

愛媛県における水産物流通の問題点とその方途

阿 部 覚

1. はじめに

現在、日本はこれまでの大量生産・消費・廃棄社会から資源や環境に配慮する循環型社会構築に向けた動きが活発化している。また、最近の市町村合併に象徴されるように地域の枠組みが大きく変化し、住民・行政協働参画社会の形成が重要課題となっている。こうした社会や地域の枠組み転換が進行しているなかで、常時自然と向き合っている第1次産業は、循環型社会を構成する要素として重要産業であり、資源や環境に配慮する視点がより問われる産業であると考えられる。

食に関して、これまで「飽食の時代」といわれ、それに伴い、様々な問題点が浮上してきた。例えば、若年層における健康への不安である。白書において指摘されているように、魚介類の消費は40歳代以降で多くなり、30歳以下の若年層においては減少傾向にある。ファーストフードによる食生活・栄養バランスの乱れ、脂質の大量摂取による肥満、欠食や無理なダイエットがあげられる。その対策として、水産物の利用が注目されている。EPAやDHAは生活習慣病予防に役立つものとして、また日本人に不足しがちな鉄分やカルシウム等が豊富に含まれていることも注目される要因である。このところの「食の外部化」により、最終消費された飲食費の帰属割合から第1次産業の割合は大幅に低下している。一方で、食品加工業、飲食＝外食・中食、関連流通業が3/4を占めるようになった。水産業について考えた場合、川上＝漁業、川中＝水産卸・製造加工業、川下＝水産小売・外食といった具合に、最終消費まで含めた水産物フードチェーンとしての把握が求められている。

本論文では、地域における水産業に対する問題

点を水産物フードチェーンの側面から明らかにした上で、今後の地域における水産物流通の方途を検討することを課題とする。

具体的事例として、愛媛県を取り上げる。まず、愛媛県における漁業と食品産業との連携関係を解明するために、「平成7年・平成12年愛媛県産業連関表」を用いて、愛媛県の水産物フードチェーンについて分析する。次に、県内唯一の中央卸売市場である松山市中央卸売市場を取り上げる。松山市は県内人口の約1/3以上が集中することから、それを支える中央卸売市場における水産物の流れを解明することは県内水産業を考える上において意義があると考えられる。続いて、全国消費実態調査ならびに家計調査を用いて愛媛県および松山市における魚介類の消費動向を解明する。これらにより、愛媛県における最終消費まで含めた水産物フードチェーンとして把握したうえで、今後の魚食普及・水産物利用の方向性を探る。

2. 漁業と食品産業との連携関係の解明

1) 漁業生産状況

「えひめの水産業の概要」⁽¹⁾によれば、愛媛県は、燧灘・伊予灘・宇和海の特性の異なった海域が広がっている。多種多様な漁船漁業や養殖業が盛んで、多様な種類の魚介類が水揚げされている。漁船漁業においては、マダイ・アナゴ・コウイカ等が全国有数の水揚げを誇っている。魚類養殖業においても、全国的に高い地位にある。

愛媛県における漁業状況は、漁業経営体数全国3位（シェア5%）、使用漁船隻数4位（同5%）、漁業就業者数5位（同4.9%）である。漁船漁業の生産量は、昭和59年の約19万3千トンがピークであったが、それ以降、いわし類・さば類の漁獲

(1) 愛媛県農林水産部水産局漁政課「えひめの水産業

の概要」引用

量が全国の資源状況と同様に大きく低下した。その他の魚介類においても同様に減少傾向である。生産量は減少を続けており、平成11年には10万トンを下回るまでになった。また、生産額に関しても、生産量減少に加え、魚価安傾向が重なることから、横ばいから減少傾向にある。養殖業の生産量は、昭和50年代半ばに5万トンに達し、平成2年に7万トンを超え、平成11年には7万6,500トンと過去最高の生産量をあげている。魚種別にみると特に、マダイ全国1位（シェア38.2%）、ブリ類2位（同17.6%）、ヒラメ2位（同18.9%）と高い位置を占めている。また、生産額は平成3年の1,033億円をピークに減少し、特に平成9年以降は真珠の大量へい死により大幅に減少した。漁船漁業と養殖業の生産量比較においては、やや漁船漁業が上回るものの、生産額では、養殖業が漁船漁業の約2倍になっている。

水産加工業は、経営体数（平成12年）396経営体で、そのうち練り製品・煮干し品が252経営体で、2業種で全体の約63%を占めている。各海域で水揚げされる各種の魚介類は伝統技術や近代技術を活かし、削り節・珍味・煮干し・かまぼこ・じゃこ天等として、地域を代表する特産物になっている。

2) 愛媛県産業連関表による接近

(1) 漁業部門の費用と粗付加価値率の計測⁽²⁾

産業連関表を列方向にみた表1によれば、平成12年の愛媛県における漁業部門の生産額は1140億9900万円であり、それを生産するのに漁業部門から50億8500万円、食料品部門から50億3200万円、飼料・肥料部門から11億4100万円等の費用が投入されていることがわかる。漁業部門の生産のために、漁業部門からその他部門までの内生部門計（432億300万円、37.9%）と家計外消費支出から経常補助金までの粗付加価値部門計（708億9600万円、62.1%）の費用が投入されているので、愛媛県の漁業部門の粗付加価値率は62.1%である。

愛媛県の他の第1次産業部門をみる。耕種農業部門の生産額は1107億8900万円で、それを生産するのに耕種農業部門から14億3100万円、農業サービス75億5000万円、飼料・有機質肥料部門15億2500万円、化学肥料部門30億3100万円、化学最終製品部門（除医薬品）46億6000万円、自家用自動車輸送部門25億6200万円等の費用が投入されている。内生部門計（374億9800万円、33.8%）、粗付加価値部門計（732億9100万円、66.2%）であり、耕種部門の粗付加価値率は66.2%である。次に、畜産部門の生産額は315億700万円であり、内生部門計（238億7300万円、75.8%）、粗付加価値部門計（76億3400万円、24.2%）である。

表2の平成7年の費用構造と比較すると、漁業部門間の費用構成比は約1/4にまで減少していることがわかる。これに伴い、内生部門に対する費用構成比が減少し、付加価値部門に対する構成比が増加している。また、日本国内の費用構造と比較すると、平成7年に突出していた漁業部門間費用の減少により、平成12年における日本国内と愛媛県内の漁業部門費用構造は類似したものになっている。

(2) 漁業部門の販売先と食料品部門との連携

産業連関表を行方向にみた表3によれば、平成12年の愛媛県における漁業部門の生産額1140億9900万円は、漁業部門に50億8500万円（4.5%）、食料品部門に332億6000万円（29.2%）、飲食店部門に21億1300万円、旅館その他部門に6億1300万円、家計消費支出部門に32億8600万円、移輸出（県外）部門に986億6500万円が販売されていることがわかる。愛媛県の漁業部門では、県内生産額の29.2%が県内の食料品部門に販売されている。移輸出（県外）が88.5%あることから、愛媛県漁業生産額のじつに9割近くが県外へ流通していることがわかる。

