

ドジョウの市場取扱量と消費者意識

Market transaction and consumers' perception of loach

中荅元一・水谷正一・塩山房男

NAKAKUKI Genichi,* MIZUTANI Masakazu** SHIOYAMA Fusao***

はじめに

わが国では、水稲作と同時に水田でドジョウ等の淡水魚を繁殖させ、副食物や副収入として活用した歴史を有している。近年、農業がもつ多面的機能のひとつとして、水田水域における淡水魚の保全機能が注目されるようになったが、ドジョウの経済的価値を見直すとともに、環境保全活動の一環として圃場整備後の水田におけるドジョウ繁殖技術の確立が要請されている。そこで、水田で繁殖するドジョウを対象として市場取扱量と消費者のドジョウに関する意識調査の結果を報告する。

1. ドジョウの生産地、市場取扱量、市場価格について

ドジョウの市場開拓の可能性を探るために、公設市場での扱い量、産地、価格等の現状を文献と聞き取りにより実施した。対象とした公設市場は栃木県内 11 の市場と東京都中央卸売市場である。栃木県内は電話及び FAX により聞き取り調査を中心に行い 10 の市場から回答を得た。文献調査は宇都宮市中央卸売市場と東京都中央卸売市場の平成 17 年度市場年報を対象とした。

1) 栃木県における生産地、市場取扱量、市場価格について

平成 17 年度の栃木県内の扱い量は約 11 t で内宇都宮市中央卸売市場が 6.9 t と大半を占め、次いで足利市公設市場の 3.1 t であり、他の市場は 300 kg 以下と少量であった。生産地はほとんどが中国産と回答され、栃木産は 2 市場のみで扱い量も 370 kg と少量であった。宇都宮市場年報による産地表示は北海道、青森、秋田、千葉、東京、神奈川となっていたが、各県の納入業者への電話聞き取り結果、総て中国よりの輸入であった。取引価格は平均で 1,330 円/kg 程度であった。宇都宮市場での平成 17 年度扱い金額は 9,180 千円であった。

2) 東京都中央卸売市場における生産地、市場取扱量、市場価格について

平成 17 年度の扱い量は約 69 t であり、栃木県の約 10 倍である。産地は栃木県と同様であるが、茨城、静岡の各県が追加された。生産地は栃木と茨城県を除き中国産であった。取引価格は平均で 1,230 円/kg 程度であった。東京市場での平成 17 年度扱い金額は 59,670 千円であった。

* 栃木県庁 (Tochigi Prefecture) ** 宇都宮大学 (Utsunomiya University) ***

栃木県庁 (Tochigi Prefecture) キーワード: 水田生態系, 農村振興, ドジョウ

3) まとめ

ドジョウの需要は想像以上に多く、その大部分は中国産である。

中国産使用の理由として、国内産の入手困難、農薬使用への懸念があげられた。

需要のピークは6月～8月であり、水稻作付け期と重なる。

市場における買い入れ価格は平均1,200円/kg～1,300/kg、卸価格は2,500円/kg程度であることから、ユーザーへの直売システムが有利と考えられた。

2. 栃木県内の直売所におけるドジョウの販売量と販売価格について

栃木県内における農産物直売所は250件余であり、そのうち38カ所(15%)を対象に聞き取りによるアンケート調査を実施した。アンケート項目は、ドジョウ販売の有無、販売量、出荷者数、100g販売価格、販売しない理由、消費者からの問い合わせの有無、今後の販売予定などである。

調査結果の概要は以下の通りである。ドジョウ販売の有無では、過去を含め販売したことのある直売所数は7カ所で、販売量も1カ所最大で60kgと少なく、全量でも150kg程度であった。販売価格は平均で300円/100gと市内スーパーの価格とほぼ同額であった。販売しない理由では、「販売者がいない」と「近くで獲れない」を合わせると約70%を占め、農村部からドジョウがいなくなっていることを示した。また大半の直売所人が、ドジョウは圃場整備の完了とともに獲れなくなったこと、それを境に獲る文化と食べる文化が消滅したと発言していた。今後の販売予定については、ドジョウアンケートに際して配布したドジョウPR資料の効果も有り、今後検討したいとの数が若干増えた。

3. ドジョウに関する消費者の意識について

181名(男70名女111名)の消費者を対象としたアンケート調査を実施した。アンケート項目は、ドジョウを食べた経験の有無、入手先、購入価格、食べる場所、食べ方、食べた経験無し理由、ドジョウに関して知りたいこと、購入希望価格等の12項目である。調査結果の概要は以下の通りである。ドジョウを食べた経験では、有るが65%で女性は若い年代ほど経験が少なかった。購入先はスーパーが45%で次いで農家、直売所の順であった。購入価格で57%の人がゼロであり、捕るか貰うかが多数をしめた。100g当たりの価格は200円～400円が多かった。食べ方は家庭料理がほとんどであったが、男性は居酒屋、川魚料理店が多かった。料理法は柳川、次いでドジョウ汁、唐揚げの順であった。食べたことが無い理由では、買う機会が無いが4割、次いで食べ方を知らないであったが、注目すべきは安全性への不安が6%あった。ドジョウに関して知りたいことでは料理法と安全性が大半を占めた。

4. まとめ

日本におけるドジョウの需要は今後も続くものと思われるが、そのほとんどが外国産(中国)に依存していることから、安全で安心な米作りの現場におけるドジョウの増殖技術を確立し、農家から消費者への直売システムを構築すれば、需要に十分応じられると考えられる。なお、本調査は(社)農村環境整備センター「農村自然再生活動高度化事業」の助成を受けて実施された。

