

# 水産情報

No. 946

平成22年 7月16日

全水卸組連

## 伊藤会長らを再選

### 東北地区連の休会承認

#### 団体総会

#### 全国団体

全国水産物卸組合連合会は7月3日、東京・丸の内東京會館で第32回の定時総会を開いた。1年の任期満了に伴う役員改選で12人の副会長を選出し、副会長による互選で伊藤宏之会長を再選した。伊藤会長は通算12期目。池本周三会長代行と里口勤専務理事も再選されている。

副会長の一人、大阪府水産物卸協同組合の山口秀雄理事長が退任、新たに大阪市東部水産物卸協同組合の佐藤高史理事長が就いた。そのほか9人の副会長は全員が再選。伊藤会長は冒頭にあいさつし、農林水産省の「卸売市場法の将来方向に関する研究会」内の議論を取り上げた。その中で「市場活性化には卸と仲卸の一体化以外にない」とした研究会のまとめの方向は間違っていない。ここに開設者も加わり方針を立てよ、となっているが歓迎すべき変化だと思おう」と新しい市場改革の道筋に期待感をこぼした。また臨時休開市日設定の問題に触れ、「われわれ

これはこれ以上営業日数が減ることに反対。4週8休を主張する青果と意見の隔たりは大きく、来年は水産と青果の休市日の統一が崩れる可能性が高まっている」と語った。来賓としてあいさつした吉井巧農林水産省総合食料局流通課長は、再び起きたウナギ蒲焼の偽装事件の発覚を受けて「来週には私名義で、再発防止に関する通知を出す。食全体にかかわる大きな問題なので、皆さまも一度確認をしてほしい」と呼び掛けた。議案審議で、平成21年度事業報告書と22年度の事業計画案を承認した。中心的な組合が民事再生中であるなど、会員組合の経営上の問題で厳しい状況が続いている東北地区水産物卸組合連合会について、民事再生期間中の休会措置と会費免除が特別動議に出され、承認された。また、来年度の定時総会は7月23日に京都で開催と決定した。

懇親会には高橋博農林水産省総合食料局長、岡田至全国中央卸売市場協会会長、伊藤裕康全国中央市場水産卸協会会長らが駆けつけた。このうち高橋総合食料局長は「高齢世帯の増加は、食に関心がある層が増えることと同義。(食に関する)さちんとした価値を消費者に届けねばならず、そのため市場関係者全体が新しい価値創造に向かうことが大事だ」とあいさつした。乾杯後、出席者はグラスを片手に談笑し親交を温めた。

日刊水産

経済新聞

7月6日

## 将来方向研の報告、最大限尊重

### 基本方針の検討状況

総合食料局の吉井課長

#### 全水卸組連総会で言及

農林水産省総合食料局 吉井巧流通課長は、7月3日に開かれた全国水産物卸組合連合会の定時総会で、平成23年度からの次期(第9次)卸売市場整備基本方針の検討状況に言及し、「卸売市場法などの制度改正を前提としない」として、調整作業を進めていることを明らかにした。ただ、3月に「卸売市場法の将来方向に関する研究会」が出した報告は最大限に尊重。「解決策を見つけ出すのに時間がかかる課題は、次期基本方針の策定とは別に検討。事後に方針変更をかけるか、制度改正したあとに新基本方針策定を行うなど、皆さんのご理解を得ながら対応する」と述べた。

「送機能の強化」や「卸売業者及び仲卸業者の経営機能の強化」は、まず行政が中。「経営戦略の確立」は、経営改善指導の方法の見直しなども次期方針の中に取り入れていく。研究報告のポイントともなった拠点市場の選定については、取り扱った数量を基本としながら、行政の恣(し)意を廃した客観的な基準を設けると説明。「中央卸売市場の再編」基準は、市場規模が縮小していることを考慮した妥当な再編基準を検討中である、とした。なお、制度改正を要する課題としては、「商物の一致規制の見直し」、事前承認制見直しによる「事業者の負担軽減、事務手続きの簡素化等」「事業管理者や指定管理者制度の活用」「市場取引委員会の運用改善」などを挙げた。

「これらは別途検討する。さらに「代金決済機能」は、まずは行政が実態の把握に努めたい」と見出し、「開設主体の見直し」については吉井課長が「長い目で見守りたい」と語っていた。

