

鳥取県境港市を中心とした 水産業の現状と将来展望

水産加工業を中心とした視点から

【要旨】

鳥取県における水産業の位置づけ

鳥取県において、水産業を中心として形成された水産関連業は、重要な産業の一つである。ここでは鳥取県における水産業の重要性を示してみたいと思う。

1. 水産業従事者数

まず、鳥取県内の全産業において、水産業はどのような地位を占めているのであろうか。

表 - 1 は鳥取県の産業別就業者に関して、水産業従事者のみ抜粋したものである。これによると、水産業従事者は産業全体の2%弱であるといえる。これより、鳥取県の中における水産業は数字から見る限りそれほど大きい産業とはいえないかもしれない。

表 - 1 では卸売業の項目において「農畜産物・水産物卸売業」と、農畜産物卸売業従事者も加算されているが、水産関連産業が次に述べるように、鉄工業の一部、サービスの一部にも含まれていることを勘案すると、この数字にそれほど大きな差違はないと考えられる。

表 - 1 鳥取県の水産関連産業従事者

総 数	319,849(人)	対総数(%)
漁業	1,594	0.50
製造業		
食料品製造業		
水産食料品製造業	2,388	0.75
卸売・小売業、飲食店		
卸売業		
農畜産物・水産物卸売業	1,245	0.39
鮮魚小売業	752	0.24
水産関係合計	5,979	1.87

資料：総務省『平成12年国勢調査』より作成。

しかし、大規模漁港を持つ境港市の産業構造について見てみると(表 - 2)、境港市における漁業従事者は488人であり、境港市の全産業従事者(18,421人)の2.6%を占める。これに境港市における水産加工業従事者1,487人を加えた場合、全産業に占める割合は10.7%であり、さらに、産業分類では一般機械に分類されることが考えられる漁船修理や水産加工の機械修理などを行う鉄工所、サービス業に分類される船員をターゲットとした旅館、製品を運搬する運輸業、水産物の流通に関する卸

売・小売業など、実際に水産業に関連した産業に従事する者の数は、境港の産業の15%弱になると予想することができる。これは産業としては十分大きな影響を持つ規模である。既に見たように、水産関連産業従事者の鳥取県内全体における比率は小さいものかもしれないが、少なくとも鳥取県西部地域にとっては産業として無視できない規模のものであるといえる。更に、境港の水産業が地域の文化の一部を形成してきたことを考えると、同産業の現在の縮小傾向をそのまま放置しておくことは、実際の数字から想定される影響以上のものを地域にもたすものと考えられる。

表 - 2 境港市の産業別就業者数

	総 数	18,421	
第一次産業	農業	594	1,089 (5.9%)
	林業	2	
	漁業	488	
第二次産業	鉱業	6	5,769 (31.3%)
	建設業	1,631	
	製造業	4,132	
第三次産業	電気・ガス・熱供給・水道業	47	11,463 (62.2%)
	運輸・通信業	1,279	
	卸売・小売業・飲食店	4,233	
	金融・保険業	331	
	不動産業	58	
	サービス業	3,937	
	公務(他に分類されないもの)	1,578	
分類不能の産業	105		

資料：境港市『境港の水産』より作成。原資料は、『平成12年国勢調査』。

2. 水産業の経済への寄与度

次に水産業の経済への寄与度であるが、鳥取県内総生産によると(表 - 3)、水産業(漁業)は1990年に全産業の1%近くあったものが現在では0.5%へと低下してきた。しかし、境港は依然として日本の大規模水産加工基地の一つであり、水揚高においても最盛期の勢いはなくなったものの、毎年10位以内にランキングされている⁴。

また、鳥取県内、特に鳥取県西部の主要産業である食料品製造業において最も雇業者数が多く(食料品製造業全体の24.2%)、製造品出荷額、付加価値額(それぞれ食料品製造業全体の29.9%、25.2%)においても、最も多い畜産食料品に匹敵する割合を占めていることから、その重要性を無視することはできない。

表 - 3 鳥取県の県内総生産における各産業の割合（産業全体=100%）

	農水産業	水産業（漁業）	製造業	（製造業中の食料品）
1990	5.4%	0.9%	24.7%	8.6%
1991	4.7%	0.9%	26.4%	9.2%
1992	4.7%	0.8%	24.6%	8.6%
1993	4.3%	0.8%	22.5%	8.1%
1994	4.9%	0.8%	23.2%	8.5%
1995	4.4%	0.8%	23.3%	8.5%
1996	4.0%	0.7%	22.3%	7.5%
1997	3.6%	0.6%	22.9%	7.9%
1998	3.6%	0.6%	22.0%	7.8%
1999	3.6%	0.6%	23.2%	7.9%
2000	3.1%	0.6%	23.3%	7.7%
2001	2.9%	0.5%	21.9%	9.2%

資料：内閣府経済社会総合研究所『県民経済計算年報平成16年度版』より作成。

3. 工業統計から見た水産加工業の変化

このように鳥取県において重要な位置を占める水産加工業であるが、最近の動向（表 - 4）を見ると、従業員、事務所数、製造品出荷額、付加価値額は着実に減少していることがわかる。この中で注意すべき点は、1998

年と2003年を比較すると、従業員、事務所数、製造品出荷額、付加価値額は1998年から2003年にかけて全て減少傾向にあるのに対し、原材料使用額のみが増加していることである。これは、原料不足により、原料を県外や海外から仕入れるために原料及び流通コストが高くなっているためであると考えられる。また、これに関連し、従業員数や事務所数が減少していることは雇用の面から問題であり、製造品出荷額の割合に比べ、付加価値額の割合が低くなっていることがさらに深刻な問題と思われる。これは1993年の表と比べれば明らかである。1993年に製造品出荷額において水産加工の食料品製造業全体に占める割合は36.5%であるのに対して、付加価値額の食料品製造業全体に占める割合は35.9%とほぼ同比率となっているが、2003年の同じ項目に関する数字は、それぞれ31.3%、26.7%と、付加価値の低下が際だっており、これは大きな特徴であるといえる。つまり、原料・流通コストの上昇と、そのような原料・流通コスト上昇を出荷する製品の価格に転嫁できないことから、製品出荷額から原材料費を引いた付加価値額が年々減少しているものと

表 - 4 食料品製造業全体に占める各種食品加工業の構成の推移（単位：人、万円、%）

1993	従業員数	(%)	事業所数	(%)	原材料使用額	(%)	製造品出荷額	(%)	付加価値額	(%)
食料品全体	8,938	100.0%	334	100.0%	9,027,465	100.0%	13,760,284	100.0%	4,236,073	100.0%
畜産食料品製造業	1,389	15.5%	29	8.7%	2,761,360	30.6%	3,667,081	26.6%	784,582	18.5%
水産食料品製造業	3,093	34.6%	100	29.9%	3,340,601	37.0%	5,025,551	36.5%	1,520,418	35.9%
野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料	218	2.4%	13	3.9%	113,366	1.3%	221,438	1.6%	94,904	2.2%
調味料製造業	99	1.1%	12	3.6%	44,492	0.5%	91,023	0.7%	45,100	1.1%
パン・菓子製造業	1,904	21.3%	75	22.5%	755,093	8.4%	1,584,711	11.5%	742,644	17.5%
その他の食料品製造業	2,052	23.0%	103	30.8%	1,925,160	21.3%	2,813,787	20.4%	799,319	18.9%
1998	従業員数	(%)	事業所数	(%)	原材料使用額	(%)	製造品出荷額	(%)	付加価値額	(%)
食料品全体	8,412	100.0%	302	100.0%	7,647,116	100.0%	12,757,993	100.0%	4,508,393	100.0%
畜産食料品製造業	1,409	16.7%	29	9.6%	2,750,794	36.0%	3,881,929	30.4%	987,405	21.9%
水産食料品製造業	2,763	32.8%	94	31.1%	2,328,104	30.4%	4,128,335	32.4%	1,581,840	35.1%
野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品	182	2.2%	13	4.3%	111,857	1.5%	203,868	1.6%	84,282	1.9%
調味料製造業	86	1.0%	15	5.0%	28,029	0.4%	75,718	0.6%	43,816	1.0%
パン・菓子製造業	1,599	19.0%	61	20.2%	628,348	8.2%	1,316,971	10.3%	636,599	14.1%
その他の食料品製造業	1,986	23.6%	88	29.1%	1,544,235	20.2%	2,588,292	20.3%	894,013	19.8%
2003	従業員数	(%)	事業所数	(%)	原材料使用額	(%)	製造品出荷額	(%)	付加価値額	(%)
食料品全体	7,902	100.0%	242	100.0%	7,459,176	100.0%	11,859,800	100.0%	3,932,491	100.0%
畜産食料品製造業	1,789	22.6%	24	9.9%	2,620,045	35.1%	3,733,467	31.5%	1,006,576	25.6%
水産食料品製造業	2,025	25.6%	68	28.1%	2,567,233	34.4%	3,717,164	31.3%	1,049,530	26.7%
野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品	119	1.5%	8	3.3%	66,154	0.9%	143,052	1.2%	70,874	1.8%
調味料製造業	210	2.7%	15	6.2%	44,255	0.6%	158,038	1.3%	35,944	0.9%
パン・菓子製造業	1,664	21.1%	52	21.5%	555,809	7.5%	1,182,580	10.0%	559,889	14.2%
その他の食料品製造業	1,944	24.6%	72	29.8%	1,303,662	17.5%	2,480,420	20.9%	1,437,080	36.5%

