

意見陳述人提出資料

- 青果物卸売市場流通について 1
川田 一光（全国中央市場青果卸売協会副会長）

- 中央卸売市場水産物卸売経営から見た問題点 4
清水 元一（全国中央市場水産卸協会会長）

- 花きの生産・流通・消費の概要 6
相馬 正一（日本花き卸売市場協会会長）

- 卸売市場流通について（仲卸業者） 9
持丸 隆（全国青果卸売協同組合連合会会長）

（敬称略）

青果物卸売市場流通について

川田 一光

(社) 全国中央市場青果卸売協会・副会長

1 客観的なデータに基づく青果物卸売市場流通への評価を

ア 流通段階別マージン・日米比較

農水省資料（14年9月第4回研究会提出のP10）を再掲し、日米比較を行うと、次の通り。

生鮮食料品の価格構成の日米比較(1995 - 97年平均)

	生産者受取価額		中間経費		小売経費	
レタス(1 kg)日本	153	34%	65	15%	226	51%
レタス(1 kg)米国	35	21%	47	28%	87	51%
りんご(1 kg)日本	226	47%	98	21%	152	32%
りんご(1 kg)米国	48	23%	75	36%	88	42%
トマト(1 kg)日本	253	42%	114	19%	239	39%
トマト(1 kg)米国	66	23%	75	26%	150	52%

資料：農林水産省「日米流通マージン比較調査」（平成12年3月）

卸売市場を経由しない流通形態の米国に比べ、卸売市場流通が大宗を占める日本は、中間経費の占める割合が小。（消費者購買価格に占める生産者段階の占める割合が大きい。）

絶対額で比較をすれば、小売、生産者段階の日米価格差が極めて大きい。卸売段階は健闘していると言うべき。

また、日本の中間経費には、運賃、包装資材価格、仲卸マージン、出荷団体の手数料等が含まれ、卸売業者帰属分は大きくはない。

イ 卸売市場流通と卸売市場外流通

思いこみにより判断することなく、客観的なデータをもとにコスト比較等を行うべき。

また、市場外流通は、価格、取引条件等を取引当事者以外は知り得ないことにも、留意が必要。

以上のように、卸売市場流通は高コスト、便益が劣るとの認識は改めるべき。

2 取扱い商品の特性等を踏まえた流通

ア 我が国の食文化、青果物生産構造等への対応の必要性

我が国の豊かな食生活、文化が求める豊富な品揃えへの対応

我が国の多数の小規模農業生産者への販路の提供、多数の専門小売店への仕入れ機会の提供

- イ 青果物の生鮮食料品としての特性を踏まえた流通
工業製品と異なり、日々の生産量、品質をコントロールすることが困難。また、品質劣化が早く、ストックが困難。
青果物は、生き物で呼吸しており、また圧迫に弱い。
(購入注文と供給とのマッチングの困難性とこれを乗り越える仕組みの必要性)

3 卸売市場流通における現状及び課題

(1) 経営について

- ア 川下（量販店等）のバイイングパワー、川上の統合大型化等により大きな影響
中央卸売市場・青果部卸売会社の対売上高営業利益率の推移
- | | |
|--------------|-------|
| 平成 2年度（111社） | 0.61% |
| 平成13年度（103社） | 0.09% |

イ 青果部卸売業者の統合合併

東京・関東地区の動向

特に地方での統合合併を推進する必要（独禁法の運用の改善等）

(2) 卸売市場流通における売買方法

- ア 先般の法改正、条例改正により、弾力的な取組が可能となっている。
マーケティングも実施。
契約的な取引へも取り組み。

- イ 中央市場の卸売業者は、現在、主要品目について、売買取引の方法毎に卸売数量、価格を公表。また、開設者に報告、開設者からも公表されている。
さらに、卸売業者は産地情報等を取引先に提供している。

競争者の存在する一般商取引で、取引の基本情報を公表するのは極めて異例。更なる透明化の推進は、資本主義社会における取引としての性格を否定することにつながりかねない。

