

本県水産業の復興に向けた現状と課題



復興が進む大船渡湾沿いの街並み

目次

はじめに

1. 水産業の流通構造と課題

- (1) 水産物の流通
- (2) 産地卸売市場の機能
- (3) 消費地卸売市場の機能
- (4) 水産物の価格形成と課題

2. 本県の漁業を取り巻く現状

- (1) 震災で減少した生産量
- (2) 漁業設備の復旧状況
- (3) 漁業が抱える新たな問題

3. 本県の水産加工業を取り巻く現状

- (1) 本県の水産加工業の動向
- (2) 震災後の水産加工業
- (3) 水産加工品の他県との比較
- (4) 水産加工業の現場の取り組み

4. 成長を続ける水産加工業の事例

- (1) 全国に市場を広げるビジネスモデル
- (2) 付加価値の向上

5. 海外で関心が高まる水産業

- (1) 台頭する水産業先進国
- (2) 高まる国際競争と求められる資源管理

おわりに

要約

- 水産物の流通の特徴に産地卸売市場と消費地卸売市場の2つの市場を経由する多段階流通システムがあり、青果物と比較して経由する業者が多く輸送等のコストが高む。
- 近年は販売側の力が強まり、原価が高騰しても商品価格に転嫁できない状況にあるなか、多くの漁業者や水産加工業者は多段階流通システムに頼らざるを得ず、そのシステムの合理性と価格形成に関する構造的な課題との板挟みになっている。
- 震災により本県海面漁業・養殖業の生産量は大きく落ち込んだが、県や漁協の主導により早期事業再開に取り組んだ結果、平成24年には養殖業を中心に回復がみられた。
- 本県の漁港は水揚機能がほぼ回復したほか、漁船や養殖設備も整備が進められ、設備に関する復旧は概ね目途がついたといえる。
- 設備の復旧が進むなか、水揚量は震災前の水準に達していない。これは生産者の減少に加え、乱獲や海況の変化による資源量の減少が要因となっている。
- 本県の水産加工品の製造量は震災で大きく落ち込んだが、グループ補助金などを利用しながら、国や自治体、地元産業界関係者の努力により比較的短期間で回復を遂げた。
- 事業を再開した水産加工業者にとって近年では、不漁による原料の高騰が大きな問題となっている。
- 本県の水産加工品の製造量は生鮮冷凍水産物の割合が多いが、そのほとんどは多段階流通システムのなかで流通するため、原料の高騰を商品価格に転嫁できずにいる。
- 大船渡湾水産加工業協同組合では海外を含む販路の拡大に努めている。また、進化する加工技術を用いて各企業が高付加価値商品の開発に取り組んでいる。
- 小野食品(株)は顧客の反応を確認しながら商品開発を行い全国に市場を拡大している。また、同社は商品開発に加え、自社商品の魅力を最大限に高める市場を開拓することで付加価値の向上につなげている。
- 水産業の成長が著しいノルウェーでは世界に水産物を輸出しており、資源管理も厳格に行われている。国際的な競争が激化するなかで、本県の水産物もより厳格な資源管理で品質を高め、新しい流通ルートの開拓による販路の多角化などによって、適正な価格で流通させる仕組みを構築することが求められる。

はじめに

本県は三陸の豊かな漁場に恵まれており、これまで沿岸地域では漁業が盛んに行われてきた。また、漁港の後背地では多数の水産加工業が営まれ、地元の雇用創出に貢献するとともに地域の基幹産業として発展してきた。しかし、食の多様化による魚離れや漁獲量の減少、安価な外国産水産物との競争などから水産業は徐々に低迷し始め、そこに発生した東日本大震災によって漁業、水産加工業はともに壊滅的な被害を受けた。その後は、水揚げ量の大幅な減少に加え、人手不足や風評被害などの問題を抱えながらも、国や自治体、地元水産業界関係者の努力により復旧が進められ、基盤となる漁港施設においては震災以前の機能を取り戻しつつある。

本稿では震災から6年以上が経過し、復旧・復興から新たな発展を目指して歩みを進める本県の水産業の中でも、付加価値を生み、さらに沿岸地域の経済を支える水産加工業に焦点を当てながら、水産物の流通構造と震災後の本県の漁業についても考察を交えつつ、本県水産業を取り巻く現状と課題を調査・分析するとともに、今後について展望する。

1. 水産業の流通構造と課題

(1) 水産物の流通

水産物は刺身や焼き魚、冷凍食品や缶詰など様々な形で消費されているが、これらの水産物はいずれも漁港で水揚げをする漁業者や水産加工業者、流通業者によって支えられている。年間を通して多様な種類の水産物を食することができるのは、こうした水産業に関わる人々が水産物の流通を支えているからである。したがって水産業の発展には漁業と水産加工業者、流通業者がそれぞれバランスよく成長する必要がある。ここでは水産業の流通構造について理解するために、漁港に水揚げされた水産物が食卓に届くまでの流通の仕組みについて解説する。

一般的に鮮魚など水産物の流通には産地卸売市場と消費地卸売市場の2つの市場を経由する多段階流通という特徴がある（以下、多段階流通システム・図表1）。漁業者によって水揚げされた水産物は漁港近隣の産地卸売市場で漁業者の販売代理人となる卸売業者によってセリにかけられる。セリに参加する買取人は消費地に鮮魚を送る出荷業者や水産加工業者が中心であり、買取人により水産物は都市部の消費地卸売市場へ出荷される。消費地卸売市場では産地出

