

水産物産地市場の現状と課題

〔要 旨〕

- 1 一般に漁港に水揚げされた水産物は、漁協の販売事業、なかでも漁協が開設・運営する産地市場を通じて販売されており、こうした事情を反映して漁協開設市場が産地市場数の81%（取扱量ベースでは57%）を占めるなど、産地市場問題イコール漁協市場問題ともいえる状況にある。
- 2 産地市場の起点となる漁港での水揚状況をみた場合、沖合・遠洋漁獲物主体の漁港では水揚げの減少が顕著であるが、沿岸漁獲物主体の漁港での減少はそう大きくないなど、様相を異にする。このように、漁港等の特性によって産地市場における水揚量の減少程度には差があるが、魚価低迷は共通している。
- 3 その背景の一つに産地市場における買受人の構造変化がある。大規模市場では出荷・加工買受人、一般市場では卸・小売・出荷買受人の役割が大きいが、概してこれら買受人の減少傾向が続いており、魚価形成上の問題となっている。そのため、こうした買受人機能をどう補うかが大きな課題となっている。
- 4 魚価の低迷は、産地市場に限らず消費地市場にも共通して起きている現象であり、産地市場の価格形成力が向上したからといってすべてが解決するわけではないが、当該市場に水揚げされる魚種等の用途・特性に合った買受人（あるいは同機能）の増強によって一定程度の効果が期待できよう。こうした視点が、産地市場の機能強化や統合・再編問題を考える場合に重要となる。
- 5 適当な買受人や加工業者の誘致が優先されようが、漁協においては販売事業の一環としての位置づけであり、困難な場合は他漁協、他業者との提携や単独実施も含めて考える必要がある。当然リスクも伴うが、漁協合併も含めた耐性力の強化、人材確保も含めた体制整備、あるいは組合員の理解を得る等、事前準備に万全を尽くした上での積極的な取組みに期待したい。

目次

はじめに

- 1 卸売市場制度と産地市場
- 2 漁港，漁協と産地市場
 - (1) 漁港種類と水揚動向
 - (2) 漁協の販売事業と産地市場運営
 - (3) 漁協が運営する産地市場

3 産地市場の現状

- (1) 縮小する市場流通と市場の対応
- (2) 買受人構造の変化
- (3) 漁協市場における買受人の動向

4 産地市場再編計画の現状と課題

むすびに代えて

はじめに

量販店主導の価格形成を基本とする流通形態は，輸入水産物をはじめとする市場外流通の増加等，確実に定着している。また，個食（孤食）化や食の簡便化ニーズを背景とする「家庭消費から業務消費へ」という水産物等消費形態の変化は，内食から外食，外食から中食へシフトするなど，様相を変えながらも確実に進展している。

こうしたなかで産地卸売市場（以下「産地市場」という）の機能不全が大きな問題として指摘され，現在2010年度を目標年度とする産地市場再編整備計画^{（注1）}への取組みが進められている。しかし，市場統合は遅々として進展せず，零細規模の市場が多くを占める状況に大きな変化はみられない。

一方，BSEの発生等を契機とした消費者の食の安全・安心に対する関心の高まりは，生産から流通，加工，消費にいたるフードシステム全体について，より一層の衛生管理対策を求めている。このような衛生管理の高度化は，必然的に市場施設の重装

備化につながるものであり，小規模な産地市場では到底対応できず，ある程度の市場統合は不可避という状況にある。

こうした状況を考えれば，産地市場再編整備計画のスタートから目標年度までの期間のほぼ半分を経過したこの時期に，産地市場の現状を振り返ることの意義もそれなりにあろう。本稿は，そうした趣旨で産地市場の現状をあらためて整理し，今後に向けた課題を抽出しようとするものである。

なお，水産物の流通や消費の変化等，産地市場が機能不全に陥った背景にあるさまざまな構造変化については割愛しているので，拙稿（2002）等を参照されたい。

（注1）水産庁が設置した「産地市場機能強化対策検討会」での協議を経てまとめられた「産地市場機能強化対策検討会報告」（01年3月）をベースとする整備計画である。

1 卸売市場制度と産地市場

卸売市場とは，卸売市場法において「生鮮食料品等の卸売のために開設される市場であって，卸売場，自動車駐車場その他の生鮮食料品等の取引及び荷さばきに必要な

施設を設けて継続して開場されるものをいう。」と定義されている(第2条第2項)。同法は、卸売市場を中央卸売市場、地方卸売市場、その他の卸売市場に区分しているが、その詳細は同法や同法施行令、あるいは都道府県の卸売市場条例で規定されており、おおむね第1表のとおりその内容を整理できる。

