

獲るだけの漁師からの脱却

～共同出荷への取り組みについて～

臼杵市漁協共同出荷組合
薬師寺 孝則

①地域と漁業の概要

私たちの住む臼杵市は大分県の南東部に位置し、豊後水道北部の臼杵湾に面している(図1)。海岸線は複雑な地形をしたリアス式海岸になっており、一本釣り、はえ縄、小型底びき網、まき網など20種類以上の漁業が営まれている。私の所属する臼杵市漁協では、平成11年度における漁獲量、漁獲金額の約3割をタチウオ釣りが占めている(図2)。

②活動の動機

平成5年当時のタチウオの流通形態は、漁獲したタチウオを仲買業者に直接手渡し、それから先は、仲買業者自身の判断で福岡や熊本の市場等に出荷されていた。セリ値の11%を運搬費や氷代等の経費を含む手数料として差し引かれ、残りの金額が私たちの手取りであった。ところが、手数料が14%へと値上げされ、更に、手数料とは別に購入するスチロール箱も、一箱110円から140円となった。平成4～5年はタチウオの生産金額が落ち込み、流通改善の必要性を考えていたことから、手数料や資材費の値上がりにより、「仲買業者依存をやめて、漁協主導の全量共販に取り組もうや」との声があがり始めた。

平成5年当時の漁協は、経営上の課題を抱えており、その打開策として、共販をはじめ経済事業に力を入れる方針を決めてはいたが、様々な漁業があるため、すぐに全量共販を実施することは困難であった。しかし、我々の間では、仲買業者任せの出荷への不満はますます大きくなり、一方で、他漁協における共同出荷の成果を知り、共同出荷実現への思いは強くなっていった。

③活動の状況

「今ここでやらなければ」と決意した各地区若手漁業者の12名で、平成7年4月に共同出荷実現に向けての取り組みを開始した。まずは、代表6名による販売推進委員会を組織し、漁協と出荷体制や運営などに関する協議を繰り返した。当時、運搬だけは業者委託にせざるをえなかったため、漁獲量や参加人数によっては赤字の可能性がある。協議の結果、「経営改善に向け努力している漁協に迷惑をかける訳にはいかない」と設立する共同出荷組合の運営は独立採算性をとることとし、自分たちで責任を持つとの立場を明確にした。そして、ついに平成7年10月に参加組合員22名、名称も『共同出荷組合』としてスタートさせた。

出荷組合の運営は、魚種別、地区別に運営委員を選出し、この運営委員会で、出荷組合員の期待に応えるための方策を検討した。運搬などの手数料については、10%に引き下げることにし、タチウオの価格安定を第1に考え、値崩れの少ない福岡市場へ出荷することにした。この方針に基づいて、共同出荷に取り組むと共に、出荷組合員を増やし、

安定した出荷を目指すため、各地区をまわっては座談会を開き勧誘を続けた。このような新しい取り組みに対して、覚悟はしていたものの、予想を越える批判や反発もあり、非常につらい思いもした。しかし、「ここで諦めるわけにはいかん」との強い思いから、歯を食いしばって共同出荷を継続していった。

平成 9 年に入り、地元仲買業者の経営が厳しくなったことや、出荷組合長をはじめ関係者による息の長い説得の成果で、参加者が一気に増え、出荷組合員は総勢 72 名となった。増加したほとんどはタチウオ釣り漁業者であり、臼杵市漁協でのタチウオ釣り従事者の 80 % 近い 43 名が出荷組合に参加する結果となった。タチウオの年間取扱量は 228 t から、平成 10 年には、2 倍近くの 440 トンに急増した(図 3.)。そのため、まとまった量の確保が可能となり、福岡市場へ安定した周年出荷ができる体制が整った。同時に、量の確保とともに、私たちが最も力を入れたのは、福岡魚市場の信頼を得ることで、特に、商品の品質に気を配るよう出荷組合員に徹底することだった。

