

巻頭言

流通機構の怪

財団法人 いも類振興会

理事長 生天目 健 蔵

甘藷の主産地だった所から、甘藷歴史の研究家が、当財団の事務所を訪問して下さった。博識の調査家だけあって、披露された情報は、どれをとっても、新鮮、珍聞、かつ、有意義であったが、なかでも、特に興味深いヒトコマがあった。

それは、曾つての甘藷の主産地にも、利潤追及の時代の波が押寄せて、イモ作りの農家が、先祖伝来のイモ作りを放棄して、大根、人参、牛蒡等の野菜作りに転向してしまったという。理由は、甘藷ではせいぜい反当り30万円の収入をあげるのが関の山だが、その他の野菜では、反収40万円は堅いので、右向け右をしてしまったという。

現代農業は、現金取得の手段・方法の一つになってしまったから、利に聡(さと)い農家が方向転換をすることは無理からぬと考えるが、それからが首をかしげるのである。

生産農家はイモ作りをやめても、消費者からの需要はアトを断たない。そこで、流通段階では、茨城の農家に委託して、産地の農家が生産を放棄した銘柄の栽培を継続してもらって、これをキロ50円で引取って、実需者にキロ500円で売り渡すのだという。運送賃が掛り、水分蒸発で目減りすることは分るが、キロ50円が500円になることはどうにも分らない。

それでは、茨城の生産農家が気の毒ではな

いかと反問したら、「イヤ、茨城の農家も、安定した値で引きとって貰えるので、そちらも喜んでいる」という回答である。

数年前のこと、産地と消費地との間で、あまりにも価格差があり過ぎるではないかという騒ぎが大きくなったとき、NHKが、秋刀魚の流通過程を取り上げて、気仙沼の市場で一尾12円の秋刀魚が、東京の小売店で一尾130円している実態を前に、気仙沼の市場の間屋、仲買人、出荷業者、運送業者、東京の築地の市場の間屋、仲買人、小売業者等それぞれの立場の発言を放映して、「誰も暴利をムサぼっていない」という不思議な話を示したことがあった。暴利を貪っていないとしても、産地市場で12円の秋刀魚が、東京の小売店で130円というのは、言語道断の話で、消費者をナメるにもほどがある。

コカコーラの成功は流通機構にあって、国内に16のボトラーズは認めるが、問屋、小問屋等は一切認めず、ボトラーズが直接喫茶店、売店等に配達して、中間搾取を禁じているところにある。こういう見本が眼前にあるのだから、わが国も消費者、実需者のために、流通機構を簡素化し、消費者が神様なのだという政策を徹底化しないではいけないのではないか。8月16日の読売の夕刊は、全面広告で米国産の馬鈴薯の宣伝をしている。加州米の押付けも開始されることだろう。