本稿で対象とする「産地市場」という名称は見当たらず、その意味では法的な定義づけは行われていない。ただし、施行令第2条(地方卸売市場の施設の最低規模)において、「主として漁業者又は水産業協同組合から出荷される水産物の卸売のためその水産物の陸揚地において開設される卸売市場で、その水産物を主として他の卸売市場に出荷する者、水産加工業を営む者に卸売する者又は水産加工業を営む者に対し卸売するためのもの」との規定があり、これが産地市場に関する唯一の記述となっている。市場要件等も加味すれば、一般には「地方卸売市場」ないし「その他の市場」

に該当し、かつ上記規定を満たす市場ということができよう。

なお、「水産物産地市場の統合および経営合理化に関する方針」(12水漁第4504号水産庁長官通知)では、「水産物の卸売のために開設される市場であって、漁船による水産物の直接水揚げ又は陸送による生産地からの水産物の搬入を受けて、第一段階の取引を行う市場をいう。」として、より簡潔な定義づけがなされている。後者の定義のポイントは、産地市場で取引される水産物には、当該漁港に直接水揚げされるものその他の漁港(生産地)から陸送されてくるものがあるということをも明記している点である。

2 漁港、漁協と産地市場

(1) 漁港種類と水揚動向

産地市場という水産物流通問題を検討するにあたって、その起点となる漁港の現状をまず整理しておきたい。海に囲まれたわ

第1表 卸売市場の種類と要件

	要件等	開設者の認可等
中央場卸売	・地方公共団体(都道府県、人口20万人以上の市、又はこれらが加入する一部事務組合若しくは広域連合)が、農林水産大臣の認可を受けて開設する卸売市場(法第8条)	1 開設者：地方公共団体(大臣認可) 2 卸売業者：大臣許可(法第15条) 3 仲卸業者：開設者許可(法第33条) 4 売買参加者：開設者承認(法第36条)
地方場卸売	・中央卸売市場以外の卸売市場で、政令でその規模が規定され、都道府県知事の許可を受けて開設される卸売市場(法55条) ・水産物に関しては200m ² (産地市場は330m ²)以上(施行令第2条)	1 開設者：都道府県知事許可(法第55条) 2 卸売業者：都道府県知事許可(法第58条) 3 仲卸業者：都道府県条例で規定(法第68条)。一般的に開設者の承認、知事への届出としている。 4 売買参加者：仲卸業者の場合と同様。なお、仲卸業者と売買参加者をまとめて「買受人」と呼称している事例有り(例：石川県、新潟県等)
その他の市場	・中央及び地方卸売市場以外の卸売市場	・卸売市場法には規定なし。ただし、道府県条例での規制可としており(法第74条)。「地区卸売市場」と呼称事例有り(例：石川県、新潟県等)

資料 卸売市場法等を基に筆者作成

が国の「港」を規定する法律は、「漁港漁場整備法（旧漁港法）」「港湾法」「港則法」「関税法」等いろいろあるが、水産物流通に関しては「漁港漁場整備法」に規定される「漁港」に限定しても良いだろう。わが国の代表的な漁業基地である釧路が同法上の「漁港」に該当しないなど一部不都合もあるが、産地市場問題を取り上げる場合の大きな支障とはならないものと考えられる。^(注2)

漁獲物の水揚げ（漁港等に関する記述においては、一般に「陸揚げ」と表現される）は一般に漁港において行われるが、その漁港は漁港漁場整備法によって5種類に区分されている。主な区分基準はその漁港を利用する漁船の範囲であり、第2表のとおり整理できる。大胆に要約すれば、主に第1種漁港が沿岸漁業、第2種が沿岸漁業と沖合漁業、第3種が沖合漁業と遠洋漁業、特定第3種が遠洋漁業を中核に沖合漁業や沿岸漁業が幅広く営まれている地域にある漁港といえよう。

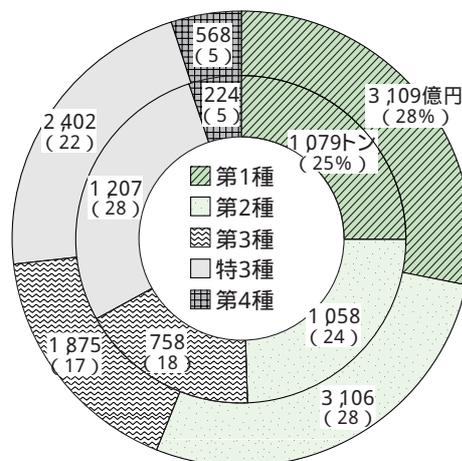
04年の漁港種類別水揚げ状況は第1図のと

第2表 漁港の種類と数

	漁船の利用範囲	漁港数 (2004年)
第1種漁港	その利用範囲が地元の漁業を主とするもの	2 214
第2種漁港	その利用範囲が第1種漁港よりも広く、第3種漁港に属しないもの	495
第3種漁港	その利用範囲が全国的なもの	101
特定第3種漁港	第3種漁港のうち水産業の振興上特に重要な漁港で政令で定めるもの(気仙沼、銚子、三崎、焼津など)	13
第4種漁港	離島その他辺地において漁場の開発又は漁船の避難上特に必要なもの	101