次期卸売市場整備基本方針は、一定の骨子案をまとめて関係団体や研究会委員らと調整を進めたうえで、今年9月に担当の政策審議会に諮問。10月の成立を目指す。次いで今年度末までに、次期中央卸売市場整備計画をまとめる。新整備計画について吉井課長は「築地市場をどう位置付けるかが課題だ。対応を考えていきたい」と話した。

## 大衆魚では利益でない

水産物卸業者を対象とした活性化セミナーを大阪本場で開き、効果的な営業で成功している実例が紹介されたほか、同社が販売する市場仲卸専用販売管理システム「フレッシュ市場くん」の展示会があった。

水産物卸業者を対象とした活性化セミナーを大阪本場で開き、効果的な営業で成功している実例が紹介されたほか、同社が販売する市場仲卸専用販売管理システム「フレッシュ市場くん」の展示会があった。



セミナーは、「市場縮小時代 水産物卸業者の勝ち残り戦略」をテーマに、(株)井総合研究所の藤田牧男水産ビジネスコンサルタントが講師を務めた。写真の話を聞いた。

少子高齢化で人口が減る会社は、加工と商品の集荷力があることを説明し、「利益率の高い会社は何かの付加価値を付している」とし、国産鮮魚を使った業務用チャネルへの営業展開をすすめた。

展示コーナーでは、仲卸専用販売管理システム「フレッシュ市場くん」をはじめ、今回初めて紹介した献立作成システムは、材料費、栄養価などを簡単にメニューをシミュレーションできるソフトで、「さまざまな料理を顧客に提案でき、商談や企画時に活用できるので(関係者)とアピールしていた。

## 食品市場新聞

7月5日

# 2010年版 惣菜白書

## 08年の市場は8兆2156億円

### 寿司類の購入頻度向上

「2010年版惣菜白書」が日本惣菜協会から発行され、惣菜市場の動向や消費者動向などを幅広く紹介している。

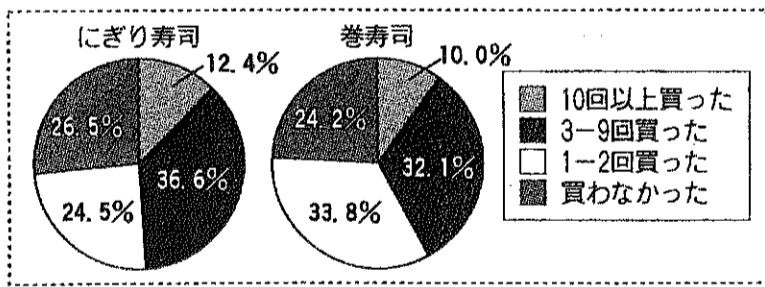
それによると、08年のトータル市場は8兆2156億円（対前年比3.4%増）で、「食品品スーパー」と「コンビニエンスストア（CVS）」がそれぞれ4.8%増と、最も売り上げを伸ばした。だが09年は、08年後半のリーマン・ショック以降の経済不況の波を受けての業態で「変わらな

い」の回答が半数以上となった。

今後注力する商品は、すべての業態で半数以上が「国産健康」と回答しており、CVS以外では「低カロリー」「栄養バラツキの少ない」を半数以上が回答。これと連動して、今後惣菜売場で重視する施策としては、「カロリー情報の提供」「アレルギー情報の提供」「原料・原産地情報の提供」などを挙げた企業が多くなっている。

消費者動向では、各別商品の購入頻度、購入店舗、いつどんな時に食べるかなどの視点で調査を実施。水産関連では、寿司類（にぎり、巻き、焼魚、煮魚、ウナギの蒲焼などの利用状況を調査している。

特に購入頻度の高い水産品は「にぎり寿司」で、半年に3回以上購入した人の割合は首都圏50.8%、近畿圏50.7%、北陸圏45.4%、66.1%、7.7%、「煮魚」で16.5%、「焼魚」で16.5%、「ウナギの蒲焼」で16.5%、「にぎり寿司」は9位（31.2%）という結果だった。「最近1週間での購入頻度」をみると、1回以上買った人は「焼魚」で16.5%、「煮魚」で16.5%、「ウナギの蒲焼」で16.5%、「にぎり寿司」は9位（31.2%）という結果だった。「最近1週間での購入頻度」をみると、1回以上買った人は「焼魚」で16.5%、「煮魚」で16.5%、「ウナギの蒲焼」で16.5%、「にぎり寿司」は9位（31.2%）という結果だった。



