



調査報告

沖縄の人々はサンマ・サケをどう受け入れてきたか？ ——食材の普及，流通，消費にみられる地域性——

How People in Okinawa Relate to Saury and Salmon: Regional Characteristics
in the Diffusion, Distribution, and Consumption of Food

林 紀代美

HAYASHI Kiyomi

(2013年1月23日受付 2013年6月29日受理)

本研究は、沖縄県を対象として、当該地域の漁業活動で対象とされていない魚種の流通・消費を取り上げて、地域の食卓への普及過程とその背景、販売・消費活動の展開や地域の特徴を明らかにすることを目的とする。遠洋漁業用餌のサンマの一部が1950年代末から食用に転用され、1960年代には琉球の業者が食用商材を本土から集荷を開始していた。日本への復帰を契機に、本土の業者も流通に参入し、本格的にサンマ商材が扱われるようになった。今日では生・生鮮品の販売も普及している。沖縄の食習慣や社会・経済的条件の影響を受けて、本土とは異なるサンマの販売形態や調理・消費動向が確認された。

The purpose of this study was to investigate the diffusion process and background to regional meals, the creation of sale-consumption activity, and regional characteristics focusing on the distribution and consumption of fish species. Sauries were not part of traditional regional fishery in Okinawa. However, some of the saury catch, which is used as bait in pelagic fishery, began to be converted to food use from the late 1950s. In the 1960s, traders in the Ryukyu Islands (the former regional name for Okinawa which was used before the reversion to Japan) began to import food commodities from Japan. Since the reversion of the Ryukyu Islands to Japan in 1972, traders from Japan proper entered the food distribution sector in Okinawa. Full-scale commodity trading in sauries was gradually established. At present, sales of raw or fresh sauries are diffusing. Eating habits and the socioeconomic conditions of Okinawa differ from those in the rest of Japan and they are reflected in the methods of sales and trends in cooking and consuming sauries.

キーワード：沖縄，サンマ，サケ，流通，消費，普及

Key words: Okinawa, saury, salmon, distribution, consumption, diffusion

Ⅰ はじめに

筆者は先に、全国の県庁所在都市世帯の水産物購入の組合せにみられる地域差について考察した (Hayashi 2003; 林2011)。それらの結果には、沖縄県 (那覇市) の購入傾向の独自性が顕著に表れた。その詳細は後章で触れるが、注目すべき点のひとつとして、購入金額に占めるサンマ、サケの割合の高さが挙げられた。サンマやサケの価格帯が著しく高いものではないことを考慮すると、水産物の購入総額に占めるそれらの割合の高さは、品目選択上の重要性の高さを示していると言えよう。とりわけサンマについては、購入金額・量も全国平均値より大きい。

サンマやサケは、当該地域の漁業における漁獲対象

魚種ではない。地域の食文化や購入傾向は、一般的には地域の水産資源や漁業活動の条件に影響を受けて長い年月をかけて形成される側面が強いとされるが、沖縄県のサンマ・サケ食はこのタイプに当てはまらない。流通の向上や技術革新などの変化にともない、地域の食生活が抱える特徴やニーズ、課題に対応可能な食材が、当該地域で普及していくケースに相当すると推測される。

沖縄県の食文化に関する考察は、全般的な特徴や宮廷料理を扱うものが多く、日常の食事への言及も肉類の動向が主であった (友利・金城1969; 尚ほか1988; 金城1993; 平安山・村田2006; 外間2010)。これらのなかで、水産物消費の少なさや缶詰の多用への指摘、地場産の魚種を用いた献立の整理はみられるが、水産

物の購入実態や日常の魚食の詳細を考察したものは管見の限り見当たらない。しかし、サンマ、サケが高い購入割合を占める現象は、沖縄県における食生活、水産物消費をとらえる上で看過すべきでない特徴ではなからうか。この現象は、沖縄が抱える社会・経済的課題や文化的特徴、他地域との結びつき的一端を読み解くための示唆を与え得る、と筆者は考える。

そこで本研究では、沖縄県を対象として、当該地域の漁業活動で対象とされない魚種であるサンマを取り上げ、地域の食卓への普及過程とその背景、販売・消費活動の展開を明らかにすることを目的とする。なお、サンマ商材の定着過程・要因と関連や共通点があり、水産物購入金額に占める割合が高位であるサケ商材も、考察の過程で補足的に扱う。本研究では、食生活の基本が家庭内調理にある点と、家計調査年報の分析結果から注目に至った点を鑑み、一般消費者による量販店などでの食材購入・消費で扱われる商材を主とし、総菜・弁当利用にも触れながら考察する。これにより、沖縄へのサンマ・サケ商材の普及の詳細が一定程度解明され、沖縄での日常の水産物購買・調理行動の特徴の理解を深めることが可能となる。缶詰等での流通・消費や、ホテル、外食産業などでの当該商材の供給も存在するが、別の機会を得て調査することとする。

本研究のようなある地域での食材や食習慣の普及・定着過程とその背景を考察する取り組みは、食習慣からみた地域の独自性や、流通・消費を通じた地域間の結びつき、各地域・商品の流通上の位置づけや役割を明らかにでき、食に関わる地域性の研究の蓄積や食生活を通じた地域理解に寄与できる。石毛(2009)が指摘したように、日常的な食を対象とした研究は、諸分野からアプローチが可能ではあるものの、学術的課題としては過小評価され、成果の蓄積や分野間での連携が遅れてきた。この状況下で、諸分野における魚食の地域的特徴や分布状況、普及過程を対象とした研究は、その数が少ない(佐々木・大石1994; 奥村1996; 堀井1996; 左近充2001; 今田・藤田2003; 辻2003; 中澤・三田2004)。近年取り組みが増えつつあるとはいえ(Hayashi 2007; 清水2008; 林2008; 中村2009, 2012)、事象の地域的広がりや結びつき、地域性の解析を得意とする地理学においても食材の普及とその背

景や地域の食文化、地域での消費様式への注目は十分とは言えない。本研究の試みは、これまで少なかった水産物の消費段階の地理学的研究の発展にも寄与できる。個々の食材や地域について普及や流通の動向を具体的に考察していくことは、Hayashi(2003)、林(2011)のようなマクロスケールでの研究の不足点を補い、成果を深化させることにもなる。

調査方法は、資料整理および関係業者への聞き取り(表1)、沖縄本島(主に那覇市)での販売状況の観察(2009年10月、2010年5・6・9・10月、2011年3・11月、2012年3月)とする。観察については、那覇市に出店している主要量販店(C・Dを含む)6社のほか、那覇市中心部に所在するBなどの水産物小売店や惣菜店・弁当店も確認した。地域での主要水揚げ魚種ではない魚の流通・消費に注目するため、過去の経緯を確認できる資料や該当魚種に関わる統計は多く存在しない。当時を知る存命する関係者も少ない現状では確認作業は困難を極めるが、聞き取りや残されている諸資料を基に、可能な限り事象の把握や考察に努める。

なお本稿の考察は、県全体を対象とした統計資料や聞き取りから得た情報を用いた部分もあるが、家計調査年報の情報や聞き取りで得た情報を基に主として那覇市を中心とした地域の消費動向を整理している。そこで以下本稿では、那覇市を中心とした地域を扱う場合には「那覇地域」と記す。沖縄県内での消費にみられる地域的差異に関しては、今後の研究課題とする。また、琉球・沖縄県に対応して集約され呼称される他の都道府県を「本土」と表記する。1972年以前の沖縄県に関わる記述部分では、当該地域を「琉球」と表記する。アメリカによる統治から日本に返還され沖縄県が成立する事象は、以下の記述では「復帰」と記す。

本稿の構成は、以下のとおりである。

IIでは次章以降の考察に先立ち、沖縄県の水産業や食生活の主な特徴を概観する。

IIIでは、那覇地域でのサンマ・サケ商材の流通・消費動向とその特徴に注目する。まず、サンマ・サケ商材の販売のようすや調理の特徴を、量販店、惣菜・弁当店での販売現場の観察とAやB、C、Dへの聞き取りを基に確認する。そして、販売業者や量販店のサンマ・サケ商材の集荷活動や販売促進と活動上の当該商材の位置づけ、顧客の購買傾向や反応について、事例

表1 聞き取りを行った事例業者の概要
Table 1 Profile of case traders conducted hearing

対象とした者・業者	属性・業態 (聞き取り対象)	活動内容等, 聞き取り対象とした理由	調査時期
A	冷凍冷蔵倉庫業, 食品卸・販売業 (会長・常務取締役)	1966年に創業。沖縄県の主要な冷凍冷蔵倉庫業者のひとつ。沖縄県の業者で食用向け冷凍サンマの扱いを最初に手掛けた業者のひとつであるため対象とした。また、1978年から那覇市内に本土式の居酒屋(炉端焼き)を経営し、沖縄県での本土式居酒屋の展開や本土の食材・食生活の普及に与えた影響は大きいとされている。Aが集荷した水産製品の出荷先は、沖縄県内の外食・中食産業、ホテル、事業所や病院などの給食産業、水産業者、量販店などで、比較的大口の取引先が主。顧客の注文に応じて、冷凍水産物の小売販売向け包装作業も手掛ける。取扱品には、冷凍サンマや輸入サケも多く含まれる。	2010年10月
B	水産物仲卸・小売業 (統括部長)	1990年に創業。沖縄県漁連市場の主要仲卸業者であり、沖縄県内の外食・中食産業、量販店などへの水産物販売に携わり、那覇市と糸満市に自社店舗を所有して小売業にも着手していることから、商材流通に関わる業者の代表例として扱った。なお、Dの那覇市内の拠点店舗内にもテナント出店している。Bのサンマ・サケ商材の扱いは、比較的価格帯の高い居酒屋、個人料理店などの外食産業や量販店への生鮮品の納入と、外食・中食産業やホテルへの冷凍品納入が中心。	2010年5・10月, 2011年3月
C	量販店(全国展開) (食品統括商品部水産グループチーフバイヤー)	前身は1975年に創業、1999年に2社合併により現社名に変更。全国展開する大手量販店のグループ会社で、2012年現在、沖縄県内に37店舗出店。本土でのサンマ・サケ商材の扱いとの比較も可能で、沖縄県への本土食材の普及に大きな影響を与えた量販店であるため対象とした。	2010年10月
D	量販店(地元資本) (商品本部水産部門スーパーバイザー)	1976年創業。2013年現在沖縄県内に8店舗を出店する量販店。沖縄県内の地元資本の量販店のなかでも復帰後早期に操業していることから過去のサンマ・サケ商材の扱いについて一定の情報が得られることと、利用者の声を反映させた販売活動、商品開発の実施に積極的であることから、事例として注目した。	2010年10月
E	(元)東洋水産社員, (現)水産物卸販売業社長	復帰後の水産物販売事業の展開を視野に琉球向け水産物の集出荷業務に最も早く着手した本土企業(東洋水産)の元社員。1968～1981年まで琉球・沖縄県への水産物流通業務を担当し、他の本土企業に先駆けて食用向け冷凍サンマ商材販売に取り組んだ実績を持つことから、聞き取り対象とした。現在は、東京都内で沖縄県産水産物の卸販売業を営んでいる。	2011年10月

業者への聞き取りや販売現場の観察を基に整理する。

IVでは、当該地域での漁獲活動がなく、食生活に馴染みがなかったサンマが、どのような過程を経て沖縄県の食卓に定着してきたのか、前掲表1に示した関係者への聞き取りや関連資料などから明らかにする。この際、サンマ商材が人々に支持されるに至った背景や、普及の過程でみられた関係者による工夫に注目する。

II 沖縄県の水産業および水産物購入・消費

1. 沖縄県における漁業活動, 水産物流通

沖縄県は島嶼県であるが、水産業は活発ではない。その背景として、①有力な多獲性魚種が存在しないこ

と、島の周囲がサンゴ礁に囲まれていること、台風などによる出漁制限、高温多湿な気候などの環境条件(沖縄県農林水産部1985; 尚ほか1988; 片岡2010; 外間2010)、②琉球王朝以来の政策の影響など歴史的経緯(上田1980; 尚ほか1988; 金城1993,1997; 市川2009)、③沿岸域での水揚物の流通・消費が沖縄県内で完結するなどの市場との関係性(上田1980; 沖縄県農林水産部1985; 片岡2010)、が挙げられている。