(3) 卸売手数料等について

- ア 現状のまま委託手数料の自由化が行われるならば、卸売業者の経営対応能力を超え、各社の倒産が続出し、青果物生産・流通・消費に大混乱が生ずることが避けられない。
また、一度、生産流通システムが大混乱・破壊されるという事態になれば、二度と復元できないことに留意する必要がある。

- イ 現行の委託手数料は、出荷者（販売委託者）から収受するサービスの対価というだけでなく、中央卸売市場の存立基盤となっている様々な仕組みと密接に関係している。

このような手数料を見直すのであれば、手数料と密接に関連する様々な制度・仕組み

みについても見直し、手数料見直しの環境条件を先行して整備すべきである。

- ウ 特に、受託拒否の禁止規制（出荷者から販売を委託されれば、条件の如何にかかわらず、販売委託を拒否できない。）、卸売業者の経営展開に関する規制、仲卸業者との垣根の問題、差別的取扱の禁止規制等の取引規制、更には手数料とリンクする出荷・完納奨励金制度等について、真剣かつ専門的な検討が必要である。
- その際には、単に卸売市場流通の検討だけではなく、我が国の農業生産・小売構造等にも及ぶ検討が求められる。

4 卸売市場流通の効率化・活性化を推進するための提案

(1) 卸売業者の経営環境整備対策の早急な実施

懸命の経営努力にもかかわらず、卸売業者の経営状況は厳しく、経営環境整備対策の早急な実施が必要。

卸売業者は、日常の取引に関して規制されているほか、卸売市場法令により業務の多角化、他社との提携関係の構築等の経営展開に関しても規制されてる。

卸売業者がその期待される役割を果たすためにも、経営の機動性・自由度を高めることが求められており、卸売業者に対する経営面の規制は廃止すべき。（兼業・支配関係届出の廃止等）

また、特に地方で経営統合の支障となっている独禁法運用の緩和の早急な実現を行う必要がある。

さらに、卸売市場開設者のコストの引き下げにより市場使用料の低減も求められる。

(2) 卸売市場における食品安全対策の強化

取引が集中する卸売市場における公的衛生チェックの強化を。

出荷された商品の安全性への疑いが客観的に見て大きいと認められるときには、開設者の取引停止措置を待たずに、卸売業者による受託拒否、出荷者の負担による返品を認めるようにすることも検討すべき。

(3) 取引規制、卸売市場の枠組み等に関する検討

進め方を工夫すれば、流通研究会の議論は更なる深化が可能。少し時間をかけてじっくり詰めるべき論点も出てきている。

(1)の施策の効果を見極めつつ、流通研究会等における更なる検討を進め、我が国の生産、流通、消費の構造、そのあるべき姿にふさわしい流通、卸売市場の枠組み、取引規制のあり方等を検討すべき。

中央卸売市場水産物卸売経営から見た問題点

平成14年11月5日
(社) 全国中央市場水産卸協会

○ 卸売市場流通における現状及び課題

1 問題の在処

- ・卸売業者・仲卸業者の継続的健全経営が卸売市場の土台。
- ・卸売市場は、効率的な流通システムであるが、現在、中央卸売市場水産物卸売会社の赤字経営が全体の3分の1、仲卸業者の半数が赤字である。一つの業界として構造的課題を抱えているのではないかと懸念。
- ・業界から見た卸売市場の構造的課題としては、①生産・流通事情の変化に応じて、卸売業者、仲卸業者の営業の規制を基本的にどうするのかという中央卸売市場制度の問題、②今の卸売市場の数や地理的分布、卸売市場関連企業の数
は適切かという実態問題がある。
- ・卸売市場外の構造的変化である、需給緩和、小売等需用者の大型化という経営環境の変化の中であって、卸売業者、仲卸業者とも、極めて小さい利幅の中で業務をしており、生鮮食料品の効率的供給は、卸売市場だけでなく、生産段階、小売り段階も含めての問題。
- ・当面の優先課題は、卸・仲卸の経営問題。当面の規制改革も、経営対策上の必要に応じて行うべきもの。