資料：鳥取県工業統計『鳥取県の工業』より作成。

（注）水産加工製造業及び調味料製造業には、秘匿のために数字が公開されていないものが存在する。

考えられる。

もちろん捕獲可能な水産資源の減少は日本各地で見られることであり、鳥取県だけが被っている影響ではない。漁業の衰退は主に、水産資源の乱獲による枯渇、漁業を取り巻く環境が厳しくなったこと、日本の労働市場の変化などによる。水産資源枯渇の背景としては、漁船の近代化による魚介類の過剰捕獲、漁業を取り巻く環境の変化の背景としては、1975年の200カイリを契機とする漁業範囲の規制、乱獲による海洋資源の枯渇などによる原料不足、流通構造の変化及び大規模小売店の台頭により、食品産業全体（フードシステム）における川下の意見が高まり、同システム内に構造変化が生じたことなどが考えられる。他方、労働市場の変化の背景としては、日本経済が発展するにつれ、経済構造が一次産業から二次、三次産業へと移行していくというペティ・クラークの法則に従い、経済構造の変化が起こってきていることがある。この変化により、労働市場においても肉体的負荷の大きい一次産業に就職する若者の数が減少し、後継者不足が深刻になっている。漁業従事者で60歳以上の男性の割合（全国ベース）は46.8%⁵であり、このような状態が継続すれば、平均年齢は今後ますます上昇し、いずれは漁業自体が衰退してしまうことが予想される。そのような漁業の衰退が地元の水産加工産業の衰退に繋がることは当然の成り行きである。

4．水産業固有の特徴

漁業は農業、畜産業と並び一次産業に分類される産業であるが、農業や畜産業とは異なる特徴を持つ。つまり、明確な資源残存量が分かりにくい海から資源を捕獲することによって産業が成り立っているため、魚の周期変動による漁獲高の激減、乱獲による資源の枯渇などのリスクがあるが、これをコントロールすることは容易ではない。さらに、台風時や冬場で海が荒れる時化の時には船が出せない状態となるため、2005年のように時化の多い年には年間の漁獲高も低下してしまうという事態が起こりうる。これに対し、農業と畜産業は、自然災害などの突発的なリスク要因はあるものの、漁業のように資源の枯渇を心配することはまずない。

水産業関係者は長年の経験によりある程度の予測能力を持っているが、それでも自然の営みは、そのような経験者でさえも全く予期できない動きを示すことがある。このように水産業は、漁獲高、資源の枯渇の予想が困難というリスクを常に抱えており、企業にとって経営を行う上で重要となる生産計画の策定は容易ではない。境港においても、主力水産物であるベニズワイガニの枯渇が

10数年前からささやかれてきたという。実際にはベニズワイガニは昭和60年をピークに、それ以降徐々に漁獲高が減少しているが、急激な枯渇には至っていない。ただし、1990年代の中頃まで境港の水揚げにおいてかなりの割合を占めていた「まいわし」の例が示すように、資源の枯渇が突然訪れるのもこの水産業の抱える特徴であるともいえる。

以上のように漁業は、他の一次産業が抱えていない固有のリスクを抱えており、このようなリスクが、各水産関連企業の工場拡張や新規の機械導入を慎重にさせている。そしてこのような不確実性が、環境変化時の境港の水産関係企業の円滑で迅速な事業再編・転換を阻害する要因の一つともなっているのである。

5．水産物の需要

ここまでは生産面を中心に概観してきたが、ここでは逆に消費面に焦点を当ててみることにする。著者の水産業関係者からのインタビューでは、魚介類に対する消費者の需要が低下しているとの声がよく聞かれた。実際に魚介類に対する消費量は減少しているののだろうか。まず、昭和38年から平成16年までの全国における魚介類の消費支出（図 - 2）を見ると、1992年の11,211円を頂点に減少傾向にあることが分かる。これは、現在においても引き続き同様の傾向にあり、2004年時点の魚介類の消費支出は昭和50年のものと同水準にまで減少している。

魚介類の消費支出が減少した理由としては、景気の悪化により消費者の需要が減少したことと、近年、主に中国からの輸入製品の影響を受けて急激に進んだデフレの影響を受けたことの二つの理由が考えられる。まず、「日本の消費者物価指数（CPI）」（図 - 1）によると、魚介類の消費物価指数が1999年以降はマイナスで推移していることが示されている。これは、景気の低迷、その他の物価押し下げ要因により、消費者が購入する魚介類の物価が低下しているためと考えられる。さらに、物価指数が低位推移してはいるものの、1999年以降を見る限り、はっきりとした右肩下がりとはなっていないのに対して、魚介類の消費支出の変化（図 - 2）を見ると、明らかになだらかな右肩下がりである魚介類に対する消費支出が減少している。これより、消費支出の低下の原因は一部デフレによる物価の低下が影響しているためと考えられるものの、主に消費者の魚介類への消費支出、つまり魚介類の消費量が減少しているためであると推測することができる。

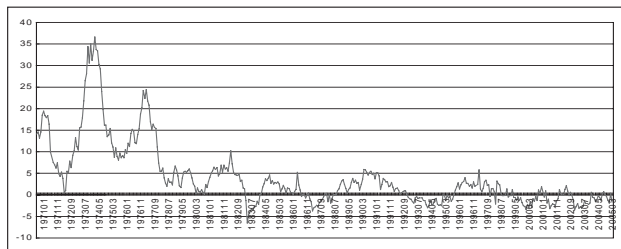
図 - 3 は1965年からの高齢化率の推移と家計の魚介類支出を示したものである。現在、1990年辺りをピーク

とした消費の落ち込みは、景気の悪化や他の要因が消費低迷の大きな要因であると思われるが、今後の展開としては、日本の人口構造の変化によって、消費全体のパイが急激に拡大する可能性は小さい。その第一の要因が、少子化による人口減少である。第二に、そのような人口減少に加え、人口の高齢化が進むに伴い、一人当たりの消費量が減ることが予想される。人間が歳をとってくるとエネルギー効率が悪くなり、若い時に必要としていたほどのエネルギーを食事によって取る必要がなくなってくるからである。これに対して、人は高齢になるにつれて肉食を控え、魚をその代替として食べるようになるといわれることがある。しかし、古い生まれの層と新しい生まれの層の同年代時の消費量を比較すると、新しい生まれの層になるほど魚の消費量は低いという事実も示されていることから⁶、日本全体の消費のパイが今後劇的に

拡大していく状況を想定することは難しいと思われる。

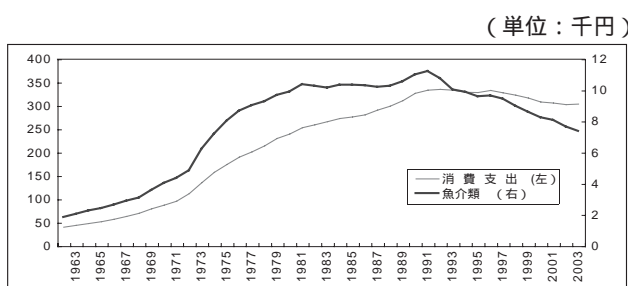
以上のような展開を考えると、生産者が生産しさえすれば製品が売れた時代は既に過去のものであり、企業には日本における消費のパイが拡大しないことを想定したビジネス戦略が必要であることは明らかである。言い換えれば、消費者の嗜好を無視した商品づくりではモノが売れない時代が来ているのである。したがって、生産者に望まれることは、生産者側の事情を消費者に分かせようとするのではなく、消費者が望んでいるものは何かという意識を持たなければ今後のビジネスは成り立たないのである。

図 - 1 魚介類の消費者物価指数の推移 (1971年~2005年)



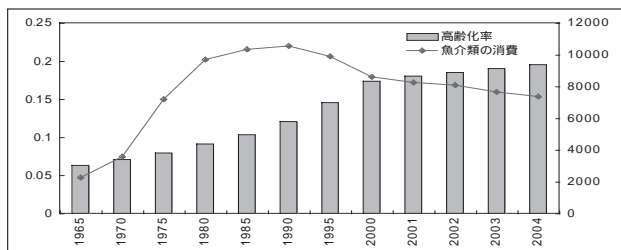
資料：総務省『消費者物価指数 (CPI)』より作成。

図 - 2 魚介類の消費支出の変化 (1963年~2004年)



資料：総務省『家計調査』1世帯当たり年平均1か月間の支出 (全世帯) 全国(昭和38年~平成16年)より作成。

図 - 3 魚介類の消費支出と高齢化率との関係 (単位：円、%)



資料：総務省『国勢調査』『家計調査』より作成。
(注) 2001年~2004年の高齢化率は総務省『人口推計』に基づく。

6. 小 括

鳥取県において漁業従事者は2%弱である。しかし、水産加工業は食料品製造業が盛んな鳥取県西部の主要産業であり、特に境港市においては、年々縮小傾向にはあるものの、水産関連産業は産業の15%弱を占め、依然として重要な産業の一つであることに変わりはない。また、経済への寄与度に関しては、漁業は県内総生産の0.5%に低下しているが、水揚げは毎年全国10位以内にランキングされている。水産加工業の従事者は食料品製造業の中で最も多く、付加価値額においても畜産加工業に匹敵するほど大きい。

しかし水産加工業の10年間の推移を見た場合、1990年代後半の付加価値額の低下が顕著である。また、水産業は一次産業に属するが、農業、畜産業と異なり、生産計画を立てにくいこと、そのような計画にもとづいて設備投資、新規投資などの新たな取り組みを円滑に行うことを阻害する要因を含んでいる。さらに、消費者の魚介類への消費支出は1990年後半から低下傾向にあり、このような傾向は、今後の高齢化のさらなる進展を考えると、継続していくことが予想される。これは、生産者にとって、ますます消費者の嗜好を無視して製品づくりができない時代となっていることを意味する。