内閣府沖縄総合事務所農村水産部(2010)によると、今日の沖縄県の漁業生産(2008年)は、海面漁業16,902 t, 約114億1800万円、海面養殖業17,044 t, 約58億3700万円であった。海面漁業での主な水揚魚種は、マグロ類(9,036 t), カジキ類(940 t), カツオ類(743 t)である。海面養殖業の中心は、モズク類

(15,607 t)である。水揚げの大半がマグロ・カジキ類、カツオ類で占められており、日常の食卓に並ぶ魚種の多様性を高めるには難がある。タカサゴ（ゲルクン）など沖縄の魚食を象徴する魚種の水揚げ規模は、沖縄県の水産業のなかで必ずしも大きな割合を占めていない。

県内生産では賄いきれない部分、利便性が低い側面は、本土からの移入品あるいは輸入水産物で補うことになる。この構図は、復帰以前から現在まで変わっていない。今日でも、台風等により、漁業活動の休止や本土からの輸送の延滞が発生することがある。このため、輸入品を含む冷凍品、缶詰などの活用は不可欠であり、冷蔵倉庫業者らによる食材のストック活動の重要度も高い。あわせて、ホテルや外食産業において観光客らによる消費活動に対応するためにも、いわゆる「四定条件（定型・定量・周年・安定価格）」を満たす冷凍品や輸入品の存在が重視されている。

2. 沖縄県の水産物購入と食生活の特徴

1) 水産物購入にみられる特徴

筆者は先に、2000年代の全国の県庁所在都市の水産物購入について、地域間の品目の組み合わせ具合の違いを考察した（林2011）。その結果、那覇市の水産物購入にみられる特徴として、①特に、（カジキを含む）マグロ類、サケ類、サンマ、サバなどの購入金額に占める割合が高いことが確認された。その結果、②購入傾向の類似性からみた沖縄の位置づけが、西日本グループではなく東日本グループに近いものと整理された。また、③缶詰、鰹節、昆布の購入割合が高いことも、那覇市の購入行動の特徴である。

①と②に関しては、マグロ類が沖縄県の主要漁獲魚種であることから、従前より生鮮状態で多く流通し、刺身での消費も多い¹⁾。サケ類、サンマ、サバなどが定着、多用されるに至った経緯は後で考察するが、A・B・Eによると、価格の安さとボリューム感が得られやすい点、脂質が多く含まれて味が濃い点、年中手に入れやすい点、食べやすく調理しやすい点が、これら魚種に共通する普及要因として挙げられた。

③のうち、缶詰の多用は、ストック食材としての重要性を理由とするほか、BやC、Dへの聞き取りや外間（2010）、沖縄県（2011）では、アメリカ統治時代の食文

化の浸透と沖縄県の経済水準の低さ²⁾が背景として指摘されている。BやC、Dへの聞き取りや沖縄県内の量販店の店頭観察から、チャンプルーなどで多用されるツナ缶のほか、安価で食べごたえもあり開封してすぐ食することができるイワシ・サンマ蒲焼き缶やサバ味噌煮缶などの販売が多い。これらは、量販店では特売アイテムとして重視されている。また、鰹節や昆布の利用頻度の高さとその背景は、先行研究でも指摘がなされてきた（尚ほか1988；金城1993；佐々木・大石1994；奥村1996）。1970年代から今日までのこれら品目の購入動向の推移に注目すると、時代経過とともに購入の頻度や量は縮小しつつあるものの、引き続き沖縄の食生活における重要性は維持されている。

2) 食生活の特徴と水産物消費への影響

沖縄県の食生活の特徴として、肉食の多さや油で揚げる調理方法の多用、南方系・中国料理の影響のほか、水産物を利用した料理が少ない点が挙げられる（奥村1996；堀井1996；金城1997）。

復帰以降、県民の栄養摂取は改善が進み、たんぱく質や脂質の摂取増加がみられた。所得向上にともなうたんぱく質食品の購入欲求は、肉類により大きく働いてきた（友利・金城1969；大嶺1990）。平安山・村田（2006）の分析によると、加齢とともに水産物消費へ移行する傾向は全国の動向と共通するが、いずれの年齢層の魚介類摂取量も全国平均値を下回っている。金城（1997）や量販店への聞き取りによると、たんぱく質摂取に要する費用を食材間で比較した場合に、水産物は肉類よりも割高となる。そのことは、低収入世帯や子どもが多い若年層の世帯には、水産物の購入頻度・量の抑制要因となる可能性がある。

水産物の調理では、暑さからくる調理時間短縮の欲求をかなえることや、摂取や保存上の優位点があるとされている「揚げる」方法が選択される機会が多い。AやBへの聞き取りでも、彼らの幼少時代（1950～1970年代）には、母親が安価なサンマを多く購入してくるとまず揚げて風通しの良い場所で保管し、数日かけて食べていた、との証言を得た。唐揚げやフライのほかにも、すり身を揚げてかまぼこにして販売、消費される場合も多い。

ほかの水産物の主な調理方法としては、刺身、汁物、煮物が挙げられる。量販店や総菜・弁当店への聞き

取りによると、今日では沖縄県の消費者は基本的には、新鮮な水産物が手に入るとまず刺身で食すことを選ぶ。若干鮮度が落ちるものや保存したいものは、加熱調理を選択する。家庭ではほぼ調理をせずに済む刺身に対する支持は高く、水産部門の主力商材となっている。量販店での聞取りによると、多くの量販店で刺身商材の扱いが売り上げや棚面積に占める割合は半分近い。近海で漁獲されるマグロ・カジキ類が中心だが、サンマやサケもそのアイテムとして重視されている。

今日でこそ沖縄県で刺身での水産物摂取は主要な方法となっているが、沖縄県農林水産部(1990)によると、1960年代半ばの時点では鮮度保持の困難性から魚自体「生臭い」と消費者から敬遠されていた。本島北部や宮古地方からの移住者が那覇地域や中南部の農村地域に刺身食の習慣を持ち込んで普及させたのも、県内で卸売市場の整備が進んだ1960年代中盤以降であった。

塩干物の少なさと、本土でいう「塩焼き」調理が元来みられない点も、沖縄県の水産物消費の特徴である(尚ほか1988; 金城1997; 渡慶次・吉本2000; 外間2010)。沖縄県では塩干物の加工活動とその利用が限定的であること、沖縄の魚は身質が柔らかく脂質の少ない塩焼きに不向きなものが多いことも、「焼く」調理が定着しにくい背景とされる。沖縄県では、焼く調理とは基本的にはフライパンでフィレ・切り身を加熱する方法を指す。AやB、Cへの聞取り、金城(1997)によると、本土で言うところの塩焼きは、復帰以降に外食・中食産業での本土式の焼き魚の提供を通じて沖縄県の人々に認知された。現在では本土式の塩焼が家庭内調理でも取り入れられつつあるが、主要な調理法ではない。

それでもCやDによると、1990年代以降、塩干物も販売量は増加傾向にある。特に低価格帯でボリューム感がある商材(ホッケ開き、塩サバなど)の支持が高い。本土と比して所得水準が低位にあり、物価が安い沖縄県にあっては、本土から本土価格で集荷される水産商材を消費者が受容するには、費用に見合った量(満足感)が得られることが重要な条件となる。加えて、AやCによると、本土から移住者・転勤族や観光客の増加にともない、彼らの食習慣やニーズが沖縄の食品販売・消費に影響を与えている。那覇地域では、

納豆などと同様に、従前は置いても売れなかった干物類の販売量が増えた。多くの量販店の広告にも、塩干物が頻繁に載るようになった。那覇地域の量販店の店頭を観察すると、惣菜部門でも本土式塩焼きの扱いがあることを確認できる。

このほか、外食の利用度の高さと調理簡便性への強い志向も沖縄県の食生活の特徴であり、A・B・Cへの聞取りや外間(2010)では、調理時間の短縮欲求の高さや外食利用に対する抵抗感の低さ、親睦を深める場としての外食機会の多さなどが背景として指摘された。外食・中食産業における商材利用では、「四定条件」での集荷の実現が強く希求される。AやBによると、所得・物価水準が低位であるため、用いられる食材の価格帯も、本土以上に一層安価なものが求められる。

III サンマ・サケ商材の販売・消費動向

本節では、主に那覇地域での量販店や惣菜・弁当店での販売状況の観察とBやC、Dから得た情報を基に、サンマ・サケ商材がどのように販売され、消費されているか、現状と特徴に注目する。

1. 量販店でのサンマ・サケ商材の扱い

1) 棚面積に占める商材の割合

沖縄県内の量販店の水産部門では、サンマ・サケ商材の取扱重要度が多い。季節や販売展開により若干の差はあるものの、那覇地域の店舗では、生鮮部門の棚面積の1~2割をサンマ商材が占めている。サケ商材も、同程度の棚面積が常時充てられている場合が多い。ほかに棚面積が大きい商材としてはマグロ・カツオ類が挙げられ、生鮮品を中心に棚面積の3~5割を占める³⁾。

たとえば、B(Dのテナント店舗)での棚面積に占めるサンマ商材の割合は、時期により変化はするが、生鮮部門だけで常時1割前後は確保されている。2割程度を占めるサケとともにサンマは重要なアイテムとされている。同様に、Cの活動でもサンマ・サケ商材は年間商材、重点魚種に位置付けられている。2010年度の水産部門の売上額において解凍・生鮮品が28%を占めているが、うち約4分の1はサンマ・サケであった。盛り合わせ利用もあるため詳細は不明だ

が、部門売上額の49%を占める刺身販売においてもサンマ・サケは主要な素材とされている。なおDは、2009年4月から2010年3月の水産部門での商材構成比に占めるサンマ類は2.9%、サケ類5.6%、塩サケ類3.1%であった。集荷全体では冷凍品の割合が高く、1年を通して店頭でサンマ・サケ商材が並ぶ状態を確保している。

2) 商材の集荷地域

サンマやサケは沖縄県内で漁獲されないため、すべての商材は他地域から集荷され、販売される。

たとえばBのサンマ商材の集荷では、脂のりがよく美味しいと顧客からの評判が高い北海道（根室、釧路、浜中）産が大半を占め、ほかに宮城県産が含まれる。Cでは、北海道（根室・釧路）を中心に、岩手県（大船渡・宮古）、宮城県（女川・気仙沼）も多く扱われている。Dは、AやBなどを介してあるいは産地の生産者からの直接集荷により北海道（根室産や釧路産）、岩手県（表示では三陸産とすることが多い）を扱うことが多く、千葉県（銚子）産の扱いもある。

一方、サケ商材には国産品と輸入品が存在し、天然品と養殖品がある。たとえばBは、本土の冷凍水産物の卸業者や商社から船便で届くチリ産、輸入業者らを介して空輸で届くノルウェー産を利用しており、いずれも養殖品である。国産サケ商材は、船便や空輸で届く。産地は北海道、岩手県、宮城県で、岩手・宮城県産の商材には養殖品も多く含まれる。Cの場合も、自社調達のほか商社、水産業者から集荷している。国産は主に北海道、青森県、岩手県の天然品を中心に扱い、輸入品はノルウェー、チリ産の養殖品を扱っている。

B、C、Dともに、国産の天然品、養殖品は輸入品と比べて価格面で高位となるために旬の時期中心の扱いで、周年で安定したニーズを獲得するに至っておらず、商材の大半が輸入品となっている。

3) 商材の位置づけと価格訴求への対応

Bの販売活動においては、サンマ商材は「定番商品」のひとつであり、1990年代以降、生鮮品、刺身での扱いが増えている。またCの実績では、ここ10年でのサンマ商材の販売では冷凍品が減少し、解凍・生鮮品・刺身が大きく増えている。解凍・生鮮品では、1尾100円以下の商材の需要が増え、ドレスや開

きへのニーズが増した。冷凍品も、小サイズでの価格訴求が強く、大容量パックのような販売形態が支持されている。サンマ商材は、解凍・生鮮品、冷凍品を問わず「低価格帯のメイン商材」である。Dの販売でも、1年を通じて欠品させることなく店頭で並べられる「重要商品」とされている。

BやC、Dによると、那覇地域では旬ではない季節であっても確実に毎週のようにどこかの量販店でサンマ商材の特売をし、どこも常時広い棚面積を与える傾向にある。Bは、「業者が販売促進をしているから売れる面もあるかもしれないが、むしろ消費者側が大きなニーズを持っているので、いつも手頃な価格で購買できる環境を整えることが商売につながる」と現状を捉えている。

