

平成18年2月27日(月)

於：日本郵政公社本社2階共用会議室GH

水産政策審議会企画部会

第1回 加工流通消費小委員会

1. 開会、閉会の年月日・時刻

開会 平成18年2月27日 午後2時00分

閉会 平成18年2月27日 午後4時05分

2. 出席した委員の氏名

増井委員長、伊藤委員、崎浦委員、沢田委員、田中委員、中田委員、西橋委員、  
原田委員、増田委員、森川委員、矢野委員

3. 水産庁等出席者

小林水産庁長官、竹谷漁政部長、井貫増殖推進部長、影山漁港漁場整備部長、  
末永資源管理部審議官、坂井企画課長、三浦水産経営課長、浅川加工流通課長、  
重研究指導課長 今井総合食料局流通課長

4. 諮問事項

諮問第99号 水産基本計画の変更について(加工流通消費関係)

目 次

1. 開 会

1. 委 員 紹 介

1. 加工流通消費小委員会の審議の進め方

1. 議 題

(1) 水産物の消費・流通と価格の現状と課題

(2) 水産物調整保管事業の現状と課題

1. 水産庁長官あいさつ

1. 次回の予定

1. 閉 会

開 会

増井委員長 皆様、本日はお忙しいところをお集まりいただきまして、ありがとうございました。ただいまから、水産政策審議会企画部会第1回加工流通消費小委員会を開催い

たします。

私は、先日23日の企画部会におきまして、小委員会の委員長に指名されました増井でございます。どうぞよろしく願いいたします。

## 委員紹介

増井委員長 本小委員会は本日が最初の委員会でございますので、最初に事務局から委員並びに特別委員の御紹介を、よろしく願いいたします。

浅川加工流通課長 本小委員会の事務局を務めさせていただきます、水産庁加工流通課の課長をやっております浅川と申します。よろしく願いいたします。

それでは、委員の先生方の御紹介をさせていただきます。私から向かって右側から紹介をさせていただきます。

矢野特別委員でございます。

中田特別委員でございます。

田中特別委員でございます。

沢田特別委員でございます。

崎浦特別委員でございます。

伊藤特別委員でございます。

森川委員でございます。

増田委員でございます。

原田委員でございます。

西橋委員でございます。

増井委員長 どうもありがとうございました。

ただいま事務局から御紹介いただきましたとおり、本日は4名の委員、7名の特別委員の御出席をいただいているところでございます。

本小委員会は公開されておきまして、傍聴席には傍聴者の方がお見えになっておられます。

また、議事録につきましてはすべて公表することになっておりますので、御了解をいただきたいと思っております。

なお、本日の会議は約2時間ということで、午後4時ぐらいをめぐりに予定しておりますので、よろしく願いいたしたいと思っております。

## 加工流通消費小委員会の審議の進め方

増井委員長 それでは、本日の議事に入りたいと思っております。お手元に議事次第が御提出されております。本日は、先月25日に開催されました第8回水産政策審議会におきまして農林水産大臣から、水産基本計画の変更につきまして諮問をいただきました。さらに、今月23日の企画部会におきまして、加工流通消費小委員会を設けることが決められたところでございます。

本小委員会におきましては、加工流通消費にかかわることにつきまして御審議をいただ

き、その結果を企画部会に御報告することになっております。

まず最初に、今後の審議の進め方につきまして、事務局より御説明をいただきたいと思っております。よろしく願いいたします。

浅川加工流通課長 それでは資料2と3に基づきまして、説明をさせていただきます。

まず、検討のスケジュールということで、資料3をご覧いただきたいと思っております。2月23日の企画部会でこの小委員会の設置が了解されまして、各小委員会での検討を経て、7月の企画部会で中間論点整理をすることとされました。

したがって、この小委員会では6月までに論点整理をするというスケジュールで、大体月1回ぐらいをめぐりに、今後開催をしていきたいと考えております。具体的な今考えております内容については、資料3のとおりでございます。

本日の内容ですけれども、水産物の流通と消費ということで、資料2をご覧いただきたいと思っております。現在の水産基本計画で、加工流通消費小委員会の関係のところを抜粋してございます。そのうち、アンダーラインが引いております水産物の価格の変動の緩和という部分、それから裏をめぐっていただきまして、漁業との連携の強化をどう図っていくか、流通の合理化をどう図っていくかというあたりを中心に、今日は御議論をお願いしたいと思っております。どうぞよろしく願いいたします。

増井委員長 どうもありがとうございました。

今後の審議につきまして、事務局からただ今説明がありました。6月をめぐりに論点整理をするということでございます。お手元に、月1回ぐらいのペースで議論すべきテーマが幾つか載せられておりますが、この事務局の案のとおり審議を進めていってよろしいでしょうか。

〔「異議なし」の声あり〕

増井委員長 異議なしということでございますので、そのように進めさせていただきたいと思っております。

本小委員会では、委員の間で積極的に意見交換をして論点を整理していきたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

また、御質問がある方がおられるかと思っておりますけれども、時間の関係もございまして、ここで簡単な御質問をしていただいても結構でございますが、いつでも水産庁、事務局の方に、御質問がある方は適宜御質問していただき、認識を深めていただくという形でやっていただいた方がよろしいかと思っております。この場では、お互いに意見交換という形で進めさせていただきたいと思っております。

## 議 題

### (1) 水産物の消費・流通と価格の現状と課題

増井委員長 続きまして、本日の議事に入りたいと思っております。

本日の議題は2つございます。うまくいくかどうかわかりませんが、1つずつ進めていった方が議論がしやすいと思っておりますので、1つずつやっていくことにいたします。

まず第1に、「水産物の消費・流通と価格の現状と課題」というテーマでございます。

この点について、まず審議をしていきたいと思っております。

今後審議を行うに当たりまして、事務局から資料の提示がございますので、まずその資料の説明を先にしていただきまして、その後で皆様方から御議論をいただきたいと思っております。

まず、事務局から資料の説明をよろしく申し上げます。

浅川加工流通課長 資料4について御説明をさせていただきますが、ちょっと先ほど言い忘れたことがありますので冒頭申し上げたいのですけれども、今日お配りする資料についてですが、もし、持って帰るのにちょっといろいろ荷物が増えるということであれば、事務局にて保管をさせていただきます、次回出席されるときに机の上に置いておきたいと思っております。

ただ、持って帰られる分にはそのまま持って帰っていただきまして、次回は新しくコピーをしたものを、きょうの資料をもう一度机の上に置いておきたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

では資料4に基づきまして、「水産物の消費・流通と価格の現状と課題」について、御説明をさせていただきますと思っております。

まず1ページでございますが、消費がどうなっているかというところから御説明をさせていただきますと思っております。過去40年間で生鮮魚介類、1人1年あたりの供給量は総じて増加しておりますけれども、購入量自体は逆に穏やかに減少しております。

具体的には下の図で粗食料という、これは魚の頭部とか内蔵とか食べられないところを含む部分でございますが、ここから食べられない部分を除いた純食料という、実際食べる部分のグラフを見ていただきますと、緩やかに増加をしている傾向にございます。

ただ、下の四角で結ばれたグラフ、実際の購入量自体は減ってきているという状況にございます。

じゃあ、その要因は何かというのが2ページでございますけれども、家庭の食料支出の動向を分析したのが左の表でございますが、これを見ますと、外食や調理食品、中食といったようなものの支出が増加している一方で、生鮮魚介の購入量が減っているということで、外食とか中食といった形での魚の購入がふえているのではないかとということが推測されます。

また右の方で、日ごろ最もよく購入する魚介類の形態ということで、切り身ですとか刺身ですとか、加工されたものという形で購入することが増えているということで、実際の魚介類ということで購入するものが、減っているのではないかとということが考えられます。

また、次の水産物の小売価格に対する消費者の実感がどうかということが3ページですけれども、下にありますとおり家庭の6割近く、夕食に魚介類を食べる頻度は週2日以下となっております。

その理由を聞きますと、肉類より割高だというのが最も多くて約4割になっておりまして、消費者は、それほど魚は安くないという感覚を持っておられるという結果が出ております。

価格の動向はどうかというのが、次の4ページでございます。左側の価格が、生鮮で流通しているものを比較したものです。これを見ますと、生産者の受取価格と小売価格の差は、大体2倍から5倍といった開きがあることがわかります。

右に書いてあります参考データですけれども、これは生鮮で流通しているものだけではなくて、魚の中には加工に回されたり、えさ用に回されたり、いろいろな用途に回されるわけですが、それをトータルして産地価格を出したものと、生鮮の小売価格とを比較したものでございます。

それでやりますと、さらに産地価格が低く、小売価格が高いという開きが出ておりまして、いわゆる産地の魚価安という感覚は、こういうところからも出てきているのかなということがうかがい知れるわけでございます。

次の5ページですが、産地価格と小売価格の推移でございます。まず、産地水産物の卸売価格の動きを見ておりますと、ほかの製造業の指標とそれほど変わらない価格を示しております。全体的に下がる傾向にございます。

一方、小売価格、消費者の価格を見ますと、ほかの価格というのはどちらかといえば堅調に推移しているのに対して、魚介類はそれほど上がってはいない、むしろ低く抑えられているという結果が出ております。

次の6ページで、水産物流通の現状がどうなっているかということを書いたものでございます。我が国の水産物流通の動きと申しますのは、2つの市場を経ている動きが中心になっております。産地卸売市場、消費地卸売市場を経て小売業者、外食産業、それで消費者に行くという経路でございます。

これはやはり魚の特徴と申しますか、産地では水揚げされる魚種が、いろいろな種類が満遍なく揚がるわけではございませんで、魚種に偏りがあるといったこと。それから、水揚げの量が海況によって変動が大きいという事情がございまして、また、揚がる魚の大きさもまちまちだというようないろいろな事情がありまして、まず産地の市場で仕分けして分化して出荷をするという作業を1つ加えた上で、消費地の市場で品ぞろえをして、そして価格を決めて決済をするといった役割分担をそれぞれの市場で担って、消費地に送り届けられる結果になっているわけです。

ただ、右の方のグラフを見ますと、消費地の卸売市場の経由率は相対取引が増えたり、また輸入のものが増えたりといった事情がありまして、長期的には減ってきております。平成15年度は63%という数字になっております。

現在、産地市場の状況はどうかというのが次の7ページでございます。水産物の産地市場の多くは漁協が開設しております。ただ、漁協そのものの規模が小さいこともありまして、規模が零細だということが非常に問題を抱えているところでございます。

国の方では、平成13年から産地市場の統合を進めてきているわけですが、現在の進捗状況を見ますと、卸売産地市場の数自体は全体の12%しか減っていないということにとどまるわけですが、一方で、取扱量自体は4割近くは減っているということで、1市場あたりの取扱量はますます減っているという状況になっております。

その結果、採算ラインと言われております10億円の取り扱いを下回る市場も7割となっておりまして、品ぞろえをするとか、集・出荷をするといった市場の機能がますます果たせなくなっているということが、懸念される状況になってきております。

