

Delivery みなみいせ

～南伊勢が誇る水産物で地域経済の活性化～

---

愛知大学法学部 入江ゼミ(入江容子)

代表者 小木曾光

発表者 小木曾光

田中鈴奈

田中友梨

鍋島諒

山本凌輔

## 梗概

本論の目的は、食材宅配事業に焦点を当て、三重県南伊勢町の6次産業の活性化について考察していくことである。また、食材宅配事業による南伊勢町の6次産業の活性化に与える具体的な効果等を把握し、行政の役割についても本論で考察・検証していく。

現在、我が国では、多くの地方自治体が人口減少や高齢化等の大きな問題を抱えている。産業分野全般において、高度経済成長に端を発する就労構造の変化によって、若者は産業を離れ、65歳を超える高齢者が産業の担い手となるなど、全国的に深刻な問題として表れている。この課題の解決法として現在、6次産業化が注目されている。6次産業化とは、1次産業としての農林漁業、2次産業としての製造業、3次産業としての流通販売の統合的な経営を目指し、それにより農林漁業者の所得を向上していくことである。

三重県南伊勢町においても、人口減少や高齢化による担い手不足により、産業の衰退が懸念されている。南伊勢町は第1次産業の中でも、水産業が特に活発に行われており、三重県の水産業をリードしている。

しかし、町内における2次産業としての加工業、3次産業としての小売業等の事業規模が小さいことから、町の特産物の対外的な知名度が低いようだ。加えて、担い手の大半が高齢者であることから、水産業の存続が危ぶまれることが予測される。また、集落がリアス式海岸特有の地形に点在するため、狭い道路が多く、地域内から地域外への輸送に時間がかかることも推察される。

このような状況を踏まえ、南伊勢町において、6次産業化の方法を模索し、進めていくことで、水産業の活性化に寄与できるのではないかと考える。本論では、手法の一つとして、食材宅配企業との連携協定を提案したい。

以下、本論は、南伊勢町の現状を把握することで、仮説を明確にし、食材宅配企業と連携協定を結ぶことが可能か否かという点に加え、もし連携協定を結ぶことが可能であれば、行政にどのような役割が求められるかを詳しく検証・考察していく。そして、新たな流通システムの一つである食材宅配企業との連携協定が水産業活性化にどのように繋がるのか、現地調査等を踏まえ、検討していきたいと考える。

## 第1章 現状把握・問題提起

### 1-1 我が国の第1次産業の現状と課題

現在、我が国では、少子高齢化という大きな問題に直面している。この課題に対し、政府は一体となって、各地域がそれぞれの特徴を活かした自立的で持続的な社会の創生を目標としており、将来にわたり、持続的な成長力を確保することが必要とされている<sup>1</sup>。そこで、産業の中でも特に第1次産業について着目した。第1次産業は食料確保などにおいて非常に重要性の高い産業である。しかし、時代が進むにつれて、第2次産業や第3次産業が第1次産業を上回るほど発展していった。さらに、少子高齢化社会に伴い、第1次産業は衰退しつつある。南伊勢町も例外ではなく、1960年の32,070人をピークに徐々に総人口が減少しており、2010年では、14,791人、2060年には、3,372人と予想されている。それに伴い、南伊勢町の第1次産業の就業者数についても1990年には3,182人ほどいたが、2010年には、1,317人ほどにまで減少していった<sup>2</sup>。この

---

<sup>1</sup> 内閣官房・内閣府総合サイト「地方創生 まち・ひと・しごと創生『長期ビジョン』『総合戦略』『基本方針』」

[www.chisou.go.jp](http://www.chisou.go.jp)（最終閲覧日：2022年10月31日）

<sup>2</sup> 南伊勢町「南伊勢町人口ビジョン」平成28年3月 2頁、25頁

ように南伊勢町においても第1次産業の衰退や少子高齢化社会の影響を少なからず受けている。しかしながら、第1次産業は直接の食料や生活必需品を生みだしているなど非常に重要な産業である。そこで、南伊勢町では、南伊勢町の産業を6次産業化へ発展させ、食品宅配事業による知名度の向上、販路拡大、安定した収入を確保したうえで、南伊勢町における持続可能性について検討していく。

#### 1-2 6次産業化について

水産白書によると、6次産業化は「農林水産業・農山漁村と2次産業・3次産業を融合・連携させることにより、農林水産物を始めとする「資源」を利活用し、新たな付加価値を生み出す地域ビジネスや新産業を創出すること」とされ、具体例として加工・直売、レストラン、民宿、体験漁業等が示されている。重要なのは、舞台は農山漁村であることと、融合・連携によって産業の多角化、複合化を進めることであり、漁業者や農業者が誰とどのように連携し、どのような多角化・複合化で新しい事業を創出するかということである。

6次産業化を進めることのメリットとして、第1次産業従事者にとって、生産物の販売以外に収入源ができること、生産物をブランド化して価値を上げ、販売額をより高くできることが挙げられる。しかし、6次産業化の成功事例として捉えられている事例であっても、経営資源や市場は常に変化するものであるため、その変化に対応しながら商品開発と販路開拓を柔軟かつ効率的に進めていくことは常に課題であり、新商品を開発した後の販路開拓は継続的に事業を維持するために重要であると考えられている<sup>3</sup>。

