

我が国周辺漁業資源調査

—鐘崎漁協における漁業就業構造の変化—

宮本 博和

福岡県では、TAC制度の施行（平成9年1月）にあわせ、管理対象魚種の漁獲、出荷、流通の状況及び管理対象漁業の操業や経営実態を明らかにし、管理計画の作成とTAC制度の円滑な遂行を目的とする調査を実施している。

今年度は、今後の管理対象漁業（中型まき網）の将来方向を検討するための基礎資料として、鐘崎漁協における漁業就業構造の変化の実態についてとりまとめた。鐘崎漁協の位置を図1に示した。

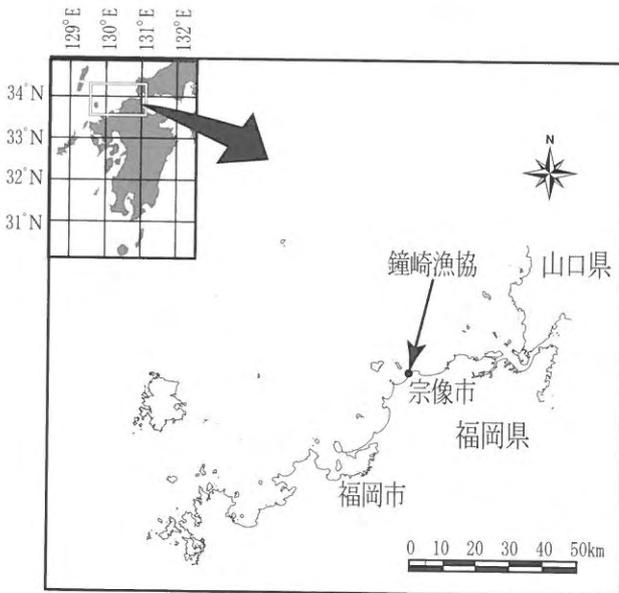


図1 調査対象漁協の位置図

材料及び方法

統計調査 鐘崎漁協における漁業就業者の年齢構成の推移をみた。なお、年齢構成の推移は、漁業センサスの鐘崎地区の資料を鐘崎漁協分とみなし、就業者の大部分を占める男性就業者についてみた。さらに、漁業後継者の確保状況を検討するため、加瀬¹⁾に従い世代更新度を次式により算出した。

$$\text{世代更新度 (\%)} = (A / B) \times 100$$

A：父親世代（B）と25歳間隔の後継世代の男性就業者数。本報では15～19歳，20～24歳，25～29歳，30～34歳，35～39歳の5階層を後継世代と設定した。

B：父親世代の男性就業者数。本報では40～44歳，45～49歳，50～54歳，55～59歳，60～64歳の5階層を父親世代と設定した。

アンケート調査 平成3年11月及び平成15年2月に実施した、漁業就業構造に関するアンケート調査結果を用い、鐘崎漁協における漁業就業構造の変化をみた。なお本報では、鐘崎漁協において大多数を占める男性就業者の、①主たる漁業種類②従たる漁業種類③年齢の3項目について整理した。

さらに、上記2調査を補足するため、漁協職員等から、まき網漁業等における就業実態等について聞き取り調査を適宜実施した。

結果及び考察

1. 統計調査

(1) **年齢構成の推移** 男性就業者の年齢構成の推移を図2-1～3に示した。県全体及び筑前海区とも、戦後

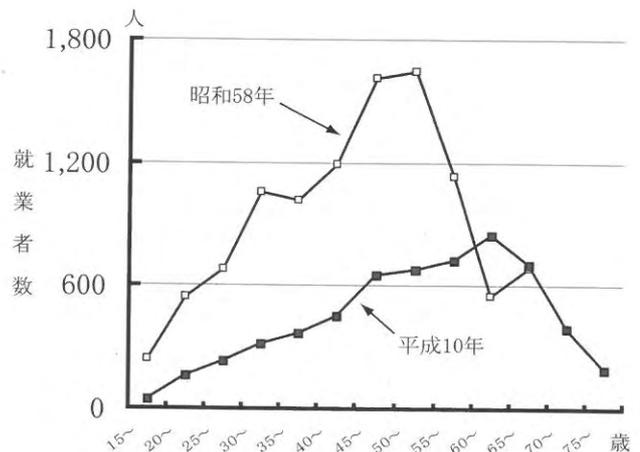


図2-1 年齢構成の推移 (県全体男性)

