時）条件を備えた養殖物・冷凍水産物・輸入水産物の普及などによって、大手量販店は供給が不安定な産地市場を介する天然の水産物を敬遠するようになった。その結果、産地市場を介した水産物が大手量販店に至るまでの流通経路から排除され、産地卸売価格の下落も深刻化した（濱田 2001）。以上のような流通を取り巻く状況の中、すでに2000年代初頭には日本の水産物流通全体に占める産地市場を介した出荷のシェアは4割程度にまで低下していたと報告されている（乾 2003）。

こうした中で、魚価の維持や出荷経路の開拓に向けた取り組みが漁業経済学を中心に考察されている。特に、漁業協同組合（以下、漁協とする）による直売所の開設（鳥居 2011）、大手量販店と漁協との直接取引の開始（日高 2014）、ローカルスーパーと地元漁業者との連携（久賀 2017）は新たな流通経路の形成という点で注目される。また、組織的な取り組みではないが、直売所の開設に伴う漁業者の出荷行動の変化（徳田ほか 2011; 田中 2013）についても報告がある。

しかし、こうした変化は全国一様に進行しているわけではない。例えば、板倉（2009）は小規模な沿岸漁業が卓越する山口県萩地域においては、漁獲物を確実に現金化し、価格水準を安定化する役割が産地市場に求められていると述べる。そして、萩地域では依然として水産物の重要な出荷先として機能しているという。産地市場に求められる役割と水産物流通への影響力は、その地域の地理的条件や社会・経済的状况によって異なるといえる。

このことから、各地における水産物流通の実態解明に向けては、地域差や地域的な特徴への着目が重要となる。

表2-1 分析対象とする漁業地区

		漁業地区 (164地区)								
京都府	日本海区 (23地区)	田井	成生	野原	小橋	三浜	舞鶴	栗田	宮津	湊尻
		養老	伊根	新井崎	朝妻	本庄	蒲入	宇川	竹野	間人
大阪府	瀬戸内海区 (22地区)	丹後町内陸	島津	網野	浜詰	湊	久美浜内陸			
		西淀川	此花	港	住吉	堺	堺市浜寺	高石	泉大津	忠岡
		春木	岸和田	泉佐野	田尻	岡田浦	樽井	尾崎	西島取	下荘
		淡輪	深日	谷川	小島					
	日本海西区 (7地区)	津居山	竹野	柴山	香住	浜坂	諸寄	居組		
兵庫県	瀬戸内海区 (35地区)	長田	須磨	垂水	東明石浦	明石浦	林崎	江井ヶ島	魚住	東二見
		西二見	別府	尾上	高砂	荒井	伊保	曾根	大塩	的形
		八木	白浜	妻鹿	阿成	飾磨	広畑	大津	網干	家島
		坊勢	苅屋	岩見	播州室津	相生	坂越	赤穂	福浦	
	淡路島 (25地区)	岩屋	森	淡路釜口	浦	仮屋	東浦釜口	佐野	生穂	志筑
		塩田	一宮	富島	浅野	育波	淡路室津	炬口	洲本	由良
		五色	南淡	沼島	福良	阿那賀	丸山	湊		
和歌山県	瀬戸内海区 (26地区)	加太	西脇	雑賀崎	田野浦	和歌浦	和歌川	毛見浦	冷水浦	塩津
		戸坂	大崎	下津	初島	箕島町	逢井	千田	田村	栖原
		湯浅中央	唐尾	衣奈浦	小引浦	大引	神谷	由良浦	比井崎	
	太平洋南区 (25地区)	三尾	美浜町	御坊市	印南町	南部町	田辺	湊浦	新庄	白浜
		すさみ	串本	大島	須江	檜野	西向	古座	津荷	下田原
		浦神	勝浦	那智	宇久井	太地	三輪崎	新宮		

2) 分析方法

本章では、「2013年漁業センサス第4巻海面漁業に関する統計（漁業地区編）第2分冊 関東・東海・近畿」の中の「出荷先別延べ経営体数」と「主とする漁業種類別経営体数」の数値を用いる。対象とする漁業地区は、地域内に存在する全189地区のうち、経営体が存在しない地区と数値が非公開となっている地区を除いた164地区である（表2-1）。対象とする地区内の総経営体数は6,528、総就業者数は10,575人である。

次に、用語について解説する。漁業センサスは1949年に集計がはじまった。1963年の第3次漁業センサス以降は、現在に至るまで5年ごとに実施されている。2013年に実施された最新の調査が13回目となる。漁業センサスの調査対象は漁業経営体¹⁾（以下、経営体とする）であり、経営体ごとに調査表に回答する。出荷先とは、「2013年漁業センサス総括編」によると「各経営体が過去1年間に漁獲物・取獲物を直接出荷した相手先のことをさす」と定義されている。そのため、各経営体はその出荷先と長期にわたって取引してきたとは限らない点には留意する必要がある。

2. 出荷先の分類と対象地域における卸売市場の分布

水産物の場合、産地から消費地までの輸送経路は多岐にわたる。これは、水産物の特性ごとに生鮮用、加工用、養殖魚の餌料用などと用途が異なり、それに合わせて集荷する主体も異なるからである（中居1996）。また、出荷に注目すると、各経営体がそれぞれ取引

関係を個人的に構築して出荷先を決定する例もみられる (e.g. 今村 1989, 高橋 2018)。したがって、漁協が出荷に関する取り決めをつくり出荷先が固定化している地区を除いて、通常 1 つの漁業地区内には複数の出荷先が並存する。

漁業センサスでは、出荷先が「漁協の市場又は荷さばき所」、「漁協以外の卸売市場」、「流通業者・加工業者」、「小売業者」、「生協」、「直売所」、「自家販売」、「その他」の 8 か所に分類されている (表 2-2)。これらのうち、「漁協の市場又は荷さばき所」は一般に産地市場とよばれる。その開設主体のほとんどは地区の漁協である。しかし、生産量が小規模であることや仲卸業者の不在によって、産地市場が開設されていない地区もある。こうした地区では、各経営体自前で輸送したり、集荷業者・運送業者に依頼したりして水産物を各所へ出荷しなければならない。漁業センサスでは、こうした事例に対応するために、中央卸売市場や地方卸売市場を含む「漁協以外の卸売市場」が出荷先のひとつとして位置づけられている。ただし、出荷に際しては水産物の鮮度保持や輸送する者の体力の問題によって、輸送距離は制約される²⁾。したがって、経営体自らの出荷には、当該地区と各地の卸売市場との位置関係を考察する必要がある。

そこで、対象地域における中央卸売市場と水産地方卸売市場並びに、近接する市場である徳島市中央卸売市場の分布を図 2-1 に示した³⁾。対象地域内には、8 か所の中央卸売市場 (徳島市中央卸売市場を含めると 9 つ) と 25 か所の水産地方卸売市場が所在する (表 2-3)。

これによると、市場の立地に関して以下の 2 点を指摘できる。はじめに、すべての中央卸売市場が人口の過密な地域に立地している点である。中央卸売市場制度の基礎は、農村部から都市部への急激な人口移動がみられた 1923 年に成立した。当時、都市住民への食糧供給が社会問題となっていた。都市へ安定して食糧を供給するためにこの制度が整備されたのであった (木立 1996)。こうした歴史的背景を受け、中央卸売市場は人口が集中する地域もしくはその周辺へ配置された。卸売市場法 (1971 年) への改変を経ながらも今日に至るまでそれが維持されている。次に、水産地方卸売市場は人口が集中する地域の周辺部から辺縁部にかけて立地している点である。具体的には、水産地方卸売市場は京都府日本海区と兵庫県日本海西区にあわせて 6 か所、和歌山県太平洋南区に 12 か所存在する。その一方で、中央卸売市場が多数立地する大阪府と兵庫県と和歌山県の瀬戸内海区内にはあわせても 7 か所しかない。すなわち、人口が希薄な地域に水産地方卸売市場の大半が分布しているのである。以上の 2 点の特徴から、人口が集中する都市部では中央卸売市場が、人口が少なく都市の周辺・辺縁部に位置する地域では水産地方卸売市場が、消費地へ水産物を供給する拠点として機能していることが読み取れる。

それでは、このような各市場の分布は、経営体の出荷行動にどのような影響を及ぼしているのだろうか。次章では、出荷行動を海区別で分析した後、漁業地区を卸売市場からの距離別に分類し、それぞれの出荷行動の特徴について考察する。

表2-2 漁業センサスで定められた出荷先の分類とその定義

出荷先の分類	定義
漁業協同組合の市場又は荷さばき所	漁協が開設している卸売市場又は、漁協の荷さばき所へ出荷している場合をいう。
漁業協同組合以外の卸売市場	漁協以外が開設している卸売市場（中央卸売市場を含む。）へ出荷している場合をいう。
流通業者・加工業者	卸売問屋等流通業者，加工業者等へ出荷している場合をいう。
小売業者	スーパー（量販店を含む。）や鮮魚商等へ出荷している場合をいう。
生協	生協へ出荷している場合をいう。
直売所	直売所，道の駅等で場所を借りて販売している場合をいう。
自家販売	自家店舗，通販，インターネット販売，行商などで販売している場合をいう。
その他	上記以外の場合をいう。

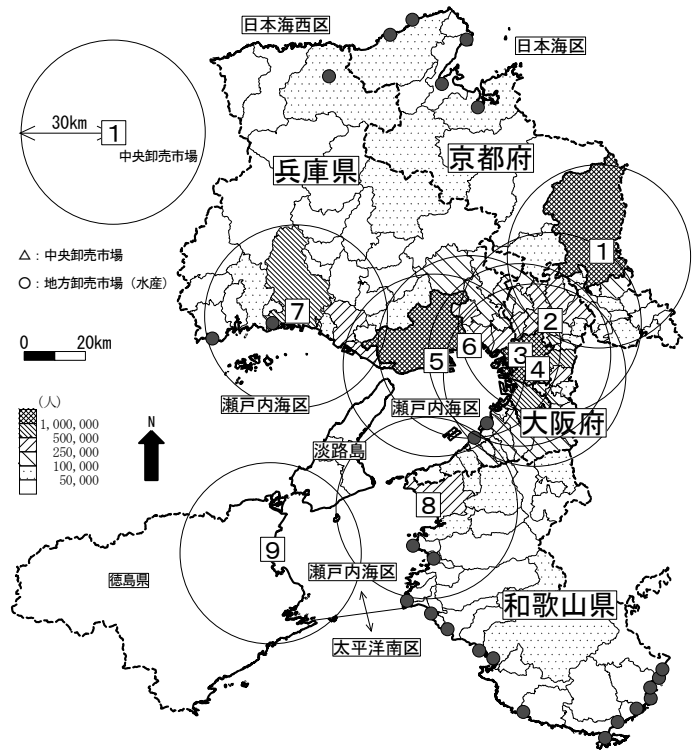


図 2-1 近畿二府二県の中央卸売市場と地方卸売市場（水産）及び徳島市中央卸売市場の位置

注：中央卸売市場には数字を付した。1:京都府中央卸売市場，2:大阪府中央卸売市場，3:大阪市中央卸売市場本場，4: 大阪市中央卸売市場東部，5:神戸市中央卸売市場本場，6:神戸市中央卸売市場東部，7:姫路市中央卸売市場，8:和歌山市中央卸売市場，9:徳島市中央卸売市場

表 2-3 対象地域内の中央卸売市場と水産地方卸売市場

	中央卸売市場	水産地方卸売市場		
京都府	1:京都市中央卸売市場	●京都府漁業協同組合舞鶴地方卸売市場 ●京都府漁業協同組合宮津地方卸売市場 ●京都府漁業協同組合網野地方卸売市場 ●京都府漁業協同組合間人地方卸売市場 ●京都府漁業協同組合伊根地方卸売市場		
大阪府	2:大阪府中央卸売市場 3:大阪市中央卸売市場（本場） 4:大阪市中央卸売市場（東部）	●泉州岸和田水産物地方卸売市場	●佐野地方卸売市場	
兵庫県	5:神戸市中央卸売市場本場 6:神戸市中央卸売市場東部市場 7:姫路市中央卸売市場	豊岡水産物地方卸売市場	網干水産物地方卸売市場	赤穂水産物地方卸売市場
和歌山県	8:和歌山市中央卸売市場	●有田箕島漁業協同組合地方卸売市場 ●御坊市地方卸売市場 ●田辺地方卸売市場 ●南紀串本地方卸売市場 ●太地漁協地方卸売市場 ●三輪崎漁協地方卸売市場	●湯浅湾漁業協同組合地方卸売市場 ●印南町地方卸売市場 ●湊浦地方卸売市場 ●古座地方卸売市場 ●勝浦漁協地方卸売市場	●比井崎地方卸売市場 ●みなべ町地方卸売市場 ●すさみ地方卸売市場 ●浦神地方卸売市場 ●宇久井漁協地方卸売市場
徳島県	9:徳島市中央卸売市場			

注1：中央卸売市場に付した番号は図2-1の番号と対応する。

注2：開設主体が漁協である市場には市場名の前に●をつけた。

3. 海区別と卸売市場からの距離別にみた出荷行動

1) 海区別にみた出荷行動

表 2-4 は、海区⁴⁾ごとに分類した出荷先別経営体数の割合である。各経営体は複数回答が可能のため、数値の合計は 100%にはならない。近畿地方全体（以下では、近畿二府二県全体のことを全体と表記する）でみると、漁協の市場又は荷さばき所へ出荷した経営体は 70.7%に及んだ。以下、同様に漁協以外の卸売市場へは 18.0%，流通業者・加工業者へは 11.4%，小売業者へは 7.0%，生協へは 0.03%，直売所へは 2.0%，自家販売へは 14.4%，その他へは 4.8%の経営体が出荷していた。

次に海区別にみると、大阪府、兵庫県、和歌山県の各瀬戸内海区と、京都府日本海海区、兵庫県日本海西区、淡路島、和歌山県太平洋南区とのあいだで数値に明確な差があることがわかる。漁協の市場又は荷さばき所へ出荷する経営体の割合に注目すると、前者では大阪府瀬戸内海海区で 31.6%，兵庫県瀬戸内海海区で 58.5%，和歌山県瀬戸内海海区で 50.0%であった。その一方で、後者では京都府日本海海区で 84.4%，兵庫県日本海西区で 99.5%，淡路島で 74.1%，和歌山県太平洋南区で 89.6%となっており、前者に比べて数値が高い。また、これ以外の項目をみても、両者の違いは明確である。表 2-4 には、全体の割合と比べて高い数値には下線が付してあるが、漁協の市場又は荷さばき所を除いた 7 項目のうち、全体の数値よりも高い数値を示したものが、前者では大阪府瀬戸内海海区で 6 項目、兵庫県瀬戸内海海区で 5 項目、和歌山県瀬戸内海海区で 4 項目あった。これに対して、後者では京都府日本海海区で 2 項目、兵庫県淡路島で 1 項目のみで、兵庫県日本海西区と和歌山県太平洋

南区にはこうした項目がなかった。

このような傾向より、前者の方が後者と比べて多くの出荷先が存在している状況が読み取れる。すなわち、前者では産地市場への出荷が各経営体の出荷行動として支配的にはならず、複数の出荷先が並存している。特に、漁協以外の卸売市場や小売業者へ出荷する経営体の割合が高い。これは、中央卸売市場が人口の集中する都市部に所在しており、これらへのアクセスが容易なこと、さらに近隣に大きな消費地が存在することが影響していると考えられる。

一方で、後者では、京都府日本海区における自家販売とその他、淡路島における流通・加工業者を除くと、全体の数値よりも低い項目が大半を占める。大部分の経営体が産地市場へ出荷しているうえ、それ以外へはほとんど出荷されていない。この要因として、前者とは対照的に都市の周辺・周縁部であるため、出荷先がそれほど存在しない、もしくは大きな消費地へのアクセスが悪いことが影響していると考えられる。

ただし、2 で述べたように、京都府日本海区、兵庫県日本海西区、和歌山県太平洋南区には、合計 18 か所の水産地方卸売市場が立地する。この点では、漁協以外の卸売市場への出荷については高い数値が予想される。しかし、これら 3 つの海区におけるその数値は京都府日本海区で 1.1%、兵庫県日本海西区で 2.4%、和歌山県太平洋南区で 4.0%と全体と比べても極めて低い。このことから、統計上は地方卸売市場に分類される水産地方卸売市場であるが、これらの市場は広域的な集荷というよりも、各漁業地区内の経営体からの集荷が中心であり、実質的には産地市場として機能しているといえよう。これは、水産地方卸売市場のほとんどが漁協によって開設されている点からも明らかである（前掲表 2-3）。

このように、水産地方卸売市場が産地市場として機能しているとすれば、漁協以外の卸売市場へ出荷する経営体の割合には、各漁業地区と中央卸売市場との位置関係が重要な要素となる。そこで、次に、中央卸売市場からの距離別に漁業地区を分類し、それぞれの出荷行動の傾向についてみる。

表 2-4 各海区の出荷先別の経営体割合

県・海区	出荷先	漁協の市場 又は 荷さばき所	漁協以外の 卸売市場	流通業者・ 加工業者	小売業者	生協	直売所	自家販売	その他
近畿二府二県全体		70.7%	18.0%	11.4%	7.0%	0.03%	2.0%	14.4%	4.8%
京都府	日本海区	<u>84.4%</u>	1.1%	1.6%	2.6%	-	0.9%	<u>35.1%</u>	<u>16.5%</u>
大阪府	瀬戸内海区	31.6%	<u>41.8%</u>	<u>28.0%</u>	<u>17.7%</u>	-	<u>6.6%</u>	<u>17.8%</u>	<u>8.5%</u>
兵庫県	日本海西区	<u>99.5%</u>	2.4%	-	1.9%	-	-	0.5%	1.1%
	瀬戸内海区	58.8%	<u>38.0%</u>	<u>15.1%</u>	5.1%	<u>0.1%</u>	<u>2.9%</u>	<u>18.2%</u>	2.7%
	淡路島	<u>74.1%</u>	10.1%	<u>18.3%</u>	4.1%	0.0%	0.7%	6.5%	0.8%
和歌山県	瀬戸内海区	50.0%	<u>21.9%</u>	10.8%	<u>19.8%</u>	0.0%	<u>2.3%</u>	<u>14.8%</u>	4.7%
	太平洋南区	<u>89.6%</u>	4.0%	2.0%	3.4%	0.0%	1.0%	6.4%	3.1%

注：下線部は全体の割合よりも高い数値をさす。

2) 中央卸売市場からの距離別にみた出荷行動

本節では、漁業地区を中央卸売市場から 30km 圏内に主要な漁港⁵⁾が存在するか否かで分類した。漁港を指標としたのは、これが水産物の水揚げ地として漁場と消費地との結節点(楠原 1966)として機能することに基づく。漁港は帰港した漁船が水産物を水揚げする場であると同時に、各市場や消費地へと陸上輸送が開始される場でもある⁶⁾。このため、中央卸売市場と漁港との距離が、各地区の立地と出荷行動との関連を検討する上で適当な指標になると考えた。なお、30km という距離に関しては、各経営体が片道 1 時間以内で中央卸売市場へ水産物を輸送できる範囲を想定したものである。前掲図 2-1 において、中央卸売市場の圏域を示したが、淡路島の一部が 30km 圏内に入るという理由から、対象地域内には立地しないものの徳島市中央卸売市場も図中に記載した。以下、中央卸売市場から 30km 圏内を圏内、30km 圏外を圏外と表記する。

以上の前提に基づいて漁業地区を分類した(表 2-5)。全地区が圏内に含まれる海区は、大阪府瀬戸内海区のみであった。ただし、兵庫県と和歌山県の瀬戸内海区でも、1 地区ずつ(福浦と比井崎)を除いて、大部分の地区が圏内に含まれる。一方で、京都府日本海区、兵庫県日本海西区、和歌山県太平洋南区では全地区が圏外であった。淡路島は、北部が神戸市中央卸売市場、南部が徳島市中央卸売市場の圏内ということもあり、25 地区のうち 16 地区が圏内、9 地区が圏外であった。このように中央卸売市場との距離に注目すると、大阪府、兵庫県、和歌山県の各瀬戸内海区は近接しており、京都府日本海区、兵庫県日本海西区、和歌山県太平洋南区の各海区は隔たっているという特徴がある。

次に、出荷先別経営体の割合について検討する。漁協の市場又は荷さばき所へ出荷した経営体の割合をみると、圏内では 56.1%と低かった。他方、圏外ではその数値は高く 87.4%であった。しかし、自家販売とその他を除くと圏内の数値の方が圏外に比べて高い数値を示す。このことから、圏内の経営体は産地市場以外への出荷を活発に行っていることがわかる。対照的に、圏外の経営体は出荷に関して産地市場への依存度が高く、他へはあまり出荷されていない。こうした両者の差は、前節でも指摘したように、都市部に存在する豊富な出荷先へのアクセスの可否を背景にしていると考えられる。特に、漁協以外の卸売市場へ出荷する経営体の割合が、圏内(29.9%)と圏外(4.3%)で 25.6 ポイントもの差がある。圏内の各経営体は、アクセスの容易さを生かして、自らで水産物を中央卸売市場へ積極的に輸送している状況が読み取れる。中央卸売市場との近接性が漁協以外の卸売市場へ出荷する経営体の割合の多寡に関係していた。

このように、各経営体の出荷の多様性には、各地区の立地条件、とりわけ市場との距離が強く関係していた。漁業地区の地理的条件の差異に応じて、各経営体の出荷行動にも地域差が生じるのである。しかし、地区の漁場環境に応じて、営まれる漁業種類には多様性があり、これも出荷行動に大きく影響すると考えられる。そこで次章では、各地区で営まれる漁業種類を指標として出荷行動の地域差について検討する。

表2-5 中央卸売市場からの距離別に分類した各漁業地区の出荷傾向

		中央卸売市場からの距離 (164地区)							
		30km圏内		30km圏外					
地区数		97		67					
経営体数		3,490		3,038					
京都府	日本海区			田井	成生	野原	小橋		
				三浜	舞鶴	栗田	宮津		
大阪府	瀬戸内海区	西淀川	此花	港	住吉				
		堺	堺市浜寺	高石	泉大津				
兵庫県	瀬戸内海区	忠岡	春木	岸和田	泉佐野				
		田尻	岡田浦	樽井	尾崎				
和歌山県	瀬戸内海区	西鳥取	下荘	淡輪	深日				
		谷川	小島						
和歌山県	瀬戸内海区			津居山	竹野	柴山	香住		
				浜坂	諸寄	居組			
和歌山県	淡路島	長田	須磨	垂水	東明石浦	福浦			
		明石浦	林崎	江井ヶ島	魚住				
和歌山県	淡路島	東二見	西二見	別府	尾上				
		高砂	荒井	伊保	曾根				
和歌山県	淡路島	大塩	的形	八木	白浜				
		妻鹿	阿成	飾磨	広畑				
和歌山県	淡路島	大津	網干	家島	坊勢				
		苅屋	岩見	播州室津	相生				
和歌山県	淡路島	坂越	赤穂						
		岩屋	森	淡路釜口	浦	生穂	志筑	塩田	一宮
和歌山県	淡路島	飯屋	東浦釜口	佐野	富島	炬口	洲本	由良	五色
		浅野	育波	淡路室津	南淡	湊			
和歌山県	瀬戸内海区	沼島	福良	阿那賀	丸山				
		加太	西脇	雑賀崎	田野浦	比井崎			
和歌山県	瀬戸内海区	和歌浦	和歌川	毛見浦	冷水浦				
		塩津	戸坂	大崎	下津				
和歌山県	太平洋南区	初島	箕島町	逢井	千田				
		田村	栖原	湯浅中央	唐尾				
和歌山県	太平洋南区	衣奈浦	小引浦	大引	神谷				
		由良浦							
出荷先別 経営体の割合	漁協の市場又は荷さばき所	56.1%		87.4%					
	漁協以外の卸売市場	29.9%		4.3%					
	流通業者・加工業者	17.2%		4.8%					
	小売業者	10.2%		3.3%					
	生協	0.1%		0.0%					
	直売所	2.7%		1.1%					
	自家販売	14.3%		14.5%					
その他	3.8%		5.9%						

4. 主とする漁業種類から分類した地区別の出荷行動

本節では、分析対象の164漁業地区を、各経営体が操業する「主とする漁業種類」に応じて分類した。主とする漁業種類とは、漁業センサスにおいて「各経営体が過去1年間に営んだ漁業種類のうち主たる漁業種類をさし、2種類以上営んだ場合、販売金額1位の漁業種類」と定義されている。したがって、各経営体は必ず主とする漁業種類を1つ有して

おり、その合計は地区内の経営体数と同じになる。そこで、各地区で最も多くの経営体によって選択された漁業種類を、当該地区の主とする漁業種類と定めた。その結果、主とする漁業種類別に、漁業地区が底曳網、船曳網、刺網、定置網、釣り、潜水器、採貝・採藻、その他の漁業、養殖の9項目⁷⁾に分類された(表2-6)。以下では、地区数の多い項目順に出荷行動の特徴をみていく。なお、主とする漁業種類が潜水器である地区は東明石浦(3経営体)のみであった。一般的な傾向を示すことが困難なため分析対象からは除外した。

地区数が最も多かったのは、49地区の釣り(総経営体数は1,970経営体)であった。これを主とする地区は和歌山県の瀬戸内海区(11地区)と太平洋南区(12地区)に多く分布する。次に、出荷先別経営体の割合は漁協の市場又は荷さばき所が最も高く70.6%となっている。以下、自家販売(13.2%)、漁協以外の卸売市場(12.0%)、流通業者・加工業者(10.4%)、小売業者(9.6%)、その他(4.1%)、直売所(1.8%)と続く。このうち前掲表2-4に示した全体の割合と比較すると、各項目とも数値の乖離はほとんどない。全体の出荷行動の傾向と近いといえる。

続いて地区数が多かったのは、32地区の底曳網(同2,013経営体)である。兵庫県瀬戸内海区(16地区)と淡路島(10地区)で、これを主とする地区が多い。特に、大阪府、兵庫県、和歌山県の各瀬戸内海区を合計すると21地区が含まれている。底曳網が瀬戸内海において盛んに操業されていることがわかる。出荷先別経営体の割合をみると、73.5%が漁協の市場又は荷さばき所に出荷している。以下、割合が高い順に漁協以外の卸売市場(30.2%)、流通業者・加工業者(10.4%)と続く。底曳網は混獲型の漁業種類のため、漁獲物の輸送と選別には手間がかかる。そこで、厳密な選別が求められず、漁港に併設された輸送の労力もほとんどかからない産地市場が主に選択されていると考えられる。しかし、輸送に手間がかかり、数値が低くなると推定された漁協以外の卸売市場へ出荷した経営体の割合が、全体(18.0%)よりも12.2ポイントも高い。これには、本項目に含まれる地区が地域的に偏在していることが関係する。3で言及したように、大阪府、兵庫県、和歌山県の各瀬戸内海区では中央卸売市場へのアクセスの良さから漁協以外の卸売市場へ出荷する経営体の割合が高い。中央卸売市場へ容易に出荷できる距離にある地区が数多く含まれていることから、このような傾向が示されたのである。

刺網は30地区(同854経営体)で主とする漁業種類となっている。地区の数は大阪府内に多い。府下22地区のうち11地区が本項目に含まれる。出荷先別経営体の割合には、大阪府の地区が数多く含まれていることが影響している。すなわち、漁協の市場又は荷さばき所が64.3%と全体よりも6.4ポイント低く、漁協以外の卸売市場が22.2%と全体よりも4.2ポイント高くなっている。ただし、全体における出荷先別経営体数の数値(前掲表2-4)と比較するとわずかな差異しかない。これは、出荷行動に関して大阪府と対照的な傾向を示す和歌山県太平洋南区が9地区含まれているからである。両海区の数値が平準化され、どの出荷先別経営体の割合も極端に全体との差は現れなかった。

採貝・採藻は 20 地区（同 722 経営体）で主とする漁業種類となっている。京都府日本海区の 23 地区のうち 13 地区がこの項目に含まれている。そのため、出荷先別経営体の割合も当海区と同様の傾向がみられた。すなわち、漁協の市場又は荷さばき所が 80.6%と極めて高く、自家販売も 15.5%と全体を上回る数値となっている。一方で、流通業者・加工業者へ出荷した経営体の割合が 12.3%にもものぼる。0.9 ポイントとはいえ全体を上回る数値となっている。これには、淡路島の由良（228 経営体）において 84 経営体が流通業者・加工業者へ出荷したことが影響している。本項目に含まれる経営体数が 722 と少数であるため由良の出荷行動に強く作用されたのである。

定置網は 11 地区（同 329 経営体）で主とする漁業種類となっている。京都府日本海区に 2 地区、兵庫県瀬戸内海区に 2 地区、兵庫県淡路島に 1 地区、和歌山県瀬戸内海区に 3 地区、和歌山県太平洋南区に 3 地区が位置する。含まれる地域に地理的な偏在はみられない。出荷先別経営体の割合をみると、8 項目中 5 項目で全体よりも高い数値を示しているが、自家販売（21%）とその他（10.9%）がやや高い程度で、いずれも大きな差はない。定置網は混獲型の漁業種類である。そのうえ、1 度の網揚げで漁獲される量も多く、底曳網と同様に選別と輸送に手間がかかる。その結果、産地市場へ出荷する経営体の割合が高くなっているものと推測される。

船曳網は 11 地区（同 143 経営体）で主とする漁業種類となっている。そのうち、大阪府瀬戸内海区（2 地区）、兵庫県淡路島（4 地区）、和歌山県瀬戸内海区（4 地区）に 10 地区が所在している。瀬戸内海で盛んな漁業種類であることがわかる。出荷先別経営体の割合をみると、流通業者・加工業者（25.2%）が、漁協の市場又は荷さばき所（76.9%）とともに全体と比べて高い数値を示している。瀬戸内海の機船船曳網で主として漁獲されるシラスやイカナゴ[®]は、釜揚げや佃煮など加工を必要とする（浜口 2004）。したがって、船曳網を主とする漁業種類としている地区では、加工業者へ出荷する経営体の割合が高くなっている。

養殖は 10 地区（同 439 経営体）で主とする漁業種類となっている。そのうち 3 地区が京都府日本海区、6 地区が兵庫県瀬戸内海区に所在している。439 経営体のうち 3 分の 1 以上に当たる 174 経営体がカキ養殖を主とする漁業種類としており、以下ノリ養殖が 25 経営体、わかめ養殖が 21 経営体、その他の貝類養殖が 11 経営体、くるまえび養殖が 1 経営体と続く。出荷先別経営体数の割合を全体と比べると、漁協又は荷さばき所（56.7%）と漁協以外の卸売市場（13.0%）の割合が低い一方で、自家販売へ出荷する割合（45.1%）が 20.7 ポイントも高い。これにはカキ養殖業の流通形態が関係している。カキ養殖業を営む経営体は、自らで加工場を操業し、生産から集荷、選別・加工、出荷まで行う場合が多い。こうした経営上の特徴が、自家販売をおこなう経営体が突出して高いという出荷行動の傾向を生み出している。

その他の漁業（たこつば漁や各種カゴ漁業、銚ややすを用いる漁業など）は 8 地区（同

94 経営体) で主とする漁業種類となっている。このうち最も経営体数が多い地区は、22 経営体が所属する大阪府瀬戸内海区の住吉である。いずれの地区も少数の経営体によって構成されている。小規模な地区のため、産地市場が漁協に設置されていない地区も複数含まれている。その結果、漁協又は荷さばき所へ出荷した経営体の割合が全体と比べて 43 ポイントも低い 27.7%となっている。これに対して、自家販売 (47.9%) と漁協以外の卸売市場 (26.6%) で高い数値が示されている。産地市場が十分に機能していないことによって、各経営体は自らで他の市場への出荷や販売をしなければならないのである。

以上、主とする漁業種類ごとに漁業地区を 8 つに分類し、各項目に含まれる地区の地理的な分布と出荷傾向の特徴を考察した。その結果、釣りや底曳網、刺網、養殖は特定の海区に偏って営まれる傾向がみられた。営まれる漁業種類には、海岸・海底地形、風など自然的な要素が強く影響を及ぼし、地域性が強く現れると考えられるが、それが統計の分析からも実証されたわけである。また、特定の海区に漁業種類が偏在することは、各項目の出荷傾向にも影響を与えていた。例えば、刺網の項目には大阪府の地区が多く含まれていたため、大阪府の出荷行動と似たような傾向が確認された。その他にも、底曳網と定置網、さらに養殖の項目でみられたように、漁業種類ごとの生産や流通の形態が各地区の出荷傾向を規定することも確認された。各漁業地区の出荷行動は、地区の立地、さらに営まれる漁業種類と密接に関連しているのである。

表 2-6 主とする漁業種類別の出荷先別経営体の割合

		釣り	底曳網	刺網	
地区数		49	32	30	
経営体数		1,970	2,013	854	
漁業地区	1 京都府	日本海区 (23地区)	伊根 蒲入 宇川 間人 丹後町内陸 網野	宮津 新井崎	
	2 大阪府	瀬戸内地区 (22地区)	谷川 小島	岸和田 泉佐野 尾崎 下荘 淡輪	此花 堺 堺市浜寺 高石 泉大津 忠岡 春木 田尻 岡田浦 梅井 西島取
	3 日本海西区 (7地区)	津居山 竹野 香住 浜坂 居組	東明石浦 江井ヶ島 西二見 別府 尾上	長田 東明石浦 明石浦 林崎 東二見 高砂 伊保 大塩 白浜 家島 坊勢 播州室津	垂水 飾磨 広畑
	4 兵庫県	瀬戸内地区 (35地区)	荒井 曾根 八木 阿成	岩屋 森 淡路釜口 仮屋 東浦釜口 塩田 一宮 富島 浅野 淡路室津	炬口 五色 南淡
	5 淡路島 (25地区)	洲本 沼島 福良 阿那賀	毛見浦 戸坂 大崎 下津 湯浅中央 唐尾 衣奈浦 小引浦 神谷 由良浦 比井崎	雑賀崎 田野浦 箕島町 湯浅中央	冷水浦 初島 逢井
	6 和歌山県	瀬戸内地区 (26地区)	御坊市 印南町 田辺 湊浦 白浜 すさみ 串本 大島 古座 那智 三輪崎 新宮		三尾 南部町 須江 櫻野 津荷 下田原 浦神 勝浦 宇久井
	7 太平洋南区 (25地区)				
出荷先別経営体の割合	A 漁協の市場又は荷さばき所	70.6%	73.5%	64.3%	
	B 漁協以外の卸売市場	12.0%	30.2%	22.2%	
	C 流通業者・加工業者	10.4%	10.4%	13.6%	
	D 小売業者	9.6%	4.2%	7.4%	
	E 生協	0.0%	0.1%	0.0%	
	F 直売所	1.8%	8.9%	5.0%	
	G 自家販売	13.2%	8.7%	7.6%	
	H その他	4.1%	1.1%	3.5%	

表 2-6 主とする漁業種類別の出荷先別経営体の割合(続き)

	採貝・採藻	定置網	船曳網	養殖	その他の漁業	潜水器	
地区数	20	11	11	10	8	1	
経営体数	722	329	143	439	94	3	
漁業地区	1	田井 野原 小橋 三浜 栗田 溝尻 養老 朝妻 本庄 竹野 間人 島津 浜詰	成生 新井崎		舞鶴 湊 久美浜町内陸	新井崎 竹野	
	2			忠岡 深日		西淀川 港 住吉	
	3	竹野 柴山 諸寄					
	4	苧屋	大津 福浦		魚住 網干 苧屋 相生 坂越 赤穂	的形 妻鹿	東明石浦
	5	由良	湊	佐野 生穂 志筑 育波	丸山	浦	
	6		加太 千田 大引	西脇 和歌浦 田村 栖原			
	7	和歌川 初島	美浜町 新庄 西向	湊浦			
出荷先別経営体の割合	A	80.6%	73.6%	76.9%	56.7%	27.7%	67.7%
	B	4.7%	5.8%	6.3%	13.0%	26.6%	33.3%
	C	12.3%	5.2%	25.2%	16.9%	3.2%	0%
	D	3.6%	10.0%	4.9%	9.3%	4.3%	0%
	E	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0%
	F	0.1%	2.7%	0.0%	5.0%	1.1%	0%
	G	15.5%	21.0%	7.0%	45.1%	47.9%	0%
	H	7.6%	10.9%	2.1%	17.8%	9.6%	0%

5. 小括

本章では、出荷行動の地域性を明らかにするために、近畿地方における漁業経営体の出荷傾向を 2013 年漁業センサスの情報を用いて分析した。具体的には、中央卸売市場からの距離別、さらに主とする漁業種類別に地区を分類し、項目ごとの出荷行動について考察した。その結果、各地区における出荷行動は、卸売市場からの距離とそこで営まれる漁業種類に影響されることが明らかとなった。

出荷行動は地域ごとの漁業をめぐる状況に応じて多様である。以下の章では、このうち市場との距離関係に焦点を当て、これが各地の流通システムにどのように影響を及ぼしているのかを考察する。加えて、漁業に関わる主体の活動も取り上げ、各漁業地域における個別の地理的な条件下で、いかにして流通活動を展開しているのかを解明したい。

注

1) 本章では、漁業センサスに則って、「経営体」という用語を使用する。これは「過去 1 年間に利潤又は生活の資を得るために、生産物を販売することを目的として、海面におい

て水産動植物の採捕又は養殖の事業を行った世帯又は事業所をいう。ただし、過去1年間における漁業の海上作業従事日数が30日未満の個人経営体は除く」と定義されている。なお、経営体内で漁業に従事する者のことを漁業者とする。

2) これ以外にも、各経営体が保有する輸送手段に応じて一度に輸送できる量が制限されたり、各経営体と荷受側との関係性によって出荷できる市場が決定付けられたりするなど、漁協以外の卸売市場への出荷には様々な制約がある。

3) 隣接する県の中央卸売市場として、岡山市中央卸売市場、奈良県中央卸売市場、福井市中央卸売市場があるが、これらの30km圏内に対象地域内の漁業地区が存在していない。そのため、以上3市場は図2-1に示していない。

4) 淡路島は漁業センサスでは瀬戸内海区に分類されるが、本章では島嶼という特殊性を強調する目的から瀬戸内海区とは分けて数値を出した。

5) 地区内に複数漁港が存在する場合は、漁協(支所)の事務所が立地する漁港を主要な漁港とした。

6) 瀬戸内海沿岸では、「イケフネ」「ナマセン」「ブガイ」といって各漁港をめぐり水産物を集荷する活魚運搬船が流通を担っていた時期もある(河野1991)。したがって、時代や地域によっては、陸上輸送を前提とした結節点としての漁港が水産物流通を考えるうえでの唯一の指標となるとは限らない。

7) 漁業センサスでは、漁業種類は大分類で16に分けられる。ただし、本章では大分類のうちで9項目を設定した。例えば、底びき網は、遠洋底びき網、以西底びき網、沖合底びき網、小型底びき網の4種類に小分類されているが、これらを一括して底曳網にまとめた。なお、主とする漁業種類が同数の場合は、該当する項目すべてに地区名を記載した。

8) この他にもサヨリやアジを漁獲対象とした船曳網も存在する。

第3章 都市近郊地域における水産物流通

—大阪府岬町深日漁業地区を事例に—

1. はじめに

1) 問題の所在と課題の設定

本章では、都市近郊に位置する漁業地域を取り上げ、前章で提示した消費市場との距離関係が地域の流通に与える影響を考察する。そして、当該地域における流通の通時的な変化を、漁業経営体の集出荷活動に焦点を当てながら検討する。対象地域には大阪府泉南郡岬町の深日漁業地区を設定し、当地区に所在する深日漁業協同組合（以下、深日漁協）における水産物流通を検討する。近隣には大阪市を筆頭に堺市、和歌山市、神戸市や京都市など水産物の消費地が複数存在する。後述するように、当地区では各漁家が自動車の普及した1970年代ごろから、これらの大消費地に向けて水産物が出荷されてきた。典型的な都市近郊の漁業地域であり、調査対象にふさわしいと考えた。

歴史的な水産物流通の状況を知るための資料として、深日漁協に保管されている文書資料と各種統計資料を用いた。これらは主に、第2次世界大戦後の新漁業法のもと、1949年に深日漁協が設立されて以降の記録である。そのため、本章で対象とする期間も戦後から現在にかけてとする。また、2015年から2018年にかけて漁業者、後述する共販市場のセリに参加する買受人、漁協関係者に対して聞き取り調査を実施した。なお、地域名として「深日」という名称を使用する。これは、行政地域である岬町深日と、深日漁業協同組合に所属する漁業者が利用する漁場のことをさす。また、単に水産物とした場合は深日漁協に所属する漁業者が水揚げしたもののみをさす。

2) 対象地域の概要と本章の構成

対象地域である深日は、大阪府最南部の泉南郡岬町のほぼ中央に位置している（図3-1）。大阪市内までは、南海本線でおおよそ1時間、自動車でおおよそ1時間30分の時間距離である。2015年の国勢調査によると、人口は4,434人、世帯数は1,903世帯である。

漁業センサスによると、深日漁協の経営体数と就業者数は最盛期と比べて大きく減少している。すなわち、1978年には50経営体、1983年には就業者数89人であったが、2013年には、経営体数は21、就業者数は47人となっている。また、『大阪府農林水産統計年報』と『漁港の港勢』、並びに漁協で提供された資料によると、1962年に344tあった漁獲量は、2016年には26tとなっており顕著な減少がみられる（図3-2）。漁業種類に関しては、船曳網、刺網、底曳網、カゴ漁業、潜水器漁業が営まれている。各漁家はこれらを複数組み合わせて漁業活動を営む。