資料 筆者作成、漁港数は、水産庁『漁港港勢の概要(平成16年)』
 (注) 漁港種類は、漁港漁場整備法第5条(特定第3種漁港は第19条の3)に規定。

第1図 漁港種類別水揚げ状況(2004年)



資料 水産庁『漁港港勢の概要』
 (注) 内円数値は数量、外円数値は金額、()内は全体の割合。

おりであり、いくつかの特徴を読み取ることができる。第4種漁港は別として、各漁港種類ともそれぞれ20~30%前後の水揚げシェアとなっており、おおむね拮抗した状況にある点が一つの特徴として指摘できる。いずれの漁港も、水産物流通において一定の役割を果たしていること示すものといえよう。

さらに、第1種や第2種漁港では水揚げ金額シェアが水揚げ数量シェアを上回り、逆に特定第3種や第3種漁港では水揚げ金額シェアが水揚げ数量シェアを下回っている点も指摘できる。この違いは、主に港に水揚げする漁船が営む漁業種類、ひいては水揚げされる魚種に起因する。第3種漁港等の大規模漁港では、まき網等で漁獲されるイワシ、サバ、サンマなど比較的値段の安い多獲性魚種の水揚げが多く、第1種や第2種漁港では一本釣り等の沿岸漁業が主体と

なることから比較的値段の高い魚種の水揚げが多いということを示している。

漁港種類別にその平均水揚量と平均水揚金額の推移を整理したものが第3表だが、数量ベースでみて、第3種漁港は第1種漁港の15倍強(04年)、特定第3種漁港は同じく190倍強(同)となっており、規模の違いは歴然である。

また、第1種、第2種漁港における水揚げが、数量、金額とも近年減少傾向にあるとはいえ、特定第3種漁港等との比較においては相対的に良好な状況にあることがみてとれる。30年前と比べてみても、特定第3種漁港等が大きく減少しているなかで、数量的にはほぼ横ばい水準を維持している。わが国の漁業生産縮小が遠洋・沖合漁業中心に進んできたことを如実に表すものともいえるが、産地市場の実態をみる上でも重要な着眼点となろう。

(注2) 港湾法に規定される「港湾」において漁業活動が行われている場合には、漁港漁場整備法に規定される「漁港」に該当しない場合もある(例：釧路)

(2) 漁協の販売事業と産地市場運営

漁協における水産物の販売事業は、受託販売と買取販売に大別される。前者が圧倒的に多く、04年度の事業取扱漁協数は、受託販売のみ936組合(64.3%)、買取販売のみ13組合(0.9%)、受託・買取とも実施211組合(14.5%)となっている。金額ベースでも、受託販売1兆928億円に対し買取販売は444億円に過ぎない。^(注3)

さらに受託販売は、共同販売(単に「共販」といわれることも多い)、共同出荷、そして自らが運営する産地市場を通じた販売の3形態に大きく分けることができる。共販は、漁協による漁連への販売委託、漁連による入札等を通じた指定業者等への販売、という方式を採るものが一般的であり、ノリ、ワカメ、コンブ等特定の加工品を対象品目とする場合に多くみられる。

一方共同出荷は、市場を持たない漁協が組合員の漁獲物をまとめて他の産地市場や消費地市場に出荷するという販売形態であり、場合によっては産直という形で量販店

等に直接出荷・販売されることもある。また、仮に漁協が産地市場を持っている場合であっても、ブリ類等の養殖魚など特殊な生産物に関しては、この販売形態が採られることが多い。

第3表 漁港種類別産地陸揚状況の推移
- 1漁港当たり平均水揚量および金額 -

(単位 トン, 百万円, %)

		75年	80	85	90	95	00	04	対比 (04/75)
水揚量	第1種	508	548	606	614	576	487	487	96
	第2種	2,296	2,746	3,092	2,946	2,576	2,256	2,137	93
	第3種	11,553	13,702	15,761	17,072	10,669	7,779	7,501	65
	特3種	179,957	209,444	239,851	193,662	125,426	112,258	92,842	52
	第4種	2,518	2,803	3,404	3,981	2,299	2,062	2,219	88
	総数	2,067	2,386	2,703	2,547	1,877	1,595	1,478	72
水揚金額	第1種	130	216	211	227	204	159	140	108
	第2種	497	804	862	922	827	743	627	126
	第3種	2,255	3,299	3,130	3,284	2,658	2,116	1,856	82
	特3種	27,309	39,441	38,824	34,201	26,153	21,764	18,477	68
	第4種	623	865	876	949	662	555	563	90
	総数	403	619	616	626	526	437	378	94

