

## 取引適正化に関する漁業関係者の事例について

## 1 概要

取引適正化に関する漁業関係者に対するヒアリング結果の概要は以下のとおり。

## 2 ヒアリングが行われた事例

## ○ 事例 A（松尾 浩司 様）

## ① 概要

生産者が漁獲物を荷造し、魚市場にて、箱単位で販売する際に、荷造材料費（箱代、氷代）を下回る価格で、原価割れ出荷を強いられる取引が、漁獲量の多寡に関係なく発生している。

## ② 事例の当事者である漁業関係者の説明

当事者は、東京水産大学（現 東京海洋大学）海洋生産学科卒業後、三重県漁業協同組合連合会 鮮魚冷凍加工部、日東製網（株）水産課、網代漁業（株）鮮魚流通部、船曳商店（株）浜仲買、姫路市中央卸売市場 鮮魚課に就業。漁業従事者（生産）から卸売市場（販売）まで生産者の目線で実労働（元水産業界人）。

漁協が市場を経営している中で、魚（鯖）の単価がキロ 70 円のところ、箱詰を漁協が指示し、箱代込みの単価で 1 k g 70 円以下の値が付くことが往々にしてある。漁業者が箱詰めする場合、1 k g あたり箱代 60 円、氷代 7~10 円、人件費は 150 円、合計 200 円くらい。それに 70 円の魚代（鯖）を加えて、270 円くらいが販売原価となる。現状では、漁協には取引の単価に関係なく、漁業者と取り決めした手数料（%）が入るため、仲買人に言われるがまま取引が行われる。漁協の指示に従わなかったり、その漁協以外に販売しようとする、魚を換金しない（取引拒絶）とか、資材販売拒否（氷・油など）等の嫌がらせを受ける。

なお、前日に販売原価割れとなった魚（小さいサイズのマアジなど）は、漁業者自らが沖で魚を船へ汲み揚げるときに魚を廃棄処分する。また、漁業者が廃棄処分にするか否かの判断を漁協の販売担当者へ問い合わせ、漁協が廃棄する魚種の指示をすることもある。例えば、神奈川県小田原市の定置網、新潟県粟島の定置網、兵庫県竹野（日本海）の定置網、島根県温泉津の定置網、宮崎県赤水の定置網など

## ③ 他の漁業関係者（長尾 和幸 様）の説明

漁協の施設、人員が十分でありながら、漁師が全て箱詰めまでしないと仲買が買ってくれないというところは、結構ある。特に仲買人が少ないとか、地元で影響力が大きい仲買人が存在する漁協は競争力が無いためそれが普通である。加えて、漁協が特定の仲買人に便宜を図ったりする事例がある。

## ○ 事例 B（長尾 和幸 様）

## ① 概要

所属漁協へ口銭を支払うことで生産者による独自流通を行っていたが、上部団体である県漁協より圧力がかかり、独自流通が消滅した。

## ② 事案の当事者である漁業関係者の説明

当事者は、13年間県の漁連に所属、その後、大手水産資材メーカーに転職し、生産者所得向上活動（消費者のニーズにあった漁獲指導と鮮度保持。漁業者の要望があれば浜の適正化の指導、入札、買付、箱詰、加工、凍魚、出荷、販売指導といった業務）を行っている。

S県に自営の定置網があり、浜が小さいのでそこでは入札が行われずに地元単協から近隣のX市の漁協に持って行って入札を行う。そうすると翌日、更に翌々日納品になり魚価が上がらない。そこで、単協との間で、口銭を払えば、単協を介さず、自家出荷（全国の荷受はじめ量販店へ販売）して良いという合意（※承諾）を得え、3年程度取扱した。自家出荷は、生産者は水揚げ後の出荷経費、人件費等、手間ではあるが、地元で販売するより収入が良く、またブランド力がつき、活力が生まれた。しかし、県漁連から、突然、漁協口銭を通して自家出荷禁止と言われた。現在でも自家出荷で他県等へ販売することはできない状態になっている。他県では漁協口銭を払って自家出荷を認めてもらっているところはある。

