

平成 21 年度 第 2 回農林水産活性化対策ワーキンググループ（水産業）会議 議事概要

1 日 時 平成 21 年 6 月 23 日（火）10：00～12：00

2 場 所 県庁 603 会議室

3 出席者 別紙のとおり

4 概 要

(1) 水産室長あいさつ

(2) 現状の把握について

資料「1 現状の把握について」に基づき事務局から説明

(3) 改善策の検討について

資料「2 改善策の検討について」に基づき事務局から説明

<主な発言>

(漁獲量の減少)

- 以前に比べて漁獲量が大きく減少しており、その大きな要因としては、地球規模での温暖化や担い手の減少などが考えられる。海水温度の上昇により本県水産物の中では特にスルメイカ漁が打撃を受けている。逆に温暖な地域の魚であるサワラが庄内沖でとれるという現象も起きている。
- 漁獲量の減少には海岸線付近への工作物の構築などによる漁場環境の変化が影響していることも考えられ、ハードの整備等を含めた対策の検討が必要である。また、稚魚放流については漁業者からは効果が見えにくい魚種から効果が見えやすいイシガレイなどの魚種への転換を求める声が出ています。

(魚価の低迷と販売方法の工夫)

- 魚価についても、低下しており、特に「タイ類」は大きく落ち込んでいる。この要因としては養殖ものが出回っていることや景気の悪化により高級品の消費が減少していることによるものと考えられるが、鮮魚として販売するだけでなく、加工などにより付加価値を高める工夫が必要である。以前に比べ食生活が変化し、食事の洋風化、安全・安心への関心の高まりなど消費者の意識の変化が進む中で、魚食が健康維持に有効であることをアピールすることも必要ではないか。
- 今後、本県の水産物販売を県内中心で展開していくか、県外向けや外国向けで展開していくかという販売戦略の基本方向を定めなければならない。現在、内陸では庄内の魚への認知度があまりなく、評価も十分でない。モズクの例をとってみれば、庄内の産地市場ではキロ 1,000 円程度で取引されたものが、内陸の卸売市場ではキロ 600 円程度の値しかつかないこともある。県産水産物については山形中央卸売市場におけるシェアも低いが、ここでの販売が拡大できれば、県内全体での消費拡大につながられると思われる。

- 消費者のニーズをどうとらえ、それを販売にどう結びつけていくかが重要であるが、山形と庄内では好む魚種も異なり、例えば、口細ガレイは庄内の消費者には好まれるが、山形の消費者にはあまり好まれない。また、消費者は水産物の鮮度に対する関心が高く、山形を中心に行われ始めている鮮度の良さを売り物にした「夜市」という販売形態が好調となっている。生産者としてもこれまで以上に鮮度保持技術の向上に取り組む必要がある。
- 魚価低迷については流通形態の見直し等により対応していくべきであり、庄内の魚の消費を山形で高めるには、山形の消費者に好まれるような工夫が必要である。そのためには、机上だけでなくフィールドワークを含めてお互いのことをよく調べて、庄内と内陸の双方の関係者が協力してイベントや直接販売のプログラムを検討することも一つの方法となる。こうした取組みを通じて自分達にとってはあまり価値のないものが相手にとっては高い価値があることを発見する可能性も大きい。

(担い手の確保対策)

- 漁業の担い手についてみると、10年間で約300名が減っており、漁業新規就業者対策と漁村活性化対策を含めた総合的な地域づくりが必要となっている。新規就業者対策については、若い人だけでなく、中高年を含めて対象とし、地域内の人材育成を基本としながら外部からの人材の確保を進めるように展開すべきではないか