

日魯漁業塩魚の「計画的流通」

高 宇

はじめに

本稿の課題は、日魯漁業が塩魚流通ルートの構築と販売組織の形成によって、塩魚の価格統制を実現したプロセスを検討することである。これは、日魯漁業にとっては凍結技術の導入、塩魚製品の開発と生産の拡大¹⁾に次ぐ課題である。日魯漁業は「計画的な流通事業」を実施するために冷蔵設備の導入を行った。その導入のプロセスは、大型設備の買収、新製品の開発と設備応用、全国的販売網の展開に応じる消費地冷蔵庫ネットワークの形成、という三段階で展開された。ここで検討する主な論点は、日魯製品の販売を統括する販社の成立と全国的販売網の展開、及びその役割である。

1920年代後半、日魯漁業は、冷凍運搬船隊を保有し、集散地冷蔵庫（函館、青森、大湊、小樽、根室）、主要消費地冷蔵庫（芝浦）、産地冷蔵庫及び冷凍工場を整備し、冷凍品、冷蔵品、新巻などの塩蔵品の加工、輸送、保管方法を充実し、塩魚製品の生産高を急速に拡大した。生産量の拡大につれて、冷凍・冷蔵品の国内流通組織を充実する必要性が生じてきた。そこで、日魯は既存の塩魚販売者を組織、整理することによって自社の流通ルートの構築を図った。日魯漁業の冷凍設備の導入の目的は、従来製品の生産拡大と新製品の開発のほかに、日魯製品の販路を統一することであった。1927年に日魯漁業は冷凍設備を買収し、塩魚と冷凍魚の製造の拡大を計画すると同時に、製品販売組織の形成を急いだ。特に新製品の「新巻」と「函入製品」の生産拡大とともに、日魯漁業は製品販売を統括する販社を設立し、この販社を通して各地の塩魚問屋を系列化し、結束力の高い販売組織を構築した。さらにこの販売組織を利用して日魯製品の販路の統一、流通の改善に取り組み、製品市場の独占と価格操作によって塩魚の「計画的な販売」を実現していった。

1) 凍結技術の導入について「1920年代における水産物冷蔵流通構想と実践 葛原冷蔵の創業と失敗について」（『立教経済学研究』第58巻第2号、2004年、10月）を参照、日魯漁業の塩魚生産について「日魯漁業の冷蔵設備運用と塩魚製品の開発」（『立教経済学研究』第59巻第2号、2005年、9月）を参照のこと。

本稿の関心の一つは、明治、大正、昭和初期にかけての食料品生産における市場経済の到達点を検証することである。特に在来産業と見られてきた漁業と近代商品経済の象徴とされる都市化の接点として水産物の流通に焦点を当てて検討を進め、また、技術条件、生産条件などの変化が流通条件に大きな影響を及ぼすということにも着目したい。

漁業、あるいは水産物の製造は、これまで漁業史や水産企業経営史の研究テーマである。また、水産物流通に関しては、市場史の研究で大きな成果をあげている。しかし、市場史の主な着眼点は、近代の間屋が主導する水産物市場から中央卸売市場への移行である。それは、食糧、野菜、生果、水産物などの「市場」の近代化の歴史に挑戦する作業で、日本全国にわたる独特の中央卸売市場政策という産業政策と物価政策両面にわたる政策の意思決定と実施に関わる課題で、内容は極めて多岐にわたっている。また、中央卸売市場に関連する重要課題の一つは、市場外流通の問題である。これは水産物の加工品に緊密に関連している。戦前からすでに大都市で中央卸売市場を設立したが、市場外流通の問題はあまり検討されてこなかった。一方、藤田貞一郎氏は、中央卸売市場の成立が資本制漁業企業を疎外する役割があったと指摘した。したがって、中央卸売市場の成立が資本制漁業に及ぼす影響、場外流通における資本制漁業の役割、及びこの両者の関係の究明も、重要な研究課題であると言える。

1920年代半ばから30年代の後半にかけての中央卸売市場設立の動きは、六大都市を中心におきていたのである。中央卸売市場政策の産業政策としての側面は、中小漁業者への公正・公平な製品流通条件を提供することである。一方、日本水産の場合で²⁾検討されたように、中央卸売市場政策は、今までの水産問屋を主体として実現されたので、日本水産は、製品の標準化と場外流通ルートを構築して対抗した。日本水産と同じく資本制漁業企業で、異なる水産物加工製品群を生産している日魯漁業がどんな市場戦略を取っていたのかは、対照になるケースである。

日魯漁業は、鮮魚を主要製品とした戦前の中央卸売市場の設立プロセスにおいて在来の漁業生産と流通を主宰者たる漁業問屋と激突していた日本水産及び林兼商店と違って、当初から海外市場向けのベニサケ缶詰の生産と輸出を目的として創業した。国内市場向けの製品の大量生産が実現するまで、漁業問屋と正面から衝突することがなかった。しかし、1926年ごろ、日魯漁業は、冷凍・冷蔵技術の導入をきっかけに従来の塩魚製品より付加価値の高い「新巻」を開発し、急速に生産を拡大していった。塩魚生産の拡大にしたがって、塩魚の流通体制の再構築も課題となった。そこで、日魯漁業は、塩魚流通体制の構築及びその流通体制の運用によって北洋塩魚製品の独占を実現した。こうした日魯製品販売体制の構築と運用は、現代的食品マーケティングの先駆事例として検討に値すると思う。

2) 「資本制漁業と中央卸売市場の成立 日本水産の場合」(『立教経済学研究』第56巻第2号、第3号、2002年10月、2003年1月)を参照のこと。

第一節 北洋の塩魚の取引特徴

本題に入る前に、まず塩魚に関する知識と露領漁業における塩魚製品貿易の特徴を見ておこう。北洋の塩魚製品の原料となる主な魚種は白鮭と鱒である。従来大衆向けの商品は「函入鮭」、「函入鱒」、「散鮭鱒」などがあった。そのうちの代表的な製品は「散鮭鱒」で、製造方法はいわゆるドブ漬けである。つまり、鮭や鱒を、内臓をとってから塩漬けにするものである。それに対して「函入鮭」と「函入鱒」は原料の選別と包装が必要である。1926年ごろ、日魯漁業は、冷蔵技術の導入にしたがって、減塩の製品「新巻」を開発し、27年以降に大量生産を始めた。「新巻」は減塩されたため、冷蔵が必要になった。そこで、日魯漁業は冷蔵運搬船を導入し、中継地の函館に冷蔵庫を建設した。以下で検討する日魯漁業の販売子会社である函館水産販売株式会社は、その製品の宣伝と冷蔵販売網の普及を図った。

伝統的塩魚製品とした塩鮭と塩鱒の輸入は日露戦争前からあった。『日本外国貿易年表』によれば、塩魚の露領からの輸入額は1899年すでに118万円に達し、塩鮭と塩鱒の輸入額は1902年に143万円に達した。日露戦中に急減したが、06年に118万円に回復した。しかし、塩魚輸入額は1907年に当統計表から姿が消えた。別に、『日本外国貿易年表』の附属統計の「水産物細別表」がある。「水産物細別表」のもとは税関の「出漁船捕獲採取品及其製品内訳表」がある。この表は地域別に韓国、露領亜細亜、其他諸国に分かれており、露領亜細亜に限りカムチャッカ、ニコラエフスク、その他に分かれている。中の塩魚輸入に関するデータは1908年からである。日露戦争後、水産物の輸入が徐々に増大して、特に1918年から毎年増大し、1924年にピークの2,670万円の輸入額を記録した。その後も年間2,000万円の輸入額が1929年まで続いた。中には、塩鱒と塩鮭の輸入額は1908年から1920年まで8割～9割を占めていた。21年以降にだんだん低下し、30年には輸入額の半分以上に下がった³⁾。一方、塩魚輸入は1928年にふたたび『日本外国貿易年表』に姿が現れ、塩魚の輸入額は34年以降に急減し、36年以降に全く輸入しなくなった。

こうした塩魚輸入データを北洋漁業の状況に照らして見ると、北洋塩魚の貿易の特徴が見られる。

1. 日本は明治末期から塩鮭鱒の消費習慣とその販売組織の存在している。
2. 北洋漁業が合同する前に、多数の仕込業者、捕獲業者及び製造業者が存在していた。北洋鮭・鱒は周期的で、地域的に漁・不漁を繰り返す特徴があるが、これらの業者はその漁期の採算のために漁場の豊凶によって各漁業区と日・露両国の漁業者から原料魚を仕入れ

3) 村上隆『戦前期日露貿易の統計的分析』一橋大学経済研究所長期経済統計ホームページ、1998年度、D98_4、http://www.ier.hit-u.ac.jp/COE/Japanese/discussionpapers/DP98.4/98_4.html を参照のこと。

表1 鮭鱒塩魚の輸入と輸出

年次	鮭鱒塩魚輸入 トン			鮭鱒塩魚輸出			水産庁調 塩魚輸出量 トン
	換算数量 トン	金額 万円	1トン単価 円	換算数量 トン	金額 万円	1トン単価 円	
1926年				3,649	56.3	154.3	5,906
1927年				2,606	42.7	163.9	5,663
1928年	20,592	324.2	157.4	2,081	35.7	171.6	4,560
1929年	30,303	491.2	162.1	5,378	106.9	198.8	1,741
1930年	69,117	985.8	142.6	3,762	71.5	190.1	6,444
1931年	74,165	1,025.8	138.3	1,246	24.1	193.4	2,427
1932年	62,891	983.1	156.3	1,340	22.2	165.7	2,092
1933年	48,821	1,007.9	206.4	1,103	29.3	265.6	3,636
1934年	58,335	1,148.0	196.8	1,618	34.2	211.4	3,699
1935年	10,352	162.7	157.2	7,848	141.2	179.9	9,714
1936年	8,176	144.9	177.2	12,804	221.0	172.6	15,012
1937年	8,744	143.7	164.3	19,439	277.7	142.9	21,557
1938年	7,557	117.4	155.4	14,855	290.2	195.4	16,683
1939年	6,942	104.2	150.1	37,968	1,181.2	311.1	42,308
1940年	4,792	69.4	144.8	4,785	206.4	431.3	14,586

出典 農林水産省統計情報部農林統計研究会『水産累年統計』第2巻 1979年3月 634～635、640～641ページ表、農林大臣官房総務課編『農林行政史』財団法人農林協会 1959年12月 882ページ第36表による。

