



経済新聞

v.suikai.co.jp

網

011-261-6062
022-263-8476
054-627-3141
06-6131-6021
070-5551-7132
82-51-256-8400

(三菱UFJ銀行)

22日	前営業日
138.17円	137.31円
107.08円	106.79円
139.05円	138.90円
14.25円	14.27円
96.37円	96.07円
86.85円	86.96円
20.35円	20.33円
3.90円	3.91円
1.88円	1.87円
10.46円	10.49円
9.55円	9.57円
2.56円	2.52円

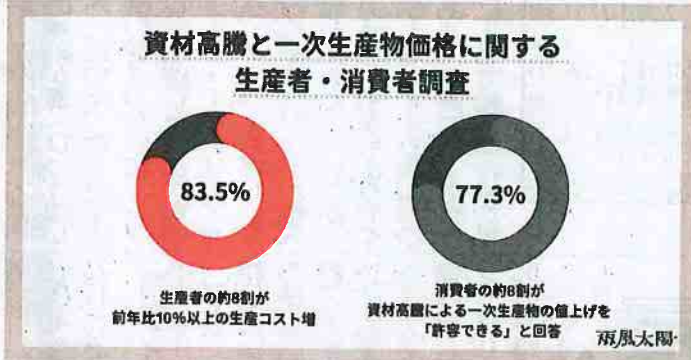


口を卸す専用長包丁に

値上げ「許容できる」

資材高騰を消費者が理解

産直アプリ「ポケットマルシェ」を運営する(株)雨風太陽(旧株ポケットマルシェ、高橋博之代表取締役)は17日、資材高騰による野菜や魚介類などの食品価格について、生産者と消費者の意識調査結果を公表した。その結果、資材の上昇分を販売価格に転嫁することに、生産者の82%が抵抗を感じている一方、77%の消費者は「許容できる」と回答した。



調査はポケットマルシェ登録者を対象に実施し、生産者236件(うち漁業19件)、消費者1074件から回答を得た。燃油を含む資材の高騰で、生産者の84%が2021年から10%以上のコスト分析した。

対して消費者は、93%が食品価格の上昇を実感しており、77%が「資材高騰による価格上昇は許容できる」と回答した。値上げ幅は10%以上20%未満が43%で最も多い。物価上昇に関する報道などを通じ、食材の値上げを受け止める意思

「販売価格へ転嫁しづらい」という理由は「消費者の理解が得られない」(42%)が最多で、「価格交渉の機会がない」(18%)が続く。同社は「サプライチェーンによる生産者と消費者の分断が、価格転嫁を阻む要因の一つになっている」と分析した。

東京・豊洲市場の約470の水産卸で組織する東京魚市場卸協同組合(東卸、早山豊理事長)は19日、地元区である江東区との交流強化の一環として、深川第五中学校地域学校協働本部(学校と地域をつなげる活動を行う組織)主催の市場見学を初めて受け入れた。小・中学生ら11人と、その保護者や教員など17人の合わせて28人が、世界最大の魚市場を見学した。

「生産者も一定数いることが、調査の結果から分かった。そこで同社はホームページ上で値上げの背景な変更に関する勉強会も実施。調査結果を消費者へ産者向けヘルプページを伝えるコンテンツを設け、新設するとともに、価格は情報を発信していく。」

地元中学校関係者が豊洲見学

東卸受け入れ、移転後初

水産卸売場棟の通路から業務終了後の卸売場を遠望。セリ時間中は抽選制で見学者を受け入れていた一階のマクロ見学者テッキに降り、10~15度Cに管理されている場内空調を体感した。

水産卸売場棟で屋上広場の眺望を楽しんだ。東卸の広報文化委員長で特種物産会所属の(株)田貴之社長と、特種物産会所属で寿司種などを中心に扱う同じく仲卸の(株)吉善(吉橋善伸社長)の店舗を訪問。前者では

多くの質問が寄せられる中で、中学生から仕事津々の様子だった。その後は東卸の大会議室に場所を移し、石司の篠田社長、吉善の吉橋社長、東卸の広報文化委員長で特種物産会所属の(株)ナンバ水産の難波昭信社長を交えて意見交換した。

マグロ専用の長包丁や1尾が高級車並みの価格という国産本マグロを見学し、後者ではウニや貝、活アノコに触れた。特に小学生らは普段は見ることのない魚の数々に興味津々の様子だった。

また、市場見学の締めくくりは今秋に3年ぶりに区民対象に開かれる水産卸売場体験会が「9月募集は締め切ったが、10、11月はこれから募集する。見学に加え買物体験ができるのでぜひ参加してほしい」とPRすることもお忘れなかった。

東卸の山中雅人総務部長代理は「豊洲に来て出前授業や料理教室などをしてきたが、新型コロナウイルスでなかなか難しくなった。それに代わる社会学習。今回を機に増やしていきたい」と話す。

雨風太陽(ポケットマルシェ)

「販売価格へ転嫁しづらい」という理由は「消費者の理解が得られない」(42%)が最多で、「価格交渉の機会がない」(18%)が続く。同社は「サプライチェーンによる生産者と消費者の分断が、価格転嫁を阻む要因の一つになっている」と分析した。

「生産者も一定数いることが、調査の結果から分かった。そこで同社はホームページ上で値上げの背景な変更に関する勉強会も実施。調査結果を消費者へ産者向けヘルプページを伝えるコンテンツを設け、新設するとともに、価格は情報を発信していく。」

