

旬な情報

No. 958

平成24年3月6日

全水卸連 西日本鮮魚業務部会

全副会長が出 三陸物に震災の影響

年未商戦の総括などをおこなう全水卸組連西日本地区鮮魚部業務部会が18日、大阪市のリーガロイヤルホテルで傘下13組合の代表、幹部らに加え、東日本地区副会長も出席しておこなわれた。

「年未商戦は、量販店などの元日営業から、盛り上がり欠け、365日、年末と同じ感覚で営業に取り組みねばならないと思っている。卸と仲卸が信頼と協調、これを積み上げていかねば、我々に明日はない。」など語った。

このあと、細井副会長（大阪本場）を議長に選び、議事に移った。

総勢67名。全中協副会長の小倉大阪市中央市場長も来賓として出席、会議を傍聴した。

最初に池本会長があいさつ、消費税増税問題についてふれ、「増税止むなしの場合、外税を要望する程度は感を得ている。青果など生鮮関係全国4団体での取り組みを一層進めたい」と述べ、年未商戦については、三陸からの活カレイ、ヒラメなど震災で入荷が無く、かきも三陸物が皆無のところもあったが、取扱いは、ほぼ前年並というところもあるもの、大方が前年比90%台とされた。また、年末、正月用商材とは別に鮮魚の要望が増えている。元旦か

ら営業のスーパーが増え、そちらへの商材は動いたが、鮮魚個店は大苦戦、というところもあった。延べ取引に関しては、100%利用というところもあったが、全般的には減少傾向にある、とされた。

福岡市場では、全国に先駆けて12月31日に市場を開場したが、30日が定着しており、盛り上がりはなく、来年以降は、「せり無し」開場とする、と報告された。

これらのほか、年末の最終日曜日の臨時開業（昨年は25日）について、開業してもひま、開ける必要はないのではないかと疑問の声が出され、これに対して池本会長が「過去30年間議論してきた問題であるが、水産はひまでも、青果は当り前、総合市場としては開業しなければ、という事で開場している」と回答したが、25日までは休む方向での検討が必要という声もあった。

全国初とされる指定管理者制度の導入に関して、大阪府市場の山口理

中央市場新聞 2月24日

全水卸連 西日本塩干魚部会

大阪市場で年未商戦を総括 棒ダラ取引検討の必要

既報II全水卸組連・全国水産物卸組合連合会の西日本地区塩干魚業務部会が4日午後、大阪市中央市場（業務管理棟3階会議室）で開催された。

出席者は、金沢から姫路までの12組合の代表、担当役員ら約50名。

最初に、池本会長があいさつ、東日本大震災、消費税問題への対応などについて報告、説明したあと、「我々業界は崖っぷちの状態である。これを脱するには卸との信頼と協調が一番大事であると思っている。今日の会議が盛りあるものになるよう」など語った。

このあと、座長に大阪水産物卸協組合の木本副理事長を選び、議事に移った。最初に、昨年における正月用品の取引等について、数の子（大阪本場）、棒ダラ（京都塩干）、田作（名古屋水産）、鮭・鱒（神戸海産）、煉製品（大阪府水産）、カニ（大阪東部）の6品目について、それぞれの当番組合IIカテゴリーが報告、説明した。

生産量は前年並、製品価格も下げ模様でスタートした数の子は、取扱数量が増える時期待たされたが、結果的には、数量は昨年並、取扱いは平均単価が下がった分だけ、前年

を下回り、終始盛り上がりを見なかった。ギフト需要の減退を反映。贈答用の化粧箱より、自家需要向けで、価格の安い塩水ペール物、手間の少ない味付け数の子への傾向がより顕著となった。

家庭で正月を過ごす割合の高まった商戦のなか、棒ダラは、根強とってイレギュラーの少く、確実な需要が感じられた。加工メーカー、大より好調となったが、後卸、仲卸、小売と全体に於いて無理な販売が見られず、大卸の段階で少し物傾向が「買い出し一括購入」から、「日常購入」への変化がみられた。

漁獲量の減少、越年在庫皆無から、産地主導の極端な高値となつたズワイガニは、ロシア産品の入荷増から、前年を上回る輸入量となり、高値からの販売不振から、12月に入り一部の乱売品。気温の低下などにより、販売が一気に進んだ。品薄により高価格になり、食べる回数は少なくとも、カニ良品を求めると顧客は安定していると感ずる年であった。

中央市場新聞 2月10日

東卸

「豊洲移転」へ舵切る！

山崎理事長 都などと協議前向き
が新方針

東京魚市場卸協同組合（東卸、山崎治雄理事長）は7日、豊洲新市場の取り組みで新方針を出した。今後、市場整備計画で都などの協議に積極的に取り組んでいく。これまで築地での現地再整備を主張してきた同組合が移転を前提に検討する考えを明確にしたことで、豊洲移転の作業は早まるとみられている。