ていた。

3. 「水産物細別表」には、「出漁船捕獲採取品及其製品」を含んでいて、日本人業者の製造したもの、日本への輸入として表すのである。
4. データの記録は統計方法の変化によって遺失したり、変わったりしたことがある。
5. 輸入額はソ連の漁業政策、貿易政策及び日ロ関係の影響を受けるが、日本業者の企業組織方式にも影響される。例えば、1934年の北洋漁業の鮭鱒工船漁業の大合同によって、日魯漁業は十分な原料魚を確保するようになって、ロシア業者から買魚の必要性が薄くなった。1936年以降塩魚輸入の途絶は、この要因の影響が大きいと思う。
6. 1929年以降、公海で操業する鮭鱒工船漁業は急速に発達し、日魯漁業が冷蔵運搬船での冷蔵運送も盛んになり、露領からの直接輸出と公海から自国への輸入を行った⁴⁾。日本水産の場合では、1931年の満州事変後、香港市民のボイコットによって水産物の販売が大きな影響を受けた。しかし、日魯漁業の輸出先は国民政府統制下の上海なのに、こうした影響は全く見られないのが、露領から直接に輸入したからだと思う。

貿易データの他に、農林省と水産庁の統計データもある。表1は農林省と水産庁の塩魚輸出

4) 岡本信男『近代漁業発達史』水産社、1965年3月、285～286ページを参照。

のデータである。輸入データは連続的で、34年以降輸入額が急速に減少したことが貿易統計と一致している。輸出データにより、塩魚対外輸出は国内市場の補足としての存在であったことがわかる。また、1935年から塩魚の輸出量が急増し、36、37年にダンピングを行ったこと、及び39年塩魚生産量と輸出量のピークに到達し、その後経済統制の進行にしたがって減少していったことは、いずれも後に述べる函館水産販売株式会社の行動に合致している。以下の検討はこれらの要因を念頭において進める。

第二節 全国販売網の構築

日魯漁業の製品販売組織の構築は、塩魚問屋を組織化した「日魯組」からはじめた。しかし、分散的な販売組織は日魯の「大量販売」の目的を達成できなかったため、1930年以降、日魯漁業との結合が強い販売会社が組織されるようになった。

(1) 分散的な販売組織

1927年5月に日魯製品を取扱う問屋から、過去の販売実績、財力、信用度などの条件で選んだ大手問屋6店を匿名組合「日魯組」に組織して、日魯製品の卸売業者として指定した。また、6店を中心に全国の塩魚問屋を結集して市や県を単位に日魯組を結成して、函館の日魯組組合員の専属買受人とした⁵⁾。一方、カニ缶詰の内外市況の悪化に対して他の業者と価格協定を結成して対処した。

「本年度製品販売上特記スベキハ内地向塩魚及冷凍魚ノ販売機関トシテ夫々有力ナル問屋ヲシテ日魯組及日魯冷凍製品販売連盟会ヲ組織セシメ専ラ当社ノ販売方針ノ下ニ当社組合員及組合員相互ノ連絡協調ヲ計リ販売上無用ノ競争ヲ避ケ協力一致当社製品ノ販売拡張ニ努力セシムルコトシタルニ其結果大イニ見ルモノアリ⁶⁾。」

この販売組織の主な役割は日魯の販売方針に従って組合員の間で利益調整を行い、販売上の競争を避けるため、営業エリアの分割によって販売力を集中することであった。日魯組の1927年の販売は塩魚だけでなく、国内向きの缶詰、冷凍魚も含んだ⁷⁾。日魯会が結成された初年度、

5) 函館には全国的に販売先をもつ大手海産物問屋がそれぞれ支配勢力を競っていた。そこでまず昭和2年に過去の実績や財力、信用度などを考慮して、塩蔵サケ・マスを取扱う問屋の大手の中から加賀と吉商店、森卯兵衛商店、佐々木忠兵衛商店、柳沢善之助商店、細谷伴蔵商店の5店に鮮魚問屋から出発した高村善太郎商店も加えて匿名組合「日魯組」を結成させ、10万円の出資金で日魯への債務には連帯責任を持つことで、日魯製品の元扱業者に指定した。一方この6店の傘下の全国の塩魚問屋が集って、都市又は県単位に日魯組を結成して、函館の日魯組組合員の専属買受人とした。前掲『日魯漁業経営史』第1巻、262ページ。

6) 日魯漁業株式会社『第二十二期営業報告書』（1927年6月1日～同11月30日）11ページ。

7) 内地向鮭鱒缶詰類ハ本年度ヨリ全国有力ナル問屋ヲ網羅セル日魯会トノ間ニ販売協定ヲ遂ゲ、着荷早々全部ヲ有利ニ売却シ併セテ製品販路拡張ニ努ムル等其成績顕著ナルモノ」であり、「冷凍魚ハ昨

国内向けの製品販売で大きな威力を発揮した。引き続き、翌1928年の販売も、日魯組の活躍で冷凍魚の現物の取引は早期に売約が成立しただけでなく、未生産分の先物の取引も順調に進んだ⁸⁾。28年後半の営業では「内地向鮭及鱒缶詰ハ昨年来組織セル販売機関トノ提携其宜敷ヲ得タル為着荷早々其全部ヲ売約シ得」て、「冷凍魚冷凍冷蔵品中冷蔵新巻八年々需要増加シ前年度二数倍セル製品モ入船毎二迅速有利ニ売却セリ、冷凍鮭ニ於テモ同様前年度二五倍セル数量ニ不拘、克ク既設ノ販売機関タル連盟会ヲ運用セルト本業ハ殆ンド当社ノ独占的事業タル關係上前年ニ劣レザル相場ニテ之レヲ全部売約⁹⁾」する結果となった。日魯の既存販売組織を結束する販売戦略は成功を収め、塩魚と冷凍魚だけでなく、国内市場向けの缶詰製品も順調に売捌かれた。28年の『営業報告書』は日魯漁業の一年間の営業成績を総括し、次のように述べた。

「之ヲ要スルニ、当社本年度ノ漁況ハ漁場全般ニ亘リ未曾有ノ豊漁ニ終始シ、当社利益ノ大宗タル紅鮭缶詰ヲ始め、各種製品ノ出来高モ亦空前ノ数字ニ上レリ、冷凍事業ハ着業以来日尚浅キニ不拘、冷凍船ノ運用冷蔵庫ノ利用ニ善処シ、其機能ヲ遺憾ナク發揮セシメタリ。次ニ今期ノ商況ヲ見ルニ製造高ノ激増及市価変動ノ間ニ在リテ機宜ノ処置ヲ採リ良好ナル成績ヲ挙げ得タルハ欣幸ノ至リナリ¹⁰⁾。」

要するに1926年から28年までの戦前における日魯の全盛時代を築き上げた諸要因には、輸出市場の好況、製造における冷凍能力の活用の外に、塩魚と冷凍魚の生産拡大と販売戦略の成功もあげることができる。

しかし、既存問屋を統合した旧来の販売組織は必ずしも近代的製造企業と目的が一致するものではなく、製造会社の販売戦略と抵触する行動も発生しかねない。しばしば指摘されるように旧来の問屋の販売方針は「手元の商品をできるだけ高く売る」ことで、大量生産を図る近代的企業の目標は「大量生産した製品を大量販売することによって平均利潤を得る」ことである。1929年に起こった日魯組のマス思惑買事件はそうした不一致の一例である。

1929年は日魯が主宰する露領漁場では鱒不漁の年であった。1924年以前強敵視されていた択捉物はもう何年間も不漁が続いて競争対象にならないと見て、日魯は自社の漁場の状況で改良函入鱒と新巻鱒を製造し、生産量に応じて市価も定まりかけていた。日魯組は、日魯漁場のマス不漁情報が流れていたのも上海方面に輸出した塩マスをいつもより高値で売る¹¹⁾と同時に、

年度製品ガ市場ニ於テ声価ヲ贏チ得タルト曩ニ組織セル販売機関ヲ利用シ予定通り有利ニ処分スル事ヲ得。同上12ページ。

8) 内地向冷凍鮭ハ既報ノ通り前期中全部売約ヲ了シ引続キ需要旺盛ニシテ本年度先物モ目下相談中ニ在リ近ク其出回りニ先立チ有利売約ヲ見込ミナリ。日魯漁業株式会社『第二十三期営業報告書』(1927年12月1日～1928年5月30日)、7～8ページ。

9) 日魯漁業株式会社『第二十四期営業報告書』(1928年6月1日～同11月30日)、14～15ページ。

10) 同上、15～16ページ。

11) 塩鱒ハ希有ノ薄漁ナリシニ加ヘ、上海方面ノ買氣比較的旺盛ナリシタメ、終始好値ヲ維持シ、前年ニ比シ約三割高ヲ唱ヘラレタリ、從テ当社ノ製品モ入船毎ニ全部一掃セラレタリ。

マスの思惑をおこなっていた。しかし、エトロフ島に鱒の大群は次々と押し寄せ、過去の大漁年でも10万石ほどであったのに、この年だけは生産高40万石を越えた。こうして国内市場のエトロフ塩マスの大量供給は、塩マスの市価を崩し、日魯組に再起不能の大損失を蒙らせ、日魯組の損失額は、資本金の10数倍の140万円に上った¹²⁾。このことは、販売組織を改造する契機となった。

(2) 直轄販売会社の成立と人的結合

日魯はこの事件を逆用して販売組織の集中管理に乗り出し、各問屋の所属する販売ネットワークを自分の手の中に収めるように動いた。日魯は、まず日魯組の債務を肩代わりして1930年の下期に償却し¹³⁾、一部出資して新たに「函館水産販売株式会社」（商号はマル水）を設立した。日魯製品の独占取扱の特権をあたえた代わりに、固定的手続料収入を確保することによって徐々に債務返済させる方法を取った。函館水産販売株式会社は成立当初から、日魯の販売子会社としての性格が明らかであった。

取締役社長の末富孝次郎（末富孝治郎とも記される）は1927年日魯漁業が全額出資する子会社の函館冷蔵株式会社常務であった。常務取締役で実際の業務施行者は高村善太郎¹⁴⁾と加賀商店の大川原代善で、いずれも旧日魯組の六大問屋の者で、日魯と関係が深かった。それに日魯から「マル水」の初期の役員には取締役支配人広川新蔵、監査役谷修治、田巻憲三が出向し、日魯との関係をいっそう固めた。

1932年に北洋漁業の大合同が実現して、北洋漁業の塩魚販売権をめぐる激しい駆け引きの結果、「マル水」は日魯販売政策への理解と協力及び実績で合同後日魯製品の独占販売権を獲得した。さらに、日魯の販売政策と協調していくために、増資を行い日魯漁業の実際の主宰者である平塚常次郎と真藤慎太郎は重役陣に迎え入れられた¹⁵⁾。1932年の製品販売は、「露領漁業

12) 三島康雄『北洋漁業の経営史的研究』（増補版）（ミネルヴァ書房、1986年3月、187ページ）を参照。

13) 日魯漁業1930年下期の営業報告書には「内容ノ充実、社礎ノ堅実ヲ期スルノ必要アリ即チ今期ノ利益ハ拳ゲテ手持チ有価証券並回収不能債権ノ償却ニ充当シタル為メ遂ニ無配当ノ已ムナキニ至レルモノナリ」と記し、有価証券及回収不能債権を193万円余償却した。

