

地域漁業学会

会 報

【発行】

地域漁業学会 事務局
〒890-0056 鹿児島市下荒田 4-50-20
鹿児島大学水産学部内
chiikioffice@gmail.com
Tel&Fax 099-286-4280
<http://www.soc.nii.ac.jp/jrfs/>

No.84

2010年10月

目 次

第52回大会（愛媛大会）特集号

1. 第52回大会案内 学会事務局
1) 実施概要 2) シンポジウムの概要と報告要旨 3) ミニシンポジウムの概要
2. 事務局便り 学会事務局
1) 個別報告プログラム 2) 愛媛大学城北キャンパス会場のご案内

1. 第52回大会案内

1) 実施概要

日時：2010年11月5日（金）～7日（日）

場所：愛媛大学城北キャンパス

愛媛県松山市文京町3

（伊予鉄道市内電車 環状線「赤十字病院前」下車，北へ徒歩約2～5分です。

正門からお入りください。学会会場内のアクセスは、以下の URL と、本会報の末尾をご参照下さい。<http://www.ehime-u.ac.jp/access/johoku/cge.html>）

※なお会場は、愛媛大学農学部（樽味キャンパス）ではありませんのでご注意ください。

日程：

5日（金） 15:00～ 各種委員会（時間を変更しました。詳細は別便でお知らせいたします。）

18:00～ 理事会

6日（土） 9:30～ 個別報告（共通教育講義棟2階）

12:00～ 昼食（土曜のみ大学生協食堂の利用が可能です。）

13:00～ 総会（グリーンホール）

14:20～ 地域交流ミニシンポジウム（グリーンホール）

18:00～ 懇親会（大学会館1号館2階の大学生協食堂リース）

7日（日） 9:30～16:30 シンポジウム（グリーンホール）

費用：

参加費：2000円（要旨集代込み。個人会員、学生会員ともに同額）

なお、非会員で要旨集希望者は2000円。要旨集不要者は無料。

懇親会費：一般6000円、学生4000円

2) シンポジウムの概要と報告要旨

テーマ 『養殖マダイの価値再生 —商品として、消費から生産～加工・流通を見直す—』

司会：佐野雅昭（鹿児島大学）・鳥居享司（鹿児島大学）

コメンテーター：林 紀代美（金沢大学）・前潟光弘（近畿大学）・亀田和彦（長崎大学）

第1報告：若林良和「主旨説明・タイをめぐる多面的な価値：非経済的な領域をめぐる」

第2報告：久賀みず保「末端流通における養殖マダイの価値」

第3報告：柳 珉錫「韓国における日本産養殖マダイの価値：輸入動向と食文化を中心に」

第4報告：竹ノ内徳人「産地流通業者・加工業者の養殖マダイ価値創造にむけた取り組み」

第5報告：金尾聡志「養殖マダイの価値創造に関する生産者の取り組み」

第1報告 タイをめぐる多面的な価値 — 非経済的な領域をめぐる —

若林良和(愛媛大学南予水産研究センター)

1. はじめに —課題と方法—

本報告の課題は、商品・食品としての養殖マダイの多面的な価値のうち、非経済的な領域の価値を再検討することにある。その際の方法・アプローチは次の2つである。第1に、今日の食をめぐる諸問題を検討する際に重視されている食育の視点から検討する。水産版の総合的な食育「ぎょしょく教育」による愛媛県内（愛南町や宇和島市、今治市）での実践を踏まえて、「ぎょしょく」の概念の「魚色」・「魚植」・「魚飾」の3点から考察する。第2に、魚や養殖マダイの消費で不可欠な要因の一つである、一般消費者のイメージや認識などの評価についても言及する。その上で、養殖マダイの価値再生の方途について、社会・文化的な視点から整理をしておきたい。

2. 非経済的な価値

(1) 栄養的な価値

「魚色」（魚の種類や栄養などの特色）から派生して、養殖マダイの栄養科学的な価値がある。養殖マダイは良質のタンパク質（約20%）や脂質（約10%で、天然の2倍）で構成され、低カロリーで健康増進に効果がある。特に、イノシン酸（旨味）、タウリン（心臓など機能の強化や生活習慣病の予防）、ビタミンB2（老化防止や美肌）、DHAやEPAなど不飽和脂肪酸（脳の発達や活性化、動脈硬化などの予防）が豊富に含有されている。