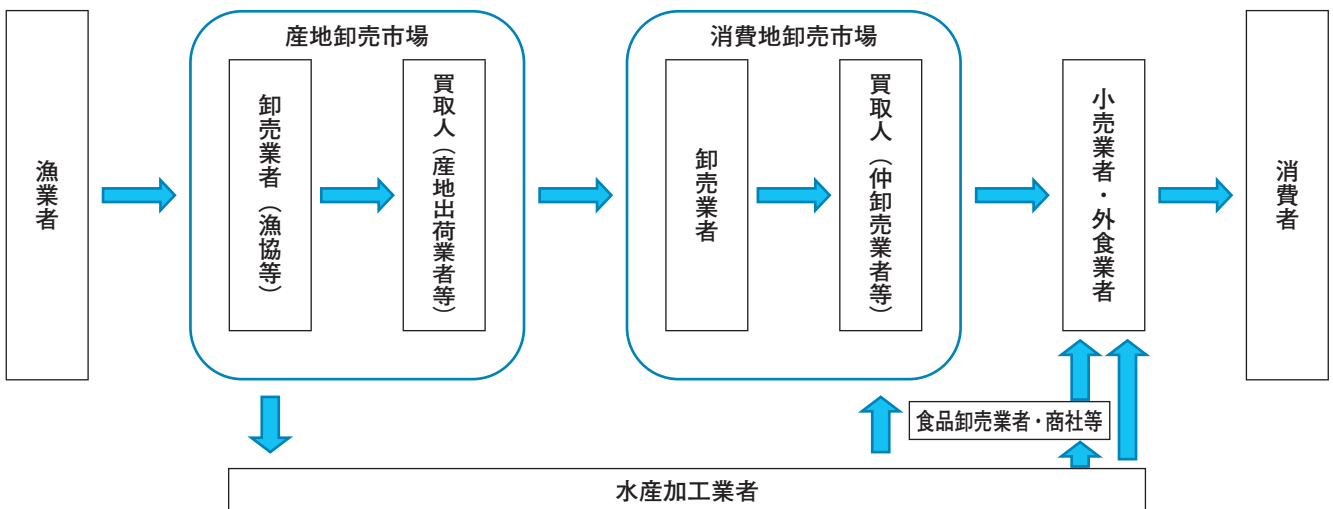
荷業者などから委託を受けた卸売業者が集荷した水産物を仲卸業者に販売する。さらに仲卸業者によって、小売業者や外食業者に販売され、最終的に消費者のもとに届くことになる。

また、水産加工品の場合は加工業者が行う加工の度合いによって流通の仕方が異なる。冷凍加工などの低次加工品であれば鮮魚と同様の経路で取引が行われるが、ねり製品や総菜などの高次加工品を取り扱う場合は、消費地卸売市場を bypass して食品卸業者や商社、提携している小売業者や飲食業者等に直接卸す場合がある。なお、産地卸売市場と消費地卸売市場とは機能的な側面による分類であり、卸売市場法では卸売市場は農林水産大臣の許認可で設置される中央卸売市場と、都道府県知事の許認可によって設置される地方卸売市場に分類される。

(2) 産地卸売市場の機能

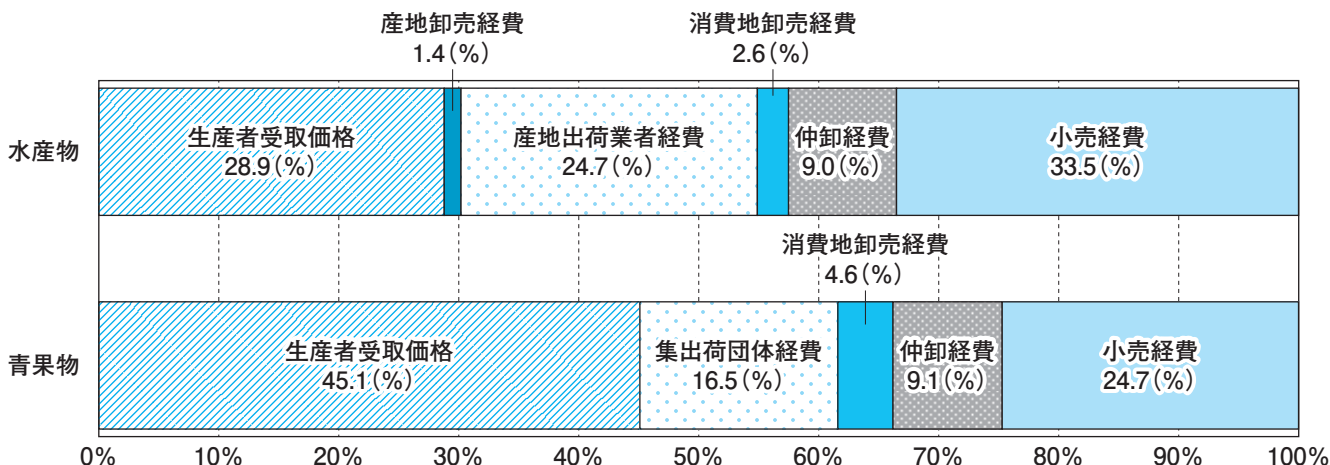
産地卸売市場とは漁港周辺に位置する地方卸売市場で、いわゆる魚市場のことを指し、漁業者などの生産者から魚介類を集める機能を持つ水産物特有の市場である。水産物の流通で産地卸売市場が不可欠なのは、水産物が天然資源であることに由来する。野菜などの農産物は栽培する段階で品目が特定され、出荷時における大きさや品質などの選別も比較的容易である。一

図表1 水産物の一般的な流通経路



資料：水産庁「2017年水産白書」より当研究所作成

図表2 平成26年度 小売価格に占める各流通経費等の割合



(注) 単位未満四捨五入につき合計が100%とならない場合がある
資料：農林水産省「食品流通段階別価格形成調査」より当研究所作成

方、水産物は養殖の場合を除き、一度の水揚げで多種多様な魚種が漁獲される。また、同じ魚種であっても大きさや品質により鮮魚として消費者向けに出荷されるものや食品加工用、飼料用として出荷されるものなど様々に分類され、商品としては全く別物として扱われる。そのため、魚の選別を行う役割を持つ産地卸売市場は、消費地卸売市場などに向けて水産物を供給する拠点となっている。