じゃあ、市場が小さいと何が問題かというようないろいろな問題点を書いてあるのが、次のページでございます。まず、価格の形成自体の構造的な背景といたしまして、経済の低迷から、高価格品の需要が減少しているといったこと。また、調理食品や外食での供給、

あと量販店を通じた供給といったような魚の流れになってきておりまして、これらの大口の需要者や量販店は、余り高い価格の魚は志向していないといったようなことが、全体的な価格が上がらないことにつながっているのではないかと考えております。

また、産地の状況としては、需要がないにもかかわらず水揚げが大量に上がってしまったということがありまして、そういう場合は、かなり多くが安いえさ用に回されてしまって、全体の価格が下がってしまうという状況がございます。

また、産地市場が零細だと、水揚げ量の変動するのに比例して価格が上がったり、下がったりというような、価格形成機能がうまく発揮できないというようなことで、必要以上に価格が抑制されているのではないかと聞いております。

これは具体的に下に書いておりますけれども、一つのモデルといいますか事例ですが、例えば産地市場の買受人の方は小売段階での価格の制約があって、この表ですと110円とかそれぐらいまでの価格しか提示できないと。ポケットにそれしか入っていないという中で、水揚げ量が少なければ、普通はもっと価格が上がってもいいんですけども、110円しか提示できない。

一方で、水揚げ量が多ければ、どんどん低い価格で買い上げるということで、価格が上がる方向での弾力性がいまひとつなくなってきているということで、産地の魚価安感につながっているのではないかと問題意識を持っているところでございます。

そういった中で、各地では高付加価値化や流通効率化を進めて、できるだけ手取りを増やそうという取り組みが行われております。その事例を9ページに挙げてございます。

具体的な例を3つほど挙げておりますが、1つは関あじ・関さばという有名な事例でございます。

2つ目は、高級アジフライの事例でございます。これは惣菜メーカーに販売先、販売価格を契約販売という形で卸すことで、安定的な価格で取引をするということをやっている例でございます。

それから3つ目が、まき網アジの活魚化、ブランド化ということで、まき網という漁法は、大きいものも小さいものも一緒にとれてしまうというところがありまして、小さいものについては今まで安くしか売れなかったわけですけども、この漁協ではそれを少し蓄養してから出荷することで、高く売れるようになったという例を挙げてございます。

ただ、このような事例はなかなかまだ一部にとどまっておりまして、一般的にはこのような形での取り組みは、まだ余り行われていない状況にございます。

また、次の10ページですけれども、流通効率化の取り組み事例ということで、これは北部九州3県の取り組みでございますが、まだまだ体制がうまくできてなくて一部の魚種に限られているところはあるんですけども、インターネットによる電子商取引を活用いたしまして、外食産業、量販店、生協といったところからの注文を、この長崎県漁連が一手に受けて、そして福岡と大分にそれぞれ発注をして配送するということで、配送の効率化を図っているという例がございます。

これは、物理的には市場の統合をしたわけじゃないんですけども、機能的に統合をした1つの例ではないかと考えております。

また次に11ページですけれども、産地市場の統合というオーソドックスな取り組みも各地で行われております。これは2つのやり方がありまして、1つは物理的に統合してしまと

いうケース。これが上のケースでございます、山口県とか富山県の例でございます。

また次に、機能面で統合するということで三重県の事例でございますが、電子ネット上での入札を実施するというので、市場の機能の統合を行うという例が最近になって少しずつ出てきているところでございます。

国といたしましても、これに対して施設面ですとか、それからシステム開発というソフト経費への支援。あと、人材育成への支援といったものを行っているところでございます。

次の12ページでございます。このような形で、幾つか市場では統合の例が出てきておりますが、こういう統合をしている、実際、立ち会った方なんかに聞きますと、ハード面で施設を物理的に1つにしたり、新しいものを入れたりといったものも必要ですけれども、それとあわせて、人の問題ですとかやり方の問題というソフトなものも一緒に変えていかないと、市場は変わらないということをよく聞きます。

一般的にはなかなか市場統合は難しいと言われていた一つの要因としては、昔ながらのやり方にこだわって、買受人の新規参入ができないといったことで競争原理がうまく働かずに、価格がうまくつけられないといったような声がよく聞かれるところでございます。

一部の漁協では、下の右の方に書いてありますけれども、漁協の合併を契機にしまして、買参権をオープン化するというので、地元の旅館ですとか、漁協みずからが参入するといったことも行ってありますし、それから市場を統合することで、物理的に分かれていた買受人が一つになった。それで競争が始まったというような例も聞かれているところでございますので、こういうようなハード面だけではなくて、ソフト面の改革も一緒に進めていくことが大切ではないかと考えているところでございます。

以上が、まず最初の議題の説明でございます。

増井委員長 ありがとうございます。

まず、きょうの議題は2つに分けておりまして、最初の部分でございます。1番は、「水産物の消費・流通と価格の現状と課題」でございます。2番目の「水産物調整保管事業の現状と課題」は少し残して残りの時間でやりたいと思いますので、ただいま御説明をいただきました前半の部分につきまして、どなたでも結構でございます。量的にも多いし幅も広いので、時間の関係で難しいところですが、どこからでもというのはなかなか難しいですが、御議論を始めたいと思いますので、どなたか挙手で御発言をお願いしたいと思います。いかがでしょうか。

私が発言したらおかしいですけど、一番最初の水産物の消費動向の変化のところ、いつも私、原稿書くときに1人1年あたりの、これは生鮮だけなんですよね。トータルじゃないんですよね。水産物、魚介類の総供給量じゃないんですね、これ。僕はだざっぱに粗食料で大体70kgと。実際66.6kgぐらいなんですよね。70kgというのは、僕はいつも日本人は魚を食べているんだよというようなことを言うんですけど、これだとちょっと少なめに出ちゃうんですね。これはちょっと限定しておかなきゃいけないと思うんですが、生鮮だけですよね、そういうふうに理解しないといけませんね。トータルだと、ちょっとオーバーですけど70kgと言っているんです、私は。66.6kgぐらいの統計だと思いますが。純だと30kgぐらいになっちゃうんですね。粗食料でそれぐらいいきます。これは生鮮食料ですね。

いかがでしょうか。今、流通から、消費から、流通構造、それから市場のメカニズム、

あるいは価格形成といった4つぐらいの柱に分けられるかと思いますが、資料をもとに御説明をいただきましたが、この中で幾つか御議論すべきことを、お互いに少し御議論をいただきたいと思います。

増田委員、どうぞ。

増田委員 もう少し後で申し上げようと思ったんですけれども、保冷剤を入れてきたらだんだん解けてきたのであれなんです、消費する立場からなかなか理解が難しいのが、都会の消費地の魚介類というんです、生鮮状態ではとても今日持ってこられなかったので、干物になった状態のアジを買って、皆さんの御意見とか、あれをする材料にしていきたいと思いますと思って買ったんです。

これは産地直送のアジの干物です。これは八幡浜、先年見学に伺わせていただいたところが、直接漁港からの産直という形で通信販売に力を入れていらっしゃる。そこで送ってもらったものです。1枚270円です。

これはアジの一夜乾しというんですが、同じアジでも多分、漁場の御専門の方がごらんになると、これはいわゆる生食とか塩焼きで食べるようなアジとはちょっと違って、干物に向いているようなアジの種類じゃないかと思いますが、はっきり私にはわかりません。食べてはなかなかおいしいアジです。

一方、これがデパートのいわゆる名店街で売っているアジの干物で660円です。魚っていうのは微妙なもので、ちょっと型が大きいと値段がぼんと上がるというものだと思いますし、これは少し小さいかなと思います。

一方、これが普通のスーパーマーケットで売っているアジの干物です。これは2枚入って398円です。

この値段の差ですね。大変消費者の魚離れと言われているんですけども、この価格の違いというのが非常になぞめかしいところがあります。加工技術が進んできておりますから、味にそれほどの違いはない。

これは表示がとても怪しげなんですよね、「小田原加工干物」って書いてあって、必ずしも小田原でとれたアジとは書いてありません。あるいはドーバー海峡から来ているアジかもしれません。ただし、焼いて食べればそれほど味に遜色はありません。

産地ではこうやって頑張っ、直接消費者に届けるといふことに力を入れていらっしゃいますけれども、この大量流通の2枚398円にはとてもかなわないというのが実態だろうと。

一方、660円のアジというのは、結構買っている人があるという不思議なこともございます。多分これは流通の問題だろうと思うんですが、教えていただけたところもあればと思います。

それから、たまたま外食でやっていらっしゃる方も、きょう御同席でいらっしゃるの伺わせていただきたいと思いますけれども、外食における魚というのは、恐らくこれも同じく去年、私は取材させていただいたことでもありますが、骨なし状態の魚はかなり活用されて、その市場も大きくなっていると聞いておりますが、外食にこれだけ依存度が高くなってきている日本人の食生活の中で、その外食の中での水産物の活用はどういうふうに考えて実行していらっしゃるかを、お聞かせいただければありがたいと思います。

以上でございます。

増井委員長 どうもありがとうございました。最初にスタートで御質問いただきまして、ありがとうございます。

今の議論の柱は、まず八幡浜のアジが1枚270円、名店街は1枚660円、スーパーマーケットは2枚398円というところ、1枚約200円ですね。こういうような価格差があるということですね。ここを先に御議論を考えていただきたいと思いますけど、どうでしょうか、御意見を。

崎浦先生にひとつ、解説をしていただいた方がいいかもしれませんね。

崎浦委員 八幡浜のアジは、生のアジからつくっているものです。原料としては、関あじ・関さばと同じ海域から揚げているアジです。

増井委員長 いわゆるサキアジってやつですか。

崎浦委員 そうですね。ハナアジとかね、あれと同じたぐいですね。ですからこれは、もちろんお刺身にして食べても、もう少し型が大きくないといけないけども、おいしいものですね。

1枚これ、600幾らでしょう。

増田委員 660円。

崎浦委員 これは全然魚が別物で、非常に太っていて、身が厚くて脂も乗っている。脂の乗り方がここでわかるんですが。

それに比べてこの八幡浜の方は、このところに脂が多少あるということで、これはむしろ鮮度がいいということで、これも生からとっているんですが、鮮度がいいうちにアジの開きをつくって、これを焼いて食べますと、いわゆるK値という鮮度をあらわす数値があるんですが、その分母であるATPという物質が、鮮度がいいほど非常に量が多い。ということは、これを焼いたり、あるいは煮たりして熱をかけると、すぐイノシン酸が大量に出てくるものだからATPがイノシン酸に変わるんです。ですから、味から言うと最高においしい。

それから、これは輸入の冷凍アジ、あるいは国内のアジを冷凍して、それを根気よく出してきては加工するというアジで、これもこの脂の乗りぐあい、腹のぐあいを見ると決して悪いものではありません。

こう見て、魚を開いた形が丸いほど、アジとしてはいいものです。ただ、この八幡浜のものは頭を残して開いていますから、はっきりよくわかりにくいところがあると思いますが、非常にふっくらとするぐあいからいっても、いいアジですよ。ですから、普通にスーパーで売っているアジの開きとしては、非常にいいものですね、これは。グレードが高いものです。