(2) 環境的な価値

「魚植」（海と山の連鎖系につながる植林など魚に関わる環境）から派生して、養殖マダイの漁場環境科学的な価値がある。宇和海の場合、10～20mの透明度を誇り、植物プランクトンの層が厚く、酸素を豊富に含み、豊穡な海域である。また、全国的に、PCBやダイオキシンなど化学物質の数値も低く、汚染度が少ない。こうした要因は、黒潮の一部（急潮と底入り潮）の入れ替わりで自然浄化作用と酸素供給作用が促進されるためである。

(3) 文化的価値

「魚飾」（飾り魚に代表される魚の文化）から派生して、マダイの文化史・文化誌的な価値がある。まず、歴史的にみると、タイは、縄文期の貝塚の出土品や奈良期の記紀、平安期の延喜式の記述によると、古代から重要なタンパク源であったと推測され、中世の武家社会においてタイの体形・体色から「魚の王様」として珍重されるようになった。そして、民俗的には、愛媛県の場合、マダイは恵比寿信仰との関係も深く、信仰～行事～祭礼・婚礼～伝説において、招福、ハレ・慶事、豊穡・縁起物としてのシンボリック的存在である。さらに、食文化的にみると、愛媛県のタイ料理は多種多彩であり、地域に根ざした「郷土食」として、年末年始や結婚式、新築、船おろし慶事の「行事食」として、各部位を無駄なく有効利用する料理法として、生活術（生活の知恵）が備わっている。

(4) 養殖マダイの優位性

3つの非経済的な領域において、養殖マダイ（タイ）の価値の優位性は明らかである。現代社会の状況を踏まえると、まず、栄養的な価値として、健康志向への適格性、とりわけ、アンチエイジング

機能に大きな意味を持つ。そして、環境的な価値から、宇和海の立地の良さに加えて、養殖業の本来的な機能（生産技術・漁場管理技術）が大きく問われる。それから、文化的な価値では、地域の生活や文化に密着した商品、地域資源として位置付けられる。

3. 養殖マダイに対する評価（イメージ・認識）

一般消費者の評価をみると、魚全般では割高感、接触・臭いへの不快感、調理の手間、食べにくさなどが、養殖マダイに対しては残留医薬品や海洋汚染への不安、脂肪分の多さ、身の食感・臭い・色などが、それぞれ、マイナスのイメージである。さらに、天然魚と養殖魚の比較では、天然魚が価格や食味で評価される傾向が強いものの、鮮度や安全性、見た目は大差ない。天然神話・天然崇拜も残存することを考慮し、生産技術や漁場環境の向上でマイナスの評価が是正されていること、さらに、養殖マダイのメリット（安定供給、安全・安心な管理）を適切に伝えることがより一層、求められる。

4. まとめにかえて ー価値再生の方途ー

以上の検討から小括できることは、まず、非経済的な領域の価値においても、養殖マダイには大きなポテンシャルが存在することである。それらの価値が先行的に転換された事例もあるだろう。次に、それらの価値を、改めて、消費者にどのように受け取ってもらうか、消費者にどのような手段で伝えるかという戦術、そのためのポリシーをどう考えるかという戦略がポイントとして浮かび上がってくる。そうした戦術と戦略をもとに、非経済的な領域の価値も含めて総合的に練り上げて付加価値化を進めていく必要がある。その方途については、当日、さらに議論を深めたい。

第2報告 末端流通における養殖マダイの価値

久賀みず保(鹿児島大学水産学部)

1. 目的と方法

本報告の目的は、末端流通における養殖マダイの利用実態を明らかにし、末端流通にとっての養殖マダイの価値とは何かを考察することである。養殖マダイの代表的なユーザーは、組織型の末端流通資本である量販店と外食チェーンである。大量に水産物を利用するこれらの業態は、養殖マダイの流通、消費に大きな影響を与えていると思われる。ところでマダイ消費の大きな特徴は、関東と関西で明確に嗜好性が異なる点である。この消費の地域性に立脚し、末端流通も異なった対応を見せていると思われる。そこで本研究では、業態別の分析軸に加え地域別に対象をみることにした。具体的には、全国展開する量販店と関東を拠点とする大手回転寿司チェーン、関西を拠点とする外食(立ち寿司店、居酒屋など)を分析対象とし、聞き取り調査を行った。各業態が養殖マダイのいかなる点を評価して利用し、さらには今後どのような養殖マダイを求めているのか、そしてそこにどのような地域差があるのかを明らかにしたい。その上で、末端流通における養殖マダイの価値とは何かを検討する。