本章の構成は以下の通りである。2 で深日漁協が開設主体となっている地元産地市場の共販市場²⁾を介した水産物流通について考察する。共販市場が1956年の開場以来、各漁家の主要な出荷先となっており、漁業者の出荷活動に長年にわたって影響を与えてきたからである(婁1997)。2016年には深日漁協全体の水産物取り扱い額のうち、共販市場での取り扱い額が79.4%を占めており、水産物の大部分がここで取引されている。ここでは、取引価格は漁港に併設された荷捌き所にて開かれるセリによって決められる。セリに参加する買受人は、後述するように各地で店舗を構える仲卸業者や鮮魚店経営者である。ただし、彼らは毎回セリに参加するとは限らない。権利を有しながらも実際には参加しない業者も存在する。共販市場は大阪市中央卸売市場の閉場日である水曜日と日曜日の前日に当たる火曜日と土曜日、並びに天候不良や時化などにより水産物が揃わない日には開催されない。3では、2で明らかとなった当地域の流通に関わる歴史を踏まえて、出荷先がどのように変化してきたのかを、出荷先ごとに検証する。そして4で本章の内容をまとめる。なお、当地域の主要な漁業種類のひとつである船曳網の漁獲物は、共販市場を介して取引されない。当地域の水産物流通とは関係なく流通しているため、考察対象からは除外する。

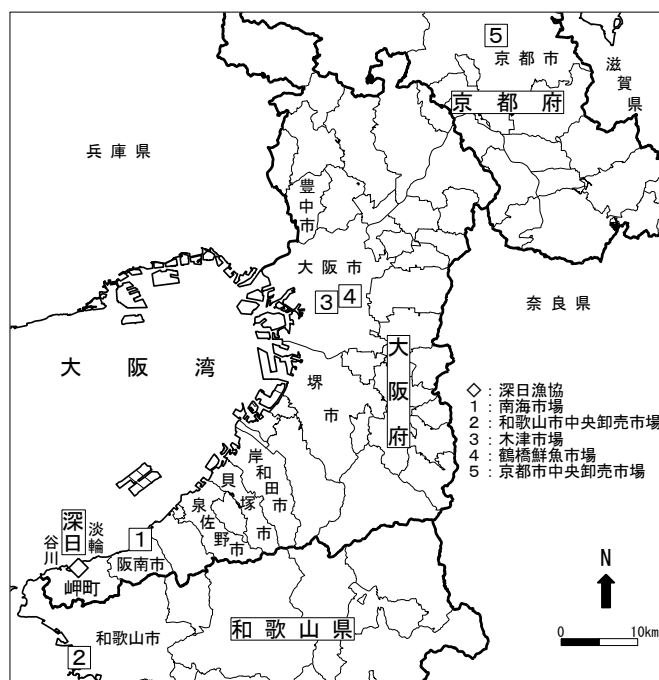


図3-1 深日地区の位置

注1：番号は本章で取り上げる市場の位置をさす。

注2：本章で言及する地名・市町名は図中に記した。

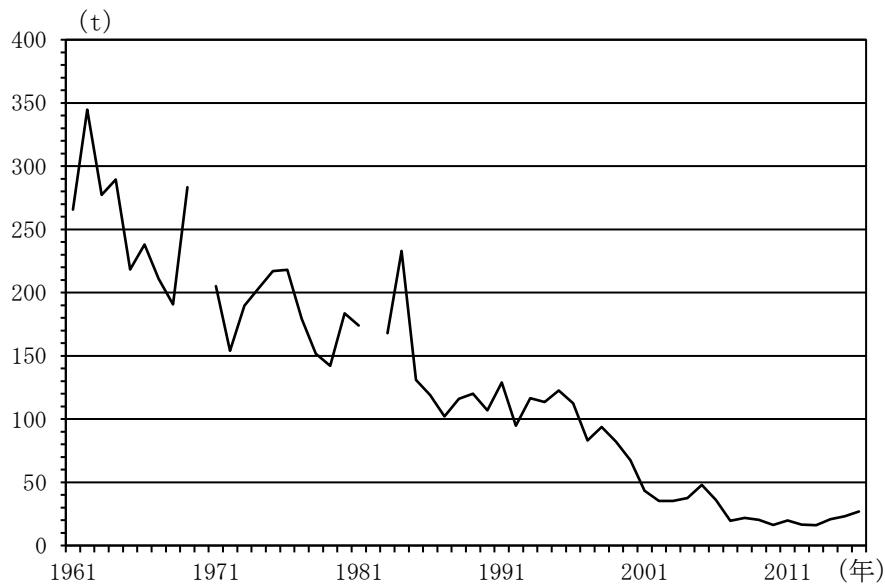


図3-2 深日漁協における漁獲量の推移

『大阪府農林水産統計年報』、『漁港の港勢』、深日漁協資料より作成

注：1970年と1982年の数値には欠損がある。

2. 共販市場における買受人の変遷からみた流通構造の変化

深日における戦後の水産物流通は、流通状況の変化に応じて3つの時期に区分できる。第Ⅰ期は、漁協が発足した1949年から、買受人同士の仲たがいにより彼らの一部が撤退した1979年までの期間である。第Ⅱ期は、1980年から2000年までである。この期間には、深日の近隣を主な販売圏とする地元の買受人主導で流通が構築された。第Ⅲ期は、2001年から地区外の買受人が新たに参入するようになった調査時点までの期間である。以下では、それぞれの時期ごとの流通の状況について説明する。

表 3-1 各期間に参入した買受人の属性とその人数

店舗所在地		行商	鮮魚商	飲食店	スーパー・個人商店	仲卸業者	不明	小計
第 I 期	隣接地区・自治体	深日	7	3			6	16
		淡輪		1			2	3
		谷川	1	2			1	4
		和歌山市		1			2	3
	遠隔地	阪南市～泉佐野市		4				4
	貝塚市～堺市					3	3	
	大阪市以北		1		6	1	8	
第 II 期	隣接地区・自治体	深日	2	1	1			4
		淡輪						
		谷川						
	和歌山市		3	1		2	1	7
遠隔地	阪南市～泉佐野市				1			1
	貝塚市～堺市						1	1
	大阪市以北							
第 III 期	隣接地区・自治体	深日			2	1		3
		淡輪		1				1
		谷川	1					1
		和歌山市			1			1
	遠隔地	阪南市～泉佐野市						
	貝塚市～堺市		1			1	2	
	大阪市以北			2		2	4	
小 計		11	18	6	3	11	17	66

深日漁協資料，漁協関係者・漁家への聞き取りより作成

注 1：空欄はその属性の買受人が存在しないことを表す。

注 2：「不明」は，店舗の所在地は判明しているが業態が不明であることを示す。

1) 第 I 期—1949 年～1979 年—

1949 年 10 月に戦後の漁業法のもとで深日漁協が設立されると，当地域では荷捌き所の設置（1949 年），冷蔵庫とノリ加工場の建設（1951 年），共同作業場の新設（1956 年），漁港の埋め立てと堤防の建設（1958～1962 年）などが行われた。こうした近代的な漁業を支えるための漁港施設が整備されたことで，深日における水産物流通の基礎が整った。1956 年には荷捌き所を使用して，共販市場での取引が始まった。

この時期に参入した買受人の属性をみても（表 3-1）。店舗所在地に注目すると深日が 16 人，淡輪が 3 人，谷川が 4 人，和歌山市が 3 人，阪南市から泉佐野市にかけての地域が 4 人，貝塚市から堺市にかけての地域が 3 人，大阪市以北が 8 人であった。業態別にみると，行商が 8 人，鮮魚商が 12 人，仲卸業者が 6 人，不明が 15 人であった。業態が不明の業者が多いものの，近隣地区・自治体に店舗を構える行商と鮮魚店によって買受人の大部分は占められていたことがわかる。また，聞き取りによると，6 人の仲卸業者はいずれも大

阪市内の卸売市場に店舗を構える業者であった。彼らは漁業者から「大阪送り（もしくは大阪行き）」とよばれ、購買力が高く、水産物の価格形成に大きな影響力をもつ買受人として認識されていた（以下では彼らを大阪送りの業者とよぶ）。したがって、この時期の流通は、深日もしくはその近隣の地区・自治体に店舗を構える小規模な業者と、大阪市を中心とした地域を商圈とする大阪送りの業者の2つの集団によって担われていた。

当時これら2つの集団のセリは、その購買力の差から別々の場所・時間で開かれていた。大阪送りの業者は都市部を商圈としていたことから、地元の業者に比べて取扱量が多くなる。したがって、大阪送りの業者の方が価格を形成する力が高いといえ、両者が同一のセリに参加すると、地元の業者が買い負けてしまう。こうした状況を回避し、水産物が平等に分配されるように、セリが分かれていたのである³⁾。

しかし、このような広域に及ぶ流通は、1970年代後半に発生した漁業者と買受人の水産物の取扱いをめぐる仲たがいにより変化した。これは、買受人たちによる入札価格の談合に対抗して、一部の漁業者が共販市場を介さずに他の仲卸業者へ直接出荷するようになったことに端を発する。この事態に対して、複数の買受人は水産物を購入できないことに反発し、共販市場から撤退した。購買力の高い大阪送りの業者が大量に撤退したことで、大阪市内への流通量が大幅に減少し、当地域の流通構造は大きく変容したのである。

2) 第Ⅱ期—1980年～2000年—

1970年代後半に、購買力の高い大阪送りの業者が共販市場から撤退すると、業者間の購買力の差が縮まった。これに対して、漁協はそれまで別々に開かれていたセリを統合して1つにした。こうして、漁協は多数の業者によるセリを通じて水産物の価格が適正に形成されるよう促した。

第Ⅱ期に参入した買受人（前掲表3-1）を店舗所在地別にみると、深日が4人、和歌山市が7人、阪南市から泉佐野市にかけての地域が1人、貝塚市から堺市にかけての地域が1人であった。一方で、業態別にみると行商が2人、鮮魚商が4人、飲食店経営者が1人、スーパー・個人商店経営者が2人、仲卸業者が2人、不明が2人であった。このように、第Ⅱ期には大阪市内の業者の参入がみられなかった。取引量の多い仲卸業者の参入も2人に限られている。第Ⅰ期に減少した大阪市内への流通量が、この時期になっても回復しなかったことがわかる。

一方で、この期間には後年の活魚出荷を支える「活魚水槽」が、全国的な活魚流通のブーム（中居1996）に呼応して設置された。漁協は、1982年の事務所の改築・移転に併せて、活魚水槽（縦7m、横2.5m、高さ90cm）を荷捌き所内に2器設置した。しかし、当初は、海水を汲み上げる機器の不備により、水槽内に漁獲物を保管できなかった。2000年ごろになり、漁協と親交があった水産設備会社によって機器に改良が施された結果、保管できるようになり⁴⁾、これ以降、活魚を出荷する体制が整った。それによって、各漁家も

後述するように多様な出荷形態を展開できるようになった⁵⁾。

3) 第Ⅲ期—2001年～現在—

第Ⅲ期に参入した買受人の店舗所在地（前掲表 3-1）をみると、深日が 3 人、淡輪が 1 人、谷川が 1 人、和歌山市が 1 人、貝塚市から堺市にかけての地域が 2 人、大阪市以北が 4 人となっている。一方で、業態別にみると行商が 1 人、鮮魚商が 2 人、飲食店経営者が 5 人、スーパー・個人商店経営者が 1 人、仲卸業者が 3 人であった。地元の行商や鮮魚商の参入がそれ以前に比べて減少した一方で、遠隔地に店舗を構える業者が増加している。特に、仲卸業者が 3 人も参入している。この期間は、遠隔地域の買受人の参入により再び流通圏が広域化するとともに、取引量の多い複数の仲卸業者の参入がみられたことが特徴である。

現在、漁協からセリへの参加許可を受けていて、なおかつ恒常的にセリに参加している買受人は 5 人存在する（表 3-2）。1974 年に参入した No.1 を除くと、いずれも 2000 年以降に参入した比較的新しい買受人である。彼らの業態をみると、仲卸業者が 2 人、飲食店経営者が 1 人、個人商店経営者が 1 人、飲食店と小売店を併営している者が 1 人となっている。一方、店舗所在地をみると、仲卸業者の 2 人がともに大阪市内の卸売市場内で、残りの 3 人は深日である。ただし、5 人とも深日に居住している。

このなかで注目すべきは、2007 年と 2014 年に参入した 2 人の仲卸業者がともに活魚運搬車を保有している点である。活魚運搬車とは、大型・小型トラックの荷台に活魚水槽、酸素ジェネレーター⁶⁾、冷蔵設備などを搭載したものである。これを用いて活魚を各市場まで輸送することで、両者は高価格で取引される高鮮度の水産物を顧客に販売できる。ただし、聞取りによれば、活魚運搬車の建造には大規模な投資が必要となるという。すなわち、両者はこのような多大な設備投資に見合うだけの売上が得られていると考えられ、販売量が大きい業者といえる。

加えて、取引量の多いこれら 2 人の仲卸業者による共販市場への参入が、それまで停滞していたセリ価格を上昇させた点も注目に値する。図 3-3 は、1992 年から 2016 年までの共販市場に出荷された水産物の 1kg 当たり単価の変化を表したものである。これによると、1990 年代半ば以降、価格が低迷し、1995 年から 2006 年までは 1,000 円/kg を下回っていた。しかし、No.3 が参入した 2007 年以降は価格が安定し、恒常的に 1,000 円/kg を上回るようになった。漁業者も両者の参入によって市場での取引価格が上昇したと認識しており、両者は当地域の水産物流通に影響を与えたことが明白である。

それでは、このように流通を取り巻く状況が変化するなか、漁業者はいかに対応してきたのであろうか。次章では、これを明らかにするために、各漁家の出荷活動の変化について考察する。

表3-2 恒常的にセリに参加する買受人の属性 (2016年)

No.	参入年	店舗所在地	業態	居住地	活魚輸送車
1	1974年	岬町深日	飲食店 小売業	深日	×
2	2001年	岬町深日	個人商店	深日	×
3	2007年	大阪市生野区 (鶴橋鮮魚市場)	仲卸業	深日	○
4	2009年	岬町深日	飲食店	深日	×
5	2014年	大阪市東住吉区 (大阪市東部中央卸売市場)	仲卸業	深日	○

買受人への聞き取りより作成



図3-3 共販市場における水産物1kg当たりの単価の変化

深日漁協資料より作成

3. 出荷先の選択の変遷からみる流通構造の変化

深日漁協は、各漁家の出荷に関して規制を設けていない。各漁家は漁協へ売上金額を申告し販売手数料（以下では手数料と省略する）を支払えば、共販市場以外の市場や仲卸業者などへ直接出荷することができる（以下ではこうした行為を外売りと省略する）。各漁家と漁協関係者への聞き取りによると、出荷先は共販市場、その他の市場、仲卸業者、流通業者、小売業者の5か所に分類される。出荷先ごとの店舗の所在地、取引開始時刻、各漁家が漁協へ納める手数料の割合は表3-3の通りである。以下では、2015年に1回以上出漁し

た17漁家のうち、恒常的な操業が認められる9漁家を対象として⁷⁾、出荷活動の特徴と出荷先の変遷(図3-4)を出荷先ごとにみていく。なお、出荷活動の観察は2015年5月と9月に計24日間行った。期間中、9漁家で計81回の出荷を確認した(表3-4)。

表3-3 深日漁協に所属する漁業者の出荷先

出荷先の分類	具体的な出荷先	市場・店舗・営業所の所在地	取引開始時間	組合手数料
共販市場	共販市場	大阪府岬町	午後3時	5%
その他市場	和歌山市中央卸売市場	和歌山県和歌山市	午前3時	4%
	南海市場	大阪府阪南市	午前5時	
仲買人	a社	大阪府大阪市	-	4%
	b社	大阪府大阪市	-	
	c社	大阪府岸和田市	-	
流通業者	d社	大阪府泉佐野市	-	4%
小売業者	e社	大阪府岬町	-	4%

深日漁協関係者、各漁家への聞き取りより作成

表3-4 出荷先ごとの出荷回数

(2015年5月2日～10日, 8月30日～9月14日)

	共販市場 (荷だめ)	その他の市場	仲卸業者	流通業者	小売業者	計
出荷回数	64 (9)	0	12	0	5	81(回)
割合	79% (14%)	0%	15%	0%	6%	100%

直接観察により作成

1) 共販市場

共販市場へ出荷された水産物は、先述したように、漁港に併設された荷捌き所で取引される。その価格はセリによって決められる。セリは午後3時から始まる。そこでは、はじめに各買受人がセリ台に乗せられた漁獲物に対して、希望する購入金額を札に記入する。全員の札が提出された後、漁協の職員1人がそのうち最も高い金額を示した買受人の名前と金額を読み上げ、販売先を決定する。そして、片方の職員が魚種、販売先となる買受人の名前、落札された金額を伝票に記載する。同様の作業を繰り返し行う。出荷量が多いときには、セリが1時間以上続くこともある。このように、漁協の職員が業務に当たり、なおかつ作業量も多いため、手数料が他の出荷先よりも高く設定されている。各漁家は当日の売上金額の5%を漁協へ納めなければならない。

出荷の手順は以下のとおりである。各漁家は帰港後、水揚げをすませ、それらをセリに備えて魚種ごと、大きさごとに選別する。選別された漁獲物はカゴに収められて、セリが始まるまで荷捌き所内の活魚水槽で保管される⁸⁾。各漁家はこれらの作業をセリの開始時刻までに完了しなければならないため、午後1時ごろまでには帰港する。

共販市場への出荷で注目すべき作業に「荷だめ」がある。これは、市場の定休日にもあえて出漁し、漁獲物を活魚水槽内に溜めておく方法をいう。こうすることで、各漁家は翌日以降のセリに複数日の漁獲物を出荷でき、より多くの利益が得られる可能性が高まる。これは、活魚水槽がもつ水産物の保管機能を生かした出荷戦略であるといえる。ただし、多くの漁家が荷だめを行った場合には、供給量が急激に増加し値崩れが起こる可能性も高まる。このような販売におけるリスクはあるものの、当地域では荷だめは禁止されていないため、少しでも売上金額を増やすために、多くの漁家が定休日であっても天候が良ければ出漁する⁹⁾。

聞き取りによれば、8漁家がこれまでに一度でも共販市場へ出荷したことがあると回答した(前掲図3-4)。共販市場が長年にわたり主要な出荷先として位置づけられてきたことが読みとれる。しかし、その出荷額は90年代半ばより一貫して下降してきた(図3-5)。これには水産資源の減少や漁家数の減少とともに、都市部から参入する買受人の減少、輸入水産物の増加、バブル崩壊などによる魚価の低迷が影響したという。これに応じて、90年

代後半以降は共販市場よりも高く水産物を買取ってくれる外売りの出荷額が増加した。例えば、No.2 は魚価の低迷に不満を抱き、2000 年ごろに共販市場への出荷を停止したという。このような共販市場への出荷量の減少と外売り出荷量の増加は2000年代も続いた。そして、2006 年には外売りの出荷額が共販市場への出荷額を上回った。

しかし、外売りは2007 年をピークに減少していった。これは、先述した2 人の仲卸業者が2007 年と2014 年に相次いで参入したことで共販市場での取引単価が上昇し、出荷先をこちらへ切り替える動きが出たためである。こうした過程を経て、共販市場は現在、当地域の漁家にとって最も重要な出荷先となっている。筆者が調査期間中に計測した81 回の出荷活動のうち、9 回の荷だめを含む合計64 回(79%)が共販市場への出荷であった(前掲表3-4)。

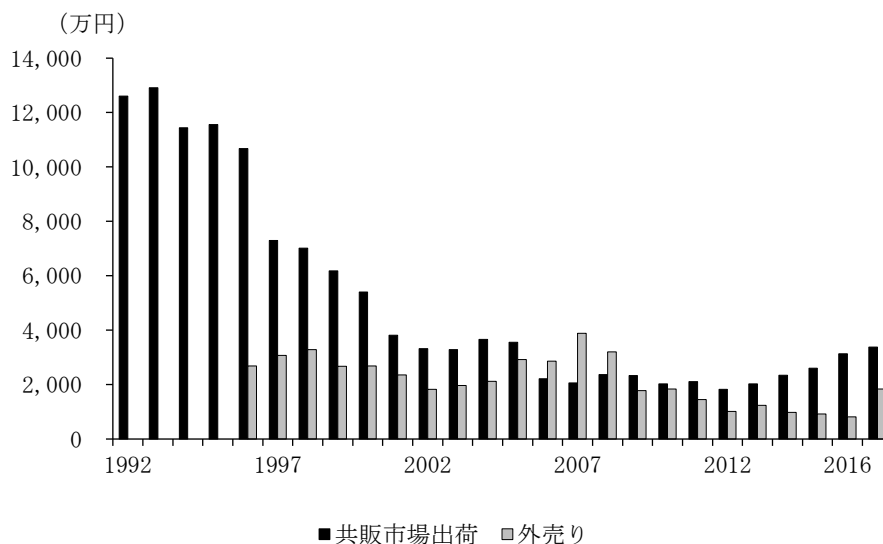


図3-5 共販市場と外売りの出荷額の推移

深日漁協資料より作成

注：1996 年以前の外売り出荷額は集計されていない。

2) その他の市場

共販市場以外に水産物が出荷される市場として、和歌山県和歌山市の「和歌山市中央卸売市場」と大阪府阪南市の「南海市場」がある。両市場は、ともに深日から自動車ですら30分ほどのところに位置している。各漁家からはアクセスが良い市場として認識されている。手数料は売上金額の4%であり、共販市場へ出荷する場合よりも低く設定されている。水産物が共販市場でのセリを介さず取引され、漁協の職員の作業量が少ないためである。た

だし、各漁家は出荷先の市場でも販売手数料が別途徴収される。結果として、売上金額から2重に手数料が差し引かれることとなる。

これらの市場に出荷する場合、漁家は各市場のセリの開始時刻に間に合うように自ら漁獲物を運搬する。ただし、セリが和歌山市中央卸売市場は午前3時、南海市場は午前5時から開始されるため、漁獲物の処理や運搬作業は深夜に行わなければならない。ただし、こうした深夜の諸作業は、早朝の出漁と時間配分の面で競合する。これに応じて、漁業活動時間を中止したり、短縮したりせざるを得ない。こうした事態を防ぐために、一般的にその他の市場への出荷は休漁日に行われるという。また、出漁日であれば操業に関わらない漁業者の妻が担うこともあるという。

その他の市場への出荷は、自動車が普及し各市場へのアクセスが容易となったこと、それぞれの市況に関する情報が入手しやすくなったこと、都市部で魚価が高騰したことなどを受けて、1960年代後半から1980年代にかけてはじまった。しかし、2000年代に入ると、次第に出荷する漁家は減少した。聞き取りによれば、自らで漁獲物を運搬する必要があり重労働であること、また、共販市場での魚価の堅調さから出荷先を切り替える漁家が増えたことが原因であるという。現在は、こうした事情から、積極的にその他の市場へ漁獲物を出荷する漁家はみられない。調査期間中にもこの出荷方法を行う漁家は観察されなかった（前掲表3-4）。

3) 仲卸業者への直接出荷

この方法は、各漁家が共販市場やその他の市場のセリを経由せず、仲卸業者へ漁獲物を直接出荷することをさす。漁獲物の価格は、仲卸業者側が市況や販売・輸送コストなどを考慮して設定する。手数料は売り上げ価格の4%に設定されている。こちらも前節と同様に、漁協の職員がセリをとり仕切らないためである。

この出荷方法を介しての取引は、漁家と仲卸業者との電話連絡のもとで行われる。仲卸業者側から漁家へ連絡して欲する水産物の有無を聞き取り出荷を依頼する場合もあれば、その反対に漁家側から買い取りを依頼することもある。ただし、どちらの場合であっても取引の方法は同じである。各漁家は帰港後、共販市場への出荷と同様に、活魚水槽内に漁獲物を取めたカゴを沈めておく。その後、仲卸業者が水槽内の漁獲物を引き取りに来る。後日、決済され取引が完了する。このように、この出荷方法では漁家と仲卸業者が顔を合わせる必要はない。そのうえ、各漁家の出荷に際する労力もほとんどかからない。

出荷先の変遷（前掲図3-4）をみると、この方法を選択する漁家が2000年代以降に増加していることがわかる。例えば、先述したようにNo.2は共販市場でのセリ価格の低迷に不満を抱き、2000年ごろにこの方法へと切り替えた。また、No.5は漁業活動時間との兼ね合いからこの出荷方法によっている。すなわち、No.5は魚の行動が活発な日没前後に操業するために昼前後（10時～14時）から出漁する。そのため、午後3時から始まる共販

市場のセリには帰港が間に合わない。そこで、仲卸業者が任意の時間に漁獲物を引き取りに来るこの方法を選択して、自らの作業時間に支障が出ないように工夫している。しかし、近年では No.1, No.2, No.3 のように再び共販市場へと出荷先を切り替える漁家もある。これは、前述したように共販市場でのセリ価格の上昇に伴った動きであるという。現在では、この方法を採用する漁家はほとんどない。調査期間中には合計 12 回の出荷を確認したが、そのうち 11 回は No.5 によるものであった（前掲表 3-4）。

4) 流通業者を介した出荷

流通業者を介した出荷は、遠方の仲卸業者や小売店に水産物を送る時に行われる¹⁰⁾。この方法でも前節と同様の理由から、手数料は売上金額の 4% に設定されている。ただし、これに加えて輸送費用が別途かかる。当地域で、この方法をとっているのは No.6 のみであった¹¹⁾。以下ではこの漁家への聞き取りをもとに、出荷を始めた経緯と作業の内容について考察する。

No.6 は、共販市場のセリ価格が低迷していた 2000 年ごろから流通業者を介して京都市中央卸売市場内に店舗を構える仲卸業者へ出荷している。取引をはじめたきっかけは、この仲卸業者が新たな鮮魚の供給元を探して当地域へ視察に来たことであった。これに対して、新たな出荷先の開拓を目指していた No.6 が依頼に応じ、取引が始まった。しかし、輸送に際しては当地域から京都市内までは自動車でも片道で 2 時間以上を要する。そこで、No.6 は運搬にかかる労力と時間の削減を目的として、流通業者に運搬作業を委託したのであった。ただし、流通業者の営業所は泉佐野市にあるため、そこまでは No.6 自らで運搬作業を行う。

当初、No.6 は高価格で販売できるため、当日の漁獲物の全量を出荷する日もあるほどこの方法を重視していた。輸送設備の関係で出荷できない活魚も 1 匹ずつづめて出荷していたという。しかし、新規の買受人の参入により共販市場でのセリ価格が上昇した 2000 年代半ば以降、次第に両出荷先の魚価（セリ価格と仲卸業者の買い取り価格）のあいだに差はなくなっていったという。それに応じて、No.6 も運搬の労力と費用がよりかからない共販市場へ出荷先の中心を移していった。現在、No.6 は豊漁にともない共販市場で値崩れを起こしやすい春季のコウイカ（地方名：モンゴ）のみを流通業者を介して出荷している¹²⁾。

出荷の手順は以下の通りである。No.6 が仲卸業者側から出荷して欲しい日と量について連絡を受ける。後日、漁獲したコウイカのうち大きいもののみを選別・活べし、発泡スチロール製の箱に 1 杯ずつ並べる。多い日には 1 日で 100 杯以上もべるといふ。これらの作業が終了した後、流通業者へ連絡を入れ営業所まで自らで運ぶ。こうして作業が完了する。

このように、流通業者を介した出荷は運搬の手間だけでなく、仲卸業者側の注文に応じた水産物の選別と処理を必要とする。労力の面でも経済的な面でも、共販市場と比べるとこの出荷方法に優位性はない。そのため、No.6 は年間でも限られた回数のみ出荷となっ

ている。

5) 小売業者への出荷

当地域において、この方法を行っているのは No.4 のみである。出荷先は、岬町内の食料品スーパーチェーンである。取引価格は小売業者側が決定する。手数料は、前節と同様の理由から 4%に設定されている。以下では、この漁家への聞取りをもとに、出荷に至った経緯とその作業内容について考察する。

No.4 は、この小売業者が共販市場のセリに買受人として参入した 1993 年より取引を開始した。No.4 は当初、タコのみのお荷を求められていたという。しかし、商品がスーパーの顧客に好評だったことから、徐々に出荷を求められる品目が増えていった。2000 年ごろには、1 年のみではあるが漁獲物の全量をお荷するようにまでなったという。現在、No.4 は共販市場のセリ価格の上昇に伴い、共販市場をお荷の中心に据えているが、漁協の資料によると月平均 11 回（2014 年 6 月～2017 年 12 月）は小売業者へお荷している。

聞取りによると、現在に至るまで小売業者へのお荷を維持しているのには、取引価格が高値で推移していることが影響しているという。例えば、2015 年 9 月の観察では、共販市場のセリにて 1 箱（約 8kg）約 2,000 円で取引されたマアジが、小売業者では 2,400 円で買い取られていた。また、共販市場のセリにて 1 箱 1,000 円～2,000 円程度で取引されるイボダイ（地方名：ウオゼもしくはウボゼ）は、小売業者では 3,200 円で買い取られていた。この他、2017 年 10 月の観察では、共販市場にて 1kg 当たり約 100 円で取引されるアカエイに小売業者は 200 円の値をつけたという。

お荷の手順は以下の通りである。No.4 は、帰港後、小売業者にその日の漁獲内容を連絡する。小売業者はこれを受けて、欲するものがある場合に限って店舗まで輸送するように依頼する。その後、No.4 は漁獲物を箱に詰めて輸送する。なお、店舗は漁港から自動車です 10 分ほどのところに位置しており、輸送の労力はほとんどかからない。調査期間中、この方法は 5 回行われた。同じ日に共販市場へのお荷と小売業者へのお荷を行うことも 2 回あった。お荷に際して、労力と時間がかからないうえ、共販市場でのセリ価格よりも高値で買い取ってくれることから、No.4 は小売業者を重要なお荷先として位置づけている。

4. 小括

本章では、大阪府岬町深日における漁業者のお荷活動を取り上げ、都市近郊の漁業地域における流通環境の通時的な変化を戦後に焦点を当て考察した。深日の戦後から現在に至るまでの水産物流通の変化をみると、以下の 3 つの時期に分けることができた。①漁獲物が大阪市内と深日とその周辺の大消費地向けとローカルな消費地向けの流通が並存していた時期、②1970 年代後半に買受人と漁業者の関係が悪化して以降、漁獲物が深日を中

心とする狭域にしか流通しなくなりローカルな流通に特化した時期、③2000年以降、大阪市内に店舗を構える仲卸業者の参入によって漁獲物が再び広域に流通するようになった時期である（図3-6）。

水産物の消費量が多い都市近郊では、取り扱う業者の数が多いため、各経営体は出荷先ごとの取引価格の高低を見極めて、次々と出荷先を変えることができる。他方、仲卸業者の視点に立つと、市場網が整備された都市部では同業者も多数存在するため、経営状況に合わせて彼らと契約し、仕入れしたり、出荷したりできる。このように、都市近郊の漁業地域における流通をめぐる状況は各主体間の戦略が交錯しつつ形成されている。加えて、深日漁協では鮮度の高い活魚の取扱量が豊富であったため、戦後以降地元の鮮魚商を始め、大阪市内や和歌山市内の業者が参入してきた。このように、都市近郊という地理的な条件と高鮮度の水産物を扱うという地域漁業の特徴が合わさり、流通環境が複雑に形成されてきたのであった。

ただし考察を通じて明らかとなったのは、都市近郊地域の流通環境の特徴だけではない。各経営体の出荷活動にもついても知見が得られた。すなわち、彼らの出荷行動は漁獲物の価格変動以外にも、漁獲物の運搬にかかる労力、活魚水槽の稼働、漁業活動と出荷活動の時間配分、さらに荷受側との個人的な人間関係が影響してきたということである。これまで水産物流通の地理学的研究では、漁港を中心とした流通構造の解明が中心的な課題であった。本章では、これに対して構造内部の諸主体の活動に注目することによって、地域の水産物流通には様々なスケールの社会・経済的な状況とともに、各経営体の出漁形態や過去の経験、主体間の関係性など多様な要素が影響していることが明らかとなった。彼らの活動と、漁業地域における水産物流通の変化とは密接に関係しているのである。

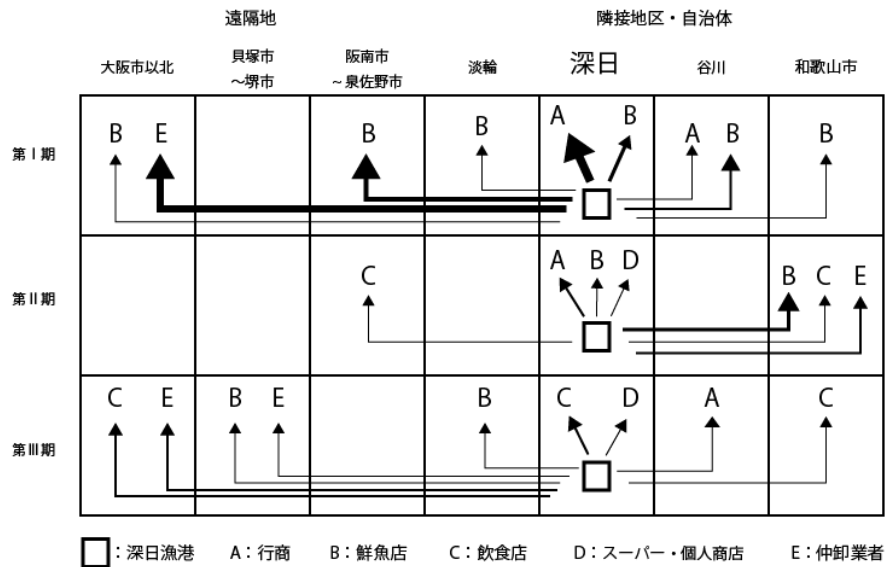


図3-6 深日漁業地区における流通網の変化

注1：矢印は水産物の流通経路を示す。

注2：矢印の太さは、各期間に参入してきた業者の数に準じている。

注

1) 本章では「経営体」と「漁家」を使い分ける。経営体とは漁業センサスで定義されている「過去1年間に利潤又は生活の資を得るために、生産物を販売することを目的として、海面において水産動植物の採捕又は養殖の事業を行った世帯又は事業所」をさし、漁業センサスなどの統計情報を分析する際に使用する。一方で、漁家は実際に漁業活動を行う漁業者集団をさす。筆者の現地調査を通して、2つ以上の経営体が共同して1つの漁船で行動していることを観察した。統計用語としての経営体を用いては、こうした活動に対して正確な説明を加えられないと考え、両者を使い分けることとした。

2) 卸売市場法によると、深日漁協の共販市場は漁協併設の荷捌き所に該当する。ただし、当地域での呼称を優先して共販市場という呼称を採用する。

3) 大阪送りの業者が参加するセリが船着場で開かれた後、地元の業者が参加するセリが漁協の荷捌き所で開かれたという。また、両者の間には購入する漁獲物にも違いがあった。大阪送りの業者は翌朝、各地の卸売市場で漁獲物を販売しなければならないため、その時刻まで鮮度を保持できる活魚を購入していた。一方で、地元の行商と鮮魚店は、その日の夕食に間に合うような「アガリモノ」とよばれる鮮魚しか購入できなかった。高い鮮度の漁獲物を購入できるという点において、大阪送りの業者の方が優遇されていたことが

読み取れる。

4) 漁業者と買受人への間取りによれば、エビなどの甲殻類ならば餌を与えておけば数ヶ月間、ハモなどの底魚もそのままの状態でも2週間程度は生きてそのまま保管できるという。

5) 活魚水槽の役割に関しては、松木・小野(2006)が兵庫県明石浦漁協の事例を報告している。これによると、その役割には、仲卸業者が消費者の需要動向に応じて出荷量を調整するためのストックポイント機能と需要調整機能、さらに「活け越し」による商品の質を向上させる価値付加機能があるという。

6) 現地では、酸素ジェネレーターから泡が出るという特徴から、「ブクブク」とよばれている。

7) 組合員として漁協に籍を置きながらも、年に数回程度しか操業しない漁家も存在する。彼らのなかには、船曳網漁業の乗り子として従事している場合もある(前田2017)。

8) 活魚以外の漁獲物はセリがはじまるまで、氷の入ったクーラーボックスや発泡スチロールの箱のなかで保管される。

9) 共販市場の定休日(火曜日と土曜日)は、大阪府が定める底曳網の休漁日と同日である場合が多い。したがって、基本的に荷だめは底曳網を営む漁家よりも刺網やカゴを営む漁家によって行われる。

10) 漁業センサスの分類では、経営体の出荷先として「流通・加工業者」という分類が存在する。したがって、本章では仲卸業者への出荷とは別に流通業者を介した出荷に関する項を設けた。

11) 2013年の漁業センサスによると、当地域において「流通・加工業者」へ出荷する漁家が18経営体ある。間取りによると、船曳網漁業を中心に加工業者への出荷がある一方で、No.6以外に流通業者を介して出荷する漁家は確認できなかった。

12) この方法は季節性をともなった活動となっており、調査期間中には行われなかった

第4章 都市遠隔地域における水産物流通

—兵庫県南あわじ市南淡漁業地区を事例に—

1. はじめに

これまでみてきたように、特定の漁港で水揚げされた水産物の流通システムはその漁港と消費地との距離に強く影響を受け形成される。第3章では、大消費地に近接した地域において漁業者は潜在的に出荷先の選択肢を複数有しており、結果として流通経路も複雑化する傾向にあることが明らかとなった。

反対に消費地から遠く離れた地域では、都市部へ出荷するよりも漁業協同組合（以下、漁協）の市場と荷捌き所が主な出荷先となる場合が多い（第2章）。原因として、長距離の輸送にも耐えうる鮮度保持技術が発達した現代においては（中居 1996:8; 養殖ビジネス編集部 2015）、技術的な課題以上に各主体の行動面での課題が挙げられる。すなわち、遠隔地へ水産物を出荷するには、漁協や漁業者などが販売先の確保に向けた販路の開拓や、取引先となる卸売業者や飲食店への輸送を行わなければならない。こうした問題が、遠隔の消費地への出荷が促進されない原因になっている。結果として、地元への水産物の供給に限定されてしまう地域では、取扱量の小規模性と競合相手の不存在から価格形成が十分にされないこともある（亀田 2003: 48）。

こうした消費地との距離関係に起因した諸課題を抱える漁業地域の流通については、具体的な事例に基づいてこれまで検討されてきた。地理学では、楠原（1971）が長崎県五島列島の漁業を取り上げ、地元漁協連合会が高級魚や同一魚種でまとまった量を確保できたものを、京阪神市場へ出荷していることを明らかにした。また、楠原（1972）この取組みを実施するために島内各地から水産物を一元的に集荷していることを報告した。その他、漁業経済学では姜（1998）が鹿児島県東町における養殖ブリの福岡県と関西圏への流通を事例に、漁協による地域間の需要差に応じた出荷戦略の内容を明らかにした。

以上のように、既往研究では漁協が主導して遠隔地の販路を開拓し、水産物を出荷している様子が明らかにされた。一方で、その際の輸送手段や方法についてはほとんど検討されていない。日々漁港で水揚げされる水産物を安定的に輸送するための実践と工夫は、各漁業地域における魚価向上に向けた取り組みの一つである。その実態を、販路開拓の過程とともに明らかにすることは、漁業地域の経済的な発展を考える上でも意義がある。

そこで、本章では消費地から遠隔に位置する漁協で行われてきた市場開拓の歴史と流通に関わる諸活動を考察する。そして、消費地遠隔地の漁業地域を取り巻く流通の現状と、消費地との距離関係に起因する諸課題を克服した流通システムの成立条件を明らかにする。

対象として、兵庫県南あわじ市の南淡漁協（図4-1）で行われている産地直送（以下、直

送) を取り上げる。直送では、当地域で水揚げされた水産物が翌朝までに東京地方と関西地方の各市場へ出荷される。最も遠いところで当地区から 500km 以上も離れた北関東の卸売市場へ出荷される。2016 年のデータによると、重量ベースで取り扱われた水産物全体の 48%が関西地方の市場に、44%が関東地方の市場に、残りの 8%が淡路島内の飲食店や仲卸業者へと出荷されていた。約半数の水産物が生産地から遠距離に位置する消費地へと出荷されており、本章の目的に適した漁業地域といえる。なお、現地調査は 2018 年 3 月から 2019 年 1 月にかけて、漁業者、漁協関係者、流通に関わる各主体への聞き取り調査と、漁協資料の解析を中心に行った。

本章の構成は以下の通りである。2 で事例地域の概要を述べる。3 で直送の始まった経緯について概要を述べた後、4 で当地域の流通に長年にわたり関わってきた S 水産の企業史を検討して流通システムの変化を明らかにする。5 で現在直送がどのように行われているのか、集出荷に関係する各主体の作業に焦点を当てて解明する。6 で本章の内容をまとめるとともに、当地区において遠隔地への出荷を可能にした条件を考察する。



図 4-1 南淡漁業地区の位置

2. 事例地域の概要

1) 事例地域の概要と交通条件

南淡漁協は、淡路島南部の南あわじ市に位置している。漁業地区は阿万、仁頃、灘の 3 つの地域から構成され、地区の広さは東西約 20km に及ぶ (図 4-1)。阿万を除く 2 地域の大部分は論鶴羽山地で占められており、海岸部まで急峻な崖が迫っているため平地がほと

んどない。また、現在、当地区の公共交通機関は1日に数便の市内循環コミュニティバスに限られている。地形と交通の条件により、個人での移動には自家用車が欠かせない。

住民が自家用車で島外へ移動するには、有料道路である神戸淡路鳴門自動車道を利用する必要がある。しかし、最寄りの西淡三原インターチェンジ（以下、西淡三原IC）から神戸淡路鳴門自動車道を利用しても徳島市内まで約1時間、神戸市内まで約1時間30分、大阪市内まで約2時間を要する。水産物は鮮度の劣化が早いため、淡路島では都市部に近い北部の一部地域を除いて島外への出荷は容易ではない。また、活魚輸送には歩留り率を維持するために特別な設備を整備する必要がある上に、漁業者個人が島外の卸売市場や飲食店へ赴き販売することは、有料道路を通過しなければならない。ゆえに、コスト面を考えても出荷は難しい。当地区は水産物の出荷に関して不利な地域に該当するといえる。

2) 漁業の概要

漁協の事務所は本所が灘にあり、その他2つの地域にもそれぞれ支所が置かれている。各経営体は3地域と地野、吉野にそれぞれ所在する漁港に漁船を停泊させている^り。このうち、灘漁港には製氷施設や大型の活魚水槽が設置されており集出荷の拠点になっている（図4-2）。

