

平成 30 年改正卸売市場法の施行状況及び今後の方向性に関する意見交換会
(第 2 回)
議事要旨

令和 7 年 7 月 31 日 (木)
※発言順

○全国水産物卸組合連合会 山崎副会長

本年 4 月に (自) 卸売市場議連において、議連の会長から御省に対する中央卸売市場のルールを把握できているのかという質問に対して、業務規程は別にして、その他周辺のルールが十分に把握されていないような回答をされていたと記憶している。そのような経緯からすると、今回は業務規程以外のルールがどのようになっているのか開設者に調査をしていただいた上で、国として内容を把握してから動いてはどうか。その上で我々事業者に対してお示しいただいた調査を実施するというのが良いと考えている。ご認識のとおり、豊洲市場では 1,600 店舗、400 社程度の仲卸がいる中で、事業者個々に対して調査をしても、大概の仲卸は日々の商売、「売った」「買った」が大事であり、市場法に対して大まかにどのようなことが問題になっているのかあまり理解していない事業者も多い。各市場の組合に対して質問状を送って回答を得たほうが、御省にとっても良い答えが導かれるのではないかと考えている。

全国水産物卸組合連合会では、議連でもお話したように、市場法に関して 6 年ほど前から懸念をしていた、仲卸に対して分が悪い方に話が動いているというのが現実的にあると全国からも寄せられている。そういった内容もよく調べていただいた上で、良い市場を作っていただけたらと考える。根底には集荷機能の卸と分荷機能の仲卸は重要であると卸売市場法にも記載があることが一丁目一番地だと思っている。どこがいい、どこが悪いとかでは無く、もう一度第三者販売や売買参加がどのようになっているのか一つ一つ掘り下げて調べていただいたら良いと思う。業務規程になったから何でもありということではないと、前回の意見交換会の際でも御省からご回答いただいております、我々にとっても非常に励みになるお言葉であったので、もう少し議論を掘り下げていい市場を作っていただけたらと思う。豊洲市場は東京都が中心となって取引委員会を開催しており、我々の組合も仲卸の代表として参加している。委員の中でも、市場法改正後何でもありじゃないよねという意思統一はされているので、本省が東京都に対して口を出さないということではなく、より良い市場を作ってい

ただきたいという想いの中で本日発言している。悪いから市場法を元に戻そうということはできないことも分かっているし、それ以上にやはり、皆さんとの議論で決めたので、その中で一番必要な部分がどこなのか。市場関係者で良い市場を作り、ひいては生産者の生産意欲が湧くような良い商売ができればと考えている。

○（一社）全国中央市場青果卸売協会 出田専務理事

資料5 ページにもありますが、手数料について申し上げたい。青果の委託手数料率の野菜 8.5%、果実 7.0%については、1963 年以降、2009 年に市場法改正において自由化されて以降も現在までなんと 62 年間変わらない状況。この間の人件費含めた諸経費の大幅な増加は申し上げるまでもない。最近では物流の 2024 年問題に関連して、受託契約約款では、産地側の負担になっている市場までの運搬や、荷下ろし作業に要する経費までもが卸に負担を求められているような実態にある。更に、委託販売では、売上高の最大 1.7%も出荷奨励金を産地に支払っており、その上、従来から申し上げているが、産地の集約化によって市場への産地の発言が非常に強まっている一方で、市場相場は量販店の強力なバイイング・パワーのもと形成されており、産地の要求価格と市場の相場価格とのギャップを卸が負担して厳しい経営状況に追い込まれている実態がある。以上を踏まえると、卸売市場において、卸売業者が事業を継続して、産地の代理人としてできるだけ高く売るという役割を果たすため最大限努力することを前提に、62 年間据え置いてきた手数料の見直しを検討せざるを得ないとの声が内部では強まっていることを申し上げる。なお、当該手数料は形式的には自由化されており、各社ごとの受託契約約款で個別に定め、開設者の承認や届出を受けているが、実態としては、長年にわたり業界に定着している全市場一律の商慣習であるため、食料システム法に定められた商習慣見直しの努力義務の規定の対象になるであろうと考えている。この規定については、価格形成協議会でも議論があったが、商習慣の見直しは大変なエネルギーを要するため、個々の交渉ではなく、大きな枠組みで進める必要があると整理されているため、この点に注意しながら、この枠組みを活用して手数料の見直しに取り組んで行きたいと考えている。