「団結し現実的な取り組みを」

新方針は7日、全組合員に通知された。山崎理事長の方針として考えを伝えたもので、「組合一致団結して現実的な取り組みを始めるべきだ」との声を多く頂戴しました。今後の新市場の取り組みについて「豊洲新市場整備計画に対し、組合の責任において東京都及び関係団体との協議に積極的に取り組んでいく」としている。

転廃業問題で
専門機関設置

移転に伴う転廃業の問題は理事長直轄の専門機関を作り、関係機関と協議するとしている。

中央区は都と移転合意
跡地のまちづくりを検討

跡地のまちづくりを検討

東京都中央区（矢田美英区長）は7日、都との間で「築地のまちづくりに関する合意」を正式文書で交わし、築地市場の豊洲新市場への移転に同意した。文書には生鮮食料品流通の広域化、高度化、情報化の進展から、築地に卸売市場を整備することが適当でないとの明記。移転後の築地まちづ

ワーキング
チーム新設

新機関は、2つのワーキングチームで、市場建設検討特別委員会の下に設置する。移転に伴う支

援策を含めて検討する。また「豊洲新市場整備計画画検討チーム」を置き、汚染未解決時の現在地再整備の継続協議を含んだ対応のために「土壌汚染問題対策チーム」をつくる。両チームは3月中旬までに中間のまとめを行う。

地を営業を開始できるようにする。区有地では場内の仲卸などを誘致、計100店舗が使用できるようにする。築地市場移転後は場内の勝どき門駐車場を鮮魚マーケット開設の仮店舗として使用する計画。

鮮魚マーケットに先駆け、今年6月には築地場外市場に食のインフォメーションセンターを開設。「観光客に対し、どこに何があるのか」といった店舗案内を行う。

鮮魚マーケットが開設されれば、マーケット内の情報も「どこ」と区は説明。施設整備や運営費の助成金として来年度予算案に5000万円を計上する。

事業主体は築地場外市場商店街振興会、特定非営利法人築地食のまちづくり協議会、場外市場や修学旅行・研修会方イドツアーなどを計画する。

来年度中に基本設計・詳細設計を仕上げ、翌13～14年度中に建設工事を開始。14年度の豊洲新市場移転前には場外の区有

0円を計上した。鮮魚マーケットには築地市場移転後の場内と場外区有地に、鮮魚や青果などを扱う店舗を配置。区は築地の活気にあふれる環境を整えるため14年度中の開設を目指す。

来年度中に基本設計・詳細設計を仕上げ、翌13～14年度中に建設工事を開始。14年度の豊洲新市場移転前には場外の区有

地を営業を開始できるようにする。区有地では場内の仲卸などを誘致、計100店舗が使用できるようにする。築地市場移転後は場内の勝どき門駐車場を鮮魚マーケット開設の仮店舗として使用する計画。

鮮魚マーケットに先駆け、今年6月には築地場外市場に食のインフォメーションセンターを開設。「観光客に対し、どこに何があるのか」といった店舗案内を行う。

鮮魚マーケットが開設されれば、マーケット内の情報も「どこ」と区は説明。施設整備や運営費の助成金として来年度予算案に5000万円を計上する。

事業主体は築地場外市場商店街振興会、特定非営利法人築地食のまちづくり協議会、場外市場や修学旅行・研修会方イドツアーなどを計画する。

来年度中に基本設計・詳細設計を仕上げ、翌13～14年度中に建設工事を開始。14年度の豊洲新市場移転前には場外の区有

みなと新聞
2月9日

定額制で送料無料！「家事代行」寒波追い風
ネットスーパー好調

関西地盤のスーパー各社がインターネットで注文を受けて商品を配達する「ネットスーパー」が人気を集めている。例年以上に寒さが厳しいことに加え、毎月一定額を支払えば、送料が無料となる「定額制」などの利用促進策が奏功し、リピーターが増加しているためだ。子育て中の母親や高齢者など頻繁な来店が難しい潜在顧客の開拓にもつながっている。

イスマヤが平成13年から以上に達した。始めたネットスーパー「楽」オークワは、地盤の和歌山など6府県16店を拠点にの交換（有料）なども請け都、兵庫の各府県の一部で展開しており、昨年10月か負う。すでに会員数は60サービスを実施。21年に昆ら宅配大手ヤマト運輸の物0人を超えている。

陽店（兵庫県伊丹市）で定額制も併用している。自社このほか、関西スーパー額制をスタート。利用頻度便は原則当日配達で、ヤママーケットもネット総合サが上がっていることから現ト便は配達日の前日午後4ービス大手の楽天と提携し円）を導入している。「和歌山県内は山間部が多でに期間限定で配達料無