次に、当地区の漁業の概況をみってみる。漁業センサスによると2013年の経営体数は44、就業者数は81人となっている。どちらも最盛期の1980年代前半に比べて大きく数を減らしている（図4-3）。当地区では大小様々な漁業種類が営まれている。2003年以降の営んだ漁業種類の変化（表4-1）をみても、小型底曳網（以下、底曳網）、その他刺網（以下、刺網）、船曳網、小型定置網の網漁が多くの経営体によって営まれていることがわかる。この他にも、小規模な釣りとその他漁業、生産から加工までを自家で行う企業的なノリ養殖もみられる。鳴門海峡付近の海流の速い豊かな漁場を生かした漁業活動が活発に展開されている。

2016年の漁獲量は547,804kgであった。各漁業種類の漁獲量は、重量ではなく生産枚数を計測するノリ養殖を除くと、多い順に船曳網（296,509kg）、小型定置網（128,189kg）、刺網（63,313kg）、底曳網（34,987kg）、その他漁業（14,787kg）、釣り（10,019kg）と続く。網漁が漁獲量全体の9割以上を占めており、中心的な漁業種類に位置づけられる。

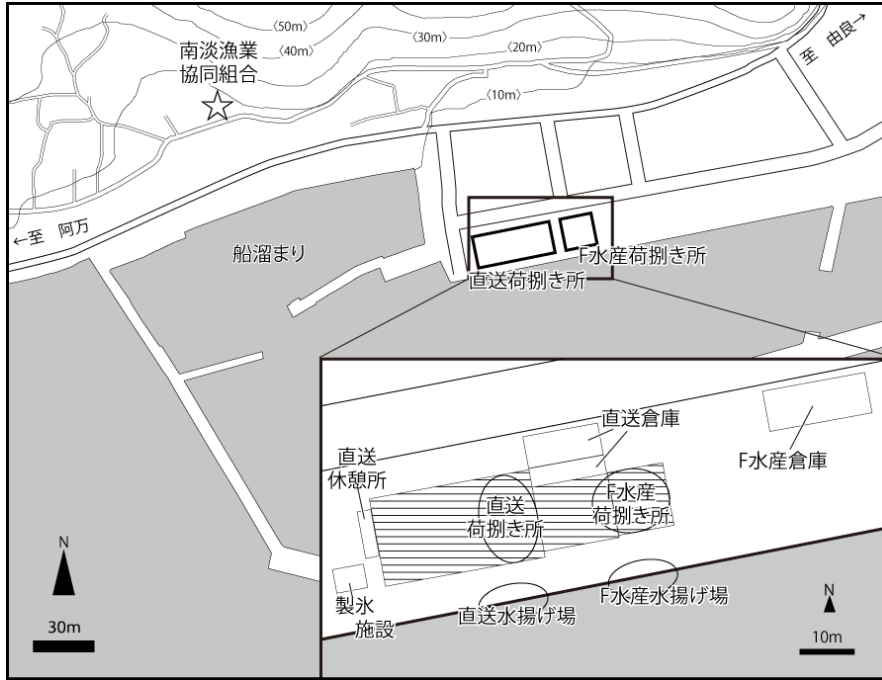


図4-2 灘漁港の漁港施設

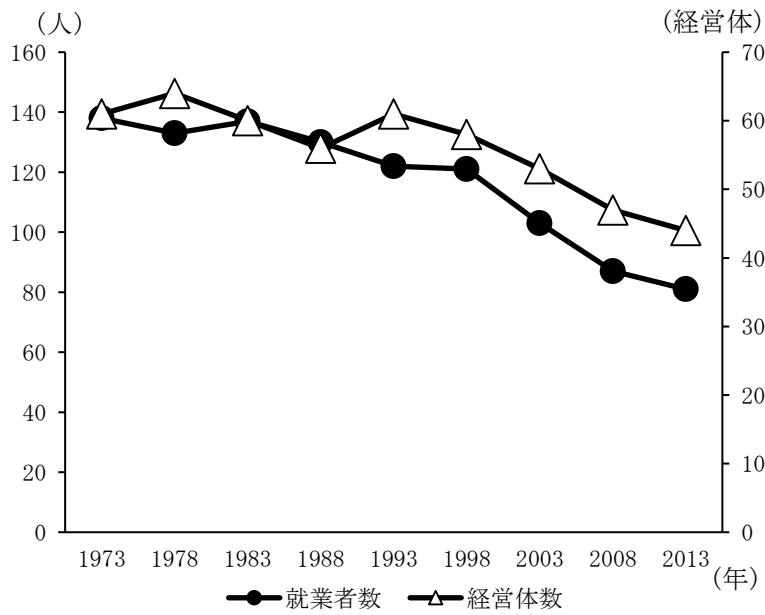


図4-3 南淡漁協の就業者数と経営体数の変化

『漁業センサス』より作成

表 4-1 南淡漁協における漁業種類別経営体数の変化(2003 年～2013 年)

	小型 底曳網	その他 刺網	釣り	船曳網	小型 定置網	その他 漁業	ノリ養殖
2003	6	30	9	7	8	21	2
2008	6	24	12	11	7	15	2
2013	5	26	3	8	5	15	2

『漁業センサス』より作成

注：単位は経営体

3. 直送が始まった経緯

現在、当地区における出荷先は直送、F 水産、その他の 3 ヶ所に分けられる。本章で取り上げる直送は、漁協組織内に設置された販売部によって運営されており、先述したように各経営体から集荷した水産物を関西と関東の各市場へ出荷する制度である。また、一部の漁獲物は仲卸業者、地元の鮮魚店、民宿へも出荷される。取引価格は、各市場での相場をもとに設定されている。その売上金は、魚種別の漁獲量に応じて後日漁協から支払われる。次に、F 水産は当地区の仲卸業者で、長年にわたり当地区の流通機関の一部を担ってきた²⁾。休漁日を除いて毎日自社のトラックで関西地方の各市場へ出荷している。なお、F 水産も直送と同じく市場の相場をもとに取引金額を設定している。最後に、その他にはシラス・イカナゴ船曳網が取引する加工業者、ノリ養殖の経営体が取引する兵庫県漁業協同組合連合会（以下、県漁連）、他地区の仲卸業者が含まれる。これらへは、現在、1 つか 2 つの経営体が出荷しているに過ぎない。以下では直送に焦点を当て、開始された経緯を考察する。

直送は、F 水産と並んで当地区の重要な流通主体であった S 水産の倒産が契機となって始まった。S 水産は阿方に事務所を置く仲卸業者として、長年にわたり当地区の流通を支えてきた。1971 年には自社で保冷機能を持つ大型トラックを購入し、輸送業務を大規模化した。この輸送部門は後に S 運輸として独立し、南淡漁協で水揚げされるもの以外も荷受けして、各地の市場へ配送するようになった。しかし、1990 年代前半のバブル崩壊以降、長引く不況と全国的な漁獲量の低迷が影響して業績が悪化していった。こうして、S 水産は戦後以降 3 代にわたって続いたが、2012 年に倒産した。

その結果、当地区の経営体は重要な出荷先の一つを失い、鮮魚の出荷先が F 水産に限られてしまった。これは同時に、価格形成において競合関係が生じなくなることを意味していた。当然 S 水産に出荷していなかった経営体も含めて魚価の低下を懸念するようになった。

た。しかし、これを防ぐには漁業者が自らで卸売業者や飲食店との関係を構築し、鮮魚出荷を行う必要があった。S 水産の倒産によって、当地区の経営体は前述したような消費地から遠隔に位置する漁業地域に特有な流通上の課題に直面したのであった。

漁協はこの課題に対処するため、同年 S 水産が長年をかけて形成してきた卸売業者・飲食店との取引関係を利用するかたちで直送という新たな流通システムを整備した。直送を始めるに当たっては、S 水産の社長の息子であり S 水産で出荷に関わる業務についていた N 氏がパート従業員として漁協組織に入り、市場ごとの出荷魚種、出荷量の決定を担うこととなった。一方で、輸送についてもこれまで通り S 運輸に委託した。すなわち、漁協は S 水産が従来行ってきた流通システムをそのまま引き継ぎ、S 水産に出荷していた経営体の出荷先を確保したのであった。

しかし、一般に漁業者と魚商人は水産物の売買において競合し、その関係は時に闘争にも発展する (e.g. 富田 1951, 前田 2018a)。倒産したとはいえ、通常、仲卸業者がこれまで培ってきた流通に関わるノウハウを漁協に教えることは考えられない。

これに対して、N 氏への聞き取りによると、両者が協力関係を築いた背景には S 運輸の経営を維持させようとする意図があったという。当時、S 運輸は日本各地で漁獲された水産物を扱っていたが、その中でも南淡漁協からの運送収入は大きかった。南淡漁協との取引関係が断たれてしまえば、S 運輸は中心的な収入源を失い、経営が厳しい状況に陥ってしまう。そこで、N 氏が S 水産の倒産後も家族企業の S 運輸が継続して漁協から荷受けできるように漁協に直送の実施を提案し、漁協側もこれに応じてシステムの整備に着手したのであった。その際、N 氏は年齢が近い漁業者を通じて、漁協に自らが出荷業務を担うことを相談したという。漁協との協力関係の構築においては、N 氏と特定の漁業者の間の交友関係も生かされていた。

直送が始まると漁協内部に販売部がつくられた。これによって、これまで販売に一切関与しなかった漁業者も、流通に積極的に関わるようになった。例えば、現在、販売部に属する漁業者は取引関係にある東京の卸売業者や飲食店へ年2回の挨拶回りを行っている³⁾。

以上のように、直送の流通システムは S 水産が長年をかけて築いてきた全国の卸売業者との取引関係と S 運輸の配送ノウハウを利用していった。そのため、開始に当たっては漁協が新たに資本投資したり、ノウハウを獲得したりする必要がなかった。S 水産による販路開拓の取組みと S 運輸による配送ノウハウの蓄積が直送の流通システムの基礎となっているのである。そこで、次章では S 水産が戦後に行ってきた各地への出荷に焦点を当て、その実態を考察する。

4. S 水産による販路開拓の歴史と流通の変化

S 水産の販路は、淡路島において島外との交通条件が向上した (森脇 2014) のをきっか

けに拡大した。S 水産は、もともと活魚運搬船（ナマセン）を保有し、これで神戸・大阪方面へ出荷していた⁴⁾。1960年代に入り、徳島県内の鮮魚仲卸業者が亀浦港～阿那賀港（1965年開通）と浦港～長田港（1963年開通、ただし輸送量の増加に伴い1968年からは大磯港～須磨港に航路が変更）のフェリーを使い水産物を関東地方へ陸上輸送するようになる（図4-4）、S水産は淡路島を通過するこのトラックの空きスペースに注目し、南淡漁協からも積んでもらうように依頼した⁵⁾。こうした経緯で、S水産による関東地方への出荷が始まった。

その後、1971年に保冷機能を有したトラックを自社で購入すると、自ら東京都中央卸売市場築地市場（以下、築地市場）へ出荷するようになった。当時の輸送のタイムスケジュールは、午後7時30分大磯港発のフェリーに乗り、名神高速と東名高速を經由して、翌日午前3時30分から4時の間に築地市場へ到着するというものであった。こうした過密な労働が連日続くこともあったという。しかし、この作業によって当時関西地方で漁獲された水産物が翌朝に市場へ並ぶのは東海地方までが限界といわれていたが、出荷圏を東京にまで拡げることに成功した。

S水産が築地市場へ安定的・連続的に水産物を出荷したことで、場内の大手卸売業者との間に強固な取引関係と信頼関係が次第に構築されていった⁶⁾。そして、S水産はこの関係性を通じて全国の漁港の仲卸業者、各市場の卸売業者、大手小売業者を紹介されるようになった。こうして日本各地の業者との取引も始まった。

S水産の取引量が最盛期を迎えた1980年代には、九州南部から北陸に至る卸売業者と取引するようになった（図4-5）。ただし、この頃には、南淡漁協で水揚げされたもの以外にも扱うようになっていた。すなわち、各地の漁港で余剰となった漁獲物を仲卸業者から荷受けし、卸売業者とのネットワークによって全国各地の市場へと振り分けていたのである。取引関係が拡大するにつれて一漁港の仲卸業者というよりも各地の漁港と全国の市場との取引をつなぐ鮮魚バイヤーとしての性格を強めていった。当然S運輸も経営規模が大きくなった。最盛期には関東地方で2台、関西地方で2台、中国・四国・九州地方で1台のトラックが稼働し、10人程度の運送スタッフが働いていたという。また、S水産が抱える雇用者も多かった。水揚げ・選別のスタッフが8人、水産加工のスタッフが12人～13人働いていたという。

このように、S水産は陸送による築地市場への出荷を1960年代に始めて以降、流通網を全国に拡大させた。その背景には、淡路島における海上交通の発達と、大手卸売業者との取引関係の構築があった。また、1980年代のバブル景気による水産物消費の拡大も遠因として考えられる。しかし、その後の漁獲量の減少と業績悪化に伴い、この時期に取引していた市場との関係の多くは断たれてしまった（図4-5）。その結果、S水産の流通網は関西地方と関東地方の一部の卸売業者・仲卸業者との取引にまで縮小した。S水産が倒産して直送に流通システムが変わった現在、南淡漁協で水揚げされたものは、この残された取引

関係を介して各地へ出荷されている。

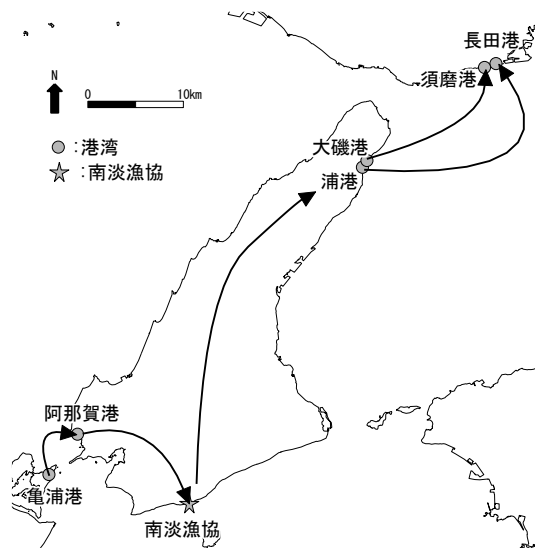


図4-4 1960年代に鮮魚の流通で利用された航路

聞き取りより作成

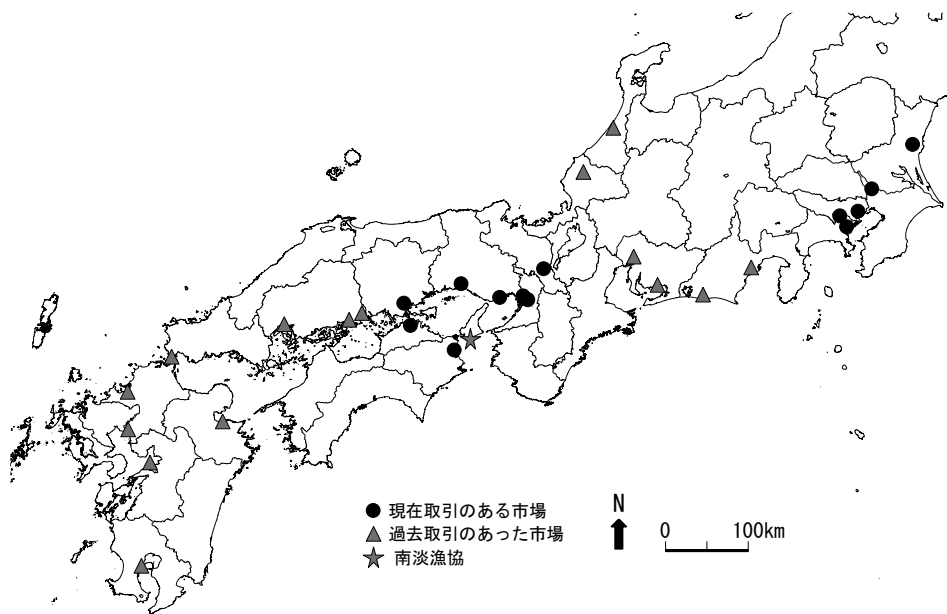


図4-5 S水産と卸売市場との取引関係（1980年代）

聞き取りより作成

5. 直送をめぐる集出荷システム

1) 直送に出荷する経営体の特徴

2012年に直送が始まると、それまでS水産と取引していた経営体が出荷者の中心となった。しかし、いくつかの経営体はこの取組みを懐疑的に捉え、F水産やその他の仲卸業者へ出荷先を変更した。現在では直送に21経営体が出荷している。一方、F水産へは10経営体が、その他へは8経営体が出荷している。地域別にみると直送を利用する経営体は灘と阿万に多く、仁頃には少ない(表4-2)。漁業種類別にみると、直送を利用する経営体の約3分の2が刺網(13経営体)を営んでいる(表4-3)。以下、ツボ・カゴ(8経営体)、釣り、小型定置網(ともに4経営体ずつ)、船曳網(2経営体)と続く。

この中で最も出荷量の多いのが小型定置網である。以下、船曳網、刺網と続き、ツボ・カゴと釣りからの出荷量は少ない。小型定置網は地先海域に5か所設置されており、それを4経営体が利用している。ヒラメ、カレイ、マダイ、ボラなど底魚から浮き魚まで様々な魚種が漁獲される。ただし漁期が定められており、11月から6月のみ操業可能となっている。それ以外の期間、これらの経営体は刺網を営む傾向にある。

なお直送で扱われる水産物は、多くが活魚で漁船から水揚げされる。一方、出荷時の形態は個々の相場に応じて様々である。例えば、高値で取引されるマダイやホウボウ、ヒラメなどは活べされず活魚のまま出荷される。反対に比較的市場での評価が低いものは、出荷前の発泡スチロール箱への梱包時に活べや氷べが施される。ただし、小型定置網で漁獲されるボラと船曳網で漁獲されるサヨリは例外で、一度の出漁で大量に漁獲されるため、集荷の段階よりも早く漁船の上で氷べされる。

表4-2 地域ごとの出荷先別経営体数

	経営体数 (2018年)	現在の出荷先別経営体数			S水産倒産以前の出荷先別経営体数		
		直送	F水産	その他	S水産	F水産	その他
灘	12	11	1	2	11	1	2
仁頃	12	3	7	2	5	5	3
阿万	13	7	2	4	9	2	2
計	37	21	10	8	25	8	7

聞取りより作成

注：1経営体で複数の出荷先を保有するところもあるため、経営体数の合計と出荷先別経営体数の合計は同じになるとは限らない。

表 4-3 各出荷先の経営体が営む漁業種類

	小型 底曳網	その他 刺網	釣り	船曳網	小型 定置網	ツボ カゴ	ノリ養殖	計
直送	0	13	4	2	4	8	0	31
F水産	1	7	1	1	0	2	0	12
その他	2	0	2	4	0	0	2	10

聞取りより作成

注：単位は経営体

2) 集荷作業の特徴

漁船からの水揚げ作業は漁協によって雇用された職員とパート従業員（以下、従業員）が行う。彼らのうち2人が福良，4人が阿万，2人が灘に居住している（表4-4）。この中には元漁業者が2人（No.2とNo.3），S水産のパート従業員だった者が1人（No.4）含まれている。これにN氏を加えると，メンバーの半数がもともと漁業に関わっていたことになる。専門性が求められる魚種名の把握や個体ごとの鮮度の判断，活べなどの処理作業において，メンバー間で技術や知識を教え合える状況が整っていたといえる。

水揚げは阿万漁港と灘漁港の2か所で行われる。阿万漁港に漁船を停泊させる経営体は阿万漁港で，仁頃漁港，地野漁港，吉野漁港に漁船を停泊させている経営体は灘漁港で水揚げする。従業員は灘漁港に6人が配置されている。これは，小型定置網を営む経営体がすべて当港に漁船を停泊させており，水揚げ量が多いためである。一方で，阿万漁港では直送へ出荷する経営体が少ない上に，刺網を営む経営体が大半を占めるため2人の従業員のみで作業する。阿万漁港では，従業員が各経営体からの漁獲物をすべて集荷した後にトラックで灘漁港まで輸送する。

水揚げの受け付けは，従業員の出勤時間を考慮して午前7時30分から始まる。水揚げされた水産物は従業員によって魚種ごと重量ごとに細かく選別される。例えば活魚のマダイならば，従業員が1匹ずつ重量を計測して大タイ大（4kg以上），大タイ（1kg～4kg），中タイ（500g～1kg），小タイ（200g～500g），大カス（135g～200g），カス子（135g以下）の6種類に分けられる。細かい仕分けは取引する各市場の需要に対応した出荷を実現するために行われる。直送で扱われる水産物は関西地方と関東地方の各市場に出荷されるが，それぞれで消費傾向は異なり，高値がつく魚種も異なる。より多くの利益を得るには，地域ごとの消費傾向の差異を理解した上で，各所で需要の高いものを出荷することが重要となる。南淡漁協では，N氏が中心となって地域ごと季節ごとに異なる魚種の需要を予測するが，従業員が水産物を細かく選別することでこれに対応できるようになっている。

以上のような選別作業は、漁船が帰港する度に実施される。帰港は潮汐周期との関係で午後にまで及ぶこともあるが、午後3時頃には全経営体の水揚げがおおむね完了する。その後、出荷に向けて従業員全員で発泡スチロール箱への梱包作業を行う。日ごとの漁獲量に応じて異なるものの、従業員は午後2時から午後6時の間には作業を終え帰宅する。

表4-4 水揚げに関わる従業員

No.	性別・年代	職種	居住地	作業場所	作業内容
1	M2	漁協職員	福良	灘	水揚げ・選別・箱詰め
2	M7	パート	阿万	灘	水揚げ・選別・箱詰め
3	M6	パート	灘	灘	水揚げ・選別・箱詰め
4	F5	パート	阿万	灘	帳簿書き
5	M5	パート	福良	灘	水揚げ・選別・箱詰め
6	M4	パート	灘	灘	水揚げ・選別・箱詰め
7	M6	パート	阿万	阿万→灘	帳簿書き 水揚げ・選別・箱詰め
N氏	M4	パート	阿万	阿万→灘	水産物の輸送 水産物の出荷先の決定

聞き取りより作成

3) 各市場への配送

従業員による梱包作業に続いてS運輸による配送作業が始まる。トラックへの荷物の積み込みは運転手とN氏で行う⁷⁾。これが終わると、関東地方へ向かうトラックは各市場の荷受け開始時刻と配送時間を考慮して午後6時頃に出発する。関西地方へ向かうトラックも7時までには各市場へと向かう。

S運輸による水産物の配送は、関西地方と関東地方で形態が異なる。関西地方の各市場へは、1台のトラックを利用して配送する。運転手は1人体制を敷いている。灘漁港を出発したトラックは、西淡三原ICから神戸淡路鳴門自動車道に入り、はじめに神戸市中央卸売市場で荷降ろしする。そして、大阪市内の3つの市場（大阪市中央卸売市場本場、木津市場、大阪市中央卸売市場東部市場）を巡った後、姫路市内の市場を經由して南あわじ市に戻ってくる（図4-6）。ちなみに上記のルートが基本ではあるが、季節や当日の漁獲物によっては、京都市内や岡山市内の市場へも直接向かうことがある。南あわじ市への到着は、荷降ろしする地点が多い日だと翌朝になることもあるが、通常は午前1時ごろになるという。こうした配送が休漁日である火曜日と土曜日を除いて毎日行われる。この他、島

内の鮮魚店や民宿へは、N氏が作業の合間に軽トラックで輸送したり、反対に取りに来てもらったりしている。

一方で、関東地方への配送は3台のトラックと3人の運転手が行う。これを週2日の休漁日も利用してローテーションさせている(図4-7)。午後6時頃に灘漁港を出発したトラックは、神戸淡路鳴門自動車道から名神高速もしくは新名神高速、東名高速を経由して、翌日の午前2時から3時に東京都中央卸売市場豊洲市場(以下、豊洲市場)に到着し、荷降ろしをする。これを終えると、千葉県銚子市内に移動し昼まで仮眠をとる。次に、銚子市内にある物流拠点の銚子トランスポートへと移動し、関西方面へ出荷される水産物を積む。こうして帰りの荷物を積んだ後、トラックは昼過ぎに銚子市を出発し関西地方の各市場へと向かう(図4-8)。翌日の深夜に市場に到着して少し仮眠をとった後、早朝から昼ごろにかけて複数の地点で荷降ろしをする。最後に、淡路島内のいくつかの漁港を巡ってその日に関東地方へ出荷する水産物を集める。夕方ごろに南あわじ市へと戻り、その日に関東地方へ向かうトラックに島内で集荷したものを積み込み、配送業務は終了する。

以上で詳述したS運輸の配送においては、より効率よく多数の市場へ出荷するために各市場の運搬業者を積極的に活用している。関西地方への配送では、市場内の運搬業者を利用して、神戸市中央卸売市場から岡山市内の市場へ、大阪市中央卸売市場本場から京都市内の市場へ水産物を配送している⁸⁾。また四国の各市場へは、徳島市内の運搬業者に委託して灘漁港から直接出荷している。一方、関東地方の配送では、豊洲市場内の運搬業者に委託して、神奈川県内の市場、伊豆半島の仲卸業者、そして茨城県内の市場へ出荷している(図4-8)。聞き取りによると、従業員が最も多かった時期には、自社のトラックで関東地方における市場の大部分へ配送していたという。しかし、現在では、トラックの台数と運転手の人数が限られている上、関東地方への配送は休漁日を前提とした過密なスケジュールとなっている。一人でも欠けると配送作業は機能不全に陥る可能性もある。こうした中、最盛期に比べると少なくなったとはいえ、関係が継続する数多くの取引相手への配送には、他社へ配送業務を委託することが欠かせない。

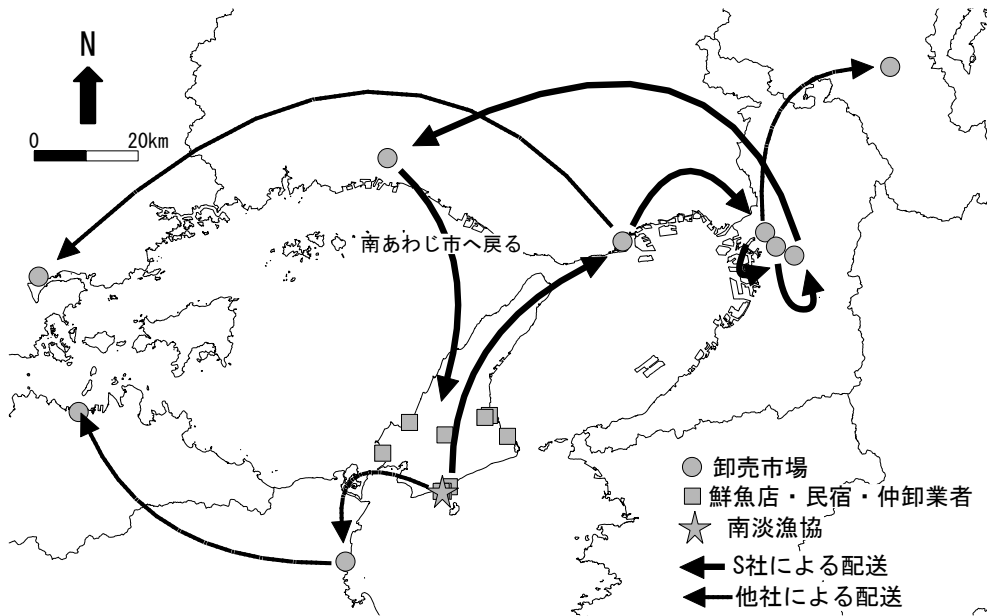


図4-6 関西地方の市場への配送ルート

注1：季節によって配送先の若干の変更はある。

注2：ルートは道路に沿って示しているわけではない。

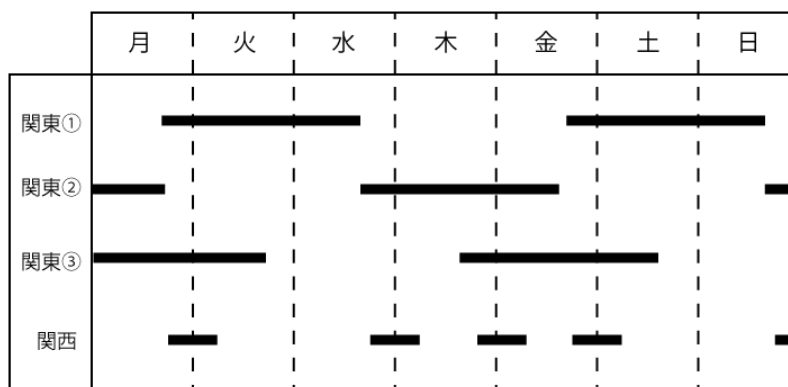


図4-7 配送のスケジュール

注1：黒線部がトラックでの輸送中であることを示す。

注2：火曜日と土曜日は休漁日である。

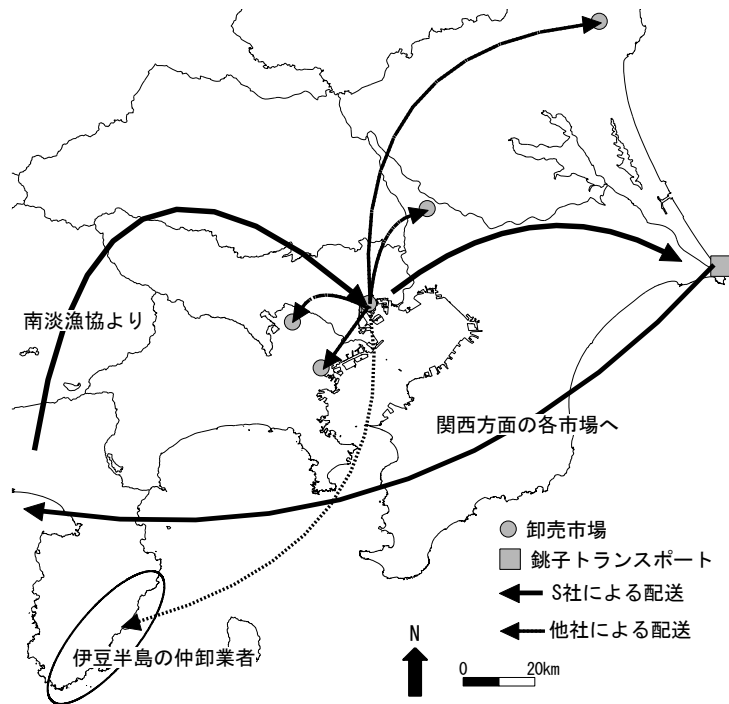


図4-8 関東地方の市場への配送ルート

注1：季節によって配送先の若干の変更はある。

注2：ルートは道路に沿って示しているわけではない。

6. 小括

本章では、消費地からの遠隔の漁業地域である南淡における流通システムを検討した。そして、1960年代以降のS水産による市場開拓の歴史と、現在取り込まれている直送における集出荷活動を考察した。最後に5では、遠隔に位置する消費地への出荷を達成するためのS水産、S運輸、従業員による集出荷作業の内容を明らかにした。

これまでの考察より、小規模な沿岸漁業が中心の当地区において広域に及ぶ流通を可能にした条件を検討する。はじめに、2012年に倒産するまで当地区の流通を支えてきたS水産の存在がある。当地区の出荷圏は、S水産が島外との交通条件が改善された1960年代に築地市場の業者と取引を開始したことによって拡大した。そして、S水産が倒産した後に始まった直送の流通システムは、この時に構築された取引関係を基礎としていた。したがって、地元の仲卸業者であるS水産による過去の積極的な事業展開なくして、現在みられる流通システムは成立しなかったといえる。

次に、集荷に関わる従業員の存在が挙げられる。彼らによる集荷作業は、漁業者の漁獲活動とS運輸の配送作業とをつなぐ重要な工程に位置づけられる。特に従業員には、N氏を筆頭に職業として漁業に関わってきた者が半数含まれていた。彼らが中心となって周囲のメンバーに漁業と流通に関する知識や技術を教えることで、活魚の適切な取扱いや作業の円滑化が達成されていたと考えられる。このような専門的な知識を有する者が地区とその近隣に複数存在したことによって、直送が効率よく運営されているのである。

最後に、配送を担うS運輸の存在が挙げられる。漁獲物を高値で販売できる市場に輸送しようとしても、漁業者にとっては輸送トラックへの設備投資や鮮度保持の徹底、効率の良いルート選択といった配送作業における困難性が伴う。これらの課題に対して、当地区ではS水産の同族企業であるS運輸に配送を完全委託することで解決していた。業務委託の背景には、S水産の倒産に伴うS運輸の配送収入の減少の危機という経営的な問題があったものの、漁協が配送ノウハウを有する地区内の業者と長年にわたり関係を維持してきたことによって、直送は成立し得たのであった。このように、過去に行われた市場開拓から現在の集出荷作業に至るまで、流通を取り巻く各主体による諸活動と主体間の関係性が当地区において遠隔地への水産物の出荷を可能にしている。

本章では、南淡漁協の水産物流通を通時的な視座と共時的な視座の双方から考察した。その結果、通時的にみると直送の流通システムはS水産をめぐる歴史的な展開を経て形成されてきたことが明らかとなった⁹⁾。共時的な視点からは、流通は水揚げから配送に至るまでの様々な主体による作業の連鎖によって成立することが判明した。このように、双方の視点から水産物流通を考察することによって、その動的な側面の解明につながるのである。

注

1) 法律上、阿万の港湾施設は漁港に該当しない。しかし、本章では現地で「阿万漁港」と使用されている点を重視して漁港と表記する。

2) 灘の対岸に位置する沼島の経営体からも荷受けしている。

3) 漁業者からは、直送が始まるまでは漁獲にしか関心がなかったが、販売部に関わるようになって以降、水産物の販売にまで気を配って漁獲しているという聞き取り結果が得られた。現在、例えば魚体を傷つけないように網からの取り外し時に注意したりしているという。

4) 淡路島では漁獲物を活魚運搬船で大阪市内の雑魚場へと運搬する業者が明治時代より以前から存在したとされる(河野 1991:189-190)。

- 5) 当時、南淡漁協で年末に 150 円/3kg で仕入れたアジを、年始に東京へ出荷したところ正月相場も相まって 2000 円/3kg で取引されたことがあった。S 水産はこの経験により大阪と東京の相場が違うと確信するようになったという。
- 6) 元築地市場関係者への聞き取りによると、バブル期から 1990 年代にかけて「S 水産のアジ」として場内卸売業者に認知され、業界内では品質が高く鮮度の高い商品としてブランド化していたという。
- 7) この時、トラックには直送の荷物だけでなく、F 水産や沼島の仲卸業者、さらに島内外からの集荷物も積み込む。
- 8) 活魚を輸送する時は遠方の市場であっても運搬業者を利用せず自社で配送することが多い。
- 9) 倉田 (1977) は水産物流通の構造に関係する各主体の間には、歴史的変遷を内蔵していると指摘し、流通研究における通時的視点の重要性を指摘している。

第Ⅱ部 社会経済環境の変化と水産物流通

第Ⅱ部では、流通に関わる技術や制度の変化が、漁業経営にどのような影響を与えたのかを検証する。日本においては、行政の手厚い財政的支援の下、沿岸漁業から遠洋漁業に至るまで新しい漁業技術が次々と導入された（岩崎 1997）。例えば、糸満における漁業者の活動を研究した三田（2004）は、魚群探知機の導入によって漁業者がこれまで認知できなかった深い海域における海底地形を把握可能になったことを明らかにした。その結果、漁業者の行動範囲は以前よりも拡大した。また、琵琶湖における漁業では、GPS の利用を通じて自船の位置を正確に把握できるようになり、漁業の場面に応じて伝統的な位置測定技術のヤマアテと GPS による位置測定を使い分けるといった新たな漁業技術が生まれた（卯田 2001）。このように、新しい漁業技術が導入されることによって漁業活動は大きく変化する。また、生産量も増大が見込まれ、一般的に漁業経営も改善される。第 5 章では、戦後「とる漁業からつくる漁業へ」のスローガンの下、積極的な資本投資と生産量の増大が図られた養殖業（勝川 2009）、その中でも生産量が大きく、日本独特の食文化を支えてきたウナギ養殖業（以下、養鰻業）に注目する。そして、戦後から現在までの生産技術の導入・展開が集出荷作業にどのような影響を及ぼしたのかを明らかにする。対象地域として、日本トップクラスの生産量をほこる愛知県西尾市一色町を取り上げる。

日本の漁業においては、漁業技術の変化とともに流通制度の変化も見逃せない。第 2 章でも述べたように、1990 年代以降、卸売市場を介さない、いわゆる場外流通が活発化している。これは、中間マージンの削減による小売業者と漁業者双方の収益性の向上を目指す動きや、小売業者による海外や大型産地からの直荷引きの増加などに起因する。卸売市場流通が衰退する中、各地で新しい流通経路を構築する動きがみられるが、特に生産地においては、漁業者が漁獲した水産物を直接消費者へと販売する産地直売（以下、直売）が盛んに行われている。そこで第 6 章では、直売の開始が漁業経営へ与えた影響を考察する。対象地域には、第 3 章でも取り上げた大阪府岬町深日を設定した。当地域では、2017 年 4 月より直売スーパーへの出荷活動が始まった。第 3 章でもみたように、2016 年までは共販市場への出荷が支配的だったため、地域の流通システムは大きく変化し、これに応じて漁業経営にも変化が生じた。その過程と結果について検討する。

制度導入後の漁業経営への影響を調べるとともに、制度が地域に導入される過程の検証も流通研究には重要な論点となる。新たな流通制度が地域に導入されるには、制度の設計から普及に至るまで様々な段階がある。そして、各段階において様々な主体が制度へ関わりながら、適切な運用を図ろうとする。このような主体による活動が関係し合いながら、制度が構築されていく過程を明らかにすることは、地域漁業の変容を考察する上では欠かせない。そこで、第 7 章では、婁（1994）が徳島県牟岐地域で行った実証研究の方法を参

考に、通時的な視点から、新たな流通制度が地域に導入され、普及していく過程を考察する。事例として、大阪府の船曳網漁業で 2014 年から実施されている入札制度を取り上げる。そして、本制度が導入されるに至った経緯とその後の展開を検証する。最後に、流通制度は漁業者や漁協関係者、流通業者など様々な主体による活動が関係し合いながら構築されていく営みであることを指摘したい。

第5章 生産技術の革新が集出荷作業に与える影響

—愛知県西尾市一色町養鰻産地を事例に—

1. はじめに

1) 問題の所在と課題の設定

本章では、生産技術の革新が水産物流通の起点となる重要な活動である集出荷作業にどのような影響を与えたのか検討する。対象として養鰻業を取り上げる。日本の養鰻業は、明治時代に開始されて以来、生産量・生産額において日本の内水面養殖業の中心を担ってきた（増井 2013）。年間生産量は、現在でも内水面養殖業全体の約 55%を占めるほど規模が大きく（2017 年漁業・養殖業生産統計年報）、内水面養殖業の中では経済的に重要な地位にある。また、後述するように養鰻業では戦後生産量の増大を目的として様々な技術が導入され、それに応じて生産方式も変化した。技術と生産をめぐる活動との関係性を明らかにするのに適当な事例といえる。

養鰻業の養殖形態¹⁾は、生産過程において多額の資本が投下されるという特徴をもつ。これは、第二次世界大戦後の高度経済成長期における国民所得の上昇に伴い、ウナギ食が大衆化したことと関係する。ウナギ需要の増加によって各産地における生産・出荷技術の改良が促され、資本投下型の生産・出荷体制が確立していったのである。

生産・出荷体制の強化は、個別経営体と各地に設置された協同組合・産地問屋によって主導された。個別経営体では、ウナギの致死率を下げるとともに、成長率も高めるために、生産段階において機械化が進んだ。具体的には、池に水を供給するための揚水ポンプ、水温を上昇させるためのボイラー装置、池中に酸素を送り込む攪水車などの導入である。他方で、協同組合と産地問屋は、出荷サイズに達した成魚（成鰻）の販売強化を目指した。その過程で、活魚販売にとどまらず加工品販売にも注目が集まるようになり、産地内にかば焼きや白焼きの加工場が次々と建設されるようになった（塚本 2003）。このように、資本投下型の養鰻業は、個別経営体による生産面の強化、並びに協同組合と産地問屋による販売面の強化が組み合わさることで確立された。

以上のような特徴をもつ養鰻業に関する産地研究は、業態の成立・発展・衰退の諸過程の分析を中心的な課題として、漁業経済学および漁業地理学において進められてきた²⁾。漁業経済学においては、増井（1978）が愛知県矢作川河口地域を事例として、戦後の養鰻業の展開をノリ養殖業・農業と関連づけて論じた。その後、増井は、静岡県大井川河口地域でみられた、開発主体の相違によって生みだされた経営規模の地域差についても考察している（増井 1979）。また、浜名湖沿岸地域を事例とした研究では、養鰻業の成立条件である水源、種苗、餌料が確保される過程と生産技術が導入される過程について、産地の成

立から発展・衰退までの展開が明らかにされた（増井 1981; 1982a; 1982b）。一連の地域研究を通じて、経済学的な視点に基づく養鰻産地の形成過程が解明されたといえる（増井 1999）。増井が用いた業態の成立条件に注目する研究手法は、80年代後半以降の地理学における内水面養殖業の諸研究にも応用されている（井村 1987; 1994）。

その後、養鰻業を取り巻く経済的な状況が1970年代のオイルショック、80年代の産地間競争の激化とウナギ輸入量の増加、90年代以降の種苗採捕量の減少に伴う価格の高騰³⁾などにより厳しさを増すなか、塚本（2000）は、熊本県玉名地区の個別経営体の経営分析によって、外国産ウナギの輸入量の増加に伴う価格競争が産地に及ぼした影響を考察した。また、全県レベルでの種苗の供給体制が整備された宮崎県を事例として、このシステムが生産活動に与える影響も明らかにした（塚本 2001）。近年では、産地の維持にも関心が向けられており、産地加工体制の強化や、食のブランド化を通じた販売力の拡大などの取り組みに関する研究もみられる（塚本 2003; 2010a; 2010b; 2014）。以上のように、養鰻産地に関する経済学・経済地理学的研究は、養鰻業を取り巻く経済状況を成立条件、生産技術の導入、制度の整備などの諸現象に加えて、産地間競争や種苗不足といった広域的な経済現象にも注目しながら考察してきた。