の新規参入世代でキー階層であった昭和一桁世代が長期間にわたり、本県の中核漁業者として沿岸漁業を担ってきたのに対し、²⁾鐘崎漁協では近年は、昭和一桁世代より、むしろその後継世代が主体を形成している。これは、鐘崎漁協の基幹漁業であり、船団構成で操業し体力が要求される中型まき網漁業等において、昭和一桁世代から

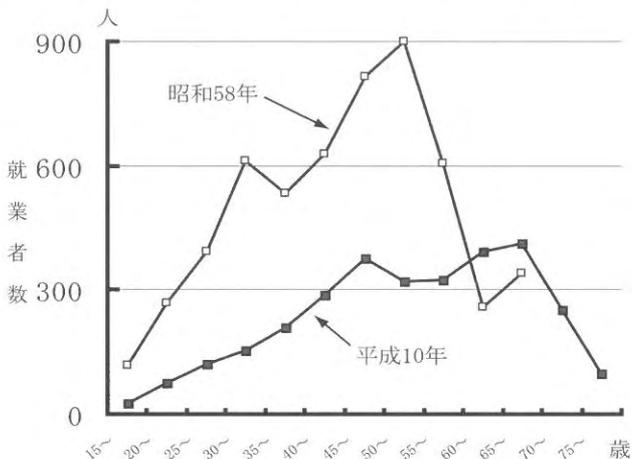


図2-2 年齢構成の推移 (筑前海区男性)

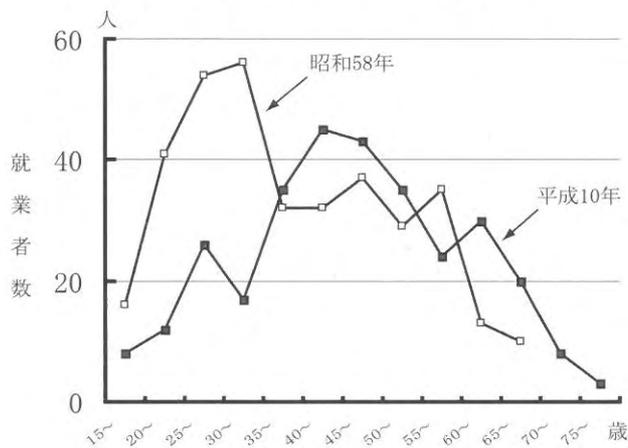


図2-3 年齢構成の推移 (鐘崎漁協男性)

表1-1 主たる漁業種類別就業者数・割合 (平成3年, 鐘崎・男性)

順位	漁業種類名	就業者数 (人)	割合 (%)	累積割合 (%)
1	ふぐはえ縄	186	45.4	45.4
2	中型まき網	89	21.7	67.1
3	いか釣	67	16.3	83.4
4	一本釣	18	4.4	87.8
5	採貝藻	9	2.2	90.0
6	1そうごち網	8	2.0	92.0
7	その他はえ縄	4	1.0	93.0
7	しいらまき網	4	1.0	93.9
7	刺網	4	1.0	94.9
10	浮敷網	3	0.7	95.6
11	雑魚かご	2	0.5	96.1
	不明	16	3.9	100.0
	計	410	100.0	100.0

の早めで円滑な世代交代がなされていることの表れと考えられた。

(2) 世代更新度 鐘崎漁協における世代更新度の推移を図3に示した。昭和58年当時では、後継世代が成人する頃にはほとんどの漁業者が後継者を確保できていた状態であったのに対し、平成10年では後継世代が35歳以上となってようやく父親世代の漁業者が後継者を確保した状態となっており、後継者確保が昭和58年当時より困難になっていることがわかる。先述したように世代交代は進んでいるものの、最終的な世代更新度が246%から117%へと半減しており、具体的な例をあげれば、以前なら長男以外も漁業に就業するケースが多かったのが、近年では長男が後継者となれば、次男以降は漁業以外の職に就くといったパターン(長男次男が逆のケースも想定される)が確立されつつあるといえる。