あとはこだわりの中で、お金に糸目をつけなければ、やっぱりこれを食べたいですね。そんなところです。

増井委員長 どうもありがとうございます。勉強会をまずやってからということですけども。

崎浦先生に今、御説明いただいたのは、物によって値段は格差があるのは当たり前なんです。良いもの、悪いものって、そういうことでしょう。もうちょっと解説いただいたらわかると思うんですね。

やっぱり価格差は平均値じゃないから、良いもの、悪いもの、とれる場所によって全然

違うから単純に言ってもいけないんですね。高いものがあれば安いものもあるということなんですね。だからそれを総じて、どういうふうに議論するかということなんですけどね。

崎浦先生、価格の問題について、ちょっと説明していただいた方がいいかもしれませんね。価格形成と、きょうの資料を出した説明とをあわせて、議論の柱といいますか、価格をどのように議論したらいいか、ちょっと説明していただけますでしょうか。今のような例ですね。こんなに格差があるという。

崎浦委員 加工屋さんが、魚をとった人が自分で開くということはないんですね。まず別に加工屋さんがいて、加工屋さんが開いて卸していくわけですが、その目ききがどの程度きくかによって値段は変わります。

例えば今出てきました、国産だと思いますが、スーパーで売っているアジは、場所的にはほとんど済州島の近くで水揚げされて、しかも4月、5月のいい時期に揚がったものですね。これがちょっとでもずれると、アジがやせてきます。

去年は特にアジが豊漁で、この種の原料がふんだんに出たものですから、2枚398円の値段は安いと見ていいと思いますね。

それから、関あじ・関さば絡みで、その連想で八幡浜のアジを食べたいという方は、あれくらいのところがむしろ安いと思いますね。というのは、八幡浜の方ももう一回り大きい1匹が大体200gくらいになってくると、お刺身用で出荷していきます。これに比べて少しサイズが小さいので開いているんですね。

ドーバーというお話がさっきありましたけども、確かにドーバー海峡でとれたものが盛んに日本にも入ってきますが、ドーバーも時期をとりますと非常に脂が乗ったいいものがございますので、そのときの目ききで高く評価され、高い値段で流通するというのもございますので、一概に輸入物だからだめだということでは決してないんですね。

このほかにアジは、アオアジとかムロアジ、いろいろ種類がございますして、関西へ行けばマルアジがあります。マルアジを開くと、また別のうまさが出てくるということですね。

増井委員長 どうもありがとうございました。

価格の問題を議論するとき、平均値で議論するケースが多いいんですが、ただいま解説いただきましたようにとれる時期とか、とれる場所とか、それから脂の乗りぐあい、もちろん畜産物やなんかも全部そうなんですよ。大体いいものと悪いものという格差がありますから、価格は違いがあるというのを前提で議論しないといけないかもわからないですよ。

崎浦委員 このアジは、どっちかという売り手市場といいますか、売ってあげるから食べてごらんというアジですよ。だから良いものですよ。

ところが、普通のスーパーで売っているアジの開きになると、これはとんでもない。今、私が腹のところに脂が乗っているというお話をしましたけど、流通しているものは乗っていないものの方がはるかに多い。そうすると、せいぜい1枚100円。100円均一でよく出てくるようなアジは、それこそドーバーも含めてまじってくるということなんですよ。

1枚100円だとか、あるいはもっと安い値段、1枚88円ということで流通するものは、今度は買い手市場ということで、スーパー側が圧力をかけて、買ってやるから安く出せというアジに変わってくるということで、本当はもう1種類くらいありますよね。今度一緒に買いましょうか。

増井委員長　そうですね。大体私なんか、いつも5枚1000円というのと、1枚200円ぐらいですね、小田原で買ってくるお土産は。大体そんなものがパックに入って売っているわけですね。それも舞浜という形で出ているんですけどね。

沢田委員、どうぞ。

沢田委員　私は今は魚屋ですけども、30年ほどスーパーをやっていました。これはあるスーパーのアジの産地別という表があります。これは今言われたように、オランダ、アイルランド、ノルウェー、韓国、対馬、東海西沖、駿河湾に相模に銚子に萩という形で、今、先生が言われた季節によっておいしい時期のもの、値段のもの。ランクは値段がいいものから安いものまで、こうやって分布がされていますと。

これはすごいですね。こういうスーパーのバイヤーって今いないんですけども、その中からいいものはいい、中間はこれだ、並みはこれだという魚って必ずありますよと。高いものもあるんですよ、おいしいものは高いんですよというのを出さない限り、今、生産者の方がいいものをつくったときに、それはおいしいんだということをお客さんに伝える魚。

今、肉と違って魚がだめになっているのは、私が思うに、スーパーにすべて責任があるのは、魚って工場製品じゃないでしょうと。今、先生言われたように、とれた時期、浜、だれの責任でそれをお客さんに伝えるんだというのが、今、あやふやになっているわけですね。

それはスーパーの責任ですからとって、前回も言ったと思うんですけど、スーパーのバイヤーだけに頼っていいんですかと、本当に。スーパーのバイヤーで、生産者も流通業の人も、すべての人がお客様に、「このアジはおいしいんだけど、値段はやっぱり限定商品なんです。だから1枚500円しますよ」と。でも、納得していただけるお客さんは納得していただく。

安いのは安いなりに、お金もちょっと給料前で少ないから朝食用に、これは100円でもいいじゃないですか、80円でもいいじゃないですかというアジもありますよと。

先ほど先生言われたように、小田原のアジというのは私はよくお世話になっている、たしかイチコーさんという片仮名のメーカーが入っているんじゃないかと思えます。本当にピカーのいいものをつくれるメーカーさんだと思います、先生言われたように。

ここに出ていますように、スーパーは低価格戦略をいくと、低価格志向が強いと。そんなことないんです。低価格志向しか、今はとれないような。魚ってこういういいものもありますよとか、いろんなものを伝えるあれができなくなると、最後にやることは価格競争しかないということに追い込まれてしまうんですね。

私思いますけど、魚というのはバブルの成長期のとき、スーパーマーケットで昭和50年から60年代のころは、本当に単品大量生産でばーっといく時代でしたから、それでよかったんです。でも、今は単品大量時代が終わって、本当に1店舗1店舗が、それぞれ地域に合った商売をなさないとスーパーは言われている。そうなると魚の時代が来たんだって、私思うんですね。肉でもなけりゃ、工場製品でもなけりゃ、本当は国産の魚の時代が来たぞって思うんですけどそれが出て来ないから、今スーパーの鮮魚はすべて前年割れで来ているんです。

惣菜にとられたり、いろんなことをされているから、別に魚資源が落ちているわけではないんですけども、惣菜売場も苦しんでいます、皆さん。

それを解決してあげる方法というのは、今さっき先生が言われた言葉を、その商品にどう提示してあげるか、どうポップをつけてあげるか。今、先生が説明された言葉がお客さんに伝わる方法を我々は考えていかないと、生産者が一生懸命いいものをつくっても値段がとれないというのは、価格競争だけに入ってしまったということは、スーパーだけの責任じゃないんじゃないかなと。

これはぜひ水産業界全体が、今こそ国産の魚を大切に作るなら、今そういう時代に来た、間違いなくそういうマーケットの時代に来ていると。単品大量じゃなくて、欲しいもの、季節、旬といったもの、そして「あなただけよ」とか、「今日だけよ」とか、「この春だけよ」とか、「1カ月だけの限定よ」ということに、非常に今、お客さんは求められている時代が来たと思うんです。

昔は私、「全員にサービスしなさい」と言うて、ダイエーでもマルエツでも教育を受けました。「差別したらだめですよ」って。

今の時代は、「あなただけ」でもいいですよとか、「今日だけでもいいですよ」と言う方が、今、お客さんに感動と感激を与えられる。なら、国産の魚じゃないですか。

でも、それが末端とまだ一致できない。ですから、チャンスはあるだろうと私は思っています。今回の水産物の価格形成なんていうのも、それを解決すれば、本当に産地で良いものをつくった人は、お客様がお金を出していただける方法を見つければ、私はできるんじゃないかなと思っております。

以上です。

増井委員長 どうもありがとうございました。

森川委員、お願いいたします。

森川委員 私もこの間、美浜町ですけども中央公民館で、干物教室と簡単な魚料理をしました。そのときに、アジとハタハタとカレイをしました。若狭の海でとれたのをすぐに。すぐというと味が全然違います。どこのものよりもおいしい気がしますし、前にも福井県の県認定村の達人という人にも聞いたんですけども、冷凍のものを、干物を欲しいからというその時期に出してきてはするということじゃなくて、「とれたものをすぐにするのが一番おいしいんやから、うちのは全然味が違うんだよ」ということを聞いたことがありますので、産地をもっと大切にさせていただきたいなと思うんです。海からとれたものをすぐ加工して、販売する場所を欲しいなということ、海の者、浜の母ちゃんたちは、そういうことを願っているかと思うんです。

今見せていただきました。それはおいしそうに見えましたけども、間違いなく若狭の海でとれたものもすごくおいしいと思いますので、その点をまた、よろしくお願ひしたいと思います。

それで、魚を干物にしてからそれをずっと置いておくと、やっぱり傷むと思うんです。それで干物にしたのを冷凍にして置いておくのが一番いいということも、この間指導してもらった福井県の女性指導漁業士の方が言うておりましたので、そういうこともあるかと思ひます。

それから大きさですけども、今ちょっと大きくなると高くなっていました。一回り小っちゃいともう少し安いんです。1枚100円で美浜の方では売れておりますし、おいしいものがありますので、小っちゃくても味がいいですから食べていただきたいと思ひます。お

願います。

増井委員長 では西橋委員、願います。

西橋委員 消費者の立場から言わせていただきます。

今こそ消費者への魚教育が、また新しくなっているんじゃないかなと思うんです。私たちが子供のころは、肉よりも魚の時代でした。魚しかなくて、それも旬のものしかないわけですね。今はアジがとれるからアジばかり、次はイワシばかり、そしてまたイカばかりという時代に育ってきております。

高齢者にとっては魚というのはとてもなじみの深いものでありました。今の子供たち、それから今の私たちの次の世代になりますと、もう肉の時代になりまして、魚の冷凍の技術とか、保存の技術とかがなかったせいかもしれませんが、今ほど魚に対する思い入れもなかったし、なくなってきておりました。

それが今、その子供たちの時代になりますと、母親たちが肉で育てているものですから、肉はわかるけど魚はわからないという時代になってきていると思うんです。そういうことも考えますと、今また新たに魚への消費者教育が大事になってきているのではないかなと思います。

なぜかといいますと、先ほどスーパーのお話が出ましたけれど、スーパーの魚イコール二流品だというのが、私たち消費者にとっては頭から離れない。そこへ持ってきて、今までの小売りのとてもいい魚を持っていたおじさんたちが、時代の趨勢でなくなってしまって、魚をどこで買ったらいいいのか、私たち、本当に悩んでいるんですね。