先行研究からも、産地の生産力は各経営体による経営の改善と、各種組織や行政による販売・流通面の強化が組み合わさって高められてきたことが明らかとなっている。しかし、これらによって生じた産地の変化と各経営体の経営状況との相互関係について考察した研究は、これまで塚本（2000）の他にはみられない。塚本が指摘するように、産地の経済的な変化を考察するうえでは、産地全体の経済的な動態を分析するとともに、産地の発展を担ってきた各経営体や生産者にもより一層注目していくことが重要となる。

このような問題意識のもと、本章では漁業地域を社会経済的に分析するための視角である「生産者間関係」（山内 2004）に注目して論を進めたい。山内は、漁業者とそれを取り巻く様々な人々との関係性は時代を通して変化し、これが地域の変動にも大きな影響を与えると主張した。すなわち生産者間関係とは、漁業地域の経済的な変化とその地域において各経営体の経営を担う生産者の相互関係を見直す分析視角であるといえる。後述するように、一色町の養鰻業では、依然として集出荷作業においては生産者やその他の関係者間の協力が欠かせない。したがって、生産者間関係は、生産技術の導入とともに通時的に変化してきた作業形態と、それに伴う社会関係の変化を扱う本章には適した分析視角である。

2) 事例地域の概要

一色町は、矢作川河口部の三角州地帯に位置し、三河湾に面している（図 5-1）。沿岸部には低平な湿地帯が卓越している（一色町史編さん委員会, 1970）。2011年、当町は近隣の吉良町、幡豆町とともに西尾市に編入され、行政区としては現在、西尾市一色町となっている。

当町は、小学校の校区をもとに、東部地区、南部地区、西部地区、中部地区に分かれている（図5-1）。東部地区は国道247号線より南側の地区で、一色うなぎ漁業協同組合の資料によると、2013年現在、全103の養鰻経営体のうち64経営体が集中している。南部地区は1908年に竣工した農業用水路である一色悪水路の東側に位置し、18経営体がある。西部地区は国道247号線並びに一色悪水路より西側に位置し、21経営体が存在する。それに対し、主として住宅地の広がる中部地区では、養鰻業はおこなわれていない。なお、同資料によると、一色町の2013年の養鰻生産量は2,350tであった。これは、都道府県別生産量で第2位⁴⁾を誇る愛知県の総生産量（3,140t）の約4分の3にあたる。

現地調査は、生産者への聞き取り、生産に関わる諸活動の観察を中心に、2013年4月から2014年9月にかけて集中的に実施し、その後も同様の手法で2015年から2017年にかけて追加調査をおこなった。

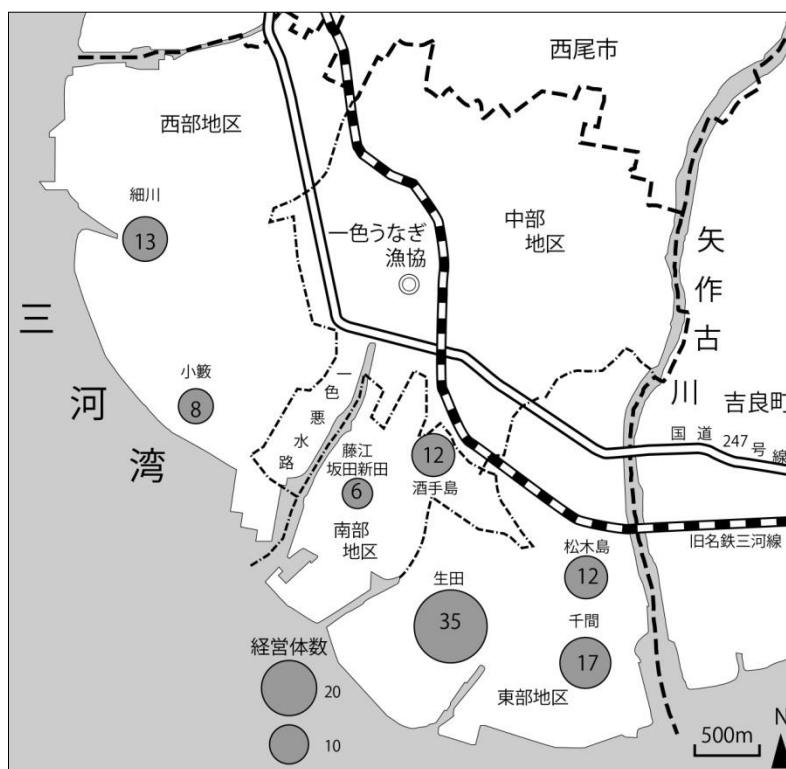


図5-1 一色町における大字別の養鰻経営体数（2013年）

一色うなぎ漁業協同組合資料より作成

2. 一色町における養鰻業の展開

1) 戦後における生産基盤の整備

一色町における養鰻業の開始は、1894年に幡豆郡一色町に設立された愛知県水産試験場での試験的養殖⁵⁾にまでさかのぼる（一色町編1999）。1902年に同試験場が名古屋市へ移転したことに伴って、試験場が保有していた複数の養鰻池が地元住民に払い下げられた。これが契機となり、民間による養鰻業が本格的にはじまった⁶⁾。ウナギの需要が全国的に高まった大正期には、養鰻池が増設され生産量は増大した（増井1978）。しかし、昭和期に入り第二次世界大戦がはじまると統制経済が敷かれ、生産は一時的に休止した。

戦後、統制経済が解かれてウナギの需要が徐々に高まるにつれ、全国に点在する養鰻産地は復興を果たしていった。一方、一色町では、当時ノリ養殖業と養鰻業を併営する零細な生産者が大半を占めていた。彼らはノリ養殖に重点を置いていたため、養鰻業の復興は他の産地に比して遅れた（増井1999）。

養鰻業が本格的に復興するのは、1960年代のことである。直接的な契機は、1953年の台風13号と1959年の伊勢湾台風による被害からの復興であった（一色町誌編さん委員会編1970）。2つの台風により、江戸時代の干拓事業によって開発された東部、南部、西部3地区の水田の多くが、洪水と高潮による被害を被った。多くの農家は、これによって稲作を維持することが困難となり、農業からの転換を余儀なくされた。その結果として、低湿地においても経営可能な養鰻業が選択され、廃水田を養鰻池へと切り替える動きが生じたのである。これ以降、制度面の整備、並びに養鰻業成立のための3要素である水源・種苗・餌料の確保を通して、生産基盤が順次整備されていった（表5-1）。

制度面に関しては、漁業協同組合（以下漁協とする）の設立および、養鰻振興地域の指定が挙げられる。1962年には西三河養殖漁業協同組合（西三河養殖漁協）⁷⁾が設立された。各経営体は養殖に必要な資材を共同で購入できるようになり、生産の安定化がはかられた。1967年には、前述した一色悪水路と名古屋鉄道三河線とに囲まれた地域が養鰻振興地域に指定された。これは一色町が主導した政策で、経営体を一部の地域に集積させる、いわば養鰻生産団地の建設であった（塚本2014）。こうして、養鰻池が市街地から分離され、餌料や用水による市民生活への悪臭被害が回避されることとなった。

水源の確保に関しては、養鰻専用水道の敷設が各経営体への池水供給を目的として1962年より開始された。それまで養鰻業には、矢作古川から取水した農業用水が利用されていたが、農業者と養鰻経営体との間で農薬混入の問題をめぐって頻繁に紛争が生じていた。こうした紛争を回避し、なおかつ養殖に適した良質な水を供給することを目的として、漁協と町が主導して養鰻専用水道の敷設を進めた。その後、両者は養鰻振興地域を指定して経営体を集積させるとともに、1969年の農林省による内水面養殖主産地形成事業の補助を受けることで、短期間のうちに多数の経営体への配水を達成した。現在では、町域の全経

営体がこの配水システムを利用している。

種苗の確保に関しては、複数の供給先を獲得したことが挙げられる。一色町の経営体と産地問屋は、地元で採捕された種苗のみでは不足するため、戦前より九州南部、本州西部、関東地方から種苗を移入していた⁸⁾。しかし1960年代、種苗から成鰻までの一貫生産をおこなった方が高収入を得られるという理由から、それまで供給元であった各地においても養鰻業が開始された。一色町の経営体と産地問屋もこの影響を受け、種苗の入手に際して支障が出るようになった。そこで、両者は国内にとどまらず、当時十分に採捕することができた台湾・中国からも種苗を輸入して、安定的に確保できる体制を整えたのであった。

最後に餌料の確保に関しては、配合餌料の登場が大きく貢献した。戦後、餌料には地元の漁業者が三河湾で漁獲した鮮魚⁹⁾が主に用いられていた(増井1978)。しかし、鮮魚は長期間にわたる保存が困難なうえ、残滓が池底に沈殿して池水を汚染してしまうため、これを除去しなければならず、作業に手間がかかっていたという。これに対して、1960年代に開発された配合餌料は腐敗しにくく、長期保存も容易であった。さらに水面に浮くタイプのものがその後開発されると、残滓処理の時間がより短縮化された。こうして配合餌料は各経営体に普及し¹⁰⁾、餌料の安定的な確保と作業の省力化に貢献したのであった。

表5-1 一色町における養鰻業の生産基盤整備と養鰻業界の歴史

年次	一色町養鰻業の生産基盤の整備に関わる事項	年次	養鰻業界全体に関わる事項
		1952	攪水車の実用化
1953	台風13号により沿岸部の水田が甚大な被害を受ける		
1959	伊勢湾台風襲来により沿岸部の水田が甚大な被害を受ける	1960頃	徳島県吉野川下流地域で養鰻がはじまる
1962	幡豆養鰻漁業協同組合と幡豆池中養殖漁業協同組合が合併して西三河養殖漁業協同組合が設立される。 養鰻専用水道の敷設開始	1965頃	配合餌料が開発され、全国に普及する 大隅半島で養鰻がはじまる
1967	配合餌料の導入(1965年代～) 養鰻振興地域の指定	1970年代	台湾で養鰻業がはじまり、拡大する ボイラーの使用が普及する
		1971	浜松の村松啓次郎が加温式ハウスを考案し全国に普及する
		1972	中国で養鰻業がはじまる
	加温式ハウスの導入(1975年ごろ～)		
1988	生産量が8,000tを超える	1983	愛知県が生産量全国1位となる
1992	組合名を一色うなぎ漁業協同組合へと改称する	1987	輸入量が日本の生産量を超える
1999	シラスの豊漁により生産量が過去最高を(9,550t)記録する		
2006	「一色うなぎ」が地域団体商標に登録された	2009～ 2014	シラスが連年にわたり不漁となる 種苗価格が過去最高価格をつける(250万円/kg)

『一色町誌』、漁協資料、生産者への聞き取り、白・佐野(2006)、増井(2013)、静岡新聞社・
南日本新聞社・宮崎日日新聞社編(2016)より作成

2) 加温式ハウスの導入とその後の経済状況の変化

一色町における養鰻業の戦後復興は、前節でみてきたように生産基盤が整備されることで達成されたが、生産量のさらなる増加に重要な役割を果たしたのは、加温式ハウスの導入・普及であった。加温式ハウスは、池全体をビニールハウスで覆い、池水の外気との接触を防ぐことで、水温を人工的に調節できるようにした施設である。ハウスで池全体を覆わなければならないため、池面積を拡大するには不向きで、1池当たりの面積はおおむね10a以下となる。

加温式ハウスの導入以前では、1池当たり20a～30aの露地池（和久田1959）で生産がおこなわれていた。露地池では直射日光を遮るものがないうえ、水を冷却する装置も当時は存在せず、水温調節がきわめて困難であった。そのため、夏期には水温が上昇するにつれて池中の酸素濃度が低下してしまい、生産者は酸欠によるウナギの大量死を警戒しなければならなかった¹¹⁾。これに対して加温式ハウスでは、天井部に設けた換気扇を使用してハウス内の熱気を外部へ放出するとともに、水の供給量を増やすなどして水温を低下させることが可能となった（大塚1996）。一方、冬期には露地池では水温が低下するため、ウナギは冬眠してしまい、摂餌しなくなる。これにより成長が遅れ、種苗の池入れから成鰻の出荷までには約2年を要していた。加温式ハウスでは、水の供給量を少なくしたり、ボイラーを焚いたりして水温の低下を防ぐ措置がとられた。こうしてウナギは冬眠せず、冬期でも摂餌するようになったことで、成鰻までの養成期間が約200日にまで縮減した（廣瀬2001）。

こうした特徴をもつ加温式ハウスは、一色町には1970年代前半に導入され、その生産性の高さから急速に普及していった。これは、東部地区大字生田における養鰻池の状況の変化からも読み取れる（図5-2）。1977年には大小合わせて露地池が154か所、加温式ハウス型の池が44か所存在していたが、1987年には露地池が87か所へ減少する一方で、加温式ハウス型の池は102か所と10年間でおおよそ2.5倍になったのである。

加温式ハウスの急速な普及は、一色町の生産形態も変化させた。露地池が使用されていた時代には、上記のように種苗から成鰻までの養成期間が約2年であった。これに対して、各経営体は当時、1年に複数回種苗の池入れをおこない、約40gに成長したものをそのまま浜名湖地区や豊橋地区など他の産地へ販売していた¹²⁾。すなわち、池の回転率を高めて1年間のうちに複数回出荷することで、彼らは利益を得ていたのである。しかし、その後に加温式ハウスが導入され、成鰻までの養成期間が200日と大幅に短縮したことで、このような生産形態は不要となり、多くの経営体はより高値で取引できる成鰻までの生産に転換していった。さらに、出荷の中心が成鰻となったことで、一色町の実産量は1978年の2,987tから1990年には9,100tへと増加した（図5-3）。以上のように、加温式ハウスはウナギの致死率の低下、養成期間の短縮化だけでなく、生産量の増大にも貢献したのである。

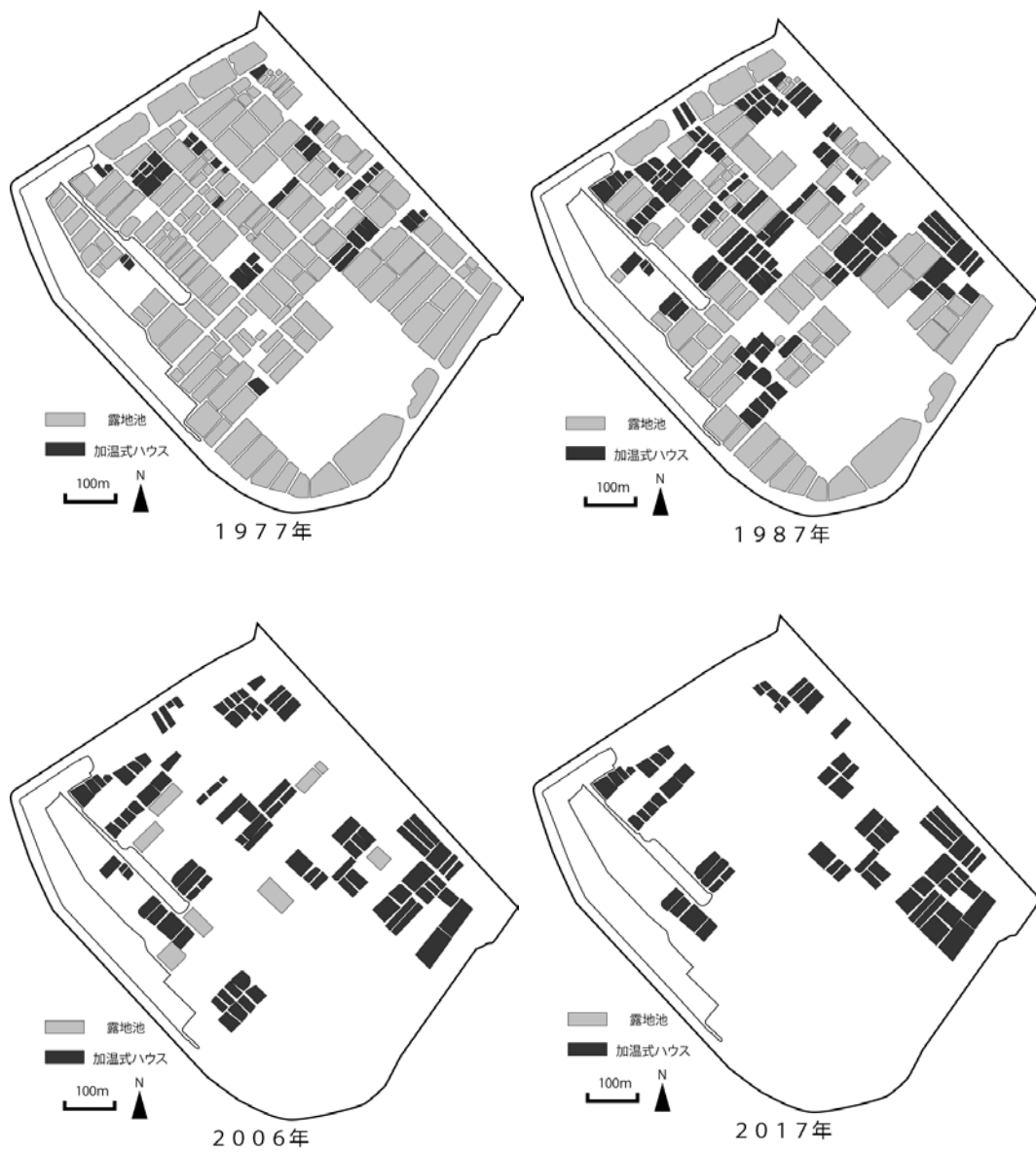


図5-2 大字生田における養鰻池数の変化

国土地理院航空写真，現地調査より作成

注1：1977年から2006年までは航空写真から作図したため，実際の使用状況は不明。

注2：2017年は現地調査に基づいて作図したため，使用状況が反映されている。

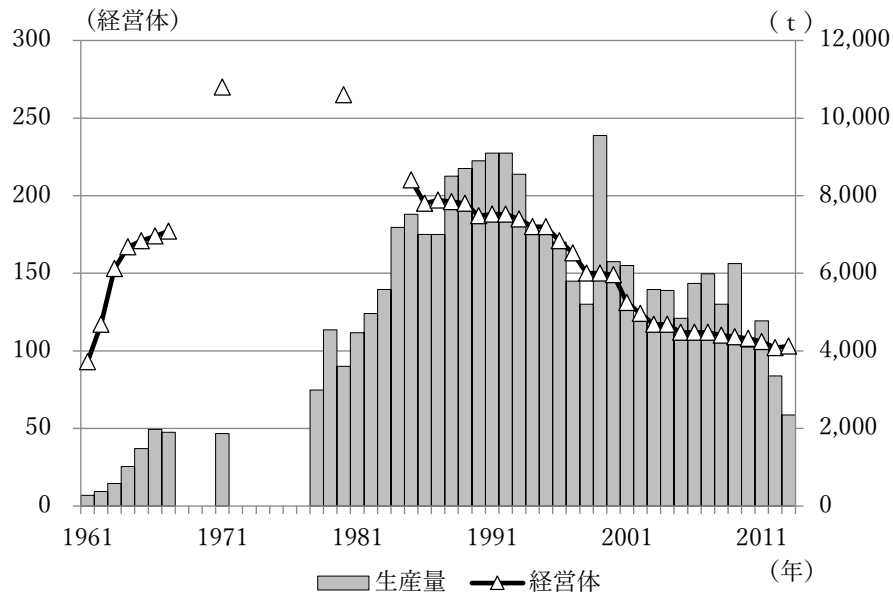


図5-3 一色町の養鰻経営体数と養鰻生産量の推移

『一色町史』(1961年～1967年), 一色うなぎ漁協資料(1962年～2013年), 『愛知県統計年鑑』(1962年～2013年)より作成

注1: 1968年から1985年までの経営体数に関しては欠落がある。

注2: 1967年から1977年までの生産量に関しては欠落がある。

3. 経営状況と集出荷作業の特徴

1) 養鰻経営体の経営状況

3条件の確保・整備と加温式ハウスの導入は他地域でも同様に進行したため、一色町は1980年代以降、国内および海外の産地との価格競争に巻き込まれていった¹³⁾。さらに2010年以降は、採捕量の減少に伴い種苗価格が高騰し¹⁴⁾、1kg当たり50万円以上での取引が常態化した(図5-4)。漁協の資料と各種統計によると、これらの影響を受けて1980年に町内に265あった養鰻経営体は大きく減少し、2013年には103経営体となっている。また生産量もピーク時(1990年)の9,100t¹⁵⁾から、2013年には2,350tへと減少している(前掲図5-3)。このような養鰻経営を取り巻く状況の悪化は、養鰻池が広がる景観の変化からも読み取れる。前掲した図5-2によると、1987年に102か所あった加温式ハウス型の池は、経営体の廃業に伴う放棄や埋め立てによって、2006年には87か所、2017年には63か所へと減少した。30年間で約4割の養鰻池が消滅したのであった。

一色町の養鰻経営体のなかにも、主として種苗価格の高騰によって経営を維持できなくなり休業中であるものが多い。一色うなぎ漁協への聞き取りによると、先述した103経営体のうち実際に経営を続けているのは約70経営体のみであるという。そこで、これら経営

を維持している約70経営体の経営状況を解明するために、全経営体のうちから33経営体の経営主に聞き取りを行った。図5-5は、その結果をまとめたものである。なお漁協から提供された資料によると、2013年の組合員数は238人、ハウス池面積は7,100aであった。

経営形態に関しては30経営体が家族経営であった。1経営体当たりの労働力の人数は、2.8人となっていた。労働力の構成をみると、明らかにできた27経営体で男性が経営に関わるすべての作業を担う経営主をつとめていた。また、27経営体のうち22経営体で女性の従事者がみられた。彼女たちの多くは世帯主の妻もしくは母親であった¹⁶⁾。したがって、一色町の養鰻経営では、世帯主である男性とその家族を労働力とする小規模な家族経営が一般的な形態といえる。

家族で経営する30経営体以外の3経営体のうち、2経営体が産地問屋、1経営体が一色うなぎ漁協によって経営されていた。通常、各経営体が養成した成鰻は町内に10業者ある産地問屋、もしくは一色うなぎ漁協に出荷される。産地問屋は成鰻の仲買業者として生産者と消費者とを取り結び、需給を調整する立場にあるが、それにとどまらず生産・加工事業に着手する場合がある。自らで生産から出荷までおこなうことで、各経営体からの仕入れ量が減少したときでも、出荷の不足分を補えるようになるからである。現在、町内では、4業者が生産事業をおこなっている。産地問屋による生産事業への参入は、生産量が減少する中、今後も増えると考えられる。

次に各経営体が所有する池面積についてみると、1経営体当たりの平均は77aであったものの、200aから37aまで経営体ごとに差がみられた。しかし、各経営体は必ずしも所有する池のすべてを使用しているわけではない。図5-5によると、池の稼働率を100%と回答したのはわずか8経営体であり、全経営体の平均稼働率は64%にとどまっていた。稼働率が低水準で推移していることにも、2010年以降引き続くシラスの不漁による種苗価格の高騰が関係している。すなわち、各経営体では自らの経営規模に適した量の種苗を購入できず、池を十分に稼働させられないのである。したがって、生産実績は当然ながら所有する池面積よりも稼働面積に規定されている。

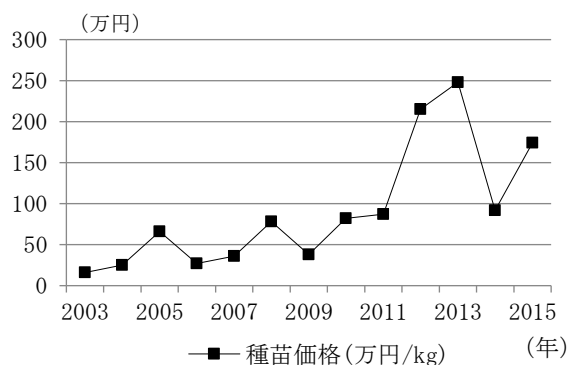


図5-4 2003年以降のシラス価格の変化

水産庁 HP より作成 (<http://www.jfa.maff.go.jp/j/saibai/unagi.html>)

識別 番号	大字	経営 形態	労働力人数 (人)	労働力構成	所有池面積と稼働面積		2013年 生産実績 (t)	モンテ	研究会
					0	100 200a			
1	生田	家族	5	<u>62M</u> , 61F, 55M, 34M, 31M			nd	×	○
2	千間	家族	2	<u>29M</u> , nd			23	○	○
3	生田	家族	3	<u>61M</u> , 58F, 33M			30	○	○
4	生田	家族	2	<u>56M</u> , 53F			0	○	×
5	千間	家族	3	<u>40M</u> , 41F, 67F			25	○	○
6	生田	家族	4	<u>44M</u> , 68M, 67F, 42F			20	○	×
7	生田	企業	nd	nd			60	×	○
8	生田	家族	3	<u>42M</u> , 70M, 38F			40	○	×
9	千間	家族	2	<u>37M</u> , 63F			28	○	○
10	生田	家族	3	<u>76M</u> , 71F, 42M			8	○	○
11	生田	家族	4	<u>64M</u> , 65F, 40M, 34F			nd	×	○
12	千間	家族	3	<u>67M</u> , 43M, ndF			nd	○	×
13	千間	企業	nd	nd			60	×	×
14	千間	企業	nd	nd			nd	×	×
15	生田	家族	3	<u>66M</u> , 62F, 32M			nd	×	○
16	生田	家族	2	<u>83M</u> , 60M			2.5	×	×
17	生田	家族	3	<u>57M</u> , 55F, 29M			1	×	○
18	生田	家族	3	<u>27M</u> , 59M, 58F			20	○	○
19	生田	家族	2	<u>52M</u> , 76F			50	○	○
20	千間	家族	nd	nd			nd	nd	×
21	千間	家族	3	<u>62M</u> , 39M, 36F			nd	○	○
22	千間	家族	3	<u>56M</u> , 52F, 26M			12	○	×
23	小藪	家族	2	<u>58M</u> , 52F			90	×	×
24	小藪	家族	3	<u>57M</u> , 51M, 49M			53	×	×
25	小藪	家族	nd	nd			nd	×	×
26	細川	家族	4	<u>70M</u> , 65F, 41M, 39M			3	nd	×
27	細川	家族	2	<u>73M</u> , 46M			20	×	×
28	小藪	家族	nd	nd			nd	×	×
29	藤江	家族	3	<u>79M</u> , 76F, 53M			17	×	○
30	坂田 新田	家族	3	<u>66M</u> , 57F, 31M			120	×	○
31	坂田 新田	家族	3	<u>75M</u> , 47M, 58F			nd	×	○
32	坂田 新田	家族	2	<u>76M</u> , 38M			23	×	○
33	坂田 新田	家族	2	<u>75M</u> , 50M			nd	×	×
平均			2.8				32		

図5-5 養鰻経営体の経営状況 (2013年)

経営体への聞き取りより作成

注1：労働力人数、労働力構成、2013年生産実績、モンテの欄の「nd」はデータがないことを示す。所有池面積と稼働池面積の「nd」に関しては、稼働池面積の詳細が不明であることを表す。

注2：労働力構成の数字は各労働力の年齢、Mは男性、Fは女性、下線を付した者は経営主である。

注3：抽出式の調査であるため、どの経営体同士が同一モンテを組織しているかは明らかでない。

2) 養殖方式と生産暦

以上のような経営状況のもと、各経営体は、短年養殖と周年養殖という2種類の養殖方式を選択しながら生産をおこなっている。短年養殖とは、種苗の池入れから200日程度で成鰻にまで養成し出荷する方式である。経営主は、給餌量と水温をこまかく調節することによってウナギの生育速度を管理し、成鰻価格が一年のうちで最高となる土用の丑の時期に出荷量が最大になるようにする。一方、周年養殖は種苗を池入れしたのち約1年から2年かけて出荷サイズにまで養成し、年間を通じて出荷する方式である。周年養殖の採用によって各経営体は、流通量が全国的に少なくなり高価格での取引が期待される冬期にも出荷できる。そのうえ出荷の時期を分散させることができるため、年間を通じて安定的に収入が得られる。ただし、漁協関係者によれば、一色町のほとんどの経営体が短年養殖を志向しているという。これは、種苗の池入れから養成、出荷までの作業期間を短くできるうえに、多くの成鰻を年間で最も価格が高くなる土用の丑の時期に集中して出荷でき、高収入につながるからである。

そこで、短年養殖の年間の作業工程を図5-6に示した。11月から1月にかけての種苗の購入から、翌年10月から11月にかけてのハウスの整備にいたるまでが一連の工程である。特に、3月から8月にかけておこなわれる成鰻の養成においては、出荷時期を調整するために、経営主が養成期間を管理しなければならず、経験に基づいた高度な知識と技術が求められる¹⁷⁾。これに対して、5月から9月にかけておこなわれる、成鰻を池から収穫し出荷する作業（以下、これを集出荷作業とよぶ）では、次節で述べるように特別な知識や技術は必要としない。しかし、複数の生産者との協力など労働力を一時的に確保しなければならならず、当町の養鰻業で一般的な小規模な家族経営体では、労働力に関する問題が発生することとなる。

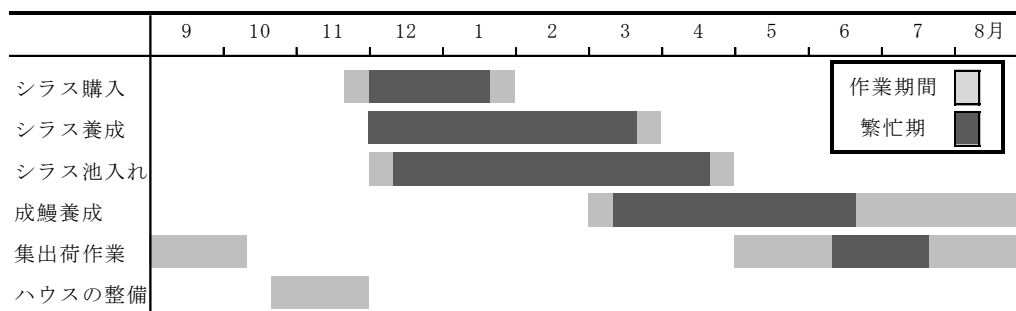


図5-6 短年養殖の生産暦(2010年ごろ)

生産者への聞き取りより作成

注1：繁忙期は作業が集中する時期をさす。

注2：表記法はウナギ年度（前年9月から当該年8月まで）にしたがっている。

3) 集出荷作業の種類とその内容

集出荷作業には、2種類の方法がある。ひとつは、複数の人々が協力して池全体を地曳網で囲いウナギを収穫する方法であり、露地池が使用されていた時代からおこなわれている。この方法では、ウナギが網の目合より細かい場合には網をすり抜ける。そのため、目合の異なる網を使い分けることで、ある程度ウナギを体長ごとに収穫することができる。

しかし、地曳網を使用する方法では、小規模な経営体では多数の労働力を確保することが求められる。これに対して、一色町では2000年ごろから作業の省力化を目的とした新たな方法が現れるようになった。それが、池中のウナギを機械式のポンプで水ごと吸い上げる方法である。この方法の導入によって複数の生産者で池を囲い込む必要がなくなり、家族労働力のみでも作業ができるようになった。収穫後には、各経営体が保有するコンクリートで作られた作業用の池で、ウナギは体長ごとに選別されて出荷される。

ただし、聞取りをした経営体のうち、ポンプによる収穫を実施していたのは3経営体のみであった。残りの30経営体は、その費用負担の大きさを敬遠して、現在でも地曳網による収穫をおこなっていた。ポンプによる収穫では、選別作業用の池が養鰻池とは別に必要となり、それに多額の資金を投下しなければならない。一色町では小規模な家族経営体が大半を占めることもあり、経費がより少ない従来おこなわれてきた地曳網による収穫を好む傾向がみられる¹⁸⁾。

そこで、当町で主流となっている地曳網による収穫の状況を明らかにするために、2013年9月12日に前掲した図5-5の東部地区の経営体No.9がおこなった集出荷作業を観察した。当日の参加者は、経営主とその母親、他経営体の経営主3人、餌料供給業者1人の合計6人であった(図5-7)。作業は午前8時30分から始まった。

はじめに参加者全員が網をもちながら、20m×30mの養鰻池の壁面に沿うように移動し池全体を網で囲う。次に、ウナギが十分に捕獲できたのを確認して、全員が曳網する。捕獲されたウナギは、池の端に設えられた簡素な生簀へと一旦放される。次に、1人が池の外からプラスチック製のカゴ(入口直径40cm、胴部直径70cm、高さ30cm)を池中の者へ渡し、それを受け取った2人が次々とカゴの中へウナギを入れていく。カゴの重量は、このとき1個当たり約40kgにも及ぶ。その後、カゴは出荷作業が始まるまで池中に留め置かれる。

池中での作業が終了すると、カゴは1つつ池から揚げられる。その際、全員で協力してウナギの入ったカゴを氷水にさらす、「しめ」とよばれる作業がおこなわれる。これを経ることで、ウナギが仮死状態となりつかみやすくなるため、出荷後に荷受け側がおこなう体長ごとの選別作業が容易になる。「しめ」を経たカゴは、その後順次トラックへと積み込まれていく。すべての作業は、午前11時に終了した。なお、当日の出荷量はカゴ61個、重量にして約2.4tであった。

以上のように、地曳網を使用する集出荷作業では、労働力の不足が生じるため複数人に

よる協業がなされる。そのため、集出荷作業をおこなうには経営主間での手伝い関係を構築することが求められる。そこで、次章では、当町に存在するこうした関係性の基盤となる2つの組織を取り上げ、その特徴について考察する。



図5-7 集出荷作業の様子

作業者は左から、手前が餌料供給業者、奥が経営主、手伝い関係にある生産者、モンテの生産者2人、経営主の母親となっている。

No.9の養鰻池にて2013年9月12日筆者撮影

4. 手伝い関係の基盤となる組織

1) モンテ

手伝い関係の基盤となる組織として、はじめに「モンテ」がある。これは、無償による労働の貸借という性格を有する経営主の集団を指す。1つのモンテは通常、地縁や血縁に基づいて3、4人で構成される¹⁹⁾。また、各人が複数のモンテに属することはない。それぞれの経営主は、家族労働力のみで作業をおこなうことが困難なときに、同じモンテに属する者に手伝いを依頼する。特に、加温式ハウスのビニールの張り替えや鉄骨の補修、さらに集出荷作業においてはモンテが貴重な労働力となる。なお、手伝いを依頼された場合、必ず作業に参加しなければならず、この組織の拘束力は強いといえる。

聞取りによるとモンテは、露地池が使用されていた1960年代以前には一色町のほぼすべての生産者の間で組織されていたという。これは、露地池1池の面積が20a～30aに及び、集出荷作業に際して現在よりも多くの労働力を必要としたためである。

しかし加温式ハウスが導入された1970年代以降にモンテの消滅が相次ぐこととなる。1池当たりの面積の縮小に伴い、集出荷作業に際して、露地池時代ほどの労働力は必要なくなり、家族や親族のみでも作業することが可能となったからである。さらに、加温式ハウ

スの建造費用や加温のための燃料費など新たな運転資金の負担に耐えられない経営体が、1970年代後半から80年代にかけて相次いで廃業したことも関係しているという。経営主の離業によって、モンテを脱退する者も増加し人員を確保できないモンテは消滅していった。

モンテの組織化は現在、東部地区の経営主が中心となっている。前掲した図5-5によると、いずれも東部地区に所在する13経営体の経営主がモンテを組織している。東部地区の大部分は前述したように、養鰻振興地域に指定されており、町内で最も経営体が集積する地域である。また、地区割りは主として小学校区を単位としていることから、経営主同士が同じ学校の卒業生である場合が多い。例えば、No.5とNo.9の経営主は互いに小・中学校の同窓生であり、仕事の合間にも付近の養鰻池を訪ねて世間話をしたり、経営や養殖技術に関して会話を交わしたりするなど、日常的に交流する機会があるという。さらに、No.8やNo.9の経営主が属するモンテのメンバーは、こうした交流を通じて、自らが所属していたモンテが消滅した後にも、別のモンテに加入できたという。このように経営体が集積する東部地区では、経営主がモンテを組織しやすい環境が整っていたといえる。

2) 一色うなぎ研究会

モンテの消滅がみられるなか、「一色うなぎ研究会」（以下、うなぎ研究会とする）が新たな関係性の形成に貢献している。これは、東部地区の生産者が1968年に設立した私的な団体である。生産者間での交流を通じて、養鰻経営の安定化や養殖技術の向上を促すことを目的として設立された。一色うなぎ漁協の会議室にて開催される毎月の定例会のほか、資源保護のための親ウナギの放流事業、各種イベントにおける一色うなぎのPR活動など活動内容は多岐にわたっている。

漁協の資料によると、うなぎ研究会には2014年の時点で35人の現役の生産者が加入している。そのうち25人が東部地区に、10人が南部地区に池を所有しており、西部地区の者はいなかった。聞き取りにおいても、加入者の存在を確認できた17経営体のうち13経営体が東部地区に、4経営体が南部地区に位置しており、加入者の特徴として地区的な偏在がみられる（前掲図5-5）。この要因のひとつとして、先述した東部地区の生産者間にみられる活発な交流をあげることができる。2013年9月の定例会では、10人の生産者が出席したが、このうちの7人が東部地区の生産者であった。彼らはいずれも同会への加入の理由として、「仲間におすすめられたから」と回答していた²⁰⁾。すなわち、それぞれの生産者は、同会に加入する以前から交流をもっていたわけであり、彼らはそのつながりを通じて加入したのであった。

さらに、うなぎ研究会の加入者の特徴として、若手生産者が多いことが挙げられる。定例会への参加者の年齢を集計したところ、平均は37.7歳であった²¹⁾。この数値は、図5-5にある経営主の平均年齢を約20歳下回るものであり、経営主の跡継ぎにあたる世代が積

極的に参加している状況が読み取れる。このように、うなぎ研究会は若手生産者の交流の場としても機能しているのである。

それでは、モンテとうなぎ研究会を基盤とする関係性は、集出荷作業をめぐる手伝い関係の構築において、どのような役割を果たしてきたのであろうか。次章では、関係性の強固な経営体として No.9 を、関係性の弱い経営体として No.27 を事例に、その実態について検討する。

5. 生産者間関係の変化の実態

1) 関係性を重視する経営体—No.9 の事例—

No.9 は東部地区にある 72a の加温式ハウス型の養鰻池を所有する家族経営体である。現経営主の父親が、高度経済成長期に操業を開始した。現在では、37 歳の経営主と 63 歳の母親の 2 人が経営する。集出荷作業は、家族労働力のみでは実施できないため、モンテとうなぎ研究会を通じて労働力が確保されている。以下では、No.9 を中心とした生産者間の関係性とその変化を、経営主からの聞き取りに基づき考察する。

はじめに、モンテを通じた関係性について検討する。約 30 年前、先代は東部地区に位置する 4 人の経営主とともにモンテを組織していた (図 5-8)。このうち、2 人は廃業を機会にモンテから脱退した。また、1 人は加温式ハウスを造成して以降、家族のみで集出荷作業をおこなえるようになったため、同じくモンテから脱退した。したがって、現在にいたるまでの長期間にわたって関係が継続しているのは、1 人のみということになる。

2014 年現在、No.9 は東部地区の 2 人の生産者 (以下、A と B とする) とともにモンテを組織している。このうち養鰻池の隣接する A は、先述した No.9 の父親の代から長期にわたり継続した関係のある経営主である。他方 B は、2000 年頃、先代との交友関係をもとにして新たに加入してきた経営主である。これは、B が以前所属していたモンテの経営主が全員離業してしまい、集出荷作業時の労働力の確保を迫られたためである。No.9 の経営主は着業時から現在に至るまで、この 2 人と組織するモンテから脱退せず、その関係を維持してきた。当町でモンテの解消が進むなかであっても、経営主が関係性を維持する背景には、以下のような着業時の経験があった。

経営主は、2003 年に前職を辞し、父親の手伝いとして養鰻業をはじめた。当時、種苗は現在のように高価格で取引されておらず、経営も安定していた。収入面でも前職と比べてよかったことから、彼は転職を決意したという。しかし、開始から数か月後に父親が急逝した。当時は、着業してから間がなかったため、経営主は餌料の配合方法や水温の調節、集出荷作業の手順など基礎的な技術を修得できておらず廃業も考えたという。

このような経営危機において、モンテが大きな役割を果たした。すなわち、同じモンテに属していた A と B が上記の養殖技術の全般を指導してくれたのであった。経営主は、生

産に関わるすべてのことをこの時期に学んだと語っており、両者に対して深く恩義を感じているという。それ以後、彼らとの親密な関係は継続しており、たとえばA・Bのいずれかに急用ができたときなどには、彼らの池をめぐり、攪水車が稼働しているか、水が正常に供給されているかなどを確認することがあるという。経営主はモンテの集出荷作業における労働力確保の機能のみならず、こうした相互扶助的な機能も重視しているのである。

しかしながら、No.9は家族とモンテを合わせても4人分の労働力しか確保できず、集出荷作業に際しては、依然として労働力の不足が生じる。そこで経営主は、うなぎ研究会を通じて形成された人的関係も活用している。経営主は、生産者仲間をつくった方がよいという父親の勧めで、2003年の着業と同時にうなぎ研究会へ加入した。これ以降、定例会には毎回出席しており、参加者との関係を10年以上にわたって築いてきた。

現在、経営主は集出荷作業に際しては、自身の池と近接した場所に池を有する5人の経営主にも手伝いを依頼している(図5-8)。5人のうち最年少が30歳で、最年長は49歳である。この手伝い関係は、No.9の経営主(37歳)と比較的年齢に近い若手生産者によって組織されている。

モンテが強制的な労働の提供であったのに対して、うなぎ研究会を通じた手伝いは強制されるものではない。No.9の経営主によると、全員の年齢が比較的近いことも作用して、それぞれの事情によって手伝いの依頼は断れるという。また、手伝いには1回ごとに賃金が支払われる。こうすることによって、ある生産者の手伝う回数が多くなったとしても、不満は出ないという。このように、うなぎ研究会を通じた関係性はモンテとは異なり、強制を伴わないより緩やかなものとなっているのである。No.9の経営主は、強制力を持つが相互扶助的な機能も有するモンテによる関係と、集出荷作業の手伝いに特化した緩やかなつながりであるうなぎ研究会を通じた関係を組み合わせることによって、集出荷作業の労働力を確保しているのである。

