

我が国周辺漁業資源調査

—宗像漁協大島支所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、管理計画を作成し 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、宗像漁協大島支所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。大島支所の位置を図 1 に示した。

材料及び方法

統計調査 漁業センサスを用い、県全体、筑前海区全体及び大島支所における漁業就業者の年齢構成の推移をみた。漁業センサスは、最新の平成 15 年分及び現行の漁業地区分類となった昭和 58 年分を用い比較検討を行った。なお、漁業センサスの大島地区の資料を大島支所分とみなし、就業者の大部分を占める男性就業者についてみた。また、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。

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

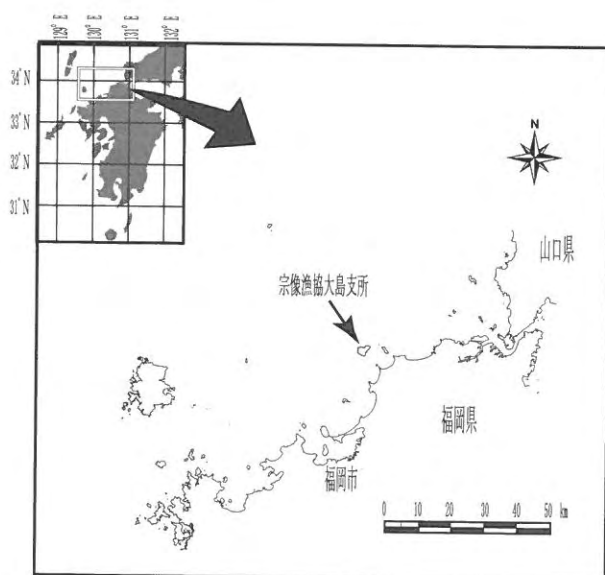


図 1 調査対象漁協の位置図

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、大島支所における漁業種類別の変化をみた。なお本報では、大島支所の男性就業者の、①主たる漁業種類、②従たる漁業種類の 2 項目について整理した。

さらに、上記 2 調査を補完するため、漁協職員等から、中型まき網漁業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。

県全体や筑前海区が全国的な傾向¹⁾と同様に、戦後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主体を形成してきているのに対し、²⁾ 大島支所と同様、中型まき網漁業を基幹漁業とする鐘崎漁協や福岡市漁協小呂島支所では、早めの世代交代により昭和一桁世代の後継世代が主体を形成していた。³⁻⁴⁾

ところが、大島支所ではこれらの中間的な年齢構成の推移を示し、昭和一桁世代が主体を形成していたがその後継世代も育ってきている。これは、①中型まき網やふぐはえ縄など県内では規模が大きく、また体力が要求される漁業への従事割合が、鐘崎漁協と小呂島支所においては 60～70% と高いのに対し、³⁻⁴⁾ 大島支所では 40% 前後でより多様な就業形態となっていること、②基幹漁業である中型まき網の就業者年齢構成が、幅広い募集による雇用確保から、いわゆる釣り鐘型ではなく 2～3 極化している⁵⁾ ことなどが影響していると考えられる。