#### 1-3 南伊勢町の産業と食品宅配事業との協力に関して

次に、南伊勢町で6次産業化を持続させるために食材宅配事業の参入が必要だと考える。6次産業化を進めるうえで、必要なことは、地域や自治体の看板商品となれるものを見つけ、ブランド力を高め、販路を拡大させることである。実際に生協では、全国各地に宅配事業を提供しており、さらに山間部、離島など、日常生活物資の購入先が少ない地域の住民の生活において一定の役割を果たし、実績は十分にあることから南伊勢町の立地を考慮しても他地域への宅配事業は不可能ではないと考える。

#### 1-4 南伊勢町の産業について

南伊勢町の産業は第1次産業が経済の中心を担っていると言えるほど活発であるという点が特徴であり、特に漁業が盛んである。南伊勢町はリアス式海岸が特徴ということもあり、三重県下一の水揚げ量を誇っている。しかし、地域の水産資源がうまく活用されておらず、町の財政が潤っていないと考える。このような状況を踏まえ、南伊勢町では「南伊勢町過疎地域持続的発展計画」や「南伊勢町総合計画(新絆プラン)」を掲げ、人口減少の克服・地方創生の目的を達成するための政策に取り組んでいる。さらに、南伊勢町においても6次産業としての取り組みを進めていくことで、特産物の価値や需要が高まり、地域が活性化し、ひいては、水産物の販路拡大、知名度の向上が見込める可能性があるかと推察する。南伊勢町は元より養殖まぐろなどでブランド力を積み上げている。しかし、特産物であるまぐろの知名度の低さや南伊勢町までの交通の便の悪

---

<https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/4/025.pdf>（最終閲覧日：2022年10月31日）

<sup>3</sup> 櫻庭 英悦「6次産業化とバリューチェーン」フードシステム研究第21巻2号（2014年）47-52頁（最終閲覧日：2022年10月31日）

さ、さらには近年の新型コロナウイルスの影響から、養殖まぐろが食べられる店舗への集客、販路拡大が現時点では十分になされていないと考えられる。そこで私たちは、新鮮なまぐろや加工品等の南伊勢ブランドに認定されている特産品が食材宅配事業に参入することで、南伊勢町に対し、相対的な大きなメリットをもたらすと考える。具体的なメリットとしては、南伊勢町と南伊勢町の特に水産物の知名度が向上し、販路拡大に繋がり、安定した収入を確保することができるのではないか、さらには、これらを元に食材宅配事業との協力による水産物の持続可能性に繋がるのではないかと考える。

## 第2章 仮説

漁業は我が国にとって重要な産業の一つである。しかしその生産活動はかつての輝きを失い、就業者も減少を続けている。現在、就業している人たちも高齢化が進み産業の持続性が危ぶまれている。さらに、漁業の衰退と表裏一体で漁村の疲弊も顕在化しており、漁港背後地で生産を続ける水産加工業も人手不足に悩まされている。

南伊勢町においても、1960年から一貫して人口が減り続けており、国立社会保障・人口問題研究所の公表によると、2040年には6430人に半減し、2060年には3372人まで減少すると予測されている。また、高齢化率については、1980年以降、急激に上昇しており、2020年には50%を超え、2040年には55%まで上昇すると考えられている<sup>4</sup>。すなわち、人口のほぼ2人に1人が65歳以上の高齢者となり、町の中心産業である水産業を維持できない状態に追い込まれているのである。

本来、このような局面においては、漁業が人材を確保できるよう、賃金や休日などの労働条件を向上させるとともに、漁村の生活環境を改善させることが望まれる。しかし、南伊勢町においては、年間一人当たりの付加価値額が538万、所得295万円、支出23.6%であり、地域内の住民、企業等が稼ぐ所得より、地域の産業が分配する所得が少ない状況にある。これでは、漁業における労働条件等を向上させることは極めて困難だと考える。

加えて所得からの支出のうち、282億円が域外へ漏出しており、地域内に魅力的な財やサービスが提供できていないのだ。このような現状から、南伊勢町では強みである漁業を十分に活用できていないと推察される。

ただ、このような状況に対して国が全くの無策かといえばそうではない。沖合・遠洋漁業については、水産庁を中心に水産教育機関での漁船海技士養成の取り組みが始動している。政府も目下、漁船漁業や養殖業を対象に、外国人技能実習生の長期活用を認めるとともに、新たな在留資格「特定技能」を創出し、漁業における労働力の導入拡大に力を入れているのだ。

ただし、近年は新型コロナウイルスの拡大によって、どれだけの人材を確保できるかが未知数であることも考慮すると正しい選択だとはいえないだろう。

それでは、第1次産業の再生を図るために、どのようなアクションを起こせばよいのだろうか。

### 2-1 第1次産業の再生に向けて

6次産業化を南伊勢町で進めていくにはどうすればよいのかを考えるには、まず水産業の基本的な流通システムを知る必要がある。水産業界の流通システムは、通常、最終消費者の元へ魚が届くまでにおよそ6つの工程を踏んでいる。まず、漁業者が水産物の候補を捕獲し、港で水産物が

