

中 間 報 告

平成14年5月30日

卸売市場競争力強化総合検討委員会

1 はじめに

(1) 卸売市場は、生鮮食料品等を重視する我が国の食文化・生活文化を支える基幹的流通機構として、生鮮食料品等の円滑な流通に大きな役割を果たして来ている。

一方、産地の大型化、市場外流通の増大、市場関係事業者の経営悪化等卸売市場をめぐる状況が変化する中で、卸売市場が、今後とも、消費者及び市場利用者の期待に応え、適切に機能を発揮していくためには、その競争力の強化を図ることが必要である。

(2) このような中で、平成11年に卸売市場法が改正され、卸売業者・仲卸業者の経営体質の強化や量販店等市場利用者のニーズに応じた取引方法の改善等の措置が講じられて来ているところである。

(3) さらに、卸売市場法の規定に基づき、平成13年3月に、今後の市場施設整備等のあり方を定める第7次卸売市場整備基本方針及び中央卸売市場整備計画（初年度：平成13年度～目標年度：平成22年度）が食品流通審議会（現食料・農業・農村政策審議会）での審議を経て策定されたところであるが、この審議過程において、平成12年8月に、卸売市場の競争力の一層の強化を図るため、改正卸売市場法の成果を踏まえつつ、概ね3年程度を目途として、市場関係者の経営問題、卸売市場に係る諸規制、卸売委託手数料等の卸売市場のあり方について総合的に検討を行うことが適切である旨の取りまとめが行われた。

(4) この取りまとめを受け、平成12年11月に、卸売市場総合検討ワーキンググループが設置されて以降検討が行われ、平成13年9月には、論点整理－卸売市場の競争力強化のための総合的な検討項目－の取りまとめが行われた。

(5) このような経緯を受け、平成13年10月に総合食料局長の委嘱を受

けて、卸売市場競争力強化総合検討委員会が、卸売市場の競争力強化を図るための総合的な検討を行うために設置されたものであり、卸売市場総合検討ワーキンググループによる論点整理で示された検討項目を基に8回の会合を重ね、検討を深めてきた。

(6) この報告は、これまでの本委員会の議論を取りまとめたものである。

なお、今回の報告は、卸売市場をめぐる想定される現下の課題について、本委員会として、議論を尽くして取りまとめたものである。一方で、現在、食品の安全確保のための法制度の検討等生鮮食料品等の流通をめぐる情勢には動きも見られる。これについて、現時点で、今回の報告にも可能な限り取り込んではあるが、今後の情勢の変化に即して、本委員会として追加的に議論することもあり得、また、この報告では、今後さらに検討を要する事項もあることから、今回、「中間報告」との形で取りまとめを行っている。

2 卸売市場の現状とこれまでに果たしてきた役割

(1) 卸売市場の現況

我が国には、卸売市場法に基づく諸制度の下に、現在、86の中央卸売市場と1400余の地方卸売市場が配置されている。国民が日々消費する青果（野菜・果実等）の約7割、水産物の約7割、食肉の約1割5分、花き（切り花・鉢物等）の約8割5分がこれらの卸売市場を通じて取り引きされており、その取引額は中央卸売市場においては約5兆5,000億円、地方卸売市場においては約4兆5,000億円にもなっている。

このように、卸売市場は、まさに、これら生鮮食料品等の基幹的な流通機構としての役割を果たしている。

(2) 生鮮食料品等の特徴と卸売市場の役割

生鮮食料品等は、その特性により、取引を行う場所としての卸売市場が必要であり、卸売市場法の下、卸売市場は生鮮食料品等の取引に有効に機

能してきた。

卸売市場の果たす役割・機能としては、以下のものがあげられる。これらは、個々の卸売市場によって役割の大小や重視すべき役割があるが、それぞれ分離独立しているものではなく、相互に関連を有しているものである。

これらの役割・機能の発揮により、卸売市場は、生産者や小売業者等にとって生鮮食料品等の魅力ある取引の場所として機能し、食料の安定供給という重要な役割・機能を果たしてきている。

- ① 生鮮食料品等は、しばしば大きな収穫量の変動が生じる。気象、生育環境等の自然条件の変化を受けて、収穫量が予想を大幅に上回るものになったり、あるいは、大幅に下回るものにもなる。生鮮食料品等は、長期の保存のきかないものも多数あるため、迅速にこれらの収穫物を消費者に、余すところなく、届ける必要がある。

卸売市場は、適切な価格決定のメカニズムを通じ、収穫量の大きな変化に適切に対応して、生鮮食料品等の流通の安定化に大きな役割を果たしてきている。

- ② 生鮮食料品等は、商品評価が重要である。生鮮食料品等は、自然の営みを活用することにより生産されていることから、食味、食感、大きさ、色等の品質において均一化が難しい。また、時間とともにこのような品質は変化する。このため、迅速に生産と消費を架橋するとともに、取引のそれぞれの段階において、適切な商品評価が行われることが不可欠である。