なお、大島支所では小呂島支所とは異なり中型まき網

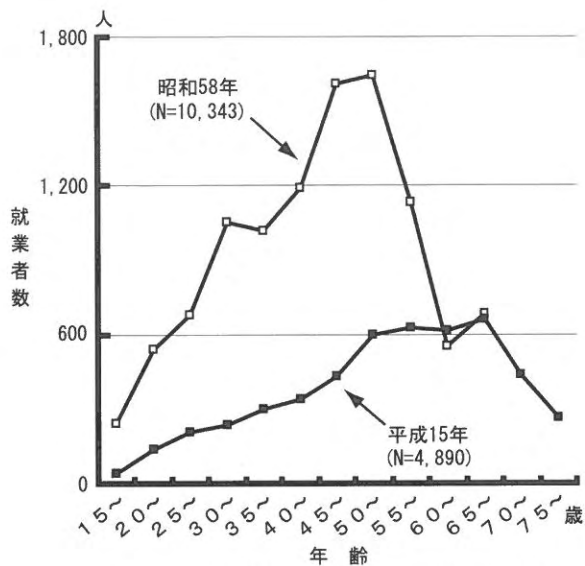


図2-1 年齢構成の推移（県全体・男性）

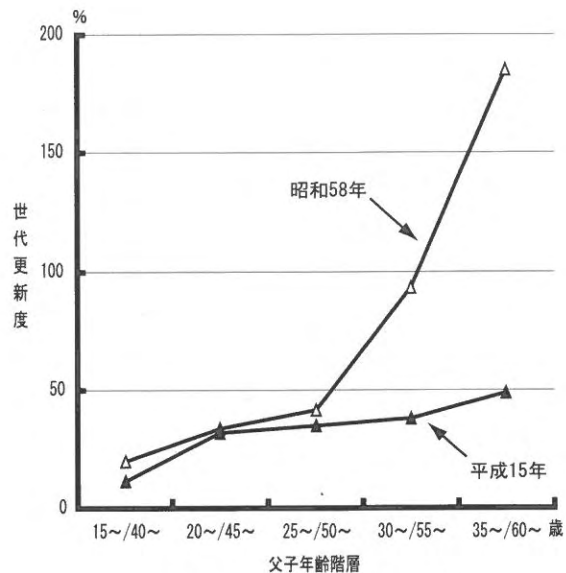


図3-1 世代更新度の推移（県全体）

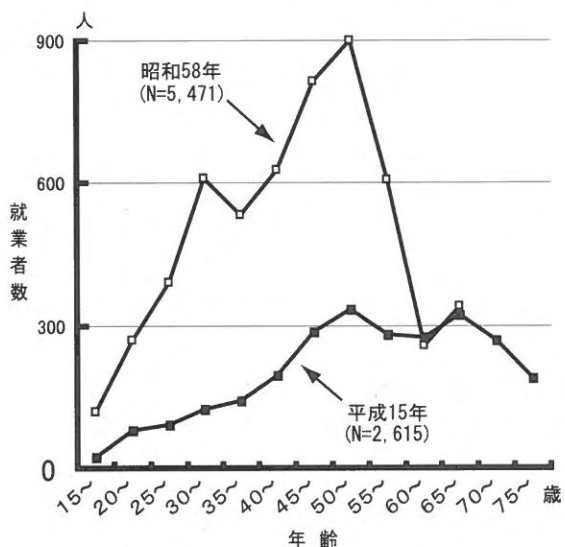


図2-2 年齢構成の推移（筑前海区・男性）

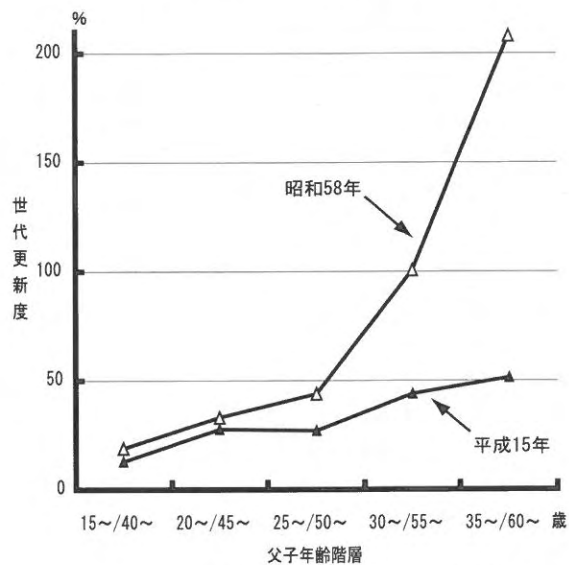


図3-2 世代更新度の推移（筑前海区）

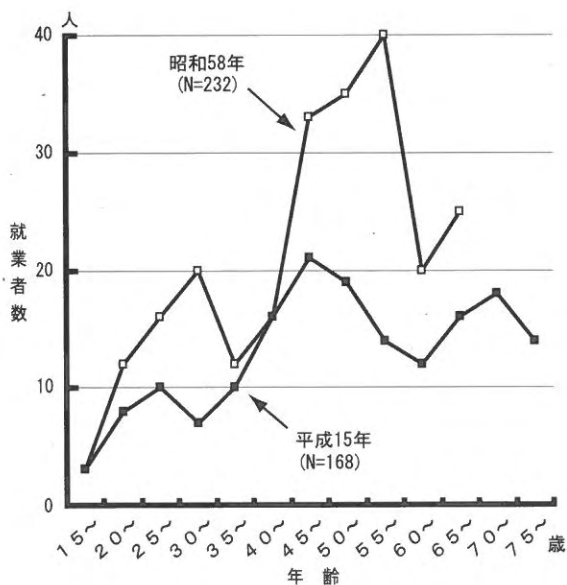


図2-3 年齢構成の推移（大島支所・男性）

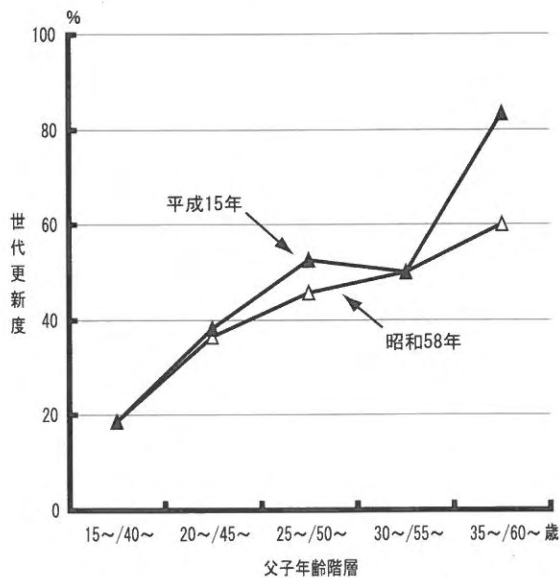


図3-3 世代更新度の推移（大島支所）

におけるいわゆる定年制は導入されていないが、聞き取り調査によると70歳が中型まき網からの引退の一つの目安となっており、引退後、漁船所有者は一本釣に転業し、それ以外の者は廃業するとされている。

(2) 世代更新度

