

第2回原油価格高騰等の漁業をめぐる状況変化への理解醸成のための協議会  
議事概要（概略版）

日 時：平成20年3月19日(水) 14:30～16:50

場 所：虎ノ門パストラル 新館5階オーク

議 題：燃油価格高騰等に対する取組について

出席者：阿南委員、磯崎委員、伊東委員、小笠原委員、小野委員、加藤委員、小島委員、齋藤委員、中村委員、長屋委員、南谷委員、長谷川委員、濱田委員、  
日本かつお・まぐろ漁協理事寺本紀久氏、(有)中平海産代表取締役中平博史氏、  
マル井水産(有)取締役副社長井上太喜氏

(主な発言要旨)

- ・生産者として小売販売に携わる経験を通じ、水産物の食べ方が知られていないということが分かり、レシピの提供等消費者に対する積極的な働きかけの必要性を痛感した。
- ・季節商材的イメージが強いぶりを冷凍し、通年商材として販売していくことを考えている。冷凍保管料はかかるが、1年程度であれば刺身としても提供可能であり、生鮮に比べてロス率も下がるため、安価に提供でき、消費の伸びも期待される。
- ・養殖魚の品質は、餌や飼育技術の向上に伴って良くなっており、売れない要因の分析が必要である。消費者の間に根強い養殖のマイナスイメージを払拭したいが、養殖業者は零細であるため対応が困難であり、特に最近、餌料価格の高騰により、生産物の販売にコストをかけにくくなっている。
- ・養殖は生産過剰であり、業界全体で生産量をコントロールしていく必要がある。
- ・生産履歴の記録や開示等消費者ニーズに合わせた取組など、生産者側の意識は変わってきているが、生産者・消費者相互の情報伝達はできていないと思われる。
- ・消費者は、この魚はいくら位といった魚種別の価格意識をもっており、その意識に応じて消費地で価格が決定されるため、産地価格も抑制されているのではないかと。
- ・消費者の間には、水産物が割高とのイメージが定着しており、そうした中で高く販売するためには、消費者が求める新たな価値を付加するとともに、その価値を消費者に理解してもらう必要がある。
- ・生産者には、水産物の価値を含めた情報を消費者へ正確に伝えていく努力が必要である。
- ・量販店では質が違っても価格や売り方は同じである。漁業のことをもっと勉強してもらい、価値の高い水産物は、その情報を消費者に伝えながら売ってほしい。
- ・消費者の間には、水産物価格に対する不満や、産地が近いのに質の高いものが手に入りづらいといった不満がある。産地と消費地のコミュニケーションが必要であり、今回、消費者団体の会誌を通じ、産地・消費地の価格差が4倍に達するという水産物の価格構造を会員へ知らせることとしている。
- ・商品価格は、市場の需給バランスで決まるものであり、基本的に低価格は供給過剰が原因ではないかと。
- ・持続的な国内生産を確保するためには、生産者が置かれている厳しい現状を消費者にも理解していただきたい。
- ・日本の漁業は衰退していると思っていたが、本日は前向きな取組についてたくさん聞くことができた。国の支援は零細なところを対象にするのではなく、メリハリをきかせた施策が必要ではないかと。
- ・国の支援は担い手に限定するなど、メリハリを考慮しており、生産者の自助努力も求めているところである。

以上