消費者が価格に敏感に反応するため、BやC、Dは商材の品揃えだけでなく価格訴求への対応が販売促進上重要であると指摘する。たとえばCは、秋のサンマシーズンについて、時期初めの価格訴求が沖縄市場での競争を有利に展開するために重要な観点と考えていた。そのため2010年のサンマ不漁に直面した際、物量確保のために通常の取引先以外からも手配したり、生サンマだけでは価格面から対応が困難と予測されたため解凍品による生鮮スタイルでの提供に用いるための冷凍品の確保に努めたりした。同様の事態にBは、販売価格を変動させないように例年よりひとまわり小型の商材を選んで集荷して対応した。

なお、サケ商材については、Bの場合、解凍・生鮮（切り身・フィレ・刺身）での扱いが多く、年間を通じて「定番商品」となっている。一方、塩サケの扱いは少ない。またCでは、ここ10年では水産部門全体の販売額に占める割合も増加しており、解凍・生鮮品、刺身は大きく増加、冷凍品も微増している。一方、塩サケは水産部門の総売上額の1.5%にとどまり、本土からの移住者・転勤族対応の品揃えの位置づけから脱しておらず、本土の店舗での商品構成と比してその割合が非常に小さい。なおDでは、商材の安定供給や食の簡便化への対応、本土の食し方の紹介による購入選択の多様化も考慮して塩サケ・マス販促コーナーを常設しているため、BやCと異なり塩サケ類が占める商品構成比率が高い。

Cのバイヤーが活動を通じてとらえているサンマ・

サケ商材の販売傾向としては、サケ商材はより若い年齢層で売れ行きがよく、サンマ商材は全世代で支持されている。また、同じ沖縄本島でも那覇周辺を含む南部地域では、本土での商品構成に近付いてきていて、塩干物の販売も定着し始めている。一方、中部・北部地域では、塩干物の販売が南部地域ほどみられず、南部地域以上にサンマ商材が安くて手軽な商品として重要視されている。特に、より低価格帯で販売される冷凍サンマの人気は高く、旬をアピールした氷蔵されたサンマ販売への反応が南部地域ほど高くない。

サンマ・サケ商材は、共通して低価格でボリュームがあることから、ともに消費者から支持されている。量販店側にとっても、サンマ・サケ商材の多くが冷凍形態であることから、安定した供給と価格の実現と利益の確保が可能であり、B・C・Dともにサバなどとともに水産部門の主要商品として重視し、魅力ある販売アイテムであるとしている。AやB、C、Dによると、本土での“大衆魚”にあたる魚種の水揚げがない沖縄県は、常時安定的に需給が可能な冷凍魚に頼らざるを得ない状況があり、従前から販売・消費の場で抵抗なく冷凍魚が活用されてきたという。

4) 県内産鮮魚の販売に与える影響

上述のような販売状況に至っている結果、量販店ではタカサゴなど「沖縄らしい」鮮魚が棚面積に占める割合は低い。

Bは、沖縄県漁連地方卸売市場の仲買人であることもあり、県内産鮮魚の販売を充実させたいとする願いは持っている。Bの直売店舗では、県内産鮮魚のラウンド販売（そのままの魚体での販売）を主体にしている。しかし、Dのテナントでの販売の場合、サンマ・サケ商材に陳列棚を占領されている状態で、マグロ・カジキ類の刺身・フィレ以外の県内産鮮魚の扱いは少数でしかない。Bによると、たんぱく質摂取が肉類主体である上に、沖縄の消費者に自宅で自ら魚を調理することや魚食習慣が十分定着していないため、魚食が選択されるときに刺身・フィレになったマグロ・カジキ類以外の県内産鮮魚は選ばれにくく、扱いやすいサンマやサケが手に取られやすい。Bもこの状況を望ましいと考えていないが、まずは魚食の意識や定期的な購入習慣が人々に根付くことも重要で、小売業者がサンマ・サケ商材を活用し、積極的に刺身や寿司、総菜

を販売することが水産物購買の拡大につながる働きかけになると考えている。

CやDも、量販店が県内産鮮魚を店頭になくするのは県内産鮮魚の消費が低迷することや、消費推進における量販店の役割の重大さを認識しており、販売の現状を危惧している。しかし両社とも、「県内産鮮魚が価格も高く、量も不安定で、調理の手間がかかることから消費者に敬遠されている実情があり、量販店としても売れない商品を置くことは躊躇してしまう」(C)、「集荷の不安定性や価格面・調理簡便性などでの消費者ニーズとのミスマッチから、需要が拡大せず商品ロスが多い県内産鮮魚に多くの面積を割いて販売する戦略は取りづらい」(D)と考えている。

2. サンマ・サケ商材の販売や調理のようす

Cによると、Cグループの本土での事業展開と比較すると、簡便性が高く安価な調整品への需要が高い点が沖縄県内の店舗でのサンマ商材の販売の特徴として挙げられる。そして、サンマの刺身販売や惣菜部門での寿司ネタへの利用が活発で、それらが年中提供される点も特筆されるという。

先述のように、少なくとも沖縄本島の量販店では、年間を通じてサンマが主力商材になっている。そのことから、「生鮮」部門で扱われている品のなかには、「解凍品」が多く含まれることになる。

今日では多くの量販店では、サンマの漁獲時期には産地で水揚げと同時に氷蔵されたより高鮮度の生鮮品を空輸で集荷し、店頭でも発泡スチロール函に氷詰め状態でラウンド販売している（多くの量販店でのこのアイテムのPOPを踏まえ、以下このアイテムを「生サンマ」と示す）。たとえば、Bは旬の時期には「生サンマ」販売を強化しているし、Dも航空便を使った「生サンマ」の生産者らからの直接集荷を増加させている。

その一方で、多くの量販店では旬の時期以外でも頻繁に解凍品を同様の様式で販売し（図1-a）、販売促進アイテムとして活用している。また、刺身は、1年を通して水産部門の主力商材となっている。比較的脂味の強いサンマも人気が高いアイテムであり、刺身商材に多用されている。旬の時期に「生サンマ」を材料に用いるだけでなく、解凍サンマを利用して年中販売し



図1 沖縄でのサンマ商材の販売の様子

Figure 1 Selling scene on commodities for saury in Okinawa

ている (図1-b). Cによると、沖縄県での販売の場合、本土で支持されるような綺麗に盛り付けをした形態では売上げは振るわず、同価格であれば「つま

を減らしてトレーいっぱい刺身が詰まっているように見える並べ方であるほうが好評である。

サンマの生鮮・解凍での販売形態は、ラウンドのほ

かに、頭・内臓を除去したドレス、さらに中骨を除去した開きや三枚おろしでの提供が多くみられる(図1-c)。Cは、この点も本土とは異なる沖縄県内での販売の特徴として挙げた。本土の量販店でもこれらの形態での販売も徐々に増えつつあるが、沖縄県内では量販店での解凍・生鮮品での流通が定着し始めた当初(1980年代初め)からすでに取り組みされていた。AやBによると、沖縄の家庭ではサンマはフライやムニエル、唐揚げなどでの利用が中心で、本土と異なりサンマの「ワタ」を食べる習慣がないことから、調理の簡便性とごみ減量を追求したこれらの形態での提供が支持されている。ラウンドで販売されているサンマでも、消費者の希望に応じて下処理を施している量販店もある(図1-d)。冷凍魚の棚でもサンマ商材が多くみられ、ラウンドのほか、ドレス、開き、三枚下ろしに整えられた品も多い(図1-e)。

なお、サケ商材も解凍品、切り身、刺身での販売が多い。特に輸入品は、四定条件を満たすことに加えて、脂味の強さが沖縄県の消費者の嗜好・ニーズに合致すること、発色の良さも評価されている。より利便性を追求して一口サイズに切り分けて皮や骨を取り除いたもの(スキンレス・ボーンレスタイプ)は、売れ筋の商材となっている(図2)。そのほかにも、カルパッチョやマリネに加工されたものも多く販売されている。

前掲図2に関わってDは、サケの皮・骨を除去して一口サイズの切り身にして「弁当用」としたアイテムを開発し、1990年ごろに沖縄県内で最初に販売した。Dによると、店舗利用者の声を集めて商品開発をする過程で、「沖縄ではサケを食すときに皮まで食べる人は多くないので、非可食部を除いて販売してみてもどうだろう、子どもや高齢者も食べやすく、骨が刺さる心配もせずに提供でき、調理の手間も省けるので評価されるのではないかと着想したことが開発の経緯という。利便性が高いこの商材の販売は消費者に好評で、県内の量販店のあいだにも急速に普及し、現在ではサケ商材販売で定番の方法となっている。

調整品部門では、かば焼きや照り焼き、フライ・唐揚げ・ムニエル用に味・粉付けなどを済ませたものが見られる(図1-f)。これら半調理済みの商材は、食事の準備時間が短縮でき、手軽な価格帯で販売されてい



図2 スキンレス・ボーンレスタイプのサケ切り身販売(2009年10月、読谷村で撮影)

Figure 2 Selling slice of salmon by skinless and boneless

ることから、消費者からの人気が高い。このためサンマを用いた調整品アイテムは、各量販店の水産部門での販売上、主要商材あととして位置づけされている。Cによると、Cグループの本土での販売状況よりも、簡便性が高く安価な調整品への需要が高いという。

量販店の総菜部門や、弁当屋・惣菜店でも、サンマ商材の扱いがある。サンマは、フライ、唐揚げ、天ぷらに調理されることが多い(図1-g)。BやC、那覇市内の惣菜・弁当店での聞取りによると、2000年代に入ってから量販店を中心に本土式の「塩焼き」の販売も増えつつある(図1-h)。かば焼きや照り焼き、唐揚げを用いた「サンマ弁当」(図1-i)も、多く確認される⁴⁾。

BやC、Dや那覇市内の弁当店・惣菜店の店主によると、冷凍サンマは、いつでも手に入り、脂味が強く、単価が安い割にボリューム感が得られることから中食部門で多用される材料の一つとされている。ただし現地調査を実施した2010・2011年では、さらに割安感やボリューム感があるサバやホッケがサンマより選択されやすくなっているとの指摘が得られた。

IV 沖縄(琉球)でのサンマの普及過程

前章のように今日では地域の食卓に定着したサンマ商材であるが、いつごろ、どのように取り入れられて普及したのだろうか。

1. 琉球政府時代のサンマ商材の扱い(1950年代後半から1971年)
食用としてサンマ商材が琉球で流通し始めた時期と

経緯は、書物などに記録が残されていない。前掲表1に示した業者らへの聞き取りを基に、流通が開始された当時の状況を整理することとした。

1) マグロ漁業の発展と餌用サンマの利用

結論から述べると、琉球での食用サンマの流通の出現は、1950年代末の糸満で、漁業用餌サンマの一部転用を発端としている。そこで、サンマ食の普及過程は後程考察するとし、先行してサンマが餌利用されていた当時の琉球の漁業活動を概観し、サンマ食普及の背景を確認しておこう。

1951年のサンフランシスコ講和条約締結後、1952年には琉球政府が創立され、琉球列島米国民政府による指揮が開始された。1950年代には、ガリオア援助資金による漁船建造（1950年）、琉球漁業法の公布（1952年）、財政融資策（漁船建造資金融資特別会計（1958年）、農漁業資金融資特別会計（1960年））や琉球開発金融公庫による漁船建造への貸付金の大幅拡大（1959年）と、琉球の産業振興政策でも水産業の発展が試みられた（相沢1966；沖縄県農林水産部1990）。1950年代から60年代初めにかけて、サバ釣り漁業や捕鯨業、サンゴ漁業に力が入られた。しかし、資源枯渇や保管設備の不足などから長続きしなかった（相沢1966；運天1968；伊野波・糸満1984）。

1962年からは、大型の漁船を投入して遠洋で操業するマグロ漁業が台頭した。大型船の建造や日本の中古船の購入ブームがおこり、50t以上のマグロ漁船は1960年に12隻であったのが1966年7月には35隻に増加している（相沢1966：60）。他方、小型のマグロ漁船（5～30t）は、沖合や沿岸で漁獲していた。これらの漁船は、装備等の充実が困難で、経営も中小零細の漁業者、水産会社によるものであった。カツオ漁業の裏作としてのマグロ漁獲であったが、当時カツオの不漁が続くなかで、次第にマグロの重要性が増していった。琉球でのマグロ漁業の拡大は、復帰直前まで続くこととなる。Eによると、特に1960年代後半には、儲かる漁業に新規参入する者のほか、漁船の転売などを考えて復帰前に投機目的で参入する者もあり、水産業とは縁のなかった素人が関与するケースも多々みられた。