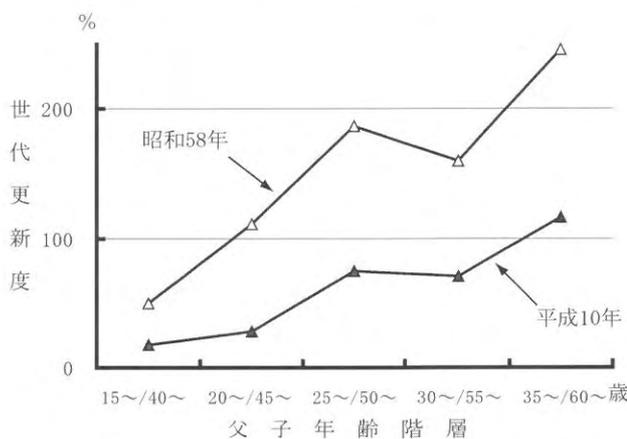


図3 世代更新度の推移 (鐘崎漁協)

表1-2 主たる漁業種類別就業者数・割合 (平成15年, 鐘崎・男性)

順位	漁業種類名	就業者数 (人)	割合 (%)	累積割合 (%)
1	中型まき網	111	29.9	29.9
2	いか釣	62	16.7	46.6
3	浮敷網	46	11.1	59.0
4	一本釣	41	9.2	70.1
5	ふぐはえ縄	34	6.7	79.2
6	その他はえ縄	25	6.5	86.0
7	しいらまき網	24	3.2	92.5
8	採貝藻	12	1.9	95.7
9	ふぐかご	7	1.3	97.6
10	1そうごち網	5	0.3	98.9
11	まぐろはえ縄	1	0.3	99.2
11	地びき網	1	0.3	99.5
11	磯見	1	0.3	99.7
11	きす流刺網	1	0.3	100.0
	計	371	100.0	100.0

2. アンケート調査

主たる漁業種類別就業者数・割合を表1-1・2に示した。平成3年のアンケートにおいては、就業者数の上位5漁種で全体の90%に達しており、そのうち、とくに1位のふぐはえ縄で半数近くを占めていたが、平成15年時では、7漁種で90%に達しており、また1位の中型まき網でも約30%にとどまり、漁業種類の多様化が進んでいた。

これは、最近10年間で変動した対象資源の水準にあわせ、危険分散を図りながら最大の収益を確保するため、主とする漁業種類を柔軟に変更しながら対応している様子を表していると考えられる。また、TAC管理対象漁業種類である中型まき網についてみると、就業者数・割合ともまた、前回より増加しており、中型まき網への依存度が高まっていることがわかる。

次に、従たる漁業種類別就業者数を表2-1・2に示

表2-1 従たる漁業種類別就業者数・割合（平成3年，鐘崎・男性）

順位	漁業種類名	就業者数 (人)	割合 (%)	累積割合 (%)
1	ふぐはえ縄	78	19.0	19.0
2	その他はえ縄	66	16.1	35.1
3	一本釣	60	14.6	49.7
4	浮敷網	42	10.2	60.0
5	しいらまき網	41	10.0	70.0
6	ふぐかご	19	4.6	74.6
7	採貝藻	15	3.7	78.3
8	いか釣	5	1.2	79.5
9	中型まき網	1	0.2	79.7
9	雑魚かご	1	0.2	80.0
	なし及び不明	82	20.0	100.0
	計	410	100.0	100.0

した。平成3年・15年とも就業者数が最も多いのはふぐはえ縄であるが、前回アンケート時が20%未満なのに対し、今回アンケート時では30%超と大きくポイントを伸ばしている。表1と併せてみるとわかるように、これは、水揚高の減少などから、主たる漁業をふぐはえ縄から他の漁業へと変えながら水揚高を何とか維持しようとする漁業者の努力の表れととらえることができる。

文 献

- 1) 加瀬和俊：沿岸漁業の担い手と後継者－就業構造の現状と課題－，初版，成山堂書店，東京，1988，pp.77-81.
- 2) 宮本博和，太刀山透，濱崎稔洋：福岡県における漁業就業構造の現状，福岡県水産海洋技術センター研究報告，第1号，243-254（1993）

