

日時：平成12年 8 月 1 日（木）
場所：三番町共用会議所大会議室

第11回食品流通審議会卸売市場部会議事録

農 林 水 産 省

目 次

| | |
|------------------------------|----|
| 開 会 | 1 |
| 議事録署名人の指名 | 1 |
| 卸売市場関係事業者の経営の現状と課題について | 1 |
| 卸売手数料等について | 17 |
| 次回の日程等について | 19 |
| 閉 会 | 19 |

開 会

事務局 ただいまから第11回食品流通審議会卸売市場部会を開催させていただきます。まず、委員の交代がございましたので、御紹介いたします。

配付資料2に委員名簿がございますが、7月31日付で本多専門委員が辞任されまして、後任に持丸専門委員が任命されましたので、御紹介いたします。

委員 青果仲卸の持丸でございます。東京築地の仲卸をやっております。前任の本多同様、ひとつよろしく願いいたします。

事務局 次に、本日は津田委員、横川委員、中村眞委員の3名の委員が御都合により御欠席となっておりますが、18名の委員が御出席されておりますので、食品流通審議会運営規程第4条及び第9条の規定によりまして、本部会は成立していることを御報告申し上げます。

議事に入ります前に、お手元に配付しております資料の確認をさせていただきます。座席表、配付資料一覧がございます。以下、資料1から資料5を用意しております。以上でございますが、もし欠落などございましたら、お申し出いただければと思います。よろしいでしょうか。

それでは、部会長、よろしく願いいたします。

議事録署名人の指名

部会長 委員の皆様には大変お忙しい中、また本日は大変暑い中、御出席いただきましてありがとうございます。

それでは、議事に入ります前に、食品流通審議会運営規程第10条第1項の規定に基づきまして、2名の議事録署名人を私の方から指名させていただきたいと思っております。

前回に引き続きまして名簿の順で伊藤委員と大矢委員にお願いしたいと思っておりますが、いかがでございましょうか。

〔「異議なし」の声あり〕

部会長 よろしく願いいたします。

卸売市場関係事業者の経営の現状と課題について

部会長 本日の卸売市場部会は、前回事務局より説明がありましたように、卸売市場関係事業者の経営問題と卸売手数料等につきまして議論を行うこととしております。

議論に当たってあらかじめ事務局が資料を用意しておりますので、まず事務局の方から資料の説明をお願いします。

事務局 それでは、資料3という横長の資料を御覧いただければと思います。「卸売業者、仲卸業者等の経営の現状と課題」という表題の資料でございます。以下、この資料に沿いまして御説明をいたします。

表紙、目次をめぐっていただきますと、1ページとして「卸売業者、仲卸業者等をめぐ

る状況」とございます。こちらから御説明いたします。

卸売市場では、卸売業者、仲卸業者、売買参加者、関連事業者の方々が活動されています。右の図を見ていただきますと、まず卸売業者ですが、生鮮品等について出荷者から販売の委託を受け又は買い受けて卸売を行っておられる方々です。続きまして仲卸業者ですが、市場内の店舗において卸売を受けた生鮮品などを仕分け又は調製して販売する業務を行っておられる方々です。仲卸業者の下の売買参加者を御覧いただきますと、こちらは卸売市場において卸売業者から卸売を受けることについて開設者の承認を受けられた方々です。市場内に店舗を持っていないということにおいて仲卸業者の方々とこの区別がされております。その下に点線で囲んでおりますが、関連事業者の方々というのは、市場の業務の円滑化（例えば荷の保管、市場内の運搬といったこと）又は利用者の利便、こちらは飲食業又は理容業などを指しておりますが、こういった業務を行う方々になっております。また、卸売業者の枠の横に買出人とありますが、こちらは仲卸業者から仕入れを行う方々です。小売商、また大口の消費者、加工業者の方々がこれに当たられます。

続きまして2ページを御覧いただきたいと思います。こちらでは卸売業者、仲卸業者について制度上の位置づけを整理しております。中央卸売市場のということになりますが、卸売業者につきましては農林水産大臣の許可制となっております。また、1市場に入場する卸売業者数は、開設者の定める業務規程でその上限が定められております。この場合、1市場に1業者の市場と1市場に複数業者の市場とそれぞれあるという形になります。

卸売業者は市場法によって財務・業務について規制が課せられております。以下、 から整理しておりますが、まず 法人に限定されること、取扱品目の部類別（青果物、水産物等）に許可が行われること、 として純資産基準額以上の純資産額を確保する義務が課せられるということでございます。こちらは後ほど詳しく御紹介いたします。 として一定率以上の財務基準（流動比率、自己資本比率）を確保する義務、また区分経理などを行う義務がございます。財務基準につきましても後ほど申し上げます。さらに として、兼業業務等については届出の義務が課されております。

さらに、卸売業者の方々につきましては、各種の取引規制に即して取引を行わなければならないこととなっております。昨年の法律改正で若干の緩和が行われましたが、取引の相手方の制限とか市場外の物品の卸売の制限等がございます。

右側にただいま申し上げました卸売業者数の推移を掲げております。右上の表ですが、青果の卸売業者の方々については平成3年に115社でありましたものが平成11年には109社になっておりまして、以下、水産物、食肉、花き、それぞれにおいて掲げております。

その次の表が市場に入場しておられる卸売業者数の最高限度の設定状況です。これは、例えば青果の場合、1市場に1社しか認めないという形になっておりますのが、全体72市場のうち13市場、2社の入場になっておりますのが57市場、3社以上が2市場というふうに御覧いただければと思います。以下、水産物につきましては、1社が4市場、2社が44市場、3社以上が5市場となり、以下、食肉、花きと記載されているところでございます。

続いて仲卸業者の方ですが、こちらは開設者の許可制となっております。業務規程において仲卸業者数の最高限度が定められております。また、仲卸業者の方々につきましては、業務規程により財務・業務について規制が課されております。 として取扱品目の

部類別の許可になっているということ、また として保証金の預託、営業報告書の提出などが義務づけられているということでございます。

右に仲卸業者数の推移がありますので御覧いただければと思います。卸売業者数につきましては直近の時点として平成11年の数字がわかっているのをつけておりますが、仲卸業者につきましては統計の関係で平成10年が直近の数値となっております。御了承願いたいと思います。

続いて3ページですが、卸売業者の経営状況について、以下整理をいたしております。

まず卸売業者の平均的な姿ですが、右の表を御覧いただきますと、部類別に1社当たりの平均を見ております。青果については平均すると取扱金額は247億円でして、従業員数が101人という形になります。また、一番右になりますが、アルバイトの方々もいらっしゃいます。水産物につきましては取扱金額が305億円で従業員数が90人、食肉につきましては239億円の取扱金額で49人の従業員数、花きはやや小さくなっておりまして50億円の取扱金額、従業員数が35人という形となっております。

