

第2回食品流通の効率化等に関する研究会の概要

平成14年7月17日(水) 9:00~12:00

於：農林水産省第2特別会議室

1. 委員の出欠

委員17名中、13名の委員が出席された。

2. 資料説明と質疑

関係資料について事務局からの説明後議論が行われた。出席者の主な発言は以下のとおり。

- ・ 「食と農の再生プラン」で高コスト構造の是正を行うとされている中で、この研究会の位置づけがどういうものかはっきりする必要がある。終着点、持っていき方の明示があった方が議論しやすい。座長、事務局サイドよりある程度論点整理の示唆をいただけないか。
- ・ 予めこちらで絞るよりも、本日委員から自由な発言を行ってもらい、その上で整理することとしたい。食と農の再生プラン及び工程表について、この研究会に関係するところについて事務局から説明してもらいたい。
- ・ 米の生産調整の研究会、農地法の懇談会等で農水省全体の改革の検討が進んでおり、普及制度についても検討が行われると承知。そうした改革の一環で、この研究会が食品流通分野を担当していると認識している。
- ・ 消費者の実感として、資料説明のあった以上に加工品に頼っていると感じる。
- ・ トレーサビリティを徹底しすぎるのも大変であり、全てについて完璧にできるとは思っていないが、適切な管理の仕方を考えていただきたい。
- ・ 卸売市場競争力強化総合検討委員会中間報告は、結論までは至っていないが、問題提起と認識。
- ・ 色々なところで改革が立ち上がっているときに、古い保護のままではいけない。活性化は大事だが、昔の土壌のままでは活性化はありえない。
- ・ 専門家の方からの意見も伺うことをしたい。
- ・ 今後、市場へ行って業者の担当者の話を聞く、市場外流通についてヒアリングを行うといったこともよいと思う。第1回研究会資料にある設置目的を共通認識とし、その大枠の下で幅広く意見をいただきたい。
- ・ 今回提示していただいた資料を要求した背景としては、食べ方の変化を受けて、市場における素材の流通が、一般小売向けのものから外食向けなどへ変わってきているのではないかと、ということである。資料3のp5でも業務用需要量が41.3%、家庭消費需要量43.2%となっており、業務用需要のウエイトが大

きくなっている。一般小売商においても業務用需要への対応がある。

- ・ 生産と需要をどこでマッチさせるかの問題がある。必要なものだけ仕入れて売るというだけで済むのか。そのような中で中央卸売市場の存在意義について問いかけをしたい。
- ・ 資料5のp3によれば外食と調理食品の割合は28.2%と低くなっているが、これは資料5が家計調査のため外食消費の多い単身世帯が入っていないことと、小遣いによる外食消費が入っていないことによる。
- ・ 産地、市場、小売を個々に取り出しても議論ができなくなっており、一つのフードシステムとして考えるべき。川下の新しい動き主導で川中、川上に再編を迫っているというデマンドチェーンの動きに対し、産地、市場、小売それぞれの間にあるミスマッチを見直してサプライチェーンをどうすればよいかを考える必要がある。
- ・ 市場流通と多様な市場外の流通について、どちらがメリットがあるかという以前に、双方が競争しながら効率性の高いシステムをつくっていくことが重要。その議論は行き着くところはコスト削減。スーパーが10%削減できますよと言っているときに、卸・仲卸でどこまで削減できるか、その垣根の問題もある。しかしそれだけでは不十分であり、規格の簡素化、コンテナシステム、集出荷システムというところまでいかないといけない。
- ・ 加工・業務用に対する国産農産物のビジネスチャンスはまだまだある。加工業務用のフードシステムが合理的なものに切り換えられないか検討すれば、その中から効率化の条件が見えてくるのではないか。
- ・ 市場流通の革新の制約要因については、制度や企業戦略の色々な問題があるだろうが、これを議論する中で、卸売市場の新しい位置付けが出てくるのではないか。
- ・ 市場制度ができて相当な時間が経っており、システムを組み替える時期に来ているのではないか。ただ、組み替えに当たっては利害があり、どう調整するかということになる。
- ・ これまで農協により、無条件委託販売、共同計算、共同販売の3つを原則とする系統共販が進められてきたが、作付けを増やすことによる品質の下落や、センター手数料のため生産者の手取りが減少するといった問題が生じているケースがあり、現状のままでは持たなくなっている。
- ・ 市場への無条件委託では生産者も価格形成できない。系統共販では流通チャネルの多元化という時代の変化に対応できない。
- ・ 外食産業はマーチャндаイジングシステムへのチャレンジをしてきた。生産者とともに品質を改善し、流通を簡素化してコストを削減する努力をしてきた。その中で段ボールを使わない形の物流方法も作ってきた。中間に多段階の業者が入っていてマージンを通算50%とっていたのを削減した。こういったことをどう解決するか考えないと食と農が繋がらない。流通経路が複雑であると、表示、品

