

漁業「6次化」で価値創造

産出額低迷も加工・販売が寄与 徳島、市場2割拡大

消費者の「魚離れ」や資源減少などを背景に各地で漁業産出額の減少傾向が続く中、1次産業の漁業者が「捕ったものを売る」から「売れるものを創る」へと姿勢を転換し、活性化につなげている地域がある。2次産業の食品加工や3次産業の流通・販売までを一手に担うことから、すべての数字を掛け合わせて「6次化（3面きょうのこと）」といわれる取り組みの先進地を探った。（関連記事を地域経済面に）

農水省が3月に発表した2019年の漁業産出額は1兆4676億円。1982年の2兆9577億円をピークに、ほぼ一貫して右肩下がりの状況が続く。ライフスタイルの変化に合わせ、食卓に魚介類が上る回数も減っており、国民1人当たりの魚介類の消費量（20年度、概算値）は23・4キロと、01年度比4割減

都道府県別「6次化率」（2019年度）



和歌山県は「6次化率」が4割に迫る

	19年1次産業 産出額	14年比	1次+2・3次 の14年比	19年度 6次化率
1 和歌山県	130.5 億円	-5.5%	6.9%	37.1%
2 徳島県	104.8	-6.9	20.9	29.5
3 三重県	422.1	-12.8	-5.6	28.7
4 広島県	240.3	-9.2	-4.3	25.8
5 宮崎県	322.8	-3.2	3.9	25.4

（注）「6次化率」は1次産業を海面漁業・養殖業算出額、2・3次産業を漁業生産関連事業計として扱い算出（出所）農林水産省

全国漁業産出額



（出所）農林水産省

の水準にまで落ち込む。再活性化には資源そのものが持つ価値を創意工夫で高めるほかない。加工、直売、宿泊、レストランなどといった漁業生産関連事業はなお成長余地があり、19年度の年間総販売金額は2301億円と、14年度比で1割超増37・1%に達する。漁業

加。1次の低迷（同0・9%減）を補い、全体で0・7%の成長を達成した。2次3次の割合を高め、2019年度の和歌山県、19年度の成長を促し、全体でも7%増を達成した。古式捕鯨発祥の地として知られ、反捕鯨団体からやり玉に挙げられたこととで国際的に注目された同県太地町では、漁師自ら「食資源」としてだけでなく、観光資源にも変えようとする。20年7月からは、シイカヤックでクジラやイルカを見学できるようにした。20年度の来訪者は2300人、21年度も9月までで1600人が訪れた。29・5%で2位となった徳島県も、1次の低迷を2次3次で補い、全体の市場規模を2割成長させた。生産・加工に乗り出したとしてもノウハウがない漁業者への支援を厚くし、県水産研究所に

データで読む 地域再生



県施設の未利用魚を使ったレトルト品の加工に取り組み高校生（2019年、徳島県美波町）

商品開発テストができる加工機器を配備。未利用魚のレトルト食品加工や防災食品作りなど、付加価値を高める商品づくりを後押しする。

業種の垣根を越えて取り組むのは三重県（28・7%）。1次が12・8%減と大きく落ち込む中、全体の縮小を5・6%減にとどめた。鳥羽市では14年、地元農水産物の販売場と郷土食を中心としたレストランを併設した産直市場「鳥羽マルシェ」が開業。漁協と農協が共同出資する全国的にも珍しい取り組みで、年間約30万人が訪れる。マルシェは県外からの観光客だけでなく、地産を求めた新たなビジネスモデルとなっている。

（瀬川誠弘、金岡弘記、三宅亮、地域再生エディター 桜井佑介）