(3) 消費地卸売市場の機能

消費地卸売市場は、中央卸売市場と地方卸売市場に分けられる。中央卸売市場は人口規模20万人以上の地方公共団体により開設される市場で、東京都が開設する築地市場や仙台市が開設する仙台市中央卸売市場、盛岡市が開設する盛岡市中央卸売市場などがある。一方、地方卸売市場とは、都市部などの消費地に立地し、消費者のために産地から魚介類を集める機能を持つ市場で、本県には花巻市公設地方卸売市場や金ヶ崎町の地方卸売市場メフレなどがある。各地の産地卸売市場から水産物が集まる消費地卸売市場では日々様々な鮮魚や加工品などが集荷され、消費者に向けた水産物の安定供給の拠点となっている。

(4) 水産物の価格形成と課題

水産物の多段階流通システムは、水産物の価

格形成にも影響を与えている。平成26年度の小売価格に占める各流通経費等の割合をみると、水産物は青果物と比較して経由する業者の数が多く、また、市場間の輸送や小売店での冷凍冷蔵保存にかかるコストが大きいため、生産者の受取額は小売価格の28・9%と、青果物生産者の45・1%よりも16・2ポイント少ない(図表2)。そのため不漁によって数量が確保できない場合などは、漁業者は採算を取るために一尾あたりの単価を上げる必要があることから、本来はこれにより川上となる産地の価格が高騰し川下となる消費地の小売価格も比例して上昇することとなる。しかし、近年では小売店同士の熾烈な価格競争などから、販売側からの価格抑制圧力が強まり、川上から川下に向かう価格形成が機能していない場合がみられる。より安いものを求める消費者のニーズに対応するため大量消費、大量流通が進む中で廉価な外国産の水産物の取扱量が増加し、その結果、多段階流通システムの中心にある水産物の流通・加工業者らは、原価が高騰してもその上昇分を販売価格に転嫁できない状況が続いている。

生産者(1次産業)が加工(2次産業)から流通・販売(3次産業)まで行う6次産業化などのように多段階流通システムに頼らない手

法を取れば、各流通段階の費用を削減することで利益を高めることも期待できるが、小規模な経営体を中心である日本の漁業者にとって、漁獲する多種多様な水産物すべてに對し加工や流通、販売まで手掛けることは難しく、水産加工業者などにとつても、市場に頼らずに希望する魚を必要な量だけ確保することは容易ではない。また、多段階流通システムがあるからこそ漁業者は漁に集中することができ、また、市場の集荷機能によって水産物の効率的な供給が実現していることから、水産業に携わる多くの人々は多段階流通システムの合理性と価格形成に関する構造的な課題との板挟みになっているといえる。

2. 本県の漁業を取り巻く現状

(1) 震災で減少した生産量

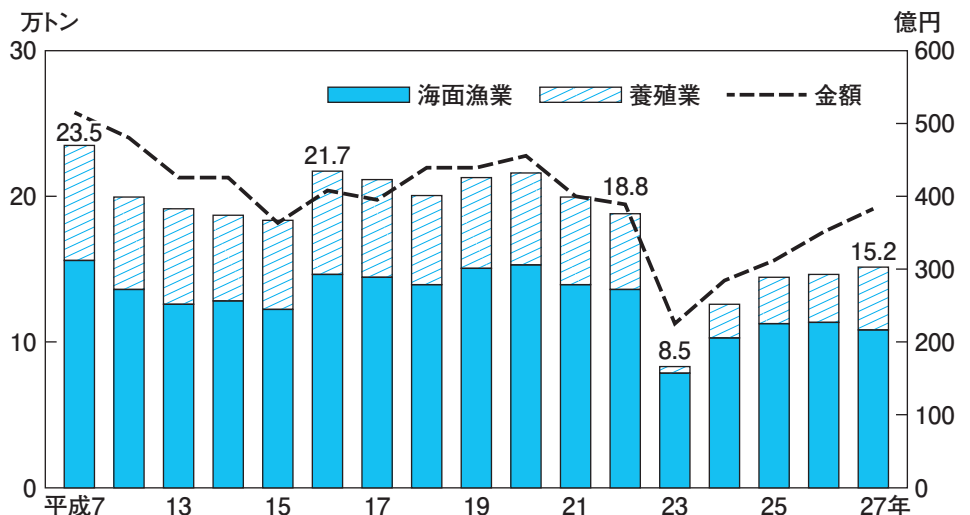
本県では、サケやサンマ、イカなど多種多様な魚が一年を通じて漁獲され、ワカメやホタテ、カキなどの養殖も盛んに行われている。しかし、震災が発生した平成23年の本県海面漁業・養殖業の生産量は漁船や定置網などの漁具被害が甚大であり、また、漁港などの施設の復旧に時間を要したことなどから記録的な不漁となった。海面漁業は8万210トン(前年比41.2%減)、

養殖業は4530トン(同91.2%減)と大幅に減少し、特に養殖業は全国一の生産量を誇る養殖ワカメなど、収穫を目前に控えた養殖施設が被災したことから大きく落ち込んだ。一方、生産額は228億円(同40.7%減)で、内訳は海面漁業が217億円(同24.4%減)、養殖業が11億円(同88.7%減)となった。供給量の減少により高値での取引となったものの、生産量の減少を補うことはできず生産額も減少した(図表3)。このため県や漁協の主導で漁船や養殖施設を共同利用するなど早期事業再開に取り組んだ結果、翌24年の生産量は、海面漁業が10万3276トン(同28.8%増)、養殖業は2万3512トン(同41.9%増)に回復し、特に養殖業では一年で成長するワカメの養殖が積極的に取り組まれたことで短期間での復旧を遂げた。しかし、25年に海面漁業、養殖業の生産量が14万トン台まで回復して以降は、生産者の減少などを背景に横這いが続いている。一方で、生産額は数量の減少による単価の上昇などにより順調に回復し、27年の生産額は384億円で震災前の22年実績並みの水準となった。