管理も困難となる。

- ・ 中国産冷凍ほうれんそうに含まれていたクロルピリホスは、もともとは果実の虫除け薬であり、これがほうれんそうにも使われていたもの。こうしたことを誰がどうやって解決するか問題となると認識。かけるべきコストをかけての質の安全の確保と、全体的な流通コストの削減という両方を議論しなければ片手落ちになる。
- ・ 業務用の食材は、消費形態の変化を受けて、弁当向け、デパ地下向け、惣菜向け、外食向けとさまざまに広がっている。業務用食材についての正しいデータをどのようにとるかから入らないといけない。間違ったデータでは、傾向は見えても事実は見えない。また今起きている問題だけ見てもまとめるときにはまた遅れてしまうことになり、将来をどう見るか議論しないとけない。
- ・ 外食向けの食材の納入には、箱詰めや加工などの手が加えられており、外食卸というのが今芽吹きつつある。ここでレストラン向けをますます扱うようになれば、市場扱いは減っていく。品質と価格の両面を求めてモノの流れが変わる。外食バイヤーは外食向けの食品の情報を見て農協、漁協に出向き、出荷、価格、品質の指定・保証の話し合いを行っている。
- ・ 市場流通ではない外食向けの食材供給が手がけられており、段ボールを使わない流通、コスト・品質の直接管理が行われていると承知している。
- ・ 消費者の段階では生産段階の5倍の額となっており、流通・加工コストがいかにかかっているかと認識。この矛盾が今回のテーマと密接に関わっている。
- ・ 生産者、流通業者等もみんな経営が厳しい状況にあるが、これは、分配システムに問題があるためではないか。「競争」も大事だが「協調」によって分配のあり方を考えるべき。
- ・ 農産物の価格が上がっているならまだしも、下がっている局面で7～8%の卸売手数料をとられるのは大変。また、プロの農家からみると、今の卸売市場は「捨て売り」を受け入れるシステムとなっており、これが日本農業にも悪影響を及ぼしている。
- ・ 農業法人は消費者との直結に取り組んでいる。500haの野菜経営者が消費者に直売しないと生きられないと言っている。市場に頼りすぎるのを止め、消費者との直結、契約的な生産・流通に移っていく。市場は重要だが改革を期待する。
- ・ 卸売市場競争力強化総合検討委員会中間報告を読んできたが、果たして改革ができるのか心配である。市場の担い手の意識改革を行う必要があるのではないか。
- ・ これまでは市場までの見映えの良さが重要視され、市場から先は知らないという意識があり、そのため、日持ちの悪い野菜が多くなるといったことにつながっているのではないか。
- ・ これまで出された断片的な事実は否定しないが、今の流れについての認識は異なる。レタスの小売価格に占める生産者手取額の割合は、米国25%に対し日本は