14) 高村善太郎は函館商工会議所議員で、島徳事件のとき、日魯のために漁区を奪回するために函館の市民代表として市民代表大会の決議文を携えて上京し、関係方面に猛烈に陳情した。最初鮮魚問屋から出発したが、日魯組を結成するときの6大問屋の一つであった。1942年日魯が「マル水」から撤退し新たに「鮭鱒配給会社」を成立した。その「鮭鱒配給会社」の社長は高村善太郎であった。

15) 今期ハ露領邦人漁業ノ大合同ヲ見マシタ要要時デアリマシテ此大合同後ニ於ケル日魯漁業会社ノ製品販売権獲得ニ対シ各方面ノ猛運動ハ其間幾多ノ波瀾曲折ヲ重ネタルモ企業ノ合同ヨリ延テハ販売ノ統制テフ所謂経営ノ合理化ノ徹底ヲ期ス企業者側ノ大局ニ処シタル理解アル見地トス業ニ対スル当社年来ノ経歴多大ナル犠牲ニヨリ終ニ此販売権ヲ当社ガ確保スルニ至リマシタ...、当社茲ニ於テ増資及役員ノ増員ヲ行ヒ以テ万全ヲ期シ販売統制下ニ北洋物始メ採捕樺太製品ノ左記ノ如キ大数量ヲ克ク円滑裡ニ消化致シ市情ノ順況ト相俟テ共存共栄ノ実ヲ拳ゲ統制第一年ニ於テ所期ノ利益ヲ納メ得タ...。函館水産販売株式会社「第三期報告書（1932年3月1日～1933年2月28日）」、3ページ。

ノ大合同二伴ヒ塩蔵鮭鱒類ノ販売八大体統制ヲ得ルニ至リタルガ偶々北海道樺太方面概シテ不漁ニナリシタメ市況頓ニ好転シ九月中製品全部ノ売約ヲ終リ之ガ受渡亦既ニ完了セリ¹⁶⁾」と報じられた。

1936年1月、「マル水」の初代社長末富孝次郎が死亡、取締役会互選の結果、平塚善次郎は取締役社長に就任し、1ヵ月後、副社長の太刀川も死亡した。その後、平塚が舵を取り、大川原と高村が実際の業務遂行を行う体制は確立した。もともとの製造会社と問屋との関係がグループ会社内部にそっくり取り入れられて、製造会社と販売子会社の関係に取って代わった。

こうした函館水産物販売株式会社は、日魯製品の販売ルートの統一、全国販売ネットワークの構成、日魯毎年の製品計画に応じて販売計画と価格政策の制定と施行、国内外市場の開拓などで活躍していた。

(3) 販売ルートの統一と全国販売組織の構成

函館水産販売株式会社の活動は1934年を境に前後2期に分けられる。1934年までは日魯製品の販路の統一と拡張、海外支社と日魯会の設立、販売網の拡張に従っての販売用冷蔵庫ネット

表2 函館水産販売株式会社の収益状況

年次	資本金 (円) (払込比率)	総収入 (円)	総支出 (円)	利益 (円)	配当 (円) (配当率)	利益 / 収入 %
1930年	500,000 (50%)	3,785,223	3,750,487	34,736	29,166 10%	0.92
1931年	500,000 (100%)	4,233,134	4,184,487	48,646	40,000 8%	1.15
1932年	700,000 (100%)	8,649,177	8,478,423	170,778	100,000 16%	1.97
1933年	700,000 (100%)	9,986,251	9,843,610	142,648	102,000 16%	1.43
1934年	1,000,000 (100%)	12,118,476	11,977,458	141,018	108,000 12%	1.16
1935年	1,000,000 (100%)	14,391,199	14,234,179	157,012	120,000 12%	1.09
1936年	2,000,000 (75%)	17,440,985	17,249,859	191,127	145,000 12%	1.10
1937年	2,000,000 (75%)	22,275,535	22,001,040	274,495	180,000 12%	1.23
1938年	2,000,000 (75%)	21,896,619	21,677,551	289,069	180,000 12%	1.32
1939年	2,000,000 (100%)	36,247,163	35,676,259	570,904	240,000 12%	1.58
1940年	2,000,000 (100%)	34,205,557	33,885,954	319,603	208,000 11%	0.93

函館水産販売株式会社『報告書』第一期～第十一期を参照。

16) 日魯漁業株式会社『第三十二期営業報告書』(1932年6月1日～同11月30日)、10ページ。

ワークの創設などであった。1934年に日魯塩魚製品販売のインフラの完成に従って、マル水の役割は、日魯毎年の製品計画に応じて販売計画と価格政策を制定・施行し、日魯の販売政策に追従して価格統制と出荷管理を行うこととなった。

「マル水」の設立によって日魯の塩魚や冷凍魚の販売ルートは統一され、表2の「利益/収入欄」の数字で見たようにその収入は主に日魯製品を扱う1%ぐらいの手数料収入になり、この収入方式の変化は行動方式の変化を促した。その行動方式は従来の「日魯組」と違って、「融資関係及環境状況カラ従来ノ様ニ思惑的買付ケヲセズ専ラ真ノ需要供給ニ応ズル真摯緊張セル商内に努メ」た。物価趨勢への判断、融資関係及び環境状況の影響を受けて「マル水」は、従来の自分計算によって仕入れて販売する行動パターンから脱却して、迅速で円滑に日魯の製品を売捌くことに努めた。

「これで元卸しは一本化し、従来の地方の日魯組との紐帯をつよくしていった。その販売方法は先物取引も多かったが、現物取引の場合は、積荷が函館に着くとその見本を函館冷蔵の前に並べ、日魯、マル水、全国各地の日魯組の代表が立合って値決めを行なった¹⁷⁾。」

マル水の成立した1930年は、ちょうど世界大恐慌のショックの真っ最中であったが、塩魚の主要消費地であった東北農村は、「稀有ノ豊作ハ米価ヲ崩落セシメ国内一般殊ニ農家ノ購買力ヲ沈衰萎縮セシメ¹⁸⁾」たという状況で、さらに日魯の漁場は大漁の年で、輸出缶詰原料の紅サケは平年並であったが、マスや白サケは何れも予定より超過し、日魯は前年度の4倍を超えた48.8万函のマス缶詰及び冷凍マスを製造し原料魚の消化を図ったにもかかわらず、塩魚製品と散マスは依然と膨大な量に上った¹⁹⁾ので、マル水の初年度は新巻を除いた製品の販売は苦戦に陥った。

マル水の扱った製品の中で、新巻の95%以上は日魯の製品で、期間中に一時値崩れしたものの比較に順調に売却した。マル水が特に力を入れたのは冷凍サケと塩蔵サケ・マスの関西市場の開拓及び散マスの海外輸出であった。

従来、サケ・マスは「塩ジャケ」の単一商品として関東以北を消費地としたが、「当社一面大阪ヲ中心トスル関西方面ヘ新巻鮭函入鮭ノ販路拡張ノ主義デ多大ノ犠牲ヲ払ッテ漁場カラ直航トシテ天幸丸積デ函鮭一三、二六七函 函鱒五、七九二函ト続テ冷凍船幸光丸積トシテ新巻鮭一二、三四三函ノ大数量ヲ積送シ宣伝販売ニ努メマシタ従来函鱒ノミノ消費地方ヘ斯ク多数ノ函鮭新巻鮭ノ売込ヲ為シタ事ハ将来斯品販路ノ上ニ一大更進ト光明ヲ見出シ其努力ノ如何ニヨリマシテハ販路ノ前途洋々タルモノヲ確信シタ次第デ」あった。塩サケと新巻の関西販路

17) 同前掲『日魯漁業経営史』第一巻、263ページ。

18) 函館水産販売株式会社『第一期報告書』2～3ページ。

19) 1930年日魯の主要塩魚冷凍魚製品の製造数量は次のようである。

函入鮭146,664函 函入鱒95,656函 散鱒506万尾 散鮭14.5万尾、莚包塩魚817袋
新巻鮭126,757函 新巻鱒11,822函 冷凍白鮭138.4万尾 冷凍鱒12.3万尾

の開拓は会社の前途に希望をもたらした。

散マスは台湾、香港、上海、大連に輸出し、マル水の扱った数量は、散マス1159万7000尾と筴包4万6686個に上った。上海に散マス200万尾、筴包マス2万個、大連に散マスを117万6000尾を送り、台湾には函入マスと筴包マスを13万俵輸出した。冷凍サケ50万尾の中の約14万7000尾は冷凍船大光丸積で京都大阪神戸に輸送販売し、残った分は長野、新潟及び東北各地に全部予約販売した。このようにマル水が塩サケ、新巻、冷凍サケの関西市場を開拓する活動には日魯のバックアップがあった²⁰⁾。同年度に三井物産と日魯も海外に散マスの輸出を行ったが、マル水の取扱数量が圧倒的に多かった。

1931年の年初から塩魚の在荷がなかったことと、北洋方面の薄漁の情報が流れたことに影響されて、塩魚市場に幾分活気が見えた。しかし、悪材料として、主要消費地である東北地方では不作で購買力の低下に加え需要期に銀行倒産の続出によるダメージ、近海生魚の出回りの旺盛、アメリカサケの輸入は9万3000函の最高記録を刷新した、などの影響で、「塩魚品取扱上極メテ困難複雑微妙ナル年柄²¹⁾」であった。一方、去年新巻を大量に出荷した京阪地方には北見と択捉物が大量に直送され、新巻の販路は関西よりさらに西へ広がっていった。マル水はこれに加勢して前年より新巻の取扱量を4割増加して、九州市場を開拓するために「従来函鱒ノ独壇場タル下ノ関二四千函試送シ、九州方面販売好評ヲ博シ²²⁾」た。散マスは「満州事変」の勃発で中国大陸への輸出は途絶し、全部台湾に輸出された。函入サケ・マスの販売は、アメリカサケの「従来不測ノ方面ニ迄積送シ」、「随所ニ成行相場ニテ」販売されたことで影響が大きかったが、後に発生した北洋の不漁によって助かった²³⁾。

こうしていかなる強力な問屋業者でも独力で対処できない30年と31年の変動の激しい経済情勢の中で、「マル水」は日魯の強力なバックアップを背景に、かえって活発な市場開拓の活動を展開していった。

(4) 日魯漁業の製品戦略と販売戦略

1932年に前節で述べたように、北洋漁業の大合同が実現すると、日魯は独占的地位をさらに強化すると同時に、マル水との人的結合も強めていった。日魯は、経営合理化の一環として製品高級化戦略を打ち出し、新巻製品と函入製品を増産し、散サケ・マスの製造量を減らした。