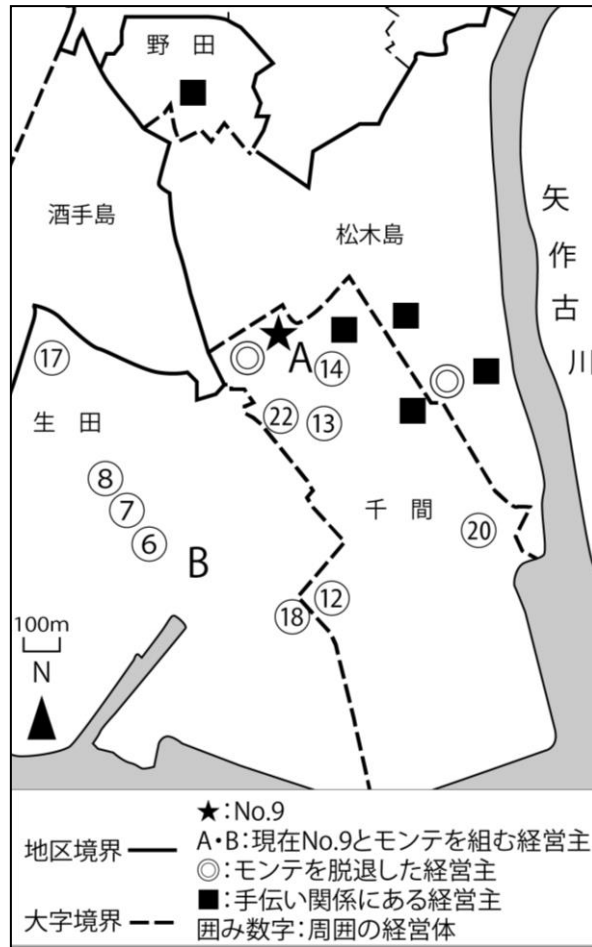


図5-8 No.9 とその手伝い関係にある経営主の池の所在地

No.9 への聞き取りより作成

注1: 丸囲み数字は、表5-2の識別番号と対応する。

注2: 聞き取りをおこなった経営主のみを記載した。

注3: No.9 とかつてモンテの関係にあった5経営体のうち、2経営体のみ位置を確認できた。

注4: 手伝い関係にある生産者1人の池の場所は特定できなかった。

2) 新たな関係性を形成する経営体—No.27の事例—

No.27は、西部地区に60aの池を所有する家族経営体である。現経営主の祖父は、1928年に240aの養鰻池を造成して操業を開始した。現在は着業から3代目にあたり、73歳の経営主と46歳の息子の2人が経営している。No.9とは異なり、No.27は1980年代にモンテを解消した。また、経営主はうなぎ研究会を「東部地区の生産者の会」とであると認識しており、これまで所属したことはない。その一方で、生産者との関係性が乏しいなかで

も、地曳網を使用する集出荷作業が続けられている。以下では、No.9と同様に経営主の養鰻経営に関する経験を振り返り、モンテの解消に至った経緯と現在の労働力の確保について検討し、生産者間の関係性の変容を明らかにする。

経営主は、1955年に中学を卒業し父親の手伝いとして養鰻業を開始した。2で述べた1950年代の2度にわたる台風の来襲によって、複数の露地池が壊れる被害を受けたが、経営主はそれを乗り越え、高度経済成長期にはウナギ需要の伸長を背景に養鰻池を次々と増やしていった。この時期に得た利益を元手に、彼は1976年からは加温式ハウスの造成をはじめた。およそ3年をかけて240aあった露地池のうち100aを転換した。その後も増産を目指して、80年代にかけて加温式ハウス型の池が建造された。図5-8は、1977年から2017年までのNo.27の養鰻池の変化を図示したものである。1977年には18か所の露地池に対して加温式ハウス型の池は17か所であったが、1987年には露地池が9か所、加温式ハウス型の池が27か所となっており、10年間で加温式ハウスへの転換が急速に進んだことがわかる。

こうした積極的な加温式ハウスの造成は、モンテとの関係を変化させた。経営主は、露地池を使用していた1970年代前半までは、養鰻業を営む実弟と近隣の生産者3人を加えた4人とともにモンテを組織し(図5-9)、これに加えて、家族・親族も動員して集出荷作業をおこなっていた。しかし、加温式ハウスが導入され1池当たりの面積が縮小したことにより、家族・親戚のみで作業に当たれるようになった。こうした集出荷作業の省力化によってモンテが不要なものとなり、経営主は脱退するにいたったのである。

しかし、2000年代後半に入ると、種苗価格の高騰によって、それまでの順調な経営は一転する。経営主は種苗の購入量を減らさざるを得ず、生産量を次第に減少させていった。それに応じて養鰻池の数も大きく減らし、1987年に27か所存在した加温式ハウスは、現在では2017年には6か所を残すのみとなっている(図5-9)。跡継ぎであった息子も、こうした経営的な困難を受けて、養鰻業からの転業を決意した。さらに、経営主自身も高齢であるため、2005年ごろから廃業を検討するようになったという。

こうした状況のなか、2014年にNo.27は、餌料の購入を通じて2007年より交流があった産地問屋のN社²²⁾からの委託による生産を提案された。すなわち、経営体の廃業が相次ぐなか、N社でも成鰻の買い取り量を維持することが困難となりつつあった。そこで、種苗費、光熱費、餌料費など生産に関わるすべての費用を負担する代わりに、経営主に生産したウナギの全量を同社へ出荷することを提案したのである。廃業を考えていた経営主はこの提案を受け入れ、2015年より委託生産方式によって経営を維持している。また、問屋との協力関係が構築されたことにより、N社の従業員が集出荷作業やハウスの整備を手伝うようになった。こうして、No.27は家族・親戚や他の生産者の手伝いに頼らなくてもすむようになった。以上のように、No.27は委託生産の受け入れにより、経営費の軽減と労働力不足の解消を同時に達成したのである。

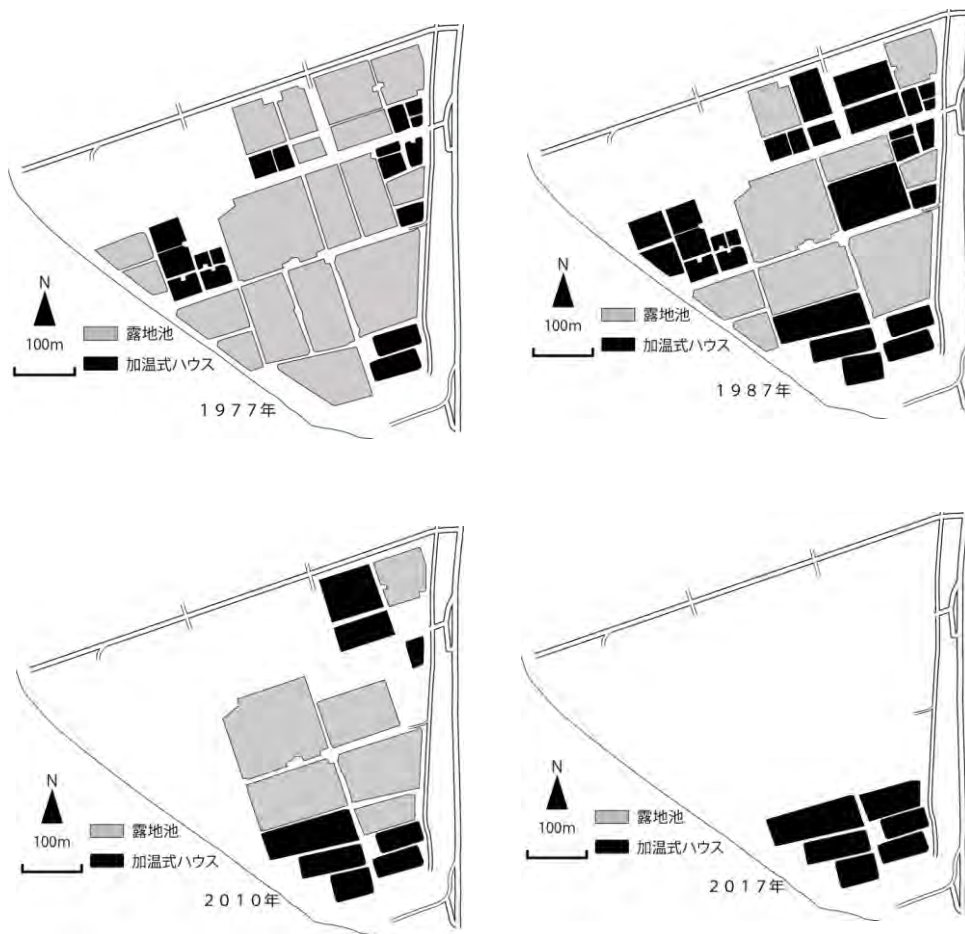


図5-9 No.27が所有する養鰻池の変化

国土地理院航空写真，現地調査より作成

注1：1977年から2010年までは航空写真から作図したため，使用状況は不明である。

注2：2017年は現地調査に基づき作図したため，使用状況が反映されている。

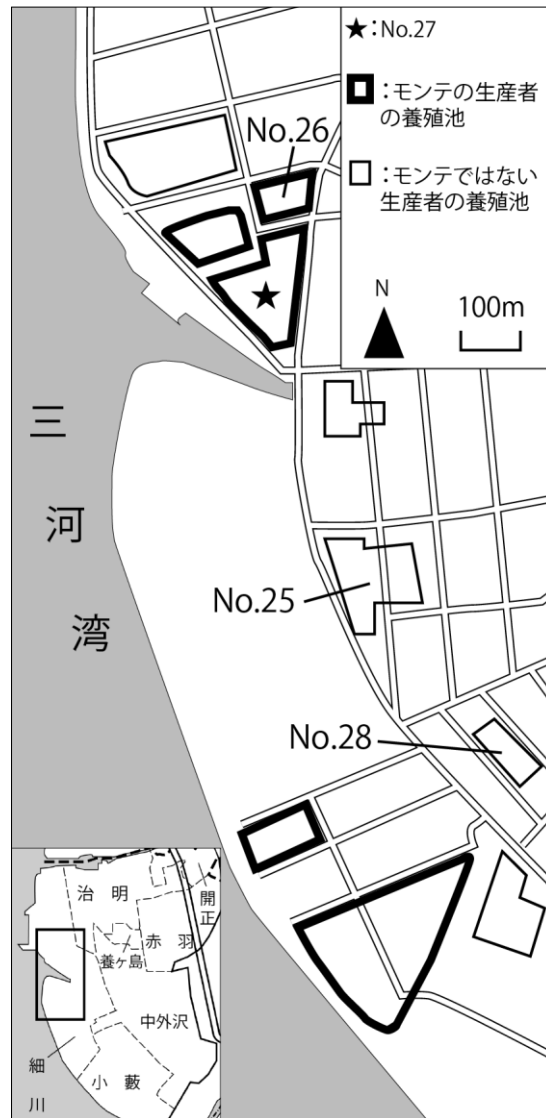


図5-10 No.27のモンテと周辺の経営体の養鰻池（1977年）

国土地理院航空写真，現地調査より作成

注1：養鰻池の範囲のため使用状況は不明。

注2：図中の番号は，第2表の識別番号と対応する。

6. 小括

本章では，西尾市一色町を事例に，養鰻産地の経済的な変化を産地の制度・技術的な変化が流通の起点となる集出荷作業をめぐる生産者間の関係性にどのような影響を与えたのかを考察した。第二次世界大戦後，一色町の養鰻業は漁協の設立，養鰻振興地域の指定，養鰻業に不可欠な三要素の確保，加温式ハウスの導入など，制度面での整備や新規技術の

導入を通じて発展してきた。特に加温式ハウスの導入は大きな変革であり、生産形態の変更を促し、生産量の増大に貢献した。一方で、経営主間の関係性も、この過程において大きく変化した。露地池を使用していた時代には、集出荷作業をめぐる手伝い関係はほとんどの経営体においてモンテを基盤としていたが、加温式ハウスが普及した 1970 年代以降では、経営体ごとにその関係性が多様化した。本章では、モンテを維持している経営体、加温式ハウスの導入による作業の省力化に伴ってモンテを解消した経営体、うなぎ研究会を通じてモンテよりも緩やかな関係性を形成した経営体を見出すことができた。これらに加えて、2000 年以降に種苗価格が高騰した結果、産地問屋との関係を強め、委託による生産を請け負う経営体が出現しているという事実も明らかとなった。生産者間の関係性は一色町の養鰻業を取り巻く社会経済的な状況や個別経営体の経営状況と深く関連しつつ、変化してきたのである。

ただし、個別経営体への具体的な聞取りより得られた関係性の変化についてみると、個人の経験や経営体の加温式ハウスの導入、モンテに対する考え方に基づいて異なっていた。このような多様性についての検討は、2015 年より全国一律の基準で実施されている養鰻業の許可制と種苗の池入れ制限²³⁾、並びに今後の制度設計を議論するうえでも重要である。

本章では 2 つの経営体を事例として、生産者の具体的な関係性の変化について考察した。しかし、生産者間での技術の交流や継承については十分に分析されていない。経営形態や生産の技術が世代間あるいは生産者間で継承されたり、生産者の交流によって普及したりすることが、産地の存続に与える影響は大きいと考える。特に一色町の養鰻業は、その開始から 120 年余りが経過している。現在まで産地が維持されてきた背景を明らかにするためにも、この点は検討しなければならない課題である。

注

1) 養鰻業では、種苗生産から成魚育成までの完全養殖が依然として達成されておらず、種苗には天然のものが使用されている。なお、養殖ウナギの呼称は成長段階に応じて変化する。シラスは 1 尾約 0.2g で種苗として使用されるものをいう。成長するにつれて、養ビリ（約 10g）、養中（約 15g から 40g）となる。100g から 250g になると養太と呼ばれ、これが成鰻として出荷される。養太以上のサイズは「ボク」（250g 以上）と呼ばれ、大きすぎて身が固くなるため、販売価格は下がるという。

2) 漁業地理学では自然条件に注目した研究が、経済的な研究に先立っておこなわれた。例えば、笠井（1967）、新井（1976）、山本ほか（1980）はいずれも養鰻業の成立と河川水や地下水の状況との関係について報告している。

- 3) 種苗価格の高騰を引き起こす種苗採捕量の減少には、高度経済成長期以降に顕著となったウナギの生息環境の悪化が関わっているとされる（海部 2016）。
- 4) 2013 年の国内の養鰻生産量は、『漁業・養殖業生産統計年報』によると 14,204t であった。都道府県別にみると、1 位が鹿児島県 (5,747t)、2 位が愛知県、3 位が宮崎県 (2,840t)、4 位が静岡県 (1,396t) であった。これら 4 県が全国生産量の 90% 以上を占めている。
- 5) この時には、池の構造不良が原因となり、大雨の際に池があふれウナギが逃げ出したり、冬期にウナギが越冬できず大量に死滅したりするなどした結果、失敗に終わっている。
- 6) 1904（明治 37）年には地元の篤志家である徳倉六兵衛と徳倉広吉が 21ha の池を造成し、大規模な養鰻業を開始した（一色町誌編さん委員会編 1970）。
- 7) 西三河養殖漁業協同組合は、1992 年に一色うなぎ漁業協同組合に改称された。
- 8) 一色町誌編さん委員会編（1970）によると、当時の種苗供給先ごとの供給割合は、地元産が 30%、九州と関東がそれぞれ 20%、本州中部、本州西部、四国がそれぞれ 10% であった。すなわち、一色町で使用されていた種苗の 70% を他地域産のものが占めていたのである。ただし、外国産の種苗の使用に関しては記録がなく、1960 年代は依然として国内からの供給に限られていたものとみられる。
- 9) 東海地方では明治期から昭和初期にかけて、餌料として養蚕業の副産物であるサナギが用いられていた。この地方では養蚕業が盛んであり、入手が容易であった（増井 1999）。
- 10) 1968 年には、一色町の全投餌量における鮮魚の割合は約 20% にとどまっており、すでにほとんどの経営体で配合餌料が使用されていたという（一色町誌編さん委員会編 1970）。
- 11) 攪水車が水中の酸素濃度の低下を防ぐことを目的として、1952 年頃から実用化され普及した（増井 2013）。しかし、それでも完全に大量死のリスクを抑えることは困難であった。
- 12) この養殖形態は、出荷していたウナギのサイズから一般に養中生産と呼ばれた。
- 13) 日本の産地が 1980 年代に台湾および中国の産地との市場競争に巻き込まれていった過程については、増井（2013）に詳しい。当時すでに種苗不足に陥っていた日本とは異なる

って、シラスを大量に採捕できた台湾および中国中南部では、日本のウナギ市場に参入することを目論み、国内の養鰻業を拡大し、成鰻を輸出するようになった。これらの地域では、気候が温暖であり、露地池でもウナギを十分に養殖できたため、生産コストを低く抑えることができた。こうした過程を経て、安価な外国産の成鰻が日本に大量に輸入され、国内での成鰻価格が崩壊することとなった。

14) 種苗の不漁は2010年から続いており、2013年度(2012年冬から2013年初春にかけて)の仕入れ値は2004年のおよそ10倍に当たる1kg当たり260~270万円であった(朝日新聞2013年5月13日)。

15) 生産量が過去最高を記録したのは1999年の9,550tであったが、これは1998年に大量の種苗が突発的に採捕された結果生じたものである。したがって、本章では1999年ではなく1990年を生産量のピークとした。

16) 彼女たちの作業内容は、投餌から集出荷作業の手伝い、ハウスのビニールの張り替えまで多岐にわたっている。家族内の女性が、一色町の養鰻業を支える重要な労働力となっている。

17) 生産者は、養成期間を管理するために、ウナギの生育度を常に確認し日々の気象条件に応じて池水の温度、餌料の種類と配合量、給餌量などを調整しなければならない。短年養殖をおこなう場合には、このような個別経営体の技術レベルが大きく関係している。

18) ポンプによる収穫は、ウナギにストレスがかかりやすいという。資本が必要なうえ、このようなマイナスのイメージがあることから、この方法は積極的に採用されていないと考えられる。

19) モンテは、農作業において共同労働を意味する「結」に相当する。生産者は日常会話のなかで「うちのモンテでは・・・」や「〇〇さんのところのモンテ」のように共同労働自体や共同労働をおこなう集団を意味する言葉として使用している。モンテの発祥については、養鰻業が隆盛する以前におこなわれていたノリ養殖業や農業にみられた共同労働の習慣が、養鰻業にも引き継がれたと考えられるが、詳細は不明である。また、モンテという呼称自体は、一般に弟子を意味する「門弟」が転訛したものと考えられる。ただし、生産者間に師弟関係を確認することはできなかった。

20) 残りの3人の加入理由は、「親にすすめられたから」、「情報交換のため」、「話し相手を

つくるため」というものであった。

21) 参加者は全員が男性で、最年少が29歳、最年長が47歳であった。

22) N社は、養鰻業者への餌料販売、養鰻業用・水産用動物の薬剤販売、施設栽培農家向けの肥料および農薬の販売等を事業としている。2012年からは、養鰻生産にも参入した。年間70tの出荷を目指しているという（N社ホームページによる）。

23) 養鰻業の許可制は、2015年6月1日から開始された。現在、許可を得た指定業者以外が養鰻業を営むことはできない。シラスの池入れ量の制限は2015年11月より許可を得た指定業者を対象にして開始された（水産庁HP：<http://www.jfa.maff.go.jp/j/saibai/unagi.html>, 2017年1月26日最終閲覧）。

第6章 流通システムの変容が漁業経営に与える影響

—大阪府岬町における産直出荷の開始を事例に—

1. はじめに

1) 問題の所在と課題の設定

本章では、直接販売によるローカルな水産物出荷（直売）の開始が漁業経営体の経営状況と集出荷作業へ与えた影響について考察する。直売は従来型の卸売市場や輸入・仲卸業者を介した流通とは異なり、漁業者に漁獲された水産物が店舗へ直接出荷され、消費者へ販売されるという特徴がある（副島 2017）。直売は、流通段階ごとにかかる手数料の大幅な削減を促し、漁業経営体の収入増加と経営改善に寄与する試みとして注目されている（馬場 2001）。生産量の慢性的な低迷による経済的な衰退が指摘されている沿岸漁業を研究するに当たって、その打開策となりうる直売に注目し、これに起因する経済的な変化を検討することは今日的な意義があると考えられる。

日本における直売は 1960 年代半ばに都市部の大手スーパーチェーンによって実施されたものを端緒とする。ただし、当時の直売は産地からの水産物の一括仕入れによる中間経費削減と仕入れ価格の抑制を目的としていた。実質的にはスーパーチェーンの資本力を武器とした産地統合という性格が強かった（秋谷 1978: 32-40）。一方、本章で対象とするローカルな規模で行われる直売は、供給量と仕入れ価格が安定している輸入品や冷凍品、養殖品を中心とした量販店による仕入れ体制とは異なる新たな流通・販売形態として 1990 年代より活発化した。背景には、安心・安全な食料を求める消費者の嗜好の変化もあったとされる（副島 2017）。近年、漁業協同組合（以下、漁協）、漁業者、道の駅、小売業者の主導の下、日本各地で取組まれ、消費者に地域で水揚げされた水産物を購入する機会を提供している（林 2007）。

水産物の直売については、日本とアメリカ合衆国において研究蓄積がみられる。日本では、漁業経済学と漁業地理学で、経済的効果と非経済的効果が検討されてきた。経済的な効果としては、直売所の開設による既存出荷先との価格競合の発生と未利用魚の活用による漁獲金額の向上（徳田ほか 2011; 横山 2015: 329）、販売員の新規採用に伴う雇用機会の創出（鳥居 2011）が報告されている。他方、非経済的な効果としては、漁業者と消費者との交流促進（日高 2002）、消費者への水産業に関する学習機会の提供（乾 1996; 林 2007）が挙げられている。

一方、アメリカ合衆国では、直売を事業の特色のひとつとする CSF（Community Supported Fisheries）に関する研究蓄積がある。これは、ファーマーズマーケットを主導してきた CSA（Community Supported Agriculture）を参考にして、2000 年代半ばから北

米各地の漁業者組織によってつくられた経営モデルである (Bolton et al. 2016)。事業の特徴として、①短いサプライチェーン、②トレーサビリティの実施、③ローカルな水産物の利用、④消費者への水産物に関する様々な情報提供、⑤自発的な取り組みの開始が挙げられる (Bolton et al. 2016)。取引は主に漁業者と消費者の間で直接行われ、消費者は前金を支払い予定された水産物を後日受け取る (Brinson et al. 2011)。このように、CSF と日本各地でみられる直売との間には取引形態に共通点が多い。

CSF への参加に伴う漁業者側の利点として、流通経路が仲卸業者を介した出荷と比べて短くなることによる出荷コストの削減と、高鮮度で高付加価値の水産物を販売することによる収入向上が挙げられる (Brinson et al. 2011)。消費者側の利点としては、鮮度の良い水産物を受け取れる点、トレーサビリティが明示され商品の具体的な情報を得られる点などがある (Witter and Stoll 2017)。また、CSF は漁場の囲い込み (Olson 2010) や交換可能な個別漁獲枠の設定 (Mansfield 2004) といった新自由主義的な政策が急速に整備されるアメリカ合衆国の漁業において、こうした動向に対抗する実践としても注目されている。コミュニティが主体となり消費者との協調的な関係性に基づいて流通システムを形成していることが、新自由主義的な政策とは異なる、オルタナティブな取組みとして評価されているのである (Snyder and St. Martin 2015)。このように、日本とアメリカ合衆国では直売に関わる社会経済的な効果と、その評価に関する理論的な考察が行われている。

一方で、Knutson (2017:125) はアメリカ合衆国アラスカ州での取組みを事例に、よりミクロな視点から CSF が漁業経営体に与えた影響について検討している。この中で、Knutson は事業開始による魚価の上昇とそれに伴う収入向上という経営効果以外の点にも言及した。すなわち、消費者への出荷対応のために作業量が増えたこと、輸送するに当たって製氷装置への設備投資が必要となったこと、これまで取引してきた加工業者との関係が変化したことが報告された。最新の研究では個別経営体が直売という新たな流通制度の開始に伴い直面した様々な変化が検討されているのである。

新たな流通システムが地域に導入される過程の検証に当たり、産地全体が受けた影響の考察は地域経済を考える上で重要となる。しかし、産地内の経営体には営む漁業種類、経営形態、保有する労働力などの点で多様性があり、それぞれの属性に応じて被る影響も異なる。ここにおいて、筆者は産地全体が受けた経済的な影響とともに個別経営体の変化も検討する必要があると考える。以上の問題意識より、本章では直売の開始が与えた影響を、個別経営体というミクロな主体に重点を置きながら検討する。

2) 対象地域の概要と本章の構成

本章では、大阪府泉南郡岬町のスーパーマーケットチェーン A 店で行われている直売を対象とする。A 店は大阪市と和歌山市をつなぐ国道 26 号線 (第 2 阪和国道 2017 年 4 月 1 日開通) に隣接した「道の駅みさき」(以下、道の駅) 内に設置されている (図 6-1)。道の

駅には A 店と化粧室の他、飲食スペースが設けられている。駐車場も収容台数 80 台と広く整備されている。A 店は、国道の開通に合わせて観光客の流入を期待した岬町による出店の公募に、交通条件の良さと集客力の高さに目を付けた本社が応募し設置された。現在、多い日で1日当たり 1,000 人以上の来客があるという。なお、A 店の本社は和歌山県田辺市に所在する。和歌山県、大阪府、奈良県に合計 25 店舗（2019 年 6 月時点）を展開し、主に農水産物と加工食品を販売する。

A 店における主力商品は、町内で操業される沿岸漁業で漁獲された水産物である¹⁾。一般に沿岸水産物は日々の生産量の変動が大きく仕入れに際して相当のノウハウ²⁾が求められるため、主力商品化が困難とされてきた（濱田 2011: 101）。これに対して、A 店は他の支店と商品を融通し合い入荷量の不安定性を克服している。

A 店へは、主に町内の 4 つの漁協（淡輪漁協、深日漁協、谷川漁協、小島漁協）に所属し、取引に関する契約を事前に交わした経営体の水産物を出荷する（以下、A 店への出荷を「直売」と呼称する）。本章ではこれらのうち、第 3 章でも扱った深日漁協に所属する経営体を対象とする（図 6-1）。当漁協では、既述の通り 1956 年に開設され漁港内の荷捌き所でのセリによって価格が形成される共販市場³⁾にて活発な取引が行われている。新たな出荷先と既存の出荷先との間で、各経営体による出荷先選択の意思決定が明確化すると考え対象とした。一方、紀淡海峡付近の速い海流を生かした小規模な釣り漁業が卓越する谷川漁協と小島漁協では、個々の漁獲量が少なく出荷量がまとまらない上に、和歌山市内への近接性ゆえに個人出荷も活発なため共販市場が設置されていない。底曳網が盛んで漁獲量も多い淡輪漁協には共販市場が存在するものの、所属する経営体の多くが買受人の少なさに起因する取引価格の不安定さから出荷を忌避する。彼らは大阪市内の卸売市場等へ直接出荷しており、共販市場は十分に機能していない。なお深日漁協の漁獲量は 2000 年代半ばから大きな変化はなく年間 30t 程度で推移している（第 3 章）。

調査は以下の方法で行った。経営体、漁協関係者への聞き取りと漁協に所蔵されている諸資料を分析し、各経営体の経営状況を把握した。加えて、A 店の経営概要と取引方法の特徴を明らかにするために、A 店で販売を担う仕入れ担当者（以下、仕入れ担当者）への聞き取りを行った。また、出荷される水産物の重量・体長の計測、漁業活動、集出荷作業の観察を通じて、各経営体の出荷に関わる意思決定を考察した⁴⁾。なお、当漁協の主要な漁業種類である船曳網で漁獲されるシラスとイカナゴは、大阪府鰯巾着網漁協の入札制度を通じて出荷されており直売されていない。そのため、船曳網の漁獲物の流通は扱わない。

本章の構成は以下の通りである。2 では直売の開始が各経営体の経営状況へ与えた影響を明確化するために、当地区の水産物流通の歴史的变化を概観するとともに、直売の取引の特徴を記述する。3 では、各経営体を出荷先別に分類した後、類型ごとの経営状況を考察する。4 では、集出荷作業の観察調査より得られたデータの分析を通じて、各経営体による作業の実態を明らかにする。さらに、直売の開始が一部経営体の漁獲金額の上昇を促

した要因を考察する。5 では、直売の開始が当地区の漁業経営に与えた影響についてまとめた上で、今後の課題を挙げる。

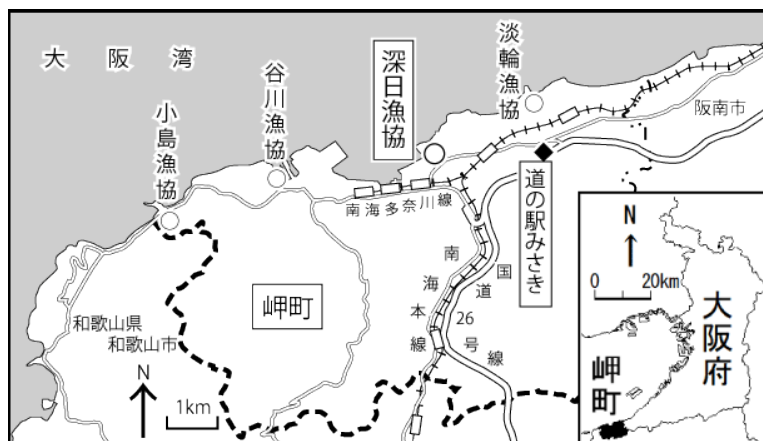


図6-1 深日漁協と道の駅みさきの位置

2. 深日漁協における水産物流通の変遷と直売の特徴

1) 深日漁協における水産物流通の変遷

本節では第3章の重なる部分はあるものの、深日における流通システムの変化を振り返ることで、新たな流通システムである直売と既存の流通システムとの差異を確認したい。

深日漁協は、消費活動が活発な都市近郊に位置しており、豊富な出荷先に恵まれている。さらに、一般的に漁協は手数料収入の確保を目的として、自らが開設主体となる市場へ所属経営体に水産物の出荷を強制するケースが多いが、当漁協はこのような規制をかけていない。そのため、各経営体は自由に出荷先を開拓・選択できる状況にある。1950年代から現在にかけて共販市場、その他の卸売市場、仲卸業者、流通業者、小売業者という5つの出荷先の併存が確認されたのは第3章で述べた。

この中でも、前述した共販市場が主要な出荷先に位置づけられた。ここには、1950年代から1970年代にかけて消費量の多い大阪市内に店舗を構える仲卸業者が買受人として多数参入していた。彼らは「大阪送り」と呼ばれ、漁業者から購買力が高く、高値で水産物を買取る業者と認識されていた。

しかし、1970年代後半に大阪送りの仲卸業者と漁業者との間で魚価の決定方法について仲違いが生じた。これを契機に、大阪送りの仲卸業者の多くが共販市場から撤退するに至った。当漁協の水産物の流通圏が狭域化するとともに、高値を付ける買受人の不在による魚価の低下も引き起こされた。その後、鮮魚店や小売店の廃業による買受人数の減少とバブル崩壊に伴う市場価格の下落によって、共販市場において魚価の低迷が一層深刻化した。これを受けて、出荷先の中心を共販市場以外へと移す、いわゆる外売りをを行う経営体が増加した。2006年には共販市場と外売りの出荷額が逆転した(図6-2)。

その後、2007年と2014年に大阪市内の卸売市場に店舗を構える仲卸業者が2社共販市場へ参入したことで流通状況は大きく変化した。両者はともに大阪市を中心とした都市部を販売圏とし、消費量の多い顧客を有していたため購買力が高かった。また、両者がおおむね同程度の購買力であったため、買受人の間で買い取り価格に競争が生じ共販市場での魚価が高位で安定した。これを受けて、外売りから共販市場へと再び出荷先の中心を切り替える経営体が続出した。2016年には船曳網の漁獲物を除いた出荷額のうち79.4%が共販市場を介して取引されるようになった。一方で、同年、出荷額のうち外売りが占める割合は20.6%にまで減少した。

直売は、こうした状況の中で2017年4月より始まった。その結果、2017年には漁業の出荷額全体に占める外売りの割合が前年から14.6ポイントも上昇し(35.2%)、出荷額も約1,000万円増加した。この数値には直売以外の出荷先のものも含まれるが、聞取りによるとそれらの中で出荷額を大幅に伸ばしたところはないという。A店という新たな出荷先の出現を受けて、複数の経営体が直売を行うようになり、外売り出荷額の増加がもたらされたのである。ただし、図6-2をみると共販市場の出荷額も前年から継続して上昇しており、依然として堅調な取引が維持されている。直売が始まったからといって、各経営体が共販市場からA店へ出荷先を単純に切り替えたわけではないことがわかる。

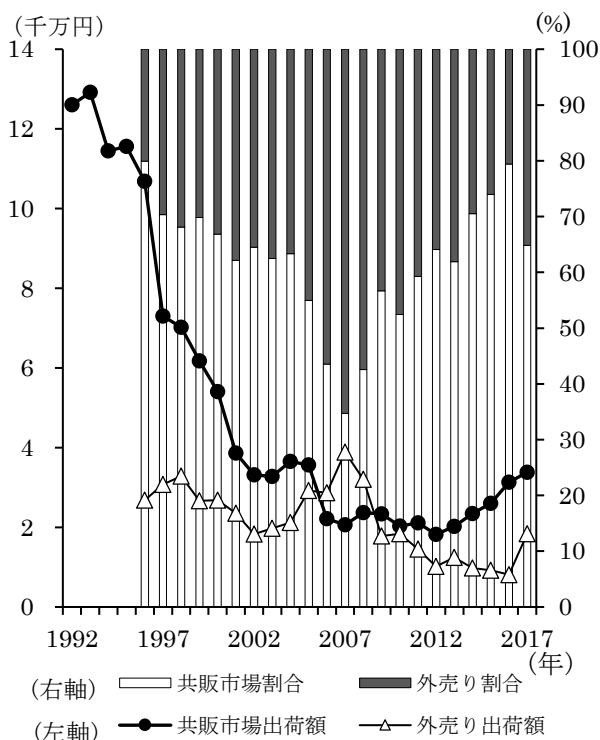


図6-2 深日漁協における水産物出荷額の推移

漁協資料より作成

2) 直売事業の概要と取引の特徴

次に、直売の仕組みについてみていく。A店へは、町内の4漁協⁵⁾に所属する経営体から天候不良の日と休漁日を除いて毎日水産物が出荷される(表6-1)。仕入れ担当者への聞取りによると、店内で扱われる商品の約9割が淡輪漁協と深日漁協から出荷されているという。両漁協の出荷者は底曳網、刺網、定置網といった漁獲量の多い網漁業を営む経営体を中心となっている。一方、他の2漁協では、漁獲量の少ない釣りとかご漁を行う経営体が主に出荷する。営まれている漁業種類の違いによって、漁協間で出荷量に差異が生じている。

取引に関しては以下の4つの特徴がある。第1に、出荷できるのは漁業者に限られており、遊漁者は行えない。仕入れ担当者への聞取りによると、もともと直売は、A店本社が所在する和歌山県において、社会貢献を含んだ事業として漁獲金額の低迷と沿岸漁業の衰退を防ぐために2012年より始まった。そこでは、漁業で生計を立てている人たちの所得向上が目的のひとつに定められた。そして、地元の経営体から出荷協力を得られた結果、事業は店舗側の営業面でも、各経営体の所得面でも成功を取めたという。これを受けて、大阪府でも同様の取組みが計画されたのである。このように、直売は各経営体からの出荷協力を得られない限り成立しない。そこでA店でも漁業者と個別に取引関係を構築する必要があった。出店が決定した2016年の秋以降、仕入れ担当者が各漁協を訪問して取引の概要を説明し契約者を募った。最終的に、A店は合計35経営体と契約を交すに至った(表6-1)。

第2に、水産物の販売は店舗側による完全委託販売となっている。A店は、基本的に各経営体から出荷された水産物を全量荷受けする。その後、パック詰め、パックへのラベル貼り⁶⁾、店頭への商品の陳列など販売に関わる全作業を担う。また、入荷量が多い水産物を他店舗へ配送したり、売れ残り商品を切り身や揚げ物、焼き物へ加工し店頭で販売したりして商品の廃棄率を下げている⁷⁾。このように店舗側の作業量が多大なため、各経営体が店舗に支払う販売手数料は高めに設定されている。共販市場では手数料が売上金額の5%に設定されているが、直売では30%に設定されており、販売金額から差し引かれる⁸⁾。しかし、この点を除けば、各経営体は出荷に際して再利用可能な発泡スチロール箱のみを用意すればよく、設備投資はほとんど必要ない。顧客との個人的な関係性の形成、販売ノウハウの習得も必要ない。各経営体の直売への参入に当たる経済・経営的な障壁は低いといえる。

第3に、店頭での販売価格は店舗側が和歌山県や大阪府の卸売市場での市場価格を基に魚種ごとに設定する。そのため、各経営体は水産物の売り値を出荷当日に知ることができない。後日、出荷物の中で売れた商品の一覧と販売価格の情報をメールで受け取り、各経営体ははじめて売値と売上額を把握する。店舗側主導の価格設定は、既往研究で報告されたものとは異なる。例えば、漁業者組織が運営する直売を考察した徳田ほか(2011)と田

中（2013）は、販売価格が漁業者によって設定されることを報告した。対して、本事例では株式会社組織のA店本社が開設・運営主体である。販売を担う主体の違いによって、取引方法や価格設定の仕組みにも差異が生じるといえよう。

第4に、A店は各経営体から活魚の出荷を受け付けない。これは店舗内に活魚水槽が設置されておらず、水産物をストックできないからである。たとえ活魚のまま水産物が出荷されても従業員がすぐに食べてしまう。この点、活魚での出荷⁹⁾が基本の共販市場とは異なる。

それでは、以上の特徴をもつ直売が開始されて以降、各経営体の経営状況はどのように変化したのであろうか。次節以下では各経営体の経営状況の比較と、集出荷作業の分析を行い考察する。

表6-1 A店に出荷する4漁協の概要(2017年)

漁協名	淡輪	深日	谷川	小島
漁協の経営体数* (2013年)	32	21**	39	17
A店に出荷する 経営体数	10	5	5	15
A店全体に 占める出荷割合	60%	30%	5%	5%
直売を行う 経営体が 営む漁業種類	底曳網 定置網 刺網 潜水器 タコカゴ	底曳網 タコカゴ 刺網	釣り	釣り タコカゴ

聞き取りと漁業センサスより作成

*漁協の経営体数については漁業センサス(2013年)の数値である。

**深日漁協に関しては、現地調査より漁業センサスの経営体数と実際の経営体数に差があることが判明している。

類型	No.	労働力 ¹⁾ 年齢(歳)					漁業 種類 ²⁾ (2016)	出荷先別漁獲金額 ³⁾ の割合(%)			漁獲金額 の比 (2017/ 2016) ア	操業日数 の比 (2017/ 2016) イ	ア/イ
		30-39	40-49	50-59	60-69	70-		0	50	100			
								0 _____ 100					
直売 ³⁾	1			○			ABCDE		3.93	1.59	2.47		
	2		○				BG		3.05	1.28	2.38		
	3		○		○		B		2.35	1.06	2.21		
	4	○			○		BCDE		1.27	0.89	1.42		
	5		○				ABCF		1.06	no data	-		
外売 ³⁾	6			○			BCF		0.80	no data	-		
共販 市場 + 外売 ³⁾	7		○				CF		5.96	no data	-		
	8		□			○	CDE		1.10	0.94	1.17		
	9			○			CDE		1.09	0.93	1.17		
共販 市場	10				○		BG		2.84	2.67	1.06		
	11			○		○	B		1.08	1.07	1.01		
	12 ⁵⁾					□	CDE		0.97	0.97	1.00		
	13		○				BG		0.64	0.41	1.56		
	14					○	BFG		0.22	0.27	0.84		
	15				○		BG		0.05	0.16	0.31		
凡 例	□ : 女性, ○ : 男性 A: 船曳網, B: 底曳網, C: 刺網, D: タコツボ・カゴ, E: イカカゴ, F: 潜水器, G: 船曳網乗り子						2016年(上) :	2017年(下) :	共販市場 外売 ³⁾				

図6-3 深日漁協における経営体の経営状況 (2016年, 2017年)

漁協資料並びに聞き取りより作成

注1: 労働力構成について、年齢は2017年の調査時のものである。

注2: 漁業種類について、主とする漁業種類には下線を付した。

注3: 「直売」型の外売³⁾にはA店への出荷が含まれるが、「外売³⁾」型の外売³⁾には含まれない。

注4: 漁獲金額は個人情報の秘匿のため、実数で示すことを控えた。

注5: No. 12は2016年に外売³⁾を行っているが、2017年の出荷行動によって経営体を類型化したため「共販市場」型に分類した。

注6: 操業日数は、共販市場へ出荷した日数をもとに算出した。したがって、2016年か2017年どちらか一方で一度も共販市場へ出荷しなかった経営体についてはこの数値はno data(データなし)となっている。

3. 直売の開始に伴う漁業経営への影響

1) 出荷先別にみた経営状況の特徴

直売が始まった年（2017年）と前年（2016年）の2年間に漁獲が確認された15経営体を対象に経営状況に関する聞き取りを行った。その結果、各経営体を2017年の出荷先別に4つに類型化した（図6-3）。直売を行う「直売」型（5経営体）、外売りのみを行う「外売り」型（1経営体）、共販市場を出荷先の中心に据えつつもわずかにA店以外への外売りをを行う「共販市場+外売り」型（3経営体）、外売りを一切行わず共販市場のみに出荷する「共販市場」型（6経営体）である。以下、類型ごとの状況を比較して、それぞれの特徴を考察する。なお、「直売」型に属する経営体の外売り出荷額にはA店以外への出荷額も含まれているが、聞き取りによるとその金額はわずかであるという。そのため、「直売」型における2016年から2017年にかけての漁獲金額の変動は直売の開始に伴うものと推定して論を進める。