ただいま申し上げましたのは平均の姿ですが、卸売業者間では経営規模にかなりの格差が見られます。右下の表は部類別に取扱高に応じてそれぞれ整理しておりますが、右側の方に「1業者当たり取扱金額」とございまして、青果においては最高が1,781億円の取扱金額で最低が17億円という形となっております。この場合の従業員数を見てまいりますと、最高の場合には508人の従業員数がいらっしゃいまして、最低は10人という形となっております。以下同様で、水産物については取扱金額の最高が2,198億円、最低が17億円、従業員数の最高が415人、最低が6人となっております。食肉については1,016億円が最高の取扱金額で最低は70億円、従業員数は最高103人、最低11人となっております。花きにつきましては全体が小さくなっておりますので区分を変えておりますが、こちらについても1業者当たりの取扱金額を見ますと、最高が268億円、最低は4億円、従業員数は最高115人、最低2人というような状況にございます。

4ページにまいりまして、卸売業者の組織・勤務形態等について整理いたしました。ここでは資料の制約がございまして、組織については右上で青果のモデル例を示しております。取締役会の下に社長さん、副社長さんがおられまして、この下が事務管理部門、営業・業務部門にそれぞれ分かれています。あくまでもモデル例ということで御覧いただきたいのですが、こんな形になっております。事務管理部門においては、総務部、経理部、計算部、電算室などがあり、営業・業務部門においては業務部、それから野菜、果実についてそれぞれ1部、2部があるという状況になっております。

その下に、ある青果の卸売会社さんのインターネットでの公表資料から営業部門の従業員の勤務形態を整理いたしました。これもあくまでも事例として御覧いただきたいのですが、営業部門の職員につきましては、朝の3時に出勤をいたしまして、まず担当産地からの入荷状況等を確認する。サンプル出しを行いまして、販売準備のための販売原票の作成等を行っておく。また、仲卸業者の方々と情報交換を行っております。そして、せり前の確認を行いました上で、朝市という形で5時ごろにせりを行っておられるということです。せりの結果に基づきまして、分荷、引き渡し作業、現場整理を行いまして、商品の管理を行い、7時ごろに市況の分析を行っております。これに基づいて産地へ市況・販売状況等を連絡いたしております。8時ごろに朝御飯を食べまして、こちらの市場では9時から昼市

ということでもう一度せりを行っておられるようです。その結果を産地等へまた連絡をいたしまして、さらに翌日の集荷活動ということで産地等へ電話をされておられる。また、仲卸業者の方々と商談をされ、その後、上司へ報告、またミーティングを行っておられるようです。こういったことを踏まえて、お昼前に状況分析、また翌日の集荷・販売計画をつくりまして、お昼御飯を食べる。その後、翌日の入荷や販売予定の確認や準備を行い、終礼という形になっております。この後、小売店等へ販売促進活動に行かれることもあるということでございます。

同じページの左下に、参考までに新規採用者の待遇例を整理しております。これもインターネットに採用情報を公開しておられる卸売会社数社の情報をもとに整理をしたものですが、また後ほど御覧いただければと思います。

5ページから経営の内容に入ります。卸売業者の経営を見てまいりますと、市場外流通の増大や景気低迷による取扱高の減少、伸び悩みがございます。また、経営規模の拡大等経営改善の遅れがございまして、年々厳しい状況になっております。この結果、営業利益率の低下、赤字を計上する業者数の増加が見られるところでございます。

右の表を御覧いただきますと、一番上が「1業者当たり取扱高の推移」ですが、花きがやや増加傾向である以外には、青果、水産物、食肉、いずれも取扱高が減少傾向で推移しております。

真ん中の表は卸売業者の営業利益率 これは売上高営業利益率と御理解いただきたいのですが、これの推移を整理しておりますが、いずれにおきましても、そもそも低い水準ですが、それがまた低下傾向にあるという状況でございます。

こういった結果、一番下の表が「営業損失を計上した卸売業者数」ですが、一番右の11年度を御覧いただきますと、青果で22%、水産物で30%、食肉で90%、花きで39%の業者の方々が営業損失を計上しておるという状況でございます。

続いて6ページを御覧いただきます。こちらは4月に手数料問題について御説明いたしましたときの資料と同じ形式のものを右に掲げております。ただし、前は卸売会社全社でしたが、今回は1社当たりで整理しております。これを御覧いただきますと、まず収益の構造は、青果、食肉、花きについては委託の割合が高い一方、水産物については買付の割合が比較的高い状況でございます。支出の方を御覧いただきますと、どの部類においても人件費の割合が非常に高い。また、青果、食肉につきましても、出荷奨励金、完納奨励金の割合が高くなっております。こういった状況につきましても、近年大きな変化は見られておりません。

なお、左下に兼業業務の実施状況を小さく掲げております。取扱物品の開設区域外での販売、これも兼業になっておりまして、こういったものを行う場合とか、包装・加工、冷蔵・保管その他、こういったものを兼業業務として行う例がございます。

続いて7ページを御覧いただきたいと思っております。右の表は取扱高の規模別に営業利益を見ております。御覧いただきますと、取扱高の大きな業者の方々におきましては相対的に経営状況はよくなっておりますが、取扱高の小さい業者の方々の経営状況は悪化しておりますという状況でございます。ここでは青果、水産物について掲げております。食肉につきましても会社数が少ないこと、また花きについては全体として規模が小さいために、ここでは省略させていただいております。

また、複数の卸売業者が入場されている卸売市場においては、営業損失を計上されている業者が存在する市場の割合が高くなっておりまして、しかも2社ともに赤字を計上されている事例が見られます。右の表で例えば青果の平成11年を御覧いただきますと、1市場に1社の市場におきましては28市場中6市場において営業損失を計上されている卸売会社がいらっしゃる一方で、1市場で2社の市場を御覧いただきますと、42市場中17市場で営業損失を計上されている卸売会社があるという形でございます。以下、水産物についても同じでして、1市場1社の場合には8市場中1市場、1市場2社の場合には40市場中18市場というふうになっております。

8ページを御覧いただきます。右上の表は「卸売業者の集荷先別仕入割合」ですが、青果、食肉、花きにおいてはJA系統を中心とする出荷団体からの仕入れが多くなっておりまして、水産については産地の出荷業者からの仕入れが高い割合を占めております。水産物の流通につきましては、水産物の水揚げ港に産地の市場がございまして、こちらは地方卸売市場が多くなっております。産地市場の買受人が消費地市場に出荷をしてくるのが通常の形になっておりまして、中央市場においては消費地市場がほとんどになっておりますために、ただいま申し上げたような形になっているわけです。

続いて出荷奨励金の関係です。以前にも御説明しておりますが、出荷の奨励等のために卸売業者が出荷団体に交付をしているものです。具体的な交付につきましては開設者が承認要領等で定めている状況でございます。真ん中の表に出荷奨励金の交付額と受託品取扱高に占める割合をそれぞれ掲げております。右の表のとおりです。

下の表は出荷奨励金の交付先割合を整理しておりまして、青果においては系統団体への支払いが高い割合を占めております。その一方、水産においては企業の支払いが高い割合になっておりまして、ここには冷凍マグロの出荷者や鮮魚の産地の出荷業者の方々が含まれております。