「当社ハ此意ヲ常シテ各地ニ簡易冷蔵庫ノ建設ヲ御奨メスルト共ニ輸送ニハ冷却装置船ヲ傭船シテ之ガ配送ニ留意シタル結果各地市場共品位ノ均一優秀ニ対スル好評嘖々トシテ需要

20) 函館水産販売株式会社「第一期報告書」：5～8ページを参照。

21) 函館水産販売株式会社「第二期報告書」：2ページを参照。

22) 同前掲函館水産販売株式会社「第二期報告書」：4ページを参照。

23) 塩魚市況ハ始メ内地夏鮭ノ豊漁ニ災サレテ不振ヲ免レザリシモ其後各方面漁獲不振ノ為メ品薄トナリ漸次市価昂騰昨年ニ比シ常ニ上値ヲ以テ全部処分スルヲ得タリ。日魯漁業株式会社「第三十期営業報告書」：(1931年6月1日～同11月30日)を参照。

八日二月二喚起セラレ年末ニハ此大数量モ不足ヲ告グル状況ヲ呈シマシタ²⁴⁾。」

新巻は薄塩でマイナス5度の保管条件が必要なので、マル水は日魯の製品戦略に協力して販売用冷蔵庫と冷蔵輸送体制を整えようとした。新巻の取扱数量は前年度より31%増加し、新巻と函入製品の全体の扱数量は前年度の2.4倍となった。一方、海外輸出の散マスは植民地の満州(380万尾)と台湾(筵包15.5万個[62尾入]、函入3.5万函)に輸出された。台湾は輸出地域として日増しに重要になるのにつれて、「本年当社ハ斯品ノ販売統制企画ニ際シ島内同業者ガー丸トナリ旧来ノ陋習ヲ打破シテ権威アル取引方法ニ據ル様其組織ニ付キ懇懇ト援助惜シマザル所アリ茲ニ台湾水産販売株式会社ノ設立ヲ見²⁵⁾」た。台湾の塩魚販売組織を整理・統一した。

1933年の販売は、日本経済の回復とアメリカサケの輸入量の減少でわりに順調であった。日魯漁業の各漁区は不漁だったが、新巻製品は前年よりさらに増産したものの、計画より2割減の結果となり、塩サケも予定より5割減の結果となった。製造の優先順位の低い散サケと散マスは極端な減少を示した。塩魚製造では沖取り漁業が威力を発揮し函入サケは前年の10数倍の10万函を出荷して、日魯漁業の生産不足分を補った。また、日魯漁場の塩蔵マスの不足分は、樺太のマスの豊漁によって補われた²⁶⁾。

マル水は「大需要期ヲ控ヘ爾来相場ハ常ニ統制アル好値ヲ持続シタル結果当社ノ取扱数量ハ前期比稍不足ナラモ之ニ伴フ諸経費ノ低減ト相場ノ強調ト相俟テ全テ順況裡ニ終始セラレ²⁷⁾」た。販売方法では、各産地の塩魚の出回り時期の差を利用して、需要期を控えて全力消化するという方法を講じて、カムサッカの塩魚が出荷する前に、すでに沖取り漁業が製造した10万函の塩魚の大部分を売捌いた。表3で見たように1930年代に入ってマル水の取扱った商品の中に価値の低い散サケは急速に減少し、1933年から高級塩魚扱数量が日魯の製造数量を大幅に越えた。実際に日魯沖取り漁業子会社の塩魚製品は、日魯の製品に比べてまだ「其製品ノ処理、製法ハ所謂過渡期ノ未成品」であった。同年には、日魯の産地冷蔵庫14ヶ所を設置すると同時に、マル水が企画した、台湾の基隆も含む12ヶ所の消費地冷蔵庫が完成し、冷凍船で新巻サケの運送を行い、基地函館と全国の冷蔵庫を結ぶネットワークがはじめて実現した。これで産地から消費地へ、生産と消費を結び合う流通ルートが完成した。

1934年に、日魯漁業は北洋定置漁業の大合同に続きカムサッカ沖取漁業の合同も実現した。

24) 函館水産販売株式会社『第三期報告書』4～5ページを参照。

25) 同前掲函館水産販売株式会社『第三期報告書』5ページを参照。

26) 日魯漁業は1929年に母船鮭鱒漁業の試験を始め、31年に太平洋漁業株式会社を設立して沖取漁業に進出し、1933年に樺太共同漁業の経営を引受けた。33年に母船鮭鱒漁業の産額は急速に増大した一方、資源保護の見地から、統制のある経営を要望され、日魯漁業は1934年12月に800万円に増資して太平洋漁業を中心として母船鮭鱒漁業の合同を実現した。マル水はこういう日魯子会社の製品も扱っていた。『函館産業大観』(函館商工会議所、1936年9月、126～138ページ)参照のこと。

27) 函館水産販売株式会社『第四期報告書』2ページを参照。

表3 日魯の塩魚製造とマル水の塩魚販売

函館水産販売株式会社の取扱塩魚製品											
年次	新巻鮭	新巻鱈	其他 新巻	函入鮭	函入鱈	新巻改良 合計	冷凍鮭	散鮭 (尾)	散鮭 (個)	散鮭 (尾)	散鮭 (個)
1930年	124,834	11,800		155,157	124,795	416,586	41,667	11,597,600	(35)46,686	1,049,200	11,896
1931年	178,610	6,369		112,234	114,053	411,266	33,892	4,525,700	13,120	394,600	2,324
1932年	224,696	9,474	8,423	408,787	344,313	995,693	102,699	13,054,692		119,953	*37,473
1933年	287,780	37,700	2,432	253,642	344,786	926,340	48,393	84,185	(45)50,729	37,362	65
1934年	424,898	26,606	6,831	480,286	272,866	1,211,487	60,589	12,131,326	26,653		566
1935年	434,054	125,056	11,646	383,905	527,081	1,481,742	43,775	6,830,423	30,276		
1936年	583,230	44,066	33,043	802,519	382,056	1,844,914	50,809	6,829,570	91,417	385,240	
1937年	422,207	214,429	37,033	545,520	453,349	1,672,538	23,122	3,037,435	413,001	180,831	1,317
1938年	403,060	131,327	6,006	630,384	281,009	1,451,786	13,536	8,418,945	196,532		7,324
1939年	232,202	102,627	6,164	578,077	314,414	1,233,484	38,806	11,150,828	481,725		
1940年	862,463	230,974	6,349			1,099,786	71,519	1,563,546	147,273	45,819	
日魯漁業の塩魚製造											
1930年	124,302	11,822	2,593	146,664	95,656	388,015	118,207	5,063,419		144,902	
1931年	162,927	3,078	4,853	72,186	66,934	313,649	67,835	319,417		9,853	
1932年	210,437	10,267	17,564	233,784	291,757	774,631	97,828	14,313,812		32,455	
1933年	283,024	37,702	3,344	183,126	201,548	714,398	48,384	1,205,588			
1934年	415,576	26,615	4,703	278,371	234,521	972,976	57,775	13,315,200			
1935年	424,875	122,793	1,892	161,046	446,588	1,171,563	46,760	5,208,200			
1936年	579,625	44,273	28,046	359,072	152,161	1,198,150	51,918	2,574,897			
1937年	393,426	211,209		76,385	268,564	1,001,547	47,830	10,886,808			
1938年	401,558	136,737	7,000	79,830	58,327	685,707	52,345	10,963,931		69,537	
1939年	235,292	102,438	6,771	103,878	121,409	568,357	55,952	16,736,543			
1940年	170,000	25,000		40,000	28,000	263,000		6,799,995			

* 1932年ソ連国営会社から樽入鮭105800函、樽入鮭12648樽、袋入鮭25000袋を買い付けた。

出典 函館水産販売株式会社『第一期報告書』～『第十一期報告書』(1930～1940年)、日魯漁業株式会社『第二十八期報告書』～『第四十八期報告書』(1930年～1940年)。

「茲に漁業の統制を見たる以上之に対し吾吾同業者が販売統制の拡張強化に務むる緊要なる事で此両者が並行するに於て初めて生産販売の完璧を期することになり²⁸⁾」として、マル水は5月に日本鮭鱈販売連盟会を設立し、北洋塩魚製品の販売組織統合の最後の一步を実現した。

「[本会ノ目的ハ塩蔵冷凍鮭鱈ノ販売ノ統制、取引ノ改善、品質ノ向上、販路ノ拡張及会員ノ親睦ト共同利益増進ヲ図ルモノトス]…此ノ主意ヲ体シ当社ガ主催者トナリ全国ノ鮭鱈販売取扱業権威各位ノ御集リヲ願ヒ御賛同ノ下ニ創立セラレタノガ本会デアリマス²⁹⁾。」

34年6月、マル水と日魯との間で塩蔵製品の一手法の長期契約が締結され、マル水に日魯塩魚製品の独占販売権が与えられた。マル水は資本金を100万円に増資して、連盟会員から株式投資を受け入れ、日魯・マル水・日本鮭鱈連盟会という生産から消費者の手に届くまでの製造・販売体制が実現した³⁰⁾。表4は日本鮭鱈販売連盟会の会員の1940年の会員名簿で、その会

28) 函館水産販売株式会社『第五期報告書』3ページ。

29) 同上。

30) 同上。

員は四国と九州以外の全国各地域に分布していた。

日魯漁業は1934年前半に、さらにカムサッカ東海岸とオコックに6ヶ所の産地冷蔵庫を建造し、新巻の生産量は前年より約37%増の41.8万函に一挙に達し、改良塩魚を入れて前年より約20万函増産した。高級塩魚製品のこのような大幅な増産について、日魯漁業は最初から販売困難と予想したが、販売統制のおかげで案外順調に消化した³¹⁾。

「塩魚ハ一般豊漁ト北千島沖取製品ノ早期出回トノタメ市価一般落調ヲ辿リ一躍四十万函ヲ超エルニ至レル新巻ノ消化ニ付キテハ相当困難ヲ予想シ居タルモ販売機関ノ統制宜シキヲ得タルト消費範囲ノ拡張トニ依リ幸ニ標準値段ヲ崩スコトナクシテ改良鮭トモ全部ヲ売却シ³²⁾」

1934年の販売は、販売統制の試みとして行われ大いに成功した。これは上述のように日魯、マル水とともに販売統制のうまみを味わわせ、後年の日魯塩魚製品の本格的販売統制と価格操縦の前触れとなった。合同初年度の1932年に比べて、マル水の扱った主要製品数量では、散マスは約25%減少し、冷凍サケは約40%減少した上かなり在庫が残り³³⁾、函入サケ・マスの総数はほぼ同じで、新巻製品の取扱数量だけが約21万函増加しただけであった。しかし、販売収入は、1932年の864.9万円より約40%増の1211.8万円に達し大幅に上昇した。それは、製品高級化と販売統制によって独占的な利益がいかに急増したかを示すものであった。