卸売市場は、専門的な知識を有する業者により、商品評価を適切に、しかも品質が劣化しないよう迅速に行う役割を果たしてきている。

- ③ 生鮮食料品等は、幅広い品揃えが必要である。消費者の望む生鮮食料品等の種類や品質の等級が極少数のものに限られていたとしたら、生産者から小売業者や消費者等に直販が行われることもあり得よう。しかしながら、実際には、我が国の消費者は、食生活、日常生活を豊かなものにするため、流通関係者に対して様々な種類や等級の生鮮食料品等が品揃えされることを求めている。

卸売市場は、消費者に近い場所に設置され、消費者の望む商品の品揃えの形成に大きな役割を果たしてきている。

- ④ 生鮮食料品等においても、販売及びその代金の回収が的確に行われることが必要である。生産された生鮮食料品等は、流通され、最終的には消費されることとなるが、我が国では、一般的に、生鮮食料品等の生産者が独自の販売網を持っていることが少ないため、安定的に生産を繰り返していくためには、生産物を確実に販売し、早期かつ確実にその代金を回収することができるようにする必要がある。

卸売市場は、このような販売及び代金回収において大きな役割を果たしてきている。

3 卸売市場が直面する課題

日本経済は、経済成長の停滞、物価の下落、少子化など人口動態の変化、グローバル化の進展等を経験している。また、情報技術の進展等情報化も目ざましく進んでいる。さらに、「食」に対する消費者の信頼を損なうような問題の発生等もあり、消費者の安全・安心志向が強まっている一方、低価格志向等流通コスト低減への要請もある。このような状況にも対応した流通業界全体の取組が必要であるが、卸売市場についても従来とは異なった対応が求められている。

(1) 生産者・出荷者からの要請とそれへの対応

- ① 生産者・出荷者は、直接消費者に接していないため、消費者がどのような商品を望んでいるのか把握しにくい。卸売市場においては、需要と供給をにらみつつ価格形成がなされるので、生産者は、例えば、価格の下落の大きい商品については供給が過大になっている、あるいは、需要が減少している状況にあることを知り得るが、そのようなことを事後的に知るだけでは、利益を確保する上で適切な生産を行うためには必ずしも十分ではない。一方、消費者は、価格のほか種類や等級について、多様な商品を望んでいる。したがって、生産者が適切な生産を進める上で、

有効な情報を提供するなど産地への情報提供等の面で、卸売市場は大きな役割を担う必要がある。

- ② 生産者・出荷者は、自らの生産した商品の価格形成が適切に行われることを期待している。価格形成は、せり売・入札（以下「せり」という。）又は相対取引（以下「相対」という。）の方法により行われているが、どのような品目をどの程度せり又は相対にするかは、それぞれの卸売市場の実情を踏まえて決められている。特に中央卸売市場においては、卸売市場法に基づき、卸売業者、仲卸業者、売買参加者、学識経験者等からなる市場取引委員会の意見を踏まえて、このことについて決定がなされるほか、なされた価格形成の結果は公表されなければならないこととされている。このような制度により、適切な価格形成がなされるよう措置されている。供給過剰の基調の下で生鮮食料品等の価格が総じて低迷する中で、生産者・出荷者は、自らの商品の価格がどのように決定されたか関心が強い。生産者・出荷者の需給調整・品質向上の努力への取組と相まって、卸売市場においても利用者のニーズに即した工夫が必要と考えられる。
- ③ 生産者・出荷者は、販売された商品についての代金が迅速に回収されることを望んでいる。流通の多元化が進んでいるが、短期間に生産者・出荷者に販売代金が確実に回収されていく仕組みを持つ流通機構は、現実に、卸売市場において他にはない。したがって、今後とも卸売市場が代金決済において大きな役割を果たしていくことが期待されているが、現状を見ると、卸売市場の販売先が、中小食料専門小売店から量販店に比重を移していく中で、決済サイトが長期化し、市場の資金負担が増している。現在、代金回収は、卸売業者による完納奨励金の交付と、仲卸業者・小売業者等による組合化等の努力により維持されているが、市場関係者、特に、仲卸業者の経営体質の強化のための取組や今後とも円滑な代金回収を維持するための取組がなされる必要が生じている。

(2) 消費者からの要請とそれへの対応

- ① 消費者は、安全・安心な商品が取引されることを望んでいる。特に、

食に対する消費者の信頼を損なうような問題が発生しており、流通業界全体が消費者の信頼を回復するために、卸売市場においても、いかに安全・安心な商品の取引を確保するかを十分に検討する必要がある。