○（一社）全国農業協同組合中央会 農政部 畜産・青果対策課 中村課長

アンケートについて、JA 全中は直接の調査対象ではないため、特段の意見を申し入れる立場ではないと考えている。

農水省から説明のあった食料システム法については、本会も適正な価格形成に関する協議会に参加している。農水省に対し、食料システム法の今国会での可決・成立に向けたご尽力に感謝を申し上げたい。市場関係者等からもご議論・ご意見があったが、この法案が成立したことは、生産者団体としても喜ばしく思っている。この法制度を機能させ、政策目的を達成し、食料システムの各段階に裨益する制度になるよう、引き続き、関係者による議論をお願いするとともに、農水省には今後とも力強い後押しをお願いしたい。JA グループとしても積極的に議論に参画して役割を果たしていきたいと思っている。合わせて、実現に向けた消費者理解が不可欠であるため、農水省と業界が一体となり、消費者の行動変容まで繋げられるようにできればと考えている。

○全国肉牛事業協同組合 北池専務理事

私どもは肉用牛の生産をする生産者団体の組合。今までの議論や実態調査についても特段の意見は無い。今のところ、アンケートについて組合の中で議論はしていない。制度が有効に活用、機能するということを期待している。

○全国中央卸売市場協会 織田事務局長

本日は、全国の会員都市の皆様方にもオンラインで傍聴していただいている。まず、市場法改正の受け止めについて、今回の法改正によって、主な取引ルールである第三者販売、直荷引き、商物分離については、資料にもあったとおり7割以上の開設者が業務規定により規制を緩和している。会員である各都市からは、今のところ規制緩和による第三者販売等の取引上の問題は生じておらず、大きな影響はないという声を聞いている。現在、法改正から5年経過という状況であるが、鈴木室長からも話しがあったように、5年、10年と今後引き続き市場業者と連携しながら、法改正後の状況をきちんと注視していくことが大事だと考えている。市場本来の公正な取引、ルールの遵守を維持しつつ、意欲のある事業者には活発な取引に向けた後押しを行うことが重要だと考えている。開設者の立場としては、先ほど全国水産物卸組合連合会の山崎副会長からも「良い市場を作る」という言葉があったが、市場がより発展するよう市場業者の声や取引の実情を丁寧に関心しながら一緒に取り組んでいきたいと考えている。なお、本協会として、今後全国共通の課題などが出てきた場合には、農水省にもお願いや働きかけを行うことも出てくるかもしれないので、その際はよろしくお願いしたいと考えている。もう一点、取引ルールなどについての話があった。改正法が5年前に施行されたが、各開設者単位で条例改正等を行っている。業務規程については、事業者の方々と取引の状況や抱える課題などを

共有し、開設者と業界とが一緒になって議論をした上で制定されたと認識。本協会の立場として統一的に各市場のルールなどについて回答が難しいため、取引ルールの内容や運用等の詳細については、各開設者に問い合わせいただきたい。

○全国青果物商業協同組合連合会 山田専務理事

全国水産物卸組合連合会の山崎副会長もおっしゃっていたが、当業界も卸売市場法と各開設者が規定している業務規程の区別がはっきりしていない。そういった中で、アンケートを実施していくということで、組合の傘下会員が、取引ルールについてどのような認識をしているか不明な部分がある。そのような前提で回答が集まるというご理解をいただきたい。

全国の市場の条例を調べたわけではないが、運営協議会の下にぶら下がっている市場取引委員会もしくは部会という形で設置されている会議が、一部の市場では、開催できる規定だが全然開催されていない状況がある。確か、平成11年の市場法改正の際も、取引のせり入札を弾力化して相対取引と同等としての担保措置として、市場取引委員会の設置をしたという経緯だと理解している。業界にもその旨伝えてはいるが、業務規程上、市場取引委員会が開催されているのかもアンケートで確認していただくとありがたい。法律や条例の違いも分からないまま進めてしまうと漠然とした回答が出てきて、かえってご迷惑をかけてしまう可能性がある。