(2) 漁業設備の復旧状況

農林水産省がまとめた東日本大震災からの復旧・復興状況(29年1月末時点)によると、本

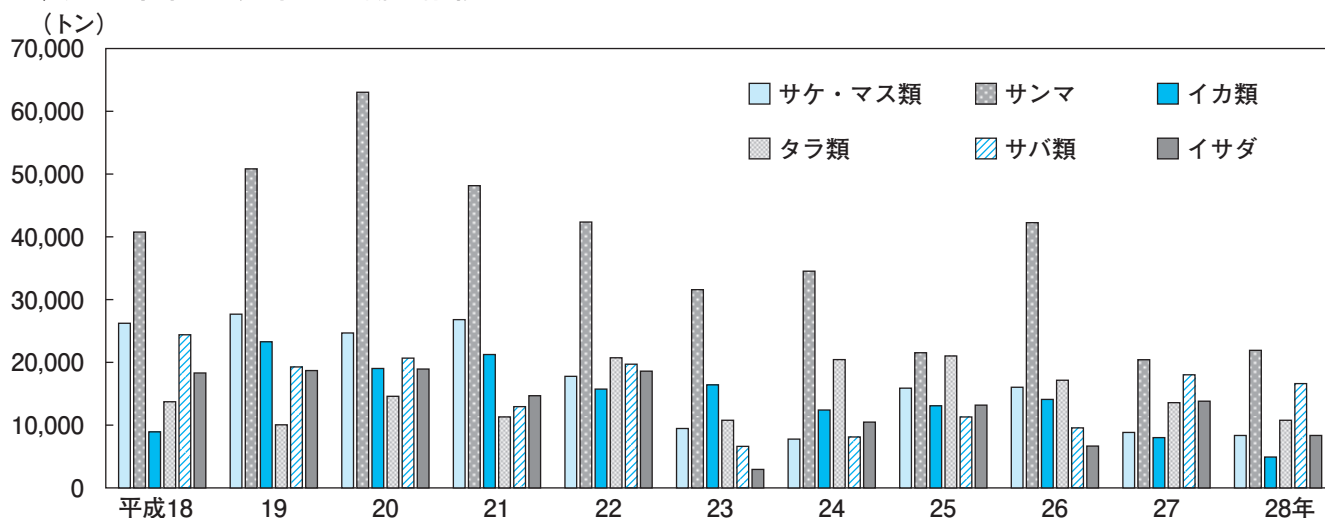
図表3 海面漁業・養殖業生産量の推移



資料：東北農政局統計部「岩手農林水産統計年報」

県で被災した108の漁港のうち陸揚げ機能が回復した漁港は97港、部分的に水揚げ機能が回復した漁港が11港となっている。また、県がまとめた「いわて復興の歩み」によると、県が整備を計画していた漁具設備について、平成29年3月現在で漁船は6693隻のうち6485隻(進捗率96.9%)が、養殖施設は1万7480

図表4 本県主要魚種の水揚量推移



資料：岩手県農林水産部「岩手県水産業の指標」、県水産技術センター「いわて大漁ナビ」より当研究所作成

台のうち1万7428台(同99・7%)が整備された。漁船と養殖施設の台数はともに震災前より少ないものの、漁業者の減少などを考慮し、実需に沿った台数とされていることから、本県漁業の設備に関する復旧は概ね目途がついたといえる。

(3) 漁業が抱える新たな問題

前述のとおり、本県の水揚げ量は海面漁業、養殖業ともに震災前の水準に達していないが、これは生産者が減少していることのほかに資源量の減少が要因となっている。本県の主力魚種にはサンマ、サケ・マス類以外にも、イカ類やタラ類、サバ類、イサダなどがあるが震災以降の漁獲量はいずれも減少している。そのなかでも本州一の水揚げ量を誇る本県のサンマは震災以前には4万トンを上回る漁獲量となっていたが、震災以降の水揚げ量は減少傾向にあり27年は2万342トン、28年は2万1872トンとなるなど、記録的な不漁が続いている(図表4)。さらに、29年についても水揚げ量の減少が予想されており、3年連続の不漁が懸念されている。

サケ・マス類もまた深刻な状況にある、本県のサケ・マス類のほとんどは秋サケであるが、秋サケは鮮魚としてだけでなく、イクラや加工用としての引き合いが強いことから高値で取引

され、本県の漁業生産額全体の約3割を占めている。秋サケは稚魚が放流されてから回帰するまでに3〜4年を要するが、震災が発生した23年は採卵用の秋サケ捕獲施設が被災したため、稚魚の放流量が大幅に減少した。加えて最近では日本近海の海水温が上昇しており、これが冷水を好む秋サケの回帰を妨げている。海水温の上昇はサンマの回遊にも影響を与えており、こうした海況の変化が不漁の原因とされているが、このほかにも外国船による乱獲など複合的な要因が影響しているとされる。

28年はスルメイカも不漁となり、漁業者や原料を調達する水産加工業者にとっては厳しい環境が続いている。

3. 本県の水産加工業を取り巻く現状

(1) 本県の水産加工業の動向

農林水産省の水産加工統計調査では水産加工品(水産缶詰・瓶詰等を除く)を凍結等などの低次加工を施した「生鮮冷凍水産物」と調理など高次加工を施した「食用加工品」に区別している。同統計調査でみると本県では、生鮮冷凍水産物の生産が盛んな一方で、食用加工品の割合は極端に低く、特に平成23年は震災により水産物の水揚げが減少したことに加え、在庫とし