2 卸売会社経営の実態

- ・取扱数量減、単価安の継続で経営環境が極めて悪化。
- ・集荷、販売でのもともと激しい競争。都市産業としてのコスト。販売リスクの増大と金融機能の疲弊。
- ・需給緩和、流通の構造変化による、大型需用者からの仲卸業者への要求の強まり（バイイングパワー）。

3 卸売市場の開設・運営

- ・卸売市場の開設と経営の困難さ←都市立地によるコスト、地方公共団体の財政事情、卸・仲卸の経営悪化。
- ・大都市圏での卸売市場の過密な状況。
- ・地方都市卸売市場の集荷力低下。

4 卸売市場流通における売買方法

- ・出荷者の意向に沿って集荷することが卸として肝要。
- ・委託販売が、今日の卸売業者の業務の基本。買付けは、その補完として、品揃えや大量集荷の観点から実施。

- 5 卸売手数料等について
- ・委託手数料は、出荷者が卸売会社に販売の委託をしたときに払うもの。販売価格に上乗せされるものではない。
 - ・卸売市場の役割、委託の特質から見て、現行委託手数料制度は適切に機能。

○ 卸売市場流通の効率化・活性化を推進するための提案

- 1 卸売市場の開設・運営方法について
- ・中央卸売市場については、公設制の下での民間への管理委託等を推進。(都市の公共施設としての中央卸売市場の必要性と効率化のバランスをとる。)
 - ・第三セクターによる開設については、賛否が分れる。
- 2 取引方法のあり方について
- ・水産物については、現行制度下で取引上の本質的不便なし。むしろ現場での運用が課題。抽象的制度論の前に、現場で多様な運用が必要。
 - ・出荷者の委託による販売には、卸売市場における生鮮食品の取引方法としての合理性がある。水産物については、実態上は買付が65%あり、現行委託原則制度で品揃え上の問題はない。
- 3 物流の効率化について
- ・デフレ下で、絶えざるローコスト化が卸売会社の毎期の利益の源泉。それにも限界はある。取引規制制度の変更というよりその適切な運用が必要。
 - ・商物分離は、卸売市場法の枠内(指定保管場所)と、事実上卸売市場法の枠外(兼業、関連会社)の両面で実行可能。
- 4 卸売手数料等について
- ・委託手数料を自由化することには反対。

花きの生産・流通・消費の概要

平成 14 年 11 月 5 日

(社) 日本花き卸売市場協会

1、花き産業の概況

(1) 生産

- ア、特産地型から全国的展開、施設型の増加、切花産地と鉢物産地
- イ、大小産地の存在と多い個人出荷、多品目・小ロットの存在、全国ベースの価格安定制度はない

(2) 流通

- ア、高い市場流通率、委託販売率
- イ、量販店、スーパー等への対応
- イ、輸入花きの増加（切花消費量の約 1 割強）、品質向上

(3) 消費

- ア、景気動向に敏感に反映、業務用需要の減少
- イ、ホームユースの拡大、花き購入家庭は 4 割強

2、花き市場の概要

(1) 歴史的展開過程

ア、市場数の推移

- ①商品特性、輸送事情により各地で小市場が成立

花き市場数 272、うち中央市場 23、30 卸売会社・19 都市、地方市場 187、189 卸売り会社（うち花き専門市場 145 市場、166 会社、その他市場 62）、協会会員会社 169 社、圧倒的に多い地方市場、

イ、市場法の対象

- ① 青果、水産物より大幅に遅れ（46 年法改正、49 年花き市場第 1 号 仙台中央卸売市場）
- ② 平成 11 年改正で「花き」が法文に明記

(2) 市場の地域的分布

- ア、市場整備計画 ①切花中心市場と鉢物中心市場（セリ日は別々）
- イ、地域需要への対応

(3) 市場の機能・役割

- ア、品揃えの重要性（花きは多品目、市場取り扱いは約 1000 アイテム）
- イ、通販の拡大
 - ① JFTD
 - ② Web 販売

(4) 市場・卸売会社の経営

- ア、企業経営の基盤・蓄積の弱さ
- イ、販売金額別市場数…規模は青果物市場に比し一桁小さい。
- ウ、赤字会社の増加傾向（高い人件費（花きの調製、廃棄物の処理、容積／単価の低さ、鉢物は効率化困難、多品目揃えの必要性、新品種の続出