- ② 消費者は、効率的な流通がなされることにより、合理的な価格で取引されることを望んでいる。このため、市場流通のコストの低減を図るため、個々の卸売市場の実情等を踏まえつつ、商取引の情報化を進めるほか、省くことのできる多段階取引、市場内搬入などの縮減に努める必要がある。このような観点から、卸売業者と仲卸業者の業務の範囲、売買参加者の参入、開設区域の設定、商物一致の規制等に関して、流通の効率化を行う観点から幅広い見直しを検討することが必要である。
- ③ 消費者の声を日々直接聴いている小売店は、卸売市場が幅広い品揃えを行うことを望んでいる。流通多元化の中で産直など生産者から小売業者や消費者等への直販も増えてきているが、十分な品揃えの中で消費者に十分な商品選択を可能にさせる点においては、卸売市場は優れた機能を保持してきている。今後ともこのような機能の充実を図っていく必要がある。

(3) 市場関係者の経営の改善

- ① 我が国経済を巡る環境の変化に伴って、広範な範囲で、市場関係者の経営の悪化が見られる。
- ② 卸売市場の運営やそこにおける取引については、公益性があることには議論はないが、個々の取引は民間主体による経済行為として行われるものである。したがって、卸売市場を構成する経営体の体質が強化されることが必要であり、個々の経営体の体力強化に資することとなる経営環境の整備を図ることが重要である。また、個々の企業では、これらを活用して経営の合理化、効率化、新たな事業展開等経営悪化を未然に防ぐための取組を図ることが必要である。
- ③ また、卸売市場が生鮮食料品等の基幹的流通機構としての役割を的確に果たしていくためにも、市場関係者の体質強化・経営改善を図っていく必要があり、卸売市場機能の充実強化を図りつつ、卸売市場の再編・

統合、市場関係者の統合大型化の取組を一層進めることが必要となっている。

(4) 地域の実情に対する配慮

- ① 卸売市場は、卸売市場法に基づいて運営されており、中央卸売市場においては、全国一律の運営基準の基に各地方自治体により運営がなされている。
- ② そのような中で、個々の卸売市場を見てみると、例えば、同じ中央卸売市場であっても、地域の実情や経済環境の変化に応じて、市場運営を柔軟に行うことができるように、開設主体や市場の業務運営のあり方、施設内容に新たな工夫を必要とするものも見られるようになってきている。

4 魅力ある卸売市場を構築するための方策のあり方

流通を巡る環境は、刻一刻変化している。魅力ある卸売市場を構築していくためには、上記3にあげた卸売市場が直面する課題へ取り組み、将来を見据えた方策を打ち出していくことが必要である。

その際の基本的な認識としては、さらに検証が必要であるが、

- ① 卸売市場が生鮮食料品等の取引の適正化とその生産及び流通の円滑化に果たしてきた役割は大きいですが、卸売市場を巡る環境は刻々と変化しているため、これに十分対応していくことができるよう改革が必要ではないか、
- ② 卸売市場の運営及びそこにおける取引は、民間部門の経済活動を基としながらも、公共性に配慮したものであり、改革のあり方も踏まえつつ、今後とも民間としての経済活動の面と公共的な活動の面のバランスを適正に保っていく必要があるのではないかと、
- ③ 個々の卸売市場を巡る状況は多様なものがあるので、全国一律のルールだけを適用するのではなく、個々の卸売市場がそれぞれの地域の実情を反映した運営ができるようより一層の柔軟性を確保する必要があるの

ではないか

といったことがあげられ、このような認識の下で、方策を打ち出し、進めていく必要があると考えられる。

(1) 生産者・小売への情報提供等の支援

- ① 卸売市場は、集荷・分荷などの基幹的な業務に加え、生産者、量販店、専門小売店等の卸売市場利用者に対し、卸売市場の利用の拡大が図れるよう魅力的な付帯サービスの提供に取り組んでいくことが必要と考えられる。

このためには、様々な取組が考えられるが、卸売業者と仲卸業者とが連携を図りつつ、売上げの増大や適切な単価の形成に向けて、自らの有する消費・販売情報の提供等により、産地の開発や小売店の支援等を進めていくことも有効であると考えられる。

- ② ブランド表示なども含めた産地表示等の品質表示は、品質の面において安全・安心を求める消費者・実需者の関心に応えるために必須のものである。このような消費者等のニーズに応えるため、卸売業者、仲卸業者、売買参加者においては、今後とも産地表示等の適切な伝達や、産地表示等がない場合の産地の確認などに努める必要があると考えられる。

また、BSE問題等を契機として消費者の食の安全・安心に関する情報へのニーズが高まっていることを踏まえ、食品の生産履歴等のトレーサビリティの確保等情報提供の取組にも適切に対応する必要があると考えられる。

(2) 取引に当たってのリスクへの対応

- ① 卸売市場では、商品開発、価格変動、売残り、代金回収等取引に当たって様々なリスクが発生するが、このようなリスクの発生及びその対応のあり方は、個々の卸売市場の実情や個々の企業の経営の有り様によって異なってくるものである。