上段：実数 下段：構成比	全体	10回以上買った	3-9回買った	1-2回買った	買わなかった	不明
全体	44,520	3,129	7,950	10,299	23,142	0
焼魚	1,113	96	94	160	763	0
ウナギの蒲焼	1,113	27	181	413	492	0
煮魚	1,113	17	75	129	892	0
いか・えびフライ	1,113	71	233	254	555	0
ちらし寿司	1,113	35	150	286	642	0
にぎり寿司	1,113	138	407	273	295	0
巻き寿司	1,113	111	357	376	269	0

(2010年版惣菜白書から作成)

国内で供給されるクロマグロは年間約4万3千トン。そのうち約4分の1は養殖物が占める。養殖物は「ヨコワ」と呼ばれる幼魚を捕獲し、いけすで育てるが、幼魚の捕獲に限りがあり、生産量の拡大が思うようにできない。卵から育てる完全養殖も成功しているが、市場に流通するにはコストがかかり生産性の向上が求められている。

「巻寿司」37.7%となり、やや魚を食べる機会が増えていることがうかがえる結果となっている。

2-3年前と比べた食事が変化で「魚料理が増えた」と回答した人は37.5%で、「どちらともいえない」が40.9%と

「巻寿司」37.7%となり、やや魚を食べる機会が増えていることがうかがえる結果となっている。

2-3年前と比べた食事が変化で「魚料理が増えた」と回答した人は37.5%で、「どちらともいえない」が40.9%と

「巻寿司」37.7%となり、やや魚を食べる機会が増えていることがうかがえる結果となっている。

2-3年前と比べた食事が変化で「魚料理が増えた」と回答した人は37.5%で、「どちらともいえない」が40.9%と

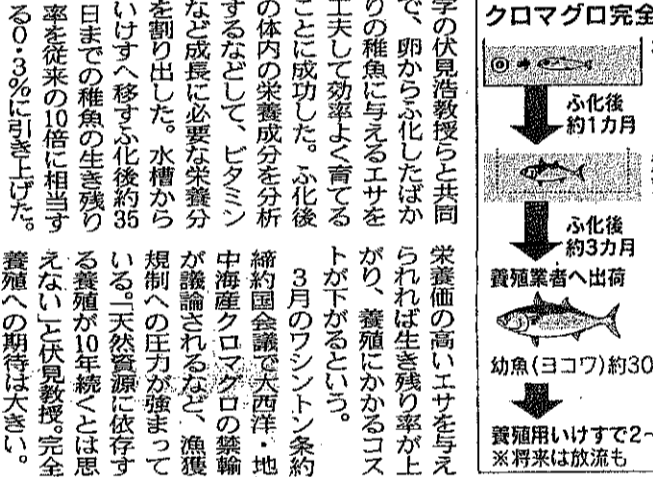
## 国内供給量確保に道

### 完全養殖クロマグロ

#### 近大など、稚魚生存へ新技術 水質・エサ…環境を改善

資源の枯渇が懸念されるクロマグロを卵から育てる完全養殖で、生産性の向上につながる技術開発が加速している。近畿大学は卵から稚魚に成長する割合を大幅に向上したほか、マルハニチロホールディングスは成長性の高いエサを与えて稚魚が生き残る確率を高めた。養殖にかかる費用が下がるうえ大量生産につながり、将来は完全養殖したクロマグロで国内の供給量が確保できる可能性もある。

国内で供給されるクロマグロは年間約4万3千トン。そのうち約4分の1は養殖物が占める。養殖物は「ヨコワ」と呼ばれる幼魚を捕獲し、いけすで育てるが、幼魚の捕獲に限りがあり、生産量の拡大が思うようにできない。卵から育てる完全養殖も成功しているが、市場に流通するにはコストがかかり生産性の向上が求められている。



完全養殖したクロマグロが安価で大量に生産できるようなれば、稚魚を海外へそのまま放流する可能性も出てくる。放流して育ったマグロだけを捕獲すれば、資源を確保しながら漁業ができるようになる。