※②の自営定置は通常の水揚げの際、単協に使用料：口銭は6%を支払う。自家出荷は単協の保管賃や人件費がかからないので、2.5%支払うという取り決め。

## ○ 事例C（瀧澤 英喜 様）

### ① 概要

漁協に所属する仲間と生産組合を組織し協業化を図ったが、県は、漁協が認めないという理由で養殖を許可せず、漁協の圧力で、養殖した生産物の共販事業での取り扱いを拒否された。

## ② 事例の当事者である漁業関係者の説明

当事者は、岩手県大船渡市で、東日本大震災で船三隻や資材を失ったが、仲間と生産組合を立ち上げし、毛ガニ、ホタテ、水タコ等の漁業を営んでいる。

東日本大震災で船、施設が全部なくなったことや、ホタテの価格低迷があり、平成24年に漁業生産組合を作って、自分たちが養殖物を作って売ってみようということで、県にその許可の申請をした。しかし、県は漁協が新設の生産組合に「養殖」を認めないと理由で認可しない（やむをえず漁船漁業だけで許可を得た）。また、漁協の組合長からは、生産組合を立ち上げたこと自体が気に入らないと言われた。また、ホタテの買付業者の社長に、漁協から何か言われなかったか聞いたところ、あの漁業生産組合とは取引しないと言われたとのこと。個人として漁業権を得て、せっかく作っても、仲間と一緒に生産組合としては売れない状態になっている。

## ○ 事例D（松尾 浩司 様）

### ① 概要

産地市場での魚価安が著しく、他の市場に出荷を試みたが漁協より妨害を受ける。

## ② 事例の当事者である漁業関係者（Y）の説明

当事者は、事例Aの当事者と同じ。

漁協が、独自販売先に「不正流通だ」などと伝えて、売りづらくされる。仲買人から出た意見を漁協が代弁して、妨害される。例えば、Yが魚価向上のために「こうい

う流通したらどうですか」という話を漁協や仲買人にしていたら、一番難色を示したのが漁協であり、提案をしたYの実名が地方紙に掲載された。メディアまで使って妨害してくる。事業年度の途中で、新しい流通の話がされると計画が崩れるので、邪魔するなという話であった。

○ 事例E（松尾 浩司 様）

① 概要

漁連指定の業者以外（アウトサイダー）から魚箱等の出荷用資材などを仕入れると、漁協より圧力がある。

② 事例の当事者である漁業関係者の説明

当事者は、事例Aの当事者と同じ。

他から買うと、油、氷を売らないなどの嫌がらせを受ける。

③ 他の漁業関係者（長尾 和幸 様）の説明

水揚げ頼みの漁協は収入が減り、手数料等の値上げに応じなければ油や氷を供給しないというような圧力的なニュアンスのことは聞いたことがある。漁業者は日々の暮らしがあるので、漁協からそのように言われると威圧感を感じ、どうしても怖がってしまう。その結果、漁協は漁師が漁獲した魚代金から強制的に相殺する始末が起きている。全ては水物商売の行き着く課題。

○ 事例F（長尾 和幸 様）

① 概要

産地市場での魚価低迷が著しく、市場に新規参入を試みるが漁協から拒否された。

② 事例の当事者である漁業関係者の説明

当事者は、事例Bの当事者と同じ。

漁業者から助けてほしいとの要請を受けて新規参入をしようとしても、現状の流れを壊したくないとか、余分は仕事が増えるといった事情から、漁協が新規参入を認めない。そういうところが何か所かある。漁協が、漁業者ではなく仲買人などの方を向いている。

○ 事例G（山本 太志 様）

① 概要

漁協と直販事業について合意していたが、合理的理由なく、突如としてその事業を停止させられた（出荷停止）。

② 事例の当事者である漁業関係者の説明

当事者は、秋田県山本郡八峰町の漁業者（底引き網）。漁師会の会長。消費者へヤリイカを直販するため、漁協（秋田県）に対して、県の通常の場合の漁協口銭6%の倍近く（11%～12%程度）を払って、以下の事業を行うことを合意した。その事業は、獲れたヤリイカを漁協の荷さばき所にヤリイカを並べずに、船から直接持ってきて、漁協職員の立会のもと、それを買戻して、1500人分出荷するというもの。