2. 量販店における養殖マダイの利用

A社は、日本を代表する大手流通グループである。A社において養殖マダイは刺身用白身の最も重要なアイテムであり、定番商品として売上げと利益の中心となっている。刺身向けの利用が70%と最も高いが、刺身向け商材として商品化する際、A社では店舗までラウンドで調達し、店内加工を行っている。オペレーションコストを削減するため、産地加工へ切り替えたいが、現在の産地加工では鮮度のばらつきが大きく商品が安定化しないという問題を抱えている。A社での養殖マダイは、一定の品質、価格のものを安定的に調達できるという点が評価され定番商品として定着してきた。特に近年は、切り身商材を中心に価格の安さが販売数の伸長に結びついた実績もあり、今後はさらなる価格の安さと、品質の規格化が徹底できる加工のあり方が求められている。

3. 回転寿司チェーンにおける養殖マダイの利用

B社は、関東に約80店舗をもつ大手回転寿司チェーンである。チェーン間の競争激化を背景に、差別化商品として天然魚の利用を増加させているが、天然魚が品薄となる時期に不足する白身商材を補うべく養殖マダイの使用量が増大する。いつでも確実にしかも大量に、ほぼ同質のものが調達できる、という養殖マダイの強みが評価されているのである。また、B社では価格に見合う範囲で鮮度が重要視されている。消費者には、歯ごたえで識別できる「鮮度の良さ」を訴求する売り方が最もわかられ

やすい。その鮮度の良さを提供するため、死後硬直状態の菌ごたえの良いマダイが求められている。一方、100円回転寿司チェーンでは、店内調理を外部化しフィレでの調達を行っているが、そこでも鮮度を維持するために納品を1日3回に分けるなど、鮮度管理の工夫が行われている。つまり、B社を含め回転寿司店では、鮮度が養殖マダイを利用する際の重要な選択要因となっている。また低コストな加工というの、価格訴求型のチェーンにおいては重要であろう。

4. 関西圏の外出における養殖マダイの利用

関西では、マダイを刺身で提供することが多い立ち寿司店を中心に、活かり身（死後硬直前の状態）の需要が強く、鮮度の維持が重要な流通課題となっている。いずれの業態でも量・身質の安定性が評価されていることは共通しているが、居酒屋などでは価格訴求の強まりを背景に、安価で簡便な洋食メニューが求められるようになってきている。一方で、ブランド養殖マダイを利用する高級和食店もある。しかし、その選択理由は味に対する評価からくるものではない。活かり身の持続時間が他の養殖マダイに比べて長く、朝調達した商品が夜メニューに使用しても活かり身の状態が維持される、というような明らかに鮮度維持能力に差があるブランド魚に限り、差別的価格で受け入れられている。従って、関西の外出におけるマダイ需要は、価格重視と鮮度重視との2極化の様相を呈していると考えて良い。価格重視の業態に対しては、価格の安さはもちろんのこと、刺身以外の簡便なメニューに対応した加工のあり方が重要であろう。一方の鮮度を重視する業態では、活かり身を持続することができる生産・流通技術の追求が求められているのではないだろうか。

5. 末端流通における養殖マダイの価値

末端流通において養殖マダイに求められる価値は、安定性、廉価性、鮮度、簡便性であると思われる。そしてその価値は、今後も鮮度や簡便化に対応した流通・加工技術の開発など、流過程において産み出されていくのではないだろうか。翻って、味の差別化を図るといったような生産過程における期待は、端的に言えばほとんどないと言ってよく、あるとすれば活かり身を重視する一部の関西市場に対して、活かり身時間の延長を実現できる技術が期待されるであろう。