クロマグロの完全養殖を進める近畿大学の沢田好史教授は、「稚魚を育てる技術は共通。将来は放流したマグロを捕獲すれば商業化は難しい。このため、近大はバイオベンチャーのジェノテックス(茨城県つくば市)と協力して、遺伝子検査

でマグロの親子関係特定する技術を開発した。完全養殖で得られた稚魚を海に放流して再び捕獲したときの個体識別に使える。築地市場の天然マグロ800匹の肉片を調べ、産地をほぼ特定できた。

近大は開発した技術などを活用して、マグロの生態も詳しく調べて、将来の栽培漁業につなげることを目指している。

「新たな調理法」44%、「下ごしらえされた魚の納品」40%、「コストの安さ」34%となっている。

このほか今回の調査では、登場頻度が高い魚介類の順番や、調理方法、味付けの好みなどについての回答も得ている。

## 外洋放流し捕獲めざす 持続的な漁業の実現期待

「三面より続き」

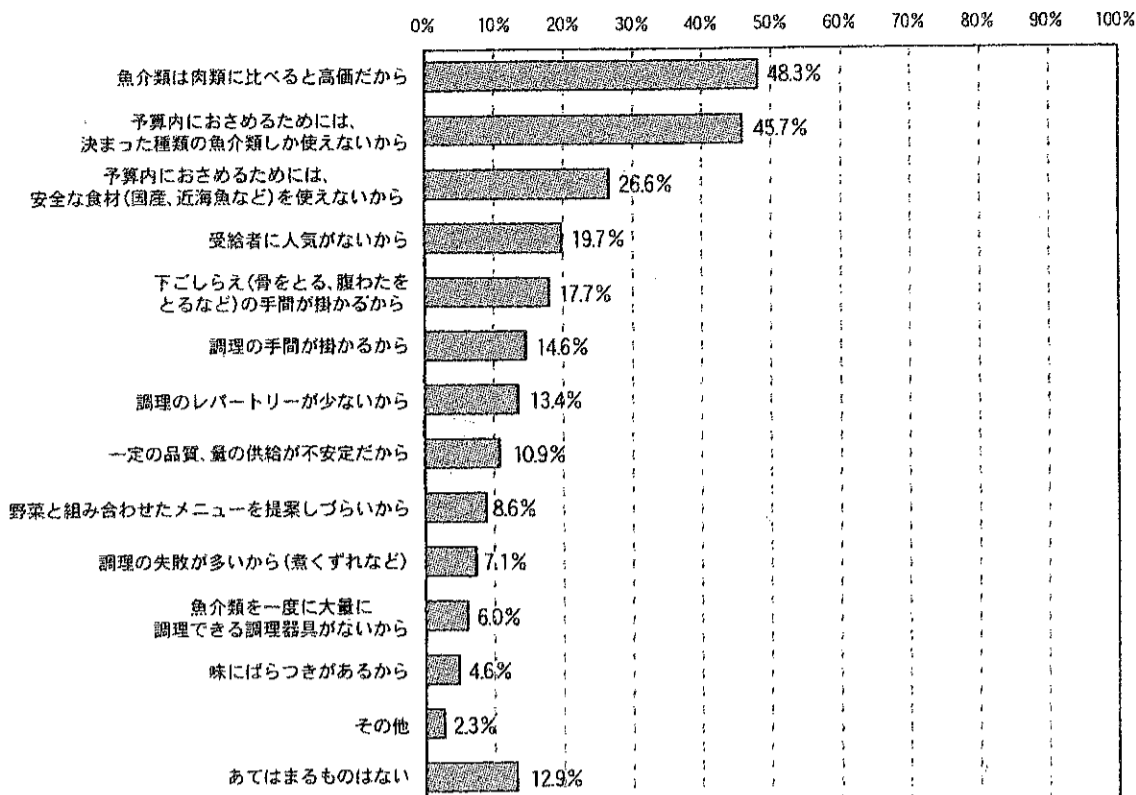
46% 「新たな調理法」44% 「下ごしらえされた魚の納品」40% 「コストの安さ」34%となっている。

このほか今回の調査では、登場頻度が高い魚介類の順番や、調理方法、味付けの好みなどについての回答も得ている。

給食提供者対象

全体(N=350)