表4の平成7年の販売先構造と比較すると、生産額70.6%、漁業25.7%、食料品108%、飲

(2) 甲斐論2004.「フードシステムの改革による食農連携の創造」、『東アジアにおけるフードシステムの

交差』九州学術出版振興センター、1～27ページ

表1.愛媛県産業連関表からみた漁業部門費用構造

(単位:百万円、%)

部 門	漁業	構成比
漁業	5,085	4.5
食料品	5,032	4.4
飼料	1,141	1.0
せんい工業	1,129	1.0
医薬品	597	0.5
石油製品	5,411	4.7
プラスチック	1,190	1.0
船舶・修理	4,479	3.9
商業	5,763	5.1
金融・保険	2,519	2.2
道路輸送	745	0.7
自家用輸送	2,350	2.1
自動車・機械修理	318	0.3
その他	7,444	6.5
生部門計	43,203	37.9
家計外消費支出	1,356	1.2
雇用者所得	13,649	12.0
営業余剰	35,734	31.3
資本減耗引当	14,451	12.7
間接税	6,345	5.6
経常補助金	-638	-0.6
粗付加価値門計	70,896	62.1
県内生産額	114,099	100.0

資料:「平成12年愛媛県産業連関表」平成17年より作成

表2.愛媛県産業連関表からみた漁業部門費用構造

(単位:百万円、%)

部 門	漁業	構成比
漁業	19,814	12.3
食料品	11,822	7.3
飼料	1,477	0.9
せんい工業	1,056	0.7
医薬品	1,807	1.1
石油製品	3,816	2.4
プラスチック	1,239	0.8
船舶・修理	2,580	1.6
商業	9,054	5.6
金融・保険	4,130	2.6
道路輸送	1,338	0.8
自家用輸送	3,232	2.0
自動車・機械修理	1,114	0.7
その他	8,817	5.3
生部門計	71,296	44.1
家計外消費支出	1,924	1.2
雇用者所得	38,191	23.6
営業余剰	34,049	21.1
資本減耗引当	11,257	7.0
間接税	5,664	3.5
経常補助金	-867	-0.5
付加価値門計	90,216	55.9
内生産額	161,512	100.0

資料:「平成7年愛媛県産業連関表」平成12年より作成

表3. 漁業部門販売先構造 (平成12年)

(単位:百万円、%)

	漁業	食料品	飲食店	旅館・そ	家計消	移輸出	移輸入	その他	生産額
漁業	5,085	33,260	2,113	613	3,286	98,665	-32,347	3,424	114,099
構成比	4.5	29.2	1.9	0.5	2.9	86.5	-28.3	3.0	100.0

資料:「平成12年愛媛県産業連関表」平成17年より作成

表4. 漁業部門販売先構造 (平成7年)

(単位:百万円、%)

	漁業	食料品	飲食店	旅館・そ	家計消	移輸出	移輸入	その他	生産額
漁業	19,814	30,769	1,742	433	11,091	125,259	-28,475	879	161,512
構成比	12.3	19.1	1.1	0.3	6.9	77.6	-17.6	0.5	100.0

資料:「平成7年愛媛県産業連関表」平成12年より作成

食店121%，旅館その他142%，家計消費支出29.6%，移輸出78.8%，移輸入114%となる。これにより，食料品・飲食店・旅館その他との連携が増していることがわかる。一方で，移輸出・移輸入割合が各々約10%増加していることから，県内への供給力低下に拍車がかかっている状況である。特に，家計消費支出の落ち込みが激しく，深刻であるといえる。参考までに，他部門における家計消費支出の平成7年対比はというと，耕種農業部門71.6%，畜産部門92.2%，食料品部門87.0%である。いかに漁業部門における減少が激しいかがわかる。これにより，漁業部門における家計消費支出の大幅な減少がより鮮明となった。

以上のことから推察すると，スーパーやデパート等での弁当や惣菜に含まれる中食における魚介類の変化は明らかではないが，少なくとも家庭において魚介類が料理されて，食卓にのぼることは減少し，5年前と比較しても1/3以下になっていると考えられる。

(3) 漁業部門の自給率と地産地消率の計測

愛媛県内で生産された1140億9900万円の水産物は，表5に示すように，移輸出計986億6500万円を差し引くと，県内供給額は154億3400万円となる。また，再投入された内生部門計の420億4200万円と県内で最終需要された57億4000万円の合計477億8100万円が県内需要合計となる。県内供給額を県内需要合計で除したものが自給率であるので，愛媛県における漁業部門自給率は32.3%となる。一方，県内供給額を県内生産額で除した数値を「地産地消」⁽³⁾と定義すると，地産地消率は13.5%となる。自給率が32.3%であるのに対して，地産地消率は13.5%と低い。愛媛県では，水産物が県外に86.5%も移輸出しており，水産物供給県と位置付けられる。

(4) 食料品部門の費用と粗付加価値率の計測

食料品部門をみると，その生産額は3767億8600万円で，それを生産するのに耕種農業部門より398億5700万円，畜産部門より190億2100万円，漁業部門より332億6000万円，食料品部門より520億7600万円等の費用が投入されている。内生部門計は(2393億2000万円，68.5%)，粗付加価値部門計(1099億6200万円，31.5%)で，粗付加価値率は31.5%である。

粗付加価値率が31.5%と低く，内生部門からの費用投入が多いことが指摘できる。特に，耕種農業部門から11.4%の費用投入を受けているのに対して，生産額の高い漁業部門からは9.5%の投入にとどまっており，金額にして約66億円のひらきがある。このことから，漁業部門における県内食品加工分野との連携の低さが浮き彫りとなった。しかし，この点に関して，平成7年は耕種農業部門と漁業部門の費用投入格差は，金額にして約120億円であったことから，漁業部門と食料品部門との連携が強化されているのも事実である。

(5) 漁業部門とその他部門の比較

販売先比較において，耕種農業部門が飲食店部門に対して，39億500万円販売しているのに対し，漁業部門は21億1300万円と，約1/2にとどまっている。また，旅館その他部門に対する販売比較においても，耕種農業部門が12億900万円であるのに対し，漁業部門は6億1300万円と，耕種農業部門の半分にとどまっている。平成7年よりはやや改善されてはいるものの，依然として外食との関わりが農業部門に比べて低く，県内飲食・加工業への販売にも力を入れる必要があると考える。