第3報告 韓国における日本産養殖マダイの価値 — 輸入動向と食文化を中心に —

柳 珉錫（大韓民国農林水産食品部遠洋政策課）

韓国と日本間で水産物貿易構造が変化している中で、日本産活魚、および、新鮮水産物の韓国への輸入量増加が激しい。過去の韓日間の水産貿易構造は、主に韓国産水産物を日本に輸出し、一部の水産物を日本から輸入する形態であった。すなわち、韓日間の水産物貿易額をみると、20年前（1989年）は韓国の対日輸出額が輸入額の約32倍であったが、10年前（1999年）は約11倍、2009年は3.8倍になっている。韓日間水産物の全体貿易額が減っているなかで、今後も、韓国の日本産活魚、および、新鮮水産物の輸入は増加が予測されている。このような貿易環境の中で、近年、韓国の日本産養殖マダイ輸入が持続的に増加傾向を見せている。また、韓国内の養殖マダイ生産量も急速に伸びている。

本報告では、輸入商材として養殖マダイの価値を検討するために、貿易と生産の動向を規定する諸要因および食文化などを明らかにする。具体的な手順は、第1に、韓・日両国の養殖マダイの生産および貿易動向を分析すること。第2に、韓国におけるマダイに対する顧客価値の実態、食文化および韓・日両国の養殖環境の比較検討を進め、貿易量が増加していく原因を明らかにすること、第3に、以上の分析を通して、今後の韓国と日本間の養殖マダイの貿易を展望することである。

韓国が日本からマダイ輸入をはじめたのは1980年代後半だが、現在では、国内マダイ消費量の約30～60%を日本から輸入している。日本産養殖マダイが韓国市場を席捲するようになったのは、生産競争力の強さと韓国市場の進出戦略の成功のためである。その結果、韓国の日本産養殖マダイ輸入量は過去10年の間、年平均36%の高い増加率を見せた。韓国市場の進出戦略として第1にあげられるのが日本産養殖マダイ運搬船の登場である。日本産養殖マダイ運搬船の入港地は90%以上がトンヨン付近である。主な消費地である首都圏と遠く離れているトンヨン付近に輸入港が集中している。これは、

この周辺に養殖マダイの主産地が立地していることによる。また、韓国の養殖マダイ輸入量が増加する主な要因として、国内マダイ消費量の変化、マダイに関する食文化・食習慣、それと日本の円に対する韓国ウォンの為替レートの変化があげられる。

本報告の最後に、韓日間における養殖マダイの貿易構造を明らかにし、輸入商材としてマダイの価値などを再検討した上で、今後の韓日間マダイの貿易量変化を予測する。

第4報告 産地流通業者・加工業者の養殖マダイ価値創造にむけた取り組み

竹ノ内徳人(愛媛大学南予水産研究センター)

1. 本報告の目的

本報告は、産地流通業者・加工業者を対象に、生産サイド(川上側)への生産管理・出荷管理の側面、ならびに消費サイド(川下側)への販売戦略の側面から、「養殖マダイ」の価値創造(あるいは商品化戦略)の取り組みを分析し、それらの諸機能を評価することを目的とする。

愛媛県は国内養殖マダイ産地として50%以上のシェアを占めている。2008年度の県内マダイ取扱高(約151億円)のうち約74%以上が産地流通業者の取扱いとなっている。このような一大産地になった背景には、産地流通業者が養殖業者に対するさまざまなサポートを提供するとともに、成魚等の販売(活魚・鮮魚)や加工まで手がける水産総合専門商社というポジションに成長・発展してきたことが大きい。それゆえ本報告のねらいは、産地流通業者・加工業者がこれまで取り組んできた養殖マダイの商品価値を高めるための連携論や技術論、あるいは消費サイドに向けられるさまざまなノウハウなどを明らかにすることである。なお本報告では産地流通業者等のうち取扱高や規模ではなく、特徴的な取り組みをしている4社を取りあげ養殖マダイの価値創造の諸機能(活動)について分析を試みる。

2. 産地流通業者等のポジショニングと価値創造への取り組み

本県においては、各流通業者が独自の取り組みを積極的に展開しているが、とりわけケーススタディとして取りあげた4社は、例えば養殖生産者から流通業を営むようになったA社(流通業)、産地仲買人を出発点とするB社(流通・加工業)・D社(養殖魚に関しては加工のみ)、畜産業から水産分野に進出したC社(流通・加工業)など、各企業の事業ドメインを活かすような特徴的な取り組みがみられる。なお4社のうちA社以外は自社加工場を保有している。