当時の琉球には、加工・保管設備や流通が充実していなかった。本土では、内需向け流通、輸出缶詰原料

としての利用とも好調で、遠洋カツオ・マグロ漁業関連の活動が進展していた（中込1963；八木1963；相沢1966）。そのため、本土のほうが魚価は高位であったことから、多くの漁獲物が焼津、清水など日本の流通拠点地域に水揚げされていた。琉球からみると、日本へ輸出をしていたことになる。相沢（1966：60-61）によると、琉球の漁獲量（属人）の約4分の1は輸出されており、その大半がマグロであった。図3は、琉球の水産物生産の推移を示したものである。沖縄県農林水産部（1985：310-313）の指摘のように、1949年の総合復興五カ年計画など水産業の発展が政策として謳われ、輸出重視、大型船建造の施策が取られたことからマグロ等の水揚げは拡大の一途をたどっている。その一方で、日常の食事を賄う水産物の生産の充実は実現されなかった。

これらマグロ・カツオ漁業で用いられる餌が、当時は主に冷凍サンマであった。AやEへの聞き取りと運天（1968：162）によると、戦前から昭和20年代にかけてはマグロ漁業の餌の主流はイワシであったが、サンマの餌利用が1950年代後半からみられるようになり、1960年代前半から特に増加したとされる。餌の魚種の変更は、サンマの方が肉や骨が強く餌のもちが良好であることと、サンマの水揚げ増加が背景となった。

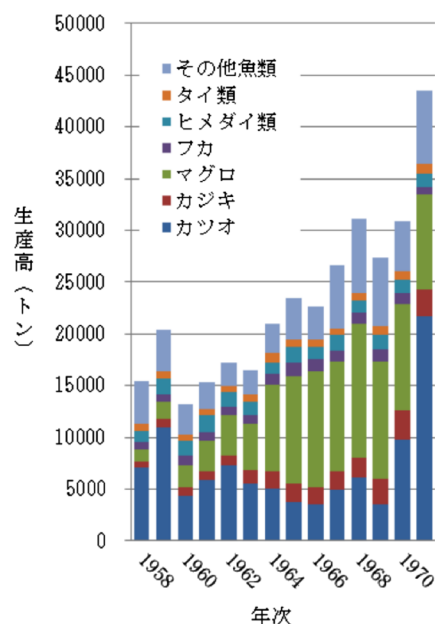


図3 琉球の水産物生産の推移

Figure 3 Changing in fishery production in Ryukyu
『琉球の水産業』『沖縄の水産業』各年次により作成

『琉球の水産業1965年』（琉球政府農林局1966: 453）には、「1965年の水産物輸出は5,555屯余、輸入は14,026屯余で輸入の2.5倍に当たる。輸出の主体はマグロで、全輸出の90%を占めた。特に海外基地からの輸出だけで76%になり、輸出における海外基地の占める比重は大きい。輸入の主なものは、魚類罐詰、生鮮又は冷凍魚、燻製魚で、この外（他）餌料用サンマの輸入も大きい」と記録されている。琉球では当時、漁業振興の支援策として、餌用サンマの本土からの輸入に対する補助金制度を実施していた⁵⁾。

なお、1960年代から復帰までの間の餌用サンマ、食用サンマの輸入実績を、表2に示した⁶⁾。1960年代末には、サンマ輸入が減少する。多屋(1968)や図4の

表2 琉球のサンマ輸入状況
Table 2 Import of saury commodities in Ryukyu

	餌用サンマ		食用サンマ (生鮮・冷凍)	
	量 (kg)	金額 (ドル)	量 (kg)	金額 (ドル)
1964年	826,036	192,324	—	—
1965年	1,116,435	411,396	—	—
1966年	1,262,472	314,754	—	—
1967年	1,417,642	575,687	508,939	178,189
1968年	1,350,029	497,557	102,328	41,102
1969年	686,808	370,150	54,224	27,694
1970年	118,377	72,108	37,345	19,084
1971年	7,221	3,867	45,310	25,360

注：1964～1966年の食用のサンマは、独立区分で集計されていないため、実績の確認ができない。『琉球の水産業』『沖縄の水産業』各年次により作成

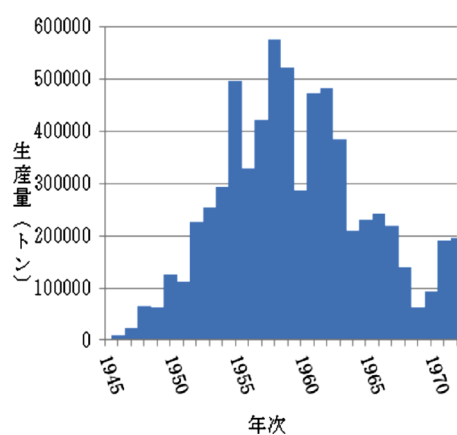


図4 日本のサンマ生産の推移

Figure 4 Changing in saury production in Japan
『漁業養殖業生産統計年報』各年次より作成

ように、この時期本土のサンマ漁業の活況が低迷に転じている。餌用・食用とも、1960年代後半になると輸入サンマの平均単価は上昇している。餌に用いるサンマは、「ひね物」「エンピツ」「ローソク」などと呼ばれ、小型なものや損傷している類のもので構成され、低位の価格帯に位置する。漁獲が減少するなかで、このランクに属するサンマの低価格での大量確保も困難になっていく⁷⁾。

AやEによると、餌用サンマは、本土の業者によって北海道から東北、関東にかけてのサンマ水揚地で調達されていた。東京港や本土のマグロ流通拠点の港湾・漁港で、琉球の遠洋マグロ漁船に販売・積み込みされていたほか、琉球へも東京港や鹿児島港を經由して輸出されていた。東京港は、サンマの水揚げ地域からの貨物輸送の利便性と、水産業者や貿易業者の集積、冷凍倉庫の充実度の高さから、琉球への出荷でも活用されてきた。鹿児島港は、当時は本土側で最も琉球に近い輸送拠点として、業者等の集積が進んでおり、船便の便数が多く、集荷活動における柔軟性が高かった。本土各地から必要な商品をトラック輸送で鹿児島に集め、コンテナに積載・混載して琉球に輸出していた。この活動のなかで、餌用サンマ、後述する食用サンマの扱いもみられた。

2) 食卓でのサンマ普及過程

遠洋漁業の発展と沿岸漁業の低迷という状況を踏まえつつ、以下では、当時の琉球の食生活をとりまく環境を確認し、サンマの利用が選択された要因を探ってみよう。

i) 琉球の水産物流通・消費の動向

琉球では、1958年のドル通貨採用、貿易等に関わる法改正の実施以降、貿易活動が拡大し、経済水準の向上がみられた。当時の琉球では、総生産に対する輸入依存度が高かった。これは、琉球の経済が基地収入により拡大する内需を満たすだけの生産基盤・力を持ち合わせておらず、資源が不足しており、あらゆる消費財、生産財を輸入に依存していたことに起因する(琉球銀行調査部1984)。輸入の内訳について琉球銀行調査部(1984)から確認すると、1958年から1971年までを通じて総輸入額に占める食料品の割合は高い。輸入額は、当該期間で3.8倍に増加している。このなかに、水産物も多く含まれていた。

表3 琉球の主な食用水産物の輸入
Table 3 Import on main seafood commodities in Ryukyu

年次	魚（生鮮魚冷凍）		魚（乾燥、燻製／乾燥・塩蔵燻製（1969年～））		鱈節		缶詰／気密缶入のもの（1969年～）		海藻類／食用海藻類（1969年～）	
	輸入量（t）	輸入金額（ドル）	輸入量（t）	輸入金額（ドル）	輸入量（t）	輸入金額（ドル）	輸入量（t）	輸入金額（ドル）	輸入量（t）	輸入金額（ドル）
1956	1,788	396,553	2,365	654,880	168	188,682	4,615	1,581,259	677	174,506
1957	2,297	562,487	1,761	541,991	217	239,711	4,295	1,510,070	585	208,834
1958	2,378	528,723	1,480	427,775	173	177,061	3,371	1,151,668	722	196,624
1959	2,106	358,855	1,132	313,292	111	117,162	4,003	1,338,343	643	358,642
1960	3,327	555,046	1,525	450,081	60	98,577	4,201	1,375,183	499	419,304
1961	3,626	683,696	1,529	493,154	206	299,023	4,532	1,783,445	480	347,252
1962	4,130	1,365,947	1,368	450,159	164	223,674	4,103	1,538,418	814	463,854
1963	4,929	1,004,294	883	314,802	249	362,771	4,287	1,725,540	532	367,115
1964	3,795	795,625	940	348,438	462	645,309	5,075	2,282,675	741	547,657
1965	3,786	979,886	1,081	557,164	692	968,933	6,180	2,830,873	607	592,082
1966	4,842	1,169,740	3,490	2,338,765	670	1,079,334	4,955	2,376,104	865	811,611
1967	7,287	2,499,731	2,688	1,279,315	526	748,374	3,994	2,281,389	718	755,141
1968	8,229	2,496,391	3,099	1,772,335	428	577,590	3,954	2,382,053	517	503,958
1969	9,138	3,333,001	830	531,402	558	1,179,865	4,068	2,693,657	831	1,084,719
1970	7,528	3,434,583	765	573,443	504	1,121,198	4,554	3,390,198	666	1,199,840
1971	7,522	3,940,642	865	770,971	514	1,437,070	3,946	3,219,178	1,077	1,824,691

『琉球の水産業』『沖縄の水産業』各年次により作成

琉球の水産物輸入を確認すると、生鮮・冷凍魚を中心に年を経るにつれ規模が拡大している（表3）。主な輸入魚種はサバとアジで、そのほかタコ、イカ、エビ、カジキ、サンマが挙げられ、鯨肉も多く含まれている。サバやアジは、低単価で重量感があって脂味が強く、冷凍魚での大量集荷が可能であったことが、復帰前に琉球の食卓に定着した要因であった⁸⁾。サンマ輸入は、Aによると1960年代前半から増加したが、本土での漁獲不振もあり、1960年代後半になると一旦減少する。

輸出重視の琉球の漁業活動で生産される水揚物では、食卓の需要を十分満たすことができなかつたため、物品税が課せられても水産物を輸入せざるを得なかつた。この時期の琉球では、食料の輸入、課税制度に対する問題に関わって、俗に「サンマ裁判」と称される事案が発生している⁹⁾。この裁判は、事案が政治問題化したことから関係諸分野の研究で注目されてきた。数ある関係魚種のなかで「サンマ」が裁判の俗称として用いられたことは、高い物品税を課されたサンマが琉球に流通していたことと、それが一定の重要度を持って扱われていたことの表れでもある。庶民の日常の食事を支える大衆生鮮魚介類（その象徴としての

「サンマ」）にさえも高い課税がなされてしまう政治体制とそれに依存せざるを得なかつた当時の食料事情への皮肉も込められている。この点で、水産物流通・消費研究においても「サンマ裁判」は興味深い出来事として改めて注目できる。

輸入に依存した脆弱な水産物流通・消費の環境にあった琉球の食卓ではあるが、松田(1981)によると、1958年から1971年までの琉球の消費水準の変化は期間を通じて改善、成長がみられた。消費支出の構成は、食料費の占める割合が一貫して高いものの年々低下傾向にあり、そのうち副食や外食への支出割合が拡大していることから、食生活の変化、改善の様相がみてとれると指摘されている。あわせてこの時期には、冷蔵庫やコールドチェーンの普及が始まり、家庭への冷凍サンマ商材の普及のための環境も整いつつあった。

ii) サンマ食の普及へ

サンマの利用については、少なくとも1950年代半ばには本土から琉球にサンマ缶詰や塩蔵などの加工品の輸入が行われていたことが確認できる¹⁰⁾。その素地のうえに、非加工品でのサンマ商材の流通、普及が琉球でもみられるようになる。