---

<sup>4</sup> 南伊勢町(2016年3月)「～資源をつなぎ、ひとがつながり、次世代へつなげる～南伊勢町まち・ひと・しごと創生総合戦略」

<https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/4/030.pdf> (最終閲覧日:2022年10月31日)

産地市場に水揚げされ、それを仲買人が購入して消費地市場に向けて出荷している。そこで、スーパーや水産会社が買い付けを行い、モノによっては加工を行うことで、最終消費者である私たちの手元に水産物が届くのだ。この伝統的卸売市場流通を我が国では採用しており、南伊勢町についても基本システムとして取り入れているのである<sup>5</sup>。しかしこのシステムは大きな問題を抱えている。それは、誰とどのように連携するかに加え、リスクとコストをどのように分担するかという問題である。農水省の食品流通段階別価格形成調査（平成 29 年度）で水産物の経費を見ると、産地出荷業者が 23.5%、小売り経費が 31.4%となっている<sup>6</sup>。この部分に相当するコストとリスクをどう分担するか、あるいは軽減するかが新たなビジネスモデルを構築する上で考慮すべき点であると推察する。

私たちは、従来の漁業経営が産地市場・消費地市場という二つの卸売市場を基柱とする流通の仕組みに基づいていることを踏まえ、「生産から販売に至るすべての仕組みを組み変えて、新たな流通システムを作ることが南伊勢町の漁業の 6 次産業化を進めることにつながるのではないだろうか」と仮説を立てた。

## 2-2 新たな流通システムについて<sup>7</sup>

漁村に拠点を置く漁業者や漁協が新たな流通を展開していくといっても、漁業者や漁協だけで新たに構築するには、財源的にも人間的にも限度がある。そこで、漁業以外の経済主体と連携することが必要だと考える。しかし、漁業者や漁協が漁業以外の経済主体と連携の仕方を間違えれば、新しいビジネスモデルによって生じる付加価値が彼らに帰属する保証はない。つまり、法律や事務に乏しい漁業関係者が軽率に業務提携を結ぶことは、漁村を破滅に近づける行為そのものなのである。

そこで、南伊勢町における漁業者や漁業関係産業が漁業以外の経済主体と連携を取る際には、行政がハブとなり、互いの理に合うようにする必要があると考える。行政が間に入ることで、一定の安全性が担保され、金銭的トラブルに発展しにくくなるのではないだろうか。しかし、この場合、行政はどのようにして公平性・安全性を担保するのだろうか。一部の業者に対して優遇措置を取る場合、他の業者から不公平に思われても仕方ないと思う。調査によって、行政がハブとなった場合について、公平性の観点から明らかにしていく。

以上のことを踏まえ、「行政（南伊勢町役場）が漁業関係者と漁業以外の経済主体と連携をする際に、どのような援助が求められているのか」を検証・考察する。

## 2-3 食材宅配事業の成長

矢野経済研究所によると、2020 年度の国内食品宅配市場（主要 8 分野合計値）が前年度比 110%

<sup>5</sup> 水産庁「水産物の一般的な流通経路」

[https://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/h29\\_h/trend/1/t1\\_2\\_2\\_6.html](https://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/h29_h/trend/1/t1_2_2_6.html)（最終閲覧日：2022 年 10 月 31 日）

<sup>6</sup> 農林水産省（2017）「食品流通段階別価格形成調査報告」

[https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/syokuhin\\_kakaku/](https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/syokuhin_kakaku/)（最終閲覧日：2022 年 10 月 31 日）

<sup>7</sup> 南伊勢町（2016 年 3 月）「～資源をつなぎ、ひとがつながり、次世代へつなげる～南伊勢町まち・ひと・しごと創生総合戦略」

<https://www.town.minamiise.lg.jp/material/files/group/4/030.pdf>

（最終閲覧日：2022 年 10 月 31 日）

の 2 兆 4969 億円と推計発表している<sup>8</sup>。同市場は少子高齢化の進行で国内の食関連市場が縮小傾向にある中でも成長を続けており、2016 年度に 2 兆円を超え、今もなお大きな伸びを見せている。

2020 年度の同市場は新型コロナウイルス感染の拡大を危ぶむ緊急事態宣言によって、宅配需要が急拡大し、近年まれにみる 2 桁成長を記録しているのである。これまでも少子高齢化や女性の社会進出といった社会的要請を受けて、食品宅配サービスは年々その重要性を増してきていたが、新型コロナウイルスといった災害が同市場規模の拡大を加速させたのではないかと考える。

このような同市場の成長から「南伊勢町が食材宅配サービスを行う企業と連携協定を結ぶことが新たな流通システムを生み出し、6 次産業化に寄与する」のではないかと考える。実際、2018 年に茨城県がミールキット等の食品宅配を展開するオイシックスドット大地株式会社と連携協定を締結している<sup>9</sup>。これは、農業従事者の安定した所得の創出を狙っているものであり、官民連携により、県内の生産者のスキルアップの支援、農産品物流の効率化等も期待できると推察される。