はじめに各経営体の労働力の構成をみると、「直売」型には5経営体で合計8人の労働力が存在した。そのうち4人は30～49歳の比較的若い年齢層に属していた。この年齢層の労働力は「共販市場+外売り」型で4人中2人、「共販市場」型で9人中1人しかいない。特に、「共販市場」型には71歳以上の労働力が4人も含まれていた。共販市場を出荷先の中心に据える経営体と比較すると、直売を行う経営体は若い労働力を保有する傾向がある。

次に、操業する漁業種類をみると3つの特徴が挙げられる。第1に、「直売」型の全経営体が底曳網を営んでいた。特に、No.2、No.3、No.4は底曳網を主とする漁業種類に定めていた。一方、他の3類型で底曳網を主に営むのはNo.6とNo.11のみであった。

第2に、全類型を通して船曳網の乗り子を営む経営体が5経営体存在した¹⁰⁾。このうちNo.10、No.13、No.14、No.15は主に乗り子に従事し、船曳網の禁漁・休漁期間と休漁日に限り自営の漁業を営んでいた。しかも、そのすべてが「共販市場」型に含まれた。漁業収入に占める自営の漁業の割合が低い経営体にとって共販市場が重要な出荷先となることがわかる。自営の漁業での出漁日数が少ない経営体は、積極的に出荷先を開拓して外売りするよりも、魚価が堅調に推移している上に出荷にかかる労力も少ない共販市場を選択する傾向がある。自営の漁業にどのくらい重点を置いて操業するかで、出荷先の選択に差異が現れるといえる。

第3に、「直売」型以外の3類型に刺網を主としてつつタコツボ・カゴ、イカカゴを営む経営体が多い。これらは地先海域を操業域とする小規模な漁業種類である¹¹⁾。その漁獲物は底曳網と比べて活魚の割合が高い上に、魚体に傷が少ない質の高い水産物として買受人に認知されている。ゆえに、夏期を除いて底曳網の漁獲物よりも高価格で取引される¹²⁾。小規模な漁業種類を営む経営体は、水産物の質に関わらず魚種ごとに取引価格が決定される

A店へ出荷するよりも、買受人たちの目利きによって1匹ずつ取引金額が決まる共販市場へと出荷した方が経営的に有利になる。各経営体は操業する漁業種類の特性に適した出荷先を選択しているのである。

以上のように、直売を行う経営体は底曳網を漁業種類の主幹に据え、A店までの輸送と水産物の選別・処理に耐えうる若年層の労働力を保有するという特徴がみられた。一方で、共販市場を主な出荷先とする経営体は、自営の漁業を副業的に営む経営体、あるいは小規模な漁業種類を営む経営体で主に構成されていた。

2) 漁獲金額に与えた経済的影響

次に、直売の開始が漁獲金額にどの程度影響を及ぼしたのかを、各経営体の2016年から2017年にかけての漁獲金額の変化より検討する。「直売」型の経営体に注目すると、以前から外売りしか行っていないNo.5を除いて¹³⁾、2016年から2017年にかけての漁獲金額に占める外売りの割合が大きく上昇した(前掲図6-3)。具体的には、No.1は17%から57%に、No.2は0%から43%に、No.3は0%から51%に、No.4は1%から28%に増加した。聞取りによると、増加分のほとんどが直売によってもたらされたという。漁獲金額の上昇率をみると、最も大きいNo.1(前年比393%上昇)から最も小さいNo.5(同106%上昇)まで差があるものの、平均して233%上昇した。それでも、No.5を除く4つの経営体は依然として漁獲金額の半分程度を共販市場への出荷によって得ている点には注意する必要がある。

一方、「直売」型以外の3類型に含まれるいずれの経営体も2016年から2017年にかけて外売りの割合にはほとんど変化がない。漁獲金額の上昇率については、2016年に操業実績がなかったNo.6¹⁴⁾と2017年の操業実績が少ないNo.14、No.15を除くと、No.10が284%と前年と比べて数値を大きく上昇させた。

ただし、漁獲金額の増加は前年より操業日数を増やすことでも達成できる。そこで、漁獲金額の上昇率に対する操業日数の増加率の影響を確かめるために、前者を後者で除した値を算出した。これによると、「直売」型以外の3類型に含まれる経営体では、1.56(No.13)から0.31(No.15)まで差があるものの平均値は1.01で、操業日数の増加率と漁獲金額の上昇率が同程度となっている。No.10の値も1.06であり、漁獲金額の大幅な上昇が出漁日数の増加によってもたらされていた。これに対して、「直売」型ではそれぞれ1.00以上の数値(平均2.12)が示され、操業日数の増加以上に漁獲金額が上昇したことがわかる。直売を始めた経営体は、2017年も前年と同様の出荷先を選ぶ経営体と比較して、投入した努力量以上に漁獲金額を増加させていた。

それでは、直売を行う経営体の漁獲金額の向上はどのようにして達成されたのだろうか。また、収入向上が見込まれるにも関わらず、なぜ直売を行わない経営体が存在するのだろうか。CSFに関する研究で出荷システムの変更に伴い注目すべきとされた、作業面の変化

に焦点を当てその要因を明らかにしたい。

4. 直売の開始に伴う集出荷作業への影響

1) 作業時間への影響

はじめに、集出荷作業時間の変化を考察するために、共販市場への出荷と直売に要した作業時間を計測し両者を比較した。調査手法として漁港と荷捌き所で定点観測を実施し、各経営体が帰港してから水揚げ作業を終了するまでの時間を計測した。なお定点観測のため、直売の作業時間にA店までの輸送時間は含まれない。計測は2017年11月から12月にかけてと、2018年6月に合計18日間行った。期間中、共販市場への出荷42回、直売18回の合計60回の作業を観察した(図6-4)。

作業時間はその日の漁獲量や各経営体の作業要領の良し悪しにも左右される。そのため、共販市場への出荷に要した時間は最短5分、最長42分、直売に要した時間は最短19分、最長65分と数値のばらつきが大きかった。しかし、平均は前者で16.5分、後方で40.3分であった。直売の作業時間に輸送時間が含まれていない点を踏まえると、直売の方が共販市場への出荷よりも長時間を要することは明白である。

作業時間に差異が生じた背景には、直売を行うに当たって水産物の処理を要することがある。2で述べたように、A店には活魚水槽が設置されておらず活魚の出荷を受け付けていない。そのため、直売を行う経営体は水産物に活氷・氷を施さなければならない。加えて、店舗従業員の怪我を防ぐためアイゴ、オコゼのような棘のある魚種を箱詰めする際、これを除去する必要もある。他方で、活魚水槽が設置されている共販市場へは、水産物の大部分が活魚として出荷される。セリでは価格形成において活魚であることや、魚体に傷がないことが重視されるため、以上の処理はほとんど行われない。漁獲物は、水揚げ直後カゴに入れられ、セリが始まるまで水槽内に沈められる(第3章)。このように、直売には水産物の処理から箱詰め、A店への輸送に至るまで長時間に及ぶ作業が共販市場への出荷と異なり要求されるのである。

一人操業の経営体や高齢者を有する経営体が直売を敬遠する理由として、作業量の多さと水産物の処理の煩雑さを挙げていた。実際、前掲図6-3によると直売を行っているのは15経営体のうち比較的若年層の労働力を保有する5経営体に限られていた。直売が当地区の経営体に浸透することの難しさが示されたといえる。

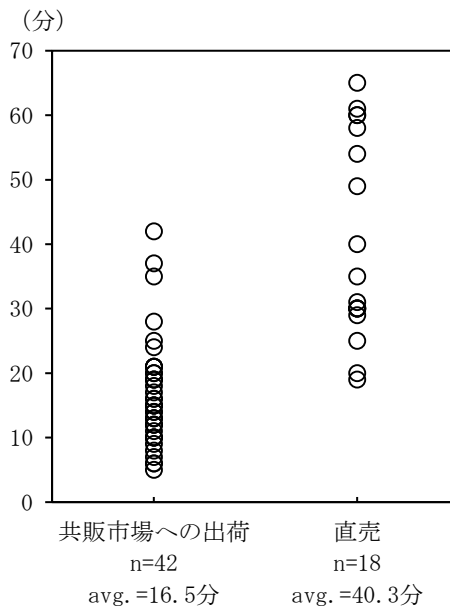


図 6-4 共販市場への出荷と直売に要された集出荷作業時間

計測は 2017 年 11 月～12 月にかけてと、2018 年 6 月に合計 18 日間行った。

現地調査より作成

2) 出荷先ごとの水産物の傾向

本節では、出荷先ごとの水産物の傾向についてみる。はじめに、両者へ出荷される水産物の重量と体長の差異に焦点を当てる。当地区の代表的な水産物であるマダコとカサゴを取り上げて検証する。

図 6-5-a は共販市場と A 店に出荷されたマダコの重量を比較した結果である。共販市場へは平均 1,070g (n=46) のものが、A 店へは平均 140g (n=22) のごく小さいもののみが出荷されていた¹⁵⁾。他方、カサゴを体長計測した結果(図 6-5-b)、共販市場へは平均 22.2cm (n=27) のものが、A 店へは 18.6cm (n=30) のものが出荷されていた¹⁶⁾。いずれも A 店へは共販市場と比べて小型のものが出荷される傾向があった。

次に、出荷される魚種の違いから、各経営体による出荷先ごとの魚種の振り分けを考察する。筆者は 2017 年 12 月 4 日から 12 月 10 日にかけての 1 週間に両出荷先へ出荷された魚種を記録した(表 6-2)。なお、共販市場の魚種については、直売を行わない経営体の漁獲物も含まれる。

期間中、共販市場へのみ出荷されたものが 22 種類、A 店へのみ出荷されたものが 16 種類であった。一方、双方へ出荷されたものは 7 種類にすぎず、A 店と共販市場の間で出荷される魚種に明確な差異がみられた。聞き取りによると、共販市場では例えばアカニシ貝、イトヒキアジ、シリヤケイカといった市場価値の低い魚種はセリ落とす買受人がいない

め、海上でほとんどが投棄されてきたという。反対に、2で示したように、A店は各経営体からの出荷物を全量荷受けする。そして、売れた商品の販売金額のみが販売手数料を引いた上で各経営体に後日支払われる。直売を行う経営体はこうした取引の特徴を利用して、A店には共販市場に出荷できない魚種を中心に、売れるかどうか不明であっても追加の収益を期待して出荷しているのである。

ただし、魚種によってはA店での平均単価の方が高いものもある。表6-3に共販市場とA店双方に出荷された魚種の1kg当たりの単価を示した。シログチやアカカマスのような共販市場にて低価格で取引される魚種が、A店で高値が付く傾向がみられた。各経営体は、出荷先ごとの魚種の取引価格の違いも判断材料にして出荷の意思決定を行っている。

最後に、出荷先ごとの魚種と数量、形態の違いについて検討する。そこで、筆者は2018年6月15日と6月17日にNo.3(前掲図6-3)の底曳網漁船にて乗船調査を実施した。結果をまとめた表6-4をみると、活魚で漁獲された水産物の大部分が共販市場へ出荷された。A店へは当地区でアガリモノと呼ばれる操業中に死魚となった水産物が主に出荷されていた。

ただし、詳しくみるとNo.3は水産物の形態のみを指標として魚種の出荷先を決定しているわけではない。例えば、アガリモノでもマナガツオは共販市場に出荷された。これは、マナガツオが関西地方で需要の高い水産物であり、市場価格が高いことに起因する。また、アガリモノであっても漁獲量が多い場合には共販市場に出荷される。ジンドウイカはその代表的な魚種で、プラスチック製のトロ箱(縦35cm、横54cm、高さ9cm)に敷き詰められる程度の漁獲量があれば共販市場へ出荷される¹⁷⁾。活魚と比較して一般に低価格で取引されるアガリモノであっても、市場価値が高いものに限り共販市場へ出荷される。

反対に活魚であっても、直売されるものがある。No.3は6月15日にマダコ14匹を活魚で漁獲した。しかし、平均重量117gといずれも小さかったため船上で氷を施してA店へ出荷した。反対に、6月17日に漁獲した4匹のマダコは平均重量975gと大きかったため、すべて共販市場へ出荷した。マナガツオとタコの事例より、活魚は共販市場に出荷し、アガリモノは直売するという単純な区別がされていないことが乗船調査より明らかとなった。

この他、トビエビ、コマエビと呼ばれる小型のサルエビ類¹⁸⁾の出荷についても特徴がみられた。6月15日には両種類を選別せずに全量をA店へ出荷したのに対して、6月17日には船上で選別した上でトビエビを共販市場へ、コマエビをA店へ出荷した。これには、操業時の労働力の人数が関係した。通常、No.3は経営主と息子の2人で操業しているが、6月15日は息子に所用があり1人操業を余儀なくされた。船上で1人が負担する作業量が多くなり、およそ10kg漁獲されたサルエビ類を選別できず、袋に入れたまま氷を施しA店へ出荷した。他方、2人で操業した6月17日には船上での1人当たりの作業負担量が減り、時間的な余裕ができたためこれらを選別できた。そして、高価格で取引される

トビエビを共販市場へ、それよりも低価格のコマエビをA店へ出荷したのであった。

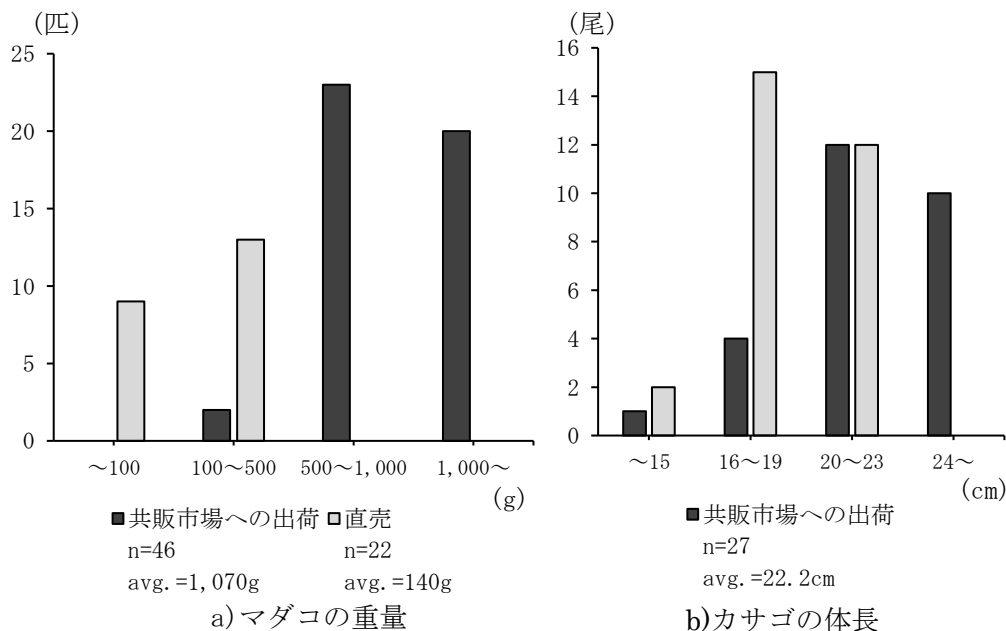


図6-5 共販市場とA店に出荷されたa)マダコの重量とb)カサゴの体長

計測は2017年12月5日~10日, 2018年6月15日~17日に行った。

現地調査より作成

表6-2 共販市場とA店に出荷された魚種

共販市場のみに出荷された魚種				両方に出荷された魚種		A店のみに出荷された魚種		
アオリイカ	アナゴ	イシダイ	ウマズラハギ	アカシタピラメ	カサゴ	アイゴ	アイナメ	アカエソ
オコゼ	ガザミ	キジハタ	キチヌ	カワハギ	コウイカ	アカカマス	アカニシ	イトヒキアジ
クマエビ	コブダイ	サワラ	スズキ	ジンドウイカ	ホシザメ	イボダイ	キュウセン	シャコ
タチウオ	ハモ	ブリ	ホウボウ	マダコ		シリヤケイカ	シロギス	シログチ
マイカ	マサバ	マダイ	マナガツオ			シロサバフグ	トラギス	ヒラメ
メジナ	メバル					マアジ		

観察は2017年12月5日~10日に行った。

現地調査より作成

表6-3 共販市場とA店における魚種別の単価

	共販市場 ^{*,**}	A店 ^{*,***}
マダコ	2,000	1,620
サルエビ	3,000	1,067
メイタガレイ	2,000	3,239
アカシタビラメ	1,200	2,136
シログチ	500	740
アカカマス	600	1,614

現地調査より作成

*データ収集は2017年12月5日～10日、2018年6月15日～17日に行った。同一魚種については同じ時期のデータを比較している。

**共販市場の単価については、毎年のおおよその水産物の単価が記された漁協が保有する一覧表の値を示した。

***A店の価格については、筆者が商品を購入し重量を計測した上で、1kg当たりの単価(円)を算出した。

表6-4 No.3の出荷先別の魚種の差異

水産物の形態	2018年6月15日		2018年6月17日			
	共販市場	A店	共販市場	A店		
活魚*	ヒラメ	1	マダコ	14	トビエビ 4kg	
	マダイ	1			マダイ 4	
	ハモ	93			ハモ 83	
	スズキ	1			マダコ 4	
	ガザミ	4			なし	
	クルマエビ	2				
アガリモノ*	マナガツオ	3	マアジ	7	アカシタビラメ	1
			メイタガレイ	1	コマエビ	2kg
			アカシタビラメ	10	マアジ	20
			シログチ	2	アカエイ	2
			シロギス	1	マダイ	2
			トビエビ・コマエビ	10kg	シログチ	1
			ヒイカ	10	ジンドウイカ	13
					マダコ	1
				カマス	1	
				アナゴ	3	

乗船調査より作成

*単位がついていない数値は尾数をさす。

3) 収益向上を促した要因

集出荷作業の観察により、各経営体は魚種、個体の大きさ、取引価格の高低、水産物の形態を主な指標として出荷先ごとに水産物を振り分けていたことがわかった。全体的な傾向として、共販市場へは直売が始まる以前と同様に活魚を中心とした高品質・高価格の水産物が出荷されていた。A店へはこの基準に満たない水産物が出荷されていた¹⁹⁾。このように、共販市場とA店との間で、出荷される水産物の特性が大きく異なるため、現状、両出荷先の間で水産物の集荷をめぐる競争は生じていない。これは、直売の開始以降も共販市場の出荷額が減少せず、活発な取引が継続している状況からも明らかである（前掲図6-2）。

No.3の経営主によると、水産物ごとの出荷先の振り分けは、A店開設前に行われた説明会で仕入れ担当者から「入荷量が必要なので、どのような水産物でも良いから出荷してほしい」と言われ、行われるようになったという。この店舗側からの要請によって、各経営体は「これまで棄てていたような魚を出荷できるようになった」（No.3経営主の証言）。直売の開始は、未利用資源に位置づけられてきた一部の水産物を利用可能な資源へと転換した。これによって、各経営体は共販市場へのお荷基準に満たない水産物も販売できるようになった。各経営体は、A店の販売手数料が共販市場より高めに設定されていても漁獲金額の増加を見込み、直売に参入したのであった。

しかし、以上のような取引の特徴によって、営む漁業種類に応じて直売が経営的に有利になる経営体と有利にならない経営体が生じることとなった。すなわち、現状では底曳網を営む経営体に直売は有利に働いている。底曳網は網で海底を引きながら底魚を中心に様々な水産物を漁獲するが、その際、活魚とともに未成長の個体や死魚も多く漁獲される。彼らは、こうした従来「くず魚」とされ海上で投棄されていた水産物を直売することで追加の収益を得るようになった。一方、刺網とツボ・カゴ漁では仕掛ける場所、さらには網の目の大きさなどで、ある程度漁獲する魚種と魚体の大きさを限定できる。漁獲物に占める活魚の割合も高く、高品質の水産物の漁獲に特化した漁業種類といえる。それゆえ、直売を行う経済的利点はなく、調査を行った時点では小規模な漁業を営む経営体のほとんどが直売を行っていなかった（前掲図6-3）。

5. 小括

本章では、大阪府岬町に所在するA店における直売の開始が、同町深日地区の漁業経営体へ与えた経済的な影響を、それぞれの経営状況と集出荷作業に焦点を当て検討した。出漁日数当たりの漁獲金額に注目すると、従来通り共販市場に漁獲物の大半を出荷する経営体ではほとんど変化がなかった一方で、直売を始めた経営体の収益は大幅に上昇した。集出荷作業の時間については、直売の方が共販市場へ出荷するよりも長時間に及んでいた。

また、共販市場と A 店の間で出荷される水産物の特性が異なる点も明らかとなった。

各経営体は、直売の開始に伴うこのような変化とともに、保有する労働力の人数、営む漁業種類、漁獲できる水産物の傾向といった自らの経営状況などを考慮して、直売が有利に働くかどうかを見極めていた。本事例からは、各経営体が直売について冷静に判断し、主体的に対応する状況がみられた。新たな流通制度が地域に導入される過程を考察するに当たっては、地域全体の経済状況がどのように変化したのかを分析するとともに、個別経営体の経営状況、生産活動から集出荷作業に至る諸活動にも焦点を当て、彼らの主体的な対応も解明していくことが重要になると筆者は考える。

最後に、今後の課題を 2 点挙げる。第 1 に、集出荷作業の季節的变化と通時的变化についてである。本章で提示したデータは主に 2017 年 12 月と 2018 年 6 月に行った短期間の調査に基づく。しかし、漁獲される魚種やその体長・重量、市場価格は季節によって変動する。各経営体はその季節的な変化に合わせて、出荷先ごとの漁獲物の振り分けも変えるだろう。他方、通時的に直売を捉えると、今後、共販市場での魚価が低下したり、反対に A 店での取引価格が上昇したりすると、直売へ出荷する水産物の量を増やす経営体、あるいは直売を新たに始める経営体も現れると推測される。さらに、通常、共販市場で扱われないような未成長魚も A 店には出荷できるため、これらが海上で逃がされずに出荷されてしまう。長期的にはローカルな資源の状況も影響を受け、それに応じて漁業活動も変化する可能性がある。以上のような漁業活動の季節的・通時的变化は検討できなかった。

第 2 に、直売が与えた影響の地区間の差異についてである。先述したように、深日地区以外の岬町内の 3 地区も A 店と取引しているが、これらには共販市場がない、あるいは存在しても十分に機能していない。深日地区と対照的な状況にある 3 つの地区では、直売の開始が流通に与えた影響は大きいものと予想できるが、今回は十分なデータが得られなかった。以上の 2 点は、同町での継続的な調査を通じて今後解明していきたい。

注

1) 通常、スーパーでの売上に占める水産物販売の割合は 12%程度とされるが(副島 2017: 57)、聞き取りによると A 店ではその数値が 25~30%であるという。

2) ここでのノウハウとは、生産量の変動が激しい沿岸漁獲物の生産動向に加え、消費需要に関する情報も適切に認知し、それらを踏まえた上で計画的に仕入れを行う能力をさす。

3) 共販市場での取引は漁協の共販事業として行われている。開設主体は漁協で、出荷者から徴収する販売手数料が漁協の重要な収入源となる。地元産地市場として機能しており、原則組合員以外の出荷は認められない。

- 4) フィールドにおいてファストハンドでデータを収集する調査手法は、漁業地理学と漁業に関する生態人類学的研究において定着している (e.g. 田和 2013; 前田 2019; Malindine2017)。
- 5) 仕入れ担当者への聞き取りによると、水産物の消費需要が高いため欠品の可能性も高いという。その際、他店舗からも水産物を荷受けする。したがって、店舗内に陳列されているすべての水産物が町内で水揚げされているわけではない。
- 6) A店 は水産物のブランド化をはかるために、値札とは別に漁船名とイラストが描かれたラベルを商品に添付している。こうすることで、消費者の商品への印象が良くなり売上が増加した。また、商品の販売個数の管理も容易になったという。ラベルは1枚2円で、使用枚数に応じて各経営体の売上金額から差し引かれる。
- 7) このような企業努力により、A店の水産物の廃棄率は10%以下に抑えられている。
- 8) この他に販売手数料として漁協に売上金額の3%を納入しなければならない。
- 9) 大阪を一大消費地とした活魚の出荷は長い歴史をもつ (酒井 2008: 61)。瀬戸内地域を中心としたナマセンやイケフネ、デガイと呼ばれる活魚輸送業者の活躍がこれを支えた (河野 1954: 278-288; 河野 1991: 187-192)。
- 10) 船曳網は通常3隻で活動する。それぞれに1人~2人が乗り込み合計5人で操業される。親方とよばれる経営主が周囲の漁業者に声を掛け、乗り子に従事してもらうように依頼する。従来は、乗り子のみでも生計が立てられるほど漁獲金額があったが、漁獲量や魚価が減少した現在では乗り子と自営の漁業種別を兼業する漁業者が増加している (前田 2017)。
- 11) 刺網、タコツボ・カゴ、イカカゴを主に営む漁業者は当地区では「コリョウシ (小漁師)」, 彼らが営む漁業は「コシヨク (小職)」と呼ばれている。
- 12) 2017年の共販市場における漁業種別別の1kg当たり平均単価をみると、底曳網が1,253円 (漁獲量は14,516kg) であったのに対して、小規模漁業 (刺網, イカカゴ・タコカゴ・その他カゴ) は1,418円 (同10,264kg) であった。

13) No.5 は船曳網を主たる漁業種類に据え、副業的に底曳網, 刺網, 潜水器を営んでいる。資料が入手できた 2013 年から 2017 年までに 1 度も共販市場へ出荷しておらず、個人的に居酒屋と料理店に出荷している。2017 年には外売りのひとつとして新たに直売を始めた。

14) No.6 は個人で料理店を経営しており、2016 年はほとんど出漁しなかった。ただし、2017 年には仲卸業者から注文が多く入り、出漁日数と漁獲量も増えた。注文分以上の漁獲量があった日には、共販市場へも出荷するようになった。

15) 仲卸業者と各経営体への間取りによると、800g を超えるタコとそれ未満のものとの間に明瞭な価格差が生じるという。

16) カサゴについては、体長と魚高の間に強い正の相関関係があると報告されている（横川ほか 1992; 矢富ほか 2005）。

17) 2017 年 11 月 27 日から 12 月 10 日までの共販市場での調査では、トロバコ 1 杯分（2kg～3kg）のジンドウイカは 1,000 円から 2,550 円で取引された。

18) 両種類については同一のサルエビとみられる。しかし、漁業者はこれらを選別し、異なるものとして認識していた。本章では漁業者の主体性を重視し、サルエビをトビエビとコマエビとに分けて記述する。なお、これらは成熟した個体でもメスで 100mm, オスで 70mm 程度にしか成長しないごく小さな水産物である（日下部 1997）。

19) 福岡県の直売施設に出荷される水産物の価格や重量・体長を調査した徳田・濱田(2010)でも同様の結論が出ている。こうした出荷先選択の意思決定は直売をめぐる各経営体の出荷行動に共通すると考えられる。

第7章 大阪府船曳網漁業への入札制度の導入と経営体への普及

1. はじめに

第6章では、新たな流通制度が導入されて以降の地域漁業への経済効果を検証した。一方で、本章では、制度が導入され、地域に普及するまでの過程を検討する。これは、共時的な流通環境が主に検討されてきた水産物流通研究において、その形成と変容の過程を捉える視点を導入する意義がある。

本章では、上記の目的を達成するために以下に示す漁業経済学者の婁（1994: 117-147）の方法論を参考にする。この中で、婁は周辺漁協が共同運搬船を用いて大阪府内の卸売市場へ鮮魚を出荷していた徳島県の牟岐鮮魚出荷組合を取り上げ、共同出荷体制の展開メカニズムを漁協、仲卸業者、漁業者の行動と関連づけて考察した。婁ははじめに1960年代後半からの牟岐地域の流通を取り巻く環境を検証し、共同出荷体制の構築には「独占的な産地商人への対抗」、「経済的なメリットの追求」、「社会政策的背景」、「近隣地域で成功している組織からの影響」、「組合長の強いリーダーシップ」が関わっていた点を指摘した。さらに、開始されて以後の展開から崩壊に至るまでプロセスにも対象を広げた。そして、トラックによる輸送技術の向上、運搬船を稼働させるコストの上昇などの社会経済的な状況の変化によって、共同出荷体制が役割を終えて、廃止されたという事実を記述した。このように、婁は通時的な視点を流通研究に導入し、牟岐鮮魚出荷組合の形成から衰退、崩壊に至るまでの過程を解明した。

以上の分析より、流通制度は構想から導入、普及に至るまで変化を伴いながらいくつかの段階を経て地域に定着するといえる。こうした流通システムと流通に関係する主体の市場対応の歴史を検証することで、制度が地域に定着・普及した要因や、今後運用していく上での課題も明確化できると筆者は考える。これは、持続可能な流通制度の設計にも有効な視座を与えるだろう。

対象として大阪府における船曳網漁業（以下、船曳網）で行われている入札制度を取り上げる。これは、2014年にそれまでの漁業者と加工業者との間の直接取引が解消され、新たに始まった制度である。そこでは、加工業者たちによる入札を通じて漁獲物の価格が形成されている。データは2018年10月から12月にかけて行った大阪府鰯巾着網漁業協同組合（以下、巾着網漁協）関係者への聞き取り、2018年12月に行った大阪府の船曳網経営体へのアンケート調査に基づく。現在、大阪府にある25漁協のうち大阪市漁協から深日漁協までの13漁協に船曳網経営体が所属するが（図7-1）、アンケートはすべての経営体に郵送した。このうち28経営体から返送があった。この他、漁業関連の統計分析と各種報告書の分析を行った。

本章の構成は以下の通りである。2 では、大阪府における船曳網の歴史と現在の操業実態を述べる。3 では、入札制度が導入された経緯とともに、新旧それぞれの取引の特徴を検討する。また、制度が運用される中で行われた流通環境の整備も明らかにする。4 では、入札制度へ各経営体が参入して過程と、制度開始後の経営状況が受けた影響を考察する。最後に5 では、本章の内容をまとめた上で、今後の課題を提示する。

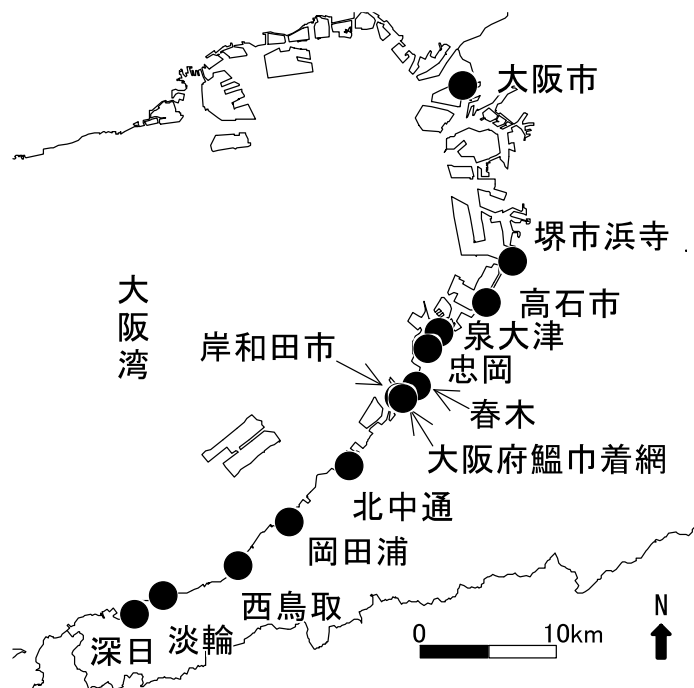


図7-1 船曳網経営体が所属する漁協

注：忠岡漁協からはアンケートの回答はなかった。

2. 大阪府における船曳網漁業の概要

1) 戦後の大阪府における船曳網の歴史

船曳網は「網を水底以外の中層または表層を船舶により曳網して行う漁業」(金田 1995)と定義される漁獲効率の高い漁業種類である。日本の沿岸漁業における主要な漁業種類として全国各地で営まれている。一方、大阪府においては、戦後、他の漁業種類との漁場や漁獲物の競合、漁業権漁場内の漁業への影響などが危惧されたため禁止された(國重 1997)。

1960年代前半にまき網漁業の漁獲量が低迷すると、船曳網への転換を希望する漁業者が増加した。これと時を同じくして、大阪府は生産力の向上を目的として底曳網の馬力数限度引き上げについて大阪湾を共同で利用する兵庫県に同意を求めている。両者の話し合いの結果、兵庫県はこれに同意する見返りとして、底曳網と同様に船曳網も大阪湾で相互入

会とすることを大阪府に要求した。こうして、大阪湾において船曳網が解禁される機運が高まり、1967年には大阪府が許可制度を整備した。そして、同年8月、大阪府は大阪市漁協に対して組合員の共同操業を条件に戦後初めて操業許可を出した。その後、底曳網との兼業や底曳網からの転換などの形で許可枠が徐々に拡大された（前田 2017）。現在では、資源管理の観点から大阪府の船曳網の許可統数は 68 統に制限されている。なお、操業範囲は陸上の基準点をもとに両府県の協議のもと画定される。大阪府の船曳網経営体は一部水域を兵庫県と共同で使用しながら、大阪湾の広い水域で操業できる状況にある（図 7-2）。

主な漁獲対象はイカナゴとシラスである。例年、2月から3月にかけてイカナゴ漁が、5月から12月にかけてシラス漁が行われる。しかし、イカナゴは資源量の減少が深刻化している（大美 2018）。近年では、年に数日しか出漁できないことも珍しくない¹⁾。資源状況の悪化に対して、漁業者と水産試験場が協力して1980年代より資源管理政策がとられている（浜口 2004; 鳥居 2018a）。しかし、根本的な改善には至っていない。水産学からは禁漁も含めたより厳しい管理政策を講じる必要性が指摘されている（魚住 2018）。

次に漁場での活動についてみていく。通常、大阪府の船曳網は2隻の網船と、1隻の運搬船を兼ねた伝馬船の合計3隻で1統の漁船団を構成する。魚群探知機が搭載された伝馬船には親方とよばれる経営主が乗船する。漁場ではこの人物が伝馬船から魚群の位置を確かめて、網船に網入れと網揚げの指示を無線で行う。網船にはそれぞれ漁業者が2人ずつ乗りこみ、網入れと網揚げ、漁獲物の伝馬船への積み込みなどを行う。このように1統でおおむね5人が活動する。ただし、複数の漁船団を保有する経営体もある。府内最大の経営体は2018年現在、漁船団を6統、漁船を19隻保有している。したがって、府内には68統の漁船団が存在するものの、経営体数はそれよりも少ない。

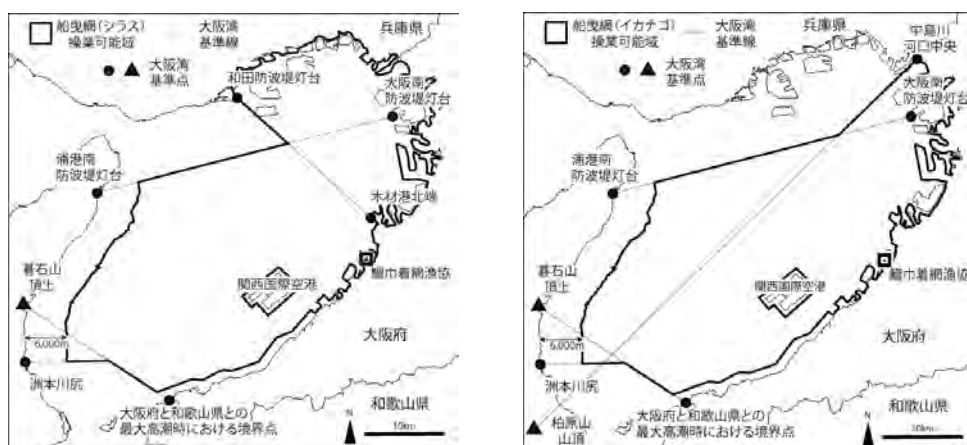


図 7-2 大阪府内シラス漁船（左）とイカナゴ漁船（右）の操業範囲

大阪府漁業協同組合連合会資料より作成

2) 船曳網の操業実態

『漁業センサス』（2013年）と『海面漁業生産統計調査』（2013年）をもとに大阪府における漁業種類の操業実態を表7-1に示した。これによると、府内には11の漁業種類が併存している²⁾。このうち、刺網が最も多くの経営体によって営まれている（266経営体）。以下、その他漁業（253経営体）、小型底曳網（以下、底曳網）（155経営体）と続く。船曳網は60経営体で営まれているに過ぎない。

しかし、沿岸漁業では各経営体は複数の漁業種類を組み合わせている場合が多い。漁業センサスではこれに対応するために「主とする漁業種類」という項目が設けられている。これは、「各経営体が過去1年間に営んだ漁業種類のうち主たる漁業種類をさし、2種類以上営んだ場合、販売金額1位の漁業種類」のことをいう。すなわち、その経営体が最も経済的に依存している漁業種類をさすといえる。主とする漁業種類についてみると、最も多くの経営体が刺網をこれに据えていた（201経営体）。以下、底曳網（140経営体）、その他の漁業（124経営体）と続く。船曳網は50経営体に主とする漁業種類に据えられている。

次に、各漁業種類がどの程度主とする漁業種類に据えられているのか、その割合（主とする漁業種類/営んだ経営体数×100）をみしてみる。これによると、中小まき網（以下、まき網）を営んだ経営体すべてがこれを主とする漁業種類に定めていた。船曳網は、営んだ経営体の83.3%が主とする漁業種類に据えていた。この数値は、まき網（100.0%）、底曳網（90.3%）に次ぐ数値である。以上より、船曳網は各経営体の漁業経営に占める経済的な役割が大きいことが示された。

最後に漁業種類別の漁獲量をみる。船曳網はまき網（11,621t）に次いで第2位の漁獲量（3,610t）を誇る。1経営体当たりの漁獲量も同様にまき網に次いで多い（60.17t）。大阪府においては、大規模な漁業種類に位置づけられることがわかる。船曳網は漁獲圧の高さから許可件数の制限が厳しく設定されており新規参入が難しい。したがって、船曳網を営む経営体数の少なさには、行政による資源管理上の問題が関係しており、船曳網の経済的な重要性が低いわけではない。むしろ、統計分析からは、船曳網が大阪府で営まれる漁業種類の中でも経済的に重要な位置を占める、いわゆる基幹的な漁業種類となっている点が読み取れる。

表 7-1 大阪府における漁業種類別経営体数と漁獲量

	営んだ漁業種類 ¹⁾ (2013年) (A)	主とする漁業種類 ¹⁾ (2013年) (B)	主とする割合 (B/A× 100)	漁獲量 ²⁾ (2013年) (C)	1経営体当たり の 漁獲量 ²⁾ (C/A)
小型底曳網	155	140	90.3%	1,356	8.75
船曳網	60	50	83.3%	3,610	60.17
刺網	266	201	75.6%	255	0.96
中小まき網	4	4	100.0%	11,621	2,905.25
小型定置網	15	9	60.0%	93	6.20
引き縄釣り	61	9	14.8%	6	0.10
その他釣り	50	41	82.0%	-	-
潜水器漁業	24	7	29.2%	-	-
採貝・採藻	6	2	33.3%	5	0.83
その他の漁業	253	124	49.0%	155	0.61
養殖業	27	2	7.4%	92	3.41

『漁業センサス』、『海面漁業生産統計調査』より作成

漁業種類別経営体数と漁獲量は 2013 年の数値である。潜水器漁業とその他釣りの漁獲量は示されていない。

1)単位は経営体

2)単位はt

3. イカナゴ・シラス入札制度の特徴

1) 入札制度導入の経緯

i. 入札制度開始以前の取引

前述したように、大阪府において船曳網は 1970 年代から広く行われるようになった。府内の船曳網経営体は、入札制度が始まった 2014 年まで、イリヤとよばれるシラスやイカナゴを釜揚げしたり天日干ししたりして加工する業者と直接漁獲物を取引していた。買受人間での値付け競争による価格形成が行われなかったのは、以下で示すように大阪府における船曳網の歴史が他県と比べて浅いことが関係している。

聞取りでは、和歌山県と兵庫県では地曳網によるシラス漁が戦前より行われてきたという。その後、和歌山県では地曳網よりも漁獲効率の良い漁船を用いた船曳網によるシラス漁が主流になっていった。和歌山県には各浦にイリヤが立地し、地域で漁獲されたシラスを加工する体制も整っていた。

大阪府の漁業者は、和歌山県の漁法を参考にして 1960 年代の後半より船曳網を始めた

といわれる（前田 2017）。しかし、後発の産地であるため和歌山県や兵庫県とは異なり出荷先であるイリヤが十分に整備されていなかった。そこで、各経営体は当時から多数存在していた先発産地の和歌山県や兵庫県のイリヤと取引するようになった。この時、個別取引であったため、市場価格を考慮した上でイリヤ側が一方的に価格を決定する方法が一般的になった。反対に、大阪府では他県の業者による集荷が盛んになり、地元へ漁獲物が流通しなかったためイリヤが増えなかった。こうした経緯より、大阪府においては漁協ごとに複数の経営体が船曳網を営んでいても、漁獲物を購入するイリヤが十分に集まらず入札やセリは形成されなかった。

図 7-3 に入札制度が始まる以前の各経営体とイリヤとの取引関係を示した。これによると、大阪府北部から中部の漁協に所属する経営体の一部が兵庫県や府内のイリヤと取引したのみで、全域わたって和歌山県内のイリヤとの関係性が強かった点が読み取れる。特に、和歌山市から海南市にかけて立地するイリヤは多くの経営体と取引していた。この地域では、明治時代からシラスが主要な漁獲物とされてきた。シラスの漁期である 5 月から 6 月にかけての時期が年間の漁獲量の最盛期になるといわれ（笠原 1994）、複数のイリヤが活動していた。これらの業者が 1970 年代に大阪府で船曳網が広まった後、積極的に大阪府内の経営体と取引関係を結び、シラスとイカナゴの集荷量を確保していったのであった。