資料 第1図に同じ

最後の産地市場を通じた販売については、本稿の主題にもかかわる部分であり、次項で詳細にみることにする。

(注3) 水産庁『水産業協同組合統計表』

(3) 漁協が運営する産地市場

第11次漁業センサスによれば、911ある産地市場のうち758(83%)が漁協・漁連開設となっており、その他開設者による市場の減少傾向を反映して徐々にその割合を高めている。さらに、取扱高の面ではより顕著な動向を示す。すなわち漁協系統が開設している市場の取扱高は、90年代前半まで数量ベースでおおむね40%台、金額ベースで30%前後となっていたが、地方公共団体が開設している市場の取扱い急減を受けて、03年にはそれぞれ59.2%、54.7%にまで急伸している(第4表)。

漁協系統開設市場の特徴は1市場平均での取扱高の小規模性にある。市場開設者別

の1市場あたり取扱高でみて、地方公共団体開設市場が328億円(83年)から68億円(03年)へと大きく減少するなかで、漁協開設市場はこの間の減少が12億円から10億円への微減にとどまっている。すなわち、他市場における取扱高の急減を受けて、格差は相対的に縮小傾向にある。とはいえ、漁協開設市場の場合は10億円足らず(03年)であり、会社・個人が開設する市場の同年の取扱高27億円や漁連の19億円と比べても、その小規模性が際立つ。

あらためて産地市場と漁港、漁協との関係を整理しておこう。産地市場数は、漁港数(04年2,924)や沿海地区出資漁協数(06年4月1日現在1,312)を下回る。整備促進法、漁協合併助成法、あるいは漁協合併促進法等の行政支援を背景に漁協の合併が進展した結果、かつての入浜(漁港)ごとに漁協があるという状況が大きく変化し、今では漁協数が漁港数の半分以上にまで減少している。

また、産地市場数と漁協数の乖離についても、必ずしも漁協販売事業の実施状況を反映したものではなく、漁協販売事業の実施形態が大きく影響していることは前述のとおりである。水産庁の調査によれば、調

第4表 産地卸売市場の開設者別取扱状況

(単位 千トン、億円、%)

		全体	地方公共団体	漁協系統		会社個人	シェア		
				漁協	漁連		系統	うち漁協	
数量	73年	8 360	3 756	2 969	2 744	225	1 635	35.5	32.8
	78	10 471	4 558	4 511	4 267	244	1 402	43.1	40.8
	83	11 091	5 108	4 796	4 525	271	1 187	43.2	40.8
	88	12 588	5 042	6 262	5 635	627	1 284	49.7	44.8
	93	9 869	4 398	4 447	4 131	316	1 024	45.1	41.9
	98	6 103	1 927	3 346	3 193	153	830	54.8	52.3
	03	4 784	1 346	2 834	2 733	101	604	59.2	57.1
金額	73	13 719	7 875	3 870	3 546	324	1 974	28.2	25.8
	78	32 735	18 169	10 119	9 424	695	4 446	30.9	28.8
	83	37 500	21 963	10 654	9 743	911	4 884	28.4	26.0
	88	36 922	22 157	10 766	9 705	1 061	3 998	29.2	26.3
	93	36 870	22 121	10 494	9 647	847	4 254	28.5	26.2
	98	16 913	4 923	8 317	7 732	585	3 673	49.2	45.7
	03	13 852	3 556	7 573	7 167	406	2 722	54.7	51.7

資料 農林水産省『漁業センサス』

査組合総数1,455のうち1,160組合が販売事業を実施（未実施295組合）している（前掲（注3）参照）。すなわち，8割程度の漁協が何らかの形で販売事業を実施しており，漁協開設の産地市場数を大幅に上回る状況にある。

産地市場を持たない漁協は，他の産地市場へ共同出荷等の方法で組合員の漁獲物を出荷・販売するが，これらが産地市場に搬入された場合「搬入物^{（注4）}」として区分される。なお，漁協ばかりではなく，出荷仲買人とも言われる産地市場の買受人がこうした役割を担うことも多い。

（注4）トラック輸送等陸上の運送手段が用いられることから「陸送物」とも呼ばれる。

3 産地市場の現状

（1）縮小する市場流通と市場の対応

03年の産地市場総体での取扱量は478万4千トン，取扱金額は1兆3,852億円にとどまり，それぞれピーク時の4割弱（数量38%，金額37%）の水準にまで落ち込んでいる。地方公共団体開設市場等における取扱いの急減も含め，基本的には沖合・遠洋漁業を主体に進んだ国内漁業生産の縮小を反映した動向であり，産地市場流通の縮小はいつそう進展している。