(5) 市場の問題

- ア、機械ゼリの拡大 ①大勢の買参人（小売店の参加）
- イ、需給調整 ①農水省の需給調整会議
- ウ、市場外流通 ①量販店、スーパー等への対応 ②加工施設（花束等）
- エ、産地の大型化と市場 ①特定市場への出荷集中と転送の増加（鮮度低下）
- オ、輸入花きの増加 ①品質保証と産地表示の明確化
- カ、決済日数 ①青果物に比し長い。

(6) 当面の重要課題

- ア、消費拡大 ①ホームユース花き ②物日対策、「誕生日に花を贈ろう」
- イ、品質向上 ①日持ち性向上生産技術 ②バケツ低温輸送システム ③定温倉庫、
- ウ、産業廃棄物対策 ①鉢物の輸送容器のリターナブル・システムの確立
- エ、規格の調整・統一
- オ、IT化の促進 ①ネット販売 ②新花きシステム構築・利用による商取引 ③JFコード ④EDI
- カ、統合合併促進、財務体質の強化

卸売市場流通について（卸売業者）

1、卸売市場流通における現状及び課題

(1) 生産者・小売業者への情報提供等の支援

- ア、需給調整協議会資料により生産者へ提供
- イ、仲卸業者、インターネット等を通じての情報提供

(2) 卸売市場の開設・運営

- ア、中央卸売市場と地方卸売市場、第7次中央卸売市場整備計画（新設1、取り扱い品目に花きの追加4（うち移転新設による追加2））
- イ、多い地方卸売市場、第3セクター
- ウ、統合合併の促進

(3) 卸売市場における売買方法

- ア、機械セリが増加
- イ、多数の買参人（多い小売業者）

(4) 卸売手数料等

- ア、中央は9.5%、地方は10.0%
- イ、出荷奨励金は、地域で異なり1000分の1～3

(5) その他

- ア、転送と地域需要、地域と花き消費
- イ、輸入花きと産地表示

2、卸売市場流通の効率化を推進するための提案

(1) 物流の効率化について

- ア、産地集出荷センター、消費地集分荷センターの設置、
- イ、台車利用、一部市場での自動搬送システム（ローラーコンベヤー等使用）
- ウ、鉢物は、認定トレー等の使用・繰返し利用（産業廃棄物対策）

(2) 品質維持向上対策

- ア、切花は、バケツ使用
- イ、定温倉庫設置

(3) 取引方法の効率化について

- ア、取引電算化
 - ① 日本花きコードの設定、維持管理（現在 約46000品目）
 - ② 花きコードセンター（ホームページ）の設置運営
 - ③ EDIの導入と取引電子化（インターネット利用）の促進
- イ、地域ネットワーク構築による共同集荷、需給調整、市場周辺産地開発

(4) その他

平成14年11月5日

卸売市場流通について(仲卸業者)

全国青果卸売協同組合連合会

会 長 持 丸 隆

I 卸売市場の歴史的変転に対する認識

- 1, 大正12年 中央卸売市場法制定の背景
- 2, 昭和10年 築地市場開場時の取引
- 3, 第二次世界大戦での廃業
- 4, 戦後の卸売市場の復活
- 5, 高度成長過程での取引の変転

II 仲卸業者から見た卸売市場の現状と問題点

- 1, 契約取引を拡大すれば結果的に不公平を拡大するのでは
- 2, 卸売市場における価格変動・需給調整・決済問題
- 3, 取引の透明性確保
- 4, 卸売市場の物流合理化
- 5, 卸売市場の今後