「販売価格へ転嫁しづらい」という理由は「消費者の理解が得られない」(42%)が最多で、「価格交渉の機会がない」(18%)が続く。同社は「サプライチェーンによる生産者と消費者の分断が、価格転嫁を阻む要因の一つになっている」と分析した。

店で、店内調
かど厨房)を
種と、キリン
飲料の対象商
込み800円
とし、購入し



賢
ヒバレッ
活動の一環で7月に実施

川魚お絵描きで生態に関心を 日水が「海とさかな」体験学習



今年度の体験学習「川に棲む生き物から海の世界を考えよう」は北九州環境ミュージアム(北九州)の平川知弥氏が7月24日にYouTubeの動画で登場。講義は絶滅危惧種の川魚「カマキリ」「オヤニラミ」を想像して描くことから始まった。日本水産によると、平川氏は「川魚の減少を引き起こす川の環境変化は、海の世界を憂えることでもある」と説明。身近な生物への関心を育み、生物や環境を実際、どのような配信になったかという。もう一つの「海の中にう」はフランス国立修復美術研究所の藤井ひとみ氏が7月30、31日の計4回、ZOOMで実施。海の中の光や色をどう表現するかをテーマとした。蛇腹にした画用紙の折り幅に各自が作った色を塗り、画用紙を魚や海藻などの好きな形に切ると、光のゆらめきを表現した生き物たちが完成。色の組み合わせや混ざり具合、切り方の一つ一つに参加者の個性があらわれていたという。

同コンクールホームページには藤井氏による体験学習に当日参加できなかった人も視聴できるよう、動画を公開している。

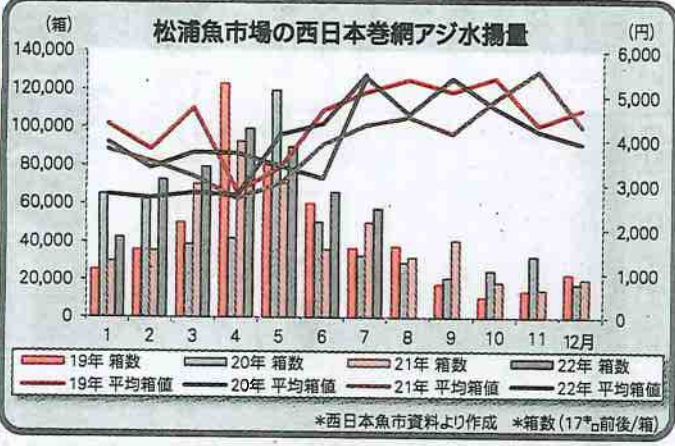
八五下城、14箱2070回 7月水揚げ14%増5万7000箱

業した。
主要水揚げ地・松浦魚市場(同県松浦市)のアジ類の7月水揚量は、前年同月比14%増の5万7000箱(1箱約18kg)。平均箱値は2600円で、今年初めで単月で5000円を超えた。

円を上回るなど高値が続いている。8月に入ってから対馬沖でサバが季節外れの好漁で、1~9日に1尾300~500gの鮮魚向けサイズを主体とした約2万箱(同)を入荷した。

同じく主要水揚げ地の唐津魚市場(佐賀県唐津市)のアジ類の7月水揚量は、前年同月比2割増の664ト。ただ、8月上旬は「五島西沖で不規則な潮流が続き、入網を見送る船団も少なくなかった」と同市場卸。8月中旬は月夜間休漁期間で、19日以降は主漁場の五島西沖で約6力統が操業している。

(大久保陽平)



*西日本魚市資料より作成 *箱数(17%前後/箱)

豊洲仲卸の仕事学ぶ

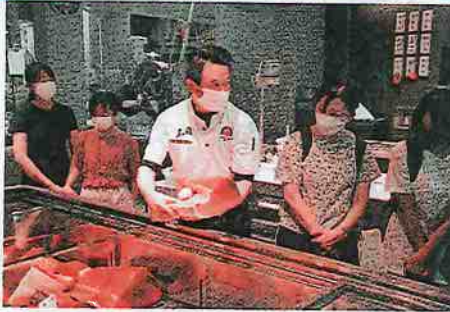
地元中学生が売り場見学

【豊洲】東京都江東区立深川第五中学校の生徒らは19日、豊洲市場(同区)を訪れ、仲卸店舗などを見学した。同中学校の生徒に加え、家族・教員ら計30人が参加した。見学に協力した東京魚市場卸協同組合の総務部広報文化課の山中雅人部長代理から豊洲市場の概要を聞いたのち、2班に分かれ見学を開始した。

仲卸店舗の見学では、天然のクロマグロを強みとする石司、寿司ネタを主に扱う吉善(吉橋善伸社長)を訪問した。石司では、3代目の篠田貴之と

仲卸売場の見学後は事務所フロアに戻り、仕事紹介に協力した仲卸業者、またナンバ水産社長で東卸の広報文化委員会委員長を務める難波昭信氏を加え質疑応答の時間があつた。見学者からの「一番好きな魚は何か」という質問には、全員が自社が専門に扱う魚を挙げるこだわりをのぞかせた他、「嫌いな魚」には全員が「ない」と回答する場面も。吉善の吉橋社長は「(場内仲卸らは互いに)商売敵ではあるが、一方で仲間意識も強い。良い業界で働いていると思う」と水産業全体への思いも込めた。

難波氏は「今年で(開場)4年目の豊洲市場だが、地元とのコミュニケーションはもっと必要だと感じていた。今回市場見学のお話を頂き、地域に溶け込む大変良い機会になった」と語った。



石司のマスコットを見つめる見学者