

## 臨時日の臨場開休

### 青果 水産 両部門のギヤツプ調整を注視

# 東京の動向にらみ議論へ

来年の卸売市場臨時休開場日の議論が本格的に始まる時期だが、今回も東京都の青果卸を中心に臨時休場日の増加を求め、声が強いよう。現状よりも営業日数を減らしたくない水産物部のギヤツプを開設者がごまかで調整できるか、注目される。

一方、水産物部は臨時休場日の増加に抵抗する意見が多い。鮮度を要求される商材だけに休場日の増加は売上高の減少に直結する問題として慎重な姿勢だ。

「青果部と水産物部の臨時休開市日の統一」、「臨時開市日の全国統一」などの基本方針を踏襲することを本年度の総会で確認しており、東京都もこれを原則にカレンダーを作成するごみられる。

この数年、東京都の青果卸は、労働条件の整備などから休場日の増加を訴えてきた。早期勤務で連休が少ない卸売市場において従業員は福利厚生向上が、優秀な人材を確保するための1つの施策という理由からだ。また、大都市を中心に人手不足が深刻化しており、市場でも昨年あたりから「求人を出しても応募が少なくなった」という声もある。

14年の東京都の営業日数は青果部が268日(13年は269日)、水産物部が270日(272日)、近畿は両部門とも269日(270日)と東西で営業日数が減少した。この結果、東京都では青果部が休み、水産物部が営業する片肺営業日が生じ、問題点も出ていた。

開設者が組織する全国中央卸売市場協会は、15年の臨時開市日の設定方針について、「臨時休業日は4週6休型を基本とし、水曜日に設定」、「年末年始の旧盆を除き、未

年始の旧盆を除き、未

年始の旧盆を除き、未

年始の旧盆を除き、未

年始の旧盆を除き、未

年始の旧盆を除き、未

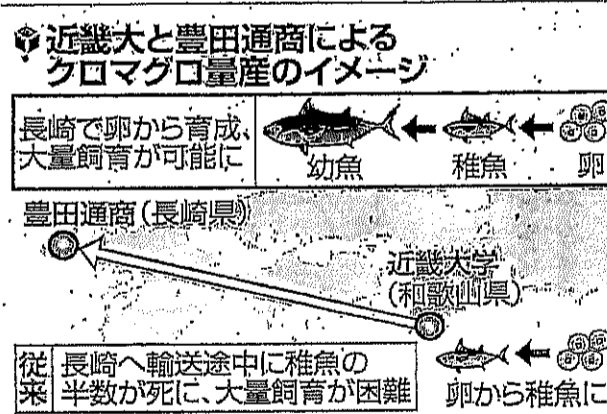
年始の旧盆を除き、未

食品市場新聞 7月16日

## 「近大マグロ」量産化計画

### 長崎に稚魚養殖施設

クロマグロの完全養殖に世界で初めて成功した近畿大と商社大手の豊田通商は16日、稚魚を共同で量産すると発表。豊田通商が長崎県五島市に受精卵を人工孵化させて稚魚に育てる施設をつくり、近畿大が研究者を派遣して技術指導する。



施設は来年度から稼働し、5年後には年間30万匹の稚魚を生産する。国内消費量の約1割にあたるマグロを養殖できる見込みという。

### 商社と共同 国内消費量の1割に

近畿大は2002年、人工孵化から成魚を育て、産卵するまでの完全養殖に世界で初めて成功した。「近大マグロ」と名付けたクロマグロを提供する東京と大阪の専門店が、人気を集めている。稚魚は現在、和歌山県などの大学施設で育て、長崎県の養殖施設へ輸送しているが、長旅で半分しか生き残れないという。長崎県内に稚魚の施設を作ること、養殖マグロの増産につなげる。豊田通商は10年に近畿大とクロマグロ事業で提携し、稚魚を約30万匹の幼魚「ヨコワ」に育てている。今回の提携強化で、人工孵化から事業に取り組み。豊田通商と近畿大は、養殖マグロの海外輸出も検討するという。クロマグロは乱獲により、産卵が可能な親魚が年々減少している。例えば、太平洋クロマグロは、1980年代に記録した最低水準の約1万8000尾を下回る可能性が指摘されている。このため、国際的な会議で漁獲量を制限する動きが進んでいる。