- ② リスクへの対応のために行うべきことは、卸売市場で事業を営む個々の企業が、自らの経営の課題として、商品の需要・供給の状況や関係者

の代金の支払状況などに関する幅広く的確な情報の収集に努めることであると考えられる。また、リスクを市場関係者や市場利用者でどのように分担するかの検討も必要であると考えられる。

- ③ これに加え、個々の卸売市場の実情や個々の企業の経営の有り様に応じてリスクへの適正な対応が図られるよう、リスク対応のあり方に関わる代金回収方式、各種奨励金の交付等を見直し、これらを個々の企業が有効に活用できることが必要と考えられる。また、集荷の方法についても、リスクへの対応の観点から見直しを検討することが考えられる。ただし、卸売市場の価格形成機能を維持・発揮する上で委託原則が重要であり、この原則に基づく現行制度であっても買付を十分に行うことができるので支障はないとする考え方もあり、今後その点も踏まえて検討する必要があると考えられる。

(3) 業務の範囲

- ① 消費者の需要の変化に対応して、卸売市場としても、単なる生鮮品の売買だけでなく、加工食品や業務用需要への対応を進めていく必要がある。小売業者や需要者の立場からも、卸売市場の業務範囲が拡大されれば、利便性が高まると考えられる。
- ② 部類ごとの許可については、例えば、青果の卸が水産の卸の許可を取ることには現行制度のままでも可能であるし、生鮮食料品等の青果部、水産部等の各部の取扱い品目の範囲も卸売市場法は各市場において幅広く設定することも可能としている。
- ③ 競争力強化という観点からは、このような制度を十分に活用することも有効であるが、業務範囲をどのようにするかについて、地域の実情に応じ、各開設者と業者とで具体的な内容の検討を進めることが必要と考えられる。

(4) 卸売市場の開設

- ① 卸売市場法に基づく卸売市場としては、中央卸売市場と地方卸売市場があり、それぞれが地域の実情を反映した運営を行うことが期待されて

いる。しかしながら、現在の卸売市場をめぐる課題を踏まえ、将来も見据えて卸売市場の機能を十全に発揮させるためには、次のような改善を図ることが考えられる。

第1に、中央卸売市場は、直接行政が開設主体となって運営することとされているが、第3セクターが開設主体となり得る途を設け、地域の実情によっては、行政が第3セクターを通して関与する等の柔軟性が認められるようにすることが考えられる。これについては、中央卸売市場の開設者は、市場関係者への指導監督、改善命令、監督処分等の権限を有しており、第3セクターにこれらの権限を行わせることは適当でないのではないかと、この考え方があり、第3セクターとするメリット・デメリット、妥当性等を十分に検証する必要があるほか、導入の対象となる市場をどうするか、地方卸売市場制度との関連をどう整理するか等についても検討する必要がある。

第2に、流通の効率化を図る観点から、それぞれの卸売市場が、建値市場として価格形成機能に重点を置く卸売市場、物流機能に重点を置く卸売市場、品揃え機能に重点を置く卸売市場など個々の卸売市場の特長に応じて、その機能の発揮を図ることができるようになるとともに、それぞれの卸売市場が独自の魅力を発揮し合うようにすることが考えられる。これについては、どのような卸売市場でも価格形成機能は重要であり、軽視できないのではないかと、品目によって機能が異なり、市場単位で捉えることは困難ではないか等の考え方もあり、今後これらの点も踏まえて検討する必要がある。

第3に、卸売市場の配置については、現在の中央卸売市場は都市部に置かれているが、道路網の整備等により、地域の実情によっては、都市部に配置されることの必要性が開設当時に比べ変化しているところも見受けられることから、中央卸売市場を都市部以外の地域に開設することが容易になるような仕組みを設けることが考えられる。これについては、現行制度の運用で対応できないか、地方卸売市場との関係をどう整理するか等について検討する必要がある。

② 中央卸売市場に係る開設区域については、当該市場の主たる供給圏を

示すものとして概ね行政区域に沿って設定され、それが実質的な業務規制区域となっている。生鮮食料品等の流通が広域化する一方で、地域の実情に応じた柔軟な業務運営を図ることが必要となっている状況を踏まえて、今後は、設定の範囲のみならず、設定の必要性を含め、そのあり方を見直すことが考えられる。その際には、中央卸売市場と地方卸売市場との関係、開設区域を見直した場合の影響等についても検討する必要がある。

(5) 売買取引

① 価格形成と商品評価

ア 生鮮食料品等は、需要と供給のバランスが絶えず変動しているので、需要と供給に関する情報を持ち寄って関係者が一堂に会して短時間で価格形成を行う卸売市場が必要である。特に、供給が過剰基調にある中では、売りやすい商品は産直などで売り手と買い手を結び付けることもできるが、生鮮食料品等の生産は数量、品質等をコントロールすることが困難なため、価格形成機能を適切に発揮して、残品を生じさせない卸売市場は、売り手と買い手とを合理的に結び付ける面においても、大きな役割を果たしている。