(3) 先出の甲斐氏は，「地産地消率」について，県内供給額を県内生産額で除した数値を「地産地消率」

と定義している。

表5. 漁業部門の自給率と地産地消率

(単位: 百万円、%)

県内生産額	移輸出計	県内供給額	県内需要合計	自給率	地産地消率
①	②	③=①-②	④	③/④	③/①
114,099	98,665	15,434	47,781	32.3	13.5

資料: 「平成12年愛媛県産業連関表」平成17年より作成

表6. 形態別取扱構成

kg,百万円,円/kg

	合 計			鮮 魚			冷 凍 魚			塩 干 加 工 品		
	数量	金額	平均価格	数量	金額	平均価格	数量	金額	平均価格	数量	金額	平均価格
平成5年	20,840	18,175	872	14,213	12,750	897	4,331	3,592	829	2,295	1,831	798
平成10年	17,346	15,625	901	14,709	13,134	893	1,390	1,508	1,085	1,246	983	789
平成15年	16,038	13,500	842	13,824	11,440	828	1,106	1,127	1,019	1,107	932	842
対比	77.0	74.3	96.6	97.3	89.7	92.3	25.5	31.4	122.9	48.2	50.9	105.5

資料: 松山市中央卸売市場「市場年報」

表7. (県内・外別取扱高)

kg,百万円

	合 計						鮮 魚					
	県 内		県 外		計		県 内		県 外		計	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
平成5年	8,597	8,599	12,242	9,575	20,840	18,175	8,191	8,048	6,021	4,701	14,213	12,750
	41.3	47.3	58.7	52.7	100.0	100.0	57.6	63.1	42.4	36.9	100.0	100.0
平成10年	8,478	7,783	8,867	7,841	17,346	15,625	8,283	7,559	6,426	5,574	14,709	13,134
	48.9	49.8	51.1	50.2	100.0	100.0	56.3	57.6	43.7	42.4	100.0	100.0
平成15年	7,519	6,339	8,519	7,161	16,038	13,500	7,260	6,068	6,564	5,371	13,824	11,440
	46.9	47.0	53.1	53.0	100.0	100.0	52.5	53.0	47.5	47.0	100.0	100.0

	冷 凍 魚						塩 干 加 工 品					
	県 内		県 外		計		県 内		県 外		計	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
平成5年	-	-	4,331	3,592	4,331	3,592	405	550	1,889	1,280	2,295	1,831
	-	-	100.0	100.0	100.0	100.0	17.6	30.0	82.4	70.0	100.0	100.0
平成10年	0	0	1,390	1,508	1,390	1,508	195	224	1,051	758	1,246	983
	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	15.7	22.8	84.3	77.2	100.0	100.0
平成15年	4	3	1,102	1,124	1,106	1,127	254	267	852	665	1,107	932
	0.4	0.3	99.6	99.7	100.0	100.0	22.9	28.6	77.1	71.4	100.0	100.0

資料: 松山市中央卸売市場「市場年報」

3. 松山市中央卸売市場の水産物取扱状況

1) 取扱概要

表6は、松山市中央卸売市場における形態別取扱構成を示している。平成15年数量比率で鮮魚86%、冷凍魚7%、塩干加工品7%、金額比率で鮮魚85%、冷凍魚8%、塩干加工品7%となっており、鮮魚が主体となっている。全体では、平成5年対比において、数量・金額ともに3/4水準にまで減少している。その要因として、冷凍・塩干加工品の大幅な減少があげられる。特に、冷凍魚における大幅な減少は、平成8年に最大の取引業者の倒産が大きく影響している。鮮魚については、魚価安傾向から金額は10%減少しているが、数量はほぼ同水準で推移している。

次に、表7の県内・外取扱をみると、全体としては平成5年に比べて数量において県内比率が5%上昇している。しかし、これは上述したように、大部分を県外に頼っている冷凍魚比率の大幅な減少によるものである。鮮魚についてみれば、逆に数量で5%、金額で10%の県内比率の減少である。これまで県内主体優位で推移してきたが、現在はほぼ半々の状態であり、このままの状況が続けば、県内産取扱の劣勢は免れないところまできている。塩干加工品については、練り製品・煮干し等の生産は盛んであるが、市場取扱についていえば、その3/4を県外に頼っているのが現状である。

2) 形態別取扱状況

鮮魚産地別の取扱金額は表8に示すように、愛媛県内が全体の約5割で主体となっており、次いで大分、高知県の隣県両県が多くなっているが、各地に分散している状態である。鮮魚品目別の取扱数量・金額は表9に示すように、養殖タイ・タチウオ・フィーレ加工品等が上位を形成しており、特に養殖物のタイ・カンパチ・ハマチ・アジ等が多く、愛媛県の生産特性を反映している。大分県からは、養殖ブリ・ハマチ・イセエビ・クルマエビ、高知県からは、カツオ・マグロ・イワシ類が主に集荷されている。特に、大分県から集荷されている養殖ブリは、愛媛県の1.96倍の集荷量があり、金額に至っては2.6倍上回っている。

次に冷凍品について、産地別の取扱金額は表10に示すように、中国、インドネシア等のアジア諸国からの集荷が上位を占めている。国内産地は、上位20位以内に、北海道、静岡が入っているのみである。輸入物への依存度の高さを示している。愛媛県産の状況は、取扱数量4,649kg(38位)・0.42%、取扱金額3,147千円(43位)・0.28%となっている。品目別の取扱金額は表11に示すように、エビ・イカ・カニ・マグロの上位4品で58.9%を占め主体となっている。なお、冷凍クジラ類が数量で2.8%、金額で6.9%と上位に位置している点が注目される。中国からの集荷は、ウナギ・アナゴ・エビ等である。特に、ウナギについては、その約85%が中国からの集荷である。インドネシアからは、エビ(36.6%)・イカ(13.5%)・タコが主として集荷されている。愛媛県内では、タチウオ(6.5%)・その他冷凍食品(9.4%)で、ヒラメ・カレイ・イカは1%未満である。

塩干加工品について、産地別の取扱金額は表12に示すように、愛媛県が最も多く、北海道、兵庫の上位3産地で、5割弱を占めている。表13の品目別では、塩サンマ・塩サバ・釜あげが上位を占め、これら3品目で約1/3を占めている。愛媛県内からは、開きアジ・イリコ・チリメン・ゆでダコ・珍味加工品である。北海道からは、塩サケ・塩サンマ・塩カズノコ等の塩蔵魚類魚卵や干しスルメである。兵庫県からは、塩イワシ・塩サバ・ゆでイカナゴが集荷されている。