産地流通業者と生産者は、いずれのケースでも養殖生産の前工程(稚魚・種苗、育成段階ごとの飼料、医薬品などの供給)と、後工程(成魚の買取・販売、加工)の関係性が成立しており、特に前工程については一般的に緩やかな連携を構築している。しかし流通業者が自社のブランドマダイを有する場合には、生産管理(飼料、育成、履歴など)について生産者との密接な連携体制をとっている。いわゆるマダイ需要が飽和状態にあるなか、他産地や他の業者との差別化戦略として養殖マダイの作り込みを生産者とともに取り組み、価値再生を図ろうとする動きとして捉えられよう。つまり流通業者と生産者の連携論や技術論としてどのように機能しているかがポイントとなる。

一方、後工程としての流通業者の成魚販売は、市場への出荷を中心としながらも、多様なルート・販路を開拓しつつ、活魚・鮮魚・冷凍、加工品(フィレ・ロイン、ブロック、スライスなど)という多様な商品形態で市場に対応している。また流通業者の中には、量販店や外食等の鮮度や加工度などに対応するために消費地近隣に加工場や中継基地を設置しているものもある。近年では、産地側の意図した価値と消費地側が求める価値をマッチングさせるための帳合取引や、特定量販店との直販などの連携をみせつつある。これらは、産地流通業者のコアコンピタンス(目利き、加工技術、商品提案力など)を活かしたことで消費サイドとの信頼関係が成立しているといえる。いわゆる産地流通業者は、生産サイドと消費サイドの双方にとって良好な関係に調整していく機能を有していると考えられる。

以上のように本報告では、産地流通業者等を養殖マダイ価値再生にむけた一つの重要なアクターとして着目し、生産サイドならびに消費サイドに対していかなる機能を有し、どのような意味と効果を持つのかを検討してみる。そのうえで産地流通業者が養殖マダイの価値創造や価値再生に今後どのように取り組んでいけばよいのかについても検討してみたい。

第5報告 養殖マダイの価値創造に関する生産者の取り組み

金尾聡志(愛媛県農林水産研究所水産研究センター)

1. マダイ養殖の生産技術

マダイ養殖は、1955年に近畿大学が小割式生簀で養殖試験を開始した頃に始まり、1970年の漁業・養殖業生産統計年報で460トンの生産量が報告されて以降でも、すでに40年の歴史がある。この間、種苗の分野では、近畿大学が育種により成長の早い種苗を開発して、全国に普及させたのをはじめ、餌料の分野では、生餌からモイストペレット(MP)、ドライペレット(DP)、エクストルーデッドペレット(EP)へと開発が進み、飼料の高性能化が図られてきた。また、飼育管理の分野では、手撒きから自動給餌機や投餌船による給餌など省力化も進み、イリドウイルス感染症不活化ワクチンの開発など魚病対策も進んできたところである。このような技術開発により、現在マダイ養殖の生産技術は各分野である程度確立がなされており、生産者は各自の経営方針に沿ってそれらの技術を選択・応用し、独自の魚をつくり上げている状況にある。

2. 量販店のマーチャンドライジング

一方、このような生産者の対応は、量販店のマーチャンドライジングに合致しているのだろうか。価格と、品質・価値の2つの軸でみると、量販店のマーチャンドライジングとして、「こだわり商品」、「量販商品」、「価格訴求商品」の3つが挙げられる。近年、高質スーパーとして全国的に注目されている高知市のサンシャインチェーンでは、こだわり商品：量販商品：価格訴求商品=20：60：20の品揃えを行っている(同社HP)。このような量販店のマーチャンドライジングに対して、生産者がどのような技術を用いて養殖マダイをつくり上げているのか、3つの事例を検討する。

3. 生産者サイドの取り組み事例

(1) A水産の事例(こだわり商品)

A水産は、宇和島市で家族労働を主体にマダイ養殖を営む比較的小規模な経営体で、年間出荷尾数は約10万尾である。同社は、ブランド真鯛「鯛一郎くん」による「高品質高価格販売・ブランド戦略」をコンセプトとし、業務筋などのこだわり階層をターゲットに、同筋に不可欠な2kgサイズを周年出荷する、こだわり商品としてのポジショニングをとっている。この取り組みにより、浜値1,000円/kgを確保している。

(2) B水産の事例(量販商品)