また、当該動きは静岡県においてもあり、今年度から付加価値の高い食品の宅配事業を手掛ける企業に向けて、積極的に誘致しているのである<sup>10</sup>。具体的に、市場が拡大している EC 分野での県産品の販路拡大を進めるために、委託限度額を総額 540 万円と設定し、静岡県産農林水産品やその加工品について、近年、ニーズが増加している農林水産品の単品販売や、詰め合わせ商品、ミールキット等を開発・販売し、消費者に宅配するサービスを対象に、マーケットニーズに沿った県産品の掘り起こしと消費者に魅力が伝わる商品の開発を行い、県内生産者の販路開拓支援につなげていこうとしているのだ。

以上のような行政の動きを踏まえ、「新たな流通システムの一つである宅配事業を手掛ける企業との連携協定が、南伊勢町の水産業の活性化に寄与できるのではないかと考える。

ただし、行政と食材宅配事業を手掛ける企業との連携協定を結べたのは、人材や資金が豊かな県だからだと考えられなくもない。南伊勢町は、総人口が約 10 万人にしかおらず、その半分が高齢者であるため、当該企業等と連携協定を結ぶことが出来るのだろうか。紀伊半島沿岸東部に位置し、リアス海岸に沿って東西に長い町であるため、仮に連携協定を結べたとしても、配送等に関しても難があるのではないだろうか。南伊勢町に当該企業の支部を置くことが可能なのかを含め、宅配事業が南伊勢町の水産業の活性化に寄与するのかを検討していく。

## 第 3 章 調査結果

### 3-1 販路拡大について

南伊勢町には、南伊勢ブランド認定委員会と呼ばれる、地域経済の活性化や観光、食に精通し

---

<sup>8</sup>株式会社矢野経済研究所「食品宅配市場規模（主要 8 分野合計値）推移・予測」（2021 年 8 月 31 日）

[https://www.yano.co.jp/press-release/show/press\\_id/2800](https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2800)（最終閲覧日：2022 年 10 月 31 日）

<sup>9</sup>「Oisix ra daichi HP」

[https://www.oisixradaichi.co.jp/news/posts/180530\\_ibaraki/](https://www.oisixradaichi.co.jp/news/posts/180530_ibaraki/)（最終閲覧日：2022 年 10 月 31 日）

<sup>10</sup>ふじのくに 静岡県公式ホームページ(2022 年 8 月 4 日)「令和 4 年度食品宅配サービスを活用した県産品の販路開拓業務委託公募型企画提案募集」

<https://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-110/r4-syokuhin-takuhai2.html>（最終閲覧日：2022 年 10 月 31 日）

た有識者で構成されている機関が存在する。南伊勢ブランドは、コンセプト、独自性主体性、信頼性、市場性、将来性の5つの認定基準に照らして審査をされる。この南伊勢ブランド認定事業は、南伊勢町の特産物を認定し、南伊勢ブランドとして情報発信することにより、南伊勢全体のイメージを高めるとともに、南伊勢産物の普及向上を図り、地域経済の活性化とさらなる発展を図ることを目的とした事業である。三重まぐろや伊勢まぐろなどの養殖魚、鰹くんせいや骨なし串ひものといった加工品等を含め、現在では農産物を含めた27品目が認定を受けている。この取り組みを実施することで、特産物の付加価値を高め、消費者からの信頼を得ることが出来、そこから地域活性化に繋げる狙いがある。

さらに、より多くの特産物の販路開拓・PRすることを目的として、「三重県フェア」に出品をしている企業が南伊勢町には存在する。県内外のイオンモール等のショッピングモールや百貨店にて、販売会の機会を提供して各事業者の売上拡大につながる足掛かりとしている。中でも、有限会社山藤は、県外の特産品フェアや全国規模のシーフードショーに出展をし、積極的に活動を行っている。

このように、南伊勢町では各個人の会社がブランド認定や特産物の出展を行うことで販路拡大に繋げている。しかし南伊勢町役場自体は、各企業や組合に対し、補助金での支援を行っているのみで、各企業の販路拡大に向けての実施内容や現状から考えられる課題などを把握できていない等の問題がある。

### 3-2 水産物流通構造について

南伊勢町の水産物の流通構造は、一般的な日本の水産物の流通構造と同様で主に2種類の方法によって成り立っている。一般的に、漁師が水揚げした水産物は産地市場で集荷され、仲卸業者や小売業者等から消費者に届けられる。これは従来の水産物の流通方法である。一方で、近年は漁業者による小売店又は外食チェーン等との直接取引が増加している。そうすることで流通コストの削減や流通時間の短縮等のメリットが考えられる。南伊勢町はこの2種類の方法を実際に利用し、水産物の販売を行っている。上記の流通の仕組みを通して、南伊勢町の水産物は主に三重県内での消費で完結しているのがほとんどであり、その他地域での消費量は愛知県や大阪府が比較的多い。