具体的には、①目方不足のないように、風袋込みの 5.3kg で出荷すること

②魚の取り扱いは丁寧に行い、氷を充分にうつこと

③魚体サイズは揃えて出荷し、半端なものは別にすること

などである。当然と言えば当然のことだが、これまでは漁獲するだけで、後は仲買業者任せにしていたため、一部では、「何でそこまで」という不満の声もあった。しかし、出荷組合の信用のためにも妥協をせず、漁協と一緒に集荷時に厳しくチェックをして、「目切れ、腹切れ、バラツキなし」をモットーに、商品の選別を徹底して行うようにした。また、出荷箱には生産者名を記号で明記し、個人が責任を持つようにした。しかし、細かい注意はしていても、目切れ、腹切れのタチウオを出荷してしまうこともあった。その時は市場からすぐにクレームが入ってくるようになっている。表 1 はクレーム件数を表しているが、平成 10 年は、16 件に増え、クレーム比の割合も高くなっている。これは、共同出荷開始時の品質管理については、その必要性を全員が認識し、緊張感をもって出荷していたが、急激な出荷量の増加のため、管理にバラツキが出はじめたことが原因であった。この事態を放置すればさらにクレームが増加し、市場との信頼問題にも関わってくると考え、すぐにクレーム内容を直接出荷者本人に伝えるとともに、運営委員を通じて出荷組合員全員に何度も注意を促すようにした。その甲斐あって、平成 11 年以降は件数が減少した。また、共同出荷で取り扱う出荷箱には、高品質の証として、マル臼マークのついた漁協の専用パーチをつけるようにした(写真 1.)。今は、このパーチがついたすべての魚には絶対的な信用ができ、鮮度については“抜群”との市場評価を受けている。

共同出荷組合結成から 5 ヶ年経過した現在、選別体制も確立し、この出荷手法について全組合員が確信を持つようになった。

④活動の成果

福岡魚市場への出荷先は、発足前と変化はないため、セリ値も以前と比較して安定はしているが、平均価格がほとんど変わらない中で、手数料が 10 % のため、出荷組合員の手取りは増加した。なお、この手数料でも、心配していた出荷組合の運営に支障はなく、漁協にも負担をかけることはなかった。

更に、手数料の内訳を図 4.に示したが、このうちの運搬経費は、平成 8 年 10 月に漁協が、出荷用保冷車を購入したことにより、一箱あたりに 150 円以上かかっていたタチウオの運搬経費が、参加組員数や出荷箱数の増加に伴い、平成 12 年には 99 円となるなど、手数料の大幅な節減になった(図 5.)。このため、共同出荷組合では、徴収した手数料のうち、剰余金ができれば、年度末に配当金として、水揚げ金額に応じて全ての出荷組員へ還元しているが、平成 8 年当初は平均 1 万円だったものが、運搬費等の節減の成果もあって、ここ 2 年は年間一人当たり平均 3 万円が配当金として還元され漁業所得に加算されている(図 6.)。

年間 1 人当たり平均 3000 箱以上使用するタチウオ用スチロール箱も、140 円から、大量仕入れのため 80 円で提供できるようになった。

ここで、私たちの平均的な経営に当てはめてみると、水揚げが年間 1,000 万円あればタチウオの出荷箱が 3,300 箱ほど必要となる。仲買業者に出荷すると、手数料 140 万円と箱代が 46 万円かかる。一方、共同出荷の場合は、手数料が 30 %減の 100 万円、箱代 40 %減の 26 万円となり、60 万円もの差が出るのがわかる。手数料と箱代で 1 年間にこれほど差が出ることは、無視できない。

魚価の値上がりが期待できなくなった昨今、漁業者の共同と漁協機能を活用した私たちの取組みは、経費が大幅に抑制され、漁業所得を増やす結果となった。

⑤波及効果

漁協機能の活用は、同時に漁協経営に対しても貢献をしている。図 7.に示したように、白杵市漁協の水揚げ取り扱い高に占める共同出荷組合の割合は年々増加傾向にあり、このため漁協販売事業の利益額も 1.7 倍に増加している。また、共同出荷組合で取り扱う資材、道具などは全て漁協を通じて購入・利用しているし、出荷組員の水揚げ金額の 1 割を漁協の定期預金にするなど、購買事業や信用事業へも大きく貢献している。

共同出荷組合には、魚種ごとに荷揚げ場所や時間が異なるアジ釣り、はえ縄などの漁業者も参加しているが、タチウオ出荷の経験を生かして、出荷形態を調整するなどしている。

⑥今後の課題

以上のように、軌道に乗ってきた共同出荷組合だが、今後の課題としては、値の安い魚や小魚などに付加価値をつけるための加工を試みたり、自分たちが獲った魚を消費者や観光客に直接販売する「漁師市」の開設など、組員のさらなる所得向上を目指していきたいと考えている。

高速道路の開通や、県一漁協の話があるなど、私たち漁業者を取り巻く情勢や組織は急激に変化し、予想もつかない状況にある。しかし、これまでの経験や実績を糧に、将来は地域の中核的な存在として地域に根ざした活動を進めていきたいという思いを強くしている。