開設者のご判断だと思うが、登録している売買参加者の中には、恒常的に商品を仕入れている人とそれ以外の人が存在する。売買参加者にはスーパーもあり、組合にも加入している。中小企業等協同組合法に基づき認可された組合、卸売市場で青果物を仕入れるという前提があり、代金決済と代払いがセットになっている。中堅以上のスーパーといわれる古くからやっている町の八百屋さんの回答とはちょっと違う。そういったことも踏まえて売買参加者の見解であるということを考えていただきたい。

○（公社）日本食肉市場卸売協会 廣川専務理事

資料の5ページ目にしたがって発言させていただく。食肉市場、卸売市場全体としては、そっと移行したという感じで、この5年間で何か新しい動きをしたかということ、そうではないため、現行についてあまり評価のしようがない。

市場整備についてはぜひ強力に支援をして欲しいと考える。老朽化が大変進んでいるが、開設者を含めて新しい資金を投入する余裕がどこもないという状

況であるため、国の支援が必要なタイミングだと考える。

デジタル化については、私ども3年間色々と調査をしており、全てをオンライン化するという方向ではないが、そろそろ踏み出したいと考えている。

価格形成については特に意見はない。

市場ごとの取引ルールの見直しについては、手数料を入れられていないというが実態。今回のアンケート調査の中で、どのような理由があって手数料を入れないのかが分かれば良いと思っている。

コスト指標を開設者がどのように出すのが疑問。生産コストを政令指定都市の方がどのように考えるのかという疑問がある。

○（一社）日本花き生産協会 栗田副会長

生産者の立場として意見を述べさせていただく。本日再三価格形成や価格転換等は話題も出ているが、4点意見を述べさせていただく。まずは再生産可能で価格転嫁ができる取引環境整備について。現在、花き業界においては、販売価格へのコスト転換が極めて困難である状況が続いている。生産者としては、資材価格や燃料費、人件費などの上昇を吸収しながらも、もう価格に反映できない再生産が困難な構造となっている。今後の市場制度において、再生産可能な価格が適正に形成されるよう、法制度面、取引慣行の両面から整備を強く要望する。こちらは資料5ページの農業者の要望にも記載されている。

次に物流負担の平準化について。物流2024年問題や運送業界の人手不足により、土日を含む出荷作業の負担が深刻化している。週末の出荷輸送については、運転手不足や労務環境の制約から対応が難しくなっており、特に鉢物流通における持続可能な物流体制確保において、市場関係者、消費者ニーズも踏まえた柔軟な運用や検討が今後重要ではないかと感じている。

次にデジタル化推進と情報共有のあり方について。こちらも資料5ページに生産者が人口減少で不足するなか、市場と産地がオンラインで情報交換できるデジタル化が必要ということで記されておりますが、花き流通においてもデジタル対応による業務効率化が重要な課題。特に鉢物は個選出荷が多いため、生産者ごとの情報格差が生じやすく、デジタル環境整備が急務。一方で、切り花はブランドや産地の特性が競争力の要であり、産地の個性や自由な販売戦略を尊重しつつ、必要な基盤整備や支援のあり方を今後整えて考えていく必要があると考える。

次に7月18日に公布され、本日冒頭、原田課長のご挨拶にもあったが、食料システムの方において花きは対象になっているのか？もし対象でない場合、

業界としては、将来の農業経営大きな不安を抱えているため、花きについても他の農産畜産物と同様に生産費等を考慮した価格形成の仕組みの検討に取り組んでいただき、再生産が可能となるようお願い申し上げます。

○（一社）日本養豚協会 鋤柄専務理事

私ども生産者は一生懸命作っているが、これを消費者の皆様届けるということについては、今日お集まりの皆さんのご協力がなければできないため、まずはお礼を申し上げたい。その上で、より良い取引をさらに推進していただきたい。生産者としては、価格形成や物流問題に関して（一社）日本花き生産協会の栗田副会長からのお話と同じような気持ちである。価格形成の部分で生産者として具体的に心配しているのは、その日によって価格が決まらないという話を聞くこと。なかなか荷が集まらないのだという話も伺っている。市場関係者の方も色々努力をいただいていると思うが、価格形成等の機能をフルに発揮していただくために、どのようなことをすれば解決につながるのか、ぜひ関係の皆様方のご指導、知恵をお借りできればと考えている。