### 3-3 オイシックス・ラ・大地と茨城県の連携協定について

食品宅配事業の一つとして、オイシックス・ラ・大地株式会社がある(以下、オイシックスと称する)。オイシックスは、ウェブサイトやカタログによる一般消費者への有機野菜、特別栽培農産物、無添加加工食品等、安全性に配慮した食品・食材の販売を行う<sup>11</sup>食品宅配事業会社だ。このオイシックスと茨城県は2018年に連携協定を締結した。茨城県が食材宅配企業と協定を結ぶのは初めてである。なぜオイシックスが茨城県と連携協定を結ぶ流れとなったのか。それは茨城県の農産物は、良い特産物があるのにも関わらず認知度が低いことや販路などの課題がクリアできず、必ずしも正当な評価を受けていないという面があったため、オイシックスのノウハウやプラットフォームを活用し、県産農林水産物のイメージアップや販売促進を図っていくために連携協定を締結したのである。他にも、生産者のスキルアップの支援、農産品物流の効率化なども視野に入れて連携を進めている。

<sup>11</sup> 「Oisix ra daichi HP」

[https://www.oisixradaichi.co.jp/news/posts/180530\\_ibaraki/](https://www.oisixradaichi.co.jp/news/posts/180530_ibaraki/) (最終閲覧日:2022年10月31日)

他方、オイシックスは、直接企業側と協議をし、手数料や販売する価格を決定している。それは近年の円安による食料価格の高騰が主な要因であり、流通分野で改善の検討を行わなければならないとしている。

#### 第4章 検証・考察

この章では、2章で述べた仮説が実際に有効であるかどうかを検証する。

##### 4-1 水産業と企業の連携に必要な第三者の存在

第2章仮説2-1でも述べられているように、南伊勢町の水産業が6次産業化を進めるためには生産から販売に至る全ての仕組みを組み替えて新たな流通システムを作る必要があり、そのためには水産業以外の経済主体（企業）との連携が重要になると仮説を立てている。そこで、水産業が水産業以外の企業と連携する際に考えられる懸念点として、水産業者や漁協の方が企業よりも不利になりやすいということである。具体的に、水産業関係者の弱みとして、財政難であること、人員が足りていないこと、法律の知識や事務経験に乏しいこと、消費者ニーズの対応、加工や販売のノウハウ、経営力が低いことなどがあげられる。一方で、企業側の弱みとしては水産業に関する知識が水産業関係者に比べて劣るだけであり、圧倒的に企業側が有利になる可能性が高いといえる。これらを公平・安全にコントロールするためには第三者の存在が必要不可欠である。この場合、第三者の役割を果たすべき機関として行政（南伊勢町役場）があげられる。行政の役割として最も重要視しなければならないことは、「水産業と企業が連携する際、企業側に主導権を握らせないように管理をし、水産業と企業双方にとって十分な利益が得られる仕組みを作ること」である。

##### 4-2 水産業関係者と水産業以外の経済主体と連携をする際に行政（南伊勢町役場）に求められること

水産業、企業側からの視点として、行政に第三者の役割を担ってもらうときに連携の仕組みを全て行政に任せてはならないということに注意しなければならないと考える。行政はあくまでも水産業、企業間の公平かつ安全な管理が役割であり、行政が主体となってビジネスを進めるのではなく、水産業と企業間のビジネスを具体的にどのような仕組みで双方にとってメリットがあるものにするか、そして、両者をサポートすることで行政にとってもどのような利益が得られるのか、水産業・企業・行政の三者が損をしないことを考えていかなければならないのである。具体的に行政が考えなければならないこととして、「水産業・企業・行政の三者間でのルール」、「コスト・リスクの管理」、「問題が生じたときの責任」があげられる。一つの事例として、沖縄県勝連漁協の六次産業化と連携ビジネスモデルを取り上げる<sup>12</sup>。この事例では、水産業の6次産業化が進まない原因として様々な制約がかかっていることが述べられており、その中でも水産業の「経営力の低さ」が本論でも重要になると考えられる。具体的には、当該事例によると、水産業関係者が事業領域を拡大する際の消費者ニーズ対応、加工・販売ノウハウの取得、経営マネジメント能力、経営するための資金調達や労働力、施設などの経営資源の確保が必要になってくるが、漁協の組織規模が小さいほどこれらのような「経営力」による制約に悩まされることになるのである。

そこで、本論では当該事例には関わりのなかった行政が新たにビジネスモデルに参入できないか

<sup>12</sup>婁小波(2017年3月31日)『漁業の六次産業化と連携のビジネスモデル：沖縄県勝連漁協「肝高のむずく餃子」を事例として』

<https://core.ac.uk/download/pdf/199446817.pdf> (最終閲覧日：2022年10月31日)