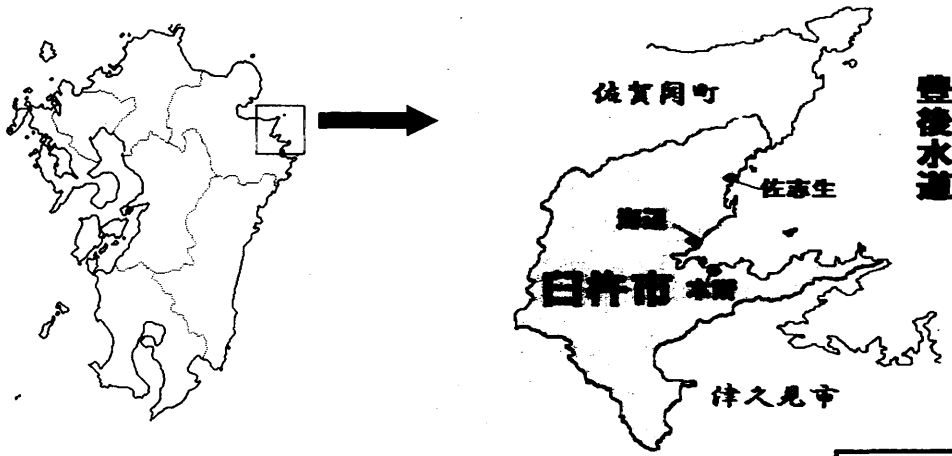
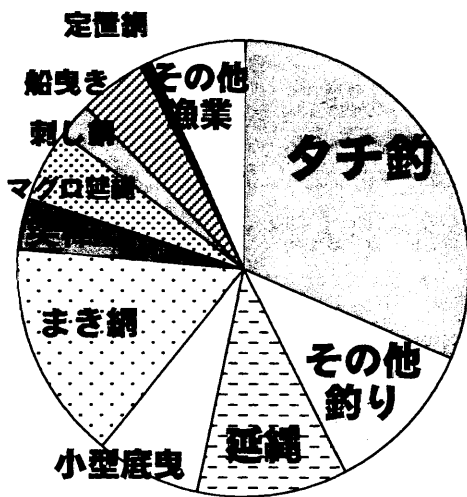
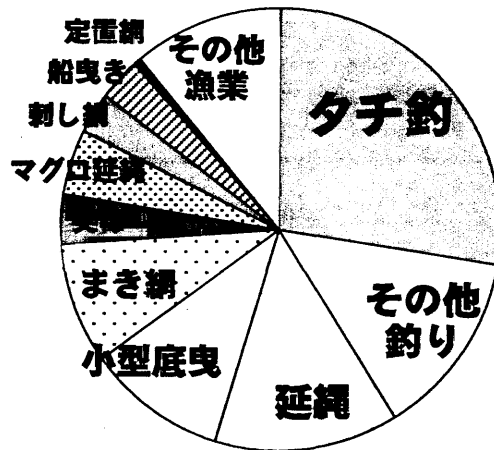


図1. 位置図

日杵市漁業協同組合
 正組合員 292名
 准組合員 366名



漁獲量(1854t)



漁獲金額 (1,725,660千円)

図2. 日杵市漁協における漁獲量と漁獲金額の割合
 (平成11年 農林水産統計資料)