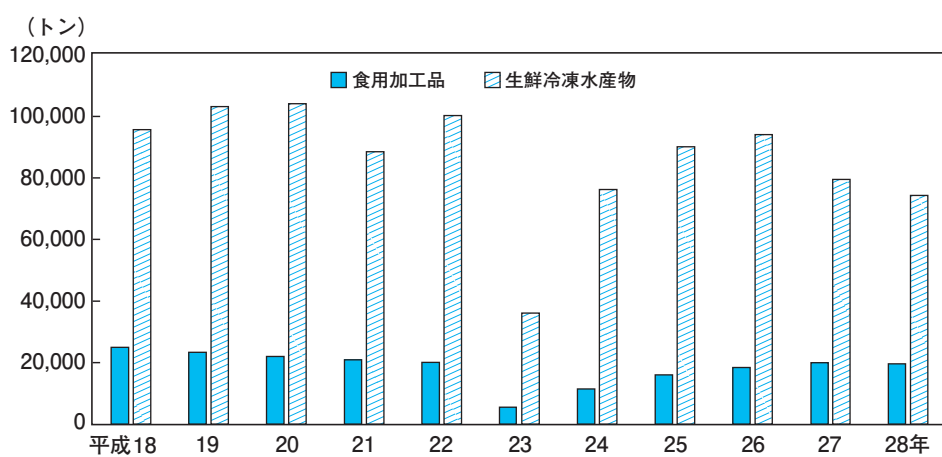
て保管していた原料が流失したことなどから両者とも大きく落ち込んだ（図表5）。このため、甚大な被害を被った本県の水産加工業は拠点漁港がある久慈、宮古、釜石を中心に各協同組合などが主体となってグループを組成し、施設・設備等の復旧整備補助事業（グループ補助金）の支援制度を活用するなど、その後は国や自治体、地元産業関係者の懸命な努力により復旧が進んだ。この結果、製造量は食用加工品、生鮮冷凍水産物ともに比較的短期間で回復を遂げ、26年には震災前の水準にまで回復した。しかし27、28年の生鮮冷凍水産物については水産物の不漁が大きく影響し、製造量は再び減少に転じている。

(2) 震災後の水産加工業

農林水産省の「漁業センサス」によると本県の20年の水産加工場は178経営体であり、このうち震災により100経営体を上回る工場が全壊したものの、25年には154経営体にまで回復している。

被災した企業へのヒアリングによると、設備の復旧が進み事業を再開するなかで課題となつたのが従業員不足である。震災直後は事業再開の目途がつかない状況下でやむを得ず従業員の解雇に踏み切った企業が少なくなつたため、

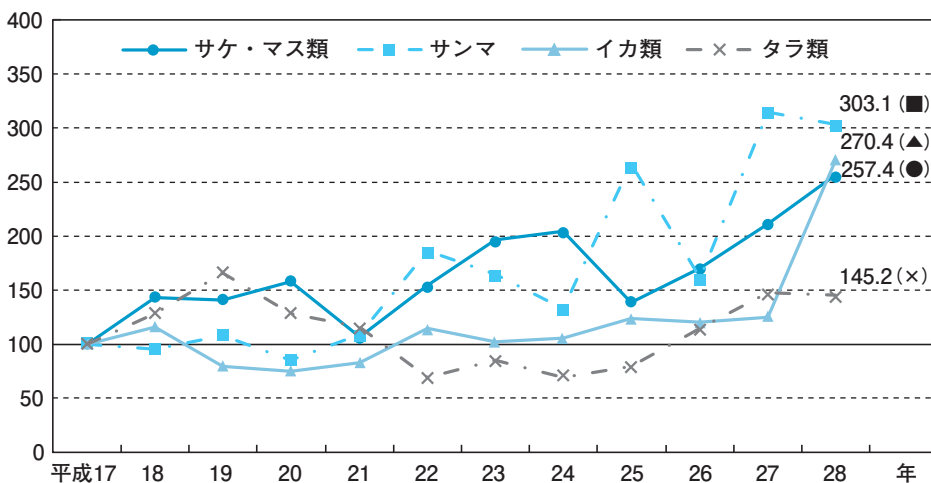
図表5 水産加工品製造量の推移



(注) 1. 食用加工品のうちXは秘匿につき集計から除外
2. 焼・味付海苔は集計対象外
資料：農林水産省「水産加工統計調査」

いざ復旧が進んで事業を再開しようとする以前雇用していた従業員が被災地から移住したり、すでに他の仕事に再就職してしまい、従業員が十分に集まらない状況となった。その後も東京オリンピックの開催が決まると、より雇用条件の良い建設業などの求人が増加したこと
で、ますます従業員の確保に苦労するようにな

図表6 本県主要魚種の単価推移（平成17年=100）



資料：岩手県農林水産部「岩手県水産業の指標」、県水産技術センター「いわて大漁ナビ」より当研究所作成

った。最近では中国や東南アジアからの外国人実習生を受け入れることで工場を稼働させられる最低限の従業員を確保している企業も多いが、人練りに余裕はなく、人手不足は今でも課題として残っている。さらに、近年において大きな課題に浮上しているのが不漁による原材料の価格上昇である。

図表7 平成28年水産加工品製造量内訳 (トン)

	青森	宮城	岩手	秋田	山形	福島
食用加工品	54,468	103,260	19,633	978	2,433	17,530
ねり製品	4,180	34,193	13	x	41	5,704
(かまぼこ類)	4,180	34,193	13	x	41	5,704
(魚肉ハム・ソーセージ)	—	—	—	—	—	—
冷凍食品	18,559	24,847	11,353	119	x	4,011
(かに類)	216	0	21	—	x	—
(その他)	9,665	8,609	3,571	111	x	2,533
(水産物調理食品)	8,678	16,238	7,761	8	x	1,478
素干し品	1,627	44	313	x	40	x
塩干品	278	4,570	960	9	35	2,944
煮干し品	93	693	108	x	x	330
塩蔵品	10,686	15,932	726	250	5	97
くん製品	15	187	42	—	20	95
節製品	x	x	7	—	—	x
その他食品加工品	19,030	22,794	6,111	600	2,292	4,349
(塩辛類)	1,718	2,680	29	x	x	x
(水産物漬物)	10,884	9,321	3,517	128	938	2,305
(調味加工品)	4,002	8,485	534	381	x	1,123
(水産物つくだ煮類)	72	1,091	15	362	1,305	111
(乾燥・焙煎・揚げ加工)	2,415	529	46	17	5	263
(その他調味加工)	1,515	6,865	473	2	x	749
(その他)	2,426	2,308	2,031	x	2	x
生鮮冷凍水産物	63,245	145,836	74,330	1,590	791	10,545
まぐろ類	x	4,860	178	—	—	—
かつお類	x	5,406	1,003	x	—	5
さけ・ます類	870	6,270	6,771	64	x	3,130
いわし類	10,458	19,608	7,210	x	x	456
まあじ・むろあじ類	x	40	9	x	—	x
さば類	22,367	61,337	19,292	338	—	4,365
さんま	x	16,634	16,291	x	x	2,032
たら類	4,000	2,890	8,715	x	x	—
ほっけ	x	—	—	23	x	x
いかなご・こうなご	—	x	x	—	—	—
はたはた	337	x	x	212	x	—
はたてがい	12,075	493	93	—	—	—
いか類	6,080	3,728	5,376	386	266	—
かに類	x	22	x	x	—	—
その他魚類	5,424	19,020	9,316	268	439	86
すり身	x	5,497	7	—	x	—