表2-2 従たる漁業種類別就業者数・割合（平成15年，鐘崎・男性）

順位	漁業種類名	就業者数 (人)	割合 (%)	累積割合 (%)
1	ふぐはえ縄	126	34.0	29.9
2	一本釣	41	11.1	45.0
3	固定式刺網	34	9.2	54.2
4	いか釣	34	9.2	63.3
5	ふぐかご	21	5.7	69.0
6	その他はえ縄	13	3.5	72.5
7	採貝藻	6	1.6	74.1
8	地びき網	2	0.5	74.7
9	雑魚かご	1	0.3	74.9
	なし及び不明	93	25.1	100.0
	計	371	100.0	100.0

豊前海一粒かきブランド育成事業

池浦 繁

現在、豊前海ではかき養殖が新しい産業として発展してきているが、主な消費地が豊前海沿岸地域に限られているため、市場への出荷が集中すると値崩現象が生じる状況にある。そこで、福岡都市圏をにらんだ消費地拡大（市場出荷や宅配の普及）とあわせてカキのブランド「豊前海一粒かき」を推進することで養殖生産の向上と漁家経営の安定を図るものである。今年度は、これまでの行橋地区に最大の産地である北九州地区を加え、両地区での宅配注文の状況の違い及び促販イベントにおけるアンケートから消費者意識を調査した。

材料及び方法

北九州地区及び行橋地区の各1経営体の宅配伝票について、北九州地区は2001年漁期分、行橋地区は'98年及び'99年漁期分を解析に用いた。

消費者意識調査は、平成15年2月7日に福岡市中央区天神中央公園で実施した販売促進イベントの来場者に、全17項目のアンケートを実施した。

結果及び考察

1. 宅配流通状況の把握

宅配における注文時期は、北九州地区は12月下旬、行橋地区は12月中旬がピークで、年内の注文が全体の60%前後を占めていた（図1）。

両地区とも、地元地域からの注文が最も多く、受注地域は比較的棲み分けがなされていると考えられた（図2）。

全注文に対する福岡市内からの注文の占める割合は、北九州地区、行橋地区でそれぞれ15.3%（注文者数に対する割合は17.8%、以下（ ）は同様）、4.3%（4.6%）であり、北九州地区の福岡市への浸透がうかがわれた。

宅配利用者のうち自己宛に注文した人の占める割合は、北九州地区は20.1%（31.9%）、行橋地区は9.9%（14.3%）であった。（図3、図4）。しかし自己購入者のうち、漁期中に複数回注文している人は北九州地区では12.8%であったのに対し行橋地区では45.1%と多かった。これより北九州地区は自己購入者の比率が高いが、1シーズン

1注文の人が多く、行橋地区は自己購入者は少ないものの、漁期中繰り返し注文していることが推察された。

また北九州地区では、1月中旬以降自己購入が多くなる傾向があり、品質の向上する年明け以降を選んで購入する人がいると考えられた（図5）。

他人宛の注文について、専ら他人宛に注文している人の全注文者数に占める割合は北九州地区、行橋地区それぞれ37%、48%であった。これから行橋地区の宅配注文は地元から他人への贈答用としての性格が強いと考えられた。

カキを他人から贈られた後に自ら注文した人については、北九州地区は自己購入している人が11人、他人に贈っている人が4人であった。行橋地区では2年分のデータではあるがそれぞれ11人、35人であり、宅配物による宣伝効果が出ていると考えられた。

また両地区とも北九州市内或いは近隣地であるが、北九州市で最も人口が多い八幡西区からの注文は少なく、今後開拓の余地があると考えられた。

2. アンケート調査による消費者意識の把握

アンケート結果は表1に示した。アンケート回答者は383人であった。今回の販売促進アンケートは、前日にテレビでPRしたため、ブランド名を知った機会としてテレビと回答した人が76人となった。40%の人が「豊前海一粒かき」のブランドを知っており、前年度と同様であった。

豊前海一粒かきの購入実績がある人は27%で、前年度の18%より増加していた。また購入実績のある人のほとんどが以前のこのイベントで購入しており、豊前海一粒かきのブランド名がイベントとともに定着していると考えられた。

しかし年明け以降に身入りがよくなることを知っているのは33%と前年度と同程度に留まった。

イベント自体は定着しつつあるが、購入実績のほとんどが過去のイベントであることから、年明け以降の消費拡大を目指すためには、しイベント以外にも消費者に対し恒常的な情報提供を行い、豊前海一粒かきの認知度を向上させることが必要であると考えられる。