と考える。主に行政を中心に水産業関係者と企業間との話し合いの場を何度も設け、三者間の緊密な関係が構築されるようなサプライチェーンを構成する役割を担う必要があると考える。例えば、水産業者（生産者）は「水産物の捕獲」、漁協は「生産者からの仕入れ」、「貯蔵」、企業は「漁協から購入して販売」、「資金援助」、行政は「水産業・企業間のまとめ役」、「経営資源の援助」というような役割が想定できる。この行政がまとめ役として関わることで、企業が漁協から仕入れた水産物を安く購入して販売するなどというようなことを防止することができ、綿密な話し合いの場を行政が作ることで、仕入れ値、購入額、販売額それぞれの価格は消費者を第一に考え、最終的に販売する際に手に取ってもらえることを前提とし、かつ、三者が利益を確保できる価格設定を定めることができるようになるのではないかと考える。さらに、想定できるリスクとして、「漁獲量が安定するかどうか」、「水産物の価格の高騰」、「消費者からのクレーム」などがあげられ、問題が生じた際の責任は誰がどこまで負うのかということが問われる。一つの例として、本論で扱う漁協や行政の規模が小さいため、単体で責任を背負うことは荷が重すぎると思え、本論としては、想定されるリスクや責任をどのようにして三者でカバーし合えるかというような会議が必要となってくると考える。

以上のように、行政が関わることで公平かつ安全な関係を築くことが可能となるのではないかと考察する。

#### 4-3 宅配事業を手掛ける企業が南伊勢町と連携協定を結ぶ可能性

第2章2-2でも述べられているように、南伊勢町は、総人口101,375人、そのうちの半分が高齢者であること、リアス式海岸に沿った町であること、企業の支部を置くことは可能なのかということが懸念点としてあげられる。企業側としては、連携協定を結ぶ際、第一に考えることは利益が得られるかどうかである。一般的に民間企業であれば営利を目的に経済活動を行うため、本論での連携協定は、「南伊勢町にどれほどの可能性があり、どれだけの利益が見込めるのか」ということが求められてくると考える。

第2章2-2で述べたように、2018年にオイシックスドット大地株式会社は茨城県と連携協定を結び、茨城県農産品のブランディング・販売促進を開始しており、当該連携協定の成果としては2021年販売実績人気No.1に輝き、完売による販売終了が続いている。この先進事例によると、メロンの生産量が33,500トンで全国1位（令和2年）、農業産出額が112億円で全国1位（令和2年）であり、単にブランド品として全国的に認知されていないだけであってポテンシャルが十分にあることが最低条件だということが分かる。そこで、南伊勢町が強みにできることとしては県下一の水揚げ量を誇っていることであり、その中でも代表的な水産物が南伊勢ブランドに3種類のクロマグロがあげられる。三重県でのクロマグロの養殖は、生産量が734トンで全国6位（平成28年）となっており、そのうち、南伊勢では約7割を占める518トン（平成28年）を生産している。茨城県のメロンほどの輝かしい順位ではないが、「伊勢まぐろ」、「みえまぐろ」、「なだまぐろ」ともに恵まれた環境、稚魚のうちから漁師による管理の徹底、独自に開発している飼料、釣上げ後の徹底管理など、細部にわたりこだわっているため全国的に認知されてもおかしくないと考える。現状、オイシックスドット大地株式会社の通販ではまぐろは4種類しかないため、食材宅配企業との連携に参入しても南伊勢産のまぐろとして認知されやすいと考える。食材宅配企業との連携協定を結ぶことによって南伊勢ブランドの認知を広めることに成功すれば、水産業者の収入安定や人員の増加などまではほど遠いが、水産業の再生に向けた基盤づくりができるのではないかと考える。

#### 4-4 宅配事業を手掛ける企業と連携協定をする際の懸念点

4-3で述べたように、仮に南伊勢町の水産物に連携協定するだけの価値を見出すことができたとしてもリスクがいくつか想定される。具体的に考えられるリスクとして、まず一つ目に、宅配事業を手掛ける企業に毎回宅配を依頼するほどの漁獲量が確保できるかということ、さらに、その水産物が南伊勢ブランドであることが求められてるという点である。当然、宅配事業以外にもこれまで通り取引する相手が存在しており、生産者がその取引を全て宅配事業に回すことはできないため、少なくともこれ以上漁獲量が減ることは許されないと考える。

二つ目は、生産者はこれまで通りの保存方法で漁獲した水産物の鮮度を保つことができるかということである。加えて、物流センターは品質を落とさないよう入荷、倉庫入れ・在庫管理、棚入れ、箱詰め、出荷をしなければならないということも大きな課題である。

最後に三つ目は、南伊勢町に当該企業の支部を配置することができるのかということである。現地に企業の活動場所がなければ事業を進めていくことは難しい。さらに、物流システムでトラブルが生じてしまった場合にかなりの損害を被ってしまうということも念頭に置いておかなければならない。実際に、2022年1月下旬、オイシックスが新たに開設した海老名ステーションで物流トラブルによって空箱が届くことや、注文したものが全て欠品だったということもあり、約11万人の顧客に注文キャンセル、遅配、欠品などの影響を及ぼす出来事があった<sup>13</sup>。このようなトラブルに巻き込まれてしまうと、漁獲量を確保し、徹底した保存を行ったとしても最適なタイミングで消費者に届くことは難しくなり、最悪の場合、消費者に商品が届くことすらできないということになってしまうのである。南伊勢町に当該企業の支部を配置することで宅配事業を進めていく上で効率化を図ることができ、さらに、このような物流トラブルが生じてしまった場合に迅速な対応を実現することができると思うが、南伊勢町に支部を配置するとなると、人員をどのように確保するのが問題となる。