その事業を始めてから3回目の販売の際に、漁協から事業を停止され、出荷不能になった。その理由は、漁協の役員（仲買で漁協の理事になっている人）に関係する一社がクレームを付けたことによるものだった。仲買人組合の会長に事情を話して、1週間後にその事業は再開できた。しかし、その1週間の間に終末期のため、旬のヤリイカが全部いなくなってしまう、事業に必要な400人分くらいを送ることができなかった。

○ 事例H（椎名 准一 様）

① 概要

漁協の了承を得て蛤をネット販売していたところ、合理的理由なくその販売に必要な蛤を買い戻す数量を制限され、出荷が遅れたり、収支が悪化する。

② 事例の当事者である漁業関係者の説明

当事者は、千葉県匝瑳市の漁業者で、九十九里浜にて蛤の漁をしている。蛤の漁を船団でグループ操業しており、漁獲量は1回の操業で1トンから400キロくらいはある。その船団として漁獲したものは自分の船で漁獲したものでなくても買い戻すことができる。自分は、2020年4月頃は、360キロくらいは買っていた。ところが、漁獲物をネット販売することについて組合の了承を得ていたにもかかわらず、周囲の漁業者がネット販売をやっかんだりして、漁協に話を持ち掛けて、蛤を買い戻す数量が200キロ程度に制限されてしまった。その結果、出荷が遅れたり、収支が悪化するといった不利益（※）を被っている。

※ 仲卸も営んでいる他の漁業者から嫌がらせを受ける。ネット販売の場合、自分で値段を決めて、注文を受けて蛤を買ってくる仕組みとなっているところ、例えば、ネット販売の価格を値段が1500円で、ネット販売の手数料が引かれて1300円となったとして、そこから箱代等を引いて1100円とした場合、浜値（セリの価格）が1500円以上だと自分は赤字。それが分かっていると、仲買が高値で入札する。あえてセリでそういう値段を出す。そうすると、自分は一番高い値段で競り落とさなければならない。キロ数を制限されなければ、注文より多く買って置いて、後で値段を変えて収支を合わせることもできるが、購入される数量が制限されるとそれもできない。

○ 事例I（山崎 一馬 様）

① 概要

漁協が、漁協を通さない販売を一部禁止するルールを定め、違反すると操業停止の罰則を適用される。

② 事例の当事者である漁業関係者の説明

当事者は、兵庫県淡路市の漁業者（しらす、いかなご、真鯛、ハマチ、マダコ、穴子、アワビ）。卸も飲食も経験。

地元の漁協では、漁業者が直接（漁協を通さず）販売すること（他売り）を一部、禁止するルールを定款で定めている。ブランド化の話が出たときに他売りを禁止する

ルールが設けられた。そのルールに違反すると操業停止にするといった罰則が設けられている。そのルールが適用される範囲は、漁協のその時の役員や理事に都合のよいように決めている。例えば、イワシについても「組合が決めた卸売業者にしか販売してはいけないというルール」があり、自分がそこに販売しようとしたところ、取引が少量のため、引き取りに行くとならば経費倒れになるとの理由で受付してもらえなかった。そこで、やむなく大阪の中央卸売市場で販売したところ、操業を止められた。

結局、他売りができないので、自分が漁協で買参権を取って漁師でありながら仲買であるという立場を取らざるを得ない。漁師として売るときに手数料3%取られ、仲買として買い戻すときも3%取られ、二重に手数料を納めて、客に魚を届けている。

## ○ 事例J（川内谷 幸恵 様）

### ① 概要

漁協を通じて販売できない魚を、ネット販売しようとする、漁協から口銭を払うよう要求される。

### ② 事例の当事者である漁業関係者の説明

当事者は、北海道余市の漁業者（刺し網、カレイ類、ウニ、アワビ漁）。父の船に乗って漁師をしている。自分はカレイ類を獲っているが、シーズンオフの魚などそれ以外の魚もいろいろと網にかかる。しかし、漁協は、そういう魚は市場に出荷しても売れないとの理由で販売しようとしなない。また、漁協を通して販売できる魚でも、魚代が35円になるときもあり、箱代との関係で原価割れになるくらいなら漁協に出さないほうがよいということで販売できないこともある。そこで、そういう魚を自分でネット販売しようとする、漁協から口銭を納めるように言われる。また、魚を加工して販売しようとしても口銭を納めるように言われる。