32年から34年にかけての「マル水」の活動は、日魯の製品戦略へのマッチ、販売組織の構築、時系列販売計画の実施、消費地までの販売ルートと冷蔵庫網の設置、消費地の販売組織再構成などの内容を含んでいた。また、日魯の32年の北洋定置漁業への合同、34年の沖取漁業への合同に従って、「マル水」も独占的販売ルートを構成し、「統制販売」も実験済みになった。これは、35年以降塩魚市場を独占する基礎となった。

31) 販売工作ニ当社八万全ノ方策ヲ尽クシ鋭意消化ニ努メマシタ結果七、八月盛夏之候既ニ二四、〇〇〇函各地ニ供給シ得タ事ハ之レ偏ニ連盟会員各位ノ御努力ニヨル所、次イデ最需要期ニ入り商況ハ益々好調ヲ呈シ僅ニ石狩物ガ一時的好漁ヲ伝ヘマシタガ其後八日魯新巻鮭ノ独壇場トモ申ス可ク殊ニ択捉、北海物ガ小型ノ為メニオコック新巻鮭ガ製法目廻リ共ニ歳暮用品トシテ人気ヲ壟断シ年末ニ右ノ大数量モ各地トモニ不足ヲ告ゲルノ盛況ヲ示シ今後ノ新巻鮭市場ハ日魯新巻ニ左右セラレルノ状況ヲ呈シタ事ハ取扱業者トシテ優越感ヲ憶エルモノデアリマス。前掲函館水産販売株式会社『第五期報告書』1936年2月、5ページ。

32) 日魯漁業株式会社『第三十六期営業報告書』(1934年6月1日～同11月30日)を参照。

33) 冷凍鮭五五四、三〇〇尾及一四、三九七函ノ中ニ一、七五九函ハ日魯会社ガ本年度新タニ急速冷凍法ニヨリ研究ト改良ヲ加ヘタルモノデ現在冷凍処理法トシテハ理想的新製品デアリマスガ其ノ荷造リ函代包装費及輸送運賃ガ嵩ム関係上在来ノ散物ニ比シ割高トナリ取扱業者トシテ其真価未知数ノ為メ少ナカラヌ努力払ヒマシタノデ生産者側ニモ其経費ノ軽減ト斯品ノ価値ノ更進ニ今一段ノ研鑽考究ヲ要望致シテオイタ次第デアリマス。前掲函館水産販売株式会社『第五期報告書』6ページ。

第二節 価格維持と「計画的流通」

1935年以降、日魯はマル水と日本鮭鱒販売連盟会を通して北洋サケ・マス塩魚の卸売を独占するようになった。以下では「マル水」の逐年活動によってその独占の実態を検討する。

35年の漁獲は全く予想外のものであった。紅サケが不漁で漁獲量は前年の39%しかなく1925年以来最低の記録であった。白サケも平年以下の漁獲量で終わった。一方、不漁周期に回ったはずのマスは、北千島、樺太、カムサッカとも豊漁となった。この年、日魯は子会社の太平洋漁業を通して沖取サケ・マス漁業の全合同を達成し、太平洋漁業と北千島の孫会社及び樺太の出資会社などのマス捕獲量は膨大な数量に上った。漁獲の状況に影響されて、日魯漁業の主要輸出製品である紅サケ缶詰の製造量は、前年度の37%しかなかった。

この漁獲状況に鑑み日魯漁業は製品計画を調整し、製造能力を活用して白サケとマス製品の高級化を図った。白サケの塩魚製品は、新巻を最優先に製造して42万5000函に達したのに比べて、函入サケは前年度の6割弱の16万1000函だけであった³⁴⁾。マス缶詰を大量に製造する一方、新巻マスも大量に製造してその数量は一躍前年度の17倍の44万7000函に達した。日魯本社は、付加価値の高い製品に白サケやマスの原料魚をほとんど全部消化して、従来の散サケ・マスは2万6000石しか製造しなかった。つまり、日魯本社は原料魚の漁況に鑑み、高級塩魚の増産で輸出缶詰の減産を補う製品戦略を持ち出した。販売戦略では、高級塩魚の増産による価格崩れを予防するため、独占販売組織を利用して価格の吊り上げと維持を図った。

日魯漁業はマル水に塩魚の市場価格の吊り上げと維持に協力するように申し入れた。成立初年度にすでに組織力を発揮して統制販売の旨みを味わった³⁵⁾ 日本鮭鱒販売連盟会の会員たちに、日魯とマル水は、定期総会や懇親会の開催³⁶⁾ による情報交換で結束力を高めた。

34) 今年勘察加ノ鮭漁ハ日魯会社ノ予算未滿ト云フ薄漁ニ終了致シマシタガ生産者ガ製品ノ改善ト優良化ニ専念セラレ為メニ新巻ハ増産ヲ加ヘ従テ函入鮭ハ一六、〇〇〇函ト云フ茲數年来ノ減産トナリマシタ。函館水産販売株式会社『第六期報告書』1935年12月、4ページ。

35) (日本鮭鱒販売連盟会の) 加盟店のなかには、組合あり、株式組織あり、また県内各地に支店を持つものもあり、さまざまで厳格な規定はなかったが、お互いの販路協定などでは堅く商習慣が守られていた。そして新たに連盟に加入してサケを買うのは中々困難であったため、連盟会員であることが一つの特権として高く評価されており、塩蔵サケ・マスの大量取扱いで各会員とも毎年多くの利益を得ていた。前掲『日魯漁業経営史』第一巻、367ページ。

36) 今期ハ卯月陽春ノ候...吾日本鮭鱒販売連盟会第二回總會ヲ東京丸ノ内工業倶楽部ニ開催シテ相互ノ共存共栄ト販売制鞏化ニ一段ノ強調ヲ加工得タ事ハ御同慶ノ至リデアリマス。前掲函館水産販売株式会社『第六期報告書』1935年12月、2ページ。

連盟は毎年初夏の頃、日魯組のある都市で総会を開いた。これは東京、名古屋、大阪、下関、新潟と逐次巡回し、マル水側は勿論日魯でも平塚、真藤などの役員、販売担当者が多数参加し、当年の生産計画や販売方針を説明した上、販売上の協力を求め、盛大な宴を張って親睦を深めたが、その経費

「日魯会社が其収支決算ノ正宗タル紅鮭大不漁ニヨル打撃ヲ可及的塩魚販売ニ向ケ努力懇請ニヨル試石ニ対シ連盟会員各位ノ特段丹精ニヨリ其機能ヲ遺憾ナク發揮シ以テ相場八昨年ニ比シ二割五分以上ノ高値ヲ克ク堅持シ得テ生産者側ニ塩魚販売ニヨル採算上画期的指針ヲ証左シタル諸彦ノ奉仕の熱意ニ対シ満腔ノ敬意ヲ表スル次第デアリマス³⁷⁾。」

日魯の協力要請を受けたマル水は、鮭鱒販売連盟の組織力を通して塩魚価格を25%吊り上げて維持することに成功した。その年はマス大漁の年であったので、マル水は扱った新巻マスと函入マスだけでも90万函以上で、前年より54万函も増産して、日魯の新巻マスと函入マスだけで57万函であった。日魯の子会社を中心に製造した散マスも11万6000石に達した。国内販売は、塩マスの競争製品であるアメリカサケの輸入が制限され、ソ連から塩魚の輸入はなかったため、順調に消化されつつあった。上海方面は為替の不利と災害などで需要減退になり、台湾、大連の海外市場に一部輸出したが、残りの約半分弱の塩マス製品は、国内市場の値崩れを防ぐために、冷蔵庫に保存して次期に持越すこととなった。こうして、1935年のマス製品は約半分弱を次期に持越しになったにもかかわらず、マル水の総収入額は1439万円に上り、前年より217万円増加した。産地冷蔵庫と販売用冷蔵庫の完備に伴って、日魯の塩魚販売方針は従来の当期販売から、冷蔵保存によって価格を維持し、有利な販売条件を狙うというように変わりつつあった。

出荷統制による価格操作を行う傾向は、日魯のほかの製品販売にも見られた。後にカニ缶詰の輸出に価格統制機能を果たした日本鮭鱒缶詰共同販売会（ピンク共販）は、1935年10月に設立され、対外の主要任務はカニ缶詰の輸出ルートの統一と価格統制だといわれたが³⁸⁾、成立当初は、1935年紅サケ缶詰の減産とマス缶詰を大量に製造した状況に対処するため、日本鮭鱒缶詰共同販売会を設立して日本国内の鱒缶詰の販売統制を行っていた³⁹⁾。

「北千島紅鮭缶詰共栄会」もそうであった。1933年から1936年にかけて北千島のサケ・マス漁業は著しい発展を遂げて、1936年に北千島の陸上定置漁業と流網漁業を合計した漁獲量は日魯本社の漁獲高に匹敵するほどに達した。1934年から日魯の子会社である太平洋漁業は幌筵水産に出資し、まもなく太平洋漁業と幌筵水産は北千島漁業の紅缶詰製造の主導権を握るようになった。この北千島の缶詰輸出を統制するため、1935年2月に日魯と幌筵水産は輸出業者の三菱商事、三井物産と協議した結果、北千島の紅サケ缶詰輸出の統制機関である「北千島紅鮭缶詰共栄会」を設立した。統制方法は、出荷の全面統制による価格調整であった。

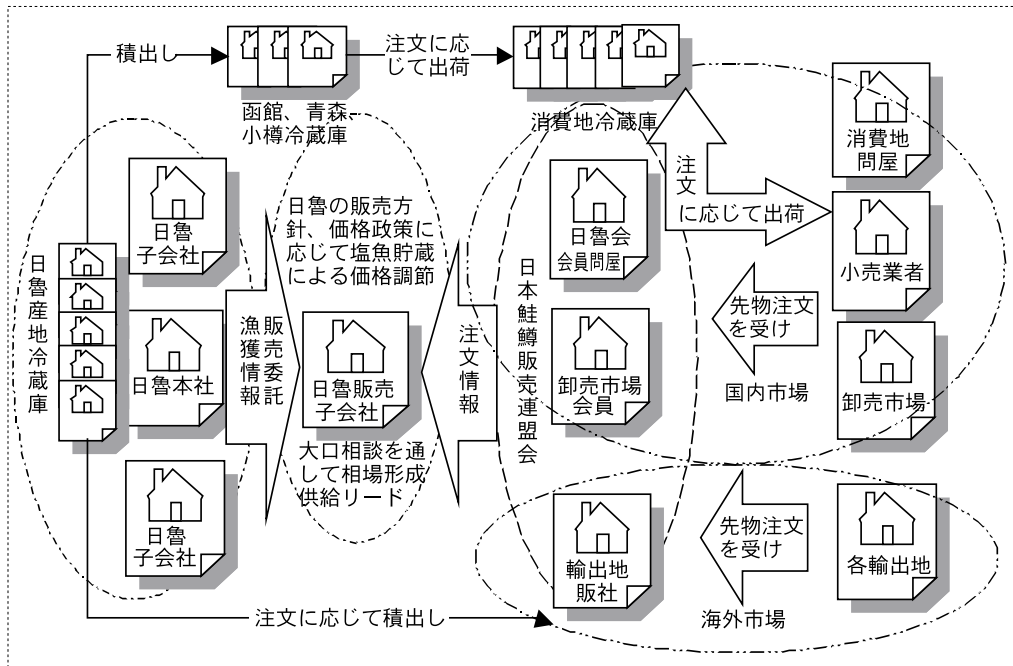
は開催地日魯組が負担する習慣であった。前掲『日魯漁業経営史』第一巻、367ページ。