イ ただし、価格水準を見てみると、情報機器の著しい発達の成果を利用して、価格に関する情報がリアルタイムで全国を駆けめぐりようになったこともあって、現在、全国的に見て市場間の価格差が小さくなっている。また、全国的に道路網が整備されるとともに市場の過密性などから物流の効率化が求められている。このような状況を踏まえ、(4) ①に記述したように、それぞれの卸売市場がその特長に応じた機能の発揮を図ることができるようにし、その機能発揮に応じた市場運営・業務規制や市場の再編・機能分担のあり方を検討することが考えられる。

ウ せりについては、数量、品質等のコントロールが困難な生鮮食料品等の流通に適しているが、加工品、輸入品や工業生産的にコスト管理がなされる産品が増えると、事前情報を基にした取引形態が必要になってくる。したがって、卸売市場においても、事前情報に基づく取引を行わな

いと市場関係者の営業範囲を狭めてしまうことになる。

このような状況を踏まえ、卸売市場においても、せり、相対など価格の決め方（卸売業者にとっては販売方法）のより一層の多元化を図ることが考えられる。なお、その際、生産者の立場からすると、せり、相対などの販売方法を自ら選択したいとの要望もあることから、市場流通の魅力を増す視点から、このようなニーズへの対応として、生産者が販売方法を選択できることも可能としてはどうかとの考え方もある。一方で、卸売業者は、生産者に有利に販売するよう努力しており、生産者に具体的な販売方法の選択を委ねる必要はなく、卸売業者に新たな規制を課すもので適当でないのではないかと、消費者等のニーズを踏まえた仲卸業者・売買参加者の販売方法の選択の希望もあり、それらとの調整をどのように図るのか、現在各市場では商品ごとに市場取引委員会で販売方法を定めているが、生産者が販売方法を選択できるようにすると、このような自律的な市場運営に混乱が生じないか等の考えもあり、今後これらの点も踏まえて検討する必要があると考えられる。

エ 遠隔地からのせりへの参加については、情報技術の進展という背景もあり、集荷対策の観点から、また消費地における市場利用者の要望に応えるため、市場によっては必要となっている状況にあり、その円滑な実施を可能とすることが考えられる。

② 代金決済

ア 卸売市場における代金決済制度が生産者・出荷者の卸売市場に対する信頼性を確保しているが、現状を見てみると、量販店を中心とした川下の決済サイトの長期化が仲卸業者の経営を圧迫している大きな原因の一つになっているほか、卸売業者への仲卸業者の支払い遅延を惹起しており、その見直しが必要であると考えられる。この場合、生産者・出荷者に対する支払いを遅くすることも一つの案としては考えられるが、これは卸売市場の迅速な決済という魅力を損なうことになる。

イ したがって、卸売市場の中で迅速な代金決済に必要な資金的なコストとリスクをどのように負担するのかの検討が必要となる。このことに関連して、現在、卸売業者により完納奨励金が支払われており、行政指導

により上限が設けられているが、川下の決済サイトが長期化している中で、代金回収にどの程度のリスクとコストが発生しているのかを正確に把握している当事者間で柔軟に対応することができるように、完納奨励金の支払いについて、個々の卸売市場の実情や市場関係者の経営状況等も踏まえ、柔軟性を持たせる等の見直しを行うことも考えられる。これについては、完納奨励金のあり方の議論の中で検討すべきものと考えられる。

ウ また、代金決済機能のあり方は、市場取引に関わる卸売業者、仲卸業者、売買参加者の機能の維持・強化、そのための経営改善や体質強化と表裏一体の問題であり、経営改善や体質強化のための方策も代金決済機能の維持・強化につながるものとも考えられる。

③ 透明性の確保と業務の簡素化

ア 中央卸売市場の価格形成機能を適切に発揮させるためには、取引の結果を第三者にも分かるように公表することにより、公正な価格形成を確保することが必要である。卸売市場に入っている業者は、私企業であり、その情報戦略の重要性には配慮を払うとしても、卸売市場の取引の公正・透明性を確保する上で必要な情報は公表される必要がある。その中で、取引された商品の集荷が買付けによるものなのか、委託によるものなのかの情報についても、卸売市場の透明性を担保する観点から公開されるようにすることが考えられる。一方で、そこまで公開を求めることは、卸売業者にとって大きな負担であり適当でないとの考え方もあり、今後検討する必要があると考えられる。

イ 卸売業者等から行政機関への提出資料については、行政機関による適正な価格形成や公正な取引の確保のための監督はもちろんのこと、行政機関による経営指導的な観点からの必要性もある。一方で、行政機関への資料提出については、可能な限り提出者の負担軽減を図るべきである。これらの点を踏まえて、行政の責任と業者の自己責任の境界線を明確にしつつ、卸売業者等の負担を軽減する観点から、範囲、提出方法、提出頻度等の見直しを行うことが考えられる。