9ページへまいりまして、次に仲卸業者の方々の経営状況でございます。先ほどと同様、まず平均的な姿を整理しておりますが、青果については取扱金額が約12億円ほどになっておりまして従業員数が15人、水産については11億円ほどの取扱金額で従業員数が12人、食肉については約20億円弱となっております従業員数が11人、花きについては5億円ほどで従業員が10人という形になっております。

こちらにおいても経営規模によってかなりの差が見られております。右下の表を御覧いただきますと、ここでは1業者当たりの取扱金額を出しておりますが、青果につきましては約137億円ございまして、最低はゼロとなっております。調査対象に業務実績のない方が若干いらっしゃいますのでゼロの形になっておりますが、少ないところについては表中の1億円未満の取扱規模別業者数を参考にさせていただければと思います。水産物についても同様に、1業者当たりの取扱金額が最高は161億円余となっております最低がゼロ、食肉については最高55億円程度、花きについては最高が17億円弱で最低が4,200万円という形になっております。

10ページは仲卸業者の方々の経営状況ですが、市場外流通の増大や景気低迷による取扱高の伸び悩み、また大型小売業者の方々と決済サイトの長期化、経営規模の拡大等経営改善の遅れ等々によって年々厳しいものとなっております。こちらにつきましても営業利益率の低下、赤字を計上する業者の方々が多という状況でございます。右の取扱高の

推移から見ていただきますと、各部類ともいずれも伸び悩み又は減少傾向でございます。真ん中の営業利益率の推移を見ていただきましても、いずれも悪化傾向でございます。

なお、ここで花きについて平成9年に非常に高い4%という率が出ています。これは、いろいろ調べてまいりますと、天候不順のためにお盆時期に菊を中心に価格が非常に高騰した年でございますので、この辺が理由かと推測いたしております。

また、一番下の表は資料の関係で経常損失を計上した仲卸業者数の割合になっていますが、最近の数値を御覧いただきますと、各部類とも非常に高い割合になっているという状況でございます。

11ページは先ほどの卸売業者の場合と同じ形式で経営構造を見ております。御覧いただきますとおわかりのとおり、各品目を通じて人件費が高い比率となっておりますし、また、収益構造は営業利益率がいずれも低い状況でございます。

続いて、12ページです。仲卸業者の方々の経営状況を規模別に見てまいりますと、右の表のとおり、いずれも厳しい状況でございますが、青果、水産物とも5億円未満の階層の経営がとりわけ厳しいという状況でございます。

なお、真ん中の表の水産物ですが、こちらの場合には10億円以上の取扱高の方々におきましても平成5年度と9年度に営業利益率が「」のマークを出しているわけですが、バブルの崩壊によりまして、規模が大きい場合でも経営が若干不安定な年があるということではないかと推測いたしております。

次に仲卸業者の経営に大きな影響を持っております決済サイトを見ております。右下の表で各団体ごとの決済サイトを見ております。部類別に差がありますが、川下に近いほど、その期間は長くなっております。仲卸業者の方々が小規模な経営の中で決済サイトの短縮に貢献されているという形が出ているかと思えます。なお、花きの場合は、関係者全体の経営規模がそれぞれ小さいという中で、ほかとは違った形になっているというふうに考えております。

続いて13ページは仲卸業者の販売代金の回収状況でして、右上の表を御覧いただきますと、いずれも一般小売店の場合に比べて大規模小売店からの回収期間が長くなっているということでございます。

次に卸売市場の決済システムの一環として、仲卸組合や買参組合などによる代払いや精算のシステムが構築されております。卸売市場における迅速・確実な決済の担保に役立っていると考えております。右下の表は組合代払方式、精算会社方式によって決済が行われている市場数ですが、一番下の「導入率」を御覧いただきますと、青果におきましては72市場中70市場においていずれかの方式で決済システムができていまして、97%という形になります。以下、水産物におきましては78%、食肉におきましては30%、花きにおきましては50%の市場において、こういった決済方式が導入されている状況でございます。

14ページは完納奨励金でございます。卸売業者が取引に当たって代金の早期納入の促進ということで買受人又はその団体に支出している交付金でございます。交付状況は右の表のとおりでございます。右下に完納奨励金の交付先を掲げておりますが、7割以上が仲卸・小売の組合に支払われております。特に青果につきましてはこれが9割以上という形になっております。

15ページにまいります。こちらでは仲卸業者と量販店との取引の実態を整理いたしまし

た。

農水省におきましては、今年2月、仲卸業者の経営改善と市場における取引の円滑化を目的として、中央市場の仲卸業者の方々と大型量販店の方々と取引の実態を調査しております。右の中段の表は「量販店と取引のある仲卸業者」ということで整理しておりますが、青果では57%、水産物で39%、食肉で28%、花きでも28%弱の業者の方々が量販店との取引を持っておられます。

この調査によりますと、量販店との取引によって仲卸業者の経営に当たって幾つかの問題が指摘されております。まず納入価格・数量の決定方法として、契約後の相場変動による受注価格の変更が行われる場合、仲卸業者に不利な場合が多いという結果が出ております。また、特売対応として、特売の場合には原価割れする場合が多いという回答が出ております。また、多頻度配送の場合には配送時間がかかり負担が大きいという結果が出ております。こういった結果につきましては、右下のところで仲卸業者の目から見て問題となっている量販店との取引をそれぞれパーセンテージで示しておるところでございます。

こうした調査結果から、公正取引委員会が設定しております「流通・取引慣行ガイドライン」との関係等について専門家の意見を聞いて分析したところ、次のような結果が指摘されております。左下の 、 、 を御覧いただきたいと思っております。仲卸業者は量販店からの優越的地位の濫用行為を受けやすい状況にある、契約関係の明確化など仲卸業界全体の商慣習の改善と量販店の優越的地位の濫用行為への仲卸業者自身の意識を高める措置が必要である、調査結果には量販店の「優越的地位の濫用」と判断される点もあり、またガイドライン掲載事項以外で問題と考えられる点もあった、以上のようなことございました。

こうした調査において明らかになった点を含めまして、今後、公正取引委員会に対して指導の要請を行うこととしております。

続きまして16ページを御覧いただきたいと思っております。昨年の卸売市場法の改正と施行の状況について整理しております。

既に御存じのとおりですが、昨年の改正におきましては、卸売業者、仲卸業者の経営状況の悪化等の状況に対処して、市場の新たな展開と活性化を図るということで改正いたしました。大きな柱としては、市場関係業者の経営体質の強化、中央卸売市場における取引方法の改善、また卸売市場の再編等の推進ということでございます。

右に箇条書きで整理しておりますが、経営体質の強化につきましては、卸・仲卸業者の合併等における金融上の支援措置、また財務面での指導基準の明確化等をいたしました。

(2) 取引方法の改善としては、開設者の業務規程でそれぞれ設定できるものとして、取引数量や価格の公表措置などを設けたところでございます。また、市場の再編の手続規定を設けております。