スーパーの魚は、なるほど、押しなべて適当な値段であろうと。でも、それ以上のものを欲しいというときになると何もありません。なぜかという、本当の味を子供たちにも知らせたいという思いで、今度は産直の方に走ります。産直で、そのアジならアジのとれる港と連絡を取って、「じゃあ、これだけ願います」という個人的な産直を、私たちはやっております。そういうふうにしていかないと魚の味も守れないし、価格も、生産者の方も守れないと思うんです。消費者にとってはその役割も大きいのではないかなと思って、今、そういうふうな産直にも取り組んでおります。

それから水産物の小売価格ですか、家庭の6割近くは夕食に魚介類を食べる頻度が週2日以下。これは仕方がないことだと思っております。でも今、冷凍物の中食のものというんですか、あれは魚の調理が簡単でおいしいのがたくさん出ております。高齢者になりますと、今度はそれも利用させていただいております。

家庭で頻度が週2日以下ということであれば、やっぱり学校給食をもう少し考え直していただきたい。今の学校給食は、お魚は骨も全部とってあります。じゃなくて、骨も教育の中ということを考えれば、もう少し魚の消費もふえてくるのではないかなと思っております。

以上です。

増井委員長 どうもありがとうございました。

今、消費の方から、魚を子供たちにも食べさせていくような教育が必要だという話しの方向にしているんですけれども、価格のところからそういうところへ走ってっております、全部つながっているわけですが。

ほかに何か御意見。

矢野委員、産地側としては、今の御議論の中でいかがでしょうか。

矢野委員 例えば、資料4の8ページの左下の図ですが、これが実際なんですよ。

例えば今、私らの舞浜で、仮にアジでも何でもいいんですが、1t、普通平常的にとれていると。これがある日突然、20t、30tとれたとしましょう。そうしたら、価格はほとんど5分の1から10分の1まで下がります。かといって、全くほとんどいなくなったといったところでそんなに上がらないんですね。

これは仕方がない、どう言うんでしょう、日本人が食べている魚のうちの半分以上は輸入魚に頼っているんですね。そうすると、価格決定権を国内産の魚は握ってないんですよ。輸入魚に握られているんです。そうすると、その輸入魚で握られた価格で我々漁業者は、例えばスーパーなんかの買いつけ、最終価格は輸入魚がこれだけだよと。そうしたら、国内産もこれに近づけなさいという形で、価格支配されているんですね。

そうすると我々にしてみたら、今の競りという形ももう一つ、頭を痛くしているんです。大体普通、漁協なんかの産地市場では大概競りという形でやっていますが、これは相対の方向でないと収支が合わないなど。実際に、例えば定置網なんていうのは、相当資本を海に投下する漁業なんですよ。何億という資材を海に突っ込んで、それで収支を合わせるといいますか、償却もできない状態が現状なんです。そうすると、価格決定権を輸入魚に握られていること自体がまず問題だなと。

そして、日本の大手の水産会社と言われている日水さんやマル八、大洋さん、日魯さんもあります。ここら辺は一応水産分野といえますけど、これみんな商社でしょう。漁業なんかやっていませんよ、合わないもん。それより水産物を外国から輸入して、帳じり合わせた方がよっぽど収益出ますもの。

だから、こういうままでおると日本の漁業は末端の方で、今言われたように、高いものはどんどん入れていますが、そうじゃなしに、生産力自身が将来なくなってしまいますと。漁業は今一番、瀬戸際に来ておるところなんですよ。だから、そういう話をちらっとした。

それから、先ほどデータに出ていましたが価格の問題ですね。要するに、生産者価格と消費者価格の問題ですが、これは今私の実感として感じているのは、消費者価格の約2割ぐらいは生産者価格かなと思っています。これが20年から30年ほど前には、消費者価格のうちの4割が生産者価格だった。今は大体2割を割る、割らんみたいな状態に来てますね。

ということは、中間の流通で利益を取り過ぎです。これじゃ、生産者を殺してしまいますよ。私は富山県の片田舎にいますが、一応ほどほどの水揚げをしておる漁協なんですけど、この近辺で魚商さんはどんどん新しい家を建てていますが、漁師は全く新しい家を建てる力は持っていません、今。そんな状態なんです。これが今、形として、最終的に私、末端の消費者の顔を見ていないという部分があるんですが、そのような部分が出ているのかなと思っています。

それからブランド化の話もちらっと出ましたが、ブランド化をやるときは、魚そのものの品質向上にも結構配慮しています。皆さん御存じかなと思いますが、学校でカニ給食をやった漁協です、うちは。これは3年前になりますけど、全国5大紙で3紙まで1面カラーで取り上げてくれましたけど、ベニズワイを子供ら1人に1匹ずつ給食で出したところです。

新湊に住んでいるんですが、実を言うと昨日、富山湾新湊カニ祭りという形であったんですが、うちの地域は大体3万7000人ほどしかいない地域ですが、ここで大体10万人以上の人を集めました。昨日雨が降りまして、雨が降らなかったら15万から20万集まったんでしょうけど。

カニあたりにして、特にシロエビ、ベニズワイ、ズワイといろいろあるんですが、うちは魚種が多いから、その中でベニズワイなんかを、ほかの地域は大概2泊3日から3泊4日でとりに行くんです。ところが、富山湾は急峻な地形なものですから日帰り、それも午前0時ごろに船を出させて、そしてうちは午後の競りがありますので、午後1時に競ると。そうすると実際、漁場まで行く時間を差っ引いたら、海面に上がってきってから大体8時間から9時間で買いつけたところから、すぐあきんどさんはゆで上げてしまいまして味を固定するというので、品質の向上に対してはすごく気を使っています。

例えば、関さばや関あじにしたって手で触れないとか、扱い方に物すごい気を使っておるように、産地ブランドをしっかりとつくっていくと、その必要があるんですよ。

うちは何とかそれだけの余力があるからそういうようなことができるんですが、先ほどのアジの干物の話にしましても、一生懸命頑張っているけど、なかなかそういうPRの方まで資金を投入できない漁業者、そして流通業者さんあたりがいますので、そこら辺あたりを水産庁の方で考えて、何か手を差し伸べていただければありがたいなと思っています。

何せ漁業者が今、苦しんでいますよ。ある特殊な業種だけは何とか生きていますが、平均的に日本の漁業者は、大多数があしたが見えない状態です。でないと、ここ10年ほどの間に2割以上の漁業者が日本から消えているんですが、この先また10年ほどの間に、日本からまた2割以上の漁業者が減っていきます。そうすると、水産庁で言うところの水産基本法なんていうのは、丸っきり生産の部分が成り立たなくなりますよ。もうちょっと考えていただきたいということです。

ちょっと荒っぽい言い方でしたけど、済みません。

増井委員長 どうもありがとうございました。

そういった意味で、今日は消費からスタートさせていただいて最初に御発言がありましたので、消費の側からスタートをして議論してまいりました。

それから中間流通の話をして、今、生産者のお話を少し伺ったわけですが、どうもこの形ですとつながっていかなくて、かなり生産者が苦しいと。消費者は差別していろいろ買っているという形での乖離差が非常にあります。

しかし、中の流通機能についてもいろいろあるんですが、価格形成で輸入が非常に多いから、輸入物は価格形成力を持っているという御議論になってくるわけですね。その辺のところをどうのように考えていったらいいのかという、ひとつ大きなつながって論点が出てくるかと思えます。

恐縮ですけども、日本水産の原田委員の方から、ちょっとその辺の御意見というよりも実情でもよろしいんですが、少し解説を兼ねてお話をいただければありがたいと思います、輸入している側から。

原田委員 ありがとうございます。何か悪者にされてしまいましたけれども、漁業もやっていないというお話、私ももともとは船乗りでありまして漁業をやっております、今でもまだ日本フラッグの漁船は運航しております。

それから200海里の法律ができてから、大手の水産会社、遠洋漁業がやっていたんですが、海外の合併会社に移ってフラッグを変えることで生き残って、引き続き日本に輸入という形にはなりませんけれども、合併会社から日本の水産たんぱくを供給するという意味では、使命を感じて一生懸命やってきておりました。

おっしゃるとおりに、商事行為の部分も確かにございます。ただ近年は、日本水産はメーカーとして漁師の気持ちを忘れずにやっていこうということで、メーカーに立ち戻るという方針を明確にして、もちろんお客様があつての会社ですから、お客様のニーズをよく見きわめて、日本国内だけではなくて世界じゅうから、私どもはリーズナブルな価格でお客様に届けるということを使命にしてやっております。

そういった関係で、どちらかという調達とか生産の方が多いんですが、例えば悪名高き養殖の輸入のサケみたいなものは、つい先日までは輸入量と価格の関係というのが比較的明確で、日本全体の消費量が例えば50万tとしますと、大体350円ぐらいを中心に、50万tが55万tになると一気に値段が下がる。

逆に、50万tが45万tになると上がるんですが、先ほどの御説明がありましたように、余り急激には大きくは上がらない。ただ、日本のエモーショナルな感覚と言ったらいけないんでしょうか、物がちょっと増えると非常に敏感に反応するところがあるというふうに感じています。

全体の数量と単価を掛けたものは一定で、数量が減れば単価が上がる、数量が増えれば単価が下がるといった関係であつたはずなのが、非常にいびつになっていると感じています。これはサケと、それから国際商品になっている魚種、サーモンですとかエビ、白身魚、カニといったものは、非常にインターナショナルに取引される魚種なものですから、価格の変動は非常に大きいと思っております。

私は前回の水産政策審議会の中でも、日本国内の産地の魚価は非常に低位で上がってこないんですが、海外ではむしろそういった狂牛病の問題ですとか鳥インフルエンザの問題とかで、もともと水産物に対する健康志向で、少しずつといいますか、魚をたくさん食べましょうという傾向が欧米で強まっていて、特にマダラのような底物の白身の魚が資源が厳しくなって、それがアラスカンポラックですとか、南半球でとれるホキという魚ですとか、それからメルルーサみたいなものに移りつつあつて、白身魚の相場は非常に堅調。ヨーロッパの水産を管理している役人の方々が、油の燃料代のアップを吸収するぐらいの勢いで白身の相場が推移していると言われております。

そんな中で日本は、沿岸の漁業者を守らなきゃならないということで、何か補助を考えないといけないということを説明しますと、「いや、そんなことはないでしょう。欧米ではむしろ漁業者は、白身ですとかそういったものの魚価が上がって自立できるようになっているというような、国内と海外との差が非常に大きいなと感じております。

私自身も含めて、原因はいろいろあるんですが、国が援助をしてくれないとか、消費者がお魚を高く買ってくれないとかいろんなことをあれしても、やっぱり自分はそれに対してどういうふうにするのかということ、皆さんそれぞれが1人ずつ考えてやるという気持ちがないと、だれかに頼るとか、だれかをあれしてもあんまり解決にはならない。まず、自分はどうかということをお考えたいと思います。