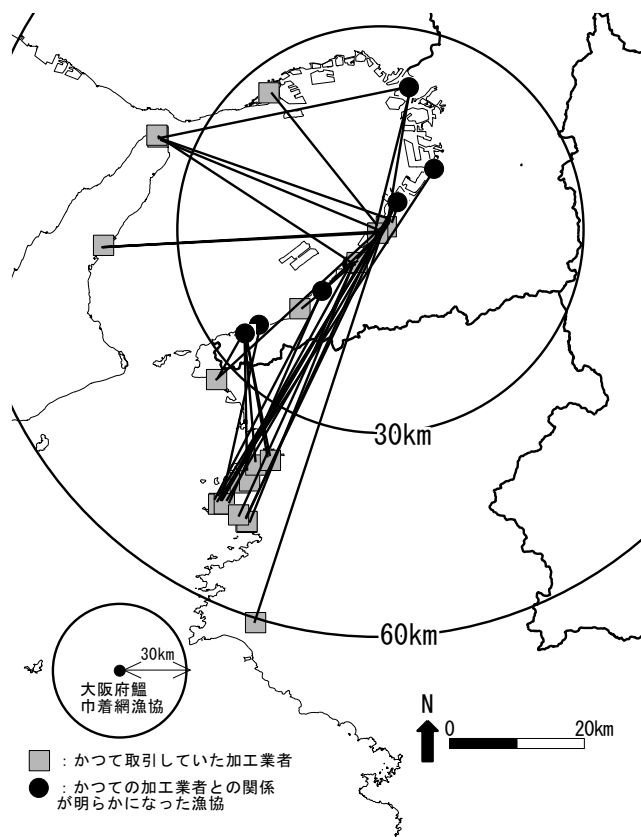


図 7-3 船曳網経営体と加工業者との取引関係

アンケート調査より作成

ii. 入札制度の導入

しかし、経営体の中には直接取引に不満を抱くところもあった。それは、業者間の競争によって漁獲物が値付けされないゆえの魚価の低さに起因していた。森(2018)によれば、入札制度開始以前の大阪府のシラスとイカナゴの魚価を兵庫県の神戸地区と淡路地区のものと比較すると、1kg当たり最大で150円程度低い価格で取引されていた(図7-4)。入札制度の導入は、この問題の解決を目標として検討された。

制度の導入に当たって中心的な役割を果たしたのが巾着網漁協であった。巾着網漁協は1949年に業種別組合として岸和田市に創設された。2017年には正組合員33人、準組合員92人が加入している。まき網(5統)と船曳網(17統)を営む府内最大の漁獲量を誇る漁協である。当漁協の組合長と副組合長たち数人の関係者が、兵庫県や和歌山県、さらに全国各地のセリ取引を参考に入札制度を設計した。その後、巾着網漁協の呼びかけに応じた周辺漁協に所属する経営体とそれらと取引関係にあったイリヤが参加して、2014年2月に船曳網26統と仲卸業者17軒でイカナゴの入札が岸和田漁港にある巾着網漁協の荷捌き所で始まった。ここでの取引価格が好調であったため、引き続き5月以降のシラスも同様に入札取引するようになった。

一方で、当初、各経営体からは入札制度の導入に当たって不安視する意見もあがっていた。従来の取引では、イリヤが魚価を一方的に決定するかわりに、各経営体の漁獲物を品質の良し悪しを問わずすべて買取っていた。反対に、入札になると品質の良い漁獲物には高値がつく一方で、品質の悪い漁獲物は極めて低い値段で買い取られるようになる。イリヤが買い取らない可能性もある。結果として、全体的な魚価が低下するのではないかと彼らは想定したのであった。

しかし、こうした懸念とは異なり、入札制度が始まると漁獲物が従来よりも高い価格で取引されるようになった。その理由として、府内全体の3分の1に当たる漁船団が初年度から参入した点がある。巾着網漁協は制度を始めるに当たり各経営体へ参入を積極的に呼びかけ、各漁港でこれまで水揚げされてきた漁獲物を一か所に集荷して、十分な漁獲量の確保を目指した。市場への供給体制を整え、多くの仲卸業者の参入を促し価格形成において業者間で競争を生じさせることで、魚価を引き上げようとしたわけである。この戦略が成功した結果、入札制度を開始して以降の3年間(2014年～2016年)のイカナゴとシラスの単価(円/kg)は、イカナゴが536円、シラスが419円となった(東京水産振興会2018)。図7-4と比較するといずれも130円程度上昇した。この過程では、経営体同士の団結による漁獲物の集中的な集荷を通じて、流通の主導権を漁業者側が握るようになった流通システムの転換が読み取れる³⁾。その後、巾着網漁協は入札制度を通じた魚価の上昇を宣伝し、府全域の経営体へも参加を呼びかけ、2015年には47統、2016年には全68統が参加するに至った。ここにおいて、大阪府内の船曳網の漁獲物の集出荷が一元化された。

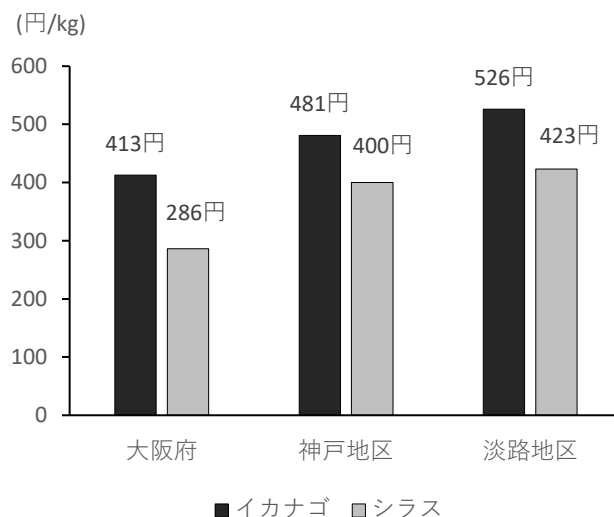


図 7-4 入札制度開始以前の 3 地区におけるイカナゴとシラス単価 (円/kg) の比較 (2010 年～2014 年)

森 (2018) より作成

2) 入札の流れ

次に、入札制度において漁獲物がどのように各経営体から集荷され、イリヤへと出荷されるのかをみる (図 7-5)。はじめに、出漁前に各経営体は大阪府と兵庫県の摂津地区、淡路地区の 3 地区の代表者で構成される船曳網協議会において決定された網入れ・網揚げ時間を確認し、これに従って操業する。この時、日の出時刻だけでなく天候や日々の漁獲量も指標となる。例えば、天候不良であれば出漁を取りやめる決定が下される。また、全体的に漁獲量が少ない時には資源保護の観点から出漁停止となる。

出漁後、各経営体は 1 日に最大 3 回まで網入れをする⁴⁾。2 回目までの漁獲物は、巾着網漁協が保有または経営委託する 5 隻の運搬船が漁場まで受け取りに行く。その後、入札会場である巾着網漁協の荷捌き所まで運搬される。この時、各経営体は運搬手数料として 1 カゴ (25kg) 当たり 600 円を巾着網漁協に支払う。一方で、3 回目の網入れの漁獲物は、各経営体が保有する伝馬船や、付近で操業している別の経営体の伝馬船によって運搬される。出漁隻数の多い日には、伝馬船が巾着網漁協の所在する岸和田漁港で列をなす。伝馬船は荷捌き所での水揚げを終えると、それぞれの本拠とする漁港へ帰港する。

漁獲物は水揚げされた後、すぐに入札にかけられる。入札時間は網入れ時間に合わせて

季節ごとに異なる。夏期は7時から、冬期は9時30分から開始される（鳥居 2018b）。また、入札の回数も網入れの回数に応じて日ごとに変わり、最大3回まで行われる。その日の漁獲量に合わせて変動するが13時ごろには入札は終了する。

買参人として入札するイリヤについては、大阪府だけでなく兵庫県と和歌山県の業者も参加している。ただし、遠方から訪れるイリヤはすべての入札に参加するとは限らない。例えば、和歌山県海南市に加工場と店舗を構えるイリヤは、1回目の入札で予定した量を全て購入するように努力している。このイリヤは、自店舗を中心に加工イカナゴと加工シラスを販売しているが、一部を京都市中央卸売市場や愛知県の名古屋市中央卸売市場へ出荷する。したがって、巾着網漁協から加工場までの輸送時間、加工時間、そして加工場から各市場までの輸送時間を考慮すると、2回目以降の入札には参加できないのである。以前の相取引では、イリヤは取引する経営体から連絡をもらい次第漁港へ向かい、その場でカゴ数を数え、トラックへ積み込めばよかったため、取引に要する時間もわずかで済んだ。しかし、入札制度に変わり漁獲物の品質を見極めた上で値付けするという作業が増えたため、取引時間も長くなった。イリヤは、加工作業から小売業者や卸売市場への輸送までの諸工程にかかる時間と、入札への参加にかかる時間を考慮した上で日々の業務をこなす必要が生じるようになった。

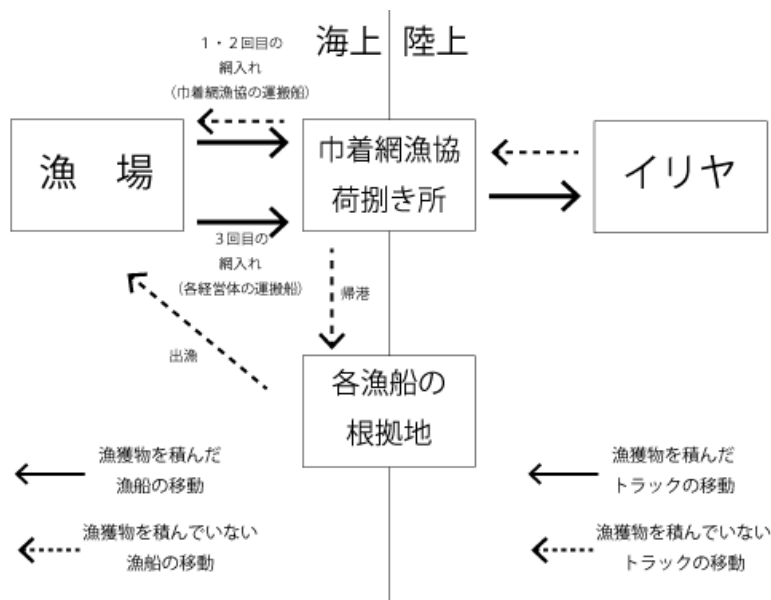


図 7-5 船曳網の漁獲物の流通経路と漁船の動き

3) 入札制度における流通環境の整備過程

現在、入札制度を通して魚価は高値で安定している。また、前項でみたように漁獲から水揚げ、そして入札までの流れをみるとスムーズに作業が進行している。しかし、こうした流通システムが完成するまでには、巾着網漁協を中心とした流通環境の整備に向けた取り組みがあった（森 2018）。

代表的なものとして荷捌き所の新築が挙げられる。入札制度開始後、周辺漁協の経営体のものも含めて、これまで以上の漁獲物が巾着網漁協の荷捌き所に水揚げされた。そのため、施設が手狭になり一部の漁獲物が露天に置かれてしまうこともあった。これに対処するため、巾着網漁協は浜の活力再生プラン（以下、浜プラン）と、2015年11月に広域浜プラン⁵⁾に認定された「大阪・泉州広域水産業再生プラン」へ荷捌き所の新設を盛り込んだ（森 2018: 27）。浜プランとは、5年後の漁業所得の10%以上増加を目指して市町村や漁協、漁業者団体が構成員となる地域水産業再生委員会が策定する長期的な活性化案をさす。策定するメリットとして関連する補助制度への優先採択を受けられるようになる（水産庁 2017）。その結果、水産業競争力強化施設緊急対策事業の補助を得られ、2017年4月に荷捌き所を新設するに至った。こうして、以前よりも広く衛生的な場所で漁獲物が取引できるようになった。

また、巾着網漁協は荷捌き所の建造と並行して、鮮度保持に向けても取り組んだ。第1に、全船に水力発電光電子付与装置とよばれる調水器の搭載を義務付けた。これは、海水をくみ上げるポンプに設置する特殊なパイプであり水質を改善する効果がある。調水器に通した海水に漁獲物をひたすと、それまで以上に鮮度が長く保持されるようになった⁶⁾。第2に、運搬船を5隻新造した。これによって、網揚げから運搬船が到着するまでの漁場での各経営体の待ち時間が短縮し、漁獲物を即座に引き渡せるようになった。こうして、入札制度を通じて出荷されるものは、漁獲して間もない高鮮度の漁獲物に限定された。運搬船の新造資金は、水産業競争力強化漁船緊急支援事業を活用した。前述した浜プランに海外輸出に対応するための鮮度保持施設の整備を書き込んでいたため、補助事業が受けられたのであった（森 2018: 27）。

以上の鮮度保持に向けた取り組みは、水産物の流通圏の拡大として効果が表れている。入札に参加するイリヤの加工場所在地を示した図7-6をみると、前掲図7-3ではみられなかった和歌山県南部や兵庫県西部からもイリヤが参加していることがわかる。巾着網漁協の荷捌き所から直線距離で約100km離れた位置に加工場を構える業者もある。聞取りでは、他県でシラスの水揚げ量が少ない時には、臨時で遠方の業者が入札することもあるという⁷⁾。荷捌き所が高速道路の料金所に近く遠方からもアクセスしやすいという恵まれた立地条件に加えて、漁獲物の鮮度を長時間保持可能な鮮度保持設備の整備によって、遠方の業者の参加が促されたのであった。

他方で、巾着網漁協は漁業者と協力して水揚げと入札手続きの簡略化にも着手した。それが、株式会社オオサカフィッシャーマンサポート（以下、OFS）の設立である。OFSは、2014年に船曳網の親方たちの共同出資によって設立された。当社が漁港での漁獲物の水揚げ、入札の運営・管理、入札価格の会計など水揚げとそれ以降の全作業を担う。調査時には正社員3人、アルバイト16人（男性8人、女性8人）を従業員として抱えていた。従業員には元漁業者や現役の漁業者の妻、息子が含まれていた。彼らは水産物の取り扱い、水揚げ作業、フォークリフトによる運搬作業に慣れており、作業を円滑に実行できる体制が敷かれている。さらに、OFSは入札制度開始後も行われていた黒板を利用した手書きでの入札情報の管理を廃止して、電子データとして入札情報を管理する「競り入札・販売管理システム」を2016年に導入した。これまで長時間に及んでいた伝票と会計の手書き作業が削減され、経理作業の効率化と入札時間の短縮化が達成された。また、電子データ化した入札価格は操業する各経営体とイリヤの携帯電話にリアルタイムで送信される。取引価格の公開により取引の透明性が担保されるとともに、各経営体とイリヤは直近の入札価格を把握しながら活動できるようになった。

入札制度が開始されて以降、短期間で海上から漁港までの漁業に関わる空間全体において流通環境が整備された。この背景には、巾着網漁協が制度設計において主導権を發揮したことだけでなく、その活動を支える資金的基盤としての各種補助制度の存在があった。

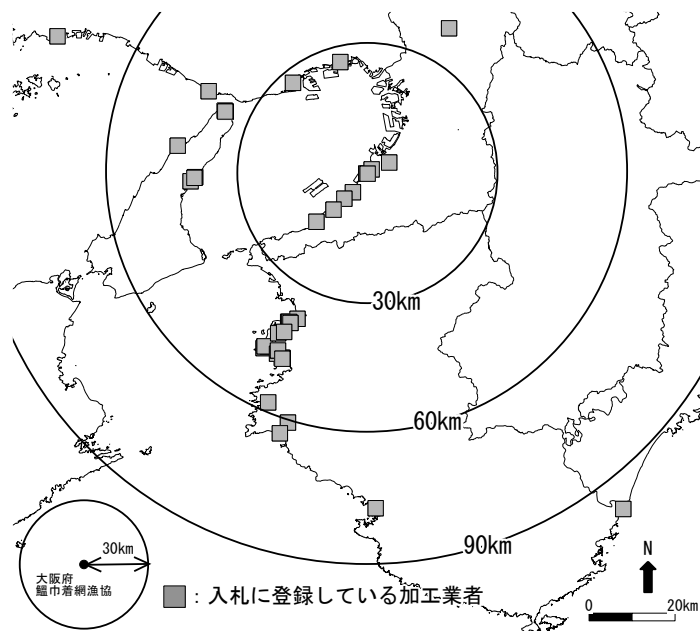


図7-6 入札制度に登録している加工業者の所在地

注：同心円の中心は大阪府岸和田市の大阪府鯉巾着網漁協の事務所である

大阪府鯉巾着網漁協資料より作成

4. 漁業経営体が参入した要因と経営状況の変化

1) 経営状況の概要

本節では、各経営体へのアンケート調査の結果をもとに、入札制度がどのように地域へ普及していったのか、その経営効果とあわせて検証する。なお、回答が得られた経営体が保有する漁船団の合計はデータなしの経営体を含めずに 51 統であった。これは、大阪府全体の許可統数 68 の 4 分の 3 に相当する。したがって、以下での分析は大阪府の船曳網の全体的な動向を検討するのに有効性があると考えられる。

はじめに、各経営体の経営状況についてみる（図 7-7）。経営形態をみると 18 経営体が家族経営で、10 経営体が企業経営であった。その中でも、岸和田市漁協から北中通漁協まで（以下、中部地域）に企業経営体が 5 つ含まれていた。漁船団の統数に注目すると、全体の平均が 1.89 統であるのに対して、中部地域では 5 経営体が 3 統以上を保有していた。一方で、大阪市漁協から春木漁協まで（以下、北部地域）と、岡田浦漁協から深日漁協まで（以下、南部地域）の経営体は主に家族経営体で構成されている。2 つの地域に属する経営体のうち、漁船団を 3 統以上保有する経営体は No.26 のみで、その他はすべて 1 統から 2 統のみ保有する小規模な経営体となっている。以上より、大阪府における船曳網は、大規模な経営体が集中する中部地域と、小規模な経営体で構成される北部地域と南部地域という明確な地域差を伴って展開しているといえよう。

ただし、すべての経営体が船曳網に依存した漁業経営をとっているわけではない。No.6, No.7, No.8, No.15, No.17, No.27 を除く経営体は、2018 年に船曳網以外の漁業種類を営んだ。これは、漁獲対象であるイカナゴとシラスの漁獲量に季節的な変動が大きいことを原因とする。資源量の悪化が深刻化するイカナゴは、大阪府の水産技術センターによる試験操業の後に漁期が決められる。通常は、資源保護の観点から 2 月から 3 月にかけての数日間に限定される。一方、シラスは例年 3 月から 12 月下旬までと操業期間は長いものの、漁獲量は 5 月と 6 月に集中する（図 7-8）。したがって、収入もこの時期に集中してしまう。各経営体は 1 年を通して恒常的に収入を得るために、他の漁業種類も組み合わせ多角的な経営を実践しているのである。多数の従業員を抱えている中部地域の大規模な企業経営体（No.10, No.12, No.13）は船曳網とともに大阪府において最大の漁獲量を誇る中小まき網を営む。彼らは年間の出漁日数の半分程度を巾着網の操業に当ており、むしろ船曳網を副業とする経営体と考えられる。一方で、北部地域と南部地域ではカゴ漁業や刺網、底曳網を併営する経営体が多い。一部の経営体を除いて、これらは船曳網に出漁する日数が他の漁業種類と比べて多く、船曳網を主とする漁業種類に定めていると考えられる。収入面でも船曳網への依存度が高いといえる。各経営体が船曳網の他に営む漁業種類をみても、中部地域の経営体の規模の大きさと、北部地域、南部地域の経営体の小規模性が読み

取れる。

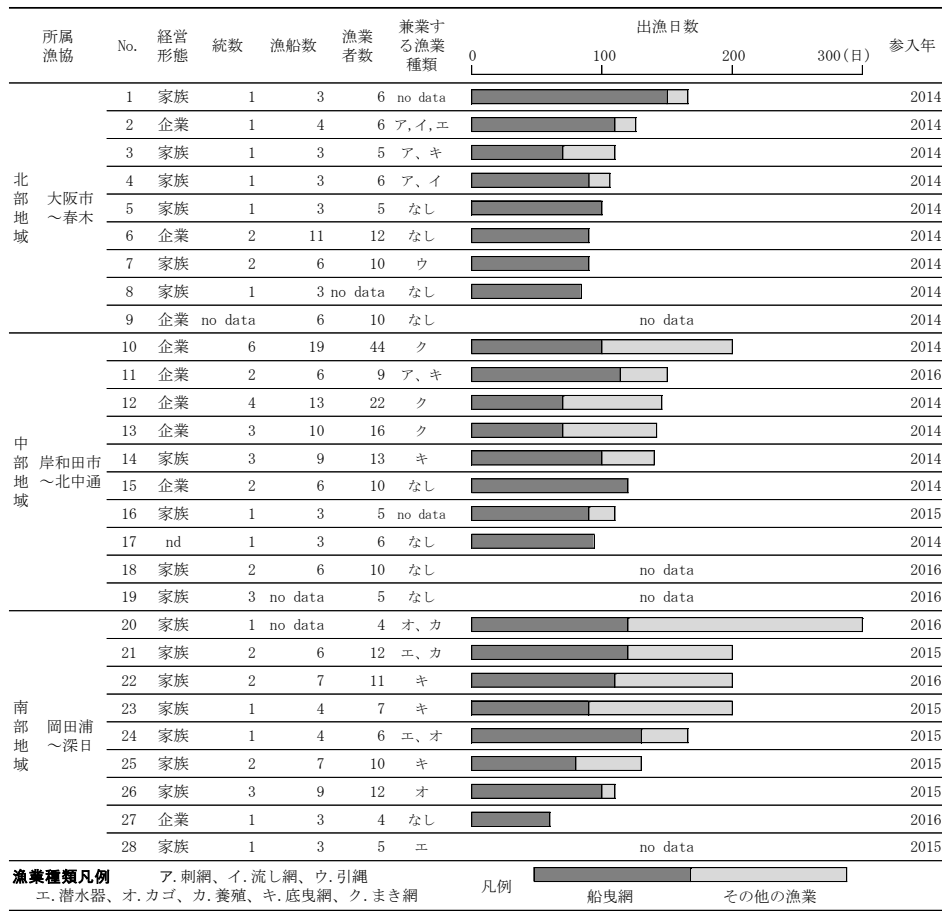


図7-7 入札制度に参加する船曳網経営体の経営状況

アンケート調査より作成

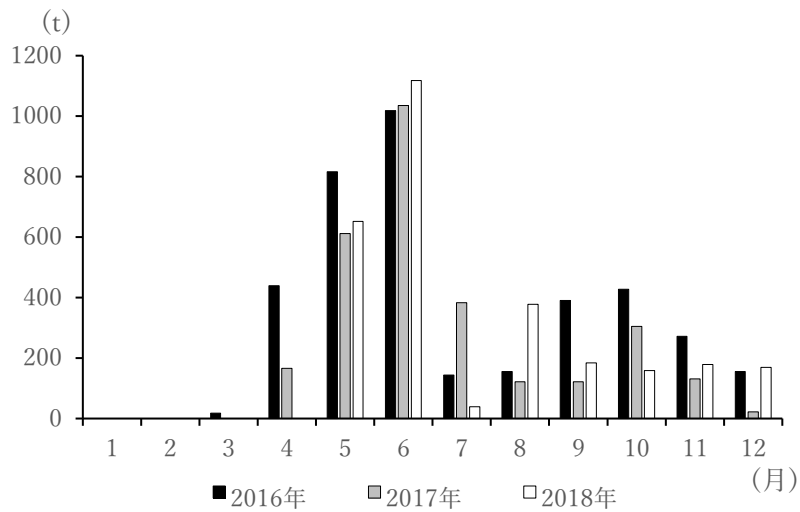


図7-8 シラスの月別漁獲量の推移

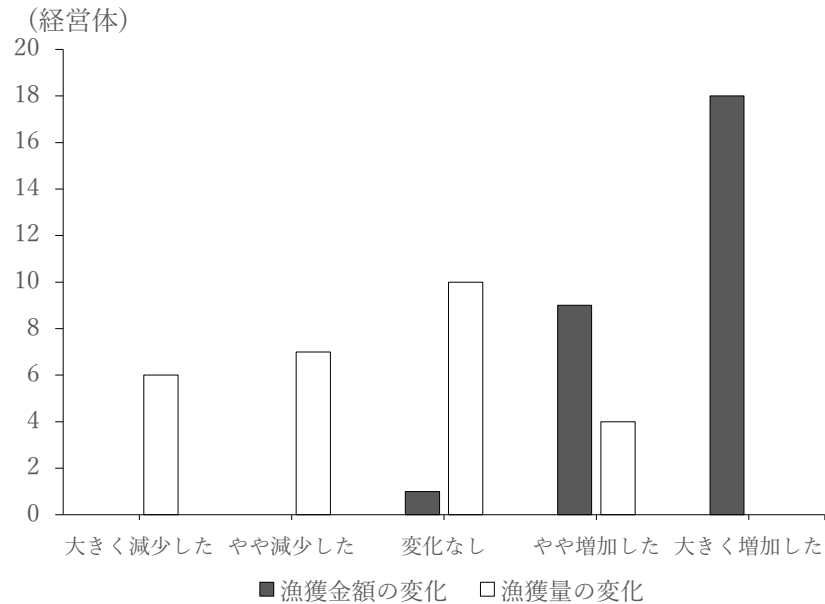
大阪府鰯巾着網漁協資料より作成

2) 各経営体に入札制度への参入を促した要因

入札制度は、このように経営状況に地域差がある中で2014年より始まった。各経営体の参加年をみると、こちらも地域間で差異がみられる。すなわち、初年からは15経営体が参加したが、このうち9つが北部地域の、6つが中部地域の経営体であった(図7-7)。一方で、南部地域では初年度から参加したものはなく、いずれも2年目以降から参加していた。入札制度は中部地域の大規模経営体と北部地域の小規模経営体を中心になって始まり、その後、南部地域に普及していったことがわかる。先述したように、巾着網漁協は入札制度の開始に当たり、集荷量を十分に確保し市場への供給力を高めて魚価を上昇させようとした。この目的を達成するために、巾着網漁協は大規模な経営体と周辺の経営体に参加を呼びかけたのであった。

それでは、もともと入札制度と関わりがなかった南部地域の経営体がなぜ次第に参入していったのであろうか。原因として第1に漁業収入の向上が挙げられる。図7-9は入札開始前後で漁獲量(回答数27経営体)と漁獲金額(同28経営体)がどの程度変化したのかを5段階評価(大きく減少した、やや減少した、変わらない、やや増加した、大きく増加した)で質問した結果である。これによると、漁獲量については「大きく減少した」から「変わらない」という印象を大半の経営体(23経営体)が抱いていた。一方で、漁獲金額については「少し増加した」と「大きく増加した」という印象をもつ経営体が27経営体に達した。なお、具体的な漁獲金額の上昇については、回答した経営体(14経営体)の平均が1,350万円に及んでいた。初年度より入札制度に参加した経営体は、漁獲量が低迷する中でも漁獲金額が上昇するという経験を得た。南部地域の経営体はこうした経済効果を知り、次年度から次々と参入するようになった。

第2に、巾着網漁協による参入期限の設定がある。これは、2016年に定められたもので、期限を2016年とし、巾着網漁協がその時点で参入していない経営体はそれ以降参入できないこととした。前述したように、制度が開始して2年目の2015年までに府内の漁船団全体の約3分の2に当たる47統が参加した。しかし、依然として旧来のイリヤとの取引関係の強固さから21統は参入していなかった。巾着網漁協は府全域から一元的に集荷できていない状況を問題視し、期限を決めたのであった。その結果、魚価が好調である点も各経営体の意思決定に影響し、2016年には68統すべてが参入するに至った。



アンケート調査より作成

3) 入札制度開始以後の漁業活動に関わる経費の変化

以上のように、入札制度の開始によって、他県に比べて低迷していた魚価が上昇し、各経営体の経営状況は改善した。一方で、新たな流通制度に転換する中で、各経営体が負担する経費に関しても、いくつかの変化がみられた。

筆者はアンケートにおいて「人件費」、「燃料費」、「氷代」、「販売手数料」、「漁船への設備投資」、「漁船の購入費」、「その他(自由記述)」の7項目から減少したものと増加したものをそれぞれ質問した(複数回答可能)。その結果、表7-2のような回答がみられた。多くの経営体が減少したものとして「燃料費」を、増加したものとして「漁船への設備投資」、「販売手数料」、「人件費」、「氷代」を挙げた。

はじめに、燃料費の減少について考察する。これは、運搬船の稼働回数が減少したことに伴う変化である。入札制度が始まるまで、各経営体は本拠とする漁港で漁獲物を水揚げし、イリヤにその場で渡していた。そのため、保有する運搬船で漁場から漁獲物を運ばなければならなかった。漁獲量が極端に多い日には、運搬船が1日に複数回、漁場と漁港を往復することもあった。一方、入札制度では2回目の網入れまでの漁獲物については巾着網漁協の運搬船が荷捌き所まで運ぶ。各経営体は3回目の網入れ時の漁獲物のみを運べばよい。したがって、漁獲物が少なく3回目の網入れがない日には、運搬船を稼働させずに操業を終えられるのである。

次に、増加した経費をみってみる。17 経営体が回答した「漁船への設備投資」については、漁船を購入した 1 経営体を除いて、3 で述べた調水器に関するものであった。各経営体が入札制度へ参加するに当たり義務付けられた漁船への調水器の搭載には、約 40 万円かかったとされる。しかも、その際の資金補助はなく、自らで資金調達しなければならなかった。ただし、これを除くとその他の設備投資は必要なかった。また、9 経営体が回答した「人件費」に関して、ほとんどの経営体が乗組員には漁獲金額に応じた歩合制で給料を支払っている。そのため、各経営体が入札制度に参入して以降、漁獲金額が大幅に上昇し、それに伴って人件費も増加したと考えられる。

一方で、「販売手数料」と「氷代」はイリヤと直接取引していた時には必要なかった新たな負担である。従来、各経営体は所属する漁協の定めた規則に従って漁獲金額の 3%から 5%を販売手数料としてそれぞれの漁協に納入していた。しかし、入札制度では、これに加えて水揚げから入札、さらに出荷までを取り仕切る巾着網漁協と OFS にも手数料を納めなければならない。また、前述したように各経営体は 1 回目と 2 回目の網入れ時の漁獲物を巾着網漁協の運搬船に輸送してもらう際には、1 カゴ 600 円の手数料を支払う必要がある。集出荷に関わる主体が増えたことにより、所属する漁協と巾着網漁協、OFS という 3 か所への手数料の支払いが生じるようになった。

氷代については、入札制度開始以前は、ほとんどの経営体でイリヤが取引を継続する見返りとして負担していた。しかし、取引が解消した現在では、それぞれで必要な量の氷を調達しなければならない。多い時には 1 週間で 8 万円ほどかかるという。ここで挙げた販売手数料と氷代は、漁船への設備投資や人件費とは異なって毎日負担しなければならない。現在、高位で安定している漁獲金額が今後下落した場合、こうした恒常的な経費は各経営体の経営状況を大きく圧迫すると考えられる。入札制度の持続的な実施に向けては、経費の問題は課題となってくるだろう。

表 7-2 入札制度開始前後での経費の変化についての認識

● 増加したもの	回答数
漁船への設備投資	17
販売手数料	14
人件費	9
氷代	8
● 減少したもの	
燃料費	8

アンケート調査より作成

注：回答数の多かったものを掲載

5. おわりに

本章では、流通システムの改変による魚価を上げる試みとして、大阪府の船曳網で行われている入札制度を取り上げた。そして、この制度が地域に導入され、各経営体に普及していった過程を、流通に関わる主体の活動を中心的な論点に据えて検証した。その結果、以下の知見が得られた。

大阪府における船曳網は 1960 年代に操業が始まった。現在では巻き網に次いで漁獲量が多く、各経営体の漁業経営に与える経済的な影響も大きい。ただし、導入された時代が隣県と比べて遅く、漁獲物の加工を担うイリヤがほとんど府内に立地していなかった。そこで、各経営体は漁獲物を和歌山県と兵庫県の業者と直接取引するようになった。この取引形態はイリヤ側が一方向的に魚価を決めるため、単価が上がりやすく隣県と比べて取引価格が低かった。この状況は 2000 年代に入っても続いた。

入札制度は魚価低迷の改善を目的として、大阪府岸和田市の巾着網漁協の主導によって制度設計された。巾着網漁協は十分な水揚げ量を確保するために、北部地域とともに企業経営が多い中部地域の経営体にも積極的に参加を呼びかけた。大規模な経営体が集積するという地域漁業の特性を生かして市場への供給体制を整備したのであった。これにより、数多くのイリヤが入札へ参加するようになり、入札制度を開始してから魚価は高位で安定した。

入札制度が行われる中では、巾着網漁協が漁港設備と漁船、さらに水揚げと入札の手続きを整備した。その結果、鮮度保持の機能が向上し漁獲物の流通圏も拡大した。また、電子データでの入札情報の管理も進められ入札手続きも簡略化した。この過程では、巾着網漁協がその都度補助事業を活用したため、資金調達での問題はほとんど起こらず、短期間で海上から漁港に至るまでの流通環境が整備された。

中部地域と北部地域の経営体を中心にして始まった入札制度へは、2016 年までに府内のすべての経営体が参入するまでになった。これには、2016 年までに入札制度に参加しない経営体は、それ以降参加させないという巾着網漁協による圧力もあったものの、イカナゴとシラスの単価の上昇による漁業収入の向上が強く影響した。漁獲量が増えない中でも、ほとんどの経営体が漁獲金額の大幅な上昇を経験しており、制度への参加を通じた経営改善を実感していた。一方で、各経営体は販売手数料の増加と氷代の自己負担という経費が新たにかかるようになった。

以上のように、入札制度が大阪府に導入されて以降の展開を詳細に検討すると、婁(1994)が牟岐鮮魚出荷組合の形成において指摘した 5 つの条件とおおむね合致することがわかる。一方で、普及段階では各経営体が漁獲金額の上昇を見極めて参入するといった主体的な活動がみられた。そこにはイリヤとの数十年にわたる取引関係という歴史的経緯が作用し、

これが南部地域の経営体の参入がやや遅れた原因にもなっていた。そして、この対抗措置として巾着網漁協による参入圧力があつた。このように、入札制度は大阪府の船曳網を取り巻く様々な主体が活動する中で大阪府の船曳網経営体全体に普及した。新たな流通制度は様々な主体の活動が複雑に関係し合うことで地域に導入され、普及・定着していくのである。日本各地で取組まれている新たな流通制度についても、流通に関係する主体の活動に焦点を当てることが重要となる。そうすることで、制度を運用していく上での課題も明らかになる。ひいては、持続可能な流通制度を考案するための有効な視座も得られるだろう。

注

- 1) 2019年のイカナゴ漁は3月5日～7日までの3日間のみ行われた。
- 2) 養殖業は「こんぶ類」、「わかめ類」、「のり類」の3種類が営まれているが、営む経営体が少数のため本章では養殖業としてまとめた。なお、内水面養殖業は含まれていない。
- 3) この過程では、入札制度に反対して大阪府内の船曳網経営体との取引を解消したイリヤもあったという。
- 4) 漁獲量の少ない日には、1度目の網入れのみ行われ、2回目以降は行われなるときもある。
- 5) 広域浜プランとは、「浜プランに取り組む広域な漁村地域が連携して、浜の機能再編や中核的担い手の育成を推進するための具体的な取組を定めた計画」(水産庁作成年不明)のことをいう。これには策定補助や実践補助として支援金が支給される。
- 6) 調水器を通した海水を用いて水揚げしたシラスは「泉州朝獲れ生シラス」として宣伝されており、2日目以降も生シラスの状態を食べられる点を強調している。
- 7) 最も遠いところでは、高知県の業者が臨時で入札に参加したという。

結論

1. 知見の整理

本稿は漁業地域でのフィールドワークと各種統計の分析を主な調査手法に据え、対象地域における水産物流通のシステムを明らかにした。その際、漁業者をはじめ、漁業協同組合職員、仲卸業者、運送業者といった流通に関係する主体の活動に注目し、流通をめぐる社会経済的な状況の変化と各主体の活動の間の相互関係を考察した。以下では、各章で得られた知見をまとめた後、方法論を検討する。最後に、今後の課題を提示する。

第1章では、漁業地理学と漁業経済学の流通研究の成果を振り返り、現代日本における水産物流通の地域的研究を行うに当たっての有効な方法論を検討した。漁業地理学では漁港や対象地域における流通経路や流通システムを模式図の使用を伴いながら構造的に把握することが、漁業経済学では各主体の流通戦略や経営戦略を経営学的手法で解明することが中心的な課題とされてきた。両分野における方法論と具体的な検討課題を整理した結果、現代日本においては各主体の活動と地域を取り巻く社会経済的状況が密接に関係している点が明確化した。そして、両分野の方法論を組み合わせ、これらの相互作用を地域という文脈において検討するという方法論を提示した。以下の章では、事例地域を選定し、現地での調査を実施した。

第I部では、大都市を中心とした水産物消費市場と水揚げ港が所在する漁業地域との距離関係に注目し、両地点の地理的関係性が地域の流通環境と経営体の出荷行動にどのような影響を及ぼすのかを検討した。消費地として京都市から大阪市、神戸市を核として多くの人口を抱える近畿地方を取り上げた。

第2章では、最新の統計情報である2013年漁業センサスを用いて、近畿地方の漁業経営体による出荷行動の全体的な特徴を把握した。特に、都市に所在する中央卸売市場と近畿地方の漁業地区との位置関係、及び各漁業地区の主たる漁業種類に焦点を当て、両要素が各地区の経営体の出荷行動に及ぼす影響について分析した。その結果、卸売市場に近い地区では、各経営体が自らで多様な出荷先へ水産物を輸送している状況が読み取れた。一方で、卸売市場から遠隔にある地区では、漁協が運営する産地市場が出荷先の中心として機能していることが解明された。また、地区で最も多くの経営体が営んでいる漁業種類をその地区の主とする漁業種類として設定した上で地区を分類し、それぞれの出荷行動の特徴を検討した。その結果、漁業種類の操業の特徴に合わせて、出荷行動が規定されている点が明らかとなった。統計分析からは、漁業地区と消費地市場との距離関係、主とする漁業種類が地区の全体的な出荷行動に強く作用することが解明された。

統計分析を踏まえ、第3章と第4章では事例地区を選定して主要消費地との距離関係と出荷行動との関係性について検討した。第3章では、都市近郊の漁業地域として大阪府岬町深日漁業地区を、第4章では遠隔の漁業地域として兵庫県南あわじ市南淡漁業地区を取り上げた。両地区を比較すると、各経営体の出荷行動に明確な差異がみられた。深日では、戦後から現在にかけて、産地市場に参入する仲卸業者の属性や魚価の変動に応じて、各経営体が頻繁に出荷先を変えていた。他市場への配送や仲卸業者との直接取引など様々な取引方法を駆使して、水産物を高く販売できる場所を模索してきたのである。これは、漁協が運営する共販市場も含めて、出荷の選択肢が幅広く存在しなければできない行動である。大阪市や和歌山市といった大きな消費地へのアクセスが容易な当地区の地理的状況を生かした戦略といえる。一方、南淡漁業地区では長年にわたり地元仲卸業者のS水産やF水産が水産物の大部分を荷受けし、地域の出荷を独占的に担ってきた。各経営体は、S水産が倒産し漁協による直送事業が始まるまでは出荷行動を変えてこなかった。これは、島内に水産物消費が旺盛な都市が存在しないだけでなく、南淡が島の最南端に位置しており、徳島市や神戸市、大阪市といった島外への出荷には、輸送時間と労力の面でも出荷コストの面でも困難性があったからであった。各経営体は出荷先の選択肢がほとんどなく、結果として地元仲卸業者に対して経済的に従属する立場に置かれていた。このように、両地区の出荷行動は対照的であり、こうした状況は漁業地域と主要な消費地との距離関係に強く影響されていた。

第II部では、流通環境の変化が漁業経営にどのような影響を与えたのかを検討した。第5章の一色町の養鰻業の事例では、生産技術の革新によって集出荷作業をめぐる生産者間の関係性が変化していた。一色町では集出荷作業の省力化が加温式ハウスの導入によって達成されたが、その結果、次第に家族労働力のみで集出荷を行う経営体が増加した。そして、この動きは集出荷の手伝い関係として機能してきたモンテとよばれる互助組織の解体につながった。現在では、金銭を介した、生産者との手伝い関係や仲卸業者との提携といった新たな関係性が出現するようになった。

第6章では、大阪府岬町で2017年に始まった直売形式での水産物の販売が、深日漁協の漁業経営体に与えた影響を考察した。直売の開始は、これに参加する経営体の経営状況の改善に貢献した。これまで経済的に価値が低く出荷されてこなかった水産物の出荷先が確保されたために起こった変化であった。一方で、出荷に関わる作業量の増加や、未成長魚への漁獲圧の高まりも確認された。筆者が実施した短期的なフィールドワークからは、直売が持続的に地域に根付き、漁業地域の経済的発展に寄与するかは不透明な状況であると考えられる。

第7章では、大阪府の船曳網漁業において2014年から始まった入札制度の構築過程を検討した。以前までの直接取引から入札制度へと切り替わり、加工業者間での値付け競争が生じた。これにより、魚価は上昇し各経営体の経営状況は改善した。一方で、各経営体

は追加の販売手数料と氷代という新たな経費を負担しなければならなくなった。このように、漁業地域と主要な消費市場との距離関係並びに、流通環境の変化は漁業経営に影響を与えるという知見が事例研究より得られた。

2. 流通に関連する主体の活動の重要性

調査結果から注目すべき点は、地域において水産物流通システムが構築されていく中で、の経営体や仲卸業者の主体的な行動である。第3章では、午後から夜間にかけて出漁する漁業活動に合わせて、多くの経営体の出荷先となっている共販市場ではなく、あえて仲卸業者と直接取引を選択する経営体があった。また、ある経営体は共販市場と小売業者への出荷を組み合わせることで、経営状況を改善させようとしていた。同一地域内でも、各経営体は必ずしも均質的な出荷行動をとるとは限らない。自らの経営状況や過去の経験あるいは、性格などに基づいて出荷行動を構築している。そこには各経営体の主体的な行動が見いだせる。

第4章では、南淡における水産物流通を主導してきたS水産の販路開拓の歴史と、産地直送が始まって以降のS運輸の関わり方、さらに集出荷作業に従事する地域の人々の流通に果たす重要性が明らかとなった。S水産とS運輸は、他社のトラックを利用して関東地方への出荷を開始したり、計画的な時間利用を運用したりするなど輸送方法を工夫して円滑に水産物を消費地まで届けていた。また、南淡ではS水産の倒産という出来事を期に、流通システムが大きく変化したが、S水産が長年にわたり築いてきた日本各地の卸売業者との関係性が現在の直送の流通網に引き継がれていた。消費地から遠隔に位置する地域においては漁協、運送業者、仲卸業者といった流通に関連する主体が関わることで、流通を円滑に進めている実態が明らかになった。