世代更新度の推移を図3-1~3に示した。昭和58年当時では、県全体及び筑前海区ともほとんどの漁業者が50代半ば以降で後継者を確保できていたのに対し、大島支所では60代となっても後継者を確保し切れていない。しかし、平成15年では県全体及び筑前海区ともに、60代以降でも約半数の漁業者が後継者を確保できていないのに対し、大島支所では、50代で半数以上が、60代で80%を超える漁業者が後継者を確保できている。県全体や筑前海区と異なり、大島支所の世代更新度の落ち込みが小さい要因としては、①同様に中型まき網を基幹漁業としている鐘崎漁協や福岡市漁協小呂島支所と比較して、大島支所の中型まき網の収益率が最も高い⁶⁾こと、②アワビ漁等の採貝藻が安定的な漁獲をあげていることなどが考えられる。

2. アンケート調査

主たる漁業種類別就業実態の変化を表1に示した。平成3年、平成15年とも1位：中型まき網、2位：刺網、3位：一本釣の順であるが、その内訳を見ると、中型まき網は37.4%から42.8%へと増加し、刺網も29.2%から37.6%へと増加、一方、一本釣は20.5%から12.1%へと減少していた。聞き取り調査によると、一本釣が中型まき網を引退した漁業者の着業漁種であり、近年、高齢者の死亡等により就業者が徐々に減少しており、このため、相対的に他漁業種類の比率が増加した結果と考えられた。