こうした状況に対し産地市場では，県外船等，従来他港に水揚げしていた船の自港での水揚げを誘致し，あるいは他漁港からの搬入を誘致する等，取扱高の確保に向けた対策を採っている。その背景には，自ら

の市場運営を維持していくためばかりでなく，買受人に対する数量や品揃えの確保，地元加工業者に対する必要原料の供給等，さまざまな事情が存在する。

02年に筆者が訪問した漁協では，県外船等地元船以外の漁船誘致に力を入れており，「地元船以外は手数料も高いのが通常だが，准組合員化して手数料の同一化を図っている」とのことだった。このような准組合員は，大中型まき網や中型まき網，あるいは沖合イカ釣り等53社に上っており，水揚げが区分されていないイカ釣りを除いても数量で50%，金額で28%と水揚げの多くを占める状況（01年）となっている。

また別の漁協（06年訪問）では，集荷対策として「漁期前には地域外の県内船主の自宅を訪問し，漁期後は船主が属する漁協にお礼に伺う」などの対応をしているとのことであり，多くの産地市場で外来船誘致策が採られている。

しかし陸送物については，「浜値が低下し，デリバリー経費が確保できなくなっている」あるいは「（他産地の）仲買人に，消費地市場に荷を集中させる動きがある」ことから，努力はしているもののむしろ減少傾向にあるとしている（02年訪問漁協）。

また水揚げに占める割合も，当該漁協の場合数量で2%，金額で7%（01年）に過ぎない。とはいえ，自分が開設した市場の卸売業者となっている漁協の場合，他の産地市場における卸売業者と比較すれば搬入割合は相対的に少ない状況にある（第5表）。取扱高や買受人数など規模にかかわ

る市場としての魅力に乏しい、あるいは組合員の水揚げする漁獲物と競合する、等いくつか配慮すべき事情はあるものの、なお搬入量を増やす努力の余地がないのかどうかの検討も必要であろう。ちなみに、従来他港に水揚げしていた船が自港に水揚げするようになり、水揚げ量が増加したが、逆に魚価アップにつながった事例も報道されている。^(注5)

(注5) 高知新聞(2006.12.23)「漁協水揚げ高57%増 - すくも湾中央市場開設1年」

(2) 買受人構造の変化

市場流通の縮小は、卸売業者とともに産地市場を構成する買受人にも当然影響を及

ぼす。取扱高の規模別に市場数と買受人数の変遷を整理したものが第6表である。市場数は、取扱高1億円未満の極めて小さい市場を除き全体として減少傾向にあり、しかも規模の大きな階層ほど減少幅が大きい。また近年は、10億円前後の層と30~50億円層における減少が顕著である。取扱高の減少や市場の統廃合による取扱高階層区分の変更と市場数の減少が混在、かつ同時進行しているため断定はできないが、おおむねこの階層を中心に統廃合が進んでいるものとみられる。

買受人に関しては、規模の大きな市場ほど減少率が大きいという傾向がある。直近

第5表 業態別水産物卸売業者の取扱状況

(単位 千トン, %)

	全体			漁協			漁連			会社			その他		
	取扱量	うち搬入量(割合)		取扱量	うち搬入量(割合)		取扱量	うち搬入量(割合)		取扱量	うち搬入量(割合)		取扱量	うち搬入量(割合)	
73年	8 409	2 424 (29)		3 067	124 (4)		483	43 (9)		4 849	2 250 (46)		9	7 (74)	
78	10 471	2 854 (27)		4 863	161 (3)		900	122 (14)		4 696	2 562 (55)		13	9 (73)	
83	11 091	2 555 (23)		5 454	137 (3)		912	69 (8)		4 713	2 340 (50)		13	8 (63)	
88	12 588	2 953 (23)		6 074	136 (2)		1 433	169 (12)		5 069	2 640 (52)		13	8 (65)	
93	9 866	2 758 (28)		4 586	162 (4)		1 029	168 (16)		4 241	2 422 (57)		10	6 (61)	
98	6 103	804 (13)		3 590	120 (3)		654	95 (15)		1 851	584 (32)		8	5 (64)	
03	4 784	729 (15)		3 046	144 (5)		384	73 (19)		1 348	509 (38)		6	3 (40)	

資料 第4表と同じ

第6表 取扱高規模別市場数と買受人数の推移

(単位 市場, 人, %)