3) 品目別状況

(1) ブリ類

ブリ類の特徴は、養殖物の取扱比率の高さである。これは、全国第2位の生産量に比例するものであるといえる。なかでも、ハマチ・ヤズ等のブリよりも小型で比較的調理し易い大きさのものが主流となっている。ブリ商材は、量販店において刺身・寿司等の生食販売部門の定番商材として、通年商材として位置付けられている。この通年商材としての最主力商材はハマチ・ヤズであり、それは月別取引高において、年間を通してほぼ一定の割合で推移していることから明らかである。一方で、ブリは月別取

表8.鮮魚産地別取扱金額順位推移

%

順位	平成5年		平成10年		平成15年	
	産地	全体比	産地	全体比	産地	全体比
1	愛媛	63.12	愛媛	57.55	愛媛	53.05
2	高知	9.23	大分	11.35	大分	8.49
3	大分	4.80	高知	5.95	高知	4.55
4	徳島	2.39	長崎	2.31	鹿児島	3.38
5	中国	2.32	福岡	2.12	北海道	2.60
6	広島	2.09	宮城	2.07	中国	2.21
7	香川	1.84	広島	1.89	香川	1.97
8	韓国	1.77	北海道	1.86	韓国	1.73
9	長崎	1.70	韓国	1.70	広島	1.66
10	山口	1.49	香川	1.51	宮城	1.65

資料：松山市中央卸売市場「市場年報」

表9.鮮魚品目別取扱金額順位推移

%

順位	平成5年		平成10年		平成15年	
	品目	全体比	品目	全体比	品目	全体比
1	養殖だい	9.32	養殖だい	7.80	フィレ加工品	7.52
2	養殖はまち	8.33	フィレ加工品	7.40	たちうお	5.58
3	たちうお	4.92	たちうお	4.70	養殖だい	5.54
4	まだい	4.60	まだこ	3.63	養殖かんぱち	4.64
5	まさば	4.12	さば	3.05	まだこ	3.28
6	養殖あじ	3.44	たい	3.03	まだい	3.22
7	めばる	3.32	養殖やず	2.67	あじ	2.51
8	まだこ	2.97	あじ	2.41	あさり	2.48
9	養殖やず	2.45	かんぱち	2.16	さば	2.43
10	さざえ	2.19	養殖ひらめ	2.15	養殖はまち	2.42

資料：松山市中央卸売市場「市場年報」

表10.冷凍品産地別取扱金額順位推移

%

順位	平成5年		平成10年		平成15年	
	産地	全体比	産地	全体比	産地	全体比
1	中国	29.16	インド洋	24.84	インド洋	12.54
2	オーストラリア	24.58	ベーリング	13.46	ベーリング海	11.74
3	ベーリング	7.97	台湾	11.40	インドネシア	11.59
4	インド洋	5.32	南水洋	8.21	インドネシア	7.55
5	西アフリカ	5.17	オーストラリア	5.62	南水洋	4.22
6	ニュージーランド	4.99	中南米	5.10	北大西洋	3.68
7	台湾	3.95	インドネシア	5.07	ロシア	3.47
8	インドネシア	3.55	北大西洋	4.36	カナダ	3.16
9	南水洋	3.44	中国	4.28	北海道	3.13
10	南米	2.02	北海道	3.59	北米	2.74

資料：松山市中央卸売市場「市場年報」

表11.冷凍品品目別取扱金額順位推移

%

順位	平成5年		平成10年		平成15年	
	品目	全体比	品目	全体比	品目	全体比
1	冷凍えび	35.88	冷凍えび	31.80	冷凍えび	21.43
2	その他冷凍魚	19.05	冷凍まぐろ	9.39	冷凍かに	16.69
3	冷凍かに	10.37	冷凍うなぎ	9.14	冷凍まぐろ	12.39
4	冷凍いか	7.88	冷凍くじら	8.19	冷凍いか	8.38
5	冷凍魚卵	3.94	冷凍かに	8.06	冷凍くじら類	6.94
6	冷凍くじら	3.44	冷凍いか	7.34	冷凍貝	5.19
7	冷凍まぐろ	2.68	冷凍貝類	3.60	冷凍うなぎ	4.44
8	冷凍貝類	2.58	その他冷凍魚	3.46	その他冷凍魚	3.22
9	冷凍たこ	2.34	冷凍赤魚	3.24	冷凍赤魚	2.82
10	ひらめ・かれい	1.68	冷凍かつお	2.95	ひらめ・かれい	2.56

資料：松山市中央卸売市場「市場年報」

表12.塩干加工品取扱金額順位推移

%

順位	平成5年		平成10年		平成15年	
	産地	全体比	産地	全体比	産地	全体比
1	愛媛	30.07	北海道	27.15	愛媛	28.67
2	北海道	19.40	愛媛	22.84	北海道	9.19
3	中国	13.30	兵庫	9.50	兵庫	7.86
4	西アフリカ	6.62	千葉	9.38	静岡	6.77
5	千葉	5.88	西アフリカ	6.39	モロッコ	5.71
6	香川	4.03	福岡	6.00	千葉	4.63
7	岐阜	3.08	中国	3.68	福岡	4.06
8	南米	2.06	北大西洋	3.45	山口	3.90
9	福岡	1.79	山口	2.24	インドネシア	3.72
10	兵庫	1.75	インドネシア	1.53	ノルウェー	3.18

資料：松山市中央卸売市場「市場年報」

表13.塩干加工品取扱金額順位推移

%

順位	平成5年		平成10年		平成15年	
	品目	全体比	品目	全体比	品目	全体比
1	他加工品	36.78	他加工品	13.30	他加工品	12.06
2	ちりめん	9.85	かずのこ	8.05	他切身加工	12.03
3	他丸干し	8.37	塩さば	7.52	他塩干品	8.98
4	塩さば	5.27	塩さんま	6.01	釜あげ	7.24
5	かずのこ	5.14	他切身加工	5.98	塩さば	6.64
6	他塩蔵魚類	3.86	他塩干品	5.82	ちりめん	5.24
7	珍味加工品	2.83	ちりめん	5.45	塩さんま	4.61
8	ゆでだこ	2.78	ゆでだこ	4.83	他塩蔵魚類	4.43
9	塩さけ	2.45	珍味加工品	3.43	塩かずのこ	4.12
10	うなぎ蒲焼	2.43	うなぎ蒲焼	3.32	珍味加工品	4.07