次に、従たる漁業種類別就業実態の変化を表2に示した。平成3年が、1位：なし(主たる漁業のみ)、2位：採貝藻、3位：刺網の順であったのが、平成15年は、1位：刺網、2位：なし(主たる漁業のみ)、3位：採貝藻の順であり、いずれも同じ3種類で90%以上を占めている状態は変わらないが順位が入れ替わっていた。しかし、平成3年の1位：なしについては、後述のとおり固定式刺網の再編問題等の影響も考慮する必要があるなど、アンケート調査結果だけでは従たる漁業種類別就業実態の単純な比較はできないと考えられた。

最後に、兼業パターンの変化を表3に示した。平成3年が、1位：中型まき網&なし(主&従の順。以下同じ)、

2位：刺網&採貝藻、3位：刺網&なしの順であったのが、平成15年は、1位：中型まき網&刺網、2位：刺網&採貝藻、3位：刺網&なしの順であった。聞き取り調査によると、平成3年当時から中型まき網&刺網の組み合わせが最も多いとの指摘があり、平成3年の1位のなし(主たる漁業のみ)については、単純な記入漏れの可能性も示唆されるが、一方で、平成3年の5位には中型まき網との組み合わせに刺網と記入された分が10%以上もあり、さらに当時起きていた、冬場のカレイ・ヒラメを対象とした固定式刺網の再編問題等の影響(許可枠との絡みから未記入の可能性)も示唆されたが、最終的な確認はできなかった。

ただ、1経営体当たり20~25名⁵⁾と大人数で操業する中型まき網は、休漁期の1~4月も就業者を確保しておくため、基本給支給の必要性がある。このため、聞き取り調査によると、中型まき網の経営対策として、仮に刺網単体では赤字だとしても、人件費が稼げるだけ経営トータル的に見れば兼業で成り立つとの意見があり、中型まき網の経営補助のため、刺網の従たる漁業としての重要度が増しつつある傾向が伺えた。

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)
- 3) 宮本博和：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—。平成14年度福岡県水産海洋技術センター事業報告、1-3(2004)
- 4) 宮本博和：我が国周辺漁業資源調査—福岡市漁協小呂島支所における漁業就業構造の変化—。平成15年度福岡県水産海洋技術センター事業報告、1-3(2005)
- 5) 秋本恒基：我が国周辺漁業資源調査—新漁業管理制度都道府県実施事業—(大島漁協におけるまき網漁業実態)。平成13年度福岡県水産海洋技術センター事業報告、1-3(2003)
- 6) 秋本恒基：TAC 運用下での中型まき網漁業の経営実態と漁獲管理。福岡県水産海洋技術センター研究報告、第13号、139-144(2003)

表 1 主たる漁業種類別就業実態の変化（大島支所・男性，平成3年→平成15年）

平成3年					平成15年				
順位	漁業種類名	就業者数(人)	割合(%)	累積割合(%)	順位	漁業種類名	就業者数(人)	割合(%)	累積割合(%)
1	中型まき網	73	37.4	37.4	1	中型まき網	74	42.8	42.8
2	刺網	57	29.2	66.7	2	刺網	65	37.6	80.3
3	一本釣	40	20.5	87.2	3	一本釣	21	12.1	92.5
4	たこつぼ	4	2.1	89.2	4	採貝藻	4	2.3	94.8
4	採貝藻	4	2.1	91.3	5	かご	3	1.7	96.5
6	敷網	3	1.5	92.8	5	遊漁船業	3	1.7	98.3
7	かご	2	1.0	93.8	7	たこつぼ	2	1.2	99.4
7	遊漁船業	2	1.0	94.9	8	まだい養殖	1	0.6	100.0
	(記入なし)	10	5.1	100.0					
計		195	100.0	100.0	計		173	100.0	100.0