	市場数								1市場平均買受人数					
	88年	93	98	03	増減率		88	93	98	03	増減率			
					(03/88)	(03/98)					(03/88)	(03/98)		
1億円未満	166	158	168	185	11.4	10.1	13	12	12	13	0.1	10.6		
~5	388	394	356	334	13.9	6.2	22	21	21	22	0.5	4.8		
~10	177	170	170	135	23.7	20.6	40	36	36	35	10.9	1.5		
~20	124	132	129	115	7.3	10.9	46	44	47	45	2.4	5.0		
~30	63	58	47	48	23.8	2.1	63	58	67	61	3.0	8.2		
~50	54	54	50	35	35.2	30.0	81	88	83	81	0.8	2.2		
~100	46	37	34	30	34.8	11.8	126	93	100	96	23.8	4.3		
100億円以上	59	66	31	29	50.8	6.5	241	225	167	145	39.9	13.4		
計	1 077	1 069	985	911	15.4	7.5	48	46	38	36	25.7	6.2		

資料 第4表と同じ

の5年間でもこうした動向に変化はなく、とりわけ取扱高100億円以上規模の市場で買受人が減少している。買受人の業態別にそれぞれの動向をみた場合、減少率が拡大しつつある「加工」、引き続き減少傾向にある「小売」の一方で、これまで減少の大きかった「卸」や「出荷」で減少が止まる(注6)などの変化がみられる(第7表)。

しかし、買受人の売上規模別にその詳細な状況をみると、規模の大きな買受人の減少傾向は概して継続しており、その度合いも大きい(第8表)。明確に増加に転じた「卸」についても、10億円以上層の増加もあるが、主に年間売上5千万円未満層、とりわけ100万円未満層の顕著な増加によるものである。こうした状況は市場規模別にみた「卸」買受人の動向にも反映しており、おおむね大規模市場における減少、30億円未満市場での増加となっている。

買受人の動向は、今後の産地市場を考える上で重要な意味をもつと考えられるので、あらためて整理しておきたい。産地に水揚げされた水産物は、生鮮食用向け、食用加工向け、餌・肥料等非食用向けに仕向けられ

る(第2図)。生鮮食用向けは消費地市場、とくに県外市場に多く仕向けられているが、この場面で大きな役割を担うのが「出

第7表 業態区分別買受人数の推移

(単位 人, %)

	総数	出荷	卸	加工	小売	店舗あり	店舗なし	その他
73年	48 324	4 240	6 253	8 593	27 968	19 092	8 876	1 270
78	50 524	4 276	6 201	8 419	30 195	22 280	7 915	1 433
83	52 458	4 678	6 123	8 471	31 033	23 810	7 223	2 153
88	51 801	4 646	6 113	8 236	30 114	23 864	6 250	2 692
93	48 793	4 507	5 837	8 046	27 284	21 996	5 288	3 119
98	37 533	3 998	3 223	7 063	20 078	15 545	4 533	3 171
03	32 567	4 034	3 472	5 926	16 444	12 728	3 716	2 691
78/73	4.6	0.8	0.8	2.0	8.0	16.7	10.8	12.8
83/78	3.8	9.4	1.3	0.6	2.8	6.9	8.7	50.2
88/83	1.3	0.7	0.2	2.8	3.0	0.2	13.5	25.0
93/88	5.8	3.0	4.5	2.3	9.4	7.8	15.4	15.9
98/93	23.1	11.3	44.8	12.2	26.4	29.3	14.3	1.7
03/98	13.2	0.9	7.7	16.1	18.1	18.1	18.0	15.1

資料 第4表と同じ

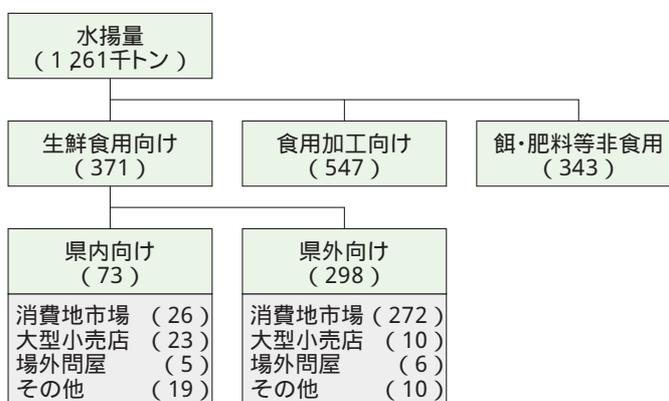
第8表 業態別・規模別買受人の増減動向

(単位 %)

	増減率	総数	100万円未満	100~1000	1000~1億円	1~10	10億円以上
出荷	03/88年 03/98	13.2 0.9	39.4 20.1	14.0 7.3	16.2 0.2	21.9 9.3	41.3 33.0
卸	03/88 03/98	43.2 7.7	71.1 53.0	9.5 13.5	24.7 1.0	79.8 8.9	12.3 6.4
加工	03/88 03/98	28.0 16.1	5.4 8.8	27.8 9.1	41.7 26.3	33.2 19.1	46.3 16.2
小売 (店舗あり)	03/88 03/98	46.7 18.1	28.2 4.5	42.8 15.2	57.4 27.7	83.7 33.3	53.3 6.7