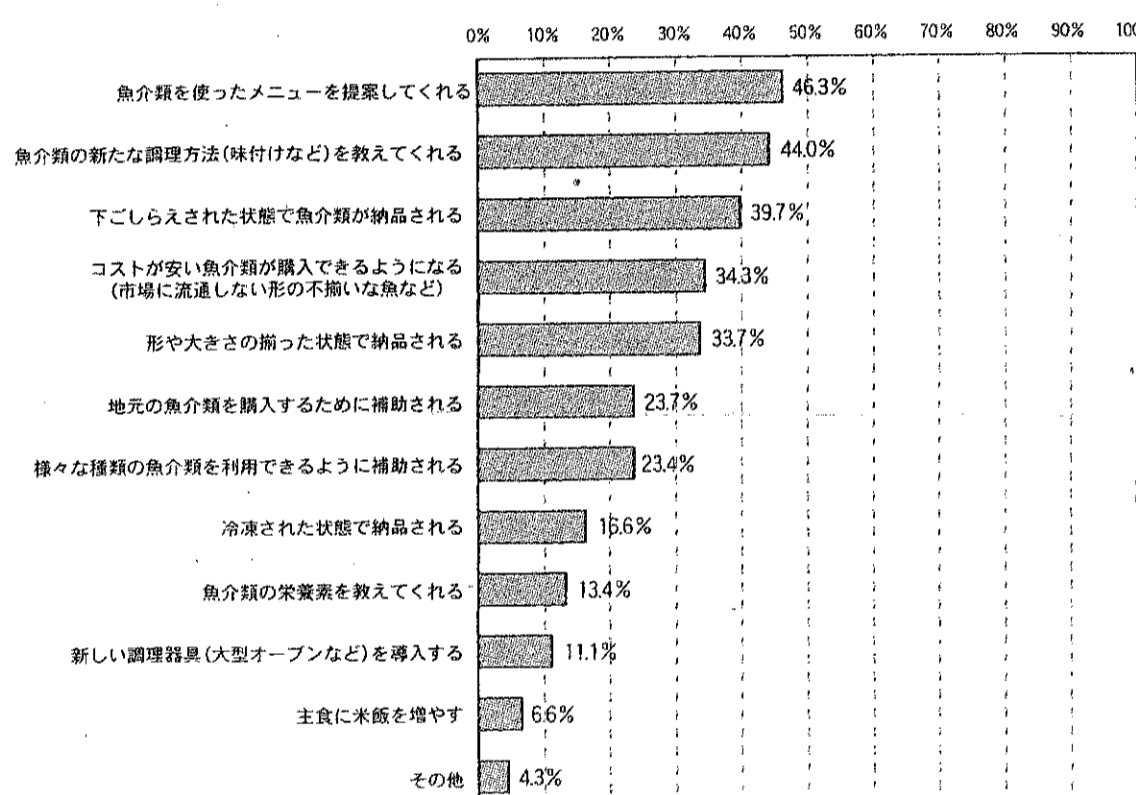
水産物の消費低下原因【全体】(複数回答)



給食提供者対象

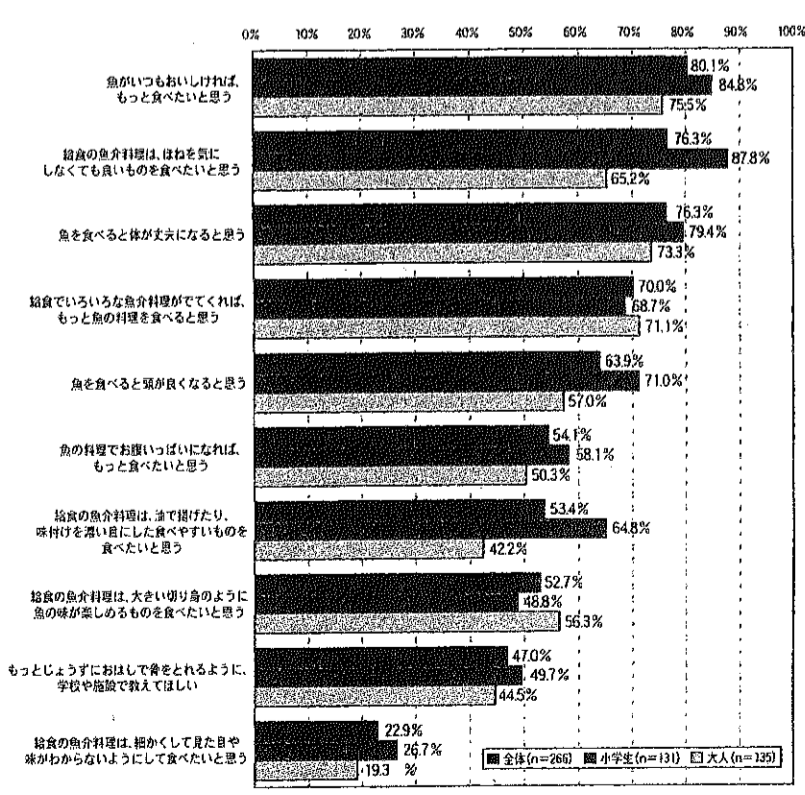
全体(N=350)