同社によると、「トラック、ヤマト便との組み合わせの積載効率が高まり、1せで県内ほぼ全域をカバー件あたりの採算性があがっている」という。

た」（担当者）。また、不滋賀県地盤の平和堂は電在時に軒先など指定された話、フアクシミリを使った場所においておく「留め置配達サービス」ホーム・サきサービス」も実施。利便ポートサービス」を22年11性の向上もあり、1月の利月にスタート。彦根、近江用件数は前年同月比で2倍八幡、長浜の各市にある店

ネットスーパー人気はスマートフォン（高機能携帯電話）の普及も後押ししているといわれるが、パソンのホームページをスマホの小さな画面でそのまま表示

ネットスーパー人気はスマートフォン（高機能携帯電話）の普及も後押ししているといわれるが、パソンのホームページをスマホの小さな画面でそのまま表示

ネットスーパー人気はスマートフォン（高機能携帯電話）の普及も後押ししているといわれるが、パソンのホームページをスマホの小さな画面でそのまま表示

ネットスーパー人気はスマートフォン（高機能携帯電話）の普及も後押ししているといわれるが、パソンのホームページをスマホの小さな画面でそのまま表示

ネットスーパー人気はスマートフォン（高機能携帯電話）の普及も後押ししているといわれるが、パソンのホームページをスマホの小さな画面でそのまま表示

ネットスーパー人気はスマートフォン（高機能携帯電話）の普及も後押ししているといわれるが、パソンのホームページをスマホの小さな画面でそのまま表示

ネットスーパー人気はスマートフォン（高機能携帯電話）の普及も後押ししているといわれるが、パソンのホームページをスマホの小さな画面でそのまま表示

ネットスーパー人気はスマートフォン（高機能携帯電話）の普及も後押ししているといわれるが、パソンのホームページをスマホの小さな画面でそのまま表示

産経新聞
2月16日

アナゴ産卵場所特定

沖ノ鳥島の南380キロ

水産総合研究センターは23日、すしや天ぷらの食材として使われるアナゴ科の魚「マアナゴ」の産卵場所を突き止めたことを発表した。日本最南端の沖ノ鳥島の南約380キロに、ふ化後間もない仔魚（じぎよ）を採取。付近の海底山脈の上が産卵場所と特定した。マアナゴは2008年までの14年間で漁獲量が半減。産卵場所の特定は親魚の保護に役立つ。



マアナゴの採集場所

塩カズノコ 3123ト、79億円

23年6都市
市場取扱

安値原動力に数量微増

塩カズノコ消費の多い6都市中央卸売市場を対象とした調査で、昨年の塩カズノコ取り扱いは前年を若干上回ったことが水産経済新聞の集計で明らかとなった。半面、キロ販売単価は近年最安値となったことから、販売総金額は前年より1割ほど減って80億円を割り込んだ。

調査は、関東は東京・横浜、中部は名古屋、関西は大阪・京都・神戸の6都市13市場を対象に行なった。その結果、昨年一年間の塩カズノコ取り扱いは3123.5ト、79億6734万円で、前年実績に対して数量は1.9%増加し、金額は11.5%減少した。

数量がわずかとはいえ前年を上回ったのは、平成15年以來8年ぶり。逆に金額の落ち込みにはブレキが利かず、一昨年に100億円の大会を割り込んで以降もマイナスの連続に陥っている。

金額の大幅減は、卸売単価が平均キロ2551円で、前年の2881円を大きく下回ったため。近年の原卵価格の下落が

製品価格に反映されているためで、この値下がりも近年、販売数を何とか維持する原動力となっている。ただ、これを年末商戦の9-12月に限って分析すると、販売数2562.4ト、売価2828円で、前年同期との比較で数量はわずかに0.3%の増加にとどまり、単価は9.9%安くなった。

すそ物原卵など極端な安値の扱いを除いたことで、平均単価はやや底上げされたが、それでも前年の3140円を3122円下回った。販売対象が特に関東で、箱物からペール製品に比重が移ったことも単価の落ち込みにつながった。

全国的に暮れの商戦への助走が早められたことで、月別には10月が前年同月比で2.4%増、11月が9.3%増と大きく伸びたが、肝心の12月は5.2%減と失速した。産地が出荷を抑制したことで、結果として販売チャンスを見逃した場面も見受けられた。

市場別には9-12月で東京、京都、神戸が前年実績を上回ったのに対し、

横浜、名古屋、大阪はわずかに前年に届かなかった。年計では東京と京都が8.9%数量を伸ばしたほか、神戸も5%近く増やしたが、減らした市場は各2-4%の小幅な減少だった。