・ 境港の歴史

地域の産業をその地域固有のものとしているのは、産業が形成された地域の生活文化や環境などから大きく影響を受けているからである。そのような点からも、境港の地場産業である水産業を、漁港としての境港の歴史を無視して語ることはできない。また、歴史を振り返ることで、今日の境港の水産業関係者の特徴や気質を知る上

での貴重な手がかりを得ることもできる。

このような考えにもとづき、ここでは境港の歴史を主に江戸時代から戦前（大正時代）までと戦後に分けて概観する。特に、戦後の水産基地としての港の形成に関しては水産加工業者からの聞き取りにもとづいた証言も追加しながら概観してみたい。

1. 江戸時代から戦前まで⁷ - 山陰の主要貿易港として興隆

江戸時代から明治にかけて、境港は漁港としてよりもむしろ商港として発展をしてきたといえる。境港が港として急速に発展をしてきたのは江戸時代からである。当時、弓ヶ浜では砂地に適した綿作が盛んで、木綿の生産が飛躍的に伸びており、特に弓ヶ浜産の綿が藩内の九割近くを占めていたともいわれている。このような木綿生産の増加に伴い、鳥取藩における最重要港として、藩の施設である番所、御舟手役所、御回米役所、お手船作業所、鉄山融通会所等が設置され、幕末には藩内最大規模の砲台場が構築されるに至った。

当時、日本海航路の主役は北前船であった。北前船は江戸中期から明治の初めにかけて、北海道や東北の物資を主に、日本海から下関を回り、瀬戸内海の各港や大阪へ運んでいた船である。その北前船が綿、木綿、鉄、米の積み出し港であった境港に頻繁に出入りすることにより、江戸末期には、米子、美保関をしのぎ、山陰随一の港となった。

また、文明開化の明治時代には、阪神方面から、明治11年の三菱汽船を始めとして、十七年には大阪商船が毎月十五便の就航、日本郵船日本海汽船など、山陰への定期船はすべて境港を主要寄港地とした。そのような繁栄は、明治45年に山陰線が整備され、汽船の需要が減少するまで続いた。また、山陰線開通に伴い汽船の乗客は減少することとなったが、朝鮮、満州との海外貿易の隆盛により、境港は依然として貿易港としての重要性を保ち続けた。

2. 第二次世界大戦後⁸ - 水産基地としての整備

戦前に国内航路の要所及び大陸貿易の拠点港として繁栄した境港も、終戦にともない海外貿易のすべてを失うこととなったが、新たな漁場の開拓や「漁港法」による漁獲物の増大によって、境港は漁港としての性格を強めながら港として回復する。

境港では江戸時代、明治時代、大正時代を通して既に漁業が盛んに行われてきた。特に大正時代から昭和時代にかけては、蒸気機関、ディーゼル機関、鉄鋼船、無線

電信装置、冷蔵冷凍設備の普及により沖合い漁業が盛んになってきたが、その一方では沿岸では小規模零細漁業を営んでいるといった状況であった。このような漁業が急速に発展したのは、まき網漁業が本格的に導入される戦後に入ってからのことである。

昭和23年頃から便宜上地元の魚市場の必要性が認識され、当時の境町に町営の魚市場を設立しようという動きが起こる。その動きを受けて、地元の石油販売業者、木材業者、造船業者、資材業者など、比較的裕福な商人が共同出資し、当時の大洋水産（現まは）の社長から協力を得て、昭和26年（1951年）12月8日に境港魚市場株式会社が設置された。この境町営魚市場は、構想の段階で鳥根県をはじめ全国より入荷する自由市場をめざすことになった。境港魚市場株式会社（2001）に「鳥取県水産課からは、鳥取県のみのお荷物でよいと反対もあったが、多くの議員の総動員で交渉して、自由市場にしたという。はからずも後年、境港が日本一の水揚げを成し遂げられたのは、このときに自由市場への道を選んだからであった。もしも鳥取県のみ限定したならば、今日までの飛躍はあり得なかったであろう。」と述べられているように、この時点で鳥取県のみならず、全国から入荷することのできる港を選択した功績は大きいと思われる。

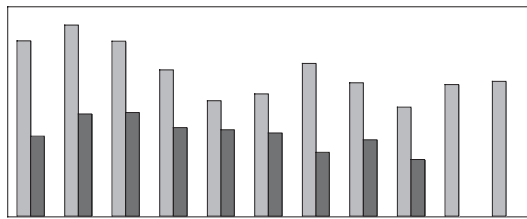
水産加工基地としての境港が発展してきたのは、水産庁が推進する水産物産地流通加工センター形成事業として、昭和46年から中小加工業の集団化を目的とした加工団地の着工が本格的に始まり、昭和48年に同団地が形成され、水産加工に必要な機能と設備が整ったことが大きい。これに伴い水産加工13企業が同団地に進出し、原料確保から加工、流通までが一貫して行えるようになった。境港の水産業が飛躍的な発展を遂げたのは、整備された漁港と好漁場が存在したことと、この水産加工団地を中心として加工業が発展したことによるものである。

現在境港には57社の水産加工企業があり、業務形態としては、複数の品目を組み合わせた複合型加工の生産体制が主で、各企業とも自家製の冷蔵庫を保有しているのが普通である。加工場は従業員50人規模のものが多く、雇用形態はパートタイマー、女性の比率が高い。まいわしが豊漁であった時代には、はまち養殖用餌料の冷凍水産物及び魚油・飼肥料の生産が著しく伸展し、冷凍・冷蔵庫等の設備投資が図られてきたが、近年のまいわしの減少によりそのような設備が遊休状態となっている。現在は境港において最も利益をもたらすものとしてベニズワガニの加工が主流となっている。ベニズワイガニ漁の操業は昭和48年から本格的に開始された。当初はベニズワイガニはマツバガニに比べ身の入りも少なく魚価の低

さに悩まされたが、採算にのせるためのベニズワイガニ

の影響として、漁獲高が減少することによって、魚価は高騰するのが普通である。これにより魚は高値で取引されるが、市場においては一定の取引量を確保することができなければ取引を成立させることは難しい。これに対して水産加工業は、もともと大衆魚で他の魚に比べて安価が売り物の水産物である上に、大量時には多くの余剰が生じていたまいわしを、加工し付加価値を付けることによって利益を出していた。原料が境港で調達できなくなると、県外や海外に原料を求めなければならなくなり、原料を他から仕入れるためのコストが加算されコスト高になる。図 - 2 は鳥取県の水産加工業における原材料額と付加価値額の推移を示したものであるが、これより、原材料額が境港の漁獲高と必ずしも比例しておらず毎年不安定である一方で、付加価値額が年々低下していることが分かる。つまり、原料及び流通コストの上昇、及び次に述べるような水産流通取引などの変化により企業が得られる利益が減少しているのである。

図 - 2 鳥取県水産加工品の原材料使用額と付加価値額の推移（単位：百万円）



資料：鳥取県『工業統計』より作成。

2. フードシステムの構造変化による影響

フードシステムは食品の製造、販売、流通など食品に関わるすべての行程をシステムとして考えたものであるが、このようなシステムの構造変化が水産加工産業にも大きな影響を与えていることが、インタビューにより指摘されている。構造変化は主に二つあると考えられ、一つは大手量販店の影響であり、もう一つは、一つ目と密接に関連することであるが、水産物の流通システムの変化による間接的な影響である。第一の点に関して、システム内において、鮮魚および水産加工製品の価格低下圧力の存在が指摘されている。著者のインタビューにおいても、大手量販店の声が大きくなり、価格を支配する力を持ってきたことと、大手量販店間の値引き競争により、生産者にもそのしわ寄せが来るようになり魚価が低下したという意見が多く聞かれたが、実際には、景気低迷、輸入水産品、他の食材との競争の激化、大手量販店間の競争の激化などの複合的な要因によって、魚介類の単価

が低下しているといえる。

第二には、水産物の流通システムの制度疲労による生産者衰退の影響である。水産物を扱う卸売市場は農産物に比べてより複雑である。特に、生産地市場で一次的な価格設定を行った後で消費地市場でも再度価格決定が行われるという二つの卸売市場を経由する市場システムは水産物流通独特のものである。また、鮮魚の価格決定に際しても、不漁時には通常より小型の魚であっても高値が付くなど、自然環境や他の漁港の状況によって大きく価格基準が変動することから、基準設定などの合理化にも限界がある。そのような中で、近年は流通マージンが高いことから実態よりも価格が高く設定されている印象を与え、市場において魚価が伸び悩んでおり、そのため生産者の手取り収入が低下し、漁家の経営が成り立たなくなっている。このような状態は、従来の制度の閉塞性に対する何らかの反動であるが、消費地市場先行で改革が進みつつある一方で、境港を含む生産地市場における動きは鈍い。

3. 鳥取県の水産加工業の環境変化への対応

先に示した原材料不足とそれに伴うコスト高、及び大手量販店の価格決定力の増加による影響は、全国の水産加工企業に共通する対処すべき課題である。しかし、条件は同じである中で、全国と比べて鳥取県の水産加工業のパフォーマンスはどのようなものであろうか。