資料 第4表と同じ

第2図 32漁港水揚げの仕向状況(2004年)



資料 農林水産省『水産物流通統計』
(注) ()内は数量。

荷」買受人であり，食用加工向けと餌・肥料等非食用向けを担う「加工」買受人とともに産地市場水揚量の相当部分の仕向けにかかわっている（同図参照）。とりわけ，多獲性魚種が大量に水揚げされる大規模な産地市場においては，この「出荷」と「加工」買受人の存在が大きいものとなる。

一方，漁協が開設・運営している産地市場においては，主に沿岸漁獲物が上場されるため生鮮食用向けの割合が高く，「卸」「小売」「出荷」業務を営む買受人の役割が相対的に大きくなる。前二者が主に地元消費を担い，後者が地域外消費を担うこととなる。

このように同じ産地市場とは言っても，水揚げされる魚種や量の多寡によってその市場に求められる買受人の機能（＝業態）は異なる。漁協産地市場の機能強化や統合・再編問題を考える場合，こうした視点も重要なものとなる。

（注6）漁業センサスでの定義づけでは，「出荷」は他の魚市場や卸売業者に出荷を行っている者，「卸」は出荷以外で水産物の卸売を行っている者，「加工」は自家の加工原料として買い付けを行っている者，「その他」は上記以外の者を言うとしている。

（3）漁協市場における買受人の動向

買受人の動向は，主に魚価の形成を通じて産地市場に影響を及ぼす。こうした点を中心に漁協開設市場における買受人の動向をみてみたい。

年間取扱高13～15億円の9割前後を小型底引き網漁業による水揚げが占める山陰地方の産地市場（02年訪問）の場合，買受人

総数は54名で平均的な買受人を上回っている。なお業態別では，関西のほか山陽・山陰方面への出荷を業務とする買受人の割合が高く，しかも上位5社の買受シェアがほぼ50%前後で推移しているという特徴がある。なかでも，買受額トップの買受人のシェアが2割を超えるなど，少数の買受人に依存する市場運営となっている。

当市場のある地区にはほかに4市場あるが，主な漁業種類が同一（小型底引き網漁業），買受人も重複という状況にあるため，市場の開始時刻を15～30分ずつずらすなどの対応を行っている。こうした市場を統合しても，ロットのまとまりや買受人の増加につながらないため，市場運営コスト削減等の効果にとどまり，価格形成力の向上にはつながらないであろう。

次は，水揚げの大半が現地（注7）で太物と呼ぶマグロ類であり，一般的な沿岸漁獲物は年間2億円程度という産地市場（近年の年間取扱高20億円前後）の事例である。当該市場では，太物は入札，それ以外の鮮魚はセリを基本に運営されている。買受人はそれぞれ14名，30名ということであるが，それぞれ10年前と比較して，前者が地元買受人の減少を地域外業者でカバーできているのに対し，後者の場合は仲卸，小売主体に大幅に減少するなど，その状況は大きく異なる。実際には，買受人の登録人数と稼働人数とのギャップもあり，その差はもっと大きいかもしれない。

当日のセリは参加買受人10数人程度と小規模で，2声ないし3声で競り落とされる

という状況であり，さらに特定の魚種については特定買受人の独壇場になるなど，正常な価格形成が行われているとはいえない状況だった。制度としては漁業者の指値制もあるが，現在活用事例はないとのことであり，漁業者あるいはそれを補うべき漁協の販売力の脆弱性がうかがえる。スーパーや専門量販店等川下主導で行われている水産物取引の現状から，産地市場での価格形成力向上にも限界があるとはいえ，買受人の増強や新たな販路開拓等の対策が必要といえよう。

(注7)「ふともの」と読み，「マグロやカジキ類などおおむね魚体重30kg以上の魚種を総称したもの」とのことである。

4 産地市場再編計画の現状と課題 むすびに代えて

水産庁が「水産基本政策検討会中間取りまとめ」を公表した98年以降，産地市場の機能強化や統合・再編問題が大きく取り上げられ，漁協系統においても，これに先立つ97年に「産地市場の機能強化と採算性の確保のため産地市場統合に取り組む」とする運動方針を組織決定するなど，対応が進められている。

目標とする市場の規模や内容は，都道府県知事等関係者あてに出状された前掲水産庁長官通知（「水産物産地市場の統合および経営合理化に関する方針」）に盛り込まれている。物理的に複数の市場を統合して一つの市場とする場合と，物理的な統合や集荷を伴わずに情報通信技術の活用によって一