読売新聞 7月17日

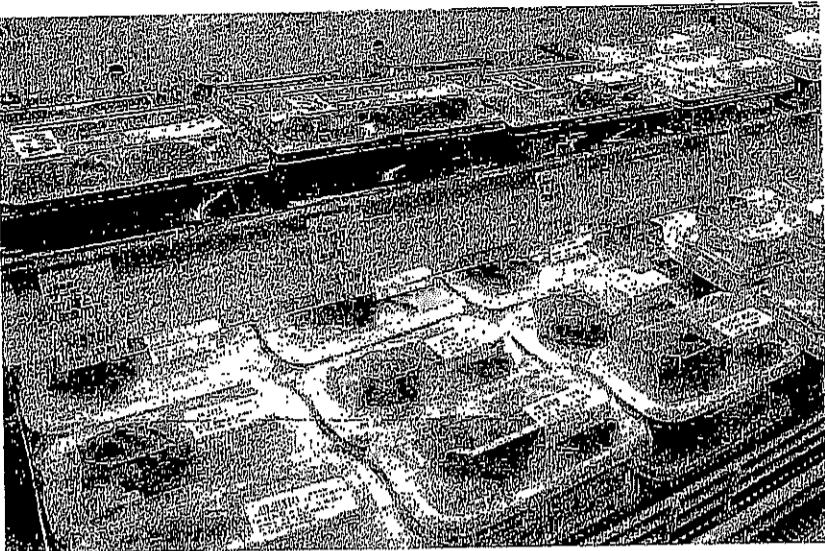
みなと新聞

7月22日

# コンビニに刺身ずらり

## サークルK 名古屋に1号店

【名古屋】サークルKサンクスは6月27日、名古屋市中種区にスーパー型コンビニ「サークルKフレッシュウィズピア」をオープンした。生鮮食品や惣菜の品ぞろえを充実させ、同社で初めて刺身を本格的に取りそろえた。中京圏に今年中に5店、3年間で100店を出店する計画だ。



刺身がずらりと並んだ水産品コーナー

同日オープンしたのは今池南店。売り場面積は約240平方メートルで、通常の2倍の広さで、取扱品目も4500品と1000点多い。

店に入ってすぐにある生鮮食品コーナー。水産品のショーケースにはメバチマグロやトラウトサーモンなどの切り落とし、マアジのお造りが並んだ。約3尺の売場の下の段を刺身が占拠する。

サークルKサンクスが刺身の販売に踏み切れたのは、同じグループでスーパーを展開するユニバーサルを活用できたため。同店に商品を提供するのは大宝食品(名古屋)と山崎食品(新潟県十日町市)の2社。大宝食品は中京圏を中心としたユニバーサルの山崎食品はユニバーサルが首都圏で展開する小型スーパー「ミニユニバコ」と取引がある。

しかし、生鮮食品担当者の姿勢は慎重だ。林則幸(デイリーフーズ部営業)は「和食配当」チャンレンジは「刺身は買戻しロスと売れ行き」の闘いになるが、やってみないと分からない」と話す。「フランチャイズ店でも扱えるよう随時、形をいれていく」という。