表 2 従たる漁業種類別就業実態の変化（大島支所・男性，平成3年→平成15年）

平成3年					平成15年				
順位	漁業種類名	就業者数(人)	割合(%)	累積割合(%)	順位	漁業種類名	就業者数(人)	割合(%)	累積割合(%)
1	(なし)	102	52.3	52.3	1	刺網	68	39.3	39.3
2	採貝藻	55	28.2	80.5	2	(なし)	62	35.8	75.1
3	刺網	24	12.3	92.8	3	採貝藻	40	23.1	98.3
4	いか釣	1	0.5	93.3	4	一本釣	2	1.2	99.4
4	たこつぼ	1	0.5	93.8	5	いか釣	1	0.6	100.0
4	はえ縄	1	0.5	94.4					
4	一本釣	1	0.5	94.9					
	不明	10	5.1	100.0					
計		195	100.0	100.0	計		173	100.0	100.0

表 3 兼業パターンの変化（大島支所・男性，平成3年→平成15年）

平成3年						平成15年					
順位	主たる漁業	従たる漁業	就業者数(人)	割合(%)	累積割合(%)	順位	主たる漁業	従たる漁業	就業者数(人)	割合(%)	累積割合(%)
1	中型まき網	(なし)	39	20.0	20.0	1	中型まき網	刺網	65	37.6	37.6
2	刺網	採貝藻	28	14.4	34.4	2	刺網	採貝藻	34	19.7	57.2
2	刺網	(なし)	28	14.4	48.7	3	刺網	(なし)	30	17.3	74.6
4	一本釣	(なし)	27	13.8	62.6	4	一本釣	(なし)	19	11.0	85.5
5	中型まき網	刺網	21	10.8	73.3	5	中型まき網	(なし)	6	3.5	89.0
6	中型まき網	採貝藻	11	5.6	79.0			その他の組み合わせ	19	11.0	100.0
7	一本釣	採貝藻	9	4.6	83.6						
	その他の組み合わせ		32	16.4	100.0						
計			195	100.0	100.0	計			173	100.0	100.0

水産物消費拡大推進事業

池浦 繁

市場流通の衰退に伴う流通の多様化に伴い、漁業者が直接消費者に販売する直販が盛んになってきている。

また、食の安心に対する消費者の意識が高まっており、生産者の顔の見える直販は今後更に重要度が増していくと考えられる。各地で直販の取り組みが行われるようになってきたが、立地条件等要因が様々であり、全ての事例が順調に行っているわけではない。そこで今年度は、既存のアンケート調査結果から消費者意識の把握を行い、今後の直販事業等の取り組みの改善策等を検討する基礎資料とすることを目的とした。

方 法

消費者意識調査は、県出先機関の職員を対象として'03年9月に実施したアンケート調査¹⁾のうち、一般魚食関係の設問について解析した。アンケート内容（魚食関係抜粋）は別表1に示した。

結果及び考察

アンケート配布数は6,475枚で回収率は74.3%であった。

魚介類を食べることが好きかと言う設問では、好き・どちらかといえば好きで92%を占めた。男女・年齢階層別に見ると、男女とも年齢の上昇と共に増加していた（図1）。また、地域差はないと考えられた。

月何回くらい魚介類を食べるかという設問では、月10回までが最も多く、男女とも年齢が上がるにつれて食べる回数が増える傾向があった（図2）。鮮魚をよく買うかという設問では、よく買う・時々買うで78.6%であった。これも魚介類を食べる回数と同様に男女とも年齢の上昇と共に増加していた（図3）。鮮魚を買う理由は、おいしい、体によいが大半を占めた。その他では好きだから、新鮮、食事のバランスを考えて等であった。

魚介類をどこで買うか（複数回答）では、スーパー、魚屋、郊外店舗と続き、その他では生協が多かった。主要地域別に見ると、福岡・北九州では魚屋利用傾向、久留米・甘木・行橋では郊外大型店、豊前・宗像では生産地利用の傾向が見られた（図4）。主要地域・男女別で