資料：松山市中央卸売市場「市場年報」

表14. 愛媛県魚介類品目別生産状況と松山市における魚消費動向

品 目	生 産 (%)		消 費	
	全国順位	全国シェア	消費金額	消費量
マダイ (海面)	1位	15.5	9位 (1.90倍)	8位 (2.00倍)
マダイ (養殖)	1位	38.2		
熊本	8位	5.4	1位 (3.78倍)	2位 (3.46倍)
福岡	3位	8.2	1位 (5.44倍)	1位 (5.94倍)
ブリ類 (海面)	16位	1.5	24位 (1.14倍)	24位 (1.06倍)
ブリ類 (養殖)	2位	17.6		
島根	1位	20.9	7位 (1.61倍)	3位 (1.87倍)
鹿児島	1位	32.0	17位 (1.32倍)	18位 (1.21倍)
アジ類	3位	6.5	15位 (1.40倍)	18位 (1.21倍)
長崎	1位	28.0	1位 (2.74倍)	1位 (2.95倍)
カツオ類	8位	3.0	15位 (1.17倍)	13位 (1.19倍)
高知	4位	10.7	1位 (6.15倍)	1位 (5.14倍)
静岡	1位	19.7	6位 (1.57倍)	8位 (1.52倍)
イワシ類	12位	2.4	18位 (1.16倍)	21位 (1.08倍)
千葉	1位	20.1	19位 (1.15倍)	20位 (1.10倍)
サバ類	9位	3.1	22位 (1.02倍)	27位 (0.91倍)
長崎	1位	19.7	28位 (0.93倍)	15位 (1.16倍)
エビ類	2位	9.0	25位 (0.94倍)	19位 (1.03倍)
北海道	1位	15.3	31位 (0.85倍)	10位 (1.20倍)
イカ類	14位	1.3	34位 (0.86倍)	43位 (0.66倍)
青森	1位	28.6	4位 (1.40倍)	1位 (1.96倍)
タコ類	7位	3.2	9位 (1.14倍)	3位 (1.32倍)
北海道	1位	49.1	21位 (0.92倍)	8位 (1.14倍)
アサリ類	6位	5.0	24位 (0.92倍)	13位 (1.16倍)
千葉	1位	29.6	3位 (1.36倍)	6位 (1.30倍)

出所：農林水産省「平成15年漁業・養殖業生産統計（概数）」

：総務省統計局家計調査「都道府県庁所在市別ランキング（平成13～15年平均）」

：川崎市・北九州市を含む

扱高において、12月・1月に集中しており、年間取扱高の70%をこの2ヶ月で占めている。ちなみに、ハマチ・ヤズは2ヶ月間で約22%である。したがって、愛媛県におけるブリの位置付けは、年末年始の需要を中心とする季節商材であるといえる。当地域の伝統的食生活や食文化に裏打ちされ、正月料理に欠かせないものとして、刺身や焼物等の材料として供されている。

しかし、表からも明らかなように、近年はハマチ・ヤズに代わって、カンパチがその主流に

なりつつある。平成6年に初めて登場して以降、着実にその取扱高を増やし、平成15年には50%近くまで伸ばしている。カンパチ増加の要因は、各々の商品特性にあるといえる。ブリ・ハマチは、少し赤みがかっており、比較的可変しやすい。それに対して、カンパチは、ブリ・ハマチと比べると、身は少し白っぽく、変色しにくいのが特徴である。量販店等小売店で販売する場合、刺身や短冊、また近年鮮魚売り場でもよく見かけるようになったにぎり寿司に使用した際、

数時間の違いで、明らかにその商品の見た目に大きな差異が生じるのである。より見た目を重視するセルフサービス方式による量販店では、変色の比較的少ないカンパチヘシフトしている。ブリ類における愛媛産取扱構成をみると、生産量の高水準とは裏腹に、低い水準で推移しているといえる。特に、養殖ブリに至っては1/4以下にまで低下している。現在の主流になりつつある養殖カンパチにおいても同様である。

(2) タイ類

タイは、愛媛県の県魚にも指定されており、生産量において全国第1位で、約40%を占めている。養殖タイは、松山中央卸売市場において唯一1,000トンを超える取扱量を誇っている。しかし、近年の魚価安や大量へい死等が原因で、平成15年の金額ベースにおいては、タチウオに逆転されてしまった。平成5年の10年前と比較すると、数量では約25%の減少であり、さらに金額では50%以上の減少である。

注目すべきは、天然マダイである。天然マダイと養殖タイを比較すると、数量では3倍以上の開きがあるものの、金額ではさほど差がない状況である。この変化は、消費者の嗜好の変化や食に対する安心・安全の高まりの中で、天然物ヘシフトしていると考えられる。これまでの価格の安さだけでは、もはやない時代であることの証明でもある。しかし、天然マダイにおいても、養殖タイの大幅な価格下落に伴い、取扱数量が10年前の2倍以上になっているにもかかわらず、金額は横ばいである。

(3) アジ類

アジ類は、愛媛県における主要魚類である。ゼンゴアジを除けば、県内産比率がいずれも70%以上と高く、特にシマアジは90%を越える高水準にある。アジ類における取引の主流は、マアジと養殖アジである。マアジに占める県内産比率は80%以上と高い。県外産においては、福岡が最も多く、高知・広島・長崎・大分と近隣県によるものが大部分である。数量に関しては、旬の時期である春から秋(4月~10月)にかけ

て毎月30トン以上取引されている。それ以外の時期でも20トン以上の取引があることから、通年商材であると位置付けることができる。平均単価においても、県内産は他県産のものより200~400円高い水準で取引されている。

養殖アジは、県内産70%以上で、残りは高知からである。平均単価は、マアジよりも若干劣るものの、高知産よりは約200円程高値取引されている。取引動向をみると、マアジの漁獲量動向と大きくリンクしている。旬の時期で豊漁となる春から秋にかけては、マアジの1/2から1/3の取引数量であるのに対して、冬から春にかけては、マアジとほぼ同様の取引数量である。マアジは漁獲量変動による価格変動幅が大きいので、平均単価において300円以上の差がつく。漁獲量が少ない養殖アジは、価格が高値で推移する冬から春にかけて取引割合が増加していると考えられる。シマアジは、その大部分が県内産であり、平均単価がマアジ・養殖アジの2倍以上であることから、高級刺身用の通年商材であるといえる。

(4) マカツオ

カツオといえば、高知や焼津の地名がすぐに出てくる。しかし、松山中央卸売市場に占める愛媛産マカツオは75%以上と高い水準にある。しかも数量に関しては、年々増加傾向にある。理由の1つとして、カツオの食べ方があげられる。かつお独特の「たたき」と呼ばれる食べ方が、消費者にも定着してきたと考えられる。グルメ情報番組等にも取り上げられる機会が増え、現在では冷凍加工・輸送技術の発達により、1年を通じて売り場に並ぶようになった。愛媛産取引の動向として、「初カツオ」と呼ばれる4・5月の取引高が最も多く、「戻りカツオ」と呼ばれる時期の取引高は「初カツオ」の時期と比べて、約1/2にとどまっている。愛媛県では、魚体が大きく、脂も良くのっている「戻りカツオ」をさほど認知していないようである。愛媛産以外の動向として、高知産は10年前と比べて約1/2以下に減少し、代わって鹿児島産が増加している。また、冷凍カツオ・カツオタタキ