水産物を給食で活用するための具体案【全体】(複数回答)



給食受給者対象

給食の魚介料理に対する考え・要望【属性別】



集団給食施設における魚食普及に向けた調査

大日本水産会が実施

大日本水産会は給食で魚食を推進するため、潜在的な需要がある調査結果をまとめた。小学生の嗜好(し)は、魚介料理と肉料理を比較した場合、「魚介料理の方が好き」と回答した小学生は全体の8%だったのに対し、肉料理をより好む生徒は60%だった。肉に大きく水をあけられた一方で、「給食の魚がいつもおいしければ、もっと食べたい」と答へる回答があった。

調理次第で「もっと食べる」85%

「食べにくさ」やはりネック

4割以上が「利用増やしたい」

小学生の65%が魚好き

肉料理との比較では大きな偏りがあったが、単に魚介料理の好き嫌いを問うと、「とても好き」「好き」と答えた小学生は、全体の65%以上。生は、全体の65%以上「あまり好きではない」「嫌い」は8%しかなく、懸念されているほど魚介料理の好き嫌いを問うと、「とても好き」「好き」と答えた小学生は、全体の65%以上。生は、全体の65%以上「あまり好きではない」「嫌い」は8%しかなく、懸念されているほど魚介料理の好き嫌いを問うと、「とても好き」「好き」と答えた小学生は、全体の65%以上。

水産物の有用性を理解

水産物の有用性は小学生にも理解されていた。油で揚げたり、濃い目の味付けを望む声があるなど、工夫次第で魚介類の利用を促進できる可能性がある。給食で出される魚介料理への要望として「骨を気にしなくていいものを食べたい」が88%でトップだった。

大人の回答では、肉より魚料理を好む割合が22%となり、小学生の結果より高まっている。魚が嫌いな点も「骨がある」が53%まで減少し、小学生の回答より3割以上も少なくなっている。

供給側では価格に課題

一方、供給側への質問で、3年前と比較して魚介類が給食に登場する頻度が増えたのは13%。「変わらない」は61%、減ったのは8%と、3年間でそれほど大きな変化はみられていない。「今後水産物の利用を増やしていくための方策としては、「メニュー提案」が44%と最も多かった。

新メニュー提案に要望

ただ、全体の44%が給食での水産物の利用を増やしたいと回答。逆に減らしたいという回答は3%にとどまっている。給食で水産物の利用を増やしていくための方策としては、「メニュー提案」が44%と最も多かった。

朝日新聞 4月5日

# 築地市場 小分け魚対応 量販店

## 築地市場 サービス勝負

午前5時半。東京都中央卸売市場築地市場（中央区）に競りが始まり、生鮮マグロの競りが始まった。蛍光灯が並んだマグロの腹を照らす。競り人が片腕を突き上げた。

「はい、いち番、一番……」

外国人観光客にも人気を集める競りの風景。だが今や、水産物で競りや入札が行われるのはマグロ類など高級魚を中心にならずに30品目ほど。仲卸業者らは卸会社から競りなどで買付けた水産物を小売業者などに売るが、卸会社の取引の8割は買い手と一対一で交渉する「相対取引」になっている。

まだ間に包まれている午前3時。市場内の冷蔵施設の前で1台のトラックが止まり、作業着姿の男6人が集まってきた。水産卸会社の子会社「築地フレッシュ丸都」の社員たちだ。丸都は、競りへの参加や卸会社との取引が認められた売買参加者の資格を持つ。

