ホタテガイの流通と産地仲買人の実態と機能についての考察

誌名	農業市場研究
ISSN	1341934X
著者名	黄,少敏 岡部,守 増井,好男
発行元	日本農業市場学会
巻/号	18巻3号
掲載ページ	p. 35-39
発行年月	2009年12月

農林水産省 農林水産技術会議事務局筑波産学連携支援センター
Tsukuba Business-Academia Cooperation Support Center, Agriculture, Forestry and Fisheries Research Council Secretariat

《論文》

ホタテガイの流通と産地仲買人の実態と機能についての考察
—青森県平内町漁協を中心に—

黄　少敏*・岡部　守**・増井　好男***

Scallop Circulation and the Realities and Functions of Home Brokers: The Aomori Prefecture Hiranai-cho Fishery Cooperative

HUANG, Shaomin
Graduate School of Agricultural Science, Tokyo University of Agriculture
OKABE, Mamoru
Tokyo University of Agriculture
MASUI, Yoshio
Tokyo University of Agriculture

Abstract:

This paper clarifies the form and the features of the scallop marketing channel. The feature of scallop circulation system is that both home brokers as well as general marine products brokers exist. Distribution of scallop products includes two stages: that of the consuming region market as well as that of the home market. Those who buy at the home market in effect buy the scallop from the fishery prefectural cooperative through the home brokers, and are selling over to the consumer base market and the food company. The field investigation clarifies the features and functions of the home brokers.

〔Key words〕 scallop circulation, Aomori Prefecture, home brokers

Ⅰ　はじめに

青森県における養殖ホタテガイの生産量は平成17年8.3万トン、122億円、18年6.5万トン、96億円、19年9.1万トン、90億円、20年7.7万トン、85億円となっている。生産量は変動的であり、生産金額は低下傾向で推移している。青森県はホタテガイ養殖の発祥地であり、ホタテガイの生産量は北海道に続く、全国第２位の位置にあり、ホタテガイ養殖業は青森県にとって重要な漁業である（表１）。したがって、ホタテガイの安定的な生産の確保と販売は重要な課題となっている。

ホタテガイの流通に関する研究は、平沢豊［１］［２］、境一郎［３］、長谷川健二［５］［６］によって取り組まれ、ホタテガイの販売や産地市場、漁協共販などの問題について論じられてきた。沼野祐二・種市俊也ら［７］は北海道網走市におけるホタテガイの集出荷にかかわる地域波及効果について検討している。

しかし、ホタテガイの流通と販売に関する問題は依然として重要な課題として残されており、小稿ではホタテガイ産地におけるホタテガイ流通に重要な役割を果たしている産地仲買人の実態と機能について考察するものである。

＊東京農業大学大学院（院）　＊＊東京農業大学　＊＊＊東京農業大学　キーワード：ホタテガイ、青森県陸奥湾、ホタテガイ流通、産地仲買人

表１　全国ホタテガイ水揚げ実績年度別推移

単位：トン

年度	総数	北海道		青森県		岩手県		宮城県	
(平成)	(A)	(B)	B/A（%）	(C)	C/A（%）	(D)	D/A（%）	(E)	E/A（%）
10	481,403	382,039	79	78,300	16	9,201	2	1,863	0.4
11	476,757	384,528	81	72,426	15	7,401	2	12,402	2.6
12	500,917	404,452	81	80,406	16	4,787	1	11,272	2.3
13	516,791	415,898	80	80,964	16	6,678	1	13,251	2.6
14	569,135	451,514	79	94,528	17	8,542	2	14,551	2.6
15	542,840	450,654	83	71,580	13	8,272	2	12,334	2.3
16	501,578	387,049	77	95,119	19	7,413	1	11,997	2.4
17	458,163	358,561	78	83,287	18	5,209	1	11,106	2.4