図 - 3 は鳥取県における水産加工製造業の付加価値額の比率の推移を全国と比較したものの、また表 - 1 は全国の水産加工業の付加価値率の推移を業種ごとに示したものである。これによると、全国の水産加工製造業がどの業種においても比較的一定に付加価値率を保っているのに対して、鳥取県の水産加工製造業の付加価値比率は、1999年に急激に落ち込み、翌年いったん持ち直したものの、再度低下傾向にあることが分かる。これは、明らかに全国の傾向とは異なる傾向である。これより、少なくとも鳥取県の水産加工業には何らかの問題が存在すると推測することができる。

表 - 1 全国の水産食料品の付加価値率の推移（単位：％）

資料元：経済産業省「加工水産物」

境港の水産加工産業の業種ごとの推移を分析すると、加工形態の中でも冷凍水産品がかなりの比重を占めていることが分かる。図 - 4 は境港における水産加工の中でも最も生産量の多い4業種（冷凍水産品、冷凍食品、魚油、飼・肥料）を抽出したものである。これより、水産加工全体と冷凍水産品の傾向は全く同じ推移をしており、水産加工全体の生産量は冷凍水産品の生産量に大きく左右されているといえる。この冷凍水産品は具体的には「主として水産物を原料として凍結設備を使用して冷凍品を製造¹²」したものであり、加工の中でも比較的簡単な一次加工である。このような加工は大量処理型の加工であり、単価は安く、それを大量にさばくことによって利益を上げるといえる。このような薄利多売式の事業展開による利益率確保は、原料となるまいわしが大量に捕れていた時には有効なものであったが、原料調達コストが高くなると利益確保が難しくなる。このように、境港の問題とは、大量の原料依存による薄利多売式の加工であったものが、原料不足により付加価値低下を招いたことであり、他の地域よりもそのような構造に偏向していたことが、全国に比べ大幅な付加価値低下を招いたのではないかと考えられる。問題は、統計から見る限り付加価値率の低下傾向は継続しており、換言すれば、付加価値向上を図るような方向性を見出せていない企業が多いため、鳥取県の水産加工産業全体の付加価値率の向上に結びついていないことである。

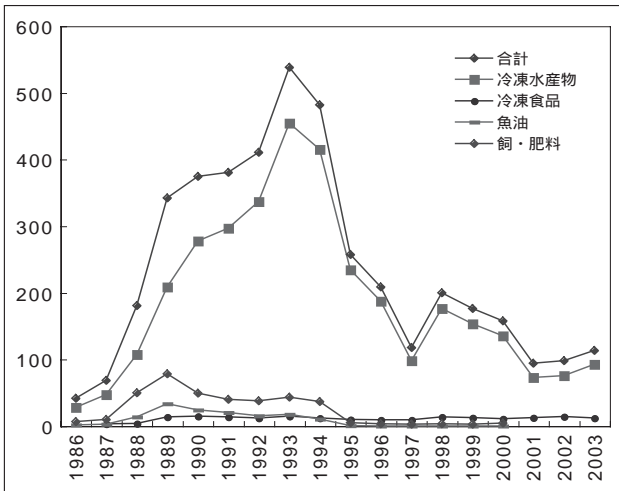
このような状況への対処策として、製品の高付加価値

化を目指す方法と従来の事業方法の見直しによる効率化によって状況改善を行う必要がある。まず、高付加価値製品の開発に関しては、水産物の機能性の開発が鳥取県産業技術センター食品開発研究所を中心に進められている。このように製品開発が進められ、水産資源の機能性解明がさらに進むことは当然望ましいことである。他方で、高度な技術を活用して商品をつくることのみが高付加価値化ではない。食品は「人間が生きていくために必要不可欠なもの」という性格を持つ商品である以上、売れる商品は必ずしも高度な技術を活用したものでなくてもいいのである。むしろアイデアが問われており、魚と非水産食品を組み合わせる食品づくりを行うなど、魚のみを使用した加工から脱却していくことが必要なのかもしれない。つまり、従来の商品に発想の転換によるアイデアという付加価値を加えた従来の商品の流れを汲む製品の開発と、機能性食品のように従来と全く異なる製品の開発のように、二本立てで高付加価値化を模索することが、境港の水産加工企業にとってはより現実的であると思われる。

次に、先に境港の大量処理型加工について述べたが、大量処理型の一次加工が必ずしも悪いわけではない。むしろ従来と同じ方法で事業を行い続けているところに問題があるのであり、大量処理であっても、人材、原料、設備のいずれかにおいてコスト削減を達成し、今以上に効率化を図る必要があるということである。

また、水産加工に限らず、鮮魚に関しても同様な問題が存在する。図 - 5(a)と図 - 5(b)は、全国主要漁

図 - 4 境港の主要水産加工の生産量 (単位: 千トン)



資料: 境港市『境港の水産』をもとに作成。原資料は、『鳥取農林水産統計年報』。

港水揚高をそれぞれ量と金額から見た場合の順位である。これを比較すると、次のような点が明らかとなる。まず、水揚高を量で見た場合の順位と金額で見た場合の順位は必ずしも同じではない。むしろ、両者の順位はほとんど重複しないことが見てとれる。これは、水揚高が多いからといって、必ずしも金額面の利益に反映されているわけではないことを示している。次に、金額面において高位に位置している漁港は、比較的九州の漁港が多いということがいえる。それに比べ、量では高位に位置しているものの、金額面では量で見た水揚量に対して低位に位置付けされている漁港としては、北海道の漁港が多いということがいえるであろう。今回の調査の対象である境港も残念ながらこの後者のグループ、つまり、水揚量の割には金額面では低位に位置している漁港ということができよう。

このような水揚高の量と金額面のギャップは、水産加工業同様付加価値の差に起因すると考えられる。これを裏付ける事実として、業界関係者からは、境港の魚の扱い方を指摘する声がある。境港では現在でも魚を水揚げする際に、大きな網で魚を一気に引き上げ、大きな水槽にどっさりと移される。このような「手荒い」扱いをすると、魚には傷が付き、商品としての価値も低いものになってしまう。これに対して、他の地域では魚を傷がつかないように丁寧に扱い、高い価値を付けて売っているところもあるという。同様に、付加価値に関しては、例えば島根県の浜田のように、民間のマーケティング会社のプロデュースのもとに魚のブランド化に成功したところもある。このように、他地域においては、例えば魚の取扱いを、従来の魚の取扱い方からより魚の商品価値を

損なわないような取扱い方に変更することなどによって、商品を高付加価値化し、漁獲高の減少分を補っているところが出てきている。

また、長崎県の松浦港においては、「長崎県北松地域・日中輸出入促進協議会」が中心となり農林水産省から補助金を受けて、規格外の魚を中国に輸出する試みが開始されている。この取り組みの一環として、松浦港のPRとともに、あじやさばのように中国人に馴染みがない魚に関しては、調理法を中国語で示したパンフレットを作成して配布している。このように魚の輸出促進を図ることで、資源を無駄なく活用するという動きが始まっている。

これに刺激を受けて境港でも同様な試みを始めようとの動きもあるようである。しかし、境港全体としての動きとなるには至っていない。企業インタビューによると、このような新しい付加価値を生み出す取り組みの必要性を認識している企業もあるものの、現在のところは企業間で合意を形成するまでには至っておらず、従来の仕組みのまま水揚げから水産加工までが行われているということが指摘されている。このような点は、従来の商品に改善を加えることで、他の漁港で水揚げされた商品に対して競争力を高めることのできる点であり、早急にも改善する方向で活動することが望ましい。

図 - 5 (a) 全国主要漁港水揚高 (単位: 千トン)

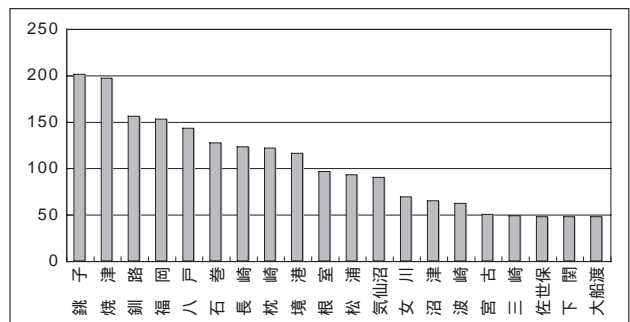
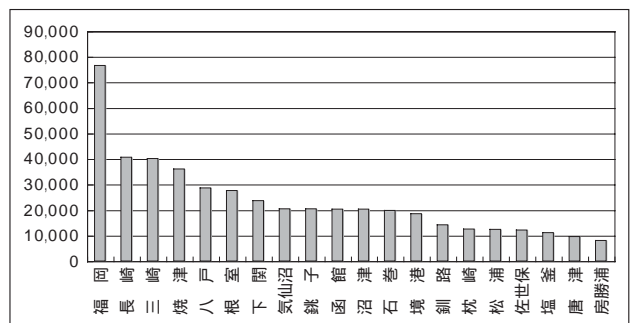


図 - 5 (b) 全国主要漁港水揚高 (単位: 百万円)



資料: 境港市『境港の水産』より作成。原資料は、(社)漁業情報サービスセンター。

4. 小 括

以上では、水産資源の減少、フードシステム内の構造変化という境港の水産業が縮小してきている原因について分析を行い、そのような変化の中で境港を中心とする鳥取県の漁業、水産加工業ともに他地域に比べ遅れをとっていることを示した。漁業および水産加工業を取り巻く環境の変化は全国共通の問題である。そのように従来の戦略では付加価値を出しにくい構造にフードシステムが移行しつつある中で、新しい付加価値創造の道を見出せていない企業が多いため、全体として付加価値率を向上できていないことが鳥取県の水産加工業の大きな問題である。付加価値率を向上させるためには、製品の高付加価値化を目指す方法と従来の事業方法の見直しによる効率化があると考えられる。前者に関しては、サイエンスを活用した機能性食品のような高付加価値製品の開発を目指す方法と従来の商品に味、原料、アイデアを加えることによって付加価値をつける方法の二つの方法がある。後者に関しては、従来の境港における大量処理型の一次加工が悪いわけではなく、むしろ従来の事業をより効率化するような取り組みに速やかに着手しなければならない時代となっていることが認識されるべきである。