3 5 %と高い。流通コストの額自体は日本の方が高くなっているが、これは物流コストである荷下ろし人件費、道路使用料などが高いため。

- ・ 卸売業者の平均営業利益率は0.2%であり、全体の半数は赤字。仲卸はもっと厳しい。
- ・ 卸売業者が手数料の満額をもらっている訳ではない。そこから出荷奨励金、完納奨励金、開設者への施設使用料を支払っている。また、小売のバイイングパワーは厳しく、産地とスーパーのそれぞれの提示する価格のマッチングを行わないとやっていけない。過去の因習だけでやっているのではなく、押し潰されそうになってあがいている。
- ・ 市場は完全に弱体化しているわけではなく、今の流通にもマッチしている部分として、市場でワンストップショッピングが可能であるという品揃え機能がある。外食産業で中間流通を省きマージンを50%削減した話が出たが、市場から大手ハンバーガーショップへ日量3,000ケース納めている事例があるように、厳しい要求に対応してデリバリーを行っている。バックヤード的機能も担っている。日本は米国に比べ小売店頭と並べられる品目数が多く、全品市場外から仕入れることはできない。野菜の場合、市場では毎日300品目が扱われ、小売店では50品目が売られている。アイテム数ということになれば、その数倍ということになる。大手量販店との取引も戻ってきている。
- ・ 高齢化が進む中で生鮮食品に強い商店街は活性がある。これからの小売業界は横断的な活性化が必要。衛生と品揃えの役割を有する卸売市場を残さなければ小売業は滅亡する。
- ・ 日本の食文化を背景に、日本型の卸売市場を構築すべき。卸売市場の良さをもっと認識すべき。
- ・ 食品表示については、各省がばらばらに対応しており、一貫性がないのではないかと。一貫した国の政策として、消費者にも分かりやすくすべき。水際での検査機能も重要。
- ・ 消費者利益第一の食品流通を考えるべき。それは安価、良味、安全の追求に尽きる。生産段階での規格も、消費者にとって意味があるのか。消費者が何を求めているのかを発想すべき。
- ・ 自由市場であるならば、卸の機能が高ければ存続するし、低ければ消滅する。ルールは基本的に自由にしておき、安全性のような譲れない一線のみルール化すべき。卸売業者の業績が厳しいのは淘汰が進んでいるからであり、必要のないところが消滅するのはやむを得ない。保護はできるだけ少なくすべきである。
- ・ 高齢者のために商店街を残すと言った発想は間違い。介護や宅配など高齢者向けのビジネスは広がっている。何の魅力もない商店街を作った失敗は避けるべき。何があるべきで何がなくなるべきかは市場、消費者が決めるべき。競争が広がる方が結果としてよくなるのではないかと。

- ・ 卸売業者が生産者に定型で色の良いものの出荷を求めるのは、スーパーから店頭ではそれが売りがやすく、一番売れるとしてオーダーが来るからである。
- ・ 消費者に軸足を置くことが前提。色々な買い方の選択肢を増やすことを考えてもらいたい。輸入品についても安全性が担保されれば選択肢に入ってくる。
- ・ 出荷奨励金、完納奨励金というコストがかかっていることが分かった。ではどうすればコストが下がるかについてすぐに知恵はないが、配達頻度を抑えるとか、包装に拘るのを止めるとか考えられないか。ゴミが減り環境面でも効率的ではないか。
- ・ 日本全体の生産・流通の構造が、生産性が低いということに尽きるのではないか。
- ・ 川上から川下へという発想が50年続いてきたが、これは商品の不足している時代のものであり、やめるべき。「奨励金」という言葉自身に疑問を感じる。
- ・ 現在の卸売市場は取引条件が特殊であり、グローバルスタンダードに準拠するべき。そういう意味では、出荷奨励金はスタンダードに合わないのでは。欧米の取引では、より多く売ってくれた流通業者にメーカーがお金を出している。買い手市場の下では生産者が卸売業者にお金を出すべき。完納奨励金については欧米にもあるが、一定期間よりも早く支払った場合に出し、遅れたら逆に利子をとる形になっている。
- ・ 古いシステムを残して使いこなすのは日本のやり方の特徴。量販店も卸売市場から買っている部分があり、配達まで任せている。卸売市場が機能を効率的に果たしているか疑問。つくってきた市場をいかに機能的に使うかという立場があってよい。
- ・ マーケットメカニズムは、消費者利益とは必ずしも一致せず、マーケットメカニズムでは全てを解決できないという議論が米国でも出てきている。マーケットメカニズムは量的需給一致を保証するが、質的な一致は保証しないといった議論がある。
- ・ 消費者の利益を第一に考えるべきということであり、その場合には、原則として市場メカニズムに任せるべきであろうが、トレーサビリティなど安全性に関することや食料自給率向上などに関する事など市場メカニズムだけに任せられない部分もある。
- ・ 市場メカニズムだけで任せられないこととしては、まず、食の安全性の確保の問題がある。また、将来明らかに必要だが個別企業が行うとコストのかかるリサイクル・廃棄物対策を行うことがある。
- ・ さらに極度に形態的な鮮度（日付）を気にするという食文化がある。また、生鮮食品に対する舌が肥えているといったこともある。この他にも街づくりの問題もある。
- ・ 今後の議論の前提として、変えられること、変えられないことを明確に分けて共