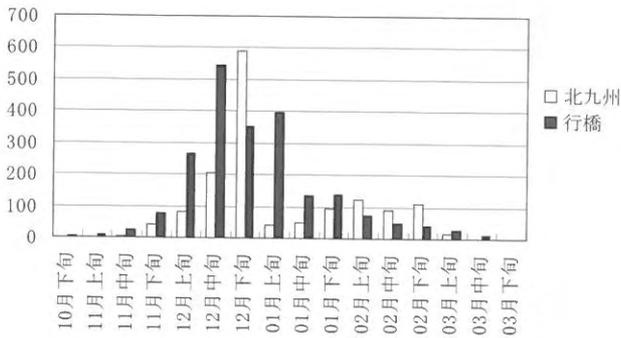


図1 時期別宅配注文件数

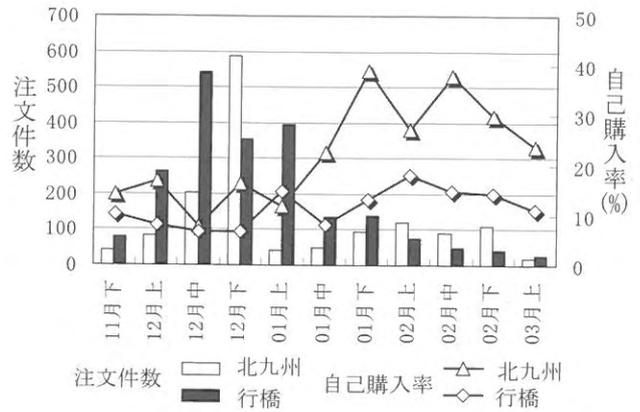


図5 時期別自己購入率

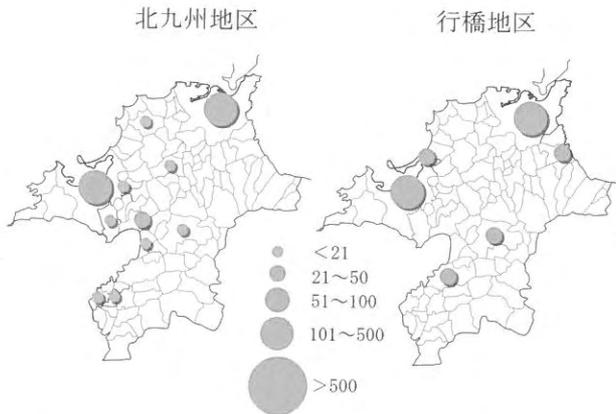


図2 市町村別県内注文件数上位10件の分布

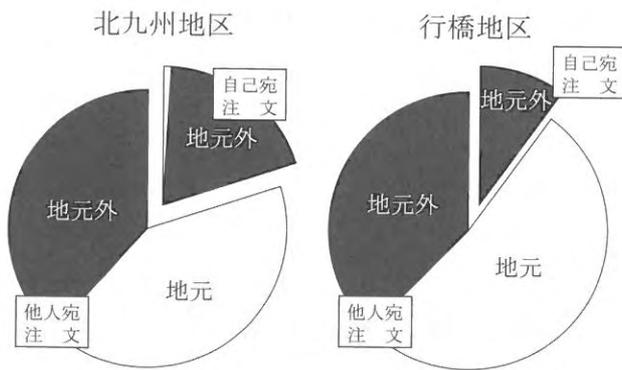


図3 地域別送付先別注文比率(注文件数)

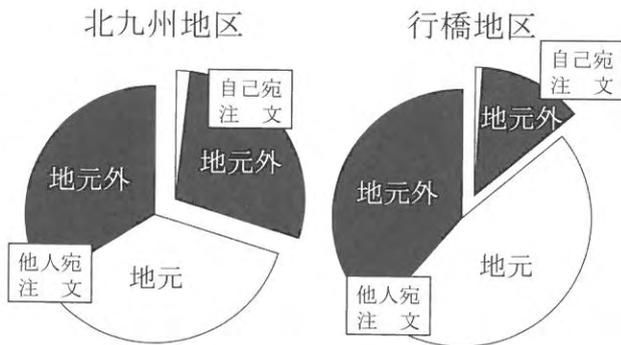


図4 地域別送付先別注文比率(注文者数)