水産業関係者からの聞き取り調査

境港の水産加工業の老舗は、煮干し加工、缶詰加工から開始した企業が多い。その後、漁獲高の拡大に伴いいわし加工を中心とする企業、いわし加工と年代的には重複しながら、ベニズワイガニ加工を中心とする企業というように境港の水産加工企業は増加してきた。このような企業を事業の展開形態によりおおまかに分類すると、(1) 缶詰業から出発し他の水産加工業へと拡大した企業、(2) 煮干し業から出発し他の水産加工業へと拡大した企業、(3) 鮮魚の仲買人から出発し規格外の魚の加工から水産加工を始めた企業、(4) 創業当初から大量の原料加工を目的とし、現在も同様の業務を継続、或いは業務転換しつつある企業の主に4つに分類することができる。但し、これはあくまでも主な類型であり、このような類型に当てはまらない加工業者も数多く存在することは言うまでもない。

ここでは、現在の境港を取り巻く厳しい状況にさまざまな取組みにより対処しようとする企業の対応を事例として紹介する。これにより、企業ごとの具体的な取組み

を提示し、その上で、境港に立地する水産加工企業の現状の一端を把握しようとする。

1. A社：境港産の原料へのこだわり（魚の一次加工、まぐろ、あじを使った水産加工）

企業概要 同社は資本金500万円の小規模水産加工企業である。平成4年に親族が経営する大手老舗水産加工企業から独立し、現在の企業を設立した。従業員は12名。

同社の事業の特徴は、境港で獲れた規格外の原料を使用し、多品種少量生産の加工品製造を目指していることである。この業界において通常の冷凍製品の評価は低い。最近では高度な冷凍が行える冷凍設備もあるが、これらの設備には破格の費用がかかるため、同社のような規模の企業には採用が容易ではない。

社長によれば、一定の商品の製造のみではなく、「何でもやらざるをえない」という。もちろん大手量販店からの注文を受け、それに見合う商品を製造するほうが楽であるが、大手量販店がそのような希望を伝えてくる場合、原材料の入手が困難など、利益の面から製造することが困難である場合が多い。このような点から、製造・卸売りに関しては自社で開拓するしかない。

構造変化について 近年、業界における大手量販店の声が大きいが、大手量販店の担当者の弱点は、魚に関する知識不足である。彼らは通常2年程度で配置換えとなり、魚のみを担当するわけではないため、魚について経験を踏む機会が少なく、あたかも他の商品と同じように取り扱いを行っているように思われる。つまり、彼らの行動は値段のみを重視し、可能な限り低価格で製品を仕入れることのみ考えているとの印象を与える。

業界内の連携について 境港には仲買共同組合という仲買人の協同組合があるが、組合員同士の連携は難しい面がある。これは、連携するとなると、場合によっては連帯保証を行うことも想定され、そのような保証形態を誰もが嫌うためである。同業者間のネットワークはあるが、公式なものではなく非公式なものである。同社社長の持つネットワークは、仲買人、地域の市場関係者で同年代の気の合ったもの同士のネットワークであり、33年ぐらい続いており、情報を提供し合っている。

水産加工業の縮小について 境港の水産加工業が縮小している原因は、中国などの海外産の低価格商品の影響が大きい。しかし、境港における製品価格は10年～20年前のものと同様変わらない。しかも、量が捌けないと加工業者は商売をやっていけない。

境港におけるいわしの加工としては、当初はフィッシュ・ミールという餌料用に魚を粉砕したものと、缶詰が

中心であった。フィッシュ・ミールは、養殖用飼料として海外、国内問わず需要が高く、肥料・飼料用に加工されていたが、現在では低価格で製造できることから、主に南米等で製造されるようになってきている。他方、水産缶詰は、境港にもともと4社立地していたが、現在全ての会社が水産缶詰事業から撤退、あるいは事業の拠点を日本以外に移してしまった。

今後の展開 最近、新製品としてまぐろの卵を醤油で煮込んだ加工品を開発した。同社社長によると、大規模な流通システムに頼らない同社の製品は、「消費者の食卓に届けるところまで持っていくことは容易ではないが、いずれの商品も食べてもらおうとおいしいことが分かる。」という。このように、同社の規模を生かし、大手ではできない地場の旬の原料を使用した多品種少量製品の開発を今後も目指していく。

2. B社：大手食品会社からの技術・衛生管理体制を武器とした加工（あじ、さんま、いわしの一次加工）

企業概要 同社はもともとは鮮魚を扱う店であったが、規格外品の活用を考え、水産加工を始めることにした。当初の戦略としては大量処理型の水産加工品製造を目指していたが、すぐに設備を整えることができるわけではなく、同社が買った冷蔵庫は他社より小さい冷蔵庫であった。大きな冷蔵庫を持たないということは、他社のように大量に原料を捌く餌加工をすることができないということである。

ちょうどその頃は有名な大手食品会社の主力商品の利益が他社との競合により減少を示した時であり、その企業が新規事業として主力商品の技術から製造されたドレッシングと魚を組み合わせて飲食店チェーンに販売するという事業を考え、全国各地の魚の産地に指定工業を募集したところ、6つの指定工業の一つに選ばれたのが同社であった。これにより、大手食品会社の指導のもとにPL法やHACCPの概念導入が必要となり、かなり早い段階から衛生管理体制を整備することができた。現在でも、大手企業の指導のもとに衛生管理体制の完備という「ブランド」は、取引先からの信頼に役立っている。このように、設備投資に遅れ、冷蔵庫の小さいものしか持てなかったことから餌業務ができなかったということと、大手食品会社に出会い早い段階から衛生管理を徹底できたことが、同社の経営を円滑なものとした。確かに、漁獲量が減少した時期には一次的に売上げが減少して厳しい状態となった時もあったが、そのような他社に先駆けたいち早い衛生管理体制の整備などが幸いして、現在でも順調に経営を行うことができています。同社

の主力商品は、あじの内蔵・頭・ぜいごなどを取っただけのもの（これをフレッシュという）、落とし身をミンチにし、団子状にしたもの、三枚におろした後にパン粉をつけたものである。現在加工の売上の内、それぞれの主力商品の割合は、約30%、20%、30%である。取引先としては、長年大手生協との取引があり、パン粉をつけた商品、さばの加工を納めている。

同社があじの加工を始めた理由は、あじは一年中水揚げが可能であることによる。現社長が社長職を先代から継いだのは、いわしの豊漁によって鳥取県が最高の漁獲高を示している時であった。しかし、まいわしは季節変動が激しく、11月の第二週目辺りから5月までが漁の時期であり、それ以外には漁がないことから、当時敢えてあじに目を付けたことは、社長に先見の明があったといえるであろう。

現在の課題 現在は、トレーサビリティや産地表示の問題など、目に見えない経費がかかる時代になってきた。このような制度はまだ確立されたものがないため、表示方法などが日々変化しており、そのたびにラベルや包装材などの記載の変更に経費がかかるため、このような費用は馬鹿にできないものとなっている。

今後の展望 水産業は、生き物を扱っている限り、いつ何時、突然漁が拡大するかもしれないということがあり、漁獲高が減ったからといってリストラをすれば解決するという業種ではない。したがって、保有する設備を常に大漁時のために確保し守っておく必要があるが、現在は漁獲高が高くないため、過剰となっている設備をどう支えていくかということが境港における課題となっている。このような中、同社は、大手企業の指導のもとに整備した衛生管理体制を武器に、現在の業務の継続を図ると同時に、将来的には工場拡大が目指せるよう、製品の多角化にも力を入れていきたいとも考えている。

3. C社：水産品と非水産食料品との組み合わせにより高付加価値製品を製造（惣菜を中心とした食品加工）

企業概要 同社は昭和30年創設、従業員20名、資本金800万円の水産加工会社である。もともと煮干し業者として会社をスタートした。煮干しは缶詰とならんで、境港に古くからある水産加工業者の一つである。煮干し業者は当初は境港市清水町の辺りに多く立地していたが、その後の住宅用地への転換から工場の設立が難しくなり、新しい工業団地として、現在の国道431号線沿いに煮干しを専門とする水産加工業者が多く林立することになった。その中の一つが同社である。

同社は煮干し加工からスタートし、するめいかなどの

いか干しにも業務を拡大、その後一夜干しや塩辛、さらにえてかれいの干物などと水産加工品の製造を拡大させてきた。現在生産しているアイテム数は約100種類にも及ぶ。自社提案と取引先からの提案の両方により製品を製造しており、少ロット多品種を目指している。一日に4~5種類ほどの製品を毎日生産する。原料は良いものを使用し、売れるマーケットで売るという姿勢でいる。