37) 函館水産販売株式会社『第六期報告書』1935年12月、4ページ。

38) 前掲『日魯漁業経営史』第一巻、332～333ページ、359～361ページを参照。

39) 鱒缶詰八各方面予想外ノ豊漁ニ市価ノ前途頗ル憂慮セラレタルモ、当社主唱ノ下ニ日本鮭鱒缶詰共同販売会設立セラレ全日本鱒缶詰ノ販売統制ナリタル結果次第順調ノ売行ヲ見ントスルニ至レリ。日魯漁業株式会社『第三十八期報告書』1935年12月、7ページ。

図1 日魯の塩魚流通



1935年ごろ、北洋の主要水産加工物の独占が完成された。日魯の英国向けペニサケ缶詰を除き、鯔鰯缶詰製品は日本鯔鰯缶詰共同販売会によって市価を維持され、カニ缶詰は工船も併せて共販会の手を通じて流通され、塩魚はすべてマル水の手を通じて販売・輸出されるようになった。北洋の水産加工品は販社や共販会を経由して直接に販売・輸移出したシェアが増えて、地方市場を経由して流通する分が漸減していた⁴⁰⁾。

統制販売を通じて形成された日魯の塩魚販売組織と取引の流れを描いたイメージは図1である。販売子会社は日魯漁業と日本鯔鰯販売連盟会を結びつける情報と商品流通の中心となり、取引相場を決定する中心でもあった。販売方法はセリ売りより大口相談によって相場の形成をリードし、先物の販売と生産過剰部分の長期貯蔵などを価格維持政策として使った。

40) 1929年以降、北海道や樺太の水産物の生産額に比べて函館に移入する水産物の比率は漸次減少になった。減少の主な原因は「交通機関の発達に伴ひ他地方に於ける集散も亦極めて便利となりたると、配給機関の変遷とによりて水産市場の優位性は漸次きはくとなりつつあり」と函館商工会議所が指摘された。配給機関の変遷は「漁業生産者自ら組織体を設け官より融資を受けて事業を営む結果」で、「産地に於ける漁業者自らの漁獲物の統制販売は、従来函館海産商の手を経たる海産物を直接中央商業資本との取引に移動せしめたる為、彼此自ら函館海産市場の活動範囲を圧迫、縮小せしめ」た、と分析した。具体例として干物、昆布などの商品の取引量、日本鯔鰯缶詰共同販売会とマル水などの組織を挙げられた。『函館産業大観』（函館商工会議所、1936年9月、157～165ページ）を参照のこと。

第三節 高級塩魚の輸出及び先物取引

1936年には日魯の子会社である太平洋漁業と幌筵水産の漁獲高だけでも日魯漁業の同年漁獲高の約30%に達した。これら日魯の子会社の塩魚製造技術や設備は日魯本社に及ばず、塩魚製品として主に函入サケ・マスと散サケ・マスが製造された。これは1934年以降マル水の取扱う塩魚製品が著しく増加した原因となった。

1936年は大豊漁の年で、日魯の漁獲高は戦前の最高記録をマークした。マル水が取扱った塩魚数量も創立以来最高記録を示した。

「本期中ノ各地塩魚出廻り総計八実二二、二七四、〇〇〇函ノ膨大ナル数量ニ上リ、殊ニ鮭ハ非常時ト云フ可クー、七九九、〇〇〇函余トナリ北洋漁業開始以来ノ最高超記録ヲ示シ...其最盛出廻り季タル盛夏ノ候ニハ自然需給ノ均衡ヲ欠キ、市場ノ情勢混沌タル場面ヲ呈セルモ当社此間ニ処シ出荷積送ニ全カラ傾注シ又定温倉庫ノ新設ヲ見テ之ガ保管収容ニ万全期シタルト内地販売統制ノ機構操作ヲ如何ナク發揮シ、一面環境良化ニヨル諸物価昂騰ト相俟ッテ此驚異的大数量モ差シタル動揺ヲ見ズ常ニ好値ヲ堅持シテ順調裡ニ消化ヲ見タルハ之レ偏ニ会員諸氏ノ不撓ナル御努力ノ賜トシテ厚ク敬意ヲ表スル次第⁴¹⁾」。

この史上最高の製造数量を消化するために、日魯は定温倉庫を新設し貯蔵保管することを覚悟する一方、軍需景気のインフレによって物価が昂騰する中、販売組織の統制で順調に販売した。大連、上海、台湾にも初めて函サケを2万7000函販売した⁴²⁾。一方、マス不漁で函マスは前年の半分しかなく、散サケはあまり製造しなかったので「之ニ前年ノ残荷ヲ加算スルモ鱒トシテハ商材薄ト申ス可ク、從テ相場ハ常ニ好調ナル足取りヲ示シ摺加海外ガ必需品ナル關係上高値買進ミノ結果一時ハ鮭ノ上鞆ヲ走ルノ変態相場ヲ現ワスニ至」った。同年にマル水は塩干魚の思惑買いを再開し、乾数の子を5800俵買い貯めて年末に販売して好成績を得た⁴³⁾という。

1937年の鮭は不漁で、鱒は大漁であったが、日魯は新巻サケの製造に集中して、函入サケは8年ぶりの最低記録となった。これに対して新巻マスを今までになく21万函製造し、函入マスも26万8000函、散サケも5万4000石製造した。マス製品の増産に従って、マル水の営業は海外

41) マル水は扱った227.4万函の中に新巻58.3万函、其他新巻7.7万函、函鮭80.2万函、函鱒38.2で、日魯の製品は新巻鮭57.96万函と其他新巻7.23万函、函鮭35.9万函、函鱒15.2万函であった。日魯漁業の製品は新巻鮭のほとんど全部と函鮭に集中していた。同上函館水産販売会社『第七期報告書』1937年3月、4～5ページを参照。

42) 塩魚類ハ沖取り、北千島製品ノ早期出回ガ異常ノ数量ニ達シタル為相場ハ近年ノ安値ヲ示現シタルモ消化能力ハ旺盛ニシテ当社製品出廻期ニハ相場安定スルニ至リ一方販売ノ統制ト相俟ッテ当社品ハ比較的好値ヲ維持シ新巻鮭改良鮭共一小部分ヲ次期ニ繰越シタルノミニテ大部分売却シタリ。日魯漁業株式会社『第四十期報告書』(1936年6月1日～1936年11月30日)、7ページ。

43) 同上函館水産販売会社『第七期報告書』1937年3月、6ページ。

市場に重点をおいたのである。一方、蘆溝橋事変の勃発で船、貨車など輸送手段は極度に緊迫したので、北洋漁業の所要物資は高くなり、製品のコストも高くなった。この製品の割高に影響されて、マル水の塩魚販売には荷主からの値上げ圧力がかった。

「茲ニ弊社八万全ヲ尽シ鋭意消化ニ努メ他面又統制的販売機構ノ発揚ト懸命ナル各位ノ御努力ト環境良好ト相俟ッテ相場ハ新巻鮭、改良鮭共前年ニ比シニ割五分ヨリ三割高二新巻鮭又鮭ノ減産ト製品ノ優秀ニ殊ノ外需要地ノ賞賛ヲ博スル所トナリマシテ一貫好値ヲ持シテ動搖ナク夫々十月半ヲ以テ手仕舞ヲ告グルヲ得マシタ⁴⁴⁾」。

散マスと函入マスの海外販売は、依然として大連、台湾、上海を重点に輸出したが、先年の台湾を始め、上海と大連にも日本鮭鱒販売連盟会幹事会員である販売会社の成立が見られた。上海では吉田号で、大連は満州水産販売という会社であった。マル水は大連と台湾に対してダンピング政策によって大量販売を行った。「新興満州国及台湾方面ヨリ制産過剰ニヨル年来ノ安値買慕ヒノ台頭ト該地ニ頻発スル特殊的好条件トニ恵マレ加之当社ガ營業的利欲ニ偏ラズ専ラ奉仕的消化ト配給ノ合理化ニ努力シタル結果何人モ予想ダニセザル大数量ヲ順調裡ニ移輸出シ⁴⁵⁾」た。

いわゆる「該地頻発スル特殊的好条件」は、9月以降に大連方面の悪疫流行で鮮魚の出廻りが著しく減少したことと、「近年希有ノ安値」が現れたことによって塩魚の消費が著しく増大したことである。しかも、台湾水産販売会社と満州水産販売会社の営業活動の拡大で中国北部、北朝鮮にも販路を開拓した。1937年にマル水は取扱った散マス28万4000石、函マス100万余函もあったが、大連に蒞積散マス22万9000個、台湾18万7000個、上海に9500個輸出した。一方、マス市場の好況を維持するのは、依然として製品の冷蔵保存によるのであって、「鮭ハ近年未曾有ノ増産ノ上偶々日支事変ノ突発アリテ其ノ売行ヲ憂慮モ一方満州及台湾方面ガ需要旺盛トナリ市況亦好転シ一部分ヲ次期ニ繰越シタルノミニテ有利ニ売却⁴⁶⁾」した。明年に繰り越した分は1938年の上期に「事変ノ影響ニ依リ昨年度ノ塩鮭ハ一部今期ニ繰越サレタルガ戦局ノ進展ト共ニ売行良好トナリ予期以上ノ好値ヲ以テ全部売約ヲ了⁴⁷⁾」した。冷凍保存によって時期繰越ができることは、塩魚製品に先物として取引をするなど「計画的流通」を実施する重要な条件であった。また、それは価格維持と通年取引を可能にしたので、冷蔵設備導入後の取引ノウハウの蓄積は、販売会社の取扱い能力を倍増させたのであった。

37年からマル水は蘆溝橋事件後における相場の上昇を狙って乾物の思惑売買を行った。その売買規模は産地の価格を左右するほど大きかった。その一例として干スルメの売買を見ると、図2で示されたように、多量的に出回っているときに買い貯めて価格上昇してから売捌くのが