○（一社）全国水産卸協会 大石常務理事

各市場、法改正に基づいて取引ルールというものが見直されたと思うが、各市場がその適正な手続きを経て策定されたと認識している。そうした中で、5年経ってもう1回確認の意味を込めてアンケートを実施ということだと思うが、先ほど全国青果物商業協同組合連合会の山田専務理事からお話があったように、ルールというものが、旧法に基づくルールというものに関して行われるのか、各市場の取引委員会ベースの、具体的というか下のレベルのルールまで含むのか、明確にしないと、いたずらに不安や対立を煽ってしまうようなことにもなりかねないので、それを明確にして実施された方が混乱を招かないのではないかと思っている。

○（一社）全国青果卸売市場協会 月田会長

前回お話しした通り、地方卸売市場の立場からしたら特に問題はない。今回と前回の議論を聞いていて思うのは、やはり中央市場が公的な土地・設備を使っているの、しっかりした場内ルールが必要かなと思うが、地方市場として法律は守らないといけないが、モラルに反しなければ、我々は自由にやらせていただいております、あまりトラブルも起きていない。

今後のことで気になるのは、合理的な価格形成である。シンプルに考えて地方卸売市場だとか卸売業者、仲卸業者は株式会社なり、個人の経営体であり、

経営が成り立つということが非常に大切。日本の人口は減っていき、生産者の人口も生産量も減る中、売り上げを上げるには価格が上がらない限り上がっていかない。その中でやはり消費者は安い方が良く、生産者は高い方が良く。これをどう折り合いをつけていくかということだが、今回の米の問題や去年の野菜の問題もあるが、マスコミがあまりにも高い高いと騒ぎすぎるので、それに消費者は踊らされてしまっているのではないかと思う。この価格形成の問題で非常に大切になってくるのはコスト指標を示すというわけだが、それを消費者の方に理解していただくマスコミ対策をしっかりしていただけないかなと思う。

○全国青果物商業協同組合連合会 山田専務理事

デジタル化について、資料5ページの③に書いていただいているが、代払システムは、今日買い受けた組合員の買受代金を組合が責任を持つものである。責任というのはクレジットして卸売業者もしくは仲卸事業者に3日目払いする。その対価として、国税的に言うと、役務提供の対価として消費税は10%ということで、完納奨励金を頂戴して組合を維持している。このような現状の中で、今日買い受けた買受情報を、卸売業者からUSBで組合の事務所に持ってきて組合がそれでシステムに入れたり、メールで来ているところもある。USBを使っている卸売業者に聞くと、セキュリティの関係だと言われている。また、仲卸業者は、買受データを紙で持ってきており、組合がいちいち手入力してやらないといけないという状況を是非知っていただきたい。

今、福岡と広島と松山の3組合で、それぞれ構築された優れたシステムをプラスして共同の利用システムを開発している。全国中小企業団体中央会の補助金を活用して今取り組んでいるところだが、これが出来上がったら、我々の全国の会員に廉価で使ってもらうことを想定しており、これで一気にペーパーレス化を進めていこうとしている。

また、前回も申し上げたとおり、システムのイニシャルコストは1,500万円かかる。昨年、一昨年は青果物の価格は高くなっているのに価格は維持されて、その10/1000ということで、その中から組合の運営費用を賄うということになっていて、今のところキープはされているものの、組合員が減少の一途をたどっていくので、それぞれの組合で一緒になってイニシャルコストもランニングコストも割り勘効果でやっていくということで進めているので、是非このデジタル化の推進をどこかに触れていただきたい。基本方針まではいかなくてもどこかで触れていただきたい。かといって、うちの業界も末端組合員は遅