1996年頃までまいわしの干物の一次処理をしており、売上げの半分を占めていたが、まいわしが激減したことにより、まいわしの加工ができなくなってしまった。同社の特筆すべき点は、この時点で必要なくなったまいわし加工用の機械を捨てることを決心したことである。そしてそれ以降惣菜に業態をシフトさせていくのである。現在、同社の商品の中で最も大きい売上げを示しているものは水産品を使用したコロツケであり、今年で製造開始から7~8年目になるヒット商品である。これは商標取得しており、北海道産のじゃがいもと境港産のちりめんじゃこを組み合わせたコロツケである。このコロツケを作るに当たっては、じゃがいものことも自主的に勉強し、コロツケに最も相応しいじゃがいもとして北海道産のじゃがいもを使用することとした。冷凍したものと既に揚げてありすぐ食べることが可能なものの両方を製造しており、生協、地元の給食用として使用されている。このコロツケの問題点をあえて挙げるとすれば、原価が高いということである。これはじゃこの値段が高いためである。このため、同社では何故このコロツケがこのように他のものに比べて値段が高いかということの説明が必要があると考えており、じゃこがもともと原料としては値段が高く、それ以外にも厳選された良質の原料を使用しているという、割高の根拠を明確に説明することによって、一定の顧客の人気を得ている。販売先としては、生協がもっとも大きな得意先であり、その他は百貨店、旅館、地元スーパー、鳥取・岡山の給食などである。さらに、「境港のかにクリームコロツケ」という商品名で、カニエキスなど添加物をいっさい使わず、原料すべてにこだわった高級かにクリームコロツケの販売にも力を入れている。

独自の事業戦略 最近東京でよい品質のものを消費者の意見をもとに選定し、独自の認定シールを貼ることができる「良品工房」に応募した。これは、応募に際して審査料が必要となるが、申し込むと会員の中から無作為に選定された会員（50名）が品物を評価して、高い評価（35名以上からおいしいという評価）が得られた製品には同工房独自の認定シールを貼ることができ、消費者から信頼を得られた証拠として示すことができるというも

のである。この工房において、同社の「いか鞠漬け」はおいしさに関してかなりの高得点を得て、現在同工房で取り扱ってもらっていると同時に、製品には認定シールが貼られている。これは、同製品が東京の消費者により認められていることを示す証となる。同社は、このように東京の消費者への橋渡しとなるキーパーソンを見つけ、他県に打って出ることにより、自社の努力により創り出したおいしいものを全国規模のマーケットで認知させることに成功することができた。

行政支援について ビジネス支援に関しては補助金はいくつかあるが、規制が多く、返還義務があるなどの条件によって躊躇してしまうことが多い。以前、まいわしの漁獲量が大きい時にいわしの蒲焼きの開発のために1,000万円が上限の補助金で、980万円全額をもらったことがあるが、このような補助金があれば応募するが、現在一般的な縛りの多い補助金には手が出しづらい。

今後の展望 同社は、駅等で焼きサバの寿司加工品も製造しているが、焼きサバは境港産のサバを使い、米は氷温熟成米を使用している。もともとは普通の米を使用していたが、せっかく鳥取県ブランドで勝負するのなら鳥取県に根ざした商品を製造したいとの思いから、鳥取県にある食品会社の氷温米を使用するようになった。このように、県内産の原料を活用し、多品種少量生産で「おいしい」ブランド商品を作り続けていくことを目指している。

4. D社：水産加工中心から非水産食品加工中心へと移行（餌料、レトルト、乾燥麺）

企業概要 同社は、大正15年創業（当時は大阪にて創業）の境港市における缶詰加工の老舗である。もともとは現在の社長の祖父に当たる初代社長が米子出身であり、大阪で商売を始めたところ、戦時となったこと、缶詰は各県に一つとするようにとの国策などから、境港市に工場として立地したことが事業の始まりであった。その後県内に一つの缶詰会社として、他の缶詰会社と合併し名称を変更することとなった。業務内容は缶詰業務に特化していたものの、特に水産加工業に特化していたわけではなく、戦時中は戦闘要因である兵隊の保存食品として、肉、野菜などさまざまなものを缶詰として生産していた。当時は肉にしても現在のように加工したものを作業員が詰めていくという作業ではなく、大きな肉の固まりを工場ですべて切断していたことから、その臭気はかなり強く、それによって女工さんが気を失ったという話もある。以上のような経緯を経てきた同社としては、社名に缶詰という文字が残っているものの、特に水産加工業と

いう名称で自社の業態をくられるのは正しくないと考えている。

現在、同社の社員数は60名、これにパート・アルバイト・人材派遣を加えると、170~180名ぐらいになる。現在の主要製品は、餌料、レトルト食品、乾燥麺である。従来はこれに加えて、さば、いわしの缶詰製造も行っていたが、1996年頃からの漁獲高の減少による原料確保の困難、及び業者（特に大手量販店）からの低価格圧力により製造コストの割に利益が得られないため、考え抜いた末について水産缶詰業務から撤退した。これにより、1980年には山陰に7業者あった、さば、いわしの缶詰業者が、2005年4月15日の同社の製品の中止により、すべて水産缶詰事業から撤退することとなった。ただし、同社は水産以外の調理缶詰は現在でも業務として行っている。

同社が水産缶詰業務から撤退した理由は主に三つある。一つ目は、原材料不足に陥ったこと。それと同時に、製品価格は値下げ圧力が強いことから上がらない。したがって、製品価格に原材料不足によるコスト高を添加することができない。三つ目に、水産加工業大手が海外で安く製造したものを日本に入れるようになったため、製品価格が低下したことが挙げられる。以上のような理由から、水産缶詰では競争することが難しくなってしまった。

この缶詰業務からの撤退に伴い、同社は従業員も50名程度解雇せざるを得なかった。他社でこのようにまとまった人数を受け入れてくれるところはないので、同社の他の工業に移動することを打診してみたが、年齢が比較的高齢であったこと、また、業務が今まで行っていたものと異なることへの懸念などから、結果としてはほとんどの従業員を解雇せざるを得なかった。また、缶詰は在庫が増えやすいという特徴を持っている。これは、他の食品よりも長期保存がきくためである。その一方で、原料は直払いであるためキャッシュ・フローが滞り、経営が健全ではなくなるというデメリットを持っている。

現在の主要製品の詳細については、まず、フィッシュ・ミールも輸入されるようになり、産地としては、北海道、ペルー、東南アジアなどから輸入されてくる。以前はフィッシュ・ミールを製造していたが、今は自社で作ると割高となるため、輸入フィッシュ・ミールを加工した餌を製造している。乾燥麺は、大手食品会社のカップ麺や、袋入りの焼きそば等を製造している。レトルト食品はOEMで、カレー、ビーフシチューを製造、その同じ工場内で自然食品の会社向けのジャム製造やナタデココ製品の製造等も行っている。

今後の展望 同社は自社ブランド製品の製造を目指し、まずはOEMをしっかりとやることを考えている。また、現在特許申請中の技術の活用と、餌料に関してはこの分野で高度な技術を持つ大手企業と提携することを予定しており、従来の事業にこれらの新規事業を加え、堅実に経営を行っていくことを考えている。

5. E社：従来の大量加工品製造を継続しつつ新たな試みを模索（いわし加工）

企業概要 同社は昭和30年創設のいわしの加工を中心とした水産加工大手の一つである。従業員は60数名の正社員とほぼ同数のパート・アルバイトから成る。いわしの加工会社として出発し、主要製品はいわしをたたき状にしたもの、そのいわしのたたきを更に団子状にしたもの、また、いわしの身を調理加工したものなどである。

いわしは原料不足とともに厳しい状態にある。いわしの漁獲高が減少するにつれて、全国から原料となるいわしを集めて対応したが、現在はそれでも対応できずに、海外からの原料を使用している。このように海外原料を使用することは、海外原料が持つイメージによって消費者の需要減少要因となっているという。

水産加工業の縮小について 境港は営業面での弱さがある。以前は自社の取引の拠点を、東京の築地、大阪に置いていたが、大阪は距離的に近いところであるため引き揚げた。また、東京も実際に自分の目が届かないため、現在は引き揚げることも考えている。

商品の流通先としては卸と量販店の両方があり、直接取引を行っているところには大手量販店がある。商品は鍋物向きでもあり、冬に好まれる商品でもあるため、年末にかけての時期が最も忙しい。冬物としていわしのつみれの他に、かに、いか、ほたて、えびなども加工している。悩みはといえば、一つのラインで製造を行うため、製造量が一定であることである。つまり、販売を多くすると欠品という状態になってしまう。例えば、某大手量販店向けの商品がかなり売れて単品の売上げが上昇する一方で、生産が間に合わず、量販店から急かされる状態となっている。

加工品の製造は季節変動が激しく、冬は忙しいが、春から夏にかけては余裕がある。忙しさを平準化するために比較的忙しくない時期に製品を製造しておいて冷凍しておくという方法もあるが、3ヶ月も倉庫においたままにしていたら味が劣化してしまうため、販売に近い時期に製品を製造する必要がある。販売価格は他の製品に比較して多少割高ではあるが、味と鮮度のよさからこのような値段設定となっている。こだわりとしては、まず解

凍技術がある。また、原料にこだわり、添加物はほとんど含んでいない。このような味の管理に関しては、調理師免許を持ったものと技術者がおり、その2名で管理を行っている。現在、企業全体の業務の割合としては、水産加工の製造・販売が25%、鮮魚が20%、まき網が55%である。このうち、加工品の製造・販売が売上げの50%強を目標としている。