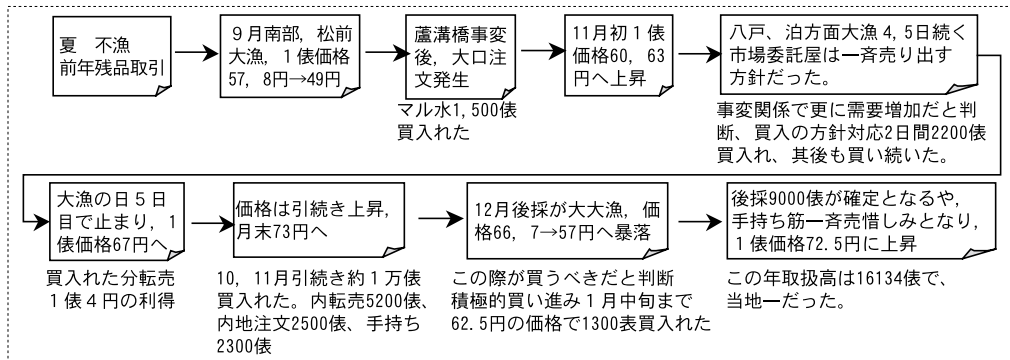
44) 函館水産販売株式会社『第八期報告書』1938年3月、4ページを参照。

45) 同上函館水産販売株式会社『第八期報告書』、2ページ。

46) 日魯漁業株式会社『第四十二期報告書』1937年12月、7ページ。

47) 日魯漁業株式会社『第四十三期報告書』1938年6月、7ページ。

図2 マル水の干スルメの思惑取引



函館水産販売株式会社『第八期報告書』1937年12月、7ページ。

主な方法であった。しかし、これも塩魚の先物と似たようなもので、古い意味での投機ではない。大漁による産地価格の崩れを防止する手段であった。37年以降、産地価格の値崩れ防止は、毎年の販売の重要な政策の一つになった。

1938年6月から豊漁の情報が伝えられ、近海サケと樺太マスの大量出荷で市場価格の崩落を招きそうになり、日魯とマル水は6月の末に日本鮭鱈販売連盟会の緊急臨時総会を開催し「滞貨商材ノ善後策ト販売上ノ根本的対策方針ヲ決定」し、「会員各位ノ決意ト覚悟ヲ新タニ」した。この緊急会議で北千島産新巻鮭1万500函、改良鮭4万6000函の取引の相談ができた。

「七月一日ノ千島二台風襲来以降俄然薄漁化シ一方所要物資高ニヨリ荷主ノ売意強腰ト事変関係ニヨリ船舶竝ニ輸送貨車ノ不如意ニ消化ノ実勢上多大ノ苦慮スル所アリマシタガ弊社ハ此処ニ全力傾注シテ鋭意消化ニ努力シ八月入到来ハ漸騰歩調ニ転ジ旁鮮魚不潤沢乃至水禍ニヨリ野菜物ノ不足ハ諸物価高ニ伴レ購買力旺盛等ノ好環境ニ八月下旬来ハ活気横溢シテ白熱的人気ヲ呼び九月下旬二日魯末商内全製品即チ新巻鮭二十万函、改良鮭五万九千函ノ大手合ヲ見マシタガ此間相場ハ前年度ノ二割ヨリ二割五分高ノ超高値ヲ以テ早期大団円ヲ告ゲマシタコトハ業界界曾テナキ驚異的新記録デアリマシテ寔ニ慶祝ニ堪エナイ処デアリマス⁴⁸⁾。」

北洋の塩魚の減産と戦時インフレの影響、及び災害による鮮魚と野菜の減産の影響もあって、高い値段で早期販売を完了した。ある目標価格に向けて製品の集中的取引を行ったことは、特徴的であった。集中取引によって取引効率は大いに高くなった。函鱈は減産の影響による商材不足によって高値で早期取引が完了した。海外向けの散鱈は、大連に筵積4万4104個、台湾に18万8195個であったが、上海には5万個の中に朝鮮各港揚げのものが3万1453個があった。この年の干物取引には、マル水は「自重」していたので、あまり介入しなかった。

1939年に「時局下低物価政策ト生産者側ノ原価高」が共になって、6月末の日魯とマル水は

48) 函館水産販売株式会社『第九期報告書』1938年12月、4ページ。

日本鮭鱒販売連盟会臨時総会を召集し「一貫セル需給ノ円滑ト自肅的販売シ、以テ国策協力ニ努ムル」方針を立てたと唱えていながら、実際には日魯と其子会社は、インフレの昂進と塩魚市場の好況を鑑みてコスト高の新巻の製造を控え目にして、函製品と散マスの生産を大いに拡大した。1939年の鱒漁獲高は1937年に同じぐらい規模だったが、新巻マスと函入マスの生産比率はわずか1937年の6割弱に止まり、反対に散鱒の製造量は1937年より5割増の70万石に上った。国内塩魚販売において、総会を利用して当年の塩魚価格をリードする取引相談を行い、北千島函サケ1万2565函、カムサッカ沖新巻サケ2万697函、カムサッカ改良サケ857函の売買契約を成立させて、その相談によって自ら塩魚の相場を提示した。この後、「四囲ノ強材ニ漸騰ヲ以テ推移」し、さらに、産地減産の情報が流れて、「杜切勝ノ入荷ト需要地ノ好景気ガ齎ス買気優勢ハ往年ノ比デナク豪勢ナ御来客ニ活気横溢」して、8月末に日魯の残った全製品の契約を一挙に成立させた。その内訳は新巻サケ13万5000函、新巻マス7万3000函、函入サケ9万3000函、函入マス9万5000函で、合せて約40万函近くの大相談が「未曾有ノ高値」で販売した。

「ソノ後北千島ノ切揚入荷ノ九月上旬ニハ北千島定置鮭値七拾五円、鱒値四拾七円、日魯転売物ハ新巻鮭七拾八円ヨリ値八拾円、改良鮭値七拾三円ヨリ七拾五円ト出来超高値ヲ示現シ、欧州戦局拡大ト共ニ更ニ奔騰ノ氣勢ニ見受ケラレ其後、突如物価抑止令ニ伴ッテ軟調ヲ示シタガ当社トシテハ事前ニ自肅相場ニテ完了後トテ、波紋ナク有終ヲ遂ゲタ次第デアリマス⁴⁹⁾」

表4 日魯業績における塩魚販売高のシェア

年次	塩魚販売収入 (万円)	指数 30年=100	日魯総収入 (万円)	太平洋漁業 (万円)	幌筵水産 (万円)	合 計 (万円)	塩魚売上/ 総収入 (%)	塩魚売上/ 日魯総収入
1930年	379	100.0	2,505.5			2,505.5	15.1	15.1
1931年	423	111.8	1,748.5			1,748.5	24.2	24.2
1932年	865	228.5	2,958.6			2,958.6	29.2	29.2
1933年	999	263.8	2,533.2	232.9		2,766.1	36.1	39.4
1934年	1,212	320.2	3,735.2	433	151	4,319.2	28.1	32.4
1935年	1,439	380.2	3,795.1	781.5	225.2	4,801.8	30.0	37.9
1936年	1,744	460.8	3,609.7	932.9	492	5,034.6	34.6	48.3
1937年	2,228	588.5	3,995.6	1,436.8	539.6	5,972.0	37.3	55.7
1938年	2,190	578.5	4,243.5	1,409.4	1,239.6	6,892.5	31.8	51.6
1939年	3,625	957.6	5,335.7	1,805.6	2,637.1	9,778.4	37.1	67.9
1940年	3,421	903.7	5,234.4	1,798.3	3,668.7	10,701.4	32.0	65.3

出典 函館水産販売株式会社各期営業報告書、日魯漁業株式会社各期営業報告書、日魯漁業株式会社『日魯漁業経営史』(第一巻、水産社、1971年、320ページ、332ページ)のデータにより作成。

49) 函館水産販売株式会社『第十期報告書』1939年12月、4ページ。

「9.18価格停止令」の公布は、ほとんど1939年の日魯及び子会社製品の国内塩魚販売に影響しなかった。海外への塩魚販売は、同じように「9.18価格停止令」と輸出機関の統制の変化にさらされたが、それらは、同年のマル水の塩魚輸出にまだ影響を与えなかった。1939年は塩魚製品の自由価格で販売した最後の年であったものの、マル水は北洋塩魚相場をリードし、取引を独占する能力を完璧に演じていた。表4で示されたように、塩魚収入が日魯のグループ企業、ないし日魯単体に対する重要度は、30年以降ますます増えてきた。32年にその収入の3割、35年に単体の収入の約4割、36年に同収入の約半分、39年に約7割になった。

第四節 統制経済と販社の無用化

1940年に、価格停止令とコスト高で、塩魚製の製品構成に著しい影響を与えて「公価設定ニ基キ採算上殆ト新巻製ノミニテ改良製ハ著減ヲ呈」し、「函鱈八前年度ノ約半数而テモ公価ニヨリ改良製ハ激減シテ概ネ新巻製トセラレ」て、すなわち、塩魚の公価の決定によって各社とも自分の採算のいい製品だけは製造し、採算が合わない製品を減らすようになった。一方、物資の不足のために発生した消費地の商材不足の傾向によって9月の下旬にすでに「全部商材」の販売を完了した。

マル水は4月に定期総会、6月に臨時定期総会、10月に幹事会を召集して対策を考えたが、結局、戦時の低物価政策に抵抗できず、公定価格に従って販売するしかなく⁵⁰⁾、すっかり商売のうまみがなくなった。一方、水産品輸出の統制で、海外輸出もできなくなった⁵¹⁾。マル水は干スルメの買占めなどを試みたが、価格停止令の公布によって有利に消化できず次々成立して行く統制会社に商権を譲ってしまった⁵²⁾。管理価格の下に販売会社は魚河岸の仲買人のように

50) コノ間当社ガ常任幹事タル日本鮭鱈販売連盟会ハ四月上旬東京ニ定時総会ヲ六月初旬当社ニ臨時總會ヲ開催シテ販売ノ適正ニ遺憾ナカラシメ其後事変ノ遂行ト世界情勢ノ変転ニヨリ新体制ノ確立ヲ見ルニ至リ十月下旬東京ニ幹事会ヲ開催シテ新体制ニ即応シ低物価政策ノ徹底化ト公益優先ニ基ク新機構案ヲ決定シ以テ配給ノ円滑適正ト組織ノ整備ニ努メタル…。函館水産株式会社『第十一期報告書』1940年4月、2～3ページ。