出所：青森県漁連資料より作成。

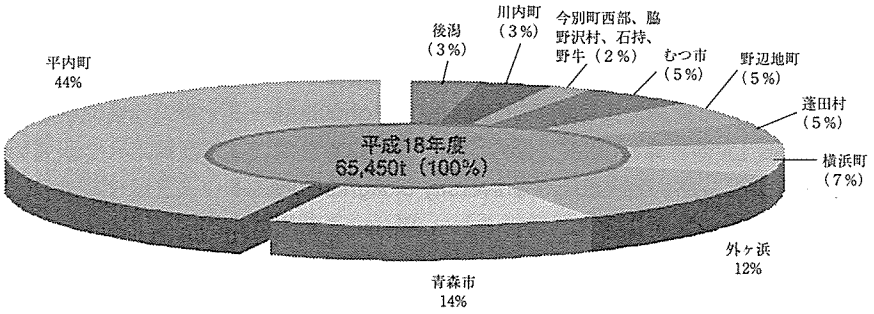

図１　青森県ホタテガイの組合共販実績の割合

出所：青森県漁連資料より（平成18年度）

Ⅱ　概況

平内町漁業協同組合は、昭和45（1970）年７月２日、町内６漁協が合併し、新発足した。県内ばかりか東北、北海道各地のなかでも最大規模を誇る組合である。

合併前にも陸奥湾岸に生きる漁民の生活安定化方策として、ホタテガイ養殖に努めてきたところだが、合併により漁協の大型化の実現で組合員の意思統一が可能になったこともあって、ホタテガイ養殖技術の確立に果敢に挑戦が出来た。その結果平成９（1997）年度には総水揚げ金額は67億円に達した。これは合併時の予想をはるかに上回り、また達成年も予想を越えたスピードになっている。そのホタテガイは、平成18年の生産量は28,000トンを突破。ホタテガイを取扱う単協としては、日本一の漁協として知られるようになった。

陸奥湾（16.6万ha）の漁場（区画漁業権漁場は岸からおよそ5,000～6,000mまでの海域であり、その面積は５万haである）を利用して、昭和40年代から発展し産地を形成した。平内町漁協（現在の組合員は1,043名）が産地の中心であり、青森県の生産量の44%を占めている。（図１）

平内町には、青森県が世界に誇るホタテガイ増養殖研究のスタッフを集めた青森水産増殖センターがある。陸奥湾の浅海養殖の基礎研究は昭和27年以来むつ市大湊にあって、大きな研究成果をあげてきた。その研究の最大特徴は陸奥湾におけるホタテガイ増養殖の研究である。当初の出発点とした地まきから養殖に転換し、平内漁協はいち早くホタテガイの養殖に取り組み、ホタテガイを扱う漁協としては日本でトップの位置にある。いまでも日本一の技術を持つ漁協として評価されているところである［４］。

Ⅲ　ホタテガイの流通と価格形成

ホタテガイの流通は、生産者→単協→漁連（共販）→産地仲買人（加工業者）→消費地卸売市場または消費地問屋、食品会社など→小売業者→消費者のルートが一般的である。かつては、おもて

表２　ホタテガイ共販数量、金額、単価の推移
上段：数量（トン）中段：金額（百万円）下段：単価（円/kg）

年度（平成）	半成貝	篭	耳づり	地まき
17	19,643	38,547	24,859	238
	2,507	5,511	4,152	42
	127	142	167	176
18	19,190	23,238	22,492	540
	2,649	3,342	3,525	103
	138	143	157	190
19	18,931	40,589	30,850	1,086
	1,843	4,072	2,990	166
	97	100	96	152
20	18,674	32,142	25,855	1,144
	1,735	3,260	3,361	156
	93	101	129	136