れているのは事実。今日の買受情報を翌日ペーパーで持って帰ってくるのが実態なので、ペーパーレスを実施するのは課題になっている。

○（一社）日本花き生産協会 栗田副会長

重複してしまうが、デジタル化を是非とも進めてもらいたい。ペーパーレス化はなかなか難しいと思うため、ペーパーレス化というよりも効率化。人口が減少している中で、作業の効率化が一番問題。実際は、我々も発注書がメールで送られてきても、生産現場まではなかなか一個一個タブレットとか、スマートフォンでというわけにはいかないので、紙で落とす必要がある。何よりこれだけ物流や色々な分野で、人手不足の問題がある中で、やはり効率化をしっかり進めていっていただけたらなと思っている。

○（一社）日本花き卸売市場協会 福永会長

それぞれの花き卸売会社で、システム投資をして DX 化を進めているが、必要性を感じてはいても経済的な理由から難しいというところもある。ロジスティクスの話もそうだが、現在、日本花き卸売市場協会としては、国の事業を活用して、卸売市場が産地から face to face で品物を送っていただくだけではなく、ストックポイントとして、物流拠点としてリレーで中継していくということに令和5年から6年、7年と取り組んでいる。

それから、業界の中には、非常に DX が進んでいるところがあり、インターネット取引システムがすでに稼働している。出荷者は、出荷伝票を手書きしなくても良く、買受人は発注書を書かなくてもデジタルで発注が完了する。今、こういった先行している卸売市場の仕組みを一緒に使うように、一つのプラットフォームを複数の卸売市場が利用できるような形を進めたいと思っているが、全国青果物商業協同組合連合会 山田専務理事や（一社）全国水産卸協会 大石常務理事からお話があったように、卸売市場ごとの業務規程や取引委員会の合意というところが、実際にはハザードになって、せっかく改正卸売市場法にシフトをしたが、現実にはそういった取り決めが障壁となっている。国としてはフレキシビリティが発揮できるように法律を改正していただいたが、各市場の開設者に任されたがゆえに、開設者が反対をしているわけではないが、取引委員会で話がまとまることもあり、結局は進んでいかず、この辺がどうしたらいいのかなと悩んでいる。

また、花は食べるものではない。花も様々な実需者がおり、花屋や園芸店、ホームセンター、スーパーマーケット、そして、衣類店や家具屋等、非常に花

の売り場が多様化している。さらに、実店舗を持たないような方々も増えており、その多様化した売り場ごとに要求される規格や品目、それからプライスラインも非常に多様化している。競売から相対、さらに言うと予約相対、特にチェーンストアは事前に販売計画を立てる中で、産地情報を我々が提示をして、予約相対で発注をする。取引のやり方も時間軸的にも前倒しになって、産地情報をいち早くいただいて、それを提示していく。デジタルとかアナログとかというよりはそういった時間軸も変化をして、そういった中でそれぞれの産地の出荷情報と、今日の出荷情報ではなく仕込んでいる予定のところも含めて早めに頂戴してその多岐にわたる実需者に提供して、マッチングをしていく。これによって（一社）日本花き生産協会 栗田副会長からもお話があった、再生産につながるような、価格で取引を成立させるといいうところでも必要かなと思っている。

まな板の鯉ではなくて、前倒し前倒しで多様化している実需者に対して、マッチングしていく。その仕組みの一つとして、デジタル化。このスキームを共有化して、複数の広範囲にわたる、市場が連携して一つのプラットフォームを使えるという形が、ひいては価格の安定につながるのではないかと思うが、繰り返しになるが、そこに出てくるのが取引委員会で、日々仕事に取り組んでいる中で感じることである。

○（一社）全国中央市場青果卸売協会 出田専務理事

アンケート調査で不満があったときに、その前提となる事実関係がどうなのか。前回の議論でも、仲卸の方から、第三者販売について、仲卸の方の値段が高くて第三者販売で市場外に売るのは安くていいという売り方をしている市場があるという発言をされていた。明確にその市場が分かる発言だったのでその市場に尋ねたところ、そんな差別的な売り方をしていないということを確認した。今回のアンケート調査でも指摘された事実関係について、そのまま公表された時にその認識は違うのではないかという反論がある可能性があるもので、事実関係を確認せず、一方的に公表されることについては懸念している。