は、その大部分が焼津から入荷している。

(5) エビ類

市場で扱われているエビの主体は、俗に地エビ（大エビ・中エビ・小エビ・ガラエビ）と呼ばれている活きエビと、輸入エビである。地エビは、燧灘・伊予灘を中心産地として、主に東・中予地域においてボイルされた状態で食されている。市場における取扱は、大部分が県内産であり、愛媛を代表する食材であるといえる。しかし、取扱数量は年々減少しており、資源の枯渇が危惧される。特に、最もサイズの大きい大エビに関して、その取扱量は10年前の約半数程度にまで減少している。逆に、サイズの小さい小エビは倍近くにまで増加している。原因として、小エビが成長して中エビ・大エビになるが、大エビの漁獲量減少に伴い、まだ成長しきれていない小エビの漁獲量を増やすことで、当面の収入を得ようとする心理が漁業者に働いていると思われる。このままの状態が続けば、小エビ自体の資源も減少してしまい、結果的に地えびそのものの資源が枯渇することも考えられる。今後は、現在愛媛県において取り組まれているサワラやカタクチイワシに対する資源回復計画等の持続的漁獲に向けた対策が必要であろう。

天然・養殖クルマエビに関しては、取扱数量はそれほど多くはないが、平均単価において天然では約6千円/kg、養殖で約5千円/kgと高く、よって取扱金額も高くなっている。産地別において、天然では県内産が約40%で、次いで大分産が36%を占めている。養殖は県内産が約20%で、沖縄産が約50%で主流を占めている。県内産平均単価は、他県産に比べて、1千円/kg以上低く、市場評価は低いものとなっている。

輸入冷凍エビに関しては、商社や大手水産会社等による開発輸入が活発になり産地開発が積極的に行われているため、輸入相手国は平成5年の13ヶ国（地域を含む）から平成15年では23ヶ国（地域を含む）と急増している。平成15年産地別比率は、インドネシア36%、中国14%である。

(6) ヒラメ・カレイ類

ヒラメ・カレイ類の県内産取扱構成推移をみると、大部分において80%以上と高く、愛媛を代表する魚種であるといえる。特に、養殖ヒラメは年間を通して安定した取扱があり、数量においても安定していることから、通年刺身用食材として位置付けることができるであろう。県内産比率の高い、メンドカレイは煮・焼魚食材として好まれている魚種である。

(7) タコ・イカ類

マダコは、鮮魚取扱において、数量で6位、金額で5位と高い水準にあり、愛媛の代表的魚種のひとつに数えられる。また、県内産比率も70%以上と高くなっている。月別取扱高推移をみると、4月から7月の初夏から夏場にかけて集中していることから季節食材として位置付けることができる。

(8) その他

ブリ・タイ以外で愛媛を代表する魚として、タチウオがあげられる。平成15年には単品取扱金額で養殖ダイを抜いて1位となり、その90%以上を県内産で占めている。取扱高は低いものの、ハギ・ホゴ・メバル・アマテカレイ・サザエ・セトガイについても県内産比率において90%以上を占めている。また、アジ類・コウイカ類・アワビも県内産比率で70%以上を占めている。改めて、瀬戸内海・宇和海における魚種の多様性を実感することができる。

一方、県内産取扱高が低下している品目として、アナゴ・イサキ・ウニがあげられる。特にアナゴは、平成5年と比べて、1/3以下に減少している。アナゴ自体の取扱量も2/3以下に減少しているが、それ以上に県内産の退潮が伺える。かわりに、平成5年にはほとんどみられなかった韓国・北朝鮮産が、平成15年において合計30トンの取扱量であり、総取扱の約1/4を占めている。また、ワタリガニにおいては資源の大幅な減少から、その大部分が中国産や韓国産に取って代わっている状態である。

4. 魚消費動向からみた生産と消費の乖離現象

1) 全国消費実態調査に基づく分析

平成11年全国消費実態調査による、2人以上の一般世帯における地域・品目別1世帯当たり1ヵ月間支出を、魚介類、肉類、野菜・海藻類、調理食品、外食の品目について比較を試みた。愛媛県の特徴として、肉類の購入比率が高いため、魚介類と肉類への支出比率が他県と比べて、比較的拮抗している点があげられる。支出金額全国順位についてみても、魚介類40位、野菜・海藻類42位、調理食品41位、外食39位と低位であるのに対して、肉類は16位と上位に位置している。隣県である高知県と比較すると、魚介類支出金額において、1,950円も少なく、支出比率においても2.4%低くなっている。逆に肉類においては、支出金額で743円、支出比率で3.1%それぞれ高い。

魚介類についてももう少し詳しくみると、全国順位において、生鮮魚介41位、塩干魚介46位、魚肉・練製品1位となっている。構成比率をみると、生鮮魚介はほぼ全国平均に等しく、魚肉・練製品は約2倍であり、一方塩干魚介は4%低い構成比になっている。ちなみに、高知県はほぼ全国平均に近い構成比である。

次に、魚介類を購入先別にみると、スーパーが66.8%、一般小売店が16.8%、生協・購買が7.2%、百貨店が3%、その他が5.7%となっている。これを全国平均と比較すると、若干一般小売店が低いものの、ほぼ全国的傾向と似通っている。生協・購買における購入が比較的高く、百貨店は低くなっている。また、その他が全国と比べて倍近い比率であり、生鮮魚介では7.4%とさらに高い。これは、県内各地の海岸沿いで行われている鮮魚朝市や道の駅等での購入であると考えられる。肉類のそれと比較すると、肉類はスーパーで77.2%、一般小売店で12.8%とスーパーに対する購入依存度が高い傾向にある。県内においては、肉屋よりも魚屋を中心とする一般小売店のほうが健闘しているだろう。野菜・海藻類と比較すると、スーパーが67.2%とほぼ同じで、一般小売店は12.2%と魚介類のほうが高くなっている。野菜・海藻類で注

目すべきは、その他である。全体では10.5%、生鮮野菜に至っては13.9%と八百屋を中心とする一般小売店を抑えて、スーパーに次ぐ勢力になっている。今後は生鮮魚介・野菜について、その他の項目に対する詳細な調査・研究等が必要であるといえる。生鮮野菜については、近年産直市等に対する調査・研究が進んでいるようである。しかし、生鮮魚介に対する研究は、私が管見する限り、あまり進んでいないのが現状である。

