

3 消費地からのホットニュース、トピックス

(1) もっと声を挙げませんか

梅雨の短かった今年は、酷暑列島となって連日真夏日が続いていますが、同時に何から何まで全てが値上げ尽くしの状況となって、消費者は生活防衛に追いまくられる毎日です。なるべく買わない、使わない、遊ばないなど、思い悩みながら耐えているのに対し、そうはさせじとメーカーや小売店も手段を選ばない売り込み合戦を進めるなど、夫々が知恵の限りを盡した攻防に終始しています。

農業に関わる分野においても、重油価格高騰の中で価格転嫁を如何に飲み込んで行くかが姦しく言われるようになって来ています。過日の新聞報道でも歳暮商戦に欠かせないマスクメロン産地で暖房費高騰による採算割れを見越して冬作生産をやめる農家が急増し、ギフト向け高級果実専門店を中心に需給関係が一気に引き締まって来ている話や、ピーマン・胡瓜など農作物に価格転嫁を求めべくサーチャージ制の導入を目論む宮崎県経済連の提言など、秋冬期の施設園芸農家を中心に苦しむ生産農家の声が増えています。

と、言いながら野菜はこの数年間、猛暑続きで消費の落ち込みが激しく、安くても売れない状態が続いています。夏の風物詩と云えないながら暴落相場と産地廃棄のニュースは“もったいない”を批判されながらも毎年繰り返されている話題です。常に自然条件に左右されての供給の大幅な変動によって極めて不安定になりやすい構造が一因でしょうが、中長期的には何となく平準化されて安堵感が先行してしまうのでしょうか。

産地の動きに比較的連動し易いのは卸売市場段階での動きですが、これも川上・川下との力関係によってその感度にも差が出てくるものです。川上に位置する産地の求めは、卸売市場以後の場では代替品との兼ね合いの中で漸次決められてしまうことが多いと言わざるを得ません。モノみな値上げの環境の中では他人まかせではなく、生き残りを策してより具体的に声を挙げて行くべきではないでしょうか。

(鈴木重雄筆)