表1-1 イベントアンケート結果

設問1	イベントに来たことがあるか	人数	有効回答内の割合
	ある	122	32.9%
	ない	249	67.1%
	-	12	
有効回答計		371	
設問2	豊前海一粒かき」という、ブランド名を以前から知っていましたか?		
	はい	147	39.8%
	いいえ	222	60.2%
	-	14	
有効回答計		369	
設問3	ブランド名をどうして知りましたか? (複数回答)		
	テレビ	76	35.5%
	ラジオ	0	0.0%
	新聞・雑誌	25	11.7%
	知人から	25	11.7%
	ピラ	2	0.9%
	センター一般公開	7	3.3%
	去年のイベント	56	26.2%
	その他	23	10.7%
	-	169	
	有効回答計		214
設問4	豊前海の漁協や漁業者が「カキ」を宅配したり直接販売しているのを知っていますか?		
	知っている	113	30.1%
	知らない	263	69.9%
	-	7	
有効回答計		376	
設問5	今までに「豊前海一粒かき」を買ったことがありますか?		
	はい	101	27.4%
	いいえ	268	72.6%
	-	14	
有効回答計		369	
設問6	購入目的はなんでしたか?		
	自分・家族で食べる	187	93.5%
	人に贈る・配る	10	5.0%
	その他	3	1.5%
	-	183	
有効回答計		200	

表1-2 イベントアンケート結果

設問7	購入方法はありましたか？		
	このイベントで購入	127	70.6%
	宅配便で購入	10	5.6%
	直接購入	29	16.1%
	その他	14	7.8%
	-	203	
	有効回答計	180	
設問8	なぜ「豊前海一粒かき」にしましたか？		
	殻付きだから	64	37.6%
	地物で新鮮だから	84	49.4%
	贈り物向きだから	6	3.5%
	宅配便で注文できるから	6	3.5%
	その他	10	5.9%
	-	213	
	有効回答計	170	
設問9	殻付カキはどの料理法で食べたいですか？2つまで		
	焼きカキ	132	37.2%
	酒蒸し（ワイン蒸し）	40	11.3%
	カキ鍋	36	10.1%
	酢ガキ	77	21.7%
	カキフライ	48	13.5%
	カキオイル焼き（グラタン風）	22	6.2%
	その他	8	2.3%
	有効回答計	355	
設問10	殻付カキの殻をむくことができますか？		
	はい	201	54.8%
	いいえ	166	45.2%
	-	16	
	有効回答計	367	
設問11	どうしたらもっと「殻付きカキ」を食べようと思えますか？2つまで		
	宅配便で注文する	51	14.7%
	スーパーで購入	59	17.0%
	殻むきナイフをつける	57	16.4%
	外食先で食べる	50	14.4%
	インターネットで購入	13	3.7%
	直販場で購入	106	30.5%
	その他	11	3.2%
	有効回答計	347	

表1-3 イベントアンケート結果

設問12	「カキ」は1シーズンにどのくらい食べますか？		
	1シーズンに1～2回	116	31.0%
	1シーズンに3回以上	237	63.4%
	ほとんど食べない	21	5.6%
	-	9	
	有効回答計	374	
設問13	1月以降に身が大きくなる（太る）のを知っていますか？		
	知っている	124	33.2%
	知らない	250	66.8%
	-	9	
	有効回答計	374	
設問14	性別		
	男	170	45.0%
	女	208	55.0%
	-	5	
	有効回答計	378	
設問15	あなたの年齢は？		
	10代	9	2.4%
	20代	39	10.3%
	30代	54	14.2%
	40代	53	14.0%
	50代	101	26.6%
	60代以上	123	32.5%
	-	4	
	有効回答計	379	
設問16	あなたの職業は？		
	主婦	126	33.4%
	会社員	88	23.3%
	公務員	38	10.1%
	自営業	29	7.7%
	パート・アルバイト	24	6.4%
	学生	22	5.8%
	その他	50	13.3%
	-	6	
	有効回答計	377	
設問17	住所		
	福岡市内	245	71.8%
	福岡市以外	96	28.2%
	-	42	
	有効回答計	341	