#### 4-5 水産物の分配について

漁獲した水産物の中から宅配事業に分配するためには今まで以上に漁獲量を増やすか、現在ある販路を少し狭めて譲ってもらうか、もしくは量は少なくなるが市場で価値のつきづらい混獲魚を譲ってもらうか、ということが考えられる。日本全国で混獲魚を回避するような取り組みが行われているが、水産業は自然を相手にしているため、必然的に混獲魚を漁獲してしまうというのが現状であり、南伊勢町も例外ではない。これまで混獲魚を獲ってしまった場合、市場ではあまり価値がつかないことから廃棄するというケースもあった。そこで、一つの事例として、山口県の水産会社「萩大島船団丸」では獲れる魚種の5%にあたる混獲魚を箱詰めしてネットで直販するという取り組みがある<sup>14</sup>。この取り組みにより、水産業に魅力を感じた若者が移住してくるという動きにも繋がっている。南伊勢町においても当該事業を模倣することで、現状の魚の出荷の動きには触れることなく、仲介業者やスーパー等とトラブルを未然に回避することが可能ではないだろうか。加えて、南伊勢町のこれまでの経験を最大限に活かした魚の扱い方をまずは周知してもらい、その後、仲介業者等や漁業組合と交渉を重ねることで、少しでも多くの南伊勢ブラン

<sup>13</sup>外 菫 祐理子(2022年2月25日)『11万人に影響が出た「Oisix」物流トラブルの真相、自動化が裏目に』日経 XTECH

<https://xtech.nikkei.com/atcl/nxt/column/18/01157/022400055/> (最終閲覧日:2022年10月31日)

<sup>14</sup>NHK 地域づくりアーカイブス (2017年4月4日)「vol.14 新しい工夫で漁業再生」

<https://www.nhk.or.jp/chiiki/closeup/detail/14.html> (最終閲覧日:2022年10月31日)

ドに認定されている水産物を市場から食材宅配企業に移行できないかと考える。

#### 4-6 水産物の保存方法について

水産物が宅配事業により他県に渡る際、現状の保存方法で鮮度を保ち続けられるのかということが懸念される。南伊勢町の地形上宅配することが困難なイメージはあるが、ヤマト運輸南勢伊勢路営業所が設置されており、宅配手段はあることが分かる。そうすると、見直す必要があるのは水産物をどこの地域に輸送しても鮮度が保たれた状態で消費者に届けられる保存方法であると考え。日本海水学会誌によると、「冷凍による高品質化を図るには、漁獲後、できるだけ高鮮度のうちに凍結処理を行うことに加え、対象となる水産物に応じた凍結速度やシステムを選択し、また保存時の温度も十分な低温を保つことが重要であると考えられる。適正な凍結保存により水産物の鮮度を高く維持することができれば、地域特産の魚や旬の水産物を時期間わずに日本各地・世界各国へと流通させることが可能となる<sup>15)</sup>」とされており、クロマグロのような赤身魚肉であれば-40℃での保存をすることが最適であり、マガキのような水産物であれば凍結速度を変える必要がある。このようなデータを元に、譲り受けた混獲魚の特性に合わせてその都度保存温度・凍結速度を調節することが重要であると考え。しかし、冷凍する温度にこだわるためには今以上に資金が必要となるため、資金繰りについても考えていく必要があるということも念頭に置いておかなければならない。

#### 4-7 宅配事業を手掛ける企業の支部の配置について

当該企業の支部を設置することは事業を進めていくためには欠かせない。そのことが分かる事例として、福井県小浜市の鯖復活養殖効率化プロジェクトがあげられる。この事例によると、地元住民らが発起人となって設立した田鳥水産株式会社に事業を移譲し、民間が主体、かつ、地元本位の事業としてさらなる拡大が見込まれている<sup>16)</sup>。これを参考にすると、南伊勢町に宅配事業を手掛ける企業の支部を設置し、南伊勢町の住民に求人を募り、経験豊富な社員に対して、期間を設けて南伊勢町の支部の監督をしてもらうことで地元住民が主体となる支部の実現が可能となり、働き口を増やすことができると考える。

このように、宅配事業を手掛ける企業と連携してビジネスを行うことで水産業の再生に加えて当該企業の支部が配置され、南伊勢町の若者の働ける場所を地元で作ることができる。この事業を継続させていけるかどうかまでは想定できないが、当該事業を通して南伊勢町の水産業の活性化に寄与する可能性は十分にあると考察する。

おわりに

本論では、宅配事業を手掛ける企業との連携協定の動きが消費者の期待に応えられる魅力的な商品をさらに増加させることができ、県内の生産者の活性化に寄与できるのではないかという仮説に基づき、調査、考察を行った。さらに、流通の観点で、南伊勢町の水産業が6次産業化を進めるためには生産から販売に至る全ての仕組みを組み替えて新たな流通システムを作る必要があ