B水産は、南宇和郡愛南町でマダイ養殖を営む大規模経営体で、年間出荷尾数は約150万尾である。同社は、規模の経済を追求した「フルラインアップ生産・周年出荷」をコンセプトとし、量販店をターゲットに、様々なニーズに対応可能な幅広いサイズを周年出荷する、量販商品としてのポジショニングをとっている。大規模生産によるコストダウンで、薄利多売ではあるが利益を確保するとともに、1社で品揃えが可能という利便性も確保している。

(3) C水産の事例(価格訴求商品)

C水産は、八幡浜市で家族労働を主体にアジ、ウマヅラハギ、マダイなどの複合養殖を営む比較的小規模な経営体で、マダイの年間出荷尾数は約3万尾である。同社は、キャッシュフロー経営をベースに「低コスト生産・短期間養殖」をコンセプトとし、量販店をターゲットに、年末年始を中心とした特売の1尾売り用の1kgサイズを出荷する、価格訴求商品としてのポジショニングをとっている。薄飼いによるへい死率の減少で生産原価を低減するとともに、無投薬を実現している。

4. 今後の課題

魚粉価格の高騰で、養魚飼料の価格が上昇傾向にあり、生産原価の上昇が懸念される。このため、今後は、生産原価に占める餌料費の抑制が課題であり、低魚粉飼料の導入や飼育管理の見直しによる飼料効率の改善などが必要である。また、近年エドワジエラ症が増加しているほか、これまでマダイでは発生が少なかった連鎖球菌症も見られるようになってきていることから、これらの魚病対策も課題である。今後とも、生産技術の改良により、養殖マダイの価値を高めることが求められる。

3) ミニシンポジウムの概要

テーマ『水産振興に関する地域の対応 ―愛媛県を事例として―』

司会：磯部 作（日本福祉大学）・前原 務（愛媛県愛南水産課）

主旨説明：若林良和（愛媛大学南予水産研究センター）

第1報告：桑原彰三（愛媛県漁政課）「水産物の流通販売対策について」

第2報告：徳弘多一郎（徳弘水産）「こだわりマダイの開発とブランド化の取り組み」

第3報告：近藤芳仁（秀長水産）「産地流通業者による水産振興への取り組み」

第4報告：松本洋子（上灘漁業協同組合女性部）「夢をかなえる“じゃこ天”販売！」

第5報告：兵頭重徳（愛南町水産課）「「ぎょしょく」で、まちおこし」

主 旨：

水産県である愛媛県においても、水産業に関わる諸問題は、全国と同様に山積した現状にある。そうしたなかで、県内の様々な領域・分野において、水産振興に向けた積極的な取り組みが地域を単位にして展開されている。本ミニシンポジウムでは、県内の「元気印」ともいうべき、取り組みや実践活動を紹介しながら、今後の水産振興の方途を探りたい。

今回は地域交流ミニシンポと位置付け、愛媛県内で精力的に水産振興に取り組んでおられる関係者、つまり、「元気印のパワー源」である5人をパネリストとして報告してもらい、学会会員との意見交換の場とする。また、そうした地域での取り組みや実践が、水産物の「価値」の見直しにどのようにつながっているのか？あるいは、どのようにつなげようとしているのか？また、どのようにつながる可能性があるのか？といった点にも言及してもらい、翌日のシンポジウムの討論の基盤にもしたい。

2. 事務局便り

1) 個別報告プログラム

<第1会場 21 講義室>

- 1-1 9:30～9:50 飯尾さゆり・竹ノ内徳人：産地主導の水産物の流通・販売戦略
：愛媛県三崎漁業協同組合を事例として
- 1-2 9:50～10:10 日高 健：大手流通業と漁協との直接取引による地域流通再編の評価
- 1-3 10:10～10:30 村上幸二：漁村起業化組織の自発性とその支援について

<休憩>

- 1-4 10:40～11:00 宮澤晴彦・佐々木稔基：若年漁業就業者の漁業就業に関する意識状況
：アンケート調査に基づく考察
- 1-5 11:00～11:20 松野功平・高原淳志・有路昌彦・多田 稔：主要輸入白身魚の需給分析
：ギンダラとメロを事例として
- 1-6 11:20～11:40 松井隆宏・原田幸子・小野征一郎：養殖マグロの市場・価格分析
：築地市場データからみる各国養殖マグロの関係
- 1-7 11:40～12:00 津國 実：わが国におけるハモの需給変化と今後の可能性
：主要ハモ産地及び大消費地中央卸売市場での調査事例から