見ると、男性はスーパーや郊外の大型店、女性は魚屋寄りの傾向が見られた（図5）。

鮮魚購入時の移動方法は自家用車が最も多かった。主要地域別に見ると、福岡市は公共機関利用の傾向、郊外では自家用車の傾向が強まる傾向があった（図6）。魚介類を買うときの移動時間は30分以内が93%であった。

新鮮な魚介類の情報を探す方法は、情報誌、テレビが各年齢を通して多かった。30歳台まではインターネットの利用が17～18%程度見られ、年齢が上がるにつれ、近所の魚屋の比率が上がる傾向があった（図7）。

新鮮な魚介類が安く入手できる場合生産地まで出向くか言う設問では、全体の50.7%がはいと答えた。生産地までの移動時間は男女、年齢問わず60分以内がほとんどであった。筑前海区には福岡市、北九州市が位置し、沿岸地域は両都市から60分圏内にはほぼ収まるため、生産者による直接販売の実施に有利であると考えられた。生産地まで出向かない理由のうち主なものを表1に示した。調理の問題や生産地で食べたいという理由は、今後新規顧客を獲得する上で考慮する必要があると考えられる。また、必然性を感じないという回答が多いことから、単に新鮮な魚介類があるだけでなく、地域の観光資源等とセットで展開を図る必要があると考えられる。

表1 生産地まで出向かない理由（括弧内は回答数）

そこまでしようと思わない(62)、必要性を感じない(7)、興味がない(11)
近くで充分(35)、宅配で充分(4)
交通手段なし(14) 交通が不便(2)
行ったついでに買う(7)
調理が面倒(29)
少量しかいらぬ(16)
鮮度を保ちにくい(7)
高い(5)
衛生面で疑問(4)
生産地で食べたい(11)

文 献

- 1) 池浦 繁：豊前海一粒カキパワーブランド育成事業、平成15年度福岡県水産海洋技術センター事業報告4-10、(2005)