AやB, Eによると, 1950年代後半に, 糸満市で漁業者の妻らによる魚の行商(行商の詳細は, 市川2009; 片岡2010)が地域住民に販売を始めたのが, 琉球でのサンマ食の発端であるという。彼女らは, 漁業用餌の冷凍サンマの一部を解凍し, 頭, 内臓や骨を取り除いて販売した。当時少年期を糸満で過ごしていたAの社長は, 母親が行商から購入したサンマを唐揚げなどにして食卓に出す機会がよくあったという。当初は時化などで魚の仕入れに苦慮したときの補完アイテムであったと思われるが, 消費者には一定の評価を得たようでその扱いが継続され, 次第に他地域にもそうした利用が広まっていったと考えられる。

記録が残っておらず, 当時の活動の詳細を知る方に直接確認することができないが, Aによると, 1960年代前半には琉球の冷蔵業者らにより, 餌用サンマの転用ではなく, 食用仕向けのサンマ商材(冷凍品)を本土から輸入する活動が発生していた。ただし, 量的には限られたものであり, 今日のように店頭でサンマが多く並ぶ状況ではなかった。A自身も, 1966年の操業開始時には食用商材も少量だがすでに扱っていた。

冷凍サンマに関しては, 多獲性魚種のなかでも早くから冷凍物流の技術やインフラが確立されていて, 遠隔地の琉球でも一定の鮮度を確保して年間通して安定した集荷が可能であった。Aによると, この点が同じ低価格帯に位置する多獲性魚種でも, イワシが選択されなかった背景だという。Aによると, 水産物が一般的に高価格帯にあるなかで比較的手ごろな食材として評価が高く, 商品はよく売れていた。AやBによると, 食し方はこの当時から冷凍品を解凍して唐揚げ, フライに調理をしたり, 刺身にしたりしていた。

Aによると, 当時扱われていた食用サンマ商材は, 本土では主として漁業用餌のほか養殖用餌や魚粉製造に向けられる中・小型のものや傷ものを主体にして構成されていた。本土では高く評価されない商材でも, 仕入れ価格を抑えることができるため, 食料を輸入に依存していた琉球の市場では重宝される存在であった。琉球ではサンマのワタを除いて揚げて食べることが多いため, 多少傷があるもの, 脂の乗りやワタの状態が若干悪いものでも利用に差し支えはなかった。本土側の関係者としても, 低価格魚を食用向けに活用できることで, 収益確保や販路の多様化の実現にもなる

利点があった。国外(琉球)市場で本土での相場下落を回避した在庫処分を可能とすることから, 流通量の調整弁として琉球を活用したいと一部の本土側の関係者が考えた面もあるという。

前掲表1に示した業者らによると, このような本土と琉球での商材の品質差の存在は, 1980年代までは続いていたとされる。生鮮サンマが流通し始める以前は, 沖縄県の消費者は本土で流通しているようなサンマと品質などを比較する機会がなく, 冷凍品であるため商品間の品質差も判別しにくく, 提供される冷凍サンマをそのまま受容する状況であった。この地域の経済的事情もあり, 品質差へのこだわりよりむしろ価格と量との関係に関心が高かった。現在では, 沖縄県でも消費者の品質への関心は高まり, 量販店間の販売競争もあって本土並みの品質・形態, 価格帯での集荷が行われている。ただし今日でも, 加工や弁当・総菜向け原料は低単価であることが重要なため, 小型, 若干の傷ものでも引き合いが多い。

AやEへの聞き取りや高杉(1996)によると, 1960年代末になると, 復帰後の市場獲得をにらんだ水産業者や商社などの本土の業者が対琉球貿易, 沖縄市場での活動に進出し, さまざまな冷凍魚を出荷・販売し始めた。当時は本土でサンマが不漁のため価格が高位で推移していたこともあり, サバやアジが主要な商材であった。それでも, 冷凍サンマが商材のひとつとして1960年代を通じて一定規模扱われていたことは確かである。

Eによると, 昭和30年代で, 琉球へ物資を輸送できる定期航路は鹿児島便(18時間, 毎日運航)と東京便(約30時間, 週2~3便)のほか, わずかだが名古屋・大阪・福岡発のものがあり, 水産物は氷蔵庫や保冷コンテナ(ドライアイス利用)で輸送していた。水産物の扱いは, 鹿児島分で1日当たり240t, 東京分週当たり120t程度の輸送容量しかなく, この枠を関係業者で奪い合っていた。Eの記憶では, 1963年頃には琉球の水産業者らへの本土からの輸出には鹿児島の水産問屋のほかにも本土の大手水産業者ではEのほかにも数社が参入しており, 食用のサバやイカ, サンマなどや, 一部の餌用サンマが扱われていた。当時Eが扱っていたサンマ商材の主な産地は, 大船渡, 八戸, 釧路, 稚内で, たまに銚子産も利用していた。集荷や

販売は、電報で発注し、水揚地から東京まで保冷貨車で運んで定期航路に積み替えて輸出していたため、時間もコストもかかり歩留まりも悪かったという。1950・60年代のサンマの輸送、流通における困難さは水産庁(1956, 1958)や多屋(1968)でも指摘されており、産地の活動と消費地への食料供給の安定化のためにも改善が急がれる課題となっていた。

なお、Aも1960年代半ばの水産物貿易と食用のサンマ商材の扱いについて、鹿児島の販売業者が塩を添加したサンマ商材を琉球の業者らに売り込んでいたことや、1965・66年頃には琉球の水産業者が北海道産や三陸産のサンマのほかイカやサバなどを一汐冷凍の形態で本土から輸入していたことを記憶していると証言している。

1960年代後半になると、遠洋マグロ漁船の船内冷凍庫の温度帯を $-50 \sim 60^{\circ}\text{C}$ 級に下げる技術革新がおこり、水産物の船舶輸送にもその技術が応用されて輸送環境が向上し始めた。また、琉球に大型冷蔵庫が建設され始めた。日本への復帰のスケジュール等が明確になり、琉球での販売活動が進めやすい状況になりつつあった1960年代末より、Eの所属していた東洋水産も本格的に琉球で水産物貿易・販売に乗り出した。1970年からは琉球行き冷凍運搬船を自社で運行し、主に北海道から三陸沿岸から集荷した商品や「北洋物」と呼ばれていた水産物を東京から琉球に輸送した。1977年ごろにコールドチェーンが整うまでは、この手段での水産物の集出荷活動が続いた。

Eは、当時約100万人の人口を抱えていた琉球(沖縄)市場の獲得は魅力的で、同地での活動を他社より優位に進めようと(東洋水産は)考え、復帰に先駆けて琉球に進出したと証言している。琉球は水産業が盛んでなく、食料の生産基盤が脆弱で、経済的に困難な状況に置かれており、共働きも多く、消費者から「手間がかからない安くておいしいもの」が求められていた点に注意を向けて、Eは販売戦略を検討した。これらの特徴や琉球の商慣行に対応するため、斤単位で容量を設定し、箱詰め量や商品形態の変更や手軽にそのまま使える形態にするなどの工夫もした。一方で、沖縄市場の孤立性、独自性の高さから、本土から仕入れて売れ残っても、他地域・用途に転売、変更させることができずに赤字を出すことになるので、確実に売れ

る商材だけを仕入れ、受容されやすい利便性の高い商品の開発に努めることが求められた、とEは当時のようすを振り返っている。

Eによる復帰直前のサンマ商材の琉球への販売では、冷凍設備の改善を反映して塩を添加しない冷凍サンマ商材がもたらされた。Aによると、琉球には塩干魚の食習慣が無く、塩分も比較的控え目な調味が好まれることから、この商材が流通し始めると一汐サンマ商材よりもおいしいと消費者が判断したため琉球の販売業者らも塩を添加しない冷凍サンマの扱いに移行していった。そして復帰を境に、鹿児島経由の一汐冷凍サンマの取引も、ほぼ消滅した。

2. 1980年代前半までのサンマ商材の扱い

琉球は、1972年に日本に復帰を果たした。これまで本土からもたらされた水産物は輸入品であったが、以後は移入品扱いとなり物品税もかからなくなる。またAやC、Eによると、業務や観光などで本土から沖縄県への人の移動が拡大したことを受けて、本土からの水産物移入は増加し、沖縄市場の水産物需要も拡大に向かった。本節では、前掲表1に示した業者への聞き取りや資料から、復帰後からさまざまな水産物の輸入が急増する以前(1980年代前半)までの商材の扱いを整理する。

1) 漁業活動の変化

1960年代のマグロ漁船の建造ブームは、復帰を契機に技術力の低さや、小規模経営、他社資本依存の経営による脆弱性が露呈して、困難な状況に陥った。1971年には琉球はニクシオン・ショックによるインフレに見舞われ、復帰後も1973年からのオイルショック、1977年の200カイリ問題が発生し、これらが経営状況の悪化にも影響した。漁船の船齢も増し、本土のマグロ漁業との競争に対応できず、遠洋マグロ漁業は衰退し、廃業に至る者が増加した(杉野1989; 伊野波・糸満1984; 沖縄県農林水産部1990)。

その結果、1972年の時点で遠洋カツオ・マグロ漁船は73隻あったものが、1981年には7隻まで減少した(伊野波・糸満1984: 94)。一部の者は、復帰後に一層活発になった沖合・沿岸でのカツオ・マグロ漁業に転換した。その沖合・沿岸でのカツオ漁業も、経営基盤が弱く、魚価低迷や燃油高騰などの外的要因に阻

害され、1970年代半ば以降は縮小している（伊野波・糸満1984；上田1980）。

またAやEによると、この時期、マグロ漁業用の餌はサンマよりも扱いやすく釣果が優れていたムロアジ（九州産を中心に不足分はベトナム産を利用）に代わった。こうして、サンマの餌利用は消滅することとなった。

上田(1980)や伊野波・糸満(1984)が指摘したように、この時期には復帰以前に比べると沿岸漁業が生産を増やした。前掲図3の状況と比べ、10年後の1981年には海面漁業生産量は61,710 t、約200億1700万円へと拡大し、沿岸漁業がその量の約2割、金額の約半分を占めている。しかし、日常の食卓のおかずとして重要な廉価な魚種の一定規模での生産・流通の安定化は、この時期にも課題として残存していた。県内で生産された水産物のうち、中・高級魚は漁獲、水揚げされた島から都市部、県外へ流通し、代わりに大衆魚や冷凍品が島外から移入されていた。それら商材は低価格帯であるため、輸送費を相殺することが容易ではない（伊野波・糸満1984）。このような商材の移入に依存した食料供給の在り方は問題として指摘されており、県内での水産物の自給の拡大が当時の水産行政の課題とされていた。1980年代初めの段階で、上田(1980)によると、沖縄県内での水産物消費量は約5万トンで、うち県内産鮮魚が約2万トン、残りは移入される冷凍魚や冷凍すり身によっていた。

2) 居酒屋を通じた商材の普及と水産物購入におけるサンマの重要度の増大

次に、食用仕向けのサンマ商材の扱いについて整理しよう。

復帰後早い時期には、本土の業者も含めて大量取引ができる大手の冷蔵業者や水産業者らによって、サンマをはじめとする冷凍水産物が大量に流通されるようになった。特に1975年の沖縄国際海洋博覧会の開催を契機として、冷凍・冷蔵倉庫の設置が充実した。観光客らへの大量提供を安定的に行う上でも、冷凍品の流通、一定のストック確保は重要であった。

沖縄県農林水産部流通対策室(1977)によると、1975年の本土からの水産物移入（その他水産物含む）は19,303 t、このうちサンマは388 tあり、その出港地は大船渡(199 t)、稚内(60 t)、八戸(43 t)、東京(30 t)で

あった。またEの残っていた当時の業務記録では、1977年に東洋水産が扱った沖縄県へのサンマ商材の販売だけで420 t、1,680万円あり、県内各地の水産業者や仲卸業者らに販売されそこから各地域の小売店などに流通していた。

1970年代中盤には、本土資本の量販店や居酒屋の進出や、本土式の経営形態をまねた地元資本の量販店や居酒屋の開業がみられた。これらを通じて本土的な献立や調理方法で本土から届く水産物を消費することや、本土式の水産物の販売方法が沖縄県で普及し始めた。当初は本土からの移住者・転勤族の需要に応えるために本土の企業が進出したが、沖縄国際海洋博覧会を契機とした観光客の増加を契機として次第にその経営方法や献立、調理方法などをまねた地元資本の営業も増加し、沖縄の人びとにも本土商材が受容された。