以上です。

増井委員長 どうもありがとうございました。

崎浦委員 補足しましょうか。

増井委員長 時間も大分なくなってきちゃったもので、短めにお願いいたします。

崎浦委員 今、原田さんから出たとおりですが、1つ、海外の魚が国内の魚を圧迫するというのは、私はうそだと思うんですね。

というのは、海外は何も日本のマーケットに安売りで攻勢をかけてくるわけじゃない。日本人が自分で仕入れるときに安くたいて買ってきている。今、どうなっているかというと、海外は日本なんか売りたくない。だから、こんなに増産がされているサケなんかも、ノルウェーだってチリだって、日本なんか出したくない。

チリで言えばギンザケぐらい、日本人しか食わないから出そうかというぐらいですし、去年の夏以降、一時、ノルウェーからアトランティックサーモンが入らなくなったんですね、日本の価格では。ということで、近い将来、魚の確保が非常に競争になるということが1つ。

それからもう1つ、スーパーですけども、スーパーの売り場が赤字なものですから、人件費を削減するので1年生、2年生の社員しか置かないということで、売り場の人が魚の知識がない。

もともと消費者というのは魚のことを知らないんですよ、大昔から。それで魚屋が間に入って食べ方まで全部教えてつくってあげて、1次加工、2次加工までしてもたせるといふ商売なんだけど、そここのところをだれも今やらないというところが大きな原因ですね。

それからもう1つ、前回のときに申し上げたんですが、実は産直というのを洗い直してほしというお話をしましたが、これは例えば産地が365日、春夏秋冬続けて全部産直ができればいいけども、大体沖合漁業ですからそんな魚がいるわけないんですね。そうすると、時期が外れるとすぐに魚が入らないということで、スーパーのバイヤーも産直をすることが自分のステータスだということで盛んにやるんですが、私が30年くらい前にスーパーにいた時代は、まだスーパーのシェアが25%以下でした。今、75%を超えるという間に何が行われたかといったら、産直の拡大です。

産直の拡大というのはいろんな理由があるんですけども、結論としてどうなったかといいますと、シーズンが終わるとスーパーのバイヤーは、その魚については産直はしないと。市場で仕入れますと。例えば、築地なら築地で仕入れますということになるんですね。それで築地の荷受け、仲卸に対して、「おれは今まで100円で買っていたけども、今度からおまえのところから買ってやるから少し安く出せ」と。そうすると市場もはりきって、「じゃあ、95円を出しましょう」ということになるんですよ。

またシーズンが来ると、「今度は産直をやるよ」ということになって、スーパーのバイヤーは今度は産地に対して、「おれたちは今まで95円で買っていたんだ。産直なんだからもっと安く入るだろう」ということで、これが90円になる。大体1年に5%ぐらいずつ魚価が下がっているんですよ。10年やったら、ちょうど半分近くになっちゃった。

それで中間マージンの話がさっきも出ましたけども、中間マージンがどういうふうの問題かということ、例えば築地の仲卸が公表されておりますが、粗利益が16~17%とると。これは非常に高い。荷受けの工賃まで入れると20数%になるということで、じゃあ、産直をやるんだという姿勢なんですけども、結局、仲卸も量が減ってくれば率を掛けて出さざる

を得ない。

ですから、私はもう一回ルートを一本化して、本当に市場原則でも何でもいいから、消費地市場なら消費地市場に一本化すべきだと。極論のように思うかもしれませんが、そう思っています。それを通してもう一度、それから今の仲卸が粗利益が高いとか安いとかいう話はまた別の問題で、こっちの方は別のメスを入れるということで解決すべきじゃないかと。目先ですよ、今、産地の逼迫度を見ると、悠長に待ってられない。

以上です。

増井委員長 どうもありがとうございます。

先ほどの沢田委員からお話がありました点は、海外の動向が少し、従来の形より変わってきているというお話が1点ございました。これも1つ大きな、重要な問題かもしれません。それからスーパーの売り方につきましても、少し問題があるという御指摘がございましたね。

それからあと、今、崎浦委員からお話がありました産直の問題。産直を拡大する場合に端境期があるわけですよ。その場合にコンスタントに流通していかないという一つのギャップが出てくるときに、崎浦先生とつながってくると思うんですけども、その辺の問題を流通構造としてどうとらえていくのかという、一つの大きな課題が出てきたかと思えます。その辺をもう少し議論しなきゃいけないかと思えます。

なかなかこれ難問ですけども、いろいろと複雑なものが絡まってまいりますから大変厳しいと思いますが、これから先を考えていく場合に、ひとつ大きな議論をしなきゃいけない柱だと思いますね。

あとそうしましたら御発言のない方で、中央市場の伊藤委員、御発言ございますか。一言何か。

伊藤委員 きょうは崎浦さんとか沢田さんとか非常にお詳しい方がいらっしゃるので、私もきょうは楽なんでございますけども。

今、本当にお話がいろいろ出ておりますが、消費者の方の要求されることは本当に多種多様でございます。いわゆる質を求めている方、それから量を求める方、あるいは値段を求める方、安いものもいいんだと、高くてもいいものが欲しいんだと、おいしいものが欲しいんだと。

それから今度とる方の方々は、御自分それぞれのシーズンがあり、そして「おれたちのものは一番いいはずだと、どうしてこんなに安いんだと。何でもっとたくさん売れないんだ」といういろんなことがございますが、私ども消費地の市場としては、各地から水揚げしてくるもののいろんな情報なり品質なりを、トータルでこれを御提供して品ぞろえすることによって、そこにそれぞれの評価、高い、安い、たくさん売れる、あるいはこれはなかなか売れないというものの区別が今ついていると。

ただ、その機能がいろいろ御指摘のように、消費者の方の要求なり、あるいは市場自身のまだ欠陥がいろいろございます。今も利益率のお話が出ましたけれども、仲卸さんたちの、そういうある程度の高い利益率をとらざるを得ないという面もあるのでございますが、そういう面を含めて問題がたくさんあると。

しかし一番基本なのは、私どもが一番やらなきゃいけないのは、産地の方、それから消費者の方々に対して現在の漁獲の状況、どういうものがどういう特徴があって、今とれて

いるか。これは輸入物も含めてですね。どういう魚がどうなっているんだと。そして値段的にはどうなんだと、これからの傾向はどうなんでしょうか、おいしいものはどれなんだということを、できるだけ御紹介していく。

それから生産者の方にはそれぞれの魚について、どうすれば一番還元して消費に結びつくことができるんだと。そういうとり方なり、選択が可能であればとる魚種なり、あるいはとる時期なりを、もっとコミュニケーションをよくしていく。

私たちがまだ細々ですけれども、産地と我々消費地の卸とがタイアップして、そして魚を良い状態で、しかもおいしい時期にいい状態で、あるいは物によっては生かして持ってきてくださることによって、それを例えば今まで煮魚だったものを刺身で食べたらおいしい、あるいは非常に不当に安い、例えば言えばゴマサバなんかを、料理の仕方によって物すごくおいしく食べられる。

それを我々、いろいろ取引を通じて皆さんに御紹介しながらこういうものを広めていく。そして、少しでも評価を受けたものは生産者にお返ししていく、還元していくということをやって、20品目ぐらいになって徐々に伸びておりますし、お店でもリピートの率が非常に高くなっております。

そういうことをやりながら、生産者の方が一番原点ですから、いいお仕事ができるようにしていかなくちゃいけないと思うんですが、そういうことをみんなでやっていかなくちゃいけないと思っております。

増井委員長 どうもありがとうございます。

時間が押し迫ってきていまして、もう1つ議題があるものですから、今日御発言をいただいている方に、あとちょっと簡単に御発言をいただいて、次にいきましょうかね。ちょっと結論は出なくてもよろしいかと思えます。

あと二方いらっしゃるんですけども、私が御指名して申しわけないんですが、まず中田さんの方から一言お話をいただいて、それからロック・フィールドの田中委員から一言お話をいただきましょうか、5分ぐらい。

中田委員 大体皆さんおっしゃいましたので、私も特に申し上げることないんですけども、産直の話が出ましたので、私も地方の卸売市場をやっております関係で、最近市場を通さない流通が非常にふえてきているので、我々も困った問題なんですけども、その1つに産直というものがあるんです。

ただ、産直というのは昔からあったけども、また市場に戻ってくるという繰り返しなんですよね。産直をするときにいいときと悪いときがありまして、コンスタントにできないと。ですから、スーパーのバイヤーさんなんかも直接やるよという話があるけども、1回は成功するけどもまた失敗するという形で、必ず戻ってくる。

それから、全部のところから集めるなんていうことは1人じゃできないよということで、市場へ行けば全部みんな任せられるということもありますし、知識の問題だとか何とかという問題があって、市場流通というものが主流になってくるんじゃないかなと、私は期待しているんですけどね。

それともう1つ、いろいろな問題点ありますけども、最終的には水産は資源に集約されるんじゃないかなと思って、私はもう1つ、水産のTACの委員もやっているんですけども、水産物がどんどんどんどん減ってきているわけですよ、特に国産ですね。それが減って

いるために輸入に依存してくるという形で、昔に戻れば輸入なんかほとんどなかった時代があったわけですから、そのときでも十分に供給できたわけですので、資源というものを重視して、これからどう増やしていくかということになってくるんじゃないかなと思っております。

以上です。

増井委員長 どうもありがとうございました。

今御指摘いただきましたのは、産直と市場との関係の問題が1点ですね。

それからもう1つ、最終的に行き着くところは水産生産力で資源の問題。いわゆるそれはこの間議論しました、自給率の問題にかかわってきますよね。そういうところに行き着く。

しかしそれよりも、どういうふうにコンスタントに流通させるかと。こちらの委員会としては流通消費の関係ですから、その辺のことをやらなきゃいけないかと思いますが、一応くっついているわけですね、それは。当然だと思えますけども。

田中さん、お願いします。

田中委員 私の方は、先ほど外食、中食というお話がありましたが、私ども、その中食と言われる中で、百貨店さんをメインにお惣菜の提供をさせていただいているメーカーの購買の担当をしています。

私どももネームバリューがあって、拡販をされている方々に対しまして、そんなに大きな売り上げがあるわけではなし。ただ、百貨店という販売の中で、先ほどからおっしゃられますいろんな諸事情の中で中食、外食が増えていますよという中で、私どもがやろうとしていますのは、できるだけブランド価値、高付加価値政策をとる中で商品の供給をしていきたいなど。そこに差別化を求めたいなどということ考えながら、自社で加工なんかもしながら自社の店舗で、先ほどからおっしゃられます、消費者にしっかりとその物の良さを伝えるという行為を地道にやろうということで、農産物も含めまして、可能ならば産地との形成の中で、そういうものが今の消費者ニーズに伝えられればいいなどということやっております。

さらに、先ほど説明にありました資料の9ページの、山口なんかの瀬付きアジについても、私どもの事例を載せていただいている分だと思っておりますが、卸売市場さんから、「本当においしいアジがありますよ」ということで提案を受け、見せていただいたものは本当に脂が乗っておいしいと。

ただ、皆さんが固定観念で思われている量というものが非常に少ない。時期というものも非常に限られている。また漁についてもしければいいよという条件の中で、ゆえに価値観があるという考え方の中で、ぜひやらせてくださいねということやらせていただいた。