か所で取引を行う場合との2つのケースが想定されているが，基本的には市場統合がその柱となっている。具体的には，大量広域流通圏型，地域拠点型，特定魚種流通型の3種類の市場が想定されており，目安としてそれぞれの規模目標等も設定されている（第9表）。しかしながら，「この目標の下で33道府県において産地市場再編整備計画等が策定されたものの，統合実践はこれまで10か所余りにとどまって（^(注8)いる）」と指摘される状況にある。

情報通信技術の発達は目覚ましいものがあり，ITやEDIを活用した市場統合も可能であろうが，これまでみてきたような産地市場の現状と2010年度という目標年度を考えた場合，前者の市場統合が主体となろう。この場合，産地市場の統廃合や買参権の開放問題も含めて議論された水産庁主催「水産物供給コスト検討専門委員会」（06年11月）における指摘，「地域や取引魚種で産地市場のあり方も異なり，一律に統合するには無理がある」「買参人等の新規参入も地域の事情によっては難しい」等も十分考慮する必要がある。

また，市場統合が魚価に与える効果は限定的，市場統合に加え高度衛生管理型市場に移行しても魚価向上は困難等，事例調査を踏まえた研究成果も発表され，「地域水産物の需給実態を反映させた拠点の配置が必要」との指摘も^(注9)ある。

まさに前でもみたように，魚種等の水産物特性や加工，消費等，当該漁港の後背条件に規定される強化すべき買受人機能等の検

第9表 水産物産地市場のタイプ別目標像

市場の分類		大量広域流通圏型	地域拠点型	特定魚種流通型
市場のイメージ	市場の特徴	消費地市場化も目指す市場。	当日売圏型、大量広域流通圏型のサテライト市場。市場統合の対象。	全国の市場や問屋に水産物を再配分することを目指す。ブランドを志向する。平均単価1,000円/kg以上のものを取扱う市場を想定。
	出荷圏規模	全国	複数市町村～県	全国
	集荷圏規模	県～ブロック	市町村～県	県～ブロック
	県外出荷率(目安)	50%以上		50%以上
卸売業者の経営に関する事項 (数値等は目安)	取扱金額	50億円以上	20億円以上	12億円以上
	取扱数量	24千トン以上	5千トン以上	1千トン以上
	市場担当職員数	15名以上	6名以上	4名以上
	買受人人数	80人以上	50人以上	26人以上
市場例		宮古(岩手県) 女川(宮城県) 焼津(静岡県) 浜田(島根県) 枕崎(鹿児島県)	根室(北海道) 敦賀(福井県) 宮津(京都府) 香住(兵庫県) 沖縄(沖縄県)	佐賀関(大分県) 明石浦(兵庫県) 和具(三重県) 本渡(熊本県) 勝本(長崎県)

資料 水産庁長官通知「水産物産地市場の統合および経営合理化に関する方針」(01年3月30日付)の別紙1「水産物産地市場のタイプ別目標像」から項目の一部を抜粋。

討も踏まえて、当該産地市場の将来像が展望されなければならない。平均的な漁協市場では、水揚げの減少よりも価格形成力の低下が大きな課題となっている(第2節参照)。適当な買受人や加工業者の誘致が優先されようが、漁協においては販売事業の一環としての位置づけであり、困難な場合は他漁協、他業者との提携や単独実施も含めて考える必要がある。

品揃えへの貢献の違いから「産地漁協よりも産地仲買を優遇」する消費地市場の風潮を指摘する声もあったが、自ら買受人となって上場金額(約30億円)の10～15%程度を落札し、消費地市場や東京、大阪、京都等の生協に出荷するなど、出荷買受人の脆弱性をカバーしている事例もある。業務用消費の拡大等市場外流通への対応も含め

て、販売事業を見直す必要がある。当然リスクも伴うだけに、漁協合併も含めた耐性力の強化、人材確保も含めた体制整備、あるいは組合員の理解を得る等、事前準備に万全を尽くす必要があるが、その上での積極的な取組みに期待したいものである。

(注8) 廣吉勝治(2006)「産地市場の機能強化と市場統合の課題」『漁協』No.119(2006年春号)10頁

(注9) 中央水産研究所(2006)「産地集出荷拠点の配置のあり方について」『研究のうごき』第4号6頁

<参考文献>

- ・(財)魚価安定基金(2005)『水産物の産地市場機能強化に向けて』
- ・出村雅晴(2002)「水産物流通の変化と産地の対応」『農林金融』2月号
- ・(財)東京水産振興会(1999)『水産物産地流通の現状と課題』

(専任研究員 出村雅晴・でむらまさはる)