こういった中で財務指導基準の明確化を(2)に整理しております。法改正によって卸売業者に対する財務面での指導基準が明確化され、これを満たさない場合には経営改善を命ずることができることとなっております。この指導基準を具体的に申し上げますと、として流動比率が1を下回ったこととございます。流動比率とは流動資産の合計金額の流動負債の合計金額に対する比率でして、これが1を下回らないようにというのが指導基準の内容でございます。以下、自己資本比率が0.1を下回ったこと、また経常損失が3期以

上続いた場合ということで、こういったことにならないようにということでございます。

右に、平成11年度決算の速報値から、ただいま申し上げました指導基準を満たしていない卸売業者の部類別の割合を整理いたしました。まず流動比率が1を下回っている業者の割合は、青果が15%、水産で10%、食肉はございませんで、花きで6%でございます。自己資本比率が0.1を下回っている割合は、青果で10%、水産で16%、食肉が20%、花きでは16%でございます。また、経常損失が3期連続で赤であるところは、青果ではございませんでしたが、水産物で1%、食肉で10%、花きで3%となっております。今後、業務報告書を精査いたしまして対応を検討してまいりたいと考えております。

17ページは純資産額について整理いたしました。中央市場の卸売業者が万が一にも破産いたしました場合には、多くの生産者の方々に多大な影響を与えますとともに、市場の信用を損なうこととなりますので、市場法におきましては資力信用の指標として業者に対し一定の純資産額（資産から負債を控除した額）の確保を義務づけております。この額につきまして、昨年、法改正を行ったところでございます。右のとおりですが、青果、水産についてそれぞれ引き上げております。食肉につきましては、出荷から支払いまでの期間が非常に短くなっておりますので、改正せず、そのままになっております。花きについても、青果、水産と同じように引き上げたという状況でございます。

18ページは取引の関係ですが、各市場でそれぞれ業務規程の改正が行われ、本年7月1日までに全ての市場で施行されております。右に主要な市場における新しい取引方法を整理しております。青果、水産物とも1号、2号、3号とありますが、1号に分類されているのは、せり・入札により取引をするというふうに定められている物品です。2号は一定割合はせり・入札によりなさいというもので、それ以外のものについては相対取引という形になると思います。3号は、せり・入札、相対いずれでも結構ということでして、実態的には相対が中心になるものでございます。

各市場ともさまざまな形で定められております。例えば仙台の市場などを御覧いただきますと、青果におきましては、1号が法蓮草、小松菜、チンゲンサイなど、2号の該当はなく、3号の方に1号以外の物品という形でやっております。水産物の方を御覧いただきますと、生鮮水産物を1号に置きまして、2号はなし、3号の方で冷凍・加工水産物その他を置いているという状況になっております。

続いて19ページ、売買参加者、関連事業者の状況ですが、最近の景気の低迷などを受けまして、花きを除き、それぞれの方々の数は減少傾向にあります。青果については、合計を御覧いただきますと3万4,000円弱から2万6,000余円に、水産物については1万1,000円弱から1万円弱に、食肉については2,200余から2,000円弱に、花きについては増えておりまして、6,200円弱から9,500円弱という形になっております。

20ページにまいりますが、売買参加者の方々の業種別構成を見ますと、一般小売業者の方々が多いものの、近年、その構成割合は低下が見られるところでございます。下は関連事業者の方々でございまして、先ほど申し上げましたような機能の充実、便益の提供を行っております。業者数の推移を見ますと、冷蔵庫、精算・代払いなどの卸売業務に直結する業務を行っている方々については横ばいですが、売買参加者の方々の減少に伴って販売業や飲食業などの減少が見られるところでございます。

21ページからは地方卸売市場を整理しております。昭和46年には1,864市場を数えてお

りまして、ピークには2,028市場ございましたが、その後は青果市場を中心に漸減傾向にございます。右の表のとおりでございます。総合というのは複数の部類を扱っているもので、青果、そして水産(消)・水産(産)とございますのは消費地市場、産地市場ということです。以下、食肉、花きとございます。

卸売業者ですが、こちらは知事の許可制になっておりまして、先ほど中央市場で申し上げました純資産額制度とか兼業の届出等の事項につきましては、各都道府県の実情に応じて県の条例で定められております。

22ページへまいります。地方市場の卸売業者の方々も経営状況は非常に厳しい状況にございまして、市場の統合大型化等を通じての経営体質の強化が求められております。右の表にそれぞれ推移を掲げております。ただ、最近は、調査はしているのですが、無回答の会社が増加しております。こういった会社につきましては利益率が低い会社が該当していると思われまして、統計の数値が7年までと8年以降と若干違った傾向にありますが、この辺は御容赦願いたいと思います。

また買受人の方々につきましては、開設者の承認制となっております。そのうち仲卸業者の名称を用いられている方々が全国で約2,300業者ございます。地方卸売市場においては卸売業者が仲卸業者の機能を実質的に兼ねている場合が多くなっております。

23ページにまいりまして、今後の課題に入ります。第6次の基本方針におきましては、卸売業者・仲卸業者の経営の近代化の目標として、右のとおり、大きく分けて、合併、提携強化等による経営規模の拡大・体質強化、経営管理システムの整備、経営コストの縮減、集荷・販売力の強化等が示されたところでございます。

また、24ページにまいりますが、市場関係業者の方々の体質強化の観点から、6次の方針においては従業員1人当たりの取扱高の目標を定めております。卸売業者におきましては、例えば中央市場を御覧いただきますと、青果で2億円、水産物で2億9,000万円、花き1億3,000万円、地方市場においてはそれぞれ8,000万、1億5,000万、8,000万となっております。仲卸業者につきましては中央市場のみ掲げておりますが、青果が9,000万、水産物が8,000万、花きが5,000万となっております。これらの目標に対して10年度実績での達成率を見てまいりますと、右下の表ですが、それぞれ68%、57%、74%という形になっております。

続いて、25ページ、経営の指標でございます。事業者の経営指標につきましては、主に生産性、健全性、収益性の視点から分類されるかと考えております。このうち生産性につきましては従業員1人当たりの目標取扱高が設定されておるところですし、また健全性につきましては、昨年法の改正によって財務指導基準を設けたところでございます。

今後、卸売業者・仲卸業者の経営体質強化を図るためには、従業員1人当たりの取扱高の目標に加えて、業者が適切に自らの経営を分析し、収益性、成長性等について基準となる指標を考えていく必要があるというふうに考えております。

26ページですが、経営の改善のための課題を幾つか整理いたしました。

まず合併による統合大型化ですが、営業利益率の低い収益構造の中で収益を上げていくためには、卸売業者の方々につきましては合併等による経営規模の拡大が必要であろうと考えられます。また仲卸業者の経営の零細性を踏まえまして、合併等による統合大型化によって業者数の大幅な縮減が必要になるであろうと考えております。