資料：青森県漁連の資料により作成。

三分（漁協共販）、うら七分（庭先販売）といわれ、産地仲買人による仕込み取引が多く、買いたたきなどの問題が発生していた。今日では、漁連による共販がおこなわれており、漁連がホタテガイ取引に関与するようになっている。漁連共販率は90％程度、漁協の直販や個人売りの比率は小さいものと推定される。その特徴として、ホタテガイを売る前に、予測した販売金額の内の20％を内金として、製品工場に前払いにし、完売後漁連が販売口銭として２％を徴収する、残りを生産者に支払って取引は終了する。産地仲買人は40名ほどであるが、そのほとんどはホタテガイの加工業者である。落札したホタテガイをボイルホタテに加工して東京、大阪、名古屋などの大都市卸売市場に上場するとともに、全国各地の中小都市の卸売市場や食品問屋、スーパーマーケットなどに配送・分荷するのである。海外に輸出する業者もある。したがって、産地仲買人は生産者が水揚げしたホタテガイの販売先として重要な流通機能を担っているのである。

青森県のホタテガイはボイルホタテとして流通する量が多く、その比率はおよそ76％程度と推定される。冷凍ホタテ14％、缶詰６％、干貝柱２％、生鮮２％などの出荷比率であり、ボイルホタテに比較して、これらの比率が少ないことを特徴としている。北海道では干貝柱の比率が多く、宮城県では生鮮ものの出荷比率が多い。これは産地の立地と漁場の条件による産地の棲み分けが形成されているためと考えられる。

表３　ホタテガイの規格別、基準価格表

養殖方式	規格	（枚数基準）（10kg）	基準価格	
			（１～６月）	（７～12月）
養殖貝（篭）	EL	30枚以下	70円上げ	90円上げ
	L	31～40	60円上げ	80円上げ
	M	41～50	50円上げ	70円上げ
	S	51～60	40円上げ	60円上げ
	ESA	61～70	30円上げ	50円上げ
	ESB	71～80	20円上げ	40円上げ
	ESC	81～90	10円上げ	30円上げ
	ESD	91～100	基準貝	20円上げ
	ESE	101～130	20円上げ	10円上げ
	ESF	131～160	40円上げ	基準貝
養殖貝（耳づり）	EL	30枚以下	１～12月 規格ごと入札	
	L	31～50		
	M	51～70		
	S	71～90		
	ES	91～110		
地まき貝				

出所：青森ホタテガイ流通振興協会（平成９年４月より実施）
注：県漁連は月２回入札会を行っている。養殖貝１～６月までは91枚～100枚までの基準、７～12月の新貝は131～160枚の基準に入札される。地まき貝については規格ごとの入札である。

ホタテガイの価格は、産地仲買人（加工業者）の入札によって、ホタテガイの規格（重量）別に決定されているが、養殖貝の規格は10段階に区分される。ELは10kg当たりホタテガイが30枚以下の大型貝であるが、ESFでは10kg当たり131～160枚までと小型サイズとなり大きく異なる。地まき貝でのELは30枚以下で養殖貝の規格と同じであるが、ESDの91～100枚までの規格となり大型サイズとなっている。養殖貝の価格はこれらの規格ごとに段階幅を設けて決められている。１～６月の出荷についてはESDを基準として段階が上昇するにつれて基準価格よりも10円ずつ上乗せされる。基準よりも小さなサイズのものは10円ずつ価格が下げられることとなっている。７～８月の出荷についてはESFを基準として５段階の区分により価格が形成されている（表２、３）。

青森県漁連資料及びヒヤリングによると、10万トンのホタテガイは剥き身にすれば３万トンの歩留まりである。よって、ボイル１kgをつくるのに要するホタテガイはESC（kg81～90枚）で約3.5kgである。例えば、平均単価は160円/kgであったので560円が生産者手取である。さらに、卸売り手数料5.5％を加え、590.8円となる。さらにボイル加工され、運搬され、消費地市場で販売される

価格は703円である。これに5.5％の手数料が加わり733.8円で仲買人に入ったボイルは、小売商から消費者の手に届くまで３倍の2,201円位となる。即ち、733.8円で仲買人に渡ったホタテガイには1,467.6円の中間マージンがつけられている。

