

国産水産物安定供給推進調査研究事業の中間とりまとめ（平成19年度分）

1. 委員会の開催状況

①第1回調査研究委員会（平成19年6月15日魚価安定基金）

議 事

- (1) 平成19年度国産水産物安定供給推進事業推進調査研究事業について
- (2) 平成18年度水産物調整保管事業調査研究事業のとりまとめについて
- (3) 今後の実施方針について
- (4) その他

②第2回調査研究委員会（平成19年8月9日～10日鹿児島県枕崎市、鹿児島市）

議 事

- (1) 枕崎市漁協の事業の実施状況について
- (2) 供給先（コープかごしま）の評価について

2. 委員名簿

委員長	廣 吉 勝 治	（北海道大学大学院教授）
委員	赤 井 雄 次	（水産経営技術研究所所長）
〃	加 瀬 和 俊	（東京大学社会科学研究所教授）
〃	佐 野 雅 昭	（鹿児島大学水産学部教授）
〃	馬 場 治	（東京海洋大学教授）
〃	佃 朋 紀	（財団法人魚価安定基金業務部総括）

3. 中間とりまとめ

平成19年度は、実施中の事業について、現地にてヒアリングを行ったので、その内容を本年度の中間とりまとめとした。

(1) 出席者

委員長	廣 吉 勝 治	（北海道大学教授）
委員	赤 井 雄 次	（水産経営技術研究所所長）
〃	加 瀬 和 俊	（東京大学教授）
〃	馬 場 治	（東京海洋大学教授）
〃	佐 野 雅 昭	（鹿児島大学水産学部教授）
〃	佃 朋 紀	（財団法人魚価安定基金業務部総括）
基金	芳 田 誠 一	（基金専務理事）
〃	向 井 義 宣	（基金業務部調査役）

(2) 内容

① 枕崎市漁協の事業内容について

対応者：枕崎市漁業協同組合 総合加工場管理課長 上木原 利 行

枕崎市漁業協同組合 総合加工場次長 俵積田 剛

- ・ カツオの一本釣り漁船は 38→28 隻に減船した。
- ・ 平成 19 年のカツオの水揚げは単価が 200 円を維持し、経営としてはよかった。ただ、年間をみると、今後のびんちょう、東沖のカツオの漁模様による。
- ・ 組合の所属船は 3 隻あったが、1 隻は焼津の業者に売却、1 隻は国と傭船契約を締結し赤字が保障されており、残る 1 隻が組合の経営判断が必要となっている。
- ・ 一本釣りのカツオは焼津、山川、枕崎だが最近山川は少なくなっている。
- ・ 枕崎にも PS（旋網もの）を取り扱う加工場ができたことから、最近 PS の水揚げが増えている。組合では B1（一本釣りもの）を取り扱っていることから競合はしない。
- ・ 本事業では 2.5 上を対象にしたいと実需者からは要望があったものの、4.5 上、7.0 上という大型のカツオの水揚げが多かったので、需要者に断りながらカットの調整により対応することとした。
- ・ B1 と PS は品質が異なるものの、最近、小売店のバイヤーは伝票だけで判断しているので、B1、PS 関係なくサイズだけで取引をしている傾向が見られている。
- ・ 組合では、B1 にこだわり加工販売している。
- ・ 一本釣り漁船にとっては、産地価格が 200～220 円/kg で推移するのがベストであると考えている。
- ・ 本事業で保管料等が助成されることを見込み、積極的な買取ができたことから魚価の底支えにはつながっている。ただ、新たな取引につながったというような動きはみられなかった。
- ・ B1 にこだわっているということだが、事業計画にはそういうものが一切出てこない。定められた様式がそうであるといえばそうだが、事業計画にこの事業の目的を書く欄を設け、申請時に目的を明らかにしておく必要があるのではないか。
- ・ 本事業に必要な安定供給契約は直接の場合は問題ないが、代金決済などが必要な時には売渡代行者経由で販売している。その場合、7 日間以上価格が固定されたことを証明するため売渡代行者と最終実需者間の取引を明らかにする必要がある。このため、通常取引では明らかになっていない代行者の手数料までこちらが知ることになり、売渡代行者から契約を断られることがあった。
- ・ 必要に応じて売渡代行者となっているものも最終実需者として認めてほしい。
- ・ 損失にかかる補てんという事業の仕組みが、結果として助成されないこともあることから買取を躊躇させる場面もある。