また、自分で活メをして市場に出荷しようとする、仲買人はそれを傷物だといって安く買ったたこうとする。漁協は仲買人の肩を持つので、漁師の助けになっていない。

## ○ 事例K（養殖関係）

### ① 概要

養殖業者に対し、漁協が、実際には商流上の機能が無い/低いにもかかわらず、資材（餌）購入および生産物販売において商流を通し、多額の手数料を支払うように要求。区画漁業権は県より漁協に付与され、養殖業者は漁協との間で漁業権行使契約を毎年更新する必要があるため、是々非々の交渉が困難。

### ② 事例の当事者である漁業関係者の説明

新規参入した際、漁協に加入することが条件となり、他組合員同様に資材（餌）購入、生産物販売において手数料を支払うこととなった。しかし、多くの組合員と異なり餌の購入交渉・生産物のマーケティング・販売活動・クレーム対応、顧客への与信供与等を漁協を通さず、すべて自社で行っているため、対価性のない手数料と考えている。

(参考) 海苔の共同販売に関する新聞記事

2020/8/25 朝日新聞 (てんでんこ) 魔法のノリ 1

「魔法のノリ」と呼ばれるノリがある。東京で初めて本格的に扱ったのは、世田谷区にある「ミシュランガイド東京2020」の二つ星店、「すし き邑 (きむら)」だ。

店主の木村康司 (こうじ) (48) は、つまみをひと通り出し終わると、京都の赤酢を使ったシャリを、ノリに挟んで客に手渡す。5年前、そのノリを初めて食べたときに思いつき、ずっと続けている。

「ノリは口に入れた瞬間に磯の香りが広がると思っていたが、違った。うちのシャリは酢の酸味を立たせているので、普通のノリと一緒に食べると、磯の香りに負けて酢のよい香りが消えてしまう。でも、このノリと合わせると、酢の香りを味わったあとに、ノリの甘みと磯の香りを楽しめる」

作り手の相沢太 (ふとし) は40歳。航空自衛隊松島基地がある宮城県東松島市のノリ漁師だ。「口の中で、ノリを何回かんで溶けるようにするかは、作り方で自在にできる。木村さんの店には、間を置いて磯の香りが出るように、5かみ目で口溶けするノリを出している」。相沢は、こともなげに言う。

漁師が作ったノリは、国内では通常、漁業権を持つ地元の漁協に集められ、漁協ごとに問屋にまとめて販売される。個人のノリが出回るのは珍しい。相沢が、販売手数料を漁協に支払うことで、直取引を認めてもらっている。

(略)

2020/8/27 朝日新聞 (てんでんこ) 魔法のノリ 3

東日本大震災から3年後の2014年6月、「海苔 (のり) サミット」が仙台市で開かれた。宮城県東松島市の相沢太 (40) が、九州・有明海の漁師と一緒に仕掛けた催しだった。熊本市の牛嶋昭成 (あきなり) (43)。父親同士が知り合いで、20代のころから互いの漁場を行き来する仲だ。

ノリは通常、漁協を通しての共同販売になる。相沢のノリは、海のミネラルを含んだ塩味が特徴だが、満足いくノリを作っても「塩分があると、湿気を吸って扱いづらい」と言われた。需要の多くがコンビニのおにぎりなど業務用だからだ。見た目や長期保存できるかが、重視されがちだった。

若いころ、牛嶋にその不満を漏らすと、牛嶋も同じ悩みを抱えていた。有明海では、ノリの全量を漁協を通して問屋に販売する仕組みがある。牛嶋が個人で注文を受けて直接売る分は、問屋から買い戻していた。

(略)

稼ぎの安定を考えると、どんなときも買い手がつく「共販制」のメリットは大きい。でも、「おいしいノリが各地にある」と気づく消費者が増えれば、いいノリがもっと流通しやすくなるはずだ――。

以上