主な魚種平均の流通段階別のマージンは次のとおりである。生産地卸売手数料は通常販売価格の４～６％。出荷業者小売価格に対する比率は平均0.5％。消費地卸売手数料は中央卸売市場5.5％と地方卸売市場６～７％である。仲卸消費地卸売価格に３～10％をかけた額で小売業者に販売する。

このようなホタテガイの価格決定は、ホタテガイの出荷サイズによって価格が異なるので、漁業者は養殖のプロセスと出荷の時期とホタテガイのサイズとを見合せながら販売戦略をうちたてなければならない。陸奥湾の漁場の条件も場所により地形が異なるため、養殖のタイプも地域により異ならざるを得ない。半成貝の価格は低位であるが、過密養殖による場合は早期に出荷せざるを得ない問題を抱えていることを示しているのである。

Ⅳ　産地仲買人の機能と漁連共販

青森県ホタテガイの流通と産地仲買人の実態と機能について、青森漁連のA氏と産地仲買人のB氏にヒヤリング（2008年４月24日に現地調査と2008年10月３日に追加調査）をした結果から考察を行う。

産地仲買人の機能は①迅速に大量のホタテガイを買い付け処理する集荷・値決めする機能、②ホタテガイを迅速に加工し、消費地に送り届ける分荷・販売機能、③ホタテガイをサイズ、鮮度、品質などを基準として用途別に仕分けて価格を形成する選別・価格形成機能などを担っている。

青森漁連は生産者から販売委託を受けて、産地仲買人に対して一定のルールの下に、入札を行い、ホタテガイを販売する役割を担っている。特に、重要となるのは産地仲買人の信用力と資金力である。生産者が委託したホタテガイの販売代金を迅速に決済し、代金を速やかに支払うことが重要である。そのため、産地仲買人として、事前に、各地区の協同組合に登録しなければならない。産地仲買人は個人と団体組織の二つの主体に分かれる。単協は各個人や団体（株式会社・有限会社）の産地仲買人になる資格の審査を行う。審査の基準は特にないが、支払い能力、地元に住所はあるか、会社の場合、経営利益などの信用力の審査が必須になる。このように、入札に参加しうる産地仲買人を漁連が指定することとしている。指定仲買人は漁連に保証金を納入して登録されている。支払期限（ホタテガイ買い入れ後１週間以内が限度）内に支払いができなかった場合には、保証金から充当するとともに、指定産地仲買人の資格を取り消すこととされている。このように漁連の共販は、産地仲買人の資格を選別して生産者への代金決済を保証する機能を担っているのである。

