では、生シイタケが前年の1割安など野菜相場にも影響が出始めている。

都内のスーパー、東急ストアでは、例年8月20日に青果売り場を秋商材に切り替え始めるが、今年は27日と1週間遅らせた。「気温高で火を使う煮炊き商材中心の秋需要がまだ盛り上がらないと判断した。売り込みをかける体制は整えているものの本格的な拡販はかけていない」(東急ストア広報)。今後は、「気温を見ながら、下がればすぐに本格化させる」(同)考えだ。

秋商材の主力となる国産マツタケの入荷の遅れ

秋商材の販売は例年より遅れ気味スタートとなった(4日、東京都内区のスーパーで)

値上げ幅は7%

TOKYO X合 豚肉流通組
「農家だけの負担を回避」

東京のブランド豚「TOKYO X(トウキョウエックス)」の生産者や取扱業者でつくる流通組合「TOKYO-X-Association(アソシエーション)」は4日、東京都内で臨時総会を開き、同ブランド肉の取引価格を値上げすることを決めた。飼料価格高騰などが理由。

今回の価格改定で、同ブランド肉の取引価格は、枝肉が1キロ当たり700円と7・5%高、骨などを取り除いた正肉は1302円と、7・0%高に決めた。

総会では取扱業者から慎重論も出たが、同組合の植村光一郎会長は「生産コストが高まっても、これまで価格は据え置きだった。これ以上、農家だけに負担を押し付けてはいけない」と強調。生産者代表も「経営にかかわる」と理解を求めた。参加組合員の拍手で値上げを確認、決定した。

同組合は、スーパー、百貨店、流通業者、食肉業者など49企業で構成。

解説 ブランド維持を優先

今回の値上げは、飼料価格高騰で経営体力を消耗していた生産者に配慮し、ブランド豚を取り扱う流通側が歩み寄った格好だ。

同ブランドは東京都が育成した銘柄豚「トウキョウX」の商品名。1997年から出荷が始まった。生産者は現在、東京都内を中心に26戸、出荷頭数は年間7000頭に上る。

2005年度まで出荷頭数を伸ばしてきたが、飼料費の上昇で生産者の採算性が悪化。飼料代は生産コストの多くを占め、経営を左右する。06年度の出荷頭数はかろうじて前年並みの水準を確保したが、生産をやめる農家が出た。高齢の生産者が多く、値上げをしないままでは問題を放置すれば、赤字経営で廃業する農家が今後も続くとの危機感が組合内に強まり、安定供給に値上げが避けられないと判断した。

原油高、原材料高、円安などを背景に、今年に入って、国内食品メーカーの商品の値上げが相次いでいる。ハム・ソーセージや乳製品などでコスト上昇分を商品価格に転嫁する動きだ。しかし、肉など一次産品に限っては、市場で中心価格が決まっており、値上げに向けた目立った動きは出ていない。

未曾有の飼料高騰に全国の畜産農家が苦しんでいる。多くの畜産農家が再生産につながる販売価格を望んでいる。東京のブランド豚の値上げは、畜産物価格に新しい動きをつくっていく可能性を秘めている。

(福井達之)

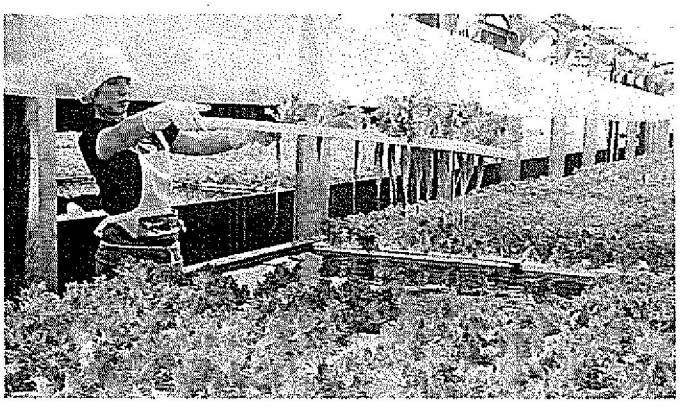
流通する同ブランド肉の全量を取り扱い、東京都内限定で販売する。同組合によると、店頭価格は一般に流通する豚肉と比べ2~5割程度高いという。

水耕レタス販売拡大

製 関連会

大手製鉄メーカーの関連会社・JFEライフは、9月から水耕栽培によるレタスなど洋菜類の販売を拡大する。「農薬を使わない」「衛生管理が徹底されている」などとして年々需要が伸びており、年間生産量を現在の1・5倍の560~600トンに増やす。大手スーパー・イオンなどに販売する。年間売上高は、現在の4億円から7億に引き上げる計画。

同社は、兵庫県三田の温室(45ヘクタール)と茨城土浦市の温室(54ヘクタール)2カ所でフリルレタスなどを生産してきたが、売り上げ拡大に併せ、8月下に土浦市に51ヘクタールの温室を完成させ、4日に記者会見を開いた。「水耕栽培レタスでは日本最大級」(同社)という。

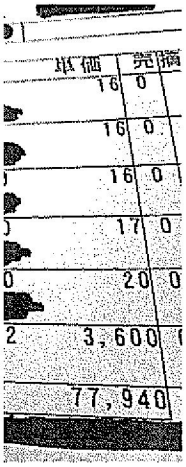


生産するのは、フリルレタスやサラダ菜で、年間生産規模は、年間560~600万ヘクタール(1ヘクタール=10a)になる。「エコ作」のブランド名で販売し、出荷先は、スーパー、

崩れる信頼

~どうなる宇部大同青果~ (中)

査



ルダイコンの
このプール計

の一つに、検査官となる行政職員の体制がある。市の職員の多くは、いろいろな職場を経験させることや不正を防止する観点から、3~5年で異動するのが通例だ。

市場担当も例外ではない。前任が教育や保健、土木といった市場とは全くかかわりのない部署であること事に事前に知らせていた。

□ □

03~06年度にわたる行政のずさんな検査は、さまざまなひずみを生んだ。まず、市も農水省も、不正の発覚から処分まで1年近く

疑いのある行為だ。

こうしたなれ合いともいえる検査がまかり通る背景