また、卸売業務の健全な運営の確保のために設けられている兼業業務、

他法人の支配関係の届出制度については、事業報告書等の資料で代替的に把握可能か等を検証して見直しすることも考えられる。

④ 卸売業者・仲卸業者の業務範囲

ア 今後の卸売市場のあり方を考えるに当たっては、(4)①に記述したように、それぞれの市場がその特長に応じた機能発揮を図ることができるようになることが考えられる。その際には、あわせて、その機能発揮に応じた卸売業者・仲卸業者の業務のあり方についても検討することが必要となると考えられる。

イ 卸売市場法に規定のある卸売業者の卸売の相手側の制限等に係る例外措置や仲卸業者のいわゆる直荷引きの例外措置については、取引の概略の公表措置を設ける等曖昧な運用が行われないようにすることが必要と考えられる。

ウ 現在、中央卸売市場は、受託があった場合、正当な理由がない限り、すべてこれを受け入れなければならないとされている。しかしながら、消費者への安全・安心な商品の提供のために安全性に疑いのある場合や、過剰に大量の物品が市場にもたらされ、取扱能力を超えたり、買い手がない等市場での取引が困難となる場合もあり、卸売業者等がその取引を制限することが可能となるようにすることが考えられる。ただし、卸売市場の果たす役割・機能に支障が生じないことが前提であり、今後この点も踏まえて検討する必要があると考えられる。

(6) 施設の機能高度化

① 卸売市場は、集荷・分荷、価格形成、情報収集、品揃え、貯蔵、保管、加工、配送などの機能を果たす場所であるので、市場外流通の動向なども見ながら、現在のあるべき流通にふさわしい施設を整備することが必要であると考えられる。その際には、消費者の関心が特に高い安全性、衛生、品質・鮮度などの面に充分配慮する必要がある。

② 多くの場合、開設者が施設の整備を行い、卸売業者や仲卸業者がその施設を使用するものであるため、これら施設の利用者が真に必要な施設整備となるよう、関係者の間で、整備のあり方、施設の内容、整備

に伴う使用料の水準等について十分な協議を行い、施設整備を進めていく必要があると考えられる。また、低廉かつ良質な公共サービスの提供という観点等から注目されているPFI手法の導入も有効な選択肢である。

- ③ 通常よりも機能水準の高い施設などの導入については、卸売業者や仲卸業者自身の工事施工、保守・管理などが望ましい場合もあると考えられ、このような場合には、市場関係者自らによる整備手法の導入なども有益であると考えられる。
- ④ 卸売市場は、農業や生鮮食料品等の流通に対する国民の理解を深めるのに適した場所でもあるので、展示・見学施設などの整備にも努めることが考えられる。
- ⑤ 中央卸売市場の施設整備は、卸売市場法に基づく卸売市場整備基本方針及び中央卸売市場整備計画の下で実施されているが、市場をめぐる状況等に応じて柔軟に施設の機能高度化を図られるようにするとともに、中央卸売市場の再編も念頭においたものとなるよう、整備方針や計画のあり方についても検討する必要があると考えられる。

(7) 経営改善

- ① 効率的な経営を行う企業（卸売業者・仲卸業者・売買参加者）が卸売市場における取引を担っていくことが、卸売市場流通の基本的な姿である。
- ② その際、効率的な経営は、市場間競争や市場外流通との競争が激化している状況に対応して、それぞれの企業経営者の努力により維持されるべきものであって、日常的な経営管理はもとより、経済環境の変化を察知し、企業自らが未然に経営悪化を防ぐために、販売力の強化を図るほか、事業方針の見直しや異なる経営体との連携、統合・合併などによる経営基盤の強化を早期に行っていくことが有効と考えられる。
- ③ 行政は、効率的な経営体が市場流通を適切に担っていけるよう環境の整備を行うことを基本とし、経営悪化企業に対する経営改善指導、必要な場合には許可等の取り消し、入場者数の見直し等を的確に実施するこ

とが考えられる。このほか、仲卸業者への財務基準の導入等入場資格の見直し、許可等に対する有効期限の設定などについても検討することが考えられる。ただし、市場流通への影響を考慮すると適当でなく、業務停止命令や許可の取消しなどの現行の制度で対応できるので、見直しの必要はないとの考え方もあり、今後この点も踏まえて検討する必要があると考えられる。

また、卸売業者、仲卸業者の統合・合併等を今後ともさらに進めていく必要がある、生鮮食料品等の流通が広域化・多元化し、市場間競争や市場外流通との競争が激化する中で、卸売業者が卸売市場に単数であっても価格形成等に支障を生じさせるとは考えにくい実態となっていること等を踏まえ、このような生鮮食料品等の流通実態を踏まえた独占禁止法の運用基準の一層の明確化等運用改善が図られる必要があると考えられる。

