

	販売場所	販売単価	販売日時	販売個数 (ブロック)	1個当りの 平均価格	売 上 高
第三次	盛岡市 川徳デパート (店内)	100円/100g	49. 7. 20	726ヶ	879円	638,480
			21	1,539	775	1,193,975
			小 計	2,265	(809)	1,832,455
第四次	郡山市 光デパート (店頭)	120~80円/100g	49. 7. 27	2,550	749	1,911,734
	秋田市 秋田プラザ (店頭)	120~80円/100g	49. 7. 27	1,543	783	1,209,890
			28	2,087	863	1,802,050
		小 計	3,630	(829)	3,011,640	
第五次	青森市 武田デパート (店頭)	120~80円/100g	49. 8. 24	2,069	771	1,596,190
			25	1,919	736	1,414,165
			小 計	3,988	(754)	3,010,355
第六次	山形市 大沼デパート (店頭)	120~80円/100g	49. 8. 31	1,518	642	976,630
			9. 1	1,541	705	1,087,900
			小 計	3,060	(674)	2,064,530
		合 計		26,988	(808)	218,256,04

8. 「日経連」のカツオ・マグロ流通対策について

服 部 武 司 (静岡県鯉鮪漁業協同組合)

生産者サイドの流通対策となると主眼は適正な浜値の維持という点に尽きるかと思われる。この意味で、日経連の魚価対策は昭和40年にさかのぼるといえよう。当時輸出の大部分を占めていた夏ビンナガが米国市況と盛漁で浜値の低落が続き、日経連が、この時調整保管と内需の開発宣伝で対応し

たのに端を発している。

傘下漁業者の共同分担金拠出を基に缶詰業者の協力を得て、内販ツナ缶詰のパブリシティに努め、これを約3年続けた。その後の輸出市況、漁海況の変化はあったが、このこと自体相応の効果があったものと日鯉連も自負し、私達も認識している。

その後マグロ業界の背景の推移とともに対象魚種のウエイトも変り、今日の流通対策へと拡大されて、
いる。従って話の順序として日鯉連流通対策の

(1) これまでの経過

(2) 現在どう進められているか。

を簡単に説明する。

1. これまでの経過

ピンナガ魚価対策を契機に、当時国に対して、生産者保護施策としての魚価安定基金制度の確立を併せて要望している。更にこれに代るカツオ・マグロ漁業事業団構想の実現を期するなど、積極的な生産者運動を展開して来たが、何れも遺憾ながら壁は厚く現在も実現を見ていない。その後、数々の試行錯誤を繰り返しながら、直販体制をかみ合せたカツオ・マグロ調整保管事業が本格的に系統運動としてスタートしたのは昭和45年以降である。これは一応3ヶ年の中期計画として策定されたもので、この狙いは流通コストを引下げて漁業の生産性を高めるべく、調整保管と直販を組合せた対策である。具体的には調整保管に必要な産地超低温冷蔵庫として、とりあえず焼津、三崎の生産者系列の庫を年間契約し、付加価値向上の為、凍結技術等の研究を東海区水産研究所の保蔵部に委託し、更に製品加工に産地特定工場を指定する等の体制で発足した。

この日鯉連の調整保管事業には、昭和46年度マグロ流通合理化実験事業の名目で、総事業費約6,000万円の30%を単年度補助という形で国もバックアップした。

当初直販はキハダ、マカを主体にコンシューアパックで売出され、スーパー、団地、大口消費者等と接触しながら拡販していった。コンシューアパックについては、歩留り、人気共に芳しくなく、漸次今日のブロックに変って来た。この時、併せて日鯉連が手がけたカツオ土佐焼(たゞき)は当地石原水産の全面協力を得ながら実績をあげつつある。

さらに、私どもの記憶に鮮明なものは、昭和45年12月突発した水銀問題でメカを始め、キハダ、バチの相場が下落し、就中、冷凍ピンナガは上場しても入札の札が出ないという急迫事態を迎えた際、日鯉連が行ったのは緊急特別買付けである。僅かに約1,700tも、4億円ではあっても生産者団体の流通対策への姿勢を示したものとして特記されるものであろう。

2. 流通対策の現状

水銀ショックが漸く下火となった昨秋、重ねて到来した石油ショックで「A重油」の高騰、諸資材の値上りに加えて節約ムードのあおりで魚価は逆に低迷、戦後最大の経営危機を迎えた。こうした状況を重視した日鯉連は、いち早く政策委員会に作業部会を設け、高燃油時代に当面した本漁業を抜本的に検討し、打開策の一環として調整保管、直販、更には系統販売会社の設立等を含めた強力な流

通対策を改めて打ち出し、本年5月の通常総会でこれを承認し、推進してゆくことになった。要は生産コストを基調とした生産者サイドによる適正魚価の安定を計ろうとする趣旨のものである。

1) 生産者(浜値)対策として

- ① 魚価の低落時に需給状況を勘案して買い支え及び調整保管を行う。
- ② 販路(取引先)確保のため、常時集荷が行える態勢を整えておく。
- ③ 随時入札等の取引に参加介入することによって、魚価へのテコ入れを行うとともに不当取引を防止する。

2) 漁業者対策として

- ① 速効的な狙いとしては
 - (イ) 直販事業と (ロ) 魚食宣伝を行う
- ② 恒久的には卸売市場から小売店にいたる中間段階を対象に取引の拡大を計る。
- ③ 従来日鯉連燃油業務の一翼を担っていた日鯉商事の機能を消費者直結の販売部門担当にあてる。
- ④ 国の施策を受ける受皿として2ヶ年20億円の基金を集める。