合併の実績が右にございますが、卸売業者で見てまいりますと、平成元年度以降、各書類を通じて計13件の合併等が見られているところでございます。その事例を下にそれぞれ整理しておりますので、また御覧いただければと思います。

一番下は仲卸業者の方々の関係ですが、合併等が少ないために、ここでは営業権の譲受件数を整理いたしました。東京都の場合と大阪市の場合を事例として挙げさせていただきます。

27ページにまいりまして、関係業者間での提携・連携関係の強化についてです。事業者間での共同商品開発、計算業務等の共同化、共同研修によってコストの削減が必要と考えられます。また、卸・仲卸業者の方々の連携によるマーケティング活動の強化等により収益の向上が必要になると考えております。右上に模式図がございまして、こちらはA市場の青果の仲卸の方々が会を結成して、先進地見学やリテールサポート活動、卸との連携等によるマーケティングという形の活動を行っている例でございます。下はB市場ということで水産物の関係ですが、卸・仲卸の方々が連携し、末端の小売業に対して料理メニューの提案やリテールサポートを行っている事例でございます。

28ページは情報化の推進です。システム化、オンライン化等の情報化の推進によって事務処理や取引の効率化を図ることが必要であろうと考えられます。右の絵はベジフルシステムの概要ですが、これは青果におきまして卸売業者と出荷者との間における売買取引情報・出荷情報をオンラインでやっているものでございます。御覧いただきますと、電気通信会社（NTT）が開設をしたベジフルセンターにおいて、売買取引情報は卸売業者から出荷団体に、出荷情報は出荷団体から卸売業者に、それぞれ情報をオンラインで送っているものでございます。

29ページを御覧いただきたいと思っております。こちらは花きの卸売業者さんですが、相対取引の効率化を図るため、従来は1件ごとに電話やFAXで営業マンが対応しておりましたものを、イントラネットを利用して卸売会社と仲卸会社を結びます。さらに、仲卸会社の方々はインターネットを使って小売店と結んで相対取引の迅速化を図っているという例でございます。下は市場内LANの整備の概要ですが、市場内にLANを整備し、開設者と卸売業者間での情報の送受信、また販売戦略として卸・仲卸の方々とのデータ送信にも活用されております。

30ページは物流の効率化ですが、絵を御覧いただきますと、情報ネットワークを活用したロジスティクスによりまして、従来なら卸売市場の仲卸業者の方々がそれぞれトラックを使って小売店に配送しておりますものを、共同配送センターという形でまとめて、ルート配送で効率的に配送している例でございます。また、下のC市場につきましては、通い容器ということで何度も使える容器を利用して、生産者から小売業者への容器を一貫して使っており、小売業者がこれを返納してまた卸売業者などが使うという形のことを行っております。

31ページは労働生産性の向上についてですが、人件費の割合が非常に高くなっておりまして、事務処理の合理化等を図ることによっての生産性の向上が必要と考えられます。ここで例に挙げておりますのは加工品主体の卸売業者の方ですが、従来は在庫チェックなどに多大な労力を要しておりましたものが、バーコード方式によって作業時間を非常に短縮したという例でございます。

32ページは環境への配慮についてです。資源循環型社会の構築ということでリサイクル対策が求められているわけですが、地方市場のA社におきましては、環境保全に対する社会的責任なども踏まえて、国際的な環境管理・監査に対する規格であるISO14001を取得し、会社全体として環境対策に取り組み中ということでございます。

33ページは施策の関係でございますが、卸売業者・仲卸業者の方々の統合大型化に対する支援措置を整理いたしました。金融措置として低利資金、また税制措置として登録免許税、固定資産税、所得・法人税の特例が設けられているところでございます。

34ページには合併大型化に関連して公正取引委員会の企業結合ガイドラインを掲げております。ここでは次の35ページを御覧いただきたいと思っております。卸売業者の合併に際してガイドラインがございまして、セーフ・ハーバーという概念が記されております。セーフ・ハーバーといえますのは、合併後の会社の取引先である仲卸及び買参人の方々について、ほかに3社以上の卸売会社から仕入れを行うことが手続や時間等から見て容易である場合には、競争の制限にはならないという考え方でございまして、公正取引委員会から文書で示されているものでございます。

右を御覧いただきたいのですが、セーフ・ハーバーで考えておりますのは、時間・距離等の点から見て仕入れが可能な圏域ということで、合併の対象となる会社が入場している市場を中心に一定の圏域が引かれます。関西のある市場の例によりますと、大体半径15kmから20kmの円という形になっておりまして、その中にほかに三つ以上市場があるようであれば競争を実質的に制限することになるとは考えられないと。あくまでも原則ですが、こういったものが公正取引委員会から示されているところでございます。

時間の関係ではしよりました恐縮でしたが、以上で説明を終わらせていただきます。

部会長 ありがとうございます。

大変盛りだくさんな資料の説明でございますが、この資料につきまして質問なり意見がございましたら、どなたからでも結構です。よろしく願いいたします。

委員 財務指導基準ですが、これは金融関係も含めて他の業界もそうですが、この基準が甘いのか、それともきつい基準なのか。どうなんでしょう。私はずっと見ていて、自分でこんなことを言うのもおかしいのですけれども、ちょっと甘いといえますか、もっと厳しくされた方がいろいろなことが出てくるのではないかなど。これならこの会社でも基準に合っているというような感じがするのですけれども、いかがでしょうか。

事務局 去年の法改正におきまして他業界の例を踏まえてこういった基準が設定されておりまして、横並びと言うのも変ですが、他の業界と比べて特に厳しい・緩いという形はないと思っております。

部会長 部会長が言うのもおかしいのですけれども、要するに、そういう基準が意味があるかどうかということですね。今おっしゃるように、きつい方が意味があるのか。

委員 そうということですね。

事務局 そういう意味では、今年度からこの考え方が適用されるということですから、まずはこの基準をもとに運用を行っていきたいと考えております。その後、いろいろな形で実績を積んでまいりますと、また新しい考え方が整理できることもあるかと思っております。

部会長 委員、どうぞ。

委員 卸売業者・仲卸業者の大変厳しい経営内容を拝見したわけですが、改善のための課題が幾つかありまして、その中で合併による統合大型化とか関係業者間の提携・連携関係の強化というのがございます。ただ、26ページの左側に（参考）として統合大型化に対する意識調査の数字を見ますと、「経営基盤は安定しているので考えていない」という方が卸売業者で30%強、仲卸業者で44%ということで、経営基盤が安定していると思っておられるということと先ほど御説明いただいた実態とは乖離があるような気がいたしますが、これは合併をしたくないから今は経営は大丈夫なのだというお答えを書いておりますのか。その辺の背景はどうなのでしょう。

事務局 経営状況に関する調査結果と当事者の方々の意識の違いがどうしてもあるのかなと考えておりまして、この辺は行政の施策として合併による統合大型化等についてのPRを行っていかねばいけないのではないかと考えております。