統合・合併は、企業自らの経営問題として取り組むことが肝要であるとともに、行政も積極的な誘導や環境の整備を図ることが必要であり、さらに、市場によっては、市場関係者等による協議機関の活用により、卸売業者の統合・合併による懸念を除去する仕組みを関係者の合意の下で作り、円滑な統合・合併に資するようにすることも有効と考えられる。

④ 物流技術、情報技術等が進展している中で流通コストの低減に資するよう、これらの技術を取引業務に積極的に導入することが必要であると考えられる。特に、それぞれの卸売市場の特長を活かしたサービスの提供や卸売市場間で分業とそれに基づく協業による連携など卸売市場の機能充実も重要であり、このような面でもこれらの技術を積極的に導入することが必要である。

⑤ 日々の卸売市場の運営については、地域の実情に応じて、効率性と卸売市場の利用者への利便性を最大限に考える必要がある、開設者は、このような観点から、必要に応じ、第3セクターによる開設への移行のほか、開市日やせりの時間等卸売市場の運営のあり方について見直しを行うことが必要であると考えられる。その際には、あわせて、市場関係者の自主性に委ねられるべきものは委ねるとともに、低コストでの市場運

営に努めることが重要であると考えられる。

さらに、市場運営の財務面等の実情については市民に情報公開するなどの取組が必要であると考えられる。

(8) 料金

① 卸売手数料、奨励金

ア 卸売手数料

中央卸売市場における卸売手数料については、現在、個々の中央卸売市場の業務規程で、卸売金額に野菜8.5%、果実7%、水産物5.5%、食肉3.5%、花き9.5%以内で施行規則に定める率を乗じた額とされ、施行規則で具体的な料率が定められている。実際の料率は、市場実態や歴史的な経緯から上記の最高限度の料率より低い率を設定している例もみられるが、上記の最高限度の数値となっているものがほとんどである。この料率は、農林水産省の通知により、引下げ等が行われた経緯があり、現在に至っている。

卸売手数料については、各卸売市場の実情や卸売業者の卸売業務に係るコストに応じて、弾力的に決定できるようにするか否かについては、様々な意見がある。

卸売手数料設定を弾力化すると、①生産者の手数料引下げ圧力や卸売業者間の過当競争により、卸売業者の経営悪化、倒産・廃業が発生する、②卸売業者は、採算を確保できる商品の取引に傾向し、採算に合わない商品は、実質的に取引が制限されることとなる等により、生産者にとって、販路が限定されるとともに、生鮮食料品等の円滑な流通に支障が生じるおそれがある、また、卸売手数料の設定を弾力化する場合には、卸売市場法に基づく各種規制等についても抜本的に見直す必要があるとする考え方がある。

一方で、卸売手数料設定を弾力化することにより、①市場の実態や利用者のニーズに応じた取引の工夫等サービスの充実を通じて、市場流通の魅力を高めることができる、②卸売業者間の自由な競争により、出荷経費の低減を通じて流通コストの低減を促すことができる、③卸売業者

が卸売業務に係るコストに見合った手数料を設定し得る途が開かれ、卸売業者の経営安定を図ることができ得るようになる等卸売市場の競争力の強化、ひいては、生鮮食料品等の流通の効率化、高度化が期待されるとする考え方がある。

また、卸売市場における取扱金額が減少するなど取り巻く環境が厳しい状況の下で、卸売市場が生鮮食料品等の流通で的確に役割を果たしていくためには、先ず卸売業者の健全な経営を確保するための環境を整備すべきであり、手数料見直し以外の規制緩和等競争力強化の方策を実施し、その結果を評価した上で手数料の見直しを行うべきとの考え方もある。

さらに、地方卸売市場の手数料率については、野菜、果実、水産物、食肉、花きのいずれにおいても個々の卸売市場や市場関係者の実情等に合わせて、中央卸売市場の最高限度よりも高いものあるいは低いものが設定されており、今後とも、このようなシステムが維持されることが望ましい。なお、中央卸売市場の手数料で弾力化を図ると、一般に規模が小さい地方卸売市場に対しては、生産者からの手数料引下げが強く要求される等地方卸売市場の経営に大きな影響を与えるので、中央卸売市場の手数料については慎重に検討すべきであるとの考え方もある。

イ 出荷奨励金

中央卸売市場においては、当該市場における生鮮食料品等の安定的供給の確保を図るため、業務規程に基づき、卸売業者が開設者の承認を受けて、出荷奨励金を支出している。出荷奨励金については、農林水産省の通知により、支出額の抑制等が行われた経緯があり、現在に至っている。また、地方卸売市場も中央卸売市場に準じている実態にある。

出荷奨励金は、市場へのお荷を誘導する等のために支出されているものであるが、生鮮食料品等の供給の現状等を踏まえ、市場競争力を強化する上で必要な見直しを行うことが考えられる。特に、現在の生鮮食料品等の供給が過剰傾向にある状況等においては、当初の役割は低下しており、廃止すべきとの考え方もある。