(注) 1. 食用加工品のうちXは秘匿につき集計から除外
 2. 焼・味付海苔は集計対象外
 資料：農林水産省「水産加工統計調査」

者にとっても、水揚げ量の減少は深刻な問題と

(4) 水産加工業の現場の取組み

「大船渡港国際水産・物流拠点形成プロジェクト」を今年8月30日に完了し、三陸の水産業の飛躍に向け弾みがかかる大船渡の水産加工業者にとっても、水揚げ量の減少は深刻な問題と

の高いかまぼこ類などのねり製品の製造量は極端に少ない。この理由については、三陸ブランドと豊富な漁獲量を誇ってきた本県では、わざわざ水産物に高次加工を施さなくてもこれまでは十分な収益を得られたこと、次々と水揚げされる魚を素早く加工して消費地へ出荷するため設備を立地する土地が限られていることなどがあげられる。さらに宮城県などは漁港の後背地に人口規模の大きな都市や観光地が隣接しており、主要な地場産品である笹かまぼこなどの水産加工物を消費する環境が整っていた一方、本県の場合、盛岡など消費地が漁港から遠いなど、様々な要因により食用加工品の製造量が少ないものとなっている。こうして本県で水揚げされた魚のほとんどは生鮮冷凍水産物として多段階流通システムにより流通し、前述1―(4)の「水産物の価格形成と課題」でみたとおり、販売側がイニシアティブを強めるなかで、多くの水産加工業者は原料の高騰を商品価格に転嫁できずにいる。

サケやサンマ、イカ類など加工品の原料となる水産物は不漁が続いており、それに伴って単価が高騰している(図表6)。長引く不漁による原料価格の高騰は、水産加工業者にとって、人手不足以上に復興を妨げる要因となっている。

(3) 水産加工品の他県との比較

本県の水産加工品は生鮮冷凍水産物の生産を

中心に発展してきた。28年の水産加工品生産数量の品目別内訳を東北6県で比較すると、青森、岩手、宮城の3県では生鮮冷凍水産物の生産が盛んであり、特に本県は7万4330トンと宮城に次ぐ製造量を誇っている(図表7)。しかし、食用加工品の生産量は1万9633トンと宮城、青森を大きく下回っており、特に付加価値

なっている。大船渡には自社ブランドの高次加工品の生産や大手食品メーカーの下請として一次、二次加工品の製造を行う企業はあるものの、消費地へ出荷するための冷凍加工といった低次加工のみを行う業態のほうが多い。

かつて大船渡の水産加工業は豊富な海洋資源のもと、次々と水揚げされる魚を冷凍加工し、東京の中央卸売市場などに卸すことで十分な利益が得ることができた。しかし、調理に手間取る魚は食の多様化とともに消費量を減らし、さらに産地卸売市場から鮮魚を直接買付する大手スーパーなどが現れると競争は一段と厳しくなり、国内市場等に販路を広げるなか、次第に海外の市場への開拓も進めるようになった。

具体的には大船渡湾冷凍水産加工業協同組合が16年から県の働きかけで生鮮冷凍水産物の輸出事業に着手している。当初は、サケの大漁により日本国内で消費しきれなかったことから始まった事業であったが、徐々に東南アジアなど現地企業との取引が増加し、震災前には同組合の全販売量の3割となる2317トンの生鮮冷凍水産物を輸出するまでに至った。しかし、震災が発生すると東京電力福島第一原発事故による風評被害で輸出制限がかかり、輸出量は200トンへと大幅に減少した。現在は東南ア



大船渡湾冷凍水産加工業協同組合の冷凍冷蔵施設

ジアや米国などに輸出を再開しており、輸出量は徐々に回復に向かっているが、中国や韓国、ロシアでは規制が未だ緩和されておらず、また、水産物の不漁の影響も大きいため、28年度の輸出量は415トンと震災前の水準に戻っていない。しかし、今後は輸出先での市場調査や輸出コストの削減といった課題の解決を図りつつ、高次加工品などの輸出品目の増加を検討するなど、更なる市場の開拓に取り組みむこととしている。

海外市場の開拓以外にも、日々めまぐるしく進化する冷凍技術や加工技術を活用することに

よって、各企業が付加価値の高い加工品の開発に積極的に取り組んでいる。かつて三陸の新鮮な魚を消費者に届けるだけで成立していた水産業が市場の拡大や多様化するニーズへの対応など新たな可能性の開拓が求められるなか、同組合の関係者は「今後の水産業は魚一辺倒ではなく、食産業全体に視野を広げていく必要がある、水産加工業によって培われた高度な加工技術を他の食品にも応用していくことが求められるようになるのではないか」としている。