前掲表1で触れたようにAは、1978年に那覇市内に最初に本土式の居酒屋を開業した。Aが外食事業に着手した一番の理由は、居酒屋で本土から仕入れた水産商材を提供することで、それら商材や本土式の調理法を沖縄の人々に認知させ、消費を促進するひとつの装置としたかったためである。沖縄県では、ファミリーレストラン代わりに家族連れで居酒屋を利用することも多く、年代を問わず多くの人々に本土の商材や食べ方を効率よく認知、普及させることが可能である。食材や食べ方を覚えた人びとが同じ商材を買い求めようとするようになれば、その声に応えようと量販店でもこれら商材の扱いを増やしていく。居酒屋での実体験を経た学習は、食材や食べ方の効率良い普及を実現できる、とAは考えていた。

Aは、沖縄の人々が強く抱く「北海道」へのあこがれを意識して、店名に「函館」という地名を含めた。また、北海道の食材を利用した、北海道らしさを感じられる献立を強調しやすい炉端焼き店を展開することにした。店舗では、サケ塩焼き、ホッケ開き、ホタテやカニなどとともに、サンマ塩焼きも定番メニューとして揃えた。また、食のバラエティーが乏しかった当時の沖縄県にとって本土の水産物は地元の魚よりも種類が豊富で食べやすくおいしい魚も多いことと、物資を域外から移入せざるを得ないことから、他地域の食習慣や食材を受容しやすかった、とAは推察している。

沖縄県が離島であるため、本土でみられるような生産地域に隣接した地域から徐々に遠方へと流通範囲が拡大してある食材が各地に普及、定着していくような過程を経ずに、短期間で遠方の商材や習慣などが入り込んで定着していく側面が多分にある、とAやCは指摘している。他の西日本各県よりも早期から、サンマ商材のほか、後にはホッケ開きやサケ商材などが消費に定着してきた。

これに関連して、購入金額に占める商材の重要度はHayashi (2003), 林 (2011)で確認しているので、ここでは那覇市の購入量の推移に注目し、同じ九州地方の

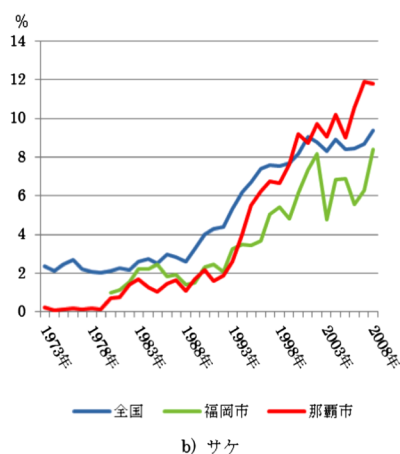
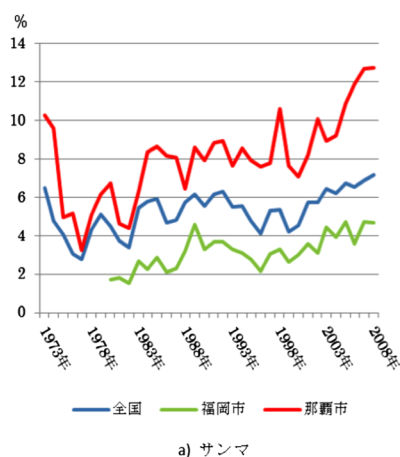
県庁所在都市の例として福岡市、および全国平均の動向と比較しながらその特徴を確認してみよう。

図5は、1世帯当たりの年間の鮮魚購入量全体に占めるサンマ、サケの割合の推移を示したものである。サンマは、復帰直後から今日まで全国平均を上回る構成比となっており、量の観点からみても鮮魚購入における重要性が高い。サケは、低価格帯での安定集荷が可能になった1980年代以降、急速に割合が高まり、今日では全国平均を上回る構成比となっている。

また図6では、生鮮品のサンマとサケ、塩干物の塩サケについて、図5と同様に那覇市、福岡市、全国平均での1世帯当たりの年間購入量の推移を示したものである。サンマは、全国の傾向と類似する変動をたどり、近年では2,000～2,500 g程度の購入量である。これに対してサケは、1970年代後半から購入量が増え始め、より安価で扱いやすいチリ産のサケ輸入拡大(佐野2003)がみられる1990年代になると急増している。BやC、Dも、円高により輸入品の流通が増えた1980年代後半から沖縄市場への普及が加速したと証言している。価格や集荷の安定性の面で条件が良い輸入品が国産品より選択された。Aも、本土の商社や大手水産業者らを経由して海外から調達されるサケ商材を扱う機会が増えたと指摘している。Cも、1990年代以降は輸入品での扱いが激増し、国産品は旬の時期の扱い中心となったという。Bが活動から得ている感覚では、復帰以前から扱いがあったサンマ商材に比べると普及時期は遅いが、安い輸入品の活用によって急速に食卓に定着したという。

今日では那覇市のサケ購入量は、福岡市とほぼ同水準かそれ以上のものとなっている。しかし福岡市の場合、鮮魚購入の総量が那覇市のそれより大きく、そのなかに含まれる魚種も多様であるため、図5のように鮮魚購入量に占めるサケの重要度は那覇市のそれより低くなる。

また塩サケについては、健康志向の強まりや生鮮魚の流通が充実していくなかで全国的に消費量が減少傾向にある。Hayashi (2003), 林(2011)でも確認されたように、以前から西日本では消費量が少なく、福岡市の購入量は全国平均を下回っている。復帰後、那覇市では塩サケの購入量はすぐには増加しなかったが、サケ商材の消費拡大、アイテムの多様化、本土式の食し

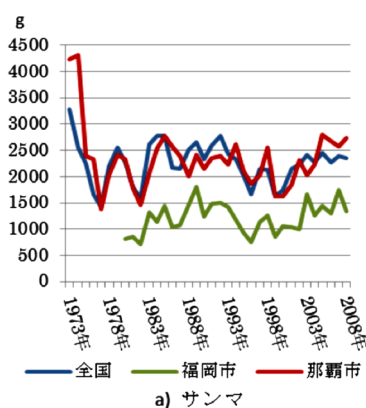


注：1973～1979年の福岡市については、集計区分の関係で購入量が確認できないため、データ表示がない。

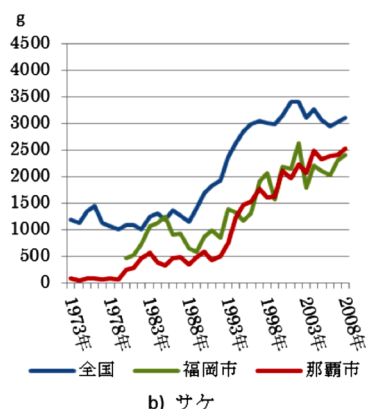
図5 1世帯当たりの年間の鮮魚購入量に占めるサンマ、サケの割合の推移

Figure 5 Changing in the rate of saury and salmon account for all purchase volume of fresh seafood per household by year

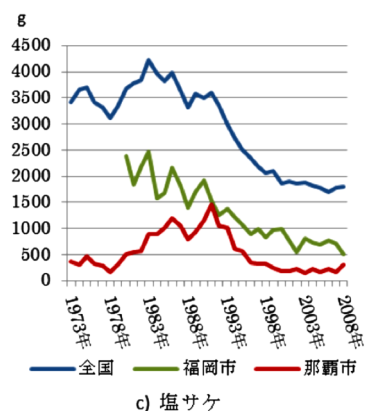
『家計調査年報』各年次により作成



a) サンマ



b) サケ



c) 塩サケ

注： 1973～1979年の福岡市については、購入量が集計されていないためデータ表示がない。

図6 サンマ、サケ、塩サケの1世帯当たりの年間購入量の推移

Figure 6 Changing in annual purchase volume of saury, salmon and salted salmon by household
『家計調査年報』各年次より作成

方の流行のなかで、生鮮品に比べて低価格であったこともあり1980年代にかけて一時的に増加した。しかし、集荷や販売の条件変化のなかで、もともと塩味が強い加工品を好まない食習慣があることもあり、佐野(2003)で指摘されているように輸入品を含む生鮮品や

塩蔵以外の加工・調整が施された商材が廉価で豊富に販売されるようになったことから全国の購入動向と同じく塩サケの購入量は減少し、現在では1970年代の水準に戻っている。

3) 量販店での販売拡大と冷凍サンマの定着

琉球には今日でいうところの量販店のような小売形態がほとんどみられなかった。しかしAやCによると、本土からのダイエー進出(1973年)を契機に沖縄県内でも地元資本による本土式の量販店の設立が始まり、水産物の販売状況が変わり始めた。地元の小売店からも販売の方法や品揃えを本土的なものに変えて販売競争に対応した。本土式の量販店の集荷・販売のシステムやノウハウ、取引先との連携などの活用と、コールドチェーン整備の進展も相まって、沖縄県での水産物販売の条件も格段に向上する。その過程で、「四定条件」を満たす冷凍サンマは手ごろなストック商材として量販店のバイヤーや消費者から評価され、大量に集荷、販売されて沖縄県の量販店での定番商品となった。BやCの販売活動でも、1970年代中盤にはサンマが重要商材として扱われていた。

AやEによると、サンマ食の頻度は復帰後に上がったという。沖縄県は台風等で輸送が停止するリスクを抱えることもあり、当時は今以上に販売業者も消費者も冷凍品を保管しておくことに関心が高かった。Aの証言では、消費者には、鮮度が落ちた生鮮魚を高価格で買うくらいなら、産地で鮮度の高いうちに冷凍処理したものを安く多く確保しておき、必要なときにそれを解凍して食べる方が合理的でロスも少ないという意識があったという。サンマに限らず安価で大量に安定供給ができる冷凍品は重宝され、卸業者も小売業者も多くの商材を販売するようになった。

1970年代に沖縄県の量販店の販売活動に定着した冷凍サンマは、生鮮品の集荷が拡大する1990年代まではサンマ商材の中心的存在だった。当時はまだ、調整品の扱いや刺身での販売はほとんどなかった。過去に比べるとその重要度や依存度は小さくなりつつあるものの、今日でも冷凍サンマは心強いストックアイテム、量販店での定番商品、主要な販売促進アイテムとして扱われている。

なお、サンマに比べてサケは単価が高いこともあり、1970年代の沖縄県では普及しなかった。

3. 1980年代後半以降のサンマ商材の扱い

最後に、さまざまな輸入水産物が沖縄市場にも浸透して食材の選択肢が広がった時期でもあり、経済状況の低迷が続いている1980年代後半以降のサンマ商材の販売・消費動向について、第Ⅲ章での指摘を補足しておく。

1) 生鮮（解凍）サンマ・刺身販売の普及

1980年代の半ばになると、輸送・冷蔵技術の一層の向上や航空機輸送の活用により、量販店で店頭で並べられるサンマ商材もその主役は冷凍品から生鮮品（解凍品を含む）に移った。Bでは1980年代後半に、Cでは1980年代初めには、生鮮サンマ（解凍品を含む）の販売が定着していた。

生鮮サンマの集荷が始まったのは、Cが沖縄県で事業を開始した段階である。Cによると、同じ重量なら船便の6～10倍かかる空輸のコストも、アイテムの差別化や仕入れサイズを若干小型にする工夫などにより回収できたという。後発のCが、本土並みの品揃えで他の量販店との差別化を図ろうとし、サンマも空輸で集荷して「新鮮さ」「本土式・本土の品質」を強調して販売し、生鮮品販売や刺身での販売に力を入れた。AやCによると、この販売戦略が消費者にも徐々に評価され、1980年代に入ると他の量販店も追随した。主要量販店がこぞって販売することで、消費者が実体験を通じて冷凍品よりも生鮮品のサンマのほうがおいしいことを確認し、評価していった。

1990年代前半になると、沖縄県で販売されるサンマ商材の品質やサイズも、本土での取引状況とほぼ変わらないものになった。BやC、Dによると、「生サンマ」を販促商材としてイベント的に扱いを開始したのもこの時期である。また、沖縄県の量販店でサンマ刺身が販売されるようになったのは、BやC、Dの店舗でも1990年代前半からである。AやB、Dによると、サンマ商材が沖縄県に多く流通し始めた1970年代にも各家庭で冷凍サンマを解凍して刺身のように切って食する機会はあった。しかしBの表現を借りると、この時期に「家庭での作業を肩代わりして、量販店がサンマを解凍して刺身に引いて」消費者の利便性訴求に応じたものが定着したもので、「作れば作っただけ売れていく状態」であった。