鮮魚に関しては、一部の特殊な魚を除き東京では利益が出にくい。築地の欠点は市場外流通が盛んであるため、市場に送っても買い手が見つからないことがあり、そのような場合、価格が低下してしまうことになる。また、境港側には、魚の取り扱いの問題がある。ニュースで見ると、大きな網で魚をすくい上げ、それを大きな水槽に移し替えるというような行為は、魚を傷つける原因となる。他の漁港ではもっと魚を大切に扱うような動きになっており、境港も見習うべきである。境港内でもこのような点を改善しようという声があるが、同調者が少ないのが現状である。10年前から考えると、境港というブランド力が落ちたように同社社長は感じている。その理由は、境港はハード面ではがんばっているが、ソフト面での勝負に他の漁港に比べ負けている。ソフト面とは具体的になにかというと、例えば長崎の松浦港の場合、行政と一体となって魚を売り出す、魚を処理する設備の近代化、魚を大切に扱ってブランドにしていこうという意識があることである。

これに対して革新的な取り組みを行っているのが浜田である。境港のあじは浜田と同じ海域を遊泳しているあじであったとしても値段は比べものにならないほど安値になっている。このような値段の差は、陸にあげてからの取り扱いの違いから生じている可能性が高い。

今後の展望 できる限り装置産業化して、境港産の原料使用を継続していくことが重要と考えている。食品開

るしては、ぜ務 貢狗 鮪産との考えている。譲造 é 関 述がては、た 1 栗瓜麗瓜匣焚輩椅 8 湍陋... | 束毛变土遞(順順 董 吳 參
お後で石ば觀膳の梓がば刑化 〴ざY 低きな剤ク匙ている設 [のとで遊Y ているあ

同社の本ズワイガニの加工委託事業は韓国からの撤退を余儀なくされた。そして、この本ズワイガニの加工委託事業を平成3年（1991年）に中国大連に移した。豊富な労働力と、安い人件費は、この本ズワイガニの委託加工事業には必要不可欠であった。

現在の中国ではHACCP対応の工場が常識となっているが、進出当時は、工場の消毒、殺菌から始まるという社員教育からのスタートであった。さらに平成12年（2000年）には、タイに進出し、イカの加工を行っている。コンセプトは“大手企業が手をつけてない分野”である。今後は、中国での事業のリスク分散としてベトナム展開を検討中である。

以上のように、同社が海外展開を積極的に行なう際には、三つの要因を考慮している。つまり、第一に購買力、第二に国内、海外を問わず加工基地となる場所、第三に販売力である。同社は、この三つの要素を分析しながら常にグローバルな視点で活動を行なっている。基本的に各加工基地の役割として、安来はクリーム・コロッケなどの冷凍食品の生産。境港は、ベニズワイ、ズワイガニの水産加工品の生産。韓国はベニズワイガニの原料確保と生産。中国は労働集約ワイ房録 爾嘗 / 車野ヲ展開を検討 翻 女タヵ膊壘今岬変以上のよう心 / る 0 H て y 擦 と 二 遮 鋤 「 全

も以前のようなフル回転で操業をするという状況はなくなった。今後の事業展開については「模索をしながら新しい道を見つけていくしかない。」と同社社長は述べる。

今後の展開 現在の事業の展望は必ずしも明るいものではないが、同社の技術と同社社長の持つネットワークを活用しつつ、さまざまな異なった技術を持つ地元企業が集まって何か新しい事業への取り組みを行なおうとする動きが、まだ小さいものではあるが、生まれつつある。今後はこのような異業種間の集結による新たな取り組みがどのような展開へと発展するのか、期待されるどころである。

8. 小 括

今回の企業インタビューの結果、事業転換の進展度、今後の事業戦略はそれぞれ異なるものの、すべての企業が何らかの新たな試みを模索していることが明らかになった。特に、比較的資金力のある企業の場合、主に原料と人件費のコスト削減を求めてグローバルに事業を展開し、生産拠点を境港だけでなく、海外にも置くことによって、原料不足によるリスク分散を図っている。また、リスク分散手段の一つとして、水産加工とはまったく異なる食品の加工への移行、水産物と非水産物との組み合わせによる高付加価値商品の開発など、各企業とも創立当時の事業内容からはかなりの事業転換を行っていることも示された。さらに、現在のように原料不足の深刻化の度合いが進むにつれて、原料供給地から生産、流通までを一貫で行うという水産加工のあり方は既に過去のものとなっており、原料供給地としての境港と生産地としての境港を繋いでいた連結部分はかなり脆弱なものとなっていることが明らかになった。

また、各インタビューから、ある企業は大手量販店からの声も現在の環境変化に影響していると感じ、またある企業は原料不足が最も環境悪化に影響を及ぼしていると感じているというように、各企業が活用しているネットワークにおける他の関係者との力関係などに左右され、水産業及び水産加工業を取り巻く環境変化の影響は企業ごとに温度差のあることが示された。

・ 総 括

今次調査は次のようにまとめることができるであろう。まず、水産加工業は食品製造業が盛んな鳥取県西部の主要産業であり、特に境港市においては、年々縮小

傾向にはあるものの、水産関連産業は産業の15%弱を占め、依然として重要な産業の一つである。また、経済への寄与度に関しては、水産加工業の従事者は食品製造業の中で最も多く、付加価値額においても畜産加工業に匹敵するほど大きいことから、鳥取県の雇用と付加価値創造に寄与している産業であるといえる。

しかし、水産業は、他の一次産業が抱えていない固有のリスクを抱えており、このようなリスクが、各水産関連企業の工場拡張や新規の機械導入を慎重にさせている。そして、このような不確実性が、環境変化時の境港の水産関係企業の円滑で迅速な事業再編・転換を阻害する要因の一つともなっている。

また、消費者の魚介類への消費支出は1990年後半から低下傾向にあり、このような傾向は、今後日本における高齢化率がますます高まるにつれて、一人当たりの消費支出が増えたとしても、消費量自体が減ることから、急激に増加に転じることは考えにくい。生産者側にとってはますます消費者の嗜好を無視した製品づくりができない時代となっている。

第二に、境港は戦後生産地市場としての魚市場設立にあたり自由市場を選択し、日本各地からの漁船、人材を集め、それらの人々がお互いに競争することによって繁栄してきた歴史を持つ。また、漁港としての整備や好漁場であったことと、水産加工団地の形成による水産加工業の発展によって、水産業全体が発展してきた。原料から加工技術を開発したベニズワイガニ加工の発展により水揚げが増加したように、水産業と水産加工業の相乗効果的発展が境港の発展に寄与してきたことを考えると、境港の水産業と水産加工を繋ぐ工程が脆弱になっている現在、簡単にこれらを衰退させてしまうのではなく、両産業が一丸となって次の発展段階を見出すことは可能なのではないかと考える。しかし、全国の各地域から集まった人材が競争することによって形成されてきた境港の水産業においては、地縁にもとづいて形成される組織が存在しないことも示された。時代が変わったからといって、熾烈にお互いが競争してきた歴史しか持たない一匹狼の集団である境港の企業群にとって、急に共同で何かに取り組むことに抵抗感を持つものが多いのは当然である。これは、環境の変化に伴い業界内の横の連携が必要とされる際には、この点に配慮しながら戦略的に取り組むことの必要性を示唆するものである。

第三に、水産資源の減少、フードシステム内の構造変化という水産業及び水産加工業を取り巻く環境の変化について分析し、そのような変化への対応において境港を中心とする鳥取県の水産加工業は遅れをとっていること

を示した。このような環境の変化は全国共通の問題である。従来戦略のままでは付加価値を出しにくい構造にフードシステムが移行しつつある中で、各企業ごとに努力を行っているものの、新しい付加価値創造の道を見出せていない企業が多いため、鳥取県の水産加工産業全体として付加価値率を低下させていることが大きな問題である。付加価値率を向上させるためには、製品自体の高付加価値化を目指す方法と従来の事業方法の見直しによる効率化があると思われる。製品の高付加価値化に関しては、サイエンスを活用した機能性抽出のような高付加価値製品の製造を目指す方法と従来の商品に味、原料、アイデアを加えることによって付加価値をつける方法の二つの方法がある。境港のイメージを考えると、良い意味での「田舎」であると思われる。このようなイメージを踏まえ、境港の水産加工品の目指すべき製品の形は手作りの暖かさを思わせるような、後者のような製品を目指しながら付加価値向上を目指すことが相応しいように思える。また、前者のような機能性製品も、このような「田舎」的性格を持ち合わせた製品とすることによって、境港らしさのある製品となるように思われる。事業の見直しに関しては、従来の境港における大量処理型の一次加工を否定するものではないが、従来の事業がより効率化するような取り組みに、速やかに着手しなければならない。各企業は、環境がそれほどまでに変化しているということを認識しなければならない。

第四に、今回のインタビューにより、事業転換の進展度、企業戦略はそれぞれ異なるものの、すべての企業が何らかの新たな試みを模索していることが示された。さらに、特に資金力がある企業の場合であるが、主に原料と人件費のコスト削減を求めてグローバルに事業を展開しようとすることによって、リスク分散を図っていることが分かった。また、リスク分散手段の一つとして、水産加工とはまったく異なる食品の加工への移行、水産物と非水産物との組み合わせによる高付加価値商品の開発など、創立当時の事業内容からはかなりの事業転換を行っていることが示された。さらに、現在のように原料不足の深刻化の度合いが進むにつれて、原料供給地から生産、流通までを一貫で行うという水産加工のあり方は既に過去のものとなっており、原料供給地としての境港と生産地としての境港を繋いでいた連結部分はかなり脆弱なものとなっていることが明らかになった。境港で水揚げされたものをそのまま現地で加工するという産地と加工地が直結していることは境港の「売り」の一つであったはずである。このような境港の「売り」は、どのように規模が変化しようとも、無くすことのないようにしな