通認識とする必要がある。

- ・ 市場流通と市場外流通とを峻別する考え方はやめるべきではないか。
- ・ 卸売市場制度で、卸売業者等に対してどのような規制があるか、その変遷はどうなっているか。業務用需要の流通実態はどうなっているか、特に流通経路がどうなっているか、中間加工はどんな形で行われているか。また、輸入品の流通実態はどうなっているか。
- ・ 商物分離が生鮮食品流通の中でどの程度進んでいるか分からないか。現在使われている市場経由率は、商流であり、物流はもっと低いのではないか。統計として捉えられなければ、ケーススタディとして研究論文などで分からないか。
- ・ 卸、仲卸の関連会社の実態はどうなっているか。関連会社で副業をやっているのではないか。また、連結決算したらどうなのか、といったことが分からないか。
- ・ 卸売市場が「悪」だと言っている訳でなく、これまでの農協の取組の問題点をあげた。前回の卸売市場法改正では卸・仲卸の経営統合、商物分離等の改正をしている。築地、横浜で経営統合が行われ、卸売市場も生き残りをかけて新しい対応を図っている。
- ・ 生産者の立場でいうと、農協は市場流通をやるという前提で産直などを弾いてきた。安全性という面では、系統共販にはトレーサビリティはなく、反省すべき。国内で生産されたものが安全性の面で大丈夫と言える自信がない。
- ・ 系統共販でも、ある程度産直を前提とするところが出てきている。卸売市場も川下とマッチするシステム構築ができるはずである。
- ・ 地方卸や仲卸の荷受統合が進んでおり、マージンを10%以上合理化することもできる。情報、物流、品揃えのセットでの卸機能の再編はまだまだできる。
- ・ 予約相対でトレーサビリティは見えてくるが、リスク負担が発生する。
- ・ 産地は川下の情報が確実に流れてくる仲卸を選ぼうとしており、これまでの単純な役割分担から変わってきている。
- ・ 市場と市場外との単純区分は不要。卸売業者も市場外流通をやってよい。産地で販売チャンネルを管理しても、一定のミスマッチが必ず発生しそれを市場で解決することになる。市場の取引は透明化を図り契約的なものになっていく。
- ・ 市場の公的機能を全面に出してよいかはよく議論すべき。やはりビジネスの場と考えた方がよいのではないか。緊急時への対応も考える必要があるが、これは別のシステムでの対応が可能とも考えられる。
- ・ 卸売市場については、公共性、社会性がポイントだと思うが、卸売市場競争力強化総合検討委員会でも議論が出たものの詰め切れなかった。公共性や社会性として我々が考えていることが本当にそうなのか誰も判断できない。企業論理だけで進めてよいのであれば、市場はセンター化し、取扱の最低単位をパレット規模に引き上げて大量流通に特化する方が効率的。しかしながら、1ケースでも買えるチャンスを与え、誰からも受け入れないといけないということがある。その点を

どう考えればよいかについてよく議論する必要がある。

- ・ 卸売市場の公共性として3点述べたい。第一は安全性であり、「生もの」の取扱には特定の技術が必要であり、将来においても市場流通である可能性が高い。第二に、産地の生産情報を知らせることがある。第三に、現在はあまり見られないが、共同配送や共同の品揃えなど共同作業をもっと考えるべき。
- ・ 公共性は、何も卸売市場だけの問題でなく、公共性がないものはない。
- ・ 標準的な「ものさし」でみて卸売市場で合わない部分は変えていくべき。
- ・ 卸売市場で行っていることはあくまで商行為であり、経営は個々の企業の問題。
- ・ 変えられるところは、変えていかなければならない。
- ・ 価格形成機能はどうするのか。卸売市場で行われた価格形成については、公表されてきた。産直もそれを使ってやっている。中央卸売市場の存在意義ではないか。
- ・ 大豆や米は3分の1、食肉は15%が公的な場で価格形成され、指標価格となっている。すべての価格形成が市場によるべきではないのではないか。
- ・ ITをシステムの中でどう生かしていくか。
- ・ 卸売市場をなくせと言っている訳でなく自由化を進めるべき。市場の価値に合った手数料をとれるようにすればよい。公的という名の下に残すことを考えては農業はダメになる。それで再生プランが作られたのであり、その実行が必要。
- ・ これまで国民も行政も農業も卸売市場に頼りすぎてきたのであり、もう少し依存しないようにしてはどうか。今ではすべての人が市場価格を参考にするととは限らず、生産者と実需者の相対で、お互いせめぎ合いの中で決めているところもある。農業経営者を選ぶ市場があってもよい。

以上