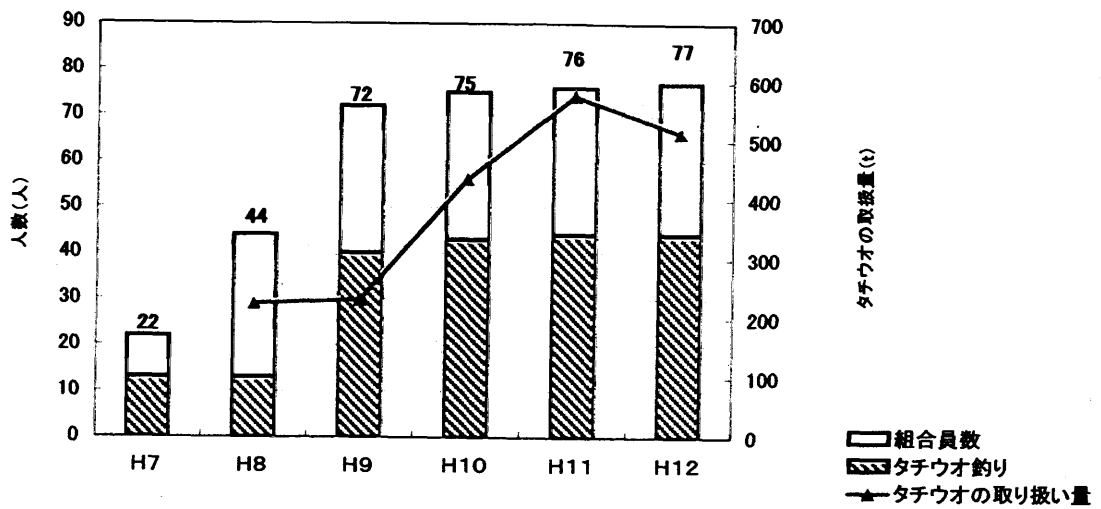


図3. 組合員数およびタッチウオ取り扱い量の推移

表1.クレーム件数

年	件数	のべ出荷人数	クレーム比(%)
8	3	2471	0.12
9	2	2982	0.07
10	16	5062	0.32
11	9	5635	0.16
12	5	5816	0.09

※クレーム比=クレーム件数÷のべ出荷人数×100



写真1. ① パーチ

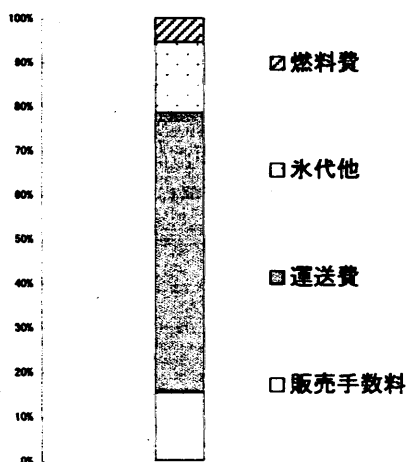


図4. 手数料の内訳

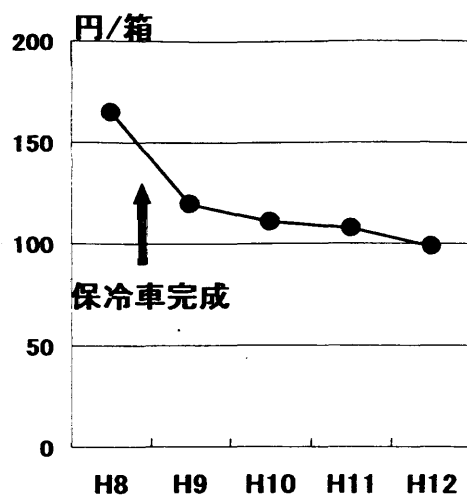


図5. 1箱あたりの運搬経費

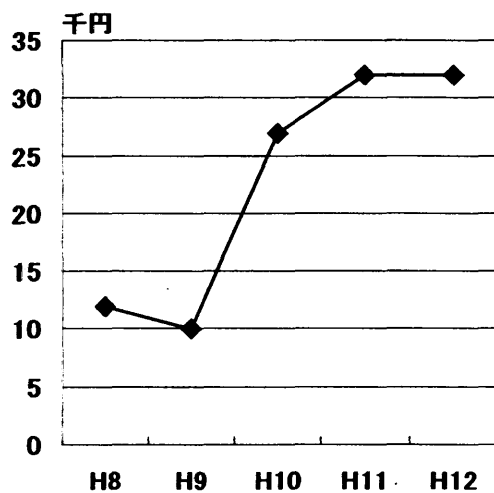


図6. 1人あたりの平均配当金の推移

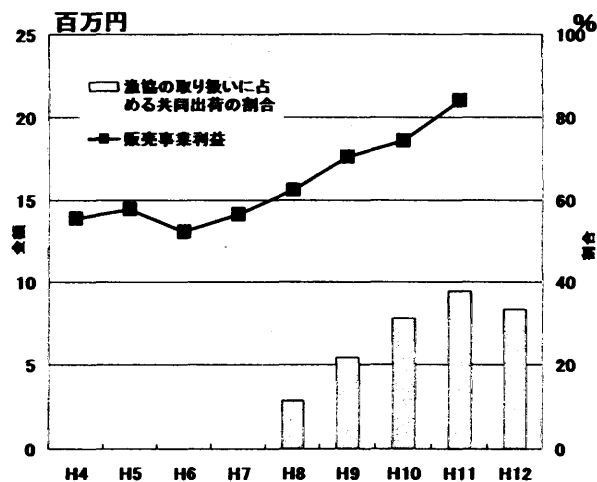


図7. 販売事業利益の推移と共同出荷の占める割合