「品ぞろえは充実させたいが、売れ残りは出したいくない」。こんなスーパーの求めに応じ、競りを過ぎず卸会社から直接買付けた鮮魚を、1日前後で売切れる量に小分けする。首都圏に約100店舗を展開するスーパーの注文で10年ほど前から始めた。

3月31日のセットは福岡産のイサキや長崎産のタイ、カワハギなど6種類。「売り場が狭まる」と赤い色の魚をなべく入れ、同じ魚種が2日続かないよう気を配る。

午前4時すぎ。セットを載せたトラックがスーパーの物流センターに向けて出発した。「競りを待っているのは開店時間までに魚を配達できない」。スーパーなど量販店が発言力を増す中、全国の市場で競りは減り、卸売市場法も1999年に改正されてせり・入札の原則が廃止された。

一方で、日本国民の魚の消費量は減っている。限られたパイを狙い、築地市場では卸会社と仲卸業者との競争が激しさを増す。卸会社は10年ほど前から「開発部」や「販売促進部」を設け、スーパーとの直接取引に力を入れるようになった。小分けや自利きは本来、仲卸業者の仕事だが、丸都のように仲卸機能を持つ卸の関連会社も参入している。

## 競争激化 仲卸が加工も

競りが始まる頃、市場の一角にある仲卸「浜長」の加工場で、軍手にエプロン姿の3代目社長、小沢真夫さん（76）は、体長50センチのタイの腹を水で洗い流すと、冷えた手を湯のに入った発泡スチロール箱に突っ込んで温めた。

若い頃は競りに参加していた時間帯。今では魚のほとんどを従業員が相対取引で買付け、加工場に運んでくる。

「カッパ おろし 1本分」「黒ムツ ドレス 350本3本」「キンメ そうじ 1本」

加工を待つ魚には、加工方法を指示したピンク色の伝票が載る。「おろし」は三枚おろし、「ドレス」はヘッドレスのことで頭を取って内臓も抜く。「そうじ」は頭を残してうろこをエラ、内臓を取り除く。約30坪の加工場で小沢さん は屋前まで立ちっぱなしだ。なじみのシェフから頼まれて魚の下処理サービスを始めしたのは10年ほど前。4年前に約3千万円を投じて加工場を建てた。顧客サービスなので加工費は取らない。「仕入れるから買って」だ。加工が済まない仲卸は生き残れない。

午前10時半。浜長で三枚におろされたタイが東京都新宿区の創作料理店「クルーズ・クルーズ」に届いた。

厨房はランチタイムの準備の真っ最中。シェフの一人が洋包丁で皮目に薄く切り込みを入れ、切り分けてパットに並べた。焼き目を付けてローストし、4月からのランチの新メニューとして供された。

客席数300に対して厨房担当は6人。石原恒裕料理長（41）は「人件費はなるべく抑えたい。魚を最初からおろそうとすれば、料理人がもう2人は必要だ」。

店が入るビルでは事業コミの処理費が1袋（90分）1千円。魚を下処理してもらったので生ゴミは半減できた。

## 夜は居酒屋に

「岩ガキは、これからのいる種類が出てきます」「サクラマスは海で取れる魚で

「岩ガキは、これからのいる種類が出てきます」「サクラマスは海で取れる魚で

# 11年ぶりに、25万ト割込む

## 「買い負け」進み縮小続く

### 09/10年サケ・マス輸入

5月から翌年4月までのサケ・マス年度で集計した2009/10年度の輸入量は、前年度より4.5%少ない24万5934トにとどまった。財務省の輸入通関統計から本誌が独自に取りまとめたものだが、年間25万トを割り込むのは実に11年ぶり。30万トに迫った2001/02年をピークに急激に減少している。

落ち込みの最大の要因は、4月末で区切れれば話はやや増加して、全体は、冷凍トラウトとアト。この減少分は北米産 昨年度より1万ト多い水では同水準を維持した。ただ、主力の冷凍が大減産で、北欧含めて海。需要に見合った必要も前年並みの4万ト強に。外市場の高値に引つ張ら 最低限の原料を買い付けとどまり、むしろチリはれたほか、アトランティ たのにとどまった。また、頭打ちとなった。