2) 家計調査に基づく分析

魚介類全体(金額ベース)では、全国平均102.906円に対して、松山市は90.397円と約12,000円消費金額が低く、全国順位も42位と低迷している。ちなみに、1位の富山県とは約44,000円の差がある。生鮮魚介では、金額56,006円(平均62,912円)で37位、数量38,510g(平均42,908g)で31位である。鮮魚では、金額51,217円(平均56,827円)で33位、数量34,140g(平均37,922g)で31位である。鮮魚消費量1位の青森市60,036gとはほぼ倍近い差がある。刺身盛合せに至っては、金額4,653円(平均6,876円)の44位、数量1,726g(平均2,341g)の41位である。消費金額1位の北九州市10,731円、消費量1位の富山県3,505gとも2倍以上の差がついている。

次に鮮魚を品目別にみる。表14は、愛媛県における魚種別生産と家計調査による松山市の魚消費動向の全国比較である。これにより、生産と消費の関係についてみる。

生産量で全国1位のマダイについてみると、金額・数量ベースとも全国平均約2倍の消費であり、順位も9位・8位と上位を占めている。しかし、消費金額1位の熊本市は5,900円、消費量1位の北九州市は2,864g、ともに松山市の2倍の消費額・量であり、県内生産と県内消費には乖離がある。熊本・福岡の例からも、県内消費の可能性は大いにあり、販売先・販売方法等の県内向け販売システムの構築により、その活路を見出すことが可能になると考える。

ブリ類についてみると、金額・数量ベースともほぼ全国平均並である。消費金額・量ともに1位の富山市は12,036円・7,251gであり、松山市とは

ともに3倍以上の開きがある。よって、ブリ類もマダイ同様、県内を意識した生産・流通・販売を考えることにより、生産と消費の格差が是正され、真の「水産県えひめ」となることができると考える。

以上のように、産業連関表分析における加工・外食産業との連携の低さ、これによる地産地消率の低さが家計調査の結果にも表れている。県内市場を意識した取組みが必要であると考えられる。

5. 今後の方途

1) 提携流通の方向性

これまでの分析から、以下のような供給側の問題点があげられる。第1に、産業連関表から地産地消率は22.4%と低く、生産物が県外に77.6%流出していることから、広域流通主体のシステムになっている点である。第2に、供給側の連携がなされていない点である。特に、飲食店・旅館・ホテル等外食産業との結びつきが希薄である。第3に、これまでの素材型販売から加工型販売への対応の遅れである。現在、中食・外食産業、また家庭において、すぐに調理できる1次・2次加工された状態での食材が望まれており、マーケットインの発想を取り入れ、地域水産業全体として対応することが重要である。第4に、魚種別販売戦略がなされていない点である。ハマチ・タイ・ヒラメといった主要養殖魚に関しては、広域流通を前提としてフィレ加工や刺身用短冊等の対応がなされている。しかし、アジ・イワシ・サバ等の魚種においては依然として素材型販売が中心である。魚種別販売戦略については、第3の問題点とも関連するが、魚種別加工対応も必要であろう。加工による料理提案や旬情報の提供、産地情報等の情

報発信を行うことにより、利用する側も利用しやすくなると同時に、顔が見える関係を構築することによる安心感が増すことにもなる。大量漁獲時における加工対応は、付加価値の創出や需給調整による魚価の安定につながると考える。

流通変化においては、次のような指摘がある。秋谷氏⁽⁴⁾は、「店舗間の差別化を図るために、地場物・近海物・沿岸物の品揃えが鍵である。安全・健康・環境・季節性に留意するメッセージと結合した販売が、消費者から評価される時代になってきている」としている。また、田坂氏⁽⁵⁾は、「今後の産地の姿勢として、産地がもつ人材・資金力・加工力・出荷力を客観的に評価し、自らにあった出荷方法・パートナーを開拓していくことが求められる」としている。よって、今後の流通対応として、如何にして地元水産物の品揃えをするか、産地出荷システムの再検討・改革がポイントとなる。

したがって、これらの状況を踏まえると、流通側は、供給側と需要側の情報や食材のコーディネート機能が要求されていると考えられる。濱田氏⁽⁶⁾は、「消費地流通変化に対応するためには産地流通段階でのきめ細やかな流通・販売施策が不可欠であり、「関係性マーケティング」の時代に入っている」としている。つまり、これまでの不特定多数を対象にした流通から特定顧客を対象にした提携流通によるマーケティングが要求されているのである。さらに、単なる提携ではなく、数値目標まで視野に入れた提携である。よって今後は、その場として身近にある「地元市場」⁽⁷⁾の活用が求められるのではないかと。これまでの県内における水産物流通は「広域市場」を主市場とし、「地元市場」は存在しないか、あるいは補完的役割に過ぎなかった。しかし、県内水産物流通にお

(4) 秋谷重男1997.「家計消費と小売産業からみた輸入水産物の進出」『地域漁業研究』第38巻第1号、35～56ページ

(5) 田坂行男1996.『水産物末端流通の構造変化に関する研究』中央水産研究所、15～18ページ

(6) 濱田英嗣2000.「水産物流通変化と漁業生産」、『農林金融』、25～35ページ

(7) 妻小波2005.「地域市場」の形成と対応」、『月刊

漁協経営』、10～14ページ

妻氏は、「地域市場」と表現している。しかし、本論文では、地域の範囲を生活区域あるいは学校区域を想定しているため、より範囲の狭い「地元市場」とした。さらに、筆者としては「じもと=地元」と考えている。これは、自分の生活を足元から見直すという意味も込めている。

いて「地元市場」を主市場として捉えることは、提携型流通を考える上で有効であるとする。 「地元市場」を活用することは、漁業・水産卸・加工業が連携して市場対応することにより、地元の水産業が底上げされ、さらに地元の水産業全体の最適化が図られるのではないかと考える。

2) 「ぎょしょく教育」の普及

「ぎょしょく教育」の普及イメージの構築を試みた。「ぎょしょく」＝「魚触」「魚色(囁)」「魚職」「魚殖」「魚飾」「魚食」という具合に、「ぎょしょく」＝「魚食」だけではなく、その場面に応じた教育・普及が重要であるとの考えをもとに、筆者は提案したい。なお、「ぎょしょく教育」＝「魚触」「魚色(囁)」「魚職」「魚殖」「魚飾」「魚食」とは、本論文における筆者の造語である。