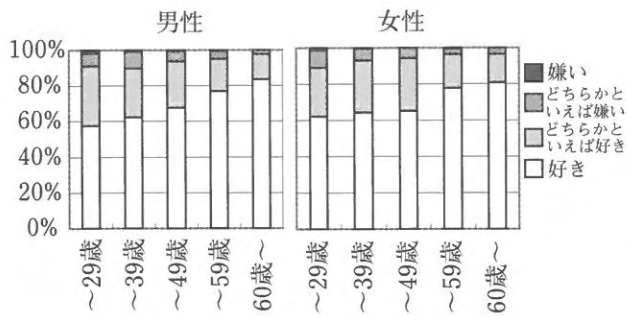


図1 男女・年齢階層別魚介類嗜好性

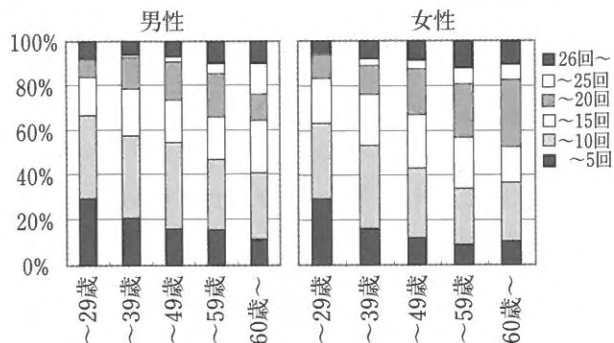


図2 男女・年齢階層別月当たり魚介類を食べる回数

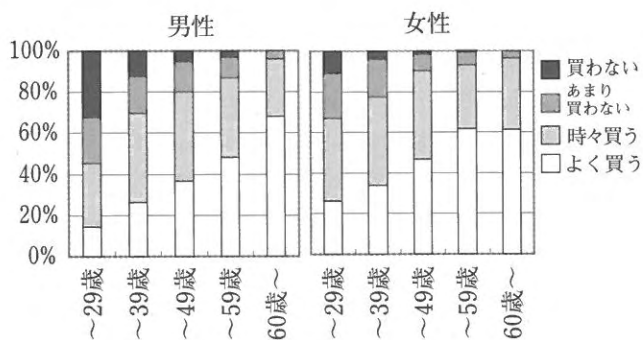


図3 男女・年齢階層別魚介類購入頻度

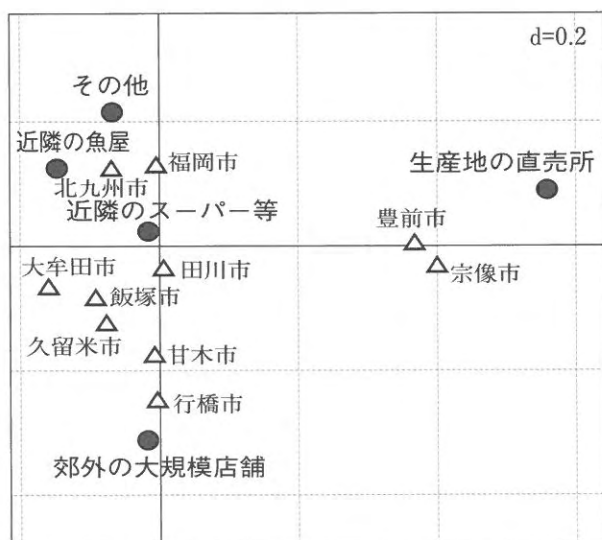


図4 地域別魚介類購入場所の傾向

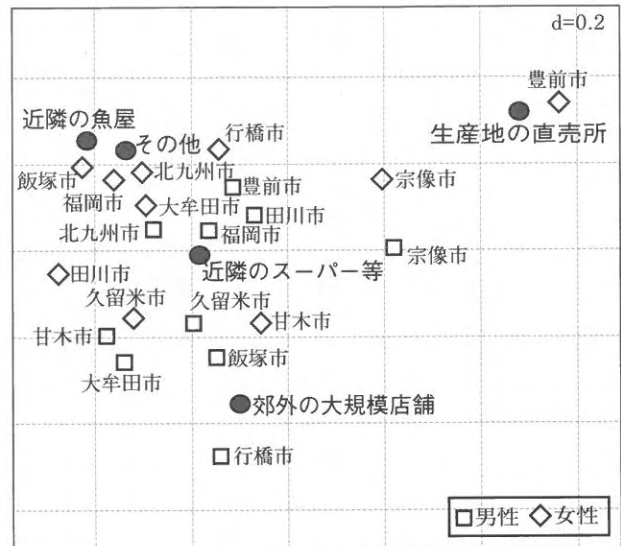


図5 地域別男女別魚介類購入場所の傾向

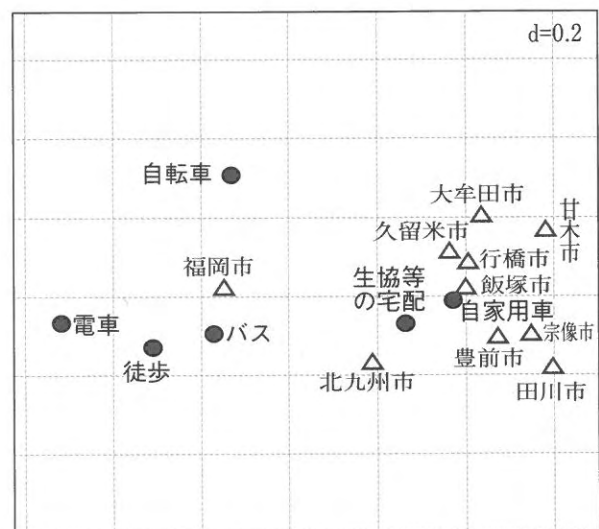


図6 主要地域別購入時移動方法

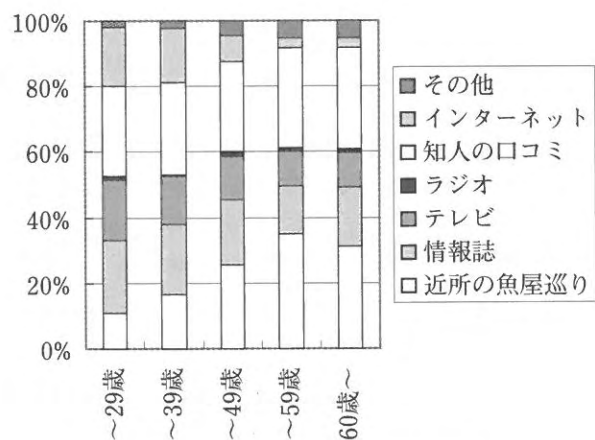


図7 年齢階層別鮮魚情報検索方法

別表1 アンケート調査票（前半の魚食関係設問部分抜粋）

魚食及びカキに係るアンケート

このアンケートは、県下での魚食やカキに関する意識を調査して、県産養殖カキ「豊前海一粒かき」の今後の消費拡大の方策の検討に役立てようとするものです。県の全出先機関の職員のご家族（独身の場合ご本人）にアンケートの協力をお願いしています。設問の回答枝の中で、該当するものを1つ（複数回答可の設問は複数）を○で囲んでください。

〔魚介類の購入と消費について〕

Q1. Q2. 魚介類を食べることは好きですか？

1. 好き 2. どちらかといえば好き 3. どちらかといえば嫌い 4. 嫌い

Q3. 月何回くらい魚介類を食べますか？ およそで結構です。 およそ 回位

Q4. 魚介類のうち、鮮魚（冷凍や加工品ではない生の魚）を買いますか

1. よく買う 2. 時々買う 3. あまり買わない 4. 買わない

Q3-2. よく買う、時々買うとお答えの場合、その理由をお教え下さい。

1. おいしい 2. 体によい 3. その他（ ）