ノルウェー産空輸アトは同じくチリ産の魚 カナダBCが不漁続きで ランティックサーモン主 病拡大による大減産で主 近年、一部のアイテムを 北米市場の需給が過 除いてほとんど輸入の対 体の生鮮・冷蔵は、年間 (ひつ) 迫し、いずれも 家になっていないのも響 2万ト強と変わらな安 定。塩蔵・加工品は、カ 日本向けに限られた。こ いた。

主力をなしたチリ産の ナタ産ベニの不漁で塩蔵 の2魚種で2万ト以上が 減少した。

加えてベニサケは、ロ ズンサケについては、新 フィーレーや塩漬が急減 した。

シアが昨年、流通の禁漁 ともあって8万トを超え 製品や調製品が安定、缶

年度	数量
1998/99年度	241,080
1999/00年度	261,927
2000/01年度	281,788
2001/02年度	297,928
2002/03年度	280,150
2003/04年度	276,954
2004/05年度	282,086
2005/06年度	280,553
2006/07年度	265,578
2007/08年度	253,436
2008/09年度	257,637
2009/10年度	245,934

※フィレー含む

## 食品市場新聞

5月24日

ポイント上昇すると試算は1位がアジ、2位がイカ、3位がサバ。一方、09年は1位がサケ、2位がイカ、3位がマグロだった。

地域別の購入数量は、東北地方でカツオ、カレイ、サンマ、九州でタイ、アジ、イワシが多い傾向となっているが、白書は以前よりも地域性が薄れつつある点を指摘。海外からの輸入が多いサケ、冷凍技術の発達したマグロが周年供給され、「消費の平準化が進んでいる」としている。

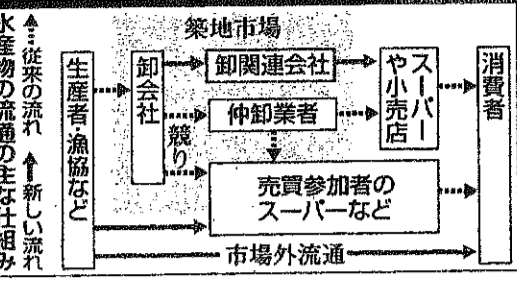
## 回転寿司で自給率アップ

政府は21日、09年度の「水産白書」を閣議決定した。トピックスには①未利用魚の活用②フラストフードで自給率アップ③大型クラゲの出現④マグロ類の保存管理をめぐり世界の動き⑤鯨類資源の持続的な利用⑥天然資源に依存しないウナギの生産ーを盛り込んだ。消費動向ではサケ、

若者のファストフードで歯止めを

マクドの購入数量が近年伸びている点に注目。その背景には、下ごしらえ不要な魚をスーパーで購入するなど、購入形態や購入先の変化が反映していることを指摘している。

白書では大量仕入れによる低価格化など、経営努力を実践する回転寿司チェーン、国産水産物を5皿ずつ消費すれば、食用魚介類の自給率が1



「品ぞろえは充実させたいが、売れ残りは出したいくない」。こんなスーパーの求めに応じ、競りを過ぎず卸会社から直接買付けた鮮魚を、1日前後で売切れる量に小分けする。首都圏に約100店舗を展開するスーパーの注文で10年ほど前から始めた。

3月31日のセットは福岡産のイサキや長崎産のタイ、カワハギなど6種類。「売り場が狭まる」と赤い色の魚をなべく入れ、同じ魚種が2日続かないよう気を配る。

午前4時すぎ。セットを載せたトラックがスーパーの物流センターに向けて出発した。「競りを待っているのは開店時間までに魚を配達できない」。スーパーなど量販店が発言力を増す中、全国の市場で競りは減り、卸売市場法も1999年に改正されてせり・入札の原則が廃止された。

一方で、日本国民の魚の消費量は減っている。限られたパイを狙い、築地市場では卸会社と仲卸業者との競争が激しさを増す。卸会社は10年ほど前から「開発部」や「販売促進部」を設け、スーパーとの直接取引に力を入れるようになった。小分けや自利きは本来、仲卸業者の仕事だが、丸都のように仲卸機能を持つ卸の関連会社も参入している。

	1965年	1982年	2009年
1	アジ	イカ	サケ
2	イカ	マグロ	イカ
3	サバ	カレイ	マグロ
4	カレイ	アジ	サンマ
5	マグロ	イワシ	ブリ