3. 事業の現状

1) 販売事業

昭和49年度 目標100億円
(日鯉連及び県鯉)

昭和49年8月末現在の実績(日鯉連)

- | | | |
|------------------|----------|-----------|
| ① 調整保管事業(原魚丸状) | 約3,300トン | 156,600万円 |
| ② 直販事業(ブロック・たゞき) | 約 77トン | 5,500万円 |
| 合計 | 約3,377トン | 162,100万円 |

調整保管事業の内訳

- | | |
|--------|----------------|
| ① バチ | 528トン |
| ② マグロ | 838 |
| ③ キハダ | 112 |
| ④ ビンナガ | 687 (釣ブライン25隻) |
| ⑤ カツオ | 995 (釣ブライン42隻) |
| ⑥ その他 | 140 |
| 計 | 3,300トン |

以上目標に程遠い数値であるが、初年度で万般にわたり態勢が整わない年度前半のこと故やむをえないものと思われる。尚、後半はエンヂン・フル回転で目標数値に近づくことと期待している。

2) 宣伝事業

カツオ・マグロの消費を拡大し、魚価の向上を計ることを目的に3ヶ年継続実施。

具体的な方法としては消費の大きい京浜中心の関東地区及び京阪神中心の関西地区を重点とする。

① 実施状況

1. ラジオ・テレビ

(関東)

NETテレビ13時ショー及びスポット		6/5~9/30
フジテレビ	スポット	6/5~9/30
TBSテレビ	スポット	5/20~9/28
FM東京ラジオ	スポット	5/21~9/30

(関西)

読売テレビ	スポット	6/5~9/30
毎日テレビ	スポット	5/21~9/30

(その他)

東北放送ラジオ	集中スポット	4/24~6/30
中日放送ラジオ	集中スポット	7/22~7/28

2. 毎日新聞(東京、大阪)

クッキングカレンダー 広告掲載

3. 交通広告(東京)

[中 吊]	東急全線	7/11~7/16	6日間
	京王全線	7/11~7/16	6日間
	小田急全線	7/11~7/16	6日間
	西武池袋線	7/13~7/18	6日間
	西武新宿線	7/13~7/18	6日間
[額 面]	地下鉄銀座線	7/5~8/5	(1ヶ月)
	〃 丸の内線	8/5~9/4	(〃)
	〃 日比谷線	9/1~9/30	(〃)
	〃 千代田線	10/1~10/30	(〃) 予定

4. 店頭ポスター(小売店用)の配布

5. P・Rバッヂの配布

6. 冷凍冷蔵車ボディ 宣伝

以上の費用6,000万円

内 訳 日経連1,000万円
各県経5,000万円

4. 結 び

現在の消費者価格には生産者価格の低落が反映されていない。これが消費の減退に拍車をかけている。

生産者が自らとって来た魚を自らの企業が成立つ価格で売る、いわゆる再生産につながるコストに適正な利潤を上のせした浜値を保ちたい。これが生産者の謙虚にしていつわらざる声であろう。生産者サイドの運営による調整保管と直販の両機能をかね備えた販売体制の確立が望まれる次第で、大型冷蔵庫の設置を中心とした新しい流通のシステム化に取組もうとしている。

9. 低温流通と魚価対策について

松 村 錠 一 (網いちまる)

1. ま え が き

我々の漁獲したカツオ・マグロの凍魚は、その鮮度・品質を落さないように、あらゆる努力と設備投資を施して良好な状態で水揚げをしているが、現在の漁業状況では、漁獲物の生産コストは上昇するばかりである。

しかし、今の経済状況下では、魚価は他の物価と同じく需給の大原則によって決定されるわけで、これは人為的な操作によって一時的には上下されることがあっても、結局実勢価格に落ちつくものと考えられる。従って生産者はその時の市況により生産コストに見合う価格で売捌くことが出来ない場合が往々にして起る。

最近、日経連が政府に働きかけ、又、自らも努力して取組んでいる魚価対策は、生産コストを基に生産者による適正な魚価の実現と、その安定を図ることを目標としているが、これは大変困難な仕事であり簡単に成功に持ってゆけるとは考えられない。また、生産地大型冷蔵庫その他の施設で漁獲物を調整保管、直販等、市場の開拓がおこなわれることになっているが、他の一次産品又は一般経済状況に影響されながら、相当な時間と迂余曲折の後、所期の目標に到達すれば大成功であろう。

マグロの需給関係は現状の生産コストがらおして供給過剰が万年化の傾向にあり、諸物価に見合った高値の見通しは当分の間無理であろう。一時的のアンバランスで年に何回かは予想外の高値も現われるだろうが、冷蔵庫が整備され在庫の調整が行われたらだけで、原価販売が可能になることを望むことは困難を予想される。

2. 流 通 対 策

長い年月必要に応じて生じた現在の流通経路はマグロの場合

生産者⇒生産地市場⇒生産地仲買人⇒消費地市場⇒消費地市場仲卸人⇒小売業者⇒消費者
という方式で流通される。これは生鮮魚としての経路だが、凍結品の今日においてもそのまま適応されている。流通短縮には、そのどの部分かを切捨てねばならない。しかし切捨ることが得策かどうかを考えると迷わざるを得ない。ベストな方法としては生産者⇒消費者だがマグロの特殊性、流通経費