部会長 委員、どうぞ。

委員 その場合、いつも私は言うんですけれども、合併しようとしても公取がどうかということで、これは「やれ」と言っておいて、「するな」と言うのと同じようなことでして、我々としてはどうすればいいのか、前向きに考えていても困るんですよ。こんなことはないと思いますが、合併したとします。すると、後で公取が審査する。基準に合っていなかったら「だめだ」と言われるということだったら、怖くてできないということもあるわけです。

先ほどの説明で仲卸さんが3カ所から買えるようであったらいいということですが、例えば法律で京都の仲卸さんは京都の市場でしか買えないという前提があるわけです。つまり、大津の市場や大阪の市場から買えるのかといいますと、買おうと思っても買えないということがあるわけです。だから、「やりなさい」、「やるな」というのと……。どうもその点が僕らはもうひとつわからないんです。

事務局 この点につきましては行政サイドの一つの課題だと考えております。

昨年の法律改正を踏まえて、私どもとしては経営の体質強化のために合併等の大型化が必要であるということをご公正取引委員会の方に説明に参りまして、私どもの考え方につきましては公正取引委員会の方でも理解をいただいているところでございます。ただ、その一方で独禁法という一つの制度がございますので、公正取引委員会の方は実態に即して個別に判断をしていくという立場で考えておられます。その意味では、まだその部分が十分解決されたとは考えていないわけですが、市場施策として体質強化のための大型化が必要であるということにつきましては、今後とも、公正取引委員会にこの辺の事情を十分説明いたしまして、何とか対応策について考えてまいりたいと思っております。

部会長 委員、どうぞ。

委員 これを読ませてもらって感じたことを二つほど申し上げます。

先ほどの件ですが、大型化を進めていくときに一番重要となるのは市場の定義なんです。市場を局地市場に限っている限り、独禁法上、大型化は進めていけない。そうしますと、ここで改めて市場間の競争を認めるような方向と大型化との相関関係を議論しなければならぬということ、これが一つ。つまり、個別市場でここへは行けませんよということは、独禁法上、当然許されないわけです。しかし、日本全国の市場を自由に動いていいよとなったら、メーカーが全国市場を相手にして市場を定義できるのと同じで、まずその問題が

少し大きな問題となるのではないか。片一方で市場のネットワーク化とおっしゃっていますので、その辺との関係をきちとした方がよいのではないかというのが私の印象です。これが第1点。

第2点は、先ほどの委員の御発言の件もあるのですけれども、確かにデータで見ると危機的な状況だけれども、こういうことを言っただけでは失礼ですが、当の業者の方々はそれほど危機感を感じていないのではないかという気がちょっとするんです。大学と同じで、「危機だ」「危機だ」と言われても教授連中はさっぱり危機と感じていない人が多い、そういうことをちらっと感じましたので、その点、戦略的にどうなのかということになる。

それから、もう一つ私が感じたのは、はっきり言いまして、やっていける卸・仲卸とそうでない卸・仲卸が相当はっきりしているのかどうか。

以上、三つぐらいを感じたので、今後の議論の素材にさせていただきたいと思います。

部会長 今の話は、行政当局もさることながら、むしろ市場関係者の皆さんがどう思っ
ていらっしゃるのかを伺った方がよろしいのではないかと思います。いかがでしょうか。
一つは危機的状況についての認識があるかどうかという問題ですね。

委員 それは当然ありますよ。みんなあるんです。あるのですけれども、どうしたら
よいのかという具体的なことになってくると、ふーんということになってしまいまして、
進めないというところがあります。

部会長 他にいかがですか。

委員 今の委員の御発言のとおりです。ただ、私どもの組合を例にとりますと、非常
に考え方が古いんです。危機的感覚を、従来の仲卸の職責を守ることによって、小さく小
さく守ろうという後ろ向きの姿勢が非常に強いんです。それを打破するための意見あるい
は指導に対して非常に大きな抵抗があるということは強く感じております。これをどのよ
うに措置していくかということは大変難しい課題であると考えております。

部会長 ありがとうございます。

ほかにどうですか。

委員 水産の方と同じで青果の方も、それぞれの方がバランスシートを見えていますか
ら、今後やっていけるかなという感じは非常に強く持っています。ただ、今のところ、バ
ランスシートを出して検査を受けていますが、それに対する行政指導としても「それでは、
おまえ、やめろ」とまで言えない部分がございますし、組合の方でも、同じ仲間ですから、
やめるについては何らかのものを考えなければいかなんというのが現状でございます。

部会長 ありがとうございます。

ほかに、この問題について、どなたかございますか。

委員、どうぞ。

委員 大型化がえらくいいように言われるけれども、我々の流通末端を見ていても、
必ずしも大型化がいいとは限らない。そごうの例もあれば、長崎屋の例、ヤオハンの例も
あるということで、これは中央卸売市場の問題ですけれども、経営内容さえしっかりして
いれば小さいものでもいいのであって、大型化が善であり正義だというやり方は、私がい
つも言うアメリカの影響を受けているのではないか。

日本という国は、この小さい国土に1億2,600万人が本当に肩を寄せ合って生きてい
かなければならん。それを何でも大型化・大型化と言うから今いろいろな問題が起こって

るのであって、やっていけるところは小型でもいいし、やれないところは大型であっても排除すべきだというのが正しいと思うわけです。ですから、これにそのまま当てはまるかどうかは別として、確かに経営の内容の悪いところは一緒になって、そういう要件を満たしていくことが必要だと思いますけれども、余りに「大型化、大型化」と言うと世間の反発を招くのではないかという心配がちょっとあります。

委員 今、委員が仰られましたが、中央市場の関係では（合併して）大型化するほど大きな会社はないんです。みんな小型ばかりだから、二つが一緒になっても、委員の言われる大型にはならないのです。小型と小型ですから。だから、ちょっと当てはまらないと思います。

部会長 わかりました。

今の問題はいいのですが、例えば26ページで「営業利益率の低い収益構造の中で卸売業者が収益をあげていくためには、合併等による経営規模の拡大が必要である。」、あるいは「仲卸の経営の零細性を踏まえ、合併等による統合大型化により業者数の大幅な縮減が必要である」と、こういうところですね。本当に合併等によって規模が拡大すれば収益が上がるのかというところの議論があまりなされていないという御指摘だと思うのです。その辺なんですよ。

委員 利益もつくり出せない合併を「合併」と言いますか。利益を出すために合併するのはごさいませんか。

部会長 そうなんです。

委員 だから、そういうふうに解釈をすれば、それでよろしいのではないかと思います。

部会長 合併しても意味がないところと、合併したら意味があるところとが出てくるわけですね。

委員 つぶれてもいいところと合併してもやっていけるところ、それは取捨選択、その時その時によって事情が変わってくると思います。

委員 大体私もそういう気持ちでいるのですけれども、問題は、合併して1 + 1が2を超える仕組みになるかどうかということが重要なんです。

こういうことを言っていていいかどうか、わかりませんが、今のデータから見ると、1 + 1でかえってマイナスが出てくるところもなきにしもあらずなので、合併してよい仕組みをどうつくるかというところに今後の市場制度で考えるところがあるのではないかという気がしたものですから。