< 第2会場 23講義室 >

- 2-1 9:30~9:50 橋村 修：回游魚シイラをめぐる漁業、利用、文化：「魚の民俗史的履歴」
- 2-2 9:50~10:10 鹿熊信一郎：里海の課題
：里海とはどのようなものか？ どうすれば里海をつくれるか？
- 2-3 10:10~10:30 河原典史：カナダ北西岸における 20 世紀初頭の捕鯨業
：日本人移民との関わりから

< 休憩 >

- 2-4 10:40~11:00 小岩信竹：近代朝鮮の漁業制度展開と日本人の韓海出漁
- 2-5 11:00~11:20 吉村健司：オセアニア島嶼地域における漁業開発と「個別性」
：マーシャル諸島ジャルート環礁漁村開発計画の現在
- 2-6 11:20~11:40 Achmad Zamroni and Masahiro Yamao :
An Assessment of Farm-to-Market Link toward
Sustainable Seaweed Farming in Laikang Bay, South Sulawesi, Indonesia

2) 愛媛大学城北キャンパス会場のご案内

11月6日(午前)

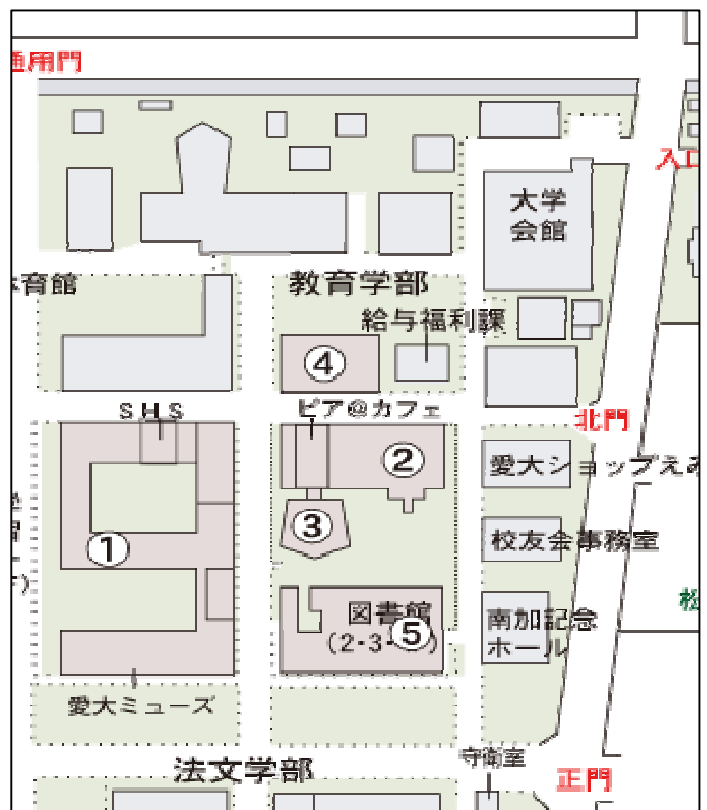
- ・学会受付 ②1階 ロビー
- ・個別報告 ②2階 (第1会場：21番、
第2会場：23番講義室)
- ・休憩室・書籍販売 22番講義室

11月6日(午後：総会・ミニシンポ)

- ・総会・ミニシンポ ③「グリーンホール」
- ・休憩室・書籍販売 1階 (13番講義室)
- ・懇親会 「大学会館」

11月7日(シンポジウム)

- ・学会受付 ②1階 ロビー
- ・休憩室・書籍販売 (13番教室)
- ・シンポジウム ③「グリーンホール」
- ・シンポパネリスト打合せ ②1階 (12番教室)



地域漁業学会 <http://wwwsoc.nii.ac.jp/jrfs/>

本部事務局 〒890-0056 鹿児島市下荒田 4-50-20
鹿児島大学水産学部内
Tel&Fax 099-286-4280
担当 佐久間美明 chiikioffice@gmail.com
郵便振替：01750-0-83886
銀行振込：鹿児島銀行 きしやば支店 普通 834624