4. 成長を続ける水産加工業の事例

(1) 全国に市場を広げるビジネスモデル

低次加工品の製造が多数を占める本県の水産業の中で、高次加工品の製造によって成長を続けている例が小野食品(株)(釜石市)である。「三陸おのや」のブランドで煮魚や焼き魚などの加工食品の製造を手掛ける同社は震災により工場が被災したものの、急速な復旧を遂げ、その売上げは震災前の水準を大きく上回っている。同社商品の販売先は消費者に向けた直接販売(以下、直販事業)が7割、食品卸売業者や商社が3割となっており、このうち直販事業の柱となっている三陸の水産物を使用した惣菜の頒布会(食品などのセット商品を会費制によって定期



三陸おのや「旬のごちそう6食セット」
写真提供：小野食品(株)

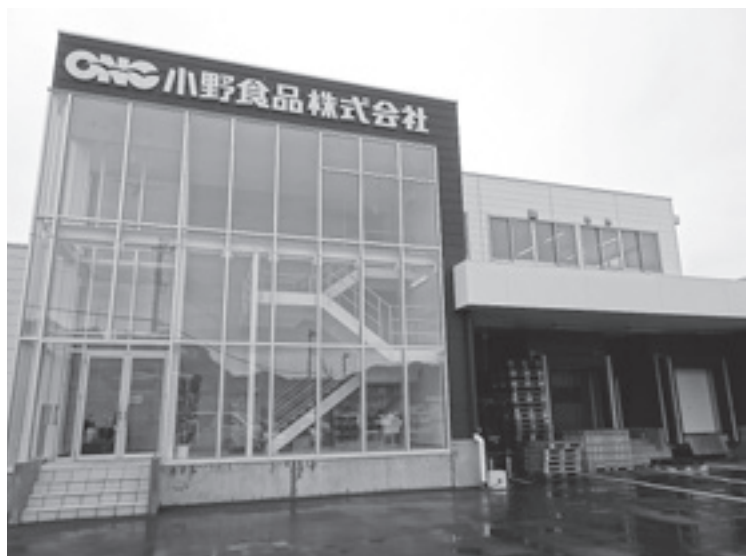
的に届ける販売方法)は県内外に多くの顧客を有している。しかし、このビジネスモデルが確立される以前の同社の販売先は商品卸売業者や商社への販売が7割、直販事業が3割と逆であった。

もともと同社は学校給食や外食産業向けの惣菜を卸していたが、平成13年頃になるとこの市場に中国の企業が参入するようになった。ホテルのバイキングなどで提供される煮魚や焼魚などの惣菜は必ずしも三陸産である必要はないことから、価格が3割も安い中国産の製品は次第

に流通量を増やし、食品卸業者からはこれらの安価な製品を引き合いに価格抑制圧力をかけられるようになった。このような状況で同社は、しかるべきコストをかけて製造した商品を適正な価格で販売できるマーケットの形成が必要と考え、生協の共同購入や量販店の定番商品としての販売など試行錯誤しながら、最終的には自分たちの商品は自分たちで売るしかないとの結論に至った。

しかし、当時は自社商品が希望する価格で消費者に受け入れられるかどうかからなかったため、17年頃から工場の前で定期的に直売会を行い、その都度何がどれだけ売れて、顧客がどのような反応を示したかなどを記録、分析した。こうした直売会の売上が次第に順調になるなか、ある40代の女性から「一人暮らしをしている母親に毎月5千円の範囲内で商品を送ってほしい」との依頼を受けた。この要望から得た着想を、直売事業の全国展開を検討していた際に広告代理店へ持ちかけ、新聞広告などを利用しながら全国に展開を図ったことで、21年に現在の頒布会によるビジネスモデルが出来上がった。当初126人だった頒布会の顧客は約5000人まで順調に数を増やし、事業を拡大するために釜石市に隣接する大槌町に工場を新設したの

は震災が発生する直前のことだった。震災による津波で工場が被災したものの、釜石市の本社工場を早期に復旧したことで震災後の顧客の減少は300人程に抑えることができ、その後も着実に市場を拡大したことで、現在の顧客数は3万4000人にも達した。顧客は全国にわたり、関東からの注文は4割を超え、他にも関西や東海など幅広く顧客を増やしている。こうしたなか、同社は今後の受注拡大を見通して大槌町に再び工場を新設し、28年4月に稼働を開始した。一度被災した地域にあえて工場を建設し



再開した小野食品(株)大槌工場

たのは、「震災でも生かされた身として地域に貢献したい」という意思の表れであり、同社大槌工場は地域の雇用と水産業の振興に大きく寄与している。

多くの水産加工業者が直面している原料の調達に関する問題に対し、同社では事前に翌年の商品メニューの組み立てを行い調達の計画を立てることで対応している。また、頒布会は自社が直接消費者に販売するため、食品卸業者等に支払う費用が発生せず、自社が希望する価格で販売ができるため、仕入れの原価にも十分なコストをかけることができる。他にも一部の商品については漁協等から原料を定期的に一定量購入する契約を結ぶなど、同社が売り上げを伸ばして水産物の消費を増やすことは地元漁業者の収益にも繋がっている。

(2) 付加価値の向上

同社では社長と数名の従業員が板前やシェフから料理を学んでいるほか、塩麴など話題性のある食材を取り入れるなど、商品の高付加価値化に取り組んでいるが、成功の一番の要因は常に顧客の反応を確認しながら商品開発を行い、自社の商品の魅力を訴求しながら新たな市場を開拓してきたことにある。どれだけ高品質な商品を作っても、安さだけを求める市場に対して

販売していたのでは付加価値に見合った利益を得ることは難しい。したがって付加価値の向上とは、商品開発によるものだけでなく、自社の商品の評価を最大限に高める市場を見つける、もしくは作り出すことにあるといえるであろう。