2) 調整品活用や旬を意識した販売の増加

1990年代以降、図1-fで示したような簡便化需要に対応した調整品での販売の増加し、2000年代以降はそのアイテムの多様化が顕著になった。

たとえばAやCによると、発案者は定かではないが、缶詰ではない調整品でのサンマ蒲焼きは、沖縄県にもウナギかば焼きが多く入荷されるようになった1990年代初めには販売されていた。ウナギかば焼きは、味などは消費者に好評であったものの、価格面で販売拡大には難があった。そこで、本土から新たに入ってきた調味料（かば焼きのたれ）を活かし、安い類似商材を開発したことが契機とされている。この商材は、重量感があるため、人気商品として定着した¹¹⁾。

2000年代に入ってから、「旬」や「鮮度」、「健康」を意識した販売促進や食べ方の提案も販売活動上必須の考慮点となった。（本土の秋のイメージではあるが）売り場に紅葉の飾りを添えて雰囲気演出することや、旬を語った広告の打ち方、健康を意識した魚料理の献立や魚食の健康増進への寄与を説明したパンフレット・ポスター等の陳列も多くみられるようになった。

那覇地域に出店する主要量販店の広告を確認すると、各社とも定期的にサンマ商材の特価販売をし、広告の記載には「冷凍庫のストックに」などの表現を用いている。AやB、Dによると、冷凍サンマが常時利用される食材であったこともあり、これまで消費者のサンマに対する旬の意識は必ずしも高くなかった。今日でも販売業者、消費者ともに、ストック商材としての冷凍サンマを評価、支持している。しかし、流通や食生活水準の改善や、本土からの情報・高品質商材の流入により、沖縄の消費者にも旬商材への関心の高まりがみられるようになった。そこで多くの量販店では、秋季にはサンマやサケの旬を強調した販売を強化する傾向にある。

今日ではサンマ食材は沖縄の食卓に定着し、多くの沖縄の人々は地元で漁獲されない魚種であるサンマが頻繁に食卓に登場しても特に違和感を抱くことはないだろう。たとえば、新聞の生活・社会面の記事に注目すると、「秋といえばサンマ」という人びとの認識が垣間見られたり、秋の各種イベントでサンマが扱われ

たりしているようすや、秋の料理教室の献立に利用されていることを確認できる¹²⁾。また、「沖縄の家庭料理」を称する料理本のなかでもサンマが献立に利用されている¹³⁾。このようなようすも、ある地域での食材の普及・定着に注目する上で興味深い現象である。

なおCのバイヤーによると、以前に比べると沖縄でも健康に気を使う消費ニーズが高まっており、肉類より水産物を食べるようにしようという消費者も増えてきている感覚はあるという。しかし、依然として価格とボリュームに対する訴求は強く、沖縄県での水産物購入の拡大ではこの観点を克服した商品の開発・仕入れが課題となる。このような消費者の願いと懐事情とのせめぎ合いにうまくマッチングして販売業者や消費者から評価を得ているのがサケ商材であり、とりわけチリ産サーモンである、とCのバイヤーは指摘している。

V おわりに

本研究では、沖縄県でのサンマ商材の流通・消費を考察の対象とし、販売・消費活動にみられる地域的特徴、課題と、地域の食卓への食材の定着過程とその背景を明らかにすることを目的とした。

沖縄県でのサンマ商材の扱いの特徴として、①依然としてストック商材としての冷凍品の重要性が高く、特価アイテムとしての評価が高いこと、②その一方で旬の生サンマの販売や本土式塩焼き調理法も次第に受容されつつあること、③ドレス等の下処理をした形態での販売が多いこと、④刺身が通年販売され定番・人気商品であること、⑤惣菜での利用や調理簡便化に対応した商品開発が増加傾向にあること、が挙げられる。

サンマ・サケ商材は、沖縄県での水産物販売において「四定条件」を満たした供給が可能な脂味の強い重量感あるアイテムとして供給者・消費者双方から一定の評価がされ、水産部門の定番商品としての扱いが維持されている。惣菜や弁当の販売においても、本土価格で原料を調達して沖縄県の物価水準に合わせた価格帯で提供するなかで満腹感も得られる商品を製造していくためには、サンマは重要なアイテムである。また商材の普及では、外食・中食産業が人々にこれら魚種

とその調理方法を認知、定着させる場として重要な役割を担っていた。加えて、物流機会の多さから、沖縄県は水産物流通における東日本との密接な関係を早期に持つことになった。これらも背景となって、Hayashi(2003)、林(2011)や図5・6でみられたような西日本地域に先行したサンマ・サケ食材とそれを用いた食習慣の普及、定着に至ったと考えられる。

沖縄県は、2012年5月に日本への復帰40周年を迎えた。調査により確認された同県でのサンマの普及過程や調理方法は、復帰後40年を経た今日の食卓とそれを囲む人々に対して、琉球の社会・経済的状況や食に関わる諸事情と苦勞、沖縄県と本土との経済的ギャップとそれへの対応の知恵・工夫を伝えている。あわせて、それらのようすからは、本土とは異なる流通・消費を取り巻く諸条件や、「食べること」のあり方など、沖縄県の食の地域性を見いだすこともできよう。

関係業者への聞き取りをするなかで、復帰前後から近年までの活動において、新しい水産製品や商品様式が沖縄市場で受容されるか否かは、その後本土市場でそれらが普及する可能性を占う、あるいは本土市場での販売の在り方の改善を考える上で有益な示唆を与えるものであった、という趣旨の回顧をされることが度々あった。たとえばEは、家庭での冷凍食品の普及は本土に先駆けて沖縄県で進展し、そこで得られた知見や経験から商品の改良や販売促進の工夫に取組むことができたという。AやCは、餌用サンマの食用利用への転換のほか、切り身やスキムレス・ボーンレスタイプでの販売、輸入品の積極的な活用、調理済み製品の多様化などを例に挙げた。

景気の低迷、消費の二極化の影響や、生活様式の変化などともなう安価な調理済み商材へのニーズの高まりに本土市場が対応を迫られる以前から、沖縄市場は地域の有する特徴や課題から食品のストック行動の重要性や調理の簡便性への関心の高さといった事情を抱えてきた。関係者らによる工夫や方策は、当時としては苦肉の策であったり、本土市場の流通・消費水準に追いつくことを目指した試みであった。しかし今日、結果的には全国の市場展開のなかで先進的な取り組み、新ジャンルの開拓になっていた場合もある。ある業者の方が、沖縄の取組みを「周回遅れのトップラン

ナー」と表現されたことが興味深く感じられた。

本研究で得られた知見は、たとえばチリでのサケ食普及のような当該地域には元来なかった水産物が地域の食生活に浸透していったようすの考察や、後進国など今後水産物購入が拡大する可能性のある地域での食習慣の形成や市場開拓を検討するとき参照できよう。現在、サンマのグローバル商品化への取組みがみられる（木村ほか2011）。漆田・杉山(2011)によると、この活動は日本市場でのサンマ需要が飽和するなかで、高付加価値化を施し、食生活のなかでサンマが馴染みのないEU市場に輸出をすることで新市場を開拓する試みである。ほかにも近年では、北海道産サンマのベトナムへの輸出の促進に取り組む事例もみられる¹⁴⁾。

これらのサンマ普及活動と、沖縄県での普及過程とは、導入に関わる時代背景や水産物の流通・消費の条件などに違いがあり、活動展開や普及にみられる特徴や課題は異なる。しかし、導入に際し、現地の状況やニーズに応じてさまざまな工夫を試みている点は共通する。このように、同一食材の導入にみられる地域や時代、諸条件に応じた活動の展開や構造などの多様さに注目し、食生活の創造や変化について学ぶことも可能となる。

本稿では、冒頭で述べたように、缶詰による流通や外食・中食産業やホテルでの商材利用について考察を深めることができなかつた。残された側面の考察は、今後の継続的な調査や多様な観点からの研究成果を活用することで、深化を図ることが求められる。

また、本土側の関係業者の活動展開や彼らの沖縄市場に対する評価や期待、沖縄市場との関係を構築した過程や契機や、本土の他の市場と沖縄市場を比べた際の違いと販売対応などについて、考察に至ることができなかつた。調査の過程で東日本大震災が発生し、本土側の関係地域の多くが被災地に当たることを鑑み、まず沖縄県での商材の普及に絞って考察することとした。生産地域での対応に関する調査結果を本稿の成果を合わせて活用できれば、流通を通じて形成される地域間の結びつきや活動主体の担う役割、関係地域の位置づけをより深く理解できるだろう¹⁵⁾。関係資料の収集や関係者への聞き取りなどが一層困難になったと推測されるが、残された課題として指摘しておく。

付 記

本稿の要旨は、2011年日本地理学会秋季学術大会（大分大学）で報告した。調査にあたり、関係業者・機関の皆様には、現状把握を進める調査に加えて古い時代についての聞き取りや資料収集等にも労を賜り、多くのご支援を頂いた。記して厚くお礼申し上げます。

注

- 1) ただし、量販店によると、漁業活動の不安定性と価格安定の実現、購買ニーズの多様化を考慮し、マグロ類の品揃えでも他地域産の冷凍品や輸入品を相当量用いざるを得ない状況にある。
- 2) 沖縄県企画部(2007)によると、沖縄県の一人当たり県民所得（2006年）の対全国指数は66.72%、1世帯当たり可処分所得（2004年）の対全国指数は77.05%でともに全国最下位であった。聞き取りでも、本土と比較して所得が低いことを意味する「7割経済」への言及がよく聞かれた。
- 3) なお、マグロ・カツオ類の販売には、沖縄近海で漁獲された生鮮品が多く用いられるが、品揃えや価格の安定性の確保の観点から輸入品を含む他地域産の冷凍品の利用も増加している。
- 4) 例えば、求人おきなわ(2005)『Agreプレゼンツ 宅配と弁当屋』掲載の154件の沖縄本島の弁当店の紹介では、ポークカツレツ等肉類の利用が多い弁当づくりのなかで、各店の主な商品・おすすめの商品として5、6品ずつ明記されたもののなかにサンマが用いたものが含まれていた店が15軒、サケは10軒確認できた。
- 5) 「鮪漁業等飼料購入補助金交付要綱」により、琉球政府経済局の飼料証明をうけて輸入、もしくは輸入した業者から購入した者や、それらを販売、使用する漁協・個人について、購入形態に応じて金額の半額もしくは一定の範囲内で補助金を交付するもので、1964年より実施されている（詳細は、沖縄県農林水産部(1985: 189-190)。
- 6) 日本貿易統計から琉球へのサンマ商材輸出状況を確認すると、1962年から生鮮・冷蔵・冷凍区分での輸出実績が存在している。1962～1966年のこの区分の輸出実績は、約1300～3000 tとなっている。また、表2の1967年の琉球側の輸入記録