51) (海外への輸出は引用者)、従来ノ販売機構ガ改変セラレ即チ海産物輸出関係ノ全面的一元統制ニヨリ当社トシテハ商材著減ノ裡ニモ積極的ナル努力ノ結果関満ニハ新巻鮭、改良鮭二、二五〇函、改良鮭包二九、〇〇〇個ヲ、中華ニハ新巻鮭一、九五〇函、改良鮭鮭一七、〇〇〇ヲ、台湾ニハ新巻鮭五、六〇〇函、改良鮭鮭九六、〇〇〇個、朝鮮ニハ新巻鮭改良鮭三、〇〇〇函、改良鮭一、五〇〇函ヲ各各積出シ当社取扱上ニ於テ曾テ見ザル最低記録ヲ示シ乍ラ業者間ノ取扱比率ハ最高ヲ占ムルヲ得タリ。同上、4ページ。

52) 多分ニ投機性ヲ有スル斯品ハ前期ノ二十万俵ノ集荷ニ対シ昨年ハ極度ニ之ヲ發揮シテ相場ハ六十円ヨリ百十三円迄奔騰ヲ演ジタル為夥シク消化ヲ阻害シ本年ノ端境期ニ於テ未ダ八万俵ノ残留ヲ見ルニ至リ本年当初ヨリ之ガ販売上ニ異変ヲ招来シ残ヘ其後公価設定ニヨリ甚大ナル衝動ヲ与ヘシニヨリ茲ニ組合制度ニヨリ統制販売トナレル結果当社モ内地販売ヲ函館干鰯販売組合ニ譲リ専ラ該地向ニ努力ヲナセリ。同上4ページ。

表5 日本鮭鱒販売連盟会の地域分布

地域				地域			
市町村		会員数	備注	市町村		会員数	備注
北海道	北海道	札幌市	2	中部	新潟	新潟市	1 幹
		小樽市	1			直江津市	1 幹
		函館市	10 常幹 1， 特 7		富山	高岡市	1 幹
東北	青 森	青森市	1 幹 1		福井	敦賀市	1
	岩 手	盛岡市	1		長野	長野市	1
	秋 田	秋田市	1 幹			上田市	2
		大館町	1 県日魯組支店			岡谷市	1
		能代湊	1 県日魯組支店			松本市	1
		横手町	1 県南日魯組			山梨	甲府市
		大曲	1 県南日魯組支店		静岡	津沼市	1
	宮 城	仙台市	1 幹			浜松市	1
	福 島	会津若松市	1		愛知	豊橋市	1
		平市	1			名古屋	1
	山形	酒田市	1		近畿	京都	京都市
		米沢市	1 幹	大阪		大阪市	2 幹 魚市場
		山形市	1	兵庫		神戸市	1 幹 魚市場
長井町		1 魚市場	岡山	倉敷市		1 幹 中国日魯組支店	
関東	栃木	宇都宮市	2	中国	広島	尾道市	1 幹 中国日魯組
	群馬	高崎市	2		山口	下関市	1 幹
		前橋市	1	大陸	上海	1 幹	
	埼玉	深谷町	1 幹	海外	台湾	基隆	1 幹
	千葉	銚子市	1		旧満州	大連	1 幹
	東京	東京市	1 幹 魚市場				
	神奈川	横浜市	1 幹 魚市場				
		平塚市	1				

出典 日魯漁業株式会社『日魯漁業経営史』(第一巻, 水産社, 1971年)。

無用な長物と化してしまった。水産統制政策により, 1941年4月に鮮魚配給統制規則が公布された直後に北洋サケ・マスの国内配給を担当する日本鮭鱒配給株式会社が設立され, マル水の取扱品目の主要品目であるサケ・マス塩魚の国内商権は無料で譲渡されてしまった⁵³⁾。同時に日魯の缶詰は「非常時用貯蔵食品」に指定されて輸出禁止となった。翌年, 日魯の塩魚も「非常時用貯蔵食品」に指定され, 販売の決定権さえなくなった。全国の「日魯組」も次々と消滅していった。

表5で示したように, 日本鮭鱒販売連盟会会員は, ほぼ全域で支店網を張り巡らせた北海道・東北・関東・中部地域, 京阪神の主要消費都市をおさえた近畿, 及び瀬戸内の倉敷, 尾道, 下関に点散的営業窓口を構えた中国, というように分布していた。四国, 九州など伝統的な鮮

53) マル水の商権を奪われることは, 前掲『日魯漁業経営史』(第一巻, 370~371ページ)を参照。

魚消費地には、まだ会員はなかった。中国や六大消費都市においては、名古屋を除いて中央卸売市場が会員の権益を継承した。大都市以外の北洋塩魚流通の主要ルートは中央卸売市場以外にあったことを示している。戦時統制はこの流通ルートを押しつぶしたといつてよいであろう。

マル水と日魯組の崩壊は、もちろん戦時統制によって空洞化される一面があった。しかし、効率的な販売組織としてなぜ存続できないのか、あるいは、「押しつぶされた」という言い方には疑問が大きい。この問題について少し説明が必要である。

まず、北洋漁業合同の意味について「企業の合理化による合同というよりも、対露関係と露領漁業を独占した日魯漁業の保護助成という政治的手段で行われていることは、露領漁業、あるいは工船力二漁業の場合と同じ傾向である⁵⁴⁾」と指摘された。つまり、国策のために、他の業者は役人からの圧力によって優位性のある企業への合同を強制された。国策のために合同した事業である以上、単純の私企業の利益に貢献する販売機関の保有の必要性が薄くなる⁵⁵⁾。

次に、1933年3月の漁業法の改正に従って、水産組合の役割が徐々に増強していった。1939年からの輸出水産統制の実施も水産組合を中心に行っていた。北洋の缶詰販売と輸出は水産組合の形を整えているが、塩魚の販売と輸出組織とした日本鮭鱒販売連盟会はむしろ戦時統制が排除しようとした「中間商人」の団体であった。1939年9月23日、農林省第44号令で「輸出水産物検査規則」中の改正を行い、輸出水産物の種類と検査機関を改めた。輸出水産物の第2項は「冷凍水産物」で、第6項は「農林大臣の指定する乾製水産物および塩蔵水産物」であった。検査機関について冷凍水産物は日本輸出冷凍魚介水産組合を指定し、塩魚と乾物は日本輸出海産物水産組合を指定した⁵⁶⁾。

最後に資本制漁業各社の水産統制への態度について、日魯漁業、日本水産の経営陣はいずれも賛否両派に分かれた。日本水産は、自社の下で水産業を統合することを期待して、推進派に変わったものの、日魯漁業と林兼商店の根強い反対で、漁業生産は各漁業ブロックで統制会社の成立が見られた。いわゆる戦時漁業統制は、日水の加工・流通機関を中心とした水産物配給だけの統制になった⁵⁷⁾。各資本制漁業会社は、自社の流通機能を譲る原因は、本体の確保のためであろう。

54) 出典 前掲『近代漁業発達史』357ページ。

55) 事実上、日露戦争後に露領漁業の「国家権益論」の議論がずっと続き、1936年の日ソ漁業条約の改定をめぐっての紛争が繰り返され、日魯の経営陣にも反対論者がいて、社外の反対勢力と呼応して色々な面から日魯漁業の独占を批判している。前掲『日魯漁業経営史』第1巻、400～103ページを参照。

56) 農林大臣官房総務課編『農林行政史』財団法人農林協会、1959年12月、812～816、877～879ページを参照のこと。

57) 田中宏『大洋漁業』（展望社、1959年5月）297～299ページ、前掲『日魯漁業経営史』405～410ページ、日本冷蔵株式会社『日本冷蔵株式会社二十五年の歩み』（1973年12月）5～15ページを参照のこと。

小 括

1910年代後半から冷蔵会社によって水産物凍結技術が導入され始めた。1920年代後半、日魯漁業は倒産した冷蔵会社の設備の買収から冷蔵技術の導入を始め、設備の効率的利用と塩魚新製品の開発が行なわれた。塩魚新製品の大量生産の開始と同時に日魯漁業は塩魚製品の流通ルートの整備と低温流通ネットワークを通して北洋塩魚市場の独占を実現した。

1918年ごろから創業した葛原冷蔵庫は、産地冷蔵庫と消費地冷蔵庫を建設して大型冷蔵船で冷凍魚を冷蔵輸送することによって鮮魚の低温流通ルートを構築し、その経営活動を通して鮮魚の冷凍と計画的流通を試みた。しかし、この葛原冷蔵は、設備利用問題、商材不足などいろいろな問題を抱えていながら、最終的に資金調達問題によって倒産した。これは、日魯漁業が冷蔵技術を導入するきっかけとなった。冷蔵技術を導入してから、日魯は冷凍サケ、新巻サケなど塩魚新製品の試製と販売を拡大しながら、サケ・マス以外の魚種から新製品の開発を手がけて、大型冷凍運搬船のフル利用に努めていた。各漁場間の原料魚の輸送による缶詰生産能力の補強、新製品の開発などを通じて、冷蔵庫や冷凍運搬船の利用効率を高めた。一方、技術形態の変化は、新製品の開発だけでなく、流通形態の変化ももたらした。

冷蔵運搬船の利用効率を解決した日魯は、原料保存と在来製品より附加価値の高い新巻の生産を拡大するために産地冷蔵庫ネットワークを敷設しながら、従来の塩魚流通ルートを組織内部に取り込み、販売子会社とそれに協力する販売ルートを構成していった。販売子会社であった函館水産販売株式会社は、1934年までは日魯の塩魚製品の販路統一と拡張、海外支社と日魯会の設立、販売網の拡張に従って販売用冷蔵庫網の構築など、日魯塩魚製品の販売網のインフラを完成させた。そして、1934年以後、日魯は毎年の製品計画に応じて販売計画と価格政策を制定、施行し、マル水は日魯の販売政策に追従して価格統制と出荷管理を行い、北洋塩魚の輸出と卸売を独占した。

日魯漁業は1926年まで主に輸出向けの缶詰生産を行っていたので、戦前の中央卸売市場の開設過程において流通業者と正面から衝突したことはほとんどなかった。しかし、国内市場向けの塩魚生産を拡大する時点から、他の資本制漁業企業と同じように自ら流通ルートを構築する戦略を取った。また、間接的な流通組織は、大量流通に専念できず、投機的な取引に走りやすいので、直轄の卸売販売会社を設立し、販売支店と代理店ネットワークを構築した。生産の独占に根ざした「計画的流通」は、大量流通、市場開拓、通年取引、価格の平準化の役割を果たし、塩魚という加工品の流通ルートを成り立たせた。しかし、この流通ルートと組織は戦時配給組織に押しつぶされた。けれども、日魯漁業が経験したような製造会社による旧来問屋への系列化は、戦後になって急増し、それは現代の大量流通組織が制覇する前の製造企業の主要流通戦略であった。また、製品製造会社と流通専門子会社のグループ構成も一般化にされている。