5. 海外で関心が高まる水産業

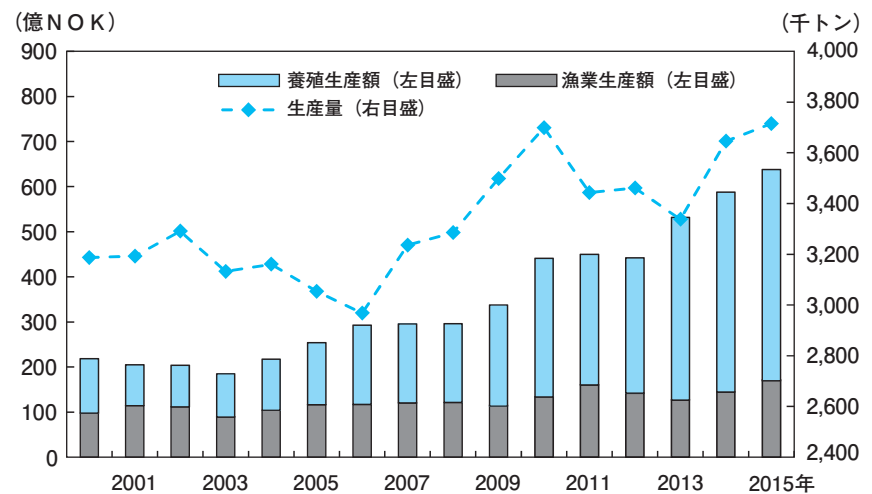
(1) 台頭する水産業先進国

日本で魚介類の消費量が低迷する一方、海外では健康志向や日本食の浸透により魚介類の消費量は増加しており、それに伴って水産業が基幹産業として発展し、生産量を伸ばしている国がある。そのなかでも水産業の先進国といわれているノルウェーは成長が著しい。

日本ではノルウェーサーモンが有名であるが、最近ではスーパーなどでノルウェー産のサバなども販売されている。実際に2015年のノルウェーの漁業・養殖業は生産量が371億5000トン、生産額は638億ノルウェークローネ（日本円で約9000億円）と2000年からいずれも増加しており、特に生産額に至っては約3倍になるなど成長が著しく、日本以外にも世界中に対し積極的に輸出货量を増やしている（図表8）。

近年は巨大な海面養殖施設の建設が行われる

図表8 ノルウェーの漁業・養殖業の生産量および生産額の推移



(注) 1 NOK (ノルウェークローネ) あたり14.15円 (10月10日現在)
資料: ノルウェー統計局HPより当研究所作成

など養殖業が成長を牽引しているが、かつては資源量が低迷していた時期があったことから天然の水産資源の管理も徹底されている。水産資源の管理方法にTAC制度 (Total Allowable Catch: 総漁獲可能量) があり、これは対象の魚種に対して生物学的に計算された漁獲可能量の上限を定め、それを上回らないようにする制度である。TAC制度は日本でも導入されてい

るが、漁獲可能量は都道府県ごとに設定され、上限に到達するまでは誰が獲ってもよい、いわば早い者勝ちの仕組みとなっている。そのため漁業者間で競争が起こり、未成熟な魚などが漁獲されてしまうことで資源の減少につながっていると指摘されている。一方、ノルウェーではTAC制度に加えIQ方式(Individual Quota・個別割当方式)により厳格に資源管理が行われている。これはTAC制度によって設定した漁獲可能量を漁業者や漁船ごとに割当てする方法である。この方法でより多くの水揚げ額を得るためには、限られた漁獲量のなかで一尾あたりの単価を高める必要があるため、価格の落ちる未成熟魚などは漁獲が避けられるほか、漁獲量が集中し相場が下がる時期は漁を控える傾向となるなど、資源を保全しながら品質と価格の向上を図ることができる。なお、近年では設定された漁獲量を漁業者間で譲渡ができるITQ方式(Individual Transferable Quota・譲渡可能個別割当方式)の導入も進んでおり、漁業者の集約と収益性の向上が図られている。

(2) 高まる国際競争と求められる資源管理

ノルウェーなどの諸外国が水産物の生産量を増やし、厳格な資源管理のもと品質を高めながら世界で輸出を拡大するなか、本県をはじめ日

本の水産物もこうした外国産の水産物との競争は避けられず、日本においてもより一層の資源管理が求められている。確かに日本と海外では漁場の環境が異なり、外国船による漁獲量増加の問題や一尾あたりの価格が上昇しても相応の価格で流通させることが難しいといった問題があり、一概にIQ方式を採用さえすればよいというものではない。しかし、水産物の国際的な競争が激化していくなかで、本県をはじめ日本の水産物は、より厳格な資源管理により品質を高める必要があるほか、新しい流通ルートの開拓により販路を多角化するなど、水産物の価格が上昇しても適正な価格で流通させられる仕組みを構築することが求められる。

おわりに

水産業の発展には豊かな水産資源が不可欠であり、本県では秋サケの回帰量の増加に向けた研究など資源の保全に関する取組みが行われているほか、限られた資源を最大限に活用する様々な取組みが進められている。例えば、本県の春漁の主力となっているイサダは主に釣りや養殖魚のエサとして使用される小型のエビ(オキアミの一種)だが、近年ではイサダの持つ肥満抑制効果などが注目され、機能性食品として

のサプリメントの開発に向けた研究やエビの風味を活かした食品加工用の利用が進められている。また、陸前高田市の広田湾で養殖されているエゾイシカゲガイは高級すしネタとして流通しており、本格的に養殖が行われているのは同湾だけのため希少性が高く、今後の水産業の発展につながる資源となることが期待される。

一方で、水産業の発展には、水産資源の活用や保全に努めるだけでなく、それらを消費する環境を整えることも欠かせない。ともすれば手軽で廉価な食のみを求めがちな消費者に対し、水産物の消費に対するあり方について変化を促す必要がある、水産物を美味しいと感じ、好んで消費する機会を増やすことが求められる。このため本県の水産業には、顧客のニーズに寄り添った商品開発のほか、オイスターバーをはじめとする水産物の注目を促すような飲食業との連携、メディアを通じたPRなど水産物の新しい消費の形態を積極的に提案していくことが必要とされる。こうして、水産物の魅力を向上させながら消費者と水産業を結ぶネットワークを構築することで、震災によって大きな被害を受けた三陸地域の基幹産業である水産業が新たな発展に向けて進んでいくことに期待したい。

(研究員 青木 俊一)