- と日本貿易統計での対琉球輸出の値には2倍近い開きがあり、以後も日本側の値のほうが大きい。表3で示された水産物輸入全体の推移、AやEへの聞取りを参照すると、当時の取扱業者の実感としては1962～1966年は日本側の値ほどまで大量に食用サンマは扱われていなかった模様で、1967年以降も琉球側の記録のほうが実際の取引規模に近いとの証言を得ている。
- 7) 水産庁漁政部漁業調整課・全国さんま漁業協会『さんま棒受網漁業実態調査』の昭和40・41年度版の生産の概要を解説している箇所(1966, p1・16-17; 1967, p1・21-24)で、マグロはえ縄漁業の餌用のサイズのサンマの漁獲・在庫不足とサンマ全体の価格上昇について言及がある。42年度以降の資料でも、不漁が続き、全体的なサンマの価格高騰が続いていたことが確認できる。
 - 8) 沖縄県農林水産部(1990)によると、先述のように1960年代に琉球の水産業振興の一環として漁業用餌の確保を目的としたサバ釣漁業の振興が試みられたが、これは同時に本土からの塩サバ(食用)の大量輸入を抑制できるものとしても期待された。1958年には琉球で初めてサバ食普及のための料理研究会が開かれるなどした。しかし、当時の琉球の人びとにはなじみの薄い魚種であった上に鮮度保持や加工対応に課題が多いことから、琉球産サバの食卓への普及には至らず、本土からの輸入サバの利用が浸透、拡大していった。
 - 9) この事案は、1958年の物品税法改正の際、課税対象を記した条文と関連別表に明記されない魚種があったことが問題の発端であった。高等弁務官が別表は例示であるとして琉球政府・税関に課税を指示し、対応に苦慮していた琉球政府・税関の課税措置は二転三転した。別表にない品への課税は不当として、1963年に那覇市内の鮮魚業者が琉球政府を相手に訴訟を起こした。原告勝訴で裁判は終わったが、これを受けて高等弁務官は布令を改正し、サンマなどを課税物品表に追加したうえで過去に遡って課税適用できるとしたため、1965年に別業者がその行為の違法性、無効を訴え裁判を起こした。裁判の審理中、同裁判を米国政府民事裁判所に移送する措置を高等弁務官が取ったことから、琉球の自治権拡大運動、人権運動、琉球政府の裁判所制度の民立法化の動きへと発展した。裁判の詳細は沖縄タイムズ社(1973)、大城(1992)、島田(2002)を、物品税の課税や当時の経済状況などは松田(1981)を参照。
 - 10) 水産庁(1956)から、日本の1953年度のサンマ缶詰輸出(約44万函)のうち、17,872函を琉球に輸出していた記録を確認できる。当時は、本土ではサンマが豊漁であり、不漁に陥っていたイワシの代替品としてサンマを缶詰に加工し、外貨獲得のため輸出していた。また、日本貿易統計の記録からも、缶詰(1956年から記録あり)のほか、「さんま(塩蔵・乾燥・燻製)」区分(1957年から)で輸入実績を確認できる。
 - 11) 2012年の時点では、ウナギの価格高騰や調整済み商品の多様化ニーズから、本土の量販店でもウナギかば焼きの代替品、蒲焼きタイプの新しいアイテムとして、サンマ蒲焼きの活用がみられた(金沢市、大阪市、神戸市、東京都など本土の量販店での観察により確認)。サンマ蒲焼関連の参照記事は、「ウナギ商戦本格化“代替品”の販売も活発(水産経済新聞2012年7月25日)」、「企業・製品紹介(みなと新聞2012年6月14日)」、「格安かば焼き続々(みなと新聞2012年6月26日)」参照。
 - 12) 琉球新報の1990年代以降の生活・社会面記事を確認したところ、サンマ関係記事は27件、サケ関連記事は6件あった。たとえば、以下のような内容がある。「〈ぐりん子ぱらん子〉秋といえば?(2006年10月27日夕刊)〈サンマ、落葉、風…オレンジ色の季節(沖縄市・女子)。…僕は秋になると、やっぱりサンマがとてもしたくなります。…毎日サンマを食べたいくらいです!(沖縄市・男子・小3)〉。「秋の味覚犬満喫/浦添・港川学童ク/サンマにイモ、キノコ汁(2009年11月5日朝刊)〈…七輪やたき火でサンマやさつまいもを焼いたり…生のサンマの内臓を取り出す作業から始め…〉。「嘉数村長らも児童と共に給食(1998年1月27日朝刊)〈…給食会のメニューは、ミカン、納豆、さんまのみぞれ煮…〉。「〈うちな一食卓の風景〉沖尚高相撲部・普天間君一

- 家／母の愛でたくましく（2007年10月20日夕刊）」〈…サラダ，ゴーヤチャンプルー，豚コース照り焼き，さんま梅干し煮，…〉。
- 13) 消費者が手に取りやすい料理本での記載に注目するため，那覇市内に出店する主要書店（書店J・M・L：2013年1月）で「琉球料理・沖縄料理」コーナーで販売されていた書籍と沖縄県立図書館に所蔵されていた家庭料理のレシピ本から，サンマの扱いを確認した。7冊で扱いがあり，「サンマ寿司」や「ゴーヤとサンマの梅干し煮」などサンマ料理6点，「サーモンの昆布しめ」や「ゴーヤとサケのマヨネーズ焼き」などサケ料理11点を確認できた。また注13で確認した新聞記事のうち，料理教室やイベントで扱われた献立では，「ぼーぼーサンマの酢しそ巻」や「サンマのハンバーグ」などサンマ料理12種，「サケと炒り卵のちらしずし」や「サケのサラダホイル包み焼き」などサケ料理3種確認できた。
- 14) たとえば，みなと新聞2011年8月29日「根室産サンマ ベトナム輸出に本腰」，2012年2月9日「ベトナムで「根室さんま祭り」盛況」。
- 15) 本土のサンマ生産地域との結びつきは，東日本大震災に関連した新聞記事でも触れられていた。たとえば，「〈東日本大震災〉県内日用品 不足を懸念／流通各社確保に奔走（琉球新報2011年3月15日朝刊）」〈…糸満市のホクガン加工場は，宮城県から冷凍サンマ，岩手県からシャケなどを仕入れていたが，仕入れ先と連絡が取れないという。〉，「宮城・女川町支援へ チャリティー食事会／来月8日，那覇で（琉球新報2012年8月29日朝刊）」〈…同町（女川町）復興支援実行委員会とホテルサンパレス球陽館は…2005年に那覇市立古蔵中学校で開催された「サンマ祭り」でサンマ1500匹や米400キロを女川町から無料提供してもらった恩返しとして…〉

文 献

- 相沢 昂 1966. 沖縄水産業の諸問題. 西日本漁業経済論集8: 59-64.
- 石毛直道 2009. 『食の文化を語る』ドメス出版.
- 市川英雄 2009. 『糸満漁業の展開構造』沖縄タイムズ社.
- 伊野波盛仁・糸満盛健 1984. 沖縄県の水産業. 西日本漁業経済論集25: 91-104.
- 今田節子・藤田真理子 2003. 保存食「塩辛・魚醬」の伝統的食習慣とその地域性. 日本家政学会誌54: 171-181.
- 上田不二夫 1980. 第5部水産業. 沖縄社会経済調査委員会『本土復帰による沖縄社会経済変動調査報告書 上巻』283-360.
- 漆田洋平・杉山公教 2011. フィレのEU市場の評価. 木村郁夫・岡崎恵美子・村田昌一編. 『日本水産物のグローバル商品化 その戦略と技術』127-137. 恒星社厚生閣.
- 運天政一 1968. 沖縄水産業の概説. 西日本漁業経済論集10: 144-166.
- 大城将保 1992. 『琉球政府』ひるぎ社.
- 大嶺哲雄 1990. 沖縄県における食生活と栄養に関する研究(1)——現代っ子の食と学校給食——. 沖縄大学紀要7: 157-182.
- 沖縄県 2011. Wonder沖縄 Okinawan Cuisine 沖縄の食文化を探るてい〜あんだ〜 (http://www.wonder-okinawa.jp/026/his_8.html) [最終確認2011/02/24]
- 沖縄県企画部2007. 『100の指標からみた沖縄県のすがた』沖縄県統計協会.
- 沖縄県農林水産部1985. 『沖縄県農林水産行政史 第18巻』農林統計協会.
- 沖縄県農林水産部 1990. 『沖縄県農林水産行政史 第8・9巻』農林統計協会.
- 沖縄県農林水産部流通対策室 1977. 『生鮮食料品の流通』沖縄県.
- 沖縄タイムズ社 1973. 『沖縄の証言〈激動の25年誌〉』351-358. 沖縄タイムズ社.
- 奥村彪生 1996. 現代における郷土色料理. ヨーゼフ・クライナー編『地域性からみた日本』178-208. 新曜社.
- 片岡千賀之 2010. 『近代における地域漁業の形成と展開』九州大学出版会.
- 木村郁夫・岡崎恵美子・村田昌一 2011. 『日本水産物のグローバル商品化 その戦略と技術』恒星社厚生閣.
- 金城須美子 1993. 琉球王国時代の食生活の変遷と文化史的背景. 食生活文化に関する研究助成研究紀要9: 75-86.
- 金城須美子 1997. 沖縄の食文化の特徴と水産物消費動向. 沖縄地域ネットワーク社編『魚まち』14: 36-44.
- 左近充浩一 2001. ナミビア共和国における魚食普及に関する一考察. 地域漁業研究41-2: 61-89.
- 佐々木馨・大石圭一 1994. 昆布食類型分布の研究・第5報. 類型成因の比較考察. 北海道教育大学紀要(第1部B) 45: 1-10.
- 佐野雅昭 2003. 『サケの世界市場』成山堂書店.
- 島田雄一 2002. 戦中・戦後の税関史発掘第17回沖縄におけるサンマ裁判. 貿易と関税50(12): 40-44.

- 清水克志 2008. 日本におけるキャベツ生産地域の成立とその背景としてのキャベツ食習慣の定着——明治後期から昭和戦前期を中心として——. 地理学評論 81: 1-24.
- 水産庁 1956. 『さんまとその漁業』水産週報社.
- 水産庁 1958. 『昭和三十三年度さんま流通対策協議会議事録』水産庁.
- 杉野罔明 1989. 沖縄漁業をめぐる経済的諸問題. 立命館経済学 38: 1-33.
- 尚弘子ほか 1988. 『日本の食生活全集47聞き書沖縄の食事』306-340. 農山漁村文化協会.
- 高杉良 1996. 『燃ゆるとき 会社蘇生』116-128. 角川書店.
- 多屋勝雄 1968. さんま漁獲の特徴と生産地価格. 西日本漁業経済論集 10: 167-173.
- 辻 雅司 2003. カニ風味蒲鉾のグローバル化と各国での受容性. 地域漁業研究 43(2): 67-87.
- 友利知子・金城須美子 1969. 沖縄における蛋白性食品の消費構造について. 琉球大学農学部学術報告 16: 347-355.
- 外間守善 2010. 『沖縄の食文化』新星出版.
- 内閣府沖縄総合事務所農村水産部 2010. 『第38時沖縄農林水産統計年報 平成20年～平成21年』.
- 中込暢彦 1963. カツオ・マグロ漁業の発展構造. 西日本漁業経済論集 5: 3-8.
- 中澤弥子・三田コト 2004. 長野県における「塩イカ」と「煮イカ」の食習慣の伝承と地域性. 日本家政学会誌 55: 167-179.
- 中村周作 2009. 『宮崎だれやみ論 酒と肴の文化地理』鉾脈社.
- 中村周作 2012. 『熊本 酒と肴の文化地理——文化を核とする地域おこしへの提言——』熊本出版文化会館.
- 林紀代美 2008. 輸入カペリン大量流通下における北海道産シシャモの生産・加工と販売努力. 金沢大学教育学部紀要 人文科学・社会科学編 57: 41-56.
- 林紀代美 2011. 2000年代の水産物購入にみる食の平均化と地域差. *E-journal GEO* 6: 1-15.
- 平安山明子・村田晃 2006. 沖縄県における栄養素等と食品群別の摂取状況. 永原学園西九州大学・佐賀短期大学紀要 36: 111-118.
- 堀井正治 1996. 日本人の食生活と地域特性. ヨーゼフ・クライナー編『地域性からみた日本』146-231. 新曜社.
- 松田賀孝 1981. 『戦後沖縄社会経済史研究』東京大学出版会.
- 八木庸夫 1963. カツオ・マグロ漁獲物市場の現状と動向. 西日本漁業経済論集 5: 12-22.
- 琉球銀行調査部 1984. 『戦後沖縄経済史』1172-1185・1326-1327. 琉球銀行.
- 渡慶次富子・吉本ナナ子 2000. 『沖縄家庭料理入門』82. 農山漁村文化協会.
- Hayashi, K. 2003. The difference between cities and the change for the constitution proportion of fisheries commodities purchase. 地域漁業研究 44: 69-81.
- Hayashi, K. 2007. Comparative study on the feature and evaluation of the production and trade activity on capelin for human consumption exported to Japan. 地域漁業研究 47: 99-124.

〈著者略歴〉

林 紀代美 (はやしきよみ)

1974年山口県生まれ. 金沢大学准教授. 博士(人間・環境学). 専門は水産地理学. 下関漁港・商港における水産物流通の空間構造(地理学評論74A(9)), Comparative study on the feature and evaluation of the production and trade activity on capelin for human consumption exported to Japan(地域漁業研究47(2・3)).