私どもは、もちろん先ほどからお話しされる大きな要因の中で、供給量の部分とかあると思っておりますが、これだけ先ほどからもお話しされています、私どもも非常に差別化され、多様化されているニーズの中で、すべてがブランド＝量というものではないと。もちろんそのものが非常に大切な部分もあると思っておりますが、いかにそれを多様化していくか。5つのものを展開するよりも、1つにまとめた方が楽なんです、そのニーズいろいろに対して対応していかないと、中食、外食がふえているといえども、物すごく競争も激しくなっているというのも片方であると思えますし、その中での対応というふうに思っています、

こういうふうな対応をさせていただいている部分があります。

23日の会議のときもそうだったんですが、農産物もそうですけども国産の需給の中で、先ほど言いましたように消費者に伝えるという中で、消費者が買われるわけですから、消費者に訴えていかなあかん中で、国産の魚という点に関したときの、安全性とか安心という部分は何なんだろうかと。もちろん、価格ですとか量の問題もあると思うんですけどね。

先ほどお話しのある、本当の消費者が考えられるおいしさというのは何なんだろうかと。いうことを、もっともってその連携の中で、ただ高いとか安いとか、とれている、とれていない、もちろんそのことも非常に大切だと思うんですが、そのことの差別化というのが非常に大切なんじゃないかなと思っています。

先ほどあります産直という中で、個人の方がネットを含め、自分で調味料も含め、こだわりの中でいろんなものが選べ、自分の満足の中で買われるという時代になったときに、なぜそういうことをされるのかということを見ると、そのものおいしいとか、安全で自分の理念の中ではそれをずっと使い続けたいんだということだと思うんですね。その後で、高いとか安いという問題が出てくる。

多分、ネットで購買されているものは非常に高いんじゃないかな。それでも納得されているがゆえに買われるということだと思うので、そのあたりの考え方、先ほどからも出ていましたように、消費者が最終、選ばれる中で、消費者のニーズを考えたときの連携の仕方、売り方というものが、もっと変わっていくべきじゃないかなと思います。

そのときに野菜がそうですけど、中国の残留農薬の問題が出たときに、先ほどからあります学校給食とか病院食ですとかいろんな中で、国産志向が非常に高まっている要素があります。

これは何かと考えると、やはりその部分じゃないかなと。そのときに、先ほどもお話がありましたが、海外の方が長けている部分は物によってあると思います。でも、国内が長けている部分というのを、もっともって消費者に伝えていくべきじゃないかなと。その部分が非常に欠けているんじゃないかなと。

そのときにもう1つは、やっぱり連携をとらないといけないと思ひまして、出荷されている方が、ただとれたから出荷するというだけでは消費者には伝わらないし、売っている方が、ただ原料が入ってきて加工して売っているということでも、今の話は伝わらない。出荷されている方も、どこでどんな加工をされて、自分の商品がどんなふうに消費者に伝わっているかということは、知っていて当然じゃないかな。また、そういうことの探究心というのは、出荷されている方が持たれると思ひますし、伝えるべきじゃないかな。

また、私どものような販売をしている者が、どこでどんなふうにとられ、加工されているのかなということももっともって知るべきで、国内ゆえにそのことがより明確になるみたいなのが、もっと必要になってくるんじゃないかなと。私どもは先ほど言いますブランド価値、差別化の中で、そういうことをもっともってやっていきたいなと思ひています。

それともう1点、魚は先ほどの資料の中で、ラウンドのままでの消費というよりも、中食、外食がふえる中で、加工されているものももちろんふえているわけですね。産地の方ではもちろんいろんな加工をされ、手間をかけられ、苦労されながら出荷されていると思ひますが、やはり今は現体のお話が非常に多いと思ひますね。

最終的に中食、外食が消費化していく中には、加工されているものとなったときに、産地での加工というものの明確化といいますか、いろいろされているんでしょうけど、情報の一本化ではないんですが、分散されるのではなく、連携されながらトレースでありますとか、そういうお話ができていくようにならないといけないんじゃないかなと。

その部分が国内と海外、中国と比べた場合、国内でする方がコストがかかるということでしょうから、それに対する何らかの取り組みがあれば、皆、国内での加工ということも、私どもの買う側としても非常に意識をしていくんじゃないかなと思いますし、そこに対する何らかが必要になってくるんじゃないかな。

それと先ほどおっしゃる、漁港で物すごく魚が一瞬にして揚がっているという情報があります。もちろん卸売市場さんを通じながら、また私どもも産地とのやりとりの中でそのことを聞くんですが、私どもの中食、外食の者がそれを買わせていただくとしたときに、先ほど1つは加工の問題があって、なかなかラウンドのままでは買えないがゆえに、安くていいものはみんな買いたくないんですけど、買いに行けないという問題と、その情報が、先ほど漁連さんを含め九州の方のネットを含めた、いろんな新しい取り組みという部分がいくてくるのかもしれませんが、その情報をどういう形で私どもが利用させていただき、把握をさせていただくのかという仕組みがまだまだなくて、先ほど言いましたように、ラウンドとして出荷はされ続けるんですが、価格形成の部分に効果がないというところ。その加工と、情報の部分に非常にコストがかかると思うんですが、この辺に何かをつぎ込んでいただければ、また変わってくるんじゃないかなと思っております。

増井委員長 どうもありがとうございました。

ただいまの御意見は、ロック・フィールドさんは中食を中心とした方でございますけれども、生産者側と消費者側がうまく連携していくと。その中で、もう少し国産へのこだわりということを、かなり強調されているように思います。

それからあとは安全・安心ですね。きょうは余り御意見出なかったんですけども、安全・安心についてこだわるといふ御意見もございました。これも一つ重要な論点かと思えます。

大体きょう、以上、全員御発言いただいたと思いますので、第1の議題につきましてはちょっとまとまりがつかないんですけども、論点をまた整理しましてということで、きょうは第1の議題はこれぐらいに切り上げまして、もう1つ議題がございますので、第2の議題に移りたいと思います。

## (2) 水産物調整保管事業の現状と課題

増井委員長 それでは次に、「水産物調整保管事業の現状と課題」について御審議をいただきます。

まず最初に事務局の方から、資料に基づきまして御説明をいただきたいと思えます。よろしく願いいたします。

浅川加工流通課長 資料の13ページからとなります。水産物調整保管事業の現状と課題というところから説明をさせていただきます。

国の方の制度として、水産物調整保管制度というのがございますが、これの仕組みと現

状について御説明をさせていただきます。

まず、事業の概要ですけれども、ここの図に書いてございますが、水産物というのは水揚げが一時期に集中するというので、それを全部市場に流しては価格が暴落する可能性があるということでございます。

そのようなときに、漁業者団体が水産物の一部を保管して、そして漁期でなくなったときに放出をすることで、市場を通じた水産物の流通量を平準化する取り組みを行った場合、その保管料を国の方から一部助成をするという事業でございます。

具体的な実績については、13ページの右の方をごらんいただきたいと思うんですが、やはりサバとかサンマ、アジといったものが多くなっているところでございます。

じゃあ、具体的にどういう効果があるのかというのは14ページですけれども、これは気仙沼のサンマの事例ですが、一番下の1月、4月とか書いてある下に放出時期が書いてございます。あと、棒グラフの上のちょっと濃いところが調整保管ということで、市場に出回ることをさせずに市場隔離をした量でございます。ここで市場隔離したものを、次の放出時期に市場に流すということで、流通量を平準化させております。

そういうことなんですけれども、なかなか見方は難しいんですが、本来市場に流していれば、例えばの産地価格の下落幅は、恐らくもっと大きくなっていただかないかと考えられますし、また、全く水揚げがない時期の消費地価格というのは市場に出回ることがないものですから、恐らくもっと暴騰していた可能性が大きいところ、それぞれ産地の下落幅が少し緩やかなものとなっております。また、放出時期における消費地価格が横ばいになっているといった効果のある魚種もございます。

ただ、実際なかなか余り効果が生じていないものもございまして、それが15ページなのでございますが、メバチについては、まず国内生産のウエートが低い。つまり、輸入物が別途出回っているということがございますし、また、実際市場隔離している量が少ないということで、市場隔離をしても産地価格、消費地価格に影響していないといった魚種も出てきております。

そういうことで、この事業の問題点ということで次のページですけれども、水揚げが集中しやすい水産物の価格の安定については、それなりに役割を果たしてきているわけですが、やはり限界があるというのが私どもの問題意識です。

1つは、もともと需要サイドの要因によって、中長期的に価格が低迷しているようなものについては、余りこの事業は効果がないと。つまり、出回る量を平準化しても、もともと価格がどんどん低くなってきているようなものについては、余り効果が出てこないというのが1つ。

それからもう1つですが、実態として市場を通じて買い上げたり、放出したりしているものですから、先ほどから御議論が出ているような中間マージンなどなどの問題は、どうしても出てしまうというのが2点目。

3点目が対象魚種の限界ということで、まず1つ目としては、保管をしてから放出をするということですから、鮮魚が対象になっていないということが1点です。したがって昨年、まだ記憶に新しいところですが、サンマが大暴落をしたときも、生鮮流通だったものですから、この事業での買い支えがきかなかったということがございます。

それからもう1つ、1つ前のページのメバチの例でもありますように、輸入物が価格形

成の主導を握っているような魚種については、幾ら国内産の流通量を平準化したとしても、全く効果が出てこないという問題があります。

このような問題を少しでも解決するために、次のページですけれども、平成18年度で今、予算要求をさせていただいているものですが、新たに安定供給契約型というのを18年度から始めることにしております。これは従来の需給を調整するといったものではなくて、加工業者ですとか量販店ですとか、安定してそういうところの方たちを相手に供給をするといった取り組みをする方に対して、その保管料について助成をしようというものでございます。

これによりまして実際、加工品とか量販店を通じて消費者に魚が流れているという構造に対応して、生産地が魚を流通させていこうという取り組みを支援できるかなと考えております。

また、この新しい事業は鮮魚も対象とするということ。また、現在幾つかの県漁連に限って助成の対象としておりますけれども、例えばそれぞれの地域で行うようなスポット的な取り組みに対しても助成をするといったものを通じまして、そもそも消費拡大といいますか、加工業者とか量販店といったところに国産の魚を売り込むといった取り組みをしようとする方たちに対しても、新たに助成をしようということを考えております。

以上でございます。

増井委員長 ありがとうございます。

ただいま、水産物調整保管事業のシステムと、それから事例的にサンマとメバチということで、メバチの方は効果がちょっと弱いのではないかというお話がございました。

それから最後のところで、新たな調整保管事業の試みといたしまして、安定供給契約方式といったものを志向していくというお話がございました。

ただいまの水産調整保管事業につきまして、少し御議論をいただきたいと思いますが、どなたか御意見ある方から、まず挙手をお願いしたいと思います。

矢野委員、どうぞ。

矢野委員 サンマあたりの、そろそろ輸入の方がウエートがだんだん大きくなってきているから、これもメバチと同じパターンに入っていくのではないかと思います、たまたまそういうふうなことで。