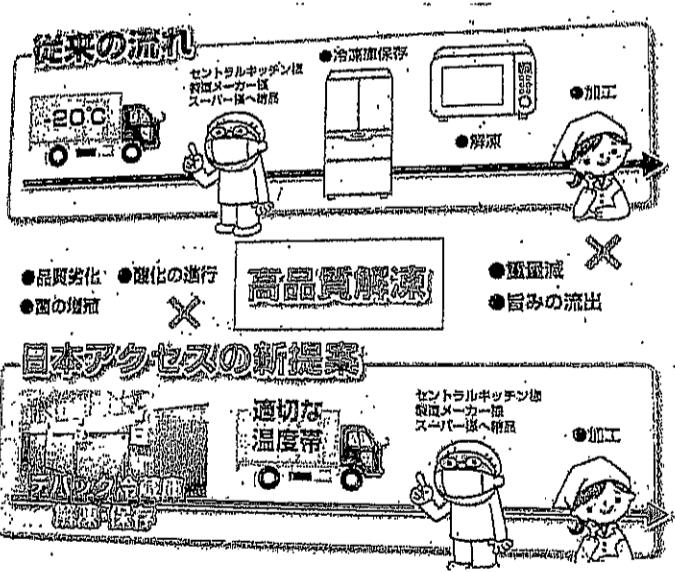
約30品目が並ぶ水産品コーナーは刺身の他、ポイロホタテやアサリなどを新たに投入した。さらに日配コーナーでは、プライベートブランド商品の「かまぼこやちくわの他に」こだわりの逸品として、若松屋(三重県松阪市)の「ぎつまた」などの高単価商品を加えた。漬け魚や干物は冷凍ショーケースに並ぶ。

竹内修一社長は「コンビニの3年後を見据えた形としてオープンした。毎日の食事がさがる店として、小商圏への対応をしていく」と語った。

コンビニ大手では、ファミリーマートが一部店舗で刺身を販売している。

【大阪】日本アクセスが高品質解凍物流を提案する。従来の冷凍品を届けるだけの物流から、冷凍品を解凍・保存し、必要に応じて適切な温度帯で届ける新しい物流を提案する。24、25日、インテックス大阪で開催した同社の展示会で提案。

コンビニの冷凍惣菜の場合、現状ではマイナス20度の冷凍品を納品し、店舗内の冷凍庫で保存し、従来の流れとの違いをパネル展示で強調

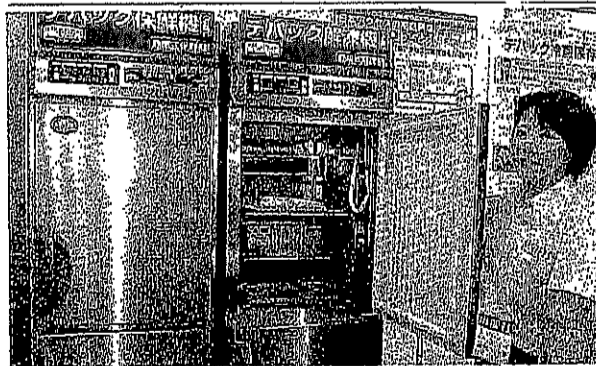


必要に応じてマイナス20度の食材をそのままトラックで揚げる。日本アクセスが提案するのは同社のセンターが解凍まで引き受けるというもので、冷凍品をセンターで解凍。解凍後も冷蔵保存し、必要に応じて適切な温度帯で納品する。

従来の工程ではマイナス20度の食材をそのまま揚げるので、揚げる時間がかかる。油が傷むなど問題があった。しかし、何よりも問題だったのが

# 日本アクセス 高品質解凍物流を提案

## サンテック「デパック解凍」活用



「デパック解凍」商品(左)と通常解凍商品を比較展示

品質面。同社は、品質重視の観点から解凍機を選別。検討した結果、サンテック(本社・神戸市)の静電式解凍「デパック」解凍を採用した。「デパック解凍」ではほとんどドリップが出ない。食材の品質を著しく向上

「デパック解凍」機(小型)と、「デパック保鮮機(小型)」左

く解凍ができる。今年の年初から大手コンビニチェーンの店舗への供給を始めた。現在、大阪府茨木市にある同社のセンターに約400台解凍可能な解凍・保鮮設備がある。同社にあるのは茨木市のセンターだけ。あぐまで「トラライアルの段階」というが、「今回の展示会での提案を通じて、全国的に展開していければ」と担当者も意気込み。