第5章では、加温式ハウスの導入に伴う生産者間の関係性の変化には経営体間で差異が生じることが確認された。すなわち、旧来からのモンテを中心にして集出荷作業を行う経営体と、モンテを解体した上での新たな関係性に基づいて作業を行う経営体に分かれていたのである。こうした差異は、聞取りによると先代から経営を受け継いだ後の苦勞の経験が背景となって生じていた。加温式ハウスという新技術が短期間のうちに急速かつ均質的に町内に普及したのに対して、生産者間の関係性は経営体ごとに多様性を伴いながら変化していった。各経営体は自らの経営に適するように社会関係を選択しつつ運用し、生産を取り巻く経済的状況の変化に対応していた。

第6章では、直売の開始以後もこれに参入せず従来通りの共販市場中心の出荷を続ける経営体が地区内の経営体の3分の2に及んでいた点に、各経営体の主体的な対応が認められる。直売に参入した経営体が前年よりも漁獲金額を伸ばす中、半数以上の経営体が調査時点では参入していなかったわけである。彼らのこうした行動の要因として作業量が増加

することの忌避や、直売に参入する必要性がない経営形態をとっていることが挙げられた。また、共販市場での取引価格が好調に推移している点も、各経営体が作業量を増やしてまで直売施設まで出荷する利点を感じない理由となっていた。各経営体は保有する労働力人数や年齢、操業する漁業種類といった自らの経営状況とともに、深日の魚価の推移という経済環境を勘案しつつ出荷行動を決定しているのであった。

第7章では、制度設計段階や、その普及段階での中着網漁協による主導的な役割が認められた。それは各経営体に入札制度への参加要請、流通環境の整備における補助事業の申請・活用という行動に現れていた。林（1998,2001,2003）は水産物の流通段階に沿った主体間の活動の連鎖を明らかにしたが、流通制度そのものも様々な主体の活動が交錯しながら構築されていた。こうした視点は、共時的な流通構造の解明というこれまでの漁業地理学の成果に、通時的な視点からの流通制度の構築過程の解明という新たな方法論を付け加えることにもつながる。

以上のように各主体は、時代ごとに変化する地域の流通環境に適応するように活動していた。各主体には取り巻く流通環境に強く作用を受けながらも、独自の経験や判断に基づいて活動し、流通環境を変革する可能性を持っている。こうした、複数の漁業者や経営体の主体的な活動が集合して、地域の流通環境が決定されるという見方もできる。ローカルな水産物流通の実態を検証する際には、より高次のスケールの社会経済的要素によって流通環境が決定されるという反映論ではなく、地域の流通をめぐる状況と流通に関わる主体の活動と関係性を通じて流通環境が形成される点に注目する必要がある。流通システムは、地域を取り巻く社会経済的環境、自然的環境とそこから作用を受けた様々な主体の活動との関係性の中で形成され、変容していく創発的で生成的な営みの結果なのである。

3. 調査方法の検討

知見を整理すると、漁業地域における水産物流通を構成する要素の全体像を展望することができた。すなわち、漁業者、仲卸業者、運送業者などを含む流通に関連する主体が、流通環境に適応しつつ出荷行動を行うとともに、主体的な活動を通じて地域の流通システムの形成者としても機能していた。

事例研究からも明らかのように、水産物流通は漁業者の漁獲活動と出荷活動、仲卸業者や流通業者の集出荷活動と販売活動が時間的、空間的に連続することで成立している。個々の活動は、漁港を結節点として水域である漁場から陸域である消費地まで異なる性質をもつ空間を越えてつながっている。これは、篠原（1994）の提示した「水産業空間」が水産物の流通経路に沿ってモデル図が作成されたのに対して、各主体の活動の連鎖に沿っても水産業空間を形成できることを意味する。ここから、モノ（水産物）主体でみてきたこれまでの水産業空間とは異なる、ヒト主体の水産業空間が構想できる。これは、モデル図に

地域で調査した流通の実態を当てはめていくという調査手法ではなく、各主体の活動実態を調査してその地域ごとの固有のシステムを地域での調査に基づいて描く調査手法である。しかも、それぞれの活動は流通をめぐる社会経済的な環境に応じて変化する点を勘案すると、この調査手法を採用することで従来の共時的なモノの移動に加えて動態的な流通環境まで分析できる。ヒトの活動を中心に据えた流通研究を通じて、現在の流通システムが生成されてきた過程までを明らかにできるのである。

このように考えると、水産物はモノ（水産物）がヒト（流通に関連する主体）の活動に支えられるとともに、ヒトがモノの特性に応じて流通システムを組み立てている状況が明確になる。ここに水産物流通における人間と非人間との関わりが見出せる。海域の社会文化地理学を研究する Steinberg (2013) は、海域における主体は人間だけに限定されないとの立場をとる。彼は *Assemblage* の概念を援用しつつ (Castree et al.2013), 魚や船から波、水分子まで含む幅広い要素の関係性こそが海域という社会的・文化的空間を形成していると主張する。それらは通時的・共時的に流動して、関係性も常に変化を伴いながら海域という空間が構築されているとする (Steinberg and Peters2015)。

この理論は、水産物流通にも当てはめられる。例えば、第6章では、直売に参加する漁業者が以前までは海上で投棄していたような体長が小さな水産物や市場価値の低い水産物を漁港まで持ち帰り、選別した上で直売施設へと出荷していることを報告した。行動が変化した背景には、共販市場で販売できないような水産物が直売施設では売れるという経済的な要因があった。この現象は未成長資源への乱獲を進め、将来的に資源状況の悪化も予想される。以上のように、直売の開始という流通制度の変化が、漁業者の漁獲行動を変容させ、その過程で資源になりうる水産物の範囲がごく小さい個体にまで拡大された。ここには、直売を利用する消費者、直売を制度設計した店舗関係者、漁業者、水産資源の関係性が見出せる。そして、将来にわたり各主体が行動することでこれら集合体間の関係性が変化し、それに伴い個々の行動も変化を余儀なくされることが想像できる。例えば、乱獲の末、漁業者がより小さい個体までを漁獲対象に定め、より目合いの細かい網を使用したり、反対に店舗関係者が環境の悪化につれて資源管理を意識した制度に直売を変更したりするかもしれない。このように、人間と非人間の関係性に注目すると、過去の現象を実証的に解明するだけでなく、将来の流通環境の変容を展望するのも可能になる。

従来、漁業地理学は生態学的な研究と経済地理学的な研究の2つの分かると指摘され、水域における漁場利用は生態学的な研究に、陸域における村落研究と流通研究は経済地理学的な研究に位置づけられてきた (橋爪ほか 2016)。しかし、上記のような主体間の関係性に注目すると、必ずしも両領域を分ける必要はない。フィールドワークを調査手法の中心に据え、調査者が漁業地域の様々な現象とそれに関わる要素を直接観察してきた漁業地理学では、陸域のみを対象とする様々な地理学分野や、水域のみを対象とする水産学とは異なる、水域から陸域までを一体として捉える新しい地域像を構想できるのである。

4. 今後の課題

最後に、水産物流通の地域的研究を進めるに当たっての今後の課題を示す。

はじめに、流通経路に沿った各地点における活動まで分析を広げていく必要がある。本稿では、主に漁業経営体や仲卸業者の集出荷活動に焦点を当てたため、水揚げ港の所在地が調査地の中心となった。これは、従来の流通研究では各主体の活動が流通システム全体の構成要素としてしか描かれてこなかったことを受けて、個々の集出荷活動を強調しようとしたためである。しかしこの問題意識ゆえに、水産物が流通する卸売市場や消費地市場、さらに小売店といった流通拠点についてはほとんど分析できなかった。林（1998; 2001; 2003）や濱田（2016）でも示されたように、水産物流通は各主体の活動が連鎖することによって成立している。今後は、水産物が円滑に流通するために、地理的に異なる複数の地点での活動がどのようにつながりながら機能しているのかを考察していきたい。この観点には、主体間の交渉と競争の関係性、信頼関係などの歴史を有した社会経済的な関係性についての研究になると考えられる。環境社会学や生態人類学的な手法も参考にしながら取り組んでいきたい。

次に、規模の異なる流通現象と比較する必要がある。本稿では、水産物流通に果たす集出荷作業の重要性を強調するため、調査者が観察しやすく、また各経営体の戦略に差異が明確化するような小規模かつ家族経営体が一般的な地域を選定した。企業的な漁業経営が卓越したり単一魚種を大量に水揚げされたりするような大漁港は、本稿で扱った地域とは異なる作業形態や出荷行動が観察される上に、行動を規定するような要因も異なる。例えば、海外からの水産物輸入の状況や外国人労働者の規制、あるいは国際的な水産資源管理についての取り決めなどが流通環境に強く作用すると考えられる。これらの要素を検討するには、国際政治学や水産行政についての研究が参考になる（e.g. 片野・阪口 2018）。漁獲量や経営規模が小規模な地域と大規模な地域の比較を通じて、両者の流通システムの差異を明らかにしていきたい。

最後に、地理学理論への貢献がある。本稿では、はじめに提示した水産物流通の地域的研究の方法論を事例研究で応用した。結果として、個々の地域の流通環境の変化と集出荷作業の詳細を報告できた。しかし、個別事例から得られた成果を地理学的な認識論や方法論へ還元することには課題が残った。例えば、流通地理学では 1990 年代後半より経済政策と流通環境の関係性について実証研究が進められている（e.g. 箸本 1998, 駒木 2010）。第 1 章でみたように、水産物流通においても卸売市場法や漁業法の改正といった多くの政策的課題が存在する。また、自然と人間の関係性の地理学においても、近年、社会地理学から積極的な問題発信がなされている（浅野・中島 2013）。今後は、こうした他分野の成果も参照しながら、事例研究の知見を理論的に位置づけられるようにしたい。以上の 3 点

は、今後国内外を問わず様々な地域でのフィールドワークと文献研究を通じて取組みたい。

謝辞

本稿を作成するに当たり、愛知県西尾市一色町の養鰻生産者様、一色うなぎ漁協関係者様、大阪府深日漁協所属の漁業者様と漁協関係者様、兵庫県南淡漁協所属の漁業者様と漁協関係者様、大阪府鯉巾着漁協関係者、入札制度関係者の皆様には現地調査で大変お世話になりました。特に、深日漁協関係者の皆様には2015年1月より現在に至るまでお世話になっています。深日の漁業誌を描きたい、漁師の皆さんの悩みを共有したい、そんな独りよがりの思いから生まれる一つ一つの質問に、皆様は丁寧に答えてくださいました。

論文執筆にあたっては、大学院からの指導教員である田和正孝先生、荒山正彦先生、山口覚先生、濱田琢司先生、ご退職されました八木康幸先生の関西学院大学文学研究科地理学地域文化学領域の先生方、学部時代の指導教員である伊藤貴啓先生をはじめとする愛知教育大学教育学部の先生方、滋賀県立大学の香川雄一先生、先輩の中窪啓介様、先輩と後輩の方々にはご助言とご指導を賜りました。お名前をあげきれないほどのたくさんの方々にお世話になりました。

その時興味のあるものにすぐに食いつき、流されてしまう、今でも思想に一貫性のない私が博士論文執筆まで辿りつけたのも皆様のお陰です。ありがとうございました。

参考文献

- 相沢昂（1977）「漁港と流通」西日本漁業経済学会編『経済発展と水産業』394-416. 西日本漁業経済学会
- 秋谷重男（1978）『産地直結—流通の新しい担い手—』日本経済新聞社
- 秋谷重男（2007）『増補日本人は魚を食べているか』北斗書房
- 浅野敏久・中島弘二（2013）「自然の地理学—自然と社会の二元論を越えて—」浅野敏久・中島弘二編『自然の社会地理』13-37, 海青社
- 阿部覚（2005）「愛媛県における水産物流通の問題点とその方途」地域創成研究年報 1, 51-65.
- 新井鎮久（1976）「大井川河口養鰻地域の展開過程と河況変動」人文地理 28, 231-256.
- 荒木一視（1995）「フードシステム論と農業地理学の新展開」経済地理学年報 41, 100-120.
- 荒木一視（2002）『フードシステムの地理学的研究』大明堂
- 板倉信明（2009）「萩地域漁業の特質と地元水産物市場に求める役割—漁業生産構造を視点として—」地域漁業研究 50(1), 81-94.
- 市川康夫・横山貴史・杉野弘明・水島卓磨・橋本暁子・木村昌司・田林明（2012）「北茨城市平潟町における漁業地域の構造変容」地域研究年報 34, 1-37.
- 一色町編（1999）「ウナギ王国一色町による物語」一色ふれあい広報, 3-9.
- 一色町誌編さん委員会編（1970）『一色町誌』一色町
- 伊藤貴啓（2003）「農業の工業化とフードシステム論の展開—1980年代以降の農業地理学研究の動向から—」愛知教育大学研究報告 52（人文・社会科学編）, 181-189.
- 乾政秀（1996）「お魚センター（直売施設）の現代的意義」地域漁業研究 37(1), 85-98.
- 乾政秀（2003）「漁協の販売活動の動向と今後の課題」漁業経済研究 47(3), 9-27.
- 今村薫（1989）「石垣島における漁民の妻の社会的役割—ウキジユ関係を手がかりとして—」季刊人類学 20(3), 129-178.
- 井村博宣（1987）「那賀川平野におけるアユ養殖地域の形成」地理誌叢 28(2), 85-92.
- 井村博宣（1994）「那賀川平野におけるウナギ養殖地域の形成」地理誌叢 35(2), 17-26.
- 岩崎寿男（1997）『日本漁業の展開過程—戦後 50 年概史—』舵社
- 魚住香織（2018）「大阪湾・播磨灘におけるイカナゴの資源動向—資源の持続的利用を図るためには—」第 1 回東部瀬戸内海研究集会講演要旨集, 8-10.
- 卯田宗平（2001）「新・旧漁業技術の拮抗と融和—琵琶湖沖島のゴリ底曳き網漁におけるヤマアテと GPS—」日本民俗学 226, 70-102.
- 圓丸哲麻（2019）「鮮魚の流通」住谷宏編『流通論の基礎（第 3 版）』41-62. 中央経済社
- 大串伸吾（2015）「北海道日本海側におけるサクラマスの漁獲実態と高品質化操業の課題

- 島牧村・寿都町・熊石地区の定置網経営体を事例に—」漁業経済研究 59(2), 111-128.
- 大崎晃 (1967)「漁港発展の諸型」地理学評論 40, 131-142.
- 大塚秀雄 (1996)『鰻養殖業の経済学』農林統計協会
- 大美博昭 (2018)「ボンゴネット調査からみた大阪湾におけるイカナゴ仔魚の出現状況」第 1 回東部瀬戸内海研究集会講演要旨集, 5-7.
- 岡本清造 (1951)『静岡県清水港の魚市場機構—水産物流通機構調査報告書第二部第一号—』水産研究会
- 岡本清造 (1952)『淡路島の「活魚」市場機構—水産物流通機構調査報告書第三部第一号—』水産研究会
- 岡本清造 (1961)『水産経済学』恒星社厚生閣
- 小川真理 (1999)「水産物におけるブランド化」地域漁業研究 39(2), 337-347.
- 小田憲太郎・廣田将仁 (2013)「タチウオ流通の現状と評価—資源の変化に対応するための水産物流通チャネルのあり方—」漁業経済研究 57(2), 1-13.
- 小野征一郎 (1999)『200 海里体制下の漁業経済—研究の軌跡と焦点—』農林統計協会
- 海部健三 (2016)『ウナギの保全生態学』共立出版
- 笠井文保 (1967)「水稻低位生産性地帯における養鰻経営の成立」農村研究 25, 114-132.
- 笠原正夫 (1994)「製塩・漁業」海南市史編さん委員会編『海南市史 第 1 巻 通史編』海南市
- 加瀬和俊 (2019)「漁業権制度改正案の批判的検討」漁業経済研究 62(2), 63(1)合併号, 1-15.
- 片野歩・阪口功 (2019)『日本の水産資源管理—漁業衰退の真因と復活への道を探る—』慶應義塾大学出版会
- 勝川俊雄 (2009)「付録—「日本の漁業」—」キュリー, F., ミズレー, Y. 勝川俊雄監訳・林昌宏訳「魚のいない海」313-334. NTT 出版
- 勝川俊雄 (2016)『魚が食べられなくなる日』小学館
- 金田禎之 (1995)『日本の漁業と漁法』成山堂書店
- 亀田和彦 (2003)「条件不利地を抱える産地流通の課題—生産者による価値実現努力に注目して」漁業経済研究 47(3), 45-64.
- 木立真直 (1996)「卸売市場制度とは」秋谷重男・食品流通研究会編『卸売市場に未来はあるか—「生活者重視」へのチャネル転換—』49-63. 日本経済新聞社
- キュリー, P., ミズレー, Y. (勝川俊雄監訳, 林昌宏訳) (2009)『魚のいない海』NTT 出版
- 久賀みず保 (2017)「ローカル SM における地域密着型経営の展開—顧客作りの実態—」漁業経済研究 61(1), 19-37.
- 日下部敬之 (1997)「大阪湾におけるサルエビの成長と成熟」大阪府水産試験場研究報告 10, 59-69.

- 楠原直樹 (1961) 「秋刀魚の出荷から見た北日本漁港の位置的関係について」 東北地理 13, 73-80.
- 楠原直樹 (1962) 「遠洋鮪延縄漁業と三崎港」 東北地理 14, 125-129.
- 楠原直樹 (1964) 「遠洋漁業の水揚地としての清水」 東北地理 16, 23-28.
- 楠原直樹 (1966) 「遠洋漁業の発展と石巻漁港」 東北地理 21, 67-76.
- 楠原直樹 (1971) 「中小漁港の階層と流通機構—五島列島福江島付近の例で—」 東北地理 23, 1-9.
- 楠原直樹 (1972) 「水産物の流通と離島の漁港」 東北地理 24, 59-67.
- 楠原直樹 (1976) 「マグロの取引形態の変化と水揚港—三崎漁港の場合—」 東北地理 28, 207-212.
- 工藤貴史 (2001) 「霞ヶ浦における水産加工業の展開と構造変動」 漁業経済研究 46(2), 77-99.
- 國重和民 (1997) 「船びき網漁業」 大阪府漁業史編さん協議会編『大阪府漁業史』 581-585. 大阪府漁業史編さん協議会
- 倉田亨 (1976) 「産地流通加工拠点整備と漁協の役割」 西日本漁業経済論集 17, 27-42.
- 倉田亨 (1977) 「水産物流通・消費・加工論 (総論)」 十五周年記念論文集編集委員会編『経済発展と水産業』 167-176. 西日本漁業経済学会
- 河野通博 (1954) 『瀬戸内海総合研究会村落総合調査報告 第二輯 漁村の生活—岡山県児島氏下津井田ノ浦—』 瀬戸内海総合研究会
- 河野通博 (1991) 『光と影の庶民史—瀬戸内に生きた人びと—』 古今書院
- 駒木伸比古 (2010) 「徳島都市圏における大型店の立地展開とその地域的影響—大型店の出店規制に着目して—」 地理学評論 83, 192-207.
- 酒井亮介 (2008) 『雑喉場魚市場史—大阪の生魚流通』 成山堂書店
- 佐藤大祐・中村昭史・山下垂紀郎・田林明・日野敬仁・脇田政人・飯島容平 (2000) 「ひたちなか市那珂湊における漁業空間の構造」 地域調査報告 22, 171-206.
- 佐野雅昭 (2017) 「水産物小売の現代的特徴とその再生—スーパーチェーンの限界と未来—」 漁業経済研究 61(1), 1-18.
- 静岡新聞社・南日本新聞社・宮崎日日新聞社編 (2016) 『ウナギ NOW—絶滅の危機!! 伝統食は守れるのか?—』 静岡新聞社
- 篠原秀一 (1988) 「茨城県波崎町における漁港漁業の発展」 地域調査報告 10, 59-76.
- 篠原秀一 (1989) 「銚子における漁港漁業の発展」 地理学評論 62A, 792-811.
- 篠原秀一 (1991) 「銚子における水産物の集出荷空間」 人文地理学研究 15, 25-39.
- 篠原秀一 (1992) 「日本における主要水揚漁港の魚種構成による分類と分布パターン」 地学雑誌 101, 38-58.
- 篠原秀一 (1994) 「銚子漁港における近海旋網漁船群の主要本拠地」 人文地理学研究 18,

- 191-205.
- 篠原秀一 (1995) 「銚子における水産加工・流通技術の進展と産地形成」人文地理学研究 19, 47-61.
- 篠原秀一 (2013) 「水産地理学に関わる私の研究経緯」林紀代美編『漁業, 魚, 海をとおして見つめる地域—地理学からのアプローチ』145-149. 冬弓社
- 島田正彦 (1977) 「わが国の主要漁港—陸揚量を中心とした二・三の分析—」西日本漁業経済学会編『経済発展と水産業』378-393. 西日本漁業経済学会
- 常清秀 (2000) 「大都市における水産物流通構造と卸売業者の経営展開—東京都中央卸売市場築地市場における卸売業者を事例として—」地域漁業研究 41(1), 95-125.
- 砂田智裕 (2016) 「沖縄県における特産品の販路開拓に関する一考察—モズクのフードシステムに着目して—」沖縄地理 16, 27-40.
- 副島久実 (2008) 「陸上作業の再評価と女性の漁協正組合員化—地域づくりへのプロセス—」中道仁美編著『女性からみる日本の漁業と漁村』51-74. 農林統計出版
- 副島久実 (2017) 「ローカルスーパーにおける漁業生産との連携と地産地消型流通販売の実現—スーパーマーケットと漁業生産との連携による競争力強化の根拠とその意義—」漁業経済研究 61(1), 53-69.
- 竹ノ内徳人 (2004) 「地域漁業の振興とクラスター戦略—佐賀県漁業のブランド化戦略を事例として—」漁業経済研究 49(1), 117-136.
- 田坂行男 (1979) 「焼津魚市場からみたマグロ流通構造の変化」経済地理学年報 25, 165-179.
- 田坂行男 (1981) 「第二次大戦後の経済発展に伴う内湾漁業の変容—アサリ採取漁業を中心として—」歴史地理学 115, 15-28.
- 田中豊治 (1972) 「但馬漁業の展開とその流通構造」経済地理学年報 18, 40-61.
- 田中豊治 (1980) 「漁港と市場機能」経済地理学年報 26, 215-228.
- 田中豊治 (1982) 『水産物流通の地理学的研究』大明堂
- 田中佑佳 (2013) 「合併漁協における自営直売所の経営問題—福岡県 JF 糸島を事例として—」地域漁業研究 53(1),(2), 1-31.
- 多屋勝雄 (2001) 「流通チャンネルの多様化と産地市場の対応—産地市場の再生問題—」多屋勝雄編著『水産物流通と魚の安全性—産地から食卓まで—』129-142. 成山堂書店
- 田中正孝 (2013) 「マレー半島の華人漁村におけるフィールドワーク—小規模漁業の調査方法を考える—」林紀代美編『漁業, 魚, 海をとおして見つめる地域—地理学からのアプローチ』53-70. 冬弓社
- 塚本礼仁 (2000) 「国内養鰻産地の維持に関する研究—熊本県有明海沿岸玉名地区を事例として—」文学部論叢 68(地域科学篇), 1-22.
- 塚本礼仁 (2001) 「養鰻産地の維持と種苗配給システムに関する研究」文学部論叢 72 (地

- 域科学篇), 51-65.
- 塚本礼仁 (2003) 「鹿児島県大隅地区における養殖ウナギ産地の発展」 2003 年度日本地理学会秋季学術大会発表要旨集 64, 84.
- 塚本礼仁 (2010a) 「水産物フードシステムの変容と産地の対応—ウナギを事例として—」 経済地理学年報 56, 43.
- 塚本礼仁 (2010b) 「国産ブームの到来と日本におけるウナギ産業の新展開」 高柳長直・川久保篤志・中川秀一・宮地忠幸編著 『グローバル化に対抗する農林水産業』 79-93. 農林統計出版
- 塚本礼仁 (2013) 「琵琶湖産淡水魚介類の流通と加工」 地域漁業研究 53(3), 47-68.
- 塚本礼仁 (2014) 「浜名湖ウナギ産地の変容と日本の養鰻業」 地理 59(10), 30-39.
- 辻雅司 (2008) 「水産物製品におけるブランド継承と地産原料に関する考察—冷凍スリ身原料不足への対応としての地産魚活用の課題—」 地域漁業研究 48(3), 13-30.
- 土井仙吉 (1959) 「以西遠洋底びき網漁業根拠地の盛衰」 地理学評論 32, 1-23.
- 土井仙吉 (1967) 「明治中期以降における日本漁業の地域的展開」 福岡教育大学紀要 17 (社会科編), 1-12.
- 土井仙吉 (1968) 「マクロ遠洋漁業の発展と三崎・焼津・清水」 人文地理 20, 595-615.
- 東京水産振興会 (2018) 「大阪湾の生産・販売システムを再編—大阪府鰻巾着網漁協—」 東京水産振興会編 『浜の活性化に向けた取り組みの現状と課題—平成 29 年度事業報告書—』 69-74. 東京水産振興会
- 徳田眞孝・浜田豊市 (2010) 「直売所における水産物商品の特性」 福岡県水産海洋技術センター研究報告 20, 95-102.
- 徳田眞孝・日高健・濱田豊市・佐藤利幸 (2011) 「直売所への水産物出荷が漁家経営に与える影響」 地域漁業研究 51(3), 105-123.
- 富田藤太郎 (1951) 「魚商人とのたたかい」 漁村 17(6), 40-43.
- 鳥居享司 (2011) 「瀬戸内町漁協における漁協経営改善の取り組み」 南太平洋海域調査研究報告 52, 31-35.
- 鳥居享司 (2018a) 「大阪府における船曳網漁業管理の取り組み(1)」 漁業と漁協 55(7), 19-23.
- 鳥居享司 (2018b) 「大阪府における船曳網漁業管理の取り組み(2)」 漁業と漁協 55(8), 20-23.
- 中居裕 (1996) 『水産物市場と産地の機能展開』 成山堂書店
- 中澤高志 (2012) 「人的資源・労働力・労働市場」 中藤康俊・松原宏編 『現代日本の資源問題』 193-215. 古今書院
- 中澤高志 (2015) 『労働の経済地理学』 日本経済評論社
- 中原尚知 (2009) 「生鮮マクロ需給条件の変化と産地の変容—和歌山県勝浦を事例として

- 一」漁業経済研究 53(3), 19-37.
- 中村周作 (1984)「海産物行商からみた集落間結合とその変化—出水市名護地区と背域との関係を中心に—」歴史地理学紀要 26, 127-146.
- 中村周作 (1985)「水産物行商人の空間活動様式—山陰地方の事例を中心として—」人文地理 37, 310-331.
- 中村周作 (1986)「萩市三見浦における「産地型行商人」の生成過程—漁村民の空間行動の研究の一例として—」地理科学 41, 133-149.
- 中村周作 (2009a)『宮崎だれやみ論—酒と肴の文化地理—』鉾脈社
- 中村周作 (2009b)『行商研究—移動就業行動の地理学—』海青社
- 中村周作 (2012)『熊本酒と肴の文化地理—文化を核とする地域おこしへの提言—』熊本出版文化会館
- 中村周作 (2014)『酒と肴の文化地理—大分の地域食をめぐる旅—』原書房
- 中村周作 (2018)『佐賀・酒と魚の文化地理—文化を核とする地域おこしへの提言—』海青社
- 中道仁美 (2008)「女性起業の直売活動と社会的展開—沖縄の刺身店の事例から—」中道仁美編著『女性からみる日本の漁業と漁村』131-156. 農林統計出版
- ネクト, B. (杉浦茂樹訳) (2008)『銀むつクライシス—「カネを生む魚」の乱獲と壊れゆく海—』早川書房
- 野尻亘 (2018)「物流クライシスとカーゴ・モビリティ—「忘れられた空間」と「一見秩序づけられた無秩序」」現代思想 46(5), 120-135.
- 白銀平・佐野雅昭 (2006)「中国におけるウナギ養殖産業の展開とその条件」地域漁業研究 46(2), 1-21.
- 橋爪孝介・本多広樹・坂本優紀・麻生紘平・小林愛・馮競舸・川村一希 (2016)「茨城県大洗町における漁業者の活動からみた漁業地域の存続」地域研究年報 38, 151-177.
- 箸本健二 (1998)「流通業における規制緩和と地域経済への影響」経済地理学年報 44, 282-295.
- 長谷川典夫 (1969)「漁港の規模分類試案—東北地方の例—」東北地理 21, 57-66.
- 波積真理 (2002)『一次産品におけるブランド理論の本質—成功条件の理論的検証と実証的考察—』白桃書房
- 波積真理 (2007)「水産物における地域ブランドの確立と地域振興」地域漁業研究 47(2), (3)合併号, 217-233.
- 馬場治 (2001)「産地における新たな販売取り組み—生鮮魚介類販売を中心として—」多屋勝雄編著『水産物流通と魚の安全性—産地から食卓まで—』44-72. 成山堂書店
- 馬場治 (2017)「ローカル SM と地元卸売市場との連携—差別性を産みだす卸売市場流通—」漁業経済研究 61(1), 39-51.

- 浜口弘幸 (2004) 「大阪湾沿岸域における資源管理型漁業—特に機船船びき網によるイカナゴ漁の資源管理の事例について—」 史泉 100, 22-39.
- 濱田英嗣 (1998) 「水産物の消費地市場流通」 地域漁業学会編『漁業考現学—21世紀への発信—』 農林統計協会, 240-253.
- 濱田英嗣 (2001) 「産地流通の特質と諸問題」 土井時久・斎藤修編『フードシステムの構造変化と農漁業』 農林統計協会, 394-409.
- 濱田英嗣 (2011) 『生鮮水産物の流通と産地戦略』 成山堂書店
- 濱田武士 (2016) 『魚と日本人—食と職の経済学—』 岩波書店
- 林紀代美 (1998) 「下関漁港南風泊分港の水産業空間に関する地理学的考察」 新地理 46(2), 1-13.
- 林紀代美 (2001) 「下関漁港・商港における水産物流通の空間構造」 地理学評論 74A, 491-511.
- 林紀代美 (2003) 「中国におけるトラフグ養殖の発展と日本市場への輸出」 地理学評論 76, 472-483.
- 林紀代美 (2007) 「地域水産物振興を考える—地域水産物と消費者との接点に注目して—」 経済地理学年報 53, 78-97.
- 林紀代美 (2008) 「輸入カペリンの大量流通下における北海道産シシャモの生産・加工と販売努力」 金沢大学教育学部紀要 (人文科学・社会科学編) 57, 41-56.
- 林紀代美 (2011) 「2000年代の水産物購入にみる食の平均化と地域差」 E-journal GEO6, 1-15.
- 林紀代美 (2013a) 「沖縄の人々はサンマ・サケをどう受け入れてきたか?—食材の普及、流通、消費にみられる地域性—」 E-journal GEO8, 96-118.
- 林紀代美 (2013b) 「魚の流通・消費をとおしてつながる地域や人びと」 林紀代美編『漁業、魚、海をとおして見つめる地域—地理学からのアプローチ—』 107-123. 冬弓社
- 林紀代美 (2013c) 「水産物流通研究における研究動向と今後の課題」 金沢大学人間科学系研究紀要 5, 1-34.
- 林紀代美 (2015) 『魚食と日本人—水産と人・生活・地域のかかわり—』 古今書院
- 原田幸子・高市美幸・竹ノ内徳人 (2016) 「宇和海における新たな産地加工・流通の取り組みと今後の方向性」 地域漁業研究 56(3), 175-191.
- 東村玲子 (2015) 「越前がにのブランド分析—消費者に与える満足感—」 地域漁業研究 56(1), 33-56.
- 東村玲子・加藤辰夫 (2012) 「三国産・越前がにのブランド価値の源泉と消費者視点のブランド化戦略—三国港における消費者アンケートの結果から—」 国際漁業研究 11, 75-99.
- 日高健 (2002) 『都市と漁業—沿岸域利用と交流—』 成山堂書店
- 日高健 (2014) 「漁協と大手量販店の直接取引が水産物流通に何を問いかけているか」 多田

- 稔・婁小波・有路昌彦・松井隆宏・原田幸子編『変わりゆく日本漁業—その可能性と持続性を求めて—』183-202. 北斗書房
- 廣瀬慶二 (2001)『うなぎを増やす』成山堂書店
- 廣田将仁 (2001)「塩釜地区における練製品加工業者の行動と展開」漁業経済研究 46(1), 1-26.
- 廣田将仁 (2008)「沿岸地域商材における輸出拡大の現状—海外需要の増大に要請された陸奥湾産ナマコ供給体制の検討—」漁業経済研究 53(2), 21-41.
- 廣田将仁 (2011)「ナマコ流通の動態と供給体制の対応に関する考察」漁業経済研究 55(1), 129-148.
- 廣吉勝治 (1983)「水産物流通機構の展開」水産大学校研究報告 31(3), 99-110.
- 古川史郎 (1959)「神奈川県三崎漁港の発達」地理学評論 32, 179-192.
- 前田竜孝 (2017)「大阪府岬町深日地区における船曳網の漁業者間関係と操業活動」関西学院大学先端社会研究所紀要 14, 163-178.
- 前田竜孝 (2019)「日本の漁業地理学における生態学的方法の系譜とその展開」地理科学 74, 23-39.
- 増井好男 (1978)「養鰻産地の地域的性格—矢作川下流・一色町の事例—」農村研究 47, 73-84.
- 増井好男 (1979)「養鰻産地の展開過程—吉田町と大井川町との地域的差異—」農村研究 48, 78-88.
- 増井好男 (1981)「浜名湖沿岸養鰻産地の発展過程(1)—その形成・確立を中心に—」農村研究 53, 31-41.
- 増井好男 (1982a)「浜名湖沿岸養鰻産地の発展過程(2)—その成長を中心に—」農村研究 54, 55-66.
- 増井好男 (1982b)「浜名湖沿岸養鰻産地の現状と問題点」農村研究 55, 70-79.
- 増井好男 (1999)『内水面養殖業の地域分析』農林統計協会
- 増井好男 (2013)『ウナギ養殖業の歴史』筑波書房
- 松木晋介・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 39, 95-110.
- 三木克弘 (2015)「イカ乾燥珍味加工業の再編構造—函館地区を中心とする実態調査から—」漁業経済研究 59(1), 15-30.
- 三田牧 (2004)「糸満漁師, 海を読む—生活の文脈における『人々の知識』—」民族学研究 68(4), 465-486.
- 望月政志・倉田亨 (2010)「持続可能な漁家経営と地域格差—京都府機船底曳網漁業を事例として—」漁業経済研究 54(3), 57-76.
- 森政次 (2018)「大阪府鰻巾着網漁協の取組み」漁港漁場 60(3), 26-29.

- 森脇康仁 (2014) 「みなどは交通の拠点だった (2) —貨客船からフェリーボートへ」 「淡路島のみなどの歴史」 編集委員会編 『淡路島のみなどの歴史』 46-58. 兵庫県港湾協会
- 矢富洋道・宮川友則・秋葉正史 (2005) 「静岡県清水港に棲息するカサゴ *Sebasticus marmoratus* の生態的特性と遺伝的特性」 東海大学紀要海洋学部 3(2), 21-38.
- 藪内芳彦 (1960) 「漁港集積の経済空間的秩序」 人文研究 11(2), 114-133.
- 藪内芳彦・大島襄二 (1976a) 「シンポジウム海・漁業」 人文地理 28, 85-91.
- 藪内芳彦・大島襄二 (1976b) 「海・漁業—1975 年秋季大会シンポジウム—」 地理学評論 49, 156-164.
- 山内昌和 (2004) 「漁業地域研究の新しいアプローチに向けて」 人文地理 56, 351-374.
- 山内昌和 (2005) 「1980 年代以降の経済地理学的な漁業研究の成果と今後の課題」 漁業経済学会編 『漁業経済研究の成果と展望』 257-261. 成山堂書店
- 山本荘毅・寺田稔・上野泰彦・山内徹・小島和彦・井口琢也・千沢祐之・田中良伸 (1980) 「物部川左岸河口地域における地下水と養鰻業」 地域研究 21(1), 36-43.
- 山本尚俊 (2000) 「消費地地方魚市場の再編と卸売業者の業務展開—福岡県魚市場 (株) を事例に—」 地域漁業研究 40(2), 61-79.
- 山本尚俊 (2006) 「日本による高鮮度水産物輸出の対応とメカニズム—タチウオの対韓輸出を中心に—」 漁業経済研究 51(2), 65-82.
- 山本尚俊・亀田和彦 (2010) 「卸・仲卸の経営概況と対応行動からみた消費地卸売市場の再編動向—大阪市中央卸売市場本場を事例に—」 漁業経済研究 54(3), 21-39.
- 山本尚俊・平亮馬 (2016) 「卸売市場流通の縮小下における市場業者の対応と卸・仲卸二段階制の揺らぎ—福岡市中央卸売市場鮮魚市場の上位仲卸を中心に—」 漁業経済研究 60(2), 1-16.
- 山本尚俊・北野慎一 (2017) 「量販店によるクロマグロの取引実態と仕入行動の特質」 漁業経済研究 61(2), 15-30.
- 養殖ビジネス編集部 (2015) 「活魚マーケットと新しい輸送技術の開発」 養殖ビジネス 52(5), 5-9.
- 横川浩治・井口政紀・山賀賢一 (1992) 「播磨灘南部沿岸海域におけるカサゴの年齢, 成長, および肥満度」 水産増殖 40, 227-234.
- 横山貴史 (2015) 「地域資源を活用した漁村地域の活性化—富山県黒部市生地地区の事例—」 田林明編著 『地域振興としての農村空間の商品化』 317-341. 農林統計出版
- 婁小波 (1994) 『水産物産地流通の経済学』 学陽書房
- 婁小波 (1997) 「漁協共販事業」 大阪府漁業史編さん協議会編 『大阪府漁業史』 大阪府漁業史編さん協議会, 670-676.
- 婁小波 (2009) 「生鮮水産物流通システムの変化とサプライチェーンの構築」 フードシステム研究 16(2), 59-73.

- 和久田清作 (1959) 「愛知県における養鰻の現況」 水産増殖 6(4), 28-32.
- Bolton, A., Dubik, B., Stoll, J., Basurto, X. 2016. Describing the diversity of community supported fishery programs in North America. *Marine Policy*, 66, 21-29.
- Brinson, A., Lee, M-Y., Rountree, B. 2011. Direct marketing strategies: The rise of community supported fishery program. *Marine Policy*, 25, 542-548.
- Coull, J. 1972. *The fisheries of Europe: An economic geography*. G.Bell & Sons.
- Coull, J. 1986. The Scottish herring fishery 1800-1914: Development and intensification of a pattern of resource use. *Scottish Geographical Magazine*, 102, 4-17.
- Coull, J. 1993. *World fisheries resources*. Routledge.
- Fabinyi, M. 2016. Producing for Chinese luxury seafood value chains: Different outcomes for producers in the Philippines and North America. *Marine Policy*, 63, 184-190.
- Hayashi, K. 2003. The difference between cities and the change for the constitution proportion of fisheries commodities purchase. *Journal of Regional Fisheries*, 44, 69-81.
- Knutson, P. 2017. Escaping the corporate net: Pragmatics of small boat direct marketing in the U.S. salmon fishing industry of the Northeast Pacific. *Marine Policy*, 80, 123-129.
- Malindine, J. 2017. Northwest coast halibut hooks: An evolving tradition of form, function, and fishing. *Human Ecology*, 45, 53-65.
- Mansfield, B. 2004. Rules of privatization: Contradictions in neoliberal regulation of North Pacific fisheries. *Annals of the Association of American Geographers*, 94, 565-584.
- Castree, N., Kitchin, R., Rogers, A. 2013. Assemblage. In Castree, N., Kitchin, R., Rogers, A. *A Dictionary of Human Geography*. Oxford University Press. 24 – 25.
- Olson, J. 2010. Seeding nature, ceding culture: Redefining the boundaries of the marine commons through spatial management and GIS. *Geoforum*, 41, 293-303.
- Shinohara, S. 1994. A framework for geographical research on modern fisheries in Japan. *Geographical Review of Japan*, 67 (Ser. B), 117-125.
- St. Martin, K. 2001. Making space for community resource management in fisheries. *Annals of the Association of American Geographers*, 91, 122-142.
- St. Martin, K. 2006. The impact of "community" on fisheries management in the US Northeast. *Geoforum*, 37, 169-184.
- Steinberg, P. 2013. Of other seas: Metaphors and materialities in maritime regions. *Atlantic Studies*, 10(2), 156-169.
- Steinberg, P., Peters, K. 2015. Wet ontologies, fluid spaces: giving depth to volume through oceanic thinking. *Environment and Planning D: Society and Space*, 33, 247-264.
- Snyder, R. and St. Martin, K. 2015. A fishery for the future: The midcoast fishermen's association and the work of economic being-in-commons. *In Making other worlds possible:*

Performing diverse economies, ed. G. Roelvink, K. St. Martin and J.K. Gibson-Graham, 26-52. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Witter, A., Stoll, J. 2017. Participating and resistance: Alternative seafood marketing in a neoliberal era. *Marine Policy* 80: 130-140.

参考 URL

水産庁 (2015) <http://www.jfa.maff.go.jp/j/saibai/unagi.html>. 「うなぎ養殖業の許可制について」 (2017 年 1 月 26 日閲覧)

水産庁 (2017) <http://www.jfa.maff.go.jp/j/saibai/unagi.html>. 「ニホンウナギ稚魚 (シラスウナギ) の池入れ動向について」 (2017 年 5 月 28 日閲覧)

水産庁 (2017) <http://www.jfa.maff.go.jp/j/bousai/attach/pdf/hamaplan-35.pdf> 「水産業を核とした漁村の活性化 (浜の活力再生プランについて)」 (2019 年 9 月 17 日最終閲覧)

水産庁 (作成年不明) 「広域浜プランについて」
http://www.jfa.maff.go.jp/j/bousai/pdf/kouikihamaplan_setumei.pdf (2019 年 10 月 12 日最終閲覧)