<sup>15)</sup>高瀬清美 (2021)「水産物の高付加価値化による地域活性化」日本海水学会誌  
[https://www.jstage.jst.go.jp/article/swsj/75/3/75\\_135/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/swsj/75/3/75_135/_pdf/-char/ja) (最終閲覧日：2022年10月31日)

<sup>16)</sup>KDDI (2019)『福井県小浜市「鯖、復活」養殖効率化プロジェクトの今』  
<https://www.kddi.com/corporate/sustainability/regional-initiative/case-study/case23/>  
(最終閲覧日：10月31日)

り、そのためには水産業以外の経済主体（企業）との連携が重要になると仮説を立て、調査、考察を行った。

南伊勢町は、県下一の水揚げ量を誇り、南伊勢ブランドと呼ばれる町独自のブランド認定により、水産物では「みえまぐろ」「伊勢まぐろ」「なだまぐろ」がブランド化をしている。これらの水産物を取り扱う企業が食材宅配企業に参入することが出来れば、全国的知名度を上げることはもちろんのこと、生産者一人当たりの付加価値を高めることができ、水産業の6次産業化をも活性化することができる考えた。

しかし、食材宅配企業との連携協定を結ぶにあたっては、安定的な漁獲量の確保、水産物の鮮度維持、宅配企業の支部の配置に加えて人員の確保等が懸念点として挙げられた。さらに、南伊勢町に新たな流通システムを取り入れる際には、企業と水産業者の権力関係、企業と水産業間の行政の役割が懸念点として挙げられた。そのため、行政には企業側だけが優勢の立場に立つことがないよう公平性の観点からの中立的な関りやチェック機能管理が必要であり、流通システムにおいては水産物の扱い方を見直す必要がある。

従って、南伊勢町が新たなる水産物流通システムである食品宅配事業に参入することで、特産物の付加価値が高まり、6次産業化推進や水産業関係者等の生活の安定などが効果として予想されるが、企業や水産業者に対する行政の立ち位置や水産物の漁獲量や鮮度維持等の課題が残る。

## 参考文献

- ・勝川俊雄（2020）『図解入門業界研究 最新漁業の動向とカラクリがよ〜くわかる本』秀和システム
- ・勝川俊雄（2012）『漁業という日本の問題』NTT出版
- ・片野歩（2019）『日本の水産資源管理：漁業衰退の真因と復活への道を探る』慶応義塾大学出版会
- ・小松正之（2021）『日本漁業・水産業の復活戦略』雄山閣
- ・小松正之（2015）『漁師と水産業 漁業・養殖・流通の秘密』実業之日本社
- ・佐野雅昭（2015）『日本人が知らない漁業の大問題』新潮社
- ・高杉昇（2017）『図解 知識ゼロからの現代漁業入門』一般社団法人家の光協会
- ・濱田武士（2014）『日本漁業の真実』筑摩書房

## 参考資料

- ・石井裕明・外川拓・井上一郎（2018）「地方自治体におけるマーケティング志向の浸透—流山市—」マーケティングケースシリーズ 130  
[ja \(jst.go.jp\)](http://ja.jst.go.jp) （最終閲覧日 2022 年 10 月 31 日）
- ・婁小波（2009）「生鮮水産物流通システムの変化とサプライチェーンの構築」フードシステム研究第 16 巻 2 号  
[OFS-40-2-本文-3rd.indd \(jst.go.jp\)](http://OFS-40-2-本文-3rd.indd(jst.go.jp)) （最終閲覧日 2022 年 10 月 31 日）
- ・黒川智紀「過疎地域の買い物弱者対策における採算性及び継続性の研究」  
[15595.pdf \(toyo.ac.jp\)](http://15595.pdf(toyo.ac.jp)) （最終閲覧日 2022 年 10 月 31 日）
- ・国土交通白書（2015）「人口減少等我が国を取り巻く状況」  
[np101200.pdf \(mlit.go.jp\)](http://np101200.pdf(mlit.go.jp)) （最終閲覧日 2022 年 10 月 31 日）
- ・竹ノ内徳人・山尾政博「新しい地域漁業の姿を提案する」地域漁業研究第 56 巻第 3 号  
[地域漁業研究 第 56 巻 第 3 号 \(jst.go.jp\)](http://地域漁業研究第56巻第3号(jst.go.jp)) （最終閲覧日 2022 年 10 月 31 日）
- ・農林水産省（2019）「食品流通段階別価格形成調査報告」  
[食品流通段階別価格形成調査：農林水産省 \(maff.go.jp\)](http://食品流通段階別価格形成調査：農林水産省(maff.go.jp)) （最終閲覧日 2022 年 10 月 31 日）
- ・日高健（2018）「漁業の 6 次産業化とビジネスモデル」フードシステム研究第 24 巻 4 号  
[ja \(jst.go.jp\)](http://ja(jst.go.jp)) （最終閲覧日 2022 年 10 月 31 日）