

3 消費地からのホットニュース、トピックス

(1)ステルス値上げは誤魔化し値上げ

先日の新聞紙上に今冬の出荷から宮崎・鹿児島県産ピーマンがこれまでの150g入りを130g入りに変更されると報じていました。少量化を求める消費動向への対応と重油価格高騰による生産コストの上昇を吸収する為で、1月～2月の厳冬期出荷での数量減を回避して安定供給にも繋がると言っています。宮崎県経済連の提案に鹿児島が同調したとのことですが、茨城・高知は量目変更に応じないようです。

冬春期のピーマン（1～3月）は、茨城・宮崎・高知・鹿児島の主産4県で東京市場の99%を占めていますが、偶々1位茨城と3位高知、そして2位宮崎と4位鹿児島の組み合わせでみると全く互角の状況にあります。そして両グループが20gの差でどれほどの効果を競い合うのか蓋し見物といえましょう。宮崎県経済連は先に農産物価格にもサーチャージ制の導入を考え、施設園芸産地に協議を呼びかけてもいます。産地の在りようとして厳しい環境条件の中で領けない訳ではないのですが、競合関係における呉越同舟が如何なものか危惧されないでもないと感じます。

値上げの仕方にも種々ありますが、最も判り易く単純な方法は単価を変えることで是非をも含めて直接に効果や影響が示されます。またリニューアル値上げと称して包装などを更新して新しさを強調しながら値段を上げたり、単価はそのままだに中味を減らすステルス値上げなどもあります。特に中味を少なくするやり方は単品では見てくれの相異が感じられない程度の小さいものと云いながら、品目全体では大変な高値にもなってくる場合があります。

ピーマンの話題も正にステルス値上げを目論んでのことでしょうが、4コから6コの1袋がどのように変わるのか、消費者の目に見える状況が出てこなければ勝敗が明らかですね。でも、20gの差の為に生産現場では、規格や選果基準など、有形無形の工程変更を余儀無くされる訳ですし、同時に消費拡大事業などとの兼ね合いを考えると快哉を叫ぶことができません。加工食品の分野ではしばしばみられるステルス値上げですが、周知されないままの事も多く誤魔化しと受けとめられることが多い点を識らなければなりません。

（鈴木重雄筆）