- かつて加工場も赤字だった時もあり、その時であればその保険として事業を位置づけることができ、効果があったものと考えられる。
- 最終実需者からみて、本事業のメリットと考えられるのは、やはり価格である。本事業で経費が抑えられることから最終実需者にとっては安く買えるメリットはある。
- 実際販売単価は7日間以上固定さえすればいいので、最終実需者との交渉により価格を決めることは可能である。
- 末端の小売店と契約して事業を行う場合、需要を定着させるにはポスターの作製など販促は欠かせないものであり、この経費が助成されればありがたい。
- これまでの既存の取引相手ではなく、新たな取引先とのパイロット的な取り組みに伴うリスクの補てんとして本事業を位置づけることはできないか。
- パイロット的取り組みが軌道に乗るまでの間、本事業が実施できれば効果的ではないか。
- 新たな取り組みが定着すれば、組合の事業が大きくなることとなる。
- 経費が助成されることにより、需要が定着するまでは安く提供することができるのではないか。
- また、一方で、産地市場の価格をより高く買うことで、生産者にとっても効果的な取り組みとなるのではないか。
- 枕崎市漁協は産地市場の卸売業者であり、加工場においても買参権を有していないことから、原魚の買取については、枕崎市漁協販売(株)から代行買取を行っている。実態としては加工場職員が原魚を見ながら買い取っているので手数料だけを販売会社に支払っているだけである。ただ、加工場が直接買うには反対が多く、実現できていないのが現状である。
- 漁獲後活き〆され急速凍結される「ぶえん鯉」は、半年は売れなかった。そのため値下げせざるを得ない状況となったものの、本来は相場に関係なく価格を設定したい。
- ぶえん鯉は組合の所属船である協洋丸の2隻で行っており、組合員の旭丸も取り組みたいと要望はあるものの、まずは需要を広げないと販売が追い付かなくなってしまう。
- ぶえん鯉の需要を定着させるため、漁協ではホテルや、高級スーパー（広島のレストラン）などマーケットを高級な所に置き販路拡大を行っている。
- 委員からは、安定供給契約型の事業を実施する場合、発生した損失について、例えば、組合員に負担を求めることはできないか。そうすることで組合のリスクを軽減することができるとともに、受益者負担することにより生産者に事業を理解してもらえることになるのではないか。

② 供給先の評価

対応者：コープかごしま 常務理事 松 園 孝 夫

〃 商品本部水産部門チームリーダー 戸 川 秀 人

- ・ コープかごしまは、1971年に鹿児島市民生協として設立し、1980年には県民生協に、1991年にはコープかごしまに名称を変更して現在にいたっている。
- ・ 会員は24万5千人。販売は店舗18店と宅配で行っている。取扱いの割合は店舗6割、宅配4割である。
- ・ コープとしては、第一次産業とのかかわりに重点を置き、地域重視で取り組むこととしたい。
- ・ 店舗は標準的なもので300坪中心である。生鮮+日配で50%を取り扱う。生鮮での取り扱いのうち農産物は15%、水産は13%、肉12%である。
- ・ 水産部門での地元産の割合は7~8割であり、おもに中央市場から仕入れている。
- ・ 商品本部には4名の水産担当がおり、2名が中央市場と地方市場の仕入れを担当する。
- ・ 日々の受発注については店舗からの発注と、一部本部仕入れで流し込むものもあるものの、情報がうまく伝わっていないのが現状である。
- ・ 鹿児島ではマグロの消費は低く、取扱量ではサバがトップである。
- ・ 店舗での分類はうなぎ、刺身、青物、丸物、切り身、貝類、-halfメイト、塩干と分けている。
- ・ 刺身のうち、かつおのスライスは3~4位に入る。スライスは、前日から解凍し、切るだけなので、朝1番の作業から販売することができるものである。
- ・ 店舗での売価は198~298円である。これは他とくらべて安い方である。
- ・ 旋網もののPSを刺身用として提供しているところもあるようだが、ここでは取り扱っていない。
- ・ ぶえん鯉は一カ月当たり1トンぐらいがコンスタントに売れている。たたきの売上を見ると変動は見られないので単純に売上は伸びたことになる。
- ・ ぶえん鯉は品質が安定しており年変動が少ない商材である。
- ・ 一方、串木野で水揚げされるメバチは品質が一定せず管理が難しい商材である。
- ・ 地元のつながりを重視しているので、どうしても生産者の立場になってしまうことがある。
- ・ 事業の供給先としてのメリットは感じていない。むしろ契約が必要なので手間がかかっている。
- ・ もともと、カツオは冷凍で価格は固定しているのでリスクは少ない。
- ・ 価格については2ヶ月間で価格を協議しているが、ほとんど変化がないので年固定と同じようなものである。
- ・ サイズについては、2.5kg上のものを求めたが、水揚げが少なかったため4.5kg上に

変更して対応した。

- 例えばかつおは、水揚げ状況によりサイズを変更せざるを得ない状況となるときがあり、このような場合、それを試験販売して、なおかつ需要が定着するまでは時間を要することから、そのリスクの補てんとしてこの事業を活用することは有効利用の一つとして考えられる。
- 総菜部門は売り上げが10%程度伸びている。しかし、価格はSKU単位で200円前後を求められており、コストをいかに下げるかが、課題となっている。
- 惣菜の消費化についてはモニター会で検討しているものの、運動会など特別な注文にどう対応するか課題となっている。
- 地域の素材を重視するため、卵生産者5名、白豚生産者8名、黒豚生産者5名と契約し全量を取り扱っている。水産ではそのような生産者と直接ということはない。