

ある市場の朝の風景

伊豆地域のある市場では朝の決まった時刻になると、あたりに知れ渡るように「ピー」と笛が吹かれる。その音色が市場全体に響き渡ると、仲買人が一斉にセリ人のもとに駆け寄ってくる。セリ人と仲買人の前にはト口箱が並べられ、その中には漁業者が水揚げした魚介類が水氷で「キン」としめられ整然とセリを待っている。仲買人はセリの前に十分に品定めをし、売り先の需要や他市場の相場などを参考に買値を決めるなどの準備をしているようだ。

ト口箱ごとにセリ人の号令とともに仲買人から「サン、ロク、ピン」など暗号に近い掛け声が発せられ、数秒後にはト口箱の魚介類の値段が決められる。最も高い買値を発した仲買人がその時からその魚介類の所有者となる。その新たな所有者は買い得た魚介類を自らの店舗で販売したり、新たな市場に出荷したりして商いをする。

「高く売れた」と意気揚々となる時もあれば、「安くて日当もでない」とつぶやく時もある漁業者。反面、「高くて買えない」とあきらめる時もあれば、「安くて分量が確保できた」と満足する時もある仲買人。より高く売りたいとする漁業者とより安く買いたいとする仲買人、利害関係は相反するが、車の両輪のように双方の良好な存在があって初めてセリが成立し、適正な価格が形成される。

価格は魚介類の大きさ、肥満度、鮮度、キズなどの質的要素と消費者の需要量などの量的要素により左右されることが知られている。質的要素のうち、魚介類の大きさや肥満度については、それらが漁獲された時に決まることが多いことから、商品価値の低い小型のものは放流すること以外、人的な管理が困難な部分も多々ある。しかし、鮮度やキズについては漁獲時の慎重な取り扱いとその後の適切な温度管理によって、総じて市場に出荷する時には最良の状態となっていることが多い。

量的要素については、対象となる魚介類の市場周辺の需要量に加え、市場周辺以外の国内外の需要量、さらに全国各地の冷凍庫の在庫状況などが複雑に絡みあって、日々、変化している。この量的要素はセリでの仲買人の購入意欲に表現されるように主に買う側に左右されることが多いが、近年では漁業者などの売る側でも、県行政との協働によって直販や大手スーパーなどの新たな販路を見出すことで、少しずつ影響力を持ち始めてきている。

このように伊豆地域のある市場では売る側の新たな取組を背景に流通の規模や範囲などが少しずつ変わり始め、毎日、繰り返される朝の市場の取引にも変化がみられ始めている。

(平井一行)