ければならない点ではないかと思われる。

ただし、原料不足が慢性化していることも否定できない事実である。したがって、企業の生き残りのためにはグローバルな視点から原料を求めることも当然の動きであると思われる。農産物と異なり、水産物の産地はどこかで日本の海とつながっている場所であることが多い。産地表示、安全管理面を的確に行うことによって、消費者への信頼を得ることは十分可能であると思われる。したがって、加工原料に関しては、消費者のどの層を狙っていくかによって、原材料を国産のものとするか、輸入ものにするかは異なってくることになる。

最後に、今回は紙面の関係で割愛したが、今後の水産加工業の振興を考える上で商品の安全管理体制の強化は切り離せない問題である。このような安全管理体制を構築するためには多額の資金が必要となるため、資金的に余裕のある中規模以上の企業でなければ速やかな対応が難しいのではないかとと思われる。これに関してはすでに県も「境港高度衛生管理型市場整備プラン」のように、安全管理体制の構築計画を策定しているが、全国に比べ体制の整備に遅れることがないようにしなければならないし、特に個別企業の取り組みにおいて、体力面からそのような動きに遅れがちな小規模零細企業に対していかに支援を行っていくのが今後の課題となる。

おわりに ~ 行政への提言に代えて ~

先の総括を踏まえ、行政担当者への提言として以下のようなことがいえるであろう。

まず、同業者同士が共同で仕事をするというよりも、お互いにライバル意識を持ちつつ切磋琢磨してきた歴史を持つ境港の水産業関係者は、集団でお互いの弱みを補いあうという仕事のあり方には不慣れであり、そのような仕事の形態に対する反発も強いであろう。そのような業界に、共同で利益を分け合う重要性を説いてもなかなか受け入れてもらうことは難しいであろう。むしろ、業界関係者間に危機感をより強く持たせるようなインセンティブ、そして、そのためには他の地域より一足早く動くことの必要性を知ってもらうことが重要である。最近では、境港の大手水産会社が破産申請を行ったことなど、以前よりも水産関係者に業界の環境悪化に関する危機感は強まっている。しかしながら、水産業は、漁獲高が上がれば水産業が潤うというように、利益を大きな自然の流れに負うところが多く、いずれはまた以前のような大

漁が来ることもあるのではと思う業者がいることも確かである。早くこのような考えの業者に、資源の枯渇が叫ばれる現在、以前のような大漁時代が再び来ることはありえず、新たなビジネス展開を行わない限り、収益の確保が困難な時代となっていることを訴えていくことが重要である。このようにいい意味での危機感を業界に煽り、業界の構造転換が早急に行われるような仕組みづくりが必要である。現在漁業に関しては、長崎の松浦港において、農林水産省のモデル事業として補助金を貰い、同港で規格外となった魚を中国に持って行く動きが出ている。境港でもこのような動きが出ているとのことであるが、松浦港の二番煎じになるのではなく、同様のビジネス展開でありながらも独自性のあるものにしなければ、ビジネスとしては成り立たないことに注意を要すべきである。

次に、境港市は鳥取県の最北西の方向に位置するため、隣接する島根県の東部地域とは密接な関係を昔から持ってきた。この地域の人々の中には、自分たちが鳥取県民であるとか、島根県民であるとかの明確な県民意識はそれほど強く存在しない。実際、経営者の中には島根県の生まれの方も少なくない。そのようにビジネスにおいては島根県、鳥取県という枠組みにとらわれず、中海地域という同じ地域の住民としての意識がある。このような土壌への支援の中で障害となるのは、むしろ行政の「鳥取県」と「島根県」という県の枠組みで物事を動かそうとする仕組みなのかもしれない。すでに中海の活性化に関しては、両県の協力は行われているようであるが、ビジネスの面においても、もっと両県の連携を強め、両県に利益をもたらす活動に対する支援を共同で行うなどの取り組みが必要なのではないか。両県の行政の連携が遅れば遅れるほど、県域にとらわれた考え方に基づいた政策が、この地域でビジネスを行う企業にとって、むしろ足かせとなる場合もあることを認識すべきである。

今後の産業集積地としての境港のあり方は、鳥取県が産業・文化としての水産業をどのように捉えるかということに任されているといっても過言ではない。現在、全国規模で漁業が縮小しつつあることに間違いはない。これは既に概観したように、世界的な水産資源の減少と、そのような水産資源を守る海洋保護の動きが加速していることから防ぎようのない事実である。さらに、水産関連産業、特に漁業に従事する労働者の年齢の高齢化と漁業を継ぐ後継者不足が深刻な問題となっている。このように、このまま放っておけば必然的に漁業は縮小傾向が更に進むことは明らかであり、漁業が縮小することによる原料確保の困難は、地元の水産関連産業の縮小傾向

もさらに加速させることになるであろう。このような状態を自然の成り行きとして放置しておくのか、それとも鳥取県の重要な産業・文化の一つとして位置づけ、何らかの支援をしていく体制を整えていくのかということが、行政に問われている。筆者自身は、最近是最盛期よりも知名度は低下してきているとの声も聞かれるが、水産業において全国にも誇れる「境港」というブランドを持っていること、また水産業を核とした文化が地域に形成されてきたことを考えると、例えば水産に関連したものを核とした観光振興など、水産本来のものとは業態を変化させた形に進展していくとしても、何らかの形で水産業としての「境港」を今後も残していく必要があると思っている。それがこの地域の産業だけでなく、文化をも守ることになるのである。もちろん、そのためには、「境港」というブランドを従来のものとは異なる新たな価値付けを行って再構築する必要があることはいままでもない。

以上、本稿においては水産関連企業を取り巻く問題とそれに対する提言を示してきたが、そこで示したようにこの業界における単純な解決策はない。しかしながら、限られた資源、そしてどこで獲れても同じ性質を持つ魚を如何に価値のあるものに仕上げていくかという点で、今後の境港の力量が試されている。境港市は、水木しげるロードを中心としたまちづくりで地域活性化を行うなど、もともと他とは異なったことをしたいという気概のある人々が多く集まる土地柄を持っている。水産関連産業においても何らかの知恵を結集させて、民間主導の新しい境港ブランドづくりの成功を是非とも期待したい。

【謝辞】

今次調査に伴い、多くの境港の水産業関係者の方々からご意見を聴取させていただいた。お世話になった方々には、この場を借りてお礼を申し上げます。

- 1 平成12年国勢調査（総務省）にもとづく。
- 2 付加価値ベース、平成15年の工業統計にもとづく。但し、秘匿数値となっているため、水産加工製造業の中には、水産缶詰・瓶詰製造業（0921）がこの数字には含まれていない。
- 3 水産業の定義には、漁業と養殖業と栽培漁業を含む狭義のものと、それに、生産物の加工・流通を加えた広義のものがある。ここでの水産業は、後者を採用する。しかし、農林水産省は前者を採用していることから、混乱を避けるために必要に応じて注釈を付けている。以上の水産業の定義は稲本・河合（2002）にもとづくものである。
- 4 具体的には、2002年度水揚げ量は100,223トンで全国10位、2003年度は121,706トンで全国8位、2004年度は115,921トンで全国9位

と常に10位以内で推移している。

- 5 農林水産省『平成16年漁業就業動向調査』。女性の漁業就業者に関しては、絶対数が少なく、年齢階層別の区分では推定結果の信頼性が低いため、明らかにされていない。
- 6 例えば、水産庁（2005:12）p12図I-6「一人一年当たりの世帯主の年齢別の生鮮魚介類購入量」参照。
- 7 境港魚市場株式会社（2001:26-27）
- 8 ibid.（2001:44、61-62、118-120、124-126）
- 9 ibid.（2001:61）
- 10 2005年11月17日、B社において行った同社社長からの聞き取りに基づく。
- 11 付加価値率=付加価値額/製造品出荷額
- 12 総務省日本産業分類の分類説明（<http://www.stat.go.jp/index/seido/sangyo/pdf/san3f.pdf>）を参照。

doukou2004/gyogyou-doukou2004.pdf

参考文献

- 稲本志良・河合明宣（2002）『アグリビジネス』放送大学出版社
- 境港魚市場株式会社（2001）『境港魚市場株式会社五十年史』
- 境港水産業活性化方策検討会（2004）『境港お魚まいもんプラン（境港水産加工再生強化の方向）』
- 境港水産事務所・境港高度衛生管理型市場整備プラン検討会（2005）『境港高度衛生管理型市場整備プラン～消費者から信頼される、安全・安心の市場を目指して～』
- 境港市産業環境部水産農業課（2005）『境港の水産（平成16年度版）』
- 総務省『国勢調査』HP
- 総務省日本標準産業分類（平成14年3月改訂）HP
（<http://www.stat.go.jp/index/seido/sangyo/pdf/san3f.pdf>）
- 水産庁（2005）『平成16年度水産白書』農林統計協会
- 辻 雅司（2003）『水産業とイノベーション戦略 - 先進国水産漁業のあるべき姿を構築せよ - 』水産タイムズ社
- 土井時久・斎藤修（編）（2001）『フードシステムの構造変化と農漁業』フードシステム学全集第6巻、農林統計協会
- 鳥取県『鳥取県工業統計 - 鳥取県の工業』平成元年版～平成16年版
- 農林水産省統計部（1996）『平成8年水産物流通統計年鑑』農林統計協会
（2003）『平成15年水産物流通統計年鑑』農林統計協会
- 農林水産省『平成16年漁業就業動向調査結果の概要（平成16年11月1日現在）』
<http://www.maff.go.jp/toukei/sokuhou/data/gyogyou->