「魚触」は、まずは魚に触れることから、魚への興味・関心を引くようにすることを意図する。魚の調理実習や魚に直接接触れる等の体験学習がこれに該当する。つづいて、「魚色(囁)」は魚の種類や栄養等の魚本来の情報に関する学習である。「色」としたのは、青魚・赤身・白身魚等の魚独特の表現方法に由来する。日本には、その地形・気候上の特徴から、実に様々な種類の魚が生息し、水揚げされている。また、近年の輸入水産物増大により、これまで食卓にのぼってこなかった魚が急増している。よって、食の安心・安全を考える上でも必要であろう。魚の栄養についても、例えば生活習慣病予防に役立つEPAやDHA、カルシウムや鉄分が豊富に含まれていることを知ることは、今後の食生活を考える手助けになる。よって、「魚について知る」とは、今後さらに重要性が増すと考える。「魚職」「魚殖」は、魚の生産・流通現場を知ることである。日常、我々が口にする魚が如何に生産され、どのような流通過程を経て食卓まで届くのかを理解することは、魚に対する安心・安全の視点からも重要である。また、「魚飾」としたのは、愛媛県では漁業生産額の約60%が海面養殖業によるものであることから、愛媛県漁業に関しては養殖業が重要な位置を占めているためである。「魚飾」は、「飾り海老」「祝い鯛」等の伝統や習慣にまつわる魚文化を意図している。こ

れから派生して、郷土料理や呼び名の違い等も含め、伝統・文化の継承を視野にいれる。たとえば、年末の鮮魚売り場を概観すると、鰯に、海老に、数の子等が所狭しと並べられている。今一度、魚にまつわる伝統・文化について再認識することが必要である。そして、これらの段階を踏まえた上で、最終的に「魚食」に結びついていくものではないかと考える。

以上、今後の「ぎょしょく教育」の普及のあり方として、いわゆる「魚食」の部分だけを捉えるのではなく、その教育においても、フードチェーンや文化等を認識した方法や取組みが必要ではないだろうか。それには、漁業を基点とする地元が一体となり、特にこれからの食を担う児童・生徒に対して魚に興味・関心を持たせることが重要である。

6. おわりに

この度の研究において明らかになった点は、以下の2点である。第1に愛媛県産業連関表から漁業部門と他部門との連携をみたとき、食料品・飲食部門等の連携の低さ、県外流出が高いことによる地産地消率(13.5%)の低さが浮き彫りとなった点である。さらに、家庭における魚介類消費(金額ベース)の大幅な減少である。スーパーやデパート等での弁当や惣菜に含まれる中食における魚介類の変化は明らかではないが、少なくとも家庭において魚介類が料理されて、食卓にのぼることは減少し、5年前と比較しても1/3以下になっている点を見過ごすことはできない。第2に、家計調査(H13~15)から愛媛県(松山市)における魚消費動向をみると、魚介類全体の消費金額において、全国順位42位で全国平均より年間12,000円低い。海面漁業・養殖業ともに全国生産量1位のマダイにおいて9位、養殖生産2位のぶり類は24位であった点である。産業連関分析における食品加工・外食産業との連携の低さ、さらに地産地消率の低さが家計調査の結果にも表れているといえる。愛媛県水産業の活性化には、県内市場・県内消費を意識した取組みやそれらを啓蒙していく施策が不可欠である。特に、県内各産地と

消費地の橋渡し役となるコーディネーター機能を備えた市場（いちば）やアンテナショップが必要であると考ええる。

今後における県内市場・県内消費を意識した取組みとして、学校給食の活用がひとつあげられる。農産物についてはすでに積極的な取組みが報告されている。今治市の学校給食を事例にした片岡氏⁽⁸⁾により、学校給食の地場産物使用における社会的影響についての分析がなされている。ここでは、学校給食における地場産農産物使用に対する社会的影響について、児童・生徒において、地場産農産物を使用した学校給食を受ける期間が長いほど、農産物に対する認知度と意識の向上がみられる。その保護者については、学校給食から受けた情報と意識の向上、さらに地元での取組みの相乗効果により、地場産有機農産物に対し「安全」「新鮮」という意識を形成するとしている。したがって、水産物においても、学校を基点とする地元の多様な資源、人であり、魚であり、伝統・文化をそれぞれに集約し、有機的に結びつける。それにより、若年層に対する魚食教育・普及効果も表れると考えられる。その方法として、先に述べた「ぎょしょく教育」という考え方は有効であると考ええる。また、上述したように「地元市場」において水産物を利用することは、地元の水産業活性化に寄与するとともに、地元資源（水産物・施設・機能等）活用につながることになる。地元資源が有機的に結びつくことにより、利用が促進され、地元社会・経済の活性化にもつながると考える。そして、「漁業者の高齢化」に加えて、「魚食の高齢化」が取りざたされるなかで、若年層に対し、魚に興味を持たせる意味において、長期的効果が期待されると考える。

(8) 胡柏・片岡美喜2003.「学校給食における有機農業と地産地消の世界－愛媛県今治市の取組みを中心

として－」、『農林統計調査』, 9～16ページ

愛媛県における水産物流通の問題点とその方途 要旨

Problems of Marine Products Distribution in Ehime Prefecture and its Prospects

Abstract

The paper looks at the marine products distribution in Ehime prefecture and its prospects after having clarified problems in the marine products industry. Using 1995 - 2000 economic statistical tables, marine products' food chain for Ehime was analyzed.

Two points came out clear in this study. Firstly is the low consumption of marine products within Ehime prefecture (13.5% of total marine products). Most marine products are consumed outside the prefecture. Looking at expenditure pattern from 2001-2003, Ehime (Matsuyama City) spent less amount of money on fishery products. Ehime (Matsuyama City) was ranked number 42 in the whole Japan with 12,000 yen/ year lower than national average expenditure on marine products.

Nationally Sea bream was the most produced fish in Japan both in capture and aquaculture but in Ehime (Matsuyama City) it was ranked number 9 in terms of consumption. Yellowtail was ranked number 2 in aquaculture but in Ehime in ranked number 24 in terms of consumption. Ehime fisheries industry has low connection to food processing and food service industry. Therefore in order to develop marine industry in Ehime, it is necessary to address the problem of low local consumption of marine products within the prefecture. Creating awareness and consciousness among people is indispensable for activation of the Ehime marine products industry.

本論文では、地域における水産業に対する問題点を明らかにした上で、今後の地域における水産物流通を展望することを課題とする。「平成7年・平成12年愛媛県産業連関表」を用いて、愛媛県の水産物フードチェーンについて分析する。

この度の研究において明らかになった点は、以下の2点である。第1に愛媛県産業連関表から漁業部門と他部門との連携をみたとき、食料品・飲食部門等の連携の低さ、県外流出が高いことによる地産地消率(13.5%)の低さが浮き彫りとなった点である。第2に、家計調査(H13~15)から愛媛県(松山市)における魚消費動向をみると、魚介類全体の消費金額において、全国順位42位で全国平均より年間12,000円低い。海面漁業・養殖業ともに全国生産量1位のマダイにおいて9位、養殖生産2位のぶり類は24位であった点である。産業連関分析における食品加工・外食産業との連携の低さ、さらに地産地消率の低さが家計調査の結果にも表れているといえる。したがって、愛媛県水産業の活性化には、県内市場・県内消費を意識した取り組みやそれらを啓蒙していく施策が不可欠であると考ええる。