それから、調整というのは結局、塩蔵であれ冷凍であれ、これは標準的には冷凍するか冷蔵するかですね。

ただ冷凍なんかしたら、特に日本全体眺めてみて、冷凍庫の設定温度はちょっとばらつきがあり過ぎて悪いところが多いよ。

〔「設定温度ですか」の声あり〕

矢野委員 うん、設定温度。大体マイナス40度を、維持費を考えますのでマイナス20度前後ぐらいでやっているでしょう。設備の古いやつだったら、マイナス10度そこそこしかならんと。特に冷凍する魚なんかいたら、中のしんまでしっかり凍ってないで、途中中途半端な格好になっていて、冷凍をかけたときは相当鮮度のいいものでも、仮に2～3カ月置いて解凍したときに、くしゃくしゃになっているということが結構あるんですよ。

そういうようなことで、鮮魚あたりは我々は魚をとっているわけですが、その前浜でとれている魚は加工屋さんには買いつけてくれないんですよ。これあたりも、冷凍した魚をそ

の日、仕事する分量だけ解凍して使っているんです。そうすると目の前にいい魚があっても、もう解凍して準備していますので手が出ないんですね。そういうふうな問題も、さっきの話ですが、ちょっとついでに言うておきます。

それから産直の話、さっきの話で延長になりますが、今イワシが高いんですが、ある時期マイワシなんか結構上がったときに、イワシをあるスーパーさんに「売ってくれんかい」とお願いしたことがあるんですよ。「嫌」だと言われた。

何でかという、売り上げが上がらんそうです。一般の、今はイワシが高くなっていますが、プリカイワシと言われていますが、あの当時はイワシは安かったんですよ。だから、仮に北陸の方では特にフクラハギという言い方をするんですが、プリの幼魚です。これあたりを1本売れば、大体800円や1000円で売れるわいと、刺身なんかにしてね。

ところが、イワシを3匹や5匹売っても、安いのはわかっておるから200円しか売れないんだと。そんなの売っていたら売り上げが落ちるから嫌だよという話もありますので、話としては一応聞いておいてください。

ただ、サンマもいよいよこのパターンに入ってきますよということと、今のパターンを進めていくとなったら、冷凍施設あたりしっかりしたものを使わないと、指定するというのをやらないと、調整をかけながら、あとそれをだめにしてしまう可能性があるということ、ちらっと言うておきます。

増井委員長 マイナス40度ってF級冷蔵庫でしょう。

矢野委員 いや、それより今だったら、冷凍で大体マイナス70度ぐらいにかけて、60度維持ですよ。ですから、細胞膜が破壊されないでドリップが出ないんです。

増井委員長 60度ぐらいでね。

矢野委員 はい。大体冷凍マグロがそうでしょう。だからそれをやると、解凍したときにしっかりした刺身で、しっかり食えるものになるんです。そういうことです。

増井委員長 今、イワシの話も出てきましたけれども、イワシも選別をしっかりとやれば鮮魚で売れるという話もありまして。

矢野委員 イワシは好きなんですよ、日本人は。好きなんですが、イワシは今はちょっとイメージが変わりましたが、ある一時はイワシは安い魚だった。うまいけど、これも食べたいよと。だけど、イワシを売っておっちゃ売り上げが上がらないんだということなんです、言いたいのは。それで話がけ飛ばされました。今だったら、イワシがあれば飛びついてくるかもしれませんが。

増井委員長 蛸島のイワシなんか、今現在どうですか。蛸島あたりは選別して大阪に持っていつているんでしょう。あそこは完全な鮮魚ですよ。

矢野委員 関西は特に2月にイワシ、しっかりとれますのでね。

増井委員長 あれは高いですよ。

矢野委員 ただ、逆にイワシの質は上がっていますよ。脂抜けますもん。

増井委員長 そうですか。

ほかに御意見。

では森川委員、御発言をお願いします。

森川委員 今、イワシの話が出ましたのでお話しさせてください。

今、切り身とか骨なしというお魚が増えておりますし、高齢者にとってはよいのかもしれない。

れませんけども、子供たちにそれをずっと食べさせるということは、大きくなってからがちょっと怖いなと思います。

それで、イワシなんかの魚を丸ごと食べるとか、小魚を食べるということも大事だと思いますし、子供がアジなんかで骨についているところもむしって食べるということが、すごく大事なことなんじゃないかなと思います。

ちょっと話が飛びますけども、何か便利になり過ぎて、子供たちが引きこもりとかニートとか、そこまで言うのだめなのかもしれませんが、そういうことにも関係があるのではないのかなと思ったりもするのです。やっぱり自分で魚がとれるのを見たり、むしって食べるということをしていくことで、骨のところについた魚の身がおいしいなということを知らせることも大事かと思います。

増井委員長 今のお話は、私の子供のころもそうです。今、私の年代の人たちが懐かしがって話をしますね。イワシがとれた浜で、そのままぱっと生で食べていたんですね。そういう生活を我々はしてきましたからね。今の子供たちはそういうのがないからね。そうすると、魚に対する親しみも出てきますから、そういう機会をつくった方がいいと思いますね。そうすれば理解も深まると思いますから。

森川委員 よさを知らせてほしい。

増井委員長 今の調整保管事業にかかわる御意見で、どなたかいかがでしょうか。

では崎浦委員、お願いいたします。

崎浦委員 私はここの中に1つ、輸出ということを取り入れるべきだと思うんですね。そういうことで、価格をぜひ底上げしてほしい。

今の保管事業を見ていると、いいように値段を最後はたたかれて処分をしているのを見ると、これならば最初から輸出した方がいいんじゃないかということですよ。

それから、新たな保管事業の実施の件ですけども、水産加工業者が本当に零細で、量をまとめて買いつけられるかなと。ですから計画書を出して、必要量を安定的に供給していくという条件にしないと受けられないんだと。小売店のスーパーがやるということについては、ほとんどこれは期待できない。スーパーはリスクをとりませんから。

増井委員長 今、2点御指摘がございました。1点は、調整保管事業の中に輸出事業も入れると。調整保管して積極的に輸出するという形で価格を維持するということですよ。それが1点ですよ。

それからもう1つは、スーパーマーケットの方はリスクをなかなか負担できないので、安定契約供給がなかなか難しいんじゃないかと。加工業者も零細だから難しいという御意見ですか。

崎浦委員 ですから加工業者に対して、計画的に出荷していくと。スーパーははなから、この話は乗らないですよ。

増井委員長 そうすると、先ほど矢野委員からお話がありましたように、加工業者は既に計画的に解凍したり何かしてやっているのに、なかなか新たな買いつけもしないじゃないかと。

崎浦委員 いや、鮮魚についてはやらない。これは作業の段取りからいってできていますから、きょうの作業の分は。ですから、鮮魚は無理だろう。だけど、冷凍物になったらまた別ですね。

増井委員長 コンスタントに作業計画をつくっておれば、それはできますよね。

崎浦委員 そうですね。だから、その場合は冷凍魚ですよ。

増井委員長 これだけの量をこういう形で、一日これだけ加工していくという量がわかればですね。それは可能性がありますね、冷凍でしたらね。

崎浦委員 はい。今行われている調整保管の対象魚というのは、そういうふうにして加工されているということからも、別に新しいことではないわけですよ。

増井委員長 ほかに、まだもう少し時間がございますが。

それでは増田委員、お願いいたします。

増田委員 今、家庭内調理の時間はどんどん減ってきてしまっていて、少し前ですけど、ハモنزの法則という変な法則をアメリカで唱えたハモنزさんという人がいて、家庭内調理の時間は前の世代の半分になっていると。その計算をしていくと、昔4時間、これはまきを燃やして調理をしていた。今、15分と言われているんだそうです。

15分というのはアメリカの話ではありますけれども、日本でも家庭内調理というのは、これだけライフスタイルが変わってきて、暮らし方が変わってきたと同時に、みんな外で働くようになって調理の担い手が分散しちゃっていると、これは当然だと思うんですよ。

そんな中、夕方になれば魚屋さんに行って魚を買ってきて、おなかを出して焼いて、夕げの支度をする風景というのはもはや期待もできないし、ありもしないだろうと。

そんな中で考えてみますと、もちろん魚の味を覚えるために、魚を正しく伝えるために、生きのいい魚を頭ごとむしゃむしゃ食べるという、日本らしい魚食文化が伝わってほしいし、伝えたい。どうしたら伝わるだろうかということもありますけれども、食べやすい形で、受け取りやすい形で魚を消費者に提供する。

それは中食もその役割を果たしているし、一種の量販店、スーパーでしょうか、行くところに言えば、先ほど私が申し上げました、加工地は中国ですけども、原産地もノルウェーが多いですね、骨をとった骨なし魚が出ていて、そんなものを提供するルートというのも、好ましくないといって排除するんじゃなくて、骨をとった魚もある、368円で2枚買える大量流通の干物も含めて、そういうものにも目を向けてやっていかないと、ますます魚から庶民が遠ざかってしまう、遠ざけられてしまう。

保管の話は今伺いましたけれども、聞くところによりますと、サンマというのは一番冷凍に向いた魚であると。戻して氷水に漬けて店頭においておくと、全く鮮魚と変わらないって、私がよく行く魚屋のおじさんも言っていました。現に今の時期ぴんぴんしたサンマが、1尾200円でそこでは買えるんですね。

だから、そういうふうな提供の仕方というのもあって、価格が安いときに保管をしておいて、適当な時期にそれが買いやすい値段で店頭で並ぶということも、なかなか結構なことじゃないか。残念ながら今の時期、サンマの塩焼きを食べたいというふうには思わないんですけども、魚種によってはあるんじゃないかと思っております。

以上です。

増井委員長 ありがとうございます。

沢田委員、どうぞお願いいたします。

沢田委員 スーパーの攻撃が非常に激しいんですけども、今、マーケットが物すごい変化していますと。それに対してスーパーが、変化に今対応しようとしていますね。それ

に対して産地の方や流通業界の人たちも、変化をしていかないといかんわけですね。消費者が主役なんです。マーケットが変化しているのに、果たしてスーパーマーケットが変化できなかったために、ダイエーさんはちょっとおかしくなったんじゃないですかと。それは何もダイエーの内部じゃなくて、マーケットの変化に対応できなかった。

そのマーケットの変化、先ほどから産直という話があります。30年私、スーパーで魚屋をやっていますが、値段だけで産直したら、それは成功するわけじゃないですよ。ここにおられる伊藤社長とかの築地の方が何ほか価格はですね……。1年通しては安いですよ、スポットじゃ安いときはありますけど、でも私たちがなぜ「産地へ行ってみようか」と言うのは、本当にどんな選択をされているのか、荷受けの築地の市場の方たちが産地でとれた魚の選択をされているわけですね。選択からこぼれている商品もあるわけですね。それが本当に今の消費者にとって価値がないのか、あるのかを私は見に行くのが一つですよ。

マーケットが変化していれば当然ですね。産地でこれは価値がないと決めているのは、だれが決めているんですかと。それは消費者が決めているんですかという目で見たら、いや、こんな宝物がいっぱいあるじゃないかと。