また、出荷奨励金は、出荷団体の出荷等に要する経費として利用されていることにも十分留意する必要があるとともに、手数料のあり方と同様、先ず卸売業者の健全な経営を確保するための環境を整備した上で検討すべきとの考え方もある。さらに、卸売手数料収入の中から出荷奨励金を支出しているとして卸売手数料とセットで検討すべきとの考え方もある。

ウ 完納奨励金

中央卸売市場においては、卸売代金の期限内の完納奨励等のため、業務規程に基づき、卸売業者が開設者の承認を受けて、完納奨励金を支出しており、完納奨励金については、農林水産省の通知により支出額の抑制等が行われた経緯があり、現在に至っている。また、地方卸売市場も中央卸売市場に準じている実態にある。

完納奨励金は、卸売代金の確実・早期の決済の誘導等のためのものであるが、量販店を中心として川下の決済サイトが長期化している中で、代金決済に伴う資金的なコスト・リスクの負担の態様が従来と異なってきており、また、個々の市場関係者によっても異なっていること等も踏まえて、市場競争力を強化する上で、必要な見直しを行うことが考えられる。

一方で、現在の取引実態において、完納奨励金が卸売市場の迅速・確実な代金決済機能を確保するために重要な役割を果たしており、また、売買参加者にとって市場取引の魅力の一つになっていること等から、その廃止や見直しには慎重な考え方もある。

また、手数料のあり方と同様、卸売業者の経営に関わるものであるので、先ず卸売業者の健全な経営を確保するための環境を整備した上で検討すべきとの考え方もある。さらに、卸売手数料と完納奨励金とは、セットで検討すべきとする考え方と、双方を別に検討すべきとの考え方もある。

このため、卸売手数料等に関しては、これらの指摘も踏まえて、今後

さらに幅広い観点から検討を行うことが必要であると考えられる。

② 市場使用料

卸売市場の機能の高度化に努めていくためには、市場利用者のニーズも十分に考慮しながら、施設整備を計画的に行っていくことが必要である。

卸売市場の施設は、公的な規制の下で卸売業者や仲卸業者が営業活動のために使用するものであるため、その整備に当たっては、これらの者の意向が適切に反映されるような意志決定の手続きが必要であると考えられる。また、その建設、維持管理の低コスト化を図りつつ、その費用負担について、開設者、市場利用者間で適切に行われるようにすることが必要と考えられる。

なお、市場使用料は、売上高割使用料と面積割使用料とを併用するのが一般的となっており、これを適切とする考え方もあるが、売上高割使用料は、売上高が大きくなるほど高くなるので、市場関係者の経営意欲を阻害する等から合理的でないとの意見もあり、市場関係者と十分協議する必要があると考えられる。

5 おわりに

生鮮食料品等の流通が多元化する中で、生鮮食料品等の基幹的な流通機構である卸売市場についても、多様な取引に対応できる仕組みを持つことが必要である。経営の点では個々の企業が健全な経営を目指していくことが基本となるが、個々の卸売市場の運営としては、卸売市場としての様々な取組ができるよう、柔軟性が十分に確保される必要がある。

行政にあつては、本報告書を参考にして、広く生産者、消費者、流通業者等の関係者の意見も聴いて、真に卸売市場の競争力を強化する上で、どのような対応を図ることが必要か検討し、将来的にも魅力のある卸売市場の運営が可能となるような新しい卸売市場施策の策定を早急に行うことを期待する。

卸売市場競争力強化総合検討委員会委員名簿

| | | |
|------|-------|-----------------------|
| (座長) | 上原征彦 | 明治学院大学 経済学部教授 |
| | 岡田明輝 | (社) 全国中央市場青果卸売協会会長 |
| | 川田一光 | (社) 全国中央市場青果卸売協会副会長 |
| | 持丸隆 | 全国青果卸売協同組合連合会会長 |
| | 市川吉三郎 | 全国青果物商業協同組合連合会会長 |
| | 清水元一 | (社) 全国中央市場水産卸協会会長 |
| | 関本幸也 | (社) 全国中央市場水産卸協会副会長 |
| | 伊藤宏之 | 全国水産物卸組合連合会会長 |
| | 藤原厚 | 全国水産物商業協同組合連合会会長 |
| | 寺内正光 | (社) 日本食肉市場卸売協会会長 |
| | 高橋成暢 | (社) 全国食肉買参協会会長 |
| | 加瀬泰男 | (社) 日本花き卸売市場協会顧問(前会長) |
| | 飯田猛 | (社) 全国青果卸売市場協会会長 |
| | 仁科恵敏 | 全国魚卸売市場連合会会長 |
| | 碓山幸夫 | 全国中央卸売市場協会会長 |
| | 中村真 | 全国中央卸売市場協会副会長 |
| | 福田順子 | 城西国際大学 経営情報学部教授 |