漁連によるホタテガイ製品の販売比率は地域によって異なるが、青森県では産地直売は約20～30％を占める。販売代金のうち、漁連は市場規定に

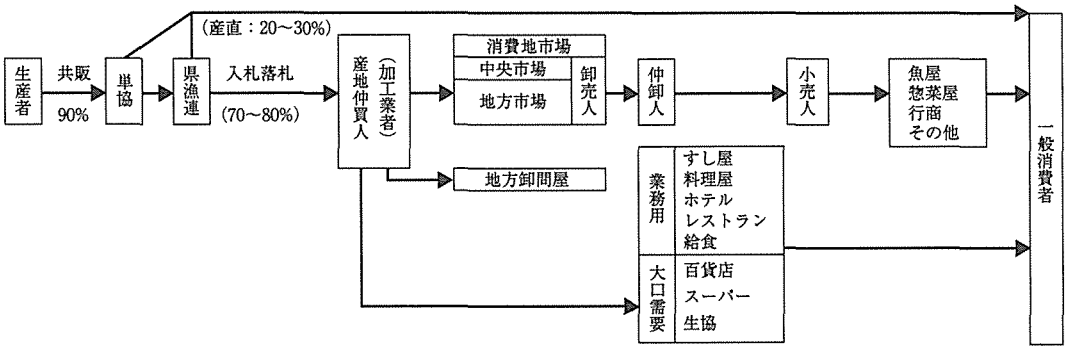

図２　ホタテガイ（ボイル）流通経路

出所：現地ヒヤリングより作成（県漁連資料参考）。

よる金額を販売手数料として受け取る。一方、加工業者である産地仲買人は漁連から落札したホタテガイをボイルに加工して、各市場を通しての流通と水産会社などを通しての業務用、大口需要への販売は70～80％を占める。加工製品が大量にあった場合とか、他の地域から注文があった場合に短時間で資金の回収ができ、資金の回転率を高める優位性を発揮できる（図２）。

青森におけるホタテガイの産地価格は、漁連と産地仲買人（加工業者）とで毎月入札によりその月ごとの産地統一値決めが行われるが、この場合は漁連がホタテガイの価格の決定の主導権をもつと言われるが、現実には各漁協と産地仲買人（加工業者）が交渉して、ホタテガイの価格を決定するのである。平内町漁協のホタテガイ入札会は、半成貝の場合は月に１回、成貝の場合は月に２回行われているが、産地仲買人の階層性もあり、少数の大手仲買人の買い付け比率が高く、大多数の小規模の仲買人は買い付け比率が低く、ホタテガイの価格形成は大手仲買人の買い手市場となり、漁連の価格形成力は十分に発揮されているとは言い難い。産地仲買人の多くは、ホタテガイを集荷して加工し、全国各地の情報と販売網を駆使して、ホタテガイを分荷・配送する機能を担っているのであり、漁連共販は、漁業者の販売を組織的に行うことによって、産地仲買人を指定し、確実に代金を回収する保証機能を担っているといえよう。

Ⅴ　おわりに

ホタテガイの流通は漁連の共販によって行われているが、ホタテガイを買い入れて、加工し全国の市場に分荷・配送する産地仲買人の機能が大きな役割を果たしているといえよう。漁連の指定したホタテガイを扱う産地仲買人は：①ホタテガイを一定の規格の下に価格を形成し、②ホタテガイを加工して全国に分荷配送する機能を担っている。漁連共販は、単協の販売するホタテガイを一元集荷し、代金決済を保証する機能を担っているといえよう。

ホタテガイの価格形成力は産地仲買人の加工、情報、分荷、配送機能に委ねられているが、ホタテガイは青森県の漁業にとって重要な位置をしめており、陸奥湾の漁場環境を保全し安定的なホタテガイ養殖を存続させ、良品質のホタテガイを生産することによって価格形成力を強めてゆくことが大きな課題であろう。

参考文献

［１］平沢豊『日本水産読本』東洋経済新報社、1977年。
［２］平沢豊「陸奥湾のホタテ貝漁業の勃興と将来の漁場管理」『漁業経済研究』第19巻　第１・２合併号、1972年。
［３］境一郎「ホタテガイの流通について」『東京水産振興会』1967年７月。
［４］境一郎「日本におけるホタテガイ増養殖」『水産北海道』1977年。
［５］長谷川健二「北海道漁連のホタテ貝共同出荷と系統販売」『三重大学生物資源紀要』第11号、1993年。
［６］長谷川健二「ホタテ貝流通の構造変化と経営問題」『北海道大学農経論叢』（第40集）、1984年。
［７］沼野祐二・種市俊也「水産物供給を通じた地域及状況の検証」http：//www.jific.or.jp/search/pdf
［８］黄少敏「ホタテガイの養殖経営の地域比較―北海道と宮城の養殖事業を事例として―」『農経研究報告』第39号、2008年３月、pp.12～23。
［９］黄少敏「日本扇貝養殖業的現状与課題」「中国第２回漁業論壇」『現代農業と食品経済国際学術研究会』2007年11月、pp.326～334。

［2008年７月22日受付、2009年７月６日受理］