それから水産業界の流れだけで、スーパーの魚屋だけでいくと、外見上の価値だけでいくんですよ。サンマだったら40尾、45尾じゃないとだめだとか。それはなぜかといったら、パックするからでしょう、切り身にするからですよ。

でも世の中、先ほどから出ている、隣におられる中食とかスーパーの惣菜を見てくださいよ。「スーパーの惣菜で国産の魚を使っている惣菜があったら、手を挙げてください」と言ってみてくださいよ。アジのフライとかいったら全部オランダ産ですよ。あのイトーヨーカドーの、私から言うたらスーパーナンバーワンの惣菜でしょうというところで、国産の魚を使っている惣菜があるなら、私は本当に……。まあ、サンマぐらいですね。

ということはなぜですか。それは計画販売、先ほどから出ている計画仕入れ。それから惣菜というのは、築地の市場とか産地に行く歴史がないんですね。後から出てきた部門なんです、スーパーで。それがスーパーの魚屋を抜いてしまったと。

でも、本当に歴史がないために、魚のバイヤーでさえ魚の価値を知らない、知識がないのに、惣菜のバイヤーに魚出身者なんかいるわけじゃないんです。スーパーの惣菜を見て、今が春ですか、秋ですか、夏ですかなんていうことを言うているのはほとんどないですね。だから、机の上で商談しているわけですね。そこにおられる日水さん、加ト吉、ニチレイさんとか大手の人たちが、惣菜へばーっといかれるわけですね。

それはそれでいいと思うんですよ。アジフライだったら中国で加工しましょう。イカだったらタイ、ベトナムでやりましょう。でも、それは1年じゅうずっと安定してアジフライを売りましょう、ずっと安定してイカリングを売りましょうという、1年安定した商品供給をしましょうというのがそうです。でも、それだけでお客さん、今満足されるんですか。やっぱり国産の魚こそ、春夏秋冬……。

ただ問題、デメリットがあるんですね。先ほどから出ている、どーんと生産が上がった、生産量がとれたという情報が、先ほど田中さんが言われるように、スーパーに入って来ないんですよ。それを話をすればワンフローズンでいいから、この価格だったら凍結してくれということができる仕組みさえつくれば、私は国産のサバだろうがアジフライだろうが、1年じゅう使うのはオランダのアジでもいいけど、旬のときのアジがありますよって、

魚屋のスーパーの惣菜に行けば、おいしいアジフライがありますよと。

形が変わると、今までまたいでいて、これは価値がないと。サンマはこのサイズじゃないとだめだとかいうのは、我々魚屋が決めていた価値なんですけど、あれをぶつ切りにして、これを空揚げにしたらいけないか、竜田揚げにしたらいけないかと。そしてお客さんにそれを食べてもらったらいけないかと。今度はサイズの価値がまた変わってくるんですね。そういうことの末端の価値と産地の価値を、どうやって一緒にするんですかというのが1つ。

それと、計画生産、計画販売じゃなくて、本当に春夏秋冬、今月だけよとか、限定される数量という非常に不安定な情報を、どうやって末端につないでいくか。これが私は今、魚業界、水産業界が一番おこなっていると言いながら、でも、おこなっているんだけど、裏を返せば物すごいマーケットがあると。

肉屋さんみたいに鳥、豚、牛しかない世界。八百屋といっても数知れていますね、ハウレンソウか大根かニンジンですね。魚といたら、北は北海道から。名前が違うんじゃないか、魚種名までわからない魚はいっぱいありますね。それを価値がありますよということ、代表県の関東や近畿のお客さんに伝える仕組みをつくったら、何ぼでもお金がとれる。

ただ、昔ながらの大量生産の一方通行の制度や、調整保管事業というのも末端から、スーパーがだめじゃなくて、スーパーはだめなんだけど、そのだめなことをはっきりと明確にしてあげて、そしてこうすれば魚惣菜売場でも本当に春夏秋冬……。

それで、今の共稼ぎの主婦が家庭で料理ができない。だから惣菜に行くんだ。おなかいっぱいにするだけのために惣菜を買っていったんじゃ、家族の会話なんてできるわけないですね。でも仕方がない、調理する時間がないから。

だったら春夏秋冬、おいしいものが外でできているんですよ、温めるだけでいいですよってやってあげれば、子供だって、おやじだって、「あら、もう春だ、秋だ」という会話ができるようにするのを、スーパーだけに頼るんじゃなくて、国産の水産に従事している人たちみんなやっていけば、奥さんも安心して共稼ぎができて、そして本当においしいものが出せたら子供との会話ができるじゃないですかと。これは水産だけができる、やっぱり肉はできないですよ。これは魚屋だけができる、家庭の食事をつくっていく、大きな武器になるだろうと思っています。ぜひ、やっていきたいなと思って日々やっています。

以上です。

増井委員長 ありがとうございます。

ただいまの御意見は、魚屋のパラエティー、パラエティーが非常に多い魚、地域性もある。そういったようなものを前提にして、いわゆる中食を中心として、各家庭でもっと魚を食べるようなシステムを、要するに産地と消費者と情報をつなげて、上手にやっていけばいけるんじゃないかという御意見だというふうに私伺ったんですが、それでよろしいですかね、そういう御意見でしょうかね。これも一つ検討課題だとして、どういうふうにしてそれができるかということについても検討していかなきゃいけないかと思えますけれども、御意見としてあれしたいと思えます。

時間がちょうど4時ということでございまして、あと2分ぐらいございます。あと1点、お一方、御意見をいただいてあれしたいと思えます。よろしく願いいたします、どうぞ。

西橋委員 今のお話のことですけれども、産地の役割ということで、これは何年来、地元の方では言われていることなんです。それがなかなか、こういった会議にも話題になるのも私は初めてではないかと思いますが、地方の産地ではとてもこの問題は大きな問題で、じゃあ、とれたものをどうやって消費者に渡そうか。じゃあ、こういうふうなやり方でやろうじゃないかということで、産地の消費者自体ではそういうことになるんですけども、その上の段階に全国的になると、全然そういうふうな話はどこからも聞こえてこないんですよ。これは産地だけの問題じゃないと思いますので、これからぜひどうぞ、私たちも一緒になって考えていきたいと思います。

増井委員長 どうもありがとうございました。前向きに検討していくということでございます。

それでは、まだ御議論が煮詰まっていないんですけれども、今日、前半の消費・流通に関する現状と課題と、それから調整保管に関する2つの議題について御議論をいただきました。

以上で議題を閉じたいと思います。

#### 水産庁長官あいさつ

増井委員長 今日、水産庁長官に御出席いただきましたので、ここでごあいさつをいただきたいと思います。よろしく願いいたします。

小林水産庁長官 遅れてまいりまして、大変失礼いたしました。冒頭にごあいさつすべきところだったんですが、ちょっとこの段階で恐縮でございます。

本日から、加工流通消費小委員会を開催させていただきました。委員長初め皆様方には、ぜひよろしく御審議のほどをお願いいたします。

一言で加工流通消費となっておりますが非常に幅広く、きょうも本当に多くのいろいろな考え方の御意見が出たところだと思います。

我々、常に流通消費加工関係のいろんな施策を進める上で悩みますのは、ある意味で非常に多段階で地域性があるって、今ありました、例えば畜産物とか水産物とか農産物、みんな違うわけですね。そういった中で、一つの流通消費のシステムがあるわけですけども、やっぱりそれぞれ違いますし、そういうようなその時々々の輸入とか、それから食の安全・安心の問題とか、さまざまいろいろなそういう事柄の関係で常々動いています。

そういった動きをよくにらみながら、政策としてどういう形でいろんな支援をしていくのか、それから方向づけをしていくのか、これは非常に難しい事柄でございます。農林水産行政でいろいろなことをやっていますけども、担当者初め一番悩んでいるところでございます。

ただ、そうは言いながらも、非常に大きな切りかえのときでございます。前から言われていることでもありますけども、今の輸入との関係、今の国際化の流れは当然これを見ながらやっていかなくちゃいけないわけでございます。そういう中で消費者の皆さんのニーズをどういうふうに把握するか。

それに対して国産のお話も出ましたが、こういった形で国産の意味、あるいは優位性、これは表示等いろいろな問題がありますけども、そういうのを含めて訴えていくのか。

これからは食育もございます。食育の議論は農林水産全体で進めておりますけども、とりわけ水産としてまたどうするかということも課題でございましょうし、それからとにかくコストは縮減しないと、どんな商品であれ産業であれ、これから日本においては必要が求められてございまして、そういう意味で各段階、生産者は生産者、加工流通は加工流通、それから消費者の皆さんにも理解していただくと。こういうのをシステムとしてどうやっていくかという課題がございまして、この辺も今いろいろ議論が出ました。

私は率直に言って、産直とか市場流通とかいろいろなシステムがございまして、結局それは最終ユーザーの消費者に向けて、どういう形でやっていくのが一番望まれるかということに尽きるし、そういう意味でもさまざまなやり方があるんであろうと。これこそ地域なり産品なりで変わってくるでしょうし、その時々状況にも影響されていくんだと思っています。

ですから国としてはそういった流れの中で、例えて言えば、もし今ある国の規制というものがもしマイナスになっているのであれば、それを見直さなくちゃいけない。それから、もし有効な支援策があって、それを使うことによっていい方向に向かうのであれば、それは採用しなくちゃいけないということでございまして、この協議会の議論も、最後はそういったところにうまく到達できればと考えております。

それからいつも申し上げることでございまして、流通・消費の関係は農林水産全体にわたる事柄でございまして、水産物というのは一部であります。ですから本当は、総合食料局の担当課長に来てもらっていますので、そちらの方でも全体としての食品としてのあり方を議論をしていますから、そういうものを折々紹介していただきながら、方向づけをしていきたいと思っています。

非常に短い時間で、多面にわたりましていろいろ御議論をお願いすることになりますので、本当に委員長初め皆さんに恐縮でございまして、どうぞよろしく申し上げます。きょうはどうもありがとうございました。

増井委員長 どうもありがとうございました。

## 次回の予定

増井委員長 なお、次回の会議でございまして。次回の会議は委員、特別委員の皆様のご日程を事務局の方で確認していただきましたところ、最も都合のよい日が3月13日でございまして。来月の13日、月曜日に次回の会議を設定いたしたいと思っておりますけれども、よろしいでしょうか。ちょっと日程は短いんですけども、3月13日の月曜日に次の会議を設定していただきます。

〔「時間は何時ですか」の声あり〕

増井委員長 時間は同じ時間でしょうか。大体2時ぐらいでしょうか。テーマは「水産加工業」となっておりますので、きょうの話にまた続けて関係してまいりますので、次回にお願いしたいと思います。

それでは次回は3月13日、午後2時から会議をさせていただきます。きょうの会場とちょっと変わりますので、この裏側になります経済産業省の別館で開催いたします。詳しい会場の御案内は、後日皆様方に御通知をさせていただきたいと思っておりますので、何とぞよろし

くお願いいたしたいと思います。

本日はお疲れさまでした。どうもありがとうございました。終わりにしたいと思います。

閉 会