Q3-2. よく買う、時々買うとお答えの場合、購入1回当たりの金額はいくら位ですか？

およそで結構ですのでお教え下さい。 およそ 円

Q3-3. あまり買わない、買わないとお答えの場合、その理由をお教え下さい。

1. 高い 2. まずい 3. その他（ ）

Q5. 魚介類を買うときは、どんな店に行きますか（該当するもの全てを選んでください）

1. 近隣の魚屋 2. 近隣のスーパー等 3. 郊外の大規模店舗 4. 生産地の直売所
5. その他（ ）

Q6. 魚介類を買うときは、どんな移動方法を用いますか（該当するもの全てを選んでください）

1. 徒歩 2. 自転車 3. バス 4. 電車 5. 自家用車
6. 生協等の宅配で注文するので買いに行かない 7. その他（ ）

Q7. 魚介類を買いに行くとき、移動時間はおよそ最大何分以内ですか

およそ 分以内

Q8. 新鮮な魚介類に興味がありますか？

1. ある 2. ない

Q7-2. 興味があるとお答えの場合、魚介類の情報を自分で探すことがありますか？

1. ある 2. ない

Q7-3. 探すことがあるとお答えの場合、どんな方法で探しますか？

- （該当するものを全て選んでください）1. 近隣の魚屋巡り 2. 情報誌 3. テレビ 4. ラジオ
5. 知人の口コミ 6. インターネット 7. その他（ ）

Q9. 生産地でおいしい魚介類が安く手に入る場合、出向いて買いに行こうと思いますか？

1. はい 2. いいえ

Q8-2. はいとお答えの場合、移動時間はどの程度が限度ですか？

およそ 時間 分

Q8-3. いいえとお答えの場合、理由をお教え下さい。

1. 時間がかかるから 2. 交通費がかかるから
3. 1と2両方の理由 4. その他（ ）

Q10. 新鮮な魚介類が宅配などで生産地から直接購入できる場合、利用しようと思いますか？

1. はい 2. いいえ

Q9-2. はいとお答えの場合、1回当たりの宅配料金はいくら位が適切とお考えですか？

およそ 円位