委員 委員の仰ることはよくわかっているんです。そのとおりだと思うのですけれども、はっきり言って、中央市場そのものがとにかくそうせざるを得ない状態まで来ているということで、やらないよりはやった方がいいだろうという解釈は、私は成り立つと思います。

部会長 ほかに、どなたか御意見、御質問ございますか。

委員、どうぞ。

委員 11ページの「仲卸業者の1業者当たり経営構造」の分析を見ますと、まさに人件費が非常に高い比率を占めているんです。私は市場というのは労働集約型の産業であると思います。そういう中で、先ほどから大型化とか小型化という意見がございますけれども

も、東京都の築地市場などは仲卸が950社もあって、7.2㎡のところには1社入るということで、経営分析をやっても人件費などはものすごく高くなっているんです。理屈的には、合併や営業譲渡をやってスケールメリットを稼ぐとか、今はやりのIT革命や電子商取引等を入れることによってできるだけ効率的な運用をするということはわかるんですけども、最終的にネックになっているのは精神的な問題です。僕は業界の人にも申し上げるのだけれども、そういう理屈はわかる、けれど俺はこの産業をここまで育ててきた、それを譲渡して役員をおりる気はないと、こういう精神的なものなんです。

さっき委員が言われた1+1が2では合併の意味がないわけです。1+1で3にも4にもなるから合併をして経費節減を図ったり円滑な活性化を図るということになるわけですから、そこいらあたりをどのように仕掛けていくか。私は開設者として卸売や仲卸に合併とか大型化の話をしてはしますが、それがなかなか受け入れられない背景というのは、そういう歴史的な経過とか、あるいは理屈では説明できないものが結構あるんです。それをどう誘導するかということが決め手になるのではないかという感じがするのですが、そこらあたりはどういうふうにとらえられているのでしょうか。

事務局 大変難しい部分、まさに文化にかかわるといいますか、心情にかかわる部分であると思っております。これ自身は個々人の方々のまさに心情にかかわる部分にどうしてもかかってしまうのですけれども、その一方で経済的な側面もあるわけですので、行政の立場からは、理屈と言われるかもしれませんが、経済的な理論ないし理屈で説明をして、合理的な御判断をお願いいたしますということをまずきちんと行っていくしかないのではないだろうかということを感じております。

委員 要するに、危機が来ないと踏み切れないという現実がございますね。理屈ではわかるけれども、本当に火がついて逃げなければいけないということになれば重い腰を上げて動かれるのですけれども、そこまでにそういう状況説明をできるかどうか、そこが大きな問題です。

それから、一番の問題は、特に中央卸売市場の経営という観点から見れば、公営企業法を適用して独立採算でやっているわけですが、そういう状況の中で使用料を運営経費で全部確保するというやり方が早晩できなくなるというふうに見ています。特にインフラ整備なんかを使用料に転嫁するなんて言ったら、経営はできなくなると思います。だから、その辺の経費負担のあり方といいますか、行政がどう見るか、業界がどこを見るかということの見直しもやらなければいけないと私は思います。そういう中で、そういう経費負担をしていただくためには、業界が活性化をして足腰が強くならなければいけない。それは裏腹の関係にあるわけですが、先ほど言われた文化とか今までの経過がございますから、その仕組みづくりがかなり難しい。その決め手が何なのかということをもっと模索している状態です。

部会長 委員、どうぞ。

委員 連想で実は農協や漁協の合併のことを思い出していたんです。私も農協にしても漁協にしても合併がオールマイティではないと思っておりますが、特に漁協は非常に危機的な状況なんです。非常に小さい漁協がいっぱいあって何とかしなくてはいけないという危機感はあるのだけれども、今、委員がおっしゃったように、「少なくとも俺の代ではこの漁協の名前をつぶしたくない」という気持ちが強いわけです。ですから、そのところ

は、もちろんケース・バイ・ケースで、全部が一律に合併という必要はないと思うのですが、例えば農協なんかは一応組織の中で何年までに幾つぐらいの合併を目指すか。これは行政がやってもあまりうまくいかないと思います。その関係者、当事者が、自分たちでどういう目標をつくってやるか。ですから、こちらの場合も、内部でそういうものをつくらないと実際問題としてなかなか進んでいかないのではないかと。幾ら農水省が声をかけてやったとしても、そううまくいかないのではないかと気がちょっとしたんです。

部会長 委員、どうぞ。

委員 今の委員の御発言と関係があるのかもしれませんが、私ども利用させていただく消費者として、関係業界の皆さんの努力の結果を享受させていただくということから考えますと、まず安定した供給が行われなければならないわけですから、例えば合併等、将来的な課題解決を図る際に、できるだけ混乱を招かない状況で……。三方が丸くおさまるような甘いことはあり得ないかもしれませんが、何かあったときには私どもは市場が頼りでございますし、そういうことを考えますと、皆さんが今取り組んでいらっしゃる中でいろいろな意見が出てこなければならないと思うわけです。働いていらっしゃる皆さんが自分たちの抱えている問題を一番よく御存じだと思っております。その中でまず話し合いをしてみて、何が問題で、どういうことが無駄になっているのか、そういう調査も含めて、どうあるべきかというような未来のビジョンを描くための現状分析をする。例えば地域の消費者の声も聞いた方がいいと思われれば消費者の声も聞かれるとか、あるいは取引先、小売店等さまざまな段階の人たちの意見を聞かれることからスタートされてはいかかかと思えます。

ここにも合併以外に物流の効率化とか、情報化とか、労働生産性の向上、現場入力システムを入れること等、いろいろ新しい提案があると思うのですが、そういうことをやってみて、それでもなおかつうまくいかないということなのか、それとも全く現状維持のままでは身動きがとれないのだという結論を先に出してしまわれて現状維持を最良としているとすれば、それでは次の世代の後継者が出てこないと思うのです。

ちょっと話が別の次元かもしれませんが、この間も健康食品が（場外流通の？）ケールを使っているはずなのに、契約栽培のところではケールがとれなくてキャベツを使ってしまったということが新聞紙上で取り沙汰されておりました。そういう問題を起こすようなことはあってはならないことです。つまり、あらゆる意味での流通の効率化、表示の適正化を図るために、そして現状を打破するためにも、どうやったら利潤が上がっていくのか、何が問題なのかということをお客様の中でまず話し合っていて、問題提起をして、こういうことでは私たちは納得できない、この提案ではこういう矛盾があるのだというものが出てきてほしいと思うのです。この間の皆様方の御意見をお伺いしても、こうやってみただけでも、だめだったのでというお話があまりなくて、端からこの提案には賛成しかねるという御意見が多かったのは、ちょっと残念でした。

部会長 ありがとうございます。

この議論は今のお話も含めていろいろ問題があるわけですが、次回にフリートーキングの会も予定されておりますので、今日の資料に基づく質疑はこの辺で終わりにさせていただきたいと思います。