市場規模10年で半減

と末端の直接取引が増える傾向にあり、市場扱いは依然縮小傾向から抜け出せない現実を突きつけられている。

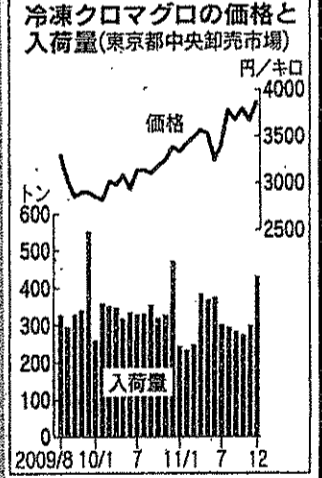
2月9日 日刊水産経済新聞

成魚に育つ確率が2000万分の1以下とされる最高級魚、クロマグロを卵から人工で育てる「完全養殖」の事業化に向けた取り組みが広がってきた。天然資源の漁獲規制が強まり価格が上昇する中で、将来の稼ぎ頭として大手水産会社や商社が参入している。水産庁も国家プロジェクトとして力を入れた。マダガスカルで先端を走る近畿大学水産研究所。紀伊半島沖合の大島(和歌山県串本町)にある直径30mの養殖用いけすでは、人工で育てた全長120cmの30cmのクロマグロが泳ぐ。2002年に技術開発に成功し、今年70-80cmの完全養殖クロマグロを市場へ出す予定だ。

クロマグロ 完全養殖競う

クロマグロは国内消費2万5千トのうち推計で約7割が「養殖物」。ただ、大半は比較的成長したマグロを海でとっていき、すそを太らせる「畜養」で天然資源だ。天然資源への規制は強まるばかり。大西洋まぐろ類保存国際委員会(ICCC)などの規制で冷凍クロマグロの東京中央卸売市場の入荷量は11年で37.3ト、06年比で4割減少した。平均卸価格は1キログラム3576円と約2割上昇。「完全養殖の重要性は際立ってきた」と(同研究所の宮下盛所長)。

水産大手・商社参入相次ぐ



冷凍クロマグロの価格と入荷量(東京都中央卸売市場) 円/キロ

極洋は昨年9月、完全養殖の事業化を目指して人工ふ化技術を持つ日本配合飼料と提携した。極洋の須藤時広常務は「資源保護の観点からもやらなくてはならない」と語る。マルハニチロホールディングスは10年に民間企業では初めて人工ふ化に成功。現在、鹿児島県奄美大島で出荷に向けた養殖を進める。稚魚の育て方や飼料の活用など課題は多い。双日など商社も研究中だが、「時間がかかる事業」(双日の半沢淳也水産第一課長)。収益源に育つのはまだ先だ。豊田通商は近大と提携して「中間育成事業」に踏み出した。近大からふ化後の稚魚を入荷、20-30cmに育成して他の養殖業者へ卸す。完全養殖の初期段階を事業化。昨年11月に初めて本格出荷、1万5千匹を販売した。スペインなどでも完全養殖に向けた研究が進む。国際競争を見据えて水産庁も支援に動き始めた。約20億円を予算計上して長崎県に12年度にク

2月22日 日本経済新聞

刺し身マグロ消費量 海外、昨年79%増

07年比、日本は2割減 日本経済新聞 2月24日

世界のマグロ関連団体が加盟する社団法人「責任あるまぐろ漁業推進機構」(東京・港)は、日本を除く国・地域の2011年の刺し身マグロ消費量が15万トと前年調査の07年より79%増えたとの推計をまとめた。最大消費国である日本の消費量は07年比21%減の30万トの見通しで、勢いの差が鮮明になっている。クロマグロやメバチマグロを主な対象に、加盟団体や各国の関係機関に聞き取り調査した。和食文化が広がっている米国は07年比80%増の9万トの見通し。同社団法人の原田雄一郎専務理事は「都市部だけでなく、地方のスーパーでも刺し身が店頭に並ぶようになった」という。米国に次いで消費が多い韓国は07年比33%増の2万ト、中国は67%増の1万トの見通し。エクアドルですし店が人気を集めるなど南米でも需要が伸びているという。

第63回全国カレンダー展で入賞

第63回全国カレンダー展(社団法人日本印刷産業連合会、株式会社日本印刷新聞社主催)において、日本写真印刷株式会社が印刷したカレンダー3点が入賞しました。

入賞作品
審査員特別賞

「おさかなカレンダー」

(発行: 大阪市水産物卸協同組合/制作: ピンプランククリエイション/印刷: 日本写真印刷株式会社)

日本写真印刷 ホームページより

2012年1月12日

日本写真印刷株式会社