卸売手数料等について

部会長 そこで、もう一つの議題でございます。ただいま御発言あったことは今後の場に生かしていくという前提でございますが、次に卸売手数料の問題についての議論を整理していきたいと思っております。

私が部会長として申し上げたいことは、卸売手数料問題につきましては、4月18日の第9回部会で事務局から「卸売手数料問題について（未定稿）」という問題提起がなされまして、その後、委員各位の御協力をいただきながら、卸売市場部会として6月22日と7月7日の2回にわたり市場関係者からヒアリングを行ったところであります。

このヒアリングの状況を部会長なりに総括しますと、市場の競争力の強化の必要性には理解を示すものの、一つ目として経営状態が悪化しており手数料自由化により卸売業者の経営が立ちゆかなくなるおそれがあること、二つ目に制度の見直し等手数料自由化のための環境整備をまず行う必要があることから、手数料の問題を含む市場の競争力の強化についての総合的な検討を行うことが先決であり、現時点での手数料自由化には反対ないし慎重に取り扱うべきとの意見が多く出されたと考えられます。

こうした市場関係者からの意見を踏まえると、卸売手数料については、第7次卸売市場整備基本方針を議論している当卸売市場部会とは別に、市場の競争力の強化のための総合的な方策について検討を行う中であわせて検討を行うことが適当であると考えられます。

そういうことで、農林水産省の方に卸売手数料等の今後の取り扱いについてどう考えるかというペーパーを準備してもらいましたので、これについて事務局から御説明をいただきたいと思っております。

〔資料「卸売手数料等の取扱いについて（案）」配付〕

事務局 それでは、「卸売手数料等の取扱いについて（案）」でございます。資料に沿いまして御説明いたします。

卸売市場の活性化のためには、卸売市場の競争力の強化は避けて通れない課題と考えておりますが、そのためには、卸売手数料に加えて、市場関係者の方々の経営問題、卸売市場にかかる諸規制等を含めた総合的な検討を行うことが適切でありまして、2回のヒアリングにおきましても各市場関係団体の皆様から概ね同旨の主張が出されたところでございます。

他方、昨年卸売市場法の改正等によりまして、先ほど御説明いたしました財務指導基準の強化、営業権の取得等に対する金融支援措置及び取引方法の改善等の措置を講じまして、本年度からその運用が始まったところでございます。このため、先ほどのような総合的な検討を行うに当たりましては、改正法の成果を踏まえて対応する必要があるというふうに考えております。

このため、市場競争力強化のための総合的な検討につきましては、第7次の基本方針の議論をお願いしております卸売市場部会とは別に、改正法の成果等を見極めるため、概ね3年の期間をかけて市場関係者及び行政が行うことといたしたいと考えております。

この総合的な検討を行いますため、次のとおり検討の場を設けることと考えております。

まず、市場関係者及び行政からなりますワーキンググループを本年秋に設置いたしまして、総合的な検討のための具体的な検討項目の整理等を行ってまいります。この整理がつ

きました段階で、各市場関係団体の長の皆様からなります委員会を設置いたしまして、行政もその運営に参画して、これらの項目について検討を行ってまいりたいと考えております。

さらに、委員会の検討結果を踏まえて行政においてさらに検討を行いまして、この結果をもとに市場の活性化のための措置を講じてまいりたい、以上のように考えております。

部会長 ただいま事務局から農水省としての考え方の説明がございました。これについて何か質問あるいは御意見がございましたら、どうぞ。

委員 これはあくまでも案ですから、急激に卸売手数料の問題で2～3カ月紛糾したわけですけれども、行政側として、ある程度の期間を踏まえて今後検討していきたいということは、いいんじゃないですか。ただ、3年後にどう変わるか、これはそのときの流れだと思うので、それはそれとして考えておいた方がいいと思います。

部会長 ほかにどなたかございますか。委員、どうぞ。

委員 私も、この手数料問題についてはこの方法で3年ぐらいかけていった方がいいと思います。

先ほど危機感という話が出ましたが、おっしゃるとおり、ただ困った困ったと騒いでいるだけで本当の危機感を感じている業者は少ないと思うわけでございます。なぜかという、青果の場合はいろいろな環境よりも天候次第で値段が上げ下げする。そして、豊作で下がった場合は困った困ったということですが、不作で高くなると、よかった、よかったということで本当に危機感を感じていないわけですが、これはおかしいと思います。このように食生活が変わっていく中では、もっと危機感を感じていくべきだと思うわけでございますが、幸いというか、手数料自由化問題が出てきてから、やっと危機感を感じて、これは困ったぞ、これは早く手をつけなければいけないなど、こういう形になってきているわけですので、私は、一つの警鐘を鳴らしたおかげで、この自由化問題が出てきて、業界が目覚めたと思います。そうかといって、急にひっくり返しても混乱しますので、ここに書いてあるとおり、3年ぐらいは予備知識を与えて、そして私どもも粗々の用意ができてから始めるときとうまくいくのではないかと。3年ぐらいの猶予はぜひ必要だと思いますので、よろしく申し上げます。

部会長 どうぞ。

委員 手数料の問題についてでございますが、私どもとしても大変大きな評価をいたしたところであります。特に業界にいろいろと働きかけをいただきまして、検討させていただくということは大変結構なことではないかと、このように思っております。

2回にわたって皆様方からいろいろとお話をいただきまして、私どもは青果の小売ですが、小売の段階でも常に市場の中の古いしきたりの中で生きてきたものですから、ついつい完納奨励金については全国的に震撼を覚えたわけでございます。先ほどの堀委員のお話ではございませんが、これが私どもの組織の上において大きな反省点となりまして、これではいけない、何とか新しい方向を探っていこうではないかといった機運が出ましたことを私どもは大変喜んでいるわけでございます。したがいまして、この3年間にいろいろと検討を加えていただきまして、また、私どもの意見も率直に聞いていただいて、よい方向に進んでいただくように、ぜひお願いをいたしたいと思っております。

部会長 ありがとうございます。

他によろしゅうございますか。

委員 お願いでございます。確かに手数料等についてはある程度の時間をかけて皆さんで検討されることはよろしいのではないかと思いますけれども、そういう過程で、問題を矮小化しないで、どのように流通システムをつくり上げていくかという大きなテーマと一緒に話し合っていていただきたいと思います。そして新しいビジョンみたいなものを出していただけたらと思っておりますので、よろしく願いいたします。

部会長 よろしゅうございますか。

それでは、このような方向で今後進めていただくこととしたいと思います。

次回の日程等について

部会長 続きまして、次回の会合について事務局からお願いします。

事務局 次回につきましては、9月の中・下旬にフリートーキングをお願いしたいと考えております。日程と会場につきましては、決まり次第、御連絡いたします。正式な開催の御案内につきましては、いずれも別途通知をいたしますので、よろしく願いいたします。

部会長 よろしゅうございますか。

それでは、本日はここまでということで閉会といたしたいと思います。大変暑